



OULIN 欧琳

— 懂您所想 —

关于宁波欧琳科技股份有限公司
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

关于宁波欧琳科技股份有限公司

股票公开转让并挂牌申请文件的审核问询函的回复

全国中小企业股份转让系统有限责任公司：

根据贵公司 2025 年 1 月 15 日下发的《关于宁波欧琳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》”）的要求，甬兴证券有限公司（以下简称“甬兴证券”或“主办券商”）已按要求组织宁波欧琳科技股份有限公司（以下简称“欧琳科技”或“公司”）、国浩律师（上海）事务所（以下简称“国浩律师”）及天健会计师事务所（特殊普通合伙）（以下简称“天健会计师”）对《审核问询函》所列问题进行了认真讨论与核查，并逐项落实后进行书面说明，需要相关中介机构核查并发表意见的问题，已由各中介机构分别出具核查意见，涉及对《宁波欧琳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》”）进行修改或补充披露的部分，已按照《审核问询函》要求进行了修改和补充，并已在《公开转让说明书》中以楷体加粗标明。

如无特别说明，本回复中的简称或名词的释义与《公开转让说明书》中的含义相同。

本回复中的字体代表以下含义：

黑体	审核问询函所列问题
宋体（加粗）	对审核问询函中涉及的标题、表格标题、题干重述
宋体	对问询函所列问题的回复
楷体（加粗）	对公开转让说明书等申请文件的修改或补充披露

本回复中若出现部分表格合计数与表格中单项数据加总数在尾数上有差异的情形，除特别说明外，均为四舍五入原因所致。

目录

目录.....	2
问题1、关于独立性	3
问题2、关于历史沿革	47
问题3、关于特殊投资条款	64
问题4、关于销售模式。	86
问题5、关于经营业绩。	139
问题6、关于采购与生产。	169
问题7、关于其他事项。	188
其他补充说明事项	227

问题 1、关于独立性

根据申报文件，（1）欧琳厨具、欧琳生活、欧琳集团、欧琳厨电、万合邦新材、千玉股份系公司实际控制人控制的企业，其经营范围及主营业务与公司存在重合。（2）实际控制人徐剑光有较多在外兼职、对外持股情况。（3）公司发明专利多从欧琳厨具、欧琳生活处继受取得；2006 年 12 月，欧琳厨具通过增资方式成为公司主要股东，2021 年 1 月至 5 月，欧琳厨具陆续将所持公司股权转让给欧琳富浩、兔宝宝投资、达晨创鸿等股东并完成退出。（4）欧琳厨具、欧琳生活等企业与公司存在关联采销及关联租赁。

请公司：（1）①逐一系列明实际控制人控制的其他企业中与公司经营范围重合、与公司存在相同或相似业务的具体情况，从业务性质、主要产品或服务及用途、产品的相互替代性、技术基础、收入构成、客户构成、客户与供应商重合情况、在产业链中的具体定位等方面分析是否与公司构成同业竞争或潜在同业竞争，相关依据及充分性；如构成同业竞争，请结合《挂牌审核业务规则适用指引第 1 号》“1-11 同业竞争”相关规定说明同业竞争是否对公司生产经营构成重大不利影响；②说明欧琳集团实际从事业务与经营范围不一致的原因，未通过修改欧琳集团等企业经营范围从而避免潜在同业竞争的原因；公司是否采取防范利益输送、利益冲突、损害公司利益等情形的风险防控措施，避免同业竞争的措施及有效性与可执行性，是否可能新增与公司构成同业竞争或潜在同业竞争的情形，相关主体是否作出未来避免同业竞争的公开承诺。（2）说明实际控制人经营规划总体布局及业务规模体量，公司业务规模占实际控制人经营总体规模比重，设立众多主体同时开展业务的具体原因，未来是否有整合计划及实施安排；实际控制人的履职能力，相关兼职和持股情况是否违反《公司法》第 147、148 条的相关规定，是否存在利益输送或其他损害公司利益的情形。

（3）说明公司与实际控制人控制的企业是否存在股权或业务承继关系，如存在请说明相关资产、专利、技术、人员、客户及供应商等业务资源转移等具体承继与整合情况，转移前对应业务的业绩，转移对价及公允性，是否构成业务合并，是否已整合完毕并稳定运行；欧琳厨具退出原因，入股及退出价格差异及合理性、公允性；公司授权欧琳厨电等使用公司品牌，如何保障公司品牌信誉，公司与欧琳厨电等实际控制人控制的公司共用“欧琳”商号是否会导致主体混

淆及产生相关诉讼或纠纷情形，是否合法合规，未来是否有调整安排；结合上述情形说明公司资产、业务、人员、财务、机构独立性。（4）结合非关联方销售价格、第三方市场价格或毛利率等说明经常性关联交易、关联租赁定价公允性；向关联方销售水槽和配件的占比，是否均用于前期客户售后，是否存在关联方囤货情形。

请主办券商、律师按照《挂牌审核业务规则适用指引第 1 号》规定核查上述事项（1）至（3），并逐一发表明确意见。请主办券商、会计师核查上述事项（3）至（4），并发表明确意见。

【回复】

一、请公司：（1）①逐一系列明实际控制人控制的其他企业中与公司经营范围重合、与公司存在相同或相似业务的具体情况，从业务性质、主要产品或服务及用途、产品的相互替代性、技术基础、收入构成、客户构成、客户与供应商重合情况、在产业链中的具体定位等方面分析是否与公司构成同业竞争或潜在同业竞争，相关依据及充分性；如构成同业竞争，请结合《挂牌审核业务规则适用指引第 1 号》“1-11 同业竞争”相关规定说明同业竞争是否对公司生产经营构成重大不利影响；②说明欧琳集团实际从事业务与经营范围不一致的原因，未通过修改欧琳集团等企业经营范围从而避免潜在同业竞争的原因；公司是否采取防范利益输送、利益冲突、损害公司利益等情形的风险防控措施，避免同业竞争的措施及有效性与可执行性，是否可能新增与公司构成同业竞争或潜在同业竞争的情形，相关主体是否作出未来避免同业竞争的公开承诺。

（一）逐一系列明实际控制人控制的其他企业中与公司经营范围重合、与公司存在相同或相似业务的具体情况，从业务性质、主要产品或服务及用途、产品的相互替代性、技术基础、收入构成、客户构成、客户与供应商重合情况、在产业链中的具体定位等方面分析是否与公司构成同业竞争或潜在同业竞争，相关依据及充分性；如构成同业竞争，请结合《挂牌审核业务规则适用指引第 1 号》“1-11 同业竞争”相关规定说明同业竞争是否对公司生产经营构成重大不利影响；

1、实际控制人控制的其他企业中与公司经营范围重合、与公司存在相同或相似业务的具体情况

公司主要从事各类水槽、龙头及配件、卫浴五金及厨房水区电器的研发、生产与销售。公司的经营范围为：“一般项目：家用电器研发；厨具卫具及日用杂品研发；家用电器销售；家用电器安装服务；家用电器制造；五金产品制造；家具制造；五金产品零售；日用品销售；金属制日用品制造；信息咨询服务（不含许可类信息咨询服务）；塑料制品制造；塑料制品销售；建筑装饰材料销售；金属材料销售；建筑装饰、水暖管道零件及其他建筑用金属制品制造；五金产品批发；日用品批发；针纺织品销售；针纺织品及原料销售；电子产品销售；康复辅具适配服务；技术进出口；进出口代理；货物进出口（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）。许可项目：住宅室内装饰装修；消毒器械销售；消毒器械生产（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动，具体经营项目以审批结果为准）。”

截至本回复签署日，实际控制人控制的其他企业中与公司经营范围重合、与公司存在相同或相似业务的具体情况如下：

序号	公司名称	经营范围	与欧琳科技经营范围重合的部分	主营业务	是否与公司存在相同或相似业务
1	欧琳厨电	一般项目：家用电器制造；家用电器销售；非电力家用器具制造；非电力家用器具销售；家具销售；卫生洁具销售；文化、办公用设备制造；办公设备销售；金属结构制造；金属结构销售；住房租赁；社会经济咨询服务；金属材料销售；五金产品批发；五金产品零售；广告设计、代理；技术进出口；货物进出口；进出口代理（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）。	家用电器销售；家用电器制造；五金产品零售；金属材料销售；五金产品批发；技术进出口；进出口代理；货物进出口。	抽油烟机、煤气灶、集成灶、蒸烤箱等电器的研发、生产、销售	否；虽经营范围中“家用电器销售”与公司经营范围重合，但欧琳厨电涉及的家用电器为抽油烟机、煤气灶、集成灶等厨房烹饪电器，与公司研发、销售的洗碗机、消毒机及食物垃圾处理器等厨房

序号	公司名称	经营范围	与欧琳科技经营范围重合的部分	主营业务	是否与公司存在相同或相似业务
					水区电器存在明显区别；具体分析详见本题之“2、从业务性质、主要产品或服务及用途……”的有关回复内容
2	欧琳生活	一般项目：技术服务、技术开发、技术咨询、技术交流、技术转让、技术推广；货物进出口；进出口代理；技术进出口；家用电器销售；家用电器制造；非电力家用器具销售；非电力家用器具制造；家居用品销售；家居用品制造；家具销售；家具制造；金属材料销售；建筑材料销售；摩托车及零配件批发；五金产品批发；日用品销售；机械设备销售；电子产品销售；通讯设备销售；汽车零配件批发；针纺织品及原料销售；互联网销售（除销售需要许可的商品）；五金产品研发；软件开发；软件销售；化工产品销售（不含许可类化工产品）；工艺美术品及收藏品批发（象牙及其制品除外）；企业管理咨询；信息技术咨询服务；非居住房地产租赁；社会经济咨询服务；信息咨询服务（不含许可类信息咨询服务）；木材销售；塑料制品销售（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）。许可项目：建设工程设计；住宅室内装饰装修（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动，具体经营项目以审批结果为准）。	家用电器销售；家用电器制造；家具制造；日用品销售；信息咨询服务（不含许可类信息咨询服务）；塑料制品销售；金属材料销售；五金产品批发；针纺织品及原料销售；电子产品销售；技术进出口；进出口代理；货物进出口；住宅室内装饰装修。	抽油烟机、煤气灶、集成灶、蒸烤箱等电器的研发、销售	否；原因同上
3	宁波欧琳电器营销有限公司	一般项目：家用电器销售；家用电器研发；家具销售；厨具卫具及日用杂品批发；建筑材料销售；卫生洁具销售；办公用品销售；文具制造；广告设计、代理；气体、液体分离及纯净设备销售；气体、液体分离及纯净设备制造；	家用电器销售；家用电器研发；金属材料销售；技术进出口；进出口代理；货物进出口	抽油烟机、煤气灶、集成灶、蒸烤箱等电器的销售	否；原因同上

序号	公司名称	经营范围	与欧琳科技经营范围重合的部分	主营业务	是否与公司存在相同或相似业务
		金属材料销售；技术进出口；进出口代理；货物进出口（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）。			
4	欧琳厨具	一般项目：家具制造；厨具卫具及日用杂品研发；家用电器研发；家用电器销售；家居用品制造；日用木制品销售；建筑材料销售；木材销售；家具安装和维修服务；家用电器安装服务；会议及展览服务；广告制作；广告设计、代理；微型客车租赁经营服务；固定班车经营租赁；非居住房地产租赁；金属材料销售；技术进出口；货物进出口；进出口代理（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）。	厨具卫具及日用杂品研发；家用电器研发；家用电器销售；家用电器安装服务；金属材料销售；技术进出口；进出口代理；货物进出口	主要从事橱柜的研发、生产、销售业务	否；虽经营范围与公司存在部分重合，但未实际从事相关业务，主营业务不存在相同或相似情况
5	欧琳集团	一般项目：家具安装和维修服务；家具零配件销售，家具销售，厨具卫具及日用杂品零售；非居住房地产租赁；住房租赁，工程管理服务；工业设计服务，广告设计、代理；工艺美术品及礼仪用品制造（象牙及其制品除外）；工艺美术品及礼仪用品销售（象牙及其制品除外）；金属材料销售，农副产品销售；机械设备销售；服饰制造；日用杂品制造；木材销售；模具制造；模具销售；塑料制品销售；货物进出口；技术进出口；进出口代理（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）。许可项目：建设工程监理；食品销售（依法须经批准的项目经相关部门批准后方可开展经营活动，具体经营项目以审批结果为准）。	金属材料销售；塑料制品销售；货物进出口；技术进出口；进出口代理	铝材、木材等贸易业务	否；虽经营范围与公司存在部分重合，但未实际从事相关业务，主营业务不存在相同或相似情况
6	万合邦新材	厨房用品、家用电器的制造、加工；金属或非金属表面覆盖防护膜涂层的技术开发、技术服务、技术转让和推广应用；热喷涂相关材料、产品、设备及配件的批发；自营或代理货物和技术的进出口，但国家限制经营或禁止进出口的货物和技术除外。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）。	家用电器制造，自营或代理货物和技术的进出口	表面涂层、喷涂加工工艺服务	否；虽经营范围与公司存在部分重合，但未实际从事相关业务，主营业务不存在相同或相似情况

序号	公司名称	经营范围	与欧琳科技经营范围重合的部分	主营业务	是否与公司存在相同或相似业务
		批准后方可开展经营活动)。			似情况
7	大盛达奇(宁波)人工智能有限公司	一般项目:人工智能应用软件开发;软件开发;技术服务、技术开发、技术咨询、技术交流、技术转让、技术推广;计算机软硬件及辅助设备零售;计算机软硬件及辅助设备批发(除依法须经批准的项目外,凭营业执照依法自主开展经营活动)。	不存在重合部分	人工智能系统的设计、研发	否
8	宁波溪珂供应链管理有限公司	一般项目:供应链管理服务;服装服饰批发;体育用品及器材批发;文具用品批发;货物进出口;技术进出口;进出口代理;报关业务;专业设计服务;无船承运业务;信息咨询服务(不含许可类信息咨询服务);饲料添加剂销售;宠物食品及用品零售;宠物食品及用品批发;饲料原料销售;日用木制品销售;建筑材料销售;木材销售;金属材料销售(除依法须经批准的项目外,凭营业执照依法自主开展经营活动)。许可项目:电子烟零售(依法须经批准的项目,经相关部门批准后方可开展经营活动,具体经营项目以审批结果为准)。	货物进出口;技术进出口;进出口代理;信息咨询服务(不含许可类信息咨询服务);金属材料销售	装饰品的外贸销售	否
9	上海汉琳堡国际贸易有限公司	许可项目:货物进出口;技术进出口;进出口代理;报关业务;电子烟及电子烟用烟碱进出口;公共航空运输。(依法须经批准的项目,经相关部门批准后方可开展经营活动,具体经营项目以相关部门批准文件或许可证件为准)一般项目:服装服饰批发;体育用品及器材批发;文具用品批发;道路货物运输站经营;物料搬运装备销售;国内货物运输代理;国内集装箱货物运输代理;运输货物打包服务;供应链管理服务;信息咨询服务(不含许可类信息咨询服务);专业设计服务;无船承运业务。(除依法须经批准的项目外,凭营业执照依法自主开展经营活动)	货物进出口;技术进出口;进出口代理;信息咨询服务(不含许可类信息咨询服务)	装饰品的外贸销售	否

序号	公司名称	经营范围	与欧琳科技经营范围重合的部分	主营业务	是否与公司存在相同或相似业务
10	千玉股份	装饰材料的研发；琉璃制品、水晶制品、陶瓷、日用品、家居用品、办公用品、木雕、餐具、玉、装饰品、竹工艺品的生产、销售；玻璃、石材、金属、木材的加工和销售；工程项目和产品的设计咨询；广告服务；建材工程安装；黄金加工、销售；自营或代理各类货物和技术的进出口业务，但国家禁止或限定经营的商品和技术除外。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	装饰材料的研发；各类货物和技术的进出口业务	自营或代理各类货物和技术的进出口业务（定制礼品为主）	否；虽经营范围中“装饰材料的研发”与公司经营范围中“建筑装饰材料销售”存在部分重合，但该企业与公司均未实际从事此类业务，主营业务不存在相同或相似情况
11	宁波千玉装饰品有限公司	琉璃制品、水晶制品、陶瓷制品、家居用品、办公用品、木雕、餐具、玉器、装饰品、工艺品、石材、木材、金属材料、棉纱、建筑材料、矿产品、文化用品、体育用品及器材、服装、日用百货、初级食用农产品、机械设备、五金交电、电子产品、化工原料及产品的批发、零售；煤炭批发（无储存）；商品信息咨询；自营或代理货物和技术的进出口，但国家限制经营或禁止进出口的货物和技术除外。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	建筑材料、五金交电、电子产品零售	自营或代理各类货物和技术的进出口业务（定制礼品为主）	否；虽经营范围中“建筑材料零售”与公司经营范围中“建筑装饰材料销售”存在部分重合，但该企业与公司均未实际从事相关业务，主营业务不存在相同或相似情况
12	OULIN SUPPLY CHAIN CO.,LTD. (澳门)	贸易；物流；供应链及管理服务	不存在重合部分	装饰品的外贸销售	否
13	欧琳富浩	一般项目：企业管理（除依法须经批准的项目外,凭营业执照依法自主开展经营活动）。	不存在重合部分	企业投资管理	否
14	宁波和程	一般项目：企业管理（除依法须经批准的项目外,凭营业执照依法自主开展经营活动）。	不存在重合部分	企业投资管理	否

序号	公司名称	经营范围	与欧琳科技经营范围重合的部分	主营业务	是否与公司存在相同或相似业务
15	宁波保税区荣久咨询有限公司	一般经营项目：实业投资咨询服务。	不存在重合部分	企业投资管理	否
16	宁波豪士可投资管理有限责任公司	投资管理、投资咨询。（未经金融等监管部门批准不得从事吸收存款、融资担保、代客理财、向社会公众集（融）资等金融业务）。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	不存在重合部分	企业投资管理	否
17	宁波智爵盛莱投资合伙企业（有限合伙）	一般项目：以自有资金从事投资活动；（未经金融等监管部门批准不得从事吸收存款、融资担保、代客理财、向社会公众集（融）资等金融业务）（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）。	不存在重合部分	企业投资管理	否
18	宁波迪芳斯厨房用品有限公司	一般项目：家具销售；厨具卫具及日用杂品批发；卫生洁具销售；家用电器销售；金属材料销售；木材销售；办公用品销售；建筑材料销售；日用品销售；广告制作；货物进出口；技术进出口；进出口代理（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）。	家用电器销售；金属材料销售；日用品销售；货物进出口；技术进出口；进出口代理	未开展实际经营	否
19	宁波万林房地产有限公司	房地产开发、经营；物业管理；自有房屋租赁。	不存在重合部分	未开展实际经营	否
20	宁波中悦置业有限公司	房地产开发、经营；物业管理；房屋租赁。	不存在重合部分	未开展实际经营，已进入破产清算程序	否
21	宁波欧琳致行品牌管理有限公司	一般项目：品牌管理；市场营销策划；专业设计服务；企业形象策划；咨询策划服务；技术服务、技术开发、技术咨询、技术交流、技术转让、技术推广；项目策划与公关服务；礼仪服务；会议及展览服务；组织文化艺术交流活动；汽车零配件批发；母婴用品销售；服装辅料销售；日用百货销售；办公用品销售；文具用品零售；文具用品批发；机械设备销售；建筑材料销售；户外用品销售；玻璃纤维增强塑料制品销售；日用杂品销售；珠宝首饰批发；	不存在重合部分	未开展实际经营	否

序号	公司名称	经营范围	与欧琳科技经营范围重合的部分	主营业务	是否与公司存在相同或相似业务
		珠宝首饰零售；家具销售（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）。			
22	宁波璟浩企业管理咨询有限公司	一般项目：企业管理咨询；社会经济咨询服务；技术服务、技术开发、技术咨询、技术交流、技术转让、技术推广；信息咨询服务（不含许可类信息咨询服务）；市场营销策划；企业形象策划；标准化服务（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）。	信息咨询服务（不含许可类信息咨询服务）	未开展实际经营	否

根据上表，实际控制人控制的其他企业中，部分企业与公司经营范围重合，但其实际经营业务与公司主营业务分属不同业务领域，与公司不存在从事相同或相似业务的情况。

2、从业务性质、主要产品或服务及用途、产品的相互替代性、技术基础、收入构成、客户构成、客户与供应商重合情况、在产业链中的具体定位等方面分析是否与公司构成同业竞争或潜在同业竞争，相关依据及充分性

根据上表，部分企业重合的经营范围与公司主营业务不存在相关性，或未在重合的经营范围下实际从事相关业务，具体如下：

(1) 宁波溪珂供应链管理有限公司、上海汉琳堡国际贸易有限公司、宁波璟浩企业管理咨询有限公司的经营范围虽与公司部分重合，但重合的经营范围与公司主营业务不存在相关性，此类企业的主营业务与公司不存在相同或相似情况；

(2) 千玉股份及宁波千玉装饰品有限公司的经营范围内“建筑材料零售”或“装饰材料的研发”与公司经营范围中“建筑装饰材料销售”存在部分重合，但此类企业与公司均未实际从事相关业务，主营业务不存在相同或相似情况。

除上述情形外，欧琳集团、欧琳厨电、欧琳生活、宁波欧琳电器营销有限公司、欧琳厨具、万合邦新材、宁波迪芳斯厨房用品有限公司的经营范围中包括“家用电器研发”“家用电器销售”“家用电器制造”或“金属材料销售”，此类经营范围对应其主营业务厨房烹饪电器如抽油烟机等产品的研发、制造、销售，与公司主营业务中的厨房水区电器产品（占主营业务收入的比例较低）具有一定的相关性，同属于家用厨房电器具制造领域，但其功能、用途等完全不同，前述企业的主营业务与公司的主营业务不存在同业竞争或潜在同业竞争，具体分析如下，宁波迪芳斯厨房用品有限公司目前已未开展实际经营，下表中不再单独列示：

公司名称	业务性质	主要产品或服务及用途	与公司产品是否存在相互替代性(1)	技术基础	收入构成	客户构成	客户与供应商是否存在重合情况(2)	在产业链中的具体定位
欧琳集团	贸易型企业	主要从事铝材、木材等贸易业务；均为大宗商品，一般用作各类相关制造业企业的原材料	不存在	非生产加工企业，无技术基础	大宗商品贸易收入为主	以铝材、木材等大宗商品贸易商为主，少部分供应给欧琳厨具、欧琳厨电生产所需	不存在	铝材、木材的原材料贸易商；与公司不属于同一产业链
欧琳厨具	生产型企业	主要从事橱柜的研发、生产、销售业务；以厨房橱柜为主，一般用作厨房用品的收纳	不存在	橱柜的定制与设计，板材加工及拼装工艺	橱柜产品销售收入为主	主要向欧琳整体厨房销售，少部分供应给房地产企业的工程项目	不存在	橱柜定制行业的生产厂商；与公司不属于同一产业链
欧琳厨电	生产型企业	主要从事抽油烟机、煤气灶、集成灶、蒸烤箱等电器的研发、生产、销售；主要用于加热、制作食物等烹饪用途	不存在	前述家用电器产品的研发设计及冲压成型组装工艺	厨房烹饪电器产品销售收入为主	仅向其他家用电器制造厂商及欧琳生活销售	主要原材料供应商存在一定重合	厨房烹饪电器行业的生产商；与公司不属于同一产业链
欧琳生活	贸易型企业	主要从事抽油烟机、煤气灶、集成灶、蒸烤箱等电器的研发、销售；用途同上	不存在	非生产加工企业，无技术基础	厨房烹饪电器产品销售收入为主	以经销商客户为主	经销商客户存在一定重合	厨房烹饪电器行业的销售公司；与公司不属于同一产业链
宁波欧琳电器营销有限公司	贸易型企业	主要从事抽油烟机、煤气灶、集成灶、蒸烤箱等电器的销售；用途同上	不存在	非生产加工企业，无技术基础	厨房烹饪电器产品销售收入为主	以互联网销售为主，客户主要为终端消费者；自2023年起逐渐减少业务	不存在	厨房烹饪电器行业的销售公司；与公司不属于同一产业链
万合邦新材	加工型企业	主要从事表面涂层、喷涂加工工艺服务；一般用于各类产品的金属表面涂层加工，涂层具备防水、防油污等效果	不存在	金属表面涂层加工工艺	加工服务收入为主	主要向公司及欧琳厨电提供服务	不存在	金属加工行业的表面涂层加工厂商；属于公司所处的产业链中游

(1) 厨房烹饪电器与厨房水区电器不存在相互替代性

上表所列示的情况中，由欧琳厨电生产、欧琳生活及宁波欧琳电器营销有限公司对外销售的抽油烟机、燃气灶、集成灶、蒸烤箱等产品，与公司研发并销售的洗碗机、消毒机及食物垃圾处理器同属于家用电器大类，但二者在功能及应用场景方面存在明显区别。具体来说，公司产品中的洗碗机、消毒机及食物垃圾处理器等主要应用于厨房净洗相关场景，对食材、餐具、容器等进行净洗处理，归属于传统厨房功能分区中的“水区”；欧琳厨电等主体的产品抽油烟机、燃气灶、集成灶、蒸烤箱等主要应用于厨房烹饪相关场景，用于加热、制作食物，归属于传统厨房功能分区中的“火区”。

因此，公司的厨房水区电器产品与欧琳厨电的厨房烹饪电器在功能及应用场景方面存在明显区别，不存在相互替代性。

(2) 客户与供应商重合情况

公司生产水槽、厨房水区电器等产品使用的原材料与欧琳厨电生产厨房烹饪电器所使用的原材料有一定重合，故欧琳厨电与公司的供应商存在一定重合。

欧琳厨电生产的厨房烹饪电器产品有部分通过欧琳生活对外销售。欧琳生活与公司的销售模式均以经销商模式为主；公司目前的经销商渠道主要承继于欧琳生活，相关情况请参见本问询回复之“问题 1、关于独立性”之第三问之“（一）公司与实际控制人控制的企业是否存在股权或业务承继关系，如存在请说明相关资产、专利、技术、人员、客户及供应商等业务资源转移等具体承继与整合情况”的有关回复内容。部分存量经销商与欧琳品牌合作时间较长，信任欧琳的品牌影响力，根据其实际经营需求，在向公司采购水槽等厨房净洗相关产品的同时，亦向欧琳生活采购厨房烹饪电器，故欧琳生活与公司的经销商存在一定重合。

因此，公司与关联方存在客户与供应商重合的情况，具有合理性。

综上所述，实际控制人控制的其他企业与公司不构成同业竞争或潜在同业竞争，相关依据充分，符合《挂牌审核业务规则适用指引第 1 号》“1-11 同业竞争”的有关规定。

(二) 说明欧琳集团实际从事业务与经营范围不一致的原因，未通过修改

欧琳集团等企业经营范围从而避免潜在同业竞争的原因；公司是否采取防范利益输送、利益冲突、损害公司利益等情形的风险防控措施，避免同业竞争的措施及有效性与可执行性，是否可能新增与公司构成同业竞争或潜在同业竞争的情形，相关主体是否作出未来避免同业竞争的公开承诺。

1、说明欧琳集团实际从事业务与经营范围不一致的原因，未通过修改欧琳集团等企业经营范围从而避免潜在同业竞争的原因

(1) 欧琳集团实际从事业务符合经营范围记载

截至本回复签署日，欧琳集团的经营范围为：“一般项目：家具安装和维修服务；家具零配件销售，家具销售，厨具卫具及日用杂品零售；非居住房地产租赁；住房租赁，工程管理服务；工业设计服务，广告设计、代理；工艺美术品及礼仪用品制造（象牙及其制品除外）；工艺美术品及礼仪用品销售（象牙及其制品除外）；金属材料销售，农副产品销售；机械设备销售；服饰制造；日用杂品制造；木材销售；模具制造；模具销售；塑料制品销售；货物进出口；技术进出口；进出口代理（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）。许可项目：建设工程监理；食品销售（依法须经批准的项目经相关部门批准后方可开展经营活动，具体经营项目以审批结果为准）。”

欧琳集团实际从事的业务为铝材、木材贸易，与上述经营范围中“金属材料销售、木材销售”一致。

(2) 未通过修改欧琳集团等企业经营范围从而避免潜在同业竞争的原因

欧琳集团等企业已出具确认函，确认：虽与公司之间存在经营范围重叠情形，但具体业务与公司之间不存在相同或相似。且如前文所述，欧琳集团等企业与公司之间不存在同业竞争情形，为避免潜在的同业竞争，公司控股股东、实际控制人已出具了相关承诺，内容合法、有效且具有可执行性，因此，欧琳集团等企业未修改经营范围。

2、公司是否采取防范利益输送、利益冲突、损害公司利益等情形的风险防控措施，避免同业竞争的措施及有效性与可执行性，是否可能新增与公司构成同业竞争或潜在同业竞争的情形，相关主体是否作出未来避免同业竞争的公开承诺

公司已经采取了防范利益输送、利益冲突、损害公司利益等情形的风险防控措施，具体如下：

(1) 为规范日后可能发生的关联交易及避免发生同业竞争行为，防范利益输送、利益冲突，维护公司的独立性，公司已制定了《股东大会议事规则》《董事会议事规则》《总经理工作细则》《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管理制度》等公司治理制度，为维护公司独立性、保障公司合法权益提供了制度保障。

(2) 公司控股股东、实际控制人已于 2024 年 12 月 10 日出具了《关于规范或避免同业竞争的承诺函》，承诺内容如下：

“1、截至本承诺函出具之日，本人/本企业及本人/本企业直接或间接控制的除公司及其控股子公司以外的其他企业均未从事或参与任何与公司及其控股子公司相同或相近的业务，均与公司及其控股子公司不存在同业竞争；

2、本人/本企业及本人/本企业现在及未来控制的企业，不会在中国境内外直接或间接从事或开展任何在商业上对公司构成竞争或可能构成竞争的业务及活动，亦不会在中国境内外参与投资直接或间接对公司构成竞争或可能构成竞争的其他企业；本人/本企业及本人/本企业现在及未来控制的企业不会拥有与公司存在同业竞争关系的任何经济实体、机构、经济组织的权益，也不会以其他任何形式取得该等经济实体、机构、经济组织的权益控制权，本人/本企业管理层不会在该等经济实体、机构、经济组织中担任总经理、副总经理、财务负责人及其他高级管理人员职务；

3、如公司进一步拓展产品和业务范围，本人/本企业及本人/本企业现在及未来控制的企业将不与公司拓展后的产品或服务相竞争；若与公司拓展后的产品或服务产生竞争，本人/本企业将尽快采取适当方式解决以避免同业竞争，本人/本企业及其所控制的其他企业将按照如下方式退出与公司的竞争；停止生产或提供构成竞争或可能构成竞争的产品或服务；停止经营构成竞争或可能构成竞争的业务；将存在竞争的业务纳入到公司经营；将存在竞争的业务转让给无关联的第三方；

4、本人/本企业及本人/本企业现在及未来控制的企业将来面临或可能取得

任何与公司生产的产品或经营的业务构成竞争或可能构成竞争的业务的投资机会或其它商业机会，在同等条件下赋予公司对该等投资机会或商业机会之优先选择权；

5、如本人/本企业未履行相关承诺事项，本人/本企业将在中国证券监督管理委员会、全国中小企业股份转让系统有限责任公司及公司股东大会指定报刊上公开说明未履行承诺的具体原因以及未履行承诺时的补救及改正情况并向股东和社会公众投资者道歉；

6、如因本人/本企业未履行相关承诺事项，致使投资者在证券交易中遭受损失的，本人/本企业将依法向投资者赔偿相关损失，赔偿金额以监管部门或是司法机关判定为准；

7、本人/本企业不会损害公司及其他股东（特别是中小股东）的合法权益，如对公司造成损失，本人/本企业愿意赔偿公司遭受的损失；

8、如因相关法律法规、政策变化、自然灾害及其他不可抗力等本人/本企业无法控制的客观原因导致本人/本企业承诺未能履行、确已无法履行或无法按期履行的，本人/本企业将采取以下措施：

（1）及时、充分披露本人/本企业承诺未能履行、无法履行或无法按期履行的具体原因；

（2）向公司的投资者提出补充承诺或替代承诺（相关承诺需按法律、法规、公司章程的规定履行相关审批程序），以保护投资者的权益。”

（3）公司控股股东、实际控制人以及公司董事、监事、高级管理人员已于2024年12月10日出具了《关于减少或规范关联交易的承诺函》，承诺内容如下：

“1、本人/本企业已按照证券监管法律、法规及规范性文件的要求对2022年1月1日至2024年7月31日期间公司的关联方和关联交易进行了完整、详尽披露，不存在其他任何依照相关法律、法规和中国证券监督管理委员会、全国中小企业股份转让系统挂牌的有关规定应披露而未披露的关联交易。

2、本人/本企业将尽可能避免与公司及其控股子公司之间的关联交易，现有（如有）及将来与公司及其控股子公司发生的关联交易是真实的、公允的、

必要的，是按照正常商业行为准则进行的，交易价格是按照市场公认的合理价格确定的。

3、本人/本企业保证本人/本企业及本人/本企业所控制的公司、分公司、合营或联营公司及其他任何类型的企业不以垄断采购和销售业务渠道等方式干预公司及其控股子公司的经营，损害其利益。关联交易活动应遵循商业原则，关联交易的价格原则上应不偏离市场独立第三方的价格或收费的标准，并应当履行合法程序并订立相关协议或合同，及时进行信息披露，保证关联交易的公允性。

4、本人/本企业保证将按照法律法规和《宁波欧琳科技股份有限公司章程》等相关公司治理制度的规定，在审议涉及本人/本企业的关联交易时，切实遵守关联交易决策程序进行：

- (1) 公司董事会上进行关联交易表决时的回避程序；
- (2) 公司监事会上进行关联交易表决时的回避程序；
- (3) 公司股东（大）会上进行关联交易表决时的回避程序。

5、本人/本企业承诺不会利用关联交易转移、输送利润，不以任何方式（包括但不限于借款、代偿债务、代垫款项等）占用或转移公司的资金以及其他任何资产、资源，不要求公司为本人及本人相关关联方违规提供担保，不会滥用股东权利损害公司及其他股东的合法权益。

6、本人有关关联交易承诺将同样适用于本人关系密切的家庭成员（包括配偶、父母、年满 18 周岁的子女及其配偶、兄弟姐妹及其配偶，配偶的父母、兄弟姐妹，子女配偶的父母）等重要关联方，本人将在合法权限内促成上述人员履行关联交易的承诺。

7、如本人/本企业未履行相关承诺事项，本人/本企业将在中国证券监督管理委员会、全国中小企业股份转让系统有限责任公司及公司股东大会指定报刊上公开说明未履行承诺的具体原因以及未履行承诺时的补救及改正情况并向股东和社会公众投资者道歉。

8、如因本人/本企业未履行相关承诺事项，致使投资者在证券交易中遭受

损失的，本人/本企业将依法向投资者赔偿相关损失，赔偿金额以监管部门或是司法机关判定为准。

9、如因相关法律法规、政策变化、自然灾害及其他不可抗力等本人/本企业无法控制的客观原因导致本人/本企业承诺未能履行、确已无法履行或无法按期履行的，本人/本企业将采取以下措施：

(1) 及时、充分披露本人/本企业承诺未能履行、无法履行或无法按期履行的具体原因；

(2) 向公司的投资者提出补充承诺或替代承诺（相关承诺需按法律、法规、公司章程的规定履行相关审批程序），以保护投资者的权益。

10、本承诺函在本人/本企业作为公司的控股股东、实际控制人及其一致行动人/董事/监事/高级管理人员/核心技术人员期间持续有效且不可撤销。如违反上述承诺与公司进行交易而给公司及其他股东造成损失的，本人/本企业将依法承担相应的赔偿责任。”

综上所述，为规范日后可能发生的关联交易及避免发生同业竞争行为，防范利益输送、利益冲突，维护公司的独立性，公司已制定了相应的公司治理制度，为维护公司独立性、保障公司合法权益提供了制度保障。公司控股股东、实际控制人及董事、监事和高级管理人员均已经出具承诺函，因此，公司已采取了采取防范利益输送、利益冲突、损害公司利益等情形的风险防控措施，相关主体出具的承诺合法有效且具有可执行性，对各方具有约束力，不存在新增与公司构成同业竞争或潜在同业竞争的情形。

二、请公司：（2）说明实际控制人经营规划总体布局及业务规模体量，公司业务规模占实际控制人经营总体规模比重，设立众多主体同时开展业务的具体原因，未来是否有整合计划及实施安排；实际控制人的履职能力，相关兼职和持股情况是否违反《公司法》第 147、148 条的相关规定，是否存在利益输送或其他损害公司利益的情形。

（一）实际控制人经营规划总体布局及业务规模体量，公司业务规模占实际控制人经营总体规模比重

1、实际控制人经营规划总体布局

截至本回复签署日，实际控制人控制的企业按业务板块及经营状况的分类如下：

序号	业务板块	对应企业	板块说明
1	水槽净洗中心业务	公司及其子公司	主要从事各类水槽、龙头及配件、卫浴五金及厨房水区电器的研发、生产与销售；其中厨房水区电器主要为洗碗机、消毒机及食物垃圾处理器等应用于厨房净洗相关场景的电器
2	厨房烹饪电器业务	欧琳厨电	主要从事抽油烟机、燃气灶、蒸烤箱等厨房烹饪电器的研发、生产与销售；目前主要为其他同行业品牌代工，也有部分通过公司的品牌授权以欧琳品牌对外销售。 欧琳厨电负责研发和生产，欧琳生活及其全资子公司宁波欧琳电器营销有限公司负责渠道推广和销售。
		欧琳生活	
		宁波欧琳电器营销有限公司	
3	橱柜定制与安装业务	欧琳厨具	主要从事以厨房橱柜为主的柜体定制生产与安装服务。该板块与外部第三方合作共同经营，其中徐剑光控制的经营主体为欧琳厨具，主要负责橱柜柜体的生产。此外，橱柜的设计、销售及安装服务主要通过欧琳整体厨房实现；公司实际控制人徐剑光间接持有该公司43.96%的股权。
4	其他业务	欧琳集团	主要为新材料加工、人工智能、商品贸易等其他行业领域，截至目前，存在实际经营业务。
		万合邦新材	
		大盛达奇（宁波）人工智能有限公司	
		宁波溪珂供应链管理有限公司	
		上海汉琳堡国际贸易有限公司	
		千玉股份	
		宁波千玉装饰品有限公司	
		OULIN SUPPLY CHAIN CO.,LTD.（澳门）	部分企业因行业发展情况或战略调整等原因目前未开展实际经营业务；部分企业主要为投资持股平台，除对外投资实际控制人控制的企业外，暂无实际经营实业业务。
		欧琳富浩	
		宁波和程	
		宁波保税区荣久咨询有限公司	
		宁波豪士可投资管理有限责任公司	
		宁波智爵盛莱投资合伙企业（有限合伙）	
		宁波迪芳斯厨房用品有限公司	
宁波万林房地产有限公司			

序号	业务板块	对应企业	板块说明
		宁波中悦置业有限公司	
		宁波欧琳致行品牌管理有限公司	
		宁波璟浩企业管理咨询有限公司	

2、实际控制人经营总体业务规模及公司业务规模占比

报告期内，实际控制人经营各板块业务总体规模如下所示：

单位：万元

2024年7月31日/2024年1-7月		
业务板块	总资产	营业收入
水槽净洗中心业务	34,382.08	15,263.82
厨房烹饪电器业务	66,207.52	31,971.81
橱柜定制与安装业务	82,029.01	22,333.79
厨房用品领域小计	182,618.60	69,569.42
其他业务（目前有实际经营业务）	65,348.41	41,285.28
其他业务（目前未开展实际经营业务）	14,536.04	2.52
实际控制人经营总体布局合计	262,503.05	110,857.23
2023年12月31日/2023年度		
业务板块	总资产	营业收入
水槽净洗中心业务	33,631.11	32,999.04
厨房烹饪电器业务	55,656.66	63,425.35
橱柜定制与安装业务	77,671.80	50,549.28
厨房用品领域小计	166,959.57	146,973.66
其他业务（目前有实际经营业务）	60,572.59	53,454.29
其他业务（目前未开展实际经营业务）	13,331.37	1,563.51
实际控制人经营总体布局合计	240,863.54	201,991.47
2022年12月31日/2022年度		
业务板块	总资产	营业收入
水槽净洗中心业务	33,434.61	31,734.25
厨房烹饪电器业务	56,145.85	47,170.79
橱柜定制与安装业务	78,335.61	46,179.69
厨房用品领域小计	167,916.08	125,084.73
其他业务（目前有实际经营业务）	76,797.48	47,201.06

其他业务（目前未开展实际经营业务）	13,672.93	0.00
实际控制人经营总体布局合计	258,386.48	172,285.79

注 1：除水槽净洗中心业务板块（即公司及其子公司）的财务数据经审计且为合并口径外，其余各业务板块的财务数据均为其对应企业单体报表财务数据的合计，未进行合并抵消，亦未经审计；

注 2：宁波迪芳斯厨房用品有限公司目前未开展实际经营，报告期内其在 2023 年度曾从事铝锭的贸易业务，为简化分类，仍将其归类为未开展实际经营业务的企业。

根据上表数据，报告期各期，公司营业收入规模占实际控制人在厨房用品领域和经营总体布局规模的比重如下：

单位：万元

报告期各期	2024年1-7月	2023年度	2022年度
水槽净洗中心业务（公司）	15,263.82	32,999.04	31,734.25
厨房用品领域小计	69,569.42	146,973.66	125,084.73
公司在厨房用品领域占比	21.94%	22.45%	25.37%
实际控制人经营总体布局合计	110,857.23	201,991.47	172,285.79
公司在实际控制人经营总体布局占比	13.77%	16.34%	18.42%

（二）实际控制人设立众多主体同时开展业务的具体原因，未来是否有整合计划及实施安排

根据前述的实际控制人经营规划总体布局情况，其经营业务涵盖的领域包括水槽净洗中心、厨房烹饪电器、橱柜定制与安装及其他行业。因不同业务领域、不同产品或服务涉及的经营模式、管理模式均不相同，分别设立主体有利于实际控制人对不同行业的企业分别进行经营管理。

实际控制人所从事的上述各板块之间各自独立运营，不同板块的企业实际从事的主营业务之间不存在相同或相似的情况。实际控制人目前不存在将各业务板块在未来进行整合的计划及相关的实施安排。

（三）实际控制人的履职能力

报告期内，实际控制人徐羽波、徐琳雯未在公司任职，亦未实际执行公司事务；实际控制人徐剑光担任公司董事长，其对外投资和兼职企业数量较多，但未影响其担任公司董事长的履职能力，主要理由如下：

1、徐剑光在厨房用品相关行业已深耕近三十年，具有丰富的行业经营、管理经验，其于 1995 年 8 月至今任欧琳厨具执行董事兼总经理；2006 年 7 月至今

任欧琳集团执行董事兼总经理；2020年11月至2021年5月任欧琳实业执行董事兼总经理；2021年5月至2021年10月任欧琳实业董事长兼总经理；2021年10月至今任公司董事长，行业从业经验丰富。

2、徐剑光具备任职资格，报告期内均依法依规进行履职活动。报告期内，徐剑光主持了公司的历次董事会、股东（大）会，并督促、检查董事会决议的执行情况，根据《公司法》、有关法律法规及《公司章程》的规定依法依规履职。

综上，公司实际控制人徐剑光拥有充足的时间精力参与公司日常经营管理或重大事项决策，具备相应的履职能力。

（四）相关兼职和持股情况是否违反《公司法》的相关规定，是否存在利益输送或其他损害公司利益的情形

公司实际控制人中，徐羽波、徐琳雯未在公司任职，徐剑光在除公司及其子公司外的其他企业兼职情况如下所示：

兼职公司	实际从事的主营业务	兼任职务
欧琳富浩	企业投资管理	执行董事兼总经理
宁波和程	企业投资管理	执行事务合伙人
宁波智爵盛莱投资合伙企业（有限合伙）	企业投资管理	执行事务合伙人
宁波保税区荣久咨询有限公司	企业投资管理	执行董事、总经理
欧琳集团	铝材、木材等贸易业务	执行董事兼总经理
欧琳厨具	橱柜的研发、生产、销售	执行董事兼总经理
欧琳厨电	抽油烟机、煤气灶、集成灶、蒸烤箱等电器的研发、生产、销售	执行董事兼总经理
欧琳生活	抽油烟机、煤气灶、集成灶、蒸烤箱等电器的研发、销售	执行董事兼总经理
宁波豪士可投资管理有限责任公司	企业投资管理	执行董事、经理
宁波迪芳斯厨房用品有限公司	未开展实际经营	执行董事兼总经理
宁波万林房地产有限公司	未开展实际经营	执行董事
万合邦新材	表面涂层、喷涂加工工艺服务	董事长、总经理
智澄英达（杭州）科技有限公司	人工智能通用大模型的研发	董事
大盛达奇（宁波）人工智能有限公司	人工智能系统的设计、研发	监事

公司实际控制人控制的其他企业情况参见本问询回复之“问题 1、关于独立性”之第一问之“1、逐一系列实际控制人控制的其他企业中与公司经营范围重合、与公司存在相同或相似业务的具体情况……”的有关回复内容。

如前所述，公司实际控制人对外投资及兼职的企业均未从事与公司相同或相似的业务，与公司不构成同业竞争或潜在同业竞争。

公司实际控制人徐剑光自任公司董事长以来，遵守法律、行政法规和《公司章程》的有关规定，忠实勤勉履职，不存在《公司法》等有关法律、法规列明的禁止行为。

综上所述，公司实际控制人在其他企业的兼职和持股情况未违反《公司法》的相关规定，不存在利益输送或其他损害公司利益的情形。

三、请公司：（3）说明公司与实际控制人控制的企业是否存在股权或业务承继关系，如存在请说明相关资产、专利、技术、人员、客户及供应商等业务资源转移等具体承继与整合情况，转移前对应业务的业绩，转移对价及公允性，是否构成业务合并，是否已整合完毕并稳定运行；欧琳厨具退出原因，入股及退出价格差异及合理性、公允性；公司授权欧琳厨电等使用公司品牌，如何保障公司品牌信誉，公司与欧琳厨电等实际控制人控制的企业共用“欧琳”商号是否会导致主体混淆及产生相关诉讼或纠纷情形，是否合法合规，未来是否有调整安排；结合上述情形说明公司资产、业务、人员、财务、机构独立性。

（一）公司与实际控制人控制的企业是否存在股权或业务承继关系，如存在请说明相关资产、专利、技术、人员、客户及供应商等业务资源转移等具体承继与整合情况

1、公司与实际控制人控制的企业股权及业务承继关系情况

公司与实际控制人控制的企业存在股权及业务承继关系。相关事项主要发生在 2020 年 9 月至 2021 年 5 月期间；在此之前，公司的前身欧琳实业由欧琳厨具持股 75.68%，徐羽波持股 24.32%，且无对外投资；欧琳实业主要独立负责各类水槽的生产事宜，并将水槽成品主要销售给欧琳生活及其当时的子公司欧琳电子商务，并由欧琳生活总体负责销售渠道拓展、经销商选择等对外销售事宜。

2020年8月，欧琳厨具当时的控股股东欧琳集团召开经营决策会议，重新梳理了欧琳集团及其子公司实际经营的业务板块，并认为水槽相关业务更适合独立经营，可在原有的水槽单体业务的基础上，打造“水槽净洗中心”的概念，引入厨房水区电器等净洗相关产品。基于此，欧琳集团管理层选定欧琳实业作为独立经营的主体，在后续进行资源整合后，引入外部投资者，完成股份制改造，并在合适的时点进入资本市场以寻求更好地发展。根据经营决策会议的讨论结果，欧琳实业自2020年9月起启动资源承继与整合工作。

（1）股权承继关系

在公司现有股东中，欧琳富浩持有的公司股份于2021年1月受让自欧琳厨具，宁波和程持有的公司股份于2021年1月受让自徐羽波。此外，欧琳生活于2021年1月自欧琳厨具处受让取得欧琳实业4.98%股权对应的出资额，并于2021年5月分别转让给达晨创景、达晨创赢及高炎康。

欧琳厨具持有的欧琳实业股权于2021年1月至2021年5月期间逐步转让，转让具体情况请参见本问询回复之“问题1、关于独立性”之第三问之“（三）欧琳厨具退出原因，入股及退出价格差异及合理性、公允性”的有关回复内容。

此外，公司目前的子公司荣程电子商务及欧琳电子商务的股权均受让自实际控制人控制的其他企业，具体情况如下：

①荣程电子商务

荣程电子商务设立于2020年9月18日，由欧琳厨具以现金出资10万元。2020年9月23日，欧琳厨具以其持有的不动产作价14,500.00万元向荣程电子商务增资，双方于2020年9月28日签订《房屋买卖合同》，相关不动产于2020年9月29日过户至荣程电子商务名下。欧琳厨具以上述不动产出资已经评估，根据宁波正平资产评估有限公司于2020年9月15日出具的《宁波欧琳厨具有限公司房地产拟对外投资项目资产评估报告书》（正评报字【2020】第082号），截至2020年8月31日，上述不动产评估价值合计为14,501.14万元。

欧琳实业于2020年9月28日与欧琳厨具签订《股权转让协议》，以14,510万元的对价受让欧琳厨具持有的荣程电子商务100%股权，其作价依据即为荣程电子商务的净资产。荣程电子商务于2020年9月30日办理完成工商变更，欧

琳实业于 2021 年 4 月向欧琳厨具支付完毕全部股权转让价款。

②欧琳电子商务

欧琳电子商务设立于 2013 年 4 月；在 2020 年 9 月之前，其为欧琳生活的全资子公司，主要负责水槽业务的互联网销售渠道。欧琳实业于 2020 年 9 月与欧琳生活签订《股权转让协议》，欧琳实业拟以 42.28 万元的对价受让欧琳生活持有的欧琳电子商务 100% 股权；协议确定转让基准日为 2020 年 8 月 31 日，转让对价的确定依据为基准日时欧琳电子商务的净资产。欧琳电子商务已于 2020 年 9 月 27 日办理完成工商变更，欧琳实业于 2020 年 12 月 4 日向欧琳生活支付相应的转让价款。

(2) 业务承继关系

在整合事项发生之前，欧琳实业主要独立负责各类水槽的生产事宜，其生产和办公的厂房向欧琳厨具租赁使用。自 2020 年 9 月起，欧琳集团在内部筛选了与水槽净洗中心业务相关的资产、专利、技术、人员、客户及供应商等业务资源，并逐步整合至欧琳实业。上述业务资源承继与整合的具体情况详见下文。

2、相关资产、专利、技术、人员、客户及供应商等业务资源转移等具体承继与整合情况

(1) 固定资产

公司目前未持有不动产，其生产所需的场地向子公司荣程电子商务租赁使用。根据前述荣程电子商务的股权承继关系情况，欧琳实业通过购买持有相应不动产的荣程电子商务股权的方式将生产所需的土地与房产整合至合并范围内。

此外，欧琳实业生产所需的生产设备及办公设备等固定资产均为其自有；因此，欧琳实业的生产设备等固定资产未承继于实际控制人控制的其他企业，亦未发生整合事项。

(2) 无形资产（专利、技术、商标）

公司生产经营所需的部分专利分别无偿受让于欧琳生活、欧琳厨具及欧琳厨电；欧琳实业结合专利形成了自有的生产技术。公司目前主要使用的“欧琳”等自有商标均无偿受让于欧琳厨具。上述专利、商标是公司目前生产经营所需

的核心业务资源之一，故根据欧琳集团关于整合事项的内部安排，无偿转移具备合理性。

(3) 人员安排

公司在 2020 年 9 月前仅负责生产事项，水槽的对外销售事项主要由欧琳生活及其当时的子公司欧琳电子商务负责，故公司主要的销售人员均来自上述两家企业。

自 2020 年 9 月起，欧琳集团在内部选取了合适的高级管理人员及水槽业务相关的中层管理人员，欧琳生活内部确定了主要负责水槽业务的销售人员，此类人员于 2021 年上半年陆续与其原工作单位解除劳动合同，并由欧琳实业重新聘用此类人员，相应的薪资、待遇等参考其原先岗位进行确定。此外，欧琳电子商务此前主要负责水槽业务的互联网销售事项；根据前述欧琳电子商务的股权承继关系情况，欧琳实业以受让欧琳电子商务股权的方式将水槽业务相关的互联网销售团队整合至其合并范围内。

(4) 客户（经销商）

公司的销售渠道主要承继于欧琳生活及其当时的子公司欧琳电子商务。自 2020 年 9 月起，欧琳生活及欧琳电子商务筛选并确定了与水槽业务相关的销售渠道，并将相应的渠道转移至欧琳实业名下。具体的转移及整合情况如下：

①自 2020 年 9 月起，此前主要销售水槽的线下经销商逐步与欧琳实业签订经销协议，并由欧琳实业负责后续的经销商管理事宜；

②欧琳电子商务此前在各电商平台开设的官方旗舰店，继续销售水槽净洗中心相关产品，但不再销售抽油烟机、燃气灶等欧琳集团其他业务板块的产品；欧琳电子商务对接的线上经销商亦同，仅可销售水槽净洗中心相关产品；

③欧琳实业在以经销商模式为主的前提下，重新梳理此前欧琳生活、欧琳电子商务的销售渠道，明确了家装公司线下直销、总部门店直销、电商平台直营等多样化的销售渠道，并以区分不同事业部的形式在欧琳实业内部进行管理。

综上，欧琳实业的线下销售渠道主要承继于欧琳生活，并通过受让欧琳电子商务股权的方式将互联网销售渠道整合至其合并范围内；在承继销售渠道后，

欧琳实业对其进行了梳理并整合，以确保后续销售的稳定发展。

(5) 供应商

欧琳实业此前主要独立负责各类水槽的生产事宜，其中涉及的主要原材料为不锈钢板，相关供应商由其自行对接，未涉及承继与转移事项。此外，水槽净洗中心业务的其他外采成品如龙头及其配件等产品此前由欧琳生活负责采购，并平价销售给欧琳实业，与水槽共同进行包装后对外销售；此类供应商自 2020 年 9 月起逐步转移至欧琳实业自行对接。

因此，欧琳实业的主要供应商资源未承继于实际控制人控制的其他企业，仅配件相关的供应商资源承继于关联方欧琳生活。

(二) 转移前对应业务的业绩，转移对价及公允性，是否构成业务合并，是否已整合完毕并稳定运行

1、转移前对应业务的业绩，转移对价及公允性

根据前述的业务资源承继及整合情况，转移前水槽业务的对外销售主要由欧琳生活及其当时的子公司欧琳电子商务负责。因销售渠道的转移事项主要发生在 2020 年末及 2021 年初，故转移前即 2020 年度水槽相关业务的业绩情况为：欧琳生活对外销售 22,083.28 万元，欧琳电子商务对外销售 10,557.20 万元，合计 32,640.48 万元。

主要业务资源转移情况请参见本问询回复之“问题 1、关于独立性”之第三问之“（一）公司与实际控制人控制的企业是否存在股权或业务承继关系，如存在请说明相关资产、专利、技术、人员、客户及供应商等业务资源转移等具体承继与整合情况”的有关回复内容。

如前所述，股权及业务承继过程中，欧琳厨具退出对欧琳实业持股的对价及其公允性请参见本问询回复之“问题 1、关于独立性”之第三问之“（三）欧琳厨具退出原因，入股及退出价格差异及合理性、公允性”的有关回复内容。其他涉及实际支付对价的为欧琳实业受让欧琳厨具所持荣程电子商务股权以及欧琳生活所持欧琳电子商务股权的事项，对应的定价依据均为这两家公司的净资产，均具备公允性。

除上述情况外，在整合事项中，欧琳实业无偿受让关联方的专利、商标，承继了关联方的相关人员、客户和供应商渠道，均为欧琳集团的内部整合安排，不涉及对价支付，均具备合理性。

2、是否构成业务合并，是否已整合完毕并稳定运行

根据《〈企业会计准则第 20 号——企业合并〉应用指南》之“五、业务合并”的规定，“业务是指企业内部某些生产经营活动或资产的组合，该组合一般具有投入、加工处理过程和产出能力，能够独立计算其成本费用或所产生的收入，但不构成独立法人资格的部分。比如，企业的分公司、不具有独立法人资格的分部等。”

根据《企业会计准则解释第 13 号》的有关规定，合并方在合并中取得的生产经营活动或资产的组合（以下简称组合）构成业务，通常应具有下列三个要素：（1）投入，指原材料、人工、必要的生产技术等无形资产以及构成生产能力的机器设备等其他长期资产的投入；（2）加工处理过程，指具有一定的管理能力、运营过程，能够组织投入形成产出能力的系统、标准、协议、惯例或规则；（3）产出，包括为客户提供的产品或服务、为投资者或债权人提供的股利或利息等投资收益，以及企业日常活动产生的其他的收益。

根据《企业会计准则讲解（2010）》的有关规定，有关资产或资产、负债的组合要构成一项业务，不一定要同时具备上述三个要素，具备投入和加工处理过程两个要素即可认为构成一项业务。

根据前述的欧琳实业承继与整合相关情况，欧琳实业承继了生产所需的土地使用权及厂房、水槽净洗中心相关的专利、欧琳品牌相关的商标；欧琳实业聘用了水槽净洗中心业务相关的销售、管理的所有人员，此类人员在与欧琳实业签订劳动合同后到公司进行正常工作，其管理的销售渠道均纳入公司体系统一进行管理调配。因前述的资源要素均为公司生产经营的核心资产，公司从实际控制人控制的其他企业承继上述资源，遵照实质重于形式的原则，具备了投入、产出的能力，构成了完整的业务。

综上所述，公司承继关联方的相关业务资源构成业务合并，已于公司股改前整合完毕；报告期内公司人员、渠道、经营业绩稳定，业务稳定运行。

（三）欧琳厨具退出原因，入股及退出价格差异及合理性、公允性

根据前述的公司业务及股权整合背景，欧琳厨具退出的原因主要系欧琳集团的战略调整，需要将欧琳实业转为独立经营，并为其引入外部投资者。

欧琳厨具在公司历史沿革过程中均以 1 元/股的价格向欧琳实业增资，截至 2020 年末持有欧琳实业 75.68%的股权，对应出资额 1,581.00 万元。欧琳厨具于 2021 年 1-5 月分多批次退出，具体的退出价格及其定价依据如下表：

单位：万元

股权转让时间	股权受让方	受让股权的比例	受让股权对应的出资额	转让价格	定价依据
2021年1月	欧琳富浩	50.69%	1,059.00	2,137.00	公司的净资产
2021年1月	欧琳生活	4.98%	104.00	210.00	公司的净资产
2021年1月	东莞威瓴	4.91%	102.50	3,925.75	双方确定的公司估值8.0亿元
2021年1月	兔宝宝投资	3.88%	81.10	3,300.00	双方确定的公司估值8.5亿元
2021年1月	徐众	0.30%	6.27	255.00	双方确定的公司估值8.5亿元
2021年1月	宁波汉拓	0.20%	4.18	170.00	双方确定的公司估值8.5亿元
2021年5月	达晨创鸿	9.88%	208.58	7,900.00	双方确定的公司估值8.0亿元
2021年5月	达晨创景	0.73%	15.37	582.00	双方确定的公司估值8.0亿元
合计		75.57%	1,581.00	18,479.75	-

注 1：欧琳实业在 2021 年 1 月发生增资，故此欧琳厨具持有的股权比例被稀释，导致出让股权比例的合计数与欧琳厨具在 2020 年末的持股比例不一致。

欧琳厨具在公司历史沿革过程中的入股均以增资形式实现，但根据上表，其在 2021 年 1-5 月退出时根据受让方的不同分别以净资产及公司估值作为作价依据，故入股及退出价格存在差异具备合理性。

2021 年 1 月，欧琳富浩、欧琳生活受让欧琳厨具持有的欧琳实业股权时，以净资产作为作价依据，由于欧琳富浩、欧琳生活均为公司实际控制人徐剑光控制的企业，该次股权转让为实际控制人控制的企业内部股权调整，故以净资产作价，该次转让定价公允。

2021 年 1 月，东莞威瓴、兔宝宝投资、徐众及宁波汉拓受让欧琳厨具持有的欧琳实业股权时，以各方分别与欧琳厨具确定的欧琳实业估值作为作价依据；

上述各方均为外部投资者，故以公司估值作价具备合理性。其中，东莞威瓴确定的公司估值为 8.0 亿元，其余各方确定的公司估值为 8.5 亿元，主要系其余各方均与欧琳厨具约定了回购条款，而东莞威瓴看好公司的发展前景，未与欧琳厨具约定回购条款，故欧琳厨具与东莞威瓴确定的公司估值比其他投资者稍低。由于相应的公司估值均为各方与欧琳厨具根据商业谈判确定，故作价公允。

2021 年 5 月，达晨创鸿、达晨创景受让欧琳厨具持有的欧琳实业股权时，以双方与欧琳厨具确定的欧琳实业的估值作为作价依据；双方均为外部投资者，故以公司估值作价具备合理性。达晨创鸿、达晨创景均与欧琳厨具约定了回购条款，但其定价比上述其余外部投资者稍低的原因主要系其看好公司的发展前景，向公司的投资规模高于其他外部投资者，故欧琳厨具与其谈判后确定了估值为 8.0 亿元。由于相应的公司估值为达晨创鸿、达晨创景与欧琳厨具根据商业谈判确定，故作价公允。

综上所述，欧琳厨具根据欧琳集团内部的战略安排退出其对欧琳实业的投资，其入股及退出价格存在差异，但相应的定价依据具备公允性，故相关差异具备合理性。

（四）公司授权欧琳厨电等使用公司品牌，如何保障公司品牌信誉，公司与欧琳厨电等实际控制人控制的企业共用“欧琳”商号是否会导致主体混淆及产生相关诉讼或纠纷情形，是否合法合规，未来是否有调整安排

1、公司已建立完善的内控制度保障公司品牌信誉

欧琳科技已制订《品牌授权管理制度》，对公司所有品牌的授权管理活动进行管理，涵盖授权申请的受理、评估、审核、批准、执行、监督及终止等全过程。公司《品牌授权管理制度》确立了公司品牌授权基本原则，规定了授权管理机构与职责、授权使用许可范围、区域、期限、方式、费用以及品牌授权使用方义务和对品牌授权使用方违规处理。此外，公司还制订了知识产权管理体系控制程序，包括但不限于《知识产权分类管理程序》《知识产权风险管理控制程序》《知识产权应急预案控制程序》等，对公司包含商标在内的知识产权进行严格管理。

同时，欧琳科技在与相关方签署《品牌授权协议》等协议时，该等协议中

亦明确约定了品牌授权使用方义务，包括但不限于合法使用品牌授权、品牌授权方有权监督品牌在授权范围内的商业行为质量等事项。

综上，公司已建立完善的内控制度保障公司品牌信誉。

2、共用商号不会导致主体混淆及产生相关诉讼或纠纷情形，合法合规

《企业名称登记管理规定》第六条规定：“企业名称由行政区划名称、字号、行业或者经营特点、组织形式组成。”第十七条规定：“在同一企业登记机关，申请人拟定的企业名称中的字号不得与下列同行业或者不使用行业、经营特点表述的企业名称中的字号相同：（一）已经登记或者在保留期内的企业名称，有投资关系的除外；（二）已经注销或者变更登记未满 1 年的原企业名称，有投资关系或者受让企业名称的除外；（三）被撤销设立登记或者被撤销变更登记未满 1 年的原企业名称，有投资关系的除外。”

《中华人民共和国商标法》第五十八条规定：“将他人注册商标、未注册的驰名商标作为企业名称中的字号使用，误导公众，构成不正当竞争行为的，依照《中华人民共和国反不正当竞争法》处理。”

《中华人民共和国反不正当竞争法》第六条规定：“经营者不得实施下列混淆行为，引人误认为是他人商品或者与他人存在特定联系：……（二）擅自使用他人有一定影响的企业名称（包括简称、字号等）、社会组织名称（包括简称等）、姓名（包括笔名、艺名、译名等）……”

欧琳科技与欧琳厨电等实际控制人控制的企业各自在公司名称中的“行业或经营特点”部分存在区分度。欧琳科技与欧琳厨电等实际控制人控制的境内企业各自均独立按照《企业名称登记管理规定》等相关规定，向各自注册地市场监督管理局办理了名称预核准手续，并依法办理了注册登记手续，依法取得了各自的营业执照。

截至本回复签署日，公司不存在因与欧琳厨电等实际控制人控制的其他公司共用“欧琳”商号而导致主体混淆的情形，也不存在因此导致的相关诉讼或纠纷。

综上所述，公司与欧琳厨电等实际控制人控制的企业共用“欧琳”商号未违反有关法律法规规定，不会导致主体混淆及产生相关诉讼或纠纷情形。

3、商号未来的调整安排

为进一步避免共用商号可能导致的混淆风险，欧琳厨电等实际控制人控制的其他企业已出具承诺如下：不会注册或受让与公司商标存在相似的商标，不会未经许可使用公司商标。目前从事的业务范围与公司的主营业务不产生冲突，将继续使用“欧琳”作为企业名称，将来若因“欧琳”商号使公司所处行业的客户及供应商产生商号混淆的，欧琳厨电等实际控制人控制的公司将自愿更名不再使用“欧琳”作为企业名称。同时，欧琳厨电等实际控制人控制的企业已承诺将采取各种措施维护“欧琳”商号的市场声誉，不实施任何可能使商号价值或声誉受损的行为。如违反上述承诺导致公司产生损失的，将承担相应的赔偿责任。

实际控制人已出具承诺，除经公司同意外，实际控制人及其控制的企业不得使用“欧琳”作为新增设立或控制的企业的商号；经公司同意后使用“欧琳”商号的企业，亦将主动采取各种措施维护“欧琳”商号的市场声誉，不实施任何可能使商号价值或声誉受损的行为。如违反上述承诺导致公司产生损失的，将承担相应的赔偿责任。

（五）结合上述情形说明公司资产、业务、人员、财务、机构独立性

如前所述，公司与实际控制人控制的其他企业存在股权及业务承继关系，相关事项已于公司股改前整合完毕。报告期内，公司已拥有日常生产经营所需的资产，具有独立经营所需的员工队伍，并具有独立完整的业务体系和面向市场的独立开展业务的能力。此外，报告期内，公司已建立健全规范的法人治理结构和公司运作体系，根据业务需求设置了相应的职能部门，建立健全了公司内部各部门的规章制度；公司拥有独立的财务部门，配备专职财务人员，建立了独立的财务会计核算体系，并建立健全了相应的内部控制制度，能独立进行财务决策。

因此，公司在报告期内独立经营，其资产、业务、人员、财务、机构均具备独立性。

四、请公司：（4）结合非关联方销售价格、第三方市场价格或毛利率等说明经常性关联交易、关联租赁定价公允性；向关联方销售水槽和配件的占比，

是否均用于前期客户售后，是否存在关联方囤货情形。

(一) 结合非关联方销售价格、第三方市场价格或毛利率等说明经常性关联交易、关联租赁定价公允性

报告期内，公司与关联方发生的经常性关联交易及关联租赁情况如下：

1、采购商品及服务

单位：万元

关联方名称	2024年1-7月	2023年度	2022年度
欧琳厨具	139.09	298.36	305.86
欧琳生活	-	62.19	233.93
万合邦新材	14.30	56.80	88.43
小计	153.38	417.35	628.21

(1) 采购欧琳厨具水电能源

报告期内公司向欧琳厨具采购水电等能源，2022年、2023年及2024年1-7月，交易金额分别为305.86万元、298.36万元和139.09万元。

公司部分生产场地的电表、水表由欧琳厨具开户登记，欧琳厨具在缴纳水电费后，根据与公司签署的水电费分摊协议，将前述水电费进行分摊。公司该部分生产场地内的生产设备占所处厂区总设备功率的91.60%，基于此，公司和欧琳厨具签订的《水电能源分摊合同》约定：公司水费及电费分担比例为欧琳厨具每月水表、电表计费之91.60%。

抽取报告期内每年2月、6月、10月公司与欧琳厨具实际水、电分摊费用情况如下：

单位：万元

年份	月	电费（含税）			水费（含税）		
		欧琳厨具支付	公司支付	分摊比例	欧琳厨具支付	公司支付	分摊比例
2022年	2	18.81	17.23	91.60%	5.47	5.01	91.60%
	6	25.33	23.20	91.60%	3.49	3.19	91.60%
	10	31.07	28.46	91.60%	2.98	2.73	91.60%
2023年	2	24.68	22.60	91.60%	7.38	6.76	91.60%
	6	29.14	26.69	91.60%	4.30	3.94	91.60%

年份	月	电费（含税）			水费（含税）		
		欧琳厨具支付	公司支付	分摊比例	欧琳厨具支付	公司支付	分摊比例
	10	21.73	19.91	91.60%	3.79	3.47	91.60%
2024年	2	8.62	7.89	91.60%	5.00	4.58	91.60%
	6	17.50	16.03	91.60%	6.65	6.09	91.60%

根据上表，水、电费用的实际分摊比例为 91.60%，与《水电能源分摊合同》中约定一致。欧琳厨具采购的水、电等能源价格按照市场公开价格结算，水电费分担协议根据各分担主体的能耗水平及平均使用负荷测算分摊比例，并在此基础上计算得出需分摊的水、电等能源费用，公司向欧琳厨具采购水电等能源价格具有公允性。

（2）采购欧琳生活安装服务

报告期内公司向欧琳生活采购安装服务费，2022 年和 2023 年，交易金额分别为 233.93 万元和 62.19 万元。

报告期以前，欧琳生活的主营业务系水槽和厨房电器的销售。欧琳集团、公司的相关厨卫水区和非净洗类电器产品的售后及安装服务均由欧琳生活承担。2021 年下半年开始，欧琳生活将水槽销售等业务剥离至公司，但水槽及厨房非净洗类电器产品售后安装服务是由欧琳生活统一通过售后服务网点进行，售后服务网点比较分散剥离难度大、进度慢。欧琳生活在 2023 年 3 月以后，最终将水槽售后服务网点转至公司。故 2022 年、2023 年存在公司向欧琳生活采购售后服务的情况。

欧琳生活按照公司制定的售后服务管理手册规定的定价原则向独立第三方采购售后服务，之后欧琳生活根据每月向第三方合作网点实际支付的售后服务费用金额向公司请款。抽取 2022 年 1 月及 8 月，2023 年 1 月及 2 月欧琳生活向第三方网点支付服务费及公司向欧琳生活支付服务费的情况进行比较：

单位：万元

欧琳生活向第三方网点支付服务费						公司向欧琳生活支付服务费
结算期间	远程费合计	服务费合计	扣款合计	奖惩费用	结算金额	结算金额
2022 年 1 月	2.47	16.74	0.13	2.90	21.98	21.98
2022 年 8 月	4.32	14.57	0.16	3.02	21.75	21.75

欧琳生活向第三方网点支付服务费						公司向欧琳生活支付服务费
结算期间	远程费合计	服务费合计	扣款合计	奖惩费用	结算金额	结算金额
2023年1月	3.66	14.37	0.15	3.29	21.17	32.61
2023年2月	4.50	18.46	0.14	0.05	22.88	11.44
	合计				87.78	87.78

2023年1月、2月由于春节假期等原因，欧琳生活向第三方网点支付服务费与公司向其支付售后服务费存在时间差异。该交易价格实质为市场化第三方交易价格，具有公允性。

(3) 采购万合邦新材涂层加工服务

报告期内公司向万合邦新材采购涂层加工服务，2022年、2023年及2024年1-7月，交易金额分别为88.43万元、56.80万元和14.30万元。近年来由于国内PVD物相沉积涂层技术工艺的不断进步，公司采购前述服务的金额呈现大幅下降趋势。万合邦新材成立于2018年5月，由欧琳集团与日本株式会社五合等合作成立，主要利用日方技术为公司提供水槽易清洁工艺喷涂加工业务。公司向万合邦采购的水槽喷涂加工业务所使用的技术为该公司特有，具有独特性，无明确可比对象。经双方协商，万合邦新材提供的涂层委托加工业务按照料工费等成本加成方式计算采购价格。

2、销售商品及服务

单位：万元

关联方名称	2024年1-7月	2023年度	2022年度
欧琳生活	33.65	109.25	237.39
欧琳进出口	2.32	17.57	15.21
欧琳整体厨房①	109.01	175.32	147.48
欧琳整体厨房②	51.07	81.83	95.30
欧琳厨电	13.81	27.09	22.42
小计	209.86	411.06	517.81

(1) 向欧琳生活销售配件及商品

报告期内公司向欧琳生活销售配件及商品，2022年、2023年及2024年1-7月，交易金额分别为237.39万元、109.25万元和33.65万元；其中227.12万元、63.74万元和18.82万元为配件。

欧琳生活在承接水槽售后服务的过程中，需要向公司采购水槽相关配件。公司向第三方网点销售配件的价格，相较公司销售给欧琳生活配件价格高，经测算，2022年公司向欧琳生活销售配件的毛利率为4.57%，而2023年4月后公司独立对外销售配件毛利率为46.10%。2022年欧琳生活共向第三方实际销售配件164.51万元且价格基本与公司独立对外销售一致，据此计算得出2022年公司向欧琳生活销售配件毛利减少约60万元。但欧琳生活维持售后服务需综合体系支撑，经测算2022年欧琳生活售后CEMS系统维护费用、售后400客服电话费用及售后人员薪资等综合费用约58万元。综合来看上述交易具有公允性。

配件销售价格综合考虑欧琳生活在售后服务网点剥离前承担的相关成本及费用确定，其他商品销售价格与同类产品对外销售平均价格保持一致。

(2) 向欧琳进出口销售水槽及配件

报告期内公司向欧琳进出口销售水槽及配件等，2022年、2023年及2024年1-7月，交易金额分别为15.21万元、17.57万元和2.32万元。公司向欧琳进出口销售的价格与欧琳进出口对外销售价格保持一致，具有公允性。

(3) 向欧琳整体厨房销售水槽及配件

报告期内公司向欧琳整体厨房销售水槽及配件等，2022年、2023年及2024年1-7月，交易金额分别为147.48万元、175.32万元和109.01万元。

欧琳整体厨房主营整体厨房设计安装、橱柜生产等业务，根据业务需求，在橱柜业务配套欧琳品牌水槽时，向公司采购水槽及配件。由于公司产品具体型号较多且交易结果分散，抽取报告期各期销售金额较大的产品与非关联第三方比较可得：

单位：元

客户	订单日期	料品	与无关联第三方价格差异率
欧琳整体厨房	2022/10/15	JBS1T-OLCS415SN	0%
上海琪丰贸易有限公司	2022/10/31	JBS1T-OLCS415SN	/
欧琳整体厨房	2022/9/3	JBS1T-OLCS506H	0%
上海旻格贸易有限公司	2022/12/12	JBS1T-OLCS506H	/
上海琪丰贸易有限公司	2022/12/12	JBS1T-OLCS506H	/
浙江昊亿雅创商贸有限公司	2022/10/20	JBS1T-OLCS506H	/

客户	订单日期	料品	与无关联第三方价格差异率
欧琳整体厨房	2022/3/26	JBS2T-OLM5-8 水槽洗碗机	0%
上海琪丰贸易有限公司	2022/12/8	JBS2T-OLM5-8 水槽洗碗机	/
欧琳整体厨房	2023/8/31	成品 OL-KDS750 食物垃圾处理机	-11.12%
上海琪丰贸易有限公司	2023/12/22	成品 OL-KDS750 食物垃圾处理机	/
欧琳整体厨房	2023/8/22	成品 OL-C9537 龙头（带条码）	0%
上海琪丰贸易有限公司	2023/12/22	成品 OL-C9537 龙头（带条码）	/
欧琳整体厨房	2024/3/30	JBS1T-OLEH202H	-13.63%
郑州浩之发商贸有限公司	2024/7/26	JBS1T-OLEH202H	/

经核查，针对同样型号的产品，公司向欧琳整体厨房销售价格与向第三方销售价格基本保持一致，个别产品由于销售数量较多，相较无关联第三方销售单价较低，整体具有公允性。

（4）向欧琳整体厨房收取品牌使用费

报告期内公司向欧琳整体厨房收取品牌使用费，2022 年、2023 年及 2024 年 1-7 月，品牌使用费交易金额分别为 95.30 万元、81.83 万元和 51.07 万元。

欧琳整体厨房原为欧琳集团子公司，2018 年 3 月，公司实际控制人与顾家集团有限公司投资平台签署协议，公司实际控制人不再控制欧琳整体厨房，欧琳整体厨房仍需要使用欧琳”品牌开拓业务，经双方协商，决定按照“授权年度使用该品牌销售产品实现营业收入的 1%”计算品牌使用费。

不同品牌、不同品类的品牌使用费具有其特殊性，通常需要考虑品牌知名度、授权范围、授权期限以及销售额等。一般来说，品牌授权方会根据品牌的知名度和影响力来设定不同的使用费用。欧琳整体厨房之品牌使用费是与非关联方顾家集团平等协商之结果，具有其公允性。

（5）向欧琳厨电收取品牌使用费

报告期内公司向欧琳厨电收取品牌使用费，2022 年、2023 年及 2024 年 1-7 月，品牌使用费交易金额分别为 22.42 万元、27.09 万元和 13.81 万元。

欧琳厨电为欧琳集团子公司，负责厨房相关电器的制造和销售，一直使用“欧琳”系列品牌。

欧琳厨电参照欧琳整体厨房品牌使用费标准，确定欧琳厨电品牌使用费，具有其公允性。

3、关联方租赁情况

单位：万元

关联方名称	交易内容	2024年1-7月	2023年度	2022年度
欧琳厨具①	仓库租赁	27.06	46.56	46.56
欧琳厨具②	办公楼租赁	18.17	31.16	31.16
万合邦新材	厂房租赁	46.24	79.27	79.27
合计	-	91.47	156.98	156.98

(1) 向欧琳厨具租赁仓储场地、办公场所

公司报告期内向欧琳厨具租赁面积 3,880 平米的场地作为仓库使用，向欧琳厨具租赁面积 2,830 平米的场地作为办公场地使用。

上述欧琳科技承租的欧琳厨具办公、仓储场地系由欧琳厨具向第三方租赁取得，并由欧琳厨具与第三方约定其可将承租的场地转租给其关联公司。欧琳厨具向第三方租赁是在将相关厂区完整销售给第三方，且第三方整体租赁给欧琳厨具的背景下进行，在此背景下，欧琳厨具承租价格比欧琳厨具租赁给公司价格低具有合理性。此外，经网查周边工业园区厂房、仓库等租赁价格，欧琳厨具向公司租赁仓储场地及办公场所基本与市场价格一致。

(2) 向万合邦新材出租生产厂房

万合邦新材需要就近配套公司生产，降低物流成本，基于此，报告期内公司子公司荣程电子商务向其出租 4,800 平米厂房。上述租赁的租金根据租赁用途，参照市场价格、租赁标的状况、资产账面价值及折旧费用等因素协商确定，公司向欧琳厨具租赁场地为仓储、办公场地，万合邦新材向公司租赁场地为生产车间，需要考虑地平、承重等生产因素，因此价格较高。

(二) 向关联方销售水槽和配件的占比，是否均用于前期客户售后，是否存在关联方囤货情形

公司向关联方的销售明细如下：

单位：元

关联方	关联交易内容	2024年1-7月	2023年度	2022年度	用途
欧琳集团	水槽	2,669.02	346.02	3,450.45	赠品
	配件	135,959.31	79,865.48	32,130.99	
	其他	2,318.58	32,429.20	236,179.63	
欧琳生活	水槽	70,832.07	441,077.33	20,337.89	厨电产品搭售
	配件	188,158.77	637,440.66	2,271,187.22	售后
	其他	77,485.48	14,020.66	82,414.23	厨电产品搭售
宁波欧琳进出口有限公司	水槽	23,236.28	130,237.16	135,784.94	橱柜产品出口搭售
	配件	-	25,288.50	77.01	
	其他	-	20,132.74	16,266.99	
欧琳整体厨房	水槽	642,184.00	1,074,094.65	1,123,978.68	橱柜产品搭售
	配件	145,584.74	75,192.00	55,853.99	
	其他	302,298.15	603,873.46	294,989.39	
欧琳厨电	水槽	-	-	-	赠品
	配件	907.08	42.48	-	
	其他	-	175,339.83	-	
小计	水槽	738,921.37	1,645,755.16	1,283,551.96	
	配件	470,609.90	817,829.12	2,359,249.21	
	其他	382,102.21	845,795.89	629,850.24	
收入占比	水槽	0.83%	0.86%	0.68%	
	配件	3.89%	2.98%	8.51%	

注：收入占比为分别占公司报告期内水槽及配件收入。

由上表可见，公司销售给欧琳生活公司的配件主要用于客户售后，其他关联销售主要为橱柜及厨电产品搭售或赠送。

报告期内，除 2022 年末欧琳生活公司库存较高外，其他关联公司各期末存货余额均较小，不存在关联方囤货的行为。其中，2022 年末欧琳生活公司库存较高系由于 2022 年欧琳科技公司通过该公司提供售后服务所致，2023 年公司逐步承接水槽售后服务网点，并将欧琳生活公司剩余库存配件购回；另外由于欧琳科技公司对关联方欧琳整体厨房公司订单有最低下定数量要求，导致该公司报告期各期末均有一定金额库存；其他关联方交易主要系产品搭售及赠品，无期末库存余额。

综上所述，报告期内公司向关联方销售的水槽及配件收入占比较小，销售给欧琳生活公司的配件主要用于客户售后，关联方各期末库存水平合理，不存在关联方囤货情形。

五、请主办券商、律师按照《挂牌审核业务规则适用指引第 1 号》规定核查上述事项（1）至（3），并逐一发表明确意见。

（一）核查程序

就前述问题一至问题三，主办券商、律师执行了如下核查程序：

1、查阅公司及其子公司的工商资料、报告期内的往来科目明细表等材料，核查并确认公司主营业务情况；获取并核查公司实际控制人的调查表，在天眼查等网站查询其对外投资的相关信息，确认公司实际控制人控制的其他企业；获取此类企业的工商登记资料，比对其营业范围与公司营业范围的重合部分，以及是否存在与公司经营相同或相似业务的情况；

2、访谈欧琳集团、欧琳厨具、欧琳厨电、欧琳生活、宁波欧琳电器营销有限公司、万合邦新材的相关人员，确认上述企业的产品或服务、所属行业及具体经营情况，了解是否与公司存在客户与供应商重合的情况；

3、获取欧琳厨电、欧琳生活的客户及供应商名录，与公司的客户及供应商名录进行比对，核查公司与上述企业的客户与供应商重合的情况；访谈上述企业的相关人员，分析重合的原因及合理性；

4、获取实际控制人控制的其他企业出具的确认函，确认其虽与公司之间存在经营范围重叠情形，但与公司之间不存在相同或相似业务；

5、查阅公司现行及挂牌后适用的法人治理制度，核查制度执行情况；获取公司控股股东、实际控制人出具的《关于规范或避免同业竞争的承诺函》及公司控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员出具的《关于减少或规范关联交易的承诺函》；

6、访谈公司实际控制人徐剑光，查阅其在报告期内参与公司董事会、股东大会的记录，了解徐剑光是否有充足的精力参与公司的重大事项决策及日常经营管理，同时了解其在厨房用品领域和其他行业的经营规划总体布局及未

来经营计划；

7、查阅实际控制人控制的其他企业的财务报表，统计实际控制人经营规划总体布局中各板块的业务规模体量；

8、查阅欧琳集团 2020 年 8 月的经营决策会议记录；访谈公司董事会秘书及财务负责人，了解公司业务资源承继与整合事项的发生背景及具体执行情况；

9、核查《宁波欧琳厨具有限公司房地产拟对外投资项目资产评估报告书》（正评报字【2020】第 082 号）、荣程电子商务与欧琳厨具签订的《房屋买卖合同》、欧琳实业与欧琳厨具签订的《股权转让协议》及相应款项支付凭证，了解欧琳实业受让荣程电子商务股权的实际情况；查阅欧琳实业与欧琳生活签订的《股权转让协议》及相应款项支付凭证，了解欧琳实业受让欧琳电子商务股权的实际情况；

10、核查欧琳生活、欧琳厨具与欧琳实业签订的《专利转让协议书》及对应的专利登记簿副本、欧琳厨具与欧琳实业签订《商标转让协议书》及对应的商标转让证明，确认专利、商标的转移情况；

11、访谈公司人力资源部门负责人，了解公司聘用销售人员、管理人员的具体情况；访谈公司销售负责人，了解公司的销售渠道整合情况；访谈公司采购负责人，了解公司的供应商渠道整合情况；

12、查阅《企业会计准则解释第 13 号》《企业会计准则》等法律法规，分析公司的业务资源承继与整合事项是否构成业务合并；

13、查阅欧琳厨具向公司历次增资的验资报告及对应的工商登记资料，访谈欧琳富浩、欧琳生活、东莞威瓴、兔宝宝投资、徐众、宁波汉拓、达晨创鸿、达晨创景，并查阅欧琳厨具分别与上述各方签订的股权转让协议及对应的款项支付凭证，核查欧琳厨具入股及退出价格的合理性、公允性；

14、查阅公司的《品牌授权管理制度》及知识产权管理体系控制程序文件，核查公司与相关方签署的《品牌授权协议》，确认公司保障品牌信誉的方式；结合有关法律法规的规定，分析公司与欧琳厨电等实际控制人控制的公司共用“欧琳”商号是否会导致主体混淆及产生相关诉讼或纠纷情形，是否合法合规；

15、获取实际控制人出具的承诺函，承诺除经公司同意外，实际控制人及其控制的企业不得使用“欧琳”作为新增设立或控制的企业的商号；获取实际控制人控制的其他企业出具的承诺函，承诺其不会注册或受让与公司商标存在相似的商标，不会未经许可使用公司商标。

（二）核查意见

就前述问题一至问题三，经核查，主办券商、律师认为：

1、实际控制人控制的其他企业与公司不构成同业竞争或潜在同业竞争，相关依据充分，符合《挂牌审核业务规则适用指引第 1 号》“1-11 同业竞争”的有关规定。欧琳集团实际从事业务与经营范围一致；公司控股股东、实际控制人已就避免潜在同业竞争出具了相关承诺，措施有效且具有可执行性，因此未修改欧琳集团等企业的经营范围。为规范日后可能发生的关联交易及避免发生同业竞争行为，防范利益输送、利益冲突，维护公司的独立性，公司已制定了相应的公司治理制度，为维护公司独立性、保障公司合法权益提供了制度保障。公司控股股东、实际控制人及董事、监事和高级管理人员均已经出具承诺函，因此，公司已采取了采取防范利益输送、利益冲突、损害公司利益等情形的风险防控措施，相关主体出具的承诺合法有效且具有可执行性，对各方具有约束力，不存在新增与公司构成同业竞争或潜在同业竞争的情形；

2、公司实际控制人经营规划总体布局包括水槽净洗中心业务、厨房烹饪电器业务、橱柜定制与安装业务及其他行业；因不同业务领域、不同产品或服务涉及的经营模式、管理模式均不相同，分别设立主体有利于实际控制人对不同行业的企业分别进行经营管理；实际控制人目前不存在将各业务板块在未来进行整合的计划及相关的实施安排。报告期内，实际控制人徐羽波、徐琳雯未在公司任职，亦未实际执行公司事务；实际控制人徐剑光担任公司董事长，其拥有充足的时间精力参与公司日常经营管理或重大事项决策，具备相应的履职能力。公司实际控制人在其他企业的兼职和持股情况未违反《公司法》的相关规定，不存在利益输送或其他损害公司利益的情形；

3、公司与实际控制人控制的其他企业存在股权及业务承继关系；公司控股股东欧琳富浩持有的公司股份承继于欧琳厨具；欧琳实业受让欧琳厨具所持荣

程电子商务股权以及欧琳生活所持欧琳电子商务股权的事项，对应的定价依据均为该两家公司的净资产，具备公允性；欧琳实业无偿受让关联方的专利、商标，承继了关联方的相关人员、客户和供应商渠道，均为欧琳集团的内部整合安排，不涉及对价支付，均具备合理性。公司承继关联方的相关业务资源构成业务合并，已于公司股改前整合完毕；报告期内公司人员、渠道、经营业绩稳定，业务稳定运行。欧琳厨具根据欧琳集团内部的战略安排退出其对欧琳实业的投资，其入股及退出价格存在差异，但相应的定价依据具备公允性，故相关差异具备合理性。公司已建立完善的内控制度保障公司品牌信誉；公司与欧琳厨电等实际控制人控制的企业共用“欧琳”商号未违反有关法律法规规定，不会导致主体混淆及产生相关诉讼或纠纷情形；为进一步避免共用商号可能导致的混淆风险，实际控制人及其控制的其他企业已出具相关承诺。根据上述情形，公司在报告期内独立经营，其资产、业务、人员、财务、机构均具备独立性。

六、请主办券商、会计师核查上述事项（3）至（4），并发表明确意见。

（一）核查程序

就前述问题三及问题四，主办券商、会计师执行了如下核查程序：

1、查阅欧琳集团 2020 年 8 月的经营决策会议记录；访谈公司董事会秘书及财务负责人，了解公司业务资源承继与整合事项的发生背景及具体执行情况；

2、核查《宁波欧琳厨具有限公司房地产拟对外投资项目资产评估报告书》（正评报字【2020】第 082 号）、荣程电子商务与欧琳厨具签订的《房屋买卖合同》、欧琳实业与欧琳厨具签订的《股权转让协议》及相应款项支付凭证，了解欧琳实业受让荣程电子商务股权的实际情况；查阅欧琳实业与欧琳生活签订的《股权转让协议》及相应款项支付凭证，了解欧琳实业受让欧琳电子商务股权的实际情况；

3、核查欧琳生活、欧琳厨具与欧琳实业签订的《专利转让协议书》及对应的专利登记簿副本、欧琳厨具与欧琳实业签订《商标转让协议书》及对应的商标转让证明，确认专利、商标的转移情况；

4、访谈公司人力资源部门负责人，了解公司聘用销售人员、管理人员的具体情况；访谈公司销售负责人，了解公司的销售渠道整合情况；访谈公司采购

负责人，了解公司的供应商渠道整合情况；

5、查阅《企业会计准则解释第 13 号》《企业会计准则》等法律法规，分析公司的业务资源承继与整合事项是否构成业务合并；

6、查阅欧琳厨具向公司历次增资的验资报告及对应的工商登记资料，访谈欧琳富浩、欧琳生活、东莞威瓴、兔宝宝投资、徐众、宁波汉拓、达晨创鸿、达晨创景，并查阅欧琳厨具分别与上述各方签订的股权转让协议及对应的款项支付凭证，核查欧琳厨具入股及退出价格的合理性、公允性；

7、查阅公司的《品牌授权管理制度》及知识产权管理体系控制程序文件，核查公司与相关方签署的《品牌授权协议》，确认公司保障品牌信誉的方式；结合有关法律法规的规定，分析公司与欧琳厨电等实际控制人控制的公司共用“欧琳”商号是否会导致主体混淆及产生相关诉讼或纠纷情形，是否合法合规；

8、获取实际控制人出具的承诺函，承诺除经公司同意外，实际控制人及其控制的企业不得使用“欧琳”作为新增设立或控制的企业商号；获取实际控制人控制的其他企业出具的承诺函，承诺其不会注册或受让与公司商标存在相似的商标，不会未经许可使用公司商标；

9、访谈公司管理层，了解关联交易产生的背景、原因及必要性；查阅公司《公司章程》《股东大会议事规则》《董事会议事规则》《监事会议事规则》《关联交易管理办法》等制度，并获取公司关于关联交易履行的程序文件，如三会资料；

10、查阅公司关联交易明细、关联交易的业务合同，了解公司报告期内关联交易变动的背景原因、定价依据；

11、向公司销售及售后人员进行访谈，了解向关联方销售水槽和配件的原因，取得关联方期末关于水槽及配件库存明细表；

12、获取非关联方销售价格、第三方市场价格等信息分析关联交易公允性，如查询合同、公司收入明细表、向非关联第三方销售凭证等。

（二）核查意见

就前述问题三及问题四，经核查，主办券商、会计师认为：

1、公司与实际控制人控制的其他企业存在股权及业务承继关系；公司控股股东欧琳富浩持有的公司股份承继于欧琳厨具；欧琳实业受让欧琳厨具所持荣程电子商务股权以及欧琳生活所持欧琳电子商务股权的事项，对应的定价依据均为该两家公司的净资产，具备公允性；欧琳实业无偿受让关联方的专利、商标，承继了关联方的相关人员、客户和供应商渠道，均为欧琳集团的内部整合安排，不涉及对价支付，均具备合理性。公司承继关联方的相关业务资源构成业务合并，已于公司股改前整合完毕；报告期内公司人员、渠道、经营业绩稳定，业务稳定运行。欧琳厨具根据欧琳集团内部的战略安排退出其对欧琳实业的投资，其入股及退出价格存在差异，但相应的定价依据具备公允性，故相关差异具备合理性。公司已建立完善的内控制度保障公司品牌信誉；公司与欧琳厨电等实际控制人控制的企业共用“欧琳”商号未违反有关法律法规规定，不会导致主体混淆及产生相关诉讼或纠纷情形；为进一步避免共用商号可能导致的混淆风险，实际控制人及其控制的其他企业已出具相关承诺。根据上述情形，公司在报告期内独立经营，其资产、业务、人员、财务、机构均具备独立性；

2、报告期内，公司关联交易具有必要性，主要经常性关联交易定价公允。报告期内公司向关联方销售水槽和配件占比较低，向欧琳生活健康公司销售配件主要用于前期客户售后，不存在关联方囤货情形。

问题 2、关于历史沿革

根据申报文件，（1）1993 年至 1995 年，公司设立和前两次增资中，股东以材料等非货币资产进行出资，未履行评估作价及资产复核程序，出资股东无法提供相关凭证证明出资实物的产权属于其本人，且公司设立时货币出资比例未达到百分之五十；（2）1995 年至 1996 年，公司存在两次股权转让未办理工商变更登记的情形；（3）2023 年 2 月至 2024 年 6 月，公司共进行了三次股权转让，其中富欧昌琳、陈苏林及石浦投资受让兔宝宝投资所持公司股份时，未承接兔宝宝投资原先签订的《投资协议》中的全部特殊股东权利。

请公司：（1）结合非货币出资的明细、形成背景、与公司业务的关联性、权属转移情况及其在公司的使用情况，以及非货币出资未履行评估作价及资产复核程序的情形，说明非货币出资的真实性、公允性，公司当前采取的补救措施的有效性，公司是否存在出资不实、虚假出资等情形；非货币出资程序及比例是否符合当时《公司法》等法律法规的规定，并结合具体规则条文说明公司是否存在被处罚风险、是否构成重大违法违规。（2）结合 1995 年至 1996 年股权转让未办理工商变更登记的情形，说明《公开转让说明书》中“公司是否曾存在代持”勾选情况的准确性，徐守伯无偿受让相关股权的背景及合理性。（3）说明兔宝宝投资入股和退出背景及具体情况；2023 年 2 月至 2024 年 6 月期间三次股权转让的背景、原因、合理性，价格、定价依据、公允性，富欧昌琳、陈苏林及石浦投资未承接相关特殊投资条款的原因及真实性，是否存在其他利益安排；石浦投资、宁波汉拓等机构股东投资背景、是否仅投资公司，富欧昌琳合伙人构成情况，股东人数穿透计算情况。（4）补充披露历史沿革中是否存在股权代持情形，如存在，请披露股权代持的形成、演变、解除过程，并请说明公司股权代持行为是否在申报前解除还原，是否取得全部代持人与被代持人的确认情况；公司是否存在影响股权明晰的问题，相关股东是否存在异常入股事项，是否涉及规避持股限制等法律法规规定的情形；公司股东人数是否存在超过 200 人的情形。

请主办券商、律师：（1）核查上述事项并发表明确意见；（2）结合入股协议、决议文件、支付凭证、完税凭证、流水核查情况等客观证据，说明对公司控股股东、实际控制人，持有公司股份的董事、监事、高级管理人员、员工持

股平台合伙人以及持股 5%以上的自然人股东等主体出资前后的资金流水核查情况，并说明股权代持核查程序是否充分有效；（3）结合公司股东入股价格是否存在明显异常以及入股背景、入股价格、资金来源等情况，说明入股行为是否存在股权代持未披露的情形，是否存在不正当利益输送问题；（4）说明公司是否存在未解除、未披露的股权代持事项，是否存在股权纠纷或潜在争议，就公司是否符合“股权明晰”的挂牌条件发表明确意见。

【回复】

一、请公司：（1）结合非货币出资的明细、形成背景、与公司业务的关联性、权属转移情况及其在公司的使用情况，以及非货币出资未履行评估作价及资产复核程序的情形，说明非货币出资的真实性、公允性，公司当前采取的补救措施的有效性，公司是否存在出资不实、虚假出资等情形；非货币出资程序及比例是否符合当时《公司法》等法律法规的规定，并结合具体规则条文说明公司是否存在被处罚风险、是否构成重大违法违规。

（一）结合非货币出资的明细、形成背景、与公司业务的关联性、权属转移情况及其在公司的使用情况，以及非货币出资未履行评估作价及资产复核程序的情形，说明非货币出资的真实性、公允性，公司当前采取的补救措施的有效性，公司是否存在出资不实、虚假出资等情形

根据公司工商档案以及实际控制人徐剑光、徐羽波说明，公司实际控制人徐剑光、徐羽波在公司设立之初，以材料方式出资 128 万元，后徐剑光、徐羽波、徐守伯以材料方式合计增资至 508 万元。该等材料主要为五金卫浴成品，与公司经营具有关联性。相关材料原权属为徐剑光、徐羽波、徐守伯个人所有，后在公司设立以及第一次增资后已交付公司。公司设立及第一次增资出资均已经宁波市北仑审计师事务所出具验资报告进行审验。但由于时间久远，相关资料缺失等原因，该等材料在公司的使用情况已无法复核确认。

鉴于公司历史上股东以材料等非货币出资未履行评估作价程序，存在程序瑕疵。基于谨慎性原则以及维护公司及股东利益，为进一步夯实公司注册资本，公司控股股东欧琳富浩已以现金方式对前述非货币出资未履行评估手续存在程序瑕疵问题进行补正。

公司于 2025 年 1 月 27 日召开的第二届董事会第六次会议及 2025 年 2 月 17 日召开的 2025 年第一次临时股东会已审议通过相关议案，同意由控股股东欧琳富浩以现金补充投入人民币 508 万元以夯实公司注册资本。2025 年 2 月 17 日，公司、控股股东欧琳富浩、实际控制人徐剑光、徐羽波签署了协议，约定由公司控股股东欧琳富浩缴纳 508 万元以夯实公司注册资本。

根据天健会计师于 2025 年 2 月 28 日出具的《验证报告》（天健验〔2025〕39 号），截至 2025 年 2 月 26 日，欧琳富浩已缴纳现金人民币 508 万元。

综上，公司历史上股东以材料等非货币出资未履行评估作价程序，因此存在出资程序瑕疵。公司控股股东欧琳富浩已以现金方式夯实公司注册资本并经天健会计师验资到位，该等程序瑕疵情形已得到补正。因此，公司当前采取的补救措施具有有效性，公司不存在出资不实、虚假出资等情形。

（二）非货币出资程序及比例是否符合当时《公司法》等法律法规的规定，并结合具体规则条文说明公司是否存在被处罚风险、是否构成重大违法违规。

1、公司设立时股东货币出资比例未达到注册资本最低限额的百分之五十，且未经评估

根据工商档案，1993 年 6 月，徐羽波、徐剑光以材料方式分别出资 98 万元、30 万元设立华琳实业。

根据《有限责任公司规范意见》（体改生〔1992〕31 号）第十二条规定，全体股东用货币出资的最低限额为公司法定注册资本最低限额的百分之五十。股东出资的实物，应当为公司生产经营所需的建筑物、设备或其他物资，并应当委托具有资格的资产评估机构进行资产评估，数额不大的，可由股东各方按照国家有关规定确定实物的作价。

因此，欧琳科技前身华琳实业设立时，股东以材料作为出资方式，货币出资比例未达到百分之五十，且未经评估，与《有限责任公司规范意见》的有关规定不符。

2、华琳实业第一次增资以及第二次增资出资未经评估

根据工商档案以及徐剑光、徐羽波出具的确认函，1994 年 6 月，徐羽波、

徐守伯、徐剑光分别以材料方式向华琳实业增资 250 万元、65 万元、65 万元。1995 年 4 月 8 日，华琳实业将原来的注册资本 508 万元增加到 2080 万元，股东出资方式为公司净资产。

根据《公司法（1993 年）》第二十四条规定，“股东可以用货币出资，也可以用实物、工业产权、非专利技术、土地使用权作价出资。对作为出资的实物、工业产权、非专利技术或者土地使用权，必须进行评估作价，核实财产，不得高估或者低估作价。土地使用权的评估作价，依照法律、行政法规的规定办理。”

因此，华琳实业第一次增资以及第二次增资出资未经评估，与当时《公司法（1993 年）》第二十四条规定不符。

3、公司被处罚的风险较低，不构成重大违法违规

如前所述，公司控股股东欧琳富浩已以现金方式夯实公司注册资本并经天健会计师验资到位，上述瑕疵情形已得到补正。

根据宁波市北仑区市场监督管理局出具《情况说明》，公司自 1993 年 6 月设立至 2012 年 7 月迁出期间无因违反工商登记管理方面的法律法规及规范性文件受到该局行政处罚的记录。

综上，因上述非货币出资不符合货币出资比例要求以及未履行评估手续而受到主管部门行政处罚的风险较低，不构成重大违法违规。

二、请公司：（2）结合 1995 年至 1996 年股权转让未办理工商变更登记的情形，说明《公开转让说明书》中“公司是否曾存在代持”勾选情况的准确性，徐守伯无偿受让相关股权的背景及合理性。

1995 年 2 月，股东徐羽波将其持有 11.3%股权、7.2%股权分别转让给了徐剑光、徐守伯。1996 年 5 月，股东徐剑光将其持有 5%股权转让给了徐守伯。两次股权转让均未办理工商变更登记手续，存在程序瑕疵。

徐守伯系徐剑光之父，已去世。根据徐羽波、徐剑光确认，徐守伯系具有丰富财务经验人员，较多的参与了当时公司的经营，同时考虑到徐守伯作为徐剑光之父，两次股权转让系家庭内部股权架构调整。故两次股权转让为无偿转

让，但具有合理性。上述两次股权转让均系各方真实意思表示，不存在股权代持情形。

综上，徐守伯无偿受让相关股权不存在股权代持情形，《公开转让说明书》中“公司是否曾存在代持”勾选准确。

三、请公司：（3）说明兔宝宝投资入股和退出背景及具体情况；2023年2月至2024年6月期间三次股权转让的背景、原因、合理性，价格、定价依据、公允性，富欧昌琳、陈苏林及石浦投资未承接相关特殊投资条款的原因及真实性，是否存在其他利益安排；石浦投资、宁波汉拓等机构股东投资背景、是否仅投资公司，富欧昌琳合伙人构成情况，股东人数穿透计算情况。

（一）说明兔宝宝投资入股和退出背景及具体情况；2023年2月至2024年6月期间三次股权转让的背景、原因、合理性，价格、定价依据、公允性

根据相关转让协议、投资协议及其补充协议、股权转让价款支付凭证，以及兔宝宝投资的确认，兔宝宝投资入股以及2023年2月至2024年6月期间三次股权转让的背景、原因、合理性，价格、定价依据、公允性情况如下：

时间	事项	背景及原因	合理性	总金额 (万元)	价格	定价依据及公允性
2021年 1月	欧琳厨具将公司3.88%股权转让给兔宝宝投资	看好欧琳科技未来的发展，投资了公司	是出于市场化的投资行为，因此具有合理性	3300	40.69元/每一注册资本	系双方根据市场行情协商确定的价格，具有公允性
	兔宝宝投资向公司增资			1000	43.08元/每一注册资本	
2023年 8月	兔宝宝投资将其持有的公司1.8050%的股份转让给富欧昌琳	兔宝宝投资因投资计划变更考虑逐步退出对欧琳科技的投资	兔宝宝投资退出欧琳科技系市场化行为，因此具有合理性	1805	20.00元/股（注1）	系双方在原公司估值的基础上考虑了投资资金成本后协商确定的价格，具有公允性
2024年 6月	兔宝宝投资将其持有的公司0.4352%的股份转让给陈苏林			500	22.98元/股（注2）	
	兔宝宝投资将其持有的公司2.6984%的股份转让给石浦投资			3100	22.98元/股（注2）	

注 1：该价格为公司完成股份制改制后的稀释价格，如换算为股改前股本口径，则转让价格为 47.34 元/每一注册资本。

注 2：该价格为公司完成股份制改制后的稀释价格，如换算为股改前股本口径，则转让价格为 54.40 元/每一注册资本。

（二）富欧昌琳、陈苏林及石浦投资未承接相关特殊投资条款的原因及真实性，是否存在其他利益安排

根据兔宝宝投资、富欧昌琳、陈苏林及石浦投资出具的确认函，兔宝宝投资与相关方签署的业绩承诺补偿已履行完毕，因而在与富欧昌琳、陈苏林及石浦投资协商股权转让事项时并未涉及相关特殊投资条款承接，富欧昌琳、陈苏林及石浦投资亦无计划承接该等特殊投资条款，因此，富欧昌琳、陈苏林及石浦投资未承接该等特殊投资条款情况真实，不存在其他利益安排。

（三）石浦投资、宁波汉拓等机构股东投资背景、是否仅投资公司

石浦投资、宁波汉拓等机构股东投资背景及对外投资情况如下：

机构股东	投资背景	是否仅投资公司
石浦投资	看好公司未来发展	是
宁波汉拓	看好公司未来发展	是
富欧昌琳	看好公司未来发展	是
信达盈丰	看好公司未来发展	是
达晨创鸿	看好公司未来发展	否
达晨创景	看好公司未来发展	否
达晨创赢	看好公司未来发展	否

（四）富欧昌琳合伙人构成情况，股东人数穿透计算情况

根据富欧昌琳工商档案以及公司于天眼查、企查查网站查询，富欧昌琳合伙人构成情况以及股东人数穿透计算情况如下：

合伙人类型	合伙人姓名	是否穿透计算	计股东人数（人）
自然人	管栋	否	1
自然人	陈斐	否	1
有限责任公司	浙江嵊州澳利亚电机有限公司	是	2
自然人	吴明洁	否	1
自然人	蔡小燕	否	1

合伙人类型	合伙人姓名	是否穿透计算	计股东人数（人）
自然人	潘海亮	否	1
自然人	陈海萍	否	1
有限责任公司	宁波戈慈企业管理有 限公司	是	3
合计			11
合计（剔除重复人数后）			11

四、请公司：（4）补充披露历史沿革中是否存在股权代持情形，如存在，请披露股权代持的形成、演变、解除过程，并请说明公司股权代持行为是否在申报前解除还原，是否取得全部代持人与被代持人的确认情况；公司是否存在影响股权明晰的问题，相关股东是否存在异常入股事项，是否涉及规避持股限制等法律法规规定的情形；公司股东人数是否存在超过 200 人的情形。

（一）公司历史沿革中不存在股权代持情形，不涉及申报前解除还原

公司历史沿革中不存在股权代持情形，不涉及申报前解除还原。公司已在《公开转让说明书》“第一节 基本情况”之“四、公司股本形成概况”之“（六）其他情况”中披露有关内容。

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

公司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。公司已在《公开转让说明书》“第一节 基本情况”之“三、公司股权结构”之“（五）其他情况”及“四、公司股本形成概况”之“（六）其他情况”中披露有关内容。

（三）公司股东人数穿透计算后不存在超过 200 人的情形

截至本回复签署日，公司现有 16 名股东，分别为 9 名非自然人股东，7 名自然人股东。根据《非上市公众公司监管指引第 4 号——股东人数超过二百人的未上市股份有限公司申请行政许可有关问题的审核指引》的相关规定，公司穿透后的股东人数情况如下：

股东类型	股东名称/姓名	是否穿透计算	计股东人数（人）
有限责任公司	欧琳富浩	是	2

股东类型	股东名称/姓名	是否穿透计算	计股东人数(人)
自然人	徐琳雯	否	1
有限合伙企业	达晨创鸿	否, 已备案私募基金	1
自然人	徐羽波	否	1
有限合伙企业	宁波和程	是	2
自然人	高炎康	否	1
有限合伙企业	达晨创景	否, 已备案私募基金	1
自然人	徐众	否	1
有限责任公司	宁波汉拓	是	2
有限合伙企业	达晨创赢	否, 已备案私募基金	1
自然人	俞后法	否	1
有限合伙企业	信达盈丰	否, 已备案私募基金	1
自然人	杭雪莹	否	1
有限合伙企业	富欧昌琳	是	11
自然人	陈苏林	否	1
有限责任公司	石浦投资	是	1
合计			29
合计(剔除重复人数后)			25

五、请主办券商、律师：(1) 核查上述事项并发表明确意见

(一) 核查程序

就前述问题一至问题四，主办券商、律师执行了如下核查程序：

1、获取公司实际控制人徐剑光、徐羽波出具的说明及确认函，了解非货币出资的具体内容及相关资产的产权归属、转移时点等信息；

2、获取并核查公司与股东欧琳富浩、实际控制人徐剑光、徐羽波签署的相关协议及对应的资金缴纳凭证，公司第二届董事会第六次会议及 2025 年第一次临时股东会材料，天健会计师出具的《验证报告》(天健验〔2025〕39 号)，确认欧琳富浩对非货币出资未履行评估手续存在程序瑕疵问题进行补正的情况；

3、查阅公司的工商档案，并结合《公司法》《有限责任公司规范意见》等法律法规的规定，分析非货币出资程序及比例是否符合规定，是否存在被处罚风险、是否构成重大违法违规；

4、访谈公司实际控制人徐剑光、徐羽波，了解非货币出资的具体情况，以及徐守伯无偿受让相关股权的背景及原因；

5、获取并核查兔宝宝投资入股及退出涉及的相关转让协议、投资协议及其补充协议、股权转让价款支付凭证，访谈兔宝宝投资并获取其出具的确认函，了解其入股及退出的背景及原因、价格及对应定价依据，分析相应的合理性及公允性；

6、获取并核查兔宝宝投资、富欧昌琳、陈苏林及石浦投资出具的确认函，确认富欧昌琳、陈苏林及石浦投资未承接兔宝宝投资签署的相关特殊投资条款情况的真实性；

7、访谈公司机构股东，获取其出具的确认函，结合互联网核查，确认其投资公司的背景、是否仅投资公司、私募基金/基金管理人备案手续办理情况等情况；

8、获取并核查公司及公司非自然人股东的工商登记档案、投资协议、股权转让协议及其补充协议、相关出资凭证/股权转让价款支付凭证、验资报告、公司现有股东的身份证/营业执照、公司控股股东、实际控制人出资前后的相关银行流水；

9、访谈公司现有股东及历史股东，获取公司现有股东出具的股东询证函以及承诺函。

（二）核查意见

就前述问题一至问题四，经核查，主办券商、律师认为：

1、公司历史上股东以材料等非货币出资未履行评估作价程序，因此存在出资程序瑕疵。公司控股股东欧琳富浩已以现金方式夯实公司注册资本并经天健会计师验资到位，该等程序瑕疵情形已得到补正。因此，公司当前采取的补救措施具有有效性，公司不存在出资不实、虚假出资等情形。欧琳科技前身华琳实业设立时，股东以材料作为出资方式，货币出资比例未达到百分之五十，且未经评估，与《有限责任公司规范意见》的有关规定不符；华琳实业第一次增资以及第二次增资出资未经评估，与当时《公司法（1993年）》第二十四条规定不符；上述非货币出资不符合货币出资比例要求以及未履行评估手续而受到

主管部门的行政处罚的风险较低，不构成重大违法违规；

2、徐守伯无偿受让相关股权不存在股权代持情形，《公开转让说明书》中“公司是否曾存在代持”勾选准确；

3、兔宝宝投资是出于市场化的投资行为入股及退出公司，具有合理性。入股及退出价格均系根据公司的市场估值经双方协商后确定，具有公允性。兔宝宝投资与相关方签署的业绩承诺补偿已履行完毕，因而在与富欧昌琳、陈苏林及石浦投资协商股权转让事项时并未涉及相关特殊投资条款承接，因此，富欧昌琳、陈苏林及石浦投资未承接相关特殊投资条款真实，不存在其他利益安排。石浦投资、宁波汉拓等机构股东投资背景为看好公司未来的发展，部分机构股东仅投资公司。富欧昌琳股东人数穿透计算共计 11 人；

4、公司历史沿革中不存在股权代持情形，不涉及申报前解除还原。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。公司股东人数穿透计算后不存在超过 200 人的情形。相关信息已在《公开转让说明书》“第一节 基本情况”之“三、公司股权结构”及“四、公司股本形成概况”中披露。

六、请主办券商、律师：（2）结合入股协议、决议文件、支付凭证、完税凭证、流水核查情况等客观证据，说明对公司控股股东、实际控制人，持有公司股份的董事、监事、高级管理人员、员工持股平台合伙人以及持股 5%以上的自然人股东等主体出资前后的资金流水核查情况，并说明股权代持核查程序是否充分有效；

针对股权代持事项，主办券商、律师主要采取了如下核查程序：获取公司及非自然人股东全套工商档案、决议文件、股权转让及其补充协议、投资协议及其补充协议、出资及股权转让价款支付凭证、完税凭证，公司自然人股东的身份证明文件及股东询证函，非自然人股东的营业执照、章程或合伙协议、签署的询证函及承诺函，公司控股股东、实际控制人，持有公司股份的董事、监事、高级管理人员以及持股 5%以上的自然人股东出资账户出资前后的银行流水，并访谈相关股东进行确认，核实公司股东出资的资金来源及款项支付情况。

（一）公司控股股东、实际控制人、持股 5%以上自然人股东出资前后 3

个月的资金流水核查情况

截至本回复签署日，公司控股股东为欧琳富浩、共同实际控制人为徐剑光、徐羽波、徐琳雯。除实际控制人外，无其他持股 5%以上的自然人股东，针对前述主体在公司历史沿革过程中出资流水核查的具体情况如下：

序号	名称	主体类型	入股时间	入股方式	出资来源	流水核查	其他核查手段
1	欧琳富浩	控股股东	2021年1月	受让欧琳厨具股权	自筹资金	已取得出资前后3个月流水	决议文件、股权转让协议及价款支付凭证、股东访谈
2	徐琳雯	实际控制人	2008年4月	受让徐剑光、徐羽波股权	未实际支付价款，不涉及	不涉及	股东访谈以及出具的确认函
			2021年1月	受让徐羽波股权	自筹资金	已取得2021-2024年7月流水	决议文件、股权转让协议、完税证明
3	徐羽波	实际控制人	1993年6月	公司设立，以材料出资	不涉及	不涉及	验资报告、股东出具的确认函
			1994年6月	以材料增资	不涉及	不涉及	验资报告、股东出具的确认函
			1995年6月	以公司净资产增资	不涉及	不涉及	验资报告、股东出具的确认函
			2015年12月	受让徐琳雯股权	未实际支付价款，不涉及	不涉及	股东访谈以及出具的确认函
4	徐剑光	实际控制人、董事长	1993年6月	公司设立，以材料出资	不涉及	不涉及	验资报告、股东出具的确认函
			1994年6月	以材料增资	不涉及	不涉及	验资报告、股东出具的确认函
			1995年2月	受让徐羽波股权	无偿转让，不涉及	不涉及	股东访谈，股东出具的确认函
			1995年6月	以公司净资产增资	不涉及	不涉及	验资报告、股东出具的确认函
			2002年4月	受让徐受伯股权	自有资金	时间较长，已无法获得	股东访谈，股东出具的确认函
5	宁波和程	实际控制人控制的股东	2021年1月	受让徐羽波股权	自筹资金	已取得出资前后3个月流水	决议文件、股权转让协议及价款支付凭证、完税凭证、股东访谈

(二) 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出资前后3个月的资金流水核查情况

根据公司工商档案，截至本回复签署日，公司持有股份的董事、监事、高

级管理人员为董事长徐剑光，其通过间接方式持有公司股份，其余董事、监事、高级管理人员未持有公司股份。此外，公司未设立员工持股平台。董事长徐剑光出资前后 3 个月的资金流水核查情况详见上文“（一）公司控股股东、实际控制人、持股 5%以上股东出资前后 3 个月的资金流水核查情况”。

综上所述，针对股权代持事项，主办券商、律师已采取的核查程序充分有效，公司历史沿革中不存在股权代持情形。

七、请主办券商、律师：（3）结合公司股东入股价格是否存在明显异常以及入股背景、入股价格、资金来源等情况，说明入股行为是否存在股权代持未披露的情形，是否存在不正当利益输送问题；

根据公司股东出具的股东询证函并经主办券商、律师对股东所作的访谈，公司股东的入股背景、入股价格、资金来源等情况如下：

序号	时间	股权变动事项	股权变动方式	股权变动背景	股权变动价格及依据	资金来源	是否存在股权代持	是否存在不正当利益输送
1	1993年6月	徐剑光、徐羽波共同投资设立华琳实业，其中徐剑光出资30万元，徐羽波出资98万元	设立公司	公司成立	1元/每一元注册资本，原始股东以材料作为出资方式设立公司	不涉及	否	否
2	1994年6月	华琳实业增资380万元，由徐羽波投入250万元、徐守伯投入65万元、徐剑光投入65万元	华琳实业第一次增资	公司因发展需扩大注册资本	1元/每一元注册资本，全体股东协商一致确定以材料方式对公司进行出资	不涉及	否	否
3	1995年2月	徐羽波向徐剑光无偿转让57.40万元出资额，徐羽波向徐守伯无偿转让36.60万元出资额	华琳实业第一次股权转让	家庭成员内部股权结构调整	0元/每一元注册资本，股东之间协商一致确定	不涉及	否	否
4	1995年6月	公司增资1572万元，由徐羽波投入786万元、徐剑光投入471.6万元、徐守伯投入313.4万元	华琳实业第二次增资	公司因发展需扩大注册资本	1元/每一元注册资本，全体股东协商一致确定以净资产对公司进行增资	不涉及	否	否
5	1997年8月	公司减资至508万元，股东徐羽波出资减至人民币254万元；徐剑光出资减至人民币127万元；徐守伯出资减至人民币127万元。	华琳实业第一次减资	公司因经营发展不及预期，计划减少注册资本	不涉及	不涉及	否	否
6	2002年4月	徐守伯将公司25%的股权以人民币127万元整的价格转让给徐剑光	欧琳实业第一次股权转让	公司股东徐守伯拟退出公司股权结构	1元/每一元注册资本，股东之间协商一致确定	自有资金	否	否
7	2006年12月	公司增资至1089万元，由欧琳厨具增资581万元	欧琳实业第一次增资	欧琳厨具为徐剑光、徐羽波实际控制主体，本次增资系因公司经营发展需扩大注册资本	1元/每一元注册资本，全体股东协商一致确定	自有资金	否	否

序号	时间	股权变动事项	股权变动方式	股权变动背景	股权变动价格及依据	资金来源	是否存在股权代持	是否存在不正当利益输送
8	2007年12月	公司增资至 2089 万，由欧琳厨具增资 1000 万元	欧琳实业第二次增资	公司因经营发展需要扩大注册资本	1 元/每一注册资本，全体股东协商一致确定	自有资金	否	否
9	2008年4月	徐剑光、徐羽波将所持有的股权 12.16%、12.16% 分别以 254 万元的价格转让给新股东徐琳雯	欧琳实业第二次股权转让	新股东徐琳雯系徐剑光、徐羽波夫妇女儿，本次股权转让系家庭股权架构调整	1 元/每一注册资本，双方协商一致确定	因股权转让双方系直系亲属，未实际支付价款	否	否
10	2015年12月	徐琳雯将所持有的 24.32% 股权以 508 万元的价格转让给股东徐羽波。	欧琳实业第三次股权转让	本次股权转让系家庭股权架构调整	1 元/每一注册资本，双方协商一致确定	因股权转让双方系直系亲属，未实际支付价款	否	否
11	2021年1月	欧琳厨具将公司 4.9785% 股权以 210 万元的价格转让给欧琳生活，欧琳厨具将公司 50.6941% 股权以 2137 万元的价格转让给欧琳富浩，徐羽波将本公司 5.0263% 股权以 212 万元的价格转让给宁波和程，徐羽波将本公司 11.9674% 股权以 505 万元的价格转让给徐琳雯。	欧琳实业第四次股权转让	本次股权转让为公司实际控制人对公司股权架构进行调整	2.02 元/每一注册资本，本次股权转让价格系参考公司净资产价格确定	自筹资金	否	否
12	2021年1月	欧琳厨具将公司 3.88% 股权共计 81.10235 万元以 3,300 万元转让给兔宝宝投资，欧琳厨具将公司 4.91% 股权共计 102.50 万元以 3,925.75 万元转让给东莞威瓴，欧琳厨具将公司	欧琳实业第五次股权转让及第三次增资	本次股权转让及增资系公司引入外部投资者，而投资者看好公司未来的发展	1、东莞威瓴：38.3 元每一注册资本，主要定价依据为参考当时公司市场估值由双方协商确	自有资金	否	否

序号	时间	股权变动事项	股权变动方式	股权变动背景	股权变动价格及依据	资金来源	是否存在股权代持	是否存在不正当利益输送
		0.30%股权共计 6.267 万元以 255.0042 万元转让给徐众，欧琳厨具将公司 0.20% 股权共计 4.178 万元以 170.0028 万元转让给宁波汉拓文化有限公司，同意公司注册资本由 2,089.00 万元增加至 2,112.2111 万元，增资 23.2111 万元由德华兔宝宝出资，出资价款为 1,000 万元。			定；2、兔宝宝投资、徐众、宁波汉拓：40.7 元每一注册资本，主要定价依据为参考当时公司市场估值由双方协商确定；3、兔宝宝投资增资价格为 43.08 元每一注册资本，主要定价依据为参考当时公司市场估值由双方协商确定；			
13	2021 年 5 月	欧琳厨具将公司 9.8750% 的 208.5809 万元股权以 7900 万元转让给达晨创鸿，欧琳厨具将公司 0.7278% 的 15.3717 万元股权以 582 万元转让给达晨创景，欧琳生活将公司 1.7722% 股权的 37.4336 万元股权以 1418 万元转让给达晨创景，欧琳生活将公司 0.1250% 的 2.6403 万元股权，以 100 万元转让给深圳市财智创赢私募股权投资企业（有限合伙）	欧琳实业第六次股权转让	本次股权转让系因投资者看好公司未来的发展，计划投资公司	约 37.9 元每一注册资本转让价格，定价依据为参考当时公司市场估值由股权转让双方协商确定	自有资金	否	否
14	2021 年 5 月	欧琳生活将公司 3.0266% 的 63.9261 万元股权以 2724 万元转让给高炎康。	欧琳实业第七次股权转让	本次股权转让系因投资者看好公司未来的发展，计划投资公司	42.61 元每一注册资本转让，定价依据为参考当时公司市场估值由双方协商确定	自有资金	否	否

序号	时间	股权变动事项	股权变动方式	股权变动背景	股权变动价格及依据	资金来源	是否存在股权代持	是否存在不正当利益输送
15	2023年2月	欧琳富浩将其持有的50万股股份以1000万元的价格转让给杭雪莹；欧琳富浩将其持有的150万股股份以3000万元的价格转让给俞后法；东莞威瓴将其持有的公司242.635万股股份以4,367.43万元的价格转让给信达盈丰	欧琳科技第一次股份转让	1、欧琳富浩与杭雪莹、俞后法之间的股权转让系因投资者看好公司未来的发展；2、东莞威瓴因投资业务架构调整，有资金需求，因此转让。	1、杭雪莹、俞后法：20元每一注册资本，定价依据为参考当时公司市场估值由双方协商确定；2、信达盈丰：18元每一注册资本，定价依据为参考当时公司市场估值由双方协商确定；	自有资金	否	否
16	2023年8月	兔宝宝投资将其持有的欧琳科技90.25万股股份以1,805万元转让给富欧昌琳	欧琳科技第二次股份转让	兔宝宝投资因投资计划变更考虑退出对欧琳科技的投资，而新股东看好公司未来的发展	20元每一注册资本，定价依据系双方在原公司估值的基础上考虑了原股东投资资金成本后协商确定的价格	自有资金	否	否
17	2024年6月	兔宝宝投资将其持有的欧琳科技0.4352%的股份以500万元转让给陈苏林，将其持有的欧琳科技2.6984%的股份以3,100万元转让给石浦投资	欧琳科技第三次股份转让	兔宝宝投资因投资计划变更考虑退出对欧琳科技的投资，而新股东看好公司未来的发展	22.98元每一注册资本，定价依据系双方在原公司估值的基础上考虑了原股东投资资金成本后协商确定的价格	自有资金	否	否

综上所述，经主办券商、律师核查后认为，公司股东历次入股价格不存在明显异常的情形，历次股东入股具有真实合理背景，定价合理，资金来源于股东自有及自筹资金，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。

八、请主办券商、律师：（4）说明公司是否存在未解除、未披露的股权代持事项，是否存在股权纠纷或潜在争议，就公司是否符合“股权明晰”的挂牌条件发表明确意见。

根据公司、公司非自然人股东的工商登记档案、投资协议、股权转让协议及其补充协议、相关出资凭证/股权转让价款支付凭证、验资报告、公司现有股东的身份证/营业执照、公司控股股东、实际控制人出资前后的相关银行流水、公司现有股东出具的股东询证函以及出具的承诺函、公司及实际控制人出具的说明以及访谈公司现有股东及历史股东，公司不存在未解除、未披露的股权代持事项。

根据主办券商、律师进行公开网络检索，对国家企业信用信息公示系统（<https://www.gsxt.gov.cn>）、企查查（<https://www.qcc.com>）、中国市场监管行政处罚文书网（<http://cfws.samr.gov.cn>）、中国执行信息公开网（<http://zxgk.court.gov.cn>）、中国裁判文书网（<https://wenshu.court.gov.cn>）、证券期货市场失信记录查询平台（<https://neris.csrc.gov.cn>）、百度搜索（<https://www.baidu.com>）等网站核查，截至本回复签署日，公司及现有股东不存在与欧琳科技相关的股权纠纷。

综上所述，主办券商、律师认为，公司历史沿革不存在未解除、未披露的股权代持事项，不存在股权纠纷或潜在争议，符合“股权明晰”的挂牌条件。

问题 3、关于特殊投资条款

根据申报文件，（1）公司及相关方与外部投资者约定的特殊投资条款中，部分条款已终止，回购条款现存有效；（2）相关回购条款的触发条件包括“截至 2025 年 12 月 31 日，标的公司未能完成首次公开发行股票并上市（上海证券交易所、深圳证券交易所以及投资方所认可的证券交易场所）的申报”；（3）因公司未能完成《关于宁波欧琳实业有限公司之投资协议》中约定的业绩承诺，协议各方于 2022 年 3 月 15 日签订补充协议，约定由欧琳厨具向兔宝宝投资支付业绩承诺补偿款项，并已支付相应的款项。

请公司：（1）以列表形式梳理现行有效的全部特殊投资条款，包括但不限于签署主体、权利主体、义务主体、触发条件、主要内容等，是否符合《挂牌审核业务规则适用指引第 1 号》规定，是否应当予以清理。（2）明确说明“首次公开发行股票并上市”是否包含在北交所上市情形；详细说明回购方所承担的具体义务，结合回购金额、回购方各类资产情况、回购条款触发情况或触发风险等，说明触发回购条款时回购方是否具备充分履约能力，回购方内部是否就回购金额承担作出明确约定，回购条款触发对公司控制权稳定性、相关义务主体任职资格以及其他公司治理、经营事项产生的影响。（3）说明部分条款由欧琳厨具、欧琳生活、欧琳集团等实际控制人控制的其他企业作为义务主体的原因及合理性，逐一说明相关条款的变更、履行或终止情况、当前效力状态及义务主体，相关过程是否存在纠纷及潜在争议，是否取得相关方的确认意见；以公司作为业绩对赌主体、由欧琳厨具支付业绩承诺补偿款项的原因及合理性，是否存在代公司承担成本费用的情况。（4）说明已履行完毕或终止的特殊投资条款的履行或终止情况，履行或终止过程中是否存在纠纷、是否存在损害公司及其他股东利益的情形、是否对公司经营产生不利影响。（5）说明公司是否存在附条件生效或恢复的条款，生效或恢复后是否符合《挂牌审核规则适用指引第 1 号》规定。

请主办券商及律师按照《挂牌审核业务规则适用指引第 1 号》规定核查上述事项、发表明确意见，并说明具体核查程序、依据及其充分性。

【回复】

一、请公司：（1）以列表形式梳理现行有效的全部特殊投资条款，包括但不限于签署主体、权利主体、义务主体、触发条件、主要内容等，是否符合《挂牌审核业务规则适用指引第1号》规定，是否应当予以清理。

（一）以列表形式梳理现行有效的全部特殊投资条款，包括但不限于签署主体、权利主体、义务主体、触发条件、主要内容等

根据公司历史沿革中相关主体签署的存在特殊投资条款的相关投资协议、股权转让协议及其补充协议，截至本回复签署日，公司现行有效的特殊投资条款具体情况如下：

签署主体	权利主体	义务承担主体	协议条款主要内容及触发条件	效力状态
公司、欧琳厨具、欧琳生活、徐剑光、欧琳富浩、达晨创鸿、达晨创景、达晨创赢	达晨创鸿、达晨创景、达晨创赢	欧琳厨具、欧琳生活、徐剑光、欧琳富浩	<p>3.1 回购情形（触发条件） 发生下列情形之一的，投资方有权优先于原股东，要求实际控制人、核心股东、转让方回购或收购（统称“回购”）投资方所持有的标的公司部分或全部股权（“回购权”），也有权要求转让方、核心股东、实际控制人与投资方一道按照投资方与第三方约定的价格和条件向该第三方转让其所持全部或部分标的公司的股权（“领售权”）：</p> <p>3.1.1 在任何情况下，标的公司未在 2025 年 12 月 31 日前完成合格首次公开发行股票并上市；</p> <p>3.1.2 投资方合理判断标的公司已无法于 2026 年 12 月 31 日前完成合格首次公开发行股票并上市；</p> <p>3.1.3 核心股东、实际控制人或标的公司明确表示或以其行为表示，其将不会或不能 2025 年 12 月 31 日之前实现合格的首次公开发行股票并上市；</p> <p>3.1.4 标的公司核心管理层发生超过 1/3 的变化或实际控制人丧失控制地位；</p> <p>3.1.5 在投资方持有标的公司股权期间，标的公司一个会计年度的经营性净利润或主营业务收入比上一会计年度下降 50% 以上；</p> <p>3.1.6 投资方聘请的会计师事务所对标的公司进行审计并出具了非标准无保留意见的审计报告；</p> <p>3.1.7 标的公司其他股东要求行使其享有的回购权或赎回权；</p> <p>3.1.8 标的公司被托管或进入清算或进入破产程序；</p> <p>3.1.9 标的公司或实际控制人涉嫌犯罪，已被司法机关立案侦查、调查或判处刑罚；</p> <p>3.1.10 标的公司涉嫌重大违法行为已被监管机关立案调查,且投资方判断其可能导致其被吊销营业执照或被吊销行政许可证；</p> <p>3.1.11 本协议中约定的其他回购情形。</p> <p>3.2 回购价款 投资方要求实际控制人、核心股东、转让方回购投资方所持标的公司股权的价格以下（统称“回购价款”）按以下两者较高者确定：</p> <p>3.2.1 以投资方所持标的公司股权对应的投资价款为本金按 10% 年利率计算的自交割日起至回购日止的本利和（按年计算单利）。其计算公式为：回购价格=投资方的投资价款总额×[1+10%*N]-投资人已取得的投资收益（包括但不限于公司分红）。N=自交割日起至回购日止的日历天数÷365；</p> <p>3.2.2 回购日投资方所持标的公司股权对应的标的公司经会计师事务所审计的最近一期末账面净资产值；如果在投资方发出要求回购的通知之前，投资方已经通过新三板市场或其他途径转让了其所持有的标的公司部分股权，则投资方仅可要求实际控制人、核心股东回购投资方所持标的公司剩余股</p>	现行有效

签署主体	权利主体	义务承担主体	协议条款主要内容及触发条件	效力状态
			<p>权，剩余股权的回购价款按本条确定。各方确认，投资方所持标的公司剩余股权的回购价款至少不低于以投资方所持标的公司剩余股权对应的投资价款为本金按 10% 年利率计算的自交割日起至回购日止的本利和（按年计算单利）。</p> <p>3.3 回购程序 核心股东、实际控制人、转让方应在投资方发出要求回购股权的通知之日起 20 个工作日内，应与投资方签署股权回购协议并将全部回购价款支付至投资方指定银行账户。核心股东、实际控制人、转让方迟延签署上述股权回购协议或迟延支付回购价款的，每迟延一日应按照回购价款的千分之三向投资方支付违约金。任何一位核心股东、实际控制人、转让方均有履行股权回购义务，对投资方应承担连带责任。</p>	
公司、欧琳生活、徐剑光、欧琳富浩、高炎康	高炎康	欧琳生活、徐剑光、欧琳富浩	<p>3.1 回购情形（触发条件） 发生下列情形之一的，投资方有权优先于原股东，要求实际控制人、核心股东、转让方回购或收购（统称“回购”）投资方所持有的标的公司部分或全部股权（“回购权”），也有权要求转让方、核心股东、实际控制人与投资方一道按照投资方与第三方约定的价格和条件向该第三方转让其所持全部或部分标的公司的股权（“领售权”）：</p> <p>3.1.1 在任何情况下，标的公司未在 2025 年 12 月 31 日前完成合格首次公开发行股票并上市的申报； 3.1.2 投资方合理判断标的公司已无法于 2026 年 12 月 31 日前完成合格的首次公开发行股票并上市； 3.1.3 核心股东、实际控制人或标的公司明确表示或以其行为表示，其将不会或不能 2026 年 12 月 31 日之前实现合格首次公开发行股票并上市； 3.1.4 在投资方持有标的公司股权期间，标的公司一个会计年度的经营性净利润或主营业务收入比上一会计年度下降 50% 以上； 3.1.5 投资方聘请的会计师事务所对标的公司进行审计并出具了非标准无保留意见的审计报告； 3.1.6 标的公司其他股东要求行使其享有的回购权或赎回权； 3.1.7 标的公司被托管或进入清算或进入破产程序； 3.1.8 标的公司或实际控制人涉嫌犯罪，已被司法机关立案侦查、调查或判处刑罚； 3.1.9 标的公司涉嫌重大违法行为已被监管机关立案调查，且投资方判断其可能导致其被吊销营业执照或被吊销行政许可证； 3.1.10 本协议中约定的其他回购情形。</p> <p>3.2 回购价款</p>	现行有效

签署主体	权利主体	义务承担主体	协议条款主要内容及触发条件	效力状态
			<p>投资方要求实际控制人、核心股东、转让方回购投资方所持标的公司股权的价格（以下统称“回购价款”）按以下两者较高者确定：</p> <p>3.2.1 以投资方所持标的公司股权对应的投资价款为本金按 10% 年利率计算的自交割日起至回购日止的本利和（按年计算单利）。其计算公式为：回购价格=投资方的投资价款总额×[1+10%*N]-投资人已取得的投资收益（包括但不限于公司分红）。N=自交割日起至回购日止的日历天数÷365；</p> <p>3.2.2 回购日投资方所持标的公司股权对应的标的公司经会计师事务所审计的最近一期末账面净资产值；如果在投资方发出要求回购的通知之前，投资方已经通过新三板市场或其他途径转让了其所持有的标的公司部分股权，则投资方仅可要求实际控制人、核心股东回购投资方所持标的公司剩余股权，剩余股权的回购价款按本条确定。各方确认，投资方所持标的公司剩余股权的回购价款至少不低于以投资方所持标的公司剩余股权对应的投资价款为本金按 10% 年利率计算的自交割日起至回购日止的本利和（按年计算单利）。</p> <p>3.3 回购程序</p> <p>核心股东、实际控制人、转让方应在投资方发出要求回购股权的通知之日起 20 个工作日内，应与投资方签署股权回购协议并将全部回购价款支付至投资方指定银行账户。核心股东、实际控制人、转让方迟延签署上述股权回购协议或迟延支付回购价款的，每迟延一日应按照回购价款的千分之三向投资方支付违约金。任何一位核心股东、实际控制人、转让方均有履行股权回购义务，对投资方应承担连带责任。</p>	
欧琳厨具（甲方）、徐众（乙方）	徐众	欧琳厨具	<p>1、股权回购触发事件（触发条件）：</p> <p>1.1 在如下任一事件发生时，乙方有权要求甲方赎回乙方所持有的全部公司股权：</p> <p>（1）截至 2025 年 12 月 31 日，公司未能完成合格首次公开发行股票并上市的申报；</p> <p>截至 2026 年 12 月 31 日，公司未能完成合格首次公开发行股票并上市；</p> <p>（合格首次公开发行股票并上市是指公司在上海证券交易所、深圳证券交易所或其他有良好声誉的且经投资人认可的境内证券交易所首次公开发行股票并上市。为免歧义，不包括在全国中小企业股份转让系统挂牌的情形。）</p> <p>1.2 如发生上述触发事件，则乙方有权要求甲方回购乙方所持有的全部股权。</p> <p>2、股权回购金额</p> <p>2.1 股权回购金额为乙方实际支付的投资价款金额并附加价款金额年化单利 8% 的资金成本。</p> <p>2.2 具体计算公式：回购金额=乙方实际支付的股权转让投资价款金额×（1+8%×实际投资天数/365）</p>	现行有效

签署主体	权利主体	义务承担主体	协议条款主要内容及触发条件	效力状态
			<p>–乙方已取得的投资收益（包括但不限于公司分红）。</p> <p>（“实际投资天数”指自乙方本次投资股权转让对价/增资价款支付完毕之日起至投资人全额收回本协议约定的回购金额之日期间的总天数。）</p> <p>3、回购期限</p> <p>乙方依照本协议约定要求履行相关回购义务的，甲方须在收到乙方送达的书面回购通知后 3 个月内支付对应的全部款项。</p>	
欧琳厨具（甲方）、宁波汉拓（乙方）	宁波汉拓	欧琳厨具	同上	现行有效
甲方：欧琳富浩 乙方：俞后法 丙方：徐剑光	俞后法	欧琳富浩、徐剑光	<p>1、股权回购触发事件（触发条件）：</p> <p>1.1 在如下任一事件发生时，乙方有权要求甲方回购乙方所持有的全部标的公司股份： 截至 2025 年 12 月 31 日，标的公司未能完成首次公开发行股票并上市（上海证券交易所、深圳证券交易所以及投资方所认可的证券交易场所）的申报。</p> <p>2、股份回购金额</p> <p>2.1 股份回购金额为乙方实际支付的投资价款金额并附加价款金额年化单利 5% 的资金成本。</p> <p>2.2 具体计算公式：回购金额=乙方实际支付的股份转让投资价款金额×（1+5%×实际投资天数/365）–乙方已取得的投资收益（包括但不限于标的公司分红）。</p> <p>（“实际投资天数”指自乙方本次投资股份转让对价/增资价款支付完毕之日起至投资人全额收回本协议约定的回购金额之日期间的总天数。）</p> <p>3、回购期限</p> <p>乙方依照本协议约定要求甲方履行相关回购义务的,甲方须在收到乙方送达的书面回购通知后 3 个月内支付对应的全部款项。</p> <p>4、连带责任</p> <p>丙方对甲方回购义务承担连带责任。</p>	现行有效
欧琳富浩（甲方）、杭雪莹（乙	杭雪莹	欧琳富浩、徐剑光	<p>一、股权回购触发事件（触发条件）：</p> <p>如截至 2025 年 12 月 31 日，标的公司未能完成首次公开发行股票并上市（上海证券交易所、深圳证券交易所以及投资方所认可的证券交易场所）的申报时，甲方或丙方应当回购乙方所持有的全部标</p>	现行有效

签署主体	权利主体	义务承担主体	协议条款主要内容及触发条件	效力状态
方)、徐剑光(丙方)			<p>的公司股份。</p> <p>二、股份回购金额</p> <p>1.股份回购金额为乙方实际支付的投资价款金额并附加价款金额年化单利 8%的资金成本。</p> <p>2.具体计算公式：回购金额=乙方实际支付的股份转让投资价款金额×(1+8%×实际投资天数/365)–乙方已取得的投资收益(包括但不限于标的公司分红)。</p> <p>(“实际投资天数”指自乙方本次投资股份转让对价/增资价款支付完毕之日起至投资人全额收回本协议约定的回购金额之日期间的总天数。)</p> <p>三、回购期限</p> <p>乙方依照本协议约定要求甲方或丙方履行相关回购义务的，甲方或丙方须在收到乙方送达的书面回购通知后 3 个月内支付对应的全部款项。</p> <p>四、连带责任</p> <p>若乙方要求甲方购买乙方股权的，丙方自愿为本合同项下股权购买事项提供连带责任担保。</p>	
公司(甲方)、富欧昌琳(乙方)、欧琳富浩(丙方)、徐剑光(丁方)	富欧昌琳	欧琳富浩、徐剑光	<p>一、股权回购条款</p> <p>1.宁波欧琳科技股份有限公司(以下简称公司)应在 2025 年 12 月 31 日前(含)完成 IPO 申报(为免疑义, IPO 申报指:公司首次向中国证券监督管理委员会或中国境内证券交易所(指上海证券交易所、深圳证券交易所或者投资方认可的其他证券交易所)提交 IPO 申报材料,下同)。各方确认且同意,若公司未能在上述约定期限内完成 IPO 申报的,投资方有权要求实际控制人或控股股东以投资方在本次股权转让中向公司支付的价款与价款金额 8%的单利年化收益之和等额的收购价格,收购投资方持有的公司股份(以下简称“股份收购”)。若在完成工商备案之日(为免疑义,完成工商备案之日指:本次股权转让完成工商备案且签发新的营业执照之日,下同。)起至该投资方要求股份收购期间,公司如有实施派息、送股、资本公积金转增股本等除权除息事项,股份收购的数量也相应调整。若实际控制人或控股股东未能在投资方发出股份收购的书面通知(以下简称“回购通知书”)后 90 日内履行股份收购义务,每逾期一日,实际控制人或控股股东应当连带向投资方支付收购价格万分之三的逾期违约金。</p> <p>2.若公司提交 IPO 申报后因任何原因撤回、被退回 IPO 申报申请的,或 IPO 申请被中国证券监督管理委员会或证券交易所(包括但不限于上海证券交易所、深圳证券交易所)否决的,投资方有权要求实际控制人或控股股东按本条第 1 款中约定的收购价格和履约时间收购投资方所持有的公司股份。</p>	现行有效

签署主体	权利主体	义务承担主体	协议条款主要内容及触发条件	效力状态
			<p>3.投资方处分其所持股权或要求实际控制人及/或控股股东回购其所持股权过程中发生的税费，按照国家法律法规的相关规定各自承担；由此产生的有关费用（如公证、评估、审计、工商变更登记等费用），由实际控制人或控股股东承担。</p> <p>4.各方在此特别约定，本条第 1 款所述股份收购价款为投资方出资价款与出资价款金额 8% 的单利年化收益之和等额，年化收益的计算期限为自投资方完成支付出资款之日起至回购通知书约定的回购款项结清之日止。</p>	

(二) 公司现行有效的特殊条款符合《挂牌审核业务规则适用指引第 1 号》规定

截至本回复签署日，公司现行有效的特殊投资条款不存在《挂牌审核业务规则适用指引第 1 号》规定以下情形：

- 1、公司为特殊投资条款的义务或责任承担主体；
- 2、限制公司未来股票发行融资的价格或发行对象；
- 3、强制要求公司进行权益分派，或者不能进行权益分派；
- 4、公司未来再融资时，如果新投资方与公司约定了优于本次投资的特殊投资条款，则相关条款自动适用于本次投资方；
- 5、相关投资方有权不经公司内部决策程序直接向公司派驻董事，或者派驻的董事对公司经营决策享有一票否决权；
- 6、不符合相关法律法规规定的优先清算权、查阅权、知情权等条款；
- 7、触发条件与公司市值挂钩；
- 8、其他严重影响公司持续经营能力、损害公司及其他股东合法权益、违反公司章程及全国股转系统关于公司治理相关规定的情形。

综上所述，上述现行有效的特殊投资条款符合《挂牌审核业务规则适用指引第 1 号》规定，不属于应当清理的情形。

二、请公司：(2) 明确说明“首次公开发行股票并上市”是否包含在北交所上市情形；详细说明回购方所承担的具体义务，结合回购金额、回购方各类资产情况、回购条款触发情况或触发风险等，说明触发回购条款时回购方是否具备充分履约能力，回购方内部是否就回购金额承担作出明确约定，回购条款触发对公司控制权稳定性、相关义务主体任职资格以及其他公司治理、经营事项产生的影响。

(一) 明确说明“首次公开发行股票并上市”是否包含在北交所上市情形

根据相关补充协议及徐众、宁波汉拓、俞后法、杭雪莹、富欧昌琳出具的确认函，“首次公开发行股票并上市”包含在北交所上市情形。

(二) 详细说明回购方所承担的具体义务，结合回购金额、回购方各类资产情况、回购条款触发情况或触发风险等，说明触发回购条款时回购方是否具备充分履约能力，回购方内部是否就回购金额承担作出明确约定

1、详细说明回购方所承担的具体义务

回购方所承担的具体义务内容参见本问询回复之“问题 3、关于特殊投资条款”之第一问之“(一)以列表形式梳理现行有效的全部特殊投资条款，包括但不限于签署主体、权利主体、义务主体、触发条件、主要内容等，是否符合《挂牌审核业务规则适用指引第 1 号》规定，是否应当予以清理”的有关回复内容。

2、结合回购金额、回购方各类资产情况、回购条款触发情况或触发风险等，说明触发回购条款时回购方是否具备充分履约能力，回购方内部是否就回购金额承担作出明确约定

(1) 回购价格及回购金额测算

假设：1) 以公司未能于 2025 年 12 月 31 日前完成合格 IPO 上市为回购触发时点；2) 回购义务触发后，回购方于触发当日支付全部回购价款；3) 选择协议约定方式中回购价款孰高的计算方式。

基于以上假设，回购方所涉及的回购金额测算如下：

单位：万元

投资主体	回购义务主体	出资金额	预计回购所需资金
达晨创鸿、达晨创景、达晨创赢	徐剑光、欧琳富浩、欧琳厨具、欧琳生活	10,000.00	11,531.67
高炎康	徐剑光、欧琳富浩、欧琳生活	2,724.00	3,962.56
俞后法	欧琳富浩、徐剑光	3,000.00	3,532.19
杭雪莹	欧琳富浩、徐剑光	1,000.00	1,230.58
富欧昌琳	欧琳富浩、徐剑光	1,805.00	2,145.23
徐众	欧琳厨具	255.00	354.18
宁波汉拓	欧琳厨具	170.00	236.12
合计			26,057.64

(2) 回购条款触发情况或触发风险

结合上述各投资方签署的股权转让协议及其补充协议中关于股权回购条件内容，发生下列情形之一，会触发回购：

序号	现行有效的触发回购情形	涉及投资方	回购触发的可能性
1	标的公司未在2025年12月31日前完成合格首次公开发行股票并上市；	达晨创鸿、达晨创景、达晨创赢	公司已于2024年12月31日向全国股转系统提交挂牌申请并获受理，并制定了合理的资本市场计划。但鉴于公司上市事宜受外部宏观环境、行业竞争环境、上市监管审核政策等诸多因素影响，公司仍存在触发回购条款的可能性。
2	截至2025年12月31日，公司未能完成合格首次公开发行股票并上市的申报；	高炎康、徐众、宁波汉拓、俞后法、杭雪莹、富欧昌琳	
3	截至2026年12月31日，公司未能完成合格首次公开发行股票并上市	徐众、宁波汉拓	
4	投资方合理判断标的公司已无法于2026年12月31日前完成合格的首次公开发行股票并上市；	达晨创鸿、达晨创景、达晨创赢、高炎康	
5	核心股东、实际控制人或标的公司明确表示或以其行为表示，其将不会或不能2025年12月31日之前实现合格首次公开发行股票并上市	达晨创鸿、达晨创景、达晨创赢	
6	核心股东、实际控制人或标的公司明确表示或以其行为表示，其将不会或不能2026年12月31日之前实现合格的首次公开发行并上市；	高炎康	
7	标的公司核心管理层发生超过1/3的变化或实际控制人丧失控制地位；	达晨创鸿、达晨创景、达晨创赢	报告期内，标的公司核心管理层未发生超过1/3的变化或实际控制人丧失控制地位。截至目前，公司实际控制人控制权稳定，触发的可能性较小。
8	在投资方持有标的公司股权期间，标的公司一个会计年度的经营性净利润或主营业务收入比上一会计年度下降50%以上；	达晨创鸿、达晨创景、达晨创赢、高炎康	截至目前，标的公司未发生此类情况，触发的可能性较小。
9	投资方聘请的会计师事务所对标的公司进行审计并出具了非标准无保留意见的审计报告；	达晨创鸿、达晨创景、达晨创赢、高炎康	会计师已对报告期出具了标准无保留意见的审计报告，公司财务规范，经营稳健，未来被审计机构出具非标准无保留意见报告的可能性较小。
10	标的公司其他股东要求行使其享有的回购权或赎回权；	达晨创鸿、达晨创景、达晨创赢、高炎康	根据公司目前的情况，触发的可能性较小。
11	标的公司被托管或进入清算或进入破产程序	达晨创鸿、达晨创景、达晨	根据公司目前的情况，触发的可能性较小。

序号	现行有效的触发回购情形	涉及投资方	回购触发的可能性
		创赢、高炎康	
12	标的公司或实际控制人涉嫌犯罪，已被司法机关立案侦查、调查或判处刑罚	达晨创鸿、达晨创景、达晨创赢、高炎康	报告期内，公司或实际控制人不存在此种情形，触发的可能性较小。
13	标的公司涉嫌重大违法行为已被监管机关立案调查，且投资方判断其可能导致其被吊销营业执照或被吊销经营许可证	达晨创鸿、达晨创景、达晨创赢、高炎康	
14	协议中约定的其他回购情形	达晨创鸿、达晨创景、达晨创赢、高炎康	根据公司目前的情况，触发的可能性较小。

(3) 回购方各类资产情况以及回购方是否具备充分履约能力，回购方内部是否就回购金额承担作出明确约定

根据回购方提供的资产证明文件，相关资产情况如下：

回购方	资产类型	备注
欧琳厨具	货币资金	根据截至 2024 年 7 月 31 日欧琳厨具财务报表，其账上持有一定金额货币资金
	房产	欧琳厨具持有若干套房产
欧琳生活	货币资金	根据截至 2024 年 7 月 31 日欧琳生活财务报表，其账上持有一定金额货币资金
欧琳富浩	股权资产	截至目前，欧琳富浩通过直接方式持有公司 46.14% 股权，参考最近一次股权转让价格，价值约为 5.3 亿元
徐剑光	股权资产	1、截至目前，除欧琳科技外，徐剑光持有欧琳集团等其他公司股权，其中欧琳集团股权价值（参考欧琳集团截至 2024 年 7 月 31 日账面净资产）约为 2.21 亿元； 2、截至目前，徐剑光通过间接方式持有公司 48.21% 股权，参考最近一次股权转让价格，价值约为 5.54 亿元
	房产	徐剑光家庭持有若干套房产

注：欧琳厨具、欧琳生活、欧琳集团截至 2024 年 7 月 31 日财务报表未经审计。

考虑徐剑光所持有的其他公司股权价值和个人资产状况以及欧琳厨具、欧琳生活、欧琳富浩的资产状况，以及徐剑光作为欧琳厨具、欧琳生活、欧琳富浩的实际控制人，其个人名下可支配资产可覆盖上述回购价款。同时，根据中国人民银行征信中心出具的《个人征信报告》，截至报告期末，徐剑光信用状况良好，不存在信用卡及贷款逾期的情形。因此若触发回购条款，徐剑光可通过银行借款、转让所持有的其他公司股权等筹集资金方式，或者在不影响公司控制权的情况下转让部分欧琳科技股份等方式满足股份回购的资金需求，其具有充分履约能力。

回购义务方徐剑光已出具承诺，若触发回购条款，其将优先通过银行借款、转让其所持有的其他公司股权等方式筹集资金，在必要时，将在不影响公司控制权的情况下转让部分股份以满足股份回购的资金需求。

回购义务方已出具说明，其内部未就回购金额承担作出明确约定。

（三）回购条款触发对公司控制权稳定性、相关义务主体任职资格以及其他公司治理、经营事项产生的影响

如出现投资方要求全面回购的情形，结合回购责任主体徐剑光、欧琳厨具、欧琳生活、欧琳富浩的各类资产情况，在不考虑其他突发情况的前提下，徐剑光作为欧琳厨具、欧琳生活、欧琳富浩的实际控制人，其具有充分的履约能力，能够承担上述回购金额。即使徐剑光需适当处置其所持有的公司股份，其规模也相对有限，不会影响到公司控制权的变动。综上所述，触发回购条款不会对公司控制权稳定、徐剑光任职资格造成重大不利影响。

自股份公司设立以来，公司根据相关法律、法规及相关业务规则完善公司的治理机制，并结合公司实际情况，建立完善了公司法人治理结构。公司未作为特殊投资条款的义务或责任承担主体，若回购条款触发，对公司治理、经营事项不会构成重大不利影响。

三、请公司：（3）说明部分条款由欧琳厨具、欧琳生活、欧琳集团等实际控制人控制的其他企业作为义务主体的原因及合理性，逐一说明相关条款的变更、履行或终止情况、当前效力状态及义务主体，相关过程是否存在纠纷及潜在争议，是否取得相关方的确认意见；以公司作为业绩对赌主体、由欧琳厨具支付业绩承诺补偿款项的原因及合理性，是否存在代公司承担成本费用的情况。

（一）说明部分条款由欧琳厨具、欧琳生活、欧琳集团等实际控制人控制的其他企业作为义务主体的原因及合理性，逐一说明相关条款的变更、履行或终止情况、当前效力状态及义务主体，相关过程是否存在纠纷及潜在争议，是否取得相关方的确认意见

1、部分条款由欧琳厨具、欧琳生活、欧琳集团等实际控制人控制的其他企业作为义务主体的原因及合理性

根据相关股权转让协议，由欧琳厨具、欧琳生活作为义务主体的原因系欧

琳厨具、欧琳生活为股权出让方以及欧琳科技的原股东，因此，其作为义务承担主体具有合理性。

根据兔宝宝投资与相关方签署的股权转让协议以及投资协议、投资协议之补充协议、兔宝宝投资出具的确认函，在引入兔宝宝投资作为公司新股东之前，公司并无外部投资人，因此为了增加履约保障，兔宝宝投资要求实际控制人控制的欧琳集团作为义务承担方加入协议签署方，该等措施符合投资交易惯例，具有合理性。

2、逐一说明相关条款的变更、履行或终止情况、当前效力状态及义务主体，相关过程是否存在纠纷及潜在争议，是否取得相关方的确认意见

根据相关投资协议、股权转让协议及其补充协议，部分由欧琳厨具、欧琳生活、欧琳集团等实际控制人控制的其他企业作为义务主体的特殊投资权利条款的变更、履行或终止情况、当前效力状态情况如下：

外部投资者	特殊投资条款名称	涉及义务承担方	变更、履行或终止情况	当前效力状态
宁波汉拓	股权回购	欧琳厨具	2024年11月，宁波汉拓、徐众分别签署《补充协议（二）》，将股权触发条件中约定的公司上市时间予以变更。	现行有效
徐众	股权回购	欧琳厨具		
达晨创鸿、达晨创景、达晨创赢	2.10 工作访问	公司、原股东、徐剑光	1、2024年10月，达晨创鸿、达晨创景、达晨创赢与相关方签署了《补充协议（二）》，约定终止执行该等特殊投资条款中涉及“公司”的相关义务；终止执行本表格中2.10、6.2、6.4、8.4、9.12等条款。 2、2024年12月，达晨创鸿、达晨创景、达晨创赢与相关方签署了《补充协议（三）》，将股权触发条件中约定的公司上市时间予以变更。 3、2025年2月，达晨创鸿、达晨创景、达晨创赢与相关方签署了《补充协议（四）》，约定终止执行本表格中3.5、5.1、5.4、5.5、5.7、9.13等条款。	已失效
	3.1 回购情形	公司、欧琳富浩、徐剑光、欧琳厨具、欧琳生活		现行有效
	3.2 回购价款	公司、欧琳富浩、徐剑光、欧琳厨具、欧琳生活		
	3.3 回购程序	公司、欧琳富浩、徐剑光、欧琳厨具、欧琳生活		
	3.5 未履行或未完整履行	公司、欧琳富浩、徐剑光、欧琳厨具、欧琳生活		已失效
	5.1 股权转让限制	欧琳富浩、徐剑光、欧琳厨具、欧琳生活		已失效

外部投资者	特殊投资条款名称	涉及义务承担方	变更、履行或终止情况	当前效力状态	
	5.4 优先受让权与随售权	欧琳富浩、徐剑光、欧琳厨具、欧琳生活			
	5.5 随售权的行使	欧琳富浩、徐剑光、欧琳厨具、欧琳生活			
	5.7 投资方权益转让	原股东、欧琳富浩、徐剑光			
	6.2 优先认购权	第三方、原股东、徐剑光或其关联方			已失效
	6.4 反稀释权	欧琳富浩、徐剑光、欧琳厨具、欧琳生活			已失效
	8.4 清算优先权	公司、原股东、徐剑光			已失效
	9.12 上市持续运营	原股东、欧琳富浩、徐剑光、公司			已失效
	9.13 暂停上市或退市	原股东、欧琳富浩、徐剑光、公司			已失效
高炎康	3.1 回购情形	公司、欧琳富浩、徐剑光、欧琳生活	<p>1、2024年11月，高炎康与相关方签署了《补充协议（二）》，约定终止执行该等特殊投资条款中涉及“公司”的相关义务；终止执行本表格中6.2、6.4、8.4、9.12等条款。</p> <p>2、2024年12月，高炎康与相关方签署了《补充协议（三）》，将股权触发条件中约定的公司上市时间予以变更。</p> <p>3、2025年2月，高炎康与相关方签署了《补充协议（四）》，约定终止执行本表格中5.1、5.4、5.5、5.7、8.3、9.13等条款。</p>	现行有效	
	3.2 回购价款	公司、欧琳富浩、徐剑光、欧琳生活			
	3.3 回购程序	公司、欧琳富浩、徐剑光、欧琳生活			
	5.1 股权转让限制	欧琳富浩、徐剑光、欧琳生活		已失效	
	5.4 优先受让权与随售权	欧琳富浩、徐剑光、欧琳生活		已失效	
	5.5 随售权的行使	欧琳富浩、徐剑光、欧琳生活		已失效	
	5.7 投资方权益转让	原股东、欧琳富浩、徐剑光		已失效	
	6.2 优先认购权	第三方、原股东、徐剑光或其关联方		已失效	
	6.4 反稀释权	欧琳富浩、徐剑光、欧琳生活		已失效	

外部投资者	特殊投资条款名称	涉及义务承担方	变更、履行或终止情况	当前效力状态
	8.3 清算责任	公司、欧琳富浩、徐剑光		已失效
	8.4 清算优先权	公司、原股东、徐剑光		已失效
	9.12 上市持续运营	原股东、欧琳富浩、徐剑光、公司		已失效
	9.13 暂停上市或退市	原股东、欧琳富浩、徐剑光、公司		已失效
兔宝宝投资	2.2 转让限制	徐剑光及其关联人	兔宝宝投资持有的公司股份已转让予第三方，受让方未承继特殊投资权利，因此，该等条款已终止。	已失效
	2.4 共同出售权	徐剑光、徐羽波、欧琳厨具		
	2.5 拖售权	徐剑光、徐羽波、欧琳厨具		
	3.1 股权回购触发条件	欧琳集团、徐剑光、徐羽波	2022年3月，兔宝宝投资与相关方签署《投资协议之补充协议》，约定变更了回购权触发事件中约定的公司上市时间以及股权回购金额计算公式。后因兔宝宝股份已转让予第三方，受让方未承继特殊投资权利，因此，该等条款已终止。	
	3.2 股权回购金额	欧琳集团、徐剑光、徐羽波		
	3.3 回购期限	欧琳集团、徐剑光、徐羽波		
	4.2 补偿方式及补偿义务人	欧琳集团、徐剑光、徐羽波	2022年3月，兔宝宝投资与相关方签署《投资协议之补充协议》，约定由欧琳厨具承担业绩承诺补偿责任。欧琳厨具完成补偿责任后，该等条款自动失效。	
4.3 业绩补偿金额	欧琳集团、徐剑光、徐羽波			

根据相关补充协议及高炎康、徐众、宁波汉拓、兔宝宝投资、欧琳厨具、欧琳生活、欧琳集团出具的确认函，上述条款变更、履行或终止过程中不存在纠纷及潜在争议。综上，上述条款变更、履行或终止过程中不存在纠纷及潜在争议，且已取得相关方的确认意见。

（二）以公司作为业绩对赌主体、由欧琳厨具支付业绩承诺补偿款项的原因及合理性，是否存在代公司承担成本费用的情况

根据兔宝宝投资与徐剑光、徐羽波、欧琳厨具、欧琳集团、公司于2021年1月12日签署的《投资协议》第四条“业绩承诺及补偿”约定，业绩补偿义务方为欧琳集团及实际控制人徐剑光、徐羽波，并不涉及由公司作为业绩承诺补偿主体。因此，业绩承诺条款未完成，业绩承诺补偿主体为欧琳集团及实际控制人徐剑光、徐羽波。根据兔宝宝投资确认，兔宝宝投资系从欧琳厨具处受让

取得公司股权，因此经欧琳集团及实际控制人徐剑光、徐羽波指定，其同意由欧琳厨具作为业绩补偿款支付主体，并经协商一致签署了《投资协议之补充协议》，确认由实际控制人控制的欧琳厨具作为业绩补偿款支付主体，该等安排具有合理性。

综上，欧琳厨具作为公司实际控制人控制的企业，兔宝宝投资系从欧琳厨具处受让取得欧琳实业股权，其作为业绩补偿款支付主体具有合理性，且已经协议各方确认，不存在代公司承担成本费用的情况。

四、请公司：（4）说明已履行完毕或终止的特殊投资条款的履行或终止情况，履行或终止过程中是否存在纠纷、是否存在损害公司及其他股东利益的情形、是否对公司经营产生不利影响。

（一）已履行完毕或终止的特殊投资条款的履行或终止情况

根据投资协议及其补充协议、股权转让协议及其补充协议内容以及公司确认，截至本回复签署日，公司已履行完毕或终止的特殊投资条款情况如下：

外部投资者	特殊投资条款名称	履行或终止情况
富欧昌琳	反稀释条款	已终止
	随售权	已终止
	知情权及监督权	已终止
	共同出售权	已终止
达晨创鸿、达晨创景、达晨创赢	2.4 董事会特别批准事项	已终止
	2.5 股东（大）会特别批准事项	已终止
	2.6 违反特别批准程序的救济	已终止
	2.7 关联交易表决	已终止
	2.9 股东知情权	已终止
	2.10 工作访问	已终止
	2.11 特别情形下的审计权	已终止
	2.12 董事、监事责任	已终止
	3.1 回购情形	涉及“公司”的相关义务已终止
	3.2 回购价款	
	3.3 回购程序	
	3.4 领售程序	已终止

外部投资者	特殊投资条款名称	履行或终止情况
	3.5 未履行或未完整履行	已终止
	5.1 股权转让限制	已终止
	5.4 优先受让权与随售权	已终止
	5.5 随售权的行使	已终止
	5.7 投资方权益转让	已终止
	6.1 增资	已终止
	6.2 优先认购权	已终止
	6.3 新增资价格	已终止
	6.4 反稀释权	已终止
	6.5 最优惠待遇	已终止
	6.6 权益性融资	已终止
	8.1 议定解散事由	已终止
	8.2 清算组	已终止
	8.3 清算责任	已终止
	8.4 清算优先权	已终止
	8.5 清算补偿	已终止
	8.6 权利延续	已终止
	9.12 上市持续运营	已终止
	9.13 暂停上市或退市	已终止
高炎康	2.3 股东知情权	已终止
	3.1 回购情形	涉及“公司”的相关义务已终止
	3.2 回购价款	
	3.3 回购程序	
	3.4 领售程序	已终止
	5.1 股权转让限制	已终止
	5.4 优先受让权与随售权	已终止
	5.5 随售权的行使	已终止
	5.7 投资方权益转让	已终止
	6.1 增资	已终止
	6.2 优先认购权	已终止
	6.3 新增资价格	已终止
	6.4 反稀释权	已终止
	6.5 最优惠待遇	已终止

外部投资者	特殊投资条款名称	履行或终止情况
	6.6 权益性融资	已终止
	8.1 议定解散事由	已终止
	8.2 清算组	已终止
	8.3 清算责任	已终止
	8.4 清算优先权	已终止
	8.5 清算补偿	已终止
	8.6 权利延续	已终止
	9.12 上市持续运营	已终止
	9.13 暂停上市或退市	已终止
兔宝宝投资	2.1 一般规定	股份已出让，受让方未承继特殊投资权利，即已终止
	2.2 转让限制	
	2.3 优先购买权	
	2.4 共同出售权	
	2.5 拖售权	
	2.6 优先清算权	
	2.7 优先认购权	
	2.8 反摊薄条款	
	3.1 股权回购触发条件	
	3.2 股权回购金额	
	3.3 回购期限	
	3.4 相应配合	
	4.1 业绩承诺及实际净利润的确定	已完成业绩补偿，因此，已履行完毕
	4.2 补偿方式及补偿义务人	
	4.3 业绩补偿金额	
	第五条 最优惠条款	股份已出让，受让方未承继特殊投资权利，即已终止
	6.1 知情权	
	6.2 核查权	

（二）履行或终止过程中是否存在纠纷、是否存在损害公司及其他股东利益的情形、是否对公司经营产生不利影响

根据兔宝宝投资及相关方确认，特殊权利条款履行过程中不存在纠纷、不存在损害公司及其他股东利益的情形，不会对公司经营产生不利影响。

经审阅相关协议内容以及公司确认、特殊投资条款相关方确认，对相关特殊权利条款进行终止均系各方真实意思表示，终止过程中不存在纠纷，不存在损害公司及其他股东利益的情形，不会对公司经营产生不利影响。

综上所述，特殊投资条款履行或终止过程中不存在纠纷，不存在损害公司及其他股东利益的情形，不会对公司经营产生不利影响。

五、请公司：（5）说明公司是否存在附条件生效或恢复的条款，生效或恢复后是否符合《挂牌审核规则适用指引第 1 号》规定。

（一）公司是否存在附条件生效或恢复的条款

截至本回复签署日，公司存在部分特殊投资条款附条件恢复，具体内容如下：

外部投资者	义务承担主体	附条件恢复特殊条款	具体恢复条件
达晨创鸿、达晨创景、达晨创赢	欧琳富浩	2.9 股东知情权：如投资方认为必要，可委派工作人员或自行委托会计师事务所对集团公司进行审计，核心股东应当提供必要的协助。	如欧琳科技自本协议签署之日起出现下列情况的（以孰早为准）：（1）公司新三板挂牌申请被有权机构/部门不予受理、否决、被驳回或失效之日，（2）公司主动撤回新三板挂牌申请之日。
	原股东、徐剑光	2.10 工作访问：应投资方的要求，投资方进入公司的厂房或办公地点进行相应的工作访问，访谈管理层、员工、会计、法律顾问或其他人员，就公司的经营与财务状况进行讨论。原股东、实际控制人应给予必要的协助。	
	欧琳富浩	2.11 特别情形下的审计权 在投资方持有公司股份期间，如公司年度主营业务收入或净利润相比上一年度下降 30%，则投资方有权委派工作人员或自行委托会计师事务所对公司进行审计，核心股东应当提供必要的协助。	

（二）生效或恢复后是否符合《挂牌审核规则适用指引第 1 号》规定

根据相关协议，由公司作为承担义务主体的特殊投资条款已不附条件地终止，由控股股东、实际控制人、其他主体作为承担义务主体的上述特殊投资条款存在附条件恢复的情况，即如公司新三板挂牌申请被有权机构/部门不予受理、否决或被驳回或者公司主动撤回新三板挂牌申请情形出现时，上述特定条款自动恢复效力，如公司本次无法成功挂牌，则公司仍为非公众公司，该等条款恢复效力不适用《挂牌审核规则适用指引第 1 号》规定。

综上所述，由公司作为承担义务主体的特殊投资条款已不附条件地终止，由控股股东、实际控制人、其他主体作为承担义务主体的上述特殊投资条款存

在附条件恢复的情况，但根据恢复条件，如公司本次无法成功挂牌，则公司仍为非公众公司，该等条款恢复效力不适用《挂牌审核规则适用指引第 1 号》规定。

六、请主办券商及律师按照《挂牌审核业务规则适用指引第 1 号》规定核查上述事项、发表明确意见，并说明具体核查程序、依据及其充分性。

（一）核查程序

就前述问题一至问题五，主办券商、律师执行了如下核查程序：

1、获取并核查公司历史沿革中相关主体签署的存在特殊投资条款的相关股权转让协议及其补充协议；梳理特殊投资条款的变更、履行或终止情况、当前效力状态及义务主体等信息；梳理现行有效的全部特殊投资条款，逐一比对并核查其是否符合《挂牌审核业务规则适用指引第 1 号》的规定；

2、获取并核查公司与相关方签署的补充协议及徐众、宁波汉拓、俞后法、杭雪莹、富欧昌琳出具的确认函，确认“首次公开发行股票并上市”包含在北交所上市情形；

3、获取欧琳厨具等实际控制人控制企业的 2024 年 1-7 月财务报表，徐剑光家庭的不动产权属证书，徐剑光出具的承诺及欧琳厨具、欧琳生活、欧琳富浩出具的说明，查阅徐剑光及欧琳厨具、欧琳生活、欧琳富浩的《征信报告》，核查回购方是否具备充分履约能力及回购方内部是否就回购金额承担作出明确约定；

4、访谈实际控制人徐剑光，了解欧琳集团作为义务承担主体的原因及背景；获取外部投资人签署的相关补充协议及高炎康、徐众、宁波汉拓、兔宝宝投资、欧琳厨具、欧琳生活、欧琳集团出具的确认函，确认特殊投资条款变更、履行或终止过程中不存在纠纷及潜在争议。

（二）核查意见

就前述事项，经核查，主办券商、律师认为：

1、公司现行有效的特殊投资条款符合《挂牌审核业务规则适用指引第 1 号》规定，不属于应当清理的情形；

2、相关方已确认“首次公开发行股票并上市”包含在北交所上市情形；存在回购触发的可能性；已说明回购方所承担的具体义务；触发回购条款时徐剑光作为欧琳富浩、欧琳生活、欧琳厨具实际控制人，其具备充分履约能力，触发回购条款不会对公司控制权稳定性、相关义务主体任职资格以及其他公司治理、经营事项等造成重大不利影响；

3、由欧琳厨具、欧琳生活作为义务主体的原因系欧琳厨具、欧琳生活为股权转让方以及欧琳科技原股东，因此，其作为义务承担主体具有合理性；在引入兔宝宝投资作为公司新股东之前，公司并无外部投资人，因此为了增加履约保障，兔宝宝投资要求实际控制人控制的欧琳集团作为义务承担方加入协议签署方，该等措施符合投资交易惯例，具有合理性。已列表说明相关条款的变更、履行或终止情况、当前效力状态及义务主体，相关过程不存在纠纷及潜在争议，并已取得相关方的确认意见；欧琳厨具作为公司实际控制人控制的企业，兔宝宝投资系从欧琳厨具处受让取得欧琳实业股权，其作为业绩补偿款支付主体具有合理性，且已经协议各方确认，不存在代公司承担成本费用的情况；

4、已列表说明已履行完毕或终止的特殊投资条款的履行或终止情况，履行或终止过程中不存在纠纷、不存在损害公司及其他股东利益的情形、不会对公司经营产生不利影响；

5、由公司作为承担义务主体的特殊投资条款已不附条件地终止，由控股股东、实际控制人、其他主体作为承担义务主体的上述特殊投资条款存在附条件恢复的情况，但根据恢复条件，如公司本次无法成功挂牌，则公司仍为非公众公司，该等条款恢复效力不适用《挂牌审核规则适用指引第1号》规定。

问题 4、关于销售模式。

根据申报文件，公司同时存在经销、直营（含贸易商）、电商、特定新产品特殊授信销售的模式，其中经销占比为 50.80%、51.99%和 49.89%，线上销售占比为 39.94%、39.87%和 36.27%。

请公司：（1）结合主要客户基本情况、客户类型（非贸易商直营客户、线上平台客户、经销商、贸易商等）、合作模式、是否为自有品牌、历史合作情况、新增及变动情况及复购率、公司获取销售订单方式、是否签署框架协议等说明与客户合作情况。（2）补充披露报告期内贸易商销售模式金额及占比、毛利率，以及与非贸易商直营客户、经销毛利率差异情况及原因；说明经销商和贸易商模式下终端销售情况及销售周期，是否存在通过经销商或贸易商提前确认收入情形；主要经销商为线上还是线下经销商，是否为公司关联方或潜在关联方，除经营公司产品外，是否还销售其它产品；说明返利具体政策、返利金额及占比，与经销收入的匹配性，相关会计处理及准确性；经销商层级管理的具体情况，各层级经销商数量、销售金额及占比；是否存在前员工设立的经销商或非法人经销商。（3）说明电商平台入仓和电商销售模式及对应收入确认时点差异，收入确认所取得的凭证、依据是否充分、可靠，是否符合《企业会计准则》的相关规定；线上收入确认是否充分考虑无理由退换货条件、退换货期并进行恰当的收入确认，收入数据如何获取、与公司内部业务、财务系统衔接的及时性及准确性；线上线下毛利率差异情况及原因。（4）说明报告期内是否存在同一买家（如同一姓名、IP 地址、支付银行卡、联系方式、收货地址等）在多个电商平台多次购买公司产品的情况，是否存在单个买家大额采购的情形，如有，说明原因及合理性；报告期内线上销售及业务系统中交易量的地域、时间分布情况，是否存在某一时间段交易量突增或其他异常情形；线上销售是否涉及刷单情形。（5）说明特定新产品特殊授信销售模式具体情况，交易金额和占比，客户是否可以退货，是否为终端销售，商品发出并取得回款作为收入确认时点的原因及合理性，是否符合会计准则相关规定。（6）结合官方网站、APP、微信小程序的运营主体和运营模式，说明公司是否涉及互联网平台的搭建与运营，是否存在通过网站、APP、微信小程序等为第三方提供经营场所、交易撮合、信息交互服务的情形。

请主办券商及会计师：（1）核查上述事项（1）-（5）并发表明确意见；（2）分别说明对于经销商和贸易商收入的核查程序、核查过程、核查比例（包括但不限于走访、发函、回函、细节测试以及通过尽调累计确认的核查比例）、核查结论以及终端销售核查情况；（3）结合客户名称、送货地址、购买数量、消费次数、消费金额及付款、退换货情况及其他数据、指标、证明资料等，对公司线上销售的收入确认是否符合《企业会计准则》等相关规定发表明确意见；结合公司的业务运营特点、信息系统支撑业务开展程度、用户数量及交易量级、IT 审计情况（如有）等，说明对信息系统可靠性、业务运营和财务数据的一致性和合理性的核查程序、金额及比例，并发表明确意见。请主办券商及律师核查上述事项（6）并发表明确意见。

【回复】

一、请公司：(1) 结合主要客户基本情况、客户类型（非贸易商直营客户、线上平台客户、经销商、贸易商等）、合作模式、是否为自有品牌、历史合作情况、新增及变动情况及复购率、公司获取销售订单方式、是否签署框架协议等说明与客户合作情况；

(一) 主要客户基本情况

报告期内，公司各期前五大客户的基本情况具体如下：

序号	名称	注册资本	向公司采购内容	经营范围	股权结构
1	北京京东世纪贸易有限公司	139798.5564 万美元	水槽、垃圾处理器、龙头、配件、卫浴五金	一般项目：计算机软硬件及辅助设备批发；机械设备销售；家用电器销售；电子元器件批发；五金产品批发；电子产品销售；文具用品批发；照相器材及望远镜批发；卫生用品和一次性使用医疗用品销售；化妆品批发；化工产品销售（不含许可类化工产品）；体育用品及器材批发；日用百货销售；工艺美术品及收藏品批发（象牙及其制品除外）；针纺织品销售；服装服饰批发；日用品批发；家具销售；珠宝首饰批发；金银制品销售；第二类医疗器械销售；新鲜水果批发；新鲜蔬菜批发；畜牧渔业饲料销售；礼品花卉销售；农作物种子经营（仅限不再分装的包装种子）；建筑装饰材料销售；通讯设备销售；建筑材料销售；钟表销售；眼镜销售（不含隐形眼镜）；玩具销售；摩托	京东香港国际有限公司 100%持股

序号	名称	注册资本	向公司采购内容	经营范围	股权结构
				车及零配件批发；汽车零配件批发；服务消费机器人销售；工业机器人销售；智能机器人销售；仪器仪表销售；卫生洁具销售；日用陶瓷制品销售；特种陶瓷制品销售；橡胶制品销售；塑料制品销售；信息安全设备销售；集成电路销售；集成电路芯片及产品销售；化肥销售；牲畜销售；销售代理；货物进出口；技术进出口；进出口代理；软件开发；技术服务、技术开发、技术咨询、技术交流、技术转让、技术推广；专业设计服务；软件外包服务；智能机器人的研发；专用设备修理；通用设备修理；电子、机械设备维护（不含特种设备）；普通机械设备安装服务；信息系统集成服务；计算机系统服务；电动自行车销售；摄影扩印服务；普通货物仓储服务（不含危险化学品等需许可审批的项目）；会议及展览服务；劳务服务（不含劳务派遣）；社会经济咨询服务；教育咨询服务（不含涉许可审批的教育培训活动）；企业管理咨询；居民日常生活服务；旅客票务代理；集成电路芯片及产品制造；照相机及器材制造；计算机软硬件及外围设备制	

序号	名称	注册资本	向公司采购内容	经营范围	股权结构
				造；家用电器制造；小微型汽车租赁经营服务；停车场服务；非居住房地产租赁；物业管理；国际货物运输代理；国内货物运输代理；工业机器人制造；特殊作业机器人制造；服务消费机器人制造；工业机器人安装、维修；宠物服务（不含动物诊疗）；食品销售（仅销售预包装食品）；保健食品（预包装）销售；特殊医学用途配方食品销售；婴幼儿配方乳粉及其他婴幼儿配方食品销售。（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）许可项目：拍卖业务；食盐批发；农药批发；兽药经营；道路货物运输（不含危险货物）；出版物零售；出版物批发；第一类增值电信业务；第二类增值电信业务。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动，具体经营项目以相关部门批准文件或许可证件为准）（不得从事国家和本市产业政策禁止和限制类项目的经营活动。）	
2	上海琪丰贸易有限公司	200万人民币	水槽、卫浴五金产品及其配件	一般项目：家用电器销售；五金产品零售；五金产品批发；电子产品销售；建筑材料销售；卫生洁具销售；家具零配件销售；日用百货销	黄连青持有 95%股份，梁冬青持有 5%股份

序号	名称	注册资本	向公司采购内容	经营范围	股权结构
				售；厨具卫具及日用杂品批发；工艺美术品及礼仪用品销售（象牙及其制品除外）；非电力家用器具销售；电热食品加工设备销售；电线、电缆经营；箱包销售。（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）	
3	杭州东箭完整家居有限公司	10000 万人民币	全品类产品	批发、零售（含网上销售）：家居用品，建筑材料（除沙石），陶瓷制品，卫浴用品，木制品；经济信息咨询、商务信息咨询；服务：网络技术的技术开发、技术服务、技术咨询、成果转让；设计、制作、代理、发布国内广告（除网络广告）；建筑装修装饰工程施工。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	杭州东箭实业集团有限公司 100%持股
4	百安居（上海）商贸有限公司	25000 万人民币	水槽、垃圾处理器、龙头、配件、卫浴五金	许可项目：货物进出口；技术进出口。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动，具体经营项目以相关部门批准文件或许可证件为准）一般项目：建筑材料、建筑装饰材料、涂料（不含危险化学品）、五金产品、家用电器、家居用品、家具、润滑油、办公设备、日用百货、礼品花卉、宠物食品及用品、第一类医疗器械、第二类医疗器械、医用口罩、化妆品、	上海百安居商业经营管理有限公司 100%控股

序号	名称	注册资本	向公司采购内容	经营范围	股权结构
				消毒剂（不含危险化学品）的销售，物业管理，停车场服务，企业管理咨询，信息咨询服务（不含许可类信息咨询服务），市场营销策划。（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）	
5	成都志铂商贸有限公司	890万人民币	水槽、龙头、卫浴、卫浴五金、垃圾处理器	一般项目：五金产品批发；五金产品零售；建筑材料销售；电子产品销售；厨具卫具及日用杂品批发；卫生洁具销售；家用电器销售；日用家电零售；企业管理咨询；市场营销策划；信息咨询服务（不含许可类信息咨询服务）；品牌管理；砖瓦销售；建筑砌块销售；煤炭及制品销售。（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）	吴玉梅持有 51%股份，鲍文进持有 49%股份
6	杭州滨江房产集团股份有限公司	311144.389万人民币	水槽、龙头、配件	房地产开发，房屋建筑，商品房销售，水电安装，室内外装璜。	杭州滨江投资控股有限公司持股 45.41%，是第一大股东；戚金兴持股比例为 11.94%，与杭州滨江投资控股有限公司存在一致行动关系，为企业实际控制人；莫建华、朱慧明持股比例均为 3.22%；中国工商银行股份有限公司-富国天惠精选成长混合型证券投资基金持股比例为 1.61%；珠海阿巴马资产管理有限公司-阿巴马元享红利 72

序号	名称	注册资本	向公司采购内容	经营范围	股权结构
					号私募证券投资基金持股 1.12%；威加奇持有 1%股份；珠海阿巴马资产管理有限公司-阿巴马元享红利 71 号私募证券投资基金持股和珠海阿巴马资产管理有限公司-阿巴马元享红利 74 号私募证券投资基金均持股 0.93%；中央汇金资产管理有限责任公司持股 0.91%
7	杭州昊亿雅创商贸有限公司 (曾用名:浙江昊亿雅创商贸有限公司)	300 万人民币	水槽、净洗、花洒、垃圾处理器产品及其配件	一般项目：五金产品批发；五金产品零售；建筑装饰材料销售；家具销售；涂料销售（不含危险化学品）；家用电器零配件销售；家用电器安装服务；建筑材料销售；市场营销策划（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）。	柯桂芬持有 90%股份，蒋招国持有 10%股份

(二) 主要客户合作情况

报告期内，公司各期前五大客户的合作情况具体如下：

2024年1-7月前五大客户								
序号	名称	获取订单方式及历史合作情况	客户类型	合作模式	是否为自有品牌	较前一年度是否变动	是否签署框架协议	较前一年度是否复购
1	北京京东世纪贸易有限公司	通过业内人士介绍并开始业务往来，双方合作十余年	线上平台客户	直销模式合作	否	否	是	是

2	上海琪丰贸易有限公司	通过业内人士介绍了解并开始业务往来，双方合作二十余年	经销商	经销模式合作	否	否	是	是
3	杭州东箭完整家居有限公司	通过业内人士介绍并开始业务往来，双方自2023年合作至今	经销商	经销模式合作	否	否	是	否
4	百安居（上海）商贸有限公司	通过业务招商建立业务往来，双方合作十余年	非贸易商 直营客户	直销模式合作	否	否	是	是
5	成都志铂商贸有限公司	通过业内人士介绍并开始业务往来，双方合作二十余年	经销商	经销模式合作	否	否	是	是
2023年前五大客户								
序号	名称	获取订单方式及历史合作情况	客户类型	合作模式	是否为自有品牌	较前一年度是否变动	是否签署框架协议	较前一年度是否复购
1	北京京东世纪贸易有限公司	通过业内人士介绍并开始业务往来，双方合作十余年	线上平台客户	直销模式合作	否	否	是	是
2	上海琪丰贸易有限公司	通过业内人士介绍了解并开始业务往来，双方合作二十余年	经销商	经销模式合作	否	否	是	是
3	百安居（上海）商贸有限公司	通过业务招商建立业务往来，双方合作十余年	非贸易商 直营客户	直销模式合作	否	否	是	是
4	成都志铂商贸有限公司	通过业内人士介绍并开始业务往来，双方合作二十余年	经销商	经销模式合作	否	否	是	是
5	杭州滨江房产集团股份有限公司	通过业内人士介绍并开始业务往来，双方自2023年合作至今	非贸易直营客户	直销模式合作	否	本期新增	是	否

2022年前五大客户								
序号	名称	获取订单方式及历史合作情况	客户类型	合作模式	是否为自有品牌	较前一年度是否变动	是否签署框架协议	较前一年度是否复购
1	北京京东世纪贸易有限公司	通过业内人士介绍并开始业务往来，双方合作十余年	线上平台客户	直销模式合作	否	否	是	是
2	上海琪丰贸易有限公司	通过业内人士介绍了解并开始业务往来，双方合作二十余年	经销商	经销模式合作	否	否	是	是
3	百安居（上海）商贸有限公司	通过业务招商建立业务往来，双方自合作十余年	非贸易商 直营客户	直销模式合作	否	否	是	是
4	成都志铂商贸有限公司	通过业内人士介绍并开始业务往来，双方合作二十余年	经销商	经销模式合作	否	否	是	是
5	浙江昊亿雅创商贸有限公司	通过业务招商建立业务往来，双方合作二十余年	经销商	经销模式合作	否	否	是	是

报告期内，公司采取经销为主、直营为辅，线上线下互补的多元化全渠道营销模式。由上表可知，报告期内与主要客户的合作历史较为长久、合作情况整体较为稳定。报告期内，主要客户均与公司签署框架协议，其中除了杭州滨江房产集团股份有限公司、杭州东箭完整家居有限公司为报告期新增客户以外，其余客户基本与公司建立多年合作关系。

二、请公司：（2）补充披露报告期内贸易商销售模式金额及占比、毛利率，以及与非贸易商直营客户、经销毛利率差异情况及原因；说明经销商和贸易商模式下终端销售情况及销售周期，是否存在通过经销商或贸易商提前确认收入情形；主要经销商为线上还是线下经销商，是否为公司关联方或潜在关联方，除经营公司产品外，是否还销售其它产品；说明返利具体政策、返利金额及占比，与经销收入的匹配性，相关会计处理及准确性；经销商层级管理的具体情况，各层级经销商数量、销售金额及占比；是否存在前员工设立的经销商或非法人经销商。

（一）补充披露报告期内贸易商销售模式金额及占比、毛利率，以及与非贸易商直营客户、经销毛利率差异情况及原因；

1、公司的销售模式

报告期内，公司采取经销为主、直营为辅，线上线下互补的多元化全渠道营销模式。公司的下游客户群体中，不包含典型的贸易商。

公司主要销售模式如下：

（1）线上销售

公司主要通过入驻开设自营品牌店铺的模式与第三方平台进行合作，基于该模式，天猫、京东等第三方负责在线商城基础设施的运营及用户推广（指对该等在线商城整体的推广和用户引流），公司则专注于为消费者提供产品和服务。

①线上经销

线上经销商模式是指公司授权经销商在约定的电商平台开设店铺销售公司产品。公司将产品销售给经销商，再由经销商通过网店销售给最终消费者，最后由经销商将产品通过物流公司发给消费者。

②电商销售

该模式下，公司主要通过第三方平台（天猫旗舰店、京东等）开设自营店铺进行直接销售。公司直接面向终端消费者，委托第三方物流向其提供配送及退换货等服务。

③电商平台入仓

公司目前与京东、天猫超市合作电商平台入仓模式，在该种模式下，公司直接与电商平台对接，不直接面对终端消费者。

电商平台入仓主要流程为：公司委托第三方物流公司将商品发往上述电商平台的仓库，由电商平台负责订单管理及后续的物料配送。消费者直接在上述电商平台下单并付款，平台在收到消费者款项后通过其自有物流或第三方物流向消费者直接发货，或在货到付款等形式下先行发货。售后服务一般由电商平台负责，公司则按照与电商平台签署合同约定的义务为平台提供相关产品的售后服务。

(2) 线下销售

欧琳科技所处行业具有终端用户数量多、区域分布广的特点，其线下采用经销为主、直销为辅的销售模式。

①线下经销

经销模式下，公司与经销商签订买断式销售协议，经销商按统一进货价、统一指导价、合同归属的区域进行公司产品的销售。同时，公司的工程类经销商与全国优质房地产商建立合作关系，为大型房地产项目提供精装修配套水槽净洗类产品。

②线下直销

建材超市与大型家装公司直营模式：公司采用签署销售合同的直营模式，该类客户主要是家居建材超市与大型家装公司，如：百安居、圣都装饰及被窝装饰等。

展厅直营模式：公司在总部设有综合性展厅，主要作为向经销商展示的窗口，根据终端销售的需要，搭建不同渠道、各种风格的销售场景，进行全系列新产品展示，提供全屋装饰空间的沉浸式体验，并满足周边地区消费者的购买需求。

公司已在公开转让说明书“第二节 公司业务”之“四、公司主营业务相关的情况”之“（二）产品或服务的主要消费群体”中，就公司的主要消费群体修改如下：

“公司主营产品为各类水槽、水龙头及配件、卫浴五金、垃圾处理器等产品，公司现有业务专注于厨房水区板块的集成配套。公司产品的主要消费群体为零售类经销商、工程类经销商、家装公司及家装市场以及有厨卫装修需求的客户群体。”

2、不同销售模式毛利率情况

公司已在公开转让说明书“第四节 公司财务”之“六、经营成果分析”之“（四）毛利率分析”中，就公司不同销售模式下的毛利率情况补充披露如下：

报告期内，公司线上及线下的毛利率情况如下表所示：

项目	2024年1-7月	2023年度	2022年度
	毛利率	毛利率	毛利率
主营业务收入	41.99%	43.76%	40.49%
线下销售	38.43%	39.39%	37.49%
线上销售	47.95%	50.10%	44.79%

由上表可见，报告期内，公司线下销售毛利率水平分别为37.49%、39.39%和38.43%，毛利率水平整体比较稳定；公司线上销售毛利率分别为44.79%、50.10%和47.95%，毛利率整体较为稳定，且处于较高水平。

整体来看，公司线下销售的毛利率水平低于线上销售，主要原因在于：公司线下销售主要为线下经销模式，报告期内，线下经销收入占线下收入合计比重分别为81.64%、82.02%以及79.51%，为线下收入的主要构成。线上收入中，占比最高的为电商类销售，报告期内，电商销售占公司线上收入的比重分别为74.06%、74.25%以及81.59%。电商销售的整体毛利率水平要高于线下经销收入，主要原因系公司向经销商的销售定价为在成本基础上考虑合理的利润空间，但由于经销商具有一定市场开拓能力，主导渠道开拓、市场推广活动，为了尽可能的发挥经销商的上述市场能力，公司向经销商销售的产品通常会具有一定的价格折让。而电商销售主要为公司通过电商平台直接向终端客户销售，毛利空间较高。因此公司线下销售模式的毛利率相对较低。

（二）说明经销商和贸易商模式下终端销售情况及销售周期，是否存在通过经销商或贸易商提前确认收入情形；

经销模式下，公司对经销商主要为买断式销售，一般采用款到发货的方式结算，公司在将商品发出后，相关产品所有权转移给经销商，公司确认收入。经销商在取得公司产品后，无论后续是否卖出均与公司无关。在买断式经销模式下，经销商的库存均由其自主决定、自我管理，公司对经销商的库存不能实施控制。公司的 ERP 系统未接入经销商库存管理、终端销售系统，不存在对经销商库存管理及终端销售流向追踪相关信息管理系统。因此，公司无法实时掌握经销商客户销售产品的流向、各期末库存数据。

对于经销商终端销售和销售周期的核查，中介机构在访谈主要经销商的过程中，会向其询问下游客户信息，要求实地参观对方仓库，并要求对方出具向下游销售订单、进销存记录等支持性证据。但是，公司与经销商的商业关系为既合作又博弈，由于经销商的下游主要客户为家装公司和各分销商，因此其下游客户信息属于经销商的重要商业秘密，为防止出现公司获取其下游客户信息后跳过经销商直接与其优质下游客户进行合作的情形发生，多数经销商不愿提供其下游客户信息。经销商的下游分销和家装公司等客户不直接与公司发生业务合作，其亦不愿意配合公司提供全面的终端客户信息，因此无法全面掌握经销商的终端销售实现情况。

对此，中介机构采取替代措施，尽力获取部分主要经销商的进销存等终端数据信息，确认各主要经销商的各期销售量、库存情况。依据经销商提供的进销存数据，报告期内经销商基本实现终端销售，不存在库存明显积压的情形，相关数据及核查过程详见本回复“问题 4/八/（三）终端销售核查情况”。

由于公司采用的是买断式销售的模式，因此经销商会依据其自身经营目标、下游销售预期情况等实际业务情况自行确定并向公司进行订货，自主决定其备货数量和预期销售周期。由于涉及商业秘密，大部分经销商拒绝提供其对外销售周期资料。根据获取的部分经销商提供的进销存数据推测，报告期内各经销商的销售周期约为 2-4 个月。

综上所述，报告期内公司的产品基本实现终端销售，销售收入真实，不存在通过经销商提前确认收入的情形。

（三）主要经销商为线上还是线下经销商，是否为公司关联方或潜在关联

方，除经营公司产品外，是否还销售其它产品；

报告期内，公司的前五大经销商类型如下表所示：

序号	经销商名称	经销商类型	是否为公司关联方或潜在关联方	是否销售其它公司产品
1	上海琪丰贸易有限公司	线下经销商（零售类）	否	是
2	杭州东箭完整家居有限公司	线下经销商（工程类）	否	是
3	成都志铂商贸有限公司	线下经销商（工程类）	否	是
4	郑州浩之发商贸有限公司	线下经销商（零售类）	否	是
5	上海苡帆实业有限公司	线下经销商（零售类）	否	否
6	宁波乐巢家居有限公司	线上经销商（零售类）	否	否
7	上海旻格贸易有限公司	线下经销商（零售类）	否	否
8	浙江昊亿雅创商贸有限公司	线下经销商（零售类）	否	-
9	厦门广家厨卫销售有限公司	线下经销商（工程类）	否	是
10	杭州晶硕商贸有限公司	线下经销商（零售类）	否	否

注 1：信息来源于客户访谈等；

注 2：浙江昊亿雅创商贸有限公司未接受访谈，且无公开资料表明其是否销售其他公司产品。

公司主要经销商类型大多为线下经销商，不存在为公司关联方或潜在关联方的情形。公司经销商一般会综合考虑市场需求、产品竞争力及其自身优势等因素，自主决定其销售策略，多数经销商在销售公司产品的时候，也会销售与公司产品无直接竞争关系的其他品牌产品。

（四）说明返利具体政策、返利金额及占比，与经销收入的匹配性，相关会计处理及准确性；

1、说明返利具体政策、返利金额及占比，与经销收入的匹配性；

公司根据各经销商每季/年度的销售完成情况，在协议约定的返利点数上进行阶梯式返利，具体政策如下：

（1）零售类经销商返利政策

①2022 年

客户等级	年度销售指标	季度返利J	年度返利N	说明
A类经销商	500万以上	2%	3%	销售指标为销售合同内12个月含税开票指标，以上返利政策仅含厨房水槽、龙头、洗碗机水槽等核心类产品，其他品类产品销量计量不计返，具体以合同为准
B类经销商	200万-500万	1%	3%	
C类经销商	100万-200万	1%	2%	
D类经销商	50万-100万	1%	1%	

②2023年-2024年1-7月

客户等级	年度销售指标	季度返利J	年度返利N	说明
A类经销商	500万以上	3%	2%	销售指标为销售合同内12个月含税开票指标，以上返利政策仅含厨房水槽、龙头、洗碗机水槽等核心类产品，其他品类产品销量计量不计返，具体以合同为准
B类经销商	200万-500万	2%	2%	
C类经销商	100万-200万	2%	1%	
D类经销商	50万-100万	1%	1%	

零售类经销商返利计算方式如下：

开票指标（完成率P）	P≥100%	100%>P≥80%	P<80%
季度返利点位	J	J*P	0
年度返利点位	N	N*P	0

注：零售类经销商返利政策分别包括季度返利和年度返利，其中季度返利考核指标根据经销商个体情况单独制定

（2）工程类经销商返利政策

①2022年和2023年

年度实际采购额 S A<S≤B		奖励额 M M=【R+（S-A）·K】	
A	B	R（奖励基数）	K（超出部分奖励提点）
0	180万元	0	-
180万元	300万元	18000元	2%

年度实际采购额 S A<S≤B		奖励额 M M=【R+ (S-A) ·K】	
A	B	R (奖励基数)	K (超出部分奖励提点)
300 万元	500 万元	42000 元	3%
500 万元	700 万元	102000 元	4%
700 万元	900 万元	182000 元	5%
900 万元	根据经销商年度实际采购额 S>900 万元时，经销商可获取奖励额 M=S·3.6%		

②2024 年 1-7 月

年度销售指标 (不含税) (S)	年度返利 (J)	说明
300万≤S≤500 万元	4%	销售指标为《欧琳工程授权经销合同》内约定的不含税提货额，具体以合同为准，以上返利政策仅含厨房水槽、厨房龙头、洗碗机水槽产品，其他品类产品销量计量不计返。
500<万元S<1000 万元	5%	
1000万元≤S	7%	

返利计算方式如下：

开票指标 (完成率P)	P≥100%	100%>P≥80%	P<80%
返利点位计算	S*J	S*J*P	0

(3) 电商类经销商返利政策

政策					
年度目标档	返利率				
	0-399 万元部分	400-499 万元部分	500-599 万元部分	600-699 万元部分	≥700 万元部分
≥300 万元	2%	3%	5%	7%	9%
≥400 万元	3%	3%	5%	7%	9%
≥500 万元	5%	5%	5%	7%	9%
≥600 万元	7%	7%	7%	7%	9%
≥700 万元	9%	9%	9%	9%	9%

注：电商类经销商返利政策分别包括月度返利和年度返利，其中月度返利比例为 3%，考核指标根据经销商个体情况单独制定；经销商目标完成率<80%时，则不享受返利支持。

报告期内，公司的返利金额如下表所示：

单位：万元

销售返利	2024 年 1-7 月	2023 年	2022 年
返利合计	73.37	410.25	396.15

销售返利	2024年1-7月	2023年	2022年
经销收入	7,615.14	17,155.75	16,122.78
返利占比	0.96%	2.39%	2.46%

由上表可知，报告期内，公司 2022 年和 2023 年返利金额占经销收入比例相当，与公司收入匹配；2024 年 1-7 月公司返利占经销收入比例较低主要系因为公司经销商销售旺季在下半年，且工程类经销商返利为年度返利，每年年底统一考核所致。

2、返利会计处理及准确性

《企业会计准则第 14 号——收入》第十六条规定：合同中存在可变对价的，企业应当按照期望值或最可能发生金额确定可变对价的最佳估计数，但包含可变对价的交易价格，应当不超过在相关不确定性消除时累计已确认收入极可能不会发生重大转回的金额。企业在评估累计已确认收入是否极可能不会发生重大转回时，应当同时考虑收入转回的可能性及其比重。每一资产负债表日，企业应当重新估计应计入交易价格的可变对价金额。可变对价金额发生变动的，按照本准则第二十四条和第二十五条规定进行会计处理。

《企业会计准则第 14 号——收入》第三十五条规定：对于附有客户额外购买选择权的销售，企业应当评估该选择权是否向客户提供了一项重大权利，企业提供重大权利的，应当作为单项履约义务，按照本准则第二十条至第二十四条规定将交易价格分摊至该履约义务，在客户未来行使购买选择权取得相关商品控制权时，或者该选择权失效时，确认相应的收入，客户额外购买选择权的单独售价无法直接观察的，企业应当综合考虑客户行使和不行使该选择权所能获得的折扣的差异、客户行使该选择权的可能性等全部相关信息后，予以合理估计。

根据《监管规则适用指引——会计类第 2 号》规定：对基于客户采购情况等给予的现金返利，企业应当按照可变对价原则进行会计处理；对基于客户一定采购数量的实物返利或仅适用于未来采购的价格折扣，企业应当按照附有额外购买选择权的销售进行会计处理，评估该返利是否构成一项重大权利，以确定是否将其作为单项履约义务并分摊交易对价。

根据公司与客户签订的协议约定或者公司政策文件，对于给予客户的返利，在达到协议所约定的要求后，公司在经销商采购产品时通过销售折扣的方式冲减当期销售收入。对于年末已确认返利义务但尚未抵减当期销售额的年度返利折扣，公司在年末予以计提，冲减应收账款，直接冲减当期销售收入。

报告期内，公司根据经销协议或公司政策约定的返利条款，经销商根据销售金额计算返利；同时公司根据产品推广需求制定返利政策，并依据政策规定计提相关返利。期后与经销商实际结算返利金额与当期计提金额基本一致，销售返利计提金额充分准确。

综上所述：公司返利金额与经销收入相匹配，相关会计处理符合《企业会计准则》有关销售返利会计处理的相关规定，金额计提准确。

（五）经销商层级管理的具体情况，各层级经销商数量、销售金额及占比；是否存在前员工设立的经销商或非法人经销商。

公司按照经销商经营渠道、销售规模、团队等整体综合实力、经营理念将经销商分为一级经销商和二级经销商，不同层级经销商均与公司直接签订合同并产生业务合作关系，报告期内不同层级经销商的数量、销售金额和占当期营业收入比重如下表所示：

经销商层级	2024年1-7月			2023年度			2022年度		
	家数	销售金额 (万元)	销售金额占比	家数	销售金额 (万元)	销售金额占比	家数	销售金额 (万元)	销售金额占比
一级经销商	294	7,559.79	99.27%	315	17,063.79	99.46%	256	16,069.62	99.67%
二级经销商	30	55.35	0.73%	35	91.96	0.54%	33	53.16	0.33%
合计	324	7,615.14	100.00%	350	17,155.75	100.00%	289	16,122.78	100.00%

家装行业具有消费群体数量众多且区域分布范围广的特点，公司通过经销商销售至终端客户，能够覆盖更广泛的客户群体。部分经销商因规模较小或自身经营习惯，主要以个人或家庭式模式经营，未成立法人组织，因此公司经销商中存在个体工商户等非法人组织形式跟公司开展经销合作的情形，具体情况如下：

单位：个

经销商类型	2024年1-7月		2023年度		2022年度	
	数量	占比	数量	占比	数量	占比
法人经销商	237	73.15%	249	70.94%	202	69.90%
非法人经销商	87	26.85%	102	29.06%	87	30.10%
合计	324	100.00%	351	100.00%	289	100.00%

注：非法人经销商包括非法人企业、个体工商户等。

报告期内，公司不存在前员工设立的经销商。

三、请公司：（3）说明电商平台入仓和电商销售模式及对应收入确认时点差异，收入确认所取得的凭证、依据是否充分、可靠，是否符合《企业会计准则》的相关规定；线上收入确认是否充分考虑无理由退换货条件、退换货期并进行恰当的收入确认，收入数据如何获取、与公司内部业务、财务系统衔接的及时性及准确性；线上线下毛利率差异情况及原因。

（一）电商平台入仓和电商销售模式收入确认模式，收入确认所取得的凭证、依据是否充分、可靠，是否符合《企业会计准则》的相关规定

电商平台入仓收入确认方法：收到电商平台对账单后开票确认收入。公司将商品运送至电商平台指定的仓库，由电商平台负责商品的销售、物流配送及收款工作。终端消费者直接向电商平台下单并付款，电商平台在收到消费者款项后通过其自有物流或第三方物流向消费者直接发货。待电商平台已发货并定期与公司核对确认后，公司产品的主要风险报酬及控制权才最终完成转移，公司因向电商平台转让商品而有权取得的对价才很可能收回，公司根据对账单日期作为确认收入时点的收入确认方法符合《企业会计准则》相关规定。

电商销售模式收入确认方法：公司通过网上电子商务平台实现对外销售，消费者将货款支付至互联网支付平台，公司发出商品，客户确认收货且公司收到货款时确认收入。公司将商品发出、客户收到货物，并且公司收到货款时，客户已取得商品控制权，符合《企业会计准则》的相关规定。

（二）线上收入确认是否充分考虑无理由退换货条件、退换货期并进行恰当的收入确认，收入数据如何获取、与公司内部业务、财务系统衔接的及时性及准确性；线上线下毛利率差异情况及原因。

1、公司线上平台主要为天猫、京东，天猫平台无理由退换货为 7 天、退换货期为 45 天，京东平台无理由退换货为 7 天、退换货期为 60 天。公司线上收入确认为取得客户对账单或收到货款，收入确认已考虑无理由退换货条件、退换货期，报告期内公司跨期退换货率及退换货发生频率较低且具有偶然性，公司不能根据以往经验合理估计退换货期退货的可能性，收入确认具有合理性；

2、线上收入数据获取方式如下：

(1) 境内电商 B2B2C 模式

公司境内电商 B2B2C 模式主要为与京东自营合作的入仓模式，电商平台定期会提供结算单，公司财务系统相应进行收入确认，保证收入数据的及时性及准确性；

(2) 境内电商 B2C 模式

公司合作的平台主要为天猫、拼多多、京东等，均为知名电商平台，公司引入管易云系统，管易云系统通过数据接口与电商平台直接相连，电商平台的数据通过接口实时准确完整的传输至电商管易云系统，公司财务系统根据相关订单的状态定期下推发票进行收入确认，保证收入数据的及时性及准确性。

3、公司线上线下毛利率明细情况如下：

渠道	2024年1-7月	2023年	2022年
线上	47.95%	50.10%	44.79%
线下	38.43%	39.39%	37.49%

由上表可见，公司报告期内各期线上销售毛利率均高于线下销售，主要系公司线上产品定价相对线下较高导致，线上产品定价较高，具体原因系公司线上销售占比最高的是直营旗舰店，均系面向终端消费者，减少了中间流通，无中间商的差价环节，毛利较高。

四、请公司：(4) 说明报告期内是否存在同一买家（如同一姓名、IP 地址、支付银行卡、联系方式、收货地址等）在多个电商平台多次购买公司产品情况，是否存在单个买家大额采购的情形，如有，说明原因及合理性；报告期内线上销售及业务系统中交易量的地域、时间分布情况，是否存在某一时间段交易量突增或其他异常情形；线上销售是否涉及刷单情形。

(一) 说明报告期内是否存在同一买家(如同一姓名、IP 地址、支付银行卡、联系方式、收货地址等)在多个电商平台多次购买公司产品的情况,是否存在单个买家大额采购的情形,如有,说明原因及合理性;

1、报告期内是否存在同一买家(如同一姓名、IP 地址、支付银行卡、联系方式、收货地址等)在多个电商平台多次购买公司产品的情况;

自《中华人民共和国个人信息保护法》出台以后,各大电商平台基于用户个人隐私数据保护及商业秘密保护的原因,不再提供买家个人信息或对买家个人信息进行了脱敏。以欧琳线上直销业务主要平台天猫与京东为例,天猫平台报告期内不提供姓名、IP 地址、支付银行卡、联系方式、详细收货地址;京东平台不提供 IP 地址、支付银行卡,提供明文的下单账号、姓名以及详细收件地址。因此,对于天猫平台,为保证买家唯一性,以下单订单号后六位(同一买家在天猫平台的订单后六位始终保持不变)以及付款的支付宝账号(部分“*”脱敏)的组合作为唯一识别标识;对于京东平台,以明文的下单账号作为唯一识别标识。综上,公司无法在跨平台的维度获取到相同且唯一的买家识别标识以区分跨平台买家是否为同一买家。

2、是否存在单个买家大额采购的情形,如有,说明原因及合理性;

按照上述标准的买家唯一识别标识对天猫和京东两个平台的旗舰店买家购买次数情况进行统计,数据分布情况如下:

1、2022 年

(数量单位:人、笔;金额单位:万元)

买家年下单次数分组	买家数	订单数	交易金额	客单价	金额占比
1 次	79,784	79,784	6,317.65	0.0792	67.26%
2 次	13,022	26,044	1,966.62	0.1510	20.94%
3 次	2,833	8,499	655.48	0.2314	6.98%
4 次	731	2,924	221.11	0.3025	2.35%
5-10 次	460	2,590	195.36	0.4247	2.08%
10 次以上	18	1,800	36.46	2.0258	0.39%
合计	96,848	121,641	9,392.69	0.0970	100.00%

2、2023 年

(数量单位：人、笔；金额单位：万元)

买家年下单次数分组	买家数	订单数	交易金额	客单价	金额占比
1次	77,658	77,658	6,345.30	0.0817	67.31%
2次	12,001	24,002	1,930.42	0.1609	20.48%
3次	3,083	9,249	741.31	0.2405	7.86%
4次	784	3,136	232.67	0.2968	2.47%
5-10次	403	2,312	165.59	0.4109	1.76%
10次以上	11	239	11.39	1.0354	0.12%
合计	93,940	116,596	9,426.68	0.1003	100.00%

3、2024年1-7月

(数量单位：人、笔；金额单位：万元)

买家年下单次数分组	买家数	订单数	交易金额	客单价	金额占比
1次	33,054	33,054	3,126.00	0.0946	66.75%
2次	5,443	10,886	989.29	0.1818	21.13%
3次	1,523	4,569	395.81	0.2599	8.45%
4次	352	1,408	113.11	0.3213	2.42%
5-10次	150	830	54.79	0.3652	1.17%
10次以上	4	85	3.52	0.8791	0.08%
合计	40,526	50,832	4,682.51	0.1155	100.00%

买家年下单次数主要在 2 次及以下，该区间各年交易金额占当年交易总额的比例分别为 88.20%、87.79%和 87.88%，说明多数买家年购买次数较少。交易金额随下单次数增加逐级递减，存在部分用户复购次数较高，原因主要系存在企业采购行为和京东线下专卖店的批量或频繁采购。

报告期内历年单个买家下单金额排名前 5 的情况统计如下：

1、2022 年

(数量单位：个、笔；金额单位：万元)

买家唯一识别标识	订单数	交易金额	金额占比
质青****物资	68	10.36	0.110%
95****4)	104	8.85	0.094%
14****m)	2	7.82	0.083%
91****0)	4	6.54	0.070%
JD****1店	9	5.62	0.060%

买家唯一识别标识	订单数	交易金额	金额占比
前 5 名交易金额占交易总额比重			0.417%
2022 年订单总数	121,641	交易总额	9,392.69

2、2023 年

(数量单位：个、笔；金额单位：万元)

买家唯一识别标识	订单数	交易金额	金额占比
95****4)	76	5.99	0.064%
zh****wz	18	2.87	0.030%
69****m)	2	2.77	0.029%
17****0)	6	2.49	0.026%
76****m)	3	2.24	0.024%
前 5 名交易金额占交易总额比重			0.173%
2023 年订单总数	116,596	交易总额	9,426.68

3、2024 年 1-7 月

(数量单位：个、笔；金额单位：万元)

买家唯一识别标识	订单数	交易金额	金额占比
41****1)	2	10.50	0.224%
76****m)	1	7.14	0.153%
72****m)	1	6.65	0.142%
42****m)	1	6.46	0.138%
27****m)	1	6.43	0.137%
前 5 名交易金额占交易总额比重			0.794%
2023 年订单总数	50,832	交易总额	4,682.51

报告期内纳入分析范围的各年订单总数分别为 121,641 笔、116,596 笔和 50,832 笔，下单金额排名前 5 的买家占对应期间交易金额比例均小于 1%。

综上所述，公司不存在单个买家大额采购的情形。

(二) 报告期内线上销售及业务系统中交易量的地域、时间分布情况，是否存在某一时间段交易量突增或其他异常情形；

针对天猫和京东两个平台旗舰店，报告期内的交易数据按照地址所属省份统计订单收货地域分布情况如下：

(1) 2022 年

(数量单位：人、笔；金额单位：万元)

省份	买家数	订单数	交易金额	金额占比
浙江省	15,738	20,422	1,830.07	19.48%
江苏省	14,274	18,125	1,588.40	16.91%
上海	13,399	16,803	1,401.78	14.92%
四川省	4,615	5,846	469.74	5.00%
广东省	5,266	6,385	434.26	4.62%
湖北省	4,402	5,532	414.88	4.42%
湖南省	3,393	4,329	345.23	3.68%
安徽省	3,571	4,487	327.68	3.49%
重庆	2,821	3,557	298.68	3.18%
山东省	3,749	4,555	268.22	2.86%
其他	25,947	31,600	2,013.78	21.44%
合计	96,848	121,641	9,392.69	100.00%

注：此处买家数为在该省份收货的买家数量，下同

(2) 2023 年

(数量单位：人、笔；金额单位：万元)

省份	买家数	订单数	交易金额	金额占比
浙江省	15,093	18,947	1,696.45	18.00%
上海	13,645	17,015	1,544.28	16.38%
江苏省	13,618	16,852	1,506.64	15.98%
四川省	4,635	5,921	491.75	5.22%
广东省	5,275	6,395	463.78	4.92%
湖北省	4,375	5,540	425.94	4.52%
湖南省	3,440	4,271	351.49	3.73%
安徽省	3,473	4,249	316.56	3.36%
山东省	3,394	4,173	278.08	2.95%
重庆	2,657	3,294	272.73	2.89%
其他	24,619	29,939	2,078.98	22.05%
合计	93,940	116,596	9,426.68	100.00%

(3) 2024 年 1-7 月

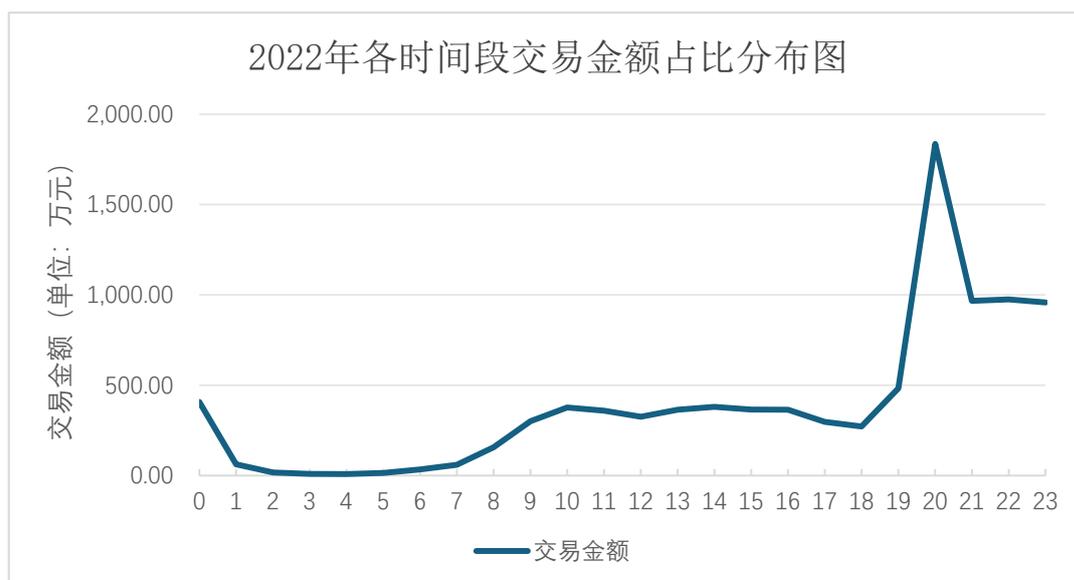
(数量单位：人、笔；金额单位：万元)

省份	买家数	订单数	交易金额	金额占比
浙江省	7,567	9,563	1,004.11	21.44%
上海	6,010	7,448	667.08	14.25%
江苏省	5,929	7,331	666.56	14.24%
四川省	2,183	2,826	273.50	5.84%
广东省	2,246	2,762	225.11	4.81%
湖北省	1,873	2,348	213.99	4.57%
湖南省	1,508	1,900	172.60	3.69%
安徽省	1,361	1,698	146.77	3.13%
山东省	1,271	1,678	145.31	3.10%
重庆	1,186	1,510	142.37	3.04%
其他	9,491	11,768	1,025.11	21.89%
合计	40,526	50,832	4,682.51	100.00%

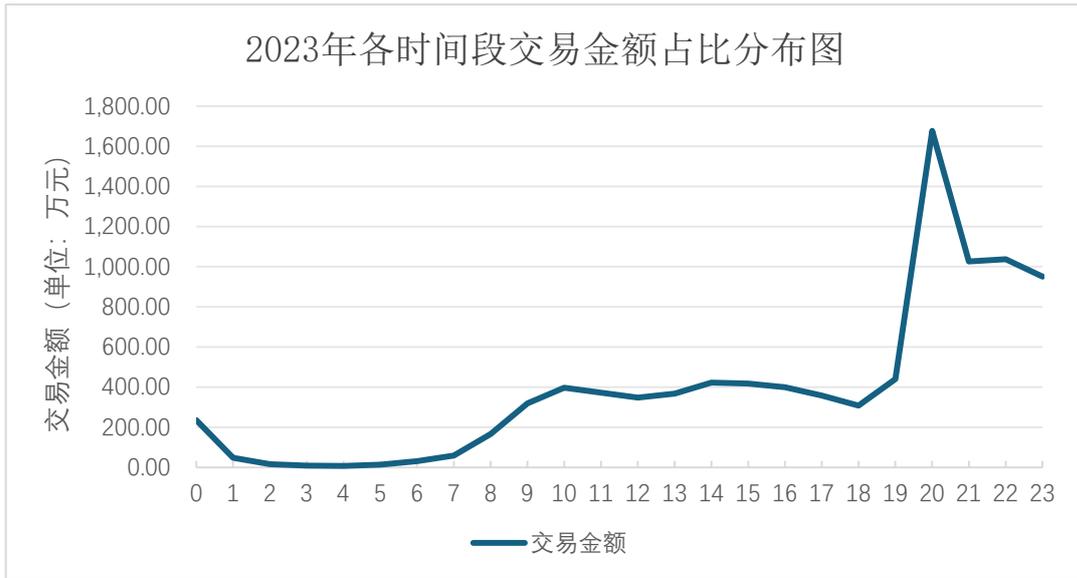
报告期内纳入分析范围的订单在浙江、上海和江苏等经济发达省份以及主要市场占比较高，最高省份占比在 20%左右，其他省份较分散，未出现特别集中的省级市场。

报告期内的交易数据按照交易时间点统计下单时间 24 小时分布情况如下：

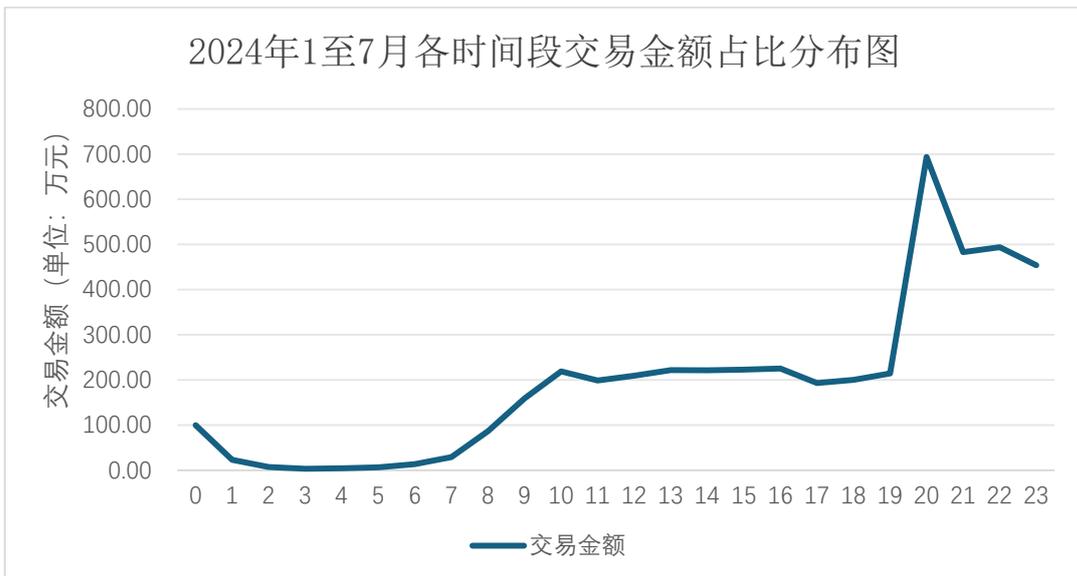
(1) 2022 年



(2) 2023 年



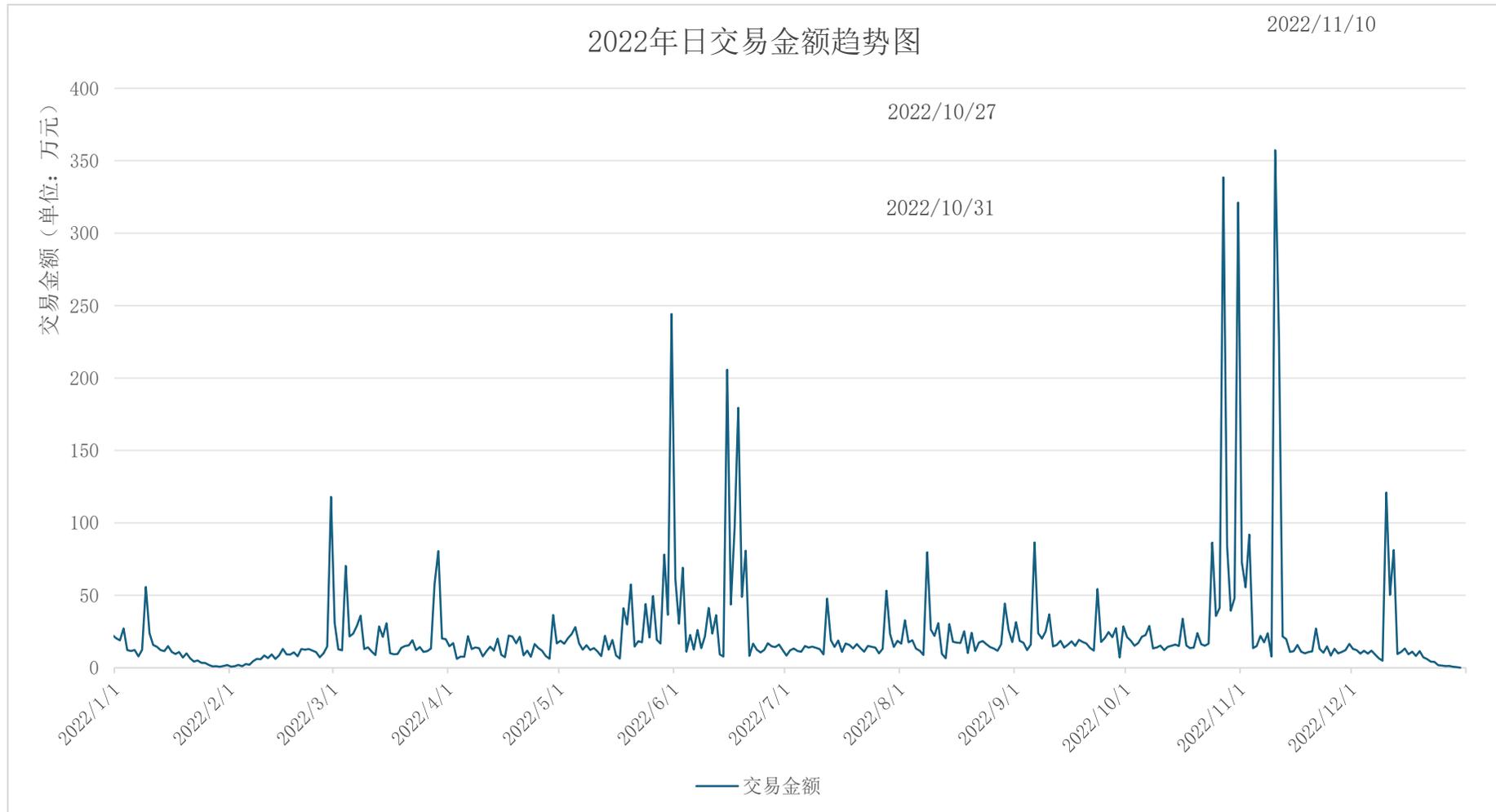
(3) 2024年1-7月



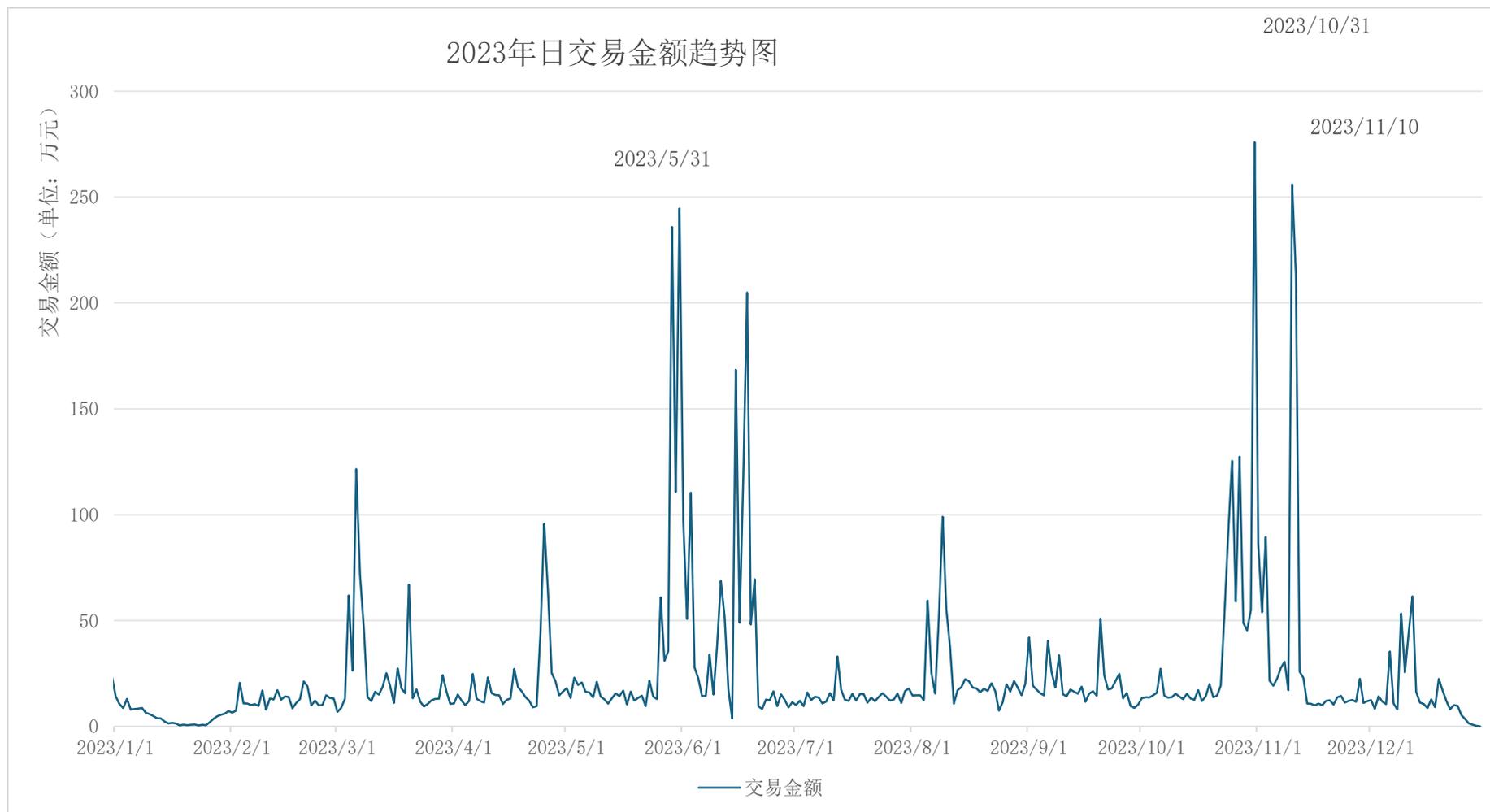
报告期内，各年买家交易均主要集中在 20 点，该时间点系大促活动开启时间，其余时间点分布较为分散。

报告期内的交易数据按照交易日统计下单时间分布情况如下：

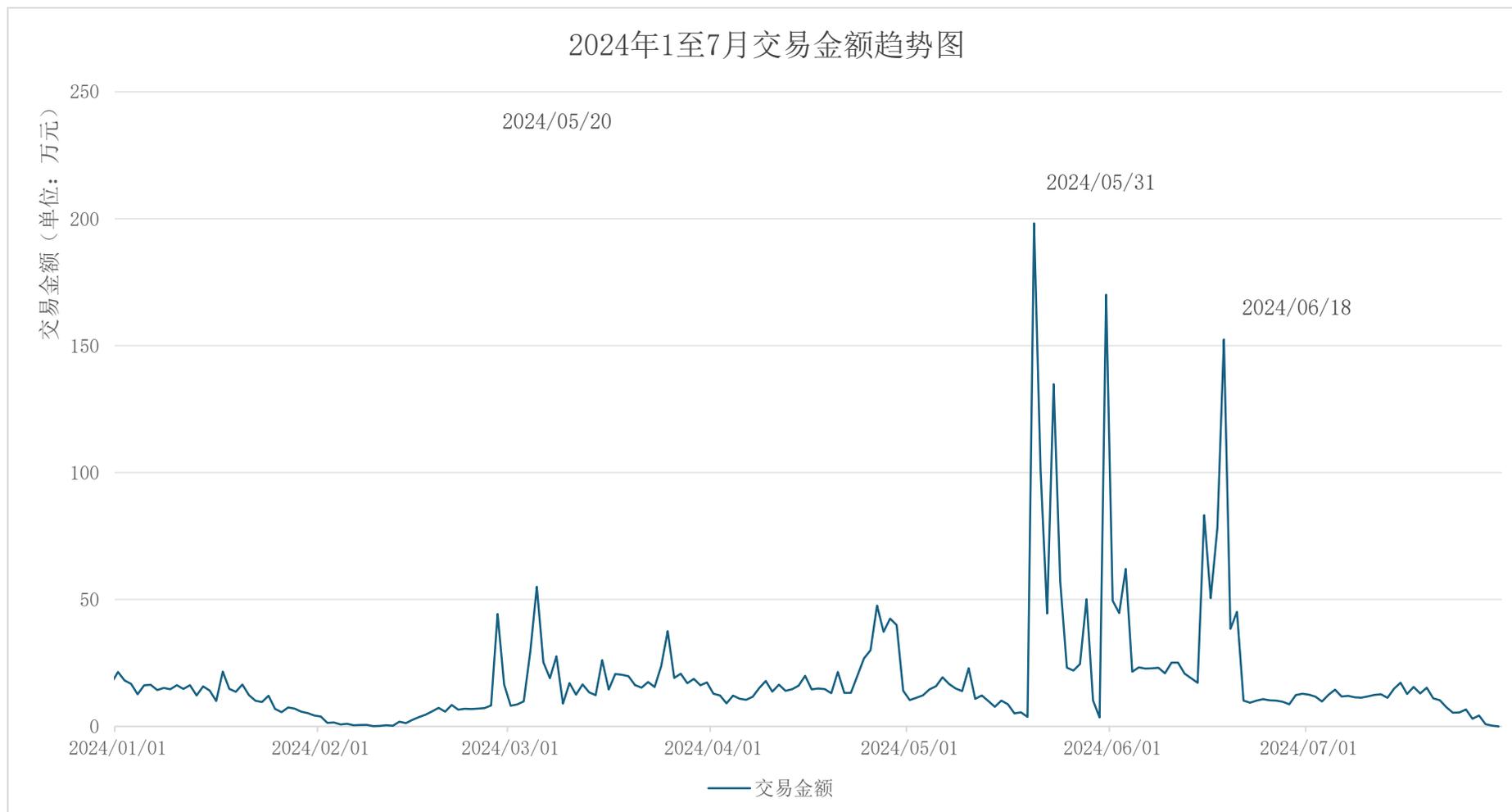
(1) 2022年



(2) 2023年



(3) 2024年1-7月



报告期内纳入分析范围的交易订单，集中交易日主要系“双十一”“6.18”等电商促销活动日或达人直播等有关活动的开启日，其他交易日金额相对分散。

综上，报告期内线上销售除电商业务正常的促销以及活动导致的交易集中外，不存在某一时间段交易量突增或其他异常的情形。

（三）线上销售是否涉及刷单情形

为验证公司在日常运营过程中是否存在不符合平台市场管理规范以及涉嫌刷单的违规行为，中介机构从商家后台违规记录、低价商品核查、物流信息以及订单备注信息方面对线上直销业务的主要店铺进行了相关核查。核查结果如下：

1、天猫欧琳官方旗舰店

（1）商家后台违规记录核查

经核查天猫欧琳官方旗舰店商家后台中的全部违规记录，发现存在如下所示的违规情况：

（数量单位：笔；金额单位：万元）

期间	违规详情	违规订单笔数	违规订单金额
2022年	天猫销量评价管理规则	17	0.31
2023年	天猫销量评价管理规则	11	1.98
2024年1至7月	天猫销量评价管理规则	14	0.20
合计		42	2.48

经核查，天猫欧琳官方旗舰店商家后台存在违规记录，累计违规金额为24,841.08元。其中2022年与2024年1至7月部分订单被系统判定为违规的主要原因系商品销售类目发生调整，因未能确保商品链接在不同活动机制中对应商品及商品价格的一致性导致被系统判定为违规。2023年部分订单被系统判定为违规的主要原因系，客户在订单尚未发货的状态下提前确认收货并申请退款，导致这部分订单被系统标记为违规订单。

（2）低价商品核查

本次低价商品核查的样本来自管易云系统（公司所采购的电商企业管理软件，处理电商订单及发货）中已付款的订单，公司包含低价商品（管易云系统

中让利后金额小于等于 1 元的商品) 且已付款订单的核查情况如下:

(数量单位: 笔; 金额单位: 元)

期间	商品名称	订单笔数	订单金额
2022 年	成品 OL-ZB2005 竹砧板	218	2.18
	成品 OL-ZWJ5002 多功能置物架	164	1.64
	黑色围裙	23	0.23
	成品 OL-MBJ5001 抹布架	1	1
	围裙	1	0.01
2023 年	OL-CH3105S	49	0.49
	黑色围裙	28	28
	欧琳围裙 OLWQ-DL01	15	15
	OL-CH3003S (新)	5	0.05
	OL-CH3504-B	4	0.04
	OL-CH3003S-B (新)	3	0.03
	OL-CH3303-B	1	0.01
	成品 OL-C7502 龙头 (带条码) (带周转箱)	1	1
合计		513	49.68

天猫欧琳官方旗舰店中存在低价商品的主要原因系店铺的营销策略, 即店铺为了吸引新顾客并提高客户粘性, 增设新会员注册入会优惠, 当会员满足特定条件时, 即可享受低价换购指定商品的权益。天猫欧琳官方旗舰店的低价商品主要集中于 2022 年 10 月和 2023 年 6 月, 主要原因系公司于 2022 年 10 月份推出 1 元锁权订单, 2022 年 6 月份开展了品牌会员挑战计划和新会员注册入会活动。

(3) 物流单号重复性核查

本次物流单号重复性核查的样本来自管易云系统中导出的订单数据, 公司同一快递单号关联多个不同订单单号的核查情况如下:

(数量单位: 笔; 金额单位: 万元)

期间	物流单号重复订单数	物流单号重复订单金额
2022 年	529	13.88
2023 年	509	17.36
2024 年 1 至 7 月	122	2.87

期间	物流单号重复订单数	物流单号重复订单金额
合计	1,160	34.11

目前天猫欧琳官方旗舰店存在不同订单单号共用同一快递单号的情况。该部分订单的业务场景为：同一客户存在多笔收货地址一致的订单，该业务情况下满足一定预设条件的订单会自动触发管易云系统的订单合并操作。

(4) 订单备注信息核查

本次订单备注信息核查的样本来自管易云系统以及天猫后台导出的订单数据，公司买家留言以及商家备注字段包含“好评”或者“晒单”字样订单信息的核查情况如下：

(数量单位：笔；金额单位：万元)

期间	涉及订单数	涉及订单金额
2022年	2,656	333.91
2023年	1,675	235.67
2024年1至7月	407	50.38
合计	4,738	619.96

天猫欧琳官方旗舰店存在部分订单的买家留言及商家备注字段中包含“好评”或者“晒单”字样，产生上述业务场景的主要原因系，顾客主动咨询关于好评和晒单等行为能否获得额外奖励，客服在遵循平台规则的前提下，会适度地提供一定的赠品或者小额红包作为回馈，以鼓励顾客积极参与和正面评价。

2、京东欧琳官方旗舰店

(1) 商家后台违规记录核查

公司京东欧琳官方旗舰店商家后台中的违规类型主要为延迟发货、差评商品违规以及不当发布商品或信息等不涉及刷单的违规。

(2) 低价商品核查

本次低价商品核查的样本来自管易云系统中已付款的订单，公司包含低价商品（管易云系统中让利后金额小于等于1元的商品）且已付款订单的核查情况如下：

(数量单位：笔；金额单位：元)

期间	商品名称	订单笔数	订单金额
2022年	OL-LSP3001 盆中盆组件	16	14.56
	成品 OL-ZWJ5002 多功能置物架	13	12.18
	OL-J002-1	9	8.23
	成品 OL-ZB2001 榉木砧板	5	4.56
	垃圾处理器 114 转 140 口径适配器	4	4
	OL-PSG5027B 排水管	3	2.56
	成品 OL-MBJ5001 抹布架	2	2
	T512 便捷式外壳套装	2	1.63
	JHB1-OLT512 便捷净洗衣机	2	1.63
	OL-156 沥水篮（细丝）	2	1.75
	垃圾处理器 110 口径适配器	1	1
	欧琳围裙 OLWQ-LD1007	1	1
	OL-CFGL4021A 成品 厨房挂篮	1	1
	OL-GBA201 卫浴挂件套装	1	1
	OL-ZB2001 沙比利砧板	1	1
2023年	OLLJ-GY01 欧琳感应垃圾桶	1	0.02
2024年1至7月	欧琳围裙 OLWQ-DL01	1	0.73
合计		65	58.85

京东欧琳官方旗舰店中存在低价商品的主要原因系赠品订单。京东欧琳官方旗舰店的低价商品主要集中于 2022 年 1 月，主要原因系公司于 2022 年 1 月份特别推出优惠策略，顾客只需购买 1 件及以上商品即可享受获赠相关商品的福利，从而促进了该时段内赠品订单数量的增长。

(3) 物流单号重复性核查

本次物流单号重复性核查的样本来自管易云系统中导出的订单数据，公司同一快递单号关联多个不同订单单号的核查情况如下：

(数量单位：笔；金额单位：万元)

期间	物流单号重复订单数	物流单号重复订单金额
2022年	1,163	71.50
2023年	1,035	52.93
2024年1至7月	225	12.87

期间	物流单号重复订单数	物流单号重复订单金额
合计	2,423	137.30

目前京东官方旗舰店中存在不同订单单号共用同一快递单号的情况。该部分订单的业务场景为：同一客户存在多笔收货地址一致的订单，该业务场景下满足一定预设条件的订单会自动触发管易云系统的订单合并操作。

(4) 订单备注信息核查

本次订单备注信息核查的样本来自管易云系统以及京东后台导出的订单数据，公司买家留言以及商家备注字段包含“好评”或者“晒单”字样订单信息的核查情况如下：

(数量单位：笔；金额单位：万元)

期间	涉及订单数	涉及订单金额
2022年	7	1.13
2023年	26	4.17
2024年1至7月	40	5.50
合计	73	10.79

京东欧琳官方旗舰店存在部分订单的商家备注中包含“好评”或者“晒单”字段。产生上述业务场景的主要原因系，顾客主动咨询关于好评和晒单等行为能否获得额外奖励，客服在遵循平台规则的前提下，会适度地提供一定的赠品或者小额红包作为回馈，以鼓励顾客积极参与和正面评价。

3、抖音欧琳官方旗舰店

(1) 商家后台违规记录核查

经核查抖音欧琳官方旗舰店商家后台中的全部违规记录，可能涉及刷单的违规情况如下：

(数量单位：笔；金额单位：万元)

期间	违规详情	违规订单笔数	违规订单金额
2024年1至7月	商家虚假交易违规_情节一般	8	6.00

抖音欧琳官方旗舰店商家后台存在违规记录，其中可能涉及刷单的违规类型为商家虚假交易违规，累计违规金额为6.00万元。其中2024年1至7月部分订单被系统判定为违规的主要原因系，该时间段内存在多客户申请未发货仅退

款，导致这部分订单被系统标记为违规订单。

(2) 低价商品核查

本次低价商品核查的样本来自管易云系统中已付款的订单，公司包含低价商品（管易云系统中让利后金额小于等于 1 元的商品）且已付款订单的核查情况如下：

（数量单位：笔；金额单位：元）

期间	商品名称	订单笔数	订单金额
2022 年	成品 OL-ZB2005 竹砧板	50	0.50
	成品 OL-ZWJ5002 多功能置物架	1	1.00
	OL-CFGL5021 成品厨房挂篮	1	1.00
	OL-J002-1	1	1.00
	成品 OL-MBJ5001 抹布架	1	1.00
	成品 OL-ZB2003 复合砧板	1	1.00
2023 年	成品 OL-ZB2005 竹砧板	31	31.00
	欧琳围裙 OLWQ-DL01	31	31.00
	成品 OL-ZWJ5002 多功能置物架	1	0.01
2024 年 1 至 7 月	成品 OL-ZB2005 竹砧板	1	0.01
合计		119	67.52

抖音欧琳官方旗舰店中存在低价商品的主要原因系店铺的营销策略，即店铺为了吸引顾客下单并提高客户粘性，在达人直播期间，于直播间上架了一系列低价福利商品。

(3) 物流单号重复性核查

本次物流单号重复性核查的样本来自管易云系统中导出的订单数据，公司同一快递单号关联多个不同订单单号的核查情况如下：

（数量单位：笔；金额单位：万元）

期间	物流单号重复订单数	物流单号重复订单金额
2022 年	187	11.75
2023 年	78	4.87
2024 年 1 至 7 月	17	1.46
合计	282	18.08

目前抖音欧琳官方旗舰店存在不同订单单号共用同一快递单号的情况。该部分订单的业务场景为：同一客户存在多笔收货地址一致的订单，该业务情况下满足一定预设条件的订单会自动触发管易云系统的订单合并操作。

(4) 订单备注信息核查

本次订单备注信息核查的样本来自管易云系统导出的订单数据，公司买家留言以及商家备注字段包含“好评”或者“晒单”字样订单信息的核查情况如下：

(数量单位：笔；金额单位：万元)

期间	涉及订单数	涉及订单金额
2022年	4	0.77
2023年	18	3.14
2024年1至7月	235	43.80
合计	257	47.71

抖音欧琳官方旗舰店存在部分订单的买家备注及卖家备注字段中包含“好评”或者“晒单”字样，产生上述业务场景的主要原因系，顾客主动咨询关于好评和晒单等行为能否获得额外奖励，客服在遵循平台规则的前提下，会适度地提供一定的赠品或者小额红包作为回馈，以鼓励顾客积极参与和正面评价。

4、拼多多欧琳官方旗舰店

(1) 商家后台违规记录核查

经核查抖音欧琳官方旗舰店商家后台中的全部违规记录，可能涉及刷单的违规情况如下：

(数量单位：笔；金额单位：万元)

期间	违规类型	违规订单笔数	违规订单金额
2022年	发票违规	2	0.2847
	虚假轨迹	-	-
2023年	虚假发货	-	-
	虚假轨迹	-	-
	欺诈发货	-	-
2024年1至7月	虚假发货	-	-
	发票违规	1	0.0798

期间	违规类型	违规订单笔数	违规订单金额
合计		3	0.3645

注：“-”表示无法获取该条违规记录的涉及订单明细信息，主要原因系拼多多已限制部分违规类型仅支持下载 1 个月内的违规订单。

拼多多欧琳官方旗舰店商家后台存在违规记录，其中可能涉及刷单的违规类型为虚假轨迹、虚假发货、欺诈发货以及发票违规。拼多多平台限制违规数据仅支持下载 1 个月的违规订单记录，所涉及的累计违规金额为 0.3645 万元。其中部分订单被系统判定为虚假轨迹、虚假发货、欺诈发货违规的主要原因系，客户同时下单了水槽和龙头，然而商家并未同步发货。客户因此发起投诉，在此过程中，系统误将该部分订单判定为虚假发货。2022 年部分订单被系统判定为发票违规，主要原因系拼多多与自动开票系统首次实现系统对接的过程中，部分单据更新不及时。2024 年部分订单被系统判定为发票违规，主要原因系客户要求开具专用发票，而商家未能及时手动上传发票信息，从而被系统判定为违规。

(2) 低价商品核查

本次低价商品核查的样本来自管易云系统中已付款的订单，公司包含低价商品（管易云系统中让利后金额小于等于 1 元的商品）且已付款订单的核查情况如下：

（数量单位：笔；金额单位：元）

期间	商品名称	订单笔数	订单金额
2022 年	OL-J002-1	2	2.89
	OL-DM5565L	1	1.00
合计		3	3.89

拼多多欧琳官方旗舰店中存在低价商品的主要原因系店铺的营销策略，即店铺为了吸引顾客下单并提高客户粘性，发布店铺满赠活动，满足既定条件，不仅能享受满赠福利，还可参与低价换购商品的活动。

(3) 物流单号重复性核查

本次物流单号重复性核查的样本来自管易云系统中导出的订单数据，公司同一快递单号关联多个不同订单单号的核查情况如下：

(数量单位：笔；金额单位：万元)

期间	物流单号重复订单数	物流单号重复订单金额
2022年	221	9.73
2023年	144	4.91
2024年1至7月	56	1.64
合计	421	16.28

目前拼多多欧琳官方旗舰店存在不同订单单号共用同一快递单号的情况。该部分订单的业务场景为：同一客户存在多笔收货地址一致的订单，该业务情况下满足一定预设条件的订单会自动触发管易云系统的订单合并操作。

(4) 订单备注信息核查

本次订单备注信息核查的样本来自管易云系统导出的订单数据，公司买家留言以及商家备注字段包含“好评”或者“晒单”字样订单信息的核查情况如下：

(数量单位：笔；金额单位：万元)

期间	涉及订单数	涉及订单金额
2022年	12	1.82
2023年	20	2.54
2024年1至7月	4	0.65
合计	36	5.02

拼多多欧琳官方旗舰店存在部分订单的买家备注及卖家备注字段中包含“好评”或者“晒单”字样，产生上述业务场景的主要原因系，顾客主动咨询关于好评和晒单等行为能否获得额外奖励，客服在遵循平台规则的前提下，会适度地提供一定的赠品或者小额红包作为回馈，以鼓励顾客积极参与和正面评价。

为了排除对不同电商店铺共用同一物流单号的合理怀疑，中介机构筛选管易云系统中上述核查店铺的订单数据，并对上述数据样本中是否存在同一快递单号关联不同店铺的情况进行了核查，并未发现同一快递单号关联不同店铺的情况。

此外，中介机构还获取了各平台对于刷单行为的处罚制度。其中，天猫平台规定：

商家通过虚构或隐瞒交易事实、规避或恶意利用信用记录规则等不正当方式，获取虚假的商品销量、店铺评分、信用积分、商品评论或成交金额等不当利益的行为将构成虚假交易。若商家存在虚假交易行为，则平台将依据违规情节的严重性，对其采取公示警告、违规商品或信息处置、经营权限管控、支付违约金、扣分以及账户权限管控等处罚措施。

京东平台规定：

当商家存在通过包括但不限于获取虚假的商品销量、店铺评分、商品评论或成交金额等，妨害、干扰消费者购物权益或其他商家利益，涉嫌违法违规等风险交易，损害京东正常经营秩序的行为时，将被平台认定为其存在虚假交易。若商家进行虚假交易，则平台将依据违规情节的严重性，对其采取删除违规商品销量、删除或折叠违规评价以及扣除违约金等处罚措施。

抖音平台规定：

当商家存在刷单刷评以及炒信作弊等异常情况时，将被平台认定为其存在异常交易数据，从而将自动触发平台的虚假交易违规处罚机制。平台将依据违规情节的严重性，对商家采取取消虚假交易订单的销量、金额、评价、扣除违约金以及清退商家等处罚措施。

拼多多平台规定：

当商家存在通过规避平台规则或利用平台规则漏洞或系统漏洞等方式，套取补贴，或者获取虚假商品销量、虚假好评、虚假信用评价等不当利益，或者恶意损害其他商家或任何第三方合法权益的行为，将被平台认定为其存在虚假交易。若商家存在虚假交易行为，则平台将依据违规情节的严重性，对其采取限制店铺资金提现、扣收店铺保证金、限制店铺功能以及终止合作等处罚措施。

综上所述，上述所列示的公司违规记录均不涉及刷单情形，公司线上销售不涉及刷单的情形。

五、请公司：（5）说明特定新产品特殊授信销售模式具体情况，交易金额和占比，客户是否可以退货，是否为终端销售，商品发出并取得回款作为收入确认时点的原因及合理性，是否符合会计准则相关规定。

（一）公司特定新产品特殊授信销售模式具体情况，交易金额和占比

1、公司特定新产品特殊授信销售模式具体情况

2019年起，我国在全国地级及以上城市全面启动生活垃圾分类，伴随垃圾分类政策的东风，厨余垃圾处理器一度被寄予厚望，资料显示垃圾处理器在欧美等发达国家十分普遍，但在我国家庭中的普及率不及1%，存在巨大的市场增长潜力，2022年公司打造型号为KDS750垃圾处理器核心单品投入市场，由于疫情三年影响，经销商资金较为紧张，公司选取了部分核心经销商给予了一年期的授信期进行产品推广，具有一定的必要性和商业合理性。

2023年，中央经济工作会议提出，要以提高技术、能耗、排放等标准为牵引，推动大规模设备更新和消费品以旧换新。2024年4月12日，商务部等14部门印发的《推动消费品以旧换新行动方案》发布，其中，提出推动家装厨卫“焕新”，鼓励各地支持开展旧房装修、厨卫等局部升级改造和居家适老化改造。2023年经过反复的市场调研，针对老旧小区公司发现普通龙头改造升级为抽拉式龙头存在较大的市场需求，因此适时推出CS9638、CS9638G、CFL008（9638的线上款）三款龙头和OL-JF-300角阀产品，相较于水槽产品，龙头产品价格较低且安装改造较为方便，给予经销商一定的授信额度可以迅速扩大市场占有率。同时，受经济环境不景气和房地产行业低迷的市场环境影响，包含家装市场在内的整体消费环境持续受压。公司经过多次与主要经销商进行沟通，均反馈门店成本居高不下，下游家装公司等收款条件愈发苛刻，致其营运资金紧张。公司给予经销商一定的授信额度可以缓解经销商资金困难紧张带来的市场拓展问题，提振市场需求，提升经销商市场开拓积极性。综上，公司给予经销商一年期的授信期，具有一定的必要性和商业合理性。

2、交易金额和占比

报告期内，公司新产品特殊授信确认交易金额如下：

单位：万元

产品名称	授信订单金额 (不含税)	2022年度确 认收入	2023年度确 认收入	2024年1-7 月确认收入	2024年8-12 月确认收入
垃圾处理器	2,081.42		702.90	8.60	5.31
龙头及角阀	4,807.48		176.99	436.06	3,954.01

产品名称	授信订单金额 (不含税)	2022 年度确 认收入	2023 年度确 认收入	2024 年 1-7 月确认收入	2024 年 8-12 月确认收入
小计	6,888.90		879.89	444.66	3,959.31
营业收入		31,734.25	32,999.04	15,263.82	
占比	-	0.00%	2.67%	2.91%	-

(二) 客户是否可以退货，是否为终端销售，商品发出并取得回款作为收入确认时点的原因及合理性，是否符合会计准则相关规定

1、对于特殊授信新产品，公司为提高新产品的市场竞争力，激励经销商市场开拓积极性，共同推动产品在市场上的成功推广和销售，公司给予经销商一年期的授信期，但部分经销商由于受行业整体环境影响，终端销售情况不佳，存在退货需求，经公司管理层慎重讨论，由于公司产品无明显保质期要求，且其他区域市场仍存在市场需求，经与经销商协商后，允许部分经销商退货。

2、公司新产品特殊授信销售均为经销模式，不存在直接面向消费者等终端客户进行直接销售的情形。

3、回款作为收入确认时点的原因及合理性

由于新产品特殊授信均系为提高市场占有率的新产品，公司在发货后预计可取得的对价存在不确定性，根据《企业会计准则第 14 号——收入（2017 年修订）》（财会〔2017〕22 号）“第十六条 合同中存在可变对价的，企业应当按照期望值或最可能发生金额确定可变对价的最佳估计数，但包含可变对价的交易价格，应当不超过在相关不确定性消除时累计已确认收入极可能不会发生重大转回的金额。企业在评估累计已确认收入是否极可能不会发生重大转回时，应当同时考虑收入转回的可能性及其比重。”在实际业务开展过程中，部分经销商存在期后退货的情况，且客户的回款受新产品终端销售等不可控因素影响，难以在发货时点作出合理的会计估计并确保收入极可能不会发生重大转回。公司基于谨慎性原则待控制权转移并回款时确认收入更符合实际情况。

六、请公司：(6) 结合官方网站、APP、微信小程序的运营主体和运营模式，说明公司是否涉及互联网平台的搭建与运营，是否存在通过网站、APP、微信小程序等为第三方提供经营场所、交易撮合、信息交互服务的情形。

根据《国务院反垄断委员会关于平台经济领域的反垄断指南》（以下简称

“《反垄断指南》”）第二条的相关规定，“（一）平台，本指南所称平台为互联网平台，是指通过网络信息技术，使相互依赖的双边或者多边主体在特定载体提供的规则下交互，以此共同创造价值的商业组织形态。（二）平台经营者，是指向自然人、法人及其他市场主体提供经营场所、交易撮合、信息交流等互联网平台服务的经营者。（三）平台内经营者，是指在互联网平台内提供商品或者服务（以下统称商品）的经营者。平台经营者在运营平台的同时，也可能直接通过平台提供商品。（四）平台经济领域经营者，包括平台经营者、平台内经营者以及其他参与平台经济的经营者。”

公司不存在运营管理的 APP 程序的情况，公司运营管理的官方网站、微信小程序的具体情况如下：

序号	名称	类型	运营主体	运营模式
1	欧琳云购	微信小程序	欧琳科技	公司的产品展示、品牌宣传以及案例展示、经销商预约服务，目前已停止运营。
2	欧琳官方商城	微信小程序	欧琳科技	公司的产品展示、品牌宣传以及产品在线销售
3	oulinyungou.com	网站	欧琳科技	公司的产品、品牌推广以及展示信息，并宣传公司于天猫、京东、拼多多开设的企业自营店铺

1、“欧琳云购”微信小程序

“欧琳云购”是微信小程序，主要用于公司的产品展示、品牌宣传以及案例展示、经销商预约服务。截至本回复出具之日，“欧琳云购”已停止运营，且后续计划不再使用。因此，“欧琳云购”小程序不涉及互联网平台的搭建与运营，不存在通过“欧琳云购”小程序为第三方提供经营场所、交易撮合、信息交互服务的情形。

2、“欧琳官方商城”小程序

欧琳官方商城主要用于公司的产品展示、品牌宣传以及公司产品在线销售。消费者可直接通过“欧琳官方商城”小程序下单购买公司产品。由公司进行直接销售。因此，“欧琳官方商城”小程序不涉及互联网平台的搭建与运营，不存在通过“欧琳官方商城”小程序为第三方提供经营场所、交易撮合、信息交互服务的情形。

3、“oulinyungou.com”网站

“oulinyungou.com”网站主要用于公司的产品、品牌宣传推广以及展示信息，并宣传公司于天猫、京东、拼多多开设的企业自营店铺。公司通过在天猫、京东、拼多多等平台开设店铺面向终端用户进行销售，已按照相关平台的运营规则就平台店铺开立、产品上架与运营、平台推广服务和运营支持等相关事项进行具体约定，遵照平台规则和运营流程向终端消费者销售公司产品。因此，公司通过官方网站对其产品以及企业自营店铺进行宣传，获取公域流量客户，不涉及互联网平台的搭建与运营，亦不涉及通过“oulinyungou.com”网站为第三方提供经营场所、交易撮合、信息交互服务的情形。

综上所述，公司运营管理的官方网站、微信小程序主要用于公司产品及品牌宣传推广、展示信息等。因此，公司不涉及互联网平台的搭建及运营，不属于《反垄断指南》中规定的“互联网平台”，不存在通过网站、APP、微信小程序等为第三方提供经营场所、交易撮合、信息交互服务的情形。

七、请主办券商及会计师：（1）核查上述事项（1）-（5）并发表明确意见；

（一）核查程序

针对上述事项，主办券商与会计师执行了以下核查程序：

1、获取公司主要客户名单及框架协议，走访公司主要客户，访谈公司总经理，了解与主要客户的合作背景、获取订单方式等合作情况；

2、通过国家企业信用信息公示系统取得公司主要客户的信用报告，获取主要客户的基本情况，包括采购内容、注册资本、股东结构等；

3、访谈公司销售负责人及财务负责人，了解公司的各类销售模式以及不同销售模式毛利率差异的原因；

4、对经销商进行访谈，实地查看了客户的经营场所，了解与公司的合作模式，核查与公司是否存在关联关系或非经营性资金往来等；

5、结合主要经销商访谈，查询主要经销商官网等公开信息，了解主要经销商是否除销售公司产品外还销售其他产品；查阅公司与主要经销商签订的合同，查看合同对经销商销售竞品的相关规定；

6、取得主要经销商的进销存等信息，穿透走访经销商的下游分销商、家装公司和项目地楼盘，了解经销商的终端销售情况，确认经销商报告期末公司相关产品存货无明显积压。终端销售核查程序详见本回复之“问题 4/八/（三）终端销售核查情况”；

7、获取报告期内公司经销商名单，与公司员工名册交叉核查，了解是否存在前员工设立的经销商；通过公开渠道查询主要经销商的企业信用信息公示报告，了解经销商的组织形式；

8、检查销售合同及其他销售凭证，了解主要合同条款或条件,核查电商平台入仓和电商销售模式收入确认时点是否与合同保持一致，是否符合《企业会计准则》的规定；

9、对公司线上销售业务执行 IT 审计程序，通过结合客户名称、送货地址、消费次数、消费金额及付款、退换货情况及其他数据、指标、证明资料等，对公司线上销售业务分区域、分时间段进行业务集中度分析并进行客户交易行为分析，核查公司线上销售是否涉及刷单情形。相关核查程序详见本回复之“问题 4/九/（一）核查程序”。

10、针对抽取的线上交易明细执行穿行测试，核实了相应物流信息，并获取了交易凭证信息，核查线上收入的真实性。

11、统计报告期内线上退换货情况，充分考虑无理由退换货条件、退换货期情况下的收入的确认是否准确；

12、获取并核查线上电商平台结算单并与财务账列进行核对，将公司业务系统、财务系统进行核对，核查收入数据是否真实、准确、完整；

13、对公司总经理进行访谈，了解特定新产品特殊授信销售模式具体情况；

14、查询新产品特殊授信销售订单、运输单并检查回款情况。统计新产品授信的期后退回情况，了解退货原因。

（二）核查意见

经核查，主办券商与会计师认为：

1、公司与主要客户建立了长期稳定的合作关系，报告期内公司主要客户未

发生重大变化，复购率较高，主要客户均与公司签署框架协议；

2、报告期内，公司采取经销为主、直营为辅，线上线下互补的多元化全渠道营销模式，公司的下游客户群体中，不包含典型的贸易商；公司已在公开转让说明书中补充披露不同销售模式下的毛利率差异情况，公司线下销售的毛利率水平低于线上销售，主要系线下销售以经销模式为主，为尽可能发挥经销商的市场开拓能力，公司向经销商销售的产品通常有一定的价格折让所致，具有合理性；经销模式下公司产品基本实现终端销售，销售周期约为 2-4 个月，不存在通过经销商提前确认收入的情形；公司主要经销商以线下经销商为主，不存在为公司关联方或潜在关联方的情形，部分主要经销商除经营公司产品外，还销售其他与公司产品不存在直接竞争关系的其他产品；公司已说明返利具体政策、返利金额及占比，报告期内公司的返利金额占经销收入比例相当，公司根据返利条款约定的比例及基数计算返利金额，相应冲减主营业务收入及应收账款，会计处理准确；公司的经销商分为一级经销商和二级经销商，报告期内一级经销商的销售收入占公司经销收入均达 99%以上，公司存在部分的非法人经销商，不存在前员工设立的经销商；

3、电商平台入仓和电商销售模式下收入确认所取得的凭证、依据充分、可靠，符合《企业会计准则》的相关规定；线上收入确认已充分考虑无理由退换货条件、退换货期并进行恰当的收入确认；收入数据与公司内部业务、财务系统衔接具有及时性和准确性；

4、受《中华人民共和国个人信息保护法》对个人隐私数据保护的原因，无法在跨平台的维度获取到相同且唯一的买家识别标识以区分跨平台买家是否为同一买家；公司不存在单个买家大额采购的情形；公司已说明线上销售及业务系统中交易量的地域、时间分布情况，报告期内，公司线上销售除电商业务正常的促销以及活动导致的交易集中外，不存在某一段时间交易量突增或其他异常的情形；公司线上销售不涉及刷单的情形；

5、公司采用特定新产品特殊授信销售模式进行产品推广具有一定的必要性和商业合理性；公司新产品特殊授信销售均为经销模式，不存在直接面向消费者等终端客户进行直接终端销售的情形，该批产品经协商后，允许部分经销商退货；由于新产品特殊授信均系为提高市场占有率的新产品，公司在发货后预

计可取得的对价存在不确定性，基于谨慎性原则待控制权转移并回款时确认收入更符合实际情况，符合《企业会计准则》的规定。

八、请主办券商及会计师：（2）分别说明对于经销商和贸易商收入的核查程序、核查过程、核查比例（包括但不限于走访、发函、回函、细节测试以及通过尽调累计确认的核查比例）、核查结论以及终端销售核查情况；

（一）核查方式和核查比例

公司不存在贸易商，相关答复详见本回复之“问题 4/二/（一）补充披露报告期内贸易商销售模式金额及占比、毛利率，以及与非贸易商直营客户、经销毛利率差异情况及原因”，主办券商和会计师对经销商收入的相关核查程序、核查过程、核查比例如下：

1、了解与收入确认相关的关键内部控制，评价这些控制的设计，确定其是否得到执行，并测试相关内部控制的运行有效性；

2、检查销售合同，了解主要合同条款或条件，评价收入确认方法是否适当；检查公司的收入确认时点是否与合同约定保持一致，是否符合《企业会计准则》的规定；

3、获取公司报告期各期收入成本表，查看经销商客户在报告期内向公司采购的产品类型、采购金额等情况，识别是否存在重大或异常波动，并查明原因；同时，与同行业可比公司进行比较分析，分析经销商销售模式、占比等情况与同行业可比公司是否存在显著差异及原因；

4、取得报告期内的经销商名单，查阅公司对经销商的相关管理制度和返利政策；

5、针对经销商收入实行实质性细节测试，选取项目检查相关支持性文件，包括销售合同、订单、对账单、销售发票、出库单、运输单、银行回单等，以核实公司是否按照既定的收入确认政策进行经销商收入的确认，细节测试情况如下：

单位：万元

项目	2024年1-7月	2023年度	2022年度
经销商收入	7,615.14	17,155.75	16,122.78

项目	2024年1-7月	2023年度	2022年度
细节测试金额	4,593.47	10,347.72	10,368.43
细节测试金额占比	60.32%	60.32%	64.31%

6、通过公开渠道查询主要经销商的企业信用信息公示报告，重点核查和了解其成立时间、注册资本、注册地址、经营范围、法定代表人、股权结构及董监高等情况，核查主要经销商与公司是否存在关联关系；

7、对经销商进行访谈，实地查看了客户的经营场所，了解与公司和合作历史、合作背景，对经销商与公司在报告期内的交易情况、签订合同等信息进行确认，核查与公司是否存在关联关系或非经营性资金往来等，访谈结果无异常。访谈比例具体如下：

单位：万元

项目	2024年1-7月	2023年度	2022年度
经销商收入	7,615.14	17,155.75	16,122.78
访谈收入金额	3,096.25	8,932.43	9,036.98
访谈金额占比	40.66%	52.07%	56.05%

8、执行截止性测试，针对公司报告期各期末前后的销售记录，从中抽取各期末前后销售记录，获取其出库及发货单据，查阅发票、记账日期及回款时间，确认收入发生时点的准确性；

9、对主要经销商进行函证，函证报告期各期销售收入、各期末往来等余额，核查收入的真实性、准确性。具体核查情况如下：

项目	2024年1-7月	2023年度	2022年度
经销商收入	7,615.14	17,155.75	16,122.78
发函经销商收入金额	3,488.67	8,659.76	8,658.76
发函金额占比	45.81%	50.48%	53.71%
回函可确认收入金额	3,488.67	8,659.76	8,658.76
可确认回函金额比例	45.81%	50.48%	53.71%

10、获取公司报告期内主要经销商的进销存数据，并取得主要经销商的终端销售明细，核查并分析主要经销商的销售情况及期末库存情况；

11、核查公司、实际控制人、董事、监事、高管、关键岗位人员与经销商

之间是否存在异常资金往来。

通过上述核查程序，通过尽调累计确认的核查比例如下：

项目	2024年1-7月	2023年度	2022年度
细节测试程序确认比例	60.32%	60.32%	64.31%
访谈程序确认比例	40.66%	52.07%	56.05%
函证程序确认比例	45.81%	50.48%	53.71%
累计确认比例	70.37%	77.69%	80.38%

（二）核查结论

经核查，主办券商和会计师认为：报告期内，公司经销商收入具有真实性、准确性和完整性。

（三）终端销售核查情况

1、核查程序

（1）走访主要经销商，了解主要终端客户以及终端销售的实现情况。具体走访核查比例详见本回复“问题4/八/（一）核查方式和核查比例/对主要经销商进行访谈...”；

（2）获取主要经销商的进销存清单，查看经销商的销售数量、库存数量等信息，核查经销商终端销售的实现情况，具体核查情况如下：

单位：万元

项目	2024年1-7月	2023年度	2022年度
获取进销存对应经销商家数	24	24	22
公司经销收入合计（A）	7,615.14	17,155.75	16,122.78
经销商进销存验证收入（B）	3,021.90	8,276.51	7,744.14
进销存验证收入占经销收入合计比例（C=B/A）	39.68%	48.24%	48.03%

报告期内，取得进销存的经销商验证收入占公司经销收入合计比例分别为48.03%、48.24%和39.68%。报告期内，公司经销商终端销售情况良好、期末库存水平合理，不存在经销商库存异常的情形，经销收入实现了终端销售。

主办券商及会计师据此对经销商库存情况进行分析，确认是否有经销商存在库存积压等库存异常情形。水槽产品为公司的核心产品，报告期内水槽收入

占公司主营业务收入比重分为 59.51%、58.03%和 58.12%，因此主要以水槽为例分析经销商的期末库存情况，具体如下：

单位：个

项目	2024年1-7月	2023年度	2022年度
经销商（已进销存核查）期末水槽库存数量（A）	12,268	12,536	11,643
经销商（已进销存核查）当期水槽销售数量（B）	39,096	91,360	93,098
库存留存率（C=A/B）	31.38%	13.72%	12.51%

如上表所示，经销商的库存留存率良好，处于合理范围内。报告期内各经销商的备货周期（即销售周期）约为 2-4 个月，经销商通常根据终端销售需求及市场预判确定库存量，与进销存情况相匹配。

（3）穿透走访经销商的下游分销商、家装公司和项目地楼盘。在提供进销存且愿意配合的经销商中，主办券商及会计师实地查看其仓储情况，确认存货无明显积压，实地访谈了经销商的下游分销商及家装公司，查看其经营场所，了解其与经销商的合作模式、交易情况、合作背景等信息，抽样获取了报告期内终端客户向分销商要货的销售记录或分销商对终端客户发货的物流记录；对于工程类经销商，其一般无仓库储存公司产品，亦无下游分销商，因此主办券商及会计师实地走访部分工程类经销商的项目地楼盘，抽取部分业主实地进入其家中查看公司产品的终端安装情况，以验证终端销售的真实性。

2、核查结论

经核查，主办券商和会计师认为：报告期内，公司经销商与主要经销商均为买断式经销，销售收入真实、准确、完整。报告期内经销商基本实现终端销售，不存在库存明显积压的情形。

九、请主办券商及会计师：（3）结合客户名称、送货地址、购买数量、消费次数、消费金额及付款、退换货情况及其他数据、指标、证明资料等，对公司线上销售的收入确认是否符合《企业会计准则》等相关规定发表明确意见；结合公司的业务运营特点、信息系统支撑业务开展程度、用户数量及交易量级、IT 审计情况（如有）等，说明对信息系统可靠性、业务运营和财务数据的一致性和合理性的核查程序、金额及比例，并发表明确意见。

（一）核查程序

中介机构依据业务数据流转的路径，通过检查、观察、询问、分析、样本测试、模拟重算等程序，对公司线上直销业务收入相关的数据进行了解和测试并执行 IT 审计相关审计程序，为信息系统可靠性、业务运营和财务数据的一致性和合理性提供支持性证据。

报告期内公司线上直销业务集中于主要店铺，报告期内各年纳入 IT 审计核查范围的主要店铺如下：

单位：万元

期间	店铺名称	电商平台	审定收入	占审定收入的比例
2022 年	天猫欧琳官方旗舰店	天猫	5,125.29	54.60%
	京东欧琳官方旗舰店	京东	2,636.18	28.09%
	未纳入核查的其他店铺		1,624.67	17.31%
	合计		9,386.14	100.00%
2023 年	天猫欧琳官方旗舰店	天猫	5,120.61	52.41%
	京东欧琳官方旗舰店	京东	2,656.22	27.19%
	未纳入核查的其他店铺		1,992.89	20.40%
	合计		9,769.72	100.00%
2024 年 1-7 月	天猫欧琳官方旗舰店	天猫	2,506.15	55.48%
	京东欧琳官方旗舰店	京东	1,211.85	26.83%
	未纳入核查的其他店铺		798.88	17.69%
	合计		4,516.88	100.00%

IT 审计的主要核查程序如下：

1、基于对信息系统依赖的基础环境、制度等进行检查的目的，执行了与财务报表有关的信息系统一般控制测试，主要包括信息科技治理、运行保障管理、系统维护管理以及业务连续性管理等模块；

2、基于了解业务数据流转逻辑，检查核心业务系统管易云系统相关控制的有效性，明确公司交易违规具体情况的目的，执行了与收入相关信息系统的穿行测试以及应用控制测试。主要包括主要店铺的业务穿行测试，涉及的业务流程包括下单、付款、发货、退货等，涉及的平台包括外部电商平台、资金结算平台以及管易云系统（B2C 主要业务系统）；在穿行测试的基础上，对管易云系

统（B2C 主要业务系统）从输入项控制、流程处理控制、输出项控制、角色及授权管理以及日志管理等方面进行应用控制测试；此外，还从商家后台违规记录核查、低价商品核查、物流单号重复性核查、订单备注信息核查等方面对店铺违规情况进行统计；

3、基于通过外部订单和资金数据与 OMS 订单核对验证系统数据传递准确性的目的，对主要店铺执行了业财一致性核对，为验证公司管易云系统留存订单数据的完整性和准确性，通过订单编号将核查店铺管易云系统订单与电商平台导出的销售订单逐笔进行双向核对；为验证电商平台销售订单与资金流水的完整性和准确性，通过订单编号将主要店铺在管易云系统平台导出的销售订单与资金流水逐笔进行双向核对；

4、基于对收入确认准确性进行核查的目的,获取了外部资金流水对主要店铺的收入情况与账面进行核对；

5、基于通过多重维度的分析对用户交易行为进行分析，为交易真实性提供数据佐证的目的，对可获取买家信息的主要线上直销店铺执行运营数据和业务多维度分析，以核查订单和买家交易行为，主要涉及交易基本情况统计（分年、分店铺）、新老客户交易情况、用户年交易集中度分析、收货地域集中度分析、销售商品集中度分析、下单日集中度分析、年下单次数分布分析、年交易金额分布分析、单笔交易金额分布分析、交易时间分布分析、物流分析、退换货分析等。

（二）核查结论

1、通过结合客户名称、送货地址、消费次数、消费金额及付款、退换货情况及其他数据、指标、证明资料等，主办券商及会计师认为，公司线上销售的收入确认政策符合《企业会计准则》。

2、主办券商及会计师认为，公司信息系统内部控制有效，公司开展相关业务的信息系统具有可靠性，公司业务运营和财务数据具有一致性和合理性。

十、请主办券商及律师核查上述事项（6）并发表明确意见。

（一）核查程序

查询工业和信息化部政务服务平台公示信息，查阅公司网站、微信小程序有关信息，访谈公司市场部负责人，了解公司对官方网站、微信小程序的运营管理模式。

（二）核查结论

经核查，主办券商和律师认为：公司运营管理的官方网站、微信小程序主要用于公司产品及品牌推广、展示信息等。因此，公司不涉及互联网平台的搭建及运营，不属于《反垄断指南》中规定的“互联网平台”，不存在通过网站、APP、微信小程序等为第三方提供经营场所、交易撮合、信息交互服务的情形。

问题 5、关于经营业绩。

根据申报文件，（1）2022 年、2023 年和 2024 年 1-6 月公司营业收入分别 31,734.25 万元、32,999.04 万元、15,263.82 万元，净利润分别为 2,513.88 万元、3,382.25 万元、781.07 万元，毛利率分别为 41.68%、44.81%和 43.19%；（2）公司整机外采销售占比为 39.39%、43.65%和 50.86%；（3）报告期内存在退换货情形。

请公司：（1）补充披露“其他业务收入”内容；说明 2024 年 1-6 月净利润较同期变动比例和原因，净利润下降幅度较大的原因；报告期各季度和 12 月收入 and 净利润情况，业绩是否存在季节性特点，是否与可比公司存在重大差异；结合行业政策、上下游行业相关产品价格波动风险、营销策略、公司核心竞争力、在手订单和新签订单情况、期后收入、毛利率、净利润和现金流量情况（包括同期可比数据和变动比例）等说明公司业绩稳定性。（2）按照产品类别，结合单价、平均成本、数量等补充披露报告期综合毛利率先上涨、后下降的原因及合理性；补充披露可比公司证券代码，选取产品材质不同的可比公司进行比较的合理性，按照产品类别补充披露与可比公司毛利率差异情况，结合细分产品具体差异、是否为自有品牌、销售方式、销售区域及客户特点等补充披露毛利率高于可比公司的合理性。（3）说明公司整机外采销售占比较高的原因及合理性，公司生产加工环节、核心技术如何体现，下游客户对此是否知情，成品采购后销售采用总额法或净额法收入确认的合理性；是否存在非自有品牌销售情况；结合公司生产能力、自产和外采产品毛利率差异等说明报告期内整机外采销售占比升高的合理性。（4）说明报告期公司各期对退货金额的估算依据及计提是否充足，报告期内实际退换货金额与预估金额的差异；与同行业公司相比，退换货金额及占比是否存在异常，是否存在因产品质量问题导致的诉讼、纠纷、处罚等；公司对退换货的会计处理是否符合会计准则相关规定；公司对因质量问题退货产品的处理方式，是否计提跌价准备及充分性等。

请主办券商及会计师：（1）核查上述事项并发表明确意见；（2）核查毛利率波动和整体水平是否合理，公司毛利率核算是否准确，并就其真实性、可持续性、是否存在调节毛利率情况、毛利率水平是否符合行业特征发表明确意见；（3）说明收入确认时点核查依据以及收入核查程序、核查过程、核查比例（包

括但不限于走访、发函、回函、细节测试以及通过尽调累计确认的核查比例)、核查结论。

一、请公司：（1）补充披露“其他业务收入”内容；说明 2024 年 1-6 月净利润较同期变动比例和原因，净利润下降幅度较大的原因；报告期各季度和 12 月收入 and 净利润情况，业绩是否存在季节性特点，是否与可比公司存在重大差异；结合行业政策、上下游行业相关产品价格波动风险、营销策略、公司核心竞争力、在手订单和新签订单情况、期后收入、毛利率、净利润和现金流量情况（包括同期可比数据和变动比例）等说明公司业绩稳定性。

（一）补充披露“其他业务收入”内容；

公司“其他业务收入”明细如下：

单位：万元

年份	分类	金额
2024年1-7月	品牌使用费	358.25
	废料收入	28.82
	租金收入	46.24
	其他	3.87
	合计	437.18
2023年	品牌使用费	591.20
	废料收入	129.68
	租金收入	79.27
	其他	2.20
	合计	802.35
2022年	品牌使用费	338.08
	废料收入	426.98
	租金收入	79.27
	其他	16.22
	合计	860.55

公司已在公开转让说明书“第四节 公司财务”之“六、经营成果分析”之“（二）营业收入分析”之“4、其他事项”中补充披露其他业务收入内容。

（二）说明 2024 年 1-6 月净利润较同期变动比例和原因，净利润下降幅度较大的原因；

公司 2024 年 1-7 月净利润较同期变动如下：

单位：万元

项目	2024年1-7月	2023年1-7月	变动金额	变动比率
净利润	781.07	709.05	72.02	10.16%

2024 年 1-7 月净利润较上年同期变动较小，净利润较全年下降幅度较大主要系受上半年市场淡季等季节性因素所致。

（三）报告期各季度和 12 月收入 and 净利润情况，业绩是否存在季节性特点，是否与可比公司存在重大差异；

单位：万元

期间		公司				箭牌家居			
		收入	占比	净利润	占比	收入	占比	净利润	占比
2024年 1-7月	第一季度	4,290.31	28.11%	-154.1	-19.73%	113,464.15	36.74%	-9,034.51	-282.39%
	第二季度	7,782.76	50.99%	643.62	82.40%	195,327.93	63.26%	12,834.36	401.17%
	7月	3,190.76	20.90%	291.55	37.33%				
	小计	15,263.83	100.00%	781.07	100.00%	308,792.08	100.00%	3,799.85	100.00%
2023年	第一季度	4,247.37	12.87%	-145.07	-4.29%	110,956.30	14.51%	311.11	0.73%
	第二季度	9,201.98	27.89%	1,113.58	32.92%	232,418.29	30.39%	16,818.08	39.61%
	第三季度	9,342.64	28.31%	805.3	23.81%	184,632.67	24.14%	11,615.79	27.35%
	第四季度	10,207.05	30.93%	1,608.44	47.56%	236,810.39	30.96%	13,719.29	32.31%
	12月	4,046.90	12.26%	755.13	22.33%				
	小计	32,999.04	100.00%	3,382.25	100.00%	110,956.30	14.51%	42,464.27	100.00%
2022年	第一季度 [注]	5,231.74	16.49%	798.61	31.77%	112,837.74	15.02%	2,624.43	4.43%
	第二季度	6,898.63	21.74%	365.04	14.52%	217,835.76	28.99%	21,245.66	35.83%
	第三季度	7,777.66	24.51%	358	14.24%	196,019.04	26.09%	18,395.42	31.02%
	第四季度	11,826.22	37.27%	992.23	39.47%	224,653.77	29.90%	17,037.34	28.73%
	12月	4,766.77	15.02%	384.7	15.30%				
	小计	31,734.25	100.00%	2,513.88	100.00%	751,346.31	100.00%	59,302.85	100.00%

续上表：

期间		惠达卫浴			
		收入	占比	净利润	占比
2024年1-7月	第一季度	68,858.93	36.63%	2,838.42	43.53%

期间		惠达卫浴			
		收入	占比	净利润	占比
	第二季度	89,342.27	47.53%	3,195.17	56.47%
	总收入	158,201.20	100.00%	6,033.60	100.00%
2023年	第一季度	64,580.14	17.92%	46.69	-0.24%
	第二季度	99,283.77	27.55%	5,869.84	-29.85%
	第三季度	99,363.20	27.57%	-8,600.44	43.74%
	第四季度	97,124.44	26.95%	-16,980.80	86.35%
	总收入	360,351.55	100.00%	-19,664.71	100.00%
2022年	第一季度	67,957.03	19.87%	-137.96	-1.07%
	第二季度	104,630.47	30.60%	6,934.05	54.01%
	第三季度	90,735.89	26.54%	2,696.60	21.00%
	第四季度	78,621.94	22.99%	3,346.05	26.06%
	总收入	341,945.32	100.00%	12,838.73	100.00%

注：本季度利润较高系套期保值平仓收益 501.89 万所致

由上表可知，公司及可比公司三四季度收入合计占比均接近或超过 50%，高于一二季度合计，公司所处行业下游主要为购买商品住房、旧房二次装修居民以及推出精装修商品住房的房地产企业，受到商品住房购买交付及装修周期影响，公司业绩存在季节性特点。由上表可知，公司与可比公司一季度收入和净利润均较低，二季度受 618 等促销活动，三四季度受“金九银十”房地产市场影响，为国内消费者家庭装修的高峰期。综上所述，公司业绩呈现出一定的季节性，与可比公司具有可比性，不存在重大差异。

（四）结合行业政策、上下游行业相关产品价格波动风险、营销策略、公司核心竞争力、在手订单和新签订单情况、期后收入、毛利率、净利润和现金流量情况（包括同期可比数据和变动比例）等说明公司业绩稳定性。

1、行业政策

公司产品主要分为两大类：一是水槽、水龙头等五金建材类；二是洗碗机、垃圾处理器、净水器等水区厨电类。其中，水槽、水龙头等五金建材类产品形成的收入在公司的主营业务收入中占主导地位。根据《国民经济行业分类（GB/T4754-2017）》，公司所处行业为“金属制品业”（C33）中的“金属制卫生器具制造”（C3383）。

公司所属行业为金属制品业，该行业是我国轻工业的重要组成部分之一。按照产品的用途分类，五金制品可分为工具五金、建筑五金、家居五金等，是传统制造与现代科技深度结合的产物。其中，家居指在厨房、卧室、盥洗室、客厅等生活场景中使用的，提供收纳、装饰、连接等用途的金属材质的制件，是现代家居用品的重要组成部分。

近年来，国家出台了一系列支持家居行业发展的政策，如推动老旧小区改造、促进家电下乡等，这些政策间接带动了厨房不锈钢水槽的市场需求。

主要行业政策如下：

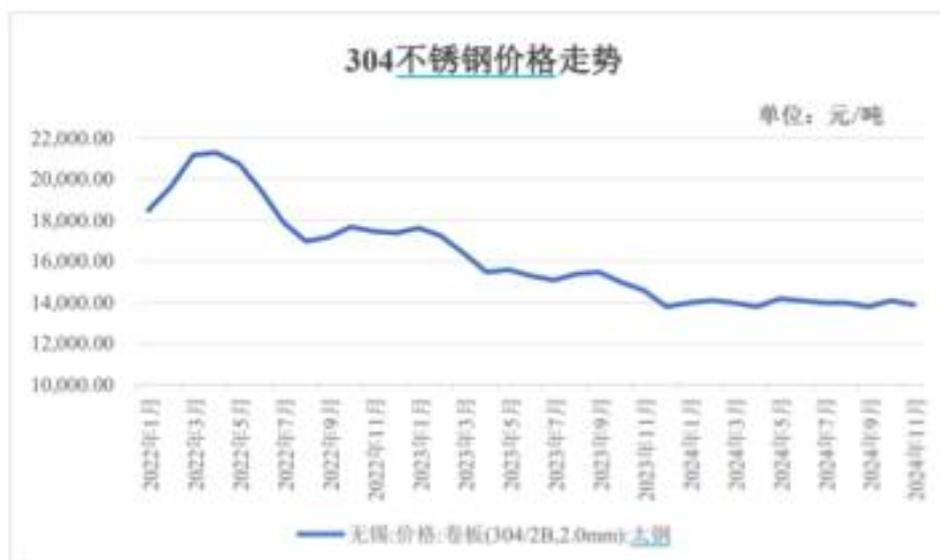
序号	文件名	文号	颁布单位	颁布时间	主要涉及内容
1	《推动大规模设备更新和消费品以旧换新行动方案》	国发 (2024) 7号	国务院	2024年	推动大规模设备更新和消费品以旧换新，实施设备更新、消费品以旧换新、回收循环利用、标准提升四大行动，大力促进先进设备生产应用，推动先进产能比重持续提升，推动高质量耐用消费品更多进入居民生活。
2	《关于推动轻工业高质量发展的指导意见》	工信部联消费 (2022) 68号	工信部	2022年	到2025年，轻工业综合实力实现显著提升，占工业比重基本稳定，扩内需、促消费的作用明显，服务构建新发展格局、促进经济社会高质量发展的能力增强。
3	《五金制品行业“十四五”发展指导意见》	-	中国五金制品协会	2022年	以吸油烟机、燃气用具、整体厨房、卫浴等为代表的厨卫五金产业应以绿色、节能、环保、舒适、健康为发展方向，提高工业设计和产品创新能力，加快生产环节的智能化改造速度，提高自主品牌在国内中高端领域的占有率并逐步开发海外高端市场。
4	《“十四五”住房和城乡建设科技发展规划》	建标 (2022) 23号	住建部	2022年	该政策制定了“十四五”期间住房和城乡建设领域科技发展的总体目标和重点任务，明确提出了节能减排、绿色建材使用等关键领域的发展要求。

序号	文件名	文号	颁布单位	颁布时间	主要涉及内容
5	《中华人民共和国国民经济和社会发展第十四个五年规划和2035年远景目标纲要(2021)》	-	发改委	2021年	“十四五”时期,要深入实施制造强国战略,构建安全高效的产业链供应链,保持制造业比重基本稳定,增强制造业竞争优势,推动制造业高质量发展。
6	《中华人民共和国安全生产法》	-	全国人大	2021年	加强安全生产工作,防止和减少生产安全事故,保障人民群众生命和财产安全,促进经济社会持续健康发展。
7	《中华人民共和国专利法》	-	全国人大	2020年	保护专利权人的合法权益,鼓励发明创造,推动发明创造的应用,提高创新能力,促进科学技术进步和经济社会发展。
8	《中华人民共和国商标法》	-	全国人大	2019年	加强商标管理,保护商标专用权,促使生产、经营者保证商品和服务质量,维护商标信誉,以保障消费者和生产、经营者的利益,促进社会主义市场经济的发展。
9	《中华人民共和国产品质量法》	-	全国人大	2018年	加强对产品质量的监督管理,提高产品质量水平,明确产品质量责任,保护消费者的合法权益,维护社会经济秩序。
10	《市场监管总局等八部门关于实施企业标准“领跑者”制度的意见》	国市监标准(2018)84号	市场监管局	2018年	明确了实施企业标准“领跑者”制度的指导思想和基本原则,提出到2020年我国在主要消费品、装备制造、生产性和生活性服务以及新兴产业领域企业标准“领跑者”培育目标。
11	《浙江省加快传统制造业改造提升行动计划(2018—2022年)》	浙政发(2018)21号	浙江省人民政府	2018年	加快向时尚、智能、精品方向发展。开发新型日用五金与不锈钢制品产品,改进表面处理、智能交互等技术性能,发展高强轻型合金材料。
12	《中国制造2025(2015)》	国发(2015)28号	国务院	2015年	提出加快制造业绿色改造升级,加快应用清洁高效铸造、锻压、焊接、表面处理、切削等加工工艺,实现绿色生产。

序号	文件名	文号	颁布单位	颁布时间	主要涉及内容
13	《中华人民共和国环境保护法》	-	全国人大	2014年	保护和改善环境，防治污染和其他公害，保障公众健康，推进生态文明建设，促进经济社会可持续发展。
14	《中华人民共和国消费者权益保护法》	-	全国人大	2013年	保护消费者的合法权益，维护社会经济秩序，促进社会主义市场经济健康发展。

2、上下游行业相关产品价格波动风险

公司所处行业的上游行业主要为五金行业。不锈钢水槽制造行业与上游行业关系密切，上游行业产品的价格波动会对公司的毛利率水平产生一定影响。但目前上游行业企业众多，竞争较为激烈，能够稳定地供应原材料。



受再生不锈钢技术突破的影响，不锈钢生产对原生镍的依赖降低，同时，不锈钢行业的政策调控与市场机制完善。国内不锈钢龙头企业（太钢、青山、宝钢）成立“产能调节联盟”，通过动态减产平衡供需，避免恶性竞争导致的原料抢购。中国国家粮食和物资储备局 2023 年建立镍战略储备，未来计划提升储备量，锚定价格上限。受上述因素影响，2022 年至 2024 年期间，不锈钢价格趋于稳定，公司上游产品价格波动风险较小。

公司所处行业的下游主要包括商品房购买者、旧房二次装修消费者、精装修楼盘的房地产开发商等。经济环境的波动一定程度上会对行业的需求端造成

影响，但得益于消费者消费观念的改变带来的市场容量较大，且我国城镇化建设正在稳步推进之中，城市住房的刚性需求没有减弱，对水槽、龙头类产品需求相对稳定。因此，公司所处行业现阶段受下游行业价格波动风险影响较小。

3、营销策略

公司通过自身长期营销实践和市场资源开发，逐步建立了符合公司现有发展阶段的直销经销、线上线下相结合的立体营销网络。直销的优势在于能够直接对接用户，便于从产品、技术、服务提出一整套的解决方案，迅速树立品牌，贴近客户的具体需求，体现企业的核心竞争能力。同时，在多年的品牌经营过程中，公司积累了大量合作时间较长、合作关系稳固，认可公司品牌及经营理念的经销商客户。为全面推进公司核心产品商业化落地，经销商作为公司与客户之间的纽带，可以有效帮助公司利用其所在地区的渠道和资源优势进行客户拓展和品牌培育，拓宽市场覆盖率。

4、公司核心竞争力

公司自设立以来，一直致力于厨房水槽的应用研究和产品开发。截至 2024 年 12 月 11 日，公司已经取得国家知识产权局授权的专利 404 项，其中发明专利 122 项，实用新型专利 212 项，外观设计专利 70 项，另取得俄罗斯联邦知识产权局授权的发明专利 3 项。公司及核心技术人员曾主持或参与多项行业标准、国家标准及团体标准的修订和制定工作。报告期内，公司被授予全国五金制品行业标准化先进单位，且已连续多年荣获中国轻工业联合科学技术进步奖、宁波市科学技术奖等。根据弗若斯特沙利文 2024 年 3 月出具的市场地位确认证书中，公司厨房水槽和龙头零售额连续 5 年全国第一。

公司的技术先进性主要体现为较强的产品创新能力和成熟的生产工艺。公司经过多年发展，通过原始创新，自主研发了一系列核心技术和关键生产工艺。这些核心技术和关键生产工艺广泛应用于公司的产品设计和生产过程中。

序号	关键指标	核心竞争力
1	研发投入	持续较大的研发资金和研发人员投入有利于保障企业持续创新能力与不断提升产品性能。
2	品牌影响力	公司良好的品牌形象、较高的品牌认可度以及出色的产品打造能力形成了相互支撑、相

序号	关键指标	核心竞争力
		互促进的良性循环，使得公司产品市场认可度不断提高。
3	客户资源	在多年的品牌经营过程中，公司积累了大量合作时间较长、合作关系稳固，认可公司品牌及经营理念的经销商客户。同时，公司秉承互利共赢的经营理念，在谋求自身发展的同时亦致力于谋求合作伙伴的共同发展。
4	产品质量	公司对自身产品的质量有着严格的标准与要求，如定制化水槽需要达到客户对产品质量的要求，才有机会获得客户订单和形成品牌优势。
5	毛利率水平	毛利率体现产品竞争能力以及产品所包含的技术附加值，反映了公司的产品、品牌与技术优势。

5、在手订单和新签订单情况

单位：万元

项目	2024年7月末	2023年末	2022年末
期末在手订单（不含税金额）	1,404.71	658.38	922.11

公司 2024 年 8-12 月新签订的订单金额为 7,851.74 万元（不含税）。

综上，国家出台了一系列支持家居行业发展的政策，如推动老旧小区改造、促进家电下乡等，这些政策间接带动了厨房不锈钢水槽的市场需求，上游不锈钢行业能够稳定的供应原材料，我国城镇化建设正在稳步推进之中，城市住房的刚性需求没有减弱，对水槽、龙头类产品需求相对稳定。因此，公司所处行业现阶段受下游行业价格波动风险影响较小；公司通过自身长期营销实践和市场资源开发制定了一系列有竞争力的营销策略；公司经过多年发展，通过原始创新，自主研发了一系列核心技术和关键生产工艺。截至 2024 年末，公司 2024 年 7 月末订单已消化完毕且期后也有较大金额的新签订单。

6、期后收入、毛利率、净利润和现金流量情况（包括同期可比数据和变动比例）等说明公司业绩稳定性

单位：万元

项目	2024年1-7月	2023年	2022年
主营业务收入	14,826.65	32,196.69	30,873.69
毛利率	41.99%	43.76%	40.49%
净利润	781.07	3,382.25	2,513.88

项目	2024年1-7月	2023年	2022年
经营性现金流量	-700.89	4,604.56	1,190.15

2022年度、2023年度和2024年1-7月，公司经营活动产生的现金流量净额分别为1,190.15万元、4,604.56万元和-700.89万元。2023年度经营活动产生的现金流量净额较2022年度增加主要系2023年度公司销售规模和净利润上升带来了现金流入，2024年1-7月经营活动产生的现金流量净额较低，主要系该财务期间系淡季，“销售商品、提供劳务收到的现金”相较以往完整财务年度大幅度降低。公司2024年8-12月收入为20,451.24万元（未经审计），2024年1-7月收入为14,826.65万元，期后收入高于2024年1-7月，从全年来看，公司2022年-2024年业绩总体保持稳定。

综上，从行业政策、上下游行业相关产品价格波动风险、营销策略、公司核心竞争力、在手订单和新签订单情况、期后收入、毛利率、净利润和现金流量情况（包括同期可比数据和变动比例）等角度来看，公司业绩具有稳定性。

二、请公司：（2）按照产品类别，结合单价、平均成本、数量等补充披露报告期综合毛利率先上涨、后下降的原因及合理性；补充披露可比公司证券代码，选取产品材质不同的可比公司进行比较的合理性，按照产品类别补充披露与可比公司毛利率差异情况，结合细分产品具体差异、是否为自有品牌、销售方式、销售区域及客户特点等补充披露毛利率高于可比公司的合理性。

（一）按照产品类别，结合单价、平均成本、数量等补充披露报告期综合毛利率先上涨、后下降的原因及合理性；

报告期内，公司按产品类别分类的毛利率情况如下：

项目	2024年1-7月		2023年度		2022年度	
	毛利率	收入占比	毛利率	收入占比	毛利率	收入占比
主营业务收入	41.99%	97.14%	43.76%	97.57%	40.49%	97.29%
其中：水槽	40.20%	58.12%	42.31%	58.03%	41.35%	59.51%
龙头	48.18%	25.30%	44.70%	23.18%	42.18%	22.74%
卫浴五金	25.27%	3.90%	29.17%	3.25%	26.49%	3.24%
配件	37.46%	7.92%	43.90%	8.33%	33.84%	8.73%
厨房水区电器	67.59%	1.90%	66.55%	4.78%	44.91%	3.06%

项目	2024年1-7月		2023年度		2022年度	
	毛利率	收入占比	毛利率	收入占比	毛利率	收入占比
其他业务收入	83.94%	2.86%	86.81%	2.43%	84.61%	2.71%
合计	43.19%	100.00%	44.81%	100.00%	41.68%	100.00%

由上表可见，报告期各期，公司水槽、龙头产品实现收入合计占各期营业收入的比例分别为82.25%、81.21%和83.42%，是公司收入最主要的来源。

报告期内，公司水槽、龙头产品的毛利率变动原因及合理性分析如下：

1、水槽产品

报告期内，公司水槽产品的数量、单价、平均成本等情况如下：

水槽	2024年1-7月		2023年度		2022年度
	数额	变动	数额	变动	数额
销售数量（个）	160,650.00	-	328,813.00	7.97%	304,534.00
销售单价（元/个）	552.18	-5.18%	582.34	-6.09%	620.12
单位成本（元/个）	330.23	-1.71%	335.96	-7.63%	363.72

报告期各期，公司水槽产品实现的收入占比分别为59.51%、58.03%和58.12%，是公司的核心产品，同期的毛利率分别为41.35%、42.31%和40.20%，整体毛利率变动幅度较小，且与公司整体毛利率变动趋势一致。

从销售单价来看，报告期内，公司水槽产品的销售单价呈现不断下降趋势，公司产品的整体定价模式为在成本加成的基础上，更多依据下游行业情况采用市场定价法，公司不会将采购价格影响直接传导至下游客户，近两年公司产品销售均价呈现不断下滑，主要系下游行业下行，公司针对性的采取产品下沉战略所致。

从单位成本上来看，2023年，公司水槽销量上升，规模效应使得单位成本略有下降。2024年1-7月，公司水槽单位成本变动较小。但由于下游行业波动导致整体产品定位下沉，使得水槽类产品的销售单价进一步下滑。

报告期内，受公司采取产品下沉战略，水槽销售单价呈现不断下降趋势，与单位成本的综合作用，使得水槽毛利率呈现先上涨后下降趋势。

整体来看，水槽产品作为公司的核心产品，报告期内毛利率变化较为稳

定，与公司综合毛利率变化趋势一致。

2、龙头产品

报告期内，公司龙头产品的数量、单价、平均成本等情况如下：

龙头	2024年1-7月		2023年度		2022年度
	数额	变动	数额	变动	数额
销售数量（个）	183,912.00	-	340,519.00	5.78%	321,904.00
销售单价（元/个）	209.95	-6.53%	224.62	0.18%	224.22
单位成本（元/个）	108.81	-12.40%	124.21	-4.19%	129.64

报告期内，公司龙头产品的毛利率分别为42.18%、44.70%和48.18%，呈现逐年上涨趋势，主要系公司对该类产品在报告期内进行了更为严格的成本管控，该产品对应单位成本总体呈现下滑趋势，增厚了该类产品的毛利空间。

公司已在公开转让说明书“第四节 公司财务”之“六、经营成果分析”之“（四）毛利率分析”之“1、按产品（服务）类别分类”中补充披露报告期公司综合毛利率先上涨、后下降的原因及合理性。

（二）补充披露可比公司证券代码，选取产品材质不同的可比公司进行比较的合理性，按照产品类别补充披露与可比公司毛利率差异情况，结合细分产品具体差异、是否为自有品牌、销售方式、销售区域及客户特点等补充披露毛利率高于可比公司的合理性

1、补充披露可比公司证券代码

公司已在公开转让说明书“第四节 公司财务”之“六、经营成果分析”之“（四）毛利率分析”之“2. 与可比公司毛利率对比分析”中补充披露可比公司证券代码。

2、选取产品材质不同的可比公司进行比较的合理性

（1）公司不存在完全对标的可比公司

公司产品主要分为两大类：一是水槽、水龙头等五金建材类；二是洗碗机、垃圾处理器、净水器等水区厨电类。其中，水槽、水龙头等五金建材类产品形成的收入在公司的主营业务收入中占主导地位。按照《国民经济行业分类

(GB/T4754-2017)》，公司所属行业为“C3383 金属制卫生器具制造”。

截至本回复出具之日，A 股上市公司及新三板挂牌公司中尚不存在以水槽、水龙头为主要产品的公司。

(2) 公司选取可比公司的合理性

由于公司不存在完全对标的可比公司，在选取同行业可比公司时，公司结合产品具体类别、应用领域为标准筛选可比公司，经筛选，公司选取了箭牌家居（001322）、惠达卫浴（603385）作为可比公司，相关公司的主要产品及应用场景等情况如下表所示：

证券简称	主营业务	主要产品与应用场景	选取原因
箭牌家居 (001322)	为消费者提供一站式智慧家居解决方案	生产产品品类范围覆盖卫生陶瓷（含智能坐便器）、龙头五金、浴室家具、浴缸浴房、瓷砖、定制橱柜衣柜等全系列家居产品，使用场景包括卫浴空间、厨房空间、客厅空间、卧室空间、阳台空间等家居生活场所。	主要产品均包含龙头五金，成本结构类似，可比产品的应用领域以家居为主，与公司相同
惠达卫浴 (603385)	卫浴产品的设计、研发、生产和销售	多年来，公司始终坚持以满足消费者对高品质卫浴家居产品的需求为目标，卫生洁具包括卫生陶瓷、五金洁具、浴缸、淋浴房和浴室柜，其中卫生陶瓷产品主要包括智能卫浴、坐便器、小便器和洗盆等；五金洁具产品主要包括水龙头、淋浴器、水槽、恒温花洒和普通花洒等。	
公司	主要从事各类水槽、龙头及配件、卫浴五金及厨房水区电器的研发、生产与销售	公司的主营业务包含了构建厨房水区净洗板块配套的主要产品，包括：各类水槽、龙头及配件、厨卫五金、垃圾处理器等。	-

总体来看，公司与惠达卫浴、箭牌家居的应用场景相同，同属于家用卫浴消费品行业，行业相近，选取其作为可比公司具有合理性。

3、按照产品类别补充披露与可比公司毛利率差异情况

报告期各期，可比公司主要产品中，与公司产品相近的产品的毛利率水平，以及与公司主要产品毛利率的对比情况如下：

公司	产品类别	2024年1-7月	2023年度	2022年度
箭牌家居 (001322)	龙头五金	26.86%	26.60%	30.50%
惠达卫浴 (603385)	五金洁具	未披露	36.60%	33.26%
可比公司平均值	-	-	31.60%	31.88%
公司	龙头	48.18%	44.70%	42.18%
	卫浴五金	25.27%	29.17%	26.49%

注：上述可比公司中，箭牌家居、惠达卫浴 2024 年 1-7 月毛利率数据实为 2024 年 1-6 月期间数据。

可比公司中，对于惠达卫浴（603385）来说，与公司可比的产品类别为五金洁具，但根据其公开披露信息，其五金洁具产品分类较为复杂，可能同时包含了水龙头、卫浴挂件以及小型五金配件等。对于箭牌家居（001322）来说，与公司可比的产品类别为龙头五金，其龙头五金涵盖了龙头、卫浴五金及部分五金配件产品，并非单纯的龙头产品。

公司为凸显水槽及相应配套业务，将龙头这一五金产品作为单独业务列示。而在可比公司的业务类别中，可比公司未披露其五金产品的具体分类及比重，考虑到五金产品不同品类毛利差异较大，不具有可比性。

公司已在公开转让说明书“第四节 公司财务”之“六、经营成果分析”之“（四）毛利率分析”之“2.与可比公司毛利率对比分析”按照产品类别补充披露了与可比公司毛利率差异情况。

4、结合细分产品具体差异、是否为自有品牌、销售方式、销售区域及客户特点等补充披露毛利率高于可比公司的合理性

公司已在公开转让说明书“第四节 公司财务”之“六、经营成果分析”之“（四）毛利率分析”之“2.与可比公司毛利率对比分析”补充披露了毛利率高于可比公司的原因，具体如下：

报告期内，公司及同行业可比公司毛利率对比如下：

公司	2024年1-7月	2023年度	2022年度
箭牌家居 (001322)	27.03%	28.34%	32.85%
惠达卫浴 (603385)	27.22%	25.34%	24.81%
可比公司平均值	27.13%	26.84%	28.83%

公司	2024年1-7月	2023年度	2022年度
公司	43.19%	44.81%	41.68%

注：上述可比公司中，箭牌家居，惠达卫浴 2024 年 1-7 月毛利率数据实为 2024 年 1-6 月期间数据。

报告期内，公司综合毛利率分别为41.68%、44.81%和43.19%，可比公司平均毛利率分别为28.83%、26.84%和27.13%，公司毛利率水平高于同行业可比公司的平均值，与可比公司在细分产品、品牌、销售方式及销售区域及客户方面的对比情况如下：

公司	细分产品	是否为自有品牌	销售方式	销售区域及客户
箭牌家居 (001322)	生产产品品类范围覆盖卫生陶瓷(含智能坐便器)、龙头五金、浴室家具、浴缸浴房、瓷砖、定制橱柜衣柜等全系列家居产品	是。拥有ARROW 箭牌、FAENZA 法恩莎、ANNWA 安华，三个品牌具有不同的市场定位，能够满足不同消费群体的需求。	以经销模式为主，2022年、2023年、2024年1-6月，其经销模式收入占比分别为88.00%、85.79%和86.77%	该公司主营业务销售集中在国内市场，2023年国内市场的营业收入占整体营业收入的比重为98.30%
惠达卫浴 (603385)	聚焦智能坐便器、浴室柜、浴室五金等全品类卫浴产品，以及阳台柜等配套产品的研发生产	是。拥有“HUIDA 惠达”、“DOFINY 杜菲尼”、“LA'BOBO”、“Porta”和“Creo”等品牌	以经销模式为主，2022年、2023年、2024年1-6月，其经销模式收入占比分别为62.06%、61.03%、67.97%	该公司主营业务销售集中在国内市场，2023年国内市场的营收占整体营业收入的比重为80.10%
公司	公司专注厨房水槽及配套龙头产品，致力于打造高端厨房用水解决方案。在材料上，选用符合国际标准的优质原材料，如食品级 304 不锈钢。在工艺上，采用先进的一体拉伸成型工艺，使水槽表面光滑、耐用且易清洁。同时，配套龙头具备多种出水模式，满足不同厨房操作需求，这些特性提升了产品附加值，支撑较高定	是。长期坚持自有品牌“欧琳”的建设，定位高端厨房品牌	以经销模式为主，报告期内公司的经销收入占主营业务收入比重分别为52.22%、53.28%和51.36%	公司主营业务销售集中在国内市场，2022年至2024年1-7月，公司于国内市场的营收占整体营业收入的比重分别为97.59%、98.56%以及98.80%

公司	细分产品	是否为自有品牌	销售方式	销售区域及客户
	价与毛利率。			

数据来源：可比公司数据来源于各公司公开披露的定期报告。

由上表可见，公司与同行业公司主要产品均为自有品牌，销售模式均以经销模式为主，销售区域均以国内市场为主。公司整体毛利率高于同行业可比公司，主要原因系产品差异所致，公司专注于高端水槽制造的生产、研发和销售，生产过程具有一定的技术壁垒，并经过多年的经验积累和生产工艺改进，产品生产已形成规模化效益。另一方面，公司经过多年在国内市场的业务开拓，产品在厨房市场，尤其是以水槽为核心的厨房水区板块具有较高的认可度，从而使得产品具有较高的毛利率。

三、请公司：（3）说明公司整机外采销售占比较高的原因及合理性，公司生产加工环节、核心技术如何体现，下游客户对此是否知情，成品采购后销售采用总额法或净额法收入确认的合理性；是否存在非自有品牌销售情况；结合公司生产能力、自产和外采产品毛利率差异等说明报告期内整机外采销售占比升高的合理性。

（一）公司整机外采销售占比较高的原因及合理性

报告期内，公司产品按生产模式分类的情况如下表所示：

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
主营业务收入	14,826.65	97.14%	32,196.69	97.57%	30,873.69	97.29%
其中：自制产品销售	7,063.80	46.28%	17,793.09	53.92%	18,374.96	57.90%
整机外采销售	7,762.85	50.86%	14,403.60	43.65%	12,498.73	39.39%
其他业务收入	437.18	2.86%	802.35	2.43%	860.55	2.71%
合计	15,263.82	100.00%	32,999.04	100.00%	31,734.25	100.00%

公司主营业务产品按生产方式分为自制产品与整机外采产品。自制产品主要为自行生产组装的高端水槽，凭借精湛工艺和严格质量把控，在高端市场树立起良好口碑。而剩余主营产品，如龙头、卫浴五金产品、配件、水区电器以及部分工装类水槽，采用整机对外采购，随后冠以公司自有品牌对外销售的形

式。对于部分产品采取外采模式的原因：

成本效益显著：公司所处东部沿海地区人力成本高昂，部分五金、龙头产品价值较低，若单独开模并建设产线，成本投入将远超收益。通过外采，公司能利用市场现有产业集群地区的优质供应商，这些供应商凭借规模效应和成熟工艺，能以较低成本提供高质量产品，极大地降低了公司的生产成本，提高了产品的价格竞争力。

产品多元化与一站式服务：公司在厨卫产品市场拥有一定品牌知名度，以水槽为核心产品，搭配外采的各类配件及水区电器，能够为客户提供功能完善的厨房水区装修方案。外采模式使公司能够快速整合不同产品，丰富产品种类，满足客户多样化的需求，一站式解决客户的采购难题，进一步提升品牌形象和市场份额。

资源聚焦核心竞争力：将部分产品以外采的方式进行生产，公司得以将更多资源集中于品牌建设、产品研发和市场拓展。公司能够投入更多精力优化高端水槽的生产工艺，提升产品品质，同时加强品牌宣传和渠道建设，巩固在厨卫市场的地位，实现资源的高效配置。

综上所述，公司采取整机外采模式，既契合成本控制的需求，又有助于实现产品多元化和资源聚焦，具有合理性。

（二）公司生产加工环节、核心技术如何体现，下游客户对此是否知情

1、公司生产加工环节、核心技术体现

对于自制产品来说：在生产加工环节，公司注重产品质量与性能，保障产品工艺与品质，对设计、选材、生产、性能测试等环节进行严格把控。目前已形成家用水槽制造技术及台控排水技术、水槽自动清洗技术、家用多功能不锈钢水槽及净洗系统技术、水槽具有消毒烘干功能的技术、水槽上龙头技术等核心技术。具体技术以及特色、形成的专利如下表所示：

技术名称	技术特色	形成的专利
家用水槽制造技术及台控排水技术的研发与应用	家用水槽制造技术（大容量水槽），包括本体，其上设置容置槽，该容置槽的两侧内壁设置有凸台，该凸台沿本体长度方向延伸，并朝靠近容置槽中心方向	ZL202322318720.X 一种大容量水槽 ZL201610888315.3 一种双向旋钮台控

技术名称	技术特色	形成的专利
	<p>凸起，其中，该凸台与容置槽远离开口方向的内壁形成有弧型导流边，此技术工艺可实现一种大容量水槽，具有较大的洗涤空间，使用后易于清洁且结构简单，提高生产效率；台控排废水技术创新，发明了台面控制式排废水技术，并进行了多代的技术更迭，无需将手伸入水中，只需操作台面上的旋控开关就可对落水器进行开、关操作，提高了用户的使用方便性。</p>	<p>ZL201920724825.6 一种旋转式水槽台控</p>
<p>水槽自动清洗技术的创新</p>	<p>发明的一种水槽式清洁系统，由双槽组成，其中一个槽体为普通清洗槽，另一个槽体为具有自动清洗的功能槽，所述的功能槽，采用脉冲增压喷淋技术与加热泵直流速热技术，对餐具进行高温杀菌冲洗（标准洗、快速洗、强劲洗），可自动进水、排水，解决了家用水槽自动洗餐具的技术难题；同时对该功能槽的过滤机构进行了结构改进，采用了过滤板加粗、细过滤网与水槽下水系统一体设计，解决了现有功能槽的过滤机构过滤效果不理想的问题。</p>	<p>ZL201610045761.8 一种水槽式清洁设备 ZL201610045644.1 一种水槽式清洁系统 ZL201610045456.9 一种大容量水槽式清洁设备 ZL201610046656.6 一种水槽式清洁设备的过滤系统 ZL201610045538.3 一种水槽式清洁设备的过滤机构</p>
<p>家用多功能不锈钢水槽及净洗系统研制</p>	<p>家用多功能不锈钢水槽及净洗系统研制，具有杀菌及去农残功能的净化水槽，具有集成超声波发生器、涌浪发生器和电解发生器多重净化技术。电解发生器在自来水中产生羟基自由基（-OH）等强氧化性物质，羟基自由基通过强氧化性，破坏农药分子结构，将农药，病菌等有机大分子分解成小分子，最终化为无害的水、二氧化碳和无机盐，杀菌过程中无需添加其他任何化学试剂，避免二次污染且使用成本低廉。综合以上技术的应用，具有高效杀菌及去果蔬表面农药残留等功能。</p>	<p>ZL201710361109.1 一种水槽式净洗机 ZL201710951267.2 一种清洗水槽</p>
<p>水槽具有消毒烘干功能的技术创新</p>	<p>发明的一种水槽消毒机，纯物理双效杀菌，采用巴氏热风+紫外线双效杀菌，除菌率高达99.99%，采用PTC循环热风对餐具及腔体内余水进行高效烘干。独设新风系统实现腔内自动循环换气，为存储餐具提供新鲜空气。双模式解冻功能，暖风与加强解冻双模式，提高备菜效率。设有百变中式碗架结构，针对各种中式碗，清洗空间缩放自如，合理利用空间。采用人体工程学掀背式设计，操作无需弯腰。</p>	<p>ZL202221346178.8 一种多功能水槽 ZL 202222521545.X 一种具有消毒功能的水槽</p>
<p>水槽上龙头技术创新</p>	<p>感应式抽拉水龙头技术创新，该龙头包括：壳体，内置有供抽拉软管移动</p>	<p>ZL 202322879607.9 一种感应式抽拉水龙头</p>

技术名称	技术特色	形成的专利
	<p>的通道，且抽拉软管的一端设置有抽拉头，其中，通过抽拉头的牵引使得抽拉软管在通道内移动，实现抽拉软管的伸出与回缩，且在抽拉软管的表面涂覆有不同的两段颜色；感应模块，包括安装于壳体上的罩壳，且在罩壳内安装有感应线路板，其中，在感应线路板上朝向罩壳的一侧设置有第一传感器，在感应线路板上朝向抽拉软管的一侧设置有第二传感器。该技术可以实现在常规使用下的自动感应出水、关水，而且还能实现在抽拉状态下的自动感应出水、关水，提高抽拉水龙头使用的便捷性和灵活性</p>	

另外，在品牌赋能上，公司的品牌建设为外采产品赋予了独特价值。通过长期的品牌营销、市场推广和售后体系搭建，公司积累了较高的品牌知名度和美誉度，品牌本身就代表了一种品质和服务的承诺，使产品在市场上具有更高的辨识度和吸引力。

2、下游客户知情情况

公司产品在宣传和介绍过程中，始终突出产品的品牌属性，外采产品是以公司品牌销售，与公司自制产品一样，均承载着公司的品质承诺和服务保障。公司不会刻意隐瞒产品外采的事实，但也不会主动提及生产厂商信息。

(三) 成品采购后销售采用总额法或净额法收入确认的合理性

公司成品采购后均以自有品牌商品对外销售，在向客户交付商品前已取得对货物的控制权，即企业能够主导该商品或服务的使用并从中获得全部的经济利益，在交易中系主要责任人，其收入采用总额法进行核算，符合企业会计准则及相关规定，具体分析如下：

1、公司采购与销售交易各自独立

公司在交易过程中拥有控制权和自主定价权公司与客户、公司与供应商分别签署了销售和采购合同，同时公司有权自主选择供应商及客户以履行合同，公司根据科学性与经济性原则具备自主的定价权，可以根据市场行情情况及自身利益意愿决定所交易商品的价格、交付方式、结算方式、产品标准及质量保证等条款。公司的销售和采购合同均独立定价，且不存在价格联动、风险转嫁

的约定。

根据采购合同，供应商将货物交付给公司，公司依据送货单、入库单及采购发票等确认货物所有权，在货权转移给客户之前，公司独立承担货物所有权的主要风险和报酬；根据销售合同，公司发货给客户，货物所有权的主要风险和报酬转移给客户，公司依据物流单据及销售发票等确认收入。公司在业务开展过程中均分别与下游客户、上游供应商完成对交易金属材料的货权交接流程，形成双方确认具有法律效力的货权交接资料，实现对交易商品控制权的转移，因此，公司采购与销售交易各自独立，在交易过程中拥有控制权和自主定价权。

2、公司承担了转让产品的主要责任

公司与供应商和客户独立交易，供应商将货物转移给公司后，公司就该货物负有现时付款义务；公司将货物转移给客户后，公司享有现时收款权利；即使客户无法支付货款，按照采购合同，公司仍需要向供应商支付货款，公司承担与产品销售相关的主要信用风险。公司主要原材料不锈钢价格变动较大，交付周期受诸多因素影响而存在一定不确定性，而公司与客户存在交付期限约定并承担相关责任。此外，合同约定中亦包括公司对产品质量的保障责任以及售后维保等责任。从客户角度出发，商品交付的执行过程中的交付周期、产品质量、售后保障等均由公司负责并承担相应风险，公司实质上承担了向客户转让货物的主要责任。

3、公司在转让货物之后承担了该货物的质量风险

由于公司成品采购后均以自有品牌商品对外销售。在货物交付后，若出现货物质量不合格等情形，将由公司主导进行责任认定，并据此确定相关赔偿责任。公司实际承担了该货物的质量风险。

（四）是否存在非自有品牌销售情况

报告期内，公司产品均以自有品牌形式销售，不存在非自有品牌销售的情况。

（五）结合公司生产能力、自产和外采产品毛利率差异等说明报告期内整机外采销售占比升高的合理性

报告期内，公司仅拥有水槽产品的生产线，自制产品主要为自行生产组装的高端水槽，工装类水槽主要通过整机对外采购而后销售的模式；剩余主营产品，如龙头、卫浴五金产品、配件、水区电器等，公司无相关产品的生产线，无法自主生产，随着市场对厨卫产品需求的不断攀升，尤其是在精装房市场快速发展以及消费者对厨房水区一站式购物需求日益增长的背景下，公司仅靠自有水槽生产线远远无法满足市场对多样化产品的需求。使得外采产品在公司销售体系中的占比不断提高，以填补产品品类的空白，从而抓住市场发展机遇，提升公司在厨卫领域的市场份额。

报告期内，公司自制产品和整机外采产品的毛利率对比情况如下：

产品	2024年1-7月		2023年度		2022年度	
	收入占比	毛利率	收入占比	毛利率	收入占比	毛利率
自制产品	47.64%	39.05%	55.26%	43.23%	59.52%	41.66%
整机外采产品	52.36%	44.66%	44.74%	44.41%	40.48%	38.76%

由上表可见，报告期内，公司整机外采产品的毛利率呈现一定上升趋势，且最近一年一期高于自制产品毛利率。主要原因：一是公司不断强化对供应商的管控和筛选，在满足质量要求的前提下，成功降低了采购成本；二是外采产品的供应商往往具备大规模生产能力，能够实现规模经济效益。

综上所述，基于公司生产能力的限制、品牌溢价优势以及毛利率差异等多方面因素，报告期内整机外采销售占比升高是公司顺应市场需求、实现效益最大化的合理决策，有助于公司在竞争激烈的厨卫市场中持续保持竞争力。

四、请公司：（4）说明报告期公司各期对退货金额的估算依据及计提是否充足，报告期内实际退换货金额与预估金额的差异；与同行业公司相比，退换货金额及占比是否存在异常，是否存在因产品质量问题导致的诉讼、纠纷、处罚等；公司对退换货的会计处理是否符合会计准则相关规定；公司对因质量问题退货产品的处理方式，是否计提跌价准备及充分性等。

（一）说明报告期公司各期对退货金额的估算依据及计提是否充足，报告期内实际退换货金额与预估金额的差异；

报告期内公司未对各期退货金额进行计提，公司于实际发生时冲减相应收

入。

公司退货主要由于经销商及电商平台产生，以下分别对其进行分析：

1、经销商退货总体情况

公司经销商退货总体情况如下：

单位：万元

项目	2024年1-7月	2023年度	2022年度
退货金额	9.97	265.55	59.55
营业收入	7,615.14	17,155.75	16,122.78
退换货比率（%）	0.13	1.55	0.37

2、报告期内线上电商平台退换货明细

报告期内公司线上销售规模较大的平台为天猫官旗与京东官旗，天猫官旗退款及跨期退款情形如下：

单位：万元

期间	收款金额	退款金额	销售净额	退款率	跨期退货金额
2022年	5,913.02	114.19	5,798.82	1.93%	13.60
2023年	5,943.71	141.93	5,801.78	2.39%	12.20
2024年1至7月	3,079.73	234.47	2,845.26	7.61%	13.05
合计	14,936.45	490.59	14,445.86	3.28%	38.85

京东官旗退款及跨期退款情形如下：

单位：万元

期间	收款金额	退款金额	销售净额	退款率	跨期退货金额
2022年	3,151.07	166.93	2,984.14	5.30%	7.93
2023年	3,210.70	236.08	2,974.62	7.35%	7.44
2024年1至7月	1,475.25	152.02	1,323.22	10.30%	10.08
合计	7,837.02	555.03	7,281.99	7.08%	25.45

报告期内，两家官旗均存在跨期退货，但和整体金额销售金额而言占比较小，不具备重大影响。报告期退款率上升的原因，主要系随着电商平台活动周期的延长，消费者为了凑单获取最优价而投入了更多的精力，部分对价格敏感的消费者通过退货退款后重新下单的方式获取最优价，该方式直接提高了店铺的退货比例与退款率。在此基础上，京东平台持续优化其售后服务体系，特别

是对退货管理部分进行了优化管理，同时运费险可抵扣的金额范围也从 8 元逐步提升至 200 元。这些举措在为顾客提供更便捷的退货途径的同时，无形中进一步拉高了退货率和退款率。

综上所述，公司各报告期后未发生大规模退换货情况，退换货比例均保持在较低的水平，且发生退换货相关因素属于偶发事项，不能准确预计，公司根据重要性原则未对退货金额的进行计提。

(二) 与同行业公司相比，退换货金额及占比是否存在异常，是否存在因产品质量问题导致的诉讼、纠纷、处罚等；

1、与同行业公司相比，退换货金额及占比是否存在异常

报告期内，同行业可比公司箭牌家居和惠达卫浴披露不存在资产负债表日后大额销售退回，未披露退换货的具体金额及占比情况。同行业可比公司披露的关于经销商退换货政策如下：

公司名称	退换货政策
箭牌家居	当货物出现产品质量缺陷时，可申请退换货，其他情形不可退换货；
惠达卫浴	除存在产品质量问题外，公司不允对产品进行退货或换货。

对比上表，公司通过退换货形式处理产品的质量问題，符合行业的惯例。

2、是否存在因产品质量问题导致的诉讼、纠纷、处罚等

经主办券商及会计师走访报告期内主要客户，并查询中国裁判文书网、信用中国、国家企业信用信息公示系统、中国市场监管行政处罚文书网、中国执行信息公开网等网站，公司不存在因产品质量问题导致的诉讼、纠纷、处罚等情形。

综上所述，公司报告期内的退换货比例处于行业合理水平，不存在因产品质量问题导致的诉讼、纠纷、处罚等情形。

(三) 公司对退换货的会计处理是否符合会计准则相关规定；公司对因质量问题退货产品的处理方式，是否计提跌价准备及充分性等。

1、公司对退换货的会计处理是否符合会计准则相关规定

(1) 退货的会计处理方式

公司收到客户的退货需求并通过时，在 ERP 系统中进行负数订单的处理，并于仓库收到退回货物时，开具相应的红字发票，会计处理上将确认的收入、成本予以红字冲销，相应调整应收账款及存货。

(2) 换货的会计处理方式

公司收到客户同型号换货的换货需求时，由于不涉及相关订单金额调整时，在 ERP 系统中进行退货、发货的处理，公司不对此类业务进行会计处理。如果是异型号换货，且涉及相关订单金额调整时，在 ERP 系统中进行退货、发货的处理，在货物实际退回时冲减当期销售收入和销售成本，并确认库存商品；客户要求换货重新发货时，则按照收入确认政策重新确认销售收入和应收账款，并相应结转销售成本。

报告期内公司退换货金额总体较低，相关会计处理符合《企业会计准则》的相关规定。

2、公司对因质量问题退货产品的处理方式，是否计提跌价准备及充分性等

公司因质量问题产生的退货，需经售后服务技术部进行评估。对于维修后达到可出售条件的产品，公司会将该产品自行维修或者委托第三方协助进行维修，经质量检查合格并入库后，根据后续销售订单再次销售；对于外观不良或性能故障确实无法维修以达到可出售状态的产品，需要评估是否有可拆卸的高价值零件进行二次利用，剩余无法二次利用的零部件公司定期进行集中报废处理。

各报告期末公司留存的退货产品采用成本与可变现净值孰低计量，按照成本高于可变现净值的差额计提存货跌价准备，公司存货跌价计提充分、适当。

五、请主办券商及会计师：(1) 核查上述事项并发表明确意见；

(一) 核查程序

1、查看其他业务收入明细账，检查相关合同及相关资料，复核其他业务收入的账务处理，核查其他业务收入的真实性、准确性；

2、获取公司 2024 年 1-7 月净利润及同期数据，对比分析变化原因；

3、获取公司报告期内分月度、季度收入明细表及利润表，分析公司收入是

否存在季节性，结合同行业可比公司的收入分布情况，分析公司收入季节性分布是否符合行业特点；

4、对公司主要负责人进行访谈，了解公司营销策略、公司核心竞争力、在手订单和新签订单情况等，查阅公司行业政策，了解上下游行业相关产品价格波动风险；

5、量化分析报告期内公司自制及整机外采产品的营收数据；

6、访谈公司采购及生产负责人，了解涉及整机外采相应商业决策的合理性；

7、查阅公司现有专利明细，验证公司的技术储备；

8、实地走访公司产线，了解水槽产品生产情况；

9、查阅公司产品彩页及网页，详细了解公司销售产品的情况；

10、访谈公司管理层及相关业务部门负责人，详细了解公司业务模式，各销售模式下的销售流程，风险报酬和控制权转移的时点，分析各销售模式下收入确认方法是否符合《企业会计准则第 14 号——收入》的相关规定；

11、查阅同行业可比公司公开信息，了解同行业可比公司产品构成、品牌情况、销售模式、销售区域等信息，分析分产品毛利率与行业可比公司是否存在明显差异；

12、检查主要客户销售合同、销售订单相关条款，识别商品所有权风险报酬转移的时点，评价收入确认的会计政策是否符合企业会计准则的要求和验收及退换货条款对收入确认的影响；

13、获取报告期内公司的退货明细，对公司报告期内退货情况进行分析及复核，了解退货的原因。

14、访谈主要客户并查阅公开信息，了解其报告期内与公司合作是否存在因产品质量问题导致的诉讼、仲裁等纠纷。

（二）核查意见

1、公司其他业务收入的内容具有真实性、合理性；公司 2024 年 1-7 月公司净利润较同期小幅上升，主要是由于市场需求波动所致，净利润较同期变动

原因具有合理性；报告期内公司业绩存在季节性特点，与同行业可比公司的情况不存在重大差异；公司所处行业现阶段受上下游行业价格波动风险影响较小，公司践行稳健的营销策略，可以保障公司业绩的稳定性。

2、报告期内，公司综合毛利率呈现先上涨、后下降的趋势，主要系水槽毛利率影响，毛利率变动具有合理性；公司已补充披露可比公司代码；公司选取产品材质不同的公司比较，主要系公司不存在完全对标的可比公司，公司与惠达卫浴、箭牌家居的应用场景相同，同属于家用卫浴消费品行业，行业相近，选取其作为可比公司具有合理性；公司已按照产品类别补充披露与可比公司毛利率差异情况，但考虑公司与同行业可比公司产品分类不同，细分产品毛利率不具有可比性；公司与同行业公司主要产品均为自有品牌，销售模式均以经销模式为主，销售区域均以国内市场为主，公司整体毛利率高于同行业可比公司，主要原因系产品差异所致，公司专注于高端水槽制造的生产、研发和销售，生产过程具有一定的技术壁垒，并经过多年的经验积累和生产工艺改进，产品生产已形成规模化效益。另一方面，公司经过多年在国内市场的业务开拓，产品在市场具有较高的认可度，从而使得产品具有较高的毛利率，具有合理性。

3、公司整机外采的商业模式，既契合成本控制的需求，又有助于实现产品多元化和资源聚焦，具有合理性；整机外采模式下，公司核心竞争力体现在品质把控以及品牌赋能上；公司不会刻意隐瞒产品外采的事实，但也不会主动提及生产厂商信息；成品采购后销售采用总额法确认收入，具有合理性；报告期内，公司不存在非自有品牌销售情况。综合来说，基于公司生产能力的限制、品牌溢价优势以及毛利率差异等多方面因素，报告期内整机外采销售占比升高是公司顺应市场需求、实现效益最大化的合理决策，有助于公司在竞争激烈的厨卫市场中持续保持竞争力。

4、公司报告期内根据重要性原则未对退货金额的进行预提；同行业未披露退换货金额，公司退换货金额比例亦保持在较低的水平，与主要客户不存在质量纠纷；报告期内公司退换货会计处理符合《企业会计准则》的规定，公司对包含因质量问题而退货产品在内的存货按照成本高于可变现净值的差额计提存货跌价准备，公司存货跌价计提充分、适当。

六、请主办券商及会计师：（2）核查毛利率波动和整体水平是否合理，公

司毛利率核算是否准确，并就其真实性、可持续性、是否存在调节毛利率情况、毛利率水平是否符合行业特征发表明确意见；

(一) 核查毛利率波动和整体水平是否合理

公司分产品毛利率明细如下：

单位：万元

项目	2024年1-7月			2023年		
	收入	成本	毛利率	收入	成本	毛利率
主营业务	14,826.65	8,601.35	41.99%	32,196.69	18,106.28	43.76%
其中：水槽	8,870.82	5,305.10	40.20%	19,148.16	11,046.77	42.31%
龙头	3,861.29	2,001.09	48.18%	7,648.74	4,229.46	44.70%
卫浴五金	595.41	444.96	25.27%	1,073.62	760.40	29.17%
配件	1,209.18	756.23	37.46%	2,748.59	1,541.92	43.90%
厨房水区电器	289.94	93.98	67.59%	1,577.58	527.74	66.55%
合计	29,653.29	17,202.69	41.99%	64,393.38	36,212.57	43.76%

续上表

项目	2022年		
	收入	成本	毛利率
主营业务	30,873.69	18,374.47	40.49%
其中：水槽	18,884.66	11,076.39	41.35%
龙头	7,217.67	4,173.06	42.18%
卫浴五金	1,029.59	756.89	26.49%
配件	2,771.17	1,833.44	33.84%
厨房水区电器	970.60	534.69	44.91%
合计	30,873.69	18,374.47	40.49%

报告期各期，公司综合毛利率分别为 41.68%、44.81%和 43.19%，整体保持平稳，2023 年毛利率较高主要系主要原材料不锈钢价格随着市场价格波动有所下降。公司主营业务中，水槽的收入占比较高，均超过 50%，为公司的核心产品。近年来公司经营规模持续稳定增长，通过拓展客户资源、稳定客户和开发新品等措施提高收入规模并稳定毛利率。

综上，报告期内公司毛利率波动情况和整体水平合理。

(二) 公司毛利率核算是否准确，并就其真实性、可持续性、是否存在调节毛利率情况、毛利率水平是否符合行业特征发表明确意见；

公司根据《企业会计准则》及相关规定、企业经营特点制定了完善的财务核算体系和主要会计政策、会计估计，并严格执行，确保企业会计基础工作规范，财务报告编制有良好基础，财务信息能够真实可靠地反映公司业务经营情况，报告期内毛利率核算具有准确性。

根据弗若斯特沙利文数据，2019年至2023年，中国厨房水槽和龙头零售额从75.8亿元增长至89.6亿元，2019年至2023年的年复合增长率达4.3%。在弗若斯特沙利文2024年3月出具的市场地位确认证书中，公司厨房水槽和龙头零售额连续5年全国第一，公司在行业竞争中处于领先地位，公司利用自身竞争优势，积极扩大品牌影响力，与客户加深合作。报告期内，公司营业收入总体呈现稳步增长趋势，公司的业绩真实、具有可持续性。

项目	年度/期间	公司	箭牌家居	惠达卫浴
毛利率	2024/7/31	43.19%	27.03%	27.22%
	2023/12/31	44.81%	28.34%	25.34%
	2022/12/31	41.68%	32.85%	24.81%

公司毛利率高于同行业箭牌家居、惠达卫浴等可比上市公司，一方面主要系公司品牌附加值高，主营高端水槽且产品类型主要集中在水槽龙头等毛利较高五金产品层面，产品售价较箭牌家居、惠达卫浴等公司高很多，大幅提高了公司产品的毛利率；同比公司箭牌家居、惠达卫浴除了经营五金产品外，还有五金洁具、瓷砖、浴室柜等毛利较低产品；另一方面系公司电商收入占比将近40%，其他可比上市公司电商零售渠道占比较低，直营销售毛利率较经销毛利率高。

报告期内，公司与同行业可比公司的毛利率均存在一定程度的波动。由于公司所处厨卫家装行业涉及的产品品类众多，行业内每家公司的产品结构均存在一定差异，各家公司的综合毛利率等财务数据方面的可比性较差。

经查看可比公司公开信息，截至2023年度，箭牌家居营业收入中，销售占比最高的业务为卫生陶瓷类产品，占当期营业收入的比重为48.93%。惠达卫浴营业收入中，销售占比最高的业务同样为卫生陶瓷类产品，占当期营业收入的

比重为 48.12%。相比之下，公司报告期内不锈钢水槽业务的收入占比均超过营业收入的 50.00%，因此在产品种类与材质上，与同行业可比公司相较均存在较大差异，综合毛利率可比性较差。

综上所述，主办券商、会计师认为，公司的毛利率波动和整体水平合理，公司毛利率核算准确，毛利率具有真实性、可持续性、不存在调节毛利率情况、毛利率水平符合行业特征。

七、请主办券商及会计师：（3）说明收入确认时点核查依据以及收入核查程序、核查过程、核查比例（包括但不限于走访、发函、回函、细节测试以及通过尽调累计确认的核查比例）、核查结论。

（一）收入确认方法及依据

1、经销模式收入确认方法：经销模式下，销售的商品交货地点为公司的仓库，公司在将商品发出后确认收入，核查依据为公司发货单；

2、直营模式收入确认方法：公司将商品运输到客户指定的地点，由客户验收并出具结算单后确认收入，核查依据为验收单及结算单；

3、电商模式收入确认方法：公司通过网上电子商务平台实现对外销售，消费者将货款支付至互联网支付平台，公司发出商品，消费者收到货物，公司收到货款时确认收入；公司通过电商平台入仓模式销售时，收到电商平台对账单后开票确认收入，核查依据为对账单；

4、新产品特殊授信销售收入确认方法：2022 年-2023 年公司与部分经销商签订一年期授信销售协议用于推广新产品，公司在将商品发出并取得回款后确认收入，核查依据为银行回款单。

（二）收入核查程序

1、了解与收入确认相关的关键内部控制，评价这些控制的设计，确定其是否得到执行，并测试相关内部控制的运行有效性；

2、检查销售合同，了解主要合同条款或条件，评价收入确认方法是否适当；

3、按月度、产品、客户等对营业收入和毛利率实施分析程序，识别是否存在重大或异常波动，并查明原因；

4、针对收入实行实质性细节测试，选取项目检查相关支持性文件，包括销售合同、客户签收单等；

5、结合重要性水平，从报告期客户的交易额及余额清单中根据条件筛选发函客户；

6、对客户进行访谈，了解主要客户的经营情况，核查业务真实性及合规性，关注其是否与公司存在关联关系；

7、结合公司的业务模式，对各期末时点执行截止性测试程序，关注是否存在大额跨期情况。

（三）核查比例（包括但不限于走访、发函、回函、细节测试以及通过尽调累计确认的核查比例）

项 目	2024年 1-7月	2023年度	2022年度
收入金额	14,826.65	32,196.69	30,873.69
发函收入金额	5,098.97	13,427.97	13,327.81
发函金额占比	34.39%	41.71%	43.17%
回函收入金额	4,549.17	11,008.97	10,828.25
回函金额占比	30.68%	34.19%	35.07%
访谈收入金额	3,885.08	10,733.14	10,164.33
访谈金额占比	26.20%	33.34%	32.92%
IT审计测算电商收入	3,718.00	7,776.83	7,761.47
测算电商收入占比	25.08%	24.15%	25.14%
细节测试金额	7,250.85	16,552.86	15,913.56
细节测试金额占比	48.90%	51.41%	51.54%
累计确认比例	73.61%	76.06%	79.64%

（四）核查结论

经上述核查，主办券商及会计师认为：公司报告期内销售收入具有真实性、准确性。

问题 6、关于采购与生产。

根据申报文件，报告期各期末，公司存货账面价值分别为 7,303.18 万元、7,176.44 万元和 7,502.98 万元，主要为库存商品。

请公司：（1）说明存货余额与公司的订单匹配情况，结合合同签订、产品生产周期等说明存货余额变动的原因；存货规模及存货周转率与同行业可比公司相比是否存在较大差异并说明原因。（2）结合存货跌价计提方法、库龄、是否存在滞销、可比公司计提比例等说明跌价计提的充分性。（3）说明公司发出商品核算的具体内容，从发出商品到确认收入的平均周期及各类存货的期后结转情况。（4）说明委托加工物资核算的具体内容及会计处理恰当性。（5）台州立州卫浴有限公司参保人数为 1 人，说明公司与其的合作背景，经营规模与其交易金额是否匹配、是否存在主要为公司提供产品或服务的供应商。（6）结合直接材料成本的构成明细及占比情况、主要产品的原材料耗用配比情况、主要原材料价格在报告期内的波动情况，分析说明原材料价格变动对公司生产经营的影响情况。（7）说明如何控制整机外采质量，是否存在客户指定供应商的情形。（8）说明生产是否有大额废料产生，涉及的产品、与生产销售数量的匹配性。

请主办券商及会计师：（1）补充核查上述事项，并发表明确意见；（2）说明对各期末存货实施的监盘程序、监盘比例、监盘结果以及其他核查程序，是否存在账实不符的情形。

【回复】

一、请公司：（1）说明存货余额与公司的订单匹配情况，结合合同签订、产品生产周期等说明存货余额变动的原因；存货规模及存货周转率与同行业可比公司相比是否存在较大差异并说明原因。

（一）说明存货余额与公司的订单匹配情况，结合合同签订、产品生产周期等说明存货余额变动的原因

1、说明存货余额与公司的订单匹配情况

（1）报告期各期末，公司存货余额如下表所示

单位：万元

项目	2024.7.31	2023.12.31	2022.12.31
原材料	779.53	680.41	775.59
库存商品	5,622.51	5,278.27	5,333.79
发出商品	675.39	750.90	745.63
委托加工物资	119.76	77.13	62.33
半成品	480.00	445.32	431.66
生产成本	96.04	150.97	202.61
合计	7,773.23	7,383.00	7,551.61

报告期各期末，公司存货余额分别为 7,551.61 万元、7,383.00 万元和 7,773.23 万元，公司存货余额总体呈现一定波动，库存商品占比较高。

公司报告期各期末存货规模的变动主要取决于主要销售模式下的订单计划和公司管理层基于自身经营策略、发展战略、资金流状况、现有库存储备对未来市场销售行情的预判。

(2) 报告期各期末，公司存货期末在手订单支持情况如下

单位：万元

项目	2024 年 7 月末	2023 年末	2022 年末
期末在手订单	1,404.71	658.38	922.11
存货余额	7,773.23	7,383.00	7,551.61
在手订单支持率	18.07%	8.92%	12.21%

注：在手订单支持率=期末在手订单金额/存货余额

公司与客户签订框架合同后，客户向公司下达订单，除定制类、工程类等订单外，对于主要的常规订单公司通常安排在 3 个工作日内完成发货，故公司的在手订单较少，在手订单支持率较低。

报告期各期末，公司在手订单支持率分别为 12.21%、8.92%和 18.07%，在手订单支持率较低，主要系由公司的销售模式和生产特点所决定的；公司根据“订单+合理预测”的备货方式组织生产，通过分析线下经销商的订货订单和电商平台的下单情况，结合库存以及历史销量合理预测未来销售情况，调节备货库存，制定生产计划，因此存货余额通常大于在手订单金额。2024 年 7 月末的在手订单支持率较高主要系房地产行业的交房高峰期集中于四季度，故年中客户已下单未发货的工程类订单较多所致。

2023 年末，公司存货余额较 2022 年末下降 2.23%，主要原因系库存商品、原材料和生产成本余额的下降；2023 年末受在手订单下滑及公司减少库存商品细分品类的影响，期末存货余额有所下降。

2024 年 7 月末，公司存货余额较 2023 年末增长 5.29%，主要原因系库存商品余额的增长；2024 年公司以“爱夫儿”子品牌，对下沉价位段的产品和品类进行大力布局，着力打造多品牌、全品类的产品策略，公司库存余额有所增长。

2、结合合同签订、产品生产周期等说明存货余额变动的原因

(1) 公司合同签订

报告期内，公司采取经销为主、直营为辅，线上线下互补的多元化全渠道营销模式。

经销商模式下，公司与主要经销商签署框架协议，与全部经销商签订销售合同或订单，公司的框架协议及合同订单均为定制式合同，具体条款根据实际情况进行修改。经销商根据其渠道客户需求向公司下达订单，公司根据订单交付产品。

电商模式下，公司主要通过第三方平台（天猫旗舰店、京东等）开设自营店铺进行直接销售。公司直接面向终端消费者，终端消费者通过第三方平台下单，公司根据订单交付产品。

故公司报告期各期末存货规模的变动主要取决于订单计划，公司的合同签订对存货余额变动的影响较小。

(2) 公司产品生产周期

从公司产品的生产周期来看，公司生产的主要产品为水槽，对于拉伸水槽，公司生产周期通常为 10-25 天，手工水槽通常为 25-30 天，功能类水槽通常为 30-45 天。公司产品线较为丰富，为快速响应下游客户对于不同型号产品的需求，满足客户的个性化需求，公司结合市场销售情况和主要客户的销售情况，对部分需求量较大且需求相对稳定的主要产品品种采取批量生产的方式，进行适当备货。

(3) 公司存货备货策略

在经销商销售模式下，公司主要采用“以销定产”的生产方式，即根据销售计划制定生产计划并安排生产。同时公司结合经销商历史采购数据、经销商经营管理能力和未来市场需求等，提前排期并生产产品用于备货。

在电商销售模式下，公司根据市场销售行情预测、公司经营策略、每月活动方案、电商平台每年促销活动（如 618、双十一、双十二）、仓库库存情况、终端消费者反馈、季节性需求变化等多方面的考虑，计划并安排产品的生产进行合理的备货。

综上所述，报告期内，公司存货余额较高，与公司生产经营模式特点和销售规模总体匹配。

（二）存货规模及存货周转率与同行业可比公司相比是否存在较大差异并说明原因

1、公司存货规模与同行业的比较情况

报告期各期末，公司存货余额与同行业可比公司对比情况如下：

单位：万元

项目	2024年7月末	2023年末	2022年末
箭牌家居	159,403.94	138,241.38	152,931.01
惠达卫浴	102,598.00	104,760.92	118,388.77
同行业可比公司平均	131,000.97	121,501.15	135,659.89
公司	7,773.23	7,383.00	7,551.61

注：同行业可比公司未披露 2024 年 7 月 31 日数据，均采用 2024 年 6 月 30 日数据替代，下同

报告期各期末，公司存货余额分别为 7,551.61 万元、7,383.00 万元和 7,773.23 万元，公司存货余额低于同行业可比公司，主要系公司仍处于发展阶段，整体经营规模相对较小。

报告期各期末，公司存货余额占流动资产的比例与同行业可比公司对比情况如下：

项目	2024年7月末	2023年末	2022年末
箭牌家居	56.70%	36.26%	39.75%
惠达卫浴	39.78%	43.81%	43.43%

项目	2024年7月末	2023年末	2022年末
同行业可比公司平均	48.24%	40.03%	41.59%
公司	36.96%	37.13%	38.74%

报告期各期末，公司存货余额占流动资产的比例分别为 38.74%、37.13%和 36.96%，处于同行业可比公司平均水平，2022 年末和 2023 年末与可比公司箭牌家居存货余额占流动资产的比例较为接近。

2、公司存货周转率与同行业的比较情况

报告期各期，公司存货周转率与同行业可比公司对比情况如下：

项目	2024年1-7月	2023年度	2022年度
箭牌家居	2.60	3.76	3.26
惠达卫浴	1.90	1.88	1.77
同行业可比公司平均	2.25	2.82	2.51
公司	1.95	2.42	2.21

报告期末，公司存货周转率分别系 2.21、2.42 和 1.95，处于同行业可比公司平均水平，与可比公司惠达卫浴存货周转率较为接近。

二、请公司：（2）结合存货跌价计提方法、库龄、是否存在滞销、可比公司计提比例等说明跌价计提的充分性。

（一）公司存货跌价计提方法

报告期内，公司按照成本高于可变现净值的差额计提存货跌价准备。当可变现净值低于成本时，计提存货跌价准备。计提存货跌价准备后，如果以前减记存货价值的影响因素已经消失，导致存货的可变现净值高于其账面价值的，在原已计提的存货跌价准备金额内予以转回，转回的金额计入当期损益。

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。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。

（二）公司存货的库龄分布和是否存在滞销

报告期各期公司各类存货的库龄分布如下所示：

单位：万元

项目	2024年7月31日		2023年12月31日		2022年12月31日	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
1年之内	6,379.87	82.08%	5,833.95	79.02%	6,260.29	82.90%
1年以上	1,393.35	17.92%	1,549.05	20.98%	1,291.32	17.10%
小计	7,773.23	100.00%	7,383.00	100.00%	7,551.61	100.00%

报告期各期末，公司存货库龄基本在一年以内，库龄一年以内的存货账面余额占比分别为 82.90%、79.02%和 82.08%。公司存在库龄超过一年的存货原因如下：公司为满足下游客户对于不同型号产品的需求，公司的产品线丰富，半成品和产成品品类繁多。公司根据历史销售数据及在手订单分析市场需求，对销售进行预测，以此制定对应的生产计划并适当备货。此外，公司生产周期通常为 10-45 天，为保证快速响应临时订单需求提前安排生产。公司的存货主要为不锈钢材质，具有不锈、耐蚀等特点，保存期限较长，减值风险较低。

综上所述，报告期各期末公司存货库龄主要系一年之内，存货周转率较快，库龄结构良好，不存在大额存货滞销情况。

（三）公司存货跌价计提比例与同行业的比较情况

报告期各期末，公司存货跌价计提比例与同行业可比公司对比情况如下：

项目	2024年7月末	2023年末	2022年末
箭牌家居	7.27%	7.85%	9.84%
惠达卫浴	3.35%	3.59%	3.10%
同行业可比公司平均	5.31%	5.72%	6.47%
公司	3.48%	2.80%	3.29%

报告期各期末公司存货跌价计提比例分别为 3.29%、2.80%和 3.48%，与可比公司惠达卫浴存货跌价计提比例较为接近，低于可比公司箭牌家居，主要系公司销售定位系中高端产品，销售定价及毛利率较高。公司结合业务实际情况计算可变现净值，按照成本高于可变现净值的差额计提存货跌价准备，公司主要对库存商品计提跌价准备。

公司的原材料主要为不锈钢卷料和不锈钢板料，具有不锈、耐蚀等特点，保存期限较长，不存在原材料过期、变质等情形，对于公司的拉伸水槽、手工

水槽、功能水槽等产成品的生产具有通用性。根据存货盘点情况来看，公司原材料保存情况良好，公司水槽系列产品整体毛利率较高，报告期内基本稳定于40.00%，且公司可根据市场情况择优调整产品结构，因此原材料不存在跌价准备。

报告期各期末，公司发出商品主要由第三方代管仓库存商品、家装公司、建材超市和电商业务产生的已发货未确认收入的商品构成；报告期各期末，公司发出商品不存在减值迹象，未计提存货跌价准备，主要原因如下所示：

(1) 公司各期末部分发出商品余额存在销售合同或订单相对应，销售价格已在合同或订单中予以明确，公司根据发出商品的成本、销售价格测算，产品实现销售将处于盈利状态，不存在成本高于可变现净值的情形，故无需计提存货跌价准备；

(2) 第三方代管仓库所存放的发出商品余额系电商业务持有的，电商销售毛利率较高，合理预期其可变现净值通常高于存货成本，不存在减值。

公司的库龄结构良好、存货周转率高、销售定价及毛利率较高，公司存货跌价准备计提与可比公司不存在明显差异，公司的存货跌价准备计提充分。

三、请公司：(3) 说明公司发出商品核算的具体内容，从发出商品到确认收入的平均周期及各类存货的期后结转情况。

(一) 公司发出商品核算的具体内容

报告期各期末，公司发出商品的余额分别为 745.63 万元、750.90 万元和 675.39 万元，占存货账面余额的比例分别为 9.87%、10.17%和 8.69%。

根据客户类别分类如下所示：

单位：万元

项目	2024年7月末	2023年末	2022年末
第三方代管仓	260.44	379.50	364.11
家装和建材超市	267.59	206.05	214.92
电商	93.62	154.63	157.70
其他	53.75	10.72	8.90
小计	675.39	750.90	745.63

公司发出商品产生的主要原因及背景如下所示：

1、第三方代管仓：公司电商（天猫旗舰店、京东自营）业务，委托第三方物流公司将商品发往各电商平台的仓库，由电商平台负责产品推广、订单管理及后续的物流配送，公司将电商平台负责保管的商品列示发出商品。

2、家装和建材超市：家居建材超市与家装公司按月定期开具结算单，与公司结算确认商品销售收入，公司存在期末已发货但尚未与客户结算确认的商品，列示发出商品。

3、电商：公司电商（天猫旗舰店、京东等）直营业务存在七天无理由退换货的约定，公司将电商业务产生的已发货未确认收入的商品列示发出商品。

（二）发出商品到确认收入的平均周期

公司存货发出到客户确认收入存在一定的周期，该周期长短受运输方式、客户验收和结算时长不同的影响，平均周期从 1 个月到 6 个月不等，公司产品主要系水槽、水龙头等五金建材类，一般客户签收时即可完成验收。

1、第三方代管仓：公司由自有仓运至京东仓、菜鸟仓等第三方电商平台仓库的货物，该部分货物在客户向电商平台下达订单后再由第三方电商平台负责将产品发运至客户指定地点。由于需要客户在电商平台下单并签收确认后才确认销售收入，商品从京东仓、菜鸟仓等第三方电商平台仓发出到确认收入时间一般需要 15 天，少部分顾客因装修时间等要求延迟发货，商品自顾客下单到签收确认收入会需要 1-6 个月不等。

2、家装和建材超市：

（1）家装公司

公司与家装公司签署销售合同，家装公司直接向公司下达销售订单，公司根据合同与订单约定，一件代发（发消费者地址）或者入指定仓库。一件代发模式，需由消费者签收确认，并由家装公司按月定期开具结算单，商品发出到确认收入时间一般约需要 1 至 2 个月不等。入仓模式，按照实发数量，次月对账、结算，确认销售收入。

（2）建材超市

建材超市存在两种发货模式：①根据建材超市订单要求发货，客户收货后确认，由建材超市次月与公司进行对帐结算，公司根据结算单开票确认收入；②公司发往建材超市仓库作为现货库存销售，根据建材超市每月的现货销售进行结算。此外，部分建材超市客户购买多件商品，整体送货周期延长，故建材超市的结算周期一般需要 1 至 6 个月不等。

3、电商：公司电商直营业务的发出商品主要以天猫旗舰店和京东旗舰店为主，天猫旗舰店在消费者收到货物，公司收到货款时确认收入，京东旗舰店主要在次月结算完成。

（三）发出商品的期后结转情况

单位：万元

项目	2024 年 7 月末	2023 年末	2022 年末
发出商品余额	675.39	750.90	745.63
截至 2025 年 1 月末成本结转金额	604.06	690.96	725.93
截至 2025 年 1 月末结转比例	89.44%	92.02%	97.36%

由上表可知，报告期各期末发出商品截至 2025 年 1 月末结转成本的比例分别为 97.36%、92.02%和 89.44%，期后已基本结转。

四、请公司：（4）说明委托加工物资核算的具体内容及会计处理恰当性。

（一）公司委托加工物资核算的具体内容

报告期内，公司的主要工序均采用自主生产模式，将包塑和喷涂等工艺简单的非核心工序通过委托加工完成，公司与外协加工商签订采购合同后，向其提供公司自制半成品，外协加工商按照公司要求加工，加工完成后交付给公司并收取加工费。公司委托外单位加工过程中支付的加工费、运杂费等计入委托加工物资中，并于加工物资收回时计入库存商品等科目。

（二）委托加工物资核算的会计处理恰当性

根据《监管规则适用指引—会计类第 1 号》中 1-15 的规定：“公司（委托方）与无关联第三方公司（加工方）通过签订销售合同的形式将原材料“销售”给加工方并委托其进行加工，同时，与加工方签订商品采购合同将加工后的商品购回。在这种情况下，公司应根据合同条款和业务实质判断加工方是否已经

取得待加工原材料的控制权，即加工方是否有权主导该原材料的使用并获得几乎全部经济利益，例如原材料的性质是否为委托方的产品所特有、加工方是否有权按照自身意愿使用或处置该原材料、是否承担除因其保管不善之外的原因导致的该原材料毁损灭失的风险、是否承担该原材料价格变动的风险、是否能够取得与该原材料所有权有关的报酬等。如果加工方并未取得待加工原材料的控制权，该原材料仍然属于委托方的存货，委托方不应确认销售原材料的收入，而应将整个业务作为购买委托加工服务进行处理；相应地，加工方实质是为委托方提供受托加工服务，应当按照净额确认受托加工服务费收入。”

公司未通过签订销售合同的形式将原材料“销售”给加工方并委托其进行加工；关于委托加工业务，由公司提供自制半成品和配件等，加工方按照公司的要求加工货物并收取加工费；在此交易中，公司仍然保留与所加工的自制半成品的所有权有关的主要风险和报酬，继续对自制半成品实施有效控制，所加工的自制半成品仍然属于公司的存货，应当将整个业务作为委托加工进行处理，符合企业会计准则的规定。

五、请公司：（5）台州立州卫浴有限公司参保人数为 1 人，说明公司与其的合作背景，经营规模与其交易金额是否匹配、是否存在主要为公司提供产品或服务的供应商。

（一）台州立州卫浴有限公司参保人数为 1 人，说明公司与其的合作背景，经营规模与其交易金额是否匹配

2023 年，由行业内他人介绍，公司采购部与台州立州卫浴有限公司的实际控制人张英杰先生开始接洽，公司采购员实地考察过台州立州卫浴有限公司的生产车间，观察设备数量状态、生产线情况及作业状况，询问产能情况以核实是否能满足公司的采购需求，而后通过招标程序与其确立合作关系。

张英杰先生与台州立州卫浴有限公司的法定代表人陈灵娟女士系母子关系，陈灵娟女士此外担任玉环市信禾水暖配件厂（个体工商户）的经营者，两家企业均为张英杰先生实际控制。玉环市信禾水暖配件厂成立于 2017 年，员工人员约 10-20 人，主营业务为水暖配件的制造及销售，在该领域具有一定的生产经验。出于业务区分的角度考虑，张英杰先生于 2023 年新成立台州立州卫浴有限

公司以经营龙头等厨具卫具的生产和销售业务。其参保人数较少主要原因系（1）公司为新成立时员工人数较少，截至 2024 年末，其参保人数为 5 人，有所扩充；（2）公司生产以机械化生产为主，所需人工较少，在生产旺季时公司会招聘临时工进行产品装配等非核心工序操作。

综上，台州立州卫浴有限公司参保人数 1 人主要系其自身经营实际情况及需求所致，未出现因其参保人数较少而导致的重大不利事项。公司与台州立州卫浴有限公司由招标程序中标正常开展业务合作，双方签订了正式业务合同，采购业务受合同约束，双方交易真实，公司已实地考察过台州立州卫浴有限公司的生产车间，台州立州卫浴有限公司有 2 条生产线和机加工设备约 14 台左右，其产能情况与交易规模相匹配；此外根据现场访谈确认，台州立州卫浴有限公司的营收规模约系 600-1,600 万元左右，该营收规模所体现的经营规模总体与交易规模相匹配。公司与台州立州卫浴有限公司不存在异常资金往来，不存在利益输送或其他特殊利益安排。

（二）是否存在主要为公司提供产品或服务的供应商

报告期内，公司主要供应商的基本情况如下：

单位：万元

该品类采购的供应商	年营收规模	注册资本	与公司建立合作时间	建立合作方式	是否主要为公司提供产品
台州舒典洁具股份有限公司	6,800-8,700	580	2005 年	业内朋友转介绍	否
中山市舒美特厨具有限公司	12,000	1,000	2013 年	展会接洽确认合作	否
中山市宁博五金科技有限公司	21,000	5,000	2015 年	国际厨卫展接洽确认合作	否
开平市赛欧卫浴洁具有限公司	11,000	1,000	2014 年	业内朋友转介绍	否
浦项（张家港）不锈钢股份有限公司	2,000,000	390,000	2012 年	头部不锈钢供应商名录联系	否
宁波宝钢不锈钢加工有限公司	210,500-266,500-	4,700	2008 年	头部不锈钢供应商名录联系	否
宁波新冠联机电有限公司	35,000-48,000	1,000	2021 年	业内朋友转介绍	否
台州立州卫浴有限公司	600-1,600	200	2023 年	行业内朋友介绍	是

注：营收规模来源于访谈中对方提供的信息等

根据与主要供应商的访谈，上述供应商具备一定的经营规模，与相关交易

金额相匹配。除台州立州卫浴有限公司以外，上述供应商还为其余同行业公司提供相关产品，不存在主要为公司提供产品或服务的情形。报告期内，公司已与主要供应商建立了长期稳定的业务合作关系，能够保证公司原材料供应的及时性和稳定性，采购来源稳定，截至目前公司与相关供应商的合作关系正常、稳定，不存在异常情形。

六、请公司：（6）结合直接材料成本的构成明细及占比情况、主要产品的原材料耗用配比情况、主要原材料价格在报告期内的波动情况，分析说明原材料价格变动对公司生产经营的影响情况。

（一）直接材料成本的构成明细及占比情况

报告期内，公司产品直接材料成本及占营业成本的比例如下：

单位：万元

项目名称	2024年1-7月		2023年度		2022年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
水槽原材料合计	4,077.45	57.89%	8,586.82	57.10%	8,474.46	55.64%
其中：不锈钢材料	823.79	11.70%	2,134.62	14.19%	2,481.89	16.30%
外采待加工裸槽	1,163.57	16.52%	2,308.88	15.35%	1,733.98	11.39%
外采成品槽	1,023.11	14.52%	1,021.74	6.79%	412.98	2.71%
水槽配件	1,066.97	15.15%	3,121.59	20.76%	3,845.61	25.25%
各类龙头成品	1,801.21	25.57%	3,881.30	25.81%	3,907.54	25.66%
各类卫浴五金成品	405.97	5.76%	691.37	4.60%	686.48	4.51%
各类零售配件	677.07	9.61%	1,395.31	9.28%	1,653.27	10.86%
水区电器成品	82.28	1.17%	483.79	3.22%	508.06	3.34%
直接材料成本	7,043.97	100.00%	15,038.60	100.00%	15,229.81	100.00%

报告期内，公司直接材料成本构成中，主要系生产水槽产品的原材料及各类其他业务的外采成品。水槽类产品的材料合计占比为 55.64%、57.10%以及 57.89%，占比较大，符合该类业务收入及成本占比情况。其中，由于近两年来外采裸槽及成品的占比上升，公司水槽类业务对应材料占比逐年升高。

（二）主要产品的原材料耗用配比情况

公司主营业务产品按生产方式分为自制产品与整机外采产品。自制产品主要为自行生产组装的水槽类产品。剩余主营产品，如龙头、卫浴五金产品、水

区电器以及部分工装类水槽，采用整机对外采购的形式，外采成本均计入直接材料成本。

以下原材料耗用配比情况，仅分析公司自产水槽产品。报告期内，公司自产水槽主要原材料单位耗用金额情况如下：

单位：元/个

项目	2024年1-7月	2023年度	2022年度
不锈钢及待加工裸槽	165.37	155.41	143.19
其余配件	88.78	109.18	130.62

由上表可见，报告期内，公司水槽原材料单位耗用中，不锈钢及裸槽耗用金额呈现一定的上升趋势，主要原因系裸槽单价较高，报告期内裸槽用量增加，采购增多所致。

基于成本和效率的考虑，同时为及时应对报告期内下游市场波动的实际情况。报告期内公司增加了外采裸槽加工的生产比例，由于裸槽已完成部分基础工序，生产时能可省去拉伸、切边等环节，故配件使用量随之下降。

（三）主要原材料价格在报告期内的波动情况，分析说明原材料价格变动对公司生产经营的影响情况

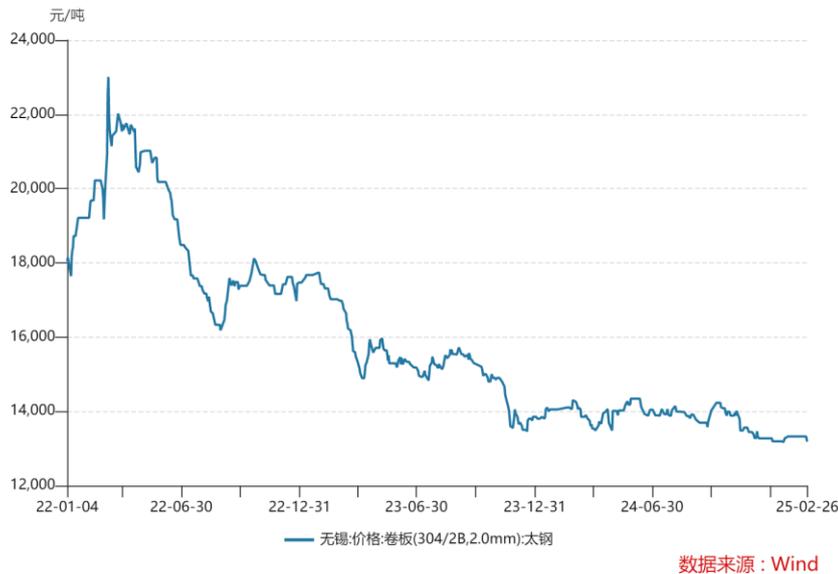
报告期内，公司水槽产品自产模式下主要购买的原材料为不锈钢、裸槽；整机外采模式下主要购买的原材料即成品槽。龙头主要采用整机外采模式。

报告期内，公司主要原材料价格波动情况如下：

项目	2024年1-7月	2023年度	2022年度
不锈钢（元/公斤）	15.26	15.90	18.34
外采裸槽（元/个）	301.99	306.00	327.57
成品槽（元/个）	258.87	243.97	394.89
龙头（元/个）	95.31	122.04	129.09

由上表可见，报告期内，公司采购的不锈钢价格、裸槽及龙头价格呈现一定下降趋势；成品槽价格呈现一定波动。具体分析如下：

不锈钢为大宗商品，价格相对透明，报告期内，该材料的市场价格如下图所示：



由上图可见，报告期内，不锈钢市场价格整体呈现一定下降趋势，公司采购单价变动趋势与市场趋势整体一致。

2022 年度，公司外采成品槽价格较高，主要原因系该年度整体外采成品水槽数量较小，其中约有超过 1/4 的外采成品槽为单价较高的集成水槽及石槽，该类水槽平均采购价格超过 500 元/个，抬高了该年度的成品水槽采购价格。

2023 年，由于受下游市场波动影响，公司水槽整体定位开始下沉，因此该年度内采购的裸槽及成品槽，价格较 2022 年度均出现了一定的下滑。进入 2024 年度后，为进一步保证生产灵活性，公司进一步扩大了裸槽及成品槽的采购规模，替代了部分原先采用不锈钢自行生产的水槽，部分成品槽的品质价格均较高，抬升了整体采购均价。报告期内，公司对龙头类产品进行了更为严格的成本管控，采购价格呈现下降趋势。

公司主要原材料价格变动符合市场价格波动趋势，结合公司成本加成的基础上，依据下游行业情况采用市场定价法的定价方法，公司向客户报价时已充分考虑原材料预计成本，因此原材料价格变动对公司生产经营不存在重大影响。

七、请公司：（7）说明如何控制整机外采质量，是否存在客户指定供应商的情形。

提供整机外采服务的供应商主要由公司根据供应商的加工能力、加工工艺、产品质量、市场价格综合确定，外协产品的质量主要通过公司相关部门检验验收，验收通过才予以收货。公司采取多种措施控制整机外采产品的质量，具体

安排包括：

1、公司制定了《采购管理文件》《OEM 成品采购质量管理控制办法》等内控制度，规定了相关采购流程、质控措施；

2、公司要求供应商在交货时需随货送交相应型号产品的《出厂检验记录》，公司在收到货时会进行二道检验并出具《进货检验报告》，此外公司还会将新样品送至国家权威检测机构进行检测；

3、由于整机外采产品质量问题而引起的损失由供应商负责。

报告期内，不存在客户指定供应商的情形。公司采购的产品较为普遍，市场供应充足，供应商数量众多，公司依据内部采购管理制度，对供应商产品进行多方比较，保证采购产品的质量满足项目需求。

八、请公司：（8）说明生产是否有大额废料产生，涉及的产品、与生产销售数量的匹配性。

公司经营活动产生的废料主要系生产不锈钢材质的水槽自制槽体和配件等产品工序产生的，不锈钢材料经下料、二次拉伸和切割后等主要工序后生产为水槽槽体。上述生产工艺流程会产生一定量的金属边角料，如金属边角、金属块等废料。公司销售的产品生产方式主要分为整机外采和自制两种方式，废料与产品销售数量匹配性较弱。

报告期内各期公司不锈钢生产领用量、生产废料和销售废料等数据如下所示：

项目	2024年1-7月	2023年度	2022年度
不锈钢生产领用量（吨）	430.25	1,204.24	1,515.48
当年度生产产生的废料重量（吨）	40.55	169.10	389.66
废料率	9.43%	14.04%	25.71%
当年度销售的废料重量（吨）	40.55	169.10	389.66

对公司报告期各期生产产生的废料与原材料不锈钢领用量进行匹配分析，公司报废率逐年下降，主要系以下原因所致：

1、公司自制槽体按照工艺分为拉伸槽、手工槽和功能槽，公司以生产拉伸槽和手工槽为主；公司在生产拉伸槽时，原有采购的不锈钢板料为固定长宽度，

公司自制拉伸水槽产品型号丰富，大小不一，故切割产生的余料较多，后续公司购买不同型号的不锈钢卷料，更为匹配公司的水槽产品型号，切割产生的余料逐渐下降，故报废率下降；由于生产工艺的原因，公司生产手工槽的板材均为不锈钢板料，公司通过与供应商沟通协商的情况下，优化手工槽板材采购，从标准 1 米及以上的宽度转向采购宽度利用率高的 1 米以下板料，提高生产利用率；

2、2022 年度公司生产新工艺产品由于工艺不成熟，集中出现产品白点、黑斑和面积发白现象，导致产品报废率高，原材料利用率低；2022 年底公司完成工艺调整，加入石灰干燥剂和提升真空封装工艺使报废率逐年变低。

九、请主办券商及会计师：（1）补充核查上述事项，并发表明确意见；

（一）核查程序

1、获取公司报告期各期末存货明细情况，检查公司存货变动的原因及合理性；

2、了解公司合同签订、产品生产周期、销售模式、生产模式和各期末在手订单情况，分析公司期末存货余额的合理性；

3、查阅了公司同行业上市公司存货规模和存货周转率，并与公司存货情况进行比较，检查是否存在较大差异；

4、了解公司的存货跌价准备计提政策，获取公司报告期各期末库龄明细表、了解公司存货使用状况，检查公司存货跌价准备计提是否充分；

5、查阅公司同行业上市公司存货跌价准备计提情况，并与公司计提情况进行比较，检查是否存在较大差异；

6、获取公司报告期各期末发出商品明细表和期后结转情况，了解公司发出商品核算内容和发出商品到确认收入的平均周期；

7、获取公司报告期各期末委托加工物资明细表，了解公司委托加工物资核算内容和会计处理方法；

8、查阅公司目前制定并实施的采购管理相关制度，抽取并核查部分整机外采产品相关质量检测报告；

9、对包含台州立州卫浴有限公司在内的主要供应商相关人员进行访谈，了解其与公司开展业务合作的背景、经营规模，实地查看其生产经营场所和生产用机器设备。对台州立州卫浴有限公司获取其 2024 年 12 月期间的社会保险参保证明，并访谈询问其员工人数和结构等信息。访谈了解玉环市信禾水暖配件厂的主营业务、员工规模等经营性数据，了解台州立州卫浴有限公司实际控制人的板块业务区分考量。

10、对公司的主要供应商执行函证程序，验证交易的真实性、准确性和完整性。

11、查阅公司自制水槽直接材料构成明细、原材料单位产品耗用明细以及主要原材料采购价格波动情况；

12、查询报告期内的不锈钢市场价格，与公司采购价格进行对比；

13、获取废料台账，统计废料的生产销售数量，分析废料产生的主要生产环节、产品及原因。

（二）核查意见

1、报告期内公司在手订单支持率较低，系公司根据“订单+合理预测”的方式制定生产计划，存货余额变动合理，符合公司自身经营情况，具备合理性；报告期内公司存货余额低于同行业可比公司，主要系公司的业务规模较小，公司存货占流动资产的比例和存货周转率与同行业可比公司不存在重大差异；

2、报告期内，公司按照成本高于可变现净值的差额计提存货跌价准备，公司的库龄结构良好、存货周转率高、销售定价及毛利率较高，公司存货跌价准备计提与可比公司不存在明显差异，不存在大额存货滞销情况，公司的存货跌价准备计提充分；

3、公司发出商品核算系第三方电商平台仓库代管的货物和家装及建材公司或电商业务已发出未结算部分的库存，发出商品到确认收入的平均周期系 1 到 6 个月不等，发出商品期后结转成本情况良好；

4、委托加工物资相应的会计处理恰当，符合《企业会计准则》的相关规定；

5、公司已补充说明与台州立州卫浴有限公司的合作背景，台州立州卫浴有

限公司的经营规模与交易规模相匹配，除台州立州卫浴有限公司外，公司主要供应商中不存在主要为公司提供产品或服务的情形；

6、公司直接材料成本构成中，主要系生产水槽产品的原材料及各类其他业务的外采成品；公司水槽原材料单位耗用中，不锈钢及裸槽耗用金额呈现一定的上升趋势，主要原因系裸槽单价较高，报告期内裸槽用量增加，采购增多所致；公司主要原材料价格变动符合市场价格波动趋势，结合公司成本加成的基础上，依据下游行业情况采用市场定价法的定价方法，公司向客户报价时已充分考虑原材料预计成本，因此原材料价格变动对公司生产经营不存在重大影响；

7、报告期内，公司针对整机外采采购流程及供应商质量管理等方面形成了较完善的内控体系和制度，且不存在客户指定供应商的情形；

8、生产过程中不存在大额废料产生，主要系生产不锈钢材质的水槽自制槽体和配件等产品所产生的，产生的废料与公司自制产品生产数量相匹配。

十、请主办券商及会计师：（2）说明对各期末存货实施的监盘程序、监盘比例、监盘结果以及其他核查程序，是否存在账实不符的情形。

（一）核查程序

1、取得公司报告期内存货盘点资料，并对公司存货执行监盘程序：

（1）监盘前，获取有关存货盘点资料，编制存货监盘计划，盘点前观察场地，观察纳入盘点范围和非盘点范围是否有分开；

（2）监盘中，实施观察等程序，核查公司所有仓库均纳入盘点范围，对未纳入盘点范围的仓库，查明未纳入的原因，观察盘点人员盘点过程中是否尽职，是否准确记录盘点结果；

（3）从存货盘点记录中选取项目、追查至存货实物，以测试盘点记录的准确性。从存货实物中选取项目追查至有货盘点记录，以测试存货盘点的完整性。

报告期内，主办券商及会计师对存货的监盘比例和监盘结果如下：

单位：万元

项目	2024年7月末	2023年末	2022年末
存货余额	7,773.23	7,383.00	7,551.61

项目	2024年7月末	2023年末	2022年末
监盘金额	4,865.31	3,631.26	3,213.34
监盘金额占比(%)	62.59	49.18	42.55

公司存货管理良好，监盘结果与账面不存在重大差异。

2、对存货实施的其他核查程序

(1) 了解与存货管理相关的关键内部控制，评价这些控制的设计，确定其是否得到执行，并测试相关内控控制的运行有效性；

(2) 了解公司存货盘点制度，了解公司日常存货盘点情况，了解存货盘点差异及账务处理情况；

(3) 针对存放在第三方仓库的存货，获取第三方平台的仓库的存货数据，核对存货的数量是否准确。

(二) 核查意见

经核查，主办券商及会计师认为，公司存货核算真实、准确、完整，不存在账实不符的情形。

问题 7、关于其他事项。

(1) 关于环保合规性。根据申报文件，公司“年产 50 万套水槽项目”实际建设单位为欧琳实业（系公司前身），但验收单位为欧琳厨具。请公司说明：“年产 50 万套水槽项目”建设单位与验收单位不一致的原因，并结合《建设项目环境保护管理条例》等相关法律法规的规定及有权机关意见，说明公司不需要重新履行环评批复及验收、排污许可或备案程序的具体依据及充分性，是否存在被处罚风险、是否构成重大违法违规；“年产 60 万套水槽生产线技改项目”建设进度，完成环评验收的预计时点，是否存在实质性障碍。请主办券商、律师核查上述事项，并发表明确意见。

(2) 关于应收账款。根据申报文件，各报告期末公司应收账款账面价值分别为 2,227.07 万元、2,628.11 万元和 2,812.80 万元。请公司：①说明各期末应收账款余额变动的原因，公司与同行业可比公司应收账款账龄情况、应收账款周转率情况、应收账款占营业收入的比例是否存在较大差异及合理性，是否符合行业特征；②结合坏账准备计提方法等说明公司应收账款坏账准备计提是否充分、谨慎；③说明逾期情况（如有）、各期末及期后应收账款期后回款情况。请主办券商及会计师核查上述事项并发表明确意见。

(3) 关于偿债能力。根据申报文件，各报告期末公司资产负债率分别为 68.28%、60.57%和 59.16%，流动比率及速动比率均较低，最近一期末存在大额短期借款。请公司：①结合经营实际情况、同行业可比公司情况说明公司偿债能力情况，说明货币资金余额较高的情形下开展借款的合理性，借款资金用途，负债的偿债安排以及还款的资金来源，到期还款情况，并说明截止目前公司的经营活动现金流量净额、资产负债率、流动比率、速动比率情况；②结合对外借款、货币资金余额、现金活动和购销结算模式等因素，说明公司是否存在较大的短期或长期偿债风险。请主办券商、会计师核查上述情况，对公司是否具备偿债能力，是否存在营运资金不足的流动性风险，公司是否存在短期或长期偿债风险，发表明确意见。

(4) 关于销售费用。根据申报文件，报告期内公司销售费用率均在 20%以上。请公司：①说明销售费用率与同行业可比公司是否存在较大差异及原因；②结合报告期内市场开拓、客户变动情况、销售推广方式等分析说明销售费用

占比较高的原因；促销支持费的具体内容，与销售收入的匹配性；相关服务提供商与公司是否存在关联关系或其他利益安排；③说明各期销售人员数量，人均薪酬与同行业可比公司、当地平均薪酬水平的对比情况及人均薪酬变动的原因，是否与公司业务发展及业绩变动相匹配；④说明第三方电商平台各项费用的收费标准，按照平台销售佣金、平台订阅费或年费等项目，说明各电商平台收取平台交易费的对应模式，报告期内各平台交易费与对应收入规模是否匹配；对比同行业可比公司，说明平台佣金及广告推广费规模的合理性，是否存在显著差异；结合公司各线上销售平台的服务群体、流量来源、广告推广费等分析各渠道获客成本差异及原因，并说明推广效果及销售数据变动、客户数据波动是否存在异常情形。请主办券商及会计师补充核查上述事项，并发表明确意见。

(5) 关于其他事项。请公司：①说明报告期各期通过招投标、商务谈判等方式获取收入的金额及占比情况；公司是否存在应履行而未履行招投标程序的情形，是否存在合同被认为无效、诉讼纠纷或受到行政处罚的风险，是否构成重大违法违规；公司订单获取方式和途径是否合法合规，是否存在商业贿赂、不正当竞争的情形；②说明投资性房地产归集及核算的具体内容，计量模式，持有目的，购买背景等，涉及房产的具体情况，是否存在减值迹象；③说明报告期各期产能利用率情况；公司固定资产具体折旧政策是否与同行业可比公司存在重大差异及合理性；报告期内固定资产是否存在闲置、废弃、损毁和减值，结合对固定资产减值测试情况说明报告期对固定资产计提减值准备是否充分；④说明 2022 年期货投资具体情况，包括但不限于投资金额、涉及期货品种、投资背景及必要性、与公司主营业务是否相关，公司具体会计处理，是否符合会计准则规定，未来是否还存在继续投资的计划，公司相关投资经验及风险控制措施。

请主办券商、律师核查上述事项①，并发表明确意见。

请主办券商、会计师核查上述事项②至④，并发表明确意见。

【回复】

一、关于环保合规性。根据申报文件，公司“年产 50 万套水槽项目”实际建设单位为欧琳实业（系公司前身），但验收单位为欧琳厨具。请公司说明：

“年产 50 万套水槽项目”建设单位与验收单位不一致的原因，并结合《建设项目环境保护管理条例》等相关法律法规的规定及有权机关意见，说明公司不需要重新履行环评批复及验收、排污许可或备案程序的具体依据及充分性，是否存在被处罚风险、是否构成重大违法违规；“年产 60 万套水槽生产线技改项目”建设进度，完成环评验收的预计时点，是否存在实质性障碍。请主办券商、律师核查上述事项，并发表明确意见。

（一）“年产 50 万套水槽项目”建设单位与验收单位不一致的原因，并结合《建设项目环境保护管理条例》等相关法律法规的规定及有权机关意见，说明公司不需要重新履行环评批复及验收、排污许可或备案程序的具体依据及充分性，是否存在被处罚风险、是否构成重大违法违规

1、“年产 50 万套水槽项目”建设单位与验收单位不一致的原因

2017 年 12 月 2 日，公司前身欧琳实业与欧琳厨具签署了《经营权转让协议》，欧琳厨具同意将“宁波欧琳厨具有限公司年产 4 万套橱柜、50 万套水槽、15 万台厨房电器项目”中“50 万套水槽项目”的生产与销售的经营权转让予欧琳实业，后续将由乙方经营“50 万套水槽项目”的生产与销售。其中约定欧琳厨具有义务保证转让的经营权的合法性，包括应办理完毕“宁波欧琳厨具有限公司年产 4 万套橱柜、50 万套水槽、15 万台厨房电器项目”相关环评备案、竣工验收。

综上，欧琳厨具将“年产 50 万套水槽项目”经营权转让予欧琳实业，由欧琳实业自行负责该项目的产线建设，约定了由欧琳厨具办理建设项目的竣工验收事宜，因此，“年产 50 万套水槽项目”建设单位与验收单位存在不一致情形。

2、结合《建设项目环境保护管理条例》等相关法律法规的规定及有权机关意见，说明公司不需要重新履行环评批复及验收、排污许可或备案程序的具体依据及充分性，是否存在被处罚风险、是否构成重大违法违规

（1）相关法律法规的规定

文件名称	规定内容
《建设项目环境保护管理条例（2017 修订）》	第十二条：建设项目环境影响报告书、环境影响报告表经批准后，建设项目的性质、规模、地点、采用的生产工艺或者防治污染、防止生态破坏的措施发生重大变动的，建设单位应当重新

文件名称	规定内容
	报批建设项目环境影响报告书、环境影响报告表。
	第十七条：编制环境影响报告书、环境影响报告表的建设项目竣工后，建设单位应当按照国务院环境保护行政主管部门规定的标准和程序，对配套建设的环境保护设施进行验收，编制验收报告。
《建设项目竣工环境保护验收暂行办法》	第四条：建设单位是建设项目竣工环境保护验收的责任主体，应当按照本办法规定的程序和标准，组织对配套建设的环境保护设施进行验收，编制验收报告，公开相关信息，接受社会监督，确保建设项目需要配套建设的环境保护设施与主体工程同时投产或者使用，并对验收内容、结论和所公开信息的真实性、准确性和完整性负责，不得在验收过程中弄虚作假。

(2) 说明公司不需要重新履行环评批复及验收、排污许可或备案程序的具体依据及充分性，是否存在被处罚风险、是否构成重大违法违规

①公司“年产50万套水槽项目”环评批复及验收

2017年11月9日，宁波市鄞州区环境保护局出具《浙江省工业企业“零土地”技术改造项目环境影响评价文件承诺备案受理书》（编号：零备字【2017】7号），同意欧琳厨具年产4万套橱柜、50万套水槽、15万台厨房电器项目环境影响报告表等文件备案。2017年12月，欧琳厨具将“50万套水槽项目”经营权转让予欧琳实业。根据《建设项目环境保护管理条例（2017修订）》第十二条规定，建设项目环境影响报告书、环境影响报告表经批准后，建设项目的性质、规模、地点、采用的生产工艺或者防治污染、防止生态破坏的措施未发生重大变动的，无需重新报批建设项目环境影响报告书、环境影响报告表。2024年6月13日，宁波市生态环境局鄞州分局出具《关于〈关于出具宁波欧琳科技股份有限公司环保手续合法证明的请示〉的回复》，回复认为“根据《中华人民共和国环境影响评价法》等相关法律规定，该建设项目的性质、规模、地点、采用的生产工艺或防治污染、防止生态破坏的措施未发生变动的，原环评继续有效，可以继续作为该项目环境管理的依据。”

因此，公司无需重新办理环评批复。

2018年5月，欧琳厨具依照《建设项目竣工环境保护验收暂行办法》规定，组成验收组对该项目进行自主验收，编制了《宁波欧琳厨具有限公司年产4万套橱柜、50万套水槽、15万台厨房电器项目竣工环境保护验收监测报告表》，并出具“竣工环保验收条件具备，验收工作组同意该项目通过竣工环境保护验

收”的验收结论。根据《建设项目环境保护管理条例（2017 修订）》第十七条以及《建设项目竣工环境保护验收暂行办法》第四条规定，建设单位是建设项目竣工环境保护验收的责任主体，因此，欧琳实业从欧琳厨具处受让“年产 50 万套水槽项目”经营权后，未以公司名义办理环评验收存在一定的法律程序瑕疵。

公司因上述环评验收法律程序瑕疵事项被行政处罚的风险较低，不构成重大违法违规行为，具体依据如下：

1) 公司未因环评验收法律程序瑕疵事项受到行政处罚，并已取得主管部门出具的无违规证明文件

2025 年 1 月 20 日，宁波市生态环境局鄞州分局出具专项说明，“2017 年至今，宁波欧琳科技股份有限公司不存在因违反环境保护等方面法律法规而被我局予以行政处罚的情形。”

经查询生态环境部门等相关网站，欧琳科技报告期内未发生环境污染事件，亦不存在因环保问题等受到生态环境部门行政处罚的情形。

2) 公司不存在导致严重环境污染、重大人员伤亡、社会影响恶劣等情形

根据《挂牌审核规则适用指引第 1 号》第 1-4 条之规定，“最近 24 个月内，申请挂牌公司或其控股股东、实际控制人、重要控股子公司在国家安全、公共安全、生态安全、生产安全、公众健康安全等领域存在违法行为，且达到以下情形之一的，原则上视为重大违法行为：被处以罚款等处罚且情节严重；导致严重环境污染、重大人员伤亡、社会影响恶劣等……”。

公司所属行业为金属制卫生器具制造，不属于重污染行业，且公司主要产品的生产过程对环境影响较小。根据公开信息检索结果，公司上述环评验收法律瑕疵事项未造成环境污染、人员伤亡、社会影响恶劣等不良后果。

3) 公司上述环评验收法律瑕疵事项已超过行政处罚追溯期，被处罚风险较低

根据《行政处罚法》第三十六条“违法行为在二年内未被发现的，不再给予行政处罚”之规定，公司上述行为已超过行政处罚追溯期，未以公司名义办

理环评验收而受到主管部门的行政处罚的风险较低。

4) 公司已在上述“年产 50 万套水槽项目”的基础上，重新开展了“年产 60 万套水槽生产线技改项目”环评验收

在上述“年产 50 万套水槽项目”的基础上，公司为进一步完成项目产能扩充及技术改进，公司于 2024 年 4 月开展“年产 60 万套水槽生产线技改项目”的环评编制工作。2024 年 6 月，宁波市生态环境局向宁波欧琳科技股份有限公司下发审批号为“鄞环建[2024]76 号”《关于<宁波欧琳科技股份有限公司年产 60 万套水槽生产线技改项目环境影响报告表>的审查意见》的环评批复。

2025 年 1 月，公司依照《建设项目竣工环境保护验收暂行办法》规定，组成验收组对“宁波欧琳科技股份有限公司年产 60 万套水槽生产线技改项目”进行自主验收，编制了项目竣工环境保护验收监测报告表，并出具了项目竣工环境保护验收意见。验收工作组同意通过该项目竣工环境保护验收。

2025 年 1 月 20 日，宁波市生态环境局鄞州分局出具专项说明，“2017 年 11 月 9 日，宁波市鄞州区环境保护局出具《浙江省工业企业“零土地”技术改造项目环境影响评价文件承诺备案受理书》（编号：零备字【2017】7 号），同意宁波欧琳厨具有限公司年产 4 万套橱柜、50 万套水槽、15 万台厨房电器项目环境影响报告表等文件备案。2018 年 5 月，宁波欧琳厨具有限公司依照《建设项目竣工环境保护验收暂行办法》规定，组成验收组对该项目进行自主验收，编制了《宁波欧琳厨具有限公司年产 4 万套橱柜、50 万套水槽、15 万台厨房电器项目竣工环境保护验收监测报告表》，完成了上述项目的验收。

在上述“年产 50 万套水槽项目”的基础上，宁波欧琳科技股份有限公司为进一步完成项目产能扩充及技术改进，于 2024 年 4 月开展“年产 60 万套水槽生产线技改项目”的环评编制工作。2024 年 6 月，宁波市生态环境局向宁波欧琳科技股份有限公司下发审批号为“鄞环建[2024]76 号”《关于<宁波欧琳科技股份有限公司年产 60 万套水槽生产线技改项目环境影响报告表>的审查意见》的环评批复。宁波欧琳科技股份有限公司“年产 60 万套水槽生产线技改项目”按照环评的要求和环保相关的法律法规完成后续的项目验收等工作，不存在环保方面的法律障碍。2017 年至今，宁波欧琳科技股份有限公司不存在因违反环

境保护等方面法律法规而被我局予以行政处罚的情形。”

“年产 60 万套水槽生产线技改项目”完成环评验收后，可覆盖“年产 50 万套水槽项目”全部产能。

综上，公司已通过“年产 60 万套水槽生产线技改项目”覆盖“年产 50 万套水槽项目”全部产能，瑕疵情形已得到规范，报告期内不存在因违反环境保护等方面法律法规等受到生态环境部门行政处罚的情形，且不存在导致严重环境污染、重大人员伤亡、社会影响恶劣等情形，因此不构成重大违法违规行为。公司上述环评验收法律瑕疵事项被监管部门处罚的风险较低，且不构成重大违法违规行为，因此，不会对公司生产经营造成重大不利影响，不构成本次挂牌的实质性法律障碍。

前述相关内容已在《公开转让说明书（申报稿）》“第二节 公司业务”之“五、经营合规情况”之“（一）环保情况”之“2、公司建设项目环评及验收情况”中进行更新披露。

②公司已重新办理排污许可登记备案

报告期内，公司“年产 50 万套水槽项目”的排污信息通过其关联方欧琳厨具办理排污登记，公司未单独办理排污登记。欧琳厨具于 2020 年 4 月 2 日在全国排污许可证管理信息平台进行了固定污染源排污登记备案，登记编号“913302122542007152001W”，有效期自 2020 年 4 月 2 日至 2025 年 4 月 1 日。2024 年 8 月 1 日，欧琳科技取得《固定污染源排污登记回执》，登记编号为 913302121441132746001Y，有效期自 2024 年 8 月 1 日至 2029 年 7 月 31 日。

公司在报告期内未以自己名义办理排污登记，但欧琳厨具办理的排污登记中已涵盖公司所拥有的建设项目的排污信息，公司产品生产污染物排放已纳入主管部门监管范围，未发生超标排放等情形，符合污染物总量控制的要求。

综上所述，公司在报告期内未以自己名义办理排污登记，但原建设项目主体欧琳厨具办理的排污登记中已涵盖公司所拥有的建设项目的排污信息，公司产品生产污染物排放已纳入主管部门监管范围，未发生超标排放等情形，符合污染物总量控制的要求。目前公司已就该等事项完成整改，报告期内未以自己名义办理排污登记情形，不会对公司的持续经营造成实质性损害或重大不利影

响，也不会对本次挂牌构成实质性法律障碍。

（二）“年产 60 万套水槽生产线技改项目”建设进度，完成环评验收的预计时点，是否存在实质性障碍

2025 年 1 月，公司依照《建设项目竣工环境保护验收暂行办法》规定，组成验收组对“宁波欧琳科技股份有限公司年产 60 万套水槽生产线技改项目”进行自主验收，编制了项目竣工环境保护验收监测报告表，并出具了项目竣工环境保护验收意见。验收工作组同意通过该项目竣工环境保护验收。

综上，公司“年产 60 万套水槽生产线技改项目”已完成环评验收。

（三）请主办券商、律师核查上述事项，并发表明确意见。

1、核查程序

就前述问题（一）及问题（二），主办券商、律师执行了如下核查程序：

（1）查阅欧琳实业与欧琳厨具签署的《经营权转让协议》，了解“年产 50 万套水槽项目”的建设单位与验收单位不一致的原因及背景；

（2）查阅“橱柜水槽厨电项目”相关的环境评价备案及竣工验收材料，了解该项目的环评手续办理情况；

（3）获取宁波市生态环境局鄞州分局 2024 年 6 月 13 日出具的《关于〈关于出具宁波欧琳科技股份有限公司环保手续合法证明的请示〉的回复》及 2025 年 1 月 20 日出具的《专项说明》，结合《建设项目环境保护管理条例》等相关法律法规分析公司不需要重新履行环评批复及验收的合法合规性；

（4）查阅欧琳厨具及公司办理的《固定污染源排污登记回执》，分析公司在报告期内未以自己名义办理排污登记的合法合规性；

（5）查阅公司“年产 60 万套水槽生产线技改项目”的《项目竣工环境保护验收监测报告表》及相关公示信息，确认该项目已完成环评验收

2、核查意见

就前述问题（一）及问题（二），经核查，主办券商、律师认为：

（1）欧琳厨具将“年产 50 万套水槽项目”经营权转让予欧琳实业，由欧

琳实业自行负责该项目的产线建设，约定了由欧琳厨具办理建设项目的竣工验收事宜，因此，“年产 50 万套水槽项目”建设单位与验收单位存在不一致情形。根据《建设项目环境保护管理条例（2017 修订）》第十二条规定，建设项目环境影响报告书、环境影响报告表经批准后，建设项目的性质、规模、地点、采用的生产工艺或者防治污染、防止生态破坏的措施未发生重大变动的，无需重新报批建设项目环境影响报告书、环境影响报告表。因此，公司无需重新办理环评批复，相应依据充分。欧琳实业从欧琳厨具处受让“年产 50 万套水槽项目”经营权后，未以公司名义办理环评验收存在一定的法律程序瑕疵。公司已通过“年产 60 万套水槽生产线技改项目”覆盖“年产 50 万套水槽项目”全部产能，瑕疵情形已得到规范，报告期内不存在因违反环境保护等方面法律法规等受到生态环境部门行政处罚的情形，且不存在导致严重环境污染、重大人员伤亡、社会影响恶劣等情形，因此不构成重大违法违规行为。公司上述环评验收法律瑕疵事项被监管部门处罚的风险较低，且不构成重大违法违规行为，因此，不会对公司生产经营造成重大不利影响，不构成本次挂牌的实质性法律障碍。公司在报告期内未以自己名义办理排污登记，但原建设项目主体欧琳厨具办理的排污登记中已涵盖公司所拥有的建设项目的排污信息，公司产品生产污染物排放已纳入主管部门监管范围，未发生超标排放等情形，符合污染物总量控制的要求。目前公司已就该等事项完成整改，报告期内未以自己名义办理排污登记情形，不会对公司的持续经营造成实质性损害或重大不利影响，也不会对本次挂牌构成实质性法律障碍；

（2）公司“年产 60 万套水槽生产线技改项目”已完成环评验收。

二、关于应收账款。根据申报文件，各报告期末公司应收账款账面价值分别为 2,227.07 万元、2,628.11 万元和 2,812.80 万元。请公司：①说明各期末应收账款余额变动的原因，公司与同行业可比公司应收账款账龄情况、应收账款周转率情况、应收账款占营业收入的比例是否存在较大差异及合理性，是否符合行业特征；②结合坏账准备计提方法等说明公司应收账款坏账准备计提是否充分、谨慎；③说明逾期情况（如有）、各期末及期后应收账款期后回款情况。请主办券商及会计师核查上述事项并发表明确意见。

（一）请公司：①说明各期末应收账款余额变动的原因，公司与同行业可

比公司应收账款账龄情况、应收账款周转率情况、应收账款占营业收入的比例是否存在较大差异及合理性，是否符合行业特征；

1、说明各期末应收账款余额变动的原因

报告期各期末，公司应收账款变动情况如下表所述：

单位：万元

账龄	2024.7.31/ 2024年1-7月		2023.12.31/ 2023年度		2022.12.31/ 2022年度
	金额	变动率	金额	变动率	金额
应收账款余额	3,074.48	4.86%	2,931.85	23.14%	2,380.94
营业收入	15,263.82	-20.71%	32,999.04	3.99%	31,734.25
应收账款占当期 营业收入比例	11.75%	32.25%	8.88%	18.42%	7.50%

注：2024.7.31/2024年1-7月的营业收入变动率和应收账款余额占当期营业收入比例已被年化处理。

报告期各期末应收账款余额分别为 2,380.94 万元、2,931.85 万元、3,074.48 万元，应收账款余额整体呈逐步上升趋势。主要原因如下：其一，公司对关联方应收款项增加较多。2023 年末，公司对欧琳整体厨房和欧琳生活的应收款分别增加 169.61 万元和 77.01 万元。报告期内，公司向欧琳整体厨房和欧琳生活销售水槽、配件等商品，由于报告期内相关款项未及时清理收回，因此应收账款余额有所上升。报告期后，公司对上述关联方应收款项进行规范和清理，截止 2024 年 12 月 31 日，上述款项已经全部清理收回。其二，受经济环境不景气和房地产行业低迷的市场环境影响，部分经销商受下游客户回款缓慢影响，资金紧张，因此公司给予其一定的信用期予以支持，具有商业合理性。

2、公司与同行业可比公司应收账款账龄情况、应收账款周转率情况、应收账款占营业收入的比例是否存在较大差异及合理性，是否符合行业特征

报告期各期公司与同行业应收账款账龄情况如下表所示：

账龄	2024.7.31			2023.12.31			2022.12.31		
	1年以内	1-2年	2年以上	1年以内	1-2年	2年以上	1年以内	1-2年	2年以上
箭牌家居	53.01%	17.28%	29.71%	58.70%	12.87%	28.43%	60.16%	29.30%	10.54%
惠达卫浴	62.62%	24.24%	13.14%	76.04%	14.64%	9.32%	82.91%	10.79%	6.31%
可比公司 平均值	57.81%	20.76%	21.43%	67.37%	13.76%	18.87%	71.54%	20.04%	8.42%

账龄	2024.7.31			2023.12.31			2022.12.31		
	1年以内	1-2年	2年以上	1年以内	1-2年	2年以上	1年以内	1-2年	2年以上
公司	85.95%	14.05%	-	78.56%	21.44%	-	94.15%	5.85%	-

报告期各期末，公司1年以内应收账款占比分别为94.15%、78.56%和85.95%。报告期内，公司对经销商主要采取先款后货的结算方式，此外公司依据合作年限、年度销售额、信用情况等综合评估，给予经销商一定的信用额度。综合来看，公司的应收账款账龄结构优于同行业可比公司，主要原因系公司对销售回款控制较为严格，针对账龄较长的客户，公司高度重视应收账款的回款与催收工作，通过与客户沟通协调，积极催收款项。

账龄	2024.7.31/ 2024年1-7月		2023.12.31/ 2023年度		2022.12.31/ 2022年度	
	应收账款周 转率	应收账款占营 业收入比例	应收账款 周转率	应收账款 占营业收 入比例	应收账款 周转率	应收账款 占营业收 入比例
箭牌家居	11.47	8.76%	14.55	7.01%	15.19	6.85%
惠达卫浴	2.66	37.12%	3.31	33.35%	3.41	28.60%
可比公司平 均值	7.07	22.94%	8.93	20.18%	9.30	17.73%
公司	8.71	11.75%	12.12	8.88%	14.31	7.50%

注1：2024.7.31/2024年1-7月的营业收入变动率和应收账款余额占当期营业收入比例已被年化处理；

注2：箭牌家居和惠达卫浴的2024年7月31日数据和2024年1-7月数据选用的是2024年半年报数据。

报告期内，公司的应收账款周转率分别为14.31、12.12和8.71，应收账款占营业收入比重分别为7.50%、8.88%和11.75%，应收账款周转率和应收账款占营业收入比重均优于同行业可比公司。

公司的上述两项指标和箭牌家居更为接近，箭牌家居经销收入占比较高，房地产开发公司等工程客户占比较小。而惠达卫浴大型工程客户收入占比相对较多，受房地产行业调控及下行影响，其应收账款占营业收入比重较高。总体来看，公司应收账款账龄情况、应收账款周转率情况、应收账款占营业收入的比例与同行业可比公司不存在较大差异，公司应收账款情况符合行业特征。

(二) 请公司：②结合坏账准备计提方法等说明公司应收账款坏账准备计提是否充分、谨慎；

公司按照《企业会计准则第 22 号——金融工具确认和计量》对应收账款计提坏账准备，具体计提政策如下：

组合类别	确定组合的依据	计量预期信用损失的方法
应收账款——账龄组合	账龄	参考历史信用损失经验，结合当前状况以及对未来经济状况的预测，编制应收账款账龄与预期信用损失率对照表，计算预期信用损失
应收账款——本公司合并内关联方组合	款项性质	参考历史信用损失经验，结合当前状况以及对未来经济状况的预测，通过违约风险敞口和未来 12 个月内或整个存续期预期信用损失率，计算预期信用损失

同行业可比公司应收账款坏账计提政策如下：

公司	应收账款坏账计提政策
箭牌家居	<p>(1) 应收账款的预期信用损失的确定方法及会计处理方法</p> <p>本公司按照债务人类型和初始确认日期为共同风险特征，对应收账款进行分组并以组合为基础考虑评估信用风险是否显著增加，确定预期信用损失。</p> <p>1) 对合并范围内子公司销售或提供服务形成的应收款项，确定为无信用风险的应收款，本公司判断不存在预期信用损失，不计提坏账准备。</p> <p>2) 本公司将存在客观证据表明本公司将无法按应收款项的原有条款收回款项的应收账款，确定为信用风险自初始确认后显著增加的应收账款，按照该应收账款的账面金额与预期能收到的现金流量现值的差额，确定应收账款的预期信用损失，计提坏账准备。</p> <p>3) 本公司对其他未单项测试的应收账款，根据以前年度的实际信用损失，并考虑本年的前瞻性信息，预计违约损失率，按资产负债表日余额确定应收账款的预期信用损失，计提坏账准备。</p>
惠达卫浴	<p>按照单项计提坏账准备的认定单项计提判断标准：对于有客观证据表明某项应收账款已经发生信用减值，则本公司对该应收账款单项计提坏账准备并确认预期信用损失。</p> <p>基于账龄确认信用风险特征组合的账龄计算方法：本公司对照表以此类应收款项融资预计存续期的历史违约损失率为基础，并根据前瞻性估计予以调整。在每个资产负债表日，本公司都将分析前瞻性估计的变动，并据此对历史违约损失率进行调整。</p>

经比较，公司应收账款坏账准备计提政策与同行业可比公司基本相同。

报告期各期，公司按账龄组合计提坏账准备的计提比例与同行业可比公司的计提比例如下：

名称	1年以内 (含1年)	1-2年	2-3年	3-4年	4-5年	5年以上
箭牌家居	5.00%	10.00%	30.00%	50.00%	100.00%	

名称	1年以内 (含1年)	1-2年	2-3年	3-4年	4-5年	5年以上
惠达卫浴	3.00%	10.00%	30.00%	50.00%	80.00%	100.00%
公司	5.00%	30.00%	60.00%	100.00%		

公司严格按照企业会计准则的规定，遵循谨慎性原则制定了审慎的坏账准备计提政策。总体来看，公司应收账款的坏账准备计提比例在同行业可比公司里较为谨慎，坏账准备计提充分、谨慎。

(三) 请公司：③说明逾期情况（如有）、各期末及期后应收账款期后回款情况。请主办券商及会计师核查上述事项并发表明确意见。

报告期各期末，公司存在应收账款逾期情形，应收账款逾期金额情况如下：

单位：万元

项目	2024年7月31日	2023年12月31日	2022年12月31日
应收账款账面余额	3,074.48	2,931.85	2,380.94
逾期应收账款余额	965.74	836.46	310.63
逾期应收账款占应收账款账面余额比例	31.41%	28.53%	13.05%
逾期应收账款期后回款金额	791.57	721.48	217.14
逾期应收账款期后回款比例	81.97%	86.25%	69.90%

注：应收账款期后回款情况统计截止 2024 年 12 月 31 日。

报告期各期末，公司应收账款逾期比例分别为 13.05%、28.53%、31.41%。公司应收账款逾期大部分为暂时性逾期，2023 年末和 2024 年 7 月末，公司的逾期占比有所上升，主要原因系部分经销商客户受自身资金安排及受房地产市场整体环境等因素影响，未能及时按约付款。

公司大部分逾期客户自身均处于正常经营状态，资信情况、历史回款情况良好，且款项陆续收回，不存在财务状况恶化的迹象。报告期各期末，公司逾期应收账款期后回款比例分别为 69.90%、86.25%、81.97%，整体回收情况良好，不存在回款障碍。

(四) 请主办券商及会计师核查上述事项并发表明确意见。

1、核查程序

(1) 访谈公司财务总监，了解公司应收账款余额变动的主要原因；

(2) 获取公司应收账款明细，并查阅可比公司定期报告，分析公司账龄情况、应收账款占营业收入的比例与可比公司是否存在较大差异，是否符合行业特征；

(3) 查阅公司会计政策，了解应收账款坏账计提政策及依据；复核公司应收账款坏账准备计算表，将公司坏账计提政策与同行业可比公司进行比较分析；

(4) 获取公司报告期各期末应收账款逾期明细及期后回款明细，分析应收账款逾期的原因及合理性，分析公司应收账款坏账计提的充分性以及是否存在无法回收的坏账风险。

2、核查意见

经核查，主办券商、会计师认为：

(1) 公司各期末应收账款余额变动具有合理原因，公司与同行业可比公司应收账款账龄情况、应收账款占营业收入的比例和应收账款周转率不存在较大差异，符合行业特征；

(2) 报告期内，公司已说明应收账款坏账准备计提方法，报告期内公司应收账款坏账准备计提政策谨慎，与同行业上市公司基本一致，坏账准备计提充分；

(3) 报告期内，公司应收账款逾期金额较小，期后回款情况良好，坏账准备计提充分。

三、关于偿债能力。根据申报文件，各报告期末公司资产负债率分别为**68.28%、60.57%和 59.16%**，流动比率及速动比率均较低，最近一期末存在大额短期借款。请公司：①结合经营实际情况、同行业可比公司情况说明公司偿债能力情况，说明货币资金余额较高的情形下开展借款的合理性，借款资金用途，负债的偿债安排以及还款的资金来源，到期还款情况，并说明截止目前公司的经营活动现金流量净额、资产负债率、流动比率、速动比率情况；②结合对外借款、货币资金余额、现金活动和购销结算模式等因素，说明公司是否存在较大的短期或长期偿债风险。请主办券商、会计师核查上述情况，对公司是否具备偿债能力，是否存在营运资金不足的流动性风险，公司是否存在短期或长期偿债风险，发表明确意见。

(一) 结合经营实际情况、同行业可比公司情况说明公司偿债能力情况，说明货币资金余额较高的情形下开展借款的合理性，借款资金用途，负债的偿债安排以及还款的资金来源，到期还款情况，并说明截止目前公司的经营活动现金流量净额、资产负债率、流动比率、速动比率情况；

报告期内公司偿还能力指标较同行业可比公司箭牌家居及惠达卫浴列示如下：

公司名称	年度	资产负债率	流动比率	速动比率
箭牌家居	2022 年度	52.94%	0.97	0.62
	2023 年度	52.94%	0.88	0.59
	2024 年 1-6 月	49.20%	0.79	0.37
惠达卫浴	2022 年度	31.60%	1.68	0.97
	2023 年度	34.36%	1.31	0.76
	2024 年 1-6 月	31.02%	1.64	1.01
公司	2022 年度	68.28%	0.85	0.49
	2023 年度	60.57%	0.98	0.53
	2024 年 1-7 月	59.16%	1.03	0.50

由上表可知，公司在报告期资产负债率逐年下降，流动比率和速动比率与可比上市公司箭牌家居较为相近，与同行业可比公司之间不存在重大差异。

各报告期末公司货币资金余额较高，一方面原因系虽然公司货币资金余额较高，但货币资金占流动负债的比例并不高，货币资金尚不足以完全覆盖所有短期的财务需求（如日常营运资金、应付账款、应付票据等）。报告期内，公司的流动负债分别为 22,830.17 万元、20,369.41 万元、20,339.32 万元，公司的货币资金余额占流动负债比重分别为 37.96%、37.56%和 32.77%。公司需要通过合理安排的借款保证公司具有足够的流动性，以用于采购原材料、支付供应商货款及票据等，以保证公司日常生产经营周转。

另一方面，公司管理层有意保留一定的安全资金，用于公司不断开拓业务的流动资金需求，应对公司未来的业务开拓机会。

最后，为了维系公司与银行之间的合作关系，保持公司在银行的信用等级及授信额度，应对未来可能存在的资金短缺风险，公司合理持有一定的借款以

维护公司融资渠道的稳定性。

根据银行借款到期日，公司于 2024 年三季度、2025 年一季度分别偿还 8,500.00 万元、999.00 万元，还款的资金来源主要为公司的经营收益，如果公司仍存在资金需求，会在授信额度内借款。截至目前，公司到期的银行借款均已按期还款，2024 年度公司（未经审计）的经营活动现金流量净额约为 3,500.00 万元，2024 年末资产负债率 49.85%、流动比率 1.34、速动比率 0.84。

（二）结合对外借款、货币资金余额、现金活动和购销结算模式等因素，说明公司是否存在较大的短期或长期偿债风险

报告期内，公司资产负债率逐年下降，经营状况不断改善，截至 2024 年 7 月 31 日，公司其他流动负债金额为 20,339.32 万元，其中公司短期借款、应付票据和货币资金分别为 9,515.18 万元、5,525.40 万元和 6,664.93 万元，未来 1 年内公司尚需偿还的负债时间较为分散，不存在较大集中兑付的风险。另外公司持有的货币资金较为充足，公司销售模式主要为先款后货，销售回款状况良好，能够较好的保障公司上述负债按时偿还；同时公司与银行建立了长期合作关系，给予的授信额度高于目前借款，在流动贷款到期后可以进行续贷截至目前，公司的货币资金充足，公司销售模式主要为先款后货，销售回款状况良好，各项负债严格按照合同约定日期进行还款，未出现违约情况，不存在较大的短期或长期偿债风险。

（三）请主办券商、会计师核查上述情况，对公司是否具备偿债能力，是否存在营运资金不足的流动性风险，公司是否存在短期或长期偿债风险，发表明确意见。

1、核查程序

（1）访谈公司财务总监，了解公司货币资金余额较高的情形下开展借款的原因；

（2）查阅可比公司定期报告，分析公司偿还能力指标与可比公司是否存在差异；

（3）对公司定期财务报表进行分析，查询公司到期还款情况；

2、核查结论

(1) 公司为满足正常生产经营所需的流动资金需求，公司需持有有一定规模的货币资金用于采购原材料、支付供应商货款及票据等，在货币资金余额较高的情形下开展借款具有合理性；

(2) 鉴于公司目前公司持有的货币资金较为充足、销售回款状况良好且与主要银行合作良好，整体债务结构健康，公司的各项负债严格按照合同约定日期进行还款，未出现违约情况，不存在较大的短期或长期偿债风险。

四、关于销售费用。根据申报文件，报告期内公司销售费用率均在 20%以上。请公司：①说明销售费用率与同行业可比公司是否存在较大差异及原因；②结合报告期内市场开拓、客户变动情况、销售推广方式等分析说明销售费用占比较高的原因；促销支持费的具体内容，与销售收入的匹配性；相关服务提供商与公司是否存在关联关系或其他利益安排；③说明各期销售人员数量，人均薪酬与同行业可比公司、当地平均薪酬水平的对比情况及人均薪酬变动的原因，是否与公司业务发展及业绩变动相匹配；④说明第三方电商平台各项费用的收费标准，按照平台销售佣金、平台订阅费或年费等项目，说明各电商平台收取平台交易费的对应模式，报告期内各平台交易费与对应收入规模是否匹配；对比同行业可比公司，说明平台佣金及广告推广费规模的合理性，是否存在显著差异；结合公司各线上销售平台的服务群体、流量来源、广告推广费等分析各渠道获客成本差异及原因，并说明推广效果及销售数据变动、客户数据波动是否存在异常情形。请主办券商及会计师补充核查上述事项，并发表明确意见。

(一) 请公司：①说明销售费用率与同行业可比公司是否存在较大差异及原因

报告期内，公司及同行业可比公司销售费用率对比如下：

公司	2024年1-7月	2023年度	2022年度
箭牌家居（001322）	7.60%	7.88%	9.52%
惠达卫浴（603385）	12.14%	10.32%	9.01%
可比公司平均值	9.87%	9.10%	9.27%
公司	26.63%	22.61%	24.01%

注：上述可比公司中，箭牌家居、惠达卫浴 2024 年 1-7 月销售费用率数据实为 2024 年 1-6

月期间数据。

由上表可见，报告期内，公司销售费用率高于同行业可比公司。报告期内，公司销售费用中，职工薪酬、促销支持费以及广告费用，此三项费用合计占销售费用的比重在报告期内均超过 80%，为销售费用的主要构成。

一方面，公司定位高端厨房品牌，致力于打造高品质、高附加值的产品形象。为维持和提升品牌在高端市场的影响力，需要持续投入人力、资金用于品牌宣传和推广，使得公司在品牌建设、产品推广方面的费用支出较高；另一方面，公司与同行业可比公司相比，收入规模仍较小，使得销售费用率水平较高，具有合理性。

（二）请公司：②结合报告期内市场开拓、客户变动情况、销售推广方式等分析说明销售费用占比较高的原因；促销支持费的具体内容，与销售收入的匹配性；相关服务提供商与公司是否存在关联关系或其他利益安排；

1、结合报告期内市场开拓、客户变动情况、销售推广方式等分析说明销售费用占比较高的原因

（1）报告期内市场开拓和销售推广方式

公司产品包括水槽、龙头、卫浴五金、配件等，其中以水槽为主。公司水槽产品属于耐用消费品，消费者更换频率较低，市场竞争激烈。为了在众多品牌中脱颖而出，公司需要投入大量资金用于广告宣传，通过线上线下多渠道进行品牌推广，让更多消费者了解并选择公司产品，使得公司销售费用水平较高。

（2）客户变动情况与销售推广方式

报告期内，公司销售模式包括线上、线下，线上主要通过京东、天猫等平台进行，为了提升产品在电商平台的曝光度与搜索排名，需要持续投入资金进行竞价排名、参加平台促销活动等。线下推广时，公司为进一步拓展市场，为经销商提供装修及样机补贴费，支付进场费及促销活动等支出，使得公司销售费用水平较高。

报告期各期，公司各类客户变动情况如下表所示：

项目	2024年1-7月	2023年度	2022年度
经销商	324	351	289
家装建超	62	62	44
电商客户及其他	103	76	38
合计	489	489	371

由上表可见，报告期内，公司客户数量整体呈现上升趋势，每年亦有新增客户，公司每年均需付出一定开拓客户支出，使得销售费用整体占营业收入比例较高，具有合理性。

2、促销支持费的具体内容，与销售收入的匹配性

报告期内，公司促销支持费的构成情况具体如下表所示：

单位：万元

项目	2024年1-7月	2023年度	2022年度
促销支持费-线下装修及样机补贴	165.31	207.75	306.81
促销支持费-线下进场费及促销活动	296.37	536.36	495.19
促销支持费-线下导购费用	3.29	1.89	15.52
促销支持费-线上主要平台流量支持费	660.06	1,154.28	1,099.51
促销支持费-线上主要平台佣金及手续费	423.09	1,224.25	1,123.27
促销支持费-其他平台推广费用	58.47	241.49	492.98
合计	1,606.59	3,366.02	3,533.28

由上表可见，报告期内，公司促销支持费用中线下促销费占比较少，主要为线上推广费用，包括线上主要平台流量支持费和平台佣金及手续费等费用，涉及的主要平台为京东、天猫。

公司线上推广费及占线上销售的比例情况如下：

单位：万元

项目	2024年1-7月	2023年度	2022年度
线上推广费用	1,083.15	2,378.53	2,222.78
线上销售合计	5,536.38	13,157.49	12,673.72
线上推广费用占比	19.56%	18.08%	17.54%

由上表可见，报告期内，线上推广费用与线上销售收入占比虽存在一定波动，但整体较为稳定，线上推广费用与线上销售收入较为匹配。

3、相关服务提供商与公司是否存在关联关系或其他利益安排

报告期内，公司线下推广服务对象主要为经销商及直营客户，线上推广费的服务提供商主要为京东系、天猫系等线上销售平台，与公司不存在关联关系或其他利益安排。

(三) 请公司：③说明各期销售人员数量，人均薪酬与同行业可比公司、当地平均薪酬水平的对比情况及人均薪酬变动的原因，是否与公司业务发展及业绩变动相匹配

报告期内公司销售人员薪酬情况如下：

单位：万元

年度	年均销售人员	薪酬总额	平均薪酬
2022 年度	220	2,753.78	12.52
2023 年度	190	2,826.07	14.87
2024 年 1-7 月	227	1,531.84	6.75

报告期内，销售人员薪酬较为稳定，2023 年度较 2022 年度有所增加，主要系 2023 年公司销售收入较 2022 年度增长 1,264.79 万元，销售人员绩效工资增加所致。

报告期内公司销售人员薪酬与同行业公司对比情况如下：

单位：万元

项目	2023 年度	2022 年度
箭牌家居（001322）	12.69	13.52
惠达卫浴（603385）	14.37	15.44
行业平均	13.53	14.48
公司	14.87	12.52

注：可比公司均未披露 2024 年 1-6 月销售人员数量，故此处未对 2024 年 1-6 月数据进行对比

报告期内，公司销售人员的平均薪酬与同行业可比公司相比，不存在较大差异。

报告期内公司销售人员薪酬与当地平均水平对比情况如下：

项目	2024 年 1-7 月	2023 年度	2022 年度
宁波市营销员年平均	未披露	10.20	10.08

项目	2024年1-7月	2023年度	2022年度
工资（注）			
公司销售人员	6.75	14.87	12.52

注：数据来源为宁波市人力资源和社会保障局颁布的《关于发布宁波市 2023 年度人力资源市场部分职位工资价位及 2022 年度行业人工成本信息的通知》《宁波市 2023 年度薪酬调查信息》，2022 年度、2023 年度营销员 50%分位值的人均人工成本

由上表可见，2022 年及 2023 年，公司销售人员年均薪酬均高于当地平均水平，主要原因系公司重视人才的培养和吸纳，不断完善人才激励机制，重视对员工的激励措施，且销售人员的薪酬包括与公司业务收入挂钩的销售提成，薪酬水平具有合理性，不存在重大异常情况。

综上所述，公司销售人员人均薪酬与同行业可比公司不存在较大差异，销售人员人均薪酬高于当地平均薪酬水平，具有合理性；与公司业务发展及业绩变动相匹配。

（四）请公司：④说明第三方电商平台各项费用的收费标准，按照平台销售佣金、平台订阅费或年费等项目，说明各电商平台收取平台交易费的对应模式，报告期内各平台交易费与对应收入规模是否匹配；对比同行业可比公司，说明平台佣金及广告推广费规模的合理性，是否存在显著差异；结合公司各线上销售平台的服务群体、流量来源、广告推广费等分析各渠道获客成本差异及原因，并说明推广效果及销售数据变动、客户数据波动是否存在异常情形。

（1）说明第三方电商平台各项费用的收费标准，按照平台销售佣金、平台订阅费或年费等项目，说明各电商平台收取平台交易费的对应模式，报告期内各平台交易费与对应收入规模是否匹配

第三方电商平台收取的费用主要包括平台佣金及手续费和平台流量支持费。平台佣金及手续费主要系公司通过第三方电商平台进行销售而向电商平台支付的各项佣金和年费，平台销售佣金与平台的销售量直接相关,由各电商平台按照其业务规则通过货款账扣的方式，直接从应结算的销售货款中扣除，公司线上销售的佣金平台主要为抖音、天猫、京东、拼多多等；电商平台流量支持费为公司购买互联网信息搜索服务的费用，参与销售平台的促销活动支付的引流推广费用。

电商平台销售服务费具体收取政策如下：

平台	电商服务项目	业务内容	收费政策
天猫	天猫直通车	服务方通过天猫直通车软件系统向公司提供的软件服务，该软件服务可依公司操作、使公司指定信息并根据一定规则对信息进行动态收集、处理、存储、检索和计算，并取得计算结果	根据终端客户有效点击次数扣费
	引力魔方	服务方通过引力魔方软件系统向公司提供软件服务及信息发布相关的服务	通过展示量和点击量计费
	万相台	服务方通过阿里巴巴万相台软件系统向公司提供帮助公司建立基于场景化的跨渠道投放的软件服务	按照点击量、曝光量或达到的特定目标进行计费，收费标准可能根据平台、广告形式和竞争程度而有所不同
	品销宝	服务方通过品销宝软件系统向公司提供品牌搜索置顶展示服务	根据展现量计费
拼多多	拼多多推广平台	服务方通过拼多多店铺推广软件系统，向公司提供的软件服务，该服务支持公司自助选定条件，在拼多多网站、软件和无线客户端等和/或第三方网站（第三方拥有或合法经营的因特网、移动网、软件客户端及/或其他网络形态的信息网络空间）相关页面和/或界面上按一定系统规则展示推广信息	根据买家浏览或点击所产生的费用扣费
京东	京准通	服务方依托京准通系统向公司提供的，以技术手段将京东平台及1号店平台上所售商品或服务的信息在京东平台及1号店平台或京东平台及1号店平台以外推广空间进行投放的服务	京准通商家自定义输入引荐位出价,最低出价0.1元/点击
抖音	抖音巨量千川	(1) 以图片、文字、视频、音频、直播等形式在流量网络平台上为客户产品发布数据推广内容；(2) 在流量网络平台发布由客户提供对其产品进行描述、介绍或推广的、以文字为主要表现形式的內容；(3) 推销商品、服务或其他宣传对象的付费搜索服务；(4) 在流量网络平台发布由客户侧提供的、且客户侧对连接所指向的落地页内容及资质的合法性承担责任的网络链接地址；(5) 可用于推广客户产品的其他数据推广服务	根据用户点击广告时需要支付费用进行扣费

报告期内各平台交易费与对应收入规模列示如下：

①电商佣金及手续费和其他平台推广费用与线上收入的匹配性如下：

单位：万元

电商服务项目	平台	2024年1-7月			2023年度			2022年度		
		费用金额	平台收入	占该平台收入比例	费用金额	平台收入	占该平台收入比例	费用金额	平台收入	占该平台收入比例
佣金及手续费	天猫	194.10	2,638.91	7.36%	748.56	5,383.58	13.90%	587.51	5,415.28	10.85%
佣金及手续费	拼多多	2.01	107.77	1.87%	5.63	423.96	1.33%	3.45	147.81	2.33%
佣金及手续费	京东	103.40	1,140.48	9.07%	229.70	2,731.23	8.41%	232.80	2,730.71	8.53%
佣金及手续费	抖音	10.64	217.97	4.88%	24.06	454.54	5.29%	14.52	271.64	5.35%
佣金及手续费	京东自营	112.94	789.62	14.30%	216.31	1,814.47	11.92%	285.00	1,763.68	16.16%
其他平台推广费用	其他平台	58.47	412.75	14.17%	241.48	809.40	29.83%	492.97	1,081.10	45.60%
合计		481.56	5,307.50	9.07%	1,465.74	11,617.18	12.62%	1,616.25	11,410.22	14.16%

②报告期内平台流量支持费与线上收入的匹配性如下：

单位：万元

电商服务项目	平台	2024年1-7月			2023年度			2022年度		
		费用金额	平台收入	占该平台收入比例	费用金额	平台收入	占该平台收入比例	费用金额	平台收入	占该平台收入比例
天猫直通车、引力魔方、万相台、品销宝	天猫	377.77	2,638.91	14.32%	709.83	5,383.58	13.19%	669.69	5,415.28	12.37%
商品推广和明星店铺	拼多多	2.64	107.77	2.45%	10.91	423.96	2.57%	12.84	147.81	8.69%
京准通	京东	176.4	1,140.48	15.47%	312.35	2,731.23	11.44%	304.02	2,730.71	11.13%
巨量千川、小店随心推	抖音	28.62	217.97	13.13%	47.25	454.54	10.40%	33.22	271.64	12.23%
京准通	京东自营	74.63	789.62	9.45%	73.94	1,814.47	4.08%	79.74	1,763.68	4.52%
合计		660.06	4,894.75	13.49%	1,154.28	10807.78	10.68%	1,099.51	10,329.12	10.64%

③ 现将上述两部分费用进行合并分析，各电商平台佣金及手续费、流量支持费合计占平台收入比例，如下所示：

单位：万元

电商服务项目	平台	2024年1-7月			2023年度			2022年度		
		综合费用	平台收入	占该平台收入比例	综合费用	平台收入	占该平台收入比例	综合费用	平台收入	占该平台收入比例
佣金手续费、流量	天猫	571.87	2,638.91	21.67%	1,458.39	5,383.58	27.09%	1,257.20	5,415.28	23.22%

电商服务项目	平台	2024年1-7月			2023年度			2022年度		
		综合费用	平台收入	占该平台收入比例	综合费用	平台收入	占该平台收入比例	综合费用	平台收入	占该平台收入比例
支持费										
佣金手续费、流量支持费	拼多多	4.65	107.77	4.31%	16.54	423.96	3.90%	16.29	147.81	11.02%
佣金手续费、流量支持费	京东	279.80	1,140.48	24.53%	542.05	2,731.23	19.85%	536.82	2,730.71	19.66%
佣金手续费、流量支持费	抖音	39.26	217.97	18.01%	71.31	454.54	15.69%	47.74	271.64	17.57%
佣金手续费、流量支持费	京东自营	187.57	789.62	23.75%	290.25	1,814.47	16.00%	364.74	1,763.68	20.68%
佣金手续费、流量支持费	其他平台	58.47	412.75	14.17%	241.48	809.40	29.83%	492.97	1,081.10	45.60%
合计		1,141.62	5,307.50	21.51%	2,620.02	11,617.18	22.55%	2,715.76	11,410.22	23.80%

从上表中可以看出，公司电商平台拼多多综合费用率最低，天猫、拼多多、京东及京东自营、抖音综合费用率报告期内波动均较小，其中京东的综合费用率逐年上升，由于各电商平台的佣金政策存在差异，各平台的推广策略与公司的营销策略又有直接关联，因此报告期内各平台的综合费用率存在差异具有合理性。

综上，报告期内，公司各类平台费用与线上收入规模具有匹配性。

(2) 对比同行业可比公司，说明平台佣金及广告推广费规模的合理性，是否存在显著差异

经查询，查询可比公司近三年销售费用与营业收入情况的公开数据如下：

可比公司	2024年1-6月			2023年度			2022年度		
	销售费用	营业收入	费用占收入比例	销售费用	营业收入	费用占收入比例	销售费用	营业收入	费用占收入比例
箭牌家居	5,526.44	37,789.15	14.62%	13,379.26	80,266.10	16.67%	11,686.49	69,646.70	16.78%
惠达卫浴	254.06	未披露	-	840.08	16,561.87	5.07%	1,207.75	未披露	-

注：可比公司箭牌家居销售费用为电商平台费用，营业收入为直营电商收入；惠达卫浴销售费用为电商服务费，2022年和2024年未披露电商收入，2023年营业收入为电商收入。

经对比本公司综合费用率高于可比公司所披露的销售费用占收入比例。受不同公司之间经营策略的影响、各公司线上销售业务规模、不同平台推广投流

力度不同等原因，各公司之间平台费用率不同。

综上，公司平台佣金及服务费规模具有合理性，符合行业惯例。

(3) 结合公司各线上销售平台的服务群体、流量来源、广告推广费等分析各渠道获客成本差异及原因，并说明推广效果及销售数据变动、客户数据波动是否存在异常情形。

① 各渠道获客成本差异

平台定位与竞争程度：天猫、京东定位中高端，竞争激烈，流量获取成本高；拼多多主打性价比，竞争相对较小，获客成本较低，转化率偏低；抖音流量虽大，但精准流量获取难度大，导致获客成本有波动。

推广方式与效果：不同平台推广方式不同，效果也有差异。直通车、京准通等传统搜索推广，按点击付费，竞争词价格高；直播坑位费归属于流量推广费，其费用高低取决于主播影响力和直播间流量，波动较大。

② 推广效果及销售数据变动

天猫：直通车带来精准流量，转化率较高；直播坑位费投入产出比在优质主播合作时表现良好，能有效提升品牌知名度和销量。

京东：京准通推广对品牌曝光和产品销量提升有积极作用，平台推广效果较好；

拼多多：推广费投入在低价爆款产品上效果显著，通过社交裂变实现大量用户增长和销量提升。

抖音：优质短视频内容和达人合作能迅速提升产品热度，直播坑位在合适的主播和产品匹配下，能带来可观的销售额。

③ 客户数据波动

日销推广作用：品牌在日销情况下，营销活动主要配合新品与爆品的推广营销，爆品需要一定的免费流量叠加收费流量，保持爆品的日销基础，维护日销产品的产出与生命周期；新品上市前期需有收费流量积极的做推广，建立前期的基础销售。

促销活动影响：电商平台的促销活动对线上销售影响巨大。在“618”、“双 11”等大型促销活动期间，凭借平台补贴、店铺优惠券、满减活动等优惠手段，能吸引大量客户。以“双 11”为例，活动期间客户流量和订单金额会有显著增长。但活动结束后，客户数据会出现断崖式下跌，进入销售低谷期，订单量和销售额需要一段时间才能恢复到正常水平。

竞争对手策略影响：家装主材市场竞争激烈，竞争对手的策略对公司线上客户数据影响明显。当竞争对手推出价格更低的同类产品时，会导致部分价格敏感型客户流失。另外，竞争对手通过大规模广告投放、明星代言等方式提升品牌知名度时，也会吸引潜在客户的关注，对公司的市场份额造成影响。

综上，公司各渠道获客成本存在差异具备合理性，公司各期各 2C 端平台销售规模保持稳定或增长，推广效果良好，销售数据、客户数据波动不存在异常情形。

（五）请主办券商及会计师补充核查上述事项，并发表明确意见。

1、核查程序

- （1）查阅并分析同行业可比公司的年报、半年报；
- （2）统计报告期内公司各类客户数量变更的情形，以印证公司市场开拓情况；
- （3）查阅公司销售费用中，促销费用的相关明细，并与对应销售情况进行了复核比对；
- （4）查阅公司主要客户的工商信息和公开披露信息，验证其与公司不存在重大关联关系；
- （5）统计公司报告期内各期主要销售人员数量及薪酬情况，并与同行业可比公司公开披露的数据进行比较，获取宁波地区不同行业平均薪酬情况，与公司进行比对；
- （6）统计第三方电商平台销售佣金、平台订阅费或年费等项目，查阅了电商平台收取平台交易费的对应模式；
- （7）查阅并分析同行业可比公司平台佣金及广告推广费；

(8) 分析公司各线上渠道获客成本差异，核查是否存在数据波动异常情形。

2、核查意见

(1) 报告期内，公司的销售费用率与同行业可比公司相较存在一定的差异，主要系公司销售规模差异所致；

(2) 公司已说明报告期内销售费用占比较高的原因，报告期内客户数量整体呈现上升趋势，与公司销售收入及销售费用的变动情形总体一致；公司的促销费用主要系线上促销费用，线上促销费用变动与公司线上销售规模变动基本匹配，公司的促销费用支付对象与公司不存在重大关联关系或其他利益安排；

(3) 公司销售人员人均薪酬与同行业可比公司不存在较大差异，销售人员人均薪酬高于当地平均薪酬水平，具有合理性；与公司业务发展及业绩变动相匹配。

(4) 公司已说明第三方电商平台的收费标准和平台交易费的对应模式，报告期内各平台交易费与对应收入规模匹配；

(5) 对比同行业可比公司，平台佣金及广告推广费规模具有合理性，不存在显著差异；

(6) 公司各线上销售平台推广效果及销售数据变动、客户数据波动不存在异常情形。

五、关于其他事项。请公司：①说明报告期各期通过招投标、商务谈判等方式获取收入的金额及占比情况；公司是否存在应履行而未履行招投标程序的情形，是否存在合同被认为无效、诉讼纠纷或受到行政处罚的风险，是否构成重大违法违规；公司订单获取方式和途径是否合法合规，是否存在商业贿赂、不正当竞争的情形；②说明投资性房地产归集及核算的具体内容，计量模式，持有目的，购买背景等，涉及房产的具体情况，是否存在减值迹象；③说明报告期各期产能利用率情况；公司固定资产具体折旧政策是否与同行业可比公司存在重大差异及合理性；报告期内固定资产是否存在闲置、废弃、损毁和减值，结合对固定资产减值测试情况说明报告期对固定资产计提减值准备是否充分；④说明 2022 年期货投资具体情况，包括但不限于投资金额、涉及期货品种、投资背景及必要性、与公司主营业务是否相关，公司具体会计处理，是否符合会

计准则规定，未来是否还存在继续投资的计划，公司相关投资经验及风险控制措施。请主办券商、律师核查上述事项①，并发表明确意见。请主办券商、会计师核查上述事项②至④，并发表明确意见。

(一) 请公司：①说明报告期各期通过招投标、商务谈判等方式获取收入的金额及占比情况；公司是否存在应履行而未履行招投标程序的情形，是否存在合同被认为无效、诉讼纠纷或受到行政处罚的风险，是否构成重大违法违规；公司订单获取方式和途径是否合法合规，是否存在商业贿赂、不正当竞争的情形；

1、说明报告期各期通过招投标、商务谈判等方式获取收入的金额及占比情况

报告期内，公司获取业务主要是商务谈判方式，主营业务收入分招投标及商务谈判构成情况如下：

单位：万元

电商平台	2024年1-7月		2023年度		2022年度	
	收入	营收占比	收入	营收占比	收入	营收占比
商务谈判	14,772.66	99.64%	31,946.70	99.22%	30,691.45	99.41%
招投标	53.99	0.36%	249.99	0.78%	182.24	0.59%
合计	14,826.65	100.00%	32,196.69	100.00%	30,873.69	100.00%

2、公司是否存在应履行而未履行招投标程序的情形，是否存在合同被认为无效、诉讼纠纷或受到行政处罚的风险，是否构成重大违法违规

我国涉及应当履行公开招投标程序的相关法律法规及主要规定具体如下：

文件名称	规定内容
《中华人民共和国招标投标法》	第三条在中华人民共和国境内进行下列工程建设项目包括项目的勘察、设计、施工、监理以及与工程建设有关的重要设备、材料等的采购，必须进行招标：（一）大型基础设施、公用事业等关系社会公共利益、公众安全的项目；（二）全部或者部分使用国有资金投资或者国家融资的项目；（三）使用国际组织或者外国政府贷款、援助资金的项目。前款所列项目的具体范围和规模标准，由国务院发展计划部门会同国务院有关部门制订，报国务院批准。法律或者国务院对必须进行招标的其他项目的范围有规定的，依照其规定。
《中华人民共和国招标投标法实施条例》	第二条招标投标法第三条所称工程建设项目，是指工程以及与工程建设有关的货物、服务。前款所称工程，是指建设工程，包括建筑物和构筑物的新建、改建、扩建及其相关的装修、拆除、修缮等；所称与工程建设有关的货物，是指构成工程不可分割的组成部分，且为实现工程基本

文件名称	规定内容
	<p>功能所必需的设备、材料等；所称与工程建设有关的服务，是指为完成工程所需的勘察、设计、监理等服务。</p> <p>第三条依法必须进行招标的工程建设项目的具体范围和规模标准，由国务院发展改革部门会同国务院有关部门制订，报国务院批准后公布施行。</p> <p>第八条国有资金占控股或者主导地位的依法必须进行招标的项目，应当公开招标；但有下列情形之一的，可以邀请招标：（一）技术复杂、有特殊要求或者受自然环境限制，只有少量潜在投标人可供选择；（二）采用公开招标方式的费用占项目合同金额的比例过大。有前款第二项所列情形，属于本条例第七条规定的项目，由项目审批、核准部门在审批、核准项目时作出认定；其他项目由招标人申请有关行政监督部门作出认定。</p>
《中华人民共和国政府采购法》	<p>第二条在中华人民共和国境内进行的政府采购适用本法。本法所称政府采购，是指各级国家机关、事业单位和团体组织，使用财政性资金采购依法制定的集中采购目录以内的或者采购限额标准以上的货物、工程和服务的行为。第二十七条采购人采购货物或者服务应当采用公开招标方式的，其具体数额标准，属于中央预算的政府采购项目，由国务院规定；属于地方预算的政府采购项目，由省、自治区、直辖市人民政府规定；因特殊情况需要采用公开招标以外的采购方式的，应当在采购活动开始前获得设区的市、自治州以上人民政府采购监督管理部门的批准。</p>
《中华人民共和国政府采购法实施条例》	<p>第七条政府采购工程以及与工程建设有关的货物、服务，采用招标方式采购的，适用《中华人民共和国招标投标法》及其实施条例；采用其他方式采购的，适用政府采购法及本条例。</p>
《必须招标的工程项目规定》	<p>第二条全部或者部分使用国有资金投资或者国家融资的项目包括：（一）使用预算资金 200 万元人民币以上，并且该资金占投资额 10% 以上的项目；（二）使用国有企业事业单位资金，并且该资金占控股或者主导地位的项目。</p> <p>第五条本规定第二条至第四条规定范围内的项目，其勘察、设计、施工、监理以及与工程建设有关的重要设备、材料等的采购达到下列标准之一的，必须招标：（一）施工单项合同估算价在 400 万元人民币以上；（二）重要设备、材料等货物的采购，单项合同估算价在 200 万元人民币以上；（三）勘察、设计、监理等服务的采购，单项合同估算价在 100 万元人民币以上。同一项目中可以合并进行的勘察、设计、施工、监理以及与工程建设有关的重要设备、材料等的采购，合同估算价合计达到前款规定标准的，必须招标。</p>

根据《中华人民共和国招标投标法》《必须招标的工程项目规定》等有关规定，满足特定范围及达到规定规模标准的工程建设项目，应当依法进行招投标。特定范围项目包括涉及大型基础设施和公用事业项目、使用国有资金或国家融资的项目和使用国际组织或外国政府贷款、援助资金的项目；达到规定规模标准具体指该项目的工程施工、货物采购及勘察设计等服务的单项采购合同估算价在 400 万元、200 万元和 100 万元以上或合同估算价合计达到前述标准。

公司主营业务为各类水槽、龙头及配件、卫浴五金及厨房水区电器的研发、生产与销售，不属于《中华人民共和国招标投标法》《必须招标的工程项目规定》

等法律法规规定的必须招标的范畴。报告期内，公司进行的招投标主要是通过终端地产公司的市场公开招投标方式入围地产公司的厨房水槽及水槽龙头、卫浴小五金等采购品牌库，并达成相应的战略合作协议或集中采购协议，之后相关经销商获取房地产开发企业最终订单后向公司下达采购需求，公司不直接通过招投标方式获得订单。此类业务形式是基于终端地产公司的商业模式与内部管理制度进行。因此，公司业务不属于《招标投标法》及其实施细则等法律法规要求的必须招标的范畴，不存在应履行而未履行招投标程序的情形。

3、公司订单获取方式和途径是否合法合规，是否存在商业贿赂、不正当竞争的情形

报告期内，公司获取订单的方式主要为商务谈判，交易各方参考产品成本、预算、市场价格水平等因素共同协商确定交易合同、订单。报告期内，公司订单获取方式和途径合法合规，不存在商业贿赂、不正当竞争的情形。

4、请主办券商、律师核查上述事项①，并发表明确意见

(1) 核查程序

就前述问题 1 至问题 3，主办券商、律师执行了如下核查程序：

①查阅报告期内的收入情况，完成公司招投标项目落地的经销商出具的采购确认函，按订单取得方式对报告期各期的收入进行划分，统计不同订单获取方式下对应的收入金额及占比；

②查阅《中华人民共和国招标投标法》《必须招标的工程项目规定》等有关规定并并核验相关合同是否属于相关法规规定应当履行招投标程序的情况；

③查阅公司及相关主体的信用报告，查询中国执行信息公开网、中国裁判文书网、中国审判流程信息公开网、中国检察网、国家企业信用信息公示系统、信用中国等网站；访谈公司销售业务负责人，获取公司出具的说明，了解报告期内公司获取订单的主要方式及途径是否合法合规；

④对公司主要客户进行访谈，了解报告期内公司与主要客户是否存在以不正当竞争的方式违规获取订单等开展合作的情形。

(2) 核查意见

就前述问题 1 至问题 3，经核查，主办券商、律师认为：

①报告期内，公司营业收入主要通过商务谈判获取，招投标方式获取收入占比较小；

②公司主营业务为各类水槽、龙头及配件、卫浴五金及厨房水区电器的研发、生产与销售，不属于《中华人民共和国招标投标法》《必须招标的工程项目规定》等法律法规规定的必须招标的范畴。因此，公司不存在应履行而未履行招投标程序的情形；

③报告期内，公司订单获取方式和途径合法合规，不存在商业贿赂、不正当竞争的情形。

(二) 请公司：②说明投资性房地产归集及核算的具体内容，计量模式，持有目的，购买背景等，涉及房产的具体情况，是否存在减值迹象；

1、说明投资性房地产归集及核算的具体内容，计量模式，持有目的，购买背景等，涉及房产的具体情况，是否存在减值迹象；

公司投资性房地产核算的具体内容包括已出租的土地使用权、持有并准备增值后转让的土地使用权、已出租的房屋建筑物。其中，已出租的建筑物包括已出租的厂房及仓库。

根据《企业会计准则第 3 号——投资性房地产》的规定，公司对投资性房地产核算的具体方式如下：

“1、公司取得的投资性房地产，按照取得时的成本进行初始计量。外购投资性房地产的成本，包括购买价款和可直接归属于该资产的相关税费；自行建造投资性房地产的成本，由建造该项资产达到预定可使用状态前所发生的必要支出构成；以其他方式取得的投资性房地产的成本，按照相关会计准则的规定确认。2、与投资性房地产有关的后续支出，满足投资性房地产确认条件的（该投资性房地产包含的经济利益很可能流入企业；该投资性房地产的成本能够可靠计量），计入投资性房地产成本；否则，在发生时计入当期损益。3、于资产负债表日存在减值迹象的，进行减值测试。公司按投资性房地产的可收回金额低于其账面价值的差额，计提投资性房地产减值准备，并计入当期损益。投资性房地产减值损失一经确认，除处置出售情况外，不再转回。4、公司投资性房

地产开始自用，于房地产达到自用状态，开始将房地产用于生产商品、提供劳务或者经营管理之日，将其转为其他资产；公司作为存货的房地产改为出租，或者自用建筑物、自用土地使用权停止自用改为出租，于租赁期开始日，将其转为投资性房地产。公司将房地产转换前的账面价值作为转换后的入账价值。5、当公司投资性房地产被处置，或者永久退出使用且预计不能从其处置中取得未来经济利益时，终止确认该项投资性房地产。公司出售、转让、报废投资性房地产或者发生投资性房地产毁损，将处置收入扣除其账面价值和相关税费后的金额计入当期损益。”

公司对外出租房产具体情况：浙江万合邦新材料科技有限公司为欧琳科技股份有限公司提供工艺加工，为保持加工工艺的延续性，同时可有效降低运输和搬运等成本，公司将位于宁波市鄞州区投燔火街道袁家、团桥、中鹅村，不动产权证号为浙（2020）宁波市鄞州不动产权第 0244187 号，房屋面积 4,800 平方米的部分厂房出租给该关联方作为生产经营使用。

报告期内，对于投资性房地产相关资产，公司将《企业会计准则第 8 号——资产减值》规定的可能存在减值迹象的情况与公司实际情况逐项进行比对，具体情况如下：

序号	《企业会计准则第 8 号——资产减值》的规定	公司实际情况
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	报告期各期末，公司投资性房地产中的房屋建筑物、土地使用权等的市场价格未发生大幅下降的情况
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	报告期各期末，公司经营所处的经济、技术或者法律等环境未发生重大变化，相关政策未发生重大变化
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	报告期各期末，报告期内市场利率或者其他市场投资报酬率未发生重大变化
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，公司对投资性房地产相关资产会进行日常维修保养及盘点，相关资产不存在已经陈旧过时或者其实体已经损坏的情形
5	资产已经或者将被闲置、终止使用或者计划提前处置	报告期各期末，公司未发现资产已经或者将被闲置、终止使用或者计划提前处置的情形

序号	《企业会计准则第8号——资产减值》的规定	公司实际情况
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	报告期各期末，公司未发现其他资产的经济绩效已经低于或者将低于预期的情形
7	其他表明资产可能已经发生减值的迹象	报告期各期末，公司不存在其他表明资产可能已经发生减值的迹象

综上所述，报告期各期末公司投资性房地产不存在减值迹象。

2、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

报告各期末，对公司投资性房地产实施监盘程序，监盘时检查并观察投资性房地产的外观和使用情况，询问资产使用人员资产实际情况，包括资产运行使用情况、是否发生损坏、是否陈旧过时或被闲置，确认是否存在减值迹象。实地走访浙江万合邦新材料科技有限公司厂区，访谈公司相关负责人员了解公司将厂房出租给浙江万合邦新材料科技有限公司的原因。

(2) 核查意见

公司投资性房地产为已出租的厂房及仓库，采用成本模式进行后续计量，报告期各期末公司投资性房地产状况良好，不存在减值迹象。

(三) 请公司：③说明报告期各期产能利用率情况；公司固定资产具体折旧政策是否与同行业可比公司存在重大差异及合理性；报告期内固定资产是否存在闲置、废弃、损毁和减值，结合对固定资产减值测试情况说明报告期对固定资产计提减值准备是否充分；

1、说明报告期各期产能利用率情况；

报告期内，公司主要产品的产能、产量和产能利用率情况如下：

单位：只

项目	2024年1-7月	2023年	2022年
产能（只）	291,667	500,000	500,000
主要类别产品产量（只）：			
常规拉伸水槽	97,271	232,247	238,863
手工槽	21,231	36,344	40,979

项目	2024年1-7月	2023年	2022年
功能性水槽	235	2,068	2,303
合计	118,737	270,659	282,145
产能利用率(%)	40.71%	54.13%	56.43%

注1：产量为产成品口径，不包括配件类产品；

注2：产能为环评批复验收的产能数据；

注3：2024年1-7月的产能=年度产能/12个月*7个月，四舍五入取整数。

2、公司固定资产具体折旧政策是否与同行业可比公司存在重大差异及合理性；

公司依据《企业会计准则第4号——固定资产》的规定，结合实际生产经营情况，确定了固定资产的折旧方法。公司采用年限平均法计提折旧，固定资产自达到预定可使用状态时开始计提折旧，终止确认时或划分为持有待售资产时停止计提折旧。公司各类固定资产折旧年限、残值率、年折旧率如下：

类别	折旧方法	折旧年限(年)	残值率(%)	年折旧率(%)
房屋及建筑物	年限平均法	10-30	5	9.50-3.17
通用设备	年限平均法	3-10	5	31.67-9.50
专用设备	年限平均法	10	5	9.50
运输工具	年限平均法	5-10	5	19.00-9.50
其他设备	年限平均法	3	5	31.67

同行业可比公司中，箭牌家居各类固定资产折旧方法如下：

箭牌家居				
类别	折旧方法	折旧年限(年)	残值率(%)	年折旧率(%)
房屋及建筑物	年限平均法	10-30	5	9.50-3.17
机器设备	年限平均法	5-10	5	19-9.5
运输工具	年限平均法	5-8	5	19-11.88
电子设备及其他	年限平均法	2-5	5、0	47.5-19

惠达卫浴各类固定资产折旧方法如下：

惠达卫浴				
类别	折旧方法	折旧年限(年)	残值率(%)	年折旧率(%)
房屋及建筑物	年限平均法	10-35	3-10	2.57-9.70
机器设备	年限平均法	5-30	3-10	3.00-19.40

惠达卫浴				
类别	折旧方法	折旧年限(年)	残值率(%)	年折旧率(%)
运输工具	年限平均法	4-6	3-10	15.00-24.25
电子及办公设备	年限平均法	3-10	3-10	9.00-32.33
其他设备	年限平均法	4-11	3-10	8.18-24.25

由上表可知，公司与同行业可比公司固定资产折旧政策相近，不存在存在重大差异。

3、报告期内固定资产是否存在闲置、废弃、损毁和减值，结合对固定资产减值测试情况说明报告期对固定资产计提减值准备是否充分；

2024年7月31日公司闲置的固定资产清单如下：

单位：元

资产名称	资产类别	资产净值	备注
保税区国际发展大楼 1105 室	房屋建筑物	65,778.89	因厂区搬迁，原先办公场所暂时闲置
12m 链带式烘干炉	生产设备	2,000.00	设备临时封存后续增产继续使用
轮焊水槽半自动倒角机	生产设备	1,709.40	
轮焊水槽半自动倒角机	生产设备	1,709.40	
4 轴数控抛机底（直纹）	生产设备	8,145.52	
4 轴数控抛底机（直纹）	生产设备	15,996.26	
4 轴数控抛机底（直纹）	生产设备	8,145.52	
4 轴数控抛底机（直纹）	生产设备	15,996.26	
激光焊接机	生产设备	25,641.03	

公司根据《企业会计准则第 8 号——资产减值》关于减值迹象的明细规定以及固定资产的具体使用情况，对固定资产进行减值迹象分析，如有迹象表明固定资产发生减值的，按照账面价值与可收回金额的差额计提相应的减值准备。公司对固定资产减值迹象分析的具体情况如下：

序号	《企业会计准则第 8 号——资产减值》的规定	公司实际情况
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
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，导致资产的可收回金额低于其账面价值	报告期内，公司所处的市场处于快速发展阶段，所处的经济、技

序号	《企业会计准则第8号——资产减值》的规定	公司实际情况
	大变化，从而对企业产生不利影响	术或者法律等环境以及资产所处的宁波市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
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
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，历次固定资产盘点过程中均未发现主要资产存在已经陈旧过时或者其实体已经损坏的情形
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，公司闲置资产较小，生产设备持续使用中
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及现金流情况良好，且逐渐增强
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

综上，经减值测试后，公司固定资产不存在明显的减值迹象，故未计提固定资产减值准备，亦不存在废弃、损毁的情形。

4、请主办券商、会计师核查上述事项，并发表明确意见。

（1）核查程序

①访谈公司生产总监，实地查看公司生产基地和车间，了解公司生产情况，获取公司产能、产量数据并计算各期产能利用率；

②获取公司固定资产相关的内部控制制度，了解和评价与固定资产相关的内部控制设计，并测试内部控制运行的有效性；

③报告各期末，对公司固定资产实施监盘程序；监盘时检查并观察固定资产的外观和使用情况，询问资产使用人员资产实际情况，包括资产运行使用情况、是否发生损坏、是否陈旧过时或被闲置，确认是否存在减值迹象；

④访谈公司财务负责人，了解固定资产折旧政策；查询同行业可比公司固定资产折旧政策，比较分析公司固定资产折旧方法与同行业可比公司的差异原因及合理性。

(2) 核查意见

公司已说明报告期内产能利用率情况；公司与同行业可比公司固定资产折旧政策相近，不存在重大差异，具有合理性；报告期内公司存在少量暂时闲置的固定资产，固定资产总体状况良好，不存在废弃、损毁的情形，经减值测试后不存在明显的减值迹象，故未计提固定资产减值准备。

(四) 请公司：④说明 2022 年期货投资具体情况，包括但不限于投资金额、涉及期货品种、投资背景及必要性、与公司主营业务是否相关，公司具体会计处理，是否符合会计准则规定，未来是否还存在继续投资的计划，公司相关投资经验及风险控制措施。

1、说明 2022 年期货投资具体情况，包括但不限于投资金额、涉及期货品种、投资背景及必要性、与公司主营业务是否相关

2022 年，公司进行期货投资，投资的主要期货品种为不锈钢，投资金额 500 万元，公司购买的主要期货合约均为上海期货交易所的不锈钢合约，截至 2022 年 5 月公司将期货账户资金全部转回至银行账户，公司共产生投资收益 501.89 万元。



2022 年初，受俄乌冲突影响，原油、镍等金属供应短缺，国内不锈钢价格亦出现大幅波动。以无锡张浦 304 不锈钢价格为例，其在 2022 年 1-2 月上升后，在 3 月快速上涨后逐渐回落，整体波动较为剧烈。公司生产的水槽等产品主要原料即为 304 不锈钢，为防范和对冲原材料价格剧烈波动带来的风险，平滑原材料采购成本，节约资金和增加经营利润，公司进行了相关不锈钢的期货投资，与主营业务存在一定的关联性。

2、公司具体会计处理，是否符合会计准则规定，未来是否还存在继续投资的计划，公司相关投资经验及风险控制措施

本次期货投资是公司进行期货套保的首次尝试，因此公司尚未有效建立系统性的期货投资风险管理体系，主要由董事会秘书和财务负责人双岗负责期货投资事项。其中，董事会秘书牵头成立“期货决策小组”负责投资方案和具体操作，董事长对“期货决策小组”签署并出具交易授权书，明确可交易的具体种类和交易限额，“期货决策小组”在取得书面授权后在授权范围内进行操作。财务负责人负责审批资金调拨和出入户，并对期货套期保值账户交易和资金情况进行监控，检查交易和资金往来是否严格根据交易授权书执行。公司实施董事会秘书和财务负责人的双岗联合控制，实现期货交易与资金调拨相分离、相互制约，并对重大事项及时报告公司董事长。

根据《企业会计准则第 24 号——套期保值》第十七条：“公允价值套期、现金流量套期或境外经营净投资套期同时满足下列条件的，才能运用本准则规定的套期会计方法进行处理：

（一）在套期开始时，企业对套期关系（即套期工具和被套期项目之间的关系）有正式指定，并准备了关于套期关系、风险管理目标和套期策略的正式书面文件。该文件至少载明了套期工具、被套期项目、被套期风险的性质以及套期有效性评价方法等内容。套期必须与具体可辨认并被指定的风险有关，且最终影响企业的损益。……”

由于公司未书面形式正式指定套期工具和被套保项目之间的对应关系，即未在期货市场上买进或卖出与现货数量相等、方向相反、月份相同的期货合约以实现期货和现货的盈亏对冲，不存在有效的套期关系，因此公司的期货交易

不满足运用套期会计方法的条件，在此情况下，公司持有的期货合约构成了一项交易性金融资产或交易性金融负债，应按照《企业会计准则第 22 号——金融工具确认和计量》的规定进行账务处理。

1、转入保证金日：公司将银行存款转入至期货保证金账户时，会计分录如下：

借：其他货币资金—保证金

贷：银行存款

2、购入期货合约（开仓）

借：交易性金融资产

借：投资收益

贷：其他货币资金

3、资产负债表日（假设期货合约的公允价值高于其账面余额的差额）

借：交易性金融资产-公允价值变动

贷：公允价值变动损益

4、卖出期货合约（平仓）

借：其他货币资金

贷：交易性金融资产-成本

 交易性金融资产-公允价值变动

贷：投资收益

交易发生的费用则：

借：投资收益

贷：其他货币资金

公司未来不存在继续进行期货投资的计划。公司在本次期货投资后认识到原先对期货的风险认识偏少，不锈钢价格也有所回落并趋于平稳，因此公司自 2022 年 5 月将期货账户资金全部转户至银行账户后，后续未发生相关期货投资

交易，公司期货账户亦处于已休眠状态。若公司未来继续进行期货投资，公司将建立健全期货投资风险管理制度，完善风险控制体系，加强期货投资业务学习，提高专业知识水平，在夯实公司内部治理的基础上再行开展期货投资业务。

3、请主办券商、会计师核查上述事项，并发表明确意见

(1) 核查程序

①访谈董事会秘书有关 2022 年期货投资的相关事项，了解投资的原因、背景、历史投资情况等；

②查看期货账户的经纪合同、客户账单、银行账户对期货账户的出入金回单，查看期货账户的销户证明；

③结合会计准则查询报告期内公司期货投资的具体会计核算分录，确认相关会计处理的准确性；

④对期货平台发送函证，确认报告期各期末和期后公司期货账户的资金余额情况和持仓信息。

⑤查看公司的期货交易授权书和相应审批记录，了解公司的风险控制措施。

(2) 核查意见

①公司已说明 2022 年期货投资的背景及必要性，投资的主要品种为不锈钢，与主营业务存在一定的关联性，相关会计处理符合《企业会计准则》的规定；

②本次期货投资是公司进行期货套保的首次尝试，除该笔投资外，公司报告期内不存在其他期货投资项目，公司的期货账户已销户，在未来不存在继续投资的计划。

其他补充说明事项

一、除上述问题外，请公司、主办券商、律师、会计师对照《非上市公司监督管理办法》《非上市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】

公司、主办券商、律师、会计师已就《非上市公众公司监督管理办法》《非上市公众公司信息披露内容与格式准则第 1 号——公开转让说明书》《全国中小企业股份转让系统股票挂牌规则》《全国中小企业股份转让系统股票挂牌审核业务规则适用指引第 1 号》等规定进行了审慎核查。

经核查，公司、主办券商、律师、会计师认为，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需要补充说明的情形。

公司财务报告审计截止日至《公开转让说明书》签署日未超过 7 个月，故无需补充披露、核查，或更新推荐报告。

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】

截至本回复出具日，公司尚未提交在北京证券交易所发行上市辅导的申请，中介机构暂无需就北京证券交易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。

（以下无正文）

（本页无正文，为《关于宁波欧琳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》之申请挂牌公司签章页）

法定代表人：



徐剑光

申请挂牌公司：

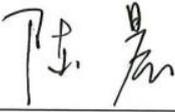
宁波欧琳科技股份有限公司

2025年2月28日

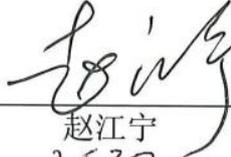


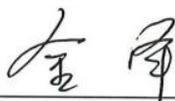
(本页无正文，为甬兴证券有限公司《关于宁波欧琳科技股份有限公司股票公开转让并挂牌申请文件审核问询函的回复》之签章页)

项目负责人：


陈晨

项目小组成员：

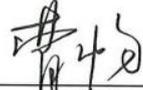

赵江宁


金泽

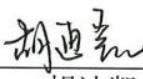

应怀涵


李宇昊


吴春晓


曹畅


樊友彪


胡迪凯

主办券商：

