

证券简称：邦泽创科

证券代码：874249

广东邦泽创科电器股份有限公司

广东省东莞市厚街镇伦品涌工业区路 11 号

Bonsen

广东邦泽创科电器股份有限公司招股说明书（申报稿）

本公司的发行申请尚未经中国证监会注册。本招股说明书申报稿不具有据以发行股票的法律效力，投资者应当以正式公告的招股说明书全文作为投资决定的依据。

本次股票发行后拟在北京证券交易所上市，该市场具有较高的投资风险。北京证券交易所主要服务创新型中小企业，上市公司具有经营风险高、业绩不稳定、退市风险高等特点，投资者面临较大的市场风险。投资者应充分了解北京证券交易所市场的投资风险及本公司所披露的风险因素，审慎作出投资决定。

保荐机构（主承销商）



住所：广东省东莞市莞城区可园南路一号

中国证监会和北京证券交易所对本次发行所作的任何决定或意见,均不表明其对注册申请文件及所披露信息的真实性、准确性、完整性作出保证,也不表明其对发行人的盈利能力、投资价值或者对投资者的收益作出实质性判断或者保证。任何与之相反的声明均属虚假不实陈述。

根据《证券法》的规定,股票依法发行后,发行人经营与收益的变化,由发行人自行负责;投资者自主判断发行人的投资价值,自主作出投资决策,自行承担股票依法发行后因发行人经营与收益变化或者股票价格变动引致的投资风险。

声明

发行人及全体董事、监事、高级管理人员承诺招股说明书及其他信息披露资料不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性承担相应的法律责任。

发行人控股股东、实际控制人承诺招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性承担相应的法律责任。

公司负责人和主管会计工作的负责人、会计机构负责人保证招股说明书中财务会计资料真实、准确、完整。

发行人及全体董事、监事、高级管理人员、发行人的控股股东、实际控制人以及保荐人、承销商承诺因发行人招股说明书及其他信息披露资料有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券发行和交易中遭受损失的，将依法承担法律责任。

保荐人及证券服务机构承诺因其为发行人本次公开发行股票制作、出具的文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给投资者造成损失的，将依法承担法律责任。

本次发行概况

发行股票类型	人民币普通股
发行股数	不超过 10,000,000 股（含本数，未考虑超额配售选择权）；公司及主承销商可以根据具体发行情况择机采用超额配售选择权，采用超额配售选择权发行的股票数量不得超过本次发行股票数量的 15%，即不超过 1,500,000 股（含本数）；包含采用超额配售选择权发行的股票数量在内，公司本次拟向不特定合格投资者发行股票数量不超过 11,500,000 股（含本数）
每股面值	人民币 1.00 元
定价方式	通过公司和主承销商自主协商直接定价、合格投资者网上竞价或网下询价等中国证监会及北交所认可的方式确定发行价格。最终定价方式由公司与主承销商根据具体情况及监管要求协商确定
每股发行价格	以后续的询价或定价结果作为发行底价
预计发行日期	-
发行后总股本	-
保荐人、主承销商	东莞证券股份有限公司
招股说明书签署日期	-

重大事项提示

本公司特别提醒投资者对下列重大事项给予充分关注，并认真阅读招股说明书正文内容：

一、本次公开发行股票并在北京证券交易所上市的安排及风险

公司本次公开发行股票完成后，将在北京证券交易所上市。

公司本次公开发行股票获得中国证监会注册后，在股票发行过程中，会受到市场环境、投资者偏好、市场供需等多方面因素的影响；同时，发行完成后，若公司无法满足北京证券交易所上市的条件，均可能导致本次公开发行失败。

公司在北京证券交易所上市后，投资者自主判断发行人的投资价值，自主作出投资决策，自行承担因发行人经营与收益变化或者股票价格变动引致的投资风险。

二、本次发行相关主体作出的重要承诺以及未能履行承诺的约束措施

公司、控股股东、持股 5%以上股东、董事、监事、高级管理人员等已就股份稳定股价、欺诈发行、填补被摊薄即期回报等事项作出承诺及未能履行承诺的约束措施，具体情况详见本招股说明书“第四节发行人基本情况”之“九、重要承诺”之“（一）与本次公开发行有关的承诺情况”。

三、本次发行前滚存利润的分配安排

2025 年 4 月 22 日，公司召开 2025 年第一次临时股东大会，审议通过《关于公司向不特定合格投资者公开发行股票并在北京证券交易所上市前滚存利润分配方案的议案》，本次发行完成后，由新老股东按持股比例共享本次公开发行前的滚存未分配利润。

四、特别风险提示

公司提醒投资者特别关注“风险因素”中的下列风险，并认真阅读本招股说明书“第三节风险因素”中的全部内容。

（一）国际贸易政策风险

报告期内，公司产品面向全球销售，客户分布北美洲、欧洲、中国等多个国家和地区，境外销售收入金额分别为 101,921.92 万元、111,837.75 万元和 145,563.28 万元，占主营业务收入比例分别为 95.34%、96.43%和 96.98%。但伴随着全球政治环境和经济形势愈加复杂，各国间贸易摩擦时有发生，部分国家改变进口、关税、外汇等政策，实行贸易保护主义以提振本国经济，可能会造成全球供应链的波动性加大、物流效率降低、运营成本上升等情况，若未来公司产品主要出口国家和地区的贸易政策、政治经济环境等发生重大变

化，将对公司经营业绩的稳定发展产生不利影响。

（二）海外电商平台经营风险

2014年以来，公司开展跨境电商业务，主要通过 Amazon（亚马逊电商）、Walmart（沃尔玛电商）、Shopify 独立站等海外线上电商平台销售产品。目前，亚马逊等线上平台已逐渐发展为成熟的全球性开放式电商平台，但如果该等电商平台的业务模式、经营策略或经营稳定性发生重大变化，则可能对公司的经营业绩产生不利影响。2022-2024 年度，公司通过亚马逊等海外电商平台实现的销售收入占主营业务收入的比例分别为 48.45%、60.54%和 58.49%。如果亚马逊等平台对第三方卖家的平台政策及平台费率进行较大调整，或者公司与亚马逊等平台的合作关系在未来发生重大不利变化，而公司未能及时、有效拓展其他销售渠道，将对公司经营活动、财务状况产生不利影响。

（三）汇率风险

报告期内，公司产品以外销为主，2022-2024 年度，公司外销收入分别为 101,921.92 万元、111,837.75 万元和 145,563.28 万元，占公司主营业务收入的比重分别为 95.34%、96.43%和 96.98%。

公司外销产品多以美元定价，汇率波动对公司业绩的影响主要体现为：获取境外销售订单至确认收入期间，受美元兑人民币汇率波动影响，以人民币折算的产品单价亦受相应影响，进而对公司主营业务毛利率产生影响；确认销售收入形成应收账款至收回外汇期间，汇率变动对美元应收账款的计量、实际结汇损益也产生较大影响，造成汇兑损益变化。报告期内，公司因汇率波动产生的汇兑损益分别为 740.83 万元、1,128.23 万元和-920.94 万元。未来人民币汇率若有较大波动，将对公司产品的价格竞争力及毛利率产生较大影响，进而影响公司的经营业绩。

项目	2024 年度	2023 年度	2022 年度
美元结算收入（万美元）	15,322.61	11,953.16	12,381.65
美元兑人民币平均汇率	7.1217	7.0467	6.7261
汇率影响收入金额（万元人民币）	1,149.20	3,832.18	-

注：汇率影响收入金额=当期外币结算外销收入*（当期平均汇率-上期平均汇率）。

（四）海运费波动的风险

公司跨境电商平台销售主要通过海运方式将货物运往北美、欧洲等区域的电商平台海外仓库，跨境物流运输成本是公司自有/授权品牌境外线上销售成本的重要部分，海运费价格大幅波动直接影响公司的经营业绩。国际海运费价格在 2021 年至 2022 年上半年出现大幅上涨，2022 年下半年开始逐步回落，报告期内波动较为明显。若未来国际海运价格继续大幅波动，则会对公司的经营业绩造成一定影响。2021-2024 年中国出口集装箱运价指数情况如下：

2021-2024 出口集装箱运价指数



数据来源:Wind

五、财务报告审计基准日后的主要财务信息及经营情况

公司财务报告审计截止日为 2024 年 12 月 31 日，致同会计师事务所（特殊普通合伙）对公司 2025 年 3 月 31 日的合并及母公司资产负债表，2025 年 1-3 月的合并及母公司利润表、合并及母公司现金流量表以及财务报表附注进行了审阅，并出具了“致同审字（2025）第 441A026837 号”审阅报告。根据经审阅的财务报表，截至 2025 年 3 月 31 日，公司资产总额为 95,258.67 万元，负债总额为 47,871.81 万元，所有者权益为 47,386.87 万元。2025 年 1-3 月营业收入为 42,265.04 万元，净利润为 4,444.90 万元，具体信息详见本招股说明书“第八节 管理层讨论与分析”之“八、发行人资产负债表日后事项、或有事项及其他重要事项”之“（一）财务报告审计截止日后主要财务信息及经营状况”。

审计截止日至本招股说明书签署日，公司经营情况良好，产业政策、税收政策、行业市场环境未发生重大变化，公司的主要业务及经营模式未发生重大变化，董事、监事、高级管理人员未发生重大变更，未发生其他可能影响投资者判断的重大事项。2025 年 2 月以来，美国政府对美国关税政策变动频繁，且税率较高，上述关税政策将影响公司从中国出口至美国的产品关税情况。截至本招股说明书签署日，公司出口到美国的产品主要在越南子公司进行生产，上述关税政策对公司审计截止日后经营状况未产生重大不利影响。

目录

第一节	释义	8
第二节	概览	14
第三节	风险因素	28
第四节	发行人基本情况	35
第五节	业务和技术	99
第六节	公司治理	194
第七节	财务会计信息	208
第八节	管理层讨论与分析	251
第九节	募集资金运用	390
第十节	其他重要事项	399
第十一节	投资者保护	401
第十二节	声明与承诺	410
第十三节	备查文件	419

第一节 释义

本招股说明书中，除非文意另有所指，下列简称和术语具有的含义如下：

普通名词释义		
公司、本公司、发行人、邦泽创科	指	广东邦泽创科电器股份有限公司
有限公司、邦泽电子	指	东莞市邦泽电子有限公司，系公司前身
本次发行、本次公开发行、本次公开发行股票	指	公司本次向不特定合格投资者公开发行股票并在北京证券交易所上市
股东大会	指	广东邦泽创科电器股份有限公司股东大会
董事会	指	广东邦泽创科电器股份有限公司董事会
监事会	指	广东邦泽创科电器股份有限公司监事会
三会	指	广东邦泽创科电器股份有限公司股东大会、董事会、监事会
高级管理人员	指	总经理、副总经理、财务总监、董事会秘书
董监高	指	董事、监事、高级管理人员
东莞泽凯	指	东莞市泽凯投资合伙企业（有限合伙），系公司股东、公司员工持股平台
东莞泽宇	指	东莞市泽宇投资合伙企业（有限合伙），系公司股东、公司员工持股平台
美的投资	指	广东美的智能科技产业投资基金管理中心（有限合伙），曾系公司股东，已于2023年4月23日退出
正和共创	指	正和共创海河（天津）投资合伙企业（有限合伙），系公司机构股东
财鑫一号	指	东莞北交财鑫一号股权投资企业（有限合伙），系公司机构股东
东证常平	指	东莞市东证常平新兴产业股权投资企业（有限合伙），系公司机构股东
仙津实业	指	广东仙津实业投资有限公司，系公司机构股东
莞商联投	指	广东莞商联投股权投资管理有限公司，系公司机构股东
新股东	指	正和共创、财鑫一号、东证常平、仙津实业和莞商联投为申报前12个月通过公司2024年第一次定向发行引入的新股东
北流电器	指	北流市邦泽创科电器有限公司，系公司全资子公司
北流五金	指	北流市邦泽创科五金制品有限公司，系北流电器的全资子公司
东莞新通泽	指	东莞市新通泽贸易有限公司，系公司全资子公司
浙江腾杰	指	浙江腾杰信息科技有限公司，系公司全资子公司
东莞新泽	指	东莞市新泽贸易有限公司，系公司全资子公司
香港吉士达	指	吉士达机电有限公司（JUSTAR TECHNOLOGY LIMITED），系公司香港全资子公司
越南创科	指	越南邦泽创科有限公司（CÔNG TY TNHH CÔNG

		NGHỆ SÁNG TẠO BONSEN VIỆT NAM), 系香港吉士达的越南全资子公司
香港腾邦	指	腾邦电子有限公司 (TEMPUS ELECTRONICS LIMITED), 系公司中国香港全资子公司
香港瑞普	指	瑞普电子科技有限公司 (RUI PU ELECTRONIC TECHNOLOGY LIMITED), 系公司中国香港全资子公司
香港中土	指	中土电子科技有限公司 (ZHONG TU ELECTRONIC TECHNOLOGY LIMITED), 系公司中国香港全资子公司, 已于 2023 年 12 月 15 日注销
香港诚邦	指	诚邦电子有限公司 (CHENGBANG ELECTRONIC LIMITED), 系公司中国香港全资子公司
香港信泽	指	信泽电子有限公司 (XINZE ELECTRONIC LIMITED), 系公司中国香港全资子公司
美国邦泽	指	邦泽电子股份有限公司 (Bonsen Electronics Inc.), 系公司美国全资子公司
美国电器	指	邦泽电器股份有限公司 (Bonsen Electrical Appliances Inc.), 系美国邦泽的美国全资子公司
美国环保	指	邦泽环保科技股份有限公司 (Bonsen Environmental Technology Inc.), 系美国邦泽的美国全资子公司
美国科技	指	邦泽科技股份有限公司 (Bonsen Technology Inc.), 系美国邦泽的美国全资子公司, 已于 2023 年 3 月 6 日注销
新加坡众邦	指	众邦电子有限公司 (ZHONGBANG ELECTRONICS PTE. LTD.), 系公司新加坡全资子公司
新加坡惠泽	指	惠泽电子有限公司 (HUIZE ELECTRONICS PTE. LTD.), 系新加坡众邦的新加坡全资子公司, 已于 2022 年 8 月 8 日注销
新加坡帮鲜生	指	帮鲜生电子有限公司 (FRESKO BRANDS PTE. LTD.), 系新加坡众邦的新加坡全资子公司, 已于 2022 年 8 月 8 日注销
越南科技	指	越南邦泽科技有限公司 (CÔNG TY TNHH CÔNG NGHỆ BONSEN VIỆT NAM), 系新加坡众邦的越南全资子公司
香港惠尔尚	指	惠尔尚科技有限公司 (REESER TECHNOLOGY LIMITED), 系公司中国香港全资子公司
越南邦泽	指	越南邦泽电子有限公司 (CÔNG TY TNHH ĐIỆN TỬ BONSEN VIỆT NAM), 系香港惠尔尚的越南全资子公司
香港结邦	指	结邦电子有限公司 (JIEBANG ELECTRONIC LIMITED), 系香港惠尔尚的中国香港全资子公司
香港睿泽	指	睿泽电子科技有限公司 (RUIZE ELECTRONIC TECHNOLOGY LIMITED), 系香港惠尔尚的中国香港全资子公司, 已于 2024 年 1 月 19 日注销

香港寰睿	指	寰睿电子科技有限公司（HUANRUI ELECTRONIC TECHNOLOGY LIMITED），系香港惠尔尚的中国香港全资子公司
香港泓逸	指	泓逸电子科技有限公司（HONGYI ELECTRONIC LIMITED），系香港惠尔尚的中国香港全资子公司，已于 2023 年 12 月 15 日注销
日本 NB	指	株式会社 NB PLANNING, 曾用名 NB 企画合同会社, 系香港惠尔尚的日本全资子公司
东莞分公司	指	广东邦泽创科电器股份有限公司东莞分公司，已于 2023 年 6 月 29 日注销
广东丽泽	指	广东省丽泽智能科技有限公司，曾系公司持股 5%的参股公司，已于 2024 年 6 月 20 日完成股权转让的工商变更登记
东莞脑力	指	东莞市脑力实业有限公司，实际控制人、副董事长张勇女儿张亚欢曾任该公司财务负责人，已于 2024 年 1 月 2 日卸任
广州赛邦	指	广州赛邦办公设备有限公司，系公司持股 25%的参股公司，实际控制人徐宁任监事的企业
深圳启正	指	深圳启正房地产投资顾问有限公司，徐宁妹妹徐萍配偶黄华峰持 90.00%股权，任执行董事、法定代表人；徐宁妹妹徐萍持 10.00%股权，任监事的企业
新宝股份	指	广东新宝电器股份有限公司，报告期内离职独立董事谭有超担任独立董事的企业
滁州东菱电器	指	滁州东菱电器有限公司，新宝股份全资子公司，报告期内与公司存在交易的企业
广东东菱智慧	指	广东东菱智慧电器有限公司，曾用名佛山市顺德区东菱智慧电器科技有限公司，新宝股份全资子公司，报告期内与公司存在交易的企业
三屯经济联合社	指	东莞市厚街镇三屯股份经济联合社，公司房屋出租方之一
EDV 有限责任公司	指	CÔNG TY TNHH EDV，公司房屋出租方之一
Amazon（亚马逊电商）	指	亚马逊公司（Amazon）的电商销售平台，公司在亚马逊电商平台开设店铺，公司自有品牌业务主要通过 Amazon（亚马逊电商）海外电商平台进行销售
Amazon（亚马逊）	指	美国亚马逊公司及其体系公司（Amazon.Com,Inc.），公司主要 ODM 业务客户之一
Walmart（沃尔玛电商）	指	沃尔玛公司的电商销售平台，公司自有品牌业务主要通过 Walmart（沃尔玛电商）海外电商平台进行销售
Walmart（沃尔玛）	指	美国沃尔玛公司及其体系公司（Walmart Inc.），公司主要 ODM 业务客户之一
Sam's Club（山姆会员店）	指	Walmart（沃尔玛）旗下的高端会员制商店，在全球已拥有 800 多家门店，是全球最大的会员制商店之一
Kompernass	指	Kompernass Handelsgesellschaft mbH，注册地在德国，公司主要 ODM 业务客户之一

Staples（史泰博）	指	Staples Inc.，为全球卓越的办公用品公司，公司主要 ODM 业务客户之一
ACCO（爱可品牌）	指	ACCO Brands USA LLC 及其关联公司，是全球办公用品行业最大规模的供应商之一
Office Depot（欧迪办公）	指	Office Depot, Inc.及其关联公司，美国知名办公家具品牌商，公司主要 ODM 业务客户之一
BestBuy（百思买）	指	百思买集团，全球最大家用电器和电子产品零售集团之一
Go Europe	指	Go Europe GmbH，注册地在德国，公司主要 ODM 业务客户之一
Newell（纽威）	指	Newell Brands Inc.及其关联公司，是全球领先的消费品公司与商用产品制造商，公司客户之一
18.3 号投资与建设股份公司	指	CÔNG TY CỔ PHẦN ĐẦU TƯ VÀ XÂY DỰNG SỐ 18.3 (LICOGI 18.3)，系越南创科委托的工程建设方，中文名为 18.3 号投资与建设股份公司 (LICOGI 18.3)
HP、惠普	指	惠普公司（HP Inc.），是世界最大的信息科技（IT）公司之一，在全球范围内提供个人计算和其他数字访问设备、成像和打印产品以及相关技术、解决方案和服务
Shopify 独立站	指	加拿大的电子商务软件开发商，总部位于加拿大首都渥太华，其提供的服务软件 Shopify 是一个 SaaS 领域的购物车系统，适合跨境电商建立独立站，用户支付一定费用即可在其上利用各种主题/模板建立自己的网上商店
Temu（拼多多国际）	指	拼多多旗下的跨境电商平台
Tiktok（抖音国际）	指	抖音集团旗下的短视频社交平台
Rakuten（日本乐天）	指	乐天株式会社旗下的 B2B2C 购物平台，是日本最大电子商店街
天猫	指	阿里巴巴旗下综合品牌零售平台
拼多多	指	国内移动互联网的主流电子商务应用产品平台
抖音	指	北京抖音科技有限公司推出的综合性独立电商平台
京东	指	中国知名电商集团，其旗下京东商城为主要线上销售平台
京东自营	指	京东 B2C 网络销售模式，由京东自主进行采购、销售和配送
Lidl（历德）	指	隶属于总部位于德国内卡苏尔姆的 Schwarz 集团，是欧洲零售行业的领先企业之一
ALDI（奥乐齐）	指	世界知名的德国零售企业，目前在全球 10 余个国家拥有超过 10,000 家门店
Kmart（凯马特）	指	澳大利亚知名连锁零售商，在澳大利亚和新西兰拥有 300 多家门店
Kaufland（卡佛莲）	指	德国一家低成本零售连锁商，与 Lidl（历德）隶属于同一集团
《公司法》	指	《中华人民共和国公司法》

《证券法》	指	《中华人民共和国证券法》
《注册办法》	指	《北京证券交易所向不特定合格投资者公开发行股票注册管理办法》
《上市规则》	指	《北京证券交易所股票上市规则》
《公司章程》	指	广东邦泽创科电器股份有限公司现行有效的公司章程
《公司章程（草案）》	指	广东邦泽创科电器股份有限公司上市后生效的公司章程
中国证监会	指	中国证券监督管理委员会
广东证监局	指	中国证券监督管理委员会广东监管局
北交所	指	北京证券交易所
全国股转系统	指	全国中小企业股份转让系统
全国股转公司	指	全国中小企业股份转让系统有限责任公司
东莞证券、保荐机构、保荐人、主承销商	指	东莞证券股份有限公司
公司会计师、致同会计师	指	致同会计师事务所（特殊普通合伙）
公司律师、国浩律师	指	国浩律师（北京）事务所
元、万元	指	人民币元、人民币万元
报告期	指	2022 年度、2023 年度和 2024 年度
专业名词释义		
ODM	指	Original Design Manufacturer，原始设计制造商，是由采购方委托制造方提供从研发、设计到生产、后期维护的全部服务，而由采购方负责销售的生产方式
OBM	指	Original Brand Manufacturer，自有品牌制造商。生产企业经营自有品牌
OEM	指	Original Equipment Manufacturer，代工生产商。由品牌商利用其掌握的关键核心技术负责设计和开发新产品，企业根据品牌商订单代工生产，最终由品牌商销售
PCT	指	专利合作条约（Patent Cooperation Treaty），系专利领域的一项国际合作条约
PE	指	聚乙烯（Polyethylene，简称 PE）是乙烯经聚合制得的一种热塑性树脂
Nylon	指	聚酰胺，俗称尼龙，是分子主链上含有重复酰胺基团—[NHCO]—的热塑性树脂总称
LFGB	指	德国食品和日用品法，它规定了与食品接触的产品必须符合的安全标准
FDA	指	美国食品药品监督管理局（Food and Drug Administration）认证
REACH	指	“化学品注册、评估、许可和限制”的英文简称，是欧盟对进入其市场的所有化学品进行预防性管理的法规
2C	指	对消费者，通常指直接面向消费者销售产品或提供服

		务
2B	指	对机构/企业,通常指直接面向前述对象销售产品或提供服务
PCB	指	Printed Circuit Board, 印制电路板, 又称印刷线路板, 是重要的电子部件, 是电子元器件的支撑体, 是电子元器件电气相互连接的载体
PCBA	指	Printed Circuit Board Assembly, 是 PCB 空板经过 SMT 上件, 或经过 DIP 插件的整个制程
纸梳	指	碎纸机中的一个重要组成部分, 其主要功能是引导纸张进入刀刃区域, 防止卡纸现象的发生。纸梳通常由塑料或金属制成, 设计成梳子状的结构
注塑件	指	由注塑机生产的各种注塑产品
夹具	指	机械制造过程中用来固定加工对象, 使之占有正确的位置, 以接受施工或检测的装置
机构	指	是由两个或两个以上构件通过活动联接形成的构件系统
真空槽	指	保持一定程度真空的密封腔
喷油	指	工业产品的表面涂装加工
丝印	指	丝网印刷, 即用丝网作为版基, 并通过感光制版方法, 制成带有图文的丝网印版
胶辊	指	以金属或其他材料为芯, 外覆橡胶经硫化而制成的辊状制品
CE 认证	指	适用于欧盟市场, 主要包含产品安全、电磁兼容、环保、能效的检测和认证, 属强制性认证
GS 认证	指	适用于德国市场, 主要包含电气产品安全性能方面的检测和认证, 属非强制性认证
UKCA 认证	指	适用于英国市场, 自 2021 年 1 月 1 日开始取代欧洲通用制度 CE 认证
FCC 认证	指	适用于美国市场, 主要包含无线电应用产品、通讯产品和数字产品电磁兼容和辐射限制等检测和认证, 属强制性认证
UL 认证	指	适用于美国市场, 主要包含产品安全性能方面的检测和认证, 属非强制性认证
ETL 认证	指	适用于美国市场, 其是世界领先的质量与安全机构 Intertek (天祥) 集团的专属标志, 获得 ETL 标志的产品代表满足北美的强制标准, 可顺利进入北美市场销售, 属非强制性认证
PSE 认证	指	适用于日本市场, 主要包含产品安全性能方面的检测和认证, 属强制认证

注: 本招股说明书数字保留小数点后两位, 若出现总数与各分项数值之和尾数不符的情况, 均为四舍五入原因造成。

第二节 概览

本概览仅对招股说明书作扼要提示。投资者作出投资决策前，应认真阅读招股说明书全文。

一、 发行人基本情况

公司名称	广东邦泽创科电器股份有限公司	统一社会信用代码	91441900771869898H
证券简称	邦泽创科	证券代码	874249
有限公司成立日期	2005年3月1日	股份公司成立日期	2020年12月31日
注册资本	52,678,571元	法定代表人	徐宁
办公地址	广东省东莞市厚街镇伦品涌工业区路11号		
注册地址	广东省东莞市厚街镇伦品涌工业区路11号		
控股股东	陈赤	实际控制人	陈赤、张勇、徐宁
主办券商	东莞证券	挂牌日期	2024年1月11日
上市公司行业分类	C 制造业		C34 通用设备制造业
管理型行业分类	C 制造业	C34 通用设备制造业	C347 文化、办公用机械制造 C3479 其他文化、办公用机械制造

二、 发行人及其控股股东、实际控制人的情况

截至本招股说明书签署日，陈赤直接持有公司 1,805.00 万股股份，占公司总股本的 34.26%，为公司的控股股东，并担任公司董事；张勇直接持有公司 1,209.50 万股股份，占公司总股本的 22.96%，并担任公司副董事长；徐宁直接持有公司 750.00 万股股份，占公司总股本的 14.24%，并通过东莞泽凯间接持有公司 1.26% 的股份，通过东莞泽宇间接持有公司 0.11% 的股份，合计直接或者间接持有公司 15.61% 的股份，并担任公司董事长。

陈赤与徐宁系夫妻关系。2018 年 1 月 1 日，陈赤、张勇和徐宁（以下简称“三方”）签订了《一致行动协议》，三方在公司的重大决策过程中均通过协商一致的方式行使股东权利及管理权，并形成一致行动安排。根据公司实际运作情况以及三方签订的《一致行动协议》，陈赤、徐宁和张勇三人为公司的共同实际控制人，三人直接或间接合计持有公司 72.83% 的股份。

综上，截至本招股说明书签署日，公司控股股东为陈赤，公司实际控制人为陈赤、张勇、徐宁，报告期内未发生变化。公司的控股股东、实际控制人的具体情况详见本招股说明书“第四节 发行人基本情况”之“四、发行人股东及实际控制人情况”。

三、 发行人主营业务情况

邦泽创科成立于 2005 年 3 月，已深耕行业多年，构建起集自主研发、原创设计、跨国生产、全球商超渠道/互联网品牌销售、全球本地化服务，即“‘研、产、销、服’门到门垂直一体化”的全链路经营体系，并通过境外商超/互联网渠道 ODM 销售和自有/授权品牌电商销售为主的模式，为全球消费者提供技术领先、品质可靠、个性化的创新型办公电器和家用电器产品。

ODM 业务方面，公司依托“中国+越南”的跨国生产基地，持续为欧美及亚太地区商超/互联网渠道提供产品和服务，如美国：Amazon（亚马逊）的自有品牌 AmazonBasics、Walmart（沃尔玛）、Sam's Club（山姆会员店）、BestBuy（百思买）、Staples（史泰博）、Office Depot（欧迪办公）等，欧洲：Lidl（历德）、ALDI（奥乐齐）等，澳大利亚：Kmart（凯马特）等，逐步建立起客户信赖的产品制造体系，为公司业绩的持续稳定发展奠定坚实的基础。

自有/授权品牌业务方面，随着 2014 年跨境电商逐步兴起，公司率先向自有/授权品牌跨境电商拓展。公司坚持“多品类、多渠道、多品牌”的自有品牌经营战略，目前拥有“Bonsaii”“Bonsen”等自有办公电器品牌，“Bonsenkitchen”“AromaRoom”“Fresko”等自有家用电器品牌，以及“HP/惠普”授权办公电器品牌，其中公司“Bonsaii”品牌的碎纸机和“Fresko”“Bonsenkitchen”品牌的真空包装机连续荣登 Amazon Best Sellers 榜，并在北美及欧洲市场享有较高的品牌知名度，获得了消费者及客户的认可。

公司通过 Amazon（亚马逊电商）、Walmart（沃尔玛电商）、Shopify 独立站和京东自营等第三方电商平台开展线上销售业务，已覆盖主流电商渠道。截至 2024 年 12 月 31 日，在 Amazon（亚马逊电商）平台上，公司部分型号碎纸机、真空包装机在各地区同类产品销售榜前 2 位。通过自有/授权品牌电商业务的拓展，公司得以直接面对终端消费者，精准把握需求的变化，发挥“‘研、产、销、服’门到门垂直一体化”的全链路经营能力，不断推出热门产品，构建起贴近用户的全球营运体系。

在实际经营中，公司通过自有/授权品牌电商销售直接面向终端用户，精准了解终端用户的真实需求和使用痛点，实现产品和技术的创新研发。这使得自有品牌在电商平台销售数据排名前列，并获得优异的评价数据，优秀的产品数据成为公司与全球商超/互联网渠道合作的有效信用背书，获得大额商超/互联网渠道 ODM 订单。大额商超/互联网渠道 ODM 订单使得公司可以发挥规模生产低成本与品质稳定的优势，同时耗材产品凭借定期更换的长期使用需求，为公司带来整体销售额与利润的持续成长，形成持续稳定的现金流。这种相辅相成的关系成为公司独特的“商超×互联网双引擎驱动”增长模式，实现业绩的良性循环。

同时，公司自成立以来注重培养创新能力并提升研发实力。公司目前是国家级高新技

术企业，且截至 2024 年 12 月 31 日，公司已获得国内外专利 281 项及软件著作权 2 项，其中发明专利 38 项（国内 29 项、国外 9 项），实用新型专利 184 项（国内 179 项、国外 5 项），外观设计专利 53 项（国内 42 项，国外 11 项），PCT 国际专利检索报告 6 项。截至 2024 年 12 月 31 日，公司研发人员为 130 人，占公司员工总数的 8.71%。此外，公司荣获多项荣誉：2018-2019 年，公司粒状切割碎纸技术荣获“中国制造之美”入围奖；公司“智能感应过胶机”被评为 2020 年度“广东省名优高新技术产品”；2021 年 8 月，公司被广东省科学技术厅认定为“广东省工程技术研究中心”；2022 年 12 月，公司荣获“广东省创新型中小企业”称号；2022 年 12 月，公司荣获“广东省优秀品牌示范企业”称号；公司“具有稳定裁切机构的真空封口机”和“带切角结构的过胶机”被评为 2022 年度“广东省名优高新技术产品”；2023 年 1 月，公司荣获“广东省专精特新中小企业”称号；2023 年 8 月，公司荣获“东莞市第一批市级制造业单项冠军示范企业”称号；2023 年 12 月，公司荣获“广东省省级制造业单项冠军”称号；2024 年 11 月，公司“智能办公碎纸机”荣获 2024 年 DiD Award（东莞杯）国际工业设计大赛的“创新产品奖”；2025 年 1 月，公司被中国黄埔海关认定为“AEO 高级认证企业”。

四、 主要财务数据和财务指标

项目	2024年12月31日 /2024年度	2023年12月31日 /2023年度	2022年12月31日 /2022年度
资产总计(元)	897,380,991.81	623,087,969.86	498,583,759.50
股东权益合计(元)	429,247,108.46	252,060,412.40	148,554,456.35
归属于母公司所有者的股东权益(元)	429,247,108.46	252,060,412.40	148,554,456.35
资产负债率(母公司)(%)	49.62	59.61	62.79
营业收入(元)	1,509,799,840.24	1,168,138,581.97	1,070,927,305.85
毛利率(%)	40.12	39.43	28.84
净利润(元)	147,931,797.57	107,622,447.31	7,141,235.22
归属于母公司所有者的净利润(元)	147,931,797.57	107,622,447.31	7,141,235.22
归属于母公司所有者的扣除非经常性损益后的净利润(元)	155,322,733.34	110,106,524.56	7,461,719.88
加权平均净资产收益率(%)	43.30	53.18	5.04
扣除非经常性损益后净资产收益率(%)	45.46	54.41	5.27
基本每股收益(元/股)	2.89	2.09	0.13
稀释每股收益(元/股)	2.89	2.09	0.13
经营活动产生的现金流量	157,742,828.55	92,625,671.17	90,798,549.25

净额(元)			
研发投入占营业收入的比例 (%)	2.51	2.32	2.15

五、 发行决策及审批情况

(一) 本次公开发行已获得的授权和批准

2024年10月14日和2025年4月3日,公司分别召开第二届董事会第十一次会议和第二届董事会第十四次会议,审议通过了《关于公司申请公开发行股票并在北交所上市的议案》等与本次公开发行股票并在北交所上市的相关议案。

2024年10月29日和2025年4月22日,公司召开2024年第七次临时股东大会和2025年第一次临时股东大会,审议通过了与本次公开发行股票并在北交所上市相关的议案,2024年第七次临时股东大会同意授权董事会办理公司申请股票向不特定合格投资者公开发行并在北京证券交易所上市事宜。

公司严格按照《公司法》《证券法》《注册办法》《上市规则》等有关法律法规、规范性文件及公司章程的规定,就本次公开发行并在北交所上市相关事项履行了现阶段必须的法定程序,该等法定程序完整、合法、有效。

(二) 本次公开发行尚需履行的决策程序与审批程序

本次公开发行尚需经中国证监会履行相应的程序。获得中国证监会同意注册之前,公司不会实施本次公开发行方案。

六、 本次发行基本情况

发行股票类型	人民币普通股
每股面值	人民币 1.00 元
发行股数	不超过 10,000,000 股 (含本数, 未考虑超额配售选择权); 公司及主承销商可以根据具体发行情况择机采用超额配售选择权, 采用超额配售选择权发行的股票数量不得超过本次发行股票数量的 15%, 即不超过 1,500,000 股 (含本数); 包含采用超额配售选择权发行的股票数量在内, 公司本次拟向不特定合格投资者发行股票数量不超过 11,500,000 股 (含本数)
发行股数占发行后总股本的比例	-
定价方式	通过公司和主承销商自主协商直接定价、合格投资者网上竞价或网下询价等中国证监会及北交所认可的方式确定发行价格。最终定价方式由公司的主承销商根据具体情况及监管要求协商确定

发行后总股本	-
每股发行价格	以后续的询价或定价结果作为发行底价
发行前市盈率（倍）	-
发行后市盈率（倍）	-
发行前市净率（倍）	-
发行后市净率（倍）	-
预测净利润（元）	-
发行前每股收益（元/股）	-
发行后每股收益（元/股）	-
发行前每股净资产（元/股）	-
发行后每股净资产（元/股）	-
发行前净资产收益率（%）	-
发行后净资产收益率（%）	-
本次发行股票上市流通情况	-
发行方式	发行人和主承销商自主协商直接定价、合格投资者网上竞价、网下询价或中国证监会和北交所认可的其他发行方式（包括但不限于向战略投资者配售股票）
发行对象	符合国家法律法规和监管机构规定的，已开通北京证券交易所股票交易权限的合格投资者（法律、法规和规范性文件禁止购买者除外）
战略配售情况	-
预计募集资金总额	-
预计募集资金净额	-
发行费用概算	-
承销方式及承销期	余额包销
询价对象范围及其他报价条件	符合北交所要求的合格投资者
优先配售对象及条件	-

七、 本次发行相关机构

（一） 保荐人、承销商

机构全称	东莞证券股份有限公司
法定代表人	陈照星
注册日期	1997年6月9日
统一社会信用代码	914419002818871883
注册地址	广东省东莞市莞城区可园南路一号
办公地址	广东省东莞市莞城区可园南路一号
联系电话	0769-22119285
传真	0769-22119275
项目负责人	袁炜
签字保荐代表人	袁炜、文斌

项目组成员	包春丽、林冠龙、许培鑫、钱啸啸、董撼宇、沈云谦、陈镞、罗婷、杨雄辉、张倩、杨纯
-------	---

(二) 律师事务所

机构全称	国浩律师（北京）事务所
负责人	刘继
注册日期	1998年6月26日
统一社会信用代码	31110000E000192132
注册地址	北京市朝阳区东三环北路38号泰康金融大厦9层
办公地址	北京市朝阳区东三环北路38号泰康金融大厦9层
联系电话	010-65890699
传真	010-65176800
经办律师	姚佳、张博阳

(三) 会计师事务所

机构全称	致同会计师事务所（特殊普通合伙）
负责人	李惠琦
注册日期	2011年12月22日
统一社会信用代码	91110105592343655N
注册地址	北京市朝阳区建国门外大街22号赛特广场五层
办公地址	北京市朝阳区建国门外大街22号赛特广场五层
联系电话	010-85665588
传真	010-85665120
经办会计师	陈志芳、刘多奇、胡洪斌

(四) 资产评估机构

适用 不适用

(五) 股票登记机构

机构全称	中国证券登记结算有限责任公司北京分公司
法定代表人	黄英鹏
注册地址	北京市西城区金融大街26号5层33
联系电话	010-58598980
传真	010-58598977

(六) 收款银行

户名	东莞证券股份有限公司
开户银行	中国工商银行股份有限公司东莞市分行

账号	2010021319900008088
----	---------------------

（七） 申请上市交易所

交易所名称	北京证券交易所
法定代表人	周贵华
注册地址	北京市西城区金融大街丁 26 号
联系电话	010-63889755
传真	010-63884634

（八） 其他与本次发行有关的机构

适用 不适用

八、 发行人与本次发行有关中介机构权益关系的说明

财鑫一号、东证常平为股权投资基金，系公司 2024 年第一次定向发行引入的股东，其基金管理人为东证锦信投资管理有限公司，东证锦信投资管理有限公司系保荐机构东莞证券的全资子公司。财鑫一号、东证常平合计持有公司 892,857 股股份，占比 1.69%。

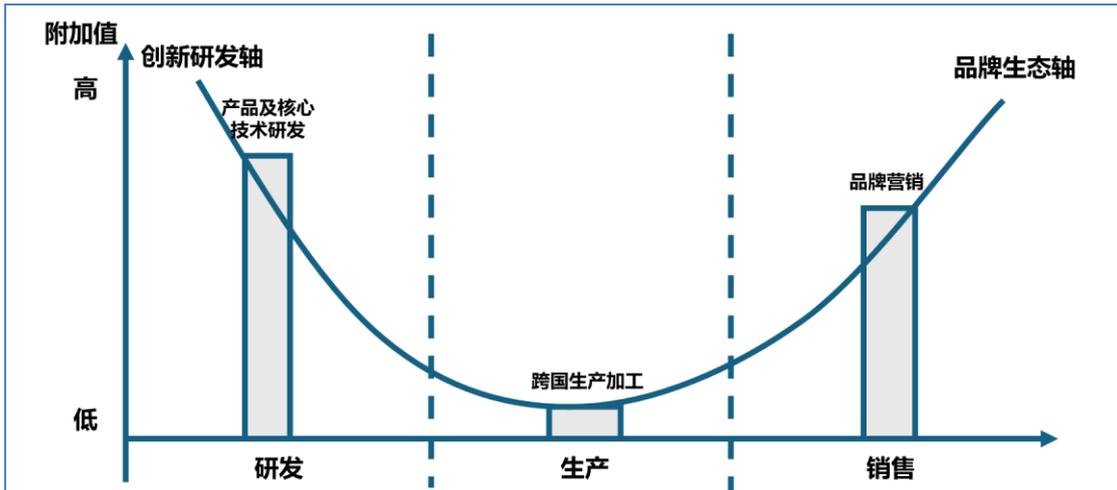
除上述情况外，截至本招股说明书签署日，公司与本次发行有关的中介机构及其负责人、高级管理人员及经办人员之间不存在直接或间接的股权关系或其他权益关系。

九、 发行人自身的创新特征

邦泽创科主要从事办公电器和家用电器的自主研发、原创设计、跨国生产、全球商超渠道/互联网品牌销售、全球本地化服务。公司为国家级高新技术企业、广东省专精特新中小企业和广东省省级制造业单项冠军。公司始终秉承“为办公和生活更加美好创造价值”的经营理念，坚持以客户为中心，持续关注消费者购买和使用产品的需求，为客户创造价值，努力将公司塑造为全球知名的创新型办公电器和家用电器品牌企业。

（一） 模式创新

1. 构建“门到门”垂直一体化全链路业务模式



公司自 2005 年成立以来，基于“微笑曲线”理论内核的解析与全球化价值链重构趋势的研判，首先向创新研发轴发力，逐步自主掌握生产与研发的核心技术与核心部件的设计和生 产。其次，公司于 2014 年开始致力于品牌生态轴的发展，逐步布局海外品牌渠道建设、海外本土营销和售后服务，形成“多品牌、多渠道、多品类”的立体运营架构。最后为深化全球供应链布局，公司实施区域产能协同战略，在东莞总部保持研发中枢与高附加值产品、新品生产功能的同时，于越南海阳建设海外制造基地，并配合广西北流核心零部件供应基地，三点一线的产业布局形成了技术标准统一、产能弹性调配的跨区域生产网络。



公司目前已实现从“上游核心部件：模具设计、电机、刀具生产或采购；中游：产品设计开发、成品生产；下游：渠道建设、海外本土的品牌运营和售后”的“门到门”垂直一体化全链路业务模式，改变了行业中分段经营、制造端不掌握核心技术、采购链路冗长、

销售端没有品牌渠道无法直达消费者、对市场端掌控力薄弱的困局，为实现公司国际化、品牌化发展奠定基础。

2. 数字化赋能“门到门”垂直一体化全链路业务模式

在全球垂直一体化产业布局的同时，为使产业链的协同和效率发挥最大作用，公司以数字化赋能全链路业务运营。公司结合自身业务流程特点，采取自主开发与第三方合作开发相结合的模式，先后开发了仓储扫描终端系统（WMS）、跨境电商物流全程管理系统（EOS）等系统，实现全链条数字化，以高效率、低成本运作为公司业务加速发展提供保障。公司数字化赋能的典型案例分析如下：

（1）数字化赋能跨国供应链管理

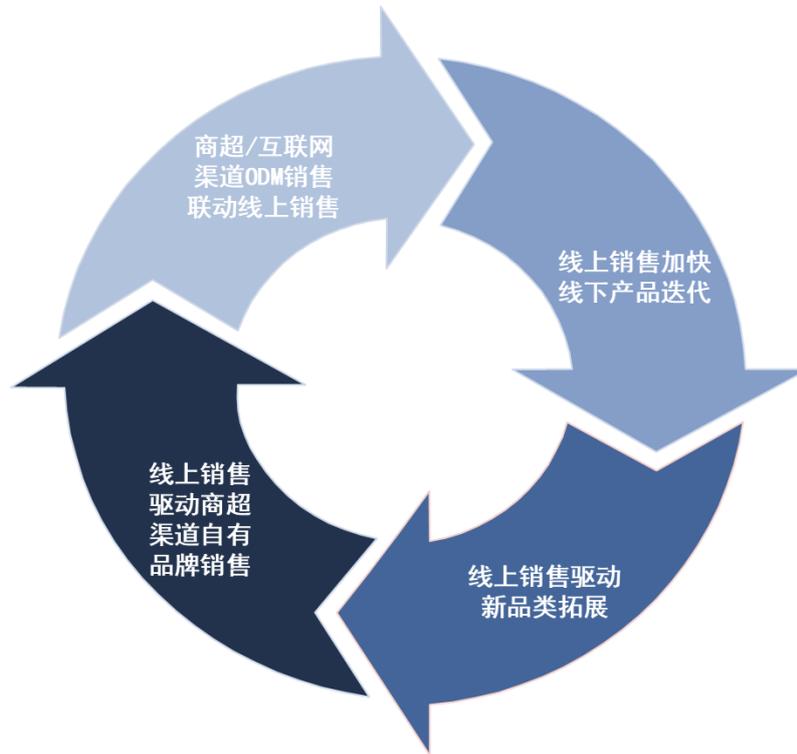
基于跨国生产企业面对的物料种类复杂、境外员工易因语言障碍出错、跨国配送物料成本高等复杂情况，公司采用“不重复包装、不重复点数、不重复检验、不事后检验、不多余搬运、不间断生产”的六“不”原则，建立了集成的供应链配送系统，通过中国总部统一调配，按越南生产制造基地的工单需求，将物料按生产顺序打包成完整套料并整体出口配送至生产现场，越南员工拆包即可生产，实现工单级精准匹配。同时公司通过实时数据共享，确保物料在生产线启动前准时送达。这套基于数字化的精准配送供应链策略，实现物料按工单需求统一调拨，减少冗余库存，也避免了物料重新入库再领料的环节，解决了跨国生产物料配送容易因语言等障碍而出错的问题。

（2）数字化赋能客户关系管理

公司通过与第三方合作部署本地化的售后服务系统，能够直接触达消费者，建立了直连终端用户的服务体系。公司得以通过用户反馈数据的分析成果，识别高频问题点并优化产品设计。并且通过售后交互增强了用户粘性，进一步提升复购率。这套基于数字化的客户关系管理策略，将传统“一次性销售”升级为“全生命周期服务”，为公司建立敏捷的市场反馈-产品迭代能力。

3. “商超×互联网双引擎驱动”增长模式

公司通过已掌握的商超/互联网渠道 ODM 业务与自有/授权品牌电商业务形成“商超×互联网双引擎驱动”增长模式，实现业绩呈现螺旋式循环上升增长。



第一层循环：商超/互联网渠道 ODM 销售联动线上销售。公司将已进入商超/互联网渠道的产品，发挥规模生产低成本与品质稳定的优势，依据不同品牌定位对产品重新进行设计，为自有/授权品牌电商取得竞争优势，带来线上销售额与利润的持续成长。

第二层循环：线上销售加快线下产品迭代。互联网自有/授权品牌电商销售直接面对终端消费者，持续获得用户使用反馈，并以消费者需求为导向进行产品的快速迭代，并进行快速验证。将验证成功的迭代产品再次投放到商超/互联网渠道中，带来整体销售规模的扩大和成本优势，并再次提升销售额和利润。

第三层循环：线上销售驱动新品类拓展。公司通过互联网电商平台直接面向终端消费者，精准了解其真实需求和使用痛点，实现产品和技术的创新研发。公司的新品类首先通过自有品牌在互联网电商平台销售，取得销售数据排名前列，并获得优异的评价数据，成为与全球商超/互联网渠道合作的有效信用背书，以此获得大额商超/互联网渠道 ODM 订单，并大幅降低供应链采购成本，形成规模经济。低成本制造与品质稳定又可以提升自有/授权品牌电商业务的竞争力。

第四层循环：公司未来愿景为线上销售驱动商超渠道自有品牌销售。随着“线下商超×线上互联网双引擎驱动”模式的快速运转，公司多品类自有品牌产品在互联网销售取得成功。商超渠道客户为了赢得与互联网平台的竞争，满足用户购买多样性的需求，会引入成功的互联网品牌进入商超渠道，实现公司自有品牌在海外线上互联网和线下超市的布局，最终实现自有品牌的国际化。

公司基于上述数字化“门到门”垂直一体化全链路业务模式与独特的“商超×互联网双引擎驱动”增长模式，不断拓展办公电器和家用电器新品类，实现收入结构的多元化和收入规模的持续增长，进一步实现公司国际化、品牌化之路。

（二）产品创新

公司坚持以客户为中心，产品获得消费者的认可，为消费者提供良好的购物体验是公司追求的目标。基于上述“商超×互联网双引擎驱动”模式及数字化赋能客户关系管理的策略，公司持续获得用户使用反馈，以需求驱动公司产品快速迭代，不断丰富自身产品核心技术。公司产品创新典型案例如下：

1. “涡轮风冷”碎纸机

长期以来行业研发工程师始终认为碎纸机的最大痛点是卡纸、噪音等，但经公司用户反馈数据分析，“碎纸机无法长时间工作”才是最大的痛点。公司结合普通碎纸机只支持短时间工作，而长续航碎纸机价格高昂的现状，调整技术升级路线，研发出一款装备“涡轮风冷技术”的低成本、长续航碎纸机，上市后获得客户和用户的广泛认可。

2. “河豚气囊”智能真空包装机

公司经用户反馈数据分析，发现手动真空包装机因为严重依赖用户手动操作，操作流程繁琐，故导致封口成功率低，操作用时过长，严重影响了用户使用体验。公司研发工程师创造性地模仿“河豚”快速鼓气及放气的原理，研发出一款“河豚气囊”真空包装机。该真空包装机能够免去传统手动按压翻版动作，由6步操作减少至3步操作。基于此项技术，公司研发工程师进一步开发“动态决策算法”，通过多层压感传感器和动态算法自动识别用户封装食物的性质（干/湿食品、软/硬材质等），以此智能选择工作模式。真正实现智能化“零按键操作”，提升了用户使用体验，得到客户好评。

（三）技术创新

1. 创新成果

公司自成立以来持续注重培养创新能力并提升研发实力，且获得诸多荣誉。截至2024年12月31日，公司已取得专利281项及软件著作权2项，其中境内发明专利29项，境外发明专利9项，PCT国际专利检索报告6项。报告期内，公司新增的专利数量为151项，具备持续的创新成果转化能力。相关创新成果如下：

提升项目	专利技术示例	示例详情
生产效率	一种改进的碎纸机流水线生产线及其专用夹具（专利号：ZL201410129753.2）	以碎纸机流水线为例，公司根据生产需求，设计出一款生产线夹具，从而在碎纸机装配过程中实现固定加工、快速翻转和不易掉落的功能。且基于该夹具技术设计的生产线，占地面积小，布局合理，能够实现减少生产工人，提高生产效率的目标。

丰富功能	碎纸机智能进纸方法及智能自动进纸的碎纸机（专利号：ZL201710858774.1）	以碎纸机为例，公司考虑到碎纸机工作时常有纸张数量上限，该上限值一般低于用户的碎纸需求，上述情况延长了用户在碎纸机旁等待的时间，故研发了智能自动进纸的碎纸机，用户只需要将任意数量的纸张放在进纸器上并启动碎纸机，机器便可自动进纸并碎纸，用户无需等待便可离开。
提高卫生安全	一种下座可拆洗的真空封口机（专利号：ZL201821402806.3）	以真空包装机为例，公司考虑到机器在抽干空气的同时，容易将食品的汁水抽出，久而久之机器将存在大量污水不易清理，故研发了真空包装机可拆洗真空槽的技术，方便用户在使用后拆卸清洗，保证了机器卫生安全。
新产品开发研究	咖啡机（专利号：ZL202330614041.X）	公司根据目前已有的技术，不断研发迁移至具有同类型技术的新产品，例如咖啡机等。公司将原有运用在手持搅拌器上的马达技术，运用在咖啡机的研磨技术上，成功推出了咖啡机产品。

近年来，公司的主要荣誉奖项如下：

序号	时间	奖项
1	2018-2019年	公司粒状切割碎纸技术荣获“中国制造之美”入围奖
2	2020年	公司“智能感应过胶机”被评为2020年度“广东省名优高新技术产品”
3	2021年	公司被广东省科学技术厅认定为“广东省工程技术研究中心”
4	2022年	公司荣获“广东省创新型中小企业”称号
5	2022年	公司荣获“广东省优秀品牌示范企业”称号
6	2022年	公司“具有稳定裁切机构的真空封口机”和“带切角结构的过胶机”被评为2022年度“广东省名优高新技术产品”
7	2023年	公司荣获“广东省专精特新中小企业”称号
8	2023年	公司荣获“东莞市第一批市级制造业单项冠军示范企业”称号
9	2023年	公司荣获“广东省省级制造业单项冠军”称号
10	2024年	公司“智能办公碎纸机”荣获2024年DiD Award（东莞杯）国际工业设计大赛的“创新产品奖”
11	2025年	公司被中国黄埔海关认定为“AEO高级认证企业”

2. 创新投入

报告期内，公司研发投入金额分别为2,305.39万元、2,713.47万元和3,788.86万元，占各期营业收入的比例分别为2.15%、2.32%和2.51%。截至2024年12月31日，公司已有研发人员130人，占员工人数的8.71%。公司持续投入研发资金主要用于提升生产效率，对现有产品进行升级换代以及新品的开发研究。

未来公司将致力于通过增加研发投入，推动创新技术的突破。研发投入方向主要将体现在自主开发办公、厨电、生活电器等产品的专利技术，深化信息化、数字化管理在供应链体系中的应用，以及引入更多自动化生产技术。

（四）产品市场地位

公司始终秉承“为办公和生活更加美好创造价值”的经营理念，坚持以客户为中心，持续关注消费者购买和使用产品的需求，为客户创造价值。目前，公司拥有“Bonsaii”“Bonsen”等自有办公电器品牌，“Bonsenkitchen”“AromaRoom”及高端品牌“Fresko”等自有家用电器品牌，以及“HP/惠普”授权办公电器品牌。公司“Bonsaii”品牌的碎纸机和“Fresko”“Bonsenkitchen”品牌的真空包装机常年荣登 Amazon Best Sellers 榜，并在北美及欧洲市场享有较高的品牌知名度，也获得了消费者及客户的认可。同时，公司积极拓展商超类客户市场，凭借优异的产品质量、快速的客户响应、深厚的生产技术积累，成功销往 Walmart（沃尔玛）、Sam's Club（山姆会员店）、BestBuy（百思买）、Staples（史泰博）、Office Depot（欧迪办公）、ALDI（奥乐齐）、LIDL（历德）等全球知名商超，逐步建立起客户信赖的产品制造体系。

根据 DataIntelo 统计数据，2023 年全球碎纸机市场规模约为 35 亿美元，公司 2023 年碎纸机产品销售收入 68,451.58 万元，预估公司全球市场占有率为 2.76%。根据中国海关发布数据结合发行人碎纸机国内出口情况，公司碎纸机在我国碎纸机出口当中占据较大比例，2024 年公司中国市场碎纸机出口占中国碎纸机出口总量的 22.18%，具体如下：

年份	中国碎纸机出口数量（台）	公司于中国碎纸机出口数量（台）	对应占比
2022	8,404,768	1,788,932	21.28%
2023	7,747,093	1,765,548	22.79%
2024	8,469,585	1,878,513	22.18%

此外，公司积极响应电商发展趋势，借助形象的产品展示和良好的客户服务，逐步抢占市场份额，在终端市场形成了一定影响力。截至 2024 年 12 月 31 日，在 Amazon（亚马逊电商）平台上，公司“Bonsaii”品牌的碎纸机在各地区碎纸机销售榜前 2 位，公司“Bonsenkitchen”品牌的真空包装机在各地区真空包装机 Amazon Best Sellers 榜前 2 位。

十、 发行人选择的具体上市标准及分析说明

根据《上市规则》第 2.1.3 条，发行人结合自身规模、经营情况、盈利情况等因素综合考量，选择第一套上市标准，即“预计市值不低于 2 亿元，最近两年净利润均不低于 1,500 万元且加权平均净资产收益率平均不低于 8%，或者最近一年净利润不低于 2,500 万元且加权平均净资产收益率不低于 8%”。根据发行人同行业公司的市盈率情况及发行人最近一次融资情况，预计发行时公司市值不低于 2 亿元。发行人 2023 年度、2024 年度经审计的扣除非经常性损益前后孰低的归属于母公司股东的净利润分别为 10,762.24 万元、14,793.18 万元，加权平均净资产收益率（扣除非经常性损益前后归属于母公司股东的净

利润孰低计算）分别为 53.18%、43.30%，符合《上市规则》第 2.1.3 条第一项的要求。

十一、 发行人公司治理特殊安排等重要事项

截至本招股说明书签署日，公司不存在公司治理特殊安排等重要事项。

十二、 募集资金运用

本次公开发行新股的募集资金扣除发行费用后，拟投资于以下项目：

单位：万元

项目名称	项目 总投资	募集资金 投入额	建设期	实施主体	项目备 案证号	环评批复
邦泽创科电器智能制造基地项目	29,792.73	29,792.73	24 个月	邦泽创科	2309-441900-	东环建 (2025) 04-01- 560 号
总部及研发中心项目	10,239.39	10,239.39	36 个月	邦泽创科	363364	
合计	40,032.12	40,032.12	-	-	-	

若本次发行实际募集资金不能满足上述项目的全部需求，不足部分将由公司利用自有资金或通过银行贷款等方式自筹解决。若因经营需要或市场竞争等因素导致上述募集资金投资项目在本次发行募集资金到位前必须进行先期投入的，公司将根据项目进度的实际需要以自筹资金先行投入，并在募集资金到位之后以募集资金置换先行投入的自筹资金。上述募集资金投资项目的具体情况，请详见本招股说明书“第九节 募集资金运用”之相关内容。

十三、 其他事项

截至本招股说明书签署日，发行人无其他应披露重要事项。

第三节 风险因素

投资者在评价公司投资价值时，除本招股说明书提供的其他资料外，应特别考虑下述各项风险因素。下述风险因素按类别列示并根据重要性原则或可能影响投资者投资决策程度大小排序，但该排序并不表示风险因素会依次发生。

一、经营风险

（一）宏观经济波动风险

办公和家用电器的市场需求与终端消费者的购买能力以及购买意愿紧密相连。如果宏观经济的景气程度出现下滑，终端消费者的可支配收入也将随之减少，购买意愿也将会减弱。根据国际货币基金组织（IMF）数据，2022-2024年，全球GDP增长率分别为3.4%、3.1%和3.2%。近年来境内及境外经济增速有所波动，国际贸易摩擦等因素都将导致我国乃至全球经济面临更多的不确定性。若未来全球经济增长持续放缓、停滞或出现较大下滑，将直接影响消费者的消费意愿和购买能力，从而使公司面临经营业绩下降的风险。

（二）国际贸易政策风险

报告期内，公司产品面向全球销售，客户分布北美洲、欧洲、中国等多个国家和地区，境外销售收入金额分别为101,921.92万元、111,837.75万元和145,563.28万元，占主营业务收入比例分别为95.34%、96.43%和96.98%。但伴随着全球政治环境和经济形势愈加复杂，各国间贸易摩擦时有发生，部分国家改变进口、关税、外汇等政策，实行贸易保护主义以提振本国经济，可能会造成全球供应链的波动性加大、物流效率降低、运营成本上升等情况，若未来公司产品主要出口国家和地区的贸易政策、政治经济环境等发生重大变化，将对公司经营业绩的稳定发展产生不利影响。

（三）海外电商平台经营风险

2014年以来，公司开展跨境电商业务，主要通过Amazon（亚马逊电商）、Walmart（沃尔玛电商）、Shopify独立站等海外线上电商平台销售产品。目前，亚马逊等线上平台已逐渐发展为成熟的全球性开放式电商平台，但如果该等电商平台的业务模式、经营策略或经营稳定性发生重大变化，则可能对公司的经营业绩产生不利影响。2022-2024年度，公司通过亚马逊等海外电商平台实现的销售收入占主营业务收入的比例分别为48.45%、60.54%和58.49%。如果亚马逊等平台对第三方卖家的平台政策及平台费率进行较大调整，或者公司与亚马逊等平台的合作关系在未来发生重大不利变化，而公司未能及时、有效拓展其他销售渠道，将对公司经营活动、财务状况产生不利影响。

（四）汇率风险

报告期内，公司产品以外销为主，2022-2024 年度，公司外销收入分别为 101,921.92 万元、111,837.75 万元和 145,563.28 万元，占公司主营业务收入的比重分别为 95.34%、96.43%和 96.98%。

公司外销产品多以美元定价，汇率波动对公司业绩的影响主要体现为：获取境外销售订单至确认收入期间，受美元兑人民币汇率波动影响，以人民币折算的产品单价亦受相应影响，进而对公司主营业务毛利率产生影响；确认销售收入形成应收账款至收回外汇期间，汇率变动对美元应收账款的计量、实际结汇损益也产生较大影响，造成汇兑损益变化。报告期内，公司因汇率波动产生的汇兑损益分别为 740.83 万元、1,128.23 万元和-920.94 万元。未来人民币汇率若有较大波动，将对公司产品的价格竞争力及毛利率产生较大影响，进而影响公司的经营业绩。

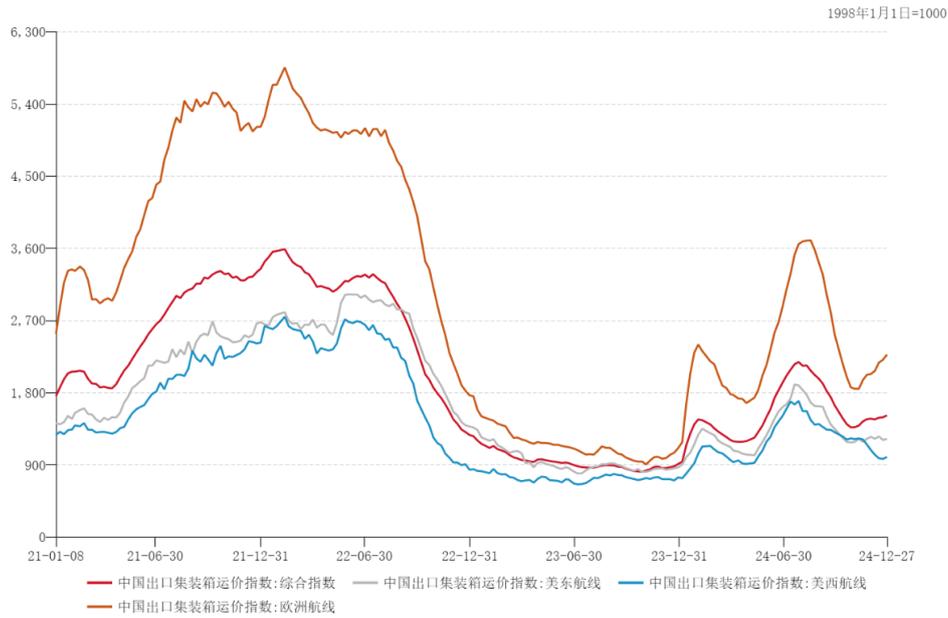
项目	2024 年度	2023 年度	2022 年度
美元结算收入（万美元）	15,322.61	11,953.16	12,381.65
美元兑人民币平均汇率	7.1217	7.0467	6.7261
汇率影响收入金额（万元人民币）	1,149.20	3,832.18	-

注：汇率影响收入金额=当期外币结算外销收入*（当期平均汇率-上期平均汇率）。

（五）海运费波动的风险

公司跨境电商平台销售主要通过海运方式将货物运往北美、欧洲等区域的电商平台海外仓库，跨境物流运输成本是公司自有/授权品牌境外线上销售成本的重要部分，海运费价格大幅波动直接影响公司的经营业绩。国际海运费价格在 2021 年至 2022 年上半年出现大幅上涨，2022 年下半年开始逐步回落，报告期内波动较为明显。若未来国际海运价格继续大幅波动，则会对公司的经营业绩造成一定影响。2021-2024 年中国出口集装箱运价指数情况如下：

2021-2024 出口集装箱运价指数

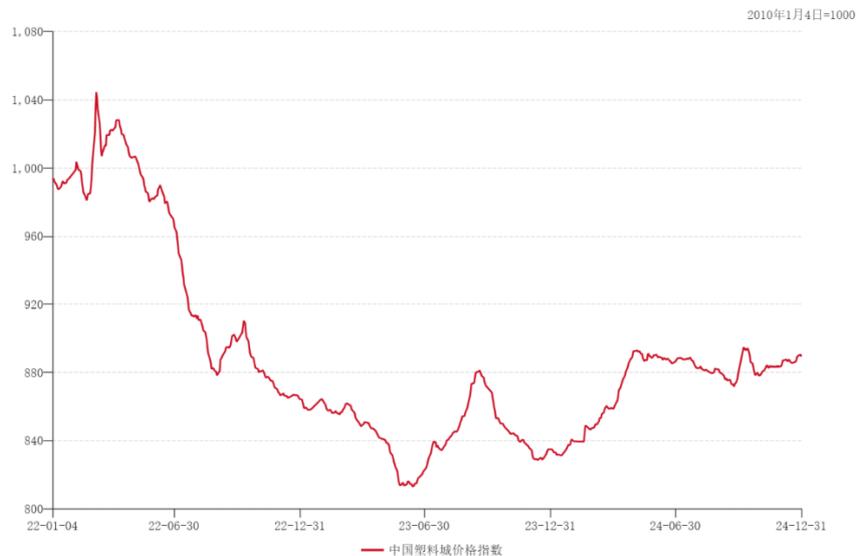


数据来源:Wind

(六) 原材料价格波动风险

公司主营业务为办公电器和家用电器产品的研发、生产、销售和全球本地化服务。公司采购的原材料和零部件规格型号众多，按类别划分主要包括电子电器、塑料原料、五金制品、塑胶制品和包装材料等。报告期内，公司直接材料成本占主营业务成本的比例分别为 53.45%、53.12%和 53.42%，占比较高。受宏观经济环境和需求影响，公司主要原材料采购价格存在一定的波动，例如，报告期内塑胶原料平均采购价格分别为 11.06 元/千克和 9.66 元/千克、9.89 元/千克。2022-2024 年中国塑料城价格指数如下图所示：

2022-2024 年中国塑料城价格指数



数据来源: Wind

公司拥有基于规模优势的原材料采购议价能力，并通过内部降本增效措施，能够消化原材料价格波动带来的部分风险，但如果未来主要原材料价格出现大幅波动，公司仍将面临着主要原材料价格波动对公司经营业绩带来不利影响的风险。

（七）生产经营场所租赁瑕疵风险

截至 2024 年 12 月 31 日，公司主要生产经营场所包括在广东省东莞市厚街镇、广西省玉林市北流市和越南海阳省海阳市自有和承租的房产，其中公司在广东省东莞市厚街镇承租的房产已办理房屋租赁登记备案，但因历史原因未能办理房屋产权证书，涉及面积为 53,641.16 平方米（注：剔除转租后的公司实际生产经营使用面积），占公司生产经营面积比例为 38.53%。

如果公司租赁的生产和办公场所公司在租赁期间内被拆迁或因其他原因而无法继续租赁，则公司可能在短期内存在因搬迁导致经营受到不利影响的风险。

二、财务风险

（一）应收账款较大的风险

报告期各期末，公司应收账款账面余额分别为 5,156.53 万元、13,114.86 万元和 17,401.76 万元，占当期流动资产的比例分别为 15.56%、29.25%和 27.88%，占比较高。公司应收账款余额较大，且随着公司经营规模的扩大，应收款项余额可能进一步增加。若公司主要客户的经营状况和资信状况发生重大不利变化，则会导致该等应收账款不能按期收回或无法收回而发生坏账，进而对公司的生产经营和业绩产生不利影响。

（二）存货余额较高的风险

报告期各期末，公司存货账面余额分别为 15,273.27 万元、18,766.18 万元和 26,009.69 万元，占总资产的比例分别为 30.63%、30.12%和 28.98%，公司存货账面余额较大，资产占比相对较高。对于电商销售模式业务，公司采用“预测销售量+安全库存”的存货管理模式，通常根据未来约 3 个月的预测销售额来确定成品备货量，库存商品的余额较大；对于 ODM 业务，公司存货余额主要取决于期末在手订单情况。如果公司对电商销售预测不够准确，则可能出现成品备货过多，导致存货占用较多营运资金，影响经营现金净流量。

此外，公司存货主要是存放在境内外仓库、海外 FBA 仓或运输途中等，若公司存货管理不善，出现破损或短缺等情况，将给公司带来直接财产损失，进而对经营业绩造成不利影响。若未来产品市场和客户需求发生重大不利变化，可能导致产品滞销、存货积压，从而增加公司存货跌价的风险。

（三）境内税收优惠政策变化的风险

公司外销收入占比较高，生产企业出口货物执行“免、抵、退”税政策，外贸企业出

口货物执行退（免）税政策，公司大部分出口货物退税率为 13%，出口退税政策的变化将影响公司的经营业绩。如果国家下调出口货物的出口退税率，将会降低公司经营现金流，并影响公司的外销产品定价，在一定程度上削弱公司产品在国际市场的竞争力。

公司分别于 2020 年 12 月 9 日和 2023 年 12 月 28 日取得了证书编号分别为 GR202044004636、GR202344015087 的《高新技术企业证书》，有效期为三年，享有所得税减按 15%税率征收的优惠。如果公司未来不能被继续认定为高新技术企业或国家政策及优惠比例发生不利变化，将对本公司经营业绩产生一定不利影响。

（四）税务监管风险

公司的中国香港、美国和日本子公司主要通过境外电商平台向消费者销售产品，收入主要来源于北美和欧洲等国家。公司境外线上业务涉及国家或地区较多，境外各个国家或地区流转税、关税、所得税及其他税费相关法规较为复杂，公司已按照相关法规就前述各项税种进行申报缴纳，按照主要经营地或收入来源地的税收政策履行纳税义务，报告期内公司未收到税务监管机关重大处罚的情形；但全球各地对跨境电商的税务监管政策各有不同，未来如果主要收入来源国家或地区的税收政策发生重大变化，而公司未能正确理解税收政策的变化，导致公司存在可能被境外主管税务机构认定存在税收缴纳违法违规并被要求补缴相关税费的风险。

同时，发行人及子公司的注册地位于多个国家或地区，业务定位涵盖了制造、贸易、电商，内部交易规模较大且涉及跨境交易。若公司内部转移定价被主管税务机关认定不足独立第三方原则，则可能存在需要补缴所得税的风险。

三、技术风险

（一）产品研发失败风险

公司是一家集办公电器和家用电器的自主研发、原创设计、跨国生产、全球商超渠道/互联网品牌销售、全球本地化服务的高新技术企业，及时研发新技术和推出新产品是公司保持竞争力的基本要求。未来如果公司不能根据行业内变化做出前瞻性判断，根据市场需求及时调整研发及产品发展方向、快速响应与精准把握市场，将可能导致公司的产品不能满足用户不断更新且多样化的需求，公司产品将面临丧失市场竞争力的风险，对公司未来持续发展经营造成不利影响。

（二）技术人才流失风险

技术人才的稳定性对于公司的创新和发展至关重要。经过多年的发展和积累，公司在办公及家用电器新品开发方面已拥有一支高效、稳定的团队。未来随着行业竞争日趋激烈，可能导致技术人员流失，将对公司的技术研发能力和市场竞争力产生不利影响，甚至影响公司在办公电器和家用电器领域的市场地位。

（三）核心技术泄密风险

公司通过长期的自主研发积累了一系列办公电器与家用电器产品设计和生产的核心技术，相关技术在市场拓展和成本控制方面发挥着关键作用。一旦出现核心技术泄密或知识产权被他人侵权的情形，将可能会损害公司的市场竞争力和盈利能力，对公司的生产和经营活动产生不利影响。

（四）募集资金投资项目实施的风险

本次募集资金投资项目围绕公司主营业务展开，为公司现有技术、产品的升级和扩展。邦泽创科电器智能制造基地项目的建设主要是为了进一步扩大生产规模，优化产品结构，提升盈利能力；总部及研发中心项目主要通过扩大研发场地、购置领先的研发软硬件设备，引进高端技术人才，完善技术研发创新体系，进一步夯实新产品设计开发实力，为公司主营业务的快速发展提供技术保障。虽然公司已对募集资金拟投资项目进行了充分论证，但由于本次募投项目投资金额较大，项目投产后产能扩充迅速，如拟投资项目无法按计划实施完成，或者项目投产后市场环境发生重大变化等情况，可能影响募集资金的使用效益。

（五）募投项目导致即期回报被摊薄的风险

本次发行完成后，随着募集资金的到位，发行人总股本和净资产规模将相应增加。鉴于本次发行募集资金到位时间，以及募集资金到位后新增资产的运用效益不一定能立即达到原有资产的运用效益水平，在此期间股东回报仍将通过现有业务产生的收入和利润实现。因此，本次发行可能导致公司发行当年每股收益及净资产收益率较上年出现下降的情形，公司存在因本次发行导致即期回报被摊薄的风险。

四、其他风险

（一）实际控制人控制不当的风险

本次发行前，实际控制人为陈赤、张勇、徐宁，三人直接或间接合计持有公司 72.83% 的股份，本次发行后，公司实际控制人陈赤、张勇、徐宁仍处于控股地位。

虽然公司已按照现代企业制度建立了较为完善的法人治理结构，依据《公司法》《证券法》等法律法规和规范性文件的要求规范运作，认真执行“三会”议事规则，切实采取相关措施保障公司及公司其他中小股东的利益，但仍不能完全排除实际控制人利用其控制地位，通过行使表决权及其他直接或间接方式对公司的发展战略、生产经营、利润分配决策等重大事项进行控制，从而影响公司决策的科学性和合理性，并有可能损害公司及公司其他股东的利益。

（二）发行失败风险

公司本次公开发行会受到国内外宏观经济环境、资本市场的波动、投资者对于公司的预期以及其他因素的影响。如果发行人本次公开发行的发行结果存在发行股份数量、发行对象人数、发行后股东人数、公众股东持股比例等不满足北交所上市条件等情形，则为发行失败。发行失败后公司将继续在全国股转系统创新层挂牌。

第四节 发行人基本情况

一、 发行人基本信息

公司全称	广东邦泽创科电器股份有限公司
英文全称	Bonsen Electronics Limited
证券代码	874249
证券简称	邦泽创科
统一社会信用代码	91441900771869898H
注册资本	52,678,571 元
法定代表人	徐宁
成立日期	2005 年 3 月 1 日
办公地址	广东省东莞市厚街镇伦品涌工业区路 11 号
注册地址	广东省东莞市厚街镇伦品涌工业区路 11 号
邮政编码	523000
电话号码	0769-89191199
传真号码	0769-89191199
电子信箱	investor@bonsenglobal.com
公司网址	https://www.bonsen.cn
负责信息披露和投资者关系的部门	董事会办公室
董事会秘书或者信息披露事务负责人	刘文涛
投资者联系电话	0769-89191199
经营范围	一般项目：互联网销售（除销售需要许可的商品）；家居用品制造；家居用品销售；办公设备销售；家用电器制造；家用电器研发；家用电器销售；电机及其控制系统研发；机械设备研发；电机制造；办公用品销售；办公设备耗材制造；办公设备耗材销售；文化、办公用设备制造；计算器设备制造；计算器设备销售；货币专用设备制造；货币专用设备销售；包装专用设备制造；包装专用设备销售；塑料制品制造；塑料制品销售；模具制造；模具销售；电子产品销售；五金产品制造；货物进出口；技术进出口；非居住房地产租赁；信息咨询服务（不含许可类信息咨询服务）。（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）
主营业务	办公电器和家用电器的自主研发、原创设计、跨国生产、全球商超渠道/互联网品牌销售、全球本地化服务
主要产品与服务项目	公司产品主要分为办公电器和家用电器两大类，办公电器产品包括碎纸机、过胶机及耗材等，家用电器产品包括厨房小家电和生活电器，其中厨房小家电包括真空包装机及耗材、手持搅拌器

等，生活电器包括空气净化器等

二、 发行人挂牌期间的基本情况

（一） 挂牌时间

2024 年 1 月 11 日

（二） 挂牌地点

截至本招股说明书签署日，公司挂牌地点为全国股转系统，所属层级为创新层。

（三） 挂牌期间受到处罚的情况

挂牌期间，公司未受到全国股转系统的自律监管措施、纪律处分或中国证监会的行政处罚。

2024 年 7 月 18 日，全国股转公司挂牌审查部出具《关于对广东邦泽创科电器股份有限公司的监管工作提示》，认为公司在申报挂牌时财务数据存在错报，构成信息披露违规，违反了《全国中小企业股份转让系统业务规则（试行）》第 1.5 条的规定，对公司进行监管工作提示。

2024 年 9 月 11 日，广东证监局出具《关于对广东邦泽创科电器股份有限公司的监管关注函》（广东证监函〔2024〕1162 号），认为公司存在会计核算不规范、内部控制存在缺陷、信息披露不规范的问题，违反了《非上市公众公司监督管理办法》等相关法律法规的规定。

报告期内，公司存在被全国股转公司挂牌审查部出具监管工作提示以及被广东证监局出具监管关注函的情形，根据《中华人民共和国行政处罚法》《全国中小企业股份转让系统自律监管措施和纪律处分实施细则》《非上市公众公司监督管理办法》等相关规定，监管工作提示及监管关注函不属于行政处罚，公司已经对监管工作提示及监管关注函所涉及的不规范内容进行了有效整改，公司不存在违反《注册办法》第十一条规定的情况。

（四） 终止挂牌情况

适用 不适用

（五） 主办券商及其变动情况

公司自 2024 年 1 月 11 日在全国股转系统挂牌以来，主办券商一直为东莞证券，未发生变动。

（六） 报告期内年报审计机构及其变动情况

公司报告期内年报审计机构均为致同会计师，未发生变动。

（七） 股票交易方式及其变更情况

公司自 2024 年 1 月 11 日在全国股转系统挂牌至今，股票交易方式一直为集合竞价，未发生变更。

（八） 报告期内发行融资情况

报告期内，公司存在一次发行融资。

公司于 2024 年 5 月 30 日召开第二届董事会第六次会议、第二届监事会第五次会议，2024 年 6 月 14 日召开 2024 年第四次临时股东大会，分别审议通过了《关于〈广东邦泽创科电器股份有限公司定向发行说明书〉的议案》等相关议案。公司本次拟向认购对象发行不超过 2,678,571 股人民币普通股票，每股价格为 16.80 元，预计募集资金总额不超过 45,000,000.00 元，认购方式为现金。

2024 年 7 月 5 日，全国股转公司向公司出具了《关于同意广东邦泽创科电器股份有限公司股票定向发行的函》（股转函〔2024〕1088 号）。

2024 年 7 月 25 日，募集资金已全部到位，本次定向发行公司收到募集资金总额 45,000,000.00 元，本次发行股数 2,678,571 股，具体发行对象及认购情况如下：

序号	发行对象	认购数量（股）	认购金额（元）	认购方式
1	正和共创	1,190,476	20,000,000.00	现金
2	财鑫一号	595,238	10,000,000.00	现金
3	东证常平	297,619	5,000,000.00	现金
4	仙津实业	416,667	7,000,000.00	现金
5	莞商联投	178,571	3,000,000.00	现金
	合计	2,678,571	45,000,000.00	-

2024 年 8 月 26 日，本次定向发行新增股份在全国股转系统挂牌并公开转让。

（九） 报告期内重大资产重组情况

报告期内，公司未发生重大资产重组。

（十） 报告期内控制权变动情况

报告期内，公司控股股东为陈赤，公司实际控制人为陈赤、张勇和徐宁，公司控制权未发生变动。

（十一） 报告期内股利分配情况

报告期内，公司共完成 2 次股利分配，为现金股利分配，简要情况如下：

1. 2022 年 7 月向美的投资定向分红

2021 年 1 月，公司及公司全体股东和美的投资签订《广东邦泽创科电器股份有限公司增资协议》，约定美的投资以 6,888.00 万元的价格认购公司新增注册资本 441.5385 万元。各方分别于 2021 年 1 月和 2022 年 5 月签订《广东邦泽创科电器股份有限公司增资协议之补充协议》《广东邦泽创科电器股份有限公司增资协议之补充协议二》，约定如公司 2021 年实际净利润低于人民币 8,000.00 万元时，公司、控股股东和/或实际控制人需按照约定的条件回购股份。

根据公司 2021 年度审计报告，上述协议约定的股份回购情形已触发，为妥善解决美的投资股份回购事宜，结合公司实际情况并经友好协商，公司及公司全体股东与美的投资于 2022 年 7 月签订《关于广东邦泽创科电器股份有限公司股份回购的框架协议》，约定公司以定向分红和定向减资的方式回购美的投资持有的公司股权。

公司分别于 2022 年 8 月 3 日和 2022 年 8 月 19 日召开第一届董事会第九次会议和 2022 年第三次临时股东大会，审议通过了《关于广东邦泽创科电器股份有限公司定向分红的议案》，公司向股东美的投资派发现金红利 2,197.00 万元（含税），其他股东一致同意放弃本次分红。本次利润分配已于 2022 年 9 月 5 日执行完毕。

2. 2024 年半年度权益分派

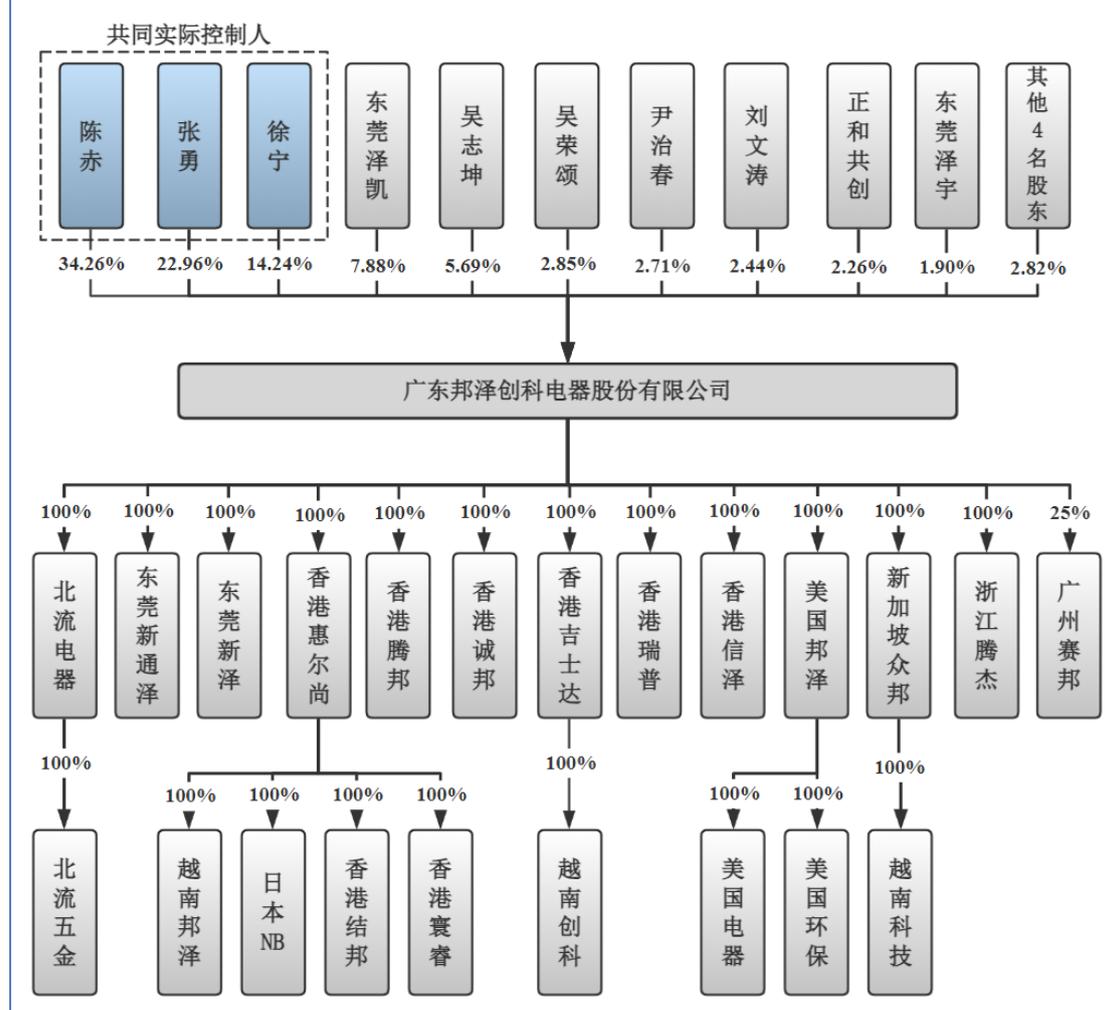
公司分别于 2024 年 9 月 13 日和 2024 年 10 月 8 日召开第二届董事会第十次会议和 2024 年第六次临时股东大会，审议通过了《关于公司 2024 年半年度权益分派方案的议案》，本次权益分派按照截至审议本次权益分派预案的董事会召开日的公司总股本 52,678,571 股，以应分配股数 52,678,571 股为基数，以未分配利润向参与分配的股东每 10 股派发现金红利 2.8474 元（含税）。本次权益分派共预计派发现金红利 14,999,696.31 元，

于 2024 年 10 月 18 日执行完毕。

除此之外，报告期内，公司未进行过其他股利分配。

三、 发行人的股权结构

截至本招股说明书签署日，公司的股权结构如下：



四、 发行人股东及实际控制人情况

(一) 控股股东、实际控制人情况

截至本招股说明书签署日，陈赤直接持有公司 1,805.00 万股股份，占公司总股本的 34.26%，为公司的控股股东，并担任公司董事；张勇直接持有公司 1,209.50 万股股份，占公司总股本的 22.96%，并担任公司副董事长；徐宁直接持有公司 750.00 万股股份，占公司总股本的 14.24%，并通过东莞泽凯间接持有公司 1.26% 的股份，通过东莞泽宇间接持

有公司 0.11%的股份，合计直接或者间接持有公司 15.61%的股份，并担任公司董事长。

徐宁、张勇、陈赤三人为保证各方在公司治理和经营管理决策事项上保持一致，各方于 2018 年 1 月 1 日签署了《一致行动协议》，约定各方向公司董事会、股东（大）会提出议案时，需事先与其他方充分沟通协商，在达成一致意见后共同向董事会、股东（大）会提出，并按照一致行动会议形成的一致意见统一行使表决权。若各方就拟提交董事会或股东（大）会审议的事项无法达成一致意见，则在提交董事会、股东（大）会表决时以表决人数最多的意见为准。《一致行动协议》自签署之日起生效，除法定原因或经协议各方一致同意外，协议任何一方自公司上市之日起三年内不得退出一致行动及解除协议，亦不得辞去公司董事或高级管理人员职务；期满后，各方协商一致仍可延长。根据公司实际运作情况以及三方签订的《一致行动协议》，陈赤、徐宁和张勇三人为公司的共同实际控制人，三人直接或间接合计持有公司 72.83%的股份。

综上，截至本招股说明书签署日，公司控股股东为陈赤，公司实际控制人为陈赤、张勇、徐宁，报告期内未发生变化。

陈赤女士，1968 年 4 月出生，中国国籍，无境外永久居留权，身份证号为 530102196804*****，现任公司董事。

张勇先生，1965 年 1 月出生，中国国籍，无境外永久居留权，身份证号为 320611196501*****，现任公司副董事长。

徐宁先生，1966 年 10 月出生，中国国籍，无境外永久居留权，身份证号为 420102196610*****，现任公司董事长。

（二） 持有发行人 5%以上股份的其他主要股东

截至本招股说明书签署日，除公司实际控制人陈赤、张勇和徐宁外，直接或间接持有公司 5%以上股份的其他股东为东莞泽凯、吴志坤和尹治春。前述股东基本情况如下：

1. 东莞泽凯

截至本招股说明书签署日，东莞泽凯直接持有公司 415.00 万股股份，持股比例为 7.88%，其基本情况如下：

名称	东莞市泽凯投资合伙企业（有限合伙）
成立时间	2017 年 12 月 12 日
类型	有限合伙企业
统一社会信用代码	91441900MA514GUG47
执行事务合伙人	尹治春
住所或主要经营场所	广东省东莞市厚街镇环冈学府路 5 号海逸豪庭尚都 96 幢 2 单

	元 1701 房
经营范围	实业投资。（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）

截至本招股说明书签署日，东莞泽凯出资结构如下：

序号	股东（出资人）	出资额（元）	出资比例	合伙人类型
1	尹治春	2,180,500.00	37.53%	普通合伙人
2	徐宁	930,300.00	16.01%	
3	朱兴兵	310,625.00	5.35%	
4	李钦灿	305,375.00	5.26%	
5	骆明芳	175,000.00	3.01%	
6	周圆圆	135,625.00	2.33%	
7	廖丽芽	130,375.00	2.24%	
8	吴稳	128,625.00	2.21%	
9	赵丽芳	119,875.00	2.06%	
10	刘杰	117,250.00	2.02%	
11	欧国富	112,000.00	1.93%	
12	熊成浩	111,125.00	1.91%	
13	何生才	108,500.00	1.87%	
14	彭志峰	79,625.00	1.37%	
15	段军辉	70,000.00	1.20%	
16	晏保凡	67,375.00	1.16%	
17	谭奇军	63,000.00	1.08%	
18	刘志勇	60,375.00	1.04%	
19	刘其柏	59,500.00	1.02%	
20	张爱斌	58,625.00	1.01%	
21	陈远红	58,625.00	1.01%	
22	马明臣	50,750.00	0.87%	
23	刘丽	49,000.00	0.84%	
24	杨仁刚	45,500.00	0.78%	
25	邓艳荷	45,500.00	0.78%	
26	张超	43,750.00	0.75%	
27	彭静	36,400.00	0.63%	
28	程航警	28,000.00	0.48%	
29	李登科	28,000.00	0.48%	
30	涂启丹	16,800.00	0.29%	
31	梁兴泽	14,000.00	0.24%	
32	李安安	14,000.00	0.24%	
33	何耀忠	14,000.00	0.24%	
34	陈文辉	14,000.00	0.24%	
35	但茜倩	8,400.00	0.14%	
36	房春叶	8,400.00	0.14%	
37	钱仁炜	2,800.00	0.05%	

38	黄艺	2,800.00	0.05%	
39	叶伟豪	2,800.00	0.05%	
40	叶沃昇	2,800.00	0.05%	
合计	-	5,810,000.00	100.00%	-

注：上述合伙人均为或者曾为邦泽创科及其子公司的员工，其中刘志勇于 2022 年 7 月 29 日离职，离职前任品质保证部主管；陈远红于 2019 年 7 月 1 日离职，离职前任品质总监。

2. 吴志坤

吴志坤，女，1975 年 1 月出生，中国国籍，拥有美国永久居留权，身份证号为 510105197501*****，未在公司任职。

截至本招股说明书签署日，吴志坤持有公司 299.50 万股股份，持股比例为 5.69%。

3. 尹治春

尹治春，男，1977 年 11 月出生，中国国籍，无境外永久居留权，身份证号为 510703197711*****，任公司总经理。

截至本招股说明书签署日，尹治春直接持有公司 142.50 万股，直接持股比例为 2.71%，并通过东莞泽凯间接持有公司 2.96% 的股份，直接或间接持股比例为 5.66%。

(三) 发行人的股份存在涉诉、质押、冻结或其他有争议的情况

截至本招股说明书签署日，公司控股股东、实际控制人和持有公司 5% 以上股份及表决权的主要股东直接或间接持有的公司股份不存在涉诉、质押、冻结或者其他有争议的情况。

(四) 控股股东、实际控制人所控制的其他企业情况

截至本招股说明书签署日，公司控股股东、实际控制人不存在控制的其他企业。

五、 发行人股本情况

(一) 本次发行前后的股本结构情况

本次拟向不特定合格投资者公开发行股份不超过 1,000.00 万股（未考虑超额配售选择权）、不超过 1,150.00 万股（考虑超额配售选择权）；公司和主承销商将根据发行的具体情况择机采用超额配售选择权，采用超额配售选择权发行的股票数量不超过本次公开发行股票数量的 15.00%（即 150.00 万股）。

预计本次公开发行完成后，公司股东人数将不少于 200 人，公众股东持股比例将不低于公司发行后股本总额的 25%。

（二） 本次发行前公司前十名股东情况

序号	股东姓名/名称	担任职务	持股数量 (万股)	限售数量 (万股)	股权比例 (%)
1	陈赤	董事	1,805.00	1,805.00	34.26
2	张勇	副董事长	1,209.50	1,209.50	22.96
3	徐宁	董事长	750.00	750.00	14.24
4	东莞泽凯	无	415.00	415.00	7.88
5	吴志坤	无	299.50	-	5.69
6	吴荣颂	无	150.00	-	2.85
7	尹治春	总经理	142.50	142.50	2.71
8	刘文涛	副总经理、董事会秘书	128.50	128.50	2.44
9	正和共创	无	119.05	119.05	2.26
10	东莞泽宇	无	100.00	100.00	1.90
11	现有其他股东	-	148.81	148.81	2.82
	合计	-	5,267.86	4,818.36	100.00

（三） 主要股东间关联关系的具体情况

序号	关联方股东名称	关联关系描述
1	陈赤、徐宁	夫妻关系
2	陈赤、徐宁、张勇	一致行动人
3	尹治春、东莞泽凯	尹治春系东莞泽凯的执行事务合伙人并持有东莞泽凯 37.53%的出资份额
4	刘文涛、东莞泽宇	刘文涛系东莞泽宇的执行事务合伙人并持有东莞泽宇 51.00%的出资份额
5	徐宁、东莞泽凯	徐宁系东莞泽凯的有限合伙人，并持有东莞泽凯 16.01%的出资份额
6	徐宁、东莞泽宇	徐宁系东莞泽宇的有限合伙人，并持有东莞泽宇 5.80%的出资份额
7	财鑫一号、东证常平	财鑫一号、东证常平的执行事务合伙人均为东证锦信投资管理有限公司

（四） 其他披露事项

1. 发行人申报前引入新股东的基本情况

公司申报前 12 个月内，正和共创、财鑫一号、东证常平、仙津实业和莞商联投五家机构股东通过认购公司 2024 年第一次定向发行的股份成为公司新股东，相关情况如下：

(1) 新股东的基本情况

1) 正和共创

企业名称	正和共创海河（天津）投资合伙企业（有限合伙）
统一社会信用代码	91120191MA821NB01K
成立日期	2022年10月10日
营业期限	2022年10月10日至2042年10月9日
主要经营场所	天津自贸试验区（东疆综合保税区）贺兰道以北、欧洲路以东恒盛广场4号楼-323（天津全新全意商务秘书服务有限公司托管第761号）
执行事务合伙人	天津正和共赢企业管理合伙企业（有限合伙）
出资额	17,430万元
经营范围	一般项目：以私募基金从事股权投资、投资管理、资产管理等活动（须在中国证券投资基金业协会完成登记备案后方可从事经营活动）。（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）
基金备案编号	SZA543
基金备案日期	2022年12月28日
私募基金管理人登记编号	P1003063
私募基金管理人登记日期	2014年6月4日

正和共创已在中国证券投资基金业协会进行了私募投资基金备案，基金类型为股权投资基金。该基金的基金管理人为北京正和岛投资管理有限责任公司，机构类型为私募股权、创业投资基金管理人。该基金依法设立并有效存续，已纳入国家金融监管部门有效监管，并已按照规定履行审批、备案或报告程序，其管理人也已依法注册登记。

2) 财鑫一号

企业名称	东莞北交财鑫一号股权投资企业（有限合伙）
统一社会信用代码	91441900MA7JX9UB23
成立日期	2022年3月22日
营业期限	2022年3月22日至无固定期限
主要经营场所	广东省东莞市东城街道鸿福东路1号国贸中心5栋8001室
执行事务合伙人	东证锦信投资管理有限公司
出资额	5,000万元
经营范围	以自有资金从事投资活动一般项目：以自有资金从事投资活动。（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）
基金备案编号	SVZ823

基金备案日期	2022年10月18日
私募基金管理人登记编号	GC2600030844
私募基金管理人登记日期	2018年3月27日

财鑫一号已在中国证券投资基金业协会进行了私募投资基金备案，基金类型为股权投资基金。该基金的基金管理人为东证锦信投资管理有限公司，机构类型为证券公司私募基金子公司（股权、创投）。该基金依法设立并有效存续，已纳入国家金融监管部门有效监管，并已按照规定履行审批、备案或报告程序，其管理人也已依法注册登记。

3) 东证常平

企业名称	东莞市东证常平新兴产业股权投资企业（有限合伙）
统一社会信用代码	91441900MACE4DGM0Q
成立日期	2023年3月27日
营业期限	2023年3月27日至无固定期限
主要经营场所	广东省东莞市常平镇木梳创业二路22号1002室
执行事务合伙人	东证锦信投资管理有限公司
出资额	5,000万元
经营范围	一般项目：以自有资金从事投资活动。（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）
基金备案编号	SZU961
基金备案日期	2023年5月16日
私募基金管理人登记编号	GC2600030844
私募基金管理人登记日期	2018年3月27日

东证常平已在中国证券投资基金业协会进行了私募投资基金备案，基金类型为股权投资基金。该基金的基金管理人为东证锦信投资管理有限公司，机构类型为证券公司私募基金子公司（股权、创投）。该基金依法设立并有效存续，已纳入国家金融监管部门有效监管，并已按照规定履行审批、备案或报告程序，其管理人也已依法注册登记。

4) 仙津实业

企业名称	广东仙津实业投资有限公司
统一社会信用代码	91441900MA4WYTLQ4Q
成立日期	2017年8月10日
营业期限	2017年8月10日至无固定期限
注册地	广东省东莞市松山湖园区总部一路6号2栋501室
法定代表人	邓佩莹
注册资本	5,000万元
实缴资本	5,000万元
经营范围	一般项目：以自有资金从事投资活动；住房租赁；非居住房地产租赁；物业管理。（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）

仙津实业自成立以来，致力于股权投资业务，已投资东莞市埔田民营投资有限公司、

广东盈达信息科技股份有限公司等企业，具有实际经营业务，不属于中国证监会《监管规则适用指引——非上市公众公司类第1号》所规定的单纯以认购股份为目的而设立的、不具有实际经营业务的持股平台。

5) 莞商联投

企业名称	广东莞商联投股权投资管理有限公司
统一社会信用代码	91441900MA51FUGJ8U
成立日期	2018年3月28日
营业期限	2018年3月28日至无固定期限
注册地	东莞市东城街道鸿福东路2号28楼2803室
法定代表人	莫韶欣
注册资本	10,000万元
实缴资本	3,000万元
经营范围	一般项目：以自有资金从事投资活动。（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）

莞商联投自成立以来致力于股权投资业务，已投资深圳环能石墨烯科技有限公司、广东东日环保股份有限公司等企业，具有实际经营业务，不属于中国证监会《监管规则适用指引——非上市公众公司类第1号》所规定的单纯以认购股份为目的而设立的、不具有实际经营业务的持股平台。

(2) 新股东入股原因、入股价格及定价依据

新股东因看好公司发展入股公司，入股价格为16.80元/股，公司2024年第一次定向发行的价格综合考虑宏观经济环境、公司所处行业、公司成长性、每股净资产等多方面因素，并在与发行对象沟通的基础上，根据认购情况最终确定，具有合理性。

(3) 新股东与相关主体是否存在关联关系、代持情形

财鑫一号、东证常平的基金管理人东证锦信投资管理有限公司系保荐机构东莞证券的全资子公司。除前述情况外，新股东与公司其他股东、董事、监事、高级管理人员不存在关联关系，新股东与本次发行的中介机构及其负责人、高级管理人员、经办人员不存在关联关系，新股东持有公司股份不存在代持情形。

(4) 新股东间一致行动关系情况

财鑫一号、东证常平系同一基金管理人东证锦信投资管理有限公司管理的私募股权投资基金，一致行动关系稳定。除前述情况外新股东间不存在其他一致行动关系。

(5) 新股东持有的公司新增股份限售情况

新股东于2024年10月22日签署《关于股份锁定的承诺函》，详见本招股说明书“第四节 发行人基本情况”之“九、重要承诺”之“(一)与本次公开发行有关的承诺情况”。

公司新股东对于股份限售事项已作出合理安排，可确保符合现行锁定期和减持规则要求。

2. 发行人股权代持事项和解除情况

公司历史上曾存在股权代持的情形，相关股权代持均已还原或解除完毕，具体情况详见公司在全国中小企业股份转让系统官方信息披露平台（www.necq.com.cn）于 2024 年 12 月 17 日披露的《广东邦泽创科电器股份有限公司公开转让说明书》之“第一节 基本情况”之“四、公司股本形成概况”之“（六）其他情况”。

截至本招股说明书签署日，公司历史上的股权代持情形均已还原或解除完毕，代持及解除过程不存在任何形式的纠纷、争议、分歧或赔偿事项，相关情形不会对公司本次发行上市构成实质性障碍。

六、 股权激励等可能导致发行人股权结构变化的事项

（一）公司本次公开发行申报前已经制定或实施的股权激励及相关安排

截至本招股说明书签署日，公司不存在尚未实施完毕的股权激励计划，亦不存在上市后的行权安排。2018-2020 年度，邦泽电子通过东莞泽凯、东莞泽宇 2 个持股平台实施员工持股计划。2024 年，邦泽创科通过东莞泽凯、东莞泽宇 2 个持股平台实施持股平台份额转让计划。公司本次公开发行申报前已经制定或实施的股权激励及相关安排具体情况如下：

1. 2018 年股权激励计划实施情况

根据《东莞市邦泽电子有限公司 2018 年股份期权与功勋股份激励计划（草案）》，本次员工股权激励的目的是兼顾邦泽电子长短期利益，有效保留和吸引各种人才，从而更好地促进邦泽电子发展。

（1）履行的内部审议程序

2018 年 5 月，邦泽电子召开股东会会议，审议通过《关于〈公司 2018 年股份期权与功勋股份激励计划（草案）〉的议案》，同意对特定员工实施股份期权激励与功勋股份激励，激励股份来源为员工股权激励持股平台东莞泽凯及东莞泽宇的现有合伙人向激励对象转让持股平台合伙份额。本次激励计划首次授予的激励对象总人数为 55 人，包括制订本次激励计划时符合邦泽电子（含子公司）任职资格的董事、高级管理人员、核心管理人员和核心技术（业务）人员以及执行董事认定需要激励的其他员工（不包括监事）。

2019 年 8 月，邦泽电子召开股东会，审议通过《关于〈公司 2018 年股份期权与功勋股份激励计划（草案）变动〉的议案》，对期权激励业绩条件的考核期进行延长，且预计股

改后的总股本由 8,000 万股调整为 5,000 万股进行折算的拟分配股份数及比例。

(2) 2018 年股权激励方案

项目	主要内容	
	2018 年功勋股份激励	2018 年股份期权激励
股权激励内容/方式	功勋股份	股份期权
股份来源	公司员工股权激励持股平台（东莞泽凯、东莞泽宇）的现有合伙人向激励对象转让合伙份额	
激励数量	公司股改时股本总额的 2.50%（假定邦泽电子股改时的股本总额为 8,000 万股，则激励数量为 200 万股；最终邦泽电子股改时的实际股本总额为 5,000 万股，实际激励数量为 125 万股）	公司股改时股本总额的 7.50%（假定邦泽电子股改时的股本总额为 8,000 万股，则激励数量为 600 万股；最终邦泽电子股改时的实际股本总额为 5,000 万股，实际激励数量为 375 万股）
授予价格	1.25 元/股（此处的每股为公司股改时假设股本总额 8,000 万股中的 1 股，最终股改时的实际股本总额为 5,000 万股，实际授予价格为 2.00 元/股）	
授予价格确定依据	综合邦泽电子净资产、对激励对象的有效激励以及股改时的实际股本总额等因素确定每股价格。授予价格以公司估值 1 亿元为依据，假定邦泽电子股改时的股本总额为 8,000 万股，则授予价格为 1.25 元/股；如未来邦泽电子股改后实际股本总额非 8,000 万股，则股份授予价格的计算方式为：授予价格=1.25 元/（实际股改后的股本总额/8,000 万股）。2020 年 12 月，邦泽电子整体变更为股份有限公司，股改后实际股本总额为 5,000 万股，该次股份实际授予价格为 2.00 元/股。	
服务期限	无	
等待期	无	股份期权授予登记完成之日起至股份期权可行权日之间（激励对象可以开始行权的工作日）的时间段；股份期权可行权日为自行权条件满足之日起十二个月内行权；等待期内，激励对象获授的股份期权不得转让、用于担保或偿还债务
限售期 and 解除限售安排	激励对象取得的公司股份，公司上市前不得转让；公司上市之日起三年内，每年可转让股份数不超过所获股份总数的 35%，三年内累计转让股份数不得达到所获股份总数的 100%；股份在锁定期内，激励对象对未解除限售的股份不享有处分权（包括抵押、质押和转让权）。除满足锁定期的时间要求外，禁售规定还应按照《公司法》《证券法》等相关法律、法规、规范性文件和《公司章程》《合伙协议》执行。	
公允价值确定依据	根据国众联资产评估土地房地产估价有限公司对股票期权于评估基准日 2018 年 5 月 31 日的市场价值的出具的《追溯资产评估报告》（国众联评报字（2021）第 2-1288 号），公司本次股权激励计划授予的前述功勋股份和股票期权的市场价值合计为 790.02 万元。	

注：邦泽电子功勋股激励是针对 2018 年已经在邦泽电子服务一定年限的老员工的激励，授予即获得股权；邦泽电子股份期权激励计划是针对邦泽电子 2018 年在册员工满足一定业绩和服务条件的激励计划。

2. 2020 年股权激励计划实施情况

根据《东莞市邦泽电子有限公司 2020 年第一期员工股权激励实施方案》和《东莞市邦泽电子有限公司 2020 年第二期员工股权激励实施方案》，本次员工股权激励的目的是为了进一步促进邦泽电子持续健康发展，吸引和保留关键管理人员和技术人员，增加邦泽电子竞争实力，促进邦泽电子业绩增长并使邦泽电子员工能够共享邦泽电子发展成果。

(1) 履行的内部审议程序

2020 年 1 月，邦泽电子召开股东会，审议通过《关于<东莞市邦泽电子有限公司 2020 年第一期员工股权激励实施方案>的议案》和《关于<东莞市邦泽电子有限公司 2020 年第二期员工股权激励实施方案>的议案》，同意对特定员工实施股权激励，本次员工股权激励具体通过激励对象分两批受让徐宁所持东莞泽凯及东莞泽宇合伙份额实现。

(2) 2020 年股权激励方案

项目	主要内容	
	2020 年第一期股权激励	2020 年第二期股权激励
股权激励内容/方式	股份期权	
股份来源	公司实际控制人或其指定的合伙人名下员工股权激励持股平台（东莞泽凯、东莞泽宇）的合伙企业份额	
激励数量	公司股改时股本总额的 0.587%（假定邦泽电子股改时的股本总额为 8,000 万股，则激励数量为 469,600 股；邦泽电子股改时的实际股本总额为 5,000 万股，实际激励数量为 293,500 股）	公司股改时股本总额的 0.375%（假定邦泽电子股改时的股本总额为 8,000 万股，则激励数量为 299,600 股；邦泽电子股改时的实际股本总额为 5,000 万股，实际激励数量为 187,250 股）
授予价格	9 元/股（此处的每股为公司股改时股本总额 5,000 万股中的 1 股）	13.5 元/股（此处的每股为公司股改时股本总额 5,000 万股中的 1 股）
授予价格确定依据	参考公司净资产值，并结合公司对激励对象的激励程度等综合因素，假设公司股本总额为 5,000 万股测算	
服务期限	无	
等待期	无	
限售期和解除限售安排	激励对象取得的公司股份，公司上市前不得转让；公司上市之日起三年内，每年可转让股份数不超过所获股份总数 35%，三年内累计转让股份数不得达到所获股份总数 100%（法律、行政法规等规范性文件有更严格规定，从其规定）	
公允价值确定依据	以 2021 年 1 月外部投资者美的投资 15.60 元/股的入股价格为依据	

3. 2024 年持股平台份额转让计划

根据《广东邦泽创科电器股份有限公司 2024 年持股平台份额转让计划》，本次持股平台份额转让计划的目的是促进公司持续健康发展，吸引和保留关键管理人员和技术人员，增加公司竞争实力，促进公司业绩增长并使公司员工能够共享公司发展成果。

(1) 履行的内部审议程序

2024 年 5 月 13 日，公司分别召开第二届董事会第五次会议、第二届监事会第四次会

议，2024年5月28日，公司召开2024年第三次临时股东大会，分别审议通过《关于公司<2024年持股平台份额转让计划>的议案》。

(2) 2024年持股平台份额转让计划

项目	主要内容
股权激励内容/方式	受让对象通过受让实际控制人徐宁在东莞泽凯及东莞泽宇的出资份额的形式，从而间接持有公司股份
股份来源	公司实际控制人名下员工股权激励持股平台（东莞泽凯、东莞泽宇）的合伙企业份额
转让股份数	413,725股
授予价格	14.00元/股（此处的每股为公司股本总额5,000万股中的1股）
授予价格确定依据	参考前次股权激励授予价格，综合对激励对象的激励程度等因素确定，同时价格不高于公司2024年定向发行价格
服务期限	无
等待期	无
限售期和解除限售安排	激励对象取得的公司股份，公司上市前不得转让；公司上市之日起三年内，每年可转让股份数不超过所获股份总数的35%，三年内累计转让股份数不得达到所获股份总数的100%。 如公司在申请IPO期间承诺了更长的股份锁定期或持股平台作出了其他锁定承诺，或法律、法规、规范性文件、证券交易所对激励对象直接或间接持股规定更长锁定期的，应适用更长锁定期的要求，且受让对象的退股、转让、定价方式等应符合相关法律、法规的规定及监管审核要求。
公允价值确定依据	以2024年公司外部投资者定向发行价格16.80元/股为依据

4. 股权激励对公司经营情况、财务状况、控制权变化等的影响

(1) 股权激励对公司经营状况的影响

通过股权激励计划的实施，公司充分调动了公司管理人员及骨干员工的工作积极性，提高了公司凝聚力，有利于稳定核心团队，促进公司经营状况的改善，确保公司发展战略和经营目标的实现，有利于公司的长期发展。

(2) 股权激励对公司财务状况的影响

1) 股权激励的会计处理

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

公司2018年功勋股权激励和期权激励以及2020年第一期股权激励、2020年第二期股权激励和2024年持股平台份额转让计划均约定限售期：“公司上市前不得转让；公司上市之日起三年内，每年可转让股份数不超过所获股份总数的35%，三年内累计转让股份数不

得达到所获股份总数的100%(法律、行政法规等规范性文件有更严格规定的,从其规定)”。

根据公司与员工签署的股权激励协议等相关文件,限售期内,激励对象如正常离职或自愿退出,公司实际控制人有权决定是否回购,实际控制人决定回购的可由实际控制人或其指定的主体回购,回购价格为出资价格加利息或出资价格加利息与每股净资产(指前一个会计年度经审计的每股净资产)两者较高者。

公司历次股权激励的限售期和激励对象离职股份的处理约定表明,公司员工须完成规定的服务期限方可从股权激励计划中获益,属于可行权条件中的服务期限条件,而公司成功完成首次公开募股属于可行权条件中业绩条件的非市场条件。公司应当合理估计未来成功完成首次公开募股的可能性及完成时点,将授予日至上市后解除限售的期间作为等待期,并在等待期内每个资产负债表日对预计可行权数量作出估计,确认相应的股权激励费用。等待期内公司估计其成功完成首次公开募股的时点发生变化的,应当根据重估时点确定等待期,截至当期累计应确认的股权激励费用扣减前期累计已确认金额,作为当期应确认的股权激励费用。

2) 股权激励对当期及未来公司业绩的影响情况

单位:万元

项目	类型	预计未来期间	2024年度	2023年度	2022年度	2018-2021年度
2018年功勋股激励和期权激励形成的股份支付	分期确认	229.92	45.98	55.18	55.18	225.57
2020年第一期实施的股权激励形成的股份支付	分期确认	7.69	1.54	1.85	1.85	20.08
2020年第二期实施的股权激励形成的股份支付	分期确认	3.70	0.74	0.89	0.89	2.72
2024年持股平台份额转让计划形成的股份支付	分期确认	103.74	12.10	-	-	-
合计	-	345.05	60.36	57.91	57.91	248.37

2018年功勋股激励和期权激励授予价格为1.25元/股(此处的每股为公司股改时假设股本总额8,000万股中的1股;邦泽电子股改后实际股本总额为5,000万股,股份实际授予价格为2.00元/股,计算方式为:授予价格=1.25元/(5,000万股/8,000万股)),国众资产评估土地房地产估价有限公司对本次股票期权于评估基准日2018年5月31日的市场价值的出具评估报告(国众联评报字(2021)第2-1288号),邦泽电子本次股权激励计划授予的股票期权市场价值为790.02万元。2020年第一期和2020年第二期股权激励授予价格分别为9元/股和13.5元/股(此处的每股为公司股改时股本总额5,000万股中的1股),以2021年1月公司美的投资的入股价15.60元/股为公允价值确认股份支付费用。

2024年持股平台份额转让计划授予价格为14.00元/股，以2024年公司外部投资者定向发行价格16.80元/股为公允价值确认股份支付费用。

公司2022年、2023年和2024年股权激励确认的股份支付金额分别为57.91万元、57.91万元和60.36万元，股权激励对报告期业绩影响较小，不影响公司报告期的经营活动现金流量，对公司报告期内的经营活动和财务状况不会产生重大不利影响。

(3) 股权激励对公司控制权变化可能产生的影响

前述股权激励实施后，公司控制权未发生变化。

截至本招股说明书签署日，上述股权激励已经实施完毕，对公司报告期内的经营状况、财务状况、控制权变化等方面未产生重大不利影响。

除上述事项外，截至本招股说明书签署日，公司不存在其他股权激励及相关安排（如限制性股票、股票期权等）。

(二) 发行人及其控股股东、实际控制人与公司其他股东之间曾经存在的对赌协议等特殊协议或安排

1. 特殊投资条款签署及清理情况

(1) 公司及公司股东与美的投资签署的特殊投资条款

2021年1月15日，美的投资与公司及公司股东签署了《广东邦泽创科电器股份有限公司增资协议》《<广东邦泽创科电器股份有限公司增资协议>之补充协议》；2022年5月6日，美的投资与公司及公司股东签订了《<广东邦泽创科电器股份有限公司增资协议>之补充协议二》；2022年7月23日，美的投资与公司及公司股东签订《关于广东邦泽创科电器股份有限公司股份回购的框架协议》《关于广东邦泽创科电器股份有限公司股份回购的框架协议之补充协议》。前述协议中约定了股权回购、股权转让限制、优先认购、反稀释条款、优先清算权等特殊条款，具体情况如下：

投资方	协议签署日	协议名称	协议签署方	对赌等特殊投资条款
美的投资	2021.01.15	《<广东邦泽创科电器股份有限公司增资协议>之补充协议》	邦泽创科、陈赤、张勇、徐宁、吴志坤、吴荣颂、尹治春、刘文涛、东莞泽凯、东莞泽宇	第一目标净利润条款；第二条股权回购条款；第三条董事会观察员委派条款；第四条相关股东权利（股权转让限制、优先认购权、反稀释条款、优先清算权、平等对待条款）；第五条特别约定等条款

美的投资	2022.05.06	《<广东邦泽创科电器股份有限公司增资协议>之补充协议二》	邦泽创科、陈赤、张勇、徐宁、吴志坤、吴荣颂、尹治春、刘文涛、东莞泽凯、东莞泽宇	第一条股权回购条款变更，股权回购主体由控股股东、实际控制人变更为目标公司、控股股东、实际控制人
美的投资	2022.07.23	《关于广东邦泽创科电器股份有限公司股份回购的框架协议》	邦泽创科、陈赤、张勇、徐宁、吴志坤、吴荣颂、尹治春、刘文涛、东莞泽凯、东莞泽宇	第3条2022年目标净利润及剩余股份调整事项；第4条剩余股份回购
美的投资	2022.07.23	《关于广东邦泽创科电器股份有限公司股份回购的框架协议之补充协议》	邦泽创科、陈赤、张勇、徐宁、吴志坤、吴荣颂、尹治春、刘文涛、东莞泽凯、东莞泽宇	第一条2022年目标净利润及剩余股份调整事项变更及第二条剩余股份回购变更，股份回购主体由控股股东变更为目标公司及控股股东

邦泽创科、美的投资、陈赤、张勇、徐宁、吴志坤、吴荣颂、尹治春、刘文涛、东莞泽凯、东莞泽宇于2023年4月28日签署《对赌解除协议》，确认上述对赌安排已终止且自始无效，对各方不具有约束力。同时，各方在《对赌解除协议》第二条第四款就类似“对赌”的特殊投资条款终止解除进行明确约定，“如本协议签署前各方之间存在有关甲方的其他‘对赌’协议或约定（包括与‘对赌’类似的安排，下同），各方同意自本协议签署之日起终止/解除该等‘对赌’协议或约定，各方无权就该等‘对赌’协议或约定主张任何权利，亦不承担任何责任和义务。”

（2）实际控制人之陈赤、徐宁及公司股东签署的特殊投资条款的清理

2024年5月30日，公司实际控制人之徐宁、陈赤与公司2024年定向发行股票的认购对象正和共创签署了《<广东邦泽创科电器股份有限公司定向发行股份认购合同>之补充协议》，与仙津实业、莞商联投签署了《股份回购协议》，向财鑫一号、东证常平出具了《承诺函》，上述协议及《承诺函》约定了特殊投资条款，主要内容如下：

序号	名称	权利人	义务人	特殊股东权利	回购触发条件
1	《<广东邦泽创科电器股份有限公司定向发行	正和共创	徐宁、陈赤	目标净利润条款（2025年扣非后	发生下列情形之一的： （1）在2026年6月30日之前，目标公司未能通过北京证券交易所的上市申请审核；（2）在2026年12月31日

	股份认购合同>之补充协议》			净利润目标≥1.5亿元)、股份回购权	之前,目标公司未能完成上市;(3)目标公司 2025 年扣非后净利润<1.5 亿元;或(4)控股股东或目标公司明示拒绝或实质性放弃公司上市安排或工作的。本协议所称“上市”指目标公司之股份在各方认可的知名的证券交易所(包括但不限于上海证券交易所、深圳证券交易所和北京证券交易所)上市和挂牌交易。
2	《股份回购协议》	仙津实业	徐宁、陈赤	股份回购权	发生下列情形之一的: (1)目标公司未能于 2026 年 12 月 31 日前完成合格上市。合格上市是指目标公司满足在中国上海证券交易所、深圳证券交易所、北京证券交易所(以下简称“北交所”)或经甲方认可的其他国家或地区的证券交易所首次公开发行股票并上市的条件,并在该等交易所完成公开发行上市,或通过借壳、吸收合并、换股、被 A 股上市公司换股收购等方式实现权益及业务重组和上市,但不包括目标公司在全国中小企业股份转让系统挂牌。或(2)目标公司 2025 年净利润少于 1.5 亿元(净利润以扣除非经常性损益前后的孰低者为准)。以前两个条件任意一条成就即触发回购。
3	《股份回购协议》	莞商联投	徐宁、陈赤	股份回购权	条件一:目标公司未能于 2026 年 12 月 31 日前完成合格上市。合格上市是指目标公司满足在中国上海证券交易所、深圳证券交易所、北京证券交易所(以下简称“北交所”)或经甲方认可的其他国家或地区的证券交易所首次公开发行股票并上市的条件,并在该等交易所完成公开发行上市,或通过借壳、吸收合并、换股、被 A 股上市公司换股收购等方式实现权益及业务上市,但不包括目标公司在全国中小企业股份转让系统挂牌,或条件二:目标公司 2025 年经审计净利润少于 1.5 亿元(净利润以扣除非经常性损益前后的孰低者为准),目标公司 2025 年经审计财务报表披露时间为目标公司公告时间且不晚于 2026 年 5 月 1 日向甲方披露。以上两个条件任意一条成就即触发回购方向甲方按本协议的约定履行回购责任。

4	《承诺函》	东证常平	徐宁、陈赤	股份回购权	发生下列情形之一的： （1）标的公司未能在 2026 年 12 月 31 日前完成在北京证券交易所发行上市（包括但不限于标的公司撤回 IPO 申报材料、被审核机构驳回上市申请）；（2）标的公司因经营状况、市场情况等原因改为申请在上海证券交易所或深圳证券交易所等非北京证券交易所发行上市；（3）因标的公司、股东或关键人员重大违法、违规、重大业务许可失效、被撤销或者违反其在本协议及其他交易文件项下的陈述与保证、承诺等事由，导致公司经营受到重大负面影响且导致公司的上市造成实质性障碍的；（4）目标公司 2025 年净利润少于 1.5 亿元（净利润以扣除非经常性损益前后的孰低者为准）
5	《承诺函》	财鑫一号	徐宁、陈赤	股份回购权	

莞商联投、仙津实业和正和共创分别于 2025 年 4 月 18 日、2025 年 4 月 24 日和 2025 年 4 月 29 日与徐宁和陈赤签署《对赌解除协议》，确认上述对赌安排已终止且自始无效，对各方不具有约束力。同时，各方在《对赌解除协议》第二条第四款就类似“对赌”的特殊投资条款终止解除进行明确约定，“如本协议签署前各方之间存在有关甲方的其他‘对赌’协议或约定（包括与‘对赌’类似的安排，下同），各方同意自本协议签署之日起终止/解除该等‘对赌’协议或约定，各方无权就该等‘对赌’协议或约定主张任何权利，亦不承担任何责任和义务。”

陈赤和徐宁于 2025 年 4 月 29 日向财鑫一号和东证常平出具《承诺函》，承诺上述对赌安排已终止且自始无效，对各方不具有约束力。财鑫一号和东证常平于 2025 年 4 月 30 日出具《承诺确认函》，确认对于陈赤和徐宁于 2025 年 4 月 29 日出具的《承诺函》内容无异议。

2. 特殊投资条款对公司的影响

截至本招股说明书签署日：

（1）公司针对与美的投资及新股东的特殊投资条款签署了相关解除协议，且涉及对赌的条款已终止且自始无效，对各方不具有约束力。

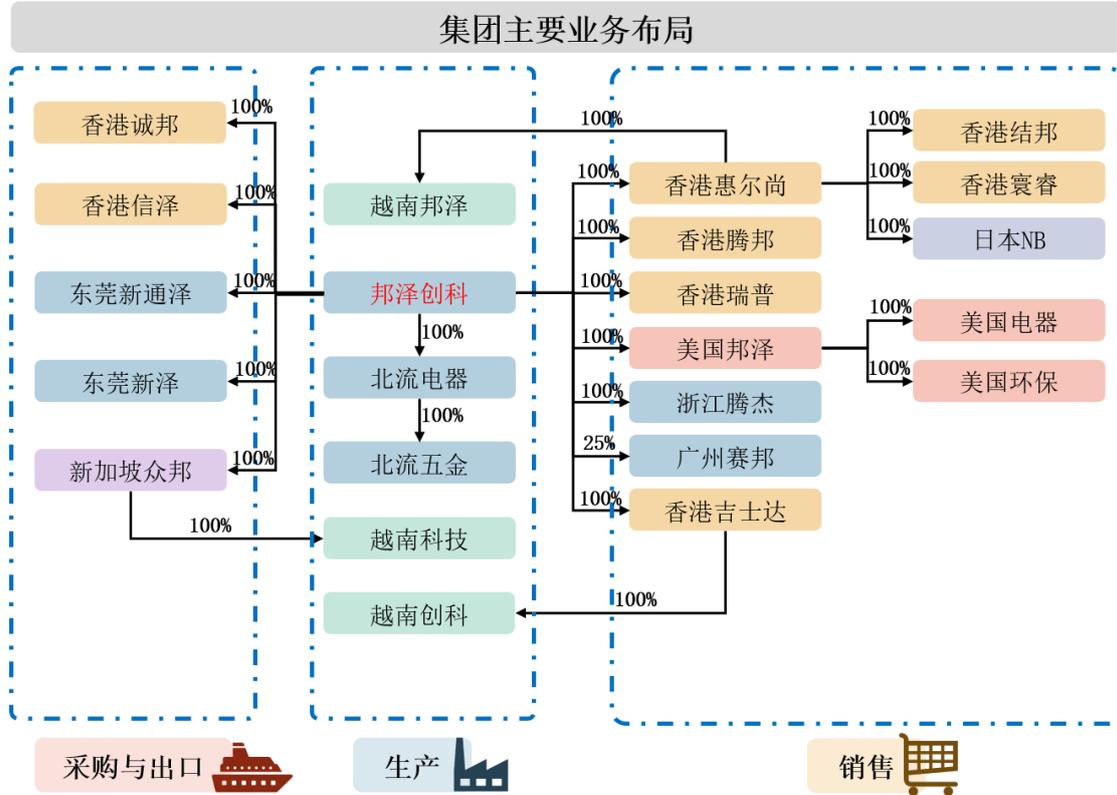
（2）公司与投资者签订的特殊投资条款存在的对赌条款、特殊股东权利约定及承诺已实际履行或解除，不存在对公司经营状况、财务状况和控制权变化等方面的重大不利影响。

（3）除上述情况外，公司及公司控股股东、实际控制人不存在与其他股东签署的特定投资约定等可能导致股权结构变化的事项。

七、 发行人的分公司、控股子公司、参股公司情况

（一） 控股子公司情况

√适用 □不适用



1. 北流电器

子公司名称	北流市邦泽创科电器有限公司
成立时间	2021年10月12日
注册资本	1,000.00 万元
实收资本	400.00 万元
注册地	广西壮族自治区玉林市北流市民乐镇轻工产业园 A7 地块 2 幢厂房
主要生产经营地	广西壮族自治区玉林市北流市民乐镇轻工产业园 A7 地块 2 幢厂房
主要产品或服务	办公电器、家用电器等产品及其耗材
主营业务及其与发行人主营业务的关系	生产办公电器、家用电器等产品及其耗材
股东构成及控制情况	邦泽创科持有其 100% 股权
最近一年及一期末总资产	2024 年末总资产 16,656.69 万元
最近一年及一期末净资产	2024 年末净资产 4,992.91 万元
最近一年及一期净利润	2024 年度净利润 3,997.41 万元
是否经过审计	是
审计机构名称	致同会计师事务所（特殊普通合伙）

2. 北流五金

子公司名称	北流市邦泽创科五金制品有限公司
成立时间	2022年2月14日
注册资本	200.00万元
实收资本	100.00万元
注册地	广西壮族自治区玉林市北流市民乐镇轻工产业园 A7 地块第 1 幢
主要生产经营地	广西壮族自治区玉林市北流市民乐镇轻工产业园 A7 地块第 1 幢
主要产品或服务	办公电器、家用电器等产品零部件
主营业务及其与发行人主营业务的关系	生产办公电器、家用电器等产品零部件
股东构成及控制情况	北流电器持有其 100%股权
最近一年及一期末总资产	2024 年末总资产 5,633.78 万元
最近一年及一期末净资产	2024 年末净资产 1,117.30 万元
最近一年及一期净利润	2024 年度净利润 821.56 万元
是否经过审计	是
审计机构名称	致同会计师事务所（特殊普通合伙）

3. 越南邦泽

子公司名称	CÔNG TY TNHH ĐIỆN TỬ BONSEN VIỆT NAM
成立时间	2018年12月17日
注册资本	6,990,000.00 万越南盾
实收资本	6,990,000.00 万越南盾
注册地	越南海阳省海阳市四明坊大安工业区 XN11 号地块
主要生产经营地	越南海阳省海阳市四明坊大安工业区 XN11 号地块
主要产品或服务	办公电器等产品及其耗材
主营业务及其与发行人主营业务的关系	生产办公电器等产品及其耗材
股东构成及控制情况	香港惠尔尚持有其 100%股权
最近一年及一期末总资产	2024 年末总资产 20,229.13 万元
最近一年及一期末净资产	2024 年末净资产 11,579.19 万元
最近一年及一期净利润	2024 年度净利润 3,953.75 万元
是否经过审计	是
审计机构名称	致同会计师事务所（特殊普通合伙）

注：越南邦泽注册资本和实收资本约合 300.00 万美元。

4. 越南创科

子公司名称	CÔNG TY TNHH CÔNG NGHỆ SÁNG TẠO BONSEN VIỆT NAM
成立时间	2023年8月30日

注册资本	7,041,000.00 万越南盾
实收资本	7,041,000.00 万越南盾
注册地	越南海阳省锦江县莱卡镇莱卡工业区 14 号一部分（编号 XN 14-2）
主要生产经营地	越南海阳省锦江县莱卡镇莱卡工业区 14 号一部分（编号 XN 14-2）
主要产品或服务	办公电器、家用电器等产品及其耗材
主营业务及其与发行人主营业务的关系	生产办公电器、家用电器等产品及其耗材
股东构成及控制情况	香港吉士达持有其 100%股权
最近一年及一期末总资产	2024 年末总资产 10,061.04 万元
最近一年及一期末净资产	2024 年末净资产 2,017.31 万元
最近一年及一期净利润	2024 年度净利润-126.38 万元
是否经过审计	是
审计机构名称	致同会计师事务所（特殊普通合伙）

注：越南创科注册资本和实收资本约合 300.00 万美元。

5. 越南科技

子公司名称	CÔNG TY TNHH CÔNG NGHỆ BONSEN VIỆT NAM
成立时间	2023 年 8 月 30 日
注册资本	3,755,200.00 万越南盾
实收资本	3,755,200.00 万越南盾
注册地	越南海阳省锦江县莱卡镇莱卡工业区 14 号一部分（编号 XN 14-3）
主要生产经营地	越南海阳省锦江县莱卡镇莱卡工业区 14 号一部分（编号 XN 14-3）
主要产品或服务	未开展业务
主营业务及其与发行人主营业务的关系	未开展业务
股东构成及控制情况	新加坡众邦持有其 100%股权
最近一年及一期末总资产	2024 年末总资产 1,106.93 万元
最近一年及一期末净资产	2024 年末净资产 1,106.93 万元
最近一年及一期净利润	2024 年度净利润-41.13 万元
是否经过审计	是
审计机构名称	致同会计师事务所（特殊普通合伙）

注：越南科技注册资本和实收资本约合 160.00 万美元。

6. 东莞新通泽

子公司名称	东莞市新通泽贸易有限公司
成立时间	2019 年 11 月 8 日
注册资本	200.00 万元
实收资本	200.00 万元
注册地	广东省东莞市厚街镇伦品涌工业区路 11 号 2 号楼 401 室
主要生产经营地	广东省东莞市厚街镇伦品涌工业区路 11 号 2 号楼 401 室
主要产品或服务	办公电器和家用电器半成品、原材料的销售

主营业务及其与发行人主营业务的关系	主要负责将境内生产基地生产的半成品、境内采购的原材料等销售给境外子公司进行生产
股东构成及控制情况	邦泽创科持有其 100%股权
最近一年及一期末总资产	2024 年末总资产 6,312.37 万元
最近一年及一期末净资产	2024 年末净资产 179.92 万元
最近一年及一期净利润	2024 年度净利润 53.37 万元
是否经过审计	是
审计机构名称	致同会计师事务所（特殊普通合伙）

7. 东莞新泽

子公司名称	东莞市新泽贸易有限公司
成立时间	2021 年 1 月 5 日
注册资本	100.00 万元
实收资本	100.00 万元
注册地	广东省东莞市厚街镇伦品涌工业区路 11 号 2 号楼 301 室
主要生产经营地	广东省东莞市厚街镇伦品涌工业区路 11 号 2 号楼 301 室
主要产品或服务	办公电器和家用电器等产品及其耗材销售
主营业务及其与发行人主营业务的关系	将自产或外协生产的办公电器和家用电器等产品及其耗材销售给境外子公司
股东构成及控制情况	邦泽创科持有其 100%股权
最近一年及一期末总资产	2024 年末总资产 6,077.21 万元
最近一年及一期末净资产	2024 年末净资产-249.73 万元
最近一年及一期净利润	2024 年度净利润 255.38 万元
是否经过审计	是
审计机构名称	致同会计师事务所（特殊普通合伙）

8. 香港诚邦

子公司名称	CHENGBANG ELECTRONIC LIMITED
成立时间	2020 年 6 月 5 日
注册资本	12.00 万港元
实收资本	-
注册地	中國香港灣仔譚臣道 8 號威利商業大廈 9 樓 B 室
主要生产经营地	中國香港灣仔譚臣道 8 號威利商業大廈 9 樓 B 室
主要产品或服务	办公电器和家用电器等产品及其耗材销售
主营业务及其与发行人主营业务的关系	向其他境外子公司销售办公电器和家用电器等产品及其耗材，销售家用电器产品及其耗材
股东构成及控制情况	邦泽创科持有其 100%股权
最近一年及一期末总资产	2024 年末总资产 14,183.12 万元
最近一年及一期末净资产	2024 年末净资产-507.58 万元
最近一年及一期净利润	2024 年度净利润-101.18 万元
是否经过审计	是
审计机构名称	致同会计师事务所（特殊普通合伙）

9. 新加坡众邦

子公司名称	ZHONGBANG ELECTRONICS PTE. LTD.
成立时间	2020年9月30日
注册资本	2,000.00 新加坡元
实收资本	-
注册地	727 Clementi West Street 2 #01-280 Singapore 120727
主要生产经营地	727 Clementi West Street 2 #01-280 Singapore 120727
主要产品或服务	办公电器和家用电器等产品及其耗材销售
主营业务及其与发行人主营业务的关系	向其他境外子公司销售办公电器和家用电器等产品及其耗材
股东构成及控制情况	邦泽创科持有其 100%股权
最近一年及一期末总资产	2024 年末总资产 10,113.39 万元
最近一年及一期末净资产	2024 年末净资产-156.72 万元
最近一年及一期净利润	2024 年度净利润-150.21 万元
是否经过审计	是
审计机构名称	致同会计师事务所（特殊普通合伙）

10. 香港信泽

子公司名称	XINZE ELECTRONIC LIMITED
成立时间	2020年6月4日
注册资本	12.00 万港元
实收资本	-
注册地	中國香港九龍成業街 16 號怡生工業中心 A 座 3 樓 60 室
主要生产经营地	中國香港九龍成業街 16 號怡生工業中心 A 座 3 樓 60 室
主要产品或服务	办公电器和家用电器等产品及其耗材销售
主营业务及其与发行人主营业务的关系	无实际业务经营
股东构成及控制情况	邦泽创科持有其 100%股权
最近一年及一期末总资产	2024 年末总资产 224.06 万元
最近一年及一期末净资产	2024 年末净资产 163.85 万元
最近一年及一期净利润	2024 年度净利润-3.06 万元
是否经过审计	是
审计机构名称	致同会计师事务所（特殊普通合伙）

注：香港信泽已于 2024 年 1 月 15 日进入不活动状态（中国香港注册企业注销前需要公告进入不活动状态），公司于第二届董事会第十二次会议、第二届监事会第十次会议和第八次临时股东大会分别审议通过了注销香港信泽的议案。

11. 香港腾邦

子公司名称	TEMPUS ELECTRONICS LIMITED
成立时间	2018年11月29日
注册资本	12.00 万港元
实收资本	12.00 万港元
注册地	中國香港九龍尖沙咀漆咸道南 87-105 號百利商業中心 4

	樓 404 室
主要生产经营地	中國香港九龍尖沙咀漆咸道南 87-105 號百利商業中心 4 樓 404 室
主要产品或服务	办公电器和厨房小家电等产品及其耗材销售
主营业务及其与发行人主营业务的关系	销售办公电器和厨房小家电等产品及其耗材
股东构成及控制情况	邦泽创科持有其 100%股权
最近一年及一期末总资产	2024 年末总资产 14,429.37 万元
最近一年及一期末净资产	2024 年末净资产 1,867.80 万元
最近一年及一期净利润	2024 年度净利润 1,744.96 万元
是否经过审计	是
审计机构名称	致同会计师事务所（特殊普通合伙）

12. 香港吉士达

子公司名称	JUSTAR TECHNOLOGY LIMITED
成立时间	2018 年 2 月 5 日
注册资本	10.00 万港元
实收资本	10.00 万港元
注册地	中國香港新界粉嶺打鼓嶺竹園村 36 號地下
主要生产经营地	中國香港新界粉嶺打鼓嶺竹園村 36 號地下
主要产品或服务	办公电器等产品及其耗材销售
主营业务及其与发行人主营业务的关系	销售办公电器等产品及其耗材
股东构成及控制情况	邦泽创科持有其 100%股权
最近一年及一期末总资产	2024 年末总资产 9,959.21 万元
最近一年及一期末净资产	2024 年末净资产 444.66 万元
最近一年及一期净利润	2024 年度净利润-69.91 万元
是否经过审计	是
审计机构名称	致同会计师事务所（特殊普通合伙）

13. 香港结邦

子公司名称	JIEBANG ELECTRONIC LIMITED
成立时间	2020 年 9 月 4 日
注册资本	12.00 万港元
实收资本	-
注册地	中國香港新界粉嶺小坑村 94 號 1 樓
主要生产经营地	中國香港新界粉嶺小坑村 94 號 1 樓
主要产品或服务	厨房小家电产品及其耗材销售
主营业务及其与发行人主营业务的关系	销售厨房小家电产品及其耗材
股东构成及控制情况	香港惠尔尚持有其 100%股权
最近一年及一期末总资产	2024 年末总资产 812.01 万元
最近一年及一期末净资产	2024 年末净资产-1,600.47 万元

最近一年及一期净利润	2024 年度净利润-350.70 万元
是否经过审计	是
审计机构名称	致同会计师事务所（特殊普通合伙）

14. 香港寰睿

子公司名称	HUANRUI ELECTRONIC TECHNOLOGY LIMITED
成立时间	2020 年 10 月 30 日
注册资本	12.00 万港元
实收资本	3.87 万港元
注册地	中國香港中環德輔道中 141 號中保集團大廈 7 樓 705 室
主要生产经营地	中國香港中環德輔道中 141 號中保集團大廈 7 樓 705 室
主要产品或服务	办公电器产品及其耗材销售
主营业务及其与发行人主营业务的关系	销售办公电器产品及其耗材
股东构成及控制情况	香港惠尔尚持有其 100%股权
最近一年及一期末总资产	2024 年末总资产 1,515.46 万元
最近一年及一期末净资产	2024 年末净资产 312.92 万元
最近一年及一期净利润	2024 年度净利润 393.38 万元
是否经过审计	是
审计机构名称	致同会计师事务所（特殊普通合伙）

15. 香港瑞普

子公司名称	RUI PU ELECTRONIC TECHNOLOGY LIMITED
成立时间	2020 年 1 月 21 日
注册资本	12.00 万港元
实收资本	-
注册地	中國香港九龍長沙灣永明街 1 號恆昌工廠大廈 4 層 D 室 31 房
主要生产经营地	中國香港九龍長沙灣永明街 1 號恆昌工廠大廈 4 層 D 室 31 房
主要产品或服务	生活电器等产品及其耗材销售
主营业务及其与发行人主营业务的关系	销售生活电器等产品及其耗材
股东构成及控制情况	邦泽创科持有其 100%股权
最近一年及一期末总资产	2024 年末总资产 72.47 万元
最近一年及一期末净资产	2024 年末净资产-536.13 万元
最近一年及一期净利润	2024 年度净利润-76.12 万元
是否经过审计	是
审计机构名称	致同会计师事务所（特殊普通合伙）

16. 香港惠尔尚

子公司名称	REESER TECHNOLOGY LIMITED
成立时间	2016 年 1 月 4 日

注册资本	30.00 万港元
实收资本	30.00 万港元
注册地	中國香港九龍尖沙咀嘉蘭圍 5-11 號比利時商業大廈 8 樓 14 室
主要生产经营地	中國香港九龍尖沙咀嘉蘭圍 5-11 號比利時商業大廈 8 樓 14 室
主要产品或服务	办公电器和厨房小家电等产品及其耗材销售
主营业务及其与发行人主营业务的关系	销售办公电器和厨房小家电等产品及其耗材
股东构成及控制情况	邦泽创科持有其 100%股权
最近一年及一期末总资产	2024 年末总资产 14,086.93 万元
最近一年及一期末净资产	2024 年末净资产 3,804.07 万元
最近一年及一期净利润	2024 年度净利润 3,117.97 万元
是否经过审计	是
审计机构名称	致同会计师事务所（特殊普通合伙）

17. 美国电器

子公司名称	Bonsen Electrical Appliances Inc.
成立时间	2020 年 10 月 27 日
注册资本	1.00 万
实收资本	-
注册地	5900 Balcones Drive, STE 100, Austin, TX 78731 USA
主要生产经营地	5900 Balcones Drive, STE 100, Austin, TX 78731 USA
主要产品或服务	家用电器产品及其耗材销售
主营业务及其与发行人主营业务的关系	无实际业务经营
股东构成及控制情况	美国邦泽持有其 100%股权
最近一年及一期末总资产	2024 年末总资产 4.98 万元
最近一年及一期末净资产	2024 年末净资产-74.69 万元
最近一年及一期净利润	2024 年度净利润-20.95 万元
是否经过审计	是
审计机构名称	致同会计师事务所（特殊普通合伙）

注：美国公司无注册资本，上表注册资本为其所发行的股份数。

18. 美国邦泽

子公司名称	Bonsen Electronics Inc.
成立时间	2017 年 11 月 21 日
注册资本	0.15 万
实收资本	-
注册地	4198 Industry Way, Flowery Branch, GA 30542
主要生产经营地	4198 Industry Way, Flowery Branch, GA 30542
主要产品或服务	家用电器产品及其耗材销售
主营业务及其与发行人主营业务的关系	销售家用电器产品及其耗材

股东构成及控制情况	邦泽创科持有其 100%股权
最近一年及一期末总资产	2024 年末总资产 5,554.01 万元
最近一年及一期末净资产	2024 年末净资产-564.67 万元
最近一年及一期净利润	2024 年度净利润-137.70 万元
是否经过审计	是
审计机构名称	致同会计师事务所（特殊普通合伙）

注：美国公司无注册资本，上表注册资本为其所发行的股份数。

19. 美国环保

子公司名称	Bonsen Environmental Technology Inc.
成立时间	2020 年 9 月 2 日
注册资本	0.15 万
实收资本	-
注册地	614 N DUPONT HWY, STE 210, DOVER, DE 19901
主要生产经营地	614 N DUPONT HWY, STE 210, DOVER, DE 19901
主要产品或服务	生活电器产品及其耗材销售
主营业务及其与发行人主营业务的关系	销售生活电器产品及其耗材
股东构成及控制情况	美国邦泽持有其 100%股权
最近一年及一期末总资产	2024 年末总资产 178.84 万元
最近一年及一期末净资产	2024 年末净资产-413.76 万元
最近一年及一期净利润	2024 年度净利润-289.14 万元
是否经过审计	是
审计机构名称	致同会计师事务所（特殊普通合伙）

注：美国公司无注册资本，上表注册资本为其所发行的股份数。

20. 日本 NB

子公司名称	株式会社 NB PLANNING
成立时间	2019 年 7 月 17 日
注册资本	300.00 万日元
实收资本	300.00 万日元
注册地	東京都足立区中央本町五丁目 3 番 7-1209
主要生产经营地	東京都足立区中央本町五丁目 3 番 7-1209
主要产品或服务	办公电器产品及其耗材销售
主营业务及其与发行人主营业务的关系	销售办公电器产品及其耗材
股东构成及控制情况	香港惠尔尚持有其 100%股权
最近一年及一期末总资产	2024 年末总资产 279.64 万元
最近一年及一期末净资产	2024 年末净资产-150.88 万元
最近一年及一期净利润	2024 年度净利润-38.39 万元
是否经过审计	是
审计机构名称	致同会计师事务所（特殊普通合伙）

21. 浙江腾杰

子公司名称	浙江腾杰信息科技有限公司
-------	--------------

成立时间	2020年6月24日
注册资本	1,000.00万元
实收资本	150.00万元
注册地	浙江省宁波市北仑区梅山盐场1号办公楼二十号356室
主要生产经营地	浙江省宁波市北仑区梅山盐场1号办公楼二十号356室
主要产品或服务	办公电器产品及其耗材销售
主营业务及其与发行人主营业务的关系	销售办公电器产品及其耗材等
股东构成及控制情况	邦泽创科持有其100%股权
最近一年及一期末总资产	2024年末总资产1,526.47万元
最近一年及一期末净资产	2024年末净资产592.00万元
最近一年及一期净利润	2024年度净利润-45.00万元
是否经过审计	是
审计机构名称	致同会计师事务所（特殊普通合伙）

（二） 参股公司情况

√适用 □不适用

广州赛邦

公司名称	广州赛邦办公设备有限公司
成立时间	2022年7月18日
注册资本	300.00万元
实收资本	300.00万元
注册地	广州市天河区天河北路663号大院自编8栋3楼自编315号
主要生产经营地	广州市天河区天河北路663号大院自编8栋3楼自编315号
主要产品或服务	办公电器产品及其耗材销售
主营业务及控股方业务情况	销售办公电器产品及其耗材等；商务代理代办服务，企业投资与管理咨询等
股东构成及控制情况	南宁诚邦商务服务合伙企业（有限合伙）持40%股权，深圳号兵文化传播有限公司持35%股权，邦泽创科持有其25%股权
入股时间	2022年7月18日
最近一年及一期末净资产	2024年末净资产464.24万元
最近一年及一期净利润	2024年度净利润32.96万元
是否经过审计	是
审计机构名称	广东中诚安泰会计师事务所有限公司

（三） 报告期内注销或转让的子公司、分公司情况

公司报告期内注销或转让的子公司、分公司具体情况如下：

序号	子（分）公司名称	所在地区	成立日期	注销/转让日期
1	新加坡惠泽	新加坡	2020年10月21日	2022年8月8日
2	新加坡帮鲜生	新加坡	2020年10月21日	2022年8月8日
3	美国科技	美国	2020年9月2日	2023年3月6日
4	香港泓逸	中国香港	2020年10月30日	2023年12月15日
5	香港中土	中国香港	2020年1月21日	2023年12月15日
6	香港睿泽	中国香港	2020年10月30日	2024年1月19日
7	东莞分公司	中国大陆	2021年5月27日	2023年6月29日
8	广东丽泽	中国大陆	2021年2月4日	2024年6月20日

注：序号1-7系公司在报告期内注销的子（分）公司，广东丽泽系公司在报告期内转让的参股公司。

因公司生产经营活动的需要，报告期内对上述子公司、分公司进行注销或转让，具有合理性和必要性；报告期内，上述子公司、分公司不存在重大违法违规行为。

八、董事、监事、高级管理人员情况

（一）董事、监事、高级管理人员的简要情况

截至本招股说明书签署日，公司有5名董事（包含2名独立董事）、3名监事、3名高级管理人员。公司董事、监事及高级管理人员均为中国国籍，均无境外永久居留权。公司各董事、监事、高级管理人员简要情况如下：

1. 董事会成员简介

公司本届董事会为第二届董事会，各董事具体情况如下：

姓名	职位	任职期间
徐宁	董事长	2023年12月31日至2026年12月31日
张勇	副董事长	2023年12月31日至2026年12月31日
陈赤	董事	2023年12月31日至2026年12月31日
石军伟	独立董事	2023年12月31日至2026年12月31日
张用增	独立董事	2023年12月31日至2026年12月31日

2022年11月6日，公司2022年第四次临时股东大会审议选举张用增继任谭有超任公司第一届董事会独立董事。除此之外，报告期内公司董事、监事、高级管理人员不存在其他变动，对公司经营不会构成重大不利影响。

（1）徐宁先生

1966年10月出生，中国国籍，无境外永久居留权，中专学历。1985年9月至1989年5月，任湖北省汽车工业公司（现湖北省汽车工业总公司）技术员；1989年5月至1991年1月，任佛山化纤工业公司（现佛山化纤集团有限公司）技术员；1991年2月至2001年3月，任东莞佳能弹簧制造厂工程师；2001年4月至2005年9月，任东莞万江龙远电子厂经理、工程师；2002年11月至2017年10月，任北京机密仕贸易有限公司执行董

事；2002年12月至2017年11月，任武汉盈策科技发展有限公司监事；2007年10月至2016年10月，任东莞市邦泽机电有限公司董事长；2008年11月至2009年12月，任宁波泽海电子科技有限公司监事；2010年8月至2016年1月，任东莞市骏能电机有限公司监事；2011年11月至2019年1月，任东莞市盆景办公设备有限公司执行董事；2016年2月至2017年6月，任嘉智联信息技术股份有限公司董事；2017年12月至今，任美国邦泽董事；2020年9月至2023年3月任美国科技董事；2020年9月至今任美国环保董事；2020年10月至今任美国电器董事；2022年7月至今，任广州赛邦办公设备有限公司监事；2005年10月至2020年12月，负责邦泽电子经营管理；2020年12月至今，任邦泽创科董事长。

(2) 张勇先生

1965年1月出生，中国国籍，无境外永久居留权，大专学历。1987年9月至1992年8月，任南通轴瓦厂（国营）工模维修技术员；1992年8月至1997年10月，任金万电业有限公司工模部工程师；1997年10月至2000年2月，自主经营长安长力塑胶模具厂；2000年3月至2011年1月，自主经营东莞市厚街长力塑胶模具厂；2007年10月至2016年10月，任东莞市邦泽机电有限公司董事；2008年1月至2015年9月，任宁波邦泽电器有限公司董事长；2009年12月至2012年5月，任盐城联泽机械有限公司董事长；2012年5月至2018年8月，任盐城联泽机械有限公司董事；2010年1月至2017年12月，任东莞脑力监事；2016年9月至2016年12月，任东莞市票立得信息技术有限公司监事；2019年11月至今，任东莞新通泽执行董事兼经理；2021年1月至今，任东莞新泽执行董事兼经理、财务负责人；2021年10月至今，任北流电器执行董事兼总经理；2022年2月至今，任北流五金执行董事兼总经理；2018年2月至2018年5月，任香港吉士达董事；2019年9月至2019年10月，任东莞市通泽贸易有限公司执行董事兼经理；2025年1月至今，任香港结邦董事；2005年3月至2009年10月，任邦泽电子经理；2009年10月至2020年12月，任邦泽电子执行董事；2020年12月至今，任邦泽创科副董事长。

(3) 陈赤女士

1968年4月出生，中国国籍，无境外永久居留权，大专学历。1988年7月至1989年12月，任昆明市纺织工业公司针织厂（现昆明市纺织工业有限责任公司针织厂）技术员；1989年12月至1990年7月，任东莞福安纺织印染有限公司技术员；1990年7月至1995年7月，任泷滨香港有限公司驻广州办事处业务员；1995年7月至1996年7月，在家待业；1996年7月至2005年3月，任香港恒昌（国际）贸易公司驻广州办事处总经理；2004年1月至2017年5月，任广州纬宁贸易有限公司监事；2008年1月至2015年9月，任宁波邦泽电器有限公司监事；2009年12月至2017年3月，任盐城联泽机械有限公司监事；2010年6月至2010年8月，任东莞市晨悦电子科技有限公司执行董事；2010年8

月至 2015 年 12 月，任东莞市晨悦机电科技有限公司执行董事；2015 年 11 月至 2017 年 10 月，任新峰科技有限公司（英属维京群岛）董事；2018 年 5 月至今，任香港吉士达董事；2005 年 3 月至 2020 年 12 月，任邦泽电子监事；2020 年 12 月至今，任邦泽创科董事。

（4）石军伟先生

1977 年 2 月出生，中国国籍，无境外永久居留权，研究生学历。2006 年 7 月至 2007 年 3 月，任职中南财经政法大学副教授；2007 年 4 月至 2010 年 4 月，任北京大学博士后研究员；2010 年 4 月至今，任中南财经政法大学副教授、教授、工商管理学院工商管理系主任、工商管理学院副院长；2014 年 8 月至 2015 年 8 月，担任美国莱斯大学（Rice University）访问学者；2021 年 6 月至 2023 年 3 月，任湖北优尼科光电技术股份有限公司独立董事；2022 年 9 月至今，任武汉格蓝若智能技术股份有限公司独立董事；2020 年 12 月至今，任邦泽创科独立董事。

（5）张用增先生

1978 年 7 月出生，中国国籍，无境外永久居留权，本科学历。2002 年 7 月至 2003 年 12 月，任东莞市沙田北洋制伞厂成本会计；2004 年 1 月至 2005 年 3 月，任深圳市南通北洋伞业有限公司（现深圳市铭仕迪科技有限公司）主办会计；2005 年 4 月至 2006 年 12 月，任松柏复材用品（深圳）有限公司财务部经理；2007 年 1 月至 2013 年 5 月，任中联税务师事务所（深圳）有限公司项目经理；2013 年 9 月至今，任深圳市霞客商务有限公司执行董事；2013 年 5 月至 2019 年 7 月，历任中天运会计师事务所（特殊普通合伙）深圳分所项目经理、项目高级经理；2015 年 6 月至今，任深圳市中天宝投资发展有限公司执行董事；2019 年 8 月至 2021 年 1 月，任深圳永信瑞和会计师事务所（特殊普通合伙）审计三部经理；2019 年 10 月至今，任德润财税管理（深圳）有限公司执行董事；2021 年 2 月至今，任深圳市鹏信瑞和税务师事务所有限公司合伙人；2021 年 2 月至今，任深圳永信瑞和会计师事务所（特殊普通合伙）合伙人；2022 年 11 月至今，任邦泽创科独立董事。

2. 监事会成员简介

公司本届监事会为第二届监事会，各监事具体情况如下：

姓名	职位	本届任职期间
赵丽芳	监事会主席	2023 年 12 月 31 日至 2026 年 12 月 31 日
吴稳	监事	2023 年 12 月 31 日至 2026 年 12 月 31 日
欧开志	职工代表监事	2023 年 12 月 31 日至 2026 年 12 月 31 日

（1）赵丽芳女士

1982 年 10 月出生，中国国籍，无境外永久居留权，本科学历。2006 年 8 月至 2007

年7月，任东莞市华鸿塑料机械厂经理助理；2007年9月至2020年12月，任邦泽电子人力资源部经理；2020年9月至2025年1月，任香港结邦董事；2020年12月至今，任邦泽创科监事会主席；2020年12月至2021年5月，任邦泽创科人力资源部经理；2021年6月至今，历任邦泽创科总经理助理、经营管理运营中心总监。

(2) 吴稳先生

1986年11月出生，中国国籍，无境外永久居留权，本科学历。2010年7月至2020年12月，任邦泽电子办公研发经理；2020年6月至2025年1月，任香港诚邦董事；2020年12月至今，任邦泽创科监事；2024年12月至今，任浙江腾杰监事；2020年12月至今，历任邦泽创科办公研发经理、办公事业总经理、厨电事业总经理。

(3) 欧开志先生

1973年1月出生，中国国籍，无境外永久居留权，高中学历。2007年2月至2011年1月，任邦泽电子安保班长；2011年2月至2020年12月，任邦泽电子安保主管；2020年12月至今，任邦泽创科职工代表监事；2020年12月至今，历任邦泽创科行政部副经理、行政部经理。

3. 高级管理人员简介

公司共有高级管理人员3人，具体情况如下：

姓名	职位	任职期间
尹治春	总经理	2023年12月31日至2026年12月31日
刘文涛	副总经理、董事会秘书	2023年12月31日至2026年12月31日
段军辉	财务总监	2023年12月31日至2026年12月31日

(1) 尹治春先生

1977年11月出生，中国国籍，无境外永久居留权，本科学历。1999年7月至1999年9月，任绵阳市倍尔轿车服务有限公司技术员；1999年10月至2000年3月，任东莞福泰电子有限公司技术员；2000年3月至2005年2月，任东莞万江龙远电子厂工程师、研发部经理；2005年3月至2009年10月，任邦泽电子研发部经理、技术总监；2009年10月至2020年12月，任邦泽电子经理；2010年5月至2016年10月，任东莞市邦泽机电有限公司监事；2011年11月至2019年1月，任东莞市盆景办公设备有限公司经理；2020年9月至今，任新加坡众邦董事；2020年12月至今，任邦泽创科总经理。

(2) 刘文涛先生

1982年7月出生，中国国籍，无境外永久居留权，本科学历。2004年9月至2008年1月，历任长沙远大中央空调有限公司山西分公司销售经理、总经理；2008年2月至2011年1月，任东莞新奥燃气有限公司经理；2011年3月至2020年12月，任邦泽电子副总

经理；2014年3月至2019年1月，任东莞市盆景办公设备有限公司监事；2016年1月至今，任香港惠尔尚董事；2020年9月至11月和2023年8月至今，任新加坡众邦董事；2021年2月至2024年9月，任广东丽泽监事；2020年12月至今，任邦泽创科副总经理、董事会秘书。

(3) 段军辉先生

1988年10月出生，中国国籍，无境外永久居留权，本科学历。2010年1月至2015年2月，任东莞勤上光电股份有限公司成本会计；2015年2月至2018年5月，任瑞华会计师事务所（特殊普通合伙）深圳分所项目经理；2018年5月至2019年3月，任深圳市智微智能科技股份有限公司财务经理；2020年12月至2024年12月，任浙江腾杰信息科技有限公司监事；2021年7月至今，任美国邦泽公司秘书；2021年10月至今，任北流创科财务负责人；2022年2月至今，任北流五金财务负责人；2025年1月至今，任香港诚邦董事；2019年3月至2020年12月，任邦泽电子财务部高级经理；2020年12月至今，任邦泽创科财务总监。

(二) 直接或间接持有发行人股份的情况

姓名	职位	关系	直接持股数量（股）	间接持股数量（股）	无限售股数量（股）	其中被质押或冻结股数
陈赤	董事	与徐宁为夫妻关系、与徐宁和张勇为一致行动人	18,050,000	-	-	0
徐宁	董事长	与陈赤为夫妻关系、与陈赤和张勇为一致行动人	7,500,000	722,525	-	0
张勇	副董事长	与陈赤和徐宁为一致行动人	12,095,000	-	-	0
赵丽芳	监事会主席	-	-	85,625	-	0
吴稳	监事	-	-	91,875	-	0
欧开志	职工代表监事	-	-	40,000	-	0
尹治春	总经理	-	1,425,000	1,557,500	-	-
刘文	副总经	-	1,285,000	510,015	-	0

涛	理、董事会秘书					
段军辉	财务总监	-	-	50,000	-	0
陈燕纯	销售经理	财务总监段军辉之配偶	-	29,000	-	0

(三) 对外投资情况

姓名	在发行人处职务	对外投资单位名称	投资金额	投资比例
徐宁	董事长	广东家友投资管理合伙企业（有限合伙）	50.00 万元	5.00%
张用增	独立董事	深圳永信瑞和会计师事务所（特殊普通合伙）	50.00 万元	1.00%
		深圳市鹏信瑞和税务师事务所有限公司	5.00 万元	5.00%
		深圳市霞客商务有限公司	30.00 万元	60.00%
		德润财税管理（深圳）有限公司	95.00 万元	95.00%
		深圳市中天宝投资发展有限公司	500.00 万元	100.00%

(四) 其他披露事项

1. 董事、监事、高级管理人员的兼职情况

截至本招股说明书签署日，公司董事、监事、高级管理人员在公司及控股子公司以外的主要兼职情况如下：

姓名	职务	兼职单位	兼职职务	是否存在与公司利益冲突	是否对公司持续经营能力产生不利影响
徐宁	董事长	广州赛邦	监事	否	否
张用增	独立董事	深圳市霞客商务有限公司	执行董事	否	否
		深圳市中天宝投资发展有限公司	执行董事	否	否
		德润财税管理（深圳）有限公司	执行董事、总经理	否	否
尹治春	总经理	东莞泽凯	执行事务合伙人	否	否
刘文涛	副总经理、董事会秘书	东莞泽宇	执行事务合伙人	否	否
石军伟	独立董事	武汉格蓝若智能技术股份有限公司	独立董事	否	否

2. 董事、监事、高级管理人员的亲属关系

截至本招股说明书签署日，除徐宁和陈赤系夫妻关系外，公司董事、监事、高级管理人员之间不存在其他亲属关系。

3. 董事、监事、高级管理人员的薪酬情况

(1) 董事、监事、高级管理人员的薪酬组成和确定依据

在公司领取薪酬的董事、监事、高级管理人员的薪酬由基本薪酬、绩效薪酬等部分组成，根据其岗位主要职责、重要性及工龄确定并依法享有住房公积金、社会保险；独立董事在公司仅领取独立董事津贴。

(2) 董事、监事、高级管理人员的薪酬情况

报告期内，公司董事、监事、高级管理人员薪酬总额占各期利润总额的情况如下：

单位：万元

项目	2024 年度	2023 年度	2022 年度
薪酬总额	843.05	583.21	470.70
利润总额	16,839.40	11,942.25	591.42
占比	5.01%	4.88%	79.59%

九、重要承诺

(一) 与本次公开发行有关的承诺情况

承诺主体	承诺开始日期	承诺结束日期	承诺类型	承诺内容(索引)
控股股东、实际控制人、董事(独立董事除外)、监事、高管、新股东	2025年4月3日	长期有效	关于所持股份限制流通、自愿锁定、延长锁定期限、持股意向及减持意向的承诺	详见本节之“九、重要承诺”之“(三)承诺具体内容”之“1. 与本次公开发行有关的承诺情况”
公司、控股股东、实际控制人、董事(独立董事除外)、高级管理人员	2025年4月3日	长期有效	关于上市后三年内稳定公司股价的承诺	详见本节之“九、重要承诺”之“(三)承诺具体内容”之“1. 与本次公开发行有关的承诺情况”
公司、控股股东、实际控制人、董事、高级管理人员	2025年4月3日	长期有效	关于填补被摊薄即期回报的措施及承诺	详见本节之“九、重要承诺”之“(三)承诺具体内容”之“1. 与本次公开发

				行有关的承诺情况”
公司、控股股东、实际控制人、董监高	2025年4月3日	长期有效	关于上市后利润分配的承诺	详见本节之“九、重要承诺”之“（三）承诺具体内容”之“1. 与本次公开发行有关的承诺情况”
控股股东、实际控制人、董事长、总经理	2025年4月3日	长期有效	关于如出现违法违规事项自愿限售的承诺	详见本节之“九、重要承诺”之“（三）承诺具体内容”之“1. 与本次公开发行有关的承诺情况”
公司、控股股东、实际控制人、持股5%以上的股东、董监高	2025年4月3日	长期有效	关于未能履行承诺时的约束措施及承诺	详见本节之“九、重要承诺”之“（三）承诺具体内容”之“1. 与本次公开发行有关的承诺情况”
公司、控股股东、实际控制人、董监高	2025年4月3日	长期有效	关于虚假陈述导致回购股份和向投资者赔偿的承诺	详见本节之“九、重要承诺”之“（三）承诺具体内容”之“1. 与本次公开发行有关的承诺情况”
公司	2025年4月3日	长期有效	关于股东信息披露的专项承诺	详见本节之“九、重要承诺”之“（三）承诺具体内容”之“1. 与本次公开发行有关的承诺情况”
公司、控股股东、实际控制人、董事、高级管理人员	2025年4月3日	长期有效	关于合规情况的承诺	详见本节之“九、重要承诺”之“（三）承诺具体内容”之“1. 与本次公开发行有关的承诺情况”
公司、控股股东、实际控制人、董监高	2025年4月3日	长期有效	关于申请文件真实性、准确性、完整性的承诺	详见本节之“九、重要承诺”之“（三）承诺具体内容”之“1. 与本次公开发行有关的承诺情况”

控股股东、实际控制人	2025年5月15日	长期有效	关于保持发行人资产、人员、财务、机构和业务独立的承诺	详见本节之“九、重要承诺”之“(三)承诺具体内容”之“1. 与本次公开发行有关的承诺情况”
控股股东、实际控制人、持股5%以上的其他股东、董监高	2025年5月15日	长期有效	关于规范和减少关联交易的承诺	详见本节之“九、重要承诺”之“(三)承诺具体内容”之“1. 与本次公开发行有关的承诺情况”
控股股东、实际控制人	2025年5月15日	长期有效	关于避免同业竞争的承诺	详见本节之“九、重要承诺”之“(三)承诺具体内容”之“1. 与本次公开发行有关的承诺情况”
控股股东、实际控制人	2025年5月15日	长期有效	关于转移定价事宜的承诺	详见本节之“九、重要承诺”之“(三)承诺具体内容”之“1. 与本次公开发行有关的承诺情况”

(二) 前期公开承诺情况

承诺主体	承诺开始日期	承诺结束日期	承诺类型	承诺内容(索引)
实际控制人、控股股东、董监高	2023年7月11日	长期有效	同业竞争承诺	详见本节之“九、重要承诺”之“(三)承诺具体内容”之“2. 前期公开承诺情况”
实际控制人、控股股东、董监高、直接和间接持股5%以上的股东	2023年7月14日	长期有效	关于规范和减少关联交易的承诺	详见本节之“九、重要承诺”之“(三)承诺具体内容”之“2. 前期公开承诺情况”
实际控制人、控股股东、董监高、直接和间接持股5%以上的股东、	2023年7月14日	长期有效	资金占用承诺	详见本节之“九、重要承诺”之“(三)承诺具体内容”之“2. 前期公开承诺情况”

吴荣颂、东莞泽宇				
实际控制人或控股股东	2023年8月18日	长期有效	关于公司租赁情况的承诺	详见本节之“九、重要承诺”之“（三）承诺具体内容”之“2. 前期公开承诺情况”
实际控制人或控股股东	2023年7月11日	长期有效	关于员工社会保险及住房公积金事项的承诺	详见本节之“九、重要承诺”之“（三）承诺具体内容”之“2. 前期公开承诺情况”
实际控制人或控股股东	2023年7月11日	长期有效	关于境外投资的承诺	详见本节之“九、重要承诺”之“（三）承诺具体内容”之“2. 前期公开承诺情况”
实际控制人或控股股东	2023年8月18日	长期有效	关于环境保护的承诺	详见本节之“九、重要承诺”之“（三）承诺具体内容”之“2. 前期公开承诺情况”
实际控制人、控股股东、董监高	2023年7月11日	长期有效	限售承诺	详见本节之“九、重要承诺”之“（三）承诺具体内容”之“2. 前期公开承诺情况”
实际控制人、控股股东、董监高、东莞泽宇、东莞泽凯、东莞泽宇	2024年10月23日	长期有效	限售承诺	详见本节之“九、重要承诺”之“（三）承诺具体内容”之“2. 前期公开承诺情况”
新股东	2024年10月23日	2025年8月25日	限售承诺	详见本节之“九、重要承诺”之“（三）承诺具体内容”之“2. 前期公开承诺情况”

（三） 承诺具体内容

1. 与本次公开发行有关的承诺情况

（1）关于所持股份限制流通、自愿锁定、延长锁定期限、持股意向及减持意向的承诺

1) 控股股东、实际控制人关于所持股份限制流通、自愿锁定、延长锁定期限、持股意向及减持意向的承诺

“一、关于所持股份限制流通、自愿锁定、延长锁定期限、持股意向

1、自发行人股票在北京证券交易所上市之日起 12 个月内，本人不转让或委托他人管理本人在本次发行前持有或控制的发行人股份，也不由发行人回购该部分股份。

2、发行人股票在北京证券交易所上市后 6 个月内，如股票连续 20 个交易日的收盘价（如果因派发现金红利、送股、转增股本、增发新股等原因进行除权、除息的，须按照北京证券交易所的有关规定作相应价格调整，下同）均低于发行价，或者自北京证券交易所上市后 6 个月期末收盘价低于发行价，本人所持有的发行人股份的锁定期限自动延长 6 个月。

3、本人在本次发行前持有的发行人全部股份在锁定期满后 2 年内减持的，减持价格不低于发行价（如果因派发现金红利、送股、转增股本、增发新股等原因进行除权、除息的，须按照北京证券交易所的有关规定作相应价格调整）。

4、若发行人股票在北京证券交易所上市后涉嫌证券期货违法犯罪或重大违规行为的，自该行为被发现后 6 个月内，本人自愿限售直接或间接持有的股份；若公司上市后，本人涉嫌证券期货违法犯罪或重大违规行为的，自该行为被发现后 12 个月内，本人自愿限售直接或间接持有的股份。

5、自发行人股票在北京证券交易所上市之日起 12 个月内，本人不转让或委托他人管理本人所持有的发行人股份，任职期间每年转让的股份不超过本人持有的发行人股份总数的 25%；本人离职后半年内，不转让本人持有的公司股份。如本人在任期届满前离职的，在就任时确定的任期内和任期届满后 6 个月内本人亦遵守本条承诺。

6、本人与一致行动人所持股份合并计算，如上市后发生解除一致行动关系情形的，除因不可抗力外，上市时作出的股份锁定安排不因协议解除而发生变化。

7、本人不会因职务变更、离职等原因而放弃、拒绝履行前述承诺。

二、关于减持意向

1、减持条件：本人将按照招股说明书以及本人出具的各项承诺载明的锁定期限要求，并严格遵守法律法规的相关规定，在锁定期限内不减持发行人股票。

2、减持方式：本人减持发行人股份的方式应符合相关法律、法规及规范性文件的规定，包括但不限于二级市场竞价交易方式、大宗交易方式、协议转让方式或其他合法的方式。

3、减持价格：本人减持发行人股份的价格根据当时的二级市场价格确定，并应符合

相关法律、法规、规章的规定。本人在锁定期满后 24 个月内减持的，减持价格不低于发行价（如果因派发现金红利、送股、转增股本、增发新股等原因进行除权、除息的，须按照中国证券监督管理委员会、证券交易所的有关规定作相应调整）。

4、减持安排：本人将严格按照法律、法规及规范性文件进行减持操作，并及时履行信息披露义务。

三、本人因未履行上述承诺而获得收益的，所得收益归发行人所有，本人将在获得收益的 10 个工作日内将前述收益上缴至发行人指定账户。如果因本人未履行上述承诺事项给发行人或者其他投资者造成损失的，本人将向发行人或者其他投资者依法承担赔偿责任。

四、自本承诺函出具之日起，如相关法律、法规、规范性文件、证监会、北京证券交易所就股份锁定及限制转让事宜出台新规定或新措施，本人将严格遵守前述相关规定，根据监管机构的最新监管意见出具相应调整后的承诺函。”

2) 董事（独立董事除外）/高级管理人员关于所持股份限制流通、自愿锁定、延长锁定期限、持股意向及减持意向的承诺（徐宁、张勇、陈赤、尹治春）

“1、自发行人股票在北京证券交易所上市之日起 12 个月内，本人不转让或委托他人管理本人所持有的发行人股份，任职期间每年转让的股份不超过本人持有的发行人股份总数的 25%；本人离职后半年内，不转让本人持有的公司股份。如本人在任期届满前离职的，在就任时确定的任期内和任期届满后 6 个月内本人亦遵守本条承诺。

2、发行人股票上市后 6 个月内，如股票连续 20 个交易日的收盘价（如果因派发现金红利、送股、转增股本、增发新股等原因进行除权、除息的，须按照北京证券交易所的有关规定作相应价格调整，下同）均低于发行价，或者上市后 6 个月期末收盘价低于发行价，本人本次发行前持有的发行人股份的锁定期限自动延长至少 6 个月。

3、本人在本次发行前持有的发行人全部股份在锁定期满后 2 年内减持的，减持价格不低于发行价（如果因派发现金红利、送股、转增股本、增发新股等原因进行除权、除息的，须按照北京证券交易所的有关规定作相应价格调整）。本人将严格按照法律、法规及规范性文件进行减持操作，并及时履行信息披露义务。

4、本人因未履行上述承诺而获得收益的，所得收益归发行人所有，本人将在获得收益的 10 个工作日内将前述收益上缴至发行人指定账户。如果因本人未履行上述承诺事项给发行人或者其他投资者造成损失的，本人将向发行人或者其他投资者依法承担赔偿责任。

5、自本承诺函出具之日起，如相关法律、法规、规范性文件、证监会、北京证券交

易所就股份锁定及限制转让事宜出台新规定或新措施，本人将严格遵守前述相关规定，根据监管机构的最新监管意见出具相应调整后的承诺函。

6、若发行人股票上市后涉嫌证券期货违法犯罪或重大违规行为的，自该行为被发生后 6 个月内，本人自愿限售直接或间接持有的股份；若公司上市后，本人涉嫌证券期货违法犯罪或重大违规行为的，自该行为被发生后 12 个月内，本人自愿限售直接或间接持有的股份。

7、本人不会因职务变更、离职等原因而放弃、拒绝履行前述承诺。”

3) 董事（独立董事除外）/高级管理人员关于所持股份限制流通、自愿锁定、延长锁定期限、持股意向及减持意向的承诺（刘文涛、段军辉）

“广东邦泽创科电器股份有限公司（以下简称“发行人”或“公司”）拟向不特定合格投资者公开发行股票并在北京证券交易所上市（以下简称“本次发行”），本承诺方作为发行人董事（非独立董事）、高级管理人员，承诺如下：

1、自发行人股票在北京证券交易所上市之日起 12 个月内，本人不转让或委托他人管理本人所持有的发行人股份，任职期间每年转让的股份不超过本人持有的发行人股份总数的 25%；如本人在任期届满前离职的，在就任时确定的任期内和任期届满后 6 个月内本人亦遵守本条承诺。

2、发行人股票上市后 6 个月内，如股票连续 20 个交易日的收盘价（如果因派发现金红利、送股、转增股本、增发新股等原因进行除权、除息的，须按照北京证券交易所的有关规定作相应价格调整，下同）均低于发行价，或者上市后 6 个月期末收盘价低于发行价，本人本次发行前持有的发行人股份的锁定期限自动延长至少 6 个月。

3、本人在本次发行前持有的发行人全部股份在锁定期满后 2 年内减持的，减持价格不低于发行价（如果因派发现金红利、送股、转增股本、增发新股等原因进行除权、除息的，须按照北京证券交易所的有关规定作相应价格调整）。本人将严格按照法律、法规及规范性文件进行减持操作，并及时履行信息披露义务。

4、本人因未履行上述承诺而获得收益的，所得收益归发行人所有，本人将在获得收益的 10 个工作日内将前述收益上缴至发行人指定账户。如果因本人未履行上述承诺事项给发行人或者其他投资者造成损失的，本人将向发行人或者其他投资者依法承担赔偿责任。

5、自本承诺函出具之日起，如相关法律、法规、规范性文件、证监会、北京证券交易所就股份锁定及限制转让事宜出台新规定或新措施，本人将严格遵守前述相关规定，根据监管机构的最新监管意见出具相应调整后的承诺函。

6、本人不会因职务变更、离职等原因而放弃、拒绝履行前述承诺。”

4) 监事关于所持股份限制流通、自愿锁定、延长锁定期限、持股意向及减持意向的承诺

“1、自发行人股票在北京证券交易所上市之日起 12 个月内，本人不转让或委托他人管理本人所持有的发行人股份，任职期间每年转让的股份不超过本人持有的发行人股份总数的 25%；离职后 6 个月内，不转让本人持有的发行人股份。如本人在任期届满前离职的，在就任时确定的任期内和任期届满后 6 个月内本人亦遵守本条承诺。

2、本人因未履行上述承诺而获得收益的，所得收益归发行人所有，本人将在获得收益的 10 个工作日内将前述收益上缴至发行人指定账户。如果因本人未履行上述承诺事项给发行人或者其他投资者造成损失的，本人将向发行人或者其他投资者依法承担赔偿责任。

3、自本承诺函出具之日起，如相关法律、法规、规范性文件、证监会、北京证券交易所就股份锁定及限制转让事宜出台新规定或新措施，本人将严格遵守前述相关规定，根据监管机构的最新监管意见出具相应调整后的承诺函。”

5) 新股东关于所持股份限制流通、自愿锁定、延长锁定期限、持股意向及减持意向的承诺

“1、本机构承诺所持新增股份自取得之日起 12 个月内不转让。

2、自本承诺函出具之日起，如相关法律、法规、规范性文件、证监会、北京证券交易所就股份锁定及限制转让事宜出台新规定或新措施，本机构将严格遵守前述相关规定，根据监管机构的最新监管意见出具相应调整后的承诺函。”

(2) 关于上市后三年内稳定公司股价的承诺

1) 发行人关于上市后三年内稳定公司股价的承诺

“1、发行人将严格按照《广东邦泽创科电器股份有限公司关于公司向不特定合格投资者公开发行股票并在北京证券交易所上市后三年内稳定股价预案》的相关要求，全面履行在稳定股价预案项下的各项义务和责任。

2、在启动股价稳定措施的前提条件满足时，如发行人未按照上述预案采取稳定股价的具体措施，发行人同意采取以下约束措施：

(1) 发行人将在股东大会及中国证券监督管理委员会指定报刊上公开说明未采取上述稳定股价措施的具体原因并向发行人股东和社会公众投资者道歉；

(2) 如非因不可抗力致使投资者遭受损失的，发行人将依法承担赔偿责任，并按照

法律、法规及相关监管机构的要求承担相应的责任；

(3) 如因不可抗力导致，应尽快研究将投资者利益损失降低到最小的处理方案，并提交股东大会审议，尽可能地保护公司投资者利益；

(4) 如因相关法律、法规对于社会公众股股东最低持股比例的规定导致公司在一定时期内无法履行回购义务的，公司可免于前述惩罚，但亦应积极采取其他措施稳定股价。

3、在未来聘任新的董事（在公司任职并领取薪酬的非独立董事）、高级管理人员前，将要求其签署承诺书，保证其履行发行人本次公开发行上市时董事、高级管理人员已作出的相应承诺。”

2) 控股股东、实际控制人关于上市后三年内稳定公司股价的承诺

“1、本人将严格按照《广东邦泽创科电器股份有限公司关于公司向不特定合格投资者公开发行股票并在北京证券交易所上市后三年内稳定股价预案》的相关要求，全面履行在稳定股价预案项下的各项义务和责任。

2、如本人届时持有公司的股票，本人将在审议股份回购议案的股东大会中就相关股份回购议案投赞成票。

3、在启动股价稳定措施的前提条件满足时，如本人未按照上述预案采取稳定股价的具体措施，本人同意采取下列约束措施：

(1) 本人将在公司股东大会及中国证券监督管理委员会指定报刊上公开说明未采取稳定股价措施的具体原因并向公司股东和社会公众投资者道歉；

(2) 公司有权扣留本人下一年度与履行增持股份义务所需金额相对应的应得现金分红。如下一年度本人应得现金分红不足用于扣留，该扣留义务将顺延至以后年度，直至累计扣留金额与本人应履行增持股份义务所需金额相等或本人采取相应的股价稳定措施并实施完毕为止。

4、若法律、法规、规范性文件及中国证券监督管理委员会或北京证券交易所对启动股价稳定措施的具体条件、具体措施等有不同规定，或者对相关主体因违反上述承诺而应承担的相关责任及后果有不同规定的，本人承诺自愿无条件地遵从该等规定。”

3) 董事（独立董事除外）、高级管理人员关于上市后三年内稳定公司股价的承诺

“1、本人严格按照《广东邦泽创科电器股份有限公司关于公司向不特定合格投资者公开发行股票并在北京证券交易所上市后三年内稳定股价预案》的相关要求，全面履行在稳定股价预案项下的各项义务和责任。

2、如本人届时持有公司的股票，本人将在审议股份回购议案的会议中就相关股份回

购议案投赞成票。

3、在启动股价稳定措施的前提条件满足时，如本人未按照上述预案采取稳定股价的具体措施，本人同意采取下列约束措施：

（1）本人将在公司股东大会及中国证券监督管理委员会指定报刊上公开说明未采取上述稳定股价措施的具体原因并向公司股东和社会公众投资者道歉；

（2）公司有权停止发放应付本人的薪酬，且有权停止对本人分取红利（如有），公司将扣留本人与履行上述增持股份义务所需金额相对应的薪酬及现金红利，直至本人采取相应的股价稳定措施并实施完毕为止。

4、若法律、法规、规范性文件及中国证券监督管理委员会或北京证券交易所对启动股价稳定措施的具体条件、具体措施等有不同规定，或者对相关主体因违反上述承诺而应承担的相关责任及后果有不同规定的，本人承诺自愿无条件地遵从该等规定。”

（3）关于填补被摊薄即期回报的措施及承诺

1）发行人关于填补被摊薄即期回报的措施及承诺

“1、扩大业务规模，增强盈利能力

公司将合理安排募集资金运用，在稳固现有市场和客户的基础上，加强产品研发力度，进一步加强现有产品和业务的开拓和推广力度，不断扩大主营业务的经营规模，进而提高公司盈利能力，更好地回报广大股东。

2、加快募投项目投资进度，提高募集资金使用效率

本次募集资金到位前，为尽快实现募集资金投资项目效益，公司将积极调配资源，力争提前完成募集资金投资项目的前期准备工作；本次发行募集资金到位后，公司将加快推进募集资金投资项目建设，争取早日实现预期效益，增加以后年度的股东回报，降低本次发行导致的即期回报摊薄的风险。

3、强化募集资金管理，保证募集资金合理规范使用

为规范公司本次发行上市后募集资金的使用与管理，确保募集资金的使用规范、安全、高效，根据《中华人民共和国公司法》《中华人民共和国证券法》等法律、法规、规范性文件，公司审议通过了募集资金投资项目及其可行性、募集资金管理制度等相关议案和制度。

为了能够更好地识别、计量、监测和报告主要风险状况，本公司将严格执行风险准入政策、完善风险防控体系、严防增量风险；丰富手段工具、规范流程操作、提升风险专业管理水平；加强管控、完善风险治理、夯实风险管理基础建设、积极配合监管银行和保荐

机构对募集资金使用的检查和监管。

4、不断完善公司治理，为公司发展提供制度保障

公司将严格遵循《中华人民共和国公司法》《中华人民共和国证券法》《北京证券交易所上市公司持续监管办法（试行）》等法律、法规和规范性文件的要求，不断优化治理结构、加强内部控制，确保股东能够充分行使权利，确保董事会能够按照法律、法规和公司章程的规定行使职权，做出科学、迅速和谨慎的决策，确保独立董事能够认真履行职责，维护公司整体利益，尤其是中小股东的合法权益。

5、进一步完善利润分配制度，强化投资者回报制度

根据《北京证券交易所上市公司持续监管指引第10号——权益分派》等相关法律法规的规定，《公司章程（草案）》明确了公司利润分配政策等事宜，明确了公司利润分配的顺序、形式、决策程序、现金分红的条件及最低分红比例，强化了中小投资者权益保障机制，便于投资者形成稳定的回报预期。

为明确公司本次发行上市后对新老股东权益分红的回报，进一步细化《公司章程（草案）》中关于利润分配政策的条款，增强利润分配决策的透明度和可操作性，公司制定了上市后未来三年股东分红回报规划。

本次发行完成后，公司将按照法律法规的规定和《公司章程（草案）》，在符合利润分配条件的情况下，积极推动对股东的利润分配，有效维护和增加对股东的回报。

公司承诺将积极采取上述措施填补被摊薄即期回报，保护中小投资者的合法利益。上述措施有利于增强公司的核心竞争力和持续盈利能力，增厚未来收益，填补股东回报；但由于公司经营面临的内外部风险客观存在，上述措施的实施不等于对公司未来利润做出保证。”

2) 控股股东、实际控制人关于填补被摊薄即期回报的措施及承诺

“1、不越权干预公司的经营管理活动，不侵占公司的利益；

2、承诺不无偿或以不公平条件向其他单位或者个人输送利益，也不采用其他方式损害公司利益；

3、承诺对董事和高级管理人员的职务消费行为进行约束；

4、本人承诺切实履行公司制定的有关填补回报措施以及本人对此作出的任何有关填补回报措施的承诺，若本人违反该等承诺并给公司或者投资者造成损失的，本人愿意依法承担对公司或者投资者的补偿责任；

5、自本承诺出具日至公司向不特定合格投资者公开发行股票实施完毕，若中国证监会或北京证券交易所作出关于填补被摊薄即期回报措施及其承诺的其他新的监管规定，

且本人上述承诺不能满足中国证监会或北京证券交易所该等规定时，本人承诺届时将按照中国证监会或北京证券交易所的最新规定出具补充承诺。”

3) 董事、高管关于填补被摊薄即期回报的措施及承诺

“1、本人承诺不无偿或以不公平条件向其他单位或者个人输送利益，也不采用其他方式损害公司利益；

2、本人承诺对本人的职务消费行为进行约束；

3、本人承诺不动用公司资产从事与其履行职责无关的投资、消费活动；

4、本人承诺由董事会或薪酬委员会制定的薪酬制度与公司填补回报措施的执行情况相挂钩；

5、公司实施股权激励（如有），本人承诺在自身权限范围内，全力促使公司拟公布的股权激励行权条件与公司填补回报措施的执行情况相挂钩，并对公司会议审议的相关议案投票赞成；

6、本人承诺切实履行公司制定的有关填补回报措施以及本人对此作出的任何有关填补回报措施的承诺，若本人违反该等承诺并给公司或者投资者造成损失的，本人愿意依法承担对公司或者投资者的补偿责任；

7、自本承诺出具日至公司向不特定合格投资者公开发行股票实施完毕，若中国证监会或北京证券交易所作出关于填补回报措施及其承诺的其他新的监管规定，且本人上述承诺不能满足中国证监会或北京证券交易所该等规定时，本人承诺届时将按照中国证监会或北京证券交易所的最新规定出具补充承诺。”

(4) 关于上市后利润分配的承诺

1) 发行人关于上市后利润分配的承诺

“本公司将严格遵守上市后适用的《广东邦泽创科电器股份有限公司章程（草案）》《关于公司向不特定合格投资者公开发行股票并在北京证券交易所上市后三年股东分红回报规划的议案》以及本公司股东大会审议通过的其他规定所指定的利润分配政策的安排。

公司董事会、监事会和股东大会对利润分配政策的决策和论证过程将充分考虑独立董事和公众投资者的意见，保护中小股东、公众投资者的利益。”

2) 控股股东、实际控制人、董监高关于上市后利润分配的承诺

“1、本人承诺将督促发行人在北京证券交易所上市后严格执行发行人上市后适用的《公司章程（草案）》规定的利润分配政策（包括现金分红政策）履行公司利润分配决策

程序，并实施利润分配。

2、在审议公司利润分配预案的股东会/董事会/监事会上，本人将对符合利润分配政策和分红回报规划要求的利润分配预案投赞成票，并督促公司根据相关决议实施利润分配。

3、如本人违反上述承诺给投资者造成损失的，将向投资者依法承担责任。”

(5) 关于如出现违法违规事项自愿限售的承诺

控股股东、实际控制人、董事长、总经理关于如出现违法违规事项自愿限售的承诺

“1、若发行人上市后涉嫌证券期货违法犯罪或重大违规行为的，本人自前述违法违规行为被发现后的6个月内，本人直接或间接所持发行人全部股份，将按照北京证券交易所的相关要求自愿办理限售手续。

2、若发行人上市后，本人涉嫌证券期货违法犯罪或重大违规行为的，本人自前述违法违规行为被发现后的12个月内，本人直接或间接所持发行人全部股份将按照北京证券交易所的相关要求自愿办理限售手续。”

(6) 关于未能履行承诺时的约束措施及承诺

1) 发行人关于未能履行承诺时的约束措施及承诺

“1、本公司如违反相关承诺事项，本公司将在股东大会及符合中国证券监督管理委员会、北京证券交易所规定条件的媒体公开说明未履行承诺的具体原因，并向股东和社会公众投资者道歉；

2、如果因公司未履行相关承诺事项，致使社会公众投资者在证券交易中遭受损失的，公司将依法向投资者赔偿相关损失。如公司因未履行相关承诺事项而被司法机关或行政机关作出相应裁定、决定，公司将严格依法执行该等裁定、决定；

3、公司将在定期报告中披露公司及控股股东、实际控制人、公司董事、监事、高级管理人员的公开承诺履行情况，和未履行承诺时的补救及改正情况；

4、公司将对出现该等未履行承诺行为负有个人责任的董事、监事、高级管理人员采取调减或停发薪酬或津贴等措施；

5、如因相关法律法规、政策变化、自然灾害及其他不可抗力等公司无法控制的客观原因导致公司承诺未能履行、确已无法履行或无法按期履行的，公司将采取以下措施：

(1) 及时、充分披露公司承诺未能履行、无法履行或无法按期履行的具体原因；

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

2) 控股股东、实际控制人、持股5%以上的股东关于未能履行承诺时的约束措施及

承诺

“1、本人/本企业若未能履行相关承诺事项，本人/本企业将在公司股东大会及中国证券监督管理委员会、北京证券交易所指定报刊上公开说明未履行承诺的具体原因并向公司其他股东和社会公众投资者道歉；

2、因本人/本企业未履行相关承诺事项而获得收益的，所获收益归公司所有。本人/本企业在获得收益的5个交易日内，应将所获收益支付给发行人指定账户；

3、如果因公司招股说明书有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使社会公众投资者在证券交易中遭受损失的，且本人/本企业未按本人/本企业作出的承诺依法赔偿社会公众投资者损失的，则本人/本企业直接或间接持有的发行人股份在本人/本企业履行完毕前述赔偿责任之前不得转让，同时发行人有权扣减本人/本企业所获分配的现金分红/工资薪酬，用于承担前述赔偿责任；

4、发行人若未履行招股说明书披露的承诺事项，给社会公众投资者造成损失的，本人/本企业承诺将依法承担赔偿责任；

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

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

(2) 向社会公众投资者提出补充承诺或替代承诺（相关承诺需按法律、法规、公司章程的规定履行相关审批程序），以尽可能保护社会公众投资者的权益。”

3) 董监高关于未能履行承诺时的约束措施及承诺

“1、本人若未能履行相关承诺事项，本人将在发行人股东大会及中国证券监督管理委员会、北京证券交易所指定报刊上公开说明未履行承诺的具体原因并向发行人股东和社会公众投资者道歉；

2、因本人未履行相关承诺事项而获得收益的，所获收益归发行人所有。本人在获得收益的5个交易日内，应将所获收益支付给发行人指定账户；

3、如果因公司招股说明书有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使社会公众投资者在证券交易中遭受损失的，且本人未按本人作出的承诺依法赔偿社会公众投资者损失的，则本人直接或间接持有的公司股份在本人履行完毕前述赔偿责任之前不得转让，同时公司有权扣减本人所获分配的现金分红、应当支付给本人的工资薪酬（如有），用于承担前述赔偿责任；

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

(1) 及时、充分披露本人承诺未能履行、无法履行或无法按期履行的具体原因；

(2) 向社会公众投资者提出补充承诺或替代承诺（相关承诺需按法律、法规、公司章程的规定履行相关审批程序），以尽可能保护社会公众投资者的权益。”

(7) 关于虚假陈述导致回购股份和向投资者赔偿的承诺

1) 发行人关于虚假陈述导致回购股份和向投资者赔偿的承诺

“1、本次发行上市的招股说明书（以下简称“招股书”）及其他信息披露资料不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，公司承诺对其真实性、准确性、完整性承担相应的法律责任。

2、若在合格投资者缴纳股票申购款后且股票尚未在北交所上市流通前，因公司招股书及其他信息披露资料有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，对判断公司是否符合法律规定的发行条件构成重大、实质影响，在该等违法事实被中国证券监督管理委员会（以下简称“证监会”）、北交所或司法机关等有权机关认定后，对于公司本次发行的全部新股，公司将按照投资者所缴纳股票申购款加算该期间内银行同期存款利息，对已缴纳股票申购款的投资者进行退款。

3、若公司在本次发行上市流通后，因公司招股书及其他信息披露资料有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，导致对判断公司是否符合法律规定的发行条件构成重大、实质影响，公司将在该等违法事实被证监会、北交所或司法机关等有权机关认定之日起 10 个工作日内召开董事会并提议尽快召开股东会，并将按照董事会、股东会审议通过的股份回购具体方案回购公司本次发行的全部新股，回购价格不低于发行价格加上自本次发行完成日至股票回购公告日的银行同期存款利息。如有派息、送股、公积金转增股本、配股等情况的，则发行价格将根据除权除息情况进行相应调整。

4、如因公司招股书及其他信息披露资料有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券交易中遭受损失，公司将依法赔偿投资者损失。有权获得赔偿的投资者资格、投资者损失的范围认定、赔偿主体之间的责任划分须经有权机关生效法律文件确认。在证券主管部门或司法机关认定公司存在前述违法违规情形后，公司将严格履行生效司法文书认定的赔偿方式和赔偿金额向投资者依法进行赔偿。

5、上述承诺为公司真实意思表示，公司自愿接受监管机构、自律组织及社会公众的监督。”

2) 控股股东、实际控制人关于虚假陈述导致回购股份和向投资者赔偿的承诺

“1、发行人本次发行上市的招股说明书（以下简称“招股书”）及其他信息披露资料不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，本人承诺对其真实性、准确性、完整性承担相应的法律责任。

2、若在合格投资者缴纳股票申购款后且股票尚未在北交所上市流通前，因发行人招股书及其他信息披露资料有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，对判断发行人是否符合法律规定的发行条件构成重大、实质影响，在该等违法事实被中国证券监督管理委员会（以下简称“中国证监会”）、北交所或司法机关等有权机关认定后，对于发行人本次发行的全部新股，本人将督促发行人按照投资者所缴纳股票申购款加算该期间内银行同期存款利息，对已缴纳股票申购款的投资者进行退款。

3、若发行人本次发行上市流通后，因发行人招股书及其他信息披露资料有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，导致对判断发行人是否符合法律规定的发行条件构成重大、实质影响，在该等违法事实被中国证监会、北交所或司法机关等有权机关认定后，本人将督促发行人履行股份回购事宜的决策程序，以及督促其按照董事会、股东会审议通过的股份回购具体方案回购发行人本次发行的全部新股。本人将购回已转让的原限售股份（如有），回购价格（如果因派发现金红利、送股、转增股本、增发新股等原因进行除权、除息的，根据除权除息情况进行相应调整）根据相关法律法规确定，且不低于本次发行的发行价格与按照股票发行日至回购日银行同期存款利率计算的利息之和。

4、如因发行人招股书及其他信息披露资料有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券交易中遭受损失，本人将依法赔偿投资者损失。有权获得赔偿的投资者资格、投资者损失的范围认定、赔偿主体之间的责任划分须经有权机关生效法律文件确认。在证券主管部门或司法机关认定发行人存在前述违法违规情形后，本人将严格履行生效司法文书认定的赔偿方式和赔偿金额向投资者依法进行赔偿。

5、上述承诺为本人真实意思表示，本人自愿接受监管机构、自律组织及社会公众的监督，若违反上述承诺，本人将依法承担相应责任。”

3）董监高关于虚假陈述导致回购股份和向投资者赔偿的承诺

“1、发行人本次发行上市的招股说明书（以下简称“招股书”）及其他信息披露资料不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，本人承诺对其真实性、准确性、完整性承担相应的法律责任。

2、若发行人本次发行上市流通后，因发行人招股书及其他信息披露资料有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，导致对判断发行人是否符合法律规定的发行条件构成重大、实质影响，在该等违法事实被中国证券监督管理委员会（以下简称“中国证监会”）、北交所或司法机关等有权机关认定后，本人将督促发行人履行股份回购事宜的决策程序，并督促

其按照董事会、股东会审议通过的股份回购具体方案回购发行人本次公开发行的全部新股。

3、如因发行人招股书及其他信息披露资料有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券交易中遭受损失，本人将依法赔偿投资者损失。有权获得赔偿的投资者资格、投资者损失的范围认定、赔偿主体之间的责任划分须经有权机关生效法律文件确认。在证券主管部门或司法机关认定发行人存在前述违法违规情形后，本人将严格履行生效司法文书认定的赔偿方式和赔偿金额向投资者依法进行赔偿。

4、上述承诺为本人真实意思表示，本人自愿接受监管机构、自律组织及社会公众的监督，若违反上述承诺，本人将依法承担相应责任。”

(8) 关于股东信息披露的专项承诺

发行人关于股东信息披露的专项承诺

“1、本公司已在招股说明书中真实、准确、完整地披露了股东信息；

2、本公司截至本承诺函出具之日不存在股权代持、委托持股等情形，不存在股权争议或潜在纠纷；

3、本公司不存在法律法规规定禁止持股的主体直接或间接持有本公司股份的情形；

4、截至本承诺出具之日，东莞证券股份有限公司（以下简称“东莞证券”）在发行人股东东莞北交财鑫一号股权投资企业（有限合伙）、东莞市东证常平新兴产业股权投资企业（有限合伙）的上层出资结构中存在间接持股情形，合计持有发行人股份比例为 0.85%。除上述情形外，发行人与本次发行有关的中介机构及其负责人、高级管理人员、经办人员之间不存在其他任何直接或间接的股权关系或其他利益关系；

5、本公司不存在以本公司股权进行不当利益输送的情形；

6、本公司直接或间接股东不属于《证监会系统离职人员入股拟上市企业监管规定（试行）》规定的离职人员或离职人员的父母、配偶、子女及其配偶；”

(9) 关于合规情况的承诺

1) 发行人关于合规情况的承诺

“本公司在全国中小企业股份转让系统挂牌期间不存在组织、参与内幕交易、操纵市场等违法违规行为或者为违法违规交易公司股票提供便利的情形。”

2) 控股股东、实际控制人、董事、高级管理人员关于合规情况的承诺

“1、本人最近 36 个月内不存在以下情形：担任因规范类和重大违法类强制退市情形被终止上市企业的董事、高级管理人员，且对触及相关退市情形负有个人责任；作为前述

企业的控股股东、实际控制人且对触及相关退市情形负有个人责任；

2、本人在发行人在全国中小企业股份转让系统挂牌期间，不存在组织、参与内幕交易、操纵市场等违法违规行为或者为违法违规交易公司股票提供便利的情形。”

(10) 关于申请文件真实性、准确性、完整性的承诺

1) 发行人关于申请文件真实性、准确性、完整性的承诺

“1、公司承诺诚实守信，依法充分披露投资者作出价值判断和投资决策所必需的信息，保证本次发行上市申请文件和信息披露的真实、准确、完整，简明清晰、通俗易懂，不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性承担连带责任；

2、如因发行人招股说明书及其他信息披露资料有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券发行和交易中遭受损失的，公司将依法承担法律责任。”

2) 控股股东、实际控制人、董监高关于申请文件真实性、准确性、完整性的承诺

“1、本承诺方诚实守信，保证发行上市申请文件和信息披露的真实、准确、完整，并对其真实性、准确性、完整性承担连带责任，本承诺方依法作出并履行相关承诺，不存在损害投资者合法权益的情形；

2、如因发行人招股说明书及其他信息披露资料有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券发行和交易中遭受损失的，本承诺方将依法承担法律责任。”

(11) 关于保持发行人资产、人员、财务、机构和业务独立的承诺

控股股东、实际控制人关于保持发行人资产、人员、财务、机构和业务独立的承诺

“1、保证邦泽创科资产独立完整

本人用于认购邦泽创科股份的资产独立完整，并已完成相关资产交割或产权变更等手续；保证本人的资产或本人控制的公司、企业或其他组织、机构（以下简称“本人控制的其他企业”）与邦泽创科的资产严格分开，确保邦泽创科完全独立经营；严格遵守有关法律、法规和规范性文件以及邦泽创科章程关于邦泽创科与关联方资金往来及对外担保等规定，保证本人或本人控制的其他企业保证不发生违规占用邦泽创科资金等情形。

2、保证邦泽创科的人员独立

保证邦泽创科的总经理、副总经理、财务总监、董事会秘书等高级管理人员均不在本人控制的其他企业担任除董事、监事以外的其他职务，不在本人控制的其他企业领薪；保证邦泽创科的财务人员不在本人控制的其他企业中兼职或及领薪；保证邦泽创科的劳动、人事及工资管理与本人或本人控制的其他企业之间完全独立。

3、保证邦泽创科的财务独立

保证邦泽创科保持独立的财务部门和独立的财务核算体系，财务独立核算，能够独立作出财务决策，具有规范的财务会计制度和对分公司、子公司的财务管理制度；保证邦泽创科具有独立的银行基本账户和其他结算账户，不存在与本人或本人控制的其他企业共用银行账户的情形；保证不违规于预邦泽创科的资金使用。

4、保证邦泽创科机构独立

保证邦泽创科具有健全、独立和完整的内部经营管理机构，并独立行使经营管理职权；保证本人或本人控制的其他企业与邦泽创科的机构完全分开，不存在机构混同的情形。

5、保证邦泽创科业务独立。

保证邦泽创科的业务独立于本人或本人控制的其他企业，并拥有独立开展经营活动的资产、人员、资质和能力，具有面向市场独立自主经营的能力；保证本人或本人控制的其他企业与邦泽创科不存在同业竞争或显失公平的关联交易；本人不会对邦泽创科的正常经营活动进行违规干预。”

(12) 关于规范和减少关联交易的承诺

1) 控股股东、实际控制人关于规范和减少关联交易的承诺

“1、本承诺方按照证券监管法律、法规以及规范性文件所要求对关联方以及关联交易进行了完整、详尽披露。除已经向相关中介机构书面披露的关联交易以外，本承诺方及本承诺方的关联方与公司及其控股子公司之间不存在其他任何依照法律法规和中国证监会、证券交易所、全国股转系统的有关规定应披露而未披露的关联交易。

2、本承诺方将尽量避免与公司及其控股子公司之间产生新增关联交易事项。对于不可避免发生的关联业务往来或交易，将在平等、自愿的基础上，按照公平、公允和等价有偿的原则进行，交易价格将按照市场公认的合理价格确定，本承诺方不会要求或接受公司给予比在任何一项市场公平交易中第三者更优惠的条件。

3、本承诺方将严格遵守公司章程等规范性文件中关于关联交易事项的回避规定，所涉及的关联交易均将按照规定的决策程序进行，并将履行合法程序，及时对关联交易事项进行信息披露。

4、本承诺方承诺不会利用关联交易转移、输送利润，不会通过公司的经营决策权损害公司及其他股东的合法权益。

5、本承诺方承诺不会通过直接或间接持有公司股份而滥用股东权利，损害公司及其他股东的合法利益。

6、本承诺方及本承诺方的关联方将严格和善意地履行与公司签订的各种关联交易协议，不会向公司谋求任何超出上述规定以外的利益或收益。

7、本承诺方将通过对所控制的其他单位的控制权，促使该等单位按照同样的标准遵守上述承诺。

8、本承诺方承诺，若因违反本承诺函的上述任何条款，而导致公司遭受任何直接或者间接形成的经济损失的，本承诺方均将予以赔偿，并妥善处置消除或规范相关关联交易等全部后续事项。”

2) 持股 5% 以上的其他股东关于规范和减少关联交易的承诺

“1、本承诺方按照证券监管法律、法规以及规范性文件所要求对关联方以及关联交易进行了完整、详尽披露。除已经向相关中介机构书面披露的关联交易以外，本承诺方及本承诺方的关联方与公司及其控股子公司之间不存在其他任何依照法律法规和中国证监会、证券交易所、全国股转系统的有关规定应披露而未披露的关联交易。

2、本承诺方将尽量避免与公司及其控股子公司之间产生新增关联交易事项。对于不可避免发生的关联业务往来或交易，将在平等、自愿的基础上，按照公平、公允和等价有偿的原则进行，交易价格将按照市场公认的合理价格确定，本承诺方不会要求或接受公司给予比在任何一项市场公平交易中第三者更优惠的条件。

3、本承诺方将严格遵守公司章程等规范性文件中关于关联交易事项的回避规定，所涉及的关联交易均将按照规定的决策程序进行，并将履行合法程序，及时对关联交易事项进行信息披露。

4、本承诺方承诺不会利用关联交易转移、输送利润，不会通过公司的经营决策权损害公司及其他股东的合法权益。

5、本承诺方承诺不会通过直接或间接持有公司股份而滥用股东权利，损害公司及其他股东的合法利益。

6、本承诺方及本承诺方的关联方将严格和善意地履行与公司签订的各种关联交易协议，不会向公司谋求任何超出上述规定以外的利益或收益。

7、本承诺方将通过对所控制的其他单位的控制权，促使该等单位按照同样的标准遵守上述承诺。

8、本承诺方承诺，若因违反本承诺函的上述任何条款，而导致公司遭受任何直接或者间接形成的经济损失的，本承诺方均将予以赔偿，并妥善处置消除或规范相关关联交易等全部后续事项。”

3) 董监高关于规范和减少关联交易的承诺

“1、本承诺方按照证券监管法律、法规以及规范性文件所要求对关联方以及关联交易进行了完整、详尽披露。除已经向相关中介机构书面披露的关联交易以外，本承诺方及本承诺方的关联方与公司及其控股子公司之间不存在其他任何依照法律法规和中国证监会、证券交易所、全国股转系统的有关规定应披露而未披露的关联交易。

2、本承诺方将尽量避免与公司及其控股子公司之间产生新增关联交易事项。对于不可避免发生的关联业务往来或交易，将在平等、自愿的基础上，按照公平、公允和等价有偿的原则进行，交易价格将按照市场公认的合理价格确定，本承诺方不会要求或接受公司给予比在任何一项市场公平交易中第三者更优惠的条件。

3、本承诺方将严格遵守公司章程等规范性文件中关于关联交易事项的回避规定，所涉及的关联交易均将按照规定的决策程序进行，并将履行合法程序，及时对关联交易事项进行信息披露。

4、本承诺方承诺不会利用关联交易转移、输送利润，不会通过公司的经营决策权损害公司及其他股东的合法权益。

5、本承诺方承诺不会通过直接或间接持有公司股份而滥用股东权利，损害公司及其他股东的合法利益。

6、本承诺方及本承诺方的关联方将严格和善意地履行与公司签订的各种关联交易协议，不会向公司谋求任何超出上述规定以外的利益或收益。

7、本承诺方将通过对所控制的其他单位的控制权，促使该等单位按照同样的标准遵守上述承诺。

8、本承诺方承诺，若因违反本承诺函的上述任何条款，而导致公司遭受任何直接或者间接形成的经济损失的，本承诺方均将予以赔偿，并妥善处置消除或规范相关关联交易等全部后续事项。”

(13) 关于避免同业竞争的承诺

控股股东、实际控制人关于避免同业竞争的承诺

“1、本承诺方及本承诺方的近亲属目前没有通过直接或间接控制的其他企业进行与公司及其控股子公司的业务构成实质性同业竞争的行为，未来也将避免与公司及其控股子公司构成新增同业竞争的情况，且不会协助、促使或代表任何第三方以任何方式直接或间接从事与公司现在和将来所经营业务构成竞争或可能构成竞争的业务。

2、对于本承诺方及本承诺方的近亲属直接和间接控制的其他企业，本承诺方保证该企业履行本承诺函中与本承诺方及本承诺方的近亲属相同的义务，保证该企业不进行与公司及其控股子公司构成同业竞争的行为，保证该企业不新增同业竞争。

3、本承诺方承诺如从第三方获得的任何商业机会与公司及其控股子公司经营的业务存在同业竞争或潜在同业竞争的，将立即通知公司。本承诺方承诺采用包括将该等商业机会让与公司在内的任何其他可以被监管部门所认可的方案，以最终排除第三方因该等商业机会形成与公司新增同业竞争的情况。”

(14) 关于转移定价事宜的承诺

控股股东、实际控制人关于转移定价事宜的承诺

若报告期内发行人及其子公司因转移定价而被主管税务机关重新核定价格并依法追缴税款及罚款，因此给发行人及其子公司造成经济损失的，本人将承担发行人由此导致的损失。

2. 前期公开承诺情况

(1) 关于同业竞争的承诺

1) 控股股东、实际控制人关于同业竞争的承诺

“一、截至本承诺签署之日，本人控制的其他企业未直接或间接经营任何与邦泽创科（及其分公司、合并报表范围内子公司，下同）经营的业务构成竞争或可能构成竞争的业务，也未投资任何与邦泽创科生产、销售的产品或经营的业务构成竞争或可能构成竞争的其他企业。

二、自本承诺签署之日起，本人及本人控制的其他企业不直接或间接经营任何与邦泽创科经营的业务构成竞争或可能构成竞争的业务，也不投资任何与邦泽创科生产、销售的产品或经营的业务构成竞争或可能构成竞争的其他企业。

三、自本承诺签署之日起，若本人所控制的其他公司与邦泽创科拓展后产品或业务产生竞争，则本人将通过以下方式避免同业竞争：停止生产、销售或经营相竞争的业务或产品，将相竞争的业务纳入邦泽创科经营，或者将相竞争的业务转让给无关联关系的第三方。

四、在本人作为邦泽创科实际控制人期间，本承诺函持续有效。如违反上述承诺，本人将向邦泽创科赔偿一切直接和间接损失，并承担相应法律责任。”

2) 董事、监事、高级管理人员关于同业竞争的承诺

“一、本人将不在中国境内外直接或间接从事或参与任何在商业上对公司构成竞争的业务及活动或拥有与公司存在竞争关系的任何经济实体、机构、经济组织的权益；或以其他任何形式取得该经济实体、机构、经济组织的控制权。

二、在本人作为邦泽创科董事/监事/高级管理人员期间，本承诺函持续有效。如违反上述承诺，本人将向邦泽创科赔偿一切直接和间接损失，并承担相应法律责任。”

(2) 关于规范和减少关联交易的承诺

1) 控股股东、实际控制人以及其他持股 5%以上股东关于规范和减少关联交易的承诺

“1. 自邦泽创科成立之日起，本人及本人控制的其他企业不以借款、代偿债务、代垫款项或者其他任何方式占用公司的资金，或要求公司为本人及本人控制的其他企业进行违规担保；不与公司发生非公允的关联交易；

2. 如果本人与公司之间无法避免发生关联交易，则该等关联交易将严格遵守平等、自愿、公开、公正的原则，并按照公司的《公司章程》和《关联交易制度》规定的关联交易的定价依据和方法、关联交易的回避表决、关联交易的决策权限与程序等进行；保证该等关联交易不损害公司及其他股东的合法权益。

3. 如因本人违反上述承诺并给邦泽创科造成经济损失的，本人同意无条件给予全部赔偿。”

2) 董事、监事、高级管理人员关于规范和减少关联交易的承诺

“1. 截至本承诺函出具之日，除已经披露的情形外，本人及本人控制或可实施重大影响的其他企业（以下简称“附属公司”）与邦泽创科之间不存在其他关联交易。

2. 本人将善意履行作为邦泽创科董事/监事/高级管理人员的义务，不利用该等地位，就邦泽创科与本人或附属公司相关的任何关联交易采取任何不利于邦泽创科的行动，或故意促使邦泽创科的股东大会或董事/监事/高级管理人员会作出侵犯邦泽创科其他股东合法权益的决议。本人保证不会利用关联交易转移邦泽创科利润，不会通过影响邦泽创科的经营决策来损害邦泽创科及其他股东的合法权益。

3. 本人将尽量避免本人或附属公司与邦泽创科之间产生关联交易事项，对于不可避免发生的关联业务往来或交易，将在平等、自愿的基础上，按照公平、公允和等价有偿的原则进行，交易价格将按照市场公认的合理价格确定。本人及附属公司将不会要求或接受邦泽创科给予比任何一项市场公平交易中第三者更优惠的条件。

4. 本人将严格遵守《公司章程》及其他制度中关于关联交易事项的回避规定，所涉及的关联交易均将按照邦泽创科关联交易决策程序进行，并将履行合法程序及法律法规规定的信息披露义务。

5. 本人及附属公司将严格和善意地履行与邦泽创科签订的各种关联交易协议。本人承诺将不会向邦泽创科谋求任何超出上述协议规定以外的利益或收益。

6. 如果本人违反上述承诺，本人同意给予邦泽创科赔偿。上述承诺如与事实不符，本人愿意承担由此引起的一切法律责任。”

(3) 关于资金占用的承诺

控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员、直接和间接持股 5%以上的股东、吴荣颂、东莞泽宇关于资金占用的承诺：

“1. 截至本承诺函出具日，本人/本企业以及本人/本企业所控制、控股、参股的其他公司不存在以借款或任何其他方式占用公司资金，也不以任何其他方式损害公司和其他股东的合法权益的情形；

2. 本人/本企业以及本人/本企业所控制、控股、参股的其他公司或组织将严格遵守公司的资金管理相关规定。如果发生本人/本企业以及本人/本企业所控制、控股、参股的其他公司占用公司资金事项，或因违反相关法律法规、《公司章程》及全国中小企业股份转让系统的相关规定而给其他股东造成损失的，本人/本企业将承担全部赔偿责任及经济损失。”

(4) 关于公司租赁情况的承诺

实际控制人、控股股东关于公司租赁情况的承诺

“如因邦泽创科（含子公司，下同）所租房屋未办理房屋产权证书、未办理房屋租赁备案、未履行批准手续的建筑物或存在其他不合规情形，而被第三人主张权利或政府部门行使职权导致公司需要搬离承租场所、被有权政府部门处罚、被其他第三方追索或遭受其他损失的，本人将无条件全额承担相关处罚款项、第三人的追索、公司搬离承租场所而支付的相关费用以及公司遭受的其他所有损失。本人自愿放弃向公司追偿的权利，保证公司不会因此遭受任何损失，并为公司寻找其他合适的租赁标的，以保证公司业务经营的持续稳定。”

(5) 关于员工社会保险及住房公积金事项的承诺

实际控制人、控股股东关于员工社会保险及住房公积金事项的承诺

“若邦泽创科及其合并报表范围子公司所在地有关社保主管部门及住房公积金主管部门要求邦泽创科及其合并报表范围子公司对其自 2021 年 1 月 1 日至在全国中小企业股份转让系统挂牌并公开转让之日期间应缴的员工社会保险费用（包括养老保险、医疗保险、失业保险、工伤保险、生育保险五种基本保险）或住房公积金进行补缴，或者邦泽创科被要求支付滞纳金或因此受到行政处罚的，本人将按主管部门核定的金额无偿代邦泽创科及其合并报表范围子公司补缴，并承担相关罚款、滞纳金等费用，邦泽创科及其合并报表范围子公司无需支付上述任何费用。”

(6) 关于境外投资的承诺

实际控制人、控股股东关于境外投资的承诺

“1. 如果公司或其子公司因承诺函出具日前未按规定在住所地企业境外投资主管部门（如发改委、商务部门、外汇部门）办理企业境外投资有关审批、备案手续而带来任何行政处罚费用支出、其他费用支出或经济损失，本人将无条件全部无偿代其承担。

2. 如果公司或其子公司因承诺函出具日前企业境外投资手续不规范的情形而需要承担补缴、赔偿、处罚或滞纳金等任何形式的经济损失或义务，本人将承担前述全部的经济补偿、赔偿、罚金及其他经济损失，并保证今后不会就此向公司或其子公司进行追偿。”

（7）关于环境保护的承诺

实际控制人、控股股东关于环境保护的承诺

“如邦泽创科及其子公司因建设项目未办理环境影响评价即擅自开工建设、需要配套建设的环境保护设施未经验收、未办理排污许可证排放污染物等违反环境保护相关法律、法规及规范性文件的行为，而被行政主管部门处以行政处罚或其他影响生产经营的行政措施，因此给邦泽创科及其子公司造成经济损失的，实际控制人将就此产生的一切支出无条件全额承担清偿责任，以避免公司遭受任何损失。”

（8）关于限售的承诺

1) 实际控制人、控股股东关于限售的承诺

“1. 本人直接及间接持有的邦泽创科的股票分三批解除转让限制，每批解除转让限制的数量均为其挂牌前所持股票的三分之一，解除转让限制的时间分别为挂牌之日、挂牌期满一年和两年；

2. 如法律法规对限售有更高要求，则本人同意自觉接受该等更高要求，并同意应要求重新签署承诺函；

3. 本人将依法及时向邦泽创科汇报本人持有的邦泽创科的股份及其变动情况。”

2) 董事、监事、高级管理人员关于限售的承诺

“1. 本人在公司作为公司董事、监事、高级管理人员任职期间，每年转让的股份不得超过本人直接或间接所持有公司股份总数的百分之二十五；在离职后半年内，不转让直接持有的公司的股份。本人将及时（所持股份变动当天）向公司申报所持有的公司的股份及其变动情况；若本人在股份锁定期内出售持有的公司的股份，则本人愿意承担相应的法律责任，因实施该种违法行为所得到的价款将全部归公司所有。本人若在担任公司董事、监事、高级管理人员任期内离职的，在本人就任时确定的任期内及原任期届满后六个月内，仍将继续遵守前述规定。

2. 因公司进行权益分派等导致本人直接或间接持有的公司股份发生变化的，亦遵守上述规定。

3. 本人将严格履行上述承诺，并保证不会因职务变更、离职等原因而放弃履行上述承诺。如若违反上述承诺，本人愿意承担相应的法律责任。”

3) 实际控制人、控股股东、董监高关于股份锁定的承诺

“1. 自股权登记日（2024年10月22日）次日起至完成股票公开发行并在北京证券交易所上市之日或股票公开发行并在北京证券交易所上市事项终止之日，本承诺方不转让或者委托他人管理本次发行前本承诺方直接或间接持有的公司股份，也不由公司回购该部分股份。本承诺方将恪守关于股份限售的承诺。

2. 在上述承诺履行期间，本承诺方职务变更、离职等原因不影响本承诺的效力，在此期间本承诺方仍将继续履行上述承诺。

3. 在锁定期满后，本承诺方将按照符合相关法律、法规、业务规则的方式进行减持。

4. 如违背上述承诺，本承诺方违规减持股票所得收益全部归公司所有。

5. 如监管机构对于上述锁定期安排、减持另有特别规定或有更高要求的，本承诺方将按照监管机构的相关规定或要求执行。”

4) 东莞泽凯、东莞泽宇关于股份锁定的承诺

“1. 自股权登记日（2024年10月22日）次日起至完成股票公开发行并在北京证券交易所上市之日或股票公开发行并在北京证券交易所上市事项终止之日，本承诺方不转让或者委托他人管理本次发行前本承诺方直接或间接持有的公司股份，也不由公司回购该部分股份。本承诺方将恪守关于股份限售的承诺。

2. 在锁定期满后，本承诺方将按照符合相关法律、法规、业务规则的方式进行减持。

3. 如违背上述承诺，本承诺方违规减持股票所得收益全部归公司所有。

4. 如监管机构对于上述锁定期安排、减持另有特别规定或有更高要求的，本承诺方将按照监管机构的相关规定或要求执行。”

5) 新股东关于股份锁定的承诺

“1. 自取得发行人股份之日起12个月内，本承诺方不转让或者委托他人管理本次发行前本承诺方直接或间接持有的公司股份，也不由公司回购该部分股份。本承诺方将恪守关于股份限售的承诺。

2. 在锁定期满后，本承诺方将按照符合相关法律、法规、业务规则的方式进行减持。

3. 如违背上述承诺，本承诺方违规减持股票所得收益全部归公司所有。

4. 如监管机构对于上述锁定期安排、减持另有特别规定或有更高要求的，本承诺方将按照监管机构的相关规定或要求执行。”

十、 其他事项

无。

第五节 业务和技术

一、 发行人主营业务、主要产品或服务情况

(一) 主营业务情况

1. 主营业务基本情况

邦泽创科成立于 2005 年 3 月，已深耕行业多年，构建起集自主研发、原创设计、跨国生产、全球商超渠道/互联网品牌销售、全球本地化服务，即“‘研、产、销、服’门到门垂直一体化”的全链路经营体系，并通过境外商超/互联网渠道 ODM 销售和自有/授权品牌电商销售为主的模式，为全球消费者提供技术领先、品质可靠、个性化的创新型办公电器和家用电器产品。

ODM 业务方面，公司依托“中国+越南”的跨国生产基地，持续为欧美及亚太地区商超/互联网渠道提供产品和服务，如美国：Amazon（亚马逊）的自有品牌 AmazonBasics、Walmart（沃尔玛）、Sam's Club（山姆会员店）、BestBuy（百思买）、Staples（史泰博）、Office Depot（欧迪办公）等，欧洲：Lidl（历德）、ALDI（奥乐齐）等，澳大利亚：Kmart（凯马特）等，逐步建立起客户信赖的产品制造体系，为公司业绩的持续稳定发展奠定坚实的基础。

自有/授权品牌业务方面，随着 2014 年跨境电商逐步兴起，公司率先向自有/授权品牌跨境电商拓展。公司坚持“多品类、多渠道、多品牌”的自有品牌经营战略，目前拥有“Bonsaii”“Bonsen”等自有办公电器品牌，“Bonsenkitchen”“AromaRoom”“Fresko”等自有家用电器品牌，以及“HP/惠普”授权办公电器品牌，其中公司“Bonsaii”品牌的碎纸机和“Fresko”“Bonsenkitchen”品牌的真空包装机连续荣登 Amazon Best Sellers 榜，并在北美及欧洲市场享有较高的品牌知名度，获得了消费者及客户的认可。

公司通过 Amazon（亚马逊电商）、Walmart（沃尔玛电商）、Shopify 独立站和京东自营等第三方电商平台开展线上销售业务，已覆盖主流电商渠道。截至 2024 年 12 月 31 日，在 Amazon（亚马逊电商）平台上，公司部分型号碎纸机、真空包装机在各地区同类产品销售榜前 2 位。通过自有/授权品牌电商业务的拓展，公司得以直接面对终端消费者，精准把握需求的变化，发挥“‘研、产、销、服’门到门垂直一体化”的全链路经营能力，不断推出热门产品，构建起贴近用户的全球营运体系。

在实际经营中，公司通过自有/授权品牌电商销售直接面向终端用户，精准了解终端用户的真实需求和使用痛点，实现产品和技术的创新研发。这使得自有品牌在电商平台销售数据排名前列，并获得优异的评价数据，优秀的产品数据成为公司与全球商超/互联网渠道合作的有效信用背书，获得大额商超/互联网渠道 ODM 订单。大额商超/互联网渠道

ODM 订单使得公司可以发挥规模生产低成本与品质稳定的优势，同时耗材产品凭借定期更换的长期使用需求，为公司带来整体销售额与利润的持续成长，形成持续稳定的现金流。这种相辅相成的关系成为公司独特的“商超×互联网双引擎驱动”增长模式，实现业绩的良性循环。

同时，公司自成立以来注重培养创新能力并提升研发实力。公司目前是国家级高新技术企业，且截至 2024 年 12 月 31 日，公司已获得国内外专利 281 项及软件著作权 2 项，其中发明专利 38 项（国内 29 项、国外 9 项），实用新型专利 184 项（国内 179 项、国外 5 项），外观设计专利 53 项（国内 42 项，国外 11 项），PCT 国际专利检索报告 6 项。截至 2024 年 12 月 31 日，公司研发人员为 130 人，占公司员工总数的 8.71%。此外，公司荣获多项荣誉：2018-2019 年，公司粒状切割碎纸技术荣获“中国制造之美”入围奖；公司“智能感应过胶机”被评为 2020 年度“广东省名优高新技术产品”；2021 年 8 月，公司被广东省科学技术厅认定为“广东省工程技术研究中心”；2022 年 12 月，公司荣获“广东省创新型中小企业”称号；2022 年 12 月，公司荣获“广东省优秀品牌示范企业”称号；公司“具有稳定裁切机构的真空封口机”和“带切角结构的过胶机”被评为 2022 年度“广东省名优高新技术产品”；2023 年 1 月，公司荣获“广东省专精特新中小企业”称号；2023 年 8 月，公司荣获“东莞市第一批市级制造业单项冠军示范企业”称号；2023 年 12 月，公司荣获“广东省省级制造业单项冠军”称号；2024 年 11 月，公司“智能办公碎纸机”荣获 2024 年 DiD Award（东莞杯）国际工业设计大赛的“创新产品奖”；2025 年 1 月，公司被中国黄埔海关认定为“AEO 高级认证企业”。

2. 主要产品基本情况

公司产品主要分为办公电器和家用电器两大类，办公电器产品包括碎纸机、过胶机及耗材等，家用电器产品包括厨房小家电和生活电器，其中厨房小家电包括真空包装机及耗材、手持搅拌器等，生活电器包括空气净化器等。

（1）办公电器产品系列

公司办公电器产品系列主要情况如下：

1) 碎纸机

碎纸机由一组旋转的刀刃、纸梳和驱动马达组成。纸张从相互咬合的刀刃中间送入，被分割成细小纸片，达到保密的目的。根据碎纸机刀刃的组成方式不同，现有的碎纸形状有条状、粒状、段状等。碎纸机能粉碎含有私人信息的文件、重要的合同、报表等纸张类材料，部分型号的碎纸机可以切割信用卡、光盘等，起到保护隐私的作用。



2) 过胶机及耗材

过胶机主要由驱动系统、加热控温系统、操作控制板和前后胶辊等部件构成，是塑封照片或文件资料的专用设备。其耗材塑封膜，需要配合过胶机加热使用，用来将照片、纸张进行塑封。经过塑封后的照片或文件可以历久弥新。



(2) 家用电器产品系列

1) 厨房小家电

公司家用电器系列下的厨房小家电产品主要情况如下：

①真空包装机及耗材

真空包装机常被用于食品保鲜，能对各类真空包装袋进行封口，其主要用作隔离外界

污染、隔绝空气，大幅降低食物氧化和细菌的繁殖，从而达到保留食物的营养成分并长期保存的目的。使用家用真空包装机封存的食物在常温下可延长保鲜期，在冰箱内可有效地防止食品串味、变质、脱水干裂，真空保鲜效果良好。公司生产的真空包装机产品体积小、易收纳、易操作，适合家庭使用。

真空包装机耗材-真空包装袋是用于储存各类食物的包装袋，主要材质为 PE+Nylon，一边光面，一面有凸起来的纹路，通过压合制作成单个片袋或者卷袋。真空包装袋材质为食品级材质，通过了 LFGB、FDA、REACH、双酚 A 等多种化学测试，需要搭配真空包装机使用，具有安全、轻便的特点。



②手持搅拌器

手持搅拌器为全包不锈钢刀片，能够快速搅拌各类食物，使食物快速进行粉碎。其集榨汁、切菜、碎肉、搅拌、打蛋于一体，一键开关，操作简单。



2) 生活电器

公司家用电器系列下的生活电器产品主要包括空气净化器等。

3. 主营业务收入的主要构成

单位：万元

产品类别	2024 年度		2023 年度		2022 年度	
	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)
办公电器及耗材	104,994.45	69.95	78,050.64	67.30	69,017.53	64.56
其中：碎纸机	84,264.26	56.14	68,451.58	59.02	58,592.71	54.81
过胶机及耗材	16,403.88	10.93	7,284.60	6.28	7,103.29	6.64
其他办公电器	4,326.31	2.88	2,314.46	2.00	3,321.52	3.11
家用电器及耗材	45,107.98	30.05	37,927.53	32.70	37,887.19	35.44
其中：真空包装机及耗材	32,233.80	21.47	27,083.32	23.35	25,520.33	23.87
手持搅拌器	9,011.54	6.00	8,241.99	7.11	2,281.11	2.13
其他家用电器	3,862.64	2.57	2,602.22	2.24	10,085.76	9.43
合计	150,102.43	100.00	115,978.17	100.00	106,904.72	100.00

(二) 公司主要经营模式

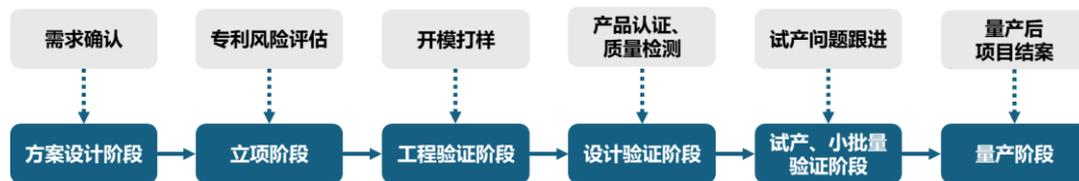
1. 盈利模式

公司主营业务为办公电器和家用电器的原创设计、自主研发、跨国生产、全球销售及本地化服务。公司在 Amazon（亚马逊电商）、Walmart（沃尔玛电商）、Shopify 独立站和京东自营等全球主流电商平台销售自有/授权品牌产品，同时通过 ODM 模式向境外商超/互联网渠道或其授权品牌采购商提供公司自研为主的办公电器和家用电器产品及售后本地化服务。

2. 研发模式

公司研发体系采用三维协同创新模式：产品研发以市场需求为核心驱动，通过电商评论分析、用户画像构建等数字化手段精准捕捉消费趋势，结合原型设计-测试验证的敏捷开发流程实现快速迭代；技术研发聚焦底层技术突破，依托研发部门对材料、结构等开发成果，形成覆盖基础研究至知识产权布局的完整创新链条；工艺研发着力制造效能提升，通过参数调优、原创自动化改造及小试-中试-量产三级验证体系，实现实验室成果向规模化生产的精准转化。三类研发形成“市场洞察-技术储备-制造升级”的闭环体系，通过跨部门协同机制保障创新效能持续提升。

公司研发具体由各事业中心的产品开发部、技术研究部、工程研发部等有关部门负责，销售部、品质与售后服务中心协助审核跟进。公司产品研发业务流程如下：

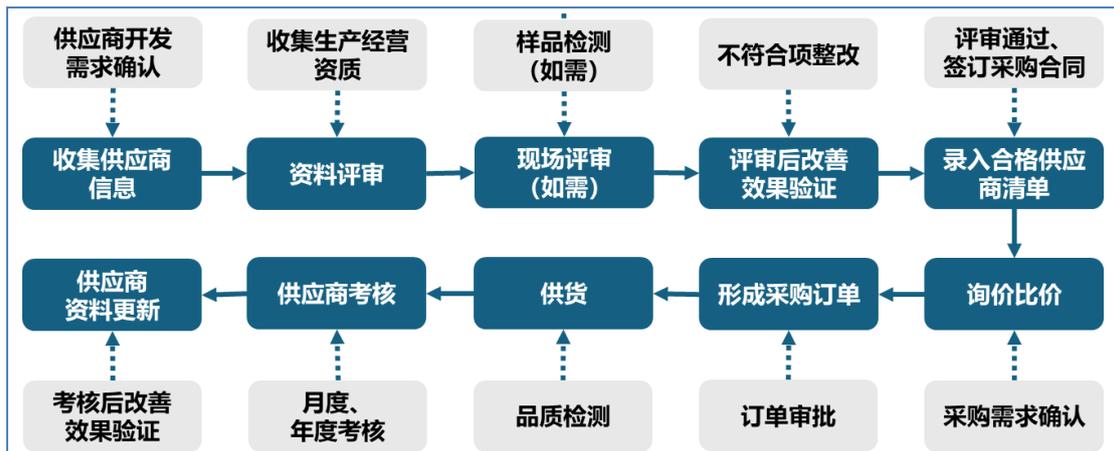


3. 采购模式

公司在（中国/越南）成品制造中心设立供应管理部，负责采购市场分析、供应商遴选、原材料采购计划制定、价格谈判、采购流程管理和供应商评估管理等。公司生产所需的原材料主要采取“以产定购”的采购模式，公司采购的原材料主要包括电子电器、塑胶原料、五金制品和塑胶制品等。公司通过供应商年度评价体系等机制，与核心供应商建立长期战略合作关系，共同推进生产工艺优化和成本控制。

此外公司还向第三方外协生产供应商采购真空包装袋、奶泡机等产品。公司外协生产业务及外协加工业务详见本节“一、发行人主营业务、主要产品或服务情况”之“（二）公司主要经营模式”之“4. 生产模式”之“（2）生产方式”之“2）外协加工”及“3）外协生产”。

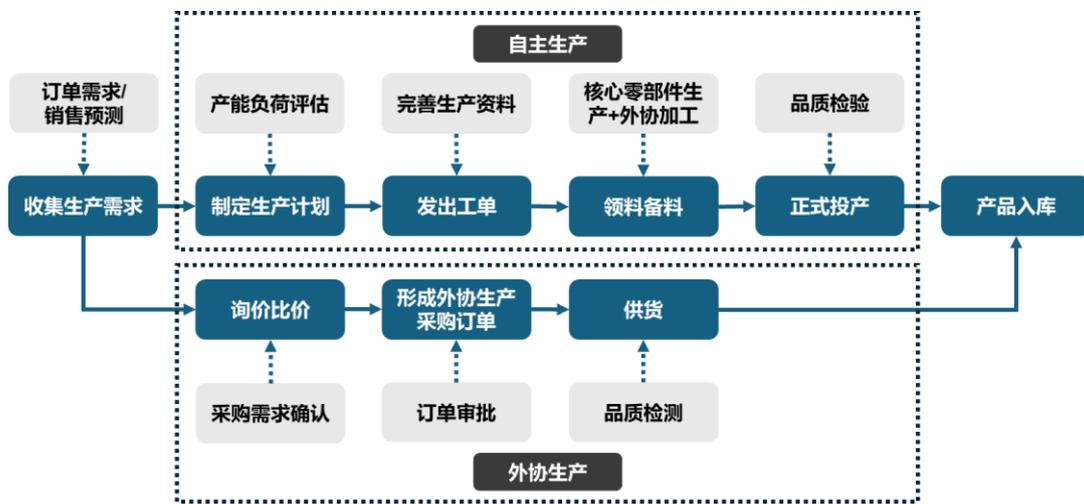
公司采购业务流程如下：



公司建立了完善的供应商管理控制体系来规范对供应商的开发、评价和控制方法，以确保供应商提供的产品、交付和服务满足公司的要求。供应管理部定期根据供应商的产品品质、交付的时效性以及服务对其进行考核，依据《供应商管理流程》形成《供应商考核及评级月度管理表》《供应商年度考核反馈表》。

4. 生产模式

公司采取自主生产为主、外协加工和外协生产为辅的生产模式。目前办公电器和家用电器的大部分产品由公司自主生产，注塑加工、零部件加工组装等工序部分由第三方外协加工，真空包装袋、奶泡机等产品部分由第三方外协生产。产品生产流程如下：



(1) 生产基地布局及定位



公司的生产基地分为东莞生产制造基地、北流生产制造基地和越南生产制造基地。

东莞生产制造基地系生产办公系列和厨电系列产品，主要面向欧洲和亚太市场等。

北流生产制造基地成立于 2022 年，其生产包括注塑件、五金、马达等零部件及部分办公和厨电系列产品，主要作为东莞生产制造基地的成品产能补充以及实现公司的部分零部件自主生产。

越南生产制造基地成立于 2018 年，其主要生产办公和厨电系列产品，主要面向美国市场。

(2) 生产方式

1) 自主生产

对于 ODM 业务，公司采用按订单生产的模式，根据销售订单制定生产计划。生产计划发出后，生产部门根据计划组织对应的原材料采购及生产，品质检验部负责原材料及成品检验，检验合格后由销售部门根据客户交期发起出货通知单，物流部门根据出货通知单安排出货。

对于自有/授权品牌业务，公司采用订单与备货结合的模式，根据订单及销售预测情况制定生产计划。生产计划发出后，制造部根据计划组织对应的原材料采购及生产，品质检验部负责原材料及成品检验，产品检验合格后方予以出厂。

公司根据相关工序划分生产部门，其中自主生产环节主要包括部分零部件的前置加工（注塑加工、五金加工和马达组装等）和整机总装装配工序。

2) 外协加工

公司综合考虑环保因素以及经济效益原则，对于喷油、丝印、PCB 板组装及注塑加工等工序会部分采用外协加工，以满足公司的生产需求。

公司对外协加工供应商设置严格的筛选程序，并纳入供应商管理体系。公司综合考虑外协加工供应商的加工能力、工艺水平及质量等因素，经过比价确定外协加工供应商，然后协商核定最终的外协加工费用标准。

3) 外协生产

随着公司销售规模增长及产品种类增加，考虑到现有场地规模有限且部分产品自产优势不明显等原因，故报告期内公司自有品牌业务部分产品如真空包装袋、奶泡机等通过外协生产供应商生产。

公司对外协生产供应商设置严格的筛选程序，并纳入供应商管理体系。公司综合考虑外协生产供应商的加工能力、工艺水平及生产质量等因素，经过比价确定外协生产供应商，然后考虑其产品的物料成本、目标市场价格、毛利率水平等因素，协商核定最终的外协生产费用标准。

4) 发行人外协加工环节与自身生产环节的差异

公司办公电器及家用电器零部件种类和数量较多，存在工序数量多、产业链长的特点。随着公司规模不断发展壮大，公司在资源有限的情况下，将部分附加值较低的生产工序如刀轴组装、PCB 插件、小型注塑件啤塑、喷印、丝印、真空包装袋裁切等，由外协加工供应商进行生产。公司选择外协加工主要基于产业链专业化分工考量：相关工序（如刀轴组装、PCB 插件等）在行业内技术成熟且标准化，外部供应商具备生产优势。且公司能通过严格的供应商遴选、工艺参数锁定及全检抽检机制，确保外协产品良品率与自产标准一致。

公司外协加工环节与自身生产环节的差异主要如下：

①技术门槛方面。公司外协加工环节中相关零部件生产的同类型企业较多，生产技术较为成熟，不存在较高的技术门槛。在办公电器及家用电器产品中，技术门槛主要体现在研发设计及核心零部件制造方面。研发设计方面，包括如提高碎纸机持续工作时长，真空包装机全自动化等，同时还包括相关核心零部件的设计，在成品组装环节的高效流水线作业工艺流程设计，以及在品质检测环节的检测技术等。核心零部件制造，主要包括碎纸机的刀片、马达、塑料大件，真空包装机的 PCBA 等。为了生产出能够满足全球知名商超要求以及在 Amazon（亚马逊电商）等线上平台销售中名列前茅的商品，公司不仅需要拥有完备的研发体系和强大的研发能力，还需要具备先进的核心零部件制造能力、高效的生产组织和严格的质量控制体系，这些方面的技术门槛相对较高。故公司基于自身技术实力情况以及资源局限性，选择了附加值较高的研发设计环节，以及核心零部件制造、成品组装等核心生产环节。

②设备投入方面。公司办公电器及家用电器的注塑件型号较多，体积规格不同。体积

较大的注塑件具有单批次运输数量少，运输成本高的特点，适合在成品组装产线附近生产，作为自身的生产环节。体积较小的注塑件具有单批次运输数量多，运输成本低的特点，在资源有限且注塑机单价较高的情况下，通过外协加工的方式，可以有效减少因机器设备投入产生的大额设备支出。

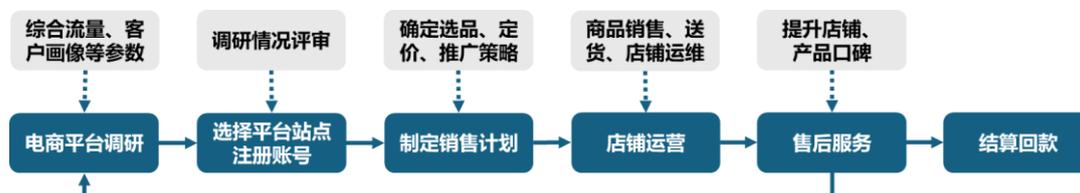
综上所述，公司基于国内完善的产业配套、自身研发技术能力、成本管控、客户特点等多方面因素，将部分附加值较低的生产工序委由外协加工供应商进行生产。

5. 销售模式

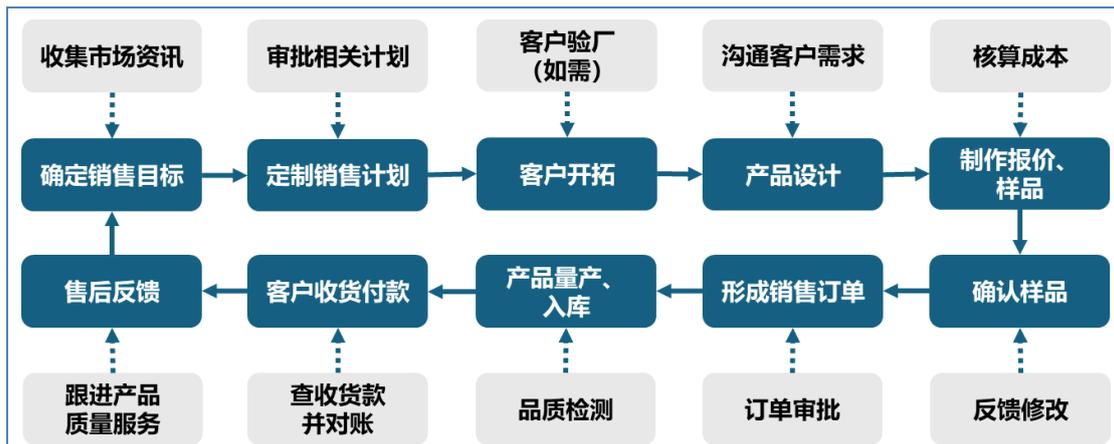
经过多年的探索与积累，公司已由原先以 ODM 业务为主的贴牌销售模式，形成 ODM 和自有/授权品牌为主的多元化销售体系，市场竞争力、抗风险能力得到进一步增强。公司产品主要销售模式如下：

销售模式		代表店铺/平台/客户	
自有/ 授权 品牌	线上	线上直销	境内电商：天猫、拼多多、抖音 跨境电商：Amazon（亚马逊电商）、Walmart（沃尔玛电商）、Shopify 独立站、Temu（拼多多国际）、Rakuten（日本乐天）
		电商平台入仓	京东自营
	线下	线下经销	境内：伟仕佳杰（重庆）科技有限公司、广州市淘本本数码科技有限公司 境外：富士丸商事株式会社
		线下直销	境内：深圳市联仓科技有限公司 境外：PT.Gading Murni
ODM	境内 ODM	小熊电器	
	境外 ODM	Amazon（亚马逊）、Walmart（沃尔玛）、Sam's Club（山姆会员店）、Kompernass、Staples（史泰博）、Office Depot（欧迪办公）、Go Europe、BestBuy（百思买）	

公司线上直销等 2C 销售业务流程如下图：



公司 ODM、线下销售等 2B 销售业务流程如下图：



(1) 自有/授权品牌业务销售模式

公司自 2014 年起着力开拓自有品牌业务，涉及的品牌包括“Bonsai”“Bonsen”“Bonsenkitchen”“AromaRoom”“Fresko”“帮鲜生”等。2020 年，公司与惠普签订《惠普与邦泽创科关于商标许可协议》，约定于亚太地区，授权邦泽创科在部分办公产品领域使用“HP/惠普”品牌进行制造、销售、分销和提供授权产品的相关服务，该办公产品领域包含碎纸机及其耗材、过胶机及其耗材、装订机及其耗材。目前公司自有/授权品牌业务以线上直销模式为主，其他销售模式为辅。

1) 线上直销

线上直销主要为公司作为生产厂商直接面向消费者。公司主要以“店铺入驻”的形式与跨境电商平台（Amazon（亚马逊电商）、Walmart（沃尔玛电商）、Temu（拼多多国际）和 Rakuten（日本乐天）等）或国内电商平台天猫、拼多多、抖音等开展合作，或设立 Shopify 独立站，将公司旗下品牌的商品在北美、欧洲、亚太等地区的电商平台进行销售，利用第三方平台运营成熟、流量资源丰富等优势与公司品牌优势和专业化营销优势互补，形成良好的营销生态环境。

同时，基于第三方 B2C 平台信息技术优势，公司可以通过对消费行为数据分析，了解用户需求和产品存在的不足，及时进行新产品开发或产品改进，为用户提供更优质的产品和服务。

2) 电商平台入仓

电商平台入仓即公司直接将产品销售予电商平台，不直接面对终端消费者，由电商平台负责商品的销售、物流配送及收款工作。如公司与电商平台京东签署相关协议，委托第三方物流公司将商品发往京东自营仓库，由京东负责订单管理及后续的物流配送。消费者直接在京东自营平台下单并付款，平台在收到消费者款项后通过其自有物流或第三方物流向消费者直接发货，或在货到付款等形式下先行发货。售后服务一般由电商平台负责，

公司则按照与电商平台签署合同约定的义务为平台提供相关产品的售后服务。

3) 线下经销

报告期内，公司自有/授权品牌存在少量线下经销业务。对于自有品牌，公司为发展境内业务，曾用“盆景”品牌布局境内线下经销渠道，2022年6月，公司将“盆景”品牌授权予广州赛邦，不再经营该品牌的境内线下经销渠道。对于授权品牌，由于公司HP品牌代理的区域分布广泛，终端客户数量类别众多，故公司与境内外的HP品牌代理商、办公用品经销商达成合作，将HP办公系列产品买断式销售给亚太地区境内外经销商，有助于相关产品推广和销售。

4) 线下直销

报告期内，公司自有/授权品牌存在少量线下直销业务。报告期内，公司线下直销客户主要为线下购买公司自有/授权品牌产品并对外销售的企业等。

(2) ODM 业务销售模式

公司ODM业务主要客户群体为Amazon（亚马逊）的自有品牌AmazonBasics、境外知名商超客户或其授权品牌采购商。公司根据市场竞争和新技术发展趋势，自主进行产品前期设计和开发，形成产品设计开发方案且竞价谈判成功后，按照双方约定的方案进行模具开发和生产制造，公司负责提供符合方案要求的样品，通过客户确认后组织批量生产。在公司竞价谈判成功后的一定周期内，客户会持续向公司下订单，直至产品需要迭代升级，客户才会重新组织新一轮竞价。为加强ODM业务客户粘性，公司通过建立美国本地化售后服务体系，承接ODM客户相关产品售后服务，以快速响应用户需求并提升服务附加值，该差异化服务模式有效支撑了ODM业务毛利率水平。

此外，部分全球连锁商超为提高全球采购效率，减轻进口报关、货物运输复杂的手续等，会将其自身品牌授权予授权品牌采购商，委托其对指定的产品及数量进行采购。例如报告期内，公司前五大客户中Kompernass为欧洲最大连锁商超之一的Lidl（历德）及Kaufland（卡佛莲）的授权品牌采购商，授权品牌涉及Lidl（历德）自身品牌Crelando、Silvercrest等，Kaufland（卡佛莲）自身品牌Switch On等。

公司与ODM客户已形成长期稳定的合作关系，并仍在积极布局新的产品以进入ODM客户供应链，其有助于保持公司的业务稳定增长。

此外就销售市场而言，境外发达国家的碎纸机、真空包装机等产品市场应用更为成熟，因此公司产品主要销往欧美等境外市场。

6. 定价模式

对于ODM业务，公司通常基于自身制造成本、终端市场价格、产品生命周期等因素，

分批次与客户友好协商并洽谈产品销售价格。公司 ODM 业务的主要客户为境外知名商超客户或其授权品牌采购商，产品终端零售价格稳定，公司综合报价及生产工艺水平具有较强的竞争力。针对美国市场，公司通过提供本地化售后技术支持、产品维护等增值服务，进一步强化客户粘性，该服务溢价亦在定价策略中得以合理体现。

对于自有/授权品牌业务，公司在年度规划时根据产品归类情况、产品成本和现有产品市场价格进行综合评估后给出每月的规划定价。得益于公司 ODM 业务大额订单形成的规模效应，公司可以有效降低其采购成本及生产制造成本，产品最终能以合理的毛利率水平在电商平台销售。

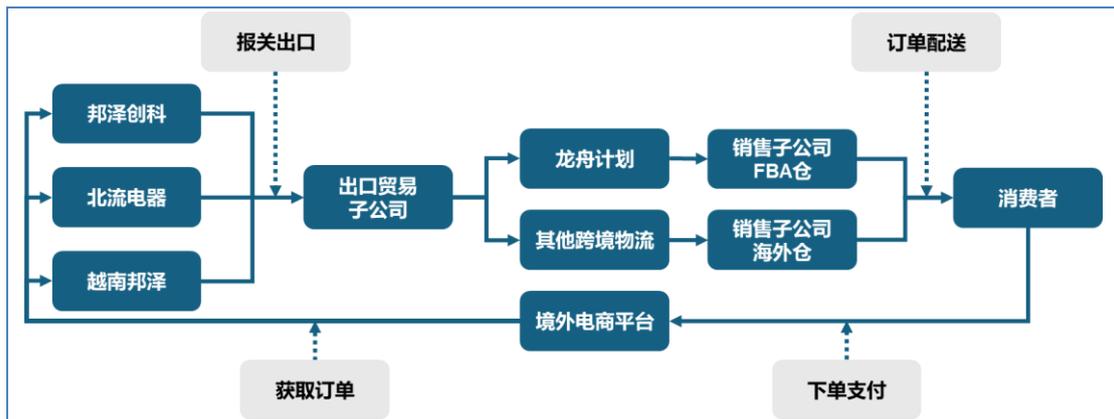
对于经销商业务，在线下经销过程中，均为双方经过协商确定价格。

7. 仓储物流模式

公司的物流模式主要与公司的业务模式相匹配，具体如下：

销售模式		物流模式	
自有/ 授权 品牌	线上	线上直销	①境外电商平台： Amazon（亚马逊电商）：亚马逊 FBA 仓模式 Walmart（沃尔玛电商）：沃尔玛 WFS 仓模式 Shopify 独立站、Temu（拼多多国际）等：第三方合作仓模式 Rakuten（日本乐天）：亚马逊 FBA 仓模式 ②境内电商平台： 公司将产品从自营仓通过第三方物流公司直邮
		电商平台入仓	京东自营：公司将产品从自营仓运送到客户指定仓库
	线下	线下经销	境内：公司将产品从自营仓运送到客户指定仓库 境外：公司将产品从自营仓运送到客户指定港口装船（FOB 模式）
		线下直销	境内：公司将产品从自营仓运送到客户指定仓库 境外：公司将产品从自营仓运送到客户指定港口装船（FOB 模式）
ODM	境内 ODM	公司将产品从自营仓运送到客户指定仓库	
	境外 ODM	公司将产品从自营仓运送到客户指定港口装船（FOB 模式）、公司将产品从自营仓运送到客户指定仓库（FCA 模式）	

其中，公司境外电商平台线上直销业务仓储物流流程如下图：



注 1：龙舟计划（Dragon Boat China Consolidation）系亚马逊物流 Plus 计划，为在亚马逊 FBA 仓模式下 Amazon（亚马逊电商）的卖家提供的货物运输服务。

注 2：出口贸易子公司包括香港诚邦、新加坡众邦等。

注 3：销售子公司包括香港惠尔尚、香港吉士达、香港寰睿和美国邦泽等在境外电商平台开立店铺的公司。

（1）自营仓模式

目前，公司自营仓主要位于各地区的生产制造基地，其中国内自营仓位于广东东莞及广西北流，海外自营仓位于越南海阳。对于境内的线上直销等 2C 销售业务，公司可将产品通过第三方物流公司直邮送达消费者手中。对于 ODM、线下销售等 2B 销售业务，公司与境内客户交易中可将产品运送到指定仓库，与境外客户交易中以 FOB 模式将产品运送到指定港口装船或以 FCA 模式将产品运送到指定仓库。

（2）亚马逊 FBA 仓模式

亚马逊 FBA 仓模式一般适用于 Amazon（亚马逊电商）平台。该种模式下，商品通过一般贸易出口，将其转运至海外亚马逊 FBA 仓。消费者下单后由亚马逊 FBA 统一负责安排尾程配送，将订购的商品直接交予消费者。同时亚马逊 FBA 仓模式还允许通过公司业务指令，根据其他平台订单使用亚马逊 FBA 仓对商品进行物流配送，一般用于订单量较小的境外电商平台，如 Rakuten（日本乐天）。

（3）沃尔玛 WFS 仓模式

沃尔玛 WFS 仓模式一般适用于 Walmart（沃尔玛电商）。该种模式下，商品通过一般贸易出口，将其转运至海外沃尔玛 WFS 仓。消费者下单后由沃尔玛 WFS 统一负责安排尾程配送，将订购的商品直接交予消费者。

（4）第三方合作仓模式

与亚马逊 FBA 仓模式相比，第三方合作仓模式更为灵活，公司一般根据未来一段时间销售预测、库存情况及时安排补仓。报告期内，公司主要的第三方货代服务商包括 American Customer Service, LLC、Etailflow, LLC 等。该种模式下，商品通过一般贸易出

口，将货物转运至第三方合作仓；消费者下单后，由当地第三方物流公司负责安排尾程配送，将订购的商品直接交予消费者。

8. 采用目前经营模式的原因、影响因素和未来变化趋势

公司目前采用的经营模式系经过近二十年业务发展不断完善而形成，符合公司业务发展及行业特点，影响公司经营模式的关键因素包括公司发展战略、行业竞争情况、客户区域分布及客户需求、公司规模等因素。报告期内，公司的经营模式未发生重大变化，且预计在未来可预见的时间内公司经营模式不会发生重大变化。公司将继续通过积极引进和自主培养提升人才体系的综合实力，专注产品结构的进一步丰富、产品性能的持续改进和生产精细化管理的提升，进一步完善采购、生产、销售及研发等内部管理制度，保持公司业务的稳健可持续发展。

(三) 设立以来主营业务、主要产品及主要经营模式的演变情况

1. 主营业务的演变情况

公司自 2005 年成立以来专注于办公电器和家用电器产品的研发、生产、设计和销售，主营业务未发生重大变化。

2. 主要产品的演变情况

公司主要产品的演变遵循以下原则：一是新产品与原有产品在技术、关键零部件等方面存在相通之处；二是新产品与原有产品在销售渠道上存在重叠。

(1) 成立之初，专注于办公电器

成立之初，公司主要从事碎纸机、过胶机等办公电器产品的研发、生产、设计和销售。碎纸机和过胶机产品同属于办公电器，虽然应用场景存在差异，但产品的关键零部件存在相通之处，均为电路板、塑胶外壳等构成。

(2) 2017 年，进入厨电领域

依托于公司办公领域成熟的供应链体系和客户渠道，公司于 2017 年进入厨电领域，陆续进行真空包装机、手持搅拌器等厨房小家电的研发、生产、设计和销售。

1) 真空包装机

真空包装机虽然属于厨电领域主要产品，但其关键零部件和主要工作原理与过胶机存在较多相似之处。从关键零部件来看，均为电路板、塑胶外壳和发热丝等构成。从工作原理来看，都有受热封口技术。

2) 手持搅拌器

手持搅拌器的主要部件是马达、五金、传动机构和电路控制，与碎纸机的主要部件和

工作原理一致。

(3) 2020 年以来，不断开拓新产品

公司拓展产品范围限定在具有高性价比、非快速迭代且与现有 2C/2B 销售渠道可以存在重叠的耐用品范围。

1) 空气净化器

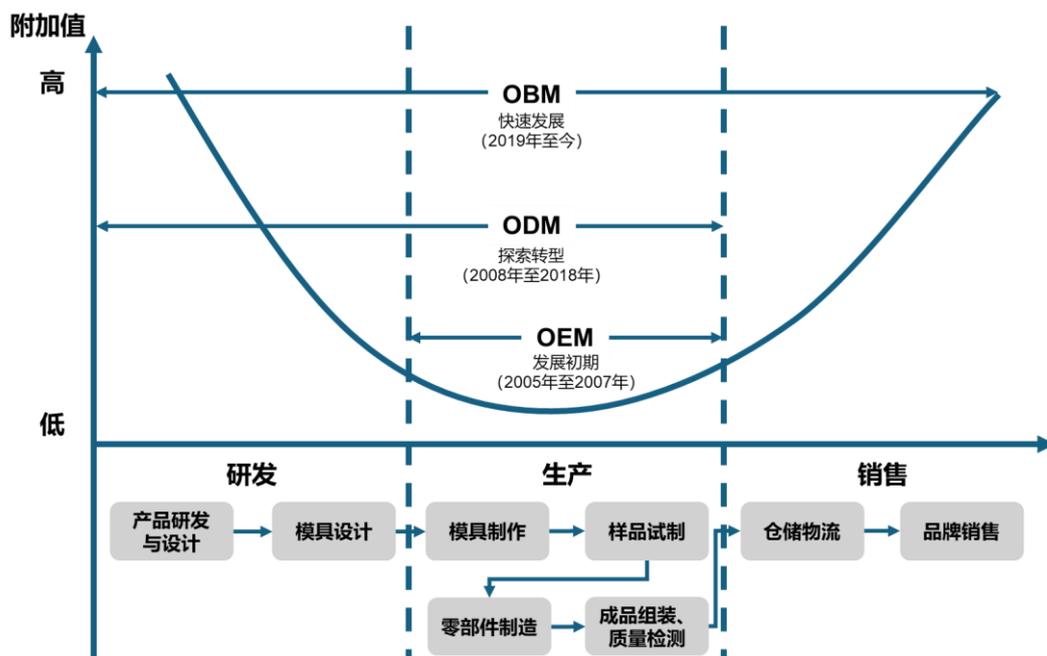
空气净化器属于近年来新兴产品，在 2C/2B 渠道具有较多的市场机会，市场中现有产品技术改善空间较大，可以发挥公司的技术创新能力，因此公司选择尝试进入空气净化器市场。

2) 保险柜

保险柜与碎纸机同属于为客户信息保密提供服务的产品。基于公司越南制造基地优势，公司逐步建立起保险柜产品的制造能力。目前公司生产的保险柜产品主要通过自有品牌在 Amazon（亚马逊电商）销售，公司计划以保险柜产品在 Amazon（亚马逊电商）的销售排名和评分作为信任背书，后续向美国商超客户等进行开拓以进入其线下销售渠道。

3. 主要经营模式的演变情况

公司自成立以来，经历了发展初期（OEM 为主）、探索转型（ODM 为主）和快速发展（OBM 为主）的阶段演变，公司在产业链中的价值也同步发生变化，具体如下：



(1) 发展初期（OEM 为主）阶段（2005 年-2007 年）

公司成立初期主要面向欧洲提供办公系列——碎纸机类产品出口。凭借着专业的生产制造能力和丰富的管理经验，公司逐步获得行业内知名客户的认可和青睐，此后随着市

场开拓步伐的加快，公司市场业务体系进一步完善，为欧洲主要商超服务。

在此阶段，公司主要是以 OEM 生产为主，在产业链中整体附加值处于较低水平。

(2) 探索转型（ODM 为主）阶段（2008 年-2018 年）

1) 夯实研发，加强制造

该阶段公司在原有生产制造基础上逐步夯实研发，最终在产品研发与设计、模具设计等方面取得了较大进展，并取得了相关专利。此时公司制造水平也在不断加强，开始逐步由 OEM 模式向 ODM 模式转变，在产业链中整体附加值逐步提升。

2) 扩充品类

2017 年，公司捕捉到厨房小家电领域的增长趋势较大，未来发展空间广阔。依托现有办公电器产品过胶机在技术、关键零部件的相关制造优势和欧美主要商超销售渠道优势，公司经过充分的市场调研，结合自身技术实力，开始进入厨房小家电领域，并加大布局真空包装机细分品类。

3) 跨国生产

随着公司业绩不断增长，公司急需扩大产能。2018 年，公司出于加强客户黏性、规避国际贸易政策风险等因素，在越南设立子公司，布局海外制造基地。

4) 发展自有品牌业务

在探索转型阶段，公司积极探索更加有效的成长方式，逐步发展自有品牌业务和线上销售。公司于 2012 年创立自有品牌——盆景（Bonsaii）。此外，随着互联网普及度逐步提高和电子商务爆发式增长，公司开始涉足线上销售业务。公司根据电商平台各地区的各类品牌运营主体独立的策略，陆续在中国香港、美国设立子公司，探索自有品牌跨境电商业务。

(3) 快速发展（OBM 为主）阶段（2019 年至今）

1) 重视研发，扩大自有品牌影响

公司高度重视研发投入，以产品设计为核心、应用需求为导向、渠道建设为引擎，逐步开发新产品。公司积极瞄准品牌化发展机遇，大力推广自有品牌，逐渐发展成为产品覆盖办公电器和家用电器多领域的全球性自有品牌企业，实现产品出海。在此阶段，公司由以 ODM 为主的业务模式成功转变为以 OBM 为主的业务模式。此时，公司在产业链中整体附加值进一步提升。

2) 强化双引擎驱动和垂直一体经营

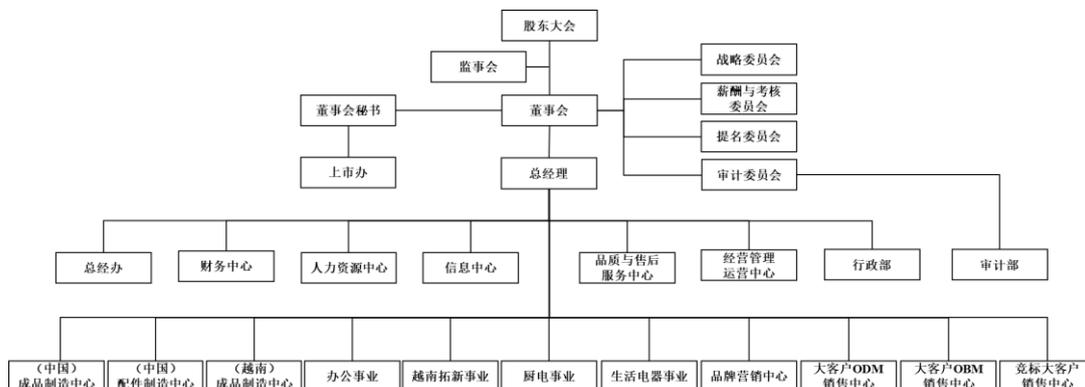
公司明确了“商超×互联网双引擎驱动”增长模式，通过线下商超等客户联动互联网品牌电商业务发展，借助互联网品牌电商加快线下产品迭代和产品种类更新。公司以“研、

产、销、服’垂直一体化”为基石，构建“多品类、多渠道、多品牌”矩阵，支撑多品类拓展。在该阶段，公司办公电器、家用电器领域业务有较大的增长。

(四) 公司组织架构及主要产品生产流程

1. 公司组织架构及其职能

(1) 公司组织架构



(2) 主要部门职能

公司职能部门的主要职责说明如下：

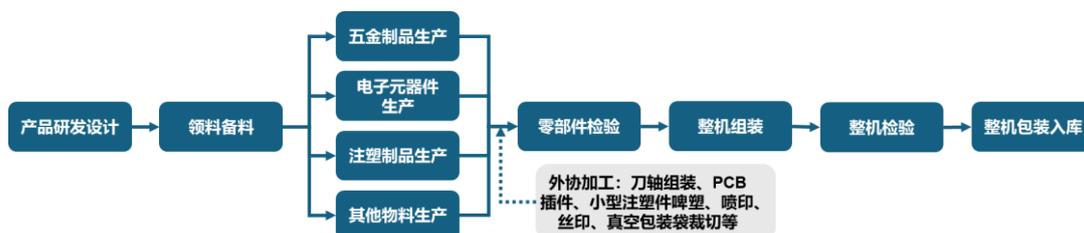
序号	部门名称	部门职责
1	上市办	统筹董事会事务及“三会”运作，监督决议执行与信息披露；协调公司上市全流程，对接监管机构及中介机构，研究资本市场动态；参与投融资、并购重组等资本运作，协助董事会秘书开展投资者关系管理，保障合规披露与上市目标高效推进。
2	审计部	制定年度审计工作计划，审计相关单位内部控制制度的建立、健全和执行情况，保障公司内部控制的健全和有效。
3	总经办	统筹战略执行与跨部门协作，优化内部管理制度及资源配置，保障运营效率；开展业务分析、决策支持及危机应对，强化信息沟通，确保公司治理规范化和资源效能最大化，维护企业稳定高效运转。
4	财务中心	统筹企业财务核算与资金管理，执行预算编制、收支审核、税务核算与申报；定期编制财务报表，监控资金流动及运营成本，确保合规内控；参与经营决策分析，优化资源配置，为战略规划提供数据支持，保障财务稳健高效运作。
5	人力资源中心	聚焦人力资源七大模块（招聘与配置、培训与发展、绩效管理、薪酬与福利管理、员工关系管理、政策与制度建设、企业文化建设），确保人力资源管理符合国家法律法规，参与公司的组织结构设计与优化，推动组织变革。
6	信息中心	聚焦公司战略目标，通过对整体经营业务的把握，与财务中心密切协作，推动公司业务活动的信息化，最终实现业财一体，研究经营主体和财务监控的需求，建立智能运营监控系统。

7	品质与售后服务中心	保障产品全生命周期质量管理与客户服务。通过严格的质量检测体系、生产流程标准化审核及持续改进机制，确保产品出厂前符合行业标准与用户需求；同时建立用户反馈闭环系统，通过数据分析定位产品缺陷，驱动迭代升级，最终实现客户满意度提升，品质忠诚度强化及市场口碑的可持续增长。
8	经营管理运营中心	统筹全公司资源、优化业务流程及管控绩效目标。以数据驱动为核心，通过动态调整运营策略、强化执行反馈闭环，助力公司实现降本增效、战略对齐及核心竞争力的持续提升。
9	行政部	根据公司发展规划和要求，建立和完善行政工作各项管理制度、工作流程和工作标准，建立环保、职业病防治、安全管理规范，在确保公司合法合规经营的基础上，不断拓展与政府和外部社会组织的联络互动。
10	(中国)成品制造中心	统筹东莞、北流基地全流程生产管理，执行产能规划与排期调度，保障产品交付效率及质量管控；优化工艺技术标准与设备运维体系，推动自动化升级及跨部门协同，通过精益生产与技能培训实现降本增效，支撑多区域制造战略高效落地。
11	(中国)配件制造中心	统筹零部件全流程生产，涵盖马达、五金等核心零部件的排产调度、设备运维及品控体系搭建；聚焦工艺创新与技术迭代，推进自动化升级与跨部门协作，通过精益管理及标准化流程优化，确保订单交付精准高效，支撑供应链柔性化与产能战略目标达成。
12	(越南)成品制造中心	统筹越南基地全链条生产运营，涵盖计划排程、设备与原料管理、品控体系搭建及物流协同；聚焦精益生产与自动化升级，优化工艺技术并强化安全合规管理，确保高效交付与成本管控，支撑全球化产能布局稳健拓展。
13	办公事业	统筹办公电器及耗材产品全链路管理，涵盖市场洞察、研发设计、测试品控及营销策略制定；推进产品创新迭代与标准化生产，通过精准渠道布局及品牌推广提升市场份额；搭建售后支持体系，联动供应链与合作伙伴拓展新兴市场，驱动办公生态体系高效运营与用户价值持续增长。
14	厨电事业	统筹厨房小家电产品及耗材全链路管理，涵盖市场洞察、研发设计、测试品控及营销策略制定；推进产品创新迭代与标准化生产，通过精准渠道布局及品牌推广提升市场份额；搭建售后支持体系，联动供应链与合作伙伴拓展新兴市场，驱动厨电生态体系高效运营与用户价值持续增长。
15	生活电器事业	统筹生活电器及耗材产品全链路管理，涵盖市场洞察、研发设计、测试品控及营销策略制定；推进产品创新迭代与标准化生产，通过精准渠道布局及品牌推广提升市场份额；搭建售后支持体系，联动供应链与合作伙伴拓展新兴市场，驱动生活电器生态体系高效运营与用户价值持续增长。
16	越南拓新事业	统筹新品类产品全链路管理，涵盖市场洞察、研发设计、测试品控及营销策略制定；推进产品创新迭代与标准化生产，通过精准渠道布局及品牌推广提升市场份额；搭建售后支持体系，联动供应链与合作伙伴拓展新兴市场，驱动新品类生态体系高效运营与用户价值持续增长。

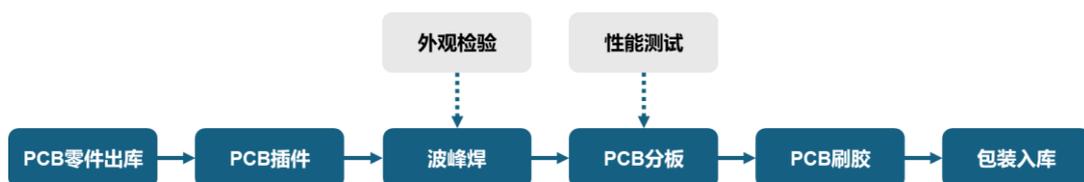
17	品牌营销中心	统筹全域品牌建设与市场增长，涵盖战略规划、渠道拓展及营销活动落地；通过数据驱动的资源整合与精准投放，优化产销协同及销售风控体系，赋能品牌溢价与用户黏性提升，支撑市场份额持续扩张及公司效益最大化。
18	大客户OBM销售中心	聚焦战略客户全生命周期管理，通过深度需求洞察与数据驱动的精准销售策略，推动高附加值订单增长；整合技术支持、定制化方案及动态库存协同体系，优化客户采购决策效率，同步联动品牌营销强化市场渗透，实现大客户黏性提升与可持续价值转化。
19	大客户ODM销售中心	统筹定制化解决方案全流程，聚焦市场洞察与策略制定，驱动客户需求精准转化；协助串联研产销交付一体化机制，优化项目进度跟踪与回款履行情况；深化战略合作生态，通过数据反馈迭代产品及服务，赋能客户价值共创与供应链高效响应，支撑定制化业务规模化增长。
20	竞标大客户销售中心	聚焦战略客户全生命周期开发，通过行业趋势研判与竞对动态分析，精准定位客户需求；构建客户关系深度管理体系，定制竞标策略并协同内外部资源优化方案落地，驱动合同谈判与执行跟踪闭环，提升中标率及客户黏性，赋能企业核心业务持续扩张。

2. 主要产品的生产流程

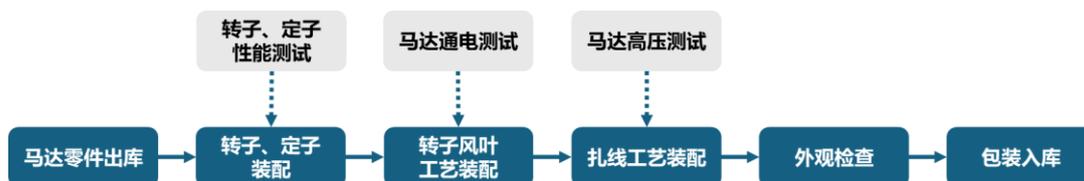
(1) 主要产品成品生产流程



(2) 电子元器件加工



(3) 马达加工



(4) 注塑加工



(五) 环境保护情况

1. 公司及子公司不属于重污染行业

根据国家生态环境部颁发的《关于加强高耗能、高排放建设项目生态环境源头防控的指导意见》（环环评〔2021〕45号），“‘两高’项目暂按煤电、石化、化工、钢铁、有色金属冶炼、建材等六个行业类别统计”；根据《企业环境信用评价办法（试行）》（环发〔2013〕150号）第三条第二款第（三）项规定，“重污染行业包括火电、钢铁、水泥、电解铝、煤炭、冶金、化工、石化、建材、造纸、酿造、制药、发酵、纺织、制革和采矿业16类行业”，以及国家确定的其他污染严重的行业，公司主要从事办公电器和家用电器的自主研发、原创设计、跨国生产、全球商超渠道/互联网品牌销售、全球本地化服务，不属于上述规定中涉及的重污染行业。

2. 公司生产经营中涉及的主要环境污染物及采取的防治措施

公司生产经营所产生的污染物为少量大气污染物、水污染物、固体废物及噪声。公司针对以上生产经营所产生的污染物排放情况均已购置和安装了相应的环保设施，并制定了有效的防治措施。上述污染物经处理后，均能达到环保部门规定的排放标准，具体情况如下：

污染物种类	主要污染物	相应防治措施
大气污染物	焊锡废气	(1) 设置集气装置对其进行收集处理后高空排放； (2) 经集气罩收集后通过过滤棉吸附装置处理无组织排放
	厨房油烟	经油烟净化器处理后于所在建筑物天面高空排放
	有组织非甲烷总烃（总VOCS）	(1) 收集废气后经UV光催化氧化净化器+活性炭吸附装置处理后高空排放（排气筒高度为15米）； (2) 静电油烟净化器
	无组织非甲烷总烃（总VOCS）	车间通风
水污染物	生活污水	(1) 厨房含油污水经隔油隔渣池处理； (2) 生活污水经粪池预处理后排放到市政污水管网，经市政污水管网引至污水处理厂处理，或经化粪池预处理后，近期使用泵车拉到污水处理厂处理
	冷却废水	循环使用，定期补充新鲜水，不外排
	清洗废水	收集后交有资质单位处理

	水帘柜、水雾喷淋塔废水	经循环水池收集加絮凝剂沉淀后通过循环泵抽取循环使用；更换废水定期委托有资质单位清运处理
固体废物	生活垃圾	及时处置，交环卫部门统一处理
	边角料、不合格产品	经收集后全部回用于生产
	电子废品、无铅锡渣和废包装材料	收集后交专业公司处理
	废油墨桶、废油墨渣、废开油水桶、废活性炭、废漆渣、废容器、废 UV 灯管、废油、废过滤棉	分类分区临时贮存于危废暂存间，委托有危废处置资质的单位进行处置
	喷漆废水	每次更换时委托有资质单位直接抽取外运，不在厂区贮存
噪声	设备噪声	合理布局、隔声、吸声、减震等措施，以及墙体隔声、专用机房

3. 公司建设项目的环评批复、环评验收情况

截至本招股说明书签署日，公司及其子公司主要产品生产项目相关的环境保护手续办理情况如下：

序号	项目名称	建设主体	环保审批情况	环保验收情况	备注
1	东莞市邦泽电子有限公司（迁扩建）项目	公司	东莞市环境保护局出具“东环建（2017）2347号”《关于东莞市邦泽电子有限公司（迁扩建）项目环境影响报告表的批复》（2017年2月15日）	东莞市环境保护局出具“东环建（2017）7173号”《关于东莞市邦泽电子有限公司（迁扩建）项目竣工环境保护验收意见的函》（2017年7月5日）	无
2	东莞市邦泽电子有限公司（扩建）项目	公司	东莞市环境保护局出具“东环建（2017）10171号”《关于东莞市慧创塑胶制品有限公司（扩建）建设项目环境影响报告表的批复》（2017年9月27日）	东莞市环境保护局出具了“东环建（2018）8100号”《关于东莞市邦泽电子有限公司（扩建）噪声、固体废物污染防治设施竣工环境保护验收意见的函》（2018年9月19日）	东莞市环境保护局厚街分局出具“东环审（2017）587号”《关于东莞市慧创塑胶制品有限公司变更事项的回函》，同意邦泽电子使用原东莞市慧创塑胶制品有限公司的环保审批文件（2017年10月25日）

3	东莞市邦泽电子有限公司扩建车间项目	公司	邦泽电子填报了备案号为“201844190100026322”的《建设项目环境影响登记表》（2018年8月21日）		该项目属于当时生效的《建设项目环境影响评价分类管理名录（2018修正）》（中华人民共和国生态环境部令第1号）第70专用设备制造及维修项中仅组装的，属于应当填报环境影响登记表的建设项目，不需要进行环境影响评价。
4	东莞市邦泽电气有限公司废气处理改造工程项目	公司	邦泽电子填报了备案号为“202044190100006676”的《建设项目环境影响登记表》（2020年6月11日）		该项目属于当时生效的《建设项目环境影响评价分类管理名录（2018修正）》（中华人民共和国生态环境部令第1号）第99脱硫、脱硝、除尘、VOCS治理等工程其他类，属于应当填报环境影响登记表的建设项目，不需要进行环境影响评价。
5	东莞市邦泽电子有限公司车间增加产能项目	公司	邦泽电子填报了备案号为“202044190100010549”的《建设项目环境影响登记表》（2020年8月19日）		该项目属于当时生效的《建设项目环境影响评价分类管理名录（2018修正）》（中华人民共和国生态环境部令第1号）第70专用设备制造及维修项中仅组装的，属于应当填报环境影响登记表的建设项目，不需要进行环境影响评价。
6	北流市邦泽创科五金制品有限公司生产项目	北流五金	玉林市生态环境局出具“玉北环项管〔2023〕26号”《玉林市生态环境局关于北流市邦泽创科五金制品有限公司生产项目环境影响报告表的批复》	北流五金完成自主验收（2023年10月）	无

			(2023年5月18日)		
7	北流市邦泽创科电器有限公司制造基地项目	北流电器	不涉及	不涉及	玉林市北流生态环境局出具《玉林市北流生态环境局关于北流市邦泽创科电器有限公司项目环境影响评价的说明》，主要建设内容为家用厨房电器具制造（仅分割、焊接、组装），项目建设内容未在《建设项目环境影响评价分类管理名录》（2021年版）作规定，故不纳入建设项目环境影响评价管理。
8	北流市邦泽创科电器有限公司办公用品生产项目	北流电器	不涉及	不涉及	玉林市北流生态环境局出具《玉林市北流生态环境局关于北流市邦泽创科电器有限公司项目环境影响评价的说明》，确认根据提供的工艺流程，该项目仅为零部件装配成品，项目规划建设包括：生产总装车间、检测中心、研发中心、公寓楼等。项目建设内容未在《建设项目环境影响评价分类管理名录》（2021年版）作规定，故不纳入建设项目环境影响评价管理。
9	越南邦泽设备制造和工厂项目	越南邦泽	根据境外律师出具的《法律尽调报告》，“2020年《环保法》颁发并生效时，项目须依照本法第39,41条规定向资源与环境部申办环保许可证。根据2020年《环保法》第42条第2款第a项，运作排污处理站之前须获得环保许可证。根据本法第171条第3款（过度条款）规定，海阳省人民委员会有权颁发环保许可证。因此，越南邦泽已于2023年01月17日获得海阳省人民委员会核准的第		无

			101/GPMT-UBND 号环保许可证。根据越南邦泽提供资料和越南法律规定，我们认为，截至本法律意见书出具日，不存在影响公司生产经营活动的严重环保违法行为。”	
10	越南邦泽创科有限公司的项目	越南创科	根据境外律师出具的《法律尽调报告》，“越南创科已于 2023 年 11 月 30 日取得环保许可证，许可证编号为 2769/GPMT-UBND。据此，越南创科已履行越南环境法所规定的相关义务。根据越南创科提供的信息及文件，截至本报告出具之日，越南创科不存在违反或曾受到任何违反越南环境相关法律的行为。”	无

报告期内，公司存在建设项目未办理环境影响评价文件报批即开始建设、未经环保验收即投入使用的情况，具体如下：

北流市邦泽创科五金制品有限公司生产项目于 2022 年 6 月起逐步开始试生产，存在建设项目未办理环境影响评价文件批复即开始建设、未经环保验收即投入使用的情况。

针对上述情形，公司已采取补救措施积极整改，北流市邦泽创科五金制品有限公司生产项目于 2023 年 4 月取得建设项目环境影响报告表，并于 2023 年 5 月 18 日取得玉林市生态环境局出具的“玉北环项管（2023）26 号”《玉林市生态环境局关于北流市邦泽创科五金制品有限公司生产项目环境影响报告表的批复》。2023 年 10 月，北流五金已取得建设项目竣工环境保护验收报告，验收工作组确认“北流市邦泽创科五金制品有限公司生产项目竣工环境保护验收合格”。2023 年 12 月，公司已在全国建设项目环境信息公示平台完成了公示。

根据《中华人民共和国环境影响评价法》第三十一条，建设单位未依法报批建设项目环境影响报告书、报告表，擅自开工建设的，由县级以上生态环境主管部门责令停止建设，根据违法情节和危害后果，处建设项目总投资额百分之一以上百分之五以下的罚款，并可以责令恢复原状。根据《建设项目环境保护管理条例》第二十三条，需要配套建设的环境保护设施未建成、未经验收或者验收不合格，建设项目即投入生产或者使用，由县级以上环境保护行政主管部门责令限期改正，处 20 万元以上 100 万元以下的罚款；逾期不改正的，处 100 万元以上 200 万元以下的罚款；对直接负责的主管人员和其他责任人员，处 5 万元以上 20 万元以下的罚款；造成重大环境污染或者生态破坏的，责令停止生产或者使用，或者报经有批准权的人民政府批准，责令关闭。据此，北流市邦泽创科五金制品有限公司生产项目未办理环境影响评价文件报批即开始建设、未完成环评验收手续即投入生产使用的情况存在被主管部门责令恢复原状、责令限期改正及处以罚款等风险。

根据玉林市北流生态环境局于 2023 年 11 月 3 日出具的《证明》，北流市邦泽创科五金制品有限公司生产项目存在建设项目未办理环境影响评价文件批复即开始建设、未经环保验收即投入使用的情况不属于重大违法违规行为。北流五金设立至今也不存在因为环保问题而被该局处罚的情形。

公司在报告期内不存在重大环境污染事故或因违反环境保护方面的法律、法规和规范性文件而受到行政处罚的记录。

公司实际控制人陈赤、张勇和徐宁出具承诺函，如发行人及其子公司因建设项目未办理环境影响评价即擅自开工建设、需要配套建设的环境保护设施未经验收即将建设项目投入生产使用等违反环境保护相关法律、法规及规范性文件的行为而被行政主管部门处以行政处罚或其他影响生产经营的行政措施，因此给发行人及其子公司造成经济损失的，实际控制人将就产生的一切支出无条件全额承担清偿责任，以避免公司遭受任何损失。

报告期内，公司建设项目未办理环境影响评价文件报批即开始建设、未经环保验收即投入使用的行为不符合《中华人民共和国环境影响评价法》等相关法律法规的规定，存在被相关主管部门要求责令恢复原状、责令限期整改或被处以罚款的风险。但鉴于公司已就前述环保违规行为进行整改，环保主管部门已就该事项出具专项说明，且公司实际控制人承诺如因此给公司造成经济损失的，将就产生的一切支出无条件全额承担清偿责任。因此，前述情形不会使公司不符合本次上市条件，不构成本次发行并上市的实质性障碍。

4. 公司取得的排放许可及登记备案

截至本招股说明书签署日，公司所持排污许可或排污登记的相关信息如下：

序号	资质名称	注册号	持有人	发证机关	发证日期	有效期
1	《固定污染源排污登记回执》	91441900771869898H002W	邦泽创科	全国排污许可证管理信息平台	2021.07.13	2021.07.13-2026.07.12
2	《城镇污水排入排水管网许可证》	粤莞排(2021)字第 0014213 号	邦泽创科	东莞市生态环境局	2021.11.15	2021.11.15-2026.11.14
3	《固定污染源排污	91450981MA7ATK4K01001Z	北流	全国排污许可	2022.04.16	2022.04.16-2027.04.15

	登记回执》		电 器	证 管 理 信 息 平 台		
4	《排污许可证》	91450981MAA7GAMX6T001Q	北 流 五 金	玉 林 市 北 流 生 态 环 境 局	2023.08.16	2023.08.16- 2028.08.15

5. 公司环保合规情况

报告期内，公司及子公司不存在因违反环境保护相关法律法规而受到行政处罚的情形。

二、 行业基本情况

（一）所属行业及确定依据

公司主要从事办公电器和家用电器的自主研发、原创设计、跨国生产、全球商超渠道/互联网品牌销售、全球本地化服务。公司的主要产品碎纸机、过胶机等属于办公电器，真空包装机、真空包装袋、手持搅拌器等属于家用电器类别下的厨房小家电产品。根据中国上市公司协会发布的《中国上市公司协会上市公司行业统计分类指引》，公司所属行业为“CG34 通用设备制造业”之“CG347 文化、办公用机械制造”；根据《国民经济行业分类》（GB/T4754-2017），公司所属行业为“C3479 其他文化、办公用机械制造”。

（二）行业主管部门、监管体制、主要法律法规及行业政策

1. 行业主管部门、监管体制

本行业的主管部门为中华人民共和国国家发展和改革委员会、中华人民共和国工业和信息化部 and 中华人民共和国商务部，行业自律组织为中国文化办公设备制造行业协会、中国家用电器协会。上述部门及组织的主要职责如下：

序号	（细分）行业主管单位	监管内容
1	中华人民共和国国家发展和改革委员会	制定产业政策和发展规划，指导行业结构调整，审批和管理投资项目等。
2	中华人民共和国工业和信息化部	拟定并组织实施行业规划以及行业技术规范和标准，指导行业质量管理工作，提出优化产业布局、结构的政策建议，组织拟定重大技

		术装备发展和自主创新规划、政策，对行业的发展方向进行宏观调控等。
3	中华人民共和国商务部	拟订国内外贸易和国际经济合作的发展战略、政策，起草国内外贸易、外商投资、对外援助、对外投资和对外经济合作的法律法规草案及制定部门规章；负责制定进出口商品、加工贸易管理办法和进出口管理商品、技术目录等。
4	中国文化办公设备制造行业协会	行业综合发展情况的调查研究，向政府提出有关经济技术政策方面的意见和建议；行业统计，收集、整理、分析、发布行业信息，开展咨询服务；参与质量管理与监督工作；开展国内外经济技术交流活动，组织与国际对口行业组织、企业的交往与合作；参与制定行业规划，接受委托对行业内重大的技术改造、技术引进、投资与开发项目进行前期论证；参与制定、修订国家标准和行业标准，受政府有关部门委托组织标准贯彻实施、协调和监督。
5	中国家用电器协会	参与政府有关经济政策、产业政策的研究，提出有利于行业发展的政策和立法建议；组织开展行业发展、战略规划等重大问题的研究；组织和参与制订、修订国家标准或行业的技术标准、服务标准和行业准入标准，开展协会标准的制订工作。

2. 行业主要法律法规及行业政策

(1) 中国境内相关的主要法律法规及政策

序号	文件名	颁布单位	颁布时间	主要涉及内容
1	《关于促进外贸稳定增长的若干政策措施》	商务部	2024年11月	各地方要加大力度推进政策落实，外贸大省要勇挑大梁，更好发挥带动和支柱作用。
2	《数字商务三年行动计划（2024-2026年）》	商务部	2024年4月	支持跨境电商赋能产业带，引导传统外贸企业发展跨境电商，建立线上线下融合、境内境外联动的营销服务体系。
3	《关于质量基础设施助力产业链供应链质量联动提升的指导意见》	国家市场监督管理总局、发改委、科技部等	2024年1月	统筹纺织服装、家用电器、工程机械等传统优势产业，深入开展质量基础设施助力产业链供应链质量联动提升行动，充分释放质量基础设施效能，实现上中下游各环节质量联动发展。
4	《关于加快内外贸一体化发展的若干措施》	国务院	2023年12月	支持外贸企业拓展国内市场。组织开展外贸优品拓内销系列活动，加强市场对接和推广，鼓励开展集中采购，支持优质外贸产品进电商平台、进商场超市、进商圈步行街、进工厂折扣店、进商品交易市场。
5	《关于促进家居消费若干措施的通知》	商务部、发改委、工信部等	2023年7月	支持家居企业开展绿色制造，鼓励有条件的地区对绿色制造示范企业出台针对性政策措施，促进企业

				加大绿色家居产品研发力度。加强绿色家居产品质量和品牌建设。
6	《轻工业稳增长工作方案（2023-2024年）》	工信部、发改委、商务部	2023年7月	组织国家高端智能化家用电器创新中心加快智能技术、关键零部件、新材料应用等关键共性技术突破。实施家居产业高质量发展行动方案，开展智能家居互联互通发展行动，强化标准引领和平台建设，促进家用电器、家具、五金制品、照明电器等行业融合发展。
7	《“十四五”文化发展规划》	中共中央、国务院	2022年8月	提高核心文化产品和服务出口在文化贸易中的份额。鼓励有国际竞争力的文化企业稳步提高境外文化领域投资合作规模和质量，推动文化技术标准、装备制造走出去，创新对外合作方式，优化资源、品牌和营销渠道。
8	《关于新时代推进品牌建设的指导意见》	发改委、工信部、农业农村部等	2022年7月	鼓励企业实施品牌国际化战略，拓展国际市场。引导企业构建研发、采购、生产、品牌建设推广、售后服务一体化体系，开展商标海外布局。
9	《国务院办公厅关于推动外贸保稳提质的意见》	国务院	2022年5月	针对跨境电商出口海外仓监管模式，加大政策宣传力度，对实现销售的货物，指导企业用足用好现行出口退税政策，及时申报办理退税。尽快出台便利跨境电商出口退换货的政策，适时开展试点。针对跨境电商行业特点，加强政策指导，支持符合条件的跨境电商相关企业申报高新技术企业。
10	《“十四五”电子商务发展规划》	商务部、中央网信办、发改委	2021年10月	支持跨境电商高水平发展，加强跨境电商行业组织建设，完善相关标准，强化应对贸易摩擦能力，为中国电子商务企业出海提供保障和支撑措施。
11	《国务院办公厅关于加快发展外贸新业态新模式的意见》	国务院	2021年7月	立足新发展阶段、贯彻新发展理念、构建新发展格局，以供给侧结构性改革为主线，深化外贸领域“放管服”改革，推动外贸领域制度创新、管理创新、服务创新、业态创新、模式创新，拓展外贸发展空间，提升外贸运行效率，保障产

				业链供应链畅通运转，推动高质量发展。
12	《“十四五”文化产业发展规划》	文化和旅游部	2021年5月	培育一批具有国际竞争力的外向型文化企业，鼓励企业开发具有中国特色、中国风格、中国气派并受国际市场欢迎的文化产品和服务，打造一批有国际影响力的中国文化品牌。培育数字文化产业国际竞争优势，鼓励优秀数字文化产品和服务走向国际市场。支持具有国际竞争力的文化装备生产企业开展国际合作。
13	《中国家用电器工业“十四五”发展指导意见》	中国家用电器协会	2021年5月	培育一批高端品牌，全面提升中国家电品牌的口碑和竞争力，自有品牌全球市场份额、美誉度、用户满意度明显提高。
14	《机械工业“十四五”发展纲要》	中国机械工业联合会	2021年4月	机械工业消费类产品的发展潜力可期，“十四五”时期，随着小康社会的全面建成和稳定发展，人民生活水平日渐提高，新能源汽车、服务机器人、轻工纺织机械、食品包装机械、节能环保设备、文化办公电器等与民生相关的机械工业消费类产品需求将持续扩大、消费结构也将不断升级。
15	《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》	十三届全国人大会议	2021年3月	加快发展跨境电商、市场采购贸易等新模式，鼓励建设海外仓，保障外贸产业链供应链畅通运转。

(2) 越南相关的法律法规

越南为公司的主要生产基地之一。越南主管投资的中央政府部门是计划投资部，主要负责对全国“计划和投资”的管理。越南对投资项目实行负面清单制度。2021年1月1日生效的新版越南《投资法》，是一部针对国外企业到越南投资的法律，明确规定了25个禁止外商投资的行业、59个有市场准入限制条件的行业。

禁止外商投资的行业主要涉及：经营商业领域内由国家垄断经营的商品和服务；各种形式的新闻及信息采集活动；水产捕捞或开发；安全调查服务；司法行政服务，包括司法鉴定服务、诉讼文书送达服务、财产拍卖服务、公证服务、资产清理服务；根据合同将劳务人员送往国外工作的服务；投资建设陵园、墓地设施，以便转让与设施关联的土地使用

权；直接从居民家中回收垃圾服务；向公众征询意见（民意调查）服务；爆破服务；生产经营武器、爆破材料及辅助工具；进口、拆解二手海船；邮政公益服务；商品转口；商品暂进再出等。

有市场准入限制条件主要是对投资所需条件进行约定，如外资占比、投资形式、投资活动范围、投资者实力、参与投资的合作伙伴等。目前，有市场准入限制条件的行业主要涉及：生产和分销包括影像制品在内的文化产品；制作、分销、播放电视节目及歌舞、舞台、电影作品；提供广播电视服务；保险，银行，证券交易以及与保险、银行、证券交易相关的其他服务；邮政通信服务；广告服务；印刷服务，出版物发行服务；测量和地图绘制服务；高空拍摄服务；教育服务；自然资源、矿产、石油、天然气勘探、开发和加工；水电、海上风电和核能；使用铁路、航空、公路、水路、海运、管道等方式运输货物和运送旅客；水产养殖；林业和捕猎；经营博彩业、赌场；保安服务；河港、海港、机场的建设、运营和管理；经营房地产；法律服务；兽医服务；与外国在越服务供应商的商品销售有直接关系的商品销售活动及其他活动；技术检查和分析服务；旅游服务；健康服务、社会服务；体育和休闲娱乐服务等。

根据公司的主要产品及所属行业，公司不属于上述 25 个禁止外商投资的行业、59 个有市场准入限制条件的行业。

越南《投资法》明确了对外商投资者的投资保障。根据越南《投资法》，投资者之合法资产不被国有化或被以行政措施没收；政府不强制投资者必须执行优先购买、使用国内货品、劳务或必须购买、使用国内生产商或劳务供应商之货品、劳务等要求；外国投资者资产向国外转移权之保障于法律变更场合下投资经营之保障；越南有关投资经营活动之纠纷可透过协商、调解解决等。

越南现行土地法规定，土地所有权属于国家，不承认私人拥有土地所有权，但集体和个人可对国有的土地享有使用权。国家统一管理土地，制定土地使用规章制度，规定土地使用者的权利和义务。外资企业只有越南土地使用权。按照越南现行法律规定，外国投资者不能在越南购买土地，但是可租赁土地并获得土地使用权，使用期限一般为 50 年，特殊情况可申请延期，但最长不超过 70 年。

越南在过去几年与多个国家和地区开展了贸易自由化谈判，并已签署多个自由贸易协议。上述协议降低了关税并消除了特定商品的壁垒，从而加强了贸易关系。例如，出口美国市场方面，美国与越南双边贸易协定以及随后签署的跨太平洋伙伴关系协定（TPP）为促进两国贸易发挥了重要作用；出口欧洲市场方面，越南出口到欧洲的税收相对较低，很多产品甚至可以实现零关税。

越南为公司重要生产基地之一，当地相关法规政策的出台方便了国外企业到越南投

资，简化了行政审查手续，同时为外商投资者提供更加优惠的投资政策等，均有利于公司越南生产基地的顺利运营。

3. 行业主要法律法规及政策对发行人经营发展的影响

我国《国务院办公厅关于推动外贸保稳提质的意见》《国务院办公厅关于加快发展外贸新业态新模式的意见》等一系列行业法规政策的颁布，鼓励电器消费品出海，不断优化电器制造业产业生态链，为公司所处行业创造了新的市场增长点，为电器制造行业企业发展创造了良好的政策环境。同时，越南为公司重要生产基地之一，当地相关法规政策的出台方便了国外企业到越南投资，简化了行政审查手续，同时为外商投资者提供更加优惠的投资政策等，均有利于公司越南生产基地的顺利运营。

4. 主要跨境电商渠道政策

(1) 注册及运营政策

渠道名称	注册政策及限制	相关的运营政策及限制
Amazon (亚马逊电商)	Amazon (亚马逊电商) 注册卖家账户需要完成如下几个事项： ①卖家填写企业名称、企业最新联系方式等信息，并上传相关资料进行身份验证； ②卖家绑定最新付款和结算的信用卡及银行账户； ③卖家制定配送和退货政策； ④卖家上传商品信息并开始店铺运营。	根据 Amazon (亚马逊电商) 平台公布的《亚马逊开店须知》规定： “除非您有开设第二个账户的合理业务需要且您的所有账户均信誉良好，否则您只能为销售商品所在的每个地区保留一个卖家平台账户。”
Walmart (沃尔玛电商)	Walmart (沃尔玛电商) 注册卖家账户需要完成如下几个事项： ①卖家填写入驻申请并获得平台批准后，在平台填写注册信息； ②卖家设置用户名及密码，阅读并同意 Walmart (沃尔玛电商) 平台的协议和条款； ③卖家进行资质验证、物流设置和收款绑定，并等待验证完成； ④卖家完成商品上传和库存设置，开始店铺运营。	根据 Walmart (沃尔玛电商) 平台公布的主要运营政策，其不存在现行有效的与多账号开店相关的规定。
Shopify 独立站	Shopify 独立站注册卖家账户需要完成如下几个事项： ①卖家使用境外邮箱注册店铺账号，并填写店铺的相关信息； ②卖家选择店铺服务套餐，绑定外币信用卡；	Shopify 独立站公布的服务条款规定： “2.如果您代表雇主注册服务，则您的雇主将是店主。在这种情况下，您必须使用由您雇主提供的电子邮件地址，同时声明并保证您有权代表您的雇主接受我们服务条款的约束。”

	③卖家上传商品信息并开始店铺运营。	3.您的 Shopify 商店只能关联一名店主。一名店主可拥有多家 Shopify 商店。”
--	-------------------	--

(2) 具体监管措施

平台名称	具体监管措施
Amazon (亚马逊电商)	<p>Amazon (亚马逊电商) 致力于确保商品不会违反或侵犯版权所有者的知识产权 (IP)。如果卖家为拥有注册商标的版权所有者, 则有资格在 Amazon (亚马逊电商) 平台注册品牌。Amazon (亚马逊电商) 平台可提供功能强大的工具访问权, 包括提供专有文字和图片搜索、基于可疑知识产权侵权报告进行自动预测, 以及提高带有品牌名称的商品信息权限。如果卖家品牌已在 Amazon (亚马逊电商) 平台注册, 则可通过举报违规行为 (RAV) 工具提交举报通知。没有在 Amazon (亚马逊电商) 平台中注册品牌的权利所有者可以通过举报侵权表单提交举报通知。</p> <p>Amazon (亚马逊电商) 的退货政策规定, 卖家必须接受买家在收到货后的 30 天内提出的退货请求。此政策的例外情况为除了尺寸和颜色定制之外还经过排版、个性化或刻字处理 (如雕刻、冲压、交叉刻印、刺绣、浮雕、蚀刻或印刷) 的定制选项商品。提供定制选项的商品不符合退货要求。根据退货资格, 卖家选择批准请求或关闭请求 (拒绝批准), 在 24 小时内回复所有退货请求。如果关闭请求, 则需要告知买家其订单不符合退货要求的原因。Amazon (亚马逊电商) 鼓励买家对自己喜欢和不喜欢的商品进行评论, 以帮助其他买家对所要购买的商品做出明智的决定。为确保评论对买家有帮助, 卖家必须遵守买家商品评论政策。注意, 作为卖家和制造商, 卖家不能评论自己的商品, 也不能对竞争对手的商品发布负面评论。违反政策的行为可能同时违反适用法律, 可能会导致法律行为, 同时还可能受到民事与刑事处罚。如果违反了相关政策, Amazon (亚马逊电商) 可能会向民事或刑事执法机关公开披露卖家的姓名和其他相关信息。</p>
Walmart (沃尔玛电商)	<p>Walmart (沃尔玛电商) 平台卖家须向 Walmart (沃尔玛电商) 提供准确和最新的业务信息。此类业务信息包括有效的商业名称、地址、联系电话、税务信息、付款合作伙伴和电邮地址。其中还包括有关卖家业务活动的信息, 例如卖家是否仅在 Walmart (沃尔玛电商) 平台销售产品, 以及卖家是否从事消费品的制造、进口或转售业务。</p> <p>如果卖家使用了第三方卖家所提供的在 Walmart (沃尔玛电商) 平台购买的商品, 必须遵守以下两条规则:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 告知 Walmart (沃尔玛电商), 您计划使用第三方卖家来为您供应商品 2. 向 Walmart (沃尔玛电商) 或消费者提供第三方卖家的名称和联系信息 <p>卖家绩效标准有五个关键绩效指标: 取消率、按时送达率 (OTD)、退款率、有效追踪率 (VTR) 和卖家回复率。卖家有责任查看账户绩效, 并主动采取措施改进任何不达标的绩效指标。一般平台绩效团队会定期审查所有卖家表现。如果卖家账户有一项或多项未达标, 将收到电子邮件提醒。</p> <p>Walmart (沃尔玛电商) 平台大多数商品都可以在客户收到商品后的 30 天内退货。但属于奢侈品类别的商品应该在顾客收到商品后的 14 天内退回。收到顾客退回的商品后, 卖家将有 48 小时的时间来评估退回的商品。如果卖家决定不予退货或者发生错误退货, 卖家可以提出争议并提供争议原因。此</p>

	外，根据规定，在不限制卖家的顾客服务义务情况下，Walmart（沃尔玛电商）可自行决定采取有利于顾客的顾客服务行动，包括但不限于取消订单、发放退款、处理退货或进行其他顾客服务调整。
Shopify 独立站	卖家通过 Shopify 独立站销售产品时，需要遵守适用于该业务的消费者保护法律和法规。根据 Shopify 独立站的政策，卖家必须在在线商店中提供准确、面向大众且易于访问的最新退款政策信息。卖家的退款政策应包括必须退回产品的时间、退货的收货地址、产品退货的费用及其支付方的相关信息、有关获得退款的时间可能取决于客户所在地与卖家收货地点之间的距离相关信息以及在客户未及时收到退款时可用于与您联系的联系信息等。同时，根据 Shopify 独立站的规定，在营销产品时，卖家不得欺骗或误导客户，且关于产品的受欢迎程度和可用性的声明应清晰准确。此外，Shopify 独立站尊重其他人的有效知识财产（IP）权利。发布构成侵犯他人合法权利的内容将违反 Shopify 的相关政策，Shopify 可以自行决定删除这些内容。

（三）行业概况

1. 行业发展概况

公司主要为全球消费者提供创新型办公电器和家用电器产品，构建起集自主研发、原创设计、跨国生产、全球商超渠道/互联网品牌销售、全球本地化服务的全链路经营体系。多年来，公司高度重视品牌出海，形成了“多品类、多渠道、多品牌”的自有品牌经营战略，已成功通过 Amazon（亚马逊电商）、Walmart（沃尔玛电商）、Shopify 独立站和京东自营等第三方电子商务平台开展零售业务，满足全球市场需求。

居民可支配收入的增加和消费结构的升级，促使消费者对高品质、智能化办公电器及家电产品的需求增长。同时随着互联网用户渗透率的提升，进一步带动全球消费习惯的转变。当前，全球消费者的购物习惯发生了显著变化，线上购物的便利性和高效性得到了越来越多消费者的认可。得益于供应链体系的完善和全球电子商务网络的形成，中国出口跨境电商加速发展，使消费者能够更便捷地购买到合适商品，满足了消费者对多样化、高品质商品的新需求。

（1）跨境电商行业发展概况

跨境电商是指分属不同关境的交易主体，通过电子商务平台达成交易、进行支付结算，并通过跨境物流送达商品、完成交易的国际商业活动。跨境电商是一种新型贸易方式，具有全球性、无形性、匿名性、即时性、无纸化等特征。其中，出口跨境电商是跨境电商中极为重要的类别。出口跨境电商指分属不同国家或地区（不同关境）的交易主体，利用互联网或移动互联网络、通过各智能终端，实现将主体所属的境内产品销售给境外企业或终端消费者的国际商业活动，其中包括终端消费者与商品销售者线上交易意向的达成，进而完成支付结算，并通过跨境物流送达商品等环节。

由于跨境电商的出现，各国消费者可以凭借发达的电商网络，体验到他国物美价廉的

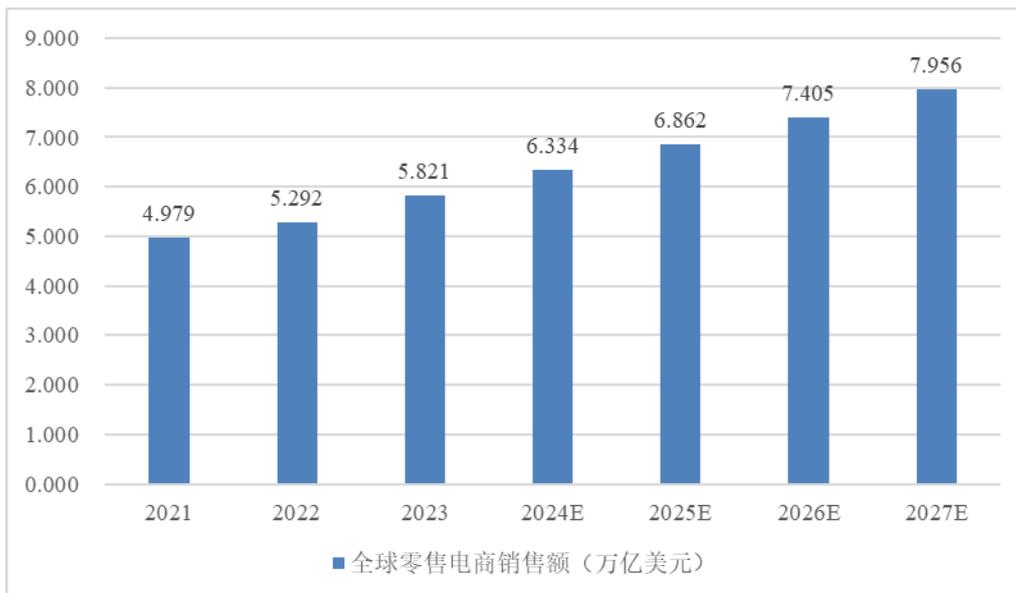
商品，使得国际贸易往来越发频繁，无国界贸易也正因为此引发了世界经济贸易的巨大变革。传统贸易模式中，往往是专业外贸经销商专门从事跨境贸易，帮助制造商将生产的货物出口，并在目的国对接专业的外贸采购商，收货后分销给各级分销商、零售商。而跨境电商的出现使得中国生产厂家仅需通过跨境电商平台等就可以快速触及全球消费者，重塑了整个国际贸易链条。



对企业来说，跨境电子商务构建的开放、多维、立体的多边经贸合作模式，极大地拓宽了进入国际市场的路径，促进了多边资源的优化配置与企业间的互利共赢；对消费者来说，跨境电子商务的出现使得其能够及时、快速、便捷得获取其他国家信息并购买适合商品，给予极大的便利以及选择空间。

近年来，数字经济的发展不断加快经济社会各领域的渗透融合。随着大数据等技术应用于生产、物流和支付，全球物流更加快捷，消费者的消费习惯进一步转变，越来越多消费者通过线上方式进行商品采购，全球零售电商销售额因此保持稳步增长。根据 eMarketer 估算，2024 年全球网络零售额预估为 6.334 万亿美元左右，预计至 2027 年全球网络零售额将达到 7.956 万亿美元。线上购物在全球范围内越来越普及，对以跨境电商为代表的新型业态带来了极大的促进作用。

2021-2027 年全球零售电商销售额变化情况



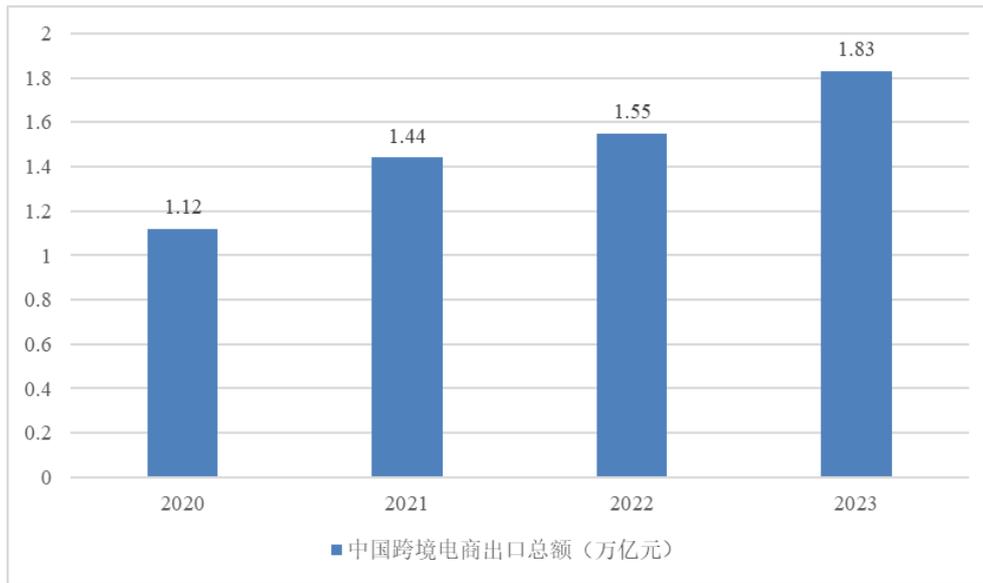
数据来源：eMarketer

在消费者线上消费习惯养成的前提下，跨境电商作为一种新型的国际贸易方式，通过以数据为基础的贸易和技术手段，实现数据智能的迭代和升级，逐渐发展成为一种常态化的国际贸易方式，也为国际贸易注入了新的活力。近些年，我国跨境电商企业充分把握行业发展红利，在国内强大的制造业支持下快速崛起，成为助力制造业转型、中国品牌出海的重要支持力量。

早期，中国企业以价格为主要优势，通过为国际品牌商或贸易商生产代工方式将产品销往全球，但随着全球市场环境的变化，传统价格优势难以为继。一方面，中国人口红利显著消退，商品原材料价格有所上涨；另一方面，消费者消费习惯、偏好等已发生了明显转变。随着经济的发展以及收入水平的提高，消费者对于产品品质要求越来越高，需求呈现个性化、多样化特征，很多现有产品以及服务体系已无法满足当前需要。随着中国从制造大国向制造强国转变，中国制造企业开始瞄准海外市场机遇，在海外逐步发展自主品牌，积极借助跨境电商渠道，以清晰品牌标志来捕获海外消费者心智，通过更具差异化、技术含量和设计感的品质产品和服务来获得全球消费者更多认可。

品牌化成为中国企业实现增长的重要突破点。品牌是企业产品质量、特征、性能、用途和等级的概括，凝聚了企业的产品格调和信誉，对消费者的购买行为产生重要影响。消费者在购买办公电器等产品时将会重点考虑产品质量、设计水平、终端形象、用户美誉度及管理服务等方面表现优秀的品牌产品。跨境电商俨然已成为我国品牌出海的重要方式，根据中国海关发布数据显示，我国跨境电商出口总额快速攀升，2023年全国跨境电商出口总额达到了1.83万亿元。目前，跨境电商出口已然成为连接国内生产供给端和国际需求端的重要接口，是我国外贸增长的常态化引擎及动力。

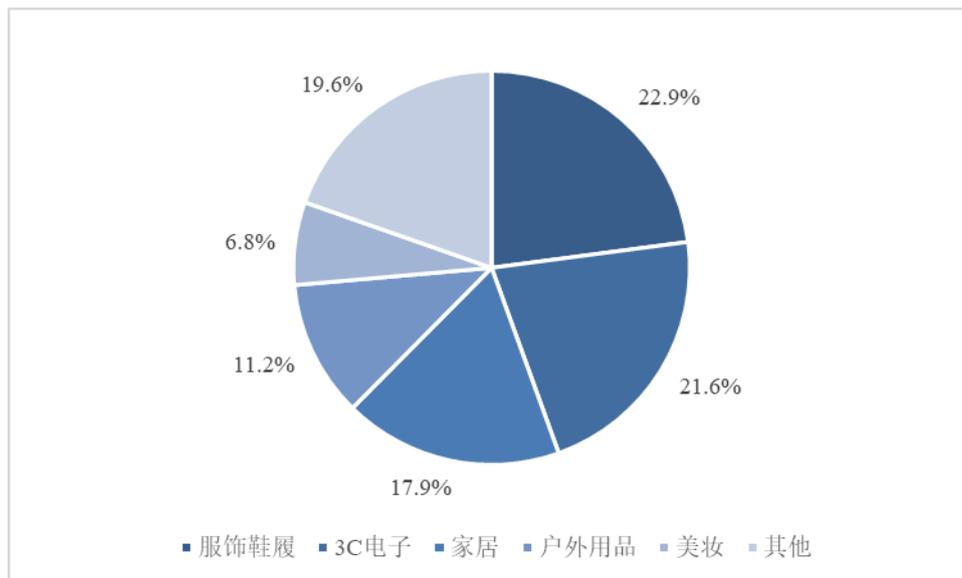
2020-2023 年中国跨境电商出口总额



数据来源：中国海关

从跨境出口产品品类看，2023 年中国跨境出口 B2C 品类 TOP3 分别为服饰鞋履、3C 电子和家居，总和占比超过六成，3C 电子和家居出口规模不容小觑。目前，国内企业从品类细分、功能丰富到设计精致等方面都趋于成熟，同时依托国内的供应链优势，上述产品具备低成本、低价格和高品质优势，成功赢得海外市场消费者的青睐。未来，在“健康生活”“懒人经济”“宅文化”等新生活理念的影响下，相关的办公电器和家用电器产品将保持强劲发展势头，持续满足日益增长的市场需求。

2023 年中国跨境出口 B2C 电商品类分布



数据来源：Statista

(2) 办公电器行业发展概况

1) 办公电器的定义和分类

办公电器属于办公用品中细分领域，是指办公室处理文件的设备，例如传真机、打印机、复印机、投影仪、碎纸机、扫描仪、装订机等。办公电器是处理现代办公事务、提高办公品质和效率的重要工具，被广泛地应用于档案、商务、金融、科研以及现代办公等国民经济各个领域，在国民经济生活中有着重要的地位和作用，是一个国家现代化水平的重要标志之一。

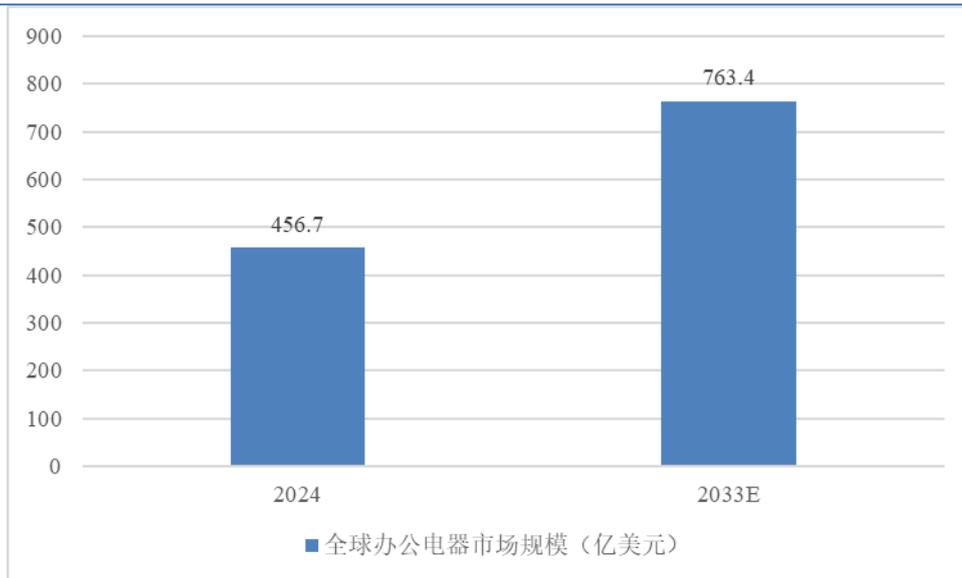
2) 全球市场发展概况

纵观全球，欧美、日本等发达国家及地区的办公电器行业经过了长时间的发展与积累，目前主要从事技术研发、产品设计和品牌运营等高附加值环节，享受着上游精密制造和下游零售营销带来的丰厚利润，在办公电器行业中占据主导地位。而中国、印度、越南等发展中国家起步相对较晚，凭借人力成本与原材料成本较低等优势，在全球产业分工中主要负责贴牌生产、加工制造环节，缺乏有国际影响力的办公电器品牌商和渠道商。

目前，欧美发达国家与亚太地区新兴市场是全球办公电器市场的重要组成。其中，欧美引领全球市场，上述地区媒体、信息技术和金融服务等产业的蓬勃发展和高水平的办公空间集群现象为行业发展提供了持续动力，而亚太地区由于部分发展中国家经济的快速增长，其办公电器市场也保持良好增长，特别是随着跨国公司的涌入与扩展，区域市场潜力正逐步释放。

近年来，消费水平的不断提高以及健康、高效办公需求的增长，使得全球办公电器整体市场规模不断扩大。根据 Verified Market Reports 统计数据，2024 年办公电器市场规模为 456.7 亿美元，预计到 2033 年将达到 763.4 亿美元，2026 年至 2033 年的年复合增长率为 6.8%。

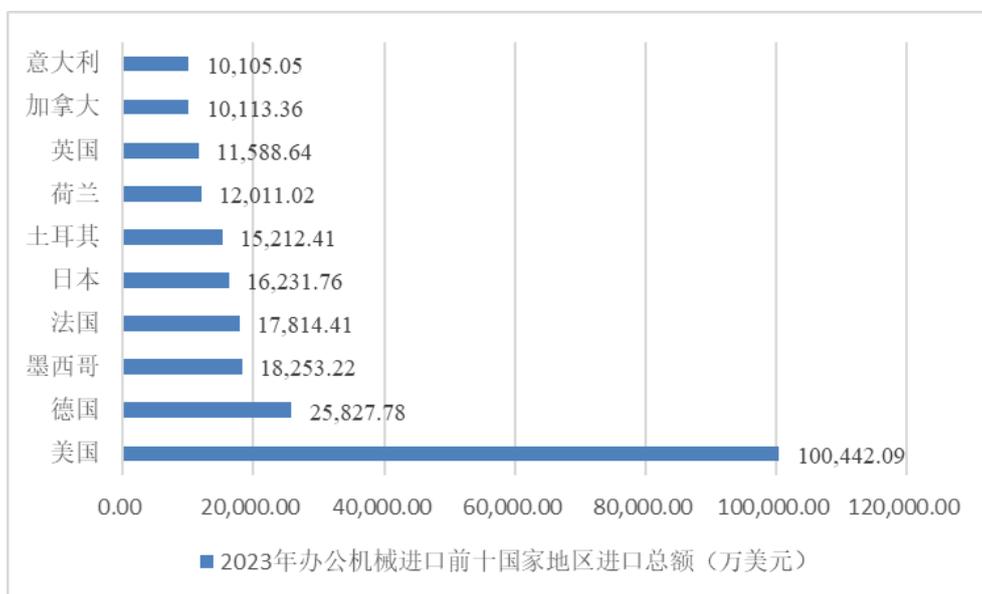
2024-2033 年全球办公电器市场规模情况及预测



数据来源：Verified Market Reports

从进口贸易值方面来看，发达国家对办公电器的进口需求相对较大，其中美国占据了进口市场的主要份额。根据联合国统计司统计数据，2023 年美国办公机械（HS commodity codes: 8472 - Office machines; not elsewhere classified）进口贸易值达到 100,442.09 万美元，居全球之首，其次为德国、墨西哥、法国和日本，办公机械进口贸易值分别为 25,827.78 万美元、18,253.22 万美元、17,814.41 万美元和 16,231.76 万美元。

2023 年全球办公机械进口贸易值前 10 国家和地区进口情况

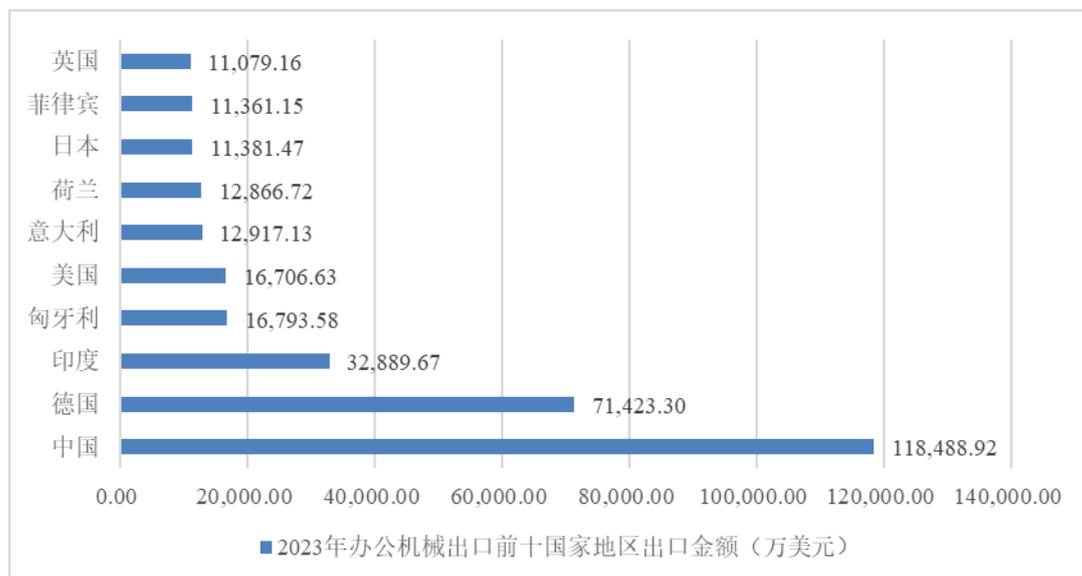


数据来源：联合国统计司（United Nations Statistics Division）

在出口贸易值方面，中国凭借着原材料成本、人工成本较低以及较为完善的工业制造体系等优势，办公机械出口贸易值居于全球首位。根据联合国统计司统计数据，2023 年中国办公机械出口贸易值达到 118,488.92 万美元，其次为德国和印度，办公机械出口贸易

值分别为 71,423.30 万美元和 32,889.67 万美元。

2023 年全球办公机械出口贸易值前 10 国家和地区出口情况



数据来源：联合国统计司（United Nations Statistics Division）

碎纸机是由旋转刀刃、驱动马达、纸梳等部件组成的一种用于将纸张切成条状或细颗粒等形状的办公电器，主要被用于处理办公和生活中废弃的纸质文件，以达到保护公司与个人机密的目的。使用碎纸机处理纸质文件替代了以往的焚烧处理方式，明显地减少了碳排放，符合当代居民低碳环保的生活办公方式。

随着企业与个人对数据安全的保护意识以及对废物处理的环保意识不断提高，全球碎纸机市场规模不断扩大。根据 DataIntelco 统计数据，2023 年全球碎纸机市场规模约为 35 亿美元，预计到 2032 年将达到 51 亿美元，在 2024 年至 2032 年的预测期内以 4.2% 的年复合增长率增长。受北美地区消费水平较高、信息保护意识较强、商用空间不断增大等因素推动，当前，北美市场占据着全球碎纸机市场的最大份额。同时，中国、印度等发展中国家近年来经济水平的快速增长，商务活动日益增长，碎纸机市场迎来了庞大的消费需求，亚太地区预计在上述预测期内将保持最高的增长率。

3) 中国市场发展概况

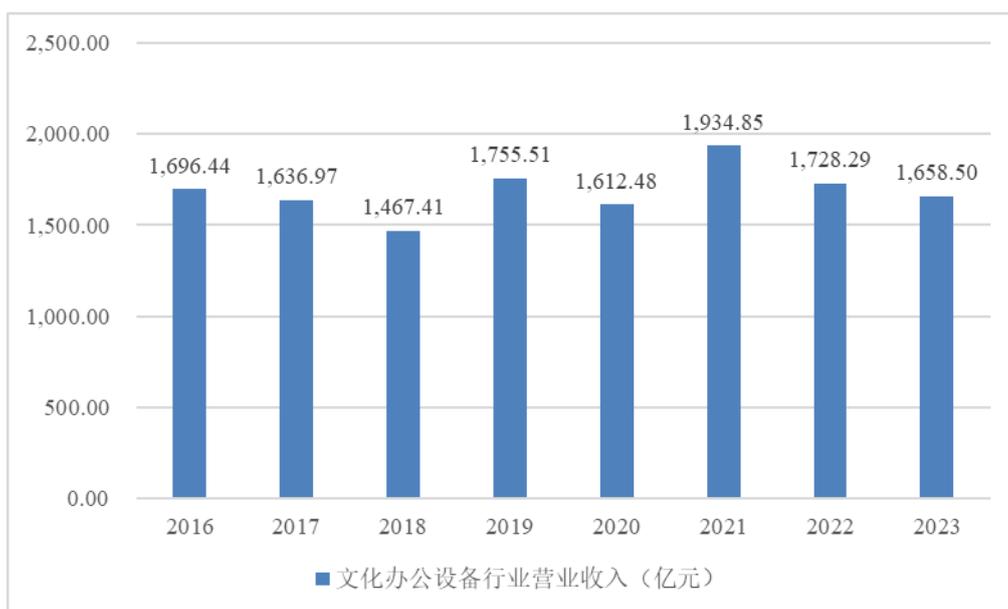
20 世纪 90 年代中后期，随着经济的蓬勃发展，企事业单位对于传真机、打印机、复印机、扫描仪等高档办公电器需求日增，该时期上述高档办公电器主要从欧美日进口，境外企业具有垄断优势。我国办公电器企业则围绕碎纸机、装订机、过胶机等相关细分品类，利用生产成本优势，成功实现此类办公电器的国际产业大转移。在此期间，我国办公电器制造行业逐渐形成。

此后，随着经济全球化和信息时代对办公电器自动化、数字化、网络化等要求，我国

办公电器行业通过实施招商引资、扩大对外合作，调整产业方向、企业整合重组和产品结构调整，加强技术融合、促进技术进步和提高管理水平，不断开放经济、扩大出口，支持跨学科、跨行业发展战略等手段，目前已发展成为专业比较齐全、规模较大、多种经济类型并存、以加工贸易为主的外向型高新技术产业。我国已成为世界数字复印机、数字多功能一体机、打印机、碎纸机等以及各种耗材、零部件的研制、生产和出口大国。

近年来，我国办公电器企业收入整体保持稳定。数据显示，我国文化办公设备行业整体保持良好发展态势，2023年中国文化办公设备行业实现营业收入高达1,658.50亿元。

2016-2023年中国文化办公设备行业营业收入情况

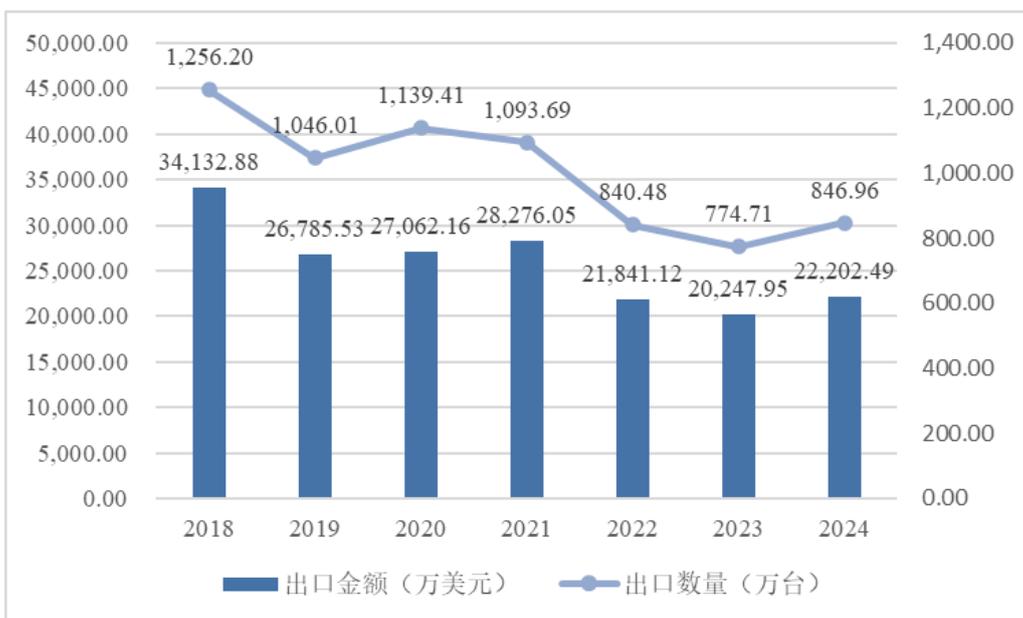


数据来源：中国文化办公设备制造行业协会、《中国机械工业年鉴》

我国碎纸机市场亦保持着良好的发展状态。碎纸机市场受到数字化和信息化进程的推动，以及个人隐私保护的日益重视，在各个领域都得到了广泛的应用。随着办公环境的不断进步和技术的不断革新，越来越多的企事业单位和个人用户开始意识到保护敏感信息的重要性，有效增加了碎纸机的市场需求。我国碎纸机市场近年来经历了显著增长，根据 QY Research 的数据显示，到 2025 年中国碎纸机市场预计将达到 4.2 亿美元，2020 年至 2025 年的年复合增长率为 6.2%。

同时，我国凭借着制造成本优势以及生产技术水平提升，成为文化办公电器重要出口国。以碎纸机为例，我国是全球碎纸机研制、生产和出口大国，掌握了多类型、多型号碎纸机生产制造能力，可较好契合终端市场需要。根据中国海关发布数据显示，在全球贸易进程放缓及国际贸易摩擦的背景下，我国碎纸机出口整体平稳，2024 年中国碎纸机出口总额为 22,202.49 万美元，出口数量达 846.96 万台。

2018-2024 年中国碎纸机出口总额及数量变化情况



数据来源：中国海关

制造业是我国经济的重要推动力，低成本、低价格曾是我国制造行业在国际竞争中的优势，但在经济全球化的背景下，受人力成本、制造成本等因素制约，世界制造业开始向原材料及雇员收入更低的发展中国家转移，我国越来越多制造企业正寻求向品牌高附加值方向发展。

经过多年的发展，我国办公电器生产企业经历了从 OEM（代加工）起步，到 ODM（原始设计），再到 OBM（自主品牌）的发展之路，国内已涌现出一大批优秀企业。这些自主品牌企业一方面消化吸收国外先进技术，另一方面研发、设计和创新，推进产品更新换代，目前我国在办公电器领域的某些技术已达到国际先进水平。

（3）家用电器行业发展概况

1) 家用电器的定义和分类

随着经济发展和社会生活水平的提高，家用电器已成为现代家庭生活的必需品。家用电器分为大家电和小家电，大家电一般是指占用较大电力资源、大功率输出或者机身体积较大的电器，如空调、冰箱、洗衣机等白色家电以及电视、音箱等黑色家电，而小家电多指除了大功率输出的电器以外的家电，通常为占用比较少的电力资源、体积小、无需安装、插电即可使用、方便携带与收纳的小型电器产品。

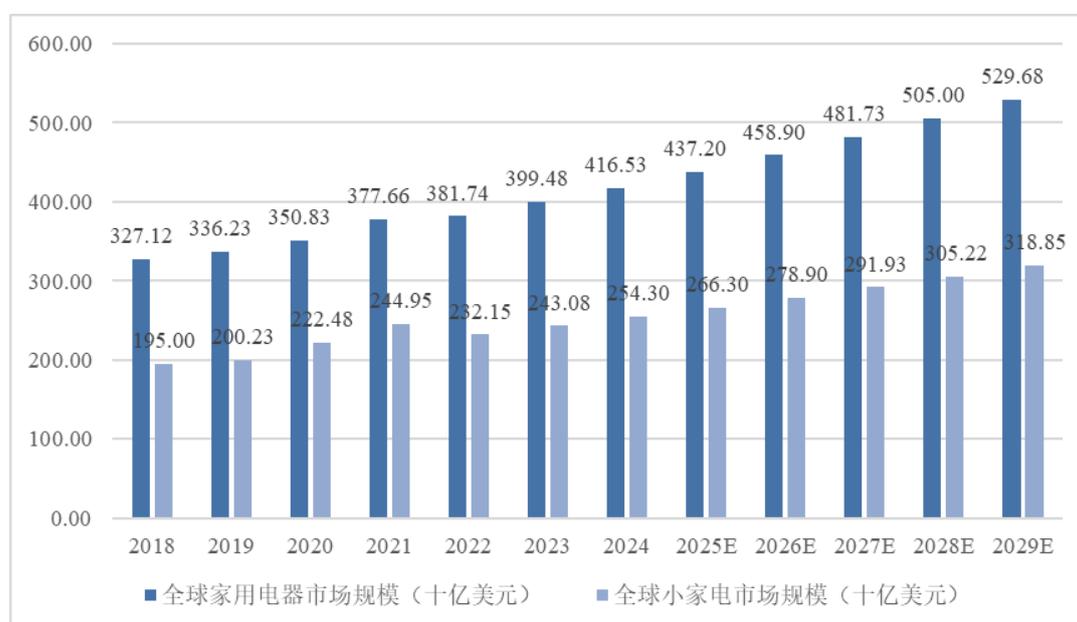
小家电产品使用便捷、小巧精美、功能强大，具有丰富的应用场景，能够满足消费者便捷、舒适、健康的生活需求。随着消费者对生活品质要求的提高，加上“懒人经济”“单身经济”“宅家经济”等理念的兴起，居民对于家电产品的要求逐渐趋向于操作简单、便携小巧、易清洗、高颜值等，小家电行业迅速兴起。

小家电产品功能定位差异较大，品类多元且富延展性，根据产品功能可大致将其分为厨房小家电、清洁小家电和个护小家电三大品类。其中，厨房小家电是小家电行业的一个细分行业，指用于厨房场景当中，方便人们烹饪处理，满足蒸煮炸煎炒烹等多道工序需要的小型家用电器产品。目前，厨房小家电主要包括电饭煲、电磁炉、电压力锅、电水壶、咖啡机、面条机、真空包装机、破壁机、煎烤机、养生壶等。

2) 全球市场发展概况

受居民购买力提升、消费观念转变以及产品更新换代影响，家用电器市场保持良好增长状态。根据 Statista 发布数据显示，2024 年全球家用电器市场规模已高达 4,165.3 亿美元，2024 年全球小家电市场规模已达到了 2,543.0 亿美元，预计至 2029 年全球小家电市场规模将进一步达到 3,188.5 亿美元。

2018-2029 年全球家用电器及小家电市场规模变化情况



数据来源：Statista

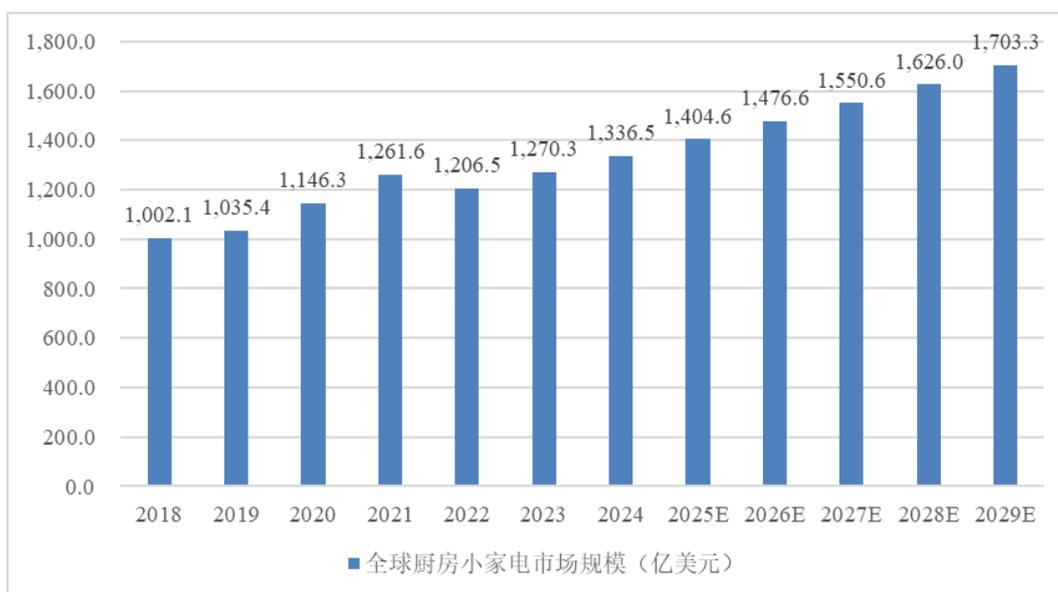
厨房小家电与人们的生活、饮食紧密相关，当前，随着新一代消费群体需求的快速变化，家电消费的多样化需求日益凸显，厨房小家电产品种类也逐渐丰富。一方面，人们对现有的传统厨房小家电产生了更新换代的需求；另一方面，满足人们对生活品质追求的创新功能类厨房小家电层出不穷，如多士炉、电动打蛋器、空气炸锅、厨师机、切片机、制冰机、三明治机、烹饪机器人等。

不同品类厨房小家电具有不同层次的需求属性，如电饭煲、净水器、热水器等处理食物和水，刚需属性较强；而破壁机、切片机、空气炸锅、早餐机、三明治机等有助于提高生活效率和品质，刚需属性较弱。

近年来，随着居民消费水平的提升以及家电消费需求的逐步细化，全球厨房小家电市

场规模迅速提升。根据 Statista 统计数据，2024 年全球厨房小家电市场规模达到 1,336.5 亿美元，预计至 2029 年全球厨房小家电市场规模将进一步达到 1,703.3 亿美元，在 2024 年至 2029 年实现年均复合增长率 4.97%。

2018-2029 年全球厨房小家电市场规模变化情况

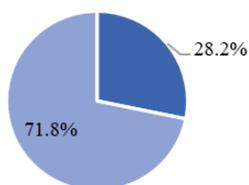


数据来源：Statista

全球厨房小家电销售渠道构成目前仍以线下门店为主，根据 Statista 统计数据，2024 年全球厨房小家电销售的 71.8%来自于线下门店，但近年来电商渠道占比正在快速提升，其占比在 2024 年已提升至 28.2%。随着电子商务技术的持续渗透，线上渠道将扮演越来越重要的角色，预计至 2029 年全球厨房小家电市场收入的 63.9%将来自线下门店，线上市场收入占比将进一步提升至 36.1%。

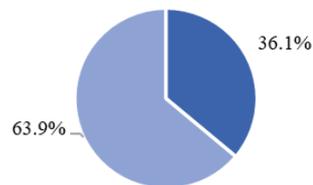
全球厨房小家电市场线上、线下渠道占比情况

2024年全球厨房小家电市场



■ 全球厨房小家电线上销售占比
■ 全球厨房小家电线下销售占比

2029年全球厨房小家电市场

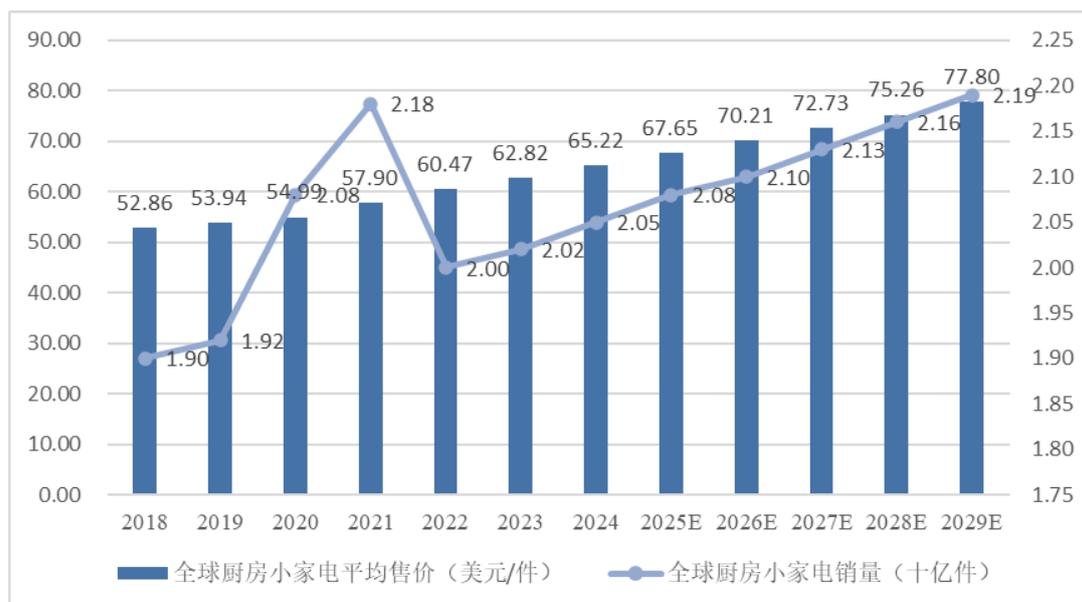


■ 全球厨房小家电线上销售占比
■ 全球厨房小家电线下销售占比

数据来源：Statista

从销量情况看，全球厨房小家电市场需求稳固，根据 Statista 统计数据，2024 年全球范围内完成厨房小家电销售 20.5 亿件，预计 2029 年全球范围内完成厨房小家电销售 21.9 亿件。同时，消费水平的提升以及成本上涨等因素，使得厨房小家电产品平均售价不断上涨，预计 2024 年至 2029 年，全球厨房小家电产品平均售价将由 65.22 美元/件增长至 77.80 美元/件。

2018-2029 年全球厨房小家电销售量及单位售价变化情况及预测



数据来源：Statista

食品真空包装机是一种通过抽出食品包装袋内的空气、水分等，达到预定真空度后完成封口工序的设备。经过真空包装后，食品能够抗氧化、防止霉变，从而延长储存期限。随着当前快节奏生活使得消费者对即食产品需求的增长，以及消费者对无菌包装意识的提高，全球食品真空包装机市场规模不断扩大。根据 Precision Business Insights 统计数据，2024 年食品真空机市场规模为 181 亿美元，预计到 2031 年将达到 723 亿美元，从 2025 年到 2031 年的复合年增长率为 21.9%。

搅拌器作为厨房必备工具，在全球经济不断发展和人们生活水平提高背景下，市场需求持续增长。现代消费者越来越多地寻找可以执行多项任务的电器，而搅拌器能够用于混合、打成泥和切碎，其多功能性对厨房空间有限的消费者特别有吸引力。根据 Global Market Insights 发布数据显示，2024 年全球搅拌机市场规模为 26 亿美元，预计到 2034 年市场规模将达到 38 亿美元。

3) 欧美市场发展概况

厨房小家电产品的消费水平与地区经济发展程度息息相关，一般来说，经济发达地区由于更高的生活水平、更强的购买能力及更便捷的网络平台，人们对厨房小家电产品有更

高的认知度，有能力且能通过丰富的渠道网络购置小家电产品，市场规模也相应较大。

目前，欧美发达国家占据全球厨房小家电市场重要席位，上述区域市场小家电产品普及程度高，消费基数庞大。根据 Statista 统计数据，2024 年欧洲厨房小家电市场收入达到了 196.2 亿美元，美国厨房小家电市场收入达到了 98.5 亿美元。未来，随着经济增长带来消费升级需求，各类新式小家电有望逐步得到普及，驱动厨房小家电保有量持续提升，有效推动区域市场发展。

2018-2029 年欧美地区厨房小家电市场规模变化情况

年份	欧洲（亿美元）	美国（亿美元）
2018	154.0	81.4
2019	153.7	84.1
2020	177.2	98.7
2021	201.9	109.2
2022	180.4	92.2
2023	188.0	95.3
2024	196.2	98.5
2025E	204.9	101.7
2026E	214.0	104.9
2027E	223.5	108.3
2028E	233.1	111.7
2029E	242.5	115.2

数据来源：Statista

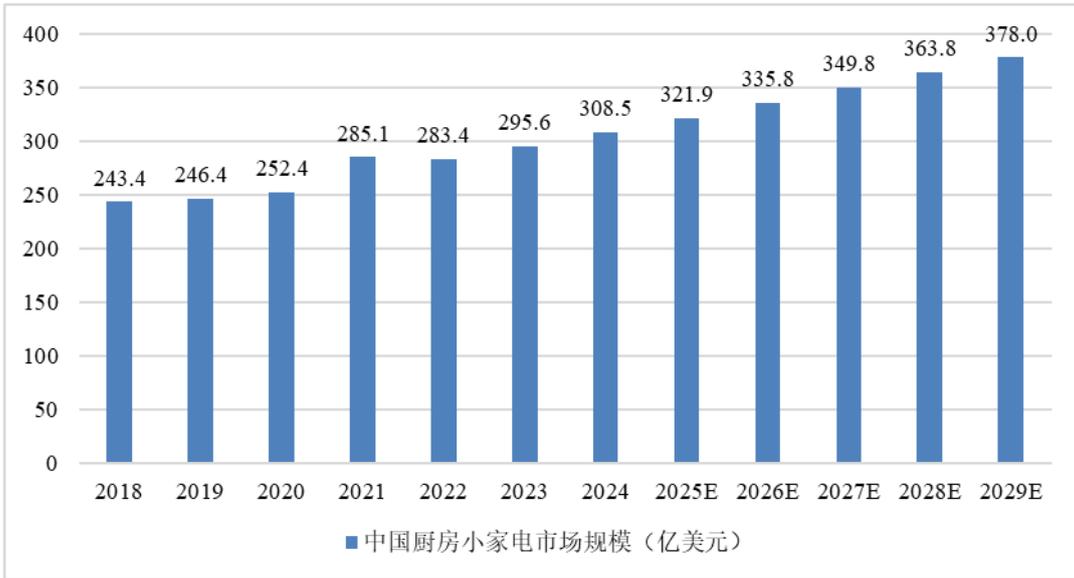
4) 中国市场发展概况

凭借方便生活、节约时间等优势，厨房小家电产品获得越来越多消费者认可，一些新兴厨房小家电作为时尚、高收入、现代化的象征走进越来越多城市居民的家庭生活，我国厨房小家电行业发展速度逐步加快。同时，一些将中国传统饮食文化和烹饪习惯与现代电器制造相结合的创新型产品也开始出现，如豆浆机、电压力锅、电炖锅等。

近年来，我国厨房小家电产品在产品质量和稳定性上都获得了较大提升，产品技术含量也不断增强。在需求方面，消费者对健康、节能、便捷和养生等需求逐渐提高，在品牌建设上，小家电领域涌现出以九阳股份、苏泊尔、小熊电器、新宝股份（运营东菱、摩飞等自有品牌）等为代表的一大批知名公司。

当前，规模相对较大的传统小家电品类大多已经进入产品成熟期，规模稳中有升；新兴品类则规模较小，必选属性较弱，但受益于我国消费升级推动、“宅经济”爆发以及新兴产品不断涌现，厨房小家电市场收入保持增长。根据 Statista 统计数据，2024 年我国厨房小家电市场收入达到 308.5 亿美元，预计至 2029 年中国厨房小家电市场规模将达到 378.0 亿美元。

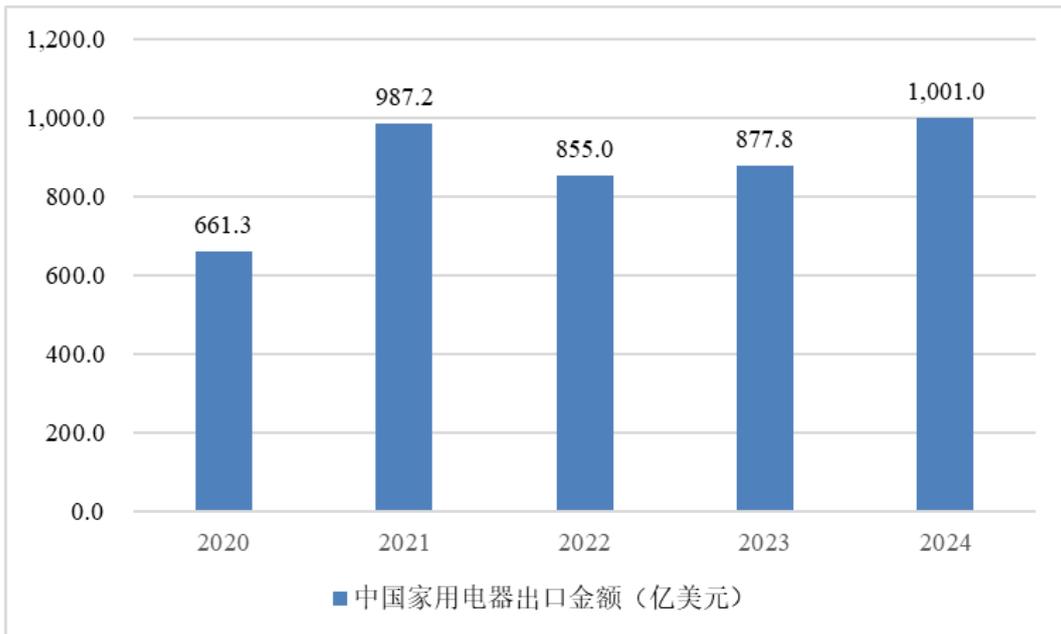
2018-2029 年我国厨房小家电市场收入情况及预测



数据来源: Statista

多年来,中国家电产业充分依靠自身供应链的稳定性,克服贸易保护、物流以及材料成本上升等困难,从产品出海到品牌出海全面布局,逐步进军海外市场。2022 年开始,受全球高通胀、欧美市场需求疲软及供应链调整影响,我国家用电器出口呈现结构性分化,但出口总额在多重压力下仍展现出韧性。2024 年来我国家电出口保持进一步增长,全年我国家用电器出口 1,001.0 亿美元,预计随着海外需求的稳步增加,国内家用电器产品出口总额将稳步攀升。

2020-2024 年我国家用电器出口总额变化情况



数据来源: 中国海关、中国机电产品进出口商会

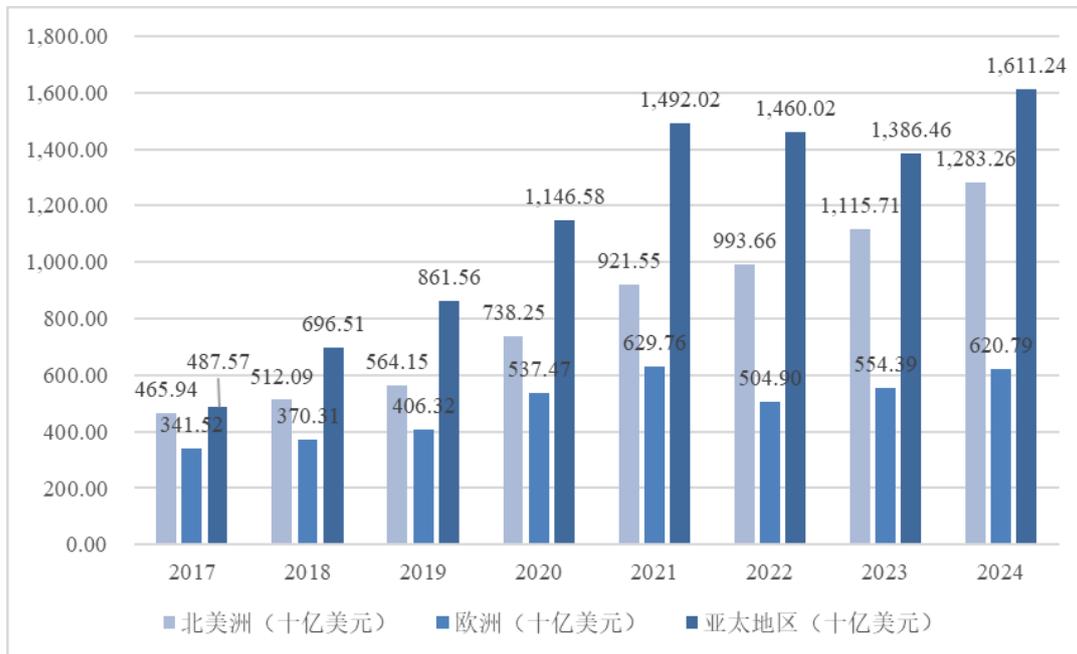
2. 行业发展趋势

(1) 电子商务的持续渗透将为行业发展提供强大驱动力

电子商务是随着互联网科技兴起和普及而出现的一种新型商业形态。在全球逐渐进入信息时代的大背景下，电子商务大量应用于贸易领域，给人们生活及社会生产带来了极大的便利。互联网时代下，产品的购买变得更为便捷且信息渠道更加流畅，用户可以根据需要购买价格便宜的商品，并最终通过物流配送体系实现一站式到达。随着经济不断地发展和进步，如今电子商务已经成为了现代生活的重要组成部分，其所带来的“开放性”有效地促进了供需间的匹配和对接。

近年来，电子商务加速线上线下融合、产业链上下游融合、国内外市场融合发展，呈现出多点开花的新局面，在各区域市场均取得良好增长。Statista 统计数据显示，2017 年至 2024 年期间全球主要地区电子商务市场均出现不同程度的上涨，北美洲电子商务市场收入规模由 4,659.4 亿美元增长至 12,832.6 亿美元，实现年均复合增长率 15.57%；欧洲电子商务市场收入规模由 3,415.2 亿美元增长至 6,207.9 亿美元，实现年均复合增长率 8.91%；亚太地区电子商务市场收入规模由 4,875.7 亿美元增长至 16,112.4 亿美元，实现年均复合增长率 18.62%。

2017-2024 年北美洲、欧洲、亚太地区电子商务市场收入规模变化情况



数据来源：Statista

随着新技术、新理念的涌现和发展，电子商务市场正加速业态创新步伐，多种新兴业务模式融合发展。其中，跨境电商交易模式日益成熟，凭借无边界交易、无形交易和即时交易特点，大幅降低了交易成本，满足了日益增长的全球贸易需求，同时也成为国内各企

业打造自身竞争力，塑造品牌、出海发展的重要手段之一。一方面，欧美跨境电商平台监管趋严，2021年3月，Amazon（亚马逊电商）开始对不实评论店家行为处以封号、下架等惩罚，对违规卖家影响巨大，倒逼供应商提升产品力，扩大品牌影响力；另一方面，品牌力薄弱的企业逐步陷入同质化竞争，通过降低价格、挤压利润的方式扩大市场份额，不利于企业自身良性发展，而借助跨境电商的品牌化发展路径能够将优异产品推送全球，有效丰富商家渠道网络，并形成正向循环的持久竞争优势。因此，电子商务的持续渗透将为行业发展提供强大驱动力，其中以跨境电商为代表的交易模式，将在未来全球商品贸易中占据越来越大的比重。

（2）产品加速更新步伐

办公电器更加追求品质的升级。随着现代化办公的出现，企业需要能够满足多人同时使用且性能稳定的办公电器，碎纸机因其高效、耐用的特性，能够更好地适应这种办公的需求，减少因设备频繁更换或维修带来的成本和时间损失。同时，办公电器的使用场景还在不断拓展，随着家庭办公场景的打造，简单易携的家用型电器产品逐步成为居家办公人群的重要选择标准。此外，在需求升级的背景下，消费者对品质的要求越来越高，办公电器的采购不仅要考虑初始购买成本，更要关注长期使用成本。耐用的办公电器产品其使用寿命长、维修成本低、耗材更换频率低，能够节省更多的运营成本，因此更受市场青睐。

在以厨房小家电为代表的家用电器市场方面，随着消费者需求不断增加和变化，厨房小家电产品也进一步细分，产品结构升级趋势明显，产品逐步向着便捷化、品质化等方向创新发展。当前，市场的主力消费群体已逐步转移至80后、90后，作为新一代青年人群，该类消费者呈现出“轻松化品质生活”的特性，而具备帮助使用者实现高效极简生活方式的厨房小家电产品更能够解决年轻消费者需求痛点，消费者对产品的关注点已不再局限于基本功能，而是愈发注重产品品质。目前，消费者对厨房小家电的认知从“必需品”转变为“品质生活象征”，在购买决策过程中越来越关注产品的品质，包括质量、功能和耐用性。

（3）产品生产厂商产能向劳动力成本更低的国家和地区转移

办公电器和家用电器产品装配环节较多，整体自动化水平不高，劳动力成本在生产成本中比重较高，对企业的利润影响较大。随着我国人口红利逐渐消失，劳动力成本正逐步上涨，在成本上升的情况下，行业内企业倾向于将产能转移至成本相对低廉的国家和地区，越南、印度等新兴国家逐渐成为产能转移的承接者，承担着办公电器和家用电器产品生产制造的重要角色。

以越南为例，越南充分利用其地缘政治地位，与中国、美国等主要经济体加强合作，扩大自身经济利益，同时内部通过改善营商环境、促进人力资源特别是高科技人力资源开

发，进而有效吸引高科技、高附加值外商直接投资项目，提高生产力。近年来，流入越南的外国直接投资规模保持良好增长。据越南计划投资部统计，2024 年，越南吸引外资近 382.3 亿美元，已跻身吸引外国直接投资最多的发展中国家前 15 行列；实际到位外资金额约 253.5 亿美元，同比增长 9.4%，创历史新高。

3. 行业技术水平、技术特点及发展趋势

行业内主要技术包括结构与功能设计技术、传感与控制技术、制造工艺技术、检测技术等。经过多年发展，国内企业在产品制造和工艺技术方面已处于成熟阶段，在工艺流程、设备、质量控制及检测手段等方面基本达到国际同类企业水平，目前技术差异主要体现在新产品的研发与设计之中。

办公电器和家用电器大多具有功能多样化、结构复杂化、外观新颖时尚化等特征，传统产品功能基本尚未发生重大变化，行业技术创新主要体现在产品生产、材料选择、外观设计、产品开发等方面。其中，随着先进技术的融入，自动化、智能化生产成为企业生产环节竞争力提升的重要手段，通过全面的升级，企业可以进一步实现降本增效；材料选择更加注重耐用性、轻便性、环保性等，通过使用耐磨材料、轻型材料、环保材料等方式提升产品品质；外观设计更加细节化、微型化，向着更加符合现代消费者审美情趣的方向发展；产品开发则是通过对市场需求的跟踪，锚定市场痛点，进一步提升产品智能化属性。因此，自动化技术、新材料应用技术、外观设计技术和智能化技术是目前行业内主要核心技术。

(1) 自动化技术

现代制造技术的不断进步，使得办公电器及家用电器的生产更加精细化、专业化。企业能够引进一系列自动化生产设备，降低传统人工操作环节，形成更先进的生产工艺流程，生产出质量更高、性能更稳定的电器产品。同时，数字化技术加速涌入更加打造了全新的管理体系，智能化技术的应用为办公电器及家用电器产品生产智能化提供了支持，可以通过智能化系统实现远程监控、故障诊断、自动维护等功能，提高了设备的使用便捷性和管理效率，有助于企业全面提升生产制造能力，打造竞争优势。

(2) 新材料应用技术

办公电器和家用电器广泛应用于消费者日常办公、生活当中。随着现代工艺水平的提高和新型材料的不断开发，碎纸机应用材质不断更新换代。碎纸机的电器属性和功能特殊性导致消费者对其安全性较为看重。近年来，先进防火材料逐步融入碎纸机设计理念当中，有效提升了产品的阻燃性能，同时还赋予了过热保护等相关功能，带来了可靠的双重保证。此外，复合材料、陶瓷材料、特殊功能材料、再生材料逐步应用，取代目前钢铁、木材等常用材料，在同等温度和介质条件下巩固和提升了产品性能的稳定性、可靠性和绿

色属性。在厨房小家电领域，由于厨房小家电大多直接应用于处理食品，会与食品产生直接接触，因此产品材料的安全性尤为重要。近年来，制造商对钢材、塑胶、硅胶、改性塑料、线材等深入了解其材料学特性，并且及时跟进新材料的研究与应用进展，以保证产品制作材料优质、环保和安全等。此外，为降低材料消耗、减轻产品重量、增强产品强度与耐用性等，相关生产企业对原材料选用提出了更高的要求。

(3) 外观设计技术

办公电器和家用电器在功能上可以提升消费者的生活便利性，同时其作为家居、办公环境的一部分，在外观方面需匹配消费者的审美追求，因此相关产品的外观设计承载着产品格调，彰显品牌特有的属性，在技术体系中具有重要地位。当前，随着消费群体的年轻化，产品设计向着新颖化及亲和型发展，具有较强外观设计能力的产品制造商在把握品牌商品牌内涵与目标消费群体的审美偏好方面具有显著的优势，与品牌商的合作更加紧密和牢固。

(4) 智能化技术

办公电器和家用电器消费群体庞大，品类繁多，功能多样，是新技术应用的重要领域。碎纸机是许多办公室的必备设备，随着办公向智能化、人性化方向发展以及轻松高效智能便捷的办公理念推广，碎纸机的智能化程度明显提升，以精密电子感应技术为代表的新技术手段加速应用，碎纸机实现了自动感应进、退纸，全自动待机、停机等功能，有效满足了日益增长的市场多样化、人性化的需求。真空包装机则逐步提升自动化程度，如真空包装机借助单片机系统等先进结构设计，并积极融合模块化、多任务并发等相关运行方法，不断提升各软硬模块的运行能力和契合度，有效提升了产品的自动化控制水平和工作效率。未来，新技术将加速在办公电器产品和家用电器产品领域的应用，蓝牙、Wi-Fi、红外、5G等无线连接技术将使得产品逐步实现智能化操作，提高产品的科技感，给消费者更为舒适便捷的体验，并进而成为未来物联网世界的重要终端。

3. 行业特有的经营模式及周期性、区域性或季节性特征

(1) 行业特有的经营模式

办公电器和家用电器具有专业分工的显著特点，按照分工和承担的角色不同，行业内企业一般可分为品牌运营商和制造商，形成本行业特有的经营模式。

1) 品牌运营商

品牌运营商拥有某个特定品牌标志，专业从事自有品牌运营、消费者需求分析、销售渠道开拓等工作，较少参与产品生产制造活动。在产业链分工体系逐步细化和完善的背景下，品牌运营商专注于品牌运营与销售，更多选择将生产环节委托给专业的生产制造厂商，通过形成严格的供应商管理体系，委托外部专业代工企业生产相应产品并贴有自身商

标，从而解决货品供应问题。

2) 制造商

制造商主要涵盖了 OEM、ODM 和 OBM 三种模式，各模式具体经营特点如下：

简称	经营模式	经营特点
OEM	原始设备制造商	根据品牌商提供产品的结构、外观、工艺进行生产，产品生产后由品牌商贴牌销售。
ODM	原始设计制造商	生产商根据客户的产品意向或自主创意开发产品，由客户选择后下订单进行生产，产品贴牌销售。
OBM	自有品牌运营商	生产商对品牌商的依赖性较低，根据市场需求，自行开发和设计产品的结构、外观、工艺，产品开发完成后生产并使用自有品牌销售。

在行业高度碎片化和细分化的背景下，各大品牌商积极追求专业化发展的经营模式，因此多将生产制造等环节委托外部专业企业完成。我国办公电器和家用电器行业的日常运营主要以 ODM/OEM 模式为主，对外国品牌的依赖性较强。近年来，为了更快触及终端和响应市场需求，并寻求更大的盈利规模，国内生产制造企业集体推动自有品牌出海探路，逐步涉及 OBM 模式，通过持续加大品牌建设投入，以营销推广提高全球知名度，打造核心竞争优势，从而积极参与到全球市场竞争当中。

(2) 行业周期性、区域性或季节性特征

1) 行业的周期性

办公电器和家用电器具有较强的消费属性。办公电器是办公生活的重要配套，在办公智能化、远程化的趋势下使用逐步深化，而以厨房小家电为代表的家用电器产品，能够较好的满足居民烹饪需要，在健康生活和品质生活的推动下，市场需求保持稳步上涨。同时，随着行业技术的进步和消费者需求的多样化、差异化，上述产品更新迭代速度进一步加快，市场空间进一步打开。因此，办公电器和家用电器不存在明显的周期性特征。

2) 行业的区域性

本行业存在一定的区域性分布特征。从供给角度看，中国形成了完善的本土供应链体系，有着深厚的产业创新基础，能够较好基于国际化、本地化的消费需求洞察，生产制造出更多适合各区域消费者切身需要的高性价比产品，因此成为了全球办公电器和家用电器重要制造基地；从消费端看，办公电器和家用电器的市场消费受当地经济发展水平、居民消费能力、行为习惯影响，目前欧美市场发展较为成熟，而中国等新兴市场潜力逐步释放。

3) 行业的季节性

办公电器和家用电器行业存在一定的季节性特征。由于各地区文化差异、习俗不同等

影响，下游消费者在购买产品时存在一定的季节性变化。如在欧美市场，办公电器和家用电器的消费受到万圣节、感恩节、圣诞节等下半年节假日因素影响较大。由于集中促销的刺激，市场需求激增，相关出口业务的产销旺季出现在下半年。

4. 行业的主要壁垒

(1) 渠道壁垒

国内企业生产的办公电器和家用电器要进入国外线下市场，大多需要经过品牌商、批发商、大型连锁超市等渠道，该部分客户对产品供应商有着严格的评审制度、验厂程序，国内企业通过相关考核后才能进入其合格供应商名录，客观上构成了进入国外市场的渠道壁垒。

电子商务特别是跨境电商的快速发展使线上销售成为了本行业重要的销售渠道之一，企业通常选择自建电商平台或借助第三方平台来销售产品。线上直营平台需要进行较多的前期投入和后台的维护管理，非直营平台店铺则需要企业与平台提供商进行密切地沟通合作，都需要一定的时间和资源的积累。因此销售渠道也是本行业的壁垒之一。

(2) 产业链壁垒

办公电器及家用电器产业链供应链加速重构，呈现出供应链多元化、产业分工区域化明显特征，需要企业形成多维供应体系。近年来，全球贸易保护主义有所抬头，许多国家通过加征关税、设置贸易壁垒等手段保护本国产业。在此背景下，行业内企业需要进一步做好生产布局优化，通过在不同国家和地区建立生产基地，企业可以优化供应链布局，分散因单一国家或地区贸易政策变化带来的风险，有助于企业降低生产成本，提高市场响应速度，还能增强品牌形象和技术创新能力，这对行业外来者形成显著进入壁垒。

(3) 规模壁垒

本行业生产规模效应较为明显，由于产品品类众多，企业通常是按订单生产或根据产品市场情况、消费者需求及自身产能安排生产，企业需要达到一定的生产规模才能有效降低综合生产成本，保证合理利润空间。规模较小的企业抗风险能力较差，容易受原材料价格波动、汇率波动等因素影响，只有具备较强成本控制能力和规模优势的企业才能在激烈的市场竞争中生存下去。

同时，本行业竞争激烈，企业只有不断提高研发设计能力、提升产品品质、完善生产工艺，才能持续获得下游客户的认可，而只有具备较大生产经营规模的企业才能在上述方面不断投入，以维持企业的核心竞争力。新入企业很难在短时间内实现规模效应和成本控制，构成了行业的规模壁垒。

(4) 技术与人才壁垒

本行业技术相对比较成熟，但由于其技术综合性较强且仍处于新技术不断应用的阶段，技术创新与产品创新推动行业技术水平不断提高，消费者对材质、外观、功能、环保等方面不断提出新的需求。知名品牌在选择产品生产厂商时，要求生产厂商具有较强的研发设计能力和量产供货能力，能够利用其自身积累的专业经验和技術优势，快速、高效完成客户研发需求。对新进入者来说，综合技术水平和新技术的开发应用能力是其进入行业时首先要面临的技术壁垒。

该行业人才壁垒主要表现为技术人才壁垒和管理人才壁垒。研发设计人员需要掌握设计、材料、生产工艺、检测和质量控制等相关专业知识，还需根据不同国家文化差异与生活习惯，以及品牌商的品牌定位与内涵等方面，有针对性地进行产品开发，以设计出符合当地文化和品牌格调的产品，此类人才必须经过多年的行业积累和实践，并对消费趋势变化和品牌有深刻的洞察力。

同时，本行业属于劳动力密集型行业，产品生产需聘用大量的工人，对他们的生产技能培训、企业文化宣贯、劳动管理等均需投入较大的财力与物力，管理人员需要具备丰富的管理经验和技巧，而该类大型专业用工企业的优秀管理人才较少，且大多是通过企业内部长期的培养而成，此类人才培养需要长时间的积累，因此，行业形成较高的人才壁垒。

(5) 品牌壁垒

品牌知名度是企业综合实力的体现，代表着企业的产品质量及其综合服务能力，办公及家用电器产品作为最终消费品，其品牌的建立有助于增强消费者认知，降低消费者选择成本，消费者对产品品牌的认知度构成了品牌壁垒。本行业产业分工主要由品牌商和制造商组成，相应的品牌壁垒体现在两个层面，首先是广大消费者对品牌商旗下品牌的认可度，消费者对品牌认可度越高，其对品牌忠诚度也就越高，从而品牌商市场地位越稳定，而品牌忠诚度的提高与巩固则源自品牌所代表的品质。

其次，在品牌商与制造商分离的模式下，品牌商所建立的消费者品牌口碑很大程度上依赖于制造商卓越的制造能力，因此具有扎实的技术积累、持续的资金投入、丰富的生产经验及完善的管理体系的制造商在业内也会形成一定的品牌影响力，品牌商与制造商的合作也相对稳固。制造商层面的品牌影响力壁垒，使得新进入者成为知名品牌商的制造商难度大大增加。

(6) 产品认证壁垒

本行业对产品的质量和安全有着较高的要求，各国均制定了严格的安全、环保和质量认证标准，例如国际电工委员会 CB 认证、美国 UL 认证、美国 ETL 认证、欧盟 CE 认证、日本 PSE 认证、英国 UKCA 认证等，国内企业生产的产品需要通过相应的标准认证后才能进入目标国家或地区的市场。此外，产品要进入国外线下市场还需通过大型连锁超

市的验厂程序。这些都对产品本身的安全性、产品原材料或零部件的来源与安全性、生产厂商的生产能力、品质保证体系等有较为严格的要求。企业想要获得相关认证、通过验厂程序等都具有一定的难度，客观上构成了产品认证壁垒。

5、产品进口国政策分析

(1) 产品进口国的有关进口政策

不同国家地区对中国出口产品执行不同的关税政策，以家电产品为例，进口关税较高的地区主要集中在非洲、南美以及少数西亚和东南亚地区；关税较低的地区主要集中在西欧、北欧和大洋洲等发达地区。其中美国自 2018 年贸易争端以来对来自中国的家电产品不断扩大加征关税的范围或提高关税税率，目前已处在高关税水平国家之列。2025 年 2 月以来，美国政府对全球关税政策不断加码，中国、越南等地均受到不同程度影响。

目前越南出口到欧洲的税收相对较低，很多产品甚至可以实现零关税。美国对进口原产于越南的办公电器和家用电器产品关税税率依然相对较低。美越双边贸易协定以及随后签署的跨太平洋伙伴关系协定（TPP）为促进两国贸易发挥了重要作用。这些协议降低了关税并消除了特定商品的壁垒，从而加强了贸易关系。

截至 2025 年 5 月，公司主要产品出口到欧美市场相关税率如下：

出口国	产品大类	细分产品	进口税率	
			美国	欧盟
中国	办公电器及耗材	碎纸机	55.00%	0.00%
		过胶机	55.00%	0.00%
	家用电器及耗材	真空包装机	55.00%	1.70%
		真空包装袋	58.00%	6.50%
		手持搅拌器	34.20%	2.20%
越南	办公电器及耗材	碎纸机	10.00%	0.00%
		过胶机	10.00%	0.00%
	家用电器及耗材	真空包装机	10.00%	0.00%
		真空包装袋	10.00%	0.00%
		手持搅拌器	10.00%	0.00%

注 1：美国对越南的税率，缓冲期截止到 2025 年 7 月 4 日，自 2025 年 7 月 5 日开始，在现有关税基础上增加 36%。

注 2：根据 2025 年 5 月 12 日的中美日内瓦经贸会谈联合声明，双方将于 2025 年 5 月 14 日前采取以下举措：美国将（一）修改 2025 年 4 月 2 日第 14257 号行政令中规定的对中国商品（包括香港特别行政区和澳门特别行政区商品）加征的从价关税，其中，24%的关税在初始的 90 天内暂停实施，同时保留按该行政令的规定对这些商品加征剩余 10%的关税；（二）取消根据 2025 年 4 月 8 日第 14259 号行政令和 2025 年 4 月 9 日第 14266 号行政令对这些商品的加征关税。中国将（一）相应修改税委会公告 2025 年第 4 号规定的对美国商品加征的从价关税，其中，24%的关税在初始的 90 天内暂停实施，同时保留对这些商品加征剩余 10%的关税，并取消根据税委会公告 2025 年第 5 号和第 6 号对这些商品的加征关税；（二）采取必要措施，暂停或取消自 2025 年 4 月 2 日起针对美国的非关税反制措施。

(2) 贸易摩擦对产品进口的影响

随着国际贸易摩擦加剧以来，美国相继向中国进口的涉及航空航天、信息和通信技术、机器人行业、机械领域、化学品、纺织品、食品、服饰及手袋、电子产品、金属制品和汽配产品等行业的商品实施了一系列加征关税的贸易保护措施，对国内办公电器和家用电器出口业务造成一定影响。但是，由于中国本土完善的供应链体系的支持，美国企业和消费者对国内生产制造能力依赖度较高，很难在短期内切换供应商，因此对公司业务影响相对有限，同时公司亦积极在越南设立生产制造基地，调整产品生产与组装地点，加强成本控制和提升技术能力，以减少美国加征关税对公司主要产品出口的影响。

(四) 发行人市场地位及行业竞争情况

1. 发行人的市场地位

公司自 2005 年成立以来，始终深耕行业发展，已逐步发展成为集自主研发、原创设计、跨国生产、全球商超渠道/互联网品牌销售、全球本地化服务，覆盖办公电器产品和家用电器产品的多领域全球发展企业。公司长期坚持以客户为中心，时刻关注市场及消费者动向，不断提升公司产品设计水平和质量，积累了丰富的办公电器和厨房小家电的研发和生产经验。

目前，公司拥有“Bonsaii”“Bonsen”等自有办公电器品牌，“Bonsenkitchen”“AromaRoom”及高端品牌“Fresko”等自有家用电器品牌，以及“HP/惠普”授权办公电器品牌。公司“Bonsaii”品牌的碎纸机和“Fresko”“Bonsenkitchen”品牌的真空包装机常年荣登 Amazon Best Sellers 榜，并在北美及欧洲市场享有较高的品牌知名度，也获得了消费者及客户的认可。同时，公司积极拓展商超类客户市场，凭借优异的产品质量、快速的客户响应、深厚的生产技术积累，产品成功销往 Walmart（沃尔玛）、Sam's Club（山姆会员店）、BestBuy（百思买）、Staples（史泰博）、Office Depot（欧迪办公）、ALDI（奥乐齐）、LIDL（历德）等全球知名商超，逐步建立起客户信赖的产品制造体系。根据 DataIntel 统计数据，2023 年全球碎纸机市场规模约为 35 亿美元，公司 2023 年碎纸机产品销售收入 68,451.58 万元，预估公司全球市场占有率为 2.76%。根据中国海关发布数据结合发行人碎纸机国内出口情况，公司碎纸机在我国碎纸机出口当中占据较大比例，2024 年公司中国市场碎纸机出口占中国碎纸机出口总量的 22.18%，具体如下：

年份	中国碎纸机出口数量（台）	公司于中国碎纸机出口数量（台）	对应占比
2022	8,404,768	1,788,932	21.28%
2023	7,747,093	1,765,548	22.79%
2024	8,469,585	1,878,513	22.18%

此外，公司积极响应电商发展趋势，借助优异的产品质量和良好的客户服务，逐步抢占市场份额，在终端市场形成了一定影响力。公司产品在各大电商平台的排名情况如下：

产品名称	对应品牌	排名情况		所处电商平台
		截至 2024 年 6 月 30 日	截至 2024 年 12 月 31 日	
碎纸机	Bonsaii	类目下排名 2	类目下排名 1	德国 Amazon (亚马逊电商)
真空包装机	Bonsenkitchen	类目下排名 2	类目下排名 1	德国 Amazon (亚马逊电商)
真空包装机	Fresko	类目下排名 9	类目下排名 6	德国 Amazon (亚马逊电商)
手持搅拌器	Bonsenkitchen	类目下排名 2	类目下排名 2	德国 Amazon (亚马逊电商)
手持搅拌器	Fresko	类目下排名 4	类目下排名 5	德国 Amazon (亚马逊电商)
真空包装袋	Bonsenkitchen	类目下排名 5	类目下排名 4	德国 Amazon (亚马逊电商)
真空包装袋	Fresko	类目下排名 11	类目下排名 8	德国 Amazon (亚马逊电商)
碎纸机	Bonsaii	类目下排名 2	类目下排名 2	法国 Amazon (亚马逊电商)
真空包装机	Bonsenkitchen	类目下排名 1	类目下排名 1	法国 Amazon (亚马逊电商)
真空包装机	Fresko	类目下排名 6	类目下排名 8	法国 Amazon (亚马逊电商)
手持搅拌器	Bonsenkitchen	类目下排名 1	类目下排名 3	法国 Amazon (亚马逊电商)
手持搅拌器	Fresko	类目下排名 3	类目下排名 1	法国 Amazon (亚马逊电商)
真空包装袋	Bonsenkitchen	类目下排名 1	类目下排名 1	法国 Amazon (亚马逊电商)
真空包装袋	Fresko	类目下排名 18	类目下排名 14	法国 Amazon (亚马逊电商)
碎纸机	Bonsaii	类目下排名 2	类目下排名 1	英国 Amazon (亚马逊电商)
真空包装机	Bonsenkitchen	类目下排名 1	类目下排名 1	英国 Amazon (亚马逊电商)
手持搅拌器	Bonsenkitchen	类目下排名 2	类目下排名 2	英国 Amazon (亚马逊电商)
手持搅拌器	Fresko	类目下排名 4	类目下排名 8	英国 Amazon (亚马逊电商)
真空包装袋	Bonsenkitchen	类目下排名 1	类目下排名 1	英国 Amazon (亚马逊电商)
真空包装袋	Fresko	类目下排名 10	类目下排名 13	英国 Amazon (亚马逊电商)

碎纸机	Bonsaii	类目下排名 2	类目下排名 1	意大利 Amazon (亚马逊电商)
真空包装机	Bonsenkitchen	类目下排名 1	类目下排名 1	意大利 Amazon (亚马逊电商)
真空包装机	Fresko	类目下排名 10	类目下排名 10	意大利 Amazon (亚马逊电商)
手持搅拌器	Bonsenkitchen	类目下排名 2	类目下排名 5	意大利 Amazon (亚马逊电商)
手持搅拌器	Fresko	类目下排名 5	类目下排名 6	意大利 Amazon (亚马逊电商)
真空包装袋	Bonsenkitchen	类目下排名 1	类目下排名 1	意大利 Amazon (亚马逊电商)
真空包装袋	Fresko	类目下排名 7	类目下排名 11	意大利 Amazon (亚马逊电商)
碎纸机	Bonsaii	类目下排名 1	类目下排名 2	西班牙 Amazon (亚马逊电商)
真空包装机	Bonsenkitchen	类目下排名 1	类目下排名 1	西班牙 Amazon (亚马逊电商)
真空包装机	Fresko	类目下排名 16	类目下排名 11	西班牙 Amazon (亚马逊电商)
手持搅拌器	Bonsenkitchen	类目下排名 2	类目排名 7	西班牙 Amazon (亚马逊电商)
手持搅拌器	Fresko	类目下排名 3	类目下排名 12	西班牙 Amazon (亚马逊电商)
真空包装袋	Bonsenkitchen	类目下排名 1	类目下排名 1	西班牙 Amazon (亚马逊电商)
真空包装袋	Fresko	类目下排名 15	类目下排名 17	西班牙 Amazon (亚马逊电商)
碎纸机	Bonsaii	类目下排名 2	类目下排名 2	美国 Amazon (亚马逊电商)
碎纸机	BONSEN	类目下排名 11	类目下排名 14	美国 Amazon (亚马逊电商)
真空包装机	Bonsenkitchen	类目下排名 2	类目下排名 15	美国 Amazon (亚马逊电商)
手持搅拌器	Bonsenkitchen	类目下排名 7	类目下排名 6	美国 Amazon (亚马逊电商)
奶泡机	Bonsenkitchen	类目下排名 10	类目下排名 4	美国 Amazon (亚马逊电商)
真空包装袋	Bonsenkitchen	类目下排名 6	类目下排名 3	美国 Amazon (亚马逊电商)
碎纸机	Bonsaii	类目下排名 1	类目下排名 2	日本 Amazon (亚马逊电商)

碎纸机	HP	店铺排名 3；品牌排名 3	店铺排名 3；品牌排名 3	京东
过胶机	HP	在装订/封装类目里店铺排名 9；品牌排名 3	店铺排名 9；品牌排名 3	京东
真空包装机	帮鲜生	店铺排名 22；品牌排名 21	店铺排名 27；品牌排名 24	京东
碎纸机	HP	店铺排名 7；品牌排名 2	店铺排名 6；品牌排名 1	天猫
过胶机	HP	店铺排名 76；品牌排名 8	店铺排名 25；品牌排名 5	天猫

公司持续加大研发投入，已形成了以市场需求为驱动的创新体系，利用售后服务电话、电商评论等信息，收集市场热点和可能的市场需求等信息，此后对相关产品的市场潜力进行调研并根据调研信息进行评估，全方位保障研发工作开展的可行性。多年的研发积累，使得公司积累了一批优质的专业队伍，并形成了一系列创新技术储备，如涡流风冷技术及自动打包技术的应用，有效地解决了用户痛点，较好地契合了下游市场需求。发展至今，公司创新能力凸显，获得诸多荣誉。2018-2019年，公司粒状切割碎纸技术荣获“中国制造之美”入围奖；公司“智能感应过胶机”被评为2020年度“广东省名优高新技术产品”；2021年8月，公司被广东省科学技术厅认定为“广东省工程技术研究中心”；2022年12月，公司荣获“广东省创新型中小企业”称号；2022年12月，公司荣获“广东省优秀品牌示范企业”称号；公司“具有稳定裁切机构的真空封口机”和“带切角结构的过胶机”被评为2022年度“广东省名优高新技术产品”；2023年1月，公司荣获“广东省专精特新中小企业”称号；2023年8月，公司荣获“东莞市第一批市级制造业单项冠军示范企业”称号；2023年12月，公司荣获“广东省省级制造业单项冠军”称号；2024年11月，公司“智能办公碎纸机”荣获2024年DiD Award（东莞杯）国际工业设计大赛的“创新产品奖”；2025年1月，公司被中国黄埔海关认定为“AEO高级认证企业”。

2. 发行人竞争优势

公司基于“微笑曲线”理论内核的解析与全球化价值链重构趋势的研判，通过三阶段战略实现垂直整合：一是向创新研发轴发力，自主掌握核心技术与关键部件设计生产；二是布局品牌生态轴（2014年起），构建海外“多品牌、多渠道、多品类”的营销及售后体系；三是深化全球供应链，形成东莞（研发与高附加值/新品生产）、越南（制造基地）、广西北流（核心部件供应）的协同产能网络。

公司最终构建起“门到门”垂直一体化全链路业务模式，覆盖上游部件设计生产与采购、中游产品开发生产、下游品牌渠道与终端服务，突破行业分段经营、技术受制、链路冗长等困局，奠定国际化与品牌化基础，并最终形成如下竞争优势：

(1) 产品创新优势

公司坚持以客户为中心，产品获得消费者的认可，为消费者提供良好的购物体验是公司追求的目标。为了能更好地与消费者交流并触及用户核心需求及产品痛点，公司通过自有服务团队搭建、与第三方在线用户服务平台合作等方式，在主要销售国家形成完善的售后服务体系。客户可通过电话、邮件、在线客服等形式，及时解决产品使用问题。公司通过与消费者沟通产品使用情况，不断改善产品以解决产品存在的痛点，同时收集处理电商平台的评论，关注客户提出的各项问题，并将其核心需求整理出来进行讨论以改进或迭代产品。

上述信息收集能力有助于公司及时处理客户反馈问题，提升客户满意度，也为公司快速把握市场信息，实现产品迭代提供了重要基础。多年来，公司始终保持同市场的紧密联系，及时收集客户反馈并据此调整产品功能和设计，依托自有产线深耕技术工艺研发，发挥产品快速迭代优势，提高产品的稳定性和可靠性，推出更加能够满足客户的期望和需求的高品质产品。

目前，公司已自主研发出一系列专利技术，如碎纸机自动进纸方法及改进自动进纸装置的碎纸机、一种智能真空封口机、一种不规则粉碎的防泄密碎纸机、碎纸机智能进纸方法及智能自动进纸的碎纸机等一系列专利。长期以来，公司始终从客户角度出发，以碎纸机为例，为解决用户一次性碎纸需求时间长的问题，公司开发出涡流风冷技术，可以使碎纸机一次工作时长达 4 小时。同时，公司借鉴其他产品的自动打包技术，并将其应用到碎纸机上，开发首台具备自动打包功能的碎纸机，方便消费者整理碎纸屑，解决用户清理垃圾不畅的问题。

此外，公司结合自动切袋机构和自动紧锁装置，实现包装袋自动出袋和退袋的功能，让客户有效避免因手动放置包装袋所造成的操作失误，使操作更加简单便捷；公司亦通过在过胶入口处设置进胶检测装置以及机芯组件的内部设置压胶辊组以及发热组件，使过胶物在通过过胶入口时，进胶检测装置可以发送预热信号至发热组件，使压胶辊组快速升温至过胶温度，实现了过胶机免预热并能自动关机的功能，提升便捷性的同时达到节能环保的要求。

(2) “商超×互联网双引擎驱动”模式下的销售渠道优势

公司形成了多品类多渠道的销售体系，并借助开展交叉营销，以此来强化业务合作。公司形成了全面的渠道网络。伴随着电子商务的快速发展，公司积极把握电商市场发展机遇，通过电子商务快速触及优势，大力开展线上渠道建设。目前，公司已在 Amazon（亚马逊电商）、Shopify 独立站、京东自营、Walmart（沃尔玛电商）、Rakuten（日本乐天）等第三方电子商务平台开展 B2C 零售业务，已覆盖主流电商渠道。在电商市场的渠道建设

当中，公司积极融合互联网新零售思维，以优异的产品质量以及优质的售后服务，抓住行业快速增长机遇，较好地运用主流电商平台汇集的巨大用户流量进行消费者需求发掘，充分运用互联网高效、低成本的营销优势等特点，快速布局线上渠道。

在线下市场，公司形成了以各大商超为主的覆盖全球的销售网络。凭借多年的市场开发经验，公司逐步探索出其特有的“商超×互联网双引擎驱动”模式，即先以自有/授权品牌产品在境外电商渠道销售取得良好的市场反馈后，再在 ODM 业务线 Walmart(沃尔玛)、Sam's Club (山姆会员店)、BestBuy (百思买)、Staples (史泰博)、Office Depot (欧迪办公) 等客户渠道大力投放该类型的产品。大额商超/互联网 ODM 订单使得公司可以发挥规模化生产的成本优势，从而达到两个业务线均衡发展，优劣互补。目前，公司已与线下销售客户形成稳定的合作关系，并仍在积极布局新的产品进入相关客户供应链。

此外，公司还积极整合资源，将不同产品或服务推荐给现有客户或潜在客户，以实现资源共享、扩大客户群体、提升客户价值。借助该种方式，公司可较好满足客户的多元化需求，提升客户体验和满意度，增加客户的购买频率和金额，还增强客户对品牌的信任和忠诚度。

(3) 市场地位及品牌优势

公司是一家集自主研发、跨国生产、全球知名商超渠道/互联网品牌销售、全球本地化服务的垂直一体化创新型办公电器和家用电器品牌企业。多年来，公司深刻认识到品牌发展的重要性，始终秉承“为办公和生活更加美好创造价值”的经营理念，坚持以客户为中心，持续关注消费者购买和使用产品的需求，逐步构筑了多品类、多品牌的业务结构。目前，公司已经成功发展了办公系列品牌“Bonsaii”，并获得了美国惠普（HP）品牌办公系列产品（特指碎纸机及其耗材、过胶机及其耗材、装订机及其耗材）在亚太区域品牌授权，还拥有“Fresko”“Aromaroom”“Bonsenkitchen”多个自有家用电器品牌。公司“Bonsaii”品牌的碎纸机全球销售规模占比较高，“Fresko”“Bonsenkitchen”品牌的真空包装机在北美及欧洲市场有较高的市场份额，获得了消费者及客户的普遍认可。

(4) 本地化服务优势

公司将构建本地化服务体系视为核心战略，以破解传统制造业远离终端市场、依赖海外客户创新的瓶颈。该体系旨在消除全球化服务中因语言、文化及消费习惯差异造成的沟通障碍与误解，并直接触达终端用户，精准获取其使用习惯、场景与产品问题等关键信息。这些信息经分析后即时反馈至销售与研发部门，驱动针对性的技术创新和精准营销，有效增强市场竞争力和品牌认知，实现多维价值提升。

公司已形成了本土化市场营销和物流交付机能。例如，在美国市场，公司通过第三方在美东、美西提供的仓储服务，形成本土化的仓储物流机能，为美国市场的线下或其它电

商平台线上渠道的销售打下基础。此外，公司不断强化本地服务的能力，强化线上品牌包装、官网建设、新品消费调研、线下渠道开拓和售后及退货处理等流程，构建起美国本土化的市场营销机能，更好地满足当地市场独特需求，并有效地提升了客户满意度。

(5) 产品质量优势

公司自成立以来一直专注于电器产品的研发、设计、生产和销售，依托公司快速的市场反应能力，较强的研发设计能力，严格的产品质量管理体系，生产出的办公电器产品和家用电器产品性能稳定、品质卓越，解决用户痛点，为用户提供便利，深受消费者喜爱。

公司建立了完善的质量控制体系，获得了国际质量标准认可。目前，公司执行严格的质量控制标准，在采购、来料检验、研发设计、生产装配、销售各环节均制定了完备的内控制度和严格的品质检验标准，并在实际运行中严格执行，有效保障公司质量控制水平。同时，公司还设有专业检测人员，从来料、组装、首件、出货各阶段均设立了全方位的品质检验过程和要求，保证产品质量的稳定性和可靠性。凭借着稳定的产品质量，公司产品通过多项国外产品测试和认证，包括欧盟 CE 认证、国际 CB 认证、德国 GS 认证、英国 UKCA 认证、美国 FCC 认证、美国 UL 认证、美国 ETL 认证、日本 PSE 认证等境外销售所涉国际市场的相关认证，产品销往全球多个国家和地区。

(6) 生产制造优势

目前，公司拥有广东东莞、广西北流和越南海阳三大制造基地，主要生产设备齐全，性能良好，能够满足客户对质量、成本、交期、安全、柔性的全方位需求。在应对复杂国际贸易环境的大背景下，公司积极开拓越南市场，在当地设立专业生产基地，依托当地开放的商业环境、透明的投资政策、优越的地理区位以及良好的国际贸易红利，大力推动产品生产和服务输出。公司越南海阳制造基地瞄准欧美市场，能够有效规避贸易摩擦带来的大额关税问题，以优异的产品质量兼顾显著的性价比优势，满足区域市场客户要求。目前，公司越南海阳制造基地已稳定经营多年，公司从完全无海外投资设厂经验到目前建立起完整的生产、品质、物控、财务管理体系，并逐步构建起越南本地化的供应链保障体系，保障了越南制造基地安全、高效、稳定运营，为承接多品类业务的跨国生产奠定坚实的基础。

在全球化产业布局的同时，公司不断创新和精进生产工艺，持续学习和引入先进的制造理念，以敏捷交付为目标，推行精益生产模式，完善公司内部体系建设。同时，公司不断提升生产的自动化、智能化、信息化水平，有效提高了生产效率，也能更好地应对市场和客户需求的不断变化。公司还积极引入柔性生产线、全自动碎纸机流水生产线等，在减少人工投入的同时实现节能减排，满足了市场多样化需求。

3. 发行人竞争劣势

(1) 融资渠道受限

公司目前的融资渠道较为单一。根据公司的发展规划，未来公司将基于主营业务领域，进一步丰富产品结构并推动产品的快速迭代，因此公司迫切需要通过资本市场进行融资以满足不断扩大的支出需求，满足企业建设、人才培养等方面的需要，从而有效扩大公司在办公电器和家用电器领域的发展优势，使公司迈上新的台阶。

(2) 急需进一步丰富人才储备

公司将在主营业务领域，不断拓展产品结构，打造差异化竞争力，然而新产品开发、推广和运营需要多方面的人才支持，从研发、生产到市场营销、售后服务，每个环节都需要专业的人才来推动。企业迫切需要进一步丰富人才储备，通过多种策略，吸引和留住优秀人才，提升人才的专业能力和综合素质，从而推动新产品开发工作持续进行。

4. 发行人面临的机遇与挑战

(1) 发行人面临的机遇

1) 国家产业政策促进行业发展

2024年11月商务部发布的《关于促进外贸稳定增长的若干政策措施》提出，各地方要加大力度推进政策落实，外贸大省要勇挑大梁，更好发挥带动和支柱作用；2024年4月商务部发布的《数字商务三年行动计划（2024-2026年）》提出，支持跨境电商赋能产业带，引导传统外贸企业发展跨境电商，建立线上线下融合、境内境外联动的营销服务体系；2023年7月工信部、发改委、商务部发布的《轻工业稳增长工作方案（2023-2024年）》提出，组织国家高端智能化家用电器创新中心加快智能技术、关键零部件、新材料应用等关键共性技术突破，实施家居产业高质量发展行动方案，开展智能家居互联互通发展行动，强化标准引领和平台建设，促进家用电器、家具、五金制品、照明电器等行业融合发展；2021年4月中国机械工业联合会发布的《机械工业“十四五”发展纲要》提出，“十四五”时期，随着小康社会的全面建成和稳定发展，人民生活水平日渐提高，新能源汽车、服务机器人、轻工纺织机械、食品包装机械、节能环保设备、文化办公电器等与民生相关的机械工业消费类产品需求将持续扩大、消费结构也将不断升级。

上述政策的颁布有力地促进了本行业的发展，完善了市场服务体系，加快了相关产品的自主创新与技术改造，进一步提高了产业的竞争力。

2) 消费观念转变带来新的发展机会

过去，消费者往往倾向于追求高端、奢华的产品，以彰显身份和地位。然而，随着经济形势的变化和消费者心态的成熟，越来越多的人开始注重产品的实际功能和性价比。消费者更加理性地看待消费，追求实用、耐用的产品。这种消费观的转变提供了新的发展机会，在办公电器领域，消费者对办公电器的高效性和耐用性要求越来越高，消费者更倾向

于购买高效、耐用的办公电器，要求不仅能够提高工作效率的同时还能减少维修和更换成本；在厨房小家电领域，消费者对这类电器的品质和耐用性要求越来越高，不仅要求在设计上注重实用性，还在材料和工艺上严格把控，确保产品的长期使用性能。

3) 电子商务等线上销售渠道发展迅速

近年来，全球电子商务行业发展迅速，线上销售模式快速兴起，越来越多的产品开始进入线上销售。根据 eMarketer 估算，根据 eMarketer 估算，2024 年全球网络零售额预估为 6.334 万亿美元左右，预计至 2027 年全球网络零售额将达到 7.956 万亿美元。线上购物在全球范围内越来越普及。消费线上化趋势的深化，为具有先进研发技术、较快迭代更新速度以及更全产业链闭环的制造企业提供了突围的机遇，使得产品销售有了更为广阔的市场空间。

我国电子商务市场同样发展迅速，电子商务作为数字经济的重要组成部分，是当前中国最具活力的经济活动之一，成为了促进经济转型升级的新引擎、推动经济增长的新亮点。跨境电商作为我国企业提升品牌国际形象，拓展海外市场以及提升企业核心竞争力非常重要的一个途径，转变了传统外贸企业的经营方式，成为了新的业态模式。根据中国海关发布数据显示，2023 年我国跨境电商进出口额 2.38 万亿元，增长 15.6%，其中出口额 1.83 万亿元，增长 19.6%；进口额 5,483 亿元，增长 3.9%。跨境电商的出现有效打破了地理界限，加速了商品的流通，成为了家用电器和办公电器等产品推广的新渠道。未来，电子商务的高速发展将推动本行业同步蓬勃发展，电子商务平台的传播优势与购物便利优势将进一步加速办公电器和家用电器在广大消费人群中普及与推广，与健康、高效、绿色办公和生活密切相关的产品将在电商平台受到更多关注。

4) “懒人经济” “单身经济” “宅经济” 等新兴经济模式的快速兴起

随着市场经济的逐步推进以及劳动力市场日渐增大的自由流动，由此引发了青年观念和行为的改变，同时信息网络快速发展又促进了各大要素的共享和交融，进一步形成了全新的文化环境。当前，“懒人经济” “单身经济” “宅经济” 等新兴经济模式快速兴起，为公司发展带来了新的机遇。

随着居民物质生活水平的提升，伴随着互联网成长的“Z 世代”更加追求产品的个性与品质，“懒人经济”应运而生；由于婚恋观念转变以及生活压力的增长，单身人群规模日渐壮大，该类人群更加注重追求相对更高的生活品质；受到信息技术发展、IT 设备家庭普及、数字基础设施完善等供给侧因素，以及需求层次提高、人力资本升级以及企业降本增效的需要，“宅经济”也逐步成为了近年来快速发展的一种经济现象。上述背景下，以 80 后、90 后乃至 00 后等逐渐成长的主力消费人群，更加追求便捷简单，同时消费能力强，消费追求新颖和潮流，更加注重产品品质、外观包装等方面，对价格敏感度较低，

而包括碎纸机、过胶机等办公电器产品和真空包装机、手持搅拌器等家用电器类别下的厨房小家电由于具备小型化、便捷化、智能化、健康化等特点，受到了越来越多消费者的青睐。

5) 供应体系重构为规模化全球布局企业提供重要先机

全球供应链体系加速重构。近年来，国际贸易摩擦升级等事件导致关税上升，增加了跨国供应链的成本和不确定性；地缘政治事件加剧了供应链的脆弱性，进一步推动了供应链的区域化和多元化趋势。上述背景促使企业重新评估和调整供应链布局，要求企业通过在多个国家或地区布局供应链，降低单一供应链中断的风险，同时更好地适应区域市场的需求。目前，办公电器及家用电器部分产品因为关税、客户要求等原因，需要从东南亚等地区采购。若原合作的供应商没有相应布局，可能会导致后续合作受阻，而对于已具备全球化布局的规模化公司而言，其可有效承接客户对应的需求，建立较为稳固的合作关系。

(2) 发行人面临的挑战

1) 各国贸易摩擦及全球贸易不确定性加剧

2018 年以来，国际贸易摩擦现象增加，部分出口目的地关税政策出现变动。相关贸易措施的波及范围涉及多种电器产品在内的商品。在部分重要区域市场，如北美，国际贸易摩擦及关税措施的变动提高了部分出口产品的流通成本，导致相关产品的市场竞争力承压，削弱了其价格优势，从而对该行业整体的稳定运行和竞争格局带来了挑战与不确定性。

2) 行业规范有待提高

目前，我国办公电器和家用电器生产企业数量众多，但大多数企业规模较小、产品研发设计能力不足、产品档次较低，部分企业只能依靠降低价格来参与市场竞争，从而影响了行业整体的利润水平。此外，少部分企业通过模仿、抄袭、以次充好、甚至利用冒充名牌等手段进行销售，加剧了行业的无序竞争，影响了行业内一些知名品牌的声誉，对整体行业发展造成了不利影响。

3) 无纸化办公逐渐兴起

无纸化办公是指不用纸张办公的一种工作方式。随着人们环保意识的增强，以及各行业对办公模式需求的不断升级，办公领域现代化、信息化建设步伐加快，无纸化办公已经由概念逐渐开始应用到多个行业领域中。无纸化办公依托网络化技术，显著减少了纸质文件的使用量，印刷、用纸等办公费用也相应缩减，将对打印机、复印机、碎纸机、扫描仪等部分传统办公电器市场产生冲击。虽然无纸化办公将会对本行业形成一定影响，但互联网远程办公和 SOHO 办公的兴起，对小型碎纸机有更多的需求，同时随着隐私保护意识的加强也会普及碎纸机的应用。

（五）行业内主要企业及发行人与同行业可比公司的比较情况

1. 行业内主要企业情况

（1）办公电器行业

1) Fellowes Brands Inc.（范罗士公司）

范罗士公司 1917 年在美国芝加哥市成立，主要产品包括碎纸机、装订机、塑封机和档案存储业务，为客户提供多样化办公用品解决方案。范罗士公司至始至终热切关注客户体验，不断开发新技术，减轻客户工作量，令使用者更舒适、更便捷、更安全，以高质量的产品赢得消费者的信任和赞赏。

2) 齐心集团（002301.SZ）

齐心集团始创于 1991 年，专注政企采购服务 30 余年，齐心集团于 2009 年在深圳证券交易所成功上市，是中国 B2B 办公物资服务和 SaaS 云视频的龙头企业，服务全球 120 多个国家和地区。齐心集团以企业运维物资集采为核心，品牌新文具和品牌云视频为护城河，以高附加值商品供应链和全链路数字化为底座，打造全场景、全产链、数智化的企业服务平台，通过持续叠加商品品类与服务，齐心集团不断满足企业级客户的一站式采购需求。

3) 广州科密股份有限公司

广州科密股份有限公司创立于 1993 年，是一家集研发、生产与销售为一体的现代化集团企业。该公司拥有位于增城和芜湖生产基地，下设碎纸机、金融机具、科技、商用机具、科密办公科技、零配件、耗材、保险柜 8 个产品事业部，以及国内、国际两大营销中心，分公司、办事处遍布全国，并于 2011 年 1 月成立科密美国全资子公司。该公司产品行销海内外，遍布欧美、日本、韩国、印尼等 50 多个国家和地区。

（2）家用电器行业

1) 飞利浦（Koninklijke Philips N.V.）

飞利浦，1891 年成立于荷兰，主要生产照明、家庭电器、医疗系统方面的产品。飞利浦公司在欧洲名列榜首。在彩色电视、照明、电动剃须刀、医疗诊断影像和病人监护仪器、以及单芯片电视产品领域世界领先。截至 2022 年末，飞利浦拥有 77,233 名员工，在全球共拥有 23 个生产制造基地，形成了覆盖照明、消费电子、家用电器和医疗系统等领域的多元业务体系。

2) Hamilton Beach（汉美驰品牌有限公司）

汉美驰品牌有限公司，其汉美驰品牌在美国创立，是一家配套完善，专业研发设计、生产和销售等服务为一体的电器品牌公司，其始终专注于研发各类创新家用电器，包括破壁料理机、咖啡机、空气炸锅料理机、电烤箱、多士炉、美式慢炖锅、搅拌机、咖啡研磨

机、早餐机、电水壶、电煎锅、电风扇、加湿器、暖菜板、多功能煎烤机、食物处理机、冰淇淋机、面包机、电炖锅、电蒸锅、电压力锅、电火锅等家用电器。汉美驰家用电器在北美市场 27 个品类保持销量领先。汉美驰致力于向消费者提供专业创新的电器产品。2017 年 9 月 26 日，汉美驰在纽约证券交易所成功上市。

3) 小熊电器 (002959.SZ)

小熊电器股份有限公司主营业务为创意小家电研发、设计、生产和销售，创意小家电产品包括厨房小家电、生活小家电及其他小家电，2019 年 8 月 23 日正式在深圳证券交易所挂牌上市。多年来，小熊电器始终坚持以创新为驱动力，深度洞察年轻用户需求，以前沿的工业设计、个性化的功能体验，给用户带去优质的产品体验和真实可触的生活价值。2022 年，小熊电器启动“年轻人喜欢的小家电”全新品牌战略定位，以有想象力的、有创造力的品牌形象和年轻用户沟通，致力于成为年轻人喜欢的小家电品牌。

4) 德尔玛 (301332.SZ)

广东德尔玛科技股份有限公司是一家集自主研发、原创设计、自有生产、自营销售于一体的创新家电品牌企业。公司旗下品牌包括“德尔玛”“飞利浦”“薇新”等，主要产品类型包括家居环境类、水健康类、个护健康类以及生活卫浴类。公司以消费者需求为中心进行研发和产品创新，生产端以自有生产和外协生产相结合，品牌端通过德尔玛和飞利浦双核心品牌驱动，销售端以国内销售为主，并以线上销售为主，线下销售为辅，同时积极拓展境外销售，通过向消费者提供高性价比、高颜值、创新型的家电产品驱动盈利。2023 年 5 月 18 日，德尔玛正式在深圳证券交易所挂牌上市。

5) 新宝股份 (002705.SZ)

广东新宝电器股份有限公司是国内较早从事设计、研发、生产、销售小家电产品的企业之一，产品主要包括电热水壶、电热咖啡机、面包机、打蛋机、多士炉、搅拌机等，是国内最大的小家电产品 ODM/OBM 制造商之一。新宝股份电热水壶系列产品于 2007 年 2 月被国家质检总局评定为“出口免验”产品，是电热水壶行业首个获得出口免验资格的企业。新宝股份以自有品牌“Donlim”销售的小家电产品广受市场认可，2011 年 5 月，国家工商行政管理总局商标局正式认定“Donlim”商标为“中国驰名商标”。2014 年 1 月 21 日，新宝股份在深圳证券交易所成功上市。

6) 北鼎股份 (300824.SZ)

深圳市北鼎晶辉科技股份有限公司立足改善型饮食需求，围绕用户饮食场景构建实用生活美学，努力为全球消费者提供兼具卓越美感、功能与品质的产品和负责任、有温度的服务，致力于成为具有国际竞争力的生活方式品牌。目前，北鼎股份主要业务包括“北鼎 BUYDEEM”自有品牌业务和 OEM/ODM 业务。北鼎股份自有品牌“北鼎 BUYDEEM”

以用户需求为导向，直接面向消费者，业务环节覆盖研发设计、生产、销售等一体化全链条。2020年6月19日，北鼎股份在深圳证券交易所上市。

7) 鸿智科技 (870726.BJ)

鸿智科技专业从事电饭煲、慢炖锅、压力锅及烘烤产品等小家电的研发、生产和销售。自成立以来，鸿智科技始终立足于厨房小家电领域，不断拓展延伸产品线，可实现从产品工业设计、结构设计到测试评价等全过程的自主产品开发，是国家高新技术企业、广东省专精特新中小企业。经过二十多年的行业积累，凭借优异的产品品质、强大的研发设计能力以及快速响应能力，鸿智科技已为众多国内外品牌客户提供研发、设计和生产制造服务，在业内享有较高的认可度。2023年8月8日，鸿智科技在北京证券交易所上市。

2. 发行人与同行业可比上市公司的比较情况

目前，境内暂无以碎纸机为主的办公电器产品上市公司，公司主要从应用领域相似性及销售模式角度选取了小熊电器、新宝股份、德尔玛、北鼎股份、鸿智科技作为同行业可比上市公司。从产品应用领域角度来看，上述可比公司业务板块的主要产品包括厨房小家电或其他品类。从销售模式角度来看，上述可比公司均存在境内/境外销售、ODM/自主品牌销售、线上/线下销售的情形，销售地区、线上销售平台亦与公司相似。

(1) 经营情况对比

单位：亿元

序号	公司名称	产品基本情况	营业收入	扣除非经常性损益后归属于公司股东的净利润
1	小熊电器	该公司创意小家电产品包括厨房小家电、生活小家电及其他小家电，其中厨房小家电包括锅煲类、电热类、壶类、西式类和电动类五类产品；其他小家电包含个护、母婴和厨具等。该公司产品通过线上和线下销售。国内渠道包括线上经销、电商平台入仓、线上直销、线下经销等，出口渠道包括跨境电商、ODM 和出口经销等。	47.58	2.46
2	新宝股份	主要从事小家电产品的研发、生产和销售，拥有包括电热类厨房电器、家居电器、电动类厨房电器、其他产品四大类产品，产品系列超过 2,000 多个。该公司出口业务主要以 OEM/ODM 模式展开，同时该公司利用自身长期	168.21	10.84

		积累的产品综合能力，成立国内品牌事业部，采取“爆款产品+内容营销”的方法，建立“产品经理+内容经理”双轮驱动机制，不断加大自主品牌销售。		
3	德尔玛	<p>“德尔玛”品牌主要覆盖吸尘清洁类、加湿环境类以及家居厨房类等家居环境类产品，“飞利浦”品牌主要覆盖水健康类及个护健康类产品，“薇新”品牌主要覆盖个护健康类产品，此外，生活卫浴类产品主要通过“华帝”品牌开展。</p> <p>该公司以境内销售为主，并以线上销售为主，线下销售为辅。其中线上销售主要包括线上直销、电商平台及线上经销；线下销售主要包括线下自有/授权品牌销售及境内 ODM 业务。该公司同时积极拓展境外业务，开展境外自有/授权品牌销售，包括境外线下经销、境外电商平台及境外线下直销。</p>	35.31	1.30
4	北鼎股份	<p>“北鼎 BUYDEEM”自主品牌业务聚焦改善型饮食需求，围绕不同饮食场景提供高品质电器、用品、食材等产品及服务，如养生壶、饮水机、烤箱、蒸炖锅、空气炸锅、珐琅铸铁锅、餐具、饮具、汤包茶饮等产品，以及北鼎生活家美食社群、名师指导、体验课程等服务；OEM/ODM 业务主要为世界知名品牌提供高品质生活电器的研发、设计、生产一体化服务。</p> <p>公司采用“自营经分销同步，线上线下一并举”的模式，坚持在持续提升用户体验的前提下，拓展更多与消费者接触的渠道，探索多元化互动方式与用户触点。</p>	7.54	0.63
5	鸿智科技	<p>产品按应用方向可以分为厨房小家电和生活小家电，其中，厨房小家电主要为电饭煲、慢炖锅、压力锅及烘烤产品等，为公司目前收入的主要来源；生活小家电主要为电热器及加湿器等，是近年来公司基于自身研发生产优势和下游客户需求横向拓展的产品品类。</p>	4.80	0.35

		公司以 ODM 业务为主，自主品牌 OBM 为辅。公司 ODM 业务领域的客户主要为全球知名品牌商以及大型连锁零售商，OBM 业务主要通过多渠道线上电商平台及线下礼品渠道销售。		
6	邦泽创科	主要产品为办公电器产品和家用电器产品，包括碎纸机、过胶机等办公电器产品和真空包装机、真空包装袋、手持搅拌器等家用电器类别下的厨房小家电及耗材产品。 经过多年的探索与积累，公司形成了包括自有/授权品牌的多渠道、多元化销售体系和以出口为主的 ODM 业务体系。	15.10	1.55

注：同行业可比上市公司数据来源于招股说明书、定期报告，上述财务数据为 2024 年度数据。

(2) 市场地位对比

序号	公司名称	市场地位
1	小熊电器	小熊电器是一家以自有品牌“小熊”为核心，依托互联网电子商务进行销售的“创意小家电+互联网”企业。在电子商务市场良好的发展趋势下，小熊电器销售额保持较高增长。小熊电器目前有超过 90 个产品品类、1,000 多款型号产品，已获 3,700 多项国家专利（包含罗曼智能拥有的专利），先后斩获红星奖、红点奖、艾普兰奖等多个产品大奖。
2	新宝股份	新宝股份产品以国外销售为主，国内销售产品逐渐发展。在国外销售市场中，新宝股份为小家电行业出口的龙头企业，多品种小家电出口额处于行业前列。
3	德尔玛	德尔玛是一家集自主研发、原创设计、自有生产、自营销售于一体的创新家电品牌企业，营业收入主要来自旗下德尔玛和飞利浦品牌。其中德尔玛品牌主要销售家居环境类小家电产品，飞利浦品牌主要销售水健康类家电产品。
4	北鼎股份	北鼎股份树立品质、探索、负责任、有温度的品牌形象，获得用户广泛认可，具有良好的用户口碑、用户黏性及品牌影响力。凭借出色的洞察能力、产研能力及长期专注能力，该公司在高端厨房小家电领域具备较强的市场竞争力和美誉度，具有较好的市场地位。
5	鸿智科技	鸿智科技以电饭煲、慢炖锅、压力锅等厨房小家电产品销售为主，海外销售收入占比较高。在电饭煲、慢炖锅、压力锅的细分行业，鸿智科技是主要生产企业之一，同时不断推出烤盘、电热器等新产品，丰富自身产品线并拓展新的收入增长点。鸿智科技在电饭煲出口市场中尤其占有重要的市场份额，荣获 2020 年中国十大出口电饭煲企业、广东省出口名牌企业等荣誉称号。目前，鸿智科技主要为国外一线品牌客户 Panasonic（松下）、Hamilton Beach（汉美驰）、

		MorphyRichards（摩飞）、RussellHobbs（领豪）等企业提供生产制造服务，与国外客户建立了长久且稳定的合作关系。
6	邦泽创科	根据 DataIntel 统计数据，2023 年全球碎纸机市场规模约为 35 亿美元，公司 2023 年碎纸机产品销售收入 68,451.58 万元，预估公司全球市场占有率为 2.76%。根据中国海关发布数据结合发行人碎纸机国内出口情况，公司碎纸机在我国碎纸机出口当中占据较大比例，2024 年公司中国市场碎纸机出口占中国碎纸机出口总量的 22.18%。截至 2024 年 12 月 31 日，在 Amazon（亚马逊电商）平台上，公司“Bonsai”品牌的碎纸机在各地区碎纸机销售榜前 2 位，公司“Bonsenkitchen”品牌的真空包装机在各地区真空包装机销售榜前 2 位。

注：同行业可比上市公司数据来源于招股说明书、募集说明书、定期报告。

（3）技术实力对比

序号	公司名称	专利权数量	研发投入 (万元)	研发投入 占营业收入 比例
1	小熊电器	截至 2024 年 12 月 31 日，拥有 3,700 多项国家专利	19,484.97	4.09%
2	新宝股份	截至 2025 年 4 月 29 日，拥有专利技术 5,600 多项，其中发明专利超 300 项。	66,275.07	3.94%
3	德尔玛	截至 2023 年 2 月 28 日，拥有 1,494 项境内主要专利及 19 项境外主要专利，其中境内专利包括 15 项发明专利、862 项实用新型专利及 617 项外观设计专利	18,965.92	5.37%
4	北鼎股份	截至 2024 年 12 月 31 日，拥有专利 267 项。其中，境内发明专利 68 项，境外发明专利 33 项，境内外外观设计专利 76 项，境外外观设计专利 46 项，实用新型专利 44 项。	3,877.14	5.14%
5	鸿智科技	截至 2024 年 12 月 31 日，拥有 175 项专利。	1,707.31	3.56%
6	邦泽创科	截至 2024 年 12 月 31 日，公司及其子公司已取得 281 项专利及软件著作权 2 项，其中 250 项境内专利，31 项境外专利	3,788.86	2.51%

注：同行业可比上市公司数据来源于招股说明书、定期报告、上市公司公告。上述同行业可比上市公司财务数据为 2024 年度数据。

（4）衡量核心竞争力的关键业务数据及指标对比

公司与同行业可比公司在毛利率、存货周转率、偿债能力等关键财务指标方面的比较情况具体详见本招股说明书之“第八节 管理层讨论与分析”相关内容。

三、 发行人主营业务情况

(一) 销售情况和主要客户

1. 主要产品的产能及产能利用率

报告期内，公司采用柔性化生产线，根据订单情况对各类产品进行灵活排产。同时，公司所生产的产品型号数量众多，同一产线生产不同型号产品的产量存在差异，故较难计算单一产品的产能。综合上述情况，公司选取某典型类型碎纸机产品作为标准产品计算标准产能，并根据其他产品生产耗时与标准产品的生产耗时的比例关系，将其他产品产量折算为标准产品的标准产量，以更准确地反映报告期内公司产能利用情况。报告期内，公司产品产量、产能及产能利用率情况具体如下：

单位：万台

2024 年度					
生产基地	产品类别	实际产量	标准产量	标准产能	产能利用率
东莞地区	碎纸机	84.91	410.07	449.31	91.27%
	过胶机	63.28			
	真空包装机	56.33			
	手持搅拌器	61.17			
	其他产品	19.60			
北流地区	碎纸机	118.55	214.86	229.36	93.68%
	真空包装机	136.47			
越南地区	碎纸机	157.60	227.29	241.85	93.98%
	过胶机	19.91			
	其他产品	9.61			
合计			852.22	920.52	92.58%

续：

2023 年度					
生产基地	产品类别	实际产量	标准产量	标准产能	产能利用率
东莞地区	碎纸机	110.85	403.32	435.18	92.68%
	过胶机	32.75			
	真空包装机	50.19			
	手持搅拌器	74.64			
	其他产品	18.05			
北流地区	碎纸机	82.40	155.18	189.67	81.81%
	真空包装机	106.06			
越南地区	碎纸机	80.46	144.60	212.10	68.18%
	过胶机	21.56			
	其他产品	7.06			
合计			703.10	836.95	84.01%

续：

2022 年度					
生产基地	产品类别	实际产量	标准产量	标准产能	产能利用率
东莞地区	碎纸机	175.98	510.73	542.92	94.07%
	过胶机	57.85			
	真空包装机	134.68			
	手持搅拌器	12.51			
	其他产品	32.73			
北流地区	碎纸机	0.01	54.66	55.81	97.97%
	真空包装机	21.04			
越南地区	碎纸机	57.47	94.12	162.90	57.78%
	过胶机	11.44			
	其他产品	0.88			
合计			659.52	761.64	86.59%

注 1：产能利用率=标准产量/标准产能。

注 2：每个产品的标准产量=实际产量×产品系数，产品系数为每个产品生产耗时与标准产品生产耗时的比例，例如某型号碎纸机产品实际产量为 10 万台，产品系数为 1.2，则其标准产量为 12 万台，其他产品以此类推。某地区标准产量为该地区产成品的标准产量合计数。

注 3：标准产能=产线数量（条）×产线标配人数 27 人×当年生产月份数×每月平均工作天数 25 天×每日标准工时 8 小时×单位工时标准产品产量。

注 4：上述产能和产量仅包含电器类成品，不包含非电器类成品（如耗材）、半成品及零部件，产量为各地区产成品生产入库数量。

注 5：其他产品包括电动铅笔刨、电动订书机等非公司主要产品。

报告期内，公司产能利用率分别为 86.59%、84.01%和 92.58%。2022 年、2023 年越南地区产能利用率较低，主要系公司该年度美国 ODM 业务订单数量较少，故产能未充分利用。除前述情况外，公司产能利用率基本稳定。

2. 主要产品的产销率

报告期内，公司主要产品包括碎纸机、过胶机等办公电器和真空包装机、手持搅拌器和真空包装袋等家用电器及其耗材，产量和销量情况如下：

单位：万台

2024 年度						
类别	产品类别	产量			销量	产销率
		自主产量	外协生产	合计		
办公 电器	碎纸机	361.06	-	361.06	338.97	93.88%
	过胶机	83.18	0.08	83.27	67.17	80.67%
家用 电器	真空包装机	192.81	-	192.81	175.94	91.25%
	手持搅拌器	61.17	-	61.17	57.55	94.09%

续：

2023 年度						
类别	产品类别	产量			销量	产销率
		自主产量	外协生产	合计		

办公 电器	碎纸机	273.71	0.06	273.76	242.04	88.41%
	过胶机	54.31	0.04	54.35	54.15	99.62%
家用 电器	真空包装机	156.20	-	156.20	146.51	93.80%
	手持搅拌器	74.64	-	74.64	53.51	71.69%

续：

2022 年度						
类别	产品类别	产量			销量	产销率
		自主产量	外协生产	合计		
办公 电器	碎纸机	233.45	0.38	233.84	248.63	106.33%
	过胶机	69.29	-	69.29	80.56	116.27%
家用 电器	真空包装机	155.71	-	155.71	183.88	118.09%
	手持搅拌器	12.51	1.09	13.60	15.61	114.74%

注 1：上述产量仅包含电器类成品，不包含非电器类成品（如耗材）、半成品及零部件，产量为各地区产成品生产入库数量。

报告期内，公司主要产品的 2022 年度产销率较高，主要系消耗 2021 年库存所致。

3. 主要产品的销售收入情况

单位：万元

产品类别	2024 年度		2023 年度		2022 年度	
	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)
办公电器及耗材	104,994.45	69.95	78,050.64	67.30	69,017.53	64.56
其中：碎纸机	84,264.26	56.14	68,451.58	59.02	58,592.71	54.81
过胶机及耗材	16,403.88	10.93	7,284.60	6.28	7,103.29	6.64
其他办公电器	4,326.31	2.88	2,314.46	2.00	3,321.52	3.11
家用电器及耗材	45,107.98	30.05	37,927.53	32.70	37,887.19	35.44
其中：真空包装机及 耗材	32,233.80	21.47	27,083.32	23.35	25,520.33	23.87
手持搅拌器	9,011.54	6.00	8,241.99	7.11	2,281.11	2.13
其他家用电器	3,862.64	2.57	2,602.22	2.24	10,085.76	9.43
合计	150,102.43	100.00	115,978.17	100.00	106,904.72	100.00

4. 主要产品的销售价格变动情况

报告期内，公司主要产品的销售价格情况如下：

产品类型	项目	2024 年度	2023 年度	2022 年度
碎纸机	销售收入（万元）	84,264.26	68,451.58	58,592.71
	销售数量（万台）	338.97	242.04	248.63
	销售均价（元/台）	248.59	282.81	235.66
过胶机	销售收入（万元）	6,463.07	4,765.80	6,832.52
	销售数量（万台）	67.17	54.15	80.56
	销售均价（元/台）	96.22	88.02	84.81
	销售收入（万元）	18,456.34	17,602.89	19,095.75

真空包装机	销售数量（万台）	175.94	146.51	183.88
	销售均价（元/台）	104.9	120.15	103.85
手持搅拌机	销售收入（万元）	9,011.54	8,241.99	2,281.11
	销售数量（万台）	57.55	53.51	15.61
	销售均价（元/台）	156.59	154.03	146.17

注：由于过胶机耗材、真空包装机耗材产品规格多样（产品规格单位包括片、卷、盒、包等），单位无法统一，因此上表中仅列示过胶机、真空包装机销量和单价。

5. 不同销售模式的销售情况

单位：万元

销售模式		2024年度		2023年度		2022年度		
		金额	占比(%)	金额	占比(%)	金额	占比(%)	
自有/授权品牌	线上	线上直销	88,595.60	59.02	70,320.79	60.63	51,831.98	48.48
		电商平台入仓	2,572.21	1.71	2,195.44	1.89	1,573.65	1.47
		小计	91,167.80	60.74	72,516.23	62.53	53,405.63	49.96
	线下	线下直销	157.47	0.10	120.17	0.10	187.18	0.18
		线下经销	2,207.81	1.47	1,984.68	1.71	2,084.95	1.95
		小计	2,365.28	1.58	2,104.84	1.81	2,272.13	2.13
小计		93,533.08	62.31	74,621.08	64.34	55,677.76	52.08	
ODM		56,569.35	37.69	41,357.09	35.66	51,226.96	47.92	
合计		150,102.43	100.00	115,978.17	100.00	106,904.72	100.00	

6. 主要产品的主要客户群体

公司主要产品为办公电器和家用电器，其主要客户为 ODM 模式下的互联网渠道客户、办公用品公司、大型商超或其授权品牌采购商，以及自有/授权品牌模式下的线上客户。

7. 报告期内前五大客户情况

报告期内，公司前五名客户销售金额及占营业收入的比例具体情况如下：

2024年度				
序号	客户名称	主要销售内容	销售金额（万元）	占比
1	Amazon（亚马逊）	办公电器、厨房小家电	21,077.09	13.96%
2	Walmart（沃尔玛）	办公电器	9,160.65	6.07%
3	Kompemass	办公电器、厨房小家电	9,079.07	6.01%
4	Office Depot（欧迪办公）	办公电器	2,998.09	1.99%
5	北京京东世纪贸易有限公司（京东自营）	办公电器、厨房小家电	2,572.21	1.70%
合计			44,887.10	29.73%

续：

2023 年度				
序号	客户名称	主要销售内容	销售金额（万元）	占比
1	Kompernass	办公电器、厨房小家电	11,142.97	9.54%
2	Walmart（沃尔玛）	办公电器	6,972.59	5.97%
3	Amazon（亚马逊）	办公电器、厨房小家电	4,469.04	3.83%
4	Office Depot（欧迪办公）	办公电器	3,518.06	3.01%
5	Staples（史泰博）	办公电器	2,288.35	1.96%
合计			28,391.02	24.30%

续：

2022 年度				
序号	客户名称	主要销售内容	销售金额（万元）	占比
1	Kompernass	办公电器、厨房小家电	20,144.20	18.81%
2	Walmart（沃尔玛）	办公电器、厨房小家电	8,690.54	8.11%
3	Office Depot（欧迪办公）	办公电器	3,470.62	3.24%
4	Staples（史泰博）	办公电器	2,716.70	2.54%
5	Amazon（亚马逊）	办公电器、厨房小家电	1,883.80	1.76%
合计			36,905.86	34.46%

注：上表对同一控制下企业视同为同一客户进行合并披露。

其中：

- （1）Walmart（沃尔玛）包括 Walmart Inc. USA、Sam's Club（山姆会员店）和 Walmart Brasil Ltda.；
- （2）Office Depot（欧迪办公）包括 Office Depot, Inc.、Office Depot Asia Holding Limited 和 Veyer, LLC；
- （3）Staples（史泰博）包括 SBIN B.V.和 Stic Corp；
- （4）Amazon（亚马逊）包括 Amazon.com Services LLC、Amazon EU SARL 和 Amazon EU SARL UK Branch。

8. 前五大客户与公司的关联关系

截至本招股说明书签署日，公司董事、监事、高级管理人员和核心技术/业务人员、主要关联方以及持有公司 5%以上股份的股东在上述客户中不占有权益，与上述客户不存在关联关系。

（二） 采购情况及主要供应商

1. 主要原材料的采购情况

报告期内，公司各类采购金额及占比如下：

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
电子电器	15,951.63	28.65%	13,482.95	31.24%	12,318.73	34.29%
塑胶原料	10,299.96	18.50%	7,696.41	17.83%	7,454.90	20.75%
塑胶制品	9,993.61	17.95%	7,390.22	17.12%	3,281.80	9.13%
五金制品	9,744.30	17.50%	8,477.18	19.64%	7,698.51	21.43%
包装材料	5,276.60	9.48%	3,652.79	8.46%	3,128.41	8.71%
其他	4,405.12	7.91%	2,462.65	5.71%	2,043.33	5.69%
合计	55,671.22	100.00%	43,162.20	100.00%	35,925.67	100.00%

报告期内，主要原材料价格波动情况如下：

单位：元/个、元/KG、元/块

项目	项目	2024 年度		2023 年度		2022年度
		平均单价	增幅	平均单价	增幅	平均单 价
电子电器	PCB 组件	5.67	2.16%	5.55	-17.85%	6.75
	马达	14.89	-3.75%	15.47	0.01%	15.46
	电源线	2.95	-1.67%	3.00	-6.82%	3.22
塑胶原料		9.89	2.38%	9.66	-12.63%	11.06
五金制品		0.18	5.88%	0.17	9.96%	0.16
塑胶制品	真空包装袋原材料	-	-	-	-	-
	胶膜	-	-	-	-	-
	胶辊类	3.05	-2.87%	3.14	-13.17%	3.62
包装材料	瓦楞纸	1.28	-17.95%	1.56	-6.91%	1.68

注：由于真空包装袋原材料和胶膜采购规格多样（规格单位包括片、卷、盒、包、公斤等），单位难以统一，因此无法整体计算采购单价。

2. 主要能源的采购情况

报告期内，公司生产所需的主要能源为电力，公司采购电力具体情况如下：

产品类别	2024 年度	2023 年度	2022 年度
电费支出（万元）	957.46	827.95	683.82
总用电量（万度）	1,343.48	1,038.86	917.72
单位电费（元/度）	0.71	0.80	0.75
其中：生产用电量（万度）	1,176.54	907.28	770.03

3. 报告期内向前五名供应商采购原材料情况

2024 年度				
序号	供应商名称	主要采购内容	采购金额（万元）	占比
1	惠州艺都文化用品有限公司	办公电器耗材	4,046.32	7.27%
2	广东省台远塑胶科技有限公司	塑胶原料等	3,509.35	6.30%
3	东莞威普特科技有限公司	电子电器、塑胶	2,395.65	4.30%

		制品等		
4	湖南东昶电机有限公司	电子电器、五金制品、塑胶制品等	2,309.44	4.15%
5	东莞市宏桦电子科技有限公司	电子电器、五金制品等	2,295.17	4.12%
合计			14,555.92	26.15%

续：

2023 年度				
序号	供应商名称	主要采购内容	采购金额（万元）	占比
1	广东省台远塑胶科技有限公司	塑胶原料等	2,928.30	6.78%
2	东莞市宏桦电子科技有限公司	电子电器等	2,062.30	4.78%
3	湖南东昶电机有限公司	电子电器、五金制品、塑胶制品等	2,040.38	4.73%
4	东莞威普特科技有限公司	电子电器、塑胶制品等	1,839.17	4.26%
5	开平市宏莞五金制品有限公司	五金制品、塑胶制品等	1,662.94	3.85%
合计			10,533.09	24.40%

续：

2022 年度				
序号	供应商名称	主要采购内容	采购金额（万元）	占比
1	广东省台远塑胶科技有限公司	塑胶原料等	2,794.13	7.78%
2	东莞市宏桦电子科技有限公司	电子电器等	2,598.97	7.23%
3	开平市宏莞五金制品有限公司	五金制品等	1,968.60	5.48%
4	湖南东昶电机有限公司	电子电器、五金制品、塑胶制品等	1,697.26	4.72%
5	东莞威普特科技有限公司	电子电器、塑胶制品等	1,527.72	4.25%
合计			10,586.67	29.47%

注：上表对同一控制下企业视同为同一供应商进行了合并披露。

其中：

- (1) 惠州艺都文化用品有限公司包括惠州艺都文化用品有限公司和越南港越新材料有限公司；
- (2) 广东省台远塑胶科技有限公司包括广东省台远塑胶科技有限公司和宝化国际实业有限公司；
- (3) 东莞威普特科技有限公司包括东莞威普特科技有限公司和广西北流市威普特科技有限公司；
- (4) 湖南东昶电机有限公司包括湖南东昶电机有限公司和东莞市东昶电机有限公司；
- (5) 开平市宏莞五金制品有限公司包括开平市宏莞五金制品有限公司、东莞市铖达五金贸易有限公司和东莞市宏哲五金制品有限公司。

4. 前五大供应商与公司的关联关系

报告期内，公司前员工陈远红曾担任东莞威普特科技有限公司顾问，陈远红配偶曾帅担任东莞威普特科技有限公司监事、担任广西北流市威普特科技有限公司财务负责人。除前述情况外，截至本招股说明书签署日，公司董事、监事、高级管理人员和核心技术/业务人员、主要关联方以及持有公司 5%以上股份的股东在上述供应商中不占有权益，与上述其他供应商不存在关联关系。

(三) 主要资产情况

1. 主要固定资产情况

截至 2024 年 12 月 31 日，公司主要固定资产包括房屋及建筑物、机器设备、运输设备、办公设备和模具及其他设备，具体如下：

单位：万元

序号	固定资产类别	账面原值	账面净值	成新率
1	房屋及建筑物	6,314.37	6,314.37	100.00%
2	机器设备	5,225.23	3,342.90	63.98%
3	运输设备	338.02	142.78	42.24%
4	办公设备	641.43	111.91	17.45%
5	模具及其他设备	10,634.83	4,011.36	37.72%
	合计	23,153.89	13,923.33	60.13%

(1) 自有不动产

1) 境内自有不动产

截至 2024 年 12 月 31 日，公司及其子公司自有不动产情况如下：

序号	权利人	产权编号	地理位置	房屋建筑面积 (m ²)	用途	他项权利
1	邦泽创科	粤(2021)东莞不动产权第 0315253	东莞市南城区黄金路 1 号东莞天安数码城 C 区 2 号厂房 605	303.75	工业	抵押
2	邦泽创科	粤(2021)东莞不动产权第 0315255	东莞市南城区黄金路 1 号东莞天安数码城 C 区 2 号厂房 606	334.13	工业	抵押

注：上述第 1、2 项不动产已于 2025 年 4 月解除抵押担保。

2) 境外自有不动产

根据越南创科提供的竣工验收、消防等资料及北京炜衡律师事务所越南分所出具的《有关建筑工程产权确定问题的法律意见书》，海阳省主管机关确认越南创科的以下工程

已完成竣工验收确认手续:1号厂房(总面积20,678.75平方米)、2号厂房(总面积17,038.88平方米)、消防水池(262.4平方米)、电站-泵房及发电机(160平方米)、1号保安室(60平方米)、2号保安室(16平方米)、垃圾房及化工仓库(144平方米)、摩托车车棚(856平方米)、废水处理池(63平方米)及其他配套工程。北京炜衡律师事务所越南分所认为:“根据越南创科提供的竣工验收、消防等相关资料,截至2024年12月31日,相应建筑工程可确认属于公司产权”。

(2) 主要租赁房屋

截至2024年12月31日,公司及其子公司租赁的涉及日常经营相关的房屋情况如下:

序号	承租方	出租方	地理位置	房屋建筑面积(m ²)	期限	用途	是否备案
1	公司	三屯联合社	西环路三屯路段旁(原励发厂)	53,641.16	2016.10.01至2036.08.31	生产经营	是
2	公司	三屯联合社	三屯社区伦品涌工业区路11号	29,221.60	2018.05.16至2036.08.31	转租	是
3	公司	东莞市鑫创动力科技孵化器有限公司	厚街大道122号之一第18层1818、1819、1820、1409、1410	755.00	2024.10.01至2026.09.30	办公	否
4	公司	东莞市鑫创动力科技孵化器有限公司	厚街大道122号之一第18层1812	50.00	2024.10.21至2026.09.30	办公	否
5	北流电器	广西铜州产业投资有限公司	广西(北流)民乐轻工业园A7地块2#砖混结构标准化厂房第1、2、3层	9,735.60	2022.08.01至2027.07.31	生产经营	否
6	北流五金	广西铜州产业投资有限公司	广西北流轻工产业园民乐片区A7地块的1#钢结构厂房、2#砖混结构标准化厂房第4、5层	10,477.24	2022.08.01至2027.07.31	生产经营	否
7	香港惠尔尚	Chung Wai Ying	中国香港九龙尖沙咀嘉兰园5-11号利时商业大厦8楼14室	19.00	2023.06.21至2025.06.20	办公	不适用
8	香港吉士达	李嘉荣	中国香港新界粉岭打鼓岭竹园村36号地下	15.00	2024.05.01至2026.04.30	办公	不适用
9	香港结邦	李嘉杰	中国香港新界粉岭小坑村94号1楼	14.00	2024.09.01至2026.08.31	办公	不适用

10	日本 NB	大友知良	日本东京都足立区中央本町5-3-7	63.47	2024.01.01至 2024.12.31	办公	不适用
11	越南邦泽	EDV 有限责任公司	越南海阳省海阳市四明坊大安工业区 XN 11 号地块	26,082.00	2018.11.26至 2029.09.09	生产经营	不适用

注 1：上述第 1 项房屋系公司自三屯经济联合社处租赁的房产无相应产权证书，根据三屯经济联合社出具的《不拆迁证明》，确认该租赁房产的所有权人为三屯经济联合社，其有权对外出租。三屯经济联合社确认出租给公司的租赁物无权属纠纷、使用权纠纷，且租赁期限内没有对该租赁物进行拆迁的安排。由于该等房屋尚未取得房屋产权证明，租赁合同可能存在因房屋产权瑕疵而被认定为无效的风险。

经查阅相关法律及行政法规，在承租物业存在产权瑕疵的情形下，该等法律法规并无针对承租人处以行政处罚的规定（仅存在针对出租人处以行政处罚的规定），因此公司承租未取得产权证明的房产并不构成公司的违法违规行为，不存在被有关主管部门予以行政处罚的风险。

除上述情形外，公司存在未履行批准手续的建筑物。公司在向三屯经济联合社租赁的房屋上加盖了未履行批准手续的建筑物。根据《中华人民共和国城乡规划法》及相关法律法规之规定，公司上述建筑物未履行相关批准手续，存在被主管部门行政处罚的风险。

根据东莞市厚街镇人民政府于 2023 年 5 月 4 日出具的证明，公司承租的上述原励发厂“所在的土地及建筑物目前未申报城市更新单元专项规划制定计划，也未列入未来十年内的政府拆迁规划。”东莞市厚街镇人民政府不会就租赁物瑕疵对公司进行行政处罚（包括但不限于拆除、没收、罚款等）。且公司实际控制人陈赤、张勇、徐宁已出具书面承诺，如因公司承租房屋未取得房屋产权证书，导致该等租赁房产被拆除或拆迁，租赁合同被认定无效或者出现任何纠纷，并给公司造成经济损失，其将就公司及其下属企业实际遭受的经济损失承担赔偿责任，以确保公司及其下属企业不因此遭受经济损失。

注 2：第 1、2 项厂房地地址现在共同纳入“东莞市厚街镇三屯社区伦品涌工业区路 11 号”的范围中。

注 3：上述第 3、4 房屋，由东莞市厚街信托贸易有限公司租赁给东莞市鑫创动力科技孵化器有限公司，协议约定租赁期为 2020 年 1 月 1 日至 2039 年 12 月 31 日止。该房屋转租取得东莞市厚街信托贸易有限公司书面同意。

注 4：第 7、8、9、10、11 项租赁房屋根据境外律师出具的法律意见书，房屋租赁关系合法、真实、有效，符合当地法律的相关规定。

注 5：截至本招股说明书签署日，第 3、4、5、6 项尚未办理租赁备案。根据《中华人民共和国民法典》及《最高人民法院关于审理城镇房屋租赁合同纠纷案件适用法律若干问题的解释（2020 修正）》的相关规定，法律、行政法规规定房屋租赁合同应当办理登记手续，但当事人未办理登记，不影响合同的效力。因此，该等租赁房屋未办理租赁备案登记不影响房屋租赁合同的有效性，公司及其控股子公司使用上述租赁房产不存在法律障碍。

根据《商品房屋租赁管理办法》（中华人民共和国住房和城乡建设部令第 6 号）的规定，房屋租赁合同订立后三十日内，房屋租赁当事人不到租赁房屋所在地直辖市、市、县人民政府建设（房地产）主管部门办理房屋租赁登记备案的，直辖市、市、县人民政府建设（房地产）主管部门责令限期改正；个人逾期不改正的，处以一千元以下罚款；单位逾期不改正的，处以一千元以上一万元以下罚款。

报告期内，公司及其控股子公司不存在因未办理房屋租赁备案登记而被责令改正或处罚的情形。且公司实际控制人陈赤、张勇、徐宁出具《实际控制人关于公司租赁情况的承诺》，就公司（含子公司）土地房屋租赁涉及事宜承诺如下：

“如因邦泽创科（含子公司，下同）所租房屋未办理房屋产权证书、未办理房屋租赁备案、未履行批准手续的建筑物或存在其他不合规情形，而被第三人主张权利或政府部门行使职权导致公司需要搬离承租场所、被有权政府部门处罚、被其他第三方追索或遭受其他损失的，本人将无条件全额承担相关处罚款项、第三人的追索、公司搬离承租场所而支付的相关费用以及公司遭受的其他所有损失。本人自愿放弃向公司追偿的权利，保证公司不会因此遭受任何损失，并为公司寻找其他合适的租赁标的，以保证

公司业务经营的持续稳定。”

(3) 对外出租的房屋

截至 2024 年 12 月 31 日，公司及其子公司正在履行的对外出租房屋建筑物的情形如下：

序号	出租方	承租方	租赁期限	房屋建筑面积 (m ²)	坐落	用途
1	公司	东莞市保晖置业有限公司	2018.05.16-2036.08.31	29,221.60	三屯社区伦品涌工业区路 11 号	生产
2	公司	食宇科技（东莞）有限公司	2024.01.25-2029.01.24	637.88	东莞南城天安数码城 C2 栋 605-606	办公

注：上述第 1 项房屋系公司与三屯经济联合社签署《厂房租赁合同书》，承租使用三屯社区伦品涌工业区路 11 号（下称“租赁房屋”），该协议经过村集体履行表决程序签署同意。

上述租赁房屋，由公司于 2022 年 11 月 15 日租赁给东莞市保晖置业有限公司，协议约定租赁期为 2022 年 11 月 16 日至 2036 年 8 月 22 日止。截至本招股说明书签署日，该房屋转租尚未取得东莞市厚街镇三屯股份经济联合社书面同意，存在违约并支付违约金的风险。

由于公司转租未依据《民法典》规定取得出租人书面同意，相关转租存在瑕疵，存在违约并支付违约金的风险。鉴于该租赁房屋非由公司实际使用，因此不会对公司的生产经营造成实质性影响。且公司实际控制人陈赤、张勇、徐宁出具承诺，如因公司（含子公司，下同）租赁房屋瑕疵被第三人主张权利、追索或遭受其他损失的，本人将无条件全额承担第三人的追索支付的违约金以及公司遭受的其他所有损失。本人自愿放弃向公司追偿的权利，保证公司不会因此遭受任何损失，以保证公司生产经营的持续稳定。

(4) 机器设备

截至 2024 年 12 月 31 日，公司主要机器设备情况如下：

序号	设备名称	数量（台）	账面原值（万元）	账面净值（万元）	成新率
1	注塑机	81	1,529.60	694.58	45.41%
2	压力机	24	368.89	275.36	74.65%
3	自动生产线	10	296.18	166.66	56.27%
4	复合机	2	104.94	97.99	93.38%
5	焊机	12	101.18	80.61	79.67%
6	压纹机	5	80.31	76.04	94.69%
7	冲床	5	76.66	66.71	87.02%
8	制袋机	3	64.90	61.06	94.08%
9	平衡机	5	53.31	41.50	77.85%

注：除上述自动生产线外，公司还拥有若干半自动生产线。

2. 主要无形资产情况

(1) 土地使用权

截至 2024 年 12 月 31 日，公司拥有的土地使用权情况具体详见本节之“三、发行人主营业务情况”之“(三) 主要资产情况”之“1. 主要固定资产情况”之“(1) 自有不动

产”。

(2) 专利、商标权、著作权、域名

截至 2024 年 12 月 31 日，公司拥有的专利、商标权、著作权、域名情况具体详见本招股说明书之“第十三节 备查文件”之“附录一”“附录二”“附录三”“附录四”。

(3) 使用权资产租赁

截至 2024 年 12 月 31 日，公司使用权资产租赁情况如下：

序号	承租方	出租方	租赁标的	地理位置	面积 (m ²)	期限	用途
1	越南创科、香港吉士达	大阳有限公司	土地	越南海阳省锦江县莱格镇莱格工业区 XN14 号地块一部分(XN 14-2 号地块)	23,062 平方米	2023.11.09 至 2058.01.01	生产经营
2	越南科技、新加坡众邦	大阳有限公司	土地	越南海阳省锦江县莱格镇莱格工业区 XN14 号地块一部分(XN 14-3 号地块)	17,632 平方米	2023.11.09 至 2058.01.01	生产经营

根据维益律师事务所出具关于越南创科、越南科技的《法律尽调报告》，上述房屋租赁关系合法、真实、有效，符合越南当地法律的相关规定。

(四) 其他披露事项

1. 重大销售合同

报告期内，公司与主要客户通过“框架协议+订单”和一单一签两种方式签署合同。对于“框架协议+订单”形式，此处披露的重大销售合同为公司已履行完毕和正在履行的框架合同下年度累计已发生金额超过 2,000 万元的框架协议。对于一单一签形式，此处披露的重大销售合同为公司与对应客户年度累计已发生金额超过 2,000 万元的当年最大金额订单。相关订单合同如下：

序号	客户名称	合同名称	合同内容	合同金额	履行情况
1	Amazon.com Services LLC 及其附属公司	供应商条款和条件	销售产品	框架协议	正在履行
2	Kompernass	采购订单（2024 年）	销售真空包装机	约 292.49 万美元	履行完毕
3		采购订单（2023 年）	销售真空包装袋	约 109.52 万美元	履行完毕
4		采购订单（2022 年）	销售真空包装机	约 206.55 万美元	履行完毕
5	Walmart（沃尔玛）	直接进口供应商协议	销售产品	框架协议	正在履行
6	Office Depot（欧迪办公）	联合直接进口供应商协议	销售碎纸机	框架协议	正在履行

7	北京京东世纪贸易有限公司（京东自营）	产品购销协议	销售产品	框架协议	正在履行
8	Best Buy China Ltd.	供应商计划协议	销售产品	框架协议	正在履行

2. 重大采购合同

报告期内，公司与主要供应商主要通过“框架协议+订单”的方式签署合同。对于“框架协议+订单”形式，此处披露的重大采购合同为公司已履行完毕和正在履行的框架合同。下年度累计已发生金额超过 2,000 万元的框架协议。相关订单合同如下：

序号	供应商名称	合同名称	合同内容	合同金额	履行情况
1	东莞市台远塑胶原料有限公司	广东邦泽创科电器股份有限公司供方管理协议手册	采购、委外加工、模具使用	框架协议	正在履行
2	东莞市宏桦电子科技有限公司	广东邦泽创科电器股份有限公司供方管理协议手册	采购、委外加工、模具使用	框架协议	正在履行
3	湖南东昶电机有限公司	广东邦泽创科电器股份有限公司供方管理协议手册	采购、委外加工、模具使用	框架协议	正在履行
4	东莞市酬勤包装制品有限公司	广东邦泽创科电器股份有限公司供方管理协议手册	采购、委外加工、模具使用	框架协议	正在履行
5	北京世纪卓越快递服务有限公司	国际货物出口运输服务协议	通过海运、空运方式为客户办理货物出口的运输事宜	框架协议	正在履行
6	越南港越新材料有限公司	原则合同	所有塑胶料种类	框架协议	正在履行

注：东莞市台远塑胶原料有限公司系广东省台远塑胶科技有限公司曾用名。

3. 重大借款、授信、抵押、质押、担保合同

截至 2024 年 12 月 31 日，公司正在履行的金额超过 2,000 万元的借款、授信、抵押、质押合同如下：

序号	合同名称	借款人	贷款银行	合同金额（万元）	借款期限	担保方式	履行情况
1	人民币流动资金借款合同	邦泽创科	中国建设银行股份有限公司东莞市分行	2,000.00	2024 年 3 月 14 日-2025 年 3 月 13 日	邦泽创科房屋抵押、邦泽创科专利质押、张勇、曹萍、徐宁、陈赤保证	正在履行
2	综合授信合同	邦泽创科	中信银行股份有限公司东莞分行	12,000.00	2024 年 1 月 30 日-2025 年 1 月 30 日	徐宁、陈赤、张勇保证；邦泽创科资金池业	正在履行

						务质押	
3	综合授信合同	邦泽创科	中国民生银行股份有限公司东莞分行	5,000.00	2024年6月19日-2025年6月18日	徐宁、陈赤保证	正在履行
4	授信函	邦泽创科	星展银行（中国）有限公司深圳分行	500万美元或其等值的人民币	2023年3月7日-无限期	惠尔尚保证、徐宁、陈赤、张勇保证、邦泽创科应收账款质押	正在履行
5	授信函	邦泽创科	星展银行（中国）有限公司深圳分行	500万美元或其等值的人民币	2024年3月27日-长期有效	惠尔尚保证、陈赤、徐宁、张勇担保、邦泽创科应收账款质押	正在履行
6	供应链金融业务合作协议	邦泽创科	东莞银行股份有限公司东莞分行	2,000.00	2023年11月2日-2025年11月1日	陈赤、徐宁、张勇保证	正在履行

截至2024年12月31日，公司不存在为合并报表范围外的公司提供担保的情形。

4. 重大建设工程施工合同

截至2024年12月31日，公司正在履行的其他重大合同如下：

序号	委托方	建设方	工程名称	合同金额（万元）	签订日期	履行情况
1	越南创科	18.3号投资与建设股份公司	越南邦泽创科电子厂工程	约4,674.00	2024年2月28日	正在履行

注：合同金额为16,400,000.00万越南盾，以越南盾兑人民币1:0.000285的汇率计算，约为4,674.00万元人民币。

5. 其他重大合同

截至2024年12月31日，公司正在履行的其他重大合同如下：

序号	合同对方	合同名称	合同内容	合同金额（万元）	履行情况
1	惠普	商标许可协议	商标许可使用	框架协议	正在履行

四、 关键资源要素

（一）主要技术情况

1. 主要核心技术的基本情况

序号	技术名称	技术特色	技术来源	对应专利	技术应用情况	所处阶段
1	碎纸机自动进纸技术	该技术为一种能实现智能自动进纸结构。该技术包括了防过载限制进纸处理，机器能够在进纸数量或厚度即将达到额定数前，实现自动停止进纸，并保持碎纸状态。该功能可有效防止自动进纸和自动碎纸过程中出现过载现象。且该技术能使待粉碎纸张自动呈部分重叠状态，实现进纸速度更快，提高碎纸速度。	自主研发	ZL202321855869.5 ZL201710859261.2 ZL201710858774.1 ZL201820527945.2 ZL201721215123.2 ZL201721214523.1 ZL201410203817.9 ZL201210116032.9	具有输纸器的碎纸机产品全覆盖	规模化生产
2	碎纸机碎纸刀组技术	该技术为一种改进的碎纸刀组，碎纸刀片的结构强度更大，能够提升单次最大进纸量，进行高强度大负载的碎纸工作，并且延长了刀组使用寿命。	自主研发	ZL202222882112.7	高寿命碎纸机产品全覆盖	规模化生产
3	碎纸机超长续航技术	该技术为一种高强度连续碎纸的装置。其采用主动制冷方式降低碎纸马达的温度，持续快速冷却碎纸电机，大幅度延长碎纸机连续碎纸时间，使得碎纸机连续满载碎纸的时间达到5小时以上，续航能力更强。	自主研发	ZL202222881572.8 ZL202023250774.X ZL202023250954.8 ZL202121097623.7 ZL202023243298.9 ZL202023243191.4 ZL202023250979.8 ZL202023250090.X	大张数连续碎纸机全覆盖	规模化生产
4	过胶机防卡膜技术	该技术为一种防止过胶机塑封膜卡胶的结构。针对现有技术存在的不足，进一步改进防卡膜过胶机结构，使其结构简单，成本低，还能消除过胶中发生的卡膜及塑封膜卷边现象。	自主研发	ZL202321904228.4 ZL202321904105.0 ZL202222979531.2 ZL202222979534.6	过胶机品类全覆盖	规模化生产
5	过胶机免预热技术	该技术为一种过胶机免预热并实现自动关机的技术。通过在过胶入口处设置进胶检测装置，机芯组件的内部设置压胶辊组以及发热组件，使得过胶物通过过胶入口时，进胶检测装置可以发送预热信号至发热组件，使压胶辊组升温至过胶温度。该技术实现过胶机免预热并能自动关机的功能，提升便捷	自主研发	ZL202121780604.4 ZL202121782181.X ZL202121782227.8 ZL202121780636.4	高端极速预热过胶机全覆盖	规模化生产

		性的同时达到节能环保的目标。				
6	过胶机整平技术	该技术为一种提高过胶机出胶整平质量的结构。针对现有技术存在的不足，在过胶出口处设置出胶辊组，可实现整平刚完成塑封的过胶物，避免塑封膜发生皱褶和波纹，提高过胶质量。	自主研发	ZL202121780638.3	具有整平结构的过胶机全覆盖盖	规模化生产
7	真空包装机自动识别干湿技术	该技术为真空包装机一种自动识别真空包装物品干湿的结构。其结构可自动判断是否有不同物质流经真空包装袋口进入抽真空槽内，自动执行相对应干抽功能或湿抽功能，实现全自动抽真空加热封口。其解决了人为误判真空包装物品干湿状态而选错模式的情况，避免其出现热封漏气的问题。	自主研发	WO2023045622 ZL202122313209.1 ZL202111119254.1	自动款真空包装机全覆盖盖	规模化生产
8	真空包装机自动锁盖技术	该技术为一种真空包装机自动锁盖的装置。可通过卡扣与气囊相结合的结构，实现机器自动锁盖压紧功能。其热封部位压力大，且受力均匀，结构不易变形，真空包装袋封口可靠，避免其出现热封漏气的问题。	自主研发	WO2023045622 DE202021100614.5 ZL201921798014.7	自动款真空包装机全覆盖盖	规模化生产

2. 核心技术产品占营业收入的比例

报告期内，公司采用核心技术的产品销售收入占营业收入的比例情况如下：

单位：万元

项目	2024 年度	2023 年度	2022 年度
核心技术产品收入	134,578.55	109,479.06	94,997.25
营业收入	150,979.98	116,813.86	107,092.73
占比	89.14%	93.72%	88.71%

(二) 业务许可资格、资质及其他证书

1. 公司资质证书

截至 2024 年 12 月 31 日，公司拥有的主要资质情况如下：

序号	证书名称	证书编号	持有人	发证机关/机构	有效期
1	高新技术企业证书	GR202344015087	邦泽创科	广东省科学技术厅、广	2023.12.28 -2026.12.28

				东省财政厅、国家税务总局广东省税务局	
2	对外贸易经营者备案登记表	04854438	邦泽创科	对外贸易经营者备案登记机关	长期有效
3	海关进出口货物收发货人备案回执	4419969640	邦泽创科	中华人民共和国沙田海关	长期有效
4	固定污染源排污登记回执	91441900771869898H002W	邦泽创科	全国排污许可证管理信息平台	2021.7.13-2026.7.12
5	环境管理体系认证证书 (ISO14001:2015)	43760	邦泽创科	上海恩可埃认证有限公司 (NQA)	2017.8.15-2026.8.15
6	质量管理体系认证证书 (ISO9001:2015)	43759	邦泽创科	上海恩可埃认证有限公司 (NQA)	2017.8.15-2026.8.15
7	职业健康安全管理体系认证证书 (ISO45001:2018)	H2588	邦泽创科	上海恩可埃认证有限公司 (NQA)	2017.8.15-2026.8.15
8	知识产权管理体系认证证书	165IP230168ROM	邦泽创科	中知(北京)认证有限公司	2023.3.27-2026.3.26
9	城镇污水排入排水管网许可证	粤莞排(2021)字第0014213号	邦泽创科	东莞市生态环境局	2021.11.15-2026.11.14
10	AEO高级认证企业证书	771869898001	邦泽创科	中华人民共和国黄埔海关	长期有效
11	中华人民共和国海关报关单位注册登记证书	4419969640	邦泽电子	黄埔海关驻沙田办事处	长期有效
12	对外贸易经营者备案登记表	04870227	东莞新通泽	对外贸易经营者备案登记机关	长期有效
13	海关进出口货物收发货人备案回执	4419960YE8	东莞新通泽	中华人民共和国沙田海关	长期有效
14	对外贸易经营者备案登记表	04855648	东莞新泽	对外贸易经营者备案登记机关	长期有效
15	海关进出口货物收发货人备案回执	4419961CKE	东莞新泽	中华人民共和国沙田海关	长期有效
16	全国工业产品生产许可证	桂 XK16-204-09042	北流电器	广西壮族自治区市场监	2024.8.29-2029.8.28

				督管理局	
17	固定污染源排污登记回执	91450981MA7ATK4K01001Z	北流电器	全国排污许可证管理信息平台	2022.4.16-2027.4.15
18	对外贸易经营者备案登记表	05044764	北流电器	对外贸易经营者备案登记机关	长期有效
19	海关进出口货物收发货人备案回执	45069607J0	北流电器	中华人民共和国玉林海关	长期有效
20	对外贸易经营者备案登记表	05044765	北流五金	对外贸易经营者备案登记机关	长期有效
21	海关进出口货物收发货人备案回执	45069607LS	北流五金	中华人民共和国玉林海关	2022.6.20-2068.7.31
22	排污许可证	91450981MAA7GAMX6T001Q	北流五金	玉林市北流生态环境局	2023.8.16-2028.8.15
23	环保许可证	第 101/GPMT-UBND 号	越南邦泽	海阳省人民委员会	长期有效

2. 公司产品质量认证

根据境外律师出具的产品认证专项法律意见书，截至 2024 年 12 月 31 日，公司产品根据销售地的相关规定，已通过第三方机构检测并取得欧盟 CE 认证、德国 GS 认证、英国 UKCA 认证、美国 FCC 认证、美国 UL 认证、美国 ETL 认证、日本 PSE 认证等境外销售所涉国际市场的相关认证。

(三) 特许经营权

序号	权利内容	取得方式	期限
1	HP 商标授权产品的制造、销售、分销和提供授权产品的相关服务	协议取得	2020 年 5 月 4 日至 2025 年 12 月 31 日

2020 年 5 月 4 日，公司与惠普签订《商标许可协议》，约定于 2020 年 5 月 4 日至 2023 年 12 月 31 日，商标权持有方惠普授权邦泽创科于亚太地区可进行关于碎纸机及其耗材、过胶机及其耗材、装订机及其耗材的商标授权协议产品的制造、销售、分销，以及提供授权产品的相关服务。公司按照协议约定向 HP 公司交纳相关费用，具体费用包括签约款、商标特许权费（基于净收入的百分比收取）、最低年度商标特许权使用费（若每年按照商标特许权费率计算后，其应缴纳金额低于最低年度商标特许权使用费，则按照最低年度商标特许权使用费缴纳费用）。

此外，该协议规定，除非协议中任何一方在当前有效期到期前 180 天内发出不续约意向的书面通知，否则该协议应自动续签三年。2023 年 12 月 4 日，惠普出具《商标授权书》，约定将商标授权到期日延长至 2025 年 12 月 31 日。

(四) 公司员工及核心技术人员

1. 公司员工情况

截至 2024 年 12 月 31 日，公司共有在册员工 1,492 人，构成情况如下：

(1) 按照年龄划分

年龄	人数 (人)	占比
50 岁以上	74	4.96%
41-50 岁	326	21.85%
31-40 岁	587	39.34%
21-30 岁	465	31.17%
21 岁以下	40	2.68%
合计	1,492	100.00%

(2) 按照学历划分

学历	人数 (人)	占比
硕士及以上	1	0.07%
本科	202	13.54%
专科及以下	1,289	86.39%
合计	1,492	100.00%

(3) 按照工作岗位划分

工作岗位	人数 (人)	占比
生产及生产辅助人员	1,055	70.71%
销售人员	98	6.57%
行政管理人员	209	14.01%
研发人员	130	8.71%
合计	1,492	100.00%

2. 社保、公积金缴纳情况

报告期内，公司境内员工参加社会保险与缴纳住房公积金的具体情况如下：

项目		2024.12.31	2023.12.31	2022.12.31
社会保 险	境内员工总人数 (人)	1,069	960	804
	已缴纳的境内员工人数 (人)	1,004	903	600
	差异人数 (人)	65	57	204
	差异原因	新入职正在办理转移手续、退休返聘等	新入职正在办理转移手续、退休返聘等	新入职正在办理转移手续、退休返聘、自愿放弃等
住房公 积金	境内员工总人数 (人)	1,069	960	804
	已缴纳的境内员工人数 (人)	1,004	885	307
	差异人数 (人)	65	75	497
	差异原因	新入职正在办理转移手续、退休返聘等	新入职正在办理转移手续、退休返聘等	新入职正在办理转移手续、退休返聘、自愿放弃等

报告期内，因越南地区未有住房公积金制度，根据维益律师事务所关于越南邦泽、越南创科出具的《法律尽调报告》，报告期内越南邦泽、越南创科按照劳动法和社保法规定，全面履行为员工缴纳社会保险费的义务。

3. 劳务派遣、劳务外包

(1) 劳务派遣情况

报告期内，公司及其子公司由于业务类型及用工特点原因，部分境内辅助性岗位存在劳务派遣用工情形。报告期各期末，公司劳务派遣员工人数分别为 43 人、0 人和 0 人，占报告期各期末员工总人数比例分别为 5.10%、0.00%和 0.00%。根据《劳务派遣暂行规定》的相关要求，报告期各期末，公司劳务派遣用工占比均不超过 10.00%，劳务派遣用工情况符合相关法律法规要求。

(2) 劳务外包情况

报告期内，公司及其子公司存在境内劳务外包情况。根据公司及其子公司与劳务外包公司签订的合同，劳务外包工作主要为辅助工作，包括产品包装、组装工作，对操作人员的专业要求不高，替代性强，对工作技能要求相对较低，不涉及公司业务的核心环节和关键技术。

4. 越南劳务用工情况

根据维益律师事务所出具关于越南邦泽、越南创科、越南科技的《法律尽调报告》，报告期内，除越南邦泽存在因超出规定时间加班被处以行政处罚的情形外，上述主体不存在其他因劳动用工而被处罚的情况。

5. 公司核心技术人员、核心业务人员

(1) 核心技术人员、核心业务人员简介

公司根据生产经营管理需要及相关人员在公司生产经营过程中所发挥的作用，认定徐宁先生、尹治春先生和吴稳先生为公司的核心技术人员，骆明芳女士和陈燕纯女士为公司的核心业务人员。相关人员的简历如下：

徐宁先生，自公司创立至今长期主导产品研发与技术的战略方向，并深度参与公司的多个研发项目，参与完成公司 2 项专利的研发。徐宁简历详见本招股说明书“第四节 发行人基本情况”之“八、董事、监事、高级管理人员情况”之“(一) 董事、监事、高级管理人员的简要情况”之“1. 董事会成员简介”部分。

尹治春先生，拥有超过 20 年的技术开发相关工作经验，曾担任公司技术总监，长期致力于推动公司产品技术力和产品力的提升，使产品更好满足实际业务中的客户需求。尹治春参与发明了公司专利 2 项。尹治春简历详见本招股说明书“第四节 发行人基本情况”

之“八、董事、监事、高级管理人员情况”之“(一)董事、监事、高级管理人员的简要情况”之“3. 高级管理人员简介”部分。

吴稳先生，拥有深厚且与公司业务匹配的资历背景和丰富的研发和技术经验，为公司服务年限在 10 年以上。吴稳参与研发了公司发明专利 1 项、实用新型专利 28 项和外观设计专利 4 项。吴稳简历详见本招股说明书“第四节 发行人基本情况”之“八、董事、监事、高级管理人员情况”之“(一)董事、监事、高级管理人员的简要情况”之“2. 监事会成员简介”部分。

骆明芳女士，1982 年 7 月出生，中国国籍，无境外永久居留权，本科学历。2001 年 3 月至 2002 年 7 月，任东莞万联电器制品有限公司工程文员；2002 年 7 月至 2002 年 12 月，任东莞婴宝婴童用品有限公司外贸业务员；2003 年 1 月至 2005 年 2 月，任东莞万江龙远电子厂外贸业务员；2005 年 3 月至 2019 年 5 月，任邦泽电子业务部经理；2010 年 6 月至 2010 年 8 月，任东莞市晨悦电子科技有限公司经理；2010 年 8 月至 2015 年 12 月，任东莞市晨悦机电科技有限公司经理；2019 年 6 月至 2020 年 12 月，任邦泽电子销售总监；2020 年 12 月至今，任香港瑞普董事；2020 年 12 月至今，任邦泽创科销售总监。

陈燕纯女士，1992 年 12 月出生，中国国籍，无境外永久居留权，专科学历。2015 年 8 月至 2017 年 12 月，任东莞林泰箱包有限公司外贸业务员；2018 年 4 月至 2019 年 8 月，任东莞市的高贸易有限公司亚马逊运营组长；2019 年 10 月至 2020 年 12 月，任邦泽电子 BS 销售经理；2020 年 12 月至 2022 年 3 月，历任邦泽创科 BS 销售经理、BK 销售经理；2022 年 4 月至今，任邦泽创科高级经理。

(2) 核心技术人员、核心业务人员持有发行人股份、对外投资及兼职情况

公司核心技术人员徐宁直接持有公司 14.24%的股份并通过东莞泽凯和东莞泽宇间接持有公司 1.37%的股份，合计持有 15.61%的股份。公司核心技术人员尹治春直接持有公司 2.71%的股份并通过东莞泽凯间接持有公司 2.96%的股份，合计持有公司 5.66%的股份。公司核心技术人员吴稳通过东莞泽凯间接持有公司 0.17%的股份，公司核心业务人员骆明芳通过东莞泽凯间接持有公司 0.24%的股份，公司核心业务人员陈燕纯通过东莞泽宇间接持有公司 0.06%的股份。

公司核心技术人员徐宁对外投资情况详见本招股说明书“第四节 发行人基本情况”之“八、董事、监事、高级管理人员情况”之“(三)对外投资情况”，公司核心技术人员徐宁兼职情况详见本招股说明书“第四节 发行人基本情况”之“八、董事、监事、高级管理人员情况”之“(四)其他披露事项”之“1. 董事、监事、高级管理人员的兼职情况”。

除徐宁外，公司核心技术人员、核心业务人员不存在其他除持有公司股份外的对外投资的情况，不存在其他在除公司及子公司之外的其他单位兼职的情况。

(3) 核心技术人员、核心业务人员是否存在侵犯第三方知识产权或商业秘密、违反与第三方的竞业限制约定或保密协议的情况

报告期内，公司核心技术人员、核心业务人员均不存在侵犯第三方知识产权或商业秘密、违反与第三方的竞业限制约定或保密协议的情况。

(五) 公司研发情况

1. 正在从事的研发项目情况

截至 2025 年 3 月 31 日，公司主要在研项目及研发投入情况如下：

序号	项目名称	所处阶段及进展情况	主要开发人员	项目预算(万元)	拟达成目标	技术水平情况
1	具有精准控温系统咖啡机的研发	量产阶段	漆腾飞、张杰等	265	针对咖啡机热水实际出水温度温差较大的问题，开发一种在自动冲泡咖啡过程中将热水的目标温度与实际出水温度的误差控制在 $\pm 1^{\circ}\text{C}$ 。	本产品可以提供多个温度选择，在程序设计中将温度调节由原来的间隔 $\pm 2^{\circ}\text{C}$ 提升至间隔 $\pm 1^{\circ}\text{C}$ ，本技术在硬件设计中使用了双水路设计、冷热水定量动态混合技术及热水预循环技术，实现零冷水出热水，并将热水的实际出水温度的温差提升至 $\pm 1^{\circ}\text{C}$ ，实现精准控温，保证咖啡的风味和稳定性。
2	高强度防卷纸碎纸机的研发	设计验证阶段	刘光付、梁兴泽等	295	针对碎纸机在碎纸时易因卷纸而出现堵塞的情形，开发一种防卷纸防堵纸的碎纸机。	本产品通过对纸张进行限位固定，有效防止纸张堆积后发生卷翘影响切碎效果，提升纸张切碎效率，提高纸张投入的精准度。
3	过胶覆膜一体化过胶机的研发	工程验证阶段	李宁等	135	实现过胶覆膜一体化。	本产品将胶辊内腔封闭并注满氟化热传导液，同时将AC发热单元悬拉在内腔中心部，在胶辊旋转时形成往复螺旋涡旋，使胶辊表面始终保持实时高温，实现了过胶覆膜一体化的使用条件。
4	全自动预封口、充气、制袋一体真空包装机	立项阶段	李旭华、吴敏等	280	开发一种全自动放袋、充气、封口、制袋的一体式微型真空包装机。	本产品在启动后，芯片控制机器自动按指定袋体规格定长出袋并依次自动充气和封口，实现全自动制袋。
5	多模态交互式真空封装机的研发	立项阶段	李旭华、吴敏等	270	开发一种具有多模态交互式的人机智能交互系统的真空包装机。	本产品通过定义和选择真空包装机人机智能交互系统的工作模式，确定与使用者交换信息的级别，通过交互获得足够的必要信息后自动决策最佳的封装方案。

2. 报告期内研发投入情况

公司一直十分重视研发工作，在研发方面的投入主要包括研发人员的工资支出、研发的材料耗费、研发设备的折旧费等，持续的研发投入是公司持续推出新产品和产品水平、技术和工艺能力保持先进的核心因素之一。研发投入构成及占营业收入的比例情况，请详见本招股说明书之“第八节 管理层讨论与分析”之“三、盈利情况分析”之“（四）主要费用情况分析”之“3. 研发费用分析”。

3. 合作研发情况

报告期内，公司合作研发情况如下：

序号	合作方	合作内容	合作期限
1	广东华中科技大学工业技术研究院	协同共建企业技术研究院，承担智能碎纸机、工业级应用碎纸机的关键技术攻关	2020年6月10日至2023年6月9日
2	浙江工业大学、杭州飞思十工业设计有限公司	围绕邦泽创科所处的小电器领域新产品战略规划、产品研发设计、产品人机测试、人才培养和科研/平台项目申报等内容开展工作	2024年6月20日至2027年6月19日

截至本招股说明书签署日，公司与上述单位尚不存在已完成的合作研发成果。

五、 境外经营情况

（一）境外生产经营情况

在探索转型时期，公司陆续设立了数家子公司，逐步构建起跨国生产、跨境电商销售的商业模式。为了更好地实现跨国生产，公司在越南设立了越南邦泽、越南科技、越南创科；为了更好地从事线上销售经营，公司在中国香港设立了香港吉士达、香港惠尔尚、香港结邦、香港寰睿、香港腾邦、香港瑞普、香港诚邦、香港信泽，在美国设立了美国邦泽、美国电器、美国环保，在新加坡设立了新加坡众邦，在日本设立了日本NB。上述子公司基本情况详见本招股说明书之“第四节 发行人基本情况”之“七、发行人的分公司、控股子公司、参股公司情况”之“（一）控股子公司情况”。

（二）境外资产情况

上述子公司财务情况详见本招股说明书“第四节 发行人基本情况”之“七、发行人的分公司、控股子公司、参股公司情况”之“（一）控股子公司情况”。

六、 业务活动合规情况

报告期内，公司业务经营合法合规，在工商、税务、社保、住房公积金等方面不存在重大违法、违规行为。报告期内，公司受到 5 次行政处罚，具体情况详见本招股说明书

“第六节 公司治理”之“四、违法违规情况”。

七、 其他事项

截至本招股说明书签署日，除上述事项外，公司无其他应披露的事项。

第六节 公司治理

一、 公司治理概况

公司依据《公司法》《证券法》等法律法规和规范性文件的要求制定了《公司章程》，已聘任高级管理人员，建立由公司股东大会、董事会、监事会和高级管理人员组成的治理结构。报告期内，公司股东大会、董事会、监事会和高级管理人员之间已建立相互协调和相互制衡的运作机制，公司治理架构能按照相关法律法规和公司章程的规定有效运作，相关人员能切实履行各自的权利、义务与职责，公司治理运行状况良好，不存在重大缺陷。

（一）股东大会运行情况

股东大会是公司的最高权力机构，公司股东大会严格按照《公司章程》和《股东大会议事规则》的规定行使权力。

报告期内，公司共召开 21 次股东大会。公司历次股东大会的召集、提案、出席、议事、表决、决议及会议记录均按照《公司法》《公司章程》以及《股东大会议事规则》的要求规范运行，所作决议合法、有效。公司股东大会对公司董事、监事的选举、《公司章程》等重大事宜作出了有效决议。公司股东认真履行股东义务，依法行使股东权利。股东大会机构和制度的建立及执行，对完善公司治理结构和规范公司运作发挥了积极的作用。

（二）董事会运行情况

公司董事会由 5 名董事组成，其中独立董事 2 名。报告期内，公司董事会共召开了 26 次会议。董事会按照《公司法》《公司章程》《董事会议事规则》的规定规范运作，历次董事会的召集、提案、出席、议事、表决、决议及会议记录均按照要求规范运作，所作决议合法、有效。公司董事会及董事会成员按照《公司法》《公司章程》和《董事会议事规则》的规定行使职权、履行义务，不存在违反《公司法》及其他规定行使职权的情形。

（三）监事会运行情况

公司监事会由 3 名监事组成，其中职工监事 1 名。报告期内，公司监事会共召开了 17 次会议。公司监事会按照《公司法》《公司章程》及《监事会议事规则》的要求规范运作，历次监事会的召集、提案、出席、议事、表决、决议及会议记录均按照要求规范运作，所作决议合法、有效。公司监事会及监事会成员按照《公司法》《公司章程》和《监事会议事规则》的规定行使职权、履行义务，不存在违反《公司法》及其他规定行使职权的情形。

（四）独立董事制度的运行及履职情况

公司按照《公司法》《证券法》等规定，设置了独立董事，并制定了《独立董事工作

制度》。

公司董事会设 2 名独立董事，其中一名为会计专业人士，独立董事人数符合规定。独立董事自聘任以来，依据有关法律、法规及有关上市规则、《公司法》和《独立董事工作制度》，谨慎、认真、勤勉地履行义务，充分发挥在财务、行业、管理等方面的特长积极参与公司重大经营决策，就公司规范运作和有关经营工作提出意见，独立董事维护了全体股东的利益，在完善公司治理结构、公司战略发展选择等方面起到了促进作用。截至本招股说明书签署日，未发生独立董事对公司有关事项提出异议的情况。

（五）董事会秘书制度的运行情况

根据《公司法》《公司章程》的规定，公司设董事会秘书 1 名，董事会秘书是公司的高级管理人员，对董事会负责。自公司董事会委任董事会秘书以来，董事会秘书严格按照《公司法》《公司章程》以及其他相关法律法规的规定筹备董事会、股东大会，勤勉尽职地履行了其职责。

综上，公司建立并完善了由公司股东大会、董事会、监事会和高级管理人员组成的符合上市要求的公司治理结构，为公司高效发展提供了较为完善的制度保障。

二、 特别表决权

截至本招股说明书签署日，公司不存在特别表决权股份或类似安排的情况。

三、 内部控制情况

（一）公司管理层对公司内部控制制度的自我评估

公司管理层认为：根据公司财务报告内部控制重大缺陷的认定情况，于 2024 年 12 月 31 日，不存在财务报告内部控制重大缺陷；董事会认为：公司已按照企业内部控制规范体系和相关规定的要求在所有重大方面保持了有效的财务报告内部控制。

（二）注册会计师对公司内部控制制度的审计意见

致同会计师出具了《内部控制审计报告》（致同审字（2025）第 441A011493 号），认为：邦泽创科于 2024 年 12 月 31 日按照《企业内部控制基本规范》的相关规定在所有重大方面保持了有效的财务报告内部控制。

四、 违法违规情况

公司严格按照《公司法》等相关法律、法规及《公司章程》的规定规范运作、依法经营，报告期内不存在重大违法违规行为，也未受到相关主管机关的重大行政处罚。

报告期内，公司及其子公司受到的行政处罚情况如下：

时间	处罚部门	处罚对象	事由	处罚形式	金额
2022年8月12日	越南海防海关局	越南邦泽	2020年度汇算清缴报告编制与账簿、会计凭证、报关单不一致；2021年度决算报告编制与会计账簿、单据、报关单不一致	罚款	630.00万越南盾(约合人民币0.18万元)
2022年11月9日	越南海阳省税务厅	越南邦泽	申报税基错误，导致少申报应缴纳的个人和企业所得税数额	罚款	5,330.34万越南盾(约合人民币1.57万元)
2023年8月7日	越南海阳省劳动、伤残军人与社会保障厅	越南邦泽	员工超出规定加班时间	罚款	3,000.00万越南盾(约合人民币0.90万元)
2023年12月18日	中华人民共和国东兴海关	邦泽创科	进口未报检商品	罚款	1.49万元
2024年4月12日	越南海阳省锦江县人民委员会	越南创科	越南创科在海阳省锦江县莱格镇莱格工业区实施投资项目过程中，存在违反施工秩序的行政行为：组织施工未取得建设许可证的工程和工程项目	罚款	26,000.00万越南盾(约合人民币7.57万元)，并采取补救措施以完成施工许可证的申请

1. 越南邦泽2020年度汇算清缴报告编制与账簿、会计凭证、报关单不一致；2021年度决算报告编制与会计账簿、单据、报关单不一致。越南邦泽已缴纳该项罚款，根据维益律师事务所出具的法律意见书，“该行政违法行为依据越南法律规定不属于重大违法违规，不影响企业正常的生产经营活动以及企业正在享受的投资优惠。”

2. 越南邦泽的处罚系越南邦泽申报税基错误，导致缺少第125号议定第16条第1款a点规定的个人和企业所得税数额。越南邦泽已缴纳该项罚款，根据维益律师事务所出具的法律意见书，“海阳省税务厅2022年11月9日第10669/QĐ-CTHDU号《关于处罚税务行政违法行为的决定》中记录的行政违法行为不属于严重违法行为，不影响企业正常的生产经营活动以及企业正在享受的投资优惠。”

3. 越南邦泽动员员工超出规定时间加班被处以行政处罚。越南邦泽已经完成了整改措施。根据维益律师事务所出具的法律意见书，“该行政处罚按照越南法律规定不属于重大违法违规行为，不影响越南邦泽后续建设及生产经营活动。”

4. 邦泽创科向东兴海关申报进口货物时存在未报检货物，应报检未报检货物总价值为 148,593.36 元，东兴海关根据《中华人民共和国进出口商品检验法实施条例》第四十五条第一款的规定，对邦泽创科处罚款 14,859.34 元。

《中华人民共和国进出口商品检验法实施条例》第四十五条第一款规定“进出口商品的收货人、发货人、代理报检企业或者出入境快件运营企业、报检人员不如实提供进出口商品的真实情况，取得出入境检验检疫机构的有关证单，或者对法定检验的进出口商品不予报检，逃避进出口商品检验的，由出入境检验检疫机构没收违法所得，并处商品货值金额 5%以上 20%以下罚款。”

本次行政处罚事项中的货物价值 148,593.36 元、对邦泽创科罚款金额为 14,859.34 元，占商品货值的 10%，不属于上述法定罚款金额的较高级别，且实际处罚金额较小。《行政处罚决定书》亦载明，因邦泽创科未实际发生进口行为，暂未产生违法所得。

根据《中华人民共和国海关行政处罚实施条例》第五十三条规定，有下列情形之一的，应当从重处罚：（一）因走私被判处刑罚或者被海关行政处罚后在 2 年内又实施走私行为的；（二）因违反海关监管规定被海关行政处罚后在 1 年内又实施同一违反海关监管规定的行为的；（三）有其他依法应当从重处罚的情形的。

据此，邦泽创科前述行为不属于应当从重处罚的情形，相关处罚决定书亦未认定该行为属于情节严重。经查询中国海关企业进出口信用信息公示平台，邦泽创科无信用信息异常情况。

5. 越南创科在海阳省锦江县莱格镇莱格工业区内实施项目期间，被海阳省锦江县人民委员会就其未取得建设许可证组织施工 1 号和 2 号工厂的行为作出处罚决定。越南创科完成了整改措施，已根据海阳省工业区管理局于 2024 年 4 月 16 日发出的第 07/2024/KCN-GPXD 号建筑许可证申请获得了施工许可证。根据维益律师事务所出具的法律意见书，“该行政处罚按照越南法律规定不属于重大违法违规行为，不影响越南邦泽创科有限公司后续建设及生产经营活动。”

公司上述违法违规行为不涉及贪污、贿赂、侵占财产、挪用财产或者破坏社会主义市场经济秩序的刑事犯罪，亦不涉及欺诈发行、重大信息披露违法或者其他涉及国家安全、公共安全、生态安全、生产安全、公众健康安全等领域的重大违法行为，均不属于《注册办法》第十一条规定的重大违法违规行为。

因此，公司上述行政处罚不构成重大违法违规行为，不会对本次发行上市造成实质障

碍。

五、 资金占用及资产转移等情况

公司已建立了《关联交易管理制度》《对外担保管理制度》等内控制度，明确规定了关联交易及对外担保等事项的审批权限和审议程序。报告期内，公司不存在资金被控股股东、实际控制人及其控制的其他企业以借款、代偿债务、代垫款项或者其他方式占用的情况，也不存在为控股股东、实际控制人及其控制的其他企业担保的情况。

六、 同业竞争情况

（一）是否存在同业竞争情况的说明

截至本招股说明书签署日，公司实际控制人陈赤、张勇、徐宁不存在控制的其他企业，陈赤、张勇、徐宁亲属全资或控股的企业不存在与公司主营业务相同或者相似的情形，不存在同业竞争的情况。

（二）关于避免同业竞争的承诺

为避免今后与公司可能出现同业竞争，更好地维护中小股东的利益、保证公司的长期稳定发展，公司的实际控制人陈赤、张勇、徐宁出具了《避免同业竞争的承诺函》，具体内容参见本招股说明书“第四节 发行人基本情况”之“九、重要承诺”之“（一）与本次公开发行有关的承诺情况”。

七、 关联方、关联关系和关联交易情况

（一）关联方、关联关系和关联交易情况

根据《公司法》《企业会计准则》及中国证监会相关规定，公司的主要关联方及关联关系具体情况如下：

1. 控股股东、实际控制人及其一致行动人

序号	关联方	关联关系	直接持股比例	间接持股比例
1	陈赤	控股股东、实际控制人、董事	34.26%	-
2	张勇	实际控制人、副董事长	22.96%	-
3	徐宁	实际控制人、董事长	14.24%	1.37%

上述股东间接持股系通过东莞泽凯、东莞泽宇 2 个持股平台间接持有公司股份。

2. 公司控股股东、实际控制人控制或施加重大影响的除公司及其子公司外的其他公

司或组织

截至本招股说明书签署日，公司实际控制人陈赤、张勇、徐宁不存在控制或施加重大影响的除公司及其子公司外的其他公司或组织的其他企业。

3. 直接或间接持有公司 5%以上股份的其他股东

截至本招股说明书签署日，直接或间接持有公司 5%以上股份的其他股东为东莞泽凯、吴志坤和尹治春。

4. 公司的子公司及参股公司

公司的子公司及参股公司具体详见本招股说明书“第四节发行人基本情况”之“七、发行人的分公司、控股子公司、参股公司情况”。

5. 公司的董事、监事、高级管理人员

公司董事、监事、高级管理人员的基本情况详见本招股说明书“第四节 发行人基本情况”之“八、董事、监事、高级管理人员情况”。

6. 前述关联自然人关系密切的家庭成员

公司控股股东、实际控制人、其他直接或间接持有公司 5%以上股份的自然人、公司的董事、监事、高级管理人员关系密切的家庭成员（包括配偶、父母、年满 18 周岁的子女及其配偶、兄弟姐妹及其配偶，配偶的父母、兄弟姐妹，子女配偶的父母）均为公司的关联自然人。

7. 关联自然人直接或者间接控制的及施加重大影响的，或者担任董事、高级管理人员的除发行人及其控股子公司以外的法人或其他组织

序号	名称	与公司关系
1	深圳市霞客商务有限公司	独立董事张用增持有 60.00%股权并担任执行董事、法定代表人，张用增配偶刘凡持有 40.00%股权并担任总经理，张用增父亲张其明担任其监事的企业
2	德润财税管理（深圳）有限公司	独立董事张用增持有 95.00%股权并担任执行董事、总经理、法定代表人的企业
3	深圳市中天宝投资发展有限公司	独立董事张用增持有 100.00%股权并担任执行董事、法定代表人，张用增配偶刘凡担任总经理的企业
4	深圳市创孵企业咨询服务有限公司	独立董事张用增配偶刘凡持有 36.00%股权并担任执行董事，法定代表人的企业
5	凉城县松乐文体用品店	独立董事张用增妹妹张用景配偶夏学伟担任经营者的个体工商户
6	上海恒厚建筑设计中心	独立董事张用增配偶刘凡兄弟刘守都控制的单位，已于 2025 年 4 月 1 日注销
7	东莞泽宇	董事会秘书兼副总经理刘文涛任执行事务合伙人，持有 51.00%的合伙份额，实际控制人徐宁持有 5.80%的合伙份额
8	深圳启正	实际控制人、董事长徐宁妹妹徐萍配偶黄华峰持有 90.00%股权并担任执行董事、法定代表人；徐宁妹妹徐萍

		持有 10.00%股权并担任监事的企业
9	清远市清城区艳华服装店顺盈店	控股股东、实际控制人、董事陈赤弟弟配偶陈艳华担任经营者的个体工商户
10	东莞市铭通自动化设备有限公司	总经理尹治春配偶徐小平持有 30.00%股权并担任执行董事、经理，总经理尹治春配偶徐小平妹妹徐小志持有 70.00%股权并担任监事的企业
11	东莞市凤熙源商务酒店有限公司	总经理尹治春配偶徐小平持有 30.00%股权，总经理尹治春配偶徐小平弟弟徐建高持有 40.00%股权并担任监事的企业
12	东莞市益客酒店管理有限公司	总经理尹治春配偶徐小平持有 50.00%股权并担任监事的企业
13	东莞市滨涛酒店管理有限公司	总经理尹治春配偶徐小平的弟弟徐建高持有 60.00%股权的企业
14	武汉格蓝若智能技术股份有限公司	独立董事石军伟担任独立董事的企业
15	东莞脑力	实际控制人、副董事长张勇曾经持有 30.00%股权并担任监事、其妻子曹萍曾持有 50.00%股权并担任监事的企业，张勇、曹萍夫妇于 2017 年 12 月将股权全部转出，且卸任监事；张勇女儿张亚欢曾任财务负责人，已于 2024 年 1 月 2 日卸任

注：基于谨慎性原则，报告期内存在关联交易的东莞脑力认定为公司的关联方。

8. 其他关联方

其他关联方包括报告期内曾经的关联方，以及公司根据《企业会计准则》《上市公司信息披露管理办法》《北京证券交易所股票上市规则（试行）》《上市规则》的相关规定，出于谨慎性考虑认定的关联方，具体情况如下：

（1）曾经的关联自然人

报告期内，曾在公司任职的董事、监事、高级管理人员如下：

关联方名称	与公司关联关系	任期
谭有超	原独立董事	2020.12.31-2022.11.06

上述报告期内曾在公司担任独立董事的谭有超及其关系密切的家庭成员均为公司报告期内的关联自然人。

（2）报告期内曾经的关联法人或其他组织

序号	名称	与公司关系
1	美的投资	公司曾持股 5%以上的机构股东，已于 2023 年 4 月退出
2	新加坡惠泽	二级子公司，已于 2022 年 8 月 8 日注销
3	新加坡帮鲜生	二级子公司，已于 2022 年 8 月 8 日注销
4	美国科技	二级子公司，已于 2023 年 3 月 6 日注销
5	香港泓逸	二级子公司，已于 2023 年 12 月 15 日注销
6	香港中土	一级子公司，已于 2023 年 12 月 15 日注销
7	香港睿泽	二级子公司，已于 2024 年 1 月 19 日注销
8	广东丽泽	公司副总经理、董事会秘书刘文涛曾担任监事且公司曾持股 5.00%的参股公司；公司已于 2024 年 6 月 20 日转让

		所持有的全部广东丽泽股权，刘文涛已于 2024 年 9 月 6 日卸任；已于 2025 年 5 月 21 日注销
9	广州纬宁贸易有限公司	控股股东、实际控制人、董事陈赤弟弟李霁持有 90.00% 股权并担任执行董事兼总经理；陈赤弟弟的配偶陈艳华持有 10.00% 股权并担任监事的企业，已于 2023 年 7 月 6 日注销
10	清远市思创制衣有限公司	陈赤弟弟李霁的配偶陈艳华持 60.00% 股权并担任监事的企业，已于 2021 年 12 月 23 日被吊销营业执照
11	清远市清城区艳华服装店	控股股东、实际控制人、董事陈赤弟弟李霁担任经营者的个体工商户，已于 2022 年 12 月 15 日注销
12	河源市源城区纬宁服装店	控股股东、实际控制人、董事陈赤弟弟李霁担任经营者的个体工商户，已于 2022 年 4 月 13 日注销
13	惠州市惠城区纬宁服装店	控股股东、实际控制人、董事陈赤弟弟李霁担任经营者的个体工商户，已于 2022 年 12 月 12 日注销
14	清远市清城区纬宁服装店	陈赤弟弟李霁担任经营者的个体工商户，已于 2021 年 12 月 20 日注销
15	南通市栋梁机电有限公司	实际控制人、副董事长张勇的配偶曹萍持有 51.00% 股权的企业，已于 2023 年 3 月 24 日注销
16	东莞市华南酒店管理有限公司	总经理尹治春配偶徐小平的弟弟徐建高持有 50% 股权，并曾任监事的企业，已于 2021 年 12 月 30 日注销
17	湖北优尼科光电技术股份有限公司	独立董事石军伟曾经担任独立董事的企业，已于 2023 年 3 月 24 日卸任
18	美智光电科技股份有限公司	报告期内离职独立董事谭有超任董事的企业，已于 2024 年 5 月 14 日卸任
19	广州天极电子科技股份有限公司	报告期内离职独立董事谭有超任董事的企业，已于 2023 年 12 月 25 日卸任
20	新宝股份	报告期内离职独立董事谭有超担任独立董事的企业
21	滁州东菱电器	新宝股份全资子公司，报告期内与公司存在交易
22	广东东菱智慧	新宝股份全资子公司，报告期内与公司存在交易
23	科顺防水科技股份有限公司	报告期内离职独立董事谭有超担任独立董事的企业
24	济南依云电子商务有限公司	报告期内离职独立董事谭有超弟弟谭有越持有 100.00% 股权并担任执行董事兼总经理的企业
25	济南臻优供应链管理服务有限公司	报告期内离职独立董事谭有超弟弟谭有越持有 90.00% 股权并担任执行董事兼总经理的企业
26	济南亿惠商贸有限公司	报告期内离职独立董事谭有超弟弟谭有越持有 90.00% 股权并担任执行董事兼总经理的企业

注：基于谨慎性原则及实质重于形式的原则，公司将报告期内与公司发生交易的新宝股份的全资子公司滁州东菱电器和广东东菱智慧列为关联方。

（二）关联交易与关联方往来余额

1. 经常性关联交易

（1）采购商品及接受劳务

关联方名称	关联交易内容	2024 年度		2023 年度		2022 年度	
		金额（万元）	占同类交易金额比例	金额（万元）	占同类交易金额比例	金额（万元）	占同类交易金额比例

新宝股份	采购商品	-	-	-	-	94.93	0.12%
滁州东菱电器	采购商品	-	-	-	-	19.02	0.02%
广东东菱智慧	采购商品	-	-	-	-	121.65	0.16%
东莞脑力	采购商品	312.77	0.35%	199.66	0.28%	253.70	0.33%
东莞脑力	加工服务	266.71	0.30%	283.28	0.40%	297.70	0.39%
合计		579.48	-	482.95	-	787.00	-
营业成本(万元)		90,400.09		70,749.57		76,210.97	
合计占公司营业成本比例		0.64%		0.68%		1.02%	

注：占同类交易金额比例为当期向关联方不含税采购金额占当期主营业务成本的占比。

报告期内，公司存在两类关联采购：①2020年-2021年期间公司为快速抢占跨境电商市场和保证产品质量，因此向厨房小家电行业内的优秀企业广东新宝电器股份有限公司及其控股子公司下达了部分厨房小家电产品的外协生产订单，其中少量尾货产品在2022年进行交付；②为降低生产成本，公司通过外协生产和委外加工的模式向公司关联方东莞脑力采购注塑、五金零部件等加工环节技术含量较低的原材料。

公司综合考虑关联方的加工能力、工艺水平及质量等因素，经过比价确定外协厂商和委外加工方，考虑其产品的物料成本、目标市场价格、毛利率水平等因协商核定最终的外协加工费用和委外加工费用标准，关联交易定价公允。

(2) 销售商品及提供劳务

关联方名称	关联交易内容	2024年度		2023年度		2022年度	
		金额(万元)	占同类交易金额比例	金额(万元)	占同类交易金额比例	金额(万元)	占同类交易金额比例
广州赛邦	商品销售	227.83	0.15%	452.58	0.39%	535.27	0.50%
广州赛邦	物流仓储服务	-	-	10.31	1.23%	12.90	6.86%
广州赛邦	品牌授权使用费	5.15	0.59%	29.48	3.53%	-	-
合计		232.98	-	492.37	-	548.17	-
营业收入(万元)		150,979.98		116,813.86		107,092.73	
合计占公司营业收入比例		0.15%		0.42%		0.51%	

注：商品销售占同类交易金额比例对广州赛邦的销售额占主营业务收入比例；仓储管理服务占同类交易金额比例为公司为广州赛邦提供仓储服务收入占其他业务收入的比例。

报告期内，公司向关联方广州赛邦销售商品主要为自主品牌“盆景”的碎纸机。由于广州赛邦拥有成熟的办公产品国内销售运营渠道，公司国内线下销售渠道有限，因此公司与广州赛邦达成合作，将其“盆景”品牌的碎纸机销售给广州赛邦，拓展其销售渠道。报告期内，公司向广州赛邦销售碎纸机的定价基于自身制造成本、产品终端市场价格进行协商。由于公司对订单的订购数量有最低要求，因此广州赛邦向公司采购碎纸机时需要大批量采购。为节约物流费用，广州赛邦使用公司的仓储服务，待其向下级客户销售时，直接从公司仓库发货。仓储服务费参照第三方市场价格定价，关联交易定价公允。报告期内，公司将“盆景”品牌授权给广州赛邦在中国大陆市场（不包括港澳台地区）独家使用，并按照协议约定以广州赛邦实现销售额的一定比例收取品牌授权费用，品牌授权费用参照第三方市场价格定价，关联交易定价公允。

（3）关联方租赁

报告期内，公司存在关联租赁情形如下：

单位：万元

出租方	关联交易内容	2024 年度	2023 年度	2022 年度
深圳启正	租办公用车费	6.00	6.00	6.00
合计	-	6.00	6.00	6.00

注：上述金额为含税金额。

上述关联交易发生主要系公司因业务对接需往返于东莞深圳两地，且鉴于深圳当地的限行政策，公司不具有登记深圳牌车辆资格，为便于出差及在深圳展业，公司向深圳启正以市场价格租赁一辆深圳牌商务车，具有公允性和必要性。

（4）关联担保

报告期内，公司存在关联担保情形如下：

序号	担保方	担保对象	担保金额 (万元)	担保期间	担保类型	责任类型	是否履行必要决策程序
1	陈赤、张勇、徐宁、曹萍	邦泽创科	2,000.00	2017.05.12-2029.05.11	保证	连带	是
2	张勇、曹萍、徐宁、陈赤	邦泽创科	5,000.00	2019.03.22-2031.03.22	保证	连带	是
3	陈赤、张勇、徐宁、曹萍	邦泽创科	7,200.00	2020.01.01-2027.12.31	保证	连带	是
4	陈赤、徐宁、张勇	邦泽创科	2,955.00	2021.7.19-2030.7.18	保证	连带	是
5	陈赤、张勇、徐宁、曹萍	邦泽创科	1,200.00	2021.09.01-2022.08.30	保证	连带	是
6	徐宁、陈赤、	邦泽	10,000.00	2021.09.16-	保证	连带	是

	张勇	创科		2025.09.16			
7	邦泽创科	香港惠尔尚	1,100.00	2021.12.03-终止日	保证	连带	是
8	张勇、曹萍、徐宁、陈赤	邦泽创科	1,815.00	2021.12.03-终止日	保证	连带	是
9	徐宁、陈赤、张勇	邦泽创科	6,000.00	2022.10.25-2026.10.14	保证	连带	是
10	陈赤、张勇、徐宁	邦泽创科	3,000.00	2022.11.16-2027.11.15	保证	连带	是
11	东莞新通泽	邦泽创科	2,000.00	2022.11.10-2026.11.10	保证	连带	是
12	徐宁、陈赤	邦泽创科	2,000.00	2022.11.10-2026.11.10	保证	连带	是
13	徐宁、陈赤	邦泽创科	5,000.00	2022.11.18-2026.11.17	保证	连带	是
14	徐宁、陈赤、张勇、曹萍	邦泽创科	6,000.00	2023.02.16-2024.09.23	保证	连带	是
15	徐宁、陈赤、张勇	邦泽创科	6,000.00	2024.09.24-2046.12.31	保证	连带	是
16	陈赤、徐宁、张勇	邦泽创科	770.00 万美元或等值人民币	2023.04.01-2031.03.031	保证	连带	是
17	香港惠尔尚	邦泽创科	500.00 万美元或等值人民币	2023.03.07-长期	保证	连带	是
18	东莞新通泽	邦泽创科	3,000.00	2023.12.18-2027.12.17	保证	连带	是
19	陈赤、徐宁、张勇	邦泽创科	3,000.00	2023.12.18-2027.12.17	保证	连带	是
20	邦泽创科	香港惠尔尚	220.00 万美元或等值人民币	2024.01.05-2032.01.04	保证	连带	是
21	张勇、陈赤、徐宁	邦泽创科	6,000.00	2024.01.30-2028.01.30	保证	连带	是
22	陈赤、徐宁	邦泽创科	5,000.00	2024.06.19-2028.06.18	保证	连带	是
23	邦泽创科	东莞新通泽	1,000.00	2024.8.23-2028.8.22	保证	连带	是

注：上述第 7、8 项的终止日以下日期孰早：①银行收到保证人的终止通知后满一（1）个日历月之日；②银行据本保证书向保证人索偿日或银行不时自行确定的其它日期。

2. 偶发性关联交易

(1) 销售商品及提供劳务

关联方名称	关联交易	2024 年度		2023 年度		2022 年度	
		金额	占同类	金额	占同类	金额	占同类交

	内容	(万元)	交易金额比例	(万元)	交易金额比例	(万元)	易金额比例
参与公司促销活动的自然人	商品销售	-	-	-	-	0.81	0.00%
合计		-	-	-	-	0.81	0.00%
营业收入(万元)		150,979.98		116,813.86		107,092.73	
合计占公司营业收入比例		-		-		0.00%	

注1: 占同类交易金额比例为当期向关联方不含税销售金额占当期主营业务收入的比例。

注2: 参与公司促销活动的关联自然人包括陈赤、张勇、赵丽芳、刘文涛、尹治春、张冠欣(实际控制人、副董事长张勇之儿子)、王勇(持股5%以上股东吴志坤之配偶)。

2022年度,因存在部分库存商品需要清理,公司通过微信小程序“邦泽乐购+”开展折扣促销活动,公司部分关联自然人参与该促销活动。前述促销活动系公司根据自身库存清理需求开展的偶发性销售活动,价格系在公司商品原始价格基础上给予合理折扣,具有必要性和公允性。

(2) 资金拆借

报告期内,公司存在关联方资金拆借情形如下:

单位:万元

关联方	拆借方向	拆借金额	起始日	到期日	说明
陈赤	拆入	50.00	2022年7月27日	2022年7月28日	经营周转已结清
陈赤	拆入	60.00	2022年8月30日	2022年8月30日	经营周转已结清
合计	-	110.00	-	-	-

报告期内,由于日常经营周转需要,公司向关联方陈赤进行资金拆入。截至报告期末,由关联方拆入的资金已清理完毕。

除上述情况外,报告期内,公司未发生其他与关联方之间的资金拆借的情况。

(3) 关联方代收货款

单位:万元

关联方名称	款项性质	2024年度	2023年度	2022年度
张冠欣	代收客户货款	-	0.08	3.05

2022年和2023年,公司通过张冠欣代收客户货款金额分别为3.05万元和0.08万元。该交易发生原因系部分销售单笔款项金额较小,客户出于结算便利性考虑向公司员工支付,张冠欣收款后从个人账户将所收款项转入公司账户。

3. 支付关键管理人员薪酬

报告期内,公司支付关键人员的薪酬情况具体参见本招股说明书“第四节 发行人基

本情况”之“八、董事、监事、高级管理人员情况”之“(四)其他披露事项”之“3. 董事、监事、高级管理人员的薪酬情况”。

4. 关联方往来款余额

(1) 关联方应收款余额

单位：万元

项目名称	关联方	2024.12.31		2023.12.31		2022.12.31	
		账面余额	坏账准备	账面余额	坏账准备	账面余额	坏账准备
应收账款	广州赛邦	29.85	0.13	52.66	0.24	167.67	1.15
其他应收款	广州赛邦	-	-	-	-	14.06	0.08
预付账款	新宝股份	-	-	-	-	8.92	-
合计		29.85	0.13	52.66	0.24	190.65	1.23

(2) 关联方应付款余额

单位：万元

项目名称	关联方	2024.12.31	2023.12.31	2022.12.31
应付账款	新宝股份	-	-	24.37
应付账款	东莞脑力	276.04	189.97	128.90
应付票据	东莞脑力	-	-	31.42
合计	-	276.04	189.97	184.69

(三) 关联交易决策程序的执行情况

报告期内，公司按照《公司章程》《股东大会议事规则》《董事会议事规则》《关联交易管理制度》等内部管理制度相关规定，严格履行关联交易相关决策和审议程序，切实保护公司及非关联股东的利益。

(四) 独立董事对关联交易的意见

公司独立董事就报告期内发生的关联交易发表了独立意见，认为：公司 2022 年、2023 年和 2024 年的关联交易符合有关法律、法规及《公司章程》的规定，是公司正常生产经营需要，交易双方以平等互利、相互协商为合作基础，通过公允、合理价格进行交易实现彼此资源互补、降低交易成本，符合公司及全体股东的利益要求，不存在损害公司及公司股东特别是中小股东权益的情形。

(五) 规范和减少关联交易的措施

公司将严格按照《公司法》《公司章程》《关联交易管理制度》以及《独立董事工作制度》等规定，认真履行关联交易决策程序，确保交易的公允，并对关联交易予以及时充分披露。为规范公司的关联交易，公司控股股东、实际控制人及其一致行动人、持有公司 5% 以上股份的股东以及全体董事、监事、高级管理人员均已分别出具《关于减少及规范关联

交易的承诺函》，具体情况详见本招股说明书“第四节发行人基本情况”之“九、重要承诺”。

八、 其他事项

无。

第七节 财务会计信息

一、 发行人最近三年的财务报表

(一) 合并资产负债表

单位：元

项目	2024年12月 31日	2023年12月 31日	2022年12月 31日
流动资产：			
货币资金	162,272,242.52	97,332,186.77	97,123,110.43
结算备付金	-	-	-
拆出资金	-	-	-
交易性金融资产	2,694,414.00	3,679,712.00	4,475,642.83
衍生金融资产	-	-	-
应收票据	-	194,204.94	297,960.00
应收账款	172,521,785.90	129,836,371.84	49,107,157.54
应收款项融资	-	-	-
预付款项	4,448,084.86	2,459,261.60	2,074,531.44
应收保费	-	-	-
应收分保账款	-	-	-
应收分保合同准备金	-	-	-
其他应收款	20,322,781.75	18,812,763.00	14,687,307.31
其中：应收利息	-	-	-
应收股利	-	-	-
买入返售金融资产	-	-	-
存货	251,857,488.43	180,876,682.17	146,403,823.70
合同资产	-	-	-
持有待售资产	-	-	-
一年内到期的非流动资产	-	-	-
其他流动资产	10,058,526.26	15,135,847.87	17,181,479.97
流动资产合计	624,175,323.72	448,327,030.19	331,351,013.22
非流动资产：			
发放贷款及垫款	-	-	-
债权投资	-	-	-
其他债权投资	-	-	-
长期应收款	-	-	-
长期股权投资	1,160,590.85	1,078,190.90	949,350.86
其他权益工具投资	-	47,150.40	500,000.00
其他非流动金融资产	-	-	-
投资性房地产	3,475,225.55	-	-
固定资产	139,233,274.01	67,037,477.83	68,315,379.09
在建工程	11,044,156.79	249,048.44	167,949.82

生产性生物资产	-	-	-
油气资产	-	-	-
使用权资产	77,023,223.56	63,447,929.01	73,819,290.99
无形资产	26,668,695.36	27,881,056.85	2,692,950.52
开发支出	-	-	-
商誉	-	-	-
长期待摊费用	942,456.57	2,099,921.34	4,475,782.66
递延所得税资产	12,541,539.87	11,478,473.96	15,700,087.62
其他非流动资产	1,116,505.53	1,441,690.94	611,954.72
非流动资产合计	273,205,668.09	174,760,939.67	167,232,746.28
资产总计	897,380,991.81	623,087,969.86	498,583,759.50
流动负债：			
短期借款	61,793,810.44	71,279,926.87	41,867,770.20
向中央银行借款	-	-	-
拆入资金	-	-	-
交易性金融负债	-	611,601.47	55,466,015.38
衍生金融负债	-	-	-
应付票据	8,757,024.77	12,376,459.37	5,985,442.37
应付账款	215,273,864.39	149,952,223.28	111,521,696.49
预收款项	-	-	-
合同负债	3,955,946.10	5,414,199.95	6,341,162.69
卖出回购金融资产款	-	-	-
吸收存款及同业存放	-	-	-
代理买卖证券款	-	-	-
代理承销证券款	-	-	-
应付职工薪酬	29,098,063.13	20,209,210.08	15,368,008.05
应交税费	21,734,587.96	13,261,822.01	6,862,162.76
其他应付款	37,216,807.49	20,800,438.50	20,160,408.34
其中：应付利息	-	-	-
应付股利	-	-	-
应付手续费及佣金	-	-	-
应付分保账款	-	-	-
持有待售负债	-	-	-
一年内到期的非流动负债	7,087,164.32	7,427,850.53	8,218,047.12
其他流动负债	13,352.19	37,913.92	365,456.79
流动负债合计	384,930,620.79	301,371,645.98	272,156,170.19
非流动负债：			
保险合同准备金	-	-	-
长期借款	-	-	-
应付债券	-	-	-
其中：优先股	-	-	-
永续债	-	-	-
租赁负债	76,620,980.71	62,583,079.14	70,959,774.23

长期应付款	-	-	-
长期应付职工薪酬	-	-	-
预计负债	6,297,841.81	6,350,763.85	6,173,100.95
递延收益	-	-	-
递延所得税负债	284,440.04	722,068.49	740,257.78
其他非流动负债	-	-	-
非流动负债合计	83,203,262.56	69,655,911.48	77,873,132.96
负债合计	468,133,883.35	371,027,557.46	350,029,303.15
所有者权益（或股东权益）：			
股本	52,678,571.00	50,000,000.00	54,415,385.00
其他权益工具	-	-	-
其中：优先股	-	-	-
永续债	-	-	-
资本公积	103,641,617.57	62,236,359.09	127,905,617.55
减：库存股	-	-	70,663,776.41
其他综合收益	-	-620,765.31	4,074,858.90
专项储备	-	-	-
盈余公积	15,756,502.48	7,221,324.43	4,403,165.78
一般风险准备	-	-	-
未分配利润	257,170,417.41	133,223,494.19	28,419,205.53
归属于母公司所有者权益合计	429,247,108.46	252,060,412.40	148,554,456.35
少数股东权益	-	-	-
所有者权益合计	429,247,108.46	252,060,412.40	148,554,456.35
负债和所有者权益总计	897,380,991.81	623,087,969.86	498,583,759.50

法定代表人：徐宁

主管会计工作负责人：段军辉

会计机构负责人：邓艳荷

（二） 母公司资产负债表

√适用□不适用

单位：元

项目	2024年12月 31日	2023年12月 31日	2022年12月 31日
流动资产：			
货币资金	62,821,334.54	40,022,488.30	63,205,207.67
交易性金融资产	2,694,414.00	3,679,712.00	4,475,642.83
衍生金融资产	-	-	-
应收票据	-	194,204.94	297,960.00
应收账款	212,358,559.98	150,516,354.57	117,211,956.17
应收款项融资	-	-	-
预付款项	706,939.90	160,568.27	310,409.58
其他应收款	183,498,573.27	123,476,729.77	92,947,612.26
其中：应收利息	-	-	-
应收股利	-	-	-

买入返售金融资产	-	-	-
存货	37,189,635.42	40,953,866.07	44,275,685.98
合同资产	-	-	-
持有待售资产	-	-	-
一年内到期的非流动资产	-	-	-
其他流动资产	-	1,389,510.53	203,242.14
流动资产合计	499,269,457.11	360,393,434.45	322,927,716.63
非流动资产：			
债权投资	-	-	-
其他债权投资	-	-	-
长期应收款	-	-	-
长期股权投资	16,978,826.90	16,874,779.19	16,811,704.40
其他权益工具投资	-	47,150.40	500,000.00
其他非流动金融资产	-	-	-
投资性房地产	3,475,225.55	-	-
固定资产	35,844,326.58	36,132,940.58	43,062,919.37
在建工程	-	-	-
生产性生物资产	-	-	-
油气资产	-	-	-
使用权资产	48,006,436.10	51,673,334.45	55,356,505.85
无形资产	2,012,899.68	2,478,115.85	2,692,950.52
开发支出	-	-	-
商誉	-	-	-
长期待摊费用	381,549.75	1,186,419.70	3,700,781.39
递延所得税资产	1,583,867.25	5,376,747.66	7,055,373.85
其他非流动资产	860,411.99	989,986.57	81,100.65
非流动资产合计	109,143,543.80	114,759,474.40	129,261,336.03
资产总计	608,413,000.91	475,152,908.85	452,189,052.66
流动负债：			
短期借款	39,710,606.14	61,239,418.98	41,867,770.20
交易性金融负债	-	611,601.47	55,065,231.45
衍生金融负债	-	-	-
应付票据	31,890,001.09	22,416,812.28	5,985,442.37
应付账款	135,595,401.63	95,008,894.09	84,090,947.49
预收款项	-	-	-
卖出回购金融资产款	-	-	-
应付职工薪酬	20,327,324.48	15,002,769.00	13,169,333.25
应交税费	6,043,031.55	4,129,273.12	5,301,470.32
其他应付款	7,641,430.45	12,928,073.97	9,147,916.26
其中：应付利息	-	-	-
应付股利	-	-	-
合同负债	4,814,458.68	13,273,718.13	7,304,494.13
持有待售负债	-	-	-

一年内到期的非流动负债	3,135,403.09	2,742,064.03	2,636,383.20
其他流动负债	8,762.73	30,388.26	359,701.71
流动负债合计	249,166,419.84	227,383,013.33	224,928,690.38
非流动负债：			
长期借款	-	-	-
应付债券	-	-	-
其中：优先股	-	-	-
永续债	-	-	-
租赁负债	50,176,977.64	52,869,342.65	56,005,931.41
长期应付款	-	-	-
长期应付职工薪酬	-	-	-
预计负债	2,259,762.00	2,259,762.00	2,259,762.00
递延收益	-	-	-
递延所得税负债	284,440.04	722,068.49	740,257.78
其他非流动负债	-	-	-
非流动负债合计	52,721,179.68	55,851,173.14	59,005,951.19
负债合计	301,887,599.52	283,234,186.47	283,934,641.57
所有者权益：			
股本	52,678,571.00	50,000,000.00	54,415,385.00
其他权益工具	-	-	-
其中：优先股	-	-	-
永续债	-	-	-
资本公积	106,225,173.51	64,819,915.03	130,489,173.49
减：库存股	-	-	70,663,776.41
其他综合收益	-	-620,765.31	4,475,642.83
专项储备	-	-	-
盈余公积	15,756,502.48	7,221,324.43	4,403,165.78
一般风险准备	-	-	-
未分配利润	131,865,154.40	70,498,248.23	45,134,820.40
所有者权益合计	306,525,401.39	191,918,722.38	168,254,411.09
负债和所有者权益合计	608,413,000.91	475,152,908.85	452,189,052.66

法定代表人：徐宁

主管会计工作负责人：段军辉

会计机构负责人：邓艳荷

（三）合并利润表

单位：元

项目	2024 年度	2023 年度	2022 年度
一、营业总收入	1,509,799,840.24	1,168,138,581.97	1,070,927,305.85
其中：营业收入	1,509,799,840.24	1,168,138,581.97	1,070,927,305.85
利息收入	-	-	-
已赚保费	-	-	-
手续费及佣金收入	-	-	-
二、营业总成本	1,325,695,162.14	1,039,077,705.53	1,058,989,033.96
其中：营业成本	904,000,888.62	707,495,669.39	762,109,710.37

利息支出	-	-	-
手续费及佣金支出	-	-	-
退保金	-	-	-
赔付支出净额	-	-	-
提取保险责任准备金净额	-	-	-
保单红利支出	-	-	-
分保费用	-	-	-
税金及附加	3,055,555.80	4,169,909.28	2,508,729.49
销售费用	295,299,512.16	222,464,650.69	183,573,979.11
管理费用	90,366,094.35	61,398,809.30	67,740,271.73
研发费用	37,888,552.68	27,134,692.91	23,053,881.31
财务费用	-4,915,441.47	16,413,973.96	20,002,461.95
其中：利息费用	6,579,895.84	6,389,344.84	11,200,002.47
利息收入	3,380,862.50	2,432,427.40	763,128.21
加：其他收益	2,175,078.27	991,742.64	3,066,150.03
投资收益（损失以“-”号填列）	-9,868,040.74	-2,293,987.69	199,350.86
其中：对联营企业和合营企业的投资收益	82,399.95	128,840.04	199,350.86
以摊余成本计量的金融资产终止确认收益（损失以“-”号填列）	-	-	-
汇兑收益（损失以“-”号填列）	-	-	-
净敞口套期收益（损失以“-”号填列）	-	-	-
公允价值变动收益（损失以“-”号填列）	-1,563,300.00	-62,196.20	-3,265,565.39
信用减值损失（损失以“-”号填列）	24,258.05	639,571.66	-1,078,683.35
资产减值损失（损失以“-”号填列）	-7,061,637.85	-6,698,649.34	-4,585,793.70
资产处置收益（损失以“-”号填列）	1,237,186.74	32,038.46	2,949,858.55
三、营业利润（亏损以“-”号填列）	169,048,222.57	121,669,395.97	9,223,588.89
加：营业外收入	776,176.24	154,067.92	225,756.96
减：营业外支出	1,430,398.51	2,400,960.62	3,535,158.12
四、利润总额（亏损总额以“-”号填列）	168,394,000.30	119,422,503.27	5,914,187.73
减：所得税费用	20,462,202.73	11,800,055.96	-1,227,047.49
五、净利润（净亏损以“-”号填列）	147,931,797.57	107,622,447.31	7,141,235.22

其中：被合并方在合并前实现的净利润	-	-	-
（一）按经营持续性分类：			
1.持续经营净利润（净亏损以“-”号填列）	147,931,797.57	107,622,447.31	7,141,235.22
2.终止经营净利润（净亏损以“-”号填列）	-	-	-
（二）按所有权归属分类：			
1.少数股东损益（净亏损以“-”号填列）	-	-	-
2.归属于母公司所有者的净利润（净亏损以“-”号填列）	147,931,797.57	107,622,447.31	7,141,235.22
六、其他综合收益的税后净额	620,765.31	-4,695,624.21	3,468,458.90
（一）归属于母公司所有者的其他综合收益的税后净额	620,765.31	-4,695,624.21	3,468,458.90
1.不能重分类进损益的其他综合收益	384,922.16	-384,922.16	-
（1）重新计量设定受益计划变动额	-	-	-
（2）权益法下不能转损益的其他综合收益	-	-	-
（3）其他权益工具投资公允价值变动	384,922.16	-384,922.16	-
（4）企业自身信用风险公允价值变动	-	-	-
（5）其他	-	-	-
2.将重分类进损益的其他综合收益	235,843.15	-4,310,702.05	3,468,458.90
（1）权益法下可转损益的其他综合收益	-	-	-
（2）其他债权投资公允价值变动	-	-	-
（3）金融资产重分类计入其他综合收益的金额	-	-	-
（4）其他债权投资信用减值准备	-	-	-
（5）现金流量套期储备	235,843.15	-4,310,702.05	3,468,458.90
（6）外币财务报表折算差额	-	-	-
（7）其他	-	-	-
（二）归属于少数股东的其他综合收益的税后净额	-	-	-
七、综合收益总额	148,552,562.88	102,926,823.10	10,609,694.12
（一）归属于母公司所有者的综合收益总额	148,552,562.88	102,926,823.10	10,609,694.12
（二）归属于少数股东的综合收	-	-	-

益总额			
八、每股收益：			
（一）基本每股收益（元/股）	2.89	2.09	0.13
（二）稀释每股收益（元/股）	2.89	2.09	0.13

法定代表人：徐宁

主管会计工作负责人：段军辉

会计机构负责人：邓艳荷

（四） 母公司利润表

√适用□不适用

单位：元

项目	2024 年度	2023 年度	2022 年度
一、营业收入	633,686,905.83	493,446,761.90	625,571,777.63
减：营业成本	429,150,188.07	370,456,761.11	495,326,730.37
税金及附加	2,154,878.45	3,762,670.92	2,417,019.68
销售费用	19,701,562.17	12,444,809.00	12,169,892.70
管理费用	62,905,820.25	48,001,347.77	55,489,213.55
研发费用	27,115,859.28	19,489,387.87	22,149,534.56
财务费用	2,484,148.01	9,104,686.13	9,123,481.23
其中：利息费用	4,956,595.50	5,436,127.62	9,645,454.69
利息收入	1,742,002.10	1,652,422.68	617,502.15
加：其他收益	1,287,999.83	990,079.07	2,989,359.82
投资收益（损失以“-”号填列）	5,212,801.03	559,289.61	199,350.86
其中：对联营企业和合营企业的投资收益	82,399.95	128,840.04	199,350.86
以摊余成本计量的金融资产终止确认收益（损失以“-”号填列）	-	-	-
汇兑收益（损失以“-”号填列）	-	-	-
净敞口套期收益（损失以“-”号填列）	-	-	-
公允价值变动收益（损失以“-”号填列）	-1,563,300.00	-62,196.20	-3,265,565.39
信用减值损失（损失以“-”号填列）	71,669.68	921,413.04	-432,802.18
资产减值损失（损失以“-”号填列）	-1,365,142.76	-2,454,547.92	-576,095.18
资产处置收益（损失以“-”号填列）	188,249.36	32,038.46	3,318,099.63
二、营业利润（亏损以“-”号填列）	94,006,726.74	30,173,175.16	31,128,253.10
加：营业外收入	570,942.25	14,309.48	207,954.45
减：营业外支出	239,344.56	277,533.82	3,142,470.06
三、利润总额（亏损总额以“-”	94,338,324.43	29,909,950.82	28,193,737.49

号填列)			
减：所得税费用	8,986,543.91	1,728,364.34	574,804.59
四、净利润（净亏损以“-”号填列）	85,351,780.52	28,181,586.48	27,618,932.90
（一）持续经营净利润（净亏损以“-”号填列）	85,351,780.52	28,181,586.48	27,618,932.90
（二）终止经营净利润（净亏损以“-”号填列）	-	-	-
五、其他综合收益的税后净额	620,765.31	-5,096,408.14	3,869,242.83
（一）不能重分类进损益的其他综合收益	384,922.16	-384,922.16	-
1.重新计量设定受益计划变动额	-	-	-
2.权益法下不能转损益的其他综合收益	-	-	-
3.其他权益工具投资公允价值变动	384,922.16	-384,922.16	-
4.企业自身信用风险公允价值变动	-	-	-
5.其他	-	-	-
（二）将重分类进损益的其他综合收益	235,843.15	-4,711,485.98	3,869,242.83
1.权益法下可转损益的其他综合收益	-	-	-
2.其他债权投资公允价值变动	-	-	-
3.金融资产重分类计入其他综合收益的金额	-	-	-
4.其他债权投资信用减值准备	-	-	-
5.现金流量套期储备	235,843.15	-4,711,485.98	3,869,242.83
6.外币财务报表折算差额	-	-	-
7.其他	-	-	-
六、综合收益总额	85,972,545.83	23,085,178.34	31,488,175.73
七、每股收益：			
（一）基本每股收益（元/股）	-	-	-
（二）稀释每股收益（元/股）	-	-	-

法定代表人：徐宁

主管会计工作负责人：段军辉

会计机构负责人：邓艳荷

（五）合并现金流量表

单位：元

项目	2024 年度	2023 年度	2022 年度
一、经营活动产生的现金流量：			
销售商品、提供劳务现金	1,036,766,507.59	740,111,257.49	856,108,053.42
客户存款和同业存放款项净增加额	-	-	-
向中央银行借款净增加额	-	-	-
收到原保险合同保费取得的现金	-	-	-
收到再保险业务现金净额	-	-	-

保户储金及投资款净增加额	-	-	-
收取利息、手续费及佣金的现金	-	-	-
拆入资金净增加额	-	-	-
回购业务资金净增加额	-	-	-
代理买卖证券收到的现金净额	-	-	-
收到的税费返还	60,425,785.65	60,763,949.06	72,666,141.61
收到其他与经营活动有关的现金	9,154,418.72	9,222,159.95	15,916,423.66
经营活动现金流入小计	1,106,346,711.96	810,097,366.50	944,690,618.69
购买商品、接受劳务支付的现金	710,297,182.45	538,568,987.47	682,435,717.22
客户贷款及垫款净增加额	-	-	-
存放中央银行和同业款项净增加额	-	-	-
支付原保险合同赔付款项的现金	-	-	-
拆出资金净增加额	-	-	-
支付利息、手续费及佣金的现金	-	-	-
支付保单红利的现金	-	-	-
支付给职工以及为职工支付的现金	163,197,557.82	119,421,330.45	117,555,383.47
支付的各项税费	20,402,238.64	9,096,332.75	6,014,352.75
支付其他与经营活动有关的现金	54,706,904.50	50,385,044.66	47,886,616.00
经营活动现金流出小计	948,603,883.41	717,471,695.33	853,892,069.44
经营活动产生的现金流量净额	157,742,828.55	92,625,671.17	90,798,549.25
二、投资活动产生的现金流量：			
收回投资收到的现金	-	-	-
取得投资收益收到的现金	-	-	-
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	-	-	34,488.40
处置子公司及其他营业单位收到的现金净额	-	-	-
收到其他与投资活动有关的现金	50,000.00	496,214.82	-
投资活动现金流入小计	50,000.00	496,214.82	34,488.40
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	89,681,189.00	39,479,190.90	21,760,160.32
投资支付的现金	-	-	750,000.00
质押贷款净增加额	-	-	-
取得子公司及其他营业单位支付的现金净额	-	-	-
支付其他与投资活动有关的现金	10,823,252.64	10,032,625.59	-
投资活动现金流出小计	100,504,441.64	49,511,816.49	22,510,160.32
投资活动产生的现金流量净额	-100,454,441.64	-49,015,601.67	-22,475,671.92
三、筹资活动产生的现金流量：			
吸收投资收到的现金	45,000,000.00	-	-
其中：子公司吸收少数股东投资收到的现金	-	-	-
取得借款收到的现金	97,085,441.05	109,297,288.90	112,076,471.94

发行债券收到的现金	-	-	-
收到其他与筹资活动有关的现金	-	-	-
筹资活动现金流入小计	142,085,441.05	109,297,288.90	112,076,471.94
偿还债务支付的现金	106,521,710.62	79,906,046.14	133,729,022.34
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	17,564,553.95	2,985,264.99	26,938,839.78
其中：子公司支付给少数股东的股利、利润	-	-	-
支付其他与筹资活动有关的现金	15,040,770.37	74,807,384.89	16,635,101.78
筹资活动现金流出小计	139,127,034.94	157,698,696.02	177,302,963.90
筹资活动产生的现金流量净额	2,958,406.11	-48,401,407.12	-65,226,491.96
四、汇率变动对现金及现金等价物的影响	4,614,113.68	-837,041.54	5,779,703.81
五、现金及现金等价物净增加额	64,860,906.70	-5,628,379.16	8,876,089.18
加：期初现金及现金等价物余额	89,384,731.27	95,013,110.43	86,137,021.25
六、期末现金及现金等价物余额	154,245,637.97	89,384,731.27	95,013,110.43

法定代表人：徐宁

主管会计工作负责人：段军辉

会计机构负责人：邓艳荷

(六) 母公司现金流量表

√适用□不适用

单位：元

项目	2024 年度	2023 年度	2022 年度
一、经营活动产生的现金流量：			
销售商品、提供劳务收到的现金	553,526,273.53	451,620,693.31	703,329,687.04
收到的税费返还	12,988,070.20	14,047,265.33	39,566,521.74
收到其他与经营活动有关的现金	20,909,090.46	58,077,323.31	25,359,582.77
经营活动现金流入小计	587,423,434.19	523,745,281.95	768,255,791.55
购买商品、接受劳务支付的现金	360,515,719.38	326,206,744.20	542,409,876.48
支付给职工以及为职工支付的现金	95,341,807.78	84,222,606.31	99,414,662.23
支付的各项税费	4,788,790.72	4,452,240.47	2,826,460.37
支付其他与经营活动有关的现金	70,440,008.86	67,806,051.21	39,892,425.29
经营活动现金流出小计	531,086,326.74	482,687,642.19	684,543,424.37
经营活动产生的现金流量净额	56,337,107.45	41,057,639.76	83,712,367.18
二、投资活动产生的现金流量：			
收回投资收到的现金	-	-	-
取得投资收益收到的现金	14,999,893.40	-	-
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	-	-	34,488.40
处置子公司及其他营业单位收到的现金净额	-	-	-
收到其他与投资活动有关的现金	50,000.00	496,214.82	-
投资活动现金流入小计	15,049,893.40	496,214.82	34,488.40

购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	26,682,068.53	12,706,960.97	9,945,496.38
投资支付的现金	-	-	4,315,765.25
取得子公司及其他营业单位支付的现金净额	-	-	-
支付其他与投资活动有关的现金	10,823,252.64	7,211,986.01	-
投资活动现金流出小计	37,505,321.17	19,918,946.98	14,261,261.63
投资活动产生的现金流量净额	-22,455,427.77	-19,422,732.16	-14,226,773.23
三、筹资活动产生的现金流量：			
吸收投资收到的现金	45,000,000.00	-	-
取得借款收到的现金	64,982,464.73	99,256,781.01	102,269,855.97
发行债券收到的现金	-	-	-
收到其他与筹资活动有关的现金	-	-	-
筹资活动现金流入小计	109,982,464.73	99,256,781.01	102,269,855.97
偿还债务支付的现金	96,521,555.64	79,906,046.14	123,922,406.37
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	17,469,387.24	2,985,264.99	26,585,418.69
支付其他与筹资活动有关的现金	8,211,880.98	66,607,359.64	11,261,909.88
筹资活动现金流出小计	122,202,823.86	149,498,670.77	161,769,734.94
筹资活动产生的现金流量净额	-12,220,359.13	-50,241,889.76	-59,499,878.97
四、汇率变动对现金及现金等价物的影响	1,064,058.60	-199,241.27	357,897.39
五、现金及现金等价物净增加额	22,725,379.15	-28,806,223.43	10,343,612.37
加：期初现金及现金等价物余额	32,288,984.24	61,095,207.67	50,751,595.30
六、期末现金及现金等价物余额	55,014,363.39	32,288,984.24	61,095,207.67

法定代表人：徐宁

主管会计工作负责人：段军辉

会计机构负责人：邓艳荷

二、 审计意见

2024 年度	
审计意见	无保留意见
审计报告中的特别段落	无
审计报告编号	致同审字（2025）第 441A005271 号
审计机构名称	致同会计师事务所（特殊普通合伙）
审计机构地址	北京市朝阳区建国门外大街 22 号赛特广场五层
审计报告日期	2025 年 3 月 27 日
注册会计师姓名	陈志芳、胡洪斌
2023 年度	
审计意见	无保留意见
审计报告中的特别段落	无
审计报告编号	致同审字（2024）第 441A017583 号
审计机构名称	致同会计师事务所（特殊普通合伙）
审计机构地址	北京市朝阳区建国门外大街 22 号赛特广场五层
审计报告日期	2024 年 4 月 30 日
注册会计师姓名	陈志芳、胡洪斌
2022 年度	
审计意见	无保留意见
审计报告中的特别段落	无
审计报告编号	致同审字（2023）第 441A026560 号
审计机构名称	致同会计师事务所（特殊普通合伙）
审计机构地址	北京市朝阳区建国门外大街 22 号赛特广场五层
审计报告日期	2023 年 8 月 28 日
注册会计师姓名	陈志芳、刘多奇

三、 财务报表的编制基准及合并财务报表范围

（一） 财务报表的编制基础

公司以持续经营及权责发生制为基础，按照财政部颁布的企业会计准则及其应用指南、解释及其他有关规定（统称“企业会计准则”）编制。此外，公司还按照中国证监会《公开发行证券的公司信息披露编报规则第 15 号—财务报告的一般规定（2023 年修订）》披露有关财务信息。

本申报财务报表以持续经营为基础列报。

（二） 合并财务报表范围及变化情况

1. 财务报表合并范围

截至报告期末，公司财务报表合并范围如下表所示：

序号	简称	持股比例		纳入合并范围的期间	取得方式
		直接	间接		
1	香港惠尔尚	100%	-	2022 年 1 月-2024 年 12 月	设立取得
2	美国邦泽	100%	-	2022 年 1 月-2024 年 12 月	设立取得
3	越南邦泽	-	100%	2022 年 1 月-2024 年 12 月	设立取得

4	香港吉士达	100%	-	2022年1月-2024年12月	设立取得
5	香港腾邦	100%	-	2022年1月-2024年12月	设立取得
6	日本NB	-	100%	2022年1月-2024年12月	设立取得
7	东莞新通泽	100%	-	2022年1月-2024年12月	设立取得
8	香港瑞普	100%	-	2022年1月-2024年12月	设立取得
9	香港信泽	100%	-	2022年1月-2024年12月	设立取得
10	香港诚邦	100%	-	2022年1月-2024年12月	设立取得
11	浙江腾杰	100%	-	2022年1月-2024年12月	设立取得
12	香港结邦	-	100%	2022年1月-2024年12月	设立取得
13	香港寰睿	-	100%	2022年1月-2024年12月	设立取得
14	美国环保	-	100%	2022年1月-2024年12月	设立取得
15	美国电器	-	100%	2022年1月-2024年12月	设立取得
16	新加坡众邦	100%	-	2022年1月-2024年12月	设立取得
17	东莞新泽	100%	-	2022年1月-2024年12月	设立取得
18	北流电器	100%	-	2022年1月-2024年12月	设立取得
19	北流五金	-	100%	2022年2月-2024年12月	设立取得
20	越南科技	-	100%	2023年8月-2024年12月	设立取得
21	越南创科	-	100%	2023年8月-2024年12月	设立取得

2. 报告期合并范围的变化情况

(1) 报告期新纳入合并范围的子公司

报告期内，公司合并范围内新增全资子公司3家，具体如下表所示：

序号	子公司名称	变更原因	持股比例	取得方式
1	北流五金	2022年2月新设	100%	设立取得
2	越南科技	2023年8月新设	100%	设立取得
3	越南创科	2023年8月新设	100%	设立取得

(2) 报告期不再纳入合并范围的子公司

报告期内，公司合并范围内减少全资子公司6家，具体如下表所示：

序号	子公司名称	变更原因	持股比例	取得方式
1	新加坡惠泽	2022年8月注销	100%	设立取得
2	新加坡帮鲜生	2022年8月注销	100%	设立取得
3	美国科技	2023年3月注销	100%	设立取得
4	香港中土	2023年12月注销	100%	设立取得
5	香港泓逸	2023年12月注销	100%	设立取得
6	香港睿泽	2024年1月注销	100%	设立取得

四、 会计政策、估计

(一) 会计政策和会计估计

具体会计政策和会计估计提示：

√适用 □不适用

公司及子公司根据实际生产经营特点，依据相关企业会计准则的规定，对应收账款坏账准备、存货跌价准备、固定资产折旧、无形资产摊销、收入确认等交易和事项制定了若干具体会计政策

和会计估计。

1. 金融工具

√适用 □不适用

金融工具，是指形成一方的金融资产，并形成其他方的金融负债或权益工具的合同。

(1) 金融工具的确认和终止确认

公司于成为金融工具合同的一方时确认一项金融资产或金融负债。

金融资产满足下列条件之一的，终止确认：①收取该金融资产现金流量的合同权利终止；②该金融资产已转移，且符合下述金融资产转移的终止确认条件。

金融负债的现时义务全部或部分已经解除的，终止确认该金融负债或其一部分。公司（债务人）与债权人之间签订协议，以承担新金融负债方式替换现存金融负债，且新金融负债与现存金融负债的合同条款实质上不同的，终止确认现存金融负债，并同时确认新金融负债。

以常规方式买卖金融资产，按交易日进行会计确认和终止确认。

(2) 金融资产分类和计量

公司在初始确认时根据管理金融资产的业务模式和金融资产的合同现金流量特征，将金融资产分为以下三类：以摊余成本计量的金融资产、以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产、以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产。

1) 摊余成本计量的金融资产

公司将同时符合下列条件且未被指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产，分类为以摊余成本计量的金融资产：A. 公司管理该金融资产的业务模式是以收取合同现金流量为目标；B. 该金融资产的合同条款规定，在特定日期产生的现金流量，仅为对本金和以未偿付本金金额为基础的利息的支付。

初始确认后，对于该类金融资产采用实际利率法以摊余成本计量。以摊余成本计量且不属于任何套期关系的一部分的金融资产所产生的利得或损失，在终止确认、按照实际利率法摊销或确认减值时，计入当期损益。

2) 以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产

公司将同时符合下列条件且未被指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产，分类为以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产：A. 公司管理该金融资产的业务模式既以收取合同现金流量为目标又以出售该金融资产为目标；B. 该金融资产的合同条款规定，在特定日期产生的现金流量，仅为对本金和以未偿付本金金额为基础的利息的支付。

初始确认后，对于该类金融资产以公允价值进行后续计量。采用实际利率法计算的利息、减值损失或利得及汇兑损益计入当期损益，其他利得或损失计入其他综合收益。终止确认时，将之前计入其他综合收益的累计利得或损失从其他综合收益中转出，计入当期损益。

3) 以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产

除上述以摊余成本计量和以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产外，公司将其余所有的金融资产分类为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产。在初始确认时，为消除或显著减少会计错配，公司将部分本应以摊余成本计量或以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产不可撤销地指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产。

初始确认后，对于该类金融资产以公允价值进行后续计量，产生的利得或损失（包括利息和股利收入）计入当期损益，除非该金融资产属于套期关系的一部分。

管理金融资产的商业模式，是指公司如何管理金融资产以产生现金流量。商业模式决定公司所管理金融资产现金流量的来源是收取合同现金流量、出售金融资产还是两者兼有。公司以客观事实为依据、以关键管理人员决定的对金融资产进行管理的特定业务目标为基础，确定管理金融资产的商业模式。

公司对金融资产的合同现金流量特征进行评估，以确定相关金融资产在特定日期产生的合同现金流量是否仅为对本金和以未偿付本金金额为基础的利息的支付。其中，本金是指金融资产在初始确认时的公允价值；利息包括对货币时间价值、与特定时期未偿付本金金额相关的信用风险、以及其他基本借贷风险、成本和利润的对价。此外，公司对可能导致金融资产合同现金流量的时间分布或金额发生变更的合同条款进行评估，以确定其是否满足上述合同现金流量特征的要求。

仅在公司改变管理金融资产的商业模式时，所有受影响的相关金融资产在商业模式发生变更后的首个报告期间的第一天进行重分类，否则金融资产在初始确认后不得进行重分类。

金融资产在初始确认时以公允价值计量。对于以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产，相关交易费用直接计入当期损益；对于其他类别的金融资产，相关交易费用计入初始确认金额。因销售产品或提供劳务而产生的、未包含或不考虑重大融资成分的应收账款，公司按照预期有权收取的对价金额作为初始确认金额。

(3) 金融负债分类和计量

公司的金融负债于初始确认时分类为：以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债、以摊余成本计量的金融负债。对于未划分为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债的，相关交易费用计入其初始确认金额。

1) 以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债

以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债，包括交易性金融负债和初始确认时指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债。对于此类金融负债，按照公允价值进行后续计量，公允价值变动形成的利得或损失以及与该等金融负债相关的股利和利息支出计入当期损益。

2) 以摊余成本计量的金融负债

其他金融负债采用实际利率法，按摊余成本进行后续计量，终止确认或摊销产生的利得或损

失计入当期损益。

金融负债，是指符合下列条件之一的负债：A. 向其他方交付现金或其他金融资产的合同义务。B. 在潜在不利条件下，与其他方交换金融资产或金融负债的合同义务。C. 将来须用或可用企业自身权益工具进行结算的非衍生工具合同，且企业根据该合同将交付可变数量的自身权益工具。D. 将来须用或可用企业自身权益工具进行结算的衍生工具合同，但以固定数量的自身权益工具交换固定金额的现金或其他金融资产的衍生工具合同除外。

权益工具，是指能证明拥有某个企业在扣除所有负债后的资产中剩余权益的合同。

如果公司不能无条件地避免以交付现金或其他金融资产来履行一项合同义务，则该合同义务符合金融负债的定义。

如果一项金融工具须用或可用公司自身权益工具进行结算，需要考虑用于结算该工具的公司自身权益工具，是作为现金或其他金融资产的替代品，还是为了使该工具持有方享有在发行方扣除所有负债后的资产中的剩余权益。如果是前者，该工具是公司的金融负债；如果是后者，该工具是公司的权益工具。

(4) 衍生金融工具及嵌入衍生工具

公司衍生金融工具包括远期外汇合约及外汇期权合同等。初始以衍生交易合同签订当日的公允价值进行计量，并以其公允价值进行后续计量。公允价值为正数的衍生金融工具确认为一项资产，公允价值为负数的确认为一项负债。因公允价值变动而产生的任何不符合套期会计规定的利得或损失，直接计入当期损益。

对包含嵌入衍生工具的混合工具，如主合同为金融资产的，混合工具作为一个整体适用金融资产分类的相关规定。如主合同并非金融资产，且该混合工具不是以公允价值计量且其变动计入当期损益进行会计处理，嵌入衍生工具与该主合同在经济特征及风险方面不存在紧密关系，且与嵌入衍生工具条件相同，单独存在的工具符合衍生工具定义的，嵌入衍生工具从混合工具中分拆，作为单独的衍生金融工具处理。如果无法在取得时或后续的资产负债表日对嵌入衍生工具进行单独计量，则将混合工具整体指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产或金融负债。

(5) 金融工具的公允价值

金融资产和金融负债的公允价值确定方法见本节之“四、会计政策、估计”之“(一) 会计政策和会计估计”之“11. 其他重要的会计政策和会计估计”之“(2) 公允价值计量”。

(6) 金融资产减值

公司以预期信用损失为基础，对下列项目进行减值会计处理并确认损失准备：①以摊余成本计量的金融资产；②以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的应收款项和债务工具投资；③《企业会计准则第 14 号——收入》定义的收入；④租赁应收款；⑤财务担保合同（以公允价值计量且其变动计入当期损益、金融资产转移不符合终止确认条件或继续涉入被转移金融资产所

形成的除外)。

1) 预期信用损失的计量

预期信用损失，是指以发生违约的风险为权重的金融工具信用损失的加权平均值。信用损失，是指公司按照原实际利率折现的、根据合同应收的所有合同现金流量与预期收取的所有现金流量之间的差额，即全部现金短缺的现值。

公司考虑有关过去事项、当前状况以及对未来经济状况的预测等合理且有依据的信息，以发生违约的风险为权重，计算合同应收的现金流量与预期能收到的现金流量之间差额的现值的概率加权金额，确认预期信用损失。

公司对于处于不同阶段的金融工具的预期信用损失分别进行计量。金融工具自初始确认后信用风险未显著增加的，处于第一阶段，公司按照未来 12 个月内的预期信用损失计量损失准备；金融工具自初始确认后信用风险已显著增加但尚未发生信用减值的，处于第二阶段，公司按照该工具整个存续期的预期信用损失计量损失准备；金融工具自初始确认后已经发生信用减值的，处于第三阶段，公司按照该工具整个存续期的预期信用损失计量损失准备。

对于在资产负债表日具有较低信用风险的金融工具，公司假设其信用风险自初始确认后并未显著增加，按照未来 12 个月内的预期信用损失计量损失准备。

整个存续期预期信用损失，是指因金融工具整个预计存续期内所有可能发生的违约事件而导致的预期信用损失。未来 12 个月内预期信用损失，是指因资产负债表日后 12 个月内（若金融工具的预计存续期少于 12 个月，则为预计存续期）可能发生的金融工具违约事件而导致的预期信用损失，是整个存续期预期信用损失的一部分。

在计量预期信用损失时，公司需考虑的最长期间为企业面临信用风险的最长合同期限（包括考虑续约选择权）。

公司对于处于第一阶段和第二阶段、以及较低信用风险的金融工具，按照其未扣除减值准备的账面余额和实际利率计算利息收入。对于处于第三阶段的金融工具，按照其账面余额减已计提减值准备后的摊余成本和实际利率计算利息收入。

对于应收票据、应收账款、应收款项融资、其他应收款、合同资产等应收款项，若某一客户信用风险特征与组合中其他客户显著不同，或该客户信用风险特征发生显著变化，本公司对该应收款项单项计提坏账准备。除单项计提坏账准备的应收款项之外，本公司依据信用风险特征对应收款项划分组合，在组合基础上计算坏账准备。

① 应收票据、应收账款

对于应收票据、应收账款，无论是否存在重大融资成分，公司始终按照相当于整个存续期内预期信用损失的金额计量其损失准备。

当单项金融资产或合同资产无法以合理成本评估预期信用损失的信息时，公司依据信用风险特征对应收票据、应收账款划分组合，在组合基础上计算预期信用损失，确定组合的依据如下：

A. 应收票据

应收票据组合 1：银行承兑汇票

应收票据组合 2：商业承兑汇票

B. 应收账款

应收账款组合 1：应收客户

应收账款组合 2：应收合并范围内关联方

对于划分为组合的应收票据，公司参考历史信用损失经验，结合当前状况以及对未来经济状况的预测，通过违约风险敞口和整个存续期预期信用损失率，计算预期信用损失。

对于划分为组合的应收账款，公司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，编制应收账款逾期天数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其他应收款

公司依据信用风险特征将其他应收款划分为若干组合，在组合基础上计算预期信用损失，确定组合的依据如下：

其他应收款组合 1：应收厂房押金

其他应收款组合 2：应收保证金及备用金

其他应收款组合 3：应收出口退税

其他应收款组合 4：应收其他款项

其他应收款组合 5：应收合并范围内关联方

对划分为组合的其他应收款，公司通过违约风险敞口和未来 12 个月内或整个存续期预期信用损失率，计算预期信用损失。对于按账龄划分组合的其他应收款，账龄自确认之日起计算。

③债权投资、其他债权投资

对于债权投资和其他债权投资，公司按照投资的性质，根据交易对手和风险敞口的各种类型，通过违约风险敞口和未来 12 个月内或整个存续期预期信用损失率，计算预期信用损失。

2) 信用风险显著增加的评估

公司通过比较金融工具在资产负债表日发生违约的风险与在初始确认日发生违约的风险，以确定金融工具预计存续期内发生违约风险的相对变化，以评估金融工具的信用风险自初始确认后是否已显著增加。

在确定信用风险自初始确认后是否显著增加时，公司考虑无须付出不必要的额外成本或努力即可获得的合理且有依据的信息，包括前瞻性信息。公司考虑的信息包括：A. 债务人未能按合同到期日支付本金和利息的情况；B. 已发生的或预期的金融工具的外部或内部信用评级（如有）的严重恶化；C. 已发生的或预期的债务人经营成果的严重恶化；D. 现存的或预期的技术、市场、经济或法律环境变化，并将对债务人对公司的还款能力产生重大不利影响。

根据金融工具的性质，公司以单项金融工具或金融工具组合为基础评估信用风险是否显著增

加。以金融工具组合为基础进行评估时，公司可基于共同信用风险特征对金融工具进行分类，例如逾期信息和信用风险评级。

如果逾期超过 30 日，公司确定金融工具的信用风险已经显著增加。

公司认为金融资产在下列情况发生违约：A. 借款人不大可能全额支付其对公司的欠款，该评估不考虑公司采取例如变现抵押品（如果持有）等追索行动；或 B. 金融资产逾期超过 90 天。

3) 已发生信用减值的金融资产

公司在资产负债表日评估以摊余成本计量的金融资产和以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的债权投资是否已发生信用减值。当对金融资产预期未来现金流量具有不利影响的一项或多项事件发生时，该金融资产成为已发生信用减值的金融资产。金融资产已发生信用减值的证据包括下列可观察信息：A. 发行方或债务人发生重大财务困难；B. 债务人违反合同，如偿付利息或本金违约或逾期等；C. 公司出于与债务人财务困难有关的经济或合同考虑，给予债务人在任何其他情况下都不会做出的让步；D. 债务人很可能破产或进行其他财务重组；E. 发行方或债务人财务困难导致该金融资产的活跃市场消失。

4) 预期信用损失准备的列报

为反映金融工具的信用风险自初始确认后的变化，公司在每个资产负债表日重新计量预期信用损失，由此形成的损失准备的增加或转回金额，应当作为减值损失或利得计入当期损益。对于以摊余成本计量的金融资产，损失准备抵减该金融资产在资产负债表中列示的账面价值；对于以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的债权投资，公司在其他综合收益中确认其损失准备，不抵减该金融资产的账面价值。

5) 核销

如果公司不再合理预期金融资产合同现金流量能够全部或部分收回，则直接减记该金融资产的账面余额。这种减记构成相关金融资产的终止确认。这种情况通常发生在中国确定债务人没有资产或收入来源可产生足够的现金流量以偿还将被减记的金额。但是，按照公司收回到期款项的程序，被减记的金融资产仍可能受到执行活动的影响。

已减记的金融资产以后又收回的，作为减值损失的转回计入收回当期的损益。

(7) 金融资产转移

金融资产转移，是指将金融资产让与或交付给该金融资产发行方以外的另一方（转入方）。

公司已将金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬转移给转入方的，终止确认该金融资产；保留了金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬的，不终止确认该金融资产。

公司既没有转移也没有保留金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬的，分别下列情况处理：放弃了对该金融资产控制的，终止确认该金融资产并确认产生的资产和负债；未放弃对该金融资产控制的，按照其继续涉入所转移金融资产的程度确认有关金融资产，并相应确认有关负债。

(8) 金融资产和金融负债的抵销

当公司具有抵销已确认金融资产和金融负债的法定权利，且目前可执行该种法定权利，同时公司计划以净额结算或同时变现该金融资产和清偿该金融负债时，金融资产和金融负债以相互抵销后的金额在资产负债表内列示。除此以外，金融资产和金融负债在资产负债表内分别列示，不予相互抵销。

公司与可比公司的信用减值损失比例及确定依据

公司与可比公司计提信用减值损失的依据为参考历史信用损失经验，结合当前状况以及对未来经济的预测，通过违约风险敞口和未来 12 个月内或整个存续期预期信用损失率，计算预期信用损失。公司与可比公司的信用减值损失比例请参见“第八节管理层讨论与分析”之“二、资产负债等财务状况分析”之“(一) 应收款项”之“3. 应收账款”。

2. 存货

√适用 □不适用

(1) 存货的分类

公司存货分为原材料、在产品、库存商品、发出商品、周转材料、委托加工物资等。

(2) 发出存货的计价方法

公司存货取得时按实际成本计价。原材料、库存商品等发出时采用加权平均法计价。

(3) 存货跌价准备的确定依据和计提方法

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，计提存货跌价准备。

可变现净值是按存货的估计售价减去至完工时估计将要发生的成本、估计的销售费用以及相关税费后的金额。在确定存货的可变现净值时，以取得的确凿证据为基础，同时考虑持有存货的目的以及资产负债表日后事项的影响。

公司通常按照单个存货项目计提存货跌价准备。对于数量繁多、单价较低的存货，按照存货类别计提存货跌价准备。

资产负债表日，以前减记存货价值的影响因素已经消失的，存货跌价准备在原已计提的金额内转回。

(4) 存货的盘存制度

公司存货盘存制度采用永续盘存制。

(5) 低值易耗品和包装物的摊销方法

公司低值易耗品领用时采用一次转销法摊销。周转用包装物按照预计的使用次数分次计入成本费用。

3. 固定资产

√适用 □不适用

(1) 固定资产确认条件

公司固定资产是指为生产商品、提供劳务、出租或经营管理而持有的，使用寿命超过一个会计年度的有形资产。

与该固定资产有关的经济利益很可能流入企业，并且该固定资产的成本能够可靠地计量时，固定资产才能予以确认。

公司固定资产按照取得时的实际成本进行初始计量。

与固定资产有关的后续支出，在与其有关的经济利益很可能流入公司且其成本能够可靠计量时，计入固定资产成本；不符合固定资产资本化后续支出条件的固定资产日常修理费用，在发生时按照受益对象计入当期损益或计入相关资产的成本。对于被替换的部分，终止确认其账面价值。

(2) 固定资产分类及折旧方法

类别	折旧方法	折旧年限（年）	残值率（%）	年折旧率（%）
房屋及建筑物	年限平均法	20.00	5.00	4.75
机器设备	年限平均法	10.00	5.00	9.50
电子设备	-	-	-	-
运输设备	年限平均法	5.00	5.00	19.00
办公设备	年限平均法	3.00	5.00	31.67
模具及其他设备	年限平均法	5.00	5.00	19.00

已计提减值准备的固定资产，还应扣除已计提的固定资产减值准备累计金额计算确定折旧率。

(3) 融资租入固定资产的认定依据、计价和折旧方法（未执行新租赁准则）

□适用 √不适用

(4) 其他说明

√适用 □不适用

①固定资产的减值测试方法、减值准备计提方法见本节之“四、会计政策、估计”之“（一）会计政策和会计估计”之“11. 其他重要的会计政策和会计估计”之“（3）资产减值”。

②每年年度终了，公司对固定资产的使用寿命、预计净残值和折旧方法进行复核。

使用寿命预计数与原先估计数有差异的，调整固定资产使用寿命；预计净残值预计数与原先估计数有差异的，调整预计净残值。

③固定资产处置

当固定资产被处置、或者预期通过使用或处置不能产生经济利益时，终止确认该固定资产。固定资产出售、转让、报废或毁损的处置收入扣除其账面价值和相关税费后的金额计入当期损益。

4. 在建工程

√适用 □不适用

公司在建工程成本按实际工程支出确定，包括在建期间发生的各项必要工程支出、工程达到预定可使用状态前的应予资本化的借款费用以及其他相关费用等。

在建工程在达到预定可使用状态时转入固定资产。

在建工程计提资产减值方法见本节之“四、会计政策、估计”之“(一)会计政策和会计估计”之“11. 其他重要的会计政策和会计估计”之“(3) 资产减值”。

5. 无形资产与开发支出

√适用 □不适用

(1) 计价方法、使用寿命、减值测试

√适用 □不适用

公司无形资产包括土地使用权、软件使用权等。

无形资产按照成本进行初始计量，并于取得无形资产时分析判断其使用寿命。使用寿命为有限的，自无形资产可供使用时起，采用能反映与该资产有关的经济利益的预期实现方式的摊销方法，在预计使用年限内摊销；无法可靠确定预期实现方式的，采用直线法摊销；使用寿命不确定的无形资产，不作摊销。

公司于每年年度终了，对使用寿命有限的无形资产的使用寿命及摊销方法进行复核，与以前估计不同的，调整原先估计数，并按会计估计变更处理。

资产负债表日预计某项无形资产已经不能给企业带来未来经济利益的，将该项无形资产的账面价值全部转入当期损益。

无形资产计提资产减值方法详见本节“四、会计政策、估计”之“(一)会计政策和会计估计”之“11. 其他重要的会计政策和会计估计”之“(3) 资产减值”。

各类无形资产的摊销方法、使用寿命和预计净残值如下：

类别	摊销方法	使用寿命 (年)	残值率 (%)
土地使用权	按预计使用年限平均摊销	34.33-50	0
专利权	-	-	-
非专利技术	-	-	-
软件使用权	按预计使用年限平均摊销	1-10	0

(2) 内部研究开发支出会计政策

公司研发支出为公司研发活动直接相关的支出，包括研发人员职工薪酬、直接投入费用、折旧费用与长期待摊费用、设计费用、装备调试费、无形资产摊销费用、其他费用等。其中研发人员的工资按照项目工时分摊计入研发支出。研发活动与其他生产经营活动共用设备、产线、场地按照工时占比、面积占比分配计入研发支出。

公司将内部研究开发项目的支出，区分为研究阶段支出和开发阶段支出。

研究阶段的支出，于发生时计入当期损益。

开发阶段的支出，同时满足下列条件的，才能予以资本化，即：完成该无形资产以使其能够使用或出售在技术上具有可行性；具有完成该无形资产并使用或出售的意图；无形资产产生经济利益的方式，包括能够证明运用该无形资产生产的产品存在市场或无形资产自身存在市场，无形资产将在内部使用的，能够证明其有用性；有足够的技术、财务资源和其他资源支持，以完成该无形资产的开发，并有能力使用或出售该无形资产；归属于该无形资产开发阶段的支出能够可靠地计量。不满足上述条件的开发支出计入当期损益。

公司研究开发项目在满足上述条件，通过技术可行性及经济可行性研究，形成项目立项后，进入开发阶段。

已资本化的开发阶段的支出在资产负债表上列示为开发支出，自该项目达到预定用途之日转为无形资产。

6. 股份支付

√适用 □不适用

(1) 股份支付的种类

公司股份支付分为以权益结算的股份支付和以现金结算的股份支付。

(2) 权益工具公允价值的确定方法

公司对于授予的存在活跃市场的期权等权益工具，按照活跃市场中的报价确定其公允价值。对于授予的不存在活跃市场的期权等权益工具，采用期权定价模型等确定其公允价值。选用的期权定价模型考虑以下因素：①期权的行权价格；②期权的有效期；③标的股份的现行价格；④股价预计波动率；⑤股份的预计股利；⑥期权有效期内的无风险利率。

(3) 确认可行权权益工具最佳估计的依据

等待期内每个资产负债表日，公司根据最新取得的可行权职工人数变动等后续信息作出最佳估计，修正预计可行权的权益工具数量。在可行权日，最终预计可行权权益工具的数量应当与实际可行权数量一致。

(4) 实施、修改、终止股份支付计划的相关会计处理

以权益结算的股份支付，按授予职工权益工具的公允价值计量。授予后立即可行权的，在授予日按照权益工具的公允价值计入相关成本或费用，相应增加资本公积。在完成等待期内的服务或达到规定业绩条件才可行权的，在等待期内的每个资产负债表日，以对可行权权益工具数量的最佳估计为基础，按照权益工具授予日的公允价值，将当期取得的服务计入相关成本或费用和资本公积。在可行权日之后不再对已确认的相关成本或费用和所有者权益总额进行调整。

以现金结算的股份支付，按照公司承担的以股份或其他权益工具为基础计算确定的负债的公

允价值计量。授予后立即可行权的，在授予日以公司承担负债的公允价值计入相关成本或费用，相应增加负债。在完成等待期内的服务或达到规定业绩条件以后才可行权的以现金结算的股份支付，在等待期内的每个资产负债表日，以对可行权情况的最佳估计为基础，按照公司承担负债的公允价值金额，将当期取得的服务计入成本或费用和相应的负债。在相关负债结算前的每个资产负债表日以及结算日，对负债的公允价值重新计量，其变动计入当期损益。

公司对股份支付计划进行修改时，若修改增加了所授予权益工具的公允价值，按照权益工具公允价值的增加相应地确认取得服务的增加；若修改增加了所授予权益工具的数量，则将增加的权益工具的公允价值相应地确认为取得服务的增加。权益工具公允价值的增加是指修改前后的权益工具在修改日的公允价值之间的差额。若修改减少了股份支付公允价值总额或采用了其他不利于职工的方式修改股份支付计划的条款和条件，则仍继续对取得的服务进行会计处理，视同该变更从未发生，除非公司取消了部分或全部已授予的权益工具。

在等待期内，如果取消了授予的权益工具（因未满足可行权条件的非市场条件而被取消的除外），公司对取消所授予的权益性工具作为加速行权处理，将剩余等待期内应确认的金额立即计入当期损益，同时确认资本公积。职工或其他方能够选择满足非可行权条件但在等待期内未满足的，公司将其作为授予权益工具的取消处理。

7. 收入

适用 不适用

（1）一般原则

公司在履行了合同中的履约义务，即在客户取得相关商品或服务的控制权时确认收入。

合同中包含两项或多项履约义务的，公司在合同开始日，按照各单项履约义务所承诺商品或服务的单独售价的相对比例，将交易价格分摊至各单项履约义务，按照分摊至各单项履约义务的交易价格计量收入。

满足下列条件之一时，属于在某一时段内履行履约义务；否则，属于在某一时点履行履约义务：

- ①客户在公司履约的同时即取得并消耗公司履约所带来的经济利益。
- ②客户能够控制公司履约过程中在建的商品。
- ③公司履约过程中所产出的商品具有不可替代用途，且公司在整个合同期间内有权就累计至今已完成的履约部分收取款项。

对于在某一时段内履行的履约义务，公司在该段时间内按照履约进度确认收入。履约进度不能合理确定时，公司已经发生的成本预计能够得到补偿的，按照已经发生的成本金额确认收入，直到履约进度能够合理确定为止。

对于在某一时点履行的履约义务，公司在客户取得相关商品或服务控制权时点确认收入。在判断客户是否已取得商品或服务控制权时，公司会考虑下列迹象：

- ①公司就该商品或服务享有现时收款权利，即客户就该商品负有现时付款义务。
- ②公司已将该商品的法定所有权转移给客户，即客户已拥有该商品的法定所有权。
- ③公司已将该商品的实物转移给客户，即客户已实物占有该商品。
- ④公司已将该商品所有权上的主要风险和报酬转移给客户，即客户已取得该商品所有权上的主要风险和报酬。
- ⑤客户已接受该商品或服务。
- ⑥其他表明客户已取得商品控制权的迹象。

公司已向客户转让商品或服务而有权收取对价的权利（且该权利取决于时间流逝之外的其他因素）作为合同资产，合同资产以预期信用损失为基础计提减值。公司拥有的、无条件（仅取决于时间流逝）向客户收取对价的权利作为应收款项列示。公司已收或应收客户对价而应向客户转让商品或服务的义务作为合同负债。

同一合同下的合同资产和合同负债以净额列示，净额为借方余额的，根据其流动性在“合同资产”或“其他非流动资产”项目中列示；净额为贷方余额的，根据其流动性在“合同负债”或“其他非流动负债”项目中列示。

(2) 具体方法

公司收入主要来源于销售商品。

公司收入确认的具体方法如下：

销售模式		具体方法	
自有品牌 / 授权品牌业务	线上	直销	国内电商：收到终端客户订单后发货，客户确认收货或系统自动默认确认收货后确认收入。 跨境电商：客户通过电商平台下单付款，电商平台或公司安排物流公司负责将货物配送，公司收到结算单核对无误后确认收入。
		电商平台入仓	公司通过京东自营等电商平台向终端消费者销售商品，根据合同约定的对账时间，收到电商平台的对账单核对无误后确认收入。
	线下	直销	境内直销：公司在货物已经发出并经客户签收后确认收入。 境外直销：境外直销客户主要采用 FOB（离岸价格）贸易模式，在完成报关、取得提单或货运运单之后，确认收入。
		经销	经销商销售采用买断方式，境内经销商在已经发货且签收后确认收入，境外经销商主要采用 FOB（离岸价格）贸易模式，在完成报关、取得提单或货运运单之后，确认收入。
ODM 业务	国内 ODM	公司在货物已经发出并经客户签收后确认收入。	
	国外 ODM	主要采用 FOB（离岸价格）、FCA 贸易模式，其中：FOB 贸易模式在完成报关、取得提单或货运运单之后，确认收入；FCA 贸易模式，将货物在指定的地点交付给承运人或客户后确认收入。	

8. 递延所得税资产和递延所得税负债

√适用 □不适用

所得税包括当期所得税和递延所得税。除由于企业合并产生的调整商誉，或与直接计入所有

者权益的交易或者事项相关的递延所得税计入所有者权益外，均作为所得税费用计入当期损益。

公司根据资产、负债于资产负债表日的账面价值与计税基础之间的暂时性差异，采用资产负债表债务法确认递延所得税。

各项应纳税暂时性差异均确认相关的递延所得税负债，除非该应纳税暂时性差异是在以下交易中产生的：

(1) 商誉的初始确认，或者具有以下特征的交易中产生的资产或负债的初始确认：该交易不是企业合并，并且交易发生时既不影响会计利润也不影响应纳税所得额（初始确认的资产和负债导致产生等额应纳税暂时性差异和可抵扣暂时性差异的单项交易除外）；

(2) 对于与子公司、合营企业及联营企业投资相关的应纳税暂时性差异，该暂时性差异转回的时间能够控制并且该暂时性差异在可预见的未来很可能不会转回。

对于可抵扣暂时性差异、能够结转以后年度的可抵扣亏损和税款抵减，公司以很可能取得用来抵扣可抵扣暂时性差异、可抵扣亏损和税款抵减的未来应纳税所得额为限，确认由此产生的递延所得税资产，除非该可抵扣暂时性差异是在以下交易中产生的：

(1) 该交易不是企业合并，并且交易发生时既不影响会计利润也不影响应纳税所得额（初始确认的资产和负债导致产生等额应纳税暂时性差异和可抵扣暂时性差异的单项交易除外）；

(2) 对于与子公司、合营企业及联营企业投资相关的可抵扣暂时性差异，同时满足下列条件的，确认相应的递延所得税资产：暂时性差异在可预见的未来很可能转回，且未来很可能获得用来抵扣可抵扣暂时性差异的应纳税所得额。

资产负债表日，公司对递延所得税资产和递延所得税负债，按照预期收回该资产或清偿该负债期间的适用税率计量，并反映资产负债表日预期收回资产或清偿负债方式的所得税影响。

资产负债表日，公司对递延所得税资产的账面价值进行复核。如果未来期间很可能无法获得足够的应纳税所得额用以抵扣递延所得税资产的利益，减记递延所得税资产的账面价值。在很可能获得足够的应纳税所得额时，减记的金额予以转回。

资产负债表日，递延所得税资产和递延所得税负债在同时满足下列条件时以抵销后的净额列示：

(1) 本公司内该纳税主体拥有以净额结算当期所得税资产和当期所得税负债的法定权利；

(2) 递延所得税资产和递延所得税负债是与同一税收征管部门对本公司内同一纳税主体征收的所得税相关。

9. 与财务会计信息相关的重大事项或重要性水平的判断标准

公司根据自身所处的行业和发展阶段，从项目的性质和金额两方面判断财务信息的重要性。在判断项目性质的重要性时，公司主要考虑该项目在性质上是否属于日常活动、是否显著影响公司的财务状况、经营成果和现金流量等因素。公司重要性标准确定方法和选择依据如下：

项目	重要性标准
重要的单项计提坏账准备的应收款项	单项计提金额占各类应收款项坏账准备总额的 10%以上且金额大于 100 万元
重要的应收款项坏账准备收回或转回	单项收回或转回金额占各类应收款项总额的 10%以上且金额大于 100 万元
重要的应收款项核销	单项核销金额占各类应收款项坏账准备总额的 10%以上且金额大于 100 万元
账龄超过一年的重要合同负债	单项账龄超过 1 年的合同负债占合同负债总额的 10%以上且金额大于 100 万元
重要的在建工程	单项项目的预算大于 1,000 万元
账龄超过 1 年的重要应付账款、其他应付款	单项账龄超过 1 年的应付账款/其他应付款占应付账款/其他应付款总额的 10%以上且金额大于 100 万元

10. 重大会计判断和估计

公司根据历史经验和其它因素，包括对未来事项的合理预期，对所采用的重要会计估计和关键假设进行持续的评价。

很可能导致下一会计年度资产和负债的账面价值出现重大调整风险的重要会计估计和关键假设列示如下：

(1) 金融资产的分类

公司在确定金融资产的分类时涉及的重大判断包括业务模式及合同现金流量特征的分析等。

公司在金融资产组合的层次上确定管理金融资产的业务模式，考虑的因素包括评价和向关键管理人员报告金融资产业绩的方式、影响金融资产业绩的风险及其管理方式、以及相关业务管理人员获得报酬的方式等。

公司在评估金融资产的合同现金流量是否与基本借贷安排相一致时，存在以下主要判断：本金是否可能因提前还款等原因导致在存续期内的时间分布或者金额发生变动；利息是否仅包括货币时间价值、信用风险、其他基本借贷风险以及与成本和利润的对价。例如，提前偿付的金额是否仅反映了尚未支付的本金及以未偿付本金为基础的利息，以及因提前终止合同而支付的合理补偿。

(2) 应收账款预期信用损失的计量

公司通过应收账款违约风险敞口和预期信用损失率计算应收账款预期信用损失，并基于违约概率和违约损失率确定预期信用损失率。在确定预期信用损失率时，公司使用内部历史信用损失经验等数据，并结合当前状况和前瞻性信息对历史数据进行调整。在考虑前瞻性信息时，公司使用的指标包括经济下滑的风险、外部市场环境、技术环境和客户情况的变化等。公司定期监控并复核与预期信用损失计算相关的假设。

(3) 递延所得税资产

在很有可能有足够的应纳税利润来抵扣亏损的限度内，应就所有未利用的税务亏损确认递延

所得税资产。这需要管理层运用大量的判断来估计未来应纳税利润发生的时间和金额，结合纳税筹划策略，以决定应确认的递延所得税资产的金额。

(4) 未上市的权益投资的公允价值

未上市的权益投资的公允价值是根据具有类似条款和风险特征的项目当前折现率折现的预计未来现金流量。这种估价要求公司估计预期未来现金流量和折现率，因此具有不确定性。在有限情况下，如果用以确定公允价值的信息不足，或者公允价值的可能估计金额分布范围很广，而成本代表了该范围内对公允价值的最佳估计的，该成本可代表其在该分布范围内对公允价值的恰当估计。

11. 其他重要的会计政策和会计估计

√适用 □不适用

(1) 外币业务

公司发生外币业务，采用按照系统合理的方法确定的、与交易发生日即期汇率近似的汇率折算为记账本位币金额。

资产负债表日，对外币货币性项目，采用资产负债表日即期汇率折算。因资产负债表日即期汇率与初始确认时或者前一资产负债表日即期汇率不同而产生的汇兑差额，计入当期损益；对以历史成本计量的外币非货币性项目，仍采用交易发生日的即期汇率折算；对以公允价值计量的外币非货币性项目，采用公允价值确定日的即期汇率折算，折算后的记账本位币金额与原记账本位币金额的差额，根据非货币性项目的性质计入当期损益或其他综合收益。

(2) 公允价值计量

公允价值是指市场参与者在计量日发生的有序交易中，出售一项资产所能收到或者转移一项负债所需支付的价格。

公司以公允价值计量相关资产或负债，假定出售资产或者转移负债的有序交易在相关资产或负债的主要市场进行；不存在主要市场的，公司假定该交易在相关资产或负债的最有利市场进行。主要市场（或最有利市场）是公司在计量日能够进入的交易市场。公司采用市场参与者在对该资产或负债定价时为实现其经济利益最大化所使用的假设。

存在活跃市场的金融资产或金融负债，公司采用活跃市场中的报价确定其公允价值。金融工具不存在活跃市场的，公司采用估值技术确定其公允价值。

以公允价值计量非金融资产的，考虑市场参与者将该资产用于最佳用途产生经济利益的能力，或者将该资产出售给能够用于最佳用途的其他市场参与者产生经济利益的能力。

公司采用在当前情况下适用并且有足够可利用数据和其他信息支持的估值技术，优先使用相关可观察输入值，只有在可观察输入值无法取得或取得不切实可行的情况下，才使用不可观察输入值。

在财务报表中以公允价值计量或披露的资产和负债，根据对公允价值计量整体而言具有重要意义的最低层次输入值，确定所属的公允价值层次：第一层次输入值，是在计量日能够取得的相同资产或负债在活跃市场上未经调整的报价；第二层次输入值，是除第一层次输入值外相关资产或负债直接或间接可观察的输入值；第三层次输入值，是相关资产或负债的不可观察输入值。

每个资产负债表日，公司对在财务报表中确认的持续以公允价值计量的资产和负债进行重新评估，以确定是否在公允价值计量层次之间发生转换。

(3) 资产减值

对子公司、联营企业和合营企业的长期股权投资、采用成本模式进行后续计量的投资性房地产、固定资产、在建工程、使用权资产、无形资产、商誉等（存货、按公允价值模式计量的投资性房地产、递延所得税资产、金融资产除外）的资产减值，按以下方法确定：

于资产负债表日判断资产是否存在可能发生减值的迹象，存在减值迹象的，公司将估计其可收回金额，进行减值测试。对因企业合并所形成的商誉、使用寿命不确定的无形资产和尚未达到预定用途的无形资产无论是否存在减值迹象，每年都进行减值测试。

可收回金额根据资产的公允价值减去处置费用后的净额与资产预计未来现金流量的现值两者之间较高者确定。公司以单项资产为基础估计其可收回金额；难以对单项资产的可收回金额进行估计的，以该资产所属的资产组为基础确定资产组的可收回金额。资产组的认定，以资产组产生的主要现金流入是否独立于其他资产或者资产组的现金流入为依据。

当资产或资产组的可收回金额低于其账面价值时，公司将其账面价值减记至可收回金额，减记的金额计入当期损益，同时计提相应的资产减值准备。

就商誉的减值测试而言，对于因企业合并形成的商誉的账面价值，自购买日起按照合理的方法分摊至相关的资产组；难以分摊至相关的资产组的，将其分摊至相关的资产组组合。相关的资产组或资产组组合，是能够从企业合并的协同效应中受益的资产组或者资产组组合，且不大于公司确定的报告分部。

减值测试时，如与商誉相关的资产组或者资产组组合存在减值迹象的，首先对不包含商誉的资产组或者资产组组合进行减值测试，计算可收回金额，确认相应的减值损失。然后对包含商誉的资产组或者资产组组合进行减值测试，比较其账面价值与可收回金额，如可收回金额低于账面价值的，确认商誉的减值损失。

资产减值损失一经确认，在以后会计期间不再转回。

(4) 职工薪酬

1) 职工薪酬的范围

职工薪酬，是指企业为获得职工提供的服务或解除劳动关系而给予的各种形式的报酬或补偿。职工薪酬包括短期薪酬、离职后福利、辞退福利和其他长期职工福利。企业提供给职工配偶、子女、受赡养人、已故员工遗属及其他受益人等的福利，也属于职工薪酬。

根据流动性，职工薪酬分别列示于资产负债表的“应付职工薪酬”项目和“长期应付职工薪酬”项目。

2) 短期薪酬

公司在职工提供服务的会计期间，将实际发生的职工工资、奖金、按规定的基准和比例为职工缴纳的医疗保险费、工伤保险费和生育保险费等社会保险费和住房公积金，确认为负债，并计入当期损益或相关资产成本。

3) 离职后福利

离职后福利计划包括设定提存计划和设定受益计划。其中，设定提存计划，是指向独立的基金缴存固定费用后，企业不再承担进一步支付义务的离职后福利计划；设定受益计划，是指除设定提存计划以外的离职后福利计划。

设定提存计划包括基本养老保险、失业保险等。

在职工提供服务的会计期间，根据设定提存计划计算的应缴存金额确认为负债，并计入当期损益或相关资产成本。

4) 辞退福利

公司向职工提供辞退福利的，在下列两者孰早日确认辞退福利产生的职工薪酬负债，并计入当期损益：公司不能单方面撤回因解除劳动关系计划或裁减建议所提供的辞退福利时；公司确认与涉及支付辞退福利的重组相关的成本或费用时。

实行职工内部退休计划的，在正式退休日之前的经济补偿，属于辞退福利，自职工停止提供服务日至正常退休日期间，拟支付的内退职工工资和缴纳的社会保险费等一次性计入当期损益。正式退休日期之后的经济补偿（如正常养老退休金），按照离职后福利处理。

5) 其他长期福利

公司向职工提供的其他长期职工福利，符合设定提存计划条件的，按照上述关于设定提存计划的有关规定进行处理。符合设定受益计划的，按照上述关于设定受益计划的有关规定进行处理，但相关职工薪酬成本中“重新计量设定受益计划净负债或净资产所产生的变动”部分计入当期损益或相关资产成本。

(5) 预计负债

如果与或有事项相关的义务同时符合以下条件，公司将其确认为预计负债：①义务是公司承担的现时义务；②该义务的履行很可能导致经济利益流出公司；③该义务的金额能够可靠地计量。

预计负债按照履行相关现时义务所需支出的最佳估计数进行初始计量，并综合考虑与或有事项有关的风险、不确定性和货币时间价值等因素。货币时间价值影响重大的，通过对相关未来现金流出进行折现后确定最佳估计数。公司于资产负债表日对预计负债的账面价值进行复核，并对账面价值进行调整以反映当前最佳估计数。

如果清偿已确认预计负债所需支出全部或部分预期由第三方或其他方补偿，则补偿金额只能在基本确定能收到时，作为资产单独确认。确认的补偿金额不超过所确认负债的账面价值。

(6) 政府补助

政府补助在满足政府补助所附条件并能够收到时确认。

对于货币性资产的政府补助，按照收到或应收的金额计量。对于非货币性资产的政府补助，按照公允价值计量；公允价值不能够可靠取得的，按照名义金额 1 元计量。

与资产相关的政府补助，是指公司取得的、用于购建或以其他方式形成长期资产的政府补助；除此之外，作为与收益相关的政府补助。

对于政府文件未明确规定补助对象的，能够形成长期资产的，与资产价值相对应的政府补助部分作为与资产相关的政府补助，其余部分作为与收益相关的政府补助；难以区分的，将政府补助整体作为与收益相关的政府补助。

与资产相关的政府补助，冲减相关资产的账面价值，或者确认为递延收益在相关资产使用期限内按照合理、系统的方法分期计入损益。与收益相关的政府补助，用于补偿已发生的相关成本费用或损失的，计入当期损益或冲减相关成本；用于补偿以后期间的相关成本费用或损失的，则计入递延收益，于相关成本费用或损失确认期间计入当期损益或冲减相关成本。按照名义金额计量的政府补助，直接计入当期损益。公司对相同或类似的政府补助业务，采用一致的方法处理。

与日常活动相关的政府补助，按照经济业务实质，计入其他收益或冲减相关成本费用。与日常活动无关的政府补助，计入营业外收支。

已确认的政府补助需要返还时，初始确认时冲减相关资产账面价值的，调整资产账面价值；存在相关递延收益余额的，冲减相关递延收益账面余额，超出部分计入当期损益；属于其他情况的，直接计入当期损益。

取得的政策性优惠贷款贴息，如果财政将贴息资金拨付给贷款银行，以实际收到的借款金额作为借款的入账价值，按照借款本金和政策性优惠利率计算借款费用。如果财政将贴息资金直接拨付给公司，贴息冲减借款费用。

(7) 租赁

1) 租赁的识别

在合同开始日，公司作为承租人或出租人评估合同中的客户是否有权获得在使用期间内因使用已识别资产所产生的几乎全部经济利益，并有权在该使用期间主导已识别资产的使用。如果合同中一方让渡了在一定期间内控制一项或多项已识别资产使用的权利以换取对价，则公司认定合同为租赁或者包含租赁。

2) 公司作为承租人

在租赁期开始日，公司对所有租赁确认使用权资产和租赁负债，简化处理的短期租赁和低价值资产租赁除外。

使用权资产的会计政策见本节之“四、会计政策、估计”之“(一) 会计政策和会计估计”之“11. 其他重要的会计政策和会计估计”之“(8) 使用权资产”。

租赁负债按照租赁期开始日尚未支付的租赁付款额采用租赁内含利率计算的现值进行初始计量，无法确定租赁内含利率的，采用增量借款利率作为折现率。租赁付款额包括：固定付款额及实质固定付款额，存在租赁激励的，扣除租赁激励相关金额；取决于指数或比率的可变租赁付款额；购买选择权的行权价格，前提是承租人合理确定将行使该选择权；行使终止租赁选择权需支付的款项，前提是租赁期反映出承租人将行使终止租赁选择权；以及根据承租人提供的担保余值预计应支付的款项。后续按照固定的周期性利率计算租赁负债在租赁期内各期间的利息费用，并计入当期损益。未纳入租赁负债计量的可变租赁付款额在实际发生时计入当期损益。

①短期租赁

短期租赁是指在租赁期开始日，租赁期不超过 12 个月的租赁，包含购买选择权的租赁除外。

公司将短期租赁的租赁付款额，在租赁期内各个期间按照直线法的方法计入相关资产成本或当期损益。

对于短期租赁，公司按照租赁资产的类别将下列资产类型中满足短期租赁条件的项目选择采用上述简化处理方法。

②低价值资产租赁

低价值资产租赁是指单项租赁资产为全新资产时价值低于 4 万元的租赁。

公司将低价值资产租赁的租赁付款额，在租赁期内各个期间按照直线法的方法计入相关资产成本或当期损益。

对于低价值资产租赁，公司根据每项租赁的具体情况选择采用上述简化处理方法。

③租赁变更

租赁发生变更且同时符合下列条件的，公司将该租赁变更作为一项单独租赁进行会计处理：

①该租赁变更通过增加一项或多项租赁资产的使用权而扩大了租赁范围；②增加的对价与租赁范围扩大部分的单独价格按该合同情况调整后的金额相当。

租赁变更未作为一项单独租赁进行会计处理的，在租赁变更生效日，公司重新分摊变更后合同的对价，重新确定租赁期，并按照变更后租赁付款额和修订后的折现率计算的现值重新计量租赁负债。

租赁变更导致租赁范围缩小或租赁期缩短的，公司相应调减使用权资产的账面价值，并将部分终止或完全终止租赁的相关利得或损失计入当期损益。

其他租赁变更导致租赁负债重新计量的，公司相应调整使用权资产的账面价值。

3) 公司作为出租人

公司作为出租人时，将实质上转移了与资产所有权有关的全部风险和报酬的租赁确认为融资租赁，除融资租赁之外的其他租赁确认为经营租赁。

①融资租赁

融资租赁中，在租赁期开始日公司按租赁投资净额作为应收融资租赁款的入账价值，租赁投资净额为未担保余值和租赁期开始日尚未收到的租赁收款额按照租赁内含利率折现的现值之和。公司作为出租人按照固定的周期性利率计算并确认租赁期内各个期间的利息收入。公司作为出租人取得的未纳入租赁投资净额计量的可变租赁付款额在实际发生时计入当期损益。

应收融资租赁款的终止确认和减值按照《企业会计准则第 22 号——金融工具确认和计量》和《企业会计准则第 23 号——金融资产转移》的规定进行会计处理。

②经营租赁

经营租赁中的租金，公司在租赁期内各个期间按照直线法确认当期损益。发生的与经营租赁有关的初始直接费用应当资本化，在租赁期内按照与租金收入确认相同的基础进行分摊，分期计入当期损益。取得的与经营租赁有关的未计入租赁收款额的可变租赁付款额，在实际发生时计入当期损益。

③租赁变更

经营租赁发生变更的，公司自变更生效日起将其作为一项新租赁进行会计处理，与变更前租赁有关的预收或应收租赁收款额视为新租赁的收款额。

融资租赁发生变更且同时符合下列条件的，公司将该变更作为一项单独租赁进行会计处理：

①该变更通过增加一项或多项租赁资产的使用权而扩大了租赁范围；②增加的对价与租赁范围扩大部分的单独价格按该合同情况调整后的金额相当。

融资租赁发生变更未作为一项单独租赁进行会计处理的，公司分别下列情形对变更后的租赁进行处理：①假如变更在租赁开始日生效，该租赁会被分类为经营租赁的，公司自租赁变更生效日开始将其作为一项新租赁进行会计处理，并以租赁变更生效日前的租赁投资净额作为租赁资产的账面价值；②假如变更在租赁开始日生效，该租赁会被分类为融资租赁的，公司按照《企业会计准则第 22 号——金融工具确认和计量》关于修改或重新议定合同的规定进行会计处理。

④转租赁

公司作为转租出租人时，基于原租赁产生的使用权资产对转租赁进行分类。原租赁为短期租赁，且公司对原租赁进行简化处理的，将该转租赁分类为经营租赁。

(8) 使用权资产

1) 使用权资产确认条件

使用权资产是指公司作为承租人可在租赁期内使用租赁资产的权利。

在租赁期开始日，使用权资产按照成本进行初始计量。该成本包括：租赁负债的初始计量金额；在租赁期开始日或之前支付的租赁付款额，存在租赁激励的，扣除已享受的租赁激励相关金额；公司作为承租人发生的初始直接费用；公司作为承租人为拆卸及移除租赁资产、复原租赁资

产所在场地或将租赁资产恢复至租赁条款约定状态预计将发生的成本。公司作为承租人按照《企业会计准则第 13 号——或有事项》对拆除复原等成本进行确认和计量。后续就租赁负债的任何重新计量作出调整。

2) 使用权资产的折旧方法

公司采用直线法计提折旧。公司作为承租人能够合理确定租赁期届满时取得租赁资产所有权的，在租赁资产剩余使用寿命内计提折旧。无法合理确定租赁期届满时能够取得租赁资产所有权的，在租赁期与租赁资产剩余使用寿命两者孰短的期间内计提折旧。

3) 使用权资产的减值测试方法、减值准备计提方法

使用权资产的减值测试方法、减值准备计提方法见本节之“四、会计政策、估计”之“(一) 会计政策和会计估计”之“11. 其他重要的会计政策和会计估计”之“(3) 资产减值”。

(9) 套期会计

在初始指定套期关系时，公司正式指定套期工具和被套期项目，并有正式的书面文件记录套期关系、风险管理策略和风险管理目标。其内容记录包括载明套期工具、被套期项目、被套期风险的性质以及套期有效性评估方法。

公司持续地对套期有效性进行评价，判断该套期在套期关系被指定的会计期间内是否满足运用套期会计对于有效性的要求。如果不满足，则终止运用套期关系。运用套期会计，应当符合下列套期有效性的要求：

- ①被套期项目和套期工具之间存在经济关系。
- ②被套期项目和套期工具经济关系产生的价值变动中，信用风险的影响不占主导地位。
- ③套期关系的套期比率，应当等于企业实际套期的被套期项目数量与对其进行套期的套期工具实际数量之比，但不应当反映被套期项目和套期工具相对权重的失衡，这种失衡会导致套期无效，并可能产生与套期会计目标不一致的会计结果。

公司发生下列情形之一的，终止运用套期会计：

- ①因风险管理目标发生变化，导致套期关系不再满足风险管理目标。
- ②套期工具已到期、被出售、合同终止或已行使。
- ③被套期项目与套期工具之间不再存在经济关系，或者被套期项目和套期工具经济关系产生的价值变动中，信用风险的影响开始占主导地位。
- ④套期关系不再满足运用套期会计方法的其他条件。

1) 公允价值套期

公允价值套期是指对公司的已确认资产或负债、尚未确认的确定承诺，或上述项目组成部分的公允价值变动风险敞口进行的套期，该公允价值变动源于特定风险，且将影响企业的损益或其他综合收益。

对于公允价值套期，套期工具产生的利得或损失计入当期损益。被套期项目因被套期风险敞

口形成的利得或损失计入当期损益，同时调整未以公允价值计量的已确认被套期项目的账面价值。

被套期项目为以摊余成本计量的金融工具（或其组成部分）的，对被套期项目账面价值所作的调整按照开始摊销日重新计算的实际利率进行摊销，并计入当期损益。

被套期项目为尚未确认的确定承诺（或其组成部分）的，其在套期关系指定后因被套期风险引起的公允价值累计变动额确认为一项资产或负债，相关的利得或损失计入各相关期间损益。当履行确定承诺而取得资产或承担负债时，调整该资产或负债的初始确认金额，以包括已确认的被套期项目的公允价值累计变动额。

2) 现金流量套期

现金流量套期，是指对现金流量变动风险进行的套期。该现金流量变动源于与已确认资产或负债、极可能发生的预期交易，或与上述项目组成部分有关的特定风险，且将影响企业的损益。

套期工具产生的利得或损失中属于套期有效的部分，作为现金流量套期储备，计入其他综合收益。属于套期无效的部分（即扣除计入其他综合收益后的其他利得或损失），计入当期损益。

对于现金流量套期，被套期项目为预期交易，且该预期交易使公司随后确认一项非金融资产或非金融负债的，或者非金融资产或非金融负债的预期交易形成一项适用于公允价值套期会计的确定承诺时，公司将原在其他综合收益中确认的现金流量套期储备金额转出，计入该资产或负债的初始确认金额。

对于不属于上述情况的现金流量套期，公司在被套期的预期现金流量影响损益的相同期间，将原在其他综合收益中确认的现金流量套期储备金额转出，计入当期损益。

如果在其他综合收益中确认的现金流量套期储备金额是一项损失，且该损失全部或部分预计在未来会计期间不能弥补的，公司在预计不能弥补时，将预计不能弥补的部分从其他综合收益中转出，计入当期损益。

当公司对现金流量套期终止运用套期会计时，若被套期的未来现金流量预期仍然会发生的，在其他综合收益中确认的累计现金流量套期储备的金额予以保留，直至预期交易实际发生时，再按上述现金流量套期的会计政策处理。如果被套期的未来现金流量预期不再发生的，在其他综合收益中确认的累计现金流量套期储备的金额从其他综合收益中转出，计入当期损益。被套期的未来现金流量预期不再极可能发生但可能预期仍然会发生，在预期仍然会发生的情况下，累计现金流量套期储备的金额予以保留，直至预期交易实际发生时，再按上述现金流量套期的会计政策处理。

(10) 投资性房地产

投资性房地产是指为赚取租金或资本增值，或两者兼有而持有的房地产。公司投资性房地产为已出租的建筑物。

公司投资性房地产按照取得时的成本进行初始计量，并按照固定资产或无形资产的有关规

定，按期计提折旧或摊销。

采用成本模式进行后续计量的投资性房地产，计提资产减值方法见本节之“四、会计政策、估计”之“（一）会计政策和会计估计”之“11. 其他重要的会计政策和会计估计”之“（3）资产减值”。

投资性房地产出售、转让、报废或毁损的处置收入扣除其账面价值和相关税费后的差额计入当期损益。

（11）借款费用

1）借款费用资本化的确认原则

本公司发生的借款费用，可直接归属于符合资本化条件的资产的购建或者生产的，予以资本化，计入相关资产成本；其他借款费用，在发生时根据其发生额确认为费用，计入当期损益。借款费用同时满足下列条件的，开始资本化：

①资产支出已经发生，资产支出包括为购建或者生产符合资本化条件的资产而以支付现金、转移非现金资产或者承担带息债务形式发生的支出；

②借款费用已经发生；

③为使资产达到预定可使用或者可销售状态所必要的购建或者生产活动已经开始。

2）借款费用资本化期间

本公司购建或者生产符合资本化条件的资产达到预定可使用或者可销售状态时，借款费用停止资本化。在符合资本化条件的资产达到预定可使用或者可销售状态之后所发生的借款费用，在发生时根据其发生额确认为费用，计入当期损益。

符合资本化条件的资产在购建或者生产过程中发生非正常中断、且中断时间连续超过3个月的，暂停借款费用的资本化；正常中断期间的借款费用继续资本化。

3）借款费用资本化率以及资本化金额的计算方法

专门借款当期实际发生的利息费用，减去尚未动用的借款资金存入银行取得的利息收入或进行暂时性投资取得的投资收益后的金额予以资本化；一般借款根据累计资产支出超过专门借款部分的资产支出加权平均数乘以所占用一般借款的资本化率，确定资本化金额。资本化率根据一般借款的加权平均利率计算确定。

资本化期间内，外币专门借款的汇兑差额全部予以资本化；外币一般借款的汇兑差额计入当期损益。

（12）长期股权投资

长期股权投资包括对子公司、合营企业和联营企业的权益性投资。公司能够对被投资单位施加重大影响的，为公司的联营企业。

1）初始投资成本确定

形成企业合并的长期股权投资：同一控制下企业合并取得的长期股权投资，在合并日按照取得被合并方所有者权益在最终控制方合并财务报表中的账面价值份额作为投资成本；非同一控制下企业合并取得的长期股权投资，按照合并成本作为长期股权投资的投资成本。

对于其他方式取得的长期股权投资：支付现金取得的长期股权投资，按照实际支付的购买价款作为初始投资成本；发行权益性证券取得的长期股权投资，以发行权益性证券的公允价值作为初始投资成本。

2) 后续计量及损益确认方法

对子公司的投资，采用成本法核算，除非投资符合持有待售的条件；对联营企业和合营企业的投资，采用权益法核算。

采用成本法核算的长期股权投资，除取得投资时实际支付的价款或对价中包含的已宣告但尚未发放的现金股利或利润外，被投资单位宣告分派的现金股利或利润，确认为投资收益计入当期损益。

采用权益法核算的长期股权投资，初始投资成本大于投资时应享有被投资单位可辨认净资产公允价值份额的，不调整长期股权投资的投资成本；初始投资成本小于投资时应享有被投资单位可辨认净资产公允价值份额的，对长期股权投资的账面价值进行调整，差额计入投资当期的损益。

采用权益法核算时，按照应享有或应分担的被投资单位实现的净损益和其他综合收益的份额，分别确认投资收益和其他综合收益，同时调整长期股权投资的账面价值；按照被投资单位宣告分派的利润或现金股利计算应享有的部分，相应减少长期股权投资的账面价值；被投资单位除净损益、其他综合收益和利润分配以外所有者权益的其他变动，调整长期股权投资的账面价值并计入资本公积（其他资本公积）。在确认应享有被投资单位净损益的份额时，以取得投资时被投资单位各项可辨认资产等的公允价值为基础，并按照本公司的会计政策及会计期间，对被投资单位的净利润进行调整后确认。

因追加投资等原因能够对被投资单位施加重大影响或实施共同控制但不构成控制的，在转换日，按照原股权的公允价值加上新增投资成本之和，作为改按权益法核算的初始投资成本。原股权分类为以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的非交易性权益工具投资的，与其相关的原计入其他综合收益的累计公允价值变动在改按权益法核算时转入留存收益。

因处置部分股权投资等原因丧失了对被投资单位的共同控制或重大影响的，处置后的剩余股权在丧失共同控制或重大影响之日改按《企业会计准则第 22 号——金融工具确认和计量》进行会计处理，公允价值与账面价值之间的差额计入当期损益。原股权投资因采用权益法核算而确认的其他综合收益，在终止采用权益法核算时采用与被投资单位直接处置相关资产或负债相同的基础进行会计处理；原股权投资相关的其他所有者权益变动转入当期损益。

因处置部分股权投资等原因丧失了对被投资单位的控制的，处置后的剩余股权能够对被投资单位实施共同控制或施加重大影响的，改按权益法核算，并对该剩余股权视同自取得时即采用权

益法核算进行调整；处置后的剩余股权不能对被投资单位实施共同控制或施加重大影响的，改按《企业会计准则第 22 号——金融工具确认和计量》的有关规定进行会计处理，其在丧失控制之日的公允价值与账面价值之间的差额计入当期损益。

因其他投资方增资而导致本公司持股比例下降、从而丧失控制权但能对被投资单位实施共同控制或施加重大影响的，按照新的持股比例确认本公司应享有的被投资单位因增资扩股而增加净资产的份额，与应结转持股比例下降部分所对应的长期股权投资原账面价值之间的差额计入当期损益；然后，按照新的持股比例视同自取得投资时即采用权益法核算进行调整。

本公司与联营企业及合营企业之间发生的未实现内部交易损益按照持股比例计算归属于本公司的部分，在抵销基础上确认投资损益。但本公司与被投资单位发生的未实现内部交易损失，属于所转让资产减值损失的，不予以抵销。

3) 确定对被投资单位具有共同控制、重大影响的依据

共同控制，是指按照相关约定对某项安排所共有的控制，并且该安排的相关活动必须经过分享控制权的参与方一致同意后才能决策。在判断是否存在共同控制时，首先判断是否由所有参与方或参与方组合集体控制该安排，其次再判断该安排相关活动的决策是否必须经过这些集体控制该安排的参与方一致同意。如果所有参与方或一组参与方必须一致行动才能决定某项安排的相关活动，则认为所有参与方或一组参与方集体控制该安排；如果存在两个或两个以上的参与方组合能够集体控制某项安排的，不构成共同控制。判断是否存在共同控制时，不考虑享有的保护性权利。

重大影响，是指投资方对被投资单位的财务和经营政策有参与决策的权力，但并不能够控制或者与其他方一起共同控制这些政策的制定。在确定能否对被投资单位施加重大影响时，考虑投资方直接或间接持有被投资单位的表决权股份以及投资方及其他方持有的当期可执行潜在表决权在假定转换为对被投资方单位的股权后产生的影响，包括被投资单位发行的当期可转换的认股权证、股份期权及可转换公司债券等的影响。

当公司直接或通过子公司间接拥有被投资单位 20%（含 20%）以上但低于 50%的表决权股份时，一般认为对被投资单位具有重大影响，除非有明确证据表明该种情况下不能参与被投资单位的生产经营决策，不形成重大影响；本公司拥有被投资单位 20%（不含）以下的表决权股份时，一般不认为对被投资单位具有重大影响，除非有明确证据表明该种情况下能够参与被投资单位的生产经营决策，形成重大影响。

4) 减值测试方法及减值准备计提方法

对子公司、联营企业及合营企业的投资，计提资产减值的方法见本节之“四、会计政策、估计”之“（一）会计政策和会计估计”之“11. 其他重要的会计政策和会计估计”之“（3）资产减值”。

（13）现金及现金等价物的确定标准

现金是指库存现金以及可以随时用于支付的存款。现金等价物，是指本公司持有的期限短、流动性强、易于转换为已知金额现金、价值变动风险很小的投资。

(14) 长期待摊费用

公司发生的长期待摊费用按实际成本计价，并按预计受益期限平均摊销。对不能使以后会计期间受益的长期待摊费用项目，其摊余价值全部计入当期损益。

(二) 会计政策和会计估计分析

√适用 □不适用

公司重大会计政策或会计估计与可比公司不存在重大差异。

五、 分部信息

□适用 √不适用

六、 非经常性损益

单位：万元

	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	20.41	-21.70	294.99
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	213.85	136.66	323.69
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	-1,145.76	-238.66	-326.56
除上述各项之外的其他营业外收入和支出	37.89	-199.79	-330.94
小计	-873.62	-323.48	-38.82
减：所得税影响数	-134.52	-75.08	-6.77
少数股东权益影响额	-	-	-
合计	-739.09	-248.41	-32.05
非经常性损益净额	-739.09	-248.41	-32.05
归属于母公司股东的净利润	14,793.18	10,762.24	714.12
扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润	15,532.27	11,010.65	746.17
归属于母公司股东的非经常性损益净额占归属于母公司股东的净利润的比例 (%)	-5.00	-2.31	-4.49

非经常性损益分析：

报告期内，公司非经常性损益主要由非流动资产处置损益、政府补助、交易性金融负债产生的公允价值损失和营业外收支构成，公司归属于母公司股东的非经常损益净额占归属于母公司股东的净利润的比例分别为-4.49%、-2.31%和-5.00%。报告期内，公司主营业务突出，非经常性损益对公司持续盈利能力不构成重大影响。

七、 主要会计数据及财务指标

项目	2024年12月31日 /2024年度	2023年12月31日 /2023年度	2022年12月31日 /2022年度
资产总计(元)	897,380,991.81	623,087,969.86	498,583,759.50
股东权益合计(元)	429,247,108.46	252,060,412.40	148,554,456.35
归属于母公司所有者的股东权益(元)	429,247,108.46	252,060,412.40	148,554,456.35
每股净资产(元/股)	8.15	5.04	2.73
归属于母公司所有者的每股净资产(元/股)	8.15	5.04	2.73
资产负债率(合并)(%)	52.17	59.55	70.20
资产负债率(母公司)(%)	49.62	59.61	62.79
营业收入(元)	1,509,799,840.24	1,168,138,581.97	1,070,927,305.85
毛利率(%)	40.12	39.43	28.84
净利润(元)	147,931,797.57	107,622,447.31	7,141,235.22
归属于母公司所有者的净利润(元)	147,931,797.57	107,622,447.31	7,141,235.22
扣除非经常性损益后的净利润(元)	155,322,733.34	110,106,524.56	7,461,719.88
归属于母公司所有者的扣除非经常性损益后的净利润(元)	155,322,733.34	110,106,524.56	7,461,719.88
息税折旧摊销前利润(元)	202,601,835.58	157,073,843.30	50,686,855.01
加权平均净资产收益率(%)	43.30	53.18	5.04
扣除非经常性损益后净资产收益率(%)	45.46	54.41	5.27
基本每股收益(元/股)	2.89	2.09	0.13
稀释每股收益(元/股)	2.89	2.09	0.13
经营活动产生的现金流量净额(元)	157,742,828.55	92,625,671.17	90,798,549.25
每股经营活动产生的现金流量净额(元)	2.99	1.85	1.67
研发投入占营业收入的比例(%)	2.51	2.32	2.15
应收账款周转率	9.89	12.79	18.95
存货周转率	4.04	4.15	3.45
流动比率	1.62	1.49	1.22
速动比率	0.97	0.89	0.68

主要会计数据及财务指标计算公式及变动简要分析：

上述财务指标的计算方法如下：

1. 每股净资产=期末净资产/期末股本总额

2. 归属于母公司所有者的每股净资产=归属于母公司所有者的净资产/期末股本总额

3. 资产负债率=（负债总额/资产总额）×100%

4. 毛利率=（营业收入-营业成本）/营业收入

5. 息税折旧摊销前利润=净利润+所得税费用+利息支出+固定资产折旧+使用权资产折旧+投资性房地产折旧+无形资产摊销+长期待摊费用摊销

6. 加权平均净资产收益率= $P0 / (E0 + NP \div 2 + E_i \times M_i \div M0 - E_j \times M_j \div M0 \pm E_k \times M_k \div M0)$

其中：P0 分别对应于归属于公司普通股股东的净利润、扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润；NP 为归属于公司普通股股东的净利润；E0 为归属于公司普通股股东的期初净资产；E_i 为报告期发行新股或债转股等新增的、归属于公司普通股股东的净资产；E_j 为报告期回购或现金分红等减少的、归属于公司普通股股东的净资产；M0 为报告期月份数；M_i 为新增净资产次月起至报告期期末的累计月数；M_j 为减少净资产次月起至报告期期末的累计月数；E_k 为因其他交易或事项引起的、归属于公司普通股股东的净资产增减变动；M_k 为发生其他净资产增减变动次月起至报告期期末的累计月数。

7. 基本每股收益= $P0 \div S$

$S = S0 + S1 + S_i \times M_i \div M0 - S_j \times M_j \div M0 - S_k$

其中：P0 为归属于公司普通股股东的净利润或扣除非经常性损益后归属于普通股股东的净利润；S 为发行在外的普通股加权平均数；S0 为期初股份总数；S1 为报告期因公积金转增股本或股票股利分配等增加股份数；S_i 为报告期因发行新股或债转股等增加股份数；S_j 为报告期因回购等减少股份数；S_k 为报告期缩股数；M0 为报告期月份数；M_i 为增加股份次月起至报告期期末的累计月数；M_j 为减少股份次月起至报告期期末的累计月数。

8. 稀释每股收益= $P1 / (S0 + S1 + S_i \times M_i \div M0 - S_j \times M_j \div M0 - S_k + \text{认股权证、股份期权、可转换债券等增加的普通股加权平均数})$

其中，P1 为归属于公司普通股股东的净利润或扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润，并考虑稀释性潜在普通股对其影响，按《企业会计准则》及有关规定进行调整。公司在计算稀释每股收益时，应考虑所有稀释性潜在普通股对归属于公司普通股股东的净利润或扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润和加权平均股数的影响，按照其稀释程度从大到小的顺序计入稀释每股收益，直至稀释每股收益达到最小值。

9. 每股经营活动产生的现金流量净额=经营活动产生的现金流量净额/期末股本总额

10. 研发投入占营业收入的比例=（费用化研发支出+资本化研发支出）/营业收入

11. 应收账款周转率=营业收入/应收账款平均余额

12. 存货周转率=营业成本/存货平均余额

13. 流动比率=流动资产/流动负债

14. 速动比率= (流动资产-存货) /流动负债

八、 盈利预测

适用 不适用

第八节 管理层讨论与分析

一、经营核心因素

(一) 影响收入、成本、费用和利润的主要因素

1. 影响收入的主要因素

影响公司收入的外部因素主要系境内外的市场需求。欧美等发达国家电器消费高度依赖中国制造，是办公电器和家用电器的主要消费市场，未来我国生产的办公电器和家用电器出口市场空间广阔。此外，我国办公电器和家用电器内销市场仍处于成长期，随着我国经济增长和人们生活水平提高，未来市场发展仍具有较大潜力。另一方面，公司技术研发能力、市场开拓和客户服务能力以及产能利用率情况是影响公司收入的主要内部因素。

2. 影响成本的主要因素

公司产品成本主要由直接材料、人工费用、固定资产折旧和模具摊销等制造费用、外协加工费、外协生产成本及运输费等构成，其中直接材料及人工费用合计占主营业务成本的 59%以上。因此，原材料价格波动、员工薪酬变动以及精益制造能力是影响公司产品成本的主要因素。同时，公司跨境电商业务需承担海运费及末端配送费，各期运输费占主营业务成本的 20%以上。因此，海运费及电商末端配送费的价格波动对公司成本产生重要影响。

3. 影响费用的主要因素

公司期间费用包括销售费用、管理费用、研发费用和财务费用，其中影响费用的主要因素包括研发投入、销售及管理员工薪酬、平台佣金及服务费、广告费及业务宣传费、折旧摊销以及汇兑损益等。报告期内，公司期间费用分别为 29,437.06 万元、32,741.21 万元和 41,863.87 万元，占营业收入的比例分别为 27.49%、28.03%和 27.73%，期间费用总额随着营业收入的增长呈现上升趋势，期间费用率保持相对稳定。

4. 影响利润的主要因素

影响公司利润的主要因素包括营业收入、营业成本和费用的变动。有关公司收入、成本、费用和利润变动情况的分析参见本节之“三、盈利情况分析”相关内容。

(二) 具有核心意义、或其变化对业绩变动具有较强预示作用的财务或非财务指标

1. 财务指标

(1) 主营业务毛利率

主营业务毛利率可从整体上反映公司产品质量、市场竞争力和获利潜力。2022-2024 年度公司主营业务毛利率分别为 28.78%、39.46%和 40.22%。报告期内公司主营业务毛利率持续上升，主要系毛利率较高的自有品牌业务收入占比持续上升、美元兑人民币汇率持续上升、海运费下降等因素影响。详细分析参见本节之“三、盈利情况分析”之“(三) 毛利率分析”相关内容。

(2) 销售费用率

销售费用是公司主要费用支出项，销售费用率是影响公司净利润率的重要指标之一。报告期各期，公司销售费用分别为 18,357.40 万元、22,246.47 万元和 29,529.95 万元，占营业收入的比例分别为 17.14%、19.04%和 19.56%。公司销售费用随着收入增长而增长，销售费用主要包括电商平台佣金及服务、广告费及业务宣传费、仓储费等。

2. 非财务指标

行业发展情况、竞争情况是公司未来发展的重要外部条件，行业及行业下游的积极发展将有效促进并提高公司未来盈利能力，行业现状及发展情况对公司业绩变动具有较强预示作用。

二、 资产负债等财务状况分析

(一) 应收款项

1. 应收票据

适用 不适用

(1) 应收票据分类列示

单位：万元

项目	2024 年 12 月 31 日	2023 年 12 月 31 日	2022 年 12 月 31 日
银行承兑汇票	-	19.42	29.80
商业承兑汇票	-	-	-
合计	-	19.42	29.80

(2) 报告期各期末公司已质押的应收票据

适用 不适用

(3) 报告期各期末公司已背书或贴现且在资产负债表日尚未到期的应收票据

适用 不适用

单位：万元

项目	2024 年 12 月 31 日	
	报告期期末终止确认金额	报告期期末未终止确认金额
银行承兑汇票	-	-
商业承兑汇票	-	-
合计	-	-

单位：万元

项目	2023 年 12 月 31 日	
	报告期期末终止确认金额	报告期期末未终止确认金额
银行承兑汇票	-	-
商业承兑汇票	-	-
合计	-	-

单位：万元

项目	2022 年 12 月 31 日
----	------------------

	报告期期末终止确认金额	报告期期末未终止确认金额
银行承兑汇票	15.00	30.00
商业承兑汇票	-	-
合计	15.00	30.00

(4) 报告期各期末公司因出票人未履约而将其转应收账款的票据

适用 不适用

(5) 按坏账计提方法分类披露

单位：万元

类别	2024年12月31日				
	账面余额		坏账准备		账面价值
	金额	比例 (%)	金额	计提比例 (%)	
按单项计提坏账准备的应收票据	-	-	-	-	-
按组合计提坏账准备的应收票据	-	-	-	-	-
其中：银行承兑汇票	-	-	-	-	-
合计	-	-	-	-	-

单位：万元

类别	2023年12月31日				
	账面余额		坏账准备		账面价值
	金额	比例 (%)	金额	计提比例 (%)	
按单项计提坏账准备的应收票据	-	-	-	-	-
按组合计提坏账准备的应收票据	19.51	100.00	0.09	0.45	19.42
其中：银行承兑汇票	19.51	100.00	0.09	0.45	19.42
合计	19.51	100.00	0.09	0.45	19.42

单位：万元

类别	2022年12月31日				
	账面余额		坏账准备		账面价值
	金额	比例 (%)	金额	计提比例 (%)	
按单项计提坏账准备的应收票据	-	-	-	-	-
按组合计提坏账准备的应收票据	30.00	100.00	0.20	0.68	29.80
其中：银行承兑汇票	30.00	100.00	0.20	0.68	29.80
合计	30.00	100.00	0.20	0.68	29.80

1) 按单项计提坏账准备:

适用 不适用

2) 按组合计提坏账准备:

适用 不适用

单位：万元

组合名称	2024年12月31日		
	账面余额	坏账准备	计提比例(%)
银行承兑汇票	-	-	-
合计	-	-	-

单位：万元

组合名称	2023年12月31日		
	账面余额	坏账准备	计提比例(%)
银行承兑汇票	19.51	0.09	0.45
合计	19.51	0.09	0.45

单位：万元

组合名称	2022年12月31日		
	账面余额	坏账准备	计提比例(%)
银行承兑汇票	30.00	0.20	0.68
合计	30.00	0.20	0.68

确定组合依据的说明：

公司将应收票据分类为银行承兑汇票和商业承兑汇票。

对于划分为组合的应收票据，公司参考历史信用损失经验，结合当前状况以及对未来经济状况的预测，通过违约风险敞口和整个存续期预期信用损失率，计算预期信用损失。

报告期内，公司持有应收票据均未发生逾期，因此公司以未逾期的应收账款对应的整个存续期预期信用损失率作为应收票据坏账准备的计提比例。

报告期坏账准备计提金额以及评估金融工具信用风险是否显著增加的依据：

□适用 √不适用

3) 如按预期信用损失一般模型计提坏账准备，请按下表披露坏账准备的相关信息：

□适用 √不适用

(6) 报告期内计提、收回或转回的坏账准备情况

√适用 □不适用

单位：万元

类别	2023年12月31日	本期变动金额			2024年12月31日
		计提	收回或转回	核销	
银行承兑汇票	0.09	-	0.09	-	-
合计	0.09	-	0.09	-	-

单位：万元

类别	2022年12月31日	本期变动金额			2023年12月31日
		计提	收回或转回	核销	
银行承兑汇票	0.20	0.09	0.20	-	0.09
合计	0.20	0.09	0.20	-	0.09

单位：万元

类别	2021年12月 31日	本期变动金额			2022年12月 31日
		计提	收回或转回	核销	
银行承兑汇票	0.34	0.20	0.34	-	0.20
合计	0.34	0.20	0.34	-	0.20

其中报告期坏账准备收回或转回金额重要的：

适用 不适用

其他说明：

无。

其中重要的应收票据核销情况：

适用 不适用

应收票据核销说明：

适用 不适用

(7) 报告期内实际核销的应收票据情况

适用 不适用

(8) 科目具体情况及分析说明：

报告期内，公司收到的应收票据为银行承兑汇票，公司应收票据账面价值分别为 29.80 万元、19.42 万元和 0 万元。报告期各期末，应收票据账面价值占流动资产的比例分别为 0.09%、0.04% 和 0%，占比较低，主要原因系采用应收票据结算货款为内销客户，公司内销收入规模及占比均较低。

报告期内，公司对银行承兑汇票承兑人的信用等级进行了划分，将 6 家国有大型商业银行和 10 家已上市股份制商业银行分类为信用等级较高的银行，将其他银行及财务公司分类为信用等级一般的银行。6 家国有大型商业银行包括中国工商银行、中国农业银行、中国银行、中国建设银行、交通银行和中国邮政储蓄银行；10 家已上市股份制商业银行包括中信银行、中国光大银行、招商银行、上海浦东发展银行、中国民生银行、华夏银行、平安银行、兴业银行、渤海银行和浙商银行。

报告期各期末，公司对信用等级较高的银行承兑的应收票据在背书或贴现时终止确认，对商业承兑汇票和信用等级一般的银行承兑的应收票据在背书或贴现时不予终止确认，而在到期实际承兑后予以终止确认。

2. 应收款项融资

适用 不适用

3. 应收账款

√适用 □不适用

(1) 按账龄分类披露

单位：万元

账龄	2024年12月31日	2023年12月31日	2022年12月31日
1年以内	17,355.86	13,065.41	5,076.03
1至2年	1.61	21.21	28.45
2至3年	18.64	28.01	52.05
3年以上	25.65	0.23	-
合计	17,401.76	13,114.86	5,156.53

(2) 按坏账计提方法分类披露

单位：万元

类别	2024年12月31日				账面价值
	账面余额		坏账准备		
	金额	比例 (%)	金额	计提比例 (%)	
按单项计提坏账准备的应收账款	-	-	-	-	-
其中：单项金额不重大但单独计提坏账准备的应收账款	-	-	-	-	-
按组合计提坏账准备的应收账款	17,401.76	100.00	149.58	0.86	17,252.18
其中：应收客户	17,401.76	100.00	149.58	0.86	17,252.18
合计	17,401.76	100.00	149.58	0.86	17,252.18

单位：万元

类别	2023年12月31日				账面价值
	账面余额		坏账准备		
	金额	比例 (%)	金额	计提比例 (%)	
按单项计提坏账准备的应收账款	-	-	-	-	-
其中：单项金额不重大但单独计提坏账准备的应收账款	-	-	-	-	-
按组合计提坏账准备的应收账款	13,114.86	100.00	131.22	1.00	12,983.64
其中：应收客户	13,114.86	100.00	131.22	1.00	12,983.64
合计	13,114.86	100.00	131.22	1.00	12,983.64

单位：万元

类别	2022年12月31日				账面价值
	账面余额		坏账准备		
	金额	比例 (%)	金额	计提比例 (%)	
按单项计提坏账准备的应收账款	16.59	0.32	16.59	100.00	-
其中：单项金额不重大但单独计提坏账准备的应收账款	16.59	0.32	16.59	100.00	-

按组合计提坏账准备的应收账款	5,139.94	99.68	229.22	4.46	4,910.72
其中：应收客户	5,139.94	99.68	229.22	4.46	4,910.72
合计	5,156.53	100.00	245.81	4.77	4,910.72

1) 按单项计提坏账准备:

√适用 □不适用

单位：万元

名称	2024年12月31日			
	账面余额	坏账准备	计提比例 (%)	计提理由
-	-	-	-	-
合计	-	-	-	-

单位：万元

名称	2023年12月31日			
	账面余额	坏账准备	计提比例 (%)	计提理由
-	-	-	-	-
合计	-	-	-	-

单位：万元

名称	2022年12月31日			
	账面余额	坏账准备	计提比例 (%)	计提理由
南宁市赛盟数字设备有限公司	16.59	16.59	100.00	预计无法收回
合计	16.59	16.59	100.00	-

按单项计提坏账准备的说明:

报告期各期末，如有客观证据表明应收账款已发生减值，公司对其进行单独测试。2022年末公司对南宁市赛盟数字设备有限公司应收账款余额为16.59万元，由于该款项挂账时间较长，预计无法收回款项，公司全额计提坏账准备，后续截至2023年12月31日，因该款项逾期三年以上仍未收回，经公司审批已核销该笔应收账款。截至2024年12月31日，公司无按单项计提坏账准备的应收账款。

2) 按组合计提坏账准备:

√适用 □不适用

单位：万元

组合名称	2024年12月31日		
	账面余额	坏账准备	计提比例 (%)
未逾期	17,121.67	76.13	0.44
逾期30天以内	208.36	16.40	7.87
逾期30至90天	25.83	11.15	43.16
逾期90至365天	-	-	-
逾期1至2年	1.61	1.61	100.00
逾期2年以上	44.28	44.28	100.00
合计	17,401.76	149.58	0.86

单位：万元

组合名称	2023年12月31日		
	账面余额	坏账准备	计提比例(%)
未逾期	12,963.82	58.81	0.45
逾期30天以内	59.94	4.46	7.44
逾期30至90天	41.58	18.44	44.35
逾期90至365天	0.07	0.06	87.18
逾期1至2年	18.64	18.64	100.00
逾期2年以上	30.81	30.81	100.00
合计	13,114.86	131.22	1.00

单位：万元

组合名称	2022年12月31日		
	账面余额	坏账准备	计提比例(%)
未逾期	4,673.71	31.91	0.68
逾期30天以内	249.90	32.00	12.80
逾期30至90天	92.58	48.99	52.91
逾期90至365天	58.22	50.80	87.25
逾期1至2年	36.37	36.37	100.00
逾期2年以上	29.16	29.16	100.00
合计	5,139.94	229.22	4.46

确定组合依据的说明：

对于划分为组合的应收账款，公司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，编制应收账款逾期天数与整个存续期预期信用损失率对照表，计算预期信用损失。

3) 如按预期信用损失一般模型计提坏账准备，请按下表披露坏账准备的相关信息：

适用 不适用

(3) 报告期计提、收回或转回的坏账准备情况

适用 不适用

单位：万元

类别	2023年12月31日	本期变动金额			2024年12月31日
		计提	收回或转回	核销	
按单项计提坏账准备	-	-	-	-	-
按组合计提坏账准备	131.22	104.08	80.16	5.56	149.58
合计	131.22	104.08	80.16	5.56	149.58

单位：万元

类别	2022年12月31日	本期变动金额			2023年12月31日
		计提	收回或转回	核销	
按单项计提坏账准备	16.59	-	-	16.59	-
按组合计提坏账	229.22	113.87	199.25	12.63	131.22

准备					
合计	245.81	113.87	199.25	29.21	131.22

单位：万元

类别	2021年12月31日	本期变动金额			2022年12月31日
		计提	收回或转回	核销	
按单项计提坏账准备	16.59	-	-	-	16.59
按组合计提坏账准备	105.67	165.78	42.22	-	229.22
合计	122.25	165.78	42.22	-	245.81

其中报告期坏账准备收回或转回金额重要的：

适用 不适用

其他说明：

无。

(4) 本期实际核销的应收账款情况

适用 不适用

单位：万元

项目	核销金额		
	2024年12月31日	2023年12月31日	2022年12月31日
实际核销的应收账款	5.56	29.21	-

其中重要的应收账款核销的情况：

适用 不适用

(5) 按欠款方归集的期末余额前五名的应收账款情况

单位：万元

单位名称	2024年12月31日		
	应收账款	占应收账款期末余额合计数的比例 (%)	坏账准备
Amazon (亚马逊)	8,706.52	50.03	39.24
Walmart (沃尔玛)	2,976.30	17.10	13.10
Amazon (亚马逊电商)	1,734.09	9.97	7.63
Office Depot (欧迪办公)	1,129.56	6.49	11.61
Go Europe GmbH	519.39	2.99	2.29
合计	15,065.85	86.58	73.86

单位：万元

单位名称	2023年12月31日		
	应收账款	占应收账款期末余额合计数的比例 (%)	坏账准备

Amazon (亚马逊)	3,943.11	30.07	18.42
Walmart (沃尔玛)	2,079.65	15.86	9.43
Amazon (亚马逊电商)	1,886.90	14.39	8.56
Office Depot (欧迪办公)	1,728.92	13.18	12.68
Staples (史泰博)	801.07	6.11	3.63
合计	10,439.65	79.61	52.73

单位：万元

单位名称	2022年12月31日		
	应收账款	占应收账款期末余额合计数的比例 (%)	坏账准备
Amazon (亚马逊电商)	1,383.10	26.82	9.59
Office Depot (欧迪办公)	922.75	17.89	9.00
BestBuy (百思买)	352.26	6.83	2.41
ACCO (爱可品牌)	349.80	6.78	2.39
伟仕佳杰 (重庆) 科技有限公司	332.19	6.44	11.26
合计	3,340.10	64.76	34.66

其他说明：

报告期各期末，公司期末应收账款前五名客户占比分别为 64.76%、79.61%和 86.58%。报告期各期末，公司期末应收账款余额前五名客户中不存在持有公司 5%（含 5%）以上表决权股份的股东单位关联方。

(6) 报告期各期末信用期内的应收账款

单位：万元

项目	2024年12月31日		2023年12月31日		2022年12月31日	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
信用期内应收账款	17,121.67	98.39%	12,963.82	98.85%	4,673.71	90.64%
信用期外应收账款	280.08	1.61%	151.04	1.15%	482.82	9.36%
应收账款余额合计	17,401.76	100.00%	13,114.86	100.00%	5,156.53	100.00%

(7) 应收账款期后回款情况

单位：万元

项目	2024年12月31日		2023年12月31日		2022年12月31日	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
期末应收账款余额	17,401.76	-	13,114.86	-	5,156.53	-
期后回款金额	17,148.61	98.55%	13,065.30	99.62%	5,075.50	98.43%
期后未回款金额	253.14	1.45%	49.56	0.38%	81.03	1.57%

注：2022年和2023年末应收账款期后回款金额为期后1年回款金额，2024年末应收账款期后回款金额截止日为2025年4月末。

(8) 因金融资产转移而终止确认的应收账款

√适用 □不适用

报告期各期，公司因金融资产转移而终止确认的应收账款分别为 16,263.55 万元、8,130.31 万元和 10,166.29 万元，主要原因是：公司加入 Walmart（沃尔玛）、Office Depot（欧迪办公）、Staples（史泰博）和 Newell（纽威）等境外 ODM 客户合作银行的供应链金融计划，将对客户的应收账款向其合作银行转让以获取销售回款，具体业务背景参见本招股说明书“第八节 管理层讨论与分析”之“二、资产负债等财务状况分析”之“（一）应收款项”之“4. 其他披露事项”。

(9) 转移应收账款且继续涉入形成的资产、负债金额

□适用 √不适用

(10) 科目具体情况及分析说明

1) 应收账款变动分析

报告期内，公司应收账款与营业收入的变动情况如下表：

单位：万元

项目	2024 年末 /2024 年度		2023 年末 /2023 年度		2022 年末 /2022 年度
	金额	增长率	金额	增长率	金额
应收账款余额	17,401.76	32.69%	13,114.86	154.34%	5,156.53
营业收入	150,979.98	29.25%	116,813.86	9.08%	107,092.73
应收账款余额占营业收入比例	11.53%	-	11.23%	-	4.82%

①2023 年末应收账款变动原因分析

2023 年末公司应收账款余额较 2022 年末增加 7,958.33 万元，增幅 154.34%，主要系公司 ODM 业务的年末应收账款余额较上年末增加 7,605.68 万元，具体如下：A. 前期受欧美通货膨胀以及全球公共卫生事件等宏观因素波动影响，传统线下连锁商超及卖场的产品销售量减少，公司主要 ODM 客户 2023 年上半年处于去库存周期，但下半年已基本完成去库存；此外，公司下半年获取 Amazon（亚马逊）塑封膜及新款碎纸机订单，公司对 Amazon（亚马逊）2023 年第四季度 ODM 业务收入较上年同期增加 3,874.20 万元，导致对其年末应收账款余额较上年末增加 3,832.18 万元；B. 公司部分境外 ODM 客户通过供应链金融等合规方式完成付款，公司可以在应收账款的账期届满前提出销售回款申请，并按约定承担提前回款的贴息成本。2022 年公司对主要境外 ODM 客户的应收账款一般会申请提前回款，导致期末应收账款余额较低；后续公司强化财务成本管理，陆续将回款模式从提前回款变更为到期回款，导致期末应收账款余额增加，其中公司对主要境外 ODM 客户 Walmart（沃尔玛）、Office Depot（欧迪办公）和 Staples（史泰博）应收账款余额较上年末增加 3,345.34 万元。

②2024 年末应收账款变动原因分析

2024 年末公司应收账款余额较上年末增加 4,286.90 万元，增幅 32.69%，主要原因是：2024 年公司营业收入较上年度增加 34,166.13 万元，增幅 29.25%，从而带动期末应收账款增加；公司对 Amazon（亚马逊）2024 年度销售收入较上年度增加 16,608.05 万元，其中第四季度销售收入较上年同期增加 3,544.10 万元，最终导致对 Amazon（亚马逊）年末应收账款余额较上年末增加 4,763.40 万元。

2) 账龄结构分析

报告期各期末，公司账龄在 1 年以内的应收账款余额占比分别为 98.44%、99.62%和 99.74%，公司应收账款质量良好。

3) 坏账计提政策、计提比例与可比公司的对比情况

公司采用逾期账龄法对应收账款的账龄组合确定预期信用损失率，具体如下表所示：

发行人	未逾期	逾期 30 天以内	逾期 30 至 90 天	逾期 90 至 365 天	逾期 1 至 2 年	逾期 2 年以上
2022 年度	0.68%	12.80%	52.91%	87.25%	100.00%	100.00%
2023 年度	0.45%	7.44%	44.35%	87.18%	100.00%	100.00%
2024 年度	0.44%	7.87%	43.16%	94.31%	100.00%	100.00%

可比公司中有四家公司采用自然账龄法对应收账款的账龄组合确定预期信用损失率，具体如下：

公司名称	1 年以内	1-2 年	2-3 年	3 年以上
小熊电器	5.00%	20.00%	50.00%	100.00%
北鼎股份	2.00%	8.00%	15.00%	50.00%
德尔玛	0-6 个月：1.00% 7-12 个月：5.00%	30.00%	60.00%	100.00%
鸿智科技	5.00%	10.00%	50.00%	3-4 年：80.00% 4 年以上 100.00%

资料来源：可比公司公开披露的定期报告。

可比公司中新宝股份采用逾期账龄法对应收账款的账龄组合确定预期信用损失率，具体如下：

公司名称	未逾期	逾期 1-6 个月	逾期 6 个月-1 年	逾期 1-2 年	逾期 2 年以上
新宝股份	1.50%	10.00%	50.00%	80.00%	100.00%

资料来源：可比公司公开披露的定期报告。

综上，可比公司中除新宝股份外均以自然账龄为应收账款的信用风险特征。公司与新宝股份以逾期账龄为应收账款的信用风险特征，两者坏账准备的计提方法相同，计提比例有所差异：新宝股份确定预期信用损失率在报告期保持不变，公司则每年重新计算不同逾期账龄的应收账款对应的预期信用损失率。

报告期各期末，公司与可比公司对按组合计提应收账款坏账准备比例如下表所示：

公司名称	单位：%		
	2024 年 12 月 31 日	2023 年 12 月 31 日	2022 年 12 月 31 日
小熊电器	6.49	6.76	7.26

北鼎股份	2.04	2.00	2.00
德尔玛	1.15	1.11	1.11
新宝股份	2.61	3.17	4.98
鸿智科技	5.00	5.05	6.01
可比公司平均值	3.46	3.62	4.27
发行人	0.86	1.00	4.46

注：可比公司指标是根据其公开披露的定期报告、招股说明书等公开资料计算。

2022 年末公司按组合计提应收账款坏账准备比例为 4.46%，与可比公司平均值较为接近，高于报告期其他期末，主要系 2022 年末个别客户因财务困难未及时支付货款，导致公司逾期应收账款比例为 9.36%，高于报告期内的其他期末。

2023 年末和 2024 年末公司按组合计提应收账款坏账准备比例为 1.00%和 0.86%，较可比公司平均值分别低 2.62 个百分点和 2.60 个百分点，主要系 2023 年末和 2024 年末公司逾期应收账款比例为 1.15%和 1.61%，比例较低，故 2023 年末和 2024 年末公司根据逾期账龄对应的预期信用损失率计提的坏账准备较低。

公司应收账款坏账准备的计提比例与可比公司存在一定差异，其中可比公司中北鼎股份、德尔玛和新宝股份按组合计提应收账款坏账准备比例与公司整体较为接近，小熊电器和鸿智科技计提应收账款坏账准备比例高于公司，主要原因系：小熊电器和鸿智科技应收账款账龄主要在 1 年以内，对账龄 1 年以内的应收账款坏账准备计提比例为 5%，高于北鼎股份的 2%和德尔玛的 1%-5%，此外，公司按照逾期账龄法计提的应收账款坏账准备比例，可比公司主要按自然账龄法模拟测算计提的应收账款坏账准备比例，差异具有合理性。

4) 应收账款组合计提坏账准备的测算过程

公司采用预期信用损失模式，按照相当于整个存续期内预期信用损失的金额计量应收账款的损失准备。公司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，编制应收账款逾期天数与整个存续期预期信用损失率对照表，计算预期信用损失。公司按照预期信用损失模型计提应收账款坏账准备，具体过程如下：

①确定历史数据。确定用于计算历史损失率的历史数据集合，选取报告期每月末应收账款逾期账龄数据以计算历史损失率。

②计算平均迁徙率。以报告期各期每月的迁徙率的算术平均值作为当期的平均迁徙率。

③计算历史损失率。根据计算的迁徙率来计算历史损失率，并根据当前信息和前瞻性信息调整历史损失率，将调整后的历史损失率作为预期信用损失率。

④将预期信用损失率乘以应收账款余额来建立准备矩阵，计算应计提的坏账准备。

5) 应收账款周转率与可比公司的对比情况

单位：次/年

公司名称	2024 年度	2023 年度	2022 年度
小熊电器	18.44	30.20	30.07

北鼎股份	20.30	21.00	17.66
德尔玛	7.48	7.05	8.55
新宝股份	8.96	10.14	9.80
鸿智科技	4.65	4.21	4.30
可比公司平均值	11.97	14.52	14.08
发行人	9.89	12.79	18.95

注：可比公司指标是根据其公开披露的定期报告、招股说明书等公开资料计算。

应收账款周转率取决于当年营业收入金额和应收账款平均余额，报告期内，公司应收账款周转率分别为 18.95 次/年、12.79 次/年和 9.89 次/年，应收账款周转率逐年下降但总体维持在较高水平。2023 年末和 2024 年末公司应收账款余额增幅分别为 154.34%和 32.69%，报告期各期末应收账款余额变动原因见本节之“（10）科目具体情况及分析说明”之“1）应收账款变动分析”。

与可比公司相比，2022 年公司应收账款周转率高于可比公司平均值；2023 年和 2024 年与可比公司平均值较为接近。公司应收账款周转率和同行业可比公司均值有所差异，主要原因系公司与可比公司业务模式、销售方式、客户类型及信用政策存在差异所致。

可比公司中小熊电器、北鼎股份和德尔玛以自有品牌业务为主，且线上销售收入比例相对较高，账款结算周期较短，应收账款周转率整体较高；新宝股份和鸿智科技以 ODM/OEM 业务为主，且其客户通常为规模较大的品牌商或商超客户，信用期较长，期末应收账款余额较高，故应收账款周转率相对较低。

公司业务模式涵盖了自有/授权品牌模式和 ODM 模式，销售模式分为线上销售和线下销售，其中自有品牌模式产品主要通过 Amazon（亚马逊电商）等平台进行线上销售，账款结算周期较短，应收账款余额较低；ODM 模式产品主要为对境外商超/互联网渠道或其授权品牌采购商进行销售，信用期限较长，应收账款余额较高，故公司应收账款周转率处于可比公司区间内。

4. 其他披露事项：

（1）第三方回款总体情况

报告期内，公司在收回销售款项过程中，存在销售回款的支付方与销售合同的签订主体不一致的情况，即第三方回款情况。第三方回款的具体情况如下：

单位：万元

第三方回款类型	2024 年度		2023 年度		2022 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
①境外客户通过供应链金融类合规方式完成付款	10,158.40	94.00%	8,089.11	96.44%	16,124.82	97.25%
②境外客户所属集团内公司付款	494.17	4.57%	147.32	1.76%	319.51	1.93%
③境外客户通过指定第三方付款	64.11	0.59%	92.49	1.10%	25.35	0.15%

④境内实际控制人、股东、董事代为支付	8.86	0.08%	-	-	24.70	0.15%
⑤境内客户员工代付款	79.40	0.73%	56.67	0.68%	80.75	0.49%
⑥公司员工代收款	2.07	0.02%	1.72	0.02%	4.90	0.03%
第三方回款合计	10,807.01	100.00%	8,387.31	100.00%	16,580.03	100.00%
营业收入	150,979.98	-	116,813.86	-	107,092.73	-
占营业收入比例	7.16%	-	7.18%	-	15.48%	-
剔除境外客户通过供应链金融后第三方回款合计	648.61	-	298.20	-	455.22	-
剔除后占营业收入比例	0.43%	-	0.26%	-	0.43%	-

注：1、境内客户员工代付款主要系：其他业务收入中回收废品款由回收站员工代为支付；

2、公司员工代收款主要系：公司存在零星小额配件维修款及货款由员工代为收取后转到公司支付宝，主要系客户配件维修费及货款金额较小，客户选择直接支付给对接的业务人员。

报告期各期，公司第三方回款的金额分别为 16,580.03 万元、8,387.31 万元和 10,807.01 万元，占当期营业收入的比例分别为 15.48%、7.18%和 7.16%，占比逐渐降低。其中供应链金融回款类型主要系：部分境外客户因商业合作等原因，公司客户与合作银行及公司签订了应收账款转让协议并委托金融机构支付货款，报告期内该部分第三方回款比例分别为 97.25%、96.44%和 94.00%，占比较高。剔除供应链金融方式回款外，报告期内第三方回款金额分别为 455.22 万元、298.20 万元和 648.61 万元，占各期营业收入的比例分别为 0.43%、0.26%和 0.43%。

(2) 第三方回款的主要类型分析

报告期各期，公司第三方回款主要为供应链金融回款，占各期第三方回款的比例分别为 97.25%、96.44%和 94.00%。报告期内，公司应 Walmart（沃尔玛）、Office Depot（欧迪办公）、Staples（史泰博）和 Newell（纽威）等境外 ODM 大客户的邀请，加入其合作银行的供应链金融计划，通过向其合作银行转让应收账款的方式获取销售回款，具有商业合理性。具体分析如下：

以客户 Staples（史泰博）为例，其选择富国银行（Wells Fargo）作为合作方，合作推出开放账户计划（Open Account program），即 Staples（史泰博）指定富国银行作为代理人来管理公开账户付款计划，公司与富国银行签订《应收账款购买协议》，公司对 Staples（史泰博）的销售收入通过向富国银行转让应收账款的方式完成回款。公司向 Staples（史泰博）交货后，即可登录富国银行服务平台，提交约定的结算单据（通常包括发票、装箱单和提单等），向富国银行申请结算货款。公司可通知富国银行在应收账款到期后付款，也可通知富国银行在应收账款到期前付款。公司如申请提前付款，则需承担相应的应收账款贴息。

(3) 发行人第三方回款与自身经营模式相关，符合行业经营特点，具有必要性和合理性；第三方回款的付款方不是发行人的关联方

报告期内，公司第三方回款原因主要系客户出于自身资金周转及调拨安排原因，通过委托金

融机构、境外客户所属集团内公司以及境外客户通过指定第三方等向公司直接支付货款，具有必要性和合理性。公司未因第三方回款导致货款归属纠纷。第三方回款支付方中存在公司员工（实际控制人、副董事长张勇之子张冠欣、员工全小岚、周敏和卢勇波）代收零星款，除前述情况外，公司及其实际控制人、董事、监事、高管或其他关联方与第三方回款的支付方不存在关联关系或其他利益安排。

（4）第三方回款与相关销售收入勾稽一致，具有可验证性，不影响销售循环内部控制有效性的认定，申报会计师已对第三方回款及销售确认相关内部控制有效性发表明确核查意见

报告期内，公司第三方回款具备真实的交易背景，第三方回款涉及的资金流、实物流与合同约定及商业实质一致；第三方回款与相关销售收入勾稽一致，具有可验证性，不影响销售循环内部控制有效性的认定，对公司业务影响较小。

报告期内公司第三方回款及销售确认相关内部控制能够有效执行。申报会计师致同会计师事务所（特殊普通合伙）出具了《内部控制审计报告》（致同审字（2025）第 441A011493 号），认为公司于 2024 年 12 月 31 日按照《企业内部控制基本规范》和相关规定在所有重大方面保持了有效的财务报告内部控制。

（5）第三方回款的内控制度

公司已制定《应收账款管理流程》，对规范和减少第三方回款进行明确规定。

公司原则上不允许发生第三方回款，但有特殊客观原因、有必要性及商业合理性、与经营模式相关且难以避免的第三方回款除外，如外销业务因外汇管制等原因确有必要通过关联方或第三方代付货款；客户所属集团通过集团财务公司或指定相关公司代客户统一对外付款；政府采购项目指定财政部门或专门部门统一付款；通过应收账款保理、供应链物流等合规方式或渠道完成付款。

销售部门在与客户建立合作关系后，要求客户提供合同、营业证明、开票信息等相关资料，公司对其设立客户档案。销售业务人员会加强客户宣导，要求客户以自身对公账户支付货款，避免发生第三方代付货款情形。

经核查，保荐机构及申报会计师认为：①公司第三方回款所涉及的销售业务真实，不存在虚构交易或调节账龄的情形；第三方回款金额占营业收入的比例逐年降低，相关金额及比例处于合理可控范围；②第三方回款的原因合理，具有必要性及商业合理性，与经营模式相关、符合行业经营特点，能够区分不同类别的第三方回款；③第三方回款支付方中存在公司员工（实际控制人、副董事长张勇之子张冠欣、员工全小岚、周敏和卢勇波）代收零星款，除前述情况外，公司及其实际控制人、董事、监事、高管或其他关联方与第三方回款的支付方不存在关联关系或其他利益安排；④境外销售涉及境外第三方的，其代付行为主要系境外客户通过供应链金融类合规方式完成付款、境外客户所属集团内公司以及境外客户通过指定第三方进行付款，具备商业合理性或合法合规性；⑤公司未发生过因第三方回款导致货款归属纠纷的情形；相关交易资金流、实物流与

合同约定及商业实质保持一致。

(二) 存货

1. 存货

(1) 存货分类

√适用 □不适用

单位：万元

项目	2024年12月31日		
	账面余额	存货跌价准备或合同 履约成本减值准备	账面价值
原材料	2,729.83	127.72	2,602.11
在产品	1,372.50	61.26	1,311.24
库存商品	19,210.21	574.58	18,635.63
周转材料	29.30	1.37	27.93
发出商品	2,178.89	36.14	2,142.75
委托加工物资	488.96	22.88	466.09
合计	26,009.69	823.94	25,185.75

续上表：

单位：万元

项目	2023年12月31日		
	账面余额	存货跌价准备或合同 履约成本减值准备	账面价值
原材料	2,055.83	74.05	1,981.78
在产品	950.64	33.87	916.77
库存商品	13,617.04	531.33	13,085.71
周转材料	18.85	0.68	18.17
发出商品	1,739.53	28.92	1,710.61
委托加工物资	384.29	9.66	374.63
合计	18,766.18	678.51	18,087.67

续上表：

单位：万元

项目	2022年12月31日		
	账面余额	存货跌价准备或合同 履约成本减值准备	账面价值
原材料	2,157.82	65.91	2,091.91
在产品	807.93	35.22	772.71
库存商品	10,174.31	494.67	9,679.64
周转材料	6.42	0.27	6.15
发出商品	1,570.24	14.58	1,555.65
委托加工物资	556.55	22.24	534.32
合计	15,273.27	632.89	14,640.38

(2) 存货跌价准备及合同履约成本减值准备

√适用 □不适用

单位：万元

项目	2023年12月31日	本期增加金额		本期减少金额		2024年12月31日
		计提	其他	转回或转销	其他	
原材料	74.05	99.61	-	45.94	-	127.72
在产品	33.87	53.26	-	25.87	-	61.26
库存商品	531.33	493.13	-	449.88	-	574.58
周转材料	0.68	1.15	-	0.46	-	1.37
发出商品	28.92	36.14	-	28.92	-	36.14
委托加工物资	9.66	22.88	-	9.66	-	22.88
合计	678.51	706.16	-	560.73	-	823.94

续上表：

单位：万元

项目	2022年12月31日	本期增加金额		本期减少金额		2023年12月31日
		计提	其他	转回或转销	其他	
原材料	65.91	51.50	-	43.35	-	74.05
在产品	35.22	29.50	-	30.85	-	33.87
库存商品	494.67	549.71	-	513.05	-	531.33
周转材料	0.27	0.57	-	0.16	-	0.68
发出商品	14.58	28.92	-	14.58	-	28.92
委托加工物资	22.24	9.66	-	22.24	-	9.66
合计	632.89	669.86	-	624.24	-	678.51

续上表：

单位：万元

项目	2021年12月31日	本期增加金额		本期减少金额		2022年12月31日
		计提	其他	转回或转销	其他	
原材料	125.01	35.44	-	94.54	-	65.91
在产品	108.47	17.00	-	90.25	-	35.22
库存商品	1,132.43	369.18	-	1,006.93	-	494.67
周转材料	1.53	0.14	-	1.41	-	0.27
发出商品	30.47	14.58	-	30.47	-	14.58
委托加工物资	16.40	22.24	-	16.40	-	22.24
合计	1,414.31	458.58	-	1,240.00	-	632.89

存货跌价准备及合同履约成本减值准备的说明

报告期各期末，公司已充分计提了存货跌价准备，符合《企业会计准则》的相关规定。

(3) 存货期末余额含有借款费用资本化金额的说明

□适用 √不适用

(4) 期末建造合同形成的已完工未结算资产情况（尚未执行新收入准则公司适用）

适用 不适用

(5) 合同履约成本本期摊销金额的说明（已执行新收入准则公司适用）

适用 不适用

(6) 科目具体情况及分析说明

1) 存货波动情况分析

报告期各期末，公司存货账面价值分别为 14,640.38 万元、18,087.67 万元和 25,185.75 万元，占流动资产的比例分别为 44.18%、40.34%和 40.35%。

报告期内，公司存货余额及营业成本变动情况如下表所示：

单位：万元

项目	2024.12.31 /2024 年度		2023.12.31 /2023 年度		2022.12.31 /2022 年度
	金额	增幅/变动比例	金额	增幅/变动比例	金额
存货余额	26,009.69	38.60%	18,766.18	22.87%	15,273.27
营业成本	90,400.09	27.77%	70,749.57	-7.17%	76,210.97
存货余额占营业成本比例	28.77%	2.25%	26.52%	6.48%	20.04%

2023 年末公司存货余额占当期营业成本比例为 26.52%，较上年末增长了 6.48 个百分点，主要系公司预计 2024 年第一季度跨境电商销售收入增加，从而加大电商成品的备货，带动期末存货增长，此外 2023 年度外协生产成本下降带动营业成本有所下降，以上因素综合导致存货余额占营业成本比例较上年有所提高。

2024 年末公司存货余额占当期营业成本比例为 28.77%，较上年末增长了 2.25 个百分点，波动较小。

2) 存货余额构成情况

报告期各期末，公司存货余额构成情况如下表所示：

单位：万元

项目	2024.12.31		2023.12.31		2022.12.31	
	账面余额	占比	账面余额	占比	账面余额	占比
原材料	2,729.83	10.50%	2,055.83	10.95%	2,157.82	14.13%
在产品	1,372.50	5.28%	950.64	5.07%	807.93	5.29%
库存商品	19,210.21	73.86%	13,617.04	72.56%	10,174.31	66.62%
发出商品	2,178.89	8.38%	1,739.53	9.27%	1,570.24	10.28%
委托加工物资	488.96	1.88%	384.29	2.05%	556.55	3.64%
周转材料	29.30	0.11%	18.85	0.10%	6.42	0.04%
合计	26,009.69	100.00%	18,766.18	100.00%	15,273.27	100.00%

报告期内，公司存货主要由原材料、库存商品和发出商品构成，各期末上述项目占存货账面

余额的比例分别 91.02%、92.79%和 92.73%。

①原材料

报告期各期末，公司原材料的账面余额分别为 2,157.82 万元、2,055.83 万元和 2,729.83 万元，占各期存货余额比例分别为 14.13%、10.95%和 10.50%。公司原材料主要包括电子电器、五金制品、塑胶原料和包装材料等。

2023 年末原材料余额较上年末减少 101.99 万元，降幅 4.73%，波动较小。

2024 年末原材料余额较上年末增加 674.00 万元，增幅 32.78%，主要原因是：公司营业收入较上年末增加 34,166.13 万元，增幅 29.25%，营业规模的增长带动原材料采购增加。

②在产品

报告期各期末，公司在产品的账面余额分别为 807.93 万元、950.64 万元和 1,372.50 万元，占各期存货余额比例分别为 5.29%、5.07%和 5.28%，占比较为稳定；其中 2024 年末公司在产品余额较上年末增加 421.86 万元，增幅 44.38%，主要系随着 ODM 业务在手订单增加，为保证按时交货，公司加大生产力度，增加生产备货。

③库存商品

公司库存商品包含期末在仓库的库存商品以及从境内发出至海外仓库但期末尚未入库的在途物资。报告期各期末，公司库存商品的账面余额分别为 10,174.31 万元、13,617.04 万元和 19,210.21 万元，占各期存货余额比例分别为 66.62%、72.56%和 73.86%。报告期各期末公司库存商品占比较高主要原因是：公司自有品牌产品销售收入占比较高，其主要通过 Amazon（亚马逊电商）、Walmart（沃尔玛电商）和 Shopify 独立站等电商平台进行线上销售，其客户主要为境外线上平台的终端客户，公司通常根据预计未来约 3 个月线上销售量进行库存商品的海外仓备库，且考虑到产品从境内到海外仓的运输周期较长，为确保海外仓库及时向境外客户发货，公司相应提高亚马逊 FBA 仓等海外仓的库存商品备货量。

2023 年末，公司库存商品账面余额较上年末增加 3,442.73 万元，增幅为 33.84%，主要系：公司预计 2024 年第一季度跨境电商销售收入增加，从而加大电商产品的备货。2023 年度公司自有品牌/授权品牌产品销售收入较上年度增加 18,943.31 万元，增幅 34.02%，自有品牌/授权品牌业务规模增长带动库存商品增加。

2024 年末，公司库存商品账面余额较上年末增加 5,593.17 万元，增幅为 41.07%，主要原因是：A.随着经营规模的持续扩大，公司 2024 年 ODM 业务订单大幅增加，当期 ODM 业务收入较去年同期增加 15,212.25 万元，带动公司 ODM 库存商品有所增加；B.公司自有品牌产品收入继续稳步增长，2024 年公司自有品牌业务/授权品牌较上年度增加 18,912.00 万元，增幅 25.34%，公司对自有品牌业务产品提前进行备货；此外，受国际贸易政策变动影响，美国对我国相继出台贸易保护政策或关税政策，为应对国际贸易政策潜在变化，公司存货从境内发出至境外子公司 FBA 仓

及其他海外仓，导致期末尚未入库的在途物资有所增加。

④发出商品

公司发出商品主要为发行人已发出但尚未满足收入确认条件的商品，主要包括已从工厂出库但尚未离港的商品、京东电商平台入仓销售模式下已发出但尚未对账结算确认收入的商品。报告期各期末，公司发出商品的账面余额分别为 1,570.24 万元、1,739.53 万元和 2,178.89 万元，占存货比例分别为 10.28%、9.27%和 8.38%，主要系部分订单已经发货但尚未满足收入确认条件导致发出商品余额较高。

⑤委托加工物资

委托加工物资主要为公司向外协加工厂发出的刀轴组件、齿轮、塑胶件和按键板等。报告期各期末，公司委托加工物资的账面余额分别为 556.55 万元、384.29 万元和 488.96 万元，占存货余额比例分别为 3.64%、2.05%和 1.88%，占比较小。

⑥周转材料

报告期各期末，公司周转材料的账面余额分别为 6.42 万元、18.85 万元和 29.30 万元，占存货余额比例分别为 0.04%、0.10%和 0.11%，周转材料价值较低，占比较小。

3) 存货跌价准备计提情况

单位：万元

项目	2024.12.31			2023.12.31			2022.12.31		
	账面余额	跌价准备	计提比例	账面余额	跌价准备	计提比例	账面余额	跌价准备	计提比例
原材料	2,729.83	127.72	4.68%	2,055.83	74.05	3.60%	2,157.82	65.91	3.05%
在产品	1,372.50	61.26	4.46%	950.64	33.87	3.56%	807.93	35.22	4.36%
库存商品	19,210.21	574.58	2.99%	13,617.04	531.33	3.90%	10,174.31	494.67	4.86%
周转材料	29.30	1.37	4.68%	18.85	0.68	3.62%	6.42	0.27	4.14%
发出商品	2,178.89	36.14	1.66%	1,739.53	28.92	1.66%	1,570.24	14.58	0.93%
委托加工物资	488.96	22.88	4.68%	384.29	9.66	2.51%	556.55	22.24	4.00%
合计	26,009.69	823.94	3.17%	18,766.18	678.51	3.62%	15,273.27	632.89	4.14%

报告期各期末，公司存货跌价准备余额分别为 632.89 万元、678.51 万元和 823.94 万元，占各期末存货余额的比例分别为 4.14%、3.62%和 3.17%。

报告期各期末，公司存货跌价准备计提比例与同行业可比公司相比如下表所示：

公司名称	2024.12.31	2023.12.31	2022.12.31
小熊电器	4.04%	2.32%	4.77%
北鼎股份	3.62%	3.77%	4.04%
德尔玛	4.77%	4.63%	4.16%
新宝股份	3.05%	2.79%	3.11%
鸿智科技	7.37%	4.96%	5.10%
可比公司平均值	4.57%	3.69%	4.24%
发行人	3.17%	3.62%	4.14%

注：可比公司指标是根据其公开披露的定期报告、招股说明书等公开资料计算。

报告期内，除 2024 年鸿智科技存货跌价准备计提比例较高外，公司存货跌价准备的计提比例与行业平均水平较为接近，与公司实际情况相符，存货跌价准备计提合理、谨慎。

4) 存货的库龄情况

报告期各期末，公司存货余额的库龄构成情况如下：

单位：万元

项目	2024.12.31		2023.12.31		2022.12.31	
	余额	比例	余额	比例	余额	比例
1 年以内	25,817.95	99.26%	18,640.65	99.33%	14,220.70	93.11%
1-2 年	121.16	0.47%	119.41	0.64%	868.83	5.69%
2-3 年	65.95	0.25%	0.83	0.00%	0.05	0.00%
3 年以上	4.64	0.02%	5.28	0.03%	183.69	1.20%
合计	26,009.69	100.00%	18,766.18	100.00%	15,273.27	100.00%

报告期各期末，公司存货库龄主要集中在 1 年以内，占比分别为 93.11%、99.33%和 99.26%；库龄 1 年以上的存货占比分别为 6.89%、0.67%和 0.74%，占比较低。

2023 年末库龄 1 年以上的存货余额占比为 0.67%，较上年末减少 6.22 个百分点，主要原因是：①2022 年末库龄 1 年以上的存货占比较高，比例为 6.89%。2020 年-2021 年全球公共卫生事件的阶段性因素助推境外线上消费热潮，叠加海运资源紧张导致运输周期加长，公司对海外自有品牌业务进行大量备货，并对部分家用电器型号进行外协生产备货。后续 2021 年下半年因阶段性因素影响逐步减小，且欧美国家通货膨胀开始加剧导致消费者消费能力及消费意愿下降，境外线上消费需求增速回落，叠加 Amazon（亚马逊电商）平台封号事件影响导致亚马逊卖家加速出货，行业竞争激烈，故 2021 年末及 2022 年公司通过打折促销方式对前期积压的备货特别是外协生产备货存货进行销售，但截至 2022 年末仍有部分库存商品备货未销售完毕，导致 2022 年末库龄 1 年以上库存商品较多；②2021 年公司为应对 PCB 组件、单片机等原材料供应紧张情形，对原材料备货较多，后续公司在 2022 年和 2023 年逐步消耗前期的原材料备货。

2024 年末库龄 1 年以上的存货余额占比为 0.74%，较上年末减少 0.07 个百分点，整体变动较小。

报告期各期末，公司库龄 1 年以内的存货余额占比均在 90%以上，库龄分布情况合理，符合企业实际生产经营特点，不存在存货大量积压情况。

5) 存货周转率情况

报告期各期，公司存货周转率与可比公司对比情况如下：

单位：次/年

公司名称	2024 年度	2023 年度	2022 年度
小熊电器	3.85	4.55	3.92
北鼎股份	3.52	2.71	2.30
德尔玛	4.55	4.20	4.66

新宝股份	6.34	6.24	4.88
鸿智科技	13.58	11.13	8.61
可比公司平均值	6.37	5.77	4.87
发行人	4.04	4.15	3.45

注：可比公司指标是根据其公开披露的定期报告、招股说明书等公开资料计算。

报告期内，公司存货周转率低于同行业可比公司平均值，主要原因：A. 公司自有品牌业务主要通过 Amazon（亚马逊电商）、Walmart（沃尔玛电商）、Shopify 独立站等海外电商平台进行销售，外销比例高且产品运输周期较长，为确保当地库存能满足按时发货需求，公司通常根据预计未来约 3 个月线上销售量进行库存商品的海外仓备库，叠加海运周期较长，导致期末库存商品余额较大；B. 公司设立了广东东莞、广西北流和越南海阳三大制造基地，原材料和半成品涉及跨地区和跨境流转，且核心零部件如刀轴、马达等系自主制造，生产链条较长，从而导致期末库存较高，存货周转率偏低。

同行业可比公司中，鸿智科技和新宝股份的存货周转率较高，主要原因系其以 ODM 业务为主，采用以销定产的生产模式，相对自主品牌销售为主的公司而言，期末存货备货相对较少。公司业务模式包括 ODM 模式和自有/授权品牌模式，且报告期内自有/授权品牌销售收入的比例较高，故存货周转率低于以 ODM 模式为主的可比公司，但与自有品牌模式为主的其他三家可比公司平均值相比，不存在重大差异。

2. 其他披露事项：

无。

（三） 金融资产、财务性投资

√适用 □不适用

1. 交易性金融资产

√适用 □不适用

单位：万元

项目	2024 年 12 月 31 日
分类为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产	-
其中：	
衍生金融资产——远期外汇合约	-
衍生金融资产——期货	269.44
指定以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产	-
其中：	
合计	269.44

科目具体情况及分析说明：

报告期各期末，公司交易性金融资产分别为 447.56 万元、367.97 万元和 269.44 万元，主要

由远期外汇合约和商品期货组成。

单位：万元

项目	2024年12月31日	2023年12月31日	2022年12月31日
远期外汇合约	-	-	447.56
商品期货	269.44	367.97	-
合计	269.44	367.97	447.56

(1) 远期外汇合约。公司以境外销售为主，且多数交易以美元结算。为合理规避汇率波动的风险，公司与商业银行签订远期外汇合约。2022年末因签订远期外汇合约形成的交易性金融资产的余额为447.56万元；2023年末因签订远期外汇合约形成的交易性金融资产余额为0元，形成的交易性金融负债余额为23.58万元；截至2024年末，公司购买的远期外汇合约已全部履行完毕。

(2) 商品期货。公司原材料包括电子电器、五金制品、塑胶原料和包装材料等，其主要材料涉及铜、螺纹钢和塑料等。为了降低原材料价格波动导致的经营风险，公司2023年开始利用期货市场套期保值及风险对冲功能，通过期货交易来降低原材料价格波动的影响，锁定原材料的采购成本。2023年末和2024年末，因商品期货交易形成的交易性金融资产余额分别为367.97万元和269.44万元。

2. 衍生金融资产

适用 不适用

3. 债权投资

适用 不适用

4. 其他债权投资

适用 不适用

5. 长期应收款

适用 不适用

6. 长期股权投资

适用 不适用

单位：万元

被投资单位	期初余额	2024年度								期末余额	减值准备期末余额
		追加投资	减少投资	权益法下确认的投资损益	其他综合收益调整	其他权益变动	宣告发放现金股利或利润	计提减值准备	其他		
一、合营企业											
小计	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
二、联营企业											
广州赛邦	107.82	-	-	8.24	-	-	-	-	-	116.06	-
小计	107.82	-	-	8.24	-	-	-	-	-	116.06	-
合计	107.82	-	-	8.24	-	-	-	-	-	116.06	-

科目具体情况及分析说明:

广州赛邦成立于 2022 年 7 月 18 日, 注册资本为 300 万元, 系南宁诚邦商务服务合伙企业(有限合伙)、深圳号兵文化传播有限公司及公司出资设立的有限责任公司。公司投资成本为 75 万元, 持股比例为 25%。具体参见本招股说明书“第四节 发行人基本情况”之“七、发行人的分公司、控股子公司、参股公司情况”。报告期各期末长期股权投资的期末余额分别为 94.94 万元、107.82 万元和 116.06 万元。

7. 其他权益工具投资

适用 不适用

(1) 其他权益工具投资情况

适用 不适用

单位: 万元

项目	2024 年 12 月 31 日	2023 年 12 月 31 日	2022 年 12 月 31 日
广东省丽泽智能科技有限公司	-	4.72	50.00
合计	-	4.72	50.00

(2) 非交易性权益工具投资情况

适用 不适用

(3) 科目具体情况及分析说明

广东丽泽成立于 2021 年 2 月 4 日, 注册资本为 1,000.00 万元。公司对广东丽泽的初始持股比例为 35%, 2021 年 12 月公司将 30%股权转让给东莞市雅力德科技有限公司。报告期各期末, 公司其他权益工具投资余额分别为 50.00 万元、4.72 万元和 0 万元, 占各期末非流动资产金额比例分别为 0.30%、0.03%和 0%。

2024 年 6 月 20 日, 公司已将其所持 5%股权转让给东莞市雅力德科技有限公司, 并完成工商变更登记。具体情况参见本招股说明书“第四节 发行人基本情况”之“七、发行人的分公司、控股子公司、参股公司情况”。

8. 其他非流动金融资产

适用 不适用

9. 其他财务性投资

适用 不适用

10. 其他披露事项

无

11. 金融资产、财务性投资总体分析

报告期各期末，公司的金融资产、财务性投资余额合计分别为 592.50 万元、480.51 万元和 385.50 万元，占总资产的比例分别为 1.19%、0.77%和 0.43%，占比较小，其中以远期外汇合约及商品期货为主。

单位：万元

项目	2024 年 12 月 31 日	2023 年 12 月 31 日	2022 年 12 月 31 日
交易性金融资产	269.44	367.97	447.56
长期股权投资	116.06	107.82	94.94
其他权益工具投资	-	4.72	50.00
合计	385.50	480.51	592.50

公司开展外汇衍生品及商品期货套期保值交易，目的是为了规避外汇汇率和原材料价格波动的风险，具有合理性和必要性。

(1) 远期外汇合约。报告期各期，公司远期外汇合约交割对减少汇率波动导致的利润变动金额分别为-1,319.16 万元、-967.48 万元和 268.27 万元。

(2) 外汇期货。因通过外汇期货规避外汇汇率风险的成本更低，公司自 2023 年 4 月起开展外汇期货交易，2023 年累计卖出外汇期货合约金额为 2,750.00 万美元，占当期美元结算收入的比例为 23.01%。截至 2023 年末，公司外汇期货已全部平仓，累计平仓盈亏为-282.06 万元，计入“投资收益”。

(3) 外汇期权。远期外汇合约及外汇期货交易将外汇汇率锁定在特定价格，而通过外汇期权策略可以将外汇汇率锁定在特定区间，公司自 2023 年 8 月起开展外汇期权交易，2023 年和 2024 年实现投资收益金额分别为 7.69 万元和 37.58 万元。

(4) 商品期货。公司自 2023 年 1 月起开展商品期货交易，主要品种为螺纹钢、铜、聚乙烯、聚丙烯和苯乙烯。公司根据未来一年原材料预计采购数量折算出期货各品种的最大持仓量。2023 年和 2024 年，公司因商品期货交易形成的平仓盈亏分别为 41.93 万元和-1,027.01 万元，计入“投资收益”；期末持仓浮盈浮亏分别为 72.09 万元和-84.24 万元，计入“公允价值变动损益”。

综上，公司开展远期外汇套期保值交易，其套期工具、被套期项目和套期关系满足运用套期会计方法进行处理的条件，公司根据《企业会计准则第 24 号——套期会计》的有关规定对远期外汇交易进行会计处理；对于公司开展外汇期货、外汇期权和商品期货套期保值交易，不满足运用套期会计方法进行处理的全部条件，公司未根据套期会计的有关规定对其进行会计处理。

(四) 固定资产、在建工程

1. 固定资产

√适用 □不适用

(1) 分类列示

√适用 □不适用

单位：万元

项目	2024年12月31日	2023年12月31日	2022年12月31日
固定资产	13,923.33	6,703.75	6,831.54
固定资产清理	-	-	-
合计	13,923.33	6,703.75	6,831.54

(2) 固定资产情况

√适用 □不适用

单位：万元

2024年12月31日						
项目	房屋及建筑物	机器设备	运输设备	办公设备	模具及其他设备	合计
一、账面原值：						
1.期初余额	586.74	4,743.75	274.40	562.08	8,775.90	14,942.86
2.本期增加金额	6,314.37	862.08	74.65	108.23	2,157.68	9,517.02
(1) 购置	-	777.85	74.65	108.23	2,157.68	3,118.41
(2) 在建工程转入	6,314.37	84.23	-	-	-	6,398.60
(3) 企业合并增加	-	-	-	-	-	-
3.本期减少金额	586.74	380.60	11.02	28.88	298.75	1,305.99
(1) 处置或报废	-	380.60	11.02	28.88	298.75	719.25
(2) 其他	586.74	-	-	-	-	586.74
4.期末余额	6,314.37	5,225.23	338.02	641.43	10,634.83	23,153.89
二、累计折旧						
1.期初余额	211.35	1,605.86	174.65	517.23	5,730.02	8,239.12
2.本期增加金额	2.32	477.93	29.18	39.53	1,072.82	1,621.78
(1) 计提	2.32	477.93	29.18	39.53	1,072.82	1,621.78
3.本期减少金额	213.67	201.45	8.59	27.24	179.39	630.34
(1) 处置或报废	-	201.45	8.59	27.24	179.39	416.66
(2) 其他	213.67	-	-	-	-	213.67
4.期末余额	-	1,882.34	195.24	529.52	6,623.46	9,230.56
三、减值准备						
1.期初余额	-	-	-	-	-	-
2.本期增加金额	-	-	-	-	-	-
(1) 计提	-	-	-	-	-	-
3.本期减少金额	-	-	-	-	-	-
(1) 处置或报废	-	-	-	-	-	-
4.期末余额	-	-	-	-	-	-
四、账面价值						
1.期末账面价值	6,314.37	3,342.90	142.78	111.91	4,011.36	13,923.33
2.期初账面价值	375.39	3,137.89	99.75	44.84	3,045.87	6,703.75

单位：万元

2023年12月31日						
项目	房屋及建筑物	机器设备	运输设备	办公设备	模具及其他设备	合计
一、账面原值：						
1.期初余额	586.74	4,071.49	214.43	563.91	8,111.92	13,548.49

2.本期增加金额	-	687.90	60.54	3.39	877.68	1,629.52
(1) 购置	-	687.90	60.54	3.39	772.57	1,524.40
(2) 在建工程转入	-	-	-	-	105.11	105.11
(3) 企业合并增加	-	-	-	-	-	-
3.本期减少金额	-	15.64	0.58	5.23	213.70	235.15
(1) 处置或报废	-	15.64	0.58	5.23	213.70	235.15
4.期末余额	586.74	4,743.75	274.40	562.08	8,775.90	14,942.86
二、累计折旧						
1.期初余额	183.48	1,266.06	150.50	415.79	4,701.12	6,716.95
2.本期增加金额	27.87	353.62	24.68	106.17	1,223.28	1,735.61
(1) 计提	27.87	353.62	24.68	106.17	1,223.28	1,735.61
3.本期减少金额	-	13.82	0.52	4.73	194.37	213.45
(1) 处置或报废	-	13.82	0.52	4.73	194.37	213.45
4.期末余额	211.35	1,605.86	174.65	517.23	5,730.02	8,239.12
三、减值准备						
1.期初余额	-	-	-	-	-	-
2.本期增加金额	-	-	-	-	-	-
(1) 计提	-	-	-	-	-	-
3.本期减少金额	-	-	-	-	-	-
(1) 处置或报废	-	-	-	-	-	-
4.期末余额	-	-	-	-	-	-
四、账面价值						
1.期末账面价值	375.39	3,137.89	99.75	44.84	3,045.87	6,703.75
2.期初账面价值	403.26	2,805.42	63.93	148.12	3,410.80	6,831.54

单位：万元

2022年12月31日						
项目	房屋及建筑物	机器设备	运输设备	办公设备	模具及其他设备	合计
一、账面原值：						
1.期初余额	586.74	3,586.88	186.01	563.91	7,237.83	12,161.37
2.本期增加金额	-	492.15	28.43	-	880.58	1,401.15
(1) 购置	-	492.15	28.43	-	880.58	1,401.15
(2) 在建工程转入	-	-	-	-	-	-
(3) 企业合并增加	-	-	-	-	-	-
3.本期减少金额	-	7.55	-	-	6.49	14.03
(1) 处置或报废	-	7.55	-	-	6.49	14.03
4.期末余额	586.74	4,071.49	214.43	563.91	8,111.92	13,548.49
二、累计折旧						
1.期初余额	155.61	905.55	133.66	275.58	3,648.27	5,118.67
2.本期增加金额	27.87	363.47	16.84	140.21	1,057.46	1,605.86
(1) 计提	27.87	363.47	16.84	140.21	1,057.46	1,605.86
3.本期减少金额	-	2.96	-	-	4.61	7.57
(1) 处置或报废	-	2.96	-	-	4.61	7.57
4.期末余额	183.48	1,266.06	150.50	415.79	4,701.12	6,716.95
三、减值准备						
1.期初余额	-	-	-	-	-	-
2.本期增加金额	-	-	-	-	-	-

(1) 计提	-	-	-	-	-	-
3.本期减少金额	-	-	-	-	-	-
(1) 处置或报废	-	-	-	-	-	-
4.期末余额	-	-	-	-	-	-
四、账面价值						
1.期末账面价值	403.26	2,805.42	63.93	148.12	3,410.80	6,831.54
2.期初账面价值	431.13	2,681.33	52.35	288.33	3,589.56	7,042.71

(3) 暂时闲置的固定资产情况

适用 不适用

(4) 通过融资租赁租入的固定资产情况（未执行新租赁准则）

适用 不适用

(5) 通过经营租赁租出的固定资产

适用 不适用

(6) 未办妥产权证书的固定资产情况

适用 不适用

(7) 固定资产清理

适用 不适用

(8) 科目具体情况及分析说明

1) 固定资产变动分析

报告期各期末，公司固定资产账面价值分别为 6,831.54 万元、6,703.75 万元和 13,923.33 万元，占非流动资产的比例分别为 40.85%、38.36%和 50.96%。公司固定资产由房屋及建筑物、机器设备、运输设备、办公设备和模具及其他设备组成。

2023 年末，固定资产账面价值比上年末减少 127.79 万元，降幅 1.87%，变动较小，主要是计提累计折旧所致。

2024 年末，固定资产账面价值比上年末增加 7,219.58 万元，增幅 107.69%，主要是本期越南在建工程项目房产转入增加 6,314.37 万元所致。

截至 2024 年末，公司固定资产原值、累计折旧、账面价值及成新率情况如下：

单位：万元

固定资产类别	原值	累计折旧	减值准备	账面价值	成新率
房屋及建筑物	6,314.37	-	-	6,314.37	100.00%
机器设备	5,225.23	1,882.34	-	3,342.90	63.98%
运输设备	338.02	195.24	-	142.78	42.24%
办公设备	641.43	529.52	-	111.91	17.45%
模具及其他设备	10,634.83	6,623.46	-	4,011.36	37.72%

合计	23,153.89	9,230.56	-	13,923.33	60.13%
----	-----------	----------	---	-----------	--------

注：成新率=账面价值/原值

截至 2024 年末，公司固定资产整体成新率为 60.13%。报告期内，公司各项固定资产基本保持稳定，运转正常，未出现减值迹象，无需计提减值准备。

2) 固定资产折旧方法对比分析

公司固定资产折旧方法与同行业可比公司对比如下：

项目	公司名称	房屋及建筑物	机器设备	运输设备	办公设备	模具及其他设备
折旧年限 (年)	小熊电器	20	3-5	5	3	3-5
	北鼎股份	无	10	6	IT 设备: 5	3-5
	德尔玛	5-20	5-10	4-5	3-5	2-3
	新宝股份	20	10	8-10	5	3
	鸿智科技	10-20	10	4	3	无
	发行人	20	10	5	3	5
残值率 (%)	小熊电器	3	3	3	3	3
	北鼎股份	无	5	5	IT 设备: 5	5
	德尔玛	5	5	5	5	5
	新宝股份	10	10	10	10	0
	鸿智科技	5	5	5	5	无
	发行人	5	5	5	5	5

资料来源：可比公司公开披露的定期报告。

整体而言，公司固定资产的折旧年限和残值率与同行业可比公司相比，不存在显著差异，固定资产折旧计提合理充分，与公司实际经营情况相匹配。

2. 在建工程

√适用 □不适用

(1) 分类列示

√适用 □不适用

单位：万元

项目	2024 年 12 月 31 日	2023 年 12 月 31 日	2022 年 12 月 31 日
在建工程	1,104.42	24.90	16.79
工程物资	-	-	-
合计	1,104.42	24.90	16.79

(2) 在建工程情况

√适用 □不适用

单位：万元

2024 年 12 月 31 日			
项目	账面余额	减值准备	账面价值
待安装设备	1,104.42	-	1,104.42
合计	1,104.42	-	1,104.42

单位：万元

2023年12月31日			
项目	账面余额	减值准备	账面价值
越南工程投入	24.90	-	24.90
合计	24.90	-	24.90

单位：万元

2022年12月31日			
项目	账面余额	减值准备	账面价值
待安装设备	16.79	-	16.79
合计	16.79	-	16.79

其他说明：

无。

(3) 重要在建工程项目报告期变动情况

√适用 □不适用

单位：万元

2024年度												
项目名称	预算数	期初余额	本期增加金额	本期转入固定资产金额	本期其他减少金额	期末余额	工程累计投入占预算比例(%)	工程进度	利息资本化累计金额	其中：本期利息资本化金额	本期利息资本化率(%)	资金来源
越南邦泽创科电子厂工程	6,389.35	24.90	6,289.47	6,314.37	-	-	98.83	100.00	-	-	-	自有资金
合计	6,389.35	24.90	6,289.47	6,314.37	-	-	-	-	-	-	-	-

单位：万元

2023年度												
项目名称	预算数	期初余额	本期增加金额	本期转入固定资产金额	本期其他减少金额	期末余额	工程累计投入占预算比例(%)	工程进度	利息资本化累计金额	其中：本期利息资本化金额	本期利息资本化率(%)	资金来源
越南邦泽创科电子厂工程	6,389.35	-	24.90	-	-	24.90	0.39	0.39	-	-	-	自有资金
合计	6,389.35	-	24.90	-	-	24.90	-	-	-	-	-	-

单位：万元

2022年度												
--------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

项目名称	预算数	期初余额	本期增加金额	本期转入固定资产金额	本期其他减少金额	期末余额	工程累计投入占预算比例(%)	工程进度	利息资本化累计金额	其中：本期利息资本化金额	本期利息资本化率(%)	资金来源
-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
合计	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

其他说明：

无。

(4) 报告期计提在建工程减值准备情况

适用 不适用

(5) 工程物资情况

适用 不适用

(6) 科目具体情况及分析说明

报告期各期末，公司在建工程账面价值分别为 16.79 万元、24.90 万元和 1,104.42 万元，占非流动资产的比例分别为 0.10%、0.14%和 4.04%。2024 年末公司在建工程增加主要是越南在建工程项目增加所致，越南在建工程主要系为满足生产办公等需求新建的越南基地厂房建设项目。

报告期各期末，公司在建工程项目状态良好，相关市场环境未发生重大变化，在建工程不存在减值迹象。

3. 其他披露事项

无。

(五) 无形资产、开发支出

1. 无形资产

适用 不适用

(1) 无形资产情况

适用 不适用

单位：万元

2024 年 12 月 31 日				
项目	土地使用权	软件使用权	非专利技术	合计
一、账面原值				
1. 期初余额	2,565.20	480.95	-	3,046.15
2. 本期增加金额	-	19.03	-	19.03
(1) 购置	-	19.03	-	19.03
(2) 内部研发	-	-	-	-

(3) 企业合并增加	-	-	-	-
3. 本期减少金额	-	-	-	-
(1) 处置	-	-	-	-
4. 期末余额	2,565.20	499.98	-	3,065.18
二、累计摊销				
1. 期初余额	24.90	233.14	-	258.05
2. 本期增加金额	74.71	65.55	-	140.26
(1) 计提	74.71	65.55	-	140.26
3. 本期减少金额	-	-	-	-
(1) 处置	-	-	-	-
4. 期末余额	99.62	298.69	-	398.31
三、减值准备				
1. 期初余额	-	-	-	-
2. 本期增加金额	-	-	-	-
(1) 计提	-	-	-	-
3. 本期减少金额	-	-	-	-
(1) 处置	-	-	-	-
4. 期末余额	-	-	-	-
四、账面价值				
1. 期末账面价值	2,465.58	201.29	-	2,666.87
2. 期初账面价值	2,540.29	247.81	-	2,788.11

单位：万元

2023年12月31日				
项目	土地使用权	软件使用权	非专利技术	合计
一、账面原值				
1. 期初余额	-	444.60	-	444.60
2. 本期增加金额	2,565.20	36.35	-	2,601.55
(1) 购置	2,565.20	36.35	-	2,601.55
(2) 内部研发	-	-	-	-
(3) 企业合并增加	-	-	-	-
3. 本期减少金额	-	-	-	-
(1) 处置	-	-	-	-
4. 期末余额	2,565.20	480.95	-	3,046.15
二、累计摊销				
1. 期初余额	-	175.31	-	175.31
2. 本期增加金额	24.90	57.83	-	82.74
(1) 计提	24.90	57.83	-	82.74
3. 本期减少金额	-	-	-	-
(1) 处置	-	-	-	-
4. 期末余额	24.90	233.14	-	258.05
三、减值准备				
1. 期初余额	-	-	-	-
2. 本期增加金额	-	-	-	-
(1) 计提	-	-	-	-
3. 本期减少金额	-	-	-	-
(1) 处置	-	-	-	-
4. 期末余额	-	-	-	-
四、账面价值				

1. 期末账面价值	2,540.29	247.81	-	2,788.11
2. 期初账面价值	-	269.30	-	269.30

单位：万元

2022年12月31日				
项目	土地使用权	软件使用权	非专利技术	合计
一、账面原值				
1. 期初余额	-	429.84	-	429.84
2. 本期增加金额	-	14.76	-	14.76
(1) 购置	-	14.76	-	14.76
(2) 内部研发	-	-	-	-
(3) 企业合并增加	-	-	-	-
3. 本期减少金额	-	-	-	-
(1) 处置	-	-	-	-
4. 期末余额	-	444.60	-	444.60
二、累计摊销				
1. 期初余额	-	129.75	-	129.75
2. 本期增加金额	-	45.55	-	45.55
(1) 计提	-	45.55	-	45.55
3. 本期减少金额	-	-	-	-
(1) 处置	-	-	-	-
4. 期末余额	-	175.31	-	175.31
三、减值准备				
1. 期初余额	-	-	-	-
2. 本期增加金额	-	-	-	-
(1) 计提	-	-	-	-
3. 本期减少金额	-	-	-	-
(1) 处置	-	-	-	-
4. 期末余额	-	-	-	-
四、账面价值				
1. 期末账面价值	-	269.30	-	269.30
2. 期初账面价值	-	300.09	-	300.09

其他说明：

无。

(2) 报告期末尚未办妥产权证的土地使用权情况

适用 不适用

(3) 科目具体情况及分析说明

公司无形资产为土地使用权和软件使用权。报告期各期末，公司无形资产账面价值分别为269.30万元、2,788.11万元和2,666.87万元，占非流动资产比例分别为1.61%、15.95%和9.76%。

2023年末，无形资产较上年末增加2,518.81万元，增幅为935.33%，主要是越南科技和越南创科购置土地使用权所致。

2024 年末，无形资产较上年末减少 121.24 万元，降幅为 4.35%，波动较小。

报告期内，公司不存在开发支出资本化形成的无形资产，公司无形资产使用情况良好，不存在减值迹象。

2. 开发支出

适用 不适用

3. 其他披露事项

无。

(六) 商誉

适用 不适用

(七) 主要债项

1. 短期借款

适用 不适用

(1) 短期借款分类

单位：万元

项目	2024 年 12 月 31 日
质押借款	100.00
抵押借款	2,000.00
保证借款	4,075.64
信用借款	-
应付利息	3.75
合计	6,179.38

短期借款分类说明：

公司依据担保方式对短期借款进行分类。

(2) 已逾期未偿还的短期借款情况

适用 不适用

(3) 科目具体情况及分析说明

报告期各期末，公司短期借款余额分别为 4,186.78 万元、7,127.99 万元和 6,179.38 万元，占流动负债的比例分别为 15.38%、23.65%和 16.05%。

2023 年末，短期借款较上年末增加 2,941.22 万元，增幅 70.25%，主要原因是 2023 年 4 月公司回购美的投资持有公司的股份，支付回购款项 5,592.52 万元，导致流动资金减少，公司为补充流动资金增加短期银行借款，导致期末短期借款余额增加。

2024 年末，短期借款较上年末减少 948.61 万元，降幅 13.31%，主要系部分银行借款到期偿还所致。

2. 交易性金融负债

适用 不适用

单位：万元

项目	2024 年 12 月 31 日
交易性金融负债	-
其中：股权回购义务	-
远期外汇合约	-
外汇期权合约	-
指定公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债	-
合计	-

科目具体情况及分析说明：

报告期各期末，公司交易性金融负债金额分别为 5,546.60 万元、61.16 万元和 0 万元，占流动负债的比例分别为 20.38%、0.20%和 0.00%。公司交易性金融负债由股权回购义务、远期外汇合约和外汇期权合约形成。

2023 年末，交易性金融负债金额较上年末减少 5,485.44 万元，降幅为 98.90%，主要是 2023 年公司以减资方式回购美的投资持有公司的股份，支付回购款项 5,592.52 万元。

2024 年末，交易性金融负债金额较上年末减少 61.16 万元，降幅为 100.00%，主要原因为公司持有的远期外汇合约和外汇期权合约产品交割所致。

3. 衍生金融负债

适用 不适用

4. 合同负债（已执行新收入准则公司适用）

适用 不适用

(1) 合同负债情况

单位：万元

项目	2024 年 12 月 31 日
货款	395.59
合计	395.59

(2) 报告期内账面价值发生重大变动的金额和原因

适用 不适用

(3) 科目具体情况及分析说明

报告期各期末，公司合同负债金额分别为 634.12 万元、541.42 万元和 395.59 万元，占流动负债比例为 2.33%、1.80%和 1.03%。公司自 2020 年 1 月 1 日起执行新收入准则，将已收取应收客户对价而应向客户转让商品的义务作为合同负债列示，预收货款的销项税额作为其他流动负债列示。报告期内，公司合同负债金额逐步减少主要系部分订单已经完成确认收入所致。

5. 长期借款

适用 不适用

6. 其他流动负债

适用 不适用

(1) 其他流动负债情况

单位：万元

项目	2024 年 12 月 31 日
短期应付债券	-
应付退货款	-
已背书或贴现但尚未终止确认票据	-
待转销项税额	1.34
合计	1.34

(2) 短期应付债券的增减变动

适用 不适用

(3) 科目具体情况及分析说明

公司其他流动负债主要是已背书未终止确认的银行承兑汇票和待转销项税额。报告期各期末，公司其他流动负债的具体情况如下表所示：

单位：万元

项目	2024 年 12 月 31 日	2023 年 12 月 31 日	2022 年 12 月 31 日
已背书或贴现但尚未终止确认票据	-	-	30.00
待转销项税额	1.34	3.79	6.55
合计	1.34	3.79	36.55

报告期各期末，其他流动负债金额分别为 36.55 万元、3.79 万元和 1.34 万元，占流动负债的比例分别为 0.13%、0.01%和 0.00%，占比较小。其中 2023 年末其他流动负债较上年末减少 32.75 万元，降幅为 89.63%，主要原因是 2023 年末无已背书未终止确认的银行承兑汇票。

7. 其他非流动负债

适用 不适用

8. 应付债券

□适用 √不适用

9. 其他披露事项

无。

10. 主要债项、期末偿债能力总体分析

(1) 流动负债分析

报告期各期末，公司流动负债余额如下表所示：

单位：万元

项目	2024年12月31日		2023年12月31日		2022年12月31日	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
短期借款	6,179.38	16.05%	7,127.99	23.65%	4,186.78	15.38%
交易性金融负债	-	-	61.16	0.20%	5,546.60	20.38%
应付票据	875.70	2.27%	1,237.65	4.11%	598.54	2.20%
应付账款	21,527.39	55.93%	14,995.22	49.76%	11,152.17	40.98%
合同负债	395.59	1.03%	541.42	1.80%	634.12	2.33%
应付职工薪酬	2,909.81	7.56%	2,020.92	6.71%	1,536.80	5.65%
应交税费	2,173.46	5.65%	1,326.18	4.40%	686.22	2.52%
其他应付款	3,721.68	9.67%	2,080.04	6.90%	2,016.04	7.41%
一年内到期的非流动负债	708.72	1.84%	742.79	2.46%	821.80	3.02%
其他流动负债	1.34	0.00%	3.79	0.01%	36.55	0.13%
流动负债合计	38,493.06	100.00%	30,137.16	100.00%	27,215.62	100.00%

报告期各期末，公司流动负债主要为短期借款、其他应付款和应付账款，合计占流动负债的比例分别为 63.77%、80.31%和 81.65%。

2023 年末流动负债余额较上年末增加 2,921.55 万元，增幅为 10.73%，主要系公司 ODM 业务在手订单增加，且预计 2024 年第一季度跨境电商销售收入增加，故公司加大采购和生产力度，导致期末对供应商的应付账款较上年末增加 3,843.05 万元。

2024 年末流动负债余额较上年末增加 8,355.90 万元，增幅为 27.73%，主要系应付账款和其他应付款较上年末增加 8,173.80 万元。

(2) 非流动负债分析

报告期各期末，公司非流动负债余额如下表所示：

单位：万元

项目	2024年12月31日		2023年12月31日		2022年12月31日	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
租赁负债	7,662.10	92.09%	6,258.31	89.85%	7,095.98	91.12%
预计负债	629.78	7.57%	635.08	9.12%	617.31	7.93%
递延所得税负债	28.44	0.34%	72.21	1.04%	74.03	0.95%
非流动负债合计	8,320.33	100.00%	6,965.59	100.00%	7,787.31	100.00%

报告期各期末，公司的非流动负债主要为租赁负债，占非流动负债的比例分别为 91.12%、89.85%和 92.09%。

2023 年末，非流动负债余额较上年末减少 821.72 万元，降幅为 10.55%，主要是公司的房产租赁随时间推移，合同剩余租赁期变短，租赁负债较上年末减少 837.67 万元。

2024 年末，非流动负债余额较上年末增加 1,354.74 万元，增幅为 19.45%，主要系公司为了进一步扩大生产经营规模新租入经营场所导致，以及部分租赁房产到期，本期续租导致租赁负债增加，对应租赁负债较上年末增长 1,403.79 万元。

(3) 偿债能力分析

报告期内，公司主要偿债能力指标如下表所示：

项目	2024 年 12 月 31 日 /2024 年度	2023 年 12 月 31 日 /2023 年度	2022 年 12 月 31 日 /2022 年度
流动比率（倍）	1.62	1.49	1.22
速动比率（倍）	0.97	0.89	0.68
资产负债率（母公司）	49.62%	59.61%	62.79%
息税折旧摊销前利润 （万元）	20,260.18	15,707.38	5,068.69
利息保障倍数（倍）	26.59	19.69	1.53

注：利息保障倍数=（利润总额+利息费用）/利息费用。

报告期内，公司流动比率和速动比率呈现上升趋势，主要是公司业绩回升，资产流动性增强，偿债能力有所改善。

报告期内，公司处于业务快速拓展阶段，资产总额整体上呈现增长趋势，负债总额整体上呈现下降趋势，报告期内资产负债率呈现下降趋势。

报告期各期末，公司母公司资产负债率分别为 62.79%、59.61%和 49.62%，处于较高水平，主要是公司应付账款、短期借款、新租赁准则确认的租赁负债及股权回购义务形成的交易性金融负债金额较大所致；公司处于业务快速拓展阶段，经营情况良好，资产负债率整体呈下降趋势。

公司息税折旧摊销前利润分别为 5,068.69 万元、15,707.38 万元和 20,260.18 万元，利息保障倍数分别为 1.53 倍、19.69 倍和 26.59 倍，报告期内，公司息税折旧摊销前利润以及利息保障倍数持续提高，主要系公司业绩持续向好所致。

(4) 同行业可比公司偿债能力比较

报告期各期末，公司流动比率、速动比率和资产负债率（母公司）与同行业可比公司对比情况如下表所示：

财务指标	可比公司	2024 年 12 月 31 日	2023 年 12 月 31 日	2022 年 12 月 31 日
流动比率 （倍）	小熊电器	1.57	1.80	1.78
	北鼎股份	3.38	4.20	3.15

	德尔玛	1.84	2.01	1.36
	新宝股份	1.22	1.21	1.60
	鸿智科技	3.04	3.11	1.86
	平均值	2.21	2.47	1.95
	发行人	1.62	1.49	1.22
速动比率 (倍)	小熊电器	1.23	1.51	1.46
	北鼎股份	2.87	3.67	2.68
	德尔玛	1.53	1.68	1.02
	新宝股份	0.90	0.92	1.27
	鸿智科技	2.80	2.80	1.56
	平均值	1.87	2.12	1.60
	发行人	0.97	0.89	0.68
资产负债率 (母公司)	小熊电器	46.77%	50.05%	56.74%
	北鼎股份	11.98%	18.39%	13.44%
	德尔玛	26.33%	23.91%	42.22%
	新宝股份	42.13%	43.07%	41.64%
	鸿智科技	27.14%	28.41%	43.98%
	平均值	30.87%	32.77%	39.60%
	发行人	49.62%	59.61%	62.79%

注：可比公司指标是根据其公开披露的定期报告、招股说明书等公开资料计算。

报告期各期末，公司流动比率和速动比率低于可比公司平均值，主要原因为公司筹资渠道较为单一，主要以短期筹资为主，无长期借款和应付债券等长期负债的融资。报告期各期末，公司资产负债率（母公司）高于可比公司平均值，主要原因系可比公司主要系上市公司，受益于上市募集资金，资产负债率较低。

总体而言，报告期内公司偿债能力指标整体上弱于可比公司，但随着经营业绩的提升，公司偿债能力逐年增强。此外，公司本次发行募集资金到位后，公司的流动性将有所提高，资产负债结构将得到较大改善。

（八） 股东权益

1. 股本

单位：万元

	2023年12月31日	本期变动					2024年12月31日
		发行新股	送股	公积金转股	其他	小计	
股份总数	5,000.00	267.86	-	-	-	267.86	5,267.86

单位：万元

	2022年12月31日	本期变动					2023年12月31日
		发行新股	送股	公积金转股	其他	小计	
股份总数	5,441.54	-	-	-	-441.54	-441.54	5,000.00

单位：万元

	2021年12月31日	本期变动					2022年12月31日
		发行新股	送股	公积金转股	其他	小计	
股份总数	5,441.54	-	-	-	-	-	5,441.54

科目具体情况及分析说明：

2023 年末公司股本较上年末减少 441.54 万元，主要原因是公司以减资方式回购美的投资持有的公司股份 441.54 万股，减少注册资本 441.54 万元，并向美的投资支付减资款 5,592.52 万元。

2024 年末公司股本较上年末增加 267.86 万元，主要原因是本年度公司定向发行 2,678,571 股新股。

2. 其他权益工具

适用 不适用

3. 资本公积

适用 不适用

单位：万元

项目	2023 年 12 月 31 日	本期增加	本期减少	2024 年 12 月 31 日
资本溢价（股本溢价）	5,859.44	4,080.16	-	9,939.60
其他资本公积	364.20	60.36	-	424.56
合计	6,223.64	4,140.53	-	10,364.16

单位：万元

项目	2022 年 12 月 31 日	本期增加	本期减少	2023 年 12 月 31 日
资本溢价（股本溢价）	12,484.28	-	6,624.84	5,859.44
其他资本公积	306.29	57.91	-	364.20
合计	12,790.56	57.91	6,624.84	6,223.64

单位：万元

项目	2021 年 12 月 31 日	本期增加	本期减少	2022 年 12 月 31 日
资本溢价（股本溢价）	12,484.39	-	0.11	12,484.28
其他资本公积	248.37	57.91	-	306.29
合计	12,732.76	57.91	0.11	12,790.56

其他说明，包括本期增减变动情况、变动原因说明：

适用 不适用

科目具体情况及分析说明：

2023 年末公司股本溢价减少 6,624.84 万元，系因公司以减资方式回购美的投资持有的公司股份 441.54 万股，减少股本 441.54 万元，同时冲减股本溢价 6,624.84 万元。2024 年末公司股本溢价增加主要系 2024 年 7 月公司定向发行股票溢价。

报告期内，公司其他资本公积增加 57.91 万元、57.91 万元和 60.36 万元，系 2018 年、2020 年、2024 年股份支付费用在当期摊销导致。

4. 库存股

√适用 □不适用

单位：万元

项目	2023年12月31日	本期增加	本期减少	2024年12月31日
-	-	-	-	-
合计	-	-	-	-

单位：万元

项目	2022年12月31日	本期增加	本期减少	2023年12月31日
股权回购义务	7,066.38	-	7,066.38	-
合计	7,066.38	-	7,066.38	-

单位：万元

项目	2021年12月31日	本期增加	本期减少	2022年12月31日
股权回购义务	6,993.08	73.30	-	7,066.38
合计	6,993.08	73.30	-	7,066.38

科目具体情况及分析说明：

2022年末，公司库存股较上年末增加73.30万元，主要系公司与美的投资签订《关于广东邦泽创科电器股份有限公司股份回购的框架协议》《关于广东邦泽创科电器股份有限公司股份回购的框架协议之补充协议》，约定以定向分红和减资的方式回购美的投资持有的公司的股份，公司按股权回购义务公允价值变动金额确认库存股。

2023年末，公司库存股较上年末减少7,066.38万元，主要系因公司履行股份回购协议，向美的投资回购股份441.54万股，冲减库存股余额。

5. 其他综合收益

√适用 □不适用

单位：万元

项目	2023年12月31日	本期发生额						2024年12月31日
		本期所得税前发生额	减：前期计入其他综合收益当期转入损益	减：前期计入其他综合收益当期转入留存收益	减：所得税费用	税后归属于母公司	税后归属于少数股东	
一、不能重分类进损益的其他综合收益	-38.49	-	-38.49	-	-	38.49	-	-
其中：重新计量设定受益计划变动额	-	-	-	-	-	-	-	-
权益法下不能转损益的其他综合收益	-	-	-	-	-	-	-	-

其他权益工具投资公允价值变动	-38.49	-	-38.49	-	-	38.49	-	-
企业自身信用风险公允价值变动	-	-	-	-	-	-	-	-
二、将重分类进损益的其他综合收益	-23.58	-	-23.58	-	-	23.58	-	-
其中：权益法下可转损益的其他综合收益	-	-	-	-	-	-	-	-
其他债权投资公允价值变动	-	-	-	-	-	-	-	-
金融资产重分类计入其他综合收益的金额	-	-	-	-	-	-	-	-
其他债权投资信用减值准备	-	-	-	-	-	-	-	-
现金流量套期储备	-23.58	-	-23.58	-	-	23.58	-	-
外币财务报表折算差额	-	-	-	-	-	-	-	-
其他综合收益合计	-62.08	-	-62.08	-	-	62.08	-	-

单位：万元

项目	2022年12月31日	本期发生额						2023年12月31日
		本期所得税前发生额	减：前期计入其他综合收益当期转入损益	减：前期计入其他综合收益当期转入留存收益	减：所得税费用	税后归属于母公司	税后归属于少数股东	
一、不能重分类进损益的其他综合收益	-	-38.49	-	-	-	-38.49	-	-38.49
其中：重新计量设定受益计划变动额	-	-	-	-	-	-	-	-
权益法下不能转损益的其他综合收益	-	-	-	-	-	-	-	-
其他权益工具投资公允价值变动	-	-38.49	-	-	-	-38.49	-	-38.49
企业自身	-	-	-	-	-	-	-	-

信用风险公允价值变动									
二、将重分类进损益的其他综合收益	407.49	-23.58	407.49	-	-	-431.07	-	-23.58	
其中：权益法下可转损益的其他综合收益	-	-	-	-	-	-	-	-	
其他债权投资公允价值变动	-	-	-	-	-	-	-	-	
金融资产重分类计入其他综合收益的金额	-	-	-	-	-	-	-	-	
其他债权投资信用减值准备	-	-	-	-	-	-	-	-	
现金流量套期储备	407.49	-23.58	407.49	-	-	-431.07	-	-23.58	
外币财务报表折算差额	-	-	-	-	-	-	-	-	
其他综合收益合计	407.49	-62.08	407.49	-	-	-469.56	-	-62.08	

单位：万元

项目	2021年12月31日	本期发生额						2022年12月31日
		本期所得税前发生额	减：前期计入其他综合收益当期转入损益	减：前期计入其他综合收益当期转入留存收益	减：所得税费用	税后归属于母公司	税后归属于少数股东	
一、不能重分类进损益的其他综合收益	-	-	-	-	-	-	-	-
其中：重新计量设定受益计划变动额	-	-	-	-	-	-	-	-
权益法下不能转损益的其他综合收益	-	-	-	-	-	-	-	-
其他权益工具投资公允价值变动	-	-	-	-	-	-	-	-
企业自身信用风险公允价值变动	-	-	-	-	-	-	-	-
二、将重分类进损益的其他综	60.64	407.49	60.64	-	-	346.85	-	407.49

合收益								
其中：权益法下可转损益的其他综合收益	-	-	-	-	-	-	-	-
其他债权投资公允价值变动	-	-	-	-	-	-	-	-
金融资产重分类计入其他综合收益的金额	-	-	-	-	-	-	-	-
其他债权投资信用减值准备	-	-	-	-	-	-	-	-
现金流量套期储备	60.64	407.49	60.64	-	-	346.85	-	407.49
外币财务报表折算差额	-	-	-	-	-	-	-	-
其他综合收益合计	60.64	407.49	60.64	-	-	346.85	-	407.49

科目具体情况及分析说明：

报告期各期末，公司其他综合收益金额分别为 407.49 万元、-62.08 万元和 0 万元，主要为公司期末尚未结算的远期外汇协议现金流量套期储备以及其他权益工具投资公允价值变动。

6. 专项储备

适用 不适用

7. 盈余公积

适用 不适用

单位：万元

项目	2023 年 12 月 31 日	本期增加	本期减少	2024 年 12 月 31 日
法定盈余公积	722.13	853.52	-	1,575.65
任意盈余公积	-	-	-	-
合计	722.13	853.52	-	1,575.65

单位：万元

项目	2022 年 12 月 31 日	本期增加	本期减少	2023 年 12 月 31 日
法定盈余公积	440.32	281.82	-	722.13
任意盈余公积	-	-	-	-
合计	440.32	281.82	-	722.13

单位：万元

项目	2021 年 12 月 31 日	本期增加	本期减少	2022 年 12 月 31 日
法定盈余公积	164.13	276.19	-	440.32
任意盈余公积	-	-	-	-
合计	164.13	276.19	-	440.32

科目具体情况及分析说明:

报告期内，公司法定盈余公积增加系按母公司当期实现的净利润 10%提取所致。

8. 未分配利润

单位：万元

项目	2024 年 12 月 31 日	2023 年 12 月 31 日	2022 年 12 月 31 日
调整前上期末未分配利润	13,024.48	2,515.93	1,943.16
调整期初未分配利润合计数	297.87	325.99	460.83
调整后期初未分配利润	13,322.35	2,841.92	2,403.99
加：本期归属于母公司所有者的净利润	14,793.18	10,762.24	714.12
减：提取法定盈余公积	853.52	281.82	276.19
提取任意盈余公积	-	-	-
提取一般风险准备	-	-	-
应付普通股股利	1,499.97	-	-
转作股本的普通股股利	-	-	-
其他权益工具投资处置损益	-45.00	-	-
期末未分配利润	25,717.04	13,322.35	2,841.92

调整期初未分配利润明细:

√适用 □不适用

- (1) 由于《企业会计准则》及其相关新规定进行追溯调整，影响期初未分配利润 0 元；
- (2) 由于会计政策变更，影响期初未分配利润 0 元；
- (3) 由于重大会计差错更正，影响期初未分配利润 460.83 万元、325.99 万元和 297.87 万元；
- (4) 由于同一控制下企业合并导致的合并范围变更，影响期初未分配利润 0 元；
- (5) 其他调整合计影响期初未分配利润 0 元。

科目具体情况及分析说明:

报告期各期末，公司未分配利润金额分别为 2,841.92 万元、13,322.35 万元和 25,717.04 万元，呈现逐期上升的趋势。

9. 其他披露事项

无。

10. 股东权益总体分析

报告期各期末，公司归属于母公司股东的所有者权益分别为 14,855.45 万元、25,206.04 万元和 42,924.71 万元。报告期内公司业绩水平不断提高，故归属于母公司股东的所有者权益增加。

（九）其他资产负债科目分析

1. 货币资金

√适用 □不适用

单位：万元

项目	2024年12月31日	2023年12月31日	2022年12月31日
库存现金	11.73	9.20	17.90
银行存款	14,513.01	8,208.21	8,938.56
其他货币资金	1,702.49	1,515.80	755.85
合计	16,227.22	9,733.22	9,712.31
其中：存放在境外的款项总额	6,631.85	4,084.26	3,078.44

使用受到限制的货币资金

√适用 □不适用

单位：万元

项目	2024年12月31日	2023年12月31日	2022年12月31日
银行存单质押借款保证金	-	30.00	30.00
银行承兑汇票保证金	511.26	360.10	181.00
期货存储保证金	269.44	361.74	-
信用卡保证金	21.93	21.40	-
保函保证金	-	-	-
信用证保证金	-	-	-
法院冻结款项	-	-	-
合计	802.63	773.24	211.00

科目具体情况及分析说明：

（1）科目变动及余额情况说明

报告期各期末，公司货币资金分别为 9,712.31 万元、9,733.22 万元和 16,227.22 万元，占流动资产的比例分别为 29.31%、21.71%和 26.00%，货币资金主要为银行存款。

2023 年末，公司货币资金较上年末增加 20.91 万元，增幅为 0.22%，波动较小。

2024 年末，公司货币资金较上年末增加 6,494.01 万元，增幅为 66.72%，主要系公司业务规模增长，经营活动现金净流入增加，以及本期公司通过股转系统定向发行股票导致货币资金增加所致。

报告期各期末，使用受到限制的货币资金分别为 211.00 万元、773.24 万元和 802.63 万元，占货币资金的比重分别为 2.17%、7.94%和 4.95%，主要是银行承兑汇票保证金和期货存储保证金。

（2）个人卡付款情况

报告期内，公司存在以个人卡支付费用的情况，金额如下表所示：

单位：万元

项目	2024 年度	2023 年度	2022 年度
个人卡付款	-	9.25	11.72
营业成本	90,400.09	70,749.57	76,210.97
个人卡付款/营业成本	0.00%	0.01%	0.02%

报告期内，公司个人卡付款金额分别为 11.72 万元、9.25 万元和 0 万元，占当期营业成本的比例较小。

公司在开展跨境电商业务初期，为满足产品多类型和多品牌运营的需要，以不同子公司作为运营主体在亚马逊平台开立多个店铺。根据亚马逊店铺运营政策的要求，公司需要绑定信用卡以用于支付店铺的日常月租、宣传广告费用及其他运营费用。跨境电商业务开展初期，尚未开立公司信用卡，故公司绑定了主要员工个人信用卡至亚马逊账户以用于支付费用。2022-2023 年度用于绑定亚马逊账户的个人信用卡数量分别为 12 张和 8 张。亚马逊各个站点的线上店铺系两周结算一次，如两周内该店铺收入不能覆盖费用，超出的费用会从绑定信用卡扣款，若收入可以覆盖费用则不会产生个人卡付款的情形。截至 2023 年 3 月 31 日，公司的亚马逊店铺已经全部解绑了上述个人信用卡，并绑定了以公司名义开立的银行信用卡和第三方支付机构支付卡。

公司在报告期内存在个人卡付款的情形，该等情形所涉金额较小且非主观恶意行为，公司已主动纠正，经整改规范后未再发生个人卡付款情形。

(3) 现金收付款情况

报告期内，公司现金收付款情况如下表所示：

单位：万元

项目	2024 年度	2023 年度	2022 年度
现金收入：			
收回员工借支备用金	13.64	26.33	10.89
收慰问金	-	0.80	0.80
现金销售	0.01	0.54	0.03
品质扣款	-	-	0.14
其他	2.15	-	0.20
合计	15.80	27.67	12.06
现金支出：			
支付职工薪酬及福利	15.61	142.95	128.07
员工报销费用	0.20	50.42	44.02
零星采购	0.40	13.97	8.44
员工借支	29.35	22.03	8.91
其他	-	3.86	0.18
合计	45.56	233.23	189.62

报告期内，发行人现金收款主要为春节期间收到东莞市厚街镇三屯社区居民委员会发放的慰问金、销售标签和废品等低价值物品收入、品质扣款及收回员工借支备用金。

报告期内，发行人现金支出主要为现金支付薪酬、报销费用、员工借支和零星采购等，主要原因是：①发行人越南子公司在日常经营过程中受当地交易习惯的影响，部分员工入职后未及时办理工资卡，以现金形式发放该部分员工工资。②受结算条件限制，越南子公司在当地部分零星采购、维修及部分报销款采用现金支付；③此外，2023 年公司的碎纸机精益改进项目成功通过优化产品体积有效降低运费，为激励和表彰员工采用现金形式发放 45 万元奖金。

报告期内，同行业可比公司中鸿智科技披露现金交易情况，其 2022 年销售环节存在少量现金交易，主要为少量产品零售收款。

综上，报告期内现金交易符合公司的实际经营情况，具有真实交易背景和合理商业理由。相关收入确认及成本核算均按照发行人统一的收入确认政策和成本核算原则执行，不存在体外循环或虚构业务情形，公司现金收付款相关单据齐备，具备可验证性，收入确认和成本核算依据充分，现金交易流水的发生与相关业务发生真实一致，不存在异常分布。发行人现金交易金额较小，不存在大额现金支付对象。公司已制定《资金管理制度》，严格控制现金收支的范围，货币资金相关内部控制设计合理且得到有效执行。报告期内，公司进一步规范收付款流程，公司现金交易金额已大幅下降。

2. 预付款项

√适用 □不适用

(1) 预付款项按账龄列示

单位：万元

账龄	2024 年 12 月 31 日		2023 年 12 月 31 日		2022 年 12 月 31 日	
	金额	占比 (%)	金额	占比 (%)	金额	占比 (%)
1 年以内	444.30	99.88	242.69	98.69	191.23	92.18
1 至 2 年	0.51	0.12	3.23	1.31	16.22	7.82
2 至 3 年	-	-	-	-	-	-
3 年以上	-	-	-	-	-	-
合计	444.81	100.00	245.93	100.00	207.45	100.00

账龄超过 1 年且金额重要的预付款项未及时结算的原因：

□适用 √不适用

(2) 按预付对象归集的报告期各期末余额前五名的预付款项情况

√适用 □不适用

单位：万元

单位名称	2024 年 12 月 31 日	占预付账款期末余额比例 (%)
北京世纪卓越快递服务有限公司	169.69	38.14
重庆市京东海嘉电子商务有限公司	57.68	12.97
北京润禾恒青管理咨询有限公司	44.55	10.02
佛山市康侨电器实业有限公司	31.33	7.04
浙江焯变科技有限公司	30.78	6.92
合计	334.03	75.09

单位：万元

单位名称	2023 年 12 月 31 日	占预付账款期末余额比例 (%)
北京世纪卓越快递服务有限公司	139.99	56.92
重庆市京东海嘉电子商务有限公司	31.09	12.64
Regional Express Ltd	18.11	7.36
珠海市科力通电器有限公司	11.89	4.84
赛文思营销咨询（深圳）有限公司	6.40	2.60
合计	207.48	84.36

单位：万元

单位名称	2022年12月31日	占预付账款期末余额比例(%)
惠州德耐电器科技有限公司	38.31	18.47
广西电网有限责任公司玉林北流供电局	30.91	14.90
中山市正米电器有限公司	17.27	8.33
浙江天喜厨电股份有限公司	9.87	4.76
东莞市诚帆电子有限公司	9.01	4.34
合计	105.37	50.80

(3) 科目具体情况及分析说明

报告期各期末，公司预付款项分别为 207.45 万元、245.93 万元和 444.81 万元，占流动资产的比例分别为 0.63%、0.55%和 0.71%，总体占比较小。报告期内预付款项的账龄以 1 年以内为主。

2023 年末，公司预付款项较上年末增加 38.47 万元，增幅为 18.55%，其中对北京世纪卓越快递服务有限公司预付款项为 139.99 万元，占比为 56.92%，主要是公司海外线上销售业务规模上升，预付海运费增加较快。

2024 年末，公司预付款项较上年末增加 198.88 万元，增幅为 80.87%，主要是公司预付海运费及采购款增加所致。

3. 合同资产

适用 不适用

4. 其他应收款

适用 不适用

单位：万元

项目	2024年12月31日	2023年12月31日	2022年12月31日
应收利息	-	-	-
应收股利	-	-	-
其他应收款	2,032.28	1,881.28	1,468.73
合计	2,032.28	1,881.28	1,468.73

(1) 按坏账计提方法分类披露

单位：万元

类别	2024年12月31日				账面价值
	账面余额		坏账准备		
	金额	比例(%)	金额	计提比例(%)	
按单项计提坏账准备的其他应收款	-	-	-	-	-
按组合计提坏账准备的其他应收款	2,079.89	100.00	47.61	2.29	2,032.28
合计	2,079.89	100.00	47.61	2.29	2,032.28

单位：万元

类别	2023年12月31日			
----	-------------	--	--	--

	账面余额		坏账准备		账面价值
	金额	比例 (%)	金额	计提比例 (%)	
按单项计提坏账准备的其他应收款	-	-	-	-	-
按组合计提坏账准备的其他应收款	1,962.13	100.00	80.85	4.12	1,881.28
合计	1,962.13	100.00	80.85	4.12	1,881.28

单位：万元

类别	2022年12月31日				
	账面余额		坏账准备		账面价值
	金额	比例 (%)	金额	计提比例 (%)	
按单项计提坏账准备的其他应收款	-	-	-	-	-
按组合计提坏账准备的其他应收款	1,528.05	100.00	59.32	3.88	1,468.73
合计	1,528.05	100.00	59.32	3.88	1,468.73

1) 按单项计提坏账准备

适用 不适用

2) 按组合计提坏账准备:

适用 不适用

单位：万元

组合名称	2024年12月31日		
	账面余额	坏账准备	计提比例 (%)
应收厂房押金	340.69	17.03	5.00
应收保证金及备用金	586.57	29.33	5.00
应收出口退税款	995.16	-	-
应收其他款项	157.47	1.24	0.79
合计	2,079.89	47.61	2.29

单位：万元

组合名称	2023年12月31日		
	账面余额	坏账准备	计提比例 (%)
应收厂房押金	343.13	17.16	5.00
应收保证金及备用金	1,116.21	55.81	5.00
应收出口退税款	382.00	-	-
应收其他款项	120.79	7.88	6.53
合计	1,962.13	80.85	4.12

单位：万元

组合名称	2022年12月31日		
	账面余额	坏账准备	计提比例 (%)
应收厂房押金	307.39	15.37	5.00
应收保证金及备用金	803.08	40.15	5.00
应收出口退税款	293.47	-	-
应收其他款项	124.11	3.80	3.06
合计	1,528.05	59.32	3.88

确定组合依据的说明:

单项其他应收款无法以合理成本评估预期信用损失的信息时，公司依据信用风险特征将其他

应收款划分为若干组合，在组合基础上计算预期信用损失，确定组合的依据如下：

其他应收款组合 1：应收厂房押金

其他应收款组合 2：应收保证金及备用金

其他应收款组合 3：应收出口退税

其他应收款组合 4：应收其他款项

其他应收款组合 5：应收合并范围内关联方

对划分为组合的其他应收款，公司通过违约风险敞口和未来 12 个月内或整个存续期预期信用损失率，计算预期信用损失。

3) 如按预期信用损失一般模型计提坏账准备，请按下表披露坏账准备的相关信息：

适用 不适用

单位：万元

坏账准备	第一阶段	第二阶段	第三阶段	合计
	未来 12 个月预期信用损失	整个存续期预期信用损失（未发生信用减值）	整个存续期预期信用损失（已发生信用减值）	
2024 年 1 月 1 日余额	80.85	-	-	80.85
2024 年 1 月 1 日余额在 本期				
—转入第二阶段	-	-	-	-
—转入第三阶段	-	-	-	-
—转回第二阶段	-	-	-	-
—转回第一阶段	-	-	-	-
本期计提	27.82	-	-	27.82
本期转回	54.07	-	-	54.07
本期转销	6.99	-	-	6.99
本期核销	-	-	-	-
其他变动	-	-	-	-
2024 年 12 月 31 日余额	47.61	-	-	47.61

对报告期发生损失准备变动的应收账款账面余额显著变动的情况说明：

适用 不适用

报告期坏账准备计提金额以及评估金融工具信用风险是否显著增加的依据：

适用 不适用

(2) 应收利息

1) 应收利息分类

适用 不适用

2) 重要逾期利息

适用 不适用

(3) 应收股利

适用 不适用

(4) 其他应收款

√适用 □不适用

1) 按款项性质列示的其他应收款

单位：万元

款项性质	2024年12月31日	2023年12月31日	2022年12月31日
保证金及押金	-	-	-
备用金	-	-	-
往来款	-	-	-
应收厂房押金	340.69	343.13	307.39
应收保证金及备用金	586.57	1,116.21	803.08
应收出口退税款	995.16	382.00	293.47
应收其他款项	157.47	120.79	124.11
合计	2,079.89	1,962.13	1,528.05

2) 按账龄披露的其他应收款

单位：万元

账龄	2024年12月31日	2023年12月31日	2022年12月31日
1年以内	1,702.22	1,621.53	1,201.25
1至2年	51.48	29.08	10.38
2至3年	28.40	10.20	135.28
3年以上	297.78	301.32	181.13
合计	2,079.89	1,962.13	1,528.05

3) 报告期内实际核销的其他应收款情况

√适用 □不适用

单位：万元

单位名称	其他应收款性质	核销时间	核销金额	核销原因	是否因关联交易产生
东莞市盆景办公设备有限公司	押金	2024年11月7日	6.99	长期未能收回	否
合计	-	-	6.99	-	-

4) 按欠款方归集的期末余额前五名的其他应收款情况

√适用 □不适用

单位：万元

单位名称	2024年12月31日				
	款项性质	2024年12月31日	账龄	占其他应收款期末余额合计数的比例(%)	坏账准备期末余额
应收出口退税款	出口退税款	995.16	1年以内	47.85	-
Amazon(亚马逊电商)	押金及保证金等	373.43	1年以内	17.96	18.11
东莞市厚街镇三屯股份经济联合社	厂房押金	168.96	3年以上	8.12	8.45
EDV 有限责任公	厂房押金	137.33	1年以内、1-	6.60	6.87

司			2年、2-3年、3年以上		
广州易琛管理咨询有限公司	押金及保证金	100.00	1年以内	4.81	5.00
合计	-	1,774.88	-	85.34	38.43

单位：万元

单位名称	2023年12月31日				
	款项性质	2023年12月31日	账龄	占其他应收款期末余额合计数的比例(%)	坏账准备期末余额
Amazon（亚马逊电商）	押金及保证金等	1,084.33	1年以内	55.26	52.26
应收出口退税款	出口退税款	382.00	1年以内	19.47	-
东莞市厚街镇三屯股份经济联合社	厂房押金	168.96	3年以上	8.61	8.45
EDV 有限责任公司	厂房押金	139.39	1年以内、1-2年、2-3年、3年以上	7.10	6.97
广西铜州产业投资有限公司	厂房押金	35.84	1年以内	1.83	1.79
合计	-	1,810.51	-	92.27	69.47

单位：万元

单位名称	2022年12月31日				
	款项性质	2022年12月31日	账龄	占其他应收款期末余额合计数的比例(%)	坏账准备期末余额
Amazon（亚马逊电商）	押金及保证金等	820.58	1年以内	53.70	37.59
应收出口退税款	出口退税款	293.47	1年以内	19.21	-
东莞市厚街镇三屯股份经济联合社	厂房押金	168.96	3年以上	11.06	8.45
EDV 有限责任公司	厂房押金	140.20	1年以内、1-2年、2-3年	9.18	7.01
广州赛邦办公设备有限公司	其他款项	14.06	1年以内	0.92	0.08
合计	-	1,437.27	-	94.07	53.13

(5) 科目具体情况及分析说明

报告期各期末，公司其他应收款账面价值分别为 1,468.73 万元、1,881.28 万元和 2,032.28 万元，占流动资产的比例分别为 4.43%、4.20%和 3.26%，对公司财务状况影响较小。

2023 年末，其他应收款账面价值较上年末增加 412.55 万元，增幅为 28.09%，主要是 2023 年第四季度跨境电商收入增加，对 Amazon（亚马逊电商）的保证金随之增加。

2024 年末，其他应收款账面价值较上年末增加 151.00 万元，增幅为 8.03%，波动较小。

5. 应付票据

√适用 □不适用

单位：万元

种类	2024 年 12 月 31 日
商业承兑汇票	266.99
银行承兑汇票	608.72
合计	875.70

本期末已到期未支付的应付票据总额为 0 元。

科目具体情况及分析说明：

报告期各期末，公司的应付票据包括银行承兑汇票及信用证，具体情况如下表列示：

单位：万元

种类	2024 年 12 月 31 日	2023 年 12 月 31 日	2022 年 12 月 31 日
银行承兑汇票	608.72	1,063.02	598.54
信用证	266.99	174.63	-
合计	875.70	1,237.65	598.54

报告期各期末，公司应付票据余额分别为 598.54 万元、1,237.65 万元和 875.70 万元，占流动负债的比例分别为 2.20%、4.11%和 2.27%。

2023 年末，公司应付票据余额为 1,237.65 万元，较上年末增加 639.10 万元，增幅为 106.78%，主要系 2023 年加大应付票据结算业务，以票据方式向供应商结算款项的比例有所上升。

2024 年末，公司应付票据余额为 875.70 万元，较上年末减少 361.94 万元，降幅为 29.24%，主要系上半年公司应付票据到期较多，下半年开具银行承兑汇票支付货款的金额相应减少。

6. 应付账款

√适用 □不适用

(1) 应付账款列示

单位：万元

项目	2024 年 12 月 31 日
货款	19,097.22
工程及设备款	2,321.65
其他	108.52
合计	21,527.39

(2) 按收款方归集的期末余额前五名的应付账款情况

单位：万元

单位名称	2024 年 12 月 31 日		
	应付账款	占应付账款期末余额合计数的比例 (%)	款项性质
18.3 号投资与建设股份公司	1,298.92	6.03	工程款

广东省台远塑胶科技有限公司	1,162.57	5.40	货款
东莞市宏桦电子科技有限公司	984.32	4.57	货款
东莞市亮鑫电子有限公司	800.39	3.72	货款
湖南东昶电机有限公司	799.29	3.71	货款
合计	5,045.49	23.44	-

(3) 账龄超过 1 年的重要应付账款

适用 不适用

(4) 科目具体情况及分析说明

报告期各期末，公司应付账款余额分别为 11,152.17 万元、14,995.22 万元和 21,527.39 万元，占流动负债的比例分别为 40.98%、49.76%和 55.93%。

2023 年末，公司应付账款余额较上年末增长 3,843.05 万元，增幅为 34.46%，主要系随着第四季度公司 ODM 及自有/授权品牌业务规模的扩大，公司加大原材料采购和生产备货力度，导致期末对供应商应付账款增加。

2024 年末，公司应付账款余额较上年末增长 6,532.16 万元，增幅为 43.56%，主要系随着公司业务规模逐渐扩大，期末未到结算期的应付材料款增加；此外，本期公司新建越南工程项目，应付工程设备款增加。

7. 预收款项

适用 不适用

8. 应付职工薪酬

适用 不适用

(1) 应付职工薪酬列示

单位：万元

项目	2023 年 12 月 31 日	本期增加	本期减少	2024 年 12 月 31 日
1、短期薪酬	2,020.69	16,187.30	15,299.37	2,908.61
2、离职后福利-设定提存计划	0.23	989.14	988.18	1.19
3、辞退福利	-	32.21	32.21	-
4、一年内到期的其他福利	-	-	-	-
合计	2,020.92	17,208.64	16,319.76	2,909.81

单位：万元

项目	2022 年 12 月 31 日	本期增加	本期减少	2023 年 12 月 31 日
1、短期薪酬	1,520.88	11,921.20	11,421.40	2,020.69
2、离职后福利-设定提存计划	15.92	616.86	632.55	0.23
3、辞退福利	-	39.79	39.79	-
4、一年内到期的其他福利	-	-	-	-

合计	1,536.80	12,577.86	12,093.74	2,020.92
----	----------	-----------	-----------	----------

单位：万元

项目	2021年12月31日	本期增加	本期减少	2022年12月31日
1、短期薪酬	1,550.62	10,871.22	10,900.96	1,520.88
2、离职后福利-设定提存计划	0.37	604.31	588.76	15.92
3、辞退福利	-	265.82	265.82	-
4、一年内到期的其他福利	-	-	-	-
合计	1,550.99	11,741.35	11,755.54	1,536.80

(2) 短期薪酬列示

单位：万元

项目	2023年12月31日	本期增加	本期减少	2024年12月31日
1、工资、奖金、津贴和补贴	2,015.82	15,169.27	14,281.52	2,903.57
2、职工福利费	-	446.35	446.35	-
3、社会保险费	0.39	313.94	314.09	0.24
其中：医疗保险费	0.38	281.99	282.14	0.23
工伤保险费	0.00	31.94	31.94	0.00
生育保险费	0.00	-	0.00	-
4、住房公积金	-	164.07	164.07	-
5、工会经费和职工教育经费	4.49	93.67	93.35	4.81
6、短期带薪缺勤	-	-	-	-
7、短期利润分享计划	-	-	-	-
合计	2,020.69	16,187.30	15,299.37	2,908.61

单位：万元

项目	2022年12月31日	本期增加	本期减少	2023年12月31日
1、工资、奖金、津贴和补贴	1,511.16	11,232.24	10,727.59	2,015.82
2、职工福利费	-	351.97	351.97	-
3、社会保险费	0.49	170.33	170.44	0.39
其中：医疗保险费	0.49	133.15	133.26	0.38
工伤保险费	-	17.59	17.58	0.00
生育保险费	-	19.60	19.60	0.00
4、住房公积金	5.77	76.83	82.60	-
5、工会经费和职工教育经费	3.46	89.83	88.81	4.49
6、短期带薪缺勤	-	-	-	-
7、短期利润分享计划	-	-	-	-
合计	1,520.88	11,921.20	11,421.40	2,020.69

单位：万元

项目	2021年12月31日	本期增加	本期减少	2022年12月31日
1、工资、奖金、津贴和补贴	1,542.50	10,281.04	10,312.38	1,511.16

2、职工福利费	-	217.46	217.46	-
3、社会保险费	0.30	144.42	144.23	0.49
其中：医疗保险费	0.30	111.59	111.40	0.49
工伤保险费	-	8.73	8.73	-
生育保险费	-	24.10	24.10	-
4、住房公积金	6.81	84.37	85.41	5.77
5、工会经费和职工教育经费	1.01	143.93	141.48	3.46
6、短期带薪缺勤	-	-	-	-
7、短期利润分享计划	-	-	-	-
合计	1,550.62	10,871.22	10,900.96	1,520.88

(3) 设定提存计划

单位：万元

项目	2023年12月31日	本期增加	本期减少	2024年12月31日
1、基本养老保险	0.18	945.14	944.13	1.19
2、失业保险费	0.05	44.00	44.04	0.00
3、企业年金缴费	-	-	-	-
合计	0.23	989.14	988.18	1.19

单位：万元

项目	2022年12月31日	本期增加	本期减少	2023年12月31日
1、基本养老保险	15.92	588.86	604.59	0.18
2、失业保险费	-	28.00	27.95	0.05
3、企业年金缴费	-	-	-	-
合计	15.92	616.86	632.55	0.23

单位：万元

项目	2021年12月31日	本期增加	本期减少	2022年12月31日
1、基本养老保险	0.37	586.32	570.77	15.92
2、失业保险费	-	17.99	17.99	-
3、企业年金缴费	-	-	-	-
合计	0.37	604.31	588.76	15.92

(4) 科目具体情况及分析说明

公司应付职工薪酬主要为员工工资和奖金、社会保险费和住房公积金等。报告期各期末，公司应付职工薪酬余额分别为 1,536.80 万元、2,020.92 万元和 2,909.81 万元，占流动负债的比例分别为 5.65%、6.71%和 7.56%。

2023 年末，应付职工薪酬余额较上年末增加 484.12 万元，增幅为 31.50%，主要为公司基于 2023 年业绩大幅提升，计提年终奖金金额增加。

2024 年末，应付职工薪酬余额较上年末增加 888.89 万元，增幅为 43.98%，主要系业务规模增长，员工人数及薪酬总额增加所致。

9. 其他应付款

√适用 □不适用

单位：万元

项目	2024年12月31日	2023年12月31日	2022年12月31日
应付利息	-	-	-
应付股利	-	-	-
其他应付款	3,721.68	2,080.04	2,016.04
合计	3,721.68	2,080.04	2,016.04

(1) 应付利息

□适用 √不适用

(2) 应付股利

□适用 √不适用

其他说明：

□适用 √不适用

(3) 其他应付款

√适用 □不适用

1) 按款项性质列示其他应付款

单位：万元

项目	2024年12月31日	2023年12月31日	2022年12月31日
质保金、押金	160.93	156.06	156.04
预提运费	1,677.13	443.65	404.56
应付亚马逊平台费用	1,151.54	860.29	621.36
其他费用	732.09	620.05	834.08
合计	3,721.68	2,080.04	2,016.04

2) 其他应付款账龄情况

√适用 □不适用

单位：万元

账龄	2024年12月31日		2023年12月31日		2022年12月31日	
	金额	比例(%)	金额	比例(%)	金额	比例(%)
1年以内	3,497.95	93.99	1,855.70	89.21	1,807.68	89.66
1至2年	40.69	1.09	213.55	10.27	139.90	6.94
2至3年	180.35	4.85	4.74	0.23	63.43	3.15
3年以上	2.69	0.07	6.06	0.29	5.03	0.25
合计	3,721.68	100.00	2,080.04	100.00	2,016.04	100.00

3) 账龄超过1年的重要其他应付款

√适用 □不适用

单位：万元

项目	最近一期期末余额	未偿还或未结转的原因
东莞市保晖置业有限公司	150.00	未到期的房租押金
合计	150.00	-

4) 其他应付款金额前五名单位情况

√适用 □不适用

单位：万元

单位名称	2024年12月31日				
	与本公司关系	款项性质	金额	账龄	占其他应付款总额的比例(%)
Amazon (亚马逊电商)	非关联方	应付平台费用	1,151.54	1年以内	30.94
云驼跨境物流信息科技(深圳)有限公司	非关联方	预提运费	588.73	1年以内	15.82
深圳市量子能供应链有限公司	非关联方	预提运费	349.12	1年以内	9.38
东莞市保晖置业有限公司	非关联方	押金、预提其他费用	150.00	2-3年	4.03
深圳佳希亚物流科技有限公司	非关联方	预提运费	139.76	1年以内	3.76
合计	-	-	2,379.14	-	63.93

√适用 □不适用

单位名称	2023年12月31日				
	与本公司关系	款项性质	金额	账龄	占其他应付款总额的比例(%)
Amazon (亚马逊电商)	非关联方	应付平台费用	860.29	1年以内、1-2年	41.36
东莞市保晖置业有限公司	非关联方	押金、预提其他费用	150.50	1年以内、1-2年	7.24
深圳市众壹供应链有限公司	非关联方	预提运费	130.79	1年以内	6.29
深圳市愿景供应链有限公司	非关联方	预提运费	74.07	1年以内	3.56
深圳佳希亚物流科技有限公司	非关联方	预提运费	60.51	1年以内	2.91
合计	-	-	1,276.16	-	61.35

√适用 □不适用

单位名称	2022年12月31日				
	与本公司关系	款项性质	金额	账龄	占其他应付款总额的比例(%)
Amazon (亚马逊电商)	非关联方	应付平台费用	621.36	1年以内	30.82
ACCO (爱可品牌)	非关联方	预提其他费用	213.17	1年以内、1-2年、2-3年	10.57
东莞市保晖置业有限公司	非关联方	押金、预提其他费用	200.00	1年以内	9.92
American Customer Service, LLC	非关联方	预提其他费用	85.38	1年以内、1-2年	4.23
宁波网优达供应链管理有限公司	非关联方	预提运费	67.78	1年以内、1-2年	3.36

合计	-	-	1,187.68	-	58.91
----	---	---	----------	---	-------

(4) 科目具体情况及分析说明

公司其他应付款主要是应付亚马逊平台费用、预提运费、租赁押金以及预提其他费用构成。报告期各期末，公司其他应付款余额分别为 2,016.04 万元、2,080.04 万元和 3,721.68 万元，占流动负债的比例分别为 7.41%、6.90%和 9.67%。

2023 年末，其他应付款余额较上年末增加 64.00 万元，增幅为 3.17%，变动较小。2024 年末，其他应付款余额较上年末增加 1,641.64 万元，增幅为 78.92%，主要原因是随着销售规模扩大，本期预提运费增加 1,233.48 万元。

10. 合同负债

适用 不适用

(1) 合同负债情况

单位：万元

项目	2024 年 12 月 31 日	2023 年 12 月 31 日	2022 年 12 月 31 日
货款	395.59	541.42	634.12
减：计入其他非流动负债的合同负债	-	-	-
合计	395.59	541.42	634.12

(2) 报告期内账面价值发生重大变动的金额和原因

适用 不适用

(3) 科目具体情况及分析说明

报告期各期末，公司合同负债金额分别为 634.12 万元、541.42 万元和 395.59 万元，占流动负债比例为 2.33%、1.80%和 1.02%。公司自 2020 年 1 月 1 日起执行新收入准则，将已收取应收客户对价而应向客户转让商品或提供服务的义务作为合同负债列示，预收货款包含的销项税额作为其他流动负债列示。

11. 长期应付款

适用 不适用

12. 递延收益

适用 不适用

13. 递延所得税资产/递延所得税负债

适用 不适用

(1) 未经抵销的递延所得税资产

√适用 □不适用

单位：万元

项目	2024年12月31日		2023年12月31日	
	可抵扣暂时性差异	递延所得税资产	可抵扣暂时性差异	递延所得税资产
资产减值准备	756.53	133.66	636.49	107.59
股权回购义务公允价值变动	-	-	-	-
租赁负债	8,370.81	1,448.07	7,001.09	1,163.78
内部交易未实现利润	5,224.65	915.87	2,594.30	427.55
可抵扣亏损	232.87	47.90	2,869.85	457.72
预计负债-转租违约义务	225.98	33.90	225.98	33.90
股份支付	84.24	12.64	-	-
计入其他综合收益的其他权益工具投资公允价值变动	-	-	45.28	6.79
合计	14,895.09	2,592.03	13,373.00	2,197.33

项目	2022年12月31日	
	可抵扣暂时性差异	递延所得税资产
资产减值准备	690.90	119.88
股权回购义务公允价值变动	637.15	95.57
租赁负债	7,917.78	1,347.45
内部交易未实现利润	1,299.96	230.52
可抵扣亏损	6,281.08	995.25
预计负债-转租违约义务	225.98	33.90
股份支付	-	-
合计	17,052.84	2,822.58

(2) 未经抵销的递延所得税负债

√适用 □不适用

单位：万元

项目	2024年12月31日		2023年12月31日	
	应纳税暂时性差异	递延所得税负债	应纳税暂时性差异	递延所得税负债
期货公允价值变动	-	-	72.09	10.81
使用权资产	7,702.32	1,337.88	6,344.79	1,049.48
固定资产折旧	189.63	28.44	401.60	60.24
期权公允价值变动	-	-	7.69	1.15
合计	7,891.95	1,366.32	6,826.17	1,121.69

项目	2022年12月31日	
	应纳税暂时性差异	递延所得税负债
期货公允价值变动	-	-

使用权资产	7,381.93	1,252.57
固定资产折旧	493.51	74.03
期权公允价值变动	-	-
合计	7,875.43	1,326.59

(3) 报告期各期末以抵销后净额列示的递延所得税资产或负债

√适用 □不适用

单位：万元

项目	2024年12月31日	
	递延所得税资产和负债互抵金额	抵销后递延所得税资产或负债余额
递延所得税资产	1,337.88	1,254.15
递延所得税负债	1,337.88	28.44

单位：万元

项目	2023年12月31日	
	递延所得税资产和负债互抵金额	抵销后递延所得税资产或负债余额
递延所得税资产	1,049.48	1,147.85
递延所得税负债	1,049.48	72.21

单位：万元

项目	2022年12月31日	
	递延所得税资产和负债互抵金额	抵销后递延所得税资产或负债余额
递延所得税资产	1,252.57	1,570.01
递延所得税负债	1,252.57	74.03

(4) 未确认递延所得税资产明细

√适用 □不适用

单位：万元

项目	2024年12月31日	2023年12月31日	2022年12月31日
可抵扣暂时性差异	261.54	259.01	248.39
可抵扣亏损	3,607.51	3,357.88	6,492.52
合计	3,869.06	3,616.89	6,740.92

(5) 未确认递延所得税资产的可抵扣亏损将于以下年度到期

√适用 □不适用

单位：万元

年份	2024年12月31日	2023年12月31日	2022年12月31日	备注
2026年	-	430.24	757.74	
2027年	-	8.52	137.21	
2028年	-	-	-	
2029年	0.12	-	-	越南子公司亏损
2030年	-	-	-	
2031年	-	-	-	
2032年	-	-	-	
2033年	57.90	57.90		日本子公司亏损
2034年	45.09	45.09		日本子公司亏损
2035年	43.85			
永续	3,460.55	2,816.14	5,597.58	其他境外子公司亏损
合计	3,607.51	3,357.88	6,492.52	-

(6) 科目具体情况及分析说明

公司递延所得税资产主要由租赁负债、可抵扣亏损、内部交易未实现利润和资产减值准备等构成。报告期各期末，公司递延所得税资产分别为 1,570.01 万元、1,147.85 万元和 1,254.15 万元，占非流动资产比例为 9.39%、6.57%和 4.59%。其中 2023 年末递延所得税资产较上年末减少 422.16 万元，降幅为 26.89%，主要原因为公司整体业绩提升，邦泽创科及香港惠尔尚可抵扣亏损缩小。

公司递延所得税负债主要由使用权资产、固定资产折旧构成。报告期各期末，公司递延所得税负债分别为 74.03 万元、72.21 万元和 28.44 万元，占非流动负债比例为 0.95%、1.04%和 0.34%。

2023 年末，公司递延所得税负债较上年末减少 1.82 万元，降幅为 2.46%，变动较小。2024 年末，公司递延所得税负债较上年末减少 43.76 万元，降幅为 60.61%，主要是递延所得税负债和递延所得税资产抵销后净额减少所致。

14. 其他流动资产

√适用 □不适用

单位：万元

项目	2024 年 12 月 31 日	2023 年 12 月 31 日	2022 年 12 月 31 日
待抵扣进项税额	396.14	751.75	1,157.95
待认证进项税额	73.94	290.67	248.17
预缴所得税	372.35	187.76	39.41
应收退货成本	163.42	283.41	272.63
合计	1,005.85	1,513.58	1,718.15

科目具体情况及分析说明：

公司其他流动资产主要由待抵扣进项税额和待认证进项税额构成。报告期各期末，公司其他流动资产分别为 1,718.15 万元、1,513.58 万元和 1,005.85 万元，占流动资产的比例分别为 5.19%、3.38%和 1.61%。

2023 年末，其他流动资产较上年末减少 204.56 万元，降幅为 11.91%，主要是待抵扣进项税额降低所致。

2024 年末，其他流动资产较上年末减少 507.73 万元，降幅为 33.55%，主要是待抵扣进项税额减少所致。

15. 其他非流动资产

√适用 □不适用

单位：万元

项目	2024 年 12 月 31 日			2023 年 12 月 31 日		
	账面余额	减值准备	账面价值	账面余额	减值准备	账面价值
预付房屋装修、设备款	74.54	-	74.54	107.05	-	107.05

预付其他款	37.12	-	37.12	37.12	-	37.12
合计	111.65	-	111.65	144.17	-	144.17

项目	2022年12月31日		
	账面余额	减值准备	账面价值
预付房屋装修、设备款	61.20	-	61.20
预付其他款	-	-	-
合计	61.20	-	61.20

科目具体情况及分析说明：

公司其他非流动资产主要由预付房屋装修费和设备款构成。报告期各期末，公司其他非流动资产分别为 61.20 万元、144.17 万元和 111.65 万元，占非流动资产比例分别为 0.37%、0.82%和 0.41%，占比较小。

16. 其他披露事项

(1) 使用权资产

公司自 2021 年 1 月 1 日起执行新租赁准则将其租赁的厂房纳入使用权资产科目进行核算。报告期各期末，公司使用权资产账面价值分别为 7,381.93 万元、6,344.79 万元和 7,702.32 万元，占各期末非流动资产的比例分别为 44.14%、36.31%和 28.19%。报告期各期末公司使用权资产情况如下：

单位：万元

项目	2024年12月31日	2023年12月31日	2022年12月31日
账面原值	9,741.79	9,096.14	9,134.56
累计折旧	2,039.47	2,751.34	1,752.63
减值准备	-	-	-
账面价值	7,702.32	6,344.79	7,381.93

2023 年末，公司使用权资产账面价值较上年末减少 1,037.14 万元，降幅为 14.05%，主要系对使用权资产计提累计折旧所致。

2024 年末，公司使用权资产账面价值较上年末增加 1,357.53 万元，增幅为 21.40%，主要系公司为了进一步扩大生产经营规模新租入经营场所，以及公司在越南厂房租赁房产到期后续租所致。

(2) 租赁负债

报告期各期末，公司租赁负债金额分别为 7,095.98 万元、6,258.31 万元和 7,662.10 万元，占各期末非流动负债的比例分别为 91.12%、89.85%和 92.09%。报告期各期末，公司租赁负债情况如下：

单位：万元

项目	2024年12月31日	2023年12月31日	2022年12月31日
经营租赁应付款	8,370.81	7,001.09	7,917.78

减：一年内到期的租赁负债	708.72	742.79	821.80
合计	7,662.10	6,258.31	7,095.98

2023年末，公司租赁负债金额较上年末减少837.67万元，降幅为11.80%，主要是随着公司支付租金，尚未支付的租赁付款额减少。

2024年末，公司租赁负债金额较上年末增长1,403.79万元，增幅为22.43%，主要是公司为了进一步扩大生产经营规模新租入经营场所，以及公司在越南厂房租赁房产到期后续租所致。

(3) 预计负债

报告期各期末，公司预计负债主要为厂房转租违约义务及预计退货款形成的预计负债，金额分别为617.31万元、635.08万元和629.78万元，占各期末非流动负债的比例分别为7.93%、9.12%和7.57%，主要情况如下：

单位：万元

项目	2024年12月31日	2023年12月31日	2022年12月31日
应付退货款	403.81	409.10	391.33
预计转租违约义务	225.98	225.98	225.98
合计	629.78	635.08	617.31

公司预计负债以历史退货率为依据进行确定。公司线上销售退货主要以亚马逊为主，由于亚马逊平台无理由退货期为30天，公司依据各期最后1个月收入乘以预估的退货率计提预计负债，并冲减对应收入。报告期各期末，公司对预计销售退回计提形成的预计退款分别为391.33万元、409.10万元和403.81万元。

(4) 投资性房地产

报告期各期末，公司投资性房地产账面价值分别为0万元、0万元和347.52万元，占非流动资产比例分别为0%、0%和1.27%，主要由房屋建筑物构成。具体情况如下：

单位：万元

项目	2024.12.31			
	账面原值	累计折旧/摊销	减值准备	账面价值
房屋及建筑物	586.74	239.22	-	347.52
合计	586.74	239.22	-	347.52

公司采用成本模式对投资性房地产进行后续计量，报告期各期末，公司投资性房地产不存在预计可回收金额低于账面价值的情况，均未计提资产减值准备。

三、 盈利情况分析

(一) 营业收入分析

1. 营业收入构成情况

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 (%)
主营业务收入	150,102.43	99.42	115,978.17	99.28	106,904.72	99.82
其他业务收入	877.56	0.58	835.69	0.72	188.01	0.18
合计	150,979.98	100.00	116,813.86	100.00	107,092.73	100.00

科目具体情况及分析说明:

报告期内，公司主营业务收入分别为 106,904.72 万元、115,978.17 万元和 150,102.43 万元，占营业收入的比例分别为 99.82%、99.28%和 99.42%。公司主营业务突出，收入主要来源于销售办公电器和家用电器产品。公司其他业务收入主要是厂房租金收入和废料销售收入，金额及占比总体较小，对公司业绩不存在重大影响。

2023 年度公司营业收入较上年度增加 9,721.13 万元，增幅 9.08%，主要原因系公司自有品牌业务持续增长，其收入较上年度增加 17,645.15 万元，增幅 33.43%。

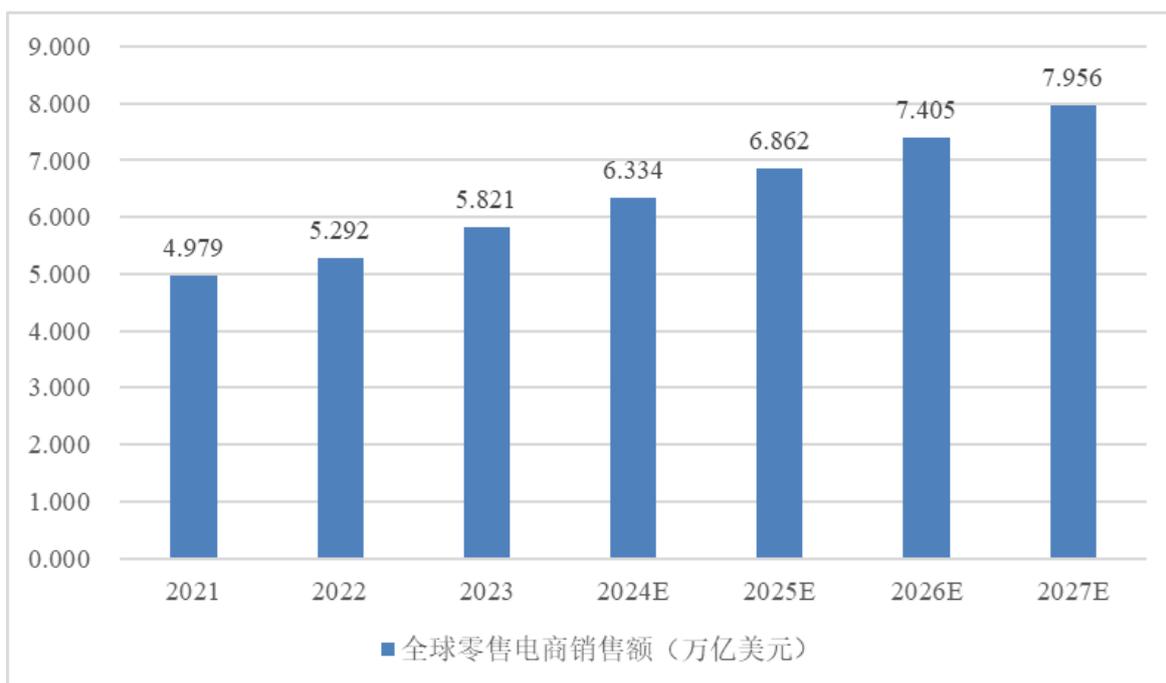
2024 年度公司营业收入较上年度增加 34,166.12 万元，增幅 29.25%，主要原因：一是公司自有品牌产品收入较上年度增加 18,478.88 万元，增幅 26.24%，实现稳步增长；二是 ODM 业务扩充现有客户产品品类及持续开发新客户，使得 ODM 业务收入较上年度增加 15,212.25 万元，增幅 36.78%。

(1) 主营业务收入变化的外部因素

1) 全球零售电商行业规模及渗透率持续提升

近年来，数字经济发展不断加快经济社会各领域的渗透融合。随着大数据等技术应用于生产、物流和支付，全球物流更加快捷，消费者的消费习惯进一步转变，越来越多消费者通过线上方式进行商品采购，全球零售电商销售额因此保持稳步增长。根据 eMarketer 估算，2024 年全球网络零售额预估为 6.334 万亿美元左右，预计至 2027 年全球网络零售额将达到 7.956 万亿美元。线上购物在全球范围内越来越普及，对以跨境电商为代表的新型业态带来了极大的促进作用。

2021-2027 年全球零售电商销售额变化情况

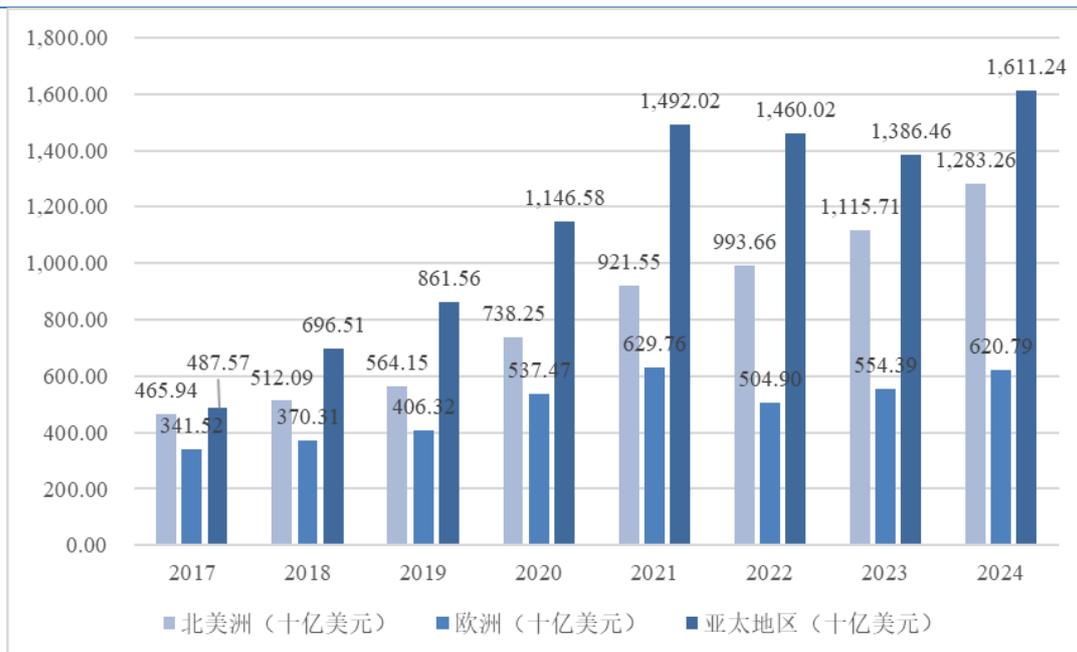


数据来源: eMarketer

此外, 受 2020 年欧美消费者外出受限、线下实体店关闭等原因影响使得欧美消费者的购物渠道转移至线上, 海外市场电商渗透率迅速提高, 促使公司自有品牌跨境电商业务快速增长。

根据 Statista 统计数据显示, 2017 年至 2024 年期间全球主要地区电子商务市场均出现不同程度的上涨, 北美洲电子商务市场收入规模由 4,659.4 亿美元增长至 12,832.6 亿美元, 实现年均复合增长率 15.57%; 欧洲电子商务市场收入规模由 3,415.2 亿美元增长至 6,207.9 亿美元, 实现年均复合增长率 8.91%; 亚太地区电子商务市场收入规模由 4,875.7 亿美元增长至 16,112.4 亿美元, 实现年均复合增长率 18.62%。

2017-2024 年北美洲、欧洲、亚太地区电子商务市场收入规模变化情况



数据来源：Statista

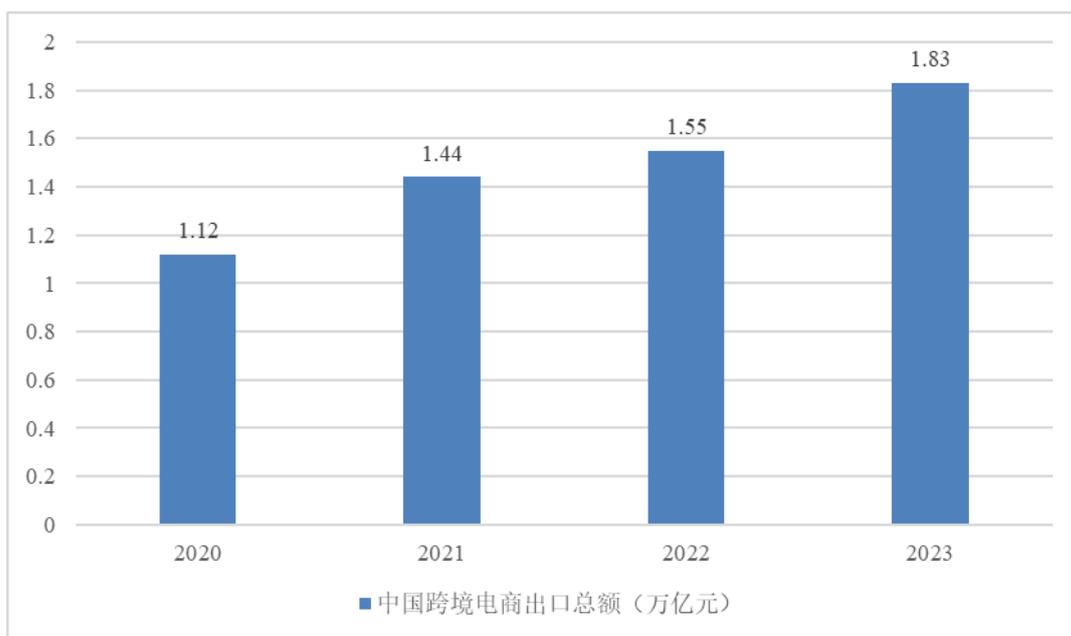
全球零售电商销售额的稳步增长以及电商渗透率的提升将为行业发展提供强大驱动力，其中以跨境电商为代表的交易模式，将在未来全球商品贸易中占据越来越大的比重。

2) 国家政策支持中国企业通过跨境电商实现品牌出海

近年来，国家陆续出台了一系列政策促进跨境电商行业的发展。例如，2021年3月第十三届全国人民代表大会通过《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》中指出“加快发展跨境电商、市场采购贸易等新模式，鼓励建设海外仓，保障外贸产业链供应链畅通运转。”2021年10月商务部、中央网信办、发改委发布的《“十四五”电子商务发展规划》中指出“支持跨境电商高水平发展，加强跨境电商行业组织建设，完善相关标准，强化应对贸易摩擦能力，为中国电子商务企业出海提供保障和支撑措施。”2022年5月国务院发布的《国务院办公厅关于推动外贸保稳提质的意见》中指出“针对跨境电商出口海外仓监管模式，加大政策宣传力度，对实现销售的货物，指导企业用足用好现行出口退税政策，及时申报办理退税。尽快出台便利跨境电商出口退换货的政策，适时开展试点。”随着国家相关政策措施的颁布，为国内企业通过国际电子商务平台开展对外贸易营造了良好的政策环境。

同时，基于跨境电商行业不断发展以及我国制造业优势在国际市场上日益凸显，中国制造业正经历从“中国制造”到“中国智造”，从“产品代工”到“品牌出海”的深刻转型，在国家政策支持下逐步实现从OEM向ODM再向OBM的转化。根据Amazon（亚马逊）发布的《全方位创新，高质量出海—2024中国出口跨境电商发展趋势白皮书》，近两年亚马逊上中国品牌型卖家数量增长超过100%，品牌化成为中国企业实现增长的重要突破点。

2020-2023 年中国跨境电商出口总额



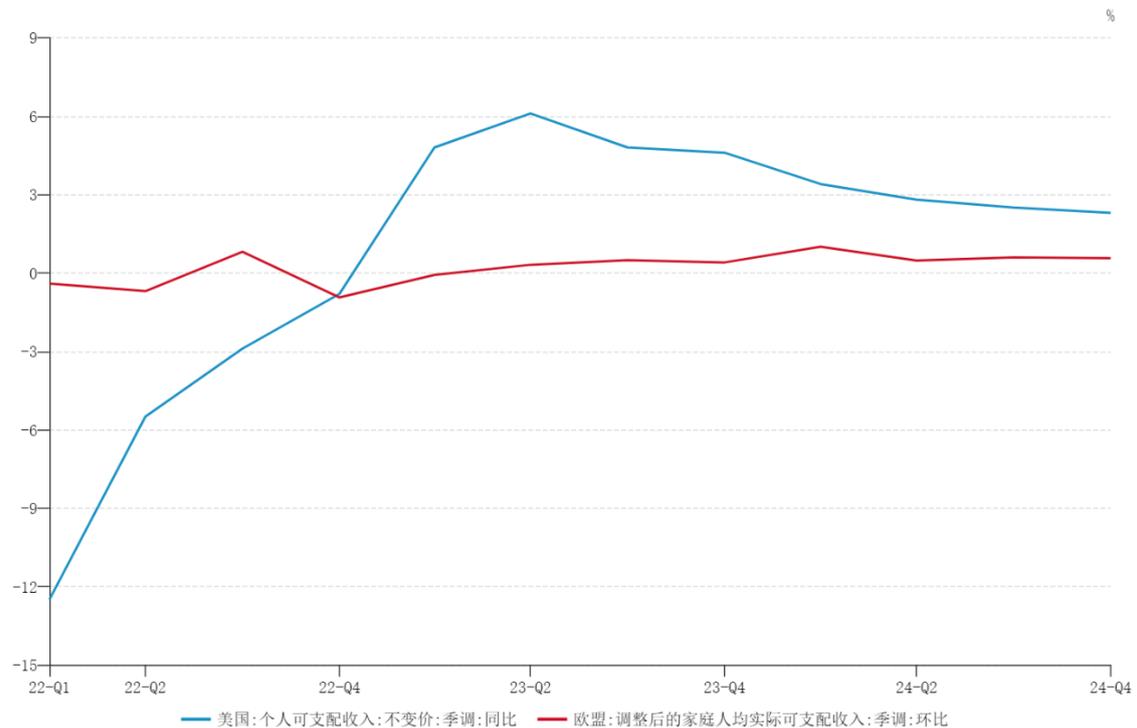
数据来源：中国海关

鉴于越来越多制造业企业出海参与国际竞争以实现中国品牌出海，公司作为办公电器和家用电器类以跨境电商方式品牌出海的优秀企业，在行业红利涌现的大背景下迎来业绩快速增长。

3) 国际经济形势以及地缘冲突影响

2022 年以来美国通货膨胀率走高，美国消费者实际可支配收入和消费能力均有所降低，导致美国市场零售企业库存流动性减缓；此外，2022 年 2 月以来，欧洲能源危机推高欧洲市场能源价格，欧盟 27 国居民用户电价由 2021 年的 0.0855 欧元/千瓦时上升至 2022 年的 0.1430 欧元/千瓦时，增长 67.25%，能源危机导致各类消费品价格普遍上涨，进而导致欧洲消费者实际消费能力同步下降。

2022-2024 年欧美家庭人均实际可支配收入环比



数据来源: Wind

由上图可知, 2022 年美国和欧盟实际人均可支配收入环比基本呈下降趋势, 2023 年有所回升。公司境外销售受国际经济形势和地缘冲突对所在国家或地区消费者的可支配收入和消费能力的影响, 进而对公司业绩产生一定影响。

(2) 主营业务变化的内部因素

1) 积极开发 ODM 新客户, 扩充现有客户产品品类

公司主要 ODM 客户在 2022-2023 年度处于去库存周期, 为应对 ODM 客户订单减少, 公司通过积极开拓新的 ODM 客户以及基于原有客户的需求开发新产品。如公司在 2022 年及 2023 年度新增了 3M Innovation Singapore Pte Ltd、ART-DOM Sp. z o.o.、TEMPO (AUST) PTY LTD 等客户, 以及针对原有客户 Amazon (亚马逊) 自有品牌 Amazonbasics 需求开发多个型号的碎纸机及塑封膜并获取新订单, 有效减缓了主要 ODM 客户去库存导致的 ODM 业务收入下降的影响。

2) 自有品牌

①产品线拓展与创新

近年来公司不断根据用户需求和市场反馈进行产品的设计和研发, 包括产品品类的横向拓展和产品细分领域的纵向延伸。报告期内公司产品线不断拓展, 在办公电器及耗材收入稳定增长的同时, 家用电器及耗材产品持续新增品类且收入呈现快速增长趋势, 公司设计开发的自有品牌“Bonsenkitchen”真空包装机、真空包装袋和手持搅拌器等产品在 Amazon (亚马逊电商) 上广受消费者欢迎, 成为公司新的业务增长点。在积极横向拓展产品品类的同时, 公司持续针对不同的使用人群、场景、频次推出一系列纵向细分产品, 以迎合不同类型客户的需求, 如公司开发的 6CC

（单次可碎 6 张纸）、8CC（单次可碎 8 张纸）等小型碎纸机，满足居家办公消费者的需求，在 Amazon（亚马逊电商）的销售排行榜名列前茅。公司产品线持续拓展与创新为公司收入带来稳定增长。

②加大品牌建设，从研发、品质、物流和服务等方面协同提升综合竞争力

公司自 2014 年以来着力开拓自有品牌业务，通过长期稳健经营成功打造了包括“Bonsai”“Bonsen”“Bonsenkitchen”“Fresko”等自有品牌，并不断加大品牌建设投入，提升品牌知名度；持续加大研发投入，提升研发设计能力和市场趋势把控能力；严格把控产品质量，提升产品品质；通过使用 Amazon（亚马逊电商）FBA（Fulfillment by Amazon）物流服务，完善跨境仓储物流体系，不断为消费者提供更优质的产品和服务。日益提升的品牌影响力，以及完整、协同、高效的技术研发、产品设计、品质控制、供应链管理和仓储物流体系是公司业绩稳定增长的内部动因。

2. 主营业务收入按产品或服务分类

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 (%)
办公电器及耗材	104,994.45	69.95	78,050.64	67.30	69,017.53	64.56
其中：碎纸机	84,264.26	56.14	68,451.58	59.02	58,592.71	54.81
过胶机及耗材	16,403.88	10.93	7,284.60	6.28	7,103.29	6.64
其他办公电器及耗材	4,326.31	2.88	2,314.46	2.00	3,321.52	3.11
家用电器及耗材	45,107.98	30.05	37,927.53	32.70	37,887.19	35.44
其中：真空包装机及耗材	32,233.80	21.47	27,083.32	23.35	25,520.33	23.87
手持搅拌器	9,011.54	6.00	8,241.99	7.11	2,281.11	2.13
其他家用电器及耗材	3,862.64	2.57	2,602.22	2.24	10,085.76	9.43
合计	150,102.43	100.00	115,978.17	100.00	106,904.72	100.00

科目具体情况及分析说明：

公司主营业务为办公电器及耗材、家用电器及耗材等产品的研发、生产及销售。报告期内，公司主营业务收入分别为 106,904.72 万元、115,978.17 万元和 150,102.43 万元，占各期营业收入比例分别为 99.82%、99.28%和 99.42%，主营业务突出。

2023 年度公司主营业务收入较上年度增加 9,073.45 万元，增幅 8.49%，主要原因是：公司通过持续研发新品及产品更新迭代，把握跨境电商快速发展的红利，加强跨境电商运营团队建设和市场推广力度，实现办公电器线上直销收入的快速增长，带动碎纸机销售收入较上年度增加 9,858.87 万元。

2024 年度公司主营业务收入较上年度增加 34,124.26 万元，增幅 29.42%，主要原因系公司自有品牌/授权品牌业务及 ODM 业务收入同步增长。其中，自有品牌/授权品牌业务由于碎纸机、真空包装袋等产品在跨境电商平台上的销售额持续增长，2024 年度自有品牌/授权品牌业务收入较

上年度增加 18,912.00 万元。2024 年度 ODM 业务由于开发塑封膜业务以及取得 Amazon（亚马逊）新机型碎纸机订单，带动 ODM 业务收入大幅增加，当期 ODM 业务收入较去年同期增加 15,212.25 万元。

按产品类别分析如下：

（1）办公电器及耗材：办公电器产品主要包括碎纸机和过胶机及耗材等产品。报告期内，公司办公电器及耗材收入分别为 69,017.53 万元、78,050.64 万元和 104,994.45 万元，占各期主营业务收入比例分别为 64.56%、67.30%和 69.95%。

2023 年度公司办公电器及耗材销售收入较上年度增加 9,033.12 万元，增幅 13.09%，主要原因系公司通过持续推出新品及进行产品更新迭代、把握跨境电商发展的红利、加强跨境电商运营团队建设、加大市场推广力度，实现办公电器线上直销收入的快速增长。

2024 年度公司办公电器及耗材销售收入较上年度增加 26,943.81 万元，增幅 34.52%，主要原因系公司 2024 年度在跨境电商上销售的碎纸机销售额稳步增长，以及公司 2024 年开发 ODM 客户 Amazon（亚马逊）的塑封膜业务以及取得多款新机型碎纸机订单，使得办公电器及耗材业务收入较上年度大幅增长。

（2）家用电器及耗材：家用电器及耗材产品主要包括真空包装机及耗材和手持搅拌器等厨房电器及耗材。报告期内，公司家用电器及耗材收入分别为 37,887.19 万元、37,927.53 万元和 45,107.98 万元，占各期主营业务收入比例分别为 35.44%、32.70%和 30.05%。报告期内，公司通过前期累积的真空包装机客户带动耗材销售收入持续增长，同时开发手持搅拌器新品，取得良好的市场反馈，实现手持搅拌器收入稳定增加。2023 年度，公司基于经营策略调整，减少了通过外协生产再进行销售的家用电器及耗材种类，导致其他家用电器及耗材收入下降。2024 年度，公司开发了自有品牌新型号的咖啡机、空气净化器等产品，在跨境电商平台上销售取得良好表现，带动其他家用电器及耗材收入上升。

3. 主营业务收入按销售区域分类

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 (%)
境外	145,563.28	96.98	111,837.75	96.43	101,921.92	95.34
其中：北美洲	86,339.02	57.52	61,265.08	52.82	52,257.31	48.88
欧洲	51,858.50	34.55	43,513.08	37.52	43,374.94	40.57
亚洲	7,058.27	4.70	6,777.33	5.84	6,005.00	5.62
非洲	177.63	0.12	176.74	0.15	128.42	0.12
大洋洲	78.42	0.05	85.76	0.07	108.92	0.10
南美洲	51.44	0.03	19.77	0.02	47.33	0.04
境内	4,539.15	3.02	4,140.42	3.57	4,982.80	4.66
合计	150,102.43	100.00	115,978.17	100.00	106,904.72	100.00

科目具体情况及分析说明：

报告期内，公司以境外销售为主，各期境外销售收入分别为 101,921.92 万元、111,837.75 万元和 145,563.28 万元，占各期主营业务收入比例分别为 95.34%、96.43%和 96.98%。

报告期内，公司主营业务收入主要来源于境外销售。报告期内，公司稳步推进自有品牌业务，在 Amazon（亚马逊电商）、Walmart（沃尔玛电商）和 Shopify 独立站等平台上通过线上直销方式销售“Bonsaii”“Bonsenkitchen”“Bonsen”“Fresko”等自有品牌产品，同时持续开拓境外商超/互联网渠道，获得大额商超/互联网渠道订单，如知名电商平台 Amazon（亚马逊）的自有品牌 AmazonBasics、连锁商超 Walmart（沃尔玛）、Sam's Club（山姆会员店）和办公产品连锁店 Office Depot（欧迪办公）、Staples（史泰博）的 ODM 业务，实现“商超×互联网双引擎驱动”模式的增长。

4. 主营业务收入按销售模式分类

√适用 □不适用

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 (%)
自有/授权品牌	93,533.08	62.31	74,621.08	64.34	55,677.76	52.08
其中：自有品牌	88,901.13	59.23	70,422.25	60.72	52,777.10	49.37
ODM	56,569.35	37.69	41,357.09	35.66	51,226.96	47.92
合计	150,102.43	100.00	115,978.17	100.00	106,904.72	100.00

科目具体情况及分析说明：

报告期内，公司主营业务收入按销售模式分类如下：

单位：万元

销售模式		2024 年度		2023 年度		2022 年度		
		金额	占比 (%)	金额	占比 (%)	金额	占比 (%)	
自有品牌/授权品牌	线上	直销	88,595.60	59.02	70,320.79	60.63	51,831.98	48.48
		其中：亚马逊电商	84,622.75	56.38	68,355.84	58.94	50,788.99	47.51
		电商平台入仓	2,572.21	1.71	2,195.44	1.89	1,573.65	1.47
		小计	91,167.80	60.74	72,516.23	62.53	53,405.63	49.96
	线下	直销	157.47	0.10	120.17	0.10	187.18	0.18
		经销	2,207.81	1.47	1,984.68	1.71	2,084.95	1.95
		小计	2,365.28	1.58	2,104.84	1.81	2,272.13	2.13
	小计	93,533.08	62.31	74,621.08	64.34	55,677.76	52.08	
	ODM	56,569.35	37.69	41,357.09	35.66	51,226.96	47.92	
	合计	150,102.43	100.00	115,978.17	100.00	106,904.72	100.00	

报告期内，公司积极开拓自有品牌/授权品牌的线上销售，线上销售收入金额持续提高。报告期各期，公司自有品牌/授权品牌的线上销售收入分别为 53,405.63 万元、72,516.23 万元和 91,167.80 万元，占各期主营业务收入比例分别为 49.96%、62.53%和 60.74%。

报告期内公司主要销售模式的具体收入情况如下：

(1) 自有品牌/授权品牌线上销售

1) 线上直销

报告期内，公司线上直销收入分别为 51,831.98 万元、70,320.79 万元和 88,595.60 万元，占各期主营业务收入的比例分别为 48.48%、60.63%和 59.02%，线上直销收入金额呈增长趋势，主要系公司着力发展跨境电商销售，不断加强电商运营团队建设，同时利用线上销售快速获取消费者需求反馈并据此研发新品及产品迭代更新等，实现线上直销收入的快速增长。报告期内，公司线上直销平台主要包括 Amazon（亚马逊电商）、Walmart（沃尔玛电商）和 Shopify 独立站等。

2) 电商平台入仓

报告期内，公司电商平台入仓模式主要为京东自营，该模式销售收入分别为 1,573.65 万元、2,195.44 万元和 2,572.21 万元，占各期主营业务收入的比例分别为 1.47%、1.89%和 1.71%，销售占比较为稳定。

(2) 自有品牌/授权品牌线下销售

1) 线下直销

报告期内，公司线下直销主要为深圳市联仓科技有限公司等贸易商客户，销售产品为碎纸机、真空包装机等。报告期内，公司线下直销收入分别为 187.18 万元、120.17 万元和 157.47 万元，占各期主营业务收入的比例分别为 0.18%、0.10%和 0.10%，销售占比较小。

2) 线下经销

报告期内，公司线下经销客户主要为境内以及日本、韩国等国家或区域内具有一定渠道资源的经销商。报告期内，公司线下经销模式的销售收入分别为 2,084.95 万元、1,984.68 万元和 2,207.81 万元，占各期主营业务收入的比例分别为 1.95%、1.71%和 1.47%，销售占比较小。

(3) ODM 模式

报告期内，公司合作的 ODM 客户主要为 Amazon（亚马逊）、授权品牌采购商 Kompernass（为欧洲知名商超 LIDL（历德）、Kaufland（卡佛莲）提供采购服务），以及 Walmart（沃尔玛）、Sam's Club（山姆会员店）等连锁商超和 Office Depot（欧迪办公）、Staples（史泰博）等办公产品连锁卖场。报告期内，公司 ODM 模式的销售收入分别为 51,226.96 万元、41,357.09 万元和 56,569.35 万元，占各期主营业务收入的比例分别为 47.92%、35.66%和 37.69%。

2023 年度，公司 ODM 业务销售收入较上年度减少 9,869.87 万元，降幅 19.27%，主要原因系：前期受欧美通货膨胀以及全球宏观环境等因素波动影响，传统线下连锁商城及卖场的产品销

量减少，公司主要 ODM 客户直至 2023 年上半年仍处于去库存周期，但在 2023 年下半年已基本完成去库存并开始增加订单，全年订单仍较上年有所减少，故 2023 年度 ODM 业务收入较上年度有所减少。

2024 年度，公司 ODM 业务销售收入较上年度增加 15,212.25 万元，增幅 36.78%，主要原因系：公司利用自有品牌产品在跨境电商上良好的销售数据作为背书，继 2023 年成功开发了 Amazon（亚马逊）自有品牌 AmazonBasics 多款新型碎纸机及塑封膜的订单后持续出货，2024 年度公司对 Amazon（亚马逊）的销售收入较上年度增加 16,608.05 万元；同时，由于 Walmart（沃尔玛）在去库存周期后 2024 年度采购额增加，导致 2024 年度公司对 Walmart（沃尔玛）的销售收入较上年度增加 2,188.06 万元。

5. 主营业务收入按季度分类

√适用 □不适用

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 (%)
第一季度	34,387.24	22.91	26,125.49	22.53	26,901.63	25.16
第二季度	35,955.39	23.95	25,163.23	21.70	27,006.01	25.26
第三季度	36,508.04	24.32	27,943.06	24.09	28,101.09	26.29
第四季度	43,251.76	28.81	36,746.39	31.68	24,895.99	23.29
合计	150,102.43	100.00	115,978.17	100.00	106,904.72	100.00

科目具体情况及分析说明：

公司销售以美国和欧洲市场为主，受西方国家办公及生活习惯、促销及节假日（感恩节、圣诞节）消费习惯的影响，通常第四季度为公司产品销售旺季，故主营业务收入呈现一定的季节性波动。2022 年第四季度公司主营业务收入占全年比例较低，主要系该季度 ODM 业务收入大幅减少所致。

报告期内，公司自有品牌/授权品牌业务和 ODM 业务按季度分类收入明细如下：

单位：万元

项目	自有品牌/授权品牌		ODM		
	金额	占比	金额	占比	
2024 年度	第一季度	24,175.50	25.85%	10,211.74	18.05%
	第二季度	20,841.76	22.28%	15,113.63	26.72%
	第三季度	22,707.72	24.28%	13,800.32	24.40%
	第四季度	25,808.10	27.59%	17,443.66	30.84%
	合计	93,533.08	100.00%	56,569.35	100.00%
2023 年度	第一季度	16,241.55	21.77%	9,883.94	23.90%
	第二季度	16,655.83	22.32%	8,507.40	20.57%
	第三季度	18,460.45	24.74%	9,482.60	22.93%
	第四季度	23,263.25	31.18%	13,483.14	32.60%

	合计	74,621.08	100.00%	41,357.09	100.00%
2022 年度	第一季度	11,077.08	19.89%	15,824.55	30.89%
	第二季度	13,116.57	23.56%	13,889.44	27.11%
	第三季度	15,175.11	27.26%	12,925.98	25.23%
	第四季度	16,309.00	29.29%	8,586.99	16.76%
	合计	55,677.76	100.00%	51,226.96	100.00%

报告期内，公司主营业务主要为自有品牌/授权品牌业务和 ODM 业务。其中自有品牌/授权品牌业务收入呈现一定季节性特征，第四季度收入占全年比例相对较高。公司自有品牌业务主要通过 Amazon（亚马逊电商）、Walmart（沃尔玛电商）和 Shopify 独立站等海外电商平台进行销售，由于欧美发达国家如感恩节、黑色星期五和圣诞节等主要法定假日和线上购物节集中在第四季度，促销活动较多，销售额随之增长，因此公司自有品牌业务第四季度销售收入金额及占比较高。

公司 ODM 业务主要受客户订单量影响，季节性特征较小，2021 年受欧美消费热潮及海运资源紧张导致运输周期加长的影响，海外 ODM 客户进行大规模备货，ODM 业务订单大幅增加，导致 2022 年上半年 ODM 业务收入占全年收入比例较高。随着 2022 年欧美国家通货膨胀加剧，消费者消费能力及消费意愿下降，公司线下商超、办公产品连锁卖场等 ODM 客户销售额受影响下降，叠加 2022 年下半年国际海运市场恢复正常，运输周期缩短，客户减少备货，导致公司 ODM 订单减少，进而 2022 年下半年和 2023 年上半年收入占全年 ODM 业务收入比例较低。2023 年下半年随着主要 ODM 客户去库存基本完毕，第四季度订单开始回升，带动 2023 年第四季度销售收入占比提高。2024 年下半年公司 ODM 业务销售收入及占比高于上半年，主要是公司开发 Amazon（亚马逊）的塑封膜订单主要在 2024 年下半年交付，使得下半年 ODM 业务销售收入金额及占比较高。

6. 主营业务收入按业务模式分类

适用 不适用

7. 前五名客户情况

单位：万元

2024 年度				
序号	客户	销售金额	年度销售额占比 (%)	是否存在关联关系
1	Amazon（亚马逊）	21,077.09	13.96	否
2	Walmart（沃尔玛）	9,160.65	6.07	否
3	Kompernass	9,079.07	6.01	否
4	Office Depot（欧迪办公）	2,998.09	1.99	否
5	北京京东世纪贸易有限公司（京东自营）	2,572.21	1.70	否
	合计	44,887.10	29.73	-
2023 年度				
序号	客户	销售金额	年度销售额占比 (%)	是否存在关联关系
1	Kompernass	11,142.97	9.54	否
2	Walmart（沃尔玛）	6,972.59	5.97	否

3	Amazon (亚马逊)	4,469.04	3.83	否
4	Office Depot (欧迪办公)	3,518.06	3.01	否
5	Staples (史泰博)	2,288.35	1.96	否
合计		28,391.02	24.30	-
2022 年度				
序号	客户	销售金额	年度销售额占比 (%)	是否存在关联关系
1	Kompernass	20,144.20	18.81	否
2	Walmart (沃尔玛)	8,690.54	8.11	否
3	Office Depot (欧迪办公)	3,470.62	3.24	否
4	Staples (史泰博)	2,716.70	2.54	否
5	Amazon (亚马逊)	1,883.80	1.76	否
合计		36,905.86	34.46	-

注：上表对同一控制下企业视同为同一客户进行合并披露。

其中：

- (1) Walmart (沃尔玛) 包括 Walmart Inc. USA、Sam's Club (山姆会员店) 和 Walmart Brasil Ltda.;
- (2) Office Depot (欧迪办公) 包括 Office Depot, Inc.、Office Depot Asia Holding Limited 和 Veyer, LLC;
- (3) Staples (史泰博) 包括 SBIN B.V. 和 Stic Corp.;
- (4) Amazon (亚马逊) 包括 Amazon.com Services LLC、Amazon EU SARL 和 Amazon EU SARL UK Branch.

科目具体情况及分析说明：

报告期内，公司向前五大客户销售金额占营业收入比重分别为 34.46%、24.30%和 29.73%，公司不存在向单个客户的销售比例超过总额的 50%或严重依赖单个客户的情形。

报告期内，公司及公司董事、监事、高级管理人员、核心技术人员、核心业务人员和持股 5% 以上的股东未在前五大客户中占有权益或存在其他利益安排。

8. 其他披露事项

无。

9. 营业收入总体分析

公司营业收入主要来源于主营业务，各期主营业务收入分别为 106,904.72 万元、115,978.17 万元和 150,102.43 万元。2023 年度公司主营业务收入较上年度增加 9,073.45 万元，增幅 8.49%；2024 年度公司主营业务收入较上年度增加 34,124.26 万元，增幅 29.42%。

(1) 产品单价、销量和收入变动情况

报告期内，公司主要产品单价、销量和收入变动情况如下：

单位：销售收入（万元）、销量（万台）、平均单价（元/台）

项目	2024 年度		2023 年度		2022 年度	
	项目	变动比例	项目	变动比例	项目	
碎纸机	销售收入	84,264.26	23.10%	68,451.58	16.83%	58,592.71
	销量	338.97	40.05%	242.04	-2.65%	248.63
	平均单价	248.59	-12.10%	282.81	20.01%	235.66
过胶机	销售收入	6,463.07	35.61%	4,765.80	-30.25%	6,832.52
	销量	67.17	24.05%	54.15	-32.79%	80.56

	平均单价	96.22	9.32%	88.02	3.78%	84.81
真空包装机	销售收入	18,456.34	4.85%	17,602.89	-7.82%	19,095.75
	销量	175.94	20.09%	146.51	-20.32%	183.88
	平均单价	104.90	-12.69%	120.15	15.69%	103.85
手持搅拌器	销售收入	9,011.54	9.34%	8,241.99	261.32%	2,281.11
	销量	57.55	7.55%	53.51	242.88%	15.61
	平均单价	156.59	1.66%	154.03	5.38%	146.17

注：由于过胶机耗材、真空包装机耗材产品规格多样（产品规格单位包括片、卷、盒、包等），单位无法统一，因此上表中仅列示过胶机、真空包装机销量和单价。

公司主要产品销量变动具体情况如下：

1) 碎纸机

报告期内，公司碎纸机销量分别为 248.63 万台、242.04 万台和 338.97 万台，销量呈先降后升趋势。

2023 年度公司碎纸机销售较上年度减少 6.59 万台，降幅 2.65%，主要原因系：一是受欧洲国家通货膨胀，居民消费能力下降以及海外消费者消费习惯从线下转移至线上电商平台，公司 2023 年度销售给 ODM 客户 Kompernass 的碎纸机数量较上年度减少 42.09 万台；二是公司自有品牌跨境电商业务持续发展，2023 年通过 Amazon（亚马逊电商）销售自有品牌碎纸机 106.52 万台，较上年度增加 34.52 万台。上述因素综合导致碎纸机 2023 年度销量较上年略有下降。

2024 年度公司碎纸机销量较上年度增加 96.93 万台，增幅 40.05%，主要原因系 2024 年度公司 ODM 业务及自有品牌/授权品牌业务的碎纸机销量同步上升，其中得益于 Amazon（亚马逊）的自有品牌 AmazonBasics 碎纸机订单大幅增加，公司 2024 年度销售给 Amazon（亚马逊）的碎纸机销量较 2023 年度增加 64.03 万台，带动 2024 年度公司 ODM 业务碎纸机整体销量较上年度增加 65.24 万台。

2) 过胶机

报告期内，公司过胶机销量分别为 80.56 万台、54.15 万台和 67.17 万台，销量呈先降后升趋势。

2023 年度公司过胶机销量较上年度减少 26.41 万台，降幅 32.79%，其中公司对主要 ODM 客户 Kompernass 的过胶机销量较上年度减少 30.37 万台，销量下降主要原因系欧洲国家通货膨胀，居民消费能力下降及海外消费者消费习惯从线下转移至线上电商平台。

2024 年度公司过胶机销量较上年度增加 13.02 万台，增幅 24.05%，主要原因系公司新型号过胶机 L418 凭着高性价比吸引顾客购买，市场渗透速度远超预期，带动自有品牌过胶机销量大幅提高，自有品牌过胶机销量从 2023 年度 12.54 万台增长至 2024 年度 23.07 万台。

3) 真空包装机

报告期内，公司真空包装机产品销量分别为 183.88 万台、146.51 万台和 175.94 万台，销量呈先降后升趋势。

2023 年度真空包装机销量较上年度减少 37.37 万台，降幅 20.32%，公司对主要 ODM 客户 Kompennass 的真空包装机销量减少 48.47 万台，销量下降主要原因系欧洲国家通货膨胀，居民消费能力下降及海外消费者消费习惯从线下转移至线上电商平台。

2024 年度公司真空包装机销量较 2023 年度增加 29.43 万台，增幅 20.09%，主要原因系公司 ODM 业务真空包装机销量增加，2024 年度公司 ODM 业务真空包装机新增 Supra Foto Elektronik Vertriebs GmbH 等客户，使得产品销量增加，带动 ODM 业务真空包装机销量较 2023 年度增加 29.08 万台。

4) 手持搅拌机

报告期内，公司手持搅拌机销量分别为 15.61 万台、53.51 万台和 57.55 万台，销量呈持续上升趋势。公司手持搅拌机产品主要在 Amazon（亚马逊电商）上销售，基于快速反馈用户需求并对产品研发升级以及垂直一体化的生产体系带来的成本优势，产品具有较高性价比，公司手持搅拌机产品销量持续增加。

各分类产品销售价格波动的主要原因详见本节之“三、盈利情况分析”之“（三）毛利率分析”。

（2）产品销售单价和销量变动对主营业务收入的影响

单位：万元

项目		2024 年度相对 2023 年度 主营业务收入变动分析			2023 年度相对 2022 年度 主营业务收入变动分析		
		均价变动的 影响	销量变动的 影响	合计	均价变动的 影响	销量变动的 影响	合计
办公电器	碎纸机	-8,283.01	24,095.69	15,812.68	11,722.10	-1,863.23	9,858.87
	过胶机	444.12	1,253.16	1,697.28	258.09	-2,324.81	-2,066.72
	小计	-7,838.89	25,348.85	17,509.95	11,980.18	-4,188.04	7,792.14
家用电器	真空包装机	-2,234.32	3,087.77	853.45	2,996.81	-4,489.67	-1,492.86
	手持搅拌机	136.74	632.81	769.55	122.65	5,838.23	5,960.88
	小计	-2,097.58	3,720.58	1,623.00	3,119.46	1,348.56	4,468.02
合计		-9,936.47	29,069.43	19,132.96	15,099.64	-2,839.48	12,260.17

注：上述产品单价和产品销量对销售收入的影响是运用连环替代法计算得出，替代顺序为产品单价和产品销量。

（二） 营业成本分析

1. 成本归集、分配、结转方法

公司的成本核算方法采用实际成本法。各类产品生产成本由直接材料费用、直接人工费用、制造费用、委外加工费用、运输费、关税等构成，各项目的核算内容及方法如下：

（1）直接材料费用的核算

公司设“原材料”“周转材料”一级明细账，周转材料采用一次摊销法摊入成本费用。

材料的计价采用月末一次加权平均法。

材料采购成本主要包括：1) 购入材料的原价；2) 购入材料的运杂费；3) 材料入库前，整理挑选时发生损耗的净损失及其整理费用；4) 进口材料的国外进价，进口环节的各种税金和其他进口费用。委托其他单位代理进口商品的采购成本为实际支付给代理单位的全部价款。

(2) 直接人工费用的归集与分配

支付员工的各项工资，包括计时工资、计件工资以及属于国家规定工资总额范围内的辅助工资、津贴、补贴、奖金等，都应当根据手续完备的原始凭证进行计算、支付、汇总、分配，计入不同的成本费用科目。

生产部门的直接生产人员工资按部门进行归集，并在成本中心所属工单之间进行分配。

(3) 制造费用的归集与分配

制造费用发生时，先在“制造费用”账户归集，并在成本中心所属工单之间进行分配。

(4) 委外加工费

委外工单与委外采购单一一对应，委外工单的加工费按实际入库的数量及加工费单价确定。

(5) 完工产品实际成本的确定

为了分期确定损益，在有未完工产品的情况下，需要将按照工单归集分配的生产成本，在完工产品和在产品之间划分。

期末完工产品实际成本的确定采用投入产出比例法。投入产出比例法是指根据实际产出数量占实际已投入材料套数的比例，计算已完工产品应转出的成本。

各种用于销售的半成品应按产品成本的计算方法计算自制半成品成本，自制半成品作为成品进行管理。

公司每月末根据产品出货单采用月末一次加权平均法结转销售成本。

2. 营业成本构成情况

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 (%)
主营业务成本	89,738.16	99.27	70,210.94	99.24	76,139.10	99.91
其他业务成本	661.93	0.73	538.63	0.76	71.87	0.09
合计	90,400.09	100.00	70,749.57	100.00	76,210.97	100.00

科目具体情况及分析说明：

报告期内，公司主营业务成本与主营业务收入结构一致，各期主营业务成本分别为 76,139.10 万元、70,210.94 万元和 89,738.16 万元，占各期营业成本的比重分别为 99.91%、99.24%和 99.27%。

3. 主营业务成本构成情况

√适用 □不适用

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 (%)
直接材料	47,934.79	53.42	37,293.62	53.12	40,698.20	53.45
直接人工	6,004.21	6.69	4,556.20	6.49	4,603.73	6.05
制造费用	5,570.85	6.21	4,960.19	7.06	4,629.57	6.08
委外加工费	2,569.51	2.86	2,674.94	3.81	2,951.43	3.88
外协生产成本	1,630.01	1.82	1,899.95	2.71	7,707.93	10.12
运输费及其他	26,028.78	29.01	18,826.04	26.81	15,548.24	20.42
合计	89,738.16	100.00	70,210.94	100.00	76,139.10	100.00

科目具体情况及分析说明：

报告期内，公司主营业务成本由直接材料、直接人工、制造费用、委外加工费、外协生产成本和运输费及其他构成，其中直接材料和运输费及其他是主要组成部分，占公司主营业务成本比重分别为 73.87%、79.93%和 82.42%。

公司营业成本的直接材料、直接人工和制造费用与产品产销量变动相关；由于 ODM 业务订单时间较为集中且订单量大，涉及注塑加工、五金加工和塑料件加工等环节通常会借助外协加工方式，以弥补自身因订单集中导致的短期产能不足，因此委外加工费主要与 ODM 业务订单变动相关；运输费及其他费用主要为境外线上销售公司承担的海运费、关税、末端配送费等，其主要与境外线上销售规模以及运费水平相关。

其中 2023 年度公司主营业务成本较上年度减少 5,928.17 万元，降幅 7.79%，主要原因系：公司前期外协生产的小家电产品已主要于 2022 年降价促销清理，后续此类产品外协生产量较前期下降较多，导致 2023 年度外协生产成本较上年度减少 5,807.98 万元，降幅 75.35%。

4. 主营业务成本按产品或服务分类

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 (%)
办公电器及耗材	61,605.97	68.65	45,463.03	64.75	47,913.50	62.93
其中：碎纸机	49,198.29	54.82	39,308.33	55.99	40,051.09	52.60
过胶机及耗材	9,470.55	10.55	4,640.12	6.61	5,403.97	7.10
其他办公电器	2,937.13	3.27	1,514.59	2.16	2,458.44	3.23
家用电器及耗材	28,132.18	31.35	24,747.91	35.25	28,225.60	37.07
其中：真空包装机及耗材	20,372.42	22.70	17,795.21	25.35	19,215.81	25.24
手持搅拌器	5,231.93	5.83	5,241.10	7.46	1,789.27	2.35
其他家用电器	2,527.84	2.82	1,711.60	2.44	7,220.52	9.48
合计	89,738.16	100.00	70,210.94	100.00	76,139.10	100.00

科目具体情况及分析说明：

报告期内，公司主营业务成本按产品分类变动与产品销量变动趋势一致。

5. 主营业务成本按销售模式分类

√适用 □不适用

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 (%)
自有/授权品牌	51,216.00	57.07	40,774.49	58.07	36,785.62	48.31
其中：自有品牌	48,230.44	53.75	38,245.99	54.47	34,979.16	45.94
ODM	38,522.16	42.93	29,436.45	41.93	39,353.49	51.69
合计	89,738.16	100.00	70,210.94	100.00	76,139.10	100.00

科目具体情况及分析说明：

报告期内，公司主营业务成本按销售模式分类如下：

单位：万元、%

销售模式		2024 年度		2023 年度		2022 年度		
		金额	占比	金额	占比	金额	占比	
自有品牌 / 授权品 牌	线上	直销	48,082.48	53.58	38,163.25	54.36	34,370.97	45.14
		其中：亚马逊 电商	45,858.76	51.10	37,152.45	52.92	33,795.23	44.39
		电商平台入仓	1,673.62	1.87	1,310.36	1.87	1,005.85	1.32
		小计	49,756.10	55.45	39,473.61	56.22	35,376.82	46.46
	线下	直销	101.88	0.11	82.15	0.12	112.61	0.15
		经销	1,358.02	1.51	1,218.73	1.74	1,296.19	1.70
		小计	1,459.90	1.63	1,300.88	1.85	1,408.80	1.85
	小计		51,216.00	57.07	40,774.49	58.07	36,785.62	48.31
	ODM		38,522.16	42.93	29,436.45	41.93	39,353.49	51.69
	合计		89,738.16	100.00	70,210.94	100.00	76,139.10	100.00

报告期内，公司按销售模式分类的主营业务成本结构与主营业务收入保持一致。

6. 前五名供应商情况

单位：万元

2024 年度				
序号	供应商	采购金额	年度采购额占比 (%)	是否存在关联关系
1	惠州艺都文化用品有限公司	4,046.32	7.27	否
2	广东省台远塑胶科技有限公司	3,509.35	6.30	否
3	东莞威普特科技有限公司	2,395.65	4.30	否
4	湖南东昶电机有限公司	2,309.44	4.15	否
5	东莞市宏枰电子科技有限公司	2,295.17	4.12	否
合计		14,555.92	26.15	-
2023 年度				
序号	供应商	采购金额	年度采购额占比 (%)	是否存在关联关系

1	广东省台远塑胶科技有限公司	2,928.30	6.78	否
2	东莞市宏桦电子科技有限公司	2,062.30	4.78	否
3	湖南东昶电机有限公司	2,040.38	4.73	否
4	东莞威普特科技有限公司	1,839.17	4.26	否
5	开平市宏莞五金制品有限公司	1,662.94	3.85	否
合计		10,533.09	24.40	-
2022 年度				
序号	供应商	采购金额	年度采购额占比 (%)	是否存在关联关系
1	广东省台远塑胶科技有限公司	2,794.13	7.78	否
2	东莞市宏桦电子科技有限公司	2,598.97	7.23	否
3	开平市宏莞五金制品有限公司	1,968.60	5.48	否
4	湖南东昶电机有限公司	1,697.26	4.72	否
5	东莞威普特科技有限公司	1,527.72	4.25	否
合计		10,586.67	29.47	-

注：上表对同一控制下企业视同为同一供应商进行了合并披露。

其中：

- (1) 惠州艺都文化用品有限公司包括惠州艺都文化用品有限公司和越南港越新材料有限公司；
- (2) 广东省台远塑胶科技有限公司包括广东省台远塑胶科技有限公司和宝化国际实业有限公司；
- (3) 东莞威普特科技有限公司包括东莞威普特科技有限公司和广西北流市威普特科技有限公司；
- (4) 湖南东昶电机有限公司包括湖南东昶电机有限公司和东莞市东昶电机有限公司；
- (5) 开平市宏莞五金制品有限公司包括开平市宏莞五金制品有限公司、东莞市铖达五金贸易有限公司和东莞市宏哲五金制品有限公司。

科目具体情况及分析说明：

报告期内，公司不存在向单个供应商采购比例超过总额 50%或严重依赖于少数供应商的情况。公司董事、监事、高级管理人员、核心技术人员和核心业务人员，主要关联方或持有公司 5% 以上股份的股东与上述供应商不存在关联关系。

7. 其他披露事项

无。

8. 营业成本总体分析

报告期各期，公司主营业务成本分别为 76,139.10 万元、70,210.94 万元和 89,738.16 万元，占各期营业成本的比例分别为 99.91%、99.24%和 99.27%。

公司主要原材料包括电子电器、塑胶原料、五金制品和塑胶制品等。报告期内公司采购具体情况如下：

(1) 主要原材料采购情况

报告期内，公司主要原材料采购情况如下：

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
电子电器	15,951.63	28.65%	13,482.95	31.24%	12,318.73	34.29%
塑胶原料	10,299.96	18.50%	7,696.41	17.83%	7,454.90	20.75%

塑胶制品	9,993.61	17.95%	7,390.22	17.12%	3,281.80	9.13%
五金制品	9,744.30	17.50%	8,477.18	19.64%	7,698.51	21.43%
包装材料	5,276.60	9.48%	3,652.79	8.46%	3,128.41	8.71%
其他	4,405.12	7.91%	2,462.65	5.71%	2,043.33	5.69%
合计	55,671.22	100.00%	43,162.20	100.00%	35,925.67	100.00%

报告期各期，公司原材料采购总额分别为 35,925.67 万元、43,162.20 万元和 55,671.22 万元，其中电子电器、塑胶原料、塑胶制品和五金制品的占比较高，报告期内该四类原材料合计采购总金额分别为 30,753.94 万元、37,046.76 万元和 45,989.50 万元，占各期原材料采购总额比例分别为 85.60%、85.83%和 82.61%。

(2) 主要原材料采购价格

公司主要原材料采购均价波动主要为原材料市场价格和采购结构变化所致。报告期内，主要原材料采购价格变动如下：

单位：元/个、元/KG、元/块

项目		2024 年度		2023 年度		2022年度
		平均单价	增幅	平均单价	增幅	平均单价
电子电器	PCB 组件	5.67	2.16%	5.55	-17.85%	6.75
	马达	14.89	-3.75%	15.47	0.01%	15.46
	电源线	2.95	-1.67%	3.00	-6.82%	3.22
塑胶原料		9.89	2.38%	9.66	-12.63%	11.06
五金制品		0.18	5.88%	0.17	9.96%	0.16
塑胶制品	真空包装袋原材料	-	-	-	-	-
	胶膜	-	-	-	-	-
	胶辊类	3.05	-2.87%	3.14	-13.17%	3.62
包装材料	瓦楞纸	1.28	-17.95%	1.56	-6.91%	1.68

注：由于真空包装袋原材料和胶膜采购规格多样（规格单位包括片、卷、盒、包、公斤等），单位无法统一，因此无法整体计算采购单价。

1) 电子电器

报告期内，公司采购的电子电器主要包括 PCB 组件、马达和电源线类等。其中 PCB 组件在报告期内的采购均价变动幅度较大，具体分析如下：

报告期内，公司 PCB 组件采购单价分别为 6.75 元/个、5.55 元/个和 5.67 元/个，2023 年度和 2024 年度采购单价差异较小，2022 年度采购单价较高的主要原因是单价较高的规格型号 PCB 组件采购占比较高，具体情况如下：

单位：元/个

项目	2023 年度			2022 年度	
	单价	增幅	占比	单价	占比
PCB 组件	5.55	-17.85%	100.00%	6.75	100.00%
其中：开关电源 PCB 板 V100-H（取消电源线端子）	15.67	-5.61%	4.59%	16.61	18.39%
PCB 组件 V100-O 二合一板（取消电源线端子）	-	-	-	18.38	13.48%
剔除上述型号规格原材料后的 PCB 组件	5.38	2.40%	95.41%	5.25	68.13%

采购单价

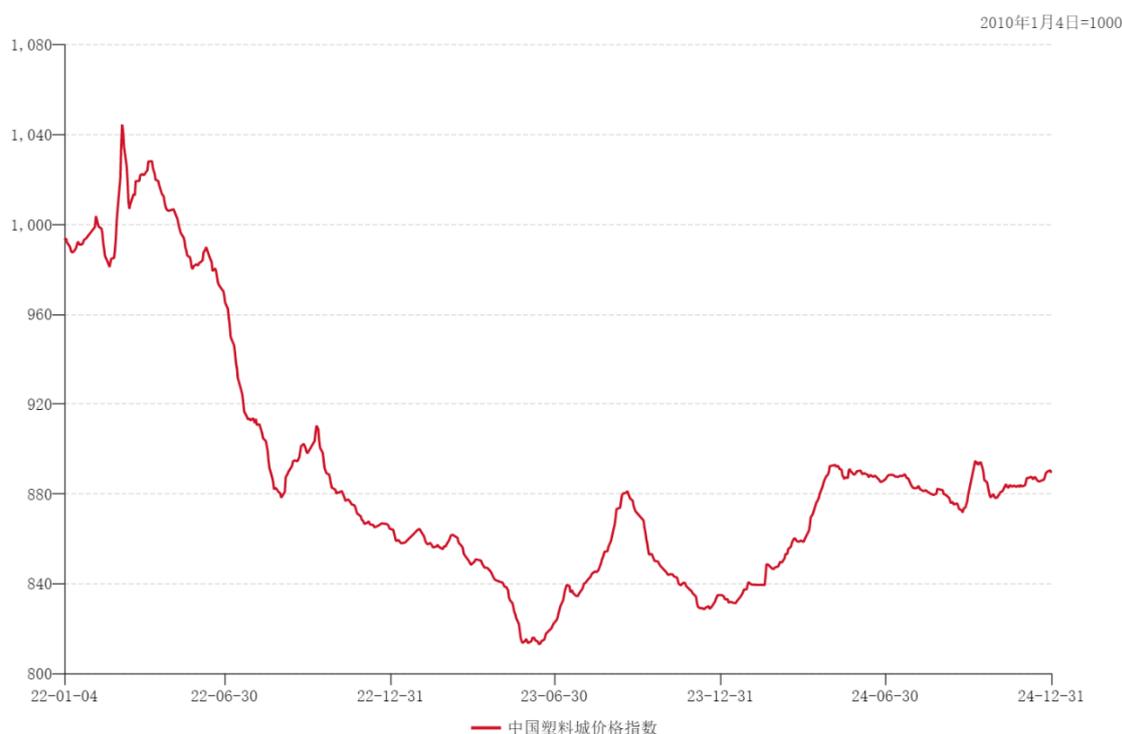
注：表格中占比为占当期 PCB 组件采购总额比例。

由上表可知，2022 年度公司 PCB 组件采购均价较高主要是当年度单价较高的“开关电源 PCB 板 V100-H（取消电源线端子）”和“PCB 组件 V100-O 二合一板（取消电源线端子）”采购占比较高，随着公司对真空包装机等产品逐步进行工艺改进，更换原材料，逐步减少了该两个型号原材料采购，剔除该两个型号原材料后，报告期内 PCB 组件采购单价整体变动较小。

2) 塑胶原料

报告期内，中国塑料城价格指数波动情况如下图所示：

2022-2024 年中国塑料城价格指数



项目	2024 年度		2023 年度		2022 年度
	单价/指数	增幅	单价/指数	增幅	单价/指数
塑胶原料（元/千克）	9.89	2.38%	9.66	-12.63%	11.06
塑料城价格指数	874.50	3.52%	844.78	-10.58%	944.76

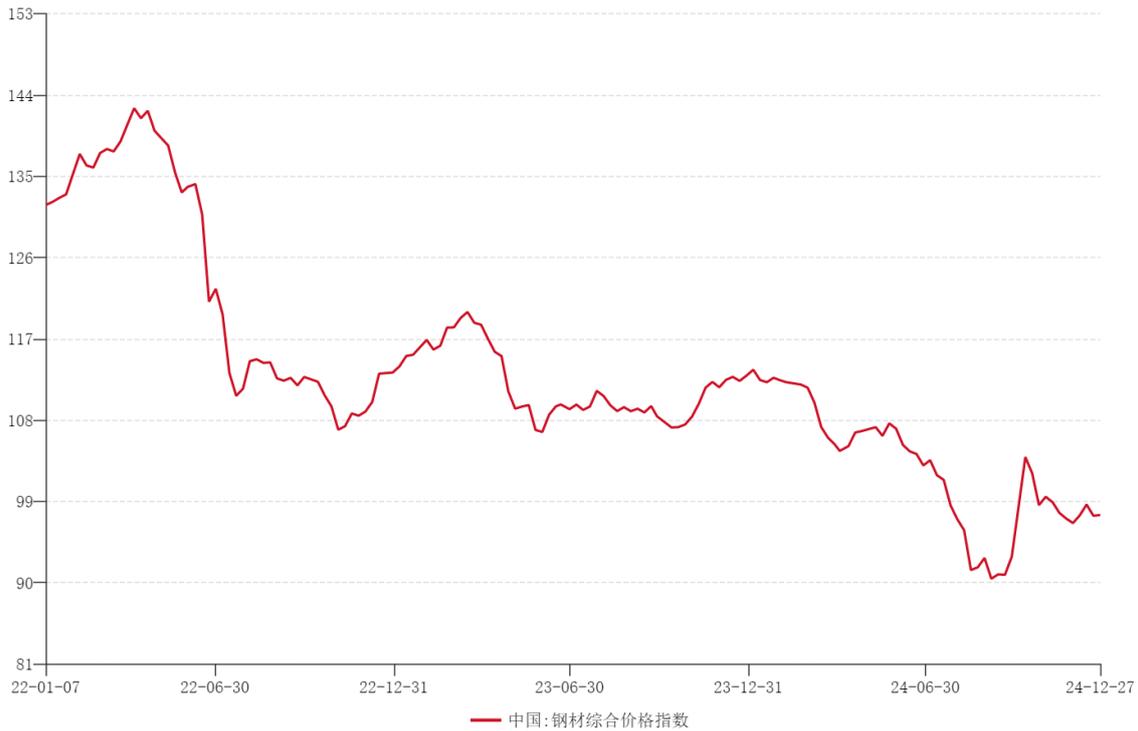
由上表可知，报告期内公司塑胶原料采购价格呈先降后升趋势，与市场价格变动趋势一致。

3) 五金制品

报告期内，公司五金制品采购单价分别为 0.16 元/个、0.17 元/个和 0.18 元/个，2023 年度和 2024 年度五金制品采购单价分别较上年度增加 0.01 元/个和 0.01 元/个，整体变动较小，主要受采购产品结构影响。

公司五金制品原材料主要受钢材市场价格影响，钢材市场价格变动趋势如下：

2022-2024 年中国钢材综合价格指数



数据来源: Wind

报告期内, 公司主要五金制品采购单价与市场价格变动情况如下:

单位: 元/个、元/套

项目	2024 年度		2023 年度		2022 年度
	单价/指数	增幅	单价/指数	增幅	单价/指数
角铁 C235-A	1.98	-2.94%	2.04	-4.67%	2.14
加强板 C249-A	2.23	-14.56%	2.61	3.57%	2.52
刀具组件 C211-A	87.61	-0.65%	88.18	-4.05%	91.90
中国钢材综合价格指数	102.44	-8.42%	111.86	-9.32%	123.36

报告期内, 公司上述主要五金制品材料采购均价与中国钢材综合价格指数基本一致, 呈下降趋势。2023 年度“加强板 C249-A”采购单价较 2022 年度增长 3.57%, 主要原因系该型号原材料由越南子公司向当地供应商进行采购, 以越南盾计价及结算, 由于 2023 年越南盾兑人民币汇率上升, 导致该型号原材料以人民币计价的采购单价上升。

4) 塑胶制品

①真空包装袋原材料

报告期内, 公司主要真空包装袋原材料(卷材)型号采购情况如下:

单位: 元/kg、元/卷

项目	2024 年度		2023 年度		2022 年度
	单价	增幅	单价	增幅	单价
纹路卷袋材料 28CM*19 丝纹面 PET 材质 (单位: kg)	12.71	-5.57%	13.46	-	-

纹路卷袋材料 20CM*19 丝纹面 PET 材质（单位：kg）	12.67	-6.01%	13.48	-	-
真空包装卷袋 28*300cm 厚 0.075mm 重 190±9.5A.1（单位：卷）	3.09	0.00%	3.09	-0.06%	3.09
PET 市场价格（单位：元/吨）	6,898.01	-5.98%	7,336.92	-12.20%	8,356.41

注：PET 市场价格数据来源于 iFinD。

由上表可知，报告期内公司真空包装袋原材料（卷材）采购均价较为稳定，且与市场价格变动趋势基本一致。

②胶膜

报告期内，公司主要胶膜型号采购情况如下：

单位：元/包、元/卷

项目	2024 年度		2023 年度		2022 年度
	单价	增幅	单价	增幅	单价
胶膜（229mm×292mm 3mil（封短边）200 张/包 A.0）（单位：盒）	25.92	-2.56%	26.60	-	-
胶膜（229mm×292mm 3mil（封短边）100 张/包 A.0）（单位：盒）	13.02	-2.33%	13.33	-	-
胶膜（600MM*3500M/ROL 75mic）（单位：卷）	2,065.85	-1.92%	2,106.19	-	-
PET 市场价格（单位：元/吨）	6,898.01	-5.98%	7,336.92	-	-

注：1、PET 市场价格数据来源于 IFinD；2、公司过胶机耗材业务在 2023 年取得突破，2022 年及以前年度公司胶膜采购金额较小，主要胶膜型号在 2022 年度未进行采购。

公司胶膜主要由 PET 材料制成，采购价格主要与 PET 市场价格相关。由上表可知，2024 年度公司主要胶膜型号采购价格呈下降趋势，与 PET 市场价格变动趋势一致。

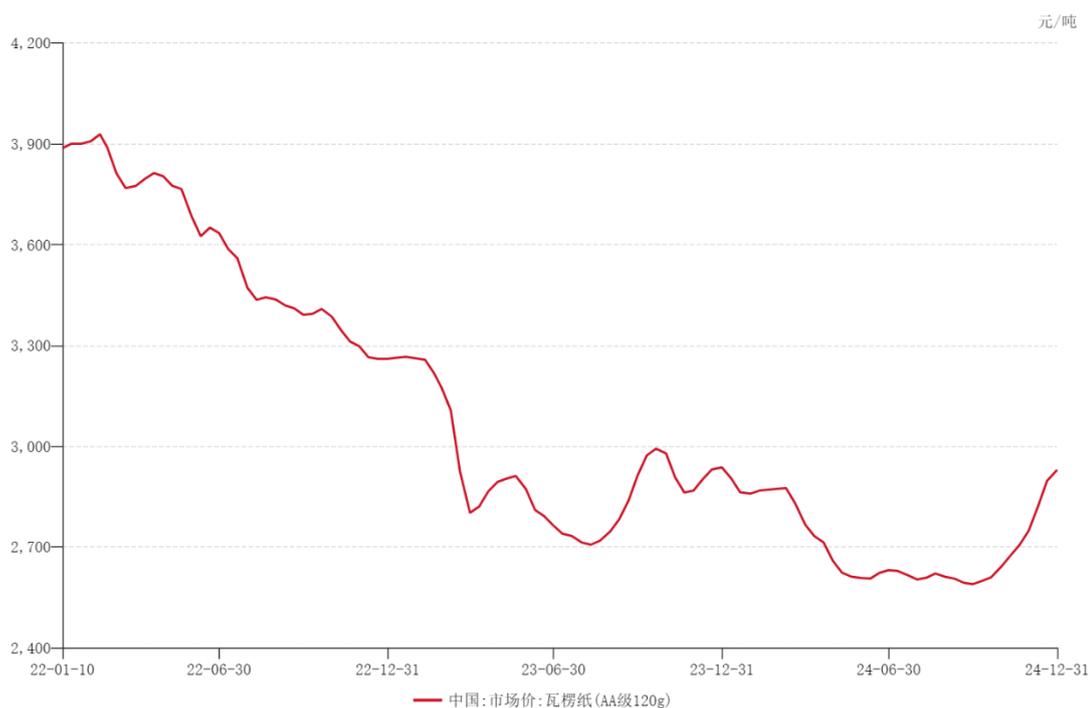
③胶辊类

报告期内，公司胶辊类采购均价分别为 3.62 元/个、3.14 元/个和 3.05 元/个。2023 年度胶辊类采购均价较上年度下降 0.48 元/个，降幅 13.17%，主要原因是胶辊主要由硅橡胶和钢材构成，2023 年度硅橡胶原料有机硅 DMC 价格和钢材综合价格指数分别较上年度下降 36.77%和 9.33%，带动胶辊类采购价格下降；2024 年度胶辊类采购单价较上年度下降 0.09 元/个，变动幅度较小。

5) 包装材料

公司采购的包装材料主要为瓦楞纸，报告期内瓦楞纸市场价格变动情况如下：

2022-2024 年中国瓦楞纸市场价 (AA 级 120g)



数据来源:Wind

项目	2024 年度		2023 年度		2022 年度
	单价	增幅	单价	增幅	单价
瓦楞纸 (单位: 元/个)	1.28	-17.95%	1.56	-6.91%	1.68
瓦楞纸市场价格 (单位: 元/吨)	2,706.91	-7.00%	2,910.66	-19.01%	3,593.89

由上表可知, 公司瓦楞纸采购均价与市场变动趋势一致。

(三) 毛利率分析

1. 毛利按产品或服务分类构成情况

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 (%)
主营业务毛利	60,364.27	99.64	45,767.23	99.36	30,765.62	99.62
其中: 办公电器及耗材	43,388.47	71.62	32,587.61	70.74	21,104.02	68.34
其中: 碎纸机	35,065.96	57.88	29,143.25	63.27	18,541.63	60.04
过胶机及耗材	6,933.34	11.45	2,644.49	5.74	1,699.32	5.50
其他办公电器及耗材	1,389.18	2.29	799.87	1.74	863.08	2.79
家用电器及耗材	16,975.80	28.02	13,179.62	28.61	9,661.59	31.29
其中: 真空包装机及耗材	11,861.38	19.58	9,288.11	20.16	6,304.51	20.42
手持搅拌机	3,779.61	6.24	3,000.89	6.51	491.83	1.59
其他家用电器及耗材	1,334.80	2.20	890.62	1.93	2,865.24	9.28
其他业务毛利	215.62	0.36	297.06	0.64	116.14	0.38
合计	60,579.90	100.00	46,064.29	100.00	30,881.76	100.00

科目具体情况及分析说明:

报告期内，公司毛利以主营业务毛利为主，各年占比均在 99.00%以上。主营业务毛利主要来自碎纸机和真空包装机及耗材两大类产品。报告期内，碎纸机和真空包装机及耗材两大类产品毛利合计占比分别为 80.46%、83.43%和 77.46%，系公司营业毛利的主要来源。

2. 主营业务按产品或服务分类的毛利率情况

项目	2024 年度		2023 年度		2022 年度	
	毛利率 (%)	主营收入占比 (%)	毛利率 (%)	主营收入占比 (%)	毛利率 (%)	主营收入占比 (%)
办公电器及耗材	41.32	69.95	41.75	67.30	30.58	64.56
其中：碎纸机	41.61	56.14	42.57	59.02	31.64	54.81
过胶机及耗材	42.27	10.93	36.30	6.28	23.92	6.64
其他办公电器及耗材	32.11	2.88	34.56	2.00	25.98	3.11
家用电器及耗材	37.63	30.05	34.75	32.70	25.50	35.44
其中：真空包装机及耗材	36.80	21.47	34.29	23.35	24.70	23.87
手持搅拌器	41.94	6.00	36.41	7.11	21.56	2.13
其他家用电器及耗材	34.56	2.57	34.23	2.24	28.41	9.43
合计	40.22	100.00	39.46	100.00	28.78	100.00

科目具体情况及分析说明：

报告期内，公司主营业务毛利率分别为 28.78%、39.46%和 40.22%，呈持续上升趋势。公司主营业务毛利率变动的影响因素具体情况如下：

项目	影响因素	因素概况
内在因素	产品销售模式结构变化（自有品牌/授权品牌和 ODM 均受影响）	2022 年-2024 年，公司自有品牌/授权品牌业务占主营业务收入比重分别为 52.08%、64.34%和 62.31%，自有品牌/授权品牌业务毛利率分别为 33.93%、45.36%和 45.24%，因毛利率较高的自有品牌/授权品牌业务模式收入占比提升，导致公司主营业务毛利率提升。
	产品精益改善（自有品牌/授权品牌受影响为主）	公司自 2022 年下半年开始，对自有品牌/授权品牌产品主要机型进行精益改善，通过研发新材料替代、零部件优化减少以及生产线布局的优化调整，降低产品单位成本，提高产品毛利率。
	淘汰品促销（自有品牌/授权品牌受影响）	公司根据自有品牌产品的退货率、客户评分、毛利率、产品库存周转天数等指标，将产品分类为淘汰品和规划品，淘汰品毛利率整体低于规划品，公司逐步减少淘汰品的生产及销售，带动自有品牌/授权品牌业务毛利率增加。
外在因素	海运费价格调整（仅自有品牌/授权品牌受影响）	公司自有品牌跨境电商业务的头程海运费由公司承担，国际远洋运输的海运价格对公司的毛利率有较大影响。
	原材料采购价格变动（自有品牌/授权品牌和 ODM 均受影响）	公司采购的原材料主要包括电子电器、塑料原料、五金制品、塑胶制品和包装材料等。报告期内，公司直接材料成本占主营业务成本的比例分别为 53.45%、53.12%和 53.42%，原材料采购价格变动对公司毛利率有较大影响。

美元兑人民币汇率波动（自有品牌/授权品牌和ODM均受影响）	报告期内，公司出口产品收入占主营业务收入比例达95%以上。公司出口产品主要采用美元进行定价和结算，美元兑人民币汇率波动对公司毛利率有较大影响。
-------------------------------	---

(1) 主营业务毛利率主要影响因素分析

1) 内在因素

①销售模式结构变化

项目	2024 年度			2023 年度			2022 年度		
	毛利率 (%)	主营业务收入占比 (%)	毛利率贡献率 (%)	毛利率 (%)	主营业务收入占比 (%)	毛利率贡献率 (%)	毛利率 (%)	主营业务收入占比 (%)	毛利率贡献率 (%)
自有品牌 / 授权品牌	45.24	62.31	28.19	45.36	64.34	29.18	33.93	52.08	17.67
ODM	31.90	37.69	12.02	28.82	35.66	10.28	23.18	47.92	11.11
小计	40.22	100.00	40.22	39.46	100.00	39.46	28.78	100.00	28.78

2023 年度较 2022 年度，公司主营业务毛利率提高了 10.68 个百分点，其中自有品牌/授权品牌毛利率贡献率提高了 11.51 个百分点，主要原因之一为 2023 年公司高毛利率的自有品牌/授权品牌业务的销售结构占比上升 12.26 个百分点。

A. 自有品牌/授权品牌收入规模的快速增长及结构占比上升

报告期内，公司自有品牌/授权品牌业务的收入 55,677.76 万元、74,621.08 万元和 93,533.08 万元，占主营业务收入比重分别为 52.08%、64.34%和 62.31%，收入规模快速增长及结构占比上升，其主要得益于公司在碎纸机等产品具有较高的市场占有率及行业地位、垂直一体化的集成供应链能力、规模生产形成的低成本与品质稳定的优势、较强的研发创新能力和精准的线上营销能力。

碎纸机作为公司的优势单品，2023 年 12 月公司基于碎纸机产品市场占有率等情况荣获“广东省省级制造业单项冠军”称号，此外根据中国海关发布的数据，2024 年公司碎纸机出口占中国碎纸机出口总量的 22.18%，在我国碎纸机出口当中占据较大比例。截至 2024 年 12 月 31 日，在 Amazon（亚马逊电商）平台上，公司“Bonsaii”品牌的碎纸机在各地区碎纸机销售榜前 2 位，公司“Bonsenkitchen”品牌的真空包装机在各地区真空包装机 Amazon Best Sellers 榜前 2 位。公司主要产品市场占有率及行业地位优势明显。

公司目前已实现从“上游核心部件：模具设计、电机、刀具生产或采购；中游：产品设计开发、成品生产；下游：渠道建设、海外本土的品牌运营和售后”的“门到门”垂直一体化全链路业务模式，形成了垂直一体化的集成供应链能力，叠加线下大额商超/互联网渠道 ODM 订单，使得公司可以发挥规模生产低成本与品质稳定的优势，为自有品牌/授权品牌电商取得成本竞争优势，带来线上销售额与利润的持续成长。

同时，公司自有品牌/授权品牌业务的线上销售可以直接面对终端消费者，持续获得用户使用

反馈，并以消费者需求为导向进行产品研发创新的快速迭代，并进行快速验证，将验证成功的迭代产品再次投放到商超/互联网渠道中，带来整体线上销售规模的扩大和成本优势。例如，公司根据市场需求以及客户痛点，不断加强产品创新，在办公电器领域，公司研发了自动进纸碎纸机产品 C233；除碎纸机外，在家用电器领域公司不断改进优化厨房小家电手持搅拌器，2022 年度-2024 年度，手持搅拌器自有品牌/授权品牌业务的收入规模从 2,281.11 万元提高至 9,011.54 万元，营业收入复合增长率达到 98.76%；此外，公司还研发了保险柜、咖啡机、空气净化器等新品，上述新品已在跨境电商平台进行销售。

公司持续增加线上广告推广的投入，通过精准的广告策略（如关键词竞价、Sponsored Products 和 DSP 展示广告）结合数据驱动的投放优化（如实时监测点击率、转化率），新品曝光度和转化率大幅提升，推动线上销售收入持续攀升，公司线上销售收入持续增长。

随着自有品牌/授权品牌收入规模不断提升，导致公司业务模式结构占比发生变动，由原来的 ODM 业务为主转变为自有品牌/授权品牌业务为主。

B. 自有品牌/授权品牌业务的高毛利率

由于自有品牌/授权品牌产品主要通过跨境电商平台进行销售，该模式直接面向终端消费者，但需要支付平台佣金及服务费用，因此产品定价及毛利率较高。

公司主营业务产品按自有品牌/授权品牌和 ODM 分类的毛利率及占该产品收入占比情况如下：

项目		2024 年度		2023 年度		2022 年度	
		毛利率	销售占比	毛利率	销售占比	毛利率	销售占比
碎纸机	自有品牌/授权品牌	47.62%	64.26%	47.74%	67.45%	34.53%	56.19%
	ODM	30.82%	35.74%	31.87%	32.55%	27.94%	43.81%
	小计	41.61%	100.00%	42.57%	100.00%	31.64%	100.00%
过胶机	自有品牌/授权品牌	34.79%	45.77%	36.36%	31.80%	33.14%	30.62%
	ODM	21.55%	54.23%	27.87%	68.20%	18.87%	69.38%
	小计	27.61%	100.00%	30.57%	100.00%	23.24%	100.00%
过胶机耗材	自有品牌/授权品牌	34.90%	4.70%	41.06%	7.67%	38.98%	52.16%
	ODM	52.63%	95.30%	47.64%	92.33%	43.46%	47.84%
	小计	51.80%	100.00%	47.14%	100.00%	41.12%	100.00%
真空包装机	自有品牌	50.26%	60.58%	48.01%	59.92%	41.27%	33.18%
	ODM	19.30%	39.42%	21.80%	40.08%	17.04%	66.82%
	小计	38.05%	100.00%	37.51%	100.00%	25.08%	100.00%
真空包装机耗材	自有品牌	40.87%	66.75%	40.48%	51.76%	39.94%	31.43%
	ODM	23.56%	33.25%	15.28%	48.24%	16.10%	68.57%
	小计	35.12%	100.00%	28.32%	100.00%	23.59%	100.00%
手持搅拌器	自有品牌	41.95%	99.81%	36.48%	99.49%	21.66%	97.03%
	ODM	39.34%	0.19%	22.67%	0.51%	18.26%	2.97%

	小计	41.94%	100.00%	36.41%	100.00%	21.56%	100.00%
--	----	--------	---------	--------	---------	--------	---------

报告期内公司自有品牌/授权品牌产品主要通过线上直销在 Amazon（亚马逊电商）、Walmart（沃尔玛电商）和 Shopify 独立站等电商平台上销售。在线上直销模式下，公司直接面向终端消费者，中间环节减少，但通常会产生更多的电商平台佣金及推广费用、物流费用和营销人员职工薪酬等，因此毛利率要求普遍高于 ODM 模式。

此外，报告期内公司减少低毛利率 ODM 产品的生产和销售，提高了毛利率较高的自有品牌/授权品牌产品的销售占比。2022 年度，公司第一大客户系 ODM 客户 Kompennass，公司对 Kompennass 的销售金额为 20,144.20 万元，毛利率为 11.76%，毛利率处于较低水平。2023 年度，公司逐步减少对 Kompennass 低毛利率产品的销售，例如公司 2022 年度销售给 Kompennass 的 S119-A 机型碎纸机合计 58.00 万台，但由于该产品在 2022 年度毛利率仅为 9.91%，因此公司在 2023 年度大幅减少 S119-A 机型碎纸机生产，仅生产 8.07 万台。2023 年度，公司销售给 Kompennass 的收入为 11,142.97 万元，较 2022 年度下降了 44.68%，毛利率较 2022 年提高 2.39 个百分点，为 14.15%。

综上，报告期内公司毛利率较高的自有品牌/授权品牌产品的销售占比上升，带动各主要产品毛利率整体上升。

②产品精益改善

公司自 2022 年下半年开始，对自有品牌/授权品牌产品主要机型进行精益改善，加大产品研发、生产工艺及供应链结构优化。公司通过研发新材料替代、零部件优化减少以及生产线布局的优化调整，降低产品单位成本，提高产品毛利率。具体体现在以下几个方面：

A. 研发新材料替代现有材料，在降低单位成本同时满足客户需求。如公司使用 PP 塑胶材料替代 ABS 塑胶材料、使用结构优化后的碎纸机刀片替代现有刀片等；

B. 优化减少零部件使用及优化调整生产线布局。通过结构优化，公司产品零部件使用相应减少，且因为零部件减少，导致生产组装工序和产线人员减少，生产线布局得到进一步优化，进而降低单位产品生产升本；

C. 优化产品包装结构。公司通过将产品的包装方式改进，将碎纸机的主机头放入碎纸机垃圾桶内进行包装，客户收到产品后自行将碎纸机主机头和碎纸机垃圾桶进行组装，有效减少了碎纸机在运输中的体积，降低了配送费、海运费、仓储费等，进一步降低单位产品的销售成本；

D. 优化供应链结构。公司部分配件如马达等已实现自产，公司通过使用自产马达替代外购马达，降低供应链成本，进一步降低单位产品生产升本。

通过以上产品精益改善方法，公司自有品牌/授权品牌产品单位成本下降，产品毛利率提高。

③淘汰品降价促销

根据 Amazon（亚马逊电商）FBA 服务条款，单一产品库存周期越长，仓储服务费收费越高，

公司为提高产品周转率，降低产品仓储费，于 2021 年 11 月制定了《2C 产品市场表现监控流程》的制度。公司根据自有品牌产品的退货率、客户评分、毛利率、产品库存周转天数等指标，将未达相关指标的产品分类为淘汰品，并减少相关淘汰品的生产及销售。公司聚焦主力产品，使得整体毛利率增加，具体测算过程如下：

单位：万元

项目	2023 年度	2022 年度
淘汰品销售收入	2,520.21	11,688.98
淘汰品销售毛利率	32.56%	19.67%
对毛利率的影响	1.30%	-

注：对毛利率的影响=2022 淘汰品销售收入*(2023 年淘汰品销售毛利率-2022 年度淘汰品销售毛利率)/2023 年度主营业务销售收入。

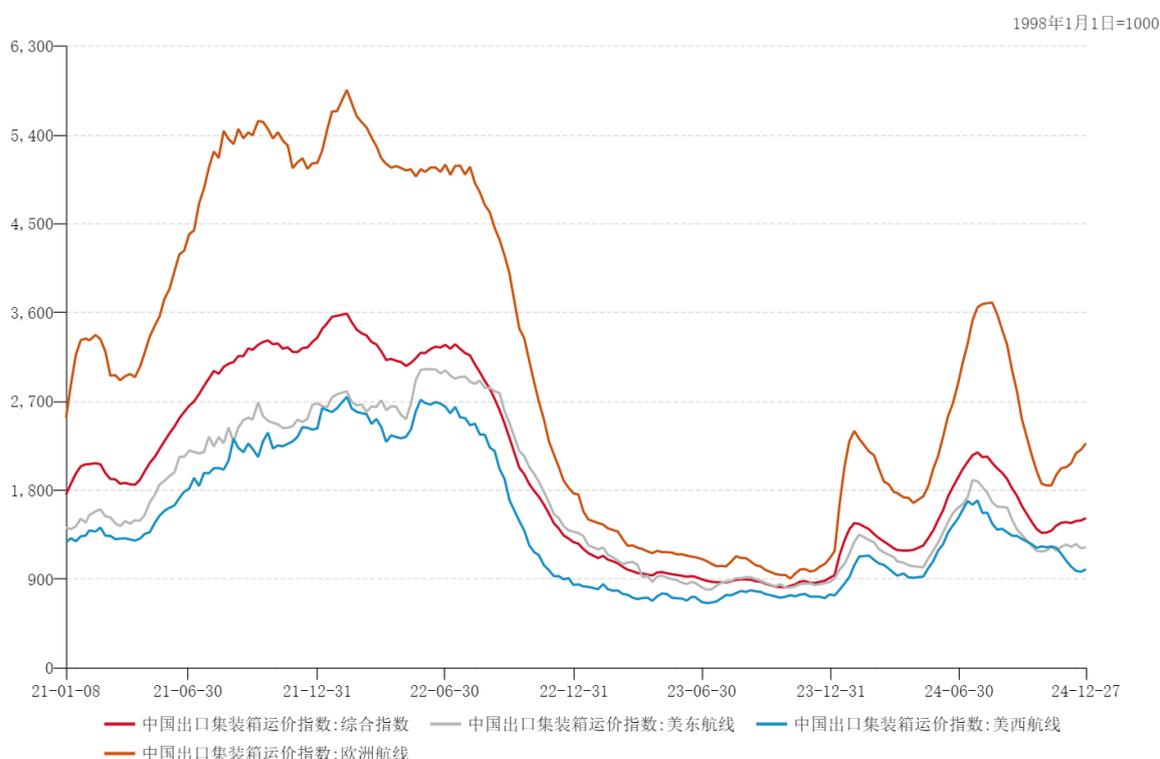
2022 年度淘汰品毛利率较低的主要原因是当年度公司对部分划入淘汰品的外协生产家用电器产品进行降价促销处理。公司通过逐步减少淘汰品的外协生产及销售，带动整体毛利率上升。

2) 外部因素

①海运费价格调整

2021 年以来国际远洋运输的海运价格大幅上涨，公司自有品牌跨境电商业务的头程海运费由公司承担，导致成本上涨，对公司利润水平产生了较大不利影响。随着海运资源逐步恢复，2022 年以来全球航运市场的供需矛盾逐步缓解，从 2022 年三季度开始，国际航运的海运价格开始逐步回落。2021-2024 年中国出口集装箱运价指数变动情况如下图所示：

2021-2024 出口集装箱运价指数



数据来源:Wind

报告期内海运费变动对毛利率影响测算如下：

单位：万元

项目	2024 年度	2023 年度	2022 年度
中国出口集装箱平均运价指数	1,550.59	937.29	2,792.14
中国出口集装箱平均运价指数增幅	65.43%	-66.43%	-
海运费	3,043.32	1,699.35	4,069.68
海运价格变动对毛利影响金额	1,203.71	-3,362.93	-
对毛利率的影响	-0.80%	2.88%	-

报告期内，公司 2023 年因海运费单价下降使得当期主营业务毛利率整体上升 2.88 个百分点，2024 年因海运费单价上升使得主营业务毛利率整体下降 0.80 个百分点。

②原材料采购价格变动

由于公司原材料型号种类繁多，不同规格原材料之间采购价格差异较大，以算术平均进行采购均价计算对比分析存在较大差异，因此以加权平均进行采购均价计算对比分析。以本年为基期，假设前一年度原材料采购金额比例与本年度相同，剔除两期未同时采购原材料型号，加权计算得出公司主要原材料综合采购价格较上年度变动幅度。主要原材料采购单价下降使得公司主营业务毛利率增长。原材料采购价格下降对毛利率影响的测算如下：

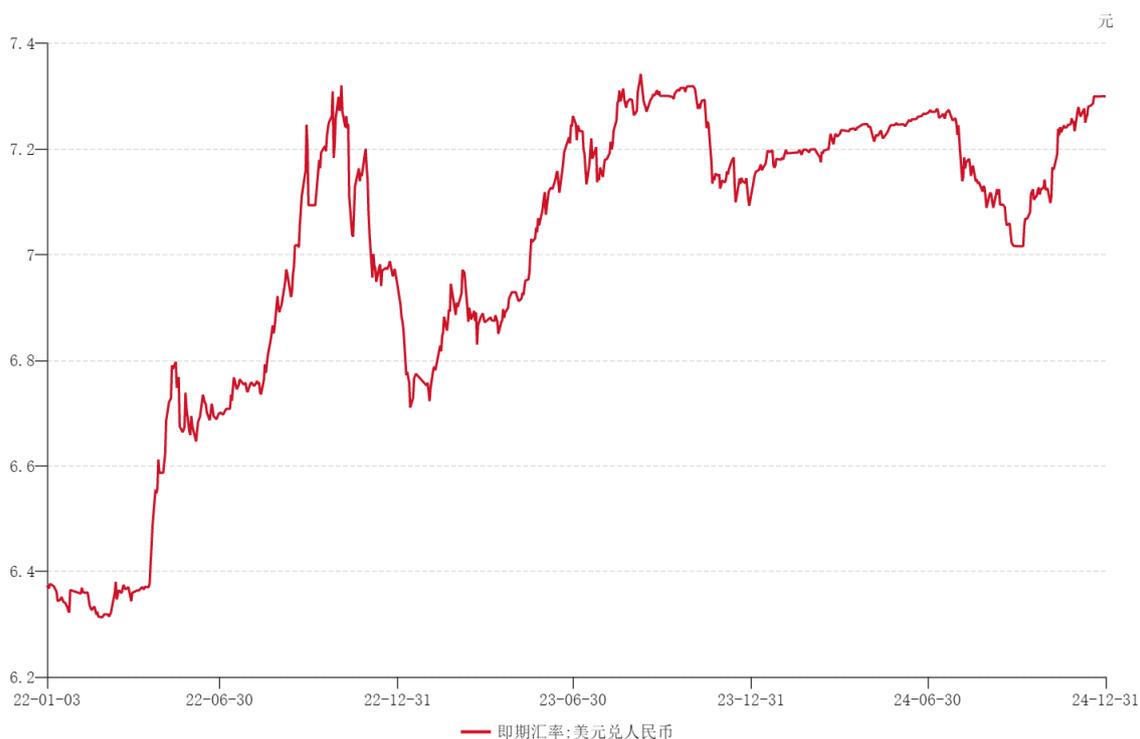
单位：万元

项目	2024 年度	2023 年度
主营业务成本-直接材料①	47,934.79	37,293.62
主要原材料加权平均涨幅②	-2.00%	-3.77%
假设原材料采购价格未发生下降的主营业务成本-直接材料③=①/（②+1）	48,913.05	38,754.67
原材料价格下降对主营业务毛利影响金额④=③-①	978.26	1,461.05
主营业务收入	150,102.43	115,978.17
原材料价格下降对毛利率影响⑥=④/⑤	0.65%	1.26%

③汇率变动

报告期内公司主要客户为跨境电商用户、欧美知名连锁商超和办公卖场等，产品主要出口美国、欧洲等发达国家市场。报告期内，出口产品收入占主营业务收入比例达 95%以上。公司出口产品主要采用美元进行定价和结算。报告期内，美元兑人民币汇率走势如下图所示：

2022-2024 年美元兑人民币即期汇率



数据来源: Wind

报告期内, 美元汇率变动对公司主营业务毛利率影响测算如下:

单位: 万元

项目	2024 年度	2023 年度	2022 年度
美元结算收入(万美元)	15,322.61	11,953.16	12,381.65
美元兑人民币平均汇率	7.1217	7.0467	6.7261
汇率影响收入金额(万元人民币)	1,149.20	3,832.18	-
年平均汇率上升对毛利率的影响	0.46%	2.07%	-

注: 汇率影响收入金额=当期外币结算外销收入*(当期平均汇率-上期平均汇率)。

报告期内, 美元兑人民币平均汇率呈上升趋势, 带动公司整体毛利率有所上升。

(2) 各产品毛利率变动分析

1) 办公电器产品毛利率变动分析

①碎纸机毛利率变动分析

项目	2024 年度	2023 年度	2022 年度	
毛利率	41.61%	42.57%	31.64%	
毛利率增减变动	-0.96%	10.93%	-	
价格变动因素	销售均价(元/台)	248.59	282.81	235.66
	价格变动比例	-12.10%	20.01%	-
成本变动因素	单位成本(元/台)	145.14	162.40	161.09
	成本变动比例	-10.63%	0.82%	-

2023 年度公司销售的碎纸机产品毛利率为 42.57%, 较 2022 年度上升 10.93 个百分点, 主要系公司碎纸机产品自有品牌/授权品牌业务收入结构占比提高和毛利率上升所致。

2022 年度-2023 年度，按业务模式划分的碎纸机毛利贡献率情况如下：

业务模式	2023 年度			2022 年度			毛利率贡献率变动 (%)
	毛利率 (%)	销售占比 (%)	毛利率贡献率 (%)	毛利率 (%)	销售占比 (%)	毛利率贡献率 (%)	
自有品牌/授权品牌	47.74	67.45	32.20	34.53	56.19	19.40	12.80
ODM	31.87	32.55	10.37	27.94	43.81	12.24	-1.87
小计	42.57	100.00	42.57	31.64	100.00	31.64	10.93

2023 年度碎纸机毛利率变动的主要原因系自有品牌/授权品牌碎纸机毛利率贡献率较上年增加 12.80 个百分点，进一步细分主要为公司自有品牌/授权品牌业务收入结构占比提高和毛利率上升所致。

A. 2023 年度公司碎纸机自有品牌/授权品牌业务收入结构占比提高

2023 年度，公司碎纸机自有品牌/授权品牌业务收入金额为 46,171.89 万元，较 2022 年增加 13,249.44 万元，销售收入占比提高 11.26 个百分点，主要原因系公司多款现有型号产品进入 Amazon Best Sellers 排行榜，取得更高曝光度从而取得销量突破，以及新型号产品 C275 当年收入达到 2,138.74 万元，市场表现良好。现有产品销量突破以及新型号产品良好市场表现带动自有品牌/授权品牌碎纸机销售收入大幅增加。

B. 2023 年度公司碎纸机自有品牌/授权品牌业务毛利率上升

2022 年度-2023 年度，公司自有品牌/授权品牌毛利率变动情况如下：

项目		2023 年度	2022 年度
毛利率		47.74%	34.53%
毛利率增减变动		13.21%	-
价格变动因素	销售均价 (元/台)	370.08	398.57
	价格变动比例	-7.15%	-
成本变动因素	单位成本 (元/台)	193.40	260.94
	成本变动比例	-25.88%	-

2023 年度自有品牌/授权品牌毛利率较上年上升了 13.21 个百分点，其中销售均价下降 7.15 个百分点，单位成本下降 25.88 个百分点；2023 年度销售均价下降的主要原因系单价为 211.24 元/台的主力机型 C237 销量占比从 2022 年的 28.53% 上升到 2023 年的 34.07%，单价较低机型的销售占比上升带动自有/授权品牌碎纸机整体销售均价下降；2023 年度单位成本下降，主要系海运费单价下降及原材料采购单价下降使得碎纸机产品单位成本下降，同时公司自 2022 年下半年开始，对自有品牌/授权品牌产品主要机型进行精益改善，加大产品研发、生产工艺及供应链结构优化，公司通过研发新材料替代、零部件优化减少以及生产线布局的优化调整，进一步降低产品单位成本，提高产品毛利率。

综上，公司碎纸机产品自有品牌/授权品牌业务收入结构占比提高和毛利率上升带动 2023 年碎纸机产品毛利率上升。

2024 年度公司销售的碎纸机产品毛利率为 41.61%，较上年度下降 0.96 个百分点，变动幅度较小。2024 年度公司销售的碎纸机销售均价及单位成本较上年度分别下降 12.10%和 10.63%，主要原因系销售单价及单位成本较低的 ODM 碎纸机 C276-A 型号销量从 4.70 万台增长到 39.33 万台，占碎纸机的销量比例从 1.94%上升到 11.60%，带动碎纸机产品整体销售均价及单位成本下降。

②过胶机及耗材毛利率变动分析

A. 过胶机毛利率变动分析

项目		2024 年度	2023 年度	2022 年度
毛利率		27.61%	30.57%	23.24%
毛利率增减变动		-2.96%	7.33%	-
价格变动因素	销售均价（元/台）	96.22	88.02	84.81
	价格变动比例	9.32%	3.78%	-
成本变动因素	单位成本（元/台）	69.65	61.11	65.10
	成本变动比例	13.99%	-6.14%	-

2023 年度公司销售的过胶机产品毛利率为 30.57%，较 2022 年度上升 7.33 个百分点，主要原因：一是 ODM 客户 3M Innovation Singapore Pte Ltd 在 2023 年度与公司合作继续加深，当年度公司对其过胶机销售收入占过胶机整体销售收入为 16.48%，其采购的高端机型过胶机销售均价及毛利率较高，带动销售均价上升 3.78 个百分点；二是 2023 年度过胶机的主要部件胶辊、塑胶材料原材料价格下降，带动过胶机单位成本下降 6.14 个百分点。销售均价上升同时单位成本下降，使得 2023 年度过胶机毛利率较上年度增长 7.33 个百分点。

2024 年度公司销售的过胶机产品毛利率为 27.61%，较上年度下降 2.96 个百分点。公司 2024 年度过胶机毛利率下降的主要原因系收入占比较高的 ODM 业务过胶机毛利率下降 6.32 个百分点，带动整体毛利率下降。公司 2024 年为 ODM 客户 Walmart（沃尔玛）开发的新型号过胶机 L420-A，基于后续业务的长远考虑，其首批产品毛利率较低，导致 2024 年度过胶机 ODM 业务毛利率以及整体毛利率下降。

B. 过胶机耗材

公司过胶机耗材主要为塑封膜。各期塑封膜按自有品牌/授权品牌业务及 ODM 业务分类毛利率情况如下：

项目		2024 年度		2023 年度		2022 年度	
		毛利率	销售占比	毛利率	销售占比	毛利率	销售占比
自有品牌/ 授权品牌	境内	52.17%	1.38%	47.99%	4.97%	39.51%	40.16%
	境外	27.70%	3.31%	28.33%	2.70%	37.17%	12.00%
	小计	34.90%	4.70%	41.06%	7.67%	38.98%	52.16%
ODM	境内	-	-	-	-	-	-
	境外	52.63%	95.30%	47.64%	92.33%	43.46%	47.84%
合计		51.80%	100.00%	47.14%	100.00%	41.12%	100.00%

报告期内，公司塑封膜产品自有品牌/授权品牌境内模式的毛利率与 ODM 境外模式下毛利率接近，塑封膜产品自有品牌/授权品牌业务境外模式下毛利率较低。该模式下毛利率较低，主要原

因系该产品在 Amazon（亚马逊电商）平台上销售毛利率较低，2022-2024 年度该产品在该平台上销售毛利率分别为 33.35%、28.25%和 25.53%，毛利率较低的原因系公司塑封膜产品主要在亚马逊电商平台推广销售，前期收入规模较小，公司希望通过较低的定价获取稳定的流量，并积累客户评论，不断提高产品曝光度，为未来销售做准备，因此定价较低。剔除亚马逊电商平台收入，公司塑封膜产品自有品牌/授权品牌业务境外模式下各期毛利率分别为 47.50%、34.26%和 61.27%，与自有品牌/授权品牌境内模式和 ODM 境外模式下塑封膜毛利率接近。

2) 家用电器及耗材产品毛利率变动分析

①真空包装机毛利率变动分析

项目		2024 年度	2023 年度	2022 年度
毛利率		38.05%	37.51%	25.08%
毛利率增减变动		0.54%	12.43%	-
价格变动因素	销售均价（元/台）	104.90	120.15	103.85
	价格变动比例	-12.69%	15.69%	-
成本变动因素	单位成本（元/台）	64.98	75.08	77.81
	成本变动比例	-13.45%	-3.50%	-

2023 年度公司销售的真空包装机产品毛利率为 37.51%，较 2022 年度上升 12.43 个百分点，主要原因是产品销售均价较上年度大幅上升。2023 年度公司多款真空包装机凭借着良好的品质及高性价比进入 Amazon Best Sellers 排行榜，使得自有品牌真空包装机销售收入占比由 31.18%提升至 59.92%，销售单价及毛利率较高的自有品牌真空包装机销售占比上升，带动 2023 年度真空包装机产品单价及毛利率整体上升。

2024 年度公司销售的真空包装机产品毛利率为 38.05%，较上年度上升 0.54 个百分点，变动幅度较小。公司该年度销售的真空包装机销售均价及单位成本分别下降 12.69%和 13.45%，主要原因系 ODM 业务真空包装机销量从 104.48 万台上升至 133.56 万台，其占公司真空包装机的销量占比从 71.31%上升至 75.91%，由于 ODM 业务真空包装机的销售均价及单位成本较自有品牌真空包装机低，导致真空包装机整体的销售均价及单位成本同步下降，但毛利率变动较小。

②真空包装机耗材毛利率变动分析

公司真空包装机耗材主要为真空包装袋，报告期内毛利率变动情况如下：

项目	2024 年度	2023 年度	2022 年度
毛利率	35.12%	28.32%	23.59%
毛利率增减变动	6.80%	4.73%	-

注：由于真空包装袋产品规格多样（产品规格单位包括片、卷、盒、包等），单位无法统一，因此未能统计其销售均价及单位成本。

报告期内，公司销售真空包装袋按自有品牌和 ODM 分类毛利率及销售收入占比情况如下：

项目	2024 年度		2023 年度		2022 年度	
	毛利率	销售占比	毛利率	销售占比	毛利率	销售占比
自有品牌	40.87%	66.75%	40.48%	51.76%	39.94%	31.43%
ODM	23.56%	33.25%	15.28%	48.24%	16.10%	68.57%
合计	35.12%	100.00%	28.32%	100.00%	23.59%	100.00%

2023 年度公司销售的真空包装袋产品毛利率为 28.32%，较 2022 年度上升 4.73 个百分点，主要原因系公司通过销售自有品牌真空包装机，持续积累该产品耗材真空包装袋的用户，并通过良好的产品品质及高性价比吸引客户重复购买，使得公司自有品牌真空包装袋销售占比持续上升，毛利率较高的自有品牌真空包装袋销售占比较上年度增加 20.33 个百分点，带动真空包装袋产品整体毛利率上升。

2024 年度公司销售的真空包装袋产品毛利率为 35.12%，较 2023 年度上升 6.80 个百分点，主要原因系公司高毛利率的自有品牌真空包装袋销售占比上升以及 ODM 业务真空包装袋毛利率上升。其中，凭借 Amazon（亚马逊电商）平台销售收入的持续增长以及公司拓展新的线上销售渠道（Temu（拼多多国际）和 Tiktok（抖音国际）等），2024 年度公司自有品牌真空包装袋销售额为 9,197.00 万元，占公司真空包装袋销售占比为 66.75%，较 2023 年度增加 4,289.94 万元，占比增加 14.99 个百分点。此外，2024 年度公司 ODM 业务真空包装袋产品毛利率为 23.56%，较 2023 年度增加 8.28 个百分点，主要原因系公司真空包装袋由外协生产改为自主生产，生产成本下降。综上，因公司自有品牌真空包装袋销售占比上升以及 ODM 业务真空包装袋毛利率上升带动整体真空包装袋毛利率上升。

③手持搅拌机毛利率变动分析

项目		2024 年度	2023 年度	2022 年度
毛利率		41.94%	36.41%	21.56%
毛利率增减变动		5.53%	14.85%	-
价格变动因素	销售均价（元/台）	156.59	154.03	146.17
	价格变动比例	1.66%	5.38%	-
成本变动因素	单位成本（元/台）	90.91	97.95	114.65
	成本变动比例	-7.18%	-14.57%	-

公司手持搅拌机主要为自有品牌产品通过线上平台进行销售。2023 年度公司手持搅拌机毛利率为 36.41%，较 2022 年度上升 14.85 个百分点，主要原因系 2022 年度该产品竞争加剧，产品整体售价下降，且部分型号产品因市场变化故公司将其列入淘汰品采取降价促销的方式进行销售，使得 2022 年该产品毛利率较低，随着 2023 年公司将该产品进行结构及功能升级，并将该产品从外协生产转为完全自主生产，带动产品单位成本下降 14.57%，同时随着降价促销的淘汰品逐步清理，产品销售均价上升 5.38%，带动毛利率上升。

2024 年度公司销售的手持搅拌机产品毛利率为 41.94%，较 2023 年度上升 5.53 个百分点，主要系当期产品单位成本较上年下降 7.18 个百分点，带动毛利率上升。公司自 2023 年 7 月开始对手持搅拌机产品进行重新设计，简化生产加工工序，提高产品生产效率，使得该产品生产成本中单位人工及单位制造费用大幅下降。其中，主要型号 HB3203 的手持搅拌机 2024 年单位人工为 4.72 元/台，较 2023 年单位人工下降 7.48 元/台；该型号产品 2024 年单位制造费用为 2.90 元/台，较 2023 年单位制造费用下降 4.89 元/台。手持搅拌机产品生产效率大幅提升使得该产品单位成本

下降 7.18%，在销售均价变动幅度较小的情况下，导致产品毛利率上升。

3. 主营业务按销售区域分类的毛利率情况

√适用 □不适用

项目	2024 年度		2023 年度		2022 年度	
	毛利率 (%)	主营收入占比 (%)	毛利率 (%)	主营收入占比 (%)	毛利率 (%)	主营收入占比 (%)
境外	40.43	96.98	39.66	96.43	28.58	95.34
境内	33.37	3.02	34.00	3.57	32.88	4.66

科目具体情况及分析说明：

(1) 境内外毛利率变动情况

报告期内，公司境内销售毛利率较为稳定，境外销售毛利率主要受高毛利率的自有品牌/授权品牌产品占比上升影响进而毛利率有所提升。

报告期内，公司境内外销售按自有品牌/授权品牌和 ODM 分类，销售毛利率及收入占比如下：

项目		2024 年度		2023 年度		2022 年度	
		毛利率	占比	毛利率	占比	毛利率	占比
境外	自有品牌/授权品牌	45.74%	61.41%	45.72%	63.92%	33.79%	51.59%
	ODM	31.98%	38.59%	28.94%	36.08%	23.02%	48.41%
	合计	40.43%	100.00%	39.66%	100.00%	28.58%	100.00%
境内	自有品牌/授权品牌	34.59%	91.18%	37.11%	75.75%	36.32%	62.10%
	ODM	20.68%	8.82%	24.29%	24.25%	27.26%	37.90%
	合计	33.37%	100.00%	34.00%	100.00%	32.88%	100.00%

由上表可知，自有品牌/授权品牌产品毛利率高于 ODM 产品毛利率，报告期内随着自有品牌/授权品牌产品境外销售占比提高，带动毛利率提升。

(2) 境内外毛利率差异情况

公司 2022 年境外销售毛利率为 28.58%，较境内销售毛利率低 4.31 个百分点，主要原因系当期海运费单价较高导致单位成本上升以及部分淘汰品降价促销导致境外销售中自有品牌/授权品牌销售毛利率较低，从而使得境外销售毛利率整体低于境内销售毛利率。

公司 2023 年境外销售毛利率为 39.66%，较境内销售毛利率高 5.66 个百分点。本年度公司境外销售毛利率高于境内销售毛利率，主要原因为：①美元兑人民币汇率上升，公司境外销售主要以美元结算，汇率变化导致单位价格上升进而毛利率上升。②自 2022 年下半年开始，全球航运市场逐渐恢复正常，海运费单价下降，公司境外销售的自有品牌/授权品牌产品单位海运费下降，导致毛利率上升。

公司 2024 年境外销售毛利率为 40.43%，较境内销售毛利率高 7.06 个百分点。本年度公司境外销售毛利率高于境内销售毛利率，主要原因系公司通过境外电商平台销售产品需要支付头程海

运费、平台佣金及服务费、仓储费、尾程配送费等各项费用，因此定价及毛利率均高于境内电商平台，因此境外销售毛利率总体高于境内销售毛利率。

4. 主营业务按照销售模式分类的毛利率情况

√适用 □不适用

项目	2024 年度		2023 年度		2022 年度	
	毛利率 (%)	主营收入占比 (%)	毛利率 (%)	主营收入占比 (%)	毛利率 (%)	主营收入占比 (%)
自有品牌/授权品牌	45.24	62.31	45.36	64.34	33.93	52.08
其中：自有品牌	45.75	59.23	45.69	60.72	33.72	49.37
ODM	31.90	37.69	28.82	35.66	23.18	47.92
合计	40.22	100.00	39.46	100.00	28.78	100.00

科目具体情况及分析说明：

报告期内，公司主营业务按销售模式分类的毛利率情况如下：

销售模式			2024 年度		2023 年度		2022 年度	
			毛利率 (%)	主营收入占比 (%)	毛利率 (%)	主营收入占比 (%)	毛利率 (%)	主营收入占比 (%)
自有品牌/授权品牌	线上	直销	45.73	59.02	45.73	60.63	33.69	48.48
		其中：亚马逊电商	45.81	56.38	45.65	58.94	33.46	47.51
		电商平台入仓	34.93	1.71	40.31	1.89	36.08	1.47
		小计	45.42	60.74	45.57	62.53	33.76	49.96
	线下	直销	35.30	0.10	31.64	0.10	39.84	0.18
		经销	38.49	1.47	38.59	1.71	37.83	1.95
		小计	38.28	1.58	38.20	1.81	38.00	2.13
小计			45.24	62.31	45.36	64.34	33.93	52.08
ODM			31.90	37.69	28.82	35.66	23.18	47.92
合计			40.22	100.00	39.46	100.00	28.78	100.00

报告期内，公司主营业务按销售模式分类的毛利率变动情况如下：

(1) 自有品牌/授权品牌线上销售

1) 线上直销

报告期内，公司自有品牌/授权品牌的线上直销模式毛利率分别为 33.69%、45.73%和 45.73%。自有品牌/授权品牌的线上直销模式下，公司主要通过 Amazon（亚马逊电商）等电商平台开设直营店铺，直接面向终端消费者销售，其销售价格为终端零售价格，无其他中间销售环节，且公司需支付平台佣金及服务费、仓储费、配送费等费用，故毛利率最高。

2023 年度线上直销毛利率较 2022 年度上升 12.04 个百分点，主要原因系公司自有品牌/授权品牌的线上直销以跨境电商为主，美元作为主要结算货币，2023 年度美元兑人民币汇率持续上升，进而带动毛利率持上升。同时，由于 2022 年国际航运海运费单价较高以及公司对部分淘汰品

进行降价销售，使得 2022 年度公司自有品牌/授权品牌的线上直销毛利率较低。2023 年以上不利因素逐步减少或消除后，公司自有品牌/授权品牌毛利率同步上升。

2024 年度公司自有品牌/授权品牌的线上直销模式毛利率较上年度变动幅度较小。

2) 电商平台入仓

报告期内，公司自有品牌/授权品牌的电商平台入仓模式毛利率分别为 36.08%、40.31%和 34.93%。电商平台入仓模式下，公司直接将产品买断式销售予京东自营等电商平台，然后由电商平台负责商品的销售、物流配送及收款工作。公司与京东自营协同运营线上店铺，包括市场推广、产品售后等服务，并由京东自营负责订单管理及后续物流配送。报告期内公司电商平台入仓模式毛利率变动较小，其变动主要与各期销售产品品类结构变化有关。

(2) 自有品牌/授权品牌线下销售

1) 线下直销

线下直销模式下，公司主要向贸易商等进行销售。由于贸易商还将进一步对外销售，需要留存部分利润，因此毛利率水平低于线上直销。其中，2022 年度线下直销毛利率高于线上直销，主要原因系 2022 年线上直销海运费成本较高以及部分淘汰品降价销售，使得当期线上直销毛利率偏低。

2) 线下经销

线下经销模式下，公司主要向具有一定销售渠道的线下经销商进行销售。由于线下经销商需要留存部分利润再进一步对外销售，因此毛利率水平低于线上直销。报告期内该模式毛利率变动幅度较小。2022 年度线下经销毛利率高于线上直销，原因与当年线下直销毛利率高于线上直销一致。

(3) ODM

报告期内，公司 ODM 模式的销售毛利率为 23.18%、28.82%和 31.90%，呈逐年上升趋势。公司 ODM 模式客户以境外客户为主。2023 年度，公司 ODM 模式毛利率较 2022 年度增加 5.65 个百分点，主要原因系 2023 年美元兑人民币汇率上升、原材料单价下降以及毛利率较低订单占比减少所致。2024 年公司 ODM 业务毛利率较上年度增加 3.08 个百分点，主要原因系 2024 年度公司对 Amazon（亚马逊）的销售收入较上年度增加 16,608.05 万元，占 ODM 业务收入占比上升 26.45%，由于该客户对产品质量要求较高，产品单价及毛利率较其它 ODM 客户高，带动 2024 年 ODM 业务整体毛利率上升。

5. 主营业务按照其他分类的毛利率情况

适用 不适用

6. 可比公司毛利率比较分析

公司名称	2024 年度	2023 年度	2022 年度
小熊电器 (%)	35.29	36.35	36.45
新宝股份 (%)	20.91	22.74	21.12
德尔玛 (%)	30.60	30.76	29.50
北鼎股份 (%)	46.90	49.74	48.74
鸿智科技 (%)	17.60	20.08	18.08
平均数 (%)	30.26	31.94	30.78
发行人 (%)	40.12	39.43	28.84

科目具体情况及分析说明:

上述可比公司与发行人在运营模式、销售区域和产品结构等方面具有一定可比性，其中公司 2022 年度毛利率略低于同行业平均值，2023 年度及 2024 年度高于同行业平均值；鉴于公司现有业务分为自有品牌/授权品牌业务和 ODM 业务，故进一步选取可比公司的相关业务毛利率对比分析如下：

(1) ODM 模式毛利率对比

报告期内，同行业公司新宝股份和鸿智科技以外销为主，主要为海外知名厨电品牌商提供 ODM 服务，与发行人的 ODM 毛利率对比如下：

上述同行业可比公司 OEM/ODM 业务收入占比及毛利率情况如下：

可比公司	2024 年度		2023 年度		2022 年度	
	OEM/ODM 收入占比	毛利率	OEM/ODM 收入占比	毛利率	OEM/ODM 收入占比	毛利率
新宝股份	85.26%	18.83%	81.53%	20.22%	78.96%	17.93%
鸿智科技	-	17.60%	-	20.08%	99.32%	17.46%
奥立思特	-	25.57%	-	25.15%	-	24.29%
平均	-	20.67%	-	21.82%	-	19.89%
发行人	37.69%	31.90%	35.66%	28.82%	47.92%	23.18%
其中：办公电器及耗材	29.73%	34.80%	25.18%	32.75%	30.95%	26.65%
家用电器及耗材	7.95%	21.08%	10.48%	19.39%	16.97%	16.85%

注：以上数据来源于同行业公司公开招股说明书或定期报告。鸿智科技未披露其 2023 年度 OEM/ODM 收入占比及毛利率，该公司主要业务为 OEM/ODM 业务，因此取其综合毛利率作对比。奥立思特主营业务为电机及办公设备的生产、研发、销售，该毛利率对比选取其办公设备产品毛利率。

报告期内，公司 ODM 业务毛利率变动趋势与同行业公司一致，整体略高于同行业公司，主要系办公电器产品毛利率较家用电器高，且公司收入结构中办公电器占比较高所致。公司 ODM 业务的家用电器及耗材产品毛利率与同行业公司接近，但受行业竞争激烈程度的影响，ODM 家用电器毛利率较办公电器产品毛利率低。此外公司 ODM 业务办公电器产品毛利率高于同行业公司，主要原因系公司不断整合供应链上下游，实现主要产品核心部件：电机、刀具、注塑件的自主生产，使得公司具有成本制造优势。同时，公司在全球办公设备产品具有先发和渠道优势，较同行业公司具有议价能力优势。

(2) 自有品牌/授权品牌模式毛利率对比

报告期内，公司同行业公司小熊电器、德尔玛和北鼎股份主要以自有品牌产品销售为主，发行人自有品牌/授权品牌产品销售占比低于上述三家公司，但呈持续增长趋势。

上述同行业可比公司自有品牌业务收入占比及毛利率情况如下：

可比公司	2024 年度		2023 年度		2022 年度	
	自有品牌收入占比	毛利率	自有品牌收入占比	毛利率	自有品牌收入占比	毛利率
小熊电器	85.96%	35.29%	92.16%	36.35%	95.64%	36.45%
德尔玛	-	30.60%	-	30.76%	81.49%	33.67%
北鼎股份	77.84%	55.04%	79.42%	59.56%	84.42%	55.27%
平均	-	40.31%	-	42.22%	-	41.80%
发行人	62.31%	45.24%	64.34%	45.36%	52.08%	33.93%

注：以上数据来源于同行业公司的招股说明书或定期报告；小熊电器出口销售以境外 ODM/OEM 为主，其 2022-2024 年度自有品牌收入占比为剔除出口销售后的收入占比，毛利率为各年综合毛利率；德尔玛未披露其 2023-2024 年度自有品牌收入占比及毛利率，该公司主要业务为自有品牌业务，因此取其综合毛利率作对比。

报告期内，公司 2022 年度自有品牌业务毛利率低于同行业公司自有品牌业务平均毛利率，主要系公司自有品牌产品主要通过境外线上平台销售，同行业公司主要通过境内线上线下进行销售，由于境外电商平台佣金及服务费、仓储费等销售费用率较高，因此为保证合理利润空间，公司自有品牌产品定价及毛利率通常高于境内同行业公司。但由于 2022 年国际航运海运费单价较高、主要外销结算货币美元兑人民币下降以及公司对部分淘汰品进行降价销售，使得 2022 年度公司自有品牌业务毛利率低于同行业公司平均毛利率。2023-2024 年度以上不利因素逐步减少或消除后，公司自有品牌业务毛利率高于同行业公司平均毛利率。

此外，公司选取了 A 股上市公司中主要通过海外电商平台销售的企业安克创新、致欧科技作对比。

公司名称	2024 年度	2023 年度	2022 年度
安克创新-线上销售毛利率	47.00%	46.39%	43.23%
致欧科技-B2C 业务毛利率	35.99%	37.81%	33.18%
邦泽创科-自有/授权品牌产品毛利率	45.24%	45.36%	33.93%

注：安克创新是全球化的知名消费电子品牌企业，通过自主研发、产品设计、品牌打造、渠道销售等方式塑造享誉全球的智能硬件品牌，覆盖了充电储能、智能创新、智能影音等多个产品品类，主要销售渠道包括亚马逊等境内外线上电商平台；致欧科技主要从事自有品牌家居产品的研发、设计和销售，产品主要包括家具系列、家居系列、庭院系列、宠物系列等品类，境外线上电商平台。

公司 2022 年度自有品牌业务毛利率与安克创新、致欧科技一致，处于较低水平，且 2022-2024 年度毛利率变动趋势基本一致。

7. 其他披露事项

无。

8. 毛利率总体分析

报告期内，公司营业毛利率分别为 28.84%、39.43%和 40.12%，呈上升趋势。2023 年度公司营业毛利率较上年度上升 10.59 个百分点，主要系自有品牌/授权品牌产品销售占比上升、美元对人民币汇率上升、海运费下降及原材料采购价格下降等因素影响。2024 年度公司营业毛利率较 2023 年度变动幅度较小。

（四） 主要费用情况分析

单位：万元

项目	2024 年度		2023 年度		2022 年度	
	金额	营业收入占比 (%)	金额	营业收入占比 (%)	金额	营业收入占比 (%)
销售费用	29,529.95	19.56	22,246.47	19.04	18,357.40	17.14
管理费用	9,036.61	5.99	6,139.88	5.26	6,774.03	6.33
研发费用	3,788.86	2.51	2,713.47	2.32	2,305.39	2.15
财务费用	-491.54	-0.33	1,641.40	1.41	2,000.25	1.87
合计	41,863.87	27.73	32,741.21	28.03	29,437.06	27.49

科目具体情况及分析说明：

报告期内，公司期间费用总额分别为 29,437.06 万元、32,741.21 万元和 41,863.87 万元，占各期营业收入比重分别为 27.49%、28.03%和 27.73%，期间费用总额随着营业收入的增长呈现上升趋势，期间费用率保持相对稳定。

1. 销售费用分析

（1）销售费用构成情况

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 (%)
平台佣金及服务费	14,270.68	48.33	11,465.63	51.54	8,993.80	48.99
广告费及业务宣传费	8,739.22	29.59	6,094.30	27.39	4,502.10	24.52
仓储费	2,607.87	8.83	1,562.91	7.03	1,585.61	8.64
职工薪酬	1,678.80	5.69	1,244.46	5.59	1,236.18	6.73
物料消耗	1,353.88	4.58	1,453.04	6.53	1,561.19	8.50
售后服务费	260.07	0.88	201.27	0.90	307.62	1.68
折旧与摊销	11.04	0.04	14.76	0.07	19.45	0.11
股份支付	5.10	0.02	3.31	0.01	3.31	0.02
亚马逊入库配置费	224.55	0.76	-	-	-	-
其他	378.74	1.28	206.78	0.93	148.13	0.81
合计	29,529.95	100.00	22,246.47	100.00	18,357.40	100.00

（2）销售费用率与可比公司比较情况

公司名称	2024 年度	2023 年度	2022 年度
------	---------	---------	---------

小熊电器 (%)	18.17	18.50	17.72
新宝股份 (%)	3.60	3.96	3.50
德尔玛 (%)	17.63	19.32	15.53
北鼎股份 (%)	27.80	27.03	31.49
鸿智科技 (%)	2.92	2.93	1.96
平均数 (%)	14.02	14.35	14.04
发行人 (%)	19.56	19.04	17.14

原因、匹配性分析

报告期内，公司销售费用率分别为 17.14%、19.04%和 19.56%，高于可比公司平均值，主要原因为：同行业可比公司因销售模式和销售渠道的不同导致销售费用率存在较大差异。

同行业可比公司中的新宝股份和鸿智科技主要采用 ODM 模式销售，小熊电器、德尔玛和北鼎股份则主要采用自主品牌模式销售。从同行业可比公司披露的可公开查询的信息来看，新宝股份 2024 年度 ODM/OEM 实现销售收入占比为 85.26%，鸿智科技 2022 年度 ODM 实现销售收入占比为 99.32%；德尔玛 2022 年度 ODM 实现的收入占比为 18.51%，北鼎股份 2024 年度 ODM/OEM 实现的收入占比为 22.16%，小熊电器 2024 年度 ODM/OEM 实现的收入占比为 14.04%（小熊电器未披露近三年 ODM 和 OBM/自主品牌的具体数据，但其出口销售以境外 ODM/OEM 为主，故取其年报的境外收入占比数据代替）。而公司报告期内的 ODM 实现的收入占比分别为 47.92%、35.66%和 37.69%。

同行业可比公司采用 ODM 模式销售为主的企业其单位收入所投入的市场推广费、电商平台服务费支出和广告费较采用 OBM/自主品牌模式销售为主的企业低；公司除采用 ODM 模式进行销售外，还主要通过跨境电商平台进行自有品牌/授权品牌产品销售，其品牌推广需投入较多广告费用，且需支付电商平台佣金及服务费等，进而导致其销售费用率较高。总体而言，公司销售费用率与自有品牌为主且线上销售模式占比较高的小熊电器、德尔玛差异较小。

(3) 科目具体情况及分析说明

报告期各期，公司销售费用分别为 18,357.40 万元、22,246.47 万元和 29,529.95 万元，占各期营业收入的比例分别为 17.14%、19.04%和 19.56%，销售费用率逐年增加。随着自有品牌业务规模的不断扩大，报告期内公司销售费用金额呈增长趋势。公司销售费用主要为平台佣金及服务费、广告费及业务宣传费、仓储费、物料消耗和职工薪酬，报告期内上述费用合计占销售费用的比例分别为 97.39%、98.08%和 97.02%。

1) 平台佣金及服务费

报告期内，公司销售费用中的平台佣金及服务费金额分别为 8,993.80 万元、11,465.63 万元和 14,270.68 万元，占各期销售费用的比重较高，与公司通过线上平台销售规模相匹配。公司通过 Amazon（亚马逊电商）、Walmart（沃尔玛电商）、Shopify 独立站等第三方电商平台销售时，电商平台会按比例收取一定的平台服务费用，包括平台销售佣金、平台订阅费或年费等。

报告期内，随着公司通过第三方电商平台实现的销售收入稳步增长，平台佣金及服务费用同步增加。报告期内，公司平台佣金及服务费用占公司电商平台营业收入的比例分别为 16.84%、15.81%和 15.65%，整体较为稳定，各期略有波动，主要系由于不同电商平台或同一电商平台在不同地区、不同年份的收费政策有所区别。

2) 广告费及业务宣传费

报告期内，公司销售费用中的广告费及业务宣传费分别为 4,502.10 万元、6,094.30 万元和 8,739.22 万元。公司广告费及业务宣传费主要系 Amazon（亚马逊电商）平台站内广告费、谷歌搜索引擎站外广告费等线上广告服务费用。公司根据产品市场推广需要决定投入的费用，其中 Amazon（亚马逊电商）平台按广告点击量乘以每次点击成本收费，每次点击成本受竞价、投入等因素影响会动态调整；另新品的推广费用率相比后期推广费用率更高。报告期内，公司广告费及业务宣传费占电商平台收入的比例分别为 8.43%、8.40%和 9.59%，整体较为稳定。

3) 仓储费

公司销售费用中的仓储费主要为支付 Amazon（亚马逊电商）平台 FBA 仓库的仓储费用，该费用按照库存产品在运营中心占用的空间来收取月度库存仓储费，月度仓储费按平台物流政策和仓储商品的尺寸，根据平均每日占用体积（以立方英尺为单位）计算得出。月度仓储费包含以下费用：①基本月度仓储费，由商品尺寸和一年中的时间决定其金额；②仓储利用率附加费，系基本月度仓储费之外的附加费，由商品尺寸和仓储利用率决定其金额。

报告期内，公司各期仓储费分别为 1,585.61 万元、1,562.91 万元和 2,607.87 万元。报告期内公司仓储费呈先降后升趋势，2023 年仓储费下降，主要原因是公司通过建立产品市场表现监控流程制度，减少存货周转较慢产品的备货，及时优化亚马逊电商平台 FBA 仓存货余额，因此仓储费略有下降。2024 年度公司仓储费较 2023 年度增加 1,044.97 万元，主要原因系随着公司自有品牌业务持续增长，公司在亚马逊电商平台 FBA 仓库备货数量增加，产生的仓储费增加。

4) 物料消耗

公司销售费用中的物料消耗主要为自有品牌/授权品牌业务线上销售产生的退换货后无法二次销售的产品批清及处置费用。报告期内，公司各期物料消耗金额分别为 1,561.19 万元和 1,453.04 万元和 1,353.88 万元，该项费用呈下降趋势，主要原因系公司通过收集退换货客户反馈信息，及时完善产品，提高产品质量，减少退换货比例，使得因退换货导致的物料消耗费用减少。

5) 职工薪酬

公司销售费用中的职工薪酬为销售人员薪酬，其由岗位薪资、销售提成和年终奖金组成。报告期各期职工薪酬分别为 1,236.18 万元、1,244.46 万元和 1,678.80 万元，各期销售部门月均员工人数分别为 89 人、70 人和 90 人。2023 年度销售部门月均员工人数下降但年度职工薪酬上升，主要系当年自有品牌线上电商销售业务业绩较好，对员工奖励增加，使得职工薪酬总额上升。2024 年，由于公司新增 Temu（拼多多国际）、Tiktok（抖音国际）等跨境电商销售渠道，销售人员人数增加，以及由于当年销售业绩增加使得销售人员奖金增加，2024 年度销售费用的职工薪酬较 2023 年度增加 434.34 万元，增幅为 34.90%。

2. 管理费用分析

(1) 管理费用构成情况

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	5,114.45	56.60	3,377.23	55.00	3,938.54	58.14
折旧及摊销	702.62	7.78	848.70	13.82	1,242.72	18.35
中介、咨询、服务费	1,305.58	14.45	912.91	14.87	579.45	8.55
房租及水电	92.17	1.02	78.71	1.28	142.95	2.11
物料消耗	633.04	7.01	277.33	4.52	174.18	2.57
差旅费	193.26	2.14	96.03	1.56	95.22	1.41
业务招待费	283.04	3.13	162.38	2.64	52.52	0.78
办公费	73.13	0.81	82.35	1.34	98.51	1.45
维修费	366.90	4.06	114.72	1.87	75.17	1.11
股份支付	52.35	0.58	53.67	0.87	53.67	0.79
其他	220.09	2.44	135.85	2.21	321.11	4.74
合计	9,036.61	100.00	6,139.88	100.00	6,774.03	100.00

(2) 管理费用率与可比公司比较情况

√适用 □不适用

公司名称	2024 年度	2023 年度	2022 年度
小熊电器 (%)	4.95	4.03	3.75
新宝股份 (%)	4.94	5.87	5.73
德尔玛 (%)	4.36	4.49	4.10
北鼎股份 (%)	7.98	9.48	9.63
鸿智科技 (%)	3.52	3.63	3.46
平均数 (%)	5.15	5.50	5.33
发行人 (%)	5.99	5.26	6.33
原因、匹配性分析	报告期内，公司管理费用率分别为 6.33%、5.26%和 5.99%。公司管理费用率与同行业可比公司平均水平相当，整体上不存在重大差异。		

(3) 科目具体情况及分析说明

报告期各期，公司管理费用分别为 6,774.03 万元、6,139.88 万元和 9,036.61 万元，占各期营业收入的比例分别为 6.33%、5.26%和 5.99%，受职工薪酬和上市中介、咨询、服务费增加的影响，公司 2024 年度管理费用增加较多，报告期内公司管理费用率总体保持平稳。公司管理费用主要为职工薪酬、折旧及摊销、物料消耗及中介、咨询、服务费。

1) 职工薪酬

报告期内，公司管理费用的职工薪酬分别为 3,938.54 万元、3,377.23 万元和 5,114.45 万元。报告期各期，公司管理部门月平均员工人数分别为 174 人、168 人和 202 人。2023 年管理费用职工薪酬较 2022 年下降 561.32 万元，主要原因系当期管理部门人数较上年减少。2024 年管理费用职工薪酬较 2023 年增加 1,737.22 万元，主要原因系管理层年度奖金增加。

2) 折旧及摊销

公司折旧及摊销主要为固定资产折旧及使用权资产折旧，报告期各期公司管理费用中的折旧及摊销金额分别为 1,242.72 万元、848.70 万元和 702.62 万元。其中 2023 年度折旧及摊销较 2022 年度减少 394.02 万元，主要原因系公司 2022 年 11 月将承租的位于广东省东莞市厚街镇伦品涌工业区路 11 号的房产转租，该使用权资产终止确认使得 2023 年度使用权资产当期折旧减少，管理费用的折旧及摊销随之减少。

3) 中介、咨询、服务费

报告期内，公司管理费用的中介、咨询、服务费分别为 579.45 万元、912.91 万元和 1,305.58 万元。该类费用支出主要为认证服务机构的产品认证服务费、公司及各境内外子公司的审计费用以及公司上市相关的中介服务费。该费用呈逐年上升趋势，主要原因系公司 IPO 阶段支付给服务机构的服务费增加。

3. 研发费用分析

(1) 研发费用构成情况

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 (%)
人工费	1,952.75	51.54	1,269.42	46.78	1,131.53	49.08
直接投入	1,646.24	43.45	1,217.01	44.85	1,004.77	43.58
折旧及摊销	69.02	1.82	93.01	3.43	119.72	5.19
其他费用	120.85	3.19	134.03	4.94	49.36	2.14
合计	3,788.86	100.00	2,713.47	100.00	2,305.39	100.00

(2) 研发费用率与可比公司比较情况

√适用 □不适用

公司名称	2024 年度	2023 年度	2022 年度
小熊电器 (%)	4.09	3.03	3.34
新宝股份 (%)	3.94	3.79	3.50
德尔玛 (%)	5.37	4.79	3.70
北鼎股份 (%)	5.14	6.02	4.31
鸿智科技 (%)	3.56	3.47	3.22
平均数 (%)	4.42	4.22	3.61
发行人 (%)	2.51	2.32	2.15
原因、匹配性分析	报告期内，公司研发费用率低于同行业可比公司的平均水平，主要原因系相较于同行业其他规模较大、资金雄厚且研发领域广泛的上市公司，公司研发项目相对聚焦，主要围绕碎纸机、过胶机和真空包装机等主要产品进行深入研究，研发费率略低于可比公司。		

(3) 科目具体情况及分析说明

报告期内，公司研发费用分别为 2,305.39 万元、2,713.47 万元和 3,788.86 万元，占各期营业收入的比例分别为 2.15%、2.32%和 2.51%。2023 年度公司研发费用较 2022 年度增加 408.08 万元，研发投入增加，其中人工费较上年增加 137.89 万元，直接投入较上年增加 212.24 万元。2024 年度研发费用较 2023 年度增加 1,075.39 万元，主要原因系公司研发项目增加，公司不断进行现有产品的技术升级以及新产品的研发，本年度新增咖啡机、保险柜等新产品的研发项目，使得研发人员及直接投入增加，公司本年度研发费用增加。

4. 财务费用分析

(1) 财务费用构成情况

单位：万元

项目	2024 年度	2023 年度	2022 年度
利息费用	657.99	638.93	1,120.00
减：利息资本化	-	-	-
减：利息收入	338.09	243.24	76.31
汇兑损益	-920.94	1,128.23	740.83
银行手续费	84.87	79.46	87.49
其他	-	-	-
应收账款贴息及现金折扣	24.62	38.02	128.24
合计	-491.54	1,641.40	2,000.25

(2) 财务费用率与可比公司比较情况

√适用 □不适用

公司名称	2024 年度	2023 年度	2022 年度
小熊电器 (%)	0.30	0.11	-0.10

新宝股份 (%)	-0.52	-0.58	-1.84
德尔玛 (%)	-0.66	-0.89	-0.19
北鼎股份 (%)	-0.91	-0.94	-0.30
鸿智科技 (%)	-1.48	-0.53	-1.01
平均数 (%)	-0.65	-0.57	-0.69
发行人 (%)	-0.33	1.41	1.87
原因、匹配性分析	报告期内，公司财务费用率高于同行业可比公司的平均水平，主要原因系同行业可比公司规模较大且均为上市公司，通过上市已募集较多资金，利息收入较高导致其财务费用率较低。		

(3) 科目具体情况及分析说明

报告期内，公司财务费用分别为 2,000.25 万元、1,641.40 万元和-491.54 万元，占各期营业收入的比例分别为 1.87%、1.41%和-0.33%，占比较低。

报告期内，公司以境外销售为主，且多数以美元结算。公司为合理规避汇率波动的风险，报告期内与银行签订了部分远期外汇合约，以避免汇率不利波动造成的大额损失，各期汇兑损益分别为 740.83 万元、1,128.23 万元和-920.94 万元。此外公司的银行及第三方支付平台手续费分别为 87.49 万元、79.46 万元和 84.87 万元，主要是公司通过银行收付款或第三方支付平台如 PayPal、连连支付等收取货款需要支付给银行或第三方支付平台的手续费。

5. 其他披露事项

无。

6. 主要费用情况总体分析

报告期内，公司期间费用总额分别为 29,437.06 万元、32,741.21 万元和 41,863.87 万元，占各期营业收入的比例分别为 27.49%、28.03%和 27.73%，期间费用总额随着营业收入的增长呈现上升趋势，期间费用率保持相对稳定。

(五) 利润情况分析

1. 利润变动情况

单位：万元

项目	2024 年度		2023 年度		2022 年度	
	金额	营业收入占比 (%)	金额	营业收入占比 (%)	金额	营业收入占比 (%)
营业利润	16,904.82	11.20	12,166.94	10.42	922.36	0.86
营业外收入	77.62	0.05	15.41	0.01	22.58	0.02
营业外支出	143.04	0.09	240.10	0.21	353.52	0.33
利润总额	16,839.40	11.15	11,942.25	10.22	591.42	0.55
所得税费用	2,046.22	1.36	1,180.01	1.01	-122.70	-0.11

净利润	14,793.18	9.80	10,762.24	9.21	714.12	0.67
-----	-----------	------	-----------	------	--------	------

科目具体情况及分析说明：

报告期内，公司利润变化与收入变化密切相关，公司营业外收支对利润总额的影响较小。总体来看，营业利润占利润总额的比例分别为 155.96%、101.88%和 100.39%，公司利润主要来源于营业利润。

2. 营业外收入情况

√适用 □不适用

(1) 营业外收入明细

单位：万元

项目	2024 年度	2023 年度	2022 年度
接受捐赠	-	-	-
政府补助	-	-	-
盘盈利得	-	-	-
其他	77.62	15.41	22.58
合计	77.62	15.41	22.58

(2) 科目具体情况及分析说明

报告期各期，公司营业外收入金额分别为 22.58 万元、15.41 万元和 77.62 万元，金额较小，主要由没收约定定金等及核销长期挂账应付账款构成。2024 年度营业外收入较高，主要原因系核销长期挂账应付账款 65.38 万元。

3. 营业外支出情况

√适用 □不适用

单位：万元

项目	2024 年度	2023 年度	2022 年度
对外捐赠	-	-	0.65
非流动资产毁损报废损失	103.31	24.90	-
滞纳金	0.50	1.73	3.89
罚款	0.72	4.19	22.14
其他	38.52	209.27	326.83
合计	143.04	240.10	353.52

科目具体情况及分析说明：

报告期内，公司营业外支出主要为滞纳金、罚款及赔偿款等。2022 年营业外支出金额较高系当年转租厂房未获出租方（三屯经济联合社）同意而计提违约赔偿金 225.98 万元，以及 ODM 业务碎纸机警告标识侵权和解赔偿款 72.08 万元；2023 年营业外支出金额较高主要系计提自有品牌

产品碎纸机警告标识侵权和解赔偿款 142.25 万元和取消订单赔偿款 65.02 万元。2024 年营业外支出为 143.04 万元，主要系当期处置报废流水输送线导致非流动资产毁损报废损失较高。

4. 所得税费用情况

(1) 所得税费用表

单位：万元

项目	2024 年度	2023 年度	2022 年度
当期所得税费用	2,199.26	752.87	237.81
递延所得税费用	-153.04	427.14	-360.51
合计	2,046.22	1,180.01	-122.70

(2) 会计利润与所得税费用调整过程

单位：万元

项目	2024 年度	2023 年度	2022 年度
利润总额	16,839.40	11,942.25	591.42
按适用税率 15%计算的所得税费用	2,525.91	1,791.34	88.71
部分子公司适用不同税率的影响	-634.21	325.04	-423.90
调整以前期间所得税的影响	-	-	-
税收优惠的影响	-	-	-
非应税收入的纳税影响	-	-	-
不可抵扣的成本、费用和损失的影响	167.32	20.07	45.65
使用前期未确认递延所得税资产的可抵扣亏损的影响	-64.13	-663.40	-213.17
本期未确认递延所得税资产的可抵扣暂时性差异或可抵扣亏损的影响	229.27	66.69	789.90
权益法核算的合营企业和联营企业损益	-1.24	-1.93	-2.99
研究开发费加成扣除的纳税影响	-406.34	-356.88	-330.41
其他	229.64	-0.91	-76.50
所得税费用	2,046.22	1,180.01	-122.70

(3) 科目具体情况及分析说明

报告期内，公司所得税费用分别为-122.70 万元、1,180.01 万元和 2,046.22 万元，包括当期所得税费用和递延所得税费用。

5. 其他披露事项

无。

6. 利润变动情况分析

报告期内，公司营业利润分别为 922.36 万元、12,166.94 万元和 16,904.82 万元，利润总额分别为 591.42 万元、11,942.25 万元和 16,839.40 万元，净利润分别为 714.12 万元、10,762.24 万元和 14,793.18 万元，均呈上升趋势，主要原因为自有品牌产品销售占比增加、海运费价格恢复正常水平、主要原材料采购单价下降和美元兑人民币汇率上升导致毛利率上升所致，具体分析详见本招股说明书“第八节 管理层讨论与分析”之“三、盈利情况分析”之“（一）营业收入分析”“（二）营业成本分析”“（三）毛利率分析”。

（六）研发投入分析

1. 研发投入构成明细情况

单位：万元

项目	2024 年度	2023 年度	2022 年度
人工费	1,952.75	1,269.42	1,131.53
直接投入	1,646.24	1,217.01	1,004.77
折旧及摊销	69.02	93.01	119.72
其他费用	120.85	134.03	49.36
合计	3,788.86	2,713.47	2,305.39
研发投入占营业收入的比例 (%)	2.51	2.32	2.15
原因、匹配性分析	公司建立了较为完善的研发体系，持续的研发投入形成了多项专有技术和研发成果，产品品类不断扩展，保证了公司产品技术水平及竞争力持续提升。整体而言，公司研发投入与研发项目、新产品开发等相匹配，其占营业收入的比例较为稳定。		

科目具体情况及分析说明：

科目具体情况及说明详见本招股说明书“第八节 管理层讨论与分析”之“三、盈利情况分析”之“（四）主要费用情况分析”之“3. 研发费用分析”。

2. 报告期内主要研发项目情况

单位：万元				
序号	研发项目	2024 年度	2023 年度	2022 年度
1	高性能真空机的智能控制系统的研发	315.70	-	-
2	自动封口真空机的研发	302.62	-	-
3	立式电动搅拌机的研发	303.80	-	-
4	防卡胶过胶机的研发	291.69	-	-
5	超高速低预热过胶机技术的研发	277.23	-	-

6	过胶机热压技术的研发	241.28	-	-
7	多重连续碎纸碎纸机的研发	294.15	-	-
8	真空机快速夹持技术的研发	237.38	-	-
9	高强度防卷纸碎纸机的研发	245.27	-	-
10	具有精准控温系统咖啡机的研发	202.47	-	-
11	组合式过胶机的研发	78.61	-	-
12	多重碎纸碎纸机的研发	60.48	-	-
13	小型连续式真空机的研发	69.65	-	-
14	碎纸机废纸处理技术的研发	50.46	-	-
15	复合式散热减速电机齿轮箱的研发	105.23	-	-
16	中心距可变电机齿轮箱的研发	103.47	-	-
17	更换齿轮油电机齿轮箱的研发	90.90	-	-
18	组合密封端子电机齿轮箱的研发	99.27	-	-
19	低噪音防护碎纸机的研发	121.07	-	-
20	多重安全识别机构钱箱的研发	125.76	-	-
21	防卷纸碎纸机的研发	102.75	-	-
22	隐蔽式报警保险箱的研发	69.63	-	-
23	智能预热的过胶机的研发	-	129.21	-
24	高稳定密封真空包装机的研发	-	158.29	-
25	智能控制防过热的碎纸机的研发	-	125.40	-
26	自动感应检测的碎纸机的研发	-	141.03	-
27	高效快速碎纸的碎纸机的研发	-	146.18	-
28	防飞溅的碎纸机的研发	-	143.20	-
29	出胶均匀高效便捷的过胶机的研发	-	223.61	-
30	自动收集纸屑的碎纸机的研发	-	231.53	-
31	高安全性防护型碎纸机的研发	-	238.39	-
32	高效真空吸取封装的真空封口机的研发	-	216.58	-
33	自动化高效率真空封装机的研发	-	195.53	-
34	高压振动萃取的饮料机的研发	-	306.95	-
35	智能调节恒温器的研发	-	219.39	-
36	高密封性防水的减速电机的研发	-	52.34	-
37	减震低噪的减速电机的研发	-	62.39	-
38	长寿命防潮行星齿轮的减速电机的研发	-	67.25	-
39	微型防爆型减速电机的研发	-	56.22	-
40	自动水雾浸湿压实排料办公碎纸机的研发	-	-	229.78
41	具有压缩功能的大型办公用碎纸机的研发	-	-	280.44
42	过胶机胶辊均匀加热技术的研发	-	-	203.75
43	过胶机胶辊接触式导热技术的研发	-	-	234.67
44	封口平整防漏气的真空包装机的研发	-	-	228.99
45	自动化控制气囊膨胀的真空封口机的研发	-	-	207.05
46	入袋自动感应的真空封口机的研发	-	-	214.12
47	大容量低耗能的自动打包垃圾桶的研发	-	-	253.62
48	灵活紧凑型碎纸机的研发	-	-	246.75
49	简化防卡膜的过胶机的研发	-	-	206.22
合计		3,788.86	2,713.47	2,305.39

3. 研发投入占营业收入比例与可比公司比较情况

√适用 □不适用

公司	2024 年度	2023 年度	2022 年度
小熊电器 (%)	4.09	3.03	3.34
新宝股份 (%)	3.94	3.79	3.50
德尔玛 (%)	5.37	4.79	3.70
北鼎股份 (%)	5.14	6.02	4.31
鸿智科技 (%)	3.56	3.47	3.22
平均数 (%)	4.42	4.22	3.61
发行人 (%)	2.51	2.32	2.15

科目具体情况及分析说明:

科目具体情况及说明详见本招股说明书“第八节 管理层讨论与分析”之“三、盈利情况分析”之“(四) 主要费用情况分析”之“3. 研发费用分析”。

4. 其他披露事项

无。

5. 研发投入总体分析

报告期内公司研发投入均已费用化,研发投入总体分析详见本招股说明书“第八节 管理层讨论与分析”之“三、盈利情况分析”之“(四) 主要费用情况分析”之“3. 研发费用分析”。

(七) 其他影响损益的科目分析

1. 投资收益

√适用 □不适用

单位: 万元

项目	2024 年度	2023 年度	2022 年度
权益法核算的长期股权投资收益	8.24	12.88	19.94
处置长期股权投资产生的投资收益	-5.61	-9.84	-
处置交易性金融资产取得的投资收益	-989.43	-232.44	-
合计	-986.80	-229.40	19.94

科目具体情况及分析说明:

报告期内,公司投资收益主要为权益法核算的长期股权投资收益及处置交易性金融资产取得的投资收益或亏损。2024 年度处置交易性金融资产取得的投资损失主要为期货投资交割损失。

2. 公允价值变动收益

√适用 □不适用

单位: 万元

项目	2024 年度	2023 年度	2022 年度
交易性金融资产	-148.64	72.09	-
其中：衍生金融工具产生的公允价值变动收益	-148.64	72.09	-
交易性金融负债	-7.69	-78.31	-326.56
其中：股权回购义务公允价值变动	-	-86.00	-326.56
期权公允价值变动	-7.69	7.69	
合计	-156.33	-6.22	-326.56

科目具体情况及分析说明：

报告期内，公司公允价值变动收益金额分别为-326.56万元、-6.22万元和-156.33万元，主要系公司为规避原材料价格波动风险，进行原材料套期产生的公允价值变动损益以及美的投资增资入股的股权回购义务的公允价值变动损益。

3. 其他收益

√适用 □不适用

单位：万元

产生其他收益的来源	2024 年度	2023 年度	2022 年度
政府补助	213.85	95.30	298.60
个税手续费返还	3.66	3.87	8.02
合计	217.51	99.17	306.62

科目具体情况及分析说明：

报告期内，公司的其他收益主要是与日常经营活动相关的政府补助以及代扣个税手续费返还。报告期内，公司其他收益金额分别为 306.62 万元、99.17 万元和 217.51 万元。其中，政府补助金额分别为 298.60 万元、95.30 万元和 213.85 万元，占当期其他收益总额的比例分别为 97.38%、96.10%和 98.32%。

报告期内，公司政府补助金额较小，经营业绩对政府补助不存在重大依赖。

4. 信用减值损失

√适用 □不适用

单位：万元

项目	2024 年度	2023 年度	2022 年度
应收账款坏账损失	-23.92	85.37	-123.56
应收票据坏账损失	0.09	0.11	0.13
其他应收款坏账损失	26.25	-21.53	15.55
合计	2.43	63.96	-107.87

科目具体情况及分析说明：

报告期内，公司信用减值损失分别为-107.87万元、63.96万元和2.43万元，主要为应收账款

和其他应收账款的减值损失，整体金额较小，对公司影响较小。

5. 资产减值损失

√适用 □不适用

单位：万元

项目	2024 年度	2023 年度	2022 年度
存货跌价损失	-706.16	-669.86	-458.58
合计	-706.16	-669.86	-458.58

科目具体情况及分析说明：

报告期内，公司资产减值损失金额分别为-458.58万元、-669.86万元和-706.16万元，均由存货跌价损失构成。公司在资产负债表日对存货实施存货跌价测试，测试存货的可变现净值与账面价值孰低，公司已按照存货跌价测试结果计提存货跌价准备。

6. 资产处置收益

√适用 □不适用

单位：万元

项目	2024 年度	2023 年度	2022 年度
划分为持有待售的非流动资产处置收益	-	-	-
其中：固定资产处置收益	-	-	-
无形资产处置收益	-	-	-
持有待售处置组处置收益	-	-	-
未划分为持有待售的非流动资产处置收益	123.72	3.20	294.99
其中：固定资产处置收益	-16.98	3.20	8.37
无形资产处置收益	-	-	-
使用权资产处置收益	140.70	-	286.61
合计	123.72	3.20	294.99

科目具体情况及分析说明：

报告期内，公司资产处置收益分别为294.99万元、3.20万元和123.72万元，除2022年度外整体金额较小，对公司影响较小。2022年资产处置收益较大的主要原因为公司于2022年11月将承租的位于广东省东莞市厚街镇伦品涌工业区路11号的房产转租，确认使用权资产处置收益286.61万元。2024年使用权资产处置收益为子公司北流电器、北流五金业务达到北流市政府要求，厂房获得免租使用权资产变更收益。

7. 其他披露事项

无。

四、 现金流量分析

(一) 经营活动现金流量分析

1. 经营活动现金流量情况

单位：万元

项目	2024 年度	2023 年度	2022 年度
经营活动产生的现金流量：			
销售商品、提供劳务收到的现金	103,676.65	74,011.13	85,610.81
收到的税费返还	6,042.58	6,076.39	7,266.61
收到其他与经营活动有关的现金	915.44	922.22	1,591.64
经营活动现金流入小计	110,634.67	81,009.74	94,469.06
购买商品、接受劳务支付的现金	71,029.72	53,856.90	68,243.57
支付给职工以及为职工支付的现金	16,319.76	11,942.13	11,755.54
支付的各项税费	2,040.22	909.63	601.44
支付其他与经营活动有关的现金	5,470.69	5,038.50	4,788.66
经营活动现金流出小计	94,860.39	71,747.17	85,389.21
经营活动产生的现金流量净额	15,774.28	9,262.57	9,079.85

科目具体情况及分析说明：

科目具体情况及说明详见本招股说明书“第八节 管理层讨论与分析”之“四、现金流量分析”之“（一）经营活动现金流量分析”之“6. 经营活动现金流量分析”。

2. 收到的其他与经营活动有关的现金

√适用 □不适用

单位：万元

项目	2024 年度	2023 年度	2022 年度
政府补助	213.85	136.66	323.69
利息收入	338.09	243.24	76.31
套期工具交割收益	331.02	376.52	189.28
押金、保证金	21.48	8.10	310.96
往来款及其他	11.02	157.69	691.40
合计	915.44	922.22	1,591.64

科目具体情况及分析说明：

报告期内，公司收到的其他与经营活动有关的现金金额分别为 1,591.64 万元、922.22 万元和 915.44 万元，主要包括收到政府补助、利息收入、套期工具交割收益、押金及保证金和往来款。

3. 支付的其他与经营活动有关的现金

√适用 □不适用

单位：万元

项目	2024 年度	2023 年度	2022 年度
----	---------	---------	---------

付现的费用	5,217.77	3,233.09	3,056.22
套期工具交割损失	62.75	1,344.00	1,508.44
押金、保证金	31.67	222.99	181.00
其他	158.50	238.41	43.00
合计	5,470.69	5,038.50	4,788.66

科目具体情况及分析说明：

报告期内，公司支付的其他与经营活动有关的现金主要为支付的期间费用、远期结售汇交割损失及押金、保证金等。

4. 经营活动净现金流与净利润的匹配

单位：万元

项目	2024 年度	2023 年度	2022 年度
净利润	14,793.18	10,762.24	714.12
加：资产减值准备	706.16	669.86	458.58
信用减值损失	-2.43	-63.96	107.87
固定资产折旧、油气资产折旧、生产性生物资产折旧、投资性房地产折旧	1,647.33	1,735.61	1,605.86
使用权资产折旧	820.16	998.71	1,293.21
无形资产摊销	140.26	82.74	45.55
长期待摊费用摊销	155.04	309.14	412.64
处置固定资产、无形资产和其他长期资产的损失（收益以“-”号填列）	-123.72	-3.20	-294.99
固定资产报废损失（收益以“-”号填列）	103.31	24.90	-
公允价值变动损失（收益以“-”号填列）	156.33	6.22	326.56
财务费用（收益以“-”号填列）	657.99	680.30	1,145.10
投资损失（收益以“-”号填列）	986.80	229.40	19.94
递延所得税资产减少（增加以“-”号填列）	-106.31	422.16	-361.91
递延所得税负债增加（减少以“-”号填列）	-43.76	-1.82	74.03
存货的减少（增加以“-”号填列）	-7,804.24	-4,117.15	12,317.65
经营性应收项目的减少（增加以“-”号填列）	-4,728.50	-8,770.00	2,770.52
经营性应付项目的增加（减少以“-”号填列）	8,344.01	6,239.49	-11,612.79
其他	72.66	57.91	57.91
经营活动产生的现金流量净额	15,774.28	9,262.57	9,079.85

5. 其他披露事项

无。

6. 经营活动现金流量分析

(1) 经营活动现金流入项目的变动

报告期各期，公司经营活动产生的现金流入金额分别为 94,469.06 万元、81,009.74 万元和 110,634.67 万元，主要为销售商品、提供劳务收到现金。

(2) 经营活动现金流出项目的变动

报告期各期，公司经营活动产生的现金流出金额分别为 85,389.21 万元、71,747.17 万元和 94,860.39 万元，主要是购买商品、接受劳务支付的现金。

(3) 经营现金流量与利润表相关项目对比

单位：万元

项目	2024 年度	2023 年度	2022 年度
销售商品、提供劳务收到的现金	103,676.65	74,011.13	85,610.81
营业收入	150,979.98	116,813.86	107,092.73
销售商品、提供劳务收到现金/营业收入	68.67%	63.36%	79.94%
购买商品、接受劳务支付的现金	71,029.72	53,856.90	68,243.57
营业成本	90,400.09	70,749.57	76,210.97
购买商品、接受劳务支付现金/营业成本	78.57%	76.12%	89.55%
经营活动产生的现金流量净额	15,774.28	9,262.57	9,079.85
净利润	14,793.18	10,762.24	714.12
差额	981.10	-1,499.68	8,365.73

注：差额=经营活动产生的现金流量净额-净利润。

1) 经营现金流量与经营成果匹配情况

报告期内的销售商品、提供劳务收到现金与公司营业收入之比分别为 79.94%、63.36%和 68.67%，公司各期销售收现比小于 1，主要原因系公司在第三方电商平台上的销售以净额结算后将货款支付给公司，即将抵扣平台佣金、配送费、仓储费、广告推广费等平台费用后的货款支付给公司，因此收到的货款低于公司确认的营业收入。

公司购买商品、接受劳务支付的现金与公司营业成本之比为 89.55%、76.12%和 78.57%，公司各期付现比小于 1，主要原因系第三方电商平台的配送费系通过货款直接抵扣而非支付现金。

2) 经营活动现金流量净额与净利润匹配情况

报告期内，公司经营活动现金流量净额分别为 9,079.85 万元、9,262.57 万元和 15,774.28 万元，与同期净利润差额分别为 8,365.73 万元、-1,499.68 万元和 981.10 万元，主要受存货变动及经营性应收应付项目变动的影响，具体如下：

2022 年度公司经营活动产生的现金流量净额较净利润高 8,365.73 万元，主要原因是：①存货期末余额较上期末减少 12,317.65 万元，导致经营活动产生的现金流量净额增加；②经营性应收项目减少 2,770.52 万元，导致经营活动产生的现金流量净额增加。

2023 年度公司经营活动产生的现金流量净额较净利润低 1,499.68 万元，主要原因系本期经营性应收项目增加 8,770.00 万元，导致经营活动产生的现金流量净额减少。

2024 年度公司经营活动产生的现金流量净额较净利润差额较小。

公司应收账款、存货变动的具体原因参见本节“二、资产负债等财务状况分析”之“（一）应收款项”和“（二）存货”。

（二） 投资活动现金流量分析

1. 投资活动现金流量情况

单位：万元

项目	2024 年度	2023 年度	2022 年度
投资活动产生的现金流量：			
收回投资收到的现金		-	-
取得投资收益收到的现金		-	-
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额		-	3.45
处置子公司及其他营业单位收到的现金净额		-	-
收到其他与投资活动有关的现金	5.00	49.62	-
投资活动现金流入小计	5.00	49.62	3.45
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	8,968.12	3,947.92	2,176.02
投资支付的现金	-	-	75.00
取得子公司及其他营业单位支付的现金净额	-	-	-
支付其他与投资活动有关的现金	1,082.33	1,003.26	-
投资活动现金流出小计	10,050.44	4,951.18	2,251.02
投资活动产生的现金流量净额	-10,045.44	-4,901.56	-2,247.57

科目具体情况及分析说明：

科目具体情况及说明详见本招股说明书“第八节 管理层讨论与分析”之“四、现金流量分析”之“（二）投资活动现金流量分析”之“5. 投资活动现金流量分析”。

2. 收到的其他与投资活动有关的现金

√适用 □不适用

单位：万元

项目	2024 年度	2023 年度	2022 年度
期权费用	-	49.62	-
其他权益工具投资处置款	5.00	-	-
合计	5.00	49.62	-

科目具体情况及分析说明：

公司 2023 年度收到的其他与投资活动有关的现金为卖出美元兑人民币看涨期权收到的期权费用。2024 年度收到的其他与投资活动有关的现金为处置参股公司广东丽泽收回的资金。

3. 支付的其他与投资活动有关的现金

√适用 □不适用

单位：万元

项目	2024 年度	2023 年度	2022 年度
期货投资	1,082.33	1,003.26	-
合计	1,082.33	1,003.26	-

科目具体情况及分析说明：

公司 2023 年度和 2024 年度支付的其他与投资活动有关的现金为规避原材料价格波动导致损失而进行期货投资所支付的现金。

4. 其他披露事项

无。

5. 投资活动现金流量分析：

报告期内，公司投资活动产生的现金流量净额分别为-2,247.57 万元和-4,901.56 万元和-10,045.44 万元，主要系增加固定资产、在建工程等长期资产投资及其他投资所致。

（三）筹资活动现金流量分析

1. 筹资活动现金流量情况

单位：万元

项目	2024 年度	2023 年度	2022 年度
筹资活动产生的现金流量：			
吸收投资收到的现金	4,500.00	-	-
取得借款收到的现金	9,708.54	10,929.73	11,207.65
发行债券收到的现金	-	-	-
收到其他与筹资活动有关的现金	-	-	-
筹资活动现金流入小计	14,208.54	10,929.73	11,207.65
偿还债务支付的现金	10,652.17	7,990.60	13,372.90
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	1,756.46	298.53	2,693.88
支付其他与筹资活动有关的现金	1,504.08	7,480.74	1,663.51
筹资活动现金流出小计	13,912.70	15,769.87	17,730.30
筹资活动产生的现金流量净额	295.84	-4,840.14	-6,522.65

科目具体情况及分析说明：

科目具体情况及说明详见本招股说明书“第八节 管理层讨论与分析”之“四、现金流量分析”之“（三）筹资活动现金流量分析”之“5. 筹资活动现金流量分析”。

2. 收到的其他与筹资活动有关的现金

适用 不适用

3. 支付的其他与筹资活动有关的现金

适用 不适用

单位：万元

项目	2024 年度	2023 年度	2022 年度
偿还租赁负债支付的金额	1,352.10	1,888.22	1,663.51
回购股份对价	-	5,592.52	-
发行费用	151.98	-	-
合计	1,504.08	7,480.74	1,663.51

科目具体情况及分析说明：

公司支付的其他与筹资活动有关的现金系根据新租赁准则列示的房屋租赁款、支付美的投资减资款及定增发行费用。

4. 其他披露事项

无。

5. 筹资活动现金流量分析：

报告期各期，公司筹资活动产生的现金流量净额分别为-6,522.65万元、-4,840.14万元和295.84万元，主要系报告期内美的减资和公司取得借款、偿还债务、分配股利、利润或偿付利息所支付的现金变化所致。

五、 资本性支出

报告期内，公司购建固定资产、无形资产和其他长期资产所支付的现金分别为2,176.02万元、3,947.92万元和8,968.12万元，公司重大资本性支出主要为增加固定资产、在建工程等长期资产投资等。报告期内，公司主要固定资产、无形资产情况参见本招股说明书“第五节 业务和技术”之“三、发行人主营业务情况”之“（三）主要资产情况”。

公司未来可预见的重大资本性支出计划主要是本次募集资金投资项目，具体项目概况及投资金额估算详见本招股说明书“第九节 募集资金运用”有关内容。

本次募集资金投资项目资金主要来源于公司首次公开发行股票募集资金。在本次募集资金到位前，公司将根据各项目实际进度，通过自有资金和银行贷款先期支付上述项目款项。

除上述投资及本次发行募集资金有关投资外，公司无可预见的其他重大资本性支出。

六、 税项

(一) 主要税种及税率

税种	计税依据	税率		
		2024 年度	2023 年度	2022 年度
增值税	应纳税增值额	6%、9%、13%、18-25%	6%、9%、13%、18-25%	6%、9%、13%、18-25%
消费税	不适用	-	-	-
教育费附加	应纳流转税额	3%	3%	3%
城市维护建设税	应纳流转税额	5%	5%	5%
企业所得税	应纳税所得额	15%、16.50%、17%、20%、21.75%、25%、26.8%、29.70%、40%	15%、16.50%、17%、20%、21.75%、25%、26.80%、29.70%、40%	15%、16.50%、17%、20%、21%、21.75%、25%、26.80%、27%、29.70%、40%
地方教育附加	应纳流转税额	2%	2%	2%

存在不同企业所得税税率纳税主体的说明：

适用 不适用

纳税主体名称	所得税税率		
	2024 年度	2023 年度	2022 年度
邦泽创科	15.00%	15.00%	15.00%
香港惠尔尚	16.50%	16.50%	16.50%
美国邦泽	26.80%	26.80%	26.80%
越南邦泽	20.00%	20.00%	20.00%
香港吉士达	16.50%	16.50%	16.50%
香港腾邦	16.50%	16.50%	16.50%
日本 NB	40.00%	40.00%	40.00%
东莞新通泽	25.00%	20.00%	25.00%
香港瑞普	16.50%	16.50%	16.50%
香港中土	已注销	16.50%	16.50%
香港信泽	16.50%	16.50%	16.50%
香港诚邦	16.50%	16.50%	16.50%
浙江腾杰	25.00%	20.00%	20.00%
香港结邦	16.50%	16.50%	16.50%
香港泓逸	已注销	16.50%	16.50%
香港寰睿	16.50%	16.50%	16.50%
香港睿泽	已注销	16.50%	16.50%
美国科技	已注销	29.70%	29.70%
美国环保	29.70%	29.70%	29.70%
美国电器	21.75%	21.75%	21.00%
新加坡众邦	17.00%	17.00%	17.00%
东莞新泽	25.00%	25.00%	25.00%
北流电器	15.00%	15.00%	25.00%
北流五金	20.00%	25.00%	20.00%
越南科技	20.00%	20.00%	未设立
越南创科	20.00%	20.00%	未设立
新加坡惠泽	已注销	已注销	17.00%

新加坡帮鲜生	已注销	已注销	17.00%
--------	-----	-----	--------

具体情况及说明：

无。

(二) 税收优惠

适用 不适用

1. 企业所得税

(1) 公司于 2020 年 12 月 9 日取得编号为 GR202044004636 的高新技术企业证书，有效期三年，自 2020 年至 2022 年适用 15%的企业所得税税率；公司于 2023 年 12 月 28 日取得新的编号为 GR202344015087 的高新技术企业证书，有效期三年，自 2023 年至 2025 年适用 15%的企业所得税税率。

(2) 公司之子公司越南邦泽、越南科技、越南创科享受越南招商引资政策，从盈利年度起，按两免四减半征收企业所得税。

(3) 根据《财政部 税务总局 国家发展改革委关于延续西部大开发企业所得税政策的公告》（财政部 税务总局 国家发展改革委公告 2020 年第 23 号）规定，自 2021 年 1 月 1 日至 2030 年 12 月 31 日，对设在西部地区的鼓励类产业企业减按 15%的税率征收企业所得税。

根据《广西壮族自治区人民政府关于促进新时代广西北部湾经济区高水平开放高质量发展若干政策的通知》（桂政发〔2020〕42 号）规定，在规定可以享受企业所得税地方分享部分减免的经济区包括南宁、北海、防城港、钦州、玉林和崇左 6 个设区市所辖行政区域内新注册开办，且符合享受国家西部大开发企业所得税税收优惠政策条件的企业，自其取得第一笔主营业务收入所国纳税年度起，免征属于地方分享部分（地方政府分享 40%）的企业所得税 5 年。北流电器享受此税收优惠政策。

(4) 根据《财政部 税务总局关于实施小微企业普惠性税收减免政策的通知》（财税〔2019〕13 号）、《国家税务总局关于落实支持小型微利企业和个体工商户发展所得税优惠政策有关事项的公告》（国家税务总局公告 2022 年第 8 号）等规定，自 2022 年 1 月 1 日至 2022 年 12 月 31 日，对小型微利企业年应纳税所得额不超过 100 万元的部分，减按 12.5%计入应纳税所得额，按 20%的税率缴纳企业所得税；对年应纳税所得额超过 100 万元但不超过 300 万元的部分，减按 50%计入应纳税所得额，按 20%的税率缴纳企业所得税。根据《税务总局关于进一步实施小微企业所得税优惠政策的公告》（财政部 税务总局公告 2022 年第 13 号）规定，自 2022 年 1 月 1 日至 2024 年 12 月 31 日，对小型微利企业年应纳税所得额超过 100 万元但不超过 300 万元的部分，减按 25%计入应纳税所得额，按 20%的税率缴纳企业所得税。

根据《税务总局关于进一步实施小微企业所得税优惠政策的公告》（财政部 税务总局公告 2022 年第 13 号）规定，自 2022 年 1 月 1 日至 2024 年 12 月 31 日，对小型微利企业年应纳税所

得额超过 100 万元但不超过 300 万元的部分，减按 25% 计入应纳税所得额，按 20% 的税率缴纳企业所得税。浙江腾杰、北流五金 2022 年按此规定享受小微企业优惠政策；

根据《财政部 税务总局关于小微企业和个体工商户所得税优惠政策的公告》（财政部税务总局公告 2023 年第 6 号）规定，2023 年 1 月 1 日至 2024 年 12 月 31 日，对小型微利企业年应纳税所得额不超过 100 万元的部分，减按 25% 计入应纳税所得额，按 20% 的税率缴纳企业所得税。

2022 年浙江腾杰、北流五金按此规定享受小微企业优惠政策；2023 年东莞新通泽、浙江腾杰按此规定享受小微企业优惠政策；2024 年北流五金按此规定享受小微企业优惠政策。

（5）根据《财政部 税务总局科技部关于加大支持科技创新税前扣除力度的公告》（2022 年第 28 号）规定，高新技术企业在 2022 年 10 月 1 日至 2022 年 12 月 31 日期间新购置的设备、器具，允许当年一次性全额在计算应纳税所得额时扣除，并允许在税前实行 100% 加计扣除。

2. 增值税

根据财政部、国家税务总局《关于出口货物劳务增值税和消费税政策的通知》（财税〔2012〕39 号），公司报告期内享受增值税免抵退的政策。

（三） 其他披露事项

无。

七、 会计政策、估计变更及会计差错

（一） 会计政策变更

√适用 □不适用

1. 会计政策变更基本情况

单位：万元

期间/时点	会计政策变更的内容	审批程序	受影响的报表项目名称	原政策下的账面价值	新政策下的账面价值	影响金额
2022 年 12 月 31 日	执行《企业会计准则解释第 16 号》	国家统一会计制度要求	递延所得税资产	1,475.13	1,570.01	94.88
2022 年 12 月 31 日	执行《企业会计准则解释第 16 号》	国家统一会计制度要求	盈余公积	446.02	440.32	-5.70
2022 年 12 月 31 日	执行《企业会计准则解释第 16 号》	国家统一会计制度要求	未分配利润	2,755.96	2,841.92	85.96
2022 年度	执行《企业会计准则解释第 16 号》	国家统一会计制度要求	所得税费用	-78.77	-122.70	-43.93
2022 年度	执行《企业会计准则解释第 16 号》	国家统一会计制度要求	归属于母公司股东的净利润	670.19	714.12	43.93
2022 年度	执行《企业	国家统一会	销售费用	18,401.75	18,357.40	-44.35

	会计准则解释第 18 号》	计制度要求				
2022 年度	执行《企业会计准则解释第 18 号》	国家统一会计制度要求	营业成本	76,166.62	76,210.97	44.35
2023 年 12 月 31 日	执行《企业会计准则解释第 16 号》	国家统一会计制度要求	递延所得税资产	1,033.55	1,147.85	114.29
2023 年 12 月 31 日	执行《企业会计准则解释第 16 号》	国家统一会计制度要求	盈余公积	716.23	722.13	5.91
2023 年 12 月 31 日	执行《企业会计准则解释第 16 号》	国家统一会计制度要求	未分配利润	13,213.96	13,322.35	108.39
2023 年度	执行《企业会计准则解释第 16 号》	国家统一会计制度要求	所得税费用	1,345.66	1,180.01	-165.65
2023 年度	执行《企业会计准则解释第 16 号》	国家统一会计制度要求	归属于母公司股东的净利润	10,596.59	10,762.24	165.65
2023 年度	执行《企业会计准则解释第 18 号》	国家统一会计制度要求	营业成本	70,634.40	70,749.57	115.17
2023 年度	执行《企业会计准则解释第 18 号》	国家统一会计制度要求	销售费用	22,361.63	22,246.47	-115.17
2024 年度	执行《企业会计准则解释第 18 号》	国家统一会计制度要求	营业成本	90,223.44	90,400.09	176.65
2024 年度	执行《企业会计准则解释第 18 号》	国家统一会计制度要求	销售费用	29,706.60	29,529.95	-176.65

具体情况及说明：

(1) 2022 年度会计政策变更

财政部于 2021 年 12 月发布了《企业会计准则解释第 15 号》（财会〔2021〕35 号）（以下简称“解释第 15 号”）。

解释 15 号明确了“关于企业将固定资产达到预定可使用状态前或者研发过程中产出的产品或副产品对外销售的会计处理（以下简称试运行销售）”。企业发生试运行销售的，应当按照《企业会计准则第 14 号——收入》和《企业会计准则第 1 号——存货》等规定，对试运行销售相关收入和成本分别进行会计处理，计入当期损益，不应将试运行销售相关收入抵消相关成本后的净额冲减固定资产成本或研发支出。“试运行销售”的相关会计处理规定自 2022 年 1 月 1 日起施行，并追溯调整比较财务报表。

解释 15 号明确了“关于亏损合同的判断（以下简称亏损合同）”。判断亏损合同时，履行该合

同的成本包括履行合同的增量成本和与履行合同直接相关的其他成本的分摊金额。“亏损合同”相关会计处理规定自 2022 年 1 月 1 日起施行；累积影响数调整首次执行解释第 15 号当年年初留存收益及其他相关的财务报表项目，不调整前期比较财务报表数据。

公司于 2022 年 1 月 1 日起执行解释 15 号的相关规定，未对公司财务状况和经营成果产生重大影响。

(2) 2023 年度会计政策变更

财政部于 2022 年 12 月发布了《企业会计准则解释第 16 号》（财会〔2022〕31 号）（以下简称“解释第 16 号”）。

解释第 16 号规定，对于不是企业合并、交易发生时既不影响会计利润也不影响应纳税所得额（或可抵扣亏损）、且初始确认的资产和负债导致产生等额应纳税暂时性差异和可抵扣暂时性差异的单项交易，因资产和负债的初始确认所产生的应纳税暂时性差异和可抵扣暂时性差异，应当根据《企业会计准则第 18 号——所得税》等有关规定，在交易发生时分别确认相应的递延所得税负债和递延所得税资产。对于在首次施行上述规定的财务报表列报最早期间的期初至本解释施行日之间发生的上述交易，企业应当按照上述规定，将累积影响数调整财务报表列报最早期间的期初留存收益及其他相关财务报表项目。公司于 2023 年 1 月 1 日起执行解释第 16 号的相关规定。

(3) 2024 年度会计政策变更

财政部于 2024 年 12 月 31 日，财政部发布了《企业会计准则解释第 18 号》（财会〔2024〕24 号，解释第 18 号）。

解释第 18 号规定，在对不属于单项履约义务的保证类质量保证产生的预计负债进行会计核算时，企业应当根据《企业会计准则第 13 号——或有事项》有关规定，按确定的预计负债金额，借记“主营业务成本”“其他业务成本”等科目，贷记“预计负债”科目，并相应在利润表中的“营业成本”和资产负债表中的“其他流动负债”“一年内到期的非流动负债”“预计负债”等项目列示。本公司自解释第 18 号印发之日起执行该规定，并进行追溯调整。

2. 首次执行新金融工具准则、新收入准则、新租赁准则调整首次执行当年年初财务报表相关项目情况

适用 不适用

(二) 会计估计变更

适用 不适用

(三) 会计差错更正

适用 不适用

1. 追溯重述法

适用 不适用

单位：万元

期间	会计差错更正的内容	批准程序	受影响的各个比较期间报表项目名称	累积影响数
----	-----------	------	------------------	-------

2022 年度	调整 Amazon (亚马逊电商) 平台的结算金额	2023 年年度股东大会 (下同)	货币资金	-1,474.78
		-	应收账款	1,282.94
		-	其他应收款	733.75
		-	递延所得税资产	2.34
		-	应交税费	-0.35
		-	其他应付款	588.91
		-	未分配利润	-44.32
		-	信用减值损失(损失以“-”号填列)	-5.55
		-	所得税费用	-1.07
		-	未分配利润-年初	-39.84
2022 年度	向加工商销售材料的调整	-	营业收入	-239.23
-	-	营业成本	-239.23	
2022 年度	受托加工客户收入净额法的调整	-	营业收入	-233.79
-	-	营业成本	-233.79	
2022 年度	调整财政贴息的核算方法	-	其他收益	-25.10
-	-	财务费用	-25.10	
2022 年度	调整终止使用权资产处置损益的科目	-	财务费用	505.10
-	-	资产处置收益	505.10	
2022 年度	股份支付调整	-	未分配利润-年初	-53.91
		-	盈余公积	-13.41
		-	销售费用	3.31
		-	管理费用	53.67
		-	研发费用	0.93
		-	资本公积	119.45
		-	未分配利润	-106.03
2022 年度	调整未及时结转的在建工程余额	-	固定资产	36.58
2022 年度	-	-	在建工程	-36.58
2022 年度	母公司新租赁准则首次执行日使用权资产初始确认差错相关的调整	2024 年第八次临时股东大会 (下同)	使用权资产	379.93
		-	递延所得税资产	-56.99
		-	盈余公积	-25.58
		-	未分配利润	348.52
		-	营业成本	8.78
		-	管理费用	32.40
		-	研发费用	1.19
		-	资产处置收益 (损失以“-”号填列)	-218.49
		-	所得税费用	-39.13
		-	使用权资产	28.45
2022 年度	越南子公司-越南邦泽有关厂房等租赁事项的相关的差错调整	-	递延所得税资产	5.63
		-	一年内到期的非流动负债	68.58
		-	租赁负债	-11.97
		-	未分配利润	-22.53
		-	营业成本	8.68
		-	销售费用	0.10
		-	-	-

		-	管理费用	6.15
		-	研发费用	0.31
		-	财务费用	21.06
		-	所得税费用	-7.26
2023 年度	母公司新租赁准则首次执行日使用权资产初始确认差错相关的调整	-	使用权资产	352.13
		-	递延所得税资产	-52.82
		-	盈余公积	-27.94
		-	未分配利润	327.25
		-	营业成本	14.18
		-	管理费用	12.66
		-	研发费用	0.96
		-	所得税费用	-4.17
2023 年度	越南子公司有关厂房等租赁事项的的调整	-	使用权资产	11.92
		-	递延所得税资产	7.34
		-	一年内到期的非流动负债	48.65
		-	租赁负债	-0.01
		-	未分配利润	-29.38
		-	营业成本	7.81
		-	销售费用	0.10
		-	管理费用	7.95
		-	研发费用	0.32
		-	财务费用	-7.62
		-	所得税费用	-1.71

具体情况及说明：

(1) 第一次会计差错更正

2024 年 4 月 30 日，公司召开的第二届董事会第四次会议、第二届监事会第三次会议，审议通过了《关于前期会计差错更正的议案》；2024 年 5 月 20 日，公司召开的 2023 年年度股东大会审议通过了《关于前期会计差错更正的议案》。公司对 2022 年度合并财务报表进行了追溯调整，追溯调整对合并财务报表相关科目的影响主要如下：

单位：万元

报表项目	调整重述前	调整金额	调整重述后
货币资金	11,187.09	-1,474.78	9,712.31
应收账款	3,627.78	1,282.94	4,910.72
其他应收款	734.98	733.75	1,468.73
流动资产合计	32,593.19	541.91	33,135.10
固定资产	6,794.96	36.58	6,831.54
在建工程	53.37	-36.58	16.79
递延所得税资产	1,619.03	2.34	1,621.37
非流动资产合计	16,363.91	2.34	16,366.25
资产总计	48,957.10	544.25	49,501.35
应交税费	686.56	-0.35	686.22
其他应付款	1,427.13	588.91	2,016.04
流动负债合计	26,558.47	588.57	27,147.04
负债合计	34,357.75	588.57	34,946.32

资本公积	12,671.12	119.45	12,790.56
盈余公积	479.31	-13.41	465.89
未分配利润	2,666.28	-150.35	2,515.93
股东权益合计	14,599.35	-44.32	14,555.03
营业收入	107,565.75	-473.02	107,092.73
营业成本	76,622.18	-473.02	76,149.17
销售费用	18,398.34	3.31	18,401.65
管理费用	6,681.81	53.67	6,735.47
研发费用	2,302.96	0.93	2,303.89
财务费用	1,499.18	480.01	1,979.19
其他收益	331.71	-25.10	306.62
信用减值损失(损失以“-”号填列)	-102.32	-5.55	-107.87
资产处置收益(损失以“-”号填列)	8.37	505.10	513.48
所得税费用	-75.25	-1.07	-76.32
净利润	1,027.28	-62.39	964.89
归属于母公司股东的净利润（净亏损以“-”号填列）	1,027.28	-62.39	964.89
销售商品、提供劳务收到的现金	109,291.40	-23,680.59	85,610.81
购买商品、接受劳务支付的现金	76,437.60	-8,194.03	68,243.57
支付其他与经营活动有关的现金	20,009.69	-15,221.03	4,788.66
经营活动产生的现金流量净额	9,345.39	-265.53	9,079.85

本次调整事项主要情况说明如下：

1) 调整 Amazon（亚马逊电商）平台的结算金额

公司检查 Amazon（亚马逊电商）平台货款结算情况，发现误将 2022 年末 Amazon（亚马逊电商）平台可用资金视为其他货币资金，将相应未资金结算的交易视同已结算进行会计处理。针对该项会计差错，公司对应调回货币资金、应收账款、其他应收款、其他应付款、应交税费等科目，同时相应调整应收账款坏账准备、其他应收款坏账准备、信用减值损失、递延所得税资产、所得税费用等科目。

2) 调整向外协加工商提供材料的核算方法

公司检查 2022 年度向外协加工商提供加工材料的核算情况，发现误将向加工商提供部分加工材料按销售材料进行会计处理，导致 2022 年度多确认营业收入 239.23 万元、营业成本 239.23 万元。针对该项会计差错，公司相应调减营业收入及营业成本。

3) 调整受托加工业务的核算方法

公司检查 2022 年度受托加工业务的核算情况，发现 2022 年度受托加工业务确认收入时，误采用全额法确认收入，将受托加工费及代采主料成本全额计入营业收入，导致 2022 年多确认营业收入 233.79 万元、营业成本 233.79 万元。针对该项会计差错，公司相应调减营业收入及营业成本。

4) 调整财政贴息的核算方法

公司检查 2022 年度财政贴息的核算情况，发现 2022 年度收到财政贴息金额为 25.10 万元，直接计入了其他收益科目，而非冲减财务费用。对该项会计差错，公司对应将财政贴息金额从其他收益转入财务费用。

5) 调整股份支付费用的分摊期

公司检查历年股权激励及股份支付的核算情况，发现 2018 年度和 2020 年度的股权激励计划相关的股份支付费用在对应股权激励行权时已完全分摊完毕，未考虑股权激励协议约定的隐藏服务期。针对该项会计差错，公司对应考虑股权激励协议约定的隐藏服务期，将股份支付费用在整个服务期进行分摊。

6) 调整终止使用权资产处置损益的科目

公司检查 2022 年终止使用权资产处置核算情况，发现误将使用权资产处置收益 505.10 万元计入了财务费用科目。针对该项会计差错，公司对应将其金额从财务费用科目转入资产处置收益科目。

7) 调整未及时结转的在建工程余额

公司检查在建工程结转固定资产的核算情况，发现 2022 年末存在在建工程未及时结转固定资产的情况，金额为 36.58 万元。针对该项会计差错，公司对应将其金额从在建工程科目转入固定资产科目。

8) 调整电商平台的经营现金流量

公司在主要电商平台的销售回款以净额法结算，即平台将代收货款抵扣各项平台费用（如平台佣金、配送费、仓储费、推广费等）后的净额支付给公司，因此收到的货款低于公司确认的营业收入金额。针对电商平台相关现金流量情况，公司检查发现 2022 年度误将净额法结算视为总额法结算，导致现金流量表编制有误。针对该项会计差错，公司按照净额法调整现金流量表中销售商品提供劳务收到的现金、购买商品接受劳务支付的现金和支付其他与经营活动有关的现金等相关科目。

(2) 第二次会计差错更正

2024 年 12 月 16 日，公司召开第二届董事会第十二次会议、第二届监事会第十次会议，审议通过了《关于前期会计差错更正的议案》，经公司董事会批准，决定对以下事项按照《企业会计准则》的规定进行前期会计差错更正。2024 年 12 月 31 日，公司召开的 2024 年第八次临时股东大会审议通过了《关于前期会计差错更正的议案》。

本次调整事项具体说明如下：①公司检查新租赁准则核算情况，发现母公司在新租赁准则首次执行日对有关厂房租赁的使用权资产进行初始确认时，误将预提租金余额视同预付租金余额的抵减项，冲减使用权资产初始确认金额 680.84 万元，导致 2021 年期初及后续使用权资产相关核算不准确。②越南子公司一越南邦泽电子有限公司在新租赁准则首次执行日及后续租赁有关厂房

等租赁核算时，确认租赁付款额的现值使用的折现率不恰当、每期的租金不准确，导致 2021 年年初及后续使用权资产、租赁负债等相关核算不准确。

本次调整对 2022 年和 2023 年合并财务报表项目的影响情况如下：

1) 2022 年度合并财务报表项目影响

单位：万元

报表项目	调整重述前	调整金额	调整重述后
使用权资产	6,973.55	408.38	7,381.93
递延所得税资产	1,621.37	-51.36	1,570.01
资产总计	49,501.35	357.02	49,858.38
一年内到期的非流动负债	753.23	68.58	821.8
租赁负债	7,107.94	-11.97	7,095.98
负债合计	34,946.32	56.61	35,002.93
盈余公积	465.89	-25.58	440.32
未分配利润	2,515.93	325.99	2,841.92
股东权益合计	14,555.03	300.41	14,855.45
营业成本	76,149.17	17.45	76,166.62
销售费用	18,401.65	0.10	18,401.75
管理费用	6,735.47	38.56	6,774.03
研发费用	2,303.89	1.49	2,305.39
财务费用	1,979.19	21.06	2,000.25
资产处置收益(损失以“-”号填列)	513.48	-218.49	294.99
所得税费用	-76.32	-46.39	-122.7
净利润	964.89	-250.76	714.12
归属于母公司股东的净利润(净亏损以“-”号填列)	964.89	-250.76	714.12

2) 2023 年度合并财务报表项目影响

单位：万元

报表项目	调整重述前	调整金额	调整重述后
使用权资产	5,980.74	364.05	6,344.79
递延所得税资产	1,193.32	-45.48	1,147.85
资产总计	61,990.22	318.58	62,308.80
一年内到期的非流动负债	694.13	48.65	742.79
租赁负债	6,258.32	-0.01	6,258.31
负债合计	37,054.11	48.64	37,102.76
盈余公积	750.07	-27.94	722.13
未分配利润	13,024.48	297.87	13,322.35
股东权益合计	24,936.11	269.93	25,206.04
营业成本	70,612.41	21.99	70,634.40
销售费用	22,361.53	0.10	22,361.63
管理费用	6,119.27	20.61	6,139.88
研发费用	2,712.18	1.28	2,713.47
财务费用	1,649.02	-7.62	1,641.40
所得税费用	1,185.89	-5.88	1,180.01
净利润	10,792.72	-30.48	10,762.24

归属于母公司股东的净利润（净亏损以“-”号填列）	10,792.72	-30.48	10,762.24
--------------------------	-----------	--------	-----------

前期会计差错对比较期间财务报表主要数据的影响如下：

单位：万元

项目	2022年12月31日和2022年度			
	调整前	影响数	调整后	影响比例
资产总计	48,957.10	901.27	49,858.38	1.84%
负债合计	34,357.75	645.18	35,002.93	1.88%
未分配利润	2,666.28	175.64	2,841.92	6.59%
归属于母公司所有者权益合计	14,599.35	256.10	14,855.45	1.75%
少数股东权益	0.00	-	0.00	-
所有者权益合计	14,599.35	256.10	14,855.45	1.75%
营业收入	107,565.75	-473.02	107,092.73	-0.44%
净利润	1,027.28	-313.16	714.12	-30.48%
其中：归属于母公司所有者的净利润	1,027.28	-313.16	714.12	-30.48%
少数股东损益	0.00	-	0.00	-
项目	2023年12月31日和2023年度			
	调整前	影响数	调整后	影响比例
资产总计	61,990.22	318.58	62,308.80	0.51%
负债合计	37,054.11	48.64	37,102.76	0.13%
未分配利润	13,024.48	297.87	13,322.35	2.29%
归属于母公司所有者权益合计	24,936.11	269.93	25,206.04	1.08%
少数股东权益	0.00	-	0.00	-
所有者权益合计	24,936.11	269.93	25,206.04	1.08%
营业收入	116,813.86	-	116,813.86	-
净利润	10,792.72	-30.48	10,762.24	-0.28%
其中：归属于母公司所有者的净利润	10,792.72	-30.48	10,762.24	-0.28%
少数股东损益	0.00	-	0.00	-

2. 未来适用法

适用 不适用

八、 发行人资产负债表日后事项、或有事项及其他重要事项

（一） 财务报告审计截止日后主要财务信息及经营状况

适用 不适用

1. 会计师事务所的审阅意见

公司财务报告审计截止日为2024年12月31日，致同会计师事务所（特殊普通合伙）对公司2025年3月31日的合并及公司资产负债表，2025年1-3月的合并及公司利润表、合并及公司现金流量表以及财务报表附注进行了审阅，并出具了致同审字（2025）第441A026837号《审阅报告》，审阅意见如下：“根据我们的审阅，我们没有注意到任何事项使我们相信财务报表没有

按照企业会计准则的规定编制，未能在所有重大方面公允反映邦泽创科公司的财务状况、经营成果和现金流量”。

2. 发行人的专项说明

公司及全体董事、监事、高级管理人员确认公司审计截止日后的财务报告及相关披露信息不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对其内容的真实性、准确性及完整性承担相应责任。公司单位负责人、主管会计工作负责人及会计机构负责人确认公司审计截止日后的财务报告及相关披露信息不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对其内容的真实性、准确性及完整性承担相应责任。

3. 财务报告审计截止日后主要财务信息

(1) 合并资产负债表主要数据

单位：万元

项目	2025年3月31日	2024年12月31日	变动比例
资产总额	95,258.67	89,738.10	6.15%
负债总额	47,871.81	46,813.39	2.26%
所有者权益合计	47,386.87	42,924.71	10.40%
归属于母公司所有者权益合计	47,386.87	42,924.71	10.40%

(2) 合并利润表及现金流量表主要数据

单位：万元

项目	2025年1-3月	2024年1-3月	变动比例
营业收入	42,265.04	34,593.38	22.18%
营业利润	5,079.42	4,086.93	24.28%
利润总额	5,075.93	4,085.15	24.25%
净利润	4,444.90	3,347.06	32.80%
归属于母公司所有者净利润	4,444.90	3,347.06	32.80%
扣除非经常性损益后归属于母公司所有者净利润	4,418.91	3,629.12	21.76%
经营活动产生的现金流量净额	3,166.83	4,808.35	-34.14%

(3) 非经常性损益主要数据

单位：万元

项目	2025年1-3月
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	-1.12
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	3.00
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	30.80
除上述各项之外的其他营业外收入和支出	-2.37
小计	30.30
减：非经常性损益的所得税影响数	4.31

非经常性损益净额	25.99
减：少数股东权益影响额	-
归属于母公司普通股股东净利润的非经常性损益	25.99

4. 财务报告审计截止日后主要经营状况

(1) 资产质量情况

截至 2025 年 3 月 31 日，公司资产总额为 95,258.67 万元，较上年末增长 6.15%，负债总额为 47,871.81 万元，较上年末增长 2.26%；归属于母公司所有者权益为 47,386.87 万元，较上年末增长 10.40%。公司的资产负债结构总体稳定。

(2) 经营成果情况

2025 年 1-3 月，公司营业收入为 42,265.04 万元，同比增长 22.18%；净利润为 4,444.90 万元，同比增长 32.80%，主要原因系公司自有品牌产品收入稳步增长以及 ODM 客户订单增加。公司经营产生的现金流量净额为 3,166.83 万元，同比减少 1,641.52 万元，降幅 34.14%，主要原因系当期购买商品、接受劳务支付的现金为 22,636.57 万元，同比增加 5,899.12 万元，增幅 35.25%。公司为了应对国际贸易政策不稳定，增加自有品牌跨境电商业务产品备货，以及由于 ODM 业务在手订单增加，使得当期购买商品、接受劳务支付的现金增加，经营活动产生的现金流量净额减少。

(3) 非经常性损益情况

2025 年 1-3 月，公司非经常性损益净额为 25.99 万元，金额较小。

公司财务报告审计截止日至本招股说明书签署日，公司经营情况稳定，产业政策、税收政策、行业市场环境、主要产品的研发和销售、主要客户及供应商、公司经营模式未发生重大不利变化，董事、监事、高级管理人员及核心技术人员未发生重大变更，未发生其他可能影响投资者判断的重大事项。2025 年 2 月以来，美国政府对美国关税政策变动频繁，且税率较高，上述关税政策将影响公司从中国出口至美国的产品关税情况。截至本招股说明书签署日，公司出口到美国的产品主要在越南子公司进行生产，上述关税政策对公司审计截止日后经营状况未产生重大不利影响。

(二) 重大期后事项

适用 不适用

(三) 或有事项

适用 不适用

1. 公司转租厂房事项

公司于 2018 年 5 月 16 日向三屯经济联合社租赁三屯社区伦品涌工业区路 11 号厂房（以下简称“11 号厂房”），租赁期为 2018 年 5 月 16 日至 2036 年 8 月 31 日止，前期公司将其用于自身生产经营，后由于公司将部分生产业务转移到广西子公司，故公司于 2022 年 11 月 16 日将 11 号厂房转租给东莞市保晖置业有限公司（以下简称“保晖”），租赁期为 2022 年 11 月 16 日至 2036 年 8 月 22 日止。

公司与联合社签订的租赁协议第九条约定：公司存在“未经联合社书面同意，公司将租赁物的部分或全部转借、转租他人，或者转让剩余年限的厂房使用权给第三方”的行为，联合社有权单方面没收或追讨定金、追回乙方拖欠款项、收回租赁物及解除本合同，由此造成乙方经济损失的不予赔偿。由于转租 11 号厂房事项未得到原出租方书面同意，公司将承担被没收 759,762.00 元定金、被解除合同及收回租赁物的风险。

公司与保晖签订的租赁协议第五条约定：“租赁期内如因公司的原因，保晖未能继续使用该厂房时，公司赔偿保晖 6 个月房租作为补偿（包括已缴纳的 3 个月押金）”，由于公司转租未得到联合社书面同意，联合社可能将收回租赁物，导致保晖不能继续使用 11 号厂房，公司将赔偿保晖 6 个月房租作为补偿（包括已缴纳的 3 个月押金）。

截至 2024 年 12 月 31 日，公司不存在其他应披露的或有事项。

（四） 其他重要事项

适用 不适用

九、 滚存利润披露

适用 不适用

2025 年 4 月 22 日，公司 2025 年第一次临时股东大会决议审议通过《关于公司向不特定合格投资者公开发行股票并在北京证券交易所上市前滚存未分配利润分配方案的议案》，公司在本次公开发行并上市以前形成的滚存未分配利润，由发行完成后的新老股东按持股比例共享。

第九节 募集资金运用

一、 募集资金概况

公司本次发行股票将不超过 1,150.00 万股（包含行使超额配售选择权可能发行的股份），募集资金总额将根据发行时市场状况和定价情况予以确定。本次发行不涉及老股东公开发售其所持有的公司股份，实际募集资金扣除发行费用后，全部用于公司主营业务相关的项目。

（一）募集资金投资项目概况

本次发行拟募集资金计划投资于以下项目：

单位：万元

序号	项目名称	总投资额	拟使用募集资金投入金额	实施主体	项目建设期
1	邦泽创科电器智能制造基地项目	29,792.73	29,792.73	邦泽创科	24 个月
2	总部及研发中心项目	10,239.39	10,239.39	邦泽创科	36 个月
合计		40,032.12	40,032.12	-	

本次募集资金投资项目已经公司第二届董事会第十一次会议、2024 年第七次临时股东大会审议批准，董事会负责实施。本次募集资金到位后，若募集资金数额（扣除发行费用后）不足以满足以上项目的投资需要，不足部分公司将通过自筹资金解决。如果本次发行的实际募集资金超过拟投资项目的资金需求，公司将根据发展规划及实际生产经营需求，妥善安排超募资金的使用计划，将超募资金用于主营业务，并在提交董事会审议通过后及时披露。如果本次募集资金到位时间与项目进度需求不一致，公司将根据实际情况以其他资金先行投入，募集资金到位后予以置换。

（二）募集资金投资项目审批情况

单位：万元

序号	项目名称	项目备案证编号	总投资额	备案金额	环评批复
1	邦泽创科电器智能制造基地项目	2309-441900-04-01-363364	29,792.73	29,792.73	东环建 (2025)
2	总部及研发中心项目		10,239.39	10,239.39	560 号
合计			40,032.12	40,032.12	

（三）募集资金专户管理

公司第二届董事会第十四次会议、2025 年第一次临时股东大会，分别审议通过了《关于设立募集资金专项账户并授权签署三方监管协议的议案》，本次发行募集的资金将存放于董事会决定的专项账户集中管理。公司将在募集资金到位后，在规定时间内与保荐机构、存放募集资金的商业银行签署三方监管协议，募集资金的存放、使用、变更、管理与监督将根据公司募集资金管理制度执行。

（四）募集资金投资项目对同业竞争和发行人独立性的影响

本次募集资金投资项目均为与公司主营业务相关的项目，实施主体为邦泽创科，募集资金投

项目实施后不会新增同业竞争，亦不会对公司独立性产生不利影响。

二、 募集资金运用情况

（一）邦泽创科电器智能制造基地项目

1. 项目基本情况

本项目实施地址位于广东省东莞市厚街镇，通过招拍挂方式取得 49.83 亩工业用地中的部分土地用于本项目的实施。项目占地面积 16,676.64 m²，规划总建筑面积 62,793.62 m²，将根据生产经营需要建设生产车间、办公室及配套用房，通过购置先进的生产设备和其他辅助设备，实现办公电器、家用电器及耗材的规模化生产，进一步丰富和优化公司产品结构，同时，稳定生产经营环境，提高生产管理效率，进一步提升公司在办公电器及家用电器行业内的市场份额，增强核心竞争优势。

2. 项目实施的必要性分析

（1）扩充国内产能，为公司业务发展提供保障

近年来，办公电器及家用电器行业实现稳步发展，一方面，消费水平的不断提高以及健康、高效办公需求的增长，使得全球办公用品（包括办公文具及耗材、办公电器、办公家具、办公服务等）整体市场规模不断扩大；另一方面，随着居民购买力的提升以及家电消费需求的逐步细化，全球厨房小家电市场收入亦迅速提升。

目前，公司在国内设立了东莞生产制造基地和北流生产制造基地，其中东莞生产制造基地是国内重要的产能输出基地，主要生产办公系列和厨电系列产品，重点面向欧洲市场和境内市场等；北流生产制造基地生产注塑件、五金等零配件及部分办公系列和厨电系列产品，主要协助分担东莞生产制造基地产能压力以及实现部分零配件自主生产。近三年，公司国内生产制造基地综合产能利用率维持在较高水平，其中东莞生产制造基地产能利用率接近满负荷水平，东莞生产制造基地产能瓶颈问题日益凸显。

本建设项目基于公司未来战略规划及业务发展需要，通过在东莞建设智能制造基地扩充国内产能，与现有东莞生产制造基地协同管理，形成规模优势，实现降本增效，提升公司竞争力，为公司业务发展提供保障。

（2）巩固现有优势产品，加快推动新产品创收

当前 80 后、90 后乃至 00 后逐渐成长为市场上的消费主力，该消费群体具有消费能力强、追求新颖和潮流、注重产品品质和外观包装、对价格敏感度较低等特点，以碎纸机、过胶机等为代表的办公电器产品和以真空包装机、手持搅拌器等为代表的家用电器产品具有小型化、便捷化、智能化、健康化等特点，正逐渐得到越来越多消费者的青睐。同时，随着消费者居家时间的延长，居家办公、居家学习、居家健身以及居家娱乐等消费者行为使得办公电器和家用电器市场进一步

释放。

公司深耕办公电器和家用电器领域多年，现已形成以碎纸机、过胶机及耗材等为主的办公电器系列产品和以真空包装机及耗材、手持搅拌器等家用电器系列产品，其中碎纸机、过胶机及耗材、真空包装机及耗材和手持搅拌器为公司核心产品，近三年占公司收入比重超过 80%，公司“Bonsaii”品牌的碎纸机全球销售规模占比较高，“Fresko”“Bonsenkitchen”品牌的真空包装机在北美及欧洲市场有较高的市场份额，获得了消费者及客户的普遍认可。

本项目建设以市场需求为导向，结合公司当前业务发展情况及未来发展规划，发挥公司品牌优势，实现现有核心产品与新产品协同发展。一方面，依托公司多年积累的品牌优势，巩固现有优势产品，提升核心产品的市场占有率；另一方面，依托现有研发成果及前期市场对公司新推出产品的反响，持续改进并加快推动新产品创收，进一步丰富并完善公司产品矩阵。

(3) 紧跟智能制造趋势，提升生产自动化水平

公司所属行业属于劳动力密集型行业，生产过程中多靠人工组装，现阶段办公电器及家用电器行业面临转型升级需求，纷纷通过自动化改造、加大智能制造占比等方式来提升自动化率。公司作为国内办公电器及家用电器行业先行者，持续学习和引入先进的制造理念，不断提升生产的自动化、智能化水平，有效提高了生产效率，在减少人工投入的同时实现节能减排，满足了市场多样化需求。

未来，公司将紧跟行业智能制造发展趋势，继续提升生产的自动化、智能化水平。本项目将根据生产需要引进自动化程度更高的生产设备，并将机械手应用于定制流水线，实现生产线上产品的自动传送，实现更高层次的智能化生产，进一步提升装配工序作业效率。项目实施后，将大幅提升公司生产自动化水平，在保证产品质量的同时，提高办公电器及家用电器产品的生产产能，确保公司及时完成订单生产，进一步提高市场响应速度和客户满意度。

3. 项目实施的可行性分析

(1) 本项目产品具有广阔的市场前景

近年来，国家出台了一系列政策促进本行业发展，如《关于加快内外贸一体化发展的若干措施》《国务院办公厅关于推动外贸保稳提质的意见》《国务院办公厅关于加快发展外贸新业态新模式的意见》《机械工业“十四五”发展纲要》《轻工业稳增长工作方案（2023-2024年）》等，上述政策的颁布有力地促进了本行业的发展，完善了市场服务体系，加快了相关产品的自主创新与技术改造，进一步提高了产业的竞争力。

在政策推动及跨境电商的快速发展背景下，随着人们消费水平的不断提高以及健康、高效办公需求的增长，办公电器及家用电器行业实现稳步发展。根据 Verified Market Reports 统计数据，2024 年办公电器市场规模为 456.7 亿美元，预计到 2033 年将达到 763.4 亿美元，2026 年至 2033 年的复合年增长率为 6.8%，整体市场潜力巨大。根据 Statista 发布数据显示，2024 年全球家用电

器市场规模已高达 4,165.3 亿美元，2024 年全球小家电市场规模已达到了 2,543.0 亿美元，预计至 2029 年全球小家电市场规模将进一步达到 3,188.5 亿美元。作为小家电重要组成部分的厨房小家电细分领域，近年随着居民消费水平的提升以及家电消费需求的逐步细化，全球厨房小家电市场收入亦迅速提升，根据 Statista 统计数据，2024 年全球厨房小家电市场规模达到 1,336.5 亿美元，预计至 2029 年全球厨房小家电市场规模将进一步达到 1,703.0 亿美元，在 2024 年至 2029 年实现年均复合增长率 4.97%。

综上所述，本项目产品受国家政策支持，具有广阔的市场前景，为本项目的实施提供了政策和市场保障。

(2) 公司具有成熟的管理体系

经过多年发展，公司通过对管理架构、运行机制以及技术资源进行整合、规划、统一协调和规范管理，逐步形成了一套较为完善的管理体系。在管理体系认证方面，公司获得了 ISO9001:2015 质量管理体系认证证书、ISO45001:2018 职业健康安全管理体系认证证书、ISO14001:2015 环境管理体系认证证书、GB/T 29490-2013 知识产权管理体系认证证书。公司根据产品生产要求及上述体系认证建立了完善的质量控制体系，获得了国际质量标准认可。目前，公司执行严格的质量控制标准，在采购、来料检验、研发设计、生产装配、销售各环节均制定了完备的内控制度和严格的品质检验标准，并在实际运行中严格执行，有效保障公司质量控制水平。同时，公司还设有专业检测人员，从来料、组装、首件、出货各阶段均设立了全方位的品质检验过程和要求，保证产品质量的稳定性和可靠性。公司成熟的管理体系为本项目的实施打下了坚实的基础。

(3) 公司建立了成熟的销售体系

经过多年的探索与积累，公司形成了多类型、多渠道的多元化销售体系，为本项目产品销售提供了保障。ODM 业务方面，公司依托“中国+越南”的跨国生产基地，持续为欧美及亚太地区商超/互联网渠道提供产品和服务，如美国：Amazon（亚马逊）的自有品牌 AmazonBasics、Walmart（沃尔玛）、Sam's Club（山姆会员店）、BestBuy（百思买）、Staples（史泰博）、Office Depot（欧迪办公）等，欧洲：Lidl（历德）、ALDI（奥乐齐）等，澳大利亚：Kmart（凯马特）等，逐步建立起客户信赖的产品制造体系，为公司业绩的持续稳定发展奠定坚实的基础。

自有/授权品牌业务方面，随着 2014 年跨境电商逐步兴起，公司率先向自有/授权品牌跨境电商拓展。公司通过 Amazon（亚马逊电商）、Walmart（沃尔玛电商）、Shopify 独立站和京东自营等第三方电商平台开展线上销售业务，已覆盖主流电商渠道。截至 2024 年 12 月 31 日，在 Amazon（亚马逊电商）平台上，公司部分型号碎纸机、真空包装机在各地区同类产品销售榜前 2 位。通过自有/授权品牌电商业务的拓展，公司得以直接面对终端消费者，精准把握需求的变化，发挥“‘研、产、销、服’门到门垂直一体化”的全链路经营能力，不断推出热门产品，构建起贴近用户的全球营运体系。

4. 项目投资概算

本项目计划总投资为 29,792.73 万元，具体构成情况如下：

单位：万元

序号	项目	T1 年	T2 年	合计
1	建设投资	17,366.43	10,410.25	27,776.68
1.1	土地购置费	2,517.68	-	2,517.68
1.2	建筑工程费	12,118.42	5,193.61	17,312.03
1.3	设备购置费	1,926.90	4,496.10	6,423.00
1.4	设备安装费	96.35	224.81	321.16
1.5	预备费	707.08	495.73	1,202.81
2	铺底流动资金	-	2,016.05	2,016.05
项目总投资		17,366.43	12,426.30	29,792.73

本项目固定资产投资总额不少于 24,056.19 万元，主要包括建筑物及其附属设施、设备投资等。

5. 项目备案情况

本次项目符合国家相关产业政策，已履行项目备案及核准程序，并通过当地环保部门的环评审批，具体情况如下：

项目	项目土地	投资备案	环评批复
邦泽创科电器智能制造基地项目	2025WT010	2309-441900-04-01-363364	东环建（2025）560 号

（二）总部及研发中心项目

1. 项目基本情况

本项目实施地址位于广东省东莞市厚街镇，计划通过招拍挂方式取得 49.83 亩工业用地中的部分土地用于本项目的实施。项目占地面积 1,593.47 m²，规划总建筑面积 6,000.00 m²，项目建设期为 3 年；计划总投资 10,239.39 万元。

本项目建设内容主要包括两个方面：一是总部办公场地建设，用于进一步提升公司的软硬件设施环境，提高客户服务水平，并提升企业形象，同时，公司还将引进一批优秀人才，进一步为公司未来发展赋能；二是研发中心建设，公司计划采购一系列先进的研发测试设备，引进一批高端技术研发人才团队，用于公司办公电器及家用电器技术研发及升级，提升并丰富公司技术储备，实现公司技术研发及试验检测能力的进一步提升，为新技术与新产品的开发提供研发平台，缩短产品研发周期。同时，针对下游客户及不同应用场景对办公电器及家用电器日益提高的需求，在应用层面进行进一步深入研发，增强公司在办公电器及家用电器领域的核心竞争力。

2. 项目实施的必要性分析

（1）建立与公司实力相匹配的总部办公基地

公司目前的经营场所较多为租赁取得，随着公司业务规模的日益扩大和职能部门的不断细化，公司人员数量不断增加，目前在东莞租用的办公场地已不能满足日益增长的办公空间需求。同时，随着公司业务规模的不断扩大，公司品牌知名度日渐提升，行业地位日益凸显，尤其是在

碎纸机细分领域公司占据着重要地位，建立与公司地位相匹配的形象展示空间刻不容缓。

本项目基于公司现状及未来发展规划，结合各业务部门办公需求及公司品牌展示需要，建设与公司实力相匹配的总部办公基地。本项目的实施，一方面将为业务部门提供稳定的办公场所，改善办公环境，满足公司未来业务增长的人员办公空间需求；另一方面，将围绕公司产品研发成果建立形象展示空间，更好的向大客户展示公司成长历史和研发实力，进一步提升公司形象地位。

(2) 完善研发设施，提升公司研发能力

随着人民生活水平的提高，消费升级带来了越来越多样化的产品需求，研发设计人员已然成为制约企业发展的关键因素之一。一方面，办公电器及家用电器行业虽然技术相对比较成熟，但由于其技术综合性较强且仍处于新技术不断应用的阶段，技术创新与产品新创推动行业技术水平不断提高，因此，研发和制造均需要大量复合型技术人才。另一方面，办公电器及家用电器产品更新换代速度较快，同时为了满足不同地区、不同品牌的需求还需根据地域差异、品牌定位等有针对性地进行产品开发，需要企业进行大量技术创新且具备与之相匹配的研发能力。

近年来，办公电器及家用电器行业稳步发展，业内企业也在不断加大人才引进和培养力度，而能够为人才提供良好的发展前景显然已成为专业人才的重点考量因素。对于本公司而言，公司极其重视人才团队建设，持续改善研发人员的作业环境，保证了公司研发工作的顺利进行。但是，随着公司研发队伍的不断壮大，公司现有研发场地和设备已无法满足研发工作需求，为了建立与公司业务规模相匹配的研发配套设施，公司急需建设规模更大、功能更全的研发中心。

本项目将根据公司业务需要完善研发设施，建设家电安规性能实验室、办公设备安规性能实验室、环境实验室、包装实验室、家电整机实验室、办公整机实验室、零部件实验室、噪音实验室、EMC 实验室和化学实验室，为公司研发团队开展更高级别的研发试验提供条件，以更好的激发研发人员的热情和动力，加快推动了公司研发成果转化，提高公司研发效率，提升公司研发实力。

(3) 顺应行业发展趋势，提高公司行业竞争力

办公电器和家用电器作为日常消费品，随着消费者消费观念的转变，产品结构升级趋势明显，产品逐步向着便捷化、小型化、多功能、颜值化提升、智能化等方向创新发展，产品加速更新步伐。为了顺应行业发展趋势，把握市场发展机遇，公司需要跟进消费者需求变化趋势，不断提高技术研发水平，前瞻布局创新型办公电器和家用电器产品，及时推出符合市场需求和技术发展趋势的新产品。

本项目将以公司现有业务为基础，以现有技术储备为支撑，深度跟踪市场需求变化，对碎纸机、过胶机、真空包装机、手持搅拌器等公司现有核心产品进行创新升级，保持公司核心产品的市场领先优势；同时，将围绕市场反馈信息，对办公电器和家用电器系列新产品及新需求进行专项开发，研发出适销对路的创新型新产品，增强公司的核心竞争力。

3. 项目实施的可行性分析

(1) 公司具有较高的行业地位

公司是一家集自主研发、原创设计、跨国生产、全球商超渠道/互联网品牌销售、全球本地化服务的办公电器和家用电器品牌企业。目前，公司拥有“Bonsaii”“Bonsen”等自有办公电器品牌，“Bonsenkitchen”“AromaRoom”及高端品牌“Fresko”等自有家用电器品牌，以及“HP/惠普”授权办公电器品牌。公司“Bonsaii”品牌的碎纸机和“Fresko”“Bonsenkitchen”品牌的真空包装机常年荣登 Amazon Best Sellers 榜，并在北美及欧洲市场享有较高的品牌知名度，也获得了消费者及客户的认可。同时，公司积极拓展商超类客户市场，凭借优异的产品质量、快速的客户响应、深厚的生产技术积累，产品成功销往 Walmart（沃尔玛）、Sam's Club（山姆会员店）、BestBuy（百思买）、Staples（史泰博）、Office Depot（欧迪办公）、ALDI（奥乐齐）、LIDL（历德）等全球知名商超，逐步建立起客户信赖的产品制造体系。

根据 DataIntel 统计数据，2023 年全球碎纸机市场规模约为 35 亿美元，公司 2023 年碎纸机产品销售收入 68,451.58 万元，预估公司全球市场占有率为 2.76%。根据中国海关发布数据结合发行人碎纸机国内出口情况，公司碎纸机在我国碎纸机出口当中占据较大比例，2024 年公司中国市场碎纸机出口占中国碎纸机出口总量的 22.18%。

(2) 公司建立了较完善的产品开发体系

公司长期坚持以客户为中心，时刻关注市场及消费者动向，不断提升公司产品设计水平和质量，积累了丰富的办公电器和家用电器的开发经验，建立了一套行之有效的产品开发体系。即以市场需求为导向，利用售后服务电话、电商评论等信息，收集市场热点和可能的市场需求等信息，对相关产品的市场潜力进行调研，同时结合公司基于多年业内经验对行业发展趋势的研判，进行相关产品的研发。截至目前，公司已完成防光盘碎片飞溅、高强度连续碎纸、防撑破进口纸、智能同步显示、双侧板高强度碎纸、不规则粉碎的防泄密、防震过热、自动水雾浸湿压实排料办公、具有压缩功能的大型办公、灵活紧凑型等碎纸机，便于撕口、自动感应装袋、封口平整度高、V 字稳定裁切、自动感应识别干湿、高效旋转式、封口平整防漏气、自动化控制气囊膨胀、入袋自动感应等真空包装封口机，便捷快速脱胶、带显示预热状态功能、高精度圆角裁切、智能显示屏免预热、简化防卡膜等过胶机，及其他相关技术和新产品的研发产业化。

此外，为了更好更高效地进行产品开发，公司建立了办公事业、厨电事业、生活电器事业和越南拓新事业分别负责办公类产品、厨电类产品、生活类产品和新品类产品的设计研发、测试、质量控制等工作。公司所建立的较完善的产品开发体系为本项目的产品开发工作提供了制度保障。

(3) 公司打造了一支经验丰富的研发团队

公司所处行业具有一定的人才壁垒，公司现已建立了完善的人才培养机制，通过制定《企业人才引进管理办法》，对外引进高端人才，提升企业科技研发水平；采用人性化管理模式，制定

《员工培养进修管理及奖励办法》，提升管理和科研人员学习提升的积极性，与企业共同发展和提高；以创新设计与创新服务为理念引导管理和科研人员开展工作，制定出《研发人员绩效考核奖励制度》，鼓励研发人员不断开发出适应市场需求的、满足特定领域需要的产品和技术，提升企业的核心竞争力。

得益于公司完善的人才培养机制，公司研发队伍随着公司发展壮大得到不断沉淀。截至 2024 年 12 月 31 日，公司拥有研发人员 130 人，其中核心研发人员近年来不存在流失的情况。公司核心研发人员深耕办公设备和家用电器行业多年，对产品设计、材料、生产工艺、检测、质量控制等具有独特见解，可以根据地域差异、品牌定位等有针对性地进行产品开发，带领公司研发团队取得了多项核心技术专利。截至 2024 年 12 月 31 日，公司形成了碎纸机自动进纸技术、碎纸机碎纸刀组技术、碎纸机超长续航技术、过胶机防卡膜技术、过胶机免预热技术、过胶机整平技术、真空包装机自动识别干湿技术和真空包装机自动锁盖技术等 8 大核心技术，取得国内外专利共计 281 项，其中发明专利 38 项（国内 29 项、国外 9 项），实用新型专利 184 项（国内 179 项、国外 5 项），外观设计专利 53 项（国内 42 项，国外 11 项），PCT 国际专利检索报告 6 项。

公司经过多年沉淀所打造的具有丰富经验的研发团队为本项目的实施提供了人才保障。

4. 项目投资概算

根据项目可行性分析，本项目计划总投资额为 10,239.39 万元，具体构成情况如下：

单位：万元

序号	项目	T1 年	T2 年	T3 年	合计
1	土地购置费	240.57	-	-	240.57
2	建筑工程费	1,507.77	646.18	-	2,153.95
3	设备购置费	680.97	680.97	907.96	2,269.90
4	设备安装费	34.05	34.05	45.40	113.50
5	预备费	111.14	68.06	47.67	226.87
6	研发费用	1,050.48	1,816.08	2,368.04	5,234.60
项目总投资		3,624.98	3,245.34	3,369.07	10,239.39

5. 项目备案情况

本次项目符合国家相关产业政策，已履行项目备案及核准程序，并通过当地环保部门的环评审批，具体情况如下：

项目	项目土地	投资备案	环评批复
总部及研发中心项目	2025WT010	2309-441900-04-01-363364	东环建（2025）560 号

三、 历次募集资金基本情况

公司于 2024 年 1 月在全国中小企业股份转让系统挂牌以来，截至本招股说明书签署日，公司共完成一次股票定向发行。

公司分别于 2024 年 5 月 30 日召开第二届董事会第六次会议、2024 年 6 月 14 日召开 2024 年

第四次临时股东大会，审议通过《关于<广东邦泽创科电器股份有限公司股票定向发行说明书>的议案》等议案，公司通过定向发行方式发行人民币普通股 2,678,571 股，发行价格为每股 16.80 元，募集资金合计人民币 4,500 万元，募集资金用途为补充流动资金。

2024 年 7 月 5 日，公司收到《关于同意广东邦泽创科电器股份有限公司股票定向发行的函》（股转函（2024）1088 号），确认本次股票发行 2,678,571 股。

本次发行新增股份于 2024 年 8 月 26 日起在全国中小企业股份转让系统挂牌并公开转让。

截至本招股说明书签署日，募集资金使用情况如下：

前次募集资金	金额（万元）
一、募集资金金额	4,500.00
减：发行费用	151.98
加：利息收入及手续费支出净额	0.68
二、可使用募集资金金额	4,348.69
三、募集资金实际使用金额	4,348.67
补充流动资金：	4,348.67
其中：支付供应商款项	4,348.67
四、注销时结余利息转回公司基本户金额	0.02
截至 2024 年 12 月 31 日募集资金剩余金额	0.00

四、 其他事项

截至本招股说明书签署日，公司不存在需要披露的其他事项。

第十节 其他重要事项

一、 尚未盈利企业

截至本招股说明书签署日，公司不存在尚未盈利或累计未弥补亏损的情形。

二、 对外担保事项

√适用 □不适用

单位：万元

担保对象	关联关系	担保金额	担保余额	实际履行担保责任的金额	担保期间		担保类型	责任类型	是否履行必要决策程序
					起始日期	终止日期			
香港惠尔尚	是	1,100.00	1,100.00	0	2021年12月3日	2099年12月31日	保证	连带	已事后补充履行
香港惠尔尚	是	1,581.49	1,581.49	0	2024年1月5日	2032年1月4日	保证	连带	已事前及时履行
东莞新通泽	是	1,000.00	1,000.00	0	2024年8月23日	2028年8月2日	保证	连带	已事前及时履行
总计	-	3,681.49	3,681.49	0	-	-	-	-	-

注：1、上述第1项的担保终止日以下日期孰早：①银行收到保证人的终止通知后满一（1）个日历月之日；②银行据本保证书向保证人索偿日或银行不时自行确定的其它日期。

2、上述第2项的担保金额、担保余额为220万美元或等值人民币，上表担保金额、担保余额的人民币金额系以2024年12月31日美元汇率折算而得。

其他披露事项：

公司为合并报表范围内子公司香港惠尔尚和东莞新通泽存在担保，香港惠尔尚和东莞新通泽相关情况详见本招股说明书“第四节 发行人基本情况”之“七、发行人的分公司、控股子公司、参股公司情况”之“（一）控股子公司情况”，担保情况如下：①香港惠尔尚与汇丰银行（中国）有限公司东莞分行签署的主合同提供1,100.00万元保证担保，担保合同有效期间为2021年12月3日至以下日期孰早终止：(a)银行收到保证人的终止通知后满一(1)个日历月之日；和(b)银行据本保证书向保证人索偿日或银行不时自行确定的其它日期；②香港惠尔尚与星展银行(中国)有限公司上海自贸试验区支行签署的主合同提供220.00万美元或等值人民币保证担保，担保合同有效期间为2024年1月5日至2032年1月4日；③东莞新通泽与汇丰银行(中国)有限公司东莞分行签署的主合同提供1,000.00万元保证担保，担保合同有效期间为2024年8月23日至以下日期孰早终止：(a)银行收到保证人的终止通知后满一(1)个日历月之日；和(b)银行据本保证书向保证人索偿日或银行不时自行确定的其它日期；截至本招股说明书签署日，前述担保债权尚在履行中。

截至本招股说明书签署之日，公司所提供的担保均系为合并范围内子公司提供，不存在其他对外担保事项。

对外担保事项对公司的影响：

公司对合并报表范围内子公司担保系为满足公司合并报表范围内子公司的运营资金需求，促进合并报表范围内子公司业务发展，该担保事项不会为公司带来重大财务风险，担保风险可控。除对子公司担保外，公司不存在其他对外担保。

三、 可能产生重大影响的诉讼、仲裁事项

适用 不适用

四、 控股股东、实际控制人重大违法行为

报告期内，公司控股股东、实际控制人不存在重大违法行为。

五、 董事、监事、高级管理人员重大违法行为

报告期内，公司董事、监事、高级管理人员不存在重大违法行为。

六、 其他事项

无。

第十一节 投资者保护

一、投资者关系安排

(一) 投资者权益保护的制度保障

公司按照《公司法》《证券法》《上市规则》等相关法律、法规及规范性文件的规定，制定了上市后适用的《公司章程（草案）》《信息披露管理制度》《投资者关系管理制度》，保障投资者依法享有获取公司信息、享有资产收益、参与重大决策和选择管理者等股东权利，切实保护投资者合法权益。

公司的《信息披露管理制度》规定了信息披露的内容及披露标准、信息披露事务管理部门及其负责人的职责、信息披露文件的编制、披露及档案管理、与投资者、证券服务机构、媒体等的信息沟通与制度等相关内容，从而确保公司信息披露的及时、准确、真实和完整，切实保护公司、投资者及其他利益相关人的合法权益。

公司的《投资者关系管理制度》规定了投资者关系管理的原则、目的、内容和方式以及投资者关系工作的组织与实施，为更好地保护投资者的合法权益作出了制度性的安排，为投资者行使权利创造了条件。

(二) 投资者沟通渠道

公司负责信息披露的部门及相关人员情况如下：

负责信息披露的部门	董事会办公室
董事会秘书	刘文涛
联系地址	广东省东莞市厚街镇伦品涌工业区路 11 号
电话	0769-89191199
传真	0769-89191199
电子信箱	investor@bonsenglobal.com
公司网址	https://www.bonsen.cn/

(三) 未来开展投资者管理的规划

公司重视与投资者的沟通和交流，未来将按照《投资者关系管理制度》《信息披露管理制度》等相关制度的规定开展投资者关系的构建、管理和维护，将通过中国证监会及北交所规定的信息披露渠道，实现与投资者的良好沟通。

二、本次发行后的股利分配政策和决策程序

(一) 公司的利润分配政策

根据公司上市后适用的《公司章程（草案）》《利润分配管理制度》，公司本次发行后的利润分配政策、决策程序、机制等相关内容如下：

1. 利润分配原则

根据相关法律、法规和《公司章程（草案）》的规定，在遵循重视对股东的合理投资回报并兼

顾公司可持续发展的基础上，充分听取和考虑公司股东（尤其是中小股东）的意见和诉求，制定合理的股东回报规划，兼顾处理好公司短期利益和长远发展的关系，以保证利润分配政策的连续性和稳定性。

公司应当重视投资者特别是中小投资者的合理投资回报，制定持续、稳定的利润分配政策。根据有关法律、法规和《公司章程（草案）》的规定，公司税后利润按下列顺序分配：

（1）公司分配当年税后利润时，应当提取利润的 10%列入公司法定公积金。公司法定公积金累计额为公司注册资本的 50%以上的，可以不再提取。

（2）公司的法定公积金不足以弥补以前年度亏损的，在依照前款规定提取法定公积金之前，应当先用当年利润弥补亏损。

（3）公司从税后利润中提取法定公积金后，经股东大会决议，还可以从税后利润中提取任意公积金。

（4）公司弥补亏损和提取公积金后所余税后利润，按照股东持有的股份比例分配，但本章程规定不按持股比例分配的除外。

（5）股东大会违反前款规定向股东分配利润的，股东应当将违反规定分配的利润退还公司；给公司造成损失的，股东及负有责任的董事、高级管理人员应当承担赔偿责任。

（6）公司持有的本公司股份不参与分配利润。

2. 公司利润分配的形式

公司可以采取现金、股票或者现金与股票相结合或者法律法规允许的其他方式分配利润，在符合《公司章程（草案）》有关实施现金分红的具体条件的情况下，公司优先采用现金分红的利润分配方式。根据公司现金流状况、业务成长性、每股净资产规模等真实合理因素，公司可以采用发放股票股利方式进行利润分配。公司具备现金分红条件的，应当采用现金分红进行利润分配。

3. 现金分红的条件

（1）公司该年度实现的可分配利润（即公司弥补亏损、提取公积金后所余的税后利润）为正值、且现金流充裕，实施现金分红不会影响公司后续持续经营，不影响募投项目资金的需求；

（2）审计机构对公司的该年度财务报告出具标准无保留意见的审计报告；

（3）公司未来十二个月内无重大资金支出等事项发生（不含募投项目）。

（4）公司已达到前款第（2）项所列标准，但可以满足前款第（1）项规定的情况下，经股东大会审议通过的，也可实施现金分红。

4. 现金分红的比例

公司以现金方式分配利润不少于当年实现的可分配利润的 10%；公司利润分配不得超过累计可分配利润的范围，不得损害公司持续经营能力。

在制定现金分红政策时，公司董事会应当综合考虑所处行业特点、发展阶段、自身经营模式、盈利水平以及是否有重大资金支出安排等因素，区分下列情形，并按照本章程规定的程序，提出差异化的现金分红政策：

1、公司发展阶段属成熟期且无重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 80%；

2、公司发展阶段属成熟期且有重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 40%；

3、公司发展阶段属成长期且有重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 20%；

公司发展阶段不易区分但有重大资金支出安排的，可以按照前款第 3 项规定处理。现金分红在本次利润分配中所占比例为现金股利除以现金股利与股票股利之和。

（二）利润分配的决策程序、机制

公司董事会审议通过的公司利润分配方案，应当提交公司股东大会进行审议，并由出席股东大会的股东或股东代理人所持表决权过半数通过。

公司召开年度股东大会审议年度利润分配方案时，可审议批准下一年中期现金分红的条件、比例上限、金额上限等。年度股东大会审议的下一年中期分红上限不应超过相应期间归属于上市公司股东的净利润。董事会根据股东大会决议在符合利润分配的条件下制定具体的中期分红方案。

股东大会对现金分红具体方案进行审议前，公司应当通过多种渠道主动与股东特别是中小股东进行沟通和交流，充分听取中小股东的意见和诉求，及时答复中小股东关心的问题。

（三）利润分配的执行和信息披露

公司应严格按照有关规定履行利润分配方案相关信息披露义务，并在年度报告、半年度报告中详细披露利润分配方案和现金分红政策执行情况。公司应当通过多种渠道（包括但不限于电话、传真、邮箱等）充分听取中小股东的意见，做好现金分红事项的信息披露。

三、本次发行前滚存未分配利润的安排

公司 2025 年第一次临时股东大会审议通过了《关于公司向不特定合格投资者公开发行股票并在北京证券交易所上市前滚存未分配利润分配方案的议案》，公司拟向不特定合格投资者公开发行股票并在北京证券交易所上市，就公司在本次公开发行并上市以前形成的滚存未分配利润，由发行完成后的新老股东按持股比例共享。

四、股东投票机制的建立情况

根据上市后适用的《公司章程（草案）》及相关议事规则等相关规定，公司将通过建立和完善

累积投票制度、股东大会网络投票机制、征集投票权等各项制度安排，保障投资者尤其是中小投资者依法享有获取公司信息、享有资产收益、参与重大决策和选择管理者等事项的权利。

1. 累积投票机制

根据《公司章程（草案）》《累积投票制度实施细则》等相关规定，股东大会就选举董事进行表决时，根据《公司章程（草案）》的规定或者股东大会的决议，可以实行累积投票制。公司单一股东及其一致行动人拥有权益的股份比例在百分之三十以上的，或者股东大会选举两名以上独立董事的，应当采用累积投票制。

前文所称累积投票制是指股东大会选举董事时，每一股份拥有与应选董事人数相同的表决权，股东拥有的表决权可以集中使用。

2. 中小投资者单独计票机制

根据《公司章程（草案）》及相关议事规则的规定，股东大会审议影响中小投资者利益的重大事项时，对中小投资者的表决应当单独计票。单独计票结果应当及时公开披露。

3. 网络投票机制

根据《公司章程（草案）》及相关议事规则等相关规定，公司召开股东大会的地点为公司住所地。股东大会将设置会场，以现场会议形式召开。公司还将提供网络投票的方式为股东提供便利。同一表决权只能选择现场、网络或者其他表决方式中的一种。同一表决权出现重复表决的以第一次投票结果为准。通过网络或者其他方式投票的公司股东或者其代理人，有权通过相应的投票系统查验自己的投票结果。

4. 征集投票权

根据《公司章程（草案）》及相关议事规则的规定，公司董事会、独立董事、持有百分之一以上有表决权股份的股东或者依照法律、行政法规或者中国证监会的规定设立的投资者保护机构可以公开征集股东投票权。征集股东投票权应当向被征集人充分披露具体投票意向等信息。禁止以有偿或者变相有偿的方式征集股东投票权。除法定条件外，公司不得对征集投票权提出最低持股比例限制。

五、稳定股价的相关安排

公司 2025 年第一次临时股东大会审议通过了《关于公司向不特定合格投资者公开发行股票并在北京证券交易所上市后三年内稳定股价预案的议案》，具体内容如下：

（一）启动股价稳定预案的条件

自公司公开发行股票并在北京证券交易所上市之日起第 1 个月内，非因不可抗力因素所致，如果公司股票出现连续 10 个交易日的收盘价（如因派发现金红利、送股、转增股本、增发新股等原因进行除权、除息的，须按照北京证券交易所的有关规定作相应调整处理，下同）均低于本次发行价格，且同时满足相关回购或增持公司股票等行为的法律、法规和规范性文件的规定，则启

动稳定股价预案。

公司向不特定合格投资者公开发行股票并上市后第 2 个月至 3 年内，除不可抗力等因素所导致的股价下跌之外，若公司股票连续 20 个交易日收盘价低于公司最近一期未经审计的每股净资产（第 20 个交易日构成“稳定股价措施触发日”，最近一期审计基准日后，公司因派发现金红利、送股、转增股本、增发新股等原因进行除权、除息的，须按照北京证券交易所的有关规定作相应调整，下同）时，则启动稳定股价预案。

（二）责任主体

本预案中规定的应采取稳定公司股价措施的责任主体为控股股东、实际控制人、公司董事（独立董事除外，下同）及高级管理人员、公司。本预案中应采取稳定股价措施的董事、高级管理人员既包括在公司上市时任职的董事、高级管理人员，也包括公司上市后三年内新任职董事、高级管理人员。

（三）稳定股价的具体措施

公司稳定股价的具体措施包括控股股东、实际控制人增持公司股票、公司董事及高级管理人员增持公司股票及公司回购公司股票。

在公司股票收盘价格触发稳定股价预案的启动条件时，公司将视股票市场情况、公司实际情况，按如下优先顺序采取部分或全部股价稳定措施，直至触发稳定股价预案的条件消除：1、控股股东、实际控制人增持股票；2、董事、高级管理人员增持股票；3、公司回购股票。

1. 控股股东、实际控制人增持公司股票

（1）控股股东、实际控制人应在符合法律法规的条件且不导致公司股权分布不符合上市条件的前提下，对公司股票进行增持。

（2）自公司公开发行股票并在北京证券交易所上市之日起第 1 个月内增持股份的价格不高于本次发行价；自公司向不特定合格投资者公开发行股票并上市后第 2 个月至 3 年内，增持股份的价格不高于公司最近一期经审计的每股净资产。

（3）单次增持公司股票的金额不低于控股股东、实际控制人最近一次从公司获取税后现金分红金额的 20%。

（4）单次及/或连续 6 个月内增持公司股份数量不超过公司发行后总股本的 2%；如上述第 3 项与本项冲突的，按照本项执行。

（5）单一会计年度内用于增持公司股票的资金总额累计不超过其上一会计年度自从公司获取税后现金分红金额的 50%。

超过上述标准之一的，本项股价稳定措施在当年度不再继续实施，但如下一会计年度继续出现稳定股价情形的，控股股东、实际控制人将继续按照上述原则执行。

2. 董事、高级管理人员增持公司股票

若公司控股股东、实际控制人一次或多次实施增持后“启动条件”再次被触发，且控股股东、实际控制人单一会计年度内用于增持公司股份的资金总额累计已经达到其上一会计年度自从公司获取税后现金分红合计金额的 50%，则控股股东、实际控制人不再进行增持，而由公司董事（独立董事除外）、高级管理人员进行增持。公司董事（独立董事除外）、高级管理人员增持股票的措施如下：

（1）公司时任从公司领取薪酬的董事、高级管理人员应当在符合法律法规、规范性文件的规定、且不应导致公司股权分布不符合上市条件的前提下，对公司股票进行增持；

（2）自公司公开发行股票并在北京证券交易所上市之日起第 1 个月内，增持股份的价格不高于本次发行价；自公司向不特定合格投资者公开发行股票并上市后第 2 个月至 3 年内，增持股份的价格不高于公司最近一期经审计的每股净资产；

（3）有增持义务的公司董事、高级管理人员承诺，其单次用于增持公司股票的资金总额不少于该等董事、高级管理人员上一年度从公司领取的分红（如有）及税后薪酬的 20%，但单一会计年度用于增持公司股票的资金总额不超过该等董事、高级管理人员上一年度从公司领取的分红及税后薪酬总和的 50%；

（5）公司在本次公开发行股票上市后三年内新聘任的从公司领取薪酬的董事、高级管理人员应当遵守本预案关于公司董事、高级管理人员的义务及责任的规定，公司控股股东、实际控制人及现有董事、高级管理人员应当促成公司新聘任的该等董事、高级管理人员遵守本预案并签署相关承诺；

超过上述标准之一的，本项股价稳定措施在当年度不再继续实施，但如下一会计年度继续出现稳定股价情形的，董事、高级管理人员将继续按照上述原则执行。

3. 公司回购股票

若公司董事、高级管理人员一次或多次实施增持后“启动条件”再次被触发，且董事、高级管理人员单一会计年度用于增持公司股票的资金总额已经达到该等董事、高级管理人员上一年度从公司领取的分红及税后薪酬总和的 50%，则董事、高级管理人员不再进行增持，而由公司进行回购。公司回购公司股票的措施如下：

（1）公司为稳定股价之目的回购股份的，应符合相关法律法规的规定，且不应导致公司股权分布不符合上市条件；

（2）自公司公开发行股票并在北京证券交易所上市之日起第 1 个月内，增持股份的价格不高于本次发行价；自公司向不特定合格投资者公开发行股票并上市后第 2 个月至 3 年内，增持股份的价格不高于公司最近一期经审计的每股净资产；

（3）公司单次用于回购股份的资金金额不超过最近一个会计年度经审计的归属于母公司股

东净利润的 20%；

(4) 公司单次回购股份不超过公司发行后总股本的 2%，如上述第 3 项与本项冲突的，按照本项执行；

(5) 公司单一会计年度用于回购股份的资金总额累计不超过最近一个会计年度经审计的归属于母公司股东净利润的 50%；

(6) 公司用于回购股份的资金总额累计不超过本次公开发行新股所募集资金净额。

超过上述标准之一的，本项股价稳定措施在当年度不再继续实施，但如下一年度继续出现稳定股价情形的，公司将继续按照上述原则执行。

如果回购方案实施前公司股价已经不再满足启动稳定公司股价措施条件的，可不再继续实施该方案。

(四) 稳定股价措施的启动程序

公司应于满足实施稳定股价预案启动条件之日起 2 个交易日内发布提示公告。股价稳定的具体措施由公司董事会结合公司股价的二级市场表现情况综合考虑顺序及时采取部分或全部措施稳定公司股价。

1. 控股股东、实际控制人增持公司股票

控股股东、实际控制人应在稳定股价预案启动条件触发之日 10 个交易日内，就其增持公司股票的具体计划（应包括拟增持股份数量、增持价格、增持期限、增持目标等信息）书面通知公司并由公司进行公告。

2. 董事、高级管理人员增持公司股票

有增持义务的董事、高级管理人员应在稳定股价预案启动条件触发之日 10 个交易日内，就其增持公司股票的具体计划（应包括拟增持股份数量、增持价格、增持期限、增持目标等信息）书面通知公司并由公司进行公告。

3. 公司回购股票

(1) 公司应当在稳定股价措施触发日起 10 个交易日内召开董事会，审议并公告稳定股价具体方案（方案内容应包括但不限于拟回购本公司股份的种类、数量区间、价格区间、实施期限等内容），并提交股东大会审议（如需）。公司董事承诺就该等回购事宜在董事会上投赞成票；

(2) 公司股东大会对回购股份做出决议，须经出席会议的股东所持表决权的三分之二以上通过，公司控股股东、实际控制人及发行前担任董事、高级管理人员的股东承诺就该等回购事宜在股东大会上投赞成票；

(3) 本公司董事会公告回购股份预案后，公司股票收盘价连续 10 个交易日超过最近一期经审计的每股净资产，公司董事会应作出决议终止回购股份事宜；

(4) 在符合预案规定的回购股份的相关条件的情况下,公司董事会经综合考虑公司经营发展实际情况、公司持续经营能力情况以及公司现金流量状况等因素,认为公司不宜回购股票的,经董事会决议通过并经半数以上独立董事同意后,应将不回购股票以稳定股价事宜提交股东大会审议,并经出席会议的股东所持表决权的三分之二以上通过。

(五) 未履行稳定公司股价措施的约束措施

在启动股价稳定措施的条件满足时,如控股股东、实际控制人、负有增持义务的董事、高级管理人员及公司均未采取上述稳定股价的具体措施或经协商应由相关主体采取稳定公司股价措施但相关主体未履行增持/回购义务以及无合法合理理由对公司股份回购方案投反对票或弃权票并导致股份回购方案未获得公司董事会/股东大会通过的,控股股东、实际控制人、负有增持义务的董事、高级管理人员及公司或未履行承诺的相关主体承诺接受以下约束措施:

1. 对控股股东、实际控制人的约束措施

(1) 控股股东、实际控制人将在公司股东大会及中国证监会指定报刊上公开说明未采取上述稳定股价措施的具体原因并向公司股东和社会公众投资者道歉。

(2) 公司有权扣留其下一年度与履行增持股份义务所需金额相对应的应得现金分红。如下一年度其应得现金分红不足用于扣留,该扣留义务将顺延至以后年度,直至累计扣留金额与其履行增持股份义务所需金额相等或控股股东、实际控制人采取相应的股价稳定措施并实施完毕为止。

2. 对负有增持义务的董事、高级管理人员的约束措施

(1) 负有增持义务的董事、高级管理人员将在公司股东大会及中国证监会指定报刊上公开说明未采取上述稳定股价措施的具体原因并向公司股东和社会公众投资者道歉。

(2) 公司有权停止发放应付该董事或高级管理人员的薪酬,且有权停止对该董事或高级管理人员分取红利(如有),公司将扣留该董事或高级管理人员与履行上述增持股份义务所需金额相对应的薪酬及现金红利,直至该等人员采取相应的股价稳定措施并实施完毕为止。

若法律、法规、规范性文件及中国证监会或证券交易所对启动股价稳定措施的具体条件、采取的具体措施等有不同规定,或者对公司、控股股东、实际控制人及有增持义务的董事、高级管理人员因违反上述承诺而应承担的相关责任及后果有不同规定的,公司、控股股东、实际控制人及有增持义务的董事、高级管理人员自愿无条件地遵从该等规定。

3. 对公司的约束措施

公司将在公司股东大会及中国证监会指定报刊上公开说明未采取上述稳定股价措施的具体原因并向公司股东和社会公众投资者道歉,并提出补充承诺或替代承诺,以尽可能保护投资者的权益。

(六) 停止股价稳定预案的条件

公司在稳定股价措施实施期间，若出现以下任一情形，则视为本次稳定股价措施实施完毕，已公告的稳定股价方案终止执行：（1）自公司股票在北京证券交易所上市之日起1个月内，在启动稳定股价措施实施期间，公司股票收盘价连续3个交易日高于本次发行价格；（2）自公司股票在北京证券交易所上市之日起第2个月内至三年内，通过增持公司股票，公司股票连续10个交易日的收盘价均高于公司最近一期未经审计的每股净资产；（3）单一会计年度内增持或回购金额累计已达到下述具体措施规定的上限要求；（4）继续实施将导致公司股权分布不符合上市条件。

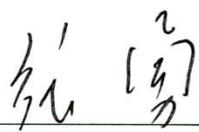
第十二节 声明与承诺

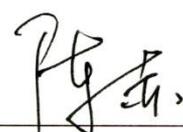
一、发行人全体董事、监事、高级管理人员声明

本公司全体董事、监事、高级管理人员承诺本招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性承担相应的法律责任。

全体董事签字：


徐宁

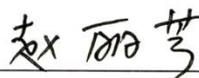

张勇


陈赤

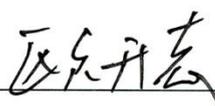

石军伟


张用增

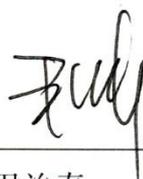
全体监事签字：


赵丽芬


吴稳


欧开志

全体高级管理人员签字：


尹治春


刘文涛


段军辉

广东邦泽创科电器股份有限公司

2025年6月5日



二、发行人控股股东声明

本人承诺本招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性承担相应的法律责任。

控股股东：


陈赤

广东邦泽创科电器股份有限公司

2025年6月5日

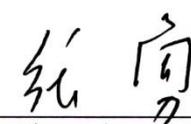


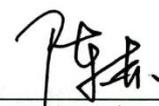
三、发行人实际控制人声明

本人承诺本招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性承担相应的法律责任。

实际控制人：


徐 宁


张 勇


陈 赤

广东邦泽创科电器股份有限公司



2025年6月5日

四、保荐人（主承销商）声明

本公司已对招股说明书进行了核查，确认不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性承担相应的法律责任。

项目协办人： 包春丽

包春丽

保荐代表人： 袁炜 文斌

袁 炜

文 斌

保荐机构法定代表人： 陈照星

陈照星



保荐人（主承销商）董事长及总经理声明

本人已认真阅读广东邦泽创科电器股份有限公司招股说明书的全部内容，确认招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对招股说明书真实性、准确性、完整性、及时性承担相应法律责任。

保荐机构总经理：



杨 阳

保荐机构董事长：



陈照星



五、发行人律师声明

本所及经办律师已阅读招股说明书，确认招股说明书与本所出具的法律意见书和律师工作报告无矛盾之处。本所及经办律师对发行人在招股说明书中引用的法律意见书和律师工作报告的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性承担相应的法律责任。

国浩律师（北京）事务所

负责人：



刘继

经办律师：


姚佳


张博阳

2025 年 6 月 5 日

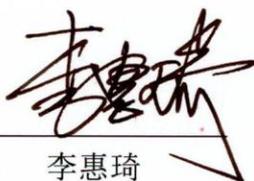
六、会计师事务所声明

本所及签字注册会计师已阅读招股说明书，确认招股说明书与本所出具的审计报告、内部控制审计报告、发行人前次募集资金使用情况的报告及经本所鉴证的非经常性损益明细表等无矛盾之处。本所及签字注册会计师对发行人在招股说明书中引用的审计报告、内部控制审计报告、发行人前次募集资金使用情况的报告及经本所鉴证的非经常性损益明细表等内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性承担相应的法律责任。

签字注册会计师：



会计师事务所负责人：



李惠琦



致同会计师事务所（特殊普通合伙）



七、 承担评估业务的资产评估机构声明

适用 不适用

八、 其他声明

适用 不适用

第十三节 备查文件

一、备查文件

- (一) 发行保荐书；
- (二) 上市保荐书；
- (三) 法律意见书；
- (四) 财务报告及审计报告；
- (五) 公司章程（草案）；
- (六) 发行人及其他责任主体作出的与发行人本次发行相关的承诺事项；
- (七) 内部控制审计报告；
- (八) 经注册会计师鉴证的发行人前次募集资金使用情况报告；
- (九) 经注册会计师鉴证的非经常性损益明细表；
- (十) 其他与本次发行有关的重要文件。

二、备查文件查阅时间及地点

上述备查文件将置备于下列场所，投资者可于发行期间的周一至周五上午 9:00~11:00、下午 3:00~5:00 前往查阅。

1. 发行人：广东邦泽创科电器股份有限公司

办公地点：广东省东莞市厚街镇伦品涌工业区路 11 号

电话：0769-89191199

传真：0769-89191199

联系人：刘文涛

2. 保荐机构

主承销商：东莞证券股份有限公司

办公地点：东莞市莞城区可园南路一号

联系电话：0769-22119285

传真：0769-22119275

联系人：袁炜、文斌

附录一：专利

截至 2024 年 12 月 31 日，发行人及其子公司已取得 250 项境内专利，31 项境外专利，具体情况如下：

一、境内专利

序号	专利号	专利名称	类型	专利权人	授权日	取得方式
1	ZL201010213188.X	能够切换裁纸功能的裁纸机	发明专利	邦泽创科	2012/5/23	原始取得
2	ZL201010614709.2	一种改进的碎纸机	发明专利	邦泽创科	2014/2/5	原始取得
3	ZL201210116032.9	自动进纸机构、自动进纸碎纸机及自动进纸和碎纸的方法	发明专利	邦泽创科	2014/4/16	原始取得
4	ZL201210287993.6	一种智能温度控制方法和过胶机	发明专利	邦泽创科	2014/10/15	原始取得
5	ZL201110110869.8	移动存储器资料清除装置、具有该装置的办公设备及碎纸机	发明专利	邦泽创科	2014/12/31	原始取得
6	ZL201410203817.9	一种自动连续进纸的碎纸机	发明专利	邦泽创科	2016/6/22	原始取得
7	ZL201510206055.2	一种改进驱动机构的财务装订机	发明专利	邦泽创科	2016/8/24	原始取得
8	ZL201410129753.2	一种改进的碎纸机流水生产线及其专用夹具	发明专利	邦泽创科	2016/8/31	原始取得
9	ZL201510767357.7	一种过胶可视化的过胶机	发明专利	邦泽创科	2018/2/9	原始取得
10	ZL201610209330.0	一种自动分钞的验钞机	发明专利	邦泽创科	2019/1/8	原始取得
11	ZL201810995006.5	一种多功能防水慢煮棒	发明专利	邦泽创科	2020/8/28	原始取得
12	ZL202110603350.7	一种带切角结构的过胶机	发明专利	邦泽创科	2022/4/5	原始取得
13	ZL202110647358.3	一种具有稳定裁切机构的真空封口机	发明专利	邦泽创科	2022/6/24	原始取得
14	ZL201710858774.1	碎纸机智能进纸方法及智能自动进纸的碎纸机	发明专利	邦泽创科	2022/10/11	原始取得
15	ZL202110552544.9	一种不规则粉碎的防泄密碎纸机	发明专利	邦泽创科	2022/12/20	原始取得
16	ZL202111119254.1	一种智能真空封口机	发明专利	邦泽创科	2023/1/6	原始取得
17	ZL201710859261.2	碎纸机自动进纸方法及改进自动进纸装置的碎纸机	发明专利	邦泽创科	2023/3/28	原始取得
18	ZL201910845036.2	纸屑自动打包碎纸机及碎纸机纸屑自动打包方法	发明专利	邦泽创科	2023/6/30	原始取得
19	ZL201710474003.2	真空封口机及切袋封口方法	发明专利	邦泽创科	2023/7/25	原始取得
20	ZL201911017985.8	一种具有压纸功能的碎纸机	发明专利	邦泽创科	2023/9/22	原始取得

序号	专利号	专利名称	类型	专利权人	授权日	取得方式
21	ZL201910845030.5	一种吹风式放袋的碎纸机	发明专利	邦泽创科	2023/9/26	原始取得
22	ZL201910105759.9	一种具有上盖限位机构的自动锁盖真空封口机	发明专利	邦泽创科	2023/11/10	原始取得
23	ZL201910786215.3	自动打包碎纸的碎纸机及碎纸机自动打包碎纸方法	发明专利	邦泽创科	2023/11/21	原始取得
24	ZL201911017991.3	自动压缩纸屑的碎纸机及碎纸机的压缩纸屑方法	发明专利	邦泽创科	2024/2/13	原始取得
25	ZL201910672207.6	一种碎纸机机芯组装设备	发明专利	邦泽创科	2024/2/13	原始取得
26	ZL202111301636.6	一种自封口连卷袋的制备方法	发明专利	邦泽创科	2024/4/2	原始取得
27	ZL201911018767.6	一种具有柔性束口热封装置的碎纸机	发明专利	邦泽创科	2024/5/24	原始取得
28	ZL201710311321.7	一种改进的过胶机	发明专利	邦泽创科	2024/8/6	原始取得
29	ZL202010506188.2	一种半自动碎纸刀棒组装设备	发明专利	邦泽创科	2024/10/29	原始取得
30	ZL201720018452.1	一种使用于家用真空包装机的真空包装袋	实用新型	邦泽创科	2017/8/22	原始取得
31	ZL201720071966.3	一种家用真空包装机	实用新型	邦泽创科	2017/8/22	原始取得
32	ZL201720261425.7	一种满纸自动提醒的碎纸机	实用新型	邦泽创科	2017/12/12	原始取得
33	ZL201720723878.7	一种自动回卷袋体的真空封口机	实用新型	邦泽创科	2018/2/6	原始取得
34	ZL201720723897.X	一种改进切刀结构的真空封口机	实用新型	邦泽创科	2018/2/6	原始取得
35	ZL201720492253.4	一种改进过胶辊机构的过胶机	实用新型	邦泽创科	2018/2/6	原始取得
36	ZL201720491909.0	一种改进的过胶机	实用新型	邦泽创科	2018/2/6	原始取得
37	ZL201720724084.2	切袋后自动回卷的真空封口机	实用新型	邦泽创科	2018/2/23	原始取得
38	ZL201721214523.1	智能自动进纸的碎纸机	实用新型	邦泽创科	2018/4/20	原始取得
39	ZL201721338633.9	一种全自动家用真空包装机	实用新型	邦泽创科	2018/6/5	原始取得
40	ZL201721316317.1	一种具有多功能按钮的家用真空封口机	实用新型	邦泽创科	2018/6/5	原始取得
41	ZL201721215123.2	一种改进自动进纸装置的碎纸机	实用新型	邦泽创科	2018/11/16	原始取得
42	ZL201820527945.2	一种改进搓纸装置的碎纸机	实用新型	邦泽创科	2018/12/21	原始取得
43	ZL201820527961.1	一种控制器外置的分体式防水慢煮器	实用新型	邦泽创科	2019/4/12	原始取得
44	ZL201821402806.3	一种下座可拆洗的真空封口机	实用新型	邦泽创科	2019/5/17	原始取得

序号	专利号	专利名称	类型	专利权人	授权日	取得方式
45	ZL201821401113.2	一种商业腔式真空封口机	实用新型	邦泽创科	2019/5/17	原始取得
46	ZL201821402118.7	一种具有气袋保护机构的商业腔式真空封口机	实用新型	邦泽创科	2019/5/17	原始取得
47	ZL201820527938.2	一种具有内搅拌装置的慢煮锅	实用新型	邦泽创科	2019/5/17	原始取得
48	ZL201821402071.4	一种具有活动拆卸发热装置的商业腔式真空封口机	实用新型	邦泽创科	2019/5/17	原始取得
49	ZL201821402748.4	一种简化抽真空连接装置的家真空封口机	实用新型	邦泽创科	2019/5/17	原始取得
50	ZL201820527940.X	一种改进加热单元的家真空封口机	实用新型	邦泽创科	2019/5/17	原始取得
51	ZL201821401296.8	一种双泵头的真空泵	实用新型	邦泽创科	2019/5/21	原始取得
52	ZL201821402064.4	一种具有发热丝安全结构的家用真空封口机	实用新型	邦泽创科	2019/5/21	原始取得
53	ZL201821400798.9	一种带有外接控制器的慢煮棒	实用新型	邦泽创科	2019/7/30	原始取得
54	ZL201821401362.1	一种带多功能支架的慢煮棒	实用新型	邦泽创科	2019/7/30	原始取得
55	ZL201821402109.8	一种防水慢煮棒	实用新型	邦泽创科	2019/8/30	原始取得
56	ZL201821402445.2	一种单层锅壁的低温慢煮锅	实用新型	邦泽创科	2019/8/30	原始取得
57	ZL201821400797.4	一种具有多段搅拌杆的慢煮棒	实用新型	邦泽创科	2019/9/3	原始取得
58	ZL201822174899.5	一种具有机盖自动锁紧装置的真空封口机	实用新型	邦泽创科	2019/9/20	原始取得
59	ZL201822174907.6	一种具有机盖旋转锁紧装置的真空封口机	实用新型	邦泽创科	2019/9/20	原始取得
60	ZL201920182684.X	一种气阀装置	实用新型	邦泽创科	2019/11/19	原始取得
61	ZL201920182808.4	一种具有上密封结构的真空封口机	实用新型	邦泽创科	2019/11/19	原始取得
62	ZL201920182691.X	一种简化气路结构的真空封口机	实用新型	邦泽创科	2019/11/29	原始取得
63	ZL201920566944.3	一种全自动真空封口机	实用新型	邦泽创科	2020/1/14	原始取得
64	ZL201920182806.5	一种具有上盖限位机构的真空封口机	实用新型	邦泽创科	2020/1/14	原始取得
65	ZL201920567381.X	一种具有气囊升降真空封口装置的自动真空包装机	实用新型	邦泽创科	2020/1/14	原始取得
66	ZL201920566920.8	一种具有剪式支架驱动升降移动装置的真空封口机	实用新型	邦泽创科	2020/1/14	原始取得
67	ZL201920566913.8	一种具有滑块驱动升降装置的真空封口机	实用新型	邦泽创科	2020/1/14	原始取得
68	ZL201920567384.3	一种自动锁盖开盖的真空封口包装机	实用新型	邦泽创科	2020/2/7	原始取得

序号	专利号	专利名称	类型	专利权人	授权日	取得方式
69	ZL201920578441.8	一种具有独立上盖的真空封口包装机	实用新型	邦泽创科	2020/2/7	原始取得
70	ZL201920577407.9	一种改进锁盖机构的真空封口包装机	实用新型	邦泽创科	2020/2/7	原始取得
71	ZL201920705535.7	一种多功能红酒开瓶器	实用新型	邦泽创科	2020/4/21	原始取得
72	ZL201920567369.9	一种具有自动卸压装置的真空封口机	实用新型	邦泽创科	2020/5/12	原始取得
73	ZL201921270581.5	一种简化放气结构的真空封口机	实用新型	邦泽创科	2020/6/23	原始取得
74	ZL201921333330.7	一种带有液体检测装置的真空封口机	实用新型	邦泽创科	2020/6/23	原始取得
75	ZL201921198794.1	一种真空封口机及其发热丝组件	实用新型	邦泽创科	2020/7/21	原始取得
76	ZL201921799016.8	一种具有多种工作状态的真空封口机	实用新型	邦泽创科	2020/7/21	原始取得
77	ZL201921798014.7	一种具有改进自动锁盖驱动装置的真空封口机	实用新型	邦泽创科	2020/8/28	原始取得
78	ZL201921381449.1	一种自动收集和打包碎纸的碎纸机	实用新型	邦泽创科	2020/9/22	原始取得
79	ZL202020286399.5	一种具有易撕口形成装置的真空包装封口机	实用新型	邦泽创科	2021/1/22	原始取得
80	ZL202021019054.X	一种改进真空感应机构的真空包装机	实用新型	邦泽创科	2021/2/26	原始取得
81	ZL202021019051.6	一种改进真空感应机构的真空封口机	实用新型	邦泽创科	2021/4/9	原始取得
82	ZL202021017224.0	一种改进真空感应机构的真空封口包装机	实用新型	邦泽创科	2021/4/9	原始取得
83	ZL202021832226.5	一种保鲜膜收纳盒	实用新型	邦泽创科	2021/8/3	原始取得
84	ZL202023243184.4	一种自动清洁刀具的碎纸机	实用新型	邦泽创科	2021/10/29	原始取得
85	ZL202023251093.5	一种智能同步显示的碎纸机	实用新型	邦泽创科	2021/10/29	原始取得
86	ZL202023243191.4	一种提升碎纸机芯结构强度的碎纸机	实用新型	邦泽创科	2021/10/29	原始取得
87	ZL202023250090.X	一种双侧板高强度碎纸机	实用新型	邦泽创科	2021/10/29	原始取得
88	ZL202023243156.2	一种具有预热状态显示的过胶机	实用新型	邦泽创科	2021/10/29	原始取得
89	ZL202022326572.2	一种具有抽真空功能的电动开瓶器	实用新型	邦泽创科	2021/10/29	原始取得
90	ZL202023243355.3	一种机械自动延停碎纸机	实用新型	邦泽创科	2021/10/29	原始取得
91	ZL202023243298.9	一种高强度连续碎纸的碎纸机	实用新型	邦泽创科	2021/10/29	原始取得
92	ZL202023251417.5	一种改进脱胶机构的过胶机	实用新型	邦泽创科	2021/10/29	原始取得

序号	专利号	专利名称	类型	专利权人	授权日	取得方式
93	ZL202023250979.8	一种改进碎纸刀片的碎纸机	实用新型	邦泽创科	2021/10/29	原始取得
94	ZL202023251396.7	一种防光盘碎片飞溅的碎纸机	实用新型	邦泽创科	2021/10/29	原始取得
95	ZL202121038750.X	一种真空封口机	实用新型	邦泽创科	2022/1/14	原始取得
96	ZL202121259296.0	一种具有夹袋机构的垃圾桶	实用新型	邦泽创科	2022/1/14	原始取得
97	ZL202120343952.9	一种具有吹袋机构的垃圾桶	实用新型	邦泽创科	2022/1/14	原始取得
98	ZL202120834298.1	一种辊轴式进袋的真空封口机	实用新型	邦泽创科	2022/1/14	原始取得
99	ZL202121258306.9	一种改进夹袋机构的垃圾桶	实用新型	邦泽创科	2022/1/14	原始取得
100	ZL202121259239.2	一种带简单张口机构的垃圾桶	实用新型	邦泽创科	2022/1/14	原始取得
101	ZL202121068477.5	一种旋转式真空封口机	实用新型	邦泽创科	2022/1/21	原始取得
102	ZL202121064600.6	一种容易清理纸屑的碎纸机	实用新型	邦泽创科	2022/1/21	原始取得
103	ZL202121147883.0	一种密封性好的真空封装机	实用新型	邦泽创科	2022/1/21	原始取得
104	ZL202121155756.5	一种具有防震机构的碎纸机	实用新型	邦泽创科	2022/1/21	原始取得
105	ZL202121069117.7	一种交替清理的碎纸机	实用新型	邦泽创科	2022/1/21	原始取得
106	ZL202121097622.2	一种厚度可调的过胶机	实用新型	邦泽创科	2022/1/21	原始取得
107	ZL202121147886.4	一种高效率的真空封装机	实用新型	邦泽创科	2022/1/21	原始取得
108	ZL202121064597.8	一种防止卡纸的碎纸机	实用新型	邦泽创科	2022/1/21	原始取得
109	ZL202121300593.5	一种防烫安全的真空封口机	实用新型	邦泽创科	2022/1/21	原始取得
110	ZL202121097623.7	一种防过热烧坏的碎纸机	实用新型	邦泽创科	2022/1/21	原始取得
111	ZL202121069116.2	一种带自动上料结构的高效过胶机	实用新型	邦泽创科	2022/1/21	原始取得
112	ZL202121090008.3	一种带有检测装置的过胶机	实用新型	邦泽创科	2022/1/21	原始取得
113	ZL202121203525.7	一种带压缩结构的碎纸机	实用新型	邦泽创科	2022/1/21	原始取得
114	ZL202121187773.7	一种带碎屑压紧结构的碎纸机	实用新型	邦泽创科	2022/1/21	原始取得
115	ZL202121155750.8	一种带加热装置的真空封口机	实用新型	邦泽创科	2022/1/21	原始取得
116	ZL202023250774.X	一种提升碎纸刀棒强度的碎纸机	实用新型	邦泽创科	2022/2/8	原始取得

序号	专利号	专利名称	类型	专利权人	授权日	取得方式
117	ZL202121780636.4	一种具有补温整平机构的免预热过胶机	实用新型	邦泽创科	2022/2/8	原始取得
118	ZL202023250954.8	一种进纸口防撑开碎纸机	实用新型	邦泽创科	2022/2/8	原始取得
119	ZL202121120687.4	一种分布式的智能远红外取暖设备	实用新型	邦泽创科	2022/2/8	原始取得
120	ZL202120331580.8	一种带打包结构的碎纸机	实用新型	邦泽创科	2022/2/8	原始取得
121	ZL202122135698.6	一种同时适用于自动和非自动打包垃圾桶的连卷袋	实用新型	邦泽创科	2022/3/15	原始取得
122	ZL202121259298.X	一种可提高垃圾袋张口成功率的垃圾桶	实用新型	邦泽创科	2022/3/15	原始取得
123	ZL202121258303.5	一种具有挂袋机构的垃圾桶	实用新型	邦泽创科	2022/3/15	原始取得
124	ZL202121258307.3	一种简化夹袋机构的垃圾桶	实用新型	邦泽创科	2022/3/15	原始取得
125	ZL202121784252.X	一种改进拉袋机构的垃圾桶	实用新型	邦泽创科	2022/3/15	原始取得
126	ZL202121259297.5	一种改进夹子张口机构的垃圾桶	实用新型	邦泽创科	2022/3/15	原始取得
127	ZL202121259348.4	一种带钩子张口机构的垃圾桶	实用新型	邦泽创科	2022/3/15	原始取得
128	ZL202121782227.8	一种提高过胶质量的免预热过胶机	实用新型	邦泽创科	2022/3/25	原始取得
129	ZL202121780638.3	一种提高出胶整平质量的免预热过胶机	实用新型	邦泽创科	2022/3/25	原始取得
130	ZL202121780668.4	一种免预热过胶机	实用新型	邦泽创科	2022/3/25	原始取得
131	ZL202120884692.6	一种改进装袋装置的碎纸机	实用新型	邦泽创科	2022/3/25	原始取得
132	ZL202122312353.3	一种自动感应液体的真空封口机	实用新型	邦泽创科	2022/4/12	原始取得
133	ZL202122312287.X	一种封口压条一体化的真空封口机	实用新型	邦泽创科	2022/4/12	原始取得
134	ZL202120663792.6	一种自动感应识别干湿的真空封口机	实用新型	邦泽创科	2022/4/15	原始取得
135	ZL202123035022.6	一种具有夹子自锁机构的垃圾桶	实用新型	邦泽创科	2022/6/28	原始取得
136	ZL202122313206.8	一种自动识别干湿的真空封口机	实用新型	邦泽创科	2022/7/19	原始取得
137	ZL202122313209.1	一种改进干湿感应结构的自动真空封口机	实用新型	邦泽创科	2022/7/19	原始取得
138	ZL202220378026.X	一种用于连续供袋垃圾桶的连卷袋	实用新型	邦泽创科	2022/7/22	原始取得
139	ZL202220378024.0	一种具有同步轮送袋机构的垃圾桶	实用新型	邦泽创科	2022/7/22	原始取得
140	ZL202220375192.4	一种具有同步带送袋机构的自动打包垃圾桶	实用新型	邦泽创科	2022/7/22	原始取得

序号	专利号	专利名称	类型	专利权人	授权日	取得方式
141	ZL202220375190.5	一种具有胶辊送袋机构的自动打包垃圾桶	实用新型	邦泽创科	2022/7/22	原始取得
142	ZL202220697153.6	一种改进丝杆驱动机构的自动打包垃圾桶	实用新型	邦泽创科	2022/7/22	原始取得
143	ZL202220378041.4	一种便于开袋和放袋的垃圾桶卷袋	实用新型	邦泽创科	2022/7/22	原始取得
144	ZL202220548525.9	一种自动脱钩的垃圾桶	实用新型	邦泽创科	2022/8/9	原始取得
145	ZL202221517811.5	一种便于撕袋的垃圾袋盒	实用新型	邦泽创科	2022/9/30	原始取得
146	ZL202220008760.7	一种用于过胶机的云母片整平装置	实用新型	邦泽创科	2022/10/11	原始取得
147	ZL202220008759.4	一种用于过胶机的吸胶辊装置	实用新型	邦泽创科	2022/10/11	原始取得
148	ZL202121784240.7	一种改进打钉机构的自动打包垃圾桶	实用新型	邦泽创科	2022/11/25	原始取得
149	ZL202121259275.9	一种可靠性高的垃圾桶	实用新型	邦泽创科	2022/12/13	原始取得
150	ZL202121259237.3	一种具有垃圾袋张口装置的垃圾桶	实用新型	邦泽创科	2022/12/13	原始取得
151	ZL202220840135.9	一种脚踏式的自动封口垃圾桶	实用新型	邦泽创科	2022/12/13	原始取得
152	ZL202121782674.3	一种改进打钉关门联动机构的垃圾桶	实用新型	邦泽创科	2022/12/20	原始取得
153	ZL202121784238.X	一种改进拉袋机构的自动打包垃圾桶	实用新型	邦泽创科	2022/12/27	原始取得
154	ZL202121782181.X	一种具有过胶感应机构的免预热过胶机	实用新型	邦泽创科	2022/12/30	原始取得
155	ZL202221004744.7	一种改进触动机构的碎纸机	实用新型	邦泽创科	2022/12/30	原始取得
156	ZL202222677779.3	一种用于真空封口机的印刷电路发热装置	实用新型	邦泽创科	2023/1/6	原始取得
157	ZL202222458077.6	一种入袋自动感应的真空封口机	实用新型	邦泽创科	2023/1/6	原始取得
158	ZL202121782692.1	一种打钉关门机构独立驱动的垃圾桶	实用新型	邦泽创科	2023/1/6	原始取得
159	ZL202222110008.6	一种同步脱钩的垃圾桶	实用新型	邦泽创科	2023/2/24	原始取得
160	ZL202222112615.6	一种便于分离的自动脱钩垃圾桶	实用新型	邦泽创科	2023/2/24	原始取得
161	ZL202222110019.4	一种矫正袋子的自动打包垃圾桶	实用新型	邦泽创科	2023/2/28	原始取得
162	ZL202121780604.4	一种具有进度显示和加热显示功能的免预热过胶机	实用新型	邦泽创科	2023/3/28	原始取得
163	ZL202222109993.9	一种便于抽袋的自动脱钩垃圾桶	实用新型	邦泽创科	2023/4/7	原始取得
164	ZL202222112636.8	一种自动脱夹的垃圾桶	实用新型	邦泽创科	2023/4/11	原始取得

序号	专利号	专利名称	类型	专利权人	授权日	取得方式
165	ZL202223080618.2	一种真空封口机的负压芯组件	实用新型	邦泽创科	2023/5/5	原始取得
166	ZL202222881626.0	一种真空封口机的封口结构	实用新型	邦泽创科	2023/5/5	原始取得
167	ZL202222881588.9	一种真空包装机的封口棒	实用新型	邦泽创科	2023/5/5	原始取得
168	ZL202222881572.8	一种碎纸机的限纸结构	实用新型	邦泽创科	2023/5/5	原始取得
169	ZL202222882112.7	一种碎纸机的碎纸刀组	实用新型	邦泽创科	2023/5/5	原始取得
170	ZL202223055354.5	一种碎纸机的出纸口挡板结构	实用新型	邦泽创科	2023/5/5	原始取得
171	ZL202222881527.2	一种过胶机的上胶辊轴固定装置	实用新型	邦泽创科	2023/5/5	原始取得
172	ZL202222882138.1	一种过胶机的胶辊组件结构	实用新型	邦泽创科	2023/5/5	原始取得
173	ZL202222881513.0	一种真空包装机的封口平整调节机构	实用新型	邦泽创科	2023/6/30	原始取得
174	ZL202223087038.6	一种碎纸机的碎纸收集箱	实用新型	邦泽创科	2023/6/30	原始取得
175	ZL202223081781.0	一种碎纸机的清纸机构	实用新型	邦泽创科	2023/6/30	原始取得
176	ZL202223056068.0	一种可拆卸式碎纸辊结构	实用新型	邦泽创科	2023/6/30	原始取得
177	ZL202222881536.1	一种过胶机的加热装置	实用新型	邦泽创科	2023/6/30	原始取得
178	ZL202222979531.2	一种简化防卡膜机构的过胶机	实用新型	邦泽创科	2023/8/15	原始取得
179	ZL202222979534.6	一种改进的防卡膜过胶机	实用新型	邦泽创科	2023/8/15	原始取得
180	ZL202321006068.1	一种具有自动调节和手动调节的恒温器	实用新型	邦泽创科	2023/11/28	原始取得
181	ZL202321006032.3	一种高精度低成本的恒温器	实用新型	邦泽创科	2023/11/28	原始取得
182	ZL202320675507.1	一种振动加速萃取的饮料设备	实用新型	邦泽创科	2023/12/1	原始取得
183	ZL202320675470.2	一种高压萃取的饮料设备	实用新型	邦泽创科	2023/12/1	原始取得
184	ZL202321880335.8	一种新型胶辊结构的过胶机	实用新型	邦泽创科	2024/2/6	原始取得
185	ZL202321880515.6	一种具有刮胶机构的过胶机	实用新型	邦泽创科	2024/2/6	原始取得
186	ZL202321949414.X	一种防尘碎纸机	实用新型	邦泽创科	2024/2/6	原始取得
187	ZL202321880834.7	一种多级碎纸刀的碎纸机	实用新型	邦泽创科	2024/2/6	原始取得
188	ZL202321855869.5	具有稳定进纸机构的碎纸机	实用新型	邦泽创科	2024/2/6	原始取得

序号	专利号	专利名称	类型	专利权人	授权日	取得方式
189	ZL202321916162.0	带有新型刀片结构的碎纸机	实用新型	邦泽创科	2024/2/6	原始取得
190	ZL202321901668.4	带有废纸压缩机构的碎纸机	实用新型	邦泽创科	2024/2/6	原始取得
191	ZL202321855893.9	带有裁切机构的过胶机	实用新型	邦泽创科	2024/2/6	原始取得
192	ZL202321901673.5	便于携带的手摇式碎纸机	实用新型	邦泽创科	2024/2/6	原始取得
193	ZL202321904105.0	一种设有无穿杆防卡膜结构的过胶机	实用新型	邦泽创科	2024/2/20	原始取得
194	ZL202321904228.4	一种带防卡膜结构的过胶机	实用新型	邦泽创科	2024/2/20	原始取得
195	ZL202321980490.7	一种新型导纸辊结构的碎纸机	实用新型	邦泽创科	2024/3/29	原始取得
196	ZL202322193679.8	新型真空封装机	实用新型	邦泽创科	2024/3/29	原始取得
197	ZL202322150215.9	带有双面加热结构的真空封装机	实用新型	邦泽创科	2024/3/29	原始取得
198	ZL202321964572.2	一种可调距的碎纸机结构	实用新型	邦泽创科	2024/4/2	原始取得
199	ZL202322156301.0	具有新型抽真空机构的真空封装机	实用新型	邦泽创科	2024/4/2	原始取得
200	ZL202322475145.4	一种带水液引导结构的咖啡机	实用新型	邦泽创科	2024/4/26	原始取得
201	ZL202322475081.8	一种带防水按键结构的咖啡机	实用新型	邦泽创科	2024/4/26	原始取得
202	ZL202322216747.8	稳定可靠的真空封装机	实用新型	邦泽创科	2024/5/14	原始取得
203	ZL202011593778.X	一种刀机分离的插装式电动铅笔刨	实用新型	邦泽创科	2024/5/24	原始取得
204	ZL202322838493.3	一种直线切换空气过滤和毛发过滤的空气净化器	实用新型	邦泽创科	2024/7/12	原始取得
205	ZL202420271940.3	一种连续工作的家用真空封口机	实用新型	邦泽创科	2024/8/20	原始取得
206	ZL201920566917.6	一种具有凸轮升降热封真空装置的自动真空包装机	实用新型	邦泽电子	2020/1/14	原始取得
207	ZL201920567370.1	一种具有气缸驱动升降装置的真空包装机	实用新型	邦泽电子	2020/1/14	原始取得
208	ZL201920566921.2	一种具有螺杆升降装置的自动真空封口机	实用新型	邦泽电子	2020/1/14	原始取得
209	ZL201530074070.7	碎纸机(S 系列)	外观设计	邦泽创科	2015/9/2	原始取得
210	ZL201530206184.2	碎纸机	外观设计	邦泽创科	2015/12/30	原始取得
211	ZL201730070096.3	碎纸机(粒状3)	外观设计	邦泽创科	2017/8/22	原始取得
212	ZL201730070086.X	碎纸机(粒状2)	外观设计	邦泽创科	2017/8/22	原始取得

序号	专利号	专利名称	类型	专利权人	授权日	取得方式
213	ZL201730070059.2	碎纸机（粒状1）	外观设计	邦泽创科	2017/9/29	原始取得
214	ZL201830320387.8	真空罐	外观设计	邦泽创科	2018/11/20	原始取得
215	ZL201830320168.X	真空包装机（V103-A）	外观设计	邦泽创科	2018/11/20	原始取得
216	ZL201830320170.7	真空包装机（V102系列）	外观设计	邦泽创科	2018/11/20	原始取得
217	ZL201830320149.7	真空包装机（V101系列）	外观设计	邦泽创科	2018/11/20	原始取得
218	ZL201830320150.X	真空包装机	外观设计	邦泽创科	2018/11/20	原始取得
219	ZL201830320182.X	一体式慢煮锅	外观设计	邦泽创科	2018/11/20	原始取得
220	ZL201830320183.4	碎纸机（A系列）	外观设计	邦泽创科	2018/11/20	原始取得
221	ZL201830320160.3	手持真空枪	外观设计	邦泽创科	2018/11/20	原始取得
222	ZL201830320181.5	慢煮锅（分体式）	外观设计	邦泽创科	2018/11/20	原始取得
223	ZL201830320164.1	搅拌机	外观设计	邦泽创科	2018/11/20	原始取得
224	ZL201830320166.0	真空碗	外观设计	邦泽创科	2019/4/12	原始取得
225	ZL201830660989.8	真空包装机（跑车）	外观设计	邦泽创科	2019/4/12	原始取得
226	ZL201830660990.0	真空包装机（复古）	外观设计	邦泽创科	2019/5/17	原始取得
227	ZL201830660991.5	真空包装机（V106）	外观设计	邦泽创科	2019/5/17	原始取得
228	ZL202030281128.6	碎纸机（30L）	外观设计	邦泽创科	2020/10/30	原始取得
229	ZL202030280134.X	碎纸机（15/23L）	外观设计	邦泽创科	2020/10/30	原始取得
230	ZL202030279805.0	立式真空封口机	外观设计	邦泽创科	2020/11/13	原始取得
231	ZL202030388354.4	真空封口包装机（V113-A）	外观设计	邦泽创科	2020/12/25	原始取得
232	ZL202030388319.2	真空封口包装机（V111-A）	外观设计	邦泽创科	2020/12/25	原始取得
233	ZL202030387630.5	真空封口包装机（V110-A）	外观设计	邦泽创科	2020/12/25	原始取得
234	ZL202030280449.4	碎纸机（20L）	外观设计	邦泽创科	2020/12/25	原始取得
235	ZL202030279696.2	保鲜膜收纳盒	外观设计	邦泽创科	2020/12/25	原始取得
236	ZL202030280502.0	碎纸机（25L）	外观设计	邦泽创科	2020/12/29	原始取得

序号	专利号	专利名称	类型	专利权人	授权日	取得方式
237	ZL202030388340.2	真空封口包装机 (V111-B)	外观设计	邦泽创科	2021/1/26	原始取得
238	ZL202030499422.4	过胶机 (L412)	外观设计	邦泽创科	2021/2/12	原始取得
239	ZL202030498646.3	过胶机 (L313/L413)	外观设计	邦泽创科	2021/2/19	原始取得
240	ZL202030500367.6	真空封口包装机 (V111)	外观设计	邦泽创科	2021/2/23	原始取得
241	ZL202130374196.1	真空封口包装机 (V119-A)	外观设计	邦泽创科	2021/12/3	原始取得
242	ZL202130374210.8	真空封口包装机 (V118-A)	外观设计	邦泽创科	2021/12/3	原始取得
243	ZL202130374197.6	真空封口包装机 (V117)	外观设计	邦泽创科	2021/12/3	原始取得
244	ZL202130374204.2	真空封口包装机 (V116-A)	外观设计	邦泽创科	2021/12/3	原始取得
245	ZL202130374217.X	真空封口包装机 (V115-A)	外观设计	邦泽创科	2021/12/3	原始取得
246	ZL202130374200.4	真空封口包装机 (V114-A)	外观设计	邦泽创科	2021/12/3	原始取得
247	ZL202230024803.6	过胶机 (L418)	外观设计	邦泽创科	2022/6/17	原始取得
248	ZL202230001150.X	过胶机 (L408)	外观设计	邦泽创科	2022/6/17	原始取得
249	ZL202230289313.9	标贴 (安规)	外观设计	邦泽创科	2022/12/30	原始取得
250	ZL202330614041.X	咖啡机	外观设计	邦泽创科	2024/5/31	原始取得

注：序号 1-11 专利存在专利权质押的情形。

二、 境外专利

序号	专利号	专利名称	国家组织	类型	专利权人	授权日/公告日	取得方式
1	EP2624419B1	Paper shredder 碎纸机	欧专局	发明	邦泽创科	2019/11/13	自主注册
2	EP3459637B1	Automatic paper feeding method for paper shredder and paper shredder with improved automatic paper feeding device 自动进纸碎纸机及自动进纸方法	欧专局	发明	邦泽创科	2020/5/13	自主注册
3	EP3715268B1	Vacuum sealing machine capable of locking cover automatically having upper cover limiting mechanism 具有上盖限位机构的自动锁盖真空封口机	欧专局	发明	邦泽创科	2023/10/11	自主注册
4	008189948-0001	Packaging machines 封口机	欧盟外观	外观	邦泽创科	2020/10/14	自主注册

序号	专利号	专利名称	国家组织	类型	专利权人	授权日/公告日	取得方式
5	008189948-0002	Packaging machines 封口机	欧盟 外观	外观	邦泽 创科	2020/10/14	自主注册
6	008189948-0003	Packaging machines 封口机	欧盟 外观	外观	邦泽 创科	2020/10/14	自主注册
7	008189948-0004	Packaging machines 封口机	欧盟 外观	外观	邦泽 创科	2020/10/14	自主注册
8	US9553492B2	Paper shredder 碎纸机	美国	发明	邦泽 创科	2017/1/24	自主注册
9	US11542050B2	Vacuum sealing machine driven by air pressure 气压驱动的真空封口机	美国	发明	邦泽 创科	2023/1/3	自主注册
10	US11565841B2	Vacuum sealing machine 真空封口机	美国	发明	邦泽 创科	2023/1/31	自主注册
11	US11618601B2	Vacuum sealing machine capable of locking cover automatically having upper cover limiting mechanism 一种具有上盖限位机构的自动锁盖真空封口机	美国	发明	邦泽 创科	2023/4/4	自主注册
12	US12097690B2	Preheating-free laminator for improving the quality of lamination 一种提高过胶质量的免预热过胶机	美国	发明	邦泽 创科	2024/9/24	自主注册
13	US12138896B2	Laminating machine 一种过胶机	美国	发明	邦泽 创科	2024/11/12	自主注册
14	USD728010S	Bench-type paper shredder 台式碎纸机	美国	外观	邦泽 创科	2015/4/28	自主注册
15	USD835713S	Shredder 碎纸机	美国	外观	邦泽 创科	2018/12/11	自主注册
16	USD885818S	Press pot 法压壶	美国	外观	邦泽 创科	2020/6/2	自主注册
17	USD957490S	Vacuum sealing packaging machine 真空封口机	美国	外观	邦泽 创科	2022/7/12	自主注册
18	USD957491S	Vacuum sealing packaging machine 真空封口机	美国	外观	邦泽 创科	2022/7/12	自主注册
19	USD957492S	Vacuum sealing packaging machine 真空封口机	美国	外观	邦泽 创科	2022/7/12	自主注册
20	USD957493S	Vacuum sealing packaging machine 真空封口机	美国	外观	邦泽 创科	2022/7/12	自主注册
21	DE202018106481.9	Haushaltsvakuumverschließmaschine mit einer Sicherheitsstruktur 一种具有发热丝安全结构的家用真空封口机	德国	实新	邦泽 创科	2018/12/27	自主注册
22	DE202021100614.5	Pneumatisch betriebener Vakuumversiegler	德国	实新	邦泽 创科	2021/4/1	自主注册

序号	专利号	专利名称	国家组织	类型	专利权人	授权日/公告日	取得方式
		一种气压推动的真空封口机					
23	DE202021105675.4	Vorheizfreie Klebmaschine 一种免预热过胶机	德国	实新	邦泽创科	2021/12/9	自主注册
24	DE202024101509.6	Gegen Folienstau gesichertes Laminiergerät 一种防止褶皱的真空封口机	德国	实新	邦泽创科	2024/5/23	自主注册
25	FR3113035B3	Machine de scellement sous vide par propulsion à air comprimé 一种改进插袋感应结构的真空封口机	法国	实新	邦泽创科	2022/8/26	自主注册
26	WO2023159893	一种具有胶辊送袋机构的自动打包垃圾桶	国际局	PCT	邦泽创科	2023/8/31	自主注册
27	WO2023011663	一种简化装袋机构的自动打包垃圾桶	国际局	PCT	邦泽创科	2023/2/9	自主注册
28	WO2023045622	一种干湿感应的自动真空封口机	国际局	PCT	邦泽创科	2023/3/30	自主注册
29	WO2023010596	一种免预热过胶机	国际局	PCT	邦泽创科	2023/2/9	自主注册
30	WO2023010597	一种提高过胶质量的免预热过胶机	国际局	PCT	邦泽创科	2023/2/9	自主注册
31	WO2023010669	一种过胶机	国际局	PCT	邦泽创科	2023/2/9	自主注册

附录二：商标

截至 2024 年 12 月 31 日，发行人及其子公司已取得 47 项境内商标，49 项境外商标，具体情况如下：

一、境内商标

序号	商标	注册号	国际分类	权利人	有效期	取得方式
1		14893398	7	邦泽创科	2015/8/7-2025/8/6	继受取得
2		14893811	11	邦泽创科	2015/11/7-2025/11/6	继受取得
3		14996901	6	邦泽创科	2015/12/7-2025/12/6	继受取得
4		20380754	9	邦泽创科	2017/8/7-2027/8/6	继受取得
5	Bonsenkitchen	23016507	11	邦泽创科	2018/2/28-2028/2/27	原始取得
6	邦声	23016561	21	邦泽创科	2018/2/28-2028/2/27	原始取得
7	Bonsenkitchen	23015966	7	邦泽创科	2018/2/28-2028/2/27	原始取得
8	Bonsen	23015620	7	邦泽创科	2018/3/7-2028/3/6	原始取得
9	帮鲜生	26323868	16	邦泽创科	2018/8/28-2028/8/27	原始取得
10	帮生鲜	26324067	16	邦泽创科	2018/8/28-2028/8/27	原始取得
11	Bonsenkitchen	26324068	16	邦泽创科	2018/8/28-2028/8/27	原始取得
12	帮生鲜	26208936	7	邦泽创科	2018/9/28-2028/9/27	原始取得
13	帮生鲜	26208958	11	邦泽创科	2018/9/28-2028/9/27	原始取得
14	帮鲜生	26210401	7	邦泽创科	2018/9/28-2028/9/27	原始取得
15	帮鲜生	26218153	11	邦泽创科	2018/9/28-2028/9/27	原始取得
16	帮鲜生	26218174	21	邦泽创科	2018/9/28-2028/9/27	原始取得

序号	商标	注册号	国际分类	权利人	有效期	取得方式
17	帮生鲜	26225536	21	邦泽创科	2018/9/28-2028/9/27	原始取得
18	Bonsen	26323867	16	邦泽创科	2018/10/28-2028/10/27	原始取得
19	FRESKO	33519666	7	邦泽创科	2019/5/14-2029/5/13	原始取得
20	FRESKO	33536817	16	邦泽创科	2019/5/14-2029/5/13	原始取得
21		6160271	16	邦泽创科	2020/2/7-2030/2/6	原始取得
22	FRESKOJR	39999904	35	邦泽创科	2020/3/14-2030/3/13	原始取得
23	FRESKOJR	40016969	21	邦泽创科	2020/3/14-2030/3/13	原始取得
24	FRESKOJR	40026357	11	邦泽创科	2020/3/14-2030/3/13	原始取得
25	邦澤	6758074	16	邦泽创科	2020/4/7-2030/4/6	原始取得
26		6758057	16	邦泽创科	2020/5/21-2030/5/20	原始取得
27	邦澤	7952062	9	邦泽创科	2021/3/7-2031/3/6	原始取得
28	bonsaii 盆景	57925646	16	邦泽创科	2022/2/7-2032/2/6	原始取得
29	bonsaii 盆景	57949858	21	邦泽创科	2022/2/7-2032/2/6	原始取得
30	 bonsaii	9713032	25	邦泽创科	2022/11/14-2032/11/13	原始取得
31	凌祥	10061547	16	邦泽创科	2022/12/7-2032/12/6	原始取得
32	 bonsaii	9713087	35	邦泽创科	2023/1/21-2033/1/20	原始取得
33	 bonsaii	9713136	42	邦泽创科	2023/1/21-2033/1/20	原始取得
34	 AromaRoom	68505360	16	邦泽创科	2023/6/7-2033/6/6	原始取得
35	 AromaRoom	68518635	21	邦泽创科	2023/6/7-2033/6/6	原始取得
36	bonsaii 盆景	10802614	16	邦泽创科	2023/7/28-2033/7/27	继受取得

序号	商标	注册号	国际分类	权利人	有效期	取得方式
37	bonsaii 盆景	71153627	16	邦泽创科	2023/10/21-2033/10/20	原始取得
38	 bonsaii	71165738	16	邦泽创科	2023/10/21-2033/10/20	原始取得
39	 bonsaii	71170241	11	邦泽创科	2023/10/21-2033/10/20	原始取得
40	 bonsaii	71170284	21	邦泽创科	2023/10/21-2033/10/20	原始取得
41	 bonsaii	71176871	16	邦泽创科	2023/10/21-2033/10/20	原始取得
42	 bonsaii	71178068	2	邦泽创科	2023/10/21-2033/10/20	原始取得
43	 bonsaii	9713301	8	邦泽创科	2024/1/21-2034/1/20	原始取得
44	 bonsaii	9713248	6	邦泽创科	2024/3/28-2034/3/27	原始取得
45	bonsaii 盆景	71150520	9	邦泽创科	2024/6/28-2034/6/27	原始取得
46	 bonsaii	71165717	9	邦泽创科	2024/6/28-2034/6/27	原始取得
47	 bonsaii	71171718	9	邦泽创科	2024/6/28-2034/6/27	原始取得

二、 境外商标

序号	商标	注册号	国际分类	权利人	注册日	国家	取得方式
1	 bonsaii	302011042224	9、16	邦泽电子	2011/10/7	德国 DE	原始取得
2	 bonsaii	1136534	9、16	邦泽创科	2012/3/27	马德里-瑞士 CH、欧盟 EM、日本 JP	原始取得
3	 bonsaii	1197247	16	邦泽创科	2013/9/13	马德里-澳大利亚 AU、墨西哥 MX、新加坡 SG、土耳其 TR	原始取得
4	 bonsaii	01627577	16	邦泽创科	2014/2/16	中国台湾 TW	原始取得
5	 bonsaii	1158955	16	邦泽创科	2015/3/10	智利 CL	原始取得
6	 bonsaii	906717310	16	邦泽创科	2016/12/20	巴西 BR	原始取得
7	BONSAII	5530000	16	邦泽创科	2018/7/31	美国 US	原始取得
8	Bonsenkitchen	5628561	7、11、21	邦泽创科	2018/12/11	美国 US	原始取得

序号	商标	注册号	国际分类	权利人	注册日	国家	取得方式
9	<i>AromaRoom</i> [®]	5712974	11	邦泽创科	2019/4/2	美国 US	继受取得
10	Bonsenkitchen	5788501	16	邦泽创科	2019/6/25	美国 US	原始取得
11	 bonsai	6266558	9	邦泽创科	2021/2/9	美国 US	原始取得
12	ZURINI	6266706	10	邦泽创科	2021/2/9	美国 US	继受取得
13	 bonsai	6272601	16	邦泽创科	2021/2/16	美国 US	原始取得
14	 bonsai	6336903	4	邦泽创科	2021/4/27	美国 US	原始取得
15	bonsen	6363591	9	邦泽创科	2021/5/25	美国 US	原始取得
16	bonsen	6363592	16	邦泽创科	2021/5/25	美国 US	原始取得
17	<i>AromaRoom</i> [®]	6369093	3	邦泽创科	2021/6/1	美国 US	原始取得
18	<i>AromaRoom</i> [®]	6423404	11	邦泽创科	2021/7/20	美国 US	原始取得
19	FRESKO	6434918	7	邦泽创科	2021/7/27	美国 US	原始取得
20	FRESKO	6629503	11	邦泽创科	2022/1/25	美国 US	原始取得
21	<i>AromaRoom</i> [®]	7317649	21	邦泽创科	2024/2/27	美国 US	原始取得
22	<i>AromaRoom</i> [®]	7317650	16	邦泽创科	2024/2/27	美国 US	原始取得
23	Bonsenkitchen	6340419	07	邦泽创科	2021/1/14	日本 JP	原始取得
24	Bonsenkitchen	6340420	11	邦泽创科	2021/1/14	日本 JP	原始取得
25	Bonsenkitchen	6340421	16	邦泽创科	2021/1/14	日本 JP	原始取得
26	FRESKO	6353437	35	邦泽创科	2021/2/17	日本 JP	原始取得
27	 bonsai	6375613	20	邦泽创科	2021/4/9	日本 JP	原始取得
28	Bonsenkitchen	6375615	21	邦泽创科	2021/4/9	日本 JP	原始取得
29	FRESKO	6397525	16	邦泽创科	2021/6/3	日本 JP	原始取得
30	FRESKO	6397526	21	邦泽创科	2021/6/3	日本 JP	原始取得

序号	商标	注册号	国际分类	权利人	注册日	国家	取得方式
31	 bonsai	6412049	4	邦泽创科	2021/7/6	日本 JP	原始取得
32	 bonsai	6412050	6	邦泽创科	2021/7/6	日本 JP	原始取得
33	 bonsai	6412051	16	邦泽创科	2021/7/6	日本 JP	原始取得
34	FRESKO	6412052	11	邦泽创科	2021/7/6	日本 JP	原始取得
35	 bonsai	6486960	9	邦泽创科	2021/12/16	日本 JP	原始取得
36	FRESKO	6486961	07	邦泽创科	2021/12/16	日本 JP	原始取得
37	Bonsenkitchen	017197906	16	邦泽创科	2018/1/8	欧盟 EM	原始取得
38	Bonsenkitchen	017394552	7、11、21	邦泽创科	2018/2/27	欧盟 EM	原始取得
39	FRESKO	017969178	7、11、16、21、35	邦泽创科	2019/3/19	欧盟 EM	原始取得
40	 bonsai	018264257	4、6、9、16、20	邦泽创科	2020/11/7	欧盟 EM	原始取得
41	<i>AromaRoom</i> 	018270651	7、8、11	邦泽创科	2020/11/27	欧盟 EM	原始取得
42	 bonsen	018363208	9、16、20、21	邦泽创科	2021/5/18	欧盟 EM	原始取得
43	ZURINI	018463558	10	邦泽创科	2021/8/18	欧盟 EM	原始取得
44	<i>AromaRoom</i> 	018801068	16、21	邦泽创科	2023/4/28	欧盟 EM	原始取得
45	bonsen	4-0409001-000	7、11、16、21	邦泽创科	2022/1/13	越南 VN	原始取得
46	 bonsai	UK00003512565	4、6、9、16、20	邦泽创科	2020/12/25	英国 UK	原始取得
47	<i>AromaRoom</i> 	UK00003854475	16、21	邦泽创科	2023/2/24	英国 UK	原始取得
48	 bonsai	TMA1118143	1、7、16	邦泽创科	2022/1/19	加拿大 CA	原始取得
49	FRESKO	TMA1141935	7、11、16、21、35	邦泽创科	2022/9/14	加拿大 CA	原始取得

附录三：著作权

一、作品著作权

截至 2024 年 12 月 31 日，发行人及其子公司已取得 2 项作品著作权，具体情况如下：

序号	著作权名称	登记号	取得日期	取得方式	著作权人
1	招财猫	粤作登字-2015-F-00003446	2015 年 5 月 20 日	原始取得	邦泽创科
2	点钞机招财猫系列	粤作登字-2015-F-00003554	2015 年 5 月 22 日	原始取得	邦泽创科

二、软件著作权

截至 2024 年 12 月 31 日，发行人及其子公司已取得 2 项软件著作权，具体情况如下：

序号	著作权人	软件名称	证书号	登记号	首次发表日期	取得方式	他项权利
1	发行人	BIP-商业集成平台 V1.0	软著登字第 14428155 号	2024SR2024282	2024 年 12 月 9 日	原始取得	无
2	发行人	邦泽 OBM 销售管理系统（简称：OBM 销售系统）V1.0	软著登字第 14428329 号	2024SR2024456	2024 年 12 月 9 日	原始取得	无

附录四：域名

截至 2024 年 12 月 31 日，发行人及其子公司已取得 9 项域名，具体情况如下：

序号	所有权人	域名	网站备案/许可证书	注册日期	到期日期
1	bonsaii.com.cn	https://bonsaii.com.cn	粤 ICP 备 12091033 号-4	2021 年 1 月 29 日	2027 年 4 月 12 日
2	bonsaii.cn	https://bonsaii.cn	粤 ICP 备 12091033 号-4	2021 年 1 月 29 日	2027 年 4 月 12 日
3	bonsaii.com	https://bonsaii.com	粤 ICP 备 12091033 号-5	2021 年 1 月 29 日	2027 年 4 月 30 日
4	bonsen.cn	https://bonsen.cn	粤 ICP 备 12091033 号-6	2021 年 1 月 29 日	2029 年 2 月 25 日
5	bonsenkitchen.com.cn	https://bonsenkitchen.com.cn	粤 ICP 备 12091033 号-7	2021 年 1 月 29 日	2027 年 2 月 6 日
6	bonsenkitchen.cn	https://bonsenkitchen.cn	粤 ICP 备 12091033 号-7	2021 年 1 月 29 日	2027 年 2 月 6 日
7	bonsenglobal.com	https://bonsenglobal.com	粤 ICP 备 12091033 号-10	2021 年 1 月 29 日	2025 年 7 月 13 日
8	bonsen.net.cn	https://bonsen.net.cn	粤 ICP 备 12091033 号-9	2022 年 7 月 28 日	2027 年 1 月 27 日
9	bonsenkitchen.com	https://bonsenkitchen.com	-	2017 年 2 月 6 日	2027 年 2 月 6 日

注：序号 9 域名为的服务器设置于境外，无需备案。