

国金证券股份有限公司
与特洁尔科技股份有限公司
《关于特洁尔科技股份有限公司股票公开转让并挂牌申请
文件的审核问询函》
的回复

主办券商



二〇二五年二月

全国中小企业股份转让系统有限责任公司：

国金证券股份有限公司（以下简称“主办券商”、“国金证券”）及特洁尔科技股份有限公司（以下简称“特洁尔”、“公司”）于 2025 年 1 月 9 日收到《关于特洁尔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“审核问询函”）。根据审核问询函的要求，国金证券股份有限公司、上海市锦天城律师事务所、立信会计师事务所（特殊普通合伙）及时进行补充核查，对推荐挂牌相关的申请文件进行了补充和修改，公司也对相关情况进行了补充披露，现逐条回复如下。

其中，会计师事务所、律师对审核问询函的回复会另行提供，不作为本审核问询函回复附件。

如无特殊说明，本审核问询函回复中使用的简称或名词释义与《特洁尔科技股份有限公司公开转让说明书（申报稿）》（以下简称“公开转让说明书”）一致。涉及公开转让说明书补充披露或修改的内容已在公开转让说明书中以楷体加粗方式列示。

本审核问询函回复中若出现总计数尾数与所列数值总和尾数不符的情况，均为四舍五入所致。

审核问询函所列问题	宋体（加粗）
审核问询函所列问题的回复	宋体
审核问询函回复中涉及对公开转让说明书修改、补充的内容	楷体（加粗）

目录

问题 1、关于经营业绩	4
问题 2、关于销售模式	46
问题 3、关于采购与存货	76
问题 4、关于历史沿革	98
问题 5、关于公司治理	108
问题 6、关于其他事项	117

问题 1、关于经营业绩

根据申报文件，(1)报告期内，公司营业收入分别为 19,838.79 万元、20,712.73 万元和 10,665.69 万元，综合毛利率分别为 31.14%、31.79%和 26.54%。2022 年、2023 年，公司毛利率高于同行业可比公司平均水平；2024 年 1-7 月，公司收入和综合毛利率下降较多，系市场竞争加剧、销售价格较低的产品增加。(2) 报告期各期，公司前五大客户销售占比分别为 48.80%、49.78%和 43.92%。公司与尚高卫浴等存在客商重合的情况。

请公司：(1) 关于收入与毛利率波动。①结合公司所属行业情况、业务结构、应用领域、客户差异、主要产品及原材料价格变动情况、价格传导机制等因素，量化分析公司 2024 年 1-7 月收入 and 综合毛利率下降的原因及合理性；公司业绩变动趋势与同行业可比公司是否存在显著差异及原因。②按产品类别，分别分析公司智能坐便器一体机、智能盖板的毛利率与同行业可比公司的差异及原因；进一步说明 2022 年和 2023 年公司综合毛利率高于同行业可比公司平均水平的原因及合理性。③结合公司所处行业发展情况、同行业可比公司经营状况、报告期末在手订单和期后新签订的订单、期后业绩（收入、毛利率、净利润、现金流等）的实现情况，说明公司未来盈利能力的走势及可持续性，并将期后业绩与报告期同期业绩情况对比分析，未来经营业绩是否存在下滑风险、公司后续应对措施。(2) 关于客户。①说明公司客户集中度是否符合行业经营特征，与同行业可比公司是否存在差异及原因。②说明公司与主要客户合作的稳定性和可持续性，订单获取方式，在其供应商体系中所处地位，复购率情况、期后订单、是否签署框架协议。③说明公司客户和供应商重合交易的商业合理性，客商重合业务是否属于客户指定供应商或委托加工模式，所采购商品是否用于生产向其销售产品，按总额法确认收入的合理性，交易价格是否公允。

请主办券商及会计师对上述问题进行核查并发表明确意见，说明核查方式、核查过程及核查结论，包括但不限于收入的发函和回函情况、函证样本的选择方法、函证比例、回函比例、总体走访情况及走访比例、收入的截止性测试等。

【公司回复】

一、关于收入与毛利率波动

（一）结合公司所属行业情况、业务结构、应用领域、客户差异、主要产品及原材料价格变动情况、价格传导机制等因素，量化分析公司2024年1-7月收入 and 综合毛利率下降的原因及合理性；公司业绩变动趋势与同行业可比公司是否存在显著差异及原因

2023年和2024年1-7月公司营业收入情况如下：

项目	2024 年 1-7 月		2023 年		变动比例
	金额（万元）	占比	金额（万元）	占比	
主营业务收入	10,630.07	99.67%	20,589.97	99.41%	-11.50%
其他业务收入	35.62	0.33%	122.76	0.59%	-50.26%
合计	10,665.69	100.00%	20,712.73	100.00%	-11.73%

注：同比变化系按2024年1-7月年化后对比计算

2023 年和 2024 年 1-7 月，公司营业收入分别为 20,712.73 万元和 10,665.69 万元，其中，主营业务收入分别为 20,589.97 万元和 10,630.07 万元，占营业收入比例均在 99% 以上。2024 年 1-7 月营业收入同比有所下降主要受下游房地产下滑影响使得智能马桶行业整体销售下降所致。

2023年和2024年1-7月主营业务毛利率情况如下：

业务结构	2024 年 1-7 月		2023 年		毛利率变动
	收入占比	毛利率	收入占比	毛利率	
智能坐便器一体机	73.48%	26.72%	81.32%	31.40%	-4.68%
智能坐便器盖板	17.93%	17.31%	13.40%	29.58%	-12.27%
零配件及其他	8.58%	43.61%	5.28%	41.73%	1.88%
主营业务合计	100.00%	26.48%	100.00%	31.70%	-5.22%

2024年1-7月主营业务毛利率较2023年下降5.22个百分点，主要由于随着下游房地产行业景气度不佳，智能座便器行业竞争加剧，公司根据市场情况下调了部分产品价格，使得主营业务毛利率有所下降。

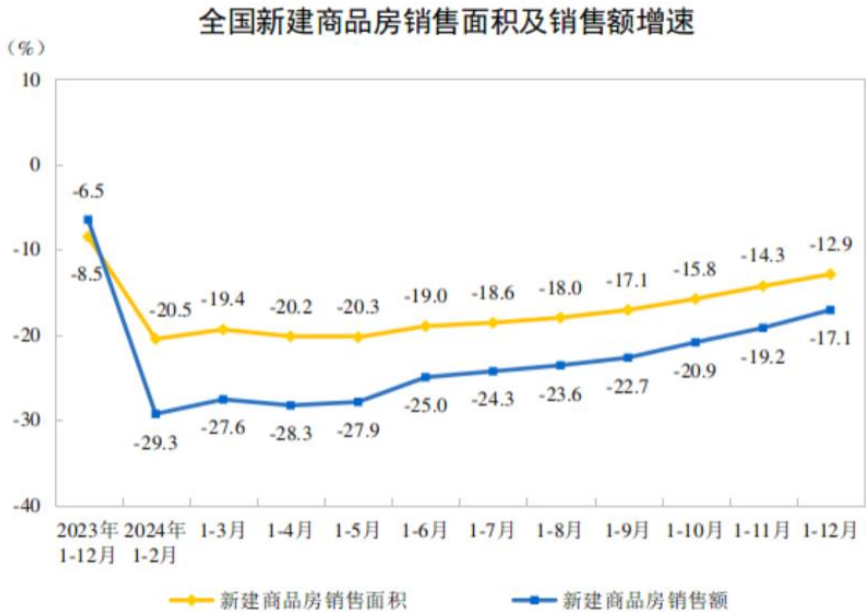
1、行业情况分析

公司的主要产品为智能座便器一体机和盖板，细分行业属于智能座便器行业。

根据《中国智能卫浴电器产业发展研究报告（2024）》显示，国内智能坐便器行业经过多年发展，已经成长为智能坐便器制造规模和市场规模最大的国家，产品普及率逐年提升，但仍处于较低水平，相比日本接近90%、韩国约60%、美国60%的普及率来说，在未来一段时间内还拥有很大的发展空间。

2023年，中国智能坐便器行业年产量为1,265万台，较上年同比增长8.2%，行业总产量连续三年突破千万台，生产份额占全球生产量的69%，我国继续保持全球智能坐便器第一制造国的地位。

智能座便器行业下游主要应用家庭住宅、酒店以及其他商业应用等。根据国家统计局公布数据，2024年，新建商品房销售面积97,385万平方米，比上年下降12.9%，其中住宅销售面积下降14.1%。新建商品房销售额96,750亿元，下降17.1%，其中住宅销售额下降17.6%。



2024年第四季度新建商品房销售面积和销售额分别同比增长0.5%和1.0%，随着经济复苏和居民收入水平提升，购房需求持续释放，叠加政府适时出台的支持政策，下游房地产市场将逐步恢复。

2024年，根据奥维云网（AVC）线上推总数据显示，2024年上半年智能坐便器线上销售额为25亿元，同比下滑19.9%；销量为115万台，同比下滑14.7%。主要受新建住宅销售下降、家装消费需求减少等因素影响。

根据奥维云网（AVC）发布的《2024上半年智能马桶行业报告》，2023年1月至2024年6月，智能座便器线上分月销售均价变动情况如下：

单位：元/件

月份	2024 年		2023 年
	零售单价	变动比例	零售单价
1 月	2,030.00	4.00%	19,49.00
2 月	1,884.00	-17.00%	2,265.00
3 月	1,983.00	-13.00%	2,269.00
4 月	2,079.00	-10.00%	2,303.00
5 月	2,244.00	-7.00%	2,422.00
6 月	2,269.00	-8.00%	2,479.00
7 月	暂无数据	暂无数据	1,823.00
8 月	暂无数据	暂无数据	1,940.00
9 月	暂无数据	暂无数据	2,003.00
10 月	暂无数据	暂无数据	2,445.00
11 月	暂无数据	暂无数据	2,194.00
12 月	暂无数据	暂无数据	2,021.00
算数平均	2,081.50	-4.35%	2,176.08

数据来源：奥维云网（AVC）

由上表可知，受下游房地产景气度不佳和行业竞争加剧影响，2024年上半年线上智能座便器销售月平均单价较2023年全年下滑4.35%。根据2024年上半年智能坐便器线上数据推算，2024年上半年销售单价同比下降7.10%。

2023年和2024年1-7月，公司主营业务收入中各产品的销售数量、平均销售单价变动情况具体如下：

单位：万元、元/件、万件

产品类别	项目	2024 年 1-7 月		2023 年
		金额	变动比例	金额

产品类别	项目	2024 年 1-7 月		2023 年
		金额	变动比例	金额
智能坐便器一体机	收入	7,811.29	-20.03%	16,744.30
	数量	7.70	-10.75%	14.79
	单价	1,014.59	-10.39%	1,132.23
智能坐便器盖板	收入	1,906.40	18.43%	2,759.42
	数量	2.92	38.58%	3.61
	单价	652.90	-14.54%	763.96
零配件及其他	收入	912.38	43.99%	1,086.25
	数量	40.23	61.78%	42.63
	单价	22.68	-11.00%	25.48

注：同比变化系按2024年1-7月年化后对比计算

因此，结合行业整体情况来看，公司2024年1-7月营业收入下降主要由于下游房地产景气度不佳影响，一体机产品的销售数量与销售单价均有所下降，同时盖板产品的销售单价有所下降，总体变动与行业整体变动趋势基本一致。

2、业务结构情况分析

公司主营业务由智能座便器一体机、智能座便器盖板、零配件及其他三类构成。结合业务结构对收入和综合毛利率变动的分析如下：

（1）收入变动分析

2023年和2024年1-7月，公司的各类业务收入的变动情况具体如下：

项目	2024年1-7月	2023年	变动比例
	金额（万元）	金额（万元）	
智能坐便器一体机	7,811.29	16,744.30	-20.03%
智能坐便器盖板	1,906.40	2,759.42	18.43%
零配件及其他	912.38	1,086.25	43.99%
总计	10,630.07	20,589.97	-11.50%

注：变动比例按2024年1-7月年化后对比计算

2024年1-7月主营业务收入下降11.50%，其中，智能座便器一体机下降20.03%，智能座便器盖板增加18.43%，零配件及其他销售收入上升43.99%。

因此，从业务结构来看，2024年1-7月，公司的主营业务收入下降主要是因为智能座便器一体机的销售收入下降幅度较大所致。

（2）综合毛利率变动分析

2023年和2024年1-7月，公司的各类业务收入占比、毛利率变动情况如下：

业务结构	2024 年 1-7 月		2023 年		毛利率变动
	收入占比	毛利率	收入占比	毛利率	
智能坐便器一体机	73.48%	26.72%	81.32%	31.40%	-4.68%
智能坐便器盖板	17.93%	17.31%	13.40%	29.58%	-12.27%
零配件及其他	8.58%	43.61%	5.28%	41.73%	1.88%
主营业务合计	100.00%	26.48%	100.00%	31.70%	-5.22%

由上表可知，2024年1-7月，公司智能座便器一体机产品的毛利率和智能座便器盖板产品的毛利率均有所下降，其中，一体机产品的毛利率下降4.68个百分点，盖板产品的毛利率下降12.27个百分点；零配件及其他产品毛利率上升1.88个百分点。盖板产品的毛利率下降幅度大于一一体机产品的毛利率下降幅度主要是由于相关客户导入的低价新产品销售大幅增加所致。

因此，从业务结构来看，2024年1-7月，公司的主营业务毛利率从31.70%下降至26.48%，主要是因为一体机产品和盖板产品自身毛利率均下降，同时，毛利率相对较低的盖板产品收入占比有所上升，综合影响使得综合毛利率有所降低。

3、客户差异情况分析

公司的客户根据渠道类型的不同，主要可以分为：ODM-内销客户、ODM-外销客户、直销-外销客户、直销-工程客户、其他直销及经销客户。结合不同渠道类型客户差异对收入和综合毛利率变动的分析如下：

（1）收入变动分析

2023年和2024年1-7月，公司各类渠道客户的销售收入的变动情况具体如下：

单位：万元

客户类型	2024年1-7月		2023年		收入变动比例
	金额	占比	金额	占比	
ODM-内销客户	5,249.92	49.39%	11,882.95	57.71%	-24.26%
ODM-外销客户	1,997.24	18.79%	3,187.91	15.48%	7.40%
直销-外销客户	765.33	7.20%	935.33	4.54%	40.27%
直销-工程客户	1,345.71	12.66%	1,691.29	8.21%	36.40%
其他直销及经销客户	1,271.87	11.96%	2,892.49	14.05%	-24.62%
总计	10,630.07	100.00%	20,589.97	100.00%	-11.50%

注：变动比例按2024年1-7月年化后对比计算

2024年1-7月公司主营业务收入下降11.50%，主要由于ODM-内销客户销售收入下降24.26%和其他直销及自有品牌的经销客户的销售收入下降24.62%，而外销和酒店工程收入较上期增长。

ODM-内销客户和其他直销及自有品牌经销客户主要直接受下游房地产下滑直接影响。而外销客户和酒店工程渠道的增长主要是公司近年增加了外销的拓展以及酒店工程渠道销售拓展所致。

（2）综合毛利率变动分析

2023年和2024年1-7月，公司各类渠道客户的销售收入占比、毛利率变动情况如下：

客户类型	2024年1-7月		2023年		毛利率变动
	收入占比	毛利率	收入占比	毛利率	
ODM-内销客户	49.39%	19.69%	57.71%	26.39%	-6.70%
ODM-外销客户	18.79%	41.41%	15.48%	47.32%	-5.91%
直销-外销客户	7.20%	46.38%	4.54%	49.70%	-3.32%

客户类型	2024 年 1-7 月		2023 年		毛利率变动
	收入占比	毛利率	收入占比	毛利率	
直销-工程客户	12.66%	14.22%	8.21%	18.71%	-4.49%
其他直销及经销客户	11.96%	32.10%	14.05%	38.05%	-5.95%
主营业务合计	100.00%	26.48%	100.00%	31.70%	-5.22%

2024年1-7月公司各类主要渠道类型客户的毛利率均有所下滑，主营业务毛利率下降了5.22个百分点，主要是由于公司为应对行业景气度不佳带来的市场竞争，下调了产品价格。

4、应用领域情况分析

公司的主要产品为智能座便器一体机和智能座便器盖板，从应用场景角度看，可以分为用于家庭住宅装修使用、酒店等工程装修使用。结合应用领域对收入和综合毛利率变动的分析如下：

（1）收入变动分析

2023年和2024年1-7月，公司按应用领域划分的销售收入及变动情况如下：

单位：万元

应用领域	2024年1-7月		2023年		变动比例
	金额	占比	金额	占比	
酒店等工程	1,345.71	12.66%	1,691.29	12.66%	36.40%
家庭住宅	9,284.36	87.34%	18,898.68	87.34%	-15.78%
主营业务合计	10,630.07	100.00%	20,589.97	100.00%	-11.50%

注：变动比例按2024年1-7月年化后对比计算

2024年1-7月主营业务收入下降11.50%，其中，家庭住宅使用销售收入下降15.78%，而酒店等工程用销售收入增长36.40%。

从应用领域来看，家庭住宅领域的销售收入下降，主要是因为国内下游房地产行业在2024年景气度下滑所致；而酒店等工程领域销售收入增长主要是公司在2024年积极拓展了酒店工程渠道，主要新增项目包括华住集团下属相关酒店工程项目以及亚朵酒店工程项目。

（2）综合毛利率变动分析

2023年和2024年1-7月，公司按应用领域划分的销售收入占比、毛利率变动情况如下：

应用领域	2024 年 1-7 月		2023 年		毛利率变动
	收入占比	毛利率	收入占比	毛利率	
酒店等工程	12.66%	14.22%	8.21%	18.71%	-4.49%
家庭住宅	87.34%	28.26%	91.79%	32.86%	-4.60%
主营业务合计	100.00%	26.48%	100.00%	31.70%	-5.22%

2024年1-7月，公司主营业务收入整体毛利率下降5.22个百分点。分应用领域来看，2024年1-7月，家庭住宅用的毛利率下降4.60个百分点，酒店等工程用的毛利率下降4.49个百分点，整体下降趋势一样。

5、主要产品及原材料价格变动情况

（1）收入变动分析

1）智能座便器一体机产品收入变动分析

2023年和2024年1-7月，公司智能座便器一体机产品的销售收入、数量和平均销售单价的变动情况如下：

产品类别	项目	2024 年 1-7 月		2023 年
		金额（万元）	同比变动	金额（万元）
智能坐便器一体机	收入	7,811.29	-20.03%	16,744.30
	数量	7.70	-10.75%	14.79
	平均单价	1,014.59	-10.39%	1,132.23

注：收入和数量变动比例按2024年1-7月年化后对比计算

2024年1-7月，公司智能座便器一体机产品的销售收入同比下降20.03%，其中，销售数量同比下降10.75%，平均单价同比下降10.39%。总体来看，一体机产品的销售收入下降主要是因为房地产市场不景气，新房装修需求下降，消费者信心不足,行业竞争加剧使得销售数量和销售单价同时下降所致，与行业情况基本一致。

公司智能座便器一体机产品型号较多，根据配备的盖板功能的不同定价有所不同，主要可分为A型号、B型号、C型号和其他型号。

一体机相关型号产品的功能已申请豁免披露。

2023年和2024年1-7月，公司一体机产品不同型号的收入变动情况如下：

型号	2024年1-7月		2023年		变动比例
	金额（万元）	占比	金额（万元）	占比	
A型号	2,361.04	30.23%	3,810.83	22.76%	6.21%
B型号	1,558.24	19.95%	6,595.84	39.39%	-59.50%
C型号	2,925.81	37.46%	4,944.47	29.53%	1.44%
其他型号	966.21	12.37%	1,393.15	8.32%	18.89%
合计	7,811.29	100.00%	16,744.30	100.00%	-20.03%

注：变动比例按2024年1-7月年化后对比计算

注：相关产品型号已申请豁免披露，下同

由上表可知，2024年1-7月，公司一体机产品销售收入下降20.03%，主要是内销为主中档型的B型号销售大幅下滑所致。

结合主要产品型号的销售数量和销售单价变动情况分析如下：

① 销售数量变动分析

2023年和2024年1-7月，公司各类型号一体机产品的销售数量的变动情况如下：

单位：万件

型号	2024年1-7月	2023年	变动比例
A型号	1.13	1.87	3.93%
B型号	1.22	4.82	-56.56%
C型号	4.34	6.96	6.79%
其他型号	1.01	1.14	52.07%
合计	7.70	14.79	-10.75%

注：变动比例按2024年1-7月年化后对比计算

由上表可知，公司一体机产品销售数量整体下降10.75%，主要是因为B型号销量大幅下降56.56%，下降幅度较大是因为B型号产品的主要销售渠道为内销，从功能角度来看属于中档产品，在行业景气度不佳、消费信心不足的情况下，下游品牌商以及消费者更多的倾向于购买单价较低的简配功能以及其他型号的产品。

A型号一体机产品的销售数量有增长主要是因为公司外销渠道拓展顺利，相应的销售数量略有增加。

同时，C型号以及其他型号产品销售数量分别有所增长，其中，C型号一体机产品销售数量增长主要是因为公司在酒店工程类渠道客户的拓展力度加大，使得相应的销售有所增加。

因此，从一体机产品型号来看，公司2024年1-7月，一体机的销售数量下降主要是因为：一方面，在房地产行业景气度不佳、消费者整体信心不足以及家电行业进入存量周期的大背景下，公司中档型B型号产品销量大幅下降；另一方面，公司在外销渠道和工程渠道拓展效果较好，销售数量有所增加。整体使得2024年1-7月一体机产品的销售数量下降10.75%。

② 平均销售单价变动分析

2023年和2024年1-7月，公司各类型号一体机产品的平均销售单价的变动情况如下：

型号	2024年1-7月		2023年		单价 变动比例
	数量占比	单价（元/件）	数量占比	单价（元/件）	
A型号	14.71%	2,085.35	12.63%	2,040.49	2.20%
B型号	15.88%	1,274.63	32.62%	1,367.16	-6.77%
C型号	56.31%	674.85	47.06%	710.46	-5.01%
其他型号	13.10%	957.78	7.69%	1,225.07	-21.82%
合计	100.00%	1,014.59	100.00%	1,132.23	-10.39%

由上表可知，2024年1-7月，公司一体机产品平均单价下降10.39%，除A型号产品平均销售单价略有上涨外，其他各型号产品均有所下降。

其中，A型号产品销售单价略有上涨主要是因为：销售单价较高的外销占比有所提升，使得A型号产品的销售单价略有上升。

B型号产品平均销售单价下降6.77%，C型号产品平均销售单价下降5.01%，其他型号产品平均销售单价下降21.82%，主要是因为：下游的新房装修减少，行业竞争加剧，行业销售单价有所下降，公司为保持市场

份额，产品相应有所降价。因此，从一体机产品型号来看，一体机产品平均销售单价下降主要是因为：一方面，各主要型号产品因行业景气度不佳均有所降价；另一方面，产品结构有所变化，单价较低的C型号产品销售占比提升。

2）智能座便器盖板产品收入变动分析

2023年和2024年1-7月，公司智能座便器盖板产品的销售收入、数量和平均销售单价的变动情况如下：

产品类别	项目	2024年1-7月		2023年
		金额（万元）	同比变动	金额（万元）
智能坐便器盖板	收入	1,906.40	18.43%	2,759.42
	数量	2.92	38.58%	3.61
	平均单价	652.90	-14.54%	763.96

注：收入和数量变动比例按2024年1-7月年化后对比计算

2024年1-7月，公司智能座便器盖板产品的销售收入同比增长18.43%，其中，销售数量同比增加38.58%，平均单价同比下降14.54%。

公司智能座便器盖板产品型号较多，根据产品功能的不同价格有所不同，主要可分为D型号、B型号、A型号、F型号、C型号和其他型号。盖板相关型号产品功能已申请豁免披露。

2023年和2024年1-7月，公司盖板产品分型号的收入变动情况如下：

单位：万元

型号	2024年1-7月		2023年		变动比例
	金额	占比	金额	占比	
A型号	354.96	18.62%	759.52	27.52%	-19.88%
B型号	473.95	24.86%	738.61	26.77%	10.00%
D型号	436.72	22.91%	664.68	24.09%	12.63%
F型号	384.49	20.17%	58.07	2.10%	1035.06%
C型号	209.79	11.00%	341.63	12.38%	5.27%
其他型号	46.51	2.44%	196.91	7.14%	-59.51%
合计	1,906.40	100.00%	2,759.42	100.00%	18.43%

注：变动比例按2024年1-7月年化后对比计算

由上表可知，公司2024年1-7月，盖板产品的销售收入有所上升主要是因为F型号的销售收入大幅增加所致。

① 销售数量变动分析

2023年和2024年1-7月，公司各类型号盖板产品的销售数量的变动情况如下：

型号	2024年1-7月	2023年	同比变动
	数量（万件）	数量（万件）	
A型号	0.36	0.75	-18.26%
B型号	0.59	0.79	27.10%
D型号	0.56	0.80	18.37%
F型号	0.80	0.11	1,199.27%
C型号	0.56	0.91	5.35%
其他型号	0.07	0.25	-55.35%
盖板产品合计	2.92	3.61	38.58%

注：变动比例按2024年1-7月年化后对比计算

由上表可知，2024年1-7月，公司盖板产品的销售数量同比增加主要是因为F型号产品的销售数量大幅增加所致。同时，除A型号外，各主要型号盖板产品的销售数量均有所增加。

F型号盖板产品2024年1-7月销售数量增加1.26万件，同比增长1,199.27%。主要是因为公司向ODM客户惠达卫浴导入新F型号的盖板产品，因此销售数量大幅增加。

D型号、B型号盖板产品2024年1-7月销售数量分别同比增长18.37%、27.10%，主要是因为该两种型号产品的外销渠道拓展顺利，外销渠道客户的销售数量大幅增加所致。

A型号盖板产品2024年1-7月的销售数量同比减少18.26%，主要是因为该型号产品属于单价较高的高档产品，部分价格敏感客户更多的购买功能要求不高的轻智能盖板。

C型号盖板产品2024年1-7月整体销售数量变动不大，影响较小。

因此，从产品型号来看，2024年1-7月，公司盖板产品销售数量增加了38.83%，主要是因为：公司向ODM客户惠达卫浴销售成功导入新的F型号产品销量大幅增加，D型号、B型号外销渠道销售有所增加。

② 平均销售单价变动分析

2023年和2024年1-7月，公司各类型号盖板产品的平均销售单价的变动情况如下：

单位：元/件

型号	2024年1-7月		2023年		单价 变动比例
	数量占比	单价	数量占比	单价	
A型号	8.91%	950.82	19.07%	1,015.34	-6.35%
B型号	20.16%	805.07	21.98%	930.24	-13.46%
D型号	19.02%	786.17	22.27%	826.20	-4.85%
F型号	27.25%	483.15	2.91%	553.05	-12.64%
C型号	19.07%	376.77	25.08%	377.08	-0.08%
其他型号	5.58%	945.72	8.69%	819.51	15.40%
合计	100.00%	652.90	100.00%	763.96	-14.54%

由上表可知，2024年1-7月，公司各盖板产品均价较2023年下降14.54%，受行业竞争加剧影响，除C型号产品的平均销售单价基本持平外，其他各型号产品均有所下降。

C型号产品销售单价基本持平主要是因为公司该款型号产品作为低档产品，毛利率一直较低，降价空间有限。

因此，从产品型号来看，盖板产品平均销售单价下降主要是因为：一方面，各类型号产品因行业景气度不佳均有所降价；另一方面，产品结构有所变化，单价较低的F型号产品销售占比提升。

综上所述，2024年1-7月，公司盖板产品的销售收入增长18.43%，主要是因为：一方面，相关客户的产品导入较为成功，外销渠道拓展效果较好，使得销售数量大幅增加38.58%；另一方面，受行业整体影响，平均销售单价下降14.54%。

3) 零配件及其他产品收入变动分析

2023年和2024年1-7月，公司零配件及其他产品的销售收入、数量和平均销售单价的变动情况如下：

产品类别	项目	2024 年 1-7 月		2023 年
		金额（万元）	同比变动	金额（万元）
零配件及其他	收入	912.38	43.99%	1,086.25
	数量	40.23	61.78%	42.63
	单价	22.68	-11.00%	25.48

注：变动比例按2024年1-7月年化后对比计算

公司零配件及其他产品的销售收入金额较小，占比较低，对于公司主营业务收入变动影响较小。

综上所述，2024年1-7月，公司主营业务收入有所下降，主要是因为下游房地产销售下降，新房装修需求减少，消费者整体信心低位，行业竞争加剧，公司各类产品基本均有所降价；同时，受下游不景气影响，主要收入来源的一体机产品的销售数量有所下降。

（2）毛利率变动分析

1）智能座便器一体机产品毛利率变动分析

2023年和2024年1-7月，公司不同型号一体机产品毛利率变动情况具体如下：

产品型号	2024 年 1-7 月		2023 年		毛利率变动
	收入占比	毛利率	收入占比	毛利率	
A 型号	30.23%	46.99%	22.76%	47.08%	-0.09%
B 型号	19.95%	30.66%	39.39%	35.68%	-5.02%
C 型号	37.46%	9.45%	29.53%	12.77%	-3.32%
其他型号	12.37%	23.17%	8.32%	34.33%	-11.16%
合计	100.00%	26.72%	100.00%	31.40%	-4.68%

由上表可知，总体来看，2024年1-7月一体机产品的毛利率整体下降4.68个百分点，主要是因为各主要型号产品的毛利率均有所下降，同时，毛利率较相对较低的C型号产品以及其他型号产品的销售收入占比有所

上升。结合各型号一体机产品的平均单价及平均单位成本分析毛利率变动情况具体如下：

2023年和2024年1-7月，公司不同型号一体机产品的平均单价、平均单位成本及毛利率的变动情况如下：

单位：元/件

型号	项目	2024年1-7月		2023年
		数据	变动额/变动比例	数据
A型号	平均单价	2,085.35	2.20%	2,040.49
	平均单位成本	1,105.52	2.39%	1,079.73
	毛利率	46.99%	-0.09%	47.08%
B型号	平均单价	1,274.63	-6.77%	1,367.16
	平均单位成本	883.83	0.51%	879.38
	毛利率	30.66%	-5.02%	35.68%
C型号	平均单价	674.85	-5.01%	710.46
	平均单位成本	611.06	-1.40%	619.72
	毛利率	9.45%	-3.32%	12.77%
其他型号	平均单价	957.78	-21.82%	1,225.07
	平均单位成本	735.89	-8.53%	804.53
	毛利率	23.17%	-11.16%	34.33%
一体机产品合计	平均单价	1,014.59	-10.39%	1,132.23
	平均单位成本	743.44	-4.29%	776.73
	毛利率	26.72%	-4.68%	31.40%

由上表可知，公司各型号一体机产品的毛利率主要是因为整体销售单价下降。

①一体机产品单价变动情况分析

2023年和2024年1-7月，公司各型号一体机产品的平均销售单价变动情况如下：

单位：元/件

型号	2024年1-7月		2023年
	平均单价	变动比例	平均单价

A型号	2,085.35	2.20%	2,040.49
B型号	1,274.63	-6.77%	1,367.16
C型号	674.85	-5.01%	710.46
其他型号	957.78	-21.82%	1,225.07
一体机产品合计	1,014.59	-10.39%	1,132.23

2024年1-7月，因行业整体景气度不佳，行业整体销售单价下降，公司产品相应有所降价，各类型号的一体机产品均有所降价。各型号单价变动分析具体参见本题回复“一/（一）/5/（1）收入变动分析”。

②一体机产品单位成本变动情况分析

2023年和2024年1-7月，公司各型号一体机产品的平均单价成本变动情况如下：

单位：元/件

型号	2024年1-7月		2023年
	平均单位成本	变动比例	平均单位成本
A型号	1,105.52	2.39%	1,079.73
B型号	883.83	0.51%	879.38
C型号	611.06	-1.40%	619.72
其他型号	735.89	-8.53%	804.53
一体机产品合计	743.44	-4.29%	776.73

2024年1-7月，公司一体机产品由于配置的盖板型号不同以及搭配使用的陶瓷存在差异，各类型号产品的单位成本变动趋势有所差异。总体来看，由于陶瓷采购单价有所下降，其他盖板的主要原材料的采购单价也存在不同幅度下降，一体机产品整体平均单位成本略有下降。其中，其他型号的单位成本下降较多主要是由于具体包含的功能较为简单的产品占比有所提升所致。

2）智能座便器盖板产品毛利率变动分析

2023年和2024年1-7月，公司不同型号盖板产品的销售收入占比、毛利率变动情况具体如下：

产品型号	2024年1-7月	2023年	毛利率变动
------	-----------	-------	-------

	收入占比	毛利率	收入占比	毛利率	
A 型号	18.62%	20.70%	27.52%	32.02%	-11.32%
B 型号	24.86%	28.49%	26.77%	36.26%	-7.77%
D 型号	22.91%	32.98%	24.09%	40.13%	-7.15%
F 型号	20.17%	-6.75%	2.10%	-2.09%	-4.66%
C型号	11.00%	-4.70%	12.38%	-11.14%	6.44%
其他型号	2.44%	28.37%	7.14%	39.42%	-11.05%
盖板产品合计	100.00%	17.31%	100.00%	29.58%	-12.27%

由上表可知，总体来看，2024年1-7月智能座便器盖板产品的毛利率下降主要是因为除C型号一体机产品外，其他主要型号产品的毛利率均有所下降，同时，毛利率相对较低的F型号产品的销售收入占比有所上升，综合使得公司盖板产品毛利率下降12.27个百分点。结合各型号盖板产品的平均单价及平均单位成本分析毛利率变动情况具体如下：

单位：元/件

型号	项目	2024年1-7月		2023年
		数据	变动额/变动比例	数据
A型号	平均单价	994.27	-1.99%	1,014.45
	平均单位成本	788.50	14.34%	689.64
	毛利率	20.70%	-11.32%	32.02%
B型号	平均单价	805.07	-13.46%	930.24
	平均单位成本	575.69	-2.90%	592.90
	毛利率	28.49%	-7.77%	36.26%
D型号	平均单价	786.17	-4.85%	826.20
	平均单位成本	526.86	6.51%	494.65
	毛利率	32.98%	-7.15%	40.13%
F型号	平均单价	483.15	-12.64%	553.05
	平均单位成本	515.75	-8.65%	564.59
	毛利率	-6.75%	-4.66%	-2.09%
C型号	平均单价	376.77	-0.08%	377.08
	平均单位成本	394.46	-5.87%	419.07
	毛利率	-4.70%	6.44%	-11.14%
其他型号	平均单价	703.58	-9.31%	775.85

型号	项目	2024年1-7月		2023年
		数据	变动额/变动比例	数据
	平均单位成本	503.96	7.22%	470.03
	毛利率	28.37%	-11.05%	39.42%
盖板产品合计	平均单价	652.90	-14.54%	763.96
	平均单位成本	539.90	0.35%	538.01
	毛利率	17.31%	-12.27%	29.58%

由上表可知，公司各型号盖板产品的毛利率变动主要是受到销售单价下降的影响。

总体来看，盖板产品的毛利率下降主要是因为行业景气度不佳，销售单价有所下降，单位成本总体变动不大。

① 盖板产品单价变动情况分析

2023年和2024年1-7月，公司各型号盖板产品的平均销售单价变动情况如下：

单位：元/件

型号	2024年1-7月		2023年
	平均单价	变动比例	平均单价
A型号	994.27	-1.99%	1,014.45
B型号	805.07	-13.46%	930.24
D型号	786.17	-4.85%	826.20
F型号	483.15	-12.64%	553.05
C型号	376.77	-0.08%	377.08
其他型号	703.58	-9.31%	775.85
盖板产品合计	652.90	-14.54%	763.96

2024年1-7月，因行业整体景气度不佳，行业整体销售单价下降，公司产品相应有所降价，各类型号的盖板产品均有所降价。各型号单价变动分析具体参见“一/（一）/5/（1）收入变动分析”。

② 盖板产品单位成本变动情况分析

2023年和2024年1-7月，公司各型号盖板产品的平均单位成本变动情况如下：

单位：元/件

型号	2024年1-7月		2023年
	平均单位成本	变动比例	平均单位成本
A型号	788.50	14.34%	689.64
B型号	575.69	-2.90%	592.90
D型号	526.86	6.51%	494.65
F型号	515.75	-8.65%	564.59
C型号	394.46	-5.87%	419.07
其他型号	503.96	7.22%	470.03
盖板产品合计	539.90	0.35%	538.01

2024年1-7月，公司盖板产品由于功能配置存在差异，使用的具体原材料有所不同，各类型号产品的单位成本变动趋势有所差异。

其中，F型号、C型号和B型号盖板产品的平均单位成本下降，主要是因为各类主要原材料的采购单价有所下降所致，下降幅度存在差异主要是因为：各型号产品的功能配置不同，以及各型号项下的细分型号类型产品具体选用原材料不同，而各类细分原材料的采购单价变动情况不一所致。

A型号、D型号以及其他型号的盖板产品的平均单位成本有所上升，主要是因为，2024年1-7月，该等型号的盖板产品存在为个别客户进行个性化的功能调整，使得相关成本有所上升。

总体来看，盖板产品整体平均单位成本基本持平，主要是因为：一方面，主要原材料采购价格有所下降，单位成本普遍有所下降，另一方面，存在为部分客户的产品进行个性化的功能调整，个别型号的产品成本有所上升。两方面综合影响，使得盖板产品的单位成本总体变动较小。

（3）原材料价格变动分析

公司盖板产品的原材料主要包括塑料件、电子元件、五金件和电器电机，一体机产品的原材料主要包括盖板相关材料以及陶瓷件。2024年1-7月，各类主要原材料的采购价格均有所下降，变动趋势与单位成本变动趋势一致。

具体原材料价格变动与单位成本变动情况分析详见本回复之“问题3/二/（二）直接材料成本与原材料价格变动是否匹配”的相关内容。

综上所述，公司一体机和盖板产品的毛利率下降主要是因为智能座便器行业景气度不佳，销售单价下降较多所致，单位成本虽然随着主要原材料采购单价下降而略有下降，但是对于毛利率的影响较小。

6、价格传导机制情况

公司产品的销售价格主要受到产品成本和市场竞争情况影响。公司对于材料成本的变动较为敏感，在原材料成本显著上涨时，公司一般会主动要求提高售价；而在原材料成本下降时，公司不会主动降价，主要通过供应商之间的市场竞争间接达到降价的结果。

报告期内，原材料的采购价格整体呈下降趋势，公司产品销售价格也处于下降趋势；2024年1-7月产品销售价格下降幅度超过原材料下降幅度，主要由于2024年以来下游房地产行业景气度不佳，市场竞争加剧，公司为了维护客户合作关系和市场份额，产品价格下降幅度较大。

7、公司业绩变动趋势与同行业可比公司是否存在显著差异及原因

报告期内，公司与同行业可比公司的总收入、智能座便器相关产品的收入变动情况如下：

单位：万元

公司简称	主营业务	项目	2024年1-7月		2023年		2022年
			金额	同比变动	金额	同比变动	金额
惠达卫浴	卫浴系列产品	总收入	158,201.20	-3.46%	360,351.55	5.38%	341,945.32
		其中：卫生陶瓷	88,904.67	未披露	173,393.55	0.39%	172,726.24
麦格米特	电源产品、智能家电电控产品、新能源及轨道交通部件等	总收入	401,119.96	22.05%	675,424.12	23.30%	547,775.86
		其中：智能家电电控产品	200,627.80	43.55%	261,907.06	25.27%	209,066.35
瑞尔特	水箱及配件、智能座便器及盖板、同层排水系统	总收入	114,250.80	17.36%	218,442.34	11.47%	195,958.90
		其中：智能座便器及盖板	68,677.09	26.61%	126,618.42	25.90%	100,572.60

箭牌家居	卫浴系列产品	总收入	308,792.08	-10.07%	764,817.65	1.79%	751,346.31
		其中：智能坐便器	63,459.12	-7.66%	156,245.44	12.48%	138,912.55
公司	智能座便器、盖板及零配件	总收入	10,665.69	-11.73%	20,712.73	4.41%	19,838.79

注：同行业可比公司2024年数据为半年度数据，下同；公司2024年1-7月同比变动已年化处理

2023年，公司总收入同比增长4.41%，高于惠达卫浴卫生陶瓷的增长率，低于同行其他公司细分领域增长率，整体趋势与同行业可比公司一致。

2024年1-7月，公司总收入同比下降11.73%。同行业可比公司中，惠达卫浴的总收入同比下降3.46%，箭牌家居智能坐便器同比下降7.66%，与公司趋势相同；麦格米特智能家电电控产品（包含智能座便器产品）收入同比增长43.55%，麦格米特智能家电电控产品范围较广，其增长比例不具可比性；瑞尔特智能座便器及盖板产品收入同比增长26.61%，高于公司和其他可比公司增长率，主要由于瑞尔特的市场和品牌推广较好。

因此，总体来看，报告期内，公司与同处于卫浴行业的惠达卫浴、箭牌家居的业绩变动趋势基本一致，业绩变动具备合理性。

综上所述，2024年1-7月公司的毛利率和收入有所下降，主要是因为房地产行业景气度不佳带来新房装修需求减少，消费者整体信心不足，智能坐便器行业有所受影响，公司一体机产品的销售数量有所下降；同时市场竞争的加剧，公司产品的销售单价有所下降。

（二）按产品类别，分别分析公司智能坐便器一体机、智能盖板的毛利率与同行业可比公司的差异及原因；进一步说明2022年和2023年公司综合毛利率高于同行业可比公司平均水平的原因及合理性

1、按产品类别，分别分析公司智能坐便器一体机、智能盖板的毛利率与同行业可比公司的差异及原因

目前国内从事智能座便器及相关产品生产的上市公司主要有惠达卫浴、麦格米特、瑞尔特、箭牌家居。

公司与上述同行业上市公司在相关业务构成、销售模式的对比如下：

公司简称	业务类型	具体产品构成	销售模式
惠达卫浴	卫生陶瓷产品	智能卫浴、坐便器、小便器、洗盆等产品	自有品牌，以经销为主
麦格米特	智能家电电控产品	家电功率控制器、空气源热泵、智能卫浴整机及部件等产品	以直销为主，直销占比超过85%，其中主要从事智能座便器生产销售的子公司怡和卫浴为ODM厂商
瑞尔特	智能坐便器及盖板	智能坐便器及盖板	智能座便器产品以ODM直销为主
箭牌家居	智能坐便器	智能坐便器	经销为主、直销为辅
公司	智能坐便器	智能座便器一体机、盖板及零配件	ODM直销为主

由于同行业上市公司均未将智能座便器一体机、智能座便器盖板产品的收入、毛利率分别进行披露，因此目前无法按产品类别进行对比。

报告期内，公司与同行业可比公司相关业务总体毛利率对比情况如下：

公司简称	披露业务类型	2024年1-7月	2023年度	2022年度
惠达卫浴	卫生陶瓷产品	28.05%	25.77%	25.35%
麦格米特	智能家电电控产品	26.18%	25.48%	24.25%
瑞尔特	智能坐便器及盖板	28.80%	30.12%	23.64%
箭牌家居	智能坐便器	未披露	30.34%	36.47%
行业平均		27.68%	27.93%	27.43%
瑞尔特、箭牌家居平均		28.80%	30.23%	30.06%
公司		26.48%	31.70%	31.13%

由上表可知，公司与同行业公司平均毛利率存在一定差异，主要由于惠达卫浴、麦格米特与公司在产品结构或销售模式上存在差异，不具可比性。瑞尔特、箭牌家居在产品结构上与公司一致，对比来看两家公司的平均毛利率来看与特洁尔基本一致。

因此，公司智能座便器相关产品的毛利率与同行业可比公司基本一致，不存在明显差异。

2、进一步说明 2022 年和 2023 年公司综合毛利率高于同行业可比公司平均水平的原因及合理性

2022 年和 2023 年，公司与同行业可比公司相关业务总体毛利率对比情况如下：

公司简称	披露业务类型	2023年度	2022年度
惠达卫浴	卫生陶瓷产品	25.77%	25.35%
麦格米特	智能家电电控产品	25.48%	24.25%
瑞尔特	智能坐便器及盖板	30.12%	23.64%
箭牌家居	智能坐便器	30.34%	36.47%
行业平均		27.93%	27.43%
瑞尔特、箭牌家居平均		30.23%	30.06%
公司		31.70%	31.13%

2022 年和 2023 年，公司综合毛利率高于与惠达卫浴、麦格米特，主要由于惠达卫浴、麦格米特与公司在产品结构或销售模式上存在差异，二者的毛利率较低所致。惠达卫浴主要是自有品牌的卫生陶瓷产品，包括智能座便器和传统座便器；麦格米特智能家电电控产品范围较广，包括智能家用空调变频驱控系统，商用暖通空调驱控系统，空气源热泵驱控系统，热泵型洗干一体机驱控系统等各类家电控制器，智能卫浴整机及组件系统等消费类产品，其产品范围较广，不具可比性。

公司与箭牌家居、瑞尔特的智能坐便器及盖板业务较为接近。2023 年，公司的毛利率与二者的平均毛利率基本一致。2022 年，公司毛利率高于瑞尔特，低于箭牌家居。其中，瑞尔特 2022 年毛利率比公司要低，主要由于瑞尔特自 2020 年才开始从事智能马桶生产业务，2021 年瑞尔特智能坐便器及盖板产品毛利率仅为 19.09%，其初始阶段为迅速拓展市场，定价相对公司要低，因此使得 2022 年毛利率较公司要低；箭牌家居 2022 年毛利率高于公司，主要是由于 2022 年智能座便器行业整体处于良好发展态势，同时，箭牌家居为卫浴行业内较为知名的品牌，因此使得其毛利率高于公司。

因此，2022 年和 2023 年公司综合毛利率高于同行业可比公司主要是因为惠达卫浴、麦格米特与公司在产品结构和销售模式上差异较大，二者的毛利率较低所致。若与瑞尔特和箭牌家居的细分智能座便器相比，公司毛利率与可比公司平均水平基本一致，不存在明显差异。

（三）结合公司所处行业发展情况、同行业可比公司经营状况、报告期末在手订单和期后新签订的订单、期后业绩（收入、毛利率、净利润、现金流等）的实现情况，说明公司未来盈利能力的走势及可持续性，并将期后业绩与报告期同期业绩情况对比分析，未来经营业绩是否存在下滑风险、公司后续应对措施。

1、公司所属行业发展情况

近年来，随着我国国民经济的不断发展，生活水平的不断提高，消费升级使得大众对于居家品质方面的要求在不断提升，同时也促进智能家居行业的快速升级。我国智能坐便器渗透率尚低，根据奥维云网数据，2017-2022 年共 5 年复合增速快于整体卫浴市场的增速，智能马桶市场增长核心由渗透率提升带动量增驱动。长期看智能马桶渗透空间大，2023 年国内智能坐便器渗透率为 12%，相比海外成熟国家日本/韩国渗透率 90%/60%还有很大空间，根据第七次人口普查数据，当前全国共计有家庭户 4.9 亿户，因此，虽然 2024 年智能座便器行业整体景气度不佳，但我国的智能坐便器家庭普及率每提升一个百分点，市场将迎来接近 500 万的新销量，市场前景广阔。

智能座便器行业下游主要应用家庭住宅、酒店以及其他商业应用等。在“因城施策”精准调控和一系列政策红利的持续释放下，房地产市场逐步企稳回升，展现出积极向好的发展态势。从销售方面看，房地产呈现止跌回稳态势。国家统计局最新数据显示，2024 年第四季度新建商品房销售面积和销售额分别同比增长 0.5%和 1.0%，其中 12 月份表现尤为亮眼，40 个重点城市新建商品房销售面积和销售额分别同比增长 0.3%和 4.1%。随着经济复苏和居民收入水平提升，购房需求持续释放，叠加政府适时出台的支持政策，下游房地产市场将逐步恢复。

2、同行业可比公司经营状况

报告期内，同行业可比公司的营业收入变动情况如下：

单位：万元

公司简称	主营业务	项目	2024 年 1-6 月		2023 年		2022 年
			金额	同比变动	金额	同比变动	金额
惠达卫浴	卫浴系列产品	总收入	158,201.20	-3.46%	360,351.55	5.38%	341,945.32
		其中：卫生陶	88,904.67	未披露	173,393.55	0.39%	172,726.24

		瓷					
麦格米特	电源产品、智能家电电控产品、新能源及轨道交通部件等	总收入	401,119.96	22.05%	675,424.12	23.30%	547,775.86
		其中：智能家电电控产品	200,627.80	43.55%	261,907.06	25.27%	209,066.35
瑞尔特	水箱及配件、智能座便器及盖板、同层排水系统	总收入	114,250.80	17.36%	218,442.34	11.47%	195,958.90
		其中：智能座便器及盖板	68,677.09	26.61%	126,618.42	25.90%	100,572.60
箭牌家居	卫浴系列产品	总收入	308,792.08	-10.07%	764,817.65	1.79%	751,346.31
		其中：智能坐便器	63,459.12	-7.66%	156,245.44	12.48%	138,912.55

由上表可见，报告期，同行业可比公司 2023 年营业收入都处于增长趋势，2024 年 1-6 月受下游地产行业景气度不佳和消费信心不足影响惠达卫浴和箭牌家居的销售有所下滑外，麦格米特和瑞尔特还持续增长。

截至 2025 年 1 月末，惠达卫浴已发布 2024 年业绩预告，其他几家可比公司尚未发布业绩预告。惠达卫浴预计 2024 年年度实现归属于母公司所有者的净利润为 12,100 万元到 14,600 万元，与上年同期（法定披露数据）相比，将实现扭亏为盈。

因此，智能座便器行业虽然在 2024 年上半年有所下滑，但长期来看智能座便器行业具有持续的发展前景。

3、公司报告期末在手订单、期后新签订的订单情况如下：

单位：万元

项目	金额
2024 年 7 月末在手订单	2,570.90
2024 年 8 月 1 日至 2025 年 1 月 16 日	12,699.90

注：金额为含税销售金额。销售订单币别为美元的，按照2024年7月31日美元兑人民币的中间价换算成人民币金额。

2024 年 7 末，公司在手订单金额为 2,570.90 万元，2024 年 8 月 1 日至 2025 年 1 月 16 日新增订单 12,699.90 万元，公司稳定获取新的订单，主营业务保持稳定经营。

公司期后业绩情况与报告期同期业绩对比情况如下：

单位：万元

项目	2024 年度	2023 年度
----	---------	---------

	2024 年 1-7 月 (经审计)	2024 年 8-12 月 (未经审计)	2024 年合计 (未经审计)	(经审计)
营业收入	10,665.69	9,650.84	20,316.53	20,712.73
净利润	973.57	687.80	1,661.37	3,431.55
销售毛利率	26.54%	29.82%	28.10%	31.79%
经营活动产生的现金流量净额	-1,578.17	3,533.43	1,955.26	6,279.23

2024 年公司收入较 2023 年基本持平，2024 年净利润较 2023 年下滑较多，主要系：一方面，2024 年综合毛利率下降较多；另一方面，销售费用率有所提升。其中，2024 年公司销售费用率上升主要系相关销售人员数量有所增加，同时，为继续开拓外贸以及酒店工程客户渠道，参加相关展会的次数增加所致。公司 2024 年经营活动产生的现金流量净额同比下降较多，主要系当期净利润下降、经营性应收项目变动较大所致，经营性应收项目增加主要系应收惠达和摩恩的金额较 2023 年增加，其中惠达应收账款增加系因为销售收入增加，摩恩应收账款增加系受摩恩针对供应商统一调整信用政策所致。

公司 2024 年 8-12 月的经营业绩相较 1-7 月有上升的趋势，其中销售毛利率较 2024 年 1-7 月上升 3.28%，月均营业收入和净利润也有所上升。

4、未来经营业绩是否存在下滑风险、公司后续应对措施

若未来智能座便器行业景气度无法提升，公司未来经营业绩存在一定的下滑风险，公司已在公开转让说明书之“重大事项提示”提示业绩下滑风险。

公司后续采取措施如下：

- (1) 公司不断提高研发能力，保证产品质量，满足人们对于智能座便器的需求，提高整个智能座便器行业普及率，提高现有客户的供应量；
- (2) 扩大外销团队，积极参加海外展会，拓展海外客户；
- (3) 加大在酒店工程、地产开发商、装修商等其他商业销售渠道拓展，前已拓展希尔顿惠庭、远洲、温德姆酒店、华住、亚朵等酒店品牌；
- (4) 拓展自有品牌的经销商渠道，提高自有品牌知名度，扩大自有品牌的销售规模。

综上所述，我国智能坐便器普及率尚低，智能座便器市场普及率提升带动智

能座便器增长，未来智能座便器市场空间大，且公司近年外销和酒店工程销售拓展顺利，处于增长趋势；同行业公司经营正常，未出现业绩大幅下滑情况；公司2024年8-12月的经营业绩相较1-7月有上升的趋势，其中销售毛利率较2024年1-7月上升3.28%，月均营业收入和净利润也有所上升。此外，公司报告期后至2025年1月16日新增订单的销售金额为12,699.90万元，期后稳定获取新订单，因此，公司具备良好的持续经营能力。

二、关于客户

（一）说明公司客户集中度是否符合行业经营特征，与同行业可比公司是否存在差异及原因

报告期各期，公司与同行业可比公司的前五大客户收入占比情况对比如下：

公司简称	2024年1-7月	2023年度	2022年度
惠达卫浴	未披露	24.83%	30.80%
麦格米特	未披露	21.44%	18.10%
瑞尔特	未披露	30.50%	38.34%
箭牌家居	未披露	17.68%	17.24%
平均值	-	23.61%	26.12%
公司	43.92%	49.87%	48.80%

由上表可知，公司前五大客户收入占比明显高于同行业可比公司，主要是因为惠达卫浴、箭牌家居是以经销为主，销售模式与特洁尔差异较大，麦格米特的主营业务与特洁尔的差异较大所致。

客户集中度主要受到行业特点以及销售模式影响，公司智能座便器产品属于卫浴制品、家居用品行业大类。相关行业的上市公司的情况如下：

项目	所属行业	主营业务	销售模式
惠达卫浴	卫浴制品	卫浴系列产品	经销为主
麦格米特	电力设备	电源产品、智能家电电控产品、新能源及轨道交通部件等	直销占比超过85%
瑞尔特	卫浴制品	水箱及配件、智能座便器及盖板、同层排水系统	ODM直销为主
箭牌家居	卫浴制品	卫浴系列产品	经销占比85%

建霖家居	卫浴制品	厨卫产品、净水产品、其他家居产品	直销占比接近90%
松霖科技	卫浴制品	厨卫产品	IDM、ODM直销
海鸥住工	卫浴制品	五金龙头类产品、智能家居、浴缸陶瓷	直销超过85%
麒盛科技	家居用品	智能电动床	直销为主
帝欧家居	家居用品	陶瓷墙地砖	经销为主
匠心家居	家居用品	智能电动沙发、智能电动床	均为直销

公司智能座便器产品销售主要采用ODM直销模式，因此，对比相关上市公司的主营业务以及销售模式，较为可比的上市公司为：瑞尔特、建霖家居、松霖科技、麒盛科技、匠心家居。

报告期内，与公司主营业务大类和销售模式相近的上市公司报告期内前五大客户销售收入占比情况如下：

公司简称	2024年1-7月	2023年度	2022年度
瑞尔特	未披露	30.50%	38.34%
建霖家居	未披露	40.47%	40.20%
松霖科技	未披露	39.10%	38.45%
海鸥住工	未披露	34.84%	35.23%
麒盛科技	未披露	68.17%	70.57%
匠心家居	未披露	54.78%	54.94%
平均值	-	44.64%	46.29%
公司	43.92%	49.87%	48.80%

由上表可知，不同上市公司由于具体产品和实际经营情况不同，前五大客户销售收入占比有所不同。2022年和2023年，可比公司的前五大客户销售收入占比平均值分别为46.29%、44.64%。公司报告期内前五大客户的销售收入占比分别为48.80%、49.87%和43.92%，与可比公司平均水平相近，并处于行业内合理的范围内。

因此，公司客户集中度符合卫浴相关行业经营特征，与同行业可比公司存在差异主要系主营业务或销售模式不同。与业务和销售模式相近的同行业公司相比，公司的客户集中度不存在较大差异。

（二）说明公司与主要客户合作的稳定性和可持续性，订单获取方式，在其供应商体系中所处地位，复购率情况、期后订单、是否签署框架协议。

1、报告期内前五大客户的业务合作稳定性及可持续性，复购率情况

报告期内前五大客户的业务合作稳定性及可持续性如下表所示：

项目	2023 年前五客户中在 2024 年 1-7 月中断业务合作的客户	2022 年前五客户在 2023 年和 2024 年 1-7 月中断业务合作的客户
客户数量（个）	-	-
客户当期收入（万元）	-	-
客户当期收入占当期营业收入的比例	-	-

如上表所示，在报告期内公司前五大客户与公司均保持着业务合作关系，主要客户与公司进行业务合作具有稳定性与持续性，复购率为100%，不存在中断合作的情形，不会对公司的持续经营能力产生重大不利影响。

2、订单获取方式，在其供应商体系中所处地位、期后订单、是否签署框架协议

公司前五大客户订单获取方式，公司在其供应商体系中所处地位、期后订单、是否签署框架协议如下表所示：

单位：万元

序号	客户名称	订单获取方式	在其供应商体系中所处地位	是否签署框架协议	期后订单
1	摩恩集团	业务拜访后确认合作，后续依据计划持续下订单	智能坐便器领域重要供应商	否，签订具体订单	2,109.36
2	SPA WORLD CORPORATION	通过展会结识，后续依据计划持续下订单	智能坐便器领域重要供应商	否，签订具体订单	431.23
3	尚高卫浴	业务拜访后确认合作，后续依据计划持续下订单	智能坐便器领域重要供应商	是	497.47
4	惠达卫浴	业务拜访后确认合作，后续依据计划持续下订单	智能坐便器领域重要供应商	是	836.33
5	开平金牌洁具有限公司	通过展会结识，	智能坐便器领	是	421.69

序号	客户名称	订单获取方式	在其供应商体系中所处地位	是否签署框架协议	期后订单
		后续依据计划持续下订单	域重要供应商		
6	湖南希箭智能家居有限公司	业务拜访后确认合作，后续依据计划持续下订单	智能坐便器领域重要供应商	是	294.63
7	广东浪鲸智能卫浴有限公司	业务拜访后确认合作，后续依据计划持续下订单	智能坐便器领域重要供应商	是	2,236.50
8	欧派卫浴	业务拜访后确认合作，后续依据计划持续下订单	智能坐便器领域一般供应商	是	107.74

自建立合作关系以来，公司与上述知名客户保持了相对稳定的合作关系，相关的业务具有稳定性以及可持续性。

（三）说明公司客户和供应商重合交易的商业合理性，客商重合业务是否属于客户指定供应商或委托加工模式，所采购商品是否用于生产向其销售产品，按总额法确认收入的合理性，交易价格是否公允。

1、公司客户和供应商重合交易的商业合理性

报告期内，公司存在既是客户又是供应商的情况。当期采购和销售发生额同时超过100万元的，公司客户及供应商的交易金额及其销售、采购内容及占比情况具体如下：

公司	期间	销售情况			采购情况		
		销售内容	销售金额(万元)	销售占比	采购内容	采购金额(万元)	采购占比
尚高卫浴	2024年1-7月	一体机、智能盖板	580.22	5.44%	陶瓷	952.64	13.48%
	2023年	一体机、智能盖板	1,081.04	5.22%	陶瓷	2,536.60	18.03%
	2022年	一体机、智能盖板	397.82	2.01%	陶瓷	1,504.47	12.41%
开平金牌洁具有限公司	2024年1-7月	一体机、智能盖板	378.39	3.55%	陶瓷	52.29	0.74%
	2023年	一体机、智能盖板	921.80	4.45%	陶瓷	135.81	0.97%
	2022年	一体机、智能盖板	741.39	3.74%	陶瓷	89.93	0.74%

公司	期间	销售情况			采购情况		
		销售内容	销售金额 (万元)	销售占比	采购内容	采购金额 (万元)	采购占比
广东浪鲸智能卫浴有限公司	2024年1-7月	一体机、智能盖板	110.77	1.04%	陶瓷	415.89	5.89%
	2023年	一体机、智能盖板	272.55	1.32%	陶瓷	505.28	3.59%
	2022年	一体机、智能盖板	802.90	4.05%	陶瓷	756.33	6.24%
广东华艺卫浴实业有限公司	2024年1-7月	智能盖板	16.31	0.15%	陶瓷	-	0.00%
	2023年	智能盖板	27.63	0.13%	陶瓷	-	0.00%
	2022年	一体机、智能盖板	192.37	0.97%	陶瓷	158.56	1.31%

尚高卫浴、开平金牌洁具有限公司（以下简称“金牌洁具”）、广东浪鲸智能卫浴有限公司（以下简称“浪鲸卫浴”）、广东华艺卫浴实业有限公司（以下简称“华艺卫浴”）与公司均处于卫浴行业，四家客户/供应商均主要以生产、销售传统陶瓷卫浴产品为主，产品包含座便器陶瓷底座。

公司的智能座便器一体机产品的核心在于将经电气自动化设计、生产的盖板，通过各种控制器与座便器底座链接，从而实现各类智能化功能，为用户提供便捷，其底座与传统陶瓷座便器一样，均为陶瓷材料，而公司本身不生产陶瓷，因此，公司本身就需要向传统陶瓷座便器厂商采购陶瓷底座。

同时，智能座便器属于陶瓷座便器的替代产品，作为智能家居产品，随着过去多年来卫浴产品智能化的发展，诸如上述传统陶瓷座便器的厂商为了迎合市场需求，也随之推出自身品牌的智能座便器产品，但是这类厂商自身不具备智能座便器产品的生产所需的原材料、工艺、技术、人员，因此，会向公司采购成品智能座便器再通过自身成熟的销售渠道对外进行销售。

因此，公司存在客户供应商重叠的情况具备商业合理性。

2、客商重合业务是否属于客户指定供应商或委托加工模式，所采购商品是否用于生产向其销售产品，按总额法确认收入的合理性，交易价格是否公允

（1）客商重合业务是否属于客户指定供应商或委托加工模式，按总额法确认收入的合理性

从公司与尚高卫浴、金牌洁具、浪鲸卫浴和华艺卫浴的合作模式来看，与其他ODM客户一致，即：1）根据公司设定的BOM物料和工艺生产其订单所需产品，公司生产时选用的包括陶瓷件在内各个组件均有自主选择权，不受上述客户/供应商指定，公司仅需交付符合客户要求的产成品即可，并无其他特殊合同义务；2）公司向上述客户/供应商采购陶瓷件、销售坐便器产品时，均为自主报价，购销独立开票和结算；3）公司向上述客户/供应商的采购陶瓷件的指令，系公司根据自身生产计划、安全库存等因素自主决定。

因此，公司与上述客户/供应商的采购、生产两环节相互独立，不属于指定供应商或委托加工模式，公司按总额法确认收入具备合理性。

（2）所采购商品是否用于生产向其销售产品

公司 ODM 客户销售的一体机（包括陶瓷底座）是公司自行设计开发的，陶瓷厂家按照公司的要求生产陶瓷；ODM 客户根据公司的一体机样品的款式和功能来选择需要采购的一体机型号。

公司在选择使用具体陶瓷底座时，主要基于一体机的款式需要和陶瓷的采购成本等因素；因此，不存在 ODM 客户指定需要使用自家生产陶瓷底座来生产一体机的情况。

根据公司与客户的合同约定，不存在客户所采购的产品需要指定使用该客户供应的陶瓷的相关约定。

报告期内，公司向尚高卫浴、金牌洁具、浪鲸卫浴和华艺卫浴销售的智能座便器一体机产品中使用各自品牌的陶瓷底座的情况具体如下：

1）尚高卫浴

报告期内，公司向尚高卫浴销售一体机中使用尚高陶瓷的情况如下：

项目	2024年1-7月		2023年		2022年	
	数量	金额 (万元)	数量	金额 (万元)	数量	金额 (万元)
销售一体机（件）	7,669.00	566.16	13,461.00	1,052.46	4,870.00	376.97
使用尚高陶瓷占比	33.18%	35.79%	23.58%	25.82%	34.29%	34.29%

由上表可知，报告期内，公司向尚高销售的一体机产品中使用尚高陶瓷金额

分别为 44.38 万元、89.92 万元和 68.90 万元，使用尚高陶瓷的数量分别占向尚高销售一体机所使用陶瓷总数量比例为 34.29%、23.58%和 33.18%。销售给尚高的一体机大部分使用其他品牌的陶瓷。

尚高卫浴是公司最大的陶瓷供应商，采购陶瓷数量较多，因此，存在 30% 左右销售给尚高一体机中使用向尚高采购的陶瓷。根据双方的协议，不存在为尚高委托加工的情况，也不存在销售给尚高一体机需要使用尚高陶瓷的相关约定。

2) 金牌洁具

报告期内，公司向金牌洁具销售一体机中使用金牌洁具陶瓷的情况如下：

项目	2024年1-7月		2023年		2022年	
	数量	金额 (万元)	数量	金额 (万元)	数量	金额 (万元)
销售一体机（件）	213.00	23.59	279.00	41.03	163.00	24.17
使用开平金牌陶瓷占比	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%

由上表可知，公司 2022 年、2023 年和 2024 年 1-7 月向开平金牌销售的一体机产品未使用开平金牌的陶瓷。

3) 浪鲸卫浴

报告期内，公司向浪鲸卫浴销售一体机中使用浪鲸卫浴陶瓷的情况如下：

项目	2024年1-7月		2023年		2022年	
	数量	金额 (万元)	数量	金额 (万元)	数量	金额 (万元)
销售一体机（件）	132	11.37	1,026.00	65.81	203.00	36.24
使用浪鲸陶瓷占比	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	24.63%	24.63%

由上表可知，公司 2023 年、2024 年 1-7 月向浪鲸卫浴销售的一体机产品未使用其陶瓷。2022 年仅存在个别批次订单使用浪鲸卫浴陶瓷，并非特殊指定型号，其他批次均未使用。

4) 华艺卫浴

2022 年因临时业务需求华艺向公司采购少量智能一体机。根据核查公司生产领料记录，公司向华艺销售的一体机产品均未使用华艺的陶瓷原材料。报告期内，公司向华艺卫浴销售一体机中使用华艺卫浴陶瓷的情况如下：

项目	2024年1-7月		2023年		2022年	
	数量	金额 (万元)	数量	金额 (万元)	数量	金额 (万元)
销售一体机（件）	-	-	-	-	989.00	174.90
使用华艺陶瓷占比	-	-	-	-	0.00%	0.00%

由上表可知，公司 2022 年向华艺卫浴销售的一体机产品未使用华艺卫浴的陶瓷。

综上，公司所采购的陶瓷，都是面向所有客户可以供其选用的陶瓷底座，属于通用性材料，公司与客户不存在客户所采购的产品需要指定使用该客户供应的陶瓷的相关约定。公司除因自尚高卫浴采购的陶瓷数量较多导致向其销售的部分一体机产品中使用了其自身陶瓷，以及浪鲸卫浴 2022 年个别批次使用了其自身品牌陶瓷之外，不存在使用其自身品牌陶瓷的情况。

（3）交易价格的公允性

1）陶瓷采购价格公允性

报告期内，公司主要陶瓷供应商的采购金额和采购单价情况具体如下：

单位：万元、元/件

陶瓷供应商	2024 年 1-7 月			2023 年			2022 年		
	采购金额	平均单价	单价差异率	采购金额	平均单价	单价差异率	采购金额	平均单价	单价差异率
广东浪鲸智能卫浴有限公司	415.89	265.73	5.50%	505.28	305.21	19.00%	756.33	313.12	11.19%
开平金牌洁具有限公司	52.29	307.03	21.90%	135.81	311.71	21.53%	89.93	333.08	18.28%
清远尚高智能家居科技有限公司	952.64	261.14	3.68%	2,536.60	256.09	-0.16%	1,504.47	265.77	-5.62%
广东华艺卫浴实业有限公司	-	/	/	-	/	/	159.45	305.57	8.51%
潮州市航牌厨卫科技有限公司	380.11	220.68	-12.39%	663.87	227.06	-11.47%	200.42	264.23	-6.17%
其他	111.38	228.94	-9.10%	203.11	239.15	-6.76%	345.45	281.82	0.08%
合计	1,912.31	251.87		4,044.67	256.49		3,056.05	281.60	

由上表可见，报告期内，公司向尚高卫浴、浪鲸卫浴、金牌洁具、华艺卫浴的陶瓷采购价格变动趋势，基本与潮州航牌及其他供应商的采购价格变动趋势一致，总体呈下降趋势。每个期间内，公司向以上供应商的陶瓷采购价格存在差异，

系陶瓷的品质存在差异所致，其中，浪鲸卫浴和金牌洁具的陶瓷采购单价高于均价是因为其陶瓷质量相对较好，航牌厨卫的采购单价低于平均采购单价是因为其陶瓷产品品质相较而言较差。

综上，公司向尚高卫浴、浪鲸卫浴、金牌洁具、华艺卫浴采购陶瓷的交易价格公允。

(2) 一体机产品销售价格公允性

1) 尚高卫浴

报告期内，公司向尚高卫浴按一体机型号划分的销售收入及占比情况如下：

型号	2024 年 1-7 月		2023 年		2022 年	
	金额 (万元)	占比	金额 (万元)	占比	金额 (万元)	占比
C 型号	233.46	41.24%	494.06	46.94%	248.83	66.03%
B 型号	169.20	29.89%	371.63	35.31%	90.63	24.05%
F 型号	133.66	23.61%	79.63	7.57%	-	0.00%
其他	29.84	5.27%	107.15	10.18%	37.37	9.92%
合计	566.16	100.00%	1,052.46	100.00%	376.83	100.00%

由上表可知，公司向尚高卫浴销售的一体机产品主要为 C 型号、B 型号以及 F 型号。

公司向尚高卫浴销售的主要型号的一体机产品的平均单价与 ODM-内销客户的平均单价对比情况如下：

公司向尚高卫浴销售的主要型号的一体机产品的平均单价已申请豁免披露。

公司向尚高卫浴销售的一体机产品价格具有商业合理性，交易价格公允。

2) 金牌洁具

报告期内，公司向金牌洁具按一体机型号划分的销售收入及占比情况如下：

型号	2024 年 1-7 月		2023 年		2022 年	
	金额 (万元)	占比	金额 (万元)	占比	金额 (万元)	占比
A 型号	9.39	39.78%	29.62	72.19%	5.84	37.74%

B 型号	3.84	16.29%	11.41	27.81%	9.64	62.26%
C 型号	3.75	15.91%	-	0.00%	-	0.00%
其他	6.61	28.02%	-	0.00%	-	0.00%
合计	23.59	100.00%	41.03	100.00%	15.48	100.00%

由上表可知，公司向金牌洁具销售的一体机产品主要为 A 型号、B 型号以及 C 型号。

报告期内，公司向金牌洁具销售的主要型号的一体机产品的平均单价与 ODM-内销客户的平均单价对比情况如下：

单位：元/件

型号	2024 年 1-7 月			2023 年			2022 年		
	金牌洁具单价	ODM-内销客户平均单价	差异率	金牌洁具单价	ODM-内销客户平均单价	差异率	金牌洁具单价	ODM-内销客户平均单价	差异率
A 型号	1,564.19	1,582.39	-1.15%	1,558.91	1,602.43	-2.72%	1,533.21	1,678.12	-8.64%
B 型号	1,281.37	1,164.28	10.06%	1,282.02	1,288.00	-0.46%	1,458.17	1,375.47	6.01%
C 型号	750.87	656.67	14.34%						

由上表可知，公司向金牌洁具销售的主要型号一体机产品的平均单价与其他同类客户的平均单价相比，除 A 型号外，其他型号均不低于其他客户。A 型号略低于其他同类客户主要是因为具体细分型号上存在差异，定价略低于平均单价。

因此，公司销售给金牌洁具的一体机产品的销售价格总体来看公允，与其他客户不存在明显差异。

3) 浪鲸卫浴

报告期内，公司向浪鲸卫浴按一体机型号划分的销售收入及占比情况如下：

型号	2024 年 1-7 月		2023 年		2022 年	
	金额 (万元)	占比	金额 (万元)	占比	金额 (万元)	占比
A 型号	-	0.00%	-	0.00%	36.03	99.40%
C 型号	-	0.00%	65.48	99.51%	0.22	0.60%
F 型号	11.33	99.64%	0.24	0.36%	-	0.00%

其他	0.04	0.36%	0.08	0.13%	-0.00	0.00%
合计	11.37	100.00%	65.81	100.00%	36.24	100.00%

由上表可知，公司向浪鲸卫浴销售的一体机产品主要为 A 型号、C 型号以及 F 型号。

报告期内，公司向浪鲸卫浴销售的主要型号的一体机产品的平均单价与 ODM-内销客户的平均单价对比情况如下：

单位：元/件

型号	2024 年 1-7 月			2023 年			2022 年		
	浪鲸卫浴单价	ODM-内销客户平均单价	差异率	浪鲸卫浴单价	ODM-内销客户平均单价	差异率	浪鲸卫浴单价	ODM-内销客户平均单价	差异率
A 型号							1,801.34	1,678.12	7.34%
C 型号				640.75	690.77	-7.24%	727.29	743.97	-2.24%
F 型号	858.61	801.21	7.16%						

由上表可知，公司向浪鲸卫浴销售的主要型号一体机产品的平均单价与其他同类客户的平均单价相比，除 C 型号外，其他型号均不低于其他客户。C 型号略低于其他同类客户主要是因为具体细分型号上存在差异，定价略低于平均单价。

因此，公司销售给浪鲸卫浴的一体机产品的销售价格总体来看公允，其他客户不存在明显差异。

4) 华艺卫浴

2022 年因临时业务需求华艺卫浴向公司采购少量智能一体机。平均销售单价为 1,768.45 元/件，高于公司同类客户的平均销售单价，主要是因为一体机产品方面合作较少，销售为临时需求，因此公司定价较高。

因此，公司向尚高卫浴、金牌洁具、浪鲸卫浴和华艺卫浴的一体机销售中，交易价格具有商业合理性，交易价格公允。

综上所述，公司存在客户和供应商重合交易的情况具备商业合理性，客商重合业务不属于客户指定供应商或委托加工模式，所采购陶瓷商品未主要用于生产向其销售的产品，采购和销售环节交易价格公允，按总额法确认收入具备合理性。

三、请主办券商核查上述事项并发表明确意见

(一) 核查程序

针对上述事项，主办券商和会计师执行了以下核查程序：

1、查阅同行业可比公司公开资料、行业研究报告，了解报告期内行业变动情况，获取同行业可比公司的主要客户收入占比情况，与公司进行比较；

2、取得并查阅公司销售明细表，了解公司主要产品、客户类型等收入、毛利率变动情况，访谈公司管理层，了解公司主要产品、客户类型等收入、毛利率变动原因；

3、获取公司期后新增订单、截至 2024 年 7 月末的在手订单情况，获取 2024 年度的公司财务报表、2024 年 8 月至 2025 年 1 月 16 日的销售出库单，了解公司期后业绩实现情况，向公司进行访谈，了解期后销售情况；

4、取得并查阅公司与尚高卫浴、金牌洁具、浪鲸卫浴和华艺卫浴的采购合同、销售合同，检查是否存在指定专用型号的陶瓷进行生产供应的约定，经检查，公司与上述客户不存在相关约定。取得并查阅主要型号一体机产品的生产领料单，访谈公司生产负责人，了解一体机产品陶瓷使用情况；

5、取得并查阅公司销售明细表、采购明细表，对比分析尚高卫浴、金牌洁具、浪鲸卫浴和华艺卫浴一体机产品销售价格、陶瓷采购价格与其他客户、供应商的差异情况；

6、对公司主要客户的各期应收账款余额及交易额进行函证，具体情况如下：

(1) 函证样本的选择方法

选择各期营业收入或应收账款余额超过一定标准的主要客户、按照业务模式分类的主要客户，以及采用随机抽样方法确定的其他客户作为函证样本，执行函证程序。

(2) 交易额函证情况

单位：万元

项目	2024 年 1-7 月	2023 年度	2022 年度
公司销售收入金额	10,665.69	20,712.73	19,838.79

项目	2024 年 1-7 月	2023 年度	2022 年度
销售收入函证金额	7,508.23	15,702.95	14,469.34
销售收入函证金额比例	70.40%	75.81%	72.93%
销售收入回函确认金额	6,826.65	14,679.70	13,189.46
销售收入替代测试确认金额	681.58	1,023.24	1,279.87
回函及替代测试确认销售收入金额占比	70.40%	75.81%	72.93%

注：对于未回函的样本执行了替代性程序，检查了销售合同、出库单、物流托运单、销售发票和客户签收单、报关单、提单等资料，确认公司相关收入的真实性和准确性

(3) 应收账款余额函证情况

单位：万元

项目	2024 年 1-7 月	2023 年度	2022 年度
公司应收账款余额	2,516.73	1,942.86	4,253.12
应收账款函证金额	2,080.06	1,785.87	3,987.12
应收账款函证金额比例	82.65%	91.92%	93.75%
应收账款回函确认金额	2,080.06	1,785.87	3,987.12
回函确认应收账款金额占比	82.65%	91.92%	93.75%

7、对公司主要客户进行走访，具体情况如下：

(1) 走访或访谈样本的选取方法

选择各期前五大客户、按照业务模式和产品类型分类的主要客户执行走访程序。

(2) 总体走访或访谈情况及比例

单位：万元

项目	2024 年 1-7 月	2023 年度	2022 年度
走访或访谈数量	21	21	21
营业收入	6,261.15	13,185.86	12,087.80
走访或访谈客户销售总额	10,665.69	20,712.73	19,838.79
走访或访谈涵盖比率	58.70%	63.66%	60.93%

8、对各期营业收入的完整性进行了截止检查。查阅相关出库单、物流单据、客户签收单、外销报关单及提单等，与账面销售明细进行核对，确认相关收入在合理的会计期间核算计入；

9、取得并查阅公司销售明细表，了解报告期内公司主要客户的销售收入变动情况；取得并查阅公司与主要客户签署的框架协议。

（二）核查结论

经核查，主办券商和会计师认为：

1、公司 2024 年 1-7 月的毛利率和收入有所下降，主要是因为在下游产业景气度不佳以及家电行业进入存量周期的大背景下，智能坐便器行业景气度不佳，公司一体机产品的销售数量有所下降，为保持市场竞争力，一体机产品和盖板产品的销售单价有所下降，2024 年 1-7 月收入 and 毛利率下降具备合理性；公司与同处于卫浴行业的可比公司惠达卫浴、箭牌家居的业绩变动趋势基本一致，不存在显著差异，业绩变动具备合理性；

2、同行业可比上市公司均未将智能座便器一体机、智能座便器盖板产品的收入、毛利率分别进行披露，因此目前无法按产品类别进行对比；2022 年和 2023 年公司综合毛利率高于同行业可比公司主要是因为惠达卫浴、麦格米特与公司在产品结构或销售模式上存在差异，不具可比性。瑞尔特、箭牌家居在产品结构上与公司一致，对比来看两家公司的平均毛利率与公司基本一致。2022 年和 2023 年公司综合毛利率高于同行业可比公司具备合理性；

3、我国智能坐便器普及率尚低，智能座便器市场普及率提升带动智能座便器增长，未来智能座便器市场空间大，且公司近年外销和酒店工程销售拓展顺利，处于增长趋势；同行业公司经营正常，未出现业绩大幅下滑情况；公司 2024 年 8-12 月的经营业绩相较 1-7 月有上升的趋势，其中销售毛利率较 2024 年 1-7 月上升 3.28%，月均营业收入和净利润也有所上升。此外，公司期后稳定获取新订单，因此，公司具备良好的持续经营能力。若智能座便器行业未来景气度无法提升，公司未来经营业绩存在下滑风险，公司已在公开转让说明书之“重大事项提示”提示业绩下滑风险，公司已制定了相关的应对措施；

4、公司客户集中度符合卫浴相关行业经营特征，与同行业可比公司存在差异主要系主营业务或销售模式不同，与业务和销售模式相近的同行业公司相比，公司的客户集中度不存在较大差异，具备合理性；公司与主要客户保持稳定的合

作关系，业务具有稳定性以及可持续性；

5、公司存在客户和供应商重合交易的情况具备商业合理性，客商重合业务不属于客户指定供应商或委托加工模式，所采购陶瓷商品未主要用于生产向其销售的产品，采购和销售环节交易价格公允，公司按总额法确认收入具备合理性。

问题 2、关于销售模式

根据申报文件，（1）公司存在境外销售，报告期各期境外销售收入占比分别为 12.79%、12.72%和 19.65%。（2）公司销售模式以 ODM 为主，经销为辅；存在少量线上销售，主要在天猫以及京东开设直营店进行销售，报告期各期销售金额分别为 38.48 万元、70.38 万元和 47.41 万元。（3）公司存在销售退回情况。

请公司：（1）列示报告期各期各类销售模式的主要客户、产品情况、毛利率，并说明毛利率差异的原因及合理性。（2）按照《挂牌审核业务规则适用指引第 1 号》补充披露关于境外销售有关事项，说明境内外毛利率差异原因及合理性；分别说明境外销售与境内销售在产品种类、定价、信用政策等方面是否存在差异，并分析形成差异的原因；说明公司海关报关数据、运保费、出口退税与各期境外销售收入的匹配性；各期末境外销售应收账款期后回款情况。（3）按照《挂牌审核业务规则适用指引第 1 号》补充披露关于经销商模式有关事项；经销模式下，公司在产品交付物流承运商后控制权转移时确认销售收入的原因及合理性，是否符合《企业会计准则》相关规定；经销模式下售后、安装服务的提供方，公司与经销商之间是否为买断式销售，收入确认时点是否合理、准确。（4）补充披露公司线上平台销售业务流程，说明线上销售的收入数据如何获取、如何保证收入数据的真实准确，内部控制的关键环节及执行情况，相关内控是否健全有效。（5）结合合同条款，说明公司关于退换货的相关机制，报告期发生退货金额占比与同行业公司是否存在重大差异及合理性；预估销售退回的会计处理方法，是否符合《企业会计准则》规定；说明公司是否存在收入跨期的情况。（6）公司是否存在通过第三方回款的情况，如存在，说明涉及客户名称、回款金额、原因、必要性及商业合理性，回款对象与公司是否有关联关系，是否有委托付款协议；是否存在同一付款对象为不同客户付款的情况，相关销售是否真实。

请主办券商及会计师：（1）对上述问题进行核查并发表明确意见，并结合公司业务，说明收入确认方法是否合理谨慎，是否符合《企业会计准则》规定，对报告期销售收入的真实性、准确性、完整性发表明确意见；（2）按照《挂牌审核业务规则适用指引第 1 号》中关于境外销售、经销模式的要求补充核查并发

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补充核查并发表明确意见。

【公司回复】

一、列示报告期各期各类销售模式的主要客户、产品情况、毛利率，并说明毛利率差异的原因及合理性。

（一）一体机产品各类销售模式的主要客户、产品情况、毛利率，及毛利率差异情况分析

1、ODM 模式

报告期各期，公司 ODM 销售模式下，一体机产品的前五大客户的销售金额及占比情况如下：

单位：万元

客户	2024 年 1-7 月		2023 年		2022 年	
	收入	占比	收入	占比	收入	占比
摩恩集团	1,975.12	41.34%	5,964.74	51.03%	4,586.50	44.83%
SPA WORLD CORPORATION	678.16	14.19%	988.76	8.46%	1,132.33	11.07%
尚高卫浴	566.16	11.85%	1,052.46	9.00%	376.97	3.69%
湖南希箭科技有限公司	295.56	6.19%	922.12	7.89%	408.89	4.00%
SANITAR CO.,LTD	308.34	6.45%	221.00	1.89%	119.33	1.17%
欧派卫浴	111.80	2.34%	726.85	6.22%	1,626.21	15.90%
和成（中国）有限公司	116.44	2.44%	331.46	2.84%	548.14	5.36%
小计	4,051.57	84.79%	10,207.39	87.32%	8,798.37	86.01%

公司 ODM 销售模式下，一体机产品的前五大客户的产品情况、毛利率情况具体如下：

一体机产品 ODM 模式主要客户的毛利率及差异分析已申请豁免披露。

公司 ODM 销售模式下的主要一体机产品客户中，不同客户间的毛利率存在一定的差异，主要受到渠道不同、产品型号不同以及市场竞争策略等因素影响，具备合理性。

2、直销模式

报告期各期，公司直销销售模式下，一体机产品的前五大客户的销售金额及占比情况如下：

单位：万元

客户	2024 年 1-7 月		2023 年		2022 年	
	收入	占比	收入	占比	收入	占比
上海凰宁贸易有限公司	316.66	15.13%	206.28	7.15%	-	0.00%
上海苡宁实业有限公司	108.84	5.20%	104.64	3.63%	-	0.00%
BAIN DEPOT INC	94.43	4.51%	0.43	0.01%	-	0.00%
华住集团	76.19	3.64%	122.66	4.25%	28.89	1.55%
Fibretech Distributors Inc.	85.20	4.07%	131.62	4.56%	87.15	4.67%
天津利兴国际贸易有限公司	38.45	1.84%	249.90	8.66%	260.30	13.96%
青岛百莱凯建筑工程有限公司	0.73	0.03%	3.30	0.11%	85.40	4.58%
GARTH O GREEN ENTERPRISES INC	-	0.00%	46.13	1.60%	57.56	3.09%
天津利和集团畜产进出口有限公司	-	0.00%	-	0.00%	55.74	2.99%
小计	720.50	34.43%	864.96	29.97%	575.03	30.84%

公司直销销售模式下，一体机产品的前五大客户的产品情况、毛利率情况具体如下：

一体机产品直销模式主要客户的毛利率及差异分析已申请豁免披露。

公司直销销售模式下的主要一体机产品客户中，不同客户间的毛利率存在一定的差异，主要受到渠道不同、产品型号不同以及市场竞争策略等因素影响，具备合理性。

3、经销模式

报告期各期，公司经销销售模式下，一体机产品的前五大客户的销售金额及占比情况如下：

单位：万元

客户	2024 年 1-7 月		2023 年		2022 年	
	收入	占比	收入	占比	收入	占比
客户 A	49.00	5.21%	121.79	5.62%	93.81	4.13%

客户 B	31.65	3.37%	1.86	0.09%	-	0.00%
客户 C	31.44	3.34%	-	0.00%	-	0.00%
客户 D	25.77	2.74%	8.90	0.41%	26.59	1.17%
客户 E	23.64	2.51%	77.83	3.59%	92.38	4.06%
客户 H	18.82	2.00%	44.48	2.05%	42.42	1.87%
客户 G	11.91	1.27%	49.63	2.29%	43.67	1.92%
客户 F	9.23	0.98%	86.21	3.97%	112.43	4.95%
客户 I	-	0.00%	13.91	0.64%	52.97	2.33%
客户 J	-	0.00%	40.93	1.89%	52.27	2.30%
小计	201.48	21.43%	445.54	20.54%	516.54	22.73%

注：一体机产品主要经销商名称已豁免披露

公司经销销售模式下，一体机产品的前五大客户的产品情况、毛利率情况具体如下：

一体机产品经销模式主要客户的毛利率及差异分析已申请豁免披露。

公司经销销售模式下的主要一体机产品客户中，不同客户间的毛利率存在一定的差异，主要受到产品型号不同等因素影响，具备合理性。

（二）盖板产品各类销售模式的主要客户、产品情况、毛利率，及毛利率差异情况分析

1、ODM 模式

报告期各期，公司 ODM 销售模式下，盖板产品的前五大客户的销售金额及占比情况如下：

单位：万元

客户	2024 年 1-7 月		2023 年		2022 年	
	收入	占比	收入	占比	收入	占比
惠达卫浴股份有限公司	478.41	28.83%	285.95	11.30%	1,387.30	31.11%
开平金牌洁具有限公司	345.30	20.81%	846.47	33.45%	686.92	15.40%
HERAN CO.,LTD	138.40	8.34%	290.35	11.47%	280.23	6.28%
Kogan Australia Pty Ltd	117.43	7.08%	194.78	7.70%	43.90	0.98%
唐山梦牌瓷业有限公司	107.46	6.48%	60.25	2.38%	164.18	3.68%
Victorian Plumbing Limited	81.11	4.89%	198.68	7.85%	72.81	1.63%

浪鲸卫浴	57.61	3.47%	196.08	7.75%	750.82	16.84%
佛山市高明安华陶瓷洁具有限公司	0.17	0.01%	238.15	9.41%	522.43	11.72%
小计	1,325.88	79.90%	2,310.71	91.31%	3,908.60	87.65%

公司 ODM 销售模式下，盖板产品的前五大客户的产品情况、毛利率情况具体如下：

盖板产品 ODM 模式主要客户的毛利率及差异分析已申请豁免披露。

公司 ODM 销售模式下的主要盖板产品客户中，不同客户间的毛利率存在一定的差异，主要受到渠道不同、产品型号不同以及市场竞争策略等因素影响，具备合理性。

2、直销模式

报告期各期，公司直销销售模式下，盖板产品的前五大客户的销售金额及占比情况如下：

单位：万元

客户	2024 年 1-7 月		2023 年		2022 年	
	收入	占比	收入	占比	收入	占比
New World Products Limited	49.83	22.53%	49.69	28.21%	40.65	14.81%
苏州市升乐迪机械科技有限公司	42.15	19.05%	11.84	6.72%	6.40	2.33%
宁波新跃日用品有限公司	27.00	12.20%	34.13	19.38%	41.71	15.19%
SEMICOM LEXIS LTD	26.09	11.79%	-	0.00%	16.51	6.01%
唐山日晟陶瓷制品有限公司	13.69	6.19%	-	0.00%	-	0.00%
FLIPSTOCK LIMITED	-	0.00%	-	0.00%	42.94	15.64%
WHOLESALE DOMESTIC EQUIPMENT COMPAN	-	0.00%	-	0.00%	16.76	6.11%
MIGHTY APE LIMITED	-	0.00%	11.94	6.78%	9.40	3.42%
CHARIOT, INC	-	0.00%	7.06	4.01%	-	0.00%
小计	158.76	71.76%	114.66	65.10%	174.38	63.52%

公司直销销售模式下，盖板产品的前五大客户的产品情况、毛利率情况具体如下：

盖板产品直销模式主要客户的毛利率及差异分析已申请豁免披露。

公司直销模式下主要盖板产品客户中，不同客户间的毛利率存在一定的差异，主要受到客户类型以及产品型号不同等因素影响，具备合理性。

3、经销模式

报告期各期，公司经销销售模式下，盖板产品的前五大客户的销售金额及占比情况如下：

单位：万元

客户	2024 年 1-7 月		2023 年		2022 年	
	收入	占比	收入	占比	收入	占比
客户 K	4.97	19.25%	8.23	15.63%	3.45	4.83%
客户 L	2.65	10.28%	3.76	7.13%	6.27	8.79%
客户 M	2.12	8.22%	-	0.00%	-	0.00%
客户 N	1.61	6.25%	0.24	0.45%	4.12	5.78%
客户 O	1.10	4.28%	2.70	5.12%	1.75	2.45%
客户 P	1.27	4.93%	0.71	1.34%	1.00	1.39%
客户 Q	0.62	2.41%	4.11	7.81%	2.76	3.87%
客户 R	-	0.00%	-	0.00%	4.73	6.63%
客户 A	-	0.00%	3.54	6.71%	4.09	5.74%
小计	14.35	55.64%	23.28	44.20%	28.19	39.49%

注：盖板产品主要经销商名称已豁免披露

公司经销销售模式下，盖板产品的前五大客户的产品情况、毛利率情况具体如下：

盖板产品经销模式主要客户的毛利率及差异分析已申请豁免披露。

公司经销销售模式下的盖板产品客户较为分散且单个客户的销售金额较小，客户定价主要根据地区、型号、供需情况等因素，一客一价，因此客户间毛利率存在一定差异。

（三）零配件及其他产品各类销售模式的主要客户、产品情况、毛利率，及毛利率差异情况分析

报告期各期，公司零配件及其他产品的按销售模式划分的收入及占比情况如下：

单位：万元

销售模式	2024 年 1-7 月		2023 年		2022 年	
	收入	占比	收入	占比	收入	占比
ODM	805.03	88.23%	853.97	78.62%	454.38	78.27%
直销	76.17	8.35%	146.22	13.46%	80.23	13.82%
经销	31.17	3.42%	86.06	7.92%	45.89	7.91%
总计	912.38	100.00%	1,086.25	100.00%	580.50	100.00%

报告期内，公司零配件及其他产品的销售收入金额较小，分别为 580.50 万元、1,086.25 万元和 912.38 万元，主要为 ODM 销售模式，ODM 销售模式的销售收入占比分别为 78.27%、78.62%和 88.23%。经销模式和直销模式的销售收入金额较小。

报告期各期，公司 ODM 模式下，零配件及其他产品的前五名客户的收入及占比情况如下：

客户	2024 年 1-7 月		2023 年		2022 年	
	收入	占比	收入	占比	收入	占比
摩恩集团	556.82	69.17%	293.99	34.43%	104.10	22.91%
佛山市高明安华陶瓷洁具有限公司	59.61	7.40%	301.15	35.26%	113.15	24.90%
广州市欧派卫浴有限公司	5.92	0.74%	15.37	1.80%	45.92	10.11%
开平金牌洁具有限公司	9.50	1.18%	34.30	4.02%	30.31	6.67%
宜来（天津）卫浴有限公司上海分公司	-	0.00%	13.39	1.57%	19.55	4.30%
德州市乐华陶瓷洁具有限公司	29.55	3.67%	8.17	0.96%	4.94	1.09%
浪鲸卫浴	41.79	5.19%	10.65	1.25%	15.84	3.49%
小计	703.19	87.35%	677.02	79.28%	333.81	73.47%

公司 ODM 销售模式下，零配件及其他产品的前五大客户的产品情况、毛利率情况具体如下：

零配件产品 ODM 模式主要客户的毛利率及差异分析已申请豁免披露。

公司 ODM 模式下零配件及其他产品的主要客户的客户毛利率存在差异主要是因为具体销售的零配件产品不同所致，其中，广州市欧派卫浴有限公司的毛利率逐年下降主要是因为合作减少，水箱面板、水泵、遥控装置等毛利率相对较高的零配件产品销售占比下降。

综上所述，公司一体机、盖板以及零配件产品的不同销售模式下的主要客户中，不同客户间的毛利率存在一定的差异，主要受到渠道不同、产品型号不同以及市场竞争策略等因素影响，具备合理性。

二、按照《挂牌审核业务规则适用指引第 1 号》补充披露关于境外销售有关事项，说明境内外毛利率差异原因及合理性；分别说明境外销售与境内销售在产品种类、定价、信用政策等方面是否存在差异，并分析形成差异的原因；说明公司海关报关数据、运保费、出口退税与各期境外销售收入的匹配性；各期末境外销售应收账款期后回款情况。

（一）按照《挂牌审核业务规则适用指引第 1 号》补充披露关于境外销售有关事项，说明境内外毛利率差异原因及合理性

1、按照《挂牌审核业务规则适用指引第 1 号》补充披露关于境外销售有关事项

公司已在公开转让说明书之“第四节公司财务”之“六、经营成果分析”中补充披露如下：

1) 境外销售业务的开展情况

①主要境外销售地区情况

报告期各期，公司境外销售主要地区的销售收入及占比情况如下：

单位：万元

地区	2024 年 1-7 月		2023 年		2022 年	
	收入	占比	收入	占比	收入	占比
美国	703.03	33.55%	1,089.15	41.33%	1,336.20	52.68%
中国台湾	525.76	25.09%	534.52	20.28%	471.58	18.59%
加拿大	235.99	11.26%	283.59	10.76%	170.05	6.70%
英国	195.83	9.34%	227.48	8.63%	167.55	6.61%
澳大利亚	120.04	5.73%	218.20	8.28%	105.81	4.17%
其他地区	314.98	15.03%	282.55	10.72%	285.45	11.25%
合计	2,095.63	100.00%	2,635.48	100.00%	2,536.64	100.00%

报告期内，公司的境外销售地区主要为美国、中国台湾、加拿大、英国、澳大利亚，上述五个地区报告期各期的销售收入分别为 2,251.19 万元、2,352.93

万元和 1,780.65 万元，占外销收入比例合计分别为 88.75%、89.28%和 84.97%。

②主要客户情况

报告期各期，公司前主要境外销售客户的收入及占比情况如下：

单位：万元

客户名称	地区	2024 年 1-7 月		2023 年		2022 年	
		收入	占比	收入	占比	收入	占比
SPA WORLD CORPORATION	美国	680.67	32.48%	990.37	37.58%	1,133.53	44.69%
SANITAR CO.,LTD	中国台湾	310.96	14.84%	227.98	8.65%	119.33	4.70%
HERAN CO.,LTD	中国台湾	139.90	6.68%	296.10	11.23%	290.80	11.46%
Kogan Australia Pty Ltd	澳大利亚	117.47	5.61%	194.78	7.39%	43.90	1.73%
BAIN DEPOT INC	加拿大	94.43	4.51%	0.43	0.02%	-	0.00%
Fibretech Distributors Inc.	加拿大	85.20	4.07%	131.62	4.99%	87.15	3.44%
Victorian Plumbing Limited	英国	81.11	3.87%	198.80	7.54%	72.81	2.87%
TRUMBULL INDUSTRIES, INC	美国	-	0.00%	2.09	0.08%	75.76	2.99%
合计		1,509.75	72.04%	2,042.17	77.49%	1,823.28	71.88%

注：此处境外客户按客户性质划分，含外国企业以及少量进出口贸易公司

公司报告期各期前五名境外销售客户的合计销售收入分别为 1,823.28 万元、2,042.17 万元和 1,509.75 万元，占境外销售收入比例分别为 71.88%、77.49%和 72.04%。主要境外客户总体较为稳定。

公司与境外主要客户签订销售订单，未签订框架协议。主要境外客户合同的主要条款内容、境外销售模式、订单获取方式、定价原则、信用政策、退换货政策情况如下：

客户名称	销售模式	主要条款内容	订单获取方式	定价原则	信用政策	退换货政策
SPA WORLD CORPORATION	ODM	产品规格、价格、数量、付款方式、保险、交货时间	商业谈判	市场化定价	*	根据具体情况协商
SANITAR CO.,LTD	ODM	产品规格、价格、数量、付款方式、保险、交货时间	商业谈判	市场化定价	*	根据具体情况协商

HERAN CO., LTD	ODM	产品规格、价格、数量、付款方式、保险、交货时间	商业谈判	市场化定价	*	根据具体情况协商
Kogan Australia Pty Ltd	ODM	产品规格、价格、数量、付款方式	商业谈判	市场化定价	*	根据具体情况协商
BAIN DEPOT INC	直销	产品规格、价格、数量、付款方式、保险、交货时间	商业谈判	市场化定价	*	根据具体情况协商
Fibretech Distributors Inc.	直销	产品规格、价格、数量、付款方式、保险、交货时间	商业谈判	市场化定价	*	根据具体情况协商
Victorian Plumbing Limited	ODM	产品规格、价格、数量、付款方式、保险、交货时间	商业谈判	市场化定价	*	根据具体情况协商
TRUMBULL INDUSTRIES, INC	ODM	产品规格、价格、数量、付款方式、保险、交货时间	商业谈判	市场化定价	*	根据具体情况协商

注：主要客户信用政策已申请豁免披露

①境外销售毛利率与内销毛利率的差异

报告期内，公司境内销售毛利率与境外销售毛利率的情况如下：

地区	2024 年 1-7 月	2023 年	2022 年
境内	21.69%	28.72%	27.84%
境外	46.36%	52.89%	53.61%
合计	26.54%	31.79%	31.14%

报告期各期，公司境外销售毛利率分别为 53.61%、52.89%和 46.36%，高于境内销售毛利率。主要是因为：一方面，公司的产品为智能座便器产品，主要外销区域为欧美市场以及中国台湾市场，进入这些市场需要进行相关产品认证，存在一定市场进入门槛，使得市场竞争程度相较于国内市场较低；另一方面，欧美市场消费者对于价格敏感度较低。因此，公司境外销售毛利率高于境内销售毛利率。

②汇率波动对公司业绩的影响

报告期内，公司汇兑损益与营业收入的情况如下：

项目	2024 年 1-7 月	2023 年	2022 年
营业收入（万元）	10,665.69	20,712.73	19,838.79
汇兑损益（万元）	-13.38	-11.27	8.66
占比	-0.13%	-0.05%	0.04%

报告期各期，由于汇率波动引起的汇兑损益金额分别为 8.66 万元、-11.27 万元和 13.38 万元，占营业收入比例分别为 0.04%、-0.05%和-0.13%，对公司业绩影响较小。

2) 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出口退税等优惠的具体情况

公司出口产品享受出口退税优惠政策，报告期内，公司出口退税情况如下：

项目	2024 年 1-7 月	2023 年	2022 年
营业收入（万元）	10,665.69	20,712.73	19,838.79
退税额（万元）	267.60	335.60	311.12
占比	2.51%	1.62%	1.57%

2024 年 1-7 月出口退税有所增加，主要是相关外销收入占比有所增加所致。

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，不存在公司出口产品被境外有关机构列入负面清单的情况。除美国 2025 年 2 月宣布对进口自中国的商品加征 10%的关税外，不存在其他境外主要国家和地区的贸易政策、关税等发生对公司重大不利调整的情况，目前来看，美国关税调整幅度较小，对公司影响有限，不会对公司持续经营能力造成重大不利影响。公司与境外客户主要采用美元结算。截至本审核问询函回复出具之日，美国并未实施对公司同境外客户合作不利的外汇政策。

3) 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。

报告期内，主要境外客户与公司及其关联方不存在关联方关系及资金往来的情况。

2、说明境内外毛利率差异原因及合理性

报告期内，公司境内销售毛利率与境外销售毛利率的情况如下：

地区	2024 年 1-7 月	2023 年	2022 年
境内	21.69%	28.72%	27.84%
境外	46.36%	52.89%	53.61%
合计	26.54%	31.79%	31.14%

报告期各期，公司境外销售毛利率分别为 53.61%、52.89%和 46.36%，高于境内销售毛利率。主要是因为：一方面，公司的产品为智能座便器产品，主要外销区域为欧美市场以及中国台湾市场，进入这些市场需要进行相关产品认证，存在一定市场进入门槛，使得市场竞争程度相较于国内市场较低；另一方面，欧美市场消费者对于价格敏感度较低。因此，公司境外销售毛利率高于境内销售毛利率。

（二）分别说明境外销售与境内销售在产品种类、定价、信用政策等方面是否存在差异，并分析形成差异的原因

1、产品种类、定价

公司的境外客户主要为欧美市场客户，其消费者对于价格敏感度较低，因此，公司境外销售的产品主要为功能相对齐全的高档型一体机产品，定价相对较高；公司境内客户主要为 ODM 客户、工程类客户，产品种类主要为 C 型号产品，因此定价相对较低。

2、信用政策

公司主要境外客户和境内客户的信用政策对比情况如下：

客户名称	信用政策
SPA WORLD CORPORATION	*
SANITAR CO.,LTD	*
摩恩（上海）厨卫有限公司	*
广东尚高水能生态科技有限公司	*
广州市欧派卫浴有限公司	*

注：主要客户信用政策已申请豁免披露

由上表可知，总体来看，境内、境外销售在信用政策方面存在差异，境外销售因市场竞争度较低使得信用政策更严格。

（三）说明公司海关报关数据、运保费、出口退税与各期境外销售收入的匹配性；各期末境外销售应收账款期后回款情况

1、说明公司海关报关数据、运保费、出口退税与各期境外销售收入的匹配性

公司海关报关数据与境外销售收入核对如下：

单位：万元

项目	2024 年 1-7 月	2023 年度	2022 年度
账面境外销售收入①	2,095.63	2,635.48	2,536.64
海关电子口岸的报关销售额②（注）	2,095.63	2,635.48	2,536.64
核对①-②	0.00	0.00	0.00

注：数据取自当年度的电子口岸

海关电子口岸的报关销售额与公司账面境外销售收入不存在差异。

公司出口退税与各期境外销售收入的匹配如下：

单位：万元

项目	2024 年 1-7 月	2023 年度	2022 年度
账面境外销售收入①	2,095.63	2,635.48	2,536.64
免抵退税出口销售额②（注）	2,058.45	2,581.57	2,392.43
核对③=①-②	37.18	53.91	144.21
差异率④=③/②	1.81%	2.09%	6.03%

注：表格数据取自特洁尔当年度免抵退税申报汇总表（下同）

出口退税申报的免抵退税出口销售额与各期的账面境外销售收入存在差异，属于时间性差异。

公司账面海运保费与各期境外销售收入的匹配如下：

项目	2024 年 1-7 月	2023 年度	2022 年度
账面运保费①	3.45	3.33	2.65
账面境外销售收入②	2,095.63	2,635.48	2,536.64
核对①/②	0.16%	0.13%	0.10%

公司境外销售以 FOB 模式为主，运保费金额及占比较小，总体较为稳定。

2、各期末境外销售应收账款期后回款情况

公司各期末境外销售应收账款期后回款情况如下：

金额单位：万元

截止时间	境外销售应收账款余额	期后回款金额	期后回款金额占比
2024 年 7 月 31 日	220.98	141.44	64.01%
2023 年 12 月 31 日	41.54	41.54	100.00%
2022 年 12 月 31 日	1.89	1.89	100.00%

注：期后回款金额的统计时间口径为截止2024年末。

由上表可见，报告期各期末，公司境外销售应收账款余额分别为 1.89 万元、41.54 万元和 220.98 万元，境外销售应收账款余额较小，系因为公司境外销售主要采用预收货款销售的信用政策。2024 年 7 月末的境外销售应收账款期后尚未全部回款是因为部分非预收货款的外销客户信用期较长。

三、按照《挂牌审核业务规则适用指引第 1 号》补充披露关于经销商模式有关事项；经销模式下，公司在产品交付物流承运商后控制权转移时确认销售收入的原因及合理性，是否符合《企业会计准则》相关规定；经销模式下售后、安装服务的提供方，公司与经销商之间是否为买断式销售，收入确认时点是否合理、准确。

（一）按照《挂牌审核业务规则适用指引第 1 号》补充披露关于经销商模式有关事项

公司已在公开转让说明书之“第四节公司财务”之“六、经营成果分析”之“（二）收入分析”中补充披露如下：

（1）采取经销商模式的必要性

由于产品的特点，公司的终端客户群体较为广泛，公司的目标销售市场遍及全国各县市。公司采用经销商模式的原因，系利用经销商在当地建立的稳定销售渠道资源以及所积攒的销售经验等，帮助公司扩展营销网络布局的范围，有效提升公司产品在市场的渗透率和覆盖率。同时，公司与经销商约定的结算方式主要为先款后货，显著缩短了货款的回款周期，减轻了公司资金压力，降低货款回收风险。

因此，公司采取经销商模式销售，符合行业特征，具有商业合理性和必要性。

（2）报告期各期经销实现的销售收入金额及占比情况

报告期各期，经销模式销售收入金额及占比情况如下：

项目	2024 年 1-7 月	2023 年	2022 年
经销销售收入金额（万元）	997.32	2,307.64	2,390.17
占营业收入比例	9.35%	11.14%	12.05%

报告期各期，公司经销实现的销售收入分别为 2,390.17 万元、2,307.64 万元和 997.32 万元，占营业收入比例分别为 12.05%、11.14%和 9.35%，2024 年 1-7 月占比有所下降主要是因为直销相关渠道有所增长所致。

（3）经销模式的销售毛利率与其他模式的毛利率对比情况

公司各销售模式的毛利率情况如下：

销售模式	2024 年 1-7 月	2023 年	2022 年
经销	29.65%	37.35%	37.23%
直销	27.79%	31.73%	36.61%
ODM	25.62%	30.83%	29.37%

由上表可见，报告期内，各销售模式中，经销模式的毛利率最高，系因为相较于其他模式而言公司相关的营销资源投入更多，故毛利率高于其他模式。ODM 模式毛利率最低，系因为整体代工业务市场竞争较为激烈，且 ODM 客户业务规模大、销量高、议价能力强，因此 ODM 业务毛利率相对较低。直销模式的毛利率介于以上两种模式之间。

（4）经销收入占比与同行业可比公司是否存在显著差异及原因；

公司与同行业经销收入占比的比较情况如下：

同行业公司	2024 年 1-7 月 经销收入占比	2023 年 经销收入占比	2022 年 经销收入占比
惠达卫浴	67.29%	59.90%	61.29%
麦格米特	未披露	22.19%	10.38%
瑞尔特	未披露	未披露	未披露
箭牌家居	86.77%	85.79%	88.00%
公司	9.35%	11.14%	12.05%

报告期内，同行业可比公众公司基本采用了经销与直销相结合的销售模式，销售模式的组合情况与公司相同。可比公司之间，经销收入占比存在显著差异，

其中，麦格米特与公司一样，经销收入占比较低。综上，公司与同行业公司在销售模式的组合上不存在显著差异，公司经销收入占比与部分可比公司较为接近。

(5) 公司与经销商的合作模式、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；

根据公司与经销商签订的协议，相关合作情况具体如下：

项目	内容
合作模式	买断式销售，公司与经销商签订年度经销框架合同，公司根据合同约定，将货物交付物流公司后，货物相应风险和报酬转移至经销商，经销商再将货物销售给下游客户。公司在选择合作经销商时，未约定其需专门销售公司产品，因此，除公司产品外，经销商通常还销售其他厂商相关产品。
定价机制	公司结合市场情况，并根据市场情况，对所有经销产品制定标准出厂价。为激励经销商对公司产品的销售和市场开发，公司根据经销商过往销售情况以及销售潜力，对经销商设置了相应的销售目标；此外，线下经销商举办经公司批准的市场推广活动后，市场推广费用向公司申请补贴，公司视评估执行效果及其提交的有效单据，根据经销商提货金额按照一定比例给予货款折扣。
收入确认原则	公司销售的商品交货时点为商品交付至物流承运商时，公司在收到物流承运商开具的物流托运单时确认收入。
交易结算方式	公司对经销商实施款到发货的结算政策，根据下单情况提前向公司以银行承兑汇票、电汇等银行转账方式支付全部货款，公司收到经销商支付的全部款项后进行备货，向经销商发货。
物流	根据经销协议，运输由经销商负责，公司将货物交给物流承运商。货物经由物流承运商运送至经销商处，未约定货物运送至终端客户。
信用政策	公司与经销商约定采取款到发货的信用政策。
退换货政策	未约定退换货，售后条款中约定：公司产品实行经销商有偿上门维修服务，公司已建立特约维修站的地区，经销商不再负责售后维修服务，由特约维修站全权负责。

(6) 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

报告期内经销商家数及增减变动情况、地域分布情况如下：

区域	2024 年 1-7 月		2023 年		2022 年
	家数	变动数	家数	变动数	家数
华东	70	-14	84	10	74
华中	16	-7	23	23	
华北	66	-20	86	14	72
华南	5	-3	8	-2	10

区域	2024 年 1-7 月		2023 年		2022 年
	家数	变动数	家数	变动数	家数
其他	29	-5	34	5	29
合计	186	-49	235	50	185

注：各期合作的经销商家数统计口径为当期与公司有交易记录的经销商。

公司经销商数量较多，单个经销商客户的销售金额较小，部分规模较小的经销商采购频率较低，在部分年度未进行采购，导致经销商客户数量波动较大。

报告期各期，公司前五名经销商的销售收入及占比情况如下：

单位：万元

经销商名称	2024 年 1-7 月			是否存在 实质和潜 在关联方 关系
	销售内容	销售收入	占营业 收入比 例	
客户 A	一体机、盖板、零配件	49.85	0.47%	否
客户 B	一体机、盖板、零配件	34.37	0.32%	否
客户 C	一体机、盖板、零配件	33.70	0.32%	否
客户 D	一体机、零配件	27.10	0.25%	否
客户 E	一体机、零配件	24.44	0.23%	否
合计		169.46	1.59%	
经销商名称	2023 年度			是否存在 实质和潜 在关联方 关系
	销售内容	销售收入	占营业 收入比 例	
客户 A	一体机、盖板、零配件	124.42	0.60%	否
客户 F	一体机、盖板、零配件	91.69	0.44%	否
客户 E	一体机、盖板、零配件	81.52	0.39%	否
客户 G	一体机、盖板、零配件	53.24	0.26%	否
客户 H	一体机、盖板、零配件	48.75	0.24%	否
合计		399.61	1.93%	
经销商名称	2022 年度			是否存在 实质和潜 在关联方 关系
	销售内容	销售收入	占营业 收入比 例	
客户 F	一体机、盖板、零配件	118.08	0.60%	否
客户 A	一体机、盖板、零配件	96.80	0.49%	否

客户 E	一体机、盖板、零配件	96.24	0.49%	否
客户 I	一体机、盖板、零配件	55.90	0.28%	否
客户 J	一体机、盖板、零配件	54.21	0.27%	否
合计		421.23	2.12%	

注：主要经销商客户的名称已申请豁免披露

(7) 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

根据公司制定的经销商管理制度以及与经销协议的条款约定，公司在经销商选取标准、日常管理与维护等方面情况如下：

1) 经销商的选取标准

①行业经验

在经销商当地中高端市场有店面展示，有一定的卫浴从业经验。对所在省份或区域的智能马桶产品的整体市场运作，有清晰的运作思路且与本公司的发展思路高度一致。

②第一次进货额度以及样品展示数量

经销商需要符合公司规定的第一次进货额度及购买样品展示的数量要求，第一次进货额度根据城市规模分为不同档次，若首次进货金额未达到约定的额度，经销协议自动解除。

2) 日常管理与维护

①销售区域要求

在公司授权的销售区域范围内，经销商有权开展批发、零售、工程及团购等业务，未经公司授权，经销商不得跨地区销售、跨地区报价。

②终端价格

经销商需要执行公司制定的价目表的价格体系。

③品牌形象

经销商的终端专区和专卖店的装修及展示必须符合公司设计部的要求。公司视评估执行效果及其提交的有效单据，根据经销商提货金额按照一定比例给

予货款折扣，补贴经销商的装修成本。

3) 是否具有统一的进销存信息系统

公司未建立经销商的进销存信息系统。

(二) 经销模式下，公司在产品交付物流承运商后控制权转移时确认销售收入的原因及合理性，是否符合《企业会计准则》相关规定；经销模式下售后、安装服务的提供方，公司与经销商之间是否为买断式销售，收入确认时点是否合理、准确

1、公司经销模式的销售业务流程

公司经销模式均为境内销售，经销模式下，公司销售的商品交货时点为商品交付至物流承运商时，公司在收到物流承运商开具的物流托运单时确认收入。

经销模式的销售业务流程如下：

①订单下达

公司与经销商约定款到发货，经销商下达订单前，需要提前支付全部货款。公司的销售部门收到订单后，销售经理对订单进行审批后，订单生效，公司安排备货。

②发货出库

在发货出库时，由销售部门开具产品出库单，出库单经财务确认货款已全额支付并审核后交由仓管，仓库安排商品出库并签署出库单。

③商品交付

公司与经销商约定，经销商承担运费，公司负责将货物交由公司工厂所在地物流公司。商品完成出库后，公司负责安排短途物流，将商品运送至经销商指定或者公司长期合作的本地物流承运商，物流承运商收到商品时开具物流托运单交给公司作为商品交付凭证，物流托运单上记载了承运方名称、发运日期、收件人信息和到付，按照与经销商的约定，公司财务依据物流托运单载明的发运日期，核对无误后确认销售收入。

④对账开票

月末，公司依据物流托运单和出库单明细，与经销商进行对账，对账完毕后，公司开具增值税销售发票。

公司与主要经销商关于运输及交付的合同条款约定如下：

主要经销商的名称	合同条款约定
福建远平科技有限公司	公司实施离岸价，运费由经销商负责，公司将货物交由公司工厂所在地物流公司后，如出现货物毁损，公司有义务协助经销商向物流公司索赔。
临沂市乐而华商贸有限公司	
林小影（浙江龙港）	
河南琢时实业有限公司	
沈世财（浙江苍南）	

因此，根据公司与经销商的合同约定和业务流程，公司在产品交付物流承运商后控制权转移时确认销售收入。

2、公司经销模式下产品控制权转移时点与《企业会计准则》相关规定的对照情况

根据《企业会计准则第 14 号——收入》关于判断客户是否已取得商品或服务控制权的分析如下：

《企业会计准则第 14 号——收入》相关规定	分析及结论
公司就该商品或服务享有现时收款权利，即客户就该商品或服务负有现时付款义务	公司与经销商约定款到发货，公司在收到经销商支付的全部货款后安排发货。 结论：货物交付物流承运商时，公司满足享有现时收款权利的规定。
公司已将该商品的法定所有权转移给客户，即客户已拥有该商品的法定所有权	根据合同约定，公司将货物交付物流承运商后，如出现货物毁损，公司有义务协助经销商向物流公司索赔，因此，公司货物交付物流承运商后，货主的主体单位是经销商。 结论：货物交付物流承运商时，客户已拥有该商品的法定所有权。
公司已将该商品实物转移给客户，即客户已实物占有该商品	物流承运商的费用由经销商支付，公司将货物交付物流承运商后，无法单方面撤销物流运输，无法重新占有商品。 结论：货物交付物流承运商时，公司已将该商品实物转移给客户。
公司已将该商品所有权上的主要风险和报酬转移给客户，即客户已取得该商品所有权上的主要风险和报酬	公司与经销商系买断式销售。公司根据销售订单将货物交付给物流承运商后，即完成了合同约定的履约义务，货物相应风险和报酬转移给经销商，后续由经销商自行销售。 结论：货物交付物流承运商后，公司已将该商品所有权上的主要风险和报酬转移给客

《企业会计准则第 14 号——收入》 相关规定	分析及结论
	户。
客户已接受该商品或服务等	公司与经销商约定，货物交付物流承运商，公司收到物流托运单时，商品完成交付。 结论：货物交付物流承运商后，客户已接受该商品。

综上所述，经销模式下，公司在产品交付物流承运商后控制权转移时确认销售收入，符合《企业会计准则》相关规定。

（三）经销模式下售后、安装服务的提供方，公司与经销商之间是否为买断式销售

公司经销业务合同关于售后、安装服务的约定条款如下：“公司产品实行经销商有偿上门维修服务，公司已建立特约维修站的地区，经销商不再负责售后维修服务，由特约维修站全权负责。”通过经销商销售的产品，与其他销售模式相同，由公司对终端用户在合同保修期内提供产品质量保证相关的售后服务。

根据公司与经销商的约定，经销商负责自行安装。公司无安装的履约义务。

公司与经销商签订的年度经销框架合同，约定为买断销售，公司根据销售订单将货物交付给物流承运商后，即完成了合同约定的履约义务，货物相应风险和报酬转移给经销商，后续由经销商自行销售。

因此，公司与经销商之间为买断式销售。

（四）公司经销模式销售收入确认政策与同行业公司的比较情况

经销模式的收入确认政策与同行业公司对比如下：

公司简称	可比上市公司产品	收入确认方式描述
惠达卫浴	卫生洁具：包括卫生陶瓷、五金洁具、浴缸、浴房和浴室柜	国内经销模式收入确认方法：由于在国内经销模式下， 销售的商品交货地点为公司的仓库 ，商品在出库后相关的风险和收益已转移给了经销商，因此公司在库存商品发出后确认销售收入。国内经销模式收入确认时点和依据：在业务人员收到经销商的产品订单后，交由销售主管判定订单性质。一般情况下，销售部门依照客户订单规格和交货日期，对照库存中货物情况制定《发货单》。之后，物流部门确认《发货单》上的货物数量和发货日期无误后 安排发货。在产品装车完毕后 ，发货员请信息部于系统上确认装车信息并生成《销售出库单》。销售部门在收到《销售出库单》后，审核并交给财务部门备案。因公司与经销商之间的销售模式为买断式销售，产品一经出库，相关的风险和收益就已转移给了

公司简称	可比上市公司产品	收入确认方式描述
		经销商。因此，财务部门以《销售出库单》为依据，出库单上日期为时点，核对无误后确认收入。
麦格米特	智能家电电控产品	未披露经销模式的收入确认方式。 收入确认政策描述为： 境内销售（不需要安装调试的产品）：在客户确认收货后确认销售收入的实现。 同类业务采用不同经营模式涉及不同收入确认方式及计量方法的情况。
瑞尔特	智能坐便器及盖板	未披露经销模式的收入确认方式。 收入确认政策描述为： 国内销售除电子商务销售外在客户收货并取得相关签认凭证后确认收入，电子商务销售在向最终消费者发货并获得客户确认收货后，商品控制权转移给客户后确认收入。 同类业务采用不同经营模式涉及不同收入确认方式及计量方法的情况
箭牌家居	卫生陶瓷	经销模式收入确认方法：在经销模式下，销售的商品交货地点为公司的仓库，公司无需将产品配送至经销商指定地点，因此公司在库存商品发出后确认已将商品控制权转移给经销商并确认销售收入
公司	智能座便器	经销模式收入确认方法：产品交付物流承运商后控制权转移并确认销售收入。

由上表可见，公司经销收入确认方法与同行业可比公司惠达卫浴、箭牌家居相同，均是以在与客户约定的交货地点完成交付时确认收入。

在交货地点上，公司与惠达卫浴、箭牌家居不相同，公司的交货地点为物流承运商，惠达卫浴、箭牌家居的交货地点为工厂仓库，交货地点不相同的原因是公司的经销收入占比低于同行业可比公司，报告期内公司的经销收入分别为12.05%、11.14%、9.35%，惠达卫浴和箭牌家居的经销收入占比分别超过60%和超过80%，同时，公司2022年及2023年单个经销商的年平均销售金额分别为12.92万元、9.82万元，经销商销售规模较小，经销商单笔订单的发货数量较少，导致物流公司不安排上门，需要公司在商品出库后安排短途物流运送至物流公司的站点进行商品交付。

综上所述，公司经销收入确认方法与同行业可比公司不存在明显差异。公司经销模式下商品交付地点与同行业公司不同，交付时点较同行业公司延后，符合公司的经销收入占比较低、经销商销售规模较小、单笔订单的发货数量较少的业务实际情况，具有合理性。

四、补充披露公司线上平台销售业务流程，说明线上销售的收入数据如何获取、如何保证收入数据的真实准确，内部控制的关键环节及执行情况，相关

内控是否健全有效。

(一) 补充披露公司线上平台销售业务流程

报告期内，公司线上平台销售收入及占比情况具体如下：

业务模式	电商平台情况		销售金额（万元）		
	电商平台	网店名称	2024 年 1-7 月	2023 年	2022 年
直销	天猫	特洁尔旗舰店	33.54	67.39	31.03
直销	京东	特洁尔官方旗舰店	0.11	2.93	7.34
直销	抖音	特洁尔 Tejjor 官方旗舰店、Tejjor 特洁尔（本地团购）	13.76	0.07	0.11
合计			47.41	70.38	38.48
线上平台销售收入占营业收入的比例			0.44%	0.34%	0.19%

由上表可见，公司线上平台销售收入较小，占营业收入的比例较低。

公司已在公开转让说明书之“第二节 公司业务”之“六、商业模式”中补充披露如下：

对于以上电商平台，消费者在电商平台下达订单，公司根据电商平台订单发出商品，将产品交付给物流公司发货后，客户在电商平台上确认收货时公司确认收入。公司线上平台销售的收款方式为以公司名义开立支付宝账户，在客户在电商平台上确认收货时，通过支付宝账户完成收款。

(二) 说明线上销售的收入数据如何获取、如何保证收入数据的真实准确，内部控制的关键环节及执行情况，相关内控是否健全有效。

线上销售的收入数据完整地记载于电商平台的订单系统。

公司制定的相关内部控制程序为当客户在电商平台上确认收货时公司确认收入，具体的控制活动为：在平台的订单系统中，公司每日逐笔核对客户已确认收货的订单数量与销售出库单数量，核对已确认收货的订单金额与支付宝账户收款金额，核对无误后，公司按照已确认收货的每笔订单金额确认收入。

对于退货情况，虽然电商平台存在 7 天无理由退货条款，但是报告期内总体销售金额较低，分别为 38.48 万元、70.38 万元和 47.41 万元，同时，根据报告期

内实际发生退货的金额较小，分别为 1.44 万元、3.34 万元和 3.96 万元，对财务报表影响较小，因此实际发生退货时，公司于当期冲减损益。

综上所述，公司通过电商平台的订单系统获取完整的收入数据。公司线上销售的收入确认相关的内部控制设计合理，控制有效运行，确保收入数据的真实准确。

五、结合合同条款，说明公司关于退换货的相关机制，报告期发生退货金额占比与同行业公司是否存在重大差异及合理性；预估销售退回的会计处理方法，是否符合《企业会计准则》规定；说明公司是否存在收入跨期的情况。

（一）结合合同条款，说明公司关于退换货的相关机制，报告期发生退货金额占比与同行业公司是否存在重大差异及合理性

1、结合合同条款，说明公司关于退换货的相关机制

公司的销售模式分为 ODM、直销、经销，各模式主要客户的销售合同关于退换货或者售后的合同约定如下：

销售模式	主要客户名称	退换货/售后条款
ODM	惠达卫浴股份有限公司	公司生产的产品标准的技术参数及产品说明书承诺内容应达到惠达确认的样品标准和国家强制标准，否则无条件免费更换或退货，并赔偿由此带来的损失；在产品保修期内若产品出现质量问题，经公司确认后，产品退回工厂调换，运费由公司承担。
ODM	尚高卫浴	质保期内，非人为原因的产品质量问题，由公司免费提供配件。
ODM	湖南希箭智能家居有限公司	在质保期内，用户明确投诉产品质量问题，公司需提供解决方案，并配合解决问题（如零件/机盖/整机等需要更换），期间所产生的物流费用和快递费用，由公司承担。
直销	上海苡宁实业有限公司	产品售后由公司负责，保修期内非人为原因免费维修。
直销	上海凰宁贸易有限公司	产品售后服务由甲方负责，非人为原因免费保修 5 年，保修期按产品发货日期追溯
经销	福建远平科技有限公司	公司产品实行经销商有偿上门维修服务，公司已建立特约维修站的地区，经销商不再负责售后维修服务，由特约维修站全权负责。
经销	临沂市乐而华商贸有限公司	
经销	林小影（浙江龙港）	

由上表可见，根据销售合同约定，公司向多数客户销售的产品在不存在质量问题的情况下，客户无权要求退货。实际操作中，如个别产品存在质量瑕疵，公

司与客户一般通过协商换货解决。

2、报告期发生退货金额占比与同行业公司是否存在重大差异及合理性

报告期内，公司退货的产品销售金额分别为 308.48 万元、197.58 万元和 190.81 万元，占各期营业收入的比分别为 1.55%、0.95%和 1.79%。报告期内，公司退货金额占比较低，对公司经营不存在重大影响。

同行业公司退货金额占比情况如下：

公司名称	信息来源	销售退回情况
惠达卫浴	招股说明书	2014 年至 2016 年，惠达卫浴的经销商产品实际发生的退货占经销商总收入的比例分别为 0.08%、0.12%和 0.14%，占比较低。惠达卫浴 2014 年至 2016 年经销收入占营业收入比例为 80.45%、81.60%和 80.30%
麦格米特	问询函回复	2016 年度至 2019 年 1-6 月，公司报告期退换产品金额分别为 375.61 万元、699.82 万元、811.04 万元和 650.68 万元，占各期营业收入的比分别为 0.64%、0.97%、0.90%和 1.22%。
瑞尔特	/	无法从公开渠道获取
箭牌家居	/	无法从公开渠道获取
公司	公转书	2022 年度至 2024 年 1-7 月，公司退货的产品销售金额分别为 308.48 万元、197.58 万元和 190.81 万元，占各期营业收入的比分别为 1.55%、0.95%和 1.79%。

由上表可见，公司与同行业可比上市公司的退货金额占比均较小，公司与同行业可比公司不存在重大差异。

综上，报告期内，公司退货金额占比较低，对公司经营不存在重大影响，公司退货金额占比与同行业可比公司情况不存在重大差异，具有合理性。

（二）预估销售退回的会计处理方法，是否符合《企业会计准则》规定；说明公司是否存在收入跨期的情况

根据合同约定的售后条款以及实际发生的退货金额及比例，公司退货率较低且在实际操作中个别产品存在质量瑕疵时公司与客户一般通过协商换货解决，故未对退货计提预计负债。经查阅，同行业可比公司均未对退货计提预计负债，公司的处理方式与同行业可比公司不存在差异。

报告期内发生退货冲减收入的时间，与原收入确认的时间，在同一会计年度内，具体情况如下：

期间	客户	产品	冲回原因	收入冲减金额	原确认收入时间
2024年1-7月	上海苡宁实业有限公司	智能坐便器一体机	退货	-101.51	2024年1-7月
2024年1-7月	开平金牌洁具有限公司	智能盖板	退货	-67.19	2024年1-7月
2023年	广东浪鲸智能卫浴有限公司	智能坐便器一体机	退货	-108.88	2023年
2022年	广州市欧派卫浴有限公司	智能坐便器一体机	退货	-50.62	2022年
2022年	摩恩（上海）厨卫有限公司	智能坐便器一体机	退货	-225.44	2022年
合计				-553.64	

注：表中列示的为金额超过50万元退货冲回情况

由上表可见，报告期内发生退货冲减收入的时间，与原收入确认的时间，均在同一会计年度内，不存在跨期确认收入的情况。

综上所述，根据合同约定的售后条款以及实际发生的退货金额及比例，公司退货率较低且在实际操作中个别产品存在质量瑕疵时公司与客户一般通过协商换货解决，故未对退货计提预计负债。经查阅，公司的退换货机制、报告期发生退货金额占比、预估销售退回的会计处理方法均与同行业可比公司不存在重大差异。公司不存在收入跨期的情况。

六、公司是否存在通过第三方回款的情况，如存在，说明涉及客户名称、回款金额、原因、必要性及商业合理性，回款对象与公司是否有关联关系，是否有委托付款协议；是否存在同一付款对象为不同客户付款的情况，相关销售是否真实。

报告期内公司存在第三方回款的情况，第三方回款的金额以及占营业收入的比例如下：

单位：万元

项目	2024年1-7月		2023年		2022年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
第三方回款	2.53	0.02%	16.93	0.08%	0.13	0.00%

上述第三方回款产生的原因系部分客户基于公司财务安排，由其实际控制人、员工或其控制的其他主体代为支付，具有真实的业务背景和商业合理性，金额及占比较小。

其中第三方回款金额单笔大于 5 万元以上的情况如下表所示：

客户名称	江苏乐客乐建筑装饰工程有限公司	重庆国特酒店管理有限公司
回款金额（万元）	7.40	6.28
年度	2023 年	2023 年
原因、必要性及商业合理性	客户财务安排，由实际控制人、员工代为支付	客户财务安排，由实际控制人、员工代为支付
回款对象与公司是否有关联关系	是	是
是否有委托付款协议	否	否
是否存在同一付款对象为不同客户付款的情况	否	否
相关销售是否真实	是	是

综上所述，公司第三方回款金额较小，具有真实的交易背景和商业合理性。

七、请主办券商及会计师：（1）对上述问题进行核查并发表明确意见，并结合公司业务，说明收入确认方法是否合理谨慎，是否符合《企业会计准则》规定，对报告期销售收入的真实性、准确性、完整性发表明确意见；（2）按照《挂牌审核业务规则适用指引第 1 号》中关于境外销售、经销模式的要求补充核查并发表明确意见。

（一）核查程序

针对上述事项，主办券商和会计师执行了以下核查程序：

1、取得并查阅公司的销售明细表，了解公司不同销售模式下主要客户情况以及毛利率差异情况，了解公司境外销售涉及的主要客户、对应的国家和地区情况；

2、访谈公司管理层，了解报告期内公司各种销售模式下主要客户的毛利率差异原因、了解不同产品境外单价和毛利率的差异；

3、关于境外销售执行了以下核查程序：

（1）取得并查阅公司的销售明细表，了解公司境外销售涉及的主要客户、对应的国家和地区情况；

(2) 访谈公司管理层，了解不同产品境外单价和毛利率的差异原因；

(3) 访谈公司管理层，了解报告期内公司境外销售业务开展情况、境外销售业务模式、结算方法和结换汇等业务情况，了解公司境外销售业务的发展趋势；

(4) 访谈公司财务负责人，了解境外销售的收入确认政策、结算方式等；

(5) 核查境外销售的收入确认相关支持性文件，包括销售合同、发票、出库单、报关单、提单等原始单据，核对信息是否一致；

(6) 获取公司应收账款明细表，查验境外销售应收账款的期后回款情况，对应收账款期后回款单据进行核查；

(7) 获取海关电子口岸的报关数据，核查海关报关数据与公司账面外销收入数据是否匹配；获取增值税纳税申报表、免抵退税申报汇总表，核查出口退税申报数据与公司账面外销收入数据是否匹配；获取账面海运保费数据，核查账面海运保费与公司账面外销收入数据是否匹配；

(8) 获取并查阅公司境外销售所必需的资质、许可，了解境外销售业务的合规经营情况；

(9) 获取并查阅公司报告期内营业外支出明细，核查是否存在因行政处罚等原因所产生的需要向境外地区支付的营业外支出；

(10) 通过网络核查，核查公司境外销售领域是否存在处罚或者立案调查的情形。

4、关于经销模式执行了以下核查程序：

(1) 对公司管理层进行访谈，了解公司的销售模式、经销业务流程、行业惯例、公司的经销商选取标准、经销商管理模式以及相关的内控管理制度；

(2) 取得并查阅公司的销售明细表，检查经销商客户是否存在个人等非法入实体，检查经销商的新增与退出情况；

(3) 获取并检查经销商协议，检查主要合同条款，包括：产品风险报酬转移时点、运费承担方式、定价政策、折扣政策、结算政策、退换货政策等条款；

(4) 对各期主要经销商客户进行抽样，执行走访或访谈程序，了解公司与

经销商的合作历史、资信能力，了解公司对经销商是否存在依赖，核查部分经销商的销售情况，核查公司与经销商是否存在关联关系；

（5）核查经销模式的收入确认相关支持性文件，包括销售合同、发票、出库单、物流托运单等原始单据，核对信息是否一致；核查经销收入的收款明细和资金流水，检查是否存在大量现金和第三方回款情形；

（6）查询同行业可比公司的招股说明书、年度报告等公开披露文件，对比公司经销收入确认方法、信用政策与同行业可比公司是否存在差异；

（7）获取公司报告期各期的退货明细并检查退货的原因、退货发生的时间，检查经销商退换货情况；

（8）对经销商各期应收账款余额及交易额进行函证，函证情况详见本问询函回复之“问题 1、关于经营业绩”之“三、（一）核查程序”的相关内容。

5、获取电商平台的销售收入数据，了解不同电商平台的收入确认和退货政策，了解公司与第三方支付平台的合作情况；

6、获取公司报告期各期的退货明细并检查退货的原因、退货发生的时间；检查退换货的会计处理是否正确；

7、对报告期内主要客户执行内控测试及细节测试，核对销售合同、出库单、物流托运单、签收单、发票及报关单、提单、收款单等，核查公司收入确认的真实性、准确性；核查公司销售各节点内控是否执行有效，财务处理是否准确；

8、取得报告期内的客户第三方回款统计表，检查统计记录明细的完整性，将收款金额与同期收款金额进行比对；

9、访谈公司管理层，结合公司自身经营模式的特征，分析第三方回款的原因、必要性及商业合理性。

（二）核查结论

经核查，主办券商和会计师认为：

1、公司不同销售模式下的主要客户间的毛利率存在一定的差异，主要受到渠道不同、产品型号不同以及市场竞争策略等因素影响，具备合理性；

2、公司境内、境外销售在毛利率、产品种类、定价、信用政策方面存在一定差异，主要是因为市场竞争程度以及市场消费水平不同所致，具备合理性；公司各期境外销售数据与海关报关数据、运保费、出口退税相匹配，差异具备合理性；期末境外销售应收账款期后回款正常；公司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；境外销售业务发展趋势对公司持续经营能力不构成重大不利影响；

3、经销模式下，公司在产品交付物流承运商后控制权转移时确认收入的方式系根据合同条款约定确定，具备合理性，符合《企业会计准则》相关规定；经销模式下，公司对终端用户在合同保修期内提供产品质量保证相关的售后服务，无需提供安装服务，公司与经销商之间系买断式销售，收入确认时点合理、准确；

4、经销商模式下收入确认原则符合《企业会计准则》的规定；根据已核查样本情况，销售给经销商的产品已实现终端客户销售；经销商回款不存在大量现金或第三方回款；

5、主要经销商的主体资格及资信能力良好，与公司不存在实质或潜在关联方关系；公司对经销商的信用政策具备合理性；报告期内，公司经销收入占比较低，经销商较为分散，对经销商不存在依赖；不存在主要经销商为公司员工或前员工的情形；报告期内，主要经销商不存在较多新增与退出情况；公司对经销商的内控制度健全并有效执行；

6、公司通过电商平台的订单系统获取完整的收入数据。公司线上销售的收入确认相关的内部控制设计合理，控制有效运行，确保收入数据的真实准确；

7、公司的退换货机制、报告期发生退货金额占比、预估销售退回的会计处理方法均与同行业可比公司不存在重大差异；公司不存在收入跨期的情况；

8、报告期内，公司第三方回款金额较小，回款对象与公司不存在关联关系，无委托付款协议，不存在同一付款对象为不同客户付款的情况，相关销售具有真实的交易背景和商业合理性；

9、公司在销售所涉国家和地区已依法取得从事相关业务所必需的资质、许可；

10、报告期内不存在被相关国家和地区处罚或者立案调查的情形。

问题 3、关于采购与存货

根据申报文件，（1）报告期内，公司前五大供应商中，潮州市航牌厨卫科技有限公司实缴资本为 0。（2）公司主营业务成本由直接材料、直接人工、制造费用等构成，报告期各期直接材料成本占比分别为 82.39%、82.22%和 82.47%。（3）报告期各期末，公司存货余额分别为 3,183.47 万元、3,966.23 万元、3,680.43 万元，主要由原材料、库存商品、在产品构成。

请公司：（1）结合潮州市航牌厨卫科技有限公司的成立时间、实缴资本、参保人数、与公司合作历史、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，经营规模与公司交易金额是否匹配；是否存在前员工设立、主要为公司提供产品或服务的供应商，是否与公司存在关联关系或其他异常资金往来。（2）说明公司报告期内营业成本构成与同行业可比公司是否存在显著差异及合理性，直接材料成本与原材料价格变动是否匹配。（3）结合合同签订情况、备货、发货和验收周期、订单完成周期等，说明存货余额及构成情况是否与公司订单、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及原因。（4）补充披露各类存货库龄情况及期后结转情况，说明存货库龄结构、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；是否存在长库龄存货滞销的情形。（5）报告期各期末对各存货项目进行盘点的情况，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。

请主办券商和会计师对上述事项进行核查并发表明确意见，说明对供应商的核查方法、范围、证据、结论，并对采购的真实性、成本核算的准确性发表明确意见；说明存货监盘情况及函证情况等，包括但不限于核查范围、核查比例、核查结论等，并对存货真实性、计价准确性及跌价准备计提的充分性发表明确意见。

【公司回复】

一、结合潮州市航牌厨卫科技有限公司的成立时间、实缴资本、参保人数、与公司合作历史、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，经营规模与公司交易金额是否匹配；是否存在前员工设立、主要为公司提供产品或服务的供应商，是否与公司存在关联关系或其他异常资金往来。

（一）潮州市航牌厨卫科技有限公司的成立时间、实缴资本、参保人数、与公司合作历史、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，经营规模与公司交易金额是否匹配

项目	相关说明
成立时间	2021 年 11 月 9 日
实缴资本	-
参保人数	52 人左右
与公司合作历史	2021 年潮州市航牌厨卫科技有限公司（以下简称“航牌厨卫”）通过朋友介绍拜访特洁尔，经质量验证、试生产后特洁尔综合考虑质量、价格等因素，采购航牌厨卫的马桶陶瓷体，后续合作良好，逐步增加采购
实际控制人	杨树浩，除航牌厨卫外杨树浩还控制广东科尼奥卫浴实业有限公司、广东航牌卫浴科技有限公司、潮州市航牌厨卫科技有限公司、佛山市航牌智能科技有限公司等企业
主要股东	杨树浩持股 50.00%、陈世俊持股 30%、陈文举持股 20%
经营规模	2022 年收入约 7000 万元、2023 年收入约 9000 万元、2024 年 1-7 月收入约 5000 万元，客户包含喜尔康等企业
特洁尔与潮州航牌交易金额	2022 年 200.42 万元、2023 年 663.87 万元、2024 年 1-7 月 380.11 万元
员工情况	员工约 380 人左右
经营资质	高新技术企业、科技型中小企业等

注：与潮州航牌交易金额含广东航牌卫浴科技有限公司，广东航牌与潮州航牌系同一控制下企业

潮州航牌员工人数约 380 人，2022 年收入约 7000 万元、2023 年收入约 9000 万元、2024 年 1-7 月收入约 5000 万元，经营良好。报告期内，特洁尔与航牌厨卫交易金额分别为 200.42 万元、663.87 万元和 380.11 万元，潮州航牌经营规模

与公司交易金额匹配。2021 年通过朋友介绍拜访特洁尔，经质量验证、试生产后特洁尔综合考虑质量、价格等因素，采购潮州航牌的马桶陶瓷体，公司与其开展合作具有商业合理性。

（二）是否存在前员工设立、主要为公司提供产品或服务的供应商，是否与公司存在关联关系或其他异常资金往来

公司不存在前员工设立、主要为公司提供产品或服务的供应商，不存在与公司存在关联关系或其他异常资金往来。

综上所述，公司与潮州航牌开展合作具备商业合理性，潮州航牌经营规模与公司交易金额匹配，不存在前员工设立、主要为公司提供产品或服务的供应商，不存在与公司存在关联关系或其他异常资金往来。

二、说明公司报告期内营业成本构成与同行业可比公司是否存在显著差异及合理性，直接材料成本与原材料价格变动是否匹配

（一）报告期内营业成本构成与同行业可比公司是否存在显著差异及合理性

1、营业成本构成情况

报告期内，公司营业成本按主营业务和其他业务分类的构成情况如下：

单位：万元

项目	2024年1-7月		2023年度		2022年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
主营业务成本	7,814.74	99.74%	14,063.13	99.54%	13,603.31	99.57%
其他业务成本	20.51	0.26%	64.53	0.46%	58.07	0.43%
合计	7,835.25	100.00%	14,127.67	100.00%	13,661.39	100.00%

报告期各期，主营业务成本占营业成本的比重分别为 99.57%、99.54%和 99.74%。

公司主营业务成本占营业成本的比重较高。公司主营业务成本按成本性质分类的构成情况如下：

单位：万元

项目	2024年1-7月		2023年度		2022年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
直接材料	6,461.51	82.68%	11,616.17	82.60%	11,255.53	82.74%
直接人工	405.86	5.19%	817.89	5.82%	740.21	5.44%
制造费用	795.42	10.18%	1,421.78	10.11%	1,365.96	10.04%
运费	151.95	1.94%	207.29	1.47%	241.62	1.78%
合计	7,814.74	100.00%	14,063.13	100.00%	13,603.31	100.00%

公司的主营业务成本中直接材料成本占比分别为 82.74%、82.60%和 82.68%，直接材料成本占比较高。

2、营业成本构成与同行业可比公司是否存在显著差异及合理性

2022 年度和 2023 年度，公司与同行业可比公司主营业务成本中料工费比例构成的对比情况如下：

期间	可比公司	直接材料占比	直接人工占比	制造费用占比	合计
2023 年度	惠达卫浴	39.36%	37.76%	22.88%	100.00%
	麦格米特	85.72%	2.76%	11.52%	100.00%
	瑞尔特	未披露	未披露	未披露	未披露
	特洁尔	83.84%	5.90%	10.26%	100.00%
2022 年度	惠达卫浴	41.85%	37.45%	20.70%	100.00%
	麦格米特	85.82%	1.86%	12.32%	100.00%
	瑞尔特	未披露	未披露	未披露	未披露
	特洁尔	84.24%	5.54%	10.22%	100.00%

注 1：上述可比公司数据取自其年度报告。可比公司未披露运费占比，且公司运费占主营业务成本的比例较小，故此处对比不考虑运费；
注 2：2024 年尚未有可比公司披露营业成本的料工费比例，故未列示；
注 3：瑞尔特年度报告中不披露营业成本料工费构成情况；
注 4：惠达卫浴的数据取自年度报告披露中卫浴相关的产品类型为“卫生陶瓷”的部分，并剔除其“外部采购成本”（根据其年报披露，“外部采购成本”为其直接对外采购成品的成本，为真实还原其生产产品的料工费比例，将其剔除）；
注 5：麦格米特数据为年度报告披露中产品类型为包含本公司产品的相关类别“智能家电电控产品”的部分。

如上表所示，麦格米特主营业务成本的料工费构成与公司接近，其“智能家电电控产品”包括智能家用空调变频驱控系统，商用暖通空调驱控系统，空气源热泵驱控系统，热泵型洗干一体机驱控系统，及各类家电控制器，智能卫浴整机及组件系统等消费类产品。可见，上述品类产品均为电器电机类产品，故其直接

材料占比与公司基本相似，在85%左右。根据其2017年的招股说明书披露信息，其2016年智能卫浴整机的料工费占比分别为87.89%、5.13%和6.98%，与公司料工费构成基本可比。

公司的营业成本构成与惠达卫浴差异较大，系因为生产的产品类型存在较大差异，具体如下：

惠达卫浴生产卫生陶瓷，应用于智能卫浴、坐便器、小便器、洗盆等，根据其2023年度报告披露显示，其生产主要原材料为泥原料和釉原料；公司生产智能坐便器一体机和盖板，主要原材料为卫生陶瓷、塑料件以及电子元件。公司与惠达卫浴的生产产品类型和原材料均不相同，因此主营业务成本的构成差异较大。

综上，公司的营业成本构成与产品类型相同的同行业可比公司不存在显著差异，具有合理性。

（二）直接材料成本与原材料价格变动是否匹配

报告期内，公司各类产品的直接材料成本如下：

单位：万元

产品类型	2024年1-7月		2023年度		2022年度	
	直接材料成本金额	占比	直接材料成本金额	占比	直接材料成本金额	占比
一体机	4,773.61	73.88%	9,572.01	82.40%	8,166.69	72.56%
智能盖板	1,270.76	19.67%	1,640.02	14.12%	2,825.00	25.10%
零配件及其他	417.14	6.46%	404.14	3.48%	263.83	2.34%
合计	6,461.51	100.00%	11,616.17	100.00%	11,255.53	100.00%

报告期内，公司主要产品为一体机和智能盖板，其直接材料成本占全部直接材料成本的比例分别为97.66%、96.52%和93.54%，占比较高。一体机和智能盖板的主要原材料种类存在差异。因此，以下分别对一体机和智能盖板进行分析。

1、一体机的直接材料成本与其原材料价格变动的匹配性

一体机产品的直接材料成本变动情况如下：

一体机	2024年1-7月	2023年度	2022年度
直接材料（万元）	4,773.61	9,572.01	8,166.69

一体机	2024年1-7月	2023年度	2022年度
产品销量（万件）	7.70	14.79	11.22
单位直接材料（元/件）	620.03	647.25	727.67
单位直接材料变动率	-4.21%	-11.05%	-

报告期内，公司一体机单位直接材料分别为727.67元/件、647.25元/件和620.03元/件，呈逐年下降的趋势。

一体机的主要原材料为陶瓷件，一体机的直接材料成本与其原材料价格变动匹配如下：

原材料品种	2024年1-7月	2023年度	2022年度
一体机单位直接材料（元/件）	620.03	647.25	727.67
单位直接材料变动率	-4.21%	-11.05%	
陶瓷件价格（元/件）	251.87	256.49	281.60
价格变动率	-1.80%	-8.92%	

如上表所示，报告期内，公司一体机的单位直接材料与其原材料的采购价格的变动趋势匹配。

2、智能盖板直接材料成本与原材料价格变动的匹配

智能盖板产品的直接材料成本变动情况如下：

智能盖板	2024 年 1-7 月	2023 年度	2022 年度
直接材料（万元）	1,270.76	1,640.02	2,825.00
产品销量（万件）	2.92	3.61	6.56
单位直接材料（元/件）	435.21	454.05	430.55
单位直接材料变动率	-4.15%	5.46%	

报告期内，公司智能盖板的单位直接材料成本分别为430.55元/件、454.05元/件和435.21元/件，呈先升后降的趋势。2023年智能盖板的直接材料成本上升，系2023年材料成本较高的高配型号智能盖板销售占比上升导致的产品结构变动所致。

智能盖板按功能可以分为高配和中低配的型号，其中：A型号为高配产品，B型号、C型号、D型号、F型号等其他型号为中低配产品，按型号拆分的直接材

料成本具体变动情况如下：

单位：元/件

产 品 级 别	产 品 型 号	2024 年 1-7 月			2023 年			2022 年	
		收入占 比	单位 材料 成本	变动比 例	收入占比	单位 材料 成本	变动比 例	收入占 比	单位 材料 成本
高配	A 型 号	18.62%	642.72	7.63%	27.52%	597.19	-13.23%	8.49%	688.27
中低配	B、 C、 D、F 等型 号	81.38%	392.16	-3.72%	72.48%	407.32	-0.60%	91.51%	409.76
合计		100.00%	435.21	-4.15%	100.00%	454.05	5.46%	100.00%	430.55

如上表所示，公司销售的智能盖板产品主要为中低配型号，报告期内中低配型号的销售占比分别为91.51%、72.48%和81.38%，中低配级别的产品单位直接材料呈逐年下降的趋势。而高配的A型号产品因销售规模相对较小，平均直接材料受客户结构、具体产品结构变动影响较大。

智能盖板的原材料构成种类繁多，其中主要的组成部件为机芯装置和上盖装置，占智能盖板直接材料比重分别约 60%和 20%，合计占比约 80%。

机芯装置的主要原材料构成为清洗器、电源主控板、烘干电机、陶瓷加热管、电磁减压阀和增压泵等；上盖装置的主要原材料构成为上盖、坐盖、坐圈和铝箔加热器等。上述原材料采购价格在报告期内的变动情况如下：

单位：元/件

主要 部件	原材料品种	2024 年 1-7 月		2023 年度		2022 年度
		单价	变动比例	单价	变动比例	单价
机芯 装置	清洗器	21.87	-11.40%	24.68	12.87%	21.86
	电源主控板	2.34	-28.22%	3.26	-24.70%	4.33
	烘干电机	12.2	1.80%	11.99	0.39%	11.94
	陶瓷加热管	18.38	-4.19%	19.18	-4.10%	20
	电磁减压阀	15.29	-2.32%	15.66	-1.84%	15.95
上盖 装置	上盖	12.12	-4.48%	12.69	-3.26%	13.12
	坐盖	21.89	-1.32%	22.18	-2.76%	22.81

主要部件	原材料品种	2024 年 1-7 月		2023 年度		2022 年度
		单价	变动比例	单价	变动比例	单价
	坐圈	13.18	-3.08%	13.6	-2.25%	13.91
	铝箔加热器	12.57	4.87%	11.99	5.78%	11.34

如上表所示，除清洗器、烘干电机和铝箔加热器等个别品种的原材料外，报告期内智能盖板主要原材料采购价格基本呈逐年下降的趋势，公司智能盖板的主要型号产品的直接材料成本与其原材料价格的变动趋势匹配。

综上，公司的直接材料成本与原材料价格变动匹配。

三、结合合同签订情况、备货、发货和验收周期、订单完成周期等，说明存货余额及构成情况是否与公司订单、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及原因。

（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，说明公司存货余额分类及结构情况是否与公司订单、业务规模相匹配

报告期各期末，公司存货余额分类及结构情况如下：

单位：万元

分类	2024年7月末		2023年末		2022年末	
	账面余额	占比	账面余额	占比	账面余额	占比
原材料	1,660.43	45.11%	1,454.32	36.67%	1,716.13	53.91%
库存商品	1,071.36	29.11%	1,353.96	34.14%	837.20	26.30%
委托加工物资	71.55	1.94%	102.55	2.59%	146.95	4.62%
发出商品	251.26	6.83%	158.80	4.00%	143.67	4.51%
在产品	625.84	17.00%	896.59	22.61%	339.52	10.67%
合计	3,680.43	100.00%	3,966.23	100.00%	3,183.47	100.00%

报告期各期末，公司存货余额分别为3,183.47万元、3,966.23万元及3,680.43万元，呈现先上升后下降的趋势。报告期内存货结构较稳定，公司的存货余额主要由原材料、库存商品和在产品构成，这三类存货合计占存货余额的比例分别为90.87%、93.41%及91.23%。

公司的存货余额分类及结构与公司订单、业务规模匹配，与合同签订情况、备货、发货和验收周期、订单完成周期相关，具体如下：

1) 原材料

公司的主要原材料为陶瓷件、塑料件和电子元件。公司原材料余额及占比较高，系因为：

①原材料种类繁多

由于不同客户的订单需求不同，公司产品的型号种类较多，因此原材料种类近3000种，种类较多；

②原材料备货较多

电子元件的市场价格波动较大，公司日常会在低价周期内增加采购量进行备货，例如IC芯片、集成电路板等，加之原材料品种较多，因此公司原材料余额及占比较大。

2) 库存商品

公司 ODM 模式的销售占比最高，公司与 ODM 客户约定从合同签订至订单交付的订单完成周期一般为 20-35 天，公司的库存商品规模与订单的交货周期匹配。

公司库存商品余额与主营业务成本匹配情况如下：

单位：万元

项目	2024 年 7 月末	2023 年末	2022 年末
库存商品余额①	1,071.36	1,353.96	837.20
报告期主营业务成本/报告期月份数②	1,116.39	1,171.93	1,133.61
匹配系数=②/①	104.20%	86.56%	135.40%

公司的库存商品规模与订单的交货周期匹配，波动是因为年底备货节奏不一样所导致的。

3) 在产品

公司产品的生产流程为先使用原材料生产组件半成品，然后使用装配生产线将组件半成品生产为产品。公司全工序生产流程的时间周期较短，在产品余额主要系由组件半成品构成。根据公司生产线的数量配备和订单排产计划，在产品的

实际周转天数一般在半个月左右。

4) 发出商品

公司境内销售区域主要为华东、华南以及华北，交通便利，境外销售主要为 FOB 模式，因此，公司的发货及客户验收周期较短。公司的发出商品余额及占比均较小，与发货及客户验收周期情况匹配。

报告期各期末，公司存货余额与业务规模的匹配关系如下：

项目	2024 年 1-7 月	2023 年度	2022 年度
营业收入（万元）	10,665.69	20,712.73	19,838.79
营业成本（万元）	7,835.25	14,127.67	13,661.39
存货余额（万元）	3,680.43	3,966.23	3,183.47
存货余额占营业收入比例 ^{【注】}	20.13%	19.15%	16.05%
存货余额占营业成本比例 ^{【注】}	27.40%	28.07%	23.30%
存货周转率 ^{【注】}	3.51	3.95	3.92
存货周转天数	102.47	91.09	91.85

注：表中2024年1-7月的存货余额占比、存货周转率的计算经过简单年化处理。如下：

存货余额占营业收入（成本）比例=存货余额/（营业收入（成本）/7*12）

存货周转率=营业成本/7*12/平均存货余额

由上表可见，报告期各期末，公司存货余额占营业收入的比例分别为 16.05%、19.15%和 20.13%，存货占比呈现小幅度上升趋势，系为控制原材料成本，公司增加采购备货所致。报告期各期的存货周转率保持稳定，存货余额与公司业务规模相匹配。

综上所述，公司存货余额分类及结构情况与公司订单、业务规模相匹配，符合公司合同签订、备货、发货和验收周期、订单完成周期的业务情况。

（二）公司存货余额结构与同行业可比公司相比是否存在较大差异及原因

公司的存货余额结构与同行业可比公司比较情况如下：

存货类型	同行业公司	2024 年 7 月 末	2023 年 末	2022 年 末	对应披露明细
原材料及在产品类	惠达卫浴	42.64%	45.70%	46.85%	原材料、委托加工物资、自制半成品
	麦格米特	64.19%	66.21%	67.67%	原材料、委托加工物资、在产品

存货类型	同行业公司	2024年7月末	2023年末	2022年末	对应披露明细
					品
	瑞尔特	44.81%	44.51%	55.33%	原材料、周转材料、自制半成品、在产品
	平均值	50.55%	52.14%	56.62%	
	本公司	64.06%	61.86%	69.19%	原材料、委托加工物资、在产品
成品类	惠达卫浴	57.36%	54.30%	53.15%	库存商品、发出商品、合同履约成本
	麦格米特	35.81%	33.79%	32.33%	库存商品、发出商品、合同履约成本
	瑞尔特	55.19%	55.49%	44.67%	库存商品、发出商品
	平均值	52.31%	47.86%	43.38%	
	本公司	35.94%	38.14%	30.81%	库存商品、发出商品

注 1：同行业可比公司数据来源于其定期报告披露数据计算，为 2024 年 6 月数据，其中 24 年数据取自各公司中期报告。

注 2：存货结构比例按照存货余额计算；

注 3：由于业务类型存在一定差异，同行业可比公司在存货的分类口径上存在差异，部分可比公司未设置在产品存货，部分可比公司单独设置合同履约成本，但未披露核算内容。整体而言，基本可以按照存货完工形态为标准，将存货中尚处于材料或在制状态的部分归为“原材料及在产品类”，将存货中已完成制造环节并处于实施或待实施状态的部分归为“成品类”

由上表可见，公司的存货结构与同行业可比公司麦格米特较为接近，系因为公司的产品结构和原材料类型与麦格米特相似度较高，麦格米特的产品类型包括智能卫浴整机及组件系统在内的智能家电电控产品，公司的主要产品为智能坐便器和智能盖板，同属于电器电机类产品。电子元器件是公司与麦格米特共同的主要原材料，其受市场行情波动影响较大，生产厂商一般会在价格低位对原材料进行备货，因此公司的原材料占比较高，与麦格米特的情况相同。

公司的存货结构与惠达卫浴和瑞尔特存在差异，具体如下：

惠达卫浴：惠达卫浴的主要产品为卫生陶瓷，其原材料主要系泥原料、釉原料及金属原料，原材料的价格相对较低，因此惠达卫浴的原材料及在产品余额的占比小于公司；惠达卫浴产成品余额的占比较高，系因为其下游客户的主要行业为房地产行业，对安全库存和备货规模的要求较高，公司的主要客户为卫浴行业的 ODM 厂商，公司的客户类型与惠达卫浴不同。

瑞尔特：瑞尔特主要从事卫浴组件代工业务，智能坐便器非其主要产品，其主要原材料为工程塑料、五金件等，相对单位价值较低。

四、补充披露各类存货库龄情况及期后结转情况，说明存货库龄结构、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；是否存在长库龄存货滞销的情形。

（一）各类存货库龄情况及期后结转情况

公司已在公开转让说明书之“第四节公司财务”之“七、资产质量分析”之“9、存货”中补充披露如下：

公司各类存货库龄情况及期后结转情况如下：

单位：万元

项目	库龄	2024 年 7 月末		2023 年末		2022 年末	
		余额	占比	余额	占比	余额	占比
原材料	1 年以内	1,474.58	88.81%	1,307.13	89.88%	1,538.02	89.62%
	1 年以上	185.84	11.19%	147.20	10.12%	178.11	10.38%
	小计	1,660.43	100.00%	1,454.32	100.00%	1,716.13	100.00%
	期后结转金额	1,300.08		1,307.13		1,616.43	
	期后结转比例	78.30%		89.88%		94.19%	
库存商品	1 年以内	953.48	89.00%	1,269.65	93.77%	774.83	92.55%
	1 年以上	117.89	11.00%	84.31	6.23%	62.37	7.45%
	小计	1,071.36	100.00%	1,353.96	100.00%	837.20	100.00%
	期后结转金额	932.32		1,267.99		796.61	
	期后结转比例	87.02%		93.65%		95.15%	
委托加工物资	1 年以内	41.51	58.02%	70.91	69.15%	126.89	86.35%
	1 年以上	30.04	41.98%	31.64	30.85%	20.06	13.65%
	小计	71.55	100.00%	102.55	100.00%	146.95	100.00%
	期后结转金额	48.21		91.15		129.49	
	期后结转比例	67.38%		88.89%		88.11%	

项目	库龄	2024 年 7 月末		2023 年末		2022 年末	
		余额	占比	余额	占比	余额	占比
	比例						
发出商品	1 年以内	242.02	96.32%	150.63	94.85%	138.08	96.11%
	1 年以上	9.24	3.68%	8.18	5.15%	5.59	3.89%
	小计	251.26	100.00%	158.80	100.00%	143.67	100.00%
	期后结转金额	228.79		149.76		135.50	
	期后结转比例	91.06%		94.30%		94.31%	
在产品	1 年以内	592.61	94.69%	867.06	96.71%	322.38	94.95%
	1 年以上	33.22	5.31%	29.52	3.29%	17.14	5.05%
	小计	625.84	100.00%	896.59	100.00%	339.52	100.00%
	期后结转金额	515.52		856.14		326.59	
	期后结转比例	82.37%		95.49%		96.19%	
合计	1 年以内	3,304.20	89.78%	3,665.38	92.41%	2,900.21	91.10%
	1 年以上	376.23	10.22%	300.85	7.59%	283.27	8.90%
	小计	3,680.43	100.00%	3,966.23	100.00%	3,183.47	100.00%
	期后结转金额	3,024.94		3,672.17		3,004.62	
	期后结转比例	82.19%		92.59%		94.38%	

注：期后结转金额为截止 2024 年 11 月 30 日的成本结转金额。

报告期各期末，公司一年以内库存的存货余额分别为 2,900.21 万元、3,665.38 万元及 3,304.20 万元，占各期末存货账面余额的比例分别为 94.38%、92.59%及 82.19%，存货库龄结构良好。

公司报告期各期末存货的期后结转金额比例分别为 94.38%、92.59%及 82.19%，存货期后结转的比例较高。

（二）存货库龄结构与同行业可比公司是否存在差异，是否存在长库龄存货滞销的情况

同行业可比公司均未披露存货库龄结构，无法对比差异情况。公司长库龄存货情况如下：

1、原材料

一年以上库龄的原材料余额占比分别为 10.38%、10.12%和 11.19%，长库龄部分主要是电子元件中的 IC 芯片，报告期初受全球市场行情的影响，芯片价格大幅上涨且供不应求，公司提前采购进行备货，原材料的状况良好，期后用于生产，不存在滞销情况。

2、在产品

一年以上库龄的在产品余额分别为 17.14 万元、29.52 万元和 33.22 万元，存货余额较小，不存在滞销情况。

3、委托加工物资

一年以上库龄的委托加工物资余额占比分别为 13.65%、30.85%和 41.98%，存货余额分别为 20.06 万元、31.64 万元和 30.04 万元，存货余额较小。库龄一年以上的委托加工物资系留存在外协供应商处的原材料，公司已对其执行了减值测试并按测试结果计提了存货跌价准备。

4、库存商品

一年以上库龄的库存商品余额占比分别为 7.45%、6.23%和 11.00%，长库龄部分主要为之前备货未销售的老款产品，期后公司可以通过促销方式销售，公司已对其执行了减值测试并按测试结果计提了存货跌价准备。

5、发出商品

一年以上库龄的发出商品余额分别为 5.59 万元、8.18 万元和 9.24 万元，存货余额较小，主要系外发展销的样机，公司已对其执行了减值测试并按测试结果计提了存货跌价准备。

综上，由于同行业可比公司未披露存货库龄结构，无法进行比较；报告期各期末，公司存在库龄一年以上的存货余额，出于谨慎性原则，公司在计算可变现净值的过程中也充分考虑了存货的库龄和周转量因素，对库龄一年以上的各类存货计提了跌价准备。

（三）存货可变现净值的确定依据、存货跌价准备具体计提方法及存货跌

价准备计提充分性

1、存货可变现净值的确定依据、存货跌价准备具体计提方法

公司根据《企业会计准则》规定，存货按照成本与可变现净值孰低计量。公司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。在确定存货可变现净值时，确定依据如下：

①直接用于出售的存货，在正常生产经营过程中，以该存货的估计售价减去估计的销售费用和相关税费后的金额，确定其可变现净值；为执行销售合同而持有的存货，其可变现净值以合同价格为基础计算。

②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；

在上述跌价政策的基础上，出于谨慎性原则，公司在计算可变现净值的过程中也充分考虑了存货的库龄和周转量因素，对库龄一年以上的各类存货计提了跌价准备。

2、公司存货跌价准备的计提情况及与同行业可比公司的比较

可比公司	2024年7月末	2023年末	2022年末
惠达卫浴	3.35%	3.59%	3.10%
麦格米特	3.09%	2.76%	2.25%
瑞尔特	2.42%	2.41%	2.24%
可比公司平均值	2.95%	2.92%	2.53%
本公司	5.60%	3.79%	4.00%

注：同行业可比公司2024年数据期间为1-6月

报告期内，公司的存货跌价准备计提比例高于可比公司的平均水平，公司存货跌价准备计提充分。

综上所述，公司存货跌价准备计提方法、存货可变现净值的确定依据符合会计准则的规定，公司在计算可变现净值的过程中也充分考虑了存货的库龄情况等因素，报告期内，公司的存货跌价准备计提比例高于可比公司的平均水平，公司存货跌价准备计提充分。

（四）公司的存货跌价准备计提政策与可比公司是否存在明显差异

同行业可比公司的存货跌价准备计提政策如下：

可比公司	存货跌价准备计提政策
惠达卫浴	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。
麦格米特	资产负债表日，存货采用成本与可变现净值孰低计量。存货可变现净值是按存货的估计售价减去至完工时估计将要发生的成本、估计的销售费用以及相关税费后的金额。在确定存货的可变现净值时，以取得的确凿证据为基础，同时考虑持有存货的目的以及资产负债表日后事项的影响，除有明确证据表明资产负债表日市场价格异常外，本期期末存货项目的可变现净值以资产负债表日市场价格为基础确定，其中： 1)产成品、商品和用于出售的材料等直接用于出售的商品存货，在正常生产经营过程中以该存货的估计售价减去估计的销售费用和相关税费后的金额确定其可变现净值； 2)需要经过加工的材料存货，在正常生产经营过程中以所生产的产成品的估计售价减去至完工时估计将要发生的成本、估计的销售费用和相关税费后的金额确定其可变现净值；资产负债表日，同一项存货中一部分有合同价格约定、其他部分不存在合同价格的，分别确定其可变现净值，并与其对应的成本进行比较，分别确定存货跌价准备的计提或转回的金额。期末按照单个存货项目计提存货跌价准备；但对于数量繁多、单价较低的存货，按照存货类别计提存货跌价准备；与在同一地区生产和销售的产品系列相关、具有相同或者类似最终用途或目的，且难以与其他项目分开计量的存货，则合并计提存货跌价准备。
瑞尔特	资产负债表日，存货应当按照成本与可变现净值孰低计量。当存货成本高于其可变现净值的，应当计提存货跌价准备。可变现净值，是指在日常活动中，存货的估计售价减去至完工时估计将要发生的成本、估计的销售费用以及相关税费后的金额。 产成品、库存商品和用于出售的材料等直接用于出售的商品存货，在正常生产经营过程中，以该存货的估计售价减去估计的销售费用和相关税费后的金额，确定其可变现净值；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；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，若持有存货的数量多于销售合同订购数量的，超出部分的存货的可变现净值以一般销售价格为基础计算。

从上表可见，公司存货跌价准备计提政策与同行业可比公司不存在明显差异。

五、报告期各期末对各存货项目进行盘点的情况，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。

报告期各期末，公司存货盘点情况如下：

单位：万元

项目	2024年7月31日	2023年12月31日	2022年12月31日
盘点地点	公司厂区、外协供应商	公司厂区	公司厂区
盘点时间	2024/8/1	2024/1/29	2023/1/3
盘点品种及范围	原材料、库存商品、在产品、委托加工物资	原材料、库存商品、在产品	原材料、库存商品、在产品
存货余额	3,680.43	3,966.23	3,183.47
盘点确认金额	3,269.86	3,071.93	2,497.68
盘点确认比例	88.84%	77.45%	78.46%
盘点差异金额	-1.01	0.51	-0.40

报告期各期的盘点差异金额较小，盘点差异均在当期查明原因，并作账务处理。

报告期各期末，各存货项目的盘点比例如下：

(1) 2024 年 7 月 31 日

单位：万元

项目	存货余额	盘点金额	盘点比例	盘点差异
原材料	1,660.43	1,630.77	98.21%	-0.52
库存商品	1,071.36	1,050.44	98.05%	0.07
委托加工物资	71.55	29.85	41.72%	-0.19
发出商品	251.26		0.00%	
在产品	625.84	558.80	89.29%	-0.38
合计	3,680.43	3,269.86	88.84%	-1.01

(2) 2023 年 12 月 31 日

单位：万元

项目	存货余额	盘点金额	盘点比例	盘点差异
原材料	1,454.32	1,411.91	97.08%	0.68
库存商品	1,353.96	1,057.47	78.10%	-
委托加工物资	102.55	-	0.00%	-

发出商品	158.80	-	0.00%	-
在产品	896.59	602.55	67.20%	-0.16
合计	3,966.23	3,071.93	77.45%	0.51

(3) 2022 年 12 月 31 日

单位：万元

项目	存货余额	盘点金额	盘点比例	盘点差异
原材料	1,716.13	1,621.68	94.50%	-0.33
库存商品	837.20	708.88	84.67%	-0.07
委托加工物资	146.95	-	0.00%	-
发出商品	143.67	-	0.00%	-
在产品	339.52	167.12	49.22%	-
合计	3,183.47	2,497.68	78.46%	-0.40

报告期内，公司的主要存货项目均执行了盘点，盘点比例较高，盘点结果不存在重大差异。报告期各期的盘点差异金额较小，盘点差异均在当期查明原因，并作账务处理。公司的存货账实相符。

六、请主办券商和会计师对上述事项进行核查并发表明确意见，说明对供应商的核查方法、范围、证据、结论，并对采购的真实性、成本核算的准确性发表明确意见；说明存货监盘情况及函证情况等，包括但不限于核查范围、核查比例、核查结论等，并对存货真实性、计价准确性及跌价准备计提的充分性发表明确意见。

(一) 核查程序

针对上述问题，主办券商和会计师执行了以下核查程序：

1、查阅同行业可比公司年度报告、招股说明书等公开披露文件，分析其营业成本结构与公司的差异；查阅公司报告期内主要原材料采购价格变动情况；

2、访谈销售、生产相关人员，了解合同签订、备货发货周期、订单完成周期等情况，分析期末存货与公司业务规模的匹配情况；

3、访谈生产、物控、财务相关人员，了解公司采购与付款、生产与仓储等

环节的管理制度和会计处理过程，了解公司 ERP 系统的业务流转和成本核算过程；

4、核查公司各类存货的库龄结构情况；分析公司报告期各期的存货分类、结构、变动情况，查询同行业可比公司定期报告披露的相关情况，并进行对比分析，分析存货期后领用、销售情况，核查期后领用、销售比例是否存在异常；

5、了解公司存货可变现净值的确定依据、存货跌价准备计提政策和具体计提方法，复核计提存货跌价准备的方法及计算过程；

6、查阅同行业可比公司年报，了解同行业可比公司存货可变现净值的确定依据、存货跌价准备计提政策、具体计提方法和存货跌价准备计提情况，与公司进行比较分析；

7、对供应商的核查方法、范围、证据、结论

（1）供应商采购的内控和细节测试

访谈公司采购部负责人，了解采购部门设置、采购模式及整体采购情况。了解并测试公司采购与付款相关的关键内部控制；

核查存货、应付账款确认相关的支持性文件，包括采购合同、发票、送货单、采购入库单等原始单据，核对信息是否一致。

（2）供应商函证情况

选取供应商，函证其交易额和往来款项余额，具体统计如下：

①应付账款余额函证情况

单位：万元

项目	2024 年 7 月 31 日	2023 年 12 月 31 日	2022 年 12 月 31 日
应付账款余额	4,222.03	4,148.40	4,493.65
发函金额	2,940.94	3,108.24	3,305.77
发函金额占应付账款余额的比例	69.66%	74.93%	73.57%
回函确认金额	2,940.94	3,102.59	3,305.77
替代测试确认金额	0	5.65	0

项目	2024 年 7 月 31 日	2023 年 12 月 31 日	2022 年 12 月 31 日
回函及替代测试确认金额占应付账款余额的比例	69.66%	74.93%	73.57%

②采购发生额函证情况

单位：万元

项目	2024 年 7 月 31 日	2023 年 12 月 31 日	2022 年 12 月 31 日
采购发生额	7,991.71	15,779.40	14,278.95
发函金额	5,865.35	12,234.66	10,509.10
发函金额占采购发生额的比例	73.39%	77.54%	73.60%
回函确认金额	5,813.16	12,210.88	10,475.25
替代测试确认金额	52.19	23.78	33.85
回函及替代测试确认金额占采购额的比例	73.39%	77.54%	73.60%

(3) 供应商走访情况

获取报告期采购明细表，选取主要供应商进行现场走访或视频走访，在访谈过程中获取供应商的营业执照等工商资料，了解走访供应商的基本情况、经营状况、业务规模等，了解其与公司的合作历史，获取并查阅了公司报告期内花名册及离职名单，与供应商的单位负责人进行比对，经核查，供应商与公司及其公司的主要股东、实际控制人、董事、监事和高级管理人员不存在关联关系，与公司之间不存在利益输送等，走访过程中，确认了访谈地点并验证被访谈单位的真实性。具体情况统计如下：

单位：万元

项目	2024 年 7 月 31 日	2023 年 12 月 31 日	2022 年 12 月 31 日
应付账款余额	4,222.03	4,148.40	4,493.65
走访供应商应付账款余额	2,267.97	2,642.55	2,647.29
应付账款余额走访比例	53.72%	63.70%	58.91%
采购发生额	7,991.71	15,779.40	14,278.95
走访供应商采购额	4,585.01	9,753.30	7,334.29
采购额走访比例	57.37%	61.81%	51.36%

8、对报告期各期末各类型存货，执行了如下核查程序：

(1) 取得公司管理层制定的存货盘点计划，并针对性的制定了监盘计划，对公司存货盘点实施监盘，核实公司存货记录是否账实相符：

单位：万元

项目	2024 年 7 月 31 日	2023 年 12 月 31 日	2022 年 12 月 31 日
监盘地点	特洁尔厂区、外协供应商	特洁尔厂区	特洁尔厂区
监盘时间	2024/8/1	2024/1/29	2023/1/3
监盘范围	原材料、库存商品、在产品、委托加工物资	原材料、库存商品、在产品	原材料、库存商品、在产品
监盘人员	会计师对报告期各期末存货执行监盘程序，主办券商对 2024 年 7 月末的存货执行监盘程序，主办券商未对 2023 年和 2022 年末的存货实施监盘程序，主办券商履行了复核程序，包括:查阅公司存货盘点明细表、盘点总结报告等。		
存货余额	3,680.43	3,966.23	3,183.47
监盘确认金额	3,269.86	3,071.93	2,497.68
监盘确认比例	88.84%	77.45%	78.46%
监盘差异金额	-1.01	0.51	-0.40

报告期各期末，存货监盘确认比例分别为 78.46%、77.45%和 88.84%，经核查，公司存货账实相符。

(2) 针对各期末发出商品，执行的审核程序

1) 取得期末发出商品清单，分客户进行汇总，查看发出未结算客户情况，了解主要客户未结算的原因；

2) 取得主要客户的送货单、运单等，检查产品的发运情况，查验情况如下：

单位：万元

项目	2024 年 7 月 31 日	2023 年 12 月 31 日	2022 年 12 月 31 日
发出商品金额	251.26	158.80	143.67
查验发出商品金额	202.65	143.22	124.26
查验比例	80.65%	90.19%	86.49%

3) 检查发出商品期后签收结算情况，查验情况如下：

单位：万元

项目	2024 年 7 月 31 日	2023 年 12 月 31 日	2022 年 12 月 31 日
发出商品金额	251.26	158.80	143.67

项目	2024 年 7 月 31 日	2023 年 12 月 31 日	2022 年 12 月 31 日
期后销售结转金额	228.79	149.76	135.50
期后销售率	91.06%	94.30%	94.31%

（二）核查结论

经核查，主办券商和会计师认为：

1、航牌厨卫经营规模与公司交易金额相匹配，公司与航牌厨卫开展合作具有商业合理性。公司不存在前员工设立、主要为公司提供产品或服务的供应商，不存在与公司存在关联关系或其他异常资金往来；

2、公司报告期内营业成本构成与同行业可比公司存在的差异具有合理性，直接材料成本变动与原材料价格变动相匹配；

3、公司存货分类余额及构成与公司的订单、业务规模相匹配；公司存货余额分类与同行业可比公司基本一致，存货结构与部分可比公司之间存在差异系产品类型不同所致，具备合理性；

4、公司报告期各期末存货库龄结构良好，库龄在 1 年以内的存货占比较高；公司订单连续、稳定且充足，不存在较大库存积压无法销售的情况，存货的期后结转情况良好，公司存货滞销风险较低。公司存货跌价准备计提方法和可变现净值的确定方法符合会计准则要求，存货跌价准备计提充分，存货跌价准备计提政策与同行业可比公司不存在明显差异，报告期内，公司的存货跌价准备计提比例高于可比公司的平均水平，公司存货跌价准备计提充分；

5、经核查，公司报告期内采购真实，成本核算在所有重大方面符合《企业会计准则》的规定，存货各项目的成本核算准确，存货计价准确；公司存货账实相符，存货真实。

问题 4、关于历史沿革

根据申报文件，2012 年倪智勇、许海虹以债权出资 1,500 万元；倪智勇、许海虹通过宁波因诺威特股权投资合伙企业间接持股。

请公司说明：（1）倪智勇、许海虹以债权出资的原因，出资价格、定价依据及公允性；结合债权的形成背景、本息金额、清偿期限、款项支付等情况，说明相关债权是否真实、用于出资是否合法有效，是否存在影响公司资本充足性的情形；（2）倪智勇、许海虹间接持股的背景、原因及合理性，相关税款缴纳情况，是否存在委托持股或其他利益安排；（3）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；（4）公司股东人数是否存在超过 200 人的情形。

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

【公司回复】

一、倪智勇、许海虹以债权出资的原因，出资价格、定价依据及公允性；结合债权的形成背景、本息金额、清偿期限、款项支付等情况，说明相关债权是否真实、用于出资是否合法有效，是否存在影响公司资本充足性的情形

（一）倪智勇、许海虹以债权出资的原因，出资价格、定价依据及公允性

1、倪智勇、许海虹以债权出资的原因

根据债权人倪智勇、许海虹与债务人特洁尔有限签订的借款合同，用于出资的债权的具体形式为股东借款。

倪智勇、许海虹以债权出资的具体原因为：特洁尔有限当时的全资子公司金座卫浴以挂牌拍卖方式取得椒江十塘三期 C-04-01（工业）出让地块国有建设用地使用权，该地块成交价为人民币壹仟伍佰陆拾贰万元整。

为支付上述土地价款，2012 年 10 月 17 日，特洁尔有限向当时的股东倪智勇、许海虹借入款项 1,500 万元以支付子公司金座卫浴的土地款。截至 2012 年 10 月 23 日止在特洁尔有限其他应付款挂账，其中应付倪智勇金额 825 万元、许海虹 675 万元，后股东双方看好公司发展，有意增资，即以该笔债权转为股权形式进行出资。

2、出资价格、定价依据及公允性

2012 年 10 月，倪智勇、许海虹以债权出资 1,500 万元，以货币出资 1,000 万元，公司增加注册资本 2,500 万元。

倪智勇、许海虹以债权出资的出资价格为 1 元/注册资本。该次出资价格系股东双方均为创始股东，综合考虑公司所处行业、公司成长性、公司净资产等多种因素的基础上协商确定，且债权出资与此次货币出资的价格相同，具有公允性。

（二）结合债权的形成背景、本息金额、清偿期限、款项支付等情况，说明相关债权是否真实、用于出资是否合法有效，是否存在影响公司资本充足性的情形

1、结合债权的形成背景、本息金额、清偿期限、款项支付等情况，说明相关债权是否真实

该笔债权债务系倪智勇、许海虹出于公司支付土地价款，具有资金需求而借予公司，后转为对公司的债权出资。根据台州安信会计师事务所有限公司 2012 年 10 月 23 日出具的台安会专（2012）第 84 号《专项审计报告》，确认特洁尔有限截至 2012 年 10 月 23 日止在其他应付款中挂账应付倪智勇金额 825 万元，许海虹 675 万元，以上债权经审计后，该债权合法有效、权属清晰、权能完整，该项债权可依法评估和转让，系货币给付的合同之债，债权未约定还款期限，利息免计付，特洁尔有限对债权人有能力按分期还款。

根据台州安信天一资产评估有限公司 2012 年 10 月 23 日出具的台安天评报

字（2012）第 107 号《债权资产评估报告书》，经评估确认，倪智勇、许海虹对有限公司的债权资产（具体倪智勇 825 万元，许海虹 675 万元）的价值，在评估基准日 2012 年 10 月 23 日持续经营前提下所表现的市场价值分别为倪智勇 825 万元，许海虹 675 万元，该笔债权真实有效，作价公允。

综上，倪智勇、许海虹对公司出资的债权具有真实性。

2、债权用于出资合法有效，不存在影响公司资本充足性的情形

根据当时有效的《公司法》（2005 修订）第二十七条规定：股东可以用货币出资，也可以用实物、知识产权、土地使用权等可以用货币估价并可以依法转让的非货币财产作价出资；但是，法律、行政法规规定不得作为出资的财产除外。对作为出资的非货币财产应当评估作价，核实财产，不得高估或者低估作价。法律、行政法规对评估作价有规定的，从其规定。全体股东的货币出资金额不得低于有限责任公司注册资本的百分之三十。

倪智勇、许海虹对公司出资的债权不属于不得作为出资的财产，且已就该债权出资进行评估，评估价值公允。出资后特洁尔有限总注册资本 3,000 万元，全体股东的货币出资金额为 1,500 万元，占比 50%，超过公司注册资本的百分之三十，符合当时有效的《公司法》有关规定。

2012 年 10 月 25 日，台州安信会计师事务所有限公司出具《验资报告》（台安会验（2012）第 221 号），截至 2012 年 10 月 25 日止，特洁尔有限已收到全体股东缴纳新增注册资本（实收资本）合计人民币贰仟伍佰万元整（大写）。各股东其中以债权转股权形式出资 1,500 万元，货币出资 1,000 万元。该次增资已于 2012 年 10 月 29 日办理完成工商变更登记手续。

综上，倪智勇、许海虹对公司出资的债权合法有效，不存在影响公司资本充足性的情形。

二、倪智勇、许海虹间接持股的背景、原因及合理性，相关税款缴纳情况，是否存在委托持股或其他利益安排

倪智勇、许海虹间接持股的原因系公司 2017 年考虑设立员工持股平台，待公司成熟发展后授予核心员工股权以健全公司长效激励机制，故成立因诺威特并

认缴 500 万元进行增资，具有合理性。

经核查，倪智勇、许海虹间接持股涉及的税款缴纳事项为改制为股份公司、2022 年、2023 年的公司分红，上述事项均已取得税收完税证明。

根据倪智勇、许海虹出具的声明与承诺并经访谈，倪智勇、许海虹间接持股不存在委托持股或其他利益安排。

综上，倪智勇、许海虹间接持股系出于公司发展考虑，具有合理性，相关税款均已缴纳，不存在委托持股或其他利益安排。

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

公司于 2006 年 12 月由倪智勇、许海虹共同出资设立，设立时的注册资本为人民币 500 万元。截至本回复出具之日，公司的股东为倪智勇、许海虹、因诺威特、倪挺然、林丽红。

公司历史上股东入股背景、入股价格、定价依据、资金来源等情况如下表所示：

历次股权变动		入股背景和原因	入股价格	资金来源	定价依据	税费缴纳情况
2006 年 12 月，特洁尔有限成立		公司由倪智勇、许海虹共同出资设立	-	自有资金	-	不需缴纳
有限公司第一次增资	2012 年 10 月，公司新增注册资本 2,500 万元，其中：倪智勇认缴新增出资 1,375 万元，其中 550 万元以货币出资，825 万元以债权出资；许海虹认缴新增出资 1,125 万元，其中 450 万元以货币出资，675 万元以债权出资。	为支持公司发展，充实公司注册资本，原股东同比例增资	1 元/注册资本	自有资金、以债权转股权形式出资	公司尚在发展阶段，股东协商一致按照 1 元/出资额进行增资	不需缴纳
有限公司第二次增资	2018 年 5 月，公司新增注册资本 2,000 万元，由股东倪智勇认缴新增出资 600 万元；股东许海虹认缴新增出资 525 万元；新增股东倪挺然认缴出资额 225 万元；新	1、自然人股东因看好智能马桶行业、看好公司发展认缴出资； 2、因诺威特	1 元/注册资本	自有资金及自筹资金	股东协商一致按照 1.00 元/出资额进行增资	不需缴纳

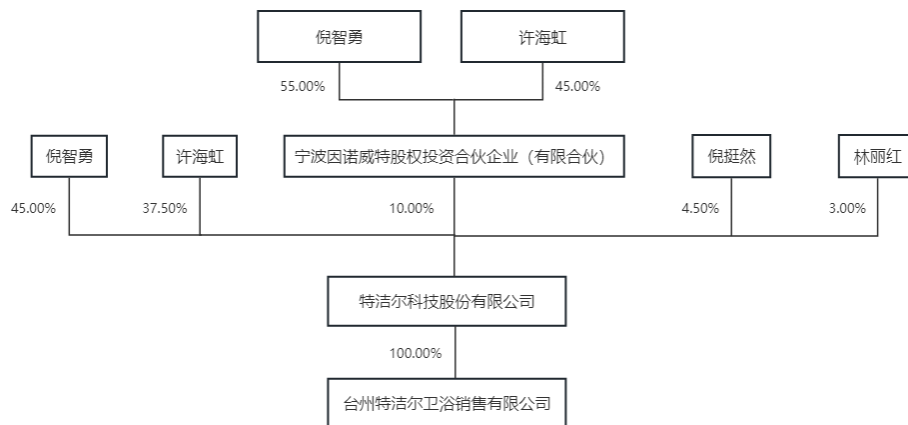
历次股权变动	入股背景和原因	入股价格	资金来源	定价依据	税费缴纳情况
增股东林丽红认缴出资 150 万元；新增股东因诺威特认缴出资 500 万元。	系考虑设立员工持股平台认缴出资。				
2020 年 8 月 10 日，特洁尔科技股份有限公司设立	有限公司改制为股份公司	-	-	以截至 2020 年 4 月 30 日经审计的净资产值折合为股份公司股份	此次整体变更涉及以未分配利润转增股本，已缴纳个人所得税

公司历史上不存在后次股权变更价格低于前次的情况，入股价格系股东综合考虑公司所处行业、公司成长性、公司净资产等多种因素的基础上协商确定。

综上，公司不存在影响股权明晰的问题，公司历史沿革中股东入股具备商业合理性，价格公允，不存在股东异常入股事项，不涉及规避持股限制等法律法规规定的情形。

四、公司股东人数不存在超过 200 人的情形

截止本回复出具日，公司股权结构图如下：



截至本回复出具之日，公司股东人数为 5 名，其中，直接持股自然人股东 4 名，分别为倪智勇、许海虹、倪挺然、林丽红，直接持股非自然人股东 1 名，为因诺威特，其出资情况如下：

序号	合伙人姓名	出资额（万元）	持股比例（%）
1	倪智勇	1,650.00	55.00

2	许海虹	1,350.00	45.00
合计		3,000.00	100.00

因诺威特的合伙人均为自然人，合计 2 名，分别为倪智勇、许海虹。

综上，扣除同时直接持股与间接持股的重复人数后，经穿透计算公司股东人数为 4 人，未超过 200 人。

五、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

根据工商资料、历次股权变动涉及的股东会决议文件，对公司控股股东、实际控制人、持有股份的董事、监事、高级管理人员、员工持股平台合伙人以及持股 5%以上自然人股东出资款支付凭证、出资前后资金流水进行核查，并对相关涉及人员进行访谈，前述主体的资金流水核查情况如下表所示：

序号	姓名/名称	持股比例	与公司的关系	公司股权/股份取得方式	资金来源	出资账户流水核查	资金流水其他核查
1	倪智勇	45.00%	控股股东、实际控制人、董事长、持股 5% 以上的自然人股东	设立时直接投资及后续增资	自有资金	1、公司设立及第一次增资时存在部分现金出资，由于日期较早无法获取银行账户流水。故已核查出资凭证并采取补充核查手段； 2、对于其他非现金出资，均已核查出资凭证及出资账户出资前后 3 个月流水	1、取得倪智勇的调查表； 2、对倪智勇就历次出资情况进行访谈； 3、取得倪智勇出具的不存在股权代持的承诺； 4、取得并核查历次入股协议、决议文件及出资凭证； 5、取得报告期内公司分红股东会决议、凭证，查阅报告期内收到分红款后的银行流水情况。
		通过因诺威特间接持股 5.50%			自有资金	已核查出资凭证及因诺威特及其合伙人出资账户出资前后 3 个月流水	
2	许海虹	37.50%	实际控制人、董事、总经理、持股 5% 以上的自然人股东	设立时直接投资及后续增资	自有资金	1、公司设立及第一次增资时存在部分现金出资，由于日期较早无法获取银行账户流水。已采取其他核查手段进行核查； 2、对于其他非现金出资，已核查出资凭证及出资账户出资前后 3 个月流水	1、取得许海虹的调查表 2、对许海虹就历次出资情况进行访谈； 3、取得许海虹出具的不存在股权代持的承诺； 4、取得并核查历次入股协议、决议文件及出资凭证； 5、取得报告期内公司分红股东会决议、凭证，查阅报告期内收到分红款后的银行流水情况。

		通过因诺威特间接持股 4.50%			自有资金	已核查出资凭证及因诺威特及其合伙人出资账户出资前后3个月流水	
3	倪挺然	4.50%	实际控制人、董事、董事会秘书、副总经理	增资	自筹资金	已核查出资账户出资前后3个月流水	1、取得倪挺然的调查表； 2、对倪挺然就出资情况进行访谈； 3、取得倪挺然出具的不存在股权代持的承诺； 4、取得并核查历次入股协议、决议文件及出资凭证； 5、取得报告期内公司分红股东会决议、凭证，查阅报告期内收到分红款后的银行流水情况。
4	林丽红	3.00%	实际控制人、董事	增资	自筹资金	已核查出资账户出资前后3个月流水	1、取得林丽红的调查表 2、对林丽红就出资情况进行访谈； 3、取得林丽红出具的不存在股权代持的承诺； 4、取得并核查历次入股协议、决议文件及出资凭证； 5、取得报告期内公司分红股东会决议、凭证，查阅报告期内收到分红款后的银行流水情况。

注：出资来源中，自筹资金主要以家庭资金分配方式筹集。

综上所述，根据公司历次增资股东会决议、分红股东会决议、验资报告和相关股东、持有公司股份的董监高、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相关银行账户流水、出资凭证、完税凭证、调查表及其出具的声明承诺等资料，股权代持的核查程序充分有效。

六、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

公司股东入股背景、入股价格、资金来源等情况详见本题回复之“三、公司不存在影响股权明晰的问题，相关股东不存在异常入股事项，不涉及规避持股限制等法律法规规定的情形”。

公司历史沿革中不存在股东入股价格明显异常的情况，公司股东入股行为不存在股权代持未披露的情形，亦不存在不正当利益输送问题。

七、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

公司历史上不存在股权代持事项，公司不存在未解除、未披露的股权代持事项，不存在股权纠纷或潜在纠纷。

（一）核查程序

针对上述问题，主办券商和律师执行了以下核查程序：

- 1、获取并查阅倪智勇、许海虹债权形成的原始凭证，了解以债权出资的原因；
- 2、获取并查阅倪智勇、许海虹与特洁尔有限签订的借款合同；
- 3、获取并查阅金座卫浴与台州市国土资源局椒江分局签订的《成交确认书》；
- 4、获取并查阅公司自设立以来的工商登记文件、历次增资验资报告、评估报告等，核查公司历次股权变动情况；
- 5、获取并查阅因诺威特取得分红的相关凭证、完税证明，核查税款缴纳情况；

6、获取并查阅公司股东出资前后三个月相关银行账户流水或出资凭证，核查股东出资的资金来源；

7、获取并查阅报告期内各股东收到分红款后的银行流水情况，核查是否涉及股权代持等特殊安排

8、访谈公司的股东，并获取直接/间接股东出具的调查表、关于不存在股权代持等情况的声明与承诺，核查公司是否存在股份权属不清晰的情形。

（二）核查结论

经核查，主办券商和律师认为：

1、倪智勇、许海虹用以出资的债权系出于公司发展之目的而借予公司，后转为对公司的债权出资。该笔债权具有真实性，作价公允，用于出资合法有效，不存在影响公司资本充足性的情形。

2、倪智勇、许海虹间接持股系出于公司发展考虑，具有合理性，相关税款均已缴纳，不存在委托持股或其他利益安排。

3、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，亦不涉及规避持股限制等法律法规规定的情形；公司股东人数经穿透后不存在超过200人的情形。

4、股权代持核查程序充分有效，公司历史沿革中不存在股东入股价格明显异常的情况，不存在股权代持的情形。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，亦不存在股权纠纷或潜在纠纷。

5、公司股权权属明晰。股东的出资资产、出资方式、出资程序等符合相关法律法规的规定；控股股东、实际控制人持有或控制的股份不存在可能导致控制权变更的重大权属纠纷；公司历次股权变动合法合规，履行了必要的内部决议、外部审批程序。

问题 5、关于公司治理

根据申报文件，倪智勇、许海虹、林丽红和倪挺然为公司共同实际控制人，四人合计直接持有公司 100.00%股份，并于 2020 年 8 月 10 日共同签署《一致行动协议》。

请公司说明：（1）关于决策程序运行。结合公司股东、董事、监事、高级管理人员之间的亲属关系（不限于近亲属，下同）及在公司、客户、供应商处任职或持股情况，说明公司董事会、监事会、股东大会审议关联交易、关联担保、资金占用等事项履行的具体程序，是否均回避表决，是否存在未履行审议程序的情形，公司的决策程序运行是否符合《公司法》《公司章程》等规定；

（2）关于董监高任职、履职。结合公司董事、监事、高级管理人员之间的亲属关系、在公司兼任多个职务的情况，说明上述人员是否存在股份代持情形、任职资格、任职要求是否符合《公司法》《全国中小企业股份转让系统挂牌公司治理规则》《挂牌审核业务规则适用指引第 1 号》《公司章程》等规定；（3）关于内部制度建设。公司章程、三会议事规则、内控管理及信息披露管理等内部制度是否完善，公司治理是否有效、规范，是否适应公众公司的内部控制要求。

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、关于决策程序运行。结合公司股东、董事、监事、高级管理人员之间的亲属关系（不限于近亲属，下同）及在公司、客户、供应商处任职或持股情况，说明公司董事会、监事会、股东大会审议关联交易、关联担保、资金占用等事项履行的具体程序，是否均回避表决，是否存在未履行审议程序的情形，公司的决策程序运行是否符合《公司法》《公司章程》等规定

（一）公司股东、董事、监事、高级管理人员之间的亲属关系（不限于近亲属，下同）及在公司、客户、供应商处任职或持股情况

1、公司股东、董事、监事、高级管理人员之间的亲属关系（不限于近亲属）

截至本回复出具之日，公司股东、董事、监事、高级管理人员之间的亲属关系如下：

(1) 股东、董事长倪智勇与股东、董事、董事会秘书、副总经理倪挺然为父子关系；

(2) 股东、董事、总经理许海虹与股东、董事林丽红为夫妻关系；

(3) 股东、董事、总经理许海虹为股东、董事长倪智勇配偶的弟弟；

(4) 监事许力为股东、董事、总经理许海虹的堂兄弟的儿子（非近亲属）。

除前述亲属关系外，公司股东、董事、监事、高级管理人员之间不存在其他亲属关系（不限于近亲属）。

2、公司股东、董事、监事、高级管理人员在公司、客户、供应商处任职或持股情况

经核查，截至本回复出具之日，上述人员均不存在在客户、供应商处任职或持股的情形。

（二）公司董事会、监事会、股东大会审议关联交易、关联担保、资金占用等事项履行的具体程序

1、关联交易事项履行的具体程序

关于关联交易事项履行的具体程序，公司在《关联交易管理制度》第十一条、第十二条规定：公司与关联方发生的成交金额（除提供担保外）占公司最近一期经审计总资产 5%以上且超过 3,000 万元的交易，或者占公司最近一期经审计总资产 30%以上的交易，应当提交股东会审议。公司与关联自然人发生的交易（提供担保、提供财务资助除外）金额在 50 万元人民币以上、或者公司与关联法人达成的交易（提供担保、提供财务资助除外）金额在 300 万元以上且占公司最近一期经审计总资产 0.5%以上，但未达到本制度第十一条规定的股东会审议标准的关联交易事项应当提交董事会审议。

《关联交易管理制度》第十八条、十九条规定：公司董事会审议关联交易事项时，关联董事应当回避表决，也不得代理其他董事行使表决权。该董事会会议由过半数的非关联董事出席即可举行，董事会会议所作决议须经非关联董事过半数通过（法律法规规定的例外情形除外）。出席董事会会议的非关联董事人数不足三人的，公司应当将交易提交股东会审议。公司股东会审议关联交易事项时，

关联股东应当回避表决，也不得代理其他股东行使表决权。

2、关联担保事项履行的具体程序

关于关联担保事项履行的具体程序，公司《对外担保管理制度》第五条规定：公司下列对外担保事项（包括对子公司提供担保），须经股东会审议通过：（一）单笔担保额超过上市公司最近一期经审计净资产 10%的担保；（二）公司及其控股子公司提供担保的总额，超过公司最近一期经审计净资产 50%以后提供的任何担保；（三）为资产负债率超过 70%的担保对象提供的担保；（四）按照担保金额连续 12 个月累计计算原则，超过公司最近一期经审计总资产 30%的担保；（五）对股东、实际控制人及其关联人提供的担保；（六）中国证监会、交易所或者公司章程规定的其他担保。

除上述规定外，公司的其他对外担保事项应当经董事会审议通过。股东会审议前款第（四）项担保事项时，应经出席会议的股东所持表决权的三分之二以上通过，审议其他对外担保事项时，经出席会议的股东所持表决权的过半数通过。

股东会在审议为股东、实际控制人提供担保的议案时，该股东或者受该实际控制人支配的股东，不得参与该项表决，该项表决由出席股东会的其他股东所持表决权的半数以上通过。公司为全资子公司提供担保，或者为控股子公司提供担保且控股子公司其他股东按所享有的权益提供同等比例担保，不损害公司利益的，可以豁免适用本条第一款第（一）项至第（三）项的规定。

公司为关联方提供担保的，应当具备合理的商业逻辑；公司为控股股东、实际控制人及其关联方提供担保的，控股股东、实际控制人及其关联方应当提供反担保。

《对外担保管理制度》第六条规定：除本制度第五条规定的须经股东会审议通过之外的对外担保由董事会负责审批。应由董事会审批的对外担保，除应当经全体董事的过半数通过外，还必须经出席董事会会议的三分之二以上董事审议同意。担保事项属于关联交易的，关联董事应当回避表决。

3、资金占用事项

关于资金占用事项，公司《防范控股股东及其他关联方资金占用专项制度》第十七条规定：公司控股股东及其他关联方对公司产生资金占用行为，经公司过

半数董事提议，并经公司董事会审议批准，可立即申请对控股股东所持公司股份进行司法冻结，具体偿还方式根据实际情况执行。在董事会对前述事宜审议时，关联董事需回避表决。董事会怠于行使上述职责时，监事会过半数监事，单独或合并持有公司有表决权股份总数 10%以上的股东有权向监管部门报告，并根据公司章程规定提请召开临时股东会，对相关事项作出决议。在该临时股东会就相关事项进行审议时，公司控股股东或实际控制人及关联方应回避表决，其持有的表决权股份总数不计入该次股东会有效表决权股份总数之内。

（三）审议均回避表决，不存在未履行审议程序的情形，公司的决策程序运行符合《公司法》《公司章程》等规定

2024 年 11 月 15 日，公司召开第二届董事会第四次会议，审议通过了《关于确认公司报告期内关联交易事项的议案》，主要关联交易事项为对公司董事林丽红之母亲、公司董事、总经理许海虹之岳母徐美琴 2023 年存在其他应付款 14,529 元，2024 年存在其他应付款 9,043 元，关联董事林丽红、许海虹均已回避表决；

同日，公司召开第二届监事会第四次会议，审议通过了《关于确认公司报告期内关联交易事项的议案》，对报告期内的关联交易事项进行了确认，主要关联事项为对监事戴优优 2024 年存在其他应收款 5,000 元，对关联监事万小燕 2022 年存在其他应付款 6,256 元，关联监事戴优优、万小燕均已回避表决；

2024 年 12 月 1 日，公司召开 2024 年第二次临时股东会，对报告期内的关联交易事项进行了确认，主要关联事项为对监事戴优优 2024 年存在其他应收款 5,000 元，对关联监事万小燕 2022 年存在其他应付款 6,256 元，关联股东林丽红、许海虹均已回避表决。

根据《审计报告》、公司提供的三会文件等资料，报告期内公司不存在关联担保及资金占用的情况。

综上，公司报告期不存在关联担保、资金占用等事项，公司董事会、监事会、股东大会审议关联交易等事项履行的具体程序均回避表决，不存在未履行审议程序的情形，公司的决策程序运行符合《公司法》《公司章程》等规定。

二、关于董监高任职、履职。结合公司董事、监事、高级管理人员之间的

亲属关系、在公司兼任多个职务的情况，说明上述人员是否存在股份代持情形、任职资格、任职要求是否符合《公司法》《全国中小企业股份转让系统挂牌公司治理规则》《挂牌审核业务规则适用指引第1号》《公司章程》等规定

（一）结合公司董事、监事、高级管理人员之间的亲属关系、在公司兼任多个职务的情况，说明上述人员是否存在股份代持情形

截至本回复出具之日，公司董事、监事、高级管理人员之间的亲属关系、任职情况如下：

序号	姓名	公司任职情况	是否与其他董事、监事、高级管理人员具有亲属关系
1	倪智勇	董事长	1、与倪挺然为父子关系； 2、许海虹为其配偶的弟弟。
2	许海虹	董事、总经理	1、与林丽红为夫妻关系； 2、倪智勇为其姐姐的配偶； 3、许力为其堂兄弟的儿子（非近亲属）。
3	倪挺然	董事、董事会秘书、副总经理	与倪智勇为父子关系。
4	林丽红	董事	与许海虹为夫妻关系。
5	何邦响	财务总监、副总经理	与其他董监高无亲属关系。
6	戴优优	监事会主席	与其他董监高无亲属关系。
7	万小燕	监事	与其他董监高无亲属关系。
8	许力	监事	许海虹为其父亲的堂兄弟（非近亲属）。

公司董事、监事、高级管理人员之间股份代持情形的核查详见本回复之“问题4”之“五、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”，公司董事、监事、高级管理人员不存在股份代持情形。

（二）任职资格、任职要求是否符合《公司法》《全国中小企业股份转让系统挂牌公司治理规则》《挂牌审核业务规则适用指引第1号》《公司章程》等规定

1、《公司法》《全国中小企业股份转让系统挂牌公司治理规则》《股票挂牌审核业务规则适用指引第1号》《公司章程》等关于公司董事、监事、高级管理人员的任职资格的规定

《公司法》第一百三十条规定：“董事、高级管理人员不得兼任监事。”

第一百七十八条规定：“有下列情形之一的，不得担任公司的董事、监事、高级管理人员：（一）无民事行为能力或者限制民事行为能力；（二）因贪污、贿赂、侵占财产、挪用财产或者破坏社会主义市场经济秩序，被判处刑罚，或者因犯罪被剥夺政治权利，执行期满未逾五年，被宣告缓刑的，自缓刑考验期满之日起未逾二年；（三）担任破产清算的公司、企业的董事或者厂长、经理，对该公司、企业的破产负有个人责任的，自该公司、企业破产清算完结之日起未逾三年；（四）担任因违法被吊销营业执照、责令关闭的公司、企业的法定代表人，并负有个人责任的，自该公司、企业被吊销营业执照、责令关闭之日起未逾三年；（五）个人因所负数额较大债务到期未清偿被人民法院列为失信被执行人。”

《全国中小企业股份转让系统挂牌公司治理规则》第四十六条规定：“挂牌公司董事、高级管理人员不得兼任监事。”

第四十七条规定：“董事、监事、高级管理人员候选人的任职资格应当符合法律法规、部门规章、业务规则 and 公司章程等规定。挂牌公司应当在公司章程中明确，存在下列情形之一的，不得担任挂牌公司董事、监事或者高级管理人员：（一）《公司法》规定不得担任董事、监事和高级管理人员的情形；（二）被中国证监会采取证券市场禁入措施或者认定为不适当人选，期限尚未届满；（三）被全国股转公司或者证券交易所采取认定其不适合担任公司董事、监事、高级管理人员的纪律处分，期限尚未届满；（四）中国证监会和全国股转公司规定的其他情形。财务负责人作为高级管理人员，除符合前款规定外，还应当具备会计师以上专业技术职务资格，或者具有会计专业知识背景并从事会计工作三年以上。”

第四十八条规定：“挂牌公司董事、高级管理人员的配偶和直系亲属在公司董事、高级管理人员任职期间不得担任公司监事。”

第四十九条规定：“董事、监事和高级管理人员候选人存在下列情形之一的，挂牌公司应当披露该候选人具体情形、拟聘请该候选人的原因以及是否影响公司规范运作，并提示相关风险：（一）最近三年内受到中国证监会及其派出机构行政处罚；（二）最近三年内受到全国股转公司或者证券交易所公开谴责或者三次以上通报批评；（三）因涉嫌犯罪被司法机关立案侦查或者涉嫌违法违规被中国

证监会立案调查，尚未有明确结论意见。上述期间，应当以公司董事会、股东大会等有权机构审议董事、监事和高级管理人员候选人聘任议案的日期为截止日。”

《挂牌审核业务规则适用指引第1号》规定：“申请挂牌公司申报时的董事、监事、高级管理人员（包括董事会秘书和财务负责人）应当符合《全国中小企业股份转让系统挂牌公司治理规则》、公司章程规定的任职要求，并符合公司董事、高级管理人员的配偶和直系亲属不得担任监事的要求。”

《公司章程》第一百〇三条规定：“公司董事为自然人，有下列情形之一的，不能担任公司的董事：（一）无民事行为能力或者限制民事行为能力；（二）因贪污、贿赂、侵占财产、挪用财产或者破坏社会主义市场经济秩序，被判处刑罚，执行期满未逾5年，或者因犯罪被剥夺政治权利，执行期满未逾5年；（三）担任破产清算的公司、企业的董事或者厂长、经理，对该公司、企业的破产负有个人责任的，自该公司、企业破产清算完结之日起未逾3年；（四）担任因违法被吊销营业执照、责令关闭的公司、企业的法定代表人，并负有个人责任的，自该公司、企业被吊销营业执照之日起未逾3年；（五）个人所负数额较大的债务到期未清偿；（六）被中国证监会采取证券市场禁入措施或者认定为不适当人选，期限尚未届满；（七）被全国股转公司或者证券交易所采取认定其不适合担任公司董事、监事、高级管理人员的纪律处分，期限尚未届满；（八）法律、行政法规、部门规章以及中国证监会和全国股转公司规定的其他情形。”

2、公司董事、监事、高级管理人员符合上述相关规定

经查阅公司董事、监事、高级管理人员的简历、调查表、访谈记录、《个人信用报告》《无犯罪记录证明》及公司出具的《董事、监事、高级管理人员关于任职情况的声明与承诺》等资料，并经公开检索上海证券交易所网站、深圳证券交易所网站、中国裁判文书网、中国执行信息公开网、浙江政务服务网等网站，公司董事、监事、高级管理人员不存在上述规定中不得担任董事、监事、高级管理人员的情形，公司董事、高级管理人员及其配偶、直系亲属不存在兼任监事的情形，公司财务负责人满足“具有会计专业知识背景并从事会计工作三年以上”的要求，符合《公司法》《全国中小企业股份转让系统挂牌公司治理规则》《挂牌规则指引》《公司章程》等规定。

综上，公司董事、监事、高级管理人员不存在股份代持情形，其任职资格、任职要求符合《公司法》《全国中小企业股份转让系统挂牌公司治理规则》《挂牌审核业务规则适用指引第1号》《公司章程》等规定。

三、关于内部制度建设。公司章程、三会议事规则、内控管理及信息披露管理等内部制度是否完善，公司治理是否有效、规范，是否适应公众公司的内部控制要求

根据《非上市公众公司监督管理办法》第八条规定：公众公司应当建立兼顾公司特点和公司治理机制基本要求的股东大会、董事会、监事会制度，明晰职责和议事规则。

《非上市公众公司监督管理办法》第九条规定：公众公司的治理结构应当确保所有股东，特别是中小股东充分行使法律、行政法规和公司章程规定的合法权利。股东对法律、行政法规和公司章程规定的公司重大事项，享有知情权和参与权。公众公司应当建立健全投资者关系管理，保护投资者的合法权益。

根据公司提供的报告期内的三会会议文件及有关公司治理制度，公司建立了股东大会、董事会、监事会和高级管理人员组成的治理结构；建立了符合全国中小企业股份转让系统挂牌公司治理规范性要求的《股东大会议事规则》《董事会议事规则》《监事会议事规则》《关联交易管理制度》《信息披露管理制度》《投资者关系管理制度》《防范控股股东及其他关联方资金占用专项制度》等公司治理制度；公司的权力机构、决策机构、监督机构和管理层之间权责分明，相互协调、相互制衡，形成了规范、完善的治理机制。

报告期内，公司董事会、股东大会、监事会会议的召集、召开、出席会议人员及决议程序均符合相关法律法规及《公司章程》的规定，会议决议内容不存在违反相关法律法规及《公司章程》的情形，并已得到有效执行，相关机构和人员能够依法履行职责。

综上所述，公司已建立健全公司治理机制和内部控制机制，并能够有效执行，公司治理有效、规范，能够适应公众公司的内部控制要求。

四、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

针对上述问题，主办券商和律师执行了以下核查程序：

1、访谈公司股东、董事、监事、高级管理人员，获取其出具的调查表，了解公司股东、董事、监事、高级管理人员之间的亲属关系及是否在公司、客户、供应商处任职或持股；

2、获取并查阅公司报告期以来的三会材料，核查三会召开情况；

3、获取并查阅《公司章程》《关联交易管理制度》《对外担保管理制度》《防范控股股东及其他关联方资金占用专项制度》《信息披露管理制度》、三会议事规则等公司内部制度，核查公司治理是否有效、规范；

4、取得公司及其董事、监事、高级管理人员出具的相关声明、承诺；

5、通过公开途径查询公司自然人股东、董事、监事、高级管理人员对外投资及任职情况和公司董事、监事、高级管理人员的违法违规情况；

6、获取并查阅公司董事、监事、高级管理人员的《无犯罪记录证明》《个人信用报告》；

7、查阅立信会计师出具的《审计报告》，确认公司报告期内的关联交易事项。

（二）核查结论

经核查，主办券商和律师认为：

1、公司董事会、监事会、股东大会审议关联交易、关联担保、资金占用等事项履行的具体程序均回避表决，不存在未履行审议程序的情形，公司的决策程序运行符合《公司法》《公司章程》等规定。

2、公司董事、监事、高级管理人员不存在股份代持情形，其任职资格、任职要求符合《公司法》《全国中小企业股份转让系统挂牌公司治理规则》《挂牌审核业务规则适用指引第1号》《公司章程》等规定。

3、公司内部制度完善，公司治理有效、规范，适应公众公司的内部控制要求。

问题 6、关于其他事项

(1) 关于应收款项。根据申报文件，报告期各期末，公司应收账款的账面价值分别为 4,028.11 万元、1,825.03 万元和 2,353.38 万元，2023 年下降较多；应收票据的账面价值分别为 892.45 万元、1,305.82 万元和 689.93 万元。

请公司：①说明公司 2023 年应收账款余额下降较多的原因及合理性，应收账款规模与公司销售收入、信用政策的匹配性。②说明公司与同行业可比公司应收账款占营业收入比重、应收账款账龄情况、应收账款周转率情况是否存在较大差异及合理性，是否符合行业特征。③结合公司销售信用政策、应收账款账龄、主要欠款方经营及信用情况、历史上坏账准备实际发生情况、可比公司坏账准备计提政策等，说明公司应收账款和应收票据坏账准备计提的充分性；补充披露公司应收账款的逾期情况，信用期内应收账款和逾期部分各自的期后回款情况。

请主办券商和会计师核查上述问题并发表明确意见，说明核查方式、核查过程及核查结论，函证金额比例及回函情况等，并说明坏账准备计提的充分性；说明对应收账款逾期及单项计提坏账的客户的核查程序，是否存在通过虚增销售并计提坏账转移利润的情形。

(2) 关于固定资产及在建工程。根据申报文件，报告期各期末，公司固定资产分别为 4,042.66 万元、3,879.79 万元和 3,867.82 万元；在建工程分别为 262.00 万元、374.70 万元和 189.81 万元，主要为生产总装线、车间改建工程。请公司：①结合公司具体生产加工过程、核心技术的运用情况，说明公司固定资产规模、成新率与公司产能、产销量变动是否匹配，与同行业公司是否存在显著差异及原因。②按类别分别说明固定资产折旧政策、折旧年限、残值率等，与同行业公司是否存在重大差异及合理性，相关会计核算是否合规、折旧计提是否充分等。③说明报告期内固定资产、在建工程减值测试的过程和计算方法，是否存在闲置、报废的固定资产，如何判断固定资产或在建工程是否存在减值迹象，减值准备计提是否充分。④说明公司固定资产、在建工程盘点情况，尤其是新增固定资产的盘点情况，包括盘点时间、地点、人员、范围、盘点方法、程序、盘点比例、盘点结果，是否存在盘点差异及产生原因、处理措施。

请主办券商和会计师对上述事项进行核查并发表明确意见；结合对公司固定资产、在建工程监盘情况说明公司固定资产、在建工程的真实性。

(3) 关于货币资金。根据申报文件，报告期各期，公司债权投资分别为 6,547.00 万元、9,776.66 万元和 6,729.20 万元，均为银行大额存单；公司交易性金融资产分别为 2,951.99 万元、2,119.57 万元和 2,815.61 万元，均为银行理财产品。请公司：①结合大额存单的合同条款及持有目的，说明其计入债权投资的合理性，相关会计处理及列报是否符合《企业会计准则》的规定，购置金融产品是否需要履行相关内部程序。②说明公司报告期内购买理财产品的金额及收益情况，产品风险等级，相关会计处理及列报是否符合《企业会计准则》的规定。

请主办券商、会计师核查上述事项并发表明确意见。

(4) 关于期间费用。根据申报文件，报告期各期，公司期间费用分别为 2,945.04 万元、3,503.56 万元和 2,092.27 万元，占营业收入的比重分别为 14.84%、16.92%和 19.62%。其中，研发费用包括设计费用。请公司：①分别说明公司销售费用率、管理费用率、研发费用率与同行业公司对比情况，是否存在显著差异及原因；说明设计费用归集到研发费用是否准确，是否符合《企业会计准则》的相关规定，是否存在与成本混同的情形。②结合公司员工数量、职级分布情况，分析说明公司销售人员、管理人员及研发人员职工薪酬的合理性，人均工资水平与同行业可比公司或当地人均薪酬水平是否存在较大差异及原因。③说明研发费用开支范围及归集方法、标准、审批程序等，研发费用的归集方法与同行业公司是否存在重大差异；相关内部控制制度及有效性，是否存在研发费用与生产成本混同的情形；说明公司关于研发人员、研发投入的认定是否符合相关规定。④说明研发人员认定标准、数量及结构，研发人员的稳定性，研发能力与研发项目的匹配性，与可比公司对比研发支出是否存在较大差异及原因；公司是否存在混岗的研发项目、参与人员及分配情况，公司主要管理人员、董事、监事薪酬在管理费用和研发费用的归集和分配情况，计入研发费用的说明合理性。

请主办券商、会计师对上述事项进行核查并发表明确意见，说明报告期内公司期间费用的真实性。

(5) 关于其他事项。请公司：①补充披露公司利润表项目与财务会计信息相关的重大事项判断标准。②关于合同负债。根据申报文件，报告期内，公司合同负债分别为 585.53 万元、875.36 万元、694.58 万元。说明公司合同负债与公司业务量变动是否匹配，是否存在结转日期超过 1 年的合同负债，如存在，说明所对应的客户、具体金额及形成原因，尚未确认收入的原因及合理性。③补充披露将净利润调节为经营活动现金流量净额的具体情况，并说明公司 2024 年 1-7 月经营活动现金流下降较多的原因及合理性。④补充披露公开转让说明书中各非流动负债项目的具体构成内容、性质及变化情况。⑤说明公司因产品质保计提预计负债的具体方法、比例等，说明计提的充分性及会计处理方法。

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、关于应收款项

(一) 说明公司 2023 年应收账款余额下降较多的原因及合理性，应收账款规模与公司销售收入、信用政策的匹配性。

1、公司 2023 年应收账款余额下降较多的原因及合理性

公司 2022 年末、2023 年末应收账款余额前五名的余额变动情况如下：

单位：万元

项目	2023 年 12 月 31 日		2022 年 12 月 31 日
	余额	变动金额	余额
摩恩（上海）厨卫有限公司	165.96	-1,503.95	1,669.91
惠达卫浴股份有限公司	142.45	-565.20	707.65
开平金牌洁具有限公司	452.83	207.81	245.02
湖南希箭智能家居有限公司	290.79	101.61	189.18
广东尚高水能生态有限公司	320.88	155.09	165.79
和成（中国）有限公司	143.99	-115.76	259.76
广东浪鲸智能卫浴有限公司	66.95	-274.95	341.91
合计	1,583.85	-1,995.36	3,579.20
应收账款账面余额	1,942.86	-2,310.27	4,253.12
余额占比	81.52%		84.15%

由上表可见，公司 2023 年末应收账款余额下降，主要系客户摩恩（上海）厨卫有限公司、惠达卫浴股份有限公司的应收账款余额下降所致。

摩恩（上海）厨卫有限公司的 2023 年末应收账款余额下降，系 2023 年公司与摩恩约定，在票到月结信用期基础上，摩恩在信用期满之前支付货款，可以享受现金折扣优惠，现金折扣的计算方式为提前天数乘以用年利率 4.5% 换算的日利率。达成上述约定之后，摩恩 2023 年度的回款周期缩短，导致 2023 年度应收账款余额下降。

惠达卫浴股份有限公司的应收账款余额下降，系因为公司 2023 年对惠达卫浴的销售收入下降 77.00%。惠达卫浴的信用政策未发生变化。

2、公司应收账款规模与公司销售收入、信用政策的匹配性

报告期各期末应收账款余额的主要客户的信用政策如下：

主要客户	2024 年 1-7 月	2023 年度	2022 年度
摩恩（上海）厨卫有限公司	*	*	*
SPAWORLDCORPORATION	*	*	*
广东尚高水能生态科技有限公司	*	*	*
惠达卫浴股份有限公司	*	*	*
开平金牌洁具有限公司	*	*	*
湖南希箭智能家居有限公司	*	*	*
日丰企业（佛山）有限公司	*	*	*
广州市欧派卫浴有限公司	*	*	*
和成（中国）有限公司	*	*	*
公元股份有限公司	*	*	*
广东浪鲸智能卫浴有限公司	*	*	*
佛山市高明安华陶瓷洁具有限公司	*	*	*

注：主要客户信用政策已申请豁免披露

除摩恩因针对供应商统一调整信用政策、尚高卫浴商业和和成(中国)有限公司谈判调整信用期外，其他主要客户未发生信用期的调整。

公司应收账款规模与公司销售收入的占比情况如下：

单位：万元

项目	2024 年 7 月 31 日 /2024 年 1-7 月	2023 年 12 月 31 日/ 2023 年度	2022 年 12 月 31 日/ 2022 年度
应收账款余额	2,516.73	1,942.86	4,253.12
剔除经销收入后的 营业收入（注 1）	9,668.37	18,405.09	17,448.62
应收账款余额占营业收入的比例	15.18%	10.56%	24.38%

注 1：经销模式下，信用政策为款到发货，基本无应收账款，故剔除经销收入。

注 2：2024 年 1-7 月的占比计算时，采用 2024 年 1-7 月销售收入乘以 12 除以 7 的计算方式。

由上表可见，2023 年度应收账款余额占营业收入比例同比下降，2024 年 1-7 月的占比较 2023 年度上升。2023 年应收账款余额占营业收入比例较低因为系 2023 年公司与摩恩约定，在票到月结信用期基础上，摩恩在信用期满之前支付货款，可以享受现金折扣优惠，现金折扣的计算方式为提前天数乘以用年利率 4.5%换算的日利率。达成上述约定之后，摩恩 2023 年度的回款周期缩短，导致 2023 年度应收账款余额下降；2024 年 1-7 月占比上升，主要系摩恩和惠达的应收账款余额增加，其中摩恩应收账款余额增加的原因系，2024 年公司与摩恩约定的现金折扣优惠继续执行，结合市场利率情况，现金折扣的计算利率下调至 4.0%，利率下调导致摩恩 2024 年选择减少提前回款的规模，部分货款按照信用期回款，因此摩恩 2024 年 7 月末的应收账款余额同比增加 382.62 万元；惠达的应收账款余额增加 444.15 万元，系因为公司对惠达的销售收入较 2023 年增加所致。

综上，报告期内，除摩恩因针对供应商统一调整信用政策、尚高卫浴商业和和成（中国）有限公司谈判调整信用期外，其他主要客户未发生信用期的调整。公司 2023 年应收账款余额占营业收入的比例下降，系因为公司与主要客户摩恩 2023 年约定了现金折扣优惠，导致摩恩 2023 年度加快了回款周期，应收账款余额下降；2024 年 1-7 月应收账款余额占营业收入的比例上升，系因为摩恩的现金折扣优惠政策的计算利率下调，摩恩选择减少提前回款的规模，部分货款按照信用期回款，导致其应收账款余额增加，同时，公司对惠达的销售收入同比增加导致惠达的应收余额增加所致。

（二）说明公司与同行业可比公司应收账款占营业收入比重、应收账款账龄情况、应收账款周转率情况是否存在较大差异及合理性，是否符合行业特征

1、应收账款占营业收入比重

公司应收账款占营业收入比重与同行业可比公司的对比情况如下：

项目	公司名称	2024 年 1-7 月	2023 年度	2022 年度
应收账款占营业收入比重	瑞尔特	34.40%	15.45%	20.24%
	麦格米特	65.64%	33.00%	30.94%
	惠达卫浴	46.30%	21.37%	26.48%
	平均值	48.78%	23.27%	25.89%
	公司	23.60%	9.38%	21.44%

注：同行业数据取自2022年度、2023年度、2024年1-6月的定期报告

由上表可见，2022 年公司应收账款占营业收入比重在同行业可比公司的比重区间范围之内。2023 年和 2024 年 1-7 月应收账款占营业收入比重低于同行业可比公司，主要系由公司与摩恩集团约定现金折扣，导致公司应收账款余额下降。

2、应收账款账龄

公司应收账款账龄情况与同行业可比公司的对比情况如下：

单位：万元

公司名称	账龄	2024 年 1-7 月		2023 年度		2022 年度	
		应收账款 余额	应收账 款余额 占比	应收账款 余额	应收账 款余额 占比	应收账款 余额	应收账 款余额 占比
瑞尔特	1 年以内	40,441.47	94.21%	34,771.54	93.75%	40,586.95	93.84%
	1 至 2 年	707.75	1.65%	945.78	2.55%	1,023.95	2.37%
	2 至 3 年	409.97	0.96%	554.28	1.49%	374.81	0.87%
	3 年以上	1,368.30	3.19%	819.00	2.21%	1,264.48	2.92%
麦格米特	1 年以内	262,060.61	97.83%	221,768.82	97.62%	167,193.18	96.64%
	1 至 2 年	3,917.01	1.46%	3,775.22	1.66%	2,107.21	1.22%
	2 至 3 年	262.69	0.10%	235.60	0.10%	1,714.70	0.99%
	3 年以上	1,627.36	0.61%	1,394.16	0.61%	1,984.61	1.15%
惠达卫浴	1 年以内	73,543.67	62.62%	91,384.22	76.04%	81,075.08	82.91%
	1 至 2 年	28,466.76	24.24%	17,596.18	14.64%	10,546.88	10.79%
	2 至 3 年	9,489.10	8.08%	6,356.88	5.29%	2,202.82	2.25%
	3 年以上	5,948.75	5.06%	4,842.40	4.03%	3,963.58	4.05%
本公司	1 年以内	2,445.93	97.19%	1,892.49	97.41%	4,230.44	99.47%
	1 至 2 年	32.35	1.29%	29.70	1.53%	8.83	0.21%
	2 至 3 年	18.48	0.73%	6.81	0.35%	4.26	0.10%

公司名称	账龄	2024 年 1-7 月		2023 年度		2022 年度	
		应收账款 余额	应收账款 余额 占比	应收账款 余额	应收账款 余额 占比	应收账款 余额	应收账款 余额 占比
	3 年以上	19.98	0.79%	13.86	0.71%	9.60	0.23%

注：同行业数据取自2022年度、2023年度、2024年1-6月的定期报告

由上表可见，公司应收账款账龄主要在一年以内，公司的账龄情况与同行业可比公司瑞尔特、麦格米特接近。惠达卫浴的账龄相对较长，系因为其工程和建筑服务客户的账期较长所致。

3、应收账款周转率

公司应收账款周转率与同行业可比公司的对比情况如下：

项目	公司名称	2024 年 1-7 月	2023 年度	2022 年度
应收账款周转率（次）	瑞尔特	3.13	5.95	4.53
	麦格米特	1.65	3.44	3.73
	惠达卫浴	2.11	4.30	3.66
	平均值	2.30	4.56	3.97
	公司	4.78	6.69	4.59

注 1：同行业数据取自 2022 年度、2023 年度、2024 年 1-6 月的定期报告。

注 2：2024 年 1-7 月应收账款周转率未折算成年度。

由上表可见，公司应收账款周转率与瑞尔特接近，公司应收账款周转率高于同行业平均值。主要是因为相较于同行业上市公司而言，公司整体销售规模较小。

（三）结合公司销售信用政策、应收账款账龄、主要欠款方经营及信用情况、历史上坏账准备实际发生情况、可比公司坏账准备计提政策等，说明公司应收账款和应收票据坏账准备计提的充分性。

1、公司的销售信用政策

公司根据销售模式、客户的销售规模、首次合作的商务谈判等情况，给予客户不同的信用期：ODM、直销模式一般采取赊销的信用政策，经销模式和境外销售一般采取款到发货的信用政策。

报告期各期末应收账款余额的主要客户的信用政策见本题“（一）说明公司2023年应收账款余额下降较多的原因及合理性，应收账款规模与公司销售收入、信用政策的匹配性。”

2、应收账款账龄情况

报告期各期末，公司的应收账款账龄情况如下：

单位：万元

账龄	2024 年 7 月 31 日		2023 年 12 月 31 日		2022 年 12 月 31 日	
	应收账款	占比	应收账款	占比	应收账款	占比
1 年以内（含 1 年）	2,445.93	97.19%	1,892.49	97.41%	4,230.44	99.47%
1-2 年（含 2 年）	32.35	1.29%	29.70	1.53%	8.83	0.21%
2-3 年（含 3 年）	18.48	0.73%	6.81	0.35%	4.26	0.10%
3 年以上	19.98	0.79%	13.86	0.71%	9.6	0.23%
合计	2,516.74	100.00%	1,942.86	100.00%	4,253.13	100.00%

由上表可见，报告期内一年以内的应收账款占比分别为 99.47%、97.41%和 97.19%，应收账款账龄主要在一年以内。

3、公司主要欠款方的经营及信用情况

报告期各期末，公司应收账款余额前五名客户的经营及信用情况、期后回款情况如下：

单位：万元

单位名称	2024.7.31				
	应收账款期末余额	占应收账款期末余额的比例 (%)	客户公司的经营及信用情况	期后回款金额	期后回款金额占比
惠达卫浴股份有限公司	586.60	23.31	经营正常、信用良好	586.60	100.00%
摩恩（上海）厨卫有限公司	548.58	21.80	经营正常、信用良好	548.58	100.00%
开平金牌洁具有限公司	437.65	17.39	经营正常、信用良好	401.71	91.79%
湖南希箭智能家居有限公司	173.79	6.91	经营正常、信用良好	173.79	100.00%
广东尚高水能生态科技有限公司	117.91	4.69	经营正常、信用良好	117.91	100.00%
合计	1,864.53	74.09			

单位：万元

单位名称	2023.12.31
------	------------

	应收账款期末余额	占应收账款期末余额的比例(%)	客户公司的经营及信用情况	期后回款金额	期后回款金额占比
开平金牌洁具有限公司	452.83	23.31	经营正常、信用良好	452.83	100.00%
广东尚高水能生态科技有限公司	320.88	16.52	经营正常、信用良好	320.88	100.00%
湖南希箭智能家居有限公司	290.79	14.97	经营正常、信用良好	290.79	100.00%
摩恩（上海）厨卫有限公司	165.96	8.54	经营正常、信用良好	165.96	100.00%
和成（中国）有限公司	143.99	7.41	经营正常、信用良好	143.99	100.00%
合计	1,374.45	70.74			

单位：万元

单位名称	2022.12.31				
	应收账款期末余额	占应收账款期末余额的比例(%)	客户公司的经营及信用情况	期后回款金额	期后回款金额占比
摩恩（上海）厨卫有限公司	1,669.91	39.26	经营正常、信用良好	1,669.91	100.00%
惠达卫浴股份有限公司	707.65	16.64	经营正常、信用良好	707.65	100.00%
广东浪鲸智能卫浴有限公司	341.91	8.04	经营正常、信用良好	341.91	100.00%
和成（中国）有限公司	259.76	6.11	经营正常、信用良好	259.76	100.00%
开平金牌洁具有限公司	245.02	5.76	经营正常、信用良好	245.02	100.00%
合计	3,224.25	75.81			

综上，公司主要欠款方的经营及信用情况良好，报告期各期末主要欠款方的应收账款期后均已回款。

4、应收账款、应收票据坏账准备计提情况和坏账损失实际发生情况

公司报告期内的应收账款、应收票据坏账准备计提情况和坏账损失实际发生情况

单位：万元

项目		2024.7.31	2023.12.31	2022.12.31
应收账款	坏账准备余额	163.36	117.83	225.01

项目		2024.7.31	2023.12.31	2022.12.31
	账面余额	2,516.73	1,942.86	4,253.12
	坏账准备计提比例	6.49%	6.06%	5.29%
	坏账损失实际发生金额	1.38	0	18.42
应收票据	坏账准备余额	36.31	68.73	46.97
	账面余额	726.24	1,374.55	939.42
	坏账准备计提比例	5.00%	5.00%	5.00%
	坏账损失实际发生金额	0	0	0

由上表可见，公司应收账款和应收票据分别计提了坏账准备，计提坏账准备的金额大于报告期内实际发生的坏账损失金额。

5、应收账款和应收票据的坏账计提政策与同行业可比公司比较

（1）应收账款

公司应收账款的坏账准备计提政策与同行业可比公司比较如下：

公司	瑞尔特	麦格米特	惠达卫浴	本公司
相关政策	账龄组合	账龄组合	客户类型,账龄分析法	账龄组合

按账龄组合的应收账款预期信用损失率如下表所示：

单位：%

账龄	瑞尔特	麦格米特	惠达卫浴	本公司
6个月以内（含6个月）	5	1	3	5
6个月-1年（含1年）	5	1	3	5
1—2年	10	10	10	20
2—3年	50	30	30	50
3—4年	100	100	50	100
4—5年	100	100	80	100
5年以上	100	100	100	100

由上表可见，公司应收账款坏账准备计提的组合类别和预期信用损失率，总体来看，高于同行业可比公司，应收账款坏账准备计提充分。

公司应收账款坏账准备的计提比率与同行业可比公司比较如下：

公司简称	2024.7.31	2023.12.31	2022.12.31
瑞尔特	8.45%	9.00%	8.29%
麦格米特	1.71%	1.88%	2.04%
惠达卫浴	10.29%	9.64%	7.16%
同行业可比公司的平均值	6.82%	6.84%	5.83%
本公司	6.49%	6.06%	5.29%

注：惠达卫浴存在对房地产客户的应收账款单项计提大额坏账准备的情况，与公司的情况不可比，上表中的惠达卫浴数值剔除了单项计提部分。

由上表可见，公司应收账款坏账准备的计提比率与同行业可比公司不存在较大差异，应收账款坏账准备计提充分。

（2）应收票据

公司应收票据的坏账准备计提政策与同行业可比公司比较如下表所示：

项目	瑞尔特	麦格米特	惠达卫浴	本公司
组合类别	不计提	不同票据类型，均采用账龄组合计提坏账准备	票据类型：①银行承兑汇票不计提坏账准备；②其他票据组合按账龄组合计提坏账准备。	票据类型：①信用等级高的银行承兑汇票不计提坏账准备；②信用等级低的银行承兑汇票和商业承兑汇票均采用应收账款政策划分组合计提坏账准备

按账龄组合的应收票据预期信用损失率如下表所示：

单位：%

账龄	瑞尔特	麦格米特	惠达卫浴	本公司
6个月以内（含6个月）	0	1	3	5
6个月-1年（含1年）	0	1	3	5
1—2年	0	10	10	20
2—3年	0	30	30	50
3—4年	0	100	50	100
4—5年	0	100	80	100
5年以上	0	100	100	100

由上表可见，公司应收票据坏账准备计提预期信用损失率，与总体来看，高于同行业可比公司，应收票据坏账准备计提充分。

公司应收票据坏账准备的计提比率与同行业可比公司比较如下：

公司简称	2024.7.31	2023.12.31	2022.12.31
瑞尔特	0.00%	0.00%	0.06%
麦格米特	1.00%	1.00%	1.00%
惠达卫浴	1.02%	1.02%	2.55%
同行业可比公司的平均值	0.67%	0.67%	1.20%
本公司	5.00%	5.00%	5.00%

注：惠达卫浴存在对房地产客户的应收票据单项计提大额坏账准备的情况，与公司的情况不可比，上表中的惠达卫浴数值剔除了单项计提部分。

由上表可见，公司应收票据坏账准备的计提比率高于同行业可比公司，应收票据坏账准备计提充分。

综上所述，主要欠款方经营及信用良好且未发生变化，公司应收账款和应收票据坏账准备的计提政策与同行业可比公司相比更为谨慎。公司应收账款和应收票据坏账准备计提充分。

（四）补充披露公司应收账款的逾期情况，信用期内应收账款和逾期部分各自的期后回款情况。

公司已在公开转让说明书之“第四节公司财务”之“七、资产质量分析”之“5、应收账款”中补充披露如下：

1、报告期内应收账款逾期情况

应收账款整体逾期情况如下：

单位：万元

项目	2024年7月31日			2023年12月31日			2022年12月31日		
	应收账款余额	逾期金额	逾期占比	应收账款余额	逾期金额	逾期占比	应收账款余额	逾期金额	逾期占比
应收账款	2,516.73	762.11	30.28%	1,942.86	687.42	35.38%	4,253.12	1,679.81	39.50%

报告期各期末，应收账款逾期金额分别为 1,679.81 万元、687.42 万元和 762.11 万元，逾期占比分别为 39.50%、35.38%和 30.28%。

2、信用期内应收账款和逾期部分各自的期后回款情况

单位：万元

年份	信用期内应收账款	逾期应收账款
----	----------	--------

	应收账款 余额	期后回款 金额	期后回款 金额占比	应收账款 余额	期后回款 金额	期后回款 金额占比
2024 年 1-7 月	1,754.63	1,548.66	88.26%	762.11	729.78	95.76%
2023 年度	1,255.43	1,206.98	96.14%	687.42	652.95	94.99%
2022 年度	2,573.31	2,525.07	98.13%	1,679.81	1,657.82	98.69%

注：期后回款金额统计截止时间为 2024 年末。

由上表可知，报告期内，逾期应收账款期后回款金额占比分别为 98.69%、94.99%和 95.76%。

（五）请主办券商和会计师核查上述问题并发表明确意见，说明核查方式、核查过程及核查结论，函证金额比例及回函情况等，并说明坏账准备计提的充分性；说明对应收账款逾期及单项计提坏账的客户的核查程序，是否存在通过虚增销售并计提坏账转移利润的情形。

1、核查程序

针对上述问题，主办券商和会计师执行了以下核查程序：

（1）访谈销售负责人、财务负责人，了解公司不同类型客户的信用政策情况、制定依据及相关审批流程，不同类型客户信用政策差异的原因；了解 2023 年应收余额下降的原因及合理性；

（2）获取公司主要客户信用期情况，检查报告期内主要客户信用期是否发生变化，分析是否存在放宽信用期刺激销售情形；

（3）获取公司应收账款明细表和逾期情况明细表，查验期后回款情况，检查相关的应收账款期后回款单据；并了解公司对应收账款逾期的后续管理措施；

（4）查询同行业可比公司的招股说明书、年度报告等公开披露文件，对比公司应收账款占营业收入比重、应收账款账龄情况、应收账款周转率、应收账款和应收票据的坏账准备计提政策与同行业可比公司是否存在较大差异，判断公司坏账准备计提的充分性；

（5）对主要客户进行了函证，函证内容包括报告期内的往来账项、交易金额等。函证金额比例及回函情况详见本反馈意见回复之“问题 1、关于经营业绩”之“三、（一）核查程序”的相关内容。

2、核查意见

经核查，主办券商和会计师认为：

（1）公司 2023 年末应收账款余额下降具有合理性。报告期内公司的应收账款规模与公司销售收入规模、信用政策匹配；

（2）报告期内，相较于同行业可比公司，公司应收账款余额占营业收入比重较低、应收账款账龄较短、应收账款周转率较高具有合理性；

（3）报告期内，除摩恩因针对供应商统一调整信用政策、尚高卫浴和和成（中国）有限公司谈判调整信用期外，其他主要客户未发生信用期的调整。不存在放宽信用政策刺激销售的情形，不存在通过虚增销售并计提坏账转移利润的情形；

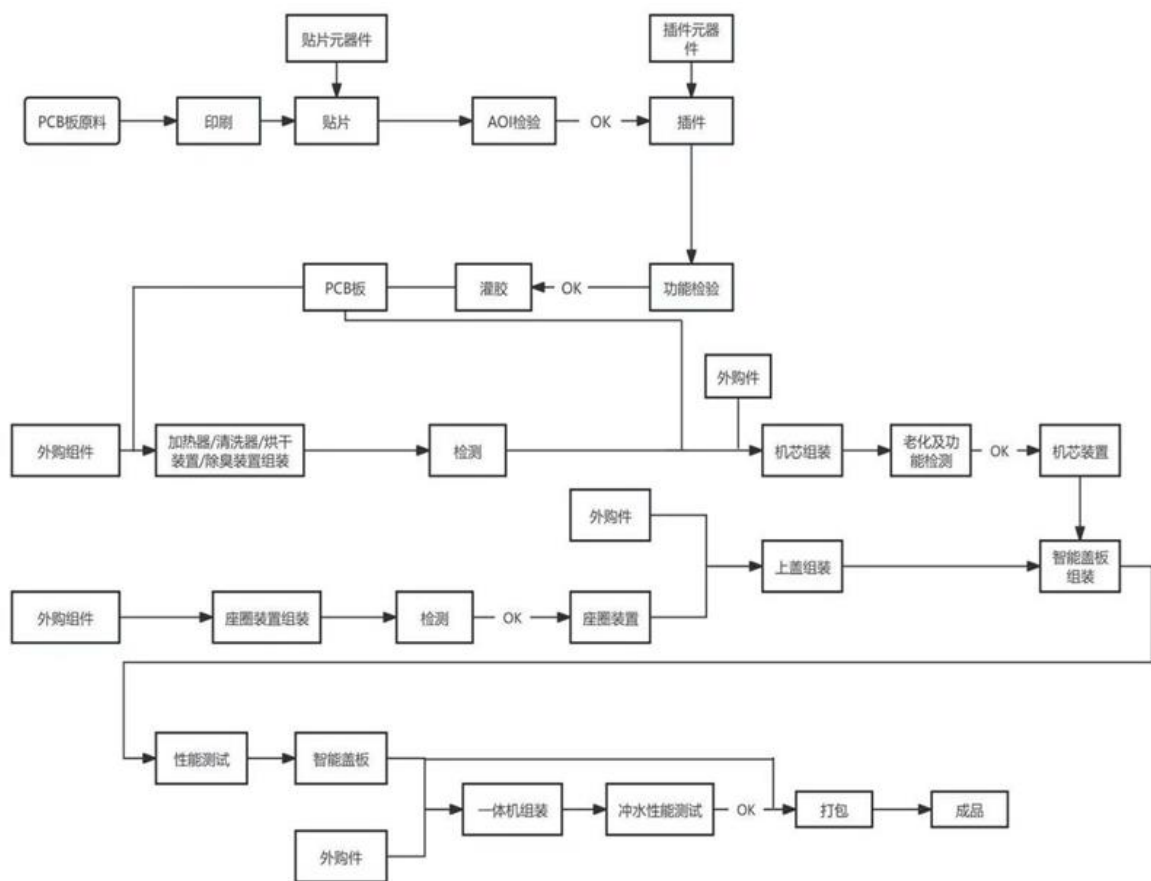
（4）报告期各期末公司应收账款和应收票据的坏账准备计提充分。

二、关于固定资产及在建工程

（一）结合公司具体生产加工过程、核心技术的运用情况，说明公司固定资产规模、成新率与公司产能、产销量变动是否匹配，与同行业公司是否存在显著差异及原因

1、公司具体生产加工过程

主要产品的生产加工流程如下图所示：



公司产品具体生产加工流程包括领料、组件装配、测试等，生产作业流程，较少使用大型机器设备。

2、核心技术的运用情况

序号	技术名称	技术特色	技术应用领域	是否需配套大额固定资产生产加工
1	即热式加热技术	无需传统加热器中的流量计零件，通过进水温度和出水温度进行PID算法计算对陶瓷加热管的进行精准的控制，使冷水流过加热器后加热至特定温度，控温精度正负0.5摄氏度	关键组件设计	否
2	DCS 集成化控制系统	利用总线技术集中管理主控板、2.4g 接收器、WIFI 接收器、语音控制器、数码显示器等分布零件，提高系统的集成度和零部件的通用型	整机设计	否
3	零水压冲水系统	在马桶内部集成一个储水箱，利用大流量水泵驱动冲水，在进水水压在0.06Mpa时仍可实现正常进水和冲水。实现零水压的同时保证大冲力和低噪音，最高可冲800克MISO，冲水时间最短4s，噪音小于52dB	整机设计、关键组件设计	否
4	2.4G 遥控系统	通过软件控制2.4G发射装置，实现对马桶的遥控控制和状态传输，并可以通过遥控器和马	关键组件设计	否

		桶进行对码，实现一一对应。		
5	自吸气清洗系统	清洗喷头利用文丘里原理，清洗用水流经文氏管时产生负压吸入空气与水混合产生混气水流用于清洗。通过文氏管后，水流速度和清洗力得到加强，但由于混入了空气使水流柔性增加，清洗舒适度提高	整机设计、关键组件设计	否
6	落座发泡系统	利用文氏原理将蠕动泵供过来的泡沫液吸入，经多级打散后，由上喷头的润壁水带入陶瓷盆腔，实现 360°洗刷和杀菌	整机设计、关键组件设计	否

由上可知，公司核心技术运用于装备整机设计、关键组件设计，不存在需配套大额固定资产生产加工的情形。

3、公司固定资产规模、成新率与同行业公司是否存在显著差异及原因

截至报告期末，公司固定资产规模、成新率与同行业公司惠达卫浴、麦格米特和瑞尔特对比情况如下：

惠达卫浴					
项目	原值	占比	账面价值	占比	成新率
房屋及建筑物	170,248.00	56.10%	107,650.27	67.02%	63.23%
机器设备	123,387.53	40.66%	51,059.41	31.79%	41.38%
运输工具	1,904.94	0.63%	436.51	0.27%	22.91%
电子及办公设备	4,336.79	1.43%	322.69	0.20%	7.44%
其他设备	3,579.25	1.18%	1,161.33	0.72%	32.45%
合计	303,456.51	100.00%	160,630.21	100.00%	52.93%
麦格米特					
项目	原值	占比	账面价值	占比	成新率
房屋及建筑物	81,044.48	42.84%	72,709.28	53.15%	89.72%
机器设备	54,485.33	28.80%	41,228.66	30.14%	75.67%
运输工具	1,909.33	1.01%	632.67	0.46%	33.14%
电子设备	29,836.23	15.77%	13,309.64	9.73%	44.61%
办公设备及其他	13,496.04	7.13%	5,597.67	4.09%	41.48%
模具	8,402.88	4.44%	3,309.69	2.42%	39.39%
合计	189,174.29	100.00%	136,787.60	100.00%	72.31%
瑞尔特					
项目	原值	占比	账面价值	占比	成新率
房屋及建筑物	27,961.07	28.07%	16,914.48	35.07%	60.49%

机器设备	35,168.27	35.30%	14,959.54	31.02%	42.54%
模具	18,977.42	19.05%	8,546.12	17.72%	45.03%
运输工具	820.44	0.82%	275.93	0.57%	33.63%
电子设备及其他	16,701.82	16.76%	7,533.61	15.62%	45.11%
合计	99,629.02	100.00%	48,229.68	100.00%	48.41%
特洁尔					
项目	原值	占比	账面价值	占比	成新率
房屋及建筑物	3,995.42	53.58%	2,399.58	62.04%	60.06%
机器设备	2,672.23	35.84%	1,175.43	30.39%	43.99%
运输工具	554.42	7.44%	245.04	6.34%	44.20%
电子设备及其他	234.54	3.15%	47.76	1.23%	20.36%
合计	7,456.61	100.00%	3,867.82	100.00%	51.87%

注：数据来源于上市公司半年度报告，特洁尔选用2024年7月末数据

由上表可知，公司固定资产规模低于同行业上市公司，主要系业务种类及收入规模不同。公司业务种类较为单一，主营业务为智能坐便器的研发、生产与销售。而惠达卫浴产品包含卫生陶瓷、浴缸淋浴房、瓷砖、浴室家具和五金洁具等，麦格米特产品包含智能家电电控产品、电源产品等，因业务种类不同，公司固定资产规模低于同行业上市公司具有合理性。

公司固定资产的整体成新率与惠达卫浴和瑞尔特相近，低于麦格米特，整体与同行业可比公司固定资产成新率不存在重大差异。

4、公司固定资产规模、成新率与公司产能、产销量变动是否匹配

报告期内，公司固定资产与产能、产销量情况如下：

项目名称	2024 年 7 月末	2023 年末	2022 年末
固定资产——机器设备原值（万元）	2,672.23	2,367.35	2,169.29
固定资产——机器设备净值（万元）	1,175.43	1,028.32	961.45
固定资产——机器设备成新率	43.99%	43.44%	44.32%
项目名称	2024 年 1-7 月	2023 年度	2022 年度
产能（万台）	12.25	21.00	21.00

产量（万台）	10.79	19.59	17.72
销量（万台）	10.62	18.40	17.78
产能利用率	88.07%	93.28%	84.36%
产销率	98.44%	93.93%	100.36%

报告期各期末，公司固定资产的机器设备原值分别为 2,169.29 万元、2,367.35 万元以及 2,672.23 万元，增长主要系添置部分生产需要的模具和机器设备。报告期各期末，公司固定资产的机器设备成新率分别为 44.32%、43.44%和 43.99%。未发生较大变化。报告期内公司的产能利用率以及产销率皆保持着较高的水平

综上所述，公司产品具体生产加工流程较少使用大型机器设备。公司核心技术不存在需配套大额固定资产生产加工的情形。公司固定资产规模低于同行业上市公司具有合理性。公司固定资产的整体成新率与惠达卫浴和瑞尔特相近，低于麦格米特，整体与同行业可比公司固定资产成新率不存在重大差异。报告期各期末，公司固定资产的机器设备原值增长主要系添置部分生产需要的模具和机器设备，公司固定资产的机器设备成新率未发生较大变化，报告期内公司的产能利用率以及产销率皆保持着较高的水平。

（二）按类别分别说明固定资产折旧政策、折旧年限、残值率等，与同行业可比公司是否存在重大差异及合理性，相关会计核算是否合规、折旧计提是否充分等

1、固定资产折旧政策

公司对固定资产折旧采用年限平均法分类计提，根据固定资产类别、预计使用寿命和预计净残值率确定折旧率，符合企业会计准则相关规定。根据半年度报告等资料，同行业可比上市公司惠达卫浴、麦格米特和瑞尔特均采用年限平均法对固定资产计提折旧，因此公司的固定资产折旧政策与同行业可比公司不存在重大差异。

2、折旧年限

公司固定资产折旧年限与同行业可比公司对比情况，具体如下：

单位：年

固定资产类别	房屋及建筑物	机器设备	运输工具	电子及办公设备	其他
--------	--------	------	------	---------	----

惠达卫浴	10-35	5-30	4-6	3-10	4-11
麦格米特	20-40	10	4	3（电子设备）、3-5 （办公设备及其他）	3-5
瑞尔特	20	10	5	5	5
特洁尔	20	5/10	4	3/5	3/5

公司固定资产主要为房屋及建筑物、机器设备，其中公司房屋及建筑物的折旧年限为 20 年，与瑞尔特一致，处于惠达卫浴和麦格米特折旧年限区间范围内；公司机器设备的折旧年限为 5-10 年，处于瑞尔特、惠达卫浴和麦格米特折旧年限区间范围内。公司固定资产折旧年公与同行业可比公司基本一致，不存在明显差异。

3、残值率

固定资产残值率与同行业可比公司对比情况，具体如下：

单位：%

固定资产类别	房屋及建筑物	机器设备	运输工具	电子及办公设备
惠达卫浴	3-10	3-10	3-10	3-10
麦格米特	5	5	5	5
瑞尔特	5	5	5	5
公司	5	5	5	5

如上表所示，公司固定资产残值率为 5%，与麦格米特和瑞尔特一致，处于惠达卫浴区间范围内，综上，公司固定资产预计残值率与同行业可比公司一致。

综上所述，公司固定资产折旧年限、残值率等，与同行业可比公司不存在重大差异，公司固定资产会计核算合规，折旧计提充分。

（三）说明报告期内固定资产、在建工程减值测试的过程和计算方法，是否存在闲置、报废的固定资产，如何判断固定资产或在建工程是否存在减值迹象，减值准备计提是否充分。

1、说明报告期内固定资产、在建工程减值测试的过程和计算方法

公司固定资产不存在减值迹象，不存在应计提减值准备的情形。

2、固定资产的闲置、报废情况

(1) 固定资产的闲置情况

公司的生产线均处于正常生产的状态，固定资产不存在闲置情况。

(2) 固定资产的报废情况

报告期内公司固定资产的报废情况如下：

单位：万元

项目	2024年1-7月	2023年度	2022年度
报废的固定资产原值	0	0	0.89
报废的固定资产已计提累计折旧	0	0	0.65
报废的固定资产账面价值	0	0	0.24

公司固定资产报废的金额较小。报废经审批后，财务按照报废的固定资产账面价值计入营业外支出。

3、如何判断固定资产或在建工程是否存在减值迹象，减值准备计提是否充分。

报告期内，公司在资产负债表日，根据《企业会计准则第8号—资产减值》的相关规定，对固定资产是否存在减值迹象进行判断。对于判断存在减值迹象的固定资产，按公允价值减去处置费用的净额和资产预计未来现金流量现值两者中的较高者确定为可回收金额，若固定资产的可回收金额低于其账面价值，则按其差额计提减值准备并计入减值损失。资产减值损失一经确认，在以后期间不予转回。

报告期内，公司结合业务经营、固定资产使用情况以及《企业会计准则第8号—资产减值》关于减值迹象的规定，对固定资产是否存在减值迹象进行了分析，具体说明如下：

序号	准则相关规定	公司具体情况	是否存在减值迹象
1	资产的市价当期大幅度下跌，其跌幅明显高于因时间的推移或者正常使用而预计的下跌	报告期内，公司的固定资产均处于正常使用状态，且公司在购置新固定资产比价的过程中，并未发现原有各固定资产当期市价出现大幅度下降的情形	否

2	企业经营所处的经济、技术或者法律等环境以及资产所处的市场在当期或者将在近期发生重大变化，从而对企业产生不利影响	报告期内，公司所处的业处于稳定发展阶段，所处的经济、技术或者法律等环境以及主要资产运行情况在近期均未发生重大不利变化，从而未对公司产生不利影响	否
3	市场利率或者其他市场投资报酬率在当期已经提高，从而影响企业计算资产预计未来现金流量现值的折现率，导致资产可收回金额大幅度降低	报告期内，国内市场基准利率并未发生大幅上调的情况	否
4	有证据表明资产已经陈旧过时或者其实体已经损坏	报告期各期末，公司均会对固定资产进行盘点，历次盘点过程中均未发现主要资产存在陈旧过时或者其实体已经损坏的情形	否
5	资产已经或者将被闲置、终止使用或者计划提前处置	报告期内，公司销售规模稳定增加，未影响生产设备的使用	否
6	企业内部报告的证据表明资产的经济绩效已经低于或者将低于预期，如资产所创造的净现金流量或者实现的营业利润（或者亏损）远远低于（或者高于）预计金额等	报告期内，公司产品的获利能力良好，2022年度至2024年1-7月净利润分别为3,555.37万元、3,431.55万元、973.57万元，公司产品的获利能力良好	否
7	其他表明资产可能已经发生减值的迹象	公司无其他表明资产可能已经发生减值的迹象	否

综上，公司固定资产不存在减值迹象，不存在应计提减值准备的情形。

（四）说明公司固定资产、在建工程盘点情况，尤其是新增固定资产的盘点情况，包括盘点时间、地点、人员、范围、盘点方法、程序、盘点比例、盘点结果，是否存在盘点差异及产生原因、处理措施。

报告期各期末，公司固定资产管理部门组织财务部门等对固定资产实施清查盘点，检查固定资产保管及使用状况。

报告期内，公司对固定资产的盘点安排、盘点情况、盘点结果、盘点差异及产生原因和处理措施具体如下：

单位：万元

项目	2024年7月末	2023年末	2022年末
公司盘点时间	2024/8/3	2024/1/26	2022/12/31
盘点地点	建筑物所在地、办公室、生产区域		

项目		2024 年 7 月末	2023 年末	2022 年末
盘点人员		公司财务人员、资产管理部门人员		
盘点范围		所有固定资产		
盘点方法		实地盘存法		
盘点程序		1、盘点前，财务部门明确盘点范围，根据公司固定资产的特点及实际情况提前制定盘点计划、准备固定资产盘点表，并通知对应部门员工做好盘点准备工作； 2、盘点过程中，按照计划盘点固定资产，根据固定资产盘点表的资产名称、数量、规格和存放地点等信息对实物进行逐项核对，同时再对照实物追查至盘点表，检查资产的完整性、使用状况等情况，关注是否存在毁损、陈旧、报废、闲置等情形； 3、盘点完毕后，财务部门复核并记录盘点结果，参与盘点的人员在盘点表上签字确认。		
固定资产原值		7,456.61	7,064.30	6,851.91
公 司 盘 点 情 况	盘点金额	6,320.52	5,411.91	5,217.42
	盘点比例	84.76%	76.61%	76.15%
	其中：新增固定资产原值	404.79	424.16	898.14
	新增固定资产盘点金额	196.19	345.40	349.24
	新增固定资产盘点比例	48.47%	81.43%	38.88%
	盘点结果	账实相符	账实相符	账实相符

综上，报告期各期末，公司盘点的固定资产状况良好，盘点账实相符。

（五）请主办券商和会计师对上述事项进行核查并发表明确意见；结合对公司固定资产、在建工程监盘情况说明公司固定资产、在建工程的真实性。

1、核查程序

针对上述事项，主办券商和会计师执行了以下核查程序：

（1）获取公司盘点相关资料

2024 年 7 月末，对于固定资产、在建工程的盘点实施监盘程序，监盘情况如下：

单位：万元

项目	账面金额	监盘确认金额	监盘确认金额占比	差异金额	差异率
----	------	--------	----------	------	-----

项目	账面金额	监盘确认金额	监盘确认金额占比	差异金额	差异率
	A	B	C=B/A	D	E=D/B
固定资产原值	7,456.61	6,320.52	84.76%	0	0.00%
固定资产账面价值	3,867.82	3,406.22	88.07%	0	0.00%
在建工程余额	189.81	163.36	86.07%	0	0.00%

经检查，公司的固定资产处于正常使用状态，不存在闲置、报废的固定资产；

（2）对于主要设备供应商的重大往来余额执行函证程序，确认交易金额与往来余额的真实性和准确性；

（3）查阅同行业公司的披露文件，获取固定资产折旧政策、折旧年限、残值率；

（4）查阅同行业可比公司的披露文件，对比公司的固定资产折旧政策、折旧年限、残值率与同行业可比公司是否存在重大差异；

（5）获取公司的产成品入库明细、设备情况以及销售明细表，测算了产能利用率和产销率；

（6）查询同行业可比公司的招股说明书、年度报告等公开披露文件，对比公司固定资产规模和成新率与同行业可比公司是否存在显著差异。

2、核查意见

经核查，主办券商和会计师认为：

（1）公司固定资产规模、成新率与公司产能、产销量变动匹配；

（2）公司固定资产规模低于同行业上市公司具有合理性。公司固定资产的成新率与同行业可比公司不存在重大差异；

（3）公司固定资产折旧计提符合《企业会计准则》规定，固定资产折旧政策、折旧年限、残值率与同行业可比公司不存在重大差异，公司折旧计提充分；

（4）经过对公司固定资产、在建工程进行监盘，公司的在建工程、固定资产情况良好，数量与资产状态均与账面相符，不存在账实不符的情形，公司的在建工程、固定资产真实；

(5) 报告期内固定资产、在建工程不存在应计提减值准备的情况。

三、关于货币资金

(一) 结合大额存单的合同条款及持有目的，说明其计入债权投资的合理性，相关会计处理及列报是否符合《企业会计准则》的规定，购置金融产品是否需要履行相关内部程序

1、结合大额存单的合同条款及持有目的，说明其计入债权投资的合理性

(1) 《企业会计准则》关于债权投资的定义

根据企业会计准则，金融工具是指形成一方的金融资产并形成其他方的金融负债或权益工具的合同，公司可以将业务模式是以收取合同现金流量为目标，且合同现金流量仅为对本金和以未偿付本金金额为基础的利息的支付的金融资产分类为以摊余成本计量的金融资产，若该项金融资产的回收期限超过一年，属于非流动资产，可以列报为债权投资。

(2) 结合大额存单的合同条款及持有目的，说明其计入债权投资的合理性

公司购买的银行大额存单的主要合同条款如下：

合同条款	具体约定
产品性质	存款性产品
期限	三年期
利率形式	固定利率
提前支取适用的利率类型	按照活期利率
本金和利息方式	利随本清，到期一次还本付息
是否可转让	是

由上表可见，公司持有大额存单的目的系对于闲置的资金采用保本、稳健的投资方式进行现金管理，获取固定的投资收益，公司计划将当前的大额存单持有至到期。

综上所述，公司购买大额存单的合同条款及持有目的符合《企业会计准则》关于债权投资的定义，公司将大额存单计入债权投资具有合理性。

2、大额存单的相关会计处理及列报是否符合《企业会计准则》的规定

公司持有理财产品的目的是出售金融资产，公司购买的理财产品主要为保本浮动收益型的结构性存款，收益率挂钩汇率，合同现金流量不是仅为对本金和以未偿付本金金额为基础的利息的支付，根据理财产品的业务模式和合同现金流量特征，公司将其分类为交易性金融资产，符合《企业会计准则》的规定。

大额存单的相关会计处理及列报，与《企业会计准则》的相关规定对照如下表所示：

计量阶段	大额存单的会计处理及列报	企业会计准则的相关规定	是否符合规定
初始计量	公司购买大额存单，初始计量时按照购买成本计入债权投资-成本	企业取得的债权投资，应按照投资的面值，借记债权投资-成本	是
后续计量	每月末，对于未到期的大额存单，公司按照票面利率计算的利息，计入债权投资-应计利息的借方；按照实际利率法计算的利息收入，计入投资收益的贷方；差额计入债权投资-利息调整。	资产负债表日，应按照票面或合同利率计算确定的利息，借记债权投资-应计利息，按实际利率法计算确定的利息收入，贷记投资收益，按其差额，借记或贷记债权投资-利息调整。	是
终止计量	①大额存单到期当月，公司按照票面利率计算的利息（最后一个月的利息），计入债权投资-应计利息的借方，按照实际利率法计算的利息收入，计入投资收益的贷方，差额计入债权投资-利息调整；转出债权投资-利息调整的账面余额，贷记或者借记投资收益。 ②收回本金和利息时，实际收到的资金计入货币资金，转出相关的债权投资-本金、应计利息余额。银行大额存单，未发生信用减值损失。	到期收回债权投资时，按实际收到的金额，借记货币资金，按该金融资产的账面余额，贷记或者借记本科目。按其差额，借记或者贷记信用减值损失科目。	是
现金流量	公司认定购买大额存单为投资活动，现金流量列报为投资活动的现金流量	投资活动现金流量反映企业进行债权投资，并出售、转让、到期收回债权投资相关的现金流量。	是

大额存单的投资收益列报为非经常性损益，与相关规定对照如下表所示：

公司相关非经常性损益的列报方式	非经常性损益相关规定	是否符合规定
大额存单的利息收入，计入投资收益；公司认定其为投资活动，投资收益列报为非经常性损益。	除同公司正常经营业务相关的有效套期保值业务外，非金融企业持有金融资产和金融负债产生的公允价值变动损益以及处置金融资产和金融负债产生的损益	是

综上所述，公司大额存单的相关会计处理及列报，符合《企业会计准则》

的相关规定。

3、购置金融产品是否需要履行相关内部程序

根据公司对外投资管理制度，公司购买银行理财产品需要履行以下程序：根据公司当前的资金状况和资金需求计划、股东的风险偏好，并结合投资风险、投资回报等因素，财务负责人了解并选择适合公司的金融产品，并初步确定购置金额。财务部的出纳发起申购金融产品的申请流程，交由财务负责人审核，再交由董事长审批。董事长审批通过后，交由财务部的出纳执行购置操作。

报告期内公司购买银行金融产品已履行了上述内部审批程序，符合公司相关内控制度要求。

（二）说明公司报告期内购买理财产品的金额及收益情况，产品风险等级，相关会计处理及列报是否符合《企业会计准则》的规定。

1、公司报告期内购买理财产品的金额及收益、产品风险等级情况如下：

年份	签约方	产品名称	产品风险等级	产品类型	产品期限	金额（万元）	赎回的投资收益（万元）
2022 年度	上海浦东发展银行股份有限公司等银行	结构性存款等	PR2	挂钩汇率的保本浮动收益型等	3 个月以内或者随时赎回	15,377.31	62.05
2023 年度	上海浦东发展银行股份有限公司等银行	结构性存款等	PR2-3	挂钩汇率的保本浮动收益型等	3 个月以内或者随时赎回	8,001.08	21.79
2024 年 1-7 月	上海浦东发展银行股份有限公司等银行	结构性存款等	PR2	挂钩汇率的保本浮动收益型等	3 个月以内或者随时赎回	10,419.60	9.17

由上表可见，公司报告期各期购买理财产品的金额分别为 15,377.31 万元、8,001.08 万元和 10,419.60 万元，产品类型主要为挂钩汇率的保本浮动收益型理财产品，期限一般在三个月以内，部分产品支持随时赎回。公司报告期各期赎回理财产品获取的投资收益分别为 62.05 万元、21.79 万元和 9.17 万元，相对于购买金额的规模来看，投资收益金额较小，系因为持有期限较短。

2、理财产品相关会计处理及列报是否符合《企业会计准则》的规定

理财产品的相关会计处理及列报，与《企业会计准则》的相关规定对照如下表所示：

计量阶段	大额存单的会计处理及列报	企业会计准则的相关规定	是否符合规定
初始计量	公司购买理财产品，初始计量时按照购买日的公允价值计入交易性金融资产-成本，购买发生的交易费用，计入投资收益。	企业取得交易性金融资产，按其公允价值，借记交易性金融资产-成本，按发生的交易费用，借记投资收益。	是
后续计量	每月末，对于未赎回的理财产品，公司按照网银系统中查询的理财产品市场净值，计算本月末与上月末的净值差额，计入交易性金融资产-公允价值变动，贷记公允价值变动收益。	资产负债表日，交易性金融资产的公允价值高于账面余额的差额，借记交易性金融资产-公允价值变动，贷记公允价值变动收益；公允价值低于账面余额的差额做相反分录。	是
终止计量	公司出售交易性金融资产，收回本金和利息时，实际收到的资金计入货币资金，转出交易性金融资产余额，差额计入投资收益。该交易性金融资产持有期间的累计确认的公允价值变动收益，借记公允价值变动收益，贷记投资收益。	出售交易性金融资产，应按实际收到的金额，借记货币资金，按该交易性金融资产的账面余额，贷记或者借记本科目。按其差额，借记或者贷记投资收益科目。	是
现金流量	公司认定购买理财产品为投资活动，现金流量列报为投资活动的现金流量	投资活动现金流量反映企业进行交易性金融资产，并出售、转让、到期收回交易性金融资产相关的现金流量。	是

交易性金融资产的投资收益列报为非经常性损益，与相关规定对照如下表所示：

公司相关非经常性损益的列报方式	非经常性损益相关规定	是否符合规定
交易性金融资产的投资收益，计入投资收益；公司认定其为投资活动，投资收益列报为非经常性损益。	除同公司正常经营业务相关的有效套期保值业务外，非金融企业持有金融资产和金融负债产生的公允价值变动损益以及处置金融资产和金融负债产生的损益	是

因此，公司理财产品的相关会计处理及列报，符合《企业会计准则》的相关规定。

综上，公司购置金融产品已按照公司相关制度规定，履行了相关内部程序。公司购买大额存单的合同条款及持有目的符合《企业会计准则》关于债权投资的定义，公司将大额存单计入债权投资具有合理性。公司大额存单、理财产品的相关会计处理及列报，符合《企业会计准则》的相关规定。

（三）请主办券商、会计师核查上述事项并发表明确意见

1、核查程序

针对上述事项，主办券商和会计师执行了以下核查程序：

（1）询问公司的高管及财务人员，了解大额存单的持有目的，了解大额存单和理财产品的购买情况、购置的内部程序；

（2）获取并检查了公司报告期内购买的大额存单和理财产品的产品合同及相关产品介绍说明、购买的支付单据和投资收益，检查会计处理是否正确；

（3）实施了银行函证，对报告期各期末大额存单和理财产品的余额、合同利率、合同期限等进行函证。

2、核查意见

经核查，主办券商和会计师认为：

公司购置金融产品已履行相关内部程序。公司购买大额存单的合同条款及持有目的符合《企业会计准则》关于债权投资的定义，公司将大额存单计入债权投资具有合理性。公司大额存单、理财产品的相关会计处理及列报，符合《企业会计准则》的相关规定。

四、关于期间费用

（一）分别说明公司销售费用率、管理费用率、研发费用率与同行业公司对比情况，是否存在显著差异及原因；说明设计费用归集到研发费用是否准确，是否符合《企业会计准则》的相关规定，是否存在与成本混同的情形。

1、公司销售费用率、管理费用率、研发费用率与同行业公司对比

报告期内，公司与同行业可比公司的费用率对比情况如下：

费用类型	公司	2024 年 1-7 月（%）	2023 年度（%）	2022 年度（%）
销售费用	惠达卫浴	12.14	10.32	9.01
	麦格米特	4.27	4.81	4.17
	瑞尔特	13.41	10.88	6.29
	可比公司平均	9.94	8.670	6.49
	特洁尔	9.44	6.70	5.73

管理费用	惠达卫浴	7.15	6.71	7.10
	麦格米特	2.70	3.05	2.62
	瑞尔特	4.65	4.61	4.79
	可比公司平均	4.83	4.79	4.84
	特洁尔	5.24	4.53	4.11
研发费用	惠达卫浴	4.45	4.16	4.14
	麦格米特	11.12	11.41	11.55
	瑞尔特	4.12	4.17	4.23
	可比公司平均	6.56	6.58	6.64
	特洁尔	5.03	5.76	4.94

注：2024年1-7月列示的同行业公司数据取自其2024年中期报告

由上表可见：

公司销售费用率的变动趋势与同行业可比公司一致，呈明显的增长趋势。公司销售费用率增长系因为为了扩大市场占有率，公司开拓国内酒店业务和海外市场，提升自身品牌影响力，增加了销售费用支出。

公司管理费用率与同行业可比公司不存在较大差异。报告期内公司管理费用率呈增长趋势，系因为管理人员的薪酬增加所致。

公司研发费用率与同行业可比公司不存在较大差异。

综上，报告期内公司的管理费用率和研发费用率较同行业可比公司不存在明显差异，销售费用率的变动趋势与同行业可比公司一致。

2、设计费用归集到研发费用是否准确，是否符合《企业会计准则》的相关规定，是否存在与成本混同的情形

报告期内，公司研发费用-设计费用分别为 190.09 万元、345.38 万元和 18.95 万元，占研发费用总额分别为 19.41%、28.93%和 3.53%，占比较高。

公司研发项目均为自主研发，上述设计费用相关的研究成果归公司所有，由公司控制，并非为客户提供受托研发，因此将设计费用归集到本公司研发费用。公司研发设计费用主要构成如下：

单位：万元

项目	2024 年 1-7 月	2023 年度	2022 年度
----	--------------	---------	---------

项目	2024 年 1-7 月	2023 年度	2022 年度
试验模模具制造费	4.95	244.76	32.57
试验模模具设计费	-	84.53	121.71
产品外观设计费	14.00	14.94	-
其他	-	1.14	35.81
总计	18.95	345.38	190.09

由上表可见，设计费用主要由试验模模具设计费和试验模模具制造费构成，这两项费用的具体核算内容、会计核算方法见下表所示：

项目	核算内容	会计核算方法
试验模模具设计费	各类结构件及对应模具的设计费用	按项目核算，计入研发费用
试验模模具制造费	各类新品手板和试验模具的制造费用	

注：手板是指采用3D打印模型等技术方式，制作新产品的首个实物样板。在研发流程中，制作手板是制作试验模具的前道流程

如上表所示，公司研发设计费用主要为试验模模具的制造与设计费用，根据公司制定的研发设计和开发控制流程，研发立项后将进行产品结构、外观等维度的设计，进而确定试验模具的规格并委托外部供应商制作试验模具。试验模具制成后，用于研发打样，样品验证合格后，研发项目通过技术评审流程，进行验收和结项。试验模具因其使用寿命等特性，不能用于批量化生产。公司需要根据试验模具相关参数委托模具供应商另行制造量产模具，量产模具可以用于批量化生产，量产模具计入固定资产核算，折旧费用计入生产成本。

综上所述，设计费用的核算内容系公司自主研发新产品项目过程中试验模具的设计和制造费用，自主研发的成果归公司所有。试验模具仅用于研发，不能用于批量化生产。综上，设计费用计入研发费用准确，符合企业会计准则的规定。设计费用不存在与成本混同的情形。

（二）结合公司员工数量、职级分布情况，分析说明公司销售人员、管理人员及研发人员职工薪酬的合理性，人均工资水平与同行业可比公司或当地人均薪酬水平是否存在较大差异及原因

1、公司员工数量、职级分布情况

报告期各期末，公司销售人员、管理人员、研发人员数量及职级分布情况如

下：

单位：人

项目	职级	2024 年 7 月 31 日	2023 年 12 月 31 日	2022 年 12 月 31 日
管理人员	中高层	8	8	8
	基层	24	24	22
	合计	32	32	30
销售人员	中高层	12	10	12
	基层	50	46	42
	合计	62	56	54
研发人员	中高层	10	10	9
	基层	24	30	29
	合计	34	40	38
合计	中高层	30	28	29
	基层	98	100	93
	合计	128	128	122

在人员方面，公司将副经理及以上职级人员划分为中高层，其余人员为基层，报告期各期末，公司人员基本上保持稳定。

2、销售人员人均薪酬

报告期各期，公司销售人员人均薪酬与同行业可比公司及当地人均薪酬对比情况如下：

单位：万元/年

公司名称	2024 年 1-7 月	2023 年	2022 年
惠达卫浴	未披露	16.30	14.90
瑞尔特	未披露	33.58	38.77
麦格米特	未披露	27.49	26.56
平均值	未披露	25.79	26.74
特洁尔	7.46	12.27	10.82
浙江省私营单位就业人员年平均工资	未披露	7.43	7.19

注 1：同行业可比公司 2024 年半年报数据未披露销售人员、管理人员和研发人员数量

注 2：平均薪酬=职工薪酬/（期初人数+期末人数）*2

注 3：浙江省私营单位就业人员年平均工资数据来源于浙江省统计局，下同

报告期内，公司销售人员平均薪酬低于同行业公司平均值。主要是因为：一

方面，公司相较于上市公司而言，在经营规模、业绩水平等方面存在差距，另一方面，公司的销售人员工作以订单跟踪为主，并非客户拓展，从而导致公司销售人员人均薪酬低于同行业平均水平。公司销售人员薪酬高于浙江省私营单位人均薪酬，系为吸纳人才提升竞争力所致，具备合理性。

3、管理人员人均薪酬

报告期各期，公司管理人员人均薪酬与同行业可比公司及当地人均薪酬对比情况如下：

单位：万元/年

公司名称	2024 年 1-7 月	2023 年	2022 年
惠达卫浴	未披露	12.46	12.80
瑞尔特	未披露	14.28	12.54
麦格米特	未披露	27.45	20.41
平均值	未披露	18.06	15.25
特洁尔	9.53	16.67	12.91
浙江省私营单位就业人员年平均工资	未披露	7.43	7.19

报告期内，2022 和 2023 年公司管理人员平均薪酬略低于同行业公司平均值，处于同行业可比公司合理区间。公司管理人员人均薪酬高于浙江省私营单位就业人员年平均工资，主要系公司提供具有竞争力的薪酬，以吸引当地人才。

4、研发人员人均薪酬

报告期各期，公司研发人员人均薪酬与同行业可比公司及当地人均薪酬对比情况如下：

单位：万元/年

公司名称	2024 年 1-7 月	2023 年	2022 年
惠达卫浴	未披露	11.35	10.40
瑞尔特	未披露	12.77	11.72
麦格米特	未披露	25.07	25.83
平均值	未披露	16.40	15.98
特洁尔	10.28	16.21	13.95
浙江省私营单位就业人员年平均工资	未披露	7.43	7.19

报告期内，报告期内，2022 和 2023 年公司研发人员平均薪酬略低于同行业公司平均值，处于同行业可比公司合理区间。报告期内，公司研发人员人均薪酬水平高于浙江省私营单位就业人员年平均工资，主要系公司提供具有竞争力的薪酬，以吸引当地人才。

综上所述，报告期各期末，公司人员基本上保持稳定。报告期内，公司销售人员平均薪酬低于同行业公司平均值，具有合理性。2022 和 2023 年公司管理人员和研发人员平均薪酬略低于同行业公司平均值，处于同行业可比公司合理区间，公司研发、销售和管理人员人均薪酬水平高于浙江省私营单位就业人员年平均工资，主要系公司提供具有竞争力的薪酬，以吸引当地人才。

（三）说明研发费用开支范围及归集方法、标准、审批程序等，研发费用的归集方法与同行业公司是否存在重大差异；相关内部控制制度及有效性，是否存在研发费用与生产成本混同的情形；说明公司关于研发人员、研发投入的认定是否符合相关规定。

1、说明研发费用开支范围及归集方法、标准、审批程序等，研发费用的归集方法与同行业公司是否存在重大差异

（1）研发费用开支范围及归集方法、标准、审批程序

公司的研发费用主要包括从事研发活动的人员的相关职工薪酬、耗用材料、模具设计开发、相关折旧摊销费用及其他研发费用，各项研发费用的归集方法、标准及审批程序情况如下：

项目	开支范围	归集方法及标准	审批程序
职工薪酬	直接从事研发活动的人员以及直接服务人员的相关职工薪酬。	研发部门每周统计项目工时。每月进行薪酬分配时，财务人员按照员工工资总额及具体研发项目的经审批工时，分摊计入项目研发费用。	项目执行过程中，研发人员根据其实际工作活动打卡考勤，研发部门文员汇总考勤记录，并由项目负责人审核，形成研发部门工时分项目占比统计表后提交至财务部，财务部根据经审核后的研发工时统计表，按照员工工资总额及具体研发项目的经审批工时，分摊计入项目研发费用。
材料费用	直接投入研发活动的相	研发人员根据项目需求提出领料申请，申请经过相关审批后，研发人	研发项目组成员发起研发领料申请，领料申请中备注研发项

	关材料	员领用出库，仓库登记研发项目领料台账，财务部门按照研发项目领料台账核算项目研发费用。	目编号及名称，由研发部负责人审核后，仓管人员安排材料出库，并登记研发项目领料台账。每月末，财务部门按照研发项目领料台账核算项目研发费用。
设计费用	委托外部供应商设计和开发新品试验模具的相关费用	研发项目组选择合格供应商，负责签订模具设计和开发合同。财务部门按照研发项目组确认的合同执行进度核算项目研发费用。	模具设计和开发合同需要经过合同审批流程。 合同执行过程中，研发部负责人组织项目组确认进度后，由采购部根据合同约定的付款进度填写付款申请书，经财务总监、总经理或董事长审核后支付研发设计费用，财务部核算项目研发费用。
折旧摊销费用	用于研发活动的固定资产或无形资产的折旧或摊销	①折旧 房屋：针对房屋折旧费用，公司财务部门每月编制折旧摊销计算表，按照使用部门、使用面积等标准核算归属于研发费用的折旧费用。 设备：研发部门使用的固定资产为研发专用设备，与生产无关，每月财务部按照研发专用设备计提的折旧费用和研发项目工时分摊核算项目研发费用。 ②摊销 财务部按照研发场所占用的土地面积，计算研发费用的摊销金额，并研发项目工时分摊核算项目研发费用。	每月由财务会计编制资产折旧摊销分摊表，由财务经理核准后记账。
其他费用	研发人员开展研发活动发生的差旅及交通费等其他费用	财务部门人员按照研发人员填列、研发部门审批的费用报销单中填列的项目核算项目研发费用。	研发人员按项目填写费用报销单据与付款申请书，研发部门负责人审核通过后，财务部进行审核，经总经理或董事长批准后支付报销款。财务部核算项目研发费用。

(2) 研发费用的归集方法与同行业公司是否存在重大差异

报告期内，同行业可比公司研发费用的归集方法列示如下：

可比公司	研发费用归集方法
惠达卫浴	本公司将与开展研发活动直接相关的各项费用归集为研发支出，包括研发人员职工薪酬、直接投入费用、折旧费用与无形资产摊销费用、其他费用等。内部研究开发项目研究阶段的支出，于发生时计入当期损益。内部研究开发项目开发阶段的支出，同时满足下列条件的，确认为无形资产。内部研究开发项目研究阶段的支出，在发生时计入当期损益。
麦格米特	本公司将与研发活动直接相关的各项费用支出归集为研发支出，包括研发人员薪酬、研发材料投入、折旧摊销以及其他费用等。本公司的研发支出均费用化，不存在资本化的研发支出。

可比公司	研发费用归集方法
瑞尔特	公司研发支出包括人员人工、直接投入、设备调试与试验费用、设计费、折旧与摊销费用、其他费用等。 集团内部研究开发项目的支出分为研究阶段支出和开发阶段支出。

注：上述同行业公司研发费用归集方法取自其公开披露的财务报告。

综上所述，公司无研发资本化相关的研发项目，研发支出在发生时计入当期损益，公司研发费用的归集方法与同行业可比公司不存在重大差异。

2、研发费用相关内部控制制度及有效性，是否存在研发费用与生产成本混同的情形

（1）研发费用的内部控制制度

公司已建立并执行《设计和开发控制程序》，该制度包含了研发活动的全流程的规定，包括年度研发计划、项目任务书立项、项目开发进度管理、设计阶段、手板阶段、工程试制、试验模具开模、样机制作、样机检验与测试、样机评审、小批试产、项目评定与验收、研发过程的异常控制和研发表单。

公司已建立并执行《研发岗位职责说明书》，该制度包含了技术研发中心的15个岗位的工作职责（含每日必做工作、定期必做工作）、工作权限、岗位要求、岗位应知、岗位应会、考核要求。

综上，公司已建立完整的研发费用相关内部控制制度，包括项目立项管理、项目过程及进度管理、项目总结及验收管理制度、研发人员任职要求和岗位职责等。

（2）项目工时管理规定

公司已建立了研发工时统计、审批和核算的流程。项目执行过程中，研发人员根据其实际工作出勤进行打卡考勤，研发部门的技术文员汇总考勤记录和项目工时，并由项目负责人审核后，技术文员制作研发部门工时分项目占比统计表，提交财务部，财务部根据经审核后的研发工时统计表，按照员工工资总额及具体研发项目的经审批工时，分摊计入项目研发费用。

（3）研发费用核算方法

公司采用项目管理制度。

对于研发材料费、其他研发费用，公司根据项目领料单、项目费用报销单归

集核算具体项目的研发费用。

对于固定资产折旧，研发部门使用的固定资产为研发专用设备，与生产设备可区分，每月财务部按照研发专用设备计提的折旧费用和研发项目工时分摊核算项目研发费用；公司研发部门与其他部门共同使用公司厂区内的办公场所，针对房屋折旧费用，财务部门每月编制折旧摊销计算表，按照使用部门、使用面积等标准核算归属于研发费用的折旧费用。

对于无形资产摊销，公司按照研发场所占用的土地面积，计算研发费用的摊销金额，并研发项目工时分摊核算项目研发费用。

综上所述，公司已建立了完善的研发费用相关内部控制制度及项目工时管理规定并有效执行，对于研发费用、生产成本和其他成本费用，可以准确清晰区分管理，不存在研发费用混入生产成本或其他成本费用的情形。

3、说明公司关于研发人员、研发投入的认定是否符合相关规定

公司研发人员、研发投入认定符合《监管规则适用指引——发行类第9号：研发人员及研发投入》相关规定，具体情况如下：

（1）公司研发人员的认定情况

序号	项目	监管指引相关规定	公司情况	是否符合规定
1	关于非全时研发人员	对于既从事研发活动又从事非研发活动的人员，当期研发工时占比低于50%的，原则上不应认定为研发人员。如将其认定为研发人员，公司应结合该人员对研发活动的实际贡献等，审慎论证认定的合理性。	公司在部门组织架构专设了技术中心、检测中心作为研发部门进行管理，研发部门的部门职能和内部岗位职责均有明确的规定。公司的研发人员均为专职研发人员，不存在非全时研发人员的情形。	是
2	从事定制化产品研发生产或提供受托研发服务的人员	公司与客户签订合同，为客户提供受托研发，除有充分证据表明履约过程中形成公司能够控制的并预期能给公司带来收益的研发成果外，原则上单纯从事受托研发的人员不能认定为研发人员。	报告期内，公司不存在为客户提供受托研发的相关业务，因此，不存在将从事受托研发的人员认定为研发人员的情形。	是

3	关于研发人员聘用形式	研发人员原则上应为与公司签订劳动合同的人员。劳务派遣人员原则上不能认定为研发人员。公司将签订其他形式合同的人员认定为研发人员的，应当结合相关人员的专业背景、工作内容、未签订劳动合同的原因等，审慎论证认定的合理性。	报告期内，公司研发人员均与公司签订劳动合同，不存在将劳务派遣人员认定为研发人员的情形。	是
---	------------	--	---	---

由上表可见，公司的研发人员认定符合相关规定。

（2）公司研发投入的认定情况

序号	项目	监管指引相关规定	公司情况	是否符合规定
1	研发人员职工薪酬	公司存在非全时研发人员的，应能够清晰统计相关人员从事不同职能的工时情况，按照企业会计准则的规定将属于从事研发活动的薪酬准确、合理分摊计入研发支出。公司将股份支付费用计入研发支出的，应具有明确合理的依据，不存在利用股份支付调节研发投入指标的情形。	报告期内，公司不存在非全时研发人员的情形，也不存在股权激励计划，不存在股份支付费用，不存在利用股份支付调节研发投入指标的情形。	是
2	共用资源费用	公司研发活动与其他生产经营活动共用设备、产线、场地等资源的，应当准确记录相关资源使用情况，并将实际发生的相关费用按照工时占比、面积占比等标准进行合理分配，无法合理分配或未分配的不得计入研发支出。	报告期内，公司研发部门与其他部门共同使用公司厂区内的办公场所，针对房屋折旧费用，公司财务部门每月编制折旧摊销计算表，按照使用部门、使用面积等标准核算归属于研发费用的折旧费用；公司研发活动使用的设备均为专用设备，不存在与其他生产经营活动共用设备的情形，每月末财务部门将当月设备折旧分摊计入相应研发项目费用，不存在无法合理分配或未分配的费用计入研发支出的情形。	是
3	承担由国家或指定方拨付款项的研发项目支出	公司承担国拨研发项目的，公司应结合项目目的和科研成果所有权归属等，判断从政府取得经济资源适用的具体会计准则，准确核算公司的研发支出金额。公司从政府取得的经济资源适用《企业会计准则第14号——收入》的，相关支出原则上不得计入研发支出。公司从政府取得的经济资源适用《企业会计准则第16号——政府补助》的，如公司采用净额法核算政府补助，在计算研发投入指标时，可以按照总额法做相应调整。	报告期内，公司未承担国家或指定方拨付款项的研发项目。	不适用
4	受托研	公司与客户签订合同，为客户提供	报告期内，公司不存在为客户提	不适用

序号	项目	监管指引相关规定	公司情况	是否符合规定
	发支出	受托研发，对于合同履行过程中发生的支出，若公司无法控制相关研发成果，公司应按照《企业会计准则第 14 号——收入》中合同履约成本的规定进行会计处理，最终计入营业成本，相关支出原则上不得计入研发支出。若综合考虑历史经验、行业惯例、法律法规等因素后，公司有充分证据表明能够控制相关研发成果，该成果预期能够给公司带来经济利益，且公司会计基础和内部控制能够确保准确归集核算该成果相关支出的，可以将相关支出计入研发支出；不能准确归集核算的，相关支出应计入合同履约成本，不得计入研发支出。	供受托研发的业务，不存在受托研发支出。	
5	委外研发	公司存在委外研发的，应签订委外研发合同，相关研发项目应与公司的研发项目或经营活动直接相关，委外研发具有必要性、合理性和公允性，研发成果归属于公司，不存在通过委外研发将与研发无关的成本费用计入研发支出或虚构研发支出的情形。	公司在委外研发业务中与供应商签订委外研发合同，相关的研发项目与公司的研发项目或经营活动直接相关，委外研发具有必要性、合理性和公允性；公司与供应商委外研发的成果分配方式为归本公司所有，不存在通过委外研发将与研发无关的成本费用计入研发支出或虚构研发支出的情形。	是
6	研发过程中产出的产品	公司在研发过程中产出的产品或副产品，符合《企业会计准则第 1 号——存货》规定的应当确认为存货，符合其他相关企业会计准则中有关资产确认条件的应当确认为相关资产。公司应准确归集核算有关产品或副产品的成本，并在对外销售时，按照《企业会计准则第 14 号——收入》《企业会计准则第 1 号——存货》《企业会计准则解释第 15 号》等规定，对销售相关的收入和成本分别进行会计处理。原则上研发过程中产出的产品或副产品，其成本不得计入研发投入。	报告期内，公司研发过程中会产出研发样机，会计处理如下：①研发过程中由于公司研发成果未来能否销售存在较大不确定性，即能否带来经济利益的流入存在较大不确定性，因此不满足资产确认条件，相关研发材料支出在发生时计入研发费用；②在研发样机完工后，公司一般不存在对外销售的情形，而是向第三方检测机构送检，检测完毕后就地处理，故亦无经济利益流入企业。因此，公司研发产出的会计处理符合《监管规则适用指引——发行类第 9 号》的相关规定。	是

综上，公司研发投入的认定符合相关规定。

综上所述，公司关于研发人员、研发投入的认定符合相关规定。

(四) 说明研发人员认定标准、数量及结构，研发人员的稳定性，研发能力与研发项目的匹配性，与可比公司对比研发支出是否存在较大差异及原因；公司是否存在混岗的研发项目、参与人员及分配情况，公司主要管理人员、董事、监事薪酬在管理费用和研发费用的归集和分配情况，计入研发费用的说明合理性。

1、说明研发人员认定标准、数量及结构

公司在部门组织架构专设了技术中心、检测中心作为研发部门进行管理，研发部门的部门职能和内部岗位职责均有明确的规定。公司的研发人员均为专职研发人员。

公司的研发人员认定标准与相关制度文件对比情况如下：

制度文件	相关规定
《企业会计准则第 6 号--无形资产》(财会[2006]3 号)	研究是指为获取并理解新的科学或技术知识而进行的独创性的有计划调查。开发是指在进行商业性生产或使用前，将研究成果或其他知识应用于某项计划或设计，以生产出新的或具有实质性改进的材料、装置、产品等
《高新技术企业认定管理工作指引》(国科发火[2016]195 号)	研究开发活动是指，为获得科学与技术(不包括社会科学、艺术或人文学)新知识，创造性运用科学技术新知识，或实质性改进技术、产品(服务)、工艺而持续进行的具有明确目标的活动。不包括企业对产品(服务)的常规性升级或对某项科研成果直接应用等活动(如直接采用新的材料、装置、产品、服务、工艺或知识等)
《关于完善研究开发费用税前加计扣除政策的通知》财税(2015)119 号)	研发活动是指企业为获得科学与技术新知识，创造性运用科学技术新知识，或实质性改进技术、产品(服务)、工艺而持续进行的具有明确目标的系统性活动
《监管规则适用指引——发行类第 9 号：研发人员及研发投入》	研发人员指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。主要包括：在研发部门及相关职能部门中直接从事研发项目的专业人员；具有相关技术知识和经验，在专业人员指导下参与研发活动的技术人员；参与研发活动的技工等。研发投入为企业研发活动直接相关的支出，通常包括研发人员职工薪酬、直接投入费用、折旧费用与长期待摊费用、设计费用、装备调试费、无形资产摊销费用、委托外部研究开发费用、其他费用等。

由上表可见，公司研发人员认定标准符合以上相关规定。

2、研发人员的数量及结构、稳定性

(1) 研发人员按学历划分的情况

报告期各期末，公司研发人员的学历教育背景分布如下：

学历背景	2024.7.31		2023.12.31		2022.12.31	
	人数	占比	人数	占比	人数	占比
本科	15	44.12%	17	42.50%	16	42.11%
大专	14	41.18%	16	40.00%	13	34.21%
大专以下	5	14.71%	7	17.50%	9	23.68%
合计	34	100.00%	40	100.00%	38	100.00%

(2) 研发人员按专业背景划分的情况

报告期各期末，公司研发人员所学专业分布如下：

专业	2024.7.31		2023.12.31		2022.12.31	
	人数	占比	人数	占比	人数	占比
计算机类	9	26.47%	11	27.50%	10	26.32%
机械电气及工业设计类	15	44.12%	17	42.50%	16	42.11%
其他类	10	29.41%	12	30.00%	12	31.58%
合计	34	100.00%	40	100.00%	38	100.00%

如上表所示，报告期各期末，公司研发人员中具备大专以上学历的人数占比分别为 76.32%、82.50%和 85.29%，公司大部分研发人员均具备从事研发工作相关的学历背景及专业背景。

(3) 研发人员的数量及稳定性

报告期各期，公司研发人员数量及变动情况如下：

项目	2024 年 7 月 31 日	2023 年 12 月 31 日	2022 年 12 月 31 日
研发人员人数	34	40	38
研发人员人数变动	-6	2	

报告期内，公司研发人员数量变动较小，关键研发人员未发生较大变动。

公司与核心技术人员均签署了《保密及竞业禁止协议》，对保密义务、知识产权、职务发明、竞业限制及违约责任进行了约定。公司重视对研发人员及核心技术人员培养，实施多元化的激励措施，保障了技术人员的稳定性及研发积极性。

综上，报告期内公司研发人员具有稳定性。

（4）研发能力与研发项目的匹配性

公司经过多年的发展，已成功搭建了较为完善的研发团队，截至 2024 年 7 月 31 日，公司研发人员 34 人，人员占比 9.54%。研发人员覆盖电气工程及其自动化、计算机科学与技术、机械设计制造及其自动化、电子信息工程、工业设计等多个专业。公司核心技术人员研发经验丰富，研发团队专业背景及工作经验覆盖公司所属行业的研发需要。

3、与可比公司对比研发支出是否存在较大差异及原因

报告期各期，公司研发费用率与可比公司对比情况如下：

单位：%

可比公司	2024 年 1-7 月	2023 年度	2022 年度
惠达卫浴	4.45	4.16	4.14
麦格米特	11.12	11.41	11.55
瑞尔特	4.12	4.17	4.23
可比公司平均	6.56	6.58	6.64
特洁尔	5.03	5.76	4.94

注：可比公司 2024 年 1-7 月研发费用率按 2024 年中期报告数据计算

由上表可见，公司研发费用率处于与同行业可比公司中间水平，与同行业可比公司不存在较大差异。

4、公司是否存在混岗的研发项目、参与人员及分配情况，公司主要管理人员、董事、监事薪酬在管理费用和研发费用的归集和分配情况，计入研发费用的说明合理性。

报告期内，公司研发人员均全职参与研发工作，不存在生产、销售等其他人员混岗参与研发项目的情形。公司主要管理人员、董事、监事的薪酬不存在计入研发费用的情形。

（五）请主办券商、会计师核查上述事项并发表明确意见

1、核查程序

针对上述事项，主办券商和会计师执行了以下核查程序：

（1）查阅报告期内同行业可比公司公开披露信息，获取可比公司销售费用率、

管理费用率和研发费用率情况，并与公司进行对比分析；

（2）核查设计费用相关的支持性文件，检查其会计处理计入研发费用是否符合企业会计准则的规定；

（3）查阅报告期同行业可比公司公开披露信息，获取同行业可比公司薪酬情况，查阅统计年报获取当地人均薪酬，并与公司进行对比分析；

（4）访谈公司研发部门负责人，了解研发部门的组织机构情况、研发项目相关管理制度和研发项目的开展情况；

（5）获取公司员工花名册，了解研发人员的结构及变动情况；获取研发部门的各个岗位说明书，了解公司对研发人员认定标准和任职要求的相关规定；访谈了部分研发人员，核实其日常研发项目工作的情况；

（6）取得公司报告期内的研发项目清单，查看研发项目立项资料、结项资料等支持性文件，了解研发项目实际管理情况；

（7）获取公司研发项目相关管理制度文件，了解公司研发投入归集和核算方法，检查各项目研发投入的归集明细的准确性；

（8）查阅报告期内同行业可比公司公开披露信息，获取同行业可比公司的研发支出情况和研发费用归集方法，并与公司进行对比分析。

2、核查意见

经核查，主办券商和会计师认为：

（1）报告期内公司销售费用率、管理费用率和研发费用率较同行业可比公司不存在明显差异；

（2）公司销售人员平均薪酬低于同行业公司平均值，具有合理性；管理人员和研发人员平均薪酬与同行业可比公司不存在重大差异。；

（3）报告期内公司研发费用归集和核算准确，符合企业会计准则的规定，与同行业可比公司不存在重大差异；

（4）公司关于研发投入和研发人员的认定符合相关规定，与研发项目的要求匹配；

(5) 报告期内，公司不存在研发费用与生产成本混同的情形，不存在混岗的研发项目、参与人员及分配情况，公司的主要管理人员、董事、监事薪酬不存在计入研发费用的情形；

(6) 报告期内公司期间费用真实。

五、关于其他事项

(一) 补充披露公司利润表项目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”中修改及补充披露如下：

公司财务会计信息相关的重要事项判断标准为：根据公司所处的行业特性及发展阶段特点，考虑的因素为该项在性质上是否属于公司的日常经营活动、是否会显著影响公司的财务状况、经营成果和现金流量，重要性标准确定方法和选择依据如下：

项目	重要性标准
重要的应收账款、其他应收款坏账准备收回或转回、转销或核销	单项应收账款、合同资产金额超过（含）150万元且占资产总额在0.5%以上的款项 单项其他应收款金额超过（含）150万元且占资产总额在0.5%以上的款项
重要的在建工程	单个项目预算金额超过（含）500万元且占资产总额在0.5%以上
公司利润表相关项目	为报告期各期利润总额的5%

(二) 说明公司合同负债与公司业务量变动是否匹配，是否存在结转日期超过1年的合同负债，如存在，说明所对应的客户、具体金额及形成原因，尚未确认收入的原因及合理性。

1、公司合同负债与业务量变动的匹配情况

公司合同负债主要系由境外销售客户的预付定金和经销商下单的预付款构成，报告期内，合同负债与经销和境外销售收入的占比情况如下：

单位：万元

项目	2024年7月31日 /2024年1-7月	2023年12月31日/ 2023年度	2022年12月31日/ 2022年度
----	--------------------------	------------------------	------------------------

项目	2024 年 7 月 31 日 /2024 年 1-7 月	2023 年 12 月 31 日/ 2023 年度	2022 年 12 月 31 日/ 2022 年度
合同负债余额	694.58	875.36	585.53
经销和境外销售收入	5,302.20	4,944.24	4,926.81
占比	13.10%	17.71%	11.88%

注：2024年1-7月的占比计算时，采用2024年1-7月经销和境外销售收入乘以12除以7的计算方式。

由上表可见，2023 年，公司合同负债与经销和境外销售收入的占比有所上升，是因为公司加大经销商预付款的价格优惠力度，经销商预付款增加所致。

综上，公司的合同负债余额与业务量变动匹配。

2、是否存在结转日期超过 1 年的合同负债，如存在，说明所对应的客户、具体金额及形成原因，尚未确认收入的原因及合理性

（1）公司合同负债余额的账龄情况

单位：万元

账龄	2024.7.31	2023.12.31	2022.12.31
一年以内	628.12	826.22	480.22
一年以上	66.47	49.14	105.32
合计	694.58	875.36	585.53

由上表可见，公司账龄一年以上的合同负债余额较小。

（2）一年以上未结转确认收入的原因说明以及期后继续履约情况

公司一年以上的合同负债未结转确认收入的原因如下：

①部分非重要的工程客户建设项目中断。期后客户项目复工之后，公司与客户将继续履行合同；

②经销商提前支付货款，锁定提货的优惠价，尚未提货完毕。期后经销商按其需求提货，公司与客户将继续履行合同。

综上所述，公司超过 1 年未结转的合同负债余额较小，相关合同负债未确认收入具备合理性，期后公司与相关客户将继续履行合同。

（三）补充披露将净利润调节为经营活动现金流量净额的具体情况，并说明公司 2024 年 1-7 月经营活动现金流下降较多的原因及合理性

公司已在《公开转让说明书》中“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”补充披露如下楷体加粗内容：

“公司净利润与经营活动现金流量净额的勾稽关系如下：

单位：万元

补充资料	2024 年 1-7 月	2023 年度	2022 年度
1、将净利润调节为经营活动现金流量			
净利润	973.57	3,431.55	3,555.37
加：信用减值损失	8.58	-70.85	-201.29
资产减值准备	97.89	74.27	76.59
固定资产折旧	351.71	577.31	539.20
油气资产折耗	0	0	0
使用权资产折旧	0	0	0
无形资产摊销	20.94	34.60	33.58
长期待摊费用摊销	73.46	108.78	89.75
处置固定资产、无形资产和其他长期资产的损失（收益以“-”号填列）	62.77	7.04	-2.07
固定资产报废损失（收益以“-”号填列）	0	0	3.18
公允价值变动损失（收益以“-”号填列）	-62.64	-8.54	-6.05
财务费用（收益以“-”号填列）	-13.38	-11.27	8.66
投资损失（收益以“-”号填列）	-262.46	-362.76	-244.76
递延所得税资产减少（增加以“-”号填列）	39.34	38.67	48.54
递延所得税负债增加（减少以“-”号填列）	0	0	0
存货的减少（增加以“-”号填列）	254.43	-825.28	574.62
经营性应收项目的减少（增加以“-”号填列）	-1,061.04	1,307.92	1,651.69
经营性应付项目的增加（减少以“-”号填列）	-2,061.33	1,977.80	-935.35
其他	0	0	0
经营活动产生的现金流量净额	-1,578.17	6,279.23	5,191.66
2、不涉及现金收支的重大投资和筹资活动	0	0	0
债务转为资本	0	0	0
一年内到期的可转换公司债券	0	0	0
承担租赁负债方式取得使用权资产	0	0	0
3、现金及现金等价物净变动情况	0	0	0
现金的期末余额	760.48	1,754.77	1,394.30

减：现金的期初余额	1,754.77	1,394.30	1,351.13
加：现金等价物的期末余额	0	0	0
减：现金等价物的期初余额	0	0	0
现金及现金等价物净增加额	-994.29	360.47	43.18

2023 年和 2024 年 1-7 月，经营活动产生的现金流量净额分别为 6,279.23 万元和-1,578.17 万元。其中 2024 年 1-7 月下降较多且为负数，主要系当期净利润下降 2,457.98 万元，净利润下滑主要系 2024 年 1-7 月毛利率下滑和销售费用增加、经营性应收项目增加 1,061.04 万元，主要系应收惠达和摩恩的金额较 2023 年增加，其中惠达主要受其整体付款安排、审批流程较长等因素的影响，摩恩主要系信用期变长等因素影响。经营性应付项目减少 2,061.33 万元，经营性应付项目减少主要系当期应付票据减少，系正常的业务原因。

（四）补充披露公开转让说明书中各非流动负债项目的具体构成内容、性质及变化情况。

公司已在公开转让说明书之“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“（二）非流动负债结构及变化分析”补充披露，具体如下：

报告期各期末，公司非流动负债主要构成为预计负债及递延收益。

报告期各期末，公司预计负债金额分别为 278.47 万元、332.49 万元及 300.87 万元，主要系因产品质量保证责任计提的预计负债，公司按照履行相关现实义务所需支出的质保金的最佳估计数对预计负债进行初始计量，并在每个资产负债表日按照最新的最佳估计数对预计负债的账面价值进行复核、调整。

报告期各期末，公司递延收益 84.97 万元、60.49 万元及 46.22 万元，均为符合《企业会计准则第 16 号——政府补助》要求的与资产相关的政府补助，占非流动负债的比例分别为 23.38%、15.39%及 13.32%，递延收益主要为智能坐便器自动化生产线技改项目等补助在受益期内摊销进入其他收益核算。

（五）说明公司因产品质保计提预计负债的具体方法、比例等，说明计提的充分性及会计处理方法。

1、说明报告期公司产品质保金的具体计提方法和计提比例

（1）合同质保条款

报告期内，公司负有免费保修义务的客户主要为境内客户，合同约定的主要质保条款见下：

客户类型	质保期	质保要求	是否计提质保金
境内客户	1-6 年	非人为原因发生故障而导致需维修的产品，在保质期内，卖方应免费提供用于维修用的零配件，因买方原因及用户使用不当导致需维修的产品，卖方负责向买方提供维修用的零配件，并收取费用。	是
境外客户	未约定	未约定	否

报告期内，境内客户均约定了质保期内非人为因素的免费维修和配件供应责任，故公司对该部分客户计提产品质保金；境外客户未约定质保条款，且公司在向境外客户发货时，已配送免费零配件，故公司未对境外客户计提产品质保金。

（2）报告期公司产品质保金的具体计提方法和计提比例

公司按照履行相关现实义务所需支出的质保金的最佳估计数对预计负债进行初始计量，并在每个资产负债表日按照最新的最佳估计数对预计负债的账面价值进行复核、调整。根据公司与主要客户约定的质保条款，质保期限在 1 年至 6 年不等，故公司按平均值 3 年为免费质保发生的估计期间。公司产品质保金的计提情况如下：

单位：万元

项目	2024 年 7 月末	2023 年末	2022 年末
用于估计的收入期间	2020 年 8 月至 2023 年 7 月	2020 年至 2022 年	2019 年至 2021 年
估计期间的累计主营业务收入 A	64,053.80	62,341.24	61,758.04
减：估计期间的累计外销收入 B	8,314.76	7,081.49	4,224.03
收入测算基数 C=A-B	55,739.04	55,259.75	57,534.01
用于估计的质保支出期间（注）	2021 年 8 月至 2024 年 7 月	2021 年至 2023 年	2020 年至 2022 年
估计期间的账面已发生的累计售后支出 D	1,231.17	1,186.88	1,009.26
最佳估计比例 E=D/C	2.21%	2.15%	1.75%
本期的境内销售收入 F	13,621.44	15,480.11	15,874.24
期末预计负债计提余额	300.87	332.49	278.47

项目	2024 年 7 月末	2023 年末	2022 年末
G=F*E			

注：在计算最佳估计比例时，售后支出与销售收入的统计期间错开一年，系因为本期的售后支出主要系服务于上期的销售客户。

由上表可见，公司预计负债-产品质量保证责任的计提方法为滚动计提，期末计提的预计负债，一般在下一期间内列支完毕，下一期末使用一贯的方法继续计提期末预计负债。

2、说明计提的充分性及会计处理方法

（1）公司质保金计提方法与同行业可比公司进行比较

根据同行业可比公司的公开资料，惠达卫浴、瑞尔特未对产品质量计提预计负债，麦格米特计提预计负债，其计提政策为“对在保修期（18 个月）内的产品按不含税销售收入的 0.15%提取产品质量保证金”，情况如下：

可比公司名称	项目	2024 年 7 月	2023 年	2022 年
麦格米特(注)	预计负债余额（万元）	1,728.59	1,509.01	1,067.51
	主营业务收入（万元）	398,408.07	671,685.13	545,111.97
	比例	0.43%	0.22%	0.20%
公司	预计负债余额（万元）	300.87	332.49	278.47
	主营业务收入（万元）	10,630.07	20,589.97	19,753.03
	比例	2.83%	1.61%	1.41%

注：数据来源于同行业可比公司定期报告等公开披露资料。麦格米特期末预计负债余额中包含客户诉讼赔款，为增强可比性，以上表格中仅列示售后服务费相关预计负债，上表中麦格米特 2024 年 7 月数据取自其中报。

报告期内，公司预计负债余额占主营业务收入比例分别为 1.41%、1.61%和 2.83%，高于麦格米特，系因为公司的平均质保期限为三年，长于麦格米特的保修期 18 个月。

（2）公司预计负债的计提金额与实际质保支出的匹配性

报告期内，公司预计负债的计提与实际支出情况如下：

单位：万元

项目	2024 年 1-7 月	2023 年度	2022 年度
本期计提	169.69	455.24	399.09
本期支出	201.30	401.22	439.88

公司质保金计提金额与实际发生额差异较小，预计负债计提规模合理，质保金计提金额充分。

(3) 公司计提质保金预计负债的会计处理方法

公司预计负债因产品质保支出产生，在计提时借记主营业务成本，贷记预计负债，符合《企业会计准则》的规定。

(六) 请主办券商、会计师核查上述事项并发表明确意见

1、核查程序

针对上述事项，主办券商和会计师执行了以下核查程序：

(1) 访谈公司财务负责人，了解公司利润表项目与财务会计信息相关的重大事项判断标准；

(2) 访谈公司财务负责人，了解一年以上合同负债未结转确认收入的原因以及期后继续履约情况；

(3) 查阅公司与主要客户签订的销售合同中约定的质保条款，了解公司质保政策；

(4) 访谈公司财务负责人，了解公司产品质保金的具体计提方法和计提比例，检查会计处理是否符合会计准则的规定；对比质保金计提金额与实际支出的匹配性；

(5) 查阅同行业可比公司质保金计提情况，了解同行业可比上市公司对产品质量保证金的会计处理方式、质保金计提情况和计提政策，与公司进行比较。

2、核查意见

经核查，主办券商和会计师认为：

(1) 公司的合同负债余额与业务量变动匹配，公司超过 1 年未结转的合同负债余额较小，相关合同负债未确认收入具备合理性，期后公司与相关客户将继续履行合同；

(2) 公司 2024 年 1-7 月经营活动现金流量金额下降较多具有合理性；

(3) 公司产品质保金的会计处理在所有重大方面符合《企业会计准则》的

规定，报告期各期公司产品质保金计提充分。

（七）其他事项

一、除上述问题外，请公司、主办券商、律师、申报会计师对照《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，请予以说明；如财务报告审计截止日至公开转让说明书签署日超过7个月，请按要求补充披露、核查，并更新推荐报告。

【回复】

经公司、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，截至本问询回复出具日，公司不存在涉及公开转让条件、挂牌条件、信息披露以及影响投资者判断决策的其他重要事项。

公司本次财务报告审计截止日为2024年7月31日，至本次《公开转让说明书》签署日未超过7个月，按照上述规定无需补充披露资产负债表日后事项。

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

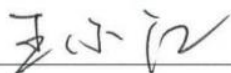
【回复】

公司不适用《监管规则适用指引——北京证券交易所类第1号：全国股转系统挂牌公司申请在北京证券交易所发行上市辅导监管指引》的相关工作要求。

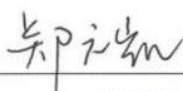
（以下无正文）

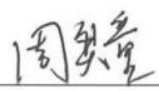
(本页无正文，为《国金证券股份有限公司<关于特洁尔科技股份有限公司股票公开转让并挂牌申请文件的审核问询函>的回复》之签章页)

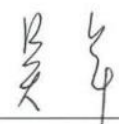
项目组负责人(签字):


王小江

项目组成员(签字):


郑元凯


周奕童

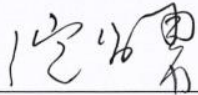

吴卓



2015年7月18日

（本页无正文，为《特洁尔科技股份有限公司<关于特洁尔科技股份有限公司股票公开转让并挂牌申请文件的审核问询函>的回复》之签章页）

法定代表人（签字）：



倪智勇



特洁尔科技股份有限公司

2025年 2 月 18 日