

证券简称：同富股份

证券代码：874149

浙江同富特美刻股份有限公司

浙江省杭州市上城区新业路 8 号华联时代大厦 A 幢 13 层



浙江同富特美刻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）



光大证券股份有限公司
EVERBRIGHT SECURITIES CO., LTD.

（上海市静安区新闻路 1508 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（A 股）
发行股数	不超过 3,402.00 万股（含本数，未考虑超额配售选择权的情况下）；不超过 3,912.30 万股（含本数，全额行使本次股票发行的超额配售选择权的情况下），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 510.30 万股（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京证券交易所认可的方式确定发行价格，最终定价方式将由股东大会授权董事会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	光大证券股份有限公司
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，可能会受到市场环境、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，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

本公司提示投资者认真阅读本公司、股东、董事、监事、高级管理人员以及本次发行的保荐人及证券服务机构等作出的重要承诺以及未能履行承诺的约束措施，具体承诺事项请参见本招股说明书“第四节 发行人基本情况”之“九、重要承诺”之相关内容。

三、本次发行前滚存利润的分配方案

根据公司 2023 年年度股东大会决议，本次发行前的滚存未分配利润由股票发行后的新老股东按照持股比例共同享有。

四、本次发行上市后公司的利润分配政策

根据公司 2023 年年度股东大会决议，上市后公司的股利分配政策详见本招股说明书“第十一节 投资者保护”之“二、股利分配政策”。

五、特别风险提示

本公司提醒投资者认真阅读本招股说明书的“第三节 风险因素”部分，并特别注意以下事项：

（一）境内外贸易环境变化的风险

当前国际贸易形势复杂严峻，国际贸易政策、政治环境及产业链的不确定性显著上升。近年来，全球贸易保护主义加速抬头，以美国为代表的主要经济体不断强化产业安全与本土化战略，频繁通过反倾销、反补贴、技术壁垒、加征关税等手段限制外来产品输入，加剧了国际市场的不稳定性。全球贸易体系正面临结构性调整与重构风险，全球供应链割裂、贸易规模收缩以及经济增长放缓的压力不断加剧，对出口导向型企业形成了较大压力，在国际市场需求不确定的背景下，未来发展前景充满挑战与变数。保温器皿行业目前仍以出口为主，公司产品外销比例在 80%左右，主要集中在

美国、欧洲、东南亚等国家或地区，其中，出口美国的比例在 60%左右。未来如果国际贸易摩擦进一步升级，特别是在中美贸易关系、地缘冲突、全球关税政策等方面出现恶化，那么公司可能面临业务量下降、毛利率下滑等负面影响，进而将对公司经营业绩造成不利影响。

（二）应收账款无法收回的风险

报告期各期末，应收账款账面价值分别为 30,862.82 万元、33,700.09 万元和 44,765.99 万元，占当期流动资产的比例分别为 29.91%、27.70%和 31.81%，金额及占比较高。若在未来经营发展中部分客户经营策略不佳、信用或财务状况出现进一步恶化导致支付困难或者无法支付公司应收账款，公司应收账款存在无法及时收回或无法全部收回的风险，进而对公司经营业绩产生不利影响。

（三）客户稳定性风险

报告期内，公司向前五大客户合计销售金额分别为 93,217.03 万元、91,089.33 万元和 112,027.85 万元，占当期营业收入的比例分别为 47.25%、43.01%和 40.58%。未来，若公司与现有海外大客户的合作关系发生重大不利变化或客户经营出现不利变化，将致使公司外销收入增速放缓，对公司收入及利润水平造成不利影响。

（四）汇率波动风险

报告期内，公司汇兑损益分别为-4,151.32 万元、-453.48 万元和-2,920.58 万元，外销收入占主营业务收入的比例分别为 84.01%、82.67%和 83.67%。由于公司出口销售占比较高，规模较大，公司出口业务相关的外币资产存在因汇率的不利波动产生较大金额汇兑损失的风险。此外，如果人民币不断升值，以外币计价的出口产品会因人民币升值而竞争力受到不利影响，存在部分客户流失或订单移至其他国家或地区的风险。

（五）外协生产相关风险

1、被外协供应商替代的风险

为了提高外协供应商的配合度，公司需要分享客户部分信息给外协供应商，从而可能面临外协供应商直接与客户接洽合作，公司可能存在被外协供应商替代的风险，进而对公司的经营业绩产生不利影响。

2、生产模式依赖外协及外协供应商管理不当的风险

报告期内，外协生产模式的产品占比较高。未来公司如果对外协厂商未能有效实施管理，将可能对公司产品质量、订单交期等造成不利影响；同时，随着公司业务规模持续扩大，如诸多外协厂商的经营发展无法满足公司需求，或公司未能寻找到新的合格供应商，将可能对公司的未来发展造成不利影响。

3、外协生产产品品质管控风险

贴牌业务模式下，客户对产品的质量有着严格的要求，随着公司业务规模增长和新产品的不断推出，如果公司不能对外协产品实施有效的质量管控，那么外协产品出现质量问题的风险会增加，从而可能导致公司质量赔偿支出增加和客户资源流失，并会对公司信誉产生不利影响。

4、产业链转移导致的风险

近年来，在中美贸易摩擦的背景下，存在部分竞争对手选择到海外投资建厂，以应对关税及劳动力成本上升带来的影响，我国的制造厂商存在向东南亚国家转移的趋势。如果未来公司所在的保温器皿行业的产业链发生转移，客户直接从东南亚国家采购产品，则公司被替代的风险会增加，对公司经营业绩造成较大不利影响。

（六）知识产权或不正当竞争纠纷的风险

发行人需要不断更新升级产品设计和功能或丰富产品种类以保持市场竞争力，专利、商标等知识产权起到越来越重要的作用，发行人不排除面临知识产权或不正当竞争纠纷的风险。若其他方侵犯公司知识产权，或发行人在生产经营过程中对其他方知识产权造成侵害，发行人可能需要通过法律诉讼等方式维护自身权益并由此产生一定的成本，结果也存在一定不确定性，可能对公司的生产经营造成不利影响。

（七）跨境电商市场增速放缓的风险

作为中国外贸的新业态，跨境电商规模发展迅速，根据海关总署统计数据，2024 年我国跨境电商进出口同比增长 10.8%。报告期内，公司跨境电商业务收入占主营业务收入的比例为 60%左右，受电商行业整体发展的影响较大，如果未来跨境电商市场出现增速放缓的情形，则公司可能面临销售增速放缓的风险。

六、财务报告审计截止日后主要经营状况

本招股说明书引用的财务报告审计截止日为 2024 年 12 月 31 日。财务报告审计截止日至本招股说明书签署日，虽然公司产品主要出口国贸易政策变化对公司业务量、毛利率存在一定负面影响，但报告期后公司总体经营情况良好，业务规模相对稳定，且主营业务、经营模式未发生重大变化。公司主要原材料的采购、主要产品的生产销售、主要客户及供应商等方面均未发生对公司持续经营能力构成重大影响的变化，亦未发生其他可能影响投资者判断的重大事项。

目 录

目 录	8
第一节释义	9
第二节概览	13
第三节风险因素	24
第四节发行人基本情况	28
第五节业务和技术	59
第六节公司治理	149
第七节财务会计信息	166
第八节管理层讨论与分析	203
第九节募集资金运用	297
第十节其他重要事项	306
第十一节投资者保护	307
第十二节声明与承诺	313
第十三节备查文件	323
附件一：承诺具体内容	325
附件二：商标	339
附件三：专利	348

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		
发行人/公司/本公司/股份公司/同富股份	指	浙江同富特美刻股份有限公司，曾用名浙江同富特美刻家居用品股份有限公司
实际控制人	指	姚华俊、廖妍玲
控股股东/同富控股	指	浙江同富控股有限公司
同富永辉	指	杭州同富永辉企业管理合伙企业（有限合伙），本公司股东
同富致远	指	杭州同富致远企业管理合伙企业（有限合伙），本公司股东
同富海纳	指	杭州同富海纳企业管理合伙企业（有限合伙），本公司股东
广沅启辰	指	杭州广沅启辰股权投资合伙企业（有限合伙），本公司原股东
桐创金弘	指	桐乡桐创金弘股权投资合伙企业（有限合伙），曾用名桐乡伯乐宏泰股权投资合伙企业（有限合伙），本公司原股东
浙科东港	指	舟山浙科东港创业投资合伙企业（有限合伙），本公司股东
智汇上谦	指	宁波梅山保税港区智汇上谦股权投资基金合伙企业（有限合伙），本公司股东
炬华联昕	指	杭州炬华联昕投资管理合伙企业（有限合伙），本公司原股东
普华臻宜	指	兰溪普华臻宜股权投资合伙企业（有限合伙），本公司原股东
金维克科技	指	浙江金维克家庭用品科技有限公司，本公司全资子公司，曾用名浙江金维克塑料电器有限公司
金维克供应链	指	浙江金维克供应链有限公司，本公司全资子公司，曾用名浙江金维克供应链管理有限公司
同富户外	指	杭州同富户外用品有限公司，本公司全资子公司
同富云商	指	杭州同富云商科技有限公司，本公司全资子公司
全球汇	指	全球汇品牌管理（杭州）有限公司，本公司全资子公司，曾用名“杭州特美实业有限公司”
特美刻实业	指	杭州特美刻实业有限公司，本公司全资子公司
湖畔居	指	杭州湖畔居茶器文化有限公司，本公司控股孙公司
谦逸电商	指	杭州谦逸电子商务有限公司，本公司全资子公司
同富科技	指	杭州同富科技制造有限公司，本公司全资子公司
同富香港	指	同富香港有限公司（Everich（HK）Corporation Limited），本公司全资子公司
金维克智能	指	浙江金维克智能科技有限公司，本公司全资子公司
同富美国	指	同富美国有限公司（Everich US LLC），本公司全资孙公司
同富日本	指	同富日本株式会社，本公司全资子公司
同富柬埔寨	指	同富户外（柬埔寨）有限公司，本公司全资子公司
同富泰国	指	同富泰国有限公司，本公司控制的子公司
特美刻销售	指	浙江特美刻日用品销售有限公司，本公司参股子公司
湖畔居茶楼	指	杭州湖畔居茶楼有限责任公司
特美刻钛杯	指	北京特美刻钛杯科技有限公司，本公司全资孙公司
蛋挞科技	指	杭州蛋挞科技有限公司，原本公司全资子公司，已于 2018 年 12 月注销
英国特美刻	指	英国特美刻有限公司（U.K.Tomic International Group Limited），原本公司全资子公司，已注销
特美刻日用品	指	杭州特美刻日用品有限公司，已注销
同富日用品	指	杭州同富日用品有限公司，已注销
同富跨境	指	杭州同富跨境电子商务有限公司，已注销

亿丰橡塑	指	衢州市亿丰橡塑科技有限公司
荣隆酒店	指	杭州荣隆酒店管理有限公司
盈丰进出口	指	中山市盈丰进出口有限公司
盈丰经贸	指	中山市盈丰经贸有限公司
中顺通	指	中山市中顺通商务服务有限公司
盛利科技	指	中山市盛利科技有限公司
浙茶公司	指	浙江省茶叶进出口公司，浙江省茶叶集团股份有限公司的前身
家与树	指	杭州家与树日用品有限公司
哈尔斯	指	浙江哈尔斯真空器皿股份有限公司
嘉益股份	指	浙江嘉益保温科技股份有限公司
安胜科技	指	浙江安胜科技股份有限公司
嘉特股份	指	浙江嘉特保温科技股份有限公司
Real Value	指	Real Value LLC dba Simple Modern，其主要品牌为 Simple Modern
Brumate	指	Brumate LLC，其主要品牌为 BRUMATE
Corporate	指	Corporate Suppot&Fulfillment, LLC，其主要品牌为 RTIC
Takeya	指	Takeya Chemical Industry Co.,Ltd., 其主要品牌为 TAKEYA
Base Brands	指	Base Brands LLC
Superfresh	指	Superfresh Concepts Corporation，其主要品牌为 AquaFlask
Karaka	指	Karaka LLC，其主要品牌为 IRON FLASK
Hydrojug	指	HYDROJUG INC，其主要品牌为 HYDROJUG
White Sands	指	White Sands 2025 LLC，其主要品牌为 Gatorade，系百事下属子公司
沃尔玛	指	Walmart、WALMART.INC
Amazon/亚马逊	指	亚马逊公司及其分支机构（Amazon.com, Inc. NASDAQ：AMZN）
Facebook	指	脸书/脸谱网公司（Facebook, Inc. NASDAQ：FB）
Google	指	谷歌公司（Alphabet, Inc. NASDAQ：GOOG）
京东、京东商城	指	JD.COM.INC.,系美国上市公司，其拥有综合性 B2C 网上购物平台京东商城（www.jd.com）
天猫、天猫商城	指	阿里巴巴集团下属综合性 B2C（Business-to-Consumer）网上购物平台（www.tmall.com）
阿里巴巴国际站	指	阿里巴巴集团下属国内创立最早，交易规模最大的出口型 B2B 平台（www.alibaba.com）
京东自营	指	区别于第三方品牌入驻销售的模式，为京东自主进行销售和配送的在线零售模式
巨商汇、巨商汇网络	指	青岛巨商汇网络科技有限公司，是青岛海尔旗下网络运营平台
抖音	指	由字节跳动孵化的一款音乐创意短视频社交软件，是进行社交、购物、产品销售等短视频社区平台
上海集邦	指	上海集邦贸易有限公司，系星巴克供应链
吨吨健康	指	吨吨健康科技集团有限公司
瑞幸咖啡	指	瑞幸咖啡科技（海南）有限公司
霸王茶姬	指	四川茶语道企业管理有限公司，霸王茶姬系其品牌
招股说明书、本招股说明书	指	浙江同富特美刻股份有限公司招股说明书
保荐人、保荐机构、主承销商、光大证券	指	光大证券股份有限公司
会计师、发行人会计师、立信会计师	指	立信会计师事务所（特殊普通合伙）

律师、发行人律师、国浩律师	指	国浩律师（杭州）事务所
股东大会/股东会	指	浙江同富特美刻股份有限公司股东大会/股东会
董事会	指	浙江同富特美刻股份有限公司董事会
监事会	指	浙江同富特美刻股份有限公司监事会
证监会、中国证监会	指	中国证券监督管理委员会
北交所	指	北京证券交易所
股转公司、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
章程、公司章程、《公司章程（草案）》	指	《浙江同富特美刻股份有限公司章程（草案）》（北交所上市后适用）
《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》
《分层管理办法》	指	《全国中小企业股份转让系统分层管理办法》
《注册管理办法》	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》
《北交所上市规则》	指	《北京证券交易所股票上市规则》
本次发行	指	公司本次向不特定合格投资者公开发行股票的行为
万元、元	指	人民币万元、元
报告期	指	2022 年度、2023 年度、2024 年度
报告期各期末	指	2022 年末、2023 年末、2024 年末
会计准则/企业会计准则	指	《企业会计准则》
新收入准则	指	财政部修订后的《企业会计准则第 14 号——收入》
新租赁准则	指	财政部修订后的《企业会计准则第 21 号——租赁》
专业名词释义		
B2C、2C	指	Business to Customer，指进行电子商务交易的供需双方为企业对个人，通过使用网络技术或各种商务网络平台完成商务交易的过程
B2B、2B	指	Business to Business，指进行交易的供需双方都是商家（或企业、公司），通过使用网络技术或各种商务网络平台完成商务交易的过程
B2B2C	指	Business-to-Business-to-Customer，指商户通过销售给第三方电商平台最终向消费者销售产品和服务的商业零售模式。第三方电商平台提供高附加值服务，并拥有客户管理、信息反馈、数据库管理、决策支持等功能
跨境电商	指	Cross-border E-commerce，跨境电子商务的简称，指分属不同关境的交易主体，通过电子商务平台达成交易、进行电子支付结算，并通过跨境电商物流及异地仓储送达商品，从而完成交易的一种国际商业活动。主要分为企业对企业（即 B2B）和企业对消费者（即 B2C）的贸易模式
DTC 模式	指	Direct To Customer，直接面对消费者的营销模式，它包括任何以终端消费者为目标而进行的传播活动，它与传统媒体如电视广告等的传播方式相比，优势主要体现在更接近消费者，更关注消费行为的研究，更重视消费者生活形态的把握
ERP	指	企业资源计划（Enterprise Resource Planning），是一种主要面向制造行业进行物质资源、资金资源和信息资源集成一体化管理的企业信息管理系统
FBA	指	Fulfillment by Amazon，是 Amazon 提供的代发服务，Amazon 卖家把自身货物发往 Amazon 仓库，由 Amazon 在海外提供专业的仓储和物流服务，负责货物的选拣、存储、包装和运输

MES	指	制造企业生产过程执行管理系统 Manufacturing Execution System 的缩写，指面向制造企业车间执行层的生产信息化管理系统
WMS	指	仓库管理系统 Warehouse Management System 的缩写，是指通过入库业务、出库业务、仓库调拨、库存调拨和虚仓管理等功能，对批次管理、物料对应、库存盘点、质检管理、虚仓管理和即时库存管理等功能综合运用的管理系统，有效控制并跟踪仓库业务的物流和成本管理全过程，实现或完善企业的仓储信息管理
PLM	指	产品全生命周期管理系统，Product Life-Cycle Management 的缩写，是指管理产品从需求、规划、设计、生产、经销、运行、使用、维修保养、直到回收再用处置的全生命周期中的信息与过程。它既是一门技术，又是一种制造的理念。它支持并行设计、敏捷制造、协同设计和制造，网络化制造等先进的设计制造技术
贴牌产品	指	销售方根据品牌商的要求，为品牌商提供产品和产品配件，由品牌商负责销售的产品
KA、SKA、GSKA	指	指阿里巴巴平台划分的重点商家类型。KA=Key Account 重点商家，SKA=Super Key Account 高级重点商家，GSKA=Group Super Key Account 集团型高级重点商家
ICBU	指	International Core Business Unit，指阿里巴巴国际事业部，负责阿里巴巴集团全球跨境电商 B2B 业务
can	指	（盛食品或饮料的）金属罐；一听（的量）；（装运液体用的）金属容器，比如 15 cans 指 15 罐或者 15 听
qt	指	夸脱，1qt=0.95L
手板测试	指	通常初步研发或设计完成的产品均需要进行手板测试，手板测试是验证产品可行性的第一步，是找出设计产品的缺陷、不足、弊端最直接且有效的方式，从而对缺陷进行针对性的改善，直至不能从个别手板样中找出不足的一系列改进过程。
DFM	指	Design For Manufacturing，是全寿命周期设计的重要研究内容之一，也是产品设计与后继加工制造并行设计的方法。在设计阶段尽早考虑与制造有关的约束，全面评价和及时改进产品设计，可以得到综合目标较优的设计方案，并可争取产品设计和制造一次成功，以达到降低成本、提高质量、缩短产品开发周期的目的。
PP	指	聚丙烯（polypropylene，PP），是一种性能优良的热塑性合成树脂，为无色半透明的热塑性轻质通用塑料。
POM	指	学名缩醛树脂、聚氧亚甲基。全名聚甲醛树脂，简称聚甲醛，热塑性结晶聚合物。被誉为“超钢”或者“赛钢”。英文缩写为 POM。通过甲醛聚合所得之聚合物，聚合度不高，且易受热解聚。
ABS	指	丙烯腈（A）-丁二烯（B）-苯乙烯（S）共聚物，是一种强度高、韧性好、易于加工成型的热塑性高分子结构材料，即 Acrylonitrile Butadiene Styrene 的简称。

本招股说明书任何表格中若出现总计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	浙江同富特美刻股份有限公司	统一社会信用代码	91330100MA2AXAH991
证券简称	同富股份	证券代码	874149
有限公司成立日期		股份公司成立日期	2017 年 10 月 7 日
注册资本	102,050,000 元	法定代表人	姚华俊
办公地址	浙江省杭州市上城区新业路 8 号华联时代大厦 A 幢 13 层		
注册地址	浙江省杭州市上城区九盛路 9 号 A17 幢 5 楼 530 室		
控股股东	浙江同富控股有限公司	实际控制人	姚华俊、廖妍玲
主办券商	光大证券股份有限公司	挂牌日期	2024 年 1 月 26 日
上市公司行业分类	制造业（C）		金属制品业（C33）
管理型行业分类	制造业（C）	金属制品业（C33）	金属制日用品制造（C338） 其他金属制日用品制造（C3389）

二、 发行人及其控股股东、实际控制人的情况

（一）发行人的情况

发行人的基本情况详见本节之“一、发行人基本情况”。

（二）控股股东情况

同富控股直接持有发行人 52.57%的股份，为发行人的控股股东。

（三）实际控制人情况

姚华俊通过同富控股间接控制发行人 52.57%的表决权，并直接持有发行人 17.25%的股份，廖妍玲直接持有公司 1.47%股份，姚华俊、廖妍玲夫妇直接及通过同富控股间接合计控制发行人 71.29%的表决权。

徐荣培直接持有发行人 14.11%的股份，并与姚华俊、廖妍玲夫妇签署了《一致行动协议》，约定在公司董事会、股东大会中采取“一致行动”并在行使表决权时采取相同的意思表示，无法达成一致意见的，以姚华俊的意见为准。

综上，姚华俊、廖妍玲夫妇通过直接、间接持股和一致行动关系合计控制公司 85.40%的表决权，同时姚华俊在公司担任董事长、总经理，廖妍玲担任董事，因此，姚华俊、廖妍玲夫妇为发行人实际控制人。

报告期内，公司实际控制人未发生变化。

控股股东、实际控制人的基本情况参见本招股说明书“第四节发行人基本情况”之“四（一）控股股东、实际控制人情况”。

三、 发行人主营业务情况

公司是一家主要从事不锈钢保温器皿等产品的研发、设计、生产和销售，以“品牌+科技+文创”为可持续发展理念，销售渠道与电子商务深度融合的跨境 B2B 电商企业。公司产品具备外观时尚、节能环保、安全便携等特点，广泛应用于家居、办公、户外、旅行、餐饮、礼品等众多领域以及不同消费人群。

公司是《不锈钢真空旅行壶》《真空杯绿色设计产品评价技术规范》《杯壶类产品通用技术要求》《纯钛真空杯》《数显杯壶》等行业标准起草单位之一，是国家工业和信息化部“2019 年度企业上云典型案例”企业，获授“浙江省博士后流动站”。公司主要生产中心金维克科技被浙江省经济和信息化厅认定为 2023 年度浙江省专精特新中小企业。公司拥有较强的研发设计能力，研发设计团队每年能够形成新品设计方案 450 件以上，先后获得了德国红点产品设计奖、德国设计奖、德国 IF 奖、“中国的杯子”创意设计大赛金奖、美国“MUSE 金奖”、美国“IDA 荣誉奖”等奖项。公司在较为完善的境内外营销渠道体系基础上，不断加大互联网线上渠道的投入，持续打造集设计、研发、生产、品牌、线上线下全面的电商业务链，拓展获客渠道的范围，较为突出的研发设计能力和完善的营销体系是公司保持收入稳定增长的主要因素。

公司不仅获得了 Simple Modern、HYDROJUG、AquaFlask、TAKEYA、BRUMATE、百事、星巴克、沃尔玛等国际知名品牌商或大型超市的认可并建立较为稳定的合作关系，也不断通过赞助大型赛事、会议、明星代言、视频直播带货等多种形式，推广自主品牌产品，打造 TOMIC、Bottle Bottle 等品牌矩阵，形成覆盖多目标群体、多应用场景的系列产品。公司 TOMIC 保温杯、保温壶入选 G20 杭州峰会选用产品，并成为杭州 2022 年第 19 届亚运会官方杯壶供应商，进一步提升了公司品牌知名度。

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)	2,037,310,928.95	1,668,022,703.59	1,364,809,506.33
股东权益合计(元)	1,177,006,047.91	996,420,186.99	812,928,515.39
归属于母公司所有者的股东权益(元)	1,175,657,052.40	995,009,493.99	811,658,223.07
资产负债率（母公司）（%）	16.35	40.09	33.81

营业收入(元)	2,760,387,529.73	2,117,690,797.86	1,972,836,437.17
毛利率(%)	24.74	26.51	25.86
净利润(元)	231,268,629.15	180,440,082.97	218,426,693.41
归属于母公司所有者的净利润(元)	231,194,894.34	180,299,682.29	218,317,565.94
归属于母公司所有者的扣除非经常性损益后的净利润(元)	233,305,078.63	181,655,239.31	213,850,769.10
加权平均净资产收益率(%)	21.58	19.97	31.10
扣除非经常性损益后净资产收益率(%)	21.78	20.12	30.46
基本每股收益(元/股)	2.27	1.77	2.14
稀释每股收益(元/股)	2.27	1.77	2.14
经营活动产生的现金流量净额(元)	297,956,158.68	309,594,989.93	227,558,123.91
研发投入占营业收入的比例(%)	1.55	1.29	1.07

五、 发行决策及审批情况

(一) 本次发行已获得的授权和批准

2024年3月25日，公司召开第三届董事会第二次会议，审议通过了本次发行相关的议案，并提请股东大会审议。2024年4月16日，公司召开2023年年度股东大会，审议通过了本次发行相关的议案，并授权董事会办理与公司本次发行并上市有关的事宜。

2025年3月17日，发行人召开第三届董事会第九次会议，审议通过了关于延长本次发行相关股东会决议有效期及股东会授权有效期的议案，并提请股东大会批准。2025年4月3日，发行人召开2025年第一次临时股东会，审议通过了关于延长本次发行相关股东会决议有效期及股东会授权有效期的议案。

(二) 本次发行尚需履行的决策程序及审批程序

根据《公司法》《证券法》《注册管理办法》等有关法律、法规和规范性文件的规定，公司本次发行尚需经北交所审核通过后报中国证监会履行注册程序。

六、 本次发行基本情况

发行股票类型	人民币普通股（A股）
每股面值	人民币 1.00 元
发行股数	不超过 3,402.00 万股（含本数，未考虑超额配售选择权的情况下）；不超过 3,912.30 万股（含本数，全额行使本次股票发行的超额配售选择权的情况下），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 510.30 万股（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京证券交易所认可的方式确定

	发行价格，最终定价方式将由股东大会授权董事会与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	根据北交所的相关规定办理
发行方式	向不特定合格投资者公开发行
发行对象	已开通北交所上市公司股票交易权限的合格投资者，法律、法规和规范性文件禁止认购的除外
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	主承销商余额包销
询价对象范围及其他报价条件	
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	光大证券股份有限公司
法定代表人	刘秋明
注册日期	1996 年 4 月 23 日
统一社会信用代码	91310000100019382F
注册地址	上海市静安区新闻路 1508 号
办公地址	上海市静安区新闻路 1508 号
联系电话	021-52523200
传真	021-62151789
项目负责人	马涛
签字保荐代表人	马涛、葛振雨
项目组成员	柯淦苏、姜一卉、吕光耀、孙齐泽

（二） 律师事务所

机构全称	国浩律师（杭州）事务所
负责人	颜华荣
注册日期	2001 年 2 月 1 日
统一社会信用代码	31330000727193384W

注册地址	老复兴路白塔公园 B 区 2 号楼、15 号楼
办公地址	老复兴路白塔公园 B 区 2 号楼、15 号楼
联系电话	0571-85775643
传真	0571-85775643
经办律师	颜华荣、王婧、高佳玲子

（三） 会计师事务所

机构全称	立信会计师事务所（特殊普通合伙）
负责人	杨志国
注册日期	2011 年 1 月 24 日
统一社会信用代码	91310101568093764U
注册地址	上海市黄浦区南京东路 61 号四楼
办公地址	上海市黄浦区南京东路 61 号四楼
联系电话	0571-85800402
传真	0571-85800465
经办会计师	李勇平、陶书成、李静程

（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	周宁
注册地址	北京市西城区金融大街 26 号金阳大厦 5 层
联系电话	010-58598980
传真	010-58598977

（六） 收款银行

户名	光大证券股份有限公司
开户银行	中国民生银行上海分行陆家嘴支行
账号	0216014040000059

（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

截至本招股说明书签署日，公司与本次发行有关的保荐人、承销机构、证券服务机构及其负责人、高级管理人员、经办人员之间不存在直接或者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

公司主要从事不锈钢保温器皿等产品的研发、设计、生产和销售，产品兼具功能性和时尚性的特点，规格种类多，更新换代频繁，新产品开发设计能力是企业保持竞争优势的关键因素之一。报告期内，公司重视新产品的设计和研发，参与品牌商客户的新产品设计和研发程度较高，在产品的方案设计、相关模具功能件和结构件的开发等方面形成具有自身特点的竞争优势，与品牌商客户形成紧密的合作关系，建立起行业内自身的知名度。公司也重视智能化等新技术的应用，以及提高生产效率、降低成本、提高产品品质等相关技术方面的研发投入，公司主要生产中心金维克科技被浙江省经济和信息化厅认定为 2023 年度浙江省专精特新中小企业。因此公司在新产品研发设计、新材料的应用、生产制造技术改进等方面具有明显的创新特征。

1、创新投入和创新产出总体情况

报告期各期末，公司研发人员数量分别为 89 人、104 人和 186 人，研发人员数量逐期增加，公司研发投入金额分别为 2,107.99 万元、2,725.15 万元和 4,291.40 万元，年复合增长率为 42.68%。

公司产品作为日用消费品，更新换代频繁，外观设计和功能方面需要不断推陈出新，相应的需要保持较高的研发投入。公司的研发投入主要集中在新产品的设计、新功能的开发拓展以及相应生产技术的不断优化和改进等方面。

公司历来重视产品开发设计人员方面的积累和培养，多年来培养了一定规模的开发设计人员团队，每年能推出较多品类、较大数量的新产品以更好的满足各类客户的需求。公司每年新品设计方案超过 450 件，境内专利中外观专利 338 项，以不锈钢器皿为例，每年新产品的收入保持在 50%左右，并保持增长的趋势，2022 年新产品订单销售额为 7.39 亿元，占当期不锈钢器皿总销售额的 47.99%；2023 年新产品订单销售额为 8.39 亿元，占当期不锈钢器皿总销售额的 50.16%；2024 年新产品订单销售额为 12.94 亿元，占当期不锈钢器皿总销售额的 55.04%。公司先后获得了德国红点产品设计奖、德国设计奖、德国 IF 奖、“中国的杯子”创意设计大赛金奖、美国“MUSE 金奖”、美国“IDA 荣誉奖”等奖项。

公司生产制造技术方面的研发投入主要涉及不锈钢器皿的生产工艺、结构设计、表面处理、配件装配等方面，形成提高产品品质、功能升级以及提高生产效率、降低成本的相关核心技术，拥有境内发明专利 4 项，实用新型专利 86 项。公司主要生产中心金维克科技被浙江省经济和信息化厅

认定为 2023 年度浙江省专精特新中小企业。

公司也积极参与行业标准制定，是中国日用杂品工业协会“不锈钢真空旅行壶 T/CNSAIA 001--2020”、中国轻工业联合会“绿色设计产品评价技术规范 真空杯 T/CNLIC 0063—2022”、国家市场监督管理总局“杯壶类产品通用技术要求 GB/T 42762-2023”等标准的起草单位之一。

因此，公司通过持续的开展研发投入，不断开发新产品，改进生产技术，维持公司的创新能力和竞争优势。

2、产品创新和材料应用创新

公司在满足产品外观设计和功能方面需要不断推陈出新的基础上，在智能化、轻量化的产品结构方面进行积极创新，并增加钛材料、回收钢、抗菌钢、超轻钢、无镍钢、铜材料等环保、抗菌、轻量、养生等特性的新材料的应用以及探索无氟塑粉和无铅钎焊料等辅助材料应用，提升产品的耐腐蚀性、抗菌保鲜性以及绿色环保特性，拓展产品的应用范围和市场应用场景。未来公司还将更多天然材料应用于公司产品的创新，进一步提高公司产品的安全性和环保性。

公司研发的智能水杯具备温度显示、高温提醒、忘喝水提醒等功能，同时用户可以自定义设定饮水量、饮水计划，到达提醒时间未饮水，灯带会自动闪烁提醒，不仅保证了饮水的安全和健康，还通过智能化的提醒，帮助消费者养成良好的饮水习惯。

公司目前正在研发的一款电动骑行水杯，旨在解决长时间骑行时饮水不便等问题。该水杯采用创新的气泵结构，用户仅需一键操作，饮水即可轻松喷射而出，骑手可便捷地实现饮水，为用户带来高效、便利的补水方式。

公司也在积极研发以钛金属代替不锈钢的钛杯保温杯。钛金属密度约为铁的一半，机械强度却接近于钢，在同等容量下，钛金属的重量仅为不锈钢的 43%，钛杯轻量化的特征更加明显；此外，通过高温结晶和阳极氧化处理等工艺，除提升钛杯的质感和防滑性能外，可以使钛金属表面形成一层牢固的氧化钛保护膜，既具有极高的化学稳定性、耐酸碱腐蚀性，又具有较强的抑菌性，从而减缓饮料的变质速度，延长其保鲜期，也不会有金属制品的铁锈味，可实现环保养生功效。报告期内，公司钛杯的销量呈现快速增长的趋势，公司天猫“特美刻 TOMIC”旗舰店钛杯成交额取得含钛水具 2024 年双 11 狂欢季热卖店铺第 1 名。“特美刻 TOMIC”钛杯荣获天猫杰出集团品牌、京东“2024 年度钛厨具”领航奖等荣誉。

公司不断开发设计的新产品适应了个性化、差异化、品质化消费需求，并积极探索应用新材料提高产品品质，持续扩大优质消费品供给，不锈钢保温器皿能够部分替代一次性用品，具有环保特点，践行了绿色消费的理念。公司也致力于从产品质量、设计水平、终端形象、用户美誉度等方面打造优秀品牌产品，开发易于携带、方便快捷、时尚个性，兼顾轻量化、数字化、智能化、功能化

的高质量产品，研发创新是驱动公司稳定发展的重要因素，一定程度也促进经济高质量发展。

3、技术创新

公司持续进行提高产品品质、功能升级以及提高生产效率、降低成本方面的生产技术研发投入，不断自主创新，形成公司相应的核心技术。

在提高产品品质、功能升级的相关核心技术方面，公司掌握的变温杯及加工成型工艺能达到迅速降低水温的效果，将水温维持到可饮用温度的效果和功能，实现了产品功能的升级；公司自主研发的杯盖装配定位装置应用，如杯盖定型夹具，新型且结构简单，同时也能避免对产品的划伤，瓶盖点胶定位夹具可以实现对瓶盖的稳定夹持，确保每个瓶盖的点胶位置的一致性，从而可以保证瓶盖的批量密封效果，保证了产品的品质；公司自主研发的抗菌双色塑料杯加工技术，可以生产不同花纹的混色塑料杯，丰富了塑料杯的色彩多样性，并且在原料中添加硅油改性的抗菌剂，使塑料杯具有良好的长效抗菌性能。

在提高生产效率、降低成本的相关核心技术方面，公司掌握的自动化不锈钢保温杯加工成型工艺，实现了杯身尺度的控制和杯口高度控制，提高了生产效率和加工精度，减少了劳动的强度和成本；公司自主研发的注塑件孔内壁去毛刺装置，可以满足绝大多数孔内壁的去毛刺处理要求，而且使用方便，作业效率高；公司自主研发的保温杯水胀排水装置，首先能够加快积水排放速度，提高生产效率，其次便于排除模具内的异物且积水排放彻底，提高杯体品质，通过二次水胀，避免了杯体单次涨幅过大造成杯体报废的情况，降低了生产成本；公司自主研发的保温杯内胆整形装置，结构简单，使用方便，能够将成型不规整、变形或圆度不够的保温杯内胆进行整形矫正，减少次品量，节约成本。

公司上述的主要核心技术已经获得发明专利或实用新型专利，并应用于公司的产业化生产过程中，相对于同行业形成了一定的技术竞争优势。

4、生产自动化、智能化的转型升级

公司不断提高生产制造的自动化、智能化水平，致力于建设自动化、数字化工厂。公司根据产品的制造工艺，制定杯壶制造自动化方案并实施，逐步实现各个生产工序的自动化生产，提高人均生产效率。公司系统性地改进并提升标准化作业程度，实现拉动式准时化生产、流程连续性、物流平衡性、物料快速流转和全过程控制，降低生产制造过程中的在制产品库存，有效缩短了制造周期，提高库存的管理效率，降低制造成本。

公司金工生产线自动化提升后，将原拉管车间工序之间靠筐式流转，转变为整体自动化流水线，消除了中间断点和积压，线上生产人员大幅下降，下降比例可达到 75%，同时减少了产品刮伤、碰伤等不良情况，有效提高了良品率，降低了总体成本。公司自动化设备产线适配性较强，能够满足不同杯型的抛光，可实现不同杯型的切换要求，打破传统产线对作业环境和劳动强度的要

求，具有节能环保、高效、稳定、安全性较高的特点。

公司引入的智能自动测温线，可以应用红外视觉成像技术进行测温，通过红外视觉测温系统的学习功能，使得测试系统更精准、更高效，有效降低产品检测的误差，提高产品一致性及其质量稳定性。

公司生产制造的自动化、智能化程度的提高，离不开采购、生产、销售、管理等方面信息化的发展和应用。公司积极构建 ERP、PLM、MES、WMS、飞书等信息化系统，通过打造生产及管理上的信息化、智能化，可实现生产工艺精准及过程记录动态显示，进一步加强公司的生产管理精细化程度，可缩短产品生产周期、有效减少生产过程的人为干预，从而提高产品一致性及其质量稳定性，综合提高生产效率。

公司在新产品及部件的开发制造工艺、新材料的应用以及工艺技术的改进等方面的创新，以及在自动化、智能化方面的研究开发和应用，既提高公司生产效率、降低成本、增强竞争力，也有利于促进公司从传统产业的转型升级，培育公司发展的新动能，促进公司的高质量发展。

5、创新认可

报告期内，公司营业收入分别为 197,283.64 万元、211,769.08 万元和 276,038.75 万元，营业收入规模较大且呈增长态势。

报告期各期，发行人主要产品不锈钢器皿的销量情况如下：

项目	2024 年度		2023 年度		2022 年度
	数值	变动率	数值	变动率	数值
销售数量（万只）	6,063.63	35.07%	4,489.12	7.82%	4,163.37
销售收入（万元）	235,035.05	40.56%	167,216.37	8.58%	154,003.25

报告期内，发行人主要产品不锈钢器皿销售数量分别为 4,163.37 万只、4,489.12 万只和 6,063.63 万只，业务规模较大。按照 2024 年全球市场规模 641 亿元计算，公司不锈钢器皿收入占比约为 3.67%，已成长为在保温器皿行业中有一定知名度和规模的企业之一，在国内同行业中位于前列，市场地位较高。

发行人通过新颖的产品研发设计、多元化的营销布局、稳定的产品质量、及时的产品交期等，经过电商业务多年经营中的积累，获得了欧美市场客户群体的普遍认可，形成了较为广泛的品牌影响力，逐步积累了具有行业先发优势、覆盖全球市场的客户资源，客户群体主要包括 Real Value、Hydrojug、Superfresh、Takeya、百事、星巴克、沃尔玛等国际知名品牌商与大型商超。此外，发行人还开发和培育了“特美刻 TOMIC”等自主品牌，对国内中高端产品市场具有一定的影响力，并通过亚马逊等境外电商平台，逐步扩大自主品牌的境外影响力。

发行人在产品的销售渠道上与互联网深度融合，是杭州跨境电子商务协会的副会长单位，先后获得了阿里巴巴“杭州区域杭商领袖”、“浙江大区 SKA 商家”、“杭州区域十亿网商”、“浙江省保温杯/壶高新技术企业研究开发中心”等荣誉称号。同时，发行人积极参与行业标准制定，曾是多个行业标准的起草单位之一，且公司主要生产中心金维克科技被浙江省经济和信息化厅认定为 2023 年度浙江省专精特新中小企业。

综上所述，公司自身具有较强的创新特征。

十、 发行人选择的具体上市标准及分析说明

发行人本次发行选择的具体上市标准为《北交所上市规则》2.1.3 条之“（一）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%”。

发行人 2023 年度、2024 年度归属于母公司股东的净利润（扣除非经常性损益前后孰低数）分别为 18,029.97 万元和 23,119.49 万元，符合“最近两年净利润均不低于 1,500 万元”或“最近一年净利润不低于 2,500 万元”的标准；发行人 2023 年度、2024 年度的加权平均净资产收益率（扣除非经常性损益前后孰低数）分别为 19.97%、21.58%，符合“加权平均净资产收益率平均不低于 8%”的标准；结合发行人的盈利能力和市场估值水平，预计发行人公开发行股票后的总市值不低于人民币 2 亿元。因此，公司预计满足所选择的上市标准。

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，发行人在公司治理中不存在特别表决权股份、协议控制架构或类似特殊安排等需要披露的重要事项。

十二、 募集资金运用

公司本次公开发行拟募集资金共计 8.20 亿元，将根据实际经营情况，将募集资金扣除发行费用后的净额用于投资以下项目：

单位：万元

序号	项目名称	预计投资金额	拟使用募集资金金额	项目实施主体	项目备案情况	环保审批情况
1	年产 3,500 万只不锈钢真空保温器皿及 1,500 万只塑料器皿建设	75,941.77	72,500.00	金维克智能	2402-330851-04-01-407806	环境影响报告表已获得衢州市生态环境局批复

	项目					
2	研发检测中心建设项目	9,531.90	9,531.90	金维克科技	2109-330851-04-01-822625	已在衢州市生态环境局智造新城分局备案
合计		85,473.67	82,031.90			

本次发行的募集资金到位后，公司将根据投资项目的建设进度逐步投入上述资金。募集资金未到位前，公司将根据以上项目进度的实际情况利用自筹资金先行投入，募集资金到位后将用于支付项目剩余款项、置换先行投入的自筹资金。如本次发行实际募集资金净额小于上述项目拟投入募集资金额，公司将根据实际募集资金净额，按照项目的轻重缓急等情况，调整并最终决定募集资金的具体投资项目、优先顺序及各项目的具体投资额，不足部分由公司以自有资金或通过银行贷款等融资方式解决；若募集资金满足上述项目投资后尚有剩余（包含募集资金所产生的利息收入），则剩余资金将全部用于公司主营业务相关的项目及主营业务发展所需。本次募集资金运用情况详见本招股说明书之“第九节募集资金运用”。

十三、 其他事项

无。

第三节 风险因素

投资者在评价发行人此次公开发行股票时，除本招股说明书提供的其他各项资料外，应特别考虑下述各项风险因素。下述各项风险按照不同类型进行归类，同类风险根据重要性原则或可能影响投资决策的程度大小排序，但该排序并不表示风险因素依次发生。以下风险因素可能直接或间接对发行人生产经营状况、财务状况和持续盈利能力产生不利影响。

一、经营风险

（一）境内外贸易环境变化的风险

当前国际贸易形势复杂严峻，国际贸易政策、政治环境及产业链的不确定性显著上升。近年来，全球贸易保护主义加速抬头，以美国为代表的主要经济体不断强化产业安全与本土化战略，频繁通过反倾销、反补贴、技术壁垒、加征关税等手段限制外来产品输入，加剧了国际市场的不稳定性。全球贸易体系正面临结构性调整与重构风险，全球供应链割裂、贸易规模收缩以及经济增长放缓的压力不断加剧，对出口导向型企业形成了较大压力，在国际市场需求不确定的背景下，未来发展前景充满挑战与变数。保温器皿行业目前仍以出口为主，公司产品外销比例在 80%左右，主要集中在美国、欧洲、东南亚等国家或地区，其中，出口美国的比例在 60%左右。未来如果国际贸易摩擦进一步升级，特别是在中美贸易关系、地缘冲突、全球关税政策等方面出现恶化，那么公司可能面临业务量下降、毛利率下滑等负面影响，进而将对公司经营业绩造成不利影响。

（二）客户稳定性风险

报告期内，公司向前五大客户合计销售金额分别为 93,217.03 万元、91,089.33 万元和 112,027.85 万元，占当期营业收入的比例分别为 47.25%、43.01%和 40.58%。未来，若公司与现有海外大客户的合作关系发生重大不利变化或客户经营出现不利变化，将致使公司外销收入增速放缓，对公司收入及利润水平造成不利影响。

（三）公司业务模式的经营风险

1、被外协供应商替代的风险

为了提高外协供应商的配合度，发行人需要分享客户部分信息给外协供应商，从而可能面临外协供应商直接与客户接洽合作，公司可能存在被外协供应商替代的风险，进而对公司的经营业绩产生不利影响。

2、生产模式依赖外协及外协供应商管理不当的风险

报告期内，外协生产模式的产品占比较高。未来公司如果对外协厂商未能有效实施管理，将可

能对公司产品质量、订单交期等造成不利影响；同时，随着公司业务规模持续扩大，如诸多外协厂商的经营发展无法满足公司需求，或公司未能寻找到新的合格供应商，将可能对公司的未来发展造成不利影响。

3、外协生产产品品质管控风险

贴牌业务模式下，客户对产品的质量有着严格的要求，随着公司业务规模增长和新产品的不断推出，如果公司不能对外协产品实施有效的质量管控，那么外协产品出现质量问题的风险会增加，从而可能导致公司质量赔偿支出增加和客户资源流失，并会对公司信誉产生不利影响。

4、产业链转移所导致的风险

近年来，在中美贸易摩擦的背景下，存在部分竞争对手选择到海外投资建厂，以应对关税及劳动力成本上升带来的影响，我国的制造厂商存在向东南亚国家转移的趋势。如果未来公司所在的保温器皿行业的产业链发生转移，客户直接从东南亚国家采购产品，则公司被替代的风险会增加，对公司经营业绩造成较大不利影响。

（四）境外经营风险

报告期内，公司先后在中国香港、美国、日本成立销售公司，在柬埔寨、泰国等境外陆续筹建生产基地，2024 年度境外子公司收入合计 8,187.68 万元，虽然目前规模较小，对公司盈利影响较小，但是如果公司境外生产、销售受到国际政治关系，以及各国或地区不同的市场环境、法律环境、税收环境、监管环境等因素的影响，公司对境外控股子公司的管理在管控效率、汇率波动、当地政治与法律的合规性等方面均面临一定风险。

（五）跨境电商市场增速放缓的风险

作为中国外贸的新业态，跨境电商规模发展迅速，根据海关总署统计数据，2024 年我国跨境电商进出口同比增长 10.8%。报告期内，公司跨境电商业务收入占主营业务收入的比例为 60%左右，受电商行业整体发展的影响较大，如果未来跨境电商市场出现增速放缓的情形，则公司可能面临销售增速放缓的风险。

二、财务风险

（一）应收账款无法收回的风险

报告期各期末，应收账款账面价值分别为 30,862.82 万元、33,700.09 万元和 44,765.99 万元，分别占当期流动资产比例为 29.91%、27.70%和 31.81%，金额及占比较高。若在未来经营发展中部分客户经营策略不佳、信用或财务状况出现进一步恶化导致支付困难或者无法支付公司应收账款，公司应收账款存在无法及时收回或无法全部收回的风险，进而对公司经营业绩产生不利影响。

（二）汇率波动风险

报告期内，公司汇兑损益分别为-4,151.32 万元、-453.48 万元和-2,920.58 万元，外销收入占主营业务收入的比例分别为 84.01%、82.67%和 83.67%。由于公司出口销售占比较高，规模较大，公司出口业务相关的外币资产存在因汇率的不利波动产生较大金额汇兑损失的风险。此外，如果人民币不断升值，以外币计价的出口产品会因人民币升值而竞争力受到不利影响，存在部分客户流失或订单移至其他国家或地区的风险。

三、技术风险

（一）产品创新风险

随着消费者消费水平的提高及消费理念的转变，保温器皿在原有保温性能好、安全便携、健康卫生等特点的基础上，被逐步赋予了外观时尚、功能丰富、科技智能、节能环保、健康养生等特色，保温器皿不仅需要在产品质量方面精益求精，还需要不断在外观设计和功能方面推陈出新，以满足消费者多样化的场景需求。如果公司不能跟上市场发展的潮流，保持行业领先的设计和制造工艺水平，快速、及时推出满足市场需求的新产品，将对公司的市场竞争地位和盈利能力产生不利影响。

（二）技术迭代风险

报告期各期，公司研发投入逐期增加，若未来公司未能准确把握技术发展趋势、无法及时调整研发创新机制或研发投入不足，出现关键技术未能突破、技术性能指标未达到预期等情况，公司将面临在技术迭代中落后于竞争对手的风险，将对公司的核心竞争力造成不利影响。

四、法律风险

（一）知识产权或不正当竞争纠纷的风险

发行人需要不断更新升级产品设计和功能或丰富产品种类以保持市场竞争力，专利、商标等知识产权起到越来越重要的作用，发行人不排除面临知识产权或不正当竞争纠纷的风险。若其他方侵犯公司知识产权，或发行人在生产经营过程中对其他方知识产权造成侵害，发行人可能需要通过法律诉讼等方式维护自身权益并由此产生一定的成本，结果也存在一定不确定性，可能对公司的生产经营造成不利影响。

（二）实际控制人控制不当的风险

本次发行前，发行人实际控制人通过直接、间接持股和一致行动关系合计控制公司 85.40%的表决权。本次发行后，实际控制人仍将控制公司 64.05%的表决权，虽然公司已根据相关法律法规等要求，建立了比较完善的法人治理结构和内部控制制度，但实际控制人仍可能通过行使表决权对公司发展战略、生产经营、人事安排等事项实施重大影响，从而影响公司决策的科学性及合理性，存在

损害公司及公司其他股东利益的风险。2023 年，公司实际控制人存在支付员工费用 120 万元情形，虽然已进行账务调整，且占净利润的比例较低，公司仍存在实际控制人控制不当的风险。

五、募集资金投资项目实施风险

本次募集资金投资项目均围绕公司主营业务展开，用于扩大公司生产规模、提高研发能力等。公司“年产 3,500 万只不锈钢真空保温器皿及 1,500 万只塑料器皿建设项目”，投资规模较大，投资回收期较长，建成后折旧摊销费用增加较多，如果市场环境发生不利变化，或者市场拓展不力，公司新增产能不能完全消化，本次募投项目可能面临无法按既定计划实施并实现预期收益的实施风险以及新增产能的消化风险，进而影响公司盈利和经营业绩。此外，由于本次募集资金投资项目建成后，公司生产模式将由“外协生产”为主，变更为“自主生产”为主，对公司人才储备、组织体系以及管理能力提出了更高挑战，假设公司不能妥善解决规模扩大导致的管理问题，可能会对公司生产经营造成不利影响。

第四节 发行人基本情况

一、 发行人基本信息

公司全称	浙江同富特美刻股份有限公司
英文全称	Everich and Tomic Housewares Co.,Ltd
证券代码	874149
证券简称	同富股份
统一社会信用代码	91330100MA2AXAH991
注册资本	102,050,000 元
法定代表人	姚华俊
成立日期	2017 年 10 月 7 日
办公地址	浙江省杭州市上城区新业路 8 号华联时代大厦 A 幢 13 层
注册地址	浙江省杭州市上城区九盛路 9 号 A17 幢 5 楼 530 室
邮政编码	310020
电话号码	0571-86090372
传真号码	0571-87923699
电子信箱	ir@everichgroup.com
公司网址	www.everichgroup.com
负责信息披露和投资者关系的部门	证券部
董事会秘书或者信息披露事务负责人	周英章
投资者联系电话	0571-86090372
经营范围	一般项目：技术服务、技术开发、技术咨询、技术交流、技术转让、技术推广；制造加工：不锈钢真空器皿、不锈钢制品、玻璃制品、塑料制品、陶瓷制品、硅胶制品、奶瓶、研磨器、厨房用具、家居用品、家用电器、运动户外用品；批发零售：不锈钢真空器皿、不锈钢制品、玻璃制品、塑料制品、陶瓷制品、硅胶制品、奶瓶、研磨器、厨房用具、家居用品、家用电器、运动户外用品；服务：经济信息咨询，产品包装设计、文化创意活动策划；货物及技术进出口(除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动)。
主营业务	公司主要从事不锈钢保温器皿等产品的研发、设计、生产和销售。
主要产品与服务项目	公司主要产品为不锈钢器皿、并涵盖其他材质器皿、户外产品等。

二、 发行人挂牌期间的基本情况

(一) 挂牌时间

2024 年 1 月 26 日

（二） 挂牌地点

全国中小企业股份转让系统创新层，证券简称为“同富股份”，证券代码为“874149”。

（三） 挂牌期间受到处罚的情况

挂牌期间，公司不存在受到处罚的情况。

（四） 终止挂牌情况

☐适用 ☒不适用

（五） 主办券商及其变动情况

自挂牌之日起至本招股说明书签署日，公司主办券商为光大证券，未发生变动。

（六） 报告期内年报审计机构及其变动情况

报告期内，公司年报审计机构为立信会计师事务所（特殊普通合伙），不存在变更年报审计机构的情况。

（七） 股票交易方式及其变更情况

自挂牌之日起至本招股说明书签署日，公司的股票交易方式为集合竞价交易方式，公司股票交易方式未发生变更。

（八） 报告期内发行融资情况

报告期内，公司不存在发行融资情况。

（九） 报告期内重大资产重组情况

报告期内，发行人未发生重大资产重组情形。

（十） 报告期内控制权变动情况

报告期内，同富控股为公司的控股股东，姚华俊、廖妍玲为公司实际控制人，公司控股股东及

实际控制人未发生变化。

(十一) 报告期内股利分配情况

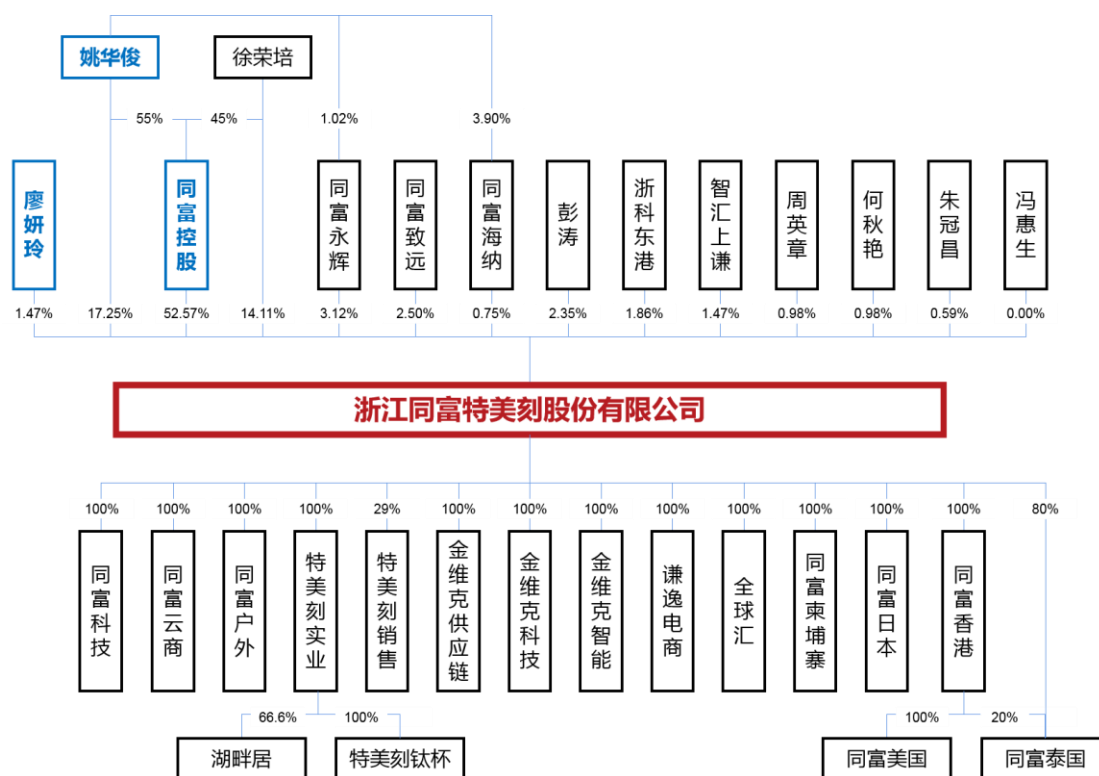
2024 年 5 月,公司向全体股东每 10 股派发现金红利 5 元(含税),共派发现金股利 51,025,000.00 元。

2025年5月,公司向全体股东每10股派发现金红利2元(含税),共派发现金股利20,410,000.00元。

公司上述权益分派均已发放，符合《公司法》等相关规定，不存在超额分配股利情况。

三、 发行人的股权结构

发行人股权结构如下:



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

1、控股股东

同富控股直接持有公司 52.57%的股份，为公司的控股股东，其基本情况如下：

公司名称	浙江同富控股有限公司	
统一社会信用代码	91330104MA28XMEA95	
公司类型	有限责任公司（自然人投资或控股）	
成立时间	2017年9月5日	
法定代表人	廖妍玲	
注册资本	5,000 万元	
实收资本	5,000 万元	
注册地、主要生产 经营地	浙江省杭州市上城区华联时代大厦 A 幢 2402 室	
经营范围	实业投资；服务：企业形象策划，企业管理咨询，经济信息咨询（除商品中介），计算机软硬件、网络技术的技术开发、技术服务、成果转让；批发、零售：针纺织品，工艺美术品，建筑材料，机电设备（除专控），汽车配件，金属材料，五金交电，皮革制品，日用百货。（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）	
主要财务指标	项目	2024.12.31/2024 年度
	总资产（万元）	12,969.68
	净资产（万元）	7,302.18
	营业收入（万元）	-
	净利润（万元）	2,312.37

注：以上财务数据已经杭州天铭会计师事务所（普通合伙）审计。

同富控股的股权结构如下：

序号	股东姓名	认缴出资额（万元）	比例（%）
1	姚华俊	2,750.00	55.00
2	徐荣培	2,250.00	45.00
合计		5,000.00	100.00

2、实际控制人

姚华俊通过同富控股间接控制发行人 52.57%的表决权，并直接持有发行人 17.25%的股份，廖妍玲直接持有公司 1.47%股份，姚华俊、廖妍玲夫妇直接及通过同富控股间接合计控制发行人 71.29%的表决权。

徐荣培直接持有发行人 14.11%的股份，并与姚华俊、廖妍玲夫妇签署了《一致行动协议》，在

公司董事会、股东大会中采取“一致行动”并在行使表决权时采取相同的意思表示，无法达成一致意见的，以姚华俊的意见为准。

综上，姚华俊、廖妍玲夫妇通过直接、间接持股和一致行动关系合计控制公司 85.40%的表决权，同时姚华俊在公司担任董事长、总经理，廖妍玲担任董事，因此，姚华俊、廖妍玲夫妇为发行人实际控制人，报告期内，公司实际控制人未发生变化。

公司实际控制人基本情况如下：

姚华俊先生：1973 年生，中国国籍，无境外永久居留权，身份证号码 330821197309****，硕士学历，高级经济师。1993 年至 2000 年任职于浙茶公司，2000 年开始创业，2005 年起先后创立同富日用品、特美刻日用品、同富跨境和金维克科技等公司。2005 年 7 月至 2019 年 12 月任同富日用品执行董事、经理；2005 年 10 月起至今兼任金维克科技执行董事、经理；2016 年 3 月至 2019 年 12 月兼任同富跨境执行董事、经理；2017 年 9 月至 2021 年 3 月任同富控股执行董事、经理；2017 年 10 月起至今担任公司董事长、总经理，为杭州市上城区政协委员、杭州市上城区工商联合会副会长、杭州跨境电子商务协会副会长、浙江省民营经济国际合作商会副会长、中国日用杂品工业协会杯壶分会副会长。先后获得“2018 年度新锐杭商”、“第五届杭州企业品牌评选活动领军人物”和“第十五届杭州市优秀企业家”等荣誉称号，国家标准《杯壶类产品通用技术要求》及行业标准《不锈钢真空旅行壶》的主要起草人之一。

廖妍玲女士：1975 年生，中国国籍，无境外永久居留权，身份证号码 442000197505****，本科学历。1998 年 7 月至 1999 年 6 月，在广州市第八十二中学任教；1999 年 7 月至 2000 年 12 月，任广东省中山纺织品进出口（集团）公司部门经理；2001 年 1 月至 2002 年 6 月，任中山市新达进出口有限公司部门经理；2002 年 7 月起与姚华俊共同创业；2005 年 7 月至 2017 年 10 月任同富日用品副总经理；2017 年至今任职公司董事；2021 年 3 月至今任同富控股执行董事。

（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，除公司控股股东及实际控制人外，其他持有发行人 5%以上股份的股东为徐荣培，其基本情况如下：

徐荣培先生：1970 年生，中国国籍，无境外永久居留权，身份证号码 332524197008****，截至本招股说明书签署日未在发行人处任职。

（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，发行人股份不存在涉诉、质押、冻结或其他有争议的情况。

（四） 控股股东、实际控制人所控制的其他企业情况

除本公司外，截至本招股说明书签署之日，公司控股股东同富控股不存在控制其他企业或组织的情况。

除同富控股、本公司及其子公司外，截至本招股说明书签署之日，公司实际控制人姚华俊和廖妍玲不存在控制其他企业或组织的情况。

五、 发行人股本情况

（一） 本次发行前后的股本结构情况

本公司发行前总股本为 10,205.00 万股，本次拟发行不超过 3,402.00 万股（含本数，未考虑超额配售选择权的情况下），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%。假设按照公开发行 3,402.00 万股计算，发行前后股本变动情况如下：

本次发行前后，公司股本结构如下：

序号	股东名称	发行前		发行后	
		持股数（万股）	持股比例（%）	持股数（万股）	持股比例（%）
1	同富控股	5,364.99	52.57	5,364.99	39.43
2	姚华俊	1,760.00	17.25	1,760.00	12.93
3	徐荣培	1,440.00	14.11	1,440.00	10.58
4	同富永辉	318.00	3.12	318.00	2.34
5	同富致远	255.00	2.50	255.00	1.87
6	彭涛	240.00	2.35	240.00	1.76
7	浙科东港	190.00	1.86	190.00	1.40
8	廖妍玲	150.00	1.47	150.00	1.10
9	智汇上谦	150.00	1.47	150.00	1.10
10	周英章	100.00	0.98	100.00	0.73
11	何秋艳	100.00	0.98	100.00	0.73
12	同富海纳	77.00	0.75	77.00	0.57
13	朱冠昌	60.00	0.59	60.00	0.44
14	冯惠生	0.01	0.00	0.01	0.00
社会公众股		-	-	3,402.00	25.00

合计	10,205.00	100.00	13,607.00	100.00
----	-----------	--------	-----------	--------

(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	同富控股		5,364.99	5,364.99	52.57
2	姚华俊	董事长、总经理	1,760.00	1,760.00	17.25
3	徐荣培		1,440.00	1,440.00	14.11
4	同富永辉		318.00	318.00	3.12
5	同富致远		255.00	255.00	2.50
6	彭涛		240.00	-	2.35
7	浙科东港		190.00	-	1.86
8	廖妍玲	董事	150.00	150.00	1.47
9	智汇上谦		150.00	-	1.47
10	周英章	董事、副总经理、 董事会秘书	100.00	100.00	0.98
10	何秋艳	副总经理	100.00	100.00	0.98
11	现有其他股东		137.01	77.00	1.34
合计		-	10,205.00	9,564.99	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	姚华俊、廖妍玲	姚华俊、廖妍玲为夫妻关系
2	徐荣培	徐荣培为实际控制人姚华俊、廖妍玲夫妇的一致行动人
3	姚华俊、廖妍玲、徐荣培、同富控股	廖妍玲系同富控股执行董事，姚华俊母亲王素兰系同富控股总经理，姚华俊持有同富控股 55.00%的股权，徐荣培持有同富控股 45.00%股权
4	同富永辉、同富致远、同富海纳	系公司员工持股平台；姚华俊持有同富永辉 1.02%的份额；姚华俊持有同富海纳 3.90%的份额

(四) 其他披露事项

徐荣培与实际控制人姚华俊、廖妍玲夫妇存在一致行动关系，具体如下：

根据姚华俊、廖妍玲夫妇及徐荣培于 2018 年 12 月签署的《一致行动协议》以及 2023 年 10 月签署的《补充协议》，确认姚华俊、廖妍玲夫妇为公司实际控制人，为保障公司持续、稳定发展，提高公司经营、决策的效率，姚华俊、廖妍玲夫妇及徐荣培在公司董事会、股东大会中采取“一致行动”并在行使表决权时采取相同的意思表示。无法达成一致意见的，以姚华俊的意见为准。该协议期限自本协议成立并生效之日起至同富股份股票在上海、深圳或北京证券交易所上市满 36 个月

之日止。

六、股权激励等可能导致发行人股权结构变化的事项

报告期内，公司不存在新增股权激励事项。

（一）发行人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情况

1、股权激励的设立背景

为了吸引和留住优秀人才，调动员工积极性，提升团队凝聚力和企业竞争力，2018 年 12 月，发行人 2018 年第一次临时股东大会审议通过《关于增发股份的议案》，制定并实施了一项股权激励方案，通过 3 个员工持股平台同富永辉、同富致远、同富海纳及员工廖妍玲、周英章、何秋艳、朱冠昌直接持股方式，对公司及其全资子公司部分核心骨干、主管、总监或以上级别的员工进行股权激励。

2、股权激励具体人员构成

直接持股员工为廖妍玲、周英章、何秋艳、朱冠昌，间接持股为同富永辉、同富致远和同富海纳等 3 个持股平台，3 个员工持股平台的持股情况、基本情况和人员构成如下：

序号	股东名称	持股数（万股）	持股比例（%）
1	同富永辉	318.00	3.12
2	同富致远	255.00	2.50
3	同富海纳	77.00	0.75

（1）同富永辉

同富永辉成立于 2018 年 11 月 14 日，由杭州市江干区市场监督管理局颁发社会统一信用代码为 91330104MA2CFG971N 的营业执照，企业类型为有限合伙企业，主要经营场所为浙江省杭州市上城区钱潮路 388 号 1215 室，执行事务合伙人为鲁燕，合伙期限 2018 年 11 月 14 日至长期，经营范围为服务：企业管理。（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）。其出资情况如下：

序号	合伙人姓名	合伙人性质	认缴出资额（万元）	出资比例（%）
1	鲁燕	普通合伙人	57.50	14.47
2	祝春燕	有限合伙人	62.50	15.72
3	方永苗	有限合伙人	50.00	12.58
4	陈洁	有限合伙人	43.75	11.01

5	陈兰兰	有限合伙人	25.00	6.29
6	田振雨	有限合伙人	25.00	6.29
7	徐勤雁	有限合伙人	18.75	4.72
8	石桂玉	有限合伙人	10.00	2.52
9	施晓丹	有限合伙人	10.00	2.52
10	徐晓君	有限合伙人	10.00	2.52
11	何洁	有限合伙人	10.00	2.52
12	吴伟珍	有限合伙人	10.00	2.52
13	秦媛媛	有限合伙人	10.00	2.52
14	陈琦	有限合伙人	6.25	1.57
15	沈芳	有限合伙人	6.25	1.57
16	毛龙莹	有限合伙人	6.25	1.57
17	邢敦卫	有限合伙人	6.25	1.57
18	姚华俊	有限合伙人	4.06	1.02
19	郭少峰	有限合伙人	2.50	0.63
20	任嘉栋	有限合伙人	2.50	0.63
21	洪湖	有限合伙人	2.50	0.63
22	沈敏	有限合伙人	1.88	0.47
23	方丽敏	有限合伙人	1.56	0.39
24	柳善泉	有限合伙人	1.25	0.31
25	余芳	有限合伙人	1.25	0.31
26	沈泮龙	有限合伙人	1.25	0.31
27	黄科飞	有限合伙人	1.25	0.31
28	郑佩佩	有限合伙人	1.25	0.31
29	郑红菊	有限合伙人	1.25	0.31
30	张鹏云	有限合伙人	1.25	0.31
31	吴婷婷	有限合伙人	1.25	0.31
32	何璐	有限合伙人	1.25	0.31
33	陈帅	有限合伙人	1.00	0.25
34	王忠	有限合伙人	0.75	0.19
35	何立乔	有限合伙人	0.75	0.19
36	郎锡军	有限合伙人	0.63	0.16
37	俞宽野	有限合伙人	0.63	0.16
合计		-	397.50	100.00

(2) 同富致远

同富致远成立于 2018 年 11 月 14 日,由杭州市江干区市场监督管理局颁发社会统一信用代码为 91330104MA2CFG904Q 的营业执照,企业类型为有限合伙企业,主要经营场所为浙江省杭州市上城区钱潮路 388 号 1216 室,执行事务合伙人为凌芬,合伙期限 2018 年 11 月 14 日至长期,经营范围为服务:企业管理。(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)。其出资情况如下:

序号	合伙人姓名	合伙人性质	认缴出资额(万元)	出资比例(%)
1	凌芬	普通合伙人	25.00	7.84
2	郑津津	有限合伙人	68.75	21.57
3	兰徐烨	有限合伙人	62.50	19.61
4	杨真尚	有限合伙人	18.75	5.88
5	胡杰	有限合伙人	18.75	5.88
6	郑晓绵	有限合伙人	10.00	3.14
7	杨志超	有限合伙人	10.00	3.14
8	江再其	有限合伙人	10.00	3.14
9	周明	有限合伙人	10.00	3.14
10	曾彩霞	有限合伙人	10.00	3.14
11	卢银月	有限合伙人	6.25	1.96
12	周舒晨	有限合伙人	6.25	1.96
13	干文君	有限合伙人	6.25	1.96
14	金洛蓉	有限合伙人	6.25	1.96
15	杨萍	有限合伙人	6.25	1.96
16	张家平	有限合伙人	6.25	1.96
17	谭翰鹏	有限合伙人	6.25	1.96
18	崔欢	有限合伙人	6.25	1.96
19	任嘉栋	有限合伙人	5.00	1.57
20	潮家进	有限合伙人	3.75	1.18
21	沈明炬	有限合伙人	3.75	1.18
22	周璐璐	有限合伙人	3.13	0.98
23	俞宽野	有限合伙人	1.88	0.59
24	郎锡军	有限合伙人	1.88	0.59

25	郑璐	有限合伙人	1.88	0.59
26	谢彩翠	有限合伙人	1.88	0.59
27	吴中林	有限合伙人	1.88	0.59
合计		-	318.75	100.00

(3) 同富海纳

同富海纳成立于 2018 年 11 月 14 日,由杭州市江干区市场监督管理局颁发社会统一信用代码为 91330104MA2CFG9476 的营业执照,企业类型为有限合伙企业,主要经营场所为浙江省杭州市上城区钱潮路 388 号 1214 室,执行事务合伙人为姚娅琼,合伙期限 2018 年 11 月 14 日至长期,经营范围为服务:企业管理。(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)。其出资情况如下:

序号	合伙人姓名	合伙人性质	认缴出资额(万元)	出资比例(%)
1	姚娅琼	普通合伙人	18.75	19.48
2	姚琳	有限合伙人	12.50	12.99
3	徐慧平	有限合伙人	10.00	10.39
4	徐培伟	有限合伙人	10.00	10.39
5	姚秀丽	有限合伙人	8.75	9.09
6	杨春明	有限合伙人	6.25	6.49
7	毛义娟	有限合伙人	6.25	6.49
8	吴海军	有限合伙人	6.25	6.49
9	姚宏烈	有限合伙人	6.25	6.49
10	张吉树	有限合伙人	3.75	3.90
11	郑晓珍	有限合伙人	3.75	3.90
12	姚华俊	有限合伙人	3.75	3.90
合计		-	96.25	100.00

3、入股价格

员工持股平台及直接持股的员工对发行人入股价格为 1.25 元/股,系参考发行人每股净资产确定,定价合理。

4、股权激励方案对于股权内部流转、退出、管理的规定

项目	主要内容
禁售期	受让激励股权之日起 3 年内不得转让(不含廖妍玲)
流转	禁售期满后,可在公司股东或持股平台合伙人之间转让股权,或由实际控制人按现价

	回购
	出现下列情形的，激励对象持有的激励股权转让给姚华俊或其指定的第三人：（1）激励对象因退休或丧失劳动能力，而与公司或其子公司终止劳动关系或聘用关系的；（2）激励对象死亡的（包括宣告死亡）。
对激励对象的限制	激励对象应当按照法律法规、证券交易所业务规则以及本激励方案的规定锁定激励股权，不得违反相关限制性规定
	激励对象违反下列承诺起 3 日内（根据规则不得减持时为相关限制解除后 3 日内），将所持激励股权以本金加算同期银行存款利率转让给姚华俊或其指定的第三人： （1）自取得激励股权之日起 3 年内，未经姚华俊同意自动离职，劳动合同到期不愿意续签或因本人原因被公司及其子公司解除劳动关系的；（2）自取得激励股权之日起 3 年内，从事对公司及其子公司构成竞争或可能导致竞争活动的；（3）在公司任职期间，出现受贿、索贿、贪污、盗窃、泄露经营和技术秘密以及其他损害公司利益、声誉等违法违规行为；（4）在公司任职期间，因个人犯罪行为被依法追究刑事责任的。如违反本股权激励方案的相关约定，但又不按上条履行的，激励对象应向姚华俊支付相当于激励对象投资金额 3 倍的违约金。

5、股份流通限制和自愿锁定承诺情况

同富永辉、同富致远、同富海纳及廖妍玲、周英章、何秋艳、朱冠昌就股份流通限制和自愿锁定作出了承诺，详见本节“九、重要承诺”。

6、股权激励方案合法合规情况

（1）本次股权激励方案已履行必要的决策程序

本次股权激励方案已经发行人第一届董事会第八次会议及 2018 年第一次临时股东大会审议通过，后续新增激励对象根据本次股权激励方案的约定由董事长作出决定，履行了必要的程序。

（2）遵循自愿原则

根据本次股权激励方案、3 家持股平台出具的声明以及对激励对象的访谈，本次股权激励方案遵循公司自主决定、员工自愿参加的原则，不存在以摊派、强行分配等方式强制实施员工持股计划的情形。

（3）权益平等、风险自担原则

根据本次股权激励方案、持股平台合伙协议及发行人公司章程，员工持股平台与其他投资者均依据《公司法》《公司章程》行使股东权利、履行股东义务，权益平等，并无特殊或优先权利，也不存在利用知悉公司相关信息的优势，侵害其他投资者合法权益的情形；员工持股平台不保证合伙人投资行为的保底收益，合伙人投资本金及投资回报均源自有限合伙的可用资产，参与股权激励的员工盈亏自负，风险自担，不存在侵害其他投资者合法权益的情形。

（4）员工入股以货币出资，并按约定及时足额缴纳

员工所持员工持股平台财产份额均已完成实缴出资，出资方式为货币。员工持股平台也已对发

行人实缴出资，出资方式为货币。

（5）已建立激励股权内部流转、退出、管理机制

发行人已建立健全持股在平台内部的流转、退出机制，以及所持发行人股权的管理机制。具体详见本节上文“4、股权激励方案对于股权内部流转、退出、管理的规定”。

（6）持股平台规范运行情况

同富永辉、同富致远、同富海纳作为员工持股平台，自工商主管部门登记设立以来规范运行至今，无重大违法违规行为，不存在被工商、税务等行政主管部门予以行政处罚的情形，具备法律法规规定的增资入股发行人的股东资格。

（7）持股平台无需备案

同富永辉、同富致远、同富海纳除直接持有发行人股份外，未实际经营任何业务，且不涉及由私募投资基金管理人管理并进行有关投资活动或者受托管理任何私募投资基金的情形，不属于《私募投资基金监督管理暂行办法》《私募投资基金管理人登记和基金备案办法（试行）》等法律法规规定的私募投资基金，不需要按相关法律法规履行私募投资基金备案程序。

综上所述，发行人员工股权激励的实施合法合规，不存在损害发行人利益的情形。

7、股权激励对发行人的影响及上市后的行权安排

上述股权激励对发行人经营状况的影响主要为有助于发行人吸引和留住优秀人才，调动员工积极性，提升团队凝聚力和企业竞争力，为发行人持续、稳定发展提供重要保障。上述股权激励实施完毕前后，发行人控股股东、实际控制人未发生变化，对发行人财务状况、控制权未产生重大影响。上述股权激励计划不存在未行权的情况，不涉及上市后的行权安排。

除上述股权激励外，截至本招股说明书签署日，公司不存在其他已经制定或实施的股权激励及相关安排。

（二）股本形成及变化过程中的对赌协议及其清理

2019年12月18日，广沅启辰、桐创金弘、浙科东港、智汇上谦、炬华联昕、普华臻宜、吴仁德（作为协议“乙方”）分别与姚华俊、徐荣培（作为协议“甲方”）及发行人（作为协议“丙方”）签署《<浙江同富特美刻家居用品股份有限公司增资协议>之补充协议》（以下简称“《补充协议》”），主要内容如下：

1、甲方承诺并确认，在下列任一情况（每一项情况下称“回购情形”）发生时，乙方有权（但非义务）根据本协议约定的程序以书面提出回购要求，甲方应当无条件回购乙方持有的公司股份。

(1) 2023 年 12 月 31 日前，发行人未实现在深沪证券交易所 A 股市场或上海科创板股票发行（但非因公司自身原因造成的延迟除外，如过会后排队发行造成的逾期）；

(2) 如公司发生重大情况，包括但不限于下列情形，乙方有权要求甲方购买乙方持有的全部或部分的公司股份：1) 公司实际控制人发生变更或在申报期内三分之二以上主要高级管理人员发生重大变化（为提升公司管理水平而更换、新增高级管理人员除外）；2) 公司实际控制人因股份变动或其他原因失去对公司的控制；3) 公司主营业务发生重大变化；4) 甲方或丙方出现重大违约的情况，包括但不限于：①甲方或丙方在《增资协议》中所作的陈述或保证存在重大不真实、不准确、不完整的情形；②甲方出现重大个人诚信问题损害丙方利益；③公司的核心资产不再由公司持有；④因违反法律法规经营，公司被政府部门处以重大行政处罚，导致无法继续正常经营或未来上市造成实质性障碍；⑤甲方发生重大违法行为对丙方造成重大不利影响。

2、甲方、丙方确认，丙方对甲方依照前述条款承担的股份回购款支付义务以其全部资产承担连带保证责任。

3、未经乙方同意，公司新增股本及其他股本性证券的价格不得低于乙方本次增资的价格，确保乙方在公司的权益价值不被稀释。如果公司违反前款规定，乙方有权以不高于该增资的对价同比例增资以维持持有的股份比例。

4、本次交易完成后至公司上市之前，甲方所持股份转让给第三方时，乙方有权按照同等条件出售给该第三方。若该第三方拒绝受让，甲方不得出售其股份。

5、本次增资完成后经乙方同意引进的第三方投资机构（或个人），并给予该机构（或个人）比乙方更优惠的利益/权利，则乙方也自动享有同等利益/权利。

2021 年 6 月 1 日，广沅启辰、桐创金弘、浙科东港、智汇上谦、炬华联昕、普华臻宜、吴仁德分别与姚华俊、徐荣培及发行人签署《<浙江同富特美刻家居用品股份有限公司增资协议>之补充协议之解除协议》。约定：“1、各方一致同意，2019 年 12 月 18 日签署的《补充协议》自始无效；2、各方在此无条件地、不可撤销地确认并同意，《补充协议》自始不对各方发生效力，各方亦不会因为《补充协议》及本协议在各方之间发生债权债务关系；3、除另有说明，本协议中所使用的词语或定义与《补充协议》具有相同的含义；本协议约定与《补充协议》约定存在不一致的，按照本协议约定履行；4、本协议自各方签署后成立并生效。”

上述对赌协议已彻底解除，在其解除协议签署前，对赌协议所约定的对赌条件均未触发，不存在履行情况，亦不存在任何一方违反该协议的情形。各方未签署其他任何协议或达成任何安排。各方与发行人、姚华俊、徐荣培之间不存在任何生效或附条件生效的与业绩对赌、业绩补偿或股份回购相关的约定，不存在私下约定在同富股份未通过审核情况下恢复效力的条款。关于股东优先权利的清理、对赌协议及相应解除协议的签署事项，各方均未且无需支付任何对价，不存在“抽屉协议”

或其他特殊利益安排的情形。

自此，公司股本形成及变化过程中的对赌协议等类似安排已彻底清理完毕。除此以外，发行人其他股东已书面确认与发行人及其实际控制人等相关方之间不存在对赌协议。

综上所述，截至本招股说明书签署之日，发行人股东与发行人及其实际控制人等相关方之间不存在对赌协议等类似安排。

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. 浙江金维克家庭用品科技有限公司

子公司名称	浙江金维克家庭用品科技有限公司
成立时间	2005 年 10 月 13 日
注册资本	1.50 亿元
实收资本	1.50 亿元
注册地	浙江省衢州市东港三路 30、32 号
主要生产经营地	浙江省衢州市东港三路 30、32 号
主要产品或服务	主要从事不锈钢保温器皿、塑料器皿等产品的研发、生产和销售
主营业务及其与发行人主营业务的关系	为发行人生产基地，其主营业务与发行人主营业务一致
股东构成及控制情况	发行人持股 100.00%
最近一年及一期末总资产	2024 年末的总资产为 65,594.95 万元
最近一年及一期末净资产	2024 年末的净资产为 33,050.07 万元
最近一年及一期净利润	2024 年度的净利润为 6,656.00 万元
是否经过审计	是
审计机构名称	立信会计师事务所（特殊普通合伙）

2. 杭州特美刻实业有限公司

子公司名称	杭州特美刻实业有限公司
成立时间	2017 年 10 月 8 日
注册资本	3,000 万元
实收资本	3,000 万元
注册地	浙江省杭州市上城区清吟街 108 号 694 室
主要生产经营地	浙江省杭州市上城区新业路 8 号 UDC 华联时代大厦 A 座 3 楼
主要产品或服务	主要从事不锈钢保温器皿等产品的销售业务
主营业务及其与发行人主营业务的关系	为发行人自主品牌的主要销售主体，其主营业务与发行人主营业务一致
股东构成及控制情况	发行人持股 100.00%
最近一年及一期末总资产	2024 年末的总资产为 16,641.12 万元
最近一年及一期末净资产	2024 年末的净资产为 6,810.61 万元
最近一年及一期净利润	2024 年度的净利润为 171.78 万元
是否经过审计	是
审计机构名称	立信会计师事务所（特殊普通合伙）

3. 全球汇品牌管理（杭州）有限公司

子公司名称	全球汇品牌管理（杭州）有限公司
成立时间	2015 年 4 月 3 日
注册资本	1,000 万元
实收资本	1,000 万元
注册地	浙江省杭州市上城区华联时代大厦 A 座 1304 室-01
主要生产经营地	浙江省杭州市上城区华联时代大厦 A 座 1304 室-01
主要产品或服务	主要从事不锈钢保温器皿等产品的销售业务
主营业务及其与发行人主营业务的关系	其主营业务与发行人主营业务一致
股东构成及控制情况	发行人持股 100.00%
最近一年及一期末总资产	2024 年末的总资产为 90.91 万元
最近一年及一期末净资产	2024 年末的净资产为-109.63 万元
最近一年及一期净利润	2024 年度的净利润为-24.22 万元
是否经过审计	是
审计机构名称	立信会计师事务所（特殊普通合伙）

4. 杭州谦逸电子商务有限公司

子公司名称	杭州谦逸电子商务有限公司
成立时间	2020 年 10 月 22 日
注册资本	1,000 万元
实收资本	1,000 万元
注册地	浙江省杭州市上城区九盛路 9 号 A17 幢 5 楼 528 室
主要生产经营地	浙江省杭州市上城区华联时代大厦 A 座 13 楼
主要产品或服务	主要从事不锈钢保温器皿等产品的销售业务
主营业务及其与发行人主营业务的关系	其主营业务与发行人主营业务一致
股东构成及控制情况	发行人持股 100.00%
最近一年及一期末总资产	2024 年末的总资产为 999.99 万元
最近一年及一期末净资产	2024 年末的净资产为 999.99 万元
最近一年及一期净利润	2024 年度的净利润为-0.08 万元
是否经过审计	是
审计机构名称	立信会计师事务所（特殊普通合伙）

5. 杭州同富云商科技有限公司

子公司名称	杭州同富云商科技有限公司
成立时间	2017 年 10 月 16 日
注册资本	500 万元
实收资本	500 万元
注册地	浙江省杭州市上城区华联时代大厦 A 幢 2901 室、2902 室、2903 室、2904 室、2905 室、2906 室
主要生产经营地	浙江省杭州市上城区华联时代大厦 A 幢 2901 室、2902 室、2903 室、2904 室、2905 室、2906 室
主要产品或服务	主要从事不锈钢保温器皿等产品的销售业务

主营业务及其与发行人主营业务的关系	其主营业务与发行人主营业务一致
股东构成及控制情况	发行人持股 100.00%
最近一年及一期末总资产	2024 年末的总资产为 54,959.24 万元
最近一年及一期末净资产	2024 年末的净资产为 24,658.13 万元
最近一年及一期净利润	2024 年度的净利润为 12,875.00 万元
是否经过审计	是
审计机构名称	立信会计师事务所（特殊普通合伙）

6. 杭州同富户外用品有限公司

子公司名称	杭州同富户外用品有限公司
成立时间	2019 年 12 月 18 日
注册资本	500 万元
实收资本	500 万元
注册地	浙江省杭州市上城区九盛路 9 号 A17 幢 5 楼 525 室
主要生产经营地	浙江省杭州市上城区新业路 8 号华联时代大厦 A 座 13 楼
主要产品或服务	主要从事不锈钢保温器皿等产品的销售业务
主营业务及其与发行人主营业务的关系	主要从事户外等产品的销售业务
股东构成及控制情况	发行人持股 100.00%
最近一年及一期末总资产	2024 年末的总资产为 6,771.71 万元
最近一年及一期末净资产	2024 年末的净资产为 4,114.18 万元
最近一年及一期净利润	2024 年度的净利润为 1,664.09 万元
是否经过审计	是
审计机构名称	立信会计师事务所（特殊普通合伙）

7. 浙江金维克供应链有限公司

子公司名称	浙江金维克供应链有限公司
成立时间	2018 年 12 月 6 日
注册资本	500 万元
实收资本	500 万元
注册地	浙江省衢州市绿色产业集聚区东港三路 28 号 3 幢 201 室
主要生产经营地	浙江省衢州市绿色产业集聚区东港三路 28 号 3 幢 201 室
主要产品或服务	从事不锈钢器皿等产品的原材料或设备的采购业务
主营业务及其与发行人主营业务的关系	境外子公司的境内采购主体
股东构成及控制情况	发行人持股 100.00%
最近一年及一期末总资产	2024 年末的总资产为 2,358.16 万元
最近一年及一期末净资产	2024 年末的净资产为 465.67 万元
最近一年及一期净利润	2024 年度的净利润为 167.41 万元
是否经过审计	是
审计机构名称	立信会计师事务所（特殊普通合伙）

8. 同富香港

子公司名称	EVERICH (HK) CORPORATION LIMITED
-------	----------------------------------

成立时间	2017 年 12 月 20 日
注册资本	10,000 港元
实收资本	10,000 港元
注册地	Room 2103, Tung Chiu Commercial Centre,193 Lockhart Road, Wan Chai, Hong Kong
主要生产经营地	Room 2103, Tung Chiu Commercial Centre,193 Lockhart Road, Wan Chai, Hong Kong
主要产品或服务	主要从事不锈钢保温器皿等产品的销售业务
主营业务及其与发行人主营业务的关系	其主营业务与发行人主营业务一致
股东构成及控制情况	发行人持股 100.00%
最近一年及一期末总资产	2024 年末的总资产为 2,623.22 万元
最近一年及一期末净资产	2024 年末的净资产为-2,241.55 万元
最近一年及一期净利润	2024 年度的净利润为-924.12 万元
是否经过审计	是
审计机构名称	立信会计师事务所（特殊普通合伙）

9. 同富美国

子公司名称	EVERICH US LLC
成立时间	2017 年 12 月 28 日
注册资本	-
实收资本	-
注册地	3411 Silverside Road Tatnall Building #104Wilmington DE 19810
主要生产经营地	3411 Silverside Road Tatnall Building #104Wilmington DE 19810
主要产品或服务	未实际经营。持有在美国注册的 Bottle Bottle 商标
主营业务及其与发行人主营业务的关系	目前无实际开展业务
股东构成及控制情况	发行人持股 100.00%
最近一年及一期末总资产	2024 年末的总资产为 0.00 万元
最近一年及一期末净资产	2024 年末的净资产为 0.00 万元
最近一年及一期净利润	2024 年度的净利润为 0.00 万元
是否经过审计	是
审计机构名称	立信会计师事务所（特殊普通合伙）

10. 杭州同富科技制造有限公司

子公司名称	杭州同富科技制造有限公司
成立时间	2021 年 5 月 7 日
注册资本	1 亿元
实收资本	1 亿元
注册地	浙江省杭州市上城区九堡街道九盛路 9 号 A17 幢 5 楼 526 室
主要生产经营地	浙江省杭州市上城区九堡街道九盛路 9 号 A17 幢 5 楼 526 室
主要产品或服务	2021 年新设立，从事智能水杯的研发、生产和销售
主营业务及其与发行人主营业务的关系	其主营业务与发行人主营业务一致
股东构成及控制情况	发行人持股 100.00%
最近一年及一期末总资产	2024 年末的总资产为 28,615.35 万元
最近一年及一期末净资产	2024 年末的净资产为 9,636.02 万元

最近一年及一期净利润	2024 年度的净利润为-88.20 万元
是否经过审计	是
审计机构名称	立信会计师事务所（特殊普通合伙）

11. 浙江金维克智能科技有限公司

子公司名称	浙江金维克智能科技有限公司
成立时间	2022 年 9 月 1 日
注册资本	1 亿元
实收资本	4,000 万元
注册地	浙江省衢州市东港六路 117 号
主要生产经营地	浙江省衢州市东港六路 117 号
主要产品或服务	2022 年 9 月新设立，尚未实际经营
主营业务及其与发行人主营业务的关系	目前无实际开展业务
股东构成及控制情况	发行人持股 100.00%
最近一年及一期末总资产	2024 年末的总资产为 3,874.46 万元
最近一年及一期末净资产	2024 年末的净资产为 3,331.21 万元
最近一年及一期净利润	2024 年度的净利润为-138.12 万元
是否经过审计	是
审计机构名称	立信会计师事务所（特殊普通合伙）

12. 同富户外（柬埔寨）有限公司

子公司名称	同富户外（柬埔寨）有限公司
成立时间	2023 年 1 月 25 日
注册资本	518 万美元
实收资本	175 万美元
注册地	柬埔寨磅士卑省贡比瑟县布列尼比乡杜特农村
主要生产经营地	柬埔寨磅士卑省贡比瑟县布列尼比乡杜特农村
主要产品或服务	从事户外箱包生产、销售
主营业务及其与发行人主营业务的关系	其主营业务与发行人主营业务一致
股东构成及控制情况	发行人持股 100.00%
最近一年及一期末总资产	2024 年末的总资产为 575.79 万元
最近一年及一期末净资产	2024 年末的净资产为 428.04 万元
最近一年及一期净利润	2024 年度的净利润为-414.45 万元
是否经过审计	是
审计机构名称	立信会计师事务所（特殊普通合伙）

13. 同富日本

子公司名称	同富日本株式会社
成立时间	2024 年 2 月 14 日
注册资本	500 万日元
实收资本	500 万日元
注册地	东京都足立区西新井三丁目 3 番 15 号
主要生产经营地	东京都足立区西新井三丁目 3 番 15 号

主要产品或服务	拟从事电子商务平台水杯销售业务
主营业务及其与发行人主营业务的关系	尚未实际经营
股东构成及控制情况	发行人持股 100.00%
最近一年及一期末总资产	2024 年末的总资产为 0.00 万元
最近一年及一期末净资产	2024 年末的净资产为 0.00 万元
最近一年及一期净利润	2024 年度的净利润为 0.00 万元
是否经过审计	是
审计机构名称	立信会计师事务所（特殊普通合伙）

14. 同富泰国

子公司名称	同富泰国有限公司
成立时间	2024 年 4 月 29 日
注册资本	5,900 万泰铢
实收资本	5,900 万泰铢
注册地	春武里府是拉差县考坎颂镇 3 组 890/48 号
主要生产经营地	春武里府是拉差县考坎颂镇 3 组 890/48 号
主要产品或服务	从事保温器皿生产、销售
主营业务及其与发行人主营业务的关系	其主营业务与发行人主营业务一致
股东构成及控制情况	发行人持股 80%，同富香港持股 20%
最近一年及一期末总资产	2024 年末的总资产为 4,260.87 万元
最近一年及一期末净资产	2024 年末的净资产为 833.80 万元
最近一年及一期净利润	2024 年度的净利润为-488.69 万元
是否经过审计	是
审计机构名称	立信会计师事务所（特殊普通合伙）

15. 杭州湖畔居茶器文化有限公司

子公司名称	杭州湖畔居茶器文化有限公司
成立时间	2017 年 5 月 17 日
注册资本	239.52 万元
实收资本	239.52 万元
注册地	浙江省杭州市圣塘景区 1 号-2
主要生产经营地	浙江省杭州市上城区新业路 8 号华联时代大厦 A 座 3 楼
主要产品或服务	主要从事茶器、茶具套装等产品的销售业务
主营业务及其与发行人主营业务的关系	其主营业务与发行人主营业务一致
股东构成及控制情况	发行人持股 66.60%、湖畔居茶楼持股 33.40%
最近一年及一期末总资产	2024 年末的总资产为 645.69 万元
最近一年及一期末净资产	2024 年末的净资产为 403.89 万元
最近一年及一期净利润	2024 年度的净利润为 22.08 万元
是否经过审计	是
审计机构名称	立信会计师事务所（特殊普通合伙）

16. 北京特美刻钛杯科技有限公司

子公司名称	北京特美刻钛杯科技有限公司
成立时间	2024 年 11 月 18 日
注册资本	100 万元
实收资本	100 万元
注册地	北京市海淀区中关村东路 1 号院 8 号楼一层 CG02A1
主要生产经营地	北京市海淀区中关村东路 1 号院 8 号楼一层 CG02A1
主要产品或服务	主要从事钛杯的销售业务
主营业务及其与发行人主营业务的关系	其主营业务与发行人主营业务一致
股东构成及控制情况	特美刻实业持股 100%
最近一年及一期末总资产	2024 年末的总资产为 99.01 万元
最近一年及一期末净资产	2024 年末的净资产为 99.00 万元
最近一年及一期净利润	2024 年度的净利润为-1.00 万元
是否经过审计	否
审计机构名称	不适用

（二） 参股公司情况

√适用 □不适用

1. 浙江特美刻日用品销售有限公司

公司名称	浙江特美刻日用品销售有限公司
成立时间	2008 年 6 月 3 日
注册资本	1,000 万元
实收资本	142.50 万元
注册地	浙江省杭州市上城区钱潮路 388 号 1010 室
主要生产经营地	浙江省杭州市上城区钱潮路 388 号 1010 室
主要产品或服务	从事日用百货销售业务
主营业务及控股方业务情况	其主营业务涵盖公司的主营业务
股东构成及控制情况	发行人持股 29.00%、杭州驰臻实业有限公司持股 48.00%、唐宏兴持股 20.00%、庄凤华持股 3.00%
入股时间	2020 年 11 月 4 日
最近一年及一期末净资产	2024 年末的净资产为 8.44 万元
最近一年及一期净利润	2024 年度的净利润为-0.91 万元
是否经过审计	否
审计机构名称	不适用

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

1、董事			
姓名	提名人	现任职务	任期
姚华俊	董事会	董事长、总经理	2024.3.15-2027.3.14
廖妍玲	董事会	董事	2024.3.15-2027.3.14

周英章	董事会	董事、副总经理、董事会秘书	2024.3.15-2027.3.14
方永苗	董事会	董事、副总经理、财务总监	2024.3.15-2027.3.14
凌芬	董事会	职工代表董事	2024.3.15-2027.3.14
姚娅琼	董事会	董事	2024.8.15-2027.3.14
尹雪鸿	董事会	独立董事	2024.3.15-2027.3.14
程志勇	董事会	独立董事	2024.3.15-2027.3.14
钱存阳	董事会	独立董事	2024.5.30-2027.3.14

本公司现任董事简历如下：

姚华俊先生：1973 年生，中国国籍，无境外永久居留权，硕士学历，高级经济师。1993 年至 2000 年任职于浙茶公司，2000 年开始创业，2005 年起先后创立同富日用品、特美刻日用品、同富跨境和金维克科技等公司。2005 年 7 月至 2019 年 12 月任同富日用品执行董事、经理；2005 年 10 月起至今兼任金维克科技执行董事、经理；2016 年 3 月至 2019 年 12 月兼任同富跨境执行董事、经理；2017 年 9 月至 2021 年 3 月任同富控股执行董事、经理；2017 年 10 月起至今担任发行人董事长、总经理，为杭州市上城区政协委员、杭州市上城区工商联副会长、杭州跨境电子商务协会副会长、浙江省民营经济国际合作商会副会长、中国日用杂品工业协会杯壶分会副会长。先后获得“2018 年度新锐杭商”、“第五届杭州企业品牌评选活动领军人物”和“第十五届杭州市优秀企业家”等荣誉称号，国家标准《杯壶类产品通用技术要求》及行业标准《不锈钢真空旅行壶》的主要起草人之一。

廖妍玲女士：1975 年生，中国国籍，无境外永久居留权，本科学历。1998 年 7 月至 1999 年 6 月，在广州市第八十二中学任教；1999 年 7 月至 2000 年 12 月，任广东省中山纺织品进出口（集团）公司部门经理；2001 年 1 月至 2002 年 6 月，任中山市新达进出口有限公司部门经理；2002 年 7 月起与姚华俊共同创业；2005 年 7 月至 2017 年 10 月任同富日用品副总经理；2017 年至今任发行人董事；2021 年 3 月至今任同富控股执行董事。

周英章先生：1973 年生，中国国籍，无境外永久居留权，2003 年 3 月毕业于浙江大学，管理学博士，曾经在《金融研究》《国际金融》等国内核心学术报刊发表论文 20 余篇。2003 年 3 月至 2007 年 2 月任天一证券有限责任公司投资银行总部高级项目经理、业务董事；2007 年 3 月至 2009 年 10 月任美丝邦中国锦纶有限公司（境外上市公司）副总经理、公司秘书；2010 年 1 月至 2011 年 9 月任浙江开尔新材料股份有限公司副总经理、董事会秘书；2011 年 10 月至 2016 年 6 月任美康生物科技股份有限公司副总经理、董事会秘书；2016 年 7 月至 2017 年 5 月，自由职业；2017 年 6 月至 2017 年 10 月任同富日用品副总经理；2017 年 10 月至今任公司董事、副总经理兼董事会秘书。

方永苗先生：1972 年生，中国国籍，无境外永久居留权，本科学历。1993 年 9 月至 1994 年 12 月任浙江供销技工学校（浙江绍兴贸易经济学校前身）财务；1995 年 1 月至 1997 年 6 月，任宁波

海田果品有限公司（宁波市海田果品交易市场有限公司前身）会计；1997年9月至1999年9月，任宁波柯力传感器制造有限公司（现宁波柯力传感科技股份有限公司）会计；1999年10月至2003年2月，自由职业；2003年3月至2004年9月，任宁波明州三友毛制品有限公司会计；2004年10月至2007年4月浙江新大集团有限公司下属子公司会计；2007年8月至2009年1月任宁波广天家居实业有限公司财务；2009年1月至2017年9月，任同富日用品财务总监；2017年10月至今任公司董事、副总经理兼财务总监。

凌芬女士：1983年生，中国国籍，无境外永久居留权，本科学历。2006年7月至2008年2月，任杭州蜂之语健康食品有限公司财务；2008年3月至2018年12月任特美刻日用品行政总监兼财务经理；2018年1月至今任特美刻实业行政总监兼财务总监；2017年10月至2024年3月兼任发行人董事；2024年3月至今兼任发行人职工代表董事。

姚娅琼女士，1981年生，中国国籍，无境外居留权，硕士学历。2004年7月至2005年10月在苏宁电器股份有限公司任财务助理；2005年11月至2007年12月在杭州临安阿康食品厂任财务助理；2008年2月至2008年6月在杭州科瑞智能建筑系统工程有限公司任业务助理；2008年10月至2017年12月在杭州特美刻日用品有限公司任副总经理；2018年1月至今在杭州特美刻实业有限公司任副总经理；2024年8月至今任公司董事。

尹雪鸿女士：1983年生，中国国籍，无境外居留权，硕士学历。2008年7月至今在浙江工商大学任教，副教授，会计学院党委副书记，主要从事民商法专业的教学研究；2024年3月至今担任发行人独立董事。

程志勇先生：1980年生，中国国籍，无境外居留权，本科学历。2004年7月至2010年9月任立信会计师事务所高级经理，2010年10月至2017年3月任浙江开尔新材料股份有限公司副总经理、董秘、财务总监，2019年5月至今任浙江滕华资产管理有限公司总经理，2019年7月至今任江苏泽宇智能电力股份有限公司独立董事，2023年8月至今任杭州老板电器股份有限公司独立董事，2021年10月至今任杭州唯丰恒企业管理咨询有限公司执行董事兼总经理，2023年1月至今任浙江德宝通讯科技股份有限公司独立董事；2024年3月至今担任发行人独立董事。

钱存阳先生：1971年生，中国国籍，无境外居留权，硕士学历。1997年至今在中国计量大学任教，现任中国计量大学现代科技学院管理学院院长，教授、硕士研究生导师。2024年5月至今担任发行人独立董事。曾获评第八批对口支援阿克苏地区优秀援疆干部人才；浙江省“好党员”称号；浙江省“教育新闻人物”称号；浙江省最美教师提名奖。

2、监事

姓名	提名人	现任职务	任期
鲁燕	职工代表大会	监事会主席（职工代表监事）	2024.3.15-2027.3.14

周舒晨	监事会	监事	2024.3.15-2027.3.14
何璐	监事会	监事	2024.3.15-2027.3.14

本公司现任监事简历如下：

鲁燕女士：1983年生，中国国籍，无境外永久居留权，硕士学历。2006年9月至2008年3月，任杭州美通香薰集团有限公司业务助理，2008年4月至2017年11月任同富日用品业务经理，2017年12月至2020年12月任公司业务经理；2021年1月至今任公司国际业务中心负责人，2017年12月至今任公司监事会主席（职工代表监事）。

周舒晨女士：1992年生，中国国籍，无境外永久居留权，本科学历。2015年4月至2017年9月在特美刻日用品担任运营总监，2017年10月至今在特美刻实业历任运营总监、副总经理，2021年2月至今在公司担任监事。

何璐女士：1989年生，中国国籍，无境外永久居留权，本科学历。2011年9月至2017年9月任中国银行股份有限公司芜湖分行客户经理；2017年10月至2020年7月任公司财务；2020年7月至今在公司证券部工作；2021年2月至今在公司担任监事、公司证券事务代表。

3、高级管理人员

姓名	提名人	现任职务	任期
姚华俊	董事长	总经理	2024.3.15-2027.3.14
周英章	董事长	副总经理、董事会秘书	2024.3.15-2027.3.14
方永苗	总经理	副总经理、财务总监	2024.3.15-2027.3.14
何秋艳	总经理	副总经理	2024.3.15-2027.3.14
任嘉栋	总经理	副总经理	2024.3.15-2027.3.14

本公司现任高级管理人员简历如下：

姚华俊先生：现任本公司董事长兼总经理，简历详见本节上文“1、董事”部分。

周英章先生：现任本公司副总经理兼董事会秘书，简历详见本节上文“1、董事”部分。

方永苗先生：现任本公司副总经理兼财务总监，简历详见本节上文“1、董事”部分。

何秋艳女士：1983年生，中国国籍，无境外永久居留权，大专学历，长江商学院EMBA在读。2003年至2004年任嵊州市机械链轮厂（现浙江中益机械有限公司）外贸业务员；2005年至2016年任同富日用品业务经理；2016年3月至2017年10月任同富跨境执行总经理；2017年至今任同富云商执行总经理；2018年12月至2021年2月任公司监事；2021年2月至今担任公司副总经理。先后获得杭州市江干区政府“钱江商务人才”、阿里巴巴“2020年阿里巴巴国际站外贸新势力大会有为（服务）大奖”等荣誉称号。

任嘉栋先生：1992 年生，中国国籍，无境外永久居留权，本科学历。2016 年 9 月至 2017 年 8 月任职科尔集团科尔珠宝股份有限公司人事主管、副总经理助理；2017 年 9 月至 2021 年 2 月任职杭州革兴企业管理咨询有限公司项目总监；2021 年 3 月至今任公司行政管理中心负责人，2024 年 3 月至今任公司副总经理。

4、公司核心技术人员简介

公司核心技术人员基本情况如下：

姚华俊先生：现任本公司董事长兼总经理，简历详见本节上文“1、董事”部分。

何秋艳女士：现任本公司副总经理，简历详见本节上文“3、高级管理人员”部分。

徐勤雁先生：1984 年生，中国国籍，无境外永久居留权，本科学历。2007 年 9 月至 2011 年 8 月，在杭州浙大旭日科技开发有限公司担任培训讲师职务，2011 年 9 月至 2017 年 11 月任同富日用品技术部经理，2017 年 12 月至今，任公司技术总监。

徐晓君先生：1983 年生，中国国籍，无境外永久居留权，大专学历。2006 年 9 月至 2007 年 6 月，在浙江大学现代工业设计研究所工作；2007 年 7 月至 2017 年 11 月任同富日用品技术部经理，2017 年 12 月至今任公司设计部经理。

（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
姚华俊	董事长、总经理	廖妍玲的配偶	17,600,000	29,569,945		
廖妍玲	董事	姚华俊的配偶	1,500,000			
周英章	董事、副总经理、董事会秘书	-	1,000,000			
方永苗	董事、副总经理、财务总监	-		400,000		
姚娅琼	董事	-		150,000		
凌芬	职工代表董事	-		200,000		
鲁燕	监事会主席、职工代表监事	-		460,000		
周舒晨	监事	-		50,000		
何璐	监事	-		10,000		
何秋艳	副总经理	-	1,000,000			
任嘉栋	副总经理	-		60,000		
徐勤雁	技术总监	-		150,000		
徐晓君	设计部经理	-		80,000		

（三） 对外投资情况

截至本招股说明书签署之日，除投资发行人及其控股股东同富控股、员工持股平台同富永辉、同富致远、同富海纳以外，公司董事、监事、高级管理人员及核心技术人员其他对外投资情况如下：

单位：万元，%

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
姚华俊	董事长、总经理	杭州兴泓华会投资合伙企业（有限合伙）	600.00	40.00
姚华俊	董事长、总经理	杭州聚然企业管理合伙企业（有限合伙）	301.50	29.70
姚华俊	董事长、总经理	杭州艾浦达投资合伙企业（有限合伙）	1,000.00	16.67
姚华俊	董事长、总经理	杭州景弘企业管理合伙企业（有限合伙）	103.17	16.40
姚华俊	董事长、总经理	杭州兴泓材智创业投资合伙企业（有限合伙）	800.00	15.09
姚华俊	董事长、总经理	票量（杭州）出行科技有限公司	75.00	15.00
姚华俊	董事长、总经理	杭州鼎聚锦玉创业投资合伙企业（有限合伙）	500.00	13.89
姚华俊	董事长、总经理	浙江涌江首亿创业投资合伙企业（有限合伙）	800.00	7.92
姚华俊	董事长、总经理	湖州智汇清能股权投资合伙企业（有限合伙）	300.00	6.98
姚华俊	董事长、总经理	杭州凯复数智股权投资合伙企业（有限合伙）	500.00	6.67
姚华俊	董事长、总经理	杭州捷丽投资管理合伙企业（有限合伙）	500.00	5.00
姚华俊	董事长、总经理	杭州虎跃永沃创业投资合伙企业（有限合伙）	400.00	4.41
姚华俊	董事长、总经理	昆山创瑞创灏股权投资中心（有限合伙）	100.00	3.26
姚华俊	董事长、总经理	杭州鼎聚景远创业投资合伙企业（有限合伙）	300.00	2.91
姚华俊	董事长、总经理	上海创瑞允绍投资发展中心（有限合伙）	200.00	2.24
姚华俊	董事长、总经理	杭州虎跃悦夏投资管理合伙企业（有限合伙）	200.00	2.02
姚华俊	董事长、总经理	信号旗智能科技（上海）有限公司	3.04	1.50
姚华俊	董事长、总经理	上海创亦企业管理服务合伙企业（有限合伙）	100.00	1.69
姚华俊	董事长、总经理	上海鸿胜创业投资合伙企业（有限合伙）	100.00	1.33
姚华俊	董事长、总经理	杭州科巢生物科技有限公司	15.00	1.17
姚华俊	董事长、总经理	宁波梅山保税港区智汇润鑫股权投资合伙企业（有限合伙）	500.00	7.14
姚华俊	董事长、总经理	杭州天起科技合伙企业（有限合伙）	150.00	9.38

姚华俊	董事长、总经理	杭州瑞亚企业管理合伙企业（有限合伙）	100.63	5.00
姚华俊	董事长、总经理	湖州硬木股权投资合伙企业（有限合伙）	500.00	14.56
姚华俊	董事长、总经理	杭州晶宝新能源科技有限公司	3.50	0.44
姚华俊	董事长、总经理	浙江兴泓私募基金管理有限公司	357.89	17.00
姚华俊	董事长、总经理	杭州兴泓嘉鹏创业投资合伙企业（有限合伙）	1,100.00	24.44
廖妍玲	董事	杭州兴泓数科投资合伙企业（有限合伙）	100.00	33.33
廖妍玲	董事	浙江华仁科技有限公司	490.00	24.50
廖妍玲	董事	杭州云茶投资管理有限公司	75.00	15.00
廖妍玲	董事	北京茜蒙尼服装服饰有限公司	200.00	3.36
廖妍玲	董事	杭州拓坤投资管理合伙企业（有限合伙）	0.12	1.19
廖妍玲	董事	为权侠（厦门）知识产权科技有限公司	15.00	0.50
廖妍玲	董事	中科宏芯（常州）传感科技有限公司	29.76	4.67
周英章	董事、副总经理、 董事会秘书	浙江万朋数智科技股份有限公司	70.00	0.81
周英章	董事、副总经理、 董事会秘书	浙江臻善科技股份有限公司	64.00	0.86
周英章	董事、副总经理、 董事会秘书	安吉浙楚股权投资合伙企业（有限合伙）	280.00	5.08
程志勇	独立董事	杭州三海电子科技股份有限公司	140.10	2.59
程志勇	独立董事	杭州易护医疗投资管理合伙企业（有限合伙）	6.00	10.00
程志勇	独立董事	杭州唯丰恒企业管理咨询有限公司	99.00	99.00

（四） 其他披露事项

1、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员的兼职情况

截至本招股说明书签署之日，除在发行人及其子公司、参股公司任职以外，公司董事、监事、高级管理人员及核心技术人员兼职情况如下：

姓名	本公司职务	兼职单位	兼职职务	与发行人的关系
姚华俊	董事长、总经理	票量（杭州）出行科技有限公司	监事	-
		浙江兴泓私募基金管理有限公司	董事	关联方
		杭州小创科技有限公司	董事	关联方
廖妍玲	董事	同富控股	执行董事	控股股东
		杭州云茶投资管理有限公司	监事	-

程志勇	独立董事	杭州唯丰恒企业管理咨询有限公司	执行董事兼总经理	关联方
		杭州老板电器股份有限公司	独立董事	-
		浙江德宝通讯科技股份有限公司	独立董事	-
		浙江滕华资产管理有限公司	总经理	关联方

2、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员相互之间的亲属关系

公司董事姚华俊与廖妍玲为夫妻。公司其他董事、监事、高级管理人员及核心技术人员之间不存在亲属关系。

3、董事、监事、高级管理人员的任职资格

（1）董事、监事、高级管理人员合规情况

发行人董事、监事、高级管理人员最近三年不存在涉及行政处罚、监督管理措施、纪律处分或自律监管措施、被司法机关立案侦查、被中国证监会立案调查情况。

（2）董事、监事、高级管理人员具备任职资格

发行人的董事、监事和高级管理人员均不存在法律、法规规定的不得担任上市公司董事、监事和高级管理人员的情形，具备相应的任职资格。

4、董事、监事、高级管理人员近三年内的变动情况

报告期内，公司董事、监事、高级管理人员变动情况如下：

（1）报告期公司董事变动情况

2021年1月1日至2021年2月1日期间，公司董事成员为姚华俊、徐荣培、廖妍玲、周英章、方永苗、凌芬。

2021年2月1日，经公司2021年第一次临时股东大会审议通过，选举姚华俊、徐荣培、方永苗、周英章、凌芬、廖妍玲、任成、李岚、邹峻为公司第二届董事会董事，其中任成、李岚、邹峻为发行人独立董事。

同日，发行人第二届董事会第一次会议选举姚华俊为董事长。

2024年3月15日，经2024年第一次临时股东大会决议通过，选举姚华俊、廖妍玲、徐荣培、周英章、方永苗、李岚、程志勇、尹雪鸿为第三届董事会董事，其中李岚、程志勇、尹雪鸿为独立董事，与职工代表大会选举的凌芬共同组成第三届董事会。

同日，发行人第三届董事会第一次会议选举姚华俊为董事长。

鉴于李岚因个人原因辞去公司独立董事，2024年5月30日，经2024年第三次临时股东大会决议通过，补选钱存阳为第三届董事会独立董事。

鉴于徐荣培因个人原因辞去公司董事，2024年8月15日，经2024年第四次临时股东大会决议通过，补选姚娅琼为第三届董事会董事。

报告期内，公司新增3名独立董事，因换届变更2名独立董事，因董事个人原因辞职补选1名独立董事及1名非独立董事（补选的非独立董事姚娅琼在发行人子公司特美刻实业任职多年），除此以外无其他变化，该等变化未对公司的生产经营产生不利影响。

（2）报告期公司监事变动情况

2021年1月1日至2021年2月1日期间，公司监事成员为鲁燕、杨真尚、何秋艳。

2021年2月1日，经公司2021年第一次临时股东大会审议通过，选举周舒晨、何璐为公司第二届监事会监事，与职工代表大会选举的鲁燕共同组成第二届监事会。

2024年3月15日，经2024年第一次临时股东大会决议通过，选举周舒晨、何璐为公司第三届监事会监事，与职工代表大会选举的鲁燕共同组成第三届监事会。

报告期内，公司监事变动因个人工作安排及监事会换届所致，新聘监事均为公司员工。因此，上述变动未对公司的生产经营产生不利影响。

（3）报告期公司高级管理人员变动情况

2021年1月1日至2021年2月1日期间，发行人高级管理人员包括：总经理姚华俊，副总经理兼财务总监方永苗，副总经理兼董事会秘书周英章。

2021年2月1日，经发行人第二届董事会第一次会议审议通过，聘任姚华俊为公司总经理，聘任周英章、方永苗、何秋艳为公司副总经理，聘任方永苗为公司财务总监，聘任周英章为公司董事会秘书。

2024年3月15日，经第三届董事会第一次会议审议通过，聘任姚华俊为公司董事长、总经理，聘任周英章、方永苗、何秋艳、任嘉栋为公司副总经理，聘任方永苗为公司财务总监，聘任周英章为公司董事会秘书。

报告期内，发行人高级管理人员新增2名副总经理何秋艳、任嘉栋，变动前何秋艳在公司子公司同富云商担任执行总经理，任嘉栋在公司担任行政管理中心负责人。该等变动未导致公司控制权、管理层及核心人员发生重大变化，未对公司经营的持续性、稳定性造成重大影响，不属于董事、高级管理人员的重大变化，未对公司的生产经营产生不利影响。

5、董事、监事、高级管理人员在本公司领取薪酬情况

(1) 薪酬组成、确定依据和履行的程序

发行人董事、监事、高级管理人员薪酬由工资、津贴及奖金等组成。

公司董事会下设薪酬与考核委员会，负责研究董事与经理人员考核的标准并进行考核、负责研究和审查董事和高级管理人员的薪酬政策与方案。薪酬与考核委员会提出的公司董事的薪酬计划，报经董事会同意后提交股东大会审议通过后方可实施；公司高级管理人员的薪酬分配方案须报董事会批准。

报告期内，公司董事、监事、高级管理人员的薪酬方案均已根据《公司章程》《董事会薪酬与考核委员会工作细则》等制度的要求履行了相应的审议程序。

(2) 薪酬总额占发行人各期利润总额的比例

报告期内，发行人董事、监事、高级管理人员薪酬总额占发行人各期利润总额的比例如下：

项目	2024 年度	2023 年度	2022 年度
薪酬总额（万元）	1,810.74	1,638.97	1,649.25
发行人利润总额（万元）	30,213.51	23,847.44	28,563.77
薪酬总额占利润总额比例	5.99%	6.87%	5.77%

注：薪酬总额含股份支付费用，下同。

除以上薪酬外，公司董事、监事、高级管理人员均未在公司关联企业领取薪酬，也未享受其他待遇和退休金计划等。

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)
实际控制人、控股股东、持股董事、监事、高级管理人员、其他	2024 年 12 月 24 日	长期有效	限售承诺	详见“附件一：承诺具体内容”之“1、与本次公开发行有关的承诺情况”
实际控制人、控股股东、持股董事、监事、高级管理人员	2024 年 12 月 24 日	长期有效	股份增减持承诺	同上
实际控制人、控股股东、董事、高级管理人员	2024 年 12 月 24 日	长期有效	稳定股价承诺	同上
公司、实际控制人或控股股东	2024 年 12 月 24 日	长期有效	回购承诺	同上
公司、实际控制人、控股股东、董事、高级管理人员	2024 年 12 月 24 日	长期有效	填补被摊薄即期回报承诺	同上
公司、实际控制人、控	2024 年 12 月	长期有效	分红承诺	同上

股股东、董事、高级管理人员	24 日			
实际控制人	2024 年 12 月 24 日	长期有效	房屋租赁、社保公积金、劳务派遣用工事项相关承诺	同上
实际控制人、控股股东、董事、高级管理人员	2024 年 12 月 24 日	长期有效	规范并减少关联交易的承诺	同上
实际控制人、控股股东、董事、高级管理人员	2024 年 12 月 24 日	长期有效	资金占用承诺	同上
实际控制人、控股股东	2024 年 12 月 24 日	长期有效	同业竞争承诺	同上
全部承诺主体	2024 年 12 月 24 日	长期有效	未履行相关承诺的约束措施	同上

（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、董事、监事、高级管理人员	2023 年 11 月 1 日	长期有效	减少或规范关联交易的承诺	详见“附件一：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、董事、监事、高级管理人员	2023 年 11 月 1 日	长期有效	资金占用承诺	同上
实际控制人或控股股东	2023 年 11 月 1 日	长期有效	同业竞争承诺	同上
实际控制人或控股股东	2023 年 11 月 1 日	长期有效	其他承诺（承担社保及公积金相关责任）	同上
其他	2023 年 11 月 1 日	长期有效	限售承诺	同上
上述承诺主体	2023 年 11 月 1 日	长期有效	未能履行承诺的约束措施	同上

（三） 承诺具体内容

详见“附件一：承诺具体内容”。

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）发行人主营业务

公司的主营业务为从事不锈钢保温器皿等产品的研发、设计、生产和销售。

（二）发行人的主要产品及用途

公司主要产品为不锈钢器皿，并涵盖其他材质器皿、户外产品等，具备外观时尚、节能环保、安全便携等特点，广泛应用于家居、办公、户外、旅行、餐饮、礼品等众多领域以及不同消费人群。

不锈钢器皿	保温杯	
-------	-----	--

		 A lifestyle photograph showing two people sitting at a wooden table outdoors. They are pouring water from colorful insulated bottles (one purple, one pink) into small cups. The bottles have a 'b' logo. There is a pineapple and some fruit on the table.
		 A close-up photograph of a green insulated bottle with a handle, sitting on a wooden tray. Next to it is a glass of coffee and a small plate with snacks. The background is a bright, indoor setting.
	保温壶	 A photograph of a white insulated thermal jug with a handle and a spout, sitting on a wooden table. There are two small white bowls next to it. The background is a simple indoor setting.

	保温罐	
	钛杯	
	钛壶	

塑料和玻璃 器皿	塑料杯	
	玻璃杯	
其他产品	保温包	

	保温箱	
--	-----	--

（三）发行人主营业务收入的主要构成

报告期内，公司主营业务收入按产品分类如下：

单位：万元，%

产品名称	2024 年度		2023 年度		2022 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
不锈钢器皿	235,035.05	86.14	167,216.37	80.05	154,003.25	79.19
塑料器皿	15,279.38	5.60	16,752.09	8.02	12,922.27	6.64
玻璃器皿	2,784.92	1.02	3,182.45	1.52	3,779.26	1.94
其他产品	19,766.77	7.24	21,736.88	10.41	23,780.27	12.23
合计	272,866.12	100.00	208,887.79	100.00	194,485.04	100.00

（四）创始人工作背景、业务发展脉络以及发行人主要经营模式

1、公司创始人工作背景及业务发展脉络

发行人创始人工作背景及保温器皿业务的发展脉络如下：

（1）初创时期（2000 年至 2013 年）公司由贸易逐步向生产转型

发行人业务源于实际控制人的创业经历，发行人实际控制人姚华俊自 1993 年至 2000 年任职于浙茶公司，主管茶叶外贸工作，自 2000 年起开始创业，从事塑料器皿、不锈钢保温杯和保温瓶等水具类产品贸易，为了增强客户的粘性、减少客户的流失，2005 年起开始进入相关产品的生产制造领域，设立了浙江金维克塑料电器有限公司，逐步开始从事水具类杯盖等产品的生产，同年设立的杭州同富日用品有限公司，主要从事塑料器皿和保温器皿的外贸产品销售业务。

为了进一步提高竞争力和增强对客户的服务能力，并且由于贴牌产品的生产制造商参与产品的设计开发的程度呈现逐步加深的趋势，2007 年，产品设计部门得以筹建，开始从事相关产品的设计以及客户图纸修改等工作，从设计源头实现各品类产品的协同效应，同时逐步发展培育自有品牌。同年杭州特美刻日用品有限公司成立，主要从事自有品牌“TOMIC”等品牌塑料器皿和保温器皿的

内销业务。

经过多年的积累和发展，浙江金维克塑料电器有限公司已经从水具类塑料盖生产延伸至塑料器皿类产品的生产。2013 年开始，全球保温器皿市场规模达到近 30 亿美元，并保持较为快速的增长，实际控制人判断未来不锈钢保温器皿的市场空间广阔，开始着手布局不锈钢保温器皿的生产。

（2）快速发展时期（2014 年至 2024 年）成长为具有销售渠道和品牌设计优势的制造型企业

2015 年、2016 年公司成立全球汇品牌管理（杭州）有限公司（原名杭州特美实业有限公司）和杭州同富跨境电子商务有限公司开始通过境内线上和跨境电商渠道销售保温器皿等产品，同时，浙江金维克塑料电器有限公司于 2016 年进入不锈钢保温器皿的生产领域。

在当前欧美市场仍占有较大份额、且生产制造主要在国内的背景下，公司产品以贴牌产品为主，同时也不断开发、生产和销售自主品牌产品，在行业保持稳定增长趋势下，公司抓住跨境电商快速发展的机遇期，凭借良好的产品开发设计和市场服务能力，销售规模逐年呈增长趋势，在自主生产能力不能满足订单需求情况下，利用保温器皿在浙江生产制造集群的距离优势，采用外协生产的方式，满足新增订单的生产制造要求，公司目前定位依然是制造型企业。

公司外协生产主要是生产环节，产品和模具开发设计均由公司负责，公司直接对贴牌产品客户负责，并且公司也按照发展规划逐步增加自主生产产能，在不久的将来将逐步实现产品基本自主生产，因此公司的定位不是垂直类跨境电商企业，也不是品牌、设计、营销(外贸)企业，而是具有较强的产品设计开发能力、营销渠道具有较强优势的制造型企业。营销渠道和产品设计是公司快速发展的两翼，“外协生产+自主生产”相结合的生产模式是公司发展到特定阶段的结果，同行业可比公司存在类似的委托外协厂商进行生产的情形，公司生产、经营符合行业惯例。

得益于跨境电商业务的快速发展，公司 2019 年经营规模突破 10 亿元，2021 年经营规模接近 20 亿元，2015 年至 2021 年，受资金实力、土地条件等限制，公司将有限的资源主要运用于市场开拓、产品开发设计等前端方面，2022 年公司积极与浙江衢州市政府部门沟通，2023 年初通过出让的方式取得 108,116 平方米的工业用地（宗地编号为衢市智造[2022]52 号），主要用于公司“年产 3,500 万只不锈钢真空保温器皿及 1,500 万只塑料器皿建设项目”即本次募集资金投资建设项目。

（3）未来五年（2025 年及以后的五年）

公司将保持目前的营销和产品设计优势，在生产制造端持续投入，建设好“年产 3,500 万只不锈钢真空保温器皿及 1,500 万只塑料器皿建设项目”“同富泰国不锈钢真空保温器皿建设项目”等，建成后，公司将具备年产约 7,000 万只不锈钢器皿产能，从而可实现大多数不锈钢器皿的自产并给未来发展留有一定的产能空间，可弥补公司产能不足的短板，公司将发展成行业内具有一定优势的保温器皿制造型企业。

2、采购模式

公司产品的主要原材料为不锈钢卷料、塑料粒子（包括 PP、AS、Tritan）等，为了满足业务规模快速增长的需要，公司也根据生产能力和生产计划安排等，采购半成品或者成品。目前，公司已建立了稳定可靠的原材料供应渠道，并与主要原材料供应商签订了采购框架协议，以确保原料供应的品质合格、货源稳定，控制原材料的采购成本，对外协半成品、成品供应商通过派驻质量检验人员定期或不定期进行检验指导，并在产品装箱发货前等重点时段进行质量检验，严格把控产品的品质。

3、生产模式

公司产品的生产模式主要采用以销定产、适度备货的模式。保温器皿产品款式多样、品类丰富，部分客户采购需求具有品类多、数量小的特点，因此公司在自主生产的基础上建立了完善的供应链管理体系。公司会根据产能利用情况，综合考虑客户订单的交期要求、质量要求和订单规模，优先安排战略客户订单进行自主生产，同时通过外协生产满足多品类、小批量的产品订单需求。未来，随着本次募投项目的投产，公司将进一步增加自主生产的比例。

发行人生产模式主要分为自主生产和外协生产两大类，其中自主生产模式包括光杯外购和光杯自制两类。在外协生产模式下，外协厂商需自行采购生产所需原辅材料，并负责完整的生产加工过程，同时对于不同客户的产品需求，公司也会进行原材料品牌或材料供应渠道选择的指定。

自主生产的光杯外购模式主要采购不锈钢杯体半成品进行喷漆、喷塑、印刷、打标等工序，并组装杯盖等配件后包装形成产成品。自主生产的光杯自制模式主要采购不锈钢卷料进行加工生产光杯半成品，再进行喷漆、喷塑、印刷、打标等工序，并组装杯盖等配件后包装形成产成品。2024 年公司不锈钢器皿自主生产模式和外协生产模式产量分别为 2,152.10 万只和 4,095.98 万只，产量占比分别为 34.44%和 65.56%。

（1）自主生产

公司自主生产的产品主要为不锈钢器皿和塑料器皿。一方面，公司依靠较为先进的生产技术、熟练的技术工人以及严格的质量控制标准，满足质量要求较高的战略客户的订单需求；另一方面，公司在自主生产的过程中积累技术经验、优化生产工艺流程，有助于外协厂商的管理。

在自主生产过程中，公司因自身不从事电镀、电解工序的生产，存在将电镀、电解加工工序委托给专业的电镀、电解企业进行外协加工的情形。此外，在特定工序（如抽真空、水转印、3D 打印、喷漆、丝印等工序）产能不能满足生产所需的情况下，公司也会采取工序外协加工形式满足自主生产需要。公司外协加工涉及多个工序，但外协加工费总体金额不大，单一工序外协加工业务量较小。报告期内，公司外协加工费用采购情况如下：

项目	2024 年度	2023 年度	2022 年度
外协加工费用（万元）	2,266.07	1,124.23	1,115.66
采购总额（万元）	183,710.31	139,321.07	134,127.54
占比	1.23%	0.81%	0.83%

不锈钢保温器皿的生产过程包括拉管、水胀、焊接等五金加工、抽真空、电解及电镀加工、抛光、表面处理、注塑、组装等多个环节和工序，其中，表面处理包括喷漆、喷塑工序，以及喷漆、喷塑工序后进行的热转印、水染印、气染印、3D/4D 打印等多种印刷工序，根据不同产品的生产需要选择进行。每个环节的技术稳定性对最终产品的质量和品质均会产生影响，从而影响保温效能、表面质量等核心指标，各个环节和工序的加工技术水平整体相对较为成熟。公司生产的核心技术环节主要体现在自动化不锈钢保温杯加工成型工艺、杯盖装配定位装置应用、保温杯水胀排水装置应用、保温杯内胆整形装置应用等提高生产效率、降低成本、提高产品品质的技术和工序以及喷漆、丝印等后续表面处理工序。

公司生产环节中涉及外协委托加工的工序主要为电镀、电解等加工服务，非生产核心步骤，市场供应充分，技术含量较低，不涉及关键工序或关键技术。在产能不足时，公司存在少量的抽真空、表面处理（如水转印、3D 打印、喷漆）等工序进行外协加工，其中，抽真空是影响保温效能的关键工序，表面处理关系到表面质量和产品美观度等，以上两个环节相对较为重要。公司在水转印、3D 打印、喷漆等表面处理工序外协加工时，表面处理的外观设计由公司提供和负责，要求外协加工供应商严格按照公司的要求和标准进行处理，同时对表面处理要求较为严格的战略客户，由公司进行自主生产，保证以优质的产品满足客户的需求。

公司与外协加工厂商在产品质量方面的责任划分主要是以外协加工厂商按照公司提供的款式、数量、质量等标准进行委托加工服务，在交货后由公司进行验收，未达合格率约定的损失由外协加工厂商负责，验收合格产品后续的质量责任由公司承担。

（2）外协生产

公司外协生产的产品主要为不锈钢器皿等。在外协生产模式下，外协厂商需自行采购生产所需原辅材料，并负责完整的生产加工过程，同时对于不同客户的产品需求，也会进行原材料品牌或材料供应渠道选择的指定。外协厂商严格按照公司提供的设计方案进行生产，并由公司质检人员进行质量检查和验收。

1) 外协厂商管理

公司由采购和销售等相关部门人员组成供应商评选小组，对外协厂商实施调查评估，从生产技

术、交货速度、产品质量、价格等多方面进行评估，经现场验厂合格后先进行三至五次的小规模试单，试单合格后列入正式的合格外协厂商名录，形成了较强的供应能力。

2) 外协质量管理

在外协生产过程中，外协厂商严格按照公司的设计图纸和生产要求进行生产，公司派驻质量检验人员定期或不定期对外协厂商进行检查指导，并在产品装箱发货前等重点时段进行质量检验，确保质量合格。

3) 在发行人主要生产贴牌产品的模式下，发行人外购产成品、半成品比例较高的原因及合理性

①特定发展阶段，公司将有限的资源主要向市场开拓、产品开发设计等附加值较高的环节倾斜

报告期内，公司收入较为快速的增长，需要较多的流动资金支持。公司将有限的资源主要向市场开拓、产品开发设计等附加值较高的环节倾斜。

不锈钢保温器皿兼具功能性和时尚性的特点，规格种类多，更新换代频繁，标准化、规模化生产管控难度相对较大，因此具有较强产品设计能力、稳定的产品质量和较强的品牌营销能力的企业，能够获得较高的附加值。公司在主要生产贴牌产品的模式下，主要负责产品的方案设计、相关模具功能件和结构件的开发，生产过程中及完工出库前产成品检验和质量控制等工作。公司在自主生产的基础上，更加注重销售接单、产品开发设计、原材料选取、产品质量检验、报关出口等较为核心的环节，将超出生产能力的销售订单进行外协生产，满足客户对多品类的需求，有助于公司提升核心竞争力。

②国内制造能力强，产能充足，为外协生产提供了良好的基础和条件

经过多年持续发展，国内不锈钢器皿行业形成完整的制造业产业链，生产制造工艺相对成熟，中国已成为全世界最大的不锈钢保温器皿生产国家。国内不锈钢器皿生产企业众多，制造能力强、产能充足，为公司外协生产提供了良好的基础和条件。公司现有产能主要满足对产品品质要求较高的战略客户的订单。公司对产品品质及产品质量稳定性要求更加严格，通过安排生产、货物交付期限等衔接的沟通过程效率更高，对订单的全流程环节把控程度更高，能够更好的服务于客户，增强客户的粘性，提高公司的竞争力。

另外，报告期内，公司不锈钢器皿产能利用率分别为 87.80%、91.99%和 95.65%，已经接近饱和，随着消费者消费习惯和消费节奏向线上转移，公司不锈钢保温器皿产品的订单和收入均实现了快速增长，2023 年、2024 年公司营业收入增长率分别为 7.34%和 30.35%。在自主生产产能无法满足市场需求情况下，公司为了抓住有利的市场时机，在国内制造工艺成熟，生产厂家众多的背景下，

选择利用外观、功能方面的设计优势，外购成品、半成品拓展市场，更好服务于客户，实现收入和规模的快速增长。未来随着公司募投项目等自主产能的投产，外购成品、半成品的比例将会明显降低。

③有助于提高资产运营效率

客户采购不锈钢保温器皿具有产品种类、型号多且分散、单类产品采购量较小且频繁等特点。为了满足客户需求并保证产品质量，公司通过外协生产有助于满足多品类、小批量的产品订单需求，有助于实现弹性产能，提高资产运营效率。

因此，报告期内，公司在自主生产不能满足公司全部销售订单需要时，在保证产品设计和质量的同时，选择外购产成品、半成品等方式满足客户需要，外购产成品、半成品比例较高。

4) 发行人具备独立自主生产能力，生产加工环节、技术水平主要体现在提高生产效率、降低成本、提高产品品质的相关技术方面

经过多年持续发展，保温器皿行业生产技术已较为成熟，行业规模不断壮大，制造能力不断增强，中国已成为全世界最大的保温器皿生产国家。

除电解、电镀生产工序外，公司具备不锈钢保温器皿生产过程中如水胀、焊接、超声波清洗、抽真空、抛光、水转印、3D 打印、丝印、喷漆、喷塑等其他全部工序的生产经验和生产能力。截至 2024 年末，公司具备年产约 2,250 万只不锈钢保温器皿的产品生产能力，具有 7 条全自动拉管线、7 条五金加工生产线、8 条喷塑生产线、3 条喷漆生产线、7 条印刷生产线、激光打标机 75 台等表面处理加工能力，拥有 89 台盖子注塑机，20 条组装和包装生产线，具备不锈钢器皿生产加工所需完整的生产线，公司具备独立自主的生产能力。

公司自主生产不能满足全部销售订单需要时，选择外购产成品、半成品的外协生产方式，公司生产加工环节、技术水平主要体现在提高生产效率、降低成本、提高产品品质等相关技术方面，具体如下：

①提高生产效率、降低成本的相关核心技术

公司掌握的自动化不锈钢保温杯加工成型工艺，实现了杯身尺度的控制和杯口高度控制，提高了生产效率和加工精度，减少了劳动的强度和成本；公司自主研发的注塑件孔内壁去毛刺装置，可以满足绝大多数孔内壁的去毛刺处理要求，而且使用方便，作业效率高；公司自主研发的保温杯水胀排水装置，首先能够加快积水排放速度，提高生产效率，其次便于排除模具内的异物且积水排放彻底，提高杯体品质，通过二次水胀，避免了杯体单次涨幅过大造成杯体报废的情况，降低生产成本；公司自主研发的保温杯内胆整形装置，结构简单，使用方便，能够将成型不规整或变形或圆度不够的保温杯内胆进行整形矫正，减少次品量，节约成本。

②提高产品品质、功能升级的相关核心技术

公司掌握的变温杯及加工成型工艺能达到迅速降低水温的效果，将水温维持到可饮用温度的效果和功能，实现了产品功能的升级；公司自主研发的杯盖装配定位装置应用，如杯盖定型夹具，新颖且结构简单，同时也能避免对产品的划伤，瓶盖点胶定位夹具可以实现对瓶盖的稳定夹持，确保每个瓶盖的点胶位置的一致性，从而可以保证瓶盖的批量密封效果，保证了产品的品质；公司自主研发的抗菌双色塑料杯加工技术，可以制得不同花纹的混色塑料杯，丰富了塑料杯的色彩多样性，并且在原料中添加硅油改性的抗菌剂，使塑料杯具有良好的长效抗菌性能。

因此，公司生产加工环节、技术水平主要体现在提高生产效率、降低成本、提高产品品质等相关技术方面，具备独立自主生产能力。

5) 客户未选择直接向成品供应商采购而是向发行人采购的合理性

公司与贴牌产品客户并未就选择外协生产进行明确约定/限制。报告期各期，仅有客户 Eva Solo 需要对公司的外协供应商要求提供 BSCI 验厂报告后才为其进行产品生产，除此之外，公司可以自主选择或者更换相应的外协供应商进行生产，无需经过客户同意或者认可。

客户未选择直接向成品供应商采购而是向发行人采购的合理性如下：

作为日用消费品，不锈钢保温器皿具有保温性能好、安全便携、健康卫生、外观时尚等特点，在融入文创、时尚、科技等元素后被赋予更多的功能，不仅外观设计更加精美，具有收藏价值，而且能够与轻智能、健康养生紧密结合，具有智能温显、定时提醒喝水等功能。保温器皿不仅需要在产品质量方面精益求精，还需要不断在外观设计和功能方面推陈出新，以满足消费者多样化的场景需求。

在生产技术较为成熟的背景下，快速响应市场需求的产品开发和设计能力以及品质管理是企业的核心竞争力。公司专门设立了研发设计中心，具有较强的研发设计团队，规范的产品设计流程以及突出的产品设计能力，不同程度参与客户产品的外观、功能等设计及优化。

在公司与客户确定产品的具体型号和样式后，公司委托外协供应商进行产品的生产环节，具体的开模要求和尺寸、生产数量计划、产品交期均由公司主导制订。产品的外观设计、型号图纸、使用材料材质、颜色、品牌标识等知识产权信息均由公司负责，外协供应商并无自主决定权，未被许可情况下，产品仅销售给公司，不能自主对外销售，相应知识产权归属公司或客户。

相对外协供应商，公司具有较为明显的研发设计优势，形成了一定的设计开发壁垒，并且产品品质、交期等均由公司直接对贴牌客户负责，因而客户未选择直接向成品供应商采购而是向发行人采购具有合理性。

6) 发行人不存在对相关成品、半成品供应商的依赖

公司具有独立的不锈钢保温器皿生产能力，根据业务发展规划不断扩大自主生产能力。公司生产基地金维克科技地处浙江衢州，依托浙江永康、武义地区产供销完整的产业集群，公司产能不足时，可快速的选定外协供应商，满足销售订单需要。公司主要供应商成立时间较早，合作时间较长，合作情况良好，外协供应商能保证产品供应的稳定性和可持续性，公司对保温器皿外协供应商不存在重大依赖。

公司以外协生产方式外购产成品、半成品存在合理性，公司遵守环保、安全生产、员工社保等方面的法律法规要求，报告期内，公司不存在重大违法违规的情形，不存在利用成品、半成品采购规避环保、安全生产、员工社保等要求的情形。

4、销售模式

公司销售分为境外销售与境内销售两个部分，以销售贴牌产品为主，自有品牌产品为辅。公司贴牌产品的客户主要包括境外品牌商、境外大型商超、境内品牌商等；自有品牌产品的客户主要为境内外终端消费者和直销客户等。

(1) 公司销售模式按照品牌分类

1) 贴牌产品

在欧美、日韩等发达国家和地区，知名品牌商已建立了良好的品牌形象，稳定的市场渠道，占据高端产品市场，市场占有率较高，自主品牌短期内很难在相应市场进行推广，因此，在境外销售方面，公司采取以贴牌产品为主的销售模式。公司主要贴牌产品客户包括 Real Value、Hydrojug、Takeya、Brumate、吨吨健康、百事、沃尔玛、星巴克等，均为境内外相对知名的品牌商、大型商超客户等，公司贴牌产品销售收入占公司主营业务收入的 90%左右。

2) 自有品牌

公司自有品牌主要包括特美刻 TOMIC、Bottle Bottle 等，公司自有品牌产品销售收入占公司主营业务收入的 10%左右。公司拥有的名人系列产品等，形成覆盖多目标群体、多应用场景的产品系列。

(2) 公司销售模式按照渠道分类

公司的销售以境外销售为主，境内销售为辅。境外销售包括跨境电商 B2B 模式、境外线下销售模式、跨境电商 B2C 模式，其中，跨境电商 B2B 模式和境外线下销售模式为公司境外主要的销售

渠道。境内销售包括境内直销模式、电商平台 B2C 模式、电商平台 B2B2C 模式和境内经销模式。公司销售模式按照渠道分类如下：



1) 电子商务模式比较

根据《电子商务模式规范》，B2B 模式下电商平台可不包括物流和支付环节，仅提供交易信息和交易撮合服务。与公司类似的销售商仅在平台获取交易信息，并与客户进行撮合。相比 B2C 模式，B2B 模式具有大批量、低频次、单笔交易金额大等特点。电商平台对销售商最重要的作用是提供信息流，撮合交易，增加获客渠道。销售商一般具有较为熟悉的物流、支付方式以及信用的相互调查和保证方式，电商平台其他服务带来的效益提升不明显，而一般当客户是较小的商家（俗称小 B）或者买卖双方第一次成交时，在网上成交，使用平台物流及支付服务的意愿会较强。

其次，B2B 模式下，产品基本为定制品，客户的需求更加多样化，议价能力较强，对付款方式和账期也会有所要求。客户间的需求也会有比较大的差别，与客户沟通过程比较长，而后续的付款、物流等服务，销售商往往具备成熟的渠道，电商平台类似结算、物流服务的重要性与 B2C 相比会有所降低，因此电商平台对 B2B 交易重点是在提供交易信息和撮合。

再次，与 B2C 模式相比，B2B 模式下，单批次数、金额较大，尤其在复购交易中，网上支付或者第三方支付的费用率会是销售商考虑的一方面因素。由于销售商自身有较为成熟的付款方式，不同的客户一般要求的信用期限也不一致，电商平台网上支付对销售商的吸引力不足，并且为了保护自身的私域流量，销售商对已经较为成熟客户更倾向于不使用电商平台的支付服务，而采用传统结算方式，或者建立独立站，使用第三方支付工具等方式。

公司是跨境电商领域的较早布局者，公司子公司同富云商是专为跨境电商业务成立的，主要从事跨境 B2B 业务，为了保护公司的私域流量、减少交易费用，公司将部分成熟客户的交易放到线下进行交易，公司在信息披露时将该部分最初来源于阿里巴巴国际站等平台的客户，其后续所有交易数据均统计在跨境电商 B2B 模式下。

2) 境外销售

A、跨境电商 B2B 模式

公司跨境电商 B2B 模式，主要通过阿里巴巴国际站、环球资源平台和独立站等线上渠道推广和获客，公司在 B2B 跨境电商平台或者独立站进行信息发布或者推广，与不同关境的买方在 B2B 跨境电商平台上进行交易撮合，最终达成交易。

公司跨境电商 B2B 模式主要面向贴牌产品客户，该模式下主要客户包括 Real Value、Hydrojug、Superfresh、Brumate、Corporate 等，均为国际知名的品牌商等。公司主要获客平台情况如下：

a、阿里巴巴国际站

阿里巴巴国际站成立于 1999 年，是阿里巴巴集团的第一个业务板块，现已成为全球最大的数字化贸易出口平台。公司已在该平台开设了 20 余个站点，按照场景化平台打造，形成一店一特色、一店一场景、一站采购式服务。公司部分场景化产品在阿里巴巴国际站的情况，如下图所示：

①环保场景



②茶场景



③家电场景



④饭盒场景



b、B 端独立站

随着过去两年 SaaS 类建站服务及配套营销推广服务的成熟，独立站已经成为企业跨境经营的获客渠道之一。

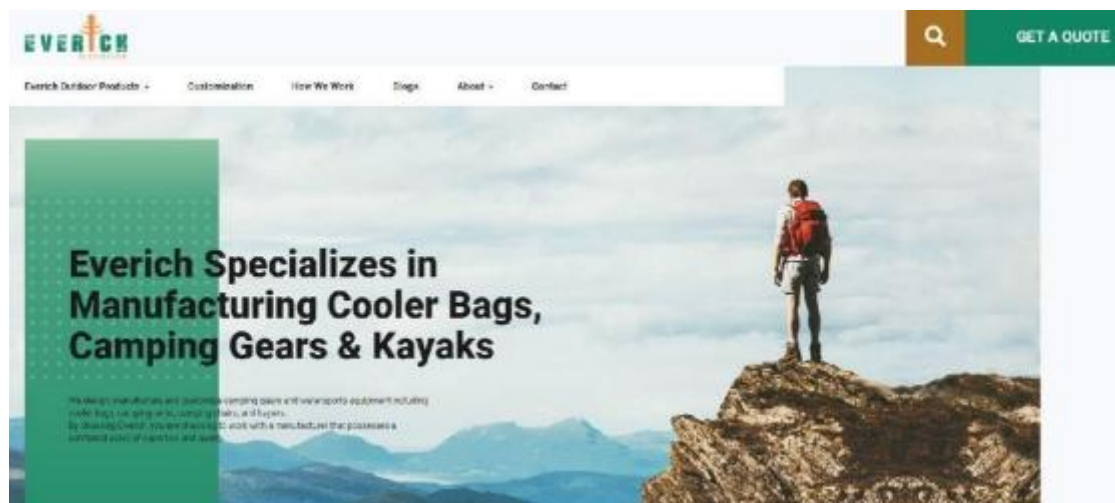
B 端独立站作为公司销售渠道的组成部分，可以实现展示、询价等购物体验。与第三方 B2B 平台相比，独立站的信息容量更大、产品种类更全面、介绍更详细，是潜在商业合作伙伴直接联络公司的渠道，同时也是一个展示公司产品、传播品牌价值的推广平台。

公司目前主要拥有 3 个 B 端独立站，即 everich.com、everichoutdoor.com 和 everichhydro.com。相关独立站截图如下：

①独立站 everich.com



②独立站 everichoutdoor.com



③独立站 everichhydro.com



B、境外线下销售模式

公司境外线下销售模式主要通过国际专业展会方式获客，对应的客户大多为贴牌产品客户，该模式下主要客户包括 Takeya、Base Brands、沃尔玛等，均为国际知名的大型商超、品牌商客户。

公司部分展会场景如下图所示：



公司通过参加法兰克福展、中国进出口商品交易会、东京礼品展和芝加哥家庭用品展等展会，与境内外客户沟通洽谈从而达成合作。

C、跨境电商 B2C 模式

公司跨境电商 B2C 模式，主要借助亚马逊的平台优势、品牌优势与海量消费者群体基础，直接向北美、欧洲和日本等主要发达国家和地区的终端消费者销售产品。

3) 境内销售

A、境内直销模式

报告期内，公司境内直销模式主要系公司面向境内企业客户等直销客户的销售模式，该模式下主要客户包括上海集邦、吨吨健康、瑞幸咖啡、霸王茶姬等贴牌客户，公司以提供定制化的产品为主。

B、电商平台 B2C 模式

公司通过入驻开设自营店铺的形式与天猫商城、京东商城等第三方 B2C 平台开展合作，借助第

三方平台实现产品销售的模式。公司该模式下销售规模较小，2024 年销售收入占比为 1.42%。公司部分店铺截图如下图所示：



C、电商平台 B2B2C 模式

公司的电商平台 B2B2C 模式主要是委托第三方平台如京东自营、巨商汇网络等电商平台进行销售的模式，公司不直接对接终端消费者。公司该模式下销售规模较小，2024 年销售收入占比为 1.67%。公司部分第三方平台店铺截图如下图所示：



D、境内经销模式

公司对经销商进行代理销售授权，经销商向公司采购产品，再由经销商通过其销售渠道进行销

售的模式。公司该模式下销售规模较小，2024 年销售收入占比为 1.66%。

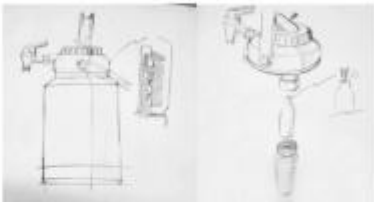
5、新产品开发模式

公司的产品设计开发流程全面覆盖产品分析、选样、企划、设计、打样、外包装和展示环节，研发设计中心与业务部门实时对接。公司依托自有的销售数据、销售系统、阿里巴巴平台、海内外展会等进行智能分析，获取热品、新品信息，包括搜索趋势、商品销量、好评率、图片、竞品信息、引流词等多模态特征，结合运营、供应商资质相关数据，输出新产品需求至研发部门，大大提升了公司新产品开发的效率。针对业务部门或客户提出的新创意，公司的设计师直接参与到客户新产品的的设计开发，及时提供修改方案，做到快速响应和落实，增加客户的下单率。

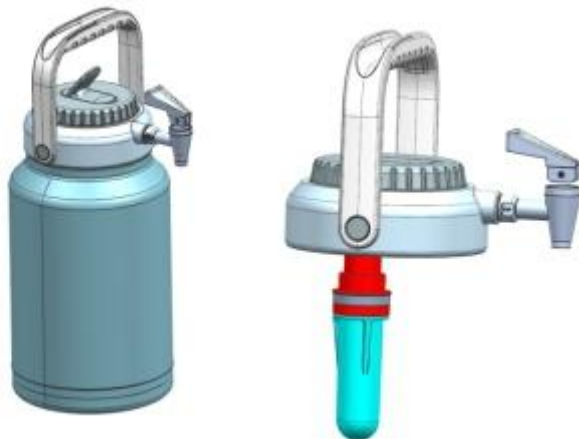
目前，公司产品研发设计团队每年可设计约 450 款，其中，约 100 多款最终开模生产。新产品上架后，公司研发团队会对新产品的销售情况进行持续关注，并结合销售人员获取的产品销售数据，对产品开发流程进行反向指导和调整。公司研发设计团队与销售团队紧密合作，精准地把握市场动态，开发更符合客户偏好的产品。具体产品开发设计流程如下：

1) 产品概念/草图

比如某一客户提供了产品的手绘图，公司根据与客户的沟通情况，整理成以下《新品开发需求表》：

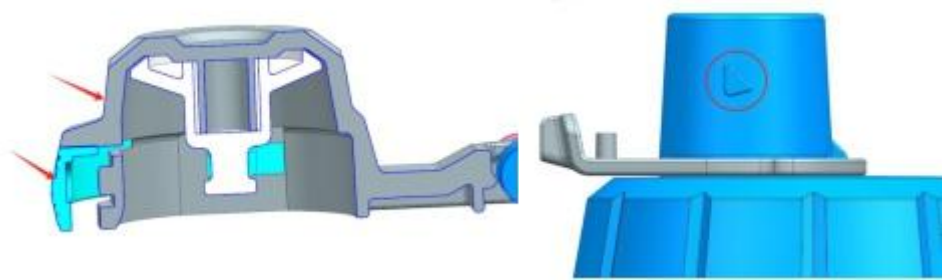
 浙江同富特美刻股份有限公司 新品开发需求表				
申请部门	XXX		申请人	XXX
模式	☒ COB ☐ OEM		申请时间	XXX
产品类型	☒ 新产品研发 ☐ 原有产品功能改进		数据格式	三视图数据格式必须为STEP或STP或X-T，除此之外不接受
样品提供	☐ 是 ☒ 否		样品专利情况	XXX
销售区域	XXX		客户名称	XXX
产品名称	124oz喷雾桶		产品渲染图 	
产品容量 (单位与重量)	124oz			
是否与其他产品有共用件	☐ 是 共用件型号: ☒ 否			
使用群体 《儿童/成人/宠物》	成人			
功能要求	通过震动喷嘴将内部二氧化碳液体，是内罐先施压力，从而可以施压过头，喷出液体，内部需要平衡气压装置，避免压力过大，造成安全隐患			
材质要求	量子PP+杯体SUS304			
表面处理	对位: ☐ 是 ☐ 否 喷涂: ☐ 内喷 ☐ 外喷 ☐ 电镀 ☐ 其他			
OEM项目测试标准默认全标，若有特殊要求则需在下列测试要求处单独选择 OEM项目则根据客户要求，在下列测试要求处进行选择				
测试要求及测试标准	常规测试要求	☒ 冷水 (0-4℃) ☒ 常温水 ☐ 热水 (70℃) 1. 热水要求: ☐ 开水 (>95℃) ☒ 蒸汽/液体 (吨/小时/吨/分钟) ☐ 其他液体: _____ 备注: 若有特殊需要请注明: _____ ☐ EU ☒ FDA ☐ LFGB ☐ BPA FREE 2. 材料检测要求: ☐ CE (图标) ☐ 其他测试标准: _____ 备注: 若有特殊需要请注明: _____ 3. 跌落测试: ☐ 是 ☒ 否 若是, 请详细说明: _____ 4. 液漏测试: ☐ 是 ☒ 否 若是, 请详细说明: _____		
	特殊要求	5. 拉力测试: ☒ 是 ☐ 否 若是, 请详细说明: _____ 6. 保压/保冷要求: ☒ 是 ☐ 否 若是, 请详细说明: _____ 7. 稳定性要求: ☒ 是 ☐ 否 若是, 请详细说明: _____ 8. 客人其他测试要求: _____ (有要求请填写PS若有相关测试的详细文件, 可附上表格)		
结构工程师反馈				

公司技术部根据《新品开发需求表》，完成产品外观的 2D 设计图纸及 3D 设计图纸，供客户确认。相应成品及瓶盖 3D 设计图纸如下：



2) 3D 图纸

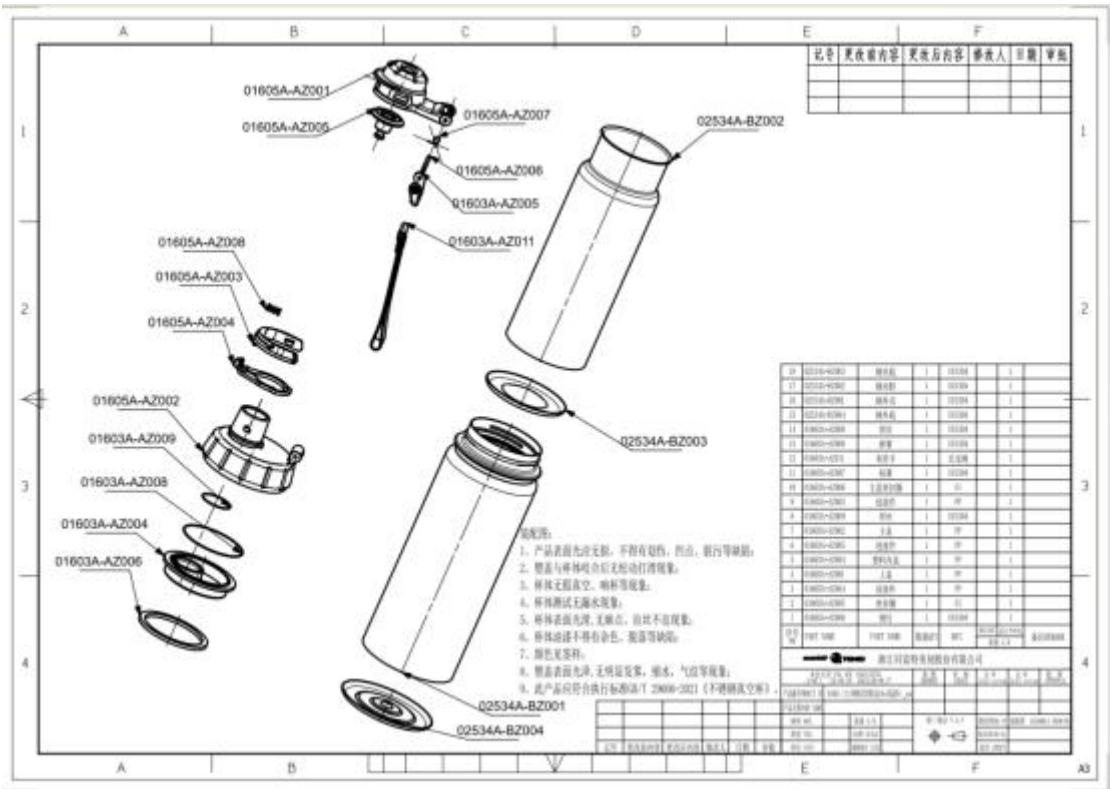
公司产品的设计一般来说杯盖设计较为复杂，包含较多的功能件和结构件，涉及工程、材料等专业学科知识和细节较多，需要较高的产品设计能力和丰富的设计经验，如下图的翻片结构，技术部门需要根据产品需求情况，设计相应产品结构，具体如下：



①材料选择：由于考虑成本及加工，选用 PP 3080+1120。

②尺寸精度考虑：考虑到注塑件的稳定性和外观缩印问题，选用高精密模具。

通过以上因素的考量，公司即形成该产品的 BOM 清单，初步确定生产工艺流程，具体如下：



3) 手板测试

手板测试即通过测试翻片开关，打开、关闭等，确定相关部件的功能是否可实现，进一步确定

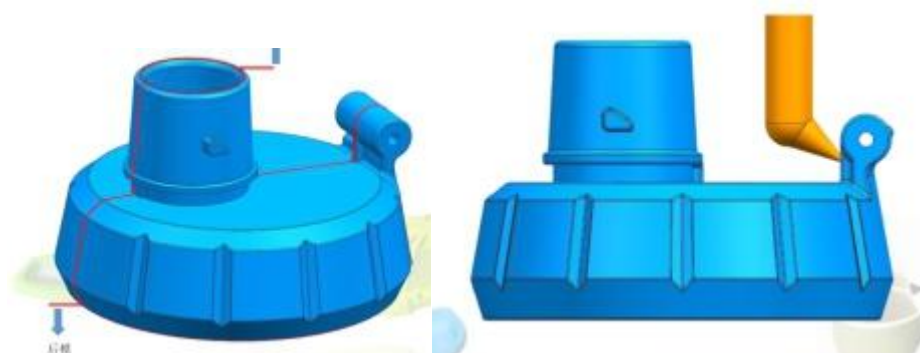
外观设计。



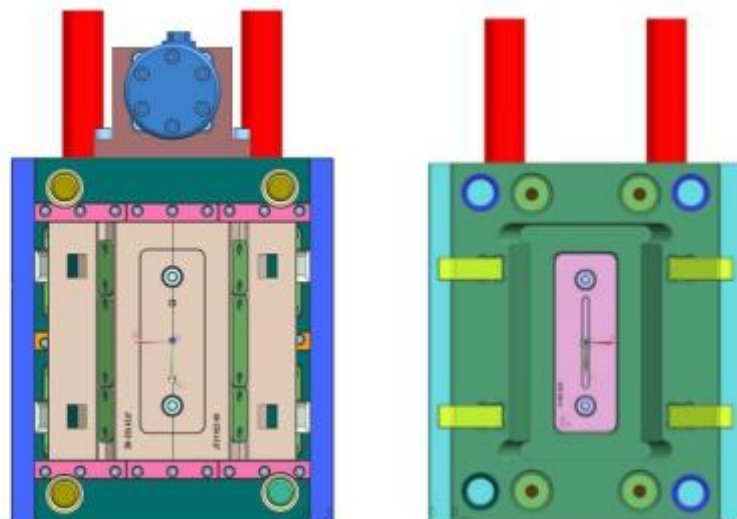
如上图所示，测试翻片打开、关闭螺，测试过程中发现问题调整产品结构。

4) DFM 评审

手板功能测试通过后，需要对 3D 产品结构图、模具结构图等进行全面评估，对浇口、分型线以及模流分析数据进行判断，并做出进一步的结构优化。模具评估（主体零件）主要针对产品进浇点位置、分型线走向分布以及模具图中产品整体排位、水路、顶出系统等综合评估，如下图：

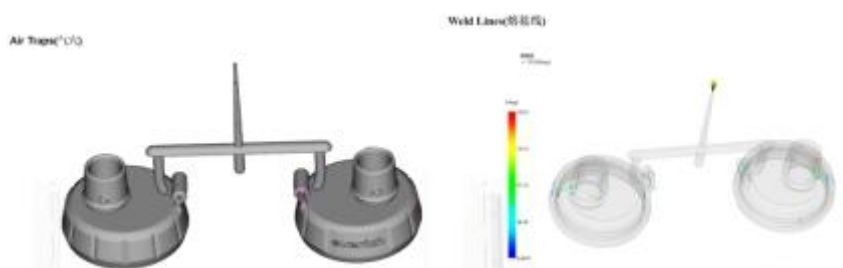


注：上图为 3D 结构图



注：上图为模具结构图

模流分析在没有试模前，就可以知道熔接线分布以及是否存在困气等，确定产品功能是否能实现，帮助提前对产品进行调整。



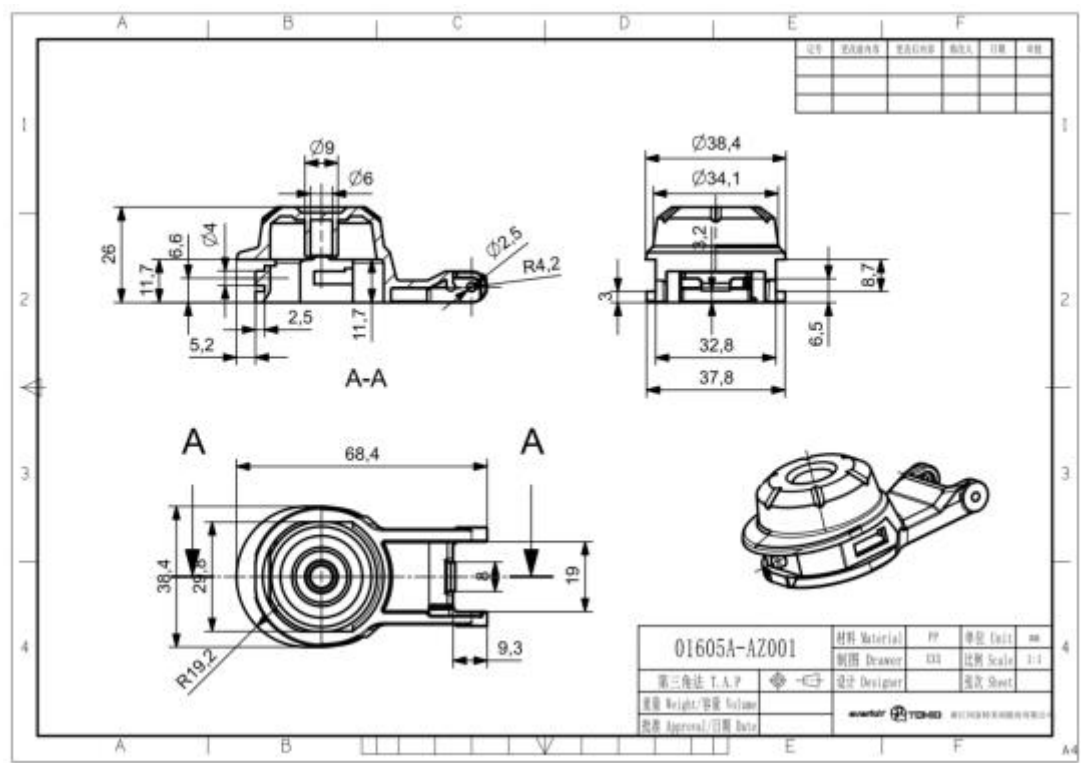
5) 开模

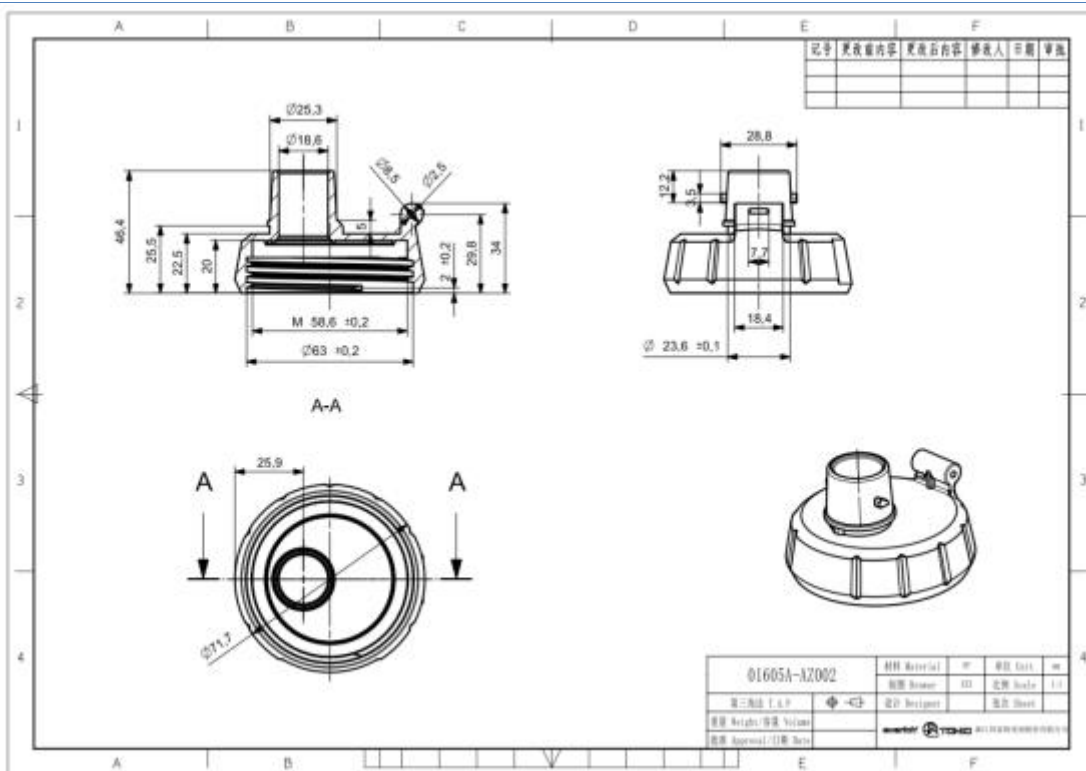
开模阶段有两个重要节点，首次交样为 T0，经过反复测试最终交样为 TF。在此过程中，技术部门对产品总装、零部件尺寸、外观提出改进建议，并进行功能测试，形成《修模报告》如下图：

everich®		浙江同富特美刻股份有限公司									
修模报告											
货号: 01605A			开模日期:				模具厂:				
	尺寸	OK/NG	备注	尺寸	OK/NG	备注	尺寸	OK/NG	备注		
	23.0±0.2	OK		23.0±0.2	NG	63.3-63.4	23.0±0.2	OK			
	28.6±0.2	NG	实物58.9~59.2	28.6±0.2	NG	59.4-59.5	28.6±0.2	NG	59.1-59.3		
	23.6±0.1	NG	实物23.3	23.6±0.1	OK		23.6±0.1	OK			
	46.4	OK		46.4	OK		46.4	OK			
零件编号: 01605A-AZ002											
名称	问题点	T0	确认日期:		T1	确认日期:		T2	确认日期:		
		修改的图纸名称			修改的图纸名称			修改的图纸名称			
	口部外观不好										
	确认结果							这个斜面改模后有点不平整			
	确认人										

6) 打样

“TF 确认样”交客户确认后，作为生产的依据，进行打样及小批量试制，来验证产品的稳定性。在此过程中，技术部门需要反复修改产品 2D 设计图纸、3D 结构件及功能件设计方案形成《产品检验作业指导书》，为后续批量生产提供图纸依据以及作业指导，如下图：





everich		TOMIC		浙江同富特美利股份有限公司			
产品检验作业指导书							
NOTES 备注	所有日常检查要求都是在以下条件下进行的: 1. 检验员在300W日光灯下, 在80cm左右光源条件下检测产品。检验员矫正视力(包含带近视眼镜)1.0以上, 无色盲。 2. 检验员戴上手套, 手持产品, 1臂距离(30-40cm), 不能使用放大镜等物品。						
1240Z保温杯		材料					
	内胆	SS304, 内胆外翻边调, 厚度: 0.4mm		外壳	SS304, 厚度: 0.4mm		
	盖子	塑料件: PP, 硅胶					
项目&类别			判定标准		检查水平	检测方法	
			CR AQL0.01	MA AQL1.5	MI AQL2.5		
尺寸		根据附件图纸测量尺寸(高度, 直径, 螺纹), 确保尺寸在公差范围		√		II 卡尺	
		每次随线切开1-2个杯体检测壁厚			√	II 实验	
手感		取嘴参考手感可轻松打开			√	II 实验	
		盖子可以轻松对位且缝隙≤0.5mm, 打开盖子的力≤4 N.m			√	II 实验	
功能	杯体	1. 不能出现响杯 2. 保温性能: 倒两开水, 手摸上去一点都不透则为合格		√		S-2 实验	
	取嘴	可正常饮水无卡顿&取嘴手感正常		√		II 实验	
	底座	有一定的摩擦力, 防滑; 可以平稳放置平面与平面充分接触		√		II 实验	
外观	杯体	杯体不能出现任何破损、凹陷、缺口			√	II 目测&手触	
		内胆不能有划伤、脏污、水印、凹点等瑕疵, 若这些瑕疵面积大于2.0mm²则不能接收			√	II 目测	
		口型要平整光滑, 不能刮手, 不能有缺口、颗粒、沟槽等缺陷			√	II 目测	
		杯身划伤、指纹印、污渍等瑕疵面积≤1.0mm², 颗粒和杂质只能1-2个且直径≤0.8mm², 但logo正面不允许有任何瑕疵			√	II 目测	
	盖子	不能有有色差, 参考颜色样		√		II 实验	
		不能有塑料变形, 毛刺、刮手等瑕疵			√	II 目测&手触	
		不能有有色差, 参考颜色样			√	II 目测	
		不能有有色差, 参考颜色样			√	II 目测	
	对位	杯身logo和手柄呈90°对位, 位置(距离杯口25mm)和大小(高度9.2mm)要正确, 不能歪斜且一定不能变形		√		II 目测&卡尺	
		底垫与杯身: 参考包装资料, 底垫logo要和杯身logo对位			√	II 目测	
整体检测项	密封性	杯盖贴纸与取嘴平齐, 单边外延与盖口边缘距离9mm			√	II 目测	
		杯身贴纸与杯身logo: 杯身贴纸在杯身logo的右侧, 面盖logo和手柄相同位置(贴纸顶端距离杯口8mm, 右端距离手柄20mm)			√	II 目测	
		杯身装满2/3容量温水60°, 拧紧盖子口朝向上, 以1次/3秒的频率, 500mm的幅度, 上下抖动10次, 平放30分钟不漏水, 则为合格		√		S-2 实验	
	耐冲击测试	杯身装满水, 分别正面, 侧面, 底面三次从1.2米高处自由落体, 掉在水地板上盖子不开裂或断裂		√		S-2 实验	
	异味	整个包装成品不能有任何的异味		√		II 嗅觉	
	洗碗机测试	杯体塑料要求能过30轮洗碗机不褪色		√		S-2 实验	
		包胶和取嘴可过30轮洗碗机不褪色(洗碗机温度70度, 清洗时间每轮90分钟, 清洗剂用弱碱性)		√		S-2 实验	
	盐雾测试	杯体盐雾测试, 要求中性盐雾浓度: 96h		√		S-2 实验	
包装	抗UV(紫外线)	所有颜色太阳下暴晒, 杯子不褪色(除新棕色因工艺限制, 目前还无法做到暴晒不褪色)		√		S-2 实验	
	寄递盒包装	PP袋+气泡袋+寄递盒+外大厚PP袋+12个每箱的包装方式		√		S-2 实验	
	包装方式	根据包装资料, 检查杯体、盖子、手柄、内置取嘴、底垫以及包材是否正确, 包装方式是否正确以及每箱纸盒位置及大小是否正确, 且不能有漏边和漏装		√		II 目测	
	包装识别	1. 根据条码对照表, 检查底垫UPC条码, 价格卡条码与外箱条码是否正确, 条码要清晰可扫描 2. 检查外箱唛头是否正确		√		II 目测&扫描仪	
	排箱测试	外箱要按相关行业标准进行排箱测试		√		S-2 实验	
制表:		审核:		批准:			

6、推广模式

公司的推广模式以站内推广为主, 线下推广较少。

(1) 站内推广

公司充分挖掘第三方电商平台的站内流量资源，通过关键词广告（直通车/品销宝/京东快车）、人群广告（引力魔方/万相台/购物触点）、大促活动报名、粉丝营销等平台提供的营销推广工具，将站内流量引入商品链接页面并转化为询盘或静默下单。

针对不同产品场景，不同市场需求和时间阶段的广告需求设置差异化的投放计划，将流量做到最大化，并结合业务出单情况调节各组广告之间的投放占比，最终实现利润和营业额最大化。

（2）线下推广

公司线下推广主要为浙江体操队冠名赞助、新媒体营销、户外广告投放、全运会赞助、参加专业展会、影视剧与综艺节目广告植入等。线下投入有助于提升公司品牌知名度、扩大公司销售业绩。

7、发行人经营模式影响因素及未来变化趋势

公司在所处行业竞争格局、市场供需情况、上下游发展状况、国家产业政策和产业环境、公司战略及公司资源等因素的综合影响下形成了目前的经营模式。在公司主要产品不锈钢保温器皿所处行业中，“膳魔师（THERMOS）”、“虎牌（TIGER）”、“象印（ZOJIRUSHI）”等国际知名品牌商以及国内外知名的其他跨界行业品牌如星巴克等占据着国际和国内不锈钢保温器皿的高端市场。公司抓住了不锈钢保温器皿制造中心逐渐向中国进行转移以及电子商务快速增长的市场机遇，形成主要为国际品牌商提供贴牌产品并积极推进自主品牌的业务经营模式。

公司在自主生产的基础上，更加注重销售接单、产品开发设计、原材料选取、产品质量检验、报关出口等较为为核心的环节。经过多年持续发展，国内不锈钢器皿行业形成完整的制造业产业链，国内制造能力强，生产制造工艺相对成熟，产能充足。公司将超出生产能力的销售订单进行外协生产，满足客户对多品类的需求，有助于公司提升核心竞争力和资产运营效率，因而公司形成自主生产与外协生产相结合的生产模式。未来，随着本次募投项目的投产，公司产品将基本实现自主生产。

公司结合自身的经营管理经验和业务特点，在业务发展中不断探索和完善，形成目前较为成熟的经营模式。报告期内，公司主要经营模式及影响经营模式的关键因素未发生重大变化，预计未来较长时期内，除自主生产比例提高外，其他经营模式也不会发生重大变化。

（五）发行人设立以来的主营业务变化情况

发行人自设立以来，主营业务未发生重大变化。

（六）发行人主要业务经营情况和核心技术产业化情况

1、主要业务经营情况

报告期内，发行人主要产品不锈钢器皿销售数量分别为 4,163.37 万只、4,489.12 万只、6,063.63 万只，销售收入分别为 154,003.25 万元、167,216.37 万元和 235,035.05 万元，占主营业务收入的比

例分别为 79.19%、80.05%和 86.14%，是公司主营业务收入的主要来源。公司紧密结合既有优势和市场发展方向，重点开发不锈钢器皿业务，持续进行产品设计开发，在产品品种、外观设计、结构设计和功能用途等方面不断更新升级，公司不锈钢器皿销售收入逐年增长。

报告期内，公司境外销售收入分别为 163,382.81 万元、172,687.29 万元和 228,296.55 万元，占主营业务收入的比例分别为 84.01%、82.67%和 83.67%。公司境外客户主要集中于美国、日本、欧洲等发达国家或发展中国家或地区，作为日常消费品的不锈钢器皿在上述地区产品消费更换频率较高，市场需求旺盛，带动公司境外销售收入稳定增长。

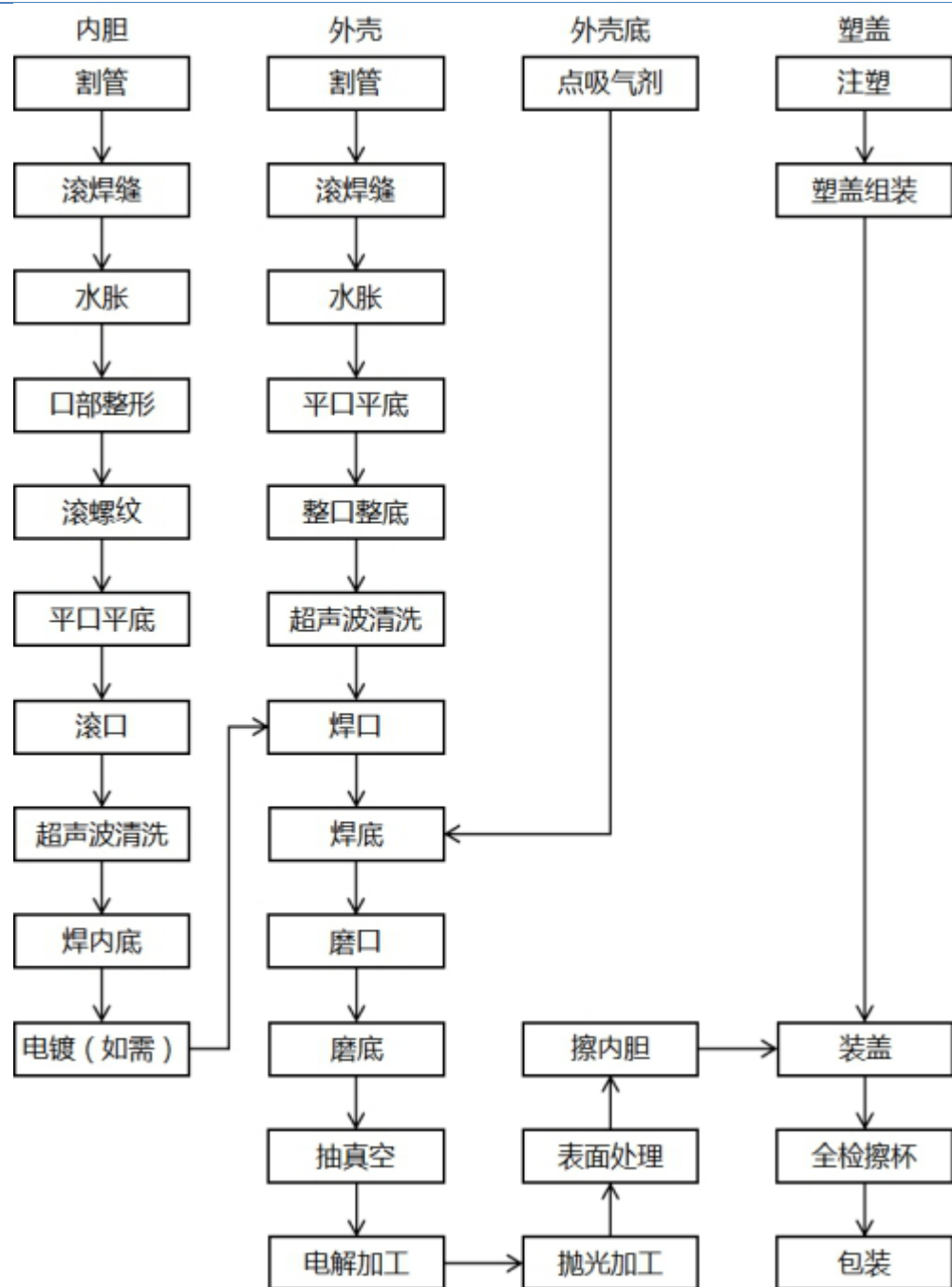
公司凭借良好的产品设计开发能力、较高的产品品质和及时的产品交期向境外客户提供不锈钢器皿等贴牌产品，报告期内，公司经营情况良好，保持稳定增长。

2、核心技术产业化情况

经过多年持续发展，国内保温器皿行业生产技术已较为成熟，行业规模不断壮大，制造能力不断增强，中国已成为全世界最大的保温器皿生产国家。公司掌握的核心技术主要体现在提高生产效率、降低成本、提高产品品质等方面，应用在具体生产装置或工序工艺上，实现了大批量的生产，具体详见本节“一、（四）3、（2）4）发行人具备独立自主生产能力，生产加工环节、技术水平主要体现在提高生产效率、降低成本、提高产品品质的相关技术方面”。

（七）主要产品的工艺流程图

公司主要产品不锈钢器皿的工艺流程图如下：



公司的核心技术变温杯及加工成型工艺、自动化不锈钢保温杯加工成型工艺主要应用于内胆和外壳生产工序中，是新产品和新工艺的改进；核心技术杯盖装配定位装置应用、注塑件孔内壁去毛刺装置应用、杯盖点胶定位装置应用主要应用于塑盖加工装配工序中，核心技术保温杯水胀排水装置应用主要应用于内胆和外壳的加工水胀工序，核心技术保温杯内胆整形装置应用主要应用于内胆整形矫正，均是具体生产装置的应用改进；核心技术抗菌双色塑料杯加工技术和塑料杯注塑快速脱模结构主要应用于塑料杯的生产工序中，是新产品和具体生产装置的应用改进。各项核心技术具体应用效果具体详见本节“四、关键资源要素”。

（八）具有代表性的业务指标变动情况及原因

1、业务的区域性变动

报告期内，公司境外销售收入占主营业务收入比例分别为 84.01%、82.67%和 83.67%，其中美洲、欧洲、日本等国家地区销售收入占外销收入比例分别为 83.34%、83.10%和 87.40%，保持相对稳定，与保温器皿消费市场主要集中在欧洲、北美和日韩等发达国家和地区的行业的消费区域性特点基本一致。

报告期内，公司境内销售主要集中在华东地区、华北地区和华南地区，销售占比合计 90%左右，各期相对稳定，与保温器皿国内消费区域主要集中在经济较为发达地区，华东、华北和华南需求份额最高的行业特点基本一致。

2、业务的季节性变动

报告期内，受一季度元旦、春节放假影响，一般一季度收入占比较低，二、三、四季度的收入占比较高。报告期内，从公司经营数据上看，公司收入变动季节性相对不明显。

（九）符合产业政策和国家经济发展战略的情况

公司主要从事不锈钢保温器皿等产品的研发、设计、生产和销售，所属行业为《国民经济行业分类》“C3389 其他金属制日用品制造”。公司的主要产品、生产线和生产工艺不属于《产业结构调整指导目录（2024 年本）》中“第二类 限制类”之“十二、轻工”、“第三类 淘汰类”之“一、落后生产工艺装备”之“（十二）轻工”和“二、落后产品”之“（九）轻工”规定国家产业政策限制或淘汰的生产装备、生产工艺和产品，属于国家产业政策支持的行业和产品。

2022 年 3 月，中国日用杂品工业协会发布《中国日用杂品工业“十四五”发展指导意见》指出，“杯壶行业应从质量、设计、形象等方面打造优秀品牌产品；加快企业数字化、智能化转型升级；加强创新能力建设；对标国际先进水平，制定杯壶行业标准化体系，完善“法律法规+技术标准+认证认可”三级管理体系”；“产业布局端应发挥永康等地保温杯制造基地集聚效应；加强数字营销和产品设计；发挥长三角、珠三角临港优势，扩大出口”；“到 2025 年，工业总产值增长 50%，企业自主品牌销售占比提升 20%”。

2022 年 4 月，国务院办公厅发布《关于进一步释放消费潜力促进消费持续恢复的意见》，具体指出要“深入落实扶持制造业、小微企业和个体工商户的减税退税降费政策。推动金融系统通过降低利率、减少收费等多种措施，向实体经济让利”；“促进新型消费，加快线上线下消费有机融合，扩大升级信息消费，培育壮大智慧产品和智慧零售、智慧旅游、智慧广电、智慧养老、智慧家政、数字文化、智能体育、‘互联网+医疗健康’、‘互联网+托育’、‘互联网+家装’等消费新业态”；“深入开展国家电子商务示范基地和示范企业创建”；“积极推进实物消费提质升级”，“支持研发生产更多具有自主知识产权、引领科技和消费潮流、应用前景广阔的新产品新设备。畅通制造业企业与互联网平台、商贸流通企业产销对接，鼓励发展反向定制（C2M）和个性化设计、柔性化生产”；

“持续办好中国国际进口博览会、中国进出口商品交易会、中国国际服务贸易交易会、中国国际消费品博览会”；“加快健全消费品流通体系”，“进一步完善电子商务体系和快递物流配送体系”，“畅通物流大通道，加快构建覆盖全球、安全可靠、高效畅通的流通网络”。

2022年5月，国务院办公厅印发《关于推动外贸保稳提质的意见》，提出“确定重点外贸企业名录和相关物流企业、人员名录，对生产、物流、用工予以保障”；“有力有序疏通海空港等集疏运，提高作业和通关效率”；“推动跨境电商加快发展提质增效”；“促进企业用好线上渠道扩大贸易成交。加快中国进出口商品交易会（广交会）等展会数字化、智能化建设，加强与跨境电商平台等联动互促，积极应用虚拟现实（VR）、增强现实（AR）、大数据等技术，优化云上展厅、虚拟展台等展览新模式，智能对接供采，便利企业成交。各地方、重点行业协会优化创新线上办展模式，聚焦重点国别、优势产业、特色区域打造国别展、专业展、特色展，帮助企业用好线上渠道获取更多订单”。

2022年7月，工业和信息化部、商务部、市场监管总局、药监局、知识产权局等五部门联合发布了《数字化助力消费品工业“三品”行动方案（2022—2025年）》，即“增品种、提品质、创品牌”，规划布置十项任务和六大提升工程，“聚焦消费品工业研发设计、生产制造、经营管理、公共服务等关键环节，强化数字理念引领和数字化技术应用，统筹推进数据驱动、资源汇聚、平台搭建和产业融合，释放数字技术对行业发展的放大、叠加、倍增作用，推动消费品工业“三品”战略迈上新台阶”。

2022年12月，中共中央、国务院印发了《扩大内需战略规划纲要（2022—2035年）》，坚定实施扩大内需战略，对“全面促进消费，加快消费提质升级”的“持续提升传统消费、积极发展服务消费、加快培育新型消费、大力倡导绿色低碳消费”四项重要任务做了规划安排。在“提高吃穿等基本消费品质。加强引导、强化监督、支持创新，推动增加高品质基本消费品供给，推进内外销产品同线同标同质”、“支持线上线下商品消费融合发展。加快传统线下业态数字化改造和转型升级”、“围绕推动制造业高质量发展、建设制造强国，引导各类优质资源要素向制造业集聚。加大传统制造业优化升级投资力度，扩大先进制造领域投资，提高制造业供给体系质量和效率”等方面进一步明确了政策支持。

发行人主要产品不锈钢器皿等具有消费品的属性，产品更新换代较快，研发设计能力较强，符合“聚焦消费品工业研发设计”的范畴，另外公司销售渠道优势明显，销售渠道涵盖跨境 B2B、跨境 B2C、境外线下销售、境内电商 B2C、境内直销、境内经销等，线上销售占比较高，符合“支持线上线下商品消费融合发展。加快传统线下业态数字化改造和转型升级”的政策理念和方向，因此，发行人从事的业务符合国家发展战略和市场导向，符合国家产业政策。

（十）生产经营中涉及的主要环境污染物、主要处理设施及处理能力

发行人属于金属制品制造行业，不属于高危险、重污染行业，日常生产经营过程中，不存在重

大污染源，产生的主要的污染因子包括废气、废水、固废和噪声等。报告期内，发行人高度重视环境保护工作，严格遵守国家环境保护的相关法律法规，积极开展清洁生产。生产废气遵照《工业涂装工序大气污染物排放标准》、《合成树脂工业污染物排放标准》（GB31572-2015）、《锅炉大气污染物排放标准》（GB13271-2014）等相关排放标准执行。生产废水严格执行《污水综合排放标准》（GB8978-1996）三级标准。厂界噪声严格执行《工业企业厂界噪声标准》（GB12348）。报告期内，发行人不存在违规排放的情形，未发生被周围居民举报、投诉的情形，不存在被主管部门处罚的情况。发行人的环境污染处理设施、处理能力能够与日常生产经营产生的污染相匹配，具体情况如下：

1、废水

主要污染物	处理设施	处理能力
水胀废水、内胆外壳清洗废水、喷漆漆雾喷淋废水、喷漆废气处理吸附废水、塑胶件浸泡废水、硅胶圈清洗废水、水转印废水	废水处理设施、化粪池进行处理	生产废水经处理设施处理后满足《污水综合排放标准》（GB8978-1996）三级标准，与生活废水一并纳入园区污水管网进城东污水处理厂
生活污水		

2、废气

主要污染物	处理设施	处理能力
注塑废气	废气经上方集气罩集气收集后经活性炭吸附处理后通过排气筒排放	废气排放符合《工业涂装工序大气污染物排放标准》、《合成树脂工业污染物排放标准》（GB31572-2015）、《锅炉大气污染物排放标准》（GB13271-2014）等相关排放标准
丝印废气	废气经上方集气罩集气收集后经处理后通过排气筒排放	
投料、搅拌、下料粉尘	经上方集气罩集气收集后经布袋除尘处理后通过排气筒排放	
粉碎废气	无组织排放	
喷塑废气	经旋风+布袋除尘处理后通过排气筒排放	
喷塑后固化废气	经出料口集气罩集气收集后经处理后通过排气筒排放	
焊接烟尘	加强车间通风	
抛光、砂光粉尘	收集后通过水喷淋设施处理后经排气筒排放	
调漆、喷漆、烘干及天然气燃烧废气	经“水喷淋+干式过滤器+活性炭吸附”处理系统处理后，经排气筒排放	
食堂油烟	经油烟净化器处理后引至屋顶排放	

3、固废

主要污染物	处理方式	处理能力
注塑边料和不合格品、金属边角料、废砂轮、沉渣、废弃的一般包装材料	外售回收综合利用	均可以得到妥善处理，对周围环境影响较小

槽渣、废活性炭、废乳化液、废火花油、浮油、污泥、废机油、危化品包装材料等危废	收集后在厂区内暂存，委托有资质单位进行安全运输、处置	
生活垃圾	环卫部门清运	

4、噪声

噪声主要为生产过程中设备运行产生的噪声。发行人采取的主要防噪措施包括：建设合理布局；在满足生产需求的前提下，尽量选用低噪声设备；对高噪声设备采取减振消声防护措施；生产时尽量关闭门窗；厂房四周加强绿化。

报告期内，公司生产经营活动符合国家有关环境保护法律、法规以及规范性文件的规定及各种环境保护标准，不存在因违反环境保护方面的法律、法规和其他规范性文件而受到行政处罚的情形。根据公司取得的主管机关合规证明或浙江省信用中心《企业专项信用报告》，公司自报告期初以来无涉及生态环境保护方面的违法行为和相应处罚记录。

二、 行业基本情况

（一）发行人的行业类别

从主要产品的应用领域看，根据《国民经济行业分类》（GB/T4754-2017），公司主营业务所属行业为“C3389 其他金属制日用品制造”，根据《中国上市公司协会上市公司行业统计分类指引》，公司主营业务所属行业为“C338 金属制日用品制造”。同时，公司产品以互联网获客销售为主，受电子商务行业影响较大。

（二）行业主管部门、行业监管体制、行业主要法律法规及政策

1、发行人所处行业主管部门及行业监管体制

公司所在的金属制品行业的行政主管部门主要包括工信部、商务部、国家市场监督管理总局和海关总署，行业自律组织主要为中国轻工业联合会和中国日用杂品工业协会；电子商务行业也受上述行政主管部门监管，行业自律组织为杭州跨境电子商务协会。行业主管部门和行业自律组织的主要职能如下：

类型	部门名称	主要职能
行政主管部门	工信部	主要负责拟定实施行业规划、产业政策和标准；指导行业结构调整；监测工业行业日常运行；推动重大技术装备发展和自主创新；管理通信业；指导推进信息化建设；协调维护国家信息安全等。
	商务部	负责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；负责推进流通产业结构调整，指导流通企业改革、商贸服务业和社区商业发展；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，拟订促进外贸增长方式转变的政策措施；承担组织协调反倾销、反补贴、保障措施及其他与进出口公平贸易相关工作的责任，建立进出口公平贸易预警机制，依法实施对外贸易调查和产业损害调查，指导协调产业安全应对工作及国外对我国出口商品的反倾销、反补贴、保障措施的应诉工作等。
	国家市场监督管理总局	负责市场综合监督管理；起草市场监督管理有关法律法规草案，制定有关规章、政策、标准，拟订并组织实施有关规划，规范和维护市场秩序，营造诚实守信、公平竞争的市场环境；负责市场主体统一登记注册；负责组织和指导市场监管综合执法工作；负责监督管理市场秩序；依法监督管理市场交易、网络商品交易及有关服务的行为等。
	海关总署	负责全国海关工作，拟订海关工作政策，起草相关法律法规草案，制定海关规划、部门规章、相关技术规范；负责海关监管工作；负责进出口关税及其他税费征收管理；负责进出口商品法定检验；负责国家进出口货物贸易等海关统计等。
行业自律组织	中国轻工业联合会	是我国轻工行业具有服务和一定管理职能的全国性、综合性行业组织，负责开展行业调查研究，向政府提出有关经济政策和立法方面的意见或建议，制订行业规划；参与制订、修订国家标准和行业标准，组织贯彻实施并进行监督，维护行业 and 企业的合法权益。
	中国日用杂品工业协会	是中国轻工业联合会理事单位，由中国轻工业联合会受托代为管理，中国日用杂品工业协会杯壶分会为公司产品所处行业的全国性行业自律组织，该协会作为政府与企事业单位之间的桥梁与纽带，通过信息咨询、技术经验交流等各种形式传达国家产业政策，为企业提供服务，反映会员的正当要求，维护会员的合法权益。
	杭州跨境电子商务协会	是接受杭州市商务委员会和杭州市民间组织管理局监督和管理的非营利性社会团体，是公司销售商务模式的主要自律组织。协会以“沟通、服务、自律、创新”为宗旨，有效搭建政府与行业、行业与企业及企业间的沟通平台；协助政府部门对跨境电子商务行业进行管理，为会员做好联络、协调、服务、宣传、培训和信息交流等工作，促进跨境电子商务创新发展和对外贸易的转型升级。

2、主要法律法规及政策

类型	时间	文件名称	发布单位	主要内容
保温器皿	2021 年 3 月	国民经济和社会发展的第十四个五年规划和 2035 年远景目标纲要	全国人大	“扩大轻工、纺织等优质产品供给”、“深化供给侧结构性改革，提高供给适应引领创造新需求能力。适应个性化、差异化、品质化消费需求，推动生产模式和产业组织方式创新，持续扩大优质消费品、中高端产品供给”、“顺应居民消费升级趋势，把扩大消费同改善人民生活品质结合起来，促进消费向绿色、健康、安全发展，稳步提高居民消费水平”、“培育新型消费，发展信息消费、数字消费、绿色消费，鼓励定制、体验、智能、时尚消费等新模式新业态发展”、“完善城乡融合消费网络，扩大电子商务进农村覆盖面，改善县域消费环境，推动农村消费梯次升级。”
	2022 年 3 月	中国日用杂品工业“十四	中国日用杂品工业	杯壶行业：“从产品质量、设计水平、终端形象、用户美誉度等方面打造优秀品牌产品，开发易于

		五”	协会	携带、方便快捷、时尚个性，兼顾轻量化、数字化、智能化、功能化的高质量产品；加快企业数字化、智能化转型升级，加快劳动生产效率和运营效率提升；加强创新能力建设，补齐核心技术短板，注重新技术、新工艺、新材料、新装备研发运用；对标国际先进水平，制定杯壶行业标准化体系，提升产品和服务品质；”
	2022 年 7 月	数字化助力消费品工业“三品”行动方案（2022—2025 年）	工业和信息化部、商务部、市场监管总局、药监局、知识产权局	“增品种、提品质、创品牌”，规划布置十项任务和六大提升工程，“聚焦消费品工业研发设计、生产制造、经营管理、公共服务等关键环节，强化数字理念引领和数字化技术应用，统筹推进数据驱动、资源汇聚、平台搭建和产业融合，释放数字技术对行业发展的放大、叠加、倍增作用，推动消费品工业“三品”战略迈上新台阶”。
	2022 年 12 月	《扩大内需战略规划纲要（2022—2035 年）》	中共中央、国务院	坚定实施扩大内需战略，对“全面促进消费，加快消费提质升级”的“持续提升传统消费、积极发展服务消费、加快培育新型消费、大力倡导绿色低碳消费”四项重要任务做了规划安排。在“提高吃穿等基本消费品质。加强引导、强化监督、支持创新，推动增加高品质基本消费品供给，推进内外销产品同线同标同质”、“支持线上线下商品消费融合发展。加快传统线下业态数字化改造和转型升级”、“围绕推动制造业高质量发展、建设制造强国，引导各类优质资源要素向制造业集聚。加大传统制造业优化升级投资力度，扩大先进制造领域投资，提高制造业供给体系质量和效率”等方面进一步明确了政策支持。
	2023 年 7 月	《轻工业稳增长工作方案（2023-2024 年）》	工业和信息化部、国家发展改革委、商务部	充分激发内需潜力、积极稳住出口优势等任务，通过大力实施“三品”战略、搭建高质量展览展示平台、联动线上线下拓展消费场景、稳定传统出口市场、积极开拓新兴市场，推动形成市场相通、产业相融、创新相促、规则相联的轻工业高质量国内国际双循环。
跨境电商	2021 年 12 月	国务院办公厅关于做好跨周期调节进一步稳外贸的意见	国务院	“积极利用服务贸易创新发展引导基金等，按照政策引导、市场运作的方式，促进海外仓高质量发展。鼓励具备跨境金融服务能力的金融机构在依法合规、风险可控前提下，加大对传统外贸企业、跨境电商和物流企业等建设和使用海外仓的金融支持。”
	2021 年 7 月	关于加快发展外贸新业态新模式的意见（国办发〔2021〕24 号）	国务院办公厅	“完善跨境电商发展支持政策，扩大跨境电子商务综合试验区试点范围。培育一批优秀海外仓企业，鼓励传统外贸企业、跨境电商和物流企业等参与海外仓建设。”
	2021 年 3 月	国务院关于落实《政府工作报告》重点工作分工的意见	国务院	“稳定加工贸易，发展跨境电商等新业态、新模式，支持企业开拓多元化市场。”

	2022 年 4 月	关于进一步 释放消费潜 力促进消费 持续恢复的 意见	国务院	“深入落实扶持制造业、小微企业和个体工商户的减税退税降费政策。推动金融系统通过降低利率、减少收费等多种措施，向实体经济让利”；“促进新型消费，加快线上线下消费有机融合，扩大升级信息消费，培育壮大智慧产品和智慧零售、智慧旅游、智慧广电、智慧养老、智慧家政、数字文化、智能体育、“互联网+医疗健康”、“互联网+托育”、“互联网+家装”等消费新业态”；“深入开展国家电子商务示范基地和示范企业创建”；“积极推进实物消费提质升级”，“支持研发生产更多具有自主知识产权、引领科技和消费潮流、应用前景广阔的新产品新设备。畅通制造企业与互联网平台、商贸流通企业产销对接，鼓励发展反向定制（C2M）和个性化设计、柔性化生产”；“持续办好中国国际进口博览会、中国进出口商品交易会、中国国际服务贸易交易会、中国国际消费品博览会”；“加快健全消费品流通体系”，“进一步完善电子商务体系和快递物流配送体系”，“畅通物流大通道，加快构建覆盖全球、安全可靠、高效畅通的流通网络”。
	2022 年 5 月	关于推动外 贸保稳提质 的意见	国务院	“确定重点外贸企业名录和相关物流企业、人员名录，对生产、物流、用工予以保障”；“有力有序疏通海空港等集疏运，提高作业和通关效率”；“推动跨境电商加快发展提质增效”；“促进企业用好线上渠道扩大贸易成交。加快中国进出口商品交易会（广交会）等展会数字化、智能化建设，加强与跨境电商平台等联动互促，积极应用虚拟现实（VR）、增强现实（AR）、大数据等技术，优化云上展厅、虚拟展台等展览新模式，智能对接供采，便利企业成交。各地方、重点行业协会优化创新线上办展模式，聚焦重点国别、优势产业、特色区域打造国别展、专业展、特色展，帮助企业用好线上渠道获取更多订单”。

上述政策的出台促进了我国不锈钢保温器皿行业的健康发展，为保温器皿行业的发展创造需求空间，推动国内保温器皿行业规模扩大，也持续支持在销售渠道与互联网深度融合的跨境 B2B 电商企业新业态的发展，为公司的快速发展提供了重要的政策支持和机遇，未对公司经营资质、准入门槛、运营模式产生不利影响，对行业的竞争提供了较为充分的市场空间和良好的环境。

（三）行业发展概况

公司主要经营保温器皿等产品，在销售渠道上与互联网深度融合，公司紧紧抓住线上消费快速增长的机遇期，通过阿里巴巴国际站、亚马逊等电商平台向地处北美、欧洲、亚太、南美等全球近 80 个国家或地区进行销售。电商平台逐渐成为公司主要的获客来源，收入占比已达到 60%左右，市场占有率和影响力也逐渐提高。

公司主要产品保温器皿行业的情况如下：

1、保温器皿行业发展概况

保温器皿主要是保温杯、保温壶、保温瓶等，一般由不锈钢、玻璃、塑料、陶瓷等制作而成，独特的真空夹层技术使得装在其内部的液体延缓散热，从而达到保温的目的。随着社会发展，节约资源、保护生态环境越发成为人类共识，保温器皿便携易用，能减少使用一次性容器带来的环境污染，且其能较长时间保持容器内饮品温度，减少反复加热带来的能源消耗，符合节能、环保、便捷的现代消费理念。

保温器皿主要产品为保温杯，保温杯分类方法多样，具体如下：

分类依据	产品类别
材质	不锈钢保温杯、玻璃保温杯、陶瓷保温杯、塑料保温杯等
应用场景	商务保温杯、运动保温杯、户外保温杯、车载保温杯等
性能	智能保温杯、非智能保温杯
样式	广口保温杯、窄口保温杯
档次和价格	高档保温杯、中档保温杯、平价保温杯
受众	中老年用保温杯、青少年用保温杯、幼儿用保温杯

中国保温器皿行业发展始于 20 世纪 60 年代，当时保温器皿生产原材料主要以玻璃为主，而玻璃保温器皿虽然具有保温性能优越、容易清洗等优势，但由于其易碎的特点，在生产、贮存及运输过程中破损率较高，加之生产技术不发达和经济落后等因素，中国保温器皿行业发展受到了一定限制。

20 世纪 80 年代，不锈钢双层真空保温技术的开发和应用，促进了全球保温器皿行业迅速变更。随着改革开放的深入，国际保温器皿制造中心和采购中心逐渐向中国进行转移，加之人口红利不断释放，中国保温器皿行业进入了快速发展阶段。

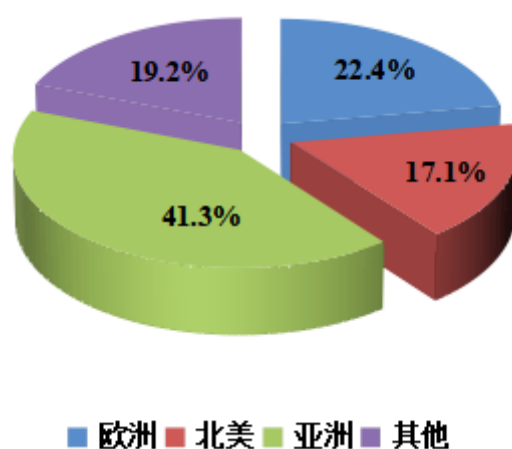
20 世纪末以来，中国颁布了一系列政策鼓励制造业发展，行业标准化管理机构也陆续颁布了一系列保温器皿相关生产和发展标准。经过多年持续发展，中国已成为全世界最大的保温器皿生产国家，国内保温器皿生产企业数量众多，保温器皿行业规模不断壮大。其中多数企业以贴牌方式进行外销为主，行业自主品牌建设程度总体较低。

不锈钢保温器皿具有保温性能好、安全便携、健康卫生、外观时尚等特点，在欧美、日韩等经济发达国家及地区已广泛使用，是保温器皿各种材质产品中的主流产品。近几年，随着全球居民整体消费水平的不断上升，生产工艺的不断进步和提高，不锈钢保温器皿在融入文创、时尚、科技等元素后被赋予更多的功能，不仅外观设计更加精美，具有收藏价值，而且能够与轻智能、健康养生紧密结合，具有智能温显、定时提醒喝水等功能，带动不锈钢保温器皿的整体需求保持增长态势。中国已成为全球不锈钢保温器皿主要生产大国和出口大国，也是全世界不锈钢保温器皿消费水平最

高的市场。

欧美及日本等发达国家和地区的工业发展进程较快、历史较为久远，在工业生产方面积累了丰富的经验，其保温器皿的生产技术相对发达。与此同时，欧美、日韩等发达国家和地区不锈钢真空保温器皿消费市场发展已较为成熟，市场容量大且增长持续稳定。随着发展中国家和地区经济实力的增强，其居民消费水平得以快速提升，不锈钢真空保温器皿在该等国家和地区拥有着较大的市场潜力，消费增长迅速，民众不锈钢真空保温器皿的消费将实现“从无到有”到“从有到优”的转变。2024 年，全球保温器皿市场中，欧洲市场规模占比 22.4%，北美市场规模占比 17.1%，亚洲市场规模占比 41.3%，其他地区市场规模占比合计为 19.2%。

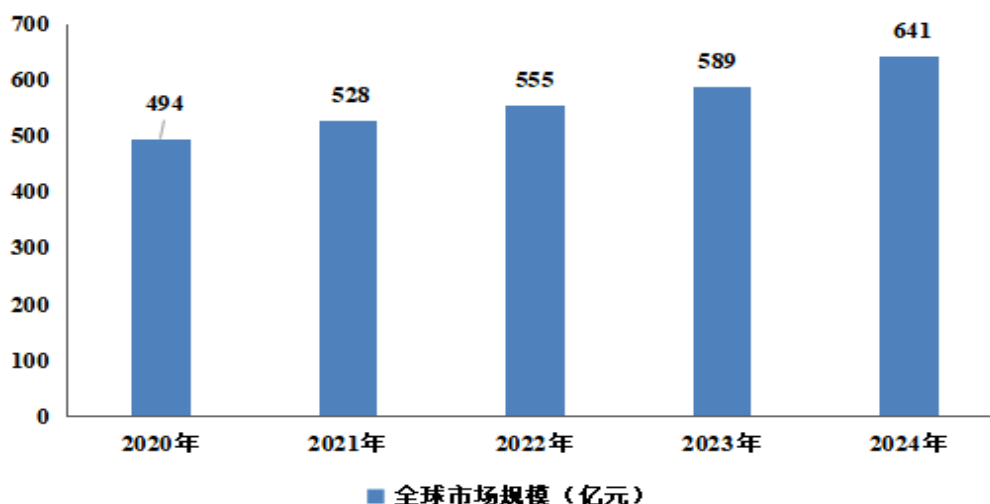
2024 年全球保温杯行业需求区域市场分布



数据来源：宇博智业，《2025-2030 年中国保温杯行业市场深度研究及发展前景投资可行性分析报告》，2025 年 5 月。

2021-2024 年，全球保温器皿市场规模基本呈逐年增长趋势。2024 年，全球保温器皿市场规模增长至 641 亿元，增长率为 8.9%。

2020-2024 年全球保温器皿行业市场规模统计

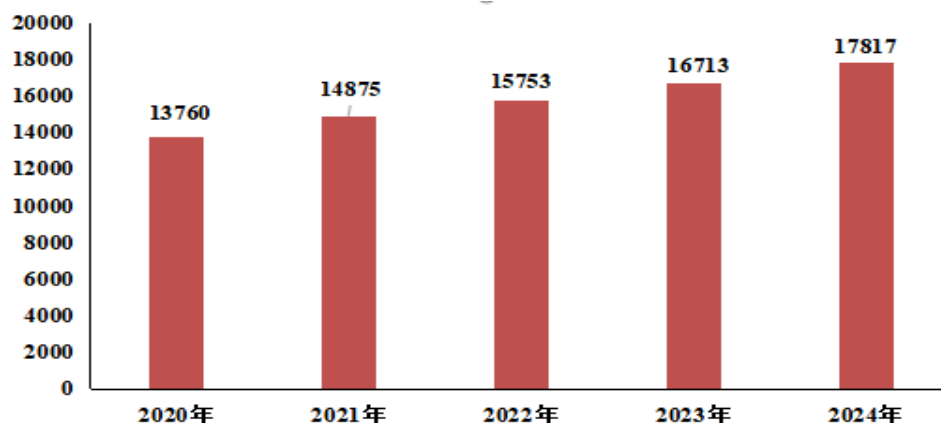


数据来源：宇博智业，《2025-2030 年中国保温杯行业市场深度研究及发展前景投资可行性分析报告》，2025 年 5 月。

近年来，随着国内宏观经济的不断发展，居民收入的提升和消费升级，健康环保意识的不断增强，以及时尚和个性化需求的不断提升，我国保温器皿消费市场保持平稳较快增长态势。2020-2024 年，中国保温器皿的需求量保持不断增长的势态。2020 年，我国保温器皿需求量为 13,760 万个；2024 年，我国保温器皿需求量增长至 17,817 万个。

2020-2024 年中国保温器皿行业需求量

单位：万个

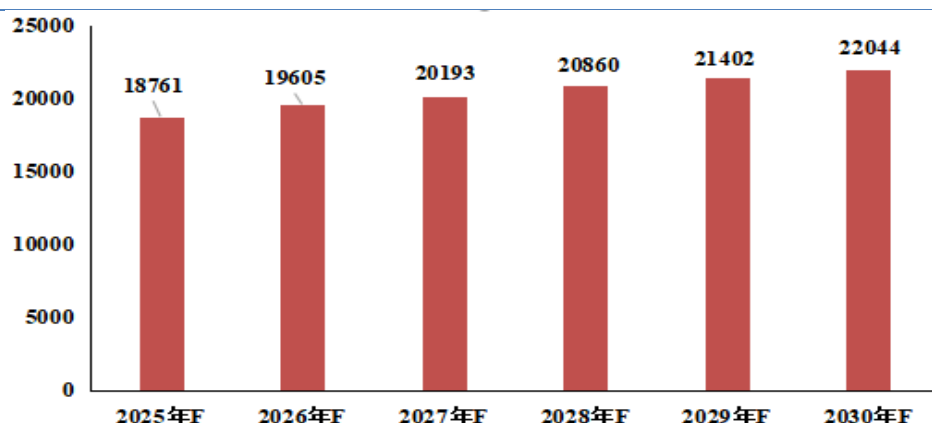


数据来源：宇博智业，《2025-2030 年中国保温杯行业市场深度研究及发展前景投资可行性分析报告》，2025 年 5 月

预计 2025-2030 年，随着中国本土企业积极开拓国外市场以及中国保温杯产品质量的提升，中国保温杯出口量或将进一步增长。预计 2025 年，我国保温器皿需求量为 18,761 万个，2030 年，我国保温器皿需求量为 22,044 万个。

2025-2030 年中国保温器皿行业需求量预测

单位：万个

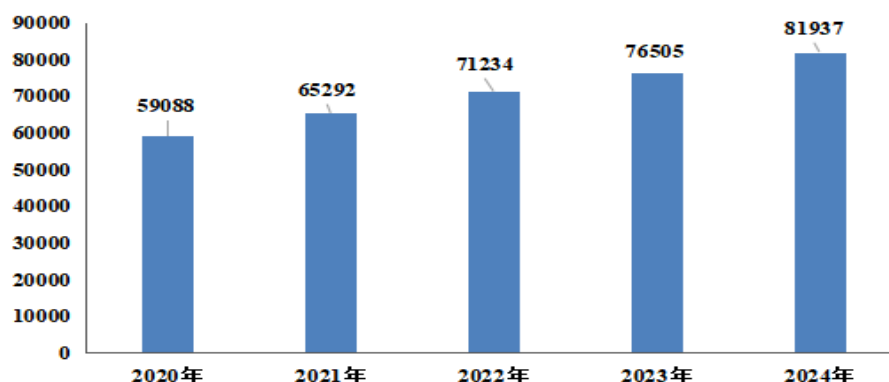


数据来源：宇博智业，《2025-2030 年中国保温杯行业市场深度研究及发展前景投资可行性分析报告》，2025 年 5 月

由于保温器皿市场整体需求规模持续增长，国际市场新增需求主要由中国进行贴牌方式进行供应，在中国现有企业持续扩大生产规模、增加与升级生产线基础上，也新增不少新进入的生产厂家，因此中国保温器皿行业的产能持续扩大。2020-2024 年，随着产能的持续性扩大、产能利用率的不断提升、保温器皿行业技术不断迭代，中国保温器皿产量呈持续增加的态势。2024 年，中国保温器皿产量为 81,937 万个，同比增长 7.1%。

2020-2024 年中国保温器皿行业产量

单位：万个

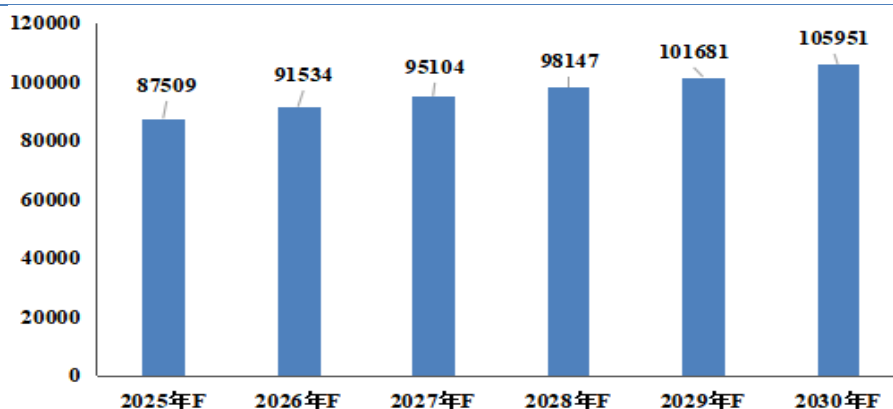


数据来源：宇博智业，《2025-2030 年中国保温杯行业市场深度研究及发展前景投资可行性分析报告》，2025 年 5 月

未来几年，中国保温器皿行业的产量将稳步提升，并且随着中国供给侧改革的持续性开展，保温器皿产业的转型升级也将逐步推进。预计 2025 年，中国保温器皿行业产量为 87,509 万个，增长率为 6.8%；预计 2030 年，中国保温器皿行业产量为 105,951 万个，增长率为 4.2%。

2025-2030 年中国保温器皿行业产量预测

单位：万个



数据来源：宇博智业，《2025-2030 年中国保温杯行业市场深度研究及发展前景投资可行性分析报告》，2025 年 5 月

2020-2024 年，中国保温器皿行业供给量和需求量均保持不断增长态势。其中，2020 年，中国保温器皿行业的供给量和需求量分别为 14,515 万个和 13,760 万个；2024 年，中国保温器皿供给量和需求量分别增长至为 18,578 万个和 17,817 万个。中国保温器皿接近 80%的产量用于出口，国内保温器皿行业是保持供需基本平衡、竞争相对充分的行业。

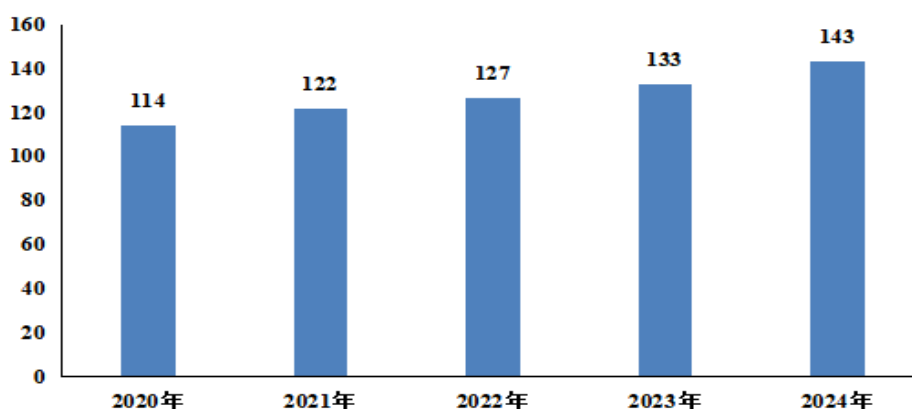
公司保温器皿产品以外销为主，产品的目标市场主要是欧洲、北美、亚洲日韩等国家，主要市场区域的需求和增长趋势情况如下：

(1) 欧洲

欧洲是保温器皿发源地，尤以德国等老牌工业国家保温器皿行业较为发达。2020-2024 年，欧洲地区保温器皿市场规模基本呈现稳定增长的趋势。2024 年，欧洲地区保温器皿市场规模为 143 亿元。

2020-2024 年欧洲保温器皿行业市场规模统计

单位：亿元



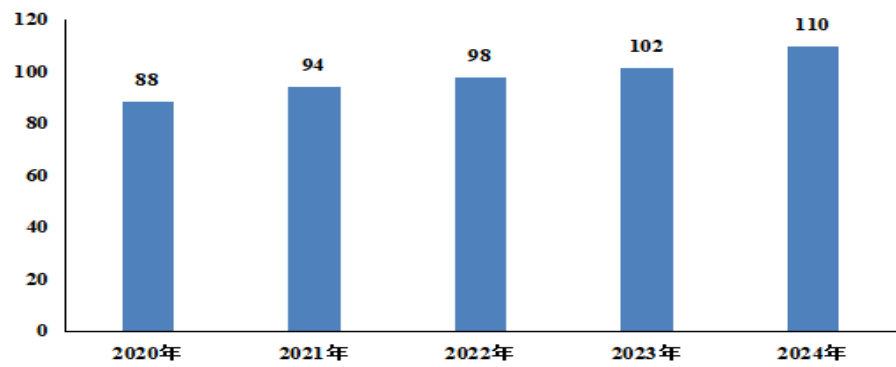
数据来源：宇博智业，《2025-2030 年中国保温杯行业市场深度研究及发展前景投资可行性分析报告》，2025 年 5 月

(2) 北美

北美是全球重要保温器皿需求市场，2020-2024 年，北美地区保温器皿市场规模基本呈现稳定增长的趋势。2024 年市场规模增长至 110 亿元。

2020-2024 年北美保温器皿行业市场规模统计

单位：亿元



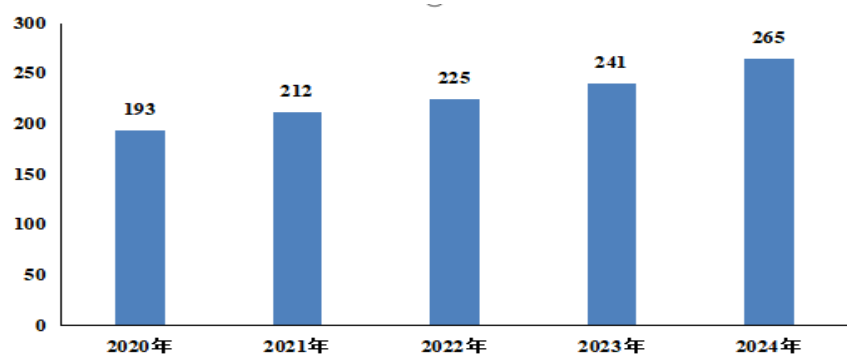
数据来源：宇博智业，《2025-2030 年中国保温杯行业市场深度研究及发展前景投资可行性分析报告》，2025 年 5 月

（3）亚洲

亚洲是全球最大的保温器皿生产地和销售市场，保温器皿较为发达的国家分别是日本、韩国等。2020-2024 年，亚洲地区保温器皿市场规模整体呈增长态势。2024 年市场规模达到 265 亿元。

2020-2024 年亚洲保温器皿行业市场规模统计

单位：亿元



数据来源：宇博智业，《2025-2030 年中国保温杯行业市场深度研究及发展前景投资可行性分析报告》，2025 年 5 月

2、保温器皿行业发展趋势

（1）生产格局发生变化

全球保温器皿制造重心逐渐转移，呈现出由发达国家向发展中国家转移态势。近些年，由于劳动力、土地等成本原因，欧洲、北美、日本等发达国家保温器皿产量及产能迅速下滑，保温器皿生产活动日趋向中国进行转移，中国成为了全球最大的保温器皿制造中心和代工中心，推动了世界保

保温器皿生产格局的变化。

（2）保温器皿以不锈钢材质生产为主

与其他材质相比，不锈钢具有强度高、耐腐蚀、耐高温、耐高压、抗震性好、抗外击能力强等特点。随着不锈钢真空技术的问世，不锈钢迅速成为了保温器皿生产的主要材质，而得益于食品级不锈钢划分，不锈钢保温器皿生产标准被迅速规范，目前全球知名保温器皿生产企业多数以不锈钢保温器皿产品为主。

（3）产品种类呈多样化发展

随着市场不断变化，消费者不再满足于基本的保温功能，为了迎合消费市场，近年来在相关领域研究人员不断完善和创新下，保温器皿逐步朝着智能化、人性化、节能环保等方向发展，产品种类逐渐多样化，不仅诞生了面向不同群体的保温器皿产品，也出现了一批内嵌多种智能模块的智能化功能型保温器皿。

（四）行业进入的主要壁垒

1、客户资源和营销渠道壁垒

海外市场是我国保温器皿行业的重要市场之一，海外客户主要是国际知名商业连锁企业、知名品牌商等。入选该等客户的合格供应商，需要通过严格的产品质量和体系认证。上述认证过程通常需要一至三年时间，且认证难度较大，一般新进入企业很难短时间通过认证而入选海外客户合格供应商。严格的认证审核过程使得品牌厂商与制造服务商建立了稳定的供应合作关系。因此，客户资源是新企业进入本行业的主要壁垒之一。

同时，不锈钢保温器皿作为日用消费品，营销渠道建设至关重要。随着互联网的不断开发与应用，已基本实现网络销售全覆盖，越来越多的企业通过开设企业官方平台、电商渠道，以线上或线上线下相结合的方式销售产品，精准的网络营销体系也成为企业的主要竞争力之一。企业需要通过适当的广告宣传活动来宣传品牌、产品以及服务，以及通过网络营销增大其流量，扩大潜在客户群和市场份额。行业新进入者在短时间内很难形成一套成熟的营销渠道和网络营销体系，面临一定的营销渠道壁垒。

2、研发设计壁垒

保温器皿在外观、时尚、智能化功能等方面的需求呈现增长趋势，能够快速研发设计出符合不同消费群体需求的产品，是业务保持增长的主要竞争力之一。研发设计团队需要根据不同消费者的地域风俗、消费习惯、审美观念，并综合电子、机械、信息等多方面的技术能力才能开发相应的新产品，建设和培养一支具有竞争力的研发设计团队，获得研发设计经验，均需要较长时间的积累过程。因此，研发设计能力构成新进入者的一个重要壁垒。

3、人才壁垒

保温器皿行业的生产、研发设计横跨多个专业，专业的设计研发人才、生产管理人才、营销人才等对企业的发展均至关重要，尤其是同时精通出口跨境电商行业技术、运营的新型营销推广人才更为紧缺。行业新进入者难以在短时间内组建起自己的团队，形成较高的人才壁垒。

4、技术壁垒

保温效果是不锈钢保温器皿的重要指标，如何在焊接、抽真空、表面处理等多道工艺环节中高质量完成不锈钢保温器皿的生产制造，以及在新工艺、新设备、新技术应用中，满足消费者对产品材质、功能、款式、智能化等多方面个性化要求，均需要具备一定的综合制造技术和能力，构成新企业进入本行业的技术壁垒。此外，出口跨境电商行业需要对独立站系统和网络及网络信息安全等领域具有专业知识和实践经验，需经过长期的积累、培育、融合才能形成，行业的新进入者也面临一定的技术壁垒。

5、资金壁垒

为提高生产效率及产品质量，节约人工成本，保温器皿行业中高度自动化的智能工厂模式将逐步取代原有的生产制造模式，越来越明显的向资本密集型和技术型转换。同时，为保持竞争力，企业需要在研发设计方面持续不断的投入，进一步增加了对资金的需求。企业整体初始投入金额较大，行业的新进入者面临一定的资金壁垒。

（五）影响行业发展的有利和不利因素

1、有利因素

（1）产业政策支持

我国近年颁布了一系列支持行业发展的产业政策，如《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》提出发展信息消费、数字消费、绿色消费，鼓励定制、体验、智能、时尚消费等新模式新业态的发展；《国务院关于印发 2030 年前碳达峰行动方案的通知》指出要推广绿色低碳生活方式、大力发展绿色消费、推广绿色低碳产品，有利于不锈钢保温器皿产品为代表的可重复使用器皿需求的进一步释放；《关于以新业态模式引领新型消费加快发展的意见》《国务院关于落实<政府工作报告>重点工作分工的意见》《关于加快发展外贸新业态新模式的意见》指出了网上零售、跨境电商等新业态的发展目标，提出了支持企业开拓多元化市场、完善跨境电商发展支持政策、培育优秀海外仓企业、完善海外仓网络等一系列措施。上述政策有利于推动“互联网+服务”等消费新业态和跨境电商企业的发展，产品符合消费引导方向的跨境电商新业态的企业更将得到双重的政策的支持和推动。

（2）全球线上消费需求激增，市场空间广阔

作为绿色、环保、节能日用消费品的不锈钢保温器皿行业，与电商营销渠道融合较好的企业迎来快速的业务增长。视频购物、虚拟导购，带动消费习惯将进一步向线上迁移。随着全球居民消费水平的不断提高，不锈钢保温器皿市场的消费需求将长久保持增长趋势，而数字化业务开展较好的不锈钢保温器皿市场增长潜力更大。

（3）消费者消费观念的转变，创造新的市场需求

作为绿色、环保、节能日用消费品的不锈钢保温器皿，在满足消费者保温、保冷的基本需求外，时尚、个性化、智能化的特征越来越受到消费者的关注，不同设计风格和功能的保温器皿产品更能够体现消费者的个性化消费需求，消费者消费观念的转变，将为市场创造新的需求，符合数字消费、绿色消费的新型消费理念。

（4）新兴市场的崛起为跨境电商提供新机遇

目前，我国跨境电商主要市场为欧美等成熟市场，发展相对稳定，而以东南亚、印度、南美等为代表的新兴潜力市场，目前正处于电商发展的高速时期，拥有较强的发展潜力。随着新兴市场国家互联网基础设施不断完善，配套服务不断优化，将为中国跨境电商带来增量发展的新机遇。

2、不利因素

（1）贸易摩擦的影响

保温器皿行业目前仍以出口为主，近年来，部分国家和地区采取了反倾销、反补贴、加征关税等贸易保护政策。特别是 2018 年以来，美国全球贸易政策呈现出一定的不确定性，未来若美国继续采取保守主义政策措施，将可能一定程度上影响我国对美国的不锈钢器皿产品的出口。此外，其他国家和地区如果未来与中国出现贸易摩擦，或者采取相应贸易保护措施，也可能会制约保温器皿产品的出口。

（2）行业竞争激烈

我国保温器皿市场呈现外资品牌同本土品牌同台竞争的局面。近年来，我国保温器皿行业迅速发展，从事保温器皿生产企业数量也逐渐增长，保温器皿行业竞争日益激烈。同时，境外品牌也给国内保温器皿市场带来了竞争压力，国内厂家在产品设计、品牌知名度等方面的劣势使得国际品牌占据了高端保温器皿产品市场。国内厂家需要更多资金及资源投入到产品研发、品牌建设等方面以提高整体的竞争力。

此外，跨境电商政策红利使行业迅速发展并且吸引了大量行业进入者，传统企业也纷纷转型踏入跨境电商行业，早期的流量红利正在消散，流量成本越来越高，使行业竞争愈加激烈。

（3）劳动力成本不断上升

近年来，中国劳动力成本有所上升，国内保温器皿厂商生产自动化程度仍在提高的转型期，生产过程尤其是包装环节仍需大量人工进行操作，劳动力成本的上升，对行业的整体盈利能力产生不利影响。

（4）高端复合人才相对缺乏

保温器皿行业的生产、研发设计横跨多个专业，人才缺乏明显，尤其是专业设计研发与销售复合型人才。在传统行业与互联网资源整合的时代背景下，尤其需要既了解保温器皿又精通电子商务营销推广和管理的人才。目前上述高端复合型人才仍未能满足行业快速发展的需求。

（六）行业的技术水平及技术特点

保温器皿按照材质分类包括不锈钢保温器皿、玻璃保温器皿、陶瓷保温器皿、塑料保温器皿等，其中不锈钢保温器皿凭借其强度高、耐腐蚀、耐高温、耐高压、抗震性好、抗外击能力强等特点，成为了保温器皿产品的主要组成部分。不锈钢保温器皿的生产过程包括拉管、水胀、焊接、抽真空、抛光、喷漆/喷塑等多个环节和工序，每个环节的技术稳定性对最终产品的质量和品质均会产生影响，从而影响保温效能、表面质量等核心指标。保障产品性能和品质稳定性关键是各个环节技术的稳定性、统一性和生产管理的精细化程度。

国内大多数小规模企业生产设备投资较少，生产较多依赖人工，技术稳定性较差，所制造产品品质一般，并且研发设计能力较弱，产品同质化现象普遍，业务上以承接 OEM 订单为主。

国内少数初具品牌影响力的企业，在研发设计能力、制造技术水平、自主创新能力等方面具有显著优势，其生产设备较为先进，自动化程度较高，产品品质和性能稳定性好，获得知名品牌商的信任和合作，并且设计开发能力强，自有品牌开发能力及承接 ODM 订单能力较强。

（七）行业特有的经营模式

国际知名品牌诸如“膳魔师（THERMOS）”、“虎牌（TIGER）”、“象印（ZOJIRUSHI）”等品牌知名度高，生产技术相对发达，占据高端品牌市场，产品附加值较高。中国经过 40 余年改革开放，形成完整的制造业产业链，生产制造水平也得到长足的进步和提高，国际保温器皿制造中心和采购中心逐渐向中国进行转移，中国已成为全世界最大的保温器皿生产国家，不锈钢保温器皿生产企业主要集中在浙江和广东等地。国内企业设计研发能力较弱，品牌建设投入有待进一步的提高，自主品牌的国际影响力较小，除在国内主要占据中低端产品销售市场外，整体以为国外知名品牌企业进行贴牌生产为主。

作为日用消费品，销售模式线上线下融合程度较高，呈现多元化趋势共同发展。在外销方面，有跨境电商 B2B、跨境电商 B2C、境外线下销售等销售模式，内销方面，有境内直销、境内经销、电商 B2C、电商 B2B2C 等多种销售模式。

随着居民整体消费水平的不断提高，对保温器皿的外观设计要求更加时尚、精美，保温器皿在融入文创、时尚、科技等元素后被赋予更多的功能，消费需求的个性化程度也不断提高，保温器皿行业整体的新产品开发速度较快。

（八）行业的周期性、区域性和季节性

1、周期性

作为日用消费品，保温器皿行业产品技术、市场的成熟度较高，其周期性与宏观经济周期性的关联度整体较低。

2、区域性

（1）生产的区域性

由于劳动力、土地等成本原因，欧洲、北美、日本等发达国家保温器皿产量及产能迅速下滑，中国已成为全世界最大的保温器皿生产国家。我国保温器皿行业具有明显的产业集群地域特征，生产企业主要集中在浙江和广东等地。从产量上看，2024 年，华东区域保温器皿产量为 65,713 万个，产量份额为 80.2%；华南区域保温器皿产量为 10,570 万个，产量份额为 12.9%；其他区域保温器皿产量份额合计为 6.9%。

（2）消费的区域性

保温器皿消费受国民经济发展水平、下游渠道建设水平、终端消费能力等因素影响，与各地区经济社会发展程度关联程度较高。目前，保温器皿消费市场主要集中在欧洲、北美和日韩等发达国家和地区，新兴市场主要集中在印度、东南亚、南美等地区，市场容量大且增长持续稳定。在我国，保温器皿消费也主要集中在经济较为发达地区，2024 年，华东地区保温器皿需求份额继续增加，达到 33.1%；其次是华北地区，需求份额为 21.3%；华中、华南、西南地区需求份额相当，分别为 13.0%、12.2%和 10.3%；东北和西北地区需求份额较小，分别为 6.8%和 3.3%。

3、季节性

季节变换会对保温器皿产品的消费产生一定影响。保温器皿产品兼具保热及保冷功能，国外市场一般以保冷为主，夏季一般为销售旺季，四季度受圣诞节因素影响以及国内春节放假因素，国外客户提前备货，四季度相应销售也较高。国内市场一般以保温为主，夏季相对为销售淡季。一季度受元旦、春节放假因素影响，销售收入金额低于其他季度，报告期内，从公司经营数据上看，公司收入变动季节性相对不明显。

（九）所属行业在产业链中的地位和作用，与上、下游行业之间的关联性

1、上游行业的关联性及影响

保温器皿上游行业主要是不锈钢行业，我国已成为全球最大的不锈钢生产国，且在全球不锈钢产量中的比重在 50%以上。根据中国钢铁工业协会不锈钢分会统计数据，2024 年，中国不锈钢粗钢产量为 3,944.11 万吨，同比增长约 7.5%，国内不锈钢原材料供应充足，保障了保温器皿行业的快速发展。

由于不锈钢占产品成本的比重较大，不锈钢价格波动对行业的总体盈利水平也会带来一定影响。2021 年，不锈钢产品价格出现了较大幅度的上涨，2022 年不锈钢价格处于高位，2023 年及以后不锈钢价格有所回落，对行业的利润率产生了一定的影响。

2、下游行业的关联及影响

国内保温器皿行业的产品以出口为主，主要是以贴牌形式为国外品牌商、大型连锁超市等提供产品。虽然近年来中国劳动力成本有所上升，但与发达国家劳动力成本相比仍然较低，在未来一段期间内较低的劳动力成本仍将是我国制造业的一大优势，并且中国产业门类齐全，各个产业上下游配套齐全，基础设施完善，国内保温器皿行业在生产制造方面较国外企业仍具有较大的比较优势，外销市场的规模也基本保持持续增长。

作为日常消费用品的保温器皿，国内销售主要通过零售商、商业超市、线上电商、经销商等多种渠道和方式。近年来，随着居民收入的提升，以及产品设计更加时尚化、个性化，保温器皿的国内需求也保持持续增长的态势。

3、发行人所属行业在产业链中的地位和作用

公司所在行业为保温器皿行业，主要承担产品生产及开发设计作用，将无产品形态的不锈钢卷材，通过公司开发设计、生产加工为符合时尚化、个性化的消费品，满足消费者对生活品质的追求。

(十) 发行人产品主要进口国的政策及其影响

1、发行人产品的出口情况

报告期各期，发行人出口产品按地域分类前五大国家或地区情况如下：

单位：万元

序号	2024 年度		2023 年度		2022 年度	
	国家	金额	国家	金额	国家	金额
1	美国	147,562.79	美国	102,388.46	美国	95,740.74
2	菲律宾	16,285.44	菲律宾	20,578.07	菲律宾	20,266.33
3	日本	16,015.87	日本	14,421.23	日本	15,016.78
4	英国	8,228.91	德国	4,768.51	德国	4,878.58
5	德国	5,516.33	巴西	3,693.22	英国	4,125.34

公司境外销售主要集中在美国、日本、欧洲等国家或地区。主要客户包括 Real Value、Hydrojug、Superfresh、Takeya、Corporate、Brumate、百事、沃尔玛、星巴克等国际知名品牌商及大型商超。公司与客户达成合作意向后，先提供样品，客户确认后根据订单批量供货，公司外销主要采用 FOB 的贸易条款交易。

2、贸易摩擦对公司产品出口的影响

报告期后，公司产品主要出口国贸易政策变化对公司业务量、毛利率存在一定负面影响，公司已采取一定的应对措施，预计公司持续经营能力不存在重大风险。

3、进口国同类产品的竞争格局

公司出口保温器皿产品主要为国际品牌商或大型连锁超市的贴牌订单产品，主要销售区域是北美、欧洲、日本等发达国家，同时也包括菲律宾、巴西等发展中国家，与进口国同类产品竞争主要体现在品牌影响力、性价比、品质、外观设计等方面。全球保温器皿制造重心逐渐转移，呈现出由发达国家向发展中国家转移态势，中国成为了全球最大的保温器皿制造中心和代工中心。

（十一）行业的竞争状况及行业内主要企业

1、行业的竞争格局和市场化程度

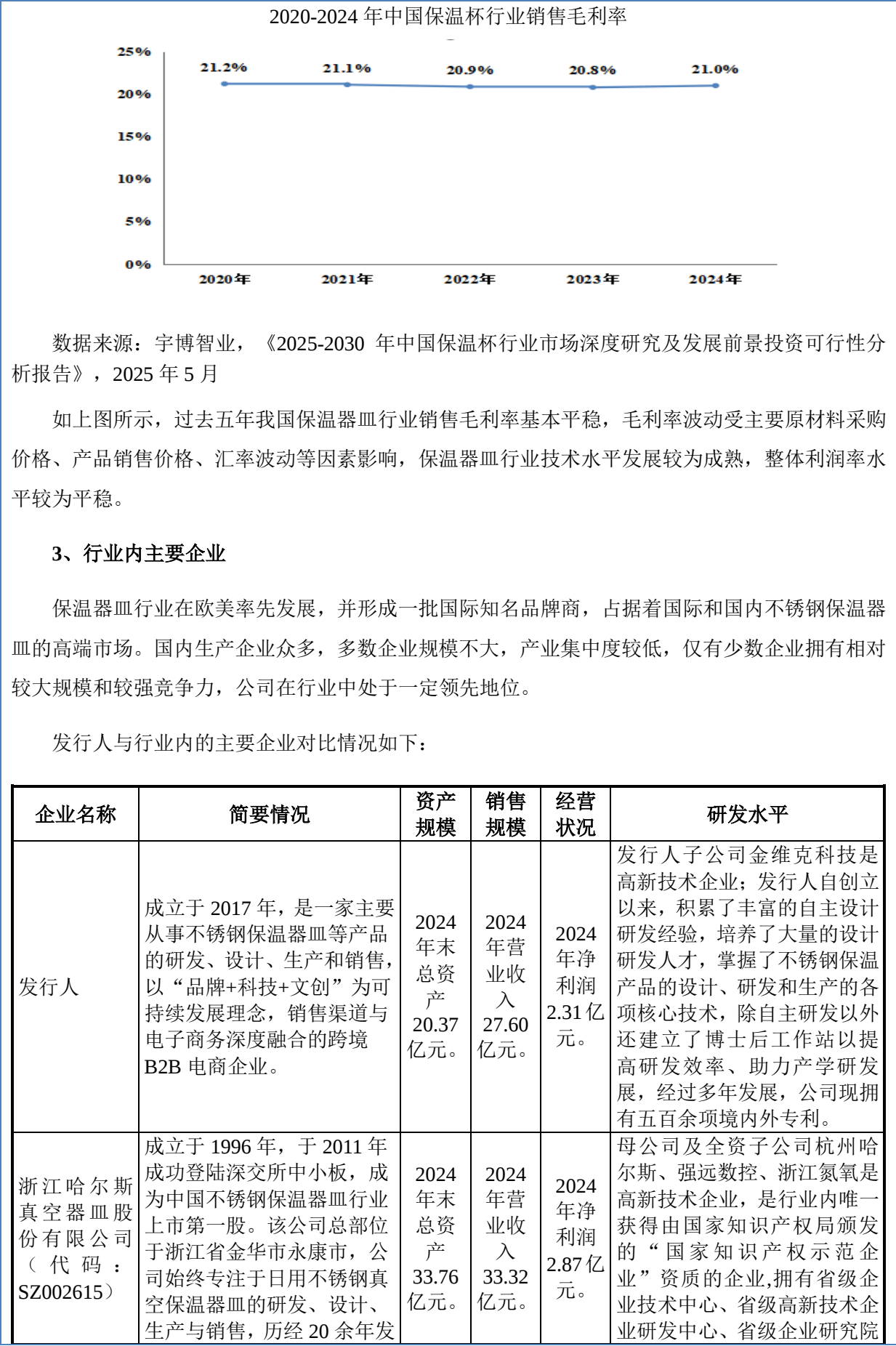
不锈钢双层真空保温技术由日本膳魔师研究开发以来，带动不锈钢保温器皿的快速发展，欧美、日韩等企业凭借先进稳定的生产技术、较强的产品设计能力、稳定的产品质量和较强的品牌营销能力，发展形成了一批国际知名品牌商，如“膳魔师（THERMOS）”、“虎牌（TIGER）”、“象印（ZOJIRUSHI）”等，占据着国际和国内不锈钢保温器皿的高端市场，同时国内外知名的其他跨界行业品牌如星巴克、吨吨健康、瑞幸咖啡、霸王茶姬等，也通过贴牌方式利用自身较高的知名度和忠实消费群体，占据着一部分高端产品市场。

中国经过 40 余年改革开放，形成完整的制造业产业链，生产制造水平也得到长足的进步和提高，形成了一批不锈钢保温器皿制造企业。该些企业在贴牌经营的基础上，开发和培育了自主品牌，如“富光”、“哈尔斯”和发行人“特美刻 TOMIC”等国内品牌，占据着国内的中高端产品市场。

众多的中小规模企业，由于产品单一、设计研发能力较弱、品牌影响力小，主要通过低价竞争策略占据低端产品市场。我国不锈钢真空保温器皿行业中生产企业众多，整体产业集中度较低，仅有少数企业拥有相对较大规模和较强竞争力，在行业中处于领先地位。随着国内年轻一代消费者对产品设计、时尚个性化和品质要求的进一步提高，领先企业的经营规模和市场占有率拥有较大提升空间。

2、行业利润水平的变动趋势及变动原因

2020-2024 年，我国保温杯行业毛利率情况如下：



	展，已成为国内最具影响力的专业不锈钢真空保温器皿制造商之一。				等多个创新平台。哈尔斯主导和参与了国家、行业 and 团体标准的研制工作累计发布标准 40 项；截至 2024 年 12 月 31 日，公司的有效专利 724 项，其中发明专利 63 项。
安徽省富光实业股份有限公司	成立于 1993 年，是中国玻璃杯、塑料杯和保温杯的生产企业之一。经过多年的发展，该公司已经成为全国主要的塑料杯生产企业之一，其塑料杯产品市场占有率稳居前列。近年来，该公司进一步拓展了不锈钢真空保温杯产品线，推出了定位于中高端市场的不锈钢真空保温杯产品。	-	-	-	-
浙江嘉益保温科技股份有限公司（代码：SZ301004）	成立于 2004 年，位于武义县白洋工业区（牛背金），是一家专业生产不锈钢保温杯、汽车杯、运动瓶的企业。	2024 年末总资产 28.38 亿元。	2024 年营业收入 28.36 亿元。	2024 年净利润 7.33 亿元。	嘉益股份是国家级高新技术企业、金华市企业技术中心、金华市嘉益不锈钢保温杯高新技术研究开发中心，组建了国内先进的科研实验室，通过自主研发、合作开发、委托开发、外部购买等方式，掌握了核心产品的关键性技术，公司拥有多项实用新型专利和外观设计专利，具有较强的研发和设计能力。
日本（膳魔师）株式会社	成立于 1904 年的德国，现已成为全球最大的专业真空不锈钢家庭用品产品制造和销售集团，在全球 140 多个国家和地区拥有制造及销售厂商、分公司和分销处。该集团的不锈钢真空保温产品保温效果好，外观设计简洁、时尚，产品国际市场占有率处于行业首位。1995 年，该集团在中国成立膳魔师（中国）家庭制品有限公司，从事高真空不锈钢保温杯、保温瓶、保温壶、焖烧锅等高品质保温系列产品的生产和销售。	-	-	-	成立于 1904 年的德国，现已成为全球最大的专业真空不锈钢家庭用品产品制造和销售集团，在全球 140 多个国家和地区拥有制造及销售厂商、分公司和分销处。该集团的不锈钢真空保温产品保温效果好，外观设计简洁、时尚，产品国际市场占有率处于行业首位。
虎牌热水瓶株式会社	成立于 1923 年，自成立以来一贯致力于将先进技术应用于新产品中，其主要产品包括不锈钢真空热水瓶、电饭锅、保温锅、厨房用品、储	-	-	-	成立于 1923 年，自成立以来一贯致力于将先进技术应用于新产品中，其主要产品包括不锈钢真空热水瓶、电饭锅、保温锅、厨房用品、储藏用品

	藏用品等。该公司的产品以其优良的品质受到了日本、中国、欧美等国家和地区消费者的喜爱。1995 年，该公司在中国成立子公司上海虎生电子电器有限公司，从事不锈钢真空保温器皿、电子锅和电气热水瓶等系列产品在中国地区的生产和销售。				等。该公司的产品以其优良的品质受到了日本、中国、欧美等国家和地区消费者的喜爱。
象印暖瓶株式会社	于 1918 年在日本大阪创立，并于 1986 年在日本大阪证券交易所上市。该公司以电饭煲、电热水瓶等小家电为主打产品，不锈钢真空保温瓶为代表产品，持续引导着日本日常生活消费的市场。在全球市场中，该公司的产品因其质量和设计赢得了消费者的广泛赞誉，在高端不锈钢真空保温器皿市场中具有强大的竞争力。2003 年，该公司在中国成立子公司上海象印家用电器有限公司用以向中国消费者推广象印品牌。	-	-	-	于 1918 年在日本大阪创立，并于 1986 年在日本大阪证券交易所上市。该公司以电饭煲、电热水瓶等小家电为主打产品，不锈钢真空保温瓶为代表产品，持续引导着日本日常生活消费的市场。在全球市场中，该公司的产品因其质量和设计赢得了消费者的广泛赞誉，在高端不锈钢真空保温器皿市场中具有强大的竞争力。
YETI Holdings	成立于 2006 年，是一家创新户外产品的全球设计师、零售商和分销商，产品涵盖保温杯、保温箱、背包、功能性服饰等户外用品，通过多元化渠道覆盖全球高端户外市场。	2024 年末总资产 12.86 亿美元。	2024 年营业收入 18.30 亿美元。	2024 年净利润 1.76 亿美元。	YETI 致力于在户外生活各个领域为户外活动者提供具备创新设计与实用功能的解决方案，产品以高性能、高质耐用著称，并通过精心设计的产品包装和推广建立强大的品牌形象。

发行人选择的上述行业内公司，主要是发行人所在相同细分行业国内外知名品牌或业务规模较大的企业，相关业务具有较强的可比性。

（十二）发行人行业中的地位和市场占有率

经过多年发展，公司已成为行业内具有一定影响力的专业不锈钢真空保温器皿供应商之一，与国内同行业企业相比具有研发设计能力较为突出、国内外营销网络覆盖面广等优势。

公司主要产品为不锈钢器皿，占主营业务收入比例为 80%左右，按照 2024 年全球市场规模 641 亿元计算，公司不锈钢器皿收入占比约为 3.67%，按照不锈钢器皿营业收入计算，公司在国内同行业企业中，排名第三。公司已成长为在保温器皿行业中有一定知名度和规模的企业之一。

保温器皿行业由“膳魔师（THERMOS）”、“虎牌（TIGER）”、“象印（ZOJIRUSHI）”等国际知名品牌商，占据着国际和国内不锈钢保温器皿的高端市场，同时国内外知名的其他跨界行业品牌如星巴克等，也通过贴牌方式利用自身较高的知名度和忠实消费群体，占据着一部分高端产

品市场。发行人在贴牌经营的基础上，开发和培育了“特美刻 TOMIC”“Bottle Bottle”等自主品牌，对国内中高端产品市场具有一定的影响力，并通过亚马逊等境外电商平台，销售自主品牌产品，逐步扩大自主品牌的境外影响力。

（十三）发行人的竞争优势分析

1、竞争优势

（1）设计研发优势

公司主要产品保温器皿制作工艺相对成熟，品牌产品在保温功能性方面几乎没有差距，无论是国内市场还是国外市场，保温器皿消费已经从偏耐用品属性的功能性消费向偏快消品属性的时尚性消费转变，品牌影响力和创新能力将是品牌竞争的关键。公司在提供贴牌产品过程中，依靠较强的研发设计团队、规范的产品设计流程，较为深入的参与客户产品的开发设计过程中，形成了较为突出的产品设计能力，形成公司的设计研发优势。

1）较强的研发设计团队

公司产品具有差异化特征，因客户所在地区文化差异、消费习惯以及经济发展水平差异，消费需求也有所差别，例如欧洲更偏好简洁的产品设计，产品品质细节要求更高，东南亚更加偏好结合宗教、文化的产品设计方案。因此，作为日用消费品，保温器皿不仅需要在产品质量方面精益求精，还需要不断在外观设计和功能方面推陈出新，以满足消费者多样化的场景需求。为此，公司专门设立了研发设计中心，研发设计团队 180 余人，能快速响应市场需求。

2）规范的产品设计流程

公司的产品设计开发流程全面覆盖产品分析、选样、企划、设计、打样、外包装和展示环节，研发设计中心与业务部门实时对接。公司依托自有的销售数据、阿里巴巴平台、第三方软件等进行智能分析，获取热品、新品信息，包括搜索趋势、商品销量、好评率、图片、竞品信息、引流词等多模态特征，结合运营、供应商资质相关数据，输出新产品需求至研发部门，大大提升了公司新产品开发的效率。针对业务部门或客户提出的新创意，公司的设计师直接参与到客户新产品的设计开发，一周内即可提供修改方案，能做到快速响应和落实，增加客户的下单率。

3）优秀的产品设计能力

公司定期进行主动、持续的产品推陈出新，每年新品设计方案超过 450 件。公司曾先后获得了德国红点产品设计奖、德国设计奖、德国 IF 奖、“中国的杯子”创意设计大赛金奖、美国“MUSE 金奖”、美国“IDA 荣誉奖”等奖项，产品设计能力较为突出。

（2）全渠道营销体系优势

公司主要产品保温器皿作为日用消费品，较强的营销能力和完善的营销体系是实现业绩稳定增长和品牌影响力提高的竞争关键之一。公司已建立起了完善的境内外营销渠道体系，包括跨境电商 B2B、跨境电商 B2C、境外线下直销、境内直销、境内电商平台 B2C、境内电商平台 B2B2C、境内经销等。公司针对不同产品类别、不同销售区域及同类产品不同的应用场景的销售渠道特点及客户需求，建立了独立的渠道管理团队，其产品选择、价格、推广以及售后服务均根据对应客户的要求进行优化，能够充分发挥各渠道特点与优势，更好地满足不同场景下消费者的差异化需求，提升用户体验。具体如下：

1) 线上渠道运营优势

近年来，网上购物、网上交易和在线电子支付等电子商务行业快速发展，逐步改变了消费者的消费习惯和消费节奏。消费者大规模转向线上，带动全球电商零售行业的快速发展。欧美及亚太地区主要国家的电商整体零售额实现了较为快速增长，直接促进了 B 端电商的发展。

公司是较早一批进入阿里巴巴第三方电商平台的企业。公司坚持打造场景化的特色平台，布局品牌矩阵，并通过打造不同品牌的独立站，扩大在各大社交媒体的品牌影响力，高效地将公司产品销售至品牌客户、商超和终端消费者。

在境外市场，公司主要通过阿里巴巴国际站开设 B2B 网店的方式向客户销售产品，产品以贴牌方式为主；同时，公司还在亚马逊开设店铺开展跨境 B2C 业务销售自有品牌“Bottle Bottle”等产品。在境内市场，公司在天猫、京东、抖音等境内电商平台上面向消费者直接销售自有品牌“特美刻 TOMIC”等产品。

公司电商业务已覆盖大部分主流电商平台，电商业务持续快速增长，2022-2024 年，电商业务销售收入复合增长率为 20.76%，2024 年电商业务收入规模达到 17.66 亿元，占主营业务收入的比例为 64.73%，公司线上销售渠道已具备相当的规模，具有明显的线上渠道运营优势。

2) 线上平台运营管理优势

公司采用场景化平台营销策略，与非同质化的多平台合作，开立不同平台店铺，形成同类产品不同定位的风格化差异，同时深挖产品特色，满足不同场景下终端消费者的差异化需求，不断发掘细分市场，并向产品周边拓展，保持销售的持续增长。

国外电子商务平台运营的规则和方式与国内市场有较大区别，每家平台在平台维护、广告投放模式和监管政策要求等方面都具有一定的独特性。公司在进入电商业务早期即投入较多的人力、物力和财力，不断积累运营经验，并通过培训模式将运营经验向不同的电商平台和店铺分享，以提升每个平台的运营效率和运营稳定性。通过多个电子商务平台和社媒等，公司可直接触及全球主流国家和地区的市场与用户。公司以数据驱动为目标，针对跨境 B 端业务这一特定领域，经过多年的销售业务实践，公司在销售数据管理、效果监测和营销技术应用、物流选择等方面积累了丰富的平台

运营经验，形成公司在 B2B 行业独特的竞争优势。

3) 线下渠道运营优势

公司凭借良好的产品设计开发能力、产品品质和完善的服务体系，公司与国内外知名品牌商建立了紧密的合作关系，公司积极参加各大类型博览会，在巩固原有客户的基础上，不断开拓线下新客户。

公司已建成覆盖全国的销售网络体系，目前正积极布局户外运动、礼品定制、IP 合作（如梵高、朱炳仁·铜、丰子恺和潘天寿等文创名人类 IP）、跨界合作等新渠道。

综上，公司已建成覆盖境内、境外、线上、线下多元化营销渠道体系，运营管理经验丰富，具有较强的营销优势。

(3) 较强的品牌竞争力

1) 较强的 B 端品牌影响力

公司通过新颖的产品研发设计、多元化的营销布局、稳定的产品质量、及时的产品交期等，获得了欧美市场客户群体的普遍认可，建立了较为广泛的品牌影响力。

Everich、Everichoutdoor、Everichhydro、Tomic 等关键词在目标市场取得了较高的知名度和认可度。Everich 作为 B 端品牌关键词，具有较高的 B 端品牌搜索热度。

B 端品牌影响力和搜索热度，是公司从事电商业务多年积累的结果，流量和品牌很难短时间一蹴而就，公司在欧美地区 B 端品牌影响力是公司竞争力的重要体现。

2) 自有品牌具有一定的影响力

公司在服务好国际知名品牌基础上，更注重自主品牌建设。公司拥有“特美刻 TOMIC”、“Bottle Bottle”等多个自有品牌，公司建立了一定的品牌影响力，上述主要自有品牌的具体情况如下：

品牌名称	Logo	具体情况
特美刻 TOMIC		定位中高端消费人群，主要应用场景：办公、居家、车载、养生、泡茶和送礼
Bottle Bottle		定位中高端消费人群，主营水具类目产品，数据化选品，荣获 2020 年全球跨境电商新势力新锐品牌 TOP 50（城市轻奢、年轻时尚），亚马逊英国平台 canteens & water bottle 类目畅销排名第三名

公司根据不同消费群体的消费偏好等采用多个自主品牌的发展策略，并在境内电商平台、跨境电商 B2C 平台上进行自主品牌的推广。公司自有品牌已经逐渐具有一定的知名度和影响力，并不断扩大“特美刻 TOMIC”、“Bottle Bottle”等自有品牌的开发力度，增强其整体品牌优势和品牌影响力。

报告期内，自主品牌产品收入分别为 20,849.00 万元、25,399.70 万元和 26,437.10 万元，总体上看，公司自主品牌产品收入基本保持增长趋势。

综上所述，公司整体具有较强的品牌竞争力。

（4）客户资源优势

1）品牌客户积累

公司作为较早进入发达国家市场的保温器皿供应商，逐步积累了具有行业先发优势、覆盖全球市场的客户资源，客户对公司的认可度较高。公司的客户群体主要包括 Real Value、Hydrojug、Superfresh、Takeya、Brumate、百事、星巴克、沃尔玛等国际知名品牌商与大型商超。

公司在入选国际知名品牌商和大型商超合格供应商体系后，双方通常保持较为长期、稳定的合作关系。公司与国际知名品牌商、大型商超的稳定合作关系有助于公司不断提升市场占有率，树立良好的品牌与市场影响力，形成较强的示范效应，能够为公司带来较多的优质客户。

2）成长期客户培育

公司积极拓展和培育处于成长期的客户，配备了专业的市场数据分析团队、设计研发团队和销售服务团队，根据其品牌特色及应用场景需求，在提供优质产品同时，积极为客户提供数据分析、研发设计、平面效果拍摄等附加服务，帮助客户加强品牌竞争力，有效增强了客户粘性。

公司不断积累品牌客户资源并积极培育成长期客户，形成了较强的品牌影响力和较高的搜索热度，具有较强的客户资源优势。

（5）团队优势

公司在发展过程中持续关注人才培养，在研发设计、生产管理、精准营销等方面储备了较多人才。保温器皿行业的生产、研发设计横跨多个专业，专业的研发设计人才、生产管理人才、营销人才等对公司的发展均至关重要，公司凭借多年的持续发展，吸引和集聚了优秀的研发设计团队、生产管理团队和勇于挑战的销售团队。

为确保公司优质人才的孵化和供给，在内部建立了“云商学院”，以“高绩效、敢拼搏、乐分享”为培养理念，着力打造专业化管理体系与复合型管理人才，结合科学的晋升机制、裂变机制以及激励机制，建立起一支专业、进取、年轻的营销运营团队。

2、竞争劣势

（1）外协生产比例较高，自主生产比例较低

报告期内，公司主要产品不锈钢器皿外协生产比例较高，为 65%左右，自主生产比例较低，为 35%左右。同行业可比上市公司中，哈尔斯自主生产比例为 80%左右，嘉益股份基本为自主生产，

均高于公司的自主生产比例，相应的产品毛利率也高于公司。

报告期内，公司产能利用率始终处在较高水平。受限于融资渠道单一的情况，公司现有产能规模和产能扩张速度不能满足所有订单需求，部分订单依赖外部工厂生产加工，不利于公司获取更多优质订单、占据更大的市场份额。本次发行募集资金项目实施完毕后，公司保温器皿的生产规模将显著扩大，制约公司长期发展的产能瓶颈将得以解决。

（2）自主品牌知名度需进一步提高

公司在为国际知名品牌提供贴牌产品的基础上，也注重自主品牌的建设。公司紧紧抓住电子商务快速发展的市场机遇，在境外市场 B2C 平台和境内市场上进行自主品牌的推广和销售，品牌知名度和影响力不断得到提高，但与“膳魔师（THERMOS）”、“虎牌（TIGER）”、“象印（ZOJIRUSHI）”等国际知名品牌相比，公司自主品牌发展时间短，在全球范围的品牌和市场影响力方面以及自主品牌的国际化方面仍有待进一步提高。

（3）融资渠道单一

随着公司规模的不不断扩大，尤其是后续自动化产业升级所需的设备、研发配套项目等对资金的需求越来越大。同时，国家政策支持跨境电商迅速发展，吸引了大量行业进入者，行业竞争愈加激烈，流量成本越来越高，资金需求也在提高。目前公司的融资渠道较为单一，资金来源主要为公司自身积累及银行贷款，难以满足公司业务快速发展的需要，在一定程度上限制了产能扩张、研发投入、市场开拓、产业融合升级以及跨境电商的业务布局。本次股票公开发行并上市后，公司资本结构和融资能力将得到明显改善，生产规模将进一步扩大，产品结构得到优化，研发设计能力将进一步提升，有利于进一步提升公司的核心竞争力。

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、产量和销量情况

报告期内，发行人主要自制产品为不锈钢器皿，其产能、产量、销量情况如下：

单位：万只

产品类别	年度	产能	实际产量	销量	产能利用率（%）	产销率（%）
不锈钢器皿	2024 年度	2,250.00	2,152.10	2,130.67	95.65	99.00
	2023 年度	1,660.00	1,527.01	1,563.24	91.99	102.37
	2022 年度	1,390.00	1,220.37	1,156.25	87.80	94.75

注：上述产量、销量数据均为自制数据。

报告期内，公司产品自制主要满足部分战略客户订单需要。

2、发行人报告期内主营业务收入构成

(1) 主营业务收入、产品或服务的类别，销售价格的总体变动情况

报告期内，公司主营业务收入主要来源于不锈钢器皿及塑料器皿，具体情况参见“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”相关内容。

(2) 主营业务收入按销售模式分类

报告期内，公司以跨境电商 B2B 模式、境外线下销售模式、境内直销模式为主，境内外 B2C 销售模式、境内经销模式为辅的销售模式，具体情况参见“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”相关内容。

3、报告期内各期向前五名客户的销售情况

报告期内，发行人向前五大客户销售额及占当期营业收入的比例情况如下：

单位：万元

报告期	客户名称	金额	比例
2024 年度	Real Value	52,603.16	19.06%
	Hydrojug	19,352.31	7.01%
	Superfresh	15,926.25	5.77%
	Takeya	14,725.29	5.33%
	Brumate	9,420.84	3.41%
	合计	112,027.85	40.58%
2023 年度	Real Value	43,188.43	20.39%
	Superfresh	20,274.87	9.57%
	Takeya	13,720.58	6.48%
	Brumate	7,842.85	3.70%
	Karaka [注]	6,062.60	2.86%
	合计	91,089.33	43.01%
2022 年度	Real Value	26,504.94	13.43%
	Brumate	20,633.14	10.46%
	Superfresh	20,033.12	10.15%
	Takeya	14,720.85	7.46%
	Karaka [注]	11,324.99	5.74%
	合计	93,217.03	47.25%

注 1: Karaka 2021 年收购了 Iron Flask Group LLC, 故合并披露;

注 2: Real Value 的主要品牌为 Simple Modern、Hydrojug 的主要品牌为 HYDROJUG、Superfresh 的主要品牌为 AquaFlask、Takeya 的主要品牌为 TAKEYA、Brumate 的主要品牌为 BRUMATE、Karaka 的主要品牌为 IRON FLASK。

公司与各年度主要客户之间均不存在关联关系, 公司的董事、监事、高级管理人员和核心技术人员、主要关联方或持有 5%以上股份的股东在各期间前五大客户中不占有任何权益。

(二) 采购情况及主要供应商

1、主要原材料、成品、半成品采购情况

公司原材料主要包括不锈钢卷材、塑料粒子、硅胶材料等, 同时, 公司采购成品和半成品, 报告期内, 公司主要采购数据统计如下:

单位: 万元, %

项目	2024 年度		2023 年度		2022 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
成品	129,386.97	70.43	102,498.52	73.57	105,421.41	78.60
半成品	35,797.00	19.49	24,754.24	17.77	18,042.09	13.45
原辅料	18,526.34	10.08	12,068.31	8.66	10,664.04	7.95
合计	183,710.31	100.00	139,321.07	100.00	134,127.54	100.00

公司采用“自主生产+外协生产”相结合的经营模式, 报告期内, 成品、半成品采购占比分别为 92.05%、91.34%和 89.92%, 成品、半成品采购金额较大主要系发行人销售收入稳定增长, 公司自身产能不能满足订单需求所致, 公司采购半成品后尚需要进行后道工序加工后再销售出库。

(1) 成品采购单价分析

报告期内, 公司的不锈钢器皿外协生产模式, 主要系外协厂商自行采购生产所需原辅材料, 并负责完整的生产加工过程, 公司向外协厂商直接采购成品后对外销售, 不涉及公司自身生产制造的料、工、费核算。公司该模式中主要负责销售订单承接及订单承接前的产品开发设计、原材料选取、指导供应商开模具、生产样品、生产完成后的产品质量检验及报关发运等。报告期内, 公司不锈钢器皿平均采购单价情况如下:

单位: 元/只

成品采购类型	2024 年度		2023 年度		2022 年度
	采购均价	变动率	采购均价	变动率	采购均价
不锈钢器皿	27.31	1.71%	26.85	-0.93%	27.10

报告期内，公司不锈钢器皿采购均价呈波动趋势，与相应产品销售单位成本变动趋势基本一致。

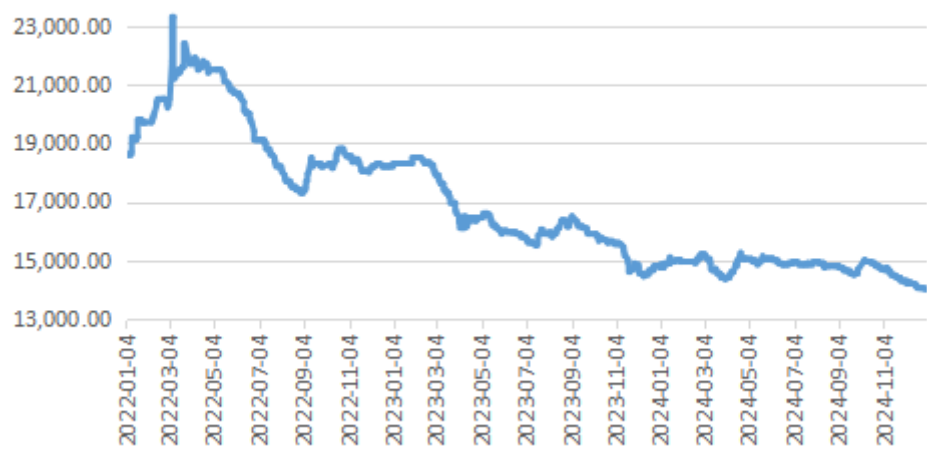
(2) 原材料采购单价分析

报告期内，公司主要原材料采购价格如下：

项目	2024 年度		2023 年度		2022 年度
	平均采购单价	变动率	平均采购单价	变动率	平均采购单价
不锈钢卷料（元/吨）	13,726.56	-8.72%	15,037.29	-15.11%	17,714.66
硅胶材料（元/件）	0.39	-8.77%	0.43	-18.34%	0.53
塑料粒子（元/吨）	19,769.39	28.40%	15,397.32	-30.89%	22,279.26

报告期内，大宗商品不锈钢卷料价格走势图如下，发行人不锈钢卷料采购单价变动趋势与大宗商品价格走势图基本一致。

2022-2024年不锈钢卷料市场价格走势图

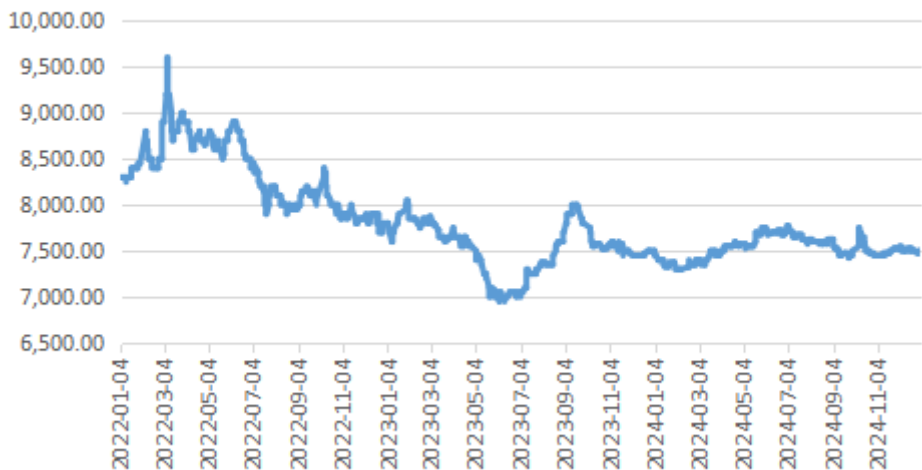


注：数据来源于 Wind 资讯，为含税金额走势图，价格单位为元/吨。

报告期内，公司硅胶材料采购单价呈现波动趋势，主要系采购结构变化所致，2023 年平均采购单价下降 18.34%，主要系单价较高的底套采购占比由 2022 年的 49.75%下降至 2023 年的 22.14%所致。2024 年平均采购单价下降 8.77%，主要系单价较高的硅胶装饰件采购占比由 2023 年的 16.57%下降至 2024 年的 9.85%所致。公司采购的硅胶材料主要来源于小众材料市场，不存在公开的市场价格数据。

报告期内，塑料粒子平均采购单价先降后升，主要系塑料粒子大宗商品市场采购单价变动所致。聚丙烯的价格走势图如下：

2022-2024年聚丙烯市场价格走势图



注：数据来源于 Wind 资讯，公司采购塑料粒子主要为 pp 料，学名聚丙烯，价格单位为元/吨。

2、报告期内各期向前五名供应商的采购情况

报告期内，发行人向前五大供应商的采购额及占当期采购总额的比例情况如下：

单位：万元

报告期	供应商名称	金额	比例
2024 年度	武义新阳光工贸有限公司 [注]	25,369.99	13.81%
	浙江格林工具有限公司	17,111.62	9.31%
	永康市金达康工贸有限公司	16,452.50	8.96%
	浙江宏强金属制品有限公司	13,199.06	7.18%
	浙江裕川工贸有限公司	10,177.37	5.54%
	合计	82,310.55	44.80%
2023 年度	浙江格林工具有限公司	14,902.26	10.70%
	武义新阳光工贸有限公司 [注]	13,884.54	9.97%
	永康市金达康工贸有限公司	12,472.08	8.95%
	浙江裕川工贸有限公司	7,896.97	5.67%
	武义县鹏飞电器有限公司	5,975.12	4.29%
	合计	55,130.97	39.57%
2022 年度	永康市金达康工贸有限公司	14,366.75	10.71%
	武义新阳光工贸有限公司 [注]	13,029.92	9.71%
	浙江裕川工贸有限公司	8,771.39	6.54%
	浙江宏强金属制品有限公司	8,209.13	6.12%
	浙江格林工具有限公司	7,062.19	5.27%
	合计	51,439.38	38.35%

注：武义新阳光工贸有限公司和浙江尚米工贸有限公司受同一实际控制人控制，故合并披露，下同。

报告期内，公司不存在向单个供应商采购比例超过各年度采购总额 50%或严重依赖少数供应商的情况。

报告期内，公司供应商较为稳定，主要供应商订单具备连续性和稳定性，公司与各年度主要供应商之间均不存在关联关系，公司的董事、监事、高级管理人员等核心人员和持股 5%以上的股东也未在上述供应商中占有权益。

3、能源供应情况

报告期内，发行人使用的主要能源为电能。报告期内，发行人生产制造的能源消耗情况如下：

能源	项目	2024 年度	2023 年度	2022 年度
电能	用量（万度）	1,729.85	1,013.87	792.38
	单价（元/度）	0.81	0.84	0.85
	费用（万元）	1,392.78	853.76	670.42

报告期内，公司的主要能源为电能，其消耗金额占营业成本的比例较小。

（三） 主要资产情况

1、主要固定资产情况

（1）发行人主要固定资产

截至报告期末，发行人的主要固定资产具体情况如下：

单位：年、万元

项目	折旧年限	账面原值	账面净值	综合成新率
房屋及建筑物	20	35,208.52	30,577.29	86.85%
机器设备	5-10	15,341.04	10,815.11	70.50%
运输设备	4	718.84	344.49	47.92%
电子设备及其他	3-5	1,003.41	336.12	33.50%
固定资产装修	10	140.09	136.58	97.49%
合计		52,411.91	42,209.58	80.53%

（2）房屋及建筑物

1) 房屋所有情况

截至报告期末，发行人拥有的不动产权证书情况如下：

序号	证书编号	权利人	坐落	权利类型	权利性质	用途	面积	使用期限	他项权利
1	浙（2024）杭州市不动产权第0068956号	公司	华联时代大厦A幢1301室	国有建设用地使用权/房屋所有权	出让/存量房产	综合（办公）/非住宅	土地使用权面积：20.40平方米/房屋建筑面积：364.91平方米	2056年12月17日	
2	浙（2024）杭州市不动产权第0068955号	公司	华联时代大厦A幢1302室	国有建设用地使用权/房屋所有权	出让/存量房产	综合（办公）/非住宅	土地使用权面积：20.40平方米/房屋建筑面积：364.91平方米	2056年12月17日	
3	浙（2024）杭州市不动产权第0068957号	公司	华联时代大厦A幢1303室	国有建设用地使用权/房屋所有权	出让/存量房产	综合（办公）/非住宅	土地使用权面积：20.40平方米/房屋建筑面积：364.91平方米	2056年12月17日	
4	浙（2024）杭州市不动产权第0068958号	公司	华联时代大厦A幢1304室	国有建设用地使用权/房屋所有权	出让/存量房产	综合（办公）/非住宅	土地使用权面积：20.40平方米/房屋建筑面积：364.91平方米	2056年12月17日	
5	浙（2018）衢州市不动产权第0002532号	金维克科技	衢州市东港三路28号1幢	国有建设用地使用权/房屋所有权	出让/市场化商品房	工业用地/工业	土地使用权面积：21,708.89平方米/房屋建筑面积：18,141.04平方米	2054年7月21日	
6	浙（2024）衢州市不动产权第0005227号	金维克科技	衢州市东港三路30号3幢	国有建设用地使用权/房屋所有权	出让/自建房	工业用地/工业	土地使用权面积：29,904.16平方米/房屋建筑面积：46,746.27平方米	2055年9月18日	
7	浙（2024）杭州市不动产权第0706750号	同富科技	杭州市上城区杭海路1151号	国有建设用地使用权/房屋所有权	出让	工业用地/工业	土地使用权面积：10,325.00平方米/房屋建筑面积：35,506.43平方米	2071年6月21日	
8	浙（2024）衢州市不动产权第0016715号	金维克智能	衢州市东港六路117号	国有建设用地使用权	出让	工业用地	108,116.00平方米	2073年8月31日	

截至报告期末，发行人及其控股子公司不动产不存在抵押情形。发行人及其控股子公司拥有的不动产已取得完备的权属证书，不存在产权纠纷或潜在纠纷，不存在使用集体建设用地、划拨地、农用地、耕地、基本农田及其上建造的房产，该等土地使用权、房屋所有权的取得、使用符合《土地管理法》等相关规定。

2）发行人租赁的房屋

出租方	承租方	用途	地址	面积（m ² ）	租赁期限	备案情况
施克勇/黄燕秋	同富云商	办公	杭州市新业路8号华联时代大厦A座 2901/2902/2903/2904/2905/2906 房屋及4个车位	1,507.14	2024.6.1-2025.10.31	已备案

浙江京新药业股份有限公司	公司	办公	杭州市新业路8号华联时代大厦B座 2501/2502/2503/2504/2505/2506室及4个车位	1,506.22	2022.4.1-2025.9.30	已备案
杭州华联置业有限公司	特美刻实业	办公	杭州市新业路8号华联时代大厦A幢3层01、02、03、04、05、06室	1,350.00	2023.4.1-2026.3.31	已备案
卢伟	特美刻实业	办公	杭州市华联时代大厦A幢902	364.91	2021.4.25-2026.4.24	已备案
刘会广	金维克科技	宿舍	衢州市碧桂园小区凤翔苑10幢1单元****	118.18	2025.3.26-2026.3.25	已备案
余秀根、余小飞	金维克科技	宿舍	衢州市碧桂园小区凤馨苑11幢1单元****	118.26	2024.7.7-2025.7.6	已备案
衢州市铭柯商贸有限公司	金维克科技	宿舍	衢州市东港三路34号	3,981.92	2023.12.1-2025.11.30	已备案
李国庆、喻燕	金维克科技	宿舍	衢州市碧桂园凤翔苑5幢1单元****	111.80	2024.5.16-2025.5.15	已备案
浙江国贸集团东方机电工程股份有限公司	公司	办公	杭州市新业路8号华联时代大厦A座19楼及5个车位	1,507.14	2023.10.10-2025.10.9	已备案
浙江启承铝业有限公司	特美刻实业	仓库	永康市五金科技工业园上浦路208号	8,500.00	2023.8.20-2026.8.19	
浙江启承铝业有限公司	湖畔居	仓库	永康市五金科技工业园上浦路208号	1,500.00	2023.8.20-2026.8.19	
北京市百荣世贸商城市场有限责任公司	特美刻实业	商铺	北京市东城区永定门外大街101号F5层3街066号	19.18	2024.7.20-2025.7.19	
北京市百荣世贸商城市场有限责任公司	特美刻实业	商铺	北京市东城区永定门外大街101号F5层3街068号	19.34	2024.7.20-2025.7.19	
廖福秀	特美刻实业	办公	成都市武侯区武侯大道铁佛段1号1栋1单元1204号	62.68	2024.9.10-2025.9.10	已备案
杭州东方电子商务园投资发展有限公司	公司	办公	杭州市九盛路9号A17幢5楼530室	25.00	2023.5.1-2026.4.30	已备案
杭州东方电子商务园投资发展有限公司	谦逸电商	办公	杭州市九盛路9号A17幢5楼528室	25.00	2023.8.24-2026.8.23	已备案
杭州东方电子商务园投资发展有限公司	同富户外	办公	杭州市九盛路9号A17幢5楼525室	25.00	2023.8.24-2026.8.23	已备案
杭州东方电子商务园投资发展有限公司	同富科技	办公	杭州市九盛路9号A17幢5楼526室	25.00	2023.8.24-2026.8.23	已备案
浙江汇盛投资集团有限公司	金维克科技	宿舍	衢州市东港维拉小镇6幢	624.40	2024.11.1-2025.10.31	公租房
郭赞军	同富柬埔寨	生产	柬埔寨王国实居省KONGPISEI33A路边[注1]	6,600.00	2023.2.1-2025.11.30	
章依佳	特美刻实业	宿舍	浙江省永康市总部中心金纶公寓13楼****	53.09	2025.04.12-2026.04.11	已备案
程佩邹	特美刻实业	宿舍	浙江省永康市五金城望春东路89、91号三楼、四楼、五楼	270.00	2025.02.1-2026.02.01	已备案
浙江增原汽车配件有限公司	金维克科技	仓库	衢州市东港开发区绿岛南路66号	4,914.59	2024.11.1-2025.10.31	已备案
衢州金厦非凡建材有限公司	金维克科技	仓库	衢州市绿园中路8号2幢	8,800.00	2024.6.1-2029.5.31	已备案

东海国际（泰国）有限公司 [注 2]	同富泰国	厂房	泰国春武里 WHA 园区 G58A	10,037.00	2024.5.1-2027.5.30	
东海国际（泰国）有限公司	同富泰国	厂房	泰国春武里 WHA 园区 G58A	1,818.00	2025.3.1-2027.5.30	
启迪控股股份有限公司	特美刻实业	展厅	北京市海淀区中关村东路 1 号院，清华科技园科技大厦 C 座地下一层 BR10、BR10D	324.67	2024.5.15-2027.5.31	
张雨水、严慧芳	金维克科技	宿舍	衢州市印象东城小区 27 幢 1 单元****	101.61	2024.6.24-2025.6.23	
汪明贵	特美刻实业	宿舍	衢州市东港维拉小镇小区 7 幢 1 单元****	89.31	2025.4.25-2026.4.24	已备案
严欢	特美刻实业	宿舍	杭州市蓝桥名苑 4 幢 2 单元****	93.42	2024.8.1-2026.7.31	已备案
赵长林	特美刻实业	仓库	北京市丰台区西罗园四区 18 号楼 6 门****	58.00	2024.12.30-2025.12.29	
PROMOTORA INDUSTRIAL MONTERREY, S.A. DE C.V.	发行人	厂房	Privada la Silla #140 Parque Industrial PIMSA Oriente, Apodaca, Nuevo León, Mexico	6,957.00	2024.11.22-2029.11.21	

注 1：该不动产位于境外，无需办理租赁备案；不动产权属持有人为柬埔寨公民 TANG WEI，根据其与中国公民郭赞军签订的租赁协议，郭赞军自 2019 年 8 月 16 日至 2069 年 8 月 15 日承租该地块，且 TANG WEI 同意郭赞军在租赁期内将该不动产出租给第三方。

注 2：东海国际（泰国）有限公司系产权人名称中文直译。

除上述租赁房产外，杭州市上城区小营街道公共服务中心将位于杭州市清吟街 108 号 694 室的房产无偿提供给特美刻实业用于工商注册；衢州智造新城管委会将位于衢州市东港六路 117 号的地址无偿提供给金维克智能用于工商注册。

发行人及其子公司租赁房产均已取得权属证书，不存在使用集体建设用地、划拨地、农用地、耕地、基本农田及其上建造的房产。公司上述租赁房产中少部分租赁备案手续尚未完成。目前该等房屋的使用未受影响，即使公司不能继续使用该等房屋，寻找替代物业也较容易，租赁该等房屋用于宿舍、办公等用途不会对公司的正常生产经营产生重大影响。此外，根据依据《民法典》第七百零六条的规定，未办理租赁合同备案登记手续并不影响租赁合同的效力。公司与该等房屋出租方签署的房屋租赁合同未约定以合同登记备案作为合同生效要件，因此该等租赁合同合法有效，不会构成上市的实质法律障碍。发行人实际控制人姚华俊、廖妍玲针对发行人房屋租赁事宜已出具承诺，详见本招股说明书“第四节发行人基本情况”之“九、重要承诺”。

（3）主要设备情况

截至报告期末，发行人的主要设备情况如下：

单位：台、万元

序号	设备名称	使用单位	数量	期末原值	净值	成新率
1	360 度激光打标	金维克科技	43	385.09	188.34	48.91%
2	3D 打印机	金维克科技	12	219.36	216.79	98.83%

3	保温杯焊接自动化设备	金维克科技	2	426.40	366.37	85.92%
4	保温杯金工自动化设备	金维克科技	1	650.98	650.98	100.00%
5	保温杯拉管制管自动化设备	金维克科技	1	134.73	134.73	100.00%
6	环保设备	金维克科技	24	409.46	238.76	58.31%
7	吹瓶机	金维克科技	12	865.39	394.84	45.63%
8	火花机	金维克科技	7	225.54	149.04	66.08%
9	激光割管机	金维克科技	11	179.20	171.23	95.55%
10	激光焊接机	金维克科技	82	926.86	650.04	70.13%
11	钎焊炉	金维克科技	7	394.96	301.57	76.35%
12	真空炉	金维克科技	9	661.06	661.06	100.00%
13	内胆外壳水涨分杯金工自动化设备	金维克科技	16	314.98	158.86	50.44%
14	水涨机	金维克科技	15	234.91	131.81	56.11%
15	喷漆流水线	金维克科技	3	626.50	383.70	61.24%
16	喷塑线	金维克科技	7	528.18	386.05	73.09%
17	数控缩口机	金维克科技	33	288.62	162.58	56.33%
18	注塑机	金维克科技	89	1,849.36	1,175.30	63.55%
19	铁犀机器人智能自动抛光流水线	金维克科技	2	214.16	198.90	92.87%
20	圆盘式八工位抛光机	金维克科技	1	122.57	114.80	93.67%

2、无形资产情况

(1) 土地使用权

参见本节“1、主要固定资产情况”之“（2）房屋及建筑物”。

(2) 商标

截至报告期末，发行人拥有境内注册商标 205 项，境外注册商标 29 项。具体详见“附件二：商标”。

(3) 专利技术

1) 发行人拥有的专利

截至报告期末，发行人拥有境内专利 428 项，境外专利 105 项。具体详见“附件三：专利”。

2) 许可使用的专利

截至报告期末，发行人不存在许可使用的专利。

(4) 软件著作权

截至报告期末，发行人未拥有软件著作权。

(5) 作品著作权

截至报告期末，发行人拥有的作品著作权如下：

序号	著作权人	登记号	作品名称	作品类别	创作完成日期	首次发表日期	登记日期
1	湖畔居	国作登字-2017-F-00412407	西壶	美术	2017-8-1	2017-8-3	2017-12-7
2	特美刻实业	国作登字-2019-F-00935826	分段式保温杯展示图	美术	2019-6-28	/	2019-11-18
3	特美刻实业	国作登字-2021-F-01322115	特美刻企业标识	美术	2017-11-18	2017-11-18	2021-04-21
4	发行人	国作登字-2021-F-00247557	蛋挞品牌IP	美术	2021-8-5	/	2021-10-27
5	发行人	国作登字-2022-F-10035195	挞挞（动作主题）	美术	2021-8-5	/	2022-02-16
6	发行人	国作登字-2022-F-10035194	挞挞（街头主题）	美术	2021-8-5	/	2022-02-16
7	发行人	国作登字-2024-F-00023616	动物巴士	美术	2023-01-15	2023-04-15	2023-04-15
8	发行人	国作登字-2024-F-00023617	水果集市	美术	2023-01-15	2023-04-15	2023-04-15
9	特美刻实业	国作登字-2024-F-00098364	图案（2024-1）	美术	2022-09-12	2022-09-27	2022-09-27
10	特美刻实业	国作登字-2023-F-00256942	标识	美术	2023-9-1	/	2023-10-31

(6) 域名

截至报告期末，发行人持有的域名如下：

序号	持有者	域名	备案号
1	发行人	everichgroup.com	浙 ICP 备 2022009149 号-2
2	发行人	everich.cn	浙 ICP 备 2022009149 号-1
3	特美刻实业	tomic-enjoy.com	浙 ICP 备 18017637 号
4	发行人	everich.com	/
5	发行人	everichoutdoor.com	/
6	发行人	bottlebottle.com	/
7	发行人	everichfoods.com	/
8	发行人	everichhydro.com	/

3、许可与被许可使用的资产

根据湖畔居茶楼与湖畔居签署的商标使用许可合同及补充协议，湖畔居茶楼排他性授权湖畔居使用 18716588 号“湖畔居”商标，授权时间自 2017 年 5 月 23 日起 15 年。

2017 年 5 月 15 日，湖畔居茶楼及杭州西湖风景名胜区管理委员会出具证明，位于杭州圣塘景区 1 号的房产产权归杭州西湖风景名胜区管理委员会所有，由湖畔居茶楼负责经营管理，并确认杭州市圣塘景区 1 号-2 无偿提供给湖畔居使用。

（四） 其他披露事项

1、重大合同

本招股说明书所指的“重要合同”是指发行人报告期内签署的已履行、正在履行和将要履行的合同中，标的金额达到 1,000 万元/150 万美元以上的销售、采购合同，以及金额达到或合理预计达到 500 万元人民币以上的其他合同，或者虽未达到前述标准但对生产经营活动、未来发展或财务状况有重要影响的合同。

（1）销售合同

公司报告期内签署的重要境内销售/经销合同及其截至报告期末履行情况如下：

合同名称	客户名称	主要内容	有效期/签订日期	履行情况
产品购销协议	北京京东世纪贸易有限公司	整杯销售框架协议，约定标的、订货模式、产品质量标准保证、交付、检验、价格、结算等事项	2024.1.1-2024.12.31	正在履行
			2023.1.1-2023.12.31	已履行
			2022.3.17-2022.12.31	已履行
商家入驻合作协议	巨商汇网络	特美刻实业在巨商汇相关平台上经营特美刻品牌杯具和生活电器产品，并约定平台佣金和结算方式、产品及物流质量保证等事项	2024.5.7-2025.5.6	正在履行
			2023.2.3-2024.2.2	已履行
			2022.1.1-2023.1.1	已履行
独家合作协议书、产品开发协议书等	上海集邦贸易有限公司	上海集邦贸易有限公司负责星巴克项目设计开发，公司负责开发制作产品模具，以及执行产品的开发及大货制作	2023.7.14-2033.7.14	正在履行
			2020.7.14-2023.7.13	已履行
经销合同	上海乐茶实业有限公司	授权上海乐茶实业有限公司作为网络渠道特许经销商，在线上、线下平台销售特美刻/TOMIC 品牌系列产品	2024.1.1-2024.12.31	正在履行
			2023.1.1-2023.12.31	已履行
			2022.1.1-2022.12.31	已履行
采购合同	瑞幸咖啡	咖啡杯、咖啡壶等产品销售框架协议，约定交易模式、产品质量要求、交付、价格、结算等事项	2024.1.1-2024.12.31	正在履行
产品购销合	四川茶语道	保温杯、咖啡杯等产品销售框	2024.3.1-2025.2.28	正在履行

同	企业管理有限公司	架协议, 约定交易模式、产品质量要求、交付、价格、验收等事项		
采购订单	吨吨健康	吨吨瓶整杯订单, 约定标的规格、数量、价格、结算、交付等基本事项, 金额 1,642.80 万元	2024.11.29	正在履行
采购订单	吨吨健康	吨吨保温杯整杯订单, 约定标的规格、数量、价格、结算、交付等基本事项, 金额 1,056.00 万元	2024.11.29	正在履行

公司报告期内签署的重要外贸销售合同及其截至报告期末履行情况如下:

单位: 万美元

序号	合同名称	客户名称	主要内容	金额	签署日期	履行情况
1	订单	Real Value	整杯订单, 约定标的规格、数量、价格、结算、交付等基本事项	222.47	2022.1.1	已履行
2	订单	Real Value	整杯订单, 约定标的规格、数量、价格、结算、交付等基本事项	161.62	2022.1.1	已履行
3	订单	Real Value	整杯订单, 约定标的规格、数量、价格、结算、交付等基本事项	166.70	2022.1.1	已履行
4	订单	Brumate	保温箱订单, 约定标的规格、数量、价格、结算、交付等基本事项	171.90	2022.5.18	已履行
5	订单	Takeya	整杯订单, 约定标的规格、数量、价格、结算、交付等基本事项	631.80	2022.4.27	已履行
6	订单	Real Value	整杯订单, 约定标的规格、数量、价格、结算、交付等基本事项	178.70	2022.4.11	已履行
7	订单	Superfresh	整杯订单, 约定标的规格、数量、价格、结算、交付等基本事项	240.20	2022.7.4	已履行
8	订单	Superfresh	整杯订单, 约定标的规格、数量、价格、结算、交付等基本事项	175.89	2022.7.22	已履行
9	订单	Superfresh	整杯订单, 约定标的规格、数量、价格、结算、交付等基本事项	286.63	2022.7.25	已履行
10	订单	Brumate	保温包订单, 约定标的规格、数量、价格、结算、交付等基本事项	151.76	2022.8.3	已履行
11	订单	Superfresh	整杯订单, 约定标的规格、数量、价格、结算、交付等基本事项	430.55	2022.8.10	已履行
12	订单	Superfresh	整杯订单, 约定标的规格、数量、价格、结算、交付等基本事项	605.81	2022.8.11	已履行
13	订单	Superfresh	整杯订单, 约定标的规格、数量、价格、结算、交付等基本事项	344.02	2022.8.11	已履行
14	订单	Superfresh	整杯订单, 约定标的规格、数量、价格、结算、交付等基本事项	514.42	2022.8.11	已履行
15	订单	Superfresh	整杯订单, 约定标的规格、数量、价格、结算、交付等基本事项	184.73	2022.8.25	已履行
16	订单	Superfresh	整杯订单, 约定标的规格、数量、价格、结算、交付等基本事项	261.09	2022.8.25	已履行

17	订单	Artica	帐篷订单, 约定标的规格、数量、价格、结算、交付等基本事项	219.25	2022.9.14	已履行
18	订单	Takeya	整杯订单, 约定标的规格、数量、价格、结算、交付等基本事项	374.28	2022.9.29	已履行
19	订单	Base Brands	整杯订单, 约定标的规格、数量、价格、结算、交付等基本事项	327.08	2023.4.27	已履行
20	订单	Takeya	整杯订单, 约定标的规格、数量、价格、结算、交付等基本事项	433.30	2023.6.1	已履行
21	订单	Superfresh	整杯订单, 约定标的规格、数量、价格、结算、交付等基本事项	158.36	2023.2.7	已履行
22	订单	Real Value	整杯订单, 约定标的规格、数量、价格、结算、交付等基本事项	169.44	2023.1.31	已履行
23	订单	Real Value	整杯订单, 约定标的规格、数量、价格、结算、交付等基本事项	177.06	2023.11.28	已履行
24	订单	Takeya	整杯订单, 约定标的规格、数量、价格、结算、交付等基本事项	236.23	2023.11.15	已履行
25	订单	White Sands	整杯订单, 约定标的规格、数量、价格、结算、交付等基本事项	250.27	2023.9.30	已履行
26	订单	Corporate	整杯订单, 约定标的规格、数量、价格、结算、交付等基本事项	224.59	2023.9.28	已履行
27	订单	Takeya	整杯订单, 约定标的规格、数量、价格、结算、交付等基本事项	442.82	2023.9.20	已履行
28	订单	Corporate	整杯订单, 约定标的规格、数量、价格、结算、交付等基本事项	154.17	2023.9.1	已履行
29	订单	Hydrojug	整杯订单, 约定标的规格、数量、价格、结算、交付等基本事项	266.45	2024.5.28	已履行
30	订单	Hydrojug	整杯订单, 约定标的规格、数量、价格、结算、交付等基本事项	197.26	2024.5.28	已履行
31	订单	Real Value	整杯订单, 约定标的规格、数量、价格、结算、交付等基本事项	170.02	2024.5.24	已履行
32	订单	Corporate	整杯订单, 约定标的规格、数量、价格、结算、交付等基本事项	158.41	2024.5.13	已履行
33	订单	White Sands	整杯订单, 约定标的规格、数量、价格、结算、交付等基本事项	269.64	2024.3.24	已履行
34	订单	Takeya	整杯订单, 约定标的规格、数量、价格、结算、交付等基本事项	293.39	2024.3.4	已履行
35	订单	Hydrojug	整杯订单, 约定标的规格、数量、价格、结算、交付等基本事项	163.52	2024.3.4	正在履行
36	订单	Real Value	整杯订单, 约定标的规格、数量、价格、结算、交付等基本事项	250.94	2024.12.3	正在履行
37	订单	Takeya	整杯订单, 约定标的规格、数量、价格、结算、交付等基本事项	396.00	2024.12.3	正在履行
38	订单	Real Value	整杯订单, 约定标的规格、数量、价格、结算、交付等基本事项	181.07	2024.12.2	正在履行
39	订单	沃尔玛	整杯订单, 约定标的规格、数量、价格、结算、交付等基本事项	153.93	2024.11.8	正在履行
40	订单	Superfresh	整杯订单, 约定标的规格、数量、价格、结算、交付等基本事项	203.21	2024.9.29	正在履行
41	订单	Real Value	整杯订单, 约定标的规格、数量、价格、结算、交付等基本事项	224.69	2024.9.26	正在履行

42	订单	Corporate	整杯订单, 约定标的规格、数量、价格、结算、交付等基本事项	152.19	2024.9.25	已履行
43	订单	Takeya	整杯订单, 约定标的规格、数量、价格、结算、交付等基本事项	166.34	2024.9.20	正在履行
44	订单	Takeya	整杯订单, 约定标的规格、数量、价格、结算、交付等基本事项	337.75	2024.10.22	正在履行

(2) 采购合同

基于行业惯例及物资采购特点, 公司一般与供应商签订框架采购协议。公司报告期内签署的重要采购合同及其截至报告期末履行情况如下:

合同名称	供应商名称	主要内容	有效期	履行情况
采购框架合同	武义新阳光工贸有限公司	不锈钢保温杯的采购框架协议, 约定包装、运输、质量、结算等基本条款, 产品规格、数量、单价及交付按订单执行	2019-1-1 至 2020-12-31, 期满继续合作的, 有效期自动展期	正在履行
采购框架合同	浙江格林工具有限公司	保温杯杯身的采购框架协议, 约定包装、运输、质量、结算等基本条款, 产品规格、数量、单价及交付按订单执行	2019-1-1 至 2020-12-31, 期满继续合作的, 有效期自动展期	正在履行
采购框架合同	浙江宏强金属制品有限公司	不锈钢保温杯的采购框架协议, 约定包装、运输、质量、结算等基本条款, 产品规格、数量、单价及交付按订单执行	2019-1-1 至 2020-12-31, 期满继续合作的, 有效期自动展期	正在履行
采购框架合同	浙江裕川工贸有限公司	不锈钢保温杯的采购框架协议, 约定包装、运输、质量、结算等基本条款, 产品规格、数量、单价及交付按订单执行	2019-1-1 至 2020-12-31, 期满继续合作的, 有效期自动展期	正在履行
采购框架合同	武义县鹏飞电器有限公司	不锈钢保温杯的采购框架协议, 约定包装、运输、质量、结算等基本条款, 产品规格、数量、单价及交付按订单执行	2019-1-1 至 2020-12-31, 期满继续合作的, 有效期自动展期	正在履行
采购框架合同	浙江雅德杯业有限公司	不锈钢保温杯、壶的采购框架协议, 约定包装、运输、质量、结算等基本条款, 产品规格、数量、单价及交付按订单执行	2019-1-1 至 2020-12-31, 期满继续合作的, 有效期自动展期	正在履行
采购框架合同	永康市金达康工贸有限公司	不锈钢保温杯的采购框架协议, 约定包装、运输、质量、结算等基本条款, 产品规格、数量、单价及交付按订单执行	2019-1-1 至 2020-12-31, 期满继续合作的, 有效期自动展期	正在履行
采购框架合同	浙江尚米工贸有限公司	不锈钢保温杯的采购框架协议, 约定包装、运输、质量、结算等基本条款, 产品规格、数量、单价及交付按订单执行	2020-1-1 至 2021-12-31, 期满继续合作的, 有效期自动展期	正在履行
采购框架合同	永康市美斯特不锈钢制品股份有限公司	不锈钢保温杯的采购框架协议, 约定包装、运输、质量、结算等基本条款, 产品规格、数量、单价及交付按订单执行	2019-1-1 至 2020-12-31, 期满继续合作的, 有效期自动展期	正在履行

采购 框架 合同	浙江亿诺家居用品有限公司	保温杯、玻璃杯的采购框架协议，约定包装、运输、质量、结算等基本条款，产品规格、数量、单价及交付按订单执行	2019-1-1 至 2020-12-31，期满继续合作的，有效期自动展期	正在履行
采购 框架 合同	衢州俊诺塑业有限公司	塑料杯盖的采购框架协议，约定包装、运输、质量、结算等基本条款，产品规格、数量、单价及交付按订单执行	2019-1-1 至 2020-12-31，期满继续合作的，有效期自动展期	正在履行
采购 框架 合同	浙江泛恩智能家居股份有限公司	保温杯的采购框架协议，约定包装、运输、质量、结算等基本条款，产品规格、数量、单价及交付按订单执行	2020-1-1 至 2020-12-31，期满继续合作的，有效期自动展期	正在履行
采购 框架 合同	台州市黄岩百润塑业有限公司	塑料杯、塑料水瓶的采购框架协议，约定包装、运输、质量、结算等基本条款，产品规格、数量、单价及交付按订单执行	2019-1-1 至 2020-12-31，期满继续合作的，有效期自动展期	正在履行
采购 框架 合同	上海恒皓印务有限公司	纸盒、卡片等包装材料的采购框架协议，约定包装、运输、质量、结算等基本条款，产品规格、数量、单价及交付按订单执行	2019-1-1 至 2020-12-31，期满继续合作的，有效期自动展期	正在履行
采购 框架 合同	浙江本凡机械有限公司	保温箱、保温包、户外用品等产品的采购框架协议，约定包装、运输、质量、结算等基本条款，产品规格、数量、单价及交付按订单执行	2019-1-1 至 2020-12-31，期满继续合作的，有效期自动展期	正在履行
采购 框架 合同	浙江华业不锈钢有限公司	304 不锈钢卷料的采购框架协议，约定包装、运输、质量、结算等基本条款，产品规格、数量、单价及交付按订单执行	2019-1-1 至 2020-12-31，期满继续合作的，有效期自动展期	正在履行
采购 框架 合同	浙江华亚杯业有限公司	保温杯的采购框架协议，约定包装、运输、质量、结算等基本条款，产品规格、数量、单价及交付按订单执行	2023-1-1 至 2024-12-31，期满继续合作的，有效期自动展期	正在履行
采购 框架 合同	淮安纳斯卡户外用品有限公司	户外用品的采购框架协议，约定包装、运输、质量、结算等基本条款，产品规格、数量、单价及交付按订单执行	2023-1-1 至 2024-12-31，期满继续合作的，有效期自动展期	正在履行
采购 框架 合同	武义本源工贸有限公司	保温杯的采购框架协议，约定包装、运输、质量、结算等基本条款，产品规格、数量、单价及交付按订单执行	2021-1-1 至 2022-12-31，期满继续合作的，有效期自动展期	正在履行
采购 框架 合同	台州市三哥杯业有限公司	保温杯的采购框架协议，约定包装、运输、质量、结算等基本条款，产品规格、数量、单价及交付按订单执行	2021-1-1 至 2022-12-31，期满继续合作的，有效期自动展期	正在履行
采购 框架 合同	台州坤海塑业有限公司	塑料杯盖的采购框架协议，约定包装、运输、质量、结算等基本条款，产品规格、数量、单价及交付按订单执行	2021-1-1 至 2022-12-31，期满继续合作的，有效期自动展期	正在履行
采购 框架 合同	永康市川祁五金制品有限公司	保温杯部件的采购框架协议，约定包装、运输、质量、结算等基本条款，产品规格、数量、单价及交付按订单执行	2021-1-1 至 2022-12-31，期满继续合作的，有效期自动展期	正在履行
采购 框架 合同	浙江宇诺工贸有限公司	保温杯的采购框架协议，约定包装、运输、质量、结算等基本条款，产品规格、数量、单价及交付按订单执行	2021-1-1 至 2022-12-31，期满继续合作的，有效期自动展期	正在履行

采购 框架 合同	嘉兴市嘉佑 不锈钢有限 公司	304 不锈钢卷料的采购框架协议, 约定包装、运输、质量、结算等基本条款, 产品规格、数量、单价及交付按订单执行	2022-1-1 至 2023-12-31, 期 满继续合作的, 有效期自动 展期	正在 履行
采购 框架 合同	永康市喜派 工贸有限公司	保温杯的采购框架协议, 约定包装、运输、质量、结算等基本条款, 产品规格、数量、单价及交付按订单执行	2021-1-1 至 2022-12-31, 期 满继续合作的, 有效期自动 展期	正在 履行
采购 框架 合同	浙江永康钦 洋工贸有限 公司	保温杯的采购框架协议, 约定包装、运输、质量、结算等基本条款, 产品规格、数量、单价及交付按订单执行	2023-1-1 至 2024-12-31, 期 满继续合作的, 有效期自动 展期	正在 履行
采购 框架 合同	衢州合润五 金制品有限 公司	保温杯部件的采购框架协议, 约定包 装、运输、质量、结算等基本条款, 产品规格、数量、单价及交付按订单 执行	2021-1-1 至 2022-12-31, 期 满继续合作的, 有效期自动 展期	正在 履行
采购 框架 合同	泉州东湖制 鞋有限公司	保温隔热包的采购框架协议, 约定包 装、运输、质量、结算等基本条款, 产品规格、数量、单价及交付按订单 执行	2019-1-1 至 2020-12-31, 期 满继续合作的, 有效期自动 展期	正在 履行
采购 框架 合同	永康市通达 金属制品有 限公司	光杯采购框架协议, 约定包装、运输、质量、结算等基本条款, 产品规格、数量、单价及交付按订单执行	2023-1-1 至 2025-12-31, 期 满继续合作的, 有效期自动 展期	正在 履行

(3) 担保合同

公司报告期内签署的重要担保合同及其截至报告期末履行情况如下:

单位: 万元

担保权人	被担保 人	担保人/ 抵押人	编号	最高额主债 权限额	主债权发生 期间	履行 情况
交通银行股份 有限公司 浙江省分行	金维克 科技	发行人	B23030015	6,600.00	2023.7.20- 2028.7.20	正在 履行
中国工商银行 股份有限公司 杭州江城支行	同富云 商	发行人	0120200006-2023年江 城(保)字 0017 号	10,000.00	2023.9.25- 2026.9.24	正在 履行

(4) 借款合同

公司报告期内签署的重要借款合同及其截至报告期末履行情况如下:

单位: 万元

借款银行	编号	合同金额	借款期限	签订日期	担保情况	履行 情况
宁波银行股份 有限公司 杭州分行	07100LK22BLEB47	1,000.00	2022.8.9- 2022.11.8	2022.7.25	-	已履 行

(5) 其他合同

1) 同富科技建设项目相关合同

发行人子公司同富科技报告期内签署的建设项目相关重要合同如下：

a. 施工合同

合同名称	供应商名称	主要内容	合同金额	签署日期	履行情况
施工合同	杭州茂华建筑工程有限公司	杭政工出[2021]9号地块工业项目的地基、土建、外立面、精装、水电、景观等工程	2.50 亿元	2021.11.16	正在履行
合同书	浙江凯大建设有限公司	杭政工出[2021]9号地块工业项目幕墙工程的概况、工期、质量标准、合体价等约定	2,620.73 万元	2023.6.1	正在履行

b. 产业建设项目履约监管协议书

2020 年 12 月，公司和杭州钱塘智慧城管理委员会签订《协议书》，就智慧城招商引资事宜进行约定，在此招商引资背景下，同富科技与杭州钱塘智慧城管理委员会于 2021 年 6 月签署了《产业建设项目履约监管协议书》，对投资项目固定资产投资规模、投产时间、税收指标、主要违约责任及纠纷解决机制等条款进行了约定。

2) 金维克智能相关合同

2022 年 10 月 25 日，金维克智能与衢州智造新城管理委员会签署了《投资协议书》，对金维克智能投资项目情况、项目用地、双方承诺、政策支持、违约责任等相关事项进行了约定。

2023 年 1 月 3 日，金维克智能与衢州市自然资源和规划局签署了《国有建设用地使用权出让合同》，以 3,243.48 万元的价格向金维克智能出让衢市智造[2022]52 号土地。

3) 金维克科技相关合同

公司子公司金维克科技报告期内因生产线技改项目签署的重要合同如下：

合同名称	供应商名称	主要内容	合同金额	签署日期	履行情况
施工合同	衢州金泽建设有限公司	金维克科技厂区上厂房一的新建工程施工	1,940 万元	2024.3.25	正在履行
设备采购合同	东莞市特联自动化设备有限公司	保温杯拉管制管、金工、清洗、焊接自动化设备	1,290 万元	2024.1.4	已履行

4) 墨西哥租赁合同

公司与 PROMOTORA INDUSTRIAL MONTERREY, S.A. DE C.V.于 2024 年 11 月签订一项墨西哥厂房的租赁合同，地址 Privada la Silla #140 Parque Industrial PIMSA Oriente, Apodaca, Nuevo León，面积 6,957m²，期限自 2024 年 11 月 22 日起 5 年，基本租金 71,964.60 美元/月。

2、发行人对外担保的有关情况

截至本招股说明书签署之日，发行人不存在对外担保。

3、诉讼或仲裁

（1）公司存在的诉讼或仲裁事项

截至本招股说明书签署之日，公司未涉及任何对财务状况、生产经营、经营成果、声誉、业务活动、未来前景有重大影响的诉讼及仲裁事项。

（2）公司控股股东及实际控制人等涉及的重大诉讼或仲裁事项

截至本招股说明书签署之日，公司控股股东、实际控制人均没有涉及作为一方当事人的重大诉讼或仲裁事项。

（3）公司董事、监事、高级管理人员和其他核心技术人员诉讼或仲裁事项

截至本招股说明书签署之日，公司现任董事、监事、高级管理人员和其他核心技术人员均没有涉及作为一方当事人的重大诉讼或仲裁事项。

四、 关键资源要素

（一）核心技术情况

发行人高度重视自身的研发工作，通过技术与工艺的不断改进、研发机制的不断完善、研发人才的不断引进和培养，不断提升发行人自身的研发水平和市场竞争能力。

1、发行人主要产品生产技术所处阶段

经过多年发展，公司掌握了不锈钢保温产品的设计、研发和生产的各项核心技术，具体情况如下：

序号	核心技术	技术成熟度	技术来源	技术水平或功效	专利号
1	变温杯及加工成型工艺	大批量生产	自主研发	本技术能达到迅速降低水温的效果，将水温维持到可饮用温度。	2020107501641
2	自动化不锈钢保温杯加工成型工艺	大批量生产	自主研发	本技术能实现自动化加工，同时实现了杯身尺度的控制，杯口高度控制，生产效率高，减少了劳动的强度和成本。	-
3	杯盖装配定位装置应用	大批量生产	自主研发	本技术新型且结构简单，适用于塑料杯盖的定型工艺，同时也能避免对产品的划伤。	2020215540164
4	注塑件孔内壁去毛刺装置应用	大批量生产	自主研发	本技术可以满足绝大多数孔内壁的去毛刺处理要求，而且使用方便，作业效率高。	2020215511180
5	杯盖点胶定位装置应用	大批量生产	自主研发	本技术可以实现对瓶盖的稳定夹持，确保每个瓶盖的点胶位置的一致性，从而可以保证瓶盖的批量密封效果。	202021552184X

6	保温杯水胀排水装置应用	大批量生产	自主研发	本技术能加快积水排放速度,提高生产效率;便于排除模具内的异物且积水排放彻底,提高杯体品质。	2020216497212
7	保温杯内胆整形装置应用	大批量生产	自主研发	本技术结构简单,使用方便;将成型不规整或变形或圆度不够的保温杯内胆进行整形矫正,减少次品量,节约成本。	2020216496436
8	塑料杯注塑快速脱模结构	大批量生产	自主研发	本技术能减少塑料杯体脱模时间,大大提高生产效率。	2021203031990
9	抗菌双色塑料杯加工技术	大批量生产	自主研发	本技术可以制得不同花纹的混色塑料杯,丰富了塑料杯的色彩多样性且塑料杯具有良好的长效抗菌性能。	2020110324271

(1) 变温杯及加工成型工艺

公司自主研发变温杯体为双层结构包括内胆和外壳,内胆和外壳之间设置有填充部,填充部包括有相变层和设置于相变层外部的隔离层,相变层设置于内胆外部,隔离层为变容式空腔结构。

变温杯的加工工艺中,利用包括有相变层和隔离层以及填充层。填充层设置于杯体的内胆与外壳之间,通过相变层对内胆内的液体进行快速变温,并利用隔离层对相变层进行保温,使得杯内液体能够维持特定温度,而变容式空腔结构的隔离层在容积降低后保温效果消失,相变层可向外壳散热,达到降温效果。

(2) 自动化不锈钢保温杯加工成型工艺

公司掌握自动化不锈钢保温杯加工成型工艺,在保温杯本体的底部固定连接件,连接件的底部固定皂石杯底,且皂石杯底的外部套设有保护套,T形连接件与配合形连接槽可以将保温杯本体与皂石杯底连接更加稳固,保护套使得整个保温杯的加工舒适性更高,实现了杯身尺度的控制和杯口高度控制,提高了生产效率和加工精度,减少了劳动的强度和成本。

(3) 杯盖装配定位装置应用

公司自主研发杯盖定型夹具,包括底座、推挤块、滑道和仿形槽,其特征是:仿形槽由底座上表面的底座凹槽和推挤块上表面的推挤凹槽组成,推挤块能够沿着滑道朝向底座运动直到底座凹槽和推挤凹槽的边缘重合,适用于塑料杯盖的定型工艺,新型且结构简单,同时也能避免对产品的划伤。

(4) 注塑件孔内壁去毛刺装置应用

公司自主研发的注塑件孔内壁去毛刺装置,包括电热丝,电热丝的两端固定在安装板上,与电源连接;还包括直径与孔径适配的支撑块,支撑块的圆柱面上设有电热丝定位槽,电热丝定位槽的长度方向沿支撑块的轴向延伸,电热丝的中部适配的嵌设在电热丝定位槽内;支撑块的后端与安装板之间设有张紧结构,可以满足绝大多数孔内壁的去毛刺处理要求,而且使用方便,作业效率高。

(5) 杯盖点胶定位装置应用

公司自主研发的瓶盖点胶定位夹具，包括底板，底板上设有两个定夹头和一个动夹头，三者的夹持方向均平行于底板的表面；定夹头的夹持点和动夹头的夹持点三者合围成与瓶盖的外侧壁适配的圆周；定夹头与底板的位置相对固定；动夹头在夹持方向上可移动。

该装置可以实现对瓶盖的稳定夹持，确保每个瓶盖的点胶位置的一致性，从而可以保证瓶盖的批量密封效果。

（6）保温杯水胀排水装置应用

公司自主研发的保温杯水胀排水装置，装置从上至下顺序相连的上固定块、上模套、下模套及下固定块，上模套与下模套之间设有模腔，上固定块设有上环形凹槽，环形凹槽内滑动配合有圆筒状挡板，上环形凹槽的深度大于等于挡板的高度，挡板的高度大于工作状态时模腔的高度，下模套上设有固定挡板的下环形凹槽，下环形凹槽与挡板的下端部相适配，下模套与下固定块之间连接有连杆，且下固定块与下模套之间设有弹块，下模套与下固定块分离时，下固定块的上表面形成排水道。

该装置能够加快积水排放速度，提高生产效率；便于排除模具内的异物且积水排放彻底，提高杯体品质；通过二次水胀，避免了杯体单次涨幅过大造成杯体报废的情况。

（7）保温杯内胆整形装置应用

公司自主研发的保温杯内胆整形装置，包括模具、固定板、夹紧器及液压机。液压机包括底座及压块，夹紧器设置在压块的下端面，模具固定在固定板上且固定板固定设置在底座的中部，模具与固定板转动连接，固定板内设有电机，电机输出轴与模具固定连接，夹紧器的中心位于模具竖直方向的轴线上，模具形状与保温杯内胆形状相同，模具尺寸适配于保温杯内胆尺寸；夹紧器的横截面呈倒置的凹字型，夹紧器设有凹槽，保温杯内胆的最大直径小于凹槽的最小宽度，夹紧器包括可活动的夹紧片，夹紧片位于凹槽侧壁中。

该装置结构简单，使用方便；将成型不规整或变形或圆度不够的保温杯内胆进行整形矫正，减少次品量，节约成本。

（8）塑料杯注塑快速脱模结构

公司自主研发的注塑快速脱模结构，装置包括定模组和动模组，定模组一侧的四个边角处固定设有定位杆，动模组与四个定位杆穿插连接，定模组一侧的中部设有型腔，动模组一侧的中部设有模头，定模组顶端的中部固定设有立杆，立杆的顶端固定设有支撑板，支撑板顶端的一侧开设有通孔，通孔的内部固定设有电动推杆，电动推杆的伸缩端设有气动夹爪，定模组正面的底部固定设有转动座，转动座的内部转动连接有 L 型板，L 型板的一端固定设有接料槽。

该装置用于塑料杯生产，当气动夹爪夹住塑料杯，开始脱模，可以更加快速地完成脱模，将接

料槽转至气动夹爪的正下方，气动夹爪松开后，塑料杯落在接料槽上，大大节省生产时间，提高生产效率。

（9）抗菌双色塑料杯加工技术

公司自主研发的抗菌双色塑料杯加工技术，各环节主要处理过程如下：

树脂前处理：将内层树脂和外层树脂分别烘干；树脂熔化：将内、外层树脂分别与内、外层色粉及硅油改性的抗菌剂和分散剂混合熔融，得到内层注塑熔体和外层注塑熔体；

一次注塑：将内层注塑熔体经一射注塑成型，冷却定型后得到内层塑料杯；

二次注塑：将外层注塑熔体在内层塑料杯外侧经二射注塑成型，冷却定型后得到所述双色料杯。

将添加有不同颜色色粉的内、外两层分两次注塑成型，可以制得不同花纹的混色塑料杯，丰富了塑料杯的色彩多样性；并且在原料中添加硅油改性的抗菌剂，使塑料杯具有良好的长效抗菌性能。

2、发行人正在从事的主要研发项目

截至报告期末，发行人正在从事的主要研发项目（项目预算 200 万元以上）如下：

序号	项目名称	主要内容或目标	项目预算 (万元)	目前所处阶段
1	自动激光焊接点焊件的结构及制备工艺的研发	该工艺采用定位工具和夹具等辅助工具保证焊件处于激光焊接的正确位置，采用高频率、低功率的脉冲激光器，焊点热影响区小，无污染，确保焊接质量高、焊缝美观。	260	开发阶段
2	自动可调节角度抛焊底工艺及制备工艺的研发	该工艺通过抛光机与机械臂抓取产品组合来完成角度调整或多维度抛光，实现平面移动与抛光设备结合，与传统人工推动产品进行抛光相比，更加安全智能、位置精准、可控，且节约成本。	400	开发阶段
3	保温杯表面自动抛光工艺及制备工艺的研发	该工艺采用全自动放杯、取杯，智能识别中间工序，实现全自动传送、抛光等工艺处理。	430	开发阶段
4	环保水性漆表面工艺研发	该工艺重心在于杯体表面处理和水性漆的喷漆环境现场工艺优化，为防止存在质量问题，将影响涂漆质量的毛刺、油污、脏物等事先清除干净，经抛丸处理呈金属本色后，即时调配水性漆的温度、黏度曲线，达到环保的工艺效果。	280	开发阶段
5	高效环保保温箱的材料与结构优化设计研究	该设计围绕物流保温箱材料的难降解和低效保温问题开展，采用实验与模拟相结合的方法进行了保温性能优化，制备新型环保保温材料，优化其保温性能，最终设计开发一款新型环保高效保温箱。	330	开发阶段
6	注塑双色成型模具结构及制备工艺的研发	该工艺采用型腔内滑块，实现二种型腔大小转换注塑，减少转换注塑位，以确保操作简单高效，节约成本。	250	开发阶段
7	电加热保温杯	该工艺探索杯体底部设置有定位的凹槽，凹槽内设	340	开发阶段

	结构设计及制备工艺技术的研发	置与电热棒连接的金属触针,以及用于检测储热层温度的温度传感器,连接电源可直接对水进行加热,通过温度传感器对储热层的温度进行实时监控,最终通过无线通讯模块将数据反馈至后台控制端(如遥控器、手机等)的工艺技术。		段
8	耐高温茶水分离塑料水壶结构设计及制备工艺的研发	一种茶水分离水壶结构设计,包括壶体和盖体,盖体上设有连接茶漏,采用钢网式茶漏螺纹固定在盖体上,钢网茶漏下端延伸到壶体内部接触水源。水杯外壳及内胆材质选取耐高温材料,解决烫手、变形问题,壶体内胆采用不锈钢旋薄工艺。	320	开发阶段
9	一种钛保温杯项目研发工艺	该工艺水杯内胆与外壳的上端/下端组件采用高性能、高功率激光焊接技术焊接而成,经过结晶炉抽真空、阳极氧化工艺对钛产品表面进行处理,使产品表面更加精美、旋彩,该钛保温杯采用了几十道工艺制作而成,比如金工工艺、焊接工艺、抛光工艺、结晶工艺、结晶炉抽真空工艺、表面处理工艺、环保工艺等。	400	开发阶段

3、发行人研发投入情况

报告期内,发行人的研发投入及其占当期营业收入的比例如下:

单位:万元

年度	2024 年度	2023 年度	2022 年度
研发投入	4,291.40	2,725.15	2,107.99
营业收入	276,038.75	211,769.08	197,283.64
研发投入占营业收入比	1.55%	1.29%	1.07%

4、合作研发情况

报告期内,公司研发以自主研发为主导、合作研发为助力,为提高研发效率、助力产学研发展,公司于 2022 年 3 月获授“浙江省博士后工作站”,并签署了《联合博士后研究人员协议》,与浙江大学以联合博士后培养的方式开展合作研发。

5、技术创新及保密机制

(1) 技术储备情况

发行人自创立以来,积累了丰富的自主设计研发经验,培养了大量的设计研发人才。报告期内,发行人的研发设计中心不断开展与主营业务相关的研发工作,形成了丰富的技术储备,为发行人在行业中的竞争力提供了有力的保障。

(2) 技术创新机制

发行人鼓励技术创新,坚持自主设计研发为主要的创新道路,建立并完善鼓励技术创新的各项政策制度;研发设计中心领导组织公司的各项技术创新工作,同时公司也重视与客户的交流与合作,

不断促进自身的技术和工艺创新。

(3) 技术保密机制

报告期内，发行人高度重视研发设计、核心技术和工艺的保密工作，具体的措施有以下几项：

- 1) 建立了发行人内部的保密制度；
- 2) 与研发设计、核心技术人员签订了《保密协议》，明确相关人员保密责任和竞业禁止；
- 3) 通过授权方式，设定不同研发人员的数据访问权限；
- 4) 对研发成果和核心技术申请专利加以保护。

(二) 经营资质

截至招股说明书签署日，发行人及其子公司取得的各项资质、许可情况如下：

权利人	名称	编号	核发单位	有效期限
湖畔居	食品经营许可证	JY13301870109336	杭州市市场监督管理局景区分局	2027.6.15
湖畔居	海关进出口货物收发人备案	海关编码：3301960QWZ 检验检疫备案号：3383200235	钱江海关综合业务三处	长期
同富户外	海关进出口货物收发人备案	海关编码：3301960S3Q 检验检疫备案号：3383300783	钱江海关综合业务三处	长期
同富户外	第二类医疗器械经营备案凭证	浙杭食药监械经营备20202591 号	杭州市市场监督管理局	长期
金维克科技	高新技术企业证书	GR202233001577	浙江省科学技术厅、浙江省财政厅、国家税务总局浙江省税务局	2025.12.24
金维克科技	中华人民共和国海关报关单位注册登记证书	330896110R	衢州海关	长期
金维克科技	出入境检验检疫报检企业备案表	3309600619	浙江出入境检验检疫局	长期
金维克科技	排污许可证	91330800780474476B001W	衢州市生态环境局	2026.10.7
金维克科技	全国工业产品生产许可证	浙 XK16-204-02447	浙江省市场监督管理局	2027.9.15
金维克科技	食品经营许可证	JY33308000119808	衢州市市场监督管理局	2028.2.26
金维克科技	城镇污水排入排水管网许可证	浙衢集污字第 2024082 号	衢州市住房和城乡建设局	2029.11.14
金维克科技	质量管理体系认证证书	04423Q11698R2M	北京中经科环质量认证有限公司	2026.10.24
金维克科技	环境管理体系认证证书	04423E11183R2M	北京中经科环质量认证有限公司	2026.10.24

金维克科技	职业健康安全管理体系认证证书	04423S21139R2M	北京中经科环质量认证有限公司	2026.10.24
金维克科技	知识产权管理体系认证证书	84023IP10262R0M	博创众诚（北京）认证服务有限公司	2025.12.31
金维克供应链	报关单位备案证明	3308960A5J	衢州海关	长期
谦逸电商	海关进出口货物收发货人备案	海关注册编码：3301960TD0 检验检疫备案号：3383201574	钱江海关综合业务三处	长期
全球汇	海关进出口货物收发货人备案	海关编码：3301960R2N 检验检疫备案号：3383300319	钱江海关综合业务三处	长期
特美刻实业	出版物经营许可证	新出发浙杭上零字第 18016 号	杭州市上城区新闻出版局	2025.12.31
特美刻实业	中华人民共和国海关报关单位注册登记证书	海关注册编号：3301963M48 检验检疫备案号：3333617981	中华人民共和国杭州海关	长期
特美刻实业	浙江省科技型中小企业	20183301001767	浙江省科学技术厅	-
特美刻实业	质量管理体系认证证书	U24Q2YJ8012404R2M	Guardian Independent Certification Ltd	2027.12.4
公司	出入境检验检疫报检企业备案表	3333617629	浙江出入境检验检疫局	-
公司	中华人民共和国海关报关单位注册登记证书	3301965L35	中华人民共和国杭州海关	长期
同富云商	出入境检验检疫报检企业备案表	17111009325800000069	浙江出入境检验检疫局	-
同富云商	中华人民共和国海关报关单位注册登记证书	3301965L36	中华人民共和国杭州海关	长期
同富云商	出入境检验检疫报检企业备案表	3333617630	浙江出入境检验检疫局	长期
同富云商	第二类医疗器械经营备案凭证	浙杭食药监械经营备 20201689 号	杭州市市场监督管理局	长期
特美刻钛杯	食品经营许可证	JY21108143285815	北京市海淀区市场监督管理局	2030.1.19
公司	产品认证：电热水壶	2022010717491805	中国质量认证中心	2027.3.19
公司	产品认证：电热水壶	2022180717037867	威凯认证检测有限公司	2029.3.3
公司	家用多功能电烤炉	2023010712545967	中国质量认证中心	2028.5.22
特美刻实业	家用多功能电烤盘(多功能涮烤一体锅)	2024180712061680	威凯认证检测有限公司	2029.7.28

发行人已取得的相关资质及证书有效期届满后，申请续期不存在实质障碍。

经比照发行人及其子公司的经营范围、主营业务，发行人及其子公司均独立具备了生产经营所

需的全部资质、许可或备案。

根据发行人及子公司取得的《企业专项信用报告》、境外律师出具的境外法律意见书、发行人生产经营相关全部资质，并经检索国家企业信用信息公示系统、浙江政务服务网、全国排污许可证管理信息平台、全国认证认可信息公共服务平台等网站的公开信息，报告期内，发行人及子公司的生产经营合法合规，不存在无证经营或未取得排污许可的情形，不存在因无证经营、未取得排污许可等违法违规行为受到处罚的风险。

（三）特许经营权

截至本招股说明书签署日，发行人未拥有特许经营权。

（四）发行人员工情况

1、发行人员工人数和构成

报告期各期末，发行人（含子公司）在册员工总数分别为 1,379 人、1,629 人和 2,115 人。截至报告期末，发行人员工的专业结构，受教育程度及年龄结构如下：

（1）按专业结构

单位：人

专业	人员数量	比例
财务人员	50	2.36%
采购人员	88	4.16%
行政管理人员	133	6.29%
技术和设计人员	276	13.05%
生产人员	1,187	56.12%
销售人员	381	18.01%
合计	2,115	100.00%

（2）按受教育程度

单位：人

学历	人员数量	比例
硕士及以上	21	0.99%
本科	463	21.89%
大专	344	16.26%
大专以下	1,287	60.85%
合计	2,115	100.00%

（3）按年龄

单位：人

专业	人员数量	比例
30 岁以下（含 30 岁）	691	32.67%
31-40 岁（含 40 岁）	718	33.95%
41-50 岁（含 50 岁）	537	25.39%
51 岁以上	169	7.99%
合计	2,115	100.00%

2、发行人执行社会保障制度情况

（1）发行人及境内子公司执行社会保障制度、住房制度改革、医疗制度改革情况

发行人及境内子公司与在职员工按照《民法典》《劳动法》等有关规定签订劳动合同，员工按照劳动合同享受相应的权利、承担相应的义务。发行人及其境内子公司按照国家 and 地方有关规定执行社会保障和住房公积金制度，为员工办理养老、医疗、失业、工伤、生育等社会保险，缴存住房公积金。

报告期内，公司及其境内子公司社会保险及公积金的缴纳情况如下：

单位：人

日期	员工总数	社保人数	社保差异人数	公积金人数	公积金差异人数
2024 年末	2,115	2,019	96	1,965	150
2023 年末	1,629	1,540	89	1,507	122
2022 年末	1,379	1,307	72	1,299	80

报告期各期末，公司社保、公积金实缴人数与员工总数差异主要原因如下：退休返聘、发行人为异地员工办理代理缴纳、新员工入职尚未开始缴纳、因自身原因自愿不缴等情况所致，具体如下：

单位：人

社保差异原因	退休返聘	代理缴纳	新入职	自愿不缴	合计
2024 年末	66	27	3	-	96
2023 年末	47	30	11	1	89
2022 年末	42	25	5	-	72
公积金差异原因	退休返聘	代理缴纳	新入职	自愿不缴	合计
2024 年末	66	27	56	1	150
2023 年末	47	30	44	1	122
2022 年末	42	25	13	-	80

对于退休返聘员工，发行人无需为其缴纳社保、公积金。

对于异地员工，因发行人在永康、成都等地无经营主体，为满足这些地区员工在户籍所在地缴

纳社保、公积金的需求，发行人委托代理机构为该等异地员工在当地办理，以代收代缴的形式承担了社保、公积金的企业部分。

对于少数新入职员工，主要是其入职较晚错过社会保险、公积金缴纳时点，或原单位尚未完成退工，导致当月无法办理。

发行人在员工入职时均会向其提出办理社保、公积金的要求，报告期内存在的少量员工社保、公积金应缴未缴的情况，系员工因自身原因，自愿要求放弃缴纳。

（2）发行人及其子公司社会保险和住房公积金缴纳合法合规情况

报告期内，发行人注重员工的社会保障执行情况，在员工入职时会主动提出办理社保、公积金的要求，不存在因违反社会保险、住房公积金相关法律法规而被处罚的情况。

根据发行人及境内子公司社会保险和住房公积金主管部门出具的相关证明，发行人及其子公司在报告期内无因违反社会保险、住房公积金管理方面的法律、法规而受处罚的情形。

根据境外律师分别出具的境外法律意见书，报告期内公司境外子公司不存在严重违反当地劳务用工相关法律法规的情形，不存在被相关政府行政处罚的情形。

公司实际控制人姚华俊、廖妍玲针对社会保险和住房公积金缴纳事宜已出具承诺，详见本招股说明书“第四节 发行人基本情况”之“九、重要承诺”。

3、发行人劳务派遣用工情况

报告期内，因偶有密集新增订单、备货压力超过原有预期的情况，导致个别月份一线岗位用工紧张，短时间内招聘充足的辅助工序人员存在一定困难，而且人员流动性大会导致人员管理不便，因此公司通过劳务派遣的方式作为合同用工的必要补充，以应对临时性用工需求。派遣用工人员主要承担包装、检验、挑杯、喷漆、喷塑、打标、车间、仓库等辅助性岗位工作。

报告期各期末，公司劳务派遣用工情况如下：

月份	2024 年 12 月 31 日	2023 年 12 月 31 日	2022 年 12 月 31 日
派遣公司	衢州市全通劳务派遣有限公司、衢州廿里人力资源有限公司、鹏硕劳务派遣服务（上海）有限公司	衢州廿里人力资源有限公司、衢州市全通劳务派遣有限公司、鹏硕劳务派遣服务（上海）有限公司、宁波拓宏人力资源有限公司	-
劳务派遣用工人数（人）	153	162	-
用工占比	6.75%	9.05%	-

报告期内，公司劳务派遣用工不存在超过 10% 的情形，符合《劳务派遣暂行规定》相关规定，公司报告期内没有因违反劳动保障相关法律、法规被处罚的情况。

(1) 劳务派遣合规情况

报告期内与公司合作的劳务派遣公司均具备劳务派遣资质，公司劳务派遣用工占总用工整体比例较小，不存在劳务派遣用工超过 10% 的情形，劳务派遣人员主要从事辅助性、替代性较高的工作，该类岗位流动性较大，对操作技术要求较低，符合《劳动合同法》《劳务派遣暂行规定》对于劳务派遣用工的相关规定，公司及其子公司报告期内没有因违反劳动保障相关法律、法规被处罚的情况。

发行人实际控制人姚华俊、廖妍玲针对劳务派遣用工事宜已出具承诺，详见本招股说明书“第四节 发行人基本情况”之“九、重要承诺”。

(2) 不存在通过劳务派遣规避相关用工责任、不存在劳动合同纠纷

公司不存在通过劳务派遣规避相关用工责任的情况，具体如下：

1) 派遣员工的劳动关系归属于劳务派遣公司，派遣公司已及时、足额支付其员工的劳动报酬。公司向派遣公司支付的费用包含派遣员工的劳动报酬及劳务派遣服务管理费，其中劳动报酬部分系综合考虑劳务用工市场行情、公司同工种同岗位员工薪酬及社保公积金费用、用工急需程度等因素确定，报告期内公司未因派遣用工产生劳动合同纠纷；

2) 公司会根据岗位实际情况为派遣员工提供岗位培训、劳保用品、工作餐等必要的工作条件；

3) 劳务派遣并非公司主要用工方式，只有在个别月份备货压力超过原有预期、短期内大量招聘存在困难时，为避免人员流动性过大，公司才会采用劳务派遣用工作为一定的补充，并非以劳务派遣规避相关用工责任为目的。通过完善用工方案并合理安排用工计划，公司的劳务派遣用工规模整体较小。

综上，公司不存在通过劳务派遣规避相关用工责任的情况。

五、 境外经营情况

(一) 境外销售业务的开展情况

1、主要进口国和地区情况

报告期各期，公司出口产品按地域分类前五大国家或地区情况如下：

单位：万元

序号	2024 年度		2023 年度		2022 年度	
	国家	金额	国家	金额	国家	金额
1	美国	147,562.79	美国	102,388.46	美国	95,740.74
2	菲律宾	16,285.44	菲律宾	20,578.07	菲律宾	20,266.33

3	日本	16,015.87	日本	14,421.23	日本	15,016.78
4	英国	8,228.91	德国	4,768.51	德国	4,878.58
5	德国	5,516.33	巴西	3,693.22	英国	4,125.34

公司境外销售主要集中在美国、日本、欧洲等国家或地区。主要客户包括 Real Value、Hydrojug、Superfresh、Takeya、Brumate、Corporate、沃尔玛、星巴克等国际知名品牌商或大型商超。公司与客户达成合作意向后，先提供样品，客户确认后根据订单批量供货，公司外销主要采用 FOB 贸易条款交易。

2、主要客户情况

报告期内，公司境外销售主要客户有 Real Value、Hydrojug、Superfresh、Takeya、Brumate、Corporate、Karaka 等，主要为美国、日本、东南亚等国家或地区的知名品牌商，这些客户主要通过亚马逊、线下门店、大型商超等渠道对外销售，报告期各期公司主要境外客户经营情况良好。

3、与公司是否签订框架协议及相关协议的主要条款内容、境外销售模式、订单获取方式、定价原则、结算方式、信用政策

报告期内，前五大客户协议约定、境外销售模式、订单获取方式、定价原则、结算方式、信用政策等情况如下：

单位：万元

报告期	客户名称	金额	比例	是否签订框架协议	协议条款内容	境外销售模式	订单获取方式	定价原则	结算方式	信用政策
2024年度	Real Value	52,603.16	19.06%	否，签订 PO	商品名称及规格、数量、单价、金额、交期、贸易方式、结算方式等	跨境电商 B2B 模式	阿里巴巴国际站	协商定价	电汇	见提单后 75 天付款
	Hydrojug	19,352.31	7.01%	否，签订 PO	商品名称及规格、数量、单价、金额、交期、信用政策等	跨境电商 B2B 模式	阿里巴巴国际站	协商定价	电汇	预付 20%，装船出运后 60 天付尾款
	Superfresh	15,926.25	5.77%	否，签订 PO	商品名称及规格、数量、单价、金额、交期、贸易方式、结算方式等	跨境电商 B2B 模式	阿里巴巴国际站	协商定价	电汇	见提单后 30 天内付款
	Takeya	14,725.29	5.33%	否，签订 PO	商品名称及规格、数量、单价、金额、交期、贸易方式、结算方式、信用政策等	境外线下销售模式	线下展会	协商定价	电汇	预付 30%，见提单后次月 10 日付尾款
	Brumate	9,420.84	3.41%	否，签订 PO	商品名称及规格、数量、单价、金额、交期、贸易方式、结算方式等	跨境电商 B2B 模式	阿里巴巴国际站	协商定价	电汇	见提单后 90 天付款
	合计	112,027.85	40.58%							
2023年度	Real Value	43,188.43	20.39%	否，签订 PO	商品名称及规格、数量、单价、金额、交期、贸易方式、结算方式等	跨境电商 B2B 模式	阿里巴巴国际站	协商定价	电汇	见提单后 75 天付款
	Superfresh	20,274.87	9.57%	否，签订 PO	商品名称及规格、数量、单价、金额、交期、贸易方式、结算方式等	跨境电商 B2B 模式	阿里巴巴国际站	协商定价	电汇	见提单后按月结算付款

	Takeya	13,720.58	6.48%	否, 签订 PO	商品名称及规格、数量、单价、金额、交期、贸易方式、结算方式、信用政策等	境外线下销售模式	线下展会	协商定价	电汇	预付 30%, 见提单后次月 10 日付尾款
	Brumate	7,842.85	3.70%	否, 签订 PO	商品名称及规格、数量、单价、金额、交期、贸易方式、结算方式等	跨境电商 B2B 模式	阿里巴巴国际站	协商定价	电汇	见提单后 90 天付款
	Karaka [注]	6,062.60	2.86%	否, 签订 PO	商品名称及规格、数量、单价、金额、交期、信用政策等	跨境电商 B2B 模式	阿里巴巴国际站	协商定价	电汇	2023 年 1-8 月份见提单后 60 天付款; 23 年 9 月开始为见提单后 70 天付款
	合计	91,089.33	43.01%							
2022 年度	Real Value	26,504.94	13.43%	否, 签订 PO	商品名称及规格、数量、单价、金额、交期、贸易方式、结算方式等	跨境电商 B2B 模式	阿里巴巴国际站	协商定价	电汇	见提单后 75 天付款
	Brumate	20,633.14	10.46%	否, 签订 PO	商品名称及规格、数量、单价、金额、交期、贸易方式、结算方式等	跨境电商 B2B 模式	阿里巴巴国际站	协商定价	电汇	见提单后 90 天付款
	Superfresh	20,033.12	10.15%	否, 签订 PO	商品名称及规格、数量、单价、金额、交期、贸易方式、结算方式等	跨境电商 B2B 模式	阿里巴巴国际站	协商定价	电汇	见提单后按月结算付款
	Takeya	14,720.85	7.46%	否, 签订 PO	商品名称及规格、数量、单价、金额、交期、贸易方式、结算方式、信用政策等	境外线下销售模式	线下展会	协商定价	电汇	预付 30%, 见提单后次月 10 日付尾款
	Karaka [注]	11,324.99	5.74%	否, 签订 PO	商品名称及规格、数量、单价、金额、交期、贸易方式、验收要求等	跨境电商 B2B 模式	阿里巴巴国际站	协商定价	电汇	见提单后 60 天付款
	合计	93,217.03	47.25%							

注: Karaka 2021 年收购了 Iron Flask Group LLC, 故合并披露。

报告期内, 公司一般与客户不签订框架协议, 而是签订 PO 的形式, 根据客户邮件要求进行发货, 一般情况下公司与客户会约定交易商品名称及规格、产品数量、单价、金额、产品交期、贸易方式、结算方式、信用政策等条款。

4、境外销售毛利率与内销毛利率的差异、汇率波动对公司业绩的影响等

(1) 境外销售毛利率与内销毛利率的比较分析

报告期内, 公司境外销售毛利率与境内销售毛利率比较如下:

地区分类	2024 年度		2023 年度		2022 年度	
	销售额占比	毛利率	销售额占比	毛利率	销售额占比	毛利率
境外	83.67%	27.63%	82.67%	28.63%	84.01%	26.72%
境内	16.33%	25.83%	17.33%	30.96%	15.99%	35.41%

如上表所示, 报告期内, 境外销售毛利率分别为 26.72%、28.63%和 27.63%, 境内销售毛利率分别为 35.41%、30.96%和 25.83%, 境内外销售毛利率差异, 主要系销售渠道差异所致。境外

销售以跨境 B2B 模式和境外线下销售模式为主，主要面向企业客户，毛利率相对较低。境内销售主要面向企业客户和线上终端消费者，一方面，报告期内公司电商销售占比分别为 29.96%、28.05% 和 18.90%，平均毛利率在 50%左右，电商销售占比下降导致境内销售毛利率下降，另一方面，境内销售中境内直销占比分别为 58.14%、56.90%和 70.94%，该模式下 2024 年如吨吨健康、瑞幸咖啡、霸王茶姬等低毛利率客户销售额占比上升导致境内销售毛利率下降，具有合理性。

（2）汇率波动对公司业绩的影响

报告期内，公司主要境外销售结算货币为美元，美元兑人民币汇率波动对公司业绩产生一定影响，报告期内，汇率波动及其对公司营业利润的影响如下：

单位：万元

项目	2024 年度	2023 年度	2022 年度
营业利润	30,925.82	23,916.69	28,719.02
财务费用-汇兑损益	-2,920.58	-453.48	-4,151.32
汇兑损益占比	-9.44%	-1.90%	-14.45%

报告期内，公司因外汇汇率波动对营业利润的影响比例分别为-14.45%、-1.90%和-9.44%，汇率波动对公司经营业绩影响较大，基于此公司已在“重大事项提示”和“第三节 风险因素”做充分的风险揭示。

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

报告期内，公司母公司及子公司同富云商、同富户外、金维克科技享受出口退税政策，其中母公司及同富云商、同富户外自身不具有生产能力，适用“免退税”政策，金维克科技具有生产能力，适用“免抵退税”政策，退税率为 13%。

报告期后，公司产品主要出口国贸易政策变化对公司业务量、毛利率存在一定负面影响，公司已采取一定的应对措施，预计公司持续经营能力不存在重大风险。

（三）主要境外客户与公司及其关联方是否存在关联方关系及资金往来

通过查阅中国出口信用保险公司出具的主要境外客户的资信报告，获取主要境外客户基本信息，股权结构、实际控制人等情况；查阅主要客户是否与公司及其关联方存在关联关系的回函和访谈记录；查阅公司实际控制人、董事、监事、高管出具的调查表，核查公司报告期内的关联方名单，取得并核查公司、控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员、关键岗位人员报告期内的银行账户及流水等。经核查，公司主要境外客户与公司及其控股股东、实际控制人、董监高等关键人员不存在潜在或实质的关联关系，除与公司存在正常的资金往来外，与上述公司关联方不存在潜在或实质的其他利益往来。

（四）境外子公司

发行人设立在境外的企业有同富美国、同富香港、同富柬埔寨、同富日本、同富泰国。

同富美国设立的主要目的为持有发行人自有品牌，未开展实际经营；同富香港设立在中国香港，经营亚马逊线上业务，其主要资产为存货和货币资金，总体经营规模较小；同富柬埔寨是发行人 2023 年 1 月设立的境外子公司，从事户外箱包生产、销售；同富日本是 2024 年 2 月新设立的境外子公司，尚未开展实际运营，拟从事线上水杯销售；同富泰国是 2024 年 4 月新设立的境外子公司，从事保温器皿生产、销售。

同富美国、同富香港、同富柬埔寨、同富日本、同富泰国基本情况详细见“第四节 发行人基本情况”之“七（一）控股子公司情况”。

六、 业务活动合规情况

公司已取得生产、研发、销售等业务所需的业务许可资格和资质文件，业务活动合法合规。报告期内，公司严格按照法律法规的规定开展经营活动，不存在重大违法违规行为以及受到主管部门行政处罚且情节严重的情况，不存在因涉嫌犯罪被司法机关立案侦查或其他严重损害投资者合法权益和社会公共利益的情况。

七、 其他事项

无

第六节公司治理

一、 公司治理概况

公司设立以来，依据《公司法》《证券法》等相关法律、法规和规范性文件的要求，逐步完善公司法人治理结构，制定《公司章程》，建立了由公司股东大会、董事会、监事会和高级管理人员组成的公司治理结构，形成了权力机构、决策机构、监督机构和管理层之间权责明确、运作规范的相互协调和相互制衡的机制，为公司高效、稳健经营提供了组织保证。公司股东大会、董事会、监事会及高级管理人员均根据《公司法》《公司章程》行使职权和履行义务。

公司根据相关法律、法规及《公司章程》制定了《股东大会议事规则》《董事会议事规则》《监事会议事规则》《独立董事工作细则》、各专门委员会议事规则、《总经理工作细则》《董事会秘书工作细则》《关联交易管理制度》等相关制度，为公司法人治理的规范化运行提供了制度保证。公司董事会下设战略委员会、审计委员会、提名委员会、薪酬与考核委员会四个专门委员会，分别负责战略决策、公司审计、董事和高级管理人员的提名、甄选、管理和考核等工作，为公司董事会科学决策提供支持。

通过以上对公司组织机构、制度的建立健全，公司逐步建立、完善了保障公司稳健经营和运行、并有利于中小股东充分行使权利的公司治理结构，股东大会、董事会、监事会及管理层依法独立运作，履行各自的权利、义务，对公司治理结构和内部控制的完善发挥了积极作用。公司“三会”的召开、决议的内容及签署符合《公司法》等法律、法规和规范性文件，以及《公司章程》《股东大会议事规则》《董事会议事规则》《监事会议事规则》等公司内部相关制度的要求；公司管理层、董事会不存在违反《公司法》《公司章程》及相关制度等要求行使职权的行为。

二、 特别表决权

截至本招股说明书签署日，发行人不存在特别表决权股份或类似安排。

三、 内部控制情况

（一）公司管理层自我评价意见

公司根据《中华人民共和国公司法》《中华人民共和国证券法》《中华人民共和国会计法》《企业会计准则》《企业内部控制基本规范》及其他法律、法规、规章建立的现有内部控制基本能够适应公司管理的要求，能够对编制真实、完整、公允的财务报表提供合理的保证，能够对公司各项业务活动的健康运行及国家有关法律法规和单位内部规章制度的贯彻执行提供保证。

根据财政部等五部委颁发的《企业内部控制基本规范》及相关具体规范，本公司内部控制于 2024 年 12 月 31 日在所有重大方面是有效的。

（二）注册会计师的意见

立信会计师对公司内部控制制度的完整性、合理性和有效性进行了审核，并出具了信会师报字[2025]第 ZF10115 号《内部控制审计报告》，认为：公司于 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

报告期内，公司及各子公司、孙公司曾受到的行政处罚如下：

主体	处罚时间	事由	处罚金额	是否重大
同富科技	2022 年 9 月	工程渣土处置未及时办理处置手续	5,500 元	否
蛋挞科技	2022 年 11 月	未完成税务注销	500 元	否
金维克智能	2022 年 10 月	未及时办理纳税申报	50 元	否

1、同富科技

2022 年 9 月 6 日，同富科技收到杭州市上城区综合行政执法局作出的《行政处罚决定书》，因同富科技工程渣土处置未及时办理手续，该局根据《杭州市城市市容和环境卫生管理条例》第六十条第一款的规定对其作出 5,500 元罚款。针对该项行政处罚，同富科技立即实施了整改措施、全额缴纳了罚款，未对工程建设产生实质性影响。2022 年 9 月 19 日，杭州市上城区综合行政执法局针对同富科技的上述行政处罚出具了《证明》，确认该项处罚不属于重大行政处罚。

根据《杭州市城市市容和环境卫生管理条例》第六十条的规定，产生建设工程渣土（含建筑垃圾、余泥、泥浆，下同）的单位，应当向市容环卫主管部门办理处置手续。从事渣土处置的单位和个人，应将工程渣土消纳到经合法登记的场地。违反前款规定的，由行政执法机关给予警告，责令其停止违法行为，并处以一千元以上一万元以下的罚款。前述条文涉及的违法违规情节较轻，罚款金额范围整体较低，本次罚款 5,500 元不属于较高区间，且杭州市上城区综合行政执法局已出具《证明》确认上述处罚不属于重大行政处罚。

综上，上述行政处罚的罚款金额较小，同富科技已全额缴纳了罚款，作出处罚机关已书面确认该事项不属于重大行政处罚。该项处罚未对发行人的正常生产经营和同富科技工程建设的顺利推进产生实质性影响，不属于重大或情节严重的行政处罚，不会对发行人本次发行上市构成实质性不利影响。

2、蛋挞科技

鉴于蛋挞科技设立后除持有“蛋挞”品牌商标外，经营活动较少，发行人收购蛋挞科技股权后于 2018 年末申请注销登记。2018 年 12 月 3 日，蛋挞科技已实际办理完毕工商简易注销登记手续，但蛋挞科技相关经办人员经验不足，误以为简易注销代表着已完成工商及税务注销手续。2022 年 11 月，蛋挞科技向原主管税务部门调取税务注销登记证明时，主管税务部门以蛋挞科技未完成税务注销且遗漏申报 2022 年 6 月个人所得税（工资薪金所得）为由，根据《中华人民共和国税收征管法》第六十二条处罚款 500 元。蛋挞科技收到上述行政处罚后，已及时缴纳罚款并办理完毕税务清算手续，注销税务登记。

保荐机构和发行人律师认为，蛋挞科技未及时注销税务系因经办人员经验不足，并无主观恶意；罚款金额较小，不属于《中华人民共和国税收征收管理办法》第六十二条规定的严重情形；违法行为实际发生在报告期外（2018 年），相关税务违法行为现已纠正并及时缴纳罚款。综上，该事项不属于重大行政处罚。

3、金维克智能

金维克智能设立后未开展实际经营，于 2022 年 10 月因经办人员疏忽未及时办理纳税申报，被国家税务局衢州经济技术开发区税务局罚没 50 元。金维克智能已及时进行了整改，补充办理了纳税申报并足额缴纳了罚款。根据《中华人民共和国税收征收管理办法》第六十二条，纳税人未按照规定的期限办理纳税申报和报送纳税资料的，或者扣缴义务人未按照规定的期限向税务机关报送代扣代缴、代收代缴税款报告表和有关资料的，由税务机关责令限期改正，可以处二千元以下的罚款；情节严重的，可以处二千元以上一万元以下的罚款。本次金维克智能因未及时办理纳税申报被罚款金额 50 元，金额较小，未对发行人的正常生产经营产生实质性影响，不属于重大或情节严重的行政处罚，不会对发行人本次发行上市构成实质性不利影响。

报告期内，除上述行政处罚以外，公司及各子公司、孙公司不存在其他违法违规行为，不存在其他受到行政处罚的情形。

综上所述，报告期内，公司遵守国家的有关法律与法规，不存在重大违法违规行为，不存在因重大违法违规行为受到相关主管机关处罚的情况。

五、 资金占用及资产转移等情况

发行人已经建立严格的资金管理制度，在报告期内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、代垫款项或其他方式违规占用的情形。

发行人的公司章程中已明确对外担保的审批权限和审议程序，不存在为控股股东、实际控制人

及其控制的其他企业进行违规担保的情形。

六、 同业竞争情况

（一）发行人与发行人控股股东、实际控制人及其控制的其他企业同业竞争情况

发行人主要从事各类不锈钢保温器皿的研发、设计、生产和销售业务。

截至本招股说明书签署之日，公司控股股东为同富控股，公司实际控制人为姚华俊和廖妍玲。除发行人及其子公司、孙公司外，公司实际控制人姚华俊和廖妍玲控制的其他企业仅有同富控股，其基本情况如下：

名称	经营范围	主营业务
浙江同富控股有限公司	实业投资；服务：企业形象策划，企业管理咨询，经济信息咨询（除商品中介），计算机软硬件、网络技术的技术开发、技术服务、成果转让；批发、零售：针纺织品，工艺美术品，建筑材料，机电设备（除专控），汽车配件，金属材料，五金交电，皮革制品，日用百货。（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）。	股权投资

同富控股的主营业务为股权投资及投资管理，未从事与发行人主营业务相同或相似的业务，不涉及保温器皿的研发、生产及销售，同富控股的业务与发行人的业务不存在替代性、竞争性，不存在利益冲突，也不存在同一市场范围内销售等情形，与发行人不构成竞争。同富控股的资产、人员（除股东层面）和技术与发行人均无关系，不存在资产混同、人员共用、采购或销售渠道相同、商标、专利、技术等混用情形，不存在违法违规情况。综上，同富控股与本公司不存在同业竞争。

（二）控股股东、实际控制人及其一致行动人作出的关于避免同业竞争的承诺

为避免同业竞争，公司控股股东、实际控制人及其一致行动人已作出规范或避免同业竞争的承诺，详见本招股说明书“第四节 发行人基本情况”之“九、重要承诺”。

（三）发行人与控股股东、实际控制人近亲属控制的企业不构成重大不利影响的同业竞争

公司控股股东、实际控制人及其近亲属（包括配偶、父母、子女、兄弟姐妹、祖父母、外祖父母、孙子女、外孙子女）控制的企业中，存在1家业务与公司相似的企业杭州家与树日用品有限公司。该公司为实际控制人姚华俊的弟弟姚华杰及其配偶徐玉琴控制的企业。

姚华杰曾于2005年7月至2014年4月在同富日用品任销售部业务二部经理，姚华杰的配偶徐玉琴曾于2005年7月至2014年5月在同富日用品担任出纳。姚华杰及其配偶徐玉琴在个人职业发展规划中计划开展独立事业，因此选择从同富日用品离职自主创业，于2014年6月出资设立家与树，主营业务为销售咖啡壶等。家与树的基本情况如下：

名称	杭州家与树日用品有限公司
注册资本	300 万元
统一社会信用代码	91330102399934664J
法定代表人	姚华杰
成立日期	2014-6-3
住所	浙江省杭州市萧山区义桥镇田丰村桥戴线西侧（杭州大豪实业有限公司厂房内）
股权结构	徐玉琴持股 70%，姚华杰持股 30%
经营范围	批发、零售：日用百货，针纺织品，服装；货物进出口（法律、行政法规禁止经营的项目除外，法律、行政法规限制经营的项目取得许可后方可经营）；服务：经济信息咨询（除商品中介）；组装：保温容器**（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）

家与树的咖啡壶产品与公司产品中的杯壶产品均属于保温器皿，具有可替代性，业务具有一定竞争性。但家与树对公司不构成重大不利影响的同业竞争，原因如下：

1、历史沿革独立

家与树系姚华杰、徐玉琴实际控制的企业，家与树出资来源为姚华杰、徐玉琴自有的家庭积累，不存在姚华杰夫妇替公司实际控制人姚华俊代持的情况。设立以来，姚华杰担任家与树执行董事兼总经理，徐玉琴担任监事。

公司设立以来的股东、实际控制人、董监高人员与家与树不存在重叠。

因此，家与树和公司在历史沿革方面不存在交叉，发展历史互相独立。

2、资产独立

家与树的经营性资产主要为设备、商标、专利等，经营场所系向第三方租赁，设备、商标、专利等不存在来自公司的情况。家与树和公司各自拥有独立的经营场所，不存在共用土地、办公室、厂房、机器设备、商标、专利等资产，也不存在资产权属共有、混同的情况。

因此，家与树和公司在资产方面互相独立。

3、人员独立

家与树现有员工二十余人，除了姚华杰及其配偶徐玉琴曾在姚华俊实际控制的同富日用品任职以外，其他员工均系其自主招聘而来，不存在来自公司及其控股股东、实际控制人及其控制的企业专门输送的情况。

家与树和公司均独立与员工签订劳动合同、建立独立的劳动关系，在人事管理、社会保障、工资报酬等方面进行独立管理，不存在员工互相兼职或混同的情况。

因此，家与树和公司在人员方面相互独立。

4、业务、技术独立

家与树与公司设置了独立的采购、销售业务部门，虽然存在重叠的供应商和客户，均是单独依靠自己的销售和业务人员进行开发，并不存在相互混同采购或销售人员开发供应商或客户的情形，不存在共同开展采购、销售等经营活动的情形，不存在非公平竞争、利益输送、相互或者单方让渡商业机会的情况，因此家与树与公司建立了相互独立的采购、销售渠道，不存在介绍业务、代垫成本费用、利益输送、利益冲突等情况。

公司不存在向家与树提供生产工艺、专利技术的情况。家与树与公司生产所采用的生产工艺、技术主要系行业通用的工艺、技术，同时各自持有独立的专利技术，不存在专利技术互相转让、混同的情况。因此，家与树和公司在业务与技术方面相互独立。

5、财务独立

家与树和公司各自设有独立的财务系统，财务人员相互独立不存在兼职，拥有独立的银行账户，独立依法纳税，不存在资金使用混同的情况。

因此，家与树和公司在财务方面相互独立。

综上所述，家与树与公司在历史沿革、资产、人员、业务、技术、财务等方面均互相独立，不会对公司独立性产生影响，不存在利益输送、潜在利益输送或其他特殊利益安排。

6、交易或资金往来

报告期内，家与树与公司不存在交易或资金往来。

7、业务规模、行业竞争地位差异明显，不构成重大不利影响的同业竞争

家与树的业务规模为公司 1%左右，收入规模、盈利水平和增长速度均远不及公司，不构成重大不利影响的同业竞争。

公司所处的不锈钢真空保温器皿行业竞争较为激烈，整体产业集中度较低，占据行业领先地位的仅有少数较大规模和具备较强竞争力的企业，随着年轻一代消费者对产品设计、时尚个性化和品质要求的进一步提高，领先企业的经营规模和市场占有率拥有较大提升空间。公司经过多年发展，在行业中有一定知名度和规模，处于一定的领先地位，具有研发设计能力较为突出、国内外营销网络覆盖面广等竞争优势，报告期内公司经营规模整体呈增长趋势。家与树的业务规模、行业竞争力和竞争地位与公司存在显著差异，其客户资源和营销渠道较为单一、研发设计能力较弱、业务和资金规模较小，日常经营和未来发展受到相应行业壁垒的限制，不会对公司独立性及其未来生产经营产生重大影响，不构成重大不利影响的同业竞争。

综上所述，公司与家与树不存在交易或资金往来，二者各自独立发展经营，设置了独立的采购、销售业务部门，建立了相互独立的采购、销售渠道，发展历史、资产、人员、业务、机构、财务方面相互独立，虽然公司的杯壶类产品与家与树的保温壶产品具有可替代性，业务具有一定竞争性，但家与树的营销竞争力、客户资源、产品的设计研发能力、自主品牌的知名度、收入规模、盈利水平和增长速度均远不及公司，不构成重大不利影响的同业竞争，公司未来没有收购家与树的安排。

七、 关联方、关联关系和关联交易情况

（一）关联方及关联关系

发行人已经按照《公司法》《企业会计准则》《上市公司信息披露管理办法》及《北交所上市规则》关于关联方及关联关系的认定标准，完整、准确地披露关联方关系及交易。

1、控股股东及实际控制人

关联方名称	与本公司的关系
同富控股	公司控股股东
姚华俊、廖妍玲	公司实际控制人

同富控股是公司的控股股东。姚华俊和廖妍玲夫妇为公司实际控制人。

控股股东、实际控制人具体情况详见“第四节 发行人基本情况”之“四（一）控股股东、实际控制人情况”。

2、其他持有公司 5%以上股份的股东

关联方名称	与本公司的关系
徐荣培	其他持有发行人 5%以上股份的股东

徐荣培的具体情况详见“第四节 发行人基本情况”之“四（二）持有发行人 5%以上股份的其他主要股东”。

3、控股股东、实际控制人及与其关系密切的家庭成员控制、共同控制或施加重大影响的其他企业

关联方名称	与本公司的关系
杭州兴泓华会投资合伙企业（有限合伙）	姚华俊参股的企业
杭州聚然企业管理合伙企业（有限合伙）	姚华俊参股的企业
杭州小创科技有限公司	姚华俊担任董事的企业
浙江兴泓私募基金管理有限公司	姚华俊担任董事的企业

杭州兴泓嘉鹏创业投资合伙企业（有限合伙）	姚华俊参股的企业
杭州兴泓数科投资合伙企业（有限合伙）	廖妍玲参股的企业
浙江华仁科技有限公司	廖妍玲参股的企业
杭州家与树日用品有限公司	姚华俊的弟弟控制的企业
亿丰橡塑	姚华俊的姑父控制的企业
盈丰进出口	廖妍玲的姐夫控制的企业
盈丰经贸	廖妍玲的姐夫控制的企业
中顺通	廖妍玲的姐夫控制的企业
盛利科技	中顺通的控股子公司

4、公司子公司、参股公司

序号	关联方名称	与公司的关联关系
1	同富云商	全资子公司
2	同富户外	全资子公司
3	谦逸电商	全资子公司
4	同富科技	全资子公司
5	特美刻实业	全资子公司
6	湖畔居	控股孙公司
7	特美刻钛杯	全资孙公司
8	全球汇	全资子公司
9	金维克科技	全资子公司
10	金维克供应链	全资子公司
11	金维克智能	全资子公司
12	Everich（HK）Corporation Limited（同富香港）	全资子公司
13	Everich US LLC（同富美国）	全资孙公司
14	同富柬埔寨	全资子公司
15	同富日本	全资子公司
16	同富泰国	控股子公司
17	特美刻销售	参股公司

以上公司基本情况详见“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”。

除此以外，公司不存在其他联营企业、合营企业。

5、公司董事、监事、高级管理人员及与其关系密切的家庭成员

公司董事、监事、高级管理人员的具体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”。公司的董事、监事、高级管理人员及其关系密切的家庭成员均为公司的关联自然人。

6、公司董事、监事、高级管理人员及与其关系密切的家庭成员控制、共同控制或施加重大影响的其他企业

公司董事、监事、高级管理人员中，姚华俊、廖妍玲及与其关系密切的家庭成员控制、共同控制或施加重大影响的其他企业的具体情况详见本节上文“3、控股股东、实际控制人及与其关系密切的家庭成员控制、共同控制或施加重大影响的其他企业”。

其他董事、监事、高级管理人员及其关系密切的家庭成员控制、共同控制或施加重大影响的主要其他企业如下表所示：

关联方名称	与本公司的关系
绍兴市柯桥区湖塘新兴纺织有限公司	方永苗的姐夫任执行董事兼总经理并参股的企业
绍兴市柯桥区钱清方利华理发店	方永苗的姐姐经营的个体工商户
绍兴市柯桥区咩华纺织品经营部	方永苗的姐姐经营的个体工商户
杭州楚豪科技有限公司	鲁燕的配偶控制的企业
绍兴众宝纺织有限公司	鲁燕的配偶控制的企业
杭州习正工程管理有限公司	何秋艳的配偶的姐姐控制的企业
杭州卫来医疗科技有限公司	何秋艳的配偶的姐姐参股的企业
杭州同富永辉企业管理合伙企业（有限合伙）	发行人员工持股平台，鲁燕担任执行事务合伙人
杭州同富致远企业管理合伙企业（有限合伙）	发行人员工持股平台，凌芬担任执行事务合伙人
杭州同富海纳企业管理合伙企业（有限合伙）	发行人员工持股平台，姚娅琼担任执行事务合伙人
丽水市莲都区橙西服饰商行	周舒晨注册的个体工商户，未实际经营
三门县韵闪服饰商行	周舒晨配偶经营的个体工商户
三门县琪芦贸易商行	周舒晨配偶经营的个体工商户
长沙市开福区上包大蚂蚁食品店	周舒晨配偶注册的个体工商户，未实际经营
义乌市韶鞠电子商务商行	周舒晨配偶注册的个体工商户，未实际经营
濂溪区周刀剑百货店	周舒晨配偶注册的个体工商户，未实际经营
佛山市禅城区西有甄品服装店	周舒晨配偶注册的个体工商户，未实际经营
兰溪市赛娥家庭农场	周舒晨配偶的母亲经营的个体工商户
兰溪市包惠群中药材收购站	周舒晨配偶的父亲注册的个体工商户，未实际经营
芜湖市宝腾泰商务服务有限公司	何璐的父母控制的企业

杭州唯丰恒企业管理咨询有限公司	程志勇控制的企业
浙江滕华资产管理有限公司	程志勇担任总经理的企业
杭州环洲物资有限公司	任嘉栋的父亲控制的企业

7、控股股东的董事、监事、高级管理人员及与其关系密切的家庭成员以及该等人员控制、共同控制或施加重大影响的其他企业

截至本招股说明书签署之日，控股股东设有执行董事廖妍玲、总经理王素兰、监事凌芬。廖妍玲、王素兰、凌芬及与其关系密切的家庭成员控制、共同控制或施加重大影响的其他企业详见本节上文“3、控股股东、实际控制人及与其关系密切的家庭成员控制、共同控制或施加重大影响的其他企业”及“6、公司董事、监事、高级管理人员及与其关系密切的家庭成员控制、共同控制或施加重大影响的其他企业”。

8、除控股股东、实际控制人以外直接或间接持有发行人 5%以上股份的其他股东及其关系密切的家庭成员控制、共同控制或施加重大影响的其他企业

除控股股东、实际控制人以外，直接或间接持有发行人 5%以上股份的其他股东徐荣培及其关系密切的家庭成员控制、共同控制或施加重大影响的其他企业如下：

关联方名称	与本公司的关系
杭州我们读诗文化传播有限公司	徐荣培参股的企业
杭州荣隆酒店管理有限公司	徐荣培的妹妹控制的企业

9、报告期曾经的关联方及其他关联方

关联方名称	关联关系	备注
湖畔居茶楼	发行人控股子公司湖畔居的股东	持有湖畔居 33.40%股权
杭州军豹电子科技有限公司	徐荣培的儿子曾实际控制的企业	已于 2022 年 3 月注销
U.K.Tomic International Group Limited（英国特美刻）	原公司全资子公司	已于 2022 年 2 月注销
浙江欧意智能厨房股份有限公司	周英章曾担任独立董事的企业	已于 2024 年 7 月离职
杭州亿尔恒信息技术有限公司	原独立董事李岚的配偶曾控股的企业	已于 2023 年 1 月注销
杭州龙贸网络科技有限公司	原独立董事李岚的配偶曾参股的企业	已于 2022 年 9 月转让
杭州库乐臻空科技有限公司	原独立董事邹峻的哥哥曾担任执行董事兼总经理并参股的企业	已于 2023 年 2 月注销
杭州戈八体育文化有限公司	原独立董事邹峻参股的企业	已于 2024 年 3 月离职
杭州杰桥贸易有限公司	原独立董事邹峻的哥哥控制的企业	已于 2024 年 3 月离职
杭州渡过健康管理咨询有限公司	原独立董事邹峻的哥哥担任董事并参股的企业	已于 2024 年 3 月离职

杭州爱与智能科技有限公司	原独立董事邹峻的哥哥控制的企业	已于 2024 年 3 月离职
数贸跨境电商服务（杭州）有限公司	原独立董事李岚控制的企业	已于 2024 年 5 月离职
杭州领颂传媒有限公司	原独立董事李岚的配偶曾控制的企业	已于 2024 年 5 月离职
杭州书盟信息技术有限公司	原独立董事李岚的配偶参股的企业	已于 2024 年 5 月离职
杭州圆览文化传播有限公司	原独立董事李岚的配偶担任总经理并参股的企业	已于 2024 年 5 月离职
杭州萧山荣祥纺织有限公司	任嘉栋的父亲持股并担任监事的企业	已于 2024 年 6 月注销
安徽省澜海文化传媒有限公司	钱存阳的姐姐参股并担任监事的企业	已于 2024 年 8 月注销
安徽多帆文化传媒有限公司	钱存阳的姐姐曾担任财务负责人的企业	已于 2023 年 8 月离职
绍兴市柯桥区胡幼林纺织厂	方永苗的姐夫曾经经营的个体工商户	已于 2024 年 12 月注销

（二）关联交易汇总

发行人报告期内关联交易汇总如下：

单位：万元

交易内容	关联方名称	2024 年度	2023 年度	2022 年度
采购商品/接受劳务	亿丰橡塑	960.09	795.50	828.22
采购商品/接受劳务	湖畔居茶楼	54.55	195.71	114.63
出售商品/提供劳务	特美刻销售	-	-	0.87
出售商品/提供劳务	亿丰橡塑	0.78	0.20	0.32
出售商品/提供劳务	湖畔居茶楼	48.71	88.71	108.62
出售商品/提供劳务	杭州小创科技有限公司	-	1.14	1.20
出售商品/提供劳务	荣隆酒店	-	-	0.19
关键管理人员薪酬	关键管理人员	1,810.74	1,638.97	1,649.25
资本性投入	姚华俊	-	120.00	-

公司按如下标准认定重大关联交易：

- （1）购销商品、提供和接受劳务的关联交易金额大于同期主营业务收入/采购总额 5%以上的；
- （2）其他类型交易金额大于公司最近一期净资产 5%的。

根据上述认定标准，报告期内，姚华俊、廖妍玲于 2021 年 5 月向金维克科技提供 6,600.00 万元保证担保属于重大关联交易，此外其他关联交易属于一般关联交易。

（三）关联交易

1、购销商品、提供和接受劳务的关联交易

采购商品/接受劳务情况表

单位：万元

关联方名称	关联交易内容	2024 年度	2023 年度	2022 年度
亿丰橡塑	采购商品	960.09	795.50	828.22
湖畔居茶楼	采购商品	54.55	195.71	114.63
采购总额	-	183,710.31	139,321.07	134,127.54
亿丰橡塑占采购总额比例	-	0.52%	0.57%	0.62%
湖畔居茶楼采购总额比例	-	0.03%	0.14%	0.09%

报告期内，发行人向关联方采购额及占采购总额比例较小，不会对发行人独立性产生影响，寻找替代供应商较为容易，发行人对相关关联方不存在依赖，不会对发行产生重大不利影响。

出售商品/提供劳务情况表

单位：万元

关联方名称	关联交易内容	2024 年度	2023 年度	2022 年度
特美刻销售	销售商品	-	-	0.87
亿丰橡塑	销售商品	0.78	0.20	0.32
湖畔居茶楼	销售商品	48.71	88.71	108.62
杭州小创科技有限公司	销售商品	-	1.14	1.20
荣隆酒店	销售商品	-	-	0.19
主营业务收入	-	272,866.12	208,887.79	194,485.04
关联销售占主营业务收入比例	-	0.02%	0.04%	0.06%

发行人销售业务中关联交易额及占主营业务收入比例均较小，不会对发行人独立性产生影响，发行人对相关关联方不存在依赖，不会对发行产生重大不利影响。

（1）因亿丰橡塑与发行人生产基地距离较近，且生产的硅胶圈品质较稳定、交货及时、产品能够满足发行人产品设计指标要求，发行人向其采购硅胶圈用于保温杯生产，同时因硅胶圈退料形成了少量废料销售收入，该项交易属于公司日常经营过程中的持续性经营业务，符合公司正常的生产经营发展需要，具有合理性、必要性、合法性；

（2）特美刻销售作为发行人参股公司，基于双方合作向零售终端销售发行人产品；湖畔居茶楼作为发行人子公司湖畔居的少数股东，在茶品、餐饮方面有较好的地方品牌知名度，公司采购其茶叶、藕粉等礼品与公司水具类产品一起组合成水具类礼盒，共同开拓市场进行销售。前述交易属于公司日常经营过程中的持续性经营业务，符合公司正常的生产经营发展需要，具有合理性、必要性、合法性；

(3) 杭州小创科技有限公司、荣隆酒店由于自用及市场开拓需要采购后作为赠品使用，存在少量采购发行人产品的需求，系合理的消费购买行为，数量金额较少，属于偶发性交易，具有合理性、必要性、合法性。

上述采购、销售均遵循了平等、自愿的原则，按照市场公允价格确定交易价格，具有价格公允性，不存在通过关联交易调节发行人收入利润或成本费用、利益输送的情形。

2、关键管理人员薪酬

单位：万元

项目	2024 年度	2023 年度	2022 年度
关键管理人员薪酬	1,810.74	1,638.97	1,649.25
其中：股份支付费用	19.07	52.27	3.40

3、湖畔居茶楼许可湖畔居使用的资产

根据湖畔居茶楼与湖畔居签署的商标使用许可合同及补充协议，湖畔居茶楼排他性授权湖畔居使用 18716588 号“湖畔居”商标，授权时间自 2017 年 5 月 23 日起 15 年，使用费 80 万元。

2017 年 5 月 15 日，湖畔居茶楼及杭州西湖风景名胜区管理委员会出具证明，位于杭州圣塘景区 1 号的房产产权归杭州西湖风景名胜区管理委员会所有，由湖畔居茶楼负责经营管理，并确认杭州市圣塘景区 1 号-2 无偿提供给湖畔居使用。

上述交易是公司的合作伙伴湖畔居茶楼基于对湖畔居的参股合作经营身份，向湖畔居提供相关经营资源而产生，对公司财务状况、经营业绩和生产经营的独立性未产生不利影响，不存在损害公司及全体股东、特别是中小股东的利益的情形，未对公司财务状况和经营成果造成重大不利影响，具有合理性、必要性、合法性，商标授权使用费依据市场价协商定价，具有价格公允性，不存在通过关联交易调节发行人收入利润或成本费用、利益输送的情形。

4、关联担保

担保类型	担保方	被担保方	担保金额 (万元)	担保起止日期	是否履行完毕
保证担保	姚华俊、廖妍玲	金维克科技	6,600.00	2021.5.20-2026.5.20	是

上述关联担保主要系公司因短期资金需求向银行借款所产生的关联担保，姚华俊、廖妍玲作为发行人实际控制人，为了满足发行人子公司金维克科技日常经营所需，为其获得银行贷款提供担保，具有合理性、必要性、合法性。上述担保均为无偿担保，均在自愿、公平的原则基础上进行，不存在调节发行人收入利润或成本费用、利益输送的情形，不存在损害公司及公司股东利益的情况，也不存在操纵公司利润的情形，具有真实的商业背景，未对公司财务状况和经营成果造成重大不利影响。

5、2023 年实际控制人姚华俊存在为公司员工支付奖金的情况，具体金额为 120.00 万元，按照业务实质作为实际控制人对公司的资本性投入，计入资本公积及相关费用。上述交易是公司实际控制人对公司的资本性投入，对公司财务状况、经营业绩和生产经营的独立性未产生不利影响，不存在损害公司及全体股东、特别是中小股东的利益的情形，未对公司财务状况和经营成果造成重大不利影响。

（四）关联方应收应付款项

应收项目：

单位：万元

项目	关联方名称	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							
	特美刻销售	0.76	0.38	0.76	0.15	29.17	5.69
	湖畔居茶楼	9.46	0.47	16.07	0.80	21.31	1.07
	杭州小创科技有限公司	0.89	0.18	0.89	0.04	0.48	0.02
预付账款							
	亿丰橡塑	1.18	-	0.94	-	2.63	-
	湖畔居茶楼	-	-	1.79	-	-	-

应付项目：

单位：万元

项目	关联方名称	2024.12.31	2023.12.31	2022.12.31
应付账款				
	亿丰橡塑	465.43	325.19	306.47
	湖畔居茶楼	11.37	0.12	36.22

（五）报告期内关联交易制度的执行情况及独立董事意见

本公司制订了《公司章程》《股东大会议事规则》《董事会议事规则》《独立董事工作细则》和《关联交易管理制度》，对公司关联交易的决策权力和程序作出了相应的规定，并建立了关联股东和关联董事在关联交易表决中的回避制度。

报告期内，发行人关联交易相关会议制度、内部控制措施已得到切实有效执行，发行人就关联交易不存在未及时按规定履行必要的决策程序、后续补充确认的情况。发行人报告期内关联交易决策程序具体情况如下：

（1）ERP 系统审批流程

发行人采购、销售合同订立以前均经过公司 ERP 系统审批流程。根据发行人《关联交易管理制度》，报告期内各年度发生的偶发性关联采购、关联销售行为，关联交易金额未达到发行人董事会或者股东大会审议标准的，由发行人相关经办人员履行 ERP 审批流程后决定。但发行人基于谨慎性考量，报告期内的关联交易事后均通过年度股东大会对上年度发生的关联交易进行事后确认。

(2) 董事会审议

序号	会议名称	议案名称
1	第二届董事会第七次会议	《关于浙江同富特美刻家居用品股份有限公司最近三年重大关联交易公允性的议案》 《关于确认 2021 年度关联交易情况及预计 2022 年度日常关联交易的议案》
2	第二届董事会第九次会议	《关于确认公司三年一期关联交易公允性的议案》
3	第二届董事会第十二次会议	《关于确认 2022 年度关联交易情况及预计 2023 年度日常关联交易的议案》
4	第三届董事会第二次会议	《关于确认 2023 年度关联交易情况及预计 2024 年度日常关联交易的议案》
5	第三届董事会第三次会议	《关于更正确认 2023 年关联交易情况及预计 2024 年日常性关联交易的议案》
6	第三届董事会第十次会议	《关于确认 2024 年度关联交易情况及预计 2025 年度日常关联交易的议案》

(3) 股东大会审议

序号	会议名称	议案名称
1	2021 年度股东大会	《关于浙江同富特美刻家居用品股份有限公司最近三年重大关联交易公允性的议案》 《关于确认 2021 年度关联交易情况及预计 2022 年度日常关联交易的议案》
2	2022 年第二次临时股东大会	《关于确认公司三年一期关联交易公允性的议案》
3	2022 年度股东大会	《关于确认 2022 年度关联交易情况及预计 2023 年度日常关联交易的议案》
4	2023 年年度股东大会	《关于确认 2023 年度关联交易情况及预计 2024 年度日常关联交易的议案》
5	2024 年第二次临时股东大会	《关于更正确认 2023 年关联交易情况及预计 2024 年日常性关联交易的议案》
6	2024 年度股东大会	《关于确认 2024 年度关联交易情况及预计 2025 年度日常关联交易的议案》

(4) 监事会审议

序号	会议名称	议案名称
1	第二届监事会第四次会议	《关于浙江同富特美刻家居用品股份有限公司最近三年重大关联交易公允性的议案》

		《关于确认 2021 年度关联交易情况及预计 2022 年度日常关联交易的议案》
2	第二届监事会第五次会议	《关于确认公司三年一期关联交易公允性的议案》
3	第二届监事会第六次会议	《关于确认 2022 年度关联交易情况及预计 2023 年度日常关联交易的议案》
4	第三届监事会第二次会议	《关于确认 2023 年度关联交易情况及预计 2024 年度日常关联交易的议案》
5	第三届监事会第三次会议	《关于更正确认 2023 年关联交易情况及预计 2024 年日常性关联交易的议案》
6	第三届监事会第八次会议	《关于确认 2024 年度关联交易情况及预计 2025 年度日常关联交易的议案》

(5) 独立董事关于关联交易的意见

本公司独立董事对报告期各期的关联交易事项通过发表独立意见或召开专门会议作出了肯定性结论，确认公司关联交易不存在损害公司及全体股东，特别是中小股东利益的情形。

综上所述，报告期内，发行人严格遵守并执行公司章程及关联交易管理制度，报告期内发生的关联交易均已按照《公司章程》及关联交易管理制度履行了相应的决策程序或确认程序，发行人董事会、股东大会在审议关联交易相关议案时，所涉关联董事、股东均已回避表决，相关会议制度、内部控制措施已得到切实有效执行，不存在未及时按规定履行必要的决策程序、后续补充确认的情况。

(六) 关于规范和减少关联交易的措施

目前本公司拥有独立完整的业务体系，报告期内发生的关联交易较少。在未来的经营过程中，对于根据业务发展需要而不可避免发生的关联交易，本公司将严格遵守《公司法》《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》和其他有关法律法规的规定，遵循等价、有偿、公平交易的原则，履行合法程序并订立相关协议或合同，及时进行信息披露，保证关联交易的公允性。

发行人已根据有关法律、法规和规范性文件的规定，在《公司章程》《股东大会议事规则》《董事会议事规则》和《关联交易管理制度》中对关联交易做出了严格规定，包括关联交易的回避表决制度、决策权限、决策程序等的内容，以保证关联交易的公开、公允和合理，保护发行人和全体股东的利益。

本次发行完成后，本公司将严格按照中国证监会、北京证券交易所上市公司信息披露规定，对关联交易进行及时、充分的披露，保证不通过关联交易损害公司和其他股东的合法权益，维护投资者利益。

为规范关联交易，确保发行人的利益不受侵害，发行人控股股东同富控股、实际控制人姚华俊、廖妍玲及其一致行动人徐荣培已作出关于规范和减少关联交易的承诺，详见本招股说明书“第四节

发行人基本情况”之“九、重要承诺”。

报告期内，发行人严格遵守并执行公司章程及关联交易管理制度，在资产、人员、财务、机构和业务等方面保持了独立性，独立开展生产、经营；报告期内发生的关联交易均已按照《公司章程》及关联交易管理制度履行了相应的决策程序或确认程序，发行人董事会、股东大会在审议关联交易相关议案时，关联董事、股东均已回避表决；发行人采购、销售类关联交易定价均按照“公开、公平、公正”原则，以市场价格为依据定价，具有公允性，不存在通过关联交易调节发行人收入利润或成本费用、利益输送的情形；发行人独立董事对发行人报告期内发生的关联交易发表了独立意见。

八、 其他事项

无。

第七节财务会计信息

一、 发行人最近三年及一期的财务报表

(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	608,107,159.18	610,813,225.36	464,031,639.58
结算备付金			
拆出资金			
交易性金融资产			
衍生金融资产			
应收票据	16,495,000.00	463,537.13	700,000.00
应收账款	447,659,908.20	337,000,893.65	308,628,219.59
应收款项融资			475,000.00
预付款项	31,636,058.32	31,061,612.50	30,018,975.37
应收保费			
应收分保账款			
应收分保合同准备金			
其他应收款	11,259,484.24	5,874,580.04	6,223,012.40
其中：应收利息			
应收股利			
买入返售金融资产			
存货	209,269,109.69	192,075,470.91	185,357,942.26
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	83,040,670.49	39,120,460.24	36,442,037.79
流动资产合计	1,407,467,390.12	1,216,409,779.83	1,031,876,826.99
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	24,165.00	26,791.36	36,943.99
其他权益工具投资			
其他非流动金融资产			
投资性房地产			
固定资产	422,095,819.89	144,801,338.87	142,946,492.24
在建工程	78,069,430.27	205,326,601.31	120,048,306.08
生产性生物资产			
油气资产			
使用权资产	22,353,891.25	19,458,851.77	17,339,215.47
无形资产	48,696,995.21	48,572,193.44	16,208,700.65
开发支出			

商誉			
长期待摊费用	31,360,948.92	21,514,080.77	18,660,102.26
递延所得税资产	10,060,461.08	8,456,979.00	10,056,643.32
其他非流动资产	17,181,827.21	3,456,087.24	7,636,275.33
非流动资产合计	629,843,538.83	451,612,923.76	332,932,679.34
资产总计	2,037,310,928.95	1,668,022,703.59	1,364,809,506.33
流动负债：			
短期借款	4,000,000.00	3,000,000.00	1,000,000.00
向中央银行借款			
拆入资金			
交易性金融负债			
衍生金融负债			
应付票据	58,122,000.00	50,895,060.00	24,605,986.80
应付账款	581,138,926.46	429,958,240.04	358,612,356.45
预收款项			
合同负债	64,864,926.37	73,754,211.24	67,050,678.16
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	92,365,950.03	73,641,948.79	61,992,189.82
应交税费	27,121,257.54	19,679,550.38	19,241,336.41
其他应付款	2,134,530.15	1,821,401.77	887,890.65
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	10,724,834.74	10,359,733.86	8,476,004.06
其他流动负债	3,739,133.54	1,018,245.46	1,993,498.29
流动负债合计	844,211,558.83	664,128,391.54	543,859,940.64
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	9,437,907.32	5,602,758.40	6,281,232.22
长期应付款			
长期应付职工薪酬			
预计负债			
递延收益	6,655,414.89	1,871,366.66	1,725,624.30
递延所得税负债			14,193.78
其他非流动负债			
非流动负债合计	16,093,322.21	7,474,125.06	8,021,050.30
负债合计	860,304,881.04	671,602,516.60	551,880,990.94
所有者权益（或股东权益）：			

股本	102,050,000.00	102,050,000.00	102,050,000.00
其他权益工具			
其中：优先股			
永续债			
资本公积	161,820,884.56	161,343,220.49	158,252,741.32
减：库存股			
其他综合收益	-47,769.35	-47,769.35	-8,878.81
专项储备			
盈余公积	49,492,233.71	10,831,797.33	10,276,426.75
一般风险准备			
未分配利润	862,341,703.48	720,832,245.52	541,087,933.81
归属于母公司所有者权益合计	1,175,657,052.40	995,009,493.99	811,658,223.07
少数股东权益	1,348,995.51	1,410,693.00	1,270,292.32
所有者权益合计	1,177,006,047.91	996,420,186.99	812,928,515.39
负债和所有者权益总计	2,037,310,928.95	1,668,022,703.59	1,364,809,506.33

法定代表人：姚华俊 主管会计工作负责人：方永苗 会计机构负责人：方永苗

（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	139,336,727.10	35,315,447.30	64,914,937.07
交易性金融资产			
衍生金融资产			
应收票据			
应收账款	104,685,123.42	78,056,556.34	59,317,867.83
应收款项融资			475,000.00
预付款项	8,636,029.17	8,484,258.07	8,157,286.58
其他应收款	156,235,834.40	81,424,173.63	43,613,670.88
其中：应收利息			
应收股利			
买入返售金融资产			
存货	4,058,105.27	9,046,232.92	5,163,315.56
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	11,942,500.83	5,878,632.06	7,006,729.13
流动资产合计	424,894,320.19	218,205,300.32	188,648,807.05
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	380,192,958.36	357,574,283.07	310,863,104.80
其他权益工具投资			
其他非流动金融资产			
投资性房地产			
固定资产	18,711,346.00	20,833,732.04	23,138,276.26
在建工程	257,547.15	793,811.29	217,059.95
生产性生物资产			
油气资产			
使用权资产	1,473,327.09	6,574,148.25	9,917,855.98
无形资产	2,848,291.70	2,805,221.68	2,478,633.61
开发支出			
商誉			
长期待摊费用	6,503,576.60	5,687,089.62	7,882,778.21
递延所得税资产	10,104,667.49	7,081,157.88	5,357,523.01
其他非流动资产	489,380.53		
非流动资产合计	420,581,094.92	401,349,443.83	359,855,231.82
资产总计	845,475,415.11	619,554,744.15	548,504,038.87
流动负债：			
短期借款	1,500,000.00	1,500,000.00	500,000.00
交易性金融负债			
衍生金融负债			
应付票据			295,653.00
应付账款	82,622,947.01	79,101,490.67	68,531,964.63
预收款项			
卖出回购金融资产款			
应付职工薪酬	28,259,618.69	22,043,392.09	20,275,440.42
应交税费	5,031,001.84	1,832,008.49	2,923,915.86
其他应付款		119,000,000.00	70,031,820.49
其中：应付利息			
应付股利			
合同负债	20,542,474.13	19,512,980.62	13,962,311.86
持有待售负债			
一年内到期的非流动负债		5,209,010.82	4,413,912.17
其他流动负债	291,151.76	184,667.64	159,874.86
流动负债合计	138,247,193.43	248,383,550.33	181,094,893.29
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			4,341,673.66
长期应付款			
长期应付职工薪酬			
预计负债			

递延收益			
递延所得税负债			463.08
其他非流动负债			
非流动负债合计			4,342,136.74
负债合计	138,247,193.43	248,383,550.33	185,437,030.03
所有者权益：			
股本	102,050,000.00	102,050,000.00	102,050,000.00
其他权益工具			
其中：优先股			
永续债			
资本公积	161,280,884.56	160,803,220.49	158,252,741.32
减：库存股			
其他综合收益			
专项储备			
盈余公积	49,492,233.71	10,831,797.33	10,276,426.75
一般风险准备			
未分配利润	394,405,103.41	97,486,176.00	92,487,840.77
所有者权益合计	707,228,221.68	371,171,193.82	363,067,008.84
负债和所有者权益合计	845,475,415.11	619,554,744.15	548,504,038.87

法定代表人：姚华俊 主管会计工作负责人：方永苗 会计机构负责人：方永苗

（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	2,760,387,529.73	2,117,690,797.86	1,972,836,437.17
其中：营业收入	2,760,387,529.73	2,117,690,797.86	1,972,836,437.17
利息收入			
已赚保费			
手续费及佣金收入			
二、营业总成本	2,439,229,968.05	1,865,692,194.89	1,679,265,277.74
其中：营业成本	2,077,503,163.82	1,556,185,823.03	1,462,601,401.82
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	11,900,928.22	8,677,634.87	3,449,739.54
销售费用	234,169,828.00	183,907,854.10	160,881,762.30
管理费用	110,882,496.11	98,838,672.45	74,282,992.82
研发费用	42,914,007.55	27,251,532.52	21,079,865.86
财务费用	-38,140,455.65	-9,169,322.08	-43,030,484.60
其中：利息费用	1,158,578.51	728,833.32	817,210.08

利息收入	12,251,180.13	7,000,991.96	3,659,571.43
加：其他收益	9,287,598.42	5,155,292.93	8,248,287.18
投资收益（损失以“-”号填列）	100,826.36	93,661.53	-39,653.00
其中：对联营企业和合营企业的投资收益	-2,626.36	-10,152.63	-39,653.00
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）	900,174.80	-3,194,206.20	-976,792.26
信用减值损失（损失以“-”号填列）	-9,311,174.73	-5,013,629.69	797,998.19
资产减值损失（损失以“-”号填列）	-8,377,138.21	-7,490,577.99	-14,409,014.89
资产处置收益（损失以“-”号填列）	-4,499,620.72	-2,382,288.95	-1,763.06
三、营业利润（亏损以“-”号填列）	309,258,227.60	239,166,854.60	287,190,221.59
加：营业外收入	1,030,048.43	2,347,133.96	1,716,464.50
减：营业外支出	8,153,150.48	3,039,634.50	3,268,944.35
四、利润总额（亏损总额以“-”号填列）	302,135,125.55	238,474,354.06	285,637,741.74
减：所得税费用	70,866,496.40	58,034,271.09	67,211,048.33
五、净利润（净亏损以“-”号填列）	231,268,629.15	180,440,082.97	218,426,693.41
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）	231,268,629.15	180,440,082.97	218,426,693.41
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）	73,734.81	140,400.68	109,127.47
2. 归属于母公司所有者的净利润（净亏损以“-”号填列）	231,194,894.34	180,299,682.29	218,317,565.94
六、其他综合收益的税后净额		-38,890.54	
（一）归属于母公司所有者的其他综合收益的税后净额		-38,890.54	
1. 不能重分类进损益的其他综合收益			
（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			
（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		-38,890.54	
（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			
(6) 外币财务报表折算差额		-38,890.54	
(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	231,268,629.15	180,401,192.43	218,426,693.41
(一) 归属于母公司所有者的综合收益总额	231,194,894.34	180,260,791.75	218,317,565.94
(二) 归属于少数股东的综合收益总额	73,734.81	140,400.68	109,127.47
八、每股收益：			
(一) 基本每股收益（元/股）	2.27	1.77	2.14
(二) 稀释每股收益（元/股）	2.27	1.77	2.14

法定代表人：姚华俊 主管会计工作负责人：方永苗 会计机构负责人：方永苗

（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	610,111,894.70	411,550,766.55	420,165,959.18
减：营业成本	458,656,065.57	305,847,032.61	319,686,184.57
税金及附加	796,872.44	533,965.06	495,181.65
销售费用	56,957,190.19	46,470,915.63	43,614,293.15
管理费用	40,516,563.28	42,548,708.90	28,590,636.85
研发费用	1,075,317.17		
财务费用	-9,499,348.50	-2,011,557.33	-6,419,509.68
其中：利息费用	137,805.34	226,274.35	325,861.38
利息收入	3,572,604.43	1,293,762.46	633,059.08
加：其他收益	1,001,904.44	1,212,577.25	2,986,738.23
投资收益（损失以“-”号填列）	349,997,373.64	-10,152.63	-40,529.72
其中：对联营企业和合营企业的投资收益	-2,626.36	-10,152.63	-39,653.00
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）		-1,107,250.00	
信用减值损失（损失以“-”号填列）	-13,011,035.39	-8,803,897.97	-3,816,115.33
资产减值损失（损失以“-”号填列）			
资产处置收益（损失以“-”号填列）		20,165.00	

列)			
二、营业利润（亏损以“－”号填列）	399,597,477.24	9,473,143.33	33,329,265.82
加：营业外收入	501,656.48	1,375,289.46	636,651.44
减：营业外支出	198,874.71	1,117,968.80	203,023.05
三、利润总额（亏损总额以“－”号填列）	399,900,259.01	9,730,463.99	33,762,894.21
减：所得税费用	13,295,895.22	4,176,758.18	9,111,051.43
四、净利润（净亏损以“－”号填列）	386,604,363.79	5,553,705.81	24,651,842.78
（一）持续经营净利润（净亏损以“－”号填列）	386,604,363.79	5,553,705.81	24,651,842.78
（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			
（一）不能重分类进损益的其他综合收益			
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			
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			
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			
6. 外币财务报表折算差额			
7. 其他			
六、综合收益总额	386,604,363.79	5,553,705.81	24,651,842.78
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：姚华俊 主管会计工作负责人：方永苗 会计机构负责人：方永苗

（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	2,680,612,994.92	2,140,231,335.76	2,161,273,279.62
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	168,639,070.76	144,383,085.22	174,922,367.56
收到其他与经营活动有关的现金	31,838,144.92	22,817,532.29	14,846,728.34
经营活动现金流入小计	2,881,090,210.60	2,307,431,953.27	2,351,042,375.52
购买商品、接受劳务支付的现金	1,953,085,822.81	1,519,783,281.60	1,658,355,405.66
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	298,097,893.25	227,324,294.75	200,083,228.74
支付的各项税费	91,472,077.17	75,225,779.77	112,291,734.04
支付其他与经营活动有关的现金	240,478,258.69	175,503,607.22	152,753,883.17
经营活动现金流出小计	2,583,134,051.92	1,997,836,963.34	2,123,484,251.61
经营活动产生的现金流量净额	297,956,158.68	309,594,989.93	227,558,123.91
二、投资活动产生的现金流量：			
收回投资收到的现金	344,777,089.64	126,845,533.61	104,763,573.59
取得投资收益收到的现金	103,452.72	115,814.16	183,159.07
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	878,079.64	79,752.48	176,516.81
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			
投资活动现金流入小计	345,758,622.00	127,041,100.25	105,123,249.47
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	258,705,698.01	147,685,971.58	120,258,850.14
投资支付的现金	343,876,913.74	126,845,534.71	104,763,573.59
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			49,000.00
投资活动现金流出小计	602,582,611.75	274,531,506.29	225,071,423.73
投资活动产生的现金流量净额	-256,823,989.75	-147,490,406.04	-119,948,174.26
三、筹资活动产生的现金流量：			
吸收投资收到的现金			
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	4,000,000.00	3,000,000.00	11,000,000.00
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	4,000,000.00	3,000,000.00	11,000,000.00
偿还债务支付的现金	3,000,000.00	1,000,000.00	41,000,000.00
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	51,281,101.74	49,690.30	116,463.95
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	15,904,299.09	17,687,446.59	15,400,072.81
筹资活动现金流出小计	70,185,400.83	18,737,136.89	56,516,536.76
筹资活动产生的现金流量净额	-66,185,400.83	-15,737,136.89	-45,516,536.76
四、汇率变动对现金及现金等价物的影响	20,901,778.82	-1,130,780.55	12,695,344.17
五、现金及现金等价物净增加额	-4,151,453.08	145,236,666.45	74,788,757.06
加：期初现金及现金等价物余额	600,634,212.26	455,397,545.81	380,608,788.75
六、期末现金及现金等价物余额	596,482,759.18	600,634,212.26	455,397,545.81

法定代表人：姚华俊 主管会计工作负责人：方永苗 会计机构负责人：方永苗

（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	592,213,638.34	403,107,148.39	455,345,941.73
收到的税费返还	43,542,377.87	29,627,651.31	33,107,660.12
收到其他与经营活动有关的现金	7,902,000.38	7,856,073.13	4,327,110.41
经营活动现金流入小计	643,658,016.59	440,590,872.83	492,780,712.26
购买商品、接受劳务支付的现金	492,010,145.69	326,088,978.49	279,006,445.51
支付给职工以及为职工支付的现金	51,090,382.69	45,725,621.05	39,732,213.15
支付的各项税费	15,187,305.74	8,098,033.04	19,763,463.51
支付其他与经营活动有关的现金	50,438,384.36	36,031,038.72	33,385,180.51
经营活动现金流出小计	608,726,218.48	415,943,671.30	371,887,302.68
经营活动产生的现金流量净额	34,931,798.11	24,647,201.53	120,893,409.58
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	350,000,000.00		
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额		1,250.00	
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	23,500,000.00	136,500,000.00	14,991,194.79
投资活动现金流入小计	373,500,000.00	136,501,250.00	14,991,194.79
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	7,249,594.94	5,258,283.27	8,962,547.59
投资支付的现金	22,436,083.42	46,103,217.00	86,008,105.00
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	104,750,000.00	178,500,000.00	131,257,194.79
投资活动现金流出小计	134,435,678.36	229,861,500.27	226,227,847.38
投资活动产生的现金流量净额	239,064,321.64	-93,360,250.27	-211,236,652.59
三、筹资活动产生的现金流量：			
吸收投资收到的现金			
取得借款收到的现金	1,500,000.00	1,500,000.00	10,500,000.00
发行债券收到的现金			
收到其他与筹资活动有关的现金	72,950,000.00	169,000,000.00	141,000,000.00

筹资活动现金流入小计	74,450,000.00	170,500,000.00	151,500,000.00
偿还债务支付的现金	1,500,000.00	500,000.00	10,500,000.00
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	51,072,913.19	24,891.68	18,892.37
支付其他与筹资活动有关的现金	197,513,848.00	128,609,056.50	89,343,283.00
筹资活动现金流出小计	250,086,761.19	129,133,948.18	99,862,175.37
筹资活动产生的现金流量净额	-175,636,761.19	41,366,051.82	51,637,824.63
四、汇率变动对现金及现金等价物的影响	5,661,921.24	1,519,534.16	1,189,645.28
五、现金及现金等价物净增加额	104,021,279.80	-25,827,462.76	-37,515,773.10
加：期初现金及现金等价物余额	35,315,447.30	61,142,910.06	98,658,683.16
六、期末现金及现金等价物余额	139,336,727.10	35,315,447.30	61,142,910.06

法定代表人：姚华俊 主管会计工作负责人：方永苗 会计机构负责人：方永苗

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	信会师报字[2025]第 ZF10114 号
审计机构名称	立信会计师事务所（特殊普通合伙）
审计机构地址	上海市黄浦区南京东路 61 号四楼
审计报告日期	2025 年 4 月 8 日
注册会计师姓名	李勇平、陶书成、李静程
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	信会师报字[2024]第 ZF10160 号
审计机构名称	立信会计师事务所（特殊普通合伙）
审计机构地址	上海市黄浦区南京东路 61 号四楼
审计报告日期	2024 年 3 月 25 日
注册会计师姓名	李勇平、陶书成、李静程
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	信会师报字[2023]第 ZF11285 号
审计机构名称	立信会计师事务所（特殊普通合伙）
审计机构地址	上海市黄浦区南京东路 61 号四楼
审计报告日期	2023 年 9 月 27 日
注册会计师姓名	李勇平、陶书成、李静程

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

公司财务报表按照财政部颁布的《企业会计准则——基本准则》和各项具体会计准则、企业会计准则应用指南、企业会计准则解释及其他相关规定（以下合称“企业会计准则”），以及中国证券监督管理委员会《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》的相关规定编制。
--

（二） 合并财务报表范围及变化情况

报告期内，依据《企业会计准则》纳入合并财务报表范围的主体如下：

序号	名称	持股比例	表决权比例	纳入合并范围的期间	合并类型	取得方式
1	特美刻实业	100.00%	100.00%	2022 年 1 月 -2024 年 12 月	子公司	设立
2	同富云商	100.00%	100.00%	2022 年 1 月 -2024 年 12 月	子公司	设立
3	金维克科技	100.00%	100.00%	2022 年 1 月 -2024 年 12 月	子公司	购买取得
4	金维克供应链	100.00%	100.00%	2022 年 1 月 -2024 年 12 月	子公司	设立
5	全球汇	100.00%	100.00%	2022 年 1 月 -2024 年 12 月	子公司	购买取得
6	同富户外	100.00%	100.00%	2022 年 1 月 -2024 年 12 月	子公司	设立
7	湖畔居	66.60%	66.60%	2022 年 1 月 -2024 年 12 月	孙公司	设立
8	英国特美刻	100.00%	100.00%	2022 年 1 月 -2022 年 2 月	子公司	购买取得
9	谦逸电商	100.00%	100.00%	2022 年 1 月 -2024 年 12 月	子公司	设立
10	同富香港	100.00%	100.00%	2022 年 1 月 -2024 年 12 月	子公司	购买取得
11	同富美国	100.00%	100.00%	2022 年 1 月 -2024 年 12 月	孙公司	购买取得
12	同富科技	100.00%	100.00%	2022 年 1 月 -2024 年 12 月	子公司	设立
13	金维克智能	100.00%	100.00%	2022 年 9 月 -2024 年 12 月	子公司	设立
14	同富柬埔寨	100.00%	100.00%	2023 年 1 月 -2024 年 12 月	子公司	设立
15	同富日本	100.00%	100.00%	2024 年 2 月 -2024 年 12 月	子公司	设立
16	同富泰国	100.00%	100.00%	2024 年 4 月 -2024 年 12 月	子公司	设立
17	特美刻钛杯	100.00%	100.00%	2024 年 11 月 -2024 年 12 月	孙公司	设立

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

公司根据生产经营特点确定具体会计政策和会计估计。

1. 金融工具

√适用 □不适用

本公司在成为金融工具合同的一方时，确认一项金融资产、金融负债或权益工具。

(1) 金融工具的分类

根据本公司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，金融资产于初始确认时分类为：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和以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产。

本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：

- 1) 业务模式是以收取合同现金流量为目标；
- 2) 合同现金流量仅为对本金和以未偿付本金金额为基础的利息的支付。

本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（债务工具）：

- 1) 业务模式既以收取合同现金流量又以出售该金融资产为目标；
- 2) 合同现金流量仅为对本金和以未偿付本金金额为基础的利息的支付。

对于非交易性权益工具投资，本公司可以在初始确认时将其不可撤销地指定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（权益工具）。该指定在单项投资的基础上作出，且相关投资从发行者的角度符合权益工具的定义。

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，本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，如果能够消除或显著减少会计错配，本公司可以将本应分类为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。

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和以摊余成本计量的金融负债。

符合以下条件之一的金融负债可在初始计量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：

- 1) 该项指定能够消除或显著减少会计错配。

2) 根据正式书面文件载明的企业风险管理或投资策略，以公允价值为基础对金融负债组合或金融资产和金融负债组合进行管理和业绩评价，并在企业内部以此为基础向关键管理人员报告。

3) 该金融负债包含需单独分拆的嵌入衍生工具。

按照上述条件，本公司无指定的这类金融负债。

(2) 金融工具的确认依据和计量方法

1) 以摊余成本计量的金融资产

以摊余成本计量的金融资产包括应收票据、应收账款、其他应收款、长期应收款、债权投资等，按公允价值进行初始计量，相关交易费用计入初始确认金额；不包含重大融资成分的应收账款以及本公司决定不考虑不超过一年的融资成分的应收账款，以合同交易价格进行初始计量。

持有期间采用实际利率法计算的利息计入当期损益。

收回或处置时，将取得的价款与该金融资产账面价值之间的差额计入当期损益。

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（债务工具）

以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产（债务工具）包括应收款项融资、其他债权投资等，按公允价值进行初始计量，相关交易费用计入初始确认金额。该金融资产按公允价值进行后续计量，公允价值变动除采用实际利率法计算的利息、减值损失或利得和汇兑损益之外，均计入其他综合收益。

终止确认时，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其他综合收益的金融资产（权益工具）

以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产（权益工具）包括其他权益工具投资等，按公允价值进行初始计量，相关交易费用计入初始确认金额。该金融资产按公允价值进行后续计量，公允价值变动计入其他综合收益。取得的股利计入当期损益。

终止确认时，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，计入留存收益。

4) 以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产

以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产包括交易性金融资产、衍生金融资产、其他非流动金融资产等，按公允价值进行初始计量，相关交易费用计入当期损益。该金融资产按公允价值进行后续计量，公允价值变动计入当期损益。

5) 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、衍生金融负债等，按公允价值进行初始计量，相关交易费用计入当期损益。该金融负债按公允价值进行后续计量，公允价值变动计入当期损益。

终止确认时，其账面价值与支付的对价之间的差额计入当期损益。

6) 以摊余成本计量的金融负债

以摊余成本计量的金融负债包括短期借款、应付票据、应付账款、其他应付款、长期借款、应付债券、长期应付款，按公允价值进行初始计量，相关交易费用计入初始确认金额。

持有期间采用实际利率法计算的利息计入当期损益。

终止确认时，将支付的对价与该金融负债账面价值之间的差额计入当期损益。

(3) 金融资产终止确认和金融资产转移的确认依据和计量方法

满足下列条件之一时，本公司终止确认金融资产：

- 1) 收取金融资产现金流量的合同权利终止；
- 2) 金融资产已转移，且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；
- 3) 金融资产已转移，虽然本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，但是未保留对金融资产的控制。

本公司与交易对手方修改或者重新议定合同而且构成实质性修改的，则终止确认原金融资产，同时按照修改后的条款确认一项新金融资产。

发生金融资产转移时，如保留了金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬的，则不终止确认该金融资产。

在判断金融资产转移是否满足上述金融资产终止确认条件时，采用实质重于形式的原则。

公司将金融资产转移区分为金融资产整体转移和部分转移。金融资产整体转移满足终止确认条件的，将下列两项金额的差额计入当期损益：

- 1) 所转移金融资产的账面价值；
- 2) 因转移而收到的对价，与原直接计入所有者权益的公允价值变动累计额（涉及转移的金融资产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（债务工具）的情形）之和。

金融资产部分转移满足终止确认条件的，将所转移金融资产整体的账面价值，在终止确认部分和未终止确认部分之间，按照各自的相对公允价值进行分摊，并将下列两项金额的差额计入当期损

益：

1) 终止确认部分的账面价值；

2) 终止确认部分的对价，与原直接计入所有者权益的公允价值变动累计额中对应终止确认部分的金额（涉及转移的金融资产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（债务工具）的情形）之和。

金融资产转移不满足终止确认条件的，继续确认该金融资产，所收到的对价确认为一项金融负债。

（4）金融负债终止确认

金融负债的现时义务全部或部分已经解除的，则终止确认该金融负债或其一部分；本公司若与债权人签定协议，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，则终止确认现存金融负债，并同时确认新金融负债。

对现存金融负债全部或部分合同条款作出实质性修改的，则终止确认现存金融负债或其一部分，同时将修改条款后的金融负债确认为一项新金融负债。

金融负债全部或部分终止确认时，终止确认的金融负债账面价值与支付对价（包括转出的非现金资产或承担的新金融负债）之间的差额，计入当期损益。

本公司若回购部分金融负债的，在回购日按照继续确认部分与终止确认部分的相对公允价值，将该金融负债整体的账面价值进行分配。分配给终止确认部分的账面价值与支付的对价（包括转出的非现金资产或承担的新金融负债）之间的差额，计入当期损益。

（5）金融资产和金融负债的公允价值的确定方法

存在活跃市场的金融工具，以活跃市场中的报价确定其公允价值。不存在活跃市场的金融工具，采用估值技术确定其公允价值。在估值时，本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，选择与市场参与者在相关资产或负债的交易中所考虑的资产或负债特征相一致的输入值，并优先使用相关可观察输入值。只有在相关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。

（6）金融工具减值的测试方法及会计处理方法

本公司对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（债务工具）和财务担保合同等以预期信用损失为基础进行减值会计处理。

本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。

对于由《企业会计准则第 14 号——收入》规范的交易形成的应收款项和合同资产，无论是否包含重大融资成分，本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。

对于由《企业会计准则第 21 号——租赁》规范的交易形成的租赁应收款，本公司选择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。

提示：对于由《企业会计准则第 21 号——租赁》规范的交易形成的租赁应收款和由《企业会计准则第 14 号——收入》规范的交易形成的包含重大融资成分的应收款项和合同资产（根据《企业会计准则第 14 号——收入》规定不考虑不超过一年的合同中的融资成分的除外），企业也可以选择采用一般金融资产的减值方法，即按照自初始确认后信用风险是否已显著增加分别按照相当于未来 12 个月的预期信用损失（阶段一）或整个存续期的预期信用损失（阶段二和阶段三）计量损失准备。

对于其他金融工具，本公司在每个资产负债表日评估相关金融工具的信用风险自初始确认后的变动情况。

本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。通常逾期超过 30 日，本公司即认为该金融工具的信用风险已显著增加，除非有确凿证据证明该金融工具的信用风险自初始确认后并未显著增加。

如果金融工具于资产负债表日的信用风险较低，本公司即认为该金融工具的信用风险自初始确认后并未显著增加。

如果该金融工具的信用风险自初始确认后已显著增加，本公司按照相当于该金融工具整个存续期内预期信用损失的金额计量其损失准备；如果该金融工具的信用风险自初始确认后并未显著增加，本公司按照相当于该金融工具未来 12 个月内预期信用损失的金额计量其损失准备。由此形成的损失准备的增加或转回金额，作为减值损失或利得计入当期损益。对于以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产（债务工具），在其他综合收益中确认其损失准备，并将减值损失或利得计入当期损益，且不减少该金融资产在资产负债表中列示的账面价值。

如果有客观证据表明某项应收款项已经发生信用减值，则本公司在单项基础上对该应收款项计提减值准备。

除单项计提坏账准备的上述应收款项外，本公司依据信用风险特征将其余金融工具划分为若干组合，在组合基础上确定预期信用损失。本公司对应收票据、应收账款、应收款项融资、其他应收款、合同资产、长期应收款等计提预期信用损失的组合类别及确定依据如下：

项目	组合类别	确定依据
应收票据	票据类型	根据承兑人信用风险特征的不同，将应收票据划分银行承兑汇票和商业承兑汇票两个组合。公司评估银行承兑汇票具有较低的信用风险，如无明显迹象表明其已发生减值，则不计提信用损失准备；商业承兑汇票预期信用损失的计提参照应收账款执行，应收商业承兑汇票的账龄起点追溯至对应的应收款项账龄起始点
应收账款	账龄组合	账龄。账龄计算方法为自销售收入确认时点开始计算应收账款账龄，每满12个月为1年，按先进先出的原则统计应收账款账龄，不足1年仍按1年计算。
其他应收款	账龄组合	账龄。账龄计算方法为自款项发生开始计算其他应收款账龄，每满12个月为1年，按先进先出的原则统计应收账款账龄，不足1年仍按1年计算。

本公司基于账龄确认信用风险特征组合的账龄计算方法如下：

账龄	应收票据-商业承兑汇票计提比例（%）	应收账款计提比例（%）	其他应收款计提比例（%）
1年以内	5	5	5
1-2年	20	20	20
2-3年	50	50	50
3年以上	100	100	100

本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的，直接减记该金融资产的账面余额。

公司与可比公司的信用减值损失比例及确定依据

公司与可比公司的应收账款预期信用损失比例及确定依据如下：

（1）同富股份

本公司基于账龄确认信用风险特征组合的账龄计算方法如下：

账龄	应收票据-商业承兑汇票计提比例（%）	应收账款计提比例（%）	其他应收款计提比例（%）
1年以内	5	5	5
1-2年	20	20	20

2-3年	50	50	50
3年以上	100	100	100

(2) 哈尔斯

按组合评估预期信用风险并计量预期信用损失的金融工具如下：

项目	确定组合的依据	计量预期信用损失的方法
其他应收款——应收政府款项组合	款项性质	参考历史信用损失经验，结合当前状况以及对未来经济状况的预测，通过违约风险敞口和未来12个月内或整个存续期预期信用损失率，计算预期信用损失
其他应收款——应收押金保证金组合		
其他应收款——应收暂付款组合		
其他应收款——合并范围内关联往来		

按组合计量预期信用损失的应收款项及计量预期信用损失的方法：

项目	确定组合的依据	计量预期信用损失的方法
应收银行承兑汇票	票据类型	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
应收商业承兑汇票		
应收账款——账龄组合	账龄	参考历史信用损失经验，结合当前状况以及对未来经济状况的预测，编制应收账款账龄与整个存续期预期信用损失率对照表，计算预期信用损失

应收账款——账龄组合的账龄与整个存续期预期信用损失率对照表如下：

账龄	预期信用损失率（%）
1年以内（含，下同）	3
1-2年	20
2-3年	80
3年以上	100

(3) 嘉益股份

按组合评估预期信用风险并计量预期信用损失的金融工具如下：

项目	确定组合的依据	计量预期信用损失的方法
其他应收款——账龄组合	账龄	参考历史信用损失经验，结合当前状况以及对未来经济状况的预测，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
其他应收款——合并范围内关联方组合	合并范围内关联方	

按组合计量预期信用损失的应收款项及合同资产具体组合及计量预期信用损失的方法：

项目	确定组合的依据	计量预期信用损失的方法
应收账款——账龄组合	账龄	参考历史信用损失经验，结合当前状况以及对未来经济状况的预测，编制应收账款账龄与整个存续期预期信用损失率对照表，计算预期信用损失
应收账款——合并范围内关联方组合	合并范围内关联方	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

账龄组合的账龄与整个存续期预期信用损失率对照表如下：

账龄	预期信用损失率（%）
1年以内（含，下同）	3
1-2年	20
2-3年	80
3年以上	100

（4）安胜科技

在资产负债表日，按应收取的合同现金流量与预期收取的现金流量之间的差额的现值计量应收账款的信用损失。本公司将信用风险特征明显不同的应收账款单独进行减值测试，并估计预期信用损失；将其余应收账款按信用风险特征划分为若干组合，参考历史信用损失经验，结合当前状况并考虑前瞻性信息，在组合基础上估计预期信用损失，具体如下：

项目	确定组合的依据	计量预期信用损失的方法
应收账款——账龄组合	账龄	参考历史信用损失经验，结合当前状况以及对未来经济状况的预测，编制应收账款账龄与整个存续期预期信用损失率对照表，计算预期信用损失
应收账款——关联方组合	合并范围内关联方	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
其他应收款——账龄组合	账龄	参考历史信用损失经验，结合当前状况以及对未来经济状况的预测，编制应收账款账龄与整个存续期预期信用损失率对照表，计算预期信用损失
其他应收款——合并范围内关联方组合	合并范围内关联方	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

账龄与整个存续期预期信用损失率对照表如下：

账龄	应收账款预期信用损失率（%）	其他应收款预期信用损失率（%）
1年以内（含，下同）	3	3
1-2年	20	20
2-3年	80	80
3年以上	100	100

（5）嘉特股份

公司依据信用风险特征将其余金融工具划分为若干组合，在组合基础上确定预期信用损失。本公司对应收票据、应收账款、应收款项融资、其他应收款、合同资产、长期应收款等计提预期信用损失的组合类别及确定依据如下：

项目	确定组合的依据	计量预期信用损失的方法
应收票据——组合一	由信用等级一般的银行承兑的应收票据	通过违约风险敞口和整个存续期预计信用损失率，该组合预期信用损失率为 0%
应收票据——组合二	商业承兑汇票	按对应应收账款计量信用损失的方法计算预期信用损失，账龄按应收账款账龄连续计算
应收账款——账龄组合	除关联方组合以外的应收款项；自债权产生开始连续滚动计算账龄	按账龄与整个存续期预期信用损失率对照表，计算预期信用损失
应收账款——关联方组合	应收合并范围内关联方款项	根据整个存续期预期信用损失率对照表预计信用损失风险，预计信用损失率为 0%
应收款项融资——银行承兑票据	由信用等级较高的银行承兑的应收票据	通过违约风险敞口和整个存续期预计信用损失率，该组合预期信用损失率为 0%
其他应收款——账龄组合	除关联方组合、低风险组合以外的应收款项；自债权产生开始连续滚动计算账龄	按账龄与整个存续期预期信用损失率对照表，计算预期信用损失
其他应收款——关联方组合	应收合并范围内关联方款项	通过违约风险敞口和未来 12 个月内或整个存续期预计信用损失率，预计信用损失率为 0%
其他应收款——低风险组合	根据款项性质，认定信用风险极低的应收款项，主要包括应收政府部门保证金及押金等	通过违约风险敞口和未来 12 个月内或整个存续期预计信用损失率，预计信用损失率为 0%

本公司基于账龄确认信用风险特征组合的账龄计算方法如下：

账龄	应收票据坏账准备计提比例（%）	应收账款坏账准备计提比例（%）	其他应收款坏账准备计提比例（%）
1年以内	5	5	5
1-2年	20	20	20
2-3年	80	80	80
3年以上	100	100	100

2. 存货

√适用 □不适用

（1）存货的分类和成本

存货分类为：原材料、半成品、库存商品、在产品、发出商品、委托加工物资等。

存货按成本进行初始计量，存货成本包括采购成本、加工成本和其他使存货达到目前场所和状态所发生的支出。

(2) 发出存货的计价方法

存货发出时按加权平均法计价。

(3) 存货的盘存制度

采用永续盘存制。

(4) 低值易耗品和包装物的摊销方法

1) 低值易耗品采用一次转销法；

2) 包装物采用一次转销法。

(5) 存货跌价准备的确认标准和计提方法

资产负债表日，存货应当按照成本与可变现净值孰低计量。当存货成本高于其可变现净值的，应当计提存货跌价准备。可变现净值，是指在日常活动中，存货的估计售价减去至完工时估计将要发生的成本、估计的销售费用以及相关税费后的金额。

产成品、库存商品和用于出售的材料等直接用于出售的商品存货，在正常生产经营过程中，以该存货的估计售价减去估计的销售费用和相关税费后的金额，确定其可变现净值；需要经过加工的材料存货，在正常生产经营过程中，以所生产的产成品的估计售价减去至完工时估计将要发生的成本、估计的销售费用和相关税费后的金额，确定其可变现净值；为执行销售合同或者劳务合同而持有的存货，其可变现净值以合同价格为基础计算，若持有存货的数量多于销售合同订购数量的，超出部分的存货的可变现净值以一般销售价格为基础计算。

计提存货跌价准备后，如果以前减记存货价值的影响因素已经消失，导致存货的可变现净值高于其账面价值的，在原已计提的存货跌价准备金额内予以转回，转回的金额计入当期损益。

3. 固定资产

√适用 □不适用

(1) 固定资产确认条件

固定资产指为生产商品、提供劳务、出租或经营管理而持有，并且使用寿命超过一个会计年度的有形资产。固定资产在同时满足下列条件时予以确认：

1) 与该固定资产有关的经济利益很可能流入企业;

2) 该固定资产的成本能够可靠地计量。

固定资产按成本（并考虑预计弃置费用因素的影响）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且其成本能够可靠计量时，计入固定资产成本；对于被替换的部分，终止确认其账面价值；所有其他后续支出于发生时计入当期损益。

(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	5	4.75
机器设备	年限平均法	5-10	5	9.50-19.00
电子设备	年限平均法	3-5	5	19.00-31.67
运输设备	年限平均法	4	5	23.75
固定资产装修	年限平均法	10		10.00

(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

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

在建工程按实际发生的成本计量。实际成本包括建筑成本、安装成本、符合资本化条件的借款费用以及其他为使在建工程达到预定可使用状态前所发生的必要支出。在建工程在达到预定可使用状态时，转入固定资产并自次月起开始计提折旧。本公司在建工程结转为固定资产的标准和时点如下：

类别	转为固定资产的标准和时点
建造工程	建筑安装及装修完工并经整体竣工验收合格时结转固定资产

设备安装工程	安装调试完成时结转固定资产
装修工程	装修完成并经验收合格时结转固定资产
软件安装工程	安装调试完成时结转无形资产

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

1) 公司取得无形资产时按成本进行初始计量；

外购无形资产的成本，包括购买价款、相关税费以及直接归属于使该项资产达到预定用途所发生的其他支出。

2) 后续计量

在取得无形资产时分析判断其使用寿命。

对于使用寿命有限的无形资产，在为企业带来经济利益的期限内摊销；无法预见无形资产为企业带来经济利益期限的，视为使用寿命不确定的无形资产，不予摊销。

3) 使用寿命有限的无形资产的使用寿命估计情况

项目	预计使用寿命	摊销方法	预计使用寿命的确定依据
土地使用权	土地使用权证登记使用年限	年限平均法	预计受益期
软件	10年	年限平均法	预计受益期
排污权	5年	年限平均法	预计受益期

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	年限平均法	土地使用权证登记使用年限	0
专利权			
非专利技术			
软件	年限平均法	10	0
排污权	年限平均法	5	0

(2) 内部研究开发支出会计政策

1) 研发支出的归集范围

公司进行研究与开发过程中发生的支出包括从事研发活动的人员的相关职工薪酬、耗用材料、相关折旧摊销费用等相关支出，并按以下方式进行归集：

从事研发活动的人员的相关职工薪酬主要指直接从事研发活动的人员以及与研发活动密切相关的管理人员和直接服务人员的相关职工薪酬，包括工资薪金、社会保险费和住房公积金等。

直接投入主要包括直接消耗的材料等。

相关折旧摊销费用主要包括用于研究开发活动的仪器、设备和在用建筑物的折旧费，用于研发活动的软件、专利权、非专利技术等无形资产的摊销费用，研发设施的改建、装修和等产生的长期待摊费用等。

其他费用主要包括与研发活动直接相关的其他费用，如研发成果的检测分析、鉴定、评审评估及验收费用，知识产权的申请费、注册费、代理费，差旅费等。

2) 划分研究阶段和开发阶段的具体标准

公司内部研究开发项目的支出分为研究阶段支出和开发阶段支出。

研究阶段：为获取并理解新的科学或技术知识等而进行的独创性的有计划调查、研究活动的阶段。

开发阶段：在进行商业性生产或使用前，将研究成果或其他知识应用于某项计划或设计，以生产出新的或具有实质性改进的材料、装置、产品等活动的阶段。

3) 开发阶段支出资本化的具体条件

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，确认为无形资产，不能满足下述条件的开发阶段的支出计入当期损益：

①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；

②具有完成该无形资产并使用或出售的意图；

③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；

④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；

⑤归属于该无形资产开发阶段的支出能够可靠地计量。

无法区分研究阶段支出和开发阶段支出的，将发生的研发支出全部计入当期损益。

6. 股份支付

√适用 □不适用

本公司的股份支付是为了获取职工或其他方提供服务而授予权益工具或者承担以权益工具为基础确定的负债的交易。本公司的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。

（1）以权益结算的股份支付及权益工具

以权益结算的股份支付换取职工提供服务的，以授予职工权益工具的公允价值计量。对于授予后立即可行权的股份支付交易，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。对于授予后完成等待期内的服务或达到规定业绩条件才可行权的股份支付交易，在等待期内每个资产负债表日，本公司根据对可行权权益工具数量的最佳估计，按照授予日公允价值，将当期取得的服务计入相关成本或费用，相应增加资本公积。

如果修改了以权益结算的股份支付的条款，至少按照未修改条款的情况确认取得的服务。此外，任何增加所授予权益工具公允价值的修改，或在修改日对职工有利的变更，均确认取得服务的增加。

在等待期内，如果取消了授予的权益工具，则本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。但是，如果授予新的权益工具，并在新权益工具授予日认定所授予的新权益工具是用于替代被取消的权益工具的，则以与处理原权益工具条款和条件修改相同的方式，对所授予的替代权益工具进行处理。

（2）以现金结算的股份支付及权益工具

以现金结算的股份支付，按照本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股份支付交易，本公司在授予日按照承担负债的公允价值计入相关成本或费用，相应增加负债。对于授予后完成等待期内的服务或达到规定业绩条件才可行权的股份支付交易，在等待期内的每个资产负债表日，本公司以对可行权情况的最佳估计为基础，按照本公司承担负债的公允价值，将当期取得的服务计入相关成本或费用，并相应计入负债。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。

本公司修改以现金结算的股份支付协议中的条款和条件，使其成为以权益结算的股份支付的，在修改日（无论发生在等待期内还是等待期结束后），本公司按照所授予权益工具当日的公允价值计量以权益结算的股份支付，将已取得的服务计入资本公积，同时终止确认以现金结算的股份支付

在修改日已确认的负债，两者之间的差额计入当期损益。如果由于修改延长或缩短了等待期，本公司按照修改后的等待期进行会计处理。

7. 收入

√适用 □不适用

(1) 收入确认和计量所采用的会计政策

本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控制权时确认收入。取得相关商品或服务控制权，是指能够主导该商品或服务的使用并从中获得几乎全部的经济利益。

合同中包含两项或多项履约义务的，本公司在合同开始日，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。本公司按照分摊至各单项履约义务的交易价格计量收入。

交易价格是指本公司因向客户转让商品或服务而预期有权收取的对价金额，不包括代第三方收取的款项以及预期将退还给客户的款项。本公司根据合同条款，结合其以往的习惯做法确定交易价格，并在确定交易价格时，考虑可变对价、合同中存在的重大融资成分、非现金对价、应付客户对价等因素的影响。本公司以不超过在相关不确定性消除时累计已确认收入极可能不会发生重大转回的金额确定包含可变对价的交易价格。合同中存在重大融资成分的，本公司按照假定客户在取得商品或服务控制权时即以现金支付的应付金额确定交易价格，并在合同期间内采用实际利率法摊销该交易价格与合同对价之间的差额。

满足下列条件之一的，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) 客户在本公司履约的同时即取得并消耗本公司履约所带来的经济利益。

2) 客户能够控制本公司履约过程中在建的商品。

3) 本公司履约过程中所产出的商品具有不可替代用途，且本公司在整个合同期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，本公司在该段时间内按照履约进度确认收入，但是，履约进度不能合理确定的除外。本公司考虑商品或服务的性质，采用产出法或投入法确定履约进度。当履约进度不能合理确定时，已经发生的成本预计能够得到补偿的，本公司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，本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，本公司考虑下列迹象：

1) 本公司就该商品或服务享有现时收款权利，即客户就该商品或服务负有现时付款义务。

2) 本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) 本公司已将该商品实物转移给客户，即客户已实物占有该商品。

4) 本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。

本公司根据在向客户转让商品或服务前是否拥有对该商品或服务的控制权，来判断从事交易时本公司的身份是主要责任人还是代理人。本公司在向客户转让商品或服务前能够控制该商品或服务的，本公司为主要责任人，按照已收或应收对价总额确认收入；否则，本公司为代理人，按照预期有权收取的佣金或手续费的金额确认收入。

(2) 按照业务类型披露具体收入确认方式及计量方法

公司主要销售不锈钢器皿等产品，属于在某一时点履行的履约义务。

1) 境外销售

跨境电商 B2B 模式：公司根据合同约定将产品报关出口后，在双方约定的贸易方式认定的货物控制权转移时点，公司已将产品的控制权转移给客户时确认收入。

跨境电商 B2C 模式：公司在商品发出并经电商平台客户签收时确认收入。

境外线下收入：公司根据合同约定将产品报关出口后，在双方约定的贸易方式认定的货物控制权转移时点，公司已将产品的控制权转移给客户时确认收入。

2) 境内销售

电商平台 B2C 模式：公司电商平台 B2C 销售业务根据订单发出商品，消费者确认收到货物或系统默认收货时确认收入。

电商平台 B2B2C 模式：公司电商平台 B2B2C 销售业务根据订单发出商品，终端消费者收到货物时确认收入。

境内线下销售：公司将商品销售给线下客户，商品已经发出并经线下客户签收确认后确认收入。

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。除因企业合并和直接计入所有者权益（包括其他综合收益）的交易或者事项产生的所得税外，本公司将当期所得税和递延所得税计入当期损益。

递延所得税资产和递延所得税负债根据资产和负债的计税基础与其账面价值的差额（暂时性差异）计算确认。

对于可抵扣暂时性差异确认递延所得税资产，以未来期间很可能取得的用来抵扣可抵扣暂时性差异的应纳税所得额为限。对于能够结转以后年度的可抵扣亏损和税款抵减，以很可能获得用来抵扣可抵扣亏损和税款抵减的未来应纳税所得额为限，确认相应的递延所得税资产。

对于应纳税暂时性差异，除特殊情况外，确认递延所得税负债。

不确认递延所得税资产或递延所得税负债的特殊情况包括：

（1）商誉的初始确认；

（2）既不是企业合并、发生时也不影响会计利润和应纳税所得额（或可抵扣亏损），且初始确认的资产和负债未导致产生等额应纳税暂时性差异和可抵扣暂时性差异的交易或事项。

对与子公司、联营企业及合营企业投资相关的应纳税暂时性差异，确认递延所得税负债，除非本公司能够控制该暂时性差异转回的时间且该暂时性差异在可预见的未来很可能不会转回。对与子公司、联营企业及合营企业投资相关的可抵扣暂时性差异，当该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时，确认递延所得税资产。

资产负债表日，对于递延所得税资产和递延所得税负债，根据税法规定，按照预期收回相关资产或清偿相关负债期间的适用税率计量。

资产负债表日，本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，则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。

当拥有以净额结算的法定权利，且意图以净额结算或取得资产、清偿负债同时进行时，当期所得税资产及当期所得税负债以抵销后的净额列报。

资产负债表日，递延所得税资产及递延所得税负债在同时满足以下条件时以抵销后的净额列示：

（1）纳税主体拥有以净额结算当期所得税资产及当期所得税负债的法定权利；

（2）递延所得税资产及递延所得税负债是与同一税收征管部门对同一纳税主体征收的所得税相关或者是对不同的纳税主体相关，但在未来每一具有重要性的递延所得税资产及负债转回的期间

内，涉及的纳税主体意图以净额结算当期所得税资产和负债或是同时取得资产、清偿负债。

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

公司结合自身所处的行业、发展阶段和经营状况，从事项的性质和金额两方面判断财务会计信息的重要性水平。在判断事项性质的重要性时，公司主要考虑该事项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；在判断事项金额的重要性时，主要考虑项目金额是否超过合并口径当年利润总额的 5%，或金额虽未达到当年利润总额的 5%但公司认为较为重要的相关事项。本公司提醒投资者，除阅读本节所披露的财务会计信息与管理层分析外，还应阅读财务报告及审计报告全文，以获取全部的财务信息。

10. 重大会计判断和估计

公司在运用会计政策过程中，由于经营活动内在的不确定性，需要对无法准确计量的报表项目的账面价值进行判断、估计和假设。这些判断、估计和假设是基于公司管理层过去的历史经验，并在考虑其他相关因素的基础上做出的。这些判断、估计和假设会影响收入、费用、资产和负债的报告金额以及资产负债表日或有负债的披露。然而，这些估计的不确定性所导致的实际结果可能与公司管理层当前的估计存在差异，进而造成对未来受影响的资产或负债的账面金额进行重大调整。公司对前述判断、估计和假设在持续经营的基础上进行定期复核，会计估计的变更仅影响变更当期的，其影响数在变更当期予以确认；既影响变更当期又影响未来期间的，其影响数在变更当期和未来期间予以确认。

（1）金融资产减值

公司以单项或组合的方式对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（债务工具）和财务担保合同等的预期信用损失进行估计。

本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。

（2）存货跌价准备

资产负债表日，存货应当按照成本与可变现净值孰低计量。当存货成本高于其可变现净值的，应当计提存货跌价准备。可变现净值，是指在日常活动中，存货的估计售价减去至完工时估计将要发生的成本、估计的销售费用以及相关税费后的金额。

产成品、库存商品和用于出售的材料等直接用于出售的商品存货，在正常生产经营过程中，以

该存货的估计售价减去估计的销售费用和相关税费后的金额，确定其可变现净值；需要经过加工的材料存货，在正常生产经营过程中，以所生产的产成品的估计售价减去至完工时估计将要发生的成本、估计的销售费用和相关税费后的金额，确定其可变现净值；为执行销售合同或者劳务合同而持有的存货，其可变现净值以合同价格为基础计算，若持有存货的数量多于销售合同订购数量的，超出部分的存货的可变现净值以一般销售价格为基础计算。

计提存货跌价准备后，如果以前减记存货价值的影响因素已经消失，导致存货的可变现净值高于其账面价值的，在原已计提的存货跌价准备金额内予以转回，转回的金额计入当期损益。

（3）长期资产减值准备

长期股权投资、固定资产、在建工程、使用权资产、使用寿命有限的无形资产、油气资产等长期资产，于资产负债表日存在减值迹象的，进行减值测试。减值测试结果表明资产的可收回金额低于其账面价值的，按其差额计提减值准备并计入减值损失。可收回金额为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的较高者。资产减值准备按单项资产为基础计算并确认，如果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确定资产组的可收回金额。资产组是能够独立产生现金流入的最小资产组合。

对于因企业合并形成的商誉、使用寿命不确定的无形资产、尚未达到可使用状态的无形资产，无论是否存在减值迹象，至少在每年年度终了进行减值测试。

本公司进行商誉减值测试，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。相关的资产组或者资产组组合，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。

在对包含商誉的相关资产组或者资产组组合进行减值测试时，如与商誉相关的资产组或者资产组组合存在减值迹象的，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，并与相关账面价值相比较，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，减值损失金额首先抵减分摊至资产组或者资产组组合中商誉的账面价值，再根据资产组或者资产组组合中除商誉之外的其他各项资产的账面价值所占比重，按比例抵减其他各项资产的账面价值。

上述资产减值损失一经确认，在以后会计期间不予转回。

（4）折旧和摊销

公司对投资性房地产、固定资产和无形资产在考虑其残值后，在使用寿命内按直线法计提折旧和摊销。公司定期复核使用寿命，以决定将计入每个报告期的折旧和摊销费用数额。使用寿命是公司根据对同类资产的以往经验并结合预期的技术更新而确定的。如果以前的估计发生重大变化，则

会在未来期间对折旧和摊销费用进行调整。

11. 其他重要的会计政策和会计估计

☐适用 ☒不适用

(二) 会计政策和会计估计分析

☒适用 ☐不适用

发行人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	-1,117.62	-295.55	-0.18
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	872.52	493.42	806.15
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	100.36	-309.04	-97.68
计入当期损益的对非金融企业收取的资金占用费			
委托他人投资或管理资产的损益			
对外委托贷款取得的损益			
因不可抗力因素，如遭受自然灾害而产生的各项资产损失			
单独进行减值测试的应收款项减值准备转回			
企业取得子公司、联营企业及合营企业的投资成本小于取得投资时应享有被投资单位可辨认净资产公允价值产生的收益			
同一控制下企业合并产生的子公司期初至合并日的当期净损益			
非货币性资产交换损益			
债务重组损益			
企业因相关经营活动不再持续而发生			

的一次性费用，如安置职工的支出等			
因税收、会计等法律、法规的调整对当期损益产生的一次性影响			
因取消、修改股权激励计划一次性确认的股份支付费用			
对于现金结算的股份支付，在可行权日之后，应付职工薪酬的公允价值变动产生的损益			
采用公允价值模式进行后续计量的投资性房地产公允价值变动产生的损益			
交易价格显失公允的交易产生的收益			
与公司正常经营业务无关的或有事项产生的损益			
受托经营取得的托管费收入			
除上述各项之外的其他营业外收入和支出	-20.41	10.18	-136.57
其他符合非经常性损益定义的损益项目	-11.65	-45.98	
小计	-176.80	-146.97	571.73
减：所得税影响数	34.19	-11.09	124.95
少数股东权益影响额	0.03	-0.33	0.09
合计	-211.02	-135.56	446.68
非经常性损益净额	-210.99	-135.89	446.77
归属于母公司股东的净利润	23,119.49	18,029.97	21,831.76
扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润	23,330.51	18,165.52	21,385.08
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（%）	-0.91	-0.75	2.05

非经常性损益分析：

报告期各期，公司归属于母公司股东的非经常性损益分别为 446.68 万元、-135.56 万元和-211.02 万元，主要由计入当期损益的政府补助、远期结售汇的当期净损益、非流动性资产处置损等构成。2023 年，公司非经常性损益金额相比 2022 年大幅下降，主要系计入当期损益的政府补助减少、远期结售汇当期损失增加以及处置非流动资产产生的损失增加的影响所致。2024 年，公司非经常性损益金额相比 2023 年下降，主要系处置非流动资产产生的损失增加的影响所致。

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)	2,037,310,928.95	1,668,022,703.59	1,364,809,506.33

股东权益合计(元)	1,177,006,047.91	996,420,186.99	812,928,515.39
归属于母公司所有者的股东权益(元)	1,175,657,052.40	995,009,493.99	811,658,223.07
每股净资产（元/股）	11.53	9.76	7.97
归属于母公司所有者的每股净资产(元/股)	11.52	9.75	7.95
资产负债率（合并）（%）	42.23	40.26	40.44
资产负债率（母公司）（%）	16.35	40.09	33.81
营业收入(元)	2,760,387,529.73	2,117,690,797.86	1,972,836,437.17
毛利率（%）	24.74	26.51	25.86
净利润(元)	231,268,629.15	180,440,082.97	218,426,693.41
归属于母公司所有者的净利润(元)	231,194,894.34	180,299,682.29	218,317,565.94
扣除非经常性损益后的净利润(元)	233,378,527.85	181,798,943.12	213,958,989.95
归属于母公司所有者的扣除非经常性损益后的净利润(元)	233,305,078.63	181,655,239.31	213,850,769.10
息税折旧摊销前利润(元)	360,136,200.38	286,525,960.82	327,691,722.35
加权平均净资产收益率（%）	21.58	19.97	31.10
扣除非经常性损益后净资产收益率（%）	21.78	20.12	30.46
基本每股收益（元/股）	2.27	1.77	2.14
稀释每股收益（元/股）	2.27	1.77	2.14
经营活动产生的现金流量净额(元)	297,956,158.68	309,594,989.93	227,558,123.91
每股经营活动产生的现金流量净额(元)	2.92	3.03	2.23
研发投入占营业收入的比例（%）	1.55	1.29	1.07
应收账款周转率	6.62	6.15	5.15
存货周转率	9.56	7.47	7.31
流动比率	1.67	1.83	1.90
速动比率	1.42	1.54	1.56

主要会计数据及财务指标计算公式及变动简要分析：

注 1：除特别说明外，上述主要财务指标以公司合并财务报表的数据为基础进行计算。

注 2：计算公式及说明如下：

（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股东权益/期末股本总额

(3) 资产负债率=负债总额/资产总额

(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= $P_0 / (E_0 + NP \div 2 + E_i \times M_i \div M_0 - E_j \times M_j \div M_0 \pm E_k \times M_k \div M_0)$

其中： P_0 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； E_0 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； M_0 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= $P_0 \div S$

$S = S_0 + S_1 + S_i \times M_i \div M_0 - S_j \times M_j \div M_0 - S_k$

其中： P_0 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； S_0 为期初股份总数； S_1 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； M_0 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= $P_1 / (S_0 + S_1 + S_i \times M_i \div M_0 - S_j \times M_j \div M_0 - S_k + \text{认股权证、股份期权、可转换债券等增加的普通股加权平均数})$

其中： P_1 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/期末总股本

(10) 研发投入占营业收入的比重=研发投入 / 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

主要会计数据及财务指标变动分析详见“第八节管理层讨论与分析”各科目说明。

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

公司专注于不锈钢保温器皿等产品的研发、设计、生产和销售，影响公司收入的主要因素如下：

（1）宏观经济形势及贸易环境

保温器皿国际知名品牌诸如“膳魔师（THERMOS）”、“虎牌（TIGER）”、“象印（ZOJIRUSHI）”等品牌知名度高，占据高端品牌市场，产品附加值较高。国内保温器皿生产企业多以贴牌生产的形式，满足国外知名品牌企业的采购需求。基于保温器皿的行业现状，公司产品需求受全球宏观经济景气程度、进口国贸易环境等因素影响较大。

（2）行业竞争状况

在发达国家或地区，保温器皿具有消费品的属性，产品更新换代较快，消费者在关注产品质量的同时，对保温器皿的外观设计要求更加时尚、精美，保温器皿在融入文创、时尚、科技等元素后被赋予更多的功能，消费需求的个性化程度也不断提高。较好的产品设计能力，意味着产品附加值的提升，产品定价更具有优势，可占据更大的市场份额，是行业竞争的关键因素。

（3）客户合作的稳定性

大型保温器皿品牌商在选择供应商时，对供应商在产品开发、生产管控、产品交期、工厂建设和社会责任等方面均有自身的标准。公司是否能持续满足客户要求或者能否在与同行业的竞争中具有一定的优势，确保与客户合作稳定性，是影响公司收入持续稳定增长的重要因素。

2、影响成本的主要因素

公司主营业务成本主要包括成品采购成本、直接材料成本、直接人工费用、固定资产折旧、动力费用等制造费用及运输费用等。报告期内，成品采购成本占比分别为 74.33%、69.53%和 67.91%，是主营业务成本的主要组成部分；直接材料占比分别为 17.14%、20.15%和 20.75%，主要原材料包括不锈钢卷料、塑料粒子等。公司原材料采购价格受钢材价格、市场供给等因素影响存在明显的波动，直接影响成品采购成本、材料成本，系影响公司成本的主要因素。此外，生产相关员工人数及薪酬水平、固定资产投入和折旧水平等，也会对营业成本产生一定影响。

3、影响费用的主要因素

公司的期间费用包括销售费用、管理费用、研发费用、财务费用。报告期内，公司的期间费用

总额为 21,321.41 万元、30,082.87 万元和 34,982.59 万元，占营业收入的比例分别为 10.81%、14.21% 和 12.67%。期间费用中的职工薪酬、电商平台费用、折旧摊销费、业务招待费等项目，是影响费用的主要因素。

4、影响公司利润的主要因素

影响公司利润的主要因素为主营业务收入、主营业务成本以及期间费用。有关收入、成本、费用和利润变动情况的分析详见本节之“三、盈利情况分析”。

（二）影响公司业绩变动的主要财务或非财务指标

1、财务指标

根据公司所处行业状况及自身业务特点，公司主营业务收入增长率、毛利率、期间费用率等指标对公司的收入、成本、费用和利润具有核心意义，其变动对公司业绩变动具有较强的预示作用。营业收入增长率和毛利率水平的变动会直接影响公司的盈利能力和盈利水平，期间费用率的变动反映了发行人对相关费用管理控制的能力。报告期内，上述相关财务指标表明发行人经营情况良好，具有较好的盈利能力、持续发展能力。前述指标对公司报告期内的财务状况和盈利能力的影响情况详见本节“三、盈利情况分析”。

2、非财务指标

影响公司业绩变动的核心非财务指标主要为公司客户的稳定性以及研发设计能力。

报告期内，公司对前五大客户的销售额占比分别为 93,217.03 万元、91,089.33 万元和 112,027.85 万元，占当期营业收入的比例分别为 47.25%、43.01%和 40.58%，客户集中度较高，公司与主要客户合作的稳定性对业绩影响较大。

公司深耕保温器皿行业，注重技术创新及产品开发设计，深受客户认可，已形成了多项专利。截至报告期末，公司共拥有境内专利 428 项及境外专利 105 项，其中境内专利包括发明专利 4 项、实用新型专利 86 项、外观设计专利 338 项。公司已经拥有的专利技术和在研技术对未来的收入、利润具有重要影响，是关键的非财务指标。

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	82.00	46.35	70.00
商业承兑汇票	1,567.50	-	-
合计	1,649.50	46.35	70.00

(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		82.00
商业承兑汇票		200.00
合计		282.00

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		20.00
商业承兑汇票		-
合计		20.00

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		70.00
商业承兑汇票		-
合计		70.00

(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	1,732.00	100.00	82.50	4.76	1,649.50
其中：银行承兑汇票	82.00	4.73	-		82.00
商业承兑汇票	1,650.00	95.27	82.50	5.00	1,567.50
合计	1,732.00	100.00	82.50		1,649.50

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	46.35	100.00	-	-	46.35
其中：银行承兑汇票	46.35	100.00			46.35
合计	46.35	100.00	-	-	46.35

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	70.00	100.00	-	-	70.00
其中：银行承兑汇票	70.00	100.00			70.00
合计	70.00	100.00	-	-	70.00

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	82.00	-	
商业承兑汇票	1,650.00	82.50	5.00
合计	1,732.00	82.50	

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	46.35	0.00	0.00

合计	46.35	0.00	
----	-------	------	--

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（%）
银行承兑汇票	70.00	0.00	0.00
合计	70.00	0.00	

确定组合依据的说明：

公司按照票据承兑人将应收票据划分为银行承兑汇票组合和商业承兑汇票组合。其中，银行承兑汇票信用风险和延期付款风险很小，作为低风险组合，不计提坏账准备；商业承兑汇票归入账龄组合，按照对应应收款项账龄连续计算的原则计提坏账准备。

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

(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：

报告期各期末，公司应收票据和应收款项融资账面价值合计分别为 117.50 万元、46.35 万元和 1,649.50 万元，占流动资产的比例分别为 0.11%、0.04%和 1.17%。

2022 年末、2023 年末，公司应收票据和应收款项融资均为银行承兑汇票，2024 年末存在较大金额的商业承兑汇票，主要系收到吨吨健康开具的商业承兑汇票所致。

由于报告期内，公司存在较多的将收到的客户银行承兑汇票背书转让给供应商的情况，基于谨慎性原则，公司对 6 家国有大型商业银行以及 9 家全国性上市股份制商业银行承兑的银行承兑汇票在背书转让时予以终止确认，其他银行承兑的汇票在背书转让时继续确认。

将期末已背书转让且未终止确认的银行承兑汇票、以及在手的银行承兑汇票中由信用等级一般的商业银行及财务公司承兑的银行承兑汇票列示为应收票据，将期末在手的由信用等级较高的商业银行承兑的银行承兑汇票列示为应收款项融资。

2. 应收款项融资

☒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
银行承兑汇票	-	-	47.50
商业承兑汇票	-	-	
合计	-	-	47.50

应收款项融资本期增减变动及公允价值变动情况：

√适用 □不适用

详细见应收票据具体情况及分析说明。

如按预期信用损失一般模型计提坏账准备，请参照其他应收款披露：

□适用 √不适用

科目具体情况及分析说明：

详细见应收票据具体情况及分析说明。

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	46,655.58	35,144.49	32,179.70
1 至 2 年	450.49	335.13	557.13
2 至 3 年	165.59	377.65	77.98
3 年以上	156.59	122.11	128.56
合计	47,428.25	35,979.38	32,943.36

(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账款					
按组合计提坏账准备的应收账款	47,428.25	100.00	2,662.26	5.61	44,765.99
其中：账龄组合	47,428.25	100.00	2,662.26	5.61	44,765.99

合计	47,428.25	100.00	2,662.26		44,765.99
----	-----------	--------	----------	--	-----------

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账款	244.82	0.68	244.82	100.00	-
按组合计提坏账准备的应收账款	35,734.57	99.32	2,034.48	5.69	33,700.09
其中：账龄组合	35,734.57	99.32	2,034.48	5.69	33,700.09
合计	35,979.38	100.00	2,279.29		33,700.09

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账款	240.73	0.73	240.73	100.00	-
按组合计提坏账准备的应收账款	32,702.64	99.27	1,839.81	5.63	30,862.82
其中：账龄组合	32,702.64	99.27	1,839.81	5.63	30,862.82
合计	32,943.36	100.00	2,080.54		30,862.82

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
无				
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
Glitzzy Girlz,LLC	244.82	244.82	100.00	公司经营不善，预计无法收回
合计	244.82	244.82	100.00	-

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
Glitzzy Girlz,LLC	240.73	240.73	100.00	公司经营不善，预计无法收回

合计	240.73	240.73	100.00	-
----	--------	--------	--------	---

按单项计提坏账准备的说明：

报告期内，公司单项计提坏账准备的应收账款余额分别为 240.73 万元、244.82 万元和 0.00 万元，主要系 Glitzy Girlz,LLC 经营不善，相关款项回收困难，故全额计提坏账准备所致。

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（%）
1 年以内	46,655.58	2,332.78	5.00
1 至 2 年	450.49	90.10	20.00
2 至 3 年	165.59	82.79	50.00
3 年以上	156.59	156.59	100.00
合计	47,428.25	2,662.26	5.61

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（%）
1 年以内	35,126.31	1,756.32	5.00
1 至 2 年	290.07	58.01	20.00
2 至 3 年	196.08	98.04	50.00
3 年以上	122.11	122.11	100.00
合计	35,734.57	2,034.48	5.69

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（%）
1 年以内	32,179.70	1,608.99	5.00
1 至 2 年	316.40	63.28	20.00
2 至 3 年	77.98	38.99	50.00
3 年以上	128.56	128.56	100.00
合计	32,702.64	1,839.81	5.63

确定组合依据的说明：

对于划分为账龄组合的应收账款，参考历史信用损失经验，结合当前状况以及对未来经济状况的预测，编制应收账款账龄与整个存续期预期信用损失率对照表，计算预期信用损失。

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	
单项计提	244.82	-	-	244.82	-
账龄组合	2,034.48	789.39	-	161.60	2,662.26
合计	2,279.29	789.39	-	406.42	2,662.26

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	
单项计提	240.73	4.09			244.82
账龄组合	1,839.81	426.07	5.00	236.41	2,034.48
合计	2,080.54	430.16	5.00	236.41	2,279.29

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	
单项计提		240.73			240.73
账龄组合	2,437.59	-396.32		201.46	1,839.81
合计	2,437.59	-155.59		201.46	2,080.54

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:

报告期各期末, 公司应收账款涉及主要客户包括 Real Value、吨吨健康、Brumate、Hydrojug、Superfresh、Corporate 等国内外知名品牌商, 客户资金实力较强, 信用资质良好, 均与公司存在多年稳定的业务合作关系, 虽然部分客户回款存在逾期情形, 但期后回款状况较好, 应收账款坏账风险较低。

(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	406.42	236.41	201.46

其中重要的应收账款核销的情况：

√适用 □不适用

单位：万元

单位名称	核销时间	应收账款性质	核销金额	核销原因	履行的核销程序	款项是否因关联交易产生
Glitzzy Girlz,LLC	2024 年 6 月 30 日	货款	244.82	客户破产	审批	否
合计	-	-	244.82	-	-	-

应收账款核销说明：

2022 年末、2023 年末，公司实际核销的应收账款相对较为分散，主要系集中核销一批回收期限较长的应收账款，单个客户实际核销金额相对较小。

2024 年末，公司实际核销的应收账款主要系对 Glitzzy Girlz,LLC 的应收账款，因该客户已经破产，故而公司进行坏账核销。

(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
Real Value	9,876.58	20.82	493.83
吨吨健康	7,631.43	16.09	381.57
Brumate	4,133.00	8.71	206.65
Hydrojug	2,521.21	5.32	126.06
Superfresh	2,302.90	4.86	115.14
合计	26,465.12	55.80	1,323.26

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
Real Value	6,960.69	19.35	348.03
Brumate	3,152.28	8.76	157.61
吨吨健康	2,840.98	7.90	142.05
Corporate	2,033.01	5.65	101.65
Base Brands	1,959.18	5.45	97.96
合计	16,946.14	47.11	847.31

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
Brumate	8,975.60	27.25	448.78

Real Value	4,197.94	12.74	209.90
Corporate	3,444.61	10.46	172.23
Karaka	2,433.52	7.39	121.68
巨商汇网络	1,127.01	3.42	56.35
合计	20,178.68	61.26	1,008.93

其他说明：

报告期内，公司应收账款前五名合计占应收账款总额比例分别为 61.26%、47.11%和 55.80%，应收账款集中度较高。

(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	38,784.67	81.78%	25,569.87	71.07%	14,391.16	43.68%
信用期外应收账款	8,643.58	18.22%	10,409.51	28.93%	18,552.21	56.32%
应收账款余额合计	47,428.25	100.00%	35,979.38	100.00%	32,943.36	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	47,428.25	-	35,979.38	-	32,943.36	-
截至 2025 年 4 月 30 日回款金额	35,595.45	75.05%	35,163.34	97.73%	32,575.08	98.88%

(8) 因金融资产转移而终止确认的应收账款

☐适用 ☒不适用

(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

报告期各期末，公司应收账款账面价值分别 30,862.82 万元、33,700.09 万元和 44,765.99 万元，占各期营业收入比重分别为 15.64%、15.91%和 16.22%，报告期内，公司应收账款余额变动情况与营业收入变动趋势一致。公司应收账款账龄集中在一年以内，客户资信状况良好；同时公司制定了

稳健的坏账准备计提政策，充分计提相应的坏账准备，加大对欠款的催收力度，公司应收账款坏账风险较低。

综上，公司应收账款余额与相应期间营业收入情况较为匹配，与公司实际经营情况及信用政策相符，应收账款各期期末余额合理。

4. 其他披露事项:

无。

(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	1,929.69	323.42	1,606.27
在产品	2,234.60		2,234.60
库存商品	11,555.82	807.12	10,748.69
发出商品	3,015.78		3,015.78
委托加工物资	119.39		119.39
半成品	3,703.10	500.92	3,202.18
合计	22,558.37	1,631.46	20,926.91

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	2,084.84	393.24	1,691.61
在产品	1,547.74		1,547.74
库存商品	10,778.82	578.69	10,200.13
发出商品	3,141.57		3,141.57
委托加工物资	187.46		187.46
半成品	3,171.41	732.36	2,439.05
合计	20,911.84	1,704.29	19,207.55

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	1,702.15	513.87	1,188.28
在产品	1,201.90		1,201.90
库存商品	12,249.27	845.50	11,403.77
发出商品	2,350.98		2,350.98
委托加工物资	100.58		100.58
半成品	3,144.68	854.40	2,290.28
合计	20,749.57	2,213.77	18,535.79

(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	393.24	112.26		182.09		323.42
库存商品	578.69	451.10		222.67		807.12
半成品	732.36	274.35		505.79		500.92
合计	1,704.29	837.71		910.54		1,631.46

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	513.87	140.67		261.30		393.24
库存商品	845.50	139.39		406.20		578.69
半成品	854.40	469.00		591.04		732.36
合计	2,213.77	749.06		1,258.54		1,704.29

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	297.76	385.90		169.79		513.87
库存商品	471.70	511.16		137.36		845.50
半成品	689.63	543.83		379.06		854.40
发出商品	55.47			55.47		
合计	1,514.56	1,440.90		741.68		2,213.77

存货跌价准备及合同履约成本减值准备的说明

报告期内，公司存货采用成本与可变现净值孰低计量，按照单个存货成本高于可变现净值的差额计提存货跌价准备。

报告期内，公司存货跌价准备与可比公司计提比例比较情况如下：

可比公司	2024.12.31	2023.12.31	2022.12.31
哈尔斯	7.17%	8.25%	10.95%
嘉益股份	1.91%	9.23%	9.42%
安胜科技	4.43%	4.43%	7.05%
嘉特股份	9.43%	8.66%	10.66%
平均值	5.74%	7.64%	9.52%
公司	7.23%	8.15%	10.67%

报告期内，公司结合产品销售情况及存货状态按照存货跌价准备计提政策计提跌价准备，公司存货跌价准备计提比例分别为 10.67%、8.15%和 7.23%，计提比例高于可比公司平均水平，公司存货跌价准备计提充分。

(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

报告期各期末，公司存货账面余额分别为 20,749.57 万元、20,911.84 万元和 22,558.37 万元，各期存货余额逐年上升，公司存货具体构成及变动情况如下：

1) 原材料

公司原材料主要为不锈钢卷、塑料粒子、硅胶材料等，用于不锈钢器皿、塑料器皿的生产。

2) 在产品 and 半成品

报告期各期末，公司在产品和半成品账面余额合计分别为 4,346.58 万元、4,719.14 万元和 5,937.70 万元，占期末存货余额的比例分别为 20.95%、22.57%和 26.32%，余额和占比逐年上升，主要系公司自产数量上升所致。

3) 库存商品

报告期各期末，公司库存商品账面余额分别为 12,249.27 万元、10,778.82 万元和 11,555.82 万元，占期末存货余额的比例分别为 59.03%、51.54%和 51.23%，总体较为稳定。

公司库存商品主要系自主品牌产品以及工厂自制的贴牌产品，由于公司产品种类较多，每种产品因外形、款式及图案等均存在差异，为满足销售需求，公司期末通常保有一定量的安全库存，报告期内，公司库存商品期末余额保持在相对合理的水平，各年度库存量相对稳定。

4) 发出商品

报告期各期末，公司发出商品账面余额分别为 2,350.98 万元、3,141.57 万元和 3,015.78 万元，占期末存货余额的比例分别为 11.33%、15.02%和 13.37%，2023 年末、2024 年末发出商品期末余额增加，主要系尚未报关离港的产品增加所致。

2. 其他披露事项:

无。

(三) 金融资产、财务性投资

☐适用 ☒不适用

(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	42,209.58	14,480.13	14,294.65
固定资产清理			
合计	42,209.58	14,480.13	14,294.65

(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	电子设备及其他设备	固定资产装修	合计
一、账面原值:						
1.期初余额	12,522.43	9,874.64	502.76	803.92		23,703.75
2.本期增加金额	23,743.36	6,680.59	258.40	225.96	140.09	31,048.41
(1) 购置		4,584.71	258.40	225.96		5,069.08

(2) 在建工程转入	23,743.36	2,095.88			140.09	25,979.33
(3) 企业合并增加						
3.本期减少金额	1,057.26	1,214.19	42.32	26.47		2,340.25
(1) 处置或报废	1,057.26	1,214.19	42.32	26.47		2,340.25
4.期末余额	35,208.52	15,341.04	718.84	1,003.41	140.09	52,411.91
二、累计折旧						
1.期初余额	4,149.89	4,186.26	337.69	549.77		9,223.62
2.本期增加金额	866.37	1,023.84	77.59	142.22	3.52	2,113.53
(1) 计提	866.37	1,023.84	77.59	142.22	3.52	2,113.53
3.本期减少金额	385.02	684.17	40.93	24.70		1,134.82
(1) 处置或报废	385.02	684.17	40.93	24.70		1,134.82
4.期末余额	4,631.24	4,525.93	374.35	667.29	3.52	10,202.33
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	30,577.29	10,815.11	344.49	336.12	136.58	42,209.58
2.期初账面价值	8,372.54	5,688.37	165.07	254.15		14,480.13

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	电子设备及其他设备	固定资产装修	合计
一、账面原值：						
1.期初余额	12,424.04	8,757.68	392.50	642.65		22,216.87
2.本期增加金额	98.39	1,810.61	110.26	168.24		2,187.51
(1) 购置		1,810.61	110.26	168.24		2,089.12
(2) 在建工程转入	98.39					98.39
(3) 企业合并增加						
3.本期减少金额		693.66		6.97		700.63
(1) 处置或报废		693.66		6.97		700.63
4.期末余额	12,522.43	9,874.64	502.76	803.92		23,703.75
二、累计折旧						
1.期初余额	3,502.04	3,702.66	271.38	446.14		7,922.22
2.本期增加金额	647.85	855.84	66.31	109.72		1,679.72
(1) 计提	647.85	855.84	66.31	109.72		1,679.72

3.本期减少金额		372.23		6.09		378.33
（1）处置或报废		372.23		6.09		378.33
4.期末余额	4,149.89	4,186.26	337.69	549.77		9,223.62
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	8,372.54	5,688.37	165.07	254.15		14,480.13
2.期初账面价值	8,922.00	5,055.02	121.12	196.51		14,294.65

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	电子设备及其他设备	固定资产装修	合计
一、账面原值：						
1.期初余额	12,424.04	8,554.63	353.17	543.33		21,875.17
2.本期增加金额		216.99	39.33	99.32		355.64
（1）购置		171.18	39.33	99.32		309.83
（2）在建工程转入		45.81				45.81
（3）企业合并增加						
3.本期减少金额		13.94				13.94
（1）处置或报废		13.94				13.94
4.期末余额	12,424.04	8,757.68	392.50	642.65		22,216.87
二、累计折旧						
1.期初余额	2,854.19	2,873.03	217.98	359.66		6,304.86
2.本期增加金额	647.85	837.02	53.40	86.48		1,624.75
（1）计提	647.85	837.02	53.40	86.48		1,624.75
3.本期减少金额		7.39				7.39
（1）处置或报废		7.39				7.39
4.期末余额	3,502.04	3,702.66	271.38	446.14		7,922.22
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	8,922.00	5,055.02	121.12	196.51		14,294.65
2.期初账面价值	9,569.85	5,681.60	135.19	183.67		15,570.31

(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

报告期各期末，公司固定资产账面价值分别为 14,294.65 万元、14,480.13 万元和 42,209.58 万元，占各期非流动资产的比例分别为 42.94%、32.06%和 67.02%，2024 年末固定资产账面价值大幅上升，主要系同富科技建设项目主体工程转固所致。报告期内，公司固定资产以房屋及建筑物、机器设备为主，房屋及建筑物、机器设备价值占固定资产账面价值的比例分别为 97.78%、97.10%和 98.06%。报告期内，公司固定资产不存在减值迹象，未计提减值准备。

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	7,806.94	20,532.66	12,004.83
工程物资			
合计	7,806.94	20,532.66	12,004.83

(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
同富科技建设项目	509.56		509.56
软件系统升级项目	135.22		135.22
设备安装工程	4,063.09		4,063.09
金维克智能建设项目	528.52		528.52
泰国工厂设备安装及装修工程	2,570.56		2,570.56
合计	7,806.94		7,806.94

单位：万元

2023 年 12 月 31 日			
项目	账面余额	减值准备	账面价值
同富科技建设项目	19,554.28		19,554.28
软件系统升级项目	79.38		79.38
设备安装工程	899.00		899.00
合计	20,532.66		20,532.66

单位：万元

2022 年 12 月 31 日			
项目	账面余额	减值准备	账面价值
同富科技建设项目	11,983.12		11,983.12
软件系统升级项目	21.71		21.71
合计	12,004.83		12,004.83

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
同富科技建设项目	30,276.96	19,554.28	2,517.60	21,562.32		509.56	72.90	72.90%				自有资金
钛杯智能化车间建设			2,049.62	2,049.62			100.00	100.00%				自有资金

项目												
合计		19,554.28	4,567.23	23,611.94		509.56	-	-			-	-

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
同富科技建设项目	30,276.96	11,983.12	7,571.15			19,554.28	64.58	64.58%				自有资金
合计		11,983.12	7,571.15			19,554.28	-	-			-	-

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
同富科技建设项目	30,276.96	631.61	11,351.51			11,983.12	39.58	39.58%				自有资金
合计		631.61	11,351.51			11,983.12	-	-			-	-

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 12,004.83 万元、20,532.66 万元和 7,806.94 万元，占非流动资产的比例分别为 36.06%、45.47%和 12.40%。2023 年，在建工程账面价值增长，主要系公司建设同富科技新制造业建设项目而持续增加投入所致。2024 年，在建工程账面价值下降，主要系同富科技新制造业建设项目主体工程转固所致。报告期各期末，公司在建工程均处于良好状态，不存在减值迹象，在建工程无需计提减值准备。

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	排污权	合计
一、账面原值				
1.期初余额	4,694.14	445.25	16.62	5,156.02
2.本期增加金额	97.30	132.98		230.28
（1）购置	97.30	132.98		230.28
（2）内部研发				
（3）企业合并增加				
（4）在建工程转入				
3.本期减少金额				
（1）处置				
4.期末余额	4,791.44	578.23	16.62	5,386.30
二、累计摊销				
1.期初余额	123.31	162.51	12.99	298.80
2.本期增加金额	95.19	121.61	1.00	217.80
（1）计提	95.19	121.61	1.00	217.80
3.本期减少金额				
（1）处置				
4.期末余额	218.50	284.12	13.98	516.60
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	4,572.95	294.11	2.64	4,869.70
2.期初账面价值	4,570.84	282.74	3.64	4,857.22

单位：万元

2023 年 12 月 31 日

项目	土地使用权	软件	排污权	合计
一、账面原值				
1.期初余额	1,450.66	307.77	16.62	1,775.06
2.本期增加金额	3,243.48	137.48		3,380.96
（1）购置	3,243.48	137.48		3,380.96
（2）内部研发				
（3）企业合并增加				
（4）在建工程转入				
3.本期减少金额				
（1）处置				
4.期末余额	4,694.14	445.25	16.62	5,156.02
二、累计摊销				
1.期初余额	83.48	58.47	12.24	154.19
2.本期增加金额	39.82	104.04	0.75	144.61
（1）计提	39.82	104.04	0.75	144.61
3.本期减少金额				
（1）处置				
4.期末余额	123.31	162.51	12.99	298.80
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	4,570.84	282.74	3.64	4,857.22
2.期初账面价值	1,367.18	249.30	4.39	1,620.87

单位：万元

2022 年 12 月 31 日				
项目	土地使用权	软件	排污权	合计
一、账面原值				
1.期初余额	1,450.66	195.55	13.32	1,659.53
2.本期增加金额		112.22	3.31	115.52
（1）购置		112.22	3.31	115.52
（2）内部研发				
（3）企业合并增加				
（4）在建工程转入				
3.本期减少金额				
（1）处置				

4.期末余额	1,450.66	307.77	16.62	1,775.06
二、累计摊销				
1.期初余额	54.45	30.36	10.30	95.12
2.本期增加金额	29.03	28.11	1.93	59.07
（1）计提	29.03	28.11	1.93	59.07
3.本期减少金额				
（1）处置				
4.期末余额	83.48	58.47	12.24	154.19
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	1,367.18	249.30	4.39	1,620.87
2.期初账面价值	1,396.21	165.19	3.02	1,564.42

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

报告期各期末，公司无形资产账面价值分别为 1,620.87 万元、4,857.22 万元和 4,869.70 万元，占非流动资产的比例分别为 4.87%、10.76%和 7.73%，主要系公司购置的土地使用权和办公软件。

公司无形资产主要由土地使用权和外购的计算机软件使用权等构成。2023 年末，无形资产账面价值较 2022 年末增长 199.67%，主要系公司于 2023 年初通过出让的方式取得 108,116 平方米的工业用地（宗地编号为衢市智造[2022]52 号），该宗土地位于浙江省衢州市，公司主要用于本次募集资金投资建设项目。

截至 2024 年末，公司无形资产均处于良好状态，不存在减值迹象，无需计提无形资产减值准备。

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

1. 商誉

(1) 商誉账面原值

☒适用 ☐不适用

单位：万元

被投资单位名称或形成商誉的事项	2024 年 12 月 31 日
全球汇品牌管理（杭州）有限公司	14.19
合计	14.19

(2) 商誉减值准备

☒适用 ☐不适用

单位：万元

被投资单位名称或形成商誉的事项	2023 年 12 月 31 日	本期增加		本期减少		2024 年 12 月 31 日
		计提	其他	处置	其他	
全球汇品牌管理（杭州）有限公司	14.19					14.19
合计	14.19					14.19

(3) 商誉所在资产组或资产组组合的相关信息

☐适用 ☒不适用

(4) 说明商誉减值测试过程、关键参数

☒适用 ☐不适用

公司商誉系公司收购全球汇形成。考虑到 2020 年度全球汇营业收入大幅下降，其未来经营可能存在不确定性，故而全额计提了减值。

(5) 科目具体情况及分析说明

公司商誉系公司收购全球汇形成，报告期各期末，公司商誉的账面价值均为 0.00 万元。2020 年，公司对商誉计提减值准备，主要系 2020 年度全球汇营业收入大幅下降，其未来经营可能存在不确定性，故而全额计提了减值。

2. 其他披露事项

无。

(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	
抵押借款	
保证借款	200.00
信用借款	200.00
合计	400.00

短期借款分类说明：

短期借款是公司向银行借入的偿还期限在 1 年（含 1 年）以内的各种借款，报告期内，公司短期借款主要为保证借款和信用借款。

(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，公司短期借款期末余额分别为 100.00 万元、300.00 万元和 400.00 万元，占流动负债的比例分别为 0.18%、0.45%和 0.47%。

公司短期借款主要由保证借款和信用借款等组成，具体情况如下：

单位：万元

项目	2024.12.31	2023.12.31	2022.12.31
----	------------	------------	------------

信用借款	200.00	200.00	100.00
保证借款	200.00	100.00	
合计	400.00	300.00	100.00

报告期内，公司短期借款偿还及时，未发生逾期情况。公司经营情况良好，具备较强的偿债能力，不存在重大债务风险。

2. 交易性金融负债

☐适用 ☒不适用

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
预收货款	6,486.49
合计	6,486.49

(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，公司合同负债金额为 6,705.07 万元、7,375.42 万元和 6,486.49 万元，占流动负债的比例分别为 12.33%、11.11%和 7.68%，主要为向客户销售产品预收的货款。

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	
待转增值税销项税	91.91

已背书未到期应收票据	282.00
合计	373.91

(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

报告期各期末，公司其他流动负债期末余额分别为 199.35 万元、101.82 万元和 373.91 万元，占流动负债的比例分别为 0.37%、0.15%和 0.44%，主要系待转增值税销项税、已背书未到期应收票据。

7. 其他非流动负债

☐适用 ☒不适用

8. 应付债券

☐适用 ☒不适用

9. 主要债项、期末偿债能力总体分析

(1) 主要债项分析			
报告期各期末，公司流动负债余额分别为 54,385.99 万元、66,412.84 万元和 84,421.16 万元，占公司负债总额的比例分别为 98.55%、98.89%和 98.13%，主要由应付账款、合同负债、应付职工薪酬、应交税费、应付票据等构成。公司非流动负债余额分别为 802.11 万元、747.41 万元和 1,609.33 万元，占负债总额的比例分别为 1.45%、1.11%和 1.87%，主要由租赁负债、递延收益构成，递延收益系公司取得的与资产相关的政府补助。			
(2) 期末偿债能力总体分析			
1) 偿债指标分析			
财务指标	2024 年度 /2024.12.31	2023 年度 /2023.12.31	2022 年度 /2022.12.31
资产负债率（合并）	42.23%	40.26%	40.44%
资产负债率（母公司）	16.35%	40.09%	33.81%
流动比率（倍）	1.67	1.83	1.90
速动比率（倍）	1.42	1.54	1.56
利息保障倍数（倍）	261.78	328.20	350.53
报告期各期末，公司合并口径的资产负债率分别为 40.44%、40.26%和 42.23%，母公司口径的资产负债率分别为 33.81%、40.09%和 16.35%，2024 年末母公司口径资产负债率大幅下降，主要系			

子公司分红所致。

报告期各期末，公司流动比率分别为 1.90、1.83 和 1.67；速动比率分别为 1.56、1.54 和 1.42。

报告期各期，公司利息保障倍数分别为 350.53、328.20 和 261.78。报告期内，公司利息保障倍数较高，主要系公司销售收入规模较大，盈利水平较高所致，公司偿债能力较强。

2) 同行业可比公司偿债能力分析

财务指标	公司名称	2024.12.31	2023.12.31	2022.12.31
资产负债率（合并）	哈尔斯	49.22%	47.57%	41.25%
	嘉益股份	30.78%	20.51%	23.31%
	安胜科技	53.23%	56.54%	58.16%
	嘉特股份	33.04%	28.82%	33.74%
	平均值	41.56%	38.36%	39.12%
	公司	42.23%	40.26%	40.44%
流动比率（倍）	哈尔斯	1.52	1.75	1.65
	嘉益股份	3.42	3.20	3.04
	安胜科技	1.34	1.28	1.36
	嘉特股份	1.71	1.91	1.60
	平均值	2.00	2.04	1.91
	公司	1.67	1.83	1.90
速动比率（倍）	哈尔斯	1.07	1.27	1.18
	嘉益股份	2.65	2.68	2.47
	安胜科技	0.90	0.83	0.93
	嘉特股份	1.01	1.16	0.93
	平均值	1.41	1.48	1.38
	公司	1.42	1.54	1.56

注：依据可比上市公司披露的定期报告计算得出。

报告期各期末，公司资产负债率与同行业可比公司差异较小；报告期各期末，公司的流动比率和速动比率基本稳定，且与可比公司流动比率和速动比率平均值较为接近。

（八） 股东权益

1. 股本

单位：万元

	2023 年	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	12月31日
股份总数	10,205.00						10,205.00

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	10,205.00						10,205.00

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	10,205.00						10,205.00

科目具体情况及分析说明：

报告期内，公司股本未发生变化。

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）	15,687.10			15,687.10
其他资本公积	447.22	47.77		494.99
合计	16,134.32	47.77		16,182.09

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）	15,567.10	120.00		15,687.10
其他资本公积	258.17	189.05		447.22
合计	15,825.27	309.05		16,134.32

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）	11,577.60	3,989.50		15,567.10
其他资本公积	4,142.35	105.33	3,989.50	258.17
合计	15,719.95	4,094.83	3,989.50	15,825.27

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

2022 年末股本溢价变动系到期股权激励费用由其他资本公积重分类至股本溢价所致；报告期各期末其他资本公积增加额系各期分摊确认的股权激励费所致。

科目具体情况及分析说明：

2022 年，公司股本溢价增加、其他资本公积减少 3,989.50 万元，系到期股权激励费用由其他资本公积重分类至股本溢价所致。2023 年度股本溢价增加系本期实际控制人为公司支付员工薪酬 120 万元，按照业务实质作为对公司的资本性投入，计入资本公积。报告期各期，公司其他资本公积分别增加 105.33 万元、189.05 万元和 47.77 万元，主要系公司实施股权激励，授予员工股票并按锁定期分期确认的其他资本公积。

4. 库存股

□适用 √不适用

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								
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 损益的其他综合 收益	-4.78							-4.78

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								
外币财务报表折算差额	-4.78							-4.78
其他综合收益合计	-4.78							-4.78

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								
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合收益	-0.89	-3.89				-3.89		-4.78
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								
外币财务报表折算差额	-0.89	-3.89				-3.89		-4.78
其他综合收益合计	-0.89	-3.89				-3.89		-4.78

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合收益	-0.89							-0.89
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								
外币财务报表折算差额	-0.89							-0.89
其他综合收益合计	-0.89							-0.89

科目具体情况及分析说明：

报告期各期末，公司其他综合收益分别为-0.89 万元、-4.78 万元、-4.78 万元，主要系外币财务报表折算差额所致。

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	1,083.18	3,866.04		4,949.22
任意盈余公积				
合计	1,083.18	3,866.04		4,949.22

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	1,027.64	55.54		1,083.18
任意盈余公积				
合计	1,027.64	55.54		1,083.18

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	781.12	246.52		1,027.64
任意盈余公积				
合计	781.12	246.52		1,027.64

科目具体情况及分析说明：

报告期各期末，公司盈余公积同比上年期末分别增加 246.52 万元、55.54 万元和 3,866.04 万元，主要系公司提取法定盈余公积所致。报告期内，公司按《公司法》及公司章程有关规定提取法定盈余公积金。

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	72,083.22	54,108.79	32,523.56

调整期初未分配利润合计数			
调整后期初未分配利润	72,083.22	54,108.79	32,523.56
加：本期归属于母公司所有者的净利润	23,119.49	18,029.97	21,831.76
减：提取法定盈余公积	3,866.04	55.54	246.52
提取任意盈余公积			
提取一般风险准备			
应付普通股股利	5,102.50		
转作股本的普通股股利			
期末未分配利润	86,234.17	72,083.22	54,108.79

调整期初未分配利润明细：

☐适用 ☒不适用

科目具体情况及分析说明：

报告期各期末，公司未分配利润余额变动主要受当期净利润、提取法定盈余公积、分配股利影响所致。

9. 其他披露事项

无。

10. 股东权益总体分析

报告期各期末，发行人归属于母公司股东的所有者权益分别为 81,165.82 万元、 99,500.95 万元和 117,565.71 万元，呈持续增长的趋势，主要系公司近年来盈利积累所致。

（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	8.17	7.88	10.68
银行存款	56,779.59	58,033.35	42,609.63
其他货币资金	4,022.95	3,040.10	3,782.85
合计	60,810.72	61,081.32	46,403.16
其中：存放在境外的款项总额	1,158.45	353.62	134.01

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
银行承兑汇票保证金	1,162.44	1,017.90	486.21
冻结止付的银行存款			3,745.09
冻结的其他货币资金			377.20
合计	1,162.44	1,017.90	4,608.50

公司报告期受限制的货币资金为银行承兑汇票保证金、冻结的银行存款及其他货币资金，其中，银行承兑汇票保证金受限制的原因系开具银行承兑汇票缴纳的保证金；冻结止付的银行存款系公司中国银行账户（账户号：388373598627）由于公司交易对手疑似涉及电信诈骗，因牵涉账户众多，公安机关遂将与之存在交易事实的相关账户均进行冻结，待公安机关排查无问题后即可进行解冻，该账户于 2022 年 12 月 30 日被冻结止付，经公安机关核查，公司账户不存在异常情况，于 2023 年 1 月 1 日解除冻结。截至 2022 年 12 月 31 日，该银行账户余额为 37,450,941.34 元。

冻结的其他货币资金系由于公司阿里巴巴国际站展示内容被投诉涉及商标侵权，阿里巴巴国际站对公司的一达通平台个别账户分别于 2022 年 10 月 18 日、2022 年 12 月 13 日冻结当日账户余额，截至 2022 年 12 月 31 日，被冻结的其他货币资金余额为 3,772,027.01 元。经公司与相关方和解后，相关账户款项分别于 2023 年 1 月 20 日、2023 年 2 月 24 日解冻。

科目具体情况及分析说明：

报告期各期末，公司货币资金期末余额分别为 46,403.16 万元、61,081.32 万元和 60,810.72 万元，占流动资产的比例分别为 44.97%、50.21%和 43.21%，主要由银行存款构成，系根据实际生产经营需要而保持的正常、合理的流动性储备。公司银行存款余额变动主要受经营活动产生的现金流量净流入、购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金以及支持的现金股利等影响。其他货币资金主要系一达通、PayPal 等第三方支付平台存放资金等。

公司 2023 年末货币资金期末余额相比 2022 年末增加 14,678.16 万元，主要系 2023 年度经营活动产生的现金流量增加所致。

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	2,905.80	91.85	2,801.96	90.21	2,973.74	99.06

1 至 2 年	111.56	3.53	304.20	9.79	28.16	0.94
2 至 3 年	146.25	4.62				
3 年以上						
合计	3,163.61	100.00	3,106.16	100.00	3,001.90	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 (%)
阿里巴巴（中国）网络技术有限公司	573.03	18.11
上海行动教育科技股份有限公司	166.01	5.25
黄燕秋	115.42	3.65
北京飞书科技有限公司	91.86	2.9
浙江增原汽车配件有限公司	70.21	2.22
合计	1,016.52	32.13

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 (%)
阿里巴巴（中国）网络技术有限公司	460.08	14.81
上海行动教育科技股份有限公司	456.78	14.71
格力精密模具（安吉）有限公司	82.00	2.64
杭州伟杰金属材料有限公司	81.63	2.63
北京飞书科技有限公司	73.56	2.37
合计	1,154.05	37.16

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 (%)
淮安纳斯卡户外用品有限公司	506.07	16.86
阿里巴巴（中国）网络技术有限公司	304.14	10.13
杭州顺茂金属科技有限公司	136.95	4.56
余姚市坤元模具有限公司	87.32	2.91
金蝶软件（中国）有限公司杭州分公司	64.63	2.15
合计	1,099.10	36.61

(3) 科目具体情况及分析说明

报告期各期末，公司预付款项金额分别为 3,001.90 万元、3,106.16 万元和 3,163.61 万元，占流动资产总额的比例分别为 2.91%、2.55%和 2.25%。

报告期内，公司预付账款主要系预付的货款、平台服务费及模具费等，报告期各期相对稳定。

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	1,125.95	587.46	622.30
合计	1,125.95	587.46	622.30

(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	1,408.00	100.00	282.05	20.03	1,125.95
其中：账龄组合	1,408.00	100.00	282.05	20.03	1,125.95
合计	1,408.00	100.00	282.05		1,125.95

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	260.00	24.29	260.00	100.00	
按组合计提坏账准备的其他应收款	810.28	75.71	222.82	27.50	587.46
其中：账龄组合	810.28	75.71	222.82	27.50	587.46
合计	1,070.28	100.00	482.82		587.46

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	260.00	25.15	260.00	100.00	
按组合计提坏账准备的其他应收款	773.92	74.85	151.62	19.59	622.30
其中：账龄组合	773.92	74.85	151.62	19.59	622.30
合计	1,033.92	100.00	411.62		622.30

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
无				
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
绍兴康宇医药股份有限公司	260.00	260.00	100.00	预计无法收回
合计	260.00	260.00		-

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
绍兴康宇医药股份有限公司	260.00	260.00	100.00	预计无法收回
合计	260.00	260.00		-

按单项计提坏账准备的说明：

公司疫情期间向绍兴康宇医药股份有限公司预付了口罩款 260 万元，委托其购买口罩，由于该供应商未买到口罩且怠于归还公司预付款，故公司对其提起诉讼，公司胜诉后，但该供应商没有可执行的财产，因此公司全额计提了坏账准备。

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（%）
账龄组合			
1 年以内	1,060.31	53.02	5.00
1-2 年	65.61	13.12	20.00
2-3 年	132.33	66.17	50.00
3 年以上	149.75	149.75	100.00
合计	1,408.00	282.05	20.03

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（%）
账龄组合			

1 年以内	455.76	22.79	5.00
1-2 年	143.59	28.72	20.00
2-3 年	79.23	39.61	50.00
3 年以上	131.70	131.70	100.00
合计	810.28	222.82	27.50

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（%）
账龄组合			
1 年以内	481.48	24.07	5.00
1-2 年	141.64	28.33	20.00
2-3 年	103.16	51.58	50.00
3 年以上	47.64	47.64	100.00
合计	773.92	151.62	19.59

确定组合依据的说明：

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未来 12 个月内或整个存续期预期信用损失率，以账龄组合为基础评估预期信用损失。

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	222.82		260.00	482.82
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	59.23			59.23
本期转回				
本期转销				
本期核销			260.00	260.00
其他变动				
2024 年 12 月 31 日余额	282.05			282.05

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	1,307.84	423.88	594.04
备用金			
往来款			
代扣代缴个人社保	77.57	62.63	70.10
其他暂付款	22.60	583.77	369.78
合计	1,408.00	1,070.28	1,033.92

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	1,060.31	455.76	481.48
1 至 2 年	65.61	143.59	141.64
2 至 3 年	132.33	79.23	363.16
3 年以上	149.75	391.70	47.64
合计	1,408.00	1,070.28	1,033.92

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
绍兴康宇医药股份有限公司	其他暂付款	2024 年 12 月 31 日	260.00	款项无法收回	否
合计	-	-	260.00	-	-

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
Promotora Industrial Monterrey, S.A. de C.V	保证金、押金	663.10	1 年以内	47.10	33.15
中山联众动漫文化有限公司	保证金、押金	100.00	1 年以内	7.10	5.00
Eastsea International (Thailand) Co.,LTD	保证金、押金	97.17	1 年以内	6.90	4.86
杭州钱塘智慧城投资开发有限公司	保证金、押金	67.50	2-3 年	4.79	33.75
浙江京新药业股份有限公司	保证金、押金	47.70	2-3 年	3.39	23.85
合计	-	975.47	-	69.28	100.61

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
广东水护盾健康科技有限公司	其他暂付款	270.38	1 年以内	25.26	13.52
绍兴康宇医药股份有限公司	其他暂付款	260.00	3 年以上	24.29	260.00
杭州钱塘智慧城投资开发有限公司	保证金、押金	67.50	1-2 年	6.31	13.50
浙江京新药业股份有限公司	保证金、押金	47.70	1-2 年	4.46	9.54
浙江国贸集团东方机电工程股份有限公司	保证金、押金	41.26	3 年以上	3.85	41.26
合计	-	686.84	-	64.17	337.82

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	坏账准备期末余额

				数的比例(%)	
绍兴康宇医药股份有限公司	其他暂付款	260.00	2-3 年	25.15	260.00
浙江正方科学研究评价中心	保证金、押金	100.00	1 年以内	9.67	5.00
杭州钱塘智慧城投资开发有限公司	保证金、押金	67.50	1 年以内	6.53	3.38
2022 年第 19 届亚运会组委会	保证金、押金	55.00	1 年以内	5.32	2.75
浙江京新药业股份有限公司	保证金、押金	47.70	1 年以内	4.61	2.39
合计	-	530.20	-	51.28	273.51

(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 622.30 万元、587.46 万元和 1,125.95 万元，占流动资产的比例分别为 0.60%、0.48%和 0.80%，主要为保证金、押金及其他暂付款等。 公司 2024 年末的其他应收账款账面价值较 2023 年末增加 538.49 万元，增幅 91.66%，主要系公司因海外业务开展需要增加墨西哥租赁的保证金所致。

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	
银行承兑汇票	5,812.20
合计	5,812.20

本期末已到期未支付的应付票据总额为 0.00 元。

科目具体情况及分析说明：

报告期各期末，公司应付票据期末余额分别为 2,460.60 万元、5,089.51 万元和 5,812.20 万元，占流动负债的比例分别为 4.52%、7.66%和 6.88%。2023 年末、2024 年末，公司应付票据余额大幅度增长，主要系公司应付票据支付比例上升所致；报告期各期末，公司无已到期未支付的应付票据。
--

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
应付采购款	53,320.95
应付设备工程款	4,792.94
合计	58,113.89

(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
武义新阳光工贸有限公司	9,285.89	15.98	货款
永康市金达康工贸有限公司	6,408.27	11.03	货款
浙江格林工具有限公司	4,201.90	7.23	货款
浙江宏强金属制品有限公司	3,913.26	6.73	货款
浙江宇诺工贸有限公司	1,917.17	3.30	货款
合计	25,726.50	44.27	-

(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，公司应付账款期末余额分别为 35,861.24 万元、42,995.82 万元和 58,113.89 万元，占流动负债的比例分别为 65.94%、64.74%和 68.84%，公司的应付账款主要系公司应付供应商的货款、设备工程款等。

2023 年末，公司应付账款较 2022 年末增幅较大，主要系 2023 年销售规模上升及 2023 年新制造业建设项目持续投入，相应的应付账款期末余额增加较多；2024 年末，公司应付账款较 2023 年末增幅较大，主要系 2024 年销售收入上升，公司应支付的货款增加所致。

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	7,128.61	30,077.47	28,120.90	9,085.18
2、离职后福利-设定提存	235.59	1,614.06	1,698.23	151.42

计划				
3、辞退福利				
4、一年内到期的其他福利				
合计	7,364.19	31,691.53	29,819.13	9,236.60

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	6,128.29	22,839.31	21,838.99	7,128.61
2、离职后福利-设定提存计划	70.93	1,182.04	1,017.38	235.59
3、辞退福利				
4、一年内到期的其他福利				
合计	6,199.22	24,021.35	22,856.37	7,364.19

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	5,397.64	19,873.51	19,142.85	6,128.29
2、离职后福利-设定提存计划	65.99	877.80	872.86	70.93
3、辞退福利				
4、一年内到期的其他福利				
合计	5,463.62	20,751.30	20,015.71	6,199.22

(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	7,067.67	27,598.11	25,660.27	9,005.51
2、职工福利费		740.07	740.07	
3、社会保险费	58.41	832.18	813.87	76.71
其中：医疗保险费	53.06	725.97	711.98	67.05
工伤保险费	5.34	106.21	101.89	9.66
生育保险费				
4、住房公积金		501.99	501.99	
5、工会经费和职工教育经费	2.53	405.12	404.70	2.95
6、短期带薪缺勤				
7、短期利润分享计划				
合计	7,128.61	30,077.47	28,120.90	9,085.18

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	6,056.70	20,926.78	19,915.81	7,067.67
2、职工福利费	0.58	660.15	660.73	
3、社会保险费	68.15	522.48	532.22	58.41
其中：医疗保险费	61.83	476.52	485.28	53.06
工伤保险费	5.27	45.96	45.88	5.34
生育保险费	1.05		1.05	

4、住房公积金	0.75	427.35	428.10	
5、工会经费和职工教育经费	2.11	302.55	302.14	2.53
6、短期带薪缺勤				
7、短期利润分享计划				
合计	6,128.29	22,839.31	21,838.99	7,128.61

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	5,348.61	18,372.05	17,663.96	6,056.70
2、职工福利费		336.69	336.11	0.58
3、社会保险费	45.10	640.14	617.09	68.15
其中：医疗保险费	40.26	558.95	537.39	61.83
工伤保险费	3.91	63.83	62.47	5.27
生育保险费	0.93	17.36	17.23	1.05
4、住房公积金	0.70	388.12	388.07	0.75
5、工会经费和职工教育经费	3.22	136.51	137.62	2.11
6、短期带薪缺勤				
7、短期利润分享计划				
合计	5,397.64	19,873.51	19,142.85	6,128.29

(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	230.97	1,557.58	1,642.00	146.55
2、失业保险费	4.62	56.48	56.23	4.87
3、企业年金缴费				
合计	235.59	1,614.06	1,698.23	151.42

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	68.47	1,146.57	984.06	230.97
2、失业保险费	2.46	35.47	33.31	4.62
3、企业年金缴费				
合计	70.93	1,182.04	1,017.38	235.59

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	63.50	839.25	834.29	68.47
2、失业保险费	2.49	38.54	38.57	2.46
3、企业年金缴费				
合计	65.99	877.80	872.86	70.93

(4) 科目具体情况及分析说明

公司应付职工薪酬主要包括工资、奖金、补贴、职工福利费、社会保险费、住房公积金、工会

经费、职工教育经费等。

报告期各期末，公司应付职工薪酬余额分别为 6,199.22 万元、7,364.19 万元和 9,236.60 万元，占流动负债的比例分别为 11.40%、11.09%和 10.94%，公司应付职工薪酬期末余额逐年增长，主要系随着公司销售规模上升，公司员工数量上升所致。

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	213.45	182.14	88.79
合计	213.45	182.14	88.79

(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
保证金、押金	123.21	108.52	23.89
代扣代缴个人社保	5.06		4.14
其他暂收款	85.19	73.62	60.76
合计	213.45	182.14	88.79

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	128.14	60.03	144.31	79.23	69.01	77.73

1-2 年	66.40	31.11	22.18	12.18	4.37	4.93
2-3 年	4.90	2.30	3.60	1.98	12.70	14.31
3 年以上	14.01	6.57	12.05	6.61	2.70	3.04
合计	213.45	100.00	182.14	100.00	88.79	100.00

3) 账龄超过 1 年的重要其他应付款

☐适用 ☒不适用

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（%）
雄远波	非关联方	其他暂收款	6.69	1 年以内	3.13
麦克祺(北京)科贸有限公司	非关联方	押金保证金	5.00	1-2 年	2.34
河南沐心堂商贸有限公司	非关联方	押金保证金	5.00	1-2 年	2.34
北京中鼎盈泰科技发展有限公司	非关联方	押金保证金	5.00	1-2 年	2.34
成都亿杨礼业贸易有限公司	非关联方	押金保证金	5.00	1-2 年	2.34
合计	-	-	26.69	-	12.50

☒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（%）
郑州一墨文化传播有限公司	非关联方	押金保证金	10.00	1 年以内	5.49
麦克祺(北京)科贸有限公司	非关联方	押金保证金	5.00	1 年以内	2.75
河南沐心堂商贸有限公司	非关联方	押金保证金	5.00	1 年以内	2.75
北京中鼎盈泰科技发展有限公司	非关联方	押金保证金	5.00	1 年以内	2.75
成都亿杨礼业贸易有限公司	非关联方	押金保证金	5.00	1 年以内	2.75
合计	-	-	30.00	-	16.47

☒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（%）
代扣代缴个人社保	非关联方	其他暂收款	4.03	1 年以内	4.54
杭州万维模型有限公司	非关联方	其他暂收款	3.94	1 年以内	4.43
永康市瑞协工贸有限公司	非关联方	押金保证金	2.00	3 年以上	2.25
浙江御礼商贸有限公司	非关联方	押金保证金	1.00	1 年以内	1.13
古朗月行科技（上海）有限公司	非关联方	押金保证金	1.00	1 年以内	1.13
合计	-	-	11.97	-	13.48

(4) 科目具体情况及分析说明

报告期各期末，公司其他应付款期末余额分别为 88.79 万元、182.14 万元和 213.45 万元，占流动负债的比例分别为 0.16%、0.27%和 0.25%，余额较小，主要系保证金、押金、其他暂收款等。

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
预收货款	6,486.49	7,375.42	6,705.07
合计	6,486.49	7,375.42	6,705.07

(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，公司合同负债金额为 6,705.07 万元、7,375.42 万元和 6,486.49 万元，占流动负债的比例分别为 12.33%、11.11%和 7.68%。报告期各期末，公司合同负债余额主要为向客户销售产品预收的货款。

11. 长期应付款

□适用 √不适用

12. 递延收益

√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
政府补助	665.54	187.14	172.56
合计	665.54	187.14	172.56

科目具体情况及分析说明：

报告期各期末，公司递延收益期末余额分别为 172.56 万元、187.14 万元和 665.54 万元，占非流动负债的比例分别为 21.51%、25.04%和 41.36%，均为与资产相关的政府补助。

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	4,499.77	929.98	4,273.80	890.13
内部交易未实现利润	211.15	44.70	133.98	19.32
政府补助	665.54	99.83	187.14	28.07
租赁负债	1,061.27	218.10	1,436.19	351.97
合计	6,437.73	1,292.62	6,031.11	1,289.49

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	4,512.48	955.03
内部交易未实现利润	99.01	24.75
政府补助	172.56	25.88
合计	4,784.06	1,005.66

（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
使用权资产	1,350.19	286.57	1,801.10	443.80

合计	1,350.19	286.57	1,801.10	443.80
----	----------	--------	----------	--------

项目	2022 年 12 月 31 日	
	应纳税暂时性差异	递延所得税负债
固定资产加速折旧	5.68	1.42
合计	5.68	1.42

(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	286.57	1,006.05
递延所得税负债	286.57	-

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	443.80	845.70
递延所得税负债	443.80	-

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	-	1,005.66
递延所得税负债	-	1.42

(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			
可抵扣亏损	822.21	909.77	1,300.51
资产减值准备	158.50	192.60	193.46
合计	980.71	1,102.37	1,493.97

(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
2023 年			274.81	
2024 年		252.55	298.01	
2025 年	71.59	71.59	222.37	

2026 年	108.12	118.81	324.78	
2027 年	175.14	175.14	180.54	
2028 年	291.68	291.68		
2029 年	175.68			
合计	822.21	909.77	1,300.51	

(6) 科目具体情况及分析说明

公司递延所得税资产形成的原因主要系计提的资产减值准备和可抵扣亏损等导致应纳税所得额存在可抵扣暂时性差异。报告期各期末，公司递延所得税资产账面价值分别为 1,005.66 万元、845.70 万元和 1,006.05 万元，占非流动资产的比例分别为 3.02%、1.87%和 1.60%。 公司递延所得税负债形成的原因主要系计提的使用权资产、固定资产加速折旧等导致应纳税所得额存在应纳税暂时性差异。报告期各期末，公司递延所得税负债账面价值分别为 1.42 万元、0.00 万元和 0.00 万元，占非流动负债的比例分别为 0.18%、0.00%和 0.00%。

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
待申报出口退税	5,207.44	2,239.24	2,338.81
待申报进口关税	84.17		
待抵扣进项税	3,012.46	1,648.17	843.39
预交所得税		24.64	159.18
上市中介机构费用			302.83
合计	8,304.07	3,912.05	3,644.20

科目具体情况及分析说明：

报告期各期末，公司其他流动资产账面价值分别为 3,644.20 万元、3,912.05 万元和 8,304.07 万元，占流动资产的比例分别为 3.53%、3.22%和 5.90%，主要系待申报出口退税和待抵扣进项税等。公司 2024 年末其他流动资产账面余额大幅上升，主要系 2024 年末待申报出口退税增加所致，期后相关待申报出口退税已完成申报。
--

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
预付工程设备款	1,718.18		1,718.18	345.61		345.61
合计	1,718.18		1,718.18	345.61		345.61

项目	2022 年 12 月 31 日		
	账面余额	减值准备	账面价值
预付工程设备款	438.63		438.63
预付土地款	325.00		325.00
合计	763.63		763.63

科目具体情况及分析说明：

公司的其他非流动资产主要为预付工程设备款和预付土地款。报告期各期末，公司的其他非流动资产账面价值分别为 763.63 万元、345.61 万元和 1,718.18 万元，占非流动资产的比例分别为 2.29%、0.77%和 2.73%。2024 年末公司其他非流动资产大幅上升，主要系 2024 年末公司预定较多生产设备尚未入库所致。

16. 其他披露事项

(1) 使用权资产

公司的使用权资产为租赁的房产，报告期各期末公司使用权资产账面价值分别为 1,733.92 万元、1,945.89 万元和 2,235.39 万元，占非流动资产的比例分别为 5.21%、4.31%和 3.55%，具体情况如下：

单位：万元

项目	2024.12.31	2023.12.31	2022.12.31
1、账面原值			
房屋及建筑物	4,622.94	3,749.90	3,723.00
账面原值合计	4,622.94	3,749.90	3,723.00
2、累计折旧			
房屋及建筑物	2,387.55	1,804.02	1,989.08
累计折旧合计	2,387.55	1,804.02	1,989.08
3、账面价值			
房屋及建筑物	2,235.39	1,945.89	1,733.92
账面价值合计	2,235.39	1,945.89	1,733.92

(2) 长期待摊费用

公司的长期待摊费用主要由固定资产装修、模具费、品牌使用费等构成。报告期各期末，公司长期待摊费用账面价值分别为 1,866.01 万元、2,151.41 万元和 3,136.09 万元，占非流动资产的比例分别为 5.60%、4.76%和 4.98%。2024 年末公司长期待摊费用账面余额增加，主要系公司销售收入上升，相应的模具费增长较多所致。

报告期各期末，公司的长期待摊费用明细如下：

单位：万元

项目	2024.12.31	2023.12.31	2022.12.31
装修费用	765.80	869.15	448.85
模具费	2,080.14	1,051.72	998.24
业务宣传费	281.38	200.53	378.97
品牌使用费	-	7.97	31.95
其他	8.77	22.03	8.00
合计	3,136.09	2,151.41	1,866.01

(3) 应交税费

报告期各期末，公司应交税费期末余额分别为 1,924.13 万元、1,967.96 万元和 2,712.13 万元，占流动负债的比例分别为 3.54%、2.96%和 3.21%。

报告期各期末，公司应交税费明细变动情况如下：

单位：万元

项目	2024.12.31	2023.12.31	2022.12.31
增值税	316.65	129.44	97.49
城建税	22.06	40.03	5.85
企业所得税	2,045.17	1,539.12	1,639.30
个人所得税	32.11	22.76	18.82
房产税	131.43	97.90	97.90
土地使用税	94.94	55.79	41.37
教育费附加	9.45	33.14	2.51
地方教育费附加	6.30	22.10	1.67
印花税	49.59	27.68	19.22
其他	4.43		
合计	2,712.13	1,967.96	1,924.13

报告期各期末，公司应交税费主要由企业所得税和增值税构成，上述两项合计占比分别为 90.26%、84.79%和 87.08%。2024 年末应交税费较 2023 年末增长幅度较大，主要系 2024 年销售收入大幅上升所致。

(4) 一年内到期的非流动负债

报告期各期末，公司一年内到期的非流动负债期末余额分别为 847.60 万元、1,035.97 万元和 1,072.48 万元，占流动负债的比例分别为 1.56%、1.56%和 1.27%，系租赁厂房或仓库，根据新租赁准则规定转列本科目所致。

(5) 租赁负债

报告期各期末，公司租赁负债期末余额分别为 628.12 万元、560.28 万元和 943.79 万元，占非流动负债的比例分别为 78.31%、74.96%和 58.64%，系租赁厂房或仓库所致。

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	272,866.12	98.85	208,887.79	98.64	194,485.04	98.58
其他业务收入	3,172.63	1.15	2,881.29	1.36	2,798.60	1.42
合计	276,038.75	100.00	211,769.08	100.00	197,283.64	100.00

科目具体情况及分析说明：

报告期内，公司营业收入分别为 197,283.64 万元、211,769.08 万元和 276,038.75 万元，其中，各期主营业务收入分别为 194,485.04 万元、208,887.79 万元和 272,866.12 万元，占营业收入的比重均在 98%以上，主营业务突出。

报告期各期，公司其他业务收入分别为 2,798.60 万元、2,881.29 万元和 3,172.63 万元，主要系模具费收入、废料销售收入等，占公司营业收入的比例较小。

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（%）
不锈钢器皿	235,035.05	86.14	167,216.37	80.05	154,003.25	79.19

塑料器皿	15,279.38	5.60	16,752.09	8.02	12,922.27	6.64
玻璃器皿	2,784.92	1.02	3,182.45	1.52	3,779.26	1.94
其他产品	19,766.77	7.24	21,736.88	10.41	23,780.27	12.23
合计	272,866.12	100.00	208,887.79	100.00	194,485.04	100.00

科目具体情况及分析说明：

报告期内，公司主要从事不锈钢器皿等产品的研发、设计、生产和销售业务，公司主营业务收入总体保持稳定。

报告期内，公司紧密结合既有优势和市场发展方向，重点开发不锈钢器皿业务，持续进行产品设计开发，在产品品种、外观设计、结构设计和功能用途等方面不断更新升级，公司不锈钢器皿逐年增长，主要系主要客户 Real Value、Hydrojug、Superfresh、Takeya 等销售额稳定或保持增长所致。

2023 年塑料器皿销售额大幅上升，主要系 Base Brands LLC、Rusta AB 新开发的 80oz 塑料瓶及 2L 单层塑料瓶销售较为畅销，客户采购量大幅增加所致；2024 年塑料器皿销售额略有下降，主要系 Base Brands、Rusta AB、Real Value 等客户塑料器皿采购额下降所致。

2023 年公司玻璃器皿销售额下降，主要系 tomic 天猫旗舰店普通“玻璃杯”销售额下降，以及受俄乌战争影响 Stelton A/S 采购额下降综合所致；2024 年度公司玻璃器皿销售额下降，主要系市场需求疲软，公司通过线上渠道销售额减少所致。

报告期内，其他产品主要系休闲用品、产品配件、餐厨用具等。休闲用品系帐篷、冰包、保温箱、沙滩椅等；产品配件系搭配主要产品进行销售的配件，如杯套、杯盖、吸管及杯刷等；餐厨用具系野营厨具、锅具、电热水壶、烤炉等；塑料管接件等建材系简易建筑材料，各客户产品种类差异较大。报告期内，其他产品主要构成情况如下：

单位：万元、%

产品名称	2024 年度		2023 年度		2022 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
休闲用品	7,188.58	36.37	9,298.42	42.78	8,680.64	36.50
产品配件	4,294.49	21.73	5,114.39	23.53	4,496.19	18.91
塑料管接件等建材	2,926.06	14.80	751.50	3.46	2,002.81	8.42
餐厨用具	1,834.13	9.28	2,200.99	10.13	2,307.18	9.70
其他	3,523.51	17.83	4,371.58	20.11	6,293.45	26.47

合计	19,766.77	100.00	21,736.88	100.00	23,780.27	100.00
----	-----------	--------	-----------	--------	-----------	--------

2023 年度其他产品销售额下降，主要系 2023 年塑料管接件等产品受下游需求影响，销售额下降；2024 年其他产品销售额进一步下降，主要系 Brumate、Norday 受下游保温箱、冰包需求下降影响采购额减少所致。报告期内，发行人其他产品中产品配件、休闲用品、塑料管接件存在少量自产外，其余产品均通过外协满足销售订单需要。

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	228,296.55	83.67	172,687.29	82.67	163,382.81	84.01
境内	44,569.57	16.33	36,200.50	17.33	31,102.24	15.99
合计	272,866.12	100.00	208,887.79	100.00	194,485.04	100.00

科目具体情况及分析说明：

公司产品主要以外销为主，报告期各期公司境外销售收入占主营业务收入的比例在 80%以上，主要是公司凭借良好的产品设计开发能力、较高的产品品质和及时的产品交期获得 Real Value、Hydrojug、Superfresh、Takeya、Brumate、Corporate、Karaka、百事、沃尔玛、星巴克等知名品牌商及商超认可，向客户供应贴牌产品所致。公司境外客户主要集中于美国、日本、欧洲等国家和地区，作为日常消费品的不锈钢器皿在上述地区产品消费更换频率较高，市场需求旺盛。公司境外销售按照地区分类统计如下：

单位：万元，%

地域	2024 年度		2023 年度		2022 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
美洲地区	157,813.05	69.13	111,806.50	64.75	103,484.11	63.34
欧洲地区	25,703.71	11.26	17,273.06	10.00	17,658.23	10.81
日本地区	16,015.87	7.02	14,421.23	8.35	15,016.78	9.19
其他地区	28,763.92	12.60	29,186.50	16.90	27,223.69	16.66
合计	228,296.55	100.00	172,687.29	100.00	163,382.81	100.00

报告期内，公司境外销售主要集中在美洲地区和欧洲地区，上述地区销售额占比分别为 74.15%、74.75%和 80.39%。公司开拓境外市场的同时也在积极开拓境内市场，报告期内，公司境内销售区域分布情况如下：

单位：万元，%

地域	2024 年度		2023 年度		2022 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
华东地区	19,903.38	44.66	20,417.87	56.40	21,470.01	69.03
华北地区	6,843.44	15.35	7,411.50	20.47	5,059.18	16.27
华南地区	12,443.60	27.92	4,932.60	13.63	2,286.41	7.35
华中地区	2,422.34	5.43	1,602.39	4.43	1,130.43	3.63
西南地区	2,476.12	5.56	1,058.13	2.92	350.18	1.13
西北地区	155.10	0.35	300.45	0.83	390.97	1.26
东北地区	325.59	0.73	477.56	1.32	415.06	1.33
合计	44,569.57	100.00	36,200.50	100.00	31,102.24	100.00

报告期内，公司境内地区销售主要集中于华东地区、华北地区和华南地区，上述地区销售额占比分别为 92.65%、90.50%和 87.93%。公司注重自主品牌建设，通过展会、电商平台投放、大型会议或赛事赞助、明星宣传、网络直播带货等新媒体营销、户外广告投放、论坛展会等方式进行品牌推广。报告期内，公司国内销售收入逐年上升。

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（%）
跨境 B2B 模式	160,104.33	58.68	118,448.56	56.70	109,484.44	56.29
境外线下销售模式	60,102.65	22.03	49,935.48	23.91	51,590.43	26.53
跨境 B2C 模式	8,089.57	2.96	4,303.26	2.06	2,307.94	1.19
境内直销模式	31,618.67	11.59	20,597.61	9.86	18,083.89	9.30
境内电商 B2C 模式	3,862.32	1.42	3,873.98	1.85	3,954.44	2.03
境内电商 B2B2C 模式	4,559.24	1.67	6,279.37	3.01	5,362.46	2.76
境内经销模式	4,529.33	1.66	5,449.54	2.61	3,701.44	1.90
合计	272,866.12	100.00	208,887.79	100.00	194,485.04	100.00

科目具体情况及分析说明：

报告期内，公司逐步形成了境外境内、线上线下多元化的营销网络体系，公司销售规模逐年上升主要系受国外电子商务行业增长及主要客户品牌知名度的提升影响，公司客户销售规模扩大且与公司合作关系稳定，因此公司销售收入增长。

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	51,711.03	18.95	40,174.95	19.23	39,820.35	20.47
第二季度	74,777.04	27.40	49,716.97	23.80	50,356.79	25.89
第三季度	71,803.71	26.31	60,038.15	28.74	57,742.79	29.69
第四季度	74,574.35	27.33	58,957.73	28.22	46,565.12	23.94
合计	272,866.12	100.00	208,887.79	100.00	194,485.04	100.00

科目具体情况及分析说明：

受国内元旦、春节假期等因素影响，一季度公司产品生产和销售金额一般低于其他季度。报告期内，从公司经营数据上看，公司收入变动季节性相对不明显。

6. 主营业务收入按品牌分类

√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（%）
贴牌产品	246,429.02	90.31	183,488.10	87.84	173,636.04	89.28
自有品牌产品	26,437.10	9.69	25,399.70	12.16	20,849.00	10.72
合计	272,866.12	100.00	208,887.79	100.00	194,485.04	100.00

科目具体情况及分析说明：

报告期内，公司产品销售主要以贴牌为主，贴牌产品销售收入占比分别为 89.28%、87.84%和 90.31%，主要面向境外大型品牌商和大型商超客户。

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	Real Value	52,603.16	19.06	否
2	Hydrojug	19,352.31	7.01	否
3	Superfresh	15,926.25	5.77	否
4	Takeya	14,725.29	5.33	否
5	Brumate	9,420.84	3.41	否

合计		112,027.85	40.58	-
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	Real Value	43,188.43	20.39	否
2	Superfresh	20,274.87	9.57	否
3	Takeya	13,720.58	6.48	否
4	Brumate	7,842.85	3.70	否
5	Karaka	6,062.60	2.86	否
合计		91,089.33	43.01	-
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	Real Value	26,504.94	13.43	否
2	Brumate	20,633.14	10.46	否
3	Superfresh	20,033.12	10.15	否
4	Takeya	14,720.85	7.46	否
5	Karaka	11,324.99	5.74	否
合计		93,217.03	47.25	-

科目具体情况及分析说明：

公司与各年度主要客户之间均不存在关联关系，公司的董事、监事、高级管理人员和核心技术人员、主要关联方或持有 5%以上股份的股东在各期间前五大客户中不占有任何权益。

报告期内，公司前五名客户销售额存在一定波动，主要系受客户品牌知名度、营销策略、发运计划、产品销售情况等多种因素影响所致。

8. 其他披露事项

报告期内，公司销售收款存在第三方回款的情形，具体的情况如下：

单位：万元

项目	2024 年度	2023 年度	2022 年度
第三方回款	3,086.72	1,709.85	2,970.35
营业收入	276,038.75	211,769.08	197,283.64
占比	1.12%	0.81%	1.51%

报告期内，公司第三方回款金额及占营业收入的比例较小，对营业收入不构成重大影响，第三方回款的主要原因有：①同一集团公司统一支付；②客户员工下单而由客户付款；③授权法定代表人或股东支付；④个别境外客户为了结算便利性，指定其客户或其他第三方进行付款。

报告期内，公司第三方回款主要出于客户自身的支付需求，具有必要性及商业合理性，不存在

虚构交易情形；公司及其实际控制人、董监高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；报告期内，不存在因第三方回款导致的货款归属纠纷，不影响公司收入确认的真实性。

9. 营业收入总体分析

报告期内，公司主营业务收入分别为 194,485.04 万元、208,887.79 万元和 272,866.12 万元。2023 年主营业务收入相比 2022 年增长 7.41%，主要受 RealValue 品牌知名度上升，其不锈钢器皿采购规模扩大所致；2024 年主营业务收入相比 2023 年增长 30.63%，主要系公司对 Hydrojug、Real Value、吨吨健康、White Sands 等客户不锈钢器皿销售规模上升所致。

报告期各期，公司其他业务收入分别为 2,798.60 万元、2,881.29 万元和 3,172.63 万元，主要系模具费收入、废料销售收入等，占公司营业收入的比例较小。

（二） 营业成本分析

1. 成本归集、分配、结转方法

公司主要从事不锈钢保温器皿等产品的研发、设计、生产和销售业务。

公司产品的生产模式主要采用以销定产、适度备货的模式。保温器皿产品款式多样、品类丰富，部分客户采购需求具有品类多、数量小的特点，因此公司在自主生产的基础上建立了完善的供应链管理体系。公司会根据产能利用情况，综合考虑客户订单的交期要求、质量要求和订单规模，优先安排战略客户订单进行自主生产，同时通过外协生产满足多品类、小批量的产品订单需求。其中，公司自主生产的产品主要为不锈钢器皿，外协生产的产品主要为不锈钢器皿和塑料器皿。公司自主生产产品的主要原材料为不锈钢卷料，为了满足业务规模快速增长的需要，公司也根据生产能力和生产计划安排等，采购半成品或者成品。

公司主要生产流程为：销售部跟单组根据签订的业务合同，在系统中转化编制生产详细单，经复核确认后提报至工程部进行 BOM 表编制，提交生产计划部进行生产计划编制。各生产车间根据 BOM 表和生产计划安排领料及组织生产订单产品。公司以主要车间工序为成本中心，以生产计划单中的明细半成品或产成品作为成本核算对象，按照实际领用的直接材料数量和加权平均单价计算领料成本；各成本中心发生的直接人工成本按照生产定额工价法，分配至各完工半成品或产成品成本中；制造费用在归集至各成本中心后，按生产定额工价法分配至各完工半成品或产成品成本中。半成品或产成品生产完工入库后，根据当期半成品或产成品分配的实际生产成本结转至半成品或产成品库存成本。

公司的业务流程从成本核算角度可分为在产品阶段、半成品阶段及产成品阶段。在产品阶段为

每月末各车间生产线上尚未完工的在产品，考虑单个产品生产周期较短，每月末车间线上在产品数量较该车间完工半成品或产成品数量较少，因此车间线上在产品期末余额只保留材料成本，直接人工、制造费用均由该车间完工的半成品或产成品承担；半成品阶段为各车间完工的未经组装为产成品的半成品（如杯体、杯盖等），归集的成本包括直接材料（领用原材料）、直接人工、制造费用；产成品阶段为组装和包装等车间完工的产成品，归集的成本包括直接材料（领用原材料和半成品）、直接人工、制造费用，具体情况如下：

项目	成本归集与分配
直接材料	公司以生产计划单中的明细半成品或产成品作为成本核算对象，按照实际领用的直接材料数量和加权平均单价计算领料成本，并按月在“生产成本-直接材料”中归集；对于月末尚未完工的生产批次，直接材料将记入在产品，并在次月该在产品完工入库时分配结转至半成品或库存商品的成本。
直接人工	直接人工核算归集生产人员的工资薪酬。公司每月根据各车间人员工资薪酬归集各成本中心的直接人工成本，在“生产成本-直接人工”中归集。 公司将当月各成本中心发生的直接人工成本，按照生产定额工价法分配至各完工半成品或产成品成本中。
制造费用	公司将各生产车间和相关部门发生的制造费用归集至各成本中心，在“生产成本-制造费用”中归集。 公司将当月各成本中心发生的制造费用，按照生产定额工价法分配至各完工半成品或产成品成本中。

综上所述，公司产品成本的归集、分配方法与具体业务流程匹配，直接材料、直接人工、制造费用的归集、分配方法符合《企业会计准则》的相关规定，不同产品之间成本划分具有准确性。

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	204,792.03	98.58	153,320.16	98.52	144,139.92	98.55
其他业务成本	2,958.29	1.42	2,298.42	1.48	2,120.22	1.45
合计	207,750.32	100.00	155,618.58	100.00	146,260.14	100.00

科目具体情况及分析说明：

报告期各期，公司营业成本分别为 146,260.14 万元、155,618.58 万元和 207,750.32 万元，营业成本整体呈上升趋势，主要系公司销售收入逐年增长所致，营业成本与营业收入相匹配。

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	42,498.75	20.75	30,892.12	20.15	24,709.00	17.14
直接人工	7,838.02	3.83	5,262.88	3.43	4,255.23	2.95
制造费用	8,864.49	4.33	5,470.57	3.57	3,712.03	2.58
成品采购成本	139,083.15	67.91	106,608.99	69.53	107,138.32	74.33
运输费用	6,507.62	3.18	5,085.61	3.32	4,325.35	3.00
合计	204,792.03	100.00	153,320.16	100.00	144,139.92	100.00

科目具体情况及分析说明：

报告期内，公司产品的成本主要包括成品采购成本、直接材料成本、直接人工成本、制造费用和运输费用，其中成品采购成本占比分别为 74.33%、69.53%和 67.91%，是主营业务成本的主要组成部分。直接材料占比分别为 17.14%、20.15%和 20.75%，占比逐期上升，主要系公司自主生产占比上升所致，直接人工、制造费用和运输费用在产品成本中占比相对较小。运输费用主要包括海运费、包干费、货代代理费用与快递费用等。报告期内，公司的运输费用分别为 4,325.35 万元、5,085.61 万元和 6,507.62 万元，占营业收入的比例分别为 2.19%、2.40%和 2.36%，运输费用占比相对稳定。

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（%）
不锈钢器皿	171,156.15	83.58	118,696.15	77.42	111,437.47	77.31
塑料器皿	11,037.34	5.39	12,117.94	7.90	8,893.83	6.17
玻璃器皿	1,900.69	0.93	2,041.98	1.33	2,320.48	1.61
其他产品	14,190.23	6.93	15,378.49	10.03	17,162.80	11.91
运输费用	6,507.62	3.18	5,085.61	3.32	4,325.35	3.00
合计	204,792.03	100.00	153,320.16	100.00	144,139.92	100.00

科目具体情况及分析说明：

报告期内，公司主营业务成本主要为不锈钢器皿、塑料器皿、其他产品的产品成本，玻璃器皿、运输费用等成本占比较小。报告期内，公司各类产品的成本结构、变动趋势与其主营业务收入情况基本一致。

5. 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	武义新阳光工贸有限公司	25,369.99	13.81	否
2	浙江格林工具有限公司	17,111.62	9.31	否

3	永康市金达康工贸有限公司	16,452.50	8.96	否
4	浙江宏强金属制品有限公司	13,199.06	7.18	否
5	浙江裕川工贸有限公司	10,177.37	5.54	否
合计		82,310.55	44.80	-
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	浙江格林工具有限公司	14,902.26	10.70	否
2	武义新阳光工贸有限公司	13,884.54	9.97	否
3	永康市金达康工贸有限公司	12,472.08	8.95	否
4	浙江裕川工贸有限公司	7,896.97	5.67	否
5	武义县鹏飞电器有限公司	5,975.12	4.29	否
合计		55,130.97	39.57	-
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	永康市金达康工贸有限公司	14,366.75	10.71	否
2	武义新阳光工贸有限公司	13,029.92	9.71	否
3	浙江裕川工贸有限公司	8,771.39	6.54	否
4	浙江宏强金属制品有限公司	8,209.13	6.12	否
5	浙江格林工具有限公司	7,062.19	5.27	否
合计		51,439.38	38.35	-

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各年度采购总额 50%或严重依赖少数供应商的情况。

报告期内,公司供应商较为稳定,主要供应商订单具备连续性和稳定性,公司与各年度主要供应商之间均不存在关联关系,公司的董事、监事、高级管理人员等核心人员和持股 5%以上的股东也未在上述供应商中占有权益。

6. 其他披露事项

无。

7. 营业成本总体分析

报告期内,公司营业成本包括主营业务成本和其他业务成本,其中,各期主营业务成本分别为

144,139.92 万元、153,320.16 万元和 204,792.03 万元，占营业成本的比例分别为 98.55%、98.52%和 98.58%，其他业务成本占比较小。

（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	68,074.09	99.69	55,567.63	98.96	50,345.12	98.67
其他业务毛利	214.34	0.31	582.87	1.04	678.38	1.33
合计	68,288.44	100.00	56,150.50	100.00	51,023.50	100.00

科目具体情况及分析说明：

报告期内，公司毛利分别为 51,023.50 万元、56,150.50 万元和 68,288.44 万元，主要来自主营业务，且其占比均在 98%左右，基本保持稳定。

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（%）
不锈钢器皿	27.18	86.14	29.02	80.05	27.64	79.19
塑料器皿	27.76	5.60	27.66	8.02	31.17	6.64
玻璃器皿	31.75	1.02	35.84	1.52	38.60	1.94
其他产品	28.21	7.24	29.25	10.41	27.83	12.23
合计	27.33	100.00	29.04	100.00	28.11	100.00

注：上表毛利率数据不含运费影响

科目具体情况及分析说明：

报告期各期，公司主营业务毛利率分别为 28.11%、29.04%和 27.33%，主营业务毛利率的整体变动，主要系不锈钢器皿毛利率水平及其收入占比的变动影响所致。

1) 不锈钢器皿毛利率变动分析

报告期内，公司不锈钢器皿销售单价、单位成本及毛利率情况如下：

项目	2024 年度		2023 年度		2022 年度
	数值	变动率	数值	变动率	数值

销售单价（元/只）	38.76	4.06%	37.25	0.70%	36.99
单位成本（元/只）	28.23	6.75%	26.44	-1.22%	26.77
毛利率	27.18%	-1.84%	29.02%	1.38%	27.64%

注：毛利率的变动率系毛利率变动的差额，下同。

2023 年度不锈钢器皿毛利率较 2022 年度上升 1.38 个百分点，主要系平均销售单价上升和平均单位成本下降所致，销售单价上升 0.70%，单位成本下降 1.22%。2023 年公司客户 Real Value 销量占比上升幅度较大，该客户平均销售单价上升，且 2023 年人民币相对美元处于贬值高位，上述因素共同影响导致平均销售单价略有上升；平均单位成本下降 1.22%，主要系不锈钢卷料平均采购价格下降所致。

2024 年度不锈钢器皿毛利率较 2023 年度下降 1.84 个百分点，主要系平均单位成本上升幅度大于平均销售单价上升幅度所致，销售单价上升 4.06%，单位成本上升 6.75%。2024 年公司客户 Hydrojug 等销量占比上升，该些客户平均销售单价较高，客户结构变化、产品销售结构变化导致平均销售单价上升；平均单位成本上升 6.75%，主要系主要客户产品要求“无铅化”封闭工艺处理，增加了产品成本以及上述客户结构变化、产品销售结构变化综合所致。

2）塑料器皿毛利率变动分析

报告期内，公司塑料器皿销售单价、单位成本及毛利率情况如下：

项目	2024 年度		2023 年度		2022 年度
	数值	变动率	数值	变动率	金额
销售单价（元/只）	15.31	-13.31%	17.67	-12.02%	20.08
单位成本（元/只）	11.06	-13.43%	12.78	-7.53%	13.82
毛利率	27.76%	0.10%	27.66%	-3.51%	31.17%

2023 年度塑料器皿毛利率较 2022 年度下降 3.51 个百分点，主要系较低毛利率水平的客户销售额占比上升、较高毛利率水平的销售额占比下降所致。客户 RUSTAAB 销售额占比上升幅度较大，该客户主要经营商超类促销品，毛利率水平较低，而公司亚马逊平台销售业务受公司战略调整影响，主推不锈钢器皿，因此塑料器皿销售额占比下降幅度较大，该平台销售毛利率水平较高，上述客户或平台销售额变动，导致 2023 年塑料器皿毛利率下降。

2024 年度塑料器皿毛利率较 2023 年度上升 0.10 个百分点，与 2023 年基本持平。塑料器皿销售单价、单位成本下降的主要原因系客户结构变化所致。客户 Base Brands 销售额占比下降幅度较大，该客户主要经营商超类促销品，2024 年出货系 2023 年尾单，该客户产品平均销售单价、单位成本较高；客户吨吨健康销售额占比上升幅度较大，该客户采购产品单价相对较低，以上客户结构变化导致平均销售单价和平均单位成本同时下降，而总体毛利率变动幅度较小。

3) 玻璃器皿毛利率变动分析

报告期内，公司玻璃器皿销售单价、单位成本及毛利率情况如下：

项目	2024 年度		2023 年度		2022 年度
	数值	变动率	数值	变动率	数值
销售单价（元/只）	33.89	8.90%	31.12	-21.14%	39.46
单位成本（元/只）	23.13	15.83%	19.97	-17.59%	24.23
毛利率	31.75%	-4.09%	35.84%	-2.76%	38.60%

报告期内，玻璃器皿毛利率分别为 38.60%、35.84%和 31.75%，玻璃器皿毛利率呈下降趋势。

2023 年玻璃器皿毛利率较 2022 年度下降 2.76 个百分点，主要系京东世纪贸易新推出销售单价及毛利率较低的“玻璃杯”所致。

2024 年度玻璃器皿毛利率较 2023 年度下降 4.09 个百分点，主要系 Eva Solo A/S 毛利率下降以及线上渠道销售参加店铺折扣活动综合所致。

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	27.63	83.67	28.63	82.67	26.72	84.01
境内	25.83	16.33	30.96	17.33	35.41	15.99

科目具体情况及分析说明：

报告期内，境外销售毛利率分别为 26.72%、28.63%和 27.63%，境内销售毛利率分别为 35.41%、30.96%和 25.83%，境内外销售毛利率变动，主要系销售渠道差异所致。境外销售以跨境 B2B 模式和境外线下销售模式为主，主要面向贴牌产品客户，毛利率相对较低。境内销售主要面向企业客户和线上终端消费者，一方面，报告期内，公司电商销售占比分别为 29.96%、28.05%和 18.90%，平均毛利率在 50%左右，电商销售占比下降导致境内销售毛利率下降，另一方面，境内销售中境内直销占比分别为 58.14%、56.90%和 70.94%，该模式下 2024 年如吨吨健康、瑞幸咖啡、霸王茶姬等低毛利率品牌客户销售额占比上升导致境内销售毛利率下降，具有合理性。

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 (%)
跨境 B2B 模式	25.17	58.68	26.92	56.70	25.29	56.29
境外线下销售模式	28.60	22.03	29.59	23.91	27.93	26.53
跨境 B2C 模式	69.08	2.96	64.80	2.06	67.43	1.19
境内直销模式	17.86	11.59	17.70	9.86	26.20	9.30
境内电商 B2C 模式	61.93	1.42	64.68	1.85	62.38	2.03
境内电商 B2B2C 模式	42.57	1.67	46.89	3.01	46.34	2.76
境内经销模式	33.81	1.66	38.72	2.61	35.73	1.90
合计	27.33	100.00	29.04	100.00	28.11	100.00

注：上表毛利率数据不含运费影响

科目具体情况及分析说明：

报告期内，公司各类产品的定价因销售模式不同而存在一定差异，具体如下：

销售模式分类	定价方式
跨境电商 B2B 模式	参照公司成本利润加成法与客户协商确定销售价格
境外线下销售模式	
境内直销模式	
跨境电商 B2C 模式	参照竞品价格及公司成本利润加成法确定销售价格
境内电商 B2C 模式	
境内电商 B2B2C 模式	
境内经销模式	该模式下客户大多为礼品商，在礼品定制时会考虑产品定位，参照公司成本利润加成法确定销售价格

报告期内，公司不同销售模式下定价方式存在一定差异，其中，跨境 B2B 模式、境外线下销售模式、境内直销模式主要参照公司成本利润加成法与客户协商确定销售价格，而跨境电商 B2C 模式、境内电商 B2C 模式、境内电商 B2B2C 模式因与电商平台相关，考虑相关平台费用及业务宣传费用较高，其定价相对更高，境内经销模式考虑到市场定位通常销售价格高于境内外直销，低于线上销售模式。基于上述差异化的定价模式，通常跨境电商 B2C 模式、境内电商 B2C 模式、境内电商 B2B2C 模式等线上模式毛利率最高，境内经销模式次之，跨境电商 B2B 模式、境外线下销售模式、境内直销模式等直销模式毛利率最低。

5. 可比公司毛利率比较分析

公司名称	2024 年度	2023 年度	2022 年度
哈尔斯 (%)	28.00	31.20	29.24
嘉益股份 (%)	37.67	40.72	34.26
安胜科技 (%)	22.31	24.62	25.07

嘉特股份（%）	26.85	26.21	26.77
平均数（%）	28.71	30.69	28.84
发行人（%）	24.74	26.51	25.86

注 1：上述毛利率水平为综合毛利率，包含运输费的影响；

注 2：可比公司数据来源于其公开披露的定期报告、招股说明书、公开转让说明书等。

科目具体情况及分析说明：

报告期内，公司与可比公司存在较多相同产品，可比性较强，而毛利率水平与哈尔斯、安胜科技、嘉特股份相近，低于嘉益股份，主要系嘉益股份客户较为集中，生产容易规模化，单位成本节约较为明显所致。报告期内，公司毛利率波动趋势与同行业平均水平一致。
--

6. 其他披露事项

无。

7. 毛利率总体分析

报告期内，公司综合毛利率分别为 25.86%、26.51%和 24.74%，各期毛利率变动主要受产品销售结构变动、汇率变动、原材料价格波动等因素影响，具有合理性。
--

（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	23,416.98	8.48	18,390.79	8.68	16,088.18	8.15
管理费用	11,088.25	4.02	9,883.87	4.67	7,428.30	3.77
研发费用	4,291.40	1.55	2,725.15	1.29	2,107.99	1.07
财务费用	-3,814.05	-1.38	-916.93	-0.43	-4,303.05	-2.18
合计	34,982.59	12.67	30,082.87	14.21	21,321.41	10.81

科目具体情况及分析说明：

报告期内，公司期间费用主要由销售费用、管理费用构成，研发费用、财务费用占比较低。报告期各期，公司期间费用总额分别为 21,321.41 万元、30,082.87 万元和 34,982.59 万元，占同期营业收入的比例分别为 10.81%、14.21%和 12.67%，2023 年公司期间费用率有所上升主要系：1）2023 年电商业务增长，电商平台费上升以及海外展会增加，展览费、业务招待费、差旅费等销售费用上升幅度较大；2）2023 年公司管理人员需求增加，管理人员薪酬大幅上升；3）2023 年 9 月公司主

板 IPO 申请材料撤回，以前期间中介费用于 2023 年计入管理费用；4）2023 年公司差旅活动及业务招待活动增加，相应管理费用增加。2024 年期间费用率下降主要系：1）2024 年营业收入增长幅度较大；2）受汇率波动影响，财务费用率下降幅度较大。

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（%）
职工薪酬	10,311.94	44.04	8,228.80	44.74	7,992.82	49.68
折旧及摊销	982.58	4.20	1,015.30	5.52	944.43	5.87
电商平台费用	7,319.65	31.26	5,218.08	28.37	3,837.63	23.85
业务宣传费	393.03	1.68	228.25	1.24	539.90	3.36
展览费	439.80	1.88	429.28	2.33	153.79	0.96
业务招待费	916.99	3.92	765.19	4.16	444.51	2.76
房租费	179.80	0.77	56.82	0.31	51.72	0.32
差旅费	751.84	3.21	656.06	3.57	487.74	3.03
股权激励费用	19.22	0.08	55.32	0.30	5.49	0.03
其他	2,102.15	8.98	1,737.68	9.45	1,630.13	10.13
合计	23,416.98	100.00	18,390.79	100.00	16,088.18	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
哈尔斯（%）	8.52	9.65	7.34
嘉益股份（%）	0.77	1.60	1.74
安胜科技（%）	1.88	2.03	1.70
嘉特股份（%）	3.79	4.35	4.10
平均数（%）	3.74	4.41	3.72
发行人（%）	8.48	8.68	8.15
原因、匹配性分析	报告期内，公司销售费用率与哈尔斯相近，高于其他可比公司，主要原因如下： 1）哈尔斯注重内销平台的推广，为扩大内销市场占有率，加大市场投入及促销力度，致使销售人员不断增加，网络平台费用、促销费、广告宣传及展览等费用金额较大，从而导致销售费用率较高。 2）其他可比公司主要从事海外大客户贴牌业务，主要客户较为稳定，且自有品牌业务占比较低，因此销售人员较少，差旅费及宣传展览费、促销费等金额相对较小。		

	综上所述，报告期内公司销售费用率与同行业可比公司存在差异，主要系各公司在业务模式上存在一定差异，具体体现在主要客户集中度、线上线下销售占比、自有品牌销售占比等方面，因而导致在销售人员数量及相关费用、电商平台费用、促销费、广告宣传费等项目支出存在差异，公司与同行业可比公司销售费用率的差异具有合理性。
--	---

(3) 科目具体情况及分析说明

报告期内，公司销售费用分别为 16,088.18 万元、18,390.79 万元和 23,416.98 万元，主要由职工薪酬、电商平台费用等组成，其合计数占公司销售费用比例分别为 73.54%、73.12%和 75.29%。

1) 职工薪酬

报告期内，公司计入销售费用的职工薪酬分别为 7,992.82 万元、8,228.80 万元和 10,311.94 万元，随着公司销售收入的上升，公司销售人员薪酬逐年上升。

2) 折旧及摊销、房租费

报告期内，公司计入销售费用的折旧及摊销、房租费分别为 996.16 万元、1,072.11 万元和 1,162.38 万元，报告期各期相对稳定。

3) 电商平台费用

报告期内，公司电商平台费用主要系公司境内外电商业务支付的相关费用，电商平台费用与电商相关收入的配比分析如下：

单位：万元

项目	2024 年度	2023 年度	2022 年度
电商平台费用	7,319.65	5,218.08	3,837.63
电商相关收入	176,615.47	132,905.17	121,109.29
费用占比	4.14%	3.93%	3.17%

报告期内，随着电商相关收入的增长，公司电商平台费用占比总体呈上升趋势；2023 年、2024 年受跨境电商 B2C 模式销售收入增长以及跨境电商 B2C 平台费用率相对较高的影响，公司电商平台费用及占比逐年上升。

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	6,481.89	58.46	6,000.43	60.71	4,721.99	63.57
折旧及摊销	1,247.08	11.25	717.27	7.26	601.23	8.09
中介服务费	813.18	7.33	833.93	8.44	297.87	4.01
业务招待费	321.04	2.90	493.13	4.99	313.05	4.21
差旅费	301.37	2.72	241.33	2.44	150.81	2.03
办公费	514.20	4.64	347.95	3.52	296.19	3.99
股权激励费用	20.15	0.18	116.33	1.18	82.89	1.12
其他	1,389.33	12.53	1,133.48	11.47	964.27	12.98
合计	11,088.25	100.00	9,883.87	100.00	7,428.30	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
哈尔斯（%）	6.44	7.09	6.95
嘉益股份（%）	3.67	4.41	4.48
安胜科技（%）	5.02	5.10	5.77
嘉特股份（%）	5.96	6.43	6.95
平均数（%）	5.27	5.76	6.04
发行人（%）	4.02	4.67	3.77
原因、匹配性分析	报告期内，公司管理费用率低于同行业可比公司平均值，主要系公司销售渠道优势较明显，销售人员数量较多，管理人员数量占比较低，相应的职工薪酬、办公场所折旧及摊销、办公费等分配计入管理费用占比较低，从而导致管理费用率相对较低。		

(3) 科目具体情况及分析说明

报告期内，公司管理费用金额分别为 7,428.30 万元、9,883.87 万元和 11,088.25 万元，占同期营业收入的比例分别为 3.77%、4.67%和 4.02%，公司管理费用率总体稳定，2023 年管理费用率上升主要系：1）2023 年 9 月公司主板 IPO 申请材料撤回，以前期间中介费用计入 2023 年管理费用；2）2023 年公司管理人员数量增加以及增加职工教育费用，导致管理人员薪酬大幅上升；3）2023 年公司差旅活动及业务招待活动增加，相应管理费用增加。
--

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（%）
职工薪酬	3,011.70	70.18	1,923.23	70.57	1,397.26	66.28
直接投入	725.39	16.90	420.69	15.44	357.97	16.98
折旧及摊销	250.40	5.83	224.21	8.23	211.70	10.04
股权激励费用	8.39	0.20	17.40	0.64	16.94	0.80
其他	295.52	6.89	139.62	5.12	124.12	5.89
合计	4,291.40	100.00	2,725.15	100.00	2,107.99	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
哈尔斯（%）	3.68	3.97	4.20
嘉益股份（%）	3.26	3.77	3.43
安胜科技（%）	3.59	3.95	4.37
嘉特股份（%）	3.52	3.65	4.24
平均数（%）	3.51	3.84	4.06
发行人（%）	1.55	1.29	1.07
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，主要系公司生产技术和工艺改进的研发规模小于同行业可比公司所致。		

(3) 科目具体情况及分析说明

报告期内，公司研发费用金额分别为 2,107.99 万元、2,725.15 万元和 4,291.40 万元，占同期营业收入的比例分别为 1.07%、1.29%和 1.55%，公司研发费用比例逐期上升。
--

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	115.86	72.88	81.72
减：利息资本化			
减：利息收入	1,225.12	700.10	365.96
汇兑损益	-2,920.58	-453.48	-4,151.32
银行手续费			
其他	215.80	163.76	132.50
合计	-3,814.05	-916.93	-4,303.05

(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
哈尔斯（%）	-1.57	0.01	-0.82
嘉益股份（%）	-1.09	-0.73	-2.07
安胜科技（%）	-0.93	0.22	-0.87
嘉特股份（%）	-0.89	-0.01	-0.98
平均数（%）	-1.12	-0.13	-1.18
发行人（%）	-1.38	-0.43	-2.18
原因、匹配性分析	报告期内，公司财务费用率与可比公司基本一致，表现为收益，主要是发行人与同行业可比公司均以外销为主，受汇率波动影响，均产生较大金额汇兑收益所致。		

(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-4,303.05 万元、-916.93 万元和-3,814.05 万元，占营业收入的比例分别为-2.18%、-0.43%和-1.38%。

报告期内，公司财务费用主要由汇兑损益、利息收入和利息支出构成，其中，汇兑损益金额较大。由于公司产品主要销往美国、欧洲等国家或地区，外销收入占比较高，产品定价及结算以美元为主，汇率波动对汇兑损益影响较大。报告期内，发行人应对汇率波动风险采取了如下措施：

- 1）提高外汇回款预测的准确性、确定目标汇率，采用普通远期锁汇、近期外汇期权等外汇结算产品，进行汇率波动风险对冲、提升外汇收益；
- 2）定期与多家银行外汇交易部门沟通，积极关注外汇市场波动，有针对性的通过远期结售汇防控外汇波动风险；
- 3）提高海外客户对账、开票、催款效率，促进境外客户尽快回款并结汇，降低外币银行存款和应收款项受汇率波动的影响；
- 4）在与客户签署订单时，充分考虑结算货币的汇率变动影响，争取对公司有利的报价。

报告期内，公司利息收入金额增加，主要系公司本期销售规模较大，相应银行存款平均余额较大所致。

5. 其他披露事项

无。

6. 主要费用情况总体分析

报告期内，公司期间费用主要由销售费用、管理费用构成，研发费用、财务费用占比较低。报告期各期，公司期间费用总额分别为 21,321.41 万元、30,082.87 万元和 34,982.59 万元，占同期营业收入的比例分别为 10.81%、14.21%和 12.67%，期间费用主要受公司经营规模、业务开展等因素影响，报告期各期变动符合行业和公司实际情况。报告期内，公司的期间费用率与同行业公司相比不存在重大异常。

(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	30,925.82	11.20	23,916.69	11.29	28,719.02	14.56
营业外收入	103.00	0.04	234.71	0.11	171.65	0.09
营业外支出	815.32	0.30	303.96	0.14	326.89	0.17
利润总额	30,213.51	10.95	23,847.44	11.26	28,563.77	14.48
所得税费用	7,086.65	2.57	5,803.43	2.74	6,721.10	3.41
净利润	23,126.86	8.38	18,044.01	8.52	21,842.67	11.07

科目具体情况及分析说明：

报告期内，公司净利润主要来源于营业利润贡献，营业外收支对公司净利润影响较小。报告期内，公司营业利润分别为 28,719.02 万元、23,916.69 万元和 30,925.82 万元，主要受益于报告期内公司营业收入增长所致。2024 年业绩同比增长，主要系受行业增长、客户稳定、在手订单充裕等因素影响，公司销售规模上升引起的营业毛利增加以及自主生产规模扩大，人员数量上升、设备采购增加等引起的期间费用上升综合所致。报告期各期，公司扣除非经常性损益后归属于母公司净利润分别为 21,385.08 万元、18,165.52 万元和 23,330.51 万元，盈利能力较为稳定。

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			
非流动资产报废收益		0.06	
其他	103.00	234.66	171.65
合计	103.00	234.71	171.65

(2) 科目具体情况及分析说明

报告期内，公司营业外收入金额分别为 171.65 万元、234.71 万元和 103.00 万元，主要系客户长期挂账的预收款项核销及政府补助等，各期金额较小。

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	20.66	19.54	18.06
非流动资产报废损失	667.66	57.37	
合同违约损失	92.05	148.61	220.00
其他	34.95	78.44	88.84
合计	815.32	303.96	326.89

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合同违约损失、非流动资产报废损失、对外捐赠等。报告期内，公司营业外支出分别为 326.89 万元、303.96 万元和 815.32 万元。2022 年、2023 年，公司合同违约损失主要系公司与供应商浙江本凡机械有限公司取消部分产品订单所支付的违约金。2024 年，非流动资产报废损失主要系公司处置固定资产产生的报废损失。

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	7,247.00	5,644.88	6,824.43
递延所得税费用	-160.35	158.55	-103.33
合计	7,086.65	5,803.43	6,721.10

(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	30,213.51	23,847.44	28,563.77
按适用税率 25%计算的所得税费用	7,553.48	5,961.86	7,140.94
部分子公司适用不同税率的影响	-182.35	-334.44	-383.72
调整以前期间所得税的影响		137.44	111.11
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	175.11	260.98	145.77
使用前期未确认递延所得税资产的可抵扣亏损的影响	-2.67	-7.29	-74.22
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	40.74	134.95	39.66
对于研发支出加计扣除和无形资产加计摊销的所得税影响的披露	-568.77	-408.21	-295.27
其他	71.11	58.13	36.83
所得税费用	7,086.65	5,803.43	6,721.10

(3) 科目具体情况及分析说明

无。

5. 其他披露事项

无。

6. 利润变动情况分析

报告期内，受益于公司销售渠道优势及研发设计优势，公司业绩呈现良好发展趋势。报告期内，公司营业收入分别为 197,283.64 万元、211,769.08 万元和 276,038.75 万元，公司归属于母公司股东的净利润分别为 21,831.76 万元、18,029.97 万元和 23,119.49 万元，公司扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润分别为 21,385.08 万元、18,165.52 万元和 23,330.51 万元，报告期内，公司营业收入保持平稳、持续增长，公司扣除非经常性损益前后归属于母公司的净利润呈现先降后升趋势，2023 年利润下降，主要系受汇率波动及期间费用上升影响所致；2024 年利润上升，主要系销售收入上升，营业毛利增加所致。
--

(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
职工薪酬	3,011.70	1,923.23	1,397.26
直接投入	725.39	420.69	357.97
折旧及摊销	250.4	224.21	211.70
股权激励费用	8.39	17.40	16.94
其他	295.52	139.62	124.12
合计	4,291.40	2,725.15	2,107.99
研发投入占营业收入的比例（%）	1.55	1.29	1.07
原因、匹配性分析	报告期内，公司研发费用占营业收入的比重分别为 1.07%、1.29% 和 1.55%，整体较为稳定。 报告期内，公司研发费用率整体呈上升趋势，主要系受行业竞争加剧等因素影响，产品升级换代速度加快，为满足新产品研发需求，增强客户粘性，公司持续加大对研发部门的支持和投入力度，导致研发费用呈持续增长趋势。		

科目具体情况及分析说明：

报告期内，公司研发投入均在当期费用化，不存在研发费用资本化的情况，不存在因自主研发形成无形资产而产生无形资产摊销的情况。研发费用变动分析参见本节之“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

报告期内，公司主要研发项目投入（项目投资 200 万元以上）具体情况如下：					
序号	项目名称	研发模式	研发费用支出金额（万元）		
			2024 年度	2023 年度	2022 年度
1	保温杯表面多色喷涂表面工艺技术 研发	自主研发			345.96
2	抗菌材料塑料杯盖项目研发	自主研发			404.35
3	塑料杯感温变色涂表面工艺技术 研发	自主研发			232.67
4	一种恒温加热功能的保温杯研发	自主研发		71.36	133.83
5	保温杯表面多色扭曲喷涂表面工 艺技术的研究	自主研发	0.06	338.58	

6	保温杯表面处理精益烘烤线工艺技术的研究	自主研发	0.91	264.19	
7	保温杯内壁的电解质等离子抛光工艺研究	自主研发	25.44	231.23	
8	保温杯生产用抽检工艺的研究	自主研发	78.18	201.05	
9	基于 CAE 技术的塑料水杯注塑模设计及成型工艺的研究	自主研发	71.55	193.93	
10	保温杯全自动表面处理技术工艺的研究	自主研发	106.24	143.90	
11	保温杯智能自动化金工工艺的研发	自主研发	136.69	107.90	
12	智能保温杯及杯盖的设计和研发	自主研发	233.88	328.25	
13	抗菌环保塑料水杯的设计及研发	自主研发	201.88	273.67	
14	保温杯异形表面 360 度激光打标工艺技术研究	自主研发	301.31		
15	保温杯内壁表面磁力抛光工艺技术的研发	自主研发	232.44		
16	电加热保温杯结构设计及制备工艺技术的研发	自主研发	291.10		
17	耐高温茶水分离塑料水壶结构设计及制备工艺的研发	自主研发	295.39		
18	注塑双色成型模具结构及制备工艺的研发	自主研发	248.54		
19	自动可调节角度抛焊底工艺及制备工艺的研发	自主研发	263.10		
20	一种钛保温杯项目研发工艺	自主研发	217.87		
21	一款便携式差旅场景下强电可加热式保温杯产品研发	自主研发	345.76		
22	一款创新性便携式可电动出水饮用骑行保温杯研发	自主研发	258.66		

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
哈尔斯（%）	3.68	3.97	4.20
嘉益股份（%）	3.26	3.77	3.43
安胜科技（%）	3.59	3.95	4.37
嘉特股份（%）	3.52	3.65	4.24
平均数（%）	3.51	3.84	4.06
发行人（%）	1.55	1.29	1.07

科目具体情况及分析说明：

公司研发投入与同行业比较情况参见本节之“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”之“（2）研发费用率与可比公司比较情况”。

4. 其他披露事项

无。

5. 研发投入总体分析

公司历来重视科技创新，注重研发投入。报告期各期，公司研发投入分别为 2,107.99 万元、2,725.15 万元和 4,291.40 万元。未来公司将继续加大研发投入费用，持续改善研发条件，为企业保持持续创新能力奠定良好的基础。

（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	-0.26	-1.02	-3.97
交易性金融资产在持有期间的投资收益	10.35	10.38	
处置交易性金融资产取得的投资收益			
合计	10.08	9.37	-3.97

科目具体情况及分析说明：

报告期内，公司投资收益金额分别为-3.97 万元、9.37 万元和 10.08 万元，投资收益金额及占同期营业收入的比例均较小。

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	90.02	-319.42	-97.68
其中：理财产品			18.32

远期结售汇	90.02	-319.42	-116.00
合计	90.02	-319.42	-97.68

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-97.68 万元、-319.42 万元和 90.02 万元，主要系远期结售汇期末外汇变动损益及理财产品收益，各期金额较小。

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	872.52	493.42	806.15
进项税加计抵减	31.99		
代扣个人所得税手续费	24.17	22.11	18.68
直接减免的增值税	0.07		
合计	928.76	515.53	824.83

科目具体情况及分析说明：

报告期内，其他收益主要为公司取得的政府补助，政府补助的金额分别为 806.15 万元、493.42 万元和 872.52 万元，其他明细金额较小。

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	-789.39	-430.16	155.59
应收票据坏账损失	-82.50		
其他应收款坏账损失	-59.23	-71.20	-75.79
合计	-931.12	-501.36	79.80

科目具体情况及分析说明：

报告期内，公司信用减值损失金额分别为 79.80 万元、-501.36 万元和-931.12 万元，主要系应收账款坏账损失、其他应收款坏账损失和应收票据坏账损失。

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	-837.71	-749.06	-1,440.90
合计	-837.71	-749.06	-1,440.90

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-1,440.90 万元、-749.06 万元和-837.71 万元，系存货跌价损失。

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
未划分为持有待售的非流动资产处置收益	-449.96	-238.23	-0.18
其中：固定资产处置收益	-449.96	-238.23	-0.18
合计	-449.96	-238.23	-0.18

科目具体情况及分析说明：

报告期内，公司资产处置收益金额分别为-0.18 万元、-238.23 万元和-449.96 万元，2023 年、2024 年资产处置收益金额较高，系公司处置部分旧设备所致。

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	268,061.30	214,023.13	216,127.33

收到的税费返还	16,863.91	14,438.31	17,492.24
收到其他与经营活动有关的现金	3,183.81	2,281.75	1,484.67
经营活动现金流入小计	288,109.02	230,743.20	235,104.24
购买商品、接受劳务支付的现金	195,308.58	151,978.33	165,835.54
支付给职工以及为职工支付的现金	29,809.79	22,732.43	20,008.32
支付的各项税费	9,147.21	7,522.58	11,229.17
支付其他与经营活动有关的现金	24,047.83	17,550.36	15,275.39
经营活动现金流出小计	258,313.41	199,783.70	212,348.43
经营活动产生的现金流量净额	29,795.62	30,959.50	22,755.81

科目具体情况及分析说明:

报告期内,公司经营活动产生的现金流量净额分别为 22,755.81 万元、30,959.50 万元和 29,795.62 万元,公司主营业务具有较好的获取现金流的能力。报告期内,公司经营活动现金流入主要为销售商品、提供劳务收到的现金,销售商品、提供劳务收到的现金分别为 216,127.33 万元、214,023.13 万元和 268,061.30 万元,占经营活动现金流入总额的 91.93%、92.75%和 93.04%。

报告期内,公司收到的税费返还金额逐期增加,主要系境外销售收入规模上升所致。

报告期内,公司经营活动现金流出分别为 212,348.43 万元、199,783.70 万元和 258,313.41 万元,整体呈上升趋势,主要系报告期内销售规模上升及员工数量增加导致购买商品、接受劳务支付的现金和支付给职工以及为职工支付的现金增加所致。

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	1,350.93	507.99	811.77
利息收入	1,225.12	700.10	365.96
暂收款及收回暂付款	480.59	439.69	116.62
收回冻结的其他货币资金	-	377.20	
其他	127.18	256.77	190.32
合计	3,183.81	2,281.75	1,484.67

科目具体情况及分析说明:

报告期内,公司收到其他与经营活动有关的现金主要系收到的政府补助、利息收入等。报告期内持续增加,主要系公司政府补助增加,销售收入持续上升,货币资金平均余额较高,利息收入增加以及其他往来款变动所致。

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
暂付款与偿还暂收款	921.63	382.55	417.23
付现成本费用	22,762.74	16,757.46	14,154.07
冻结的其他货币资金			377.20
其他	363.45	410.35	326.89
合计	24,047.83	17,550.36	15,275.39

科目具体情况及分析说明：

报告期内，公司支付其他与经营活动有关的现金分别为 15,275.39 万元、17,550.36 万元和 24,047.83 万元，整体呈逐年上升趋势，主要系随着销售规模的上升，公司支付的除薪酬外的其他期间费用上升所致。

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	23,126.86	18,044.01	21,842.67
加：资产减值准备	837.71	749.06	1,440.90
信用减值损失	931.12	501.36	-79.80
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	2,113.53	1,679.72	1,624.75
使用权资产折旧	1,472.84	1,251.55	1,093.73
无形资产摊销	217.80	144.61	59.07
长期待摊费用摊销	1,880.08	1,656.40	1,346.12
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）	449.96	238.23	0.18
固定资产报废损失（收益以“-”号填列）	667.66	57.32	
公允价值变动损失（收益以“-”号填列）	-90.02	319.42	97.68
财务费用（收益以“-”号填列）	-1,890.00	185.83	-1,192.88
投资损失（收益以“-”号填列）	-10.08	-9.37	3.97
递延所得税资产减少（增加以“-”号填列）	-160.35	159.97	-100.99
递延所得税负债增加（减少以“-”号填列）		-1.42	-2.34
存货的减少（增加以“-”号填列）	-2,557.08	-1,420.81	-2,217.71
经营性应收项目的减少（增加以“-”号填列）	-18,755.49	-4,228.20	11,552.07

经营性应付项目的增加（减少以“-”号填列）	21,034.90	10,451.73	-12,445.35
其他	526.17	1,180.09	-266.25
经营活动产生的现金流量净额	29,795.62	30,959.50	22,755.81

5. 其他披露事项

无。

6. 经营活动现金流量分析

2022 年经营活动产生的现金流量净额为 22,755.81 万元，净利润为 21,842.67 万元，现金流量净额高于净利润 913.14 万元，差额较小。 2023 年度经营活动产生的现金流量净额为 30,959.50 万元，净利润为 18,044.01 万元，现金流量净额高于净利润 12,915.49 万元，主要系由于公司存在信用减值损失、折旧摊销等非付现成本，另外系由于本期公司提高银行承兑汇票的支付比例，加强应收账款管理，收回上期逾期应收账款所致。 2024 年度经营活动产生的现金流量净额为 29,795.62 万元，净利润为 23,126.86 万元，现金流量净额高于净利润 6,668.75 万元，主要系由于公司存在信用减值损失、折旧摊销等非付现成本所致。
--

（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	34,477.71	12,684.55	10,476.36
取得投资收益收到的现金	10.35	11.58	18.32
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	87.81	7.98	17.65
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			
投资活动现金流入小计	34,575.86	12,704.11	10,512.32
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	25,870.57	14,768.60	12,025.89
投资支付的现金	34,387.69	12,684.55	10,476.36
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			4.90
投资活动现金流出小计	60,258.26	27,453.15	22,507.14
投资活动产生的现金流量净额	-25,682.40	-14,749.04	-11,994.82

科目具体情况及分析说明：

报告期内，公司投资活动产生的现金流量净额分别为-11,994.82 万元、-14,749.04 万元和-25,682.40 万元，主要系公司为满足发展需要购建厂房、固定资产、无形资产支付的现金所致。

报告期内，公司收回投资收到的现金、投资支付的现金涉及金额较大，主要系公司进行理财及远期结售汇操作所致。

2. 收到的其他与投资活动有关的现金

☐适用 ☒不适用

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
支付的期权费用			4.90
合计			4.90

科目具体情况及分析说明：

报告期内，公司支付的其他与投资活动有关的现金金额分别为 4.90 万元、0.00 万元和 0.00 万元，系公司为防范外汇汇率波动风险支付的期权费用。

4. 其他披露事项

无。

5. 投资活动现金流量分析：

无。

（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			
取得借款收到的现金	400.00	300.00	1,100.00
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	400.00	300.00	1,100.00
偿还债务支付的现金	300.00	100.00	4,100.00
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	5,128.11	4.97	11.65
支付其他与筹资活动有关的现金	1,590.43	1,768.74	1,540.01
筹资活动现金流出小计	7,018.54	1,873.71	5,651.65
筹资活动产生的现金流量净额	-6,618.54	-1,573.71	-4,551.65

科目具体情况及分析说明：

报告期内，公司筹资活动产生的现金流量净额分别为-4,551.65 万元、-1,573.71 万元和-6,618.54 万元。筹资活动现金流入主要为取得借款收到的现金，筹资活动现金流出主要为支付其他与筹资活动有关的现金、分配股利、利润支付的现金等。

2022 年，公司筹资活动产生的现金流量净额为-4,551.65 万元，主要系偿还债务净支付现金 3,000.00 万元及支付的房租款 1,219.01 万元所致。

2023 年，公司筹资活动产生的现金流量净额为-1,573.71 万元，主要系支付的房租款 1,456.34 万元所致。

2024 年，公司筹资活动产生的现金流量净额为-6,618.54 万元，主要系支付的分红款 5,102.50 万元和房租款 1,590.43 万元所致。

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
支付上市中介机构费用		312.40	321.00
支付的租赁款	1,590.43	1,456.34	1,219.01
合计	1,590.43	1,768.74	1,540.01

科目具体情况及分析说明：

报告期各期，公司支付的其他与筹资活动有关的现金分别为 1,540.01 万元、1,768.74 万元和 1,590.43 万元，主要系支付的使用权资产租赁费和上市中介费用。报告期内，根据新租赁准则，公

司支付的租赁款项计入支付的其他与筹资活动有关的现金。

4. 其他披露事项

无。

5. 筹资活动现金流量分析：

无。

五、 资本性支出

截至报告期末，公司未来可预见的重大资本性支出项目主要为募集资金投资项目、同富科技新制造业建设项目、同富泰国不锈钢真空保温器皿建设项目。同富科技新制造业建设项目预计未来投资金额约 1.00 亿元，建成后拟从事智能水杯的研发、生产和销售业务；同富泰国不锈钢真空保温器皿建设项目投资金额约 1.50 亿元，从事不锈钢保温器皿的生产和销售业务。募集资金投资项目具体内容请见本招股说明书“第九节募集资金运用”。

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	按税法规定计算的销售货物和应税劳务收入为基础计算销项税额，在扣除当期允许抵扣的进项税额后，差额部分为应交增值税	13%	13%	13%
消费税				
教育费附加	按实际缴纳的增值税计缴	3%	3%	3%
城市维护建设税	按实际缴纳的增值税计缴	7%	7%	7%
企业所得税	按应纳税所得额计缴	详见下表	详见下表	详见下表
地方教育费附加	按实际缴纳的增值税计缴	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
同富股份	25%	25%	25%
同富云商	25%	25%	25%
特美刻实业	25%	25%	25%
金维克科技	15%	15%	15%
金维克供应链	20%	25%	25%
谦逸电商	20%	20%	20%
同富户外	25%	25%	25%
全球汇	20%	20%	20%
同富香港	16.50%	16.50%	16.50%
英国特美刻[注 1]	-	-	19%
同富美国[注 2]	29.70%	29.70%	29.70%
同富科技	25%	25%	25%
湖畔居	20%	20%	20%
金维克智能	20%	20%	20%
同富柬埔寨	20%	20%	-
同富日本	23.20%		
同富泰国	20%		
特美刻钛杯	20%		

[注 1]英国特美刻存续期内未产生收入，截至招股书签署日已注销；

[注 2]同富美国联邦税率为 21%、州税率为 8.7%。

具体情况及说明：

无。

（二） 税收优惠

√适用 □不适用

（1）高新技术企业税收优惠

2022 年 12 月 24 日，金维克科技通过高新技术企业复审，获得浙江省科学技术厅、浙江省财政厅、国家税务总局浙江省税务局联合颁发的高新技术企业证书，证书编号为 GR202233001577，认定有效期为三年。根据《中华人民共和国企业所得税法》等有关规定，公司自获得高新技术企业认定后连续三年内（2022 年至 2024 年）可享受国家关于高新技术企业的相关优惠政策，减按 15% 的税率缴纳企业所得税。截至目前，公司正在高新复审过程中。

（2）根据《财政部税务总局关于实施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 2021 年第 12 号）有关规定对小型微利企业年应纳税所得额不超过 100 万元的部分，在《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）第二条规定的优惠政策基础上，再减半征收企业所得税，子公司湖畔居、全球汇、谦逸电商、金维克智

能 2022 年度属于小型微利企业，对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。

（3）根据财政部税务总局公告 2022 年第 13 号《关于进一步实施小微企业所得税优惠政策的公告》、2023 年第 6 号《关于小微企业和个体工商户所得税优惠政策的公告》和 2023 年第 12 号《关于进一步支持小微企业和个体工商户发展有关税费政策的公告》，对小型微利企业减按 25%计算应纳税所得额，按 20%的税率缴纳企业所得税，子公司湖畔居、全球汇、谦逸电商、金维克智能 2023 年度、2024 年度属于小型微利企业，子公司金维克供应链 2024 年属于小型微利企业，分别在 2023 年度、2024 年度实际按 5%的税率缴纳企业所得税。

（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
无						

具体情况及说明：

1) 执行《企业会计准则解释第 16 号》

财政部于 2022 年 11 月 30 日公布了《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”）。

①关于发行方分类为权益工具的金融工具相关股利的所得税影响的会计处理

解释第 16 号规定对于企业分类为权益工具的金融工具，相关股利支出按照税收政策相关规定在企业所得税税前扣除的，应当在确认应付股利时，确认与股利相关的所得税影响，并按照与过去产生可供分配利润的交易或事项时所采用的会计处理相一致的方式，将股利的所得税影响计入当期损益或所有者权益项目（含其他综合收益项目）。

该规定自公布之日起施行，相关应付股利发生在 2022 年 1 月 1 日至施行日之间的，按照该规

定进行调整；发生在 2022 年 1 月 1 日之前且相关金融工具在 2022 年 1 月 1 日尚未终止确认的，应当进行追溯调整。执行该规定未对本公司财务状况和经营成果产生重大影响。

②关于企业将以现金结算的股份支付修改为以权益结算的股份支付的会计处理

解释第 16 号明确企业修改以现金结算的股份支付协议中的条款和条件，使其成为以权益结算的股份支付的，在修改日（无论发生在等待期内还是结束后），应当按照所授予权益工具修改日当日的公允价值计量以权益结算的股份支付，将已取得的服务计入资本公积，同时终止确认以现金结算的股份支付在修改日已确认的负债，两者之间的差额计入当期损益。

该规定自公布之日起施行，2022 年 1 月 1 日至施行日新增的有关交易，按照该规定进行调整；2022 年 1 月 1 日之前发生的有关交易未按照该规定进行处理的，应当进行追溯调整，将累计影响数调整 2022 年 1 月 1 日留存收益及其他相关项目，不调整前期比较财务报表数据。执行该规定未对本公司财务状况和经营成果产生重大影响。

③关于单项交易产生的资产和负债相关的递延所得税不适用初始确认豁免的会计处理

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（包括承租人在租赁期开始日初始确认租赁负债并计入使用权资产的租赁交易，以及因固定资产等存在弃置义务而确认预计负债并计入相关资产成本的交易等单项交易），不适用豁免初始确认递延所得税负债和递延所得税资产的规定，企业在交易发生时应当根据《企业会计准则第 18 号——所得税》等有关规定，分别确认相应的递延所得税负债和递延所得税资产。

该规定自 2023 年 1 月 1 日起施行，允许企业自 2022 年度提前执行。对于在首次施行该规定的财务报表列报最早期间的期初至施行日之间发生的适用该规定的单项交易，以及财务报表列报最早期间的期初因适用该规定的单项交易而确认的租赁负债和使用权资产，以及确认的弃置义务相关预计负债和对应的相关资产，产生应纳税暂时性差异和可抵扣暂时性差异的，企业应当按照该规定进行调整。执行该规定未对本公司财务状况和经营成果产生重大影响。

2）执行《企业会计准则解释第 17 号》

财政部于 2023 年 10 月 25 日公布了《企业会计准则解释第 17 号》（财会〔2023〕21 号，以下简称“解释第 17 号”）。

①关于流动负债与非流动负债的划分

解释第 17 号明确：

—企业在资产负债表日没有将负债清偿推迟至资产负债表日后一年以上的实质性权利的，该负

债应当归类为流动负债。

—对于企业贷款安排产生的负债，企业将负债清偿推迟至资产负债表日后一年以上的权利可能取决于企业是否遵循了贷款安排中规定的条件（以下简称契约条件），企业在判断其推迟债务清偿的实质性权利是否存在时，仅应考虑在资产负债表日或者之前应遵循的契约条件，不应考虑企业在资产负债表日之后应遵循的契约条件。

—对负债的流动性进行划分时的负债清偿是指，企业向交易对手方以转移现金、其他经济资源（如商品或服务）或企业自身权益工具的方式解除负债。负债的条款导致企业在交易对手方选择的情况下通过交付自身权益工具进行清偿的，如果企业按照《企业会计准则第 37 号——金融工具列报》的规定将上述选择权分类为权益工具并将其作为复合金融工具的权益组成部分单独确认，则该条款不影响该项负债的流动性划分。

该解释规定自 2024 年 1 月 1 日起施行，企业在首次执行该解释规定时，应当按照该解释规定对可比期间信息进行调整。本公司执行该规定未对本公司财务状况和经营成果产生重大影响。

②关于供应商融资安排的披露

解释第 17 号要求企业在进行附注披露时，应当汇总披露与供应商融资安排有关的信息，以有助于报表使用者评估这些安排对该企业负债、现金流量以及该企业流动性风险敞口的影响。在识别和披露流动性风险信息时也应考虑供应商融资安排的影响。该披露规定仅适用于供应商融资安排。供应商融资安排是指具有下列特征的交易：一个或多个融资提供方提供资金，为企业支付其应付供应商的款项，并约定该企业根据安排的条款和条件，在其供应商收到款项的当天或之后向融资提供方还款。与原付款到期日相比，供应商融资安排延长了该企业的付款期，或者提前了该企业供应商的收款期。

该解释规定自 2024 年 1 月 1 日起施行，企业无需在首次执行该解释规定的中期报告中披露该规定要求的信息。

③关于售后租回交易的会计处理

解释第 17 号规定，承租人在对售后租回所形成的租赁负债进行后续计量时，确定租赁付款额或变更后租赁付款额的方式不得导致其确认与租回所获得的使用权有关的利得或损失。企业在首次执行该规定时，应当对《企业会计准则第 21 号——租赁》首次执行日后开展的售后租回交易进行追溯调整。

该解释规定自 2024 年 1 月 1 日起施行，允许企业自发布年度提前执行。本公司自 2024 年 1 月 1 日起执行该规定，执行该规定未对本公司财务状况和经营成果产生重大影响。

3) 执行《企业数据资源相关会计处理暂行规定》

财政部于 2023 年 8 月 1 日发布了《企业数据资源相关会计处理暂行规定》（财会〔2023〕11 号），适用于符合企业会计准则相关规定确认为无形资产或存货等资产的数据资源，以及企业合法拥有或控制的、预期会给企业带来经济利益的、但不满足资产确认条件而未予确认的数据资源的相关会计处理，并对数据资源的披露提出了具体要求。

该规定自 2024 年 1 月 1 日起施行，企业应当采用未来适用法，该规定施行前已经费用化计入损益的数据资源相关支出不再调整。执行该规定未对本公司财务状况和经营成果产生重大影响。

4) 执行《企业会计准则解释第 18 号》“关于不属于单项履约义务的保证类质量保证的会计处理”的规定

财政部于 2024 年 12 月 6 日发布了《企业会计准则解释第 18 号》（财会〔2024〕24 号，以下简称“解释第 18 号”），该解释自印发之日起施行，允许企业自发布年度提前执行。

解释第 18 号规定，在对因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，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。

企业在首次执行该解释内容时，如原计提保证类质量保证时计入“销售费用”等的，应当按照会计政策变更进行追溯调整。执行该规定未对本公司财务状况和经营成果产生重大影响。

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
----	-----------	------	------------------	-------

2023 年度	请参见本表格后续具体情况及说明	第三届董事会第三次会议、第三届监事会第三次会议、2024 年第二次临时股东大会	请参见本表格后续具体情况及说明	120.00
---------	-----------------	---	-----------------	--------

具体情况及说明：

2023 年实际控制人姚华俊存在为公司员工支付奖金的情况，具体金额为 120.00 万元，按照业务实质作为实际控制人对公司的资本性投入，计入资本公积及相关费用。

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	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	166,801.93	0.34	166,802.27	0.00%
负债合计	67,189.97	-29.72	67,160.25	-0.04%
未分配利润	72,168.22	-84.99	72,083.22	-0.12%
归属于母公司所有者权益合计	99,470.89	30.06	99,500.95	0.03%
少数股东权益	141.07	-	141.07	0.00%
所有者权益合计	99,611.96	30.06	99,642.02	0.03%
营业收入	211,769.08	-	211,769.08	0.00%
净利润	18,133.95	-89.94	18,044.01	-0.50%
其中：归属于母公司所有者的净利润	18,119.91	-89.94	18,029.97	-0.50%
少数股东损益	14.04	-	14.04	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

财务报告审计截止日至本招股说明书签署日，虽然公司产品主要出口国贸易政策变化对公司业务量、毛利率存在一定负面影响，但报告期后公司总体经营情况良好，业务规模相对稳定，且主营业务、经营模式未发生重大变化。公司主要原材料的采购、主要产品的生产销售、主要客户及供应商等方面均未发生对公司持续经营能力构成重大影响的变化，亦未发生其他可能影响投资者判断的重大事项。

（二） 重大期后事项

☐适用 ☒不适用

（三） 或有事项

☐适用 ☒不适用

（四） 其他重要事项

☐适用 ☒不适用

九、 滚存利润披露

☒适用 ☐不适用

根据公司第三届董事会第二次会议及 2023 年度股东大会审议通过的《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》，为兼顾公司向不特定合格投资者公开发行股票新老股东的利益，根据公司拟向北京证券交易所申请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的具体方案，本次公开发行股票并在北京证券交易所上市前的滚存利润，由本次发行上市后的新老股东按本次发行上市完成后所持股份比例共同享有。

第九节募集资金运用

一、 募集资金概况

（一）募集资金规模及用途

公司本次募集资金在扣除发行费用后将按照重要性顺序投入以下项目：

序号	项目名称	预计投资金额（万元）	拟使用募集资金金额（万元）	土地	项目实施主体	项目备案情况	环保审批情况
1	年产 3,500 万只不锈钢真空保温器皿及 1,500 万只塑料器皿建设项目	75,941.77	72,500.00	金维克智能新增土地	金维克智能	2402-330851-04-01-407806	环境影响报告表已获得衢州市生态环境局批复
2	研发检测中心建设项目	9,531.90	9,531.90	金维克科技自有土地	金维克科技	2109-330851-04-01-822625	已在衢州市生态环境局智造新城分局备案
合计		85,473.67	82,031.90				

公司将严格按照有关管理制度使用募集资金。若本次发行实际募集资金低于预计投资金额，项目资金缺口由公司通过银行贷款或自筹资金解决，从而保证项目的顺利实施。在募集资金到位前，公司将依据上述项目的募集资金规模、公司建设进度和资金需求，先行以自筹资金投入并实施上述项目，待募集资金到位后，将按照募集资金的相关规定置换募集资金到位前已先期投入使用的自筹资金。

（二）本次募集资金投资项目与公司现有业务的关系

公司主要从事不锈钢保温器皿等产品的研发、设计、生产和销售。本次募集资金投资项目中，“年产 3,500 万只不锈钢真空保温器皿及 1,500 万只塑料器皿建设项目”是对公司现有产能的扩充，有利于提高生产线自动化、智能化水平，综合提升公司生产运营效率，满足日益增长的市场需求；“研发检测中心建设项目”将专注于不锈钢真空保温器皿工艺的不断优化改进，并拓展新的产品领域，帮助公司提高生产制造水平、促进产品创新，满足客户品质要求及市场需求。

因此，本次发行募集资金投资的项目均紧密围绕公司主营业务、核心技术开展，在公司现有生产工艺技术、研发能力的基础上进行优化改进，有助于扩大公司产能、提高生产线自动化、智能化水平，提升产品制造技术与研发设计水平，是对公司主营业务的巩固和提升。

（三）募集资金专项存储安排

公司已根据相关法律、法规制定了《募集资金管理制度（北交所上市后适用）》，对募集资金的存放、使用和管理的内部控制措施，确保本次募集资金的规范使用与管理。公司将在募集资金到

位后，在规定时间内与保荐券商、存放募集资金的商业银行签订三方监管协议，对募集资金实行专户存储管理，并对募集资金的使用执行严格的审批程序，以保证专款专用，合法合规使用募集资金。

二、 募集资金运用情况

（一）年产 3,500 万只不锈钢真空保温器皿及 1,500 万只塑料器皿建设项目

1、项目概况

根据公司发展现状并结合未来发展战略，本项目拟投资 75,941.77 万元在金维克智能新取得的土地上建设年产 3,500 万只不锈钢真空保温器皿及 1,500 万只塑料器皿生产基地。

本项目顺利实施后，不仅有助于提升公司真空保温器皿的产能，满足市场需求，而且有利于优化公司产品结构，同时顺应行业智能化和自动化发展趋势，提升公司智能制造水平，增强公司的核心竞争力，助力公司持续深耕保温器皿行业。

2、项目投资概算

本项目总投资额为 75,941.77 万元，其具体构成详见下表：

单位：万元

序号	项目	金额
1	土地购置	3,243.48
2	土建工程	29,100.00
3	设备购置及安装	40,548.01
4	基本预备费	2,186.74
5	铺底流动资金	863.53
项目总投资		75,941.77

3、必要性分析

（1）突破公司不锈钢真空保温器皿产品产能瓶颈，满足市场快速增长需求

经过多年经营发展，公司在保温器皿产品上不断进行工艺改进，加大研发设计投入，在行业内具备了一定的领先优势，可以提供饮水、轻智、文创等多种不同型号保温器皿产品，满足客户多样化、定制化的需求。近年来，受益于居民收入不断增长和追求品质生活，市场对真空保温器皿产品的需求持续增加。然而随着市场的不断扩大，下游客户的进一步拓展及订单需求的不断增加，公司产能利用率处在较高水平，产能接近饱和。为解决产能瓶颈，保障客户订单及时供应，公司急需新增产能，以匹配日益扩大的订单体量。本项目将新建厂房，购置高端设备，进一步完善公司真空保温器皿产品的生产工艺流程，在提高生产运营效率的同时制造出质量可靠的产品。项目顺利实施后，

公司真空保温器皿产品的产能将得到提升，有利于缓解公司因业务量增多面临的产能供给不足问题，满足日益增长的业务需求，进一步提升公司的市场份额，为公司后续发展奠定坚实的基础。

（2）抓住市场发展契机，优化产品结构，提高公司整体盈利水平

如今的保温器皿已不再局限于满足消费者喝水需求，随着智能技术应用的深入，新一代保温器皿的功能将向更多样化、更智能化、更个性化拓展。在消费升级趋势下，智能保温器皿产品功能齐全和外观时尚等优势更契合消费者的需求痛点，拥有高附加值的智能化保温器皿产品越来越得到市场认可。自成立以来，公司持续专注于保温器皿产品的研发、生产与销售，公司紧密结合保温器皿行业智能化、个性化、功能化的发展趋势，目前已经形成了包括不锈钢保温杯、保温壶、保温瓶、保温罐等在内的多种保温器皿产品，具备外观时尚、节能环保、安全便携等特点，可满足居民日常饮水需求，广泛应用于家居、办公、户外、旅行、餐饮、礼品等众多领域以及不同消费人群。在本项目建设中，公司拟抓住保温器皿行业发展机遇，生产真空保温器皿和塑料器皿，优化公司产品结构，实现公司业务多样化和差异化，增强公司抗风险能力。未来随着本次项目产能的持续释放，将有力的扩充公司产能，进一步强化规模效应，在费用端摊薄期间费用，在生产端降低单位成本，提高公司的整体盈利能力，实现企业的可持续发展。

（3）顺应行业发展趋势，提高企业生产制造的智能化和自动化水平

当前全球制造业正迎来以数字化、信息化、智能化为发展方向的深刻变革，现代化的信息技术也正和传统保温器皿生产逐步融合，行业生产智能化和自动化发展趋势愈发明显。如生产企业通过引进开模、注塑、喷涂、装配等全工序的自动化生产线，可以优化生产环节，节省人工成本，提升产品生产效率和精度水平；生产企业通过安装车间的智能监测平台可以实时展示生产线的生产情况，包括生产数量、生产时间、故障时间等，帮助企业实现生产的实时监控和管理。本项目将新建厂房，加大注塑、喷漆、测温等自动化生产线和生产设备的投入，建设保温器皿智能生产线，提升公司生产自动化水平，降低产线对于人工的依赖程度，提高生产效率。同时借助利用自动化生产的高度一致性，提高生产和检测的精度，降低人工操作失误而引起的风险，提高产品良品率。

4、可行性分析

（1）国家相关产业政策为项目的实施提供了政策保障

近年来，国务院及有关政府部门先后颁布了一系列产业政策鼓励和支持保温器皿行业发展，在产业升级、产品需求等方面提供了指导方向，将在较长时期内对行业发展起到促进作用。如 2020 年 11 月国务院办公厅印发的《关于推进对外贸易创新发展的实施意见》、2021 年 03 月十三届全国人大四次会议通过的《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》、2022 年 03 月中国日用杂品工业协会发布的《中国日用杂品工业“十四五”发展指导意见》、2022 年 06 月工信部等 5 部门下发的《关于推动轻工业高质量发展的指导意见》、2022 年 11 月，市

场监督总局等 18 部门编制的《进一步提高产品、工程和服务质量行动方案(2022—2025 年)》、2022 年 12 月中共中央、国务院发布的《扩大内需战略规划纲要（2022—2035 年）》等。

在保温器皿方面，国家针对产品生产、研发创新、产品消费、产品出口等环节陆续出台一系列的政策，为项目的建设提供了良好的政策保障。

（2）行业巨大的市场需求为项目的实施提供了市场条件

保温器皿已经成为了居民日常生活中的组成部分，近年来，保温器皿产品不断丰富其功能性，各类产品层出不穷，不断满足用户的市场需求。公司保温器皿产品全球市场规模巨大，且具有巨大增长潜力，为本项目建设提供了良好的市场条件，为项目产能消化提供有力的市场保障。

（3）丰富的客户资源为项目新增产能消化提供了有力保障

公司自创建以来，公司一直牢记“为客户持续创造价值，拥抱变化，利他、赋能”的价值理念，始终以行业最严苛的标准不断要求自己，持续提升产品品质，力求为客户带来优质的保温器皿产品，在保温器皿领域客户群中建立了良好的品牌知名度，在行业内拥有较高的声誉。

凭借较强的研发设计能力、优秀的产品品质、稳定的产品供应能力以及良好的市场信誉，公司积累了大量的优质客户资源，涉及亚洲、欧洲、北美等多个市场区域，产品已出口美国、日本、欧洲等国家和地区，已与公司建立业务合作关系的国内外知名企业包括 Real Value、Hydrojug、Superfresh、Takeya、Brumate、百事、星巴克、沃尔玛等，优质、稳定的客户有助于企业获取稳定的订单，公司丰富的客户资源将为本次项目产能消化的提供了可靠保障。

（4）公司具备的管理、设计、品牌等优势有助于本项目顺利实施

公司深耕保温器皿行业多年，根据自身经营特点，积极探索、不断创新，积累了丰富的行业经验，对行业发展形成了深刻的认识，熟悉行业发展周期，对行业动态和市场走向具有敏锐的洞察力。经过多年的发展，公司在行业中建立了较强的管理、设计、营销等竞争优势。

在管理方面，公司建立了一支结构合理、经验丰富、团结合作的经营管理团队，且现有的管理团队熟悉行业动态、发展历程和经营模式，具有丰富的行业经验和较强的执行力。在生产方面，公司建立了设备采购、设备操作、生产管理等制度，具有丰富的开模、注塑、压铸、装配等生产经验。公司通过了 ISO9001 质量管理体系认证，制定了严格的产品质量检测标准，在产品生产过程中质量控制人员进行全程检测，并对生产过程中的制造工艺进行监管，排除因生产制造工艺不合理导致的质量风险。

在研发设计方面，公司拥有一支高水平的设计团队，团队涵盖平面设计（包装、配色）、产品设计、商业摄影等职能，具有针对用户需求开发产品的强大设计能力，可快速为客户提供产品设计方案与修改方案，每年能够形成新品设计方案超过 450 件，先后获得了德国红点产品设计奖、德国

设计奖、德国 IF 奖、“中国的杯子”创意设计大赛金奖、美国“MUSE 金奖”、美国“IDA 荣誉奖”等奖项。

在品牌影响力方面，公司业务已辐射六大洲，拥有“特美刻 TOMIC”、“Bottle Bottle”等多个自有品牌，建立起了包括跨境电商 B2B、跨境电商 B2C、境外线下直销、境内直销、境内电商平台 B2C、境内电商平台 B2B2C、境内经销等在内的完善的境内外营销渠道体系，逐渐具有一定的知名度和影响力，如公司自有品牌“特美刻 TOMIC”凭借产品过硬的品质，已经注册成为杭州市著名商标，TOMIC 保温杯、保温壶入选 G20 杭州峰会选用产品，获得“浙江市场消费者最满意品牌”的荣誉。此外，公司还成为杭州 2022 年第 19 届亚运会官方杯壶供应商，品牌知名度不断提升。

综上所述，公司在生产经营、研发设计、品牌塑造等方面的成熟经验有助于本次项目顺利实施。

5、项目土地、备案、环评取得情况

本项目用地位于浙江省衢州市东港六路 117 号，金维克智能已取得该土地不动产权证书，本项目已完成项目备案登记（项目代码：2402-330851-04-01-407806），项目环境影响报告表已获得衢州市生态环境局批复。

6、项目实施进度

本项目建设周期为 3 年。

序号	工作内容	第一年（T+0）				第二年（T+1）				第三年（T+2）			
		Q1	Q2	Q3	Q4	Q5	Q6	Q7	Q8	Q9	Q10	Q11	Q12
1	前期准备工作												
2	土建工程												
3	设备订货采购												
4	设备安装调试												
5	人员招聘培训												
6	试生产/投产												

7、项目经济效益

本项目建成达产后，可实现销售收入 151,500.00 万元，项目内部收益率（所得税后）为 16.32%，项目投资回收期（所得税后）为 7.03 年（含建设期）。

（二）研发检测中心建设项目

1、项目概况

公司全资子公司金维克科技拟投资 9,531.90 万元建设本项目，利用现有厂房，规划研发检测中心及配套公辅设施等建筑物，同时购置国内先进的研发及检测设备。

2、项目投资概算

本项目总投资额为 9,531.90 万元，其具体构成详见下表：

单位：万元

序号	项目	金额
1	装修费用	289.00
2	研发及检测设备购置	4,533.75
3	设备安装工程费	136.01
4	基本预备费	241.14
5	研发人员薪酬	2,258.00
6	研发耗材及测试费用	2,074.00
合计		9,531.90

3、必要性分析

（1）有利于优化生产工艺，促进产品创新

不锈钢真空保温器皿对生产制造水平有较高要求，先进的生产工艺可以提高产品品质和降低产品成本，使得企业实现利润最大化。国内保温器皿企业的同质化竞争较为激烈，只有通过不断的研发创新才能持续发展，巩固既有的市场地位并进一步提升市场份额。因此，本项目围绕保温器皿工艺改进、保温器皿产品创新，可以不断提升公司在产品端的竞争优势。

未来公司将致力于保温器皿生产工艺的不断优化、流程的不断改进，并拓展新的产品领域，加速产品结构调整，以满足消费者多元化的市场需求。同时，研发检测中心将充分利用现有研发优势资源，开展自动化金工生产工艺、激光焊接技术在保温杯领域的应用、不锈钢轻量真空杯研发等相关技术课题，将研发检测中心打造成企业创新平台，并为创建省级企业工业设计中心做足准备。通过本项目的实施，公司将改善研发环境，优化生产工艺，提升整体研发实力和自主创新能力，进而提升公司的核心竞争力。

（2）提高公司检测能力、满足客户品质要求及市场需求

公司作为国外不锈钢真空保温器皿品牌商的供应商，需要经历国外高端品牌商多个环节的资格审查和严格的品质管控要求。未来保温器皿质量检测的标准也会随着消费者需求多元化、市场关注度增加而变得更高，对企业的检测能力也提出了更高的要求。因此，为更好满足品牌商品品质管控要

求和市场需求，公司拟通过配置高低温恒温恒湿试验机、数显双翼跌落试验机、全自动破裂强度试验机更为先进的检测设备，优化测试环境，提供更高质量的产品。同时保温效能、耐冲击性等性能指标检测作为研发过程中必不可少的环节，公司通过丰富自身检测手段，可进一步提高研发效率，进而提升公司经营效益。

本项目是结合企业实际检测需求，通过搭建实验室、完善测试设备，满足企业在实际产品研发过程中，不同维度、不同应用场景的产品测试需求。研发检测中心的建设有助于快速、有效地解决产品开发、应用所需的测试，综合提高企业产品研发能力。

（3）有利于提高公司设计能力，快速响应客户需求

随着消费者消费水平及消费理念的不断提高，保温器皿产品将逐渐向个性化、可定制化发展，成为带有消费者个性的消费品。在北美、欧洲等发达国家和地区，不锈钢真空保温器皿在一定程度上具有快速消费品的特征，更换频率较高。因此，紧跟消费者审美潮流、加快产品迭代更新、不断设计出能够满足不同消费者需求的产品，对公司发展显得尤为重要。

本项目的实施将提高公司规模化设计能力和新产品开发能力，丰富产品种类，以快速响应市场发展趋势和客户需求变化，进而扩大公司在保温器皿行业的市场份额。

（4）有利于吸引优秀人才，形成良好的研发梯队

人才是技术创新的核心驱动力。在追求个性化、多样化的新消费时代，保温器皿企业为了获取规模化的设计能力和领先的研发能力，有必要对现有研发团队进行进一步扩充并培养符合公司发展的优秀设计、研发技术人员，形成良好的研发梯队。

本项目通过进一步改善公司现有研发综合条件，以提供稳定的工作环境及更为先进的研发实验环境，有效吸引和集聚一批领域内专业水平较高的技术人员，实现多元化的人才体系构建。同时依托研发检测实验室的平台效应可以进一步拓宽研发合作渠道，开展国内外、校企之间科技合作与交流，扩展公司的研究范围及领域，加快自动化金工生产工艺、激光焊接技术在保温杯领域的应用、不锈钢轻量真空杯研发等相关技术课题的攻克，整体提升公司研发能力。

本项目的实施能够改善公司科研环境，有利于吸引优秀人才，形成良好的研发梯队，为公司的持续发展夯实了基础。

4、可行性分析

（1）技术成果的产业化拥有广阔的市场前景

随着全球经济活动逐渐恢复，保温杯生产和销售活动逐渐恢复，全球保温杯市场规模保持增长趋势。欧美、日韩等发达国家和地区不锈钢真空保温器皿消费市场发展已较为成熟，产品消费更换频率较高，市场容量大且增长持续稳定。随着消费者消费水平及消费理念的不断提高，保温器皿产

品将逐渐向个性化、可定制化发展，消费者更加注重保温器皿的外观时尚、功能丰富、科技智能、节能环保等特性。因此，在产品需求个性化、产品消费场景化、产品更新周期短的趋势潮流下，不锈钢真空保温器皿仍有较好的消费潜力及市场前景，为技术成果的产业化提供了足够的市场空间，本项目的实施具有良好的可行性。

(2) 柔性供应链为项目成果转化落地提供支持

不锈钢保温器皿市场具有小批量、高品质、多款式、短周期等特征。公司通过研发设计部门、供应商、生产制造、物流配送各节点流程的快速组合，形成准时采购、准时生产、准时交货的高效供应链管理体系。同时公司依托于浙江永康、武义地区产供销完整的产业集群，建立了较为完善的外协生产管理体系，与自主生产相互补充，极大地缩短了从设计到产品落地的周期，整体形成能够快速响应客户需求的柔性供应链，为本项目成果转化提供了良好的支持。

(3) 较强的经营管理能力为项目的顺利实施提供了保障

经过多年发展，公司已经建立起一只业务能力精、创新意识强的管理团队，具备深厚的专业背景和较强的经营管理能力，既为本项目的顺利实施提供管理层面的保障，也为公司可持续发展提供了重要保障。

5、项目土地、备案、环评取得情况

本项目用地位于衢州智造新城东港三路 28 号金维克科技现有厂区，本项目已完成项目备案登记（项目代码：2109-330851-04-01-822625），并已在衢州市生态环境局智造新城分局完成环评备案。

6、项目实施进度

本项目预计 36 个月完成，从募集资金到位后第 1 个月开始实施，至第 36 个月完成。

投资进度表												
项目	第一年（T+1）				第二年（T+2）				第三年（T+3）			
	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4
前期准备工作												
建筑工程												
研发及检测设备采购												
研发人员招募及培训												
研发测试耗材等投入												

7、项目经济效益

本项目不直接产生经济效益，经济效益将体现在研发成果转化为产品以及研发效率提升所产生的间接经济效益。本项目的实施将有助于增强公司的市场竞争能力，提高公司的持续盈利能力，使

公司拥有更多的自主知识产权，实现公司的产品结构优化。

三、 历次募集资金基本情况

公司此前不涉及募集资金使用情况。

四、 其他事项

无。

第十节其他重要事项

一、 尚未盈利企业

发行人已实现盈利，本条不适用。

二、 对外担保事项

☐适用 ☒不适用

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，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，董事、监事、高级管理人员不存在重大违法行为。

六、 其他事项

截至本招股说明书签署日，除上述事项外，公司不存在其他对公司产生重大影响的重要事项。

第十一节投资者保护

一、投资者关系的主要安排

根据《公司法》《证券法》等有关法律的要求，为保护投资者的合法权利，加强公司信息披露工作的管理，规范公司信息披露行为，公司制订了《信息披露事务管理制度》和《投资者关系管理制度》。

公司将按照有关法律法规、证券交易所股票上市规则以及公司内部上述相关制度的要求严格履行信息披露义务，并确保披露信息的真实、准确、完整，无虚假记载、误导性陈述或重大遗漏。

同时，积极贯彻落实《投资者关系管理制度》，安排包括董事会秘书在内的专职人员具体负责接待投资者，为投资者提供及时、准确的咨询服务，维护公司与投资者的关系。

（一）信息披露媒体

本公司公开披露信息所选媒体属于中国证监会指定的信息披露媒体之列，并保证在其他公共媒体的披露不早于该等指定媒体。

（二）信息披露与投资者服务的部门与人员

本公司的信息披露与投资者服务工作由董事会统一领导和管理，具体负责的责任部门为证券部，责任人为董事会秘书周英章，其联系方式如下：

联系人：周英章

地址：浙江省杭州市上城区新业路8号华联时代大厦A幢13层

邮政编码：310020

联系电话：0571-86090372

传真号码：0571-87923699

电子信箱：ir@everichgroup.com

为了促进公司与投资者之间的良性关系，增进投资者对公司的进一步了解和熟悉，建立稳定和优质的投资者基础，获得长期的市场支持，形成服务投资者、尊重投资者的企业文化，促进公司整体利益最大化和股东财富增长并举的投资理念，增加公司信息披露透明度，改善公司治理，公司本着充分披露信息原则、合规披露信息原则、投资者机会均等原则、诚实守信原则、高效低耗原则、互动沟通原则，计划积极、主动地开展投资者关系工作：

1、公司将多渠道、多层次地与投资者进行沟通，沟通方式应尽可能便捷、有效，便于投资者参与。

2、公司将做好股东大会的安排组织工作，保障股东依法行使权利，确保股东大会的顺利召开，并努力为中小股东参加股东大会创造条件，充分考虑召开的时间和地点以便于股东参加。

3、公司将把根据法律、法规和证券监管部门、证券交易所规定应进行披露的信息第一时间在公司信息披露指定报纸和指定网站公布。

4、公司将持续关注媒体报道，及时澄清不实信息，持续关注新闻媒体及互联网上有关公司的各类信息及传闻，及时进行求证和核实，对公司已经或可能产生较大影响或影响投资者决策的信息，及时向交易所报告。

5、公司将做好股东与投资者的来访、接待工作，以热情、认真、负责的态度，耐心、细致地回答股东与投资者提出的各种问题，尽力解决广大股东及投资者遇到的各种困难；做好投资者的调研接待工作，使投资者既了解公司业务和经营情况，又避免未公开的信息泄露；做好股东和投资者的来信、来函回复工作，及时回复股东和投资者的质询，解答各种疑问。

6、公司将做好投资者关系管理培训工作，积极参加中国证监会、交易所和浙江证监局等部门机构举办的相关业务培训，提升内部管理人员素质和专业水平，更好地为投资者提供服务。

公司将通过开展上述投资者关系管理的各项工作，切实维护投资者的合法知情权，提高投资者对公司的认同度，实现公司价值最大化和股东利益最大化。

二、股利分配政策

（一）本次发行后的股利分配政策

公司 2023 年年度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股东分红回报规划的议案》，对上市后股利分配政策以及上市后未来三年的股东回报规划作出了具体的进一步安排：

“一、制定考虑因素

公司着眼于长远和可持续发展，有利于公司全体股东利益，综合考虑公司实际情况、发展目标，建立健全对投资者持续、稳定的回报规划与机制，对公司股利分配作出制度安排，确保公司股利分配政策的连续性和稳定性。

二、制定遵循原则

（一）严格执行《公司章程（草案）》规定的公司利润分配的基本原则；

（二）充分考虑和听取股东（特别是中小股东）、独立董事、监事的意见；

（三）处理好短期利益及长远发展的关系，公司利润分配不得损害公司持续经营能力；

（四）公司具备现金分红条件的，应当优先采用现金分红的利润分配方式；

（五）重视对投资者的合理投资回报，保持利润分配的连续性和稳定性，并符合法律、法规的相关规定。

三、制定周期和相关决策机制

公司应至少每三年重新审阅一次股东分红回报规划，根据股东、独立董事和监事的意见，对公司正在实施的股利分配政策作出适当且必要的修改，确定该时段的股东分红回报计划，且公司保证调整后的股东分红回报计划不违反股东分红回报规划制定原则。公司董事会结合具体经营数据，充分考虑公司盈利规模、现金流量状况、发展阶段及当期资金需求，并结合股东、独立董事和监事的意见，制定年度或中期分红方案，并经公司股东大会审议通过后实施。公司监事会对董事会执行公司分红政策、董事会调整或变更利润分配政策以及董事会、股东大会关于利润分配政策的决策程序进行监督。

四、公司未来三年的具体分红规划

（一）利润分配形式采取现金、股票或者法律法规规定的其他方式分配股利，并优先采用现金分红的利润分配方式。具备现金分红条件的，应当采用现金分红进行利润分配。

（二）股利分配的间隔期间原则上公司每会计年度进行一次利润分配，但存在累计未分配利润为负数或当年度实现的净利润为负数等特殊情形除外。如必要时，公司董事会可以根据公司的盈利情况和资金需求状况提议公司进行中期现金分红。

（三）发放现金股利及股票股利的具体条件及比例

1、发放现金分红的条件

（1）公司该年度或半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，发放现金股利不会影响公司后续持续经营；

（2）公司累计可供分配利润为正值；

（3）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（半年度利润分配按有关规定执行）；

（4）公司未来 12 个月内无重大投资计划或重大现金支出等事项发生（募集资金项目除外）。

重大投资计划或重大现金支出是指公司未来 12 个月内拟对外投资、收购资产或购买设备累计

支出达到或超过公司最近一期经审计净资产的 50%；或者公司未来 12 个月内拟对外投资、收购资产或购买设备累计支出达到或超过公司最近一期经审计总资产的 30%。但公司发生重大投资计划或重大现金支出等事项后，现金分红方案经股东大会审议通过的，公司可以进行现金分红。

2、发放现金分红的比例

公司在确定可供分配利润时应当以母公司报表口径为基础，在计算分红比例时应当以合并报表口径为基础。

在满足现金分红条件时，公司采取固定比例政策进行现金分红，即每年以现金方式分配的利润应不低于当年实现的可供股东分配利润的 10%，且任意三个连续会计年度内，公司以现金方式累计分配的利润不少于该三年实现的年均可分配利润的 30%。如存在以前年度未弥补亏损的，以弥补后的金额为基数计算当年现金分红。

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，区分不同情形，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。

3、发放股票股利的条件

结合公司生产经营情况，根据公司累计可供分配利润、公积金及现金流等状况，在满足公司现金分红、公司股本规模及股权结构合理且发放股票股利有利于公司全体股东整体利益的前提下，公司可以采用发放股票股利的方式进行利润分配。公司在确定以股票股利分配利润的具体方案时，应充分考虑以股票股利进行利润分配后的总股本是否与公司的经营规模、盈利增长速度相适应，并考虑对未来债权融资成本的影响，以确保利润分配方案符合全体股东的整体利益和长远利益。具体分红比例由公司董事会审议通过后，提交股东大会审议决定。公司发放股票股利的具体条件：

（1）公司经营情况良好；

（2）公司股票价格与公司股本规模不匹配、发放股票股利有利于公司全体股东整体利益；

（3）发放的现金股利与股票股利的比例符合公司章程的规定；

(4) 法律、法规、规范性文件规定的其他条件。

五、公司未分配利润的使用原则

公司进行利润分配后留存的未分配利润，将主要用于补充生产经营所需的流动资金，对外投资等，逐步扩大生产经营规模，促进公司业务发展和经营业绩增长，有计划有步骤地实现公司未来的发展目标，为公司股东提供更多回报。

六、其他事项

(一) 本规划未尽事宜，依照相关法律法规、规范性文件及《公司章程（草案）》的规定执行；

(二) 本规划需经公司股东大会审议通过，自公司完成向不特定合格投资者公开发行股票并在北交所上市之日起生效并实施，有效期三年。”

(二) 本次发行前后股利分配政策的差异情况

本次发行前，公司已根据《公司法》等规定，制定了利润分配政策。根据中国证监会《关于进一步落实上市公司现金分红有关事项的通知》及《上市公司监管指引第 3 号——上市公司现金分红》的规定，公司进一步完善了发行后的利润分配政策，对现金分红的条件和比例、股利分配间隔、决策程序和机制等进行了明确。

三、本次发行前滚存利润的分配安排

根据公司 2023 年年度股东大会决议，本次发行前的滚存未分配利润由股票发行后的新老股东按照持股比例共同享有。

四、股东投票机制的建立情况

公司具有完善的股东大会制度，《公司章程》和《股东大会议事规则》等制度建立了累积投票制选举公司董事、征集投票权的相关安排等进行了约定。发行上市后，公司将进一步对中小投资者单独计票机制、法定事项采取网络投票方式召开股东大会进行审议表决等事项进行约定，充分保证了股东权利。

(一) 累积投票制度

股东大会选举两名以上董事或监事实行累积投票制度。

(二) 中小投资者单独计票机制

股东大会审议影响中小投资者利益的重大事项时，对中小投资者表决应当单独计票。单独计票结果应当及时公开披露。

（三）网络投票方式相关机制

为充分听取中小股东意见，公司将提供网络投票的方式为股东参加股东大会提供便利。股东通过上述方式参加股东大会的，视为出席。

（四）征集投票权相关机制

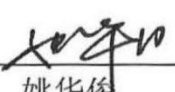
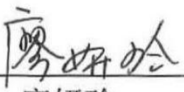
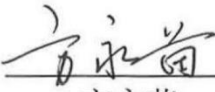
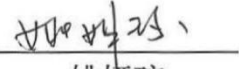
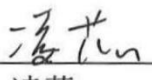
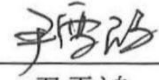
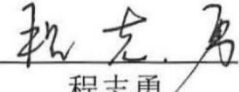
董事会、独立董事、持有 1%以上表决权的股东或者依照法律、行政法规或者中国证监会的规定设立的投资者保护机构可以公开征集股东投票权。征集股东投票权应当向被征集人充分披露具体投票意向等信息。禁止以有偿或者变相有偿的方式征集股东投票权。除法定条件外，公司不得对征集投票权提出最低持股比例限制。

第十二节 声明与承诺

一、 发行人全体董事、监事、高级管理人员承诺

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。

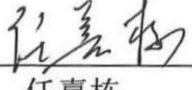
董事：

 姚华俊	 廖妍玲	 周英章	 方永苗
 姚娅琼	 凌芬	 钱存阳	 尹雪鸿
 程志勇			

监事：

 鲁燕	 周舒晨	 何璐
---	--	--

其他高级管理人员：

 何秋艳	 任嘉栋
--	--

浙江同富特美刻股份有限公司

2025年6月9日

二、 发行人控股股东声明

本公司或本人承诺本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。

控股股东：

浙江同富控股有限公司



法定代表人：



廖妍玲

浙江同富特美刻股份有限公司

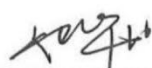


2025年6月9日

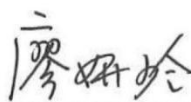
三、 发行人实际控制人声明

本公司或本人承诺本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。

实际控制人：



姚华俊



廖妍玲

浙江同富特美刻股份有限公司

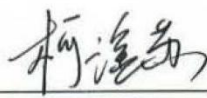


2025年6月9日

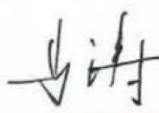
四、 保荐人（主承销商）声明

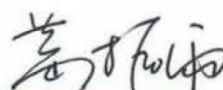
本公司已对招股说明书进行了核查，确认不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性承担相应的法律责任。

项目协办人：


柯淦苏

保荐代表人：


马 涛


葛振雨

法定代表人：

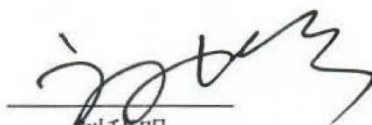

刘秋明



保荐机构（主承销商）总裁声明

本人已认真阅读浙江同富特美刻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、及时性承担相应的法律责任。

总裁：


刘秋明



保荐机构（主承销商）董事长声明

本人已认真阅读浙江同富特美刻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、及时性承担相应的法律责任。

董事长：

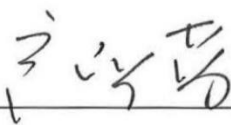

赵陵



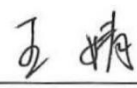
发行人律师声明

本所及经办律师已阅读浙江同富特美刻股份有限公司招股说明书(以下简称:“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。

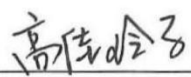
经办律师:



颜华荣

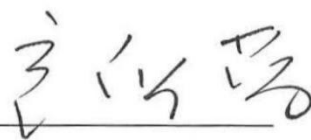


王 婧



高佳玲子

事务所负责人:



颜华荣

国浩律师(杭州)事务所

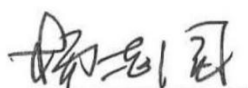
2025年6月9日



六、 承担审计业务的会计师事务所声明

本所及签字注册会计师已阅读浙江同富特美刻股份有限公司招股说明书，确认招股说明书与本所出具的审计报告、盈利预测审核报告（如有）、内部控制审计报告、发行人前次募集资金使用情况的报告（如有）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、盈利预测审核报告（如有）、内部控制审计报告、发行人前次募集资金使用情况的报告（如有）及经本所鉴证的非经常性损益明细表内容无异议，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。

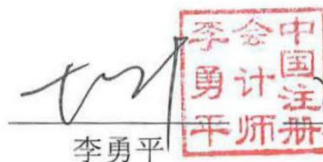
会计师事务所负责人：



杨志国



签字注册会计师：


李勇平




陶书成




李静程



立信会计师事务所(特殊普通合伙)



2025 年 6 月 9 日

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

投资者可以查阅与本次发行有关的所有正式法律文件，该等文件将在指定网站上披露，具体如下：

- （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上市相关的其他承诺事项；
- （七）内部控制审计报告；
- （八）经注册会计师鉴证的非经常性损益明细表；
- （九）其他与本次发行有关的重要文件。

二、文件查阅地址和时间

查阅时间：

工作日上午 9:30-11:30；下午 13:30-15:30。

文件查阅地点：

1、发行人：浙江同富特美刻股份有限公司

地址：浙江省杭州市上城区新业路 8 号华联时代大厦 A 幢 13 层

电话：0571-86090372

联系人：周英章

2、保荐机构（主承销商）：光大证券股份有限公司

办公地址：上海市静安区新闻路 1508 号

电话：021-52523200

联系人：马涛

附件一：承诺具体内容

1、与本次公开发行有关的承诺情况

（1）股份锁定承诺

发行人控股股东、实际控制人及其一致行动人同富控股、姚华俊、廖妍玲、徐荣培承诺：1、自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（以下简称“本次发行上市”）之日起 12 个月内，不转让或者委托他人管理本次发行人上市前承诺人直接或间接持有的公司股份，也不由公司回购上述股份，若因公司进行权益分派等导致承诺人持有的发行人股份发生变化的，承诺人仍将遵守上述承诺。2、在锁定期后，承诺人将按照符合相关法律、法规、业务规则的方式进行减持并履行相应的披露义务。如承诺人在锁定期届满后减持公开发行并上市前所持股份的，承诺人将明确并披露未来 12 个月的控制权安排，保证公司持续稳定经营。承诺人在担任发行人董事或高级管理人员期间（如适用），每年转让的发行人股份数量将不超过承诺人持有发行人股份总数的 25%。如承诺人出于任何原因离职，则在离职后半年内，亦不转让或者委托他人管理承诺人持有的发行人的股份。如承诺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 个月内承诺人亦遵守本条承诺。3、自公司审议本次发行上市的股东大会的股权登记日次日起，至公司完成股票发行并上市之日，将根据《公司法》及相关法律法规和《公司章程》的有关规定，不转让或者委托他人代为管理承诺人直接或间接持有的公司股份。若承诺人在上述期间新增股份，承诺人将于新增股份当日向公司和主办券商报告，并承诺在办理完成新增股份限售前不转让新增股份。若因公司进行权益分派导致承诺人持有的公司股份发生变化的，承诺人仍将遵守上述承诺。若公司终止其股票在北交所上市事项的，承诺人可以申请解除上述限售承诺。4、承诺人所持公司股票在锁定期满后两年内减持的，其减持价格不低于发行价；自公司股票上市起 6 个月内，如公司股票连续 20 个交易日的收盘价均低于发行价（如发生派息、送股、资本公积转增股本等除权除息事项的，价格应做相应调整，下同），或者上市后 6 个月期末收盘价低于发行价，承诺人所持有公司股份的锁定期限在上述锁定期的基础上自动延长 6 个月。5、承诺人承诺，如计划通过集中竞价交易减持所持有公司股份的，应当及时通知公司，并按照下列规定履行信息披露义务：（1）在首次卖出股份的 15 个交易日前预先披露减持计划，每次披露的减持时间区间不得超过 6 个月；（2）拟在 3 个月内卖出股份总数超过公司股份总数 1%的，除按照前述规定履行披露义务外，还应当在首次卖出的 30 个交易日前预先披露减持计划；（3）在减持时间区间内，减持数量过半或减持时间过半时，披露减持进展情况；（4）在股份减持计划实施完毕或者披露的减持时间区间届满后及时公告具体减持情况。但承诺人通过北交所和全国股转系统的竞价或做市交易买入公司股份，其减持不适用本条内容。承诺人承诺在减持计划中披露公司是否存在重大负面事项、重大风险、承诺人认为应当说明的事项，以及北交所要求披露的其他内容。6、如果公司上市之后发生了资金占用、违规担保、虚假陈述等严重违法违规行为的，自前述违规行为发生之日起至违规行为发现后 6 个月内，承诺人自愿限售直接或间接持有的股份，并按照北京证券交易所相关要求办理自愿限售的手续。7、如果

公司上市之后承诺人发生了内幕交易、操纵市场和虚假陈述等严重违法违规行为的，自前述违规行为发生之日起至违规行为发生后 12 个月内，承诺人自愿限售直接或间接持有的股份，并按照北京证券交易所相关要求办理自愿限售的手续。8、如因相关法律、法规、规范性文件、中国证监会、北京证券交易所就股份的流通限制及股份锁定的要求发生变化等原因导致上述承诺不能满足证券监管部门的相关要求时，承诺人愿意自动适用法律、法规、规范性文件及证券监管机构的要求。9、承诺人将忠实履行上述承诺，并承担相应的法律责任，若不履行本承诺所赋予的义务和责任，承诺人将承担发行人、发行人其他股东或利益相关方因此所受到的任何损失，违规减持发行人股票的收益将归发行人所有。

发行人股东同富永辉、同富致远、同富海纳承诺：1、承诺人将遵守《中华人民共和国公司法》《中华人民共和国证券法》和有关法律法规、以及中国证监会规章、规范性文件和北京证券交易所（以下简称“北交所”）业务规则中关于股份变动的相关规定，承诺人减持股份将按照法律、法规和上述规则、以及北交所相关规则，真实、准确、完整、及时履行信息披露义务。2、自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（以下简称“本次发行上市”）之日起 12 个月内，承诺人不转让或者委托他人管理本次发行人上市前承诺人直接或间接持有的公司股份，也不由公司回购上述股份，若因公司进行权益分派等导致承诺人持有的发行人股份发生变化的，承诺人仍将遵守上述承诺。3、自公司审议本次发行上市的股东大会的股权登记日次日起，至公司完成股票发行并上市之日，将根据《公司法》及相关法律法规和《公司章程》的有关规定，不转让或者委托他人代为管理承诺人直接或间接持有的公司股份。若承诺人在上述期间新增股份，承诺人将于新增股份当日向公司和主办券商报告，并承诺在办理完成新增股份限售前不转让新增股份。若因公司进行权益分派导致承诺人持有的公司股份发生变化的，承诺人仍将遵守上述承诺。若公司终止其股票在北交所上市事项的，承诺人可以申请解除上述限售承诺。4、承诺人所持公司股票在锁定期满后两年内减持的，其减持价格不低于发行价；自公司股票上市后起 6 个月内，如公司股票连续 20 个交易日的收盘价均低于发行价（如发生派息、送股、资本公积转增股本等除权除息事项的，价格应做相应调整，下同），或者上市后 6 个月期末收盘价低于发行价，承诺人所持公司股份的锁定期限在上述锁定期的基础上自动延长 6 个月。5、如因相关法律、法规、规范性文件、中国证监会、北京证券交易所就股份的流通限制及股份锁定的要求发生变化等原因导致上述承诺不能满足证券监管部门的相关要求时，承诺人愿意自动适用法律、法规、规范性文件及证券监管机构的要求。6、承诺人将忠实履行上述承诺，并承担相应的法律责任，若不履行本承诺所赋予的义务和责任，承诺人将承担发行人、发行人其他股东或利益相关方因此所受到的任何损失，违规减持发行人股票的收益将归发行人所有。

发行人其他持股董事、监事、高级管理人员周英章、方永苗、凌芬、姚娅琼、鲁燕、周舒晨、何璐、何秋艳、任嘉栋承诺：1、自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（以下简称“本次发行上市”）之日起 12 个月内，承诺人不转让或者委托他人管理承诺人

持有或控制的公司上市前的股份，以及确保虽不由承诺人持有但由承诺人实际支配的股份表决权所对应的公司股份亦不被转让或被委托他人代为管理，也不由发行人回购该部分股份。若因发行人进行权益分派等导致承诺人持有的发行人股份发生变化的，承诺人仍将遵守上述承诺。

2、承诺人所持公司股票在锁定期满后两年内减持的，其减持价格不低于发行价；自公司股票上市后起 6 个月内，如公司股票连续 20 个交易日的收盘价均低于发行价（如发生派息、送股、资本公积转增股本等除权除息事项的，价格应做相应调整，下同），或者上市后 6 个月期末收盘价低于发行价，承诺人所持有公司股份的锁定期限在上述锁定期的基础上自动延长 6 个月。

3、自公司审议本次发行上市的股东大会的股权登记日次日起，至公司完成股票发行并上市之日，将根据《公司法》及相关法律法规和《公司章程》的有关规定，不转让或者委托他人代为管理承诺人直接或间接持有的公司股份。若承诺人在上述期间新增股份，承诺人将于新增股份当日向公司和主办券商报告，并承诺在办理完成新增股份限售前不转让新增股份。若因公司进行权益分派导致承诺人持有的公司股份发生变化的，承诺人仍将遵守上述承诺。若公司终止其股票在北交所上市事项的，承诺人可以申请解除上述限售承诺。

4、除遵守前述关于股份锁定的承诺外，承诺人在担任发行人董事或高级管理人员期间，每年转让的发行人股份数量将不超过承诺人持有发行人股份总数的 25%。如承诺人出于任何原因离职，则在离职后半年内，亦不转让或者委托他人管理承诺人持有的发行人的股份。如承诺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 个月内承诺人亦遵守本条承诺。

5、承诺人承诺，如计划通过集中竞价交易减持所持有公司股份的，应当及时通知公司，并按照下列规定履行信息披露义务：（1）在首次卖出股份的 15 个交易日前预先披露减持计划，每次披露的减持时间区间不得超过 6 个月；（2）拟在 3 个月内卖出股份总数超过公司股份总数 1%的，除按照前述规定履行披露义务外，还应当在首次卖出的 30 个交易日前预先披露减持计划；（3）在减持时间区间内，减持数量过半或减持时间过半时，披露减持进展情况；（4）在股份减持计划实施完毕或者披露的减持时间区间届满后及时公告具体减持情况。但承诺人通过北交所和全国股转系统的竞价或做市交易买入公司股份，其减持不适用本条内容。承诺人承诺在减持计划中披露公司是否存在重大负面事项、重大风险、承诺人认为应当说明的事项，以及北交所要求披露的其他内容。

6、如果公司上市之后发生了资金占用、违规担保、虚假陈述等严重违法违规行为的，自前述违规行为发生之日起至违规行为发现后 6 个月内，承诺人自愿限售直接或间接持有的股份，并按照北京证券交易所相关要求办理自愿限售的手续。

7、如果公司上市之后承诺人发生了内幕交易、操纵市场和虚假陈述等严重违法违规行为的，自前述违规行为发生之日起至违规行为发现后 12 个月内，承诺人自愿限售直接或间接持有的股份，并按照北京证券交易所相关要求办理自愿限售的手续。

8、如因相关法律、法规、规范性文件、中国证监会、北京证券交易所就股份的流通限制及股份锁定的要求发生变化等原因导致上述承诺不能满足证券监管部门的相关要求时，承诺人愿意自动适用法律、法规、规范性文件及证券监管机构的要求。

9、承诺人将忠实履行上述承诺，并承担相应的法律责任，若未履行本承诺所赋予的义务和责任，承诺人将承担发行人、发行人其他股东或利益相关方因此所受到的任何损失，违规减持发行人股票的收益将归发行人所有。

（2）持股及减持意向承诺

发行人控股股东同富控股承诺：1、本公司持续看好发行人业务前景，全力支持发行人发展，拟长期持有发行人的股票。在本公司所持发行人股票锁定期满后，本公司拟减持发行人股票的，将严格遵守中国证监会、证券交易所关于股东减持的相关规定，并结合届时证券市场情况、本公司资金需求、投资安排等各方面因素确定减持计划，择机进行减持。2、本公司减持发行人股票将严格遵守法律、法规和规范性文件及证券交易所规则的规定，具体方式包括但不限于证券交易所集中竞价交易方式、大宗交易方式、协议转让等监管机构认可的方式。3、若本公司通过交易所集中竞价交易减持股份的，将在首次卖出的十五个交易日前通知发行人并预先披露减持计划。同时，本公司承诺减持将严格遵守中国证券监督管理委员会、北京证券交易所届时适用的规则及时、准确地履行报告、预先披露及信息披露义务。4、本公司减持所持有的公司股票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及证券交易所规则要求；若本公司在股份锁定期满后两年内减持发行人股票的，减持价格不低于本次发行价（期间如发行人发生派息、送股、公积金转增股本、配股等除权、除息事项的，上述价格相应调整）。5、如果未履行上述承诺事项，本公司将在发行人股东大会及中国证监会指定报刊上公开说明未履行承诺的具体原因并向发行人其他股东和社会公众投资者道歉，同时本公司持有的发行人股票的锁定期自动延长六个月；如因本公司未履行相关承诺导致发行人或其投资者遭受经济损失的，本公司将向发行人或其投资者依法予以赔偿；如本公司因未履行相关承诺而取得不当收益的，则该等收益全部归发行人所有。6、本承诺出具后，如有新的法律、法规和规范性文件及北京证券交易所规则的要求与本承诺内容不一致，且上述承诺不能满足该等要求的，本公司将按新的要求出具补充承诺。7、本公司确认本承诺所载的每一项承诺均为可独立执行之承诺。任何一项承诺若被视为无效或终止将不影响其它各项承诺的有效性。

发行人实际控制人、一致行动人及其他持股董事、监事、高级管理人员姚华俊、廖妍玲、徐荣培、周英章、方永苗、凌芬、姚娅琼、鲁燕、周舒晨、何璐、何秋艳、任嘉栋承诺：1、本人持续看好发行人业务前景，全力支持发行人发展，拟长期持有发行人的股票。在本人所持发行人股票锁定期满后，本人拟减持发行人股票的，将严格遵守中国证监会、证券交易所关于股东减持的相关规定，并结合届时证券市场情况、本人资金需求、投资安排等各方面因素确定减持计划，择机进行减持。2、本人减持发行人股票将严格遵守法律、法规和规范性文件及证券交易所规则的规定，具体方式包括但不限于证券交易所集中竞价交易方式、大宗交易方式、协议转让等监管机构认可的方式。3、若本人通过交易所集中竞价交易减持股份的，将在首次卖出的十五个交易日前通知发行人并预先披露减持计划。同时，本人承诺减持将严格遵守中国证券监督管理委员会、北京证券交易所届时适用的规则及时、准确地履行报告、预先披露及信息披露义务。4、本人减持所持有的公司股票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及证券交易所规则要求；若本人在股份锁定期满后两年内减持发行人股票的，减持价格不低于本次发行价（期间如发行人发生派息、送股、公积金转增股本、配股等除权、除息事项的，上述价格相应调整）。本人在担任发行人的董事或高

级管理人员期间，如实并及时申报持有发行人股份及其变动情况，每年转让的股份数量不超过本人持有的发行人股份总数的 25%；在本人离职后半年内，不转让本人持有的发行人股份；本人在任期届满前离职的，在本人就任时确定的任期内和任期届满后六个月内，同样遵守上述规定。5、如果未履行上述承诺事项，本人将在发行人股东大会及中国证监会指定报刊上公开说明未履行承诺的具体原因并向发行人其他股东和社会公众投资者道歉，同时本人持有的发行人股票的锁定期自动延长六个月；如因本人未履行相关承诺导致发行人或其投资者遭受经济损失的，本人将向发行人或其投资者依法予以赔偿；如本人因未履行相关承诺而取得不当收益的，则该等收益全部归发行人所有。6、本承诺出具后，如有新的法律、法规和规范性文件及北京证券交易所规则的要求与本承诺内容不一致，且上述承诺不能满足该等要求的，本人将按新的要求出具补充承诺。7、本人确认本承诺所载的每一项承诺均为可独立执行之承诺。任何一项承诺若被视为无效或终止将不影响其它各项承诺的有效性。

（3）稳定股价的承诺

发行人承诺：1、自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（以下简称“本次发行上市”）之日起 1 个月内，若公司股票连续 10 个交易日收盘价（如因派发现金股利、送股、转增股本、增发新股等原因进行除权、除息的，须按照证券监管机构的有关规定作相应调整，下同）均低于本次发行价格的，本公司承诺将依据公司董事会审议通过的《关于制定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措施的预案的议案》（以下简称“《稳定股价预案》”）的相关规定，履行稳定股价的各项义务。自公司上市之日起第二个月至三年内，若非因不可抗力、第三方恶意炒作之因素所致，如公司股票连续 20 个交易日收盘价均低于公司最近一期未经审计的每股净资产的，本公司承诺将依据公司董事会审议通过的《稳定股价预案》的相关规定，履行稳定股价的各项义务。2、若本公司未按照《稳定股价预案》履行稳定股价的各项义务，则本公司将遵照已签署的《浙江同富特美刻股份有限公司关于未履行承诺时约束措施的承诺》的相关要求承担相应责任并采取相关后续措施。

发行人控股股东、实际控制人及其一致行动人同富控股、姚华俊、廖妍玲、徐荣培承诺：1、自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（以下简称“本次发行上市”）之日起 1 个月内，若公司股票连续 10 个交易日收盘价（如因派发现金股利、送股、转增股本、增发新股等原因进行除权、除息的，须按照证券监管机构的有关规定作相应调整，下同）均低于本次发行价格的，承诺人承诺将依据公司董事会审议通过的《关于制定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措施的预案的议案》（以下简称“《稳定股价预案》”）的相关规定，履行稳定股价的各项义务。自公司上市之日起第二个月至三年内，若非因不可抗力、第三方恶意炒作之因素所致，如公司股票连续 20 个交易日收盘价均低于公司最近一期未经审计的每股净资产的，承诺人承诺将依据公司董事会审议通过的《稳定股价预案》的相关规定，履行稳定股价的各项义务。2、若承诺人未按照《稳定股价预案》履行稳定股价的各项义务，

则承诺人将遵照已签署的《关于未履行承诺时约束措施的承诺》的相关要求承担相应责任并采取相关后续措施。

发行人非独立董事、高级管理人员姚华俊、廖妍玲、徐荣培、周英章、方永苗、凌芬、姚娅琼、何秋艳、任嘉栋承诺：1、自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（以下简称“本次发行上市”）之日起1个月内，若公司股票连续10个交易日收盘价（如因派发现金股利、送股、转增股本、增发新股等原因进行除权、除息的，须按照证券监管机构的有关规定作相应调整，下同）均低于本次发行价格的，本人承诺将依据公司董事会审议通过的《浙江同富特美刻股份有限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措施的预案》（以下简称“《稳定股价预案》”）的相关规定，履行稳定股价的各项义务。自公司上市之日起第二个月至三年内，若非因不可抗力、第三方恶意炒作之因素所致，如公司股票连续20个交易日收盘价均低于公司最近一期未经审计的每股净资产的，本人承诺将依据公司董事会审议通过的《稳定股价预案》的相关规定，履行稳定股价的各项义务。2、若本人未按照《稳定股价预案》履行稳定股价的各项义务，则本人将遵照已签署的《关于未履行承诺时约束措施的承诺》的相关要求承担相应责任并采取相关后续措施。

（4）虚假陈述导致回购股份和向投资者赔偿及相关约束措施的承诺

发行人承诺：1、本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的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、及时性承担个别和连带责任。2、若中国证监会或其他有权部门认定本公司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，对判断本公司是否符合法律规定的发行条件构成重大、实质影响的，本公司将依法回购本次公开发行的全部新股：（1）若上述情形发生于本公司本次公开发行的新股已完成发行但未上市交易的阶段内，则本公司于上述情形发生之日起15个工作日内，将公开发行募集资金加算银行同期存款利息返还已缴纳股票申购款的投资者；（2）若上述情形发生于本公司本次公开发行的新股已完成上市交易之后，本公司董事会将在中国证监会或其他有权部门依法对上述事实作出认定或处罚决定后15个工作日内，根据相关法律法规及公司章程规定制定及公告股份回购方案并提交股东大会审议批准，依法回购本次公开发行的全部新股。回购价格按照发行价（若发行人股票在此期间发生派息、送股、资本公积转增股本等除权除息事项的，发行价应相应调整）加算银行同期存款利息确定，并根据相关法律、法规规定的程序实施。在实施上述股份回购时，如法律法规、公司章程等另有规定的从其规定。3、若本公司招股说明书及其他信息披露资料存在虚假记载、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的，则本公司将依照相关法律、法规规定承担民事赔偿责任，赔偿投资者损失。该等损失的赔偿金额以投资者因此而实际发生的直接损失为限，具体的赔偿标准、赔偿主体范围、赔偿金额等细节内容待上述情形实际发生时，依据最终确定的赔偿方案为准，或中国证监会、司法机关认定的方式或金额确定。若法律、法规、规范性文件及中国证监会或北京证券交易所对本公司因违反上述承诺而应承

担的相关责任及后果有不同规定，本公司自愿无条件地遵从该等规定。

发行人控股股东、实际控制人及其一致行动人同富控股、姚华俊、廖妍玲、徐荣培承诺：发行人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的招股说明书及其他信息披露资料不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，且承诺人对发行人招股说明书及其他信息披露资料所载内容的真实性、准确性、完整性承担相应的法律责任。若本次发行上市的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，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，在该等违法事实被证监会或其他有权机关认定后，承诺人将依法回购已转让的原限售股份（如有），回购价格为承诺人转让原限售股份的价格加转让日至回购要约发出日期期间的同期银行存款利息并不低于本次发行的发行价（如公司上市后利润分配或送配股份等除权、除息行为，发行价进行相应调整）。承诺人将根据届时有效的相关法律法规的要求履行相应股份回购义务。同时，承诺人将督促公司履行股份回购事宜的决策程序，并在发行人召开股东大会对回购股份做出决议时，承诺就该等回购事宜在股东大会中投赞成票。若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，致使投资者在证券交易中遭受损失的，则承诺人将依照相关法律、法规规定承担民事赔偿责任，赔偿投资者损失。该等损失的赔偿金额以投资者因此而实际发生的直接损失为限，具体的赔偿标准、赔偿主体范围、赔偿金额等详细内容待上述情形实际发生时，依据最终确定的赔偿方案为准，或中国证监会、司法机关认定的方式或金额确定。如违反上述承诺，则发行人有权将应付承诺人的现金分红予以暂时扣留，直至承诺人实际履行上述各项承诺事项为止。若法律、法规、规范性文件及中国证监会或北京证券交易所对发行人因违反上述承诺而应承担的相关责任及后果有不同规定，承诺人自愿无条件地遵从该等规定。

（5）关于填补被摊薄即期回报的措施及承诺

发行人承诺将从以下几个方面入手，不断提高本公司的收入和盈利水平，减少本次发行对本公司上述财务指标的影响，提高投资者的投资回报：1、加强市场开拓力度，提高公司竞争能力和持续盈利能力：公司成立以来专注从事主营业务，已积累了优质客户和丰富的产品研发、生产、销售经验，树立了良好的市场口碑。未来，公司将继续提升自身的产品竞争力，不断开拓市场，提高公司的持续盈利能力。2、加强经营管理和内部控制：公司已根据法律法规和规范性文件的规定建立健全了股东大会、董事会及其各专门委员会、监事会、独立董事、董事会秘书和高级管理层的管理结构，夯实了公司经营管理和内部控制的基础。公司将进一步提高经营管理水平，提升公司的整体盈利能力。公司将努力提高资金的使用效率，完善并强化投资决策程序，设计科学合理的资金使用方案，控制公司资金成本。同时，公司将继续加强企业内部控制，加强成本管理并强化预算执行监督，全面有效地控制公司经营和管控风险。3、加快募投项目建设进度：公司本次募集资金投资项目均围绕于主营业务，从现有业务出发增强公司的经营能力。本次发行募集资金到位后，公司将根据募集资金管理的相关规定，严格管理募集资金的使用，保证募集资金按照原方案有效利用，加快推进募投项目建设，早日达到预期目标，实现预期效益。4、强化投资者回报机制：公司根据证监

会、北交所的相关规定，对公司上市后适用的《公司章程（草案）》中有关利润分配的条款内容进行了细化，制定了《利润分配管理制度（北交所上市后适用）》，同时公司结合自身实际情况制订了《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股东分红回报规划》。公司将继续严格执行公司分红政策，强化投资者回报机制，确保公司股东特别是中小股东的利益得到保护。同时，公司慎重提示投资者，公司制定上述填补被摊薄即期回报的具体措施不等于对公司未来利润作出的保证。

发行人控股股东、实际控制人及其一致行动人同富控股、姚华俊、廖妍玲、徐荣培承诺：1、不越权干预公司经营管理活动，不侵占公司利益。2、切实履行公司制定的有关填补回报的相关措施以及对此作出的任何有关填补回报措施的承诺，若本公司/本人违反前述承诺或拒不履行前述承诺，本公司/本人接受中国证券监督管理委员会及北京证券交易所等监管机构对本公司/本人作出相关处罚或采取相关管理措施；本公司/本人将在公司股东大会及证券监管机构指定披露媒体上公开说明未能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；给公司或者其他股东造成损失的，将依法承担赔偿责任。3、若上述承诺适用的法律、法规、规范性文件、政策及证券监管机构的要求发生变化，则本公司/本人愿意自动适用变更后的法律、法规、规范性文件、政策及证券监管机构的要求。作为填补回报措施相关责任主体之一，本公司/本人若违反上述承诺或拒不履行上述承诺，本公司/本人同意按照中国证监会和北京证券交易所等证券监管机构按照其制定或发布的有关规定、规则，对本公司/本人作出相关处罚或采取相关管理措施。

发行人非独立董事、高级管理人员姚华俊、廖妍玲、徐荣培、周英章、方永苗、凌芬、姚娅琼、何秋艳、任嘉栋承诺：1、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、对本人的职务消费行为进行约束。3、不动用公司资产从事与其本人履行职责无关的投资、消费活动。4、由董事会或薪酬与考核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、公司目前无股权激励计划。若未来进行股权激励，拟公布的公司股权激励的行权条件与公司填补回报措施的执行情况相挂钩。6、本承诺出具日后至发行人公开发行股票并上市前，若上述承诺不能满足监管部门相关要求，监管部门就填补回报措施及其承诺作出其他要求的，本人承诺届时将按照监管部门要求出具补充承诺。作为填补回报措施相关责任主体之一，本人若违反上述承诺或拒不履行上述承诺，本人将无条件接受中国证监会和北京证券交易所等证券监管机构按照其制定或发布的有关规定、规则对本人作出的相关处罚或采取的相关管理措施。

（6）利润分配政策的承诺

发行人承诺：本公司承诺将遵守并执行届时有效的《浙江同富特美刻股份有限公司章程》及《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股东分红回报规划的议案》中相关利润分配政策。本公司高度重视对股东的分红回报，本公司承诺将积极执行相关法律法规及章程、规划规定的分红政策，并在后续发展中不断完善投资者回报机制。如遇相关法律、行

政法规及规范性文件修订的，且本公司的内部规定和利润分配政策不符合该等规定的要求的，本公司将及时调整内部规定和利润分配政策并严格执行。

同富控股、姚华俊、廖妍玲、徐荣培承诺：本公司/本人承诺将遵守并执行届时有效的《浙江同富特美刻股份有限公司章程》《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股东分红回报规划的议案》中相关利润分配政策。如遇相关法律、行政法规及规范性文件修订的，且公司的内部规定和利润分配政策不符合该等规定的要求的，本公司/本人将要求公司及时调整内部规定和利润分配政策并严格执行。

发行人董事、监事、高级管理人员姚华俊、廖妍玲、徐荣培、周英章、方永苗、凌芬、姚娅琼、钱存阳、程志勇、尹雪鸿、鲁燕、周舒晨、何璐、何秋艳、任嘉栋承诺：本人承诺将遵守并执行届时有效的《浙江同富特美刻股份有限公司章程》《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股东分红回报规划的议案》中相关利润分配政策。如遇相关法律、行政法规及规范性文件修订的，且公司的内部规定和利润分配政策不符合该等规定的要求的，本人将要求公司及时调整内部规定和利润分配政策并严格执行。

（7）房屋租赁、社保公积金、劳务派遣用工事项相关承诺

发行人实际控制人姚华俊、廖妍玲承诺：1、针对公司承租的全部房产，租赁期限内如因出租人不适格、租赁物业权属争议或租赁物业其法律属性不适合作为相关租赁合同的标的物等原因，导致公司被有权部门认定为租赁合同无效或被第三人主张权利而无法继续使用该等租赁物业的，本人承诺负责及时落实新的租赁物业，并承担由此产生的搬迁、装修及可能产生的其他费用（包括但不限于经营损失、索赔款等）；对于因未办理租赁登记备案而遭受任何处罚或损失的，本人将对公司造成的全部损失给予补偿；2、如公司及其子公司因有关政府部门或司法机关在任何时候认定公司及其子公司需补缴社会保险费（包括养老保险、医疗保险、工伤保险、失业保险、生育保险）和住房公积金，或因社会保险费和住房公积金事宜受到处罚，或被任何相关方以任何方式提出有关社会保险费和住房公积金的合法权利要求，承诺人将无条件全额承担有关政府部门或司法机关认定的需由公司及其子公司补缴的全部社会保险费和住房公积金、罚款或赔偿款项，全额承担被任何关联方以任何方式要求的社会保险费和住房公积金或赔偿款项，以及因上述事项而产生的由公司及其子公司支付的所有相关费用。3、若公司或其子公司被有权行政机关因劳务派遣事宜作出处罚，或被任何相关方以任何方式提出合法权利要求的，本人将在公司或其子公司收到有权行政机关出具的生效认定文件后，全额承担需由公司或其子公司缴纳的全部罚款款项。本人进一步承诺，在承担上述款项和费用后将不向公司或其子公司追偿，保证公司或其子公司不会因此遭受任何损失。

（8）关于规范并减少关联交易的承诺

发行人控股股东、实际控制人、一致行动人及董事、监事、高级管理人员同富控股、姚华俊、廖妍玲、徐荣培、周英章、方永苗、凌芬、姚娅琼、钱存阳、程志勇、尹雪鸿、鲁燕、周舒晨、何

璐、何秋艳、任嘉栋承诺：自本承诺函签署之日起，承诺人确保公司业务独立、资产完整、人员独立、机构独立、财务独立，尽量避免或减少不必要的关联交易；对于无法避免的关联交易，将严格按照公平、公允和等价有偿的原则，将参照市场通行的标准，确定交易价格，并依法签订关联交易合同；严格遵守公司章程和相关监管规定，履行关联股东及关联董事回避表决程序及独立董事发表意见的程序，确保关联交易程序合法合规，关联交易定价公平、合理；严格遵守有关关联交易的信息披露规则。自本承诺函签署之日起，承诺人不会利用关联交易损害公司利益及其他股东的合法权益。若因承诺人未履行上述承诺而给公司或其他投资者造成损失的，承诺人将向公司或其他投资者依法承担赔偿责任。

（9）关于资产占用等事项的承诺

发行人控股股东、实际控制人、一致行动人及董事、监事、高级管理人员同富控股、姚华俊、廖妍玲、徐荣培、周英章、方永苗、凌芬、姚娅琼、钱存阳、程志勇、尹雪鸿、鲁燕、周舒晨、何璐、何秋艳、任嘉栋承诺：1、截至本承诺书出具之日，承诺人及承诺人控制的其他企业不存在占用公司资产、资金而损害公司利益的情况；2、自本承诺出具之日起，承诺人及承诺人控制的其他企业将严格遵守法律、法规、规范性文件以及公司相关规章制度的规定，不以任何方式违规占用或使用公司的资金、资产和资源，也不会违规要求公司为承诺人及承诺人控制的其他企业的借款或其他债务提供担保；3、前述承诺系无条件且不可撤销的，并在承诺人继续为公司的实际控制人、控股股东、股东、董事、监事、高级管理人员期间持续有效。承诺人违反前述承诺将承担公司、公司其他股东或利益相关方因此所受到的任何损失。

（10）同业竞争承诺

发行人控股股东、实际控制人及其一致行动人同富控股、姚华俊、廖妍玲、徐荣培承诺：1、承诺人目前没有在中国境内任何地方或中国境外，直接或间接发展、经营或协助经营或参与与发行人业务存在竞争的任何活动，亦没有在任何与发行人业务有直接或间接竞争的企业拥有任何权益（不论直接或间接）。2、承诺人保证及承诺除非经发行人书面同意，不会直接或间接发展、经营或协助经营或参与或从事与发行人业务相竞争的任何活动。3、如拟出售承诺人与发行人生产、经营相关的任何其它资产、业务或权益，发行人均有优先购买的权利；承诺人将尽最大努力使有关交易的价格公平合理，且该等交易价格按与独立第三方进行正常商业交易的交易价格为基础确定。4、承诺人将依法律、法规及发行人的规定向发行人及有关机构或部门及时披露与发行人业务构成竞争或可能构成竞争的任何业务或权益的详情，直至承诺人不再作为发行人股东为止。5、承诺人将不会利用发行人股东的身份进行损害发行人及其它股东利益的经营活动。6、如实际执行过程中，承诺人违反本次发行时已作出的承诺，将采取以下措施：（1）及时、充分披露承诺未得到执行、无法执行或无法按期执行的原因；（2）向发行人及其投资者提出补充或替代承诺，以保护发行人及其投资者的权益；（3）将上述补充承诺或替代承诺提交股东大会审议；（4）给投资者造成直接损

失的，依法赔偿损失；（5）有违法所得的，按相关法律法规处理；（6）其他根据届时规定可以采取的其他措施。

（11）未履行相关承诺的约束措施

发行人承诺：公司将严格履行其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过程中所作出的全部公开承诺事项（以下简称“承诺事项”）中的各项义务和责任。如公司非因不可抗力原因导致未能履行公开承诺事项的，需提出新的承诺（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）并接受如下约束措施，直至新的承诺履行完毕或相应补救措施实施完毕：

1、在股东大会及中国证券监督管理委员会和/或北京证券交易所指定的披露媒体上公开说明未履行的具体原因并向股东和社会公众投资者道歉；2、如若因公司未能履行相关承诺事项致使投资者在证券交易中遭受损失，公司将依法向投资者赔偿相关损失；投资者损失根据公司与投资者协商确定的金额，或者依据证券监督管理部门、司法机关认定的方式或金额确定。公司将自愿按相应的赔偿金额申请冻结自有资金，从而为公司根据法律法规的规定及监管部门的要求赔偿投资者的损失提供保障。3、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、确已无法履行以及无法按期履行的，公司将采取以下措施：（1）公司将及时披露本公司承诺未能履行、无法履行或无法按期履行的具体原因；（2）公司将及时向投资者提出补充承诺或替代承诺，以尽可能保护公司及投资者的权益。

发行人控股股东、实际控制人及其一致行动人同富控股、姚华俊、廖妍玲、徐荣培承诺：承诺人将严格履行承诺人就本次公开发行所作出的所有公开承诺事项，积极接受社会监督。如承诺人未能履行、确已无法履行或无法按期履行（因相关法律法规、政策变化、自然灾害及其他不可抗力等本企业无法控制的客观原因导致的除外），承诺人将采取以下措施予以约束：1、承诺人将积极采取合法措施履行就本次发行上市所做的所有承诺，自愿接受监管机关、社会公众及投资者的监督，并依法承担相应责任。如承诺人未履行在本次发行上市所做各项公开承诺事项，将公开说明未履行的具体原因并向发行人股东和社会公众投资者道歉。2、若因违反上述承诺而被司法机关和/或行政机关作出相应裁决、决定，承诺人将严格依法执行该等裁决、决定。3、如承诺人未履行在本次发行上市所做各项公开承诺事项，在违反相关承诺发生之日起五个工作日内，停止在发行人处获得股东分红，同时所持有的发行人股份不得转让，直至按承诺采取相应购回或赔偿措施并实施完毕为止。如因未履行公开承诺事项致使投资者遭受损失的，承诺人将依法赔偿投资者损失。

发行人董事、监事、高级管理人员姚华俊、廖妍玲、周英章、方永苗、凌芬、姚娅琼、钱存阳、程志勇、尹雪鸿、鲁燕、周舒晨、何璐、何秋艳、任嘉栋承诺：本人将严格履行本人就本次公开发行所作出的所有公开承诺事项，积极接受社会监督。如本人承诺未能履行、确已无法履行或无法按期履行（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的除外），本人将采取以下措施予以约束：1、本人将积极采取合法措施履行就本次发行上市所做的

所有承诺，自愿接受监管机关、社会公众及投资者的监督，并依法承担相应责任。本人不会因本人离职或职务变更等原因而放弃履行本人在发行人股票在北京证券交易所上市时所作出的一项或多项公开承诺。如本人未履行在本次发行上市所做各项公开承诺事项，将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、若因违反上述承诺而被司法机关和/或行政机关作出相应裁决、决定，本人将严格依法执行该等裁决、决定。3、如本人违反上述承诺的，在违反相关承诺发生之日起五个工作日内，停止在发行人处领取薪酬或津贴，直至按承诺采取相应购回或赔偿措施并实施完毕为止。如本人违反上述承诺造成投资者损失的，本人将在证券监督管理机构或人民法院依法确定投资者损失数额后，依法赔偿投资者损失。

发行人股东同富永辉、同富致远、同富海纳承诺：承诺人将严格履行承诺人就本次公开发行所作出的所有公开承诺事项，积极接受社会监督。如承诺人未能履行、确已无法履行或无法按期履行（因相关法律法规、政策变化、自然灾害及其他不可抗力等本企业无法控制的客观原因导致的除外），承诺人将采取以下措施：1、及时、充分通过公司披露相关承诺未能履行、无法履行或无法按期履行的具体原因，并向公司股东公开道歉。2、如因承诺人未履行相关承诺导致发行人或其投资者遭受经济损失的，承诺人将向发行人或其投资者依法予以赔偿；如承诺人因未履行相关承诺而取得不当收益的，则该等收益全部归发行人所有。3、承诺人未完全履行上述补偿义务之前，公司可以暂扣承诺人自公司应获取的分红，直至承诺人补偿义务完全履行为止。

2、前期公开承诺情况

（1）同富控股、姚华俊、廖妍玲、徐荣培、周英章、方永苗、凌芬、任成、邹峻、李岚、鲁燕、周舒晨、何璐、何秋艳就减少或规范关联交易承诺如下：1、承诺人将采取措施尽量减少并避免与公司及其控股子公司之间的关联交易；对于确有必要且无法避免的关联交易，保证按照“等价有偿、平等互利”的市场原则进行，依法签署相关交易协议，参照市场通行的标准，公允确定关联交易的价格并按相关法律法规以及规范性文件的规定履行交易程序及信息披露义务，保证不通过关联交易损害公司及其他股东的合法权益；2、承诺人作为公司控股股东、实际控制人、持股 5%以上股东、董事、监事、高级管理人员期间，承诺人及控制的其他企业将严格遵守《中华人民共和国公司法》《中华人民共和国证券法》及中国证券监督管理委员会、全国中小企业股份转让系统有限责任公司关于规范挂牌公司与关联企业资金往来的相关规定；3、承诺人依照公司《公司章程》《关联交易决策制度》的规定平等行使权利并承担义务，不利用公司控股股东、实际控制人、持股 5%以上股东、董事、监事、高级管理人员的身份影响公司的独立性，保证不利用关联交易非法转移公司的资金、利润、谋取其他任何不正当利益或使公司承担任何不正当的义务；4、承诺人将严格履行上述承诺，如违反上述承诺与公司及其控股子公司进行关联交易而给公司或其控股子公司造成损失的，愿意承担损失赔偿责任。

（2）同富控股、姚华俊、廖妍玲、徐荣培、周英章、方永苗、凌芬、任成、邹峻、李岚、鲁

燕、周舒晨、何璐、何秋艳就解决资金占用问题承诺如下：1、截至本承诺书出具之日，承诺人及关联方不存在占用、转移公司资金、资产及其他资源的行为；2、截至本承诺书出具之日，承诺人及关联方不存在要求公司提供担保等情形，也不存在通过关联交易损害公司及其他股东利益的情形；3、在作为公司实际控制人、股东及董监高期间，承诺人及关联方不会从事占用、转移公司资金、资产及其他资源、要求公司提供担保或通过关联交易损害公司及其他股东利益等行为；4、如违反上述承诺，承诺人将赔偿对公司及股东造成的损失。

（3）同富控股、姚华俊、廖妍玲、徐荣培就规范或避免同业竞争承诺如下：1、承诺人直接或间接控制的其他企业目前没有直接或间接以任何方式（包括但不限于独资、合资、合作和联营）从事或参与任何与公司及其控股子公司构成或可能构成竞争的产品研发、生产、销售或类似业务；2、承诺人直接或间接控制的其他企业从任何第三方获得的任何商业机会与公司及其控股子公司之业务构成或可能构成实质性竞争的，本人将立即通知公司，并尽力将该等商业机会让与公司；3、自本承诺函签署之日起，若公司进一步拓展产品或者业务范围，承诺人直接或间接控制的其他企业可能与公司及其控股子公司的产品或业务构成竞争，则承诺人直接或间接控制的其他企业将以停止生产构成竞争的产品、停止经营构成竞争的业务等方式避免同业竞争；4、承诺人将不利用公司控股股东/实际控制人/实际控制人的一致行动人的身份对公司及其控股子公司的正常经营活动进行不正当的干预；5、如上述承诺被证明为不真实或未被遵守，承诺人将向公司及其控股子公司赔偿一切直接和间接损失。

（4）同富控股、姚华俊、廖妍玲就承担社保及公积金相关责任承诺如下：如因公司及/或其控股子公司未足额、按时为全体员工缴纳各项社会保险及住房公积金，导致公司被行政机关或司法机关要求补缴、征收滞纳金、处以罚款的，承诺人将及时、无条件的足额补偿公司及/或其控股子公司因此发生的支出或损失，以确保不会给公司及/或其控股子公司带来任何经济损失。承诺人确认将忠实履行承诺，并承担相应的法律责任。如果违反上述承诺，承诺人将承担由此引发的一切法律责任。

（5）徐荣培、同富永辉、同富致远、同富海纳作出股东自愿限售的承诺如下：承诺人挂牌前直接或间接持有的公司股份分三批进入全国股转系统转让，每批进入的数量均为挂牌前所持股份的三分之一。进入的时间分别为挂牌之日、挂牌期满一年和两年。

（6）上述前期公开承诺主体未能履行承诺的约束措施如下：1、因法律法规、政策环境变化、自然灾害或其他无法控制之客观原因而导致所作出的公开承诺事项无法履行的，承诺人将及时、如实地向公司董事会披露原因，并作出替代性承诺或豁免履行承诺的申请。2、承诺人作出替代性承诺且经董事会或股东大会审议通过的，将依照替代性承诺内容如实履行。3、承诺人未履行承诺内容或提出豁免履行承诺的，将就无法履行承诺以及豁免履行承诺给公司、中小股东或社会公众投资人造成的影响作出充分披露，并向公司、股东及社会公众投资人道歉，及接受公司、股东及社会公

众投资人的问询。4、承诺人因擅自变更、终止履行承诺内容或未及时披露承诺无法履行情形，致使中小股东、社会公众投资人在证券交易中受损的，承诺人愿意就相关损失与公司承担连带赔偿责任，并依法承担主管部门作出的惩戒、处罚等法律后果。5、承诺人因擅自变更、终止履行承诺内容或未及时披露承诺无法履行情形，导致公司遭受经济损失的，承诺人愿意就相关损失承担赔偿责任。

附件二：商标

截至报告期末，公司拥有的境内注册商标情况如下：

序号	权利人	注册号	商标名称/图形	类别	商标有效期至	取得方式	出让方
1	公司	53992680		11	2774031-12-20	原始取得	-
2	公司	52191231 A	杯子猫	14	2031-11-13	原始取得	-
3	公司	52182210 A		21	2031-09-27	原始取得	-
4	公司	52181043		8	2031-08-20	原始取得	-
5	公司	52180457		12	2031-08-27	原始取得	-
6	公司	52178452		18	2031-08-20	原始取得	-
7	公司	52171624 A	TOMIC	21	2031-11-06	原始取得	-
8	公司	52166776	特美刻	12	2031-08-20	原始取得	-
9	公司	52161909	特美刻	21	2031-08-13	原始取得	-
10	公司	51806286	杯小熊	14	2031-08-13	原始取得	-
11	公司	48892470	everich	9	2031-09-06	原始取得	-
12	公司	48092382	酷盖	21	2031-03-20	受让取得	九鹤电子商务（深圳）有限公司
13	公司	51029195	杯小小	14	2031-06-27	原始取得	-
14	公司	48901183	everich	35	2031-07-06	原始取得	-
15	公司	47018715	SOMOWO	35	2031-4-13	原始取得	-
16	公司	47015736	SOMOWO	11	2031-1-27	原始取得	-
17	公司	47011794A	水魔王	35	2031-4-6	原始取得	-
18	公司	47010188		11	2031-2-6	原始取得	-
19	公司	46948675		21	2031-3-13	原始取得	-
20	公司	46945787 A	SOMOWO	21	2031-4-20	原始取得	-
21	公司	45065494	水魔王	11	2030-12-13	原始取得	-
22	公司	45062620	水小仙	11	2030-12-13	原始取得	-
23	公司	45052627	水小仙	21	2030-12-13	原始取得	-
24	公司	45052624	水小妖	21	2030-12-13	原始取得	-
25	公司	45044764	水小妖	11	2030-12-6	原始取得	-
26	公司	44170677	水魔王	21	2030-12-13	原始取得	-
27	公司	40541381	drinkhub	21	2030-4-6	原始取得	-
28	公司	40539592	drinkinghub	21	2030-4-6	原始取得	-
29	公司	40441623	DrinkingLab	21	2030-4-6	原始取得	-

30	公司	39439643	SPINNERBOTTLE	21	2030-3-13	原始取得	-
31	公司	29074902	同富云	35	2029-3-13	原始取得	-
32	公司	29064080	同富云	9	2029-3-13	原始取得	-
33	公司	29055913	同富云	42	2028-12-27	原始取得	-
34	公司	26222748		35	2028-12-06	受让取得	杭州赛米文化创意有限公司
35	公司	26222747		21	2028-12-06	受让取得	杭州赛米文化创意有限公司
36	公司	24516113A	悍马	21	2028-7-13	受让取得	同富日用品
37	公司	20224413	BXX	14	2027-07-27	受让取得	周希鹏
38	公司	18570027	许仙白娘子	25	2027-1-20	受让取得	同富日用品
39	公司	18569989	许仙白娘子	28	2027-1-20	受让取得	同富日用品
40	公司	18569958	梁山伯与祝英台	28	2027-1-20	受让取得	同富日用品
41	公司	18569856	许仙白娘子	21	2027-1-20	受让取得	同富日用品
42	公司	18569832	梁山伯与祝英台	21	2027-1-20	受让取得	同富日用品
43	公司	18555996	许仙白娘子	18	2027-1-20	受让取得	同富日用品
44	公司	18555713	许仙白娘子	16	2027-1-20	受让取得	同富日用品
45	公司	18555696	梁山伯与祝英台	16	2027-1-20	受让取得	同富日用品
46	公司	18555460	梁山伯与祝英台	9	2027-1-20	受让取得	同富日用品
47	公司	18485422		21	2027-1-6	受让取得	蛋挞科技
48	公司	18360664	Hammerbottle	21	2026-12-20	受让取得	同富日用品
49	公司	18360656	bottle bottle	21	2027-1-27	受让取得	同富日用品
50	公司	18360637	Selfiebottle	21	2026-12-20	受让取得	同富日用品
51	公司	15292508	dantart	21	2025-11-6	受让取得	蛋挞科技
52	公司	15292498	DANTART	21	2025-11-6	受让取得	蛋挞科技
53	公司	15292448	DANTART	18	2025-10-20	受让取得	蛋挞科技
54	公司	15292441		21	2025-10-20	受让取得	蛋挞科技
55	公司	15292391	DANTART	25	2025-10-20	受让取得	蛋挞科技
56	公司	15292378	Dantart	18	2025-10-20	受让取得	蛋挞科技
57	公司	15292372	DANTART	24	2025-10-20	受让取得	蛋挞科技
58	公司	15292357	Dantart	7	2025-10-20	受让取得	蛋挞科技
59	公司	15292356	Dantart	3	2025-10-20	受让取得	蛋挞科技
60	公司	15292335	Dantart	25	2025-10-20	受让取得	蛋挞科技
61	公司	15292334	Dantart	16	2025-10-20	受让取得	蛋挞科技

62	公司	15292309	Dantart	21	2025-10-20	受让取得	蛋挞科技
63	公司	15292244	Dantart	30	2025-10-20	受让取得	蛋挞科技
64	公司	15292235		30	2025-10-20	受让取得	蛋挞科技
65	公司	15292231	Dantart	24	2025-10-20	受让取得	蛋挞科技
66	公司	15292229	Dantart	43	2025-10-20	受让取得	蛋挞科技
67	公司	15292228		25	2025-10-20	受让取得	蛋挞科技
68	公司	15292219		43	2025-10-20	受让取得	蛋挞科技
69	公司	15292215		24	2025-10-20	受让取得	蛋挞科技
70	公司	15292194		21	2025-10-20	受让取得	蛋挞科技
71	公司	15292179		18	2025-10-20	受让取得	蛋挞科技
72	公司	15292177		30	2025-10-20	受让取得	蛋挞科技
73	公司	15292171		21	2025-10-20	受让取得	蛋挞科技
74	公司	15292165		16	2025-10-20	受让取得	蛋挞科技
75	公司	15292148		24	2025-10-20	受让取得	蛋挞科技
76	公司	15292129		18	2025-10-20	受让取得	蛋挞科技
77	公司	15292088		7	2025-10-20	受让取得	蛋挞科技
78	公司	15292084		7	2025-10-20	受让取得	蛋挞科技
79	公司	15292068		3	2025-10-20	受让取得	蛋挞科技
80	公司	15292051		3	2025-10-20	受让取得	蛋挞科技
81	公司	15285918	蛋挞	33	2025-10-20	受让取得	蛋挞科技
82	公司	15285761	蛋挞	26	2025-10-13	受让取得	蛋挞科技
83	公司	15285535	蛋挞	21	2025-10-20	受让取得	蛋挞科技
84	公司	15285475	蛋挞	20	2025-10-20	受让取得	蛋挞科技
85	公司	15285129	蛋挞	10	2025-10-20	受让取得	蛋挞科技
86	公司	15284929	蛋挞	8	2025-10-20	受让取得	蛋挞科技
87	公司	15278864	蛋挞	7	2025-10-13	受让取得	蛋挞科技
88	公司	15278855	蛋挞	3	2025-10-13	受让取得	蛋挞科技
89	公司	15250209	蛋挞	21	2025-11-6	受让取得	蛋挞科技
90	公司	6100106	TEMEIKE	21	2030-1-13	受让取得	同富日用品
91	公司	5935094	尚引	21	2029-12-6	受让取得	同富日用品
92	公司	5935093	上引	21	2029-12-6	受让取得	同富日用品
93	公司	5935092	尚饮	21	2029-12-6	受让取得	同富日用品

94	公司	4959531		21	2029-4-13	受让取得	同富日用品
95	公司	4850081		21	2029-3-20	受让取得	同富日用品
96	公司	4850080		21	2029-3-20	受让取得	同富日用品
97	特美刻实业	55954537		21	2031-12-06	原始取得	-
98	特美刻实业	52080837	特美刻	10	2031-08-27	原始取得	-
99	特美刻实业	50616730	特美刻保温先生	21	2031-06-13	原始取得	-
100	特美刻实业	50609105	 保温先生	21	2031-09-13	原始取得	-
101	特美刻实业	48915133		35	2031-03-20	原始取得	-
102	特美刻实业	48905727	特美刻	35	2031-04-13	原始取得	-
103	特美刻实业	47517812	特美银杯泡茶大师	21	2031-2-27	原始取得	-
104	特美刻实业	47515383	特美银杯泡茶先生	21	2031-2-27	原始取得	-
105	特美刻实业	42818452	特美刻泡茶师	21	2030-9-20	原始取得	-
106	特美刻实业	42812604	特美刻泡茶杯	21	2030-9-13	原始取得	-
107	特美刻实业	39128412	乐茶瓷化	21	2030-6-13	原始取得	-
108	特美刻实业	38665340	乐茶宝	21	2030-6-13	原始取得	-
109	特美刻实业	38660183	乐茶王	21	2030-6-13	原始取得	-
110	特美刻实业	38660177	乐茶客	21	2030-4-20	原始取得	-
111	特美刻实业	38649279 A	乐茶工匠	21	2030-7-27	原始取得	-
112	特美刻实业	36100633 A	特美金杯	21	2029-11-27	原始取得	-
113	特美刻实业	30611680	特美赢杯	14	2029-3-6	原始取得	-
114	特美刻实业	30596532	特美赢杯	21	2029-2-27	原始取得	-
115	特美刻实业	30591543	特美银杯	21	2029-4-20	原始取得	-
116	特美刻实业	27849225	特美刻英皇	11	2028-11-13	原始取得	-
117	特美刻实业	27845254	特美刻英皇	7	2028-11-13	原始取得	-
118	特美刻实业	27827045	特美刻英皇	21	2028-11-13	原始取得	-
119	特美刻实业	26587754		21	2028-9-13	受让取得	特美刻日用品
120	特美刻实业	26248692	特美刻	43	2028-8-27	受让取得	特美刻日用品
121	特美刻实业	24899059	特美刻	21	2028-6-20	受让取得	特美刻日用品
122	特美刻实业	24899042	特美刻	11	2028-9-13	受让取得	特美刻日用品

123	特美刻实业	24897706	特美刻	35	2028-10-20	受让取得	特美刻日用品
124	特美刻实业	24888124	特美刻	8	2028-9-13	受让取得	特美刻日用品
125	特美刻实业	24817060	特美刻	10	2028-6-20	受让取得	特美刻日用品
126	特美刻实业	24331112	特美刻达康	21	2028-5-27	受让取得	特美刻日用品
127	特美刻实业	21467188	特美一刻	43	2027-11-20	受让取得	特美刻日用品
128	特美刻实业	21467161	特美一刻	35	2027-11-20	受让取得	特美刻日用品
129	特美刻实业	21467121	特美一刻	21	2027-11-20	受让取得	特美刻日用品
130	特美刻实业	21466998	特美一刻	10	2027-11-20	受让取得	特美刻日用品
131	特美刻实业	21466995	特美一刻	11	2028-1-20	受让取得	特美刻日用品
132	特美刻实业	21466901	特美一刻	8	2028-1-13	受让取得	特美刻日用品
133	特美刻实业	21416362		43	2027-11-20	受让取得	特美刻日用品
134	特美刻实业	21416332		10	2027-11-20	受让取得	特美刻日用品
135	特美刻实业	21416282	TOMIC	43	2027-11-20	受让取得	特美刻日用品
136	特美刻实业	21416254	TOMIC	10	2027-11-20	受让取得	特美刻日用品
137	特美刻实业	18716512	保温先生	7	2027-2-6	受让取得	特美刻日用品
138	特美刻实业	15700386	特美刻	11	2026-1-6	受让取得	特美刻日用品
139	特美刻实业	15700042		11	2026-1-6	受让取得	特美刻日用品
140	特美刻实业	15699730		7	2026-1-13	受让取得	特美刻日用品
141	特美刻实业	15698798	特美刻	7	2025-12-27	受让取得	特美刻日用品
142	特美刻实业	15042626	 TOMIC	21	2025-10-13	受让取得	特美刻日用品
143	特美刻实业	14697950	水智慧	21	2025-6-27	受让取得	特美刻日用品
144	特美刻实业	9265465	 良品生活	21	2033-9-13	受让取得	特美刻日用品
145	特美刻实业	8200045	良品生活	21	2031-4-27	受让取得	特美刻日用品
146	特美刻实业	8136049	乐茶	21	2031-6-13	受让取得	特美刻日用品
147	特美刻实业	7820622	特美刻乐茶	21	2031-1-6	受让取得	特美刻日用品
148	特美刻实业	6309639		21	2030-2-27	受让取得	特美刻日用品
149	特美刻实业	6100107	特美刻	21	2030-1-13	受让取得	特美刻日用品
150	特美刻实业	5969791	TOMIC	21	2029-12-13	受让取得	特美刻日用品
151	特美刻实业	3006582		21	2033-2-6	受让取得	特美刻日用品

152	金维克	31048223	金维克	21	2029-8-6	原始取得	-
153	金维克	25434545	Kingvac	21	2028-7-27	原始取得	-
154	金维克	25431201 A	金维克	21	2028-9-13	原始取得	-
155	特美刻实业	20558402		30	2028-1-13	受让取得	杭州特美实业有限公司
156	特美刻实业	20558220		8	2027-8-27	受让取得	杭州特美实业有限公司
157	特美刻实业	20557990	宋韵轩	16	2027-11-6	受让取得	杭州特美实业有限公司
158	特美刻实业	20557936	宋韵轩	30	2027-11-6	受让取得	杭州特美实业有限公司
159	特美刻实业	20557754	宋韵轩	8	2027-8-27	受让取得	杭州特美实业有限公司
160	湖畔居	26421688		8	2028-8-27	原始取得	-
161	同富云商	51797794		21	2031-10-20	原始取得	-
162	公司	58735647		3、7-10、 16、18、 20、21、 25、26、 30、33、 43	2032-2-6	原始取得	
163	公司	58712840 A	蛋挞 DAN TA	3、7-10、 20、21、 26、33	2032-5-13	原始取得	
164	公司	58647983	smarthydro	21	2032-2-13	原始取得	
165	公司	57692955		21	2032-5-6	原始取得	
166	同富云商	59625127		21	2032-6-6	原始取得	
167	同富云商	59610697		22	2032-6-6	原始取得	
168	特美刻实业	61637141	润大师	21	2032-6-13	原始取得	
169	特美刻实业	61572657	特美茶艺师	21	2032-6-20	原始取得	
170	特美刻实业	59856788	赢/饮好茶	21	2032-3-27	原始取得	
171	特美刻实业	59846871 A	特美空间	21	2032-5-6	原始取得	
172	特美刻实业	58262500 A		21	2032-3-27	原始取得	
173	特美刻实业	58248453 A		21	2032-3-6	原始取得	
174	特美刻实业	58243228 A		21	2032-3-13-	原始取得	
175	特美刻实业	58239048 A		21	2032-3-6	原始取得	
176	特美刻实业	56838166		21	2031-12-27	原始取得	
177	公司	57692938	EVERICH HYDRO	21	2032-11-6	原始取得	
178	公司	48906809	everich	21	2032-10-27	原始取得	

179	公司	46633822		35	2032-2-6	原始取得	
180	公司	24516113	悍马	21	2029-2-20	受让取得	同富日用品
181	公司	20782748	悍马	21	2028-8-27	受让取得	同富日用品
182	同富云商	59131028		21	2032-8-20	原始取得	
183	特美刻实业	64597937 A	特美刻	30	2032-12-20	原始取得	
184	特美刻实业	64612156		30	2032-11-6	原始取得	
185	特美刻实业	64596079 A	TOMIC	30	2032-12-20	原始取得	
186	特美刻实业	64574545	特美刻魔法瓶	21	2032-11-6	原始取得	
187	特美刻实业	63968485	PUPUJIJI	21	2032-10-6	原始取得	
188	特美刻实业	62835498	特美刻	43	2032-8-13	原始取得	
189	特美刻实业	55959668	tomic	11	2032-7-20	原始取得	
190	特美刻实业	43713010	特美功夫杯	21	2031-9-20	原始取得	
191	特美刻实业	38672357	乐茶博士	21	2030-6-27	原始取得	
192	特美刻实业	38657587	乐茶先生	21	2030-7-13	原始取得	
193	特美刻实业	36030820	TOMIC	11	2031-4-13	原始取得	
194	特美刻实业	35951095	TOMIC	21	2031-1-13	原始取得	
195	特美刻实业	35946831		21	2031-1-13	原始取得	
196	公司	68631332	everich	22	2033-06-13	原始取得	
197	公司	61389619		21	2033-06-20	原始取得	
198	公司	71771856	everich	21	2033-12-06	原始取得	
199	公司	68645771 A	everich	12	2033-07-06	原始取得	
200	公司	64086399	everich	21	2033-07-12	原始取得	
201	特美刻实业	71774238	tomic	21	2033-11-20	原始取得	
202	特美刻实业	70911917	特美客	21	2033-10-20	原始取得	
203	特美刻实业	67960351 A	敲纹杯	21	2033-07-06	原始取得	
204	特美刻实业	67354466 A		21	2033-08-27	原始取得	
205	特美刻实业	75638884	特美刻杯	21	2034-06-13	原始取得	

截至报告期末，公司拥有的境外注册商标情况如下：

序号	权利人	注册号	商标名称/图样	类别	商标有效期至	注册地	取得方式	出让方
1	特美刻实业	1346112	TOMIC	21	2027-2-2	马德里 [注 1]	受让取得	特美刻日用品
2	公司	1563364	everich	21	2030-9-14	马德里 [注 2]	原始取得	
3	公司	1438563	bottle bottle	21	2028-9-4	马德里 [注 3]	原始取得	
4	公司	1095976	bottle bottle	21	2031-3-16	加拿大	原始取得	
5	同富香港	UK0000258 3086	 TOMIC	21	2031-5-31	英国	受让取得	英国特美刻
6	同富香港	UK0000301 3502	 TOMIC London	21	2033-7-11	英国	受让取得	英国特美刻
7	同富香港	UK0000301 3503	 TOMIC UK Design	18, 21	2033-7-11	英国	受让取得	英国特美刻
8	全球汇	305338323	JOYBON	35	2030-7-20	香港	受让取得	深圳市凯成通贸易有限公司
9	公司	018512982	EVERICH HYDRO	11, 21	2031-07-13	欧盟	原始取得	
10	公司	018305899	everich	11	2030-09-14	欧盟	原始取得	
11	特美刻实业	1609912	tomic	11	2031-06-04	马德里 [注 4]	原始取得	
12	特美刻实业	1609961	tomic	21	2031-06-04	马德里 [注 5]	原始取得	
13	特美刻实业	5564244	 TOMIC	21	2028-09-17	美国	原始取得	
14	公司	018537361	bottleskin	21	2031-08-23	欧盟	原始取得	
15	公司	018537360	smarthydro	21	2031-08-23	欧盟	原始取得	
16	特美刻实业	02202898	 TOMIC 特美 赢杯	21	2032-02-15	中国台湾	原始取得	
17	公司	1142906	everich	11	2032-09-21	加拿大	原始取得	
18	公司	1152028	everich	21	2030-09-14	加拿大	原始取得	
19	公司	6783092	everich	11	2032-07-04	美国	原始取得	
20	公司	6841024	bottleskin	21	2032-09-05	美国	原始取得	
21	公司	6965526	EVERICH HYDRO	11	2033-01-23	美国	原始取得	
22	公司	7151790	smarthydro	21	2033-08-28	美国	申请取得	
23	公司	7056492	falconing	22	2033-05-15	美国	申请取得	
24	同富美国	7294605	bottle bottle	21	2034-01-29	美国	申请取得	
25	公司	7357969		21	2034-04-16	美国	申请取得	
26	公司	UK0000394 1966		21	2033-08-04	英国	申请取得	
27	公司	018909080	bottle bottle	21	2033-08-02	欧盟	申请取得	
28	公司	018909083		21	2033-08-02	欧盟	申请取得	
29	公司	UK0000394 1963	bottle bottle	21	2033-08-04	英国	申请取得	

注 1：特美刻实业持有的 1346112 号马德里商标已获美国、新西兰、澳大利亚、新加坡、英国保护。

注 2：同富股份持有的 1563364 号马德里商标已获加拿大、欧盟、日本、美国、新西兰、新加坡保护。

注 3：公司持有的 1438562 号马德里商标已获英国、澳大利亚、新加坡、新西兰等国家保护。

注 4：特美刻实业持有的 1609912 号境外商标获得德国、墨西哥、葡萄牙、瑞典、新西兰、印度、新加坡、澳大利亚、马来西亚等国家的保护。

注 5：特美刻实业持有的注册号为 1609961 的境外商标获得德国、墨西哥、葡萄牙、新西兰、新加坡、日本、澳大利亚、马来西亚等国家的保护。

附件三：专利

截至报告期末，发行人拥有的境内专利如下：

序号	权利人	专利号	专利名称	专利类型	申请日	取得方式	出让方
1	发行人	2021305946542	咖啡杯盖（01689A）	外观设计	2021-9-8	原始取得	-
2	发行人	2021305716771	摇酒器盖	外观设计	2021-8-31	原始取得	-
3	发行人	2021305647343	吸嘴盖（06527C）	外观设计	2021-8-27	原始取得	-
4	发行人	2021305600826	狗碗	外观设计	2021-8-26	原始取得	-
5	发行人	202130553097X	瓶盖（T1006001）	外观设计	2021-8-24	原始取得	-
6	发行人	2021305488120	宠物水粮容器	外观设计	2021-8-23	原始取得	-
7	发行人	2021305237033	杯盖（提手）	外观设计	2021-8-12	原始取得	-
8	发行人	2021304292245	保温杯（弹跳盖 220）	外观设计	2021-7-7	原始取得	-
9	发行人	2021215282326	一种喷雾盖	实用新型	2021-7-6	原始取得	-
10	发行人	2021302381935	吸嘴盖（128）	外观设计	2021-4-23	原始取得	-
11	发行人	2021301221248	杯盖（喷雾）	外观设计	2021-3-5	原始取得	-
12	发行人	2021301077247	弹跳盖（中口）	外观设计	2021-2-25	原始取得	-
13	发行人	2021301077266	吸嘴盖（大口）	外观设计	2021-2-25	原始取得	-
14	发行人	2021300951667	啤酒桶盖	外观设计	2021-2-8	原始取得	-
15	发行人	2021300951671	咖啡杯盖	外观设计	2021-2-8	原始取得	-
16	发行人	202022394670X	一种带温度显示的饮水杯	实用新型	2020-10-23	原始取得	-
17	发行人	2020217284088	一种保温罐	实用新型	2020-8-18	原始取得	-
18	发行人	202030473226X	保温罐盖	外观设计	2020-8-18	原始取得	-
19	发行人	2020304739536	保温罐	外观设计	2020-8-18	原始取得	-
20	发行人	2020303946083	吸嘴盖（带拎手）	外观设计	2020-7-17	原始取得	-
21	发行人	2020303529155	壶（18006）	外观设计	2020-7-3	原始取得	-
22	发行人	2020303107986	盖（内中口双帽）	外观设计	2020-6-17	原始取得	-
23	发行人	202030310800X	盖（大口双帽）	外观设计	2020-6-17	原始取得	-
24	发行人	2020301268837	瓶盖（翻片）	外观设计	2020-4-3	原始取得	-
25	发行人	2019305972643	瓶盖（吸嘴提手）	外观设计	2019-10-31	原始取得	-
26	发行人	2020301268841	瓶盖（吸嘴提手 2）	外观设计	2019-10-31	原始取得	-
27	发行人	2019301192252	杯（13750A）	外观设计	2019-3-21	原始取得	-
28	发行人	2019301157206	盖（01099）	外观设计	2019-3-20	原始取得	-
29	发行人	201930115723X	盖（01050A）	外观设计	2019-3-20	原始取得	-
30	发行人	2019301157278	盖（01097）	外观设计	2019-3-20	原始取得	-

31	发行人	2019301157282	盖（01095）	外观设计	2019-3-20	原始取得	-
32	发行人	2019301157314	盖（01003）	外观设计	2019-3-20	原始取得	-
33	发行人	2019301157992	盖（01101）	外观设计	2019-3-20	原始取得	-
34	发行人	2019301158001	盖（01100）	外观设计	2019-3-20	原始取得	-
35	发行人	2019301158069	盖（01004）	外观设计	2019-3-20	原始取得	-
36	发行人	2019301158073	盖（01005）	外观设计	2019-3-20	原始取得	-
37	发行人	2018305689999	壶（18098）	外观设计	2018-10-12	原始取得	-
38	发行人	2018305690002	瓶盖（01001）	外观设计	2018-10-12	原始取得	-
39	发行人	2018305690110	瓶盖（01576）	外观设计	2018-10-12	原始取得	-
40	发行人	2018305690125	瓶盖（01570）	外观设计	2018-10-12	原始取得	-
41	发行人	2018305690816	壶（18001）	外观设计	2018-10-12	原始取得	-
42	发行人	2018305690820	瓶盖（02586）	外观设计	2018-10-12	原始取得	-
43	发行人	2018305690835	瓶盖（02577A）	外观设计	2018-10-12	原始取得	-
44	发行人	201830569084X	瓶盖（01593）	外观设计	2018-10-12	原始取得	-
45	发行人	2018305433889	吸嘴盖（内中口）	外观设计	2018-9-27	原始取得	-
46	发行人	2018304329657	瓶盖（06001）	外观设计	2018-8-7	原始取得	-
47	发行人	2017304995085	瓶盖（2594 指尖陀螺中口）	外观设计	2017-10-19	原始取得	-
48	发行人	2017304999137	瓶盖（2597 指尖陀螺中口）	外观设计	2017-10-19	原始取得	-
49	发行人	2017304999141	瓶盖（2595 减压魔方中口）	外观设计	2017-10-19	原始取得	-
50	发行人	2017304999264	瓶盖（2593 减压魔方中口）	外观设计	2017-10-19	原始取得	-
51	发行人	2017304999300	瓶盖（2596 减压魔方大口）	外观设计	2017-10-19	原始取得	-
52	发行人	2017303513761	杯盖（2533B）	外观设计	2017-8-3	受让取得	姚华俊
53	发行人	2017303078873	吸嘴盖（提手式）	外观设计	2017-7-13	受让取得	姚华俊
54	发行人	2017301862823	瓶盖（2579B）	外观设计	2017-5-18	受让取得	姚华俊
55	发行人	2017301550249	瓶（提手盖）	外观设计	2017-5-2	受让取得	姚华俊
56	发行人	2017301427916	瓶盖（弹跳提手盖）	外观设计	2017-4-25	受让取得	姚华俊
57	发行人	2017300484324	杯盖（2574）	外观设计	2017-2-23	受让取得	姚华俊
58	发行人	2016304854330	瓶盖（锁扣式 2505）	外观设计	2016-9-28	受让取得	姚华俊
59	发行人	2016301423643	杯（三角 6750）	外观设计	2016-4-25	受让取得	姚华俊
60	发行人	2015305490638	瓶盖（2506 小提手）	外观设计	2015-12-22	受让取得	姚华俊
61	发行人	2015305490657	瓶盖（2506 大提手）	外观设计	2015-12-22	受让取得	姚华俊
62	发行人	2015301443498	啤酒桶盖（2510）	外观设计	2015-5-15	受让取得	姚华俊
63	发行人	2015301443568	儿童瓶盖（2513）	外观设计	2015-5-15	受让取得	姚华俊

64	发行人	2015301443676	啤酒桶（2510）	外观设计	2015-5-15	受让取得	姚华俊
65	发行人	2015301447997	瓶盖（6732）	外观设计	2015-5-15	受让取得	姚华俊
66	特美刻实业	2021305946504	杯（弹跳盖）	外观设计	2021-9-8	原始取得	-
67	特美刻实业	2021304277743	保温杯（双饮口长短款）	外观设计	2021-7-7	原始取得	-
68	特美刻实业	2021303632964	茶杯（双耳）	外观设计	2021-6-11	原始取得	-
69	特美刻实业	2021303632979	保温瓶（双耳）	外观设计	2021-6-11	原始取得	-
70	特美刻实业	2020306820903	杯	外观设计	2020-11-11	原始取得	-
71	特美刻实业	2020305763320	杯（内置茶仓）	外观设计	2020-9-25	原始取得	-
72	特美刻实业	2020303447418	儿童保温杯（智能显温）	外观设计	2020-6-30	原始取得	-
73	特美刻实业	2020302997586	杯（茶水分离旋转款）	外观设计	2020-6-12	原始取得	-
74	特美刻实业	2020302997618	杯（茶水分离普通款）	外观设计	2020-6-12	原始取得	-
75	特美刻实业	2020303006078	杯（茶水分离扭扭款）	外观设计	2020-6-12	原始取得	-
76	特美刻实业	2020302597155	杯盖（茶水分离3）	外观设计	2020-5-29	原始取得	-
77	特美刻实业	2020201357712	陶瓷层内胆杯	实用新型	2020-1-21	原始取得	-
78	特美刻实业	202020077648X	保温杯	实用新型	2020-1-14	原始取得	-
79	特美刻实业	2020200804615	杯盖及杯子	实用新型	2020-1-14	原始取得	-
80	特美刻实业	2020200804901	杯盖及杯子	实用新型	2020-1-14	原始取得	-
81	特美刻实业	2020200809002	杯盖及杯子	实用新型	2020-1-14	原始取得	-
82	特美刻实业	2019221929961	一种用于茶水分离的泡茶器	实用新型	2019-12-9	原始取得	-
83	特美刻实业	2019305972484	杯盖（茶水分离2）	外观设计	2019-10-31	原始取得	-
84	特美刻实业	2019303649120	陶瓷杯（木柄几何）	外观设计	2019-7-10	原始取得	-
85	特美刻实业	201930364939X	杯（口袋）	外观设计	2019-7-10	原始取得	-
86	特美刻实业	2019303192312	杯盖（茶水分离）	外观设计	2019-6-19	原始取得	-
87	特美刻实业	2019301317811	塑玻杯（2）	外观设计	2019-3-27	原始取得	-
88	特美刻实业	2018307233853	陶瓷杯（猪）	外观设计	2018-12-13	原始取得	-
89	特美刻实业	2018307165771	塑玻杯	外观设计	2018-12-11	原始取得	-
90	特美刻实业	2018306920463	手柄陶瓷杯	外观设计	2018-11-28	原始取得	-
91	特美刻实业	2018303924015	家居壶	外观设计	2018-7-20	原始取得	-
92	特美刻实业	2017306520771	茶具套装（映月）	外观设计	2017-12-19	原始取得	-

93	特美刻实业	2017305452353	家居壶	外观设计	2017-11-8	原始取得	-
94	特美刻实业、上海喜翠铺企业管理有限公司、上海微策文化传播有限公司	2017213958728	一种便携式可加热保温杯	实用新型	2017-10-25	受让取得	特美刻日用品、上海喜翠铺企业管理有限公司、上海微策文化传播有限公司
95	特美刻实业、上海喜翠铺企业管理有限公司、上海微策文化传播有限公司	2017304975664	保温杯（便携式烧水）	外观设计	2017-10-18	受让取得	特美刻日用品、上海喜翠铺企业管理有限公司、上海微策文化传播有限公司
96	特美刻实业	2017304409125	智能保温杯	外观设计	2017-9-18	受让取得	特美刻日用品
97	特美刻实业	2017304290135	杯子（陶瓷杯）	外观设计	2017-9-11	受让取得	特美刻日用品
98	特美刻实业	2017302396455	陶瓷茶隔杯	外观设计	2017-6-13	受让取得	特美刻日用品
99	特美刻实业	201730217798X	杯子（陶瓷手柄杯）	外观设计	2017-6-1	受让取得	特美刻日用品
100	特美刻实业	2016304208530	双层保温杯	外观设计	2016-8-25	受让取得	特美刻日用品
101	特美刻实业	2016303852484	保温杯（蜜蜂）	外观设计	2016-8-12	受让取得	特美刻日用品
102	特美刻实业	2016302526670	保温杯（可装提绳）	外观设计	2016-6-17	受让取得	特美刻日用品
103	特美刻实业	2016302529575	保温杯（可装拎手）	外观设计	2016-6-17	受让取得	特美刻日用品
104	特美刻实业	201630204262X	圆底家居壶	外观设计	2016-5-27	受让取得	特美刻日用品
105	特美刻实业	2016302042634	直底家居壶	外观设计	2016-5-27	受让取得	特美刻日用品
106	特美刻实业	2016302042649	陶瓷杯	外观设计	2016-5-27	受让取得	特美刻日用品
107	特美刻实业	2016202937047	一种抑菌养生的保温银杯	实用新型	2016-4-8	受让取得	特美刻日用品
108	特美刻实业	201620294685X	一种抑菌养生的铸银滤网玻璃杯	实用新型	2016-4-8	受让取得	特美刻日用品
109	特美刻实业	2016300776116	弹跳玻璃杯	外观设计	2016-3-18	受让取得	特美刻日用品
110	特美刻实业	2016300776120	儿童保温杯杯盖	外观设计	2016-3-18	受让取得	特美刻日用品
111	特美刻实业	2015304468872	双层不锈钢保温杯（1BBS1256）	外观设计	2015-11-11	受让取得	特美刻日用品
112	特美刻实业	2015304468887	双层不锈钢保温杯（1BBS66015）	外观设计	2015-11-11	受让取得	特美刻日用品
113	特美刻实业	2015302778499	双层不锈钢保温饭盒（1HBS3040）	外观设计	2015-7-29	受让取得	特美刻日用品

114	特美刻实业	2015302778501	双层不锈钢保温汤罐（1HBS3052）	外观设计	2015-7-29	受让取得	特美刻日用品
115	特美刻实业	2015300715692	儿童壶（1BBS1235）	外观设计	2015-3-24	受让取得	特美刻日用品
116	特美刻实业	2015300683333	玻璃杯（1BSB1173）	外观设计	2015-3-20	受让取得	特美刻日用品
117	金维克科技	2021203031990	一种塑料杯注塑机用快速脱模结构	实用新型	2021-2-3	原始取得	-
118	金维克科技	202120303200X	一种塑料杯用注塑机	实用新型	2021-2-3	原始取得	-
119	金维克科技	2021203034819	一种塑料杯注塑机用模具	实用新型	2021-2-3	原始取得	-
120	金维克科技	2021203034876	一种不锈钢保温杯用展示架	实用新型	2021-2-3	原始取得	-
121	金维克科技	2021203035135	一种不锈钢保温杯用抛光机	实用新型	2021-2-3	原始取得	-
122	金维克科技	2020107501641	一种变温杯及其加工工艺	发明专利	2020-7-30	原始取得	-
123	金维克科技	2020215508370	一种水涨模具	实用新型	2020-7-30	原始取得	-
124	金维克科技	2020215511180	一种注塑件孔内壁去毛刺装置	实用新型	2020-7-30	原始取得	-
125	金维克科技	2020215511689	一种杯体定位装置	实用新型	2020-7-30	原始取得	-
126	金维克科技	202021552184X	一种瓶盖点胶定位夹具	实用新型	2020-7-30	原始取得	-
127	金维克科技	2020215529663	一种变温杯	实用新型	2020-7-30	原始取得	-
128	金维克科技	2020215540164	一种杯盖装配结构	实用新型	2020-7-30	原始取得	-
129	金维克科技	2020216496436	一种保温杯内胆整形装置	实用新型	2020-8-10	原始取得	-
130	金维克科技	2020216497212	一种保温杯水胀排水装置	实用新型	2020-8-10	原始取得	-
131	金维克科技	2020220369490	一种杯盖用螺纹定型装置	实用新型	2020-9-16	原始取得	-
132	金维克科技	2020220468814	一种具有卡扣式翻片的杯盖	实用新型	2020-9-17	原始取得	-
133	金维克科技	2020220538376	一种杯身贴标定位治具	实用新型	2020-9-18	原始取得	-
134	金维克科技	2020220570189	一种杯盖定型夹具	实用新型	2020-9-18	原始取得	-
135	金维克科技	2017111602728	一种钢制品连续落料装置	发明专利	2017-11-20	受让取得	陈一夫
136	湖畔居	2020303948712	茶盏	外观设计	2020-7-17	原始取得	-
137	湖畔居	2019300159897	陶瓷泡茶壶（竹编）	外观设计	2019-1-11	原始取得	-
138	湖畔居	2019300163854	手提包（泡茶宝）	外观设计	2019-1-11	原始取得	-
139	湖畔居	2018304883188	茶具（湖畔居2）	外观设计	2018-8-31	原始取得	-
140	湖畔居	2018302994218	泡茶宝杯	外观设计	2018-6-13	原始取得	-
141	湖畔居	2018302994222	泡茶宝瓶	外观设计	2018-6-13	原始取得	-
142	湖畔居	2018300601233	茶杯（湖畔居君子之风茶具套装）	外观设计	2018-2-8	原始取得	-
143	湖畔居	2018300601248	茶具盒（湖畔居君子之风茶具套装）	外观设计	2018-2-8	原始取得	-

144	湖畔居	2018300601252	茶壶(湖畔居君子之风茶具套装)	外观设计	2018-2-8	原始取得	-
145	湖畔居	2017302903233	陶瓷杯(宋韵轩)	外观设计	2017-7-5	原始取得	-
146	湖畔居	2016305782397	茶杯	外观设计	2016-11-28	受让取得	杭州特美实业有限公司
147	发行人	2022301751982	杯(LTG01027A)	外观设计	2022-3-31	原始取得	
148	发行人	2022301705202	瓶盖(02522)	外观设计	2022-3-29	原始取得	
149	发行人	2022300981417	杯盖(01073A-A1)	外观设计	2022-2-28	原始取得	
150	发行人	2022300981421	杯盖(19465A)	外观设计	2022-2-28	原始取得	
151	发行人	202230098682X	零食罐盖(01602A)	外观设计	2022-2-28	原始取得	
152	发行人	2022300757483	杯(便携双饮)	外观设计	2022-2-16	原始取得	
153	发行人	2022300692629	杯盖(01079A)	外观设计	2022-2-11	原始取得	
154	发行人	2022300694234	汽车杯吸嘴盖(WMU01012-A)	外观设计	2022-2-11	原始取得	
155	发行人	2022300694249	饭盒盖(WMU13001)	外观设计	2022-2-11	原始取得	
156	发行人	2022201162319	一种保温饭盒	实用新型	2022-1-17	原始取得	
157	发行人	2022201203357	一种多用水杯	实用新型	2022-1-17	原始取得	
158	发行人	2022300300336	杯身(B2C01355A)	外观设计	2022-1-17	原始取得	
159	发行人	2022300300340	杯盖(B2C01355A)	外观设计	2022-1-17	原始取得	
160	发行人	2021308724125	吸嘴盖(B2C01356A)	外观设计	2021-12-30	原始取得	
161	发行人	2021308495624	啤酒桶盖(气压)	外观设计	2021-12-22	原始取得	
162	发行人	2021308501644	宠物分食器(22004A)	外观设计	2021-12-22	原始取得	
163	发行人	2021308501659	饭盒(13009A)	外观设计	2021-12-22	原始取得	
164	发行人	2021308005930	宠物缓食碗(套装B2C22001)	外观设计	2021-12-3	原始取得	
165	发行人	2021307820958	电热水壶(90003A)	外观设计	2021-11-26	原始取得	
166	发行人	2021307721007	玩偶(挹挹)	外观设计	2021-11-23	原始取得	
167	发行人	2021306733191	盖(01117A)	外观设计	2021-10-14	原始取得	
168	发行人	2021306733204	盖(01682A)	外观设计	2021-10-14	原始取得	
169	发行人	2021306734866	盖(01119A)	外观设计	2021-10-14	原始取得	
170	发行人	2021306734885	瓶盖(02538A)	外观设计	2021-10-14	原始取得	
171	发行人	2021306734921	盖(01107A)	外观设计	2021-10-14	原始取得	
172	发行人	2021306738142	盖(01108A)	外观设计	2021-10-14	原始取得	
173	发行人	2021306695984	杯盖(02077)	外观设计	2021-10-12	原始取得	
174	发行人	2021306697072	杯盖(19358A)	外观设计	2021-10-12	原始取得	
175	发行人	2021306697087	饭盒(13745)	外观设计	2021-10-12	原始取得	
176	发行人	2021306697091	红酒瓶(02591)	外观设计	2021-10-12	原始取得	

177	发行人	2021306664007	盖（01054A）	外观设计	2021-10-11	原始取得	
178	发行人	2021306664083	盖（10512A）	外观设计	2021-10-11	原始取得	
179	发行人	2021306664219	盖（19463A）	外观设计	2021-10-11	原始取得	
180	发行人	202130666613X	盖（19461）	外观设计	2021-10-11	原始取得	
181	发行人	2021306666144	盖（01514A）	外观设计	2021-10-11	原始取得	
182	发行人	2021306666159	保温桶（13749）	外观设计	2021-10-11	原始取得	
183	发行人	2021306666178	盖（01109A）	外观设计	2021-10-11	原始取得	
184	发行人	2021306666182	瓶盖（01060A）	外观设计	2021-10-11	原始取得	
185	发行人	2021306666197	饭盒（13748）	外观设计	2021-10-11	原始取得	
186	发行人	202130666620X	盖（19462）	外观设计	2021-10-11	原始取得	
187	发行人	2021306666214	儿童杯盖（01006）	外观设计	2021-10-11	原始取得	
188	发行人	2021306666233	盖（01107B）	外观设计	2021-10-11	原始取得	
189	发行人	2021306666248	饭盒（06728）	外观设计	2021-10-11	原始取得	
190	发行人	2021306666271	保温桶（13714A-B）	外观设计	2021-10-11	原始取得	
191	发行人	2021306666322	盖（01132A）	外观设计	2021-10-11	原始取得	
192	发行人	2021306666360	盖（02255A）	外观设计	2021-10-11	原始取得	
193	发行人	2021306666375	盖（01686A）	外观设计	2021-10-11	原始取得	
194	发行人	2021306390897	宠物喂水器（22003A）	外观设计	2021-9-26	原始取得	
195	发行人	2021305942344	吸嘴盖（01688A）	外观设计	2021-9-8	原始取得	
196	发行人	2021305946612	吸嘴盖（19459A）	外观设计	2021-9-8	原始取得	
197	发行人	2021218748614	一种杯盖及保温杯	实用新型	2021-8-11	原始取得	
198	发行人	2021303986085	杯盖（喷雾2）	外观设计	2021-6-25	原始取得	
199	特美刻实业	2022301376370	保温壶	外观设计	2022-3-16	原始取得	
200	特美刻实业	202220230820X	一种茶隔以及茶杯-壶	实用新型	2022-1-27	原始取得	
201	特美刻实业	2021308156856	杯（金银）	外观设计	2021-12-9	原始取得	
202	特美刻实业	2021307757668	保温壶（焖茶）	外观设计	2021-11-24	原始取得	
203	特美刻实业	2021306214109	杯（智能弹跳盖）	外观设计	2021-9-18	原始取得	
204	发行人	2022306268989	杯盖(B2C01130A)	外观设计	2022-9-22	原始取得	
205	发行人	2022306269089	杯用滤格(01429A)	外观设计	2022-9-22	原始取得	
206	发行人	2022306275056	杯(01616A-B)	外观设计	2022-9-22	原始取得	
207	发行人	2022306202695	饭盒（13063A）	外观设计	2022-9-20	原始取得	
208	发行人	2022306204027	杯盖（19401A）	外观设计	2022-9-20	原始取得	
209	发行人	2022306204722	杯(10013A)	外观设计	2022-9-20	原始取得	

210	发行人	2022224365233	一种滑动开盖式杯盖	实用新型	2022-9-14	原始取得	
211	发行人	2022223673523	一种保温杯盖结构	实用新型	2022-9-6	原始取得	
212	发行人	2022305700250	杯盖(01615A)	外观设计	2022-8-30	原始取得	
213	发行人	2022305545950	杯(DT05065B)	外观设计	2022-8-24	原始取得	
214	发行人	2022305260388	杯(B2C01034A)	外观设计	2022-8-12	原始取得	
215	发行人	202230518797X	杯(B2C05007A)	外观设计	2022-8-10	原始取得	
216	发行人	2022305187984	杯(B2C05006A)	外观设计	2022-8-10	原始取得	
217	发行人	2022305086979	杯瓶用过滤组件	外观设计	2022-8-5	原始取得	
218	发行人	2022304854410	杯盖(01411A)	外观设计	2022-7-28	原始取得	
219	发行人	2022304784121	瓶盖(01614A)	外观设计	2022-7-26	原始取得	
220	发行人	202230478416X	杯盖(19031A)	外观设计	2022-7-26	原始取得	
221	发行人	2022304796453	瓶盖(01613A)	外观设计	2022-7-26	原始取得	
222	发行人	2022304607659	杯(LTG01032A)	外观设计	2022-7-19	原始取得	
223	发行人	2022304612572	杯盖(TAG06008)	外观设计	2022-7-19	原始取得	
224	发行人	2022304518481	啤酒桶(01412A)	外观设计	2022-7-15	原始取得	
225	发行人	2022304096155	宠物喂水杯盖(22015D)	外观设计	2022-6-30	原始取得	
226	发行人	2022304102103	杯盖(01611C)	外观设计	2022-6-30	原始取得	
227	发行人	2022304102226	杯盖(01612A)	外观设计	2022-6-30	原始取得	
228	发行人	2022303823078	杯盖(01608A)	外观设计	2022-6-21	原始取得	
229	发行人	2022303695347	杯盖(01609A)	外观设计	2022-6-16	原始取得	
230	发行人	2022303695421	杯(SPR06001A)	外观设计	2022-6-16	原始取得	
231	发行人	2022303715374	瓶盖(01610A)	外观设计	2022-6-16	原始取得	
232	发行人	2022214255078	一种旋转开盖式杯盖	实用新型	2022-6-7	原始取得	
233	发行人	2022303215693	杯盖(LTG01030A)	外观设计	2022-5-27	原始取得	
234	发行人	2022303172166	杯盖(01424C)	外观设计	2022-5-26	原始取得	
235	发行人	2022303172170	杯盖(01423A)	外观设计	2022-5-26	原始取得	
236	发行人	2022302927328	杯盖(01410B-AZ)	外观设计	2022-5-18	原始取得	
237	发行人	2022302949007	杯(01421A)	外观设计	2022-5-18	原始取得	
238	发行人	2022302949168	杯盖(01425A)	外观设计	2022-5-18	原始取得	
239	发行人	2022302604976	杯盖(01068A)	外观设计	2022-5-6	原始取得	
240	发行人	2022302605305	杯盖(01420A)	外观设计	2022-5-6	原始取得	
241	发行人	2022302605377	杯盖(01064A)	外观设计	2022-5-6	原始取得	
242	发行人	2022302605447	杯(01016A)	外观设计	2022-5-6	原始取得	
243	发行人	2022302524740	杯盖(LTG01029A)	外观设计	2022-4-29	原始取得	

244	发行人	2022302479961	宠物喂食盆 (B2C22002A)	外观设计	2022-4-28	原始取得	
245	发行人	2022302479980	杯身(10610A)	外观设计	2022-4-28	原始取得	
246	发行人	2022302480085	杯(B2C01358A)	外观设计	2022-4-28	原始取得	
247	发行人	2022302494586	杯(B2C05005A)	外观设计	2022-4-28	原始取得	
248	发行人	2022209759544	一种杯盖及保温杯	实用新型	2022-4-25	原始取得	
249	发行人	2022201170086	一种水杯	实用新型	2022-1-17	原始取得	
250	发行人	2021306733219	杯盖(01749)	外观设计	2021-10-14	原始取得	
251	发行人	2022301309200	瓶盖(01112A)	外观设计	2021-10-14	原始取得	
252	发行人	2021109170934	一种杯盖及保温杯	发明专利	2021-8-11	原始取得	
253	金维克 科技	202221041990X	一种保温杯生产用抽检 装置	实用新型	2022-5-5	原始取得	
254	金维克 科技	2022202856755	一种便于携带的保温杯	实用新型	2022-2-14	原始取得	
255	特美刻 实业	2022304005372	保温杯(锤纹)	外观设计	2022-6-28	原始取得	
256	特美刻 实业	2022303214309	保温杯(焖茶)	外观设计	2022-5-27	原始取得	
257	特美刻 实业	202230243681X	泡茶杯(观山茶水分离)	外观设计	2022-4-27	原始取得	
258	发行人	2023302290282	杯(LTG01027)申请	外观设计	2023-4-23	原始取得	
259	发行人	2023301977061	杯盖(19452)申请	外观设计	2023-4-12	原始取得	
260	发行人	2023301976228	杯(19452)申请	外观设计	2023-4-12	原始取得	
261	发行人	2023301861775	杯(01644A)申请	外观设计	2023-4-7	原始取得	
262	发行人	2023301443435	杯体(B2C01265A)申请	外观设计	2023-3-23	原始取得	
263	发行人	2023301426656	沙拉碗(B2C01341)申请	外观设计	2023-3-23	原始取得	
264	发行人	2023301345216	碗(13083)申请	外观设计	2023-3-21	原始取得	
265	发行人	2023301246850	壶(18018)申请	外观设计	2023-3-16	原始取得	
266	发行人	2023301090698	杯盖(AFK80001)申请	外观设计	2023-3-10	原始取得	
267	发行人	2023300694525	饭盒(13079)申请	外观设计	2023-2-23	原始取得	
268	发行人	202330056833X	杯体(19312B1-BZ)申请	外观设计	2023-2-17	原始取得	
269	发行人	2023300568325	杯盖(19312B-AZ)申请	外观设计	2023-2-17	原始取得	
270	发行人	2023300193964	啤酒桶盖(01627)申请	外观设计	2023-1-30	原始取得	
271	发行人	202330055614X	杯盖(LTG01039A)申请	外观设计	2023-1-11	原始取得	
272	发行人	2022308563880	宠物包(SJB043)申请	外观设计	2022-12-23	原始取得	
273	发行人	2022232317763	一种保温杯弹跳杯盖申 请	实用新型	2022-12-1	原始取得	
274	发行人	2022232052974	一种双体咖啡杯申请	实用新型	2022-12-1	原始取得	
275	发行人	2022307755794	杯用提绳安装圈申请	外观设计	2022-11-21	原始取得	
276	发行人	2022307748818	瓶身(01618 系列)申请	外观设计	2022-11-21	原始取得	

277	发行人	2022307728138	饭盒(13080A)申请	外观设计	2022-11-21	原始取得	
278	发行人	2022307755915	宠物水瓶(22020A)申请	外观设计	2022-11-21	原始取得	
279	发行人	2022307748593	杯(B2C01359A)申请	外观设计	2022-11-21	原始取得	
280	发行人	2022307728119	瓶(02021A)申请	外观设计	2022-11-21	原始取得	
281	发行人	2022307416174	杯盖(01517C)申请	外观设计	2022-11-7	原始取得	
282	发行人	2022306982659	瓶(02017A)申请	外观设计	2022-10-21	原始取得	
283	发行人	2022306982729	瓶(01690A)申请	外观设计	2022-10-21	原始取得	
284	发行人	2022306673104	杯(PLT01012A-B)申请	外观设计	2022-10-11	原始取得	
285	发行人	2021232522072	一种饮料分配器及盖组件	实用新型	2021-12-22	原始取得	
286	金维克科技	2023201646063	一种杯体整形装置	实用新型	2023-1-16	原始取得	
287	金维克科技	2022228333250	一种具有茶叶分离功能的保温杯	实用新型	2022-10-27	原始取得	
288	金维克科技	2022226778086	一种保温杯生产用表面喷漆设备	实用新型	2022-10-12	原始取得	
289	金维克科技	2022223438504	一种保温杯加工输送装置	实用新型	2022-9-5	原始取得	
290	金维克科技	202221798566X	一种保温杯生产用保温性能测试设备	实用新型	2022-7-13	原始取得	
291	金维克科技	2022208410184	一种保温杯杯口缠胶装置	实用新型	2022-4-13	原始取得	
292	金维克科技	2020110324271	一种抗菌双色塑料杯加工方法	发明专利	2020-9-27	原始取得	
293	特美刻实业	2023301330598	壶盖(木纹手柄)	外观设计	2023-3-20	原始取得	
294	特美刻实业	2023300526568	玻璃杯体	外观设计	2023-2-15	原始取得	
295	特美刻实业	2023300257684	杯盖(不锈钢)	外观设计	2023-2-3	原始取得	
296	特美刻实业	2022308340755	水杯(DIY 智能)	外观设计	2022-12-13	原始取得	
297	特美刻实业	2022306917062	杯盖	外观设计	2022-10-20	原始取得	
298	特美刻实业	2022306310242	杯贴	外观设计	2022-9-23	原始取得	
299	发行人	2023305046092	缓食器(22004C)	外观设计	2023-8-9	原始取得	
300	发行人	2023304941428	咖啡杯(01720A)	外观设计	2023-8-4	原始取得	
301	发行人	2023304941409	冰淇淋杯(01722)	外观设计	2023-8-4	原始取得	
302	发行人	2023304941413	饭盒(13084A)	外观设计	2023-8-4	原始取得	
303	发行人	202330485033X	提手盖(01710C)	外观设计	2023-8-1	原始取得	
304	发行人	202330463298X	杯盖(01618A-AZ)	外观设计	2023-7-24	原始取得	
305	发行人	2023304656039	啤酒桶盖	外观设计	2023-7-24	原始取得	
306	发行人	2023304233000	奶泡机(98043)	外观设计	2023-7-7	原始取得	
307	发行人	2023304196798	杯(06098)	外观设计	2023-7-5	原始取得	

308	发行人	2023304143269	电热杯(88020)	外观设计	2023-7-4	原始取得	
309	发行人	2023304090948	饭盒(13081)	外观设计	2023-6-30	原始取得	
310	发行人	2023304031259	保温罐(02815)	外观设计	2023-6-29	原始取得	
311	发行人	2023304032209	杯(01707A)	外观设计	2023-6-29	原始取得	
312	发行人	2023304045726	杯盖(19470A)	外观设计	2023-6-29	原始取得	
313	发行人	2023304031244	杯(19451)	外观设计	2023-6-29	原始取得	
314	发行人	2023303959513	饮料保温罐(01703)	外观设计	2023-6-27	原始取得	
315	发行人	2023303974265	瓶(01642E)	外观设计	2023-6-27	原始取得	
316	发行人	2023303974299	瓶盖(01634A)	外观设计	2023-6-27	原始取得	
317	发行人	2023216527743	便于清洗的吸嘴杯	实用新型	2023-6-27	原始取得	
318	发行人	2023303553001	瓶盖(AFK80010)	外观设计	2023-6-9	原始取得	
319	发行人	202330354903X	瓶盖(AFK80003)	外观设计	2023-6-9	原始取得	
320	发行人	2023303549063	杯盖(AFK01013)	外观设计	2023-6-9	原始取得	
321	发行人	2023303545062	瓶盖(AFK80007)	外观设计	2023-6-9	原始取得	
322	发行人	2023303493119	杯(19313C)	外观设计	2023-6-7	原始取得	
323	发行人	2023214445931	一种户外杀菌水杯	实用新型	2023-6-7	原始取得	
324	发行人	2023303183983	杯盖(01640)	外观设计	2023-5-26	原始取得	
325	发行人	2023302989507	杯(01702)	外观设计	2023-5-19	原始取得	
326	发行人	2023302860163	榨汁杯(88013)	外观设计	2023-5-16	原始取得	
327	发行人	2023205588476	一种带酱料罐的沙拉碗	实用新型	2023-3-21	原始取得	
328	发行人	2023205625901	一种大型犬背带包	实用新型	2023-3-21	原始取得	
329	发行人	2023205623906	一种保温午餐包	实用新型	2023-3-21	原始取得	
330	发行人	2023205624792	一种宠物桶	实用新型	2023-3-21	原始取得	
331	发行人	202320317908X	直饮吸管两用杯盖及水杯	实用新型	2023-2-17	原始取得	
332	发行人	2023202138186	杯盖及保温杯	实用新型	2023-2-8	原始取得	
333	发行人	2023201047921	一种宠物饭盒	实用新型	2023-2-3	原始取得	
334	发行人	2023201047847	一种可变容量咖啡杯	实用新型	2023-2-3	原始取得	
335	发行人	2023302816673	杯(01700A-B)申请	外观设计	2023-5-15	原始取得	
336	发行人	2023202627252	吸嘴杯盖及水杯申请	实用新型	2023-2-8	原始取得	
337	金维克科技	2023207799147	圆柱体高低温丝网印刷	实用新型	2023-4-5	原始取得	
338	特美刻实业	2023304340873	焖茶壶(敲纹)	外观设计	2023-7-12	原始取得	
339	特美刻实业	2023304232421	保温壶(敲纹)	外观设计	2023-7-7	原始取得	
340	特美刻实业	2023303544873	杯盖(TW60137-150-155)	外观设计	2023-6-9	原始取得	

341	湖畔居	2023304180751	成套茶具（金鱼）	外观设计	2023-7-5	原始取得	
342	发行人	2023308044648	吸管杯盖	外观设计	2023-12-07	原始取得	
343	发行人	2023308013353	饮用瓶(01728A)	外观设计	2023-12-06	原始取得	
344	发行人	2023308028433	饭盒包(SJB055)	外观设计	2023-12-06	原始取得	
345	发行人	2023307910065	壶(TFZL11001)	外观设计	2023-12-01	原始取得	
346	发行人	2023307883301	水壶(毛毛虫)	外观设计	2023-11-30	原始取得	
347	发行人	2023307883316	电热保温杯	外观设计	2023-11-30	原始取得	
348	发行人	202330764263X	饮用瓶(10300F)	外观设计	2023-11-22	原始取得	
349	发行人	2023307642610	饮用瓶(10733F)	外观设计	2023-11-22	原始取得	
350	发行人	2023307552648	咖啡壶(18050)	外观设计	2023-11-17	原始取得	
351	发行人	2023307543920	瓶盖(01724A)	外观设计	2023-11-17	原始取得	
352	发行人	2023307552667	啤酒桶(01411A1)	外观设计	2023-11-17	原始取得	
353	发行人	2023307542491	饭盒(13084A)	外观设计	2023-11-17	原始取得	
354	发行人	2023307349598	宠物喂水杯盖(22029A)	外观设计	2023-11-10	原始取得	
355	发行人	2023307171684	杯盖(01719B)	外观设计	2023-11-03	原始取得	
356	发行人	2023229797384	双饮滑动杯盖	实用新型	2023-11-03	原始取得	
357	发行人	2023307158266	杯(19313B)	外观设计	2023-11-02	原始取得	
358	发行人	2023307158270	杯盖(19314B)	外观设计	2023-11-02	原始取得	
359	发行人	2023306987178	保温壶(01632B)	外观设计	2023-10-27	原始取得	
360	发行人	2023306773198	杯盖(AFK01007)	外观设计	2023-10-19	原始取得	
361	发行人	2023306773200	杯盖(AFK01018)	外观设计	2023-10-19	原始取得	
362	发行人	2023306781813	杯盖(AFK01019)	外观设计	2023-10-19	原始取得	
363	发行人	2023306773215	杯(AFK01019)	外观设计	2023-10-19	原始取得	
364	发行人	2023306592648	杯盖(01708A)	外观设计	2023-10-12	原始取得	
365	发行人	2023305911294	瓶盖(01715A)	外观设计	2023-09-12	原始取得	
366	发行人	2023305561286	咖啡杯盖(TFZL19001)	外观设计	2023-08-29	原始取得	
367	发行人	2023305563421	保温桶(B2C01004A)	外观设计	2023-08-29	原始取得	
368	发行人	2023305561214	杯盖(04030B)	外观设计	2023-08-29	原始取得	
369	发行人	2023223340322	具有可拆翻盖的咖啡杯	实用新型	2023-08-29	原始取得	
370	发行人	2023305561500	杯盖(04028B)	外观设计	2023-08-29	原始取得	
371	发行人	2023222255515	具有提手的杯子	实用新型	2023-08-17	原始取得	
372	发行人	2023222268290	具有可升降杯盖的杯子	实用新型	2023-08-17	原始取得	
373	发行人	2023221246538	一种防小盖丢失的杯子	实用新型	2023-08-08	原始取得	
374	发行人	202330484671X	水瓶(20237A)	外观设计	2023-08-01	原始取得	

375	发行人	2023220654633	一种杯子滤格及杯子	实用新型	2023-08-01	原始取得	
376	发行人	2023304615749	水瓶(01704B)	外观设计	2023-07-21	原始取得	
377	发行人	202330461572X	水瓶(01704A)	外观设计	2023-07-21	原始取得	
378	发行人	2023217888912	一种改善泡沫细腻度的奶泡机	实用新型	2023-07-07	原始取得	
379	发行人	2023216033851	一种旋转出水杯盖	实用新型	2023-06-21	原始取得	
380	发行人	2023303407560	啤酒桶盖(01001A1)	外观设计	2023-06-05	原始取得	
381	发行人	2022308563791	午餐包(SJB044)	外观设计	2022-12-23	原始取得	
382	发行人	2021305942363	杯盖(01063A)	外观设计	2021-09-08	原始取得	
383	金维克科技	2023219771937	一种塑料杯注塑机	实用新型	2023-07-26	原始取得	
384	金维克科技	2023214347996	一种均匀表面喷涂装置	实用新型	2023-06-07	原始取得	
385	金维克科技	2023210812626	真空器皿在线分析仪	实用新型	2023-05-04	原始取得	
386	云商科技	202322370920X	一种便捷式保温饭盒	实用新型	2023-09-01	原始取得	
387	特美刻实业	2023307149036	保温壶	外观设计	2023-11-02	原始取得	
388	特美刻实业	2023306788013	保温杯	外观设计	2023-10-19	原始取得	
389	特美刻实业	2023306558793	杯(双饮口)	外观设计	2023-10-11	原始取得	
390	同富股份	2024212669909	一种容器盖及水壶	实用新型	2024-12-17	原始取得	
391	同富股份	2024302412547	运动瓶(B2C01200A)	外观设计	2024-10-11	原始取得	
392	同富股份	2024208884404	一种侧按式杯盖	实用新型	2024-12-13	原始取得	
393	同富股份	2024301935928	吸嘴杯盖(TFZL02010A)	外观设计	2024-08-30	原始取得	
394	同富股份	2024301935932	吸嘴杯盖(TFZL02011A)	外观设计	2024-08-30	原始取得	
395	同富股份	2024207279700	一种杯盖及杯子	实用新型	2024-11-01	原始取得	
396	同富股份	2024301885740	吸管杯盖(B2C19316B)	外观设计	2024-08-30	原始取得	
397	同富股份	2024301885257	保温壶盖(19316)	外观设计	2024-08-30	原始取得	
398	同富股份	2024301885276	吸管杯盖(01678F)	外观设计	2024-08-30	原始取得	
399	同富股份	2024301885238	保温杯(01676)	外观设计	2024-08-30	原始取得	
400	同富股份	2024301885261	杯盖(B2C80022)	外观设计	2024-08-30	原始取得	
401	同富股份	2024301885242	水杯(B2C19004A)	外观设计	2024-08-30	原始取得	
402	同富股份	2024206883125	一种可拆卸旋盖	实用新型	2024-11-05	原始取得	
403	同富股份	2024301558700	吸管杯盖(按压式)	外观设计	2024-08-23	原始取得	
404	同富股份	2024205876976	按压式杯盖及吸嘴杯	实用新型	2024-10-18	原始取得	

405	同富股份	2024301539004	工艺品(富多多 IP 形象)	外观设计	2024-12-06	原始取得	
406	同富股份	202430147866X	水瓶(B2C01301B)	外观设计	2024-08-23	原始取得	
407	同富股份	2024203454556	吸管杯盖	实用新型	2024-09-13	原始取得	
408	同富股份	2024300403435	手柄杯携带包(SJB067)	外观设计	2024-07-23	原始取得	
409	同富股份	2024201495157	手柄杯携带包	实用新型	2024-08-16	原始取得	
410	同富股份	202430036639X	焖茶杯	外观设计	2024-07-16	原始取得	
411	同富股份	2024300302241	饭盒盖(TAK13001B-A)	外观设计	2024-07-30	原始取得	
412	同富股份	2024300302237	保温杯(MGU01002A)	外观设计	2024-07-16	原始取得	
413	同富股份	2024201105230	具有伸缩吸管的杯子	实用新型	2024-07-16	原始取得	
414	同富股份	2024201039544	推片式的吸嘴盖	实用新型	2024-08-02	原始取得	
415	同富股份	2024201033177	一种旋转杯盖及吸管杯	实用新型	2024-07-23	原始取得	
416	同富股份	2023308396967	保温瓶盖(01715A)	外观设计	2024-07-09	原始取得	
417	同富股份	2023232650135	双按键壶盖及保温壶	实用新型	2024-09-27	原始取得	
418	同富股份	2023229685957	吸管杯盖及水杯	实用新型	2024-07-05	原始取得	
419	金维克科技	2024205989616	一种稳定型保温杯输送装置	实用新型	2024-11-15	原始取得	
420	特美刻实业	2024302724394	杯盖(带茶隔)	外观设计	2024-09-20	原始取得	
421	特美刻实业	2024301696240	焖茶壶(带手把)	外观设计	2024-10-11	原始取得	
422	特美刻实业	2024301626835	咖啡杯(锤纹)	外观设计	2024-10-11	原始取得	
423	特美刻实业	2024301482129	弹跳盖保温杯(条纹)	外观设计	2024-08-23	原始取得	
424	特美刻实业	2024301485451	焖茶杯(条纹)	外观设计	2024-08-23	原始取得	
425	特美刻实业	2024301228965	泡茶杯(磁弹)	外观设计	2024-08-23	原始取得	
426	特美刻实业	2024300945621	保温杯	外观设计	2024-08-23	原始取得	
427	特美刻实业	2024300454988	茶隔	外观设计	2024-10-01	原始取得	
428	特美刻实业	2024300025338	水瓶塞	外观设计	2024-08-09	原始取得	

截至报告期末，发行人拥有的境外专利如下：

序号	权利人	地区	专利号	专利名称	注册日期	取得方式	出让方
1	发行人	英国、法国	008209837-0001	Jugs	2020-10-21	原始取得	
2	发行人	加拿大	171123	Bottle	2017-7-26	受让取得	同富日用品

3	发行人	英国、意大利	000695630-0001	Coffee pots	2007-3-26	受让取得	姚华俊
4	发行人	英国、意大利	000734504-0001	Vacuum flasks	2007-5-6	受让取得	姚华俊
5	发行人	英国、德国	001179311-0001	Drinking vessels	2009-8-14	受让取得	姚华俊
6	发行人	英国、德国	002468900-0001	Bottles [household]	2014-5-22	受让取得	姚华俊
7	发行人	英国、德国	001600875-0001	Coffee pots	2009-8-14	受让取得	姚华俊
8	发行人	英国、德国	001600875-0002	Coffee pots	2009-8-14	受让取得	姚华俊
9	发行人	日本	1392825	映画及び音楽再生機付き飲料容器	2009-9-7	受让取得	姚华俊
10	发行人	美国	D658006S	Drinking ware with multi-media module	2012-4-24	受让取得	姚华俊
11	发行人	美国	D772652S	Water bottle with carry loop	2016-11-29	受让取得	同富日用品
12	发行人	美国	D784082S	Infuser tea cup with straw	2017-4-18	受让取得	同富日用品
13	发行人	美国	D784764S	Double wall bottle with bite valve	2017-4-25	受让取得	同富日用品
14	发行人	美国	D784765S	Infuser tea cup with carry loop	2017-4-25	受让取得	同富日用品
15	发行人	美国	D791532S	Cap for child's bottle	2017-7-11	受让取得	同富日用品
16	发行人	美国	D798111S	Water bottle	2017-9-26	受让取得	同富日用品
17	发行人	美国	D799898S	Drinking bottle	2017-10-17	受让取得	同富日用品
18	发行人	美国	D802365S	Beer barrel	2017-11-14	受让取得	同富日用品
19	发行人	美国	D806467S	Cap for a beer barrel	2018-1-2	受让取得	同富日用品
20	发行人	美国	D807692S	Bottle lid	2018-1-16	受让取得	同富日用品
21	发行人	美国	D811169S	Cup	2018-2-27	受让取得	同富日用品
22	发行人	美国	D812419S	Bottle cap	2018-3-13	受让取得	同富日用品
23	发行人	美国	D815907S	Beer barrel	2018-4-24	受让取得	同富日用品
24	发行人	美国	D816412S	Beer barrel	2018-5-1	受让取得	同富日用品
25	发行人	美国	D838138S	Cup with mobile phone seat	2019-1-15	受让取得	同富日用品
26	发行人	美国	D843778S	Cup-lid	2019-3-26	受让取得	同富日用品
27	发行人	美国	D853235S	Bottle lid	2019-7-9	原始取得	
28	发行人	美国	D853236S	Bottle lid	2019-7-9	原始取得	
29	发行人	美国	D853237S	Bottle lid	2019-7-9	原始取得	
30	发行人	美国	D853238S	Bottle lid	2019-7-9	原始取得	
31	发行人	美国	D853842S	Bottle lid	2019-7-16	原始取得	
32	发行人	美国	D862228S	Cup lid	2019-10-8	受让取得	同富日用品

33	发行人	美国	D871132S	Cup lid	2019-12-31	原始取得	
34	发行人	美国	D885120S	Bottle lid	2020-5-26	原始取得	
35	发行人	美国	D895352S	Bottle lid	2020-9-8	原始取得	
36	发行人	美国	D900536S	Bottle lid	2020-11-3	原始取得	
37	发行人	美国	D900537S	Bottle lid	2020-11-3	原始取得	
38	发行人	美国	D900538S	Bottle lid	2020-11-3	原始取得	
39	发行人	美国	D901236S	Bottle lid	2020-11-10	原始取得	
40	发行人	美国	D908425S	Bottle lid	2021-1-26	原始取得	
41	发行人	美国	D917953S	Bottle lid	2021-5-4	原始取得	
42	发行人	美国	D917954S	Bottle lid	2021-5-4	原始取得	
43	发行人	美国	D917955S	Bottle lid	2021-5-4	原始取得	
44	发行人	美国	D917956S	Bottle lid	2021-5-4	原始取得	
45	发行人	美国	D917957S	Bottle lid	2021-5-4	原始取得	
46	发行人	美国	D917958S	Bottle lid	2021-5-4	原始取得	
47	发行人	美国	D917959S	Bottle lid	2021-5-4	原始取得	
48	发行人	美国	D917960S	Bottle lid	2021-5-4	原始取得	
49	发行人	美国	D937043S	bottle	2021-11-30	原始取得	
50	发行人	美国	D933412S	teapot	2021-10-19	原始取得	
51	发行人	美国	D932226S	teapot	2021-10-05	原始取得	
52	发行人	美国	D946345S	Bottle lid	2022-03-22	原始取得	
53	发行人	欧盟	009031255-00 01	Electric kettles	2022-05-20	原始取得	
54	发行人	美国	D955809S	Bottle lid	2022-6-28	原始取得	
55	发行人	美国	D948916S	Jug	2022-4-19	原始取得	
56	发行人	美国	D944053S	Bottle lid	2022-2-22	原始取得	
57	发行人	美国	D1008754S	Lunch box	2023-12-6	原始取得	
58	发行人	美国	D1006521S	Electric kettle	2023-12-5	申请取得	
59	发行人	美国	D1006620S	Bottle lid	2023-12-5	申请取得	
60	发行人	美国	20230047143- A1	CUP COVER AND THERMOS CUP	2023-2-16	申请取得	
61	发行人	欧盟	015044905-00 01	Bottles	2023-12-19	申请取得	
62	发行人	美国	D1024668S	Jar lid	2024-4-30	申请取得	
63	发行人	美国	D1023668S	Lunch box lid	2024-4-23	申请取得	
64	发行人	美国	12017824B2	CUP COVER AND THERMOS CUP	2024-6-25	申请取得	
65	发行人	欧盟	015032940-00 01	Bottles	2023-9-4	申请取得	
66	发行人	欧盟	015032939-00 01	Waterers for animals(part of-)	2023-9-4	申请取得	

67	发行人	欧盟	015032939-00 02	Waterers for animals(part of-)	2023-9-4	申请取得	
68	发行人	欧盟	015032639-00 01	Animal waterers	2023-9-4	申请取得	
69	发行人	日本	1773034	食品用容器	2024-6-5	申请取得	
70	发行人	日本	1771387	保温容器	2024-5-16	申请取得	
71	发行人	日本	1770570	弁当箱	2024-5-8	申请取得	
72	发行人	美国	D1050806	Bottle lid	2024/11/12	申请取得	
73	发行人	美国	D1049768	Bottle lid	2024/11/5	申请取得	
74	发行人	美国	D1049769	Bottle lid	2024/11/5	申请取得	
75	发行人	美国	D1049770	Bottle lid	2024/11/5	申请取得	
76	发行人	美国	D1049789	Lunch box	2024/11/5	申请取得	
77	发行人	美国	D1047575	Bottle lid	2024/10/22	申请取得	
78	发行人	美国	D1047577	Bottle lid	2024/10/22	申请取得	
79	发行人	美国	D1047578	Bottle lid	2024/10/22	申请取得	
80	发行人	美国	D1047579	Bottle lid	2024/10/22	申请取得	
81	发行人	美国	D1047614	Bottle	2024/10/22	申请取得	
82	发行人	美国	D1047580	Bottle lid	2024/10/22	申请取得	
83	发行人	美国	D1044406	Bottle	2024/10/1	申请取得	
84	发行人	美国	D1044391	Bottle lid	2024/10/1	申请取得	
85	发行人	美国	D1043265	Bottle	2024/9/24	申请取得	
86	发行人	美国	D1043237	Bottle lid	2024/9/24	申请取得	
87	发行人	美国	D1042015	Bottle lid	2024/9/17	申请取得	
88	发行人	美国	D1041244	Bottle lid	2024/9/10	申请取得	
89	发行人	美国	D1041245	Bottle lid	2024/9/10	申请取得	
90	发行人	美国	D1041247	Bottle lid	2024/9/10	申请取得	
91	发行人	美国	D1041246	Bottle lid	2024/9/10	申请取得	
92	发行人	美国	D1041255	Bottle	2024/9/10	申请取得	
93	发行人	美国	D1040619	Bottle	2024/9/3	申请取得	
94	发行人	美国	D1033139	Bottle	2024/7/2	申请取得	
95	发行人	美国	D1033163	Bottle	2024/7/2	申请取得	
96	发行人	美国	D1033123	Internal filter for water bottle	2024/7/2	申请取得	
97	发行人	欧盟	015071881-00 01	Flasks	2024/9/10	申请取得	
98	发行人	欧盟	015074930-00 01	Lids for bottles	2024/10/2	申请取得	
99	发行人	日本	1778706	弁当箱	2024/8/21	申请取得	
100	发行人	日本	1730893	保温容器	2022/11/18	申请取得	

101	发行人	日本	1780368	コップ	2024/9/11	申请取得	
102	发行人	日本	1780379	コーヒーカップ	2024/9/11	申请取得	
103	发行人	日本	1784378	水筒	2024/11/5	申请取得	
104	发行人	日本	1784380	水筒	2024/11/5	申请取得	
105	发行人	日本	1784431	魔法瓶	2024/11/5	申请取得	