

关于浙江比依电器股份有限公司
申请向特定对象发行股票申请文件的审核问询函
有关财务问题回复的专项说明

**关于浙江比依电器股份有限公司
申请向特定对象发行股票申请文件的审核问询函
有关财务问题回复的专项说明**

中汇会专[2025]10741 号

上海证券交易所：

由浙江比依电器股份有限公司（以下简称“发行人”、“公司”或“比依股份”）转来的贵所于2025年8月9日下发的《关于浙江比依电器股份有限公司向特定对象发行股票申请文件的审核问询函》（上证上审（再融资）（2025）241号）（以下简称问询函）奉悉，我们作为公司本次向特定对象发行股票的申报会计师，对问询函中需要我们回复的财务问题进行了认真分析，并补充实施了核查程序。现就问询函有关财务问题回复如下：

一、关于本次募投项目及融资必要性

根据申报文件，1) 本次募投项目“中意产业园智能厨房家电建设项目（二期）”拟建设自动化生产线及立体仓库，新增年产1,500万台空气炸锅、空气烤箱、环境电器等；其中，空气炸锅、空气烤箱以升级智能款为主，环境电器、奶泡机等报告期内销量数量相对较低。

2) 公司本次拟募集资金不超过62,437.49万元（含），主要投向土地费用、建筑工程投资、购置设备和安装等方面，本项目整体建设周期为3年，第6年全部达产，预计年均营业收入为161,845.77万元，年均实现净利润为16,619.06万元，毛利率为17.91%。

请发行人：（1）结合募投产品的市场空间、竞争格局、同行业可比公司扩产情况、公司境内外已有及在建产能、产能利用率变动情况等，说明“中意产业园智能厨房家电建设项目”一二期规划产能的依据及合理性，与在手订单、市场需求变化等是否匹配，本次募投项目新增产能是否存在产能消化的风险，相关风险揭示是否充分；（2）结合募投产品报告期内产销情况及收入规模、本次拟升级的具体领域及功能等，说明是否属于现有成熟业务，是否已完成技术研发，募投项目实施是否存在较大不确定性；（3）说明本次募投项目土地、建筑工程、装备购置等具体内容及测算依据，建筑工程面积、设备购置数量等与新增产能的匹配关系，资金用途及单位投资产值与前次募投项目存在差异的原因及合理性，是否可能出现资金闲置或大额结余等情形；（4）结合募投产品预计销量、售价、产能爬坡情况等，说明本次募投项目效益测算中关键参数确定依据，与公司或同行业类似项目对比情况，是否审慎、合理；（5）结合公司现有资金余额、未来资金流入及流出、各项资本性支出、资金缺口等，说明本次融资规模合理性。

请保荐机构对上述问题进行核查并发表明确意见，请保荐机构及申报会计师根据《证券期货法律适用意见第18号》第5条、《监管规则适用指引—发行类第7号》第5条对问题（4）（5）进行核查并发表明确意见。

回复：

（一）结合募投产品预计销量、售价、产能爬坡情况等，说明本次募投项目效益测算中关键参数确定依据，与公司或同行业类似项目对比情况，是否审慎、合理

1、关键参数确定依据、与公司或同行业类似项目对比情况

本次募投项目收益测算明细如下：

单位：万元

项目	T+1	T+2	T+3	T+4	T+5	T+6	T+7	T+8	T+9	T+10	T+11	T+12
一、营业收入	-	14,200.00	56,800.00	133,480.00	200,753.92	238,395.28	226,475.52	219,681.25	213,090.81	213,090.81	213,090.81	213,090.81
减：主营业务成本	-	12,322.35	49,920.04	115,442.27	171,679.86	203,146.12	193,181.81	187,502.15	181,992.87	181,992.87	181,992.87	181,992.87
二、毛利	-	2,366.44	8,835.09	22,632.30	35,984.29	43,455.06	41,089.31	39,740.84	38,432.82	38,432.82	38,432.82	38,432.82
营业税金及附加	-	-	-	28.21	872.26	1,035.81	984.02	954.50	925.86	925.86	925.86	925.86
销售费用	-	175.55	702.21	1,650.19	2,481.88	2,947.23	2,799.87	2,715.88	2,634.40	2,634.40	2,634.40	2,634.40
管理费用	-	337.90	1,351.60	3,176.26	4,777.09	5,672.80	5,389.16	5,227.48	5,070.66	5,070.66	5,070.66	5,070.66
研发费用	-	448.15	1,792.61	4,212.63	6,335.80	7,523.76	7,147.58	6,933.15	6,725.15	6,725.15	6,725.15	6,725.15
三、利润总额	-	1,404.83	4,988.67	13,565.01	21,517.25	26,275.45	24,768.69	23,909.83	23,076.74	23,076.74	23,076.74	23,076.74
减：所得税	-	239.17	799.02	2,338.09	2,277.22	2,812.75	2,643.17	2,546.50	2,452.74	2,452.74	2,452.74	2,452.74
四、净利润	-	1,165.66	4,189.66	11,226.91	19,240.04	23,462.69	22,125.52	21,363.33	20,624.01	20,624.01	20,624.01	20,624.01

上表效益测算中关键指标测算依据如下：

（1）预计销量及产能爬坡情况

本项目建设期 3 年，规划产能 1500 万台/年，项目建设期第 2 年开始投产，并于第 6 年全部达产，预计销量及产能爬坡数据如下：

单位：万台

序号	产品类别	T+1	T+2	T+3	T+4	T+5	T+6-T+12
1	空气炸锅/空气烤箱	-	42.50	170.00	425.00	680.00	850.00
2	环境电器	-	20.00	80.00	200.00	320.00	400.00
3	奶泡机、制冰机及其他	-	12.50	50.00	125.00	200.00	250.00
	合计	-	75.00	300.00	750.00	1,200.00	1,500.00

（2）销售单价

本项目产品单价遵循“成本+利润”的成本加成定价模式。本项目主要生产智能小家电产品，主要以产品制造成本（直接材料、直接人工、制造费用等）为基础，叠加目标毛利率确定价格。综合考虑产品成本、市场竞争等因素，本次募投产品空气炸锅/空气烤箱、环境电器、奶泡机和制冰机及其他平均售价分别为 208.24 元/台、145.00 元/台和 196.00 元/台。同时考虑市场竞争持续加剧，产品单价在投产第三年（T+4 年）开始下降，其中 T+4、T+5 年分别降低 6%、T+6、T+7 分别下降 5%，T+8、T+9 分别下降 3%，随后保持平稳。

（3）成本费用

项目在运营期内各个年度的总成本费用如下表所示：

单位：万元

项目	T+1	T+2	T+3	T+4	T+5	T+6	T+7	T+8	T+9	T+10	T+11	T+12
主营业务成本合计	-	12,322.35	49,920.04	115,442.27	171,679.86	203,146.12	193,181.81	187,502.15	181,992.87	181,992.87	181,992.87	181,992.87
直接材料	-	8,807.68	35,230.73	82,792.22	124,519.50	147,866.91	140,473.56	136,259.35	132,171.57	132,171.57	132,171.57	132,171.57
直接人工	-	1,625.48	6,501.92	15,279.50	22,980.37	27,289.19	25,924.73	25,146.99	24,392.58	24,392.58	24,392.58	24,392.58
制造费用	-	1,437.32	5,749.27	13,510.78	20,320.22	24,130.26	22,923.75	22,236.04	21,568.95	21,568.95	21,568.95	21,568.95
折旧摊销	-	451.87	2,438.13	3,859.77	3,859.77	3,859.77	3,859.77	3,859.77	3,859.77	3,859.77	3,859.77	3,859.77
税金及附加	-	-	-	28.21	872.26	1,035.81	984.02	954.50	925.86	925.86	925.86	925.86
销售费用	-	175.55	702.21	1,650.19	2,481.88	2,947.23	2,799.87	2,715.88	2,634.40	2,634.40	2,634.40	2,634.40
管理费用	-	337.90	1,351.60	3,176.26	4,777.09	5,672.80	5,389.16	5,227.48	5,070.66	5,070.66	5,070.66	5,070.66
研发费用	-	448.15	1,792.61	4,212.63	6,335.80	7,523.76	7,147.58	6,933.15	6,725.15	6,725.15	6,725.15	6,725.15
财务费用	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
总成本	-	13,283.95	53,766.46	124,509.56	186,146.90	220,325.73	209,502.44	203,333.16	197,348.95	197,348.95	197,348.95	197,348.95
固定成本	-	1,413.47	6,284.54	12,927.06	18,326.81	21,039.38	20,180.40	19,690.78	19,215.85	19,215.85	19,215.85	19,215.85
变动成本	-	11,870.48	47,481.92	111,582.51	167,820.09	199,286.36	189,322.04	183,642.38	178,133.11	178,133.11	178,133.11	178,133.11
付现成本	-	12,832.08	51,328.34	120,649.80	182,287.13	216,465.97	205,642.67	199,473.39	193,489.19	193,489.19	193,489.19	193,489.19

注：制造费用中不含折旧摊销，折旧摊销单独列示。

本项目的营业成本包括直接材料费、直接人工费和制造费用。其中，直接材料费基于各规划产品的主要原材料构成，参考历史生产经验取值，以产品预期销售收入乘以原材料占收入比例计算；直接人工参考历史人工费用占销售收入比例进行计算；制造费用包括燃料动力费、运输费和其他制造费用，参考历史制造费用占销售收入比例进行测算（剔除折旧摊销）；折旧摊销费用根据项目拟投入的资产规模进行计算，折旧摊销年限和残值等参数均按照公司现行的会计核算方法执行，土地使用权摊销年限为 50 年，残值为 0，房屋建筑物折旧年限为 30 年，残值为 10%，机器设备折旧年限为 10 年，残值率为 10%，按直线折旧法计提折旧摊销。

本项目的期间费用包括销售费用、管理费用、研发费用，综合考虑公司报告期内期间费用率水平，募投项目实施后的收入规模，销售人员、行政管理人员与研发人员数量，出于谨慎性考虑，相关费用率参考 2022-2024 年公司期间费用率，同时考虑收入规模增长对期间费用率的摊薄影响进行测算，本项目销售费用率、管理费用率、研发费用率分别取 1.24%、2.38%及 3.16%。

2、与公司或同行业类似项目对比情况，是否审慎、合理

(1) 与公司业务对比情况

本次募投项目与公司现有业务对比情况如下：

项目	本项目	2022 年	2023 年	2024 年	2022-2024 年平均
综合毛利率	18.23%	19.55%	21.21%	15.55%	18.77%

注：本项目毛利率取值为项目全部达产年，即 T+6 年

公司专注于智能小家电产品的设计、制造和销售，主要产品包括空气炸锅、空气烤箱、油炸锅、环境电器等，凭借突出的产品设计开发能力和稳定的产品质量，公司已成为 Versuni、晨北科技、Chefman/厨曼、Asda/阿斯达、Newell/纽威品牌、SharkNinja/尚科宁家及 SEB/法国赛博集团等国内外知名企业的重要供应商，赢得了全球客户和广大消费者的认可。2022 年至 2024 年，公司平均综合毛利率为 18.77%，本次募投项目中意产业园二期项目考虑到 6 年的产能爬坡周期、升级款等产品带来更高的附加值等因素，达产年综合毛利率为 18.23%，具有谨慎性、合理性。

本次中意产业园二期项目与前募扩产项目、中意产业园一期项目对比情况如下：

项目	本项目	前募扩产项目	中意产业园一期项目
产能	1,500 万台	1,000 万台	1,000 万台
建设期	36 个月	24 个月	24 个月
产能爬坡周期	6 年	5 年	6 年
内部收益率（税后）	16.49%	27.45%	22.09%
投资回收期（税后）	7.75	6.27	6.31

注：上表前募扩产项目为最初规划时相关数据。

如上表所示，本项目内部收益率、投资回收期低于前募扩产项目和中意产业园一期项目，主要系综合考虑项目投入强度较大，建设及产能爬坡周期较长，市场竞争加剧等因素审慎测算所致，项目具有谨慎性、合理性。

(2) 与同行业类似项目对比情况

本项目与同行业可比公司募投项目情况比较如下：

公司名称	项目名称	项目时间	建设期	内部收益率	投资回收期（年）
利仁科技（001259）	小家电技改扩产项目	2022 年	24 个月	14.49%	6.98
	年产 910 万台智能厨房小家电、220 万台智能家居小家电生产基地建设项目	2023 年	24 个月	14.87%	7.00
小熊电器（002959）	小熊电器创意小家电生产建设（大良五沙）项目	2019 年	24 个月	19.92%	5.65

公司名称	项目名称	项目时间	建设期	内部收益率	投资回收期（年）
	小熊电器智能小家电制造基地项目		24 个月	18.99%	5.89
	小熊电器创意小家电生产建设（均安）项目		24 个月	21.10%	5.58
	创意小家电（勒流）基地项目	2021 年	36 个月	18.94%	7.01
	广东小熊精品电器有限公司新建智能小家电制造基地（二期）项目	2022 年	30 个月	18.73%	6.51
新宝股份 (002705)	智能家居电器项目	2017 年	36 个月	15.93%	7.50
	健康美容电器项目		36 个月	16.27%	7.44
	高端家用电动类厨房电器项目		24 个月	19.61%	6.24
	压铸类小家电建设项目	2020 年	36 个月	17.03%	7.14
	创意小家电建设项目		36 个月	19.02%	6.68
	区间			14.49%-21.10%	5.58-7.50
	平均值			17.91%	6.64
	本项目	2024 年	36 个月	16.49%	7.75

如上表所示，本项目经济效益与同行业可比公司建设项目相比测算较为审慎，具有合理性。

综上所述，本项目在进行效益测算时，综合考虑了产品成本构成、市场竞争环境等因素，对于产品销量、销售单价及毛利率、产能爬坡及成本费用的预测具有合理性及谨慎性。效益测算方面则综合考虑了投入强度和投产爬坡周期，低于过往募投相关数据，且低于近年来行业可比公司募投项目情况，项目总体测算较为审慎，具有合理性。

（二）结合公司现有资金余额、未来资金流入及流出、各项资本性支出、资金缺口等，说明本次融资规模合理性

截至报告期末，公司货币资金余额、经营性现金流、资本性支出规划等情况如下：

单位：万元

名称	金额
报告期末货币资金余额（1）	41,791.60
报告期末易变现的各类金融资产余额（2）	658.18
报告期末受限的货币资金（3）	4,311.10
报告期末前次募投项目未使用资金（4）	3,976.74
可自由支配资金（5）=（1）+（2）-（3）-（4）	34,161.93
未来三年经营性现金流入净额（6）	69,241.09

名称	金额
最低现金保有量需求（7）	20,598.88
未来三年新增最低现金保有量需求（8）	14,995.98
未来三年现金分红（9）	38,042.29
未来三年拟偿还债务的利息（10）	6,011.06
已审议的投资项目资金需求（11）	99,551.61
未来期间资金需求合计（12）=（7）+（8）+（9）+（10）+（11）	179,199.82
总体资金缺口（13）=（12）-（5）-（6）	75,796.80

注：报告期末易变现的各类金融资产余额为交易性金融资产。

1、未来三年经营性现金流入净额

2022-2024 年度，公司经营活动现金流量净额占营业收入的比例分别为 13.09%、28.41%和 7.70%。鉴于 2024 年度公司业绩增长较快且主要客户账期有所延长，与未来三年预期情况较为相符，为审慎测算，预计 2025 年-2027 年经营活动现金流量净额占营业收入比重为 7.70%。假设未来三年公司营业收入的增长率为 20%，经测算，未来三年预计日常经营积累为 69,241.09 万元，具体情况如下：

单位：万元

项目	2025 年	2026 年	2027 年
营业收入	247,042.57	296,451.09	355,741.30
经营活动现金流量净额/营业收入	7.70%	7.70%	7.70%
经营活动现金流量净额	19,022.28	22,826.73	27,392.08

注：该数据仅为测算总体资金缺口所用，不代表公司对未来年度经营情况及财务状况的判断，亦不构成盈利预测，下同。

2、最低现金保有量需求

最低现金保有量是公司维持其日常营运所需要的最低货币资金。根据 2024 年度财务数据测算，公司在现行运营规模下日常经营需要保有的最低货币资金为 20,598.88 万元，具体测算过程如下：

单位：万元

财务指标	计算公式	计算结果
最低现金保有量（万元）	(1) = (2) / (3)	20,598.88
2024 年付现成本总额（万元）	(2) = (4) + (5) - (6)	181,846.34
2024 年营业成本（万元）	(4)	173,865.17
2024 年期间费用总额（万元）	(5)	14,468.87
2024 年非付现成本总额（万元）	(6)	6,487.70

财务指标	计算公式	计算结果
货币资金周转次数（现金周转率）（次）	(3) = 360 / (7)	8.83
2024 年现金周转期（天）	(7) = (8) + (9) - (10)	40.78
2024 年存货周转期（天）	(8)	47.51
2024 年经营性应收项目周转期（天）	(9)	86.68
2024 年经营性应付项目周转期（天）	(10)	93.42

注 1：期间费用包括管理费用、销售费用、研发费用以及财务费用；
 注 2：非付现成本总额包括当期固定资产折旧、使用权资产摊销、无形资产摊销以及长期待摊费用摊销；
 注 3：存货周转期=360/存货周转率；
 注 4：经营性应收项目周转期=360×平均应收账款账面余额/营业收入；
 注 5：经营性应付项目周转期=360×平均应付账款账面余额/营业成本。

3、未来三年新增最低现金保有量需求

假设公司最低现金保有量增长需求与公司营业收入的增长速度保持一致，根据前述对未来三年公司营业收入的预测，公司 2027 年末最低现金保有量需求将达到 35,594.86 万元，即未来三年公司新增最低现金保有量为 14,995.98 万元，具体测算如下：

单位：万元

项目	计算公式	计算结果
2024 年度营业收入	①	205,868.81
报告期末最低现金保有量（基于 2024 年度测算）	②	20,598.88
2027 年度营业收入	③	355,741.30
2027 年末最低现金保有量（基于 2027 年度测算）	④=②×（③/①）	35,594.86
未来期间新增最低现金保有量	⑤=④-②	14,995.98

4、未来三年预计现金分红金额

2022-2024 年度，公司现金分红金额分别为 8,959.68 万元、7,002.22 万元和 5,583.16 万元，占当年度归属于母公司股东的净利润的比例分别为 50.33%、34.70%和 40.01%，平均占比 41.68%；同期，公司归属于母公司股东的净利润占营业收入的平均比例为 10.15%。假设 2025-2027 年度公司归属于母公司股东的净利润占营业收入的比例同样为 10.15%，现金分红占当年度归属于母公司股东的净利润的比例为 41.68%，则未来三年的现金分红金额合计为 38,042.29 万元，具体如下：

单位：万元

项目	2027 年	2026 年	2025 年
营业收入①	355,741.30	296,451.09	247,042.57

项目	2027 年	2026 年	2025 年
2022-2024 年平均归母净利率②	10.15%		
2022-2024 年平均现金分红占归母净利润的比例③	41.68%		
现金分红④=①*②*③	15,049.70	12,541.41	10,451.18

5、未来三年拟偿还债务的利息

假设未来三年平均利率为 2.5%，公司报告期末 80,147.40 万元的短期借款及长期借款未来三年需支付的利息费用为 6,011.06 万元。

6、已审议的投资项目资金需求

截至报告期末，公司已审议的重大投资项目主要系卓利达（泰国）有限公司合作项目、泰国年产 700 万台厨房家电工厂项目、中意产业园一期项目及中意产业园二期项目，相关项目的投资总额、已投资金额及剩余需投资金额如下：

单位：万元

项目	未来三年仍需投入金额	董事会审议时间
卓利达（泰国）有限公司合作项目	1,428.00	2025-03-17
泰国年产 700 万台厨房家电工厂项目	21,069.47	2024-04-03
中意产业园一期项目	28,894.48	2024-12-20
中意产业园二期项目	48,159.66	2024-12-20
合计	99,551.61	-

注：美元金额按 7.00 汇率折算。

综上所述，公司未来三年货币资金缺口为 75,796.80 万元，本次拟募集资金 62,437.49 万元，剩余部分资金需求将由公司通过银行贷款等自筹方式予以满足。本次募集资金融资规模具有合理性。

（三）核查程序及核查意见

1、核查程序

我们执行了以下核查程序：

（1）查阅发行人本次募投项目相关的可行性研究报告及可比公司定期报告等公开资料，了解本次募投项目效益测算的关键参数及确定依据，比较发行人与同行业类似项目的相关数据；

(2) 访谈发行人主要管理人员并查阅发行人报告期内审计报告，了解发行人现有资金余额、未来资金流入及流出、资本性支出及资金缺口等，分析本次融资规模的合理性。

2、核查意见

经核查，我们认为：

(1) 根据《证券期货法律适用意见第18号》第5条对问题（4）（5）进行核查并发表明确意见

我们根据《证券期货法律适用意见第18号》之“五、关于募集资金用于补流还贷如何适用第四十条‘主要投向主业’的理解与适用”，进行逐项核查并发表核查意见，具体如下：

序号	《证券期货法律适用意见第18号》第5条 具体规定	核查意见
1	（一）通过配股、发行优先股或者董事会确定发行对象的向特定对象发行股票方式募集资金的，可以将募集资金全部用于补充流动资金和偿还债务。通过其他方式募集资金的，用于补充流动资金和偿还债务的比例不得超过募集资金总额的百分之三十。对于具有轻资产、高研发投入特点的企业，补充流动资金和偿还债务超过上述比例的，应当充分论证其合理性，且超过部分原则上应当用于主营业务相关的研发投入。	经核查，我们认为：发行人本次募集资金总额 62,437.49 万元，其中视同补流的金额为 2,636.18 万元，占本次募集资金总额比例为 4.22%，未超过 30%。
2	（二）金融类企业可以将募集资金全部用于补充资本金。	经核查，我们认为：发行人不属于金融类企业，不适用上述规定，且不存在将募集资金全部用于补充资本金的情形。
3	（三）募集资金用于支付人员工资、货款、预备费、市场推广费、铺底流动资金等非资本性支出的，视为补充流动资金。资本化阶段的研发支出不视为补充流动资金。工程施工类项目建设期超过一年的，视为资本性支出。	经核查，我们认为：除已视同资本性支出的铺底流动资金之外，发行人本次募投项目拟使用募集资金不存在将募集资金用于支付人员工资、货款、预备费、市场推广费等非资本性支出的情形。
4	（四）募集资金用于收购资产的，如本次发行董事会前已完成资产过户登记，本次募集资金用途视为补充流动资金；如本次发行董事会前尚未完成资产过户登记，本次募集资金用途视为收购资产。	经核查，我们认为：本次募集资金未用于收购资产，不适用前述规定。
5	（五）上市公司应当披露本次募集资金中资本性支出、非资本性支出构成以及补充流动资金占募集资金的比例，并结合公司业务规模、业务增长情况、现金流状况、资产构成及资金占用情况，论证说明本次补充流动资金的原因及规模的合理性。	经核查，我们认为：发行人已于募集说明书中披露本次募集资金中资本性支出、非资本性支出构成以及补充流动资金占募集资金的比例，已充分考虑公司业务规模、业务增长情况、现金流状况、资产构成及资金占用情况等因素，公司本次补充

序号	《证券期货法律适用意见第 18 号》第 5 条 具体规定	核查意见
		流动资金（包含视为补充流动资金）的原因及规模具有合理性。

（2）根据《监管规则适用指引—发行类第七号》第五条进行核查并发表明确意见

我们根据《监管规则适用指引—发行类第 7 号》之“7-5募投项目预计效益披露要求”，进行逐项核查并发表核查意见，具体如下：

序号	《监管规则适用指引—发行类第 7 号》 第 5 条具体规定	核查意见
1	一、对于披露预计效益的募投项目，上市公司应结合可研报告、内部决策文件或其他同类文件的内容，披露效益预测的假设条件、计算基础及计算过程。发行前可研报告超过一年的，上市公司应就预计效益的计算基础是否发生变化、变化的具体内容及对效益测算的影响进行补充说明。	经核查，我们认为：发行人已结合可研报告、内部决策文件披露了效益预测的假设条件、计算基础及计算过程。发行人本次募投项目可研报告出具时间为 2025 年 5 月，截至本反馈意见回复出具日未超过 1 年。
2	二、发行人披露的效益指标为内部收益率或投资回收期的，应明确内部收益率或投资回收期的测算过程以及所使用的收益数据，并说明募投项目实施后对公司经营的预计影响。	经核查，我们认为：发行人本次募投项目内部收益率及投资回收期的测算过程以及所使用的收益数据合理，发行人已在募集说明书中披露本次发行对公司经营管理和财务状况的预计影响。
3	三、上市公司应在预计效益测算的基础上，与现有业务的经营情况进行纵向对比，说明增长率、毛利率、预测净利率等收益指标的合理性，或与同行业可比公司的经营情况进行横向比较，说明增长率、毛利率等收益指标的合理性。	经核查，我们认为：发行人已在预计效益测算的基础上，与现有业务的经营情况进行了纵向对比，与同行业可比公司的经营情况进行了横向对比。本次募投项目的收入增长率、毛利率等收益指标具有合理性。
4	四、保荐机构应结合现有业务或同行业上市公司业务开展情况，对效益预测的计算方式、计算基础进行核查，并就效益预测的谨慎性、合理性发表意见。效益预测基础或经营环境发生变化的，保荐机构应督促公司在发行前更新披露本次募投项目的预计效益。	经核查，我们认为：发行人本次募投项目效益预测具备谨慎性、合理性。发行人已在募集说明书中披露募投项目预计效益情况、效益测算的计算方式及计算基础，并对募投项目的风险进行了揭示。

二、关于前次募投项目

根据申报材料，1）公司2022年首发募投项目包括“年产1,000万台厨房小家电建设扩产项目”“年产250万台空气炸锅生产线技术改造项目”“浙江比依电器股份有限公司研发中心建设项目”“浙江比依电器股份有限公司信息化系统升级建设项目”等。2）因规划用地性质变更等

原因，首发募投项目存在结余资金，公司变更募集资金投向“中意产业园智能厨房家电建设项目”，预计2025年10月达到预定可使用状态。3）2024年12月，公司董事会审议通过拟对中意项目实施分期建设，并调增投资规模及新增产能。4）首发募投项目中“年产1,000万台厨房小家电建设扩产项目”“年产250万台空气炸锅生产线技术改造项目”已达到预计效益，其余项目为不适用。

请发行人说明：（1）前次募投项目变更投资金额或结余资金的具体内容及依据，前期项目筹划及测算是否审慎；公司将结余资金投入“中意产业园智能厨房家电建设项目”的原因及主要考虑，该项目分期建设的必要性、最新建设进展，能否在规定期限内达到预定可使用状态；（2）结合“中意产业园智能厨房家电建设项目”与本次募投项目的联系及区别，进一步说明前次募投项目尚未达产且未实现效益情况下，实施本次募投项目的主要考虑及必要性，是否重复投资，是否存在将本次募集资金变相投入前次募投项目的情形；（3）前次募投项目实现效益情况，与前期信息披露是否一致，主要参数是否发生变化；前次募投项目变更前后实际用于非资本性支出情况，占募集资金总额的比例情况。

请保荐机构对上述问题进行核查并发表明确意见，请申报会计师根据《监管规则适用指引——发行类第7号》第6条对问题（1）（3）进行核查并发表明确意见。

回复：

（一）前次募投项目变更投资金额或结余资金的具体内容及依据，前期项目筹划及测算是否审慎；公司将结余资金投入“中意产业园智能厨房家电建设项目”的原因及主要考虑，该项目分期建设的必要性、最新建设进展，能否在规定期限内达到预定可使用状态

1、前次募投项目变更投资金额或结余资金的具体内容及依据，前期项目筹划及测算是否审慎

2024年2月，公司公告《关于变更募集资金投资项目的公告》和《关于变更募集资金投资项目的补充公告》，将“年产1000万台厨房小家电建设扩产项目”、“年产250万台空气炸锅生产线技术改造项目”、“研发中心建设项目”和“信息化系统升级建设项目”合计剩余/结余的23,201.07万元变更投入至中意产业园一期项目的工业用房项目（1#2#3#楼及附属房、展示车间）和（4#5#楼）的土建工程投入、研发及信息化软件及硬件购置，变更投资金额及结余资金的具体内容如下：

单位：万元

项目	投资内容	承诺投资金额	累计已投资金额	变更投资金额/ 结余资金
前募扩产项目	建设投资	6,368.95	3,010.88	3,358.07
	设备购置	15,427.73	5,076.59	10,351.14
	基本预备费	1,089.46	1,068.93	20.53
	铺底流动资金	2,158.88	1,390.82	768.06
	项目总投资	25,045.01	10,547.22	15,255.80
前募技改项目	设备购置	8,928.15	6,084.01	2,844.14
	基本预备费	446.41	215.30	231.11
	铺底流动资金	969.90	-	969.90
	项目总投资	10,344.46	6,299.31	4,194.36
研发中心建设项目	场地投入	265.59	-	265.59
	设备购置及安装	1,474.19	1,465.23	8.95
	实施费用	1,350.10	-	1,350.10
	基本预备费	86.99	-	86.99
	项目总投资	3,176.87	1,465.23	1,741.03
信息化系统升级建设项目	设备购置及安装	1,474.49	1,200.85	273.63
	基本预备费	73.72	-	73.72
	实施费用	1,742.13	156.13	1,586
	项目总投资	3,290.35	1,356.98	2,009.88
补充流动资金	-	10,000.00	10,000.00	-

注：变更投资金额/结余资金中包含利息收入扣除手续费后的净额、理财收益及待支付尾款；累计已投资金额中包含尚未支付的合同尾款。

如上表所示，前募扩产项目变更投资金额为15,255.80万元，变更投资金额的来源包括建设投资及设备购置等项目的资金结余，主要原因系在分批建设前募扩产项目的过程中，当地政府拟变更前募扩产项目所在土地的规划用地性质为商住混合用地，且厂区西侧部分位于规划道路内，导致公司继续建设受限，同步导致生产设备的购置和进场也相应受到影响。前述变更系当地政府对于相关地块的规划用途调整所致，公司在2020年筹划项目时客观上难以预计到相关情形，但公司最终实际投资金额与实际产能的匹配、计划投资金额与计划产能的匹配情况如下：

项目	计划投入	实际投入
投资金额（万元）	25,045.01	10,547.22
预期产能（万台）	1,000	400
投资金额/预期产能（元/台）	25.05	26.37

如上表所示，前募扩产项目的实际投资金额/实际产能、计划投资金额/计划产能基本匹配，变更投资金额主要系所在地块规划用途变更所致。

前募技改项目结余资金为4,194.36万元，结余资金的来源包括设备购置等项目的资金结余，主要原因系公司在项目后续实施过程中通过合理利用现有设备加强部分工序生产效率、利用产线工艺改良减少了设备购置需求结余2,844.14万元，且未使用铺底流动资金和部分基本预备费结余资金1,201.01万元所致。设备购置资金结余主要集中在总装车间，其中，因仓储物流系统WMS与机器人调度系统LCS打通，使得原规划的部分机器人配套集成应用系统免于投入，节约资金约1,100万元；因外箱SKU型号过多、机型切换降低产线效率，使得前期规划纸箱由机器人包装方案在投入10%之后替换回人工方案，节约设备资金约540万元；因电源线接线闭端子工艺优化，改为接插端子工艺，节约手持式扎带机设备投入约280万元等。

2、公司将结余资金投入“中意产业园智能厨房家电建设项目”的原因及主要考虑，该项目分期建设的必要性、最新建设进展，能否在规定期限内达到预定可使用状态

公司将结余资金投入中意产业园一期项目的主要原因系为了提高募集资金的使用效率，避免将募集资金用于补充流动资金，同时中意产业园智能厨房家电建设项目作为公司未来主要生产基地，其资金投入金额较大，结余资金投入中意产业园一期项目可有效提高公司资金整体使用效率。

“中意产业园智能厨房家电建设项目”分为一期项目和二期项目，分期建设主要系新品规划及资金安排等因素所致。2024年2月，公司公告中意产业园智能厨房家电建设项目产能规划为2,200万台，项目总投资额为108,330.00万元；2024年10月，随着SharkNinja等客户的咖啡机项目进度加快，深圳市和生星云科技有限公司等环境电器的客户需求增加，以及项目实际建设过程中部分建筑布局调整、机器设备升级等，公司将中意产业园智能厨房家电建设项目产能调整至2,500万台，项目总投资额增加至138,454.09万元。由于中意产业园智能厨房家电建设项目投资总额增加较大，SharkNinja等咖啡机客户对相关产品的需求较为急迫，公司将项目整体分为一期项目和二期项目，加快推进一期项目中咖啡机等相关产品的产能建设进度以满足客户需求，并筹划通过向特定对象发行股票方式筹集部分资金用于二期项目，通过对投资建设内容、合同签署及款项支付、入账登记等方面的明确区分，防范资金混同。

截至本回复报告出具日，“中意产业园智能厨房家电建设项目”正常推进。其中，中意产业园智能厨房家电建设项目（一期）主体工程已基本完成，咖啡机等部分产品机器设备正

在陆续安装调试，预期将在2025年10月达到预定可使用状态；中意产业园智能厨房家电建设项目（二期）主体工程进度已达75%左右，预期将在2026年10月达到预定可使用状态。

（二）前次募投项目实现效益情况，与前期信息披露是否一致，主要参数是否发生变化；前次募投项目变更前后实际用于非资本性支出情况，占募集资金总额的比例情况

1、前次募投项目实现效益情况，与前期信息披露是否一致，主要参数是否发生变化

公司在《比依股份首次公开发行股票招股说明书》中披露“年产1,000万台厨房小家电建设扩产项目”建设达产后新增加热类厨房小家电产能1,000万台，“年产250万台空气炸锅生产线技术改造项目”达产后新增加热类厨房小家电产能250万台；2024年2月公司在《关于变更募集资金投资项目的公告》和《关于变更募集资金投资项目的补充公告》中披露“年产1,000万台厨房小家电建设扩产项目”因所在地块用地性质变更导致继续扩建受到限制，项目已建成的部分折合年规划产能400万台；“年产250万台空气炸锅生产线技术改造项目”于2023年8月15日达到预定可使用状态，可实现250万台常规款空气炸锅产能或 200 万台双锅/大锅等特殊款空气炸锅产能。

报告期内，前次募投项目效益实现情况如下：

实际投资项目		截止日投资项目累计产能利用率 ^{注4}	承诺年效益	最近三年一期实际效益				截止日累计实现效益	是否达到预计效益
序号	项目名称			2022年度	2023年度	2024年度	2025年1-6月		
1	浙江比依电器股份有限公司年产 1,000 万台厨房小家电建设扩产项目	95.34%	注 1	不适用	5,883.49	6,296.67	2,059.84	14,240.00	注 1
2	年产 250 万台空气炸锅生产线技术改造项目	100.00%	实现年产 250 万台常规款空气炸锅或 200 万台双锅/大锅等特殊款空气炸锅	不适用	1,585.33	1,957.00	1,250.97	4,793.30	是
3	浙江比依电器股份有限公司研发中心建设项目	不适用	不适用	不适用	不适用	不适用	不适用	不适用	不适用 [注 2]
4	浙江比依电器股份有限公司信息化系统升级建设项目	不适用	不适用	不适用	不适用	不适用	不适用	不适用	不适用 [注 2]
5	补充流动资金	不适用	不适用	不适用	不适用	不适用	不适用	不适用	不适用 [注 2]
6	中意产业园智能厨房家电建设项目（一期）	不适用	实现年产 1000 万台智能小家电产品	不适用	不适用	不适用	不适用	不适用	不适用 [注 3]

注 1：该项目原规划建成实现年产 1000 万台厨房小家电，后因地块规划用地性质变更为商住混合用地，且厂区西侧部分位于规划道路内，继续扩建受到限制，同步导致生产设备的购置和进场也相应受到影响。公司于 2024 年 1 月收到规划部门出具《证明》，最终确认扩产项目无法继续扩建。公司根据实际订单预期及经营情况分批建设扩产项目，已建成注塑车间、总装车间、小部分丝印车间、相关配套仓储及办公区域，并购入注塑机、丝印机、精益线等机器设备，折合年规划产能为 400 万台。

注 2：“浙江比依电器股份有限公司研发中心建设项目”、“浙江比依电器股份有限公司信息化系统升级建设项目”和“补充流动资金”无法单独核算其效益。

注 3：“中意产业园智能厨房家电建设项目（一期）”尚处在建设期，尚未达产，该项目预计于 2025 年 10 月达到预定可使用状态。

注 4：截止日投资项目累计产能利用率为 2023 年至 2025 年 6 月末期间的累计产能利用率。

如上表所示，公司“年产 1,000 万台厨房小家电建设扩产项目”截至 2023 年末实现折合年规划产能为 400 万台。鉴于公司未在前期信息披露中披露相关项目的预计效益及测算依据，以公司首次公开发行股票的可行性研究报告测算（为剔除产能减小导致爬坡期缩短的影响，选择 T+60 的满产状态折算），按 400 万台折算的效益和 2024 年度实际实现的效益分别为 6,003.51 万元和 6,296.67 万元，达到预计效益。在主要参数方面，首次公开发行股票的可行性研究报告测算参数和实际效益实现情况的测算参数如下：

项目	预计效益的测算参数	实际效益的测算参数
数量（万台）	400.00	386.88
平均单价（元/台）	165.80	178.35
营业收入（万元）	66,320.00	68,998.40
毛利率	21.79%	26.13%
净利率	9.05%	9.13%
净利润（万元）	6,003.51	6,296.67

注：为剔除产能减小导致爬坡期缩短的影响，首次公开发行股票的可行性研究报告测算参数选择 T+60 的满产状态折算，通过乘以 40%（400 万台/1000 万台）进行换算；实际效益实现情况的营业收入已包括“年产 1,000 万台厨房小家电建设扩产项目”向公司其他项目供应的注塑零部件部分折算的收入。

“年产 250 万台空气炸锅生产线技术改造项目”项目于 2023 年 8 月 15 日达到预定可使用状态，折合产能为年产 250 万台常规款空气炸锅或 200 万台双锅/大锅等特殊款空气炸锅，2024 年度可研报告测算效益（T+36）和 2024 年度实际实现的效益分别为 1,606.13 万元和 1,957.00 万元，达到预计效益。在主要参数方面，首次公开发行股票的可行性研究报告测算参数和实际效益实现情况的测算参数如下：

项目	预计效益的测算参数	实际效益的测算参数
数量（万台）	250 万台常规款空气炸锅或 200 万台双锅/大锅等特殊款空气炸锅	241.86
平均单价（元/台）	82.90（250 万台测算）或 103.63（200 万台测算）	156.50
营业收入（万元）	20,725.00	37,851.19
毛利率	20.55%	14.53%
净利率	7.75%	5.17%
净利润（万元）	1,606.13	1,957.00

如上表所示，年产250万台空气炸锅生产线技术改造项目的预计效益和实际效益测算参数基本一致，其中平均单价差异相对较大主要系预计效益时系选择当时基础款空气炸锅的平均价格进行的测算，随着空气炸锅产品的迭代升级，实际销售时双锅升级款等空气炸锅占比提升使得产品平均单价提高。

综上所述，公司前次募投项目实现效益达到预计效益，与前期信息披露一致，实际效益的主要参数与预计效益的主要参数不存在重大差异。

2、前次募投项目变更前后实际用于非资本性支出情况，占募集资金总额的比例情况

2024年2月，公司公告《关于变更募集资金投资项目的公告》和《关于变更募集资金投资项目的补充公告》，将“年产1000万台厨房小家电建设扩产项目”、“年产250万台空气炸锅生产线技术改造项目”、“研发中心建设项目”和“信息化系统升级建设项目”合计剩余/节余的23,201.07万元变更投入至中意产业园一期项目的工业用房项目（1#2#3#楼及附属房、展示车间）和（4#5#楼）的土建工程投入、研发及信息化软件及硬件购置。前次募投项目变更之后，前次募集资金拟使用情况如下：

单位：万元

序号	募投项目	具体内容	项目投资总额	拟使用前次募集资金金额	其中：非资本性支出金额
1	年产1,000万台厨房小家电建设扩产项目	建设投资	6,368.95	3,010.88	-
		设备购置	15,427.73	5,076.59	-
		基本预备费	1,089.46	1,068.93	1,068.93
		铺底流动资金	2,158.88	1,390.82	1,390.82
		项目总投资	25,045.01	10,547.22	2,459.75
2	年产250万台空气炸锅生产线技术改造项目	设备购置	8,928.15	6,084.01	-
		基本预备费	446.41	215.30	215.30
		铺底流动资金	969.90	-	-
		项目总投资	10,344.46	6,299.32	215.30
3	研发中心建设项目	场地投入	265.59	-	-
		设备购置及安装	1,474.19	1,465.23	-
		实施费用	1,350.10	-	-
		基本预备费	86.99	-	-
		项目总投资	3,176.87	1,465.23	-

序号	募投项目	具体内容	项目投资总额	拟使用前次募集资金金额	其中：非资本性支出金额
4	信息化系统升级建设项目	设备购置及安装	1,474.49	1,200.85	-
		基本预备费	73.72	-	-
		实施费用	1,742.13	156.13	156.13
		项目总投资	3,290.35	1,356.98	156.13
5	补充流动资金	-	10,000.00	10,000.00	10,000.00
6	中意产业园一期项目	土地费用	3,947.62	-	-
		建筑工程投资	37,517.84	19,450.16	-
		设备购置及安装	14,952.67	3,750.92	-
		铺底流动资金	1,363.82	-	-
		合计	57,781.95	23,201.07	-

如上表所示，前次募投项目变更之前和变更之后的非资本性支出金额均为12,831.18万元，占前次募集资金总额的24.74%，前次募投项目变更未增加非资本性支出金额。

综上所述，前次募投项目变更前后的非资本性支出金额均为12,831.18万元，占前次募集资金总额的比例为24.74%，未增加非资本性支出金额。

（三）核查程序及核查意见

1、核查程序

我们执行了以下核查程序：

（1）查阅发行人公开披露信息、访谈发行人主要管理人员并查阅余姚市自然资源和规划局出具的《说明》，了解前次募投项目变更的具体内容及依据，前次项目筹划及测算的审慎性，发行人将结余资金投入“中意产业园智能厨房家电建设项目”的原因及主要考虑，项目分期建设的必要性及建设进展、在规定期限内达到预定可使用状态的可行性；

（2）查阅前次募投项目可行性研究报告及发行人公开资料，访谈发行人主要管理人员，了解前次募投项目效益实现情况及其主要参数，了解前次募投项目变更后实际用于非资本性支出情况。

2、核查意见

经核查，我们认为：

（1）前募扩产项目变更投资金额的主要原因系所在地块规划变更，变更投资金额的来源包括建设投资及设备购置等项目的资金结余；前募技改项目结余资金的来源包括设备购置等项目的资金结余，主要原因系通过合理利用现有设备加强部分工序生产效率、利用产线工艺改良减少了设备购置需求，且未使用铺底流动资金和部分基本预备费；发行人系基于2020年项目筹划及测算时的市场及公司情况进行的筹划及测算，具备审慎性；发行人将结余资金投入中意产业园一期项目主要系为了提高募集资金使用效率，将其投入公司未来主要生产基地的投资建设；该项目分期建设系产品规划和资金安排等因素，具备必要性；该项目正常推进中，预期能够在规定期限内达到预定可使用状态；

（2）发行人前次募投项目实现效益达到前次募投项目设计时的预期效益，与前期信息披露一致，主要参数不存在重大差异；前次募投项目变更前后实际用于非资本性支出的金额均为12,831.18万元，占前次募集资金总额的比例为24.74%，前次募投项目的变更未增加非资本性支出金额。

三、关于公司业务与经营情况

3.1根据申报材料，1）报告期内，公司营业收入分别为149,920.70万元、155,951.77万元、205,868.81万元和53,033.79万元，归母净利润分别为17,803.08万元、20,178.15万元、13,955.69万元和1,501.15万元。2）报告期内，公司主营业务毛利率分别为19.48%、20.81%、15.41%和13.07%，部分产品毛利率波动较大。3）公司以ODM/OEM业务为主，报告期内自主品牌收入占比在1%以内；业务销售以直接销售为主，部分产品通过电商渠道销售；公司前五大客户销售金额合计占营业收入比例均在60%以上，第一大客户的收入占比在报告期内由35%增长至45%以上。4）报告期内，公司的外销业务增长较快，境外销售收入占当期收入比例均在90%左右。

请发行人说明：（1）结合小家电行业发展趋势及供需情况，ODM/OEM业务开展情况，公司主要产品销售价格、销量，成本费用等，说明公司收入、净利润、毛利率波动的原因及合理性，公司业绩变动趋势与同行业可比公司是否存在较大差异，相关风险提示是否充分；（2）结合公司产品竞争优势、下游客户调价原因、最终产品售

价对公司产品价格的影响情况、各销售渠道销售情况及价格差异等，说明公司空气炸锅、空气烤箱、环境电器产品的毛利率是否将持续下降，以及公司采取的应对措施和预计效果，咖啡机等产品毛利率波动较大的原因及合理性；（3）报告期内公司主要客户销售规模变化的原因及背景，相关合作是否稳定及具体依据，公司关于大客户依赖性的风险提示是否充分；（4）结合公司业务规划、海外销售的具体区域、对应产品或业务分布情况等，说明近期国际贸易政策和税收制度变动对公司业务的具体影响，是否影响已取得或预计取得的海外订单，以及公司应对措施，相关风险提示是否充分；（5）报告期内公司报关数据、出口退税金额、信保数据等与公司外销业务规模是否匹配。

回复：

（一）结合小家电行业发展趋势及供需情况，ODM/OEM业务开展情况，公司主要产品销售价格、销量，成本费用等，说明公司收入、净利润、毛利率波动的原因及合理性，公司业绩变动趋势与同行业可比公司是否存在较大差异，相关风险提示是否充分；

1、小家电行业发展趋势及供需情况

小家电行业是家电行业中具有长期成长性的子品类，在消费升级的大趋势下，行业发展仍处于需求层级不断提升的阶段。随着居民收入水平的提升，消费者对提升生活品质的需求增加，产品的更新频率及品类的迭代速度也相对加快，消费者对智能小家电产品亦提出了新的需求。

（1）智能化趋势

2025年AWE展会，各家电企业均展示出了不同程度的AI智能技术与小家电产品的联动，AI智能控制和物联网(IoT)技术的广泛应用成为小家电行业的新亮点。随着科技不断进步，小家电行业产品必将进行全面升级。未来，通过APP互联、自动控制、远程操控、模拟体验、家居互联等一系列智能化的升级，小家电的各类产品将在智能化的赛道上角逐锋芒。公司持续产品科技创新，已推出多款智能款空气炸锅等产品，并时刻关注AI等前沿技术发展，储备相关产品研发。

（2）绿色消费趋势

根据商务部的数据，2024年以旧换新一级能效产品销售额占比达到90%以上，这不光是政策的推动效果，也是市场未来的消费趋势。在中国实施“双碳”战略目标的

引领下，可持续发展已渗透到方方面面，全面落实绿色低碳转型成为家电行业高质量发展的内在要求，小家电产品也将进行节能减排的思考。如能将水校或能效标准更好的运用到小家电产品，或将抢占市场先机。公司产品定位高端，能效高、能耗低，符合全球高标准客户的SEG要求。

（3）品牌营销趋势

从整体来看，大家电行业或已呈现头部品牌分层局面，而小家电行业目前仍未出现行业集中度较为明显的代表性企业。同时，随着产业链和供应链的加快重塑，家电行业的经营也不再局限于单纯的贸易，在众多家电企业持续扩大自有品牌宣传力度，并积极利用跨境电商进行自主品牌产品B2C出口业务开拓的背景下，海内外客户及消费者已然看到了众多具有中国基因的家电品牌。公司时刻关注国内外新兴品牌客户，抓住增量业务机会，并加大自有品牌推广，提高品牌知名度。

小家电行业市场规模稳定增长，竞争较为充分，具体如下：

（1）小家电市场庞大且增长迅速，多样化的产品线推动了销量的攀升

2023年，全球小家电市场规模达到1,938.3亿美元，预计到2032年市场规模有望达到3,012.4亿美元，预测期内复合年增长率为5.07%。当前，小家电的应用范围已经从家庭环境延伸至办公场所和旅行途中，全球小家电品类的销量呈现持续增长趋势。技术的持续革新不断催生小家电的创新。如智能化、多功能性以及节能环保等特性，这些都使得小家电更加贴合现代消费者的需求。

（2）技术革新促进了高端小家电市场的扩张，产品单价逐年上涨

数据显示，小家电市场的细分品类平均单价普遍呈显著上升趋势，其中吸尘器细分市场预计到2029年产品单价将达到191,47美元，领先于其他细分市场。预计到2026年全球家电平均价格将达到158.3美元。随着智能家居技术的普及和消费者对能效和便利性的追求，高端家电产品的需求预计将持续增长，进一步推动家电市场的平均价格上升。同时，全球供应链的优化和生产效率的提升也可能在一定程度上缓解成本压力，影响最终的零售价格。

（3）高端化与高性价比并存，小家电行业品牌竞争加剧

近年来，随着消费者对于小家电认知和需求的不断提升，小家电新兴品类不断涌现，而产品本身是否品质卓越、颜值是否够高、价格是否实惠仍是用户产生购买行为前最主要的考虑因素，根据库润数据，有97%的受访者倾向于选购质量、外观、功能更为优秀的小家电产品，而产品的低价/折扣等因素同样吸引了84%的受访者“剁手”下单。现代人在兼顾性价比的同时越来越愿意为真正科技便捷、功能实用的智能小家电买单，高端化与高性价比并存将在未来加剧小家电品牌竞争与营销内卷。

（4）政策、需求分化、渠道多重驱动下，小家电市场增量可期

政策层面，随着“以旧换新”“家电下乡”等政策落地，刺激需求端迭代升级，有望拉动存量家电市场需求释放。需求层面，随着我国经济持续发展、人均可支配收入不断提升，人们的生活观念正不断演变，“一人经济”“颜值经济”“银发经济”等热度居高不下，带动小家电需求场景进一步细分，“悦己”“创新”属性更强的小家电产品层出不穷，有效满足消费者对个性化、高品质生活方式的追求，进而实现消费扩容升级。渠道层面，社交电商平台的崛起拓宽了小家电销售渠道，供需咬合之下将会有更多的小家电产品进入国内消费者家庭，市场规模增长空间广阔。

综上，公司产品定位高端、高效能，并积极推进智能化和品牌化，符合小家电行业产品智能化、绿色消费和品牌化的发展趋势。基于深厚的大客户资源、高效的供应链交付能力和创新的产品研发设计能力，有助于在优势细分产品市场（空气炸锅、油炸锅等）竞争中保持领先，并持续通过上述资源能力拓展新的产品领域（咖啡机、环境电器等），拓宽市场空间。

2、ODM/OEM业务开展情况

报告期内，公司以ODM/OEM业务为主，约占全部收入的95%以上。OBM模式则为公司自有品牌产品的生产与销售。

报告期内，公司各期主营业务收入按照ODM/OEM、OBM及其他等业务模式分类如下：

单位：万元

业务模式	2025 年 1-6 月		2024 年		2023 年		2022 年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
ODM/OEM	109,310.76	95.75%	201,543.46	98.68%	153,667.86	99.47%	147,660.42	99.14%
OBM及其他	4,846.04	4.25%	2,701.51	1.32%	811.33	0.53%	1,281.58	0.86%

合计	114,156.80	100.00%	204,244.97	100.00%	154,479.19	100.00%	148,942.00	100.00%
----	------------	---------	------------	---------	------------	---------	------------	---------

如上表所示，报告期内公司以ODM/OEM业务模式为主，收入占比在95%以上。其中，2025年1-6月OBM及其他业务模式收入同比增长相对较大，主要系咖啡机及桌面饮水机等自主品牌产品销售增加所致。

3、公司主要产品销售价格、销量，成本费用

报告期内，公司各期营业收入构成情况如下：

单位：万元

项目	2025年1-6月		2024年度		2023年度		2022年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
主营业务收入	114,156.80	98.63%	204,244.97	99.21%	154,479.19	99.06%	148,942.00	99.35%
其他业务收入	1,586.88	1.37%	1,623.84	0.79%	1,472.58	0.94%	978.70	0.65%
合计	115,743.68	100.00%	205,868.81	100.00%	155,951.77	100.00%	149,920.70	100.00%

报告期内，公司各期主营业务突出，占公司营业收入的99%以上，为公司利润主要来源。主营业务收入主要由空气炸锅、空气烤箱、油炸锅、咖啡机等产品收入构成。

报告期内，公司各期主营业务收入按产品构成情况如下：

单位：万元

项目	2025年1-6月		2024年度		2023年度		2022年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
空气烤箱、空气炸锅	98,519.74	86.30%	181,344.72	88.79%	137,672.58	89.12%	132,619.91	89.04%
油炸锅	5,123.54	4.49%	12,524.92	6.13%	13,034.06	8.44%	11,595.71	7.79%
咖啡机及其他	9,322.89	8.17%	7,673.46	3.76%	3,772.55	2.44%	4,726.39	3.17%
环境电器	1,190.62	1.04%	2,701.87	1.32%	-	-	-	-
合计	114,156.80	100.00%	204,244.97	100.00%	154,479.19	100.00%	148,942.00	100.00%

报告期内，公司空气炸锅、空气烤箱、油炸锅收入合计金额分别为144,215.62万元、150,706.64万元、193,869.64万元和103,643.29万元，占公司各期主营业务收入的比例分别为96.83%、97.56%、94.92%和90.79%，为公司主营业务收入的主要组成部分。

报告期内，公司各期主要产品销售价格、销量情况如下：

产品类型	项目	2025年1-6月	2024年度	2023年度	2022年度
空气烤箱、空气炸锅	销量（万台）	430.61	895.11	681.61	674.52
	销售额（万元）	98,519.74	181,344.72	137,672.58	132,619.91

产品类型	项目	2025年1-6月	2024年度	2023年度	2022年度
	销售单价（元/台）	228.79	202.59	201.98	196.61
油炸锅	销量（万台）	47.79	120.36	120.11	115.75
	销售额（万元）	5,123.54	12,524.92	13,034.06	11,595.71
	销售单价（元/台）	107.21	104.07	108.52	100.18
咖啡机及其他	销量（万台）	29.75	21.57	26.14	37.32
	销售额（万元）	9,322.89	7,673.46	3,772.55	4,726.39
	销售单价（元/台）	313.37	355.75	144.32	126.64
环境电器	销量（万台）	8.04	19.38	-	-
	销售额（万元）	1,190.62	2,701.87	-	-
	销售单价（元/台）	148.01	139.42	-	-

如上表所示，受益于公司的优质客户及不断增强的综合竞争力，报告期各期公司主要产品销量呈现增长态势，主要产品空气炸锅/空气烤箱的销量分别为674.52万台、681.61万台、895.11万台和430.61万台。

报告期内，公司主要产品空气炸锅/空气烤箱平均单价有所增长，2025年1-6月增长显著，主要系随着空气炸锅/空气烤箱的升级迭代，产品平均单价有所增长所致；油炸锅产品单价较为稳定；咖啡机及其他产品平均单价2024年以来变动较为显著，主要系2024年单位价值较高的咖啡机开始销售所致，咖啡机产品在2024年和2025年1-6月的平均单价分别为727.48元/台和400.89元/台，2025年1-6月平均单价有所下降主要系小型咖啡机产品销售占比提升所致；环境电器产品价格较为稳定。

报告期内，公司成本费用的构成情况如下：

单位：万元

项目	2025年1-6月		2024年度		2023年度		2022年度	
	金额	占营业收入的比例	金额	占营业收入的比例	金额	占营业收入的比例	金额	占营业收入的比例
营业成本	99,127.87	85.64%	173,865.17	84.45%	122,872.67	78.79%	120,612.18	80.45%
销售费用	3,241.66	2.80%	2,999.48	1.46%	1,726.70	1.11%	1,716.08	1.14%
管理费用	3,998.40	3.45%	6,430.74	3.12%	4,928.23	3.16%	3,957.32	2.64%
研发费用	3,159.11	2.73%	6,945.32	3.37%	6,490.33	4.16%	6,445.98	4.30%
财务费用	-191.01	-0.17%	-1,906.67	-0.93%	-2,888.29	-1.85%	-3,258.14	-2.17%
合 计	109,336.04	94.46%	188,334.04	91.47%	133,129.64	85.37%	129,473.42	86.36%

如上表所示，报告期内公司营业成本占收入的比例变动相对较大，销售费用和管理费用2024年以来同比变动相对较大，研发费用较为稳定，财务费用报告期内变动相对较大，具体情况如下：

（1）营业成本

报告期内，公司营业成本以主营业务成本为主，主营业务成本构成情况如下：

单位：万元

项目	2025年1-6月		2024年度		2023年度		2022年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
直接材料	71,890.48	73.50%	127,238.16	73.65%	93,401.61	76.35%	86,164.13	71.85%
直接人工	13,210.29	13.51%	24,761.75	14.33%	16,687.69	13.64%	16,034.55	13.37%
制造费用	12,708.93	12.99%	20,771.64	12.02%	12,239.49	10.01%	17,728.17	14.78%
合计	97,809.71	100.00%	172,771.56	100.00%	122,328.80	100.00%	119,926.84	100.00%

如上表所示，报告期内公司直接材料、直接人工和制造费用的比例较为稳定。

（2）销售费用

报告期内，公司销售费用具体如下：

单位：万元

项目	2025年1-6月		2024年度		2023年度		2022年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
职工薪酬	771.72	23.81%	1,059.74	35.33%	795.79	46.09%	759.88	44.28%
广告宣传费	88.00	2.71%	239.94	8.00%	268.64	15.56%	19.45	1.13%
电商平台推广服务费	1,957.41	60.38%	1,279.62	42.66%	239.20	13.85%	593.84	34.60%
业务招待费	47.00	1.45%	71.93	2.40%	46.45	2.69%	23.70	1.38%
办公费	170.48	5.26%	164.96	5.50%	211.19	12.23%	274.69	16.01%
差旅费	36.28	1.12%	43.26	1.44%	56.53	3.27%	20.01	1.17%
股份支付	9.55	0.29%	22.30	0.74%	50.74	2.94%	-	-
其他	161.22	4.97%	117.74	3.93%	58.16	3.37%	24.50	1.43%
合计	3,241.66	100.00%	2,999.48	100.00%	1,726.70	100.00%	1,716.08	100.00%

如上表所示，报告期内公司销售费用分别为1,716.08万元、1,726.70万元、2,999.48万元和3,241.66万元，占营业收入的比例分别为1.14%、1.11%、1.46%和2.80%，主要为销售人员工资及电商平台推广服务费。2024年度，销售费用与去年相比增长1,272.78万元，主要系公司加大主要通过线上销售的自主品牌产品推广力度，电商推广服务费

增加所致。2025年1-6月，电商推广费随着公司自主品牌产品推广力度的进一步加强而继续增加。

(3) 管理费用

报告期内，公司管理费用具体如下：

单位：万元

项目	2025年1-6月		2024年度		2023年度		2022年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
职工薪酬	2,220.53	55.54%	3,658.41	56.89%	2,133.10	43.28%	1,933.88	48.87%
业务招待费	193.66	4.84%	289.41	4.50%	296.38	6.01%	431.86	10.91%
差旅费	73.95	1.85%	153.59	2.39%	111.12	2.25%	67.76	1.71%
中介服务费	381.93	9.55%	680.24	10.58%	675.62	13.71%	532.12	13.45%
办公费	190.26	4.76%	388.37	6.04%	273.64	5.55%	214.82	5.43%
折旧与摊销	416.03	10.40%	671.94	10.45%	782.86	15.89%	595.85	15.06%
股份支付	36.89	0.92%	86.17	1.34%	196.08	3.98%	-	-
其他	485.16	12.13%	502.62	7.82%	459.43	9.32%	181.03	4.57%
合计	3,998.40	100.00%	6,430.74	100.00%	4,928.23	100.00%	3,957.32	100.00%

如上表所示，报告期内公司各期管理费用分别为3,957.32万元、4,928.23万元、6,430.74万元和3,998.40万元，占营业收入的比例分别为2.64%、3.16%、3.12%和3.45%，主要包括职工薪酬、中介服务费、折旧与摊销。报告期内，管理费用随公司营业收入规模的增加略有上升，2024年度管理费用中职工薪酬增长较多主要系公司于2024年下半年成立多家子公司，子公司管理人员薪酬增加所致。

(4) 研发费用

报告期内，公司研发费用具体如下：

单位：万元

项目	2025年1-6月		2024年度		2023年度		2022年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
职工薪酬	2,002.45	63.39%	4,135.73	59.55%	3,568.70	54.98%	3,184.94	49.41%
直接投入	685.31	21.69%	1,930.91	27.80%	1,998.07	30.79%	2,758.10	42.79%
股份支付	42.07	1.33%	98.28	1.42%	271.6	4.18%	-	-
其他	429.28	13.59%	780.41	11.24%	651.97	10.05%	502.94	7.80%
合计	3,159.11	100.00%	6,945.32	100.00%	6,490.33	100.00%	6,445.98	100.00%

如上表所示，报告期内公司研发费用分别为6,445.98万元、6,490.33万元、6,945.32万元和3,159.11万元，占营业收入比例分别为4.30%、4.16%、3.37%和2.73%，基本保持稳定。

(5) 财务费用

报告期内，公司财务费用具体如下：

单位：万元

项目	2025年1-6月	2024年度	2023年度	2022年度
利息费用	424.23	623.40	29.83	121.46
减：贷款贴息	-	-	-	50.83
减：利息收入	737.47	1,089.20	904.61	333.06
汇兑损益	87.01	-1,522.66	-2,080.28	-3,051.51
手续费支出	35.22	81.78	66.78	55.80
合计	-191.01	-1,906.67	-2,888.29	-3,258.14

如上表所示，报告期内公司财务费用分别为-3,258.14万元、-2,888.29万元、-1,906.67万元和-191.01万元，变化较大主要系汇率变动产生了较大金额的汇兑收益所致

4、公司收入、净利润、毛利率波动的原因及合理性

(1) 收入波动的原因及合理性

报告期内，公司营业收入分别为149,920.70万元、155,951.77万元、205,868.81万元和115,743.68万元，呈现逐年增长的趋势，主要系产品销售数量增长所致。报告期内，公司主要产品的收入及销售数量情况如下：

单位：万元

产品类型	项目	2025年1-6月	2024年度	2023年度	2022年度
空气炸锅/空气烤箱	销量（万台）	430.61	895.11	681.61	674.52
	销售额（万元）	98,519.74	181,344.72	137,672.58	132,619.91
	销售单价（元/台）	228.79	202.59	201.98	196.61
油炸锅	销量（万台）	47.79	120.35	120.11	115.75
	销售额（万元）	5,123.54	12,524.92	13,034.06	11,595.71
	销售单价（元/台）	107.21	104.07	108.52	100.18
	销量（万台）	29.75	21.57	26.14	37.32

咖啡机及其他	销售额（万元）	9,322.89	7,673.46	3,772.55	4,726.39
	销售单价（元/台）	313.37	355.75	144.32	126.64
环境电器	销量（万台）	8.04	19.38	-	-
	销售额（万元）	1,190.62	2,701.87	-	-
	销售单价（元/台）	148.01	139.42	-	-

如上表所示，报告期内公司营业收入的增长主要来源于空气炸锅/空气烤箱的销售数量增长，其中2024年度公司主营业务收入20.42亿元，较2023年度的15.45亿元增加4.98亿元，同比增长32.22%，主要系空气炸锅/空气烤箱的销售增加4.37亿元所致。2023年度和2024年度，空气炸锅/空气烤箱销售数量、销售单价和销售金额的具体情况如下：

年份	销售数量（万台）	营业收入（万元）	平均单价（元/台）
2023年度	681.61	137,672.58	201.98
2024年度	895.11	181,344.72	202.59

如上表所示，2024年度和2023年度的空气炸锅/空气烤箱营业收入增长主要系销量增长所致，产品平均单价不存在较大差异。

2023年度和2024年度，空气炸锅/空气烤箱的主要客户收入情况如下：

单位：万元

公司	2024年度营业收入	2023年度营业收入	同比变动金额
Versuni/飞利浦	90,639.85	62,898.41	27,741.43
晨北科技	15,756.37	4,659.18	11,097.20
Chefman	8,571.30	1,181.11	7,390.19
ASDA STORESL IMITED	7,244.97	10,886.13	-3,641.16
NEWELL集团	6,459.54	3,574.95	2,884.59
合计	128,672.03	83,199.79	45,472.24

如上表所示，2024年度空气炸锅/空气烤箱营业收入同比增加4.37亿元，主要系Versuni和晨北科技销售同比增加所致。其中，Versuni向公司新增采购空气炸锅/空气烤箱双锅系列产品，产品类型有所拓展所致，销售数量增长导致收入增长；公司向晨北科技销售收入增长的主要原因系2020年合作以来获取更多份额使得销售数量增长显著、销售的产品升级迭代使得售价有所增长所致。

综上所述，报告期内公司营业收入呈现增长态势，主要系空气炸锅/空气烤箱产品向Versuni和晨北科技的销售品类扩展、获取更多份额及产品升级迭代所致，具备合理性。

(2) 净利润波动的原因及合理性

报告期内，公司净利润、收入及主要成本费用的具体情况如下：

单位：万元

项目	2025年1-6月		2024年度		2023年度		2022年度
	金额	变动	金额	变动	金额	变动	金额
营业收入	115,743.68	-	205,868.81	32.01%	155,951.77	4.02%	149,920.70
营业成本	99,127.87	-	173,865.17	41.50%	122,872.67	1.87%	120,612.18
毛利率	14.36%	-	15.55%	-5.67%	21.21%	1.66%	19.55%
期间费用	10,208.17	-	13,487.25	2.60%	13,145.26	8.46%	12,119.38
归属于母公司的净利润	5,371.22	-	13,955.69	30.84%	20,178.15	13.34%	17,803.08

如上表所示，报告期内公司净利润分别为17,803.08万元、20,178.15万元、13,955.69万元和5,371.22万元。其中，2024年度营业收入同比增长32.01%但净利润同比下降30.84%，主要系毛利率下降导致毛利减少、电商平台推广费用增加导致销售费用同比增加、成立多家子公司导致管理费用中的人员薪酬增加、应收账款账面余额增加导致信用减值损失增加所致。具体情况如下：

项目	2024 年度	2023 年度	同比变动
营业收入	205,868.81	155,951.77	49,917.03
营业成本	173,865.17	122,872.67	50,992.50
毛利	32,003.64	33,079.10	-1,075.46
销售费用	2,999.48	1,726.70	1,272.78
其中：电商平台推广服务费	1,279.62	239.20	1,040.42
管理费用	6,430.74	4,928.23	1,502.51
其中：管理人员薪酬	3,658.41	2,133.10	1,525.31
信用减值损失	-1,724.80	515.13	-2,239.93
净利润	13,955.69	20,178.15	-6,222.46

综上所述，公司2024年度净利润下降的主要原因系毛利率下降导致毛利减少、电商平台推广费用增加导致销售费用同比增加、成立多家子公司导致管理费用中的人员薪酬增加、应收账款账面余额增加导致信用减值损失增加所致。报告期内公司净利润波动具备合理性。

(3) 毛利率波动的原因及合理性

报告期内，公司主营业务分产品毛利率的具体情况如下：

项目	2025年1-6月		2024年度		2023年度		2022年度	
	占主营业务 收入比重	毛利率	占主营业务 收入比重	毛利率	占主营业务 收入比重	毛利率	占主营业务 收入比重	毛利率
空气炸锅/空气烤箱	86.30%	12.60%	88.79%	15.04%	89.12%	20.95%	89.04%	19.88%
油炸锅	4.49%	16.88%	6.13%	17.61%	8.44%	19.53%	7.79%	16.72%
咖啡机及其他	8.17%	31.58%	3.76%	22.36%	2.44%	20.18%	3.17%	14.94%
环境电器	1.04%	10.15%	1.32%	10.03%	-	-	-	-
合计	100.00%	14.32%	100.00%	15.41%	100.00%	20.81%	100.00%	19.48%

报告期内，公司空气烤箱、空气炸锅毛利率分别为19.88%、20.95%、15.04%和14.36%。公司2023年度毛利率较2022年度上升1.07个百分点，变动较小。2024年以来公司毛利率下降主要系个别大客户毛利率较低所致，其根本原因系在面对市场竞争，公司采用“以价换量”策略，抢占市场份额。

5、公司业绩变动趋势与同行业可比公司是否存在较大差异

2022-2024年，公司与同行业可比公司的业绩变动情况如下：

单位：万元

公司简称	主要产品	业务模式	指标	2024年度		2023年度		2022年度
				金额	变动	金额	变动	金额
新宝股份 (002705.SZ)	电热水壶、电热咖啡机、面包机、空气炸锅、电烤箱等厨房电器，电熨斗、挂烫机等家具电器，其他产品	ODM/OEM 模式收入占比80%左右，其余为自主品牌	营业收入	1,682,104.95	14.84%	1,464,675.27	6.94%	1,369,633.53
			毛利率	20.91%	-1.83%	22.74%	1.62%	21.12%
			净利润	105,283.88	7.75%	97,714.03	1.64%	96,139.20
德昌股份 (605555.SH)	吸尘器、小家电、汽车电机等	ODM/OEM 模式为主	营业收入	409,493.45	47.56%	277,512.64	43.19%	193,803.01
			毛利率	17.36%	-1.75%	19.11%	1.32%	17.79%
			净利润	41,082.60	27.51%	32,218.09	7.92%	29,854.89
富佳股份 (603219.SH)	吸尘器等清洁小家电，储能业务，机器人业务	ODM/OEM 模式为主	营业收入	270,200.91	0.34%	269,297.52	-1.87%	274,440.60
			毛利率	15.93%	-4.28%	20.21%	0.10%	20.11%
			净利润	18,128.01	-30.59%	26,119.05	24.73%	34,699.58
北鼎股份 (300824.SZ)	养生壶、饮水机、空气炸锅等	自主品牌收入占比80%左右，其余为ODM/OEM	营业收入	75,362.21	13.28%	66,528.38	17.33%	80,474.31
			毛利率	46.90%	-3.85%	50.75%	2.01%	48.74%
			净利润	6,950.87	-2.59%	7,135.73	51.92%	4,697.02
利仁科技 (001259.SZ)	电饼铛、空气炸锅、多功能锅等	自主品牌为主	营业收入	38,140.25	-11.09%	42,898.09	34.69%	65,686.22
			毛利率	25.47%	-0.37%	25.84%	-5.11%	30.95%
			净利润	1,083.22	-48.67%	2,110.42	59.03%	5,151.59
行业平均	-	-	营业收入	-	12.99%	-	-0.75%	-

公司简称	主要产品	业务模式	指标	2024年度		2023年度		2022年度
				金额	变动	金额	变动	金额
剔除北鼎股份、利仁科技的平均			毛利率	25.31%	-2.42%	27.73%	-0.01%	27.74%
			净利润	-	-9.32%	-	-4.46%	-
			营业收入	-	20.91%	-	16.09%	-
			毛利率	18.07%	-2.62%	20.69%	1.01%	19.67%
			净利润	-	1.56%	-	-5.06%	-
公司	空气炸锅/空气烤箱、环境电器等	ODM/OEM 模式为主	营业收入	205,868.81	32.01%	155,951.77	4.02%	149,920.70
			毛利率	15.55%	-5.67%	21.21%	1.66%	19.55%
			净利润	13,955.69	-30.84%	20,178.15	13.34%	17,803.08

如上表所示，2023年、2024年公司营业收入较上年度变动率分别为4.02%、32.01%，同行业可比公司（剔除以自主品牌为主的北鼎股份、利仁科技，下同）营业收入较上年度变动率分别为16.09%、20.91%，公司与同行业可比公司均呈现增长态势。其中，2023年同行业可比公司营业收入增幅较大，主要系德昌股份收入增幅较大，拉高了行业平均值所致；剔除德昌股份的影响，行业可比公司的平均增幅为2.54%，与公司变动基本一致。

2023年、2024年公司净利润较上年度变动率分别为13.34%和-30.84%，同行业可比公司净利润较上年度变动率分别为-5.06%和1.56%，其中2023年度同行业可比公司净利润同比变动为负数，主要系富佳股份影响所致，剔除富佳股份的影响，同行业可比公司的平均变动为4.78%，与公司变动较为一致；2024年度公司净利润同比变动下降显著，与同行业可比公司同比增长1.56%的情形存在一定差异，主要系公司毛利率下降导致毛利减少、电商平台推广费用增加导致销售费用同比增加、成立多家子公司导致管理费用中的人员薪酬增加、应收账款账面余额增加导致信用减值损失增加所致。

报告期内，公司与同行业可比公司的毛利率变化情况如下：

公司代码	公司名称	客户集中度	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年 度	2022 年 度
002705.SZ	新宝股份	2024 年前五大客户收入占比 24.49%	22.08%	20.91%	22.74%	21.12%
605555.SH	德昌股份	2024 年前五大客户收入占比 94.74%	14.02%	17.36%	19.11%	17.79%
603219.SH	富佳股份	2024 年前五大客户收入占比 93.47%，第一大	15.03%	15.93%	20.21%	20.11%

公司代码	公司名称	客户集中度	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年 度	2022 年 度
		客 户 收 入 占 比 78.45%				
300824.SZ	北鼎股份	2024 年前五大客 户 收 入 占 比 32.89%	49.71%	46.90%	50.75%	48.74%
001259.SZ	利仁科技	2024 年前五大客 户 收 入 占 比 37.78%	26.17%	25.47%	25.84%	30.95%
平均		-	25.40%	25.31%	27.73%	27.74%
剔除北鼎股份、利仁 科技的平均		-	17.04%	18.07%	20.69%	19.67%
公司		2024 年前五大客 户 收 入 占 比 64.01%，第一大 客户收入占比 47.23%	14.36%	15.55%	21.21%	19.55%

如上表所示，报告期内公司毛利率分别为19.55%、21.21%、15.55%和14.36%，同行业可比公司（剔除以自主品牌为主的北鼎股份、利仁科技，下同）平均毛利率分别为19.67%、20.69%、18.07%和17.04%，公司2022年度和2023年度平均毛利率与同行业可比公司平均值接近；2024年度和2025年1-6月公司毛利率变化趋势与同行业可比公司相同，均呈现下降的特征，但公司下降幅度更大，主要原因系：

（1）可比公司新宝股份2024年度营业收入168.21亿元，规模较大且为小家电ODM/OEM类型的龙头企业，客户相对分散，虽受行业整体竞争加剧的影响2024年度和2025年1-6月毛利率同比有所下降，但其行业龙头地位及相对分散的客户使得其具备更大的客户选择空间，因此毛利率下降幅度较小。其中，新宝股份厨房电器业务板块报告期内的毛利率分别为21.72%、24.25%、21.82%和22.83%，2024年度同比下降2.43个百分点，2025年1-6月同比下降0.16个百分点；（2）可比公司德昌股份业务包括吸尘器、小家电、汽车电机三大部分，其中小家电业务2022-2024年度的毛利率分别为17.89%、23.00%和17.80%，2024年度同比下降5.20个百分点；（3）富佳股份的主营业务包括吸尘器等清洁小家电、储能业务和机器人业务三大板块，与公司以空气炸锅等为主的厨房小家电产品存在差异，其报告期内毛利率分别为20.11%、20.21%、15.93%和15.03%，2024年度毛利率同比下降4.28个百分点，2025年1-6月毛利率同比下降4.72个百分点，同样呈现较大下降幅度；（4）公司2024年度毛利率同比下降5.66个百分点，下降幅度与德昌股份小

家电业务的5.20个百分点、富佳股份4.28个百分点较为接近；2025年1-6月毛利率同比下降2.48个百分点，略低于富佳股份。

综上所述，报告期内公司业绩变动趋势与同行业可比公司变动趋势不存在重大差异。

6、相关风险提示是否充分

公司已于募集说明书“重大事项提示”之“二、重大风险因素”之“（四）业绩波动的风险”和“第五节 本次发行相关的风险因素”之“二、财务风险”之“（一）业绩波动的风险”中披露“报告期内，公司营业收入分别为149,920.70万元、155,951.77万元、205,868.81万元和115,743.68万元，归属于母公司股东的净利润分别为17,803.08万元、20,178.15万元、13,955.69万元和5,371.22万元。由于公司业绩受空气炸锅、空气烤箱及咖啡机等产品的市场需求、市场竞争以及主要原材料价格和各项成本等因素直接影响。未来若出现下游市场消费需求放缓、国际形势急剧变化、行业竞争日益激烈等导致产品价格下降、主要原材料及人工成本上涨等挑战，则将会对公司经营产生不利影响，导致公司可能出现业绩波动甚至亏损的风险。”

（二）结合公司产品竞争优势、下游客户调价原因、最终产品售价对公司产品价格的影响情况、各销售渠道销售情况及价格差异等，说明公司空气炸锅、空气烤箱、环境电器产品的毛利率是否将持续下降，以及公司采取的应对措施和预计效果，咖啡机等产品毛利率波动较大的原因及合理性

1、公司产品竞争优势

公司相比于行业竞争对手而言的核心竞争优势包括：基于全球诸多知名品牌客户的客户资源、持续创新的技术优势和供应链优势。

面对大客户，公司产品和服务的优势主要体现在：第一、持续产品创新优势，诸如公司空气炸锅独特的塑料涡流式离心风叶冷却系统，有效解决腔内冷凝水失控问题的蒸汽空气炸锅，双背吹风热风道的上下双锅空气炸锅等，公司具备协助大客户开发创新性产品的能力。第二、规模化、自动化生产能力，公司行业领先的自动化生产设备，保障客户供应链稳定（个别大客户要求专线）和交付及时，随着公司海外生产基地的陆续投产，具备全球供货能力；第三、高标准品控和绿色制造能力，完备的全球认证体系和绿色制造理念，满足客户关于小家电产品安全可靠的性能要求及ESG要求。

竞争劣势方面，公司以ODM/OEM模式为主的业务模式，使得公司相关产品的技术储备在被客户选择之后方可形成收入的状态。

2、下游客户调价原因、最终产品售价对公司产品价格的影响

报告期内，公司主要采取成本加成并参考市场价格的方式进行产品报价，与主要客户的合同签订方式基本可分为“框架合同+具体订单”或“具体订单”两类。定价方式中，初次定价方式包括“客户要求供应商报价并多家竞价中标”和“公司直接提供初始报价并协商确定”两类；后续价格变动则不同客户区别较大，如部分客户根据具体型号的产品签约时即约定年度降价，并根据市场环境不定期重新议价；部分客户则会定期统一重新议价；部分客户则主要根据市场情况或物料变化不定期重新议价。

报告期内，公司部分客户的平均销售单价有所下降，主要系产品物料变化导致重新议价、客户基于终端市场竞争情况要求降价等所致。小家电产品属于准快速消费品，品类丰富、使用频繁且更新周期较短。随着消费个性化、智能化的趋势，小家电细分品类持续丰富，优质细分市场呈现增长态势。但与此同时，小家电市场整体属于充分竞争市场，行业加速洗牌，2024年以来小家电企业平均毛利率同比下降。

公司将通过高附加值新品开发、工艺优化等方式来抵消上述调价影响，且随着行业洗牌完成，头部企业更有机会获得盈利恢复。但是如未来市场竞争进一步加剧，公司相关产品的最终产品售价下降，公司产品价格将存在下降可能性。

3、各销售渠道销售情况及价格差异

报告期内，公司主要销售渠道可分为线上渠道和线下渠道。其中，线上渠道以通过淘宝、京东等电商品牌的自主品牌销售为主，线下渠道以ODM/OEM模式为主，不同渠道的销售情况如下：

项目	2025年1-6月		2024年度		2023年度		2022年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
线下渠道销售	109,857.10	96.23%	202,157.68	98.98%	154,199.42	99.82%	148,259.34	99.54%
线上渠道销售	4,299.70	3.77%	2,087.29	1.02%	279.77	0.18%	682.66	0.46%
合计	114,156.80	100.00%	204,244.97	100.00%	154,479.19	100.00%	148,942.00	100.00%

如上表所示，报告期内公司主要销售渠道为线下销售渠道，收入占比在96%以上。

报告期内，公司不同渠道销售的产品类型存在较大差异，线下渠道主要以ODM/OEM的空气炸锅/空气烤箱等产品为主，线上渠道则以咖啡机等产品为主。以咖啡机产品为例，线上渠道和线下渠道销售的产品价格如下：

单位：万元；元/台

项目	2025年1-6月		2024年度		2023年度		2022年度	
	收入	单价	收入	单价	收入	单价	收入	单价
线下渠道销售	2,698.16	226.89	1,419.67	485.82	94.90	450.43	-	-
线上渠道销售	2,825.06	1,498.47	1,422.32	1,444.86	-	-	-	-
合计	5,523.22	400.89	2,841.99	727.48	94.90	450.43	-	-

如上表所示，报告期内公司不同销售渠道的产品类型和产品售价存在较大差异，主要系线上销售以自主品牌为主，具有品牌溢价，而线下渠道销售以ODM/OEM等模式为主所致。其中，2025年1-6月公司线下渠道销售的咖啡机平均单价同比下降较为显著，主要系小型咖啡机产品销售占比提升所致。

4、公司空气炸锅、空气烤箱、环境电器产品的毛利率是否将持续下降

如上所述，报告期内，公司毛利率下滑，主要与大客户降价（基于市场环境、物料调整的重新议价）、公司“以价换量”的市场策略等多重因素有关。公司已采取加推高附加值新品、客户多元化、降本等多种方式降低上述毛利率下降影响。2026年第二季度，公司毛利率回升至15.76%，相比一季度的12.70%，回升2.94个百分点，恢复至2024年度水平。

但如未来市场竞争进一步加剧，公司空气炸锅、空气烤箱、环境电器等产品的毛利率还是存在进一步下降的可能性。

5、公司采取的应对措施和预计效果

为了应对毛利率下滑风险，公司积极加强与主要客户的沟通，以稳定产品售价；开拓毛利率相对较高的客户，避免收入过于集中导致整体毛利率受部分客户影响较大的情形。同时，公司不断加强附加值相对较高的新品开拓；加快推进中意产业园智能厨房家电建设项目，通过自动化及智能化升级，以更高的生产效率及更强的规模效应降低产品单位成本，增强市场竞争力。2025年1-6月，公司毛利率已从2025年1-3月的12.70%回升至14.36%，二季度单季度毛利率已恢复至15.76%，公司采取的应对措施已逐步展现成效。

6、咖啡机等产品毛利率波动较大的原因及合理性

报告期内公司分类为咖啡机及其他的具体产品构成如下：

单位：万元

项目	2025 年 1-6 月			2024 年度			2023 年度			2022 年度		
	收入	成本	毛利率	收入	成本	毛利率	收入	成本	毛利率	收入	成本	毛利率
咖啡机及其他	9,322.89	6,378.85	31.58%	7,673.46	5,957.91	22.36%	3,772.55	3,011.09	20.18%	4,726.39	3,870.54	18.11%
其中：咖啡机	5,523.22	4,189.35	24.15%	2,841.99	2,819.68	0.79%	-	-	-	-	-	-

如上表所示，2024 年度和 2025 年 1-6 月咖啡机的毛利率分别为 0.79%和 24.15%，主要系 2024 年咖啡机业务规模较小，基于规模效应，2025 年上半年毛利率回升；同时公司通过优化产品结构、部件及工艺布局等方式降低成本。2024 年度和 2025 年 1-6 月，咖啡机不同销售渠道收入及毛利率情况如下：

单位：万元

项目	2025 年 1-6 月			2024 年度		
	收入	占比	毛利率	收入	占比	毛利率
电商	2,825.06	51.15%	61.30%	1,422.70	50.06%	41.19%
非电商	2,698.16	48.85%	-14.75%	1,419.29	49.94%	-39.71%

剔除电商销售部分的咖啡机后，2024年度和2025年1-6月咖啡机的毛利率分别为-39.71%和-14.75%。剔除电商销售部分的咖啡机毛利率为负数，主要原因系公司咖啡机产品目前产量较低，使用材料价格偏高，使得产品整体毛利偏低。当前，公司已取得小米、SharkNinja等大客户的咖啡机订单，随着产品产量大幅度增加，规模效应及材料结构优化，非电商咖啡机毛利率水平预期将快速回升。

（三）报告期内公司主要客户销售规模变化的原因及背景，相关合作是否稳定及具体依据，公司关于大客户依赖性的风险提示是否充分

报告期内，公司主要客户营业收入及变化情况如下：

单位：万元

序号	客户名称	合作起始年份	主要产品	营业收入（万元）			
				2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
1	Versuni	2020年	空气炸锅/空气烤箱	46,337.65	92,207.58	63,244.02	53,463.89
2	晨北科技	2020年	空气炸锅/空气烤箱	22,750.04	15,775.78	4,662.27	892.94
3	Chefman	2023年	空气炸锅/空气烤箱	5,877.81	8,571.30	1,181.11	-

序号	客户名称	合作起始年份	主要产品	营业收入（万元）			
				2025年1-6月	2024年度	2023年度	2022年度
4	DE' LONGHI APPLIANCE s.r.l.	2019年	空气炸锅/空气烤箱	5,656.08	3,770.70	1,818.91	1,297.37
5	Groupe SEB	2020年	空气炸锅/空气烤箱	4,206.77	4,947.34	6,286.47	15,004.51
合计				84,828.35	125,272.70	77,192.78	70,658.71
占比				73.29%	60.85%	49.50%	47.13%

如上表所示，报告期内公司向Versuni、晨北科技、Chefman及DE' LONGHI APPLIANCE s.r.l.的营业收入呈现快速增长态势，主要系产品品类拓展及依托产品质量及客户服务能力获取更多客户份额所致。如Versuni向公司新增采购空气炸锅/空气烤箱双锅系列产品使得产品类型有所拓展，以及2020年与晨北科技合作以来，因公司产品品质更优且供货稳定获取了更多份额。其中，公司向Groupe SEB收入于2023年和2024年同比下降较大，主要系2022年之后苏泊尔（Groupe SEB子公司）推出的爆款产品销量骤减，导致其向公司的采购同样减少所致；随着2024年下半年开始合作的新款增加，2025年1-6月公司对Groupe SEB的收入有所回升。

根据小家电行业惯例，全球性品牌客户对于产品安全性、质量稳定性、ESG能耗等要求高，进入全球大客户供应链体系需要较长（一年以上）的验证周期（公司历史上进入Versuni供应链经历2年验证），从而形成了较高的客户壁垒。同时，每一款新产品开发一般需要6-8个月开发周期，公司及客户共同参与开发和验证过程，鉴于前期投入较大，批量供货以后，客户一般不会更换供应商。

公司的主要客户均为全球知名小家电品牌商，合作年限较长，随着公司的产品创新能力、精细化生产管理能力以及快速响应能力不断被客户认可，全球化供货能力加速实现，公司的竞争优势将持续加强，与上述大客户的合作稳定具有合理性。

关于大客户依赖性的风险提示，公司已于《募集说明书》“重大事项提示”之“二、重大风险因素”之“（二）客户集中的风险”和“第五节 本次发行相关的风险因素”之“一、经营风险”之“（四）客户集中的风险”中披露如下内容：“报告期内，公司前五大客户的销售金额合计占营业收入比例均在60%以上，第一大客户的收入占比在报告期内由35%增长至45%以上，客户集中度相对较高。虽然公司已与下游主要客户建立了较为稳定的业务合作关系，但若公司主要客户的经营状况变化或公司与主要客户的合作关系发生变化等，将可能导致公司业绩下降及回款减缓等不利影响。”

（四）结合公司业务规划、海外销售的具体区域、对应产品或业务分布情况等，说明近期国际贸易政策和税收制度变动对公司业务的具体影响，是否影响已取得或预计取得的海外订单，以及公司应对措施，相关风险提示是否充分

1、公司业务规划

未来，公司的主要业务规划为包括：（1）立足高品质小家电领域，结合市场调研、持续挖掘存量客户的新增量，加快项目孵化落地；在保持存量客户稳定增速的同时，通过德国柏林展、美国芝加哥展、广交会等各大展会，持续开拓新客户，不断拓宽区域市场和客户梯队；（2）积极开拓新品类，打造多元化产品矩阵。把握消费趋势和机遇，积极布局咖啡机、制冰机、环境电器等潜力赛道，满足客户与市场的多元化需求；（3）推进海内外产能建设，打开增量空间。积极推进中意产业园智能厨房家电建设项目等境内产能建设，提高自动化和信息化程度，通过构建高效、节能、绿色、环保、舒适的智能工厂，推动效率提升，有效降低成本；与此同时，加快泰国年产700万台厨房家电工厂项目等海外产能建设，构建多元化海外产能网络，深化全球化战略，系统性提升应对国际贸易政策风险能力；（4）发力自主品牌建设，加快多品牌战略布局。着力开展自主品牌建设，加快咖啡机新品牌等多品牌战略布局，坚持“无言陪伴、安心质选”的品牌价值核心，在自主品牌产品领域创造新增量。

2、海外销售的具体区域

报告期内，公司各期外销收入按国家、地区分类的情况如下：

单位：万元

国家	2025年1-6月		2024年度		2023年度		2022年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
荷兰	14,635.96	12.82%	29,320.05	14.36%	17,332.56	11.22%	14,006.68	9.40%
美国	8,838.37	7.74%	28,431.84	13.92%	16,014.29	10.37%	17,612.44	11.83%
法国	9,740.32	8.53%	20,901.31	10.23%	10,113.77	6.55%	6,575.19	4.41%
英国	4,595.54	4.03%	18,747.93	9.18%	25,806.66	16.71%	24,145.51	16.21%
德国	8,180.84	7.17%	9,680.17	4.74%	4,353.14	2.82%	6,379.99	4.28%
阿联酋	4,741.10	4.15%	7,470.26	3.66%	10,851.28	7.02%	7,984.41	5.36%
匈牙利	7,647.39	6.70%	7,449.77	3.65%	3,616.12	2.34%	1,909.43	1.28%
巴西	2,811.47	2.46%	5,758.25	2.82%	3,843.70	2.49%	3,380.78	2.27%
西班牙	1,963.22	1.72%	4,311.41	2.11%	6,398.26	4.14%	2,752.59	1.85%

国家	2025年1-6月		2024年度		2023年度		2022年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
意大利	3,900.76	3.42%	2,934.75	1.44%	2,023.97	1.31%	1,872.56	1.26%
其他国家/地区	47,101.83	41.26%	69,239.24	33.90%	54,125.46	35.04%	62,322.42	41.84%
合计	114,156.80	100.00%	204,244.97	100.00%	154,479.20	100.00%	148,942.01	100.00%

如上表所示，报告期内公司外销收入相对分散，销售国家/地区占比在5%以上的系荷兰、美国、法国、英国、德国、匈牙利、阿联酋。其中，报告期内向受国际贸易政策和税收制度影响较大的美国地区的销售金额占外销金额比例分别为11.83%、10.37%、13.92%和7.74%，占外销金额的比例在15%以下。

3、对应产品或业务分布情况

报告期内，公司以ODM/OEM业务模式为主，以空气炸锅/空气烤箱、油炸锅等小家电产品为主要产品，其中空气炸锅/空气烤箱、油炸锅等产品的收入占比在90%以上，面向全球销售，不存在显著的地域集中性。

未来，公司预期主要新增产品为咖啡机、环境电器、奶泡机、智能扫地机器人、桌面饮水机等，相关产品的主要业务模式预期仍将以ODM/OEM模式为主，通过SharkNinja、Versuni、晨北科技等业内知名客户面向全球销售，同时公司正在积极推动咖啡机、桌面饮水机等产品的自主品牌销售，预期不存在显著的地域集中性。

鉴于国际贸易政策及税收制度等变动导致近年来国际贸易存在较大的不确定性，为降低相关事项的影响程度，公司已积极推进泰国年产700万台厨房家电工厂项目及卓利达（泰国）有限公司合作项目，加快海外产能布局。

4、近期国际贸易政策和税收制度变动对公司业务的具体情况，是否影响已取得或预计取得的海外订单

2025年2月起至今，美国总统特朗普签署多项行政命令调整美国对外贸易政策，其核心是对美国进口产品加征关税。以发布时间先后顺序排列，2025年2月起至今美国进口产品加征关税措施的部分政策如下：

序号	发布时间	政策概要
1	2025-2-4	美国对中国进口商品加征10%关税；加征之后，公司主要产品空气炸锅/空气烤箱的关税税率为35%
2	2025-3-4	美国将中国输美商品的额外关税由10%上调至20%，加征之后，公司主要产品空气炸锅/空气烤箱的关税税率为45%

3	2025-4-5	美国对全球180多国实施“对等关税”，对中国商品加征34%“对等关税”，对华加征关税税率提升至54%。加征之后，公司主要产品空气炸锅/空气烤箱的关税税率为79%
4	2025-4-9	美国进一步提高对中国“对等关税”50%至84%。加征之后，公司主要产品空气炸锅/空气烤箱从国内向美国销售的关税税率为129% 美国对泰国等贸易逆差较大的经济体加征更高关税，公司从泰国向美国销售空气炸锅/空气烤箱的关税税率为36%
5	2025-4-12	美国进一步提高对中国“对等关税”至125%，对中国关税普遍提升至145%，公司主要产品空气炸锅/空气烤箱从国内向美国销售的关税税率为170%
6	2025-5-12	中美在日内瓦关于贸易问题达成阶段性协议，从5月14日起将对等关税及报复性关税税率大幅下调至34%，并在90天内暂按10%税率执行。调整之后，公司主要产品空气炸锅/空气烤箱从国内向美国销售的关税税率为55%
7	2025-8-1	美国政府宣布对泰国商品的关税税率调整为19%。调整之后，公司从泰国向美国销售空气炸锅/空气烤箱的关税税率为19%
8	2025-8-12	中美确认继续执行关税缓和措施，从8月12日起再次对中国暂停对等关税90天，此次延期将暂停期延长至2025年11月10日；即，美国对华关税保留10%的基础关税。调整之后，公司主要产品空气炸锅/空气烤箱的关税税率为55%

如上表所示，截至目前，公司从中国国内向美国出口的空气炸锅/空气烤箱关税税率为55%，对从泰国向美国销售的关税税率为19%。2025年以来，上述政策变化导致公司部分订单短期内延期出货，但在1-2个月内已恢复出货，目前出货正常，未发生大额订单取消导致损失的情形。随着公司泰国工厂的产能释放，公司在承接美国订单方面将增加竞争优势。

如上所述，报告期内公司向受国际贸易政策和税收制度影响较大的美国地区的销售金额占外销金额比例分别为11.83%、10.37%、13.92%和7.74%，占外销金额的比例在15%以下，影响相对较小。同时，公司已加快推进泰国年产700万台厨房家电工厂项目及卓利达（泰国）有限公司合作项目，以避免国际贸易政策和税收制度变动对公司业务的不利影响。

5、公司应对措施

如上所述，报告期内公司向受国际贸易政策和税收制度影响较大的美国地区的销售金额占外销金额比例在15%以下，影响程度相对较小。为降低相关事项的影响程度，公司已积极推进泰国年产700万台厨房家电工厂项目及卓利达（泰国）有限公司合作项目，加快海外产能布局。

6、相关风险提示

近年来，国际贸易摩擦给全球商业环境带来了不确定性，部分国家通过加征关税、技术禁令等方式，对国际贸易的正常发展造成了一定阻碍。同时，地缘政治风险加大，

局部冲突时有发生，全球经济发展面临着诸多不确定因素。报告期内，公司境外收入金额占比分别为84.30%、92.77%、92.25%和79.25%，其中美国地区收入占比在10%-15%左右。虽然目前国际政治形势尚未对公司的正常经营造成较大影响，但国际政治形势发展趋势存在其复杂性，未来如果出现重大变化，可能对公司下游市场需求等造成不利影响，进而导致公司出现业绩波动风险。

（五）报告期内公司报关数据、出口退税金额、信保数据等与公司外销业务规模是否匹配

1、公司报关数据与公司外销业务规模的匹配性

报告期内，公司各期报关数据与公司外销收入的匹配如下：

单位：万元

项目	2025年1-6月	2024年度	2023年度	2022年度
公司外销收入①	91,323.34	189,904.33	143,307.11	125,561.67
海关报关金额②	91,700.29	190,918.47	142,539.34	126,479.71
差异③=②-①	376.95	1,014.14	-767.76	918.03
差异率④=③/①	0.41%	0.53%	-0.54%	0.73%

报告期内，公司各期外销收入与海关报关数据差异率分别为0.73%、-0.54%、0.53%和0.41%，整体较为匹配，产生差异的原因主要为：①报关金额按照人民币中间汇率折算产生的汇兑差异；②收入确认时点与海关出口统计数据存在时间性差异。

2、公司出口退税金额与公司外销业务规模的匹配性

公司外销收入与免抵退申报表中免抵退出口销售额在统计口径方面存在一定差异，主要包括：（1）根据国家税务总局关于发布《出口货物劳务增值税和消费税管理办法》相关规定，企业应在货物报关出口之日次月起至次年4月30日前的各增值税纳税申报期内收齐有关凭证，向主管税务机关申报办理出口货物增值税免抵退税及消费税退税。公司申请退税时间与外销收入确认时间会存在一定的时间差；（2）公司免抵退申报表中免抵退出口销售额包含公司发货至海外仓库的报关数据，与公司境外销售收入数据存在统计口径差异；（3）公司少量境外销售收入不满足出口退税标准，相关外销收入未计入申请免退税收入金额。

报告期内，公司各期增值税出口退税数据与外销收入的匹配如下：

单位：万元

项目	2025年1-6月	2024年度	2023年度	2022年度
免抵退申报表免抵退出口销售额①	92,398.28	174,763.62	145,755.08	124,470.83
本期申报上期金额②	51,845.16	35,690.31	38,906.05	36,897.17
下期申报本期金额③	47,398.21	51,845.16	35,690.31	38,906.05
内部调仓金额④	3,748.96	-	-	-
调整后出口退税数据⑤=①-②+③+④	91,700.29	190,918.47	142,539.34	126,479.71
公司外销收入⑥	91,323.34	189,904.33	143,307.11	125,561.67
不满足退税条件的外销收入⑦	43.04	0.50	26.88	0.24
调整后外销收入⑧=⑥-⑦	91,280.30	189,903.82	143,280.23	125,561.43
差异⑨=⑧-⑤	-419.99	-1,014.64	740.88	-918.28
差异率⑩=⑨/⑥	-0.46%	-0.53%	0.52%	-0.73%

报告期内，经调整后的公司各期外销收入与增值税出口退税数据的差异率分别是-0.73%、0.52%、-0.53%和-0.46%，差异率较小，整体较为匹配。

3、公司信保数据与公司外销业务规模的匹配性

报告期内，公司各期中信保数据与外销收入的匹配如下：

单位：万元

项目	2025年1-6月	2024年度	2023年度	2022年度
公司外销收入①	91,323.34	189,904.33	143,307.11	125,561.67
企业申报中信保金额②	76,684.93	151,357.85	123,615.85	109,457.86
投保覆盖率③=②/①	83.97%	79.70%	86.26%	87.17%

报告期内，经调整后的公司各期中信保的投保率分别为87.17%、86.26%、79.70%和83.97%，总体而言，公司投保金额占境外销售收入的比例较高,投保覆盖率充足，出口信用保险数据与境外销售收入具有匹配性。

（六）核查程序及核查意见

1、核查程序

我们履行了如下核查程序：

（1）查阅小家电行业研究报告，了解小家电行业发展趋势及供需情况；访谈发行人主要管理人员、查阅发行人定期报告和收入成本明细表并查阅同行业可比公司定

期报告，了解发行人收入、净利润、毛利率波动的原因及合理性，发行人业绩变动趋势与同行业可比公司的比较情况；

（2）访谈发行人主要管理人员并查阅发行人收入成本明细表，了解发行人产品竞争优势、下游客户调价情况、最终产品售价对发行人产品价格的影响情况、不同销售渠道的销售及价格情况，分析发行人主要产品毛利率的未来变化情况，了解发行人采取的应对措施和预计效果，咖啡机毛利率波动的原因及合理性；

（3）查阅发行人审计报告及定期报告等公开信息并访谈发行人主要管理人员，了解报告期内发行人主要客户销售规模变化的原因及背景，相关客户合作的稳定情况；

（4）访谈发行人主要管理人员并查阅发行人收入成本明细表，了解发行人业务规划、海外销售区域、对应产品或业务分布、国际贸易政策和税收制度变动对发行人业务的影响情况，以及发行人采取的应对措施；

（5）查阅发行人海关出口数据、出口退税数据、信保数据，分析相关数据与发行人外销业务规模的匹配性。

2、核查意见

经核查，我们认为：

（1）小家电行业属于家电行业中具有长期成长性的子品类，随着居民收入水平的提升，消费者对提升生活品质的需求增加，产品的更新频率及品类的迭代速度也相对加快，消费者对智能小家电产品亦提出了新的需求；报告期内公司以ODM/OEM业务模式为主，主要产品销售价格未发生大幅波动；收入增长主要来源于Versuni等客户的销量增长；成本费用的变动具有合理性；净利润变动具有合理性，其中2024年度同比下降幅度较大主要系毛利率下降、电商平台推广费用增加导致销售费用同比增加、成立多家子公司导致管理费用中的人员薪酬增加、应收账款账面余额增加导致信用减值损失增加所致；毛利率波动主要系个别大客户毛利率较低所致，其根本原因系厨房小家电市场竞争加剧以及公司采取“以价换量”的市场策略，具有合理性；公司业绩变动趋势与同行业可比公司不存在重大差异；公司已充分披露相关风险。

（2）公司相比于行业竞争对手而言的核心竞争优势包括基于全球诸多知名品牌客户的客户资源、持续创新的技术优势和供应链优势。下游客户调价主要系小家电市场整体竞争加剧所致，最终产品售价将通过公司与主要客户的价格调整机制传导至公

司产品价格；公司不同销售渠道的销售价格存在差异，线上销售渠道的售价高于线下渠道，主要系线上销售以自主品牌产品为主，具有品牌溢价；如未来市场竞争进一步加剧，公司空气炸锅、空气烤箱、环境电器等产品的毛利率将存在进一步下降的可能性；为了应对毛利率下滑风险，公司积极加强与主要客户的沟通，以稳定产品售价；开拓毛利率相对较高的客户，避免收入过于集中导致整体毛利率受部分客户影响较大的情形。同时，公司不断加强附加值相对较高的新品开拓；加快推进中意产业园智能厨房家电建设项目，通过自动化及智能化升级，以更高的生产效率及更强的规模效应降低产品单位成本，增强市场竞争力。2025年1-6月，公司毛利率已从2025年1-3月的12.70%回升至14.36%，公司采取的应对措施已逐步展现成效；公司咖啡机等产品毛利率波动较大主要系规模效应及优化产品结构、部件及工艺布局等方式降低成本，具有合理性。

（3）报告期内发行人主要客户销售规模变化的主要原因系发行人的精细化的生产管理能力、客户需求的快速响应能力不断被市场认可，使得发行人向主要客户的产品品类有所拓展及获取更多份额；公司的主要客户均为全球知名小家电品牌商，合作年限较长，随着公司的产品创新能力、精细化生产管理能力以及快速响应能力不断被客户认可，全球化供货能力加速实现，公司的竞争优势将逐步加强，与上述大客户的合作稳定具有合理性。发行人已充分披露关于大客户依赖性的风险。

（4）公司未来将在客户开拓、品类拓展、智能制造及自主品牌等领域持续发力，打开新的增量空间，推动提效降本，增强核心竞争力；公司海外销售的国家/地区较为分散，其中占比在5%以上的系荷兰、美国、法国、英国、德国、匈牙利、阿联酋。报告期内向受国际贸易政策和税收制度影响较大的美国地区的销售金额占外销金额比例在15%以下；公司海外销售的产品以空气炸锅/空气烤箱、油炸锅等小家电产品为主，其中空气炸锅/空气烤箱、油炸锅等产品的收入占比在90%以上，面向全球销售，不存在显著的地域集中性；鉴于国际贸易政策及税收制度等变动导致近年来国际贸易存在较大的不确定性，为降低相关事项的影响程度，公司已积极推进泰国年产700万台厨房家电工厂项目及卓利达（泰国）有限公司合作项目，加快海外产能布局；因此，国际贸易政策和税收制度变动对公司影响较为有限，未对公司已取得或预计取得的海外订单造成重大影响；公司已采取加快海外产能布局等应对措施，已充分提示相关风险。

(5) 报告期内公司报关数据、出口退税金额、信保数据与公司外销业务规模具备匹配性。

3.2根据申报材料，1) 报告期各期末，公司应收账款账面价值分别为42,371.91万元、30,198.97万元、63,314.94万元和69,608.14万元。2) 报告期各期末，公司固定资产账面价值分别为24,512.62万元、26,471.59万元、38,227.44万元和38,797.19万元；在建工程余额分别为0万元、6,757.12万元、47,742.76万元和53,822.44万元。3) 报告期各期末，公司预付账款分别为1,308.59万元、1,921.61万元、2,482.70万元、6,076.94万元，

请发行人说明：（1）结合主要客户信用政策变化情况、境内外销售情况等，说明公司应收账款增长的原因，结合坏账准备计提政策、应收账款账龄、境内外客户期后回款情况、同行业可比公司计提情况等，说明公司坏账计提是否充分；（2）报告期内公司在建工程及固定资产等长期资产余额大幅增长的原因及合理性；列示各报告期末在建工程主要项目、开始建设时间及建设周期、目前建设进度、预计转固时点，说明是否存在建设周期较长、未及时转固情形，在建工程减值准备计提的充分性；（3）报告期内公司预付账款增长的原因及合理性，是否符合行业惯例，采购内容、规模与对应业务规模是否匹配，预付相关方情况，是否存在长期未收到货物情形。

请保荐机构及申报会计师对问题3.1、3.2进行核查并发表明确意见。

回复：

（一）结合主要客户信用政策变化情况、境内外销售情况等，说明公司应收账款增长的原因，结合坏账准备计提政策、应收账款账龄、境内外客户期后回款情况、同行业可比公司计提情况等，说明公司坏账计提是否充分

1、结合主要客户信用政策变化情况、境内外销售情况等，说明公司应收账款增长的原因

报告期内公司应收账款账面余额变动比例和营业收入变动具体情况如下：

单位：万元

项目	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
应收账款账面余额	78,895.17	66,674.36	31,798.22	44,644.96
应收账款变动	12,220.81	34,876.14	-12,846.74	-

项目	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
其中：境内应收账款	13,922.27	6,077.91	1,615.87	4,701.37
境内应收账款变动	7,844.36	4,462.04	-3,085.50	-
境外应收账款	64,972.90	60,596.45	30,182.35	39,943.60
境外应收账款变动	4,376.44	30,414.10	-9,761.25	-
营业收入	115,743.68	205,868.81	155,951.77	149,920.70
变动	-	49,917.03	6,031.07	-
其中：境内营业收入	24,420.34	15,964.48	12,644.67	24,359.03
境内营业收入变动	-	3,319.82	-11,714.36	-
境外营业收入	91,323.34	189,904.33	143,307.11	125,561.67
境外营业收入变动	-	46,597.22	17,745.44	-
应收账款占收入的比例	34.08%	32.39%	20.39%	29.78%
境内	28.51%	38.07%	12.78%	19.30%
境外	35.57%	31.91%	21.06%	31.81%

注：2025年1-6月应收账款占收入的比例，收入已年化处理

2024年末和2025年末应收账款增加系销售增加和货款回收变慢两方面的结果。

2024年末内销产生的应收账款同比增加4,462.04万元,主要第四季度开始向晨北（国内）销售增加，因账期的存在导致国内应收账款增加；外销产生的应收账款同比增加30,414.04万元，主要原因包括:新老客户拓展推动外销收入大幅增长46,597.22万元，相应应收账款增加；2023年末个别大客户因备货策略调整导致四季度出货较少，相应2023年末应收账款余额较低；2024年个别客户信用期推迟，导致期末相应增加货款。

2025年6月末，应收账款较年初进一步增加12,220.81万元，其中国内应收账款增加7,844.36万元，主要系晨北销售进一步增加所致；外销应收账款4,376.44万元，主要系个别客户账期进一步延长所致。

公司一般根据与合作客户的合作时间、客户规模、未来合作情况等，给客户不同信用期，客户信用期通常为2-6个月。报告期内，为应对下游市场竞争的加剧，个别客户要求供应商延长信用期，相应公司对其账期延长导致应收账款余额增加较快。

综上所述，报告期内，公司应收账款增长主要系收入增长且个别主要客户信用期延长所致。

2、坏账准备计提政策、应收账款账龄、境内外客户期后回款情况、同行业可比公司计提情况等

报告期内，公司各期末应收账款账龄明细情况如下：

单位：万元

账龄	2025年6月30日		2024年12月31日		2023年12月31日		2022年12月31日	
	余额	占比	余额	占比	余额	占比	余额	占比
1年以内	78,772.52	99.84%	66,565.29	99.84%	31,734.08	99.80%	44,395.86	99.44%
1-2年	33.31	0.04%	47.31	0.07%	19.46	0.06%	199.74	0.45%
2-3年	39.15	0.05%	19.46	0.03%	41.9	0.13%	0.78	0.00%
3-4年	47.42	0.06%	39.53	0.06%	-	-	19.11	0.04%
4-5年	-	-	-	-	2.78	0.01%	29.47	0.07%
5年以上	2.78	0.00%	2.78	0.00%	-	-	-	-
合计	78,895.17	100.00%	66,674.36	100.00%	31,798.22	100.00%	44,644.96	100.00%

如上表所示，报告期各期末公司应收账款主要集中于一年以内，占比99%以上，整体账龄结构稳定，情况良好。

公司应收账款坏账准备计提政策与同行业可比公司的比较情况如下：

账龄	新宝股份	德昌股份	富佳股份	北鼎股份	利仁科技	公司
1年以内（含）	未逾期应收账款计提坏账准备比例 1.5%；逾期 1-6 个月计提 10.0%；逾期 6-12 个月计提 50.0%；逾期 1-2 年计提 80.0%；逾期 2 年以上计提 100%	1.0-3.0%	5.00%	2.00%	5.00%	5.00%
1-2年		30.00%	30.00%	8.00%	10.00%	10.00%
2-3年		60.00%	60.00%	15.00%	30.00%	20.00%
3-4年		100.00%	100.00%	50.00%	50.00%	50.00%
4-5年		100.00%	100.00%	-	80.00%	80.00%
5年以上		100.00%	100.00%	-	100.00%	100.00%

可见，公司应收账款坏账准备计提政策与同行业可比公司不存在重大差异。

报告期内，公司各期末应收账款坏账准备计提比例与同行业可比公司的比较情况如下：

公司	2025年6月30日	2024年12月31日	2023年12月31日	2022年12月31日
新宝股份	-	2.61%	3.17%	4.98%
德昌股份	-	1.35%	1.64%	1.75%
富佳股份	-	5.22%	5.16%	5.11%

北鼎股份	-	2.04%	2.00%	3.85%
利仁科技	-	7.36%	8.30%	6.75%
平均值	-	3.72%	4.05%	4.49%
公司	5.04%	5.04%	5.03%	5.09%

可见，报告期内，公司各期末应收账款坏账准备计提比例与同行业可比公司不存在重大差异，公司应收账款坏账准备计提充分。

报告期内，公司各期末境内外客户期后回款情况如下：

内/外销	2025 年 1-6 月			2024 年度		
	应收账款账面余额	截至 2025 年 7 月 31 日回款金额	回款比例	应收账款账面余额	截至 2025 年 7 月 31 日回款金额	回款比例
内销	13,922.27	4,953.57	35.58%	6,077.91	5,961.79	98.09%
外销	64,972.90	16,609.68	25.56%	60,596.45	60,338.25	99.57%
合计	78,895.17	21,563.25	27.33%	66,674.36	66,225.41	99.33%

截至2025年7月31日，公司2024年末应收账款期后回款率为99%以上，2025年6月30日的应收账款期后回款率为27.33%，主要系主要客户信用期较在60-185天，尚未到回款时间。

综上所述，公司应收账款整体账龄情况良好，一年以内账龄的应收账款占比99%以上，客户信用及回款能力较好，公司坏账准备坏账计提政策及坏账准备计提比例与同行业可比公司基本一致，坏账准备计提充分。

（二）报告期内公司在建工程及固定资产等长期资产余额大幅增长的原因及合理性；列示各报告期末在建工程主要项目、开始建设时间及建设周期、目前建设进度、预计转固时点，说明是否存在建设周期较长、未及时转固情形，在建工程减值准备计提的充分性

1、报告期内公司在建工程及固定资产等长期资产余额大幅增长的原因及合理性

报告期各期末，公司固定资产构成情况具体如下：

项目	2025 年 6 月 30 日		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	金额	占比
房屋及建筑物	23,135.37	33.37%	17,398.09	31.35%	13,352.37	34.74%	10,801.52	33.12%
机器设备	37,749.04	54.45%	30,270.80	54.55%	22,412.96	58.31%	19,708.09	60.42%

项目	2025 年 6 月 30 日		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	金额	占比
运输工具	1,007.32	1.45%	828.45	1.49%	1,008.97	2.62%	915.47	2.81%
房屋装修	742.25	1.07%	742.25	1.34%	742.25	1.93%	540.04	1.66%
电子及其他设备	1,988.07	2.87%	1,702.40	3.07%	922.61	2.40%	651.23	2.00%
境外永久产权土地	4,704.62	6.79%	4,553.76	8.21%	-	-	-	-
账面原值合计	69,326.67	100.00%	55,495.75	100.00%	38,439.16	100.00%	32,616.34	100.00%
减：累计折旧	20,573.69	-	17,268.31	-	11,967.57	-	8,103.72	-
账面价值合计	48,752.98	-	38,227.44	-	26,471.59	-	24,512.62	-

报告期内，公司各期末固定资产主要由房屋及建筑物和机器设备构成，占比超过80%。报告期内，公司各期末房屋及建筑物和机器设备逐年增加，主要系公司持续产能扩张和技术升级，新增生产基地及自动化生产线逐步投入使用所致，其中：2023年度房屋及建筑物增加主要系新购入杭州管理用办公房产，机器设备增加主要系新增咖啡机流水线及其他生产设备；2024年度房屋及建筑物增加主要系厂房扩建转固及新购入员工宿舍，机器设备增加主要系新增空气炸锅生产线及其他生产设备；新增境外子公司永久产权土地；2025年1-6月房屋及建筑物增加主要系泰国年产700万台厨房家电工厂项目（一期）转固；机器设备增加主要系新增泰国子公司新增生产线设备等。报告期内，公司固定资产余额大幅增长与公司经营情况相匹配。

报告期内，公司各期末在建工程明细情况具体如下：

单位：万元

项目	2025 年 6 月 30 日	2024 年 12 月 31 日	2023 年 12 月 31 日	2022 年 12 月 31 日
中意产业园智能厨房家电建设项目	54,482.25	42,484.29	6,013.87	-
泰国年产 700 万台厨房家电工厂项目	2,366.40	4,983.30	-	-
软件	191.32	275.17	-	-
厂房建设工程	-	-	743.25	-
合计	57,039.97	47,742.76	6,757.12	-

报告期内，公司先后推动实施中意产业园智能厨房家电建设项目和泰国年产700万台厨房家电工厂项目。其中，中意产业园智能厨房家电建设项目（一期）项目从2023年9月开始建设，预计2025年10月达到预定可使用状态，中意产业园智能厨房家电建

设项目（二期）项目从2023年9月开始建设，预期2026年10月达到预定可使用状态；泰国年产700万台厨房家电工厂项目，一期项目已于2025年4月部分达到预定可使用状态，投产月产能10万。项目整体预期2026年6月达到预定可使用状态。报告期内，公司各期末在建工程余额变动与公司经营情况相匹配。

2、列示各报告期末在建工程主要项目、开始建设时间及建设周期、目前建设进度、预计转固时点，说明是否存在建设周期较长、未及时转固情形，在建工程减值准备计提的充分性

报告期内，公司各期末在建工程主要项目情况如下：

(1) 2025年1-6月

工程名称	预算数（万元）	期初余额	本期增加	本期转入固定资产	期末余额	工程进度(%)	开始建设时间	建设周期	预计转固时点
中意产业园智能厨房家电建设项目	138,454.09	42,484.29	11,997.96	-	54,482.25	39.35	2023 年 9 月	一期：2 年； 二期：3 年	一期：2025 年 10 月； 二期：2026 年 10 月
泰国年产 700 万台厨房家电工厂项目	35,942.00	4,983.30	3,120.37	5,737.27	2,366.40	22.55	2024 年 3 月	2 年	一期：2025 年 4 月； 二期：2026 年 6 月
小计	174,396.09	47,467.59	15,118.33	5,737.27	56,848.65	-			

(2) 2024年度

工程名称	预算数（万元）	期初余额	本期增加	本期转入固定资产	期末余额	工程进度(%)	开始建设时间	建设周期	预计转固时点
中意产业园智能厨房家电建设项目	138,454.09	6,013.87	36,470.41	-	42,484.29	30.68	2023 年 9 月	一期：2 年； 二期：3 年	一期：2025 年 10 月； 二期：2026 年 10 月
泰国年产 700 万台厨房家电工厂项目	35,942.00	-	4,983.30	-	4,983.30	13.86	2024 年 3 月	2 年	一期：2025 年 4 月； 二期：2026 年 6 月
厂房建设	1,519.80	743.25	776.56	1,519.80	-	100	2023 年 6 月	1 年	2024 年 8 月
小计	175,915.89	6,013.87	41,453.72	1,519.80	47,467.59	-			

(3) 2023年度

工程名称	预算数（万元）	期初余额	本期增加	本期转入固定资产	期末余额	工程进度(%)	开始建设时间	建设周期	预计转固时点
中意产业园智能厨房家电建设项目	60,000.00	-	6,013.87	-	6,013.87	10.02	2023 年 9 月	一期：2 年； 二期：3 年	一期：2025 年 10 月； 二期：2026 年 10 月
厂房建设	1,250.68	-	909.74	166.49	743.25	95.01	2023 年 6 月	1 年	2024 年 8 月

工程名称	预算数（万元）	期初余额	本期增加	本期转入固定资产	期末余额	工程进度(%)	开始建设时间	建设周期	预计转固时点
小计	61,250.68	-	6,013.87	166.49	6,013.87	-			

报告期内，公司各期末在建工程主要为中意产业园智能厨房家电建设项目和泰国年产700万台厨房家电工厂项目。其中，中意产业园智能厨房家电建设项目（一期）的预期投产时间为2025年10月，中意产业园智能厨房家电建设项目（二期）系本次募投项目，建设周期36个月，预期投产时间为2026年10月；泰国年产700万台厨房家电工厂项目分为两期建设，其中一期已于2025年4月份投产，相关在建工程已于2025年4月转为固定资产，转固时点为项目达到预定可使用状态，转固时间准确；二期目前尚在建设过程中，预期投产时间为2026年6月。公司在建工程不存在建设周期较长、未及时转固情形，不存在减值迹象，无需计提减值准备。

(三) 报告期内公司预付账款增长的原因及合理性，是否符合行业惯例，采购内容、规模与对应业务规模是否匹配，预付相关方情况，是否存在长期未收到货物情形

1、报告期内公司预付账款增长的原因及合理性，是否符合行业惯例，采购内容、规模与对应业务规模是否匹配

报告期内，公司各期末预付账款情况如下：

单位：万元

款项性质	2025年6月末		2024年末		2023年末		2022年末	
	余额	占比	余额	占比	余额	占比	余额	占比
模具	2,106.06	83.87%	2,098.24	84.51%	1,139.06	59.28%	388.03	29.65%
材料	404.93	16.13%	384.46	15.49%	782.55	40.72%	920.56	70.35%
合计	2,510.99	100.00%	2,482.70	100.00%	1,921.61	100.00%	1,308.59	100.00%
收入金额	114,830.99	1.09%	205,868.81	1.21%	155,951.77	1.23%	149,920.70	0.87%

报告期内，公司各期末预付款项金额逐年增加，主要原因主要系随着公司业务开展，各年销售业务收入逐年上涨，采购相关材料及相关模具费用同步增加。

报告期内，公司各期末主要预付款项对象为模具供应商宁波市鼎捷模塑制造有限公司、余姚市精能塑模有限公司、慈溪市英宇模具有限公司等，以及PCB板组件材料供应商广州视琨电子科技有限公司。公司与该些供应商在合同约定款到发货、预付订金等条款，各期期末预付账款金额与签署合同约定相符。公司预付账款增长符合行业惯例，采购内容、规模与对应业务规模相匹配。

2、预付相关方情况，是否存在长期未收到货物情形

报告期内，公司各期末预付账款余额账龄构成情况如下：

单位：万元

账龄	2025年6月30日		2024年12月31日		2023年12月31日		2022年12月31日	
	余额	占比	余额	占比	余额	占比	余额	占比
1年以内	2,251.18	89.65%	2,477.87	99.81%	1,850.61	96.31%	1,307.59	99.92%
1-2年	255.15	10.16%	4.83	0.19%	70.00	3.64%	1.00	0.08%
2-3年	4.66	0.19%	-	0.00%	1.00	0.05%	-	0.00%
3年以上	-	0.00%	-	0.00%	-	0.00%	-	0.00%
合计	2,510.99	100.00%	2,482.70	100.00%	1,921.61	100.00%	1,308.59	100.00%

可见，报告期内，公司各期末预付款项账龄主要集中在一年以内。2025年6月30日，公司一年以上预付账款主要系预付广州视琨电子科技有限公司PCB采购款249.36万元，因公司预付采购款后，公司使用该材料生产的成品停产，相应原材料不再采购。报告期内，公司各期末预付款项账龄合理，不存在长期未收到货物情形。

（四）核查程序及核查意见

1、核查程序

我们执行了以下核查程序：

（1）获取公司报告期各期末应收账款明细表，了解公司应收账款余额的客户结构、账龄情况；

（2）访谈发行人管理层及有关客户，获取并查阅公司对主要客户的销售合同，了解公司的主要销售政策和信用期；分析应收账款规模是否与信用期内的销售规模相匹配；核查报告期内公司与主要客户的信用政策是否存在显著变化；

（3）查阅银行流水，了解报告期各期末公司应收账款期后回款情况；

（4）检索同行业可比公司的公开披露资料，了解并对比公司与同行业可比公司的坏账计提政策、坏账计提比例，分析应收账款的坏账计提是否充分；

（5）获取报告期内公司固定资产明细，了解固定资产的类型、规模及结构；

（6）获取报告期公司在建工程明细、主要工程/设备合同、竣工结算报告或设备安装调试报告、发票等，检查入账价值、转固时点、使用寿命等，并判断其转固依据是否合理充分；

（7）结合在建工程盘点并访谈相关项目人员，了解是否存在建设周期较长、未及时转固情形，判断在建工程是否存在减值迹象；

（8）获取公司报告期各期末预付账款明细表，按供应商进行分析性程序，向管理层询问、了解大额预付款的形成背景、支付对象等情况；

（9）获取公司报告期各期末预付账款账龄明细表，分析长账龄预付款的合理性；

（10）获取并查阅公司对主要供应商的采购合同，了解公司向主要供应商采购的采购内容及采购规模。

2、核查意见

经核查，我们认为：

（1）报告期内，公司各期末应收账款增长主要系收入增长且个别主要客户信用期延长所致。报告期内，公司各期末应收账款整体账龄情况良好，一年以内账龄的应收账款占比99%以上，期后回款比例较高，公司坏账准备计提政策与同行业可比公司不存在较大差异，期末坏账准备计提充分；

（2）报告期内，公司各期末在建工程及固定资产等长期资产余额大幅增长主要系公司持续产能扩张和技术升级，新增中意产业园智能厨房家电建设项目和泰国年产700万台厨房家电工厂项目所致。报告期内，公司各期末在建工程不存在建设周期较长、未及时转固情形，未发现公司期末在建工程存在减值迹象，在建工程减值准备计提充分；

（3）报告期内，公司各期末预付账款增长主要系随着公司业务开展，各年销售业务收入逐年上涨，采购相关材料及相关模具费用同步增加，符合行业惯例，采购内容、规模与对应业务规模相匹配。报告期内，公司各期末预付款项的账龄主要在一年以内，不存在长期未收到货物的情形。

四、其他

4.1根据申报材料，1）报告期内，公司与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业间存在佛山锐依、云晖比依、理湃光晶等多笔关联方共同投资。2）公司于2024年12月20日召开董事会审议本次发行的相关议案，自本次发行的董事会决议日前六个月起至今，存在对比晖创业、天数智芯、云晖比依等已实施或拟实施的投资。3）截至2025年3月末，公司长期股权投资金额为1,537.83万元，其他权益工具投资金额为6,052.91万元。

请发行人说明：（1）报告期内公司与关联方共同投资的必要性，定价是否公允，相关决策程序和信息披露情况，对外投资标的公司的经营情况，是否存在业务竞争，以及对公司生产经营的具体影响；（2）本次发行董事会决议日前六个月至本次发行前新投入的和拟投入的财务性投资情况，是否从本次募集资金总额中扣除；（3）结合相关投资情况分析公司是否满足最近一期末不存在金额较大财务性投资的要求。

请保荐机构及发行人律师根据《监管规则适用指引—发行类第6号》第2条对问题（1）进行核查并发表明确意见。请保荐机构及申报会计师根据《证券期货法律适用意见第18号》第1条对问题（2）和问题（3）进行核查并发表明确意见。

回复：

（一）本次发行董事会决议日前六个月至本次发行前新投入的和拟投入的财务性投资情况，是否从本次募集资金总额中扣除

公司于2024年12月20日召开董事会审议本次发行的相关议案，自本次发行的董事会决议日前六个月（2024年6月20日）起至今，公司新投入或拟投入财务性投资情况如下：

序号	分类	投资项目	投资金额 (万元)	是否从本次募集资金总额中扣除
1	董事会前六个月至发行前已投入	理湃光晶	3,000	是
		共青城比晖	448	是
		天数智芯	2,350	是
		云晖比依	2,000	是
2	拟投入 ^注	共青城比晖	392	是
		云晖比依	6,000	是

注：公司已承诺上述未投入的 6,392 万元在本次发行完成前将不再继续投入。

基于以上投资情形，公司拟从本次募集资金总额中扣除 14,190.00 万元，扣除后，本次募投资金总额调整为 48,247.49 万元。

（二）结合相关投资情况分析公司是否满足最近一期末不存在金额较大财务性投资的要求

截至 2025 年 6 月 30 日，公司资产负债表中可能与财务性投资（包括类金融）相关的科目情况如下：

单位：万元

序号	项目	账面价值	纳入财务性投资 计算口径金额	财务性投资占归属于 母公司净资产比例
1	货币资金	41,791.60	-	-
2	交易性金融资产	658.18	-	-
3	其他应收款	1,238.94	-	-

序号	项目	账面价值	纳入财务性投资 计算口径金额	财务性投资占归属于 母公司净资产比例
4	其他流动资产	6,638.33	-	-
5	长期股权投资	1,567.33	1,567.33	1.33%
6	其他权益工具投资	8,052.91	8,005.91	6.79%
7	其他非流动资产	8,793.53	-	-
合计		68,740.80	9,573.23	8.12%

1、货币资金

截至 2025 年 6 月 30 日，公司货币资金金额为 41,791.60 万元，具体如下：

单位：万元

项目	金额	比例
库存现金	6.86	0.02%
银行存款	37,121.99	88.83%
其他货币资金	4,662.74	11.16%
合计	41,791.60	100.00%

其中，其他货币资金为票据保证金、保函保证金及电商平台账户资金，具体如下：

单位：万元

项目	机构名称	金额	比例
票据保证金	宁波银行	2,251.27	48.28%
票据保证金	农业银行	1,643.28	35.24%
保函保证金	宁波银行	416.55	8.93%
电商平台账户	-	351.64	7.54%
合计		4,662.74	100.00%

2、交易性金融资产

截至 2025 年 6 月 30 日，公司交易性金融资产金额为 658.18 万元，主要为公司购买的中低风险理财产品，不属于收益波动大且风险较高的金融产品，不属于财务性投资，具体情况如下：

序号	银行	产品类型	账面价值 (万元)	期限	年化收益率	风险等级
1	中信银行	公募、固定收益类、开放式净值型	500.73	滚动持有	业绩比较基准：中国人民银行公布的同期 7 天通知存款利率	PR1

2	农业银行	公募、固定收益类、开放式净值型	157.44	滚动持有	业绩比较基准：中国人民银行公布的 7 天通知存款利率	R1
合计			658.18			

3、其他应收款

截至 2025 年 6 月 30 日，公司其他应收款金额为 1,238.94 万元，主要包括出口退税和押金保证金等其他应收款，不属于财务性投资。

4、其他流动资产

截至 2025 年 6 月 30 日，公司其他流动资产金额为 6,638.33 万元，主要包括待抵扣进项税、预付款项、预缴税费等，不属于财务性投资，具体如下：

单位：万元

项目	2025 年 6 月末
待抵扣进项税	5,826.99
预付款项	810.37
预缴税费	0.97
合计	6,638.33

5、长期股权投资

截至 2025 年 6 月 30 日，公司长期股权投资账面金额为 1,567.33 万元，为对共青城比晖创业投资合伙企业（有限合伙）的投资，属于财务性投资。

单位：万元

被投资单位	主营业务	持股比例	账面金额	占比
共青城比晖	资本市场服务	47.6190%	1,567.33	100.00%
合计	-	-	1,567.33	100.00%

6、其他权益工具投资

截至 2025 年 6 月 30 日，公司其他权益工具投资金额为 8,052.91 万元，主要为对宁波坤林、理湃光晶、天数智芯、云晖比依的股权投资，具体情况如下：

项目	账面金额 (万元)	投资比例	业务性质	是否属于财务性投资
宁波坤林	47.00	7.5200%	软件和信息技术服务业	主要从事咖啡机业务，公司新品类与其已经在合作，系围绕产业链上下游以获取技术、原料或渠道

项目	账面金额 (万元)	投资比例	业务性质	是否属于财务性投资
				为目的的产业投资，不属于财务性投资
理湃光晶	3,655.91	54.9740%	专业技术服务业	从事 AR 眼镜等业务，系财务性投资
天数智芯	2,350.00	0.2943%	半导体及通讯领域行业	从事半导体相关业务，系财务性投资
云晖比依	2,000.00	16.0000%	创业投资基金	从事创业投资相关业务，系财务性投资
合计	8,052.91	-	-	-

7、其他非流动资产

截至 2025 年 6 月 30 日，公司其他非流动资产金额为 8,793.53 万元，均为预付长期资产款，不属于财务性投资。

综上所述，截至 2025 年 6 月 30 日，公司累计投入财务性投资总额为 9,573.23 万元，占归属于母公司净资产比例为 8.12%，公司不存在持有金额较大、期限较长的财务性投资（包括类金融）的情形。

（三）核查程序及核查意见

1、核查程序

我们执行了以下核查程序：

（1）查阅《证券期货法律适用意见第 18 号》中关于财务性投资的要求，查阅发行人财务报表，了解发行人相关报表科目构成、性质，逐项对照核查发行人对外投资，并核实其属于财务性投资的情况；

（2）获取发行人报告期内对外投资的科目明细，向发行人了解对外投资的具体情况；

（3）查阅共青城比晖、理湃光晶、天数智芯、云晖比依的投资协议、支付凭证等资料；

（4）查阅发行人相关审议和信息披露文件，向发行人管理层了解自本次发行相关董事会决议日前六个月至本次发行前，发行人新投入和拟投入的财务性投资的情况。

2、核查意见

经核查，我们认为：

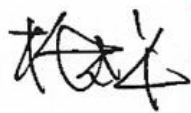
（1）发行人本次发行董事会决议日为2024年12月20日，本次发行董事会决议日前六个月新增及拟新增的财务投资合计14,190万元，发行人拟将前述资金本次募集资金总额中调减。

（2）截至最近一期末，公司累计投入财务性投资总额为9,573.23万元，占归属于母公司净资产比例为8.12%，满足最近一期末不存在金额较大财务性投资的要求。

专此说明，请予审核。

(此页无正文)



中国注册会计师:  

中国注册会计师:  

报告日期: 2025 年 9 月 8 日



营业执照

(副本)

统一社会信用代码

91330000087374063A (1/1)

扫描二维码登录“国家企业信用信息公示系统”了解更多登记、备案、许可、监管信息



名称 中汇会计师事务所（特殊普通合伙）

类型 特殊普通合伙企业

出资人 余强, 高峰

出资额 贰仟壹佰陆拾万元整

成立日期 2013年12月19日

主要经营场所 浙江省杭州市上城区新业路8号华联时代大厦A幢601室

经营范围 审查企业会计报表、出具审计报告；验证企业资本，出具验资报告；办理企业合并、分立、清算事宜中的审计业务，出具有关报告；基本建设年度决算审计；代理记账、会计咨询、税务咨询、管理咨询、会计培训；法律、法规规定的其他经营活动。（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）

仅供中汇会专[2025]10-41号报告使用

登记机关



2025年03月25日



会计师事务所 执业证书

名称：

中汇会计师事务所（特殊普通合伙）

首席合伙人：

主任会计师：高峰

经营场所：

杭州市上城区新业路8号华联时代
大厦A幢601室

组织形式：

特殊普通合伙

执业证书编号：

33000014

批准执业文号：

浙财会〔2013〕54号

批准执业日期：

1999年12月28日设立，2013年12月4日转制

证书序号：0019879

说明

- 1、《会计师事务所执业证书》是证明持有人经财政部门依法审批，准予执行注册会计师法定业务的凭证。
- 2、《会计师事务所执业证书》记载事项发生变动的，应当向财政部门申请换发。
- 3、《会计师事务所执业证书》不得伪造、涂改、出租、出借、转让。
- 4、会计师事务所终止或执业许可注销的，应当向财政部门交回《会计师事务所执业证书》。

发证机关：

2024年12月3日

中华人民共和国财政部制



仅供中汇会专[2025]10741号报告使用