

关于
北京市九州风神科技股份有限公司
公开发行股票并在北交所上市申请文件的
审核问询函中
有关财务会计问题的专项说明（豁免版）

容诚专字[2025]100Z1772 号

容诚会计师事务所(特殊普通合伙)
中国·北京

关于北京市九州风神科技股份有限公司 公开发行股票并在北交所上市申请文件的审核问询函中 有关财务会计问题的专项说明（豁免版）

容诚专字[2025]100Z1772 号

北京证券交易所：

根据贵所 2023 年 12 月 8 日出具的《关于北京市九州风神科技股份有限公司公开发行股票并在北交所上市申请文件的审核问询函》（以下简称“问询函”）的要求，容诚会计师事务所（特殊普通合伙）（以下简称“申报会计师”）作为北京市九州风神科技股份有限公司（以下简称“发行人”、“公司”、“本公司”或“九州风神”）公开发行股票并在北京证券交易所上市的申报会计师，对问询函中提到的需要申报会计师说明或发表意见的问题进行了认真核查。现做专项说明如下：

如无特别说明，本回复中的简称与《北京市九州风神科技股份有限公司招股说明书》中的简称具有相同含义。

本回复中的字体代表以下含义：

字体	含义
黑体（加粗）	问询函所列问题
宋体	回复正文
楷体（加粗）	涉及问询函回复的修改或补充披露

在本回复中，若合计数与各分项数值相加之和在尾数上存在差异，均为四舍五入所致。

四、财务会计信息与管理层分析

问题 4. 外销收入占比较高及经销真实性核查

根据申请文件，（1）报告期内，发行人以外销为主，境外销售收入占营业收入比例均超过 75%；2023 年上半年，俄语区销售占比显著增加，占比超过 40%。（2）报告期内，发行人经销收入占主营业务收入比例分别为 73.79%、75.13%、74.35%和 82.15%。（3）发行人存在通过京东、亚马逊、天猫等渠道的线上销售，报告期内，发行人线上销售收入分别为 14,300.48 万元、9,989.51 万元、9,705.53 万元和 6,633.97 万元。（4）报告期内，发行人存在因产品批次问题导致大规模退货的情况，退货金额分别为 1,616.44 万元、1,413.49 万元、1,137.05 万元和 924.10 万元，占主营业务收入的比例分别为 1.96%、1.78%、1.37%和 1.24%。

（1）外销收入占比较高。请发行人说明：①设立境外子公司是否履行相关外汇、对外投资审批程序，境外子公司的生产经营是否符合所在国家或地区法律法规的规定，是否具备开展生产经营所必备的条件，截至目前的生产经营状况；说明境外子公司的经营范围与发行人主要业务的协同关系。②公司主要产品在境内、俄语区、美洲区、欧洲区、亚洲区的销售金额、占比、单价、销量；境内外同型号产品的定价、毛利率是否存在较大差异，若存在，请说明合理性。③报告期境内、俄语区、美洲区、欧洲区、亚洲区的前五名客户销售金额及变动情况；说明公司报告期主要境外客户的基本情况包括但不限于客户名称、金额、占比、注册资本、实际控制人、成立及开始合作时间、经营规模等；公司与主要境外客户建立合作的方式、是否签订框架协议，合作是否稳定。④海关报关数据情况、出口退税的流程、人民币汇兑收益/损失的计算过程；结合报告期内外销收入、海关报关数据、出口退税金额、汇兑损益金额，说明相关数据之间的勾稽关系。

（2）经销模式及经销收入核查。请发行人：①结合公司行业特点、产品特性、发展历程、下游客户分布、同行业可比公司采用经销商模式的情况等充分说明发行人采用经销模式销售的必要性和商业合理性，结合商业实质、合同

条款、经销商管理制度等分析论证经销商模式为买断式经销的合理性。②说明相关内控制度设计的合理性及运行的有效性，包括但不限于：经销商选取标准和批准程序、对不同类别经销商、多层级经销商管理制度、终端销售管理、新增及退出管理方法、定价考核机制（包括营销、运输费用承担和补贴、折扣和返利等）、退换货机制、物流管理模式（是否直接发货给终端客户）、信用及收款管理、结算机制、库存管理机制、对账制度等制度建立及执行情况以及与经销商相关的信息管理系统的设计与执行情况。③说明经销收入确认原则，对销售补贴或返利、费用承担、经销商保证金的会计处理，对附有退货条件、给予购销信用、前期铺货借货、经销商作为居间人参与销售等特别方式下经销收入确认、计量原则，说明是否符合《企业会计准则》规定，是否与同行业可比公司存在显著差异。④说明对不同销售模式（直销、经销等）、不同区域（境内、境外等）和不同类别经销商销售的产品数量、销售价格、销售收入及占比、毛利及占比、毛利率情况；如存在显著差异的情况，请说明产生差异的原因及合理性；说明经销商信用政策及变化，给予经销商的信用政策是否显著宽松于其他销售模式，或对部分经销商信用政策显著宽松于其他经销商，说明是否存在通过放宽信用政策调节收入的情况；经销商回款方式、应收账款规模合理性。⑤说明经销商的终端客户构成情况，各层级经销商的定价政策，期末库存及期后销售情况，各层级经销商是否存在压货以及大额异常退换货情况，各层级经销商回款情况；如存在直销客户与经销商终端客户重合的情况，请说明同时对终端客户采用两种销售模式的原因及合理性。⑥说明经销商构成及稳定性情况，是否存在经销商向公司采购规模与其自身业务规模不匹配的情况；经销商是否存在个人等非法人实体，如存在，请说明该类经销商数量、销售收入及毛利占比，与同行业可比公司是否存在显著差异；说明主要经销商基本情况，包括但不限于注册资本、注册地址、成立时间、经营范围、股东、核心管理人员、员工人数、与公司合作历史等；经销商是否专门销售公司产品；说明经销商采购频率及单次采购量分布是否合理，与期后销售周期是否匹配；经销商一般备货周期，经销商进销存、退换货情况，备货周期是否与经销商进销存情况相匹配，是否存在经销商压货情形，退换货率是否合理。⑦说明公司及其控股股东、实

际控制人、公司主要关联方、董事、监事、高管、关键岗位人员与经销商、经销商的终端客户是否存在关联关系或其他利益安排，是否存在其他特殊关系或业务合作（如是否存在前员工、近亲属设立的经销商、是否存在经销商使用公司名称或商标），是否存在非经营性资金往来，包括对经销商或客户提供的借款、担保等资金支持等；通过关联经销商实现的销售收入、毛利、毛利率，销售价格和毛利率与非关联经销商是否存在显著差异。

（3）线上销售情况。请发行人说明：①各类线上销售模式属于经销还是直销，是否签订寄售合同，合同签订方、物流、资金流的安排及相关权利义务的约定情况；通过线上销售的收入数据如何获取，如何保证收入数据的真实准确。②报告期公司线上销售主要客户的金额、占比、毛利率情况；公司与电商签署合同的主要权力、义务约定，退货的处理方式及会计处理；报告期各期不同销售模式下签订销售订单至发货、发货至客户验收并确认收入的平均时间间隔及变化原因。③报告期内通过亚马逊、天猫、京东等平台销售是否存在刷单或类似情形，若存在，请说明报告期各期金额、会计处理及是否符合企业会计准则的规定。④列示自主运营与第三方运营的销售金额及占比，说明线上销售模式披露是否准确。

（4）收入确认具体时点及合规性。请发行人结合实际经营情况、与客户签订的经济合同，说明不同业务模式下（境内线上/线下直销、境内线上/线下经销、境外线上/线下直销、境外线上/线下经销）收入确认的时点、过程及外部证据，结算的具体过程；与可比公司是否存在较大差异，各种方式确认的收入占比情况；结合报告期各期收入会计差错更正具体情况说明收入确认时点是否谨慎、是否存在提前确认收入的情形，收入确认方法是否符合企业会计准则的规定。

（5）大规模退换货情况及会计处理。请发行人说明报告期内是否存在因产品质量导致的诉讼、纠纷、处罚等，公司的退、换货政策，报告期内实际退、换货金额与预估金额的差异；公司对于境内、外退货的具体处置方式；公司对相关退、换货的会计处理，是否符合企业会计准则规定。

请保荐机构、申报会计师核查上述事项并发表明确意见，并：（1）按照《适用指引第1号》1-20的要求对境外销售进行充分核查，说明对境外销售收入的核查方法、过程和结论，有关核查程序是否有效、核查证据是否充分。

（2）按照《适用指引第1号》1-23的要求对经销业务进行充分核查，并对报告期内经销模式下收入的真实准确性发表明确意见，说明对经销商样本的选取标准，是否充分考虑了经销商类别、层级、数量、规模、区域分布、典型特征、异常变动（如新增或变化较大）等具体特点；对主要经销商及终端客户的走访情况，核查比例；对主要经销商的函证情况、回函及核查比例，是否存在重大异常；说明对经销商模式下相关产品最终实现销售实施核查的具体情况，包括核查方法、范围、占比、最终实现销售比例等。（3）说明对发行人收入截止性测试的核查情况，对收入确认时点准确性、收入确认政策合理性等进行核查，并发表明确意见。（4）说明对发行人报告期内线上销售的核查方法、核查范围、核查比例及核查结论，是否存在刷单或类似情形，是否实际发货、发货地址与客户下单地址是否匹配、客户与付款方是否匹配，对第三方平台数据的核查方式和结论。（5）说明是否对发行人通过互联网开展业务的信息系统可靠性进行专项核查，如有，说明相关核查的具体情况及其结论。

【回复】

一、外销收入占比较高

（一）设立境外子公司是否履行相关外汇、对外投资审批程序，境外子公司的生产经营是否符合所在国家或地区法律法规的规定，是否具备开展生产经营所必备的条件，截至目前的生产经营状况；说明境外子公司的经营范围与发行人主要业务的协同关系

1、设立境外子公司是否履行相关外汇、对外投资审批程序

公司境外子公司均已履行了审批程序，具体情况如下：

公司名称	内部审批手续	审批备案	外汇登记
鑫全盛有限公司	北京鑫全盛股东决定审议通过	发改委备案通知书： 京发改[2017]1956号 企业境外投资证书：	业务登记凭证： 境外主体代码 FC2018111399

公司名称	内部审批手续	审批备案	外汇登记
		境外投资证第 N1100201700310 号	
Deepcool USA Inc.	第一届董事会第十次会议和 2018 年第七次临时股东大会审议通过	发改委备案通知书： 京发改[2018]2316 号 企业境外投资证书： 境外投资证第 N1100201800529 号	业务登记凭证： 境外主体代码 FC2019123653
DeepCool B.V.	第二届董事会第一次会议审议通过	发改委备案通知书： 京发改(备)[2020]501 号 企业境外投资证书： 境外投资证第 N1100202000662 号	业务登记凭证： 境外主体代码 FC2021162268
DEEPCOOL PTE.LTD.	第二届董事会第二十次会议审议通过	发改委备案通知书： 京发改(备)[2023]362 号 企业境外投资证书： 境外投资证第 N1100202300495 号	业务登记凭证： 境外主体代码 FC2023205839
DEEPCOOL MALAYSIA SDN. BHD.	第三届董事会第二次会议审议通过	发改委备案通知书： 京发改(备)[2024]514 号 企业境外投资证书： 境外投资证第 N1100202400143 号	业务登记凭证： 境外主体代码 FC2023205839
FROSTEDGE SDN. BHD.	总经理办公会审议通过	发改委备案通知书： 深发改境外备〔2024〕801 号 企业境外投资证书： 境外投资证第 N4403202500452 号	-

2、境外子公司的生产经营是否符合所在国家或地区法律法规的规定，是否具备开展生产经营所必备的条件，截至目前的生产经营状况

2024 年 10 月 21 日，公司全资子公司深圳鑫全盛在马来西亚设立了全资子公司马来西亚聚鑫科技（英文名称：FROSTEDGE SDN. BHD.）。报告期内，马来西亚聚鑫科技暂未实际开展业务。

除马来西亚聚鑫科技外，上述其他境外子公司均为北京鑫全盛子公司，受北京鑫全盛被纳入 SDN 清单影响，目前已暂停对外销售业务。2024 年 9 月 6 日，公司召开第三届董事会第六次会议，审议通过《关于全资子公司拟注销境外子公司的议案》，拟注销香港子公司、美国子公司、荷兰子公司、新加坡子公司、马来西亚子公司。2024 年 10 月 23 日，美国子公司取得工商注销确认书；2025 年 7 月，美国子公司完成税务注销。2025 年 9 月 8 日，马来西亚子公司收到马

来西亚政府部门通知，已完成公司注销。

截至本问询回复出具日，公司境外子公司情况如下：

单位：万元

公司名称	经营场地	员工人数	已投资金额
鑫全盛有限公司	主要负责发行人产品在亚太地区销售，未实际租赁或购买场地	0人	44.10
DeepCool B.V.	Le Havre 91 5627 SV Eindhoven	0人	732.95
DEEPCOOL PTE.LTD.	租赁场地地址：1 FUSIONOPOLIS LINK #03- 05 NEXUS@ONE-NORTH SINGAPORE 138542	1人	612.92
FROSTEDGE SDN. BHD.	无	0人	-

根据周启邦律师事务所出具的法律意见书，香港鑫全盛的设立及有效存续、股权结构、股东、董事、公司秘书、业务等符合香港法律的相关规定，香港鑫全盛不存在担保、诉讼及清盘情形且自设立以来不存在违法违规行为。

根据 Kneppelhout & Korthals N.V.出具的法律意见书，荷兰鑫全盛的设立、存续、业务经营、董事会、股东、股本、税务等符合荷兰法律的相关规定，荷兰鑫全盛不存在清盘、破产情形，也不存任何未解决或可预见的诉讼、仲裁或行政处罚。

根据新加坡王律师事务所驻上海市代表处出具的法律意见书，新加坡鑫全盛的设立、存续、股本、持股结构、历史沿革、董事、秘书、公司章程、业务和资质、税务等情况符合新加坡法律的相关规定，新加坡鑫全盛不涉及任何新加坡诉讼、司法管理、破产程序，也没有在新加坡涉及任何刑事、民事、行政案件、调查、处罚、罚款、仲裁或制裁。

根据马来西亚 WILLIAM, FLORENCE & PARTNERS 出具的法律意见书，FROSTEDGE SDN. BHD. 的设立、存续、经营范围、股东、股本、董事、税务等符合马来西亚法律的相关规定，FROSTEDGE SDN. BHD. 自成立以来未涉及任何诉讼、仲裁或行政处罚。

截至本问询回复出具日，美国鑫全盛、马来西亚鑫全盛已注销。

3、说明境外子公司的经营范围与发行人主要业务的协同关系

公司境外子公司经营状况及与公司主要业务的协同关系如下：

公司名称	经营范围	与发行人主要业务协同关系
鑫全盛有限公司	企业管理咨询、技术咨询、技术服务、货物进出口	已停止开展境外业务
Deepcool USA Inc.	根据加州普通公司法成立公司的任何法律行为或活动，但不包括银行业务	已注销
DeepCool B.V.	设计和供应各种散热器、机电产品和消费电子产品，提供售前、售后服务以及日常技术支持；与其他公司、企业合作、参与、收购和管理；并以提供担保的方式为其他公司和企业提供资金；取得、管理和处置需要登记的财产和动产、证券和其他工具，借贷借款，并为第三方应付的款项提供担保；完成所有与上述相关或有利的工作	已停止开展境外业务
DEEPCOOL PTE.LTD.	批发计算机硬件和周边产品，不包括网络安全硬件和周边产品；工业设计活动	已停止开展境外业务
DEEPCOOL MALAYSIA SDN. BHD.	技术服务、技术开发、技术咨询、技术交流、技术转让、技术推广；信息咨询服务（不含许可类信息咨询服务）；汽车零部件及配件制造；汽车零配件批发；计算机软硬件及辅助设备零售；计算机软硬件及辅助设备批发；计算机软硬件及外围设备制造；国内贸易代理；货物进出口；技术进出口	已注销
FROSTEDGE SDN. BHD.	电子设备制造及批发	暂未开展业务

（二）公司主要产品在境内、俄语区、美洲区、欧洲区、亚洲区的销售金额、占比、单价、销量；境内外同型号产品的定价、毛利率是否存在较大差异，若存在，请说明合理性

1、公司主要产品在境内、俄语区、美洲区、欧洲区、亚洲区的销售金额、占比、单价、销量情况

报告期内，公司销售主要产品包括散热器、机箱及电源等产品。2024 年 6 月，北京鑫全盛被列入 SDN 清单后，北京鑫全盛停止对外出口。2025 年 1-6 月，公司仅存在少量境外销售，受客诉退货冲减收入影响，境外销售收入为-150.03 万元。2024 年度，上述产品中销售占比最高的产品系列销售情况如下：

（1）散热器

CPU 水冷散热器：LS7XX 系列					
区域	销售收入（万元）	占比	销售数量（件）	销售单价（元/件）	毛利率
境内	860.75	28.39%	22,674	379.62	40.44%
俄语区	259.26	8.55%	4,666	555.65	59.79%
美洲	1,120.99	36.98%	21,589	519.24	57.47%
欧洲	478.04	15.77%	9,566	499.73	58.09%
亚洲	300.13	9.90%	6,549	458.28	53.34%
CPU 热管散热器：AK620 系列					
区域	销售收入（万元）	占比	销售数量（件）	销售单价（元/件）	毛利率
境内	1,855.17	30.92%	71,518	259.40	43.60%
俄语区	354.36	5.91%	12,600	281.24	52.32%
美洲	2,176.82	36.28%	69,884	311.49	57.39%
欧洲	997.80	16.63%	30,567	326.43	57.82%
亚洲	474.03	7.90%	15,514	305.55	56.19%

（2）机箱

CC560 系列					
区域	销售收入（万元）	占比	销售数量（件）	销售单价（元/件）	毛利率
境内	643.27	27.93%	33,007	194.89	33.22%
俄语区	440.11	19.11%	22,846	192.64	39.37%
美洲	369.32	16.04%	16,677	221.45	42.95%
欧洲	688.60	29.90%	24,832	277.30	43.35%
亚洲	116.73	5.07%	5,326	219.18	49.09%

（3）电源

PF650D 系列					
区域	销售收入（万元）	占比	销售数量（件）	销售单价（元/件）	毛利率
境内	1,508.05	49.74%	81,036	186.10	15.43%
俄语区	524.73	17.31%	25,725	203.98	20.37%
美洲	21.72	0.72%	1,260	172.38	5.32%
欧洲	53.68	1.77%	2,835	189.35	14.22%
亚洲	121.97	4.02%	7,485	162.95	-0.89%

注：公司向美洲区销售单价较低，主要系美洲区销售的产品中定价较低的产品 R-PF650D-HA0B-US 占比 73.69%；公司向亚洲区销售单价较低，主要受：（1）亚洲地区使用环境不佳，客诉率较高；（2）竞争环境影响。

2、境内外同型号产品的定价、毛利率是否存在较大差异，若存在，请说明合理性

公司境外销售的平均单价和毛利率水平高于境内，主要受产品竞争环境和产品定价策略的影响。公司的产品定价策略主要根据销售区域的市场竞争环境、购买力水平及竞争对手同类产品的价格区间等因素综合确定，受销售区域市场环境的影响，整体上境外的平均价格高于境内。**但受细分产品类型、销售策略、客户结构影响，部分产品系列存在例外情况。**

由于境内与境外的消费文化不同，市场的成熟度不同，导致公司产品境内外的竞争环境存在较大差异。在境外，电脑散热器、机箱电源的主要厂商为美商海盗船、酷冷至尊和猫头鹰等品牌，该等品牌的受欢迎程度较高，公司的产品较上述厂商的同类产品具备一定的性价比优势。而在境内，PC 散热领域厂商众多、竞争激烈、消费者对价格敏感度高于境外，从而导致公司产品境内销售毛利率低于境外。

综上所述，公司境内外同型号产品的销售定价、毛利率存在差异具备合理性。

（三）报告期境内、俄语区、美洲区、欧洲区、亚洲区的前五名客户销售金额及变动情况；说明公司报告期主要境外客户的基本情况包括但不限于客户名称、金额、占比、注册资本、实际控制人、成立及开始合作时间、经营规模等；公司与主要境外客户建立合作的方式、是否签订框架协议，合作是否稳定

1、报告期境内、俄语区、美洲区、欧洲区、亚洲区的前五名客户销售金额及变动情况

（1）境内

报告期各期，公司向境内前五名客户销售情况如下：

单位：万元

年度	客户名称	销售金额	销售占比
2025 年 1-6 月	客户 BA	14,008.17	27.47%

年度	客户名称	销售金额	销售占比
	客户 BC	9,151.00	17.94%
	客户 AZ	8,260.68	16.20%
	客户 BB	6,620.04	12.98%
	北京京东世纪贸易有限公司	2,142.29	4.20%
	合计	40,182.18	78.79%
2024 年度	客户 BC	15,116.78	26.43%
	客户 AZ	12,425.92	21.73%
	客户 BA	5,817.55	10.17%
	客户 BB	4,561.56	7.98%
	北京京东世纪贸易有限公司	3,301.98	5.77%
	合计	41,223.79	72.08%
2023 年度	北京京东世纪贸易有限公司	3,307.73	21.25%
	客户 G	2,201.07	14.14%
	北京 ABB 电气传动系统有限公司	1,981.93	12.73%
	客户 H	559.87	3.60%
	客户 J	429.77	2.76%
	合计	8,480.37	54.47%
2022 年度	北京京东世纪贸易有限公司	3,671.01	22.77%
	北京 ABB 电气传动系统有限公司	1,832.61	11.37%
	客户 G	1,497.32	9.29%
	客户 J	583.43	3.62%
	客户 H	483.89	3.00%
	合计	8,068.27	50.05%

报告期各期，公司向境内前五名客户销售金额占境内销售比例分别为 50.05%、54.47%、**72.08%**和 **78.79%**。

2024 年、2025 年 1-6 月，境内前五大客户出现较大变化，主要系北京鑫全盛被美国纳入 SDN 清单后，暂停对外出口业务，扩大境内销售规模。

（2）境外区域

2024 年 6 月，北京鑫全盛被列入 SDN 清单后，北京鑫全盛停止对外出口。

2025 年 1-6 月，公司仅存在少量境外销售，受客诉、退货等因素影响，境外销售收入为-150.03 万元。2022 年度-2024 年度，公司向境外不同区域主要客户销售情况如下：

① 俄语区

2022 年度-2024 年度，公司向俄语区前五名客户销售情况如下：

单位：万元

年度	客户名称	销售金额	销售占比
2024 年度	客户 B	10,140.99	52.57%
	客户 C	2,653.40	13.75%
	客户 D	2,153.62	11.16%
	客户 A	1,349.85	7.00%
	客户 BI	774.16	4.01%
	合计	17,072.01	88.50%
2023 年度	客户 B	32,609.20	62.29%
	客户 D	6,323.51	12.08%
	客户 A	4,017.54	7.67%
	客户 C	3,316.57	6.33%
	客户 L	1,626.18	3.11%
	合计	47,893.00	91.48%
2022 年度	客户 B	12,844.38	55.22%
	客户 D	3,194.58	13.73%
	客户 C	2,021.98	8.69%
	客户 A	1,850.65	7.96%
	客户 L	907.74	3.90%
	合计	20,819.33	89.50%

2022 年度-2024 年度，公司向俄语区前五名客户销售金额占俄语区销售比例分别为 89.50%、91.48%和 88.50%，俄语区客户较为集中。公司董事、监事、高级管理人员和核心技术人员、主要关联方或持有公司 5%以上股份的股东与上述客户不存在关联关系。

2023 年度，公司向俄语区客户销售规模大幅增加，主要系：1）公司 2022

年下半年向市场先后推出 AK 系列 CPU 热管散热器、LT/LS 系列 CPU 水冷散热器、PQ-M/PF 系列电源等新产品，新产品经过培育期逐渐被市场认可，2023 年迎来需求的快速增长；2）2022 年以来美国、欧盟与俄罗斯经历多轮贸易摩擦，导致公司部分欧美国家竞争对手，如：猫头鹰、海盗船等，缩减向俄罗斯市场的销售规模，公司在向全球推广新产品的同时顺势扩大了在俄语区的市场份额。

2024 年度，公司向俄语区主要客户销售规模有所下降，主要系北京鑫全盛被纳入 SDN 清单后，公司暂停对外出口业务。

除客户 A 外，公司与上述客户开始合作时间均在 2016 年之前，公司与主要客户合作时间较长。客户采购规模主要受客户自身规模、市场竞争环境及政治环境变化影响。

② 美洲区

2022 年度-2024 年度，公司向美洲区前五名客户销售情况如下：

单位：万元

年度	客户名称	销售金额	销售占比
2024 年度	客户 N	1,919.02	13.41%
	加拿大 CC	1,862.22	13.01%
	客户 P	1,055.32	7.37%
	美国 NE	926.76	6.47%
	客户 O	634.57	4.43%
	合计	6,397.89	44.69%
2023 年度	加拿大 CC	3,110.67	11.34%
	客户 N	2,960.27	10.79%
	美国 NE	2,389.83	8.71%
	客户 AO	1,679.25	6.12%
	客户 P	1,648.64	6.01%
	合计	11,788.65	42.97%
2022 年度	加拿大 CC	2,344.64	14.94%
	客户 AO	1,854.01	11.81%
	客户 P	1,517.53	9.67%

年度	客户名称	销售金额	销售占比
	美国 NE	1,040.17	6.63%
	客户 Q	854.67	5.44%
	合计	7,611.02	48.48%

2022 年度-2024 年度，公司向美洲区前五名客户销售金额占美洲区销售比例分别为 48.48%、42.97%和 44.69%。公司董事、监事、高级管理人员和核心技术人员、主要关联方或持有公司 5%以上股份的股东与上述客户不存在关联关系。

美国 NE、客户 P、客户 AO 交易规模主要受装机市场规模及客户之间竞争格局变化影响。客户 N 为公司 2021 年新开拓的渠道商，随着双方合作不断深入，客户 N 向公司采购规模不断增加；受公司产品推出及客户规模扩大影响，公司向加拿大 CC 销售规模呈上升趋势。2023 年度，受公司新产品推出、不断拓展销售渠道及加大销售推广力度，美洲区主要客户销售规模整体呈上升趋势。2024 年度，公司向美洲区主要客户销售规模有所下降，主要系北京鑫全盛被纳入 SDN 清单后，公司暂停对外出口业务。

除客户 N、客户 O 是公司 2021 年新开拓客户外，公司与上述客户开始合作时间均在 2017 年之前，合作时间较长。

③ 欧洲区

2022 年度-2024 年度，公司向欧洲区前五名客户销售情况如下：

单位：万元

年度	客户名称	销售金额	销售占比
2024 年度	客户 W	1,026.91	8.24%
	客户 V	915.69	7.35%
	客户 BH	743.88	5.97%
	客户 BK	686.20	5.51%
	客户 BJ	645.11	5.18%
	合计	4,017.79	32.25%
2023 年度	客户 BH	1,803.98	9.41%
	德国 BE	1,586.56	8.27%

年度	客户名称	销售金额	销售占比
	客户 T	1,253.38	6.54%
	客户 W	1,185.53	6.18%
	客户 V	1,056.57	5.51%
	合计	6,886.02	35.91%
2022 年度	德国 BE	1,557.47	15.97%
	客户 BH	815.09	8.36%
	客户 W	634.78	6.51%
	客户 X	603.93	6.19%
	芬兰 ABB	541.85	5.56%
	合计	4,153.12	42.59%

2022 年度-2024 年度，公司向欧洲区前五名客户销售金额占欧洲区销售比例分别为 42.59%、35.91%和 **32.25%**。公司董事、监事、高级管理人员和核心技术人员、主要关联方或持有公司 5%以上股份的股东与上述客户不存在关联关系。

2023 年度，受公司新产品推出、不断拓展销售渠道及加大销售推广力度，公司向欧洲区主要客户销售规模整体呈上升趋势。

2024 年度，公司向欧洲区主要客户销售规模有所下降，主要系北京鑫全盛被纳入 SDN 清单后，公司暂停对外出口业务。

④ 亚洲区

2022 年度-2024 年度，公司向亚洲区前五名客户销售情况如下：

单位：万元

年度	客户名称	销售金额	销售占比
2024 年度	日本 TW	2,572.62	19.69%
	韩国 BIGS	1,370.63	10.49%
	客户 AB	1,223.67	9.37%
	印度 ACR	962.01	7.36%
	客户 AM	701.37	5.37%
	合计	6,830.28	52.28%

年度	客户名称	销售金额	销售占比
2023 年度	日本 TW	5,739.44	21.25%
	韩国 BIGS	3,638.99	13.48%
	印度 ACR	3,420.00	12.66%
	客户 AB	1,408.92	5.22%
	客户 Z	1,328.79	4.92%
	合计	15,536.14	57.53%
2022 年度	韩国 BIGS	2,557.90	16.20%
	日本 TW	2,210.33	14.00%
	印度 ACR	2,204.84	13.97%
	客户 Z	872.91	5.53%
	客户 AB	741.41	4.70%
	合计	8,587.39	54.40%

2022 年度-2024 年度，公司向亚洲区前五名客户销售金额占亚洲区销售比例分别为 54.40%、57.53%和 **52.28%**。公司董事、监事、高级管理人员和核心技术人员、主要关联方或持有公司 5%以上股份的股东与上述客户不存在关联关系。

2023 年，随着公司不断增加对亚洲区市场开拓力度及新产品的不断推出，公司向亚洲区主要客户销售额呈上升趋势。

2024 年度，公司向亚洲区主要客户销售规模有所下降，主要系北京鑫全盛被纳入 SDN 清单后，公司暂停对外出口业务。

2、说明公司报告期主要境外客户的基本情况包括但不限于客户名称、金额、占比、注册资本、实际控制人、成立及开始合作时间、经营规模等；公司与主要境外客户建立合作的方式、是否签订框架协议，合作是否稳定

2024 年 6 月，北京鑫全盛被列入 SDN 清单后，北京鑫全盛停止对外出口。2025 年 1-6 月，公司仅存在少量境外销售，受客诉、退货等因素影响，境外销售收入为-150.03 万元。2022 年度至 2024 年度，公司向境外前五名客户销售情况如下：

单位：万元

年度	客户名称	销售金额	占主营业务比例
2024 年度	客户 B	10,140.99	8.60%
	客户 C	2,653.40	2.25%
	日本 TW	2,572.62	2.18%
	客户 D	2,153.62	1.83%
	客户 N	1,919.02	1.63%
	合计	19,439.64	16.48%
2023 年度	客户 B	32,609.20	22.41%
	客户 D	6,323.51	4.35%
	日本 TW	5,739.44	3.94%
	客户 A	4,017.54	2.76%
	韩国 BIGS	3,638.99	2.50%
	合计	52,328.68	35.96%
2022 年度	客户 B	12,844.38	15.53%
	客户 D	3,194.58	3.86%
	韩国 BIGS	2,557.90	3.09%
	加拿大 CC	2,344.64	2.83%
	日本 TW	2,210.33	2.67%
	合计	23,151.83	27.99%

报告期各期，前五名客户情况如下：

(1) 加拿大 CC

客户名称	CANADA COMPUTERS INC.（简称“加拿大 CC”）
官网地址	http://www.canadacomputers.com
成立时间	1991 年
注册资本	未公开相关信息
注册地址	75 West Wilmot Street, Richmond Hill, Ontario, L4B 1K1 Canada （加拿大安大略省）
股权结构	Fan Lei、Chan Gordon
核心管理人员	Fan Lei、Chan Gordon
员工人数	900 名员工
经营规模	2021 年营收规模 47,500.00 万美元 2022 年营收规模 45,500.00 万美元 2023 年营收规模 43,000.00 万美元
主营业务	计算机和消费电子产品的零售和电子商务

合作历史	2013 年至今
与主要境外客户建立合作的方式	双方通过展会认识，建立合作关系
是否签订框架协议	是

加拿大 CC 成立于 1991 年，是个人计算机、IT 和组件以及消费类电子产品的零售商。除公司外，其合作品牌包括微软、英特尔、华硕、华为、三星、美商海盗船、Thermaltake 和罗技等。

(2) 日本 TW

客户名称	THIRDWAVE CORPORATION（简称“日本 TW”）
官网地址	https://info.twave.co.jp/
成立时间	1984 年 3 月 23 日
注册资本	4,000 万日元
注册地址	(8F, Dai-2 Denpa Bldg.) 14-10, Soto Kanda 2-chome, Chiyoda-ku, Tokyo 101-0021 Japan（日本东京）
股权结构	E Asset Management K.K. 100%
核心管理人员	Kensuke Ozaki、Ichiro Enomoto、Masaki Nagai、Toshiaki Sugawara、Fumio Hoshi
员工人数	超过 800 名员工
经营规模	2021 年营收规模 6,460,000.00 万日元 2022 年营收规模 7,540,000.00 万日元 2023 年营收规模 7,605,200.00 万日元
主营业务	设计、制造和销售电脑及电脑周边产品
合作历史	2010 年至今
与主要境外客户建立合作的方式	九州风神主动寻求合作
是否签订框架协议	是

日本 TW 于 1984 年在秋叶原电器街开设电脑商店，主要销售电脑及相关设备。日本 TW 现拥有 30 余家 Dospara 零售商店，主要向其客户销售电脑及周边产品并提供相关的定制、装配服务。

(3) 韩国 BIGS

客户名称	BRAVOTEC CO.,LTD.（简称“韩国 BIGS”）
官网地址	http://www.bravotec.co.kr
成立时间	2010 年 7 月 22 日
注册资本	20 亿韩元

注册地址	Rm.601, 158, Wonhyo-ro, Yongsan-gu, Seoul
股权结构	JIN,SANG-EON 50%、LEE,SUNG-SOO 30%、KIM,HYUNG-CHEOL 20%
核心管理人员	JIN,SANG-EON、LEE,SUNG-SOO、JIN,HEE-CHEON
员工人数	大约30名员工
经营规模	2021 年营收规模 1,740.00 万美元 2022年营收规模1,780.00万美元 2023年营收规模2,500.00万美元 2024年1-6月营收规模1,200.00万美元
主营业务	计算机周边设备的制造
合作历史	2012年至今
与主要境外客户建立合作的方式	双方通过Computex展会互相认识，建立合作关系
是否签订框架协议	是

韩国 BIGS 主要从事电脑散热解决方案及电脑散热器、机箱、电源等电脑周边产品的销售，包括其自有品牌“BRAVOTEC”和其他品牌的销售。除发行人外，其合作品牌主要包括 NZXT、JONSBO、STEALTH 的产品等。

（四）海关报关数据情况、出口退税的流程、人民币汇兑收益/损失的计算过程；结合报告期内外销收入、海关报关数据、出口退税金额、汇兑损益金额，说明相关数据之间的勾稽关系

1、海关报关数据情况、出口退税的流程、人民币汇兑收益/损失的计算过程

（1）海关报关数据情况

报告期内，公司海关报关数据情况如下表所示：

单位：万元

项目	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
美元成交总价	36.34	6,164.30	15,728.42	9,452.57
欧元成交总价	-	-	-	13.01
人民币成交总价	-	15,138.17	16,509.65	0.51

（2）出口退税流程

报告期内，公司出口货物实行免、抵、退税办法，采取网上申报办理的方

式进行操作，具体流程如下：

1) 取得报关单和其他物流单据

公司将货物报关出口完成相关手续后，取得报关单和提单，出口销售额在当期海关报关数据中反映。

2) 申报出口退税

整理出口报关单、采购进项税发票等单据，在单一窗口出口退税模块采集报关单信息（报关单号、发票号、汇率、出口日期、FOB 价格等）和进项税发票信息，人工匹配报关单和进项税发票，上传税务局并生成正式申报表（出口明细申报表和进货明细申报表）。

3) 完成出口退税

税务局受理后，根据出口明细申报表和进货明细申报表确认应退税额，经审核无误后向公司进行退税。

(3) 人民币汇兑收益/损失的计算过程

企业发生外币交易时，除结汇业务外的其他外币业务均按照交易发生时即期汇率的近似汇率作为折算汇率，将外币金额折算为人民币金额记账。资产负债表日，外币货币性项目余额按照资产负债表日人民币汇率中间价进行折算，因汇率变动折算产生的差额计入当期汇兑损益，并计入“财务费用—汇兑损益”。

当发生外币结汇业务时，根据结汇当天银行挂牌的外汇买入价与记账汇率之间的差异，计算结汇产生的汇兑损益，并计入“财务费用-汇兑损益”。

2、结合报告期内外销收入、海关报关数据、出口退税金额、汇兑损益金额，说明相关数据之间的勾稽关系

(1) 外销收入与海关数据

报告期各期，公司外销金额和海关数据情况如下：

单位：万元

项目	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
境外销售收入（A）	261.22	55,715.67	127,976.13	65,690.52
海关电子口岸数据（B）	261.10	59,021.42	126,485.01	63,425.08
差异（A-B）	0.12	-3,305.75	1,491.11	2,265.45
差异率	0.05%	-5.93%	1.17%	3.45%
收入剔除亚马逊收入（C）	261.22	52,784.92	116,813.82	60,051.00
海关数据剔除亚马逊报关数据（D）	261.10	56,538.95	118,742.22	59,455.92
营业收入加回返利（E）	261.22	56,724.34	119,076.03	60,560.95
调整后差异（F=D-E）	-0.12	-185.39	-333.80	-1,105.04
调整后差异率（G=F/E）	-0.05%	-0.33%	-0.28%	-1.82%

注：2022 年度至 2024 年度，境外销售收入为北京鑫全盛销售收入；2025 年 1-6 月，境外销售收入为母公司境外销售收入。

报告期各期，公司外销收入和海关数据存在差异主要原因为：（1）收入确认时点和报关时间存在差异；（2）亚马逊出口报关按公司预计价格报关出口，亚马逊确认收入以平台零售价为基础计量；（3）公司对境外客户存在销售返利的情形，在确认返利时冲减账面销售收入，海关电子口岸数据不会进行调整；（4）海关数据显示的人民币离岸价为结关时点的离岸价，账面数据为根据月初汇率计算的人民币离岸价，选用的汇率存在差异。

（2）外销收入与出口退税

报告期各期，出口退税测算情况如下：

单位：万元

项目	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
不含税采购成本	152.59	40,798.08	88,267.86	47,229.92
退税率	13.00%	13.00%	13.00%	13.00%
测算应退税金额	19.84	5,303.75	11,474.82	6,139.89
收到的出口退税金额	1.75	5,420.98	11,558.80	6,070.95
其中：2022 年度收到	-	-	-	3,200.53
2023 年度收到	-	-	7,557.24	1,688.54
2024 年度收到	-	5,419.84	3,993.13	1,175.79
2025 年 1-6 月收到	1.75	1.14	8.43	6.09

项目	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
差异=（测算应退-实际退税）	18.09	-117.23	-83.98	68.94
差异率=差异/测算应退税金额	91.18%	-2.21%	-0.73%	1.12%

注：报告期内，存在极少产品出口退税率为 6%、10%，测算时统一使用 13% 退税率进行测算。

公司产品出口由**母公司和北京鑫全盛**完成。**母公司和北京鑫全盛**不从事生产活动，主要向深圳鑫全盛、惠州鑫全盛采购货物并进行境外销售。**母公司和北京鑫全盛**出口货物适用《出口货物退（免）税管理办法（试行）》（国税发[2005]51 号），出口货物免征增值税、相应的进项税额予以退还。

报告期各期，公司收到的出口退税金额与测算数据差异分别为 **1.12%、-0.73%、-2.21%和 91.18%**，测算金额与公司实际收到退税金额存在差异原因因为：

①时间差异。申请退税和出口退税款发放存在一定的滞后性，出口退税款尚有部分款项未收到。

②北京鑫全盛向惠州鑫全盛、深圳鑫全盛采购的用于研发的材料及为客户开发模具并不实际报关对外销售，无法申请退税。

（3）外销收入与汇兑损益

日期	2025 年 6 月 30 日/2025 年 1-6 月	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
期初汇率	7.1884	7.0827	6.9646	6.3757
期末汇率	7.1586	7.1884	7.0827	6.9646
美元销售金额（万美元）	-16.16	6,097.65	15,530.47	9,353.90
汇兑损益合计（收益以“-”号填列）（万元）	10.12	-1,461.71	-1,528.82	-3,069.94
汇率波动率（期末汇率/期初汇率-1）	-0.41%	1.49%	1.70%	9.24%
汇兑损益/美元销售金额（人民币）	-8.72%	-3.38%	-1.39%	-4.71%

注 1：报告期初为非工作日的，实际利率采用上年末最后一个工作日的汇率；

注 2：汇兑损益/美元销售金额系用美元销售金额以期末汇率折算后计算得出。

报告期内，公司的外币销售主要系以美元计价的销售，美元销售金额分别为 9,353.90 万美元、15,530.47 万美元、**6,097.65 万美元和-16.16 万美元**，公

公司的汇兑损益分别为-3,069.94 万元、-1,528.82 万元、 **-1,461.71 万元和 10.12 万元**，汇兑损益与美元销售金额的比率较小。由于公司的汇兑损益受到美元销售收入的确认时点、美元收入的结汇时点、汇率变动幅度等多种因素影响，因此美元销售和汇兑损益之间不完全匹配。2023 年度汇兑损益/美元销售金额和汇率波动率大致相近，2022 年**和 2024 年**由于汇率年度内波动较大，因此汇兑损益/美元销售金额与汇率波动率存在一定差异。**2025 年 1-6 月**由于境外主要发生客诉费业务，美元销售额与以前年度差异较大，因此汇兑损益/美元销售金额与汇率波动率存在较大差异。

二、经销模式及经销收入核查

（一）结合公司行业特点、产品特性、发展历程、下游客户分布、同行业可比公司采用经销商模式的情况等充分说明发行人采用经销模式销售的必要性和商业合理性，结合商业实质、合同条款、经销商管理制度等分析论证经销商模式为买断式经销的合理性

1、公司主营业务基本情况及产品特点

公司是一家集高性能散热装置的研发、生产和销售为一体的高新技术企业，主要产品包括高性能电脑散热器、工业散热器、机箱和电源等。

公司电脑散热器产品主要包括水冷电脑散热器、CPU 热管散热器、基础电脑散热器、笔记本电脑散热器等，电脑机箱和电源应用场景与电脑散热器基本相同，终端客户主要为组装个人电脑的个人消费者。

2、公司采取经销模式的必要性及合理性

经销模式为电脑硬件产品行业常见的销售模式，其主要原因为：（1）电脑硬件产品主要为 CPU、主板、显卡、内存、机箱、电源、电脑散热器等，终端消费者，特别是追求高性能的终端消费者，往往倾向于购买组装整机或在同一地点购买上述产品后自行组装。因此，同一经销商销售多种多品牌的电脑硬件产品是行业主流情况；（2）电脑硬件产品终端客户分布在世界各地，不同国家或地区的电脑硬件产品销售渠道以及客户沟通方式等存在一定的差异，选择合

适的经销商有利于建立稳定的销售渠道，从而有利于产品在本地市场的开拓；

（3）经销商从地理区域和信息沟通方面，更为贴近终端客户，以其具有的信息优势及采购整合优势，对电脑硬件产品厂商制定区域市场的产品定位、产品及品牌的传播推广等策略具有重要作用。

公司自 2003 年成立后，就开始着手境外渠道开拓，通过 CES 国际消费电子展等国际展会、出境拜访客户推广以及原客户介绍等各类方式综合推广“DeepCool”品牌产品，已拥有一批稳定合作多年的经销商合作伙伴。

公司电脑散热器产品下游客户分布无明显区域性特征，分散在全世界多个国家和地区；若公司采取直销方式在全球设立直销网点，管理难度超过了公司目前的管理能力。

3、同行业可比公司销售模式对比

经查阅公司同行业可比上市公司的定期报告，可比上市公司的主要销售产品及销售模式如下：

可比公司	主要产品	销售模式
超频三（300647.SZ）	PC 散热配件、LED 照明散热组件	PC 散热配件以经销为主，直销为辅；LED 照明散热组件均为直销
美商海盗船（CRSR.US）	游戏周边设备、游戏组件和系统	经销为主，与包括亚马逊、百思买（BestBuy）、京东、MediaMarket 和沃尔玛等全球主要经销商和零售商以及直接面向消费者的销售渠道建立了长期的合作关系
曜越科技（3540.TW）	电脑机箱、散热器模组、电竞周边产品	经销为主，以其自有品牌“Thermaltake（Tt）”在全球进行销售。曜越科技在美国、法国、荷兰、德国、澳大利亚、日本、巴西等地区设有分公司，在全球多个地区拥有代理商及经销商

美商海盗船、曜越科技等以电脑硬件及周边产品为主营业务的可比上市公司销售模式采用经销为主的销售模式，超频三的 PC 散热配件业务亦采取经销为主的销售模式。

综上，公司销售模式与同行业可比公司销售模式具有一致性，公司采用以经销为主的销售模式具备合理性。

4、买断式经销认定的合理性

公司向经销商客户的销售为买断式销售，公司经销商管理体系中不存在二级经销商，且公司的经销商亦非独家经销商，经销商经销产品种类及品牌选取由经销商自主决定。

（1）经销商合作开展情况

报告期内，公司与经销商合同签订以及合作模式如下：

1) 境内经销商

公司与境内线下经销商通过签订代理协议，授权其经营公司散热器等产品。公司与经销商的合作模式为买断式销售，根据签订的代理协议，双方在代理协议中明确了经销商从公司购买产品后，以自己的名义向第三方销售并独立承担销售风险；双方在订单中明确了购买产品的型号、数量、单价、交期等交易内容。因此，该模式下公司将产品的所有权/控制权交付给经销商获得货物签收单后，即可视为销售完成确认收入。

2) 境外经销商

公司与境外经销商签订代理协议，授权其经营公司散热器等产品。对采用 FOB、CIF 结算方式的客户，将货物移交给承运人或运输公司，获得提单、报关单或双方约定的其他运输单据后，视为货物所有权/控制权转移。对采用 DDP 结算方式的客户，将产品运送至客户指定目的地并办理完当地进口清关手续，将在交货运输工具上尚未卸下的货物交与买方，完成交货后确认收入。

（2）经销商管理

报告期内，公司按照一定标准选取综合实力较强的经销商，不对经销商的日常经营进行实质性管理，仅提供必要的产品资料和产品宣传指导。具体情况如下：

1) 选取标准

公司为实现对公司经销商系统的规范化管理，结合公司零售事业部的实际

情况，制定了《零售事业部客户管理规程》（境外）与《代理商管理规程》（境内），公司对经销商的新客户开发以地域划分为境内与境外。

2) 日常管理

公司的各销售经理会持续保持与经销商的联系，进行电话沟通、实地考察、拜访，跟踪及协助经销商各项业务的开展，在与经销商的沟通与拜访过程中，全面地收集信息与意见，了解经销商的运营情况及市场开发情况，并协助经销商做好销售分析，以确保经销商实现每季度销售额。

(3) 商业实质

报告期内，公司在与经销商的实际业务经营中，根据不同业务模式进行货物所有权/控制权转移，转移完成后，公司不再对产品进行管控；公司对部分信用较好的经销商授予一定的信用额度，该类经销商可以在信用额度内及信用期限内进行“先货后款”方式结算，其他经销商则采用“先款后货”方式结算，期后退换货情况较少；日常销售中，公司对经销商的下游销售定价不进行特别干涉及要求。

综上，结合与客户合作开展模式、商业实质及发行人日常经销商管理机制综合认定公司与经销商的合作属于买断式经销。

（二）说明相关内控制度设计的合理性及运行的有效性，包括但不限于：经销商选取标准和批准程序、对不同类别经销商、多层级经销商管理制度、终端销售管理、新增及退出管理方法、定价考核机制（包括营销、运输费用承担和补贴、折扣和返利等）、退换货机制、物流管理模式（是否直接发货给终端客户）、信用及收款管理、结算机制、库存管理机制、对账制度等制度建立及执行情况以及与经销商相关的信息管理系统的设计与执行情况

公司为了实现对经销商的规范化管理，结合公司的实际情况设计及制定了《零售事业部客户管理规程》（境外）、《代理商管理规程》（境内）、《零售事业部客户返点管理规程》（境外）、《销售返点管理规程》（境内）、《零售事业部产品报价管理规程》等多项内控制度，并要求相关部门在日常经

营管理中严格按照各相关制度的规定执行。

1、经销商选取标准和批准程序、对不同类别经销商、多层级经销商管理制度、终端销售管理、新增及退出管理方法

(1) 经销商选取标准和批准程序

公司为实现对公司经销商系统的规范化管理，结合公司零售事业部的实际情况，制定了《零售事业部客户管理规程》（境外）与《代理商管理规程》（境内），公司对经销商的新客户开发以地域划分为境内与境外。

境外新客户的选取标准如下：

- 1) 单次发货金额满足区域的最小发货需求。
- 2) 新客户与区域内其他客户不存在合同或法律条款的冲突限制。
- 3) 在满足上述两项条件下，需满足如下其中一种情况：
 - ①新客户的预估未来一年的销售额满足 30 万美元；
 - ②新客户是本区域的国家单一代理；
 - ③新客户所在国家或地区内市占率在 5%以上；
 - ④客户所在国家或地区内渠道或同一客户类型排行前二十的客户。

如不能满足上述条款，但公司对该区域或国家市场有特殊发展需求的，销售经理需调研完成客户的基本情况，说明对客户开发的原因及未来的规划内容，上报销售总监申请特殊审批，经由销售总监同意，可开展与客户的合作。

境内客户开发标准如下：

- 1) 与当地市场主流零售商户有良好的商业合作关系，且有一定的客户数量基础。
- 2) 对当地批发市场具较强的分销与控制能力。
- 3) 有当地的装机商资源，且有一定的客户数量基础。

4) 与当地的主流网络销售平台有良好的商业合作关系。

销售业务员对已调研后形成资信报告或了解基本情况的新客户进行初步判定，判定可满足公司选取标准的，上报零售事业部销售总监审批，销售总监对上报的新客户申请进行审批，审批通过后与客户签署合作协议。

(2) 对不同类别经销商、多层级经销商管理制度、终端销售管理

1) 不同类别经销商

公司为充分了解和掌握客户的信誉、资信状况，规范企业客户信用管理工作，避免销售活动中因客户信用问题给企业带来损失，制定了《零售事业部客户管理规程》（境外）及《代理商管理规程》（境内）。

公司下游经销商客户主要包括零售商和分销商。其中零售商采购公司产品主要通过电商平台、线下门店等方式直接向终端消费者销售，如京东世纪、美国 MS 等客户；分销商采购公司产品的分销对象为下游渠道商，如客户 C、客户 D 等；公司客户亦存在部分业务规模较大，同时开展多项业务的客户，比如客户 B、日本 TW 既有装机业务也有零售业务。

2) 多层级经销商管理制度

公司对经销商客户进行持续的跟踪与管理，但不干涉客户在同一区域内选择其下游渠道商。公司对经销商客户的销售为买断式销售，经销商购买公司产品再向同一区域内下游客户销售的环节属于经销商自主决策的范畴，公司不做限制。公司经销商管理体系中不包括二级经销商。

公司对经销商的管理制度主要包含有经销商档案管理、经销商日常工作沟通管理及定期拜访等。

①经销商档案管理

公司针对不同的客户建立客户档案，以确保销售业务的顺利开展，及时掌握客户的变化以及信用状况。客户档案包括了客户的基本资料与业务资料。

②定期拜访

公司的各销售经理会持续保持与经销商的联系，进行电话沟通、实地考察、拜访，跟踪及协助经销商各项业务的开展，在与经销商的沟通与拜访过程中，全面地收集信息与意见，了解经销商的运营情况及市场开发情况，并协助经销商做好销售分析，以确保经销商实现每季度销售额。

3) 终端销售管理

根据经销商协议约定，报告期内公司与经销商的合作模式均为买断式销售。经销商对外销售价格、销售渠道、销售对象由经销商自主决定。

(3) 经销商退出

经销商退出一般分为两种情况，一是经销商方面因为自身经营能力不足选择退出，二是公司对于设定任务目标的经销商在其长期未达目标的情况下主动解除合作关系。

2、定价考核机制（包括营销、运输费用承担和补贴、折扣和返利等）

(1) 产品定价机制

公司制定了《零售事业部产品报价管理规程》以确定公司产品的报价原则与价格调整审批流程。公司的产品价格确定原则为以产品制造成本价格为基础，参考市场同类产品的价格，结合自身产品的性能和市场定位综合确定。

销售业务员需严格按照报价单内的价格执行，不允许私自与客户沟通低价或降低价格达成销售额。如果存在调整价格的需求，销售业务员须根据价格调整比例幅度上报销售总监或零售事业部总经理审批，审核通过后可执行。

销售总监需对销售业务员执行的价格进行监控，查看订单中或其他的销售出库数据中的价格，确保业务员按照正确的价格执行。

(2) 运输费用承担机制

公司物流管理分为境内与境外两种不同模式，运输费用责任承担划分如下：

境内外经销运输费用的承担方式	
境内经销	公司承担将货物运送至客户或平台用户指定地点的运输费用

境外经销	境内发货	FOB 贸易模式：公司承担将货物运送至码头相关的报关费、陆运费、码头装卸费等境内运输费用
		CIF 贸易模式：公司承担将货物运送至目的港相关的运输费及保险费，即 FOB+运费+保险费
		DDP 贸易模式：公司承担将货物运送至客户指定境外收货地点的境内外运输费用，包括报关费、陆运费、码头装卸费、海运费和清关税费等
	境外发货	公司承担将货物运送至客户指定地点的运输费用

（3）折扣与返利机制

公司会在年初结合销售目标 and 市场情况，制定当年的销售返利计划。公司根据境内经销商与境外经销商划分具体的返利政策。公司与境外经销商的返利政策主要包括两类：一是签订年度 MDF（Marketing Development Fund）协议，约定总销售额的返利比例；二是根据客户的新增订单或重点产品订单、常规促销产品订单等进行单次直接返利。

关于境内经销商的返利政策，公司对京东世纪按单次销售订单进行返利，对除京东世纪之外的境内经销商返利政策主要包括两类：一是当向经销商的销售额达到规定金额后，给予相应比例的返点金额；二是约定相应型号的产品达到规定销售数量后，每件产品给予相应的返利金额。

当销售经理有新增的销售返点需求申请，如产品有促销活动或者价格特殊需要调整返点时，需上报销售总监审批。

3、退换货机制

公司不同销售模式下客户的退换货条款如下：

销售模式	退换货条款或约定
境内线下经销	公司与境内线下经销商合同未明确约定退换货条款，经销商销售的质保期内产品若发生质量问题，消费者可以联系经销商进行退换货或赔付，也可以直接联系公司售后服务人员
境内线上经销-京东世纪	公司接受京东世纪任何原因的退换货要求。消费者通过京东世纪采购的商品，发生退换货可直接联系京东的平台客服，京东平台进行退换货后再向公司进行处理
境外经销	公司与境外经销商合同未明确约定退换货条款，经销商销售的质保期内产品若发生质量问题，境外消费者直接联系经销商进行退换货或赔付，境外经销商未能妥善处理的，消费者可以直接联系公司售后服务人员

4、物流管理模式（是否直接发货给终端客户）

公司物流管理分为境内与境外两种不同模式，承运义务划分如下：

境内外经销运输义务的划分		
境内经销	公司负责将货物运送至客户或平台用户指定的地点	
境外经销	境内发货	FOB 贸易模式：公司负责将货物运送至码头
		CIF 贸易模式：公司负责将货物运送至码头，并承担运输至目的港的运输费用
		DDP 贸易模式：公司负责将货物运送至客户指定境外收货地点
	境外发货	公司负责将货物运送至客户指定的地点

公司按经销商的订单或合同，将产品发送至其指定地址，不存在直接发给终端客户的情形。

5、信用及收款管理

（1）境外经销商

公司为控制境外回款风险，对境外经销商给予了较为严格的信用政策。公司向中信保办理了信用保险，对经销商授予一定的信用期限，授予信用额度以中信保授予额度为上限，信用期限一般在 90 天以内。新开发经销商、交易量较小的经销商或中信保未给予信用额度的经销商均采用先款后货的模式进行销售。

（2）境内经销商

公司给予京东世纪的账期为两个月左右，**公司给予客户 BC、客户 AZ、客户 BD、客户 BA、客户 BB 账期为 90 天，除上述客户外，公司给予客户的信用周期一般在 30 天以内。**

6、结算机制、库存管理机制、对账制度等制度

（1）结算制度

报告期内，公司与客户的结算方式为银行转账和信用证，未有其他结算方式。

（2）库存管理机制、对账制度等制度

公司对境外经销商的销售主要采用海运和铁路运输的方式，运输时间相对

较长，境外经销商客户一般预留 1-3 个月左右销售量作为库存。境内物流运输便捷，运输距离相对较近，境内经销商从下单到取得货物的时间相比境外经销商相对较短，一般只需预留一个月以内的销售量作为库存。公司业务人员与经销商客户持续保持沟通，就近期的工厂生产出货节奏、运输时长、客户的销售情况等信息进行信息的反馈及沟通，根据经销商的库存情况或采购订单提供建议。

公司与经销商客户的交易为买断式销售，经销商的库存备货及采购等由各经销商自主决定，公司无法对其进行干涉，因此公司未制定经销商的库存管理制度。

公司采取定期对账制度，会定期与经销商客户进行对账。公司业务系统数据作为双方对账时的参考依据，在与经销商协商确认无误后，公司将对账单数据进行保存。

7、经销商相关的信息管理系统的设计与执行情况

公司通过 SAP 系统对销售业务进行管理，为订单录入、存货管理、产品出货、收入确认、销售回款、发票开具等业务流程的可靠运行提供保障。境外经销商将签字或盖章版本订单通过邮件或即时聊天工具方式下达给公司，运营部核对订单信息并录入 SAP 系统；境内经销商通过订单管理平台向公司下达采购订单，商务人员核对订单信息并录入 SAP 系统。生产部根据订单结合库存情况安排生产，运营部或者商务人员根据销售订单生成销售出库单并发货，货物报关或者客户收货并签收确认后，财务中心进行收入确认，出纳根据银行回款信息录入到 SAP 系统。公司现有的业务系统能对经销商的销售情况进行有效管理，便于公司和经销商确认销售业务数据和了解经销商的采购需求。

综上所述，公司经销相关内控制度设计合理并有效运行。

（三）说明经销收入确认原则，对销售补贴或返利、费用承担、经销商保证金的会计处理，对附有退货条件、给予购销信用、前期铺货借货、经销商作为居间人参与销售等特别方式下经销收入确认、计量原则，说明是否符合《企业会计准则》规定，是否与同行业可比公司存在显著差异

1、经销收入确认、计量原则

报告期内，公司各类经销收入确认时点、购销信用等情况如下：

项目	境内		境外		
			境外发货	境内发货	
	京东	线下经销商		FOB、CIF贸易模式	DDP 贸易模式
收入确认时点	京东签收入库日期	经销商签收日期	客户签收日期	提单日	将产品运送至客户指定目的地并办理完当地进口清关手续日期
购销信用	公司给予部分经销商一定的信用期间和信用额度，到期日付款，不存在分期收款等特殊信用政策				
前期铺货借货	不存在	不存在	不存在	不存在	不存在
经销商作为居间人参与销售	不存在	不存在	不存在	不存在	不存在

报告期内，公司不存在向经销商前期铺货借货、经销商作为居间人参与销售等特别方式下的经销收入。

报告期内，公司经销收入确认政策为：

（1）境内销售

公司按合同约定将产品交付给客户且客户已接受该商品，相关的经济利益很可能流入，商品所有权上的主要风险和报酬已转移，商品的法定所有权已转移。

（2）境外销售

公司境外销售主要依靠北京鑫全盛和美国子公司实现。

北京鑫全盛：根据合同约定将产品报关，取得提单，相关的经济利益很可能流入，商品所有权上的主要风险和报酬已转移，商品的法定所有权已转移。

境外客户主要包括三种结算方式：FOB、CIF、DDP，FOB、CIF 结算是根据合同约定将产品报关、离港，取得提单确认销售收入；DDP 结算是公司将产品运送至客户指定目的地并办理完当地进口清关手续，将在交货运输工具上尚未卸下的货物交与买方，完成交货后确认收入，收入确认依据为客户签收单。

美国子公司：如果货物从美国子公司仓库发出，按合同约定将产品交付给客户且客户已接受该商品，相关的经济利益很可能流入，商品所有权上的主要风险和报酬已转移，商品的法定所有权已转移。如果货物从境内发出，收入确认时点根据与境外客户约定的贸易条款确定，FOB、CIF 结算是根据合同约定将产品报关、离港，取得提单确认销售收入；DDP 结算是公司将产品运送至客户指定目的地并办理完当地进口清关手续，将在交货运输工具上尚未卸下的货物交与买方，完成交货后确认收入。

由于同行业公司美商海盗船、曜越科技等均为境外上市公司，锐新科技下游主要为工业客户，可比性较低。因此，选取具有类似业务模式的上市公司，对比收入确认原则如下：

可比公司	销售类型	收入确认政策	退换货政策
九号公司 (689009.SH)	京东自营	完成验收货物时确认收入	满足客户因质量、滞销等问题产生的退换货及维修需求
	线下分销	完成验收货物时确认收入	满足终端客户因质量问题产生的退换货及维修需求
	自主品牌 M2C 直营	终端消费者确认签收货物时确认收入	7 天无理由退货
	ODM 产品自 营（境外）	基于 FOB、FCA 或 EXW 条款确认收入	为客户随产品提供一定比例的可更换配件，大部分客户公司不承担免费的售后服务，部分客户公司满足质保内因质量问题产生的退换货需求
倍轻松 (688793.SH)	京东自营	收到电商平台对账清单 核对无误后确认收入	未披露
	境内线下经销	客户签收确认收入	非质量问题经销商一般不能退货
	境外销售	FOB 模式，根据报关单 确认收入	非质量问题经销商一般不能退货
小熊电器 (002959.SZ)	京东自营	根据合同约定时间，收到 客户对账清单确认无误后 确认收入	京东商城设置一定的入库期限，在入库期限内未出售的货物及退货均退回公司
	境内线下经销	客户签收确认或交付给 客户指定物流公司	1、经销售自行维修的，向经销商提供一定比例的不退换奖励和易损配件支持；2、对退回产品按情况进行打折回收，折算的金额以销售折扣方式
	境外经销	主要采用 FOB 模式， 取得装船提单或货运运	

可比公司	销售类型	收入确认政策	退换货政策
		单确认收入	给予兑现；3、不接受经销商积压超过 180 天以上的退货。
超频三 (300647.SZ)	京东自营	未披露	未披露
	国内销售	客户收货并取得签收凭证	未披露
	境外销售	取得报关单确认收入	未披露
稳健医疗 (300888.SZ)	京东自营	电商平台仓库入库签收时点	入仓后 30 天内未完成销售的，可无理由退货
	国内销售	客户确认收货时点	无账期客户仅质量问题可退货；有账期客户滞销品、过季品或不符合质量要求产品可退货
	境外销售	FOB/CIF 模式报关装船后确认收入； DDP/DDU 模式以产品交付予买方指定收货地点	

根据上述上市公司披露的各类经销模式下收入确认时点，公司线下经销和境外销售收入确认时点与上述公司基本一致。针对京东自营的收入确认时点，目前上市公司收入确认时点主要有两类，一类是根据京东签收入库时点来确认收入，如九号公司、稳健医疗；一类是对账后确认收入，如小熊电器、倍轻松等。公司对京东自营经销模式的收入确认时点与九号公司、稳健医疗的收入确认时点一致，根据京东签收入库时点确认收入，以京东供应商协同平台显示的入库数量、金额作为收入确认依据。

根据《企业会计准则第 14 号-收入（2017 年修订）》的第四条规定“企业应当在履行了合同中的履约义务，即在客户取得相关商品控制权时确认收入”。公司收入确认时点符合上述要求。

同时，新收入准则第三十二条规定“对于附有销售退回条款的销售，企业应当在客户取得相关商品控制权时，按照因向客户转让商品而预期有权收取的对价金额确认收入，按照预期因销售退回将退还的金额确认负债；同时，按照预期将退回商品转让时的账面价值，扣除收回该商品预计发生的成本后的余额，确认为一项资产，按照所转让商品转让时的账面价值，扣除上述资产成本的净额结转成本”。公司基于历史经验水平，对于线上销售收入按照 7%的退货率水平计提相关负债；对于线下销售收入按照 0.16%的退货率水平计提相关负债。

因此，公司收入确认政策符合会计准则的规定，并与具有类似业务模式的公司收入确认政策不存在较大差异。

2、销售补贴或返利、费用承担、经销商保证金的会计处理

（1）销售补贴或返利的会计处理

报告期内，公司对经销商的返利直接冲减主营业务收入，具体会计处理如下：

1) 公司通过银行转账或扣减应收账款的方式支付客户当期的返利时，直接冲减当期的销售收入，相关的会计处理如下：

借：主营业务收入

贷：应收账款、银行存款

2) 截至期末，公司当期应向客户支付但未支付的返利，计入预计负债，相关的会计处理如下：

借：主营业务收入

贷：预计负债

3) 本期支付上期预提返利，直接冲减已计提预计负债

借：预计负债

贷：银行存款、应收账款

（2）费用承担的会计处理

报告期内，经销商销售涉及的相关费用主要是售后服务费用。售后服务费用是公司在质保期内承担售后服务发生的客诉赔偿、维修、补发配件等费用。经销商销售的产品若发生质量问题，境外消费者直接联系经销商进行售后服务，经销商未能妥善处理的，消费者可以直接联系公司售后服务人员；境内消费者可直接联系公司售后人员进行处理。公司将发生的售后服务费计入营业成本。

京东的费用结算包括信息技术服务费用、广告费用和运费。信息技术服务费用是京东按照销售额的一定比例收取的平台服务费，广告费用是公司购买京东平台推出的“京准通”广告业务，公司将发生的技术服务费和广告费计入销售费用。此外，公司与京东存在少量的运费结算，公司负责将货物运输至京东指定的全国各地京东仓库，公司可灵活选择物流运输公司，部分货物使用京东物流运输，京东物流向公司开具运费发票，以直接扣减应收账款方式结算运费，公司将发生的运输费用计入营业成本。

（3）经销商保证金的会计处理

报告期内，公司存在向京东自营缴纳保证金的情形。根据公司与京东自营签订的《产品购销协议》，公司自签订协议起7个工作日内，需以电汇方式向京东自营缴纳保证金；若公司未按约定时间支付保证金的，公司认可京东自营有权自应结账款中扣除相应金额作为保证金，京东自营在收到汇款或账扣后，向公司出具保证金收据。截至**2025年6月30日**，公司向京东自营缴纳的保证金为10万元，公司在账上列报为其他应收款-京东自营保证金。

除京东自营外，公司与其他经销商之间不存在收取或缴纳保证金的情形。

（四）说明对不同销售模式（直销、经销等）、不同区域（境内、境外等）和不同类别经销商销售的产品数量、销售价格、销售收入及占比、毛利及占比、毛利率情况；如存在显著差异的情况，请说明产生差异的原因及合理性；说明经销商信用政策及变化，给予经销商的信用政策是否显著宽松于其他销售模式，或对部分经销商信用政策显著宽松于其他经销商，说明是否存在通过放宽信用政策调节收入的情况；经销商回款方式、应收账款规模合理性

1、说明对不同销售模式（直销、经销等）、不同区域（境内、境外等）和不同类别经销商销售的产品数量、销售价格、销售收入及占比、毛利及占比、毛利率情况；如存在显著差异的情况，请说明产生差异的原因及合理性

（1）经销及直销的销售情况对比分析

报告期内，公司销售模式为经销模式和直销模式。不同销售模式下的销售

金额、销售数量、平均单价、收入占比、毛利、毛利占比及毛利率等如下：

1) 2025 年 1-6 月

销售模式	销售收入 (万元)	销售数量 (万件)	平均单价 (元/件)	收入占比	毛利 (万元)	毛利占比	毛利率
直销模式	4,197.49	55.86	75.15	8.25%	864.87	5.85%	20.60%
经销模式	46,651.50	348.24	133.96	91.75%	13,917.20	94.15%	29.83%
合计	50,848.99	404.10	125.83	100.00%	14,782.08	100.00%	29.07%

2) 2024 年度

销售模式	销售收入 (万元)	销售数量 (万件)	平均单价 (元/件)	收入占比	毛利 (万元)	毛利占比	毛利率
直销模式	16,854.29	237.37	71.00	14.29%	6,373.33	16.24%	37.81%
经销模式	101,089.34	765.57	132.05	85.71%	32,872.08	83.76%	32.52%
合计	117,943.63	1,002.94	117.60	100.00%	39,245.41	100.00%	33.27%

3) 2023 年度

销售模式	销售收入 (万元)	销售数量 (万件)	平均单价 (元/件)	收入占比	毛利 (万元)	毛利占比	毛利率
直销模式	29,850.72	230.11	129.72	20.52%	13,558.08	23.74%	45.42%
经销模式	115,650.71	809.41	142.88	79.48%	43,563.90	76.26%	37.67%
合计	145,501.44	1,039.52	139.97	100.00%	57,121.98	100.00%	39.26%

4) 2022 年度

销售模式	销售收入 (万元)	销售数量 (万件)	平均单价 (元/件)	收入占比	毛利 (万元)	毛利占比	毛利率
直销模式	21,215.36	236.51	89.70	25.65%	8,247.19	30.89%	38.87%
经销模式	61,490.89	584.83	105.14	74.35%	18,451.87	69.11%	30.01%
合计	82,706.25	821.34	100.70	100.00%	26,699.06	100.00%	32.28%

报告期各期，公司的经销收入占主营业务收入比例分别为 74.35%、79.48%、85.71%和 91.75%，经销模式的收入金额、收入占比、毛利占比和数量均高于直销。2022 年度-2024 年度，直销毛利率高于经销模式，主要系线上直销直接面向终端消费者销售，单价相对较高，具有较高的毛利率，符合正常的商业逻辑，具有商业合理性。2025 年 1-6 月，直销毛利率低于经销毛利率，主要系受子公司被纳入美国 SDN 清单影响，公司产品不再通过亚马逊平台销售，亚马逊平台销售的产品毛利率较高。

(2) 境内外销售情况对比分析

报告期内，公司销售区域为境内销售和境外销售。对比不同销售区域下的销售金额、销售数量、平均单价、收入占比、毛利、毛利占比及毛利率等如下：

1) 2025 年 1-6 月

销售区域	销售收入 (万元)	销售数量 (万件)	平均单价 (元/件)	收入占比	毛利 (万元)	毛利占比	毛利率
境内	50,999.02	397.35	128.35	100.30%	15,175.59	102.66%	29.76%
境外	-150.03	6.75	-22.23	-0.30%	-393.51	-2.66%	262.28%
合计	50,848.99	404.10	125.83	100.00%	14,782.08	100.00%	29.07%

2) 2024 年度

销售区域	销售收入 (万元)	销售数量 (万件)	平均单价 (元/件)	收入占比	毛利 (万元)	毛利占比	毛利率
境内	57,189.81	573.66	99.69	48.49%	15,106.96	38.49%	26.42%
境外	60,753.81	429.28	141.53	51.51%	24,138.44	61.51%	39.73%
合计	117,943.63	1,002.94	117.60	100.00%	39,245.41	100.00%	33.27%

3) 2023 年度

销售区域	销售收入 (万元)	销售数量 (万件)	平均单价 (元/件)	收入占比	毛利 (万元)	毛利占比	毛利率
境内	15,566.49	178.56	87.18	10.70%	3,243.37	5.68%	20.84%
境外	129,934.94	860.96	150.92	89.30%	53,878.62	94.32%	41.47%
合计	145,501.44	1,039.52	139.97	100.00%	57,121.98	100.00%	39.26%

4) 2022 年度

销售区域	销售收入 (万元)	销售数量 (万件)	平均单价 (元/件)	收入占比	毛利 (万元)	毛利占比	毛利率
境内	16,119.26	197.09	81.79	19.49%	3,320.23	12.44%	20.60%
境外	66,586.99	624.25	106.67	80.51%	23,378.82	87.56%	35.11%
合计	82,706.25	821.34	100.70	100.00%	26,699.06	100.00%	32.28%

报告期各期，公司境外收入占主营业务收入比例分别为 80.51%、89.30%、51.51%和-0.30%。2022 年度-2024 年度，公司境外销售收入金额、数量、收入占比和毛利占比均高于境内销售。2024 年度，受北京鑫全盛被纳入 SDN 清单影响，境外收入占比大幅下降。2025 年 1-6 月，公司仅存在少量境外销售，受客

诉、退货等因素影响，境外销售收入为-150.03 万元。

2022 年度-2024 年度，公司境外销售的平均单价和毛利率水平均高于境内，主要受产品竞争环境和产品定价策略的影响。

由于境内与境外的消费文化不同，市场的成熟度不同，导致公司产品境内外的竞争环境存在较大差异。在境外，电脑散热器、机箱电源的主要厂商为美商海盗船、酷冷至尊和猫头鹰等品牌，该等品牌的受欢迎程度较高，公司的产品较上述厂商的同类产品具备一定的性价比优势。而在境内，PC 散热领域厂商众多、竞争激烈、消费者对价格敏感度高于境外，从而导致公司产品境内销售毛利率低于境外。

公司的产品定价策略主要根据销售区域的市场竞争环境、购买力水平及竞争对手同类产品的价格区间等因素综合确定，受销售区域市场环境影响，整体上境外的平均价格高于境内。

(3) 不同类别经销商的销售情况对比分析

公司下游经销商客户主要包括零售商和分销商。其中零售商采购公司产品主要通过电商平台、线下门店等方式直接向终端消费者销售，如京东世纪、美国 MS 等客户；分销商采购公司产品的分销对象为下游渠道商，如客户 C、客户 D 等；公司客户亦存在部分业务规模较大，同时开展多项业务的客户，比如客户 B、日本 TW、加拿大 CC 既有零售业务也有装机业务。

下述计算不同类别的经销商的销售情况时，如果经销商既有零售业务也有其他业务，将其归类为零售商；如果客户既有分销业务也有装机业务，将其归类为分销商。

对比不同经销商类型的销售金额、销售数量、平均单价、收入占比、毛利、毛利占比及毛利率等如下：

1) 2025 年 1-6 月

销售模式	销售收入 (万元)	销售数量 (万件)	平均单价 (元/件)	收入占比	毛利 (万元)	毛利占比	毛利率
------	--------------	--------------	---------------	------	------------	------	-----

销售模式	销售收入 (万元)	销售数量 (万件)	平均单价 (元/件)	收入占比	毛利 (万元)	毛利占比	毛利率
零售商	3,220.24	25.00	128.83	6.90%	592.16	4.25%	18.39%
分销商	43,431.26	323.25	134.36	93.10%	13,325.05	95.75%	30.68%
经销合计	46,651.50	348.24	133.96	100.00%	13,917.20	100.00%	29.83%

2) 2024 年度

销售模式	销售收入 (万元)	销售数量 (万件)	平均单价 (元/件)	收入占比	毛利 (万元)	毛利占比	毛利率
零售商	28,665.72	238.28	120.30	28.36%	9,480.76	28.84%	33.07%
分销商	72,423.62	527.28	137.35	71.64%	23,391.32	71.16%	32.30%
经销合计	101,089.34	765.57	132.05	100.00%	32,872.08	100.00%	32.52%

3) 2023 年度

销售模式	销售收入 (万元)	销售数量 (万件)	平均单价 (元/件)	收入占比	毛利 (万元)	毛利占比	毛利率
零售商	60,514.82	425.86	142.10	52.33%	22,720.12	52.15%	37.54%
分销商	55,135.90	383.55	143.75	47.67%	20,843.77	47.85%	37.80%
经销合计	115,650.71	809.41	142.88	100.00%	43,563.90	100.00%	37.67%

4) 2022 年度

经销商类型	销售收入 (万元)	销售数量 (万件)	平均单价 (元/件)	收入占比	毛利 (万元)	毛利占比	毛利率
零售商	31,920.71	302.41	105.55	51.91%	9,310.86	50.46%	29.17%
分销商	29,570.19	282.41	104.71	48.09%	9,141.02	49.54%	30.91%
经销合计	61,490.89	584.83	105.14	100.00%	18,451.87	100.00%	30.01%

报告期各期，公司经销商类型中零售商收入占经销收入比例分别为 51.91%、52.33%、28.36%和 6.90%，2022 年度、2023 年度零售商与分销商收入占比差异较小，2024 年 6 月北京鑫全盛被纳入 SDN 清单后，停止与境外零售商的贸易往来，导致 2024 年度、2025 年 1-6 月零售商收入占比较低。

从经销商类型的平均单价看，公司向分销商、零售商销售价格存在差异的主要原因是销售产品类别不同，零售商、分销商毛利率差异较小。

2、说明经销商信用政策及变化，给予经销商的信用政策是否显著宽松于其他销售模式，或对部分经销商信用政策显著宽松于其他经销商，说明是否存

在通过放宽信用政策调节收入的情况；经销商回款方式、应收账款规模合理性。

(1) 经销商信用政策及变化

报告期内，公司对境外客户的信用政策主要原则包括：公司与新客户交易前需充分了解客户的资信状况，与新客户主要采用先收款后发货的交易形式；优质品牌商或地区知名客户、与公司合作稳定的优质客户需要赊销或调整信用政策的，公司充分考虑客户综合实力并结合中信保出具的资信报告和信用限额审批单判断是否给予客户信用账期及额度，与客户约定的支付方式需满足中信保的承保条件，信用期限及信用额度不高于中信保信用限额审批单中审批的信用期限及金额。

报告期内，公司对境内客户的信用政策主要原则包括：公司与新客户交易前需充分了解客户的资信状况，与新客户主要采用先收款后发货的交易形式；优质品牌商或地区知名客户、与公司合作稳定的优质客户需要赊销或调整信用政策的，公司充分考虑客户综合实力、结合历史合作情况及市场环境等给予客户一定账期或信用额度。受北京鑫全盛被纳入 SDN 清单影响，公司为尽快恢复业务，基于业务需要，公司给予客户 BC、客户 AZ、客户 BD、客户 BA、客户 BB 账期为 90 天。

1) 报告期内，公司主要经销商信用政策及变化情况

报告期各期，公司对主要客户信用政策情况如下：

客户名称	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
客户 B		信用额度：1000 万美元； 信用期限：O/A60 天（提单日期）	信用额度：500 万美元；信用期限：O/A60 天（提单日期）	信用额度：500 万美元；信用期限：O/A60 天（提单日期）
北京京东世纪贸易有限公司	信用额度：2000 万元人民币； 信用期限：O/A52 天	信用额度：2000 万元人民币； 信用期限：O/A52 天	2023 年 1-9 月 信用额度：1760 万人民币；信用期限：O/A52 天 2023 年 10-12 月 信用额度：2000 万人民币；信用期限：O/A52 天	2022 年 1-4 月 信用额度：2000 万人民币；信用期限：O/A52 天 2022 年 5-6 月 信用额度：1760 万人民币；信用期限：O/A52 天
客户 D		2024 年 1 月-6 月 4 日： 信用额度：550 万美元；	2023 年 1 月 信用额度：340 万美	2022 年 1-7 月 信用额度：170 万美

客户名称	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
		信用期限：O/A 90 天 (提单日期) 2024 年 6 月 5 日-12 月 31 日： 信用额度：600 万美金； 信用期限：O/A90 天 (提单日期)	元；信用期限：O/A90 天 (提单日期) 2023 年 2 月-6 月 信用额度：450 万美金；信用期限：O/A90 天 (提单日期) 2023 年 7 月-12 月信用额度：550 万美元；信用期限：O/A90 天 (提单日期)	元；信用期限：O/A90 天 (提单日期) 2022 年 8-10 月 信用额度：250 万美金；信用期限：O/A90 天 (提单日期) 2022 年 11-12 月 信用额度：340 万美金；信用期限：O/A90 天 (提单日期)
韩国 BIGS		信用额度：220 万美元； 信用期限：O/A60 天 (出运日期)	2023 年 1 月 1 日-2023 年 2 月 21 日 信用额度：150 万美金；信用期限：O/A60 天 (出运日期) 2023 年 2 月 22 日-2023 年 12 月 31 日 信用额度：220 万美金；信用期限：O/A60 天 (出运日期)	2022 年 1-8 月 信用额度：80 万美金；信用期限：O/A60 天 (出运日期) 2022 年 9-11 月 信用额度：100 万美金；信用期限：O/A60 天 (出运日期) 2022 年 12 月 信用额度：150 万美金；信用期限：O/A60 天 (出运日期)
加拿大 CC		信用额度：200 万美元； 信用期限：SI 部分 O/A75 天；零售部分 O/A60 天	2023 年 1-4 月： 信用额度：140 万美金；信用期限：O/A75 天 2023 年 5 月-12 月： 信用额度：200 万美金；信用期限：SI 部分 O/A75 天；零售部分 O/A60 天	2022 年 1 月 信用额度：110 万美金；信用期限：SI 部分 O/A75 天；零售部分 O/A60 天 2022 年 2-10 月： 信用额度：110 万美金；信用期限：O/A75 天 2022 年 11-12 月： 信用额度：140 万美金；信用期限：O/A75 天
日本 TW		信用额度：150 万美元； 信用期限：O/A30 天 (出运日期)	2023 年 1-2 月 信用额度：80 万美金；信用期限：O/A15 天 (出运日期) 2023 年 3-5 月 信用额度：150 万美金；信用期限：O/A15 天 (出运日期)	2022 年 1-5 月 信用额度：15 万美金；信用期限：O/A15 天 (出运日期) 2022 年 6-8 月 信用额度：50 万美金；信用期限：

客户名称	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
			2023 年 6 月-2023 年 12 月 信用额度：150 万美 元；信用期限：O/A30 天（出运日期）	O/A15 天（出运日 期） 2022 年 9-12 月 信用额度：80 万美 元；信用期限： O/A15 天（出运日 期）
客户 A		信用额度：450 万美 元；信用期限：O/A90 天（出 运日期）	2023 年 1-2 月 信用额度：200 万美 元；信用期限：O/A60 天（出运日期） 2023 年 3-12 月 信用额度：450 万美 元；信用期限：O/A90 天（出运日期）	2022 年 1-8 月 信用额度：100 万美 元；信用期限： O/A60 天（出运日 期） 2022 年 9-12 月 信用额度：200 万美 元；信用期限： O/A60 天（出运日 期）
客户 BC	信用额度：3,000 万元人 民币； 信用期限：O/A90 天	2024 年 7 月-12 月 30 日 信用额度：1,000 万元人 民币； 信用期限：O/A90 天 2024 年 12 月 31 日 信用额度：3,000 万元人 民币； 信用期限：O/A90 天		
客户 AZ	2025 年 1 月-2 月 25 日 信用额度：5,000 万元人 民币； 付款期限：月结 90 天 2025 年 2 月 26 日-6 月 30 日 信用额度：8,000 万元人 民币； 付款期限：月结 90 天	信用额度：5,000 万元人 民币； 信用期限：O/A90 天		
客户 BA	2025 年 1 月-3 月 24 日 信用额度：10,000 万元 人民币； 付款期限：月结 90 天 2025 年 3 月 25 日-4 月 28 日 信用额度：11,000 万元 人民币； 付款期限：月结 90 天 2025 年 4 月 29 日-6 月 30 日 信用额度：13,000 万元 人民币； 付款期限：月结 90 天	信用额度：10,000 万元 人民币； 信用期限：O/A90 天		

客户名称	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
客户 BB	2025 年 1 月-2 月 27 日 信用额度：5,000 万元人民币； 付款期限：月结 90 天 2025 年 2 月 28 日-6 月 30 日 信用额度：7,000 万元人民币； 付款期限：月结 90 天	信用额度：5,000 万元人民币； 信用期限：0/A90 天	-	-

报告期内，公司主要客户信用政策中信用期限变动不大。公司对主要客户信用期限的小幅调整主要是基于与客户前期的合作情况和当期客户的采购需求、公司产品生产和供货能力，根据客户的规模实力、品牌信誉、合作历史、客户性质、客户所在国家或地区的政治经济环境等方面，并结合中信保的承保条件进行调整。

2）报告期内，经销商信用政策和直销客户信用政策对比说明

报告期内，公司销售模式包括经销模式和直销模式。其中，直销模式主要是对 OEM 客户、装机商客户的销售及通过线上 B2C 平台开设旗舰店的方式对终端消费者直接销售。报告期内，公司给予主要直销客户的信用政策如下：

客户名称	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
美国 POWER	-	信用额度：200 万美元； 信用期限：O/A60 天 （出运日期）	信用额度：200 万美元； 信用期限：O/A60 天 （出运日期）	2022 年 1-7 月 信用额度：70 万美元；信用 期限：O/A60 天（出运日 期） 2022 年 8-10 月 信用额度：150 万美元；信 用期限：O/A60 天（出运日 期） 2022 年 11-12 月 信用额度：200 万美元；信 用期限：O/A60 天（出运日 期）
德国 BE	-	信用额度：150 万美元； 信用期限：O/A105 天 （出运日期）	信用额度：150 万美元； 信用期限：O/A105 天 （出运日期）	2022 年 1-11 月 信用额度：150 万美元；信 用期限：O/A60 天（出运日 期） 2022 年 12 月 信用额度：150 万美元；信 用期限：O/A105 天（出运 日期）

客户名称	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
美国 BUY	-	信用额度：200 万美元； 信用期限：水冷： NET80/60 天；风冷： NET60 天	信用额度：200 万美元； 信用期限：水冷： NET80/60 天；风冷： NET60 天	2022 年 1-10 月 信用额度：150 万美元；信 用期限：水冷：NET80/60 天；风冷：NET60 天 2022 年 11-12 月 信用额度：200 万美元；信 用期限：水冷：NET80/60 天；风冷：NET60 天
北京 ABB	信用额度：1100 万元人 民币；信用期限：O/A90 天（开票日期）	信用额度：1100 万元人 民币；信用期限：O/A90 天（开票日期）	2023 年 1-7 月 信用额度：750 万人民 币；信用期限：O/A90 天（开票日期） 2023 年 8-12 月 信用额度：1100 万元人 民币；信用期限：O/A90 天（开票日期）	信用额度：750 万人民币； 信用期限：O/A90 天（开票 日期）
台湾 TUL	-	信用额度：150 万美元； 信用期限：O/A45 天 （出运日期）	信用额度：150 万美元； 信用期限：O/A45 天 （出运日期）	信用额度：150 万美元；信 用期限：O/A45 天（出运日 期）
客户 W	-	信用额度：200 万美元， 信用账期 100 天（月结 60 天付款）	2023 年 1 月 1 日-7 月 27 日 信用额度：60 万美元， 信用账期 60 天 2023 年 7 月 27 日-2023 年 8 月 18 日 信用额度：120 万美元， 信用账期 60 天 2023 年 8 月 18 日-2023 年 12 月 14 日 信用额度：150 万美元， 信用账期 90 天 2023 年 12 月 14 日-2023 年 12 月 31 日 信用额度：240 万美元， 信用账期 100 天	信用额度：60 万美元，信用 账期 60 天
客户 AM	-	预付款	预付款	预付款
昆山 USI	信用额度：600 万元， 信用账期 60 天	2024 年 1 月 1 日-2024 年 4 月 24 日 信用额度：200 万元， 信用账期 60 天 2024 年 4 月 25 日-2024 年 12 月 31 日 信用额度：600 万元， 信用账期 60 天	2023 年 2 月 17 日-2023 年 8 月 14 日 信用额度：100 万元，信 用账期 60 天 2023 年 8 月 15 日-2023 年 12 月 31 日 信用额度：200 万元，信 用账期 60 天	-
客户 H	信用额度：200 万元， 信用账期 30 天	信用额度：200 万元， 信用账期 30 天	信用额度：200 万元，信 用账期 30 天	信用额度：200 万元，信用 账期 30 天
伟裕国际	信用额度：400 万元， 信用期 120 天	-	-	-

客户名称	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
海南双极速	预付款	预付款	-	-
武汉名龙堂	现款现货	现款现货	现款现货	现款现货

报告期内，公司根据不同客户基本情况、销售规模、合作历史及其所处国家或地区的政治经济环境、市场环境等给予了不同的信用政策，公司给予经销商和直销客户的信用政策不存在较大差异。

3) 报告期内，是否存在放宽信用政策调节收入的说明

报告期内，公司主要客户信用政策中信用期限变动不大。公司对主要客户信用期限的小幅调整主要是基于与客户前期的合作情况和当期客户的采购需求、公司产品生产和供货能力，根据客户的规模实力、品牌信誉、合作历史、客户性质、客户所在国家或地区的政治经济环境等方面，结合中信保的承保条件进行调整。

报告期内，公司通常对规模较大、品牌知名度高、综合实力强、所处国家或地区政治经济环境稳定、合作时间较长且交易稳定的经销客户给予更长的信用期，对规模较小、综合实力较弱的经销商客户采用较谨慎的信用政策。

公司给予经销商的信用政策是根据客户的具体情况及市场环境进行制定及调整，符合公司业务发展需要，同时满足中信保的承保条件，报告期内不存在大幅异常变化，不存在通过放宽信用政策调节收入的情况。

(2) 经销商回款方式、应收账款规模合理性

1) 经销商回款方式

报告期内，公司经销商客户的回款方式主要为银行转账和信用证回款，不存在现金回款。公司对部分信用较好的经销商授予一定的信用额度，该类经销商可以在信用额度内及信用期限内进行“先货后款”方式结算；其他经销商则采用“先款后货”方式结算。

2) 应收账款规模合理性

报告期各期末，公司应收账款余额占当期营业收入比重分别为 11.81%、

11.18%、29.54%和 39.08%，具体情况如下：

单位：万元

项目	2025 年 1-6 月/ 2025 年 6 月 30 日	2024 年度/ 2024 年 12 月 31 日	2023 年度/ 2023 年 12 月 31 日	2022 年度/ 2022 年 12 月 31 日
应收账款余额	40,194.03	35,201.65	16,269.19	9,850.98
营业收入	51,429.29	119,159.38	145,501.44	83,377.53
占比	39.08%	29.54%	11.18%	11.81%

注：2025 年 1-6 月的占比数据已年化处理。

2022 年末-2024 年末，账龄一年以内应收账款占比均在 99%以上，公司应收账款主要集中在一年以内，坏账准备计提政策稳健、谨慎，不存在发生大额坏账损失的风险。2024 年末、2025 年 6 月末，应收账款余额占当期营业收入比例较高，主要系北京鑫全盛被纳入 SDN 清单后，公司暂停境外销售，收入规模有所下降，另外公司收取境外客户回款受到限制，导致应收账款规模较高。

（五）说明经销商的终端客户构成情况，各层级经销商的定价政策，期末库存及期后销售情况，各层级经销商是否存在压货以及大额异常退换货情况，各层级经销商回款情况；如存在直销客户与经销商终端客户重合的情况，请说明同时对终端客户采用两种销售模式的原因及合理性

1、说明经销商的终端客户构成情况，各层级经销商的定价政策，期末库存及期后销售情况，各层级经销商是否存在压货以及大额异常退换货情况，各层级经销商回款情况

（1）经销商的终端客户构成情况

公司向经销商销售的产品主要为电脑散热器、机箱、电源等，产品主要应用于台式机电脑，受产品性质影响，公司产品的终端客户主要为个人消费者。

（2）各层级经销商的定价政策

报告期内，经销模式下，公司直接发货给经销商，经销商采购后销售给其下游客户，公司与经销商客户的交易为买断式销售，经销商购买公司产品再向下游客户销售的环节属于经销商自主决策的范畴，公司不做限制。公司经销商

管理体系中不存在二级经销商。

公司向境外经销商客户销售定价政策：根据产品生产成本及销售成本计算最低 FOB 报价，各销售区域业务人员根据该区域的历史销售价格、市场同类产品的价格和订单成交方式等，在 FOB 报价的基础上保留一定的利润进行报价。

公司向境内经销商客户销售定价政策：产品定义阶段完成市场调研和竞争品分析，在充分考虑生产成本、销售成本和利润的前提下制定产品的建议零售价，开发完成后，以建议零售价为基础对客户进行报价。

（3）经销商期末库存及期后销售情况，各层级经销商是否存在压货以及大额异常退换货情况

1) 经销商期末库存情况

获取期末库存的经销商各期收入及占比情况如下：

单位：万元

项目	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
获取经销商期末库存的经销收入	30,000.43	63,807.04	86,580.38	45,163.74
经销收入	46,651.50	101,089.34	115,650.71	61,490.89
获取期末库存占比	64.31%	63.12%	74.86%	73.45%

获取期末库存的经销商期末库存情况如下：

单位：万元

项目	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
期末库存金额	14,587.91	13,282.09	18,063.32	13,507.80
获取经销商期末库存的经销收入	30,000.43	63,807.04	86,580.38	45,163.74
占比	24.31%	20.82%	20.86%	29.91%

注：部分经销商仅提供期末库存数量，未提供期末库存余额，根据客户当期平均采购单价计算期末库存余额。2025 年 1-6 月，期末库存金额占获取经销商期末库存的经销收入比例已年化计算。

报告期各期末，经销商期末库存余额较高主要受客户 B 影响，客户 B 主要通过自营线下零售商店及线上平台进行销售，其拥有 2500 多家线下门店、地域分布较广、铺货周期较长，总体备货量较大，因此库存比例相对较高。

公司向经销商客户的销售为买断式销售，公司经销商管理体系中不存在二级经销商。公司经销商根据其下游客户的需求和库存情况向公司进行采购，产品交货后的仓储保管及销售风险等均由客户自行承担。境外经销商客户的库存比例总体上高于境内经销商库存比例主要受产品运输周期和销售周期的影响。

对比报告期各期末公司主要经销商客户的库存数据与公司年度销售数量，公司主要经销商客户的期末库存占公司年度销量的比例均在合理范围内，客户库存数量具备合理性，客户向下游销售产品的情况良好，不存在经销商压货的情况。

2) 大额异常退换货情况

报告期各期，退货金额占当期主营业务收入比例分别为 1.80%、1.83%、1.71%和 1.99%，占比较低。公司产品退货情况如下：

单位：万元

项目	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
合计退货金额	1,010.49	2,016.06	2,666.49	1,486.76
主营业务收入	50,848.99	117,943.63	145,501.44	82,706.25
占比	1.99%	1.71%	1.83%	1.80%

报告期内，公司因产品批次问题导致大规模退货的情况如下：

根据客户 B 反馈，其定制的部分机箱出现后盖生锈的情况，根据公司与客户共同清查，有三个型号机箱有同样侧后盖生锈，涉及不良产品共计 2,135 台，产品价值共计 111.36 万元。

上述产品全部为公司委托供应商东莞市霖荣实业有限公司生产，经双方友好协商，由东莞市霖荣实业有限公司承担 80.00 万元损失。

针对因供货商机箱后板卷边处生锈的质量问题，公司采取了如下措施以加强对供货商的管控：（1）由原先的出货批次随机抽检改为每个批次必检；（2）要求供货商将后板材质改为 SGCC 材质；（3）公司品质人员每批次抽检验货时，查核该批次的机箱有无做 24H 盐雾实验，如未做或者无法提供，则该批次机箱先暂停出货。

（4）经销商回款情况

报告期各期，应收账款期后回款情况如下：

单位：万元

项目	2025 年 1-6 月	2024 年 12 月 31 日	2023 年 12 月 31 日	2022 年 12 月 31 日
应收账款余额	40,194.03	35,201.65	16,269.19	9,850.98
期后回款金额	16,224.01	20,777.61	16,252.92	9,844.38
期后回款占比	40.36%	59.02%	99.90%	99.93%

注：上述回款情况为截至 2025 年 8 月 31 日回款情况。

2022 年末及 2023 年末，公司应收账款的期后回款情况较好，主要原因是公司建立了良好的应收账款管理制度。2024 年末和 2025 年 6 月末，公司应收账款期后回款比例较低，主要系北京鑫全盛被 OFAC 列入 SDN 清单，公司收取境外客户回款受到限制。

公司在建立客户关系时会重点考虑客户的信用情况、财务情况和经营情况等给予客户一个较为合理的付款期限，在识别出客户存在资金问题时，立即采取暂停发货或先款后货的措施。对于新合作的客户一般采用先款后货的合作方式，对于建立长久合作关系的客户，会根据其回款情况、整体经营情况、财务情况等在其中信保额度内给予信用额度。

2、如存在直销客户与经销商终端客户重合的情况，请说明同时对终端客户采用两种销售模式的原因及合理性。

报告期内，公司直销模式包含向 OEM 客户、装机商直接销售产品和公司通过亚马逊、天猫旗舰店、京东 POP 等电商平台向终端消费者直接销售产品的情况。除工业类散热产品，公司主要产品为电脑散热器、机箱、电源等，主要用于装配台式机使用，终端用户主要为个人消费者。消费者可以选择从公司在亚马逊、京东、天猫等线上平台设立的直销网店、经销商线上销售平台或其线下零售门店、经销商下游零售商等多种途径购买公司产品，不能排除存在直销客户与经销商终端客户重合的情况，采用两种销售模式的原因及合理性如下：

公司采用两种销售模式主要受产品性质决定，公司主要产品包括电脑散热

器、机箱和电源，为通用型消费类产品，终端用户主要为个人消费者，终端用户购买后可自行与其他电脑硬件进行组装或直接购买含公司产品的组装电脑产品。

公司产品的终端用户零散分部在全球各地，公司通过经销和直销两种模式可以扩大销售区域，更好的推广公司产品及品牌。两种销售模式下，个人消费者可以自主选择购买渠道。

公司选择经销模式为主的业务模式合理性及必要性详见本审核问询函回复之“问题4”之“二”之“（一）”之“2、公司采取经销模式的必要性及合理性”。

综上，公司同时对终端客户采用两种销售模式主要受产品性质和终端用户性质影响，与同行业可比公司销售模式具有一致性，公司销售模式具备合理性。

（六）说明经销商构成及稳定性情况，是否存在经销商向公司采购规模与其自身业务规模不匹配的情况；经销商是否存在个人等非法人实体，如存在，请说明该类经销商数量、销售收入及毛利占比，与同行业可比公司是否存在显著差异；说明主要经销商基本情况，包括但不限于注册资本、注册地址、成立时间、经营范围、股东、核心管理人员、员工人数、与公司合作历史等；经销商是否专门销售公司产品；说明经销商采购频率及单次采购量分布是否合理，与期后销售周期是否匹配；经销商一般备货周期，经销商进销存、退换货情况，备货周期是否与经销商进销存情况相匹配，是否存在经销商压货情形，退换货率是否合理

1、说明经销商构成及稳定性情况，是否存在经销商向公司采购规模与其自身业务规模不匹配的情况

（1）经销商分类情况

公司下游客户主要包括零售商和分销商。其中零售商采购公司产品主要通过电商平台、线下门店等方式直接向终端消费者销售，如京东自营、美国 MS 等客户；分销商采购公司产品的分销对象为下游渠道商，如客户 C、客户 D 等；

公司客户亦存在部分业务规模较大，同时开展多项业务的客户，比如客户 B、日本 TW 既有装机业务也有零售业务。

报告期各期，上述类型经销商对应营业收入及主营收入占比情况如下：

单位：万元

经销商类型	2025 年 1-6 月		2024 年		2023 年		2022 年	
	销售收入	主营业务收入占比	销售收入	主营业务收入占比	销售收入	主营业务收入占比	销售收入	主营业务收入占比
零售商	3,220.24	6.90%	28,665.72	24.30%	60,514.82	41.59%	31,920.71	38.60%
分销商	43,431.26	93.10%	72,423.62	61.41%	55,135.90	37.89%	29,570.19	35.75%

报告期各期，公司经销商类型中零售商收入占主营业务收入比例分别为 38.60%、41.59%、**24.30%**和 **6.9%**，2023 年零售商占比增加，系俄罗斯地区零售商客户业绩大幅增长导致。**2024 年、2025 年 1-6 月，零售商占比大幅减少，主要系北京鑫全盛被纳入美国 SDN 清单后，停止了与海外零售商的贸易往来，转而通过境内分销商对外销售货物。**

(2) 经销商稳定性

报告期各期，公司经销商数量分别为 203 个、199 个、**218 个**和 **80 个**，**2022 年-2024 年**，经销商数量整体较为稳定；**受北京鑫全盛被纳入 SDN 清单影响，2025 年 1-6 月境外经销商数量大幅下降。**公司境内、境外经销商数量具体情况如下：

单位：个

项目	2025 年 1-6 月	2024 年	2023 年	2022 年
境内	76	87	83	93
境外	4	131	116	110
合计	80	218	199	203

报告期内，公司经销商存在一定波动，新增与退出经销商实现收入占当期经销收入比例情况如下：

单位：万元

项目	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
以后期间未发生业务关系的经销商当期销售收入	-	48,911.43	1,221.05	928.97

项目	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
经销收入	46,651.50	101,089.34	115,650.71	61,490.89
占比	-	48.38%	1.06%	1.51%
当期新增经销商销售收入	1,547.42	42,832.58	1,682.20	-
经销收入	46,651.50	101,089.34	115,650.71	61,490.89
占比	3.32%	42.37%	1.45%	-

2022 年度-2024 年度，以后期间未发生业务关系的经销商当期销售收入占当期经销收入比例为 1.51%、1.06%和 48.38%； 2023 年度-2025 年 1-6 月，当期新增经销商销售收入占当期经销收入比例为 1.45%、42.37%和 3.32%。

2024 年度，以后期间未发生业务关系经销收入占比及新增经销商销售收入占比较高，主要系北京鑫全盛被纳入 SDN 名单后，海外经销商业务受阻，公司开发境内新客户所致。

(3) 公司主要经销商收入规模

报告期各期，公司向主要经销商销售情况及经销商业务规模情况如下：

单位：万元

客户名称	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度	客户业务规模
客户 BC	9,151.00	15,116.78	-	-	2023 年营收规模 5 亿人民币； 2024 年营收规模超过 10 亿人民币
客户 AZ	8,260.68	12,425.92	-	-	2023 年营收规模 8.5 亿人民币； 2024 年营收规模 10 亿人民币
客户 BA	14,008.17	5,817.55	-	-	2024 年营收规模 6,500.00 万人民币； 2025 年 1-6 月营收规模 1.5 亿人民币
客户 BB	6,620.04	4,561.56	-	-	2024 年营收规模 4,500.00 万人民币； 2025 年 1-6 月营收规模 7,500.00 万人民币
客户 B	-	10,140.99	32,609.20	12,844.38	2022 年营收规模 1,104,395.49 万美元； 2023 年 1 月到 6 月营收规模 507,109.08 万美元
客户 D	-27.21	2,153.62	6,323.51	3,194.58	2022 年营收规模 6,815.07 万美元； 2023 年营收规模 6,331.99 万美元； 2024 年 1-6 月营收规模 3,210.42 万美元
客户 A	-	1,349.85	4,017.54	1,850.65	2023 年 1-6 月营收规模 73,759.42 万美元
日本 TW	-5.64	2,572.62	5,739.44	2,210.33	2022 年营收规模 7,540,000.00 万日元； 2023 年营收规模 7,605,200.00 万日元
韩国 BIGS	-101.58	1,370.63	3,638.99	2,557.90	2022 年营收规模 1,780.00 万美元； 2023 年营收规模 2,500.00 万美元；

客户名称	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度	客户业务规模
					2024 年 1-6 月营收规模 1,200.00 万美元
北京京东世纪贸易有限公司	2,142.29	3,301.98	3,307.73	3,671.01	2022 年营收规模 104,623,600.00 万元； 2023 年营收规模 108,466,200.00 万元
加拿大 CC	-20.40	1,862.22	3,110.67	2,344.64	2022 年营收规模 45,500.00 万美元； 2023 年营收规模 43,000.00 万美元

公司不存在向主要客户销售规模与其自身业务规模不匹配的情况。

2、经销商是否存在个人等非法人实体，如存在，请说明该类经销商数量、销售收入及毛利占比，与同行业可比公司是否存在显著差异

报告期内，公司**不存在**经销商以自然人身份经营的情形。

3、说明主要经销商基本情况，包括但不限于注册资本、注册地址、成立时间、经营范围、股东、核心管理人员、员工人数、与公司合作历史等

加拿大 CC、日本 TW、韩国 BIGS 基本情况详见本审核问询函回复之“问题 4”之“一”之“（三）”之“2、说明公司报告期主要境外客户的基本情况包括但不限于客户名称、金额、占比、注册资本、实际控制人、成立及开始合作时间、经营规模等；公司与主要境外客户建立合作的方式、是否签订框架协议，合作是否稳定”。

（1）京东世纪基本情况如下：

客户名称	北京京东世纪贸易有限公司（简称“京东”）
官网地址	https://www.jd.com/
成立时间	2007 年 4 月 19 日
注册资本	1,397,985,564 美元
注册地址	北京市北京经济技术开发区科创十一街 18 号 C 座 2 层 201 室
股权结构	京东香港国际有限公司 100%
核心管理人员	刘强东、徐雷、缪晓虹
员工人数	超过 10,000 名员工
主营业务	京东是中国的综合网络零售商，在线销售家电、数码通讯、电脑、家居百货、服装服饰、母婴、图书、食品、在线旅游等数万个品牌商品。
合作历史	2007 年至今

京东集团是一家同时具备实体企业基因、拥有数字技术能力的新型实体企业，业务涉及零售、科技、物流、健康、保险、产发和海外等领域。过去 18 年，京东零售已完成手机、家电、消费品、时尚、家居、生鲜、生活服务、工业品等全品类覆盖，满足消费者多元化需求，帮助品牌和商家降本增效。

4、经销商是否专门销售公司产品

除客户 BA、客户 BB 外，其他经销商非单一销售 Deepcool 产品。从前述主要经销商基本情况可以看出，公司的主要经销商业务范围涵盖较广，且通过公开渠道查询可以看出，经销商并非单一销售 Deepcool 产品。此外，结合公司与经销商签订的经销商协议书，公司未要求经销商单一销售公司产品。

5、说明经销商采购频率及单次采购量分布是否合理，与期后销售周期是否匹配；经销商一般备货周期，经销商进销存、退换货情况，备货周期是否与经销商进销存情况相匹配，是否存在经销商压货情形，退换货率是否合理

(1) 公司前五大经销商采购频率、单次采购量、销售周期及备货周期情况

报告期各期前五名经销商客户销售收入情况如下：

单位：万元

公司名称	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
客户 BC	9,151.00	15,116.78	-	-
客户 AZ	8,260.68	12,425.92	-	-
客户 BA	14,008.17	5,817.55	-	-
客户 BB	6,620.04	4,561.56	-	-
客户 B	-	10,140.99	32,609.20	12,844.38
京东世纪	2,142.29	3,301.98	3,307.73	3,671.01
客户 D	-27.21	2,153.62	6,323.51	3,194.58
加拿大 CC	-20.40	1,862.22	3,110.67	2,344.64
日本 TW	-5.64	2,572.62	5,739.44	2,210.33
客户 A	-	1,349.85	4,017.54	1,850.65
韩国 BIGS	-101.58	1,370.63	3,638.99	2,557.90
合计	40,027.35	60,673.71	58,747.08	28,673.49
经销收入	46,651.50	101,089.34	115,650.71	61,490.89

公司名称	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
占比	85.80%	60.02%	50.80%	46.63%

报告期各期，上述各经销商客户的采购频率、单次采购量及期末库存情况如下：

数量单位：件

项目	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
订单次数	377	405	199	167
平均订单次数	94.25	40.50	33.17	27.83
平均采购频率（天/次）	1.91	9.01	11.01	13.11
订单采购数量	2,742,445	4,497,331	3,871,233	1,994,188
平均单次采购量	7,274.39	11,104.52	19,453.43	11,941.25

注 1：2025 年 1-6 月采购频率为 $180 \div \text{平均订单次数}$ ，2022 年-2024 年采购频率为 $365 \div \text{平均订单次数}$ ；

注 2：京东世纪一天内存在多次下单的情况，合并一次统计采购频率。

报告期内，公司经销商客户的备货周期主要受客户性质、规模大小和铺货周期等影响。2023 年度，受俄语区政治环境变化及公司新产品推出影响，上述客户采购数量及订单次数均有所提升。上述客户期末库存金额与其实际经营规模相符合。2024 年度，采购频率变化主要受客户结构变动影响。

（2）经销商一般备货周期，经销商进销存、退换货情况，备货周期与经销商进销存的匹配情况

1）经销商一般备货周期

报告期内，公司经销商客户的备货周期主要在 1 个月-3 个月不等，公司经销商客户的备货周期主要受客户性质、规模大小和铺货周期等影响，总体上境外客户的备货周期略长于境内客户备货周期。公司与经销商交易为买断式销售，经销商的备货周期及备货数量由经销商自主决定。

2）经销商进销存

根据公司与境内、境外经销商签订的销售协议，经销商接受商品签收入库之后，拥有现实权利主导该商品的使用，有权利在合理范围内自行确定销售价

格，并从中获得全部的经济利益，即经销商获得了该产品的控制权，上述销售行为属于买断式销售，即公司不存在对经销商的销售定价权，不存在对经销商的进销存进行管理的权利。日常管理中，公司销售人员根据市场情况、经销商的回款情况等，了解其销售情况，并据此调整公司的生产计划、市场策略等。

经销商期末库存情况详见本审核问询函回复之“问题4”之“二”之“（五）”之“1”之“（3）经销商期末库存及期后销售情况，各层级经销商是否存在压货以及大额异常退换货情况”。

3）报告期内，公司经销商退换货情况

报告期内，公司经销商的退换货的政策如下：

销售模式	退换货条款或约定
京东自营	公司接受京东自营任何原因的退换货要求。消费者通过京东自营采购的商品，发生退换货可直接联系京东自营的平台客服，京东自营平台进行退换货后再向公司进行处理
境内其他经销	公司与境内其他经销商合同未明确约定退换货条款，经销商销售的产品若发生质量问题，消费者可以联系经销商进行退换货或赔付，也可以直接联系公司售后服务人员
境外经销	公司与境外经销商合同未明确约定退换货条款，经销商销售的产品若发生质量问题，境外消费者直接联系经销商进行退换货或赔付，境外经销商未能妥善处理的，消费者可以直接联系公司售后服务人员

报告期各期，退换货情况详见本审核问询函回复之“问题4”之“二”之“（五）”之“1”之“（3）经销商期末库存及期后销售情况，各层级经销商是否存在压货以及大额异常退换货情况”。

（七）说明公司及其控股股东、实际控制人、公司主要关联方、董事、监事、高管、关键岗位人员与经销商、经销商的终端客户是否存在关联关系或其他利益安排，是否存在其他特殊关系或业务合作（如是否存在前员工、近亲属设立的经销商、是否存在经销商使用公司名称或商标），是否存在非经营性资金往来，包括对经销商或客户提供的借款、担保等资金支持等；通过关联经销商实现的销售收入、毛利、毛利率，销售价格和毛利率与非关联经销商是否存在显著差异

公司的境外经销商玻利维亚 Evercool 的公司全称为 DEEPCOOL THERMAL

CORP SRL，其中包含“DeepCool”字样，主要因为该客户股东在注册该公司前就与九州风神合作多年，成立该公司主要目的为销售公司产品，在南美地区有公司名称包含主要经营产品品牌的习惯，该客户其股东及关键岗位人员与公司无关联关系，除销售公司产品外亦销售 BitFenix 品牌机箱等其他电脑硬件产品，公司未授权公司商标给该客户使用。报告期各期，公司向玻利维亚 Evercool 的销售收入情况如下：

单位：万元

项目	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
销售收入	-5.04	245.02	376.32	335.23
主营业务收入占比	-0.01%	0.21%	0.26%	0.41%

玻利维亚 Evercool 的销售收入占比较低，对公司收入无重大影响。

公司及其控股股东、实际控制人、主要股东、董事、监事、高管与经销商、经销商的终端客户无关联关系或其他利益安排。公司及实际控制人、公司主要关联方、董事、监事、高管、关键岗位人员与经销商间不存在非经营性资金往来，不存在向经销商或客户提供的借款、担保等资金支持。

三、线上销售情况

（一）各类线上销售模式属于经销还是直销，是否签订寄售合同，合同签订方、物流、资金流的安排及相关权利义务的约定情况；通过线上销售的收入数据如何获取，如何保证收入数据的真实准确

1、各类线上销售模式属于经销还是直销，是否签订寄售合同，合同签订方、物流、资金流的安排及相关权利义务的约定情况

报告期内，公司线上销售包括直销模式和经销模式，其中线上直销模式下，公司的客户为商品的终端消费者，主要通过亚马逊、天猫、京东等电商平台实现销售；线上经销模式下，公司的客户为电商平台北京京东世纪贸易有限公司。其中通过京东世纪、亚马逊直销、天猫直销收入占线上销售收入比例分别为 99.76%、99.54%、**96.11%和 76.54%**，公司与主要电商签署的合同主要条款如下：

（1）线上直销模式

1) 亚马逊

项目	具体情况
是否签订寄售合同及合同签定方	未签订寄售合同
主要权利义务	九州风神与亚马逊签订了《亚马逊服务商业解决方案协议》，合同约定九州风神所签订服务为亚马逊平台的“selling on Amazon”，即“我要开店”服务，九州风神可直接在亚马逊网站提供商品服务。九州风神需向亚马逊支付销售佣金、“我要开店”服务订阅费等。九州风神须提供准确完整的商品信息，按照计划政策将商品运输至亚马逊运营中心并承担所有运输成本；亚马逊有权对商品进行核查，若出现包装不当或标签错误的情况，亚马逊会将商品退还或者对商品进行重新包装贴标，产生费用由九州风神承担。待商品入库后，亚马逊提供储存服务，若存储期间发生丢失或损坏，亚马逊将对九州风神进行赔偿；亚马逊将代表九州风神收取每笔交易的所有销售收入，并根据服务条款向九州风神汇入此笔收入。任何亚马逊物流商品，退货事宜皆有亚马逊接受和处理；任何退回的可售商品将重新放入九州风神的商品库存中并退回所有商品的使用权；退回的不适宜再售卖的商品将按九州风神的指示予以退还或弃置，所有费用由九州风神承担。
物流管理	公司根据货物销售情况自行配货备货，发往亚马逊仓库，由亚马逊仓储接收保管；实际销售时，配送模式有两类，一类是亚马逊配送即由亚马逊从亚马逊仓库拣货进行配送，另一类是自配送即由公司自行安排从海外仓拣货配送。
资金流情况	亚马逊每两周（14天）向公司汇入一次可用余额，可用余额为销售收入扣除销售佣金、订阅费以及其他公司应支付款项后的余额。

2) 天猫旗舰店

项目	具体情况
是否签订寄售合同及合同签定方	未签订寄售合同
主要权利义务	九州风神与阿里巴巴丝路有限公司（以下简称“阿里巴巴”）、浙江天猫技术有限公司（以下简称“天猫技术”）、浙江天猫网络有限公司（以下简称“天猫网络”）共同签订了《天猫客户服务协议》，根据《天猫商户服务协议》，九州风神入驻天猫平台需要遵守天猫已发布或将来发布并依法通知商户的各类规则，所有天猫公布的规则均与该协议正文具有同等法律效力。协议约定了阿里巴巴、天猫技术及天猫网络为九州风神提供相关互联网信息服务，包括商品搜索、生成订单、管理交易和完成支付等软件系统服务、与积分系统相关的软件服务、二级域名服务等；九州风神支付阿里巴巴、天猫技术及天猫网络各服务相对应的服务费用，除固定服务费用外，还会额外收取基于交易额一定费率比例的费用。九州风神入驻天猫后，天猫有权根据具体情况对相关资料及开通申请进行评估判断。天猫不会对跨境销售进行干预，九州风神须注意相关法律，并确保拥有合法的权利发布销售信息并进行发售。如发生退货且九州风神无过错，阿里巴巴、天猫技术、天猫网络将根据买家和九州风神的线上退款记录正式退货属实后向九州风神退还因此退货交易产生的服务费。若九州风神对买家线下退款，无论九州风神提供何种证据证明退款确实发生，阿里巴巴、天猫技术、天猫网络均不支持向九州风神退还就退款部分收取的服务费。

物流管理	公司根据货物销售情况自行配货备货，发往天猫仓库，由天猫仓储接收保管；实际销售时，配送模式有两类，一类是天猫配送即由天猫从天猫仓库拣货进行配送，另一类是自配送即由公司自行安排从仓库拣货配送。
资金流情况	客户确认收货后，扣除相关费用实时回款。

（2）线上经销模式（北京京东世纪贸易有限公司）

项目	具体情况
是否签订寄售合同及合同签定方	未签订寄售合同
主要权利义务	九州风神与北京京东世纪贸易有限公司（以下简称“京东”）签订了《产品购销协议》，合同约定九州风神负责依照京东的采购订单产品通过京东仓储预约系统按照约定的时间、运输方式足量保质送至京东指定地点。九州风神自行送货至京东指定地点的产品，京东有权对产品进行表面验收；若发现交付产品与订单内容不符等不符合甲方验收标准等情形的，京东有权拒收；同时京东保留入库后开箱抽检或全检的权利。九州风神应按约定时间向京东支付各项商业折扣和收入款项，并给予京东各项优惠包括促销支持等。九州风神应接受京东任何原因的退货。京东在货款结算时可直接扣减退货产品金额后付款。九州风神应在退换货情形或收到相关通知之日起 12 日内（包含当日），对产品进行相应处理，否则视为九州风神自动放弃产品所有权。因九州风神未在约定 12 日内处理完毕，导致产品存放期间产生的仓储费等，由九州风神承担。产生的仓储费、运输费、处理费等京东有权直接从九州风神货款、保证金中抵扣。
物流管理	公司负责将订单列明的产品，通过京东仓储预约系统按照约定的时间（即除双方另有约定外，应于京东协同平台订单系统记录的下单成功之日起，同城 5 天，异地 15 天）送达。
资金流情况	公司交付产品，京东世纪验收入库 52 天后，京东世纪开始为公司结算，京东世纪于结算单核定付款日起 7 个工作日付款。

2、通过线上销售的收入数据如何获取，如何保证收入数据的真实准确

公司上述线上销售的数据获取方式具体如下：

（1）线上直销模式

公司线上直销主要通过亚马逊、天猫、京东、拼多多等电商平台实现对外销售。

1）境外线上直销

公司境外线上直销全部通过亚马逊平台实现，销售数据由亚马逊平台提供。作为国外知名电商平台，亚马逊平台对于销售数据拥有严格的管控措施，数据具有真实性及准确性。公司财务人员通过核对亚马逊的结算单确保收入真实、

准确。

2) 境内线上直销

公司境内线上直销主要通过天猫、京东、拼多多等电商平台实现，销售数据分别由天猫、京东、拼多多等平台提供。作为国内知名电商平台，天猫、京东、拼多多对于销售数据拥有严格的管控措施，数据具有真实性及准确性。公司财务人员通过批量导出天猫、京东、拼多多提供的订单明细与业务人员收发货、回款数据进行核对，验证收入数据的真实性及完整性。

(2) 线上经销模式

公司与京东世纪的合作属于线上经销，验收入库数据由京东世纪提供。公司从京东世纪提供的系统导出已完成验收的采购订单，根据导出的订单确认收入，导出订单列表即为收入确认依据。作为国内知名电商平台，京东平台对于采购数据拥有严格的管控措施，数据具有真实性及准确性。

(二) 报告期公司线上销售主要客户的金额、占比、毛利率情况；公司与电商签署合同的主要权力、义务约定，退货的处理方式及会计处理；报告期各期不同销售模式下签订销售订单至发货、发货至客户验收并确认收入的平均时间间隔及变化原因

1、报告期公司线上销售主要客户的金额、占比、毛利率情况

(1) 线上销售主要客户的金额、占比情况

报告期内，公司主要通过在北京、天猫、亚马逊等平台进行线上销售。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	
	收入	占比	收入	占比	收入	占比	收入	占比
1、线上直销	1,544.24	41.89%	5,705.75	63.34%	11,605.97	77.82%	6,034.52	62.18%
其中：亚马逊	0.00	0.00%	4,855.40	53.90%	11,158.58	74.82%	5,639.53	58.11%
天猫旗舰店	679.23	18.42%	500.15	5.55%	379.43	2.54%	372.18	3.83%

项目	2025 年 1-6 月		2024 年度		2023 年度		2022 年度	
	收入	占比	收入	占比	收入	占比	收入	占比
2、线上经销	2,142.29	58.11%	3,301.98	36.66%	3,307.73	22.18%	3,671.01	37.82%
其中：京东世纪	2,142.29	58.11%	3,301.98	36.66%	3,307.73	22.18%	3,671.01	37.82%
合计	3,686.53	100.00%	9,007.73	100.00%	14,913.70	100.00%	9,705.53	100.00%

报告期内，公司主要通过天猫旗舰店、亚马逊平台开展线上直销。与京东世纪合作模式为经销模式，京东世纪是京东自己进货、自己经营的在线零售模式，由京东直接面对消费者。

2023 年度，受公司推出 AK 系列 CPU 热管散热器、LT/LS 系列 CPU 水冷散热器、PQ-M/PF 系列电源等新产品被市场认可及公司加大产品推广力度影响，公司通过亚马逊实现销售收入大幅增加。2024 年度，受北京鑫全盛被纳入 SDN 清单影响，公司通过亚马逊实现销售收入大幅下降。2025 年，公司不再通过亚马逊对外销售产品。

2023 年度，公司与京东世纪的交易金额及通过天猫旗舰店销售金额均呈下降趋势，主要受境内竞争对手降低销售价格，市场竞争更为激烈影响，公司主要产品销售价格和销售数量有所下降。2024 年度，受公司增加推广投入及更适合境内的营销策略，公司通过天猫旗舰店销售金额有所增长、与京东世纪交易金额基本保持平稳。

（2）不同线上销售渠道毛利率情况

报告期内，公司主要通过在北京、天猫、亚马逊平台进行线上销售。不同渠道销售毛利率情况如下：

项目	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
1、线上直销	32.45%	63.79%	69.02%	59.89%
其中：亚马逊	-	69.47%	70.40%	61.12%
天猫旗舰店	35.86%	33.91%	36.95%	42.37%
2、线上经销	20.46%	17.25%	24.37%	19.07%
其中：京东世纪	20.46%	17.25%	24.37%	19.07%
合计	25.48%	46.73%	59.12%	44.45%

报告期各期，线上直销的毛利率水平高于线上经销，主要系线上直销面向终端客户销售，销售价格较高，具有较高的毛利率水平。

亚马逊销售毛利率高于境内其他线上销售平台，主要系境内外市场的消费群体、市场环境、产品竞争程度等不同，导致消费电子散热配件销售价格存在差异。

2023 年度，京东世纪销售毛利率有所上升，主要系：1）2022 年下半年向市场先后推出 AK 系列 CPU 热管散热器、LT/LS 系列 CPU 水冷散热器、PQ-M/PF 系列电源等新产品，新产品经过培育期逐渐被市场认可，新产品销售毛利率较高；2）随着产量提高及原材料价格下降影响，单位生产成本有所下降。

2024 年度，京东世纪销售毛利率有所下降，主要系：1）电源销售占比增加；2）受市场竞争环境更为激烈影响，部分产品销售价格下降；3）受公司整体业务规模下降影响，单位产品成本有所增加。2025 年 1-6 月，受新产品推出及销售结构变动影响，京东世纪销售毛利率小幅上升。

2023 年度，受天猫旗舰店电源销售占比增加影响，毛利率有所下滑。**2024 年度、2025 年 1-6 月，天猫旗舰店销售毛利率较 2023 年度变化较小。**

2023 年度，受新产品推出及单位成本下降影响，亚马逊销售毛利率较 2022 年度有所上升。**2024 年度，亚马逊销售毛利率较 2023 年度变化较小。**

2、公司与电商签署合同的主要权力、义务约定，退货的处理方式及会计处理

（1）公司与电商签署合同的主要权利、义务约定

公司线上销售主要通过亚马逊、京东、天猫等网络平台实现对外销售，其中通过京东世纪、亚马逊直销、天猫直销收入占线上销售收入比例分别为 99.76%、99.54%、**96.11%和 76.54%**，公司与主要电商签署的合同主要条款如下：

1）京东世纪

公司与北京京东世纪贸易有限公司（以下简称“京东”）签订了《产品购

销协议》，合同约定公司负责依照京东的采购订单产品通过京东仓储预约系统按照约定的时间、运输方式足量保质送至京东指定地点。公司自行送货至京东指定地点的产品，京东有权对产品进行表面验收；若发现交付产品与订单内容不符等不符合甲方验收标准等情形的，京东有权拒收；同时京东保留入库后开箱抽检或全检的权利。公司应按约定时间向京东支付各项商业折扣和收入款项，并给予京东各项优惠包括促销支持等。货款结算方式为账期付款，京东须在产品验收入库 52 天后为公司结算，于结算单核定付款日起 7 个工作日付款；结算金额为应付款扣除公司逾期未付的降价款、退货款、商业折扣款、退残款以及其他公司应支付的款项后的余额。公司应接受京东任何原因的退货。京东在货款结算时可直接扣减退货产品金额后付款。公司应在退换货情形或收到相关通知之日起 12 日内（包含当日），对产品进行相应处理，否则视为公司自动放弃产品所有权。因公司未在约定 12 日内处理完毕，导致产品存放期间产生的仓储费等，由公司承担。产生的仓储费、运输费、处理费等京东有权直接从公司货款、保证金中抵扣。

2) 亚马逊

公司在亚马逊平台开设店铺，默认遵守《亚马逊服务商业解决方案协议》，协议约定公司所签订服务为亚马逊平台的“selling on Amazon”，即“我要开店”服务，公司可直接在亚马逊网站提供商品服务。公司需向亚马逊支付销售佣金、“我要开店”服务订阅费等。公司须提供准确完整的商品信息，按照计划政策将商品运输至亚马逊运营中心并承担所有运输成本；亚马逊有权对商品进行核查，若出现包装不当或标签错误的情况，亚马逊会将商品退还或者对商品进行重新包装贴标，产生费用由公司承担。待商品入库后，亚马逊提供储存服务，若存储期间发生丢失或损坏，亚马逊将对公司进行赔偿；亚马逊将代表公司收取每笔交易的所有销售收入，并根据服务条款向公司汇入此笔收入；亚马逊将每两周（14 天）向公司汇入一次可用余额，可用余额为销售收入扣除销售佣金、订阅费以及其他公司应支付的款项后的余额。任何亚马逊物流商品，退货事宜皆有亚马逊接受和处理；任何退回的可售商品将重新放入公司的商品库存中并退回所有商品的使用权；退回的不适宜再售卖的商品将按公司的指示予以退还

或弃置，所有费用由公司承担。

3) 天猫

公司与阿里巴巴丝路有限公司（以下简称“阿里巴巴”）、浙江天猫技术有限公司（以下简称“天猫技术”）、浙江天猫网络有限公司（以下简称“天猫网络”）共同签订了《天猫客户服务协议》，根据《天猫商户服务协议》，公司入驻天猫平台需要遵守天猫已发布或将来发布并依法通知商户的各类规则，所有天猫公布的规则均与该协议正文具有同等法律效力。协议约定了阿里巴巴、天猫技术及天猫网络为公司提供相关互联网信息服务，包括商品搜索、生成订单、管理交易和完成支付等软件系统服务、与积分系统相关的软件服务、二级域名服务等；公司支付阿里巴巴、天猫技术及天猫网络各服务相对应的服务费用，除固定服务费用外，还会额外收取基于交易额一定费率比例的费用。公司入驻天猫后，天猫有权根据具体情况对相关资料及开通申请进行评估判断。天猫不会对跨境销售进行干预，公司须注意相关法律，并确保拥有合法的权利发布销售信息并进行发售。如发生退货且公司无过错，阿里巴巴、天猫技术、天猫网络将根据买家和公司的线上退款记录正式退货属实后向公司退还因此退货交易产生的服务费。若公司对买家线下退款，无论公司提供何种证据证明退款确实发生，阿里巴巴、天猫技术、天猫网络均不支持向公司退还就退款部分收取的服务费。

（2）退货的处理方式及会计处理

退货的处理方式及会计处理详见本审核问询函回复之“问题4”之“五”之“（三）公司对于境内、外退货的具体处置方式；公司对相关退、换货的会计处理，是否符合企业会计准则规定”。

3、报告期各期不同销售模式下签订销售订单至发货、发货至客户验收并确认收入的平均时间间隔及变化原因

报告期内，公司线上销售不同销售模式下签订销售订单至发货、发货至客户验收并确认收入的平均时间间隔如下表所示：

项目	销售模式	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
签订销售订单至发货平均时间间隔	境内经销	2-3 天	2-3 天	2-3 天	2-3 天
	境内直销	一般 0-2 天；大促时 0-3 天；春节停发，周期约 15 天	一般 0-2 天；大促时 0-3 天；春节停发，周期约 15 天	一般 0-2 天；大促时 0-3 天；春节停发，周期约 15 天	一般 0-2 天；大促时 0-3 天；春节停发，周期约 15 天
	境外直销	-	一般 0-1 天；促销期间 0-3 天	一般 0-1 天；促销期间 0-3 天	一般 0-1 天；促销期间 0-3 天
发货至客户验收并确认收入平均时间间隔	境内经销	4-5 天	4-5 天	4-5 天	6-7 天
	境内直销	6-7 天	6-7 天	6-7 天	6-7 天
	境外直销	-	Prime 会员 1-3 天；非 Prime 会员 3-5 天；偏远地区 5-7 天	Prime 会员 1-3 天；非 Prime 会员 3-5 天；偏远地区 5-7 天	Prime 会员 1-3 天；非 Prime 会员 3-5 天；偏远地区 5-7 天

报告期内，公司不同销售模式下签订销售订单至发货平均时间间隔各期波动较小，发货时间主要遵循电商平台规定，同时受促销活动的因素影响会产生小幅波动；发货至客户验收并确认收入平均时间间隔各期存在小幅波动，主要系受全国公共卫生事件及选择的物流公司不同影响。

（三）报告期内通过亚马逊、天猫、京东等平台销售是否存在刷单或类似情形，若存在，请说明报告期各期金额、会计处理及是否符合企业会计准则的规定

1、各电商平台对违规行为严格监控，且惩罚力度大，刷单、刷评风险极大

报告期内，公司合作的电商平台主要为亚马逊、天猫、京东等境内外大型、规范平台，该等平台对合规性的容忍度较低，处罚力度较大。第三方电商平台制定了严格的监管规则，严格禁止诸如刷单、刷评等违反公平竞争的行为；同时，实施了严格的监控措施，通过分析订单的 IP 地址、购买周期、浏览时长等指标检查平台卖家是否具有刷单、刷评行为。根据上述主要第三方电商平台官网公告及平台规则，卖家若违反平台规则，或被发现异常，可能面临删除虚假交易记录、支付违约金甚至下架所有商品、以及店铺账号将可能受到销售限制甚至注销等惩罚措施。

2、公司不存在因刷单、刷评受到第三方电商平台处罚的情形

报告期内公司电商平台合规经营，严格遵守电子商务平台协议及制度，不存在寄发空包裹、虚构快递单号、利用真实快递单号等方式刷单、虚构交易、提升信誉等情形，也不存在虚构交易、编造用户评价等方式进行虚假或者引人误解的商业宣传，欺骗、误导消费者的情形；报告期内，公司不存在被电商平台认定存在刷单、刷评行为或因刷单、刷评被电商平台处罚的情况。

3、IT 审计情况

根据容诚会计师事务所（特殊普通合伙）出具的《信息系统审计报告》（容诚专字[2024]100Z0973 号、容诚专字[2025]100Z1357 号、容诚专字[2025]100Z1728 号）：“经审计，公司销售订单所呈现的各项业务指标的变化趋势与公司业务发展、行业惯例相符合，与商业逻辑相契合，审计团队未发现公司存在虚增订单和客户以增加收入的情况”。

综上，报告期内，公司通过亚马逊、天猫、京东等平台销售，不存在刷单或类似情形。

（四）列示自主运营与第三方运营的销售金额及占比，说明线上销售模式披露是否准确

报告期内，公司线上直销收入分别为 6,034.52 万元、11,605.97 万元、5,705.75 万元和 1,544.24 万元，占当期营业收入的比例分别为 7.24%、7.93%、4.79%和 3.00%，均为自主运营。

报告期内，存在部分经销商自公司买断产品后自行在京东、天猫、亚马逊等电商平台开设店铺进行线上销售的情况，但因产品所有权在经销商销售之前已实现转移，而且经销商销售渠道由其自身决定，因此，经销商进行线上销售的情况不属于作为第三方代替公司运营线上渠道的情况。

四、收入确认具体时点及合规性。结合实际经营情况、与客户签订的经济合同，说明不同业务模式下（境内线上/线下直销、境内线上/线下经销、境外线上/线下直销、境外线上/线下经销）收入确认的时点、过程及外部证据，结算的具体过程；与可比公司是否存在较大差异，各种方式确认的收入占比情况；结合报告期各期收入会计差错更正具体情况说明收入确认时点是否谨慎、是否存在提前确认收入的情形，收入确认方法是否符合企业会计准则的规定

（一）结合实际经营情况、与客户签订的经济合同，说明不同业务模式下（境内线上/线下直销、境内线上/线下经销、境外线上/线下直销、境外线上/线下经销）收入确认的时点、过程及外部证据，结算的具体过程

报告期内，公司各销售模式的具体情况如下：

1、境内

销售方式	销售渠道	销售模式	结算方式	收入确认时点	收入确认依据
线上经销	京东世纪	买断式销售，公司将产品销售给京东世纪，货物运送至京东仓库，平台自行销售给终端客户	先货后款	依据合同约定将商品送达指定地点，根据系统显示京东验收入仓确认收入	系统导出的已完成验收的采购订单列表
线上直销	淘宝、京东、拼多多等 B2C 电商平台	终端客户通过公司网络店铺自主下单进行购买；公司直接向终端客户发货，或者通过电商平台仓库发货	客户下单支付款项后，款项先由平台保管，待客户确认收货后，平台支付货款	公司发出商品后，客户确认收货或系统默认收货，确认收入	系统显示已确认收货
线下经销	经销商	买断式销售，公司与经销商签订经销框架合同，授权经销商经营公司散热器等产品，经销商以订单方式下单；公司将产品销售给经销商客户，经销商通过其自有的销售渠道将产品销售给终端消费者或其下游经销商；公司在将产品销售给经销商客户的同时，已将产品的所有权和相关风险及报酬转移给经销商客户	部分采用先款后货；部分合作时间较长的客户给予一定规模的账期循环使用	将货物运至客户指定地点验收合格后，根据客户签收确认销售收入	货物签收单
线下直销	OEM 客户	OEM 模式为客户向公司提出产品需求并签订合同，实际采购时下达订单，公司接到订单开始生产，完工后销售	先货后款，每月固定日期与客户对账进行结算	收到客户签收单后确认收入	货物签收单

		给客户；另一种方式是部分客户采购的产品型号较为固定，如北京 ABB，合同中约定安全库存量，每月会向公司下达采购订单，公司在未收到客户实际采购订单时也会安排生产，并保持一定的库存量，以备销售			
	装机商客户	客户购买公司产品作为组装零部件，用于生产组装后整体销售	部分采用先款后货；部分合作时间较长的客户给予一定规模的账期循环使用	将货物运至客户指定地点验收合格后，根据客户签收确认销售收入	货物签收单

2、境外

销售方式	销售渠道	销售模式	结算方式	收入确认时点	收入确认依据
线上经销	-	-	-	-	-
线上直销	亚马逊电商平台	终端客户通过亚马逊平台店铺自主下单进行购买，公司直接向终端客户发货，或者通过平台仓库发货	客户在平台购买产品后，支付款项到电商平台，平台每两周与公司结算一次，平台扣除佣金等，将相应款项支付到公司指定账户	公司发出商品后，客户确认收货或系统默认收货，确认收入	平台导出结算报告
线下经销	经销商	买断式经销：公司与经销商签订经销框架合同，授权经销商经营公司散热器等产品，经销商以订单方式下单；公司将产品销售给经销商客户，经销商通过其自有的销售渠道将产品销售给终端消费者或者其下游经销商，公司将产品销售给经销商客户的同时，已将产品的所有权和相关风险及报酬转移给经销商客户	部分采用先款后货；针对合作时间较长、信用较好的客户在中信保保证范围内给予一定账期	境内发货： FOB/CIF 模式：公司根据合同约定将产品报关、离港，取得提单后确认销售收入；DDP 模式：公司将产品运送至客户指定目的地并办理完当地进口清关手续，将在交货运输工具尚未卸下的货物交予买方，完成交货后确认收入 境外发货： 收到客户签收单后确认收入	境内发货： FOB/CIF 模式：报关单、提单；DDP 模式：清关单据、签收单 境外发货： 签收单
线下直销	OEM	OEM 模式为客户向公司提出产品需求并签订合同，实际采购时下达订单，公司接到订单开始生产，完工后销售给客户；另一种方式是部分客户采购的产品型号较为固定，如芬兰 ABB，合同中约定安全库存量，每月会向公司下达采购订单，公司在未收到客户实际采购订单时也会安排生产，并保	部分采用先款后货；部分合作时间较长的客户给予一定规模的账期循环使用	境内发货： FOB/CIF 模式：公司根据合同约定将产品报关、离港，取得提单后确认销售收入；DDP 模式：公司将产品运送至客户指定目的地并办理完当地进口清关手续，将在交货运输工具尚未卸下的货物交予买方，完成交货后确认收入	境内发货： FOB/CIF 模式：报关单、提单；DDP 模式：清关单据、签收单 境外发

销售方式	销售渠道	销售模式	结算方式	收入确认时点	收入确认依据
		持一定的库存量，以备销售		境外发货： 收到客户签收单后确认收入	货： 签收单
	装机商	客户购买公司产品作为组装零部件，用于生产组装后整体销售	部分采用先款后货；部分合作时间较长的客户给予一定规模的账期循环使用	境内发货： FOB/CIF 模式：公司根据合同约定将产品报关、离港，取得提单后确认销售收入；DDP 模式：公司将产品运送至客户指定目的地并办理完当地进口清关手续，将在交货运输工具尚未卸下的货物交予买方，完成交货后确认收入 境外发货： 收到客户签收单后确认收入	境内发货： FOB/CIF 模式：报关单、提单；DDP 模式：清关单据、签收单 境外发货： 签收单

（二）与可比公司是否存在较大差异，各种方式确认的收入占比情况

1、可比公司情况

同行业可比公司收入确认时点详见本审核问询函回复之“问题 4”之“二”之“（三）”之“1、经销收入确认、计量原则”。

针对京东自营的收入确认时点，目前上市公司收入确认时点主要有两类，一类是根据京东签收入库时点来确认收入，如九号公司、稳健医疗；一类是对账后确认收入，如小熊电器、倍轻松等，公司对京东自营的收入确认时点与九号公司、稳健医疗的收入确认时点一致。

针对境外销售，FOB 模式下目前上市公司收入确认时点主要有两类，一类是货物出口报关后取得报关单后确认收入，如超频三，倍轻松；一类是货物出口报关装船后，取得装船提单或货运单后确认收入，如小熊电器、稳健医疗；公司 FOB 模式下，收入确认方式与小熊电器、稳健医疗一致；DDP 模式下，收入确认方式与稳健医疗一致。

根据上述上市公司披露的各类销售模式下收入确认时点，公司各类收入模式下收入确认时点与上述公司基本一致。

2、各种方式确认的收入占比情况

报告期各期，各种方式确认的收入及占比情况如下：

(1) 境内

单位：万元

业务模式	销售方式	2025 年 1-6 月		2024 年度		2023 年度		2022 年度	
		收入金额	占比	收入金额	占比	收入金额	占比	收入金额	占比
经销	线下	44,756.57	87.76%	47,965.44	83.87%	7,497.77	48.17%	8,048.04	49.93%
	线上	2,142.29	4.20%	3,301.98	5.77%	3,307.73	21.25%	3,671.01	22.77%
直销	线上	1,544.24	3.03%	836.94	1.46%	447.40	2.87%	394.99	2.45%
	线下	2,555.92	5.01%	5,085.46	8.89%	4,313.60	27.71%	4,005.21	24.85%
合计		50,999.02	100.00%	57,189.81	100.00%	15,566.49	100.00%	16,119.26	100.00%

(2) 境外

单位：万元

业务模式	销售方式	2025 年 1-6 月		2024 年度		2023 年度		2022 年度	
		收入金额	占比	收入金额	占比	收入金额	占比	收入金额	占比
经销	线下	-247.36	164.87%	49,821.93	82.01%	104,845.22	80.69%	49,771.84	74.75%
	线上	-	-	-	-	-	-	-	-
直销	线上	-	-	4,868.82	8.01%	11,158.58	8.59%	5,639.53	8.47%
	线下	97.33	-64.87%	6,063.07	9.98%	13,931.15	10.72%	11,175.62	16.78%
合计		-150.03	100.00%	60,753.81	100.00%	129,934.94	100.00%	66,586.99	100.00%

2023 年度境外经销收入大幅增长主要系：（1）受俄语区政治环境变化影响，欧美知名品牌竞争对手陆续削减俄罗斯机箱、电源、散热器业务，一定程度上提升了公司产品在俄罗斯的市场占有率；（2）公司于 2022 年初开始对机箱、电源、散热器新一代产品的集中研发，并于 2022 年 4 月份开始陆续上市并面向全球市场推广，2023 年上述新产品经市场认可进入放量期。

2024 年度，境内经销收入大幅增长，主要系北京鑫全盛被纳入 SDN 清单后，公司海外销售业务受阻，拓展新的境内经销商渠道所致。

2025 年 1-6 月，公司仅存在少量境外销售，受客诉、退货等因素影响，境外销售收入为-150.03 万元。

(三) 结合报告期各期收入会计差错更正具体情况说明收入确认时点是否谨慎、是否存在提前确认收入的情形，收入确认方法是否符合企业会计准则的规定。

报告期内，公司不存在收入会计差错更正。

五、大规模退换货情况及会计处理。说明报告期内是否存在因产品质量导致的诉讼、纠纷、处罚等，公司的退、换货政策，报告期内实际退、换货金额与预估金额的差异；公司对于境内、外退货的具体处置方式；公司对相关退、换货的会计处理，是否符合企业会计准则规定

(一) 公司报告期是否存在质量纠纷或大规模退、换货情况

报告期内，公司不存在因产品质量引起的政府部门投诉、诉讼纠纷等。

1、公司总体退货情况

报告期各期，退货金额占当期主营业务收入比例分别为 1.80%、1.83%、1.71%和 1.99%，占比较低。公司产品退货情况如下：

单位：万元

项目	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
线下退货金额	564.22	1,210.71	1,293.62	636.17
线下销售金额	47,162.46	108,935.90	130,587.74	73,000.71
占比	1.20%	1.11%	0.99%	0.87%
线上退货金额	446.27	805.35	1,372.87	850.59
线上销售金额	3,686.53	9,007.73	14,913.70	9,705.53
占比	12.11%	8.94%	9.21%	8.76%
合计退货金额	1,010.49	2,016.06	2,666.49	1,486.76
主营业务收入	50,848.99	117,943.63	145,501.44	82,706.25
占比	1.99%	1.71%	1.83%	1.80%

注：线上退货包括亚马逊、京东世纪、京东 POP 店、天猫、拼多多退货金额。

2、大规模退货情况

报告期内，公司因产品批次问题导致大规模退货的情况如下：

根据客户 B 反馈，其定制的部分机箱出现后盖生锈的情况，根据公司与客户共同清查，有三个型号机箱有同样侧后盖生锈，涉及不良产品共计 2,135 台，产品价值共计 111.36 万元。

上述产品全部为公司委托供应商东莞市霖荣实业有限公司生产，经双方友好协商，由东莞市霖荣实业有限公司承担 80.00 万元损失。

针对因供货商机箱后板卷边处生锈的质量问题，公司采取了如下措施以加强对供货商的管控：（1）由原先的出货批次随机抽检改为每个批次必检；（2）要求供货商将后板材质改为 SGCC 材质；（3）公司品质人员每批次抽检验货时，查核该批次的机箱有无做 24H 盐雾实验，如未做或者无法提供，则该批次机箱先暂停出货。

（二）公司的退、换货政策，报告期实际退、换货金额与预估金额的差异

1、公司的退换货政策

公司不同销售模式下客户的退换货条款如下：

销售模式	退换货条款或约定
境内线下经销	公司与境内线下经销商合同未明确约定退换货条款，经销商销售的质保期内产品若发生质量问题，消费者可以联系经销商进行退换货或赔付，也可以直接联系公司售后服务人员
境内线上经销-京东世纪	公司接受京东世纪任何原因的退换货要求。消费者通过京东世纪采购的商品，发生退换货可直接联系京东的平台客服，京东平台进行退换货后再向公司进行处理
境外经销	公司与境外经销商合同未明确约定退换货条款，经销商销售的质保期内产品若发生质量问题，境外消费者直接联系经销商进行退换货或赔付，境外经销商未能妥善处理的，消费者可以直接联系公司售后服务人员

2、退换货情况

报告期各期，退货金额占当期主营业务收入比例分别为 1.80%、1.83%、1.71%和 1.99%，占比较低。公司产品退货情况如下：

单位：万元

项目	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
线下退货金额	564.22	1,210.71	1,293.62	636.17
线下销售金额	47,162.46	108,935.90	130,587.74	73,000.71
占比	1.20%	1.11%	0.99%	0.87%

项目	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
线上退货金额	446.27	805.35	1,372.87	850.59
线上销售金额	3,686.53	9,007.73	14,913.70	9,705.53
占比	12.11%	8.94%	9.21%	8.76%
合计退货金额	1,010.49	2,016.06	2,666.49	1,486.76
主营业务收入	50,848.99	117,943.63	145,501.44	82,706.25
占比	1.99%	1.71%	1.83%	1.80%

注：线上退货包括亚马逊、京东世纪、京东 POP 店、天猫、拼多多退货金额。

报告期内，公司存在因产品批次问题导致大规模退货的情况，产品批次问题为偶发性问题，并且公司已单独进行账务处理，扣除产品批次问题后退货情况如下：

单位：万元

项目	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
扣除大批量退货后线下退货金额	564.22	1,210.71	1,293.62	524.81
线下销售金额	47,162.46	108,935.90	130,587.74	73,000.71
占比	1.20%	1.11%	0.99%	0.72%
线上退货金额	446.27	805.35	1,372.87	850.59
线上销售金额	3,686.53	9,007.73	14,913.70	9,705.53
占比	12.11%	8.94%	9.21%	8.76%

线上销售退货比例较高，主要受消费习惯、竞争对手价格波动、折扣变动等因素影响。报告期内，线下退货比例有所增加，主要受 CPU 水冷散热器销售占比增加影响。报告期内，公司基于历史平均退货率计算，对于线下销售收入按照 0.16% 的退货率水平计提相关负债；对于线上销售收入按照 7% 的退货率水平计提相关负债。

（三）公司对于境内、外退货的具体处置方式；公司对相关退、换货的会计处理，是否符合企业会计准则规定。

每月月底公司按照本月销售收入及预计退货率进行账务处理，具体会计处理如下：

借：主营业务收入

贷：其他流动负债-应收退货款

借：其他流动资产-应收退货成本

贷：主营业务成本

公司实际退货金额占营业收入比例较低。公司为简化账务处理，次月公司冲回已计提的应收、应付退货款，并将实际发生的退货金额按照如下方式进行账务处理：

（1）境外线上销售

公司境外线上销售全部通过亚马逊实现，终端客户将产品退回给亚马逊后，如果是非质量问题不影响再次销售情况下，亚马逊会重新上架产品，对于不能正常销售的产品，亚马逊向公司退回产品。公司通过亚马逊实现产品在美国、意大利、日本、加拿大、德国、法国等近二十个国家或地区销售，由于终端客户退货时间存在不确定性并且分布在多个站点，考虑到统一归集退货产品的人员成本、仓储费用、运输费用等成本，公司一般对退货产品做报废处理。具体会计处理情况如下：

借：主营业务收入

贷：应收账款

（2）境外线下销售

公司线下销售退货比例较低，同时考虑到公司境外销售分布在 70 多个国家或地区，同时除美国、香港、新加坡、荷兰、**马来西亚**子公司外，公司在其他国家或地区未设置分支机构，如果将少量退货产品运回国内或在当地集中统一处理，会产生较高的运输费用、仓储费用或人力成本。

如果是质量问题退货，公司一般将境外线下客户退回商品做报废处理，具体账务处理如下：

借：主营业务收入

贷：应收账款

如果是公司因批次问题、需要查明退货产品原因或因其他因素导致的退货金额较大额的情况，则将货物退回至惠州工厂或者美国第三方代管仓库，公司按照原产品成本入账，账务处理如下：

借：主营业务收入

贷：应收账款

借：库存商品

贷：主营业务成本

公司收到退货后，品保部门判断产品如果没有质量问题，公司对外正常销售；如果品保部认为需要维修并且具有维修价值，则维修后对外出售；如果品保部认为退回产品无法维修或不具有维修价值，则进行拆解或者报废处理。

如果进行拆解或者报废处理，账务处理如下：

借：原材料

管理费用

贷：库存商品

（3）境内销售

公司收到境内客户退货产品后，按照存货成本入账，具体账务处理如下：

借：主营业务收入

贷：应收账款

借：库存商品

贷：主营业务成本

公司收到退货后，品保部门判断产品如果没有质量问题，公司对外正常销售；如果品保部认为需要维修并且具有维修价值，则维修后对外出售；如果品

保部认为退回产品无法维修或不具有维修价值，则进行拆解或者报废处理。

如果进行拆解或者报废处理，账务处理如下：

借：原材料

管理费用

贷：库存商品

六、申报会计师核查程序及意见

（一）核查程序及意见

1、核查程序

申报会计师执行的核查程序如下：

（1）境外子公司及境外销售情况核查

1) 境外子公司的核查

①取得并查阅境外子公司设立及历次工商变更登记文件；

②取得并查阅境外子公司设立及历次增资所履行的外汇、对外投资审批文件；

③查阅发行人在“全国境外投资管理和服务网络系统”的补充提交申请及回复情况；

④取得并查阅境外子公司报告期内的财务报表、业务合同等文件，了解其经营情况；

⑤取得并审阅境外子公司设立及股权变动环节涉及的外汇、对外投资审批文件，营业执照等业务开展相关资质证照及财务报表；

⑥访谈公司管理层，了解境外子公司报告期内业务开展情况、生产经营状况及与发行人主要业务的协同关系。

2) 境外销售收入核查

详见本审核问询函回复之“问题4”之“六”之“（二）按照《适用指引第1号》1-20的要求对境外销售进行充分核查，说明对境外销售收入的核查方法、过程和结论，有关核查程序是否有效、核查证据是否充分”。

（2）经销模式核查

详见本审核问询函回复之“问题4”之“六”之“（三）按照《适用指引第1号》1-23的要求对经销业务进行充分核查，并对报告期内经销模式下收入的真实准确性发表明确意见，说明对经销商样本的选取标准，是否充分考虑了经销商类别、层级、数量、规模、区域分布、典型特征、异常变动（如新增或变化较大）等具体特点；对主要经销商及终端客户的走访情况，核查比例；对主要经销商的函证情况、回函及核查比例，是否存在重大异常；说明对经销商模式下相关产品最终实现销售实施核查的具体情况，包括核查方法、范围、占比、最终实现销售比例等”。

（3）线上销售核查

详见本审核问询函回复之“问题4”之“六”之“（五）说明对发行人报告期内线上销售的核查方法、核查范围、核查比例及核查结论，是否存在刷单或类似情形，是否实际发货、发货地址与客户下单地址是否匹配、客户与付款方是否匹配，对第三方平台数据的核查方式和结论”。

（4）收入确认合规性核查

1) 对报告期内发行人销售及收入业务执行穿行测试，了解销售业务流程、控制节点、各主要业务环节业务单据等，结合发行人与客户的主要销售合同条款及实际经营情况分析收入确认时点的选取及依据；

2) 通过查阅公开资料了解可比公司收入确认政策及与发行人的差异情况；

3) 对发行人经销收入、境外收入、线上收入等进行针对性核查，对报告期内销售收入执行函证程序、对收入确认时点准确性执行截止性测试、对收入确认执行细节性测试等。

（5）大规模退换货核查

1）访谈发行人董事会秘书、财务总监，了解退换货情况及相关政策等，获取报告期内退换货的审批流程文件，分析并判断发行人有关退换货的会计处理是否符合《企业会计准则》的相关要求，关注退换货记录的准确性以及是否计入恰当的会计期间；

2）获取报告期内退货明细表，了解报告期内退货金额变动的原因；

3）核查第四季度销售情况及次年退货情况，检查是否存在经销商存货积压或突击进货等情况。

2、核查结论

经核查，申报会计师认为：

（1）报告期内，境外子公司生产经营符合所在国家或地区法律法规的规定，具备开展生产经营所必备的条件；报告期内，境外子公司主要承担了发行人海外业务销售，与发行人主营业务紧密相关，经营情况良好。受境内外竞争环境差异影响，同型号产品境内外销售价格、毛利率存在一定差异，具有合理性。发行人与主要客户合作稳定。发行人外销业务海关数据、出口退税金额与外销收入基本匹配，受收入的确认时点、美元收入的结汇时点、汇率变动幅度等多种因素影响，外销收入和汇兑损益之间不完全匹配，具有合理性。

（2）报告期内，公司经销商模式认定为买断式经销，与商业实质、合同关键条款、经销商管理制度相一致，具有合理性；经销相关内控制度设计合理并有效运行；经销收入确认符合《企业会计准则》规定，与可比公司不存在显著差异；受竞争环境、销售产品类别、销售渠道等因素影响，致使不同销售模式毛利率存在一定差异，具有合理性，不同经销商之间信用额度差异主要受与客户交易规模影响，报告期内不存在通过放宽信用政策调解收入的情况；发行人经销商期后回款情况较好，直销、经销两种销售模式下，个人消费者可以自主选择购买渠道，直销客户与经销商客户可能存在重合的情况具有合理性；发行人与主要经销商合作较为稳定，主要经销商向公司采购规模与其自身业务规模

基本匹配，主要经销商期末库存量、采购频率及单次采购量符合客户经营需求，发行人不存在向经销商囤货调解收入的情况，报告期各期退货比例较低，**不存在个人经销商的情况**；报告期内，发行人及其实际控制人、股东、董监高、关键岗位人员不存在与经销商及其终端客户存在关联关系、其他利益安排、非经营性资金往来、其他特殊关系或业务合作的情况。

（3）报告期内，发行人线上销售模式除与京东世纪为经销外均为直销，发行人未与线上销售客户签订寄售合同；线上销售收入由境内外大型电商平台收集及保存，相关网络环境内控良好；不同销售渠道销售金额及毛利率受境内外竞争环境、销售策略等因素影响存在一定差异，具有合理性，不同电商平台、不同时点发货时间、签收时间受全球公共卫生事件及促销活动等因素影响存在一定差异，具有合理性；发行人不存在通过电商平台刷单、刷评的情形；报告期内，发行人线上直销模式均为自主运营，不存在第三方运营的情况。

（4）报告期内，发行人不同业务模式下收入确认的时点、过程及外部证据、结算过程与日常业务经营相符，收入确认与可比公司不存在较大差异；**不存在收入确认的会计差错更正**。

（5）报告期内，发行人不存在因产品质量引起的政府部门投诉、诉讼纠纷、行政处罚；报告期内发行人实际退、换货金额与预估金额不存在较大差异。发行人退货及换货的具体会计处理符合会计准则的要求及发行人退换货政策，不存在通过退换货跨期调节收入的情形。

（二）按照《适用指引第1号》1-20的要求对境外销售进行充分核查，说明对境外销售收入的核查方法、过程和结论，有关核查程序是否有效、核查证据是否充分

1、境外销售业务的开展情况，包括但不限于主要进口国和地区情况，主要客户情况、与发行人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、信用政策等

（1）核查程序

申报会计师执行的核查程序如下：

1) 获取发行人销售收入明细表，按照销售区域和销售规模统计发行人报告期各期境外销售情况，了解发行人主要境外销售区域；

2) 访谈发行人销售负责人，了解发行人境外销售业务开展情况，包括境外销售模式、主要销售区域、主要客户情况、客户性质及相关订单获取方式、合同签订方式及周期、定价原则、主要信用政策、结算方式等。

(2) 核查结论

经核查，申报会计师认为，发行人境外业务开展情况正常，相关业务真实、准确，具有商业合理性。

2、发行人在销售所涉国家和地区是否依法取得从事相关业务所必须的法律法规规定的资质、许可，报告期内是否存在被境外销售所涉及国家和地区处罚或者立案调查的情形

(1) 核查程序

申报会计师执行的核查程序如下：

1) 获取第三方律师事务所针对发行人境外子公司出具的法律意见书；

2) 获取发行人进出口业务资质文件以及发行人取得的境外产品认证文件；

3) 查阅发行人营业外支出明细，核实是否存在缴纳罚款的情形；

4) 访谈发行人董事会秘书，确认报告期内是否存在被处罚或立案调查的情形；

5) 对主要境外客户进行访谈，通过访谈了解客户与发行人交易背景和交易情况，发行人的产品是否符合销售地的法律法规规定、行业监管要求等。

(2) 核查结论

经核查，申报会计师认为，发行人已取得出口产品的必要资质，并已取得必要的产品认证文件，报告期内不存在被境外国家或地区处罚或者立案调查的

情形。

3、相关业务模式下的结算方式、跨境资金流动情况、结换汇情况，是否符合国家外汇及税务等相关法律法规的规定

(1) 核查程序

申报会计师执行的核查程序如下：

1) 访谈财务总监，了解发行人与境外客户的结算方式、跨境资金流动情况、结换汇情况，是否符合国家外汇及税务等相关法律法规的规定；

2) 通过中国海关企业进出口信用信息公示平台等公开信息平台（<http://credit.customs.gov.cn/ccppwebserver/pages/ccpp/html/detail.html>）进行网络核查，核实发行人进出口活动是否符合海关相关法律法规的规定，是否存在违法违规行为；

3) 获取发行人有关主体的信用报告、税务部门出具的合规证明或第三方律师事务所出具的法律意见书，核查发行人是否存在被税务部门处罚的情况；

4) 获取有关主体的信用报告、中国人民银行出具的合规证明、第三方律师事务所出具的法律意见书或登陆国家外汇管理局查询发行人是否存在被外汇管理部门处罚的情况。

(2) 核查结论

经核查，申报会计师认为，发行人境外销售主要采用电汇方式结算，发行人根据日常经营需要并结合汇率变动情况进行结换汇，相关结算方式、跨境资金流动、结换汇情况，符合国家外汇及税务等相关法律法规的规定，报告期内，发行人不存在因外汇、税务等方面违法违规而受到行政处罚的情况。

4、报告期境外销售收入与海关报关数据是否存在较大差异及差异原因是否真实合理

(1) 核查程序

申报会计师获取了发行人海关电子口岸数据，与发行人境外销售数据进行核对，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
境外销售收入（A）	261.22	55,715.67	127,976.13	65,690.52
海关电子口岸数据（B）	261.10	59,021.42	126,485.01	63,425.08
差异（A-B）	0.12	-3,305.75	1,491.11	2,265.45
差异率	0.05%	-5.93%	1.17%	3.45%
收入剔除亚马逊收入（C）	261.22	52,784.92	116,813.82	60,051.00
海关数据剔除亚马逊报关数据（D）	261.10	56,538.95	118,742.22	59,455.92
营业收入加回返利（E）	261.22	56,724.34	119,076.03	60,560.95
调整后差异（F=D-E）	-0.12	-185.39	-333.80	-1,105.04
调整后差异率（G=F/E）	-0.05%	-0.33%	-0.28%	-1.82%

注：2022 年度-2024 年度，境外销售收入为北京鑫全盛销售收入；2025 年 1-6 月，境外销售收入为母公司境外销售收入。

报告期各期，发行人外销收入和海关数据存在差异主要原因为：①收入确认时点和报关时间存在差异；②亚马逊出口报关按发行人预计价格报关出口，亚马逊确认收入以平台零售价为基础计量；③发行人对境外客户存在销售返利的情形，在确认返利时冲减账面销售收入，海关电子口岸数据不会进行调整；④海关数据显示的人民币离岸价为结关时点的离岸价，账面数据为根据月初汇率计算的人民币离岸价，选用的汇率存在差异。

（2）核查结论

经核查，申报会计师认为，报告期内发行人外销收入与海关报关数据不存在较大差异，外销收入与海关报关数据存在差异具有合理性。

5、出口退税等税收优惠的具体情况

（1）核查程序

申报会计师执行的核查程序如下：

1) 获取发行人报告期内出口退税汇总申报表及出口退税明细账，测算并核

查发行人销售收入与出口退税的匹配性，出口退税测算情况如下：

单位：万元

项目	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
不含税采购成本	152.59	40,798.08	88,267.86	47,229.92
退税率	13.00%	13.00%	13.00%	13.00%
测算应退税金额	19.84	5,303.75	11,474.82	6,139.89
收到的出口退税金额	1.75	5,420.98	11,558.80	6,070.95
其中：2022 年度收到	-	-	-	3,200.53
2023 年度收到	-	-	7,557.24	1,688.54
2024 年度收到	-	5,419.84	3,993.13	1,175.79
2025 年 1-6 月收到	1.75	1.14	8.43	6.09
差异=（测算应退-实际退税）	18.09	-117.23	-83.98	68.94
差异率=差异/测算应退税金额	91.18%	-2.21%	-0.73%	1.12%

注：报告期内，存在极少产品出口退税率为 6%、10%，测算时统一使用 13%退税率进行测算。

公司产品出口由**母公司和北京鑫全盛**完成。**母公司和北京鑫全盛**不从事生产活动，主要向深圳鑫全盛、惠州鑫全盛采购货物并进行境外销售。**母公司和北京鑫全盛**出口货物适用《出口货物退（免）税管理办法（试行）》（国税发[2005]51 号），出口货物免征增值税、相应的进项税额予以退还。报告期各期，公司收到的出口退税金额与测算数据差异分别为 1.12%、-0.73%、-2.21%和 91.18%，测算金额与公司实际收到退税金额存在差异原因为：

①时间差异。申请退税和出口退税款发放存在一定的滞后性，出口退税款尚有部分款项未收到。

②北京鑫全盛向惠州鑫全盛、深圳鑫全盛采购的用于研发的材料及为客户开发模具并不实际报关对外销售，故惠州鑫全盛、深圳鑫全盛向北京鑫全盛开具增值税普通发票。

2）查询发行人适用的出口退税政策，了解发行人出口退税等税收优惠的具体情况。

（2）核查结论

经核查，申报会计师认为，发行人出口退税符合相关税收规定，发行人收到的出口退税金额与测算金额存在差异具有合理性。

6、进口国和地区的有关进口政策、汇率变动等贸易环境对发行人持续经营能力的影响

(1) 核查程序

申报会计师查询了中美贸易政策及其他进口国和地区有关进口政策、俄语区政治环境变动情况、报告期内汇率变动情况等相关信息，分析进口国和地区有关进口政策、俄语区政治环境变化及汇率波动对发行人的影响。

(2) 核查结论

经核查，申报会计师认为，2024年6月北京鑫全盛被美国纳入SDN清单，其对外交易及外汇结算等方面受到一定限制，公司正通过加大研发、开发销售渠道等方式积极恢复业务。发行人已在招股说明书中对境外销售业务可能存在的风险进行充分披露。

7、主要境外客户与发行人及其关联方是否存在关联方关系及资金往来

(1) 核查程序

申报会计师执行的核查程序如下：

1) 通过“中国出口信用保险公司”查询主要境外客户的海外资信报告，对客户注册地址、注册资本、经营范围、股权结构和设立时间等信息进行核查，了解其与发行人及控股股东、实际控制人、董监高之间是否存在关联关系；

2) 访谈主要境外客户，了解主要境外客户与发行人是否存在关联关系以及与发行人及其关联方是否存在异常往来；

3) 获取发行人、董事、监事、高级管理人员及重要人员流水，核查是否与境外客户存在异常资金往来的情况。

(2) 核查结论

经核查，申报会计师认为，发行人主要境外客户与发行人及其关联方不存在关联关系及异常资金往来。

8、境外销售收入的真实性、准确性、完整性

（1）核查程序

申报会计师执行的核查程序如下：

1) 查阅发行人内部控制制度，对发行人外销收入确认的相关内部控制设计和运行进行了解、评价，测试关键内部控制流程运行的有效性；取得发行人报告期内的境外销售明细，核查境外销售的出口地、产品种类、销量、单价和金额；取得并核查主要客户的合同/订单、出库单、报关单、提单、银行流水等资料，执行穿行测试、细节测试、截止性测试等核查程序，确认营业收入的真实性、准确性和完整性。细节测试核查比例如下：

单位：万元

项目	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
细节测试金额-境外销售	323.86	49,869.49	110,922.13	56,408.01
细节测试金额占境外收入比例	-	82.08%	85.37%	84.71%

注：2025 年 1-6 月，受境外客诉、退货等因素影响，境外销售收入为-150.03 万元。

2) 对发行人主要境外客户进行函证，函证内容包括各年度交易发生额、各期末应收账款余额、预收账款余额、返利金额等，确认与客户的交易情况，核查收入金额的准确性，具体回函情况如下：

单位：万元

项目	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年
境外发函金额	0.06	30,091.99	91,033.94	45,539.41
境外销售收入	-150.03	60,753.81	129,934.94	66,586.99
发函比例	-	49.53%	70.06%	68.39%
境外回函金额	114.63	27,122.93	78,658.98	37,197.25
回函比例	-	44.64%	60.54%	55.86%

2024 年度境外发函比例较低，主要系受制裁影响，部分海外客户不接受函证。

3) 对报告期主要境外客户进行访谈，通过访谈了解客户基本信息、与发行人交易背景和交易情况，发行人的产品是否符合销售地的法律法规规定、行业监管要求、客户采购周期和期末库存情况等，同时观察客户的生产经营场所，查看库存情况，核查客户是否真实存在、销售业务是否具备真实交易背景及产品采购后的耗用、使用及库存情况等。2025 年 1-6 月，受境外客诉、退货等因素影响，境外销售收入为-150.03 万元；2022 年-2024 年境外客户访谈情况如下：

单位：万元

项目	2024 年度	2023 年度	2022 年度
访谈境外收入金额	33,192.12	78,056.53	38,615.17
境外收入金额	60,753.81	129,934.94	66,586.99
境外访谈比例	54.63%	60.07%	57.99%
亚马逊	4,855.40	11,158.58	5,639.53
境外收入（去掉亚马逊）	55,898.41	118,776.36	60,947.46
境外访谈收入占境外收入（去掉亚马逊）比例	59.38%	65.72%	63.36%

4) 选取了主要境外经销客户进行穿透核查，主要核查方式包括：①实地走访或视频访谈主要经销商，对于配合的经销商，查看经销商仓库关于发行人产品库存情况，选取部分型号产品进行抽盘；②获取主要经销商期末库存，了解其实现对外销售情况；③查看经销商或其下游客户的销售门店，了解发行人产品摆放及销售情况；④获取经销商向终端客户销售小票；⑤检索经销商或其下游客户的网络销售网址，核查发行人产品销售情况、排名、受欢迎程度等情况；⑥获取一级经销商向二级经销商销售单据；⑦抽查经销商销售报告。受客户的销售模式（线上或者线下、直接对外销售或者销售给其下游经销商）及配合程度不同等因素影响，申报会计师对主要经销商选取了上述两种或两种以上方式进行穿透核查；

5) 报告期各期末，应收账款期后（截至 2025 年 8 月 31 日）回款比例分别为 99.93%、99.90%、59.02%和 40.36%，2022 年末、2023 年末，公司应收账款的期后回款比例均较高，2024 年末、2025 年 6 月末，公司应收账款期后回款比例较低，主要系子公司北京鑫全盛被 OFAC 列入 SDN 清单，公司收取境外客

户回款受限所致。

（2）核查结论

经核查，申报会计师认为，发行人境外销售收入真实、准确、完整。

9、收入确认是否符合企业会计准则规定

（1）核查程序

申报会计师获取并核查主要客户的合同或订单，识别与商品所有权的风险和报酬转移相关的合同条款；评估发行人境外收入确认会计政策是否符合企业会计准则的规定；比较同行业可比公司的收入确认政策，对比其销售收入确认政策与发行人是否存在重大差异。

（2）核查结论

经核查，申报会计师认为，发行人收入确认政策符合企业会计准则的规定，并与同行公司基本一致。

综上所述，申报会计师认为，发行人境外销售业务合法合规，境外销售收入具备真实性、准确性、完整性，收入确认符合企业会计准则规定，境外销售业务具有持续性，对发行人持续经营能力不构成重大不利影响。发行人已在招股说明书中对境外销售业务可能存在的风险进行充分披露。

（三）按照《适用指引第 1 号》1-23 的要求对经销业务进行充分核查，并对报告期内经销模式下收入的真实准确性发表明确意见，说明对经销商样本的选取标准，是否充分考虑了经销商类别、层级、数量、规模、区域分布、典型特征、异常变动（如新增或变化较大）等具体特点；对主要经销商及终端客户的走访情况，核查比例；对主要经销商的函证情况、回函及核查比例，是否存在重大异常；说明对经销商模式下相关产品最终实现销售实施核查的具体情况，包括核查方法、范围、占比、最终实现销售比例等

1、按照《适用指引第 1 号》1-23 的要求对经销业务进行充分核查

（1）采取经销商模式的必要性及经销商具体业务模式，经销商的主体资

格及资信能力

1) 核查程序

申报会计师执行的核查程序如下：

①访谈发行人销售负责人，了解经销模式的必要性及具体业务模式；

②访谈主要经销客户，了解主要经销商客户的基本情况，包括合作历史和背景、成立时间、资信能力、主营业务、行业地位、销售的主要产品类型、销售区域等；

③通过中国出口信用保险公司、企查查，查询主要客户的注册地址、注册资本、经营范围、股权结构和设立时间等信息，核查其主体资格及资信能力。

2) 核查结论

经核查，申报会计师认为，发行人采取经销商模式具有必要性、合理性，经销商具体业务模式符合发行人经营需要，经销商具备开展业务的主体资格和资信能力。

(2) 发行人报告期内经销商模式下的收入确认原则、费用承担原则及给经销商的补贴或返利情况，经销商模式下收入确认是否符合企业会计准则的规定

1) 核查程序

申报会计师执行的核查程序如下：

①了解发行人经销模式下收入确认政策并分析、评估其合理性，获取并核查主要客户的合同或订单，识别与商品所有权上的风险和报酬转移相关的合同条款；比较同行业可比公司的收入确认政策，对比其销售收入确认政策与发行人是否存在重大差异；

②获取发行人报告期内与主要经销商签订的产品经销协议、补充协议等，了解发行人对经销商的日常管理、定价机制、收入确认原则、费用承担原则、

退换货机制等，是否存在返利或补贴等情况，了解发行人与不同客户的合同条款是否存在重大差异；分析费用及返利的会计处理是否符合企业会计准则的规定。

2) 核查结论

经核查，申报会计师认为，经销收入确认原则、费用及返利的会计处理符合企业会计准则的规定。

(3) 发行人经销商销售模式、占比等情况与同行业可比公众公司是否存在显著差异及原因

1) 核查程序

申报会计师执行的核查程序如下：

①获取发行人收入明细表，核查报告期各期发行人向经销商销售金额及占比情况；

②查阅同行业可比公司年度报告等公开资料，了解其主营业务、主要产品、客户情况、下游行业情况等，了解其报告期内主要销售模式、结算模式及对应产生的收入情况，分析与发行人是否存在重大差异；

③访谈发行人管理层，了解公司采用经销模式的原因、必要性及合理性，经销模式是否与同行业公司一致、是否与行业惯例一致。

2) 核查结论

经核查，申报会计师认为，可比公司超频三、美商海盗船、曜越科技均采用经销为主的销售模式，发行人销售模式与同行业可比公司销售模式具有一致性，发行人采用以经销为主的销售模式具备合理性。

(4) 经销商管理相关内控是否健全并有效执行

1) 核查程序

申报会计师执行的核查程序如下：

①获取发行人销售内部控制制度、经销商管理制度等，了解发行人对于经销商相关的内部控制制度设置，包括但不限于经销商体系新进与退出、经销商日常管理、销售定价、信用政策、返利、退换货等相关内控制度；

②访谈发行人管理层，了解经销业务相关内控制度是否得到有效执行性。

2) 核查结论

经核查，申报会计师认为，发行人与经销业务相关内控制度健全，并得到有效执行。

(5) 经销商是否与发行人存在关联关系

1) 核查程序

申报会计师执行的核查程序如下：

①通过中国出口信用保险公司、企查查，查询经销商的注册地址、注册资本、经营范围、股权结构和设立时间等信息，了解其与发行人及控股股东、实际控制人、董监高之间是否存在关联关系；

②访谈主要经销商客户，了解主要经销商与发行人是否存在关联关系；

③获取董监高及关键人员调查表，核查经销商与发行人是否存在关联关系。

2) 核查结论

经核查，申报会计师认为，发行人与经销商不存在关联关系。

(6) 对经销商的信用政策是否合理

1) 核查程序

申报会计师执行的核查程序如下：

①对主要经销商进行访谈，对发行人财务总监、销售负责人进行访谈，了解发行人对经销商的信用政策；

②获取并核查了发行人经销商销售台账和回款情况，核实销售回款与信用

政策是否匹配。

2) 核查结论

经核查，申报会计师认为，发行人对经销商的信用政策合理。

(7) 结合经销商模式检查经销商与发行人的交易记录及银行流水记录

1) 核查程序

申报会计师获取了报告期内经销商与发行人之间的销售收入明细账、发行人报告期内的银行账户开立清单及所有账户（包括已注销账户）的银行流水，核查发行人与经销商是否存在异常资金往来的情况。

2) 核查结论

经核查，申报会计师认为，发行人与经销商的流水与销售规模相匹配，发行人与经销商不存在异常资金往来。

(8) 经销商的存货进销存情况、退换货情况及主要客户情况，经销商所购产品是否实现终端客户销售

1) 核查程序

申报会计师执行的核查程序如下：

①通过函证、访谈、获取库存报告等方式对经销商期末库存进行核查，获取期末库存的经销商各期收入及占比情况如下：

单位：万元

项目	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
获取经销商期末库存的经销收入	30,000.43	63,807.04	86,580.38	45,163.74
经销收入	46,651.50	101,089.34	115,650.71	61,490.89
获取期末库存占比	64.31%	63.12%	74.86%	73.45%

获取期末库存的经销商期末库存情况如下：

单位：万元

项目	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
期末库存金额	14,587.91	13,282.09	18,063.32	13,507.80

获取经销商期末库存的经销收入	30,000.43	63,807.04	86,580.38	45,163.74
占比	24.31%	20.82%	20.86%	29.91%

注：部分经销商仅提供期末库存数量，未提供期末库存余额，根据客户当期平均采购单价计算期末库存余额。**2025 年 1-6 月，期末库存金额占获取经销商期末库存的经销收入比例已年化计算。**

报告期各期末，经销商期末库存余额较高主要受客户 B 影响，客户 B 主要通过自营线下零售商店及线上平台进行销售，其拥有 2500 多家线下门店、地域分布较广、铺货周期较长，总体备货量较大，因此库存比例相对较高。

对比报告期各期末发行人主要经销商客户的库存数据与发行人年度销售数量，发行人主要经销商客户的期末库存占发行人年度销量的比例均在合理范围内，客户库存数量具备合理性，客户向下游销售产品的情况良好，不存在经销商压货的情况。

②取得并核查报告期内发行人退换货明细表，了解报告期内经销商退换货情况，计算各期退换货的销售收入占比、了解退换货产生的原因，核实报告期内退换货会计处理是否符合会计准则规定；

③对主要经销商进行穿透核查，主要核查方式包括：A、实地走访或视频访谈主要经销商，对于配合的经销商，查看经销商仓库关于发行人产品库存情况，选取部分型号产品进行抽盘；B、获取主要经销商期末库存，了解其实现对外销售情况；C、查看经销商或其下游客户的销售门店，了解发行人产品摆放及销售情况；D、获取经销商向终端客户销售小票；E、检索经销商或其下游客户的网络销售网址，核查发行人产品销售情况、排名、受欢迎程度等情况；F、获取一级经销商向二级经销商销售单据；G、抽查经销商销售报告；H、登陆京东世纪供应链系统，查看京东世纪对外销售情况。受客户的销售模式（线上或者线下、直接对外销售或者销售给其下游经销商）及配合程度不同等因素影响，申报会计师对主要经销商选取了上述两种或两种以上方式进行穿透核查，穿透核查经销商销售收入占经销收入比例分别为 73.41%、71.08%和 **77.99%和 91.11%**。

2) 核查结论

经核查，申报会计师认为，报告期内发行人主要经销商期末库存情况与其销售规模相符，不存在经销商期末大量囤货虚增收入的情形；报告期各期，经销商退换货均具有真实的业务背景，原因合理，不存在期末集中确认收入、期初大额退货的情形，退换货会计处理符合企业会计准则规定。

2、说明对经销商样本的选取标准，是否充分考虑了经销商类别、层级、数量、规模、区域分布、典型特征、异常变动（如新增或变化较大）等具体特点；对主要经销商及终端客户的走访情况，核查比例；对主要经销商的函证情况、回函及核查比例，是否存在重大异常

（1）访谈程序

申报会计师通过访谈了解客户基本信息、与公司交易背景、交易情况、客户自身业务规模、采购发行人产品对外销售情况、是否存在特殊销售模式、折扣、返利、与发行人是否存在关联关系等，申报会计师已完成境内 29 家经销商、境外 31 家经销商的访谈工作，在经销商访谈样本的选取中，申报会计师综合考虑了经销商类别、数量、规模、区域分布等特征，最终完成访谈工作。

1）经销商类别覆盖情况

发行人经销商主要从事分销、零售以及装机业务，由于部分客户其本身业务规模较大，经营业务种类较多，可能同时经营分销、零售以及装机业务中的一种或多种业务，对于存在装机业务的客户如果同时存在分销或零售业务，申报会计师将其归类为经销商。申报会计师选取的经销商访谈样本涵盖了经销商、渠道商、装机商等多种不同类型业务的客户，比如北京京东世纪贸易有限公司为零售商，印度 ACR、韩国 BIGS 为渠道商，客户 B 既有零售业务也有装机业务。

2）样本层级覆盖情况

经销商访谈样本选取均为一级经销商，原因为发行人对经销商客户的销售为买断式销售，经销商购买发行人产品后再向下游客户销售的环节属于经销商自主决策的范畴，发行人不做限制。发行人经销商管理体系内无二级经销商。

3) 样本收入规模情况

申报会计师选取经销商访谈样本对应的收入占经销收入比例情况如下。

单位：万元

项目	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
访谈经销商收入金额	43,931.79	81,035.12	84,610.94	46,341.61
经销收入金额	46,651.50	101,089.34	115,650.71	61,490.89
占比	94.17%	79.43%	73.16%	75.36%

4) 样本选择区域覆盖

申报会计师选取的经销商访谈样本中的经销商涉及中国、俄罗斯、澳大利亚、加拿大、印度、韩国、巴西、泰国、迪拜、菲律宾、玻利维亚等国家或地区，申报会计师选取的样本区域分布可以充分了解发行人产品在世界各地的销售特征。

5) 收入变动较大样本选取情况

报告期各期，发行人经销商客户基本保持稳定，无异常变动情况，申报会计师选取了收入增长较快或下降幅度较大的客户作为访谈样本。申报会计师选取了收入增长幅度较大的客户如印度 ACR、客户 B 进行了访谈，并且选取了收入下降幅度较大的客户如客户 AB 进行了访谈，**选取了大额新增经销商客户 AZ、客户 BC、客户 BD、客户 BB、客户 BA 进行访谈。**

(2) 函证程序

申报会计师对主要客户进行函证，抽样方式为非统计抽样，具体步骤如下：

1) 确定重大客户、性质特殊的客户样本，对这部分客户的抽取比例为 100%；重大的客户是指发生额或期末余额超过可容忍错报的，性质特殊的客户是指本期新增的、交易额异常变化的客户。

2) 非重大、非性质特殊的客户样本。根据非重大、非性质特殊的客户收入金额和应收账款规模，随机抽取一部分作为函证客户样本，满足样本数量要求。

3) 计算抽取的客户样本量对应的应收或预收合计余额、交易额总额分别占

本期财务报表应收或预收账款的期末余额、营业收入的比例，复核抽样比例是否达到标准。

报告期各期，申报会计师函证具体情况如下：

单位：万元

项目	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
经销收入	46,651.50	101,089.34	115,650.71	61,490.89
发函金额	44,936.61	76,234.04	92,172.39	48,169.16
发函比例	96.32%	75.41%	79.70%	78.34%
回函金额	45,051.18	73,739.46	83,966.17	43,150.28
回函比例	96.57%	72.94%	72.60%	70.17%

注：2025 年 1-6 月，回函金额高于发函金额，主要系部分退货导致收入为负数的客户未回函所致。

报告期各期，经销客户回函比例分别为 70.17%、72.60%、**72.94%**和 **96.57%**，针对未回函客户均履行了替代程序。针对回函地址与发函地址不一致的情况，申报会计师通过电话沟通、客户确认或公开信息检索等方式进行核查，回函不存在重大异常情况。

3、说明对经销商模式下相关产品最终实现销售实施核查的具体情况，包括核查方法、范围、占比、最终实现销售比例等

经销商期末库存情况、穿透核查情况、经销商客户访谈情况详见本审核问询函回复之“问题 4”之“六”之“（三）”之“1、按照《适用指引第 1 号》1-23 的要求对经销业务进行充分核查”。

综上所述，申报会计师认为，发行人经销收入真实、准确。

（四）说明对发行人收入截止性测试的核查情况，对收入确认时点准确性、收入确认政策合理性等进行核查，并发表明确意见

1、核查程序

申报会计师执行的核查程序如下：

（1）对各资产负债表日前后销售及发货情况进行分析，关注是否存在异常

销售情况；

（2）核查各资产负债表日前后一个月 80%的销售合同、签收单或提货单及会计记账凭证，关注收入确认是否与会计政策一致，检查收入是否存在跨期确认的情况；

（3）检查各资产负债表日发出商品的期后签收时点、提单时点，核查收入是否存在跨期确认的情况；

（4）核查各资产负债表日后销售退回记录，分析是否存在资产负债表日后大额退回的情况。

2、核查结论

经核查，申报会计师认为，报告期内发行人收入确认时点准确、收入确认政策具有合理性。

（五）说明对发行人报告期内线上销售的核查方法、核查范围、核查比例及核查结论，是否存在刷单或类似情形，是否实际发货、发货地址与客户下单地址是否匹配、客户与付款方是否匹配，对第三方平台数据的核查方式和结论

1、核查程序

申报会计师执行的核查程序如下：

（1）访谈发行人管理层，了解公司线上销售模式、业务流程、收入确认方式和核算方法等具体内容；

（2）获取发行人与不同线上平台的协议，了解销售内容、销售价格及定价依据、验收、退换货条款等，核查相关约定是否符合行业惯例；

（3）获取电商平台服务费明细，分析电商平台服务费变动原因；

（4）获取线上销售退货明细，分析报告期内退货比例变动原因；

（5）对线上销售的销售订单执行穿行测试，了解电商平台的运作和数据传导方式，判断发行人对线上收入的账务处理是否合理，收入确认的内部控制是

否严格按照电商平台系统数据执行；

（6）从线上电商平台系统导出销售清单，对比分析电商平台数据与财务数据存在差异的原因，核查平台收入占自营平台收入比例为 100.00%；

（7）会同 IT 审计团队执行 IT 专项核查程序，对公司订单收入对应的业务数据执行了大数据分析，主要针对线上淘宝店数据、线上亚马逊店数据进行分析，分析维度包括客户消费行为分析、成交金额变动分析以及退款分析，以验证公司是否存在虚增订单和客户以增加收入的情况；

（8）了解公司是否存在因违反电商平台防范刷单规则而受处罚的情况；

（9）核查公司控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员、关键岗位人员的个人银行流水，核查是否存在体外资金循环用于刷单的情况。

2、核查结论

经核查，申报会计师认为：

（1）发行人与电商平台的相关约定符合行业惯例；

（2）报告期各期，电商平台服务费与销售收入基本匹配，电商平台服务费变动具有合理性；

（3）发行人通过线上平台销售的商品，在客户签收时实现了控制权转移，客户在购买发行人产品后可以行使退货权，发行人根据销售产品的历史经验和数据，按照期望值法确定预计销售退回的金额，并抵减销售收入，发行人收入确认符合《企业会计准则》规定；

（4）报告期内，发行人不存在因刷单、刷评受到电商平台处罚的情况；

（5）发行人线上销售收入具有真实性，不存在刷单虚增收入的情形。

（六）说明是否对发行人通过互联网开展业务的信息系统可靠性进行专项核查，如有，说明相关核查的具体情况 & 结论

1、核查程序

发行人存在通过天猫、亚马逊平台（以下简称“第三方平台”）等平台开展业务的情况，发行人并未建设自有信息系统与第三方平台实现销售订单自动同步，有关收入确认及财务入账需在财务系统中单独完成。为评估发行人业务流程中有关信息系统控制执行情况，以及线上销售数据的真实性和完整性，申报会计师会同容诚会计师事务所（特殊普通合伙）IT 审计团队执行了以下核查程序：

（1）对发行人信息系统一般控制设计及运行情况进行测试，具体包括信息技术内部控制环境管理、程序和数据的访问控制、计算机运行管理、程序变更及开发等；

（2）针对支撑发行人关键业务流程的信息系统应用控制的设计和运行进行有效性测试，如：销售流程穿行测试、采购流程穿行测试、存货计价测试、成本测算及权限控制等，评估运营数据记录和传输的完整性和准确性；

（3）对发行人线上淘宝店铺和亚马逊店铺申报期内的订单数据进行多维度分析，评估客户的真实性，销售订单的真实性、准确性和完整性，具体包括：

1）对客户消费行为进行多维度分析，评估销售数据的完整性和准确性，包括：成交总额 TOP10 客户的集中程度、客户复购频次情况、客户下单时间分析；

2）对销售金额的组成和变化进行多维度交叉分析，评估金额的真实性与变动合理性，包括：订单销售金额分层分析、月度成交金额以及平均单价的分析、按日交易额分析、SKU 销售情况分析；

3）对退货情况进行分析，评估其金额变动合理性。

2、核查结论

经核查，申报会计师认为，发行人信息系统能够支持其业务的正常运行，可以确保其数据记录的完整性与准确性，相关内部控制的设计合理、执行有效。

问题 5. 业绩大幅波动的原因及未来增长可持续性

根据申请文件，报告期内，发行人主营业务收入分别为 82,572.03 万元、79,458.53 万元、82,706.25 万元及 74,322.43 万元，主营业务收入变动主要受汇率变动、竞争环境、新产品推出、俄语区贸易摩擦等因素影响；对应期间发行人归属于母公司所有者的净利润（扣除非经常性损益前后孰低）分别为 9,570.93 万元、5,412.34 万元、3,670.62 万元和 13,834.77 万元。发行人 2023 年 1-9 月经审阅的营业收入为 114,138.54 万元，较去年同期增长 98.16%，归母净利润为 22,231.97 万元，较去年同期增长 717.79%。

请发行人：（1）结合发行人订单获取情况、各类产品产能、产量、销量变化情况及下游主要客户需求变化等，量化分析说明报告期内各类细分产品销售收入变动的原因及合理性；结合公司产品构成、定价、销量、成本、费用等量化分析 2020 年至 2022 年收入基本稳定但归母净利润大幅下降的原因；结合当地的政局及经济稳定性、竞争情况及需求情况，说明俄语区业绩大幅增长的合理性及可持续性；结合公司的产品更迭、渠道开拓、竞争优势等说明亚洲区、美洲区、欧洲区、澳洲区等境外市场均在 2023 年上半年业绩增长的原因，收入的增长趋势是否可持续。（2）结合内外销产品结构、客户、销售价格、毛利率等的差异说明内外销收入变动趋势不一致的合理性；说明营业收入、净利润等变动趋势与同行业可比公司的比较情况，分析差异及原因。（3）说明主要客户销售情况变动（新增、退出、销售额变动）的原因及合理性，说明主要客户业务类型及经营情况与其采购情况的匹配性，不同客户毛利率是否存在较大差异；说明报告期内对主要客户的信用期，是否存在通过延长信用期以增加销售收入的情况。（4）量化分析 2023 年 1-9 月业绩大幅增长的合理性，结合目前在手订单情况（包括合同对手方、合同内容、金额、期限、目前进展情况）、下游行业发展趋势、新老客户合作情况、重要合同签订及执行情况、主要产品复购率等，说明发行人收入增长是否具备可持续性，2023 年全年业绩预测情况，是否存在业绩下滑的风险，如是，请充分揭示风险并作重大事项提示。

请保荐机构、申报会计师：（1）核查上述事项并发表明确意见。（2）区

分境内外分别说明对收入实施的具体函证、访谈、截止性测试、细节测试、期后回款情况，说明具体核查程序、核查过程和核查结论。（3）区分境内外分别说明对收入确认合规性、收入确认依据、是否存在跨期收入等采取的核查方法、核查比例、核查证据、核查充分性与核查结论。

【回复】

一、结合发行人订单获取情况、各类产品产能、产量、销量变化情况及下游主要客户需求变化等，量化分析说明报告期内各类细分产品销售收入变动的原因及合理性；结合公司产品构成、定价、销量、成本、费用等量化分析 2020 年至 2022 年收入基本稳定但归母净利润大幅下降的原因；结合当地的政局及经济稳定性、竞争情况及需求情况，说明俄语区业绩大幅增长的合理性及可持续性；结合公司的产品更迭、渠道开拓、竞争优势等说明亚洲区、美洲区、欧洲区、澳洲区等境外市场均在 2023 年上半年业绩增长的原因，收入的增长趋势是否可持续

（一）结合发行人订单获取情况、各类产品产能、产量、销量变化情况及下游主要客户需求变化等，量化分析说明报告期内各类细分产品销售收入变动的原因及合理性

公司主要产品为散热器、机箱、电源等，报告期内各类细分产品销售收入变化情况如下表所示：

单位：万元

项目	2025 年 1-6 月	2024 年度		2023 年度		2022 年度
	金额	金额	变动率	金额	变动率	金额
散热器	25,726.06	63,152.21	-25.52%	84,796.10	64.06%	51,687.07
机箱	6,985.61	14,522.40	-39.86%	24,149.61	58.03%	15,281.87
电源	17,314.80	37,383.27	10.39%	33,863.55	144.20%	13,867.17

报告期内，公司主要产品散热器、机箱、电源销售收入变动的原因及合理性分析如下：

1、散热器

(1) 订单获取情况

单位：万元

项目	2025 年 1-6 月	2024 年度		2023 年度		2022 年度
	金额	金额	变动率	金额	变动率	金额
销售收入	25,726.06	63,152.21	-25.52%	84,796.10	64.06%	51,687.07
订单金额	25,486.74	66,163.60	-25.33%	88,606.67	46.75%	60,380.79

公司散热器产品主要包括 CPU 热管散热器、CPU 水冷散热器、工业散热器等类别。报告期内，散热器品类销售收入分别为 51,687.07 万元、84,796.10 万元、**63,152.21 万元和 25,726.06 万元**。2023 年度该品类收入实现同比大幅增长，2023 年度随新品逐渐被市场认可，订单获取金额显著提升；**2024 年度及 2025 年 1-6 月**公司签署散热器订单金额和销售收入均同比下降。公司报告期内订单获取金额与销售收入的变动趋势基本保持一致。

(2) 产能、产量、销量变化情况

报告期内，公司散热器产品中主要品类的产能、产量、销量变化情况如下表所示：

单位：万件

CPU 热管散热器				
项目	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
产能	224.64	449.28	449.28	399.36
产量	90.26	274.93	335.27	261.87
销量	116.78	270.03	331.88	242.20
产能利用率	40.18%	61.19%	74.62%	65.57%
产销率	129.38%	98.22%	98.99%	92.49%
CPU 水冷散热器				
项目	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
产能	62.40	124.80	114.40	70.20
产量	19.39	59.79	82.69	45.43
销量	24.06	56.43	76.86	43.49
产能利用率	31.07%	47.91%	72.28%	64.71%
产销率	124.11%	94.38%	92.95%	95.74%
工业散热器				

项目	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
产能	48.36	96.72	96.72	96.72
产量	11.79	48.92	47.90	66.57
外采数量	1.74	7.98	5.56	4.80
销量	16.33	56.77	54.55	69.96
产能利用率	24.38%	50.58%	49.52%	68.83%
产销率	120.71%	99.77%	102.06%	98.02%

注：产能利用率计算公式为：产能利用率=产量/产能，产销率计算公式为：产销率=销量/（产量+外采数量）

报告期内，公司散热器产品的产量、销量变动趋势与该品类的收入金额变动趋势相一致，产销率总体处于较高水平。自 2022 年惠州工厂建成投产以来，惠州工厂产能利用率已逐渐提高。2023 年 CPU 热管散热器产品的产能利用率为 74.62%，CPU 水冷散热器产品的产能利用率为 72.28%，较 2022 年均有所提高，随着公司业务规模的不断扩张及公司品牌知名度和市场占有率的持续提高，2023 年度公司惠州工厂的散热器产能利用率处于较高水平。2024 年度，因公司受制裁影响，CPU 热管散热器及 CPU 水冷散热器的销量同比有所下降，因此对应的产能利用率随之下降。2025 年 1-6 月，公司减少备货水平，产能利用率有所下降；本期低价处理了部分旧型号产品，使得产销率水平有所提高。

（3）下游主要客户需求变化

单位：万元

散热器客户	2025 年 1-6 月	2024 年度		2023 年度		2022 年度
	销售收入	销售收入	变动率	销售收入	变动率	销售收入
客户 BA	7,811.53	2,939.28	/	-	/	-
客户 AZ	4,399.38	7,066.57	/	-	/	-
客户 BC	4,286.28	4,683.80	/	-	/	-
京东世纪	1,358.26	2,550.83	-5.37%	2,695.67	-12.53%	3,081.68
客户 BB	953.12	695.43	/	-	/	-
ABB 集团	871.52	1,983.85	-16.49%	2,375.50	-1.69%	2,416.26
客户 B	-	3,287.85	-70.89%	11,294.54	141.83%	4,670.38
客户 N	-	1,740.85	-38.52%	2,831.56	643.54%	380.82
日本 TW	-3.11	1,503.39	-63.85%	4,158.27	119.28%	1,896.31
韩国 BIGS	-63.86	1,172.55	-60.87%	2,996.79	28.74%	2,327.78

合计	19,613.14	27,624.40	4.83%	26,352.34	78.38%	14,773.22
----	-----------	-----------	-------	-----------	--------	-----------

注：上述客户为报告期各期公司散热器产品前五大客户。

报告期内，公司散热器主要客户基本保持稳定，各期主要客户的散热器需求变动基本与公司散热器类别的销售收入变动趋势相一致。

客户 N 在 2021 年与公司展开初步合作，订单较少，随着合作关系不断加强，其对公司散热器的采购额直到 2023 年度持续增长。

报告期内，京东世纪向公司采购散热器金额有所下降，主要原因为客户本身原因，调整了采购策略。京东世纪向公司采购金额下降的原因主要为境内市场竞争较为激烈且毛利率相对较低，公司将重心转向境外市场，2024 年度京东世纪向公司采购金额相较去年同期基本持平。2025 年 1-6 月京东世纪向公司采购金额同比略有下降，主要原因为公司战略调整，将部分产品销售调整到其他线上渠道。

2022 年公司推出的具有竞争力的新品于 2023 年逐步放量销售，使得客户 B、日本 TW、韩国 BIGS 等客户的需求随之上升，推动公司散热器收入于 2023 年实现大幅增长。

2024 年 6 月，公司子公司北京鑫全盛被纳入 SDN 清单后，公司暂停对外出口，因此 2024 年度境外客户采购额同比有所下降。

2、机箱

（1）订单获取情况

单位：万元

项目	2025 年 1-6 月	2024 年度		2023 年度		2022 年度
	金额	金额	变动率	金额	变动率	金额
销售收入	6,985.61	14,522.40	-39.86%	24,149.61	58.03%	15,281.87
订单金额	6,689.78	13,890.51	-39.13%	22,818.19	23.22%	18,518.07

报告期内，公司销售机箱产品形成的销售收入分别为 15,281.87 万元、24,149.61 万元、14,522.40 万元和 6,985.61 万元。报告期内，机箱产品的销售收入和订单金额呈先上升再下降的趋势，考虑到订单签署与确认销售收入之间

具有一定时间差的因素，订单获取情况与销售收入变动之间的变动趋势在整体上保持一致。**2024 年度及 2025 年 1-6 月**，机箱销售收入同比有所下降，订单金额也随之下降，两者变动趋势继续保持一致。

(2) 产能、产量、销量变化情况

报告期内，公司机箱产品的产能、产量、销量变化情况如下表所示：

单位：万件

项目	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
产能	62.40	124.80	114.40	93.60
产量	20.89	50.08	63.50	41.67
外采数量	7.31	5.57	21.39	21.99
销量	28.84	55.99	84.92	60.58
产能利用率	33.47%	40.12%	55.51%	44.52%
产销率	102.28%	100.61%	100.03%	95.16%

注：产能利用率计算公式为：产能利用率=产量/产能，产销率计算公式为：产销率=销量/（产量+外采数量）

报告期内，公司机箱产品的产量、销量变动趋势与该品类的收入金额变动趋势相一致，公司机箱产品一部分为外采，产销率总体处于较高水平。2023 年产量与收入同步提高，产量变动情况与销售情况相匹配。**2024 年度**，受制裁影响，机箱销量同比下降，产量和外采数量均有不同程度的下降，产销率基本保持不变，产能利用率水平略有下降。2025 年 1-6 月，公司减少备货，产量略有下降，产能利用率随之下降；销量变化幅度同比变动较小，产销率略有上升。

(3) 下游主要客户需求变化

单位：万元

机箱客户	2025 年 1-6 月	2024 年度		2023 年度		2022 年度
	销售收入	销售收入	变动率	销售收入	变动率	销售收入
客户 BA	2,679.76	583.34	/	-	/	-
客户 AZ	1,955.07	2,707.62	/	-	/	-
客户 BC	1,246.22	1,539.38	/	-	/	-
客户 BB	422.29	247.48	/	-	/	-
客户 BD	209.39	290.67	/	-	/	-

客户 B	-	1,107.35	-86.71%	8,334.94	81.97%	4,580.51
客户 A	-	186.37	-74.12%	720.04	35.05%	533.16
美国 NE	-	183.99	-59.20%	450.91	-8.78%	494.33
客户 P	-	-	-100.00%	436.29	26.52%	344.83
日本 TW	-0.43	387.82	-37.88%	624.30	387.24%	128.13
客户 AE	-2.70	297.54	-50.77%	604.44	165.06%	228.04
加拿大 CC	-3.41	698.01	-53.38%	1,497.15	-6.82%	1,606.67
合计	6,506.19	8,229.56	-35.04%	12,668.05	60.04%	7,915.67

注：上述客户为报告期各期公司机箱产品前五大客户。

报告期内，公司机箱品类的主要客户较为稳定。

2022 年度至 2023 年度，境外客户客户 B、日本 TW、客户 A 的需求呈现增加的趋势，另外随着公司的联名款机箱等产品逐渐得到亚洲客户的认可，日本 TW 和客户 AE 成为公司 2023 年机箱品类的主要客户。

2024 年 6 月，公司子公司北京鑫全盛被纳入 SDN 清单后，公司暂停对外出口，因此 2024 年度境外客户采购额同比有所下降。2024 年度，公司与客户 B 交易金额同比下降幅度较大主要受俄罗斯市场竞争激烈，需求下降影响；与客户 A 交易金额同比下降幅度较大主要系该客户机箱销售渠道收窄，需求相应降低。客户 P2024 年停止向公司采购机箱产品，系公司已停止生产相关型号的机箱产品。报告期内，下游主要客户的需求变动趋势与公司该品类的销售收入变化趋势基本一致。

3、电源

（1）订单获取情况

单位：万元

项目	2025 年 1-6 月	2024 年度		2023 年度		2022 年度
	金额	金额	变动率	金额	变动率	金额
销售收入	17,314.80	37,383.27	10.39%	33,863.55	144.20%	13,867.17
订单金额	16,645.29	38,714.05	10.36%	35,080.93	84.54%	19,009.61

报告期内，公司销售电源产品形成的销售收入分别为 13,867.17 万元、33,863.55 万元、37,383.27 万元和 17,314.80 万元。该类别的销售收入及订单

获取金额在 2022 至 2024 年度均呈现上升趋势，订单获取情况与销售收入变动之间的变动趋势在整体上保持一致。2025 年 1-6 月，电源签署订单金额及销售收入均同比下降，在变动趋势上整体保持一致。

(2) 产能、产量、销量变化情况

报告期内，公司未自产电源产品，因此不涉及产能及产量的变化情况。

报告期内，公司电源产品的销量变化情况如下表所示：

单位：万件

项目	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
销量	63.91	155.09	116.93	48.63

报告期内，公司电源销量的变动趋势与电源部分销售收入变动趋势基本一致。

(3) 下游主要客户需求变化

单位：万元

电源客户	2025 年 1-6 月	2024 年度		2023 年度		2022 年度
	销售收入	销售收入	变动率	销售收入	变动率	销售收入
客户 BB	5,232.19	3,589.87	/	-	/	-
客户 BC	3,403.83	8,701.10	/	-	/	-
客户 BA	3,298.64	2,072.38	/	-	/	-
客户 AZ	1,805.50	2,498.07	/	-	/	-
客户 BD	670.86	853.65	/	-	/	-
客户 G	21.23	457.01	-27.08%	626.76	21.30%	516.69
客户 B	-	5,215.74	-57.34%	12,226.11	280.60%	3,212.30
客户 C	-	1,483.40	-21.22%	1,882.87	267.58%	512.23
客户 A	-	780.43	-55.09%	1,737.94	149.84%	695.62
客户 D	-12.79	1,059.26	-69.71%	3,497.52	152.32%	1,386.16
印度 ACR	-70.16	504.42	-71.97%	1,799.27	75.08%	1,027.67
合计	14,349.30	27,215.33	25.01%	21,770.47	196.17%	7,350.67

注：上述客户为报告期各期公司电源产品前五大客户。

报告期内，公司电源品类的主要客户较为稳定。其中，2022 年度至 2023 年度，客户 B、客户 D、客户 A 等客户的需求呈现逐年增加的趋势。公司在

2022 年开拓了客户 C 的客户需求，其在 2023 年成为该品类的主要客户。2024 年 6 月，公司子公司北京鑫全盛被纳入 SDN 清单后，公司暂停对外出口，因此 2024 年度境外客户采购额同比有所下降。

报告期内，客户 G 的电源需求呈现先升后降的趋势，其中 2024 年度收入同比略有下降，主要系 2024 年度处于新旧产品迭代期，客户对于新型号新增需求未能弥补对于旧型号需求的下降。2025 年 1-6 月，因客户自身业务发展调整，客户基本停止向公司采购电源产品。报告期内，下游主要客户的需求变动趋势与公司该品类的销售收入变化趋势基本一致。

综上，报告期内，随着公司积极推出新产品并获得市场认可，公司 2023 年业务规模有进一步的扩大；2024 年下半年，因公司受到制裁影响，境外客户基本停止从公司采购，公司销售受到影响。订单获取情况、产能、产量、销量变动情况、下游主要客户需求变化均与公司各类细分产品销售收入变动情况相匹配，具有合理性。

（二）结合公司产品构成、定价、销量、成本、费用等量化分析 2020 年至 2022 年收入基本稳定但归母净利润大幅下降的原因

2020 年至 2022 年，公司营业收入及扣非归母净利润情况如下：

单位：万元

项目	2022 年度		2021 年度		2020 年度
	金额	同比变动金额	金额	同比变动金额	金额
营业收入	83,377.53	3,419.82	79,957.71	-3,017.80	82,975.51
营业成本	56,084.26	1,648.57	54,435.69	3,692.70	50,743.00
销售费用	7,562.75	1,822.18	5,740.56	44.31	5,696.25
管理费用	9,473.85	1,968.31	7,505.54	650.78	6,854.76
研发费用	4,751.80	951.69	3,800.11	906.46	2,893.65
财务费用	-1,913.66	-3,305.83	1,392.17	-2,424.48	3,816.65
营业利润	7,178.93	288.96	6,889.97	-5,227.36	12,117.33
归母净利润	3,670.62	-2,106.47	5,777.09	-3,853.89	9,630.98
非经常性损益	-1,621.90	-1,986.65	364.75	304.71	60.04
扣非归母净利润	5,292.52	-119.82	5,412.34	-4,158.59	9,570.93

2021 年扣非归母净利润为 5,412.34 万元，较 2020 年同比下降 4,158.59 万元。主要系：（1）营业收入同比下降 3,017.80 万元，营业成本增加 3,692.70 万元，2021 年相比 2020 年公司主要产品机箱、散热器和电源毛利率均下降，公司毛利率由 38.85% 下降到 31.92%，导致毛利润下降 6,710.50 万元。主要系：1）运输及原材料成本增加。受全球公共卫生事件影响，海运成本同比上升 1,199.17 万元，原材料采购价格上升（如：铜热管采购价格上升 5%、铝卷价格上涨 28%），2021 年直接材料成本较 2020 年增加 2,611.97 万元；2）境内外收入均下降。境内由于市场竞争激烈，产品销量及单价均有所下降，导致境内收入下降 1,713.38 万元。产品以外币计算的收入增加，但由于 2021 年美元兑人民币汇率较 2020 年下降 6.52%，导致境外收入下降约 1,400 万元。（2）财务费用减少 2,424.48 万元，主要系 2021 年度美元兑人民币汇率下降幅度较 2020 年度小，汇兑损益变化所致。上述因素对 2021 年营业利润同比变化的合计影响金额为 4,261.35 万元，是 2021 年扣非归母净利润较 2020 年同比下降 4,158.59 万元的主要原因。

2022 年扣非归母净利润为 5,292.52 万元，较 2021 年同比下降 119.82 万元，变化较小。主要系：（1）营业收入同比上涨 3,419.82 万元，营业成本同比上涨 1,648.57 万元，毛利率较 2021 年仅增长 0.81 个百分点，变化不大，随营业收入增长，毛利润增长 1,771.26 万元。营业收入增长主要系随着市场开拓、新产品迭代等原因，境外业务以外币计算的收入增加，同时 2022 年美元兑人民币平均汇率较 2021 年上涨 4.34%，使得境外收入增长 5,312.21 万元，境内由于市场竞争加剧收入下降 2,064.50 万元。（2）期间费用合计增长 1,436.35 万元。其中销售费用由于通过亚马逊平台直销收入增加、销售人员出差增加、新产品推广等因素增加 1,822.18 万元；管理费用由于管理人员薪酬增加、惠州工厂建成并投入使用折旧与摊销增加、支付创业板 IPO 及新三板挂牌中介服务等费用增加 1,968.31 万元；研发费用由于研发人员数量增加等因素增加 951.69 万元；财务费用由于 2022 年度美元兑人民币汇率回升汇兑损益变化等因素减少 3,305.83 万元。（3）2022 年所得税费用较 2021 年增加 300.20 万元。（4）2022 年剔除营业外收入和营业外支出影响后的非经常性损益较 2021 年增加 107.29 万元。上

述因素对 2022 年扣非后净利润同比变化的合计影响金额为 72.59 万元，是 2022 年扣非归母净利润较 2021 年同比下降 119.82 万元的主要原因。

（三）结合当地的政局及经济稳定性、竞争情况及需求情况，说明俄语区业绩大幅增长的合理性及可持续性

1、俄语区业绩增长的合理性

（1）俄罗斯政局及经济稳定性、竞争情况及需求情况

2022 年 2 月下旬俄罗斯与乌克兰发生冲突，截至本问询回复签署日，俄乌冲突尚未结束。2024 年 5 月 6 日，商务部欧亚司司长在专题新闻发布会上表示，商务部将会同有关部门，加强与俄方沟通协调，巩固双边贸易良好发展势头，推动进一步提质升级，不断丰富两国经贸关系内涵。**当地时间 2025 年 3 月 26 日，俄罗斯总理米舒斯京在俄罗斯国家杜马发表政府工作报告。据米舒斯京介绍，2024 年俄罗斯的 GDP 首次突破 200 万亿卢布，增长达到了 4.1%。**

公司产品属于计算机配件，随着 AI、流媒体、数字体育等新兴行业对于高性能计算机的需求，CPU 和 GPU 厂商也不断提升其产品性能，散热器、机箱、电源作为高性能 CPU 和 GPU 能够稳定发挥其功率的基础和保障，拥有稳定的市场。相比于其他国内竞争对手，公司产品为自有品牌，在当地具有较高知名度，同时产品质量、产品创新能力等方面具有较强的竞争优势。

（2）俄罗斯业绩增长合理性

2023 年度俄语区收入同比增加 2.91 亿元，其中新品贡献 1.72 亿元，非新品贡献 1.19 亿元。俄罗斯业绩增长，主要系：（1）2022 年 4 月份以来公司面向全球陆续投放并推广新一代自有品牌的机箱、电源、散热器产品，上述新一代产品相比市场竞品具有比较优势，2023 年度上述新产品在全球市场销售放量，俄语区新品销售金额增加；（2）受欧美等地区国家对俄罗斯经济制裁影响，欧美品牌知名竞争对手陆续削减俄罗斯机箱、电源、散热器业务，公司依托全球品牌知名度迅速填补市场空白，在俄语区市场占有率提升，非新品的销售收入也相应增加。

综上所述，2021 年度至 2023 年度俄罗斯业绩增长具有合理性。

2、俄语区业绩增长的可持续性

2024 年 6 月，公司全资子公司北京鑫全盛被 OFAC 列入 SDN 清单，公司对外交易及外汇结算等方面受到一定影响，目前公司业务正在积极制定应对方案，自 2024 年下半年以来公司产品主要在境内销售。

（四）结合公司的产品更迭、渠道开拓、竞争优势等说明亚洲区、美洲区、欧洲区、澳洲区等境外市场均在 2023 年上半年业绩增长的原因，收入的增长趋势是否可持续

1、产品更迭、渠道开拓、竞争优势情况

（1）产品更迭

公司于 2022 年初开始机箱、电源、散热器新一代产品的集中研发，并于 2022 年 4 月份开始至 2022 年末陆续投放并面向全球市场推广。2020 年至 2022 年公司持续开展研发活动，受全球公共卫生事件影响，2022 年公司领先同行业竞争对手约半年时间向市场推出性能提升的新产品。公司的新一代产品相比当时市场在售竞品在性能、外观设计方面具有比较优势。

产品类别	性能优化	外观设计
CPU 热管散热器	采用双向恒定热平衡热管，可实现高达 280 瓦解热功耗。	首次向市场推出数显版散热器，消费者可通过散热器顶端屏幕实时可视化 CPU 温度及使用效率。
CPU 水冷散热器	采用自研新一代 Gen4 水泵，流速及转速提升 30%，噪音降低 20%，提升产品散热性能。	全新设计师系列，首创多面立体无限反射灯光，荣获 iF 设计奖和红点设计奖。
机箱	-	采用前面板可调进风孔、耳机支架等创新设计，荣获红点设计奖。
电源	产品采用谐振方案，电压偏离性、纹波等电气性能提升，功率提升至 850 瓦，Hold-up time 可达到 16 毫秒。新推出多款 80PLUS 铜牌、金牌认证产品。	-

（2）渠道开拓

为配合新产品推广，公司销售渠道下沉，公司销售人员地毯式走访各地区主要经销商的下游零售门店，对客户零售门店的销售人员就公司产品特点、品牌形象、终端客群定位进行培训；2023 年，核心销售人员在全球参加德国 PCIM、中国台湾 Computex、美国 CES 等行业内重要展会，对公司新产品进行推广；研究各大区域终端客户不同的消费偏好，选择更贴近终端客户偏好的新产品进行针对性推广，以提升品牌知名度和竞争力。

（3）竞争优势

公司为拥有自有品牌的机箱、电源、散热器厂商，经过二十年的耕耘，公司品牌已在全球拥有较高的知名度，新产品一经投放，能够较快被全球市场的消费者关注并接受。

公司也是行业内少数拥有自有工厂的厂商。公司自建主要产品的加工产线，将核心加工环节把握在公司手中，缩短新产品从研发到完成加工生产的时间，减少全球公共卫生事件等不利因素对公司新产品研发生产的影响，使得公司具备领先同行业竞争对手推出新一代产品的能力。

2、亚洲区、美洲区、欧洲区、澳洲区等境外市场均在 2023 年上半年业绩增长的原因，收入的增长趋势是否可持续

2023 年上半年亚洲区、美洲区、欧洲区和澳洲区新品同比增加收入分别为 5,481.14 万元、6,838.57 万元、3,043.69 万元和 638.92 万元，同比增加分别为 99.39%、136.22%、76.74%、82.95%。因此，2023 年上半年亚洲区、美洲区、欧洲区、澳洲区等境外市场销售收入增长，主要系公司 2022 年推出的一系列新产品在 2023 年上半年得到市场认可并放量销售所致。公司持续不断的推出具有市场竞争力的新品，但同行业竞争对手也在积极推出新产品，未来收入增长率可能放缓。

2024 年 6 月，公司全资子公司北京鑫全盛被 OFAC 列入 SDN 清单影响，公司对外交易及外汇结算等方面受到一定影响，目前公司业务正在积极制定应对方案，自 2024 年下半年起公司产品主要在境内销售。

二、结合内外销产品结构、客户、销售价格、毛利率等的差异说明内外销收入变动趋势不一致的合理性；说明营业收入、净利润等变动趋势与同行业可比公司的比较情况，分析差异及原因

（一）结合内外销产品结构、客户、销售价格、毛利率等的差异说明内外销收入变动趋势不一致的合理性

报告期内，公司分境内外的主营业务收入情况如下：

单位：万元

区域	2025 年 1-6 月	2024 年度		2023 年度		2022 年度
	金额	金额	变动率	金额	变动率	金额
境内	50,999.02	57,189.81	267.39%	15,566.49	-3.43%	16,119.26
境外	-150.03	60,753.81	-53.24%	129,934.94	95.14%	66,586.99

2023 年度，公司内销收入金额基本持平，外销金额有明显上升；2024 年度，公司内销收入同比增长明显，而外销收入同比有明显下降，主要原因为 2024 年下半年公司受制裁影响，基本停止外销；2025 年 1-6 月，公司境外收入同比大幅下降，系公司当期继续受到制裁影响，基本停止外销，另外，公司境内收入同比上升，系公司当期扩大与境内公司的合作。公司在 2023 年度和 2024 年度内外销收入变动趋势存在不一致，从产品结构、客户、销售价格、毛利率等的差异能够解释内外销收入变动趋势的区别。

1、内外销产品结构的差异情况

报告期内，公司分区域及产品结构的主营业务收入情况如下：

单位：万元

区域	产品	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
境内	散热器	25,606.80	50.21%	28,712.49	50.21%	11,284.00	72.49%	12,403.91	76.95%
	机箱	7,070.60	13.86%	5,869.40	10.26%	805.38	5.17%	1,318.57	8.18%
	电源	17,514.89	34.34%	20,868.49	36.49%	3,067.16	19.70%	2,223.11	13.79%
	其他	806.73	1.58%	1,739.43	3.04%	409.95	2.63%	173.66	1.08%
	小计	50,999.02	100.00%	57,189.81	100.00%	15,566.49	100.00%	16,119.26	100.00%
境外	散热器	119.26	-79.49%	34,439.72	56.69%	73,512.10	56.58%	39,283.16	59.00%

	机箱	-84.99	56.65%	8,652.99	14.24%	23,344.23	17.97%	13,963.30	20.97%
	电源	-200.09	133.37%	16,514.77	27.18%	30,796.39	23.70%	11,644.06	17.49%
	其他	15.79	-10.52%	1,146.32	1.89%	2,282.22	1.76%	1,696.48	2.55%
	小计	-150.03	100.00%	60,753.81	100.00%	129,934.94	100.00%	66,586.99	100.00%

从产品结构来看，2022 年度至 2024 年度，散热器为公司主要销售产品，其境内外销售收入占比均超过 50%；机箱在境外收入占比高于境内，主要系境内外客户价格敏感度和个人偏好不同所致；境内外电源收入占比呈现逐年上升的趋势。2025 年 1-6 月，境内产品结构较上年度变化较小；公司受制裁影响，直接外销基本暂停，当期境外销售金额为负。

从变化趋势来看，2023 年度，公司境内的散热器和机箱收入占比呈现下降的趋势，电源收入占比随公司电源产品质量和认证级别的不断提高而呈现上升的趋势；公司境外销售的产品结构相对较为稳定，2023 年公司各品类在境外的销售金额均呈现出明显的上升趋势，驱动公司同期收入实现明显上涨。2024 年度公司受美国制裁影响，直接外销基本暂停，通过境内贸易商等方式销往境外，2024 年度境内外销售产品结构比较接近，2024 年境内各品类产品销售收入均增长，境外各品类产品销售收入均下滑。2025 年 1-6 月，受美国制裁影响，当期基本停止境外销售。

2、内外销客户的差异情况

报告期内，公司分区域及客户类型的主营业务收入情况如下：

单位：万元

区域	销售模式	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
境内	直销	4,100.16	8.04%	5,922.40	10.36%	4,761.00	30.58%	4,400.20	27.30%
	经销	46,898.86	91.96%	51,267.41	89.64%	10,805.50	69.42%	11,719.05	72.70%
	小计	50,999.02	100.00%	57,189.81	100.00%	15,566.49	100.00%	16,119.26	100.00%
境外	直销	97.33	-64.87%	10,931.89	17.99%	25,089.73	19.31%	16,815.15	25.25%
	经销	-247.36	164.87%	49,821.93	82.01%	104,845.22	80.69%	49,771.84	74.75%
	小计	-150.03	100.00%	60,753.81	100.00%	129,934.94	100.00%	66,586.99	100.00%

报告期内，公司境内外按销售模式分类的收入占比基本一致，经销模式销

售收入占比显著高于直销模式。

2023 年度，境内的直销模式及经销模式的变动幅度均较小，因此总体来看境内销售收入变动情况不明显；2023 年度，公司主要产品在境外的收入金额均实现了显著的上升，共同推动公司同期的直销、经销模式收入明显上升，其中经销模式的收入增长幅度高于直销模式客户，主要原因为公司主要的俄语区经销模式客户显著增加了向公司采购的金额，使得境外销售占比进一步上升。

2024 年度，境外直销模式及经销模式相较 2023 年度的变动幅度较小，销售模式结构比较稳定；公司 2024 年下半年受制裁影响，直接外销基本暂停，转向通过境内贸易商等方式销往境外，因此，境内的经销模式收入金额及占比显著提升。

2025 年 1-6 月，当期基本停止境外销售。

3、内外销销售价格、毛利率的差异情况

单位：元

区域	2025 年 1-6 月		2024 年度		2023 年度		2022 年度	
	平均单价	毛利率	平均单价	毛利率	平均单价	毛利率	平均单价	毛利率
境内	128.35	29.76%	99.69	26.42%	87.10	20.84%	81.79	20.60%
境外	/	/	141.53	39.73%	146.57	41.47%	106.67	35.11%
合计	125.83	29.07%	117.60	33.27%	136.59	39.26%	100.70	32.28%

注：2025 年 1-6 月境外收入为负值，故不单独计算平均单价及毛利率。

2022 年度、2023 年度，公司以境外销售为主，公司境外销售的平均单价和毛利率水平平均高于境内，主要受产品竞争环境和产品定价策略的影响。

公司的产品定价策略主要根据销售区域的市场竞争环境、购买力水平及竞争对手同类产品的价格区间等因素综合确定，受销售区域市场环境的影响，整体上境外的平均价格高于境内。

由于境内与境外的消费文化不同，市场的成熟度不同，导致公司产品境内外的竞争环境存在较大差异。九州风神深耕散热器领域二十余年，在全球范围内拥有一定的市场份额和影响力。公司境外竞争对手包括美商海盗船、酷冷至

尊和猫头鹰等品牌等知名厂商，公司的产品较上述厂商的同类产品具备一定的性价比优势。而在境内，PC 散热领域厂商众多、竞争激烈，同时境内消费者对价格敏感度高于境外消费者，导致国内散热领域产品毛利率低于境外，境外散热领域产品进入国内市场较为困难。根据京东电脑散热器销售情况，2022 至 2023 年电脑散热器热销前三名均为国内品牌，NZXT、noctua 等国外品牌销量较低。

2023 年境内的销售单价与 2022 年销售单价基本持平，境内的销售价格及毛利率水平均低于境外的整体格局仍未发生变化。2023 年公司推出的新品逐渐得到境内市场认可，新品销售额已占据境内销售额 50%以上份额。由于公司新品价格定价较高，因此公司 2023 年境内销售毛利率较 2022 年有所上升，而公司同期境外销售单价及毛利率水平仍有一定的上升，也反映出 2023 年公司的境外收入增长空间仍然存在，驱动公司业绩实现大幅增长。

2024 年度境内的销售单价相较 2023 年度水平有一定程度的上升，主要因为公司 2024 年下半年受制裁影响，停止对外出口，转向通过境内贸易商销往境外，这部分的售价相对较高，因此推高了 2024 年度的境内平均售价；**2024 年度**境外的销售单价相较 2023 年度水平基本持平。

2025 年 1-6 月，公司通过境内经销商销往境外的金额占比较 2024 年提升，因此境内售价进一步上升，但仍低于往期境外售价水平。

综上所述，公司产品境内外的竞争环境存在较大差异，主要从产品结构和毛利率等因素能在一定程度上说明内外销收入变动趋势的不一致，内外销收入变动趋势不一致具有其合理性。

（二）说明营业收入、净利润等变动趋势与同行业可比公司的比较情况，分析差异及原因

报告期内，公司营业收入、净利润的变动趋势与同行业可比公司的比较情况如下表所示：

单位：万元

可比公司	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
------	--------------	---------	---------	---------

		金额	金额	增长率	金额	增长率	金额
营业收入							
美商海盗船	CRSR.O	495,589.96	937,485.63	-8.87%	1,028,737.11	11.23%	924,901.37
曜越科技	3540.TWO	59,700.49	89,912.02	-9.75%	99,623.61	38.26%	72,055.23
超频三	300647.SZ	47,436.61	69,766.45	-18.85%	85,976.70	-25.26%	115,033.68
锐新科技	300828.SZ	28,930.17	62,202.14	-6.42%	66,471.30	-13.19%	76,571.49
平均值		157,914.31	289,841.56	-9.48%	320,202.18	7.76%	297,140.44
公司		51,419.29	119,159.38	-18.57%	146,328.88	75.50%	83,377.53
净利润							
美商海盗船	CRSR.O	-21,999.26	-59,390.70	-8,027.39%	-730.75	97.99%	-36,284.49
曜越科技	3540.TWO	16.28	-2,972.23	-242.09%	2,091.81	555.40%	319.17
超频三	300647.SZ	771.38	-39,684.05	-11.75%	-35,512.90	-3,574.32%	1,022.16
锐新科技	300828.SZ	2,033.20	5,530.32	-26.62%	7,536.46	-22.49%	9,723.19
平均值		-4,794.60	-24,129.16	-262.63%	-6,653.84	5.53%	-6,305.00
公司		4,197.75	6,310.72	-72.91%	23,292.53	534.57%	3,670.62

注：上述数据来源于相关公司定期报告，超频三在 2024 年年度报告中对以前年度会计数据进行了追溯调整。

2023 年度，公司业绩大幅增长，营业收入和净利润指标均随之大幅增长，新品收入贡献大和俄语区市场占有率提升较大使得营业收入大幅增长，并且营业利润随营业收入的提升呈现大幅增长的趋势。公司当期的营业收入及净利润增长率均高于同行业可比公司平均水平。

2024 年度，公司营业收入及净利润增长率均同比下降，变动趋势与同行业可比公司一致，公司受子公司北京鑫全盛被纳入美国 SDN 清单影响，收入同比下降比例高于同行业可比公司平均水平。由于美商海盗船规模大，大幅提高同行业可比公司平均营业收入，使得公司营业收入低于可比公司平均水平，但除美商海盗船外，公司营业收入均高于其他可比公司。2024 年度，同行业可比公司中除锐新科技净利润为正外，其余可比公司净利润均为负，公司当期净利润超过 6,000 万元，高于可比公司平均值。

2025 年 1-6 月，由于美商海盗船营收规模较大，大幅提高了同行业可比公司的平均营收规模，使得公司营业收入低于可比公司平均水平；当期曜越科技

营业收入包括非可比品类产品，使得其当期营业收入高于公司。2025 年 1-6 月，曜越科技及超频三利润仅由负转正，锐新科技净利润继续同比下降，因此可比公司当期净利润均低于公司。

报告期内，同行业可比公司的按销售区域划分和按产品结构划分的销售收入占比情况如下表所示：

按销售区域划分					
可比公司	项目	2025 年 1-6 月	2024 年 度	2023 年 度	2022 年 度
美商海盗船 (注 1)	美国 (注 1)	45.56%	46.70%	45.16%	45.43%
	美洲 (除美国) (注 1)	6.45%	6.22%	6.28%	7.23%
	欧洲及中东	35.67%	36.15%	35.08%	29.50%
	亚太	12.31%	10.94%	13.47%	17.84%
曜越科技 (注 10)	美洲	/	50.95%	55.20%	49.84%
	亚洲	/	26.51%	19.66%	25.27%
	欧洲	/	12.19%	20.36%	17.87%
	其他	/	10.35%	4.78%	7.01%
超频三 (注 4)	境内	87.50%	88.04%	88.50%	90.81%
	境外	12.50%	11.96%	11.50%	9.19%
锐新科技 (注 11)	国内	/	81.14%	81.45%	80.98%
	国外	/	18.86%	18.55%	19.02%
公司 (注 8)	境内	100.30%	48.49%	10.70%	19.49%
	欧洲	0.23%	26.92%	49.16%	39.92%
	澳洲	-0.03%	1.25%	2.31%	1.99%
	亚洲	-0.30%	11.07%	18.56%	19.09%
	美洲	-0.19%	12.14%	18.86%	18.98%
	非洲	-	0.13%	0.41%	0.54%
按产品结构划分					
可比公司	项目	2025 年 1-6 月	2024 年 度	2023 年 度	2022 年 度
美商海盗船	玩家及创作者外设 (注 2)	31.11%	35.91%	27.05%	31.84%
	游戏组件及系统 (注 3)	68.89%	64.09%	72.95%	68.16%
曜越科技 (注 10)	电脑机壳	/	38.47%	38.60%	39.63%
	电源供应器	/	44.62%	45.39%	40.23%
	散热器	/	13.32%	12.78%	14.84%

	电竞产品及其他	/	3.59%	3.23%	5.30%
超频三（注4）	锂离子电池材料（注5）	46.35%	53.19%	59.78%	52.50%
	散热产品	28.92%	21.33%	18.98%	15.28%
	照明亮化工程	3.92%	10.71%	8.44%	12.68%
	LED 照明灯具	5.04%	8.89%	8.43%	9.77%
	其他产品	15.77%	5.89%	4.36%	9.77%
锐新科技	电力电子散热器	41.11%	50.38% （注6）	38.04%	38.67%
	自动化设备及医疗设备精密部品及部件（注7）	13.18%		11.92%	12.58%
	汽车轻量化及汽车热管理系统部品及部件（注8）	29.71%	26.93%	39.34%	36.74%
	其他业务收入	16.00%	22.70%	10.69%	12.01%
公司（注9）	机箱	13.74%	12.31%	16.60%	18.48%
	电源	34.05%	31.70%	23.27%	16.77%
	散热器	50.59%	53.54%	58.28%	62.49%
	其他	1.62%	2.45%	1.85%	2.26%

注1：美商海盗船在2024年年度报告中将“美洲（Americas）”重新划分为“美国（United States（U.S.））”和“美洲（除美国）（Americas（excluding U.S.））”两类，“欧洲及中东”即美商海盗船披露的“Europe and Middle East”地理区域，“亚太”即美商海盗船披露的“Asia Pacific”地理区域。

注2：“玩家及创作者外设”即美商海盗船披露的“Gamer and Creator Peripherals”品类。

注3：“游戏组件及系统”即美商海盗船披露的“Gaming Components and Systems”品类。

注4：超频三在2024年年度报告中将“国内销售”和“国外销售”调整为“境内销售”和“境外销售”，超频三在2024年年度报告中对以前年度会计数据进行了追溯调整。

注5：超频三在2024年半年度报告中将“锂电池正极材料”品类更改为“锂离子电池材料”品类。

注6：锐新科技在2024年年度报告中将2023年度“电力电子散热器”和“工业自动化设备及医疗设备精密部品及部件”两个品类的收入合并为“电气自动化设备元器件”品类。

注7：锐新科技在2023年年度报告中将“自动化设备及医疗设备精密部件”品类更改为“工业自动化设备及医疗设备精密部品及部件”品类，在2024年半年度报告中更改为“自动化设备及医疗设备精密部品及部件”品类。

注8：锐新科技在2023年年度报告中将“汽车轻量化部件”品类更改为“汽车轻量化精密部品及部件”品类，在2025年半年度报告中更改为“汽车轻量化及汽车热管理系统部品及部件”品类。

注9：上表为公司按销售区域及按产品结构划分的主营业务收入。

注10：曜越科技未披露2025年1-6月销售区域和产品结构的具体数据。

注11：锐新科技未披露2025年1-6月销售区域的具体数据。

由上表可知，公司与同行业可比公司在销售区域及产品结构等方面均存在显著差异，因此业务规模、毛利率等指标均有所不同，导致公司与可比公司的

营业收入和净利润等变动趋势存在较大差异具有合理性。

三、说明主要客户销售情况变动（新增、退出、销售额变动）的原因及合理性，说明主要客户业务类型及经营情况与其采购情况的匹配性，不同客户毛利率是否存在较大差异；说明报告期内对主要客户的信用期，是否存在通过延长信用期以增加销售收入的情况

（一）说明主要客户销售情况变动（新增、退出、销售额变动）的原因及合理性，说明主要客户业务类型及经营情况与其采购情况的匹配性，不同客户毛利率是否存在较大差异

1、说明主要客户销售情况变动（新增、退出、销售额变动）的原因及合理性

报告期内主要客户销售情况变动的情况如下表所示：

单位：万元

序号	客户名称	向公司采购情况			
		2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
1	客户 BA	14,008.17	5,817.55	-	-
2	客户 BC	9,151.00	15,116.78	-	-
3	客户 AZ	8,260.68	12,425.92	-	-
4	客户 BB	6,620.04	4,561.56	-	-
5	京东世纪	2,142.29	3,301.98	3,307.73	3,671.01
6	ABB 集团	879.42	1,989.38	2,376.65	2,416.26
7	客户 B	-	10,140.99	32,609.20	12,844.38
8	客户 A	-	1,349.85	4,017.54	1,850.65
9	日本 TW	-5.64	2,572.62	5,739.44	2,210.33
10	客户 D	-27.21	2,153.62	6,323.51	3,194.58
11	韩国 BIGS	-101.58	1,370.63	3,638.99	2,557.90

注：以上客户为公司报告期内前五大客户，以上客户按同一实际控制人控制的企业口径合并披露。

2023 年度，公司前五大客户中新增客户 A 和日本 TW。其中，公司与客户 A 在 2021 年建立合作关系，2023 年度，公司向客户 A 的销售规模大幅增加，

主要原因为（1）公司 2022 年下半年向市场推出的新产品经过培育期逐渐被市场认可，2023 年迎来需求的快速增长，（2）2022 年以来美国、欧盟与俄罗斯经历多轮贸易摩擦，导致公司部分欧美国家竞争对手缩减了当地的销售规模，公司推广当地市场的同时扩大了当地的市场份额，由于以上原因客户 A 于 2023 年度成为公司前五大客户；由于公司不断加强对亚洲区市场开拓力度及推出新产品，因此公司在日本的市占率在 2023 年有较为显著的提升，日本 TW 在当期向公司的采购额呈现明显上升的趋势，并于当期成为公司前五大客户。

综上，公司报告期各期主要客户销售情况变动具有合理性。

2、说明主要客户业务类型及经营情况与其采购情况的匹配性

报告期内，公司主要客户为境内外知名电子产品分销及零售商，其业务类型及经营情况如下表所示：

序号	客户名称	业务类型	经营情况
1	客户 B	销售电子产品为主的零售商	2022 年营收规模为 110 亿美元左右
2	客户 D	计算机设备的分销商	2022 年营收规模为 6,800 万美元左右
3	日本 TW	设计、制造和销售电脑及电脑周边产品	2022 年营收规模为 754 亿日元左右
4	客户 A	计算机配件等产品的生产和分销商	2023 年上半年营收规模为 7 亿美元左右
5	韩国 BIGS	从事电脑散热解决方案及计算机周边产品的销售	2022 年营收规模为 1,780 万美元左右
6	京东世纪	中国的综合网络零售商，在线销售家电、数码通讯、电脑等数万个品牌商品	京东零售 2022 年营收规模为 1,350 亿美元左右
7	ABB 集团	全球 500 强企业，电力和自动化技术的全球领导厂商	2022 年 ABB 营收规模为 290 亿美元左右
8	客户 BC	专业从事国际经济技术合作与国际贸易的企业	2024 年营收规模超过 10 亿元人民币
9	客户 AZ	从事进出口业务的企业	2024 年营收规模为 10 亿元人民币左右
10	客户 BA	从事进出口业务的企业	2024 年营收规模为 6,500 万元人民币左右
11	客户 BB	从事进出口业务的企业	2024 年营收规模为 4,500 万元人民币左右

注 1：以上客户为公司报告期内前五大客户。

注 2：北京 ABB、芬兰 ABB、波兰 ABB、美国 ABB、瑞士 ABB、印度 ABB 和美国 ABB 等为同一实际控制人控制的企业，故按合并口径披露。

注 3：经营情况中营收数据来自相关公司财务报告、中信保报告和访谈记录。

报告期内，公司主要客户业务类型均与公司主营业务相关，为行业内知名企业，营收规模较大。公司主要客户业务类型及经营情况与其采购情况相匹配。

3、不同客户毛利率是否存在较大差异

报告期内，公司主要客户的毛利率如下表所示：

序号	客户名称	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
1	客户 BA	30.79%	21.99%	/	/
2	客户 BC	33.03%	30.40%	/	/
3	客户 AZ	37.13%	35.64%	/	/
4	客户 BB	29.50%	25.88%	/	/
5	京东世纪	20.46%	17.25%	24.37%	19.07%
6	ABB 集团	10.65%	12.39%	12.63%	16.10%
7	客户 B	/	31.88%	35.86%	30.38%
8	客户 D	/	32.39%	31.67%	30.57%
9	客户 A	/	36.33%	38.24%	32.65%
10	日本 TW	/	46.49%	48.50%	38.17%
11	韩国 BIGS	/	26.97%	34.31%	37.50%

注：以上客户为公司报告期内前五大客户，当期销售金额为 0 或负值的客户不单独计算毛利率。

（1）销售区域

报告期内，公司主营业务按销售区域分类的毛利率情况如下表所示：

销售区域	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
境内	29.76%	26.42%	20.84%	20.60%
欧洲	/	37.59%	38.12%	32.57%
澳洲	/	37.82%	43.39%	33.42%
亚洲	/	36.87%	39.32%	32.54%
美洲	/	47.21%	52.07%	43.14%
非洲	/	45.65%	41.46%	37.80%

注：2025 年 1-6 月，公司境外收入为负值，不单独计算当期分销售区域的毛利率。

公司在不同区域市场实行差异化定价策略，在不同地区毛利率存在一定差异。2022-2024 年度，公司境外销售毛利率普遍高于境内，境外市场中美洲毛

利率较高，欧洲、澳洲、亚洲区、非洲等地区次之。

2022-2024 年度，美洲区的毛利率相对较高，主要原因为美洲地区客户采购散热器的比例相对较高，散热器产品的高毛利率推动美洲地区整体毛利率高于其他地区，另外美洲区线上销售的比例相对较高，使得毛利率高于其他地区；亚洲区的毛利率在境外市场中处于较高水平，主要原因为日韩经销商采购公司产品占全部亚洲市场金额的比例逐渐升高，日韩经济发达且消费能力强，采购公司高端新品的比例相对较高，推动亚洲区毛利率整体升高，并使得毛利率接近欧洲区等发达地区水平；境内市场竞争较为激烈，消费者对于价格相对更为敏感，使得公司境内销售毛利率相对较低。**2025 年 1-6 月**，公司受制裁影响，基本停止外销。

总体来看，报告期内，公司大部分主要客户的毛利率与所在区域水平相一致。

(2) 销售模式

报告期内，公司主营业务按销售模式分类的毛利率情况如下表所示：

销售模式	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
线上	32.45%	63.79%	69.02%	59.89%
装机商	5.32%	32.70%	39.19%	35.26%
OEM	14.42%	21.14%	24.04%	27.55%
直销模式	20.60%	37.81%	45.42%	38.87%
经销模式	29.83%	32.52%	37.67%	30.01%

2022-2024 年度，直销模式总体的毛利率高于经销模式水平，直销模式中线上毛利率较高，装机商次之，OEM 模式最低。

2025 年 1-6 月，由于公司受制裁影响，基本停止直接对外销售，直销模式的客户构成相较之前年度产生了较大变化，因此直销模式的毛利率下降幅度较大。之前年度线上直销主要客户为亚马逊，当期的线上直销主要客户为境内电商平台，且产品结构中散热器的占比同比下降，因此本期线上直销毛利率同比下降；装机商客户毛利率同比下降，主要原因为客户 P 等原有主要装机商客户

停止向公司采购，并且受境内竞争激烈的影响，剩余境内装机商客户毛利率较低。

报告期内，ABB 集团属于 OEM 模式，该模式毛利率处于较低水平，使得其毛利率分别低于其所在区域平均水平。

(3) 产品类别

另外，公司不同产品类别的毛利率之间也会存在一定差异，报告期内，公司主要产品类别的毛利率情况如下表所示：

产品类别	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
散热器	33.01%	40.57%	45.91%	37.06%
机箱	30.46%	39.01%	41.02%	30.24%
电源	22.06%	18.55%	21.20%	13.85%
主营业务	29.07%	33.27%	39.26%	32.28%

报告期内，公司散热器产品毛利率较高，机箱次之，电源较低；2024 年度，散热器、机箱和电源的毛利率相较于 2023 年度略有下降，变动幅度较小；不同客户采购产品类别占比不同，毛利率也会随之变动。

2022-2024 年度，日本 TW 采购公司产品分产品类别的具体情况如下所示：

单位：万元

产品类别	2024 年度		2023 年度		2022 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
散热器	1,503.39	58.44%	4,158.27	72.45%	1,896.31	85.79%
机箱	387.82	15.07%	624.30	10.88%	128.13	5.80%
电源	670.49	26.06%	827.54	14.42%	140.26	6.35%
其他	10.91	0.42%	129.34	2.25%	45.63	2.06%
合计	2,572.62	100.00%	5,739.44	100.00%	2,210.33	100.00%

2022-2024 年度，日本 TW 主要向公司采购毛利率较高的散热器产品，使得其毛利率显著高于亚洲区的平均水平。2024 年度散热器采购占比下降，使得其毛利率随之下降，但仍高于同期亚洲客户毛利率水平。

报告期内，客户 AZ 采购公司产品分产品类别的具体情况如下所示：

单位：万元

产品类别	2025 年 1-6 月		2024 年度	
	金额	占比	金额	占比
散热器	4,399.38	53.26%	7,066.57	56.87%
机箱	1,955.07	23.67%	2,707.62	21.79%
电源	1,805.50	21.86%	2,498.07	20.10%
其他	100.74	1.22%	153.66	1.24%
合计	8,260.68	100.00%	12,425.92	100.00%

报告期内，客户 AZ 主要向公司采购毛利率较高的散热器和机箱产品，使得毛利率显著高于境内的平均水平。

2024 年度其他新增的主要客户客户 BC、客户 BA 和客户 BB 的毛利率与其所在地区的毛利率较为接近。

综上所述，报告期内，公司主要客户的毛利率存在一定差异，不同客户毛利率差异主要是公司对不同地区客户采取差异化定价策略、销售模式不同以及客户采购的产品类型不同导致的。

（二）说明报告期内对主要客户的信用期，是否存在通过延长信用期以增加销售收入的情况

报告期各期，公司对主要客户信用政策情况如下：

序号	客户名称	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
1	客户 B	/	信用额度：1000 万美元； 信用期限：O/A 60 天（提单日期）	信用额度：500 万美元； 信用期限：O/A 60 天（提单日期）	信用额度：500 万美元； 信用期限：O/A 60 天（提单日期）
2	京东世纪	信用额度：2000 万人民币； 信用期限：O/A 52 天	信用额度：2000 万人民币； 信用期限：O/A 52 天	2023 年 1-9 月 信用额度：1760 万人民币； 信用期限：O/A 52 天 2023 年 10-12 月 信用额度：2000 万人民币； 信用期限：O/A 52 天	2022 年 1-4 月 信用额度：2000 万人民币； 信用期限：O/A 52 天 2022 年 5-12 月 信用额度：1760 万人民币； 信用期限：O/A 52 天

3	客户 D	/	<p>2024 年 1 月 1 日-6 月 4 日 信用额度：550 万美元； 信用期限：O/A 90 天（提单日期）</p> <p>2024 年 6 月 5 日-12 月 31 日 信用额度：600 万美元； 信用期限：O/A 90 天（提单日期）</p>	<p>2023 年 1 月 信用额度：340 万美元； 信用期限：O/A 90 天（提单日期）</p> <p>2023 年 2-6 月 信用额度：450 万美元； 信用期限：O/A 90 天（提单日期）</p> <p>2023 年 7-12 月 信用额度：550 万美元； 信用期限：O/A 90 天（提单日期）</p>	<p>2022 年 1-7 月 信用额度：170 万美元； 信用期限：O/A 90 天（提单日期）</p> <p>2022 年 8-10 月 信用额度：250 万美元； 信用期限：O/A 90 天（提单日期）</p> <p>2022 年 11-12 月 信用额度：340 万美元； 信用期限：O/A 90 天（提单日期）</p>
4	韩国 BIGS	/	<p>信用额度：220 万美元； 信用期限：O/A 60 天（出运日期）</p>	<p>2023 年 1 月 1 日-2 月 21 日 信用额度：150 万美元； 信用期限：O/A 60 天（出运日期）</p> <p>2023 年 2 月 22 日-12 月 31 日 信用额度：220 万美元； 信用期限：O/A 60 天（出运日期）</p>	<p>2022 年 1-8 月 信用额度：80 万美元； 信用期限：O/A 60 天（出运日期）</p> <p>2022 年 9-11 月 信用额度：100 万美元； 信用期限：O/A 60 天（出运日期）</p> <p>2022 年 12 月 信用额度：150 万美元； 信用期限：O/A 60 天（出运日期）</p>
5	日本 TW	/	<p>信用额度：150 万美元； 信用期限：O/A 15 天（出运日期）</p>	<p>2023 年 1-2 月 信用额度：80 万美元； 信用期限：O/A 15 天（出运日期）</p> <p>2023 年 3-5 月 信用额度：150 万美元； 信用期限：O/A 15 天（出运日期）</p> <p>2023 年 6-12 月 信用额度：150 万美元；</p>	<p>2022 年 1-5 月 信用额度：15 万美元； 信用期限：O/A 15 天（出运日期）</p> <p>2022 年 6-8 月 信用额度：50 万美元； 信用期限：O/A 15 天（出运日期）</p> <p>2022 年 9-12 月 信用额度：80 万美元；</p>

				信用期限： O/A30 天（出运日期）	信用期限：O/A 15 天（出运日期）
6	客户 A	/	信用额度：450 万美元； 信用期限： O/A90 天（出运日期）	2023 年 1-2 月 信用额度：200 万美元； 信用期限： O/A60 天（出运日期） 2023 年 3-12 月 信用额度：450 万美元； 信用期限： O/A90 天（出运日期）	2022 年 1-8 月 信用额度：100 万美元； 信用期限： O/A60 天（出运日期） 2022 年 9-12 月 信用额度：200 万美元； 信用期限： O/A60 天（出运日期）
7	ABB 集团	信用额度： 1,100 万元人民币； 信用期限： O/A90 天（开票日期）	信用额度： 1,100 万元人民币； 信用期限： O/A90 天（开票日期）	2023 年 1-7 月 信用额度：750 万人民币； 信用期限： O/A90 天（开票日期） 2023 年 8-12 月 信用额度： 1,100 万元人民币； 信用期限： O/A90 天（开票日期）	信用额度：750 万人民币； 信用期限： O/A90 天（开票日期）
8	客户 BC	信用额度： 3,000 万元人民币； 信用期限： O/A90 天	2024 年 7 月-12 月 30 日 信用额度： 1,000 万元人民币； 信用期限： O/A90 天 2024 年 12 月 31 日 信用额度： 3,000 万元人民币； 信用期限： O/A90 天	/	/
9	客户 AZ	2025 年 1 月-2 月 25 日 信用额度： 5,000 万元人民币； 付款期限：月结 90 天 2025 年 2 月 26 日-6 月 30 日	2024 年 11-12 月 信用额度： 5,000 万元人民币； 付款期限：月结 90 天	/	/

		信用额度： 8,000 万元人民币； 付款期限：月结 90 天			
10	客户 BA	2025 年 1 月-3 月 24 日 信用额度： 10,000 万元人 民币； 付款期限：月结 90 天 2025 年 3 月 25 日-4 月 28 日 信用额度： 11,000 万元人 民币； 付款期限：月结 90 天 2025 年 4 月 29 日-6 月 30 日 信用额度： 13,000 万元人 民币； 付款期限：月结 90 天	2024 年 7-12 月 信用额度： 10,000 万元人 民币； 付款期限：月结 90 天	/	/
11	客户 BB	2025 年 1 月-2 月 27 日 信用额度： 5,000 万元人 民币； 付款期限：月结 90 天 2025 年 2 月 28 日-6 月 30 日 信用额度： 7,000 万元人 民币； 付款期限：月结 90 天	2024 年 8-12 月 信用额度： 5,000 万元人 民币； 付款期限：月结 90 天	/	/

注 1：以上客户为公司报告期内前五大客户。

注 2：此表中“ABB 集团”项为 ABB 集团中对公司采购额最高的北京 ABB 的信用政策。

注 3：2025 年 1-6 月公司因受制裁影响，基本停止外销，故不列示当期境外客户的信用政策。

报告期内，公司主要客户信用政策中信用期限变动不大。公司对主要客户信用期限的小幅调整主要是基于与客户前期的合作情况和当期客户的采购需求、公司产品生产和供货能力，根据客户的规模实力、品牌信誉、合作历史、客户

性质、客户所在国家或地区的政治经济环境等方面，并结合中信保的承保条件进行调整，不存在通过延长信用期以增加销售收入的情况。

2024 年下半年，北京鑫全盛被纳入 SDN 清单，公司境外业务受到限制，公司通过与境内贸易商开展合作将产品销往境外，公司为上述境内贸易商设置相同的付款期限，具体信用额度因合作规模不同存在差异。

四、量化分析 2023 年 1-9 月业绩大幅增长的合理性，结合目前在手订单情况（包括合同对手方、合同内容、金额、期限、目前进展情况）、下游行业发展趋势、新老客户合作情况、重要合同签订及执行情况、主要产品复购率等，说明发行人收入增长是否具备可持续性，2023 年全年业绩预测情况，是否存在业绩下滑的风险，如是，请充分揭示风险并作重大事项提示

（一）量化分析 2023 年 1-9 月业绩大幅增长的合理性

公司 2023 年 1-9 月与 2022 年 1-9 月相关业绩数据如下表所示：

单位：万元

项目	2023 年 1-9 月	2022 年 1-9 月
营业收入	114,138.54	57,599.08
营业成本	67,972.84	40,225.30
毛利率	40.45%	30.16%
销售费用	8,182.69	5,195.52
管理费用	7,316.47	6,657.66
研发费用	5,392.37	3,231.50
财务费用	-1,456.45	-3,277.41
营业利润	25,010.24	5,677.37
利润总额	25,146.95	3,930.59
净利润	22,231.97	2,718.56

2023 年 1-9 月，公司实现营业收入 114,138.54 万元，实现净利润 22,231.97 万元，营业收入及利润情况较 2022 年同期有进一步提升。

1、收入增长的合理性

2023 年 1-9 月主营业务收入同比增长 5.64 亿元，从销售区域看，境内业务

同比下降 706.98 万元，境外业务收入同比增加 5.71 亿元。

境内业务收入下降，主要系国内市场竞争日趋激烈所致。境外业务收入快速增加，主要原因如下：

（1）新品收入贡献大

公司于 2022 年初开始对机箱、电源、散热器新一代产品的集中研发，并于 2022 年 4 月份开始陆续上市并面向全球市场推广，2023 年上述新产品经市场认可进入放量期。

2023 年 1-9 月公司境外新品销售收入 46,470.89 万元，境外非新品销售收入 55,787.87 万元；2022 年 1-9 月公司境外新品销售收入 5,657.79 万元，境外非新品销售收入 39,457.57 万元。2023 年 1-9 月境外收入同比增长 5.71 亿元，其中新品贡献 4.08 亿元，非新品贡献 1.63 亿元。

公司主要销售区域 2023 年 1-9 月和 2022 年 1-9 月新品和非新品销售规模情况如下：

单位：万元

区域		2023 年 1-9 月		2022 年 1-9 月
		金额	变动金额	金额
境内	新品	5,917.50	4,934.21	983.28
	非新品	5,394.68	-5,641.19	11,035.87
	合计	11,312.17	-706.98	12,019.15
俄语区	新品	17,268.68	15,236.02	2,032.65
	非新品	26,799.71	13,396.05	13,403.66
	合计	44,068.39	28,632.07	15,436.32
欧洲	新品	5,787.61	5,408.46	379.15
	非新品	8,178.60	2,139.23	6,039.37
	合计	13,966.21	7,547.70	6,418.52
亚洲	新品	9,536.97	7,421.17	2,115.80
	非新品	11,653.15	2,661.64	8,991.51
	合计	21,190.12	10,082.81	11,107.31
美洲	新品	12,192.94	11,385.58	807.36

	非新品	7,825.82	-1,944.40	9,770.21
	合计	20,018.76	9,441.18	10,577.57

境内 2023 年 1-9 月收入同比下降 706.98 万元，其中新品收入增加 4,934.21 万元，非新品收入下降 5,641.19 万元。公司产品在境内市场表现为新品替代非新品市场空间的情形。

俄语区 2023 年 1-9 月收入同比增长 28,632.07 万元，其中新品收入增加 15,236.02 万元，非新品收入增加 13,396.05 万元。公司产品在俄语区市场表现为新品和非新品均大幅增长的情形，主要系 2023 年 1-9 月俄罗斯市场的欧美竞争对手陆续退出，公司填补了市场空缺，提升市场占有率，市场对于公司新品和非新品均有增量需求。从新品销售占比来看，俄语区 2023 年 1-9 月新品销售收入占俄语区全部销售收入的比例为 39.19%，与欧洲区新品收入占比 41.44% 差异不大。

欧洲区 2023 年 1-9 月收入同比增长 7,547.70 万元，其中新品收入增加 5,408.46 万元，非新品收入增加 2,139.23 万元；亚洲区 2023 年 1-9 月收入同比增长 10,082.81 万元，其中新品收入增加 7,421.17 万元，非新品收入增加 2,661.64 万元。公司产品在欧洲区和亚洲区市场表现为新品和非新品收入均增加，新品收入增长大于非新品收入增长。新品带来新增需求的同时，非新品收入仍保持了 20% 以上的较高增速，新品对非新品未出现明显的替代效应。

美洲区 2023 年 1-9 月收入同比增加 9,441.18 万元，其中新品收入增加 11,385.58 万元，非新品收入减少 1,944.40 万元。公司产品在美洲区市场表现出较为明显的新品对非新品市场的替代效应，但新品增量收入高于非新品减少的收入。

综上所述，在境内公司产品主要体现为存量竞争，新品对非新品产生了较大的替代效应，新品收入增长略小于非新品的下降；在境外，公司新品带来了增量市场，除美洲外非新品市场基本保持稳定或增长，美洲虽然非新品收入有所下降，但下降幅度远小于新品收入增长的幅度，公司在境外市场整体实现增长。

（2）俄语区市场占有率提升较大

2022 年以来欧美对俄罗斯开展了数轮制裁，2022 年下半年至 2023 年 9 月受欧美品牌竞争对手陆续撤出或缩减俄罗斯市场份额影响，以及公司新品推出的影响，公司产品在俄罗斯的市场占有率提升较大。2023 年上半年，根据俄语区第一大 PC 经销商客户 B 提供数据，公司散热器产品占其销售的散热器金额比例超过 30%，处于市场领先地位。俄语区 2023 年 1-9 月收入同比增加 2.86 亿元，占境外业务增长金额的 50.11%。

2023 年 1-9 月俄语区新品销售收入 17,268.68 万元，非新品销售收入 26,799.71 万元；2022 年 1-9 月俄语区新品销售收入 2,032.65 万元，非新品销售收入 13,403.66 万元。2023 年 1-9 月俄语区收入同比增加 2.86 亿元，其中新品贡献 1.52 亿元，非新品贡献 1.34 亿元。

综上所述，2023 年 1-9 月收入主要受境外收入增长影响，境外收入增长一方面系公司新产品放量贡献收入，另一方面系产品在俄罗斯的市场占有率提升，非新产品收入也增加所致。

2、净利润增长的合理性

2023 年 1-9 月公司净利润同比增加 1.95 亿元，随 2023 年 1-9 月收入增长，营业利润同比增长 1.93 亿元，是净利润增长的主要原因。

综上，2023 年 1-9 月公司业绩大幅增长具有合理性。

（二）目前在手订单情况（包括合同对手方、合同内容、金额、期限、目前进展情况）、下游行业发展趋势、新老客户合作情况、重要合同签订及执行情况、主要产品复购率等，说明发行人收入增长是否具备可持续性

1、目前在手订单情况（包括合同对手方、合同内容、金额、期限、目前进展情况）

截至 2025 年 9 月 11 日，公司在手订单情况如下表所示：

单位：万元

序	客户名称	产品类型	金额	期限	目前进展情况
---	------	------	----	----	--------

号					
1	客户 BB	散热器、机箱、 电源、其他	3,262.28	未明确 约定	按订单生产， 陆续发货
2	客户 BA	散热器、机箱、 电源、其他	2,518.26	未明确 约定	按订单生产， 陆续发货
3	客户 AZ	散热器、机箱、 电源、其他	2,070.25	未明确 约定	按订单生产， 陆续发货
4	客户 BC	散热器、机箱、 电源、其他	1,512.56	未明确 约定	按订单生产， 陆续发货
5	北京 ABB 电气传动系 统有限公司	散热器	687.09	未明确 约定	按订单生产， 陆续发货
6	客户 BD	散热器、机箱、 电源、其他	276.22	未明确 约定	按订单生产， 陆续发货
7	环鸿电子（昆山）有限 公司	其他	189.39	未明确 约定	按订单生产， 陆续发货
8	海南双极速科技有限公 司	散热器	127.38	未明确 约定	按订单生产， 陆续发货
9	其他	散热器、机箱、 电源、其他	425.54	未明确 约定	按订单生产， 陆续发货
合计			11,068.97	-	-

注：其他客户订单金额合并统计。

2、下游行业发展趋势

（1）高性能电脑散热器行业发展趋势

随着新一代显卡的上市销售以及未来更高性能处理器和显卡的更新换代，中高端级别的电脑散热器、电源及机箱等电脑硬件的需求量也会随之不断提高。根据 QYResearch 数据，热管散热器和水冷散热器等高性能电脑散热器 2022 年至 2029 年市场规模预计从 9.89 亿美元增长至 18.58 亿美元，年复合增长率为 9.42%，高性能电脑散热器市场整体呈上涨趋势。

（2）工业散热器品类产品下游行业发展趋势

公司工业散热器产品主要应用于电力电子、云计算及商用 LED 照明等行业，主要应用于电力中低压变频器、云计算服务器及商用 LED 灯具等设备。

1) 低压变频器行业发展趋势

变频器的组成包括很多以铝合金为材料制成的零部件，其中对变频器起到保护作用的散热器占据重要地位。在变频器工作过程中，会有部分电能转化为

热能，而变频器的故障率则随温度升高而大幅上升，使用寿命随温度升高而大幅下降。因此可靠稳定的散热器是确保变频器正常工作的必备条件。公司的散热模组产品主要用于中低压变频器，根据中国工控网统计，2021、2022 年我国低压变频器市场规模分别约为 283 亿元、290 亿元，预计未来低压变频器市场仍会稳步增长，至 2025 年市场规模预计达到 334.81 亿元。

2) 服务器行业发展趋势

近年来随着全球互联网、云计算、数据中心的快速发展，服务器的需求量不断增长，销售额和出货量也随之逐年递增。根据 IDC 数据，2022 年全球服务器出货量突破 1,516 万台，市场规模约为 1,230 亿美元，同比增长 20%。IDC 预计 2022 年-2027 年五年内服务器市场规模将继续以 7.7%的复合年增长率保持增长，并在 2027 年达到 1,780 亿美元，长期来看服务器市场发展趋势良好。

此外据 IDC 的数据显示，2022 年中国服务器出货量为 434 万台，市场规模约为 273.4 亿美元，同比增长 9.1%。随着数字中国建设持续推进，5G、大数据中心、工业互联网、人工智能等七大领域新型基础设施的建设进度加快，积极响应国务院适度超前部署云基础设施的要求，以及云计算、人工智能、边缘计算和 5G 等新兴技术在行业的深度应用，将对国内服务器市场需求提供重要支撑，根据 IDC 预计，到 2025 年中国服务器市场规模将达到 424.7 亿美元，国内服务器市场规模增速高于全球市场，随之而来的将是服务器散热领域的市场空间快速扩张。

3、新老客户合作情况

报告期内，公司经销模式收入来源于新老客户的销售情况如下表所示：

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
老客户	45,104.08	96.68%	58,256.76	57.63%	113,968.51	98.55%	58,929.26	95.83%
新客户	1,547.42	3.32%	42,832.58	42.37%	1,682.20	1.45%	2,561.63	4.17%
合计	46,651.50	100.00%	101,089.34	100.00%	115,650.71	100.00%	61,490.89	100.00%

注：新客户指在当年首次进行合作的客户，在以后年度则成为老客户。

2022 年度至 2023 年度，公司经销模式收入来源于老客户的收入占比均超过 95%，公司经销模式收入主要来源于长期合作客户。自公司成立以来，公司在主要产品品类已逐步建立起相对稳定的品牌优势，大部分主要客户与公司合作年限在 5 年以上，公司已与主要客户建立了长期稳定的经销合作关系。2023 年度，由于之前年度推出的新产品逐渐放量，老客户为公司带来了较大规模的业绩增量，新客户带来的收入占比相应降低。公司 2024 年下半年受制裁影响，直接外销基本暂停，转为通过境内贸易商等方式销往境外，因此，2024 年度新客户的占比有显著提升。2025 年 1-6 月，公司与境内贸易商及境内其他客户的合作趋于稳定，新老客户占比情况恢复 2022 年和 2023 年水平。

4、重要合同签订及执行情况

报告期内，公司主要采用签署“框架协议+订单”的方式获取订单，框架协议约定了双方合作过程中的基本条款，销售订单则具体约定了交易货物的具体型号、数量、金额等。报告期内，公司与主要客户签署的已履行或正在履行的框架合同及金额在 2,000.00 万元以上的合同情况如下：

单位：万美元

序号	客户名称	合同名称	合同内容	合同金额	履行情况
1	客户 B	销售合同	电脑散热器、机箱、电源等	5,000.00	履行完毕
		销售合同	电脑散热器、机箱、电源等	框架合同	履行完毕
2	京东世纪	产品购销协议（2022）	电脑散热器、机箱、电源等	框架合同	履行完毕
		产品购销协议（2023）	电脑散热器、机箱、电源等	框架合同	履行完毕
		产品购销协议（2024）	电脑散热器、机箱、电源等	框架合同	履行完毕
		产品购销协议（2025）	电脑散热器、机箱、电源等	框架合同	正在履行
3	客户 D	销售合同	电脑散热器、机箱、电源等	4,000.00	履行完毕
		销售合同	电脑散热器、机箱、电源等	框架合同	履行完毕
4	美国 NE	销售合同	电脑散热器、机箱、电源等	50.00	履行完毕
5	加拿大 CC	经销合同	电脑散热器、机箱、电源等	框架合同	履行完毕

6	韩国 BIGS	经销合同	电脑散热器、机箱、电源等	框架合同	履行完毕
7	日本 TW	主销售协议	电脑散热器、机箱、电源等	框架合同	履行完毕
8	印度 ACR	经销合同	电脑散热器、机箱、电源等	框架合同	履行完毕
9	客户 A	经销合同	电脑散热器、机箱、电源等	框架合同	履行完毕
10	客户 E	销售合同	电脑散热器、机箱、电源等	框架合同	履行完毕
11	客户 N	销售合同	电脑散热器、机箱、电源等	框架合同	履行完毕
12	客户 G	2023 年度销售协议书	电脑散热器、机箱、电源等	框架合同	履行完毕
		2024 年度代理协议书	电脑散热器、机箱、电源等	框架合同	履行完毕
13	客户 BC	产品销售合同（九州风神）	电脑散热器、机箱、电源等	框架合同	正在履行
		产品销售合同（惠州鑫全盛）	电脑散热器、机箱、电源等	框架合同	正在履行
14	客户 AZ	产品经销合同（九州风神）	电脑散热器、机箱、电源等	框架合同	正在履行
		产品经销合同（惠州鑫全盛）	电脑散热器、机箱、电源等	框架合同	履行完毕
15	客户 BA	产品销售合同	电脑散热器、机箱、电源等	框架合同	正在履行
16	客户 BB	产品销售合同	电脑散热器、机箱、电源等	框架合同	正在履行
17	客户 BD	产品授权经销合同（九州风神）	电脑散热器、机箱、电源等	框架合同	正在履行
		产品授权经销合同（惠州鑫全盛）	电脑散热器、机箱、电源等	框架合同	正在履行

5、主要产品复购率

由于公司产品终端客户大部分为个人消费者为主，且主要采用经销的销售模式，因此全市场终端用户购买频率难以准确掌握。公司产品部分通过电商平台进行直销，基于该类电商平台数据统计用户购买频率情况如下：

根据申报会计师出具的《信息系统审计报告》（容诚专字[2025]100Z1728号）、《信息系统审计报告》（容诚专字[2025]100Z1357号）及《信息系统审计报告》（容诚专字[2024]100Z0973号），以公司报告期内淘宝店铺后台数据为样本，境内终端用户购买公司产品的购买频率情况如下：

金额单位：万元；数量单位：人

期间	项目	1 次	2 次	3 次	4-5 次	6-10 次	10 次以上	合计
2022 年度	订单金额	345.98	58.66	11.92	4.29	1.58	0.20	422.64
	用户数量	24,753	1,864	233	60	11	2	26,923
2023 年度	订单金额	330.87	37.87	23.40	33.17	14.00	0.13	439.44
	用户数量	19,403	1,089	134	56	12	1	20,695
2024 年度	订单金额	500.86	58.00	14.79	9.36	6.38	1.03	590.43
	用户数量	26,967	1,382	184	56	10	2	28,601
2025 年 1-6 月	订单金额	658.70	91.09	20.57	6.64	3.51	0.89	781.40
	用户数量	28,202	1,736	241	53	16	3	30,251

根据公司淘宝店铺后台数据统计，报告期内 90%以上的用户每年仅消费 1 次，境内少部分客户 1 年内购买 2 次公司产品，极少数客户在 1 年内购买公司产品 2 次以上。

亚马逊无法获取用户个人相关信息，因此无法统计境外客户复购频率。

综上所述，公司主要产品的复购率仅包括境内客户数据。**2022-2024 年度**，公司境内收入占比相对较低，境内消费者对于价格的敏感性较高，公司在境内的竞争环境不佳，因此境内客户的复购率不具有代表性。**2025 年 1-6 月**，受制裁影响，公司基本停止外销，主要向境内客户销售，但由于公司经销占比较大，线上直销的比例较低，因此境内客户复购率仍不具有代表性。

6、发行人收入增长具备可持续性

如上所示，公司目前在手订单较为充足，可支撑部分期后业绩；下游行业发展趋势良好，具有增长性；公司已与主要客户签订金额较高的销售合同及框架合同，业绩可持续性具有一定保障。

公司短期内受被纳入美国 SDN 制裁名单影响，营业收入及利润会出现一定程度下滑，公司已在依法合规的前提下制定整改及应对方案，长期看公司相关业务具有成长性。

（三）2023 年全年业绩预测情况，是否存在业绩下滑的风险，如是，请充分揭示风险并作重大事项提示

1、2023 年全年业绩情况

2025 年 2 月 19 日，申报会计师出具《北京市九州风神科技股份有限公司审计报告》（容诚审字[2025]100Z0031 号），2023 年度，公司实现营业收入 14.63 亿元，实现净利润 2.33 亿元。

2、发行人存在业绩下滑的风险及重大事项提示

随着全球公共卫生事件已趋于常态化，全球生产经营活动恢复，散热器市场需求增加，根据 QYResearch 数据，2022 年至 2029 年全球散热器市场收入预计年复合增长率约为 5.21%。作为行业领先企业，2023 年末至 2024 年上半年公司计划向市场陆续推出基于新一代水泵、热管技术性能提升的新产品，不断巩固市场地位；2024 年 6 月，北京鑫全盛被纳入 SDN 清单，公司境外业务受到限制，公司存在一定程度的业绩下滑风险。

公司已在招股说明书“重大事项提示”之“五、特别风险提示”之“（一）经营业绩波动的风险”披露如下：

“报告期各期，公司归属于母公司所有者的净利润（扣除非经常性损益前后孰低）分别为 3,670.62 万元、23,292.53 万元、5,200.15 万元和 3,773.43 万元。受下游市场需求、国际政治经济形势以及汇率波动等因素影响，报告期内公司业绩呈大幅波动趋势。2024 年 6 月 12 日（美国时间），北京鑫全盛被纳入 SDN 清单，公司境外业务受到限制，未来经营业绩存在下滑的风险。”

公司已在招股说明书“第三节 风险因素”之“三、技术风险”之“（三）新产品推出不及预期的风险”披露如下：

“2020 年至 2022 年公司持续开展研发活动，2022 年公司领先市场约半年时间推出性能提升的新产品，使得 2023 年营业收入同比上涨 75.50%。2023 年同行业竞争对手已跟进并陆续推出新产品，市场竞争加剧，公司持续开展新技术与新产品的研发，如无法长期持续成功地进行产品研发、产品无法满足市场

需求，将对公司业务的持续增长造成不利影响，甚至导致业绩下滑的风险。”

五、请保荐机构、申报会计师：（1）核查上述事项并发表明确意见。（2）区分境内外分别说明对收入实施的具体函证、访谈、截止性测试、细节测试、期后回款情况，说明具体核查程序、核查过程和核查结论。（3）区分境内外分别说明对收入确认合规性、收入确认依据、是否存在跨期收入等采取的核查方法、核查比例、核查证据、核查充分性与核查结论

（一）核查上述事项并发表明确意见

1、核查程序

申报会计师执行了以下核查程序：

（1）获取发行人销售明细表、产量明细表，访谈发行人生产部门相关人员了解各类产品的产能变化情况及原因，分析散热器、机箱、电源等细分产品的产能、产量、销量及收入变动的匹配情况；对发行人客户结构进行分析，获取新老客户的销售内容和销售规模的变动情况；

（2）获取发行人产品成本构成明细及费用明细，分析发行人产品构成、定价、销量、成本、费用等因素对于发行人归母净利润的影响；

（3）统计收集俄语区政局及经济稳定性的信息，分析俄语区市场竞争情况及需求情况；登录美国财政部海外资产控制办公室网站，核实公司全资子公司北京鑫全盛被列入特别国民清单的具体情况；

（4）访谈发行人主要销售人员，获取发行人新品信息及市场开拓情况等信息，分析境外主要地区业绩增长原因；

（5）统计发行人产品内外销的主要客户、销售收入、销售价格、毛利率变动情况，分析内外销收入增长率及趋势变动不一致的原因；

（6）查阅同行业可比公司的年度报告等公开信息资料，分析发行人与同行业可比公司营业收入及净利润的变动情况是否存在差异及原因；

（7）通过视频或现场访谈发行人主要客户，了解其与发行人开展合作的经

过、业务规模、经营情况、采购发行人产品的用途等，评价交易的真实性；分析主要客户的收入、毛利率变动情况及合理性，分析不同客户之间毛利率差异及其合理性，通过公开资料和访谈方式了解主要客户的基本信息、业务类型、经营状况等信息，核查其采购规模与经营规模是否匹配；了解主要客户报告期各期信用政策变化情况，核查是否存在放宽信用期增加销售的情形；

（8）查阅发行人在手订单明细，统计发行人在手订单数量及金额；查阅相关行业报告、同行业可比公司披露的行业发展信息等资料；访谈发行人相关人员，了解发行人产品下游应用领域的发展趋势等情况；统计报告期新老客户的收入及变动情况，访谈发行人销售部门相关人员了解新客户的开拓方式和具体起始合作时间；查阅发行人与主要客户签订的框架协议及大额销售协议、在手订单等相关资料，核查合同、订单等的签订及执行情况；获取 IT 审计报告，了解产品复购率等相关信息；获取发行人 2023 年度财务报表，了解发行人 2023 年经营情况及财务情况。

2、核查结论

经核查，申报会计师认为：

（1）报告期内，发行人散热器、机箱、电源等细分产品销售收入的变动与对应的订单、产能、产量、销量变化情况及下游主要客户需求变化相匹配，具有合理性。发行人 2021 年收入基本稳定但归母净利润大幅下降主要原因为毛利率下降及财务费用减少等，2022 年收入基本稳定但归母净利润大幅下降主要原因为期间费用增加等。2021 年度至 2023 年度发行人俄语区业绩大幅增长具有合理性。2024 年 6 月发行人子公司北京鑫全盛被纳入 SDN 清单，自 2024 年 6 月 30 日后公司产品主要在境内销售。发行人境外市场均在 2023 年上半年业绩增长的原因主要为 2022 年推出的新品得到认可并放量销售所致，发行人未来收入增长率可能放缓。

（2）报告期内，发行人积极开拓全球市场，出口业务增长较快，外销收入增长率高于内销收入增长率具有合理性。报告期内，发行人与可比公司产品细分类型、业务规模及经营策略等方面不同，导致营业收入、净利润变动趋势与

同行业可比公司存在差异，具有合理性。

（3）发行人主要客户业务类型及经营情况与其采购情况相匹配，不同客户的毛利率存在一定差异，主要系产品结构、定价策略等不同所致。报告期内，发行人不存在通过延长信用期以增加销售收入的情况。

（4）2023 年 1-9 月新品收入贡献较大、俄语区市场占有率提升较大，导致发行人业绩大幅增长，具有合理性。发行人收入增长具备可持续性，2023 年全年业绩同比增长，发行人已于招股说明书中充分揭示风险并作重大事项提示。

（二）区分境内外分别说明对收入实施的具体函证、访谈、截止性测试、细节测试、期后回款情况，说明具体核查程序、核查过程和核查结论

1、函证情况

申报会计师对发行人报告期各期的主要境内外客户执行了函证程序，函证范围覆盖报告期各期主要客户，针对未收到回函的情形，实施替代程序，具体函证及替代程序数据和比例如下表所示：

单位：万元

项目		2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
境外销售	境外发函金额	0.06	30,091.99	91,033.94	45,539.41
	境外销售收入	-150.03	60,753.81	129,934.94	66,586.99
	境外发函比例	/	49.53%	70.06%	68.39%
	境外回函金额	114.63	27,122.93	78,658.98	37,197.25
	回函金额占境外收入的比例	/	44.64%	60.54%	55.86%
	执行替代测试金额	-114.57	2,969.05	12,374.96	8,342.16
	回函及执行替代测试比例合计	/	49.53%	70.06%	68.39%
境内销售	境内发函金额	46,852.26	52,712.73	11,538.49	10,358.94
	境内销售收入	50,999.02	57,189.81	15,566.49	16,119.26
	境内发函比例	91.87%	92.17%	74.12%	64.26%
	境内回函金额	46,852.26	52,656.71	11,538.49	10,358.94
	回函金额占境内收入的比例	91.87%	92.07%	74.12%	64.26%
	执行替代测试金额	-	56.03	-	-

	回函及执行替代测试比例合计	91.87%	92.17%	74.12%	64.26%
--	---------------	--------	--------	--------	--------

注：2025 年 1-6 月公司境外收入为负值，因此不计算当期境外发函及回函比例。

经核查，申报会计师认为：发行人境内外客户的整体回函比例较高，针对未回函的客户，申报会计师均履行了替代程序，发行人境内外销售业务真实、准确、完整。

2、访谈情况

申报会计师对发行人报告期各期的主要境内外客户进行了实地或视频访谈，通过访谈了解客户基本信息、与发行人交易背景和交易情况，同时观察经销商的生产经营场所，核查客户是否真实存在、销售业务是否具备真实交易背景，具体核查情况如下：

单位：万元

项目		2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
境外销售	访谈境外收入金额	-437.94	33,192.12	78,056.53	38,615.17
	境内收入	-150.03	60,753.81	129,934.94	66,586.99
	境外访谈占比	/	54.63%	60.07%	57.99%
	亚马逊	-	4,855.40	11,158.58	5,639.53
	境外收入（不包含亚马逊）	-150.03	55,898.41	118,776.36	60,947.46
	境外访谈占境外收入比例	/	59.38%	65.72%	63.36%
境内销售	访谈境内收入金额	45,927.89	51,767.37	11,703.30	11,422.67
	境内收入	50,999.02	57,189.81	15,566.49	16,119.26
	境内访谈占境内收入比例	90.06%	90.52%	75.18%	70.86%

注：2025 年 1-6 月公司境外收入为负值，因此不计算当期境外走访比例。

经核查，申报会计师认为，报告期内，发行人主要境内外客户与发行人的业务合作情况真实且具备合理性，与发行人及其关联方不存在关联关系及资金往来，发行人境内外销售业务真实、准确、完整。

3、截止性测试情况

申报会计师对发行人境内外收入情况执行截止测试，测试范围为报告期内各资产负债表日前后一个月 80%的销售收入凭证，对相应收入的记账凭证、发

票、出库单、送货单、签收单等相关单据资料进行核查，核对签收单的客户名称、出库日期、签收日期等信息，核查是否存在跨期情况，对收入确认进行截止性测试。

4、细节测试情况

申报会计师对发行人境内外收入执行细节测试，检查与收入确认相关的支持性文件，核查主要客户的合同/订单、出库单、报关单、提单等资料，执行细节测试，情况如下：

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
细节测试金额-境外销售	323.86	49,869.49	110,922.13	56,408.01
境外收入	-150.03	60,753.81	129,934.94	66,586.99
境外细节测试占比	/	82.08%	85.37%	84.71%
细节测试金额-境内销售	46,201.02	47,493.98	12,377.17	12,936.67
境内收入	50,999.02	57,189.81	15,566.49	16,119.26
境内细节测试占比	90.59%	83.05%	79.51%	80.26%

注：2025 年 1-6 月公司境外收入为负值，因此不计算当期境外细节测试比例。

经核查，申报会计师认为，境内外收入截止性测试、细节测试不存在重大异常，能够有效支持得出发行人报告期内境内外销售收入真实、准确、完整的结论。

5、期后回款情况

申报会计师获取发行人应收账款明细账、银行对账单及银行回单、票据台账，对主要客户的大额回款记录进行测试，检查发行人应收账款各期的期后回款情况。

截至 2025 年 8 月 31 日，发行人应收账款的期后回款情况如下：

单位：万元

境内外	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
境	应收账款余额	25,433.80	19,848.75	2,156.26	1,999.55

内	截至 2025 年 8 月 31 日期后回款金额	16,083.66	19,644.36	2,151.26	1,994.55
	回款占比	63.24%	98.97%	99.77%	99.75%
境外	应收账款余额	14,760.24	15,352.90	14,112.93	7,851.42
	截至 2025 年 8 月 31 日期后回款金额	140.35	1,133.24	14,101.32	7,849.19
	回款占比	0.95%	7.38%	99.92%	99.97%

经核查，申报会计师认为，2022 年末、2023 年末，发行人应收账款期后回款情况良好，各期余额变动符合实际经营情况；2024 年 6 月，北京鑫全盛被纳入 SDN 清单，公司境外业务受到限制，境外客户的回款受阻，导致境外客户的期后回款比例较低。2025 年 8 月 31 日，部分境内客户应收账款尚未到合同约定支付时点，境内回款比例相对较低。

（三）区分境内外分别说明对收入确认合规性、收入确认依据、是否存在跨期收入等采取的核查方法、核查比例、核查证据、核查充分性与核查结论

1、针对收入确认合规性，申报会计师核查情况如下：

境内收入：

（1）了解发行人的内销政策，核查重要客户的销售合同/框架协议及订单，识别并分析与商品控制权转移相关的合同条款与条件，评价收入确认政策是否符合企业会计准则的规定；

（2）通过实地访谈重要客户，了解其与发行人开展合作的过程、业务规模、采购发行人产品的用途等，获取客户签字盖章确认的访谈问卷，评价交易的真实性，报告期内，发行人境内销售收入的访谈比例分别为 70.86%、75.18%、**90.52%和 90.06%**；

（3）对收入发生额和应收账款余额进行函证，获取客户确认的询证函，核实销售真实性，报告期内，发行人境内销售收入通过函证确认的比例，分别为 64.26%、74.12%、**92.07%和 91.87%**；对未回函金额执行替代测试，执行替代测试后销售收入确认比例达到 64.26%、74.12%、**92.17%和 91.87%**。

（4）对发行人的收入确认进行细节测试，获取客户的合同/框架协议、订单、发票、出库单、银行回款流水凭证等交易记录文件，核实发行人收入确认的执行是否与制定的收入确认政策一致，检查发行人的收入确认合规性；

（5）对收入进行截止性测试，选取发生在资产负债表日前后境内销售记录，检查相应的签收单、发票等支持性文件，检查发行人销售收入确认是否属于正确的会计期间，是否符合企业会计准则的规定；

（6）查阅了报告期内客户的工商信息、官方网站、年度报告等公开信息资料，了解客户基本信息、业务相关性、客户真实性；

（7）查阅销售合同、检查发货记录、出库单、运货单、签收单、对账单、销售收款单据、期后回款单据，进行销售穿行测试，以获取充分的核查证据；

（8）统计并分析报告期内发行人各类产品销售单价、数量、金额、占比及变动情况，分析其变动原因是否合理；

（9）获取并查阅了发行人财务核算制度等相关内部控制制度，访谈了发行人财务总监、相关财务人员、业务部门相关负责人，了解发行人主营业务构成，主营业务分类，各类业务主要内容、业务流程等，了解发行人收入变动的原因和发行人未来发展规划等情况。

境外收入：

（1）了解发行人的外销政策，核查重要客户的销售合同/框架协议及订单，识别并分析与商品控制权转移相关的合同条款与条件，评价收入确认政策是否符合企业会计准则的规定；

（2）通过访谈重要客户，了解其与发行人开展合作的过程、业务规模、采购发行人产品的用途等，获取客户签字盖章确认的访谈问卷，评价交易的真实性，**2022-2024 年度**，发行人境外销售收入的访谈比例分别为 63.36%、65.72% 和 **59.38%**，**2025 年 1-6 月**，发行人境外收入为负值，因此不计算走访比例。

（3）对收入发生额和应收账款余额进行函证，获取客户确认的询证函，核

实销售真实性，**2022-2024 年度**，发行人外销销售收入通过函证确认的比例分别为 55.86%、60.54%和 **44.64%**；对未回函金额执行替代测试，执行替代测试后销售收入确认比例达到 68.39%、70.06%和 **49.53%**。**2025 年 1-6 月**，发行人境外收入为负值，因此不计算回函比例。

（4）对发行人的收入确认进行细节测试，获取客户的合同/框架协议、订单、发票、出库单、报关单、提单、银行回款流水凭证等交易记录文件，核实发行人收入确认的执行是否与制定的收入确认政策一致，检查发行人的收入确认合规性；**2022 至 2024 年度**，境外细节测试占比分别为 **84.71%**、**85.37%**和 **82.08%**，**2025 年 1-6 月**，发行人境外收入为负值，因此不计算境外细节测试比例；

（5）对收入进行截止性测试，选取发生在资产负债表日前后境外销售记录，检查相应的签收单、发票、报关单、提单等支持性文件，检查发行人销售收入确认是否属于正确的会计期间，是否符合企业会计准则的规定；

（6）查阅了报告期内客户的工商信息、官方网站、年度报告等公开信息资料，了解客户基本信息、业务相关性及客户真实性；

（7）查阅销售合同、检查发货记录、出库单、运货单、出口报关单、提单、签收单、对账单、销售收款单据、期后回款单据，进行销售穿行测试，以获取充分的核查证据；

（8）统计并分析报告期内发行人各类产品销售单价、数量、金额、占比及变动情况，分析其变动原因是否合理；

（9）获取并查阅了发行人财务核算制度等相关内部控制制度，访谈了发行人财务总监、相关财务人员、业务部门相关负责人，了解发行人主营业务构成，主营业务分类，各类业务主要内容、业务流程等，了解发行人收入变动的原因和发行人未来发展规划等情况；

2、针对收入确认依据，申报会计师核查情况如下：

境内收入：

(1) 了解发行人与内销收入确认相关的内部控制，访谈销售负责人、财务总监，查阅发行人销售与收款循环的内控制度并实施穿行测试，获取相应的内控制度、访谈记录以及实际执行的样本，了解发行人销售业务流程及会计处理流程，明确发行人关于内销销售收入确认的具体依据，并评价控制设计的有效性，确定控制是否得到执行；

(2) 对内销收入确认实施控制测试，获取并检查销售合同或订单、签收单据、银行回单及其他支持性文件，确定内销收入确认的相关内部控制是否有效运行；

(3) 对发行人的内销收入确认进行细节测试，抽查发行人与主要客户的合同/框架协议、订单、发票、出库单、签收单、银行回款流水凭证等交易记录文件，核实签收单上的销售数量、产品规格、签收日期、签收人员等信息，核查发行人内销收入确认依据的真实性、准确性。

境外收入：

(1) 了解发行人与外销收入确认相关的内部控制，访谈销售负责人、财务总监，查阅发行人销售与收款循环的内控制度并实施穿行测试，获取相应的内控制度、访谈记录以及实际执行的样本，了解发行人销售业务流程及会计处理流程，明确发行人关于外销销售收入确认的具体依据，并评价控制设计的有效性，确定控制是否得到执行；

(2) 对外销收入确认实施控制测试，获取并检查销售合同或订单、签收单据、提单、报关单、银行回单及其他支持性文件，确定外销收入确认的相关内部控制是否有效运行；

(3) 对发行人的外销收入确认进行细节测试，抽查发行人与主要客户的合同/框架协议、订单、发票、提单、报关单、银行回款流水凭证等交易记录文件，核查发行人收入确认依据的真实性、准确性。

3、针对是否存在跨期收入，申报会计师核查情况如下：

境内收入：

（1）对内销收入进行截止性测试，选取发生在资产负债表日前后境内销售记录，检查相应的发货单、签收单等支持性文件，检查发行人内销销售收入是否记在正确的会计期间，是否符合企业会计准则的规定；

（2）关注各资产负债表日后是否存在大额销售退回的情况，检查是否存在跨期收入的情况。

境外收入：

（1）对外销收入进行截止性测试，选取发生在资产负债表日前后境外销售记录，检查相应的发货单、报关单、提单等支持性文件，检查发行人外销销售收入是否记在正确的会计期间，是否符合企业会计准则的规定；

（2）关注各资产负债表日后是否存在大额销售退回的情况，检查是否存在跨期收入的情况。

经核查，申报会计师认为：发行人的销售真实、收入确认合规，收入确认依据充分，不存在跨期情况。

问题 6. 毛利率明显高于行业平均水平

根据申请文件，（1）报告期各期，发行人主营业务毛利率分别为 39.24%、32.26%、33.20%和 40.61%，高于同行业可比公司约 10 个百分点。（2）发行人电源产品均为外采产品，销售占比从 10%提升到 20%，报告期各期电源产品毛利率分别为 14.25%、9.7%、13.85%和 20.88%；机箱产品销售占比在 20%左右，报告期毛利率分别为 34.37%、30.76%、30.24%和 39.06%；散热器产品为发行人毛利率最高的产品，销售占比在 60%左右，报告期毛利率分别为 43.03%、37.76%、37.81%和 48.19%；2021 年起公司开始由外购转为自产热管。（3）报告期内，公司境外销售毛利率普遍高于境内。（4）报告期内，公司主营业务成本构成中直接材料占比在 80%左右，直接材料主要为铜材、铝材、塑胶料（含塑胶配件）及包装材料等，发行人主要原材料供应商普遍存在注册资本较小且未实缴，部分供应商如东莞市霖荣实业有限公司、东莞瑞通金属科技有限公司成立时间较短即与公司开展大额合作。

（1）散热器产品毛利率最近一期大幅增长。请发行人说明：①散热器产品中不同档次产品的具体划分标准和依据，列示报告期各期不同档次产品的类型、销售占比、销售毛利率情况，量化分析各期散热器产品毛利率波动的原因，特别是 2023 年上半年毛利率大幅增长的合理性。②同一型号产品各期销售单价、单位成本、毛利率的变动原因，单位成本与原材料价格变化是否匹配、销售单价变化与产品竞争格局变动等是否匹配。③量化分析发行人 2021 年由外购转为自产铜热管对生产成本和对应散热器产品毛利率的具体影响，报告期各期公司外购和自产热管的金额及占比；热管使用量及与收入匹配性；外购价格与自产成本的比较情况，进一步说明自产热管的原因；外购热管的主要供应商的基本情况，自产热管的对应的铜材料的主要供应商的基本情况，上述供应商与其他供应商与公司及关键主体是否存在潜在关联关系或其他利益往来，上述供应商的采购价格与其他供应商是否存在显著差异，是否存在通过上述供应商为公司分担成本，调节利润情形。

（2）电源产品均为外采且毛利率波动较大。请发行人说明：①电源产品

的生产流程，是否均为采购后直接对外销售，各期电源产品主要供应商情况，开始合作时间、发行人向其采购金额占其营业收入的比例、主要财务数据、相同产品向不同供应商采购单价是否存在显著差异，采购价格是否公允，是否存在为发行人承担成本费用的情形。②电源产品销售的主要客户情况，是否为贸易型销售，结合销售回款等情况说明相应销售订单是否真实，采用总额法或净额法确认收入的合理性，是否符合企业会计准则相关规定。③量化分析电源产品毛利率波动较大且最近一期大幅提升的合理性。

（3）机箱产品毛利率较高。请发行人说明：①机箱产品的生产加工过程及附加值的具体体现，机箱产品毛利率较高的合理性。②报告期各期机箱产品的主要供应商情况，开始合作时间、发行人向其采购金额占其营业收入的比例、主要财务数据、相同产品向不同供应商采购单价是否存在显著差异，采购价格是否公允，是否存在为发行人承担成本费用的情形。③同一型号产品各期销售单价、单位成本、毛利率的变动原因，单位成本与原材料价格变化是否匹配。

（4）境内外毛利率差异较大。请发行人说明外销与内销的具体产品结构差异、同种或同类产品境内外销售价格、单位成本差异情况等，分析境内外销售毛利率差异较大的原因及合理性，说明发行人境内外销售毛利率与同行业可比公司境内外销售毛利率水平及变动趋势是否存在重大差异，如存在，分析披露差异原因。

（5）毛利率明显高于可比公司。请发行人：①结合发行人及同行业可比公司在下游客户及具体应用领域的差异、发行人与同行业可比公司主要产品技术差异等说明可比公司选择是否合理，前述因素对发行人产品毛利率的影响，说明综合毛利率显著高于同行业平均水平的原因及合理性。②说明报告期各期发行人细分产品的毛利率情况与同行业可比公司相同或类似产品的比较情况，分析发行人主要产品的毛利率、变动趋势是否与可比公司存在较大差异；结合产品内容、主要产品功能差异、技术差异、定位差异、成本结构差异等，对比分析说明发行人产品毛利率与可比公司毛利率的差异合理性。③分析发行人单位材料成本、单位人工成本、单位制造费用等与可比公司相比是否明显偏低，

说明差异原因及合理性。④说明发行人未来是否存在竞争加剧、毛利大幅下降的风险，如有，请在招股说明书中量化分析并有针对性地进行风险揭示。

(6) 成本核算准确性。请发行人说明不同车间（如注塑车间、风扇车间、五金车间等）原材料成本、人工成本及制造费用归集分配的具体方法，详细说明发行人成本核算是否准确。

(7) 部分供应商成立时间较短即与公司开展大额合作。

请发行人：①区分产品类型（散热器、电源、机箱等）分别说明主要原材料采购及对应供应商情况，部分供应商如东莞市霖荣实业有限公司、东莞瑞通金属科技有限公司成立时间较短即与公司开展大额合作的原因，原材料采购金额与供应商经营规模是否匹配，主要原材料采购价格与市场价格或第三方价格是否存在较大差异，分析主要原材料采购价格公允性，原材料主要供应商及其股东、董监高与发行人及相关主体是否存在关联关系或其他利益往来。②说明各产品的定价机制及调价情况，上游原材料采购价格变化与产品售价变化之间的传导机制，结合实际原材料价格传导情况说明主要产品销售单价变动的原因。③说明在原材料出现较大程度波动时，发行人的成本控制措施，说明主要原材料价格变化对发行人成本、利润、毛利率的影响并进行敏感性分析，对相关风险提示内容进行量化分析并披露。④说明产品的备货周期和生产周期，说明直接材料成本与原材料采购价格及耗用量是否匹配、生产人员的人数与直接人工金额变动是否匹配、运输费用与产品销售变动是否匹配。

请保荐机构、申报会计师：（1）核查上述事项并发表明确意见，说明核查方法、核查范围、核查证据及核查结论。（2）说明对主要供应商的发函、回函的比例，未回函部分所执行替代程序的具体情况及其结论；对主要供应商访谈或走访的具体情况，包括数量、金额及占比，访谈的证据、数据及结果是否充分、有效。（3）结合资金流水核查情况，说明发行人及相关主体与主要原材料供应商、外协加工厂商及相关主体是否存在异常资金往来。（4）说明对成本归集的准确性、完整性及相关内控健全有效性的核查情况、核查结论，并发表明确意见。

【回复】

一、散热器产品毛利率最近一期大幅增长

（一）散热器产品中不同档次产品的具体划分标准和依据，列示报告期各期不同档次产品的类型、销售占比、销售毛利率情况，量化分析各期散热器产品毛利率波动的原因，特别是 2023 年上半年毛利率大幅增长的合理性

1、散热器产品中不同档次产品的具体划分标准和依据

公司散热器产品根据应用散热场景不同可分为台式电脑 CPU 散热器、笔记本电脑散热器、散热风扇、工业散热器。

公司台式电脑 CPU 散热器包括 CPU 热管散热器、CPU 水冷散热器、CPU 铝挤型散热器，为公司散热器收入的主要构成，报告期内收入占比超过 80%。公司综合考虑产品系列的最高解热功率、终端市场首发价格区间、产品外观设计等因素，将产品系列划分为入门、中端、旗舰。具体划分依据如下：

产品大类	产品档次	最高解热功率	市场首发价格 (注 1)	外观设计 (注 2)	水泵及风扇
CPU 热管散热器	旗舰	280 瓦及以上	500 元以上	专属外观设计	-
	中端	通常在 260 瓦以下	100-499 元	-	-
	入门	通常在 200 瓦以下	120 元以下	-	-
CPU 水冷散热器	旗舰	通常在 300 瓦以下	700-1099 元	专属外观设计	第五代或第六代水泵搭配中高端风扇
	入门	通常在 250 瓦以下	199-699 元	-	第四代或第五代水泵搭配基础版风扇
CPU 铝挤型散热器	入门	通常在 95 瓦以下	100 元以下	-	-

注 1：市场首发价格为公司产品在京东平台旗舰店上首次面向终端客户的销售价格；由于不同产品系列又包含多个配置类型，因此不同产品档次之间价格存在部分重叠；

注 2：专属外观设计：外观设计为 IF、红点等设计大奖获奖作品，或为适配 CPU 平台尺寸定制设计产品，具有很高外观辨识度。

公司笔记本电脑散热器、散热风扇、工业散热器收入占比较低，公司不存在明显的档次类型划分。

2、列示报告期各期不同档次产品的类型、销售占比、销售毛利率情况

报告期内，公司台式电脑 CPU 散热器不同档次产品的类型、销售占比、销售毛利率情况如下：

（1）CPU 热管散热器

2025 年 1-6 月			
项目	主要产品类型	销售占比	毛利率
旗舰	ASSASSIN 系列	13.30%	45.21%
中端	AK 系列等	33.37%	42.98%
入门	AG 系列、ICE EDGE 系列等	53.33%	20.72%
合计		100.00%	31.41%
2024 年			
项目	主要产品类型	销售占比	毛利率
旗舰	ASSASSIN 系列	6.49%	49.73%
中端	AK 系列、AN 系列等	40.61%	50.67%
入门	AG 系列、ICE EDGE 系列等	52.90%	28.15%
合计		100.00%	38.70%
2023 年			
项目	主要产品类型	销售占比	毛利率
旗舰	ASSASSIN 系列	3.59%	51.83%
中端	AK 系列、AS 系列等	43.38%	55.71%
入门	AG 系列、ICE EDGE 系列、AD 系列等	53.04%	33.79%
合计		100.00%	43.95%
2022 年			
项目	主要产品类型	销售占比	毛利率
旗舰	ASSASSIN 系列	3.72%	41.75%
中端	AK 系列、AS 系列、Lucifer 系列	28.61%	48.71%
入门	AG 系列、ICE EDGE 系列、ICE BLADE 等	67.67%	28.34%
合计		100.00%	34.67%

2022 年公司对 AK 系列进行新产品扩充，将 AK 系列打造成公司中端 CPU

热管散热器的主力产品系列并进行推广，使得公司中端档次产品的收入占比逐步提升至 2023 年和 2024 年的 43.38%和 40.61%。公司中端产品的毛利率高于入门级产品，随着中端产品收入占比提升，2022 年、2023 年和 2024 年 CPU 热管散热器整体毛利率介于入门级产品毛利率和中端产品毛利率之间。

2022 年至 2024 年，公司 CPU 热管散热器旗舰产品为 ASSASSIN 系列，收入占比较小约 5%，对 CPU 热管散热器整体毛利率影响较小。2025 年 1-6 月，ASSASSIN 系列产品扩充带来销售额同比增长，旗舰产品销售占比提升至 13.30%。

CPU 热管散热器各档次产品的毛利率受市场竞争变化、原材料价格变动、产量增加导致单位人工和制造费用下降等因素影响，在报告期内均有所波动。

(2) CPU 水冷散热器

2025 年 1-6 月			
项目	主要产品类型	销售占比	毛利率
旗舰	MYSTIQUE 系列、LS 系列、LT 系列、LD 系列、LQ 系列等	61.56%	45.44%
入门	LE 系列、LM 系列等	38.44%	29.92%
合计		100.00%	39.47%
2024 年			
项目	主要产品类型	销售占比	毛利率
旗舰	LT 系列、LS 系列、MYSTIQUE 系列、LD 系列等	75.19%	49.73%
入门	GAMMAXX LIQUID 系列、LE 系列等	24.81%	43.34%
合计		100.00%	48.15%
2023 年			
项目	主要产品类型	销售占比	毛利率
旗舰	LT 系列、LS 系列、CASTLE 系列等	77.18%	54.76%
入门	GAMMAXX LIQUID 系列、LE 系列等	22.82%	43.64%
合计		100.00%	52.23%
2022 年			

项目	主要产品类型	销售占比	毛利率
旗舰	CAPTAIN 系列、 CASTLE 系列、LS 系 列	67.63%	46.36%
入门	GAMMAXX LIQUID 系列、LE 系列等	32.37%	36.99%
合计		100.00%	43.33%

报告期内，公司 CPU 水冷散热器以旗舰产品为主，2022 年公司新推出 LS、LT 系列产品，作为 CPU 水冷散热器旗舰主力向市场推广，使得 2023 年旗舰产品收入占比提升至 77.18%；2024 年，公司推出全新的 MYSTIQUE 系列、LD 系列产品，旗舰产品收入占比较 2023 年基本保持稳定。2025 年 1-6 月受新旧旗舰系列交替影响，旗舰产品收入占比较 2024 年有所下降。

报告期内公司旗舰产品毛利率整体高于入门级产品，但入门级产品销售占比仍较高，因此公司 CPU 水冷散热器整体毛利率介于入门级产品毛利率和旗舰产品毛利率之间。

（3）CPU 铝挤型散热器

2025 年 1-6 月			
项目	主要产品类型	销售占比	毛利率
入门	THETA 系列、CK 系列等	100.00%	25.92%
合计		100.00%	25.92%
2024 年			
项目	主要产品类型	销售占比	毛利率
入门	THETA 系列、 GAMMA 系列、CK 系 列等	100.00%	30.18%
合计		100.00%	30.18%
2023 年			
项目	主要产品类型	销售占比	毛利率
入门	THETA 系列、 GAMMA 系列、 ALTA 系列等	100.00%	34.04%
合计		100.00%	34.04%
2022 年			
项目	主要产品类型	销售占比	毛利率

入门	THETA 系列、 GAMMA 系列、 ALTA 系列等	100.00%	32.58%
合计		100.00%	32.58%

CPU 铝挤型散热器解热功耗设计低于 CPU 热管散热器和 CPU 水冷散热器，均为入门级产品。2022 年至 2024 年，公司 CPU 铝挤型散热器毛利率约为 30%，占散热器全部销售收入的比例约为 7%，对散热器整体毛利率变动影响较小。2025 年 1-6 月，受美国制裁导致销售区域变化影响，毛利率较 2024 年有所下滑。

3、量化分析各期散热器产品毛利率波动的原因，特别是 2023 年上半年毛利率大幅增长的合理性

报告期内，公司散热器毛利率分别为 37.06%、45.91%、40.57%和 33.01%。

项目	2025 年 1-6 月		2024 年度		2023 年度		2022 年度	
	销售占比	毛利率	销售占比	毛利率	销售占比	毛利率	销售占比	毛利率
CPU 热管散热器	52.22%	31.41%	47.62%	38.70%	45.98%	43.95%	46.26%	34.67%
CPU 水冷散热器	31.31%	39.47%	34.28%	48.15%	38.53%	52.23%	29.87%	43.33%
其他散热器	16.47%	25.79%	18.10%	31.16%	15.48%	35.99%	23.87%	33.85%
合计	100.00%	33.01%	100.00%	40.57%	100.00%	45.91%	100.00%	37.06%

由上表可见，CPU 热管散热器、CPU 水冷散热器占公司散热器销售收入的比例超过 75%，对毛利率的影响较大。

(1) 2022 年度毛利率变动原因

2022 年度，公司散热器毛利率较同期上升 0.44 个百分点，变动幅度较小。

分产品类型看，公司毛利率及收入占比情况如下：

项目	2022 年			2021 年度			对毛利率影响
	销售占比	毛利率	毛利贡献率	销售占比	毛利率	毛利贡献率	
CPU 热管散热器	46.26%	34.67%	16.04%	44.64%	32.58%	14.54%	1.50%
CPU 水冷散热器	29.87%	43.33%	12.94%	29.47%	44.71%	13.18%	-0.24%
其他	23.87%	33.85%	8.08%	25.88%	34.38%	8.90%	-0.82%
合计	100.00%	37.06%	37.06%	100.00%	36.62%	36.62%	0.44%

2022 年和 2021 年不同类型的散热器产品销售结构及毛利率变动均不大。

(2) 2023 年度毛利率变动原因

2023 年，公司散热器产品毛利率由 37.06% 上升至 45.91%，上升 8.85 个百分点，主要是由于 2022 年下半年公司丰富了产品线，推出了中端 CPU 热管散热器 AK 系列产品和高端 CPU 水冷散热器 LS 和 LT 系列产品，上述产品定价和毛利率相对较高。同时，由于原材料价格下降，以及 2023 年产量上涨带来的固定成本摊薄，产品的单位成本有所下降，因此 2023 年公司散热器产品毛利率有所上升，如下表所示：

项目	2023 年度			2022 年度			对毛利率影响
	销售占比	毛利率	毛利贡献率	销售占比	毛利率	毛利贡献率	
CPU 热管散热器	45.98%	43.95%	20.21%	46.26%	34.67%	16.04%	4.17%
CPU 水冷散热器	38.53%	52.23%	20.12%	29.87%	43.33%	12.94%	7.18%
其他	15.48%	35.99%	5.57%	23.87%	33.85%	8.08%	-2.51%
合计	100.00%	45.91%	45.91%	100.00%	37.06%	37.06%	8.85%

1) CPU 热管散热器毛利率变化原因

2023 年，CPU 热管散热器销售占比较为稳定，而毛利率同比上涨 9.28 个百分点，对散热器整体毛利率提升贡献 4.17%。CPU 热管散热器主要产品系列情况如下表所示：

项目	2023 年度			2022 年度			对毛利率影响
	销售占比	毛利率	毛利贡献率	销售占比	毛利率	毛利贡献率	
AG 系列	42.56%	36.06%	15.35%	54.64%	30.05%	16.42%	-1.07%
AK 系列	41.21%	55.95%	23.06%	23.74%	49.10%	11.66%	11.40%
其他	16.23%	34.14%	5.54%	21.63%	30.52%	6.60%	-1.06%
合计	100.00%	43.95%	43.95%	100.00%	34.67%	34.67%	9.28%

①AK 系列产品收入结构上升和毛利率上升的原因

2023 年，公司 CPU 热管散热器上升 9.28 个百分点，主要是因为高毛利 AK 系列产品收入增加且毛利率提升所致。

2022 年，公司逐步推出了 AK 系列产品系列，采用全新风扇、热管和底座保障了 CPU 能够释放最佳性能，主要面向对产品性能有一定要求的用户群体，产品市场竞争力强。2023 年，该系列产品市场反应较好，收入大幅增加，因此 AK 系列产品的销售占比由 2022 年的 23.74%提升至 41.21%。

2023 年，AK 系列产品毛利率上涨 6.85 个百分点，主要是由于其销售单价上升和单位成本下降所致。

单位/元

项目	2023 年		2022 年度		变动率	
	单价	单位成本	单价	单位成本	单价	单位成本
AK 系列	219.77	96.81	199.18	101.39	10.34%	-4.52%

2023 年 AK 系列产品单价上升 10.34%，主要是由于：AK 系列产品的高端型号 AK620 在欧美区域销售情况较好。欧美区域消费者购买力较强，公司高端产品在此区域销售较好，定价较高，2023 年 AK620 在此区域销售占比提高了约 18 个百分点。同时 2023 年公司针对细分市场推出了带数字显示系统的产品，该类型产品平均销售价格约 260 元，拉高了 AK 系列产品的平均单价。

2023 年 AK 系列产品单位成本下降 4.52%，主要因为：①铜热管为 CPU 热管散热器的重要部件，成本占比约为 30%。公司自 2021 年自产通热管代替外购，2022 年公司铜热管基本由公司自产。公司在热管生产过程中也逐步改善相关生产环节，通过缩头模结构尺寸优化、封口治具尺寸改良、弯管治具尺寸材质改

善等方式改良热管生产，有效提高热管生产良率。随着公司生产工艺和效率的提升，铜热管的损耗逐渐减少并于 2023 年上半年趋于稳定。2023 年，公司铜热管的平均生产成本下降 6%左右。②铝占 CPU 热管散热器的 20%左右。2023 年由于原材料价格下降，铝的采购单价下降 5%左右。③由于 2023 年销售大幅增加，直接人工和制造费用同比下降 12%以上，该部分成本占比在 25%左右。④上述工艺改进、原材料价格下降、销量增加导致的平均人工及制造费用下降综合导致 2023 年单位成本下降约 9%，但 2023 年新增带数字显示系统的 AK 系列产品，该类产品平均材料成本较不带数字显示系统产品高 38.61%，销量占比为 13.60%，使得 AK 系列产品最终单位成本下降 4.52%。

②AG 系列产品毛利率上升原因

2023 年 AG 系列产品毛利率上升 6.01 个百分点，主要由于其单位成本下降所致。

单位/元

项目	2023 年		2022 年度		变动率	
	单价	单位成本	单价	单位成本	单价	单位成本
AG 系列	82.99	53.06	83.22	58.22	-0.28%	-8.86%

2023 年 AG 系列产品平均单价基本保持稳定。

AG 系列产品的成本结构与 AK 产品类似，其单位成本下降原因同 AK 系列产品。但由于 AG 系列为入门级产品，2023 年带数字显示系统的产品仅占 AG 系列产品销量的 0.66%，对 AG 系列产品整体单位成本提升影响较小，因此 AG 系列单位成本下降幅度大于 AK 系列。

2) CPU 水冷散热器毛利率变化原因

公司 CPU 水冷散热器主要是通过水泵驱使冷却液进行主动循环带走 CPU 的热量并传递至冷排，通过风扇与冷空气进行换热，主要用于功耗较大的高端台式电脑 CPU 的散热，毛利率较高。2023 年，公司 CPU 水冷散热器对散热器整体毛利率提升贡献 7.18%，主要是由于收入占比提升以及毛利率提升所致。

2022 年，公司基于原有的 CASTLE 系列推出高端的系列 A 产品，采用自研

新一代高性能低噪音水泵，大大提升水冷液导通率，同时还更新了全新家族化设计冷头、高性能低噪音风扇和大尺寸紫铜底座，有效提高散热性能。此外公司还针对不同用户群体需求全新推出系列 B 产品，主打前卫外观设计，引入了多面无限反射的效果，丰富并完善了公司 CPU 水冷散热器产品线的价格体系，给予用户多样化的选择空间。因此，2023 年 CPU 水冷散热器销售占比提升 8.66 个百分点。CPU 水冷散热器主要产品系列情况如下表所示：

类型	2023 年度			2022 年度			对毛利率影响
	收入占比	毛利率	毛利贡献率	收入占比	毛利率	毛利贡献率	
系列 A	47.06%	52.90%	24.89%	22.78%	53.53%	12.19%	12.70%
系列 B	26.06%	59.87%	15.60%	4.20%	51.78%	2.18%	13.42%
CASTLE	4.06%	43.51%	1.77%	39.89%	42.18%	16.83%	-15.06%
GAMMAXX LIQUID	7.02%	46.29%	3.25%	24.96%	35.00%	8.74%	-5.49%
其他	15.80%	42.48%	6.71%	8.16%	41.61%	3.40%	3.31%
合计	100.00%	52.23%	52.23%	100.00%	43.33%	43.33%	8.90%

① 系列 A 产品收入结构上升和毛利率上升的原因

2023 年，公司系列 A 产品销售占比大幅增加，主要是由于公司基于原有的 CASTLE 产品进行了升级，有效提高散热性能，逐步替代 CASTLE，因此系列 A 产品 2023 年销售大幅增加。同时，该系列产品主打中高端市场，销售毛利率较高。

2023 年，系列 A 产品销售毛利率基本保持稳定，相关产品单价和单位成本如下表所示：

单位/元

项目	2023 年		2022 年度		变动率	
	单价	单位成本	单价	单位成本	单价	单位成本
系列 A	455.61	214.59	520.15	241.73	-12.41%	-11.23%

2023 年公司系列 A 产品单价有所下降，主要是：①由于客户需求，当期公司销售给美国装机商的系列 A 产品不含风扇，销售单价同比下降 12.21%，拉低了系列 A 整体销售单价；②公司拟于 2024 年向市场推出带数字显示系统的新产品系列 L，作为系列 A 产品的升级替代，2023 年第四季度公司对系列 A 产品

库存进行降价促销。

2023 年系列 A 产品单位成本下降 11.23%，主要因为：①冷排为 CPU 水冷散热器的重要部件，成本占比约为 40%，价格变动幅度较铝材变动幅度更小，同时公司不断寻找新厂商，并与原有供应商进行商业谈判压低采购成本，致使当期冷排的采购单价下降 10%左右。②受塑料市场价格影响，公司本期采购塑料相关材料成本下降了 10%以上。③由于 2023 年销售大幅增加，直接人工和制造费用同比下降 25%左右，该部分成本占比在 10%左右。

② 系列 B 产品收入结构上升和毛利率上升的原因

公司为了满足消费者多样化需求，推出了系列 B 产品。系列 B 相较于系列 A 主打前卫外观设计，引入了多面无限反射的效果。因此系列 B 产品的单价和单位成本高于系列 A 产品，如下表所示：

单位/元

项目	2023 年		2022 年度		变动率	
	单价	单位成本	单价	单位成本	单价	单位成本
系列 B	593.84	238.29	527.18	254.22	12.65%	-6.27%

系列 B 产品 2023 年单价有所上升，主要是由于该系列产品主打高端市场，符合欧美市场的消费者偏好。当期在欧美市场销售占比由 2022 年的 27%提升至 51%，因此销售单价上升。

系列 B 产品的成本结构与系列 A 类似，其单位成本下降原因同系列 A 产品。

③ GAMMAXX LIQUID 产品销售毛利率上涨的原因

GAMMAXX LIQUID 属于公司老一代产品，主要定位于低端市场。2022 年公司推出新品后，逐渐替代 GAMMAXX LIQUID 系列产品。2023 年，公司针对该系列产品仅销售价格较高的 GAMMAXX A-RGB 和 GAMMAXX RGB 两种型号，因此该系列产品当期毛利率有所上升。

(3) 2024 年度毛利率变动原因

2024 年，公司散热器产品毛利率由 45.91%下降至 40.57%，下降 5.34 个百

分比，主要是 2024 年 6 月全资子公司北京鑫全盛被纳入美国 SDN 制裁名单，受到制裁后公司对部分产品进行降价促销所致；同时公司 2024 年下半年销售模式发生变化，由以境外销售为主变为全面境内销售，亦导致毛利率发生下滑。

项目	2024 年 7-12 月	2024 年 1-6 月	2023 年度
散热器毛利率	34.00%	44.54%	45.91%

分产品类型看，如下表所示：

项目	2024 年度			2023 年度			对毛利率影响
	销售占比	毛利率	毛利贡献率	销售占比	毛利率	毛利贡献率	
CPU 热管散热器	47.62%	38.70%	18.43%	45.98%	43.95%	20.21%	-1.78%
CPU 水冷散热器	34.28%	48.15%	16.51%	38.53%	52.23%	20.12%	-3.61%
其他	18.10%	31.16%	5.64%	15.48%	35.99%	5.57%	0.09%
合计	100.00%	40.57%	40.57%	100.00%	45.91%	45.91%	-5.34%

分产品类型看，2024 年公司毛利率较高的 CPU 水冷散热器销售占全部散热器比例从 2023 年的 38.53%下降至 34.28%，同时毛利率较 2023 年下降 4.08 个百分点，拉低散热器产品整体毛利率水平。

CPU 水冷散热器主要产品系列情况如下表所示：

类型	2024 年度			2023 年度			对毛利率影响
	收入占比	毛利率	毛利贡献率	收入占比	毛利率	毛利贡献率	
系列 A	30.16%	47.74%	14.40%	47.06%	52.90%	24.89%	-10.49%
系列 B	19.57%	56.24%	11.01%	26.06%	59.87%	15.60%	-4.59%
LE	21.57%	41.63%	8.98%	11.92%	39.87%	4.75%	4.23%
MYSTIQUE	15.18%	45.59%	6.92%	-	-	-	6.92%
系列 L	7.41%	51.12%	3.79%	-	-	-	3.79%
其他	6.11%	50.00%	3.06%	14.96%	46.62%	6.98%	-3.93%
合计	100.00%	48.15%	48.15%	100.00%	52.23%	52.23%	-4.08%

1) 系列 A 毛利率下降原因

2024 年，系列 A 产品单价和单位成本如下表所示：

单位/元

项目	2024 年度		2023 年度		变动率	
	单价	单位成本	单价	单位成本	单价	单位成本
系列 A	360.86	188.59	455.61	214.59	20.80%	12.12%

2024 年系列 A 产品毛利率下降，主要系单价下降速度大于单位成本下降速度。

2024 年公司系列 A 产品单价下降 20.80%，主要是：1）公司于 2024 年向市场推出新产品系列 L，为系列 A 产品的升级替代款，2023 年第四季度开始公司对系列 A 产品库存进行降价促销；2）2024 年 6 月北京鑫全盛被纳入 SDN 制裁名单后，公司产品整体转为在境内市场销售，拉低了全年销售单价。

2024 年公司系列 A 产品单位成本下降 12.12%，主要因为：1）2024 年主要原材料塑料相关材料采购单价较 2023 年下降约 5%；2）2024 年公司销售的系列 A 产品不包含带有数显功能的版本，带数显功能的产品单位成本较高。

2）系列 B 毛利率下降原因

2024 年，系列 B 产品单价和单位成本如下表所示：

单位/元

项目	2024 年度		2023 年度		变动率	
	单价	单位成本	单价	单位成本	单价	单位成本
系列 B	504.51	220.78	593.84	238.29	-15.04%	-7.35%

2024 年系列 B 产品毛利率下降，主要系单价下降幅度大于单位成本下降速度。

2024 年公司系列 B 产品单价下降 15.04%，主要是：1）公司于 2024 年向市场重点推广新产品系列 L、MYSTIQUE 系列，系列 B 作为老产品降价促销；2）2024 年 6 月北京鑫全盛被纳入 SDN 制裁名单后，公司对海外存货低价促销，同时公司产品整体转为在境内市场销售，拉低了全年销售单价。

2024 年公司系列 B 产品单位成本下降 7.35%，主要系主要原材料塑料相关材料采购单价较 2023 年下降约 5%。

(4) 2025 年 1-6 月毛利率变动原因

2025 年 1-6 月，公司散热器产品毛利率由 2024 年度的 40.57%下降至 33.01%，下降 7.56 个百分点，主要自 2024 年 6 月全资子公司北京鑫全盛被纳入美国 SDN 制裁名单以来，公司销售模式发生变化，由以境外销售为主变为境内销售，导致毛利率发生下滑。

项目	2025 年 1-6 月	2024 年 7-12 月	2024 年 1-6 月
散热器毛利率	33.01%	34.00%	44.54%

2025 年上半年与 2024 年下半年相比散热器毛利率基本保持稳定。

(二) 同一型号产品各期销售单价、单位成本、毛利率的变动原因，单位成本与原材料价格变化是否匹配、销售单价变化与产品竞争格局变动等是否匹配

报告期内，公司产品系列众多，取报告期内至少一期销售额大于 3,000 万元的主要产品系列计算销售单价、销售成本、毛利率列示如下：

(1) CPU 热管散热器

1) AG 系列

单位：元

AG 系列			
年度	销售单价	单位成本	毛利率
2025 年 1-6 月	80.79	63.99	20.80%
2024 年度	80.13	57.10	28.74%
2023 年度	82.99	53.06	36.06%
2022 年度	83.22	58.22	30.04%

报告期内，AG 系列产品销售单价基本保持稳定。因受到美国制裁影响，2024 年和 2025 年 1-6 月销售单价略有下滑。

报告期内，AG 系列单位成本在 2023 年有所下降，2024 年较 2023 年单位成本上升。

2023 年 AG 产品单位成本较 2022 年下降 8.86%，主要因为：①铜热管为

CPU 热管散热器的重要部件，成本占比约为 30%。公司自 2021 年自产通热管代替外购，2022 年公司铜热管基本由公司自产。随着公司生产工艺和效率的提升，铜热管的损耗逐渐减少并于 2023 年上半年趋于稳定。2023 年，公司铜热管的平均生产成本下降 4%左右。②铝占 CPU 热管散热器的 20%左右。2023 年，由于原材料价格下降，铝的采购单价下降 5%左右。③由于 2023 年销售大幅增加，直接人工和制造费用同比下降 15%以上，该部分成本占比在 25%左右。

2024 年和 2025 年 1-6 月 AG 产品单位成本分别较上期上升 7.61%和 12.07%，主要系该系列六热管产品销量占比由 2023 年的 10.17%提升至 2024 年的 13.09%和 2025 年 1-6 月的 18.08%，六热管产品单位成本高。

综上所述，AG 系列产品 2023 年受原材料价格同比下降、散热器销量增加使得单位人工和单位制造费用下降等因素影响，毛利率增加；**2024 年和 2025 年 1-6 月受产品销售结构变化单位成本上涨，毛利率下降。**

2) AK 系列

单位：元

AK 系列			
项目	销售单价	单位成本	毛利率
2025 年 1-6 月	190.18	108.39	43.01%
2024 年度	205.95	101.42	50.76%
2023 年度	219.77	96.81	55.95%
2022 年度	199.18	101.39	49.10%

报告期内，AK 系列销售单价变动不大。**因受到美国制裁影响，2024 年和 2025 年 1-6 月销售单价下滑。**

2023 年单位成本较 2022 年度下降，2023 年 AK 系列产品的成本结构与 AG 产品类似，其单位成本下降原因同 AG 系列产品。**2024 年单位成本较 2023 年度变动不大。2025 年 1-6 月单位成本较 2024 年同比上涨 6.87%，主要系单位成本较高的数显系列销量占比由 2024 年的 31.48%提升至 37.38%。**

综上所述，2023 年受原材料价格同比下降、散热器销量增加使得单位人工和单位制造费用下降等因素影响，毛利率进一步提升；**2024 年受下半年美国制**

裁影响，毛利率下降；2025 年 1-6 月受美国制裁影响及产品结构变化，毛利率下降。

(2) CPU 水冷散热器

1) 系列 A

单位：元

系列 A			
年度	销售单价	单位成本	毛利率
2025 年 1-6 月	315.15	192.69	38.86%
2024 年度	360.86	188.59	47.74%
2023 年度	455.61	214.59	53.53%
2022 年度	520.15	241.73	55.69%

系列 A 为公司 2022 年新推出的新产品系列，2023 年销售单价较 2022 年下降 12.41%，主要系：①由于客户需求，当期公司销售给美国装机商的系列 A 部分产品不含风扇，销售单价同比下降 12.21%，拉低了系列 A 整体销售单价；②公司于 2024 年向市场推出新产品系列 L，作为系列 A 产品的升级替代，2023 年第四季度公司对系列 A 产品库存进行降价促销。**2024 年和 2025 年 1-6 月**受降价促销、**美国制裁**影响系列 A 销售单价继续下降。

2023 年单位成本较 2022 年同比下降 11.23%，主要系：①冷排为 CPU 水冷散热器的重要部件，成本占比约为 40%，价格变动幅度较铝材变动幅度更小，同时公司不断寻找新厂商，并与原有供应商进行商业谈判压低采购成本，致使当期冷排的采购单价下降 10%左右。②受塑料市场价格影响，公司本期采购塑料相关材料成本下降了 10%以上，该部分材料成本占比在 10%左右。③由于 2023 年销售大幅增加，直接人工和制造费用同比下降 25%左右，该部分成本占比在 10%左右。

2024 年系列 A 单位成本相比 2023 年下降 **12.12%**，主要系:1) 主要原材料塑料相关材料采购单价下降约 5%；2) **2024 年**公司销售的系列 A 产品不包含带有数显功能的版本，带数显功能的产品单位成本较高。**2025 年 1-6 月**系列 A 产品单位成本相比 2024 年上升 **2.17%**，主要系系列 A 销量下降较快，包材采购量

减少，采购单价上涨所致。

综上所述，2023 年受原材料价格下降、散热器销量增加使得单位人工和单位制造费用下降等因素影响，系列 A 毛利率上升；**2024 年**受产品迭代降价促销和**美国制裁**影响，系列 A 毛利率下降；**2025 年 1-6 月**受产品迭代降价促销和**美国制裁**，以及原材料采购价格上涨影响，系列 A 毛利率进一步下降。

2) 系列 B

单位：元

系列 B			
项目	销售单价	单位成本	毛利率
2025 年 1-6 月	403.73	212.98	47.25%
2024 年度	504.51	220.78	56.24%
2023 年度	593.84	238.29	59.87%
2022 年度	527.18	254.22	51.78%

系列 B 为公司 2022 年新推出的产品系列，2023 年销售单价较 2022 年同比增加 12.65%。主要系该系列产品主打高端市场，符合欧美市场的消费者偏好。当期在欧美市场销售占比由 2022 年的 27%提升至 51%，因此销售单价上升。**2024 年和 2025 年 1-6 月**因重点推广新产品系列 L、MYSTIQUE 系列，系列 B 作为老产品降价促销，**同时受美国制裁影响**，销售单价下降。

系列 B 产品 2023 年单位成本较 2022 年同比下降 6.27%，系列 B 产品的成本结构与产系列 A 类似，其单位成本下降原因同系列 A 产品。**2024 年**系列 B 产品单位成本与 2023 年相比下降 **7.35%**，主要系主要原材料塑料相关材料采购单价下降约 5%。**2025 年 1-6 月**系列 B 单位成本与 **2024 年**相比下降 **3.53%**，主要系公司转为内贸销售，客诉费和运费下降。

综上所述，2023 年受欧美市场销售占比提升抬高销售单价、原材料价格下降、散热器销量增加使得单位人工和单位制造费用下降等因素影响，系列 B 毛利率上升。**2024 年和 2025 年 1-6 月**受新产品推出降价促销和**美国制裁影响**，系列 B 毛利率下降。

3) GAMMAXX LIQUID 系列

单位：元

GAMMAXX LIQUID 系列			
项目	销售单价	单位成本	毛利率
2025 年 1-6 月	183.65	141.71	22.84%
2024 年度	284.63	149.51	47.47%
2023 年度	337.95	181.50	46.29%
2022 年度	288.21	187.33	35.00%

2022 年至 2024 年，GAMMAXX LIQUID 系列 2023 年销售单价上升幅度较大，主要系 GAMMAXX LIQUID 属于公司老一代产品，报告期内销售额分别为 3,853.39 万元、2,294.97 万元和 **294.16 万元**，2022 年度公司推出新产品后 GAMMAXX LIQUID 销售额逐渐下降，2023 年公司针对该系列产品仅主要销售价格较高的 GAMMAXX A-RGB 和 GAMMAXX RGB 两种型号，因此销售单价上升幅度较大。**2024 年**该产品已进入库存清理阶段，因此销售单价较 2023 年下降 **15.78%**。

2022 年至 2024 年，GAMMAXX LIQUID 系列单位成本有所波动。2023 年单位成本较 2022 年下降 3.11%，降幅小于系列 A、系列 B 等其他主要 CPU 水冷散热器产品系列，主要系产品结构变动所致。2023 年，GAMMAXX A-RGB 产品单位成本由 2022 年的 214.40 元/个下降至 204.81 元/个，下降 4.47%；GAMMAXX RGB 产品单位成本由 2022 年的 169.18 元/个下降至 153.66 元/个，下降 9.17%。但由于 2023 年单位成本最高的 GAMMAXX A-RGB 产品销量占比由 2022 年的 43.40%提升至 50.35%，导致 GAMMAXX LIQUID 系列单位成本下降幅度小于各细分产品单位成本的下降幅度。

2024 年单位成本较 2023 年下降 **17.63%**，主要系 **2024 年**单位成本较高的 GAMMAXX A-RGB 销量占比由 2023 年度的 50.35%下降至 **37.15%**。

2025 年 1-6 月，GAMMAXX LIQUID 系列仅销售了 375 件，低价清理库存，单位价格大幅下降。受销售产品结构变化，单位成本略有下降。

综上所述，2023 年受产品结构变化、原材料价格下降、散热器销量增加使得单位人工和单位制造费用下降等因素影响，GAMMAXX LIQUID 系列毛利率

上升。2024 年受产品迭代影响单价下降，但产品销售结构变化导致单位成本也下降，GAMMAXX LIQUID 系列毛利率基本保持稳定。2025 年 1-6 月公司低价清理零星库存，毛利率下滑较大。

4) CASTLE 系列

单位：元

CASTLE 系列			
项目	销售单价	单位成本	毛利率
2025 年 1-6 月	204.39	193.82	5.17%
2024 年度	260.27	180.50	30.65%
2023 年度	333.16	188.19	43.51%
2022 年度	350.38	202.58	42.18%

2022 年至 2024 年，CASTLE 系列销售价格呈逐年下降趋势。主要系：① CASTLE 系列为公司早在 2018 年推出的水冷产品系列，报告期内，CASTLE 系列销售收入分别为 6,158.30 万元、1,325.44 万元和 218.50 万元。为应对市场竞争影响，报告期内公司调降该产品价格；②2022 年公司新推出系列 A，为 CASTLE 系列的升级替代版，随着系列 A 推出，公司对 CASTLE 系列进行降价促销清理库存。

2022 年至 2024 年 CASTLE 系列单位成本呈下降趋势。2023 年 CASTLE 系列单位成本较 2022 年同比下降 7.10%，CASTLE 系列产品的成本结构与系列 A 产品类似，其单位成本下降原因同系列 A 产品。2024 年 CASTLE 系列单位成本较 2023 年下降 4.09%，主要系主要原材料塑料相关材料采购价格下降。

2025 年 1-6 月，CASTLE 系列仅销售了 680 件，低价清理存库，单位价格大幅下降。受销售产品结构变化，单位成本略有上升。

综上所述，2023 年受原材料价格下降、散热器销量增加使得单位人工和单位制造费用下降等因素影响，单位成本下降幅度大于销售单价，毛利率上升。2024 年受产品迭代降价促销影响，毛利率下降。2025 年 1-6 月公司低价清理零星库存，毛利率下滑较大。

5) MYSTIQUE 系列

单位：元

MYSTIQUE 系列			
项目	销售单价	单位成本	毛利率
2025 年 1-6 月	644.94	351.89	45.44%
2024 年度	664.07	361.34	45.59%
2023 年度	-	-	-
2022 年度	-	-	-

报告期内，MYSTIQUE 系列为公司 2024 年向市场新推出的水冷散热器产品，销售单价及毛利率均较高。

（3）其他散热器

公司 CPU 铝挤型散热器、笔记本电脑散热器、散热风扇整体销售金额较小，无报告期单一年度内销售金额超过 3,000 万元的产品系列；公司工业散热器产品为客户定制产品，根据客户需求确定产品配置，公司未划分固定产品型号。

综上所述，公司主要产品报告期内单位成本与原材料价格变化相匹配、销售单价变化与产品竞争格局变动相匹配。

（三）量化分析发行人 2021 年由外购转为自产铜热管对生产成本和对应散热器产品毛利率的具体影响，报告期各期公司外购和自产热管的金额及占比；热管使用量及与收入匹配性；外购价格与自产成本的比较情况，进一步说明自产热管的原因；外购热管的主要供应商的基本情况，自产热管的对应的铜材料的主要供应商的基本情况，上述供应商与其他供应商与公司及关键主体是否存在潜在关联关系或其他利益往来，上述供应商的采购价格与其他供应商是否存在显著差异，是否存在通过上述供应商为公司分担成本，调节利润情形

1、量化分析发行人 2021 年由外购转为自产铜热管对生产成本和对应散热器产品毛利率的具体影响，报告期各期公司外购和自产热管的金额及占比；热管使用量及与收入匹配性；外购价格与自产成本的比较情况，进一步说明自产热管的原因。

（1）报告期各期公司外购和自产热管的金额及占比

报告期内，公司外购和自产成品热管金额及占比情况如下：

单位：万元

项目	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
外购铜热管	116.73	6.29%	119.54	2.56%	229.64	4.73%	431.61	9.70%
自产铜热管	1,738.03	93.71%	4,551.73	97.44%	4,630.38	95.27%	4,017.58	90.30%
合计	1,854.76	100.00%	4,671.27	100.00%	4,860.02	100.00%	4,449.19	100.00%

公司自 2021 年 4 月开始自产热管，2022 年公司生产工艺逐渐稳定，除少数热管型号外基本转为自产，2022 年、2023 年、**2024 年和 2025 年 1-6 月**自产热管成本金额占全部入库成品热管金额的比例分别为 90.30%、95.27%、**97.44%和 93.71%**。

（2）热管使用量及与收入匹配性

公司热管主要用于 CPU 热管散热器生产，报告期内，公司热管生产领用金额与 CPU 热管散热器销售收入情况如下：

单位：万元

项目	2025 年 1-6 月	2024 年	2023 年	2022 年
生产领用热管金额	1,671.93	4,056.23	5,098.08	4,200.29
CPU 热管散热器销售金额	13,433.83	30,070.35	38,991.46	23,912.45
占比	12.45%	13.49%	13.07%	17.57%

2022 年至 2025 年 1-6 月，公司各期生产领用热管金额占 CPU 热管散热器销售金额的比例分别为 17.57%、13.07%、**13.49%和 12.45%**。2023 年**开始**占比下降，主要系 2023 年开始生产的规模效应开始凸显，热管的生产工艺不断改进，单位成本逐年呈现下降趋势，热管生产领用量与 CPU 热管散热器销售收入基本匹配。

（3）外购价格与自产成本的比较情况，进一步说明自产热管的原因

报告期内，公司使用多种型号的热管。公司自 2021 年 4 月开始自产热管，

2022 年公司铜热管基本由公司自产，自产铜热管型号主要为 RG6-G109、RG6-H482、RG6-AT620，合计占 2022 年、2023 年、**2024 年和 2025 年 1-6 月**全部铜热管生产成本的比例为 61.73%、54.86%、**50.44%和 52.83%**。

报告期各期上述型号铜热管自产单位成本及外购采购单价对比情况如下：

1) 热管 RG6-G109

单位：元/件

	2025 年 1-6 月	2024 年	2023 年	2022 年
生产单位成本	4.54	3.63	3.35	4.00
采购单价	-	-	3.28	3.70

公司自产热管的生产成本呈现下降的趋势，2021 年公司热管生产尚处于试生产阶段，单位成本较高，随着 2022 至 2023 年公司热管自产规模越来越大，生产的规模效应开始凸显，热管的生产工艺不断改进，单位成本呈现下降趋势，至 2023 年单位成本趋向稳定。**各年度公司因产品结构差异，主要生产热管型号亦存在差异，2025 年 1-6 月，公司仅生产一批次热管 RG6-G109，且公司总体生产热管数量少于上年同期，单位制造费用增加，致使自产热管 RG6-G109 单位成本有所上升。**

2023 年生产用热管 RG6-G109 公司已全部实现自产，当年采购金额仅为 12,792.00 元，为供应商以较低价格处理热管 RG6-G109 尾料，采购价格较低。考虑到报告期内热管供应商主要参考铜金属价格变动调整热管报价，2023 年铜金属平均市场价格较 2022 年上涨 1.42%，则公司 2023 年采购正常品质的热管 RG6-G109 价格预计不低于 2022 年 3.70 元/件。

按此估算，2023 年公司使用自产的热管 RG6-G109，相比对外采购同类热管原材料成本可降低约 9.46%。**2024 年和 2025 年 1-6 月**公司未再继续外购热管 RG6-G109。

2) 热管 RG6-H482、热管 RG6-AT620

单位：元/件

热管 RG6-H482	2025 年 1-6 月	2024 年	2023 年	2022 年
生产单位成本	4.17	3.98	3.71	3.94

采购单价	-	-	-	-
------	---	---	---	---

单位：元/件

RG6-AT620	2025 年 1-6 月	2024 年	2023 年	2022 年
生产单位成本	4.40	4.26	3.97	4.13
采购单价	-	-	-	-

热管 RG6-H482、热管 RG6-AT620 为公司生产 AG 系列和 AK 系列而自产的型号，报告期内未采购同类型产品。

结合公司生产和采购热管 RG6-G109 的情况，各期自产热管部分若全部为外购，则对生产成本的影响模拟测算如下：

项目	2023 年	2022 年	2021 年
热管 RG6-G109 生产单位成本（元/件） ①	3.35	4.00	5.60
热管 RG6-G109 采购单价（元/件）（注） ②	3.70	3.70	3.57
采购单价与生产单位成本差异 ③=②÷①-1	10.45%	-7.50%	-36.25%
自产铜热管金额占比 ④	95.27%	90.30%	27.40%
假设热管全部外购情形下对实际成本的影响 ⑤=③×④	9.95%	-6.77%	-9.93%

注：因 2023 年采购的热管 RG6-G109 为少量尾料，采购价格低于正常品质同类型热管市场价格，因此取 2022 年同类型热管平均采购单价替代；2024 年和 2025 年 1-6 月公司主要生产使用的热管型号不存在同时外购和自产的情形，故不再测算。

经测算，若报告期全部对外采购热管将导致 2021 年、2022 年、2023 年铜热管成本分别增加了-9.93%、-6.77%和 9.95%。因此，公司自产热管在技术稳定后能有效降低生产成本。

（2）自产铜热管对对应散热器产品毛利率的影响

公司自产及采购的铜热管主要用于生产 CPU 热管散热器。报告期内，公司自产铜热管对各期 CPU 热管散热器毛利率的影响如下：

项目	2023 年	2022 年	2021 年
铜热管占 CPU 热管散热器销售成本的比例	23.33%	26.89%	24.70%

(注1) ①			
全部外购铜热管相比 实际成本增加率 ②	9.95%	-6.78%	-10.39%
热管散热器毛利率 ③	43.95%	34.67%	32.58%
全部为外购情况下相 比实际毛利率变动(注 2) ④=(③-1)×②×①	-1.30%	1.19%	1.65%

注1：铜热管占CPU热管散热器销售成本的比例=铜热管投料金额÷CPU热管散热器销售成本

注2：毛利率变动=毛利率_{全部外购热管情形}-毛利率_{实际}

经测算，假设热管全部外购，公司2021年、2022年、2023年CPU热管散热器毛利率分别增加了1.65个百分点、1.19个百分点和-1.30个百分点。

由上述测算可知，公司自产热管技术成熟后可有效降低CPU热管散热器材料成本，提升CPU热管散热器毛利率。

2、外购热管的主要供应商的基本情况，自产热管的对应的铜材料的主要供应商的基本情况，上述供应商与其他供应商与公司及关键主体是否存在潜在关联关系或其他利益往来，上述供应商的采购价格与其他供应商是否存在显著差异，是否存在通过上述供应商为公司分担成本，调节利润情形

(1) 外购热管的主要供应商的基本情况

报告期内，公司外购热管前五大供应商情况如下：

单位：万元

2025年1-6月			
序号	供应商名称	采购内容	采购金额
1	东莞市冠柏电子科技有限公司	成品热管	116.73
合计			116.73
2024年			
序号	供应商名称	采购内容	采购金额
1	东莞市冠柏电子科技有限公司	成品热管	118.34
2	广州麦伦电子科技有限公司	成品热管	0.83

3	广东新创意科技有限公司	成品热管	0.37
合计			119.54
2023 年			
序号	供应商名称	采购内容	采购金额
1	东莞市冠柏电子科技有限公司	成品热管	166.02
2	中山伟强科技有限公司	成品热管	25.69
3	东莞市桐林电子科技有限公司	成品热管	20.13
4	东莞海宝电子热传科技有限公司	成品热管	10.46
5	广东新创意科技有限公司	成品热管	6.83
合计			229.64
2022 年			
序号	供应商名称	采购内容	采购金额
1	东莞市冠柏电子科技有限公司	成品热管	189.48
2	广东新创意科技有限公司	成品热管	78.48
3	中山伟强科技有限公司	成品热管	72.53
4	东莞市桐林电子科技有限公司	成品热管	42.57
5	广州麦伦电子科技有限公司	成品热管	26.36
合计			409.42

上述主要供应商基本情况如下：

序号	供应商名称	成立时间	注册资本	股东情况
1	中山伟强科技有限公司	2004-09-16	1,950 万美元	业强科技（开曼）有限公司
2	东莞海宝电子热传科技有限公司	2003-12-26	7,216.78 万人民币	EVER ACTIVE LTD（永跃有限公司）、三阳环宇（厦门）实业有限公司
3	东莞市桐林电子科技有限公司（注）	2010-07-01	5,000 万人民币	吕文斌、张长海、张宇春
4	东莞市冠柏电子科技有限公司	2018-05-30	200 万人民币	李春军、熊朝阳
5	广东新创意科技有限公司	1996-11-22	741.4105 万人民币	陈创新、广东国民凯得科技创业投资企业（有限合伙）、李勇、广州新创意科技投资合伙企业（有限合伙）、广州圻智同创科技投资合伙企业

				业（有限合伙）、广州圻智领航科技投资合伙企业（有限合伙）、广州国发创业投资基金合伙企业（有限合伙）
6	广州麦伦电子科技有限公司	2016-12-13	4,540 万人民币	张新亚、莫建锋、严军兵、袁日新、杨柔真、李祖江、唐兵、邓正年、宗亮

注：东莞市桐林电子科技有限公司于 2024 年 11 月注销。

报告期内，公司自产热管的对应的铜材料主要为铜管和铜粉，前五大供应商情况如下：

单位：万元

2025 年 1-6 月			
序号	供应商名称	采购内容	采购金额
1	中山莱通金属科技有限公司	铜管	463.54
2	东莞瑞通金属科技有限公司	铜管	323.77
3	苏州铜宝锐新材料有限公司	铜粉	170.68
4	江苏库博德金属科技有限公司	铜粉	58.63
5	康城金属材料（东莞）有限公司	铜粉	57.83
合计			1,074.44
2024 年			
序号	供应商名称	采购内容	采购金额
1	中山莱通金属科技有限公司	铜管	1,052.64
2	东莞瑞通金属科技有限公司	铜管	890.54
3	江苏库博德金属科技有限公司	铜粉	333.47
4	苏州铜宝锐新材料有限公司	铜粉	246.91
5	康城金属材料（东莞）有限公司	铜粉	220.58
合计			2,744.14
2023 年			
序号	供应商名称	采购内容	采购金额
1	东莞瑞通金属科技有限公司	铜管	1,395.58
2	中山莱通金属科技有限公司	铜管	867.43

3	苏州铜宝锐新材料有限公司	铜粉	365.37
4	康城金属材料（东莞）有限公司	铜粉	189.88
5	江苏库博德金属科技有限公司	铜粉	124.91
合计			2,943.17
2022 年			
序号	供应商名称	采购内容	采购金额
1	东莞瑞通金属科技有限公司	铜管	1,956.52
2	苏州铜宝锐新材料有限公司	铜粉	496.72
3	康城金属材料（东莞）有限公司	铜管、铜粉	157.58
4	中山莱通金属科技有限公司	铜管	9.64
5	东莞市丰生电子科技有限公司	铜管	2.52
合计			2,622.98

上述主要供应商基本情况如下：

序号	供应商名称	成立时间	注册资本	股东情况
1	东莞瑞通金属科技有限公司	2020-12-24	600 万人民币	东莞嘉德瑞技术服务有限公司
2	苏州铜宝锐新材料有限公司	2014-03-12	622.82 万人民币	莫文剑、苏州易连胜企业管理咨询有限公司、苏州而然投资管理有限公司、上海答承企业管理中心（有限合伙）、单国强
3	中山莱通金属科技有限公司	2014-10-09	5,500 万人民币	深圳鸿瑞莱信息管理有限公司、中山德厚信息咨询合伙企业（有限合伙）、中山德森信息咨询合伙企业（有限合伙）、中山德臻信息咨询合伙企业（有限合伙）
4	康城金属材料（东莞）有限公司	2009-12-10	560 万港币	康城金属材料有限公司
5	东莞市丰生电子科技有限公司	2018-04-19	50 万人民币	李建涛
6	江苏库博德金属科技有限公司	2018-09-26	1,666 万人民币	卢志、崔霞梅

（3）上述供应商与其他供应商与公司及关键主体是否存在潜在关联关系或其他利益往来

上述供应商与其他供应商与公司及关键主体不存在关联关系或其他利益往来。

(4) 上述供应商的采购价格与其他供应商是否存在显著差异，是否存在通过上述供应商为公司分担成本，调节利润情形

1) 上述供应商的采购价格与其他供应商是否存在显著差异

报告期内，公司向上述供应商采购成品热管、铜管、铜粉。公司向上述各期前五大供应商采购价格与其他供应采购价格对比情况如下：

①成品热管

单位：元/件

项目	2025 年 1-6 月	2024 年	2023 年	2022 年
前五大供应商	7.75	5.16	4.22	3.87
其他供应商	-	-	3.48	3.50

②铜管

单位：元/件

项目	2025 年 1-6 月	2024 年	2023 年	2022 年
前五大供应商	1.88	1.86	1.71	1.73
其他供应商	-	-	1.14	-

③铜粉

单位：元/千克

项目	2025 年 1-6 月	2024 年	2023 年	2022 年
前五大供应商	71.51	70.13	76.17	60.84
其他供应商	-	-	-	-

公司向成品热管、铜管、铜粉各期前五大供应商采购单价与其他供应商采购单价相比整体差异不大，价格差异主要系向其他供应商仅为零星采购，受采购月份及采购产品规格差异影响较大。

2) 是否存在通过上述供应商为公司分担成本，调节利润情形

公司向各期前五大供应商采购单价未明显低于向其他供应商采购同类产品单价，不存在上述供应商为公司分担成本，调节利润情形。

二、电源产品均为外采且毛利率波动较大

（一）电源产品的生产流程，是否均为采购后直接对外销售，各期电源产品主要供应商情况，开始合作时间、发行人向其采购金额占其营业收入的比例、主要财务数据、相同产品向不同供应商采购单价是否存在显著差异，采购价格是否公允，是否存在为发行人承担成本费用情形

1、电源产品的生产流程，是否均为采购后直接对外销售

公司开展电源业务，主要包括电源产品设计、生产、产品认证、销售、售后等流程。其中产品设计通常由公司和代工厂共同完成，电源生产由代工厂负责，电源产品认证、销售及售后等相关环节则均由公司负责。

产品设计阶段，首先由公司结合行业 and 市场需求、品牌定位等因素提出新电源产品方案，进行产品外观设计并设定产品的电气参数、噪音、散热等一系列技术参数标准；然后由代工厂结合其现有电源方案进行可行性分析，双方针对设计方案的具体实现，包括电源线材用料、产品外观材质、制造工艺等进行共同沟通研究，由代工厂负责方案的具体验证和实现工作；最终由公司负责对代工厂交付的电源样品进行评审并提出修改意见。

生产阶段，由代工厂根据前期确定的设计方案及模具完成生产加工并交付给公司。

产品认证阶段，公司自主完成电源产品的效率能耗认证和安规认证。

销售和售后阶段，公司采用直销或经销的方式销售电源，并负责产品售后工作。

由于电脑电源行业的特殊性，仅有少数电源厂商拥有生产工厂，大部分电源品牌商都采用电源代工的模式，包括美商海盗船、酷冷至尊、NZXT、曜越科技等。公司电源业务由公司进行产品外观设计并设定产品的电气参数、噪音、散热等一系列技术参数标准，再由代工厂进行加工，并非向代工厂直接采购市场现有产品后销售。

2、各期电源产品主要供应商情况，开始合作时间、发行人向其采购金额占其营业收入的比例、主要财务数据、相同产品向不同供应商采购单价是否存在显著差异。

报告期内，公司电源产品主要有七家供应商，具体采购情况如下：

单位：万元

序号	供应商名称	2025 年 1-6 月		2024 年度		2023 年度		2022 年度	
		采购金额	占电源总采购额比例	采购金额	占电源总采购额比例	采购金额	占电源总采购额比例	采购金额	占电源总采购额比例
1	广州市以蓝电子实业有限公司	8,674.87	63.28%	17,028.00	56.05%	7,516.20	26.64%	2,631.22	19.69%
2	供应商一	-	-	10,107.96	33.27%	15,871.30	56.24%	7,187.75	53.78%
3	供应商二	4,454.92	32.49%	2,877.68	9.47%	-	-	-	-
4	惠州市鑫晖源科技有限公司	-	-	213.83	0.70%	1,753.95	6.22%	1,019.79	7.63%
5	深圳市新汉科技有限公司	-	-	153.13	0.50%	273.68	0.97%	-	-
6	海韵电子工业股份有限公司	-	-	-	-	2,803.69	9.94%	2,525.35	18.90%
7	遂川县海能电子有限公司	579.86	4.23%	-	-	-	-	-	-
合计		13,709.65	100.00%	30,380.60	100.00%	28,218.82	100.00%	13,364.11	100.00%

注：供应商一包括其深圳、香港主体。

上述电源供应商的基本情况如下：

序号	供应商名称	成立时间	注册资本	开始合作时间	发行人向其采购金额占其营业收入的比例	供应商年收入规模
1	广州市以蓝电子实业有限公司	2011-02-22	500 万元	2021 年	约 18%	约 1.6 亿元
2	海韵电子工业股份有限公司	1975-09-19	19,067 万元	2021 年	约 5%	约 3.8 亿元
3	惠州市鑫晖源科技有限公司	2006-08-10	2,000 万元	2022 年	约 10%	约 1.2 亿元
4	深圳市新汉科技有限公司	2015-08-19	1,000 万元	2023 年	约 0.01%	约 40 亿美元
5	遂川县海能电子有限公司	2014-8-25	6,000 万元	2025 年	约 3%	约 2 亿元

公司 2013 年与供应商一开展合作，报告期内一直为公司最主要的电源供应商。2021 年公司新开发了广州市以蓝电子实业有限公司和海韵电子工业股份有限公司两家电源厂商作为公司的供应商，公司与广州市以蓝电子实业有限公司开展合作主要系弥补公司中低端电源产品的生产需求，公司与海韵电子工业股份有限公司开展合作主要系公司计划 2022 年向全球推出定位高端的 80PLUS 认证金牌产品 PQ-M 系列电源，海韵电子工业股份有限公司为全球知名的高端电源供应商；2022 年公司与惠州市鑫晖源科技有限公司开展合作，主要系公司当年针对中国区推出定位中高端的 80PLUS 认证金牌产品 DQ-V3L 系列电源，选用境内电源供应商能同时兼顾优秀的规格参数和性价比；2023 年 8 月以来公司与深圳市新汉科技有限公司开展合作，主要系通过该公司代理进口海韵电子电源，简化与海韵电子交易进口环节手续；2024 年 6 月，北京鑫全盛被纳入美国 SDN 清单，供应商一为避免受到次级制裁不再与公司进行交易。2025 年 1-6 月公司新增向遂川县海能电子有限公司采购入门级铜牌电源。

2023 年公司存在同时向海韵电子工业股份有限公司和深圳市新汉科技有限公司采购相同型号电源情形，具体情况如下：

序号	电源型号	采购单价（元/件）	
		海韵电子工业股份有限公司	深圳市新汉科技有限公司
1	PQ650M	374.25	376.22
2	PQ750M	412.89	378.66
3	PQ850M	448.81	418.88

4	PQA00M	553.24	523.78
---	--------	--------	--------

公司从深圳市新汉科技有限公司采购单价较低，主要系 2023 年 8 月以后公司仅通过新汉科技采购海韵电子电源，不再直接向海韵电子采购。2023 年 8 月以来海韵电子对客户采购的部分电源进行 5 美元/件的补贴优惠，因此公司通过新汉科技采购的海韵电子部分电源单价下降约 30 元/件。

电源在产品的设计阶段，由电源供应商提供基础的电源方案，不同电源供应商的基础方案存在差异，公司根据基础方案与供应商共同沟通确定电源产品的电气性标准。除通过新汉科技采购海韵电子工业股份有限公司电源，公司不存在其他向上述电源供应商采购相同产品的情形。

3、采购价格是否公允，是否存在为发行人承担成本费用的情形

报告期内，公司向上述供应商采购电源产品单价情况如下：

单位：元/件

供应商名称	股东情况	2025 年 1-6 月	2024 年	2023 年	2022 年
广州市以蓝电子实业有限公司	陈阿通、郑福钦	186.33	156.36	143.23	140.08
海韵电子工业股份有限公司	台湾 OTC 市场上柜企业	-	-	462.46	490.24
惠州市鑫晖源科技有限公司	赵宗晖、龚美君	-	344.56	321.61	357.24
深圳市新汉科技有限公司	深圳市汇聚成投资有限公司、深圳市和昶正雅投资有限公司、深圳市新汉创科投资合伙企业（有限合伙）	-	416.12	404.86	-
遂川县海能电子有限公司	安福县海能实业股份有限公司	134.46	-	-	-

公司与上述电源供应商开展业务基于公司真实需求，符合公司实际经营情况需要，采购价格来源于双方协商，定价公允，不存在为发行人承担成本费用

的情况，公司与上述电源供应商不存在关联关系。

（二）电源产品销售的主要客户情况，是否为贸易型销售，结合销售回款等情况说明相应销售订单是否真实，采用总额法或净额法确认收入的合理性，是否符合企业会计准则相关规定

1、电源产品销售的主要客户情况

报告期内，公司销售电源的前五大客户情况如下：

单位：万元

2025 年 1-6 月			
序号	客户名称	销售金额	占电源总销售额比例
1	客户 BB	5,232.19	30.22%
2	客户 BC	3,403.83	19.66%
3	客户 BC	3,298.64	19.05%
4	客户 AZ	1,805.50	10.43%
5	客户 BD	670.86	3.87%
合计		14,411.02	83.23%
2024 年			
序号	客户名称	销售金额	占电源总销售额比例
1	客户 BC	8,701.10	23.28%
2	客户 B	5,215.74	13.95%
3	客户 BB	3,589.87	9.60%
4	客户 AZ	2,498.07	6.68%
5	客户 BA	2,072.38	5.54%
合计		22,077.16	59.06%
2023 年			
序号	客户名称	销售金额	占电源总销售额比例
1	客户 B	12,226.11	36.10%
2	客户 D	3,497.52	10.33%
3	客户 C	1,882.87	5.56%
4	印度 ACR	1,799.27	5.31%
5	客户 A	1,737.94	5.13%
合计		21,143.71	62.44%

2022 年			
序号	客户名称	销售金额	占电源总销售额比例
1	客户 B	3,212.30	23.16%
2	客户 D	1,386.16	10.00%
3	印度 ACR	1,027.67	7.41%
4	客户 A	695.62	5.02%
5	客户 G	516.69	3.73%
合计		6,838.44	49.31%

2、是否为贸易型销售

在电源产品设计阶段，公司对电源电气性标准、线材、功率、外形、生产模组等进行自定义设计，供应商生产后由公司完成自有品牌电源在各个国家的安规认证。对于电源产品，公司具备自研能力，报告期内实现自主品牌产品的批量销售。考虑生产能力、成本效益、行业惯例等方面因素，公司选择进行电源方案设计，委托电源供应商定制化生产的业务模式。因此电源属于外购定制化成品的模式，不属于贸易类业务。

3、结合销售回款等情况说明相应销售订单是否真实

公司报告期各期末应收账款回款情况如下：

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
应收账款余额	40,194.03	35,201.65	16,269.19	9,850.98
截至 2025 年 8 月 31 日回款金额	16,224.01	20,777.61	16,252.92	9,844.38
回款占应收账款余额的比例	40.36%	59.02%	99.90%	99.93%

截至 2025 年 8 月 31 日，2022 年末和 2023 年末应收账款回款比例均超过 99%。公司业务销售回款情况良好，销售订单真实。2024 年末和 2025 年 6 月末应收账款回款比例分别为 59.02%和 40.36%，主要系：1）部分应收账款尚未到合同约定付款日；2）受全资子公司北京鑫全盛被纳入美国 SDN 制裁名单影响，部分境外业务应收账款暂时无法全部收回。

4、采用总额法或净额法确认收入的合理性，是否符合企业会计准则相关规定

公司电源业务采用总额法确认收入，依据《企业会计准则第 14 号—收入》，结合公司电源业务实际情况进行分析，具体分析如下：

企业会计准则规定	实际情况	具体分析
企业承担向客户转让商品的主要责任	①公司分别与客户、供应商签订销售、采购合同，客户与供应商不存在直接的购销交易关系，公司负责向客户销售商品并承担明确的责任义务。公司与客户、供应商三方之间的责任义务能够有效区分； ②电源业务相关的销售合同、采购合同中均无客户指定产品供应商的条款；公司需将产品交付至客户指定地点，客户对产品进行签收，与客户签署的合同存在一定时限的质保期。	公司承担向客户转让商品的主要责任
企业在转让商品之前或之后承担了该商品的存货风险	公司承担与转让商品相关的风险，公司承担客户签收前的存货风险，包括存货保管风险、运输途中的风险等； ①根据采购合同约定，验收后公司取得相关商品的控制权并承担相关产品的存货风险； ②根据销售合同约定，因产品不当包装、货物存在质量问题，应由公司对客户进行赔偿。	公司在转让商品之前或之后承担了该商品的存货风险
企业有权自主决定所交易商品的价格	公司考虑行业经济状况、市场需求、营销策略等并结合公司盈利目标进行报价，具备所交易商品的自由定价权利。 销售合同中以单价、数量的形式明确约定了产品价格，价格本身不区分采购成本及利润部分，也不属于浮动价格，亦不在合同中约定计价公式方法。	公司在价格区间内可以自主定价
其他相关事实和情况	①公司分别与客户和供应商签署采购和销售合同，公司向供应商支付货款与客户向公司支付货款相互独立，支付条件和时点均不具备相关性； ②客户向公司支付货款，不存在客户直接向公司的供应商支付货款的情形，公司承担应收客户款项的信用风险。	公司承担向客户收取应收款项的信用风险

综上所述，针对公司电源业务，根据销售合同、采购合同在风险责任归属、商品定价、信用风险、付款方式等方面关键条款的分析，公司在向客户转让商品前能够控制该商品，为商品的主要责任人，因此公司电源业务收入确认方式采用总额法确认，具有合理性。

（三）量化分析电源产品毛利率波动较大且最近一期大幅提升的合理性

1、2023 年毛利率变动原因

2023 年、2022 年度，电源主要系列产品销售情况如下：

项目	2023 年度			2022 年度		
	销售占比	毛利率	毛利贡献率	销售占比	毛利率	毛利贡献率
DQ	13.15%	19.21%	2.53%	24.84%	12.56%	3.12%
PF	27.51%	19.84%	5.46%	19.41%	15.09%	2.93%
PK-D	19.57%	25.01%	4.89%	9.08%	20.84%	1.89%
PQ-M	12.20%	22.35%	2.73%	20.60%	18.10%	3.73%
其他	27.58%	20.29%	5.59%	26.07%	8.35%	2.18%
总计	100.00%	21.20%	21.20%	100.00%	13.85%	13.85%

2023 年，电源产品毛利率变动主要系：主要产品的毛利率增加，以及高毛利产品 PK-D 销售占比增加所致。

主要产品毛利率增加主要系销售结构变动原因导致，以毛利率增加最快的 DQ 为例分析：

DQ 系列产品次系列销售情况如下：

项目	2023 年度			2022 年度		
	销售占比	毛利率	毛利贡献率	销售占比	毛利率	毛利贡献率
DQ750-M-V2L	24.09%	20.71%	4.99%	25.27%	10.38%	2.62%
DQ850-M-V2L	18.54%	23.44%	4.35%	32.47%	15.91%	5.17%
DQ750M-V3L	13.40%	14.95%	2.00%	6.22%	8.87%	0.55%
其他	43.96%	18.54%	8.15%	36.04%	11.70%	4.22%
合计	100.00%	19.49%	19.49%	100.00%	12.56%	12.56%

DQ850-M-V2L、DQ750-M-V2L、DQ750M-V3L 不同次系列销售毛利率变动主要受高毛利产品销售占比增加影响。以 DQ850-M-V2L 系列为例：

DQ850-M-V2L 次系列销售毛利率上升 7.53 个百分点，主要受产品销售结构变动影响，不同物料销售情况如下：

物料号	2023 年度			2022 年度		
	销售占比	毛利率	毛利贡献率	销售占比	毛利率	毛利贡献率
DQ850-M-V2L-EU（欧标）升级（物料号 10000011382）	97.38%	23.95%	23.32%	44.21%	24.42%	10.80%
DQ850-M-V2L-EU（欧标）（物料号 10000011380）	-	-	-	14.74%	13.30%	1.96%

其他	2.62%	4.36%	0.11%	41.06%	7.68%	3.15%
总计	100.00%	23.44%	23.44%	100.00%	15.91%	15.91%

2022 年和 2023 年 DQ850-M-V2L-EU（欧标）升级毛利率基本保持稳定，但销售占比由 2022 年的 44.21% 上升至 97.38%，提升 DQ850-M-V2L 此系列整体毛利率。

2、2024 年毛利率变动

2023 年度、2024 年 1-6 月、2024 年 7-12 月电源产品毛利率水平如下：

项目	2024 年 7-12 月	2024 年 1-6 月	2023 年度
电源毛利率	17.61%	19.60%	21.20%

受 2024 年 6 月北京鑫全盛被纳入 SDN 制裁名单影响，公司对部分电源产品进行降价促销，同时公司销售模式发生变化，导致 2024 年下半年电源产品毛利率明显下滑。

分产品系列看，电源产品销售情况如下：

项目	2024 年度			2023 年度		
	销售占比	毛利率	毛利贡献率	销售占比	毛利率	毛利贡献率
PF	39.57%	17.70%	7.00%	27.51%	19.84%	5.46%
PK-D	15.02%	22.21%	3.34%	19.57%	25.01%	4.89%
PN-M	8.65%	26.01%	2.25%	-	-	-
PL-D	8.14%	23.52%	1.91%	-	-	-
DQ	3.08%	13.89%	0.43%	13.15%	19.21%	2.53%
PQ-M	2.63%	17.41%	0.46%	12.20%	22.35%	2.73%
其他	22.93%	13.80%	3.16%	27.58%	20.29%	5.59%
总计	100.00%	18.55%	18.55%	100.00%	21.20%	21.20%

由上表可见，受电源产品更新换代影响，同系列产品 2024 年毛利率较 2023 年均下滑，2024 年新产品 PN-M、PL-D 系列的毛利率较高，但销售占比较低。

3、2025 年 1-6 月毛利率变动

分产品系列看，电源产品销售情况如下：

项目	2025 年 1-6 月			2024 年度		
	销售占比	毛利率	毛利贡献率	销售占比	毛利率	毛利贡献率
PF	30.11%	19.28%	5.81%	39.57%	17.70%	7.00%
PK-D	12.22%	27.94%	3.41%	15.02%	22.21%	3.34%
系列 I	18.20%	29.24%	5.32%	8.65%	26.01%	2.25%
系列 J	12.15%	22.23%	2.70%	8.14%	23.52%	1.91%
其他	27.31%	17.63%	4.81%	28.63%	14.14%	4.05%
总计	100.00%	22.06%	22.06%	100.00%	18.55%	18.55%

2025 年 1-6 月电源毛利率较 2024 年上涨 3.51 个百分点，主要系：（1）2025 年 1-6 月，受市场对价格较高的大功率电源的需求增加，产品结构变化导致系列 I 电源销售单价上涨；（2）毛利率较高的系列 I 和系列 J 产品销售占比提升。

三、机箱产品毛利率较高

（一）机箱产品的生产加工过程及附加值的具体体现，机箱产品毛利率较高的合理性

机箱产品生产加工的主要过程包括：1.放料→2.板过滤网→3.组装底板与后板→4.硬盘架与底板组装→5.电源隔板与后板组装→6.取主机板打铁柱→7.主机板放硬盘硅胶圈→8.主机板与后板组装→9.主机板与电源隔板组装→10.放置前板并与底板组装→11.前板与底板拉钉→12.前板与主机板、电源隔板组装→13.底板放置脚垫→14.固定脚垫→15.脚垫贴脚垫 EVA→16.放置 USB 组件→17.顶板装配方形磁铁→18.放置顶板→19.顶板与主机板、前板、后板组装→20.安装小后盖→21.顶板与前板、后板拉钉→22.显卡支架与主机板组装→23.全检机箱架构。

对于机箱产品，消费者有展示的需求、对未来硬件升级的需求、个性化差异的需求等，在不确定消费者选用什么硬件的情况下，很多地方需要冗余设计，根据功能的复杂程度一个机箱产品会涉及 30-80 件部件。因此机箱产品的附加值在设计和生产阶段均有体现，以尽量满足个人消费者不同需求，提升产品的市场竞争力。

设计阶段，公司需要充分考虑消费者的诉求，同系列机箱存在多个配置差异，在完成初步设计后公司需要打样不同的方案，以验证外观和安装兼容性；生产阶段，公司需要对机箱部件进行开模，由于同系列机箱存在多个配置差异，一套箱体需要多套五金模具，五金模具包括多个工程数，例如落料、折边、打孔、成型等，对于比较小的方孔等创新设计产品，还需要用到特殊工艺，加工费用可能超过材料费用。考虑到机箱在设计和生产端的成本投入，定价亦较高。

经查阅同行业竞争对手公开披露资料，未单独披露机箱毛利率水平。抽样选取公司不同档次系列主要机箱产品与同行业竞争对手竞品销售单价对比情况如下：

产品档次		销售价格			
		九州风神 CC560	酷冷至尊 MB520	美商海盗船 spec 05	
中低端	境内价格	¥239	¥299	¥329	
	境外价格	\$59.49	\$63.99	\$79.99	
产品档次		九州风神 CK560	酷冷至尊 MasterBox TD500 Mesh	美商海盗船 iCUE 220T RGB	联力 LANCOOL II MESH RGB
中高端	境内价格	¥449	¥459	¥799	¥599
	境外价格	\$104.49	\$112.86	\$137.99	\$117.22

注：境内价格取自 2024 年 1 月 3 日京东旗舰店零售价格，境外价格取自亚马逊官方零售价格

如上表所示，公司机箱产品销售价格与同行业同档次竞品相比不存在异常，公司机箱价格略低于同行业竞争对手，公司机箱产品毛利率较高具有合理性。

（二）报告期各期机箱产品的主要供应商情况，开始合作时间、发行人向其采购金额占其营业收入的比例、主要财务数据、相同产品向不同供应商采购单价是否存在显著差异，采购价格是否公允，是否存在为发行人承担成本费用的情形

1、报告期各期机箱产品的主要供应商情况，开始合作时间、发行人向其采购金额占其营业收入的比例、主要财务数据、相同产品向不同供应商采购单价是否存在显著差异

(1) 主要供应商情况

报告期内，公司机箱产品主要原材料包括铁板、玻璃、塑胶料、铝材等，其中铁板和玻璃均用于机箱产品，塑胶料和铝材同样用于散热器产品。公司机箱产品前五大供应商具体采购情况如下：

单位：万元

2025 年 1-6 月			
序号	供应商名称	采购内容	采购金额
1	广州学行思电子科技有限公司	成品机箱	823.18
2	东莞市霖荣实业有限公司及其关联方（注）	成品机箱	556.46
3	佛山市昌信钢材贸易有限公司	铁板	135.49
4	东莞市立信钢铁有限公司	铁板	103.97
5	东莞市阜盛五金制品有限公司	铁板	39.04
合计			1,658.14
2024 年			
序号	供应商名称	采购内容	采购金额
1	东莞市霖荣实业有限公司及其关联方	成品机箱	507.74
2	东莞市立信钢铁有限公司	铁板	469.35
3	深圳市嘉宏胜钢化玻璃有限公司	玻璃	372.24
4	佛山市昌信钢材贸易有限公司	铁板	343.67
5	广州学行思电子科技有限公司	成品机箱	299.31
合计			1,992.31
2023 年			
序号	供应商名称	采购内容	采购金额
1	东莞市霖荣实业有限公司	成品机箱	2,536.33
2	东莞市立信钢铁有限公司	铁板	1,100.63
3	深圳市星之尔科技有限公司	玻璃	715.53
4	深圳市嘉宏胜钢化玻璃有限公司	玻璃	581.09
5	佛山市昌信钢材贸易有限公司	铁板	310.42
合计			5,244.00
2022 年			
序号	供应商名称	采购内容	采购金额

1	东莞市霖荣实业有限公司	成品机箱	3,248.15
2	东莞市立信钢铁有限公司	铁板	525.97
3	佛山市昌信钢材贸易有限公司	铁板	447.47
4	深圳市嘉宏胜钢化玻璃有限公司	玻璃	370.95
5	河源市赛达玻璃有限公司	玻璃	68.22
合计			4,660.76

注：东莞市霖荣实业有限公司及其关联方包括同一控制下企业：东莞市霖荣实业有限公司、东莞市霖荣电脑科技有限公司。

上述主要供应商基本情况如下：

序号	供应商名称	成立时间	注册资本	开始合作时间	发行人向其采购金额占其营业收入的比例	供应商年收入规模
1	东莞市霖荣实业有限公司	2016-03-21	200 万人民币	2016 年	约 60%	约 2,800 万元
2	佛山市昌信钢材贸易有限公司	2000-12-05	50 万人民币	2016 年	小于 10%	1-2 亿元
3	深圳市嘉宏胜钢化玻璃有限公司	2016-03-23	50 万人民币	2018 年	约 36%	约 900 万元
4	东莞市立信钢铁有限公司	2017-12-11	1,600 万人民币	2021 年	约 10%	约 4,000 万元
5	河源市赛达玻璃有限公司	2021-03-25	1,000 万人民币	2021 年	约 1.4%	约 5,000 万元
6	深圳市星之尔科技有限公司	2008-01-04	150 万人民币	2023 年	约 36%	约 2000 万元
7	广州学行思电子科技有限公司	2014-07-29	1,030 万人民币	2024 年	约 0.6%	约 5 亿元
8	东莞市阜盛五金制品有限公司	2016-01-26	10 万人民币	2023 年	约 5%	约 800 万

(2) 相同产品向不同供应商采购单价是否存在显著差异

1) 成品机箱

报告期内，公司向主要供应商东莞市霖荣实业有限公司和广州学行思电子

科技有限公司均采购成品机箱，但不存在采购相同型号产品，故采购单价不可比。

2) 铁板

报告期内，公司向主要供应商佛山市昌信钢材贸易有限公司（以下简称“昌信钢材”）、东莞市立信钢铁有限公司（以下简称“立信钢铁”）采购铁板。

2022 年公司同时向立信钢铁和昌信钢材采购多个同规格铁板产品，选取采购总额大于 35 万元的主要规格铁板计算采购单价情况如下：

序号	产品名称	供应商名称	采购金额 (万元)	采购单价 (元/块)
1	CK-CG 侧板单冷轧板 463.7x463.7x0.6 (1.0127KG)	东莞市立信钢铁有限公司	36.07	4.45
		佛山市昌信钢材贸易有限公司	13.27	4.88
2	C048 无孔侧板素材单冷轧板 521.5*467*0.6MM(1.1471KG)	东莞市立信钢铁有限公司	30.401	4.93
		佛山市昌信钢材贸易有限公司	16.38	5.78
3	MACUBE110 无孔侧板素材单 冷轧板 436x433x0.5 (0.741)	东莞市立信钢铁有限公司	23.78	3.24
		佛山市昌信钢材贸易有限公司	22.08	3.71
4	CK-CG 主机板素材单冷轧板 436x377x0.6(0.7742KG)	东莞市立信钢铁有限公司	26.06	3.44
		佛山市昌信钢材贸易有限公司	11.23	3.59

2022 年铁板价格整体呈现下降趋势，受采购铁板的月份不同，公司向立信钢铁和昌信钢材采购同一规格铁板产品的价格存在一定差异，公司向上述两家供应商在相同月份的铁板采购单价差异不大，具体情况如下：

公司同时向立信钢铁、昌信钢材采购 CK-CG 侧板单冷轧板 463.7x463.7x0.6(1.0127KG)型号板材的月份为 7、9、10 月，向立信钢铁、昌信钢材的采购均价分别为 4.25 元/块、4.34 元/块；同时采购 C048 无孔侧板素材单冷轧板 521.5*467*0.6MM(1.1471KG)型号板材的月份为 7、10 月，向立信钢铁、昌信钢材的采购均价分别为 4.84 元/块、5.06 元/块；同时采购 MACUBE110 无孔侧板素材单冷轧板 436x433x0.5(0.741)型号板材的月份为 8、11 月，向立信钢铁、昌信钢材的采购均价分别为 3.15 元/块、3.21 元/块。同期公司向立信钢铁、

昌信钢材采购相同型号的铁板的采购均价不存在显著差异。

2023 年公司同时向立信钢铁、昌信钢材采购多个同规格铁板产品，选取采购总额大于 70 万元的主要规格铁板计算采购单价情况如下：

单位：元/块

序号	产品名称	供应商名称	采购金额（万元）	采购单价（元/块）
1	CK-CG 侧板单冷轧板 463.7x463.7x0.6 (1.0127KG)	东莞市立信钢铁有限公司	81.23	4.58
		佛山市昌信钢材贸易有限公司	11.93	4.58
2	CK-CG 主机板素材单冷轧板 436x377x0.6(0.7742KG)	东莞市立信钢铁有限公司	56.42	3.49
		佛山市昌信钢材贸易有限公司	14.55	3.52

2023 年铁板价格波动较小，公司向立信钢铁和昌信钢材采购铁板单价差异不大。

2024 年公司同时向立信钢铁、昌信钢材采购多个同规格铁板产品，选取采购总额大于 45 万元的主要规格铁板计算采购单价情况如下：

单位：元/块

序号	产品名称	供应商名称	采购金额（万元）	采购单价（元/块）
1	MACUBE110 顶板素材素材单冷轧板 412x300x0.5(0.4851)	东莞市立信钢铁有限公司	35.27	2.09
		佛山市昌信钢材贸易有限公司	17.88	2.05
2	MACUBE110 底板素材单冷轧板 400x286x0.5(0.449)	东莞市立信钢铁有限公司	22.10	1.95
		佛山市昌信钢材贸易有限公司	25.64	1.91

2024 年铁板价格整体呈下降趋势，受采购铁板的月份不同，公司向立信钢铁和昌信钢材采购同一规格铁板产品的价格略有差异，公司向上述两家供应商在相同月份的铁板采购单价差异不大。

2025 年 1-6 月公司同时向立信钢铁、昌信钢材采购多个同规格铁板产品，选取采购总额大于 16 万元的主要规格铁板计算采购单价情况如下：

单位：元/块

序号	产品名称	供应商名称	采购金额（万元）	采购单价（元/块）
1	MACUBE110 顶板素材单冷	东莞市立信钢铁有限公司	8.40	1.86

	轧板 412x300x0.5 (0.4851)	佛山市昌信钢材贸易有限公司	9.70	1.91
2	MACUBE110 底板素材单冷 轧板 400x286x0.5 (0.449)	东莞市立信钢铁有限公司	8.08	1.73
		佛山市昌信钢材贸易有限公司	8.45	1.77

2025 年 1-6 月铁板价格整体呈下降趋势，受采购铁板的月份不同，公司向立信钢铁和昌信钢材采购同一规格铁板产品的价格略有差异，公司向上述两家供应商在相同月份的铁板采购单价差异不大。

2、采购价格是否公允，是否存在为发行人承担成本费用的情形

公司与上述机箱供应商开展业务基于公司真实需求，符合公司实际经营情况需要，公司与上述供应商不存在关联关系，采购价格来源于双方协商，定价公允，不存在为发行人承担成本费用的情况。

（三）同一型号产品各期销售单价、单位成本、毛利率的变动原因，单位成本与原材料价格变化是否匹配

报告期内，公司机箱产品系列众多，取报告期内至少一期销售额大于 5,000 万元的主要产品系列计算销售单价、销售成本、毛利率列示如下：

（1）MATREXX 系列

单位：元/件

MATREXX 系列			
年度	销售单价	单位成本	毛利率
2025 年 1-6 月	160.37	108.04	32.63%
2024 年度	199.81	118.58	40.65%
2023 年度	218.45	124.80	42.87%
2022 年度	245.78	169.37	31.09%

MATREXX 系列产品销售单价持续下降。2023 年，MATREXX 系列销售单价下降，一方面受产品销售结构变动影响，2023 年销售占比最高的细分系列为 MATREXX 50，销售占比 25.90%，销售单价 251.69 元/件，2022 年销售占比最高的细分系列为 MATREXX 55 MESH，销售占比 31.38%，销售单价为 309.33 元/件；另一方面受 MATREXX 系列为 2020 年推出的老机箱产品，随着 2021 年

和 2022 年公司陆续推出了 CK、CH 等新一代主力机箱产品，公司于 2023 年对 MATREXX 系列进行降价促销。**2024 年和 2025 年 1-6 月，MATREXX 系列销售单价进一步下滑，主要系产品更新换代后降价促销导致。**

报告期内，MATREXX 系列单位成本持续下降。2023 年 MATREXX 系列单位成本较 2022 年下降 26.32%，主要系：①产品销售结构变动影响，2023 年销售占比最高的细分系列为 MATREXX 50，销售占比 25.92%，单位成本 140.87 元/件，2022 年销售占比最高的细分系列为 MATREXX 55 MESH，销售占比 31.38%，单位成本 255.70 元/件；②2023 年机箱主要原材料铁板的采购价格下降约 6%，单位材料同比下降 4.05%；③2023 年机箱销量同比大幅增长，达到 2022 年全年的 104.49%，但制造费用和人工成本分别为 2022 年全年的 79.14% 和 96.25%，使得 2023 年单位制造费用和单位人工同比下降 24.26%和 7.88%。

2024 年 MATREXX 系列单位成本较 2023 年下降 4.98%，主要系：1）当期单位成本较低的 MATREXX 30 销量占比由 2023 年 25.17%提升至 32.56%，2024 年 MATREXX 30 单位成本为 72.86 元/件；2）2024 年主要原材料铁板的平均价格较 2023 年下降约 4%。

2025 年 1-6 月 MATREXX 系列单位成本较 2024 年下降 8.89%，主要系：1）当期单位成本较低的 MATREXX 30 销量占比由 2024 年 32.56%提升至 41.86%；2）2025 年 1-6 月主要原材料铁板的平均价格较 2024 年下降约 9%。

综上所述，2023 年受产品销售结构变动、降价促销活动等因素影响，销售单价下降，单位成本受产品销售结构变动、原材料价格下降、机箱销量增加使得单位人工和单位制造费用下降、运费下降等因素影响，单位成本亦下降，且下降幅度大于销售单价，使得 2023 年毛利率上涨；**2024 年和 2025 年 1-6 月受产品更新换代、美国制裁等影响，销售单价下降，毛利率下滑。**

(2) CK 系列

单位：元/件

CK 系列			
年度	销售单价	单位成本	毛利率

2025 年 1-6 月	514.67	330.19	35.85%
2024 年度	512.63	303.25	40.84%
2023 年度	515.90	305.11	40.86%
2022 年度	430.63	260.41	39.53%

2023 年销售单价同比上涨 19.80%，单位成本同比上涨 17.17%，主要系单价和成本较高的“C+P”机箱（机箱预装电源项目）占比从 2022 年的 36.73% 进一步提升至 66.30%。2024 年 CK 系列机箱销售单价和单位成本变动不大。

2025 年 1-6 月单位成本较 2024 年提升 8.88%，主要系当年单价和成本较高的“C+P”机箱（机箱预装电源项目）销量占比提升至 72.39%。

四、境内外毛利率差异较大。请发行人说明外销与内销的具体产品结构差异、同种或同类产品境内外销售价格、单位成本差异情况等，分析境内外销售毛利率差异较大的原因及合理性，说明发行人境内外销售毛利率与同行业可比公司境内外销售毛利率水平及变动趋势是否存在重大差异，如存在，分析披露差异原因

（一）请发行人说明外销与内销的具体产品结构差异、同种或同类产品境内外销售价格、单位成本差异情况等，分析境内外销售毛利率差异较大的原因及合理性

2024 年 6 月，北京鑫全盛被列入 SDN 清单后，北京鑫全盛停止对外出口。2025 年 1-6 月，公司仅存在少量境外销售，受客诉退货冲减收入影响，境外销售收入为-150.03 万元。2022 年度-2024 年度，境内外销售情况如下：

1、外销与内销的具体产品结构差异

2022 年度-2024 年度，发行人外销产品销售结构如下：

单位：万元

类型	2024 年度		2023 年度		2022 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
散热器	34,439.72	56.69%	73,512.10	56.58%	39,283.16	59.00%
机箱	8,652.99	14.24%	23,344.23	17.97%	13,963.30	20.97%
电源	16,514.77	27.18%	30,796.39	23.70%	11,644.06	17.49%

其他	1,146.32	1.89%	2,282.22	1.76%	1,696.48	2.55%
合计	60,753.81	100.00%	129,934.94	100.00%	66,586.99	100.00%

2022 年度-2024 年度，发行人内销产品销售结构如下：

单位：万元

类型	2024 年度		2023 年度		2022 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
散热器	28,712.49	50.21%	11,284.00	72.49%	12,403.91	76.95%
机箱	5,869.40	10.26%	805.38	5.17%	1,318.57	8.18%
电源	20,868.49	36.49%	3,067.16	19.70%	2,223.11	13.79%
其他	1,739.43	3.04%	409.95	2.63%	173.66	1.08%
合计	57,189.81	100.00%	15,566.49	100.00%	16,119.26	100.00%

2022 年度-2024 年度，发行人外销以散热器、机箱、电源为主，上述产品销售收入占外销比例分别为 97.45%、97.37%和 **98.11%**；发行人内销以散热器和电源为主，上述产品销售收入占内销比例分别为 90.74%、92.19%和 **86.70%**。报告期内，随着公司产品性能及产品外观不断改进，并且随着公司不断加大推广力度，境内外电源销售占比不断提高。

2、同种或同类产品境内外销售价格、单位成本差异情况

（1）散热器

2022 年度-2024 年度，散热器销售情况如下：

单位：万元

类型	2024 年		2023 年		2022 年	
	收入	占比	收入	占比	收入	占比
CPU 热管散热器	30,070.35	47.62%	38,991.46	45.98%	23,912.45	46.26%
CPU 水冷散热器	21,648.31	34.28%	32,674.57	38.53%	15,437.34	29.87%
其他	11,433.54	18.10%	13,130.08	15.48%	12,337.28	23.87%
合计	63,152.21	100.00%	84,796.10	100.00%	51,687.07	100.00%

2022 年度-2024 年度，CPU 热管散热器、CPU 水冷散热器销售收入占散热器销售收入比例分别为 76.13%、84.52%和 **81.90%**。因此，选取 CPU 热管散热器、CPU 水冷散热器进行境内外销售差异情况进行分析。

1) CPU 热管散热器

2022 年度-2024 年度，公司销售的 CPU 热管散热器主要为 AG 系列及 AK 系列，具体情况如下：

单位：万元

项目	2024 年度		2023 年度		2022 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
AG 系列	13,599.04	45.22%	16,594.46	42.56%	13,065.04	54.64%
AK 系列	11,861.16	39.44%	16,068.48	41.21%	5,675.69	23.74%
其他系列	4,610.15	15.33%	6,328.53	16.23%	5,171.72	21.63%
合计	30,070.35	100.00%	38,991.46	100.00%	23,912.45	100.00%

2022 年度-2024 年度，AG 系列及 AK 系列境内外销售价格及单位成本情况如下：

单位：元/件

系列	区域	2024 年度		2023 年度		2022 年度	
		单价	单位成本	单价	单位成本	单价	单位成本
AG 系列	境外	91.72	53.55	91.04	51.85	94.24	56.24
	境内	73.60	59.10	65.76	55.65	70.89	60.44
AK 系列	境外	216.12	98.30	223.48	95.87	204.49	101.15
	境内	185.72	107.61	171.98	108.92	147.54	103.67

① AG 系列

2022 年度-2024 年度，公司销售的 AG 系列散热器包括 GAMMAXX400、GAMMAXX300、AG620、AG400、AG300 等众多细分产品类型，受境内外销售结构差异影响，境内外销售单位成本及单位价格存在一定差异。以销售占比较高的 AG400 LED 系列分析如下：

单位：元/件

区域	2024 年度		2023 年度		2022 年度	
	单价	单位成本	单价	单位成本	单价	单位成本
境外	81.79	50.11	84.02	51.58	88.47	57.07
境内	52.44	47.78	54.95	46.58	53.99	51.40

境内外单位销售成本存在差异主要受运费及细分产品类型差异影响，以

2022 年度为例，公司销售的 AG400 LED 系列产品包括 GP-Z-AG400-LED、GP-Z-AG400-LED-V1、GP-G-AG400-LED 等多种型号产品，以同时在境内外销售的 GP-Z-AG400-LED 为例，境外单位成本为 58.16 元/件，境内单位成本为 56.56 元/件，差异较小，主要受境外运费高于境内影响。受境内外竞争环境差异影响，境外销售单价高于境内。

②AK 系列

2022 年度，境内外单位成本差异较小。

2023 年度、2024 年度，AK 系列境内外销售成本差异较大，主要受 2022 年公司新推出 AK400、AK620WH、AK500、AK500WH 等众多新品，上述新品在境内外受欢迎程度存在一定差异，因此境内外细分系列销售结构存在一定差异。以销售占比最高的系列 C 为例，具体情况如下：

单位：元/件

区域	2024 年度		2023 年度	
	单价	单位成本	单价	单位成本
境外	266.81	120.59	297.81	119.91
境内	218.17	120.92	185.93	117.63

2023 年度、2024 年度，系列 C 产品境内外单位成本差异较小，主要受运费影响。

2022 年度-2024 年度，受竞争环境差异影响，境外销售单价高于境内。

综上，同类型 CPU 热管散热器境内外销售成本扣除运费影响外，同类型产品境内外单位成本差异较小；境外销售单价高于境内，主要受境内外竞争环境差异影响。

2) CPU 水冷散热器

2022 年度-2024 年度，公司销售的 CPU 水冷散热器主要为系列 A 及 CASTLE 系列，具体情况如下：

单位：万元

系列	2024 年度	2023 年度	2022 年度
----	---------	---------	---------

	金额	占比	金额	占比	金额	占比
系列 A	6,529.92	30.16%	15,376.08	47.06%	3,516.85	22.78%
CASTLE 系列	218.50	1.01%	1,325.44	4.06%	6,158.30	39.89%
其他系列	14,899.90	68.83%	15,973.05	48.89%	5,762.18	37.32%
合计	21,648.31	100.00%	32,674.57	100.00%	15,437.34	100.00%

2022 年度-2024 年度，系列 A 及 CASTLE 系列境内外销售价格及单位成本情况如下：

单位：元/件

系列	区域	2024 年度		2023 年度		2022 年度	
		单价	单位成本	单价	单位成本	单价	单位成本
系列 A	境外	360.25	181.30	460.09	213.56	525.52	241.13
	境内	362.87	212.73	379.99	232.07	473.25	247.06
CASTLE 系列	境外	269.01	178.97	337.37	187.21	347.40	197.17
	境内	169.81	196.31	211.32	216.42	364.94	228.99

① 系列 A

系列 A 包括多个类型产品，其中三风扇类型产品单位成本较高，2022 年度、2023 年度、2024 年度，境内三风扇类型产品销售占比分别为 82.10%、66.40%、56.55%，境外三风扇类型产品销售占比分别为 54.78%、52.95%、43.35%，境内三风扇类型产品销售占比高于境外，因此致使系列 A 境内单位成本略高于境外。

2022 年度-2024 年度，受细分产品类型销售结构存在差异影响，系列 A 境内外单位成本存在一定差异，但是差异较小；受境内外竞争环境差异影响，境外销售单价高于境内。

②CASTLE 系列

2022 年度-2024 年度，发行人销售的 CASTLE 系列散热器包括 CASTLE-RGB、CASTLE-EX、CASTLE-R 等众多系列，因此单位成本差异较大。以报告期内销售占比较高的 CASTLE-RGB 系列为例，CASTLE-RGB 系列销售情况如下：

单位：元/件

区域	2024 年度	2023 年度	2022 年度
----	---------	---------	---------

	单价	单位成本	单价	单位成本	单价	单位成本
境外	472.62	224.11	374.58	228.58	455.13	237.63
境内	167.25	196.60	225.18	216.51	349.18	226.43

2022 年度-2024 年度，CASTLE-RGB 系列境内外单位成本差异，主要受运输费用及细分产品销售类型差异影响。2022 年度、2023 年度境内外单位成本差异较小，2024 年度境内外单位成本差异较大。CASTLE 系列为公司早在 2018 年推出的水冷产品系列，2022 年公司新推出系列 A，为 CASTLE 系列的升级替代版，随着系列 A 推出，公司对 CASTLE 系列进行降价促销清理库存。2024 年度，公司清理 CASTLE-RGB 系列少量库存实现销售收入 34.89 万元，受清理库存影响境内外销售产品类别差异较大，境外 CASTLE-RGB 销售收入中 99.60%来自于 GP-G-CASTLE-360RGB-V2-AG，境内 CASTLE-RGB 销售收入中 85.36%来自于 GP/Z-堡垒 240 V2。2024 年度，境内销售单价低于单位成本主要系：（1）公司为清理少量库存售价较低；（2）本期存在少量以前年度销售的质保期内售后退货冲回部分销售收入。

综上，同类型 CPU 水冷散热器境内外单位成本差异主要受运输费用及细分产品销售类型影响；境外销售单价高于境内，主要受境内外竞争环境差异影响。

（2）机箱

2022 年度-2024 年度，境外机箱销售收入占比在 90%以上，并且同系列不同型号机箱成本差异较大，因此选取各期同时在境内外销售且规模最高型号的机箱对比分析。

1) 2024 年度

单位：万元、元/件

型号	区域	收入	单价	单位成本
CC560	境外	1,659.70	231.56	132.80
	境内	530.15	187.49	125.77
CH560	境外	999.47	457.03	225.31
	境内	423.12	385.25	210.15

2024 年度，机箱境内外单价及单位成本差异较大，主要受“C+P”机箱

（机箱预装电源项目）境内外销售占比不同影响，由于“C+P”机箱预装电源，销售单价较普通机箱大幅提升。

选取 CC560、CH560 销售占比最高且同时在境内外销售的相同物料进行对比，境内外单位成本差异较小，主要受运费影响，具体情况如下：

单位：万元、元/件

型号	区域	收入	单价	单位成本
CC560（物料代码：10000124531）	境外	574.54	215.67	114.02
	境内	218.91	169.59	115.72
CH560（物料代码：10000139700）	境外	355.01	441.33	220.33
	境内	190.27	408.22	219.73

2）2023 年度

单位：万元、元/件

型号	区域	收入	单价	单位成本
CK560	境外	5,396.80	535.27	319.27
	境内	4.39	313.84	178.47
CC560	境外	3,291.58	229.37	153.01
	境内	39.03	164.84	124.66

2023 年度，机箱境内外单价及单位成本差异较大，主要受“C+P”机箱（机箱预装电源项目）境内外销售占比不同影响，由于“C+P”机箱预装电源，销售单价较普通机箱大幅提升。

选取 CK560、CC560 销售占比最高且同时在境内外销售的相同物料进行对比，境内外单位成本差异较小，主要受运费影响，具体情况如下：

单位：万元、元/件

型号	区域	收入	单价	单位成本
CK560（物料代码：10000017500）	境外	879.92	412.49	181.00
	境内	3.80	311.84	177.55
CC560（物料代码：10000124530）	境外	1,024.11	219.80	134.21
	境内	6.17	165.91	131.65

3）2022 年度

2022 年度，境内外单位成本差异较小，具体情况如下：

单位：万元、元/件

型号	区域	收入	单价	单位成本
MATREXX 50ADD- RGB4FNE	境外	875.55	295.14	171.14
	境内	4.90	269.24	167.32
MATREXX 50ADD- RGB3FUS	境外	430.08	240.86	158.24
	境内	22.77	210.63	154.95

综上，同型号机箱境内外单位成本差异主要受运输费用影响；受境内外竞争环境差异影响，境外销售单价一般高于境内。

(3) 电源

2022 年度-2024 年度，公司电源销售情况如下：

单位：万元

系列	2024 年度		2023 年度		2022 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
DQ	1,151.11	3.08%	4,452.14	13.15%	3,445.26	24.84%
PF	14,790.69	39.57%	9,316.66	27.51%	2,691.89	19.41%
PK-D	5,614.88	15.02%	6,625.51	19.57%	1,258.48	9.08%
PQ-M	981.84	2.63%	4,130.13	12.20%	2,856.62	20.60%
其他	14,844.74	39.71%	9,339.11	27.58%	3,614.92	26.07%
总计	37,383.27	100.00%	33,863.55	100.00%	13,867.17	100.00%

2022 年度-2024 年度，销售占比较高的 DQ 系列、PF 系列境内外销售情况如下：

单位：元/件

系列	区域	2024 年度		2023 年度		2022 年度	
		单价	单位成本	单价	单位成本	单价	单位成本
DQ 系列	境外	459.22	392.46	497.10	391.82	464.06	399.06
	境内	403.97	357.10	421.56	360.16	408.30	374.44
PF 系列	境外	177.02	145.00	186.40	147.21	177.04	147.50
	境内	168.61	139.09	162.91	146.91	157.97	145.79

1) DQ 系列

2022 年度-2024 年度，公司销售的 DQ 系列电源包括 DQ850-M-V2L、

DQ750-M-V2L、DQ750ST 等细分类型，境内外产品销售结构存在差异致使 DQ 系列境内外单位成本存在差异，选取报告期细分类型**销售占比较高的 DQ750-M-V2L 系列**进行分析：

单位：元/件

区域	2024 年度		2023 年度		2022 年度	
	单价	单位成本	单价	单位成本	单价	单位成本
境外	471.94	411.05	515.62	408.84	473.64	418.51
境内	455.32	390.84	518.37	404.48	395.32	413.75

2022 年度-2024 年度，DQ750-M-V2L 系列境内外单位成本差异主要受运费影响，比如 2022 年度，境外单位运费为 14.43 元/件，境内单位运费为 7.60 元/件。

2) PF 系列

PF 系列产品包括 PF350D、PF450D、PF500D、PF550D、PF600D、PF700D、PF750D 等细分系列产品。受细分产品销售类型及运输费用等因素影响，境内外单位成本存在差异。2022 年度-2024 年度，PF 系列境内外单位成本差异较小，境外销售单价整体高于境内，主要受境内外竞争环境差异影响。

综上，同类型电源境内单位成本差异主要受运输费用影响；境外销售单价高于境内，主要受境内外竞争环境差异影响。

3、境内外销售毛利率差异较大的原因及合理性

(1) 产品竞争环境

由于我国与欧美等发达国家的消费文化不同，市场的成熟度不同，导致发行人产品境内外的竞争环境存在较大差异。在境外，电脑散热器、机箱、电源的主要厂商为美商海盗船、酷冷至尊和猫头鹰等品牌，该等品牌的受欢迎程度较高，发行人的产品较上述厂商的同类产品具备一定的性价比优势。而在境内，PC 散热领域厂商众多、竞争激烈、消费者对价格敏感度高于境外。从而导致公司产品境内销售毛利率低于境外。

经过多年的发展，公司建立了完善的境外销售体系，凭借长期稳定的合作

关系和良好的产品质量，公司已在境外形成了一定的品牌影响力。

(2) 产品定价策略

公司的产品定价策略主要根据销售区域的市场竞争环境、购买力水平及竞争对手同类产品的价格区间等因素综合确定。受产品竞争环境影响，整体上境外的平均价格高于境内。

(3) 境内外成本差异较小

对于同类型产品，境内外销售产品工期基本相同，原材料、人工成本等亦不存在较大差异。但是受销售区域不同，运输费用存在一定差异。公司物流管理分为境内与境外两种不同模式，运输费用责任承担划分如下：

境内外经销运输费用的承担方式		
境内经销	公司承担将货物运送至客户或平台用户指定地点的运输费用	
境外经销	境内发货	FOB 贸易模式：公司承担将货物运送至码头相关的报关费、陆运费、码头装卸费等境内运输费用
		CIF 贸易模式：公司承担将货物运送至目的港相关的运输费及保险费，即 FOB+运费+保险费
		DDP 贸易模式：公司承担将货物运送至客户指定境外收货地点的境内外运输费用，包括报关费、陆运费、码头装卸费、海运费和清关税费等
	境外发货	公司承担将货物运送至客户指定地点的运输费用

2022 年度-2024 年度，运输费用占主营业务成本比例为 4.18%、3.55%和 2.08%，该部分费用占产品成本比例较小，不会对境外销售毛利率产生较大影响。

综上，发行人境内外销售的产品在成本方面不存在较大差异，基于销售价格不同导致境内外销售毛利率差异较大，因此发行人境内外销售毛利率差异较大具备合理性。

(二) 说明发行人境内外销售毛利率与同行业可比公司境内外销售毛利率水平及变动趋势是否存在重大差异，如存在，分析披露差异原因

同行业上市公司未披露可比业务境内外毛利率情况，公司与可比公司毛利率差异情况详见本审核问询函回复之“问题 6”之“五、毛利率明显高于可比公司”。

五、毛利率明显高于可比公司

（一）结合发行人及同行业可比公司在下游客户及具体应用领域的差异、发行人与同行业可比公司主要产品技术差异等说明可比公司选择是否合理，前述因素对发行人产品毛利率的影响，说明综合毛利率显著高于同行业平均水平的原因及合理性

1、结合发行人及同行业可比公司在下游客户及具体应用领域的差异、发行人与同行业可比公司主要产品技术差异等说明可比公司选择是否合理

公司是一家集高性能散热装置的研发、生产和销售为一体的高新技术企业，产品主要为电脑散热器、机箱、电源、工业散热器等。在可比公司选择时，由于非上市公司未公开披露详细的财务及业务数据，难以获取所需比较数据，基于数据可得性原则，剔除非上市可比公司。同行业可比上市公司的选择标准为：（1）主要产品或部分产品与发行人存在相同或相似的情形；（2）其产品应用领域及下游客户类型与发行人存在相同或相似情形；（3）数据能够公开获取。

根据上述标准，公司选择美商海盗船、曜越科技、超频三和锐新科技为同行业可比公司，上述企业的可比业务主要产品、主要应用领域及下游主要客户情况对比如下：

公司	下游主要客户	具体应用领域	主要产品技术
美商海盗船	拥有自主品牌，下游客户主要为经销商及个人消费者	主要产品包括电源、游戏笔记本电脑和台式电脑、机箱和冷却散热解决方案	美商海盗船的水冷散热器支持 iCUE 控制，iCUE 中的 Zero RPM 和可变泵速的特殊冷却模式可在系统待机或处于低负载时尽可能地降低噪音。另外美商海盗船低噪音泵设计配备了经过热性能优化的铜质散热板，并预先涂抹散热膏，不但具有更高性能，同时温度也更低。
曜越科技	拥有自主品牌，下游客户主要为经销商及个人消费者	主要产品包括电脑机箱、电源供应器、电脑散热器、电竞产品及其他	曜越科技散热器技术主要包括多热管设计、高风压风扇和液压轴承技术等。通过多根热管将热量从发热源传导到散热片上，再通过风扇的强制对流将热量排出，从而达到散热效果，能够有效地降低设备的温度；高风压风扇够有效地提高散热器的散热效率，同时噪音较低；液压轴承技术可以减少摩擦并降低噪音，提高散热器的稳定性和使用寿命。
超频三	拥有自主品牌，下游客户	主要产品为 LED 散热装置和电脑散热装	公司具有成熟的散热产品设计理念，形成了如压固、扣 FIN、无缝紧配、扩散焊

	主要为经销商、个人消费者及、工业散热器领域客户	置	接技术、嵌齿技术等一系列核心技术，有效提升了产品散热性能。
锐新科技	ABB、施耐德、西门子、丹佛斯、罗克韦尔及台达等国际知名变频器制造商及风力发电设备龙头企业维斯塔斯	主要产品为工业散热器，主要应用于电力电子铝合金型材散热器、高附加值的铝合金工业型材以及深加工制品	公司电力电子散热器产品主要通过冶金挤压成型，机械结合成型，焊接成型，机械加工成型等不同成型工艺，成型后的材料再经 CNC 加工等精、深加工工序制作而成。公司掌握多种高倍齿散热器制造工艺，目前公司生产的散热器产品包括整体挤压、压合、插压、铲齿、铜铝复合、热管、液冷等多种类型，几乎囊括了所有电力电子设备使用的散热器类型。
公司	京东世纪、美国 NE、加拿大 CC、ABB 集团及个人消费者等	高性能散热装置领域，以及高端机箱、电源等电脑硬件	多重力条件均衡热阻热管技术、两相流介质质量精确控制技术、3D 形变条件下非均匀热源的低接触热阻技术、风扇马达内部油流流道散热技术、风扇声音品质分析及优化技术、水冷分腔结构流体传导技术、水冷散热器超压吸收技术、水冷系统自动恒压技术、跨介质水冷系统核心部件检测技术。

虽然美商海盗船、曜越科技、超频三和锐新科技主要产品、下游主要客户、产品结构、销售区域结构、主要技术等方面与公司均存在一定差异。但是考虑美商海盗船、曜越科技的电脑散热器、机箱、电源，超频三的电脑散热器、工业散热器，锐新科技的工业散热器与公司存在一定可比性，同时考虑到数据的可获取性，因此选取上述公司作为可比公司。

2、前述因素对发行人产品毛利率的影响，说明综合毛利率显著高于同行业平均水平的原因及合理性

报告期各期，公司及可比公司毛利率情况如下：

公司名称	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
美商海盗船	26.42%	21.30%	27.37%	22.26%
曜越科技	33.54%	29.88%	31.00%	30.48%
超频三	25.75%	17.89%	21.50%	17.56%
锐新科技	22.31%	23.61%	27.54%	26.87%
平均数	27.01%	23.17%	26.85%	24.29%
公司	29.49%	33.73%	39.46%	32.73%

注：数据来源于各上市公司定期报告；美商海盗船取游戏组件及系统产品的其他组件相关数据；超频三取散热产品数据；锐新科技 2022 年度、2023 年度、2025 年 1-6 月取电力电

子散热器产品数据，**2024 年度取电气自动化设备元器件。**

美商海盗船可比业务毛利率低于公司，主要原因一是产品结构不同，公司主要产品为电脑散热器、机箱和电源，美商海盗船披露的可比业务产品包括电源、游戏笔记本电脑和台式电脑、机箱和冷却散热解决方案等。二是生产模式差异，公司以自产为主，美商海盗船以委外生产为主，根据美商海盗船公开披露的信息，其产品生产环节主要由位于中国及东南亚等地区的第三方企业进行。一般情况下，委外生产需要给外协厂商一定的利润空间，相比自产模式下的产品成本较高。

2022 年、**2024 年**，公司毛利率与曜越科技差异不大。公司产品结构和市场结构与曜越科技类似，2023 年，公司毛利率高于曜越科技，主要系公司产量大幅提升单位成本下降，导致公司毛利率上升。**受北京鑫全盛被纳入 SDN 清单影响，公司业务规模下滑、销售模式及销售区域变化，导致 2025 年 1-6 月公司毛利率低于曜越科技。**

报告期各期，公司毛利率高于超频三，主要系超频三散热产品主要面向国内市场，市场竞争激烈，毛利率较低。且自 2021 年完成收购个旧圣比和实业有限公司股权后，主业逐渐从散热器和 LED 照明业务转向锂电池正极材料业务。

锐新科技主要产品为工业散热器，**2022 年度-2024 年度**，公司工业散热器产品毛利率分别为 27.32%、23.08%和 **21.61%**，与锐新科技差异不大。**2025 年 1-6 月，公司工业散热器毛利率为 11.85%，工业散热器毛利率大幅下滑主要原因**为：**（1）北京鑫全盛被纳入 SDN 清单后，部分境外客户暂停向公司采购工业散热器，导致公司业务规模下降，单位成本上升；（2）公司为争取境外客户的订单，销售单价有所下降。**

综上，公司毛利率与可比公司存在差异主要受产品销售结构、销售区域、生产模式等因素影响，毛利率差异具有合理性。

（二）说明报告期各期发行人细分产品的毛利率情况与同行业可比公司相同或类似产品的比较情况，分析发行人主要产品的毛利率、变动趋势是否与可比公司存在较大差异；结合产品内容、主要产品功能差异、技术差异、定位差异、成本结构差异等，对比分析说明发行人产品毛利率与可比公司毛利率的差异合理性

1、说明报告期各期发行人细分产品的毛利率情况与同行业可比公司相同或类似产品的比较情况，分析发行人主要产品的毛利率、变动趋势是否与可比公司存在较大差异

（1）美商海盗船

美商海盗船的业务主要为游戏周边设备及游戏组件和系统。其中，游戏周边设备主要包括键盘、鼠标、游戏耳机、游戏椅、创作者流媒体设备等；游戏组件和系统主要包括内存产品和其他组件产品。

产品类别		产品内容
游戏周边设备		键盘、鼠标、游戏耳机、游戏椅、创作者流媒体设备等
游戏组件和系统	内存产品	内存组件、DRAM模块
	其他组件产品	电源、游戏笔记本电脑和台式电脑、机箱和冷却散热解决方案

美商海盗船的收入构成如下：

单位：万元

项目	2025年1-6月	2024年度	2023年度	2022年度
游戏周边设备	154,177.27	336,663.41	278,262.69	294,479.04
游戏组件和系统	341,412.69	600,822.22	750,474.43	630,422.33
其中：内存产品	176,769.20	306,173.28	364,610.01	339,390.40
其他组件产品	164,643.49	294,648.94	385,864.41	291,031.93
合计	495,589.96	937,485.63	1,028,737.11	924,901.37

注：美商海盗船数据来源于公开披露报告。

美商海盗船产品主要包括游戏周边设备、游戏组件和系统，其与发行人可比业务为游戏组件和系统的其他组件产品。其他组件产品包括电源、游戏笔记

本电脑和台式电脑、机箱和冷却散热解决方案等。美商海盗船未单独披露其他组件产品中各细分产品毛利率。公司及美商海盗船其他组件产品毛利率情况如下：

毛利率	2025年1-6月	2024年度	2023年度	2022年度
美商海盗船	26.42%	21.30%	27.37%	22.26%
公司	29.49%	33.73%	39.46%	32.73%

注：美商海盗船毛利率为其他组件毛利率。

美商海盗船可比业务毛利率低于公司，主要原因一是产品结构不同，公司主要产品为电脑散热器、机箱和电源，美商海盗船披露的可比业务其他组件产品包括电源、游戏笔记本电脑和台式电脑、机箱和冷却散热解决方案等。二是生产模式差异，公司以自产为主，美商海盗船以委外生产为主，根据美商海盗船公开披露的信息，其产品生产环节主要由位于中国及东南亚等地区的第三方企业进行。一般情况下，委外生产需要给外协厂商一定的利润空间，相比自产模式下的产品成本较高。

2022年度-2024年度，美商海盗船可比业务毛利率变动趋势与公司基本一致。受北京鑫全盛被纳入SDN清单影响，公司业务规模下滑、销售模式及销售区域变化，导致2025年1-6月公司毛利率较2024年度有所下滑。

综上，公司与美商海盗船毛利率差异主要是由于产品结构不同、生产模式及销售模式不同所致。

（2）曜越科技

曜越科技的主要产品为电脑机箱、电源供应器、电脑散热器和电竞产品等，曜越科技收入构成如下：

单位：万元

收入分类	2024 年度		2023 年度		2022 年度	
	收入	比例	收入	比例	收入	比例
电脑机箱	34,586.54	38.47%	38,449.95	38.60%	28,553.61	39.63%
电源供应器	40,122.07	44.62%	45,223.19	45.39%	28,990.28	40.23%
电脑散热器	11,975.34	13.32%	12,731.77	12.78%	10,693.13	14.84%

电竞产品及其他	3,228.07	3.59%	3,218.70	3.23%	3,818.21	5.30%
合计	89,912.02	100.00%	99,623.61	100.00%	72,055.23	100.00%

注：数据来源于 www.twse.com.tw。曜越科技未披露 2025 年 1-6 月产品销售结构。

2022 年度-2024 年度，曜越科技电脑机箱、电源供应器的销售收入占其营业收入比例分别为 79.86%、83.99%和 83.09%。发行人机箱和电源的销售收入合计占主营业务收入比例较低，分别为 35.25%、39.87%和 44.01%。发行人与曜越科技收入结构存在较大差异，因此毛利率水平存在差异。

2022年度-2024年度，曜越科技毛利率变动趋势与公司基本一致。受北京鑫全盛被纳入SDN清单影响，公司业务规模下滑、销售模式及销售区域变化，导致2025年1-6月公司毛利率较2024年度有所下滑。

（3）超频三

报告期各期，发行人及超频三可比业务毛利率情况如下：

项目	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
超频三散热板块毛利率	25.75%	17.89%	21.50%	17.56%
发行人主营业务毛利率	29.07%	33.27%	39.26%	32.28%

注：超频三财务数据来源于其定期报告。

2022年度-2024年度，发行人毛利率与超频三可比业务毛利率变动趋势基本一致，但是超频三毛利率水平与公司存在较大差异，主要原因是发行人与超频三的业务重点及销售区域存在差异。受北京鑫全盛被纳入SDN清单影响，公司业务规模下滑、销售模式及销售区域变化，导致2025年1-6月公司毛利率较2024年度有所下滑。

1) 业务重点及业务规模存在差异

报告期各期，超频三收入构成情况如下：

单位：万元

产品类别	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
锂电池正极材料	21,984.98	37,107.02	51,400.26	60,397.65
散热产品	13,718.58	14,881.30	16,322.23	17,574.23

LED 照明灯具	2,391.27	6,200.40	7,246.38	11,235.95
照明亮化工程	1,859.38	7,470.38	7,255.09	14,584.27
其他产品	7,482.40	4,107.35	3,752.74	11,241.59
合计	47,436.61	69,766.45	85,976.70	115,033.68

注：超频三财务数据来源于其定期报告。

报告期各期，超频三**散热产品**销售占比分别为15.28%、**18.98%**、**21.33%**和**28.92%**，销售占比较低，其业务重心逐步转变为锂电池正极材料。

报告期内，发行人专注于电脑散热器领域，建立了完善的销售网络，并不断在电脑散热器领域进行技术投入，形成一定的技术沉淀和技术优势，为“DeepCool”品牌在市场赢得了一定的美誉度。超频三主要从事LED行业相关产品，客户以工业客户为主，超频三和发行人的业务重心存在差异，超频三LED照明散热组件及PC散热配件的收入规模相比公司存在较大差距。

2) 销售区域存在差异

发行人以境外销售为主，超频三以境内销售为主。**2022年度-2024年度**，发行人境外销售收入占主营业务收入比例分别为80.51%、89.30%和**51.51%**；超频三境外销售收入占主营业务收入比例分别为9.19%、**11.50%**和**11.96%**。由于境内外市场的消费群体、市场环境、产品竞争程度等不同，超频三的PC散热配件产品主要参与国内市场的竞争和销售，导致其PC散热配件销售收入规模及毛利率水平与公司存在差异。

综上，由于发行人与超频三在业务重点及销售区域存在差异，导致发行人毛利率高于超频三的散热板块毛利率。

(4) 锐新科技

锐新科技主要从事工业精密铝合金部件的研发、生产和销售，主要产品包括变频器散热器、逆变器散热器、基站散热器。与发行人的可比业务为工业散热器。

报告期内，锐新科技电力电子散热器产品毛利率及发行人工业散热器毛利率情况如下：

项目	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
锐新科技可比业务	22.31%	23.61%	27.54%	26.87%
发行人工业散热器	11.85%	21.61%	23.08%	27.32%

注：锐新科技财务数据来源于其定期报告。

2022年度-2024年度，发行人工业散热器与锐新科技电力电子散热器产品毛利率变动趋势一致。毛利率存在差异主要是由于发行人的工业散热器应用方向与锐新科技不同，发行人工业散热器主要应用于工业控制、电力电子和LED照明等，锐新科技主要为电力电子方面。**2025年1-6月**，公司工业散热器毛利率为**11.85%**，工业散热器毛利率大幅下滑主要原因为：（1）北京鑫全盛被纳入SDN清单后，部分境外客户暂停向公司采购工业散热器，导致公司业务规模下降，单位成本上升；（2）公司为争取境外客户的订单，销售单价有所下降。

2、结合产品内容、主要产品功能差异、技术差异、定位差异、成本结构差异等，对比分析说明发行人产品毛利率与可比公司毛利率的差异合理性

发行人与可比公司可比业务的产品内容、主要产品功能、技术特点、产品定位、成本结构的对比情况如下：

公司	产品内容及定位	主要产品功能	技术特点	成本结构
美商海盗船	主要产品包括电源、游戏笔记本电脑和台式电脑、机箱和冷却散热解决方案，以“CORSAIR”为品牌，专注于动态随机存取存储器高端市场	为游戏玩家和流媒体创作者提供高性能计算机外设、组件和系统	美商海盗船的水冷散热器支持iCUE控制，iCUE中的Zero RPM和可变泵速的特殊冷却模式可在系统待机或处于低负载时尽可能地降低噪音。另外美商海盗船低噪音泵设计配备了经过热性能优化的铜质散热板，并预先涂抹散热膏，不但具有更高性能，同时温度也更低	未披露
曜越科技	主要产品包括电脑机箱、电源供应器、电脑散热器、电竞产品及其他，以“Thermaltake”为品牌，专注于PC DIY组件的生产	电竞游戏类硬件产品涵盖的种类较为齐全，设计风格较为贴合欧美风	曜越科技散热器技术主要包括多热管设计、高压风扇和液压轴承技术等。通过多根热管将热量从发热源传导到散热片上，再通过风扇的强制对流将热量排出，从而达到散热效果，能够有效地降低设备的温度；高压风扇能够有效地提高散热器的散热效率，同时噪音较低；液压轴承技术可以减少摩擦并降低噪音，提高散热器的稳定性和使用寿命	未披露

超频三	主要产品为 LED 散热装置和电脑散热装置，拥有自有电脑散热器品牌“PcCooler”，近年来锂电池正极材料业务逐渐成为超频三主要业务	应用于 CPU、显卡等机箱内热源的散热，另外散热器件也应用于 LED 照明、手机、通讯基站等领域	公司具有成熟的散热产品设计理念，形成了如压固、扣 FIN、无缝紧配、扩散焊接技术、嵌齿技术等一系列核心技术，有效提升了产品散热性能	直接材料： 83.44% ；直接人工： 4.40% ；制造费用： 12.16%
锐新科技	公司电力电子散热器产品包括：变频散热器、逆变器散热器、风电设备散热器、变频器、逆变器、风力发电设备	公司生产的电力电子散热器主要为工业自动化领域提供重要的热交换系统解决方案	公司电力电子散热器产品主要通过冶金挤压成型，机械结合成型，焊接成型，机械加工成型等不同成型工艺，成型后的材料再经 CNC 加工等精、深加工工序制作而成。公司掌握多种高倍齿散热器制造工艺，目前公司生产的散热器产品包括整体挤压、压合、插压、铲齿、铜铝复合、热管、液冷等多种类型，几乎囊括了所有电力电子设备使用的散热器类型	直接材料： 81.73% ；直接人工： 8.03% ；制造费用： 10.24%
公司	研发设计生产专业的散热器、机箱、电源等电脑硬件产品，专注系统散热解决方案的全球性品牌	散热器通过热传导和热对流的方式及时带走 CPU、显卡等电脑核心组件运转时产生的热量，保持电脑芯片处于正常的工作温度范围，确保电脑能够稳定运行	多重力条件均衡热阻热管技术、两相流介质量精确控制技术、3D 形变条件下非均匀热源的低接触热阻技术、风扇马达内部油流流道散热技术、风扇声音品质分析及优化技术、水冷分腔结构流体传导技术、水冷散热器超压吸收技术、水冷系统自动恒压技术、跨介质水冷系统核心部件检测技术	直接材料： 82.49% ；直接人工： 10.17% ；制造费用： 4.93% ；运输费用 2.08% ；售后服务费 0.34% 。

注：成本结构为各主体 2024 年度整体的成本结构。

综上，公司产品毛利率与可比公司毛利率之间存在差异主要是产品内容、主要产品功能差异、技术差异、市场差异等导致的，具备合理性。

（三）分析发行人单位材料成本、单位人工成本、单位制造费用等与可比公司相比是否明显偏低，说明差异原因及合理性。

可比公司中美商海盗船为纳斯达克上市公司、曜越科技在中国台湾 OTC 市场上市，美商海盗船、曜越科技未披露其成本构成情况。超频三上市日期为 2017 年 5 月、锐新科技上市时间为 2020 年 4 月，超频三、锐新科技上市时间较早，公开信息中未披露细分单位成本。

根据公开信息，仅能获取超频三、锐新科技部分年度公司整体成本构成，

无法获取与发行人相似业务的成本构成情况，无法计算单位材料成本、单位人工成本、单位制造费用，具体情况如下：

(1) 超频三

单位：万元

项目	2024 年度		2023 年度		2022 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
直接材料	48,080.73	83.44%	63,150.16	87.85%	81,120.73	87.29%
直接人工	2,535.98	4.40%	2,010.16	2.80%	3,592.03	3.87%
制造费用	7,004.80	12.16%	6,722.38	9.35%	8,221.47	8.85%
合计	57,621.51	100.00%	71,882.70	100.00%	92,934.24	100.00%

注：超频三财务数据来源其定期报告。

(2) 锐新科技

单位：万元

项目	2024 年度		2022 年度		2021 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
直接材料	41,565.10	81.73%	39,184.53	75.57%	45,932.56	76.65%
直接人工	4,085.22	8.03%	5,642.98	10.88%	5,696.54	9.51%
制造费用	5,204.99	10.24%	7,027.87	13.55%	8,293.69	13.84%
合计	50,855.31	100.00%	51,855.37	100.00%	59,922.79	100.00%

注：锐新科技财务数据来源其定期报告。

超频三主要业务为锂电池正极材料、LED 照明散热组件及 PC 散热配件、LED 照明灯具、照明亮化工程、LED 合同能源管理、其他产品等。发行人工业散热器主要应用于工业控制、电力电子和 LED 照明等，锐新科技主要为电力电子方面。因此导致发行人成本结构与可比公司存在一定差异。

(四) 说明发行人未来是否存在竞争加剧、毛利大幅下降的风险，如有，请在招股说明书中量化分析并有针对性地进行风险揭示

公司产品为电子消费品，市场竞争较为激烈，未来存在竞争加剧，毛利下降的风险。

发行人已在招股说明书“第八节 管理层讨论与分析”之“三”之“(三)”之“6.其他披露事项”做出如下披露：

“假设其他因素不变的前提下，测算产品销售价格变动时对毛利率的影响，如下表所示：

销售价格变动对毛利率的影响					
项目	销售价格变化率	2025 年 1-6 月	2024 年	2023 年	2022 年
散热器	5%/-5%	3.19%/-3.53%	2.83%/-3.13%	2.58%/-2.85%	3.00%/-3.31%
	10%/-10%	6.09%/-7.44%	5.40%/-6.60%	4.92%/-6.01%	5.72%/-6.99%
	20%/-20%	11.17%/-16.75%	9.90%/-14.86%	9.02%/-13.52%	10.49%/-15.73%
机箱	5%/-5%	3.31%/-3.66%	2.90%/-3.21%	2.81%/-3.10%	3.32%/-3.67%
	10%/-10%	6.32%/-7.73%	5.54%/-6.78%	5.36%/-6.55%	6.34%/-7.75%
	20%/-20%	11.59%/-17.38%	10.17%/-15.25%	9.83%/-14.74%	11.63%/-17.44%
电源	5%/-5%	3.71%/-4.10%	3.88%/-4.29%	3.75%/-4.15%	4.10%/-4.53%
	10%/-10%	7.09%/-8.66%	7.40%/-9.05%	7.16%/-8.76%	7.83%/-9.57%
	20%/-20%	12.99%/-19.49%	13.58%/-20.36%	13.13%/-19.70%	14.36%/-21.54%

”

发行人已于招股说明书“重大事项提示”之“五、特别风险提示”中披露如下：

“（四）市场竞争加剧的风险

行业内领先的欧美及台资企业在技术、渠道、知名度等方面具备一定的先发优势，存量市场竞争加剧，此外随着 PC 行业的快速发展，高性能计算机硬件产品市场空间增大，吸引部分小规模内资企业进入该领域，进一步加剧了行业的竞争程度。公司自成立以来一直深耕高性能电脑散热器等计算机硬件行业领域，并占据了一定的全球市场份额，但若公司不能利用自身优势有效整合资源、开拓新市场、继续深耕现有市场、及时推出具有竞争力的新产品、提升核心竞争力，可能存在竞争加剧、毛利率下降的风险。”

六、成本核算准确性。请发行人说明不同车间（如注塑车间、风扇车间、五金车间等）原材料成本、人工成本及制造费用归集分配的具体方法，详细说明发行人成本核算是否准确

公司产品分为自有品牌产品和客户定制产品，对于自有品牌产品，公司以

市场需求为导向，根据市场需求、销售预测以及在手订单情况等合理制定产品销售计划，生产部门根据销售计划编制生产计划并组织安排生产；对于客户定制产品，则采取“订单式生产”的模式，根据合同业务量来确定相应的生产计划。

不同车间收到生产任务单后，生产业务人员根据生产任务单到库管人员处进行领料并投料，根据生产任务单生产流程组织生产并记录执行情况。产品完工后，由质量部业务人员进行检验，检验完成后由生产业务人员进行入库并由库管进行确认，最终办理产品完工入库，发行人不同车间的生产业务流程基本类似，故不同车间成本的归集、分配不存在本质区别。

公司成本归集、分配和结转方法如下：

1) 直接材料的归集分配方法

生产人员根据需求在 SAP 系统中创建散件、半成品、产成品的生产订单，按照订单领取材料/半成品，材料/半成品通过系统按实际发生成本，直接归集到各生产订单的成本中。

2) 直接人工的归集分配方法

各车间实际发生的人工成本按照各产成品和半成品的实际工时占比分摊至各产品和半成品。

3) 制造费用的归集分配方法

制造费用中水费、电费、折旧费用按照各产成品和半成品的实际工时占比分摊至完工产品和半成品。

综上，公司产品成本核算、归集和分配方法符合其实际经营情况，符合《企业会计准则》的规定。

七、部分供应商成立时间较短即与公司开展大额合作

（一）区分产品类型（散热器、电源、机箱等）分别说明主要原材料采购及对应供应商情况，部分供应商如东莞市霖荣实业有限公司、东莞瑞通金属科技有限公司成立时间较短即与公司开展大额合作的原因，原材料采购金额与供应商经营规模是否匹配，主要原材料采购价格与市场价格或第三方价格是否存在较大差异，分析主要原材料采购价格公允性，原材料主要供应商及其股东、董监高与发行人及相关主体是否存在关联关系或其他利益往来

1、区分产品类型（散热器、电源、机箱等）分别说明主要原材料采购及对应供应商情况

公司 CPU 热管散热器、CPU 水冷散热器、CPU 铝挤型散热器、电脑机箱等主要产品的主要组成部分及主要采购材料构成情况如下：

产品类型	产品主要组成部分	对应主要采购材料
CPU 热管散热器	热管	热管、铜材
	散热片	铝材
	散热风扇	PCB-A、塑胶料
	塑胶件	塑胶料
	铜底板	铜材
CPU 水冷散热器	冷排	冷排、铝材
	散热风扇	PCB-A、塑胶料
	铜底板	铜材
	塑胶件	塑胶料
CPU 铝挤型散热器	铝挤散热片	铝材
	散热风扇	PCBA、塑胶料
	塑胶件	塑胶料
电脑机箱	机箱框架	钢材、铝材
	机箱面板	玻璃、钢材
	塑胶件	塑胶料

报告期内，公司采购部分型号成品机箱，此外，公司电源业务中产品设计环节通常由公司和代工厂共同完成，电源生产则由代工厂负责，公司进行成品电源的采购。

报告期各期，公司向主要供应商采购各类原材料及成品情况如下：

单位：万元

采购内容	主要供应商名称	采购金额			
		2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
热管	东莞市冠柏电子科技有限公司	116.73	119.19	166.02	189.48
	中山伟强科技有限公司	-	-	25.69	72.53
	东莞海宝电子热传科技有限公司	-	-	10.46	15.35
冷排	天津市天水源汽车配件有限公司	-	-	1,950.31	1,148.48
	河北瑞发汽车散热器有限公司	-	138.79	985.36	956.34
	东莞市弘汇电子科技有限公司	477.16	1,737.61	866.01	0.15
铜材	四川科跃热传电子有限公司	68.73	213.13	297.42	265.06
	东莞瑞通金属科技有限公司	323.77	890.54	1,395.58	1,958.68
	苏州铜宝锐新材料有限公司	170.68	246.91	365.37	496.72
	中山莱通金属科技有限公司	463.54	1,052.64	871.15	10.26
	江苏库博德金属科技有限公司	58.63	333.47	124.91	-
铝材	东莞市启德金属材料有限公司	504.70	1,201.07	1,540.86	1,954.58
	深圳市隆顺金属材料有限公司	-	502.28	1,357.66	884.00
	广东雅励新材料股份有限公司	770.31	1,515.81	1,151.76	1,101.64
铁板	东莞市立信钢铁有限公司	136.52	469.35	1,100.64	525.97
	佛山市昌信钢材贸易有限公司	171.86	343.67	310.42	447.47
	东莞市阜盛五金制品有限公司	39.04	200.78	72.69	-
塑胶类	东莞市金佰源塑胶原料有限公司	521.49	1,108.96	1,526.27	1,691.60
	佳润科技（惠州）有限公司	161.16	470.91	656.73	345.18
	东莞市悦丽塑胶制品有限公司	51.15	130.19	158.66	128.35
	广东北研化工新材料有限公司	86.17	322.33	375.91	1.75
玻璃	深圳市嘉宏胜钢化玻璃有限公司	158.34	372.24	626.99	370.95
	河源市赛达玻璃有限公司	-	-	-	68.22
PCB-A	深圳市惠联盛电子科技有限公司	141.05	554.61	1,718.34	1,340.62
	东莞市点精科技有限公司	397.47	685.37	297.98	-
成品电源	供应商一	-	10,107.96	15,871.30	7,187.75
	广州市以蓝电子实业有限公司	8,674.87	17,028.00	7,516.20	2,631.22
	海韵电子工业股份有限公司	-	-	2,803.69	2,525.35
	供应商二	4,454.92	2,877.68	-	-

成品机箱	东莞市霖荣实业有限公司	556.46	507.74	2,536.33	3,248.15
	广州学行思电子科技有限公司	823.18	299.31	-	-

注：供应商一包括其深圳、香港主体；东莞市霖荣实业有限公司、东莞市霖荣电脑科技有限公司受同一自然人控制，已合并列示。

2、部分供应商如东莞市霖荣实业有限公司、东莞瑞通金属科技有限公司成立时间较短即与公司开展大额合作的原因，原材料采购金额与供应商经营规模是否匹配

（1）部分供应商如东莞市霖荣实业有限公司、东莞瑞通金属科技有限公司成立时间较短即与公司开展大额合作的原因

报告期内，东莞市霖荣实业有限公司、东莞瑞通金属科技有限公司及东莞市金佰源塑胶原料有限公司存在成立时间较短即与公司开展大额合作的情况。

东莞市霖荣实业有限公司（以下简称“霖荣实业”）股东王博山、张荣于2009年开始经营电脑机箱及周边产品的生产加工业务，其中张荣于2009年成立了东莞市智途实业有限公司（以下简称“智途实业”）经营电脑机箱及周边产品的相关业务，王博山担任该公司监事，2015年公司与其开展业务往来，2017年11月智途实业注销。2016年王博山与张荣成立霖荣实业，公司在前期与智途实业稳定合作的基础上确认霖荣实业的生产能力、产品质量控制及价格等方面均能够满足公司需求后，将其作为公司机箱产品的主要供应商。

东莞瑞通金属科技有限公司（以下简称“东莞瑞通”）成立于2020年12月4日，主要从事电子散热铜管的设计、生产和销售，具备ISO质量管理体系认证。虽然东莞瑞通成立时间较短，但其凭借着主要团队的技术经验积累以及先进的生产设备等优势，迅速在行业内建立起了一定的知名度，并陆续与深圳市飞荣达科技股份有限公司、富士康科技集团旗下子公司全亿大科技（佛山）有限公司、深圳垒石热管理技术有限公司等大型企业建立了合作关系。2021年起公司开始自制热管，因此与东莞瑞通进行业务洽谈，在供应商评审合格后将其作为公司采购铜管的主要供应商。

东莞市金佰源塑胶原料有限公司（以下简称“金佰源”）股东彭建辉、周

春林，曾分别担任东莞市金禧源塑胶原料有限公司（以下简称“金禧源”）法人代表、监事，金禧源成立于 2012 年 12 月 24 日，于 2017 年 1 月 9 日注销，金禧源从事塑胶原料的生产与销售，公司曾与金禧源存在业务往来，2016 年金佰源成立，公司即在之前合作的基础上与其展开合作，作为塑胶材料的主要供应商。

（2）原材料采购金额与供应商经营规模是否匹配

报告期各期，公司前五大供应商基本情况，公司向其采购占其销售总额的比重情况如下：

序号	公司名称	注册资本	采购占其销售的比重
1	广州市以蓝电子实业有限公司	500.00 万元	3%-18%
2	海韵电子工业股份有限公司	150,000.00 万新台币	1%-5%
3	东莞市霖荣实业有限公司	200.00 万元	50%-60%
4	天津市天水源汽车配件有限公司	50.00 万元	40%-99%
5	东莞市启德金属材料有限公司	200.00 万元	1%-12%
6	东莞市金佰源塑胶原料有限公司	200.00 万元	30%-50%
7	深圳市惠联盛电子科技有限公司	500.00 万元	30%-40%
8	东莞市弘汇电子科技有限公司	1,050 万元	1%-10%
9	广东雅励新材料股份有限公司	6,120 万元	约 3%

注：公司向主要供应商采购金额占供应商销售总额的比重数据来源于供应商访谈。

公司向主要供应商的采购金额与其经营规模相匹配，其中，公司向天津市天水源汽车配件有限公司（以下简称“天水源”）采购金额占其销售收入的比例较高。

2022 至 2025 年 6 月公司向天水源采购金额占其销售收入的比例分别为 76%、99%、0%，0%天水源从事国内外水冷系统的生产制造，公司向天水源采购冷排用于 CPU 水冷散热器的生产，2023 年公司 CPU 水冷散热器产销量增长明显，冷排采购增幅较大与公司生产销售相适应，同时近年来天水源业绩有所下滑，公司向天水源采购金额占其销售收入的比例较高具备合理性。此外，天水源实际控制人继续经营意愿较低，存在出售资产意愿，2023 年 6 月 24 日，惠州鑫全盛与天水源签署了《天津市天水源汽车配件有限公司、王剑波与惠州市

鑫全盛精密科技有限公司关于机器设备等资产转让协议》，至本回复出具日，已完成相关资产设备交割。

3、主要原材料采购价格与市场价格或第三方价格是否存在较大差异，分析主要原材料采购价格公允性

公司采购的原材料种类包含冷排、热管、PCB-A、塑胶料、铝材、铜材等，各类原材料因规格尺寸等差异存在众多型号，公司冷排、热管、PCB-A 等原材料均为定制化采购原材料，无公开市场价格或大宗交易价格。公司采购的主要原材料价格及其变动趋势与市场价格及其变化趋势比较情况如下：

(1) 铜材、铝材、塑胶料采购价格变动趋势

铜、铝等常见金属材料及部分塑胶料存在市场价格，而公司铜材、铝材、塑胶料等原材料也存在多种规格型号，选取报告期各期向主要供应商采购的同一规格铜材、铝材、塑胶料与铜、铝、塑胶料的市场价格变动情况进行比较，公司采购价格与市场价格变动趋势基本保持一致。

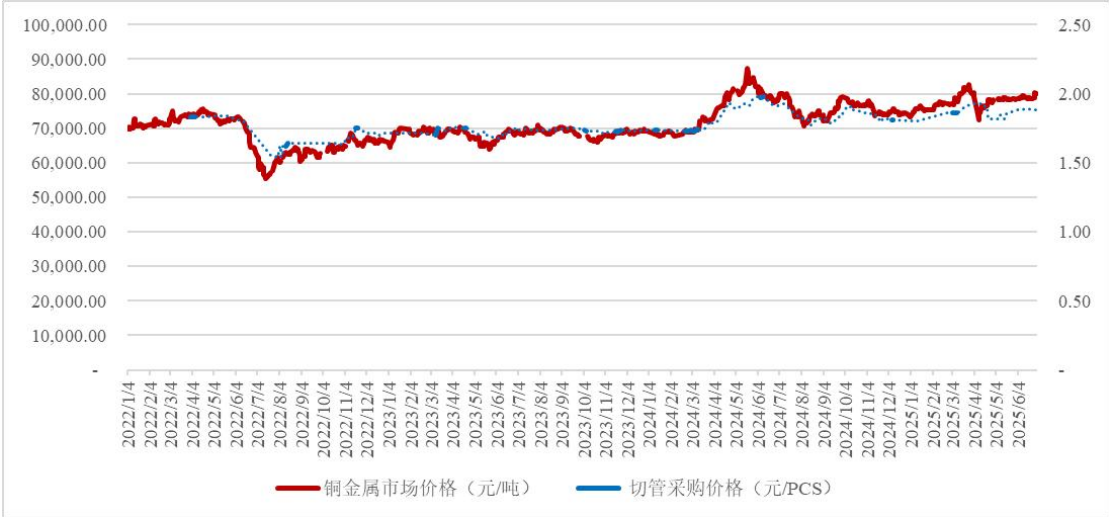
1) 铜材

公司自 2021 年开始采购铜管进行热管试生产，公司铜管的主要供应商为东莞瑞通金属科技有限公司、中山莱通金属科技有限公司，公司向上述供应商采购的主要规格型号铜管 RG6-G109、RG6-H482 切管平均价格情况及铜金属市场平均价格情况如下：

项目	2025 年 1-6 月		2024 年度		2023 年度		2022 年度	
	平均价格	变动比例	平均价格	变动比例	平均价格	平均价格	平均价格	变动比例
RG6-G109 切管 (元/件)	-	-	1.76	2.33%	1.72	-1.71%	1.75	-3.31%
RG6-H482 切管 (元/件)	1.86	1.64%	1.83	5.78%	1.73	1.17%	1.71	-
市场价格 (元/吨)	77,745.86	3.63%	75,025.37	9.69%	68,400.29	1.33%	67,501.34	-1.68%

注：报告期各期，公司主要采购的铜管型号存在差异；金属铜市场价格来源于同花顺 iFinD。

公司采购的 **RG6-H482** 切管的采购价格及其变动趋势，与同期铜金属市场价格及其变动趋势比较情况如下：



由上图可见，公司铜管采购价格变动趋势整体与铜金属市场价格变动趋势保持一致，但公司铜管存在一定的加工工序，且受存量订单及价格调整存在一定延迟的影响，采购价格变化表现出一定的滞后性。

2) 铝材

公司铝材的主要供应商为东莞市启德金属材料有限公司、深圳市隆顺金属材料有限公司、广东雅励新材料股份有限公司，公司向上述供应商采购铝卷的平均价格与铝金属市场价格比较情况如下：

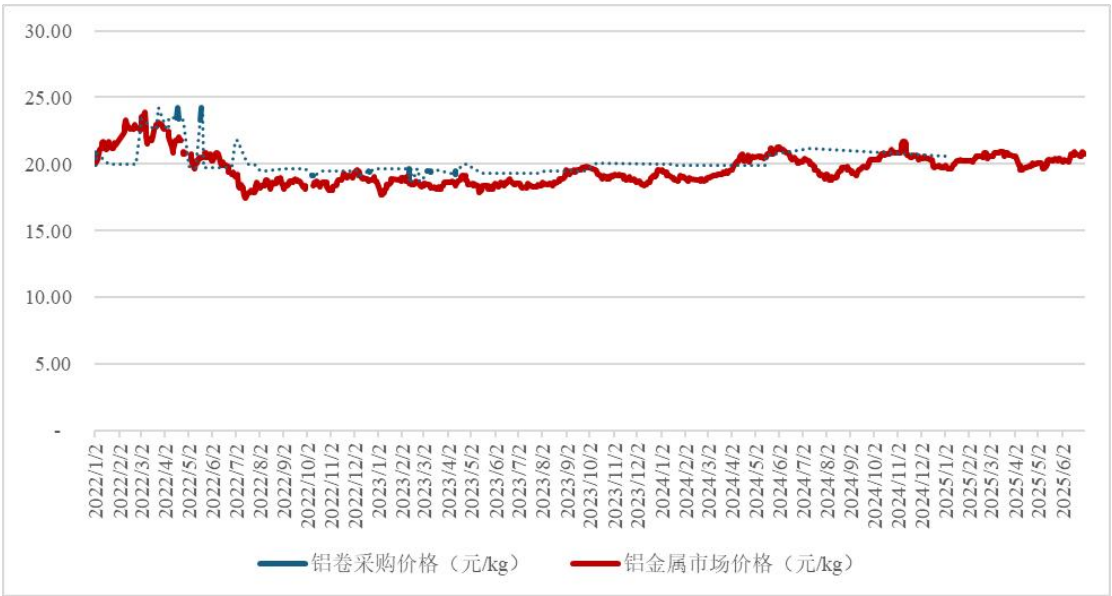
单位：元/kg

项目	2025 年 1-6 月		2024 年度		2023 年度		2022 年度	
	平均价格	变动比例	平均价格	变动比例	平均价格	变动比例	平均价格	变动比例
铝卷 AL1100-0.4X143mm	20.60	3.15%	19.97	3.42%	19.31	-9.60%	21.36	9.43%
铝卷 AL1100-0.4X151mm	-	-	-	-	19.50	-9.68%	21.59	11.98%
铝卷 AL1100-0.4X140mm	20.83	1.41%	20.54	6.87%	19.22	-6.74%	20.61	7.34%
铝卷 AL1100-0.4X145mm	20.74	0.58%	20.62	4.67%	19.70	-3.57%	20.43	-2.71%
铝卷 AL1100-0.4X138mm	20.67	0.24%	20.62	4.46%	19.74	-2.18%	20.18	0.90%
市场价格	20.33	1.94%	19.94	6.57%	18.71	-6.22%	19.95	5.57%

注：报告期各期，公司主要采购的铝卷规格存在差异；金属铝市场价格来源于同花顺

iFinD。

公司采购的铝卷 AL1100-0.4X143mm 的采购价格及其变动趋势，与同期铝



金属市场价格及其变动趋势比较情况如下：

公司铝卷的采购价格略高于铝金属市场价格，采购价格变动趋势与铝金属市场价格变动趋势基本保持一致。

3）塑胶料

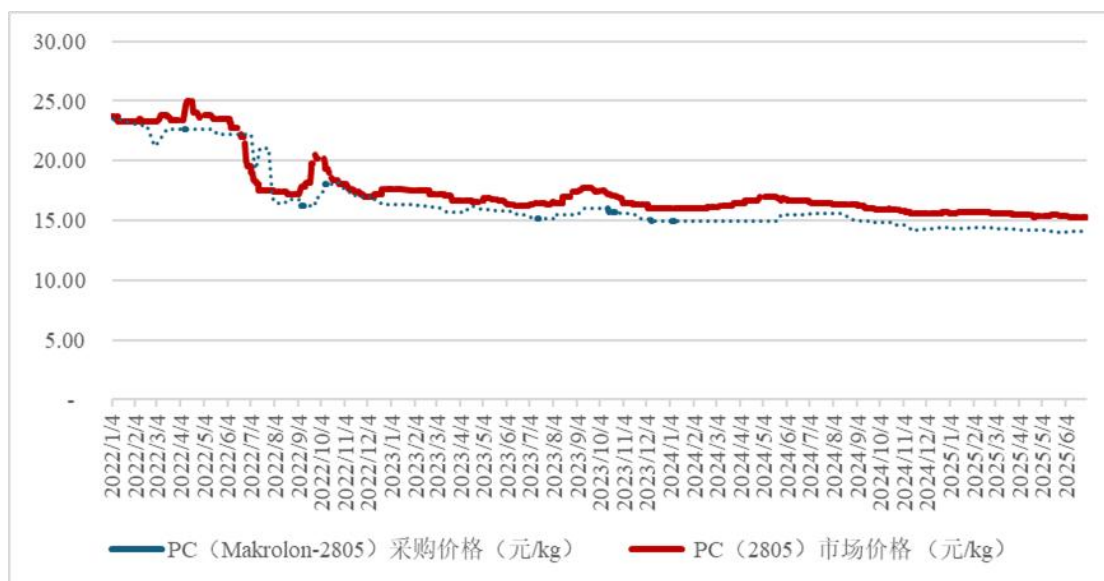
公司塑胶料的主要供应商为东莞市金佰源塑胶原料有限公司等，公司向上述供应商采购主要型号塑胶料 PC 透明原料（Makrolon-2805）的平均价格与市场价格比较情况如下：

单位：元/kg

项目	2025 年 1-6 月		2024 年度		2023 年度		2022 年度	
	平均价格	变动比例	平均价格	变动比例	平均价格	变动比例	平均价格	变动比例
PC 透明原料 Makrolon-2805	14.23	-5.07%	14.99	-4.58%	15.71	-19.68%	19.56	-21.92%
市场价格	15.52	-4.34%	16.22	-3.57%	16.82	-18.11%	20.54	-24.18%

注：PC（Makrolon-2805）市场价格来源于 Wind。

公司采购的 PC 透明原料（Makrolon-2805）的采购价格及其变动趋势，与同期 PC（2805）的市场价格及其变动趋势比较情况如下：



公司与主要塑胶料供应商保持较为稳定的合作关系，采购规模较大，主要型号塑胶料的采购价格略低于市场价格，采购价格变动趋势与市场价格变动趋势基本保持一致。

(2) 热管、冷排采购价格变动趋势

公司采购的热管、冷排等的主要原材料分别为铜材、铝材，热管、冷排的采购价格与铜、铝金属的市场价格相关，但公司采取积极与供应商谈判、开发新供应商、合理安排向各供应商采购量等方式，减少铜、铝金属的市场价格波动对热管、冷材采购价格的影响。

1) 热管

热管作为公司 CPU 热管散热器的主要原材料，2021 年公司开始进行热管试生产，2022 年公司开始具备热管的规模自产能力，不再大规模采购成品热管，仅部分工序委外进行，2020-2021 年度公司采购成品热管进行 CPU 热管散热器的生产，公司成品热管的主要供应商为中山伟强科技有限公司、东莞市冠柏电子科技有限公司、东莞市桐林电子科技有限公司、东莞海宝电子热传科技有限公司、广东新创意科技有限公司等，公司向上述供应商采购的主要型号热管 RG6-G109 的平均价格及自产生产成本与铜金属市场价格比较情况如下：

项目	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
----	--------------	---------	---------	---------

	平均价格	变动比例	平均价格	变动比例	平均价格	变动比例	平均价格	变动比例
外购-热管 RG6-G109 (元/件)	-	-	-	-	3.28	-11.35%	3.70	3.64%
自产-热管 RG6-G109 (元/件)	4.54	25.07%	3.63	8.36%	3.35	-16.25%	4.00	-28.51%
市场价格 (元/吨)	77,745.86	3.63%	75,025.37	9.69%	68,400.29	1.33%	67,501.34	-1.68%

公司采购成品热管的采购价格调整相较于铜金属的价格变动存在一定滞后性，2021 年 3 月，公司主要供应商陆续向公司发出涨价通知，公司开始与其他合格供应商沟通询价，减小向原供应商的采购比例，更换价格较低的供应商，使得 2021 年度公司热管采购价格上涨幅度较铜金属市场价格上涨幅度更小，2022 年度采购的热管 RG6-G109 下单时间为 2022 年 1 月，仍按 2021 年 3.70/件的价格执行，2023 年公司热管除客户指定热管品牌外已完全自产，采购成品热管数量大幅下降，热管 RG6-G109 的采购金额仅为 12,792.00 元，供应商以较低价格处理热管 RG6-G109 尾料，致使公司成品热管采购价格与铜材市场价格变动趋势存在一定差异，此后，公司不再外采成品热管 RG6-G109。公司自产热管单位成本受铜材市场价格波动影响，随着公司热管生产工艺改进，公司热管单位制造费用及单位人工成本呈现下降趋势，将使总体自产成本低于外购热管价格。各年度公司因产品结构差异，主要生产热管型号亦存在差异，2025 年 1-6 月，公司仅生产一批次热管 RG6-G109，且公司总体生产热管数量少于上年同期，单位制造费用增加，致使自产热管 RG6-G109 单位成本有所上升。

2) 冷排

报告期各期，公司冷排的主要供应商为天津市天水源汽车配件有限公司、河北瑞发汽车散热器有限公司、东莞市弘汇电子科技有限公司等公司，公司向上述供应商采购的主要型号冷排价格与铝金属市场价格比较情况如下：

项目	2025 年 1-6 月		2024 年度		2023 年度		2022 年度	
	平均价格	变动比例	平均价格	变动比例	平均价格	变动比例	平均价格	变动比例
240 泄压薄排 (元/件)	30.77	-2.16%	31.45	-16.32%	37.61	-15.62%	44.57	-1.04%
360 泄压薄排 (元/件)	39.24	-2.97%	40.44	-16.12%	48.21	-10.17%	53.67	-2.04%

市场价格 (元/吨)	20,326.06	1.92%	19,942.55	6.58%	18,711.97	-6.21%	19,950.59	5.57%
---------------	-----------	-------	-----------	-------	-----------	--------	-----------	-------

公司采购的冷排价格呈现逐年下降趋势，主要原因为冷排的加工工艺较为复杂，原材料占冷排生产成本的比例约为 40%，价格变动幅度较铝材变动幅度更小，同时公司不断寻找新厂商，并与原有供应商进行商业谈判压低采购成本，2023 年加大向其他价格更低的供应商进行采购，进一步降低冷排整体采购价格，公司向主要冷排供应商采购冷排的平均价格情况如下：

①240 泄压薄排

项目	2025 年 1-6 月		2024 年度		2023 年度		2022 年度	
	单价	变动比例	单价	变动比例	单价	变动比例	单价	变动比例
天津市天水源汽车配件有限公司	-	-	-	-	41.07	-7.91%	44.60	-1.02%
河北瑞发汽车散热器有限公司	-	-	41.84	0.26%	41.73	-6.33%	44.55	-1.00%
东莞市弘汇电子科技有限公司	30.77	0.16%	30.72	0.39%	30.60	-1.19%	30.97	-
平均价格	30.77	-2.16%	31.45	-16.38%	37.61	-15.62%	44.57	-1.04%

②360 泄压薄排

项目	2025 年 1-6 月		2024 年度		2023 年度		2022 年度	
	单价	变动比例	单价	变动比例	单价	变动比例	单价	变动比例
天津市天水源汽车配件有限公司	-	-	-	-	50.71	-5.30%	53.55	-2.08%
河北瑞发汽车散热器有限公司	-	-	50.81	-0.12%	50.87	-5.53%	53.85	-2.09%
东莞市弘汇电子科技有限公司	39.24	-0.68%	39.51	0.38%	39.36	-	-	-
平均价格	39.24	-2.97%	40.44	-16.12%	48.21	-10.17%	53.67	-2.04%

弘汇电子与惠州工厂的距离较近，运输成本更低；另外，天水源及河北瑞发下游客户覆盖高性能电脑、汽车、服务器散热等领域，产品销售定价及毛利率水平较高。整体而言，公司从天水源和河北瑞发采购冷排的价格相近。2023、2024 年，公司向主要供应商采购冷排价格较为稳定，2025 年公司成品冷排供应商仅为弘汇电子。

综上所述，公司主要原材料采购价格较为公允。

4、原材料主要供应商及其股东、董监高与发行人及相关主体是否存在关联关系或其他利益往来

报告期各期，公司主要供应商股东及主要人员情况，及其与公司股东、董事、监事、高级管理人员是否存在关联关系情况如下：

序号	供应商名称	股权结构	法定代表人	主要人员	是否存在关联关系
1	广州市以蓝电子实业有限公司	广州恒力科技有限公司 90.00%，陈国柱 6.00%，郑福钦 4.00%	郭金洪	执行董事、经理：郭金洪；监事：郑福钦	否
2	海韵电子工业股份有限公司	张正宗 25.57%，魏金花 12.33%，擎海股份有限公司 7.76%，张昀绮 0.72%，张修诚 2.58%，林水傅 2.39%，杨麓樱 1.32%，张季铃 0.94%，李春燕 0.85%，温淑贞 0.81%	张修诚	董事长：张修诚；董事：张敦凯、张昀绮、林耀钦；独立董事：林青青、黄清祥、高志廷	否
3	东莞市霖荣实业有限公司	王博山 95.00%，张荣 5.00%	王博山	执行董事、经理：王博山；监事：张荣	否
4	天津市天水源汽车配件有限公司（已注销）	王剑波 80.00%，侯世杰 20.00%	王剑波	执行董事、经理：王剑波；监事：侯世杰	否
5	东莞市启德金属材料有限公司	谢启华 96.00%，陈丽玲 4.00%	谢启华	执行董事、经理：谢启华；监事：陈丽玲	否
6	东莞市金佰源塑胶原料有限公司	彭建辉 50.00%，周春林 50.00%	彭建辉	执行董事、经理：彭建辉；监事：周春林	否
7	深圳市惠联盛电子科技有限公司	游应钦 100.00%	游应钦	执行董事、经理：游应钦；监事：黄太丘	否
8	东莞市弘汇电子科技有限公司	胡令 75.50%，李柯苇 24.50%	胡令	董事、经理：胡令；监事：李柯苇	否
9	广东雅励新材料股份有限公司	林辉 71.35%，聂来兵 9.09%，东莞市柏瑞投资管理合伙企业 9.80%，洪光杰 6.45%等	林辉	董事长、总经理：林辉；董事：龙卓飞、金东柱、钟达南、赵妮；监事：文建学、夏波、童建军	否

报告期各期，公司主要供应商的股东、董事、监事、高级管理人员与公司

及其股东、董事、监事、高级管理人员不存在关联关系，亦不存在其他业务往来。

（二）说明各产品的定价机制及调价情况，上游原材料采购价格变化与产品售价变化之间的传导机制，结合实际原材料价格传导情况说明主要产品销售单价变动的原因

1、说明各产品的定价机制及调价情况

公司制定了《零售事业部产品报价管理规程》以确定公司产品的报价原则与价格调整审批流程。公司的产品价格确定原则为以产品制造成本价格为基础，参考市场同类产品的价格，结合自身产品的性能和市场定位综合确定。

销售业务员需严格按照报价单内的价格执行，不允许私自与客户沟通低价或降低价格达成销售额。如果存在调整价格的需求，销售业务员须根据价格调整比例幅度上报销售总监或零售事业部总经理审批，审核通过后可执行。

销售总监需对销售业务员执行的价格进行监控，查看订单中或其他的销售出库数据中的价格，确保业务员按照正确的价格执行。

发行人向客户销售产品均需通过订单或签订合同的形式，订单或合同确立后即锁定销售价格，且合同、订单约定的交付周期通常较短，除非客户需求或产品技术要求发生重大变更，产品销售价格一般不会发生变更，不存在产品价格调整机制的约定。

2、上游原材料采购价格变化与产品售价变化之间的传导机制

在上游采购价格发生波动时，发行人在后续的报价和订单合同签订前会基于成本加成法，综合考虑市场竞争环境，持续进行调整；而对于已经签订成立的销售合同、订单，一般不存在产品价格调整机制的约定，除非客户需求或产品技术要求发生重大变更，否则产品销售价格一般不会发生调整。

发行人的上游原材料供应商主要是五金类、塑胶类、包材类等行业，行业竞争较为充分，市场供应充足，受单一行业需求影响较小，因此不存在发行人

向上游传导价格的情况。

3、结合实际原材料价格传导情况说明主要产品销售单价变动的原因

报告期内，公司不同类型产品销售单价、单位成本差异较大，因此选取主要产品类型销售占比较高的细分系列分析，发行人主要产品销售单价及单位成本变动情况如下：

单位：元/件

产品类型	产品系列	项目	2025 年 1-6 月	2024 年	2023 年	2022 年
CPU 热管散热器	GAMMAXX 400 BLUE 系列	销售单价	-	-	87.51	85.24
		单位材料	-	-	32.50	36.29
CPU 水冷散热器	CASTLE-RGB 系列	销售单价	188.21	296.46	349.96	392.82
		单位材料	155.19	160.11	180.31	183.19
机箱	MATREXX 50 系列	销售单价	190.65	236.29	251.69	255.93
		单位材料	79.27	92.14	101.27	108.23
电源	DQ850-M-V2L 系列	销售单价	-	518.24	553.50	512.93
		单位材料	-	409.93	407.22	415.83

注：受产品更新换代影响，2024 年，公司不再销售 GAMMAXX 400 BLUE 系列产品；2025 年 1-6 月，公司不再销售 DQ850-M-V2L 系列产品。

（1）CPU 热管散热器

2023 年，GAMMAXX 400 BLUE 销售单价呈上升趋势，单位材料成本呈小幅下降趋势，销售单价呈上升趋势主要受境外销售占比不断增加影响，境外销售情况如下：

单位：元/件

项目	2023 年	2022 年
境外销售占比	100.00%	98.05%
境外销售单价	87.51	85.65

（2）CPU 水冷散热器

2023 年、2024 年，受冷排、塑胶料等原材料采购单价下降影响，单位材料成本有所下降；销售单价下降幅度大于单位材料成本，主要系 CASTLE 系列为被替代的产品型号，销售价格较低。2025 年 1-6 月，销售单价较低，主要系为清理少量库存售价较低。

（3）机箱

报告期内，MATREXX50 系列产品销售单价与单位材料成本变动趋势一致。销售单价变动除受原材料变动影响外，还受销售区域、客户类型、交易模式等因素影响，因此变动幅度存在一定差异。2025 年 1-6 月，MATREXX50 系列产品销售单价下降比例大于单位材料下降比例，主要系 MATREXX50 系列产品为公司 2018 年推出的产品，随着相似风格的竞品陆续上市，市场竞争加剧，导致产品售价降低。

（4）电源

2023 年，DQ850-M-V2L 系列销售单价有所增长，单位材料成本有所下降，主要受销售结构变动影响。2022 年、2023 年，DQ850-M-V2L-EU(欧标)销售占比分别为 44.21%、98.52%，销售单价分别为 575.97 元/件、563.68 元/件，2023 年，DQ850-M-V2L-EU(欧标)销售单价略有下降主要受采购单价下降影响。

2024 年，DQ850-M-V2L 系列单位材料变动较小，但是单价下降幅度较大，主要系公司逐步淘汰该型号产品，降价清理少量库存产品。

综上所述，主要产品销售价格除受原材料价格变动影响外，还受销售区域、新产品推出、细分产品型号、客户结构等因素影响，公司主要产品销售单价及单位材料成本变动具有合理性。

（三）说明在原材料出现较大程度波动时，发行人的成本控制措施，说明主要原材料价格变化对发行人成本、利润、毛利率的影响并进行敏感性分析，对相关风险提示内容进行量化分析并披露

1、说明在原材料出现较大程度波动时，发行人的成本控制措施

为了应对上游原材料价格波动风险，公司采取的主要措施包括：

（1）制定并有效执行了完善的采购内控制度

发行人制定并有效执行了《供应商管理标准》《现有供应商管理规程》等采购内控制度，规范供应商管理体系，有效提高采购管理水平、节约成本，并

且规定了采购员根据采购原材料类型，一般情况下应选择 2-3 家及以上符合条件的供应商进行询价比价，避免单一供应商可能出现的供应短缺风险，并增强对供应商的议价能力。

（2）加强研发力度，注重工艺的改进，以提高产品的投入产出率

公司将不断加强对工艺技术的研发，通过对生产过程中的参数控制，减少生产过程中的损耗，提高产品生产过程稳定性和质量稳定性。比如公司在热管生产过程中也逐步改善相关生产环节，通过缩头模结构尺寸优化、封口治具尺寸改良、弯管治具尺寸材质改善等方式改良热管生产，有效提高热管生产良率。随着公司生产工艺和效率的提升，铜热管的损耗逐渐减少并于 2023 年上半年趋于稳定。2023 年度，公司铜热管的平均生产成本下降 6%左右。

（3）密切关注原材料市场行情，及时调整原材料储备策略

公司采购模式为“以产定购+合理库存”的模式，公司根据客户订单和生产计划，结合库存情况拟定采购需求。同时，由于上游原材料供求情况和价格存在波动，为保障生产的稳定性，公司储备适量的安全库存。公司将不断加强与供应商沟通，保障原材料的稳定供应，及时获取原材料价格变动的市场行情，并根据市场价格波动情况及时调整原材料储备策略，在价格较低时储备较多原材料，应对未来原材料市场价格大幅上涨的风险。

（4）与主要原材料供应商建立长期稳定的合作关系

在关键物资的采购方面，发行人一般采用战略合作模式，根据产品情况和市场需求，选择品牌厂商建立长期稳定的合作关系，保证发行人采购的稳定性。一方面保障货源供应稳定，锁定供应商货源，避免出现临时供货不足而以高价向市场购买的情形；另一方面，利用公司规模采购优势提高议价能力，降低采购成本。

2、说明主要原材料价格变化对发行人成本、利润、毛利率的影响并进行敏感性分析，对相关风险提示内容进行量化分析并披露

报告期各期，假设其他因素均不发生变化，主要原材料采购价格上涨 1%、

5%或下降 1%、5%，对发行人主营业务成本、利润总额和毛利率影响的敏感性分析如下：

变动比率	财务指标	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
上升 1%	主营业务成本变动率	0.82%	0.82%	0.81%	0.79%
	利润总额变动率	-6.40%	-7.47%	-2.67%	-8.35%
	毛利率变动（百分点）	-0.58	-0.55	-0.49	-0.54
上升 5%	主营业务成本变动率	4.11%	4.12%	4.05%	3.97%
	利润总额变动率	-32.01%	-37.37%	-13.33%	-41.73%
	毛利率变动（百分点）	-2.91	-2.75	-2.46	-2.69
下降 1%	主营业务成本变动率	-0.82%	-0.82%	-0.81%	-0.79%
	利润总额变动率	6.40%	7.47%	2.67%	8.35%
	毛利率变动（百分点）	0.58	0.55	0.49	0.54
下降 5%	主营业务成本变动率	-4.11%	-4.12%	-4.05%	-3.97%
	利润总额变动率	32.01%	37.37%	13.33%	41.73%
	毛利率变动（百分点）	2.91	2.75	2.46	2.69

发行人已于招股说明书“第三节 风险因素”之“一、经营风险”中披露如下：

“（五）原材料价格波动的风险

报告期内，公司直接材料成本占相应期间主营业务成本的比例分别为 79.38%、80.96%、**82.49%**和 **82.17%**，原材料价格波动对公司生产成本构成重大影响。公司生产所需原材料主要为铜材、铝材、塑胶料（含塑胶配件）及包装材料等，由于公司部分原材料采购价格与铜价、铝价等大宗商品关联密切，受到国内外经济形势以及市场供需情况的影响较大，因此大宗商品市场上铜、铝等相关金属产品价格波动对公司生产经营具有一定短期影响。上述原材料价格变化将直接造成公司生产成本的波动，因此若未来公司主要原材料价格发生大幅上涨，将引起公司产品成本的上升，给公司生产经营带来不利影响。

假设公司主要原材料价格上升 1%，其他因素维持不变，将导致报告期各期公司主营业务成本分别上升 0.79%、**0.81%**、**0.82%**和 **0.82%**，利润总额分别下降 8.35%、2.67%、**7.47%**和 **6.40%**，毛利率分别减少 0.54、0.49、**0.55** 和 **0.58**

个百分点。假设公司主要原材料价格上升 5%，其他因素维持不变，将导致报告期各期公司主营业务成本分别上升 3.97%、4.05%、**4.12%和 4.11%**，利润总额分别下降 41.73%、13.33%、**37.37%和 32.01%**，毛利率分别减少 2.69、2.46、**2.75 和 2.91** 个百分点。”

（四）说明产品的备货周期和生产周期，说明直接材料成本与原材料采购价格及耗用量是否匹配、生产人员的人数与直接人工金额变动是否匹配、运输费用与产品销售变动是否匹配

1、说明产品的备货周期和生产周期

公司 CPU 热管散热器、CPU 水冷散热器生产周期为 3-4 周，公司散热风扇的生产周期约为 1 周；公司机箱生产周期约为 4 周；公司成品机箱采购周期约为 4-5 周。CPU 热管散热器、CPU 水冷散热器、散热风扇、机箱和电源的备货周期一般为 1-3 个月。公司按生产计划、在手订单情况及对于市场的预期进行采购、生产，备货周期与生产周期相匹配。

2、说明直接材料成本与原材料采购价格及耗用量是否匹配

报告期内，公司生产所用的原材料包括五金类、塑胶类、包材类、电子类、配件类等众多产品类别，另外同一类别原材料种类较多、采购单价差异较大，比如五金类包括铁板、铜材、热管、铝、冷排等众多细分原材料；电子类包括 PCBA、灯条、线材、显示屏等众多细分原材料。故考虑到分析的准确性，未选取具体某一原材料进行分析。

报告期各期，公司主营业务成本中直接材料成本与生产领用原材料情况如下：

单位：万元

项目	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
直接材料成本①	29,635.58	64,916.87	71,551.62	44,458.59
采购成品直接对外出售金额②	15,000.10	32,350.80	30,428.42	16,767.32
当期生产领用材料金额③	12,339.49	33,079.07	41,988.92	30,355.33
除原材料外存货增加额④	-3,926.77	-456.57	898.08	3,281.59

差异⑤=①+④-②-③	-1,630.78	-969.57	32.36	617.53
差异比例⑤/①	-5.50%	-1.49%	0.05%	1.39%

经测算，调整后差异占直接材料成本比例分别为 1.39%、0.05%、-1.49% 和-5.50%。存在差异的原因主要系：（1）本期销售的上期存货中的直接材料金额与本期生产产品直接材料金额存在差异；（2）除原材料外存货增加额中包含部分人工和制造费用。2025 年 1-6 月，差异比例较大，主要原因为：（1）除原材料外存货增加额中包含部分人工和制造费用，2025 年 6 月末除原材料外存货较期初减少 3,926.77 万元，变动较大；（2）存货报废，公司将存放在美国亚马逊的存货进行报废处理，报废金额 100.35 万元。

3、生产人员的人数与直接人工金额变动是否匹配

报告期各期，公司生产人员与直接人工情况如下：

项目	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
生产人员数量（人）	805	683	915	710
直接人工（万元）	4,237.22	8,007.05	9,057.32	6,155.67
人均薪酬（万元/人）	10.53	11.72	9.90	8.67

注：2025 年 1-6 月人均薪酬已年化。

2023 年，生产人员数量较 2022 年有所增长，与公司整体经营规模增加及惠州新厂区的启用带来的新增人员需求情况相匹配。2024 年，生产人员数量有所下降、人均薪酬有所增加，主要受子公司北京鑫全盛被纳入 SDN 清单后，公司业务规模受到影响，致使下半年离职人员数量较多。随着公司业务逐步恢复，2025 年 6 月末生产人员数量较上年末有所增加。

综上所述，报告期内公司生产人员的人数与直接人工金额变动情况整体相匹配，符合公司实际生产经营情况。

4、运输费用与产品销售变动是否匹配

发行人运输费用包括两部分，一部分是运往客户目的地产生的费用，根据会计准则的规定，发行人将这部分费用计入营业成本；另一部分是运往美国子公司、亚马逊平台仓的运输费用，这部分运费并不直接和特定订单相关联，因

此根据会计准则规定发行人将这部分费用计入销售费用。

报告期各期，公司运输费用及占当期主营业务收入比例情况如下：

单位：万元

项目	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
计入主营业务成本的运输费用	201.03	1,633.75	3,135.44	2,338.65
计入销售费用的运输费用	4.62	1,420.44	907.31	779.36
运输费用合计	205.65	3,054.20	4,042.75	3,118.01
主营业务收入	50,848.99	117,943.63	145,501.44	82,706.25
占比	0.40%	2.59%	2.78%	3.77%

报告期各期，运费占主营业务收入比例分别为 3.77%、2.78%、**2.59%**和 **0.40%**。报告期内，运输费用占主营业务收入比例变动主要受海运价格变动及**销售区域变动**影响。

参考中国出口集装箱运价综合指数（CCFI，是指反映中国出口集装箱运输市场价格变化趋势的一种航运价格指数，由上海航运交易所编制发布），报告期内，CCFI 指数波动情况如下：



数据来源：同花顺 iFinD

八、申报会计师核查程序及意见

（一）核查上述事项并发表明确意见，说明核查方法、核查范围、核查证据及核查结论

1、核查程序

申报会计师执行了以下核查程序：

（1）访谈产品部负责人，了解不同档次产品划分标准及依据、机箱产品附加值的具体体现；

（2）获取报告期内主要产品收入成本明细表，并与董秘、财务负责人、研发负责人访谈，了解报告期内主要产品销量、销售价格、毛利率变动的原因及境内外差异的原因；

（3）获取报告期内热管采购及自产明细，分析采购及自产成本变动情况，获取 CPU 热管散热器成本构成，测算自产热管对毛利率变动的影响；

（4）获取报告期内主要原材料采购明细，分析不同供应商采购单价差异的原因、与市场价格是否存在较大差异；

（5）与主要供应商进行访谈，了解其与发行人合作历史、交易公允性、双方是否存在关联关系、交易规模与其自身规模是否匹配等；

（6）通过企查查查询主要供应商基本信息，并获取董监高调查表，核查主要供应商与发行人是否存在关联关系；

（7）核查发行人、董监高及关键管理人员流水，核查其与主要供应商是否存在资金异常往来；

（8）获取报告期内及期后主要客户销售回款情况；

（9）查询可比公司公开披露文件，了解其与发行人产品结构、下游客户、应用领域、核心技术、成本结构、销售区域等方面存在的差异，分析毛利率差异的原因；

(10) 访谈财务负责人，了解发行人成本归集的方法，分析其合理性；

(11) 访谈采购负责人，了解原材料出现较大程度波动时，发行人的成本控制措施，了解主要原材料备货周期；访谈生产负责人，了解主要产品生产周期。

2、核查结论

经核查，申报会计师认为：

(1) 发行人不同档次散热器划分标准和依据合理；报告期内散热器毛利率变动主要受产品结构、原材料价格、运输费用及产量影响，具有合理性；发行人主要产品报告期内单位成本与原材料价格变化相匹配、销售单价变化与产品竞争格局变动相匹配；发行人量化分析自产热管对生产成本及产品毛利率的影响准确，热管使用数量与收入相匹配；发行人与热管供应商及热管原材料供应商不存在关联关系，采购价格公允，不存在通过主要供应商为发行人分担成本，调节利润的情况；

(2) 发行人与电源供应商不存在关联关系，不同供应商采购单价差异主要受采购型号不同影响，采购价格公允，不存在供应商为发行人承担成本费用的情况；电源属于外购定制化成品的模式，不属于贸易类业务，采用总额法确认收入符合企业会计准则的规定；报告期内，电源销售毛利率变动主要受采购单价、运费、销售产品结构及汇率变动等因素影响，具有合理性；

(3) 发行人机箱产品附加值主要体现在设计和生产阶段，机箱产品销售价格与同行业同档次竞品相比不存在异常，毛利率较高具有合理性；发行人与机箱供应商不存在关联关系，采购价格公允，不存在通过上述供应商为发行人分担成本，调节利润的情况；不同期间同型号机箱销售价格、成本变动主要受市场竞争、原材料价格、运输费用、产量等因素影响，具有合理性，单位成本与原材料价格变化匹配；

(4) 发行人同型号产品内销、外销成本差异较小，主要受运输距离影响，运输费用存在一定差异，受境内外竞争环境差异影响，境外销售单价高于境内，

境外销售毛利率高于境内；

（5）发行人可比公司选取具有合理性，与可比公司毛利率存在差异，主要受产品结构、销售区域等因素影响，毛利率差异具有合理性；发行人毛利率变动趋势与可比公司基本一致，发行人细分产品毛利率与可比公司存在差异，主要受产品内容、主要产品功能差异、技术差异、市场差异等导致的，具备合理性；可比公司美商海盗船、曜越科技未披露其成本构成情况，超频三、锐新科技上市时间较早，公开信息中未披露细分产品单位成本，发行人成本结构与超频三、锐新科技存在差异主要受产品结构影响；发行人已在招股说明书披露竞争加剧、毛利率下降的风险；

（6）发行人成本核算、归集和分配方法符合其实际经营情况，符合《企业会计准则》的规定；

（7）发行人与供应商开展合作之前均履行了评审程序，发行人与主要供应商不存在关联关系，不存在通过供应商为发行人分担成本，调节利润的情况；主要产品销售价格除受原材料价格变动影响外，还受销售区域、新产品推出、细分产品型号、客户结构等因素影响，公司主要产品销售单价及单位材料成本变动具有合理性；发行人制定了较为完善的应对原材料大幅波动的措施；发行人直接材料成本与原材料耗用量基本匹配、生产人员数量与直接人工基本匹配、运输费用与销售收入基本匹配。

（二）说明对主要供应商的发函、回函的比例，未回函部分所执行替代程序的具体情况及结论；对主要供应商访谈或走访的具体情况，包括数量、金额及占比，访谈的证据、数据及结果是否充分、有效

1、函证情况

申报会计师对主要供应商的发函、回函的比例情况如下：

单位：万元

项目	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
采购总额①	28,165.07	66,499.35	75,076.07	48,635.90
发函金额②	23,774.87	56,585.50	67,479.43	41,210.55

发函比例②/①	84.41%	85.09%	89.88%	84.73%
回函金额③	23,774.87	56,585.50	67,479.43	41,208.90
回函比例③/①	84.41%	85.09%	89.88%	84.73%

注：采购总额不包含资产、能源和费用类采购，采购总额为不含税金额。

经核查，申报会计师认为，报告期各期，发行人主要供应商的回函比例分别为 84.73%、89.88%、**85.09%**和 **84.41%**，发出的所有供应商函证均已回函，发行人与主要供应商之间的采购业务真实、准确。

2、走访情况

申报会计师采用现场走访结合视频访谈的方式对发行人主要供应商进行了访谈。报告期内，申报会计师对公司供应商走访或访谈的总体情况如下：

单位：家、万元

项目	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
现场走访核查供应商数量	71			
现场走访核查供应商采购金额	23,759.37	56,806.59	63,131.01	38,050.73
采购总额	28,165.07	66,499.35	75,076.07	48,635.90
走访比例	84.36%	85.42%	84.09%	78.24%

报告期内，申报会计师共实地走访 71 家供应商，走访供应商采购金额占采购总额的比例分别为 **78.24%**、**84.09%**、**85.42%**和 **84.36%**。

为保证走访工作的有效性，上述主要供应商走访工作均由申报会计师正式员工参与，走访前申报会计师通过国家企业信用信息公示系统等公开渠道对走访供应商的基本情况进行查询并比对走访地址与注册地证明文件，访谈后与被访谈人合影并获取经被访谈人确认且签字或盖章的访谈问卷。

申报会计师根据实际情况针对现场走访制定了相应的核查程序，走访过程中不存在异常情形，相关核查程序有效、合规，能够保证核查结论的有效性。

（三）结合资金流水核查情况，说明发行人及相关主体与主要原材料供应商、外协加工厂商及相关主体是否存在异常资金往来

申报会计师通过查阅主要原材料供应商的工商信息，对主要原材料供应商进行访谈，对其与发行人交易的真实性进行确认，获取主要供应商出具的不存

在利益输送、商业贿赂、虚构交易和关联关系的《声明和承诺》，核查了发行人及发行人实际控制人、董事、监事、高级管理人员、关键岗位人员的银行流水，具体核查情况见本问询函回复之“问题9”之“四”之“（四）说明核查中发现的异常情形，包括但不限于是否存在大额取现、大额收付等情形，是否存在相关个人账户与发行人客户及实际控制人、供应商及实际控制人、发行人股东、发行人其他员工或其他关联自然人的大额频繁资金往来；若存在，请说明对手方情况，相关个人账户的实际归属、资金实际来源、资金往来的性质及合理性，是否存在客观证据予以核实”。

经核查，基于对发行人、实际控制人、董监高、关键岗位人员报告期内资金流水核查情况，申报会计师认为：除已披露事项外，发行人及其实际控制人、董监高、关键岗位人员等相关主体与主要供应商及其相关主体之间不存在异常资金往来。

（四）说明对成本归集的准确性、完整性及相关内控健全有效性的核查情况、核查结论，并发表明确意见

1、核查程序

申报会计师执行了以下核查程序：

（1）了解发行人生产和采购循环的流程及其内部控制，获取并查阅发行人采购与付款、生产与仓储相关的内部控制制度，访谈公司采购、生产、库管、财务等相关经办人员，对相关的内部控制设计和运行进行了解、评价，并测试关键内部控制运行的有效性，判断发行人相关内部控制能否保证成本归集的准确性、完整性和及时性；

（2）取得并核查公司产品成本计算单，检查直接材料、直接人工、制造费用、运输费用的计算和分配是否正确，并与有关佐证文件，如领料记录、材料费用汇总表、人工费用汇总表等相核对；

（3）取得发行人各期原材料进销存明细表，分析主要原材料采购量、耗用量与产品产量的匹配关系，检查公司生产成本直接材料归集是否准确；

（4）取得生产人员薪酬明细表，核查生产人员数量、人均薪酬的变动情况；抽样检查工资发放单据、社保及公积金缴纳单据，核对职工薪酬计提与支付的一致性；

（5）取得各期制造费用、运输费用明细表，检查制造费用、运输费用是否存在异常，以及在各期间变动的原因和合理性；检查重大制造费用、运输费用列支期间及金额的准确性。

2、核查结论

经核查，申报会计师认为：发行人直接材料、直接人工、制造费用、运输费用的归集和分配方法能够合理保证成本费用核算的完整性，相关内控制度健全、执行有效。

问题 7. 大额库存商品的合理性及境外存货核查情况

根据申请材料，（1）报告期各期末，发行人存货账面余额分别为 11,514.51 万元、14,085.87 万元、17,201.37 万元和 19,239.31 万元，其中库存商品与发出商品占比较大，报告期各期末，两者合计占存货金额的比例分别为 64.14%、68.33%、72.02%和 74.42%，（2）发行人库存商品的存放位置主要为惠州鑫全盛的成品仓库及美国子公司租赁的位于美国本土的仓库，另外，公司经由亚马逊平台销售的库存商品分布在世界各地的亚马逊自有仓库中。

（1）大额库存商品及发出商品的合理性。请发行人：①量化分析报告期各期末不同存货变动的原因，与收入、成本变动的匹配性。②说明存货构成与同行业可比公司相比是否存在显著差异，说明报告期各期末库存商品、发出商品中有具体订单支持的金额及比例，并对变动情况进行分析，说明备货金额的合理性，是否与发行人的生产模式相匹配。③结合发行人产品平均生产周期、销售周期及运输周期说明报告期各期末发出商品规模的合理性，列示发出商品的产品类型、客户情况及期后结转情况，是否实现销售，是否存在通过发出商品调节收入的情形。

（2）境外存货的真实性。请发行人：①说明报告期各期末存放在境外的存货的具体情况，包括存货类型、存货金额、存放地点、保管方及期末盘点情况。②结合境外销售情况分析发行人报告期各期末境外存货金额的合理性，结合期后销售情况说明境外存货是否存在减值。

（3）存货跌价准备计提是否充分。请发行人：①列表披露存货各项目的库龄分布，长库龄存货的形成原因及销售、处理情况，说明报告期各期末存货减值测试和跌价准备计算过程，说明未对原材料计提跌价准备的合理性；结合可比公司不同存货的跌价准备计提情况说明发行人存货跌价准备计提是否充分。②说明报告期各期存货周转率变动的原因，存货周转率水平及变动趋势与同行业公司是否存在差异。

（4）存货管理制度及盘点情况。请发行人：①区分境内外说明公司各类存货管理模式和存放地点，不同存放地点的存货分布情况。②区分境内外说明

对各类存货盘点的具体情况，包括盘点时间、地点、人员、范围、各类存货盘点方法、程序、盘点比例、存货账实相符情况、盘点结果处理情况，说明公司存货管理相关内部控制及其有效性。

请保荐机构、申报会计师：（1）核查上述事项并发表明确意见。（2）说明发行人存货管理相关内部控制有效性核查情况。（3）说明境内存货监盘及抽盘结果，境外存货核查情况，核查方法有效性，委托第三方机构盘点情况及复核情况。（4）说明存货跌价准备计提充分性的核查情况。

【回复】

一、大额库存商品及发出商品的合理性

（一）量化分析报告期各期末不同存货变动的原因，与收入、成本变动的匹配性

报告期内，公司存货变动与收入、成本变动的匹配性分析如下：

单位：万元

项目	2025 年 6 月 30 日/2025 年 1-6 月		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	
	金额	变动率	金额	变动率	金额	变动率	金额	变动率
原材料	1,500.76	13.44%	1,322.91	-27.23%	1,817.93	-9.95%	2,018.75	-7.60%
半成品	1,425.96	-23.35%	1,860.46	9.45%	1,699.89	-11.42%	1,919.07	30.37%
在产品	664.31	283.20%	173.36	-84.33%	1,106.03	77.71%	622.38	5.03%
库存商品	9,288.75	-30.28%	13,322.87	10.81%	12,023.08	47.04%	8,176.86	8.32%
发出商品	58.57	94.45%	30.12	-96.94%	984.83	-76.61%	4,211.22	102.83%
委托加工物资	259.70	9.43%	237.32	-11.07%	266.87	5.44%	253.1	19.81%
在途物资	0.07	-	-	-	-	-	-	-
存货账面余额	13,198.11	-22.12%	16,947.04	-5.32%	17,898.63	4.05%	17,201.37	22.12%
营业收入	51,429.29	-56.84%	119,159.38	-18.57%	146,328.88	75.50%	83,377.53	4.28%
营业成本	36,264.24	-54.08%	78,964.73	-10.86%	88,589.64	57.96%	56,084.26	3.03%
存货账面余额/营业收入	12.83%	-9.78%	14.22%	1.99%	12.23%	-8.40%	20.63%	3.01%
存货账面余额/营业成本	18.20%	-15.21%	21.46%	1.26%	20.20%	-10.47%	30.67%	4.79%

注：2025 年 6 月末，存货账面余额占营业收入或营业成本的比例已年化处理。

报告期内，存货账面余额占营业收入的比重介于 12.23%至 20.63%之间，占营业成本的比重介于 18.20%至 30.67%之间，占比变动主要受业务规模变动影响。2023 年存货账面余额占营业收入或营业成本的比例下降较大，主要系当期营业收入和营业成本较上年大幅增加所致。2024 年度，存货账面余额占营业收入或营业成本的比例变动较小。2025 年 1-6 月，存货账面余额占营业收入或营业成本的比例变动，主要受公司业务模式及业务规模变动影响，公司合理规划备货水平。

报告期各期末，原材料金额分别为 2,018.75 万元、1,817.93 万元、1,322.91 万元和 1,500.76 万元，2024 年末原材料金额同比有所下降，主要系销售规模及在手订单数量下降，减少原材料储备所致。原材料主要包括铜材、铝材、塑胶料（含塑胶配件）及包装材料等，公司采购主要采用“以销定采”模式，除根据物料的采购周期订立安全库存外，主要按生产计划、在手订单情况及预计的备货数量进行采购，能够有效减少原材料的存放周期。

报告期各期末，在产品金额分别为 622.38 万元、1,106.03 万元、173.36 万元和 664.31 万元，各期末在产品余额的变动主要与公司各年度订单的执行进度和生产阶段相关。2023 年在产品金额增长较快，主要系公司业绩大幅提升，销售订单增多。2024 年末在产品有所下降，主要受北京鑫全盛被纳入 SDN 清单影响，在执行订单同比下降所致。2025 年 6 月末，在产品较 2024 年末有所增加，主要受订单规模、订单执行进度影响。

报告期各期末，库存商品及发出商品分别为 12,388.08 万元、13,007.91 万元、13,352.99 万元和 9,347.32 万元。2023 年末，库存商品及发出商品变动主要系随着公司惠州生产基地的建成、公司新品的推出及俄语区政治环境变化等因素影响，公司业务规模持续扩大，为及时响应客户需求，公司逐步扩大备货规模。2024 年末库存商品及发出商品较 2023 年末有所增长，主要系北京鑫全盛被纳入 SDN 清单后，公司境外销售受阻，库存商品较 2023 年末有所增加。2025 年 6 月末，库存商品及发出商品较 2024 年末有所下降，主要受公司业务模式及业务规模变动影响，公司合理规划备货水平。

报告期各期末，半成品账面金额基本保持稳定，委托加工物资整体规模较小且较为稳定。

综上，报告期内，原材料、在产品、库存商品与发出商品各期末账面金额变动原因合理，与收入成本变动基本匹配，符合公司实际经营及业务发展情况。

（二）说明存货构成与同行业可比公司相比是否存在显著差异，说明报告期各期末库存商品、发出商品中有具体订单支持的金额及比例，并对变动情况进行分析，说明备货金额的合理性，是否与发行人的生产模式相匹配

1、说明存货构成与同行业可比公司相比是否存在显著差异

报告期各期末，公司存货构成与同行业可比公司对比情况如下：

可比公司	2025 年 6 月 30 日						
	原材料	半成品	在产品	库存商品	发出商品	委托加工物资	其他
曜越科技	—	—	—	100.00%	—	—	—
超频三	11.69%	25.48%	10.68%	44.53%	5.03%	0.27%	2.33%
锐新科技	24.58%	26.18%	0.67%	37.03%	11.54%	—	—
平均值	12.09%	17.22%	3.79%	60.52%	5.52%	0.09%	0.78%
公司	11.37%	10.80%	5.03%	70.38%	0.44%	1.97%	—
可比公司	2024 年 12 月 31 日						
	原材料	半成品	在产品	库存商品	发出商品	委托加工物资	其他
曜越科技	0.01%	11.87%	—	88.12%	—	—	—
超频三	18.61%	18.86%	8.01%	49.41%	2.86%	0.23%	2.02%
锐新科技	26.04%	27.25%	2.94%	31.89%	11.88%	—	—
平均值	14.89%	19.33%	3.65%	56.47%	4.91%	0.08%	0.67%
公司	7.81%	10.98%	1.02%	78.61%	0.18%	1.40%	—
可比公司	2023 年 12 月 31 日						
	原材料	半成品	在产品	库存商品	发出商品	委托加工物资	其他
曜越科技	0.01%	10.02%	—	89.98%	—	—	—
超频三	13.76%	21.19%	13.84%	40.81%	2.04%	0.11%	8.25%
锐新科技	26.56%	24.57%	7.41%	33.15%	6.95%	1.36%	—
平均值	13.44%	18.59%	7.08%	54.65%	3.00%	0.49%	2.75%

公司	10.16%	9.50%	6.18%	67.17%	5.50%	1.49%	—
可比公司	2022 年 12 月 31 日						
	原材料	半成品	在产品	库存商品	发出商品	委托加工物资	其他
曜越科技	0.01%	11.48%	—	88.50%	—	—	—
超频三	26.35%	9.48%	31.31%	27.80%	2.20%	0.05%	2.81%
锐新科技	25.05%	14.19%	18.05%	30.23%	11.17%	1.32%	—
平均值	17.14%	11.72%	16.45%	48.84%	4.46%	0.46%	0.94%
公司	11.74%	11.16%	3.62%	47.54%	24.48%	1.47%	—

注 1：可比公司数据来源于其定期报告，美商海盗船未披露其存货构成。

注 2：曜越科技 2025 年半年报存货未划分半成品和原材料，全部按库存商品进行分析。

报告期各期末，库存商品为公司存货的主要构成部分，公司库存商品占存货比例分别为 47.54%、67.17%、**78.61%**和 **70.38%**。公司 2023 年营业规模快速增长，扩大备货规模致使库存商品占比较高。北京鑫全盛被纳入 SDN 清单后，**公司境外销售受阻**，致使 **2024 年末**库存商品较 2023 年末有所增加。分可比公司看，公司库存商品占比高于超频三、锐新科技，低于曜越科技，主要系：（1）超频三、锐新科技主要以境内市场为主，公司境外市场占比较高，境内运输时间短于境外运输时间，公司采用“以销定产”的生产管理模式，综合考虑境外订单备货时间，导致各期存货中库存商品的比例较高；（2）曜越科技全部依靠代工厂完成生产，因此其存货构成中库存商品占比在 90%左右，公司对外销售的除电源外的产品主要依靠自产，故曜越科技库存商品占比高于公司。

报告期各期末，公司发出商品的占比分别为 24.48%、5.50%、**0.18%**和 **0.44%**，**2022 年末、2023 年末**，高于可比公司平均水平，主要受运输周期及报关耗费时间长短的影响。曜越科技各期末其存货类别中不存在发出商品，主要系曜越科技为中国台湾 OTC 市场上市企业，会计核算存在差异。北京鑫全盛被纳入 SDN 清单后，暂停向境外发货，致使 **2024 年末、2025 年 6 月末**发出商品较 2023 年末有所下降。

报告期各期末，公司半成品占比分别为 11.16%、9.50%、**10.98%**和 **10.80%**，与可比公司相比不存在较大差异。

报告期各期末，公司原材料占比分别为 11.74%、10.16%、**7.81%和 11.37%**，占比较低，主要系公司主要采用“以销定采”模式，除根据物料的采购周期订立安全库存外，主要按生产计划、在手订单情况及预计的备货数量进行采购，能够有效减少原材料的存放周期，合理控制原材料期末库存。

报告期各期末，公司委托加工物资占比分别为 1.47%、1.49%、**1.40%和 1.97%**，占比较小且与可比公司不存在较大差异。

2、说明报告期各期末库存商品、发出商品中有具体订单支持的金额及比例，并对变动情况进行分析，说明备货金额的合理性，是否与发行人的生产模式相匹配。

报告期各期末，公司库存商品、发出商品中有订单支持的金额及比例、备货情况如下：

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
库存商品与发出商品账面余额	9,347.32	13,352.99	13,007.91	12,388.08
订单支持金额	3,968.33	3,661.97	8,862.59	7,870.12
备货金额（库存商品与发出商品账面余额大于订单支持金额）	5,378.98	9,691.02	4,145.32	4,517.96
订单支持率	42.45%	27.42%	68.13%	63.53%
营业成本	36,264.24	78,964.73	88,589.64	56,084.26
备货金额占营业成本比例	7.42%	12.27%	4.68%	8.06%

报告期各期末，公司库存商品与发出商品的订单支持率分别为 63.53%、68.13%、**27.42%和 42.45%**。**2024 年末**订单支持率下降，主要系北京鑫全盛被列入 SDN 清单后，境外订单减少所致。

报告期各期末，库龄一年以上库存商品及发出商品占比分别为 2.29%、2.16%、**4.24%和 14.11%**。**2022 年末-2024 年末**，公司不存在大量长库存发出商品及库存商品的情况，各期末备货产品均在期后实现良好的销售。**2025 年 6 月末**，库龄一年以上库存商品及发出商品占比较高，主要受存放在亚马逊受限存货影响。

综上，2022 年末、2023 年末订单支持情况、备货情况与公司经营情况相匹配，具有合理性。2024 年末，订单支持率较低、备货金额占营业成本比例较高，主要受北京鑫全盛被纳入 SDN 清单影响。2025 年 1-6 月公司业务逐步恢复，2025 年 6 月末订单支持情况较 2024 年末大幅提升，备货金额占营业成本比例较 2022 年末、2023 年末差异较小。

（三）结合发行人产品平均生产周期、销售周期及运输周期说明报告期各期末发出商品规模的合理性，列示发出商品的产品类型、客户情况及期后结转情况，是否实现销售，是否存在通过发出商品调节收入的情形

1、结合发行人产品平均生产周期、销售周期及运输周期说明报告期各期末发出商品规模的合理性

（1）产品平均生产周期

公司 CPU 热管散热器、CPU 水冷散热器生产周期为 3-4 周，公司散热风扇的生产周期约为 1 周；公司机箱生产周期约为 4 周。

（2）产品销售周期

从销售周期来看，公司内外销产品销售周期各不相同，其中：外销收入主要为 FOB、CIF 模式等。根据客户地址及出口港口不同，仓库发货后产品运抵港口并装船完成，取得货物提单的时间平均需要 15 天；公司境内销售，产品完工后一般在 1-2 个工作日内完成出库，根据目的地运输里程不同，产品出库后至收入确认所需时间通常为 3-6 天。

（3）运输周期

境内销售的运输周期为 1 周左右，欧洲销售的运输周期一般为 5-7 周，美洲销售的运输周期一般为 3-4 周，亚洲销售的运输周期一般为 1-2 周。

（4）发出商品规模

单位：万元

项目	2025 年 6 月 30 日/2025 年 1-6 月	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

发出商品	58.57	30.12	984.83	4,211.22
营业成本	36,264.24	78,964.73	88,589.64	56,084.26
发出商品占营业成本的比例	0.16%	0.04%	1.11%	7.51%

结合境内外的销售情况，公司报告期内发出商品占营业成本比例分别为7.51%、1.11%、0.04%和0.16%。2022年发出商品占营业成本的比例较高，主要受俄语区政治环境变化影响，欧美竞争对手陆续退出俄罗斯市场，公司填补了市场空缺，提高市场占有率，订单增加；另外铁路运输压力较大，排队装车周期较长，期末发出商品占比较高。2024年末、2025年6月末，发出商品占营业成本比例较低，主要受北京鑫全盛被纳入SDN后，公司境外销售规模大幅缩减。

综上，报告期各期末公司发出商品规模具有合理性。

2、列示发出商品的产品类型、客户情况及期后结转情况，是否实现销售，是否存在通过发出商品调节收入的情形

报告期各期末，公司发出商品金额中涉及前五大客户的产品类型、客户情况及期后结转情况如下：

(1) 2025年6月30日

单位：万元

客户简称	产品类型	发出商品金额	占比	期后是否结转	是否实现销售
九州风神天猫旗舰店	机箱、电源、散热器、其他	18.55	31.68%	是	已于2025年7-8月实现销售
京东POP九州风神官方旗舰店	机箱、电源、散热器、其他	11.55	19.71%	是	已于2025年7-8月实现销售
北京京东世纪贸易有限公司	机箱、电源、散热器、其他	9.20	15.70%	是	已于2025年7-8月实现销售
彤诺电子鄂州有限公司	散热器	7.09	12.11%	是	已于2025年7-8月实现销售
北京市有竹居网络科技有限公司	机箱、电源、散热器、其他	5.46	9.32%	是	已于2025年7-8月实现销售
合计		51.85	88.53%	-	-

(2) 2024年12月31日

单位：万元

客户简称	产品类型	发出商品金额	占比	期后是否结转	是否实现销售
客户 AJ	其他	8.78	29.15%	是	已于 2025 年 1-8 月实现销售
加拿大 CC	机箱、电源、散热器、其他	6.47	21.48%	是	已于 2025 年 1-8 月实现销售
九州风神天猫旗舰店	机箱、电源、散热器、其他	6.44	21.38%	是	已于 2025 年 1-8 月实现销售
九州风神拼多多电脑旗舰店	电源、散热器、其他	3.97	13.18%	是	已于 2025 年 1-8 月实现销售
京东电脑旗舰店	机箱、电源、散热器、其他	3.49	11.59%	是	已于 2025 年 1-8 月实现销售
合计		29.15	96.78%	-	-

(3) 2023 年 12 月 31 日

单位：万元

客户简称	产品类型	发出商品金额	占比	期后是否结转	是否实现销售
日本 TW	散热器、风扇	166.61	16.92%	是	已于 2024 年实现销售
客户 AB	机箱、电源、散热器、其他	144.83	14.71%	是	已于 2024 年实现销售
秘鲁 EVERCOOL	机箱、电源、散热器、其他	81.28	8.25%	是	已于 2024 年实现销售
加拿大 CC	机箱、电源、散热器、其他	79.56	8.08%	是	已于 2024 年实现销售
客户 D	机箱、电源、散热器、其他	58.45	5.94%	是	已于 2024 年实现销售
合计		530.73	53.89%	-	-

(4) 2022 年 12 月 31 日

单位：万元

客户简称	产品类型	发出商品金额	占比	期后是否结转	是否实现销售
客户 B	电脑散热器、电源、其他	1,521.44	36.13%	是	已于 2023 年实现销售
客户 D	电脑散热器、机箱、电源、其他	505.63	12.01%	是	已于 2023 年实现销售
客户 A	电脑散热器、机箱、电源、其他	270.25	6.42%	是	已于 2023 年实现销售
客户 E	电脑散热器、机箱、电源、其他	265.18	6.30%	是	已于 2023 年实现销售
加拿大 CC	电脑散热器、机箱、电源、其他	174.82	4.15%	是	已于 2023 年实现销售
合计		2,737.32	65.01%	-	-

报告期各期末，公司发出商品均在期后结转，已实现销售，不存在通过发出商品调节收入的情形。

二、境外存货的真实性

（一）说明报告期各期末存放在境外的存货的具体情况，包括存货类型、存货金额、存放地点、保管方及期末盘点情况

报告期内，公司业务以外销为主，且境外市场规模逐年扩大，为了更好地服务境外目标客户，企业部分库存商品存放于境外。

报告期各期末，公司境外存货存放位置主要为：（1）美国子公司租赁的位于美国本土的仓库；（2）公司经由亚马逊平台销售的库存商品分布在世界各地的亚马逊自有仓库中；（3）部分商品存放于境外第三方仓库中（美国租赁仓、德国租赁仓），保管方分别为 NEWEGG LOGISTICS 与 NOVASERVE TECHNOLOGY GMBH；（4）运往亚马逊及美国子公司的在途存货；（5）运往境外客户的在途存货。

报告期各期末，境外存货类型、存货金额、存放地点、保管方及期末盘点情况如下：

1、2025 年 6 月 30 日

单位：万元

存货类型	库存商品
存放地点	亚马逊仓库
存货金额	731.10
保管方	亚马逊
核查方式	后台数据核对
盘点时间	—
盘点及监盘人员	—
盘点/核查方法	通过 2024 年末数据顺推至 2025 年 6 月末，与账目记录进行核对。
盘点/核查比例	100%
存货账实相符情况	无重大异常
盘点结果处理	公司期末存货不存在重大盘盈、盘亏情况。

2、2024 年 12 月 31 日

单位：万元

存货类型	库存商品		发出商品
存放地点	亚马逊仓库	德国租赁仓	运往境外客户的在途存货
存货金额	831.45	84.68	6.47
保管方	亚马逊	第三方公司	船运公司
核查方式	后台数据核对	数据核对	数据核对
盘点时间	—	—	—
盘点及监盘人员	—	—	—
盘点/核查方法	美国子公司亚马逊平台仓：通过亚马逊后台导出期末库存数据，与账面记录核对亚马逊后台数据；北京鑫全盛亚马逊平台仓：通过亚马逊后台导出的 2024 年 3 月末库存数据，顺推至 2024 年末，与账目记录进行核对	获取仓库数据，与账面数据进行核对	获取订单、销售出库单进行核对
盘点/核查比例	100%	100%	100%
存货账实相符情况	无重大异常	无重大异常	无重大异常
盘点结果处理	公司期末存货不存在重大盘盈、盘亏情况。		

3、2023 年 12 月 31 日

单位：万元

存货类型	库存商品			
存放地点	美国子公司办公室	亚马逊仓库	美国租赁仓、德国租赁仓	运往亚马逊/美国子公司的在途存货
存货金额	21.35	1,158.58	1,076.21	1,543.03
保管方	美国子公司	亚马逊	第三方公司	船运公司
核查方式	盘点	后台数据核对	获取仓库盘点数据，与账面数据进行核对	核查出库单、物流单、报关单等原始单据
盘点时间	2023 年 12 月 30 日	—	—	—
盘点及监盘人员	仓库保管员、北京与美国子公司财务人员	—	—	—
盘点/核查方法	实地清点并记录资产数量，并与账面结存数量核对，并观察存货状态	公司向亚马逊平台申请盘点服务，亚马逊客服协助盘点并修正库存后，业务人	公司获取第三方仓库实地盘点数据与账面进行核对	核查出库单、物流单、报关单等原始单据与账面进行核对

		员通过亚马逊后台导出期末库存数据，核对亚马逊后台数据和账目记录		
盘点/核查比例	100%	100%	100%	100%
存货账实相符情况	无重大异常	无重大异常	无重大异常	无重大异常
盘点结果处理	公司期末存货不存在重大盘盈、盘亏情况。			

4、2022 年 12 月 31 日

单位：万元

存货类型	库存商品			
存放地点	美国子公司办公室	亚马逊仓库	美国租赁仓、德国租赁仓	运往亚马逊/美国子公司的在途存货
存货金额	75.90	464.56	412.54	676.19
保管方	美国子公司	亚马逊	第三方公司	船运公司
核查方式	盘点	后台数据核对	获取仓库盘点数据，与账面数据进行核对	核查出库单、物流单、报关单等原始单据
盘点时间	2022 年 12 月 31 日	—	—	—
盘点及监盘人员	仓库保管员、北京与美国子公司财务人员	—	—	—
盘点/核查方法	实地清点并记录资产数量，并与账面结存数量核对，并观察存货状态	公司向亚马逊平台申请盘点服务，亚马逊客服协助盘点并修正库存后，业务人员通过亚马逊后台导出期末库存数据，核对亚马逊后台数据和账目记录	公司获取第三方仓库实地盘点数据与账面进行核对	核查出库单、物流单、报关单等原始单据与账面进行核对
盘点/核查比例	100%	100%	100%	100%
存货账实相符情况	无重大异常	无重大异常	无重大异常	无重大异常
盘点结果处理	公司期末存货不存在重大盘盈、盘亏情况。			

2022 年末、2023 年末，公司对存放于美国子公司仓库的存货进行了盘点，仓库管理员、母公司与美国子公司的财务人员均参与盘点。2022 年末、2023 年末，公司对存放于亚马逊平台仓的存货进行了核查，公司向亚马逊平台申请盘点服务，亚马逊客服协助盘点并修正库存后，业务人员通过亚马逊后台导出期

末库存数据，核对亚马逊后台数据和账目记录，最后由财务人员进行复核确认。

2024 年末，对于美国子公司亚马逊平台仓，通过亚马逊后台导出期末库存数据，核对亚马逊后台数据和账目记录；对于北京鑫全盛亚马逊平台仓，通过亚马逊后台导出的 2024 年 3 月末库存数据，**顺推至 2024 年末**，与账目记录进行核对。

2025 年 6 月末，对于亚马逊平台仓，通过 2024 年末数据顺推至 2025 年 6 月末，与账目记录进行核对。对存放于美国租赁仓、德国租赁仓的存货，公司通过获取第三方仓库数据与账面存货进行核对。对于运往亚马逊、美国子公司的在途存货，公司通过核查出库单、物流单、报关单等原始单据与账面进行核对。公司存货盘点情况正常，不存在重大盘盈盘亏的情况。

（二）结合境外销售情况分析发行人报告期各期末境外存货金额的合理性，结合期后销售情况说明境外存货是否存在减值

1、结合境外销售情况分析发行人报告期各期末境外存货金额的合理性

报告期内，境外销售、存货具体情况如下：

单位：万元

项目	2025 年 6 月 30 日 /2025 年 1-6 月	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
境外存货	731.10	922.60	3,799.16	1,629.19
境外营业收入	-150.03	60,753.81	129,934.94	66,586.99
境外营业成本	243.48	36,615.37	76,056.33	43,208.17
境外存货占营业收入的比例	-243.65%	1.52%	2.92%	2.45%
境外存货占营业成本的比例	150.14%	2.52%	5.00%	3.77%

注：2025 年 1-6 月库存商品占营业收入的比例和库存商品占营业成本的比例已年化处理。

报告期内，境外期末存货占境外收入比例分别为 2.45%、2.92%、**1.52%**和**-243.65%**，2022 年末至 2024 年末占比较低并且较为稳定；境外期末存货占境外营业成本比例分别为 3.77%、5.00%、**2.52%**和**150.14%**，2022 年末至 2024 年末占比较低并且较为稳定。**2025 年 6 月末**，境外期末存货占境外营业成本和境外营业收入比例变动较大，主要系受制裁影响，2025 年 1-6 月海外业务规模大幅下滑，期末库存全部为亚马逊受限存货。

报告期内公司境外存货金额与销售规模相匹配，符合公司的实际经营情况。

2、结合期后销售情况说明境外存货是否存在减值

报告期各期末，境外存货期后销售及减值情况如下：

单位：万元

项目	2025年6月30日 /2025年1-6月	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
境外存货原值	731.10	922.60	2,256.14	953.00
境外存货期后销售率	0%	9.21%	96.10%	99.84%
境外存货跌价准备金额	731.10	837.92	3.46	3.92

注：上述存货未包含各期末发往亚马逊和美国子公司途中的存货；期后销售统计数据截止日为2025年8月31日。

报告期各期末，境外库存商品的期后销售率分别为99.84%、96.10%、9.21%和0%，2022年末、2023年末境外库存商品期后销售率较高，2024年末境外存货期后销售率较低，主要系北京鑫全盛被纳入SDN清单后，存放在境外亚马逊处的831.45万元存货无法转移，发行人已全额计提存货跌价准备。2025年6月末，境外存货全部在亚马逊平台仓，因货物无法转移期后未实现销售。

报告期各期末，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。直接用于出售的存货，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。公司在每个资产负债表日都对存货进行减值测试，根据减值测试结果对存货计提减值准备。

三、存货跌价准备计提是否充分

(一) 列表披露存货各项目的库龄分布, 长库龄存货的形成原因及销售、处理情况, 说明报告期各期末存货减值测试和跌价准备计算过程, 说明未对原材料计提跌价准备的合理性; 结合可比公司不同存货的跌价准备计提情况说明发行人存货跌价准备计提是否充分

1、列表披露存货各项目的库龄分布, 长库龄存货的形成原因及销售、处理情况

(1) 报告期各期末, 存货的库龄分布情况如下:

1) 2025 年 6 月 30 日

单位: 万元

存货类别	1 年以内	1-2 年	2 年以上
原材料	1,423.78	37.63	39.34
半成品	1,327.18	90.72	8.07
在产品	664.31	-	-
库存商品	7,970.04	1,188.07	130.63
发出商品	58.57	-	-
委托加工物资	259.70	-	-
在途物资	0.07		
合计	11,703.64	1,316.42	178.05

2) 2024 年 12 月 31 日

单位: 万元

存货类别	1 年以内	1-2 年	2 年以上
原材料	1,261.20	27.38	34.33
半成品	1,774.21	77.69	8.56
在产品	173.36	-	-
库存商品	12,756.11	364.32	202.44
发出商品	30.12	-	-
委托加工物资	237.32	-	-
合计	16,232.31	469.39	245.33

3) 2023 年 12 月 31 日

单位：万元

存货类别	1 年以内	1-2 年	2 年以上
原材料	1,731.87	85.35	0.71
半成品	1,653.29	45.42	1.18
在产品	1,106.03	-	-
库存商品	11,742.63	145.42	135.03
发出商品	984.83	-	-
委托加工物资	266.87	-	-
合计	17,485.52	276.19	136.92

4) 2022 年 12 月 31 日

单位：万元

存货类别	1 年以内	1-2 年
原材料	2,015.07	3.68
半成品	1,915.33	3.74
在产品	622.38	
库存商品	7,893.58	283.28
发出商品	4,211.22	
委托加工物资	253.1	
合计	16,910.67	290.7

(2) 长库龄存货的形成原因及销售、处理情况

报告期各期末，公司 1 年以内存货占比较高，分别为 98.31%、97.69%、95.78%和 88.68%，2025 年 6 月末，1 年以内存货占比有所下降，主要受存放在亚马逊仓库的受限存货影响。1 年以上的存货主要由原材料与库存商品构成，存在库龄 1 年以上的原材料和库存商品的原因为：1) 生产使用的备品备料；2) 受市场因素或新老产品迭代影响，少部分产品销售速度较慢。

报告期内，公司处理长账龄存货的主要方式有：1) 工厂的备品备料仍可继续投入生产；2) 受市场因素或新老产品迭代影响，销售速度较慢的产品进行低价处理，若无销售或无法继续使用，将其进行报废处理。

2、说明报告期各期末存货减值测试和跌价准备计算过程；说明未对原材

料计提跌价准备的合理性

资产负债表日，存货采用成本与可变现净值孰低计量。可变现净值是指在日常活动中，以存货的预计售价减去进一步加工成本和预计销售费用以及相关税费后的净值。在可变现净值计量下，资产按照其正常对外销售所能收到现金或者现金等价物的金额扣减该资产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计量。具体计算规则如下：

对于产成品、库存商品，在正常生产经营过程中可变现净值为存货估计售价扣减估计的销售费用和相关税费。其中对于管理层预计未来无法对外销售库存商品按照账面余额进行 100%计提跌价准备。

对于需要经过加工的材料存货，在正常生产经营过程中可变现净值=所生产的产成品的估计售价-至完工时估计将要发生的成本-估计的销售费用-相关税费。

库龄超过 1 年的原材料主要为包材类、五金配件类等容易消耗的物料，备品居多，在生产过程中可周转使用，价值较低；同时公司销售订单较为稳定，并保持增长趋势，生产需求稳定，产成品毛利较高，因此基于上述原因，公司认为原材料不存在减值迹象，未对原材料计提存货跌价准备具备合理性。

3、结合可比公司不同存货的跌价准备计提情况说明发行人存货跌价准备计提是否充分。

可比公司中美商海盗船为纳斯达克上市公司、曜越科技在中国台湾 OTC 市场上市，美商海盗船未披露其存货跌价准备计提情况，曜越科技未披露分项目存货跌价准备计提情况，只披露存货跌价准备计提总数。

报告期各期末，公司与同行业可比公司不同存货跌价准备计提比例对比情况如下：

可比公司	2025 年 6 月 30 日							
	原材料	半成品	在产品	库存商品	发出商品	委托加工物资	其他	合计
超频三	18.66%	6.87%	1.90%	16.40%	2.07%	1.69%	-	11.55%
曜越科技	-	-	-	0.93%	-	-	-	0.93%

锐新科技	-	0.12%	-	2.47%	-	-	-	0.95%
平均值	6.22%	2.33%	0.94%	6.29%	0.69%	0.56%	-	4.48%
公司	-	0.57%	-	8.70%	0.21%	0.03%	-	6.19%
可比公司	2024 年 12 月 31 日							
	原材料	半成品	在产品	库存商品	发出商品	委托加工物资	其他	合计
超频三	22.84%	28.71%	28.86%	29.87%	3.33%	15.05%	-	26.87%
曜越科技	-	-	-	-	-	-	-	1.41%
锐新科技	-	0.26%	-	1.60%	0.00%	-	-	0.58%
平均值	7.61%	9.66%	9.62%	10.49%	1.11%	5.02%	0.00%	9.62%
公司	-	0.47%	-	7.00%	21.48%	0.00%	-	5.59%
可比公司	2023 年 12 月 31 日							
	原材料	半成品	在产品	库存商品	发出商品	委托加工物资	其他	合计
超频三	14.24%	22.24%	43.20%	21.44%	2.13%	7.21%	-	23.11%
曜越科技	-	-	-	-	-	-	-	0.52%
锐新科技	-	0.55%	-	2.01%	2.26%	-	-	0.97%
平均值	4.75%	7.60%	14.40%	7.82%	1.46%	2.40%	-	8.20%
公司	-	0.03%	-	0.51%	-	-	-	0.34%
可比公司	2022 年 12 月 31 日							
	原材料	半成品	在产品	库存商品	发出商品	委托加工物资	其他	合计
超频三	0.56%	2.32%	0.01%	2.51%	-	33.23%	-	1.09%
曜越科技	-	-	-	-	-	-	-	0.33%
锐新科技	-	-	-	-	-	-	-	0.00%
平均值	-	-	-	-	-	-	-	0.47%
公司	-	0.01%	-	0.88%	-	-	-	0.42%

注：可比公司数据来源于定期报告。2023 年末超频三存货跌价准备计提比例大幅增加，主要受锂电池正极材料业务相关存货跌价准备计提增加所致。

报告期内，公司采用“以销定产”的生产经营模式，尽可能减少商品的存放周期，避免货物出现大量积压的情况，公司存货周转较快。报告期各期末，公司库龄 1 年以内存货占比分别为 98.31%、97.69%、95.78%和 88.68%，占比较高。因此，存货跌价准备计提比例略低于同行业可比公司平均水平。

报告期各期末，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。直接用于出售的存货，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。公司在每个资产负债表日都对存货进行减值测试，根据减值测试结果对存货计提减值准备。

综上所述，公司存货跌价准备计提合理、充分。

（二）说明报告期各期存货周转率变动的原因，存货周转率水平及变动趋势与同行业公司是否存在差异

报告期各期，公司及可比公司存货周转率情况如下：

单位：次/年

公司简称	2025 年 1-6 月		2024 年度		2023 年度		2022 年度
	存货周转率	变动趋势	存货周转率	变动趋势	存货周转率	变动趋势	存货周转率
曜越科技	1.98	19.22%	1.66	-17.00%	2.00	32.71%	1.51
超频三	3.42	79.01%	1.91	38.41%	1.38	-50.00%	2.76
锐新科技	2.61	-7.85%	2.83	5.60%	2.68	-12.70%	3.07
美商海盗船	1.81	-54.27%	3.95	-22.24%	5.08	15.73%	4.39
平均值	2.45	-4.92%	2.58	-7.53%	2.79	-4.78%	2.93
公司	4.81	6.22%	4.53	-10.26%	5.05	40.80%	3.59

注 1：可比公司财务数据来源于其定期报告。

注 2：2025 年 1-6 月已年化处理。

通常情况下，公司产品从获取订单到订单最终实现销售周期在 2-5 个月，不同种类产品存在一定差异。2023 年，存货周转率为 5.05，较 2022 年有所上升，主要系公司业绩大幅提升，销售订单增多，存货周转较快。**2024 年**存货周转率有所下降，主要系北京鑫全盛被纳入 SDN 清单后，业务规模下降，期末库存商品增加所致。

报告期内，公司存货周转率略高可比公司，主要系公司积压的存货较少，存货转换为现金或应收账款的速度较快。2023 年，受公司业务规模快速增长影响，存货周转率变动趋势与可比公司存在一定差异。**2024 年，公司存货周转率**

的变动趋势与同行业可比公司平均水平保持一致。2025 年 1-6 月，公司业务实现环比增长，存货周转率有所增加，变动趋势与可比公司存在一定差异。

综上，公司存货周转率水平变动具有合理性，与可比公司变动趋势存在差异具有合理性。

四、存货管理制度及盘点情况

（一）区分境内外说明公司各类存货管理模式和存放地点，不同存放地点的存货分布情况

1、区分境内外说明公司各类存货管理模式和存放地点

公司制定了《库存管控管理办法》《存货盘点管理规程》，加强对公司存货的内部管理和控制，保证存货的验收入库、存储保管和领料出库业务的规范有序，保证合理确认存货价值，防止并及时揭示差错。公司存货管理主要包括：库房管理、入库过程管理、出库过程管理及存货盘点管理等。

（1）境内存货

1）原材料

报告期内，公司主要采用“以销定采”的采购模式，根据生产计划、原材料库存情况、在手订单情况及预计的备货数量，制定采购计划并向供应商下达采购订单。此外，公司采购部门会综合考虑市场整体供需情况、价格变动情况以及供应商的交货周期等因素，对生产计划所需要的长交期物料建立适当的安全库存。**报告期内**，公司原材料存放在惠州工厂。

2）半成品、在产品

报告期内，工厂按生产计划组织生产，公司半成品、在产品存放在惠州工厂。

3）库存商品

对于自有品牌产品，公司以市场需求为导向，根据市场需求、销售预测以

及在手订单情况等合理制定产品销售计划，生产部门根据销售计划编制生产计划并组织安排生产；对于客户定制产品，则采取“订单式生产”的模式，根据合同业务量来确定相应的生产计划。公司的境内库存商品主要存放于惠州工厂或国内第三方仓库（天猫平台仓库、德利得仓库、上海泰克昂克仓库等）。

4) 发出商品

公司在产品完工后转为库存商品，后续通过物流运送至客户场地或者运送至海关进行装船出口。公司销售部门跟踪管理产品出库后的后续流程。

5) 委托加工物资

公司委托外单位进行加工的物资存放于被委托公司仓库内。

(2) 境外存货

公司境外存货主要为存放于美国子公司办公室、亚马逊平台仓库、境外第三方仓库（比如美国租赁仓、德国租赁仓）或运往境外子公司及亚马逊的在途存货。美国办公室租赁仓库管理方式按照境内公司执行，亚马逊平台仓或境外第三方仓库管理方式按保管方内部要求进行管理。

2、不同存放地点的存货分布情况

报告期各期末，公司存货主要存放在境内惠州工厂，公司存货具体存放地点及分布情况如下：

单位：万元

项目	存放地点	2025 年 6 月 30 日		2024 年 12 月 31 日		2023 年 12 月 31 日		2022 年 12 月 31 日	
		账面余额	占比	账面余额	占比	账面余额	占比	账面余额	占比
原材料	惠州工厂	1,500.76	11.37%	1,322.91	7.81%	1,817.93	10.16%	2,018.75	11.74%
半成品	惠州工厂	1,425.96	10.80%	1,860.46	10.98%	1,699.89	9.50%	1,919.07	11.16%
在产品	惠州工厂	664.31	5.03%	173.36	1.02%	1,106.03	6.18%	622.38	3.62%
库存商品	德利得仓库	132.21	1.00%	127.44	0.75%	119.47	0.67%	117.04	0.68%
	凤鸟仓	50.07	0.38%	-	-	-	-	-	-
	天猫仓库	-	-	-	-	-	-	2.57	0.01%
	上海泰克（昂克）仓	-	-	-	-	6.44	0.04%	-	-

项目	存放地点	2025 年 6 月 30 日		2024 年 12 月 31 日		2023 年 12 月 31 日		2022 年 12 月 31 日	
		账面余额	占比	账面余额	占比	账面余额	占比	账面余额	占比
	美国租赁仓	-	-	-	-	1,035.43	5.78%	373.61	2.17%
	德国租赁仓	-	-	84.68	0.50%	40.78	0.23%	38.93	0.23%
	亚马逊平台仓库	731.10	5.54%	831.45	4.91%	1,158.58	6.47%	464.56	2.70%
	美国子公司办公室仓库	-	-	-	-	21.35	0.12%	75.90	0.44%
	运往亚马逊/美国子公司的在途存货	-	-	-	-	1,543.03	8.62%	676.19	3.93%
	惠州工厂	8,375.37	63.46%	12,279.30	72.46%	8,098.01	45.24%	6,428.07	37.37%
发出商品	运往客户的在途物资	58.64	0.44%	30.12	0.18%	984.83	5.50%	4,211.22	24.48%
委托加工物资	外协厂商	259.70	1.97%	237.32	1.40%	266.87	1.49%	253.10	1.47%
合计		13,198.12	100.00%	16,947.04	100.00%	17,898.63	100.00%	17,201.37	100.00%

（二）区分境内外说明对各类存货盘点的具体情况，包括盘点时间、地点、人员、范围、各类存货盘点方法、程序、盘点比例、存货账实相符情况、盘点结果处理情况，说明公司存货管理相关内部控制及其有效性

1、境内存货

（1）在库存货

报告期各期末，对存放于惠州工厂的原材料、在产品、半成品、库存商品进行实地盘点，具体情况如下：

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
盘点时间	2025 年 6 月 29 日-30 日	2024 年 12 月 30 日-31 日	2023 年 12 月 29 日-30 日	2022 年 12 月 30 日-31 日
盘点地点	惠州工厂	惠州工厂	惠州工厂	惠州工厂
盘点及监盘人员	仓库保管员、财务人员	仓库保管员、财务人员	仓库保管员、财务人员	仓库保管员、财务人员
盘点范围	全部存货	全部存货	全部存货	全部存货
盘点方法	实地盘点	实地盘点	实地盘点	实地盘点
盘点程序	2025 年 6 月 29 日仓库人员进行初盘，实地清点并记录资产数量，并与账面结存数量核对；6 月 30 日根据各仓位实际差异情	2024 年 12 月 30 日仓库人员进行初盘，实地清点并记录资产数量，并与账面结存数量核对；12 月 31 日根据各仓位实际差异	2023 年 12 月 29 日仓库人员进行初盘，实地清点并记录资产数量，并与账面结存数量核对；12 月 30 日根据各仓位实际差异	2022 年 12 月 30 日仓库人员进行初盘，实地清点并记录资产数量，并与账面结存数量核对；12 月 31 日根据各仓位实际差异

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
	况，选取初盘有差异存货并增加抽取部分重要存货，仓库管理人员与财务人员一同进行复盘。	情况，选取初盘有差异存货并增加抽取部分重要存货，仓库管理人员与财务人员一同进行复盘。	情况，选取初盘有差异存货并增加抽取部分重要存货，仓库管理人员与财务人员一同进行复盘。	情况，选取初盘有差异存货并增加抽取部分重要存货，仓库管理人员与财务人员一同进行复盘。
盘点比例	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%
存货账实相符情况	无重大异常	无重大异常	无重大异常	无重大异常
盘点结果处理情况	公司存货未出现重大盘盈、盘亏情况。			

（2）非在库或存放第三方仓库存货

报告期各期末，境内非在库存货为存放在天猫、德利得第三方仓库的存货、发往客户的在途物资及存放在外协厂商的存货，公司履行了如下程序以保证存货的真实性：

1）天猫、德利得、上海泰克昂克第三方仓库

公司通过与第三方仓库进行账目核对以确认该部分库存商品的真实性，报告期各期末，公司对存放在境内第三方仓库的存货核对比例为 100%。

2）发往客户的在途物资

发出商品主要为未装船外销产品或正在运输途中的产品，由于货物尚在海关监管区或者客户尚未收到货物，公司主要采取核对订单、出库单、物流单据、报关单、提单、期后签收单等进行检查，以确认发出商品的真实、准确，报告期各期末，公司对发往客户的境内在途物资核对比例为 100%。

3）放在外协厂商的存货

公司通过与外协厂商核对委托加工物资种类及数量，以确认委托加工物资的准确性、完整性，报告期各期末，公司对委托加工物资的核对比例为 100%。

2、境外存货

（1）在库存货

2024 年末、2025 年 6 月末，美国子公司办公室没有存货，2022 年末、2023 年末，美国子公司办公室仓库存货盘点情况如下：

项目	2023 年 12 月 31 日	2022 年 12 月 31 日
盘点时间	2023 年 12 月 30 日	2022 年 12 月 31 日
盘点地点	美国子公司办公室仓库	
盘点及监盘人员	仓库保管员、财务人员	仓库保管员、财务人员
盘点范围	全部存货	全部存货
盘点方法	实地盘点	实地盘点
盘点程序	实地清点并记录资产数量，并与账面结存数量核对，并观察存货状态	实地清点并记录资产数量，并与账面结存数量核对，并观察存货状态
盘点比例	100%	100%
存货账实相符情况	无重大异常	无重大异常
盘点结果处理情况	未出现重大盘盈、盘亏情况。	

(2) 非在库或存放第三方仓库存货

报告期各期末，公司境外非在库或存放第三方仓库存货为存放在亚马逊平台仓库、美国租赁仓、德国租赁仓的存货以及发往美国子公司、亚马逊平台的存货。

1) 亚马逊平台仓、美国租赁仓、德国租赁仓

2022 年末、2023 年末，亚马逊平台仓存货核查方法：公司向亚马逊平台申请盘点服务，亚马逊客服协助盘点并修正库存后，业务人员通过亚马逊后台导出期末库存数据，核对亚马逊后台数据和账目记录。亚马逊平台仓核查比例为 100%。

2024 年末，亚马逊平台仓的存货核查方法：对于美国子公司亚马逊平台仓，通过亚马逊后台导出期末库存数据，核对亚马逊后台数据和账目记录；对于北京鑫全盛亚马逊平台仓，通过亚马逊后台导出的 2024 年 3 月末库存数据，顺推至 2024 年末，与账目记录进行核对。亚马逊平台仓核查比例为 100%。

2025 年 6 月末，亚马逊平台仓的存货核查方法：通过 2024 年末的亚马逊平台数据，顺推至 2025 年 6 月末，与账目记录进行核对。亚马逊平台仓核查

比例为 100%。

美国租赁仓、德国租赁仓核查方法：公司获取第三方仓库数据与账面进行核对，美国租赁仓、德国租赁仓核查比例为 100%。

2) 发往美国子公司、亚马逊平台仓途中的存货

公司主要通过核查出库单、报关单、物流单据等原始单据，核查发往美国子公司、亚马逊平台仓途中的存货的真实、准确性，核查比例为 100%。

报告期内，公司制定了《库存管控管理办法》《存货盘点管理规程》等一系列存货管理相关的内部控制制度，对存货管理的职责分工与授权，库存量管理，存货保管，存货盘点等进行规定，要求定期对存货进行检查，盘点，账实核对等，确保资产安全，存货相关内部控制健全并得到有效执行。

五、申报会计师核查程序及意见

（一）核查程序及意见

1、核查程序

申报会计师执行的核查程序如下：

（1）获取发行人报告期各期末存货类别明细表，对存货期末余额执行计价测试及存货监盘程序，确认各类存货期末数量、余额的准确性；重新测算各明细项目存货的数量、金额及占比情况，并将存货构成与同行业可比公司进行比较分析；访谈发行人管理层及相关业务部门负责人，了解并分析各类存货各期末变动的原因，分析与收入、成本变动的匹配性情况；

（2）访谈发行人管理层，了解公司生产模式，了解发行人备货的具体情况；获取报告期各期末订单情况，了解库存商品和发出商品中有具体订单支持的金额及比例，并分析其变动情况；

（3）获取发行人报告期各期末发出商品明细，同时对发出商品的销售订单、销售出库单、物流运输单据、报关单、提单、签收单据进行检查；访谈发行人生产部与销售部的主要负责人，了解发行人主要产品生产、销售及运输周期，

分析发行人各期末发出商品规模的合理性；

（4）获取报告期内存货的库龄明细表，了解长库龄存货的形成原因及处理情况，分析其合理性；

（5）了解发行人的存货跌价准备计提政策，评价管理层关于存货跌价准备计提方法的合理性，了解和评价管理层关于存货跌价准备相关内部控制有效性，复核报告期各期末存货减值测试的过程，判断确认可变现净值相关的估计售价、销售税费是否合理，分析各期末存货跌价准备计提是否充分；并将跌价计提情况与同行业可比公司进行比较分析；

（6）对比分析发行人存货周转率与同行业可比公司存在差异的原因；

（7）访谈发行人管理层，了解公司各类存货的管理模式、盘点方法和存放地点；查阅发行人报告期内盘点表；获取报告期各期存货存放地点分布表、存货管理制度、盘点计划及盘点汇总表，并执行监盘程序；针对发出商品执行替代程序，查验出库单、报关单、提单、签收单、发票等单据；针对第三方保管存货，执行函证程序或与平台导出数据进行核对。

2、核查意见

经核查，申报会计师认为：

（1）报告期各期末，发行人存货变动具有合理性，存货余额与收入、成本基本匹配；存货构成与同行业可比公司存在差异具有合理性，各期末备货金额具有合理性，与发行人生产模式及业务规模基本匹配；**报告期各期末**，发行人各期末发出商品均有订单支持，均在期后实现结转，不存在通过发出商品调节收入的情况。

（2）发行人境外存货真实，报告期各期末境外存货余额变动具有合理性，**2022 年末、2023 年末**，期后销售比例较高，**2024 年末、2025 年 6 月末**，受北京鑫全盛被纳入 SDN 清单影响，**部分存货无法实现转移**，期后销售比例较低具有合理性，发行人已充分计提存货跌价准备。

(3) 报告期各期末，发行人库龄一年以内存货占比在 **85%**以上，长库龄存货占比较低，长库龄存货主要为原材料备货或更新迭代产品，发行人已充分计提存货跌价准备；公司账龄较长的原材料主要为包材类、五金配件类等容易消耗的物料，未对原材料计提跌价准备合理性；发行人存货周转率变动趋势与可比公司存在差异具有合理性，存货周转率高于可比公司具有合理性。

(4) 发行人披露了公司各类存货管理模式和存放地点，已建立了一系列存货管理相关的内部控制制度，相关制度得到了有效运行。

(二) 说明发行人存货管理相关内部控制有效性核查情况

1、核查程序

申报会计师执行了以下核查程序：

(1) 获取发行人存货管理相关内部控制制度文件，了解与存货管理相关的关键内部控制，了解发行人关于存货管理在各部门管理职责权限、物资采购入库管理、生产物料领用、退料管理、产成品入库管理、产成品销售出库管理、存货盘点管理各方面的制度性规范；

(2) 访谈发行人各相关部门负责人，了解发行人关于存货管理相关内控制度的执行情况、各类存货的管理模式、存放地点、核算方法等；

(3) 对存货管理关键流程进行穿行测试和控制测试，选取样本检查生产工单、存货出入库单据、存货盘点表、成本计算表等原始资料，并与账务数据进行核对；

(4) 查阅报告期各期末发行人存货盘点表、盘点计划等，对发行人各类存货实施监盘、函证等程序，检查存货的数量是否账实一致，有无残次品、呆滞品等状况。

2、核查意见

经核查，申报会计师认为：公司存货管理相关的内部控制有效。

(三) 说明境内存货监盘及抽盘结果，境外存货核查情况，核查方法有效性，委托第三方机构盘点情况及复核情况

1、境内存货监盘及抽盘结果

针对境内存货，申报会计师执行了以下核查程序：

- (1) 了解并评价发行人存货盘点方式的合理性和相关内部控制的有效性；
- (2) 对于在库存货，申报会计师执行监盘程序，具体情况如下：
 - 1) 获取发行人仓库明细以及存货存放地点清单，了解存货的内容、性质及存放场所，获取发行人的盘点计划，评估盘点计划是否适当；
 - 2) 选取部分存货与发行人共同清点，并观察存货状态，从存货盘点记录中选取物料追查至存货实物，以测试盘点记录的准确性；从存货实物中选取物料追查至存货盘点记录，以测试存货盘点的完整性；
 - 3) 在发行人存货盘点结束前，再次观察盘点现场，以确定所有应纳入盘点范围的存货是否均已盘点；
 - 4) 对盘点结果进行整理，统计盘点差异，核实造成盘点差异的原因；
 - 5) 申报会计师针对境内在库存货监盘的具体情况如下：

单位：万元

项目	2025 年 6 月 30 日	2024 年 12 月 31 日
是否制定盘点计划	是	是
监盘方式	实地监盘	实地监盘
监盘人员	申报会计师	申报会计师
监盘地点	惠州工厂	惠州工厂
监盘时间	2025 年 6 月 29 日-30 日	2024 年 12 月 30 日-31 日
监盘范围	原材料、在产品、半成品、库存商品	原材料、在产品、半成品、库存商品
账面余额	11,966.39	15,636.03
监盘金额	9,910.65	13,648.19
监盘比例	82.82%	87.29%
监盘结果	正常	正常

(3) 对于发出商品，申报会计师通过核查订单、出库单、报关单、提单、签收单、销售发票和期后回款等单据核查发出商品的真实性、准确性，具体核查情况如下：

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
期末余额	58.57	23.65	984.83	4,211.22
替代程序金额	46.39	15.23	743.15	3,332.30
替代程序比例	79.20%	64.40%	75.46%	79.13%

(4) 对于委托加工物资与存放在第三方仓库的存货，执行函证程序，以确认存货的真实性、准确性，具体情况如下：

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
期末金额	259.70	364.76	392.78	372.70
函证金额	223.57	364.76	309.77	289.06
回函金额	223.57	364.76	309.77	289.06
回函比例	86.09%	100.00%	78.87%	77.56%

(5) 获取发行人报告期各期末存货盘点表，从存货盘点记录中选取物料追查至收发存报表中的期末结存数量，以测试盘点记录的准确性；从收发存报表的期末结存数量追查至存货盘点表，以测试存货盘点记录的完整性。

经核查，申报会计师认为：发行人存货盘点制度完善，执行情况良好，境内存货真实、准确、完整。

2、境外存货核查情况

申报会计师执行了以下核查程序：

(1) 了解并评价发行人盘点方式的合理性和相关内部控制的有效性；

(2) 对于存放于美国子公司办公室仓库的在库存货，获取发行人报告期各期末存货盘点表，从存货盘点记录中选取物料追查至收发存报表中的期末结存数量，以测试盘点记录的准确性；从收发存报表的期末结存数量追查至存货盘点表，以测试存货盘点记录的完整性。

(3) 2022 年末、2023 年末，对于存放于境外各地亚马逊自有仓库中的存货，通过亚马逊后台导出期末库存数据，核对亚马逊后台数据和账目记录；**2024 年末**，对于美国子公司亚马逊平台仓，通过亚马逊后台导出期末库存数据，核对亚马逊后台数据和账目记录；对于北京鑫全盛亚马逊平台仓，通过亚马逊后台导出的 2024 年 3 月末库存数据，顺推至 **2024 年末**，与账目记录进行核对；**2025 年 6 月末**，通过 2024 年末的亚马逊平台数据，顺推至 2025 年 6 月末，与账目记录进行核对；核查比例如下：

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
期末余额	731.10	831.45	1,158.58	464.56
替代程序金额	731.10	831.45	1,158.58	464.56
替代程序比例	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%

(4) 对于报告期内存放于德国租赁仓库的存货，执行函证程序，以确认存货的真实性、准确性、完整性，函证比例情况如下：

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
期末金额	-	84.68	40.78	38.93
函证金额	-	84.68	40.78	38.93
回函金额	-	84.68	40.78	38.93
回函比例	-	100.00%	100.00%	100.00%

(5) 获取发行人报告期各期末存货盘点表，从存货盘点记录中选取物料追查至收发存报表中的期末结存数量，以测试盘点记录的准确性；从收发存报表的期末结存数量追查至存货盘点表，以测试存货盘点记录的完整性。

(6) 对于运往客户的境外发出商品，核对订单及销售出库单，具体核查情况如下：

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
期末余额	-	6.47	-	-
替代程序金额	-	6.47	-	-
替代程序比例	-	100%	-	-

经核查，申报会计师认为：发行人存货盘点制度完善，执行情况良好，境外存货真实、准确、完整。

（四）说明存货跌价准备计提充分性的核查情况

1、核查程序

申报会计师执行了以下核查程序：

（1）了解发行人与存货管理相关的内部控制，并测试关键控制运行的有效性；

（2）了解发行人存货跌价准备计提具体政策、计算过程，判断发行人存货跌价准备的政策及计提方法是否合理，是否符合企业会计准则规定，且在报告期内是否一贯执行；

（3）取得发行人存货跌价准备计算表，复核与评估管理层确定可变现净值时做出的会计估计的合理性，并重新测算存货跌价准备；

（4）查阅报告期各期末发行人存货盘点表、盘点计划等，对公司各类存货实施监盘程序，检查存货的数量是否账实一致；

（5）取得并复核报告期各期末存货库龄情况，了解长库龄存货的具体构成及形成原因，并分析合理性；

（6）结合同行业可比公司情况，分析发行人存货跌价准备计提是否充分。

2、核查结论

经核查，申报会计师认为，报告期各期末，公司存货跌价准备计提充分。

问题 8. 研发人员认定及研发费用核算准确性

根据申请文件，（1）报告期内，发行人研发费用分别为 2,893.65 万元、3,800.11 万元、4,751.80 万元及 3,591.65 万元，呈递增趋势，研发费用率分别为 3.49%、4.75%、5.70%及 4.81%，研发费用率高于可比公司平均水平。（2）公司研发费用主要由职工薪酬、材料费用和技术服务费构成，报告期末职工薪酬占比超过 60%，报告期各期末研发人员分别为 91 人、88 人、111 人和 130 人，发行人存在非技术中心人员参与研发项目的情形，存在将公司董监高部分薪酬计入研发费用的情形。（3）发行人存在研发废料和研发样品对外销售的情形。（4）报告期内，因公司战略调整，不再认定刘磊、林鑫为核心技术人员，认定曾文海、李焱为核心技术人员，于海波因个人原因从公司离职，发行人核心技术人员变动较大。

请发行人说明：（1）研发人员的认定标准及报告期内是否保持一致，是否存在不当认定研发人员或不当归集研发费用的情形；研发费用中职工薪酬的变动与相应类型员工人数是否匹配，与同行业可比公司薪酬水平、经营所在地平均工资差异情况及差异原因，是否存在体外发放工资、奖金的情况。（2）最近一年及一期研发人员增长较快的合理性，与研发投入、研发项目的匹配性。（3）非技术中心人员、董监高等参与研发的具体情况，相关员工的薪酬分配情况及与工时的匹配性，研发工时核算相关的内部控制制度及执行情况。（4）研发费用中材料费的明细内容、金额，研发过程中的原材料投入与产出情况；原材料投入与在研项目、研发进度、研发成果是否匹配；研发各原材料领料占比情况及是否符合产品实际原料配比情况；是否存在研发和生产领料混同、会计核算混同的情形。（5）研发成品及废料处理情况，对应的会计处理是否符合《企业会计准则》以及《企业会计准则解释第 15 号》的规定；研发样机对外销售的情况及收入成本核算是否符合相关规定。（6）研发费用中技术服务费的具体构成、服务内容、支付对象；采购技术服务的必要性及金额变化原因；计入研发费用的依据。（7）报告期内核心技术人员变动较大的原因，部分核心技术人员变动或离职对发行人是否造成重大不利影响。（8）研发费用与纳税申报时加计扣除的研发费用是否存在差异及原因。

请保荐机构、申报会计师：（1）核查上述事项并发表明确意见。（2）说明发行人研发人员及研发活动认定是否合理，与同行业公司是否存在重大差异。

（3）说明发行人研发投入计算口径是否合理；研发投入的归集是否准确；研发投入相关数据来源是否可验证。（4）说明发行人研发相关内控制度是否健全且被有效执行；发行人是否建立研发项目的跟踪管理系统以及与研发项目相对应的人财物管理机制，有效监控、记录各研发项目的进展情况。（5）说明发行人是否已明确研发支出开支范围和标准，建立研发支出审批程序，并得到有效执行。（6）说明报告期内研发支出核算是否符合企业会计准则的规定；是否严格按照研发支出开支范围和标准据实列支；是否按照研发制度准确记录员工工时、核算研发人员薪酬、归集研发领料用料等；是否存在将与研发无关的支出在研发支出中核算的情形。

【回复】

一、研发人员的认定标准及报告期内是否保持一致，是否存在不当认定研发人员或不当归集研发费用的情形；研发费用中职工薪酬的变动与相应类型员工人数是否匹配，与同行业可比公司薪酬水平、经营所在地平均工资差异情况及差异原因，是否存在体外发放工资、奖金的情况

（一）研发人员的认定标准及报告期内是否保持一致，是否存在不当认定研发人员或不当归集研发费用的情形。

公司依据《财政部关于企业加强研发费用财务管理的若干意见》（财企[2007]194号）（以下简称《意见》）对研发人员定义为“从事研究开发活动的企业在职和外聘的专业技术人员以及为其提供直接服务的管理人员”。

公司按照从事的岗位和工作性质来认定研发人员，研发人员为发行人直接从事研发活动的人员。公司根据员工所属部门和承担的职责作为研发人员的划分标准，将直接从事研究开发项目的专业人员确定为研发人员。公司的研发人员主要为测试工程师、结构工程经理、结构工程师、项目工程师、研发工程师、研发经理、专利专员等。

报告期各期末，公司全职研发人员情况如下：

单位：人

项目	2025 年 6 月末	2024 年末	2023 年末	2022 年末
全职研发人员人数	143	177	150	111
公司员工人数	1, 256	1, 223	1,519	1,207
全职研发人员占比	11. 39%	14. 47%	9.87%	9.20%

公司的研发人员主要任职于研发中心、产品中心和行业客户事业部的研发岗等，部门职能情况如下：

部门	部门职能
研发中心	负责公司的技术和产品研发职能；根据公司总体战略目标，制定部门战略目标；研发团队建设，人才培养；参加新产品研发会议，制定研发立项书，推进研发计划的实施；负责产品研发的结构设计、性能测试及分析、产品研发周期管控；负责企业标准及商标、专利（知识产权）的规划及维护；负责规划公司技术路线，协助公司重点项目发展、重点业务领域拓展；负责产品研发的资料管理工作。
产品中心	负责公司产品的调研、规划、定义、产品配置、生命周期管理，产品的包装设计及工业设计；同时也负责产品规划，部分产品的测试验证工作，监督研发项目进度。
行业客户事业部研发岗	负责工业散热器、定制产品的开发和现有产品的升级维护。

根据公司的实际情况，公司界定的研发人员符合《监管规则适用指引——发行类第 9 号：研发人员及研发投入》关于研发人员的定义，公司研发人员职责划分明确清晰，界定标准合理，不存在不当认定研发人员或不当归集研发费用的情形。

（二）研发费用中职工薪酬的变动与相应类型员工人数是否匹配，与同行业可比公司薪酬水平、经营所在地平均工资差异情况及差异原因，是否存在体外发放工资、奖金的情况。

1、报告期，公司研发费用职工薪酬的变动与相应类型员工人数情况如下：

单位：人、万元

项目	2025 年 6 月末/ 2025 年 1-6		2024 年末/ 2024 年度		2023 年末 /2023 年度		2022 年末 /2022 年度	
	金额/人数	变动率	金额/人数	变动率	金额/人数	变动率	金额/人数	变动率
研发人员人数	143	-19. 21%	177	18. 00%	150	35.14%	111	26.14%
研发费用-职工薪酬	2, 239. 75	-10. 86%	5, 025. 01	20. 41%	4,173.23	33.66%	3,122.34	53.32%

项目	2025 年 6 月末/ 2025 年 1-6		2024 年末/ 2024 年度		2023 年末 /2023 年度		2022 年末 /2022 年度	
	金额/人数	变动率	金额/人数	变动率	金额/人数	变动率	金额/人数	变动率
研发人员平均薪酬	31.33	10.34%	28.39	2.05%	27.82	-1.10%	28.13	21.55%

注 1：上表中的研发人员为发行人专职从事研发活动的员工人数；

注 2：2025 年 1-6 月研发费用职工薪酬变动率、平均薪酬已年化处理。

报告期各期，发行人研发人员薪酬费用分别为 3,122.34 万元、4,173.23 万元、5,025.01 万元和 2,239.75 万元，整体呈上涨趋势。

报告期各期，研发费用中职工薪酬同比增长 53.32%、33.66%、20.41%和-10.86%，2022 年-2024 年，职工薪酬变动主要系研发人员数量上涨，公司基于业务持续增长的人才需求、新技术新工艺的研发需求和人才储备需求等因素考虑，持续增加招聘研发人员；2025 年 6 月末，研发人员数量有所下降，主要系受业务规模变动影响，公司合理优化研发人才梯队建设。报告期各期，研发人员人均薪酬分别为 28.13 万元、27.82 万元、28.39 万元和 31.33 万元，研发人员人均薪酬基本保持稳定。

综上所述，报告期内公司研发费用中职工薪酬变动与研发人员数量整体相匹配。

2、与同行业可比公司薪酬水平、经营所在地平均工资差异情况及差异原因

（1）与同行业可比公司薪酬水平差异情况及差异原因

报告期内，公司研发人员平均薪酬与同行业可比公司的差异情况如下：

单位：万元

项目	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
超频三（300647）	-	13.66	9.78	8.00
锐新科技（300828）	-	12.70	13.13	13.63
同行业可比公司研发人员平均薪酬	-	13.18	11.45	10.81
发行人研发人员平均薪酬	31.33	28.39	27.82	28.13

报告期各期，公司研发人员平均薪酬分别为 28.13 万元、27.82 万元、28.39 万元和 31.33 万元，高于同行业可比公司平均水平，主要系公司与可比

公司的主要经营地不同，超频三收入占比最高的锂电池正极材料业务由子公司个旧圣比和实业有限公司经营，注册地位于云南省，锐新科技注册地位于天津，不同地区工资整体水平存在差异；此外为维持技术优势和保持产品竞争力，持续推进技术和产品研发，公司积极引进高技术研发人才和研发团队，并给予较高的薪酬激励，因此公司研发人员平均薪酬较高具有合理性。

（2）与经营所在地平均工资差异情况及差异原因

报告期内，公司研发人员平均薪酬与经营所在地平均工资对比情况如下：

单位：万元

项目	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
北京市就业人员平均工资	-	14.32	14.11	13.56
发行人研发人员平均薪酬	31.33	28.39	27.82	28.13

注：北京市就业人员平均工资数据来源于北京市人力资源和社会保障局发布的《历年北京市全口径城镇单位就业人员平均工资》，2025 年 1-6 月相关数据尚未公布。

公司主要办公地点为北京市，报告期内公司研发人员平均薪酬高于北京市城镇单位就业人员平均薪酬，主要系公司产品技术性较强，为保证公司研发人员的稳定性和工作积极性，公司为员工提供了具有市场竞争力的薪酬，因此公司研发人员平均薪酬较高具有合理性。

3、是否存在体外发放工资、奖金的情况

报告期内，公司制定《招聘管理规程》《工资核算管理规程》等制度，组织架构清晰，岗位职责明确，对员工考勤、薪酬发放等方面进行详细规定，内控完善。报告期内，公司不存在体外发放工资、奖金的情形。

公司资金流水核查情况详见本审核问询函回复之“问题 9”之“四”之“（三）”之“说明对发行人及其控股股东、实际控制人及其配偶、发行人主要关联方、董监高、关键岗位人员（财务、销售、采购人员）等开立或控制的银行账户流水的具体核查情况，包括但不限于资金流水核查的范围、核查账户数量、取得资金流水的方法、核查完整性、核查金额重要性水平、核查程序、异常标准及确定程序、受限情况及替代措施等”。

二、最近一年及一期研发人员增长较快的合理性，与研发投入、研发项目的匹配性

（一）最近一年及一期研发人员增长较快的合理性

截至 2025 年 6 月末，公司全职研发人员共有 143 人，相比 2022 年末增加 32 人。最近两年，公司研发人员增长较快主要是因为公司秉承创新驱动发展的理念，始终专注技术和产品创新、推动研发成果转化。

1、公司业务增长，带来的研发人才需求

随着业务规模的持续增长和业务范围的不断扩大，为了保持业务的良性发展，公司不断开展新的研发项目，研发项目数量不断增长。因此公司不断扩充研发团队以满足日益增长的研发项目需要。同时公司还实行多技术路线研发并行、多维度研发的研发战略，以此提高研发效率、增强技术储备。

2、新技术、新工艺和新设计等方面的研发需求

由于下游行业市场 and 用户需求变化较快，为了更好地适应行业发展变化，满足市场和客户需求，公司在产品技术、工艺、设计和功能等方面持续研发创新，并根据研发需要不断引进具有相关技术背景的专业化人才，提升公司研发能力，使得公司研发投入和人员逐年递增。

3、人才储备带来研发人员的增长

此外为在未来的市场竞争中持续保持技术优势，落实公司研发战略，公司持续加大研发人才储备投入，持续吸纳行业内的技术骨干并从公司内部自主培育相关技术专业人才，不断增强团队活力和创新能力。

综上，公司研发人员增长较快具有合理性。

（二）研发人员与研发投入、研发项目的匹配性

报告期各期，公司研发人员人均研发投入及参与研发项目情况如下：

单位：万元、人、万元/人

项目	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
----	--------------	---------	---------	---------

项目	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
研发人员数量	143	177	150	111
研发投入金额	4,098.93	9,196.13	7,515.00	4,751.80
人均研发投入金额	28.66	51.96	50.10	42.81
在研子项目数量	151	211	212	270
人均参与项目数量	1.06	1.19	1.41	2.43

公司的研发项目主要在前沿底层技术开发、散热产品和机箱等产品的设计创新、性能提升等方面开展研发工作。报告期内，为满足公司业务发展需求，公司持续增加研发设备以及人员投入，研发投入金额和研发人员数量呈现逐年增长趋势。公司不断扩充研发团队规模有利于同时开展更多的研发项目，加快研发效率和新品推出速度，进一步提高公司的技术研发能力。

综上，研发人员与研发投入、研发项目匹配。

三、非技术中心人员、董监高等参与研发的具体情况，相关员工的薪酬分配情况及与工时的匹配性，研发工时核算相关的内部控制制度及执行情况

（一）非技术中心人员、董监高参与研发的具体情况

报告期内，实际开展研发活动时，公司根据研发项目的实际需要，存在 9 名销售人员（5 名零售产品事业部、4 名行业客户事业部）参与研发的情形，具体为在前期客户开发过程中，上述销售人员协助研发人员了解客户项目需求、沟通技术问题以及搜集产品规格信息。

此外报告期内公司董监高中存在两名人员参与研发工作的情况，其部分薪酬计入研发费用，具体任职情况如下：

姓名	职务	任职期间
徐东进	董事	2017 年 11 月至 2020 年 4 月
	CEO 助理	2017 年 12 月至今
	产品中心负责人	2022 年 4 月至今
刘欣	行业客户事业部负责人	2018 年 1 月至今
	副总经理	2020 年 1 月至今

由于产品中心、行业客户事业部均承担公司研发职能，徐东进和刘欣作为

相应的负责人，除负责管理部门的日常运营外，还日常参与大量的研发专题会议，并对产品研发的诸多事项进行指示和决策，因此报告期内公司根据其参与研发的工时情况将部分薪资计入研发费用，具有合理性。

（二）相关员工的薪酬分配情况及与工时的匹配性

上述公司相关员工的薪酬分配情况及与工时的匹配情况如下：

姓名	职务	任职期间	薪酬计入研发费用情况	报告期内计入研发费用期间	研发费用计算依据
徐东进	产品中心负责人	2022年4月至今	14%计入研发费用，86%计入管理费用。2023年至2025年6月计入研发费用金额分别为5.80万元、12.47万元、5.07万元。	2023年1月-2025年6月	研发工时统计
刘欣	行业客户事业部负责人	2018年1月至今	33%计入研发费用，67%计入管理费用。2022年至2025年6月计入研发费用金额分别为28万元、23.81万元、14.53万元、8.75万元。	2022年1月-2025年6月	研发工时统计
刘婉珠	零售产品事业部副总经理	2015年9月至今	19%计入研发费用，81%计入销售费用。2022年至2025年6月计入研发费用金额分别为6.18万元、7.29万元、0.86万元、0.43万元。	2022年1月-2025年6月	研发工时统计
曹刘记	零售产品事业部资深经理	2005年12月至2024年1月	31%计入研发费用，69%计入销售费用。2022年至2023年度计入研发费用金额分别为7.56万元、2.01万元。	2022年1月-2023年12月	研发工时统计
李萍	行业客户事业部总监	2008年12月至2024年8月	27%计入研发费用，73%计入销售费用。2022年至2024年8月计入研发费用金额分别为9.08万元、9.25万元、5.55万元。	2022年1月-2024年8月	研发工时统计
赵丽	行业客户事业部总监	2018年1月至今	18%计入研发费用，82%计入销售费用。2022年至2025年6月计入研发费用金额分别为7.07万元、3.79万元、3.17万元、1.16万元。	2022年1月-2025年6月	研发工时统计
吕欣	行业客户事业部销售总监	2021年8月至今	25%计入研发费用，75%计入销售费用。2022年至2024年度计入研发费用金额分别为7.60万元、7.26万元、1.29万元。	2022年1月-2024年12月	研发工时统计
张羽杉	行业客户事业部销售专员	2018年1月至今	25%计入研发费用，75%计入销售费用。2022年至2024年度计入研发费用金额分别为5.29万元、5.48万元、1.16万元。	2022年1月-2024年12月	研发工时统计
侯改云	零售产品事业部资深经理	2021年1月至今	3%计入研发费用，97%计入销售费用。2024年8月至2025年6月计入研发费用金额为0.24万元、0.25万元。	2024年8月-2025年6月	研发工时统计

姓名	职务	任职期间	薪酬计入研发费用情况	报告期内计入研发费用期间	研发费用计算依据
乔智	零售产品事业部资深经理	2023年10月至2024年8月	20%计入研发费用，80%计入销售费用。2024年8月计入研发费用金额为0.35万元。	2024年8月	研发工时统计
杨艳彬	零售产品事业部资深经理	2024年1月至2024年11月	2%计入研发费用，98%计入销售费用。2024年8月至2024年10月计入研发费用金额为0.17万元。	2024年8月-2024年10月	研发工时统计

综上，报告期内相关员工的薪酬分配情况与工时相匹配。

（三）研发工时核算相关的内部控制制度及执行情况

公司已制定了《研发费用核算管理制度》，建立了以研发项目为中心的研发工时核算制度，相关内部控制制度执行情况良好。

公司设有专门的研发部门，各项目负责人指定专门人员统计和复核参与各研发项目的人员工时情况，定期交由部门负责人审批确认。而后公司财务部门每月根据研发项目人员的工时表，按照项目对所有参与研发的相关人员薪酬进行归集和分摊，核算时将相关职工薪酬归集至具体项目。

四、研发费用中材料费的明细内容、金额，研发过程中的原材料投入与产出情况；原材料投入与在研项目、研发进度、研发成果是否匹配；研发各原材料领料占比情况及是否符合产品实际原料配比情况；是否存在研发和生产领料混同、会计核算混同的情形

（一）研发费用中材料费的明细内容、金额，研发过程中的原材料投入与产出情况

1、公司研发领料情况

报告期内，公司研发费用中的材料费用主要为公司研发项目所耗用的模具、材料、样品等费用，报告期各期公司研发费用中的材料费用情况如下：

单位：万元

科目明细	2025年1-6月	2024年度	2023年度	2022年度
研发费用-模具	716.66	1,136.56	1,356.55	458.26
研发费用-材料费	203.60	652.56	367.74	200.51

科目明细	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
研发费用-样品	53.34	82.74	62.04	39.66
研发费用-包装费	-	-	2.32	0.16
合计	973.61	1,871.86	1,788.65	698.59

其中材料费则主要包括五金件、塑胶件等材料类别，不同类别材料具体情况如下：

材料类别	具体情况
五金件	铜材、铝材、铁材、散热片、冷排、热管、压铸件、冲压件等
塑胶件	橡胶、硅胶、聚碳酸酯、聚苯乙烯、ABS 塑料等
产品防护类	3M 胶、魔术贴、扎带类、木质类等
包材类	保利龙、泡棉类、隔卡、纸浆托等
辅料类	螺丝、卡扣等
线材类	导线、USB 线、转接线、电源线、灯线等
电子料	电子元器件、PCB、显示屏、风扇马达等
其他	标签、彩盒、配件等

报告期各期，公司研发费用-材料费按材料类别列示如下：

单位：万元

项目	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
五金件	118.92	378.37	203.87	111.36
塑胶件	31.38	184.82	97.71	23.57
产品防护类	1.28	7.27	1.80	3.52
包材类	4.92	15.98	7.56	22.11
辅料类	5.48	2.40	8.48	4.22
线材类	3.05	8.19	2.92	0.33
电子料	7.52	11.60	3.49	4.71
其他	31.06	43.92	41.91	30.69
总计	203.60	652.56	367.74	200.51

2、研发过程中的原材料投入与产出情况

报告期内，公司研发领用的材料主要用于研发新产品或新技术，研发过程中会形成部分样品并对外销售。报告期各期公司研发投入的材料费用分别为 698.59 万元、1,788.65 万元、1,871.86 万元和 973.61 万元，报告期内公司共申

请百余项专利，并推出 AK、AG 系列 CPU 热管散热器，LS、LT 系列 CPU 水冷散热器等散热器及机箱新产品。

（二）原材料投入与在研项目、研发进度、研发成果是否匹配

公司研发项目主要为根据行业发展和市场需求研发底层技术以及新产品，相关项目的研发成果主要为形成相关技术或推出新的系列产品等。

截至 2025 年 6 月 30 日，公司在研项目的材料投入及项目成果情况如下：

单位：万元

在研项目名称	研发进度	项目成果	材料投入金额
多位 CPU 参数显示风冷散热器	小批量生产	六款新品已进入试产阶段	238.13
水冷机箱	小批量生产	解决产品软件适配等相关问题	247.37
大流量下水冷流动换热研究	研究	完成水冷复合换热冷头设计	0.58
紧凑高效型风冷系列研究开发	试制	产品打样验证中	46.22
强化换热基础研究与应用	研究	系统仿真模型搭建完成	0.00
贯穿式机箱设计开发	试制	确定产品结构设计，处于开模阶段	7.28
七热管散热器研发	小批量生产	完成小批量试产	25.62
传统发光风扇开发	小批量生产	系列产品小批量试制	25.70
新品牌风扇开发	试制	完成初步方案设计，进行气动结构打样测试	4.46
创新发光风扇开发	试制	完成最新外观手板制造测试，部分功能方案改进	55.69
创新设计水冷散热器研发	试制	完成样品测试，开始模具开模工作	218.28
基础散热器性能提升	试制	完成样品试制，性能测试合格	2.71
工业热管性能提升研究	试制	持续进行热管打样及性能验证工作	1.23
电力电子类散热器性能提升	试制	完成样品试制，性能测试合格	80.00
识别影响声品质的因素及主动降噪	研究	声学参数测试对比，声学仿真模型搭建完成	-
3D-VC 产品研发	试制	完成初步方案设计，开展打样验证工作	0.78
SFX 白金电源研发	试制	完成产品打样测试，准备小批量生产	0.02
前置版侧插电源研发	小批量生产	完成小批量试产	2.23
二代 FT 系列风扇开发	研究	完成项目方案初步可行性研究	-

二代 AK 系列产品研发	试制	初步完成模具制作工作，开展样品试制工作	9.65
高效热管散热解决方案研发	小批量生产	完成样品性能验证和模具开模工作	301.43
工业散热风扇研发	试制	完成多轮打样验证工作	3.39
合计			1,270.77

截至 2025 年 6 月 30 日，公司在研项目以散热器产品和相关热管 VC 技术的研发为重点，同时积极开展机箱等其他品类产品研发；部分在研项目由于现阶段主要以前期技术分析或仿真测试验证为主，因此材料费投入金额较小。

综上，公司在研项目均以实际应用为基础和目标，原材料投入与在研项目、研发进度、研发成果匹配。

（三）研发各原材料领料占比情况及是否符合产品实际原料配比情况

发行人研发活动主要围绕产品升级迭代开展，涉及新产品的研发与试制、制程工艺的研发与改进、新技术的研发与测试等，在此过程中耗用的材料主要包括五金件、塑胶件、产品防护类、包材类、线材类、电子类等。不同类别对应的原材料具体情况如下：

单位：万元

项目	2025 年 1-6 月		
	研发费用-原材料	研发材料占比	生产材料成本占比
五金件	118.92	58.41%	74.41%
塑胶件	31.38	15.41%	12.56%
产品防护类	1.28	0.63%	0.88%
包材类	4.92	2.42%	2.46%
辅料类	5.48	2.69%	0.00%
线材类	3.05	1.50%	1.75%
电子料	7.52	3.69%	2.25%
其他	31.06	15.25%	5.69%
合计	203.60	100.00%	74.41%
项目	2024 年度		
	研发费用-原材料	研发材料占比	生产材料成本占比
五金件	378.37	57.98%	71.62%
塑胶件	184.82	28.32%	16.06%
产品防护类	7.27	1.11%	1.13%

包材类	15.98	2.45%	2.55%
辅料类	2.40	0.37%	0.00%
线材类	8.19	1.26%	1.93%
电子料	11.60	1.78%	2.52%
其他	43.92	6.73%	4.19%
合计	652.56	100.00%	100.00%
项目	2023 年度		
	研发费用-原材料	研发材料占比	生产材料成本占比
五金件	203.87	55.44%	66.40%
塑胶件	97.71	26.57%	21.24%
产品防护类	1.80	0.49%	1.26%
包材类	7.56	2.06%	2.58%
辅料类	8.48	2.31%	0.01%
线材类	2.92	0.79%	2.03%
电子料	3.49	0.95%	2.17%
其他	41.91	11.40%	4.31%
合计	367.74	100.00%	100.00%
项目	2022 年度		
	研发费用-原材料	研发材料占比	生产材料成本占比
五金件	111.36	55.54%	64.46%
塑胶件	23.57	11.76%	11.58%
产品防护类	3.52	1.76%	3.40%
包材类	22.11	11.03%	8.30%
辅料类	4.22	2.10%	0.01%
线材类	0.33	0.16%	5.94%
电子料	4.71	2.35%	6.04%
其他	30.69	15.31%	0.27%
合计	200.51	100.00%	100.00%

注：上述研发费用-原材料中不包含模具、样品和包装费。

报告期各期，研发费用原材料和生产材料中均为五金件和塑胶件占比最高，合计占比在 65%以上，为形成公司产品的主要原材料。但公司研发材料占比与产品材料成本占比仍存在一定差异，主要原因如下：

1、研发活动目的与生产活动目的不同

研发活动目的主要是改进工艺、提升技术水平，生产活动目的主要是按照标准流程生产合格的产品并对外出售，因此产品防护类、包材类在产品材料成

本中的占比普遍高于在研发材料中的占比。

2、研发工序环节与生产工序环节反复频率不同

研发活动中，为完成研发目的，通常需要在某个工序环节反复进行试验，反复频率较高。生产活动属于标准化流程，具体产品在生产过程中基本不存在反复情形。工序环节反复频率不同，使得辅料类在研发材料中的占比高于在产品材料成本中的占比。

3、年度间研发活动与生产活动差异化程度不同

研发活动以具体的研发项目为出发点，各年度间研发项目差异化程度较大。生产活动以具体产品为出发点，因产品工艺的标准化程度较高，使得年度间差异化程度相对较小。因此年度间研发材料占比波动较大，产品材料占比波动较小。

综上，研发材料与产品材料中，五金件和塑胶件作为主要材料，研发用料占比与产品材料成本占比配比程度均较高；其他材料受研发目的与生产目的差异、研发工序与生产工序差异的影响，用料占比存在差异；年度间研发材料占比波动较大，产品材料占比波动较小，符合公司实际情况，具有合理性。

（四）是否存在研发和生产领料混同、会计核算混同的情形

1、研发材料与生产材料的区分标准

报告期各期，公司的生产材料主要系公司基于日常生产需要所采购的原材料、委外加工的半成品。

公司的研发材料为研发部门基于研发项目的设计输出要求，开展样品试制及验证等研发活动时所领用的库存原材料及外购研发材料。

公司研发材料和生产材料的划分标准明确。

2、研发领用原材料与生产领用原材料

公司《库存管控管理办法》《研发费用核算管理制度》等内控文件，规定

了研发领料相关的内部控制；研发项目立项后，由研发部门创建项目，及时传递给财务部后由财务部创建项目台账；研发项目组根据项目需要，在公司K3/SAP系统中填制研发领料申领单，申领与研发项目相关的材料，申领单中注明项目名称，仓管按照领料单扫码发料过账；财务部根据出库单，将研发耗用的直接材料计入研发项目。在领料申请及审批环节，研发领料与生产领料分别独立进行，分别对研发领料与生产领料实施有效控制，以准确划分生产投入与研发投入。

公司研发领料均按照既定的内部控制有效执行，相关研发领料按项目专项使用，内部控制执行情况良好；研发与生产部门领料有明确区分；财务部门根据内控规定对研发领料进行了准确记录。公司基于最终用途，将研发领料和生产领料分别计入研发费用-材料费和生产成本-原材料。

综上，报告期内公司不存在研发和生产领料混同、会计核算混同的情形。

五、研发成品及废料处理情况，对应的会计处理是否符合《企业会计准则》以及《企业会计准则解释第15号》的规定；研发样机对外销售的情况及收入成本核算是否符合相关规定

（一）研发成品及废料处理情况，对应的会计处理是否符合《企业会计准则》以及《企业会计准则解释第15号》的规定

公司所从事的研发项目聚焦于散热器、机箱等相关技术研究、产品设计开发及产品打样测试等内容。

公司在研发过程中根据研发项目进度，按照需求进行研发领料，研发过程中涉及成品产出的环节主要包括样品制作与验证、试生产阶段，公司研发活动中领用的各种材料经研发试制后形成少量研发样品并产生部分废料。

经前期实验、方案验证后，通过样品制作与试生产阶段产出且检验合格的研发样品，在产品性能、制作工艺等方面已经达到生产成品的标准。公司将检测合格、入库的研发样品按照成本金额确认存货，入库时按确认存货的金额冲减研发支出，并在对外销售时，确认收入并结转成本；对于研发过程产生的废

料，由于材料价值很低且数量较小，公司直接将其作为废品进行销售处置。

公司按照《企业会计准则》《企业会计准则解释第 15 号》相关规定，明确研发费用核算范围和标准，严格按照研发费用的具体内容、用途和性质据实列支，研发活动相关的人员、材料、资产折旧等费用与其他生产、管理活动严格区分，并将研发支出按照研发项目的具体情况核算、分配和归集。同时，对研发过程中形成的样机按照存货准则的规定处理，确认存货成本，冲减研发费用；当对外销售时，确认收入，结转成本；对研发过程产生的废料收入计入其他业务收入。

综上，公司研发成品及废料处理情况合理，相关会计处理符合《企业会计准则》《企业会计准则解释第 15 号》的相关规定。

（二）研发样机对外销售的情况及收入成本核算是否符合相关规定

如前所述，公司研发活动中会形成研发样品。报告期各期，公司研发样品对外销售的金额分别为 84.48 万元、240.61 万元、**333.58 万元和 38.13 万元**，占营业收入的比例分别为 0.10%、0.16%、**0.28%和 0.07%**，占比较小。

公司严格按照《企业会计准则》《企业会计准则解释第 15 号》的相关规定进行会计处理，相关收入成本核算符合相关规定。

六、研发费用中技术服务费的具体构成、服务内容、支付对象；采购技术服务的必要性及金额变化原因；计入研发费用的依据

（一）研发费用中技术服务费的具体构成、服务内容、支付对象；采购技术服务的必要性及金额变化原因

报告期内，公司研发费用中技术服务费主要为公司委托第三方提供技术支持、产品外观设计及研发支持软件系统开发费用，具体构成如下：

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
技术咨询费	32.57	64.08%	161.74	68.61	288.20	90.97	184.69	91.72

设计服务费	-	-	57.85	24.54	14.54	4.59	-	-
软件服务费	1.81	3.57%	11.71	4.97	4.72	1.49	4.64	2.31
其他	16.44	32.34%	4.43	1.88	9.34	2.95	12.04	5.98
合计	50.82	100.00%	235.73	100.00	316.80	100.00	201.38	100.00

报告期内公司金额大于 50 万元的技术服务费合同情况如下：

单位：万元

支付对象	服务内容	报告期各期支付金额				采购作用及必要性
		2025 年 1-6 月	2024 年 度	2023 年 度	2022 年度	
北京渝星科技有限公司	气动风扇、流体机械、叶轮设计及开发	17.40	34.08	30.58	33.46	协助公司对散热器风扇进行优化设计研究，研制噪音更低的新型轴流风扇。通过三元流设计理论，探究高效率叶轮，对设计结果进行仿真模拟，使风扇具有更高的压升或者更大的风量，从而提高产品的散热效率。
北京数澄科技有限公司	机箱嵌入式系统技术咨询		-	-	60.00	协助公司确定机箱产品嵌入式系统的技术路线、分析产品方案可行性，并负责组建技术团队完成系统开发过程，帮助公司完成机箱新功能的研发，推出机箱数显产品。
	“DeepCool 水冷数显产品”研发咨询及技术服务		-	60.00	-	根据公司的产品战略发展，就“DeepCool 水冷数显产品”的技术路线确定，向公司提供专业的技术咨询和建议；协助公司组建专案技术团队，招募软/硬件开发技术人才，指导系统开发过程管理；协助公司对产品方案进行可行性分析，参与整体设计方案评审，以及其他关联软件系统的搭建。
重庆大学	跨学科跨部门热管模组散热器协同研发工程体系		-	50.00	50.00	重庆大学负责企业内基于知识融合和学科交叉的热管模组散热器研发工程体系、产品知识关联模型、数据与模型双驱动的价值链智慧决策模型和智力资源动态优化模型，为公司构建体系化、精益化、信息化和协同化的研发管理模式提供技术咨询服务。
新拓尼克（北京）科技研发中心有限公司	水冷散热器 PCBA&上位机软件开发	10.69	55.92	54.84	-	协助公司进行水冷散热器 PCBA 和上位机软件等内容的开发工作，提供相应的技术服务。
合计		28.09	90.00	195.42	143.46	
占技术服务费比重		55.28%	38.18%	61.69%	71.24%	

报告期各期，公司技术服务费金额波动主要系公司根据研发活动开展实际情况针对性开展技术服务，2023 年由于公司新增水冷散热器数显软硬件研发导

致当年技术咨询费金额较高。

综上，报告期内公司技术服务费金额波动具有合理性。

（二）采购技术服务计入研发费用的依据

公司依据与技术服务提供方签订的技术服务合同、发票等为计提依据，按照合同完成进度并确认验收报告或成果后计入当期的研发支出；报告期内相关技术服务为公司研发提供了技术支持，相关支出计入研发费用具有合理性。

公司按照《企业会计准则》及有关规定制定并严格执行研发费用管理制度，明确研发支出的开支范围、标准、审批程序以及研发支出资本化的起始时点、依据、内部控制流程，并由财务部按照研发项目设立台账归集核算研发支出，保障各项研发支出的准确性。

七、报告期内核心技术人员变动较大的原因，部分核心技术人员变动或离职对发行人是否造成重大不利影响。

（一）报告期内核心技术人员变动较大的原因

报告期内，公司核心技术人员变动较大的原因主要系根据业务发展需求，公司将散热器核心研发人员认定为核心技术人员，具体情况如下：

曾文海具有二十多年的散热产品及技术研发经验，自 2021 年 12 月入职公司后主要牵头负责新型散热模组及热管、风扇等散热元件的开发工作；李焱则主要负责公司风冷类散热产品的定义及开发工作，曾文海和李焱在散热器领域具有丰富的研发和设计经验，专业性强，公司于 2022 年 6 月进行人员调整，认定曾文海、李焱为核心技术人员，不再认定刘磊、林鑫为核心技术人员，林鑫目前仍在公司任职，**刘磊于 2025 年 6 月离职。**

核心技术人员中仅于海波因其个人原因于 2023 年上半年主动申请离职。

（二）部分核心技术人员变动或离职对发行人是否造成重大不利影响

报告期内，除于海波因其个人原因从公司离职外，核心技术人员变动是基于公司战略调整，相关变动人员目前均在公司正常任职，报告期内核心技术人

员变动不会对发行人产生重大不利影响。

于海波自 2010 年入职以来主要负责产品工业设计工作，2023 年上半年因自主创业而离开公司，目前公司负责工业设计的专职人员团队共有 9 人，团队成员具有丰富的从业经验，于海波的离职不会对公司工业设计工作造成实质性影响。

综上，部分核心技术人员变动或离职未对发行人造成重大不利影响。

八、研发费用与纳税申报时加计扣除的研发费用是否存在差异及原因。

（一）研发费用与纳税申报时加计扣除的研发费用差异情况

报告期内，公司研发费用与纳税申报时加计扣除的研发费用的认定依据基础不同，因此存在一定差异，报告期各期，实际发生的研发费用与纳税申报时加计扣除的研发费用差异情况如下：

单位：万元

项目	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
实际发生的研发费用	4,098.93	9,196.13	7,515.00	4,751.80
纳税申报时加计扣除的研发费用	3,588.00	7,412.67	6,671.80	3,936.86
差额	510.93	1,783.45	843.21	814.94
差异率	12.46%	19.39%	11.22%	17.15%

由上表可见，报告期内公司实际发生的研发费用与加计扣除的研发费用金额总体较为一致，但由于二者认定依据基础不同，因此存在一定的差异。

（二）研发费用与纳税申报时加计扣除的研发费用存在差异的具体原因

报告期各期，公司实际发生的研发费用与纳税申报时加计扣除的研发费用差异情况如下表所示：

单位：万元

项目	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
职工薪酬	1.27	156.69	-	211.70
材料费用	93.11	12.23	-	0.84
测试费用	132.01	488.82	138.52	70.62

项目	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
专利费	9.18	92.07	102.55	84.57
技术服务费	50.82	235.73	303.41	201.38
折旧与摊销、房租及物业	189.14	646.42	163.56	163.74
其他费用	35.41	151.48	135.16	82.10
合计	510.93	1,783.45	843.21	814.94

上述主要项目存在差异的主要原因如下：

1、资产折旧和租赁物业费差异：根据《财政部 国家税务总局 科技部关于完善研究开发费用税前加计扣除政策的通知》（财税〔2015〕119号）相关规定，用于研发费用加计扣除的租赁费用仅限于研发活动的仪器、设备的租赁费用，对于房屋租赁费用不能加计扣除，因此发行人研发费用中使用权资产折旧（均为房屋租赁费用）及房租物业费未计入研发费用加计扣除金额；

2、专利费及其他费用差异：根据《财政部 国家税务总局 科技部关于完善研究开发费用税前加计扣除政策的通知》（财税〔2015〕119号）相关规定，允许加计扣除的其他费用范围包括与研发活动直接相关的其他费用，如技术图书资料费、资料翻译费、专家咨询费、高新科技研发保险费，研发成果的检索、分析、评议、论证、鉴定、评审、评估、验收费用，知识产权的申请费、注册费、代理费，差旅费、会议费等。同时，该文件规定上述允许加计扣除的其他费用总额不得超过可加计扣除研发费用总额的10%。报告期内，公司在申报研发费用加计扣除时已按上述规定对超过允许扣除总额的费用进行了调整；

3、职工薪酬差异：境外子公司适用当地所得税制，无研发加计扣除政策，故境外子公司研发人员薪酬未加计扣除；人员费用中部分福利费、工伤医疗费、商业保险费、人员培训费等费用因超过限额未申报加计扣除；

4、技术服务费差异：根据相关规定，企业委托外部机构或个人进行研发活动所发生的费用，按照费用实际发生额的80%计算加计扣除；委托方为进行研发活动与受托方签订技术开发合同，由受托方到科技行政主管部门进行登记，若受托方放弃加计扣除并出具相关申明，委托方可加计扣除，公司委外研发不同时满足上述条件，故未申请加计扣除；

5、因充分考虑惠州市税务局稽查对研发费用加计扣除的要求，公司子公司惠州鑫全盛对其 2022 年研发费用进行重新梳理，于 2024 年 4 月 22 日重新计算研发费用加计扣除金额并重新申报所得税，重新申报后，2022 年研发费用加计扣除金额与税审报告出具数据差异如下：

单位：万元

项目	税审报告研发加计扣除金额	重新申报所得税后研发加计扣除金额	差异
职工薪酬	1,277.18	1,275.14	2.03
折旧与摊销、房租及物业	122.72	32.51	90.22
合计	1,399.90	1,307.65	92.25

差异原因如下：

（1）职工薪酬差异：人员费用中部分福利费、商业保险费等费用因超过限额未申报加计扣除；

（2）折旧与摊销、房租及物业差异：根据《研发费用加计扣除政策执行指引》，可加计扣除的折旧费用指用于研发活动的仪器、设备的折旧费，故重新申报的所得税申报表未对研发费用中自有厂房折旧申报加计扣除。

综上，报告期内，公司研发费用与纳税申报时加计扣除的研发费用金额存在差异具有合理性。

九、申报会计师核查程序及意见

（一）核查程序及意见

1、核查程序

针对上述事项，申报会计师执行的核查程序如下：

（1）获取发行人员工花名册、部门职能说明文件及岗位职责说明书，了解发行人研发部门及研发人员认定标准、具体构成和主要职责；查阅《财政部关于企业加强研发费用财务管理的若干意见》《监管规则适用指引——发行类第 9 号：研发人员及研发投入》等相关文件，分析发行人研发人员认定的合理性；

（2）访谈发行人管理层，了解研发人员数量和薪酬变动的具体原因、非技

术中心人员及董监高等参与研发的具体情况；获取发行人工资明细表，了解并分析研发人员薪酬情况、变动原因及合理性；查询同行业可比公司及北京市人力资源和社会保障局相关公开数据，分析发行人研发人员薪酬与同行业可比公司薪酬水平、经营所在地平均工资的差异情况及合理性；查阅发行人《招聘管理规程》《工资核算管理规程》等内控制度；

（3）获取发行人研发项目台账及研发费用明细账，查看研发项目的支出构成情况，分析研发人员与研发投入、研发项目的匹配性；

（4）查阅发行人《研发费用核算管理制度》《新产品设计和开发管理规程》《产品成本管理规程》及相关内部规范要求，了解发行人研发相关内控建立及执行情况；访谈发行人财务总监，了解研发活动和生产活动如何区分以及研发费用的归集、分摊与结转方式；获取发行人工时统计表，分析非研发人员薪酬分配与工时的匹配性，检查发行人研发工时的内控制度及执行情况；

（5）获取发行人研发领料明细表和成本构成明细表，了解研发领用材料费的具体内容及金额，分析研发活动中各原材料领料占比情况，对比生产成本中产品实际原料配比情况，分析其合理性；访谈发行人研发部门负责人，了解研发过程中的原材料投入与产出情况及在研项目的具体内容、研发进度和研发成果情况；执行内控测试评估研发和生产领料控制执行的有效性；

（6）获取发行人研发样品销售明细表；访谈发行人研发部门负责人和财务总监，了解研发成品及废料处理及对应会计处理情况，分析相关会计处理是否符合《企业会计准则》《企业会计准则解释第 15 号》的规定；

（7）查阅发行人报告期内技术服务费对应的合同、付款凭证、交付成果等相关资料，了解发行人技术服务费的主要内容，分析相关费用计入研发费用的依据和合理性；访谈发行人研发中心负责人，了解相关技术服务费发生的背景及必要性；

（8）访谈发行人管理层，了解报告期内核心技术人员相关背景及变动原因，分析核心技术人员变动或离职可能对发行人造成的影响；

(9) 获取发行人报告期内研发费用加计扣除申报表等资料，核对加计扣除的研发费用金额与账面研发费用的匹配关系，复核加计扣除项目及金额是否满足相关法律法规的要求，分析相关数据差异的合理性。

2、核查意见

经核查，申报会计师认为：

(1) 发行人依据《财政部关于企业加强研发费用财务管理的若干意见》等的相关规定认定研发人员，报告期内研发人员认定标准一致，不存在不当认定研发人员或不当归集研发费用情形；发行人研发费用中职工薪酬的变动与相应类型员工人数匹配，与同行业可比公司薪酬水平、经营所在地平均工资差异具有合理性；发行人不存在体外发放工资、奖金的情况；

(2) 发行人最近两年研发人员增长较快具有合理性，与研发投入、研发项目具有匹配性；

(3) 报告期内，发行人存在少数非技术中心人员和董监高参与研发项目且薪酬计入研发费用情形，发行人根据工时统计表按项目归集和分摊相关薪酬费用，相关薪酬分配与工时具有匹配性；发行人已建立了以研发项目为中心的研发工时核算制度，相关内部控制制度执行情况良好；

(4) 报告期内，发行人研发费用中材料费主要为模具、材料、样品等相关费用，发行人研发过程中会形成部分样品并对外销售；发行人原材料投入与在研项目、研发进度、研发成果相匹配；因研发活动与生产活动存在较多差异，研发各原材料领料占比与产品材料成本占比间存在差异，符合发行人实际情况，具有合理性；发行人不存在研发和生产领料混同、会计核算混同的情形；

(5) 报告期内，发行人研发成品及废料处理情况具体合理性，相关会计处理符合《企业会计准则》以及《企业会计准则解释第 15 号》的规定；报告期各期发行人研发样机对外销售金额较小，相关收入成本核算准确，符合相关规定；

(6) 报告期内，发行人研发费用中技术服务费主要为委托第三方提供技术支持、产品外观设计及研发支持软件系统开发费用；发行人采购相关技术服务

具有必要性，报告期内相关服务费金额波动具有合理性；相关技术服务为发行人研发提供了技术支持，相关支出计入研发费用具有合理性；

（7）报告期内，发行人核心技术人员变动较大具有合理性；部分核心技术人员变动或离职未对发行人造成重大不利影响；

（8）报告期内，发行人研发费用与纳税申报时加计扣除的研发费用差异主要由于相关费用的认定依据基础不同，相关差异具有合理性。

（二）说明发行人研发人员及研发活动认定是否合理，与同行业企业是否存在重大差异

报告期内，发行人研发人员均为专职研发人员，直接从事发行人相关研发活动，发行人按照研发项目设立台账归集核算研发费用，研发费用核算内容主要包括职工薪酬和材料费用等；发行人研发人员及研发活动认定合理，不存在不当认定研发人员或不当归集研发费用情形，与同行业企业不存在重大差异。

（三）说明发行人研发投入计算口径是否合理；研发投入的归集是否准确；研发投入相关数据来源是否可验证

报告期内，发行人按照研发项目归集相关费用支出，包括职工薪酬、材料费、折旧费用及其他费用等；发行人研发投入计算口径合理，研发投入归集准确，相关数据来源可验证。

（四）说明发行人研发相关内控制度是否健全且被有效执行；发行人是否建立研发项目的跟踪管理系统以及与研发项目相对应的人财物管理机制，有效监控、记录各研发项目的进展情况

1、发行人研发相关内控制度是否健全且被有效执行

发行人制定了《研发费用核算管理制度》《新产品规划管理规程》《新产品设计和开发管理规程》等研发相关制度，对研发活动及研发费用核算进行了严格的管理和控制。

发行人明确了研发支出归集范围和标准，按研发项目设立了研发费用明细

账，研发项目的采购申请、材料领用和费用报销等过程文件中均应注明研发项目号，研发支出均需按照研发项目归集。

综上，发行人建立了与研发相关的管理制度，财务部按照相关制度的要求进行核算，发行人与研发相关的内部控制制度健全并被有效执行。

2、发行人是否建立研发项目的跟踪管理系统以及与研发项目相对应的人财物管理机制，有效监控、记录各研发项目的进展情况

发行人已建立了研发项目的持续跟踪机制，制定了《项目进度管理规程》等制度文件，从项目立项、工程验证测试、设计验证阶段、过程验证测试、试产测试、量产测试、项目验收等方面进行有效监控、记录各研发项目的进展情况。

同时发行人建立了与研发项目相对应的人财物管理机制，包括：明确研发项目的组织架构及人员职责，对研发人员进行明确界定和有效管理；建立规范的研发支出核算管理和业务流程，对研发活动的费用归集及核算方法进行有效规范；规范管理和控制研发用设备采购、使用以及研发项目物料采购和领用等各方面。发行人与研发项目相关的人财物支出严格执行内部审批。

综上，发行人已建立研发项目的跟踪管理系统以及与研发项目相对应的人财物管理机制，能够有效监控、记录各研发项目的进展情况。

（五）说明发行人是否已明确研发支出开支范围和标准，建立研发支出审批程序，并得到有效执行

发行人已明确研发支出开支范围和标准，并按研发项目归集研发活动相关的各项费用，具体内容主要包括参与研发活动人员薪酬、材料费用、折旧费用、交通差旅费用、技术服务费等。

发行人已建立研发支出审批程序，对研发活动相关的采购申请、资金支付、费用报销等环节进行了明确规范，研发项目产生的各项支出由相关业务人员提交申请后，需依次经研发部门负责人、财务部负责人审核批准后履行。

综上，发行人已明确研发支出开支范围和标准，建立研发支出审批程序，并得到有效执行。

（六）说明报告期内研发支出核算是否符合企业会计准则的规定；是否严格按照研发支出开支范围和标准据实列支；是否按照研发制度准确记录员工工时、核算研发人员薪酬、归集研发领料用料等；是否存在将与研发无关的支出在研发支出中核算的情形

1、说明报告期内研发支出核算是否符合企业会计准则的规定；是否严格按照研发支出开支范围和标准据实列支

报告期内，发行人明确了各类研发支出归集范围、标准及入账依据，严格按照研发支出开支范围和标准据实列支，并按照研发项目归集，发行人研发支出核算符合企业会计准则的规定。

2、是否按照研发制度准确记录员工工时、核算研发人员薪酬、归集研发领料用料等

发行人建立了以研发项目为中心的研发工时核算制度，各研发项目负责人指定专门人员统计和复核参与各研发项目的人员工时情况，定期交由部门负责人审批确认；财务部门每月根据参与研发项目人员的工时表，按照项目对所有参与研发的相关人员薪酬进行归集和分摊，核算时将相关职工薪酬归集至具体项目。同时发行人建立了研发物料相关制度，对研发项目领料用料等方面进行规范管理和控制，及时准确地归集研发项目对应的支出，对研发项目费用支出进行规范控制和有效管理。

综上，发行人严格按照研发制度执行，能够准确记录员工工时、核算研发人员薪酬、归集研发领料用料等。

3、是否存在将与研发无关的支出在研发支出中核算的情形

报告期内，发行人已明确研发支出开支范围和标准，并严格据实列支，发行人研发费用相关的内部控制健全且有效执行，发行人研发投入归集准确，研发投入相关数据来源可验证，发行人不存在将与研发无关的支出在研发支出中

核算的情形。

问题 9. 第三方回款及现金交易的必要性和合理性

根据申请文件，（1）报告期内，发行人存在第三方回款的情况，第三方回款金额分别为 7,106.43 万元、1,984.60 万元、2,128.76 万元、1,052.44 万元，占当期营业收入的比例分别为 8.56%、2.48%、2.55%和 1.41%。（2）报告期内，发行人存在现金交易。

请发行人：（1）说明第三方回款的原因、必要性及商业合理性；报告期各期第三方回款相关销售及回款情况，包括但不限于主要销售对象、销售产品及金额、回款安排、涉及第三方回款的收入占比及是否涉及现金交易、个人卡代收等；第三方回款是否符合行业经营特点，与同行业可比公司是否存在明显差异，是否存在虚构交易或调节账龄情形，发行人及其实际控制人、董事、监事、高级管理人员或其他关联方与第三方回款的支付方是否存在关联关系或其他利益安排。（2）说明报告期各期现金交易的必要性和合理性，是否与发行人业务情况或行业惯例相符，现金交易比例及其变动情况与同行业可比公众公司是否存在重大差异，现金使用是否依法合规；现金交易相关收入确认及成本核算的原则与依据，是否存在体外循环或虚构业务情形；现金交易是否具有可验证性，与现金交易相关的内部控制制度的完备性、合理性与执行有效性；实际控制人及发行人董事、监事、高级管理人员等关联方是否与相关客户或供应商存在资金往来；发行人为减少现金交易所采取的改进措施及进展情况。（3）说明报告期内是否存在其他财务内控不规范情形（如转贷、个人卡收付、资金占用等）；发行人对上述财务内控不规范情况的整改措施、整改效果，为确保财务规范性采取的主要措施及执行情况，是否已建立了有效的财务内控制度，请结合实际情况充分揭示风险并作重大事项提示。

请保荐机构、申报会计师：（1）核查上述问题并发表明确意见。（2）对照《北京证券交易所向不特定合格投资者公开发行股票并上市业务规则适用指引第 1 号》中对第三方回款和现金交易的要求进行核查并逐一发表明确意见。

（3）说明对发行人及其控股股东、实际控制人及其配偶、发行人主要关联方、董监高、关键岗位人员（财务、销售、采购人员）等开立或控制的银行账户流

水的具体核查情况，包括但不限于资金流水核查的范围、核查账户数量、取得资金流水的方法、核查完整性、核查金额重要性水平、核查程序、异常标准及确定程序、受限情况及替代措施等。（4）说明核查中发现的异常情形，包括但不限于是否存在大额取现、大额收付等情形，是否存在相关个人账户与发行人客户及实际控制人、供应商及实际控制人、发行人股东、发行人其他员工或其他关联自然人的大额频繁资金往来；若存在，请说明对手方情况，相关个人账户的实际归属、资金实际来源、资金往来的性质及合理性，是否存在客观证据予以核实。（5）结合财务内控不规范情形、资金流水核查情况、报告期内大额现金分红、获客情况就发行人内部控制是否健全有效、获客过程是否存在商业贿赂、是否存在体外资金循环形成销售回款或承担成本费用的情形发表明确意见。

【回复】

一、说明第三方回款的原因、必要性及商业合理性；报告期各期第三方回款相关销售及回款情况，包括但不限于主要销售对象、销售产品及金额、回款安排、涉及第三方回款的收入占比及是否涉及现金交易、个人卡代收等；第三方回款是否符合行业经营特点，与同行业可比公司是否存在明显差异，是否存在虚构交易或调节账龄情形，发行人及其实际控制人、董事、监事、高级管理人员或其他关联方与第三方回款的支付方是否存在关联关系或其他利益安排

（一）说明第三方回款的原因、必要性及商业合理性

1、第三方回款的原因

报告期各期，公司第三方回款情况如下：

单位：万元

回款类别	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
客户关联方	11.01	0.02%	205.77	0.17%	319.06	0.22%	732.06	0.88%
客户指定付款	269.18	0.52%	6,911.57	5.80%	2,074.04	1.42%	1,396.70	1.68%
合计	280.19	0.54%	7,117.34	5.97%	2,393.10	1.64%	2,128.76	2.55%

报告期各期，公司第三方回款金额分别为2,128.76万元、2,393.10万元、7,117.34万元和280.19万元，占营业收入的比例分别为2.55%、1.64%、5.97%和0.54%。2024年度第三方回款金额增加，主要受当年外汇跨境收付困难所致。公司存在第三方回款的主要原因如下：

（1）付款便利

公司以境外销售为主，公司境外销售主要以美元进行结算，跨境结算美元可能存在交易不便利、时间较长及资金周转等问题，部分客户基于自身资金安排，由其关联方、指定付款方或其他商业合作机构代为支付货款，能够提高结算的便利性。

（2）外汇管制

部分境外客户所在国家和地区受到外汇管制或限制，该等外汇管制国家或地区的客户在外汇支付方面存在障碍，因此须通过具有外汇额度的代理公司等主体向公司支付货款。

2、第三方回款必要性及商业合理性

由于跨境结算美元可能存在交易不便利、时间较长、资金周转等问题，部分客户基于自身资金安排，由其关联方、指定付款方或其他商业合作机构代为支付货款，能够提高结算的便利性，该代付行为存在必要性和商业合理性。

综上所述，公司第三方回款的形成主要系公司业务模式及主要客户群体特征导致，符合自身业务经营模式和行业经营特点，具有必要性和商业合理性。

（二）报告期各期第三方回款相关销售及回款情况，包括但不限于主要销售对象、销售产品及金额、回款安排、涉及第三方回款的收入占比及是否涉及现金交易、个人卡代收等

报告期各期涉及第三方回款金额前五大客户相关销售及回款情况如下：

1、2025 年 1-6 月

单位：万元

客户名称	销售产品	销售金额	第三方回款金额	占第三方回款比例	占营业收入比例	回款安排
萨摩亚 PNP	机箱、电源、散热器	-	114.81	40.97%	0.22%	客户资金周转由客户安排第三方公司支付款项
客户 AC	机箱、电源、散热器、其他	-	76.93	27.46%	0.15%	客户资金周转由客户安排第三方公司支付款项
墨西哥 CT	机箱、电源、散热器	-0.59	44.19	15.77%	0.09%	客户资金周转由客户安排第三方公司支付款项
客户 Z	机箱、电源、散热器、其他	-	33.25	11.87%	0.06%	客户资金周转由客户安排第三方公司支付款项
墨西哥 SAT	机箱、电源、散热器	-	11.01	3.93%	0.02%	客户关联方
合计		-0.59	280.19	100.00%	0.54%	-

2、2024 年

单位：万元

客户名称	销售产品	销售金额	第三方回款金额	占第三方回款比例	占营业收入比例	回款安排
客户 B	机箱、电源、散热器	10,140.99	4,605.03	64.70%	3.86%	客户资金周转由客户安排第三方公司支付款项
客户 C	机箱、电源、散热器	2,653.40	600.85	8.44%	0.50%	客户资金周转由客户安排第三方公司支付款项
白俄罗斯 IPD	机箱、电源、散热器	774.16	347.79	4.89%	0.29%	客户资金周转由客户安排第三方公司支付款项
墨西哥 CT	机箱、电源、散热器	198.75	24.26	0.34%	0.02%	客户资金周转由客户安排第三方公司支付款项
			161.00	2.26%	0.14%	客户资金周转由客户安排第三方公司支付款项
			23.47	0.33%	0.02%	客户资金周转由客户安排第三方公司支付款项
迪拜 GTT	机箱、电源、散热器、其他	530.50	188.42	2.65%	0.16%	客户资金周转由客户安排第三方公司支付款项
合计		14,297.80	5,950.83	83.61%	4.99%	-

3、2023 年

单位：万元

客户名称	销售产品	销售金额	第三方回款金额	占第三方回款比例	占营业收入比例	回款安排
玻利维亚 Evercool	机箱、电源、散热器、其他	376.32	242.96	10.15%	0.17%	客户资金周转由客户关联方支付款项
			44.50	1.86%	0.03%	客户资金周转由客户安排第三方公司支付款项
墨西哥 DD	机箱、电源、散热器、其他	338.24	102.67	4.29%	0.07%	客户资金周转由客户指定第三方公司支付款项
			4.12	0.17%	0.00%	客户资金周转由客户关联方支付款项
			46.78	1.95%	0.03%	客户资金周转由客户指定第三方公司支付款项
			86.07	3.60%	0.06%	客户资金周转由客户指定第三方公司支付款项
孟加拉 CSI	机箱、电源、散热器、其他	708.56	31.70	1.32%	0.02%	客户资金周转由客户指定第三方公司支付款项
			57.78	2.41%	0.04%	客户资金周转由客户指定第三方公司支付款项
			71.76	3.00%	0.05%	客户资金周转由客户指定第三方公司支付款项
			78.94	3.30%	0.05%	客户资金周转由客户指定第三方公司支付款项
墨西哥 SD	机箱、电源、风扇	269.07	216.78	9.06%	0.15%	客户资金周转由客户指定第三方公司支付款项
			47.77	2.00%	0.03%	客户资金周转由客户指定第三方公司支付款项
吉尔吉斯 AE	机箱、电源、散热器、其他	765.39	51.09	2.13%	0.03%	客户换汇困难，由伙伴公司支付款项
			13.37	0.56%	0.01%	客户换汇困难，由伙伴公司支付款项
			320.36	13.39%	0.22%	客户受外汇管制换汇困难，由合作公司支付款项
			40.67	1.70%	0.03%	客户受外汇管制换汇困难，由合

客户名称	销售产品	销售金额	第三方回款金额	占第三方回款比例	占营业收入比例	回款安排
						作公司支付款项
			81.38	3.40%	0.06%	客户受外汇管制换汇困难，由合作公司支付款项
合计		2,457.58	1,538.69	62.30%	1.05%	-

4、2022 年

单位：万元

客户名称	销售产品	销售金额	第三方回款金额	占第三方回款比例	占营业收入比例	回款安排
巴西 MV	机箱、电源、散热器、其他	435.16	25.73	1.21%	0.03%	客户资金周转由客户指定第三方公司支付款项
			18.37	0.86%	0.02%	客户资金周转由客户指定第三方公司支付款项
			50.56	2.38%	0.06%	客户资金周转由客户指定第三方公司支付款项
白俄罗斯 TB	机箱、电源、散热器、其他	417.96	527.21	24.77%	0.63%	客户委托关联方支付款项
吉尔吉斯 AE	机箱、电源、散热器、其他	358.40	44.53	2.09%	0.05%	客户委托合作公司付款
			105.45	4.95%	0.13%	客户委托合作公司付款
			57.61	2.71%	0.07%	客户委托合作公司付款
玻利维亚 Evercool	机箱、电源、散热器、其他	335.23	81.47	3.83%	0.10%	客户资金周转由客户关联方支付款项
			41.33	1.94%	0.05%	客户资金周转由客户指定第三方公司支付款项
客户 E	机箱、电源、散热器、其他	2,021.98	829.11	38.95%	0.99%	客户资金周转由客户指定第三方公司支付款项
合计		3,568.72	1,781.37	83.68%	2.14%	-

报告期内，公司第三方回款不涉及现金交易以及个人卡代收情况。

(三) 第三方回款是否符合行业经营特点，与同行业可比公司是否存在明显差异，是否存在虚构交易或调节账龄情形，发行人及其实际控制人、董事、监事、高级管理人员或其他关联方与第三方回款的支付方是否存在关联关系或其他利益安排

1、第三方回款是否符合行业经营特点，与同行业可比公司是否存在明显差异

同行业可比上市公司均未在年度报告中披露第三方回款情况，经查看境内可比公司招股书，了解到锐新科技在其招股说明书中披露其 2019 年度、2018 年度、2017 年度第三方回款占主营业务收入的比例分别为 2.1397%、0.1626%、0.1037%，主要原因为跨国企业结算中心支付安排，其他第三方回款原因包括采购员备用金预先垫付、同集团不同单位业务调整承接、因资金周转问题由实际控制人或重要股东代付。**2022 年至 2025 年 6 月**，公司第三方回款原因主要为境外客户资金周转由客户关联方支付款项、客户受外汇管制换汇困难由合作公司支付款项、客户委托第三方公司支付款项等原因，具有商业合理性。

综上，发行人第三方回款符合行业经营特点，与同行业可比公司不存在明显差异。

2、是否存在虚构交易或调节账龄情形，发行人及其实际控制人、董事、监事、高级管理人员或其他关联方与第三方回款的支付方是否存在关联关系或其他利益安排

公司第三方回款均为基于真实销售背景下的第三方回款，无虚构交易的情形，且第三方回款主要为关联方代付、客户指定代付等，均无调节账龄的情形。

报告期内，公司第三方回款主要为客户关联方代付、客户指定代付等，均为正常的第三方回款，符合行业特征。发行人及其实际控制人、董事、监事、高级管理人员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。

二、说明报告期各期现金交易的必要性和合理性，是否与发行人业务情况或行业惯例相符，现金交易比例及其变动情况与同行业可比公众公司是否存在重大差异，现金使用是否依法合规；现金交易相关收入确认及成本核算的原则与依据，是否存在体外循环或虚构业务情形；现金交易是否具有可验证性，与现金交易相关的内部控制制度的完备性、合理性与执行有效性；实际控制人及发行人董事、监事、高级管理人员等关联方是否与相关客户或供应商存在资金往来；发行人为减少现金交易所采取的改进措施及进展情况

（一）说明报告期各期现金交易的必要性和合理性，是否与发行人业务情况或行业惯例相符，现金交易比例及其变动情况与同行业可比公众公司是否存在重大差异，现金使用是否依法合规

1、说明报告期各期现金交易的必要性和合理性，是否与发行人业务情况或行业惯例相符

发行人报告期内使用现金交易具体情况如下：

单位：万元

项目	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
现金收款	-	4.99	-	-
营业收入	51,429.29	119,159.38	146,328.88	83,377.53
占营业收入比例	-	0.00%	-	-
现金付款	-	4.65	-	0.42
营业成本	36,264.24	78,964.73	88,589.64	56,084.26
占营业成本比例	-	0.01%	-	0.00%

报告期内，发行人现金付款主要为部分离职人员工资、报销费用等，金额较小；发行人现金收款主要是出于结算便利性或对方要求，金额较小。

综上，公司现金交易主要是出于结算便利性或对方要求，符合公司的实际情况，具有必要性和合理性。报告期内，公司在日常采购、销售过程中主要采用电汇方式结算，现金收付仅作为公司日常运营结算方式的补充，符合公司的业务特点和行业惯例。

2、现金交易比例及其变动情况与同行业可比公众公司是否存在重大差异，

现金使用是否依法合规

同行业可比上市公司均未在年度报告中披露现金交易情况，经查看境内可比公司招股书，了解到锐新科技现金交易情况如下所示：

单位：万元

类型	项目	2019 年	2018 年	2017 年
现金收款	现金销售金额	35.59	0.50	4.01
	营业收入	33,380.81	36,212.22	29,939.50
	占营业收入比例	0.11%	0.00%	0.01%
现金付款	现金采购金额	30.13	35.71	86.90
	营业成本	21,436.63	24,400.49	19,858.38
	占营业成本比例	0.14%	0.15%	0.44%

锐新科技现金销售主要包括向个体户销售产品和废品，现金采购主要用于支付食堂采购食材的费用。

发行人现金收款金额与现金采购金额均较小，且比例均小于 0.5%，与同行业可比公司不存在重大差异情况。

报告期内发行人严格执行相关制度，进一步加强现金交易管理，规范现金收支、保管与结算行为。

（二）现金交易相关收入确认及成本核算的原则与依据，是否存在体外循环或虚构业务情形，现金交易是否具有可验证性，与现金交易相关的内部控制制度的完备性、合理性与执行有效性

1、现金交易相关收入确认及成本核算的原则与依据，是否存在体外循环或虚构业务情形

报告期内，现金交易主要为零散行为且发生额较小，与公司主营业务无关，不涉及相关收入确认以及成本核算，现金交易仅作为公司日常运营结算方式上的一种选择，公司现金交易具备真实性，不存在体外循环或虚构业务的情形。

2、现金交易是否具有可验证性，与现金交易相关的内部控制制度的完备性、合理性与执行有效性

公司针对现金交易制定了严格的内部管理制度，并建立了严格的授权批准程序，办理现金业务的不相容岗位已作分离。针对现金收付款业务，公司制定了《货币资金管理制度》并严格按制度执行相关管理工作；关于销售方面，公司严格要求客户采用票据、银行转账的方式支付货款，不允许使用现金收款；关于采购货物，公司要求每月与供应商对账，对账确认后出纳安排进行转账付款。

报告期内，公司现金管理制度包括现金收取、支付范围、现金收款审核、现金付款审批程序、库存现金限额及日常保管管理、现金对账管理、现金报销管理等内容，对公司现金收付款环节进行了详细、严格规范。公司现金交易相关收付款单据、审批单据、现金盘点表等相关单据齐备，现金交易具有可验证性，现金交易的内部控制制度完备、设计合理，执行有效。

（三）实际控制人及发行人董事、监事、高级管理人员等关联方是否与相关客户或供应商存在资金往来；发行人为减少现金交易所采取的改进措施及进展情况

报告期内，发行人实际控制人及发行人董事、监事、高级管理人员等关联方与相关客户或供应商不存在资金往来。

报告期内，发行人为减少现金交易，制定了《货币资金管理制度》，对现金使用范围、岗位职责、现金管理等方面作出了规定，严格规范现金交易的相关材料，确保相关交易的真实性和完整性；加强内部控制，减少现金交易情形的发生。

三、说明报告期内是否存在其他财务内控不规范情形（如转贷、个人卡收付、资金占用等）；发行人对上述财务内控不规范情况的整改措施、整改效果，为确保财务规范性采取的主要措施及执行情况，是否已建立了有效的财务内控制度，请结合实际情况充分揭示风险并作重大事项提示

（一）说明报告期内是否存在其他财务内控不规范情形（如转贷、个人卡收付、资金占用等）

2024年6月19日-9月24日，公司存在通过个人账户收付款的情形，具体情况如下：

1、个人账户收付款的原因及背景

境外终端消费者购买产品后出现质量问题或者需要额外购买配件等售后服务需求时，终端消费者可以直接联系经销商也可以通过官网联系北京鑫全盛购买配件、申请理赔等售后服务，产生的运费、配件费等售后服务费收付款通过北京鑫全盛银行账户注册的 PayPal 账号处理。

2024年6月12日（美国时间），北京鑫全盛被纳入 SDN 清单，其银行账户境外收付款受到限制，因此直接面向境外终端消费者的售后服务被迫终止。2024年6月19日-9月24日，北京鑫全盛短期存在使用指定员工个人银行账户注册的 PayPal 账号进行售后服务收付款的情形。

2、个人账户收付款金额、资金流向和使用用途

2024年6月19日-9月24日，北京鑫全盛通过员工的个人账户对外付款的具体情况如下：

单位：万元

资金流向	交易内容	交易金额
个人账户流入	客户支付的运费、配件款等	0.89
个人账户流出	支付的售后服务赔偿款及银行手续费	0.51

2024年6月19日-9月24日，由于终端消费者售后服务需求为零星发生，北京鑫全盛通过员工的个人账户收付款金额很小。

报告期内，除上述事项外，公司不存在其他财务内控不规范情形（如转贷、资金占用等）。

（二）发行人对上述财务内控不规范情况的整改措施、整改效果，为确保财务规范性采取的主要措施及执行情况，是否已建立了有效的财务内控制度，请结合实际情况充分揭示风险并作重大事项提示

1、针对第三方回款的整改措施、整改效果

公司在销售部门、财务部门针对第三方回款建立了相应的内部控制制度，客户均与发行人签订正式的书面销售合同，销售合同中不存在第三方回款的条款，经公司销售、财务等部门审批，以合理保证合同签订主体、开票主体、收款主体相一致，公司原则上不接受第三方回款情况。在业务执行中，由于客观原因导致必须由第三方进行回款时，与交易对方确认，在收到代付款项后检查业务合同、付款凭证等资料，核对无误后确认入账。

经过公司规范和整改，报告期内第三方回款金额占营业收入比例除**2024年**外，均控制在5%以内，相应的内部控制制度有效执行。**2024年度，第三方回款金额同比有所增加，主要受当年外汇跨境收付困难所致。**

2、针对现金交易的整改措施、整改效果

公司制定了《货币资金管理制度》，对现金使用范围、岗位职责、现金管理等方面作出了规定，严格规范现金交易的相关材料，确保相关交易的真实性和完整性。

公司已加强内部控制，减少现金交易情形的发生。报告期内，公司现金交易金额占营业收入的比例较低，针对现金交易情况的内部控制制度有效执行。

3、个人账户的整改措施、整改效果

（1）个人账户的整改措施

北京鑫全盛使用个人账户收付款期间对相关流程和资金使用进行了严格控制。具体控制措施如下：

1) 确保指定个人账户严格用于指定用途，仅限于北京鑫全盛处理境外售后事项，不得用于其他用途。

2) 个人账户由北京鑫全盛统一管理，确保个人卡不被用于个人其他用途。员工个人不可擅自修改密码或变更账户信息。

3) 当北京鑫全盛与服务商达成合作协议后，北京鑫全盛第一时间停止了通过个人账户对外收付款的阶段性做法。**截至本回复出具日，公司已将该个人账户注销。**

(2) 个人账户收付款的整改效果

2024年9月23日，北京鑫全盛已与第三方客户服务机构北京振翼远航计算机有限公司签署《服务协议》，将终端客户售后服务进行外包。

根据《北京证券交易所向不特定合格投资者公开发行股票并上市业务规则适用指引第2号》：“发行人确有特殊客观原因，认为不属于财务内控不规范情形的，需提供充分合理性证据，如外销业务因外汇管制等原因确有必要通过关联方或第三方代收货款，且不存在审计范围受到限制的情形”。北京鑫全盛因被纳入SDN清单后，银行账户境外收付款功能受到限制，为保证终端消费者费售后服务能够持续开展，北京鑫全盛通过员工个人账户进行临时小额收付款，北京鑫全盛将员工个人账户视同公司账户进行管理、核算，不影响会计师的正常审计程序，不属于财务内控不规范的情形。截至本回复出具日，该事项已消除。

4、为确保财务规范性采取的主要措施及执行情况，是否已建立了有效的财务内控制度

公司为确保财务规范性采取的主要措施如下：

(1) 公司根据《公司法》《企业会计准则》《企业内部控制基本规范》相关规定，重新梳理会计差错、第三方回款、现金交易涉及的相关内控流程，完善内控体系，规范财务核算，避免相关事项再次发生；

(2) 加强财务人员培训，定期组织财务人员学习会计准则及相关指导案例，

及时更新公司内部账务处理流程及指引，确保账务处理正确；

（3）不定期对公司相关内控流程实施穿行测试，发现异常及时预警，并组织相关责任人讨论差异出现的原因及解决方案，确保公司内控制度有效实施。

综上，公司已按照《公司法》《企业会计准则》《企业内部控制基本规范》等法律法规及部门规章的要求，建立了有效的财务内控制度，完善财务管理制度并严格规范执行，取得了良好的运行效果。

四、申报会计师核查程序及意见

（一）核查程序及意见

1、核查程序

针对上述事项，申报会计师执行的核查程序如下：

（1）访谈发行人管理层及相关经办人员，了解第三方回款的原因及商业合理性、发行人第三方回款管理制度以及第三方回款内控制度设计和执行的有效性，获取发行人与第三方回款相关的内部控制制度等；

（2）检查相关客户的销售合同等资料，核实是否提前约定第三方回款相关条款；

（3）查阅发行人第三方回款台账，检查涉及到第三方回款客户的相关原始交易凭证，并结合发行人序时账以及银行流水检查发行人第三方回款统计的完整性；

（4）查阅第三方回款交易的销售合同、报关单、提单、签收单、销售发票、回款凭证、委托付款协议等资料以验证销售以及第三方回款的真实性；

（5）对主要第三方回款客户发生额及往来款项余额进行函证，验证相关交易的真实性、准确性与完整性；

（6）查询中国裁判文书网、中国执行信息公开网等网站，了解是否存在因第三方回款导致的货款权属纠纷的情形；

（7）获取发行人及发行人实际控制人、董监高调查表，核查发行人、发行人实际控制人、董监高及其关联方等与第三方回款的支付方及其关键主体是否存在关联关系或其他利益安排；

（8）核查发行人及其主要关联方的银行流水，确认第三方回款对象与发行人及其关联方不存在关联关系、与发行人及其关联方不存在其他资金往来；

（9）与发行人相关管理人员访谈，了解发行人现金交易的原因、必要性、合理性；了解现金交易内部控制制度的完备性、合理性及执行的有效性；

（10）获取现金交易台账，并抽查现金交易记账凭证、收款收据、付款单据、付款审批单、发票、出库单、入款单等原始单据，对相关记录进行查验、复核，对其真实性进行查验；

（11）了解发行人现金交易的对手方情况，并核查其是否为发行人的关联方；

（12）获取发行人实际控制人、董事、监事、高级管理人员银行流水，核查是否与客户存在资金往来；

（13）访谈发行人高管，了解发行人内部控制整改完善情况，评价整改后内控制度运行情况及有效性；

（14）获取上述个人卡自开立至回复出具日的银行流水文件；

（15）获取北京鑫全盛与第三方客户服务机构签署的《服务协议》。

2、核查意见

经核查，申报会计师认为：

（1）发行人第三方回款的形成主要系发行人业务模式及主要客户群体特征导致，客户与付款方主要是关联关系或商业合作关系，该代付行为合理且存在一定必要性和商业合理性，第三方回款对应的收入真实、准确，交易具有真实性；

(2) 发行人第三方回款不涉及现金交易以及个人卡代收情况；

(3) 发行人及其实际控制人、控股股东、董监高等关键主体与第三方回款的支付方及其关键主体不存在关联关系或其他利益安排；

(4) 发行人第三方回款符合行业经营特点，与同行业可比公司不存在明显差异，不存在虚构交易或调节账龄的情形；

(5) 报告期内发行人存在少量现金交易情形，现金交易金额较小，采用现金交易主要为了结算的便利性和及时性，与发行人主营业务无关，主要为零散行为；现金交易与记账凭证、收款收据、付款单据、付款审批单、发票、出库单、入款单等原始单据一致，现金交易具有可验证性，发行人制定了严格的现金交易相关的内控制度并有效执行，报告期现金交易真实、合理，不存在体外循环或虚构业务情形；

(6) 报告期内，发行人对现金管理逐渐规范；

(7) 北京鑫全盛因被纳入 SDN 清单后，银行账户境外收付款功能受到限制，为保证终端消费者售后服务能够持续开展，北京鑫全盛通过员工个人账户进行临时小额收付款，北京鑫全盛将员工个人账户视同公司账户进行管理、核算，不影响会计师的正常审计程序，不属于财务内控不规范的情形。截至本回复出具日，该事项已消除。除上述事项外，报告期内发行人不存在其他财务内控不规范情形，发行人已结合实际情况对报告期内存在的财务内控不规范情况进行了整改并得到有效执行，建立了有效的财务内控制度。

(二) 对照《北京证券交易所向不特定合格投资者公开发行股票并上市业务规则适用指引第 1 号》中对第三方回款和现金交易的要求进行核查并逐一发表明确意见

1、第三方回款

(1) 第三方回款的真实性，是否存在虚构交易或调节账龄情形

1) 核查程序

申报会计师执行的核查程序如下：

①获取第三方回款统计明细表，抽取大额业务，核查相关合同、记账凭证、发票、资金流水凭证、代付款确认依据等，查验第三方回款的真实性；

②检查合同付款方约定，结合公开资料信息，与银行回单比对，核查回款方身份；

③获取发行人报告期内银行流水，查阅大额银行流水支出情况，关注发行人是否存在期后将款项退还至客户的情形；核查发行人是否通过第三方回款存在调节账龄的情形；

④具体核查情况：抽查的第三方回款金额占当期第三方回款总金额的 100%。

2) 核查结论

经核查，申报会计师认为，报告期内，第三方回款均具有真实的交易背景，不存在虚构交易或调节账龄情。

(2) 第三方回款形成收入占营业收入的比例

1) 核查程序

申报会计师获取发行人第三方回款明细账，分析第三方回款占营业收入比例及变动趋势情况。

2) 核查结论

经核查，申报会计师认为，报告期内，发行人的第三方回款金额占当期营业收入的比例分别为 2.55%、1.64%、**5.97%**和 **0.54%**，占比较低，**2024 年度第三方回款金额有所增长，主要系当年外汇跨境收付困难所致**，上述数据已在招股说明书中进行披露。

(3) 第三方回款的原因、必要性及商业合理性

1) 核查程序

申报会计师获取并查阅第三方回款业务中相关业务合同资料，对相关人员

的访谈，查阅同行业可比公司第三方回款情况，了解发行人第三方回款的原因、必要性及商业合理性，是否符合行业惯例与客户经营特点。

2) 核查结论

经核查，申报会计师认为，发行人第三方回款主要为境外客户关联方之间统一安排资金支付、部分境外地区外汇管制等原因导致，具有必要性和合理性，具备商业实质，回款原因已在招股说明书中充分披露。

(4) 发行人及其实际控制人、董事、监事、高级管理人员或其他关联方与第三方回款的支付方是否存在关联关系或其他利益安排

1) 核查程序

申报会计师执行的核查程序如下：

①获取发行人及其实际控制人、董监高或其他关联方等银行流水，核实是否与客户及代付第三方存在资金往来；

②查阅发行人实际控制人、董事、监事、高级管理人员等填列的调查表，与第三方回款的支付方核对，核查是否存在关联关系等情形。

2) 核查结论

经核查，申报会计师认为，发行人及其实际控制人、董事、监事、高级管理人员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，不存在通过发行人实际控制人及其他关联方、财务人员等相关人员个人账户收款的情形。

(5) 境外销售涉及境外第三方的，其代付行为的商业合理性或合法合规性

1) 核查程序

申报会计师执行的核查程序如下：

①取得客户或客户及付款机构签署的承诺函，承诺第三方付款行为具有商

业合理性，符合所在国相关法律法规；

②查询第三方回款涉及的主要国家和地区的外汇管理政策，分析第三方回款的必要性和合理性。

2) 核查结论

经核查，申报会计师认为，发行人境外销售涉及的境外第三方回款，其代付行为具有商业合理性及合法合规性。

(6) 报告期内是否存在因第三方回款导致的货款归属纠纷

1) 核查程序

申报会计师执行的核查程序如下：

①获取并检查报告期内发行人诉讼的相关资料，访谈发行人管理层及销售人员，了解发行人是否存在因第三方回款导致的货款归属纠纷；

②通过查询国家企业信用信息公示系统、裁判文书网等网站，核查报告期内是否存在发行人与第三方回款相关的诉讼。

2) 核查结论

经核查，申报会计师认为，报告期内，发行人不存在因第三方回款导致的货款归属纠纷。

(7) 如签订合同时已明确约定由其他第三方代购买方付款，该交易安排是否具有合理原因

1) 核查程序

申报会计师根据第三方回款统计明细表，获取并查阅与第三方回款相关的销售合同与订单，结合对客户与销售人员的访谈情况，核查合同条款中对第三方回款的约定情况。

2) 核查结论

经核查，申报会计师认为，报告期内，发行人不存在签订合同时已明确约定由其他第三方代购买方付款的情形。

(8) 资金流、实物流与合同约定及商业实质是否一致

1) 核查程序

申报会计师获取发行人各账户银行流水，核对与第三方回款相关的销售合同、验收单据、发票等单据，核查第三方回款相关的资金流、实物流与合同约定及商业实质情况。

2) 核查结论

经核查，申报会计师认为，报告期内，发行人第三方回款业务的资金流、实物流与合同约定及商业实质一致。

2、现金交易

(1) 现金交易的必要性与合理性，是否与发行人业务情况或行业惯例相符，现金交易比例及其变动情况与同行业可比公众公司是否存在重大差异，现金使用是否依法合规

1) 核查程序

申报会计师执行的核查程序如下：

①了解发行人现金交易的情况及原因、现金使用是否符合发行人相关规定，核查现金交易的必要性和商业逻辑的合理性；

②查阅报告期内发行人现金明细账，并分类汇总现金交易情况，分析其变动趋势及原因；

③查询同行业可比公众公司现金交易情况，核查发行人是否与可比公司存在显著差异情况。

2) 核查结论

经核查，申报会计师认为，发行人现金交易金额较小，主要为零散行为，

具有真实性和合理性，与发行人实际情况相符，与同行业可比公司不存在显著差异。

（2）现金交易的客户或供应商的基本情况，是否为自然人或发行人的关联方，现金交易对象含自然人的，还应披露向自然人客户（或供应商）销售（或采购）的金额及占比

1）核查程序

申报会计师了解发行人大额现金交易的手方的基本情况，查询其工商登记信息，核查其是否为发行人关联方。

2）核查结论

经核查，申报会计师认为，发行人现金交易的手方与发行人不存在关联关系。

（3）现金交易相关收入确认及成本核算的原则与依据，是否存在体外循环或虚构业务情形

1）核查程序

申报会计师了解现金交易的财务处理流程，检查现金交易的原始单据，分析其收入确认依据是否合理，复核成本核算的准确性，检查是否存在体外循环或虚构业务情形。

2）核查结论

经核查，申报会计师认为，发行人现金交易与其主营业务无关，不存在体外循环或虚构业务情形。

（4）现金交易是否具有可验证性，与现金交易相关的内部控制制度的完备性、合理性与执行有效性

1）核查程序

申报会计师执行的核查程序如下：

①抽查大额现金交易相关的合同或订单、出库单、签收单、发票、付款单等原始交易凭证，核查交易的真实性，复核凭证单据彼此之间是否具有可验证性；

②查阅发行人《货币资金管理制度》与现金收款相关的内控制度，了解相关内控制度并测试执行的有效性。

2) 核查结论

经核查，申报会计师认为，发行人现金交易收付款单据、审批单据、现金日记账等相关单据齐备，现金交易的内部控制制度完备、合理并执行有效，现金交易具有可验证性。

(5) 现金交易流水的发生与相关业务发生是否真实一致，是否存在异常分布

1) 核查程序

申报会计师获取现金交易明细账，与现金交易相关的合同或订单、发票、付款单等进行复核验证，核查其与相关业务发生是否真实一致，检查现金交易是否存在异常分布。

2) 核查结论

经核查，申报会计师认为，发行人现金交易流水的发生与相关业务发生真实一致，不存在异常分布。

(6) 实际控制人及发行人董事、监事、高级管理人员等关联方是否与相关客户或供应商存在资金往来

1) 核查程序

申报会计师核查报告期内发行人、控股股东、实际控制人及其配偶、董监高、主要财务人员的银行流水，确认现金交易对象与上述人员是否存在非经营性资金往来。

2) 核查结论

经核查，申报会计师认为，实际控制人及董监高等关联方与现金交易的对手方不存在资金往来。

(7) 发行人为减少现金交易所采取的改进措施及进展情况

1) 核查程序

申报会计师查阅了发行人《货币资金管理制度》，了解发行人对现金适用范围、相关岗位职责、现金管理等方面相关规定的情况。

2) 核查结论

经核查，申报会计师认为，发行人已采取减少现金交易的改进措施，报告期内现金交易金额及比例较小，上述情况已在招股说明书中充分披露。

(三) 说明对发行人及其控股股东、实际控制人及其配偶、发行人主要关联方、董监高、关键岗位人员（财务、销售、采购人员）等开立或控制的银行账户流水的具体核查情况，包括但不限于资金流水核查的范围、核查账户数量、取得资金流水的方法、核查完整性、核查金额重要性水平、核查程序、异常标准及确定程序、受限情况及替代措施等

1、发行人资金流水核查情况

(1) 资金流水核查的范围、核查账户数量及占比

申报会计师对 2022 年 1 月 1 日至 2025 年 6 月 30 日发行人及其子公司开立的共计 66 个银行账户（包括银行外币账户、境外银行账户及支付平台电子账户等）进行了核查。对于报告期内新开立的账户，核查起始日期为账户开立日期；对于报告期内注销的账户，核查截止日期为账户注销日期。具体的核查范围及核查账户数量及占比情况如下表所示：

类别	核查对象	核查账户数量	占比
发行人	九州风神	9	100.00%
发行人子公司	北京鑫全盛	19	100.00%
发行人子公司	南京分公司	3	100.00%

发行人子公司	深圳鑫全盛	6	100.00%
发行人子公司	惠州鑫全盛	9	100.00%
发行人子公司	香港子公司	2	100.00%
发行人子公司	台湾办事处	2	100.00%
发行人子公司	美国子公司	2	100.00%
发行人子公司	荷兰子公司	3	100.00%
发行人子公司	新加坡子公司	3	100.00%
发行人子公司	马来西亚子公司	5	100.00%
个人卡	王××	1	100.00%
发行人子公司	马来西亚聚鑫科技	2	100.00%
合计		66	100.00%

（2）取得资金流水的方法

申报会计师陪同发行人出纳实地前往开户银行，打印已开立银行结算账户清单及报告期内的银行账户资金流水并且留存现场陪同记录。

银行在本地没有线下网点的，申报会计师陪同发行人出纳获取银行官网出具的电子流水文件。

（3）核查完整性

申报会计师实地走访银行柜台现场，查询其银行开立账户的情况，并获取银行对账单。同时，为确保银行账户流水的完整性，申报会计师还获取了已开立银行账户清单、中国人民银行征信中心出具的企业信用报告等文件，在发行人财务系统中导出序时账以及银行日记账，对已提供的银行账户流水进行全面核对，并向银行执行函证程序以比对是否存在银行账户遗漏的情况，核查银行账户流水提供的完整性。

通过上述核查措施，申报会计师认为相关银行账户获取完整，核查手段、核查措施充分，相关资金流水核查能够完整反映真实情况。

（4）核查金额重要性水平

报告期内，对于发行人及其子公司，综合考虑内部控制的有效性、财务报

表审计重要性水平等因素，申报会计师确定上述主体银行流水核查中不同银行账户的重要性水平为当天单笔或连续多笔合计 50 万元（剔除同一主体下不同银行账户之间的转账）。

（5）核查程序

1) 双向核查

申报会计师取得发行人 2022 年至 2025 年 6 月银行日记账，从中筛选出各期大额的资金流入及流出，核对至纸质版银行对账单；从纸质版银行对账单中查看是否存在未入账的大额资金流入及流出。

2) 资金与业务对应关系核查

根据银行流水中显示的交易对方的名称与发行人报告期内的客户、供应商、主要客户和供应商的实际控制人、股东、董事、监事、高级管理人员进行了交叉核对。若为交易收款，检查交易双方是否为发行人真实客户；若为采购付款，检查交易双方是否为发行人真实供应商；若交易对方为个人，检查该个人是否为关联方或主要客户、供应商的实际控制人，检查交易性质是否存在异常情形。

2、相关自然人及关联方资金流水核查

（1）资金流水核查范围及核查账户数量

申报会计师对报告期内发行人实际控制人及其配偶、董事、**取消监事会前在任**监事、高级管理人员及关键岗位人员（如核心技术人员、会计、出纳、销售、采购、生产等岗位关键员工）、报告期曾任董监高且目前仍然在发行人处任职的员工、**其他关联方**的共计 520 个银行活期账户进行了核查。对于报告期内新开立的账户或新入职的员工，核查起始日期为账户开立日期或入职日期；对于报告期内注销的账户，核查截止日期为账户注销日期。

具体的核查范围及核查账户数量及占比具体情况如下表所示：

序号	姓名	与发行人关系	核查账户数量	占比
1	夏春秋	控股股东、实际控制人、董事长、总经理	13	100.00%

2	韩小娜	实际控制人、董事、副总经理	37	100.00%
3	黄从利	董事	26	100.00%
4	李兰芳	董事、财务总监	12	100.00%
5	刘阳	前董事（2025年8月4日离任）	14	100.00%
6	姜齐荣	前独立董事（2025年8月4日离任）	31	100.00%
7	吴伟光	前独立董事（2025年8月4日离任）	11	100.00%
8	宋顺林	前独立董事（2025年8月4日离任）	17	100.00%
9	陈哲义	取消监事会前在任监事会主席	12	100.00%
10	边志愿	取消监事会前在任监事	14	100.00%
11	刘靡	取消监事会前在任职工代表监事	20	100.00%
12	刘赫丽	副总经理、董事会秘书	17	100.00%
13	刘欣	副总经理	15	100.00%
14	曾文海	核心技术人员	8	100.00%
15	赵党生	核心技术人员	15	100.00%
16	李伟超	核心技术人员	11	100.00%
17	李焱	核心技术人员	17	100.00%
18	覃爱琼	主要采购人员	13	100.00%
19	王海艳	财务人员	12	100.00%
20	谢叶林	财务人员	10	100.00%
21	王桂芳	财务人员	24	100.00%
22	杨娜	财务人员	10	100.00%
23	赵荣	财务人员	11	100.00%
24	涂生群	财务人员	15	100.00%
25	赵艳艳	主要销售人员（已离职）	14	100.00%
26	许英杰	主要销售人员	9	100.00%
27	张东方	主要销售人员	21	100.00%
28	李敏	主要销售人员	15	100.00%
29	袁梅梅	主要销售人员（已离职）	21	100.00%
30	张晓鹏	主要销售人员（已离职）	6	100.00%
31	杨硕	主要销售人员（已离职）	16	100.00%
32	徐东进	曾任董事	12	100.00%
33	程晓瑶	主要销售人员	21	100.00%
合计			520	100.00%

注：赵艳艳、袁梅梅、杨硕流水核查截止日为离职日；张晓鹏流水核查截止日为 2023 年 6 月 30 日。

（2）取得资金流水的方法

根据相关自然人的主要工作生活区域，申报会计师实地陪同相关自然人前往当地存在银行网点的工商银行、农业银行、中国银行、建设银行、交通银行、民生银行、浦发银行、平安银行、兴业银行、邮储银行、光大银行、招商银行、华夏银行、中信银行、广发银行、北京银行、北京农村商业银行、东莞银行、惠州农村商业银行、南京银行等银行网点现场咨询开户情况和打印银行资金流水。

部分相关自然人有开立境外银行账户，在申报会计师见证的情况下从手机银行或网上银行中导出资金流水明细。

（3）核查完整性

申报会计师获取相关自然人申请的云闪付个人查卡记录及出具的资金流水说明与承诺，并对报告期内发行人与个人之间的、个人与个人之间的、本人不同银行账户之间的转账记录进行交叉比对，以确认银行账户的完整性。

（4）核查金额重要性水平

申报会计师针对个人流水中单笔发生额大于等于 2 万元的资金流水、发生额小于 2 万元但可能存在异常的资金往来（如短期内与其他关联自然人频繁往来、当日与同一对手方往来累计超过 2 万元的相关交易）或大于等于 2 万元的现金存取（包括当日频繁取现或存现累计超过 2 万元的情况）进行逐笔核查。

（5）核查程序

1）取得了相关自然人报告期内的银行资金流水，核查前述人员提供的报告期内银行资金流水的完整性。对上述银行流水中大额交易记录进行核查，对款项性质、交易对手方的合理性进行分析，与相关人员进行确认并取得客观支持证据。

2）对大额交易记录的交易对手方身份及交易原因进行了核查，并与发行人

员工名册、发行人股东、董监高及近亲属名单、主要客户或供应商及其关联方的名单进行了交叉比对，对其交易对手方是否为发行人客户及供应商、发行人股东、发行人其他员工或其他关联自然人的大额频繁资金往来、在报告期内是否存在大额异常取现、大额异常收支的情况、是否替代发行人承担成本费用的情况进行了核查。

3) 获取了相关自然人关于个人资金流水的说明与承诺，申报会计师陪同上述人员就近前往北京、惠州、深圳等地的主要银行，实地获取现场打印的纸质个人账户流水文件。相关人员存在境外账户的，申报会计师陪同相关人员获取银行官网出具的电子流水文件或截图。若纸质银行流水文件中涉及其他银行的个人账户，申报会计师陪同相关人员前往银行网点补充打印纸质流水文件，在当地没有网点的，申报会计师陪同相关人员获取银行官网出具的电子流水文件。

3、异常标准及确定程序

根据《北京证券交易所向不特定合格投资者公开发行股票并上市业务规则适用指引第2号》资金流水核查要求，异常资金流水的标准及确定依据如下：

(1) 发行人资金管理相关内部控制制度是否存在较大缺陷；

(2) 是否存在银行账户不受发行人控制或未在发行人财务核算中全面反映的情况，是否存在发行人银行开户数量等与业务需要不符的情况；

(3) 发行人大额资金往来是否存在重大异常，是否与发行人经营活动、资产购置、对外投资等不相匹配；

(4) 发行人与控股股东、实际控制人、董事、监事（如有）、高级管理人员、关键岗位人员等是否存在异常大额资金往来；

(5) 发行人是否存在大额或频繁取现的情形，是否无合理解释；发行人同一账户或不同账户之间，是否存在金额、日期相近的异常大额资金进出的情形，是否无合理解释；

(6) 发行人是否存在大额购买无实物形态资产或服务（如商标、专利技术、

咨询服务等）的情形，如存在，相关交易的商业合理性是否存在疑问；

（7）发行人实际控制人个人账户大额资金往来较多且无合理解释，或者频繁出现大额存现、取现情形；

（8）控股股东、实际控制人、董事、监事（如有）、高级管理人员、关键岗位人员是否从发行人获得大额现金分红款、薪酬或资产转让款，转让发行人股权获得大额股权转让款，主要资金流向或用途存在重大异常；

（9）控股股东、实际控制人、董事、监事（如有）、高级管理人员、关键岗位人员与发行人关联方、客户、供应商是否存在异常大额资金往来；

（10）是否存在关联方代发行人收取客户款项或支付供应商款项的情形。

结合上述标准，申报会计师对报告期内相关主体的资金流水进行逐笔核查，以核查其银行账户的实际归属、资金来源、资金往来的性质及其合理性。

4、受限情况及替代措施

（1）受限情况

在资金流水核查过程中，申报会计师未能获取报告期内辞任外部董事陈英、原核心技术人员于海波的银行流水。

由于北京鑫全盛被列入 SDN 清单，DeepCool USA Inc.（以下简称“美国子公司”）、鑫全盛有限公司（以下简称“香港子公司”）及 DEEPCOOL PTE. LTD.（以下简称“新加坡子公司”）连带受到影响，无法在银行网点直接打印北京鑫全盛、美国子公司、香港子公司及新加坡子公司名下的部分账户银行流水。因此，截至本问询回复签署日，申报会计师未能在现场获取北京鑫全盛名下的工商银行 3 个账户（1 个人民币账户、2 个美元账户）2024 年期间的银行流水文件、北京鑫全盛名下的 1 个 PayPal 账户 2024 年 7 月 1 日之后的银行流水文件、美国子公司名下的 3 个 Payoneer 账户 2024 年 7 月 1 日之后的银行流水文件、香港子公司名下的 1 个东亚银行账户 2024 年 6 月 30 日之后的银行流水文件、新加坡子公司名下 3 个大华银行账户 2024 年 7 月 26 日之后的银行流水

文件。

(2) 替代措施

通过对发行人及其子公司报告期内银行流水、银行日记账等的核查，陈英、于海波在报告期内与发行人及其子公司不存在大额异常资金往来。

通过对相关自然人报告期内的银行资金流水的核查，陈英、于海波在报告期内与相关自然人之间不存在大额异常资金往来。

申报会计师查阅公司在工商银行网银注销前自行获取的期间为 2024 年 1 月 1 日至 2024 年 6 月 27 日（网银注销日）的人民币账户银行流水文件，网银注销日后至报告期末该账户未产生流水，2 个美元账户于 2024 年度未产生流水，北京鑫全盛名下的 1 个 PayPal 账户、美国子公司名下的 3 个 Payoneer 账户、香港子公司名下的 1 个东亚银行账户于 2024 年 6 月 30 日之后未产生流水，新加坡子公司名下的 3 个大华银行账户于 2024 年 7 月 26 日之后未产生流水。

通过对发行人及其子公司报告期内其他银行流水、银行日记账等的核查，北京鑫全盛的工商银行相关账户、美国子公司、香港子公司及新加坡子公司名下相关账户流水完整，不存在异常情形。

(四) 说明核查中发现的异常情形，包括但不限于是否存在大额取现、大额收付等情形，是否存在相关个人账户与发行人客户及实际控制人、供应商及实际控制人、发行人股东、发行人其他员工或其他关联自然人的大额频繁资金往来；若存在，请说明对手方情况，相关个人账户的实际归属、资金实际来源、资金往来的性质及合理性，是否存在客观证据予以核实

1、报告期内发行人惠州工厂采购总负责人覃爱琼与发行人前员工吴英杰之间存在资金往来

报告期内，覃爱琼与吴英杰之间的资金往来具体情况如下表所示：

单位：元

覃爱琼银行账户	时间	收/支	金额	吴英杰银行账户
东莞银行（尾号 1320）	2020 年 1 月 16 日	支	50,000.00	（尾号 5379）

东莞银行（尾号 1320）	2020 年 6 月 5 日	支	90,170.00	（尾号 5379）
东莞银行（尾号 1320）	2020 年 7 月 24 日	支	165,750.00	（尾号 5379）
工商银行（尾号 0880）	2022 年 6 月 16 日	支	105,385.00	（尾号 6499）
招商银行（尾号 6869）	2022 年 6 月 29 日	收	50,000.00	（尾号 3602）
招商银行（尾号 6869）	2022 年 7 月 21 日	支	50,000.00	（尾号 3602）
工商银行（尾号 0880）	2023 年 2 月 7 日	支	50,000.00	（尾号 3602）
工商银行（尾号 0880）	2023 年 5 月 17 日	支	72,360.00	（尾号 0129）
工商银行（尾号 0880）	2023 年 5 月 21 日	支	160,000.00	（尾号 0129）
工商银行（尾号 0880）	2023 年 5 月 22 日	支	140,000.00	（尾号 0129）
工商银行（尾号 0880）	2023 年 6 月 6 日	收	300,000.00	（尾号 0129）

覃爱琼与吴英杰之间的资金往来主要有以下原因：

（1）将应付吴英杰款项转入其账户

单位：元

覃爱琼银行账户	时间	收/支	金额	吴英杰银行账户
东莞银行（尾号 1320）	2020 年 1 月 16 日	支	50,000.00	（尾号 5379）
东莞银行（尾号 1320）	2020 年 6 月 5 日	支	90,170.00	（尾号 5379）
东莞银行（尾号 1320）	2020 年 7 月 24 日	支	165,750.00	（尾号 5379）

覃爱琼作为永聿电子财务，2020 年度转账至吴英杰银行账户的资金来源于永聿电子账户。截至 2019 年 10 月 31 日，永聿电子其他应付款中存在应付吴英杰 48 万元。永聿电子账户注销前，覃爱琼将应付吴英杰的其他应付款转账至吴英杰。

（2）将暂时留存的应付吴英杰款项后续转入其账户

单位：元

覃爱琼银行账户	时间	收/支	金额	吴英杰银行账户
工商银行（尾号 0880）	2022 年 6 月 16 日	支	105,385.00	（尾号 6499）
工商银行（尾号 0880）	2023 年 5 月 17 日	支	72,360.00	（尾号 0129）

由于黄从利、覃爱琼夫妇需要资金周转，因此与吴英杰商议，口头约定将原属于其的部分款项先由覃爱琼支配，后续资金周转状况良好后，再由覃爱琼转回给吴英杰。

（3）资金短期周转

单位：元

覃爱琼银行账户	时间	收/支	金额	吴英杰银行账户
招商银行（尾号 6869）	2022 年 6 月 29 日	收	50,000.00	（尾号 3602）
招商银行（尾号 6869）	2022 年 7 月 21 日	支	50,000.00	（尾号 3602）
工商银行（尾号 0880）	2023 年 2 月 7 日	支	50,000.00	（尾号 3602）
工商银行（尾号 0880）	2023 年 5 月 21 日	支	160,000.00	（尾号 0129）
工商银行（尾号 0880）	2023 年 5 月 22 日	支	140,000.00	（尾号 0129）
工商银行（尾号 0880）	2023 年 6 月 6 日	收	300,000.00	（尾号 0129）

1) 2022 年 6 月 29 日吴英杰向覃爱琼转账人民币 5 万元，覃爱琼于 2022 年 7 月 21 日归还。

2) 2023 年初，吴英杰提供 5 万元现金供覃爱琼急用，2023 年 2 月 7 日覃爱琼将款项转账给吴英杰银行账户。

3) 2023 年 5 月 21 日和 22 日覃爱琼分别向吴英杰转账人民币 16 万元和 14 万元，吴英杰于 2023 年 6 月 6 日归还 30 万元。

由于永聿电子已于 2020 年 6 月 15 日注销，相关合同、单据及物流记录等纸质单据没有留存，因此申报会计师通过获取永聿电子银行流水以及财务报表的方式比照资金发生金额和时点进行了替代核查。申报会计师对黄从利夫妇及吴英杰等相关人员进行访谈，确认了发生资金往来事项的原因。

2、报告期内发行人前任董事徐东进与发行人供应商董事存在资金往来

徐东进与罗利华存在大额资金拆借，2020 年徐东进拆入 500 万元，2022 年徐东进归还 540.6 万元。罗利华任东莞鑫茂五金制品有限公司（以下简称“**东莞鑫茂五金**”）董事，报告期内，东莞鑫茂五金为发行人供应商，双方存在业务往来。

报告期内，九州风神从东莞鑫茂五金采购的内容、金额、占比情况如下表所示：

单位：万元

项目	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
采购内容	散热器零部件	散热器零部件	散热器零部件	散热器零部件
采购金额	212.34	455.73	447.06	315.98

采购金额占各年 (期)总采购金额的比例	0.75%	0.69%	0.60%	0.65%
------------------------	-------	-------	-------	-------

九州风神从东莞鑫茂五金采购的部分产品价格及同类供应商情况如下表所示：

单位：元/件

项目	时间	从东莞鑫茂五金采购价	从其他供应商采购价
GP 鳍片组 AL1100-17031256 镀镍	2024 年度	32.11	/
	2023 年度	32.11	/
	2022 年度（注）	32.11	36.28
GP 鳍片组 AL1100-I001-A 镀镍	2023 年度	11.94	/
	2022 年度	/	14.16
GP 鳍片组 AL1100-I001-B 镀镍	2023 年度	14.02	/
	2022 年度	/	19.03

注：发行人从东莞鑫茂五金采购该产品的时间为 2022 年 10 月，从其他供应商采购相同型号产品的时间为 2022 年 1-4 月。2025 年 1-6 月，公司从东莞鑫茂五金采购的产品与其他供应商不存在重合。

报告期各期，九州风神从东莞鑫茂五金采购的金额占比均不大于 1%，且占比变化较小，从东莞鑫茂五金采购的产品价格与其他供应商采购的价格存在一定差异，差异主要由于采购时间不同导致市场价格有所变动，定价具有公允性。

徐东进与罗利华之间未就相关借款事项签订正式的借款合同。

申报会计师已于 2022 年 9 月 23 日对罗利华进行了视频访谈，了解并确认了借款发生原因、资金往来完整性等事项。除正常采购事项外，东莞鑫茂五金与九州风神之间不存在其他业务及资金往来。罗利华与九州风神的主要客户、供应商及除徐东进之外的其他关联方之间均不存在关联关系及业务往来，双方不存在其他利益安排。

除上述问题外，资金流水核查中不存在其他异常情形。

（五）结合财务内控不规范情形、资金流水核查情况、报告期内大额现金分红、获客情况就发行人内部控制是否健全有效、获客过程是否存在商业贿赂、是否存在体外资金循环形成销售回款或承担成本费用的情形发表明确意见

1、发行人内部控制是否健全有效

申报会计师获取并查阅发行人的《财务核算制度》《货币资金管理制度》等资金管理相关内部控制制度；检查财务相关岗位设置；访谈了财务人员及相关负责人；并执行穿行测试和控制测试，以确认发行人资金管理相关的内部控制制度的设计是否合理、执行是否有效。

经核查，申报会计师认为，除前述已披露和整改的事项外，发行人已制定了较为严格的资金管理制度，建立了完备的内部控制体系，相应制度及内部控制体系执行有效，发行人的资金管理相关内部控制制度不存在重要或重大缺陷。

2、获客过程是否存在商业贿赂、是否存在体外资金循环形成销售回款或承担成本费用的情形

（1）获客过程是否存在商业贿赂

申报会计师通过对主要股东分红资金流向的核查，除本人账户留存外，分红资金主要流向为投资理财、认购股份、亲属往来、日常消费等，不涉及流向发行人供应商、客户进行利益输送的情形。

根据发行人主管市场监督管理局出具的合规证明，并经检索“国家企业信用信息公示系统”、“信用中国”、“中国裁判文书网”、“中国市场监管行政处罚文书网”、“企查查”等网站，报告期内，发行人不存在因违反商业贿赂相关法律法规而被行政主管部门处罚或因违反客户反商业贿赂规定而被客户索赔的情形。

（2）是否存在体外资金循环形成销售回款或承担成本费用的情形

申报会计师通过核查发行人及其子公司、相关自然人的银行流水，除前述已披露和整改的事项外，发行人及其子公司大额往来不存在重大异常，与客户

供应商之间的往来均与业务活动相匹配；相关自然人流水不存在与发行人客户、供应商、股东、发行人员工及其他关联自然人之间的大额频繁异常往来情形。发行人及其主要人员不存在资金体外循环及利益输送情形。

问题 10. 其他财务问题

(1) 最近一期末应收账款大幅增长。根据申请文件，报告期各期末，发行人应收账款余额为 7,851.28 万元、9,445.65 万元、9,353.29 万元和 16,042.10 万元，2023 年 6 月末应收账款余额大幅增长。请发行人说明：①报告期各期公司对主要客户的信用期和信用额度是否发生变化，是否存在放宽信用政策刺激销售的情形。②公司 2023 年 6 月末应收账款大幅增长的原因，各期末逾期应收账款金额及占比、期后回款情况。③中信保的承保比例，各期保费与收入、应收账款的匹配关系。

(2) 2022 年销售费用率大幅提高。根据申请文件，报告期各期，发行人销售费用率分别为 7.26%、7.62%、9.54%及 7.86%，2022 年销售费用率大幅提高；报告期各期，公司销售人员人均薪酬分别为 21.58 万元、21.07 万元、28.69 万元以及 42.38 万元，公司销售人员人均薪酬总体呈上涨趋势。请发行人：①说明销售人员薪酬水平与同行业可比公司、同地区上市公司等的比较情况，说明差异原因及合理性，2022 年起销售人员薪酬大幅增长的合理性，与发行人销售人员薪酬政策是否匹配。②说明发行人销售费用中运杂费的核算内容，是否能与应计入合同履行成本中的运输费用区分，列报是否符合企业会计准则规定，售后服务费与收入、预计负债等的匹配性。③说明公司的费用报销制度，是否存在体外发放费用或通过无票或虚假票据报销支出资金的情况。④说明销售费用中服务费的支出内容，公司是否存在居间业务，服务商是否为公司的关联方或存在其他利益安排。

(3) 报告期内进行大额现金分红的合理性。根据申请文件，公司于 2020 年度和 2023 年上半年分别实施现金分红 1,998.14 万元和 2,005.29 万元。请发行人：①结合报告期内公司财务状况、现金流及资金需求等情况，说明大额现金分红的原因及合理性。②结合主要股东（尤其是实际控制人）取得分红资金的具体去向及客观支持证据，说明是否存在流向发行人客户、供应商的情形，是否存在为发行人代垫成本费用、进行商业贿赂、利益输送的情形。

(4) 搬迁至惠州工厂的原因及背景。根据申请文件，2022 年因公司将深

圳工厂搬迁至惠州，公司支付劳动合同经济补偿金 1,683.35 万元及厂房合同赔偿 289.49 万元。请发行人说明将深圳工厂搬至惠州工厂的具体原因及背景，公司搬迁费用及员工经济补偿费用的支付情况，是否存在纠纷或诉讼，相应费用的会计处理及是否企业会计准则相关规定。

请保荐机构、申报会计师核查上述事项并发表明确意见。

【回复】

一、最近一期末应收账款大幅增长。

（一）报告期各期公司对主要客户的信用期和信用额度是否发生变化，是否存在放宽信用政策刺激销售的情形

报告期各期，公司对主要客户信用政策情况如下：

客户名称	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
客户 B	-	信用额度：1,000 万美元； 信用期限：O/A 60 天 （提单日期）	信用额度：500 万美元；信用期限：O/A60 天（提单日期）	信用额度：500 万美元；信用期限：O/A60 天（提单日期）
北京京东世纪贸易有限公司	信用额度：2,000 万元人民币； 信用期限：O/A52 天	信用额度：2,000 万元人民币； 信用期限：O/A52 天	2023 年 1-9 月 信用额度：1,760 万人民币；信用期限：O/A52 天 2023 年 10-12 月 信用额度：2,000 万人民币；信用期限：O/A52 天	2022 年 1-4 月 信用额度：2,000 万人民币；信用期限：O/A52 天 2022 年 5-6 月 信用额度：1,760 万人民币；信用期限：O/A52 天
客户 D	-	2024 年 1 月-6 月 4 日： 信用额度：550 万美元； 信用期限：O/A 90 天 （提单日期） 2024 年 6 月 5 日之后： 信用额度：600 万美金； 信用期限：O/A 90 天 （提单日期）	2023 年 1 月 信用额度：340 万美元；信用期限：O/A90 天（提单日期） 2023 年 2 月-6 月 信用额度：450 万美元；信用期限：O/A90 天（提单日期） 2023 年 7 月-12 月信用额度：550 万美元；信用期限：O/A90 天（提单日期）	2022 年 1-7 月 信用额度：170 万美元；信用期限：O/A90 天（提单日期） 2022 年 8-10 月 信用额度：250 万美元；信用期限：O/A90 天（提单日期） 2022 年 11-12 月 信用额度：340 万美元；信用期限：O/A90 天（提单日期）
韩国 BIGS	-	信用额度：220 万美元； 信用期限：O/A 60 天 （出运日期）	2023 年 1 月 1 日-2023 年 2 月 21 日 信用额度：150 万美元；信用期限：O/A60	2022 年 1-8 月 信用额度：80 万美元； 信用期限：O/A60 天 （出运日期）

客户名称	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
			天（出运日期） 2023 年 2 月 22 日-2023 年 12 月 31 日 信用额度：220 万美元；信用期限：O/A60 天（出运日期）	2022 年 9-11 月 信用额度：100 万美元；信用期限：O/A60 天（出运日期） 2022 年 12 月 信用额度：150 万美元；信用期限：O/A60 天（出运日期）
日本 TW	-	信用额度：150 万美元； 信用期限：O/A30 天（出运日期）	2023 年 1-2 月 信用额度：80 万美元； 信用期限：O/A15 天（出运日期） 2023 年 3-5 月 信用额度：150 万美元；信用期限：O/A15 天（出运日期） 2023 年 6 月-2023 年 12 月 信用额度：150 万美元；信用期限：O/A30 天（出运日期）	2022 年 1-5 月 信用额度：15 万美元； 信用期限：O/A15 天（出运日期） 2022 年 6-8 月 信用额度：50 万美元； 信用期限：O/A15 天（出运日期） 2022 年 9-12 月 信用额度：80 万美元； 信用期限：O/A15 天（出运日期）
客户 A	-	信用额度：450 万美元； 信用期限：O/A90 天（出运日期）	2023 年 1-2 月 信用额度：200 万美元；信用期限：O/A60 天（出运日期） 2023 年 3-12 月 信用额度：450 万美元；信用期限：O/A90 天（出运日期）	2022 年 1-8 月 信用额度：100 万美元；信用期限：O/A60 天（出运日期） 2022 年 9-12 月 信用额度：200 万美元；信用期限：O/A60 天（出运日期）
北京 ABB	信用额度：1100 万元人民币；信用期限：O/A90 天（开票日期）	信用额度：1100 万元人民币；信用期限：O/A90 天（开票日期）	2023 年 1-7 月 信用额度：750 万人民币；信用期限：O/A90 天（开票日期） 2023 年 8-12 月 信用额度：1100 万元人民币；信用期限：O/A90 天（开票日期）	信用额度：750 万人民币；信用期限：O/A90 天（开票日期）
客户 BC	信用额度：3,000 万元人民币； 信用期限：O/A90 天	2024 年 7 月-12 月 30 日 信用额度：1,000 万元人民币； 信用期限：O/A90 天 2024 年 12 月 31 日 信用额度：3,000 万元人民币； 信用期限：O/A90 天	-	-
客户 AZ	2025 年 1 月-2 月 25 日 信用额度：5,000 万元人民币； 付款期限：月结 90 天	信用额度：5,000 万元人民币； 信用期限：O/A90 天	-	-

客户名称	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
	2025 年 2 月 26 日-6 月 30 日 信用额度：8,000 万元人民币； 付款期限：月结 90 天			
客户 BA	2025 年 1 月-3 月 24 日 信用额度：10,000 万元人民币； 付款期限：月结 90 天 2025 年 3 月 25 日-4 月 28 日 信用额度：11,000 万元人民币； 付款期限：月结 90 天 2025 年 4 月 29 日-6 月 30 日 信用额度：13,000 万元人民币； 付款期限：月结 90 天	信用额度：10,000 万元人民币； 信用期限：0/A90 天	-	-
客户 BB	2025 年 1 月-2 月 27 日 信用额度：5,000 万元人民币； 付款期限：月结 90 天 2025 年 2 月 28 日-6 月 30 日 信用额度：7,000 万元人民币； 付款期限：月结 90 天	信用额度：5,000 万元人民币； 信用期限：0/A90 天	-	-

报告期内，公司主要客户信用政策中信用期限变动不大。公司对主要客户信用期限的小幅调整主要是基于与客户前期的合作情况和当期客户的采购需求、公司产品生产和供货能力，根据客户的规模实力、品牌信誉、合作历史、客户性质、客户所在国家或地区的政治经济环境等方面，并结合中信保的承保条件进行调整。

报告期内，公司通常对规模较大、品牌知名度高、综合实力强、所处国家或地区政治经济环境稳定、合作时间较长且交易稳定的经销客户给予更长的信用期，对规模较小、综合实力较弱的经销商客户采用较谨慎的信用政策。

公司给予经销商的信用政策是根据客户的具体情况及市场环境进行制定及调整，符合公司业务发展需要，同时满足中信保的承保条件，报告期内不存在大幅异常变化，不存在通过放宽信用政策调节收入的情况。

（二）公司 2023 年 6 月末应收账款大幅增长的原因，各期末逾期应收账款金额及占比、期后回款情况

报告期内公司各期应收账款余额、各期末逾期金额及占比、各期末期后回款金额及占比如下：

单位：万元

项目	2025 年 6 月 30 日	2024 年 12 月 31 日	2023 年 12 月 31 日	2023 年 6 月 30 日	2022 年 12 月 31 日
应收账款余额	40,194.03	35,201.65	16,269.19	16,892.23	9,850.98
逾期金额	19,962.65	15,080.53	1,049.40	1,546.61	608.66
逾期比例	49.67%	42.84%	6.45%	9.16%	6.18%
逾期回款金额	5,238.49	540.83	1,033.14	1,539.30	602.06
逾期回款比例	26.24%	3.59%	98.45%	99.53%	98.92%

注：上述回款情况为截至 2025 年 8 月 31 日回款情况。

2023 年 6 月末应收账款大幅增长主要系受益于公司新产品放量贡献和俄语区市场占有率提升，公司营业收入同比增长 109.11%，至期末款项尚在信用期内未收回，导致期末应收账款余额较大。整体来看，应收账款增长比率小于收入增长比率。

公司 2022 年末、2023 年 6 月末、2023 年末、2024 年末、2025 年 6 月末逾期应收账款金额分别为 608.66 万元、1,546.61 万元、1,049.40 万元、15,080.53 万元和 19,901.15 万元。截至 2025 年 8 月 31 日，公司 2022 年末、2023 年 6 月末、2023 年末、2024 年末、2025 年 6 月末逾期应收账款回款比率分别为 98.92%、99.53%、98.45%、3.59%和 26.24%，2024 年末、2025 年 6 月末逾期回款比例较低主要系北京鑫全盛被纳入美国 SDN 制裁名单影响，海外客户回款受到限制所致。

（三）中信保的承保比例，各期保费与收入、应收账款的匹配关系

截至 2025 年 6 月末，应收账款前十名客户的中信保承保比例情况如下：

单位：万元

序号	客户名称	境内/境外	赔付额度	拒收风险赔偿比例	生效日期
1	客户 BA	境内	/	/	/
2	客户 AZ	境内	/	/	/

3	客户 BB	境内	/	/	/
4	加拿大 CC	境外	/	/	已于 2024 年 6 月 终止承保
5	京东世纪	境内	2,000.00	90%	2025 年 6 月 12 日
6	客户 D	境外	/	/	已于 2024 年 6 月 终止承保
7	客户 BD	境内	/	/	/
8	客户 BC	境内	/	/	/
9	北京 ABB	境内	1,100.00	90%	2025 年 5 月 18 日
10	客户 BL	境外	/	/	已于 2024 年 6 月 终止承保

注 1：境外客户赔付额度以美元计算，境内客户赔付额度以人民币计算；

注 2：境内客户北京 ABB 承保风险包括买方拖欠、破产或无力偿付情况；境外客户承保风险包括买方拖欠、破产或无力偿付，以及政治风险等情况。

各报告期应收账款余额如下所示：

单位：万元

项目	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
保费	46.47	294.06	500.08	300.14
应收账款余额	40,194.03	35,201.65	16,269.19	9,850.98
营业收入	51,429.29	119,159.38	146,328.88	83,377.53
保费占营业收入比例	0.09%	0.25%	0.34%	0.36%
保费占应收账款比例	0.12%	0.84%	3.07%	3.05%

报告期内，公司保费占应收账款比例分别为 3.05%、3.07%、**0.84%**和 **0.12%**，2022 年度、2023 年度不存在大幅波动情况，与应收账款规模相匹配，**2024 年度及 2025 年 1-6 月保费占应收账款比例大幅降低主要系：（1）北京鑫全盛被列入 SDN 清单，公司境外客户回款受限，应收账款大幅增加所致；（2）经公司评估，新拓展的境内经销商客户 AZ、客户 BC、客户 BB、客户 BA 等产生坏账风险较小，未对其购买中信保保险。**

二、2022 年销售费用率大幅提高。

（一）说明销售人员薪酬水平与同行业可比公司、同地区上市公司等的比较情况，说明差异原因及合理性，2022 年起销售人员薪酬大幅增长的合理性，与发行人销售人员薪酬政策是否匹配

1、说明销售人员薪酬水平与同行业可比公司、同地区上市公司等的比较情况，说明差异原因及合理性

报告期内，公司销售人员平均薪酬与同行业可比公司对比情况如下：

单位：万元/人

公司简称		2025 年 1-6 月	2024 年	2023 年	2022 年
锐新科技	营业收入 (万元)	28,930.17	62,202.14	66,471.30	76,571.49
	净利润 (万元)	2,033.20	5,530.32	7,536.46	9,723.19
	销售人员人均薪酬	-	11.80	11.41	12.04
超频三	营业收入 (万元)	47,436.61	69,766.45	63,533.99	115,033.68
	净利润 (万元)	771.38	-39,684.05	35,325.90	1,022.16
	销售人员人均薪酬	-	16.89	17.64	18.80
同行业可比公司销售人员平均薪酬		-	14.35	14.53	15.42
九州风神营业收入 (万元)		51,429.29	119,159.38	146,328.88	83,377.53
九州风神净利润 (万元)		4,197.75	6,310.72	23,292.53	3,670.62
九州风神销售人员人均薪酬		23.56	30.20	33.50	28.69

注 1：受北京鑫全盛被纳入 SDN 清单影响，2024 年下半年销售人员大幅减少，2024 年度销售人员平均薪酬=销售人员总薪酬/年平均销售人员数量；2022 年末、2023 年末、2025 年 6 月末销售人员平均薪酬=销售人员总薪酬/期末销售人员数量。

注 2：2025 年 1-6 月销售人员平均薪酬已年化处理。

注 3：锐新科技和超频三 2025 年半年度报告未披露销售人员数量。

报告期各期，公司销售人员平均薪酬明显高于同行业可比公司平均水平，薪酬规模与公司总体规模、所处地区、业务模式以及产品结构等多方面因素相关，各公司销售激励政策及制度也有所差异。公司销售人员平均薪酬金额及变动情况符合公司自身经营和销售业绩变动情况，具有合理性。

报告期内，公司销售人员平均薪酬与北京市海淀区在北京证券交易所上市的制造业公司对比情况如下：

单位：万元/人

公司简称		2025 年 1-6 月	2024 年	2023 年	2022 年
诺思兰德	营业收入（万元）	3,650.37	7,211.09	5,967.51	6,465.46
	净利润（万元）	-1,942.39	-3,971.69	-4,534.52	-6,451.66
	销售人员人均薪酬	14.03	18.32	23.87	16.27
曙光数创	营业收入（万元）	14,009.04	50,625.17	65,025.31	51,760.20
	净利润（万元）	-4,077.23	6,142.44	10,447.60	11,688.33
	销售人员人均薪酬	52.86	38.40	30.35	26.57
机科股份	营业收入（万元）	13,364.78	45,966.08	54,043.52	52,108.02
	净利润（万元）	-648.60	947.97	4,117.07	4,078.26
	销售人员人均薪酬	2.47	2.27	2.72	3.36
同地区上市公司销售人员平均薪酬		23.12	19.66	18.98	15.40
九州风神营业收入（万元）		51,429.29	119,159.38	146,328.88	83,377.53
九州风神净利润（万元）		4,197.75	6,310.72	23,292.53	3,670.62
九州风神销售人员人均薪酬		23.56	30.20	33.50	28.69

注：受北京鑫全盛被纳入 SDN 清单影响，2024 年下半年销售人员大幅减少，2024 年度销售人员平均薪酬=销售人员总薪酬/年平均销售人员数量；2022 年末、2023 年末、2025 年 6 月末销售人员平均薪酬=销售人员总薪酬/年末销售人员数量。

报告期各期，公司销售人员人均薪酬分别为 28.69 万元、33.50 万元、30.20 万元以及 23.56 万元，均高于同地区制造业上市公司平均值。销售人员人均薪酬主要受业务规模、人员规模、业绩情况、产品结构、产品销售区域等多方面因素影响，各公司销售激政策有所差异，故人均薪酬存在差异，报告期内，公司销售人员人均薪酬随公司销售业绩有所波动，符合自身经营情况，具有合理性。

2、2022 年起销售人员薪酬大幅增长的合理性，与发行人销售人员薪酬政策是否匹配

公司销售部门包括零售产品事业部、行业客户事业部。零售产品事业部负责公司自有品牌产品的市场销售工作，以及海内外线下渠道和线上平台的推广

与维护、接收客户订单，达成销售目标。行业客户事业部负责公司行业客户的开发和维护，根据公司年度计划，制定并实施达成部门销售目标。

公司销售人员收入构成包括基本工资、绩效工资及年度奖金。公司制定了《绩效管理办法》对绩效考核方式进行明确，按月度进行考核，并在发放当月的绩效工资中体现。绩效管理主要依据《目标责任书》，目标责任书为百分制，考核项包括主指标、副指标、综合评价及部门满意度调查。责任书中主副指标权重占比为 70%，综合评价占比为 20%，部门满意度调查为 10%。主副指标各设置为 3-5 项，销售部门主副指标设置主要与月度销售目标完成情况、公司产品推销情况相关，每项指标得分分值范围为（0，权重值*1.5），100 分权重外的加减分项除外；综合评价项由直属主管以及上一级部门负责人评分；部门满意度调查由各部门负责人进行互评，目前个人《目标责任书》中的满意度考评分值直接取用部门该项考评分值。

绩效考核方案：

绩效得分（X）	绩效工资系数
$125 \leq X$	2
$110 \leq X < 125$	1.5
$100 \leq X < 110$	1.2
$90 \leq X < 100$	1
$80 \leq X < 90$	0.9
$70 \leq X < 80$	0.8
$60 \leq X < 70$	0.7
$X < 60$	0

公司按部门在年初制定相应的薪酬包，部门内所有人员的薪资总和不能超薪资总包。公司销售人员年终奖金结合个人业绩与公司业绩进行发放。

报告期内公司销售部门人均薪酬情况如下：

单位：万元、人、万元/人

项目	2025 年 1-6 月	2024 年	2023 年	2022 年
营业收入	51, 429. 29	119, 159. 38	146,328.88	83,377.53
净利润	4, 197. 75	6, 310. 72	23,292.53	3,670.62

期末销售人员	64	68	125	113
销售人员人均薪酬	23.56	30.20	33.50	28.69

注 1：受北京鑫全盛被纳入 SDN 清单影响，2024 年下半年销售人员大幅减少，2024 年度销售人员平均薪酬=销售人员总薪酬/年平均销售人员数量；2022 年末、2023 年末、2025 年 6 月末销售人员平均薪酬=销售人员总薪酬/期末销售人员数量。

注 2:2025 年 1-6 月销售人员平均薪酬已年化处理。

报告期各期，公司销售人员人均薪酬分别为 28.69 万元、33.50 万元、30.20 万元以及 23.56 万元。2023 年销售人员人均薪酬大幅上涨的原因系公司新产品逐渐被市场认可，在各个区域销售收入同比呈现出大幅上升，公司提前完成销售目标，导致 2023 年销售人员薪酬出现增长，具有合理性，与公司对销售人员的业绩考核的激励方式匹配；2024 年度、2025 年 1-6 月，公司受美国制裁影响，销售业绩出现下滑导致薪酬有所下降。

（二）说明发行人销售费用中运杂费的核算内容，是否能与应计入合同履行成本中的运输费用区分，列报是否符合企业会计准则规定，售后服务费与收入、预计负债等的匹配性

1、说明发行人销售费用中运杂费的核算内容，是否能与应计入合同履行成本中的运输费用区分，列报是否符合企业会计准则规定

公司销售费用中的运杂费主要为将产品运往美国子公司及亚马逊仓库的海运费。

销售模式		运输费用的承担方式	单体报表处理
境内销售	经销和直销	公司承担将货物运送至客户或平台用户指定地点的运输费用	属于与履行合同相关的成本，计入营业成本
境外销售	经销和 OEM/ODM 直销	FOB 贸易模式：公司承担将货物运送至码头相关的报关费、陆运费、码头装卸费等境内运输费用	属于与履行合同相关的成本，计入营业成本
		CIF 贸易模式：公司承担将货物运送至码头相关的报关费、陆运费、码头装卸费等境内运输费用以及到目的港的海运费、保险、附加费用等	属于与履行合同相关的成本，计入营业成本
		DDP 贸易模式：公司承担将货物运送至客户指定境外收货地点的境内外运输费用，包括报关费、陆运费、码头装卸费、海运费、和清关税费等	属于与履行合同相关的成本，计入营业成本
	亚马逊直	公司至亚马逊仓库：公司承担将货物	亚马逊属于自营店，

	销	运送至境外亚马逊仓库的境内外运输费用，包括报关费、陆运费、码头装卸费、海运费、和清关税费等	不是与特定的客户销售合同相关的，不属于合同履约成本，计入销售费用
		亚马逊仓库至平台用户：公司使用亚马逊 FBA 物流配送，由亚马逊负责物流配送（相关费用通过电商平台服务费核算）	属于与履行合同相关的成本，计入营业成本
	美国子公司销售	美国子公司第三方仓库至客户：指定运输公司提供运输服务，费用跟运输公司直接结算	属于与履行合同相关的成本，计入营业成本
内部销售	北京鑫全盛销售给美国鑫全盛	惠州仓库至境内港口（FOB 贸易模式）：北京鑫承担将货物运送至码头相关的报关费、陆运费、码头装卸费等境内运输费用	属于与履行合同相关的成本，计入营业成本
		港口到美国仓库：美国子公司承担将货物从港口运送至境外第三方仓库的境外运输费用，包括海运费、货代费、车架费和清关税费等	内部调拨，费用化处理计入销售费用

报告期内，销售费用中运杂费的核算内容能够与应计入合同履约成本中的运输费用区分。根据《企业会计准则第 14 号——收入》的规定，企业销售商品，属于某一时点履行的履约义务，企业应当在相关商品的控制权转移给客户时确认收入的实现。公司列报符合企业会计准则规定。

2、售后服务费与收入、预计负债等的匹配性

公司销售费用中售后服务费主要为客诉费。报告期各期，公司售后服务费与收入、预计负债匹配情况如下所示：

单位：万元

项目	2025 年 1-6 月	2024 年	2023 年	2022 年
售后服务费	-84.04	264.01	819.92	387.77
主营业务收入	50,848.99	117,943.63	145,501.44	82,706.25
预计负债-售后服务费	1,882.82	1,973.42	1,744.50	975.88
售后服务费占收入比	-0.17%	0.22%	0.56%	0.47%

报告期各期，公司售后服务费占主营业务收入的比重分别为 0.47%、0.56%、0.22%和-0.17%，占比较低，与公司营业收入规模相匹配；2024 年度和 2025 年 1-6 月售后服务费较 2023 年度大幅下滑，主要系公司产品质保期最高 5 年，2024 年度和 2025 年 1-6 月分别冲减 5 年以上预计负债金额 247.48 万元、

102.17 万元所致。

（三）说明公司的费用报销制度，是否存在体外发放费用或通过无票或虚假票据报销支出资金的情况

公司制定了《财务报销管理规程》，以规范公司员工日常费用报销流程，加强公司内部财务管理，合理控制费用支出，确保对报销流程进行有效管理。

《财务报销管理规程》对公司职工的日常费用、差旅费、客诉费、广告费及与业务相关的项目费用进行管理。公司财务报销流程如下所示：

步骤	序号	内容
提出申请	1	报销人员提出申请，并按财务规定向部门总监提交支出凭证及相关附件（发票、合同及付款信息等）。
审核	2	物流组负责人审核货代费用的支出凭证及相关附件（发票、合同及付款信息等），审核费用的真实性、合理性。
	3	部门总监审核支出凭证及相关附件（发票、合同及付款信息等），审核费用的真实性、合理性。
审批	4	事业部总经理审核员工报销的各项费用（对于 RP 事业部报销金额 <\$2,000.00，OMD 事业部报销金额 <¥3,000.00 的，RP 事业部报销事项为运费且报销金额 <¥100,000.00 的，事业部总经理跳过不审，经部门总监审核后直接送至财务部审核），审核费用的真实性、合理性。
	5	人力资源总监审核国内差旅费用及各事业部总经理报销的费用，审核费用的真实性、合理性。
	6	1.董事长审核除 RPB 事业部外发起的报销金额 ≥ ¥10 万元的费用；2.董事长审核 RPB 事业部发起的除以下类型外的其他 10 万元以上费用：（1）日常报销（2）劳务费（3）技术服务费（4）差旅报销（5）设备请购与维修、建筑或土建维修、装修（6）海外参展费（7）法务/财务服务费（8）终端客户赔偿（9）货代费用；3.董事长审核各事业部总经理领款或报销金额 ≥ ¥5,000.00 的费用（报销事项属董事长授权（详见《资金支出授权书》）事项报销金额 <¥5,000,000.00 或报销金额小于 ¥100,000.00 跳过，由事业部总经理审核后交由财务审核。）；4.审核以上费用的真实性、合理性。
	7	董事会秘书审核 RPB 事业部发起的以下类型的 10 万元以上费用：（1）日常报销（2）劳务费（3）技术服务费（4）差旅报销（5）设备请购与维修、建筑或土建维修、装修（6）海外参展费（7）法务/财务服务费（8）终端客户赔偿（9）货代费用。
提交纸质凭证	8	发起人查看流程进度，已审批完成的流程需提交财务分析专员纸质凭证。（备注：如发起人不在北京办公或因其他原因可指定人员打印提交纸质凭证。）
审核纸质凭证	9	财务分析专员审核发票、金额及附件的内容及书写是否正确，确认签字流程是否齐全。若通过，提交给出纳员进行 OA 复核；若不通过，通知报销人员更正。
接收纸质报销凭证进行 OA	10	出纳员接收报销人员提交的纸质报销凭证后进行审核，若通过，提交 OA 系统；若不通过，终止 OA 系统并退回纸质凭证，通知报销人员更正。

复核		
网银支付、发送电子凭证	11	出纳员登录银行企业网银系统支付报销费用，向有需要的人员发送电子凭证。

公司严格按照《财务报销管理规程》，对员工费用报销进行管理，不存在体外发放费用或通过无票或虚假票据报销支出资金的情况。

（四）说明销售费用中服务费的支出内容，公司是否存在居间业务，服务商是否为公司的关联方或存在其他利益安排

报告期内，公司不存在通过居间商获取业务的情况。

公司主要从事以电脑散热器为核心的电脑硬件产品的研发、生产及销售，主要产品包括电脑散热器、机箱和电源等。终端客户主要为组装个人电脑的個人消费者。因此，公司主要依靠经销商实现对外销售。

报告期各期，销售服务费用情况如下：

单位：万元

项目	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
销售服务费	94.64	835.63	768.88	494.46

报告期各期，公司主要服务商情况如下所示：

1、2025 年 1-6 月

单位：万元

序号	合作主体	服务费金额	开始合作时间	协议约定服务价格	提供服务内容
1	Wyse Way Ltd.	37.10	2023-07-27	甲方支付乙方咨询服务费为每年 6 万英镑。甲方每个自然月为频次在获得上述成果报告并经甲方确认后向乙方支付咨询顾问服务费，每个自然月的 15 日（遇到节假日向后顺延至节假日之后的第一个工作日）前支付当月的咨询服务费。	协助甲方了解欧洲市场法律法规，协助甲方欧洲子公司的运营和欧洲团队员工生产力。遵守甲方当地商业法令要求，执行符合规定的应对措施
2	客户 BB	23.97	2024-11-06	代收款项金额的 1%	乙方收到款项后，需将代收款项悉数以电汇方式转付至甲方指定收款账户

序号	合作主体	服务费金额	开始合作时间	协议约定服务价格	提供服务内容
3	Egnyte, Inc.	3. 23	2025-02-20	3 年平台订阅费，每年 4,200.00 美元	Egnyte 平台订阅使用，提供在线存储空间、存储同步功能以及相关技术支持
4	北京恒生盈泰科技有限公司	2. 78	2024-04-15	合同维护费用 2.5 万元，超出服务范围的人员费用按照 1200 元/人日计算	乙方根据甲方指定接口人发邮件要求进行的销售系统或者软件维护、功能修改、数据处理等工作。乙方根据确认的内容做出方案，并标明所需要工时，工时按人天或人月计，与甲方协商，双方同意后，乙方即开始服务工作
5	北京泰得文通科技公司	2. 25	2025-01-01	服务有效期 1 年 4.5 万元	乙方向甲方提供销售业务 CMS 产品使用的技术支持，并与甲方配合完成英文版及其他小语种销售网站 cms 实施工作。
合计		69. 34	-	-	-

2、2024 年度

单位：万元

序号	合作主体	服务费金额	开始合作时间	协议约定服务价格	提供服务内容
1	Megabyte Consulting Inc	149. 28	2023-01-03	每月按照服务工时结算，187.5 美元/小时	乙方应最大努力积极招揽订单，并促进产品在销售区域内的销售；参加公司安排的销售会议、规划会议以及与公司产品销售和营销有关的其他活动；应根据公司的要求参加合理数量的贸易展览会。
2	上海携程宏容国际旅行社有限公司	61. 86	2024-03-04	甲方按照如下约定向乙方支付预算费用：指定日期前：支付 85%；双方结算费用以乙方在活动结束后出具的结算单为准，按结算单向乙方支付本次项目总费用的全部剩余部分。	组织甲方出行人员到中华人民共和国境内或中华人民共和国境外及港、澳、台地区等旅游目的地旅行游览或者会议安排，并为甲方出行人员代订旅游交通票务、安排餐饮、住宿、游览、会议服务等经营活动。
3	客户 BC	58. 89	2024-10-30	代收款项金额的 1%	乙方收到款项后，需将代收款项悉数以电汇方式转付至甲方指定收款账户
4	DCA Dragon Limited	42. 64	2024-01-01	甲方在每个自然月的 25 日（遇到节假日向后顺延至节假日之后的第一个工作日，）前支付当月的咨询服务费美元 10010 元。	乙方为甲方在意大利，伊比利亚，英国及北欧（包括但不限于其他约定的地区）的电脑散热器、电脑机箱和电脑电源等产品的业务提供区域销售及相关咨询服务。
5	WYSE WAY LTD.	36. 72	2023-07-27	咨询服务费为每年英 60,000 元。甲方每个	乙方为甲方欧洲市场，提供业务咨询及运营管理服务。

序号	合作主体	服务费金额	开始合作时间	协议约定服务价格	提供服务内容
				自然月为频次在获得上述成果报告并经甲方确认后向乙方支付咨询顾问服务费，每个自然月的15日（遇到节假日向后顺延至节假日之后的第一个工作日）前支付当月的咨询服务费。	
合计		349.39			

3、2023 年

单位：万元

序号	合作主体	服务费金额	开始合作时间	协议约定服务价格	提供服务内容
1	Jelle Mulder	132.33	2023-01-01	1-7 月 每月 8,650.00 欧元；8 月起签订补充协议，更改为每月 8,000.00 欧元；11 月签订解除协议，补偿 84,000.00 欧元。	乙方为中方在欧洲区域(包括但不限于德语区、比荷卢克斯等地区)的电脑散热器、电脑机箱和电脑电源等产品的业务提供区域销售及相关咨询服务。
2	DCA Dragon Limited	84.63	2023-01-01	甲方支付乙方咨询服务费为每月美元 10,010.00 元(大写:壹万拾美元)。甲方每个自然月为频次向乙方支付咨询顾问服务费，每个自然月的 20 日(到节假日向后顺延至节假日之后的第一个工作日)前支付当月的咨询服务费。	乙方为甲方在法国、伊比利亚，英国及北欧的电脑散热器、电脑机箱和电脑电源等产品的业务提供区域业务咨询服务。
3	上海携程宏容国际旅行社有限公司	56.82	2023-10	(1)甲方按照如下约定向乙方支付预算费用:2023 年 9 月 28 日前:支付 85%，即 316,152.81 元；(2)甲方按照如下约定向乙方支付预算费用:2023 年 9 月 28 日前:支付 85%，即 184,736.55 元。双方结算费用以乙方在活动结束后出具的结算单为准，甲方于 2023 年 11 月 17 日，按结算单向乙方支付本次项目总费用的全部剩余部分。	组织甲方出行人员到中华人民共和国境内或中华人民共和国境外及港、澳、台地区等旅游目的地旅行游览或者会议安排，并为甲方出行人员代订旅游交通票务、安排餐饮、住宿、游览、会议服务等经营活动。

4	鹏鹏奇思妙想文化创意(天津)有限公司	39.00	2023-09	本合同项下咨询服务费用（合同总额）为人民币 390,000.00 元，大写金额：人民币叁拾玖万元整（已含 1%增值税）。	甲方委托乙方利用其在信息渠道、市场研究、专业人员的知识和经验等方面的优势，根据甲方需求，为甲方提供咨询服务。
5	MAXX PRO FZE	35.92	2023-01-01	2023 年 1 月 1 日起每月服务费调整为 2,000.00 美元；除服务费外，乙方有权获得合理差旅费的报销，包括拜访客户或参加交易会的差旅费。	提供销售代理服务
合计		453.43	-	-	-

4、2022 年

单位：万元

序号	合作主体	服务费金额	开始合作时间	协议约定服务价格	提供服务内容
1	DCA Dragon Limited	81.14	2020-01-01	甲方支付乙方咨询服务费为每年 120,000.00 美元（大写：壹拾贰万美元）。甲方每个自然月为频次向乙方支付咨询顾问服务费，每个自然月的 10 日（遇到节假日向后顺延至节假日之后的第一个工作日）前支付当月的咨询服务费。	乙方为甲方在欧洲区域的电脑散热器、电脑机箱和电脑电源等产品的业务提供区域业务咨询服务。协助甲方制定并推动所负责区域的运营策略和招聘需求。协助甲方将策略转化为可执行并可达成的所负责区域绩效与成长目标，帮助设定和导入组织目标，绩效管理和年度运营计划。确保有效的所负责区域的招聘与入职，专业技能的发展，绩效管理和保留人才。
2	Jelle Mulder Handelsvertretung	53.17	2022-04-01	甲方支付乙方 4 月咨询服务费为 7,000 欧元。自 5 月起，甲方在每个自然月的 25 日（遇到节假日向后顺延至节假日之后的第一个工作日）前支付当月的咨询服务费 8,000 欧元。	乙方为甲方在欧洲区域的电脑散热器、电脑机箱和电脑电源等产品的业务提供区域销售及相关咨询服务。制定并推动所负责区域的渠道运营和销售业务；进行销售管理和编制预算；维护主要渠道和客户；提供本地化营销、技术和客户支持。
3	Megabyte	41.35	2021-07-25	基准工资每月 5,000 美元，按月支付。提成部分以销售收入为基础按季度分配，销售收入小于 1,000,000 美元部分提成 0.5%，1,000,000 美元到 1,500,000 美元部分提成 1%，1,500,000 美	尽最大努力在美国和加拿大等区域促进产品的销售；参加公司有关营销的活动；维护客户关系，处理投诉等事务。

				元到 2,000,000 美元部分提成 1.5%，2,000,000 美元到 \$3,000,000 美元及以上部分提成 2%。	
4	CHARL VAN EEDEN	38.17	2022-04-01	如合作伙伴于每个月 15 日之前提供合规发票，公司应于每月 25 日前向合作伙伴支付当月服务费 3,800 英镑（净值），节假日或周末顺延至节后第一个工作日。	合作伙伴应提供在欧洲区本地产品分析,规划和管理所有相关活动的服务，包括以下内容：产品和市场调查、制定产品策略和营销计划；维护渠道和客户，向客户展示公司的销售政策，每周定期向区域总监汇报负责区域的成果报告等事项。
5	Marvin U. Uy	31.16	2021-01-01	甲方每月支付乙方咨询服务费共计 3,500 美元，甲方每个自然月为频次向乙方支付咨询顾问服务费的 100%，每个自然月的 10 日（遇到节假日向后顺延至节假日之后的第一个工作日）前支付当月的咨询服务费。	乙方为甲方电脑散热器、电脑机箱和电脑电源等产品的零售业务提供业务咨询服务。包括：主导所有新产品的进入市场策略，并掌控产品上市后的节奏，确保新产品被客户承认；做市场调研和分析，以精准定位目标群体，形成产品信息以赢得客户；开发和利用市场营销工具或活动来传递产品信息等。
合计		244.99	-	-	-

三、报告期内进行大额现金分红的合理性。

（一）结合报告期内公司财务状况、现金流及资金需求等情况，说明大额现金分红的原因及合理性

1、报告期内公司财务状况、现金流及资金需求等情况

报告期初至今，公司共计分红一次，具体情况如下：

单位：万元、股

序号	权益分派	权益分派方案	除权除息日	现金分红金额	送股/转增数量
1	2022 年度权益分派	每 10 股派现金 2.68 元	2023 年 5 月 17 日	2,005.29	-

报告期内公司主要财务状况、现金流情况如下：

单位：万元

项目	2025 年 6 月 30 日/2025 年 1-6 月	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	127,660.28	141,601.15	143,527.76	118,950.82

项目	2025 年 6 月 30 日/2025 年 1-6 月	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
股东权益合计	86,940.92	82,743.17	76,432.44	52,831.83
归属于母公司所有者的股东权益	86,940.92	82,743.17	76,432.44	52,831.83
资产负债率（母公司）	6.92%	7.43%	8.79%	5.03%
营业收入	51,429.29	119,159.38	146,328.88	83,377.53
净利润	4,197.75	6,310.72	23,292.53	3,670.62
经营活动产生的现金流量净额	8,351.91	-5,518.74	21,658.12	12,629.34
当年现金分红金额	-	-	2,005.29	-
未分配利润	58,476.32	54,278.57	47,967.85	26,680.62
货币资金余额	11,543.25	36,053.81	28,747.28	27,701.24

报告期内，公司营业收入分别为 83,377.53 万元、146,328.88 万元、119,159.38 万元和 51,429.29 万元，净利润分别为 3,670.62 万元、23,292.53 万元、6,310.72 万元和 4,197.75 万元，2024 年度受北京鑫全盛被纳入 SDN 清单影响，净利润较 2023 年度大幅下滑。报告期内公司资产负债率稳定维持在较低水平，经营活动现金流良好。报告期各期末，公司货币资金余额分别为 27,701.24 万元、28,747.28 万元、36,053.81 万元和 11,543.25 万元，2025 年 6 月末货币资金大幅减少，主要系期末存在 1.55 亿银行理财尚未赎回所致，未分配利润分别为 26,680.62 万元、47,967.85 万元、54,278.57 万元和 58,476.32 万元，公司财务状况和现金流情况良好。

综上所述，报告期内，公司业绩稳步增长，经营活动现金流量良好，为公司保持稳定分红提供了资金保障。

2、说明大额现金分红的原因及合理性

（1）现金分红的原因

1）回报股东

报告期内，公司规范运作，注重保护股东的合法权益。为实现公司持续、稳定、健康发展，更好地维护全体股东的长远利益，公司从实际出发，在充分

考虑公司盈利能力、经营发展规划、股东回报、社会资金成本以及外部融资环境等因素下，按照《公司章程》适时实施分红，建立对投资者持续稳定的回报机制，积极落实现金分红，回报股东。

2) 激励员工

报告期内，公司员工为公司的发展壮大做出了较大贡献，为激励员工股东未来为公司创造更大价值，在充分考虑业务开展资金需求，兼顾公司的长远利益和可持续发展以及保持利润分配政策的连续性和稳定性前提下，公司报告期内进行现金分红。

3) 树立良好的资本市场形象

报告期内，公司股东除控股股东、实际控制人、外部投资人以及员工持股平台外，还包括众多其他二级市场投资者。报告期初至今，公司进行了 1 次现金分红，给投资者合理的投资收益，有利于维护投资者预期，在资本市场树立良好的形象。

(2) 现金分红的合理性

报告期内，公司业绩稳步增长，经营活动现金流量良好，为分红奠定了良好基础。适当分红，对于公司维护全体股东的利益，建立稳定持续的股东回报机制，具有重要的意义。公司分红原因为回报股东、激励员工、树立良好的资本市场形象，具有合理性。

(二) 结合主要股东（尤其是实际控制人）取得分红资金的具体去向及客观支持证据，说明是否存在流向发行人客户、供应商的情形，是否存在为发行人代垫成本费用、进行商业贿赂、利益输送的情形

1、分红资金的具体流向

公司 2022 年年度权益分派方案获得 2023 年 5 月 4 日召开的股东大会审议通过，共计派发现金红利 2,005.29 万元。2023 年派发发放现金红利的情況如下表所示：

单位：万元

股东姓名/名称	持股比例	分红金额
夏春秋	33.41%	670.00
韩小娜	30.04%	603.00
北京外经贸发展引导基金（有限合伙）	4.56%	91.48
冯志强	3.81%	76.34
黄从利	3.62%	72.63
徐东进	3.44%	68.91
北京鑫全盛管理咨询合伙企业（有限合伙）	3.44%	67.00
深圳市鑫全盛管理咨询合伙企业（有限合伙）	3.44%	67.00
深圳市盛平投资有限公司	1.99%	39.81
刘赫丽	1.44%	28.96
马海燕	1.32%	26.53
刘欣	0.99%	19.78
陈哲义	0.81%	16.28
楼岚	0.70%	13.99
肖胜明	0.69%	13.88
刘阳	0.63%	12.54
芦丽英	0.45%	8.94
李兰芳	0.42%	8.36
宁世爱	0.42%	8.36
韩天雨	0.42%	8.36
王静	0.42%	8.36
刘扉	0.30%	6.09
边志愿	0.27%	5.41
唐巍	0.21%	4.18
赵艳军	0.21%	4.18
袁国萍	0.19%	3.75
刘秀明	0.19%	3.75
邵鹏	0.12%	2.41
王海艳	0.11%	2.14
李萍	0.11%	2.14
何丽花	0.09%	1.88

吴国成	0.09%	1.88
赵涛	0.09%	1.88
李德芳	0.09%	1.88
崔有刚	0.07%	1.34
沈伟平	0.07%	1.34
任明霞	0.07%	1.34
罗丹	0.07%	1.34
林瑞政	0.07%	1.34
李敏	0.07%	1.34
赵丽	0.07%	1.34
赵川	0.07%	1.34
卫晓慧	0.07%	1.34
刘婉珠	0.07%	1.34
李程	0.07%	1.34
袁梅梅	0.05%	1.07
苏晓凤	0.05%	1.07
郑晓梅	0.05%	1.07
于海波	0.05%	1.07
杨甫蓉	0.05%	1.07
王桂芳	0.05%	1.07
康春辉	0.05%	1.07
丁奕嘉	0.04%	0.80
陈红杰	0.04%	0.80
杨硕	0.04%	0.80
史山山	0.04%	0.80
曹刘记	0.04%	0.80
张东方	0.04%	0.80
姚嘉瑞	0.04%	0.80
赵艳艳	0.03%	0.54
许英杰	0.03%	0.54
王虎成	0.03%	0.54
李焱	0.03%	0.54
潘科	0.03%	0.54
张道勇	0.03%	0.54

姚制奎	0.03%	0.54
姜耀邦	0.03%	0.54
林鑫	0.03%	0.54
赖路香	0.03%	0.54
合计	100.00%	2,005.29

其中主要股东分红资金具体流向如下：

1) 夏春秋

报告期内，分红具体流向情况如下表所示：

单位：万元

款项性质	金额	主要资金流向和用途
账户留存	356.00	-
投资理财	300.00	转账至本人证券账户
亲属往来	12.00	转出给母亲家用
个人消费	2.00	取现家用
合计	670.00	-

2) 韩小娜

报告期内，分红具体流向情况如下表所示：

单位：万元

款项性质	金额	主要资金流向和用途
投资理财	300.00	转账至本人其他账户购买理财产品
亲属往来	300.00	转出给配偶夏春秋
账户留存	3.00	-
合计	603.00	-

3) 黄从利

报告期内，分红具体流向情况如下表所示：

单位：万元

款项性质	金额	主要资金流向和用途
亲属往来	47.65	转出给配偶
股权转让款	24.98	认购鑫全盛管理（北京）出资份额
合计	72.63	-

4) 徐东进

报告期内，分红具体流向情况如下表所示：

单位：万元

款项性质	金额	主要资金流向和用途
亲属往来	67.00	转出给配偶
股权转让款	1.91	主要用于归还信用卡账单等个人消费用途
合计	68.91	-

5) 刘赫丽

报告期内，分红具体流向情况如下表所示：

单位：万元

款项性质	金额	主要资金流向和用途
股权转让款	28.96	认购公司 2023 年第一次定向发行股份
合计	28.96	-

6) 刘欣

报告期内，分红具体流向情况如下表所示：

单位：万元

款项性质	金额	主要资金流向和用途
投资理财	19.78	购买银行理财
合计	19.78	-

7) 陈哲义

报告期内，分红具体流向情况如下表所示：

单位：万元

款项性质	金额	主要资金流向和用途
股权认购款	13.68	认购公司 2023 年第一次定向发行股份
日常消费	2.60	取现用于家用
合计	16.28	-

8) 刘阳

报告期内，分红具体流向情况如下表所示：

单位：万元

款项性质	金额	主要资金流向和用途
投资理财	12.54	购买银行理财产品
合计	12.54	-

2、说明是否存在流向发行人客户、供应商的情形，是否存在为发行人代垫成本费用、进行商业贿赂、利益输送的情形。

通过对分红的主要股东分红资金流向的核查，除本人账户留存外，分红资金主要流向为投资理财、认购股份、亲属往来、日常消费等，不涉及流向公司供应商、客户进行利益输送的情形。

四、搬迁至惠州工厂的原因及背景。说明将深圳工厂搬至惠州工厂的具体原因及背景，公司搬迁费用及员工经济补偿费用的支付情况，是否存在纠纷或诉讼，相应费用的会计处理及是否企业会计准则相关规定

（一）将深圳工厂搬至惠州工厂的具体原因及背景

1、解决产能瓶颈，提高公司供货能力

近年来，由于消费性电子产品的不断升级以及环保节能市场的快速发展，公司下游 PC 电子、服务器、电力电源、LED 照明及工业控制等市场需求旺盛，保证了未来几年其上游散热器件的市场需求仍将保持高速增长的趋势。

随着散热及相关行业的进一步发展以及公司未来对海外市场的战略布局，公司的供货能力将无法满足迅速扩张的市场需求，严重影响公司市场份额的提升，公司将面临产能不足的危机，其持续发展也将受到制约。此外公司原有生产场地面积有限，生产车间布局十分紧凑，公司没有能够实现大规模扩建生产车间的场地空间；而且由于原有场地属于租赁用地，公司没有场地的所有权，存在因场地租金或租赁期调整进而影响公司经营状况的风险。因此，本次搬迁至惠州工厂后，公司能够实现大规模生产，有效缓解产能瓶颈，提高供货能力。

公司在惠州市选址，并建设了约 3.47 万平方米的生产基地，大幅度的提升了公司的供货能力，显著提高了公司生产能力和生产水平，突破了产能瓶颈，巩固了公司在行业内的领先地位。

2、升级生产设备，提高公司生产效率

随着科技的快速发展以及工业 4.0 的持续推进，先进的生产工艺和自动化设备在工业制造中得到越来越广泛的应用。在工业生产中引入自动化技术，实现智能化工业可以有效降低人为原因导致的出错率，并起到提高劳动生产效率的作用。

公司根据生产流程，设立了注塑、冲压、CNC、组装等多个车间，从材料采购、生产组合再到品质检验，所有流程均可独立完成。在工厂搬迁之前，原有工厂核心工艺制造的自动化程度偏低，与世界行业标杆相比，生产效率与精度都存在一定差距。另外，公司在散热器件的 CNC、冲压、产品组装等工序中大多采用人工作业，人工成本投入巨大，同时传统生产中产生残次品概率较大，为保证产品质量，公司在物料成本上也产生了不必要的损失。因此，为提高生产效率，降低人工成本，提升产品利润率，引入全自动化、智能化生产线是公司增强生产能力的必然趋势。

本次搬迁的惠州工厂在注塑、冲压、组装等核心生产流程中引入全自动化生产线，由智能机器代替人工来进行重复性工作，减少了人力物力成本，尽可能实现自动化、无人化管理。惠州工厂的搬迁有助于提高公司产品产出率，降低残次品数量，确保产品质量的可靠性和稳定性，实现生产效率与经营效益的整体提升。

3、加强规模效应，提升市场竞争优势

成本控制与运营管理一直是公司经营活动中需要重点关注的因素，由于散热器产品中塑胶、五金、铜铝等原材料及热导管等元器件所占产品成本的比例较大，这些原材料价格的波动对公司经营成本具有较为明显的影响。为获得稳步增长的收益，公司有必要扩张生产规模，形成规模经济以控制物料成本，进而保持优势竞争地位。公司产能的扩张有利于其充分发挥规模效应，在产品单位成本和管理效率方面持续巩固、提升公司的竞争优势以及生产运营能力。

首先，在成本控制方面，主要有源头控制与损耗控制两个措施。在源头控

制上，规模化生产可以进一步提高公司对上游供应商的话语权，强化产品原材料采购的议价能力，有效降低产品生产的单位成本；在损耗控制上，公司通过配备先进的生产设备，可以提高产能利用率，降低人力、物力等方面的消耗，有效降低运营成本，提高公司整体盈利水平。

其次，在运营管理方面，搬迁至惠州工厂有助于公司对原料、半成品、产品的集中管理，提高生产管理的效率，充分发挥生产各环节的协同效应。另外，国内外一些知名企业在挑选散热器件供应商时，也会对供应商的生产规模作出相应要求。

将深圳工厂搬至惠州工厂，有利于公司形成规模化经济，发挥上游议价优势，优化升级配套生产设备，提高公司生产效率，从而降低产品单位成本，提高产品毛利，增强公司市场竞争力。

4、培育利润增长点，降低公司经营风险

散热器件作为电子元器件中重要的组成部分，广泛应用于各类领域，随着国内外散热器需求的增长，市场竞争日益激烈。

公司主要利润来源于 PC 散热领域的各系列散热产品以及电脑相关配件产品。随着整个 PC 市场已逐渐步入成熟期，公司 PC 散热产品可能会面临产品市场饱和，未来增长力度有限的风险。为了避免这一局面，公司一方面主动提升现有 PC 散热器技术含量，向中高端产品进军，巩固现有市场地位。另一方面公司也积极布局工业散热领域，该领域技术门槛高，下游市场面向工业控制、LED 照明、电子电力、云计算等极具发展前景的行业，既可以通过对工业散热新技术的探索来提升自身的技术实力，又可以拓展现有产品品类及应用领域以期望培育新的利润来源。

将深圳工厂搬至惠州工厂后，公司加大生产方面的资金投入力度，优化生产工艺流程，购置先进的生产设备，完善产线的配套设施，提高生产自动化及精细化程度以达到新产品所需要的工艺标准。近年来公司通过新产品产业化丰富了公司既有的产品品类，扩大了收入来源范围，助力公司培育新的利润增长

点，降低经营风险，获取新的市场空间。

（二）公司搬迁费用及员工经济补偿费用的支付情况，是否存在纠纷或诉讼，相应费用的会计处理及是否企业会计准则相关规定

1、公司搬迁费用及员工经济补偿费用的支付情况，是否存在纠纷或诉讼

公司于 2022 年 1 月将深圳鑫全盛和惠州鑫全盛的生产经营设施、设备搬迁至惠州生产制造基地，因搬迁产生的费用由三部分组成，包括员工解除劳动合同的经济补偿金、提前解除厂房租赁合同的违约金以及工厂设备搬迁等产生的运输费用等，本次搬迁产生的费用明细情况如下：

单位：万元

项目	金额
解除租赁厂房合同费用	289.49
员工经济补偿金	1,683.35
厂房搬迁费用	17.55
合计	1,990.38

（1）员工经济补偿费用

公司严格按照相关规定，以员工过去十二个月的平均工资和工龄作为基准计算员工补偿金，并与每位拟解除劳动合同的员工签订《劳动合同解除协议书》。按照协议约定，公司自为员工办理完毕离职手续后 5 日内支付员工一次性经济补偿金，同时员工确认自该协议约定的款项结清后，公司已经完全履行了对员工的所有法定或约定、已有或可能有的义务；且员工知悉并确认前述一次性经济补偿金是对本人在公司工作服务期间因解除劳动关系而产生的或与之相关的全部权利义务的最终结算并对数额无异议，双方在劳动关系存续期间的权利义务已全部结清，不存在任何遗留未决事项。

（2）解除租赁厂房合同费用

2020 年 8 月 14 日，惠州鑫全盛与惠州市晶泰显示器有限公司签订了《租赁合同》，由惠州市晶泰显示器有限公司租赁厂房，租赁时间为 2020 年 8 月 14 日至 2022 年 8 月 13 日。由于惠州鑫全盛新厂房建成，惠州鑫全盛于 2022 年 1

月 21 日与惠州市晶泰显示器有限公司签署《晶泰厂房退租协议》，提前解除原租赁合同并约定赔偿相关事宜，同时双方确认除上述协议约定的相关事项外，甲乙双方关于《租赁合同》的所有权利、义务均已履约完毕，双方就《租赁合同》不存在任何争议和纠纷；同日，公司与惠州市晶泰显示器有限公司和煜锋装饰工程（惠州市）有限公司签署《惠州市晶泰显示器有限公司厂房、宿舍交接协议》，约定厂房及宿舍交接的相关事宜。

公司已结清厂房搬迁产生的上述相关费用，公司不存在因厂房搬迁导致的与员工以及其他公司的纠纷或潜在纠纷事项。

2、相应费用的会计处理及是否企业会计准则相关规定

因工厂搬迁发生费用以及相关会计处理如下：

（1）公司共向 492 名员工支付离职补偿金共计 1,683.35 万元，其中惠州鑫全盛共计支付 152 名员工 551.50 万元，深圳鑫全盛共计支付 340 名员工 1,131.85 万元；

借：营业外支出

贷：应付职工薪酬

借：应付职工薪酬

贷：银行存款

（2）解除深圳厂房租赁合同支付合同违约金约 289.49 万元；

借：营业外支出

贷：银行存款

（3）搬迁支付相关搬迁、清理、运输费等 17.55 万元；

借：管理费用

贷：银行存款

公司因工厂搬迁等发生的相关费用会计处理准确，符合企业会计准则相关规定。

五、申报会计师核查程序及意见

（一）应收账款核查

1、核查程序

针对上述事项，申报会计师执行的核查程序如下：

（1）访谈销售负责人、财务负责人，了解发行人不同类型客户的信用政策情况、制定依据及相关审批流程，不同类型客户信用政策差异的原因；

（2）获取发行人主要客户信用期情况，了解主要客户信用期报告期内是否发生变化，了解其变动原因，分析是否存在放宽信用期刺激销售情形；

（3）获取发行人应收账款明细表和逾期情况明细表，查验期后回款情况；

（4）获取重要客户中信保相关信息，查询主要境外客户资信情况（大额涉诉、失信被执行、停业注销等）；通过查询国家企业信用信息公示系统、企查查等网站，核查报告期内境内客户资信情况（大额涉诉、失信被执行、停业注销等）；

（5）核查中信保合同条款，核查其承保范围、承保比例承保机制等，分析其保费与各期营业收入以及应收账款的匹配情况。

2、核查意见

经核查，申报会计师认为：

报告期内，发行人主要客户的信用政策变动不大；发行人根据不同客户基本情况、销售规模、合作历史及其所处国家或地区的政治经济环境、市场环境等给予了不同的信用政策，信用政策存在差异具有合理性；客户的信用政策与其自身实力、业务规模相匹配，不存在放宽信用期刺激销售情形；

2023年6月末应收账款大幅增长主要系业绩增长影响，但应收账款增长率

小于营业收入增长率；2024年末、2025年6月末应收账款期后回款比例较低，主要受公司收款渠道受限影响，具有合理性。

报告期内，发行人通过中信保为境内外主要客户投保，有效降低了回款风险。

（二）针对销售费用

1、核查程序

针对上述事项，申报会计师执行的核查程序如下：

（1）通过查阅同行业可比公司、同地区可比公司公开披露的年报及招股说明书等公开披露的销售人员薪酬数据，将所获取的可比公司职工薪酬数据与发行人职工薪酬数据进行对比，分析其差异；

（2）获取发行人薪酬制度，了解其薪酬结构是否与发行人业务相匹配；结合发行人营业收入、净利润，分析销售人员情况以及销售人员薪酬是否与发行人业务相匹配；

（3）获取发行人销售费用明细账，统计其报告期内各期销售费用中运杂费的内容，核查其列报的准确性，了解有无应计入成本未计入的情况，分析其会计处理是否符合企业会计准则规定；

（4）统计报告期内销售费用中售后服务费的内容，复核相关原始单据验证其真实性，结合营业收入、预计负债复核其列报的准确性，分析其与业务是否匹配；

（5）获取发行人相关费用报销制度，了解相关费用报销的具体流程；抽查报告期内各项费用报销的记账凭证、原始单据等，核查各项费用的报销流程是否规范，是否存在体外发放费用或通过无票或虚假票据报销支出资金的情况；

（6）统计报告期内销售费用中服务费的内容，结合营业收入分析其报告期内变动的合理性，获取主要服务商的相关合同，了解协议的主要服务内容，抽查相关服务费的记账凭证、原始单据、发票等，验证服务费列报的真实性、准

确性，分析相关服务商是否为发行人的关联方或存在其他利益安排。

2、核查意见

经核查，申报会计师认为：

报告期内，发行人销售费用中各项费用列报真实、准确；销售人员平均薪酬金额及变动情况符合发行人激励政策和销售业绩变动情况，具有合理性；发行人销售费用中运杂费的核算内容能够与应计入合同履行成本中的运输费用区分，列报符合企业会计准则规定；售后服务费与发行人营业收入、预计负债规模相匹配；发行人严格按照《财务报销管理规程》，对员工费用报销进行管理，不存在体外发放费用或通过无票或虚假票据报销支出资金的情况；发行人不存在通过居间商获取业务的情况；除 Frank 成为发行人员工外，其他服务商与发行人不存在关联方关系；服务商提供服务合法合规，不与发行人存在其他利益安排。

（三）针对现金分红

1、核查程序

针对上述事项，申报会计师执行的核查程序如下：

（1）陪同发行人的主要股东及报告期内直接或间接持有发行人股份的董事、监事、高级管理人员现场打印了其报告期内的银行流水，访谈相关人员并查阅银行账户的交易明细记录、银行对账单、购房合同等客观支持证据，了解分红款的资金流向和具体用途；

（2）将发行人主要股东及直接或间接持股的董事、监事、高级管理人员的银行流水的交易对手方名单与发行人主要客户、供应商的股东、董事、监事、高级管理人员名单进行比对，核查分红款是否存在流向发行人客户、供应商的情形，是否存在为发行人代垫成本费用、进行商业贿赂、利益输送的情形；

2、核查意见

经核查，申报会计师认为：

发行人报告期内现金分红主要基于在保障发行人可持续发展的前提下秉持与股东分享收益的理念，充分考虑良好业绩水平、具有充足未分配利润并合理筹划资金安排的背景下，具有合理性；发行人主要股东（尤其是实际控制人）的分红资金主要用于投资理财、储蓄存款、购房、还房贷及家庭消费等，不存在流向发行人客户、供应商的情形，不存在为发行人代垫成本费用、进行商业贿赂、利益输送的情形。

（四）针对工厂搬迁

1、核查程序

针对上述事项，申报会计师执行的核查程序如下：

（1）获取发行人因工厂搬迁支付离职补偿金的员工花名册、报告期内离职员工的工资表以及发行人与全体离职员工签订的《劳动合同解除协议书》；根据员工的工龄以及工资情况复核员工补偿费用金额是否公允；

（2）抽取因工厂搬迁支付的与员工补偿费用、违约金、搬迁杂费等相关的会计凭证、支出凭证，核查其相应的会计处理是否准确；

（3）获取因工厂搬迁发行人支付相关款项的银行回单，陪同发行人财务人员前往发行人银行账户开户行打印发行人银行流水，并与发行人银行日记账进行比对，通过发行人银行流水核查收款方是否与离职员工名单一致；

（4）获取发行人建设惠州工厂的可研报告，访谈发行人管理层人员，了解其建设惠州工厂的原因及背景；并前往工厂进行实地考察，了解其搬迁后的相关规划以及发展是否与可研报告一致。

2、核查意见

经核查，申报会计师认为：

惠州工厂的建设优化了原有生产线工艺流程，改进了注塑、焊接、冲压、包装等瓶颈工序，通过增加自动化、智能化设备等提高了生产效率，产能得到提升，与发行人发展相契合；因工厂搬迁发行人支付的员工补偿金与员工实际

情况一致，发行人支付的员工补偿金均通过银行转账的方式付给员工，员工补偿金、深圳厂房租赁解除违约金等均已全部支付，不存在纠纷或诉讼的情形，相应费用处理符合会计准则相关规定。

其他重要事项

除上述问题外，请发行人、保荐机构、申报会计师、发行人律师对照《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》《公开发行证券的公司信息披露内容与格式准则第 46 号——北京证券交易所公司招股说明书》《公开发行证券的公司信息披露内容与格式准则第 47 号——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申请文件》《北京证券交易所股票上市规则（试行）》等规定，如存在涉及股票公开发行并在北交所上市条件、信息披露要求以及影响投资者判断决策的其他重要事项，请予以补充说明。

【回复】

申报会计师已对照《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》《公开发行证券的公司信息披露内容与格式准则第 46 号——北京证券交易所公司招股说明书》《公开发行证券的公司信息披露内容与格式准则第 47 号——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申请文件》《北京证券交易所股票上市规则》等规定，发行人不存在涉及股票公开发行并在北交所上市要求、信息披露要求以及影响投资者判断决策的其他重要事项。

（以下无正文）

（此页无正文，为九州风神公司容诚专字[2025]100Z1772 号报告之签字盖章页。）

容诚会计师事务所
（特殊普通合伙）

中国注册会计师：_____

陈君

中国·北京

中国注册会计师：_____

唐恒飞

2025 年 9 月 30 日



营业执照

(副本) (5-1)

统一社会信用代码

911101020854927874



扫描市场主体身份码
了解更多登记、备案、
许可、监管信息，体
验更多应用服务。



名称 容诚会计师事务所(特殊普通合伙)
类型 特殊普通合伙企业

出资额 8812.5 万元

成立日期 2013 年 12 月 10 日

执行事务合伙人 刘维、肖厚发

主要经营场所

北京市西城区阜成门外大街 22 号 1 幢 10 层 1001-1 至 1001-26

经营范围

一般项目：税务服务；企业管理咨询；软件开发；信息系统运行维护服务；计算机软硬件及辅助设备零售。（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）许可项目：注册会计师业务；代理记账。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动，具体经营项目以相关部门批准文件或许可证件为准）（不得从事国家和本市产业政策禁止和限制类项目的经营活动。）

业务报告附件专用



登记机关

2025 年 05 月 29 日

国家企业信用信息公示系统网址: <http://www.gsxt.gov.cn>

市场主体应当于每年 1 月 1 日至 6 月 30 日通过
国家企业信用信息公示系统报送公示年度报告。

国家市场监督管理总局监制

证书序号: 0022650

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: 北京市财政局
2025年11月8日

中华人民共和国财政部制

会计师事务所
执业证书



名称: 容诚会计师事务所(特殊普通合伙)
首席合伙人: 刘建忠
主任会计师:
经营场所: 北京市西城区阜成门外大街22号1幢外经贸大厦901-22至901-26

容诚会计师事务所(特殊普通合伙)
业务报告附件专用

组织形式: 特殊普通合伙

执业证书编号: 11010032

批准执业文号: 京财会许可[2013]0067号

批准执业日期: 2013年10月25日

证书编号:
No. of Certificate

110100320078

批准注册协会:
Authorized Institute of CPAs

安徽省注册会计师协会

发证日期:
Date of Issuance

2011-09-13
年 月 日
y m d

姓名
Full name

陈君

性别
Sex

男

出生日期
Date of birth

1986-08-09

工作单位
Working unit

华普天健会计师事务所
(特殊普通合伙) 芜湖分所

身份证号码
Identity card No.

412728198608096418



容诚会计师事务所(特殊普通合伙) 业务报告附件专用



注册会计师工作单位变更事项登记
Registration of the Change of Working Unit by a CPA

同意调出

Agree the holder to be transferred from

华普天健芜湖分所
CPAs

转出协会盖章
Stamp of the transfer-out Institute of CPAs
2016年7月25日
y m d

同意调入

Agree the holder to be transferred to



事务所
CPAs

转入协会盖章
Stamp of the transfer-in Institute of CPAs
2016年8月9日
y m d

年度检验登记

Annual Renewal Registration

本证书经检验合格, 继续有效一年。
This certificate is valid for another year after this renewal.



陈君 110100320078

年 月 日
y m d

证书编号:
No. of Certificate

110101300248

批准注册协会:
Authorized Institute of CPAs

黑龙江省注册会计师协会

发证日期:
Date of Issuance

2014 05 07
年 月 日

姓名
Full name

唐恒飞

性别
Sex

男

出生日期
Date of birth

1987-08-10

工作单位
Working unit

瑞华会计师事务所(特殊普通合伙)黑龙江分所

身份证号码
Identity card No.

230306198708104010



容诚会计师事务所
业务报告附件专用

注册会计师工作单位变更事项登记
Registration of the Change of Working Unit by a CPA

同意调出
Agree the holder to be transferred from



同意调入
Agree the holder to be transferred to



年度检验登记



唐恒飞 110101300248

续有效一年。
another year after

