证券简称：哈尔斯　　证券代码：002615

关于浙江哈尔斯真空器皿股份有限公司申请向特定对象发行股票的审核问询函的回复

（修订稿）

保荐机构（主承销商）

中银国际证券股份有限公司
BOC INTERNATIONAL (CHINA) CO., LTD.

（上海市浦东新区银城中路 200 号中银大厦 39 楼）

二〇二五年五月

深圳证券交易所：

贵所于 2025 年 1 月 16 日出具的《关于浙江哈尔斯真空器皿股份有限公司申请向特定对象发行股票的审核问询函》（审核函〔2025〕120002 号）（以下简称“《问询函》”）已收悉，浙江哈尔斯真空器皿股份有限公司（以下简称“哈尔斯”、“公司”或“发行人”）与中银国际证券股份有限公司（以下简称“保荐人”）、北京市竞天公诚律师事务所（以下简称“发行人律师”）及天健会计师事务所（特殊普通合伙）（以下简称“会计师”）等相关各方对问询函相关问题逐项进行了落实，现对《问询函》回复如下，请审核。

说明：

一、如无特别说明，本回复报告中的简称或名词释义与募集说明书中的相同。

二、本回复报告中的字体代表以下含义：

审核问询函所列问题	**黑体（加粗）**
对问题的回复	宋体（不加粗）
对募集说明书及问询函的补充披露及修改	**楷体（加粗）**

三、在本回复报告中，合计数与各分项数值相加之和在尾数上若存在差异，均为四舍五入所致。

目 录

问题 1 3

问题 2 66

其他问题 106

问题 1

报告期各期，公司主营业务收入分别为 234,499.54 万元、237,802.69 万元、236,324.74 万元和 231,949.02 万元，其中主营业务收入-其他分别为 24,080.81 万元、29,293.47 万元、34,607.49 万元、23,338.89 万元；外销收入占比分别为 83.34%、85.68%、83.53%和 89.50%。报告期各期，公司净利润分别为 12,847.71 万元、19,981.15 万元、24,734.35 万元和 22,550.34 万元，呈现上升趋势，主营业务毛利率分别为 25.62%、28.96%、31.00%和 30.00%。报告期内，公司前五大客户销售占比分别为 67.74%、67.62%、61.74%和 70.62%，客户集中度较高。报告期各期，公司期间费用率分别为 18.22%、17.67%、20.72%和 18.14%，高于同行业可比公司平均水平；其中销售费用分别为 15,091.96 万元、17,817.77 万元、23,230.84 万元和 20,159.83 万元，销售费用中网络平台费分别为 2,609.19 万元、2,991.04 万元、4,807.91 万元、4,949.11 万元。发行人线上渠道主要依托天猫、京东、亚马逊等平台直接与用户交易实现销售并提供服务，并积极通过直播电商、社交电商及私域流量等渠道直接实现销售。

报告期内，发行人应收账款周转率分别为 13.07、12.71、10.77 和 9.35，逐年下滑，存货周转率分别为 3.47、3.37、3.30 和 3.66，低于同行业可比公司平均水平。报告期各期末，公司存货账面价值分别为 51,572.55 万元、41,327.48 万元、49,538.41 万元和 62,694.99 万元，库存商品占存货的比例分别为 47.58%、52.36%、51.11%和 41.45%。

截至 2024 年 9 月 30 日，公司其他权益工具投资为 26.93 万元，为公司持有的永康市融联企业管理有限公司（以下简称“永康融联”）10%股权。永康融联原名为永康哈尔斯小额贷款有限公司，为公司与其他股东于 2012 年发起设立的小贷公司。

请发行人补充说明：（1）结合毛利率、期间费用、非经常性损益等变动情况，量化说明营业收入和净利润变动趋势不一致的原因；（2）主营业务收入-其他的明细，涉及的业务是否符合相关产业政策要求，报告期内其他业务收入波动的原因；（3）结合报告期内跨境运费、出口退税、汇兑损益金额、银行资

金往来等，说明境外销售收入的真实性；（4）公司产品主要海外销售地区及金额、占比，结合行业发展、公司产品结构及竞争力、公司市场占有率、与主要客户合作情况等，说明境外收入保持较快增长的原因及合理性；（5）结合公司与前五大客户的合作具体情况，包括但不限于客户品牌、客户业务规模及市场地位、合作历史、是否签署长期合作协议、公司在客户采购中所处地位、销售政策、信用政策、行业竞争情况等，说明是否存在对主要客户存在重大依赖，是否存在主要客户流失或销售份额下降的风险；（6）结合汇率变化和走势情况，量化分析汇率波动对发行人业绩的影响，及发行人应对汇率波动的相关措施；（7）结合公司业务特点、报告期内线上线下销售收入占比情况及可比公司情况，说明期间费用率较高的原因及合理性，期间费用规模是否与销售规模相匹配，报告期内销售费用大幅度增长的原因，销售费用中网络平台费对应的具体服务内容；（8）发行人相关业务是否涉及个人信息收集，获取的个人信息数量，在获取及收集、存储个人信息方面是否均符合《中华人民共和国个人信息保护法》等相关法律法规要求；发行人是否直接制作短剧直播等内容，发行人及子公司是否涉及影视文化传媒领域，如是，相关业务的经营模式、具体内容及收入占比情况，是否按照国家相关政策和行业主管部门有关规定开展业务，是否合法合规；（9）应收账款周转率持续下降的原因及合理性，应收账款坏账计提政策与同行业对比情况，坏账准备计提是否充分；（10）结合行业及公司特点，说明公司存货账面价值较大且库存商品占比较高的原因，各期存货跌价准备转回的原因，存货周转率持续低于同行业上市公司的原因及合理性；结合期末在手订单情况、存货周转情况，说明报告期各期末存货跌价准备计提是否充分；（11）自本次发行董事会决议日前六个月至今，发行人是否存在新投入或拟投入的财务性投资及类金融业务的情况，新投入或拟投入的财务性投资金额是否已从本次募集资金总额中扣除。（12）永康融联目前的经营状况，是否存在未完结的小贷业务，是否存在纠纷、诉讼等法律风险，发行人对永康融联的后续安排及时间表。

请发行人补充披露相关风险。

请保荐人和会计师核查并发表明确意见，并说明针对发行人境外销售收入所实施的具体核查/审计程序及结果。请发行人律师核查（8）（12）并发表明确意见。

一、发行人说明事项

（一）结合毛利率、期间费用、非经常性损益等变动情况，量化说明营业收入和净利润变动趋势不一致的原因；

1、公司营业收入和净利润变动情况

报告期内，公司营业收入、期间费用、非经常性损益和净利润情况具体如下：

单位：万元

项目	2024 年度	2023 年度	2022 年度
营业收入	**333,152.22**	240,712.04	242,789.86
营业成本	**239,879.64**	165,617.69	171,802.70
毛利金额	**93,272.57**	75,094.36	70,987.16
综合毛利率	**28.00%**	31.20%	29.24%
期间费用	**56,847.82**	49,885.74	42,910.04
资产减值损失	**-2,552.03**	-3,933.87	-3,101.54
利润总额	**31,202.87**	22,471.68	23,931.07
归属于母公司所有者的非经常性损益净额	**608.02**	3,404.83	716.84
净利润	**28,717.93**	24,734.35	19,981.15

报告期各期，公司营业收入规模波动较小，净利润有所增加，营业收入和净利润变动趋势不一致主要系毛利率、期间费用、非经常损益及资产减值损失等变动综合影响所致。

2023 年度，主要受毛利率变动、期间费用中营销投入增加、政府收储土地的影响，综合导致净利润较上年度有所增加；**2024 年度，下游客户需求持续旺盛，致使营业收入较上年度有所增长，**净利润有所增加。

报告期各期，公司利润总额变动情况具体构成情况如下：

单位：万元

项目	2024 年度	2023 年度	2022 年度
利润总额 A	**31,202.87**	22,471.68	23,931.07
利润总额变动 B	**8,731.19**	-1,459.38	8,550.30
毛利变动对利润总额的变动影响 C	**18,178.22**	4,107.20	8,574.42
期间费用对利润总额的影响 D	**-6,962.08**	-6,975.70	611.93

项目	2024 年度	2023 年度	2022 年度
非经常损益对利润总额的影响 E	**-3,301.92**	3,129.01	-287.17
资产减值损失 F	**1,381.84**	-832.33	-529.49
税金及附加 G	**-261.19**	-550.32	340.73
未计入非经的其他损益 H	**-351.58**	150.35	-640.05
信用减值损失 I	**47.91**	-487.59	479.94
影响合计 J=C+D+E+F+G+H+I	**8,731.19**	-1,459.39	8,550.31
差异金额 K=J-B	**0.00**	-0.01	0.01

综上，公司利润总额的变动主要系毛利率、期间费用、非经常性损益及资产减值损失等变动所致，其他项目变动金额及影响均较小。

2、毛利率情况分析

报告期内，公司毛利率情况如下：

单位：万元

项目	2024 年度	2023 年度	2022 年度
营业收入	**333,152.22**	240,712.04	242,789.86
综合毛利率	**28.00%**	31.20%	29.24%
毛利金额	**93,272.57**	75,094.36	70,987.16
对利润总额变动的影响	**18,178.22**	4,107.20	/

注：对利润总额变动的影响以 **2022 年度**为基准，当期对利润总额变动的影响=当期毛利总额-上期毛利总额

报告期内，公司以 OEM/ODM 业务为主，境外销售收入占比较高，因此公司毛利率波动受到产品结构、原材料价格、汇率波动、客户结构等多重因素的影响。报告期内，公司毛利率**略有波动**，**2023 年**毛利率有所增长主要系美元兑人民币汇率有所提高、以及保温杯市场新增消费热点及多元化需求带来的利润空间提升。**2024 年度，一方面由于产品结构变动导致综合毛利率有所下降，另一方面由于泰国哈尔斯一期项目处于爬坡阶段，产能尚未完全释放，生产效率相对较低，致使成本较高，进而导致综合毛利率有所下降。**

3、期间费用情况

报告期内，公司期间费用情况如下：

单位：万元

项目	2024 年度	2023 年度	2022 年度
销售费用	**28,374.82**	23,230.84	17,817.77
管理费用	**21,443.80**	17,072.34	16,881.31
研发费用	**12,244.96**	9,548.08	10,194.50
财务费用	**-5,215.76**	34.47	-1,983.53
合计	**56,847.82**	49,885.74	42,910.04
对利润总额变动的影响	**-6,962.08**	-6,975.70	/

注：对利润总额变动的影响以 **2022 年度**为基准，当期对利润总额变动的影响=上期期间费用总额-当期期间费用总额

报告期内，公司期间费用整体存在一定波动，主要系报告期内公司加大自主产品的推广力度，采取了品牌联名、明星代言、广告投入以及通过电商渠道实行全网策略，致使销售费用不断增长。同时由于报告期内美元汇率变动较大，致使财务费用中的汇兑损益存在较大波动。报告期各期，公司期间费用总额对利润总额的影响分别为-6,975.70 万元和**-6,962.08 万元**。

4、非经常性损益情况

报告期内，公司非经常性损益情况具体如下：

单位：万元

项目	2024 年度	2023 年度	2022 年度
非流动性资产处置损益，包括已计提资产减值准备的冲销部分	**-75.42**	4,105.24	-102.04
越权审批，或无正式批准文件，或偶发性的税收返还、减免		-	-
计入当期损益的政府补助，但与公司正常经营业务密切相关、符合国家政策规定、按照确定的标准享有、对公司损益产生持续影响的政府补助除外	**821.63**	1,355.18	2,017.20
委托他人投资或管理资产的损益		-	8.56
除同公司正常经营业务相关的有效套期保值业务外,非金融企业持有金融资产和金融负债产生的公允价值变动损益以及处置金融资产和金融负债产生的损益	**-234.45**	-1,347.79	-1,196.71
除上述各项之外的其他营业外收入和支出	**186.76**	-112.19	144.42
其他符合非经常性损益定义的损益项目		-	-
小计	**698.52**	4,000.44	871.43

项目	2024 年度	2023 年度	2022 年度
对利润总额变动的影响	**-3,301.92**	3,129.01	/
减：企业所得税影响数（所得税减少以“-”表示）	**92.66**	558.25	125.27
少数股东权益影响额（税后）	**-2.16**	37.36	29.32
归属于母公司所有者的非经常性损益净额	**608.02**	3,404.83	716.84

注：对利润总额变动的影响以 **2022 年度**为基准，当期对利润总额变动的影响=当期税前非经常性损益总额-上期税前非经常性损益总额

报告期各期，公司归属于母公司所有者的非经常性损益净额分别为 716.84 万元、3,404.83 万元和 **608.02 万元**。公司非经常性损益税前金额变动即对利润总额变动的影响数分别为 3,129.01 万元和**-3,301.92 万元**。

其中，2023 年度非流动性资产处置损益金额较高，主要系政府收储土地（哈尔斯路 2 号厂房），涉及资产处置收益 4,458.09 万元。

5、资产减值损失情况

报告期内，公司资产减值损失具体如下：

单位：万元

项目	2024 年度	2023 年度	2022 年度
存货跌价损失	**-2,243.65**	-2,192.57	-3,101.54
合同资产减值损失	**161.55**	-161.55	-
长期股权投资减值损失	**-469.93**	-1,579.75	-
合计	**-2,552.03**	-3,933.87	-3,101.54
对利润总额变动的影响	**1,381.84**	-832.33	-529.49

报告期内，公司资产减值损失主要系存货跌价损失和长期股权投资减值损失。报告期各期末，部分存货存在减值迹象，其可变现净值低于成本，公司依照谨慎性原则对该部分存货计提了存货跌价准备。2023 年末，公司对汉华数字的长期股权投资存在减值迹象，计提相应减值准备。

综上，公司收入和净利润变动趋势不一致主要系受毛利率、期间费用、非经常性损益及资产减值损失等综合影响，其中 2023 年度主要受毛利率变动、政府收储土地的影响，导致净利润较上年度有所增加；**2024 年度，下游客户需求持续旺盛，公司营业收入增长致使毛利增长较大，同时公司加大市场拓展投入、**

研发投入等，期间费用较上年有所增加，综合影响下 2024 年度净利润较上年有所增长，具备合理性。

（二）主营业务收入-其他的明细，涉及的业务是否符合相关产业政策要求，报告期内其他业务收入波动的原因；

1、主营业务收入-其他的明细，涉及的业务是否符合相关产业政策要求

报告期各期，公司营业收入按产品分类的分布情况如下：

单位：万元、%

项目	2024 年度		2023 年度		2022 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
真空器皿	**297,693.39**	**89.36**	201,717.25	83.80	208,509.22	85.88
其他	**28,849.66**	**8.66**	34,607.49	14.38	29,293.47	12.07
其他业务	**6,609.18**	**1.98**	4,387.30	1.82	4,987.17	2.05
合计	**333,152.22**	**100.00**	**240,712.04**	**100.00**	**242,789.86**	**100.00**

报告期各期，公司主要产品真空器皿的销售收入分别为 208,509.22 万元、201,717.25 万元和 **297,693.39 万元**，占营业收入的比例分别为 85.88%、83.80%和 **89.36%**，是公司营业收入的主要来源。

报告期各期，公司主营业务收入-其他的构成情况如下：

单位：万元、%

项目	2024 年度		2023 年度		2022 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
非不锈钢器皿	**26,598.81**	**7.98**	32,218.31	13.39	27,367.70	11.28
其他	**2,250.85**	**0.68**	2,389.18	0.99	1,925.77	0.79
合计	**28,849.66**	**8.66**	**34,607.49**	**14.38**	**29,293.47**	**12.07**

公司主营业务收入-其他主要为非不锈钢器皿销售收入，包括铝瓶、塑杯和玻璃杯，其他主要系配件销售收入。

发行人主营业务为多种不同材质的杯壶产品的研发设计、生产与销售，相关产品涉及的保温杯产业是国家大力支持的日用消费品产业之一，近年来国家相关政策将通过科技扶持、技术改造、经济政策引导等措施，支持保温杯产业发展。

金华市经济和信息化局于 2020 年 8 月印发的《关于促进制造业重点细分行业发展的意见实施细则》鼓励加强优势产业与重点行业集群培育，促进制造业细分行业中的保温杯（壶）行业发展；2021 年 12 月印发《金华市工业高质量发展“十四五”规划》进一步提出要巩固提升包括保温杯（壶）在内的两大传统优势产业，促进保温杯时尚化、个性化、智能化、轻量化、绿色化发展。深化保温杯（壶）行业智能化改造行动，高水平打造行业互联网平台，培育一批标杆型数字化车间和智能工厂。

公司以上业务符合《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》等国家产业政策要求，不属于产能过剩行业。根据国家发改委发布的《产业结构调整指导目录（2024 年本）》，公司以上业务不属于淘汰类、限制类行业，不属于禁止准入类或许可准入类项目，不存在需要取得主管部门关于是否符合特殊政策的意见的情形。

综上所述，公司主营业务符合相关产业政策要求。

2、报告期内其他业务收入波动的原因

（1）其他业务收入具体构成情况

报告期内，公司其他业务收入的具体内容如下：

单位：万元

收入类型	2024 年度	2023 年度	2022 年度
废料及原材料销售	**6,335.21**	4,257.78	4,875.70
其他	**273.97**	129.53	111.46
合计	**6,609.18**	**4,387.30**	**4,987.17**

报告期内，公司其他业务收入包括各类材质的器皿在生产过程中产生的废料销售、少量原材料销售及部分废弃包装物、标签、零配件等销售收入。其中，废料收入主要为不锈钢废料销售收入，包括废杯、不锈钢料头和刨花等，报告期内的**不锈钢废料**销售金额分别为 4,431.92 万元、3,986.89 万元和 **5,028.26 万元**。

（2）不锈钢废料销售业务分析

1）废料销售具体构成分析

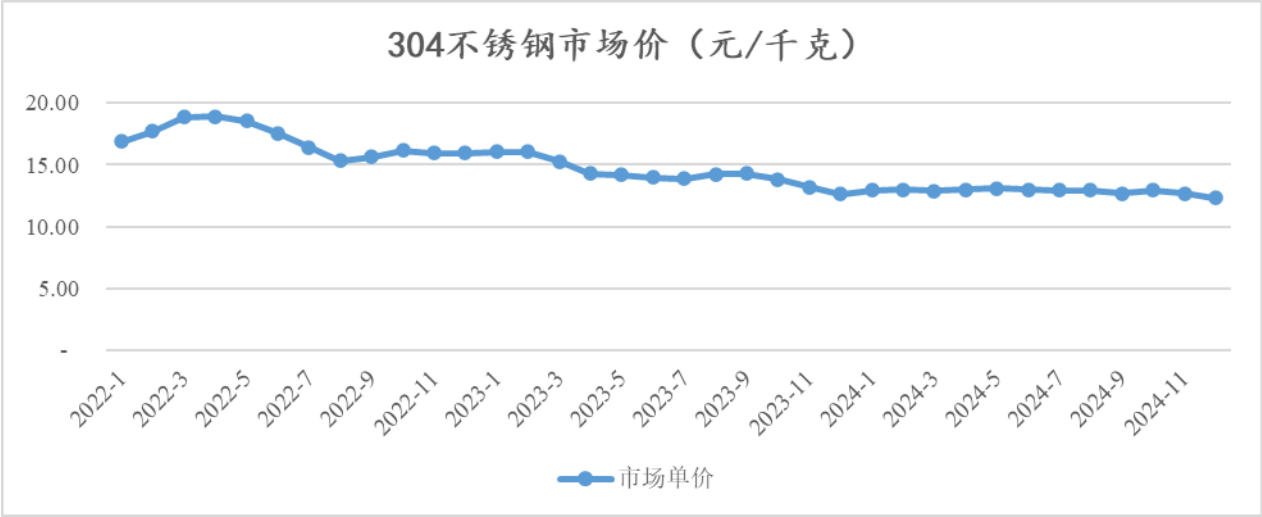
公司产品主要耗用的原材料系 304 不锈钢，产生的废料主要系不锈钢废杯、料头和刨花，报告期各类不锈钢废料销售的重量如下：

项目	2024 年度	2023 年度	2022 年度
废杯（吨）	**4,127.18**	2,832.94	2,746.15
料头、边丝（吨）	**556.24**	495.44	379.24
合计（吨）	**4,683.42**	3,328.39	3,125.39
销售收入（万元）	**5,028.26**	3,986.89	4,431.92
单价（元/千克）	**10.74**	11.98	14.18
产量（万只）	**6,339.59**	4,394.87	4,412.96

废杯主要包括抽真空、焊接及抛光等环节产生的瑕疵品等，料头及刨花系生产不锈钢杯体时不锈钢钢管被截取成多节杯体产生的边角料及杯体塑型割口过程中产生的多余部分等。报告期内，公司废料重量与产量变动不存在显著差异，具备合理性。

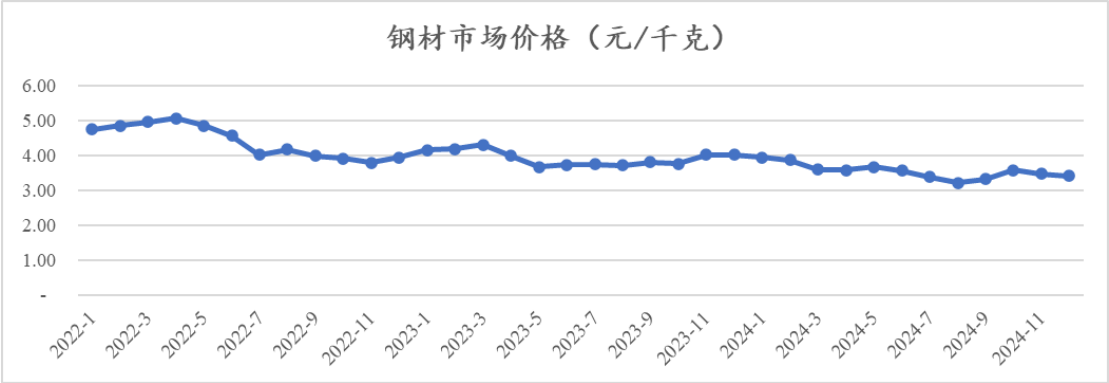
2）报告期内不锈钢市场价格变动情况

报告期内，不锈钢市场价格情况具体如下：



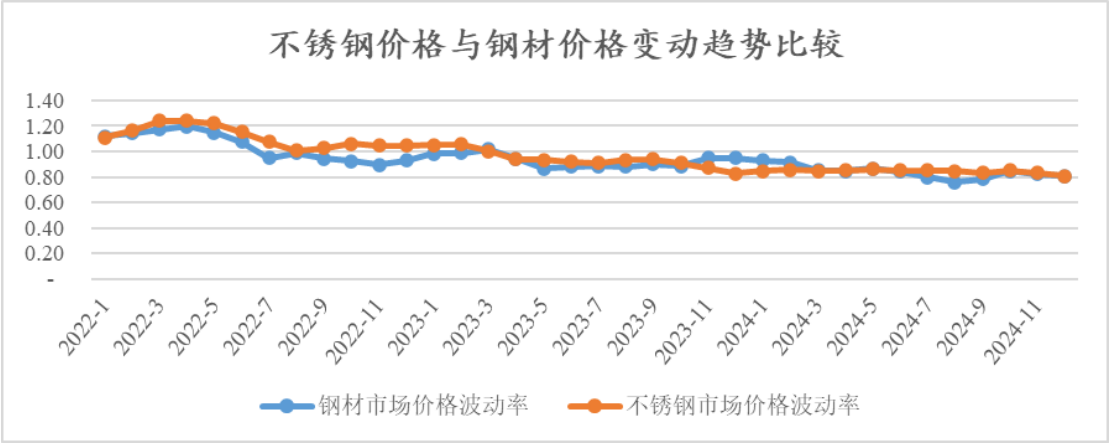
数据来源：wind

报告期内，钢材市场价格情况具体如下：



数据来源：上海期货交易所

报告期内，不锈钢价格与钢材价格变动趋势比较如下：



注：1、数据来源于 wind，钢材市场价格选取上海期货交易所螺纹钢结算价；
2、钢材市场价格波动率=当月钢材价格/报告期内平均钢材价格；
3、不锈钢市场价格波动率=当月不锈钢价格/报告期内平均不锈钢价格。

报告期内，不锈钢材料的价格呈现先增后降趋势，与钢材市场价格变动趋势基本一致，不锈钢市场价格高于钢材，主要系不锈钢的生产还需要其他金属原料且生产工艺更为复杂，符合市场行情和商业逻辑，具备合理性。

公司废料主要系不锈钢废杯、料头等，废料销售价格低于不锈钢材料市场价且趋势与不锈钢材料一致，符合商业逻辑，具备合理性。

综上，其他业务收入主要为废料销售收入，不锈钢废料收入略有波动主要受废料重量和销售价格影响，符合公司实际生产情况和市场情况，具备合理性。

（三）结合报告期内跨境运费、出口退税、汇兑损益金额、银行资金往来等，说明境外销售收入的真实性；

1、运费与境外销售收入的匹配性分析

报告期内，公司境外销售主要贸易模式为船上交货方式（FOB），在该模式下公司不承担跨境运保费用，公司主要承担将货物运送至装运港或保税区的相关运费，其他贸易结算方式的收入占比均较小。

报告期各期，公司销售收入与运输费用情况如下：

单位：万元

项目	2024 年度	2023 年度	2022 年度
营业收入（①）	**333,152.22**	240,712.04	242,789.86
运输费用（②）	**3,845.16**	3,457.33	2,965.20
运费占比（③=②/①）	**1.15%**	1.44%	1.22%

报告期各期，公司营业收入金额分别为 242,789.86 万元、240,712.04 万元和 **333,152.22 万元**，对应的运费占比分别为 1.22%、1.44%和 **1.15%**，整体较为平稳，公司相关运费与销售收入相匹配，具备合理性。

2、出口退税与境外销售收入匹配性分析

发行人出口退税金额与境外销售收入进行比较，具体情况如下：

单位：万元

项目	2024 年度	2023 年度	2022 年度
境外销售金额①	**289,148.68**	197,401.11	203,760.43
出口免抵退申报收入②	**241,557.38**	183,900.58	176,066.45
境外销售金额与出口免抵退申报收入金额差异③=①-②	**47,591.30**	13,500.53	27,693.98
其中：海外布局子公司境外销售影响额④	**33,080.23**	23,230.83	12,484.06
差异金额⑤=③-④	**14,511.07**	-9,730.30	15,209.92
时间性差异金额⑥	**13,490.28**	-11,706.81	13,923.09
视同内销及不可退税⑦	**1,487.81**	1,080.52	371.67
实际差异金额⑧=⑤-⑥-⑦	**-467.02**	896.00	915.16
差异率⑨=⑧/②	**-0.19%**	0.49%	0.52%

公司出口退税实行“免、抵、退”，报告期内，主要产品出口退税税率为13.00%，公司收入的确认按照会计准则的规定进行账务处理，在申报出口退税时，需要提供提单、报关单和销售合同等单证资料，公司获得上述全部单证资料后申报退税的时间点与收入确认时间点存在一定差异。同时公司存在部分视同内销和零退税率的产品，因此出口退税申报收入和境外销售收入存在一定差异，剔除上述影响后差异金额分别为 915.16 万元、896.00 万元和**-467.02 万元**，差异率分别为 0.52%、0.49%和**-0.19%**，差异较小。

3、境外销售收入与汇兑损益的匹配情况

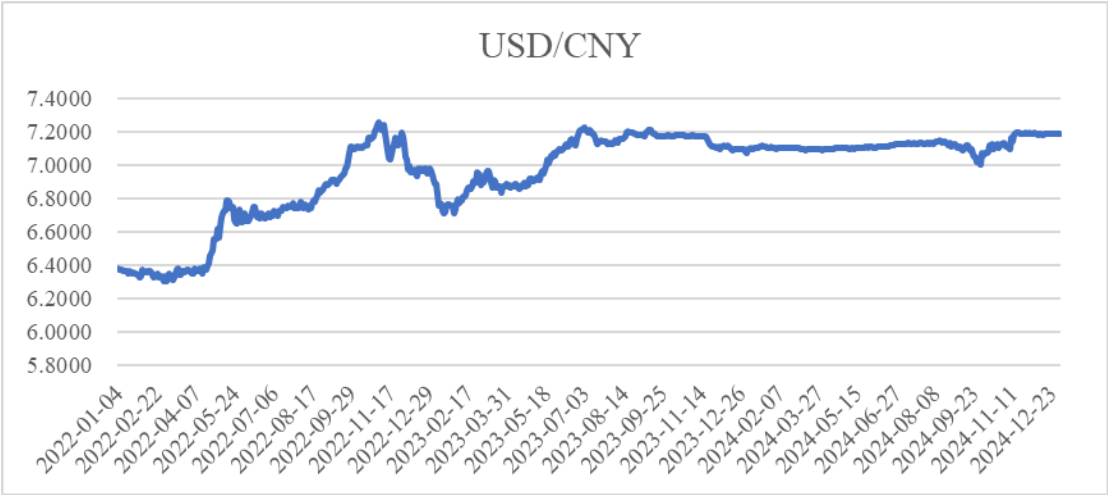
报告期各期，公司汇兑损益情况如下：

单位：万元

项目	2024 年度	2023 年度	2022 年度
汇兑损益合计	**4,183.34**	-386.22	3,741.86
外销收入	**289,148.68**	197,401.11	203,760.43
汇兑损益/外销收入	**1.45%**	-0.20%	1.84%

注：汇兑损益科目负数为汇兑损失，正数为汇兑收益

报告期内，公司主要客户为美元结算，因此发行人的汇兑损益与美元汇率变动有很强的相关性，美元与人民币汇率变动情况具体如下：



数据来源：中国外汇交易中心

公司的汇兑损益金额同时受报告期内以外币结算的外销收入对应的收付款金额、资产负债表日持有的外币货币性项目余额、以外币结算的外销收入初始确认时的汇率、收付款时的汇率、期末资产负债表日汇率以及期初资产负债表日汇

率等多种因素的综合影响，报告期各期公司汇兑损益金额分别为 3,741.86 万元、-386.22 万元和 **4,183.34 万元**。报告期内公司汇兑损益变动较大，主要系：

（1）报告期内人民币兑美元的汇率波动较大；

（2）报告期各期外销收入金额较大以及报告期各期末持有的外币货币性项目金额较大，加大了汇率变动对汇兑损益金额的影响。

综上，公司报告期内汇兑损益变动趋势与主要外币币种汇率变动情况相符，与公司外销收入规模相匹配，变动具备合理性。

4、银行资金往来与境外收入匹配情况

报告期内，公司外销收入与资金往来的匹配情况如下：

单位：万美元

项目	2024 年度	2023 年度	2022 年度
外销收入①	**39,805.30**	27,953.27	30,433.20
境外销售收款金额②	**39,074.52**	25,954.54	31,033.86
加：期末应收账款余额③	**4,717.97**	**3,843.18**	**1,555.90**
减：期初应收账款余额④	**3,843.18**	**1,555.90**	**2,085.49**
加：期初预收账款余额⑤	**297.40**	**460.90**	**478.79**
减：期末预收账款余额⑥	**310.39**	**297.40**	**460.90**
测算境外销售收入⑦=②+③-④+⑤-⑥	**39,936.33**	**28,405.31**	**30,522.16**
差异金额⑧=⑦-①	**131.03**	**452.04**	**88.96**
差异率⑨=⑧/⑦	**0.33%**	**1.59%**	**0.29%**

注：1、外销收入均转换为美元计价；
2、应收账款余额包括应收账款及应收款项融资余额；预收账款报表列示为合同负债。

报告期内，公司外销回款情况较好，回款金额与境外销售收入基本匹配。测算差异较小，主要系汇率折算差异所致。

综上，报告期内，公司银行资金往来与境外销售收入相匹配。

（四）公司产品主要海外销售地区及金额、占比，结合行业发展、公司产品结构及竞争力、公司市场占有率、与主要客户合作情况等,说明境外收入保持较快增长的原因及合理性；

1、公司产品主要海外销售地区及金额、占比

单位：万元、%

项目	2024 年度		2023 年度		2022 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
美国	**196,449.77**	**67.94**	115,300.01	58.41	125,101.53	61.40
欧洲	**43,736.25**	**15.13**	37,834.67	19.17	34,218.80	16.79
加拿大	**14,045.41**	**4.86**	8,980.24	4.55	9,287.58	4.56
澳大利亚	**9,572.99**	**3.31**	8,882.45	4.50	4,037.44	1.98
南美洲	**7,101.77**	**2.46**	6,863.92	3.48	12,862.09	6.31
日本	**4,270.78**	**1.48**	3,801.80	1.93	3,329.49	1.63
其他地区	**13,971.71**	**4.83**	15,738.03	7.97	14,923.50	7.32
合计	**289,148.68**	**100.00**	**197,401.11**	**100.00**	**203,760.43**	**100.00**

如上表所示，报告期内，公司产品主要海外销售地区为美国、欧洲、加拿大和澳大利亚等国家和地区。

2、结合行业发展、公司产品结构及竞争力、公司市场占有率、与主要客户合作情况等,说明境外收入保持较快增长的原因及合理性

（1）行业发展情况

1）全球不锈钢真空保温器皿行业发展概况

不锈钢真空保温器皿凭借其良好的保温性能以及安全卫生、健康环保、便携耐用等特点，广泛应用于商务办公、居家校园、户外运动、外出差旅、母婴儿童等场景。随着生产设备、工业设计、加工工艺的进步升级，保温器皿还能进一步附加审美、趣味等价值。全球市场需求较为旺盛，市场容量与潜力大、增长稳健。

就全球市场总体规模而言，根据智研咨询的统计数据，2023 年全球保温杯（壶）零售市场规模约为 1,585.78 亿元。全球保温器皿主要消费市场中，亚洲、北美地区各占约 1/3 的市场份额，欧洲地区约占 20%的市场份额。在欧美日韩等

市场，用户对外观、外形、功能、使用场景、智能化的综合需求更加丰富与个性化，保温器皿更具消费属性。

就全球不锈钢真空保温器皿供给结构而言，中国是其生产大国和第一大出口国。根据海关总署数据，我国**2024 年度**保温杯累计出口额**377.15 亿元**，同比增长 **18.67%**，全球保温杯市场受潮流爆款单品、消费社交属性增强等行业增长因素的影响，市场需求继续保持稳健增长。根据智研咨询预测，未来全球保温杯（壶）零售市场规模将由 2024 年的 1,788.26 亿元增长至 2028 年的 3,322.89 亿元，复合增长率为 16.75%。

2）国内保温器皿市场发展概况

我国保温器皿市场潜力大、增长快、需求逐步多元化，根据智研咨询的研究报告显示，2023 年我国保温杯（壶）零售市场规模约为 397.90 亿元，同比增长 6.04%。我国不锈钢保温杯占据约 3/4 的保温杯市场份额，但人均保有量与发达国家相比仍有提升空间，且远远低于日本人均水平。居民生活水平提高、人口结构变化对保温器皿市场空间增长有一定积极影响。

（2）公司产品结构

公司主营业务为不锈钢真空保温器皿、玻璃杯壶、铝瓶、塑杯的研发、设计、制造与销售。报告期内，公司主要产品真空器皿的销售收入分别为 208,509.22 万元、201,717.25 万元和 **297,693.39 万元**，占营业收入的比例分别为 85.88%、83.80%和 **89.36%**，是公司营业收入的主要来源。

公司业务模式分为 OEM/ODM 和 OBM 模式。OEM/ODM 模式下客户主要为国际知名不锈钢真空保温器皿品牌商 YETI、PMI、Trove Brands 和 Takeya 等境外客户。报告期内，公司主营业务按地区分类情况如下：

单位：万元、%

项目	2024 年度		2023 年度		2022 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
境内	**37,394.36**	**11.45**	38,923.63	16.47	34,042.27	14.32
境外	**289,148.68**	**88.55**	197,401.11	83.53	203,760.43	85.68
合计	**326,543.04**	**100.00**	**236,324.74**	**100.00**	**237,802.69**	**100.00**

报告期内，公司境外收入主要来源于 OEM/ODM 业务。近年来，受潮流爆款单品、消费社交属性增强等行业增长因素的影响，全球保温杯市场需求继续保持稳健增长，下游的需求增长直接带动上游真空保温器皿品牌商和 OEM/ODM 生产企业收入的快速增加。发行人作为少数拥有较大规模的真空器皿生产厂家之一，凭借制造、研发、销售和品牌等竞争优势，与客户建立长期稳定的合作，得以在保温杯市场发展上行期保持境外收入较快增长。

（3）公司产品市场占有率及竞争力

根据浙商证券出具的行研报告，中国是全球保温杯生产和出口中心，约占全球产量的 65%，目前代工厂格局分散，2023 年哈尔斯中国市占率为 8.4%。同时公司具备卓越的市场竞争力，具体情况如下：

1）制造能力优势

公司不断对标“灯塔工厂”提升智能制造能力，以数字化、自动化为抓手进行产业升级，积累了雄厚的制造能力。公司注重技术创新和工艺改进，采用先进的生产工艺和设备，不断优化生产流程，提高生产效率，已建立起包括自动注塑机、五金自动化生产线、焊接自动线、连续无铅真空焊接炉、红外测温机、自动抛光线等在内的全方位自动化生产装备体系；二相流抛光技术、无铅焊接技术、强涨技术、轻量旋薄技术等工艺技术在行业内处于领先地位。公司以实现集成供应链体系整体解决方案为目标，打造具备快反能力的供研产销协同体系。沿价值链建立并完善供应商关系管理 SRM 系统、全面推进生产制造 MES 系统的导入与实施、加强客户关系管理 CRM 系统落地，将建立以数据中台为核心的数据指标平台，为实现全面数字化管理运营提供有力保障。

2）技术研发优势

公司高度重视研发投入、技术人才培养和研发激励制度体系建设，组建了经验丰富的高水平研发团队，配套了先进的实验、分析和检测仪器设备，通过自主创新、产学研合作等途径持续开展行业新品开发和工艺革新，形成了一系列具有核心自主知识产权的创新成果，并持续将研发成果、技术工艺改造成果应用于产品创新和品质提升。

截至 2024 年 12 月 31 日，公司拥有已获授权境内专利 710 项，其中发明专利 58 项，实用新型 372 项。公司积极推进国家标准、行业标准及团体标准的制修订工作，截至 2024 年 12 月 31 日，公司累计主导或参与制修订的已发布标准共计 40 项，其中包含国家标准 6 项。公司在 2023 年全国轻工行业标准化工作会议上，荣获“2021-2022 年度全国轻工行业标准化工作先进集体”荣誉称号。同时，公司掌握多项关键核心技术，2024 年 4 月，公司荣获中国轻工业联合会科技进步奖二等奖；2024 年 7 月，公司荣获中国商业联合会科技进步一等奖。此外，公司与浙江工业大学等国内高校建立了长期稳定的合作关系，与多家客户、供应商形成了战略合作联盟，拥有强大雄厚的研发实力与技术研发储备优势。

3）市场品牌优势

公司始终专注于不锈钢真空保温器皿、玻璃杯壶、铝瓶、塑杯的研发、设计、制造与销售。历经 20 余年发展，公司已成为国内最具影响力的杯壶行业龙头企业，产品远销全球 80 多个国家和地区。

公司拥有强大的品牌优势，已成功入选“民族品牌工程”，取得“2022 长三角品牌影响力百强企业”称号，哈尔斯星耀系列（哈尔斯星耀元气瓶、哈尔斯星耀吸管杯、哈尔斯星耀茶水分离）荣获亚洲三大设计奖项“K-DESIGN AWARD”2023 设计奖，产品受到下游客户的广泛认可。

国内业务方面，经过多年渠道建设，依托自身独特的经销商管理体系和富有竞争力的营销政策，通过与核心经销商签订战略合作协议，进行区域市场和销售服务的深度开发；通过战略客户开发和异业合作推进，创新性地开展渠道共建共享，集合多方品牌影响力扩大产品边界，不断增强产品的快消品属性。

国际业务方面，面对竞争激烈的海外市场，公司持续以推行智能制造和数字工厂改造为抓手，充分运用产线、规模、品牌、研发、技术、设计等方面综合优势，从战略适配、一体化服务、快速响应机制建设、系统化服务标准等层面，全方位满足及服务大客户的大批量、多样化、个性化需求。并凭借过硬的品质、稳定的交期、优秀的设计能力，公司长期与国际知名的不锈钢真空保温器皿品牌商达成了稳定、良好的合作。同时，公司自主品牌 SIGG 依托于欧洲市场正在逐步完善国际销售网络。

4）人员储备优势

公司注重人才梯队建设，根据多年积累的业务经验，设置了科学合理的组织架构，积极推进人才强企战略，中高层管理团队长期稳定，具有丰富的产品生产、管理、技术和服务经验，拥有全面的行业知识并深刻了解行业相关制度，能够紧跟行业的最新发展趋势，顺应市场变化，制定全面商业策略，评估及管理风险，执行管理及生产计划，有助于募投项目的顺利实施。同时，公司注重优秀人才的培养，拥有完善的内部培养体系，已形成一支文化层次高、专业能力强、综合素质好的人才队伍，能够在行业发展趋势中及时适应市场环境变化，始终保持强大的市场竞争力。

（4）与主要客户合作情况

报告期内，公司前五大客户以海外客户为主，多为合作多年的国际知名不锈钢真空保温器皿品牌商，公司为其提供不锈钢真空保温器皿的 OEM/ODM 生产服务。报告期内，YETI、PMI、Trove Brands 和 Takeya 一直为公司前五大客户，公司主要客户构成较为稳定。公司与部分主要客户已签订战略合作协议，建立了良好、持久的战略合作关系，客户粘性较强。具体分析参见本问询回复之“问题1”之“（五）结合公司与前五大客户的合作具体情况,包括但不限于客户品牌、客户业务规模及市场地位、合作历史、是否签署长期合作协议、公司在客户采购中所处地位、销售政策、信用政策、行业竞争情况等,说明是否存在对主要客户存在重大依赖，是否存在主要客户流失或销售份额下降的风险”之“2、报告期内，公司与前五大客户的合作具体情况”。

综上，中国作为不锈钢真空器皿的生产大国和第一大出口国，且发行人作为国内不锈钢真空器皿主要生产企业之一，凭借自身市场地位和竞争优势，与客户建立了长期稳定的合作关系，在全球保温杯市场需求持续增长的情况下，公司境外业务收入保持较快增长，符合不锈钢真空器皿行业发展趋势，具备合理性。

（五）结合公司与前五大客户的合作具体情况,包括但不限于客户品牌、客户业务规模及市场地位、合作历史、是否签署长期合作协议、公司在客户采购中所处地位、销售政策、信用政策、行业竞争情况等,说明是否存在对主要客户存在重大依赖，是否存在主要客户流失或销售份额下降的风险；

1、与主要客户交易情况

报告期内，发行人前五大客户销售情况如下表所示：

单位：万元

年度	序号	客户名称	销售金额	占比
2024 年度	**1**	**YETI Coolers, LLC**	**97,961.14**	**29.40%**
	2	**PMI**	**72,295.81**	**21.70%**
	3	**Trove Brands, LLC.**	**30,141.62**	**9.05%**
	4	**BRUMATE INC.**	**24,454.27**	**7.34%**
	5	**TAKEYA CHEMICAL INDUSTRY CO.,LTD.**	**7,753.16**	**2.33%**
	合计		**232,606.00**	**69.82%**
2023 年度	1	YETI Coolers, LLC	92,281.62	38.34%
	2	PMI	32,246.29	13.40%
	3	Trove Brands, LLC.	12,029.39	5.00%
	4	TAKEYA CHEMICAL INDUSTRY CO., LTD.	8,419.53	3.50%
	5	TORGOVYI DOM ARCTICA LTD	3,627.18	1.51%
	合计		**148,604.01**	**61.74%**
2022 年度	1	YETI Coolers, LLC	89,740.58	36.96%
	2	PMI	49,667.62	20.46%
	3	TAKEYA CHEMICAL INDUSTRY CO., LTD.	11,840.38	4.88%
	4	Trove Brands, LLC.	8,903.43	3.67%
	5	Hidrate, Inc.	4,013.38	1.65%
	合计		**164,165.39**	**67.62%**

注：发行人报告期内前五大客户按合并口径披露。

报告期内，公司前五大客户销售占比分别为 67.62%、61.74%和 **69.82%**。公司前五大客户以海外客户为主，报告期内，YETI、PMI、Trove Brands 和 Takeya 一直为公司前五大客户，公司主要客户构成较为稳定。

BRUMATE INC.、TORGOVYI DOM ARCTICA LTD 在报告期内持续合作，

客户正常的采购需求变动导致其进入前五大客户。Hidrate, Inc 2023 年之后未继续开展合作，退出前五大客户，主要由于 Hidrate, Inc 受外部环境影响，公司经营困难，未再持续合作。截至本回复出具日，Hidrate, Inc 的应收账款已全部收回。

2、报告期内，公司与前五大客户的合作具体情况

报告期内，除 Hidrate, Inc 外，公司与前五大客户的合作情况如下：

序号	客户	旗下品牌	主要业务、规模及市场地位	开始合作时间	签订合同情况	销售政策	在客户采购中的地位
1	YETI	YETI	全球知名的户外产品供应商，主要产品覆盖专业户外冷藏箱、户外真空不锈钢保温设备等高端户外健康消费品，YETI 品牌的保温杯为亚马逊热销产品。报告期各期，YETI Holdings ,Inc.收入分别为 15.59 亿美元、16.59 亿美元和 **18.30 亿美元**。	2015	已签订长期框架协议	按原材料、市场波动、汇率波动确定价格；贸易方式为 FOB	前十大供应商
2	PMI	STANLEY 、aladdin	成立于 2003 年，总部位于美国西雅图，是全球领先的可持续食品和饮料容器解决方案提供商，拥有或经营星巴克、STANLEY、aladdin 等知名品牌。**STANLEY 水杯 2023 年销售额约 7.5 亿美元。**	2003	已签订长期框架协议	按原材料、市场波动、汇率波动确定价格；贸易方式为 FOB	前三大供应商
3	Takeya	Takeya 、Thermoflask	日本知名保温容器品牌商，成立于 1961 年，销售区域遍及美国、日本、欧洲、澳大利亚等国家和地区。露露乐蒙（Lululemon）全球唯一杯壶类供应商，2022 年销售额超 1 亿美元。	2014	订单	按原材料、市场波动、汇率波动确定价格；贸易方式为 FOB	前三大供应商
4	Trove Brands , LLC.	Blender Bottle、Owala、Avana	成立于 2000 年，总部位于美国犹他州莱希市（Lehi），专业生产水瓶、玻璃杯及厨房用具等，产品遍布 90 个国家的 60,000 多家零售店。2021 年度实现营业收入为 6,560 万美元。	2016	已签订长期框架协议	按原材料、市场波动、汇率波动确定价格；贸易方式为 FOB	前五大供应商

序号	客户	旗下品牌	主要业务、规模及市场地位	开始合作时间	签订合同情况	销售政策	在客户采购中的地位
5	TORGOVYI DOM ARCTICA LTD	ARCTICA、BOBBER	成立于 2008 年，总部在俄罗斯，专业做不锈钢保温水瓶及户外产品。	2009	已签订长期框架协议	按原材料、市场波动、汇率波动确定价格；贸易方式为 FOB	重要供应商
6	BRUMATE INC.	BRUMATE	成立于 2016 年，总部在美国，BRUMATE 是优质户外休闲品牌，在创新饮品器具、冷藏箱等领域处于领先地位。2024 年第四季度，BRUMATE 在美国亚马逊 TOP100 榜单中的销量同比增长了 189%。	2023	已签订长期框架协议	按原材料、市场波动、汇率波动确定价格；贸易方式为 FOB	前五大供应商

注：公司主要客户信用期均在 90 天以内（含 90 天）

报告期内，发行人主要客户构成较为稳定，主要为国际不锈钢真空保温器皿的知名品牌商，公司与主要客户建立了长期、稳定的合作关系。

3、行业竞争情况

近年来，随着国内不锈钢真空器皿产品质量、生产技术、研发水平的不断提高，YETI、PMI 等国际知名保温杯品牌商的 OEM/ODM 代工业务已主要转移至国内。目前国内保温杯制造行业的竞争格局较为分散，不锈钢真空保温器皿生产企业较多，尚未形成龙头垄断企业。由于国际知名不锈钢真空保温器皿品牌商在选择 OEM/ODM 代工供应商方面的审核程序十分严格，通常选定供应商后长期合作，不轻易更改，通常设置两到三家供应商负责主要生产，配备其他供应商灵活响应。目前，仅哈尔斯、嘉益股份、同富股份、安胜科技等具备稳定供应能力、成熟生产工艺、优秀设计能力、健全管理制度的头部生产企业能够通过审核进入上述品牌商的合格供应商名录，形成了一定的行业进入竞争壁垒。

报告期内，发行人作为国内保温杯行业龙头企业与 YETI、PMI、Takeya 等全球知名品牌商建立了紧密的合作关系，充分利用发行人在制造和技术研发方面的专业优势，为客户提供高品质的产品。通过不断的技术创新和战略性合作，发行人的产品竞争力和市场响应速度不断提升，获得了业界的高度认可，使发行人在激烈的市场竞争中进一步占据有利地位。

综上，发行人凭借自身竞争优势和与主要客户建立了长期、稳定的合作关系，报告期内，发行人不存在单个客户的收入比例超过总收入比例 50%的情况，对主要客户不存在重大依赖，主要客户流失或销售份额下降的风险较小。

发行人已在募集说明书“重大事项提示”之“十、特别风险提示”之“（四）客户集中度较高的风险”以及“第五节 与本次发行相关的风险因素”之“一、经营风险”之“（一）客户集中度较高的风险”中补充披露如下：

“报告期各期，公司向前五大客户的合计销售金额分别为 164,165.39 万元、148,604.01 万元和 **232,606.00 万元**，占当期营业收入的比例分别为 67.62%、61.74%和 **69.82%**。其中，第一大客户各年销售占比分别为 36.96%、38.34%和 **29.40%**，第二大客户各年销售占比分别为 20.46%、13.40%和 **21.70%**，客户集中度较高。公司销售收入集中属于行业特征，是公司与客户根据业务需求自然选择的结果。

公司前五大客户以海外客户为主，YETI、PMI 等公司主要客户对上游供应

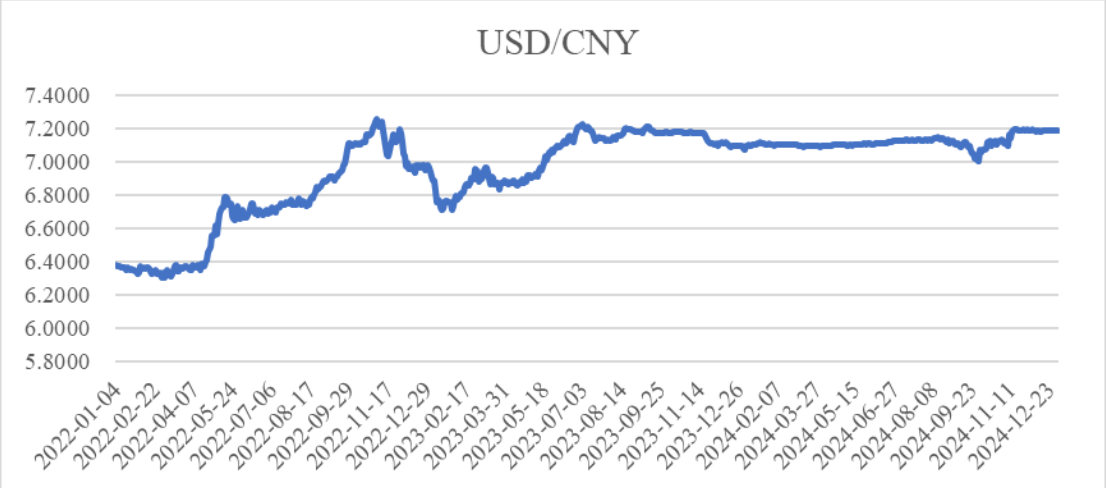
商的产品质量、供货能力、管理水平等方面的要求较为严格，若公司未来无法继续维持与主要客户的合作关系或合作关系发生重大不利变化，导致主要客户减少订单或终止合作，公司存在短期内无法成功开拓其他大客户、获取足量订单的风险，公司经营业绩将受到较大影响。此外，若未来 YETI、PMI 等主要客户的经营业绩发生下滑、保温杯市场竞争加剧或产品市场价格波动，其经营业绩压力将会传导至上游供应商，造成公司销售收入减少或利润水平降低，对公司经营业绩将产生不利影响。”

（六）结合汇率变化和走势情况,量化分析汇率波动对发行人业绩的影响,及发行人应对汇率波动的相关措施；

1、汇率波动对公司业绩影响的量化分析

（1）汇率变动情况和走势情况

报告期各期，公司主营业务收入境外销售占比较高，分别为 85.68%、83.53%和 88.55%。公司境外销售主要以美元结算，美元兑人民币汇率上升会对公司收入存在有利影响，反之则会产生一定不利影响。报告期内美元兑人民币汇率情况具体如下：



数据来源：中国外汇交易中心

由上图可见，报告期内美元兑人民币汇率存在一定波动。2022 年下半年美元兑人民币汇率逐渐攀升，2023 年以来汇率水平维持相对高位，对公司收入存在正向影响。

（2）量化分析汇率波动对公司业绩的影响

1）汇率变动对营业收入的影响

报告期内，公司主营业务收入中境外销售收入金额分别为 20.38 亿元、19.74 亿元和 **28.91 亿元**，主要以美元结算。

报告期内，汇率变动对于公司主营业务收入的影响测算情况如下：

单位：万元

项目	**2024.12.31/ 2024 年度**	**2023.12.31/ 2023 年度**	**2022.12.31/ 2022 年度**
外销收入①	**289,148.68**	197,401.11	203,760.43
当年美元平均汇率②	**7.1217**	7.0467	6.7261
上一年美元平均汇率③	**7.0467**	6.7261	6.4515
按照上一年平均汇率调整后的外币收入④=①÷②×③	**286,104.45**	188,420.06	195,441.70
汇率调整收入变动⑤=①-④	**3,044.24**	8,981.05	8,318.73
营业收入⑥	**333,152.22**	240,712.04	242,789.86
汇率调整收入变动占营业收入的比例⑦=⑤÷⑥	**0.91%**	3.73%	3.43%

注：1、汇率数据来源于国家外汇管理局；
2、年度美元平均汇率以年度工作日汇率的算术平均值计算。

如上表所示，假设按照上一年平均汇率测算，报告期各期，公司因汇率变化而调整的收入占公司各期营业收入的比例分别为 3.43%、3.73%和 **0.91%**。此外，公司与主要外销客户存在根据汇率调价的约定，一旦汇率波动超过约定范围，迅速启动价格协商流程，适度调整产品销售价格，确保公司利润率稳定在合理区间，故实际汇率波动对公司的业绩影响远小于预测影响。

2）汇率变动对汇兑损益的影响

报告期内，汇兑损益对利润总额的影响如下：

单位：万元

项目	**2024 年度**	**2023 年度**	**2022 年度**
汇兑损益	**4,183.34**	-386.22	3,741.86
利润总额	**31,202.87**	22,471.68	23,931.07
汇兑损益占利润总额比例	**13.41%**	-1.72%	15.64%

注：上表负号代表对利润调减影响，正号代表对利润调增影响

如上表所示，报告期内，汇兑损益占利润总额的比例分别为 15.64%、-1.72%和 **13.41%**，汇率波动导致的汇兑损益变动对公司利润总额影响相对有限。

综上所述，汇率变动对公司利润总额影响有限，汇率波动未对公司经营业绩产生重大不利影响。

2、汇率变动对业绩的影响及应对措施

报告期内，公司境外销售收入占比较高，汇率变动对公司经营业绩有一定影响。由于汇率受到全球政治、国际经济环境等多种因素的影响，存在一定的不确定性，为减少汇率波动的影响，提高公司应对外汇波动风险的能力，更好地防范公司所面临的外汇汇率波动风险，公司结合资金管理和日常业务要求，采取了多项举措，主要包括：

（1）密切跟踪外汇市场的波动情况，定期收集整理市场数据并形成分析报告，对汇率走势、汇率政策进行复盘；

（2）结合历史汇率波动和市场预测，根据外汇波动情况和资金使用计划择机结汇，降低汇兑损失风险；

（3）积极运用衍生品工具对外汇风险进行管理。报告期内，公司与多家银行签订远期结售汇合约，基于公司未来外汇收支的预算和对汇率市场的分析预测，提前锁定交割汇率；

（4）与外销客户建立沟通机制，一旦汇率波动超过约定范围，迅速启动价格协商流程，适度调整产品销售价格，确保公司利润率稳定在合理区间；

（5）树立业务与财务人员对外汇风险的识别与防范意识，构建外汇风险应对机制，将外汇风险管控融入公司的全面风险管理体系。

（七）结合公司业务特点、报告期内线上线下销售收入占比情况及可比公司情况，说明期间费用率较高的原因及合理性，期间费用规模是否与销售规模相匹配,报告期内销售费用大幅度增长的原因，销售费用中网络平台费对应的具体服务内容；

1、公司业务特点及线上线下销售情况

报告期内，发行人主要产品包括不锈钢、钛等材质的真空保温器皿和智能水杯，以及不锈钢、钛、玻璃、铝、塑料（主要为 Tritan）等材质的非真空器皿。

公司业务模式分为 OEM、ODM 和 OBM（即自主品牌）。

公司 OEM、ODM 业务以线下销售模式为主，公司与国际知名品牌商直接签订合同或订单，并向客户直接发货。

公司自主品牌在线上、线下渠道双重发力。线上渠道主要依托天猫、京东、亚马逊等平台直接与用户交易实现销售并提供服务，并积极通过直播电商、社交电商及私域流量等渠道直接实现销售。公司线下渠道经过多年的发展经销体系稳定，通过经销商在不同的销售网点（专营店、商超等）将货物交付给销售者；在部分细分领域、地区和渠道通过直营或直接合作完成销售。

报告期内，公司主营业务收入按线上、线下分类如下：

单位：万元、%

项目	2024 年度		2023 年度		2022 年度	
	收入金额	占比	收入金额	占比	收入金额	占比
线上	16,461.61	5.04	15,857.89	6.71	10,378.92	4.36
线下	310,081.43	94.96	220,466.85	93.29	227,423.77	95.64
小计	326,543.04	100.00	236,324.74	100.00	237,802.69	100.00

报告期内，公司销售收入主要来源于 OEM/ODM 业务，线下收入占比超过 90%。

近年来，公司按照既定战略，持续加大自主品牌的建设和推广，目前公司自主品牌已覆盖天猫、亚马逊、京东、抖音等主流电商平台，同时有效结合代言人、优质 IP、广告投放等影响力，有效提升公司自主品牌的知名度和市场份额，带

动报告期内线上销售收入增加。

2、期间费用率略高于同行业可比公司平均水平具备合理性

报告期内，公司期间费用率与同行业可比公司期间费用率对比情况如下：

证券代码	公司简称	2024 年度	2023 年度	2022 年度
301004	嘉益股份	**6.61%**	9.05%	7.59%
002403	爱仕达	**30.80%**	37.97%	30.33%
002032	苏泊尔	**13.27%**	**13.32%**	14.13%
002705	新宝股份	**11.96%**	13.04%	10.89%
874149	同富股份	**12.67%**	14.21%	10.81%
874125	安胜科技	**9.56%**	11.31%	10.98%
平均值		**14.14%**	**16.48%**	**14.12%**
发行人		**17.06%**	**20.72%**	**17.67%**

注：1、数据来源于公开披露信息；
2、可比公司上期数调整系会计政策变更追溯调整所致。

报告期内，公司期间费用率均处于同行业可比公司期间费用率范围内，略高于同行业可比公司平均水平，主要系与同行业可比公司在业务模式、销售规模、产品战略等方面存在一定差异。报告期内，公司期间费用率与可比公司期间费用率变动趋势基本一致，不存在显著差异，具体分析如下：

（1）销售费用率与可比公司比较

发行人与同行业可比公司销售费用率具体如下：

证券代码	公司简称	2024 年度	2023 年度	2022 年度
301004	嘉益股份	**0.77%**	1.60%	1.74%
002403	爱仕达	**16.68%**	20.80%	17.09%
002032	苏泊尔	**9.73%**	**9.76%**	10.69%
002705	新宝股份	**3.60%**	3.96%	3.50%
874149	同富股份	**8.48%**	8.68%	8.15%
874125	安胜科技	**1.88%**	2.03%	1.70%
平均值		**6.86%**	**7.81%**	**7.15%**
发行人		**8.52%**	**9.65%**	**7.34%**

注：1、数据来源于公开披露信息；
2、可比公司上期数调整系会计政策变更追溯调整所致。

同行业可比公司中爱仕达、苏泊尔销售费用率较高，爱仕达和苏泊尔的国内自主品牌销售收入占比较高，广告促销等推广费用较高，导致销售费用率较高。嘉益股份、安胜科技销售费用率较低，主要系其主要从事海外大客户 OEM/ODM 业务，主要客户较为稳定，自主品牌业务占比较低，销售人员较少；同时根据公开披露信息，嘉益股份、安胜科技以线下销售为主，线上销售规模较小，电商平台费用及广告费用等营销费用金额较小。发行人销售费用率高于新宝股份，主要系报告期内发行人为扩大自主品牌知名度和市场占有率，推广投入金额较大。同富股份主要以电商销售为主，销售费用率与发行人基本相当。

综上所述，报告期内公司销售费用率高于同行业可比公司平均水平，主要系各公司在业务模式上存在一定差异，具体体现在主要客户集中度、线上线下销售占比、自主品牌销售占比等方面，因而导致在销售人员数量及相关费用、电商平台费用、广告宣传费等项目支出存在差异，公司销售费用率较高具备合理性。

（2）管理费用率与可比公司比较

证券代码	公司简称	2024 年度	2023 年度	2022 年度
301004	嘉益股份	**3.67%**	4.41%	4.48%
002403	爱仕达	**7.14%**	8.82%	7.34%
002032	苏泊尔	**1.77%**	1.85%	1.85%
002705	新宝股份	**4.94%**	5.87%	5.73%
874149	同富股份	**4.02%**	4.67%	3.77%
874125	安胜科技	**5.02%**	5.10%	5.77%
平均值		**4.43%**	**5.12%**	**4.82%**
发行人		**6.44%**	**7.09%**	**6.95%**

报告期内，公司管理费用主要构成系职工薪酬和折旧摊销，公司管理费用率分别为 6.95%、7.09%和 **6.44%**，处于可比公司范围内。

公司始终坚持发展自主品牌，积极布局全球市场，发展过程中形成了较多的境内外分支机构，管理人员薪酬支出、折旧摊销相对较高；同时，公司自主品牌战略尚处于市场开拓期，经营效益尚未完全释放，综合影响导致公司管理费用率高于同行业可比公司平均水平，具备合理性。

（3）研发费用率与可比公司比较

证券代码	公司简称	2024 年度	2023 年度	2022 年度
301004	嘉益股份	**3.26%**	3.77%	3.43%
002403	爱仕达	**5.41%**	6.05%	5.26%
002032	苏泊尔	**2.09%**	2.02%	2.06%
002705	新宝股份	**3.94%**	3.79%	3.50%
874149	同富股份	**1.55%**	1.29%	1.07%
874125	安胜科技	**3.59%**	3.95%	4.37%
平均值		**3.31%**	**3.48%**	**3.28%**
发行人		**3.68%**	**3.97%**	**4.20%**

报告期内，公司研发费用率分别为 4.20%、3.97%和 **3.68%**，整体较为稳定，高于可比公司平均值，主要系报告期内公司持续加大对研发的投入力度，保持对公司核心客户的服务质量并大力发展自主品牌，公司高度重视技术团队的建设与研发能力的提升，对研发团队和研发技术持续保持较高的投入，为公司未来业务发展奠定了良好基础。综上，公司为提升产品及市场竞争力，报告期内保持较高的研发投入，导致研发费用率高于同行业可比公司平均水平。

（4）财务费用率与可比公司比较

证券代码	公司简称	2024 年度	2023 年度	2022 年度
301004	嘉益股份	**-1.09%**	-0.73%	-2.07%
002403	爱仕达	**1.57%**	2.30%	0.63%
002032	苏泊尔	**-0.32%**	-0.32%	-0.48%
002705	新宝股份	**-0.52%**	-0.58%	-1.84%
874149	同富股份	**-1.38%**	-0.43%	-2.18%
874125	安胜科技	**-0.93%**	0.22%	-0.87%
平均值		**-0.45%**	**0.08%**	**-1.13%**
发行人		**-1.57%**	**0.01%**	**-0.82%**

报告期各期，公司财务费用率分别为-0.82%、0.01%和**-1.57%**。公司与同行业可比公司境外销售规模均较高，财务费用率受人民币兑美元汇率波动影响，导致汇兑损益波动较大。爱仕达财务费用率较高，主要系其借款规模较高，导致利息支出较高。发行人及其他可比公司财务费用率变动趋势基本一致。

综上，发行人期间费用率高于同行业可比公司平均水平主要系各公司在业务模式、销售规模、产品战略上存在一定差异，具备合理性。

3、期间费用规模与销售规模相匹配

报告期内，公司期间费用及其占营业收入比例如下表：

单位：万元、%

项目	2024 年度		2023 年度		2022 年度	
	金额	占营业收入比例	金额	占营业收入比例	金额	占营业收入比例
销售费用	**28,374.82**	**8.52**	23,230.84	9.65	17,817.77	7.34
管理费用	**21,443.80**	**6.44**	17,072.34	7.09	16,881.31	6.95
研发费用	**12,244.96**	**3.68**	9,548.08	3.97	10,194.50	4.20
财务费用	**-5,215.76**	**-1.57**	34.47	0.01	-1,983.53	-0.82
合计	**56,847.82**	**17.06**	**49,885.74**	**20.72**	**42,910.04**	**17.67**

报告期内，公司主营业务收入分别为 237,802.69 万元、236,324.74 万元和 **326,543.04 万元**，整体呈现增长趋势，特别是 2023 年下半年以来受全球保温杯市场需求的增长，2024 年度公司销售规模有较大幅度的增加。

报告期内，公司期间费用合计分别为 42,910.04 万元、49,885.74 万元和 **56,847.82 万元**，占营业收入的比例分别为 17.67%、20.72%和 **17.06%**，**报告期内，公司持续加大线上线下广告宣传投入使得销售费用持续增加，由于营销推广投入尚需一定期间才能转化为效益，导致 2023 年度销售费用率较高，2024 年市场需求持续旺盛，公司营业收入增长显著，致使期间费用增加的情况下，期间费用率有所下降。**

报告期内，公司销售费用增长主要源于网络平台费、广告宣传及展览、会议费及职工薪酬的增长。其中，网络平台费、广告宣传及展览、会议费的增加与公司实施自主品牌战略相关，公司通过在天猫、京东、亚马逊及抖音等主流平台运营自主品牌，同时结合代言人、优质 IP、广告投放等影响力，有效提升公司自主品牌的知名度，促进自主品牌的不断发展。

报告期内，公司管理费用增加主要系管理人员薪酬增加，为进一步提升公司管理水平和完善治理结构，报告期内公司管理人员数量有所增长，且管理人员薪

酬有所提高，符合公司实际经营需要。

报告期内，公司研发费用主要由研发人员的职工薪酬、直接投入、折旧及摊销等构成，研发投入比例基本保持稳定，公司财务费用波动主要受汇兑损益和利息费用的影响，汇兑损益波动主要系人民币对美元汇率波动较大所致。

综上，报告期内公司期间费用占营业收入比例基本稳定，从整体来看，公司期间费用与销售规模相匹配。

4、报告期内销售费用大幅度增长的原因，销售费用中网络平台费对应的具体服务内容

报告期内，公司销售费用具体情况如下：

单位：万元、%

项目	2024 年度		2023 年度		2022 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
职工薪酬	**10,946.46**	**38.58**	9,009.93	38.78	7,855.88	44.09
广告宣传及展览、会议费	**7,552.14**	**26.62**	5,142.33	22.14	3,269.55	18.35
网络平台费	**5,824.94**	**20.53**	4,807.91	20.70	2,991.04	16.79
差旅费及接待费	**883.69**	**3.11**	1,049.81	4.52	641.86	3.60
促销费	**716.88**	**2.53**	928.24	4.00	1,160.58	6.51
折旧及摊销	**603.35**	**2.13**	567.06	2.44	558.56	3.13
版权及设计费	**237.72**	**0.84**	208.20	0.90	118.35	0.66
股份支付	**192.98**	**0.68**	33.59	0.14	140.54	0.79
其他	**1,416.68**	**4.99**	1,483.78	6.39	1,081.42	6.07
合计	**28,374.82**	**100.00**	**23,230.84**	**100.00**	**17,817.77**	**100.00**

报告期各期，公司销售费用分别为 17,817.77 万元、23,230.84 万元和 **28,374.82 万元**，占营业收入的比例分别为 7.34%、9.65%和 **8.52%**。

公司销售费用主要由网络平台费、广告宣传及展览、会议费、职工薪酬构成，报告期内均存在一定增长，具体分析如下：

（1）网络平台费分析

1）具体内容及变动情况

报告期各期，公司网络平台费金额分别为 2,991.04 万元、4,807.91 万元和 **5,824.94 万元**。

网络平台费主要为公司在天猫、京东、亚马逊及抖音等电商平台运营线上店铺过程中，为推广经营品牌、吸引更多潜在客户，在电商平台进行各类宣传推广活动形成的各类费用。报告期内，公司加大自主品牌推广投入，网络平台费有所增长。

公司线上销售主要通过天猫、京东、亚马逊及抖音等主流大型平台销售，网络平台费具体情况如下：

序号	结算方式	主要内容及类型
1	预付充值后根据消耗情况在账户中扣款	主要系通过平台提供的搜索、推荐等展位投放产品图片进行展示推广，一般根据点击量、展现量进行收费。主要包括天猫平台的直通车、钻展、超级推荐，京东平台的搜索快车、智能投放、推荐广告等方式。
2	按成交额乘以费率从回款中扣除	主要系入驻各电商平台约定的佣金费用，根据商家店铺成交金额，按照成交额一定比例付费。
3	根据合同约定按固定费用或销售额的一定比例单独结算	主要包括各平台通过推荐链接、情景互动、排行榜等方式对产品进行推广，一般根据活动情况双方商定价格，主要包括天猫平台的淘宝客、新媒体营销推广；京东平台的京东联盟、互动广告；亚马逊平台的优惠券、秒杀活动等。

报告期内，公司网络平台费与线上收入情况具体如下：

单位：万元

项目	2024 年度	2023 年度	2022 年度
网络平台费	**5,824.94**	4,807.91	2,991.04
线上收入	**16,461.61**	15,857.89	10,378.92
占比	**35.39%**	30.32%	28.82%

报告期内，公司积极实施自主品牌战略，持续加大自主品牌建设投入，网络平台费逐年增长。一方面公司逐步实施电商全平台策略，2023 年度进一步扩大亚马逊等境外平台渠道销售；同时为提高知名度和用户粘性，在各大网络销售平台上进行了系列市场推广活动，网络平台费进一步增加。

公司网络平台费与线上收入、平台费率、广告投放量、粘性用户等相关，与线上收入变动趋势基本一致。由于推广投入转化为实际购买力需要一定时间，因此线上销售规模增速低于网络平台费增速，具备合理性。

2）与同行业可比公司对比情况

报告期内，公司与同行业可比公司的电商平台费情况具体如下：

单位：万元

公司	披露项目	2024 年度	2023 年度	2022 年度
嘉益股份	电商平台费	**2.70**	34.76	139.54
	线上收入	**未披露**	未披露	未披露
	占比	/	/	/
安胜科技	电商服务费	**867.17**	559.82	383.18
	线上收入	**未披露**	1,664.13	1,127.20
	占比	/	33.64%	33.99%
同富股份	电商平台费用	**7,319.65**	5,218.08	3,837.63
	电商相关收入	**未披露**	132,905.17	121,109.29
	占比	/	3.93%	3.17%

注：报告期内，苏泊尔、爱仕达、新宝股份未披露电商平台费情况及线上销售情况，嘉益股份未披露报告期内线上销售情况。

报告期内，嘉益股份主要以境外 OEM 销售为主，电商平台费用较小；同富股份主要以电商销售为主，电商平台费用规模较大，其电商相关收入主要系跨境 B2B 模式，该模式下单批次成交数量、金额较大，因此电商平台费占电商相关收入比例较低；安胜科技销售以线下销售为主，线上销售尚处于起步阶段，电商平台费用金额较小，但占线上收入的比例较大，与公司情况基本一致，具备合理性。

（2）广告宣传及展览、会议费变动情况分析

报告期内，公司广告宣传及展览、会议费逐年增加主要系公司按照既定战略，持续加大自主品牌建设，推广投入快速增加，主要包括新增各类授权 IP，如中国航天、蓝精灵、三丽鸥、可口可乐、泡泡玛特等；2023 年公司又通过与新华社民族品牌工程战略合作、聘请艺人王源作为品牌代言人等方式加大推广力度，致使 2023 年度广告宣传费用显著增加，符合公司实际经营状况。

（3）销售人员薪酬变动情况分析

报告期各期，公司销售费用中薪酬金额分别为 7,855.88 万元、9,009.93 万元和 10,946.46 万元，公司销售人员的薪酬整体有所上升，主要系公司为了保持公司的市场竞争力、提高员工的积极性和稳定员工队伍，根据员工的工作能力、公司业绩等相应提高员工待遇。公司薪酬方案参照市场水平、社会劳动力供需状况、公司的经营业绩、工作岗位能力及表现等因素制定，薪酬变化具备合理性。

综上，由于公司持续加大自主品牌建设，线上线下推广投入有所增加，销售人员数量亦有所增加，目前公司自主品牌已覆盖天猫、亚马逊、京东、抖音等主流电商平台，因此报告期内网络平台费、广告宣传及展览、会议费、职工薪酬均有所增长，公司销售费用增加具备合理性。

（八）发行人相关业务是否涉及个人信息收集，获取的个人信息数量，在获取及收集、存储个人信息方面是否均符合《中华人民共和国个人信息保护法》等相关法律法规要求；发行人是否直接制作短剧直播等内容，发行人及子公司是否涉及影视文化传媒领域，如是，相关业务的经营模式、具体内容及收入占比情况，是否按照国家相关政策和行业主管部门有关规定开展业务，是否合法合规；

1、发行人相关业务是否涉及个人信息收集，获取的个人信息数量，在获取及收集、存储个人信息方面是否均符合《中华人民共和国个人信息保护法》等相关法律法规要求

（1）发行人相关业务是否涉及个人信息收集、获取的个人信息数量

报告期内，发行人主要业务为不同材质的杯壶产品的研发设计、生产与销售。发行人及子公司的销售对象主要为法人主体，同时也存在面向个人用户的零售业务。

报告期内，发行人及子公司希格投资、哈尔斯贸易、浙江氮氧、深圳哈尔斯通过入驻天猫、京东、抖音、亚马逊等第三方网络平台开通网络商店进行线上销售业务。同时，发行人通过承租商超铺位向个人用户进行线下销售。

发行人通过商超向个人用户进行线下销售时，由商超向个人用户结算后，再

由发行人向商超进行结算，发行人本身并不直接参与向消费者结算，也不存在向个人用户寄送货物的情形，发行人无法接触相关个人用户信息。

发行人及上述相关子公司存在主要通过天猫、京东、抖音等境内第三方电商平台，以及公众号/小程序向个人用户线上销售产品的情形。在相关线上业务开展过程中，发行人及相关子公司可从第三方平台上获取消费者个人相关信息，该等信息为消费者收货信息，包括收件人姓名/昵称、收货地址和联系电话，其中联系电话均为虚拟号码。发行人获取并使用该等个人信息，主要用于售中发货及售后服务，不存在收集、存储个人数据的情况。该等数据均存储于第三方平台数据库，发行人不存在为客户提供个人数据存储及运营的相关服务。

除上述平台外，发行人还通过亚马逊平台开展销售业务，受限于亚马逊平台销售规则，其业务模式为发行人将批量货物先行发货至亚马逊境外云仓，用户于平台下单后，由亚马逊平台直接从云仓发货至个人用户，发行人无法接触相关个人用户信息。

综上所述，发行人及相关子公司在相关业务开展过程中，不存在收集、存储个人信息的情形。

（2）在获取及收集、存储个人信息方面是否均符合《中华人民共和国个人信息保护法》等相关法律法规要求

报告期内，发行人及相关子公司在相关业务开展过程中所获取的个人收件信息，均存储于第三方平台所属的服务器内。除获取个人收件信息情况外，发行人及相关子公司不存在收集、存储个人信息的情形。

报告期内，发行人及子公司获取、处理和使用个人收件信息方面符合《中华人民共和国个人信息保护法》的相关规定，主要情况如下：

《个人信息保护法》主要规定	公司实际情况	是否合规
第五条 处理个人信息应当遵循合法、正当、必要和诚信原则，不得通过误导、欺诈、胁迫等方式处理个人信息。 第六条 处理个人信息应当具有明确、合理的目的，并应当与处理目的直接相关，采取对个人权益影响最小的方式。收集个人信息，应当限	发行人及相关子公司获取、使用个人信息仅用于向个人用户销售产品发货，其目的为满足销售业务的开展。	是

《个人信息保护法》主要规定	公司实际情况	是否合规
于实现处理目的的最小范围，不得过度收集个人信息。 第十三条 符合下列情形之一的，个人信息处理者方可处理个人信息：...（二）为订立、履行个人作为一方当事人的合同所必需，或者按照依法制定的劳动规章制度和依法签订的集体合同实施人力资源管理所必需；...		
第二十五条 个人信息处理者不得公开其处理的个人信息，取得个人单独同意的除外。	发行人及相关子公司不存在将相关个人数据进行公开处理或用于正常销售业务以外之用途。	是
第五十一条 个人信息处理者应当根据个人信息的处理目的、处理方式、个人信息的种类以及对个人权益的影响、可能存在的安全风险等，采取下列措施确保个人信息处理活动符合法律、行政法规的规定，并防止未经授权的访问以及个人信息泄露、篡改、丢失：（一）制定内部管理制度和操作规程；（二）对个人信息实行分类管理；（三）采取相应的加密、去标识化等安全技术措施；（四）合理确定个人信息处理的操作权限，并定期对从业人员进行安全教育和培训；（五）制定并组织实施个人信息安全事件应急预案；（六）法律、行政法规规定的其他措施。	（1）发行人及相关子公司实行集中式权限管理，遵循“最小化”原则设定相关人员对个人信息的访问和操作权限，不同的操作人员设定不同的用户名； （2）发行人已设立并有效执行《信息安全管理制度》。	是
第四十七条 有下列情形之一的，个人信息处理者应当主动删除个人信息；个人信息处理者未删除的，个人有权请求删除：（一）处理目的已实现、无法实现或者为实现处理目的不再必要；（二）个人信息处理者停止提供产品或者服务，或者保存期限已届满；（三）个人撤回同意；（四）个人信息处理者违反法律、行政法规或者违反约定处理个人信息；（五）法律、行政法规规定的其他情形。法律、行政法规规定的保存期限未届满，或者删除个人信息从技术上难以实现的，个人信息处理者应当停止除存储和采取必要的安全保护措施之外的处理	（1）发行人及相关子公司不存在下载、收集、存储个人信息的情形； （2）在收货人确认收货后一定期限内，发行人及相关子公司将无法再从第三方平台服务器中继续获知相关个人信息。	是

2、发行人是否直接制作短剧直播等内容，发行人及子公司是否涉及影视文化传媒领域，如是，相关业务的经营模式、具体内容及收入占比情况，是否按照国家相关政策和行业主管部门有关规定开展业务，是否合法合规

（1）发行人是否直接制作短剧直播等内容

报告期内，为提升品牌影响力，加速产品转换和销售增长，提升公司综合竞争力，发行人于 2024 年 1 月与浙江龙果映画影视科技有限公司（以下称“龙果映画”）签署《微短剧联合开发制作合同》。

根据上述合同，龙果映画作为出品方，负责剧本开发、项目制作（包括但不限于组建剧组、完成摄制、后期制作等）、主创人员的物色及选定，同时负责短剧报批及审查手续，并享有最终剪辑权，发行人仅按照合同约定投入相应的成本或费用，并要求制作方在短剧中植入与发行人产品相关的广告及产品购买链接。

上述短剧的制作、播放等事宜均由龙果映画负责，目前该短剧通过抖音平台播放。发行人不参与短剧制作、播放的相关具体工作，无需取得相关特殊资质。

报告期内，除上述短剧外，公司存在在第三方平台进行直播的行为，用于自主品牌的销售，无自建相关平台及直播短剧情形。

综上，发行人不直接制作短剧直播等内容。

（2）发行人及子公司是否涉及影视文化传媒领域，如是，相关业务的经营模式、具体内容及收入占比情况，是否按照国家相关政策和行业主管部门有关规定开展业务，是否合法合规

截至 **2024 年 12 月 31 日**，发行人及其子公司的经营范围可能涉及影视文化传媒领域的公司及实际经营情况如下：

序号	公司名称	可能涉及影视文化传媒领域的经营范围	是否实际经营所列经营范围业务	是否实际经营影视文化传媒领域业务
1	哈尔斯贸易	广告设计、代理	否	否
2	浙江氮氧	广告发布（非广播电台、电视台、报刊出版单位）；广告制作；广告设计、代理	否	否
3	深圳哈尔斯	广告设计、代理	否	否

上述子公司的经营范围虽含有“广告设计、代理”等与传媒相关业务，但报告期内，该等主体未实际开展该等业务。

报告期内，发行人存在通过官方网站、公众号等平台树立品牌形象、传播公司文化、产品发布及宣传等，该等平台均为发行人自用的宣传推广平台，同时，发行人委托其他三方平台或机构宣传推广公司品牌和产品。但发行人自身不从事影视文化传媒领域业务，不涉及经营影视文化传媒相关业务。

综上，报告期内，发行人及其子公司不涉及经营影视文化传媒领域业务。

（九）应收账款周转率持续下降的原因及合理性,应收账款坏账计提政策与同行业对比情况，坏账准备计提是否充分；

1、应收账款及周转率情况

报告期内，公司应收账款情况如下：

单位：万元

项目	2024.12.31/2024 年度	2023.12.31/2023 年度	2022.12.31/2022 年度
应收账款余额	**40,475.10**	25,791.04	18,920.87
坏账准备	**2,770.78**	3,182.01	3,716.13
应收账款账面价值	**37,704.32**	22,609.03	15,204.74
营业收入	**333,152.22**	240,712.04	242,789.86
占营业收入比例	**12.15%**	10.71%	7.79%
应收账款周转率	**10.05**	10.77	12.71

注：应收账款周转率=营业收入/应收账款平均余额。

报告期内，公司应收账款周转率分别为 12.71 次、10.77 次和 **10.05 次**，周转率较高，主要系公司销售以出口销售为主，主要客户均系国际知名不锈钢保温器皿品牌商，经营情况稳定，应收账款回款状况良好，公司应收账款周转率一直保持较高水平。

截至 **2024 年 12 月 31 日**，公司应收账款余额为 **40,475.10 万元**，截至 **2025 年 3 月末**，已回款约 **36,450.56 万元**，回款比例 **90.06%**，回款状况较好，与合同约定基本相符。

2、同行业可比公司应收账款周转率对比

证券代码	公司名称	2024 年度	2023 年度	2022 年度
301004	嘉益股份	**9.14**	11.59	13.13
002403	爱仕达	**3.34**	3.01	3.33
002032	苏泊尔	**7.81**	8.57	8.32
002705	新宝股份	**8.96**	10.14	9.80
874149	同富股份	**6.62**	6.15	5.15
874125	安胜科技	**6.31**	5.59	5.47
平均值		**7.03**	**7.51**	**7.53**
发行人		**10.05**	**10.77**	**12.71**

注：应收账款周转率=营业收入/应收账款平均余额；

报告期内，公司应收账款周转率分别为 12.71 次、10.77 次和 **10.05 次**，处于同行业公司中上水平，与同行业公司嘉益股份较为接近。

报告期内，公司与同行业可比公司应收账款周转率均有所变动，自 **2023 年**起，应收账款周转率均有所下降，变动趋势基本一致。**2023 年公司应收账款周转率有所下降**主要系 2023 年下半年以来，全球保温杯市场需求持续快速增长，致使 2023 年 4 季度收入同比大幅增长进而导致信用期内的应收账款增加，收入增长比率小于应收账款平均余额变动比率，应收账款周转率相应下降，符合市场环境的变化，具备合理性。

3、应收账款坏账计提政策与同行业对比情况，坏账准备计提是否充分

（1）公司应收账款坏账计提政策如下：

1）按信用风险特征组合计提预期信用损失的应收账款

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整个存续期预期信用损失率对照表，计算预期信用损失

2）账龄组合的账龄与预期信用损失率对照表

账龄	应收账款预期信用损失率（%）
1 年以内（含，下同）	3.00

账龄	应收账款预期信用损失率（%）
1-2 年	20.00
2-3 年	80.00
3 年以上	100.00

应收账款的账龄自款项实际发生的月份起算。

3）按单项计提预期信用损失的应收账款的认定标准

对信用风险与组合信用风险显著不同的应收账款，公司按单项计提预期信用损失。

（2）报告期各期末，应收账款坏账准备计提情况如下：

1）按账龄组合计提的坏账准备情况如下：

单位：万元

账龄结构	2024.12.31			
	账面余额	比例	坏账准备	计提比例
1 年以内	38,620.59	95.77%	1,158.62	3.00%
1-2 年	288.18	0.71%	57.64	20.00%
2 至 3 年	59.01	0.15%	47.20	80.00%
3 年以上	1,357.89	3.37%	1,357.89	100.00%
合计	40,325.67	100.00%	2,621.35	6.50%
账龄结构	2023.12.31			
	账面余额	比例	账面余额	计提比例
1 年以内	23,011.01	89.74%	690.33	3.00%
1-2 年	327.43	1.28%	65.49	20.00%
2 至 3 年	132.01	0.51%	105.61	80.00%
3 年以上	2,171.16	8.47%	2,171.16	100.00%
合计	25,641.60	100.00%	3,032.58	11.83%
账龄结构	2022.12.31			
	账面余额	比例	坏账准备	计提比例
1 年以内（含 1 年）	14,505.85	76.67%	435.18	3.00%
1 至 2 年	1,304.75	6.90%	260.95	20.00%
2 至 3 年	451.31	2.39%	361.05	80.00%
3 年以上	2,658.95	14.05%	2,658.95	100.00%

合计	**18,920.87**	**100.00%**	**3,716.13**	**19.64%**

2）应收账款按单项计提的坏账准备情况如下：

单位：万元

项目	账面余额	坏账准备
2024 年 12 月 31 日	**149.43**	**149.43**
2023 年 12 月 31 日	149.43	149.43
2022 年 12 月 31 日	0.00	0.00

（3）公司应收账款坏账准备计提比例与同行业可比公司对比情况如下：

公司计提比例（%）	账龄					
	1 年以内	**1 至 2 年**	**2 至 3 年**	**3 至 4 年**	**4 至 5 年**	**5 年以上**
嘉益股份	3.00	20.00	80.00	100.00	100.00	100.00
爱仕达	5.00	10.00	30.00	100.00	100.00	100.00
苏泊尔	5.00	8.00	15.00	50.00	80.00	100.00
新宝股份	2.00	10.00	20.00	50.00	80.00	100.00
同富股份	5.00	20.00	50.00	100.00	100.00	100.00
安胜科技	3.00	20.00	80.00	100.00	100.00	100.00
平均值	**3.83**	**14.67**	**45.83**	**83.33**	**93.33**	**100.00**
发行人	**3.00**	**20.00**	**80.00**	**100.00**	**100.00**	**100.00**

由上表可见，公司应收账款的坏账计提比例与同行业可比公司相比整体处于较高水平。公司坏账计提政策与同行业可比公司不存在较大差异，符合行业惯例，坏账准备计提充分、谨慎。

（十）结合行业及公司特点，说明公司存货账面价值较大且库存商品占比较高的原因，各期存货跌价准备转回的原因，存货周转率持续低于同行业上市公司的原因及合理性；结合期末在手订单情况、存货周转情况，说明报告期各期末存货跌价准备计提是否充分；

1、结合行业及公司特点，说明公司存货账面价值较大且库存商品占比较高的原因，各期存货跌价准备转回的原因，存货周转率持续低于同行业上市公司的原因及合理性

（1）公司行业及公司特点

全球保温器皿行业的竞争相对稳定，主要集中在国际知名品牌之间。这些品牌大多源自日本和欧美等发达国家地区，如膳魔师（THERMOS）、虎牌（TIGER）、象印（ZOJIRUSHI）、野帝（YETI）、星巴克（STARBUCKS）、斯坦利（STANLEY）等。随着生产重心逐渐向中国转移，中国已成为全球最大的保温器皿制造中心和代工中心，推动了世界保温器皿生产格局的变化。

我国保温器皿行业国际竞争力体现为加工制造能力较强，主要是通过OEM/ODM 的业务模式与国际知名品牌商进行合作，自主品牌产品影响力正逐步提升。

公司将销售模块分为 OBM 业务（即自主品牌）和 OEM 业务、ODM 业务。

公司自主品牌在线上、线下渠道双重发力。线上渠道主要依托天猫、京东、亚马逊等平台与用户交易，实现销售并提供服务，并积极通过直播电商、社交电商及私域流量等渠道直接实现销售。公司线下渠道经过多年的发展，经销体系稳定，通过经销商在不同的销售网点（专营店、商超等）将货物交付给销售者；自主品牌根据公司对市场的预测结合自身情况制定销售计划，安排生产计划，需要提前进行备货和铺货。

OEM 和 ODM 业务，以线下销售模式为主，公司与国际知名品牌商直接签订合同或订单，并向客户发货。生产模式为以销定产，根据客户订单统一安排生产。

（2）公司期末存货库存情况

报告期各期末，公司存货的具体构成情况如下：

单位：万元

日期	项目	账面余额		跌价准备	账面价值
		金额	占比		
2024.12.31	**原材料**	**12,038.83**	**20.83%**	**346.70**	**11,692.13**
	在产品	**4,045.21**	**7.00%**	**-**	**4,045.21**
	库存商品	**27,746.71**	**48.00%**	**3,443.01**	**24,303.69**
	发出商品	**5,606.64**	**9.70%**	**-**	**5,606.64**
	委托加工物资	**510.33**	**0.88%**	**-**	**510.33**
	自制半成品	**7,857.66**	**13.59%**	**356.75**	**7,500.91**
	合计	**57,805.38**	**100.00%**	**4,146.47**	**53,658.91**
2023.12.31	原材料	9,883.80	18.31%	658.13	9,225.67
	在产品	4,434.14	8.21%	241.95	4,192.18
	库存商品	28,487.49	52.76%	3,168.91	25,318.58
	发出商品	3,908.92	7.24%		3,908.92
	委托加工物资	439.74	0.81%		439.74
	自制半成品	6,838.74	12.67%	385.42	6,453.32
	合计	**53,992.82**	**100.00%**	**4,454.40**	**49,538.41**
2022.12.31	原材料	9,020.02	19.44%	644.28	8,375.74
	在产品	2,896.73	6.24%	169.02	2,727.71
	库存商品	25,780.07	55.55%	4,139.96	21,640.11
	发出商品	3,247.84	7.00%		3,247.84
	委托加工物资	350.28	0.75%		350.28
	自制半成品	5,112.81	11.02%	127.00	4,985.81
	合计	**46,407.74**	**100.00%**	**5,080.26**	**41,327.48**

报告期各期末，公司存货账面价值分别为 41,327.48 万元、49,538.41 万元和 **53,658.91 万元**，其中，库存商品账面价值分别为 21,640.11 万元、25,318.58 和 **24,303.69 万元**；库存商品账面价值占存货账面价值分别为 52.36%、51.11%和 **45.29%**。

报告期各期末，对公司库存商品按 OBM、OEM/ODM 两大业务线进一步拆

分如下：

单位：万元

项目	2024.12.31	2023.12.31	2022.12.31
OBM 业务	**19,900.17**	20,997.29	21,190.06
OEM/ODM 业务	**7,846.53**	7,490.20	4,590.00
小计	**27,746.71**	28,487.49	25,780.07

如上表所示，公司库存商品中绝大多数系 OBM 产品。对于 OBM 业务，公司根据销售情况、库存情况以及对市场需求的判断，制定生产和销售计划，需提前备货。年末受国内外主要节日影响，公司第四季度的营销活动较多，备货需求增加，故报告期各期末，公司 OBM 业务的存货占比较高。OEM/ODM 业务采用以销定产模式，依据客户订单排产交货，库存水平较低。

报告期内，公司采用多品牌运作，根据不同品牌定位需要通过不同的产品类型和规格以满足消费者多元化需求，导致 OBM 业务备货要求较高。同时公司实施线上、线下多渠道布局的销售策略：线上渠道实施全平台策略，目前已覆盖各大主流电商平台；线下主要包括经销商或自主拓展商超渠道，以及通过开展礼品、团购及定制服务等方式拓展企业客户等，多渠道策略在有效推动 OBM 业务发展、扩大销售的同时，也增加了对库存的需求。

报告期各期，公司 OBM 业务的库存商品周转率分别为 1.79 次、1.96 次和 **1.96 次**，周转率相对较低，周转天数较长，与 OBM 业务模式特点及公司自主品牌战略相符，具备合理性。

报告期内，公司 OBM 库存商品中库龄 1 年以内占比约 70%，报告期各期末，OBM 业务的库存商品跌价准备如下：

单位：万元

项目	2024.12.31	2023.12.31	2022.12.31
OBM 库存商品余额	**19,900.17**	20,997.29	21,190.06
OBM 库存商品存货跌价准备	**2,981.23**	2,912.86	3,816.70
OBM 库存商品跌价比率	**14.98%**	13.87%	18.01%

公司已严格遵循《企业会计准则第 1 号——存货》等相关规定计提存货跌价准备。同时，公司通过线上、线下等渠道进行多样化促销，有效保证了较为稳定

的库存水平，存货滞销风险较小。公司将持续优化库存结构，在满足自主品牌市场供应需求的同时，逐步提升存货周转效率。

综上，公司存货账面价值较大且库存商品占比较高，主要系报告期内公司在自主品牌建设方面加大了投入力度，推出多种系列杯壶产品，不断提升自主品牌的市场认可度和知名度。相较于其他以 OEM/ODM 为主的国内同行，公司注重 OBM 业务的发展，以实现公司业绩的战略性可持续增长，因此需要更高的库存水平来支撑其自主品牌的推广和市场拓展。

（3）各期存货跌价准备转回情况

报告期内，公司存货跌价准备变动如下：

单位：万元

会计期间	项目	期初数	本期增加	本期减少	期末数
2024 年度	**原材料**	**658.13**	**49.26**	**360.69**	**346.70**
	在产品	**241.95**		**241.95**	
	库存商品	**3,168.91**	**2,195.06**	**1,920.96**	**3,443.01**
	自制半成品	**385.42**	**238.64**	**267.30**	**356.75**
	合计	**4,454.40**	**2,482.96**	**2,790.90**	**4,146.47**
2023 年度	原材料	644.28	529.75	515.90	658.13
	在产品	169.02	191.14	118.21	241.95
	库存商品	4,139.96	1,162.20	2,133.26	3,168.91
	自制半成品	127.00	309.48	51.07	385.42
	合计	**5,080.26**	**2,192.57**	**2,818.43**	**4,454.40**
2022 年度	原材料	537.95	411.15	304.83	644.28
	在产品	91.86	89.09	11.92	169.02
	库存商品	2,929.10	2,580.94	1,370.08	4,139.96
	自制半成品	491.46	38.15	402.60	127.00
	合计	**4,050.37**	**3,119.32**	**2,089.43**	**5,080.26**

2024 年度，公司基于存货持有意图的变化，因领用存货用于自建固定资产，相关存货的用途及可变现净值已发生实质性改变，故公司依据《企业会计准则应用指南汇编 2024》的相关规定，对前述存货原计提的跌价准备予以转回，据此转回跌价 241.95 万元。除上述情况外，公司报告期内未发生其他存货跌价准

备转回事项。除上述事项外，报告期内，存货跌价本期减少均系存货跌价准备转销，即存货在销售时，相应的跌价准备一并结转，符合《企业会计准则》的相关规定。

（4）存货周转率分析

报告期各期，公司与同行业可比公司存货周转率对比情况如下：

证券代码	公司名称	2024 年度	2023 年度	2022 年度
301004	嘉益股份	**5.80**	5.86	5.91
002403	爱仕达	**2.49**	2.18	2.36
002032	苏泊尔	**6.92**	**6.61**	5.30
002705	新宝股份	**6.34**	6.24	4.88
874149	同富股份	**9.56**	7.47	7.31
874125	安胜科技	**5.87**	5.48	4.59
平均值		**6.16**	**5.64**	**5.06**
发行人		**4.29**	**3.30**	**3.37**

注：1、存货周转率=营业成本/存货平均余额；

2、可比公司上期数调整系会计政策变更追溯调整所致。

报告期各期，公司存货周转率分别为 3.37 次、3.30 次和 **4.29 次**。公司存货周转率低于可比公司平均水平。同行业可比公司中，苏泊尔、新宝股份主要销售电器、炊具等产品，产品结构与发行人存在差异，存货周转率亦存在一定差异。爱仕达存货周转率较低，主要系其主要从事厨房炊具（炒锅、煎锅、汤锅、奶锅、压力锅、蒸锅）等产品研制、生产及销售，采用以大型卖场和连锁超市销售为主、经销为辅的国内营销网络，其所需存货数量更大、种类更多，导致其存货周转率较低。嘉益股份、同富股份及安胜科技与公司主要产品均为不锈钢真空器皿，主要产品及经营模式较为相似，公司存货周转率较低主要系公司注重自有品牌发展，需要更高的库存水平来支撑其自主品牌的推广和市场拓展。

2、结合期末在手订单情况、存货周转情况，说明报告期各期末存货跌价准备计提是否充分

（1）在手订单情况及存货周转情况

单位：万元

项目	2024.12.31	2023.12.31	2022.12.31
在手订单金额 A	**47,994.37**	27,573.00	20,614.00
期后一季度营业收入 B	**70,408.21**	57,477.95	36,245.50
存货账面价值 C	**53,658.91**	49,538.41	41,327.48
订单覆盖率 A/C	**89.44%**	55.66%	49.88%
期后销售覆盖率 B/C	**131.21%**	116.03%	87.70%

根据上表，报告期各期末公司在手订单充足，期后销售较好，各期后一季度基本完成当期末在手订单及存货的销售。

（2）同行业可比公司存货跌价准备计提情况

报告期各期末，公司与同行业可比公司存货余额及存货跌价计提情况对比如下：

单位：万元

公司名称	项目	2024.12.31	2023.12.31	2022.12.31
嘉益股份	存货账面余额	**41,561.81**	19,377.29	16,515.73
	存货跌价准备	**794.76**	1,788.70	1,556.41
	占比	**1.91%**	9.23%	9.42%
苏泊尔	存货账面余额	**259,707.81**	228,771.76	252,923.11
	存货跌价准备	**3,112.00**	2,503.42	3,430.83
	占比	**1.20%**	1.09%	1.36%
爱仕达	存货账面余额	**80,767.39**	83,982.43	81,036.40
	存货跌价准备	**3,557.02**	5,081.08	3,104.11
	占比	**4.40%**	6.05%	3.83%
新宝股份	存货账面余额	**229,170.23**	190,588.98	171,937.19
	存货跌价准备	**6,990.33**	5,309.47	5,348.79
	占比	**3.05%**	2.79%	3.11%
同富股份	存货账面余额	**22,558.37**	20,911.84	20,749.57
	存货跌价准备	**1,631.46**	1,704.29	2,213.77

公司名称	项目	2024.12.31	2023.12.31	2022.12.31
	占比	**7.23%**	8.15%	10.67%
安胜科技	存货账面余额	**33,191.94**	26,292.56	19,327.23
	存货跌价准备	**1,469.05**	1,164.59	1,362.06
	占比	**4.43%**	4.43%	7.05%
平均值	存货账面余额	**111,159.59**	94,987.48	93,748.20
	存货跌价准备	**2,925.77**	2,925.26	2,836.00
	占比	**2.63%**	3.08%	3.03%
哈尔斯	存货账面余额	**57,805.38**	53,992.82	46,407.74
	存货跌价准备	**4,146.47**	4,454.40	5,080.26
	占比	**7.17%**	8.25%	10.95%

报告期内，公司存货跌价准备比例分别为 10.95%、8.25%和 **7.17%**，高于同行业可比公司平均水平，公司存货跌价准备计提更为谨慎。

（3）存货跌价准备计提的充分性

公司有关存货跌价准备的计提政策：资产负债表日，存货按照成本与可变现净值孰低计量。当其可变现净值低于成本时，提取存货跌价准备。可变现净值是指在日常活动中，存货的估计售价减去至完工时估计将要发生的成本、估计的销售费用以及相关税费后的金额。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。

公司期末对存货进行全面清查，由于存货遭受毁损、全部或部分陈旧过时或销售价格低于成本等原因，使存货成本高于其可变现净值的，应计提存货跌价准备。对于数量繁多、单价较低的存货，按存货类别计提存货跌价准备；其他存货按单个存货项目的成本高于其可变现净值的差额提取存货跌价准备。

公司严格按照上述会计政策，关注资产负债表日存货是否存在减值迹象，并根据相关政策进行减值测试。公司管理层根据市场销售价格、已签订销售合同的销售价格、预计将要发生的相关成本、估计的销售费用及相关税费计算可变现净值。

综上所述，公司计提存货跌价准备的会计政策符合《企业会计准则第 1 号——存货》等相关规定，存货跌价准备计提及存货周转情况符合自身业务特点。整

体来看，报告期各期末公司存货跌价准备计提比率高于同行业可比公司，公司的存货跌价准备计提较为充分。

（十一）自本次发行董事会决议日前六个月至今，发行人是否存在新投入或拟投入的财务性投资及类金融业务的情况，新投入或拟投入的财务性投资金额是否已从本次募集资金总额中扣除；

公司本次向特定对象发行股票的董事会决议日为 2023 年 12 月 29 日，董事会决议日前六个月至本回复之日，发行人不存在新投入或拟投入的财务性投资及类金融业务的情况，不存在需要从本次募集资金总额中扣除的情形，具体分析如下：

1、关于财务性投资及类金融业务的相关认定标准

（1）财务性投资的认定标准

根据中国证监会《证券期货法律适用意见第 18 号》之“一、关于第九条‘最近一期末不存在金额较大的财务性投资’的理解与适用”，财务性投资的界定如下：

“（一）财务性投资包括但不限于：投资类金融业务；非金融企业投资金融业务（不包括投资前后持股比例未增加的对集团财务公司的投资）；与公司主营业务无关的股权投资；投资产业基金、并购基金；拆借资金；委托贷款；购买收益波动大且风险较高的金融产品等。

（二）围绕产业链上下游以获取技术、原料或者渠道为目的的产业投资，以收购或者整合为目的的并购投资，以拓展客户、渠道为目的的拆借资金、委托贷款，如符合公司主营业务及战略发展方向，不界定为财务性投资。

（三）上市公司及其子公司参股类金融公司的，适用本条要求；经营类金融业务的不适用本条，经营类金融业务是指将类金融业务收入纳入合并报表。

（四）基于历史原因，通过发起设立、政策性重组等形成且短期难以清退的财务性投资，不纳入财务性投资计算口径。

（五）金额较大是指，公司已持有和拟持有的财务性投资金额超过公司合并

报表归属于母公司净资产的百分之三十（不包括对合并报表范围内的类金融业务的投资金额）。

（六）本次发行董事会决议日前六个月至本次发行前新投入和拟投入的财务性投资金额应当从本次募集资金总额中扣除。投入是指支付投资资金、披露投资意向或者签订投资协议等。……”

（2）类金融业务的认定依据

根据中国证监会《监管规则适用指引——发行类第 7 号》之“7-1 类金融业务监管要求”，类金融业务的界定如下：“除人民银行、银保监会、证监会批准从事金融业务的持牌机构为金融机构外，其他从事金融活动的机构均为类金融机构。类金融业务包括但不限于：融资租赁、融资担保、商业保理、典当及小额贷款等业务。”

2、自本次发行相关董事会决议日前六个月起至本回复出具日，公司不存在新投入或拟投入的财务性投资及类金融业务的情况

（1）类金融业务

发行人主要业务为多种不同材质的杯壶产品的研发设计、生产与销售，主要产品包括不锈钢、钛等材质的真空保温器皿和智能水杯，以及不锈钢、钛、玻璃、铝、塑料（主要为 Tritan）等材质的非真空器皿。自本次发行相关董事会决议日前六个月起至本回复出具日，公司围绕主营业务开展业务，不存在经营或投资类金融业务的情况。

（2）非金融企业投资金融业务

自本次发行相关董事会决议日前六个月起至本回复出具日，公司不存在实施或拟实施投资金融业务的情形。

（3）与公司主营业务无关的股权投资

自本次发行相关董事会决议日前六个月起至本回复出具日，公司不存在实施或拟实施与公司主营业务无关的股权投资的情形。

（4）投资产业基金、并购基金

自本次发行相关董事会决议日前六个月起至本回复出具日，公司不存在实施或拟实施投资产业基金、并购基金的情形。

（5）拆借资金

自本次发行相关董事会决议日前六个月起至本回复出具日，公司不存在拆借资金的情形。

（6）委托贷款

自本次发行相关董事会决议日前六个月起至本回复出具日，公司不存在实施或拟实施委托贷款的情形。

（7）购买收益波动大且风险较高的金融产品

自本次发行相关董事会决议前六个月起至本回复出具日，公司为提高资金使用效率，存在利用暂时闲置资金购买银行理财产品的情形，均属于收益波动较小的理财产品，不属于“收益波动大且风险较高的金融产品”，不属于财务性投资。

综上，自本次发行相关董事会决议日前六个月起至本回复出具日，公司不存在新投入或拟投入的财务性投资及类金融业务的情况，不存在需要从本次募集资金总额中扣除的情形。

3、公司最近一年末财务性投资及类金融业务情况

截至 **2024 年 12 月 31 日**，公司不存在持有金额较大的财务性投资的情形，可能涉及财务性投资的报表科目情况如下：

单位：万元

科目	项目	金额	是否财务性投资
货币资金-其他货币资金	票据保证金、远期商品合约保证金	**1,335.06**	否
交易性金融资产	远期结售汇公允价值变动损益、保本浮动收益型结构性存款	**-**	否
其他应收款	押金保证金、应收暂付款以及应收政府款项	**2,316.07**	否
其他流动资产	待抵扣进项税、待摊房租、预缴所得税、待摊营销费	**4,521.69**	否

科目	项目	金额	是否财务性投资
长期股权投资	对汉华数字、博达设计、亿智智能、广东哈尔斯投资	2,867.71	否
其他权益工具投资	对永康融联的投资	26.93	是
其他非流动资产	预付设备工程款、预付软件款	4,120.55	否
合计		15,188.01	
财务性投资余额		26.93	
哈尔斯合并报表归母净资产		172,067.90	
财务性投资占比		0.02%	

（1）货币资金-其他货币资金

截至 2024 年 12 月 31 日，公司其他货币资金为 1,335.06 万元，主要为银行承兑汇票保证金、远期商品合约保证金，不存在财务性投资。

（2）交易性金融资产

截至 2024 年 12 月 31 日，公司交易性金融资产为 0.00 万元，不存在财务性投资。

（3）其他应收款

截至 2024 年 12 月 31 日，公司其他应收款为 2,316.07 万元，主要为押金保证金、应收暂付款以及应收政府款项，不存在财务性投资。

（4）其他流动资产

截至 2024 年 12 月 31 日，公司其他流动资产为 4,521.69 万元，主要为待抵扣进项税、待摊房租、预缴所得税、待摊营销费，不存在财务性投资。

（5）长期股权投资

截至 2024 年 12 月 31 日，公司长期股权投资为 2,867.71 万元，主要为公司对汉华数字、博达设计、亿智智能、广东哈尔斯的股权投资，上述被投资单位均从事实业经营，符合公司主营业务及战略发展方向，该项投资系围绕公司产业链上下游以获取渠道为目的的产业投资，不构成财务性投资，具体情况如下：

序号	公司名称	注册资本	持股比例	注册地	合作业务

序号	公司名称	注册资本	持股比例	注册地	合作业务
1	广东哈尔斯营销管理有限公司	900 万人民币	直接持股 45%	广东省广州市	经销和推广哈尔斯自主品牌系列产品
2	汉华数字饮水器具科技（深圳）有限公司	2,366.8723 万人民币	直接持股 35%	广东省深圳市	数字化智能饮水器具研发、设计、生产及数字化电子部件的生产销售
3	杭州亿智智能科技有限公司	1,000 万人民币	直接持股 35%	浙江省杭州市	杯壶产品的外观、结构设计与研发
4	杭州博达设计咨询有限公司	46.15 万人民币	直接持股 34.99%	浙江省杭州市	杯壶产品的外观、结构设计与研发

（6）其他权益工具投资

截至 **2024 年 12 月 31 日**，公司其他权益工具投资为 26.93 万元，为公司持有的永康市融联企业管理有限公司（以下简称“永康融联”）10%股权。

永康融联原名为永康哈尔斯小额贷款有限公司，为公司与其他股东于 2012 年发起设立的小贷公司。公司在 2012 年发起设立永康融联时实缴出资 4,500 万元，持有 30%股权，后续未再向永康融联进行出资，并于 2019 年减资至 777.7778 万元，持有 10%股权。

2019 年 7 月，永康融联获得浙江省金融办批准取消小额贷款试点资格，并完成公司名称和经营范围变更的工商变更登记手续，经营范围变更为“企业管理咨询”。2019 年至今永康融联已无实际经营，发行人持股比例为 10%，不会对发行人的生产经营产生重大不利影响。

公司对永康融联的投资属于财务性投资。

（7）其他非流动资产

截至 **2024 年 12 月 31 日**，公司其他非流动资产为 **4,120.55** 万元，主要为预付设备工程款、预付软件款，不存在财务性投资。

综上，最近一**年**末，公司财务性投资余额为 26.93 万元，占公司合并报表归母净资产的比例为 0.02%，不存在金额较大的财务性投资，符合《证券期货法律适用意见第 18 号》的监管要求。

（8）类金融业务情况

最近一年末，公司及下属子公司不存在经营类金融业务的情况。

（十二）永康融联目前的经营状况，是否存在未完结的小贷业务，是否存在纠纷、诉讼等法律风险，发行人对永康融联的后续安排及时间表。

1、永康融联目前的经营状况

永康融联成立于 2012 年 10 月 19 日，其成立时主要经营业务为办理各项小额贷款。2019 年 7 月 24 日，浙江省地方金融监督管理局出具《省地方金融监管局关于取消永康哈尔斯小额贷款有限公司试点资格的批复》（浙金管核[2019]2 号），同意根据永康融联的要求取消其试点资格，并要求永康融联及时任股东要依法依规处理公司的债权债务，转为普通类公司后，不得再以小贷公司名义发放贷款，不得使用全省统一的浙江小贷公司标识及相关商誉等。2019 年 8 月 15 日，永康融联作出股东会决议，同意变更公司经营范围为企业管理咨询（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动），同意变更公司名称为永康市融联企业管理有限公司。

截至本回复出具之日，永康融联的经营范围为企业管理咨询（不含金融、证券、期货、投资、涉及许可中介咨询，未经金融等行业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）。

截至本回复出具之日，永康融联除对早期小贷业务形成的应收账款进行催收外，未开展其他经营活动。

2、是否存在未完结的小贷业务，是否存在纠纷、诉讼等法律风险

截至 2025 年 1 月 31 日，永康融联对相关第三方享有因早期小贷业务而形成的应收账款，应收账款账面余额为 8,124.46 万元，已全额计提坏账准备（未经审计）。

除上述应收账款，永康融联对其他相关第三方还享有其他相应债权，该等债权同样系早期小贷业务而形成，但由于该等债权在处理过程中存在较大无法收回

的可能性，因此永康融联已经对该等债权做账面核销处理，但仍通过诉讼等方式对该等债权进行催收处理，具体情况如下：

单位：万元

当事人名称	标的金额	余额	案号	目前案件状态
程双印、钱月机、钱莲芳、钱阳志	80.00	69.35	2013 金永商初字第 876 号	已申请强制执行，目前处于终本状态
章飞、章其美、朱振雄、朱佩霞	500.00	335.00	2013 金永商初字第 888 号	已申请强制执行，目前处于终本状态
吕岩良、胡爱飞、徐苏妹、李陈周	200.00	200.00	2014 金永商初字第 750 号	已申请强制执行，目前处于终本状态
徐苏妹、徐文慧、吕岩良、胡爱飞	1,000.00	1,000.00	2014 金永商初字第 868 号	已申请强制执行，目前处于终本状态
黄志强	200.00	100.00	2014 金婺商特字第 26 号	已申请强制执行，目前处于终本状态
夏顺风、徐永洁、俞赵雄、胡爱晓	100.00	100.00	2015 金永商初字第 1391 号	已申请强制执行，目前处于终本状态
夏顺风、周秀英、俞赵雄、胡爱晓	100.00	100.00	2015 金永商初字第 1392 号	已申请强制执行，目前处于终本状态
吴文革、王凌霞、王小英、王毅	40.00	30.06	2015 金永商初字第 1393 号	已申请强制执行，目前处于终本状态
童万安、吕梦利、胡贞华、韩安晓	200.00	200.00	2015 金永商初字第 2185 号	已申请强制执行，目前处于终本状态
周红英、韩安晓、王小英、王毅	350.00	350.00	2015 金永商初字第 2186 号	已申请强制执行，目前处于终本状态
王小英、王毅、童万安、胡贞华	300.00	300.00	2015 金永商初字第 2187 号	已申请强制执行，目前处于终本状态
章建波、章如密、厉明	70.00	70.00	2015 金永芝商初字第 264 号	已申请强制执行，目前处于终本状态
王和源、施建珍、倪锡斌、朱漫滋	500.00	254.65	2015 金永商初字第 3566 号	已申请强制执行，目前处于终本状态
朱松妙、黄笑钦、周荣光、应玲丽	260.00	214.00	2015 金永商初字第 3660 号	已申请强制执行，目前处于终本状态
周雷挺、黄静翠、周宁、李颖耀	30.00	30.00	2015 金永商初字第 4304 号	已申请强制执行，目前处于终本状态
永康市齐诚焊接设备有限公司周雷挺、黄静翠、周宁、李颖耀	20.00	20.00	2015 金永商初字第 4305 号	已申请强制执行，目前处于终本状态
曹长理、程佩珍、川岛电器	380.00	380.00	2016 浙 0784 民初 6602 号	已申请强制执行，目前处于终本状态
李志伟、李诚、卢爱兰、胡章文	50.00	45.00	2016 浙 0784 民初 4245 号	已申请强制执行，目前处于终本状态

当事人名称	标的金额	余额	案号	目前案件状态
高美平、金志江	500.00	500.00	2017浙0784民初6101号	已申请强制执行，目前处于终本状态
合计	**4,880.00**	**4,298.06**		

除上述案件外，截至2024年12月31日，永康融联不存在包括其作为被告、被申请人或被执行申请人在内的其他诉讼/仲裁案件。

3、发行人对永康融联的后续安排及时间表

截至本回复出具之日，发行人持有永康融联10%股权。发行人后续拟将其持有永康融联的股权转让给与发行人之间不存在关联关系的第三方，以实现从永康融联退出。发行人将积极寻找合适第三方，并预计于2025年9月30日前完成上述股权转让。

二、中介机构核查事项

（一）核查程序

保荐人履行了以下核查程序：

1、获取公司收入成本明细表，分析公司报告期内毛利率及其变动情况、主要客户的收入变动情况、向主要客户销售的产品情况等；

2、获取采购明细表，查阅不锈钢价格公开信息，对比分析主要原材料 304不锈钢的市场价格及采购价格情况；

3、获取并复核发行人报告期内非经常损益情况；

4、获取并复核发行人资产减值损失和投资收益明细，了解其构成情况并分析变动情况；

5、获取公司收入成本明细表，分析公司报告期内主营业务收入-其他的构成，并分析是否符合相关产业政策；

6、获取发行人其他业务收入明细，并分析报告期内的变动原因；

7、获取发行人报告期内的运费情况、出口退税情况、汇兑损益情况、银行资金流水等，核查并分析境外收入的真实性；

8、获取公司报告期各期境外销售收入数据，获取公司报告期内主要境外客户名称、销售内容、销售金额、销售地区、合作历史等资料，通过公开信息查询公司报告期内主要境外客户的基本情况；

9、获取相关行业相关研报了解行业发展情况、市场竞争情况和公司市场占有率情况等；

10、对主要客户进行现场或视频访谈，获取与主要客户签订的协议/合同，了解主要客户的业务情况、公司与客户的合作情况、主要客户的销售政策、信用期等情况；

11、了解汇率波动对公司业绩的影响情况及公司应对汇率波动的措施及有效性；

12、查阅报告期内公司境外销售主要结算货币的汇率情况；结合公司报告期内汇兑损益情况，判断是否有较大的汇率波动及汇率波动是否对公司经营造成重大影响；

13、获取公司董事会决议、相关内控制度等，了解公司应对汇率变动的制度和措施，获取并复核相关措施的财务数据；

14、获取公司期间费用明细表，检索同行业可比公司公开披露信息，分析发行人各期间费用的构成情况、变动情况及与收入规模的匹配性，比较分析发行人及同行业可比公司各期间费用率的情况；

15、获取公司线上销售明细、网络平台费用明细，分析网络平台费的变动情况；

16、查阅公开信息，了解同行业可比公司信用政策及应收账款周转率，并分析公司与同行业可比公司在信用政策及应收账款周转率方面存在的差异原因；

17、查阅了报告期内公司与主要客户签订的框架协议，访谈公司的相关人员，了解公司的销售政策及信用政策，以及于报告期内的变化。了解并测试信用政策管理的相关内控流程；

18、获取公司及同行业公司季度销售数据，访谈公司相关人员，并结合同行

业公司季度数据了解报告期内收入分布差异的原因；

19、获取了公司应收账款账龄明细表，分析公司应收账款账龄情况；查阅同行业可比公司公开披露文件，了解同行业可比公司应收账款坏账计提政策及计提比例；

20、了解与存货可变现净值相关的关键内部控制，并测试其运行有效性；

21、获取报告期各期末原材料、在产品、库存商品、发出商品、委托加工物资明细表，了解存货具体构成情况，分析各期末存货总额及明细变动的原因及合理性；

22、获取公司存货跌价准备变动明细表，复核公司存货跌价准备测试过程，核实存货跌价计提的准确性；与同行业存货跌价准备计提比例进行比较分析存货跌价准备计提是否充分；

23、获取公司在手订单、期后存货结转情况明细表，结合公司的销售模式，判断是否存在滞销风险；

24、对报告期各年末的存货实施监盘，并在监盘过程中，重点观察存货是否存在呆滞、变质、报废、损毁等迹象；

25、查阅发行人、希格投资、哈尔斯贸易、浙江氮氧、深圳哈尔斯现行有效的《营业执照》；

26、登陆国家企业信用信息公示系统（http://www.gsxt.gov.cn/index.html）、企查查（https://www.qcc.com/）核查发行人、希格投资、哈尔斯贸易、浙江氮氧、深圳哈尔斯的经营范围；

27、登录天猫、京东、抖音等第三方电商平台，了解发行人及相关子公司线上销售产品的情况；

28、登录发行人及相关子公司网络店铺后台，了解发行人及相关子公司线上销售可获取的发货信息情况；

29、登录发行人及子公司正在使用的主要域名、微信公众号，了解相关平台的主要用途，以及是否通过该等平台获取个人数据的情形；

30、访谈发行人及相关子公司的相关业务负责人，了解对个人信息获取并使用的相关具体情况，以及是否存在、下载及存储个人数据行为的情形；

31、查阅发行人《信息安全管理制度》；

32、取得发行人出具的《关于公司对个人信息获取、使用、收集及存储相关事项的说明》；

33、查阅发行人与龙果映画签署的《微短剧联合开发制作合同》；

34、访谈发行人、龙果映画相关人员，了解发行人与龙果映画的合作模式、短剧播放情况；

35、查阅发行人 2022 年度、2023 年度、**2024 年度**《年度报告》《审计报告》；

36、取得发行人出具的《关于未从事影视文化传媒领域业务的确认函》；

37、获取并查阅永康融联相关工商档案，查阅浙江省地方金融监督管理局出具的《省地方金融监管局关于取消永康哈尔斯小额贷款有限公司试点资格的批复》（浙金管核[2019]2 号），以及永康融联就经营范围及企业名称变更事项作出的股东会决议；

38、登陆国家企业信用信息公示系统（http://www.gsxt.gov.cn/index.html）、企查查（https://www.qcc.com/）核查永康融联经营范围；

39、访谈永康融联董事长、法定代表人，了解永康融联目前的经营情况以及相关案件的诉讼/执行情况；

40、获取并查阅永康融联 2019 年 1 月 1 日至 **2024 年 12 月 31 日**期间的主要银行账户流水；

41、获取并查阅永康融联的财务报表；

42、登录裁判文书网（https://wenshu.court.gov.cn/），查阅永康融联与债务人之间的民事判决书；

43、取得发行人出具的《关于对永康融联股权处置的说明》；

44、针对公司境外销售收入，我们主要实施了以下核查程序：

（1）了解公司境外销售相关的内部控制制度，评价与境外销售收入确认相关的关键内部控制设计是否有效，并测试相关内部控制运行的有效性；

（2）了解公司收入确认政策，复核收入确认政策是否符合企业会计准则要求,关注报告期内是否保持了一贯性原则；

（3）获取公司报告期各期境外销售收入数据，获取公司报告期内主要境外客户名称、销售内容、销售金额、合作历史等资料，通过公开信息查询公司报告期内主要境外客户的基本情况；

（4）对公司报告期内主要境外客户执行销售穿行测试，查阅合同、订单、发票、报关单、提单、运输单据、回款单据等凭证及公司账务记录，检查公司对主要客户的销售内部控制流程的完整性和有效性，检查公司收入确认是否与会计政策描述一致；

（5）对公司报告期内主要客户执行函证程序，向主要客户确认销售金额，具体情况如下：

项目	2024 年度	2023 年度	2022 年度
营业收入（万元）	**333,152.22**	240,712.04	242,789.86
发函金额（万元）	**272,953.05**	177,422.93	191,673.31
发函比例	**81.93%**	73.71%	78.95%
回函及替代程序确认金额	**272,953.05**	177,422.93	191,673.31
核查比例	**81.93%**	73.71%	78.95%

（6）对公司报告期内主要客户执行访谈程序，向主要客户确认销售金额，具体情况如下：

项目	2024 年度	2023 年度	2022 年度
营业收入（万元）	**333,152.22**	240,712.04	242,789.86
走访客户覆盖收入（万元）	**234,936.60**	151,565.60	162,621.21
核查比例	**70.52%**	62.97%	66.98%

（7）针对公司报告期各期资产负债表日前后记录的境外销售收入交易选取样本执行截止性测试，核对报关单及其他支持性文件，评价境外销售收入是否被记录于恰当的会计期间；

（8）获取出口报关明细表、免抵退税申报表等资料与公司境外销售收入进行比较分析，与公司境外销售数据的差异较小；

（9）查阅报告期内公司境外销售主要结算货币的汇率情况，结合公司报告期内汇兑损益情况，判断是否有较大的汇率波动及汇率波动是否对公司经营造成重大影响；

（10）核查公司及子公司报告期内银行流水，对境外销售收入的回款情况进行检查，抽取部分收款银行回单，了解相关交易发生背景，核查公司境外销售是否存在异常，是否存在大额退回的情况，对公司报告期期后销售回款情况进行核查，分析期后回款是否异常，截至 2025 年 3 月 31 日，最近一年末应收账款已回款约 90.06%，回款状况较好。

（二）核查意见

经核查，保荐人认为：

1、报告期内，公司收入和净利润变动趋势不一致主要系受毛利率、期间费用、非经常性损益及资产减值损失等综合影响，营业收入和净利润变动趋势不一致具备合理性；

2、报告期内，发行人主营业务收入-其他涉及的业务主要系其他材质的杯壶产品，包括铝瓶、塑杯、玻璃杯等，符合相关产业政策要求；

3、报告期内，发行人其他业务收入主要为废料销售收入，报告期内废料收入略有波动主要受废料重量和销售价格影响，符合公司实际生产情况和市场情况，具备合理性；

4、中国作为不锈钢真空器皿的生产大国和第一大出口国，且发行人作为国内不锈钢真空器皿主要生产企业之一，凭借自身市场地位和竞争优势，与客户建立了长期稳定的合作关系，在全球保温杯市场需求持续增长的情况下，发行人境外业务收入快速增长，符合不锈钢真空器皿行业发展趋势，具备合理性；

5、发行人凭借自身竞争优势和与主要客户建立了长期、稳定的合作关系，报告期内，发行人不存在单个客户的收入比例超过总收入比例 50%的情况，对主

要客户不存在重大依赖，主要客户流失或销售份额下降的风险较小，发行人已在募集说明书“重大事项提示”之“十、（四）客户集中度较高的风险”以及“第五节 与本次发行相关的风险因素”之“一、经营风险”之“（一）客户集中度较高的风险”补充披露相关风险；

6、报告期内，汇率波动对公司业绩具有一定影响，若人民币兑美元升值，可能导致公司产生汇兑损失，从而对公司的经营业绩产生不利影响；公司已采取多项措施应对汇率波动风险；

7、报告期内，公司各项期间费用率均处于可比公司期间费用率范围内，略高于可比公司平均水平，主要系与可比公司在业务模式、销售规模、产品战略等方面存在一定差异，具备合理性；

报告期内公司期间费用占营业收入比例基本稳定，从整体来看，公司期间费用与销售规模相匹配；

报告期内，公司销售费用大幅增长主要系网络平台费、广告宣传及展览、会议费、职工薪酬有所增长，具备合理性；

网络平台费主要为公司在天猫、京东、亚马逊及抖音等电商平台运营线上店铺过程中，为推广经营品牌、吸引更多潜在客户，在电商平台进行各类宣传推广活动形成的各类费用；

8、报告期内，发行人相关业务开展过程中涉及个人收件信息的获取，但不存在收集、存储个人信息的情形；发行人获取并使用个人收件信息方面符合《中华人民共和国个人信息保护法》的相关规定；报告期内，发行人不存在直接制作短剧直播的情形，发行人及子公司不涉及影视文化传媒领域；

9、报告期内公司应收账款周转率呈下降趋势，主要系受保温杯市场需求快速增加所致，符合市场环境的变化，且与同行业可比公司变动趋势基本一致，具备合理性；公司坏账计提政策与同行业可比公司不存在较大差异，坏账准备计提充分、谨慎；

10、报告期各期末，公司存货账面价值较大且库存商品占比较高符合公司经营模式，具有合理性，存货滞销风险较小；报告期内，公司**2024 年度存在领用**

存货用于自建固定资产致使存货跌价转回的情况，其他年度不存在存货跌价转回的情况，**除上述事项外，**存货跌价本期减少均系存货跌价准备转销，会计处理符合《企业会计准则》的相关规定；存货周转符合自身业务特点；公司存货跌价准备的计提符合企业会计准则相关规定；报告期各期末公司存货跌价准备计提比率高于同行业可比公司，公司的存货跌价准备计提较为充分；

11、本次向特定对象发行股票的董事会决议日为 2023 年 12 月 29 日，董事会决议日前六个月至本回复之日，发行人不存在已实施或拟实施的财务性投资及类金融投资的情况，不存在需要从本次募集资金总额中扣除的情形；

12、报告期内，永康融联除对早期小贷业务形成的应收账款进行催收外，未开展其他经营活动；截至本回复出具之日，永康融联对相关第三方享有因早期小贷业务而形成的债权；除本回复已披露的情况外，截至 2024 年 12 月 31 日，永康融联不存在包括其作为被告、被申请人或被执行申请人在内的其他诉讼/仲裁案件；发行人预计将于 2025 年 9 月 30 日前将其持有的永康融联 10%股权转让给发行人之间不存在关联关系的第三方；

13、关于发行人境外销售收入，通过核查运费、出口退税、汇兑损益金额、银行资金往来、客户访谈，以及函证、海关出口明细核查、期后回款等核查程序，有效验证了发行人境外销售的真实、准确、完整。

问题 2

本次发行拟募集资金总额为不超过 80,000.00 万元，全部投入“哈尔斯未来智创建设项目（一期）”，项目拟搬迁原哈尔斯路老厂区全部产能并新建自动化、数字化产线，项目建设完成后将实现年产 4,600 万只保温杯产能，发行人按搬迁项目的全部产能计算预计效益。

发行人最近一次再融资为 2019 年 5 月公开发行可转债，募集资金 3 亿元，用于“年产 800 万 SIGG 高端杯生产线建设项目”及“归还银行贷款”。根据公告，发行人终止前次募投项目并将剩余募集资金 10,581.69 万元永久补充流动资金。报告期各期末，公司货币资金分别为 66,656.28 万元、81,407.69 万元、84,858.07 万元和 84,828.97 万元，占流动资产的比例分别为 46.45%、56.71%、

47.48%和 42.68%。报告期各期末，公司的短期借款分别为 30,783.71 万元、21,718.14 万元、5,645.19 万元和 15,339.83 万元，长期借款余额分别为 0.00 万元、8,010.02 万元、28,896.80 万元和 27,032.90 万元。

请发行人补充说明：（1）哈尔斯路老厂区搬迁原因，老厂区设备成新率，搬迁前生产经营安排，相关土地房产产权证的注销情况，环评、排污等是否符合有关规定；（2）原厂区全部产能情况、本次实际新增的产能情况、公司在建其他项目产能情况，对比同行业公司同类业务产能扩张情况、行业整体发展情况等，说明是否存在产能消化风险；（3）请就本次募投项目实际新增产能作出效益预计，结合募投项目达产后产能内外销分布情况以及发行人同类业务及同行业可比公司情况、毛利率的具体计算过程等，说明本次募投项目效益预测中销售单价、原材料成本、期间费用等指标选取的合理性，以及效益预计的合理性和谨慎性；（4）募投项目当前的建设进展、募集资金整体使用进度安排，本次募集资金是否会用于置换董事会决议日前已投资金额；（5）前募是否完成建设，截至目前最新效益实现情况；结合前募资金用途变更的原因及合理性、实际变更金额、视同补流的金额及比例等，测算前募资金实际补充流动资金金额占前募资金总额比重是否超 30%，是否符合《证券期货法律适用意见第 18 号》的规定；（6）货币资金的具体存放情况，货币资金与公司经营规模的匹配性，报告期各期末公司借款构成情况，货币资金及对外借款与利息收支的匹配性；（7）结合报告期末货币资金、易变现的金融资产余额、未来经营资金流入及支出需求、分红情况、资本性支出等，说明本次融资规模的合理性；（8）募投项目预计建设的房屋面积，结合目前房产情况及人员办公情况等，说明建成后房屋是否全部自用，是否涉及将工业用房对外出租的情形，是否存在产能闲置风险或大额资产减值风险。

请发行人补充披露相关风险。

请保荐人核查并发表明确意见，请会计师核查（3）（4）（5）（6）（7）并发表明确意见。

一、发行人说明事项

（一）哈尔斯路老厂区搬迁原因，老厂区设备成新率，搬迁前生产经营安排，相关土地房产产权证的注销情况，环评、排污等是否符合有关规定；

1、哈尔斯路老厂区搬迁原因

（1）公司现有产能规模难以满足客户订单增长

报告期内，发行人主要产品为真空保温器皿，真空保温器皿的销售金额占发行人主营业务收入的比例在 80%以上。发行人真空保温器皿的产能、产量情况如下表所示：

单位：万只

项目	2024 年度	2023 年度	2022 年度
产能	5,150.00	4,800.00	4,512.50
产量	**6,339.59**	4,394.87	4,412.96
产能利用率	**123.10%**	**91.56%**	**97.79%**

报告期内，公司主要产品的产能利用率处于较高水平，且 **2024 年度**的客户订单增长幅度较大，产能利用率已达到 **123.10%**，亟需扩大产线建设解决公司面临的产能瓶颈问题。根据海关总署数据，我国 **2024 年度**保温杯累计出口额 **377.15 亿元**，同比增长 **18.67%**，全球保温杯市场受潮流爆款单品、消费社交属性增强等行业增长因素的影响，市场需求继续保持稳健增长。根据智研咨询预测，未来全球保温杯（壶）零售市场规模将由 2024 年的 1,788.26 亿元增长至 2028 年的 3,322.89 亿元，复合增长率为 16.75%。

未来随着公司业务规模的持续扩张，产能瓶颈可能成为制约公司发展的主要因素，因此公司亟需通过实施本次募投项目进一步提高产能规模，有效疏解公司的产能瓶颈问题，并为公司产品未来销量增长提供有力的产能保障。

（2）实现生产智能化转型升级，提高公司核心竞争力

受限于哈尔斯路老厂区的设备条件、产线布局、厂区面积等因素，公司的现有生产水平将在未来市场发展趋势下出现产能瓶颈，并且在原有厂区的设备设施基础上实现进一步的数字化、智能化转型升级也较为困难，较难满足未来客户更加精细的产品定制需求，因此亟需通过本次募投项目实现老厂区产能搬迁、新增

产能建设，以实现公司全面智能化转型升级的发展目标。

公司将通过本次募投项目引进自动抛光线、喷涂线、丝印包装等先进智能化生产设备，结合配套的信息化系统平台，有利于改善生产环境，更加流畅地布置工艺流程环节，加快制造技术升级，能够显著提高产品产线的自动化、数字化、智能化制造水平，进一步提高生产效率与管理效率，通过对数据的监控、收集、共享，实现生产过程的实时调控、动态平衡，降低生产成本。项目建成将进一步推动公司生产的转型升级，通过数字化方法提升管理水平，通过智能化生产系统为客户提供一站式定制服务，提高客户订单响应速度，通过自动化产品产线提高生产效率，大幅提高公司核心竞争力。

2、老厂区设备成新率

截至 **2024 年 12 月 31 日**，老厂区的设备成新率情况如下表所示：

单位：万元

类别	原值	累计折旧	减值准备	账面价值
通用设备	1,757.27	1,052.85	-	704.42
专用设备	16,207.67	7,940.63	124.03	8,143.01
合计	**17,964.94**	**8,993.48**	**124.03**	**8,847.43**

截至 **2024 年 12 月 31 日**，发行人老厂区的设备类固定资产原值 **17,964.94 万元**，账面价值 **8,847.43 万元**，整体综合成新率为 **49.25%**。

3、搬迁前生产经营安排

根据公司与浙江永康经济开发区管理委员会（以下简称“管委会”）于 2023 年 12 月 28 日签署的《土地收回补偿协议》，公司将在签订本协议之日起 36 个月内搬离由管委会收回的哈尔斯东路 2 号、6 号地块（土地使用证号：永国用 2008 第 4226 号；房屋产权证号：wjy00001369、wjy00001368），在搬离前公司可继续使用老厂区厂房进行生产经营。

根据上述协议约定内容以及公司本次募投项目的整体搬迁建设计划，公司老厂区的相关生产设备设施将会在本次募投项目建设期间继续进行生产使用。在本次募投项目建设期间，公司将在保证公司正常开展生产经营、客户订单正常供应发货的前提下，分步实施、科学有序推进老厂区设备搬迁工作。

搬迁前，老厂区将继续开展生产经营活动，提前适当加大生产力度以保证客户订单的供应；在搬迁过程中，公司将提前规划新产线建设投产节奏，在尽可能有效衔接产能、减少搬迁不利影响的前提下，分产线、分批次进行新产线的调试投产，分步骤对老厂区不同工序的主要生产设备进行停产搬迁，预计不会对公司正常生产经营和财务成果产生重大不利影响。

4、公司老厂区相关土地房产产权证的注销情况，环评、排污等是否符合有关规定

（1）公司老厂区相关土地房产产权证的注销情况

在公司获取本次募投用地的产权证书后，公司老厂区所在地址哈尔斯东路 2 号、6 号地块的相关土地房产产权证（土地使用证号：永国用 2008 第 4226 号；房屋产权证号：wjy00001369、wjy00001368）已交还相关部门并注销。

（2）环评、排污等是否符合有关规定

截至本回复出具之日，公司老厂区的现有产线建设已获取政府有关部门的环评批复、环评验收文件，历史期间取得的环评批复具体如下：

序号	项目名称	环评批复
1	厂房办公楼宿舍食堂等建设项目	永环评（2003）第 300 号
2	新建厂房等建设项目	永环字[2005]184 号
3	提高不锈钢真空保温杯生产能力技改项目	永环字[2007]80 号
4	年新增 250 万只新型不锈钢保温杯生产线技术改造项目	永环字[2008]249 号
5	拉管车间搬迁项目	永环字[2010]59 号
6	新增年产 2300 万只不锈钢真空器皿生产线技改项目[注]	金环建永[2019]32 号
7	新增年产 350 万只不锈钢真空保温杯智能化生产线技改项目	永环改备[2021]31 号

注：新增年产 2300 万只不锈钢真空器皿生产线技改项目同时对哈尔斯路老厂区以及金都路新厂区部分产线进行技术改造。

截至本回复出具之日，发行人所持编号为 91330000255072786B001R 的老厂区排污许可证的有效期为 2024 年 7 月 29 日至 2029 年 7 月 28 日。根据全国排污许可证管理信息平台（公开端）公示信息显示，报告期内发行人老厂区排污许可证的执行报告中无超标排放信息以及污染治理设施异常运转情况，具体如下：

单位：吨

排放口类型	污染物	许可排放量	实际排放量			
			2024 年度	2023 年度	2022 年度	2021 年度
废气						
一般排放口	氮氧化物	/	0.921	0.881	-	0.336
	二氧化硫	/	0.197	0.188	0.199	0.398
	挥发性有机物	/	-	-	-	-
	颗粒物	/	-	-	0.705	0.697
	非甲烷总烃	/	-	-	-	-
废水						
主要排放口	pH 值	/	-	-	-	-
	悬浮物	/	-	-	-	-
	五日生化需氧量	/	-	-	-	-
	化学需氧量	23.102	1.917	1.639	1.478	1.631
	阴离子表面活性剂	/	-	-	-	-
	氨氮	1.617	0.025	0.016	0.008	0.003
	总磷（以 P 计）	/	-	-	-	-
	石油类	/	-	-	-	-
	流量	/	-	-	-	-

根据金华市生态环境局永康分局于 2024 年 1 月 12 日、2024 年 10 月 21 日和 **2025 年 2 月 14 日**出具的《证明》，发行人自 2021 年 1 月 1 日至证明出具日能够遵守环境保护相关法律法规的规定，未发生重大环境污染事故，没有因违反环境保护方面的法律法规而受到行政处罚的情形。

综上，报告期内发行人未因违反环保、自然资源管理等方面的法律法规而受到行政处罚的情形，发行人老厂区的环评、排污等符合有关规定。

（二）原厂区全部产能情况、本次实际新增的产能情况、公司在建其他项目产能情况，对比同行业公司同类业务产能扩张情况、行业整体发展情况等，说明是否存在产能消化风险；

1、原厂区全部产能情况、本次实际新增的产能情况以及公司在建其他项目产能情况

（1）原厂区全部产能情况

截至**2024年12月31日**，公司现有厂区的真空保温器皿产能情况具体如下：

序号	厂区	所在地	产能（万只/年）
1	永康基地	浙江金华	4,150.00
2	临安基地	浙江杭州	450.00
3	泰国基地	泰国	550.00
合计			**5,150.00**

（2）本次实际新增的产能情况

本项目的投资总额为86,232.30万元，其中建设投资78,538.89万元，铺底流动资金7,693.41万元。为解决公司未来可能面临的产能瓶颈问题，通过更加先进的产品产线持续为下游客户提供优质的产品服务，本项目拟搬迁原哈尔斯路老厂区全部产能并新建自动化、数字化产线，实现公司产品产线的智能化转型升级，进一步提高公司持续盈利能力，巩固公司行业地位。

项目建设完成后将实现年产4,600万只真空保温器皿产能，其中有2,300万只真空保温器皿产能为哈尔斯路老厂区的搬迁产能，本次募投项目建成投产后的实际新增产能为2,300万只。

（3）公司在建其他项目产能情况

截至本回复出具之日，公司境外子公司泰国哈尔斯正在进行泰国基地二期产线建设，**目前已完成主体厂房建设，年产500万只真空保温器皿产线正在进行设备安装及调试**，相关产能将在建成后逐步爬坡达产。

（4）发行人产能扩张情况

结合本次募投项目以及泰国二期项目的建设进度以及达产规划测算，本次募投项目达产年间发行人预计真空器皿产能扩张情况如下：

单位：万只

项目	合计产能	当年新增产能		达产率		同比增长
		本次募投项目	泰国二期项目	本次募投项目	泰国二期项目	
2024 年	5,150.00（含老厂区 2,300 万只产能）	-	-	-	-	-
2025 年	6,375.00（含老厂区 2,300 万只产能）	-	1,225.00	0.00%	50.00%	23.79%
2026 年	7,495.00（含老厂区 600 万只产能）	1,840.00	980.00	40.00%	90.00%	17.57%
2027 年	8,520.00[注]	1,380.00	245.00	70.00%	100.00%	13.68%
2028 年	9,440.00	920.00	-	90.00%	100.00%	10.80%
2029 年	9,900.00	460.00	-	100.00%	100.00%	4.87%

注：发行人预计于 2026 年度对哈尔斯路老厂区产线设备进行搬迁，2027 年以后老厂区不再进行生产。

如上表所示，发行人本次募投项目及泰国二期项目将在未来逐步释放产能，2024-2029 年的预计真空器皿产能复合增长率为 13.96%。报告期内，发行人经营业绩情况良好，**2024 年度**营业收入同比增长 **38.40%**，产能利用率水平较高，且下游市场需求持续增加，发行人在手订单充裕，预计业绩增长能够消化新增产能，发行人的产能扩张规划具备合理性。

2、对比同行业公司同类业务产能扩张情况、行业整体发展情况等，说明是否存在产能消化风险

（1）同行业公司同类业务产能扩张情况

2023 年以来，同行业可比公司同类业务的产能扩张情况如下：

单位：万元、万只/年

公司名称	公告时间	投资规模	融资类别	建设项目	现有产能[注 1]	新增产能	扩产比例
嘉益股份	2023 年 6 月	24,143.38	向不特定对象发行可转换公司债券	越南年产 1,350 万只不锈钢真空保温杯生产建设项目	2,600.00[注 2]	2,350.00	90.38%
		30,854.70		年产 1,000 万只不锈钢真空保温杯生产线建设项目			
	2024 年 12 月	2,800 万美元	自有资金	在越南投资建设围绕公司主营业务开展的海外产能建设项目		未披露	/
安胜科技	2024 年 12 月	68,055.00	公开发行股票并在北交所上市	年产 2,000 万只不锈钢真空器皿建设项目	3,600.00	2,000.00	55.56%
同富股份	2024 年 1 月	3 亿元	自有资金	同富科技新制造业建设项目	1,500.00	300.00	313.33%
		7.59 亿元	自有资金	金维克智能工厂项目		3,500.00	
		未披露	自有资金	新增年产 900 万只不锈钢保温杯智能制造项目		900.00	
	2025 年 4 月	**1,000 万美元**	**自有资金**	**泰国工厂设备安装及装修工程**		**未披露**	
发行人	2023 年 12 月	86,232.30	向特定对象发行股票	“哈尔斯未来智创”建设项目（一期）	5,150.00	2,300.00	92.23%
	2023 年 4 月	5,789.55 万美元	自有资金	泰国基地二期建设		2,450.00	

注 1：嘉益股份、安胜科技仅披露 2024 年 1-6 月的产能数据，同富股份仅披露 2023 年 1-6 月的产能数据，本表中的现有产能为年化产能；
注 2：嘉益股份 2024 年 1-6 月的年化产能为 3,600 万只，由于嘉益股份“年产 1,000 万只不锈钢真空保温杯生产线建设项目”已于 2023 年 12 月建成投产，因此将嘉益股份 2024 年 1-6 月的年化产能扣除 1,000 万只。

2023 年以来，随着真空保温器皿的应用场景逐渐细分化，IP 联名、爆款产品、社交属性的进一步增强，终端零售市场对保温杯产品的需求不断增长，下游客户订单需求增加促使发行人以及同行业可比公司进行产能扩张建设，抢占未来的增量市场。

（2）行业整体发展情况

不锈钢真空保温器皿凭借其良好的保温性能以及安全卫生、健康环保、便携耐用等特点，广泛应用于商务办公、居家校园、户外运动、外出差旅、母婴儿童等场景。根据浙商证券研究所行研报告显示，自 2023 年下半年以来，全球保温杯行业受到电商平台、互联网自媒体、品牌联名等多种新式销售传播渠道以及潮

流风格设计、使用场景细分、户外运动兴起、社交属性增强等消费群体转变的综合影响，以欧美国家为主的海外市场需求出现快速增长。同时，STANLEY 品牌保温杯在网络社交媒体的走红也促使全球各大保温器皿品牌商加大了对爆款、联名产品的开发力度，保温杯有望在未来作为时尚单品进一步形成增量市场。哈尔斯、嘉益股份、同富股份、安胜科技等上游头部保温杯 OEM 生产企业凭借成熟制造工艺、稳定交付能力与 YETI、PMI 等欧美市场主要品牌商形成了长期稳定的合作关系，产销规模实现稳健增长。

就全球市场总体规模而言，根据智研咨询的统计数据，2023 年全球保温杯（壶）零售市场规模约为 1,585.78 亿元。全球保温器皿主要消费市场中，亚洲、北美地区各占约 1/3 的市场份额，欧洲地区约占 20%的市场份额。在欧美日韩等市场，用户对外观、外形、功能、使用场景、智能化的综合需求更加丰富与个性化，保温器皿更具消费属性。

就全球不锈钢真空保温器皿供给结构而言，中国是其生产大国和第一大出口国。根据海关总署数据，我国**2024 年度**保温杯累计出口额**377.15 亿元**，同比增长 **18.67%**，全球保温杯市场受潮流爆款单品、消费社交属性增强等行业增长因素的影响，市场需求继续保持稳健增长。根据智研咨询预测，未来全球保温杯（壶）零售市场规模将由 2024 年的 1,788.26 亿元增长至 2028 年的 3,322.89 亿元，复合增长率为 16.75%。

目前，全球保温器皿行业整体市场需求情况良好，公司当前在手订单充裕，将保持产品创新，持续挖掘潜在客户需求，积极开拓海外客户，持续推广自主品牌，预计未来订单能够随下游市场需求同步增长，能够保障现有及未来新增产能的消化。

为提醒广大投资者注意相关事项，发行人已在募集说明书“重大事项提示”之“十、（二）新增产能无法消化的风险”以及“第五节 与本次发行相关的风险因素”之“三、募集资金投资项目的风险”之“（三）新增产能无法消化的风险”中补充披露如下：

“公司本次募集资金扣除发行费用后将全部用于投资“‘哈尔斯未来智创’建设项目（一期）”，上述募投项目在投产后将逐年释放产能，**此外，公司泰国**

二期项目新增产能将自 2025 年起陆续投产，上述新增产能项目全部达产后公司的产能规模将在现有基础上大幅提升。公司募集资金投资项目的可行性分析是基于当前市场环境、现有技术基础及未来市场、技术发展趋势的判断等因素作出的。**由于公司未来年度的扩产规模较大**，在未来公司募集资金投资项目实施完成后，如上述因素发生重大不利变化，或宏观经济、地缘政治导致行业市场出现不利因素，将可能导致本次新增产能无法充分消化，甚至出现新增固定资产产能闲置或大额资产减值的情形，对公司经营业绩产生不利影响。”

（三）请就本次募投项目实际新增产能作出效益预计，结合募投项目达产后产能内外销分布情况以及发行人同类业务及同行业可比公司情况、毛利率的具体计算过程等，说明本次募投项目效益预测中销售单价、原材料成本、期间费用等指标选取的合理性，以及效益预计的合理性和谨慎性；

发行人拟投资 86,232.30 万元用于“哈尔斯未来智创”建设项目（一期），完全达产后将实现年产 4,600 万只保温杯产能。本项目内部收益率为 15.82%（税后），投资回收期（含建设期）为 7.89 年（税后）。项目投运后，达产期年平均销售收入 193,200.00 万元，年平均净利润 17,185.18 万元，项目具有较高的经济效益。

本次募投项目达产后将实现年产 4,600 万只保温杯产能，其中年产 2,300 万只保温杯产能为搬迁产能、实际新增年产 2,300 万只保温杯产能。由于本次募投项目整体效益系结合报告期内发行人实际生产经营状况、产品结构、成本费用率等作出的合理预计，且新建产线不存在由老厂区设备搬迁形成的独立产线，实际新增产能占总体产能的 50%，因此，将本次募投项目整体预测效益的 50%作为实际新增产能的预计效益具备合理性，即本次募投项目实际新增 2,300 万只产能，新增产能达产期预计实现年平均销售收入 96,600 万元、年平均净利润 8,592.59 万元。

1、对本次募投项目实际新增产能的效益预计

发行人本次募投项目的整体效益测算情况如下所示：

（1）营业收入

本项目完全达产后将实现年产 4,600 万只保温杯，参考公司 2023 年真空器皿平均销售单价，将本次募投项目新增产能的保温杯平均单价按照 42 元测算，该项目完全达产后预计可实现收入为 193,200.00 万元。项目营业收入预测情况如下：

单位：万元

项目	计算期（第 X 年）			
	3	4	5	6-13
生产负荷	40.00%	70.00%	90.00%	100.00%
营业收入	77,280.00	135,240.00	173,880.00	193,200.00

（2）相关税费

1）增值税

根据《关于全国实施增值税转型改革若干问题的通知》（财政部、国家税务总局财税〔2008〕170 号）及财政部、国家税务总局关于印发《营业税改征增值税试点方案》的通知（财税〔2011〕110 号）、财政部、税务总局《关于调整增值税税率的通知》（财税〔2018〕32 号）及《关于深化增值税改革有关政策的公告》（财政部税务总局海关总署公告 2019 年第 39 号），机器、机械、运输工具以及其他与生产经营相关的设备、工具、器具等纳入增值税的抵扣范围内，固定资产按照设备购置价格（不含税价）13%的税率进行增值税抵扣；项目建设投资中涉及交通运输业、邮政业和部分现代服务业服务以及软件投资的进项税按照实际发生的科目和该科目增值税率计算。

项目产品销项税率为 13%，产品出口的销项税率为 0%；原辅材料和动力的进项税，除了自来水的进项税率为 3%，天然气的进项税率为 9%，其他进项税率均为 13%，项目出口产品原材料保税采购。

本次募投项目的预计建筑工程费进项税抵扣额约为 3,127.25 万元，设备购置进项税抵扣额约为 2,957.44 万元，工程建设其他费用进项税抵扣额约为 208.36 万元，合计进项税抵扣额约为 6,293.06 万元。

2）税金及附加

本项目城市维护建设税按照应缴纳增值税的 7%计取；教育费附加按照应缴纳增值税的 5%计取。印花税按收入及外购原材料费（不含税）之和的 0.03%计取。

3）所得税

项目实施主体系高新技术企业，企业所得税按照 15%计算。

（3）成本费用测算

本项目营业成本主要包括外购原材料、人员工资、能源消耗、折旧摊销及其他制造费用，其中：

1）本项目产品所需的原辅材料及燃料动力的价格，根据国内当前市场近期实际价格和上述价格的变化趋势确定，主要原材料不锈钢卷板、塑料粒子按照近三年的大宗商品平均市场价格确定，燃料动力根据永康当地能源价格确定，分别为电费 0.76 元/度、水费 4.16 元/吨、天然气 3.85 元/吨；

2）固定资产折旧按照国家有关规定采用分类直线折旧方法计算，本项目建筑物折旧年限取 20 年，残值率取 5%；机器设备原值折旧年限为 10 年，残值率 5%；利用原有机器设备原值折旧年限为 9 年，残值率 5%；

3）项目土地按 50 年摊销，软件、其他资产按 5 年摊销；

4）该项目定员为 2,921 人，并根据公司人员薪资福利标准和当地社保政策估算人员工资；

5）期间费用方面，根据公司 2023 年期间费用率情况并结合历史费用水平、未来经营规划，管理费用、销售费用、研发费用分别按照营业收入一定比例计提测算，该项目不涉及财务费用。其他制造费用按营业收入的 8.00%估算；其他管理费用按营业收入的 5.70%估算；研发费用按营业收入的 4.00%估算；销售费用按年营业收入的 9.00%估算。

期间费用指标与发行人最近**两年**的期间费用率情况比较如下：

单位：万元

项目	2024 年度		2023 年度		本次募投项目
	金额	占营业收入比例	金额	占营业收入比例	占营业收入比例
销售费用	**28,374.82**	**8.52%**	23,230.84	9.65%	9.00%
管理费用	**21,443.80**	**6.44%**	17,072.34	7.09%	5.70%
研发费用	**12,244.96**	**3.68%**	9,548.08	3.97%	4.00%
制造费用	**41,669.65**	**12.51%**	30,429.12	12.64%	8.00%
合计	**103,733.23**	**31.15%**	**80,280.38**	**33.35%**	**26.70%**

由上表，发行人本次募投项目的期间费用指标选取与发行人最近**两年**的期间费用率情况不存在重大差异，其中：

1）本次测算中的其他管理费用按营业收入的 5.70%估算，未包含管理人员工资。本次募投项目测算的管理人员总数固定、人员工资水平根据当地工资水平确定，预测期间管理人员工资支出金额固定，达产年管理人员工资占预计营业收入的 0.40%，考虑管理人员工资后，本次测算的管理费用率与发行人最近**两年**的管理费用率基本一致，具备合理性。

2）本次测算中的其他制造费用按营业收入的 8.00%估算，未包含土地厂房、设备等折旧、摊销费用。本次募投项目单独对折旧摊销进行测算，达产年整体折旧摊销费用占预计营业收入的 3.07%，考虑该部分影响后，本次测算的制造费用率与发行人最近**两年**的制造费用率不存在重大差异，具备合理性。

（4）利润测算

本次募投项目达产年的毛利率为 28.99%，具体测算过程如下：

单位：万元

序号	项目	计算期												
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
	投产比例			40.00%	70.00%	90.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%
1	营业收入			77,280.00	135,240.00	173,880.00	193,200.00	193,200.00	193,200.00	193,200.00	193,200.00	193,200.00	193,200.00	193,200.00
2	生产成本			55,464.93	97,804.74	124,060.92	137,186.50	137,186.50	136,883.85	135,091.21	135,091.21	135,091.21	134,767.16	134,262.56
2.1	直接材料费			37,094.40	64,915.20	83,462.40	92,736.00	92,736.00	92,736.00	92,736.00	92,736.00	92,736.00	92,736.00	92,736.00
2.2	直接燃料及动力费			913.55	1,598.72	2,055.50	2,283.89	2,283.89	2,283.89	2,283.89	2,283.89	2,283.89	2,283.89	2,283.89
2.3	直接人员工资			8,310.00	14,537.00	18,698.00	20,776.00	20,776.00	20,776.00	20,776.00	20,776.00	20,776.00	20,776.00	20,776.00
2.4	制造费用			9,146.98	16,753.82	19,845.02	21,390.62	21,390.62	21,087.96	19,295.33	19,295.33	19,295.33	18,971.27	18,466.67
2.4.1	折旧费			2,479.15	3,656.56	3,656.56	3,656.56	3,656.56	3,656.56	3,656.56	3,656.56	3,656.56	3,332.50	2,827.90
2.4.2	摊销费			485.43	2,278.06	2,278.06	2,278.06	2,278.06	1,975.41	182.77	182.77	182.77	182.77	182.77
2.4.3	其他制造费用			6,182.40	10,819.20	13,910.40	15,456.00	15,456.00	15,456.00	15,456.00	15,456.00	15,456.00	15,456.00	15,456.00
3	**毛利额**			**21,815.07**	**37,435.26**	**49,819.08**	**56,013.50**	**56,013.50**	**56,316.15**	**58,108.79**	**58,108.79**	**58,108.79**	**58,432.84**	**58,937.44**
4	**毛利率**			**28.23%**	**27.68%**	**28.65%**	**28.99%**	**28.99%**	**29.15%**	**30.08%**	**30.08%**	**30.08%**	**30.24%**	**30.51%**
5	管理费用		178.20	4,710.96	8,244.68	10,595.16	11,778.40	11,778.40	11,778.40	11,778.40	11,778.40	11,778.40	11,778.40	11,778.40
6	研发费用			3,091.20	5,409.60	6,955.20	7,728.00	7,728.00	7,728.00	7,728.00	7,728.00	7,728.00	7,728.00	7,728.00
7	销售费用			6,955.20	12,171.60	15,649.20	17,388.00	17,388.00	17,388.00	17,388.00	17,388.00	17,388.00	17,388.00	17,388.00

序号	项目	计算期												
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
8	总成本费用		178.20	70,222.29	123,630.62	157,260.48	174,080.90	174,080.90	173,778.25	171,985.61	171,985.61	171,985.61	171,661.56	171,156.96
9	利润总额		-178.20	6,900.62	11,334.48	16,266.08	18,726.38	18,726.38	19,029.04	20,821.67	20,821.67	20,821.67	21,145.73	21,650.33
10	弥补以前年度亏损			178.20										
11	应纳税所得额			6,722.42	11,334.48	16,266.08	18,726.38	18,726.38	19,029.04	20,821.67	20,821.67	20,821.67	21,145.73	21,650.33
12	所得税			1,008.36	1,700.17	2,439.91	2,808.96	2,808.96	2,854.36	3,123.25	3,123.25	3,123.25	3,171.86	3,247.55
13	**净利润**		**-178.20**	**5,892.26**	**9,634.31**	**13,826.17**	**15,917.42**	**15,917.42**	**16,174.68**	**17,698.42**	**17,698.42**	**17,698.42**	**17,973.87**	**18,402.78**

根据上述测算，本次募投项目达产年毛利率为 28.99%。报告期内，发行人真空器皿产品的毛利率情况如下：

项目	2024 年度	2023 年度	2022 年度	平均值
毛利率	**27.05%**	30.06%	28.57%	**28.56%**

由上表可见，本项目毛利率测算结果与公司报告期内真空器皿产品毛利率较为接近，发行人本次募投项目效益测算过程合理，具有谨慎性。

（5）本次实际新增产能的效益预计为本次募投项目整体预测效益的 50%

本次募投项目整体建成投产后，不存在由老厂区设备搬迁形成的独立产线，在之后的生产管理过程中亦不作搬迁或新增产线区分，因此，将本次募投项目整体预测效益的 50%作为实际新增产能的预计效益具备合理性，即本次募投项目实际新增 2,300 万只产能，达产期预计实现年平均销售收入 96,600 万元、年平均净利润 8,592.59 万元。

2、募投项目达产后产能内外销分布情况

报告期内，公司主营业务内外销分布情况如下：

单位：万元、%

项目	2024 年度		2023 年度		2022 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
境内	**37,394.36**	**11.45**	38,923.63	16.47	34,042.27	14.32
境外	**289,148.68**	**88.55**	197,401.11	83.53	203,760.43	85.68
合计	**326,543.04**	**100.00**	**236,324.74**	**100.00**	**237,802.69**	**100.00**

本次募投项目达产后，生产线基本可满足公司各类真空器皿产品生产，公司将会根据实际订单情况对本次募投项目的新建产线进行排产，预计本次募投项目达产后的产能内外销分布情况与发行人报告期内的内外销收入占比情况不存在重大差异，本次募投项目效益测算的销售单价、原材料成本、期间费用等指标参照发行人报告期内生产经营情况具备合理性。

3、同行业可比公司新建扩产项目比较情况

同行业可比公司中，除嘉益股份、安胜科技外，其他公司未披露真空保温器

皿相关产能扩张建设项目的具体效益情况，故选择嘉益股份向不特定对象发行可转换公司债券、安胜科技公开发行股票并在北交所上市的募投项目进行比较：

公司名称	项目名称	内部收益率（税后）
嘉益股份	越南年产 1,350 万只不锈钢真空保温杯生产建设项目	21.64%
	年产 1,000 万只不锈钢真空保温杯生产线建设项目	18.23%
安胜科技	年产 2,000 万只不锈钢真空器皿建设项目	14.08%
发行人	“哈尔斯未来智创”建设项目（一期）	15.82%

如上表所示，公司本次募投项目的内部收益率与同行业可比公司近年来实施募投项目的内部收益率不存在重大差异。

综上，发行人本次募投项目效益测算中的销售单价、原材料成本、期间费用等指标选取均参照自发行人报告期内的生产经营情况，指标选取具备合理性；投产后的产能内外销分布情况与公司目前业务开展情况基本保持一致；达产年毛利率与公司报告期内平均毛利率较为接近；内部收益率与同行业可比公司近期新增产能建设项目不存在重大差异，效益预计具备合理性和谨慎性。

（四）募投项目当前的建设进展、募集资金整体使用进度安排，本次募集资金是否会用于置换董事会决议日前已投资金额；

1、募投项目当前的建设进展

截至 2024 年 12 月 31 日，本次募投项目已投入的资金情况如下：

单位：万元

募集资金投资项目	投资总额	拟使用募集资金投入金额	累计已投入金额	其中：董事会决议日前项目已投入的金额
“哈尔斯未来智创”建设项目（一期）	86,232.30	75,490.00	21,787.22	1,839.49

截至本回复出具之日，“哈尔斯未来智创”建设项目（一期）已开始进行工程建设，目前厂房主体建筑已完成封顶，**正在开展外墙施工、仓库建设**。

2、募投项目资金整体使用进度安排

本次募投项目的建设期为 3 年，预计建设进度安排如下：

序号	建设内容	月份											
		3	6	9	12	15	18	21	24	27	30	33	36
1	项目前期准备、勘察设计	+											
2	土建施工		+	+	+	+	+						
3	设备采购、安装及调试					+	+	+	+	+			
4	人员招聘与培训									+	+	+	
5	竣工验收												+

基于上述进度安排，本次募投项目的资金整体使用进度安排具体如下：

单位：万元

项目	建设期（年）						合计
	1	2	3	4	5	6	
建设投资	29,754.27	29,194.83	19,589.78	-	-	-	78,538.89
建设期利息	-	-	-	-	-	-	-
铺底流动资金	-	-	3,077.25	2,307.23	1,538.77	770.16	7,693.41
项目总投资	**29,754.27**	**29,194.83**	**22,667.04**	**2,307.23**	**1,538.77**	**770.16**	**86,232.30**

3、本次募集资金使用不存在置换董事会前投入的情形

本次向特定对象发行股票于 2023 年 12 月 29 日经公司第六届董事会第五次会议审议通过。截至本次向特定对象发行股票董事会决议日前，“哈尔斯未来智创”建设项目（一期）已投入金额 1,839.49 万元。本次募集资金拟投入部分不包括董事会前已投入的资金。对于本次发行董事会决议日后、募集资金到账前公司先期投入的与本次募投项目建设相关的资金，在本次发行募集资金到位前，公司可以根据募集资金投资项目的实际情况，以自筹资金先行投入，并在募集资金到位后予以置换。

（五）前募是否完成建设，截至目前最新效益实现情况；结合前募资金用途变更的原因及合理性、实际变更金额、视同补流的金额及比例等，测算前募资金实际补充流动资金金额占前募资金总额比重是否超 30%,是否符合《证券期货法律适用意见第 18 号》的规定；

1、前募是否完成建设，截至目前最新效益实现情况

（1）前次募投项目建设情况

项目名称	主要建设内容	主要产品类型	实施主体	建设地点
年产 800 万只 SIGG 高端杯生产线建设项目	自动化高端杯生产线	高端定位产品	公司及子公司哈尔斯实业	浙江金华、浙江杭州

如上表所示，公司前次募投项目为“年产 800 万只 SIGG 高端杯生产线建设项目”，主要为新建自动化高端杯生产线，用于生产高端定位产品，同时也开始对自主品牌高端杯进行全面布局。

公司导入精益生产后，不断推进自动化与信息化的改造，加强订单信息与生产环节联动，努力在各厂区之间优化原材料与存货的仓储布局。同时公司坚定执行“计品领先、成本领先、交期保证、渠道为王”的战略方针，积极提升运营效率、保障产品交付的及时性，公司整体库存保持在良性水平。因此，鉴于 2022 年下半年生产经营的实际情况已较项目立项时期发生较大变化，原定仓储立库投资建设终止。

前次募投项目实际投入、建设情况具体如下：

单位：万元

序号	项目名称	投资项目	投资总额	募集资金承诺投资金额	募集资金实际投资金额	差额	建设/实施情况
1	年产 800 万 SIGG 高端杯生产线建设项目	仓储设施及厂房改造	7,120.00	5,000.00	188.59	-4,811.41	仓储立库终止建设
		设备购置	33,758.50	21,100.00	17,537.31	-3,562.69	建设完毕
		预备费及铺底流动资金	15,726.23	-	-	-	/
2	归还银行贷款		3,000.00	2,927.36	2,927.36	-	实施完毕
合计			**59,604.73**	**29,027.36**	**20,653.27**	**-8,374.09**	

由上表，发行人前次募投项目中仓储设施及厂房改造的实际投资金额与承诺

投资金额的差额主要系原定仓储立库投资建设终止，相关资金未实际进行投入；设备购置的实际投资金额与承诺投资金额的差额主要系公司在募投项目建设过程中加强对费用及采购的管控，尽可能降低采购成本，从而有效地控制了项目建设成本，实际设备采购投入已经能够满足发行人年产 800 万 SIGG 高端杯生产线的建设运营。

综上，发行人前次募投项目除仓储立库建设项目因实际经营需求的变化终止建设外，其余项目均已建成投产。

（2）效益实现情况

发行人“年产 800 万只 SIGG 高端杯生产线建设项目”于 2022 年 12 月达到投产状态，自 2023 年至 **2024 年末**累计实现收入 **92,597.05 万元**，累计实现净利润 **17,565.85 万元**，预期效益实现率为 **93.37%**。

截至 **2024 年 12 月 31 日**，发行人前次募投项目已基本实现预期效益，效益实现情况不及预期主要系：

1）前次募投项目于 2018 年规划时参考了历史高端产品毛利率水平，由于此前我国国内市场的高端保温杯产品品类总体较少，高端定位产品的市场定价普遍较高，故前次募投项目的预期利润水平较高。

2）报告期内，公司积极推进自主品牌建设，多方位布局营销渠道，业务规模稳步增长，公司对自主品牌开展广告宣传、产品营销、IP 联名等活动的相关费用支出亦逐步增加。由于公司尚处于自主品牌建设初期阶段，为开拓自主品牌市场、提高自主品牌的销售渠道渗透率，前期投入规模较大，实际期间费率高于预期，导致前次募投项目的产品利润水平不及预期。

报告期内，公司自主品牌产品销售业绩稳步增长，高端定位产品销售情况良好，同时，2024 年以来全球保温杯市场需求出现较大幅度增长，前次募投项目的效益水平将逐步提升。

发行人已在募集说明书“第五节 与本次发行相关的风险因素”之“一、经营风险”中补充披露前次募投项目存在不能实现预期效益的风险：

“（五）前次募投项目无法实现预期效益的风险

发行人前次募投项目于 2022 年 12 月投产，2023 年至 **2024 年末**的预期效益实现率为 **93.37%，基本**实现预期效益。前次募投项目实施前，发行人已进行了审慎、充分的可行性论证，预期能够取得良好的经济效益。由于前次募投项目基于历史市场环境、产品价格、业务发展情况等因素作出的可行性分析与效益预测与实际市场发展趋势存在一定差异，导致前次募投项目实现效益不及预期。报告期内，发行人自主品牌产品销售业绩稳步增长，高端定位产品销售情况良好，同时，2024 年以来全球保温杯市场需求出现较大幅度增长，前次募投项目未来效益水平将逐步提升。

若未来出现发行人经营情况不及预期、市场环境发生重大不利变化、下游客户采购需求减少或主要原材料价格大幅变动等不利因素，则发行人可能面临前次募投项目产销情况不及预期，无法实现预期经济效益的风险。”

2、结合前募资金用途变更的原因及合理性、实际变更金额、视同补流的金额及比例等，测算前募资金实际补充流动资金金额占前募资金总额比重是否超 30%，是否符合《证券期货法律适用意见第 18 号》的规定

（1）前募资金用途变更的原因及合理性

公司前募资金用途变更情况及原因具体如下：

1）公司于 2020 年 4 月 24 日召开第四届董事会第二十四次会议和第四届监事会第十二次会议，会议审议通过了《关于部分募投项目增加实施主体、实施地点及适当延期的议案》。为充分利用公司所在地浙江省永康市（它有“中国口杯之都”、“中国五金之都”之称）的产业集群优势、产业链配套优势，更好地整合公司和产业资源，加快推进募投项目建设，提高募集资金使用效率，增加浙江哈尔斯真空器皿股份有限公司为“年产 800 万只 SIGG 高端杯生产线建设项目”的共同实施主体，增加浙江省永康市经济开发区哈尔斯路 1 号、哈尔斯东路 2 号 6 号、金都路 968 号为募投项目的实施地点，并适当延长募投项目建设完成期至 2021 年 12 月 31 日。公司保荐机构对上述事项发表了无异议的核查意见。

2）公司于 2021 年 4 月 27 日召开了第五届董事会第八次会议和第五届监事会第五次会议，会议审议通过了《关于部分募集资金投资项目延期的议案》。因 2020 年市场环境变化的影响，公司放缓了对“年产 800 万只 SIGG 高端杯生产线建设项目”的投资进度，为更好地保障项目质量，合理推进项目建设进度，提高募集资金使用效益，公司根据募投项目实际情况及发展规划，将该募投项目建设完成期从 2021 年 12 月 31 日延长至 2022 年 12 月 31 日。公司保荐机构对上述事项发表了无异议的核查意见。

3）公司于 2022 年 12 月 30 日召开公司第五届董事会第二十四次会议、第五届监事会第十三次会议，审议通过了《关于终止部分募集资金投资项目并将剩余募集资金永久补充流动资金的议案》，公司拟终止实施“年产 800 万 SIGG 高端杯生产线建设项目”，主要系该募投项目原定仓储立库投资建设暂缓。上述议案已于 2023 年 1 月 16 日召开的 2023 年第一次临时股东大会表决通过。公司将剩余募集资金 10,581.69 万元永久补充流动资金，与公告决议金额存在 52.64 万元的差异，系募集资金账户销户前产生的利息净收入。

综上，公司前募资金用途变更符合外部市场环境变化和公司实际生产经营需要，具备合理性。

（2）前募实际变更金额、视同补流的金额及比例

公司前次募集资金项目具体使用情况如下：

单位：万元

序号	投资项目	募集资金投资总额		
		承诺投资金额	实际投资金额	差额
1	年产 800 万 SIGG 高端杯生产线建设项目	26,100.00	17,725.91	-8,374.09
2	归还银行贷款	2,927.36	2,927.36	-
合计		**29,027.36**	**20,653.27**	**-8,374.09**

公司前募实际变更金额、视同补流的金额及比例具体如下：

单位：万元

项目	金额
前次募集资金总额①	30,000.00

项目	金额
前次募集资金净额②	29,027.36
前募变更金额（含利息收入）③	10,581.69
视同补流（永久补充流动资金+偿还贷款）④	13,509.05
视同补流的比例⑤=④/①	45.03%
超过 30%部分金额⑥=④-①*30%	4,509.05

由上表，公司前募资金实际补充流动资金金额占前募资金总额比重存在超过30%的情形，超出部分为 4,509.05 万元。

根据《证券期货法律适用意见第 18 号》规定：“通过配股、发行优先股或者董事会确定发行对象的向特定对象发行股票方式募集资金的，可以将募集资金全部用于补充流动资金和偿还债务。通过其他方式募集资金的，用于补充流动资金和偿还债务的比例不得超过募集资金总额的百分之三十。”

根据上述情况，公司将超出前次募集资金总额 30%部分，即 4,510.00 万元于本次募集资金的总金额中调减，公司调整后拟募集资金总额为不超过 75,490.00 万元（含本数），本次发行方案已经公司召开的第六届董事会第五次会议、第六届董事会第十四次会议、2024 年第二次临时股东大会以及 2025 年第三次临时股东大会审议通过。

综上所述，公司前次募集资金实际用于补流或视同补流超出前次募集资金总额 30%的部分已从本次拟募集资金总额扣减，符合《证券期货法律适用意见第 18 号》的相关要求。

（六）货币资金的具体存放情况，货币资金与公司经营规模的匹配性，报告期各期末公司借款构成情况，货币资金及对外借款与利息收支的匹配性；

1、公司货币资金的具体存放情况

报告期各期末，公司货币资金的具体构成情况如下：

单位：万元

项目	2024.12.31	2023.12.31	2022.12.31
库存现金	**3.84**	0.91	3.85
银行存款	**77,380.23**	83,627.24	80,216.39

项目	2024.12.31	2023.12.31	2022.12.31
其他货币资金	**1,335.06**	1,229.91	1,187.45
合计	**78,719.13**	**84,858.06**	**81,407.69**

报告期内，公司货币资金余额分别为 81,407.69 万元、84,858.06 万元和 **78,719.13 万元**，除少量现金存放于公司及子公司的财务部保险柜、部分其他货币资金存放于电商平台及期货公司外，公司的银行存款及其他货币资金均存放在公司及下属子公司开设的独立银行账户中。

2、货币资金与公司经营规模的匹配性

公司在业务开展过程中，需保有一定量灵活的货币资金应对物料采购、工资薪金支出等日常营运资金需求，亦需储备一定量非受限货币资金用于借款偿还、现金分红以及产线改建、设备购置等资金支出项目。

（1）货币资金及营业收入规模比较

报告期内，公司货币资金及营业收入规模如下：

单位：万元

项目	2024.12.31 /2024 年度	2023.12.31 /2023 年度	2022.12.31 /2022 年度
货币资金	**78,719.13**	84,858.07	81,407.69
营业收入	**333,152.22**	240,712.04	242,789.86
货币资金/营业收入	**23.63%**	35.25%	33.53%

报告期各期末，公司货币资金余额占当期营业收入的比例分别为 33.53%、35.25%和 **23.63%**，公司货币资金占营业收入比例相对稳定。**2024 年度，公司货币资金余额占当期营业收入比例有所下降主要系公司该年度对本次募投项目及泰国二期项目进行了投资建设，具备合理性。**

（2）货币资金与公司经营具备匹配性

为应对支付供应商货款、员工薪酬、税费等短期付现成本，公司通常需维持一定的现金储备。考虑到公司日常经营活动现金需求量较大，因此采用月均经营活动现金流出量作为最低现金保有量测算基础。结合公司实际经营情况与管理经验，测算最低现金保有量为公司日常 1.5 个月的合计经营活动现金流出资金。同

时，公司需要保留一定资金作为有息负债的偿还、支付现金分红等项目，并为可能发生的偶发性支出保留一定预备资金。报告期各期末，发行人货币资金规模与下年度主要资金支出情况如下：

单位：万元

项目	2024 年度	2023 年度	2022 年度
货币资金	**78,719.13**	84,858.07	81,407.69
最低现金保有量	**38,839.93**	27,891.59	30,306.66
拟偿还有息负债	**11,799.31**	23,761.99	23,718.21
现金分红金额	**11,590.73**	11,269.35	9,251.61
资本性支出	**33,937.55**	**56,688.63**	19,312.35
预计下年度主要资金支出合计	**96,167.51**	**119,611.56**	**82,588.83**

由上表，公司各期末货币资金于下年度均有对应的资金支出需求或者使用计划，以满足公司实际经营状况和业务发展需求，货币资金规模合理，与公司经营规模相匹配。

3、公司借款构成情况

报告期各期末，公司对外借款余额分别为 31,728.23 万元、52,658.79 万元和 **52,509.67 万元**。报告期各期末，公司借款构成列示如下：

单位：万元、%

项目	2024.12.31		2023.12.31		2022.12.31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
短期借款	**9,926.66**	**18.90**	5,645.19	10.72	21,718.14	68.45
一年内到期的长期借款	**930.72**	**1.77**	18,116.80	34.40	2,000.07	6.30
长期借款	**41,652.29**	**79.33**	28,896.80	54.88	8,010.02	25.25
合计	**52,509.67**	**100.00**	**52,658.79**	**100.00**	**31,728.23**	**100.00**

如上表所示，公司的借款主要由短期借款、一年内到期的长期借款和长期借款等金融机构借款构成。

4、货币资金及对外借款与利息收支的匹配性

（1）货币资金与利息收入的匹配性

报告期各期内，公司利息收入与货币资金的平均余额匹配情况列示如下：

单位：万元

项目	2024.12.31/2024 年度	2023.12.31/2023 年度	2022.12.31/2022 年度
货币资金平均余额	**81,788.60**	83,132.88	74,031.99
利息收入	**2,940.50**	1,944.11	1,502.04
平均收益率	**3.74%**	2.29%	1.85%

注：货币资金平均余额=（期初余额+期末余额）/2。

根据中国人民银行公布的存款基准利率，活期存款、半年期存款和一年期存款的基准利率分别为 0.35%、1.30%和 1.50%，公司年化存款利率高于银行基准活期存款利率，主要系受到公司协定存款占比较高影响。公司与主要合作银行签订了协定存款协议，协定存款利率远高于活期存款利率。报告期内公司与不同银行约定的协定存款利率范围为 **0.2%-5.3%**，平均收益率处于与银行约定的利率范围内。随着协定存款占比的提高，利息收入有所增长。因此，货币资金余额与利息收入具有匹配性。

（2）对外借款与利息支出的匹配性

报告期各期内，公司借款与利息支出的匹配情况如下：

单位：万元

项目	2024.12.31/ 2024 年度	2023.12.31/ 2023 年度	2022.12.31/ 2022 年度
借款余额①	**52,509.67**	52,658.79	31,728.23
其中：短期借款	**9,926.66**	5,645.19	21,718.14
一年内到期的长期借款	**930.72**	18,116.80	2,000.07
长期借款	**41,652.29**	28,896.80	8,010.02
财务费用-利息支出②	**1,814.35**	1,521.81	3,109.71
可转债相关利息支出③	**-**	-	2,005.64
租赁相关利息支出④	**73.95**	52.70	60.64
借款相关利息费用⑤=②-③-④	**1,740.40**	1,469.11	1,043.43
借款平均余额⑥	**52,584.23**	42,193.51	31,255.97
平均借款利率⑦=⑤÷⑥	**3.31%**	3.48%	3.34%

注：借款平均余额=（期初余额+期末余额）÷2。

报告期内，公司平均借款利率分别为 3.34%、3.48%和 **3.31%**。对比中国人民银行各年 1 月公布的金融机构人民币贷款基准利率情况如下表所示：

借款期限	2024 年 1 月	2023 年 1 月	2022 年 1 月
1 年以内	3.45%	3.65%	3.70%
5 年以上	4.20%	4.30%	4.60%

注：数据来源于中国人民银行；目前，LPR 包括 1 年期和 5 年期以上两个品种。

如上表所述，报告期内公司平均借款利率水平保持相对稳定，利息费用金额随着计息规模的变动而变化，变动具有匹配性。各期平均借款利率与中国人民银行公布的金融机构人民币贷款基准利率不存在重大差异。因此，公司利息费用与负债规模匹配良好。

（七）结合报告期末货币资金、易变现的金融资产余额、未来经营资金流入及支出需求、分红情况、资本性支出等，说明本次融资规模的合理性；

综合考虑公司的日常营运需要、公司货币资金余额、未来三年预计经营活动净现金流量、总体资金需求等，公司未来三年的资金缺口为 **84,748.32 万元**，具体测算过程如下：

单位：万元

项目	公式	金额
截至 2024 年 12 月 31 日货币资金及易变现金融资产余额	A	78,719.13
其中：截至 2024 年 12 月 31 日受限货币资金金额	B	894.12
可自由支配资金	**C=A-B**	77,825.01
未来三年预计经营活动净现金流量	**D**	115,818.04
最低现金保有量	E	38,839.93
未来三年新增最低现金保有量	F	17,472.97
未来三年营运资金缺口	G	6,704.37
未来三年预计现金分红	H	60,876.03
未来三年有息负债及利息偿还	I	52,685.42
其他资金使用计划	J	101,812.64
总体资金需求合计	**K=E+F+G+H+I+J**	278,391.36
总体资金缺口/剩余（缺口以负数表示）	**L=C+D-K**	-84,748.32

1、可自由支配资金

截至 **2024 年 12 月 31 日**，公司货币资金余额为 **78,719.13 万元**、易变现金融资产余额 **0.00 万元**，剔除受限货币资金金额 **894.12 万元**，剩余可自由支配的

资金为**77,825.01 万元**。

2、未来三年预计经营活动净现金流量

（1）发行人历史营业收入变动情况

单位：万元

项目	2019 年	2020 年	2021 年	2022 年	2023 年	2024 年
营业收入	179,374.36	149,193.87	238,891.02	242,789.86	240,712.04	**333,152.22**

由上表，发行人 2019-2024 年的营业收入复合增长率为**13.18%**。对于未来年度营业收入数据仅用于模拟测算营运资金需求，不构成对公司未来经营情况的预测或承诺，下同。

（2）未来三年预计经营活动净现金流量测算

基于前述未来三年的预测营业收入、**近期公司经营活动现金流量净额占营业收入的比例和宏观经济环境等方面的谨慎性考虑，假设未来三年经营活动现金流量净额占营业收入的比例为 9.00%**，预计 2025-2027 年度经营活动产生的现金流量净额具体情况如下：

单位：万元

项目	2025E	2026E	2027E
营业收入	**377,067.56**	**426,771.73**	**483,027.79**
经营活动现金流量净额占营业收入比例	**9.00%**	**9.00%**	**9.00%**
经营活动现金流量净额	**33,936.08**	**38,409.46**	**43,472.50**
2025-2027 年经营性现金流量净额合计			**115,818.04**

3、最低现金保有量

最低现金保有量系公司为维持其日常营运所需要的最低货币资金金额，以应对客户回款不及时、支付供应商货款、员工薪酬、税费、其他临时性支出等短期付现成本。结合公司经营管理经验、客户及供应商信用期限集中于 90 天以内、每月职工薪酬支出等情况分析，因此，测算假设最低现金保留量为公司 1.5 个月的经营活动现金流出金额具备合理性。由于 2024 年以来，公司经营业绩较以前年度增长幅度较大，客户订单增多导致公司日常营运资金需求增加，以 **2024 年度**的经营活动现金流出总额为基础计算最低现金保有量能够较为充分地反映公

司目前实际的营运资金需求。

根据上述假设，公司最低现金保有量为 **2024 年度**公司月均经营活动现金流出金额的 1.5 倍，即 **38,839.93 万元**。

4、未来三年新增最低现金保有量

假设未来三年公司经营活动现金流出总额占营业收入的比例与 **2024 年度**的占比保持一致，以此测算 2027 年末公司最低现金保有量为 **56,312.90 万元**，即新增最低现金保有量为 **17,472.97 万元**。

5、未来三年营运资金缺口

以 **2024 年度**为基准，结合公司业务开展情况和经营战略，假设未来公司的营业收入增长率与过去五年复合增长率一致、资产负债结构稳定，对公司未来三年（2025-2027 年）营运资金缺口具体测算如下：

单位：万元、%

项目	2024 年度	占比	2025E	2026E	2027E
营业收入	333,152.22	100.00	377,067.56	426,771.73	483,027.79
应收账款**账面余额**	40,475.10	12.15	45,810.43	51,849.06	58,683.68
应收款项融资	1,789.56	0.54	2,025.45	2,292.44	2,594.63
预付款项	986.18	0.30	1,116.18	1,263.31	1,429.84
存货**账面余额**	57,805.38	17.35	65,425.15	74,049.34	83,810.35
其他流动资产	4,521.69	1.36	5,117.72	5,792.33	6,555.86
经营性流动资产合计	105,577.90	31.69	119,494.94	135,246.48	153,074.36
应付票据	12,731.45	3.82	14,409.68	16,309.13	18,458.96
应付账款	74,202.40	22.27	83,983.58	95,054.10	107,583.91
合同负债	3,614.85	1.09	4,091.35	4,630.67	5,241.07
其他流动负债	126.35	0.04	143.01	161.86	183.19
经营性流动负债合计	90,675.05	27.22	102,627.62	116,155.76	131,467.14
营运资金占用额	14,902.86	4.47	16,867.32	19,090.73	21,607.22
未来三年营运资金总需求					6,704.37

根据上述测算，公司未来三年营运资金总需求为 **6,704.37 万元**。

6、未来三年预计现金分红

发行人**2019 年度**以来分红情况如下：

单位：万元

项目	2019 年	2020 年	2021 年	2022 年	2023 年	2024 年
现金分红金额[注]	3,283.38	3,035.03	6,195.39	9,251.61	11,269.35	**11,590.73**
归属于上市公司股东的净利润	5,511.67	-2,830.91	13,550.32	20,590.66	24,978.24	**28,654.49**
现金分红金额占归属于上市公司股东的净利润的比例	59.57%	-107.21%	45.72%	44.93%	45.12%	**40.45%**

注：现金分红包含如回购股份等以其他方式的现金分红金额。

上市以来，发行人积极执行现金分红政策，保障股东的合理投资回报，发行人**2019 年度以来累计现金分红金额占合并报表中归属于上市公司股东的累计净利润的比例为 49.33%**。假设 2025-2027 年度归属于上市公司股东的净利润分别在上年度的基础上按照**13.18%**的业绩增幅计算，经测算公司未来三年（2025-2027 年）预计归属于母公司所有者的净利润积累为**110,683.70 万元**。发行人计划于未来年度结合自身的盈利能力、资金状况积极推出一年多次分红方案，推动实施“中期分红”，稳定投资者分红预期，未来三年（2025-2027 年）预计现金分红比例约为 55%，预计资金需求合计约为**60,876.03 万元**。

7、有息负债及利息偿还

截至**2024 年 12 月 31 日**，公司短期借款余额为**9,926.66 万元**、长期借款余额为**41,652.29 万元**、一年内到期的长期借款余额为**930.72 万元**，上述负债合计规模为**52,509.67 万元**，具有一定的偿债压力。假定公司短期借款、长期借款按照拟定还款计划准时还款，按年度平均贷款余额及对应合同利率测算当年度长期借款利息费用，在不考虑未来新增债务及短期借款利息的前提下，经测算未来三年各年度需偿还的有息负债及对应利息金额如下：

单位：万元

借款分类	2025 年度	2026 年度	2027 年度
偿还短期借款	**9,926.66**	-	-
偿还长期借款-本金	654.00	28,907.00	10,828.00
偿还长期借款-利息费用	1,218.65	890.38	260.74

借款分类	2025 年度	2026 年度	2027 年度
合计	11,799.31	29,797.38	11,088.74

经测算，未来三年需要偿还的有息负债及对应利息合计为 **52,685.42 万元**。

8、未来大额资本性支出

公司预计未来大额资本性支出主要为本次募投项目以及泰国基地二期建设项目，预计投入情况如下表：

项目	项目总投资	已投入规模	尚需投入规模	投入进度
泰国基地二期建设项目	38,597.00	18,642.26	19,954.74	48.30%
本次募投项目	86,232.30	21,787.22	64,445.08	25.27%
合计	124,829.30	40,429.48	84,399.82	32.39%

根据发行人于 2023 年 4 月 23 日召开的第五届董事会第二十六次会议审议通过的《关于增加对外投资的议案》，发行人拟对泰国哈尔斯增加投资，用于其资产购置、设备设施的投入以及运营储备使用，假定发行人将于未来三年内完成投资，根据浙江省商务厅颁发的《企业境外投资证书》（境外投资证第 N3300202300579 号），对泰国哈尔斯的新增投资总额约为 **38,597.00 万元**。

截至 **2024 年末**，泰国二期建设已投入资金主要用于厂房建设和设备购置，发行人后续将综合考虑未来市场增速、主要客户需求、国内产能负荷等情况逐步完成泰国二期投资建设。此项对外投资属于发行人重大投资项目，一旦在未来三年投资建设，将存在较大规模的资金投入需求，会对发行人生产经营产生较大影响，将该事项纳入资金缺口测算具备合理性。

发行人在未来完成“哈尔斯未来智创”建设项目（一期）的建设投产后，将进一步完善员工宿舍等配套建筑设施，打造真空保温器皿智能化产业园，预计将在未来三年投入 17,412.82 万元。

未来三年，发行人其他资金使用计划合计金额约为 **101,812.64 万元**。

综上，根据发行人日常营运需要、公司货币资金余额、未来三年预计经营活动净现金流量、总体资金需求等，发行人未来三年资金缺口约为 **84,748.32 万元**，大于本次募集资金规模，本次融资规模具备合理性。

（八）募投项目预计建设的房屋面积，结合目前房产情况及人员办公情况等，说明建成后房屋是否全部自用，是否涉及将工业用房对外出租的情形，是否存在产能闲置风险或大额资产减值风险。

1、募投项目预计建设的房屋面积

发行人本次募投项目预计建设的房屋面积具体如下：

单位：平方米

序号	名称	工程量
1	办公建筑	11,750.56
2	生产建筑	149,783.30
3	生产辅助建筑	2,782.45
合计		**164,316.31**

其中，生产辅助建筑包含固废收集中心、辅助设施功能用房、污水处理站、消防设施等建筑。

报告期内，发行人整体产能规模、仓储能力受限于哈尔斯路老厂区的设备条件、产线布局、厂区面积等因素难以实现较大规模扩增，在原有厂区基础上进一步进行改进升级的空间较为有限，为满足报告期内客户持续增加的订单需求，发行人通过对现有产线与仓库的空间布局进行紧凑化部署、加强存货调度管理，老厂区的现有厂房建筑空间使用情况较为紧张。

为缓解上述情况并根据对未来预计的产线规模、库存水平提前规划布局，发行人的本次募集资金投资项目计划全面建设智能化、数字化产线以及仓储物流系统，并根据项目规划进行相应规模的厂房建设，厂房面积相较老厂区历经数次技术改造的紧凑布局有一定程度的扩大。公司本次募投项目的建设规划能够显著提高生产经营管理效率，进一步提升智能制造能力，改善产品交付质量、有效缩短交付周期，为未来的技术改造预留部分空间，有利于公司可持续发展，增强公司核心竞争力，具备合理性。

2、目前房产情况及人员办公情况

截至本回复出具之日，发行人哈尔斯路老厂区的房产情况具体如下：

序号	证书编号	坐落	用途	房屋建筑面积
1	永康房权证五金园字第 00001368 号	经济开发区哈尔斯东路 2 号 6 号	生产	4,240.76
2	永康房权证五金园字第 00001369 号	经济开发区哈尔斯东路 2 号 6 号	生产	27,796.07
3	浙（2022）永康市不动产权第 0021286 号	东城哈尔斯 1 号	生产、办公	19,230.83
合计				**51,267.66**

注：截至本回复出具之日，根据发行人与浙江永康经济开发区管理委员会于 2023 年 12 月 28 日签署的《土地收回补偿协议》相关约定，永康房权证五金园字第 00001368 号、永康房权证五金园字第 00001369 号房屋产权证书已由政府有关部门收回并注销，发行人可以在协议签署之日起 36 个月内继续使用位于回收地块的厂房。

报告期内，发行人哈尔斯路老厂区主要负责开展真空保温器皿的生产、销售等日常经营活动，其中，位于经济开发区哈尔斯东路 2 号 6 号的建筑主要为生产厂房，哈尔斯 1 号的房屋建筑主要用于非生产人员日常办公，部分建筑面积用于辅助生产、仓储。

截至 **2024 年 12 月 31 日**，公司老厂区现有非生产人员 **279 人**，本次募投项目建成达产后新厂区预计非生产人员为 265 人，哈尔斯路老厂区与本次募投项目新建办公楼办公面积与人员规划情况具体如下：

项目	办公面积（㎡）	办公人数（人）	人均办公面积（㎡/人）
哈尔斯路老厂区办公楼	8,446.31	**279**	**30.27**
本次募投项目新建办公楼	11,750.56	265	44.34[注]

注：本次募投项目的上述人员规划未包含销售人员。

由上表，本次募投项目的办公面积在老厂区的办公面积上有所增加，主要考虑到未来随着公司经营规模的进一步扩大，公司经营团队人员也将有所增加，新建办公楼较老厂区适当扩增了一定办公面积，本次募投项目的办公楼建筑面积规划具备合理性。

3、募投项目建成后房屋使用情况说明

报告期内，由于发行人经营业绩不断增长，客户订单数量持续增加，受限于

哈尔斯路老厂区的设备条件、产线布局、厂区面积等因素，发行人整体产能规模、仓储能力已经难以满足下游市场需求，产能瓶颈很有可能在未来对发行人进一步增长经营业绩产生不利影响。同时，发行人在原有厂区的设备设施基础上实现进一步的数字化、智能化转型升级也较为困难，较难满足未来客户更加精细的产品定制需求，因此亟需通过本次募投项目实现老厂区产能搬迁、新增产能建设，以实现公司全面智能化转型升级的发展目标。

在本次募投项目建成后，新建房屋将全部用于发行人的生产、办公，不涉及将工业用房对外出租的情形。

就本次募投项目建成后的房屋使用情况，发行人已出具承诺如下：

“公司‘哈尔斯未来智创’建设项目（一期）的新建房屋将全部用于本公司的生产、办公等经营活动，不会将“哈尔斯未来智创”建设项目（一期）新建的工业用房对外出租。”

4、预计不存在较大产能闲置风险或大额资产减值风险

报告期内，全球真空保温器皿市场规模稳定增长，发行人凭借良好的产品质量、供货能力及行业口碑，产能利用率持续处于较高水平，在手订单充足，预计不存在较大产能闲置风险或大额资产减值风险，具体分析如下：

（1）真空保温器皿市场规模稳定增长

在欧美、日韩等发达国家和地区，不锈钢真空保温器皿伴随着普通民众的日常生活，是人们普遍使用的日用消费品。居民在家居、办公、户外、学校、育儿等场合会分别使用不同的不锈钢真空保温器皿，不同性别以及年龄段的消费者也会根据各自的生活习惯及喜好来选择不同的不锈钢真空保温器皿。此外，在发达国家和地区，不锈钢真空保温器皿在一定程度上具有快速消费品的特征，产品消费更换频率较高，市场需求旺盛。

美国发达的公路网络和汽车文化促使大量居民搬出城区在郊区甚至是别的城市居住，上班通勤需要大量的驾车时间，为了满足通勤时间的饮水需求，美国市场中大容量可放置于汽车中的保温杯深受消费者的喜爱，结合对碳酸饮料保冷的需求进一步推动了保温杯需求的增长。同时，随着环保意识的逐渐增强，越来

越多的咖啡连锁店开始鼓励消费者通过自带杯子的方式来购买咖啡。环保法规对一次性纸杯的监管也愈发严格，消费者自带杯子的潮流也将不断扩大，对保温杯的需求将逐步上升。

2024 年以来，全球市场需求继续保持稳健增长，中国作为全球最大的不锈钢真空器皿生产国，根据海关总署数据，我国**2024 年度**保温杯累计出口额**377.15 亿元**，同比增长 **18.67%**。其中作为保温杯消费大国美国，由于短视频的社交属性加持，保温杯更具消费品属性，并形成一定的潮流趋势，保温杯需求增速明显。

2023 年中国经济整体好转，国家统计局数据显示，2023 年国内社会消费品零售总额 47.1 万亿元，同比增长 7.2%，随着经济稳步恢复，国内市场具有较大发展潜力，保温杯壶产品消费品属性增强与渗透率提高，为行业领先企业创造更多发展空间，公司自主品牌高端产品有望在未来扩大市场占有率。

（2）公司拥有良好的产能消化基础

近年来，随着全球市场逐步回暖，保温杯行业规模整体呈稳步上涨的趋势，内销与出口市场都逐年增长。同时兼具运动、旅游、休闲和社交多重属性的户外休闲活动受到人们的青睐，民众参与度日渐高涨，进一步带动了户外休闲活动相关用品需求的增长。作为户外休闲活动常见的随身用品，不锈钢保温器皿的需求量相应提升，不锈钢保温器皿行业随之迎来新一轮发展机遇。

报告期内，公司**真空器皿**产能利用率始终高于 90%，**2024 年度真空器皿**的产能利用率**已达 123.10%**，无法继续满足未来市场新增的订单需求，亟需通过建设新的生产基地进一步提高公司产能，从而与更多境内外客户建立合作关系，获取更多优质订单，占据更多市场份额，全面提升公司市场竞争力。

公司依托现有产品的销售渠道和管理资源，积极开拓国内外市场，通过充分发挥自身优势，更好地消化扩产后的新增产能。目前，公司在手订单充裕，截至**2024 年 12 月 31 日**，公司拥有在手订单金额约 **47,994.37 万元**。公司在手订单的消化周期通常在 30-60 天，上述在手订单预计于 2025 年初确认收入。公司当前在手订单充裕，预计未来订单能够支撑现有及扩建产能。

为提醒广大投资者注意相关事项，发行人已在募集说明书“重大事项提示”

之“十、（二）新增产能无法消化的风险”以及“第五节 与本次发行相关的风险因素”之“三、募集资金投资项目的风险”之“（三）新增产能无法消化的风险”中补充披露如下：

“公司本次募集资金扣除发行费用后将全部用于投资“‘哈尔斯未来智创’建设项目（一期）”，上述募投项目在投产后将逐年释放产能，**此外，公司泰国二期项目新增产能将自 2025 年起陆续投产，上述新增产能项目全部达产后公司的产能规模将在现有基础上大幅提升**。公司募集资金投资项目的可行性分析是基于当前市场环境、现有技术基础及未来市场、技术发展趋势的判断等因素作出的。**由于公司未来年度的扩产规模较大**，在未来公司募集资金投资项目实施完成后，如上述因素发生重大不利变化，或宏观经济、地缘政治导致行业市场出现不利因素，将可能导致本次新增产能无法充分消化，甚至出现新增固定资产产能闲置或大额资产减值的情形，对公司经营业绩产生不利影响”。

二、中介机构核查事项

（一）核查过程

保荐人履行了以下核查程序：

1、获取发行人报告期内产能、产量相关统计数据；

2、访谈发行人高级管理人员，了解哈尔斯路老厂区搬迁的原因、搬迁前生产经营安排；

3、获取发行人固定资产明细表，统计分析老厂区设备折旧情况、成新率；

4、获取发行人不动产查册，核查哈尔斯路老厂区的产证注销情况；

5、获取金华市生态环境局永康分局出具的合规证明；

6、获取发行人老厂区历次环评报告、环评批复以及报告期内的排污许可证，通过全国排污许可证管理信息平台（permit.mee.gov.cn）查阅报告期内的《排污许可证执行报告》，核查发行人报告期内的环评、排污是否存在违反有关规定的情形；

7、获取本次募投项目的可行性研究报告、募投项目投资测算资料，了解本次实际新增产能情况；

8、访谈发行人高级管理人员，了解公司其他在建项目新增产能情况；

9、查询同行业可比公司同类业务的产能扩张情况；

10、通过公开渠道获取真空保温器皿行业研究报告、访谈发行人高级管理人员，了解真空保温器皿行业整体发展情况；

11、获取本次募投项目的募投项目投资测算资料、同行业可比公司新增产能项目的效益测算情况，分析本次募投项目效益预测、指标选取的合理性；

12、向管理层了解公司募投项目的建设情况、具体投资构成及资金使用计划和情况；对募投项目施工现场进行实地走访；

13、查阅公司募投项目可研报告及其测算明细、相关工程建设及采购合同，复核项目投资具体内容和投资明细；查阅公司关于本次发行的董事会决议；

14、获取公司项目投入所支出的银行账户流水，复核相关流水支付记录；

15、向管理层了解公司前次募投项目的建设情况及截至目前最新效益实现情况；

16、获取了公司管理层编制的《前次募集资金使用情况报告》及会计师出具的《前次募集资金使用情况鉴证报告》，了解公司前次募集资金的基本情况、效益实现情况、结余募集资金永久补流的情况等；

17、获取公司内部控制制度等相关规范性文件，并了解资金收付相关制度的执行情况和有效性；

18、取得并查阅与前次募集资金相关董事会决议、公开披露文件，了解前募项目执行情况、变更原因、变更后使用情况，并分析其合理性；

19、查阅《证券期货法律适用意见第 18 号》等相关法律法规文件；

20、获取并查阅公司前次募集资金使用情况的专项报告，了解公司前次募集资金的到账及实际使用情况，分析并判断是否相关法规要求；

21、获取公司已开立银行结算账户清单，获取报告期公司银行存款明细账以及主要银行账户对账单；

22、获取公司货币资金明细表、利息收入明细账，对公司货币资金与利息收入的匹配性进行合理性测算；获取公司报告期末银行借款明细及借款合同，确认发行人借款及余额情况；获取公司利息支出明细账，对发行人借款余额与利息支出的匹配性进行合理性测算；

23、对比同行业可比公司的财务状况及融资情况，验证合理性；

24、查阅发行人的年度报告及财务报表、董事会决议等资料，复核分析了发行人现有货币资金、未来期间经营性净现金流入、未来大额资本性支出、最低现金保有量、未来期间现金分红、资金缺口等情况，并判断募集资金规模的合理性；

25、获取本次募投项目的募投项目投资测算资料，了解本次募投项目预计建设的房屋面积；

26、获取发行人不动产查册，了解发行人哈尔斯路老厂区目前的房产情况及人员办公情况；

27、访谈发行人高级管理人员，了解发行人的老厂区房产情况、人员办公情况以及本次募投项目建设完成后新建房屋是否全部自用，是否涉及将工业用房对外出租的情形；

28、获取发行人最新在手订单情况，分析发行人在手订单是否充裕，能否支撑现有及扩建产能。

（二）核查意见

经核查，保荐人认为：

1、哈尔斯路老厂区搬迁主要系公司现有产能规模难以满足客户订单增长，公司新建厂区实现生产智能化转型升级，提高公司核心竞争力。发行人将在保证公司正常开展生产经营、客户订单正常供应发货的前提下，分步实施、科学有序推进老厂区设备搬迁工作。公司老厂区相关土地房产产权证已交还相关部门并注

销，发行人老厂区的环评、排污等符合有关规定，报告期内未因违反环保、自然资源管理等方面的法律法规而受到行政处罚的情形。

2、发行人本次实际新增产能 2,300 万只/年，其他在建项目主要为泰国基地二期产线建设，**目前已完成主体厂房建设，年产 500 万只真空保温器皿产线正在进行设备安装及调试**，相关产能将在建成后逐步爬坡达产。随着下游市场需求不断增加，发行人同行业公司同类业务均投资进行产能扩张建设，抢占增量市场。目前，全球保温器皿行业整体市场需求情况良好，公司当前在手订单充裕，预计未来订单能够随下游市场需求同步增长，能够保障现有及未来新增产能的消化。

3、本次募投项目实际新增产能的预计效益为项目整体预测效益的 50%，即达产期预计实现年平均销售收入 96,600 万元、年平均净利润 8,592.59 万元；本次募投项目效益预测中销售单价、原材料成本、期间费用等指标选取具备合理性，投产后的产能内外销分布情况预计与公司目前业务开展情况基本保持一致，预测达产年毛利率与发行人报告期内平均毛利率水平接近，效益实现情况与同行业可比公司不存在重大差异，效益预测具备合理性与谨慎性。

4、公司募投项目进展顺利，建设进度符合预期；公司已根据项目建设进度安排对资金使用做出合理安排；本次募集资金不会用于置换本次发行董事会决议日前项目已投入的资金。

5、前次募集资金投资项目中，除立体仓项目因实际经营需求的变化未最终建设外，其余项目均已建设完成；2023 年至 **2024 年末**，公司前次募投项目累计实现收入 **92,597.05 万元**，累计实现净利润 **17,565.85 万元**，预期效益实现率为 **93.37%**。

公司前募资金用途变更符合外部市场环境变化和公司实际生产经营需要，具备合理性。公司前次募集资金实际用于补流或视同补流超出前次募集资金总额 30%的部分已从本次拟募集资金总额扣减，符合《证券期货法律适用意见第 18 号》的相关要求。

6、报告期内，公司货币资金与公司经营规模相匹配；公司货币资金及对外借款与利息收支相匹配；

7、综合考虑公司的日常营运需要、公司货币资金余额、未来三年预计经营活动净现金流量、总体资金需求等，公司未来三年的资金缺口为 **84,748.32 万元**，大于本次募集资金规模，本次融资规模具备合理性。

8、在本次募投项目建成后，新建房屋将全部用于发行人的生产、办公，不涉及将工业用房对外出租的情形。报告期内，全球真空保温器皿市场规模稳定增长，发行人凭借良好的产品质量、供货能力及行业口碑，产能利用率持续处于较高水平，在手订单充足，预计不存在较大的产能闲置风险或大额资产减值风险。

其他问题

请发行人在募集说明书扉页重大事项提示中，按重要性原则披露对发行人及本次发行产生重大不利影响的直接和间接风险。披露风险应避免包含风险对策、发行人竞争优势及类似表述，并按对投资者作出价值判断和投资决策所需信息的重要程度进行梳理排序。

同时，请发行人关注社会关注度较高、传播范围较广、可能影响本次发行的媒体报道情况，请保荐人对上述情况中涉及本次项目信息披露的真实性、准确性、完整性等事项进行核查，并于答复本审核问询函时一并提交。若无重大舆情情况，也请予以书面说明。

一、发行人说明事项

（一）请发行人在募集说明书扉页重大事项提示中，按重要性原则披露对发行人及本次发行产生重大不利影响的直接和间接风险。披露风险应避免包含风险对策、发行人竞争优势及类似表述，并按对投资者作出价值判断和投资决策所需信息的重要程度进行梳理排序

发行人已在募集说明书扉页“重大事项提示”之“十、特别风险提示”中，对公司的相关风险重新进行了梳理，按重要性原则披露对发行人及本次发行产生重大不利影响的直接和间接风险，对投资者作出价值判断和投资决策所需信息的重要程度进行了梳理排序，避免了风险对策、发行人竞争优势及类似表述。

（二）请发行人关注社会关注度较高、传播范围较广、可能影响本次发行的媒体报道情况，请保荐人对上述情况中涉及本次项目信息披露的真实性、准确性、完整性等事项进行核查，并于答复本审核问询函时一并提交。若无重大舆情情况，也请予以书面说明。

自 2023 年 12 月 29 日发行人首次公开披露本次向特定对象发行股票预案至本回复出具之日，发行人及保荐人持续关注媒体报道，通过网络检索等方式对发行人本次再融资相关媒体报道情况进行了核查，自公司首次公开披露本次向特定对象发行股票预案至本回复出具之日，无社会关注度较高、传播范围较广、可能影响本次发行的媒体报道情况。

二、核查程序及核查意见

（一）核查程序

保荐人履行了以下核查程序：

持续关注媒体报道，通过网络检索等方式，对自发行人本次发行预案披露日至本回复出具之日相关媒体报道的情况进行了检索，并与本次发行项目相关申请文件进行核对并核实。

（二）核查意见

经核查，保荐人认为：

发行人自本次发行预案披露日至本回复出具之日，无重大舆情或媒体质疑。发行人本次发行申请文件中与媒体报道关注的问题相关的信息披露真实、准确、完整，不存在应披露未披露的事项。保荐人和发行人将持续关注相关舆情，如果出现媒体等对该项目信息披露真实性、准确性、完整性提出质疑的情形，保荐人将及时进行核查。

具体内容参见保荐人出具的《关于浙江哈尔斯真空器皿股份有限公司 2023 年度向特定对象发行 A 股股票之舆情情况专项核查报告》。

（以下无正文）

（本页无正文，为浙江哈尔斯真空器皿股份有限公司《关于浙江哈尔斯真空器皿股份有限公司向特定对象发行股票的审核问询函的回复》之盖章页）

浙江哈尔斯真空器皿股份有限公司

2025 年 7 月 30 日

发行人董事长声明

本人作为浙江哈尔斯真空器皿股份有限公司的董事长，现就本次审核问询函回复报告郑重声明如下：

“本人已认真阅读本次审核问询函回复报告的全部内容，确认本次审核问询函回复报告不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对上述文件的真实性、准确性、完整性、及时性承担相应法律责任。”

董事长：

吕强

浙江哈尔斯真空器皿股份有限公司

2025 年 5 月 30 日

（本页无正文，为中银国际证券股份有限公司《关于浙江哈尔斯真空器皿股份有限公司向特定对象发行股票的审核问询函的回复》之签字盖章页）

保荐代表人：

袁婧　　李瑞君

中银国际证券股份有限公司

2025 年 5 月 30 日

保荐人董事长声明

本人已认真阅读《关于浙江哈尔斯真空器皿股份有限公司向特定对象发行股票的审核问询函的回复》的全部内容，了解报告涉及问题的核查过程、本公司的内核和风险控制流程，确认本公司按照勤勉尽责原则履行核查程序，审核问询函的回复不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对上述文件的真实性、准确性、完整性、及时性承担相应法律责任。

法定代表人、董事长：

宁敏

中银国际证券股份有限公司

2025 年 5 月 30 日