立信会计师事务所（特殊普通合伙）
关于浙江信胜科技股份有限公司
公开发行股票并在北交所上市
申请文件的审核问询函的回复

信会师函字[2025]第 ZF386 号

北京证券交易所：

由国信证券股份有限公司转来贵所《关于浙江信胜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》”）收悉。立信会计师事务所（特殊普通合伙）（以下简称“申报会计师”或“我们”）对此作了认真研究，并根据问询函的要求，对浙江信胜科技股份有限公司（以下简称“发行人”、“公司”或“信胜科技”）补充实施了若干检查程序，并对相关事项说明如下：

二、公司治理与独立性

问题 2、公司独立性及治理有效性

根据申请文件及公开信息：（1）信胜控股持有公司 47.62%的股权，为公司控股股东。王海江及姚晓艳夫妇直接持有公司股份的比例为 46.67%，通过信胜控股和海创投资控制公司的股份比例为 52.38%，合计控制公司 99.05%的股份对应的表决权，系公司实际控制人。（2）发行人董监高存在较多对外兼职的情况，报告期内存在多名高管发生变动。

请发行人：（1）结合股权集中情况，说明发行人是否建立健全且运行良好的组织机构、现代企业制度，对中小投资者的合法利益是否提供了充分的制度保护，三会和高管人员的职责及制衡机制是否有效运作，发行人建立的决策程序和议事规则、内部监督和反馈系统是否健全、有效。（2）说明董事、高级管理人员报告期内变动人数及比例，更换的具体背景及原因，是否对生产经营造成重大不利影响，是否存在重大不利变化。说明董监高兼职较多是否影响其对发行人的勤勉尽责义务，是否均符合董监高任职资格的要求。（3）详细说明报告期内多次更换财务总监的原因，主要负责财务工作的人员在本次申报前离职的情况及原因，结合相关情况说明发行人财务及内控制度是否健全，会计基础

工作是否薄弱，公司治理机制运行是否稳定。（4）结合实际控制人、董监高亲属在公司的任职岗位情况，说明相关人员的任职是否符合法律法规、部门规章、业务规则和公司章程等的要求，相关人员是否具备履行职责必需的知识、技能和时间，是否勤勉尽责，是否影响公司治理规范性、内部控制有效性。（5）结合信胜控股主营业务为股权投资、报告期内业务开展情况、资金流水核查情况、与发行人关联交易情况、财务账套放在发行人处等情况，说明信胜控股向发行人采购汽车、租赁办公场所的商业合理性，发行人与控股股东在人员、资产、财务、办公场所等方面是否独立，发行人及其子公司是否建立了公司财务管理、防范资金占用相关内控制度及其执行情况。（6）报告期内关联采购金额逐年增加的背景及商业合理性，结合对无关联方第三方交易价格说明关联交易的定价公允性。结合发行人主要产品及募投项目情况，说明发行人实际控制人亲属控制的企业与发行人是否存在竞争关系。说明发行人销售汽车同时向实际控制人租赁汽车的商业合理性，是否存在利益输送。（7）说明发行人与发行人实控人及其他主要人员控制、相关联主体的是否存在业务、资金往来，如存在，说明发生相关往来的合理性，发行人各项内控措施是否得到有效执行。（8）说明订单获取的相关内控措施及运行情况，是否存在员工代为下单等不规范情况，相关问题的整改情况

请保荐机构、发行人律师、申报会计师核查上述事项并发表明确意见，对发行人报告期规范运行情况进行全面核查，说明相关不规范事项的性质、影响及整改情况，相关影响或风险隐患是否已消除，报告期是否还存在其他未披露的内控不规范情形，并对发行人是否建立健全有效的公司治理结构和财务内部控制制度，发行人独立性方面是否存在重大瑕疵，是否对本次公开发行构成障碍发表明确意见。

【回复】

一、结合股权集中情况，说明发行人是否建立健全且运行良好的组织机构、现代企业制度，对中小投资者的合法利益是否提供了充分的制度保护，三会和高管人员的职责及制衡机制是否有效运作，发行人建立的决策程序和议事规则、内部监督和反馈系统是否健全、有效

（一）结合股权集中情况，说明发行人是否建立健全且运行良好的组织机构、现代企业制度，对中小投资者的合法利益是否提供了充分的制度保护

1、股权集中情况

截至本回复出具日，信胜控股持有发行人47.62%的股权，为公司控股股东。王海江及姚晓艳夫妇直接持有公司股份的比例为46.67%，通过信胜控股和海创投资控制公司的股份比例为52.38%，合计控制公司99.05%的股份对应的表决权，系公司实际控制人。

2、发行人已建立健全且运行良好的组织机构、现代企业制度

自整体变更为股份有限公司以来，发行人建立健全了规范的公司治理结构，包括股东会、董事会、监事会等。

股东会是发行人的权力机构，由全体股东组成，股东按其所持有的股份享有权利并承担义务。发行人严格按照《公司法》《公司章程》《股东会议事规则》等规定召开股东会，会议的召集、通知、召开、提案、表决及关联方回避表决等流程符合相关程序的要求，合法有效。

董事会是发行人的经营决策机构，由股东会选举产生的董事组成，对股东会负责。董事会由9名董事组成，其中3名为独立董事。董事会成员中，非发行人实际控制人的董事共有7名，占董事会成员比例超过50%。发行人董事会设立了战略与发展委员会、审计委员会、提名委员会、薪酬与考核委员会，并制定了相应的董事会专门委员会工作细则。

监事会是发行人的监督机构，对董事会及其成员、总经理等高级管理人员及发行人的经营管理行使监督职能。监事会由3名监事组成，其中1名为职工代表监事，3名监事与发行人实际控制人均无关联关系。

报告期内，发行人全体董事及监事严格按照《公司法》《公司章程》《董事会议事规则》《监事会议事规则》等规定履行职责，积极出席董事/监事会并参与讨论，不存在无故缺席会议或无故放弃表决的情况。发行人董事及监事勤勉尽责地开展各项工作，有效发挥在企业规范运作中的作用，保护了发行人及股东的权益，促进了董事/监事会的规范管理和正常运作。

发行人独立董事自受聘以来，忠实履行职权，积极参与企业重大事项决策，独立董事所具备的专业知识和勤勉尽责的职业道德在董事会制定公司发展战略、发展计划和生产经营决策等方面发挥了良好的作用，有力地保障了发行人经营决策的科学性、合法性。

发行人董事会秘书自受聘以来，严格按照《公司章程》《董事会秘书工作细则》有关规定筹备董事会和股东会，认真履行了各项职责，保障了董事会各项工作的顺利开展，对提升企业治理和促进企业运作规范发挥着重要作用。

发行人根据《公司法》《证券法》《上市公司治理准则》《上市公司章程指引》等法律法规的要求，制定了《股东会议事规则》《董事会议事规则》《监事会议事规则》《独立董事工作细则》《董事会秘书工作细则》《对外担保决策制度》《对外投资管理制度》等有关制度。同时，为防范实际控制人不当控制风险，避免出现实际控制人占用发行人资金等损害发行人及中小股东利益的情形，发行人建立了《关联交易规则》《防范控股股东及实际控制人占用公司资金管理制度》等制度，规定了关联交易的回避表决、决策权限、决策程序等。

发行人建立了一套较为完整的财务管理制度，设立了独立的财务部门并聘用了专门的财务人员，建立了独立的财务核算体系，能够独立作出财务决策，具有规范的财务会计制度和财务管理制度。

发行人制定了内部审计制度，并设立内审部，主要负责对发行人财务收支的真实性、准确性和完整性以及经营活动的效益进行审计和监督，对可能存在风险的环节进行事前预警、事后监督。

综上，发行人已建立健全且运行良好的组织机构、现代企业制度。

3、发行人对中小投资者的合法利益提供了充分的制度保护

发行人股东会、董事会已审议通过《公司章程》《股东会议事规则》《董事会议事规则》《监事会议事规则》《投资者关系管理制度》《独立董事工作细则》《关联交易规则》以及《信息披露管理制度》《利润分配管理制度》等公司治理相关制度，该等公司治理制度根据法律、法规、规范性文件的规定，并结合发行人实际情况，对中小投资者的决策参与权及知情权、利润分配等合法利益进行了

详细的规定。具体如下：

（1）发行人《公司章程》以及《股东会议事规则》《董事会议事规则》《监事会议事规则》规定了股东的表决权、监督权及知情权、设置了网络投票方式、明确了信息披露媒体及方式、设置了董事会秘书、独立董事、董事会专门委员会等相关组织架构，充分保障了中小投资者的决策参与权及知情权，保障了中小投资者的合法利益。

（2）发行人《独立董事工作细则》以及《信息披露管理制度》分别从独立董事的职责及其履行以及信息披露等角度，进一步明确和细化对中小投资者的决策参与权及知情权等合法利益的保障方式。

（3）为加强与投资者及潜在投资者之间的沟通，增进投资者对公司的了解，发行人专门制定了《投资者关系管理制度》，明确了投资者关系管理的基本原则和目的、投资者关系管理的内容和方式、投资者关系管理的组织与实施等，为中小投资者的合法利益提供了具体和有效的保障。

（4）发行人《关联交易规则》规定了关联交易决策权限和回避规则，对于关联交易事项，关联股东及董事将在股东会和董事会中予以回避，无法行使表决权。

（5）发行人《利润分配管理制度》对利润分配的原则、形式及间隔、决策程序、差异化现金分红政策等进行了详细规定，保障了中小投资者合理获得利润分配的权利。

（6）公司通过建立和完善累积投票实施制度、中小股东单独计票机制、股东会网络投票机制、征集投票权等各项制度安排，保障投资者尤其是中小股东依法享有获取公司信息、享有资产收益、参与重大决策和选择管理者等事项的权利。

综上，发行人对中小投资者的合法利益提供了充分的制度保护。

（二）三会和高管人员的职责及制衡机制是否有效运作，发行人建立的决策程序和议事规则、内部监督和反馈系统是否健全、有效

1、三会和高管人员的职责及制衡机制是否有效运作

报告期内，发行人召开了19次股东会、28次董事会、18次监事会，公司三会运行有效。

公司制定的《公司章程》《股东会议事规则》《董事会议事规则》《监事会议事规则》《总经理工作细则》《董事会秘书工作细则》等制度根据有关事项的类别及重要性等进行了权限划分，明确了发行人有关决策、执行、监督的职权、责任和机制，规定了股东会、董事会、监事会、高级管理人员的职责及相互制约制衡。具体体现如下：

（1）股东会是发行人的最高权力机构。

（2）董事会为常设性决策机构，向股东会负责并报告工作，董事由股东会选举和更换。公司董事会成员中包含3名独立董事，独立董事对公司及全体股东负有诚信与勤勉义务。独立董事不受公司主要股东、实际控制人或者其他与公司存在利害关系的单位或个人的影响，尤其要关注中小股东的合法利益不受损害，具有法律、法规、规范性文件及公司章程赋予独立董事的职权。

（3）监事会负责监督公司的财务状况，对董事、总经理及其他高级管理人员执行公司职务进行监督，维护公司和股东利益。股东代表监事由股东会选举和更换，职工代表监事由职工民主选举产生和更换。

（4）总经理、董事会秘书由董事会聘任或者解聘，董事会根据总经理的提名，聘任或者解聘公司副总经理、财务总监、其他高级管理人员，并决定其报酬事项和奖惩事项。

报告期内发行人股东会、董事会、监事会能够根据《公司章程》《股东会议事规则》《董事会议事规则》《监事会议事规则》的规定行使各自职权，不存在控股股东、实际控制人干预公司董事会和股东会已经做出的人事任免、日常经营等各项决定的情况。

综上，发行人三会和高管人员的职责及制衡机制有效运作。

2、发行人建立的决策程序和议事规则、内部监督和反馈系统是否健全、有

效

发行人制定了《公司章程》《股东会议事规则》《董事会议事规则》《监事会议事规则》《董事会战略与发展委员会工作细则》《董事会审计委员会工作细则》《董事会提名委员会工作细则》《董事会薪酬与考核委员会工作细则》《总经理工作细则》等工作制度，以保障发行人各项决策程序的有序运行。

（1）股东会

股东会决议分为普通决议和特别决议。股东会作出普通决议，应当由出席股东会的股东（包括股东代理人）所持表决权的过半数通过。股东会作出特别决议，应当由出席股东会的股东（包括股东代理人）所持表决权的三分之二以上通过。股东会审议有关关联交易事项时，关联股东不应当参与投票表决，其所代表的有表决权的股份数不计入有效表决总数。

（2）董事会

董事会会议应有过半数的董事出席方可举行。董事会作出决议，必须经全体董事的过半数通过。董事会决议的表决，实行一人一票。董事与董事会会议决议事项所涉及的企业有关联关系的，不得对该项决议行使表决权，也不得代理其他董事行使表决权。该董事会会议由过半数的无关联关系董事出席即可举行，董事会会议所作决议须经无关联关系董事过半数通过。出席董事会的无关联董事人数不足3人的，应将该事项提交股东会审议。董事会下设4个专门委员会：

①战略与发展委员会

战略与发展委员会会议应由二分之一以上的委员出席方可举行。每一名委员有一票表决权，会议表决方式为举手表决或投票表决；会议做出的决议，必须经全体委员过半数通过。

②审计委员会

审计委员会会议由三分之二以上的委员出席方可举行。会议表决以举手或投票方式进行，每一委员有一票表决权。委员会会议作出决议，必须经全体委员过半数通过。

③薪酬与考核委员会

薪酬与考核委员会会议应由二分之一以上的委员出席方可举行。每一名委员有一票表决权，会议表决方式为举手表决或投票表决；会议做出的决议，必须经全体委员过半数通过。

④提名委员会

提名委员会会议应由二分之一以上的委员出席方可举行。每一名委员有一票表决权，会议表决方式为举手表决或投票表决；会议可以通讯表决方式召开。委员会会议作出决议，必须经全体委员过半数通过。

（3）监事会

监事会行使职权必须以决议的方式进行。监事会的决议应由半数以上的监事通过。

（4）总经理办公会

总经理根据工作需要适时召开总经理办公会议，总经理办公会议经通知后，由公司高级管理人员参加会议，有必要时可扩大至有关部室负责人参加，讨论和研究各项议事事项。

发行人《公司章程》《股东会议事规则》《董事会议事规则》《监事会议事规则》《独立董事工作细则》《总经理工作细则》等制度文件规定了股东之间、股东会对董事会、独立董事对主要股东、其他董事及高级管理人员、董事会及其各专门委员会对高级管理人员、监事会对董事及高级管理人员等一系列的内部监督和反馈制度。此外，发行人设立了负责监督检查的内部审计部门，并配置了专职工作人员。

发行人股东会、董事会、监事会、董事会各专门委员会、总经理等高级管理人员、内部审计部门等均正常执行相关职能，各机构有效运作。

综上，发行人建立的决策程序和议事规则、内部监督和反馈系统健全、有效。

二、说明董事、高级管理人员报告期内变动人数及比例，更换的具体背景及原因，是否对生产经营造成重大不利影响，是否存在重大不利变化。说明董

监高兼职较多是否影响其对发行人的勤勉尽责义务，是否均符合董监高任职资格的要求

（一）说明董事、高级管理人员报告期内变动人数及比例，更换的具体背景及原因，是否对生产经营造成重大不利影响，是否存在重大不利变化

报告期内，发行人董事变动情况及变动原因如下：

时间	离任董事	新任董事	更换的具体背景及原因
2022 年 7 月	郑海龙	蔡洁钟、廖凯敏	郑海龙因公司内部工作调整，主动辞任董事，此外，公司董事会席位增设 1 名，选举蔡洁钟、廖凯敏为新董事
2024 年 2 月	刘海生	金贤斌	刘海生因兼职独立董事的上市公司/拟上市公司数量预计超过《上市公司独立董事管理办法》的规定主动辞任独立董事，选举金贤斌为新独立董事
2025 年 3 月	廖凯敏	李建成	廖凯敏家庭成员均在杭州长期生活且考虑到上市筹备期间工作压力较大，为减少长期异地分居和工作压力，2025 年 3 月因个人身体和家庭原因离职，选举李建成为新董事

报告期内，发行人高级管理人员变动情况及变动原因如下：

时间	离任高管	新任高管	聘任或变动原因
2022 年 7 月	郑海龙	廖凯敏	郑海龙因公司内部工作调整，主动辞任副总经理职务，改任公司子公司易瑞得总经理，聘任廖凯敏为副总经理
2022 年 11 月	陈海峰	廖凯敏	陈海峰因自身发展原因从公司辞职，聘任廖凯敏为财务总监
2025 年 3 月	廖凯敏	杨蒋伟、严玉婷	廖凯敏家庭成员均在杭州长期生活且考虑到上市筹备期间工作压力较大，为减少长期异地分居和工作压力，2025 年 3 月因个人身体和家庭原因离职，聘任杨蒋伟为董事会秘书、严玉婷为财务总监

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1号》（以下简称“《业务规则适用指引1号》”）的规定，对上述人员是否发生重大不利变化的认定，应当本着实质重于形式的原则，综合两方面因素分析：1、在计算人数比例时，以董事和高级管理人员合计总数作为基数；2、上述人员离职或无法正常参与发行人的生产经营是否对发行人生产经营产生重大不利影响。

发行人 2022 年 1 月 1 日至今的在任及离任的董事、高级管理人员的总人数合计 15 人，离任人员（含继任后离任的）包括郑海龙、刘海生、陈海峰、廖凯敏，变动人数比例为 26.67%。报告期内，公司新增的董事、高级管理人员均来自原股东委派，除廖凯敏和独立董事外，继任董事、高管均为公司内部培养。

根据《业务规则适用指引1号》的规定，变动后新增的董事、高级管理人员来自原股东委派或由发行人内部培养而产生的，原则上不构成重大不利变化。报告期内新任董事蔡洁钟担任董事前系发行人研发经理，新任董事李建成担任董事前系发行人子公司信胜机械董事兼总经理、子公司信森木业董事兼总经理，新任董事会秘书杨蒋伟担任董事会秘书前系发行人证券事务代表、法务经理、总经理助理，新任财务总监严玉婷担任财务总监前历任发行人财务副经理、财务经理，因此，前述人员均系发行人内部培养产生。剔除内部培养人数和独立董事人数后，发行人报告期内董事、高级管理人员变动人数及比例较低。此外，相关辞任的董事、高级管理人员均顺利完成交接手续，新任董事、高级管理人员均依据法律法规和公司章程的规定正常履职。

综上，发行人报告期内董事、高级管理人员变动不会对生产经营造成重大不利影响，不存在重大不利变化。

（二）说明董监高兼职较多是否影响其对发行人的勤勉尽责义务，是否均符合董监高任职资格的要求

1、发行人董监高的兼职情况

公司董事、监事、高级管理人员对外兼职情况如下：

董事、监事、高级管理人员	兼职情况（除发行人及子公司外）	说明
董事长、总经理王海江	信胜控股执行董事、七大洲小贷监事会主席、海创投资执行事务合伙人	1、信胜控股、海创投资仅从事股权投资业务；
		2、王海江兼任七大洲小贷监事会主席，未实际参与其经营管理工作
董事姚晓艳	信胜控股监事	信胜控股仅从事股权投资业务
董事、副总经理章伟钢	无	-
董事李建成	宁波润顺投资合伙企业（有限合伙）执行事务合伙人、浙江润杰机械科技有限公司监事、诸暨市润杰文体有限	1、宁波润顺投资合伙企业（有限合伙）除股权投资外无实际经营业务；
		2、李建成在浙江润杰机械科技有限公

	公司监事	司、诸暨市润杰文体有限公司均担任监事职务，浙江润杰机械科技有限公司除厂房出租外，无其他经营业务；诸暨市润杰文体有限公司除股权投资外，无其他经营业务；李建成亦未参与前述企业的具体经营事务
董事、副总经理应江辉	无	-
董事蔡洁钟	无	-
独立董事胡旭东	浙江理工大学教授、杭州与非科技有限公司董事、杭州旭仁自动化有限公司董事兼总经理、新昌浙江理工大学技术创新研究院有限公司董事兼总经理兼财务负责人、杭州永创智能设备股份有限公司独立董事、浙江斯菱汽车轴承股份有限公司独立董事、绍兴中砥数字科技有限公司董事长兼总经理、新昌数智企业管理咨询合伙企业（有限合伙）执行事务合伙人	胡旭东、伍恒东、金贤斌系发行人独立董事，其在外兼职情况不影响其独立董事任职资格
独立董事伍恒东	杭州园林设计院股份有限公司董事会秘书兼副总经理、杭州鸿园企业管理有限公司董事长、杭园资本投资（杭州）有限公司总经理、上海信志源信息科技有限公司董事、颉丸动漫文化传播（上海）有限公司总经理、杭园矿业科技（杭州）合伙企业（有限合伙）执行事务合伙人、宿松杭园信息技术有限公司董事兼总经理	
独立董事金贤斌	杭州耘业投资管理有限公司执行董事兼总经理、浙江云融创新科技有限公司董事、杭州中德企业信用服务有限公司董事、杭州悦然托育服务有限公司监事、杭州耐威奇科技有限公司执行董事兼总经理、杭州更腾网络科技有限公司董事、杭州优范宠社新零售有限责任公司监事	
监事骆晓军	无	-
监事戚辰宇	无	-
监事杨金魁	无	-
财务总监严玉婷	无	-
董事会秘书杨蒋伟	无	-

2、发行人董监高的兼职对董监高任职资格要求的影响分析

涉及董监高兼职相关的任职资格要求	适用性分析
《公司法》第一百八十条 董事、监事、高级管理人员对公司负有忠实义务，应当采取措施避免自身利益与公司利益冲突，不得利用职权牟取不正当利益。 董事、监事、高级管理人员对公司负有勤勉义务，执行职务应当为公司的最大利益尽到管理者通常应有的合理注意。 第一百八十一条 董事、监事、高级管理人员不得有下列行为： （一）侵占公司财产、挪用公司资金； （二）将公司资金以其个人名义或者以其他个人名义开立账户存储； （三）利用职权贿赂或者收受其他非法收入； （四）接受他人与公司交易的佣金归为己有； （五）擅自披露公司秘密； （六）违反对公司忠实义务的其他行为。 第一百八十二条 董事、监事、高级管理人员，直接或者间接与本公司订立合同或者进行交易，应当就与订立合同或者进行交易有关的事项向董事会或者股东会报告，并按照公司章程的规定经董事会或者股东会决议通过。 董事、监事、高级管理人员的近亲属，董事、监事、高级管理人员或者其近亲属直接或者间接控制的企业，以及与董事、监事、高级管理人员有其他关联关系的关联人，与公司订立合同或者进行交易，适用前款规定。 第一百八十三条 董事、监事、高级管理人员，不得利用职务便利为自己或者他人谋取属于公司的商业机会。但是，有下列情形之一的除外： （一）向董事会或者股东会报告，并按照公司章程的规定经董事会或者股东会决议通过； （二）根据法律、行政法规或者公司章程的规定，公司不能利用该商业机会。 第一百八十四条 董事、监事、高级管理人员未向董事会或者股东会报告，并按照公司章程的规定经董事会或者股东会决议通过，不得自营或者为他人经营与其任职公司同类的业务。	（1）发行人董事、监事、高级管理人员及其近亲属不存在与公司经营同类业务，不存在自身利益与公司利益冲突，不存在利用职权牟取不正当利益的情形； （2）发行人董事的兼职情况未对其在发行人的履职产生不利影响，发行人的高级管理人员、监事未在发行人及其子公司以外的其他企业兼职，因此，发行人的董事、监事及高级管理人员能够保证其将时间和精力集中于发行人的经营管理或内部监督并充分履行相应职责和勤勉义务，能够在执行职务时为公司的最大利益尽到管理者通常应有的合理注意； （3）发行人董监高的兼职情况不存在违反《公司法》规定的忠实义务和勤勉义务的情形
《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》二、发行人不是上市公司直接或间接控制的子公司，但部分重要资产来自于上市公司的，保荐机构和发行人律师应当针对以下事项进行核查并发表明确意见：……（三）发行人及其关联方的董事、监事（如有）和高级管理人员在上市公司及其关联方的历史任职情况及合法合规性，是否存在违反竞业禁止义务的情形，与上市公司及其董事、监事（如有）和高级管理人员是否存在亲属及其他密切关系…… 《监管规则适用指引——发行类第 4 号》境内上市公司在境内分拆子公司上市，保荐机构和发行人律师应核查是否符合境内分拆上市的相关规定并发表意见；境外上市公司在境内分拆子公司上市，保荐机构和发行人律师应核查是否符合境外监管的相关规定并发表意见。除上述情形外的发行人部分资产来自于上市公司，保荐机构和发行人律师应当针对以下事项进行核查并发表意见：……发行人及其关联方的董事、监事和高级管理人员在上市公司及其关联方的历史任职情况及合法合规性，是否存在违反竞业禁止义务的情形，与上市公司及其董事、监事和高级管理人员是否存在亲属及其他密切关系，如存在，在相关决策程序履行过程中，相关人员是否回避表决或采取保护非关联股东利益的有效措施；资产转让过程中是否存在损害上市公司及其中小投资者合法利益的情形……	发行人不存在资产来自于上市公司的情形，不适用该等规定
《公司章程》第一百〇二条 董事应当遵守法律、行政法规和本章程，对公司负有下列忠实义务： （一）不得利用职权收受贿赂或者其他非法收入，不得侵占公司的财产； （二）不得挪用公司资金； （三）不得将公司资产或者资金以其个人名义或者其他个人名义开立账户存储； （四）不得违反本章程的规定，未经股东会或董事会同意，将公司资金借贷给他人或者以公司财产为他人提供担保； （五）不得违反本章程的规定或未经股东会同意，与本公司订立合同	（1）发行人董事、监事、高级管理人员及其近亲属不存在与公司经营同类业务，不存在自身利益与公司利益冲突，不存在利用职权牟取不正当利益的情形； （2）发行人董事的兼职情况未对其在发行人的履职产生不利影响，发行人的高级管理人员、监事未在发行人及其子公司以外的其他企业兼职，因此，发行

涉及董监高兼职相关的任职资格要求	适用性分析
或者进行交易； （六）未经股东会同意，不得利用职务便利，为自己或他人谋取本应属于公司的商业机会，自营或者为他人经营与本公司同类的业务； （七）不得接受与公司交易的佣金归为己有； （八）不得擅自披露公司秘密； （九）不得利用其关联关系损害公司利益； （十）法律、行政法规、部门规章及本章程规定的其他忠实义务。 董事违反本条规定所得的收入，应当归公司所有；给公司造成损失的，应当承担赔偿责任。 第一百〇三条 董事应当遵守法律、行政法规和本章程，对公司负有下列勤勉义务： （一）应谨慎、认真、勤勉地行使公司赋予的权利，以保证公司的商业行为符合国家法律、行政法规以及国家各项经济政策的要求，商业活动不超过营业执照规定的业务范围； （二）应公平对待所有股东； （三）及时了解公司业务经营管理状况； （四）应当对公司定期报告签署书面确认意见。保证公司所披露的信息真实、准确、完整； （五）应当如实向监事会提供有关情况和资料，不得妨碍监事会或者监事行使职权； （六）法律、行政法规、部门规章及本章程规定的其他勤勉义务。 第一百三十条 第二款 本章程第一百零二条关于董事的忠实义务和第一百零三条（四）～（六）关于勤勉义务的规定，同时适用于高级管理人员。 第一百四十五条 监事不得利用其关联关系损害公司利益，若给公司造成损失的，应当承担赔偿责任。	人的董事、监事及高级管理人员能够保证其将时间和精力集中于发行人的经营管理或内部监督并充分履行相应职责和勤勉义务，能够在执行职务时为公司的最大利益尽到管理者通常应有的合理注意； （3）发行人董监高的兼职情况不存在违反章程规定的忠实义务和勤勉义务的情形
《上市公司独立董事管理办法》第八条 独立董事原则上最多在三家境内上市公司担任独立董事，并应当确保有足够的时间和精力有效地履行独立董事的职责。	发行人独立董事在境内上市公司或拟上市公司担任独立董事的数量均未超过 3 家，自发行人设立独立董事席位以来，均能够出席历次董事会并就其需要发表意见的议案发表相关独立董事意见，有足够的时间和精力有效地履行独立董事的职责

发行人董事的上述兼职情况未对其在发行人的履职产生不利影响，发行人董事能按期出席董事会，对董事会审议事项进行表决；发行人的高级管理人员、监事未在发行人及其子公司以外的其他企业兼职。综上，发行人的董事、监事及高级管理人员能够保证其将时间和精力集中于发行人的经营管理或内部监督并充分履行相应职责和勤勉义务。

综上，发行人董监高的在外兼职不影响其对发行人的勤勉尽责义务，发行人董监高均符合任职资格的要求。

三、详细说明报告期内多次更换财务总监的原因，主要负责财务工作的人员在本次申报前离职的情况及原因，结合相关情况说明发行人财务及内控制度

是否健全，会计基础工作是否薄弱，公司治理机制运行是否稳定

（一）详细说明报告期内多次更换财务总监的原因，主要负责财务工作的人员在本次申报前离职的情况及原因

公司报告期内多次更换财务总监的原因，主要负责财务工作的人员在本次申报前离职的情况及原因如下：

序号	姓名	任期	更换及离职原因
1	陈海峰	2019 年 3 月-2022 年 11 月	2022 年 11 月因自身发展原因从公司离职
2	廖凯敏	2022 年 11 月-2025 年 3 月	前任财务总监陈海峰离职，廖凯敏曾就职于立信会计师事务所（特殊普通合伙）浙江分所，担任高级审计员、项目经理职务，公司 2022 年 11 月新聘任廖凯敏为公司财务总监。廖凯敏家庭成员均在杭州长期生活且考虑到上市筹备期间工作压力较大，为减少长期异地分居和工作压力，2025 年 3 月因个人身体和家庭原因离职
3	严玉婷	2025 年 3 月-至今	前任财务总监廖凯敏离职，严玉婷自 2019 年 6 月加入公司，历任公司财务副经理、财务经理，拥有丰富的财务工作相关经验，可以胜任公司在未来发展中对财务总监的相关要求，故聘任为财务总监

（二）结合相关情况说明发行人财务及内控制度是否健全，会计基础工作是否薄弱，公司治理机制运行是否稳定。

公司依据相关法律法规、规范指引的要求制定了《会计核算管理办法》《货币资金管理办法》《预算管理办法》《财务报告管理办法》等内部控制管理制度，财务及内控制度健全。

公司会计基础工作规范，相关内部控制制度健全且有效执行。报告期内，公司财务部门岗位设置、分工合理，财务人员具备充足的专业知识和胜任能力，不存在不相容岗位未分离的情况，同时能确保相关经济业务被真实、完整地记录，公允反映了公司的财务状况、经营成果和现金流量，能够满足经营需要。公司报告期内更换财务总监均系其因个人原因离职，非公司会计基础薄弱所致。

公司按照《公司法》《证券法》等有关法律、法规的要求，结合《公司章程》及三会议事规则等制度，建立了由股东会、董事会、监事会和高级管理人员组成的法人治理结构，报告期内，公司控制权稳定、董事、高级管理人员稳定，能够严格执行公司各项内部管理制度，公司治理机制运行良好。

公司于 2025 年 6 月 30 日按照《企业内部控制基本规范》和相关规定在所有

重大方面保持了有效的财务报告内部控制。

综上，公司财务及内控制度健全，不存在会计基础薄弱的情况，公司治理机制运行稳定。

四、结合实际控制人、董监高亲属在公司的任职岗位情况，说明相关人员的任职是否符合法律法规、部门规章、业务规则和公司章程等的要求，相关人员是否具备履行职责必需的知识、技能和时间，是否勤勉尽责，是否影响公司治理规范性、内部控制有效性

（一）实际控制人、董监高亲属在公司的任职岗位情况

截至本回复出具日，实际控制人、董事、监事、高级管理人员亲属（包括董事、监事、高级管理人员的配偶、父母、年满18周岁的子女及其配偶、兄弟姐妹及其配偶，配偶的父母、兄弟姐妹，子女配偶的父母，及董事、监事、高级管理人员的其他三代以内同、旁系血亲及其配偶）在公司的任职岗位情况如下：

序号	姓名	亲属关系	任职主体	职务/岗位	相关知识、技能情况
1	陈徐彬	王海江表弟	信胜科技	销售经理	本科学历，具有九年销售工作经验
2	王校军	王海江表弟	信胜科技	信息主管	毕业于哈尔滨工业大学软件工程专业，曾任职于物产中大数字科技有限公司担任安卓工程师
3	陈少军	王海江表哥	信胜科技	行政专员	熟悉综合管理事务
4	王益民	王海江姑父	易瑞得	保安	具备保安工作的能力和精力
5	徐明永	王海江舅舅	信胜科技	保安	具备保安工作的能力和精力
6	王陈超	王海江堂兄之子	信胜科技	销售员	本科学历，具有六年销售工作经验
7	陈波	王海江姨父	信胜机械	董事	2015年曾经营诸暨市双盈绣花机台板厂（已于2019年注销），具有台板制造、销售的经验
8	姚泉君	姚晓艳堂弟	信胜科技	生产组员	具备十余年流水线工作经验
9	徐佳龙	姚晓艳表弟	信胜科技	销售员	具有九年销售工作经验
10	斯学锋	蔡洁钟配偶之表哥	信胜科技	技术员	具备十余年工艺开发工作经验
11	杨燕利	杨金魁配偶	信胜科技	生产组长	具备十余年流水线工作经验
12	杨燕明	杨金魁配偶之姐	信胜科技	生产组员	具备十余年流水线工作经验
13	郦易周	杨金魁外甥	信胜科技	生产组员	大专学历

（二）相关人员的任职是否符合法律法规、部门规章、业务规则和公司章程等的要求

申报会计师对陈波进行了访谈，根据陈波填写的调查表，通过企查查、中国裁判文书网、执行信息公开网进行了查询，陈波符合《公司法》《诸暨信胜机械制造有限公司章程》规定的董事任职资格，不存在法律法规和章程规定的禁止担任董事的情形；陈徐彬、王校军、陈少军、王益民、徐明永、王陈超、姚泉君、徐佳龙、斯学锋、杨燕利、杨燕明、郦易周除在公司任职外，不存在其他兼职的情形，符合《劳动法》《劳动合同法》的要求。

（三）相关人员是否具备履行职责必需的知识、技能和时间，是否勤勉尽责

如上表所示，信胜机械董事陈波曾在2015年经营诸暨市双盈绣花机台板厂（已于2019年注销），具有台板制造、销售的经验，能够胜任信胜机械董事；发行人信息主管王校军毕业于哈尔滨工业大学软件工程专业，曾任职于物产中大数字科技有限公司担任安卓工程师，具备发行人信息技术部工作的专业技能；发行人销售经理陈徐彬、销售员徐佳龙、王陈超具有丰富的销售经验，能够胜任发行人销售岗位；发行人技术员斯学锋具有十余年工艺开发经验，能够胜任技术研发工作。除上述人员外，实际控制人、董事、监事、高级管理人员其余亲属任职发行人及其子公司的行政专员、保安、一线生产职员等岗位，相关岗位知识、技能准入门槛较低，且相关人员亦具备从事相关工作的精力、经验或学历。

上述人员中，陈波担任融湾投资执行事务合伙人，但融湾投资仅投资信胜机械，不存在其他股权投资的情形，亦不存在日常生产经营；徐明永系诸暨市家伴五金经营部工商登记的经营者，诸暨市家伴五金经营部目前实际由徐明永配偶负责经营，徐明永全职在公司担任保安职务，不存在在诸暨市家伴五金经营部兼职的情形；除此之外，其余人员在发行人及其子公司全职工作，不存在兼职的情形，具备履行职责必需的时间，勤勉尽责。

（四）是否影响公司治理规范性、内部控制有效性

相关人员入职发行人或其子公司均履行了必要的入职程序，其薪酬与工作经验、任职岗位相匹配，发行人及其子公司相关制度能够有效约束相关人员。

综上，相关人员在公司的任职不影响公司治理规范性、内部控制有效性。

五、结合信胜控股主营业务为股权投资、报告期内业务开展情况、资金流水核查情况、与发行人关联交易情况、财务账套放在发行人处等情况，说明信胜控股向发行人采购汽车、租赁办公场所的商业合理性，发行人与控股股东在人员、资产、财务、办公场所等方面是否独立，发行人及其子公司是否建立了公司财务管理、防范资金占用相关内控制度及其执行情况

（一）信胜控股主营业务为股权投资、报告期内业务开展情况、资金流水核查情况、与发行人关联交易情况、财务账套放在发行人处等情况

1、信胜控股股权投资和报告期内业务开展情况

报告期内，除对发行人的股权投资外，信胜控股对外投资的其他企业的情形如下：

名称	持股比例	投资时间	经营范围
诸暨市七大洲小额贷款股份有限公司	5.00%	2022 年 5 月	发放贷款，办理商业承兑，与贷款业务有关的融资咨询、财务顾问等中介服务
浙江云腾体育发展有限公司	33.00%	2025 年 5 月	体育竞赛组织；体育赛事策划；组织文化艺术交流活动；体育健康服务；体育用品设备出租；体育经纪人服务；体育用品及器材批发；组织体育表演活动；体育场地设施经营（不含高危险性体育运动）；体育用品及器材零售；体育场地设施工程施工；票务代理服务；信息咨询服务（不含许可类信息咨询服务）（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）
青岛挚巍创业投资基金合伙企业（有限合伙）	19.93%	2025 年 7 月	以私募基金从事股权投资、投资管理、资产管理等活动

除上述股权投资外，信胜控股未开展其他业务。

2、资金流水核查情况

申报会计师核查了信胜控股报告期内的全部账户的银行流水，具体核查情况参见本反馈回复问题7之“五、（二）对发行人及其主要人员资金流水情况进行核查，并提供专项核查报告及核查底稿”。

3、与发行人关联交易情况

报告期内，信胜控股与发行人的关联交易情况如下：

单位：万元

类型	关联方	交易内容	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
经常性关联交易						
关联租赁	信胜控股	信胜控股向发行人租赁办公室	5.05	9.63	9.17	-
偶发性关联交易						
股权转让	信胜控股	2022 年 5 月，公司向信胜控股转让七大洲小贷 5.00%的股权，股权转让金额为 10,439,997.00 元				
关联销售	信胜控股	2024 年发行人向信胜控股销售一辆雷克萨斯汽车，金额为 14.51 万元				

4、财务账套放在发行人处情况

报告期内，信胜控股的财务账套曾存放于公司服务器，主要系信胜控股主要从事股权投资业务，未开展生产经营，故未设置单独的服务器，报告期内，信胜控股财务做账系由信胜控股员工独立进行，不存在与发行人共用财务人员的情形，信胜控股与发行人财务独立。自 2025 年 5 月起，信胜控股委托代理记账公司进行记账，其财务账套存放于代理记账公司服务器。

（二）信胜控股向发行人采购汽车、租赁办公场所的商业合理性

1、信胜控股向发行人采购汽车的商业合理性

报告期内，信胜控股拟新增对外投资，存在业务开展日常接待需求，出于节约成本的考量，拟采购二手车辆满足日常接待需求。正值发行人拟采购新商务车用于商务洽谈、接待，并在二手车市场处置原有闲置小客车。在双方需求匹配的情况下，发行人和信胜控股根据汽车的品牌、使用年限、报废年限等情形，参照二手车市场公允价格实施了本次交易。

因此，信胜控股向发行人采购汽车具有商业合理性。

2、信胜控股向发行人租赁办公场所的商业合理性

报告期内，信胜控股计划新增其他对外投资，为满足商务洽谈等办公需要，自2023年起信胜控股向发行人租赁办公场所，信胜控股和发行人参照相近地段办公场所租赁的市场价格实施了本次交易，交易价格公允。信胜控股报告期内新增

对外投资及业务开展情况参见本题回复之“五、（一）1、信胜控股股权投资和报告期内业务开展情况”。

因此，信胜控股向发行人租赁办公场所具有商业合理性。

（三）发行人与控股股东在人员、资产、财务、办公场所等方面是否独立

截至本回复出具日，发行人的高级管理人员（包括总经理、副总经理、董事会秘书、财务总监）未在其控股股东担任除董事、监事以外的其他职务，未在控股股东领薪。发行人的财务人员未在控股股东兼职。发行人拥有独立于控股股东的员工，并在有关社会保险、工薪报酬等方面分账独立管理。发行人的劳动、人事及工资管理独立于控股股东。

截至本回复出具日，发行人合法拥有与生产经营有关的生产系统、辅助生产系统和配套设施，具有独立完整的供应、生产、销售及研发系统。合法拥有与生产经营有关的土地、厂房、机器设备以及商标、专利、非专利技术的所有权或者使用权，不存在对控股股东的资产的依赖，具有独立的原料采购和产品销售系统。发行人与控股股东在资产方面互相独立。

截至本回复出具日，发行人设立了独立的财务会计部门，其财务人员未在关联企业中兼职，发行人建立了独立的财务会计核算体系和财务管理制度，并独立进行财务决策，具有规范的财务会计制度和对子公司的财务管理制度。发行人拥有独立的银行账户，未与其控股股东共用银行账户。发行人依法独立履行纳税申报和缴纳税款的义务。控股股东没有占用发行人的资金、资产或其他资源。发行人没有为其控股股东违规提供担保，或将以公司名义获得的借款转借给控股股东使用，发行人与控股股东在财务方面互相独立。

截至本回复出具日，发行人办公场所与控股股东办公场所分开，不存在与其控股股东办公场所混同的情形。

综上，发行人与控股股东在人员、资产、财务、办公场所等方面相互独立。

（四）发行人及其子公司是否建立了公司财务管理、防范资金占用相关内控制度及其执行情况

1、发行人及其子公司建立了财务管理、防范资金占用相关内控制度

发行人制定了《公司章程》《股东会议事规则》《董事会议事规则》《监事会议事规则》《授权管理制度》《关联交易规则》《内部审计制度》《防范控股股东及实际控制人占用公司资金管理制度》《子公司管理制度》及系列财务管理方面的规章制度，前述制度对相关交易的审批权限及决策程序、防范资金占用、加强内部控制、资金使用管理等进行了规定：

（1）发行人现行有效的《公司章程》《股东会议事规则》《董事会议事规则》《监事会议事规则》《授权管理制度》对相关交易的审批权限及决策程序进行了规定。

（2）发行人现行有效的《公司章程》第四十一条第二款规定，公司股东滥用股东权利给公司或者其他股东造成损失的，应当依法承担赔偿责任。公司股东滥用公司法人独立地位和股东有限责任，逃避债务，严重损害公司债权人利益的，应当对公司债务承担连带责任。第四十三条规定，公司控股股东及实际控制人对公司和公司社会其他股东负有诚信义务。控股股东应严格依法行使出资人的权利，控股股东不得利用利润分配、资产重组、对外投资、资金占用、借款担保等方式损害公司和其他股东的合法权益，不得利用其控制地位损害公司和其他股东的利益。

（3）发行人现行有效的《内部审计制度》从内部审计机构和人员、审计职责内部审计工作流程、信息披露、奖励与处罚等方面对内部审计相关事项进行了规定。发行人现行有效的《子公司管理制度》亦明确，母公司的《内部审计制度》适用于子公司内部审计。

（4）发行人现行有效的《防范控股股东及实际控制人占用公司资金管理制度》从防范控股股东及实际控制人占用资金的原则、责任与措施、责任追究及处罚等方面对防范控股股东及实际控制人占用发行人资金的情形进行了制度约束。

（5）发行人现行有效的《关联交易规则》从关联人和关联关系、关联交易、关联交易的决策权限和决策程序等方面对发行人的关联交易予以规范。

（6）发行人现行有效的《子公司管理制度》对子公司的股权管理、财务管理、内部审计监督、投资管理等各方面进行了规定。

（7）发行人制定了《会计核算管理办法》《货币资金管理办法》《预算管理办法》《财务报告管理办法》等系列财务管理制度，对财务管理各个方面进行了详细的规定，发行人财务管理制度健全，内控制度运行有效。

综上，发行人及其子公司建立了财务管理、防范资金占用相关内控制度。

2、发行人及其子公司财务管理、防范资金占用相关内控制度的执行情况

经核查，发行人报告期内的关联交易均已通过发行人第二届董事会第十五次会议及2024年第三次临时股东大会、第三届董事会第四次会议及2024年年度股东大会履行了确认程序。发行人第三届董事会第四次会议、2024年年度股东大会对2025年度关联交易进行了预计。

报告期内，发行人及其子公司不存在资金被控股股东、实际控制人及其控制的其他企业以借款、代偿债务、代垫款项或者其他方式占用的情况，不存在固定资产、无形资产等资产被控股股东、实际控制人及其控制的其他企业转移的情况，不存在为控股股东、实际控制人及其控制的其他企业提供担保的情形。

报告期内，发行人及其子公司曾存在转贷、个人卡收款等相关内控制度执行不到位的情形，截至报告期末前述情形均已整改，发行人及其子公司财务管理、防范资金占用相关内控制度均能有效执行。

六、报告期内关联采购金额逐年增加的背景及商业合理性，结合对无关联方第三方交易价格说明关联交易的定价公允性。结合发行人主要产品及募投项目情况，说明发行人实际控制人亲属控制的企业与发行人是否存在竞争关系。说明发行人销售汽车同时向实际控制人租赁汽车的商业合理性，是否存在利益输送

（一）报告期内关联采购金额逐年增加的背景及商业合理性，结合对无关联方第三方交易价格说明关联交易的定价公允性

1、报告期内关联采购金额逐年增加的背景及商业合理性

报告期内，公司关联采购主要系向申工机械、诸暨市家伴五金经营部和诸暨

市诚俞货物运输服务部（比照关联交易）发生的采购，具体如下：

单位：万元

关联方名称	2025 年 1-6 月		2024 年度		2023 年度		2022 年度	
	金额	占营业成本的比例	金额	占营业成本的比例	金额	占营业成本的比例	金额	占营业成本的比例
申工机械	1,682.20	3.45%	1,602.56	2.02%	780.04	1.39%	576.34	1.21%
诸暨市家伴五金经营部	1.45	0.00%	1.69	0.00%	4.67	0.01%	4.57	0.01%
诸暨市诚俞货物运输服务部	-	-	-	-	-	-	20.37	0.04%
合计	**1,683.65**	**3.45%**	**1,604.25**	**2.02%**	**784.71**	**1.40%**	**601.27**	**1.26%**

如上表所示，报告期内，公司关联采购金额逐年增加主要系向申工机械采购的金额逐年增加，申工机械主要从事电脑刺绣机零部件及袜机零部件的生产和销售，其实际控制人王国生与发行人实际控制人王海江系堂兄弟关系，公司自 2013 年开始与申工机械合作。

2023 年度，公司向申工机械采购金额增加主要系公司业务增长。2023 年度，公司营业收入为 70,401.23 万元，同比增长 17.42%，公司业务增长导致原材料采购需求增加，导致关联采购金额亦同步增加。

2024 年度，公司向申工机械采购金额增加主要系采购产品类型增加，2024 年以前公司主要向申工机械采购梭床壳体、针杆架等零部件，2024 年起公司向其新增采购驱动小部件。2023 年，公司新设子公司信顺精密，主要从事电脑刺绣机零部件精加工业务，部分刺绣机零部件的采购由外采转移至向信顺精密采购，导致公司供应商诸暨市合众机械有限公司（以下简称“合众机械”）对公司配合程度下降，2024 年对于部分公司新设计的驱动小部件，因合众机械配合生产意愿较低，故公司将此部分新设计驱动小部件转移至具有相似加工经验与加工能力的申工机械，从而导致对于零部件的采购规模扩大。

2025 年 1-6 月，公司向申工机械采购金额增加主要系公司业务增长带来的驱动小部件采购增加，由于针杆架与梭床壳体部分转由子公司信顺精密自产，故针杆架与梭床壳体采购金额未发生较大提高，而同类产品采购占比降低。但驱动小

部件公司尚未开展自产，且合众机械采购量进一步下降，故申工机械驱动小部件采购占比提高，采购金额增加。

公司上述采购内容对申工机械不存在依赖，公司拟通过提高子公司信顺精密产量、新增其他外部供应商等方式减少与申工机械的关联交易金额。

综上所述，报告期内关联采购金额逐年增加具有商业合理性。

2、结合对无关联方第三方交易价格说明关联交易的定价公允性

在上述交易中，发行人自 2023 年起已停止与诸暨市诚俞货物运输服务部之间的交易，自 2025 年 2 月起已停止与诸暨市家伴五金经营部之间的交易。发行人向诸暨市诚俞货物运输服务部采购运输服务，向诸暨市家伴五金经营部采购五金零件，金额较小，交易价格参照市场价格而定，具有公允性。

报告期内，公司因业务需要向申工机械采购驱动小部件、梭床壳体、针杆架等零部件，采购公允性分析如下：

（1）基本情况

报告期内，公司向申工机械采购情况如下：

单位：万元

关联方名称	2025 年 1-6 月		2024 年度		2023 年度		2022 年度	
	金额	占全部采购的比例	金额	占全部采购的比例	金额	占全部采购的比例	金额	占全部采购的比例
信胜科技	1,674.10	99.52%	1,602.56	100.00%	779.25	99.90%	576.34	100.00%
易瑞得	-	-	-	-	0.79	0.10%	-	-
信顺精密	8.09	0.48%	-	-	-	-	-	-
合计	**1,682.20**	**100.00%**	**1,602.56**	**100.00%**	**780.04**	**100.00%**	**576.34**	**100.00%**

发行人向申工机械的采购业务主要系母公司采购，故直接通过母公司采购价格进行公允性分析。报告期内，信胜科技主要向申工机械采购驱动小部件、梭床壳体、针杆架等零部件，占同类产品的采购占比如下：

单位：万元

交易内容	2025 年 1-6 月交易金额	占发行人同类采购的比例	2024 年交易金额	占发行人同类采购的比例	2023 年交易金额	占发行人同类采购的比例	2022 年交易金额	占发行人同类采购的比例
梭床壳体	169.84	56.95%	329.93	72.47%	328.55	94.60%	265.15	92.14%

单位：万元

交易内容	2025 年 1-6 月交易金额	占发行人同类采购的比例	2024 年交易金额	占发行人同类采购的比例	2023 年交易金额	占发行人同类采购的比例	2022 年交易金额	占发行人同类采购的比例
针杆架	26.60	6.32%	66.54	9.12%	125.69	16.67%	105.85	25.43%
驱动小部件	1,183.20	76.15%	778.70	30.48%	-	-	-	-

信胜科技向申工机械采购梭床壳体占同类采购的占比较高，但对申工机械不存在依赖且 2024 年、2025 年 1-6 月采购占比逐年下降，主要原因系发行人子公司信顺精密于 2023 年成立，成立之后部分梭床壳体进行自产，2023 年度至 2025 年 1-6 月，梭床壳体自产占比分别为 4.39%、27.53%和 43.05%，信顺精密产能不足的部分再向申工机械采购。

信胜科技向申工机械采购针杆架占同类采购的比例较低，且报告期内逐年下降，主要系信顺精密成立之后部分针杆架进行自产，2023 年度至 2025 年 1-6 月，针杆架自产占比分别为 55.44%、89.28%和 93.47%，故向申工机械采购针杆架的占比逐年下降。

2024 年起信胜科技向申工机械采购部分驱动小部件，占比逐渐增加，主要原因参见本题回复之“六、（一）1、报告期内关联采购金额逐年增加的背景及商业合理性”。

（2）采购价格公允性

①与市场价格对比

信胜科技与申工机械的交易主要系采购驱动小部件、梭床壳体、针杆架等零部件。信胜科技向申工机械采购的零部件价格系在零部件毛坯价格加算一定加工费的基础上确定。加工费根据所需工时确定，市场上加工中心加工费每小时约为 60-100 元，信胜科技向申工机械采购的加工费常规产品一般在 60 元/小时，新产品一般在 80 元/小时，具有公允性。

②与同类产品采购价格相比

信胜科技主要向申工机械采购驱动小部件（2024 年起）、梭床壳体、针杆架等零部件，报告期内信胜科技向其采购与其他同类产品采购价格比较如下：

单位：元

产品类型	供应商名称	采购单价（不含税）	差异率
2025 年 1-6 月			
梭床壳体	申工机械	21.24	1.00%
	信顺精密	21.03	
针杆架	申工机械	28.67	-3.60%
	信顺精密	29.73	
驱动小部件	申工机械	365.61	4.68%
	合众机械	349.25	
2024 年度			
梭床壳体	申工机械	21.24	0.00%
	信顺精密	21.24	
针杆架	申工机械	29.03	-2.35%
	合众机械	29.73	
驱动小部件	申工机械	334.27	0.95%
	合众机械	331.14	
2023 年度			
针杆架	申工机械	29.03	0.00%
	信顺精密	29.03	
2022 年度			
针杆架	申工机械	31.95	3.00%
	合众机械	31.02	

注 1：2022 年度与 2023 年度发行人向申工机械主要采购梭床壳体和针杆架，其中梭床壳体 90%以上向申工采购，其余部分型号不一致，无法进行同类比较；

注 2：因上述零部件规格型号众多，公司向各家供应商采购的规格型号差异较大，导致平均价格变动较大，故此处选取向不同供应商采购同类规格型号的平均单价进行比较。

如上表所示，公司向申工机械采购零部件与其他同类供应商采购单价差异较小，具有公允性。

③申工机械毛利率情况

根据申工机械提供的报告期利润表，其营业收入、营业成本及毛利率情况如下：

单位：万元

项目	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
营业收入	1,899.05	1,860.02	1,142.39	890.18
营业成本	1,623.58	1,570.67	929.86	750.24
毛利率	14.51%	15.56%	18.60%	15.72%

申工机械主要从事电脑刺绣机零部件生产制造业务，报告期内其毛利率处于合理水平。

综上，公司关联采购价格具有公允性。

（二）结合发行人主要产品及募投项目情况，说明发行人实际控制人亲属控制的企业与发行人是否存在竞争关系

公司主要从事电脑刺绣机的研发、生产和销售，主要产品根据刺绣工艺可分为平绣机、特种机，信胜机械主要从事电脑刺绣机所用机架、方管、台板等部件的生产与销售，信顺精密主要从事电脑刺绣机零部件的精加工，主要产品为电脑刺绣机所用的机壳、针杆架、梭床壳体、齿轮箱配件等，易瑞得主要从事成衣帽绣机的生产与销售。

公司本次募集资金投资的生产项目为“年产 11,000 台（套）刺绣机机架建设项目”、“年产 33 万套刺绣机零部件建设项目”。其中“年产 11,000 台（套）刺绣机机架建设项目”由信胜机械实施，主要为投建年产 11,000 台（套）电脑刺绣机机架生产线，提升机架生产能力；“年产 33 万套刺绣机零部件建设项目”由信顺精密实施，主要为投建年产 33 万套电脑刺绣机零部件生产线，提升机头三件套（机壳、梭床壳体、针杆架）、驱动小部件、附加装置、单头机零部件等生产能力。

经核查，发行人实际控制人亲属（包括配偶、父母、年满 18 周岁的子女及其配偶、兄弟姐妹及其配偶，配偶的父母、兄弟姐妹，子女配偶的父母，及其他三代以内同、旁系血亲及其配偶）控制的企业及主营业务如下：

姓名	关联关系	对外投资	持股比例	主营业务
王国生	实际控制人王海江之堂兄	申工机械	100.00%	电脑刺绣机零部件及袜机零部件的生产和销售
王陈超	王国生之子	诸暨市豪美机电制造有限公	100.00%	无实际经营

姓名	关联关系	对外投资	持股比例	主营业务
		司		
王雪方	实际控制人王海江之姨母	诸暨市益锐机械制造有限公司	100.00%	机械零部件加工
		诸暨精辉机械制造有限公司	50.00%	无实际经营
		诸暨茂森生态农业有限公司	50.00%	已吊销
		诸暨市城东新增绣花机配件厂	个体工商户	无实际经营
		诸暨市博鑫机械制造有限公司	80.00%	无实际经营
		诸暨市锡芳信息咨询服务部	个体工商户	无实际经营
陈少军	实际控制人王海江之表哥	诸暨市诚俞货物运输服务部	个体工商户	已停止经营
柴辉	陈少军之配偶	诸暨市越都情丝服饰有限公司	100.00%	服装销售
徐明永	实际控制人王海江之舅舅	诸暨市家伴五金经营部	个体工商户	五金零售
徐彩方	实际控制人王海江之姨母	宁波融湾投资合伙企业（有限合伙）	46.24%	股权投资
陈波	徐彩方之配偶	宁波融湾投资合伙企业（有限合伙）	0.90%	股权投资
徐燕燕	实际控制人姚晓艳之表妹	绍兴春起进出口有限公司	100.00%	无实际经营
俞均杰	徐燕燕之配偶	绍兴六奕仓储服务有限公司	55.00%	国内货物运输代理
潘忠英	实际控制人姚晓艳表弟徐佳龙之配偶	诸暨市蜜兔美甲店	个体工商户	美甲服务；服装服饰零售
俞建达	实际控制人姚晓艳表妹章徐虹之配偶	诸暨达匠装饰材料经营部	个体工商户	建筑装饰材料销售

如上表所示，实际控制人亲属控制的企业中，申工机械与发行人子公司信顺精密均为发行人供应梭床壳体、针杆架等零部件，存在一定的业务重叠，但发行人与申工机械不构成同业竞争关系，发行人子公司信顺精密产能不足，无法满足发行人电脑刺绣机零部件的采购需求，故发行人向申工机械采购部分零部件，且申工机械规模较小，不存在生产电脑刺绣机整机的能力，不存在与发行人竞争的情形。

（三）说明发行人销售汽车同时向实际控制人租赁汽车的商业合理性，是否存在利益输送

报告期内，发行人销售汽车系向信胜控股销售 2020 年款雷克萨斯，销售价格为 17.00 万元（含税），经查询汽车之家同年份同车型二手车交易价格，发行人销售价格公允。雷克萨斯已累计折旧 16.09 万元，账面价值 12.14 万元，发行人向信胜控股销售价格与市场上同车型二手车交易价格接近，且高于其账面价值，不存在利益输送的情形。

报告期内，发行人向实际控制人租赁汽车为埃尔法商务车，租赁价格为 6.00 万元/年，主要系发行人存在杭州地区商务接待需求，需要一辆浙 A 牌照的商务车，而发行人注册地不在杭州，无法直接办理浙 A 牌照，实际控制人王海江名下浙 A 牌照商务车埃尔法满足发行人用车需求，故向其租赁。该车购入价约 76 万元，按 10 年使用年限折旧约每年 7.60 万元，发行人租赁价格具有合理性。

综上所述，发行人销售汽车系为将日常使用频率不高的雷克萨斯处理，发行人向实际控制人租赁埃尔法汽车系为满足商务用车需求，具有商业合理性。发行人销售价格公允，租赁价格合理，不存在利益输送的情形。

七、说明发行人与发行人实控人及其他主要人员控制、相关联主体是否存在业务、资金往来，如存在，说明发生相关往来的合理性，发行人各项内控措施是否得到有效执行

经核查，发行人及其子公司与关联自然人、关联法人和比照关联方披露的主体之间的业务、资金往来主要包括：（1）向在公司任职的关联自然人支付报销款和备用金及相关人员退还前述多余款项；（2）向在公司任职的关联自然人发放劳动报酬，向独立董事支付津贴；（3）向公司股东支付分红款；（4）向离任的具有竞业限制义务的人员发放竞业补偿金相关往来；（5）关联交易及比照关联交易披露的交易。

发行人向在公司任职的关联自然人支付报销款和备用金及相关人员退还前述多余款项、向在公司任职的关联自然人发放劳动报酬、向独立董事支付津贴、向公司股东支付分红款、向离任的具有竞业限制义务的人员发放竞业补偿金相关往来均具有合理性。除关键管理人员薪酬外，发行人报告期内的关联交易及比照关联交易披露的交易情况及其合理性分析如下：

单位：万元

类型	关联方	交易内容	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度	合理性分析
经常性关联交易							
关联销售	艺丰机械	销售台板	-	-	-	0.08	2022 年，公司曾向艺丰机械销售一笔台板，金额极小，此后不再发生关联交易
关联租赁	王海江	向王海江租赁汽车	2.52	5.05	5.05	5.05	参见本题回复之“六、（三）说明发行人销售汽车同时向实际控制人租赁汽车的商业合理性，是否存在利益输送”
关联租赁	信胜控股	信胜控股向发行人租赁办公室	5.05	9.63	9.17	-	参见本题回复之“五、（二）2、信胜控股向发行人租赁办公场所的商业合理性”
关联采购	申工机械	采购驱动小部件、梭床壳体、针杆架零部件等	1,682.20	1,602.56	780.04	576.34	参见本题回复之“六、（一）报告期内关联采购金额逐年增加的背景及商业合理性，结合对无关联方第三方交易价格说明关联交易的定价公允性”
关联采购	诸暨市家伴五金经营部	购买插线板和灯泡等五金用品	1.45	1.69	4.67	4.57	
关联采购	诸暨市诚俞货物运输服务部	发行人母子公司厂区间机架运输服务	-	-	-	20.37	
关联销售	申工机械	铁板和其他配件等	6.57	-	4.04	4.23	申工机械接到的客户订单中存在零星不能自主生产的零部件，申工机械选择向发行人采购转卖给客户，具有合理性
关联销售	诸暨市益锐机械制造有限公司	委外加工服务	-	0.33	-	-	因诸暨市益锐机械制造有限公司有委外加工需求，且发行人具备相关生产能力，故发行人为诸暨市益锐机械制造有限公司提供委外加工服务，报告期内仅发生一笔业务，金额极小
偶发性关联交易							
关联担保	金统贸易	金统贸易为发行人提供关联担保，最高担保金额为 5,005.00 万元，担保期限自 2021 年 11 月 15 日至 2023 年 5 月 28 日，目前已履行完毕					发行人贷款银行要求发行人以外资信良好的关联主体为发行人提供担保
关联销售	信胜控股	2024 年发行人向信胜控股销售一辆雷克萨斯汽车，金额为 14.51 万元					参见本题回复之“五、（二）1、信胜控股向发行人采购汽车的商业合理性”
关联采购	杨泽霞	发行人董事会秘书杨蒋伟配偶之妹妹杨泽霞从事烟花爆竹经营，2025 年 3 月，发行人向其采购一笔烟花，金额为 1.90 万元					报告期内仅发生一笔业务，金额极小
股权转让	信胜控股	2022 年 5 月，公司向信胜控股转让七大洲小贷 5%股权，股权转让金额为 10,439,997.00 元					为突出发行人的主营业务，剥离与主营业务无关的财务性投资，发行人向信胜控股出售其原持有

单位：万元

类型	关联方	交易内容	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度	合理性分析
							的七大洲小贷的全部股份，出售完成后发行人不再持有七大洲小贷的股份

除前述主要往来情况外，发行人与关联自然人、关联法人和比照关联方披露的主体之间的其他业务、资金往来情况如下：

单位：元

往来时间	关联方	往来内容与合理性	往来金额
2022 年 8 月	徐和方	徐和方个人卡收取的废料款入账	335,105.00[注 1]
2022 年 11 月	诸暨市七大洲置业有限公司	发行人向诸暨市七大洲置业有限公司支付报告期前购买汽车的购车款	150,000.00
2023 年 5 月	信胜控股	2021 年，发行人存在一名刚入职员工不愿缴纳社保，发行人相关人员规范意识不足，转由信胜控股向其发放工资。中介机构发现后要求其进行整改，纳入发行人员工名册发放工资并为其缴纳社保与公积金；2023 年 5 月，发行人向信胜控股返还该等工资款	91,208.00[注 2]
2023 年 8 月	李建成	2023 年 8 月发行人将其持有的信胜机械 10%的股权（对应 500 万元出资额）以 1,560 万元的价格转让给李建成	15,600,000.00
2023 年 8 月	李建成	2023 年 8 月，信胜机械注册资本增加至 5,312.50 万元，李建成以 975 万元的价格认缴新增注册资本 312.50 万元，2023 年 8 月李建成错误向信胜机械汇入 1,250 万元，后信胜机械对该款项与增资款差额部分 275 万元予以返还	12,500,000.00
2023 年 8 月	李建成		2,750,000.00

注 1：2022 年度及以前徐和方合计收取废料款 335,105.00 元，2022 年度收取 74,650.00 元；

注 2：其中 2022 年度信胜控股垫付工资 8,000 元，其余 83,208 元系 2021 年度工资。

综上所述，发行人及其子公司与关联自然人、关联法人和比照关联方披露的主体之间存在业务、资金往来，均具有合理性，相关往来涉及的内控不规范事项已整改完毕，截至本回复出具日，发行人各项内控措施得到有效执行。

八、说明订单获取的相关内控措施及运行情况，是否存在员工代为下单等不规范情况，相关问题的整改情况

（一）说明订单获取的相关内控措施及运行情况

报告期内，公司订单主要包括线下电脑刺绣机及相关配件的内销、外销订单，以及部分客户通过有赞微商城店铺“信胜配件商城”购买的线上配件订单。报告

期内，公司有赞微商城店铺内仅销售配件，交易规模相对较小，报告期内销售额分别为 176.10 万元、195.62 万元、180.15 万元、125.19 万元。

对于线下内销业务、外销业务，公司分别建立了《内贸业务管理办法》《外贸业务管理办法》等内控制度；对于有赞微商城的线上配件销售业务，公司建立了《关于配件商城销售配件的管理规定》等内控制度。

1、线下内销业务

对于线下内销业务，在订单获取阶段，公司主要内控流程包括：

（1）销售部门与客户洽谈，初步确定技术配置、销售价格、收款方式等订单信息后，起草销售合同；

（2）销售部门发起合同评审流程，技术部门评审技术指标及技术可行性后，由生产部门确认交期可行性、财务部门测算利润率等财务指标，最后由分管销售副总经理审批；

（3）订单评审完毕、双方盖章后，合同正式订立。

2、线下外销业务

对于线下外销业务，在订单获取阶段，公司主要内控流程包括：

（1）销售部门与客户洽谈，初步确定技术配置、销售价格、收款方式等订单信息后，起草销售合同；

（2）销售部门发起订单评审流程，技术部门评审技术指标及技术可行性后，由生产部门确认交期可行性、财务部门测算利润率等财务指标，最后由分管销售副总经理审批；

（3）订单评审完毕后，销售部门将电子版销售合同发往客户，客户确认后，合同正式订立。

3、有赞微商城线上配件销售业务

2025 年 5 月，针对有赞微商城的线上配件销售业务，公司制定了《关于配件商城销售配件的管理规定》，在前述业务订单获取阶段，公司主要内控流程包

括：

（1）公司设立线上配件商城进行配件销售，由销售部门负责接单、发货、款项结算等事项，配件商城中的配件销售价格、规格等信息由销售部门进行维护；

（2）配件客户在配件商城中找到对应的配件链接下订单，公司员工不得代替客户在商城中下单；

（3）销售部门接到配件商城订单后，在 ERP 系统上制作配件销货单，提交财务部审批，财务部对配件销售价格等事项进行审核；

（4）配件销货单审核完毕后，线上配件销售订单正式确认。

《关于配件商城销售配件的管理规定》明确禁止员工代客户下配件订单行为，前述文件发布后，公司未发生员工代客户下单的情况。

综上所述，公司与订单获取相关的内控措施运行有效。

（二）是否存在员工代为下单等不规范情况，相关问题的整改情况

报告期内，部分客户通过有赞微商城店铺“信胜配件商城”购买配件，由于公司配件种类繁多、下单频次较高，部分客户出于操作便捷考虑，委托公司员工代为下单。报告期内，公司员工代下单的订单金额分别为 85.04 万元、138.30 万元、141.60 万元和 66.10 万元，分别占公司当期营业收入的 0.14%、0.20%、0.14%和 0.10%。

公司于 2025 年 5 月制定并实施《关于配件商城销售配件的管理规定》，自 2025 年 5 月起，公司已禁止发生上述员工代下单行为，2025 年 5 月至本回复出具日，公司未再发生员工代下单情形，相关问题已整改完成。

九、请保荐机构、发行人律师、申报会计师核查上述事项并发表明确意见，对发行人报告期规范运行情况进行全面核查，说明相关不规范事项的性质、影响及整改情况，相关影响或风险隐患是否已消除，报告期是否还存在其他未披露的内控不规范情形，并对发行人是否建立健全有效的公司治理结构和财务内部控制制度，发行人独立性方面是否存在重大瑕疵，是否对本次公开发行构成障碍发表明确意见

（一）请保荐机构、发行人律师、申报会计师核查上述事项并发表明确意见

1、关于发行人内部控制制度等事项的核查情况

（1）核查程序

针对上述事项，申报会计师执行了包括但不限于以下核查程序：

①查阅了发行人现行有效的《公司章程》《股东会议事规则》《董事会议事规则》《监事会议事规则》《投资者关系管理制度》《独立董事工作细则》《关联交易规则》《信息披露管理制度》《利润分配管理制度》等主要治理制度；

②查阅了发行人报告期初至今历次股东会、董事会、监事会会议文件；

③对发行人董事、监事、高级管理人员和内审部门负责人进行了访谈；查阅了申报会计师出具的《内部控制审计报告》；

（2）核查结论

经核查，申报会计师认为：

①发行人建立了健全且运行良好的组织机构、现代企业制度，对中小投资者的合法利益提供了充分的制度保护；

②发行人三会和高管人员的职责及制衡机制有效运作，发行人建立的决策程序和议事规则、内部监督和反馈系统健全、有效。

2、关于董事、高级管理人员变动及勤勉尽责相关事项的核查情况

（1）核查程序

针对上述事项，申报会计师执行了包括但不限于以下核查程序：

①查阅了发行人董事、监事、高级管理人员填写的调查表，并对其进行了访谈，取得了发行人报告期内离职董事、高级管理人员出具的确认函和辞任报告；

②查阅了发行人报告期初至今历次股东会、董事会、监事会会议文件；

③通过企查查等网站对发行人董事、监事、高级管理人员的兼职情况进行了

检索；取得了发行人出具的确认函。

（2）核查结论

经核查，申报会计师认为：

①发行人报告期内董事、高级管理人员变动人数较少、比例较低，董事、高级管理人员变动不会对生产经营造成重大不利影响，不存在重大不利变化；

②发行人董监高兼职较多不影响其对发行人的勤勉尽责义务，发行人董监高均符合董监高任职资格的要求。

3、关于更换财务总监及内控健全等事项的核查情况

（1）核查程序

针对上述事项，申报会计师执行了包括但不限于以下核查程序：

①查阅了发行人高级管理人员填写的调查表，并对其进行了访谈；

②查阅了发行人《会计核算管理办法》《货币资金管理办法》《预算管理办法》《财务报告管理办法》等内部控制管理制度；

③查阅了申报会计师出具的《内部控制审计报告》；

④取得了发行人报告期内离职高级管理人员出具的辞任报告，对廖凯敏进行了访谈并取得了陈海峰出具的《确认函》；

⑤对发行人现任财务总监严玉婷进行了访谈。

（2）核查结论

经核查，申报会计师认为：

报告期内发行人更换财务总监主要系原财务总监因个人原因离职，公司依据相关法律法规、规范指引的要求制定了《会计核算管理办法》《货币资金管理办法》《预算管理办法》《财务报告管理办法》等内部控制管理制度，财务及内控制度健全，不存在会计基础工作薄弱的情况，公司治理机制运行稳定。

4、关于公司实际控制人、董监高亲属在公司任职情况相关事项的核查情况

（1）核查程序

针对上述事项，申报会计师执行了包括但不限于以下核查程序：

①取得了发行人及其子公司的员工名册、工资表及发行人出具的关于实际控制人及董监高亲属在发行人及其子公司任职情况的确认函；对发行人实际控制人、董监高进行了访谈；

②取得了在发行人及其子公司重要岗位工作的实际控制人及董监高亲属的简历；对发行人的人事经理进行了访谈；

③核查了发行人报告期内的社保公积金缴纳明细；

④对陈波进行了访谈并取得了其填写的调查表；通过企查查、中国裁判文书网、执行信息公开网查询了其涉诉、行政处罚等情况。

（2）核查结论

经核查，申报会计师认为：

实际控制人、董监高亲属在公司的任职符合法律法规、部门规章、业务规则和公司章程等的要求，相关人员具备履行职责必需的知识、技能和时间，勤勉尽责，不影响公司治理规范性、内部控制有效性。

5、关于发行人独立性相关事项的核查情况

（1）核查程序

针对上述事项，申报会计师执行了包括但不限于以下核查程序：

①核查了信胜控股报告期内的银行流水，对实际控制人进行了访谈；

②通过国家企业信用信息公示系统、企查查等网站对信胜控股报告期内的股权投资情况进行了核查；

③取得了发行人与信胜控股之间的关联交易合同并对其公允性进行了分析；

④对发行人的主要生产经营场所和信胜控股的主要生产经营场所分别进行了实地调查；

⑤查阅了发行人财务管理、防范资金占用方面的相关内控制度；

⑥对相关内部控制进行了解和测试，验证其运行的有效性；

⑦查阅了发行人报告期内关联交易相关的董事会和股东会会议资料。

（2）核查结论

经核查，申报会计师认为：

①信胜控股向发行人采购汽车、租赁办公场所具有商业合理性；

②发行人与控股股东在人员、资产、财务、办公场所等方面独立；

③截至报告期末，发行人及其子公司建立了公司财务管理、防范资金占用相关内控制度并有效执行。

6、关于关联采购公允性等相关事项的核查情况

（1）核查程序

针对上述事项，申报会计师执行了包括但不限于以下核查程序：

①取得了公司与关联方关联交易的合同、发票、明细，对关联交易进行公允性分析；

②取得了申工机械报告期内财务报表，对申工机械进行了访谈和实地走访；

③查阅了发行人募集资金投资项目的可行性研究报告，对实际控制人进行了访谈，对实际控制人亲属控制的企业及主营业务情况进行了确认，对其与发行人是否存在竞争关系进行了分析；

④访谈发行人财务总监，了解发行人销售汽车同时向实际控制人租赁汽车的原因；取得了发行人汽车销售合同，检索了二手车交易平台同类型车型二手交易价格，对销售汽车进行公允性判断；取得了发行人汽车租赁合同，对租赁价格的合理性进行了分析。

（2）核查结论

经核查，申报会计师认为：

①报告期内关联采购金额逐年增加主要系向申工机械的采购增加，2024 年度公司向其新增驱动小部件的采购，同时由于业务增长采购量同步增长，具有商业合理性，关联交易的定价公允；

②发行人实际控制人王海江之堂兄王国生控制的企业申工机械与发行人子公司信顺精密存在一定的业务重叠，发行人子公司信顺精密产能不足，无法满足发行人电脑刺绣机零部件的采购需求，故发行人向申工机械采购部分零部件，且申工机械规模较小，不存在生产电脑刺绣机整机的能力，不存在与发行人竞争的情形；

③发行人向信胜控股销售汽车同时向实际控制人租赁汽车具有商业合理性，不存在利益输送。

7、关于发行人与发行人实控人及其他主要人员控制、相关联主体相关事项的核查情况

（1）核查程序

针对上述事项，申报会计师执行了包括但不限于以下核查程序：

①取得了发行人董事、监事、高级管理人员及信胜控股的高级管理人员出具的调查表，取得了实际控制人出具的实际控制人亲属（包括配偶、父母、年满 18 周岁的子女及其配偶、兄弟姐妹及其配偶，配偶的父母、兄弟姐妹，子女配偶的父母，及其他三代以内同、旁系血亲及其配偶）清单，并通过企查查等网站对其关联主体情况进行了检索；

②核查了发行人报告期内的银行流水并对发行人与关联主体往来的 5 万元以上的资金流水往来情况进行了核实；核查了发行人董事（不含独立董事）、监事、高级管理人员报告期内的银行流水并对 5 万元以上金额的资金流水往来情况进行了核实；核查发行人与发行人实控人及其他主要人员控制、相关联主体是否存在业务、资金往来的情形，对相关往来进行合理性分析；

③对发行人的财务总监进行了访谈，并取得了发行人独立董事出具的承诺函；

④取得了申报会计师出具的《审计报告》《内部控制审计报告》。

（2）核查结论

经核查，申报会计师认为：

发行人及其子公司与关联自然人、关联法人和比照关联方披露的主体之间存在业务、资金往来，均具有合理性，相关往来涉及的内控不规范事项已整改，截至本回复出具日，发行人各项内控措施得到有效执行。

8、关于订单获取相关内控措施等相关事项的核查情况

（1）核查程序

针对上述事项，申报会计师执行了包括但不限于以下核查程序：

①访谈了发行人销售部门负责人、财务总监，了解了发行人与订单获取相关的内部控制措施及执行情况，并取得了《内贸业务管理办法》《外贸业务管理办法》《关于配件商城销售配件的管理规定》；

②查阅了公司报告期内配件商城销售明细台账、回款明细台账，将下单人员信息与公司员工信息匹配，查验员工代下单情况；

③查阅了公司《关于配件商城销售配件的管理规定》，核查执行情况。

（2）核查结论

经核查，申报会计师认为：

对于线下内销业务、外销业务，公司分别建立了《内贸业务管理办法》《外贸业务管理办法》等内控制度，对于有赞微商城的线上配件销售业务，2025 年 5 月公司建立了《关于配件商城销售配件的管理规定》等内控制度，报告期内，相关内控制度运行有效；报告期内，部分客户通过有赞微商城店铺“信胜配件商城”购买配件，存在委托公司员工代为下单的情形，2025 年 5 月至本回复出具日，公司未再发生员工代下单情形，相关问题已整改完成。

（二）对发行人报告期规范运行情况进行全面核查，说明相关不规范事项的性质、影响及整改情况，相关影响或风险隐患是否已消除，报告期是否还存

在其他未披露的内控不规范情形，并对发行人是否建立健全有效的公司治理结构和财务内部控制制度，发行人独立性方面是否存在重大瑕疵，是否对本次公开发行构成障碍发表明确意见

1、核查程序

针对发行人报告期规范运行情况，申报会计师执行了包括但不限于以下核查程序：

（1）获取公司银行流水及贷款合同，核查所有贷款的使用用途，逐一确认每笔贷款是否存在转贷情况；取得转贷事项涉及的所有银行贷款合同及明细，核查相应借款和还款凭证；访谈公司财务总监，了解转贷交易发生的原因，转贷事项的整改情况；

（2）核查公司银行账户（100 万元及以上）、实际控制人、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员（5 万元及以上）、控股股东及实际控制人控制的其他企业（50 万元及以上）的资金流水，识别相关个人银行账户用途，识别是否存在由公司控制并进行收付款的个人银行账户，识别个人银行账户流水是否存在与公司经营相关的款项收支；

（3）了解个人账户涉及公司相关收款的性质和内容，核查是否及时、完整纳入公司财务核算体系；对个人卡收款涉及事项，对涉及的相关人员进行访谈，进一步核实个人卡收付款事项的性质和内容；了解报告期个人卡事项规范整改情况、内部控制完善措施情况，取得公司出具的关于规范个人账户收款的承诺函；

（4）获取公司资金拆借的借款合同、银行流水；了解资金拆借的背景、原因以及整改等情况；

（5）查阅公司报告期内第三方回款台账，访谈公司财务总监、销售部门负责人，了解公司发生第三方回款的原因；访谈发生第三方回款的主要客户，获取第三方回款确认函，了解客户与回款方的关系、第三方回款的具体原因，分析必要性及合理性；查阅公司与主要客户的销售合同，核查第三方回款安排是否在合同签订时已明确，核查报告期内是否存在相关货款权属纠纷；

（6）获取公司主要客户与主要回款方的中信保报告，核查公司及其实际控

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是否存在关联关系或其他利益安排；

（7）访谈了发行人销售部门负责人、财务总监，了解了发行人与订单获取相关的内部控制措施及执行情况，并取得了《内贸业务管理办法》《外贸业务管理办法》《关于配件商城销售配件的管理规定》，核查执行情况。

2、相关不规范事项的性质、影响及整改情况

报告期内发行人不规范事项的性质、影响及整改情况主要如下：

（1）转贷情况

报告期内，基于日常经营活动需要，为满足贷款银行受托支付要求，2022 年 4 月，信胜科技存在通过信胜机械取得银行贷款 1,000 万元的转贷行为。

上述贷款已于 2022 年 12 月归还完毕。自 2023 年 1 月起，公司对受托支付业务管理进行了规范，公司已按照相关法律、法规的要求，建立健全了法人治理结构，对包括货币资金的管理、审批、内部控制等做作出了明确的规定，对银行贷款使用行为进行规范。自 2023 年 1 月 1 日起，公司无新增转贷行为。

（2）个人卡收款情况

报告期内，公司存在少量个人卡收付款的情形，已在招股说明书“第六节 公司治理”之“三、（四）2、个人卡收款情况”进行披露。针对上述不规范情形，公司已进行了整改：①建立和完善相关财务内部控制制度，严格规范公司收款行为；②加强内部培训，提高规范意识，要求公司人员严格执行公司财务相关内控制度；③对于已发生的上述情形，公司积极进行会计处理，使得公司财务核算能够完整的反映公司真实的经营情况；④将个人卡收款相关银行卡予以注销；⑤充分发挥内部审计人员的作用，开展自查自纠，杜绝个人卡收款的情形。

针对个人卡事项，公司出具了承诺函，承诺公司将不利用个人账户收款。

经过上述整改规范，自 2023 年起未再发生公司利用个人卡收款的行为。

综上，公司已对个人卡收款情况进行了清理，涉及公司业务的款项均已在公司账目中如实反映，自 2023 年起未再发生不规范行为。

（3）资金拆借情况

报告期内，子公司信胜机械存在一项资金拆借行为。2022 年 7 月信胜机械向融湾投资提供 50.00 万元借款，并于当年 12 月收回借款。2023 年起，公司全面禁止了资金拆借行为。报告期内，除上述款项外，公司不存在其他资金拆借行为。

（4）第三方回款情况

报告期内，公司存在第三方回款，报告期各期第三方回款金额分别为 14,258.22 万元、10,663.89 万元、15,733.52 万元、8,704.49 万元。

第三方回款的主要原因系：

①部分客户所在国家（如印度、巴基斯坦等）对于直接采购进口生产设备予以贷款利息补贴、关税优惠等，其终端客户直接向公司付款；

②部分客户所在国家（如巴基斯坦、伊朗、埃及、摩洛哥等）因外汇管制存在结算不便利、额度限制、周期长等问题，客户指定具有跨境外汇支付能力的第三方付款；

③部分客户基于支付便利、资金安排等考虑，由其控股股东、实际控制人及其亲属、同一控制下关联方、业务经办人员付款；

④部分存在融资租赁需求的客户，因申请补贴政策要求，需与公司签订销售合同，并与融资租赁公司签订售后回租协议，融资租赁公司根据风控要求直接向公司支付款项。

综上所述，发生第三方回款主要系客户自身原因导致，回款方主要是客户的终端客户、具有跨境外汇支付能力的第三方、融资租赁公司，或客户的控股股东、实际控制人及其亲属、同一控制下关联方、业务经办人员等，第三方回款存在一定必要性和商业合理性。公司第三方回款符合自身业务经营模式，具有合理的商业背景，符合行业惯例。

报告期内，公司持续加强对第三方回款的管理，尽量要求客户通过其自身账户支付货款，第三方回款比例有所下降。

（5）员工代下单情况

报告期内，部分客户通过有赞微商城店铺“信胜配件商城”购买配件，由于公司配件种类繁多、下单频次较高，部分客户出于操作便捷考虑，委托公司员工代为下单。2025 年 5 月至本回复出具日，公司未再发生员工代下单情形，相关问题已整改完成。

3、核查结论

经核查，申报会计师认为：

报告期内相关不规范事项相关影响或风险隐患已消除，报告期发行人不存在其他未披露的内控重大不规范情形。发行人已建立健全了有效的公司治理结构和财务内部控制制度；发行人独立性方面不存在重大瑕疵；发行人报告期内虽存在上述不规范情况，但不会对发行人造成重大不利影响，且发行人已采取有效的整改措施，不会对本次公开发行构成障碍。

问题 3、关于股东申报前入股及共同投资

根据申请文件及公开信息：（1）李建成系发行人董事、信胜机械总经理，现持有公司 0.95%的股权。（2）2024 年 12 月 5 日，李建成看好信胜科技发展，经协商，公司实际控制人王海江向李建成转让 100 万股信胜科技股份，占比 0.95%，转让价格为 6.50 元/股。（3）2023 年李建成入股信胜机械并由其担任信胜机械总经理、法定代表人。

请发行人：（1）说明融湾投资、顺达机械的实控人、投资人、收益人情况，发行人与相关主体联合投资设立相关子公司的背景和原因，子公司业务规划以及母子公司间的业务关系，发行人的相关决策流程，相关子公司的实际运营和业务开展情况，相关投资主体在子公司经营中发挥的功能和作用，相关主体及其关联方与发行人及其主要人员是否存在关联关系或其他业务、资金往来，并结合相关情况，说明与相关主体联合投资是否具有合理性，相关投资内控措施是否得到有效执行，发行人及其主要人员与相关主体是否存在其他利益安排，是否存在通过相关主体进行资金体外循环等情况。（2）结合李建成的资金流水核查情况、李建成任职背景、其与发行人及实际控制人的关系，说明李建成入

股发行人的背景，入股资金是否为自有资金，入股价格是否公允，是否存在股权代持等利益安排。（3）说明信胜机械的历史沿革、经营范围、股权架构、核心技术形成背景及所有权归属、核心管理人员及经营业绩变动情况、与发行人主营业务间的协同关系等情况，说明发行人向李建成出售子公司部分股权并由其担任总经理、法定代表人的背景、原因、必要性。（4）结合李建成在信胜机械的持股及任职情况，说明其任职期间的具体职责以及对经营情况的改善情况，说明信胜机械是否由李建成实际控制或对其存在重大依赖。（5）结合李建成对外投资情况，说明李建成及其所投资企业与发行人及其关联方、客户、供应商是否存在资金、业务往来情况，是否存在潜在利益安排。

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、说明融湾投资、顺达机械的实控人、投资人、收益人情况，发行人与相关主体联合投资设立相关子公司的背景和原因，子公司业务规划以及母子公司间的业务关系，发行人的相关决策流程，相关子公司的实际运营和业务开展情况，相关投资主体在子公司经营中发挥的功能和作用，相关主体及其关联方与发行人及其主要人员是否存在关联关系或其他业务、资金往来，并结合相关情况，说明与相关主体联合投资是否具有合理性，相关投资内控措施是否得到有效执行，发行人及其主要人员与相关主体是否存在其他利益安排，是否存在通过相关主体进行资金体外循环等情况

（一）说明融湾投资、顺达机械的实控人、投资人、收益人情况，发行人与相关主体联合投资设立相关子公司的背景和原因

1、融湾投资、顺达机械的实控人、投资人、收益人

融湾投资、顺达机械的实控人、投资人、收益人情况如下：

名称	实际控制人	投资人	收益人
融湾投资	陈波（执行事务合伙人）	袁梦珊：52.86% 徐彩方：46.24% 陈波：0.90%	袁梦珊：52.86% 徐彩方：46.24% 陈波：0.90%
顺达机械	李益顺、陈益芬	李益顺：50.00% 陈益芬：50.00%	李益顺：50.00% 陈益芬：50.00%

2、发行人与相关主体联合投资设立相关子公司的背景和原因

（1）发行人与融湾投资联合投资设立信胜机械的背景及原因

2017 年，随着发行人业务的不断发展，为了保证机架供应的质量和速度，完善公司产业链布局，进一步提高公司盈利能力，信胜科技规划设立信胜机械自产机架和台板。陈波等人（其中徐彩方、陈波分别系公司实际控制人王海江姨母、姨夫，两人系夫妻关系，袁梦珊系实际控制人好友）看好信胜科技及信胜机械的未来发展，以期能通过投资信胜机械取得理想的投资回报，故设立融湾投资入股信胜机械。

陈波与徐彩方曾于 2015 年创立诸暨市双盈绣花机台板厂，从事台板的生产并向公司销售台板。为了减少关联交易规模，信胜科技停止了与诸暨市双盈绣花机台板厂的业务，引入陈波和徐彩方间接入股信胜机械，并聘请陈波担任信胜机械总经理（已于 2023 年 9 月卸任）。诸暨市双盈绣花机台板厂已于 2019 年注销。

（2）发行人与顺达机械联合投资设立易瑞得及信顺精密的背景及原因

近年来，单头机市场需求快速增长。根据中国缝制机械协会统计数据，2018-2024 年，全球单头机产量由 1.0 万台增长至 4.3 万台，复合增长率为 27.52%。单头机主要为成衣帽绣机，顺达机械具备一定的成衣帽绣机成熟机型及技术储备，而信胜科技因长年的电脑刺绣机销售经验，在全球市场拥有较为丰富的刺绣机销售渠道，且也有部分成衣帽绣机产品研发完成。为了整合双方优势，快速发展成衣帽绣机业务，信胜科技与顺达机械共同设立易瑞得开展成衣帽绣机的生产与销售。

2017 年公司设立信胜机械以来，不断完善供应链布局，公司陆续实现了机架和台板的自产。顺达机械具有丰富的刺绣机零部件精加工能力，为了保障主要零部件的质量和供应能力，不断深化供应链布局，公司与顺达机械共同设立信顺精密开展电脑刺绣机零部件精加工业务。

（二）子公司业务规划以及母子公司间的业务关系，发行人的相关决策流程，相关子公司的实际运营和业务开展情况，相关投资主体在子公司经营中发挥的功能和作用，相关主体及其关联方与发行人及其主要人员是否存在关联关

系或其他业务、资金往来

1、子公司业务规划以及母子公司间的业务关系，相关子公司的实际运营和业务开展情况

公司与子公司信胜机械、易瑞得及信顺精密的业务情况如下：

公司名称	子公司业务规划以及母子公司间的业务关系
信胜科技	从事电脑刺绣机的研发、生产与销售，所用机架、方管、台板等主要向信胜机械采购，所用机壳、针杆架、梭床壳体、齿轮箱配件等主要向信顺精密采购，成衣帽绣机主要向易瑞得采购
信胜机械	从事电脑刺绣机所用机架、方管、台板（其中台板由子公司信森木业生产）等部件的生产与销售，主要为信胜科技提供上述部件，同时存在一定的对外销售
易瑞得	从事成衣帽绣机的生产与销售，其中向信胜科技销售占比约六成，其余直接对外销售
信顺精密	从事电脑刺绣机零部件的精加工与销售，主要为信胜科技提供机壳、针杆架、梭床壳体、齿轮箱配件等零部件，同时存在一定的对外销售

公司与各子公司有明确的业务分工和定位，信胜机械主要从事电脑刺绣机所用机架、方管、台板等部件的生产与销售，信顺精密主要从事电脑刺绣机零部件的精加工，主要产品为电脑刺绣机所用的机壳、针杆架、梭床壳体、齿轮箱配件等，对公司的主营业务发展起到了重要的支持作用。易瑞得主要从事成衣帽绣机的生产与销售，部分产品通过转卖给信胜科技再对外销售的方式，利用信胜科技渠道进行销售。公司各子公司实际运营情况良好，业务开展情况与规划一致。最近一年及一期，公司各子公司的经营情况如下：

单位：万元

名称	总资产	净资产	净利润
2025 年 1-6 月/2025 年 6 月 30 日			
信胜机械	14,011.81	9,018.52	1,086.66
易瑞得	2,144.54	865.97	-154.27
信顺精密	3,408.65	1,942.55	208.63
2024 年度/2024 年 12 月 31 日			
信胜机械	13,306.96	7,931.86	1,570.84
易瑞得	1,859.03	1,020.25	-233.21
信顺精密	3,656.42	1,733.92	237.01

2、相关投资主体在子公司经营中发挥的功能和作用

融湾投资实际控制人陈波系信胜机械董事，2023 年 9 月前担任信胜机械总经理，目前则在公司负责综合管理事务，其他合伙人徐彩方、袁梦珊未参与信胜机械日常经营。

顺达机械与发行人共同设立信顺精密和易瑞得后，其人员、设备、专利等均已转移到信顺精密和易瑞得，截至目前，顺达机械除出租房产获得租金收入外，无其他生产经营。公司与顺达机械关于易瑞得和信顺精密在管理层/人员/技术/设备/场地等方面的安排约定及来源情况如下：

相关方面	安排约定及来源
管理层	易瑞得：信胜科技委派执行董事兼法定代表人、总经理、财务经理；相关项目建设支出预算需经信胜科技委派人员审批同意 信顺精密：顺达机械委派执行董事兼法定代表人；信胜科技委派财务经理；相关项目建设支出预算需经信胜科技委派人员审批同意
人员	易瑞得：信胜科技和顺达机械将原成衣帽绣机相关的员工全部转移至易瑞得（截至 2025 年 6 月 30 日，易瑞得人员 36 人，其中来自信胜科技 11 人，新招聘 22 人，来自顺达机械的 3 人） 信顺精密：信胜科技和顺达机械将原精加工相关的员工全部转移至信顺精密（截至 2025 年 6 月 30 日，信顺精密人员 75 人，其中来自信胜科技 5 人，新招聘 40 人，来自顺达机械 30 人）
技术	易瑞得：顺达机械持有的成衣帽绣机等相关的知识产权全部转移至易瑞得 信顺精密：顺达机械持有的全部精加工相关的知识产权全部转移至信顺精密
设备	易瑞得：信胜科技及顺达机械持有的与成衣帽绣机生产相关的主要设备全部转移至易瑞得；信胜科技主要设备包括梭箱体底盆、机头架等，顺达机械主要设备包括机头、梭床、底座、模具等 信顺精密：信胜科技及顺达机械持有的与精加工相关的主要设备全部转移至信顺精密；信胜科技主要设备包括加工中心、智能车床、精雕机等；顺达机械主要设备包括加工中心机、哈斯数控、分度盘等
场地	易瑞得：成立时向顺达机械租赁厂房，租赁地址为诸暨市浣东街道阮村五一大道南侧房屋，面积为 3,021.20 平方米；易瑞得已于 2024 年 6 月搬迁至信胜科技新厂房，自 2024 年 6 月起向信胜科技租赁厂房，不再向顺达机械租赁厂房 信顺精密：成立时向顺达机械租赁厂房，租赁地址为诸暨市浣东街道李宜村房屋，面积为 5,335.76 平方米

3、发行人的相关决策流程

发行人与融湾投资联合设立信胜机械系在 2017 年有限公司阶段，发行人与融湾投资协商确定投资细节；发行人与顺达机械联合投资设立易瑞得与信顺精密经发行人第二届董事会第十一次会议审议通过，双方签订了投资合作协议，相关决策流程合理，符合公司章程的规定。

4、相关主体及其关联方与发行人及其主要人员是否存在关联关系或其他业务、资金往来

（1）关联关系

除融湾投资合伙人徐彩方与陈波系发行人实际控制人王海江之姨母与姨夫，其子陈徐彬系王海江之表弟，陈波与徐彩方及其近亲属与王海江存在远亲关系外，融湾投资、顺达机械及其关联方与发行人及其董事、监事、高级管理人员不存在关联关系。

（2）业务往来

融湾投资主营业务为股权投资，除投资信胜机械外，与发行人及其主要人员不存在业务往来。融湾投资实际控制人陈波配偶之姐姐王雪方实际控制的诸暨市益锐机械制造有限公司报告期内曾委托信胜机械加工横梁钢结构；陈波配偶之哥哥徐明永实际控制的诸暨市家伴五金经营部与发行人存在比照关联采购业务。具体情况参见招股说明书“第六节 公司治理”之“七、（二）5、比照关联方披露事项”。

顺达机械原主营业务为电脑刺绣机零部件的精加工，2022 年系发行人针杆架、连体支撑座等零部件供应商。2023 年停止生产后，存在部分存货销售给发行人的情况。报告期内，发行人向顺达机械采购金额分别为 301.72 万元、463.47 万元、-17.82 万元（退货）和 0.00 万元。同时，自 2023 年 1 月设立以来，信顺精密与易瑞得曾向顺达机械租赁厂房，易瑞得自 2024 年 6 月起向信胜科技租赁厂房，不再向顺达机械租赁厂房。

除上述情形外，顺达机械及其关联方与发行人及其主要人员不存在其他业务往来。

（3）资金往来

融湾投资执行事务合伙人陈波系信胜机械董事，报告期内在信胜机械领薪，其子陈徐彬系发行人销售经理，报告期内在发行人处领薪，同时曾个人卡收取客户定金并取现存入发行人账户；陈波配偶之姐徐和方系王海江之母，曾用微信收取废料款，已调整入账，具体情况参见招股说明书“第六节 公司治理”之“三、

（四）2、个人卡收款情况”。2022 年 7 月，信胜机械向融湾投资提供 50.00 万元借款，并于当年 12 月收回借款。2025 年 1 月，陈波转账给李建成之配偶 11.37 万元，系陈波委托李建成帮其购买酒水之费用；陈波配偶之姐王雪方与实际控制人姚晓艳存在个人资金拆借，陈波配偶之姐徐和方系王海江之母，与姚晓艳存在资金往来，具体情况参见问题 7 回复之“五、（二）对发行人及其主要人员资金流水情况进行核查，并提供专项核查报告及核查底稿”。

顺达机械实际控制人李益顺系信顺精密总经理，报告期内在信顺精密领薪。

除此之外，经核查发行人及其董事、监事、高级管理人员的银行对账单，相关主体及其关联方与发行人及其董事、监事、高级管理人员不存在资金往来的情形。

（三）结合相关情况，说明与相关主体联合投资是否具有合理性，相关投资内控措施是否得到有效执行，发行人及其主要人员与相关主体是否存在其他利益安排，是否存在通过相关主体进行资金体外循环等情况

发行人与融湾投资、顺达机械联合投资的合理性参见本题回复之“一、（一）2、发行人与相关主体联合投资设立相关子公司的背景和原因”，发行人与相关主体联合投资是不断深化产业布局，完善供应链的需要，具有合理性。

相关投资内控措施是否得到有效执行参见本题回复之“一、（二）3、发行人的相关决策流程”，发行人设立子公司的决策流程符合公司章程的规定，投资内控措施得到了有效执行。

经访谈发行人董事、监事、高级管理人员，并经核查发行人及董事、监事、高级管理人员的银行对账单，其与融湾投资、顺达机械不存在其他利益安排，不存在通过相关主体进行资金体外循环等情况。

二、结合李建成的资金流水核查情况、李建成任职背景、其与发行人及实际控制人的关系，说明李建成入股发行人的背景，入股资金是否为自有资金，入股价格是否公允，是否存在股权代持等利益安排

（一）李建成的资金流水核查情况、入股资金是否为自有资金、是否存在股权代持等利益安排

发行人会计师对李建成自 2022 年以来的银行流水进行了核查，核查其交易对手方，并与公司、实际控制人及董事、监事、高级管理人员等银行对账单进行交叉比对，核查个人卡流水中的对方户名、账号、交易金额、摘要等；核查是否与公司客户、供应商存在资金往来，是否存在为公司承担成本费用的情况。

为确保银行账户的完整性，发行人会计师陪同李建成赴 16 家银行（交通银行、工商银行、建设银行、农业银行、中国银行、邮储银行、招商银行、浙商银行、中信银行、民生银行、浦发银行、平安银行、华夏银行、绍兴银行、北京银行、诸暨农商行）查询个人名下所有账户并取得前述银行个人账户对账单；另外，通过云闪付查询是否存在除上述 16 家银行外其他个人银行账户，并通过银行流水往来对手方确认是否存在遗漏提供的个人银行账户，以确银行账户的完整性。

经核查，李建成个人卡流水未发现异常的情形，李建成入股资金为自有资金，不存在股权代持等利益安排。李建成银行流水核查底稿参见本回复问题 7 之“五、（二）对发行人及其主要人员资金流水情况进行核查，并提供专项核查报告及核查底稿”。

（二）李建成任职背景、入股发行人的背景

李建成任职发行人前的主要履历如下：

1984 年 9 月至 2000 年 7 月，历任诸暨兆山水泥厂销售科长、经营副总经理；2000 年 8 月至 2003 年 6 月，担任绍兴县兆山水泥有限公司总经理；2003 年 7 月至 2005 年 8 月，担任安徽天柱水泥有限公司总经理；2005 年 9 月至 2009 年 7 月，担任浙江兆山建材集团诸暨第二水泥有限公司总经理；2009 年 10 月至 2017 年 4 月，担任贵州中诚水泥有限公司（李建成持有该公司 40%股权，2012 年 11 月-2013 年 6 月，该公司被中国建材股份有限公司下属天山股份（000877.SZ）子公司收购）总经理；2017 年 5 月至 2023 年 6 月，担任浙江绅仕镭铜业有限公司总经理。

李建成曾在多家公司担任总经理，且曾在天山股份下属企业担任总经理，具有丰富的管理经验。2023 年，李建成因看好电脑刺绣机行业未来发展前景计划离开浙江绅仕镭铜业有限公司进行自主创业，公司实际控制人王海江计划聘请有优秀管理能力的经理人提升子公司信胜机械的产能和管理水平。双方经过协商后

确定由李建成入股信胜机械并担任其总经理。

2024 年 12 月，李建成看好信胜科技发展，希望直接入股信胜科技，经协商，公司实际控制人王海江向李建成转让 100 万股信胜科技股份，转让价格为 6.50 元/股，根据 2024 年度预计净利润按 6 倍市盈率进行估值的基础上协商确定。因二级市场操作失误，2024 年 12 月 4 日，王海江通过集合竞价方式在二级市场减持的 100 股股份被其他二级市场投资者取得，2024 年 12 月 16 日，李建成通过集合竞价方式在二级市场取得前述 100 股股份。2024 年 12 月 5 日，李建成通过大宗交易方式受让王海江持有的 100 万股股份，故最终持股数为 1,000,100 股，占比 0.95%。

2025 年 3 月，公司董事、副总经理、董事会秘书兼财务总监廖凯敏因个人原因离职，经公司董事会提名，选举李建成为信胜科技董事。

（三）李建成与发行人及实际控制人的关系

经核查，李建成与公司实际控制人不存在关联关系，入股信胜机械及信胜科技以前，李建成与发行人不存在关联关系。

（四）李建成入股价格公允性

1、入股信胜机械价格公允性

李建成于2023年9月入股信胜机械，入股价格为3.12元/注册资本，具体情况参见本题回复之“三、（一）1、信胜机械的历史沿革及股权架构”。李建成入股信胜机械的增资及股权转让价格系根据信胜机械截至2023年6月30日净资产情况并考虑土地增值的基础上协商确定。截至2023年6月30日，信胜机械账面净资产为5,858.96万元，经内部评估考虑土地、房屋等的增值后确定对信胜机械估值为15,600万元。增值占比较大的主要系土地评估增值，土地评估情况如下：

宗地名称	地理位置	面积（㎡）	账面价值（万元）	评估价值（万元）	增值率
土地 1	浙江省诸暨市陶朱街道千禧路 20 号	48,816.70	1,001.77	6,028.86[注 2]	501.82%
土地 2		16,308.00	220.55	2,014.04[注 1]	813.21%
合计		**65,124.70**	**1,222.32**	**8,042.90**	**558.00%**

注 1：2022 年 1 月 20 日浙江亿安联诚土地房地产评估有限公司出具的《致估价委托人函》（浙亿安联诚房估[2022]第 FDZS1014 号），土地评估单价为 1,235 元/平方米；

注 2：根据土地 2 的评估单价 1,235 元/平方米计算所得。

经查询浙江省自然资源网上交易中心平台 2024 年 6 月 7 日公布的诸暨市自然资源和规划局国有建设用地使用权公开拍卖出让公告（诸市自然告字[2024]01 号），位于陶朱街道跨湖路与王家湖东路交叉口东北侧地块出让价格约为 1,230 元/平方米，与上述评估土地价格较为接近，故上述评估价格具有公允性。

2、入股信胜科技价格公允性

2024 年 12 月，李建成看好信胜科技发展，希望直接入股信胜科技，鉴于其为提升机架产能和子公司经营管理水平作出的贡献，经协商，公司实际控制人王海江向李建成转让 100 万股信胜科技股份，转让价格为 6.50 元/股，系根据 2024 年度预计净利润按 6 倍市盈率（因李建成系子公司总经理，实际控制人对其进行股权激励而确定市盈率为 6 倍，并按 10 倍市盈率确认股份支付）进行估值的基础上协商确定。2024 年度公司经审计的扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润为 11,752.53 万元，按 6 倍市盈率估计市值约 7.05 亿元，每股价格约为 6.72 元。因此，李建成入股信胜科技的价格具有合理性。

综上所述，李建成入股发行人具有合理性；除李建成系信胜科技董事、信胜机械总经理及股东外，李建成与发行人、实际控制人不存在关联关系，其入股资金为自有资金，入股价格合理，不存在股权代持等利益安排。

三、说明信胜机械的历史沿革、经营范围、股权架构、核心技术形成背景及所有权归属、核心管理人员及经营业绩变动情况、与发行人主营业务间的协同关系等情况，说明发行人向李建成出售子公司部分股权并由其担任总经理、法定代表人的背景、原因、必要性

（一）信胜机械的历史沿革、经营范围、股权架构、核心技术形成背景及所有权归属、核心管理人员及经营业绩变动情况、与发行人主营业务间的协同关系等情况

1、信胜机械的历史沿革及股权架构

（1）2017年8月，信胜机械设立

信胜机械由信胜有限、融湾投资于2017年8月设立，设立时注册资本为3,000.00万元，出资方式均为货币。

2017年8月10日，信胜机械办理完成公司设立的工商登记。信胜机械设立时股权结构如下：

单位：万元

序号	股东名称	出资额	出资比例
1	信胜有限	1,530.00	51.00%
2	融湾投资	1,470.00	49.00%
合计		**3,000.00**	**100.00%**

（2）2018年4月，信胜机械第一次增资

2018年4月8日，信胜机械召开股东会并通过决议，同意信胜机械注册资本增加至5,000.00万元，新增注册资本2,000.00万元分别由信胜有限、融湾投资以货币出资认缴，认缴价格为1元/注册资本，其中信胜有限新增认缴1,020.00万元，融湾投资新增认缴980.00万元，认缴完成后双方出资比例不变。

2018年4月11日，信胜机械办理完成上述增资的工商变更登记。本次增资完成后，信胜机械的股权结构如下：

单位：万元

序号	股东名称	出资额	出资比例
1	信胜有限	2,550.00	51.00%
2	融湾投资	2,450.00	49.00%
合计		**5,000.00**	**100.00%**

（3）2020年8月，信胜机械第一次股权转让

2020年8月11日，融湾投资原合伙人汤伯根因个人资金周转需要转让部分股权，信胜机械召开股东会并通过决议，同意融湾投资将其持有的信胜机械4.90%的股权（对应245.00万元出资额）以1:1的价格转让给发行人。同日，发行人与融湾投资签署了《股权转让协议》。

2020年8月20日，信胜机械办理完成上述股权转让的工商变更登记。本次股权转让完成后，信胜机械的股权结构如下：

单位：万元

序号	股东名称	出资额	出资比例
1	信胜科技	2,795.00	55.90%
2	融湾投资	2,205.00	44.10%
合计		**5,000.00**	**100.00%**

本次股权转让价格系根据信胜机械截至2020年7月31日的净资产为基础，由发行人与融湾投资协商确定，本次股权转让对价已实际支付完毕，不存在纠纷或潜在纠纷。

（4）2021年10月，信胜机械第二次股权转让

2021年10月18日，融湾投资原合伙人汤伯根因个人资金周转需要申请退伙，信胜机械召开股东会并通过决议，同意融湾投资将其持有的信胜机械14.70%的股权（对应735.00万元出资额）以1,300.00万元的价格（约1.77元/注册资本）转让给发行人。同日，发行人与融湾投资签署了《股权转让协议》。

2021年10月26日，信胜机械办理完成上述股权转让的工商变更登记。本次股权转让完成后，信胜机械的股权结构如下：

单位：万元

序号	股东名称	出资额	出资比例
1	信胜科技	3,530.00	70.60%
2	融湾投资	1,470.00	29.40%
合计		**5,000.00**	**100.00%**

本次股权转让系以信胜机械2021年9月30日净资产情况并考虑土地增值的基础上，由发行人与融湾投资协商确定，本次股权转让对价已实际支付完毕，不存在纠纷或潜在纠纷。

（5）2023年9月，信胜机械第三次股权转让、第二次增资

2023年8月15日，信胜机械召开股东会并通过决议，同意发行人将其持有的信胜机械10.00%的股权（对应500.00万元出资额）以1,560.00万元的价格转让给李建成，融湾投资将其持有的信胜机械5.00%的股权（对应250.00万元出资额）

以780.00万元的价格转让给李建成。同日，李建成与发行人、融湾投资分别签署了《股权转让协议》。

同日，信胜机械再次召开股东会并通过决议，同意信胜机械注册资本增加至5,312.50万元，李建成认缴新增注册资本312.50万元，出资方式为货币，增资价格与股权转让价格一致，为3.12元/注册资本，合计增资价格为975.00万元。

2023年9月14日，信胜机械办理完成上述股权转让和增资的工商变更登记。本次股权转让和增资完成后，信胜机械的股权结构如下：

单位：万元

序号	股东姓名/名称	出资额	出资比例
1	信胜科技	3,030.00	57.04%
2	融湾投资	1,220.00	22.96%
3	李建成	1,062.50	20.00%
合计		**5,312.50**	**100.00%**

本次股权转让和增资的价格系以信胜机械截至2023年6月30日的净资产情况并考虑土地增值的基础上由三方协商确定。本次股权转让和增资完成后，信胜机械的股权结构未再发生变化。

2、信胜机械的经营范围、与发行人主营业务间的协同关系

信胜机械的经营范围如下：一般项目：纺织专用设备制造；纺织专用设备销售；金属加工机械制造；专用设备制造（不含许可类专业设备制造）；缝制机械制造；缝制机械销售；技术进出口；货物进出口；技术服务、技术开发、技术咨询、技术交流、技术转让、技术推广；高铁设备、配件制造；高铁设备、配件销售；金属切削加工服务；金属切割及焊接设备制造；金属切割及焊接设备销售；五金产品批发；五金产品制造；日用木制品制造；日用木制品销售；日用杂品销售；日用杂品制造；文具制造；文具用品批发；木制容器制造；木制容器销售；家具制造；家具销售；机械零件、零部件加工；木材加工；喷涂加工（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）。

信胜机械主要业务为电脑刺绣机所用机架、方管、台板等部件的生产与销售，机架作为刺绣机整体机身承载电脑刺绣机各个系统部件，方管用于支撑台板来承

载绣框高速移动，对发行人的主营业务发展起到了重要的支持作用，与发行人主营业务具有协同关系。

3、核心技术形成背景及所有权归属

信胜机械成立于 2017 年，多年来一直从事电脑刺绣机所用机架、方管、台板等部件的生产与销售，积累了丰富的生产经验，形成了机架、方管、台板的核心生产技术，该部分生产技术来源于生产实践，并申请了下列专利，归属于信胜机械。

序号	专利号	专利名称	类型	授权日	所有权人	取得方式
1	ZL202122496205.1	一种墙布绣花机机架结构	实用新型	2022.03.08	信胜机械	原始取得
2	ZL202121849901.X	一种基于烫片机的可拆卸机架结构	实用新型	2022.01.25	信胜机械	原始取得
3	ZL202021138887.8	数控龙门铣床加工超长零件端部装夹结构	实用新型	2021.03.23	信胜机械	原始取得
4	ZL202021137395.7	数控龙门铣床加工绣花机机架的余量测量装置	实用新型	2021.03.05	信胜机械	原始取得
5	ZL202021137401.9	一种可加工超长零件的数控龙门铣床	实用新型	2021.03.05	信胜机械	原始取得
6	ZL202021137378.3	数控龙门铣床加工超长零件改造结构	实用新型	2021.03.05	信胜机械	原始取得
7	ZL202021137354.8	数控龙门铣床加工超长零件中间定位装夹结构	实用新型	2021.03.05	信胜机械	原始取得

4、核心管理人员及经营业绩变动情况

报告期内，信胜机械核心管理人员变动如下：

姓名	变动前职务	目前职务	变动原因
余日升	副总经理	无	已于 2024 年 1 月因个人原因离职
陈波	总经理	董事	2023 年 9 月由总经理变更为董事
李建成	无	总经理	2023 年 9 月新聘任为总经理，负责信胜机械日常经营管理

报告期内，信胜机械经营业绩变动如下：

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
总资产	14,011.81	13,306.96	13,967.39	12,798.32

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
净资产	9,018.52	7,931.86	7,361.02	5,631.50
营业收入	12,254.64	21,987.59	17,550.70	14,988.87
净利润	1,086.66	1,570.84	757.77	414.14

如上表所示，报告期内，信胜机械核心管理人员变动后信胜机械经营业绩不断增长，上述核心管理人员变动不存在对信胜机械生产经营产生重大不利影响的情况。

（二）说明发行人向李建成出售子公司部分股权并由其担任总经理、法定代表人的背景、原因、必要性

发行人向李建成出售子公司部分股权并由其担任总经理的背景及原因参见本题回复之“二、结合李建成的资金流水核查情况、李建成任职背景、其与发行人及实际控制人的关系，说明李建成入股发行人的背景，入股资金是否为自有资金，入股价格是否公允，是否存在股权代持等利益安排”。

同时为便于日常经营管理便利，任命李建成为信胜机械法定代表人。

上述事宜的必要性参见本题回复之“四、结合李建成在信胜机械的持股及任职情况，说明其任职期间的具体职责以及对经营情况的改善情况，说明信胜机械是否由李建成实际控制或对其存在重大依赖”。李建成任职后，对信胜机械生产经营带来了较大的改善，同时提高了信胜机械的产能，故发行人向李建成出售子公司部分股权并由其担任总经理、法定代表人具有合理性和必要性。

四、结合李建成在信胜机械的持股及任职情况，说明其任职期间的具体职责以及对经营情况的改善情况，说明信胜机械是否由李建成实际控制或对其存在重大依赖

（一）结合李建成在信胜机械的持股及任职情况，说明其任职期间的具体职责以及对经营情况的改善情况

李建成持有信胜机械 20.00%的股权并担任其总经理、董事、法定代表人，

其具体职责为负责信胜机械日常生产经营管理。李建成入职以后的主要管理措施如下：

1、对团队进行优化，提高团队执行力、凝聚力、号召力，按员工胜任能力将其放在合适的位置，专业的人做专业的事情。

2、健全考核激励机制，将生产人员计时工资改成计件工资，将管理团队薪酬与产量、质量、成本等挂钩，提高团队积极性。

3、推行降本增效机制，加入降本考核，提高基础数据管理，提高管理团队对财务数据的敏感性。

自 2023 年 9 月李建成入职以来，凭借其丰富的管理经验，带动信胜机械经营情况取得了较大的改善，具体如下：

项目	营业收入（万元）	净利润（万元）
2023 年度	17,550.70	757.77
2024 年度	21,987.59	1,570.84
同比增长	25.28%	107.30%
2024 年 1-6 月	9,815.47	634.74
2025 年 1-6 月	12,254.64	1,086.66
同比增长	24.85%	71.20%

2024 年信胜机械净利润同比增长 107.30%，2025 年 1-6 月，信胜机械机净利润同比增长 71.20%。李建成的管理措施使信胜机械的经营情况取得了较大的改善。

（二）说明信胜机械是否由李建成实际控制或对其存在重大依赖

1、信胜机械是否由李建成实际控制

信胜机械股权结构如下：

单位：万元

序号	股东姓名/名称	出资额	出资比例
1	信胜科技	3,030.00	57.04%
2	融湾投资	1,220.00	22.96%

单位：万元

序号	股东姓名/名称	出资额	出资比例
3	李建成	1,062.50	20.00%
合计		**5,312.50**	**100.00%**

截至本回复出具日，信胜科技持有其 57.04%的股权，可以对信胜机械进行有效控制：

（1）股权状况、决策机制

信胜机械的公司治理、决策文件主要依据为其公司章程。根据其公司章程，信胜机械股东会系其权力机构，股东会会议由股东按照出资比例行使表决权，公司持有信胜机械 57.04%的股权，系其控股股东，可以对其人事任免、经营决策、利润分配等重大事项进行有效控制。同时，信胜机械设有董事会，成员为 5 人，公司实际控制人王海江系信胜机械董事长，姚晓艳系信胜机械董事，公司董事、副总经理应江辉系信胜机械董事，公司在信胜机械董事会占据多数席位，公司能够对信胜机械经营决策进行有效的控制。

（2）公司制度

公司制定的规范管理制度中包含对子公司的管理规定，如《公司章程》《股东会议事规则》《董事会议事规则》《子公司管理制度》《对外投资管理制度》《关联交易规则》《利润分配制度》等，公司通过规范化管理制度实现对子公司的组织架构、财务管理进行有效控制。

（3）利润分配

根据信胜机械公司章程，利润分配按照《公司法》及有关法律、行政法规和国务院财政主管部门的规定执行。公司作为子公司的控股股东，能够有效控制子公司的利润分配事项。

综上，从公司股权状况、决策机制、公司制度及利润分配方式等方面来看，公司能够实现对子公司及其资产、人员、业务、收益的有效控制。

2、信胜机械是否对李建成存在重大依赖

李建成对信胜机械生产经营带来了较大的改善，但信胜机械对李建成不存在

重大依赖，主要原因系：

（1）信胜机械主要从事电脑刺绣机机架、方管、台板的生产与销售，其生产技术系多年生产经验积累产生，信胜机械在生产技术方面对李建成不存在重大依赖；

（2）信胜机械具有独立的采购渠道，主要向发行人销售机架和方管，具有稳定的供应商体系和客户资源，具有完善的采购和销售流程，故信胜机械在采购、销售方面对李建成不存在重大依赖；

（3）信胜机械具有独立的财务部门及财务人员，对公司各环节的成本、费用、收入进行审核和把控，各部门员工由人力资源部独立招募，故信胜机械在财务、人员方面对公司对李建成不存在重大依赖。

综上所述，李建成主要通过对团队进行优化、健全考核激励机制、推行降本增效机制等管理措施对信胜机械生产经营产生了较大的改善，但信胜机械在生产、采购、销售、财务、人员等方面均对李建成不存在重大依赖。

五、结合李建成对外投资情况，说明李建成及其所投资企业与发行人及其关联方、客户、供应商是否存在资金、业务往来情况，是否存在潜在利益安排

截至目前，除信胜科技及信胜机械外，李建成对外投资的情况如下：

姓名	对外投资	持股比例	主营业务	资金流水核查情况
李建成	浙江润杰机械科技有限公司	10.00%	无实际生产经营，厂房出租	经核查报告期内银行对账单（诸暨市润杰文体有限公司及浙江云腾体育发展有限公司尚未开通银行账户），不存在与发行人及其关联方、客户、供应商存在资金、业务往来的情形
李建成	宁波润顺投资合伙企业（有限合伙）	0.50%	投资管理	
李建成	独山中诚商砼有限公司	51.00%	无实际生产经营	
李建成	贵州独山中诚置业有限公司	40.00%	商业地产开发	
李建成	诸暨市润杰文体有限公司	70.00%	无实际生产经营	
诸暨市润杰文体有限公司	浙江云腾体育发展有限公司	33.00%	无实际生产经营	
李建成	嘉兴创昉股权投资合伙企业（有限合伙）	1.63%	投资管理	不属于李建成实际控制，无法取得资金流水

经核查李建成对外投资且实际控制企业报告期内的银行对账单及李建成个人的银行流水，除李建成入股发行人、在发行人处领取薪酬和日常费用报销、获

取分红外，报告期内，李建成及其所投资的企业与发行人及其关联方、客户、供应商不存在资金、业务往来的情形，不存在潜在利益安排。

六、请保荐机构、申报会计师核查上述事项并发表明确意见

（一）关于融湾投资、顺达机械相关事项的核查情况

1、核查程序

针对上述事项，申报会计师执行了包括但不限于以下核查程序：

（1）取得了融湾投资的工商档案、顺达机械的企查查报告，取得了融湾投资、顺达机械各股东的自然人调查问卷，核查相关主体及其关联方是否与发行人及其主要人员存在关联关系；

（2）对发行人、融湾投资、顺达机械的实际控制人进行访谈，了解联合设立子公司的背景与原因，子公司业务规划以及母子公司间的业务关系，相关子公司的实际运营和业务开展情况；取得了申报会计师出具的审计报告；

（3）查阅了子公司的全套工商资料、发行人三会资料、投资合作协议等，核查发行人相关决策流程及内控措施是否得到有效执行；

（4）查阅了子公司的员工花名册、设备清单、专利所有权、房屋租赁合同等，对子公司高级管理人员进行了访谈，了解共同设立子公司的相关约定和安排；

（5）核查了发行人的采购明细账和销售明细账，核查了发行人及主要人员的银行流水，并与融湾投资、顺达机械及其关联方进行重叠测试，核查是否存在业务与资金往来的情形。

2、核查结论

经核查，申报会计师认为：

（1）融湾投资的实际控制人为陈波，投资人及收益人为陈波、徐彩方、袁梦珊，顺达机械的实际控制人、投资人及收益人为李益顺及陈益芬；发行人与相关主体联合投资设立相关子公司系为了完善公司产业链布局，进一步提高公司盈利能力，具有合理性；

（2）公司与各子公司有明确的业务分工和定位，信胜机械主要从事电脑刺绣机所用机架、方管、台板等部件的生产与销售，信顺精密主要从事电脑刺绣机所用机壳、针杆架、梭床壳体等零部件的加工与销售，易瑞得主要从事成衣帽绣机的生产与销售。公司各子公司实际运营情况良好，业务开展情况与规划一致；

（3）融湾投资实际控制人陈波系信胜机械董事，目前主要负责综合管理事务；顺达机械与发行人共同设立信顺精密和易瑞得后，其人员、设备、专利等均已转移到信顺精密和易瑞得；

（4）发行人与融湾投资联合设立信胜机械、发行人与顺达机械联合投资设立易瑞得与信顺精密的相关决策流程合理；

（5）除融湾投资合伙人徐彩方与陈波系发行人实际控制人王海江之姨母与姨夫，其子陈徐彬系王海江之表弟，陈波与徐彩方及其近亲属与王海江存在远亲关系外，融湾投资、顺达机械及其关联方与发行人及其董事、监事、高级管理人员不存在关联关系；相关主体及其关联方与发行人及其主要人员存在部分业务与资金往来；

（6）发行人与相关主体联合投资具有合理性，相关投资内控措施得到有效执行，发行人及其主要人员与相关主体不存在其他利益安排，不存在通过相关主体进行资金体外循环等情况。

（二）关于李建成相关事项的核查情况

1、核查程序

针对上述事项，申报会计师执行了包括但不限于以下核查程序：

（1）取得了李建成及其控制的企业报告期内的银行流水，核查其入股资金来源、是否与发行人及其主要人员存在资金往来、是否存在代持等其他利益安排的情况；

（2）取得了李建成自然人调查问卷，并对其进行访谈，了解其任职背景、与发行人实际控制人的关联关系，入股发行人的原因及背景，核查是否存在股权代持的情形；了解其对信胜机械采取的经营管理措施；

（3）取得了浙江亿安联诚土地房地产评估有限公司出具的《致估价委托人函》（浙亿安联诚房估[2022]第 FDZS1014 号），通过公开渠道检索了浙江省自然资源网上交易中心平台 2024 年 6 月 7 日公布的诸暨市自然资源和规划局国有建设用地使用权公开拍卖出让公告（诸市自然告字[2024]01 号），评估李建成入股信胜机械价格的公允性；

（4）对李建成及实际控制人进行了访谈，根据 6 倍市盈率对每股价格进行了测算，查看了申报会计师出具的《审计报告》，核查了股份支付确认情况，评估李建成入股信胜科技价格的合理性。

2、核查结论

经核查，申报会计师认为：

李建成资金流水不存在异常的情形；李建成曾在多家公司担任总经理，具有丰富的管理经验；李建成与发行人及实际控制人不存在关联关系，其看好电脑刺绣机行业未来发展前景、看好信胜科技发展而信胜科技实际控制人王海江亦计划聘请有优秀管理能力的经理人提升子公司信胜机械的产能和管理水平，因此担任信胜机械总经理并入股发行人，入股资金为自有资金，入股价格合理，不存在股权代持等利益安排。

（三）关于信胜机械相关事项的核查情况

1、核查程序

针对上述事项，申报会计师执行了包括但不限于以下核查程序：

（1）取得了信胜机械的全套工商资料、营业执照，对发行人及融湾投资实际控制人进行访谈，了解融湾投资股权转让的原因，了解信胜机械核心技术形成的背景及所有权归属，核心管理人员变动的原因及对经营业绩变动的影响，与发行人主营业务间的协同关系等情况；

（2）对发行人实际控制人进行访谈，了解其向李建成出售子公司部分股权并由其担任总经理、法定代表人的背景、原因、必要性；

（3）对信胜机械经营业绩变化情况进行分析。

2、核查结论

经核查，申报会计师认为：

（1）信胜机械多年来一直从事电脑刺绣机所用机架、方管、台板等部件的生产与销售，积累了丰富的生产经验，形成了机架、方管、台板的核心生产技术，该部分生产技术来源于生产实践，并申请了专利，归属于信胜机械所有；

（2）报告期内信胜机械副总经理、总经理存在变动，但未对经营业绩产生重大不利影响；

（3）信胜机械主要业务为电脑刺绣机所用机架、方管、台板等部件的生产与销售，机架作为刺绣机整体机身承载电脑刺绣机各个系统部件，方管用于支撑台板来承载绣框高速移动，对发行人的主营业务发展起到了重要的支持作用，与发行人主营业务具有协同关系；

（4）因李建成看好电脑刺绣机行业未来发展前景、看好信胜科技发展而信胜科技实际控制人王海江亦计划聘请有优秀管理能力的经理人提升子公司信胜机械的产能和管理水平，因此发行人向李建成出售信胜机械部分股权并由其担任总经理、法定代表人；李建成任职后，对信胜机械生产经营带来了较大的改善，同时提高了信胜机械的产能，故发行人向李建成出售子公司部分股权并由其担任总经理、法定代表人具有必要性。

（四）关于李建成在信胜机械持股及任职相关事项的核查情况

1、核查程序

针对上述事项，申报会计师执行了包括但不限于以下核查程序：

（1）取得了李建成的调查问卷，对李建成进行访谈，了解其任职期间的具体职责及经营管理措施；

（2）对信胜机械财务数据及产销情况进行分析，核查李建成对信胜机械的经营改善情况；

（3）查阅了信胜机械全套工商资料、公司章程，查阅了发行人制定的子公司管理制度等系列内控制度，核查信胜机械是否对李建成存在重大依赖或实际由

李建成控制的情形。

2、核查结论

经核查，申报会计师认为：

李建成持有信胜机械 20.00%的股权并担任其总经理、董事、法定代表人，其具体职责为负责信胜机械日常生产经营管理。李建成入职以后的主要管理措施包括对团队进行优化、健全考核激励机制、降本增效等，信胜机械经营情况取得了较大的改善，但信胜机械不由李建成实际控制，对李建成亦不存在重大依赖。

（五）关于李建成对外投资相关事项的核查情况

1、核查程序

针对上述事项，申报会计师执行了包括但不限于以下核查程序：

（1）取得了李建成的自然人调查问卷、李建成及其控制的企业报告期内的银行流水，核查李建成及其控制的企业与发行人及其关联方、客户、供应商是否存在资金、业务往来情况，是否存在潜在利益安排；

（2）取得了李建成对外投资企业的企查查报告，对李建成进行了访谈，核查其主营业务情况。

2、核查结论

经核查，申报会计师认为：

报告期内，除李建成入股发行人、在发行人处领取薪酬和日常费用报销、获取分红外，李建成及其所投资的企业与发行人及其关联方、客户、供应商不存在资金、业务往来的情形，不存在潜在利益安排。

三、财务会计信息与管理层分析

问题 4、业务模式及收入确认准确性

根据申请文件，发行人销售模式中包括自主品牌销售、ODM 两类，其中自主品牌销售通过代理直销、代理经销、公司直销、出口代理等多种业务模式开展。

（1）不同销售模式业务流程及收入确认依据充分性。根据申请文件，发行

人代理直销、代理经销均包含提点结算、底价结算等模式。请发行人：①详细说明代理直销、代理经销的具体业务流程，发行人与代理商、终端客户的合作关系、权责义务、主要合同条款、产品销售定价模式、结算支付时点，说明代理经销模式下，提点结算的具体实现方式。②说明代理直销、代理经销模式下提点比例确定方式，不同销售模式、不同经销商间是否存在明显差异及商业合理性，报告期各期相关费用的支付情况，与销售规模、合同约定是否匹配。说明不同代理模式、结算模式下代理商的盈利模式及其商业合理性，主要代理商各期实际盈利水平及构成，与其业务规模是否匹配。③说明代理直销、代理经销、公司直销、代理出口、ODM 销售的具体收入确认时点和依据，取得的具体收款凭证类型，结合相关业务流程、安装调试和售后服务等合同约定，说明相关收入确认的依据是否充分，是否符合行业惯例，发行人关于收入确认的内控措施及执行情况，相关收入确认政策与实际执行是否一致，与发行人应收款项金额和结构是否匹配。④说明代理经销模式下，发行人向经销商销售产品是否为买断式，相关产品的发货模式，经销商是否持有发行人产品库存，相关产品是否均有终端客户订单支持，向终端客户销售的产品是否均已完成安装验收，相关销售是否真实。⑤说明相关客户验收或签收单据是否完整，与相关产品的发货签收记录、销售、售后人员的差旅服务记录等是否匹配，是否存在长期未安装、未验收的项目或其他安装周期异常情况，年底安装验收项目与其他阶段项目的执行周期是否存在明显差异，是否存在调节收入利润等情形。⑥说明代理销售模式下售后服务的具体安排，相关售后服务是否由代理商向发行人采购，是否构成单项履约义务，报告期各期发行人维修服务收入的具体情况，包括但不限于收入来源渠道、收入金额、提供的主要服务内容，相关服务内容、服务频次、服务区域与相关客户所在地及产品的使用寿命等是否匹配。⑦说明其他业务收入的具体构成情况，与发行人主营业务是否存在联系，相关业务收入的主要客户情况，发行人开展相关业务是否具有合理性。⑧说明预售货款、意向金的主要客户、预售金/意向金金额，客户支付相关金额、比例与客户订单、合同约定是否匹配，相关款项的期后结转情况，与发行人收入确认、产品交付情况的匹配性。⑨说明报告期内是否存在外采成品进行销售的情况，如存在，说明相关收入确认方式及合规性。

（2）境外销售真实性。根据申请文件，报告期各期发行人境外销售金额分别为 3.06 亿元、3.31 亿元、5.27 亿元，主要销往印度、巴基斯坦等地。请发行人：①说明境外销售采取的主要销售模式和客户拓展方式，除印度、巴基斯坦外，其他境外地区的主要区域结构，境外销售区域的主要客户情况，结合相关地区行业发展格局及变化趋势、相关客户在区域内行业地位和经营情况等说明报告期各期发行人境外销售收入持续增长的合理性。②说明境外销售过程中是否需要发行人派遣人员进行安装调试，相关安装调试记录与发行人发货、客户收货、客户验收记录的匹配性。③说明境外销售中，合同订单、运输记录、运费、出口报关、出口退税、回款记录等与发行人境外销售的匹配性。

（3）结算模式及回款真实性。根据申请文件，①发行人与客户的结算模式包括普通销售和融资租赁销售模式，融资租赁模式下，公司先与客户签订销售合同，约定客户以自有资金向公司支付一定比例的定金、发货款，公司再与融资租赁公司、客户签订三方合同，当客户满足了与融资租赁公司约定的相关付款条件后，剩余款项由融资租赁公司支付给公司。②报告期内发行人存在第三方回款。请发行人：①说明报告期各期采用融资租赁销售的具体情况，包括但不限于终端客户、融资租赁公司、销售的主要产品和金额，客户和融资租赁公司的付款比例，结合相关业务合同约定和执行流程、融资租赁公司的付款条件等，说明发行人对相关业务的具体收入确认方式和依据，是否符合准则规定，说明融资租赁资金结算的具体情况，与融资租赁公司应收账款是否匹配。②说明与主要客户合同约定的收款条款、质保期限、结算方式、信用政策等情况以及是否发生变化，实际执行与合同约定的是否一致，2024 年末对 LIBERTY 应收账款升高的原因及合理性，是否存在放宽信用政策刺激销售的情形。说明应收账款逾期情况，长期未归还的应收账款具体情况，应收账款按照账龄组合和单项计提坏账的划分依据及谨慎性，坏账准备计提的充分性。说明应收票据、应收款项融资余额的变动原因，并结合票据类型、票据开票方及承兑方情况，分析相关坏账准备计提充分性，发行人针对票据结算风险的内控措施及有效性。③说明不同业务模式下发行人的产品定价、成本是否存在差异，相关定价模式和交易条款是否符合行业惯例，相关成本的会计处理方式，是否符合准则规定；说明不同结算模式对发行人现金流的影响。是否存在同时采用普通销售和融资

租赁销售模式的客户，如存在，说明客户同时采用两种结算模式的原因，相关客户是否存在现金流紧张等情况，是否存在回款风险。④说明采用第三方回款客户中，相关款项支付主体与客户的关系，相关客户采用第三方付款的必要性及合理性，相关回款金额与对应客户的销售金额是否匹配，是否具有可验证性。⑤说明长期应收款的主要客户情况，长期应收款的形成背景和原因，应收款金额与发行人销售模式、产品销售情况、合同约定等是否匹配，相关客户是否存在经营困难等情况，相关款项是否存在收回风险。⑥说明 2024 年度台新融资变更为主要以银行承兑汇票形式支付货款对发行人经营活动现金流的影响。⑦说明使用相关外汇管理工具的具体情况，发行人运用外汇管理工具的决策程序及审批程序，相应的内部控制制度是否健全，是否有效执行。

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）说明对发行人收入真实性、收入确认准确性、应收账款和回款真实性采取的具体核查方式、核查过程，并发表明确意见。（3）《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》（以下简称《2 号指引》）2-12、2-13、2-15 的相关要求，对发行人第三方回款、境外销售、经销模式等情况进行核查，并发表明确意见。

【回复】

一、不同销售模式业务流程及收入确认依据充分性

（一）详细说明代理直销、代理经销的具体业务流程，发行人与代理商、终端客户的合作关系、权责义务、主要合同条款、产品销售定价模式、结算支付时点，说明代理经销模式下，提点结算的具体实现方式

1、详细说明代理直销、代理经销的具体业务流程

报告期内，公司代理直销、代理经销两种销售模式下的具体业务流程如下：

销售模式	结算模式	具体业务流程
代理直销	提点结算	代理商负责向公司介绍终端客户并提供售后服务（个别代理商不提供售后服务），公司与终端客户签订销售合同；代理商通过按销售收入的约定比例与公司结算居间服务费、保修服务费盈利
	底价结算	代理商负责向公司介绍终端客户并提供售后服务（个别代理商不提供售后服务），公司与终端客户签订销售合同；代理商通过按销售收入减设备约定底

销售模式	结算模式	具体业务流程
		价与公司结算居间服务费、保修服务费盈利
代理经销	提点结算	公司与代理商签订销售合同，代理商再销售给终端客户、并为终端客户提供售后服务；代理商不赚取设备买卖差价，通过按销售收入的约定比例与公司结算居间服务费、保修服务费盈利
	底价结算	公司与代理商签订销售合同，代理商再销售给终端客户、并为终端客户提供售后服务；公司以设备约定底价向代理商销售后，代理商以高于底价的价格向终端客户销售，代理商通过赚取买卖差价盈利

2、发行人与代理商、终端客户的合作关系、权责义务、主要合同条款、产品销售定价模式、结算支付时点

公司与代理商、终端客户的合作关系、权责义务、主要合同条款、产品销售定价模式、结算支付时点情况如下：

项目	代理直销		代理经销	
	提点结算	底价结算	提点结算	底价结算
公司与代理商、终端客户的合作关系	公司：设备销售合同卖方； 代理商：设备销售居间服务提供方、设备售后服务提供方（部分代理商不提供售后服务）； 终端客户：设备销售合同买方。		公司：设备销售合同卖方； 代理商：设备销售合同买方、设备销售居间服务提供方、设备售后服务提供方、设备终端销售合同卖方； 终端客户：设备终端销售合同买方。	公司：设备销售合同卖方； 代理商：设备销售合同买方、设备终端销售合同卖方； 终端客户：设备终端销售合同买方。
权利	公司：就所销售产品向终端客户收取合同价款； 代理商：就代理商所提供居间服务、售后服务向公司收取居间服务费、保修服务费； 终端客户：获取所采购产品所有权。		公司：就所销售产品向代理商收取合同价款； 代理商：就代理商向公司所提供居间服务、售后服务收取居间服务费、保修服务费；就所销售产品向终端客户收取合同价款； 终端客户：获取所采购产品所有权。	公司：就所销售产品向代理商收取合同价款； 代理商：向公司采购设备后溢价销售给终端客户，赚取买卖差价；就所销售产品向终端客户收取合同价款 终端客户：获取所采购产品所有权。
义务	公司：①将产品按照协议约定在交货期内交付给客户，对于电脑刺绣机，公司需负责对该机器进行调试（代理商提供售后服务情况下由代理商负责调		公司：①将产品按照协议约定在交货期内交付给代理商指定的终端客户；②按约定向代理商支付	公司：将产品按照协议约定在交货期内交付给代理商指定的终端客

项目	代理直销		代理经销	
	提点结算	底价结算	提点结算	底价结算
	试）；对设备的正常使用给予保修期并提供售后服务（代理直销模式下售后服务通常由代理商向对应客户提供，个别代理商不提供售后服务时由公司提供）；②按约定向代理商支付居间服务费，向对设备提供售后服务的代理商支付保修服务费。 代理商：①负责品牌推广，并向公司介绍客户，促成公司与客户间签订销售合同；②协助公司督促客户按时向公司回款；③负责含设备调试在内的售后服务工作（个别代理商不提供售后服务）； 终端客户：按合同约定向公司支付合同价款。		居间服务费、保修服务费。 代理商：①开拓销售市场，与终端客户就设备销售订单达成合作意向后向公司采购设备；②按照销售合同约定向公司支付货款；③负责含设备调试在内的售后服务工作； 终端客户：按终端销售合同约定向代理商支付合同价款。	户； 代理商：①开拓销售市场，与终端客户就设备销售订单达成合作意向后向公司采购设备；②按照销售合同约定向公司支付货款；③负责含设备调试在内的售后服务工作； 终端客户：按终端销售合同约定向代理商支付合同价款。
主要合同条款	（1）设备销售合同条款：①销售合同项下产品自送达之日起归终端客户占有和使用，产品如产生收益，该等收益归属于终端客户。销售合同项下产品的风险自产品送达终端客户指定地点时转移给终端客户； ②公司或公司指定的服务商负责对销售合同项下的产品进行安装和调试，	（1）设备销售合同条款：①销售合同项下产品自送达之日起归终端客户占有和使用，产品如产生收益，该等收益归属于终端客户。销售合同项下产品的风险自产品送达终端客户指定地点时转移给终端客户； ②公司或公司指定的服务商负责对销售合同项下的产品进行安装和调	（1）设备销售合同条款： ①销售合同项下产品自送达之日起归代理商占有和使用，产品如产生收益，该等收益归属于代理商。销售合同项下产品的风险自产品送达代理商指定地点时转移给代理商； ②公司或公司指定的服务商负责对销售合同项下的产品进行安装和调试，产品安装调试成功视为产品的性能及特点符合代理商的要求；	设备销售合同条款： ①销售合同项下产品自送达之日起归代理商占有和使用，产品如产生收益，该等收益归属于代理商。销售合同项下产品的风险自产品送达代理商指定地点时转移给代理商； ②公司或公司指定的服务商负责对销售合同项下的产品进行安装和调

项目	代理直销		代理经销	
	提点结算	底价结算	提点结算	底价结算
	产品安装调试成功视为产品的性能及特点符合终端客户的要求； （2）居间服务、保修服务合同条款： ①代理商负责向公司介绍客户并促成客户与公司签订购买电脑刺绣机的销售合同，同时代理商向客户提供前述销售合同项下电脑刺绣机的售后服务（代理商提供的售后服务包括但不限于安装、调试、定期保养及日常维修等），从公司获取居间服务费、保修服务费； ②代理商按照含税销售收入扣除运输费用后的约定比例向公司结算居间服务费、保修服务费，其中居间服务费结算比例为 X%，保修服务费结算比例为 Y%。公司与代理商另有约定的	试，产品安装调试成功视为产品的性能及特点符合终端客户的要求； （2）居间服务、保修服务合同条款： ①代理商负责向公司介绍客户并促成客户与公司签订购买电脑刺绣机的销售合同，同时代理商向客户提供前述销售合同项下电脑刺绣机的售后服务（代理商提供的售后服务包括但不限于安装、调试、定期保养及日常维修等），从公司获取居间服务费、保修服务费； ②代理商按照含税销售收入与公司、代理商双方约定的产品销售基准价之间的差额向公司结算居间服务费、保修服务费，其中居间服务费的结算比例为 50%，保修服务费的结算比例	（2）居间服务、保修服务合同条款： ①代理商负责寻找终端客户，由代理商向公司购买电脑刺绣机后再销售给终端客户，同时代理商向终端客户提供前述电脑刺绣机的售后服务（代理商提供的售后服务包括但不限于安装、调试、定期保养及日常维修等），从公司获取居间服务费、保修服务费； ②代理商按照含税销售收入扣除运输费用后的约定比例向公司结算居间服务费、保修服务费，其居间服务费结算比例为 X%，保修服务费结算比例为 Y%。公司与代理商另有约定的除外； ③代理商应于促成业务的货款结清后向公司提供符合公司要求的增值税发票，公司于收到发票后 30 个工作日内支付居间服务费；代理商应于约定的保修期限届满后向公司提供符合公司要求的增值税发票，公司于收到发票后 30 个工作	试，产品安装调试成功视为产品的性能及特点符合代理商的要求。

项目	代理直销		代理经销	
	提点结算	底价结算	提点结算	底价结算
	除外； ③代理商应于促成业务的货款结清后向公司提供符合公司要求的增值税发票，公司于收到发票后 30 个工作日内支付居间服务费；代理商应于约定的保修期限届满后向公司提供符合公司要求的增值税发票，公司于收到发票后 30 个工作日内支付保修服务费。	为 50%。居间服务费和保修服务费的具体金额以经公司确认的业务确认书记载的金额为准； ③代理商应于促成业务的货款结清后向公司提供符合公司要求的增值税发票，公司于收到发票后 30 个工作日内支付居间服务费。代理商应于约定的保修期限届满后向公司提供符合公司要求的增值税发票，公司于收到发票后 30 个工作日内支付保修服务费。	日内支付保修服务费。	
产品销售定价模式	成本加成适当毛利率定价，代理商及公司共同与客户协商确定销售价格。			成本加成适当毛利率定价，公司向代理商按双方对不同型号产品约定的底价销售；代理商与终端客户协商确定销售价格后以高于底价溢价向终端客户销售。

项目	代理直销		代理经销	
	提点结算	底价结算	提点结算	底价结算
结算支付时点	销售合同价款：依销售合同约定，支付定金后安排生产、支付发货款后安排发货、并按合同约定支付剩余合同价款； 居间服务费：代理商所促成销售订单对应合同价款结清时点； 保修服务费：代理商所促成销售订单对应保修期结束时点。		销售合同价款：依销售合同约定，支付定金后安排生产、支付发货款后安排发货、并按合同约定支付剩余合同价款； 居间服务费：代理商所促成销售订单对应合同价款结清时点； 保修服务费：代理商所促成销售订单对应保修期结束时点。	销售合同价款：依销售合同约定，支付定金后安排生产、支付发货款后安排发货、并按合同约定支付剩余合同价款。

3、说明代理经销模式下，提点结算的具体实现方式

代理经销模式下，对于提点结算的代理商，其与公司合作的业务流程为：公司与代理商签订销售合同，代理商再销售给终端客户、并为终端客户提供售后服务；此过程中公司依据设备销售情况进行市场化定价，销售过程中代理商不赚取买卖差价，通过按销售收入的约定比例与公司结算居间服务费、保修服务费盈利。

上述模式下，公司、代理商及终端客户间的资金流转过程如下：代理商根据与终端客户签订的终端销售合同，按合同约定销售金额向终端客户收取合同价款；同时依照与公司签订的销售合同，按合同约定销售金额向公司支付合同价款，上述过程中代理商与终端客户所签订终端销售合同金额与代理商与公司签订的销售合同金额一致。在公司与代理商所签订销售合同约定销售金额全额付讫后，代理商根据协议约定向公司结算居间服务费；在公司与代理商所签订销售合同所约定保修期届满后，代理商根据协议约定向公司结算保修服务费。对于满足结算条件的居间服务费、保修服务费，公司应代理商要求向其银行转账支付或用于冲抵其他代理经销销售订单货款。

（二）说明代理直销、代理经销模式下提点比例确定方式，不同销售模式、不同经销商间是否存在明显差异及商业合理性，报告期各期相关费用的支付情况，与销售规模、合同约定是否匹配。说明不同代理模式、结算模式下代理商的盈利模式及其商业合理性，主要代理商各期实际盈利水平及构成，与其业务规模是否匹配

1、说明代理直销、代理经销模式下提点比例确定方式，不同销售模式、不同经销商间是否存在明显差异及商业合理性

对于通过提点方式结算的代理销售业务，公司根据其代理销售地区、代理商是否提供售后服务、销售产品类型等因素统一确定向代理商支付居间服务费、保修服务费的具体比例，公司出于保持统一的销售定价体系考虑通常对相同代理销售区域、提供相同服务类型的代理商商定一致的提点结算比例。报告期各期公司代理直销、代理经销模式下采用提点结算方式的前五大代理商的基本情况如下：

销售	代理商	代理销售	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度

模式		区域	居间费[注 1]	保修费[注 1]	居间费[注 1]	保修费[注 1]	居间费[注 1]	保修费[注 1]	居间费[注 1]	保修费[注 1]
代理直销	诸暨市枫桥郭洪勇绣花机维修服务部	绍兴地区	2%	2%	2%	2%	2%	2%	2%	2%
	杭州陈建豪缝制设备有限公司[注 2]	杭州萧山地区	3%	公司保修	3%	公司保修	3%	公司保修	2%	2%
	诸暨市明哥绣花机维修服务部	绍兴地区	2%	2%	2%	2%	2%	2%	2%	2%
	绍兴市柯桥区阿峰绣花机维修服务部	绍兴地区	2%	2%	2%	2%	2%	2%	2%	2%
	诸暨市张烝绣花机维修服务部[注 2]	绍兴地区	3%	公司保修	3%	公司保修	3%	公司保修	3%	公司保修
	诸暨市枫桥阿宝绣花机维修服务部	绍兴地区	2%	2%	2%	2%	2%	2%	2%	2%
	怡之沐机械及其关联方[注 3]	南通、扬州地区	2%	3%	2%	3%	2%	3%	2%	3%
代理经销	众信机械[注 4]	广州、佛山地区	7%	3%	根据订单毛利率情况单笔协商，3%-7%	3%	根据订单毛利率情况单笔协商，3%-7%	3%	3%	3%
	怡之沐机械及其关联方	南通、扬州地区	2%	3%	2%	3%	2%	3%	2%	3%
	信友智能及其关联方[注 5]	汕头峡山地区	/	/	/	/	/	/	单笔协商确定	单笔协商确定

注 1：提点结算模式下，公司代理商约定的居间服务费/保修服务费比例为销售合同约定的产品售价（含税）扣除运输费用后金额的一定比例；

注 2：随着电脑刺绣机的不断更新迭代，售后维修工作对维修人员的技术要求逐渐提升，张烝服务部、建豪缝制分别选择自 2022 年、2022 年下半年起仅从事居间业务，由公司承担售后服务工作。公司将其居间服务费上调至 3%、不再与其结算保修服务费；

注 3：怡之沐机械及其关联方 2022-2024 年主要在南通地区销售家纺机，由于南通地区距离公司较远，相较于绍兴、杭州地区，公司售后服务人员能提供给代理商售后服务的技术支持较少，故公司与其约定 3%的保修服务费比例；因家纺机销售情况下滑，怡之沐机械自 2025 年起拓展扬州地区代理业务，公司就不同类型设备与其约定不同居间服务费、保修服务费比例，其中家纺机居间服务费、保修服务费分别为 2%、3%，花边机居间服务费、保修服务费分别为 2%、2%，裁片机（服装机的一种）居间服务费、保修服务费分别为 4%、4%；

注 4：众信机械在广州、佛山等地区从事电脑刺绣机代理及维修业务，由于广州等地离公司较远，公司售后服务人员能提供给代理商售后服务的技术支持较少，故公司与其约定3%的保修服务费比例。由于其代理销售的产品主要为毛利率较高的裁片机产品，为激励其开拓市场积极性，2023 年开始公司就其促成代理销售业务的订单视毛利率水平单笔确定居间服务费结算比例，通常在 3%-7%；2025 年，按居间服务费 7%的比例与众信机械约定结算比例上限，对毛利率偏低的订单，公司在约定居间服务费比例的基础上适当下调；

注 5：信友智能及其关联方自 2020 年开始与公司发生代理业务，合作初期因其部分个人客户或个体工商户客户具有分期付款需求，公司要求信友智能及其关联方发生代理经销业务（提点模式结算）为终端客户进行风险背书，双方根据每笔销售订单协商确定居间服务费、保修服务费金额。由于合作期间信友智能及其关联方代理业务规模较大、回款质量较好，经协商后公司允许其自 2022 年 9 月起通过底价结算方式发生代理经销业务。

综上，不同代理商间因所处销售区域、是否提供售后服务及主要销售产品类型等存在差异导致部分代理商之间与公司提点结算的比例存在差异，同一代理商选择代理直销或代理经销的模式对公司提点结算的比例不存在差异，不同代理商间提点结算的比例存在差异具有商业合理性。

2、说明报告期各期相关费用的支付情况，与销售规模、合同约定是否匹配

报告期内上述通过提点结算模式的主要代理商居间服务费、保修服务费的发生情况及相关费用与对应代理销售收入规模的匹配情况如下：

单位：万元

年度	代理商名称	代理直销模式销售金额①	代理直销模式居间服务费②	居间服务费占比③=②/①[注 1]	代理直销模式保修服务费④	保修服务费占比⑤=④/①[注 1]	代理经销模式销售金额⑥[注 2]	代理经销模式保修服务费⑦	保修服务费占比⑧=⑦/⑥[注 1]
2025 年 1-6 月	诸暨市枫桥郭洪勇绣花机维修服务部	3,685.27	84.66	2.30%	77.14	2.09%	-	-	-
	杭州陈建豪缝制设备有限公司	3,330.29	104.02	3.12%	-	-	-	-	-
	诸暨市明哥绣花机维修服务部	1,832.48	41.66	2.27%	41.66	2.27%	-	-	-
	绍兴市柯桥区阿峰绣花机维修服务部	1,639.47	37.52	2.29%	33.51	2.04%	-	-	-
	诸暨市张烝绣花机维修服务部	1,606.73	59.72	3.72%	-	-	-	-	-
	诸暨市枫桥阿宝绣花机维修服务部	1,419.95	34.37	2.42%	30.53	2.15%	-	-	-
	怡之沐机械及其关联方	489.42	13.30	2.72%	17.59	3.59%	182.98	6.68	3.65%
	广州众信刺绣机械有限公司	85.58	4.64	5.42%	3.16	3.69%	823.91	28.42	3.45%
	信友智能及其关联方[注 3]	-	-	-	-	-	-	-	-
	其他提点结算模式代理商	1,572.32	75.94	4.83%	41.50	2.64%	-	-	-
2025 年 1-6 月合计		**15,661.52**	**455.83**	**2.91%**	**245.09**	**1.56%**	**1,006.88**	**35.10**	**3.49%**
2024 年	诸暨市枫桥郭洪勇绣花机维修服务部	3,024.87	70.53	2.33%	65.17	2.15%	-	-	-
	杭州陈建豪缝制设备有限公司	4,040.27	133.85	3.31%	-	-	-	-	-

单位：万元

年度	代理商名称	代理直销模式销售金额①	代理直销模式居间服务费②	居间服务费占比③=②/①[注 1]	代理直销模式保修服务费④	保修服务费占比⑤=④/①[注 1]	代理经销模式销售金额⑥[注 2]	代理经销模式保修服务费⑦	保修服务费占比⑧=⑦/⑥[注 1]
	诸暨市明哥绣花机维修服务部	3,074.38	71.05	2.31%	64.51	2.10%	-	-	-
	绍兴市柯桥区阿峰绣花机维修服务部	1,830.35	43.10	2.35%	39.90	2.18%	-	-	-
	诸暨市张烝绣花机维修服务部	2,869.29	97.75	3.41%	-	-	-	-	-
	诸暨市枫桥阿宝绣花机维修服务部	2,418.52	56.37	2.33%	53.89	2.23%	-	-	-
	怡之沐机械及其关联方	2,028.83	43.26	2.13%	63.82	3.14%	853.27	29.07	3.41%
	广州众信刺绣机械有限公司	238.73	12.72	5.33%	9.32	3.91%	2,751.40	94.49	3.43%
	信友智能及其关联方[注 3]	-	-	-	-	-	-	-	-
	其他提点结算模式代理商	2,728.44	112.95	4.14%	71.12	2.61%	-	-	-
2024 年度合计		**22,253.67**	**641.57**	**2.88%**	**367.73**	**1.65%**	**3,604.68**	**123.57**	**3.43%**
2023 年	诸暨市枫桥郭洪勇绣花机维修服务部	2,474.51	56.02	2.26%	48.50	1.96%	-	-	-
	杭州陈建豪缝制设备有限公司	3,247.61	102.12	3.14%	-	-	-	-	-
	诸暨市明哥绣花机维修服务部	1,395.49	32.05	2.30%	32.05	2.30%	-	-	-
	绍兴市柯桥区阿峰绣花机维修服务部	533.66	12.17	2.28%	9.27	1.74%	-	-	-

单位：万元

年度	代理商名称	代理直销模式销售金额①	代理直销模式居间服务费②	居间服务费占比③=②/①[注 1]	代理直销模式保修服务费④	保修服务费占比⑤=④/①[注 1]	代理经销模式销售金额⑥[注 2]	代理经销模式保修服务费⑦	保修服务费占比⑧=⑦/⑥[注 1]
	诸暨市张烝绣花机维修服务部	2,905.16	102.83	3.54%	-	-	-	-	-
	诸暨市枫桥阿宝绣花机维修服务部	1,586.18	35.62	2.25%	33.95	2.14%	-	-	-
	怡之沐机械及其关联方	934.87	27.32	2.92%	26.08	2.79%	1,204.61	41.03	3.41%
	广州众信刺绣机械有限公司	488.53	28.91	5.92%	17.02	3.48%	1,298.88	45.28	3.49%
	信友智能及其关联方[注 3]	-	-	-	-	-	43.36	3.10	7.15%
	其他提点结算模式代理商	3,091.54	102.97	3.33%	37.09	1.20%	-	-	-
2023 年度合计		**16,657.55**	**500.01**	**3.00%**	**203.95**	**1.22%**	**2,546.85**	**89.41**	**3.51%**
2022 年	诸暨市枫桥郭洪勇绣花机维修服务部	1,948.68	50.30	2.58%	36.17	1.86%	-	-	-
	杭州陈建豪缝制设备有限公司	2,078.23	53.42	2.57%	26.87	1.29%	-	-	-
	诸暨市明哥绣花机维修服务部	1,894.34	45.90	2.42%	46.30	2.44%	-	-	-
	绍兴市柯桥区阿峰绣花机维修服务部	1,043.18	23.76	2.28%	17.07	1.64%	-	-	-
	诸暨市张烝绣花机维修服务部	1,535.84	52.21	3.40%	-	-	-	-	-
	诸暨市枫桥阿宝绣花机维修服务部	1,537.68	29.49	1.92%	19.80	1.29%	-	-	-

单位：万元

年度	代理商名称	代理直销模式销售金额①	代理直销模式居间服务费②	居间服务费占比③=②/①[注 1]	代理直销模式保修服务费④	保修服务费占比⑤=④/①[注 1]	代理经销模式销售金额⑥[注 2]	代理经销模式保修服务费⑦	保修服务费占比⑧=⑦/⑥[注 1]
	怡之沐机械及其关联方	2,207.81	48.68	2.21%	63.37	2.87%	952.03	30.24	3.18%
	广州众信刺绣机械有限公司	571.61	20.54	3.59%	19.84	3.47%	863.27	31.50	3.65%
	信友智能及其关联方[注 3]	-	-	-	-	-	1,109.43	36.59	3.30%
	其他提点结算模式代理商	1,280.11	44.37	3.47%	41.72	3.26%	-	-	-
2022 年度合计		**14,097.49**	**368.67**	**2.62%**	**271.14**	**1.92%**	**2,924.73**	**98.33**	**3.36%**

注 1：提点模式下，公司代理商约定的居间服务费、保修服务费比例为销售合同约定的产品售价（含税）扣除运输费用后金额的一定比例，对应的销售价格为含税销售金额，此处列示的居间服务费、保修服务费占比所对应代理销售金额为不含税销售收入金额，两比例之间存在是否含税的差异，故此处列示的占比略高于合同约定的居间服务费、保修服务费占销售收入比重；

注 2：提点结算的代理经销情形下，公司与代理商按固定比例结算居间服务费，已按应付客户对价全额冲减交易价格，故此部分居间服务费未体现在上表；

注 3：上表列示信友智能及其关联方销售金额系其在提点结算模式下发生代理销售收入金额。其与公司合作初期从事提点结算模式下的代理经销业务，经与公司协商其自 2022 年 9 月起通过底价结算方式发生代理经销业务，不再通过提点结算方式发生代理经销业务。2023 年公司与信友智能及其关联方存在代理经销业务（提点模式结算）销售收入原因为公司 2022 年 8 月与其所发生代理经销业务（提点模式结算）订单因公共卫生事件终端客户要求延期发货而于 2023 年确认收入。

提点模式下，公司与主要代理商按销售收入固定比例结算居间服务费、保修服务费，实际执行的比例与协议约定存在略微差异，主要原因为公司基于代理商促成每笔订单的毛利率水平及代理商是否提供售后服务，以业务确认书的形式约定具体的居间服务费和保修服务费比例，如对毛利率偏低的订单，公司在约定居间服务费比例的基础上适当下调，对于部分机型复杂的订单，公司应终端客户或代理商要求承担售后服务，该部分订单公司未与代理商结算保修服务费。

综上，对于通过提点结算的代理销售模式，报告期各期居间服务费、保修服务费与销售规模具有匹配性，费用结算情况通常与代理商协议约定情况匹配、部分未与代理商协议约定费用结算情况匹配的订单具有商业合理性。

3、说明不同代理模式、结算模式下代理商的盈利模式及其商业合理性，主要代理商各期实际盈利水平及构成，与其业务规模是否匹配

（1）说明不同代理模式、结算模式下代理商的盈利模式及其商业合理性

①代理直销

代理直销模式下，公司交易对手方为终端客户，代理商向公司介绍终端客户并提供售后服务（个别代理商不提供售后服务），同时公司就代理商所提供服务与其结算居间服务费、保修服务费（存在提点结算、底价结算模式），公司存在上述模式的必要性及商业合理性情况如下：

销售模式	结算模式	盈利模式	结算模式的商业合理性	代理销售模式的商业合理性
代理直销	提点结算	代理商负责向公司介绍终端客户并提供售后服务（个别代理商不提供售后服务），根据提供的服务从公司获取居间服务费、保修服务费（按销售收入的约定比例与代理商结算居间服务费、保修服务费）	主要针对绍兴、南通等地区，上述地区市场竞争较为激烈，且因地理位置离电脑刺绣机主要生产厂商较近故市场价格相对透明，代理商较难与终端客户协定显著高于底价的销售价格来赚取差价，故双方采用提点结算模式，其他主要电脑刺绣机厂商在该地区开拓市场亦主要采取提点结算模式。	代理商通过为公司介绍终端客户以及提供售后服务获取居间服务费、保修服务费，其业务流程更为简单，故其更倾向于采用此模式合作。
	底价结算	代理商负责向公司介绍终端客户并提供售后服务（部分代理商不提供售后服	主要针对潮汕、广州及佛山等地区，公司早期在上述地区建立代理商销售体系时因当地	①对于促成交易规模较小的代理商（如常平和盛、东莞市诺华电脑绣花厂、广州市番禺

销售模式	结算模式	盈利模式	结算模式的商业合理性	代理销售模式的商业合理性
		务），根据提供的服务从公司获取居间服务费、保修服务费（公司与代理商对不同型号产品约定底价，按销售收入减约定底价与代理商结算居间服务费、保修服务费）	市场竞争相对温和、地理位置距公司较远，终端客户对公司不同型号产品的市场价格相对模糊，代理商拥有较大的议价空间，底价模式下公司可最大限度地提高代理商开拓市场的积极性，故双方采用底价结算模式，其他主要电脑刺绣机厂商在该地区开拓市场亦主要采取底价结算模式。	区南村顺自达商贸经营部），公司要求其仅能以代理直销模式进行合作；②公司授权可以代理经销模式合作的代理商（如信扬智能及其关联方、信友智能及其关联方、永真服装），其部分客户要求直接与公司签订销售合同。

②代理经销

代理经销模式下，公司交易对手方为代理商，同时公司与代理商就代理经销业务存在两种不同的结算模式：A、提点结算模式下，代理商不赚取买卖差价，公司按销售收入的约定比例与代理商结算居间服务费、保修服务费；B、底价结算模式下，代理商赚取买卖差价，公司以约定底价向代理商销售后，代理商以高于底价的价格向终端客户销售。公司存在上述模式的商业合理性情况如下：

销售模式	结算模式	盈利模式	结算模式的商业合理性	代理销售模式的商业合理性
代理经销	提点结算	代理商向公司采购产品、再销售给终端客户，并提供售后服务，代理商不赚取买卖差价，按销售收入的约定比例与公司结算居间服务费、保修服务费	提点结算的商业合理性与代理直销模式一致	存在部分信用资质一般的个人或个体工商户类型的终端客户，公司出于对回款风险的控制而要求代理商（如怡之沐机械及其关联方、众信机械）采取此种代理经销模式为终端客户背书。
	底价结算	代理商向公司采购产品、再销售给终端客户，并提供售后服务，代理商赚取买卖差价，公司以约定底价向代理商销售后，代理商以高于底价的价格向终端客户销售（此模式下不涉及与公司结算居间服务费、保修服务费）	底价结算的商业合理性与代理直销模式一致	对于经营规模较大、回款质量较好的代理商（如信扬智能及其关联方、信友智能及其关联方、永真服装），公司授权可以代理经销模式进行合作，代理商通过底价结算的经销模式合作能控制终端市场赚取买卖差价，并能较快回款，对代理商业务更有利，故其更倾向于采用此模式合作。

（2）主要代理商各期实际盈利水平及构成，与其业务规模是否匹配

公司主要代理商长期从事电脑刺绣机销售及售后维修工作，其实际经营收入通常包括两部分：①作为电脑刺绣机代理商促成代理销售业务，因提供居间服务、售后服务而向公司收取的居间服务费、保修服务费收入；或从事代理经销向终端客户销售电脑刺绣机的销售收入；②向电脑刺绣机使用方提供附加装置加装服务、设备维修服务收取的服务费用收入。代理商实际经营支出主要包括：①电脑刺绣机设备采购支出，提供附加装置加装服务、设备维修服务发生的附加装置、维修零部件采购支出；②维修人员工资、房租水电、销售费用等日常经营支出。根据代理商各项经营收入减去各项经营支出得到代理商实际盈利水平。

公司报告期各期前五代理商的盈利水平如下：

单位：万元

代理销售类型[注 1]	2025 年 1-6 月		2024 年度		2023 年度		2022 年度	
	营业收入[注 2]	利润	营业收入	利润	营业收入	利润	营业收入	利润
信扬智能及其关联方	5,000-6,000	200-300	9,000-10,000	400-500	6,000-7,000	200-300	2,000-3,000	50-100
诸暨市枫桥郭洪勇绣花机维修服务部	100-200	50-100	100-200	50-100	100-200	0-50	0-100	0-50
信友智能及其关联方	5,000-6,000	200-300	6,000-7,000	200-300	4,000-5,000	150-200	1,000-2,000	50-100
杭州陈建豪缝制设备有限公司	100-200	50-100	100-200	50-100	100-200	50-100	0-100	50-100
诸暨市明哥绣花机维修服务部	0-100	50-100	100-200	50-100	0-100	0-50	0-100	50-100
诸暨市张烝绣花机维修服务部	0-100	0-50	100-200	50-100	100-200	50-100	0-100	0-50
怡之沐机械及其关联方	200-500	0-50	1,000-2,000	50-100	1,000-2,000	50-100	1,000-2,000	50-100

注 1：此表中信扬智能及其关联方、信友智能及其关联方、怡之沐机械及其关联方在报告期内同时存在通过代理经销销售电脑刺绣机及为代理直销业务提供居间服务、售后服务情形，表格中所登记其营业收入金额主要系其设备销售收入金额；报告期各期前五大代理商中其他代理商均仅提供居间服务、售后服务（部分代理商不提供售后服务），表格中其所登记其营业收入金额主要系其向公司收取居间服务费、保修服务费金额；

注 2：上表数据为含税金额。

公司报告期各期前五大代理商盈利内容主要构成系其作为电脑刺绣机代理商促成代理销售业务过程向公司提供居间服务、售后服务所获取盈利，或从事底价结算的代理经销过程中向终端客户溢价卖出电脑刺绣机所获取盈利，此部分盈利内容与其业务规模相匹配；同时从事维修服务的代理商亦存在向电脑刺绣机使用方提供附加装置加装服务、设备维修服务获取盈利，此部分盈利内容亦与其业务规模相匹配。

（三）说明代理直销、代理经销、公司直销、代理出口、ODM 销售的具体收入确认时点和依据，取得的具体收款凭证类型，结合相关业务流程、安装调试和售后服务等合同约定，说明相关收入确认的依据是否充分，是否符合行业惯例，发行人关于收入确认的内控措施及执行情况，相关收入确认政策与实际执行是否一致，与发行人应收款项金额和结构是否匹配

1、说明代理直销、代理经销、公司直销、代理出口、ODM 销售的具体收入确认时点和依据，取得的具体收款凭证类型，结合相关业务流程、安装调试和售后服务等合同约定，说明相关收入确认的依据是否充分，是否符合行业惯例

报告期内，公司电脑刺绣机各销售模式的相关业务流程、安装调试和售后服务等合同约定以及具体收入确认时点、依据及取得的具体收款凭证类型情况如下：

销售区域	销售模式	合同约定			收入确认时点	收入确认依据	收款凭证类型
		业务流程	安装调试	售后服务			
境内销售	代理直销	发行人与终端客户签订销售合同，并按照合同约定发货	代理商/公司负责[注]	代理商/公司负责[注]	公司将产品按照协议约定运送至约定交货地点，并安装调试，在客户验收完成时点确认收入	调试单作为收入确认依据	银行回单、银行承兑汇票
	代理经销	发行人与代理商签订销售合同，并按照合同约定发货	代理商负责	代理商负责			
	公司直销	发行人与终端客户签订销售合同，并按照合同约定发货	公司负责	公司负责			
境外销售	ODM	①直接出口或销售给出口代理企业：发行人将产品按照协议约定发送到港	品牌商负责	品牌商负责	①直接出口或销售给出口代理企业：公司将产品按照协议约定发送到港口并	①直接出口或销售给出口代理企业：报关单、提单作为收入确认依	银行回单
	代理经销		代理商负责	代理商负责			
	公司		终端客户	终端客户			

销售区域	销售模式	合同约定			收入确认时点	收入确认依据	收款凭证类型
		业务流程	安装调试	售后服务			
	直销	口并办理完成报关手续，或由出口代理企业自行报关；②销售给外贸企业：发行人将产品按照协议约定运送至约定交货地点。	负责	负责	办理完成报关手续，或由出口代理企业自行报关，在产品报关出口并确认货物已装船时点确认收入；②销售给外贸企业：公司将产品按照协议约定运送至约定交货地点，在客户签收完成时点确认收入。	据；②销售给外贸企业时，以签收单作为收入确认依据。	
	出口代理模式		品牌商/代理商负责	品牌商/代理商负责			

注：个别代理商不提供售后服务时由公司对设备进行调试并提供售后服务。

结合上表中公司电脑刺绣机各销售模式下的业务流程、安装调试和售后服务等合同约定，公司收入确认依据充分。

可比上市公司收入确认政策如下：

序号	公司	主要产品	相关收入确认政策
1	杰克股份（603337）	缝纫机、裁床、吊挂、铺布机等	无需公司提供安装服务的产品：根据客户订单将商品发往客户，公司在货物交付（外销中为完成报关及装船）后确认销售收入；需公司提供安装服务的产品：公司将合同划分为产品及安装服务两项履约义务分别确认收入，（1）产品收入：根据客户订单将商品发往客户，公司在货物交付后确认收入；（2）安装服务收入：产品安装完成，客户验收后确认收入
2	上工申贝（600843）	工业缝纫机、家用缝纫机等	（1）货物交付客户或客户指定的承运人后，客户取得控制权。 （2）国际贸易中，选择适用国际贸易术语的，在具体适用的国际贸易术语约定的所有权上主要风险和报酬转移给客户后，客户取得控制权。 （3）若合同中约定需进行验收的，客户对货物完成终验收后，取得控制权。
3	标准股份（600302）	工业缝纫机、零件制造	（1）国内销售的缝制机械产品 公司生产并在国内销售的缝制机械产品，以产品发运并取得客户签收单后确认销售收入。 （2）国外销售的缝制机械产品 公司生产并在国外销售的缝制机械产品，以产品发运并办理完毕出口报关手续，取得提单时确认销售收入。
4	中捷资源	平缝机、包缝	（1）内销收入：公司在销售产品发货后，根据合同约定将产品交

序号	公司	主要产品	相关收入确认政策
	（002021）	机、绷缝机、曲折缝机、特种机、模板机等	付给客户且客户已接受该商品，取得客户产品签收单时确认收入。（2）外销收入：公司在销售产品发货后，根据国际贸易条款下货物所有权转移时间确认收入。

注：上述内容根据可比上市公司年度报告等公开资料整理所得。

境内销售：标准股份、中捷资源以取得客户签收单作为收入确认依据，杰克股份对需提供安装服务的产品划分为产品及安装服务两项履约义务分别确认收入，产品在交付后确认收入，安装服务在客户验收后确认收入，上工申贝则说明对于需要验收的产品，在客户验收后确认收入，虽未明确披露具体收入确认依据，但根据收入确认要求，通常表明杰克股份、上工申贝已取得客户验收相关单据，与公司经客户验收后确认收入、以取得验收调试单作为收入确认依据基本一致。

境外销售：上工申贝、中捷资源根据国际贸易条款所有权转移原则确认收入，杰克股份完成报关及装船后确认销售收入，标准股份根据报关单、提单确认销售收入，收入确认依据与公司基本一致。

综上，公司电脑刺绣机销售收入确认的依据充分，符合行业惯例。

2、发行人关于收入确认的内控措施及执行情况，相关收入确认政策与实际执行是否一致

报告期内，公司关于收入确认的内部控制设计健全且运行有效，相关收入确认政策与实际执行保持一致，具体收入确认的内控措施及执行情况如下：

序号	内部控制节点	内部控制措施及执行情况
1	签订销售合同	销售部与客户签订销售合同，相关合同经分管销售的副总经理审批
2	订单发货	销售部提出发货申请，财务部确认发货款项等条件是否满足，审核通过后由相关人员交付物流公司完成发货
3	安装调试	境内销售由公司或代理商对设备进行现场调试，安装调试完成后收回经客户确认的送货单和调试单，境外销售无需安装调试
4	收入确认	境内销售由销售部收回送货单和调试单，境外销售由销售部收回报关单和提单，财务部根据送货单和调试单、报关单和提单，经核对无误后确认收入并做应收单
5	开具销售发票	销售部提出开票申请，财务部核对无误后开具发票
6	登记应收台帐并催收	销售部根据销售合同约定的收款节点催收，财务部按销售合同登记应收台账，每月与业务部门对账

3、与发行人应收款项金额和结构是否匹配

报告期内，公司根据不同客户的信用状况、财务状况、采购规模、历史合作情况，并综合考虑订单中产品规格型号、合同金额、利润率水平等因素，与客户就每笔订单逐一协商收款条件、信用政策、结算方式等合同条款。

对于外销客户，公司通常要求客户在合同签订后支付一定比例定金，发货前或收到提单前支付剩余款项；对于普通内销客户，公司通常要求客户在合同签订后支付一定比例定金，发货前支付一定比例货款，剩余款项于产品发货次月起1-18个月内支付完毕，部分合作历史较短、规模较小的客户，公司可能要求客户在发货前支付全部货款；对于融资租赁公司客户，公司通常要求融资租赁结算模式下的终端客户（承租方）在下单时及发货前支付一定比例的定金与货款，剩余款项通常于终端客户向融资租赁公司支付第一期租金、手续费（如有），且公司向融资租赁公司支付融资租赁服务费（如有）后一定期限内支付。

因上述货款结算模式，公司确认收入后，可能形成应收账款、长期应收款、一年内到期的长期应收款等应收款项。

报告期内，发行人应收款项金额和结构情况如下：

单位：万元

项目	2025.06.30/ 2025年1-6月		2024.12.31/ 2024年度		2023.12.31/ 2023年度		2022.12.31/ 2022年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
应收账款原值	14,566.65	86.36%	10,029.42	79.19%	13,752.99	79.13%	9,661.67	84.20%
一年内到期的长期应收款原值	2,142.44	12.70%	2,486.99	19.64%	3,306.62	19.03%	1,655.89	14.43%
长期应收款原值	157.35	0.93%	149.04	1.18%	320.47	1.84%	157.30	1.37%
合计	16,866.44	100.00%	12,665.45	100.00%	17,380.08	100.00%	11,474.86	100.00%
营业收入	65,521.39	-	102,998.76	-	70,401.23	-	59,957.11	-
占营业收入比例	25.74%	-	12.30%	-	24.69%	-	19.14%	-

报告期各期末，公司应收账款、长期应收款、一年内到期的长期应收款等应收款项合计金额分别为11,474.86万元、17,380.08万元、12,665.45万元和16,866.44万元，占当期营业收入比例分别为19.14%、24.69%、12.30%和25.74%。

2023年末，公司应收款项占营业收入比例同比上升，主要系：（1）2023年度，受高速设备试推广的影响，电脑刺绣机境内外市场回暖，公司营业收入规模

扩大，对部分主要客户应收账款余额同比上升，如对台新融资应收账款由1,002.21万元上升至5,292.14万元，同比上升4,289.93万元，导致公司应收账款账面余额同比上升，进而导致应收款项占营业收入比例同比升高；（2）2023年度，公司外销收入占比同比下降，由前一年度的53.82%下降至49.71%，公司一般要求境外客户在收到提单前支付剩余货款，外销业务销售回款相对较快，故外销收入占比下降将减慢公司应收款项回款速度，进而导致公司应收款项占营业收入比例同比上升；（3）受益于全球纺织服装行业复苏和行业设备高速化更新换代，2023年度公司业绩规模同比增长，2023年第四季度销售占比由上年同期的19.07%上升至 27.47%，部分款项尚未到结算期，进一步导致公司应收款项占营业收入比例同比上升。

2024年末，公司应收款项占营业收入比例同比下降，主要系：（1）自2024年起，公司与台新融资结算模式变更为以银行承兑汇票为主、银行承兑汇票与银行存款相结合的付款方式，显著提高了付款效率，2024 年末公司对台新融资应收账款余额同比下降4,531.14万元，导致公司应收账款账面余额同比下降，进而导致应收款项占营业收入比例同比下降；（2）2024年度，公司外销收入占比同比上升，由前一年度的49.71%上升至53.22%，外销业务销售回款相对较快，故外销收入占比上升将提升公司应收款项回款速度，进而导致公司应收款项占营业收入比例同比下降。

2025年6月末，公司应收款项占营业收入比例为25.74%，前述数据年化处理后为12.87%，较上年度略有上涨，波动较小。

报告期各期末，公司应收账款占应收账款、长期应收款、一年内到期的长期应收款等应收款项比例分别为84.20%、79.13%、79.19%和86.36%，为应收款项的主要部分，长期应收款、一年内到期的长期应收款占比相对较小，主要系公司分期收款期限超过12个月的订单相对较少、销售规模相对较小所致。

综上所述，报告期内，公司收入确认与应收款项金额、结构匹配。

（四）说明代理经销模式下，发行人向经销商销售产品是否为买断式，相关产品的发货模式，经销商是否持有发行人产品库存，相关产品是否均有终端

客户订单支持，向终端客户销售的产品是否均已完成安装验收，相关销售是否真实

代理经销模式下，公司向代理商销售产品均为买断式。针对境内销售，公司将相关产品按照协议约定运送至终端客户指定的交货地点，代理商完成安装调试，代理商不持有公司产品库存；针对境外销售，直接出口时，公司将相关产品按照协议约定运送至港口并办理完成报关手续，销售给外贸企业时，公司将相关产品按照协议约定运送至约定交货地点，安装调试均由代理商负责，代理商通常不持有公司产品库存，部分境外代理商为满足快速供货需求存在少量库存。

除部分境外代理商为满足快速供货需求存在少量库存外，相关产品通常有终端客户订单支持，代理商向终端客户销售的产品基本已完成安装验收，相关销售真实，销售真实性核查参见本题回复之“四、（二）说明对发行人收入真实性、收入确认准确性、应收账款和回款真实性采取的具体核查方式、核查过程，并发表明确意见”。

（五）说明相关客户验收或签收单据是否完整，与相关产品的发货签收记录、销售、售后人员的差旅服务记录等是否匹配，是否存在长期未安装、未验收的项目或其他安装周期异常情况，年底安装验收项目与其他阶段项目的执行周期是否存在明显差异，是否存在调节收入利润等情形

报告期内，公司按月存放设备验收及签收单据，相关客户的验收单据及签收单据完整，与相关产品的发货签收记录相匹配，经申报会计师核查销售、售后人员的差旅服务记录，与相关客户验收及签收单据相匹配，公司不存在长期未安装、未验收的项目。

公司境内销售电脑刺绣机从发货到调试完成一般在 15 天以内，报告期各期存在调试周期异常（调试周期超过 15 天）的情况统计如下：

单位：万元

验收周期	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
15 天以内（含 15 天）	27,793.43	39,012.73	30,294.58	17,726.79
15 天以上	1,785.25	7,173.15	2,811.68	8,200.79
合计	29,578.68	46,185.88	33,106.26	25,927.58

单位：万元

验收周期	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
15 天以上收入占比	6.04%	15.53%	8.49%	31.63%

报告期各期，公司境内销售电脑刺绣机调试周期超过 15 天的收入占比分别为 31.63%、8.49%、15.53%和 6.04%，主要原因包括：（1）产品出库至调试完成经历了农历春节或其他法定节假日，导致调试周期偏长；（2）部分客户的新厂房未通电、基础设备未到位等客观原因，导致调试周期偏长；（3）部分客户的调试单盖章流程较长，导致调试周期偏长；（4）新机型或新客户的调试周期长，导致调试周期偏长；（5）相关产品含改进或新研发的附加装置，导致调试周期偏长；（6）部分客户一笔订单涉及的设备数量较多，全部调试完成后客户一起验收，导致调试周期偏长；（7）2022 年受公共卫生事件影响客户经营活动受限，导致调试周期偏长。

报告期各期，境内销售验收日期为各期期末前 15 天的电脑刺绣机的验收周期情况如下：

单位：万元

验收周期	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
15 天以内（含 15 天）	2,800.07	2,237.97	289.87	96.02
15 天以上	-	86.73	189.23	-

其中，验收周期超过 15 天的，为以下 2 笔订单：

客户名称	产品类别	数量	收入金额（万元）	出库日期	验收日期	验收周期（天）
杭州茹旭绣品服饰有限公司	花边机	4	189.23	2023/11/30	2023/12/21	21
绍兴柯桥亮旺旺绣品有限公司	花边机	2	86.73	2024/11/20	2024/12/25	35

杭州茹旭绣品服饰有限公司系由于新机型的调试周期长，导致验收周期偏长，绍兴柯桥亮旺旺绣品有限公司系客户盖章流程较长导致验收周期偏长，设备情况正常。

综上，公司相关客户的验收或签收单据完整，与相关产品的发货签收记录、销售、售后人员的差旅服务记录等匹配，不存在长期未安装、未验收的项目，安

装周期异常或年底安装验收项目的执行周期超过 15 天均有其特殊业务原因，不存在调节收入利润等情形。

（六）说明代理销售模式下售后服务的具体安排，相关售后服务是否由代理商向发行人采购，是否构成单项履约义务，报告期各期发行人维修服务收入的具体情况，包括但不限于收入来源渠道、收入金额、提供的主要服务内容，相关服务内容、服务频次、服务区域与相关客户所在地及产品的使用寿命等是否匹配

1、说明代理销售模式下售后服务的具体安排，相关售后服务是否由代理商向发行人采购，是否构成单项履约义务

报告期内，代理销售模式下售后服务的具体安排如下：

销售区域	销售模式	保修服务费结算模式	合作模式
境内销售	代理直销	提点模式（公司按销售收入的约定比例与代理商结算保修服务费）	代理商负责向公司介绍客户并提供售后服务（个别代理商不提供售后服务），根据提供的服务从公司获取保修服务费
		底价模式（公司与代理商对不同型号产品约定底价，按销售收入减约定底价与代理商结算保修服务费）	
	代理经销	提点模式（代理商不赚取买卖差价，公司按销售收入的约定比例与代理商结算保修服务费）	代理商向公司采购产品再销售给终端客户，并提供售后服务，代理商不赚取买卖差价，从公司获取保修服务费
		底价模式（代理商赚取买卖差价，公司以约定底价向代理商销售后，代理商以高于底价的价格向终端客户销售）	代理商向公司采购产品再销售给终端客户，并提供售后服务，赚取买卖差价
境外销售	代理经销	/	代理商向公司采购产品再销售给终端客户，并提供售后服务，赚取买卖差价

代理商承担售后服务的情况下，代理商通过与公司结算保修服务费或赚取差价获得收益，由代理商自身采购配件并组织人力向终端客户提供售后服务，并非向公司采购，不构成单项履约义务。报告期内，代理商存在向公司采购少量配件的情况（定制件通常找公司采购，非定制件根据价格找合适的厂商采购），公司确认了相关配件收入及成本。

2、报告期各期发行人维修服务收入的具体情况，包括但不限于收入来源渠道、收入金额、提供的主要服务内容，相关服务内容、服务频次、服务区域与相关客户所在地及产品的使用寿命等是否匹配

报告期内，公司实现保修期外的维修服务收入较少，具体情况如下：

期间	收入金额（万元）	提供的主要服务内容	收入来源渠道
2025 年 1-6 月	17.37	服务内容主要系基础维修项目，包括机械维修、机头保养、电控系统维修等	主要系已购设备的客户提出维修需求
2024 年度	25.96		
2023 年度	17.66		
2022 年度	14.22		

公司提供的维修服务主要系基础维修，主要针对公司直销模式下的客户。报告期各期，公司维修服务频次在 50-100 次左右，服务区域主要为浙江省、江苏省等华东地区，维修设备时间距离设备出厂时间主要集中在 2-5 年左右，公司提供的维修服务与相关客户所在地及产品使用寿命（5-10 年）相匹配。

（七）说明其他业务收入的具体构成情况，与发行人主营业务是否存在联系，相关业务收入的主要客户情况，发行人开展相关业务是否具有合理性

报告期内，公司其他业务收入的具体构成情况如下：

单位：万元

内容	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
配件	897.12	48.11%	1,657.77	43.77%	2,752.36	72.84%	926.89	31.56%
海运	620.82	33.29%	1,447.15	38.21%	551.10	14.58%	1,667.80	56.78%
废料	181.66	9.74%	323.20	8.53%	243.83	6.45%	177.02	6.03%
其他	165.28	8.86%	359.48	9.49%	231.59	6.13%	165.44	5.63%
合计	**1,864.88**	**100.00%**	**3,787.59**	**100.00%**	**3,778.87**	**100.00%**	**2,937.15**	**100.00%**

报告期内，公司其他业务收入主要由配件收入、海运收入和废料收入构成，2023 年度配件收入增长主要系子公司信胜机械新开发了立柱产品以及新设立的子公司信顺精密精加工产品实现收入增加所致，海运收入下降主要系海运价格大幅下降所致；2024 年度配件收入下降主要系子公司信胜机械立柱产品收入大幅减少所致，海运收入上涨主要系境外销售收入增长所致。

公司其他业务收入与主营业务存在一定的联系，其中配件收入主要系公司销售电脑刺绣机相关配件产生的收入，海运收入系公司 CNF 模式下承担运输责任收取的海运费，废料收入系公司销售生产过程产生的废料如废铁等产生的收入，

故公司开展相关业务具有合理性。

报告期内，公司其他业务收入的主要客户情况如下：

单位：万元

年度	客户名称	业务内容	是否系公司整机客户	销售金额	占比
2025 年 1-6 月	LIBERTY	配件、海运	是	300.20	16.10%
	M.RAMZAN 及其关联方	配件、海运	是	220.18	11.81%
	ALLIANCE	配件、海运	是	162.85	8.73%
	浙江兆山机电有限公司	配件、其他	否	83.50	4.48%
	诸暨玛雅电器机械有限公司	配件、其他	否	71.61	3.84%
	合计			**838.34**	**44.95%**
2024 年度	LIBERTY	配件、海运	是	741.96	19.59%
	M.RAMZAN 及其关联方	配件、海运	是	491.62	12.98%
	浙江兆山机电有限公司	配件、其他	否	300.05	7.92%
	ALLIANCE	配件、海运	是	193.69	5.11%
	杭州经纬电子机械制造股份有限公司	配件	否	172.57	4.56%
	合计			**1,899.89**	**50.16%**
2023 年度	浙江通得数字印刷设备制造有限公司	配件	否	1,121.04	29.67%
	浙江兆山机电有限公司	配件、其他	否	266.90	7.06%
	M.RAMZAN 及其关联方	配件	是	266.39	7.05%
	LIBERTY	配件、海运	是	265.56	7.03%
	诸暨玛雅电器机械有限公司	配件、其他	否	159.51	4.22%
	合计			**2,079.40**	**55.03%**
2022 年度	LIBERTY	配件、海运	是	647.49	22.04%
	M.RAMZAN 及其关联方	配件、海运	是	414.83	14.12%
	KARDES	配件、海运	是	262.32	8.93%
	ALLIANCE	配件、海运	是	190.10	6.47%
	STE AGA BROD SARL	配件、海运	是	164.58	5.60%
	合计			**1,679.32**	**57.18%**

公司其他业务收入的主要客户较为稳定，主要系配件收入和海运收入相关客户，且多数系公司电脑刺绣机客户，其中浙江通得数字印刷设备制造有限公司系子公司信胜机械立柱产品的客户，浙江兆山机电有限公司、诸暨玛雅电器机械有

限公司、杭州经纬电子机械制造股份有限公司系公司电脑刺绣机配件客户。

（八）说明预售货款、意向金的主要客户、预售金/意向金金额，客户支付相关金额、比例与客户订单、合同约定是否匹配，相关款项的期后结转情况，与发行人收入确认、产品交付情况的匹配性

1、说明预售货款、意向金的主要客户、预售金/意向金金额，客户支付相关金额、比例与客户订单、合同约定是否匹配

报告期内，公司无预售业务，报告期各期末不存在预售金，公司签订合同后收取的定金、发货前收取的预收货款系根据正式合同列明的收款条件而收取。

2024 年第四季度起，公司为加强在手订单的管理，与意向客户先行签订意向合同，待车间生产能力释放，可在短期内（一般为 3 个月左右）安排订单生产任务后，再与客户签订正式合同。意向客户与公司签订意向合同后，按照合同约定支付意向金，但此时公司与其尚未签订正式合同，交易价格、具体产品型号、合同金额等也尚未最终确定。因此，对于内销客户，公司通常向单个客户收取的意向金金额较小，与签订的正式合同不构成金额匹配关系；对于外销客户，公司仅向 M.RAMZAN 及其关联方收取 300 万美元意向金，其主要目的为降低未来巴基斯坦国内美元储备变动对双方交易结算产生的风险，与签订的正式合同不构成金额匹配关系。

报告期各期末，公司意向金主要客户的支付情况如下：

单位：万元

期间	客户名称	意向金余额	余额占期末比重
2025 年 6 月末	M.RAMZAN 及其关联方	2,131.33	86.95%
	陈伟	20.00	0.82%
	绍兴柯桥源强绣品有限公司	15.00	0.61%
	杭州语诗绣品有限公司	10.00	0.41%
	绍兴劭涵绣品有限公司	10.00	0.41%
	杭州明祝绣品有限公司	10.00	0.41%
	绍兴衡一绣品有限公司	10.00	0.41%
	杭州硕信绣品有限公司	10.00	0.41%
	杭州耀丰纺织绣品有限公司	10.00	0.41%

单位：万元

期间	客户名称	意向金余额	余额占期末比重
	绍兴花冠绣品有限公司	10.00	0.41%
	合计	**2,236.33**	**91.23%**
2024 年末	M.RAMZAN 及其关联方	2,131.33	90.17%
	杭州颂赞绣品有限公司	20.00	0.85%
	杭州骏奇纺织有限公司	20.00	0.85%
	杭州茂丰纺织科技有限公司	15.00	0.63%
	绍兴衡一绣品有限公司	15.00	0.63%
	合计	**2,201.33**	**93.13%**

2024 年末、2025 年 6 月末，公司意向金余额较大，主要系向客户 M.RAMZAN 收取的 300 万美元意向金所致。自 2022 年三季度至 2023 年二季度，巴基斯坦外汇储备紧缺问题较为严重，因缺少美元支付进口订单，导致 M.RAMZAN 及其关联方较难向公司付款，双方交易规模显著下滑。为降低未来巴基斯坦美元储备变动对双方交易结算造成的风险，2024 年，公司与 M.RAMZAN 约定，由 M.RAMZAN 向公司预付 300 万美元，作为以后年度订单的意向金。根据公司与 M.RAMZAN 达成的初步协议，M.RAMZAN 将在 2025 年第四季度使用部分意向金。

2、相关款项的期后结转情况，与发行人收入确认、产品交付情况的匹配性

（1）期后结转情况

公司与意向金客户签订正式合同后，前期支付的意向金可结转为合同定金，报告期各期末，公司意向金期后结转情况如下：

单位：万元

项目	客户性质	期末余额	期后结转金额	结转比例
2025 年 6 月末	境外客户	2,131.33	-	-
	境内客户	320.00	53.00	16.56%
	合计	**2,451.33**	**53.00**	**2.16%**
2024 年末	境外客户	2,131.33	-	-
	境内客户	232.40	214.00	92.08%
	合计	**2,363.73**	**214.00**	**9.05%**

注：意向金期后结转情况统计截至 2025 年 8 月末。

对于境外客户，公司仅对 M.RAMZAN 收取意向金，M.RAMZAN 在可以正常支付货款的情况下持续采用“取得提单前付清全部货款”的方式进行交易，截至本回复出具日，公司尚未与其就涉及 300 万美元相关订单的交易价格、具体产品型号等条款达成一致，故相关意向金尚未结转，公司预计可在 2025 年第四季度结转部分意向金。

对于境内客户，公司收取意向金的客户较为分散，且向单个意向客户收取的金额较小。截至 2025 年 8 月末，公司 2024 年末意向金客户大部分已与公司签订正式销售合同，相关款项结转比例较高；公司 2025 年 6 月末意向金客户大多仍在等待排产，公司与其交易价格、具体产品型号等关键信息尚未最终确定，因此相关意向金结转比例较低。

（2）与公司收入确认、产品交付匹配情况

截至2025年8月末，报告期内公司意向金主要客户的相关款项与收入确认、产品交付的匹配情况如下：

项目	客户名称	是否已结转	是否签订正式销售合同	产品交付情况	收入确认情况	
					是否已确认	确认金额（万元）
2025年6月末	M.RAMZAN 及其关联方	否	否	尚未交付	否	/
	陈伟	否	否	尚未交付	否	/
	绍兴柯桥源强绣品有限公司	否	否	尚未交付	否	/
	杭州语诗绣品有限公司	已结转	已签订	尚未交付	否	/
	绍兴劭涵绣品有限公司	否	否	尚未交付	否	/
	杭州明祝绣品有限公司	否	否	尚未交付	否	/
	绍兴衡一绣品有限公司	否	否	尚未交付	否	/
	杭州硕信绣品有限公司	已结转	已签订	尚未交付	否	/
	杭州耀丰纺织绣品有限公司	已结转	已签订	尚未交付	否	/
	绍兴花冠绣品有限公司	否	否	尚未交付	否	/
2024年末	M.RAMZAN 及其关联方	否	否	尚未交付	否	/
	杭州颂赞绣品有限公司	已结转	已签订	已交付	是	603.01
	杭州骏奇纺织有限公司	已结	已签订	已交付	是	122.12

项目	客户名称	是否已结转	是否签订正式销售合同	产品交付情况	收入确认情况	
					是否已确认	确认金额（万元）
		转				
	杭州茂丰纺织科技有限公司	已结转	已签订	已交付	是	239.82
	绍兴衡一绣品有限公司	否	否	尚未交付	否	/

（九）说明报告期内是否存在外采成品进行销售的情况，如存在，说明相关收入确认方式及合规性

报告期内，公司外采成品进行销售的设备包括成衣帽绣机、混合机（单头）、绗绣机（特种机），以成衣帽绣机为主，销售收入分别为 1,028.33 万元、1,049.37 万元、199.37 万元和 0 万元。公司于 2023 年设立子公司易瑞得拓展成衣帽绣机业务，于 2023 年开发出绗绣机进行销售，在不具备生产能力或产品规格有限的情况下，公司根据客户需求采购成品后进行销售赚取利润，具有商业合理性。

公司外采成品进行销售并非简单转手买卖货物赚取差价，相应采购与销售合同均为独立签订，由公司与供应商协商确定价格、签订采购合同并完成入库及付款，公司与客户之间签订销售合同，完成交货并在取得相关单据（提单、调试单、签收单）后以总额法确认收入。在外采成品销售中，公司实际承担了向客户转让商品的主要责任，在商品转移之前承担了商品的存货风险，有权自主决定所交易商品的价格，公司向客户转让商品前拥有对该商品的控制权，公司是主要责任人而非代理人，以总额法确认收入符合《企业会计准则》的相关规定。

在收入确认方面，报告期内公司对外采成品与自产成品采用统一的收入确认方式。

二、境外销售真实性

（一）说明境外销售采取的主要销售模式和客户拓展方式，除印度、巴基斯坦外，其他境外地区的主要区域结构，境外销售区域的主要客户情况，结合相关地区行业发展格局及变化趋势、相关客户在区域内行业地位和经营情况等说明报告期各期发行人境外销售收入持续增长的合理性

1、说明境外销售采取的主要销售模式和客户拓展方式

报告期内，公司境外销售的销售模式以 ODM 模式为主，以代理经销、公司直销、出口代理模式等为辅。ODM、代理经销模式下，公司通过开拓、培育优质品牌商、代理商拓展终端客户，公司分别与品牌商、代理商直接签订销售合同，品牌商、代理商通过其自身销售渠道完成终端销售；公司直销模式下，公司通过自有销售渠道获取客户资源，与下游客户直接签订销售合同；出口代理模式下，公司通过品牌商、代理商或自有销售渠道获取客户资源，出于减少第三方回款的目的，公司与进出口代理服务商签订销售合同，其协助办理报关手续后再销售给下游客户，具体情况如下：

单位：万元

销售模式	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
ODM	27,389.71	80.62%	45,268.26	85.74%	25,655.94	77.48%	23,508.57	76.61%
代理经销	5,167.33	15.21%	7,048.70	13.35%	6,707.04	20.25%	6,087.44	19.84%
公司直销	1,418.33	4.17%	480.50	0.91%	618.41	1.87%	259.16	0.84%
出口代理模式	-	-	-	-	133.36	0.40%	831.89	2.71%
合计	**33,975.37**	**100.00%**	**52,797.46**	**100.00%**	**33,114.75**	**100.00%**	**30,687.06**	**100.00%**

2、除印度、巴基斯坦外，其他境外地区的主要区域结构，境外销售区域的主要客户情况

（1）境外销售主要区域结构

报告期内，公司境外销售主要区域相对集中，印度、巴基斯坦销售收入占境外销售收入的比例约 70%，其他国家销售占比显著低于印度、巴基斯坦。报告期各期，境外销售收入前五大国家的构成情况如下：

单位：万元

销售模式	2025 年 1-6 月		2024 年度		2023 年度		2022 年度	
	金额	占外销收入比例	金额	占外销收入比例	金额	占外销收入比例	金额	占外销收入比例
印度	15,553.46	45.78%	23,810.25	45.10%	15,527.58	46.89%	11,670.42	38.03%
巴基斯坦	8,556.97	25.19%	16,096.51	30.49%	5,090.86	15.37%	8,970.68	29.23%
韩国	1,035.88	3.05%	366.43	0.69%	556.20	1.68%	167.91	0.55%
阿联酋	921.35	2.71%	1,196.81	2.27%	1,171.49	3.54%	974.25	3.17%

单位：万元

销售模式	2025 年 1-6 月		2024 年度		2023 年度		2022 年度	
	金额	占外销收入比例	金额	占外销收入比例	金额	占外销收入比例	金额	占外销收入比例
越南	872.29	2.57%	635.40	1.20%	241.87	0.73%	-	-
土耳其	727.10	2.14%	980.19	1.86%	1,240.65	3.75%	1,581.06	5.15%
柬埔寨	661.84	1.95%	481.42	0.91%	275.56	0.83%	980.56	3.20%
埃及	614.40	1.81%	986.60	1.87%	863.18	2.61%	773.99	2.52%
阿尔及利亚	501.28	1.48%	608.21	1.15%	1,613.31	4.87%	650.10	2.12%
其他境外地区	4,530.80	13.34%	7,635.64	14.46%	6,534.04	19.73%	4,918.09	16.03%
合计	**33,975.37**	**100.00%**	**52,797.46**	**100.00%**	**33,114.75**	**100.00%**	**30,687.06**	**100.00%**

（2）境外销售区域的主要客户情况

报告期各期，公司前五大境外销售客户情况如下：

单位：万元

客户名称	主要销售区域	2025 年 1-6 月		2024 年度		2023 年度		2022 年度	
		金额	占外销收入比例	金额	占外销收入比例	金额	占外销收入比例	金额	占外销收入比例
LIBERTY	印度	12,147.45	35.75%	19,242.21	36.45%	11,655.87	35.20%	8,840.47	28.81%
M.RAMZAN 及其关联方	巴基斯坦	8,556.97	25.19%	16,096.51	30.49%	5,090.86	15.37%	8,970.68	29.23%
ALLIANCE	印度	2,716.70	8.00%	3,505.63	6.64%	2,602.53	7.86%	2,064.36	6.73%
FUSAI 及其关联方	阿尔及利亚、也门	985.74	2.90%	1,244.47	2.36%	2,325.88	7.02%	773.31	2.52%
OUBARI 及其关联方	埃及、阿联酋	906.78	2.67%	1,542.85	2.92%	1,138.33	3.44%	867.53	2.83%
KARDES	土耳其	727.10	2.14%	980.19	1.86%	1,240.65	3.75%	1,581.06	5.15%
IL PUNTO	意大利	382.85	1.13%	435.92	0.83%	585.27	1.77%	925.50	3.02%
合计		**26,423.59**	**77.77%**	**43,047.76**	**81.53%**	**24,639.39**	**74.41%**	**24,022.91**	**78.28%**

3、结合相关地区行业发展格局及变化趋势、相关客户在区域内行业地位和经营情况等说明报告期各期发行人境外销售收入持续增长的合理性

报告期内，公司境外销售收入主要集中于印度、巴基斯坦等国家，其他国家业务相对分散，得益于相关市场需求的持续释放，公司及主要客户在相关市场的行业地位较高、市场占有率较大、经营情况良好，报告期内公司境外销售收入持续增长，具体如下：

（1）印度国民经济增速较快，服装数量需求、刺绣工艺需求提升

近年来印度国民经济发展较快，GDP 由 2020 年的 2.67 万亿美元增长至 2023 年的 3.57 万亿美元，人均消费支出由 2020 年的 1,183.92 美元增长至 2023 年的 1,504.41 美元，带动服装需求量显著增长。印度传统服饰广泛应用各类刺绣工艺，公司印度终端客户的下游订单主要面向其本国市场，随着印度国民经济快速增长，印度人民对单价较高、刺绣工艺相对复杂的传统服饰购买力持续提升；同时印度人民对于刺绣工艺的需求愈发多样化，公司不断提升电脑刺绣机配置，主要为采用双四件套机头结构提高转速，采用珠子绣附加装置实现特殊刺绣工艺等，带动销售量价齐升。

根据中国缝制机械协会统计数据，2022-2024 年中国出口印度电脑刺绣机金额分别为 1.78 亿美元、1.95 亿美元和 2.98 亿美元。根据特易资讯、环球慧思统计数据，2022-2024 年，公司的主要客户 LIBERTY 分别系印度的第四大、第二大、第一大电脑刺绣机采购商，结合海关总署统计数据、公司销售数据测算，LIBERTY 在印度市场占有率分别约为 7%、9%和 9%。

（2）巴基斯坦外汇储备紧缺问题有效缓解，电脑刺绣机采购需求逐步释放

自 2022 年三季度至 2023 年二季度，巴基斯坦外汇储备紧缺问题较为严重，因缺少美元支付进口订单，导致电脑刺绣机采购规模显著下滑；自 2023 年下半年起，外汇储备紧缺问题有效缓解，巴基斯坦的电脑刺绣机市场业务逐步恢复，并于 2024 年度进入需求旺季。巴基斯坦传统服饰亦广泛应用各类刺绣工艺，公司巴基斯坦终端客户的下游订单主要面向其本国市场，刺绣产能需求庞大，随着前述问题有效缓解，电脑刺绣机采购需求逐步释放，公司经营业绩实现增长。

根据中国缝制机械协会统计数据，2022-2024 年中国出口巴基斯坦电脑刺绣机金额分别为 0.54 亿美元、0.27 亿美元和 1.12 亿美元。根据特易资讯、环球慧思统计数据，2022-2024 年，公司的主要客户 M.RAMZAN 及其关联方分别系巴基斯坦的第一大、第一大、第二大电脑刺绣机采购商，结合海关总署统计数据、公司销售数据测算，M.RAMZAN 及其关联方在巴基斯坦市场占有率分别约为 25%、27%和 20%。

（3）公司向境外销售主要国家的销售收入与中国向相关国家出口刺绣机金额波动趋势基本一致

报告期内，公司向境外销售主要国家的销售收入与中国向相关国家出口刺绣机金额的对比情况如下：

国家	2025 年 1-6 月	2024 年度				2023 年度				2022 年度	
	销售收入（万元）	销售收入（万元）	销售收入同比变动	中国出口金额（万美元）	中国出口金额同比变动	销售收入（万元）	销售收入同比变动	中国出口金额（万美元）	中国出口金额同比变动	销售收入（万元）	中国出口金额（万美元）
印度	15,553.46	23,810.25	53.34%	29,830.39	52.94%	15,527.58	33.05%	19,505.12	9.50%	11,670.42	17,813.00
巴基斯坦	8,556.97	16,096.51	216.18%	11,219.11	320.81%	5,090.86	-43.25%	2,666.10	-50.53%	8,970.68	5,389.05
韩国	1,035.88	366.43	-34.12%	未披露	/	556.20	231.25%	未披露	/	167.91	未披露
阿联酋	921.35	1,196.81	2.16%	1,378.59	9.44%	1,171.49	20.25%	1,259.64	11.05%	974.25	1,134.29
越南	872.29	635.40	162.70%	2,295.50	37.30%	241.87	/	1,671.94	-41.46%	-	2,855.99
土耳其	727.10	980.19	-20.99%	1,051.80	-26.84%	1,240.65	-21.53%	1,437.60	20.85%	1,581.06	1,189.61
柬埔寨	661.84	481.42	74.71%	447.72	46.11%	275.56	-71.90%	306.42	-16.70%	980.56	367.85
埃及	614.40	986.60	14.30%	898.48	59.56%	863.18	11.52%	563.10	-7.39%	773.99	608.02
阿尔及利亚	501.28	608.21	-62.30%	669.02	-50.08%	1,613.31	148.16%	1,340.12	48.67%	650.10	901.40
其他境外地区	4,530.80	7,635.64	16.86%	/	/	6,534.04	32.86%	/	/	4,918.09	/
合计	**33,975.37**	**52,797.46**	**59.44%**	**/**	**/**	**33,114.75**	**7.91%**	**/**	**/**	**30,687.06**	**/**

注：中国出口刺绣机金额数据来源为海关总署。

报告期内，公司向境外销售主要国家的销售收入与中国向相关国家出口刺绣机金额波动趋势基本一致，其中越南存在一定差异，主要原因系公司于 2023 年新开拓越南市场，市场容量较大，而业务开拓初期公司销售收入基数较小，随着公司品牌影响力逐步提升，公司销售收入增速大于市场规模增速。

公司主要通过与各个国家享有较高知名度、积累较为丰富客户资源的品牌商、代理商合作，快速开拓国际市场，主要品牌商、代理商在相关区域内的行业地位通常较高，经营情况通常较为良好，与公司通常长期合作且业务较为稳定，公司境外销售收入的增长具有持续性。

（二）说明境外销售过程中是否需要发行人派遣人员进行安装调试，相关安装调试记录与发行人发货、客户收货、客户验收记录的匹配性

境外销售过程中，公司通常仅将产品按照协议约定运送至港口并办理出口报关，公司不负责安装调试，不存在安装调试记录。

（三）说明境外销售中，合同订单、运输记录、运费、出口报关、出口退税、回款记录等与发行人境外销售的匹配性

1、合同订单资料查验

报告期内，通过对发行人境外销售业务进行查验，境外销售明细中的产品名称、数量、金额等信息通过与销售合同、出库单、报关单、提单等资料的信息匹配，具有一致性。

2、境外销售运输匹配性核查

报告期内，发行人境外销售的物流模式为：境内段即公司至港口，由发行人负责将设备运抵国内海港并完成装箱报关，相关的包干费（包含内陆运输费、装卸费、订舱费、报关费等）由发行人承担；境外段即海运至目的港后，品牌商、代理商或其终端客户自行到港提货，相关的海运费实际由客户承担。若客户为外贸企业，则发行人将设备运至其指定地点，后续报关及海运由客户自理，费用亦由其承担。报告期内，发行人包干费与境外销售的匹配情况参见本回复问题 6 之“四、（一）2、境外销售包干费”。

报告期内，发行人与境外销售客户的成交方式主要为 FOB 和 CNF，其中在 CNF 模式下发行人收取海运费。海运费收入与 CNF 成交方式下的境外销售收入的匹配情况如下：

单位：万元

项目	2025 年 1-6 月	2024 年	2023 年度	2022 年度
海运费收入①	620.82	1,447.15	551.10	1,667.80
CNF 成交方式下的境外销售收入②	17,941.25	29,877.28	16,374.75	17,559.30
占比③=②/①	3.46%	4.84%	3.37%	9.50%

报告期内，发行人海运费占 CNF 成交方式下的境外收入的比例分别为 9.50%、3.37%、4.84%和 3.46%。2022 年国际集装箱海运运力供应紧张，海运费价格上升，2023 年以来随着海运运力的恢复，海运费价格相对稳定，海运费占比波动具有合理性，发行人海运费与 CNF 成交方式下的境外销售收入基本匹配。

3、海关数据匹配性核查

报告期内，发行人海关报关数据与境外销售收入对比如下：

单位：万元

项目	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
境外销售电脑刺绣机收入①	33,976.69	52,629.84	32,983.98	30,688.19
境外销售电脑刺绣机部件、配件收入②	332.20	568.53	346.34	160.27
进出口代理服务商、外贸企业电脑刺绣机收入③[注]	219.28	709.38	706.87	1,095.98
境外销售返利④	107.30	181.55	330.63	196.99
调整后境外销售收入⑤=①+②-③+④	34,196.91	52,670.54	32,954.08	29,949.47
海关电子口岸数据⑥	34,143.39	52,646.34	33,022.10	30,028.08
差异⑦=⑤-⑥	53.52	24.20	-68.02	-78.61
差异率⑧=⑦/⑤	0.16%	0.05%	-0.21%	-0.26%

注：发行人销售给进出口代理服务商、外贸企业时非发行人报关，不包括在海关数据内，不纳入对比数据，下同。

报告期内，发行人境外销售收入与海关报关数据基本匹配。上述差异主要系报关时间与收入确认之间的时间差异、汇率计算差异等影响，海关以出口日期为统计时点，发行人以提单日期/签收日期确认境外销售收入。

报告期内，发行人出口退税数据与境外销售收入对比如下：

单位：万元

项目	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
境外销售电脑刺绣机收入①	33,976.69	52,629.84	32,983.98	30,688.19
境外销售电脑刺绣机部件、配件收入②	332.20	568.53	346.34	160.27
进出口代理服务商、外贸企业电脑刺绣机收入③	219.28	709.38	706.87	1,095.98
境外销售返利④	107.30	181.55	330.63	196.99
调整后境外销售收入⑤=①+②-③+④	34,196.91	52,670.54	32,954.08	29,949.47
免抵退税出口销售额⑥	34,710.27	46,407.24	27,465.14	30,944.40
上期收入本期申报的免抵退税出口金额⑦	20,792.71	14,558.10	8,440.16	9,896.60
本期收入下期申报的免抵退税出口金额⑧	20,225.83	20,797.20	13,997.13	8,980.29
调整后免抵退税出口销售额⑨=⑥-⑦+⑧	34,143.39	52,646.34	33,022.10	30,028.08
差异⑩=⑤-⑨	53.52	24.20	-68.02	-78.61
差异率⑪=⑩/⑤	0.16%	0.05%	-0.21%	-0.26%

报告期内，发行人境外销售收入与出口退税基本匹配。上述差异主要系报关时间与收入确认之间的时间差异、汇率计算差异等影响，海关以出口日期为统计时点，发行人以提单日期/签收日期确认境外销售收入。

4、境外销售回款匹配性核查

报告期内，发行人境外销售收入与收款金额基本匹配，其中收款金额占境外销售收入比例超过 100%的主要原因系收款金额中包含海运费等费用，具体如下所示：

单位：万元

年度	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
境外销售收入①	33,975.37	52,797.46	33,114.75	30,687.06
收款金额②	33,543.11	56,397.76	33,638.56	32,326.13
占比③=②/①	98.73%	106.82%	101.58%	105.34%

三、结算模式及回款真实性

（一）说明报告期各期采用融资租赁销售的具体情况，包括但不限于终端客户、融资租赁公司、销售的主要产品和金额，客户和融资租赁公司的付款比

例，结合相关业务合同约定和执行流程、融资租赁公司的付款条件等，说明发行人对相关业务的具体收入确认方式和依据，是否符合准则规定，说明融资租赁资金结算的具体情况，与融资租赁公司应收账款是否匹配

1、说明报告期各期采用融资租赁销售的具体情况，包括但不限于终端客户、融资租赁公司、销售的主要产品和金额，客户和融资租赁公司的付款比例

报告期内，公司采用融资租赁销售结算的具体情况如下：

销售年度	融资租赁客户	终端客户名称	销售的主要产品	销售金额（万元）	占该融资租赁客户当年销售金额的比例	客户付款比例[注]	融资租赁公司付款比例
2025年1-6月	台新融资	绍兴市许庄绣品有限公司	花边机	437.59	7.53%	21.47%	78.53%
						20.49%	79.51%
		杭州炜韬贸易有限公司	花边机	365.12	6.28%	30.95%	69.05%
		绍兴贤耀纺织绣品有限公司	花边机	328.83	5.66%	22.48%	77.52%
						20.66%	79.34%
		绍兴联韵纺织有限公司	花边机	327.26	5.63%	20.47%	79.53%
						20.33%	79.67%
		广东中尚纺织品有限公司	花边机	322.12	5.54%	10.00%	90.00%
		前五大客户合计		**1,780.91**	**30.63%**		
	永丰金租赁	杭州彩辉绣品有限公司	花边机	409.40	11.10%	22.39%	77.61%
						22.08%	77.92%
						20.00%	80.00%
		杭州明祝绣品有限公司	花边机	320.28	8.68%	20.05%	79.95%
		杭州鑫集绣品有限公司	花边机	281.20	7.62%	19.75%	80.25%
		绍兴红鸟纺织绣品有限公司	花边机	279.29	7.57%	29.91%	70.09%
		绍兴喜虎纺织科技有限公司	花边机	264.24	7.16%	29.86%	70.14%
		前五大客户合计		**1,554.41**	**42.14%**		
	永赢金租	绍兴综绣纺织有限公司	花边机	371.21	16.26%	30.12%	69.88%
						19.09%	80.91%
		江苏惟妙纺织科技有限公司	花边机	288.56	12.64%	20.53%	79.47%
						23.49%	76.51%
		绍兴茂楠绣品有限公司	花边机	284.36	12.45%	30.23%	69.77%
		杭州茂丰纺织科技有限公司	花边机	235.79	10.33%	29.89%	70.11%

销售年度	融资租赁客户	终端客户名称	销售的主要产品	销售金额（万元）	占该融资租赁客户当年销售金额的比例	客户付款比例[注]	融资租赁公司付款比例
		绍兴贤耀纺织绣品有限公司	花边机	213.88	9.37%	20.48%	79.52%
		前五大客户合计		**1,393.81**	**61.04%**		
	民生金融租赁股份有限公司	广东玮特纺织科技有限公司	花边机	83.19	100.00%	10.00%	90.00%
	河北省金融租赁有限公司	广东玮特纺织科技有限公司	花边机	83.19	100.00%	25.50%	74.50%
2024年度	台新融资	绍兴红鸟纺织绣品有限公司	花边机	481.91	6.02%	42.70%	57.30%
						32.43%	67.57%
		杭州明祝绣品有限公司	花边机	422.58	5.28%	21.31%	78.69%
		绍兴巧工纺织有限公司	花边机	370.35	4.63%	20.22%	79.78%
						15.02%	84.98%
						15.95%	84.05%
		绍兴晋楠纺织有限公司	花边机	364.71	4.56%	27.15%	72.85%
		绍兴贤耀纺织绣品有限公司	花边机	348.67	4.36%	15.99%	84.01%
		前五大客户合计		**1,988.23**	**24.85%**		
	永赢金租	绍兴励能纺织有限公司	花边机	508.91	9.39%	30.08%	69.92%
		多泰电子（南通）有限公司	花边机	334.86	6.18%	21.83%	78.17%
		绍兴市镜湖新区钟洋纺织电脑刺绣厂	花边机	321.66	5.94%	20.49%	79.51%
		绍兴市柯桥区扬波纺织绣品有限公司	花边机	269.94	4.98%	20.70%	79.30%
		绍兴市引蝶纺织有限公司	花边机	242.41	4.47%	24.72%	75.28%
		前五大客户合计		**1,677.79**	**30.96%**		
	永丰金租赁	绍兴来也绣品有限公司	花边机	280.20	13.25%	30.43%	69.57%
		绍兴贤耀纺织绣品有限公司	花边机	269.56	12.74%	17.46%	82.54%
		绍兴励能纺织有限公司	花边机	266.88	12.62%	20.13%	79.87%
		绍兴通和绣品有限公司	花边机	181.45	8.58%	22.02%	77.98%
						20.00%	80.00%
		绍兴毅圣纺织品有限公司	花边机	166.73	7.88%	21.88%	78.13%
		前五大客户合计		**1,164.81**	**55.06%**		
	河北省金	广东玮特纺织科技有限公司	花边机、	237.17	100.00%	10.00%	90.00%

销售年度	融资租赁客户	终端客户名称	销售的主要产品	销售金额（万元）	占该融资租赁客户当年销售金额的比例	客户付款比例[注]	融资租赁公司付款比例
	融租赁有限公司		混合机			25.50%	74.50%
2023年度	台新融资	绍兴市鼎丰纺织绣品有限公司	花边机	226.21	3.62%	23.40%	76.60%
		绍兴市柯桥区心之约纺织有限公司		131.74		31.32%	68.68%
		绍兴剑飞绣品有限公司	花边机	347.00	3.51%	50.00%	50.00%
		东莞市斗绣时尚科技有限公司	花边机	299.26	3.02%	51.66%	48.34%
		绍兴联韵纺织有限公司	花边机	296.68	3.00%	22.15%	77.85%
						16.37%	83.63%
						13.79%	86.21%
						22.41%	77.59%
		绍兴柯桥振昌刺绣有限公司	花边机	261.46	2.64%	20.79%	79.21%
						20.00%	80.00%
		前五大客户合计		**1,562.35**	**15.79%**		
	永赢金租	绍兴柯桥华仕达纺织有限公司	花边机	568.23	40.51%	25.04%	74.96%
		绍兴中畅绣品有限公司	花边机	128.76	9.18%	31.27%	68.73%
		绍兴市柯桥区原泽绣花厂	花边机	107.23	7.64%	27.18%	72.82%
		绍兴市柯桥区双群纺织厂	花边机	98.29	7.01%	20.70%	79.30%
		绍兴钇嵘纺织品有限公司	花边机	80.33	5.73%	30.81%	69.19%
		前五大客户合计		**982.85**	**70.07%**		
	民生金融租赁股份有限公司	杭州浩瑞腾绣品服饰有限公司	花边机	251.16	100.00%	20.00%	80.00%
2022年度	台新融资	杭州鑫杰和绣品有限公司	花边机	378.92	4.69%	42.53%	57.47%
		绍兴神匠绣品有限公司	花边机	339.22	4.20%	40.97%	59.03%
		绍兴子烜纺织有限公司	花边机	333.81	4.13%	39.99%	60.01%
		绍兴艺悦绣品有限公司	花边机	307.45	3.80%	30.68%	69.32%
		广州依丽莎花边有限公司	服装机	261.95	3.24%	30.07%	69.93%
		前五大客户合计		**1,621.35**	**20.06%**		

注：部分终端客户同一销售年度涉及多个融资租赁结算订单，存在多个不同的付款比例。

融资租赁结算模式下，公司先与终端客户签订销售合同，约定客户以自有资金向公司支付定金、发货款，公司再与融资租赁公司、终端客户签订三方合同，

当终端客户满足了与融资租赁公司约定的相关付款条件后，剩余款项由融资租赁公司支付给公司。通常约定终端客户支付销售合同金额的 5%-15%作为定金，发货前终端客户再支付 10%-20%作为发货款，剩余款项由融资租赁公司支付，部分终端客户综合考虑其自有资金安排、融资成本、融资租赁获批额度等因素后以自有资金向公司支付定金及发货款高于上述比例。

公司长期与台新融资发生融资租赁结算业务，同时公司 2023 年、2024 年分别新增融资租赁客户永赢金租、永丰金租赁，报告期内公司对永赢金租与永丰金租赁两家公司发生融资租赁结算业务金额逐期增长。融资租赁关系的达成以及终端客户选择融资租赁公司主要取决于终端客户和融资租赁公司能否达成合作意向，以及终端客户的资信状况与生产经营情况能否满足融资租赁公司信用审核标准，主动权在终端客户和融资租赁公司。融资租赁货款结算模式下，与普通销售结算模式相同公司仅与终端客户进行设备销售谈判，不参与终端客户与融资租赁公司融资及设备租赁过程。

2、结合相关业务合同约定和执行流程、融资租赁公司的付款条件等，说明发行人对相关业务的具体收入确认方式和依据，是否符合准则规定

公司融资租赁业务流程为：（1）融资租赁业务的终端客户系代理销售或公司直销模式下公司通过代理商或自主获取，公司与终端客户签署销售合同后，公司、终端客户与融资租赁公司三方签订融资租赁买卖合同；（2）终端客户自主选择融资租赁模式及融资租赁公司，融资租赁公司不参与终端客户拓展，仅提供融资租赁服务。设备由公司直接发送到终端客户指定的生产经营场地，在终端客户处对设备进行调试后，终端客户验收设备；（3）由终端客户向公司直接支付定金及发货款，由融资租赁公司支付剩余款项。公司向融资租赁公司开具增值税专用发票；（4）公司或委托的代理商对设备的正常使用给予保修期并提供售后服务。

融资租赁模式下公司与融资租赁公司、终端客户三方签订融资租赁买卖合同，就设备的交付、价款的支付、付款条件、设备所有权等内容进行约定，主要内容如下：

项目	公司（设备卖方）	融资租赁公司 （设备买方、设备出租方）	终端客户 （设备承租方）

项目	公司（设备卖方）	融资租赁公司 （设备买方、设备出租方）	终端客户 （设备承租方）
权利	收取设备货款	取得设备所有权； 收取设备租赁款	取得设备使用权； 对设备进行验收
义务	将设备运输交付至终端客户处并对设备进行调试，保证设备品质； 对设备的正常使用给予保修期并提供售后服务	满足融资租赁合同约定的付款条件后，向卖方支付除定金及发货款外剩余设备货款	向公司支付设备定金及发货款； 向融资租赁公司分期支付设备租赁款
付款条件	/	（1）融资租赁业务三方购买合同签署完毕并生效；（2）终端客户向融资租赁公司支付第一期租金及手续费（如有），公司向融资租赁公司支付融资租赁服务费（如有）	终端客户与公司达成买卖协议后支付设备定金，在公司发货前支付发货款； 对设备验收后向融资租赁公司分期支付设备租赁款
违约责任及承担主体	因公司原因导致未能履行合同约定的交付、质量保证或售后服务等义务，给终端客户造成的损失由公司向终端客户负责； 融资租赁公司无正当理由而未按期足额向公司支付租赁物购买价款的，应赔偿公司损失		
其他	无相关担保、回购条款，公司不承担担保、回购义务		

融资租赁结算模式下，公司根据销售合同及融资租赁三方买卖合同的约定对设备进行运输、交付、调试并经终端客户验收，设备相关控制权已转移，公司在验收时点依据调试单确认收入，符合收入准则中收入确认相关规定。

3、说明融资租赁资金结算的具体情况，与融资租赁公司应收账款是否匹配

报告期内，融资租赁结算模式下，公司与各融资租赁公司资金结算及应收账款匹配情况如下：

单位：万元

项目	融资租赁客户	本期新增应收融资租赁公司款项 A	应收账款期初余额 B	本期以银行存款结算金额 C	本期以银行承兑汇票结算金额 D	期末未回款金额 E=A+B-C-D	应收账款期末余额
2025 年 1-6 月	台新融资	5,377.10	761.00	15.00	5,150.50	972.60	972.60
	永丰金租赁	3,216.50	837.60	-	2,770.10	1,284.00	1,284.00
	永赢金租	2,035.70	503.00	24.50	1,455.40	1,058.80	1,058.80
	民生金融租赁股份有限公司	84.60	-	-	84.60	-	-
	河北省金融租赁有限公司	103.40	196.60	-	300.00	-	-
2024 年度	台新融资	7,110.87	5,292.14	7,647.04	3,994.97	761.00	761.00
	永赢金租	4,805.54	-	58.00	4,244.54	503.00	503.00
	永丰金租赁	1,866.00	-	-	1,028.40	837.60	837.60
	河北省金融租赁有限公司	196.60	-	-	-	196.60	196.60
2023 年度	台新融资	8,696.90	1,002.21	4,406.97	-	5,292.14	5,292.14
	永赢金租	1,192.04	-	50.00	1,142.04	-	-
	民生金融租赁股份有限公司	231.68	-	231.68	-	-	-
2022 年度	台新融资	6,447.76	5,021.30	10,466.85	-	1,002.21	1,002.21

报告期内，公司融资租赁客户主要包括台新融资、永丰金租赁、永赢金租等。

（1）台新融资

2022-2023 年度，公司与台新融资以银行存款结算货款，自 2024 年起，经双方协商一致，变更为以银行承兑汇票为主、银行承兑汇票与银行存款相结合的付款方式。

2022 年度，公司对台新融资新增应收账款低于当期结算金额，主要系受公共卫生事件影响，2022 年第四季度公司对台新融资销售金额相对较小，故年末应收账款余额同比下降较多，进而导致当年度对其新增应收账款低于当期结算金额。

2023 年度，公司对台新融资新增应收账款高于当期结算金额，主要系台新融资部分订单付款时点滞后于合同约定付款时点所致，考虑到台新融资资金实力较雄厚，与公司合作时间较长，且应收账款账龄总体控制在一年以内，公司认为应收账款回收风险较小，次年公司已全额收回 2023 年末对台新融资应收账款。

2024 年度，公司对台新融资新增应收账款低于当期结算金额，主要系公司与台新融资变更为以银行承兑汇票为主、银行承兑汇票与银行存款相结合的结算方式后，台新融资付款效率提升，公司应收账款回款速度加快所致。

2025 年 1-6 月，公司对台新融资新增应收账款与当期结算金额基本匹配。

（2）永丰金租赁

公司与永丰金租赁自 2024 年开始合作，双方以银行承兑汇票结算货款。2024 年度、2025 年 1-6 月，公司对永丰金租赁新增应收账款高于当期结算金额，主要系随着双方合作规模扩大，期末应收账款规模随之增加所致。

（3）永赢金租

公司与永赢金租自 2023 年开始合作，双方主要以银行承兑汇票结算货款。2023 年度、2024 年度，公司对永赢金租新增账款与当期结算金额基本匹配；2025 年 1-6 月，公司对永赢金租新增应收账款高于当期结算金额，主要系期末部分应收账款尚未达到收款条件所致。永赢金租为宁波银行子公司，资金实力雄厚、信誉较强，应收账款回收风险较小。

（二）说明与主要客户合同约定的收款条款、质保期限、结算方式、信用政策等情况以及是否发生变化，实际执行与合同约定的是否一致，2024 年末对 LIBERTY 应收账款升高的原因及合理性，是否存在放宽信用政策刺激销售的情形。说明应收账款逾期情况，长期未归还的应收账款具体情况，应收账款按照账龄组合和单项计提坏账的划分依据及谨慎性，坏账准备计提的充分性。说明应收票据、应收款项融资余额的变动原因，并结合票据类型、票据开票方及承兑方情况，分析相关坏账准备计提充分性，发行人针对票据结算风险的内控措施及有效性

1、说明与主要客户合同约定的收款条款、质保期限、结算方式、信用政策等情况以及是否发生变化，实际执行与合同约定的是否一致，2024 年末对 LIBERTY 应收账款升高的原因及合理性，是否存在放宽信用政策刺激销售的情形。

（1）与主要客户合同约定的收款条款、质保期限、结算方式、信用政策等情况，以及是否发生变化，实际执行与合同约定是否一致

报告期内，公司所处行业为专用设备制造业，主要产品为电脑刺绣机等大型设备，具有定制化程度较高、单台设备价值相对较大的特点。

报告期内，公司根据不同客户的信用状况、财务状况、采购规模、历史合作情况，并综合考虑订单中产品规格型号、合同金额、利润率水平等因素，与客户就每笔订单逐一协商收款条件、信用政策、结算方式等合同条款，故相同客户不同订单的定金支付比例、发货前货款支付比例、剩余款项支付期限等合同条款均可能存在差异。

对于外销客户，公司通常要求客户在合同签订后支付一定比例定金，发货前或收到提单前支付剩余款项；对于普通内销客户，公司通常要求客户在合同签订后支付一定比例定金，发货前支付一定比例货款，剩余款项于产品发货次月起 1-18 个月内支付完毕，部分合作历史较短、规模较小的客户，公司可能要求客户在发货前支付全部货款；对于融资租赁公司客户，公司通常要求融资租赁结算模式下的终端客户（承租方）在下单时及发货前支付一定比例的定金与货款，剩余款项通常于终端客户向融资租赁公司支付第一期租金、手续费（如有），且公司

向融资租赁公司支付融资租赁服务费（如有）后一定期限内支付。

报告期内，公司对各期前五大客户的收款条款、质保期限、结算方式、信用政策情况如下：

客户名称	报告期内主要收款条款、信用政策	质保期限	结算方式
LIBERTY	合同签订后支付 0-10%定金，收到提单前支付剩余款项	不提供质保服务，由客户自行向终端客户提供质保	电汇、信用证
M.RAMZAN 及其关联方	合同签订后支付 0-30%定金，收到提单前支付剩余款项	不提供质保服务，由客户自行向终端客户提供质保	电汇、信用证
ALLANCE	合同签订后支付 10-30%定金，收到提单前支付剩余款项	不提供质保服务，由客户自行向终端客户提供质保	电汇、信用证
KARDES	合同签订后支付 10-20%定金，收到提单前支付剩余款项	不提供质保服务，由客户自行向终端客户提供质保	电汇、信用证
信扬智能及其关联方	合同签订后支付 5%-15%定金，发货前再支付 10%-20%货款，剩余款项于产品发货次月起 1-12 个月内支付完毕	不提供质保服务，由客户自行向终端客户提供质保	银行转账、银行承兑汇票
信友智能及其关联方	合同签订后支付 5%-15%定金，发货前再支付 10%-20%货款，剩余款项于产品发货次月起 1-12 个月内支付完毕	不提供质保服务，由客户自行向终端客户提供质保	银行转账、银行承兑汇票
台新融资	合同签订后终端客户支付 5%-15%定金，发货前终端客户再支付 10%-20%货款，剩余款项台新融资于终端客户向其支付第一期租金、手续费（如有），且公司向其支付融资租赁服务费（如有）后支付	采用融资租赁模式结算的终端客户主要为代理直销客户、公司直销客户，质保期限一般为 1 年	2022 年度、2023 年度为银行转账，2024 年起变更为以银行承兑汇票为主
永赢金租	合同签订后终端客户支付 5%-15%定金，发货前终端客户再支付 10%-20%货款，剩余款项永赢金租于终端客户起租日后 10-60 日内支付完毕	采用融资租赁模式结算的终端客户主要为代理直销客户、公司直销客户，质保期限一般为 1 年	银行承兑汇票
永丰金租赁	合同签订后终端客户支付 5%-15%定金，发货前终端客户再支付 10%-20%货款，剩余款项永丰金租赁于终端客户向其支付第一期租金、手续费（如有），公司向其支付融资租赁服务费（如有），且收到《请款书》后支付	采用融资租赁模式结算的终端客户主要为代理直销客户、公司直销客户，质保期限一般为 1 年	银行承兑汇票

①收款条款、信用政策

报告期内，即使在相同年度内，公司对同一客户不同订单的定金支付比例、发货前货款支付比例、剩余款项支付期限等合同条款均可能存在差异，前述差异属于公司正常经营中根据订单规模及利润水平、产品规格型号、市场行情及客户

经营状况等因素在既定信用政策框架下的灵活调整，不属于信用政策的重大变化。

报告期内，公司对主要客户的收款条款、信用政策未发生重大变化，实际执行与合同约定一致。

②质保期限

报告期内，公司对境外客户及底价结算模式代理商客户不提供质保服务，对直销客户及提点结算模式代理商客户通常提供一年的质保服务。

报告期内，公司对 LIBERTY、M.RAMZAN 及其关联方、ALLIANCE、KARDES、信扬智能及其关联方、信友智能及其关联方不提供质保服务，由其自行向终端客户提供保修服务；台新融资、永赢金租、永丰金租赁为融资租赁公司，采用融资租赁模式结算的终端客户主要为代理直销客户、公司直销客户，质保期限通常为一年，前述情况在报告期内未发生重大变化。

③结算方式

2022-2023 年度，公司与台新融资以银行存款结算货款，自 2024 年起，经双方协商一致，变更为以银行承兑汇票为主、银行承兑汇票与银行存款相结合的付款方式。

报告期内，公司对 LIBERTY、M.RAMZAN 及其关联方、ALLIANCE、KARDES 等外销客户主要采用电汇、信用证的结算方式，对信扬智能及其关联方、信友智能及其关联方主要采用银行转账、银行承兑汇票的结算方式，对永赢金租、永丰金租赁主要采用银行承兑汇票的结算方式，前述情况在报告期内未发生重大变化，实际执行与合同约定一致。

（2）2024 年末对 LIBERTY 应收账款升高的原因及合理性，是否存在放宽信用政策刺激销售的情形

2024 年末，公司对 LIBERTY 应收账款由 365.72 万元上升至 1,275.18 万元，上升较快，主要系 2024 年度印度电脑刺绣机市场景气度较高，LIBERTY 增加了对公司产品的采购规模，由 11,655.87 万元上升至 19,242.21 万元，进而导致公司对其应收账款同比上升所致。2024 年末，公司对 LIBERTY 应收账款主要对应已报关、装船并确认收入但尚未运抵印度的订单，2025 年度，前述应收账款已全

部收回。

报告期内，公司对 LIBERTY 的信用政策均为收到提单前付清全部货款，与其他主要外销客户不存在重大差异，不存在放宽信用政策刺激销售的情形。

2、说明应收账款逾期情况，长期未归还的应收账款具体情况，应收账款按照账龄组合和单项计提坏账的划分依据及谨慎性，坏账准备计提的充分性。说明应收票据、应收款项融资余额的变动原因，并结合票据类型、票据开票方及承兑方情况，分析相关坏账准备计提充分性，发行人针对票据结算风险的内控措施及有效性

（1）说明应收账款逾期情况，长期未归还的应收账款具体情况，应收账款按照账龄组合和单项计提坏账的划分依据及谨慎性，坏账准备计提的充分性

①应收账款逾期情况

报告期各期末，公司应收账款逾期情况如下：

单位：万元

项目	2025.06.30	2024.12.31	2023.12.31	2022.12.31
应收账款余额	14,566.65	10,029.42	13,752.99	9,661.67
逾期应收账款金额	924.73	763.40	6,105.85	3,664.59
逾期应收账款占应收账款比例	6.35%	7.61%	44.40%	37.93%

报告期各期末，公司逾期应收账款占应收账款余额比例分别 37.93%、44.40%、7.61%、6.35%。

2022 年末、2023 年末，公司逾期应收账款金额较高，主要系公司对台新融资逾期应收账款金额较高所致。融资租赁结算模式下，公司分别于合同签订后、发货前收取部分货款，剩余款项由台新融资收到第一期租金及手续费和融资租赁服务费后的 7 个工作日内支付。实际业务过程中，由于台新融资付款时点可能会滞后于合同约定付款时点，导致 2022 年末、2023 年末，公司对台新融资应收账款逾期金额较大，进而导致公司逾期应收账款金额相对较高。考虑到台新融资资金实力较雄厚，与公司合作时间较长，且应收账款账龄总体控制在一年以内，公司认为应收账款回收风险较小，次年公司已全额收回 2022 年末、2023 年末对台新融资应收账款。2024 年度，公司与台新融资变更为主要以银行承兑汇票结算

货款，2024 年末、2025 年 6 月末，公司对台新融资不存在逾期应收账款。

报告期各期末，公司逾期应收账款期后回款情况如下：

单位：万元

项目	2025.06.30	2024.12.31	2023.12.31	2022.12.31
逾期应收账款金额	924.73	763.40	6,105.85	3,664.59
期后回款金额	191.01	420.57	5,934.63	3,502.38
逾期应收账款期后回款比例	20.66%	55.09%	97.20%	95.57%

注：期后回款统计截至 2025 年 8 月末，下同。

报告期各期末，公司逾期应收账款期后回款比例分别为 95.57%、97.20%、55.09%、20.66%。公司 2022 年末、2023 年末的逾期账款期后回款情况较好，回款比例分别为 95.57%、97.20%；公司 2024 年末、2025 年 6 月末的逾期账款期后回款比例相对较低，分别为 55.09%、20.66%，主要系期后统计时间较短，公司尚未催收回货款所致。

报告期各期末，公司主要应收账款逾期客户对应逾期情况如下：

单位：万元

2025.06.30				
客户名称	逾期金额	占比	期后回款	说明
杭州康彩花边有限公司	468.74	50.69%	-	与客户长期合作，公司正积极催收，预计 2025 年收回货款
TECHNICS ENGINEERING CO.	76.17	8.24%	-	预计无法收回，已全额计提坏账准备
浙江国绣纺织有限公司	63.02	6.81%	63.02	期后已全额收回
杭州恒飞绣品有限公司	47.04	5.09%	-	2025 年 1-6 月累计回款 50.90 万元，客户正常经营，公司正在积极催收
王国鹏	44.13	4.77%	-	客户资金困难，公司正持续催收货款，已全额计提坏账
合计	**699.10**	**75.60%**	**63.02**	
2024.12.31				
客户名称	**逾期金额**	**占比**	**期后回款**	**说明**
杭州康彩花边有限公司	114.74	15.03%	-	与客户长期合作，公司正积极催收

TECHNICS ENGINEERING CO.	76.46	10.02%	-	预计无法收回，已全额计提坏账准备
杭州恒飞绣品有限公司	67.65	8.86%	50.90	客户正常经营，公司正在积极催收货款，期后已回款50.90万元
AGA BROD	66.11	8.66%	66.11	期后已全额收回
浙江国绣纺织有限公司	62.93	8.24%	62.93	期后已全额收回
合计	**387.89**	**50.81%**	**179.94**	
2023.12.31				
客户名称	**逾期金额**	**占比**	**期后回款**	**说明**
台新融资租赁（中国）有限公司	3,968.00	64.99%	3,968.00	期后已全额收回
汕头市信友智能缝制设备有限公司	1,096.79	17.96%	1,096.79	期后已全额收回
杭州康彩花边有限公司	158.13	2.59%	158.13	期后已全额收回
宁波中虹纺织品有限公司	78.00	1.28%	78.00	期后已全额收回
TECHNICS ENGINEERING CO.	76.36	1.25%	-	预计无法收回，已全额计提坏账准备
合计	**5,377.28**	**88.07%**	**5,300.92**	
2022.12.31				
客户名称	**逾期金额**	**占比**	**期后回款**	**说明**
台新融资租赁（中国）有限公司	1,002.21	27.35%	1,002.21	期后已全额收回
杭州蓝马织绣有限公司	500.00	13.64%	500.00	期后已全额收回
绍兴子晟纺织有限公司	290.00	7.91%	290.00	期后已全额收回
汕头市信友智能缝制设备有限公司	137.95	3.76%	137.95	期后已全额收回
FUSAI	120.80	3.30%	120.80	期后已全额收回
合计	**2,050.96**	**55.97%**	**2,050.96**	

2022年末、2023年末，公司对台新融资应收账款逾期金额较大，主要系台新融资部分订单付款时点滞后于合同约定付款时点，考虑到台新融资资金实力较雄厚，与公司合作时间较长，且应收账款账龄总体控制在一年以内，公司认为应收账款回收风险较小，次年公司已全额收回2022年末、2023年末对台新融资应收账款。2024年度，公司与台新融资变更为主要以银行承兑汇票结算货款，2024年末、2025年6月末，公司对台新融资不存在逾期应收账款。

报告期末，公司对杭州康彩花边有限公司、TECHNICS ENGINEERING CO.、浙江国绣纺织有限公司、杭州恒飞绣品有限公司、王国鹏等客户存在逾期应收账

款。其中，杭州康彩花边有限公司与公司合作时间较久，经营状况良好，公司正积极催收货款，预计 2025 年可收回；杭州恒飞绣品有限公司经营状况良好，2025 年 1-6 月累计已回款 50.90 万元，公司正在积极催收剩余逾期货款；公司对 TECHNICS ENGINEERING CO.、王国鹏应收账款收回可能性较低，已全额计提坏账准备；公司期后已全额收回对浙江国绣纺织有限公司逾期应收账款。

总体而言，公司应收账款可回收性较高，报告期末不存在金额重大的预计无法收回款项，主要系：A、公司高度重视应收账款催收，针对已逾期且账龄为 1 年以上的应收账款，公司严格执行应收账款催收管理制度，增加与客户的沟通和对账频率，提醒客户及时回款，确保应收账款催收的及时性；B、公司主要客户均具备较好的信誉和资金实力，经营状况良好，不存在重大回款风险。

②已逾期且账龄为 1 年以上的应收账款情况

截至报告期末，公司 20 万元以上且账龄 1 年以上应收账款情况如下：

单位：万元

客户名称	账龄 1 年以上金额	期后回款金额	说明
TECHNICS ENGINEERING CO.	76.17	-	客户资金困难，款项收回可能性较低，已全额计提坏账
浙江国绣纺织有限公司	63.36	63.36	已全额收回
杭州恒飞绣品有限公司	47.04	-	客户经营情况良好，公司正持续催收，2025 年 1-6 月已累计收款 50.90 万元
王国鹏	44.13	-	客户资金困难，公司正持续催收货款，已全额计提坏账
廖少琼	27.00	-	客户资金困难，公司正持续催收货款，已全额计提坏账
合计	**257.35**	**63.36**	

报告期内，公司通过电话、实地拜访、邮件等方式积极催收账龄 1 年以上逾期应收账款，必要时采取了诉讼、限制设备使用等措施保障公司利益。报告期末，公司不存在金额重大且预计无法收回的款项。

③应收账款按照账龄组合和单项计提坏账的划分依据及谨慎性，坏账准备计

提的充分性

A、公司应收账款坏账准备计提情况

公司以预期信用损失为基础计提应收账款坏账准备，如果有客观证据表明某项应收账款已经发生信用减值，则公司在单项基础上对该应收账款计提减值准备。除单项计提坏账准备的应收账款外，公司依据信用风险特征将应收账款划分为组合，在组合基础上确定预期信用损失。公司未收回货款的违约概率与账龄存在相关性，一般情况下，随着时间的推移债务人偿债的能力及意愿逐步减弱，相同账龄的应收账款具有类似信用风险特征，因此公司按照账龄组合计提坏账准备。

报告期内，公司应收账款坏账准备计提情况如下：

单位：万元

项目	2025.06.30			
	账面余额	坏账准备	计提比例	账面价值
按单项计提坏账准备	-	-	-	-
按信用风险特征计提坏账准备	14,566.65	936.21	6.43%	13,630.43
合计	**14,566.65**	**936.21**	**6.43%**	**13,630.43**
项目	**2024.12.31**			
	账面余额	**坏账准备**	**计提比例**	**账面价值**
按单项计提坏账准备	-	-	-	-
按信用风险特征计提坏账准备	10,029.42	708.15	7.06%	9,321.27
合计	**10,029.42**	**708.15**	**7.06%**	**9,321.27**
项目	**2023.12.31**			
	账面余额	**坏账准备**	**计提比例**	**账面价值**
按单项计提坏账准备	-	-	-	-
按信用风险特征计提坏账准备	13,752.99	895.15	6.51%	12,857.84
合计	**13,752.99**	**895.15**	**6.51%**	**12,857.84**
项目	**2022.12.31**			
	账面余额	**坏账准备**	**计提比例**	**账面价值**
按单项计提坏账准备	-	-	-	-
按信用风险特征计提坏账准备	9,661.67	730.79	7.56%	8,930.88
合计	**9,661.67**	**730.79**	**7.56%**	**8,930.88**

B、与同行业可比上市公司比较情况

a、按账龄分析法计提坏账准备的比例情况

公司按账龄分析法计提坏账准备的比例与同行业可比上市公司对比如下：

账龄	杰克股份	上工申贝	中捷资源	信胜科技
180 天以内	5.00%	0.50%	5.00%	5.00%
180-360 天	5.00%	5.00%	5.00%	5.00%
1-2 年	20.00%	20.00%	20.00%	20.00%
2-3 年	50.00%	50.00%	45.00%	50.00%
3-4 年	100.00%	100.00%	55.00%	100.00%
4-5 年	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%
5 年以上	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%

注：上述数据均引自同行业可比上市公司定期报告，下同。

标准股份	国内持续合作客户			
	2025.06.30	2024.12.31	2023.12.31	2022.12.31
1 年以内	3.05%	3.48%	2.34%	1.33%
1-2 年	8.91%	7.80%	8.31%	10.31%
2-3 年	18.29%	14.68%	14.28%	17.89%
3-4 年	26.57%	26.09%	24.37%	27.29%
4-5 年	64.64%	62.80%	58.28%	50.76%
5 年以上	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%
标准股份	国内终止合作客户			
	2025.06.30	2024.12.31	2023.12.31	2022.12.31
1 年以内	0.00%	0.00%	/	/
1-2 年	25.00%	25.00%	/	25.00%
2-3 年	50.00%	50.00%	50.00%	50.00%
3-4 年	75.00%	75.00%	75.00%	/
4-5 年	100.00%	100.00%	/	100.00%
5 年以上	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%
标准股份	国外持续合作客户			
	2025.06.30	2024.12.31	2023.12.31	2022.12.31
1 年以内	1.98%	2.00%	2.38%	1.61%
1-2 年	19.68%	19.80%	12.97%	29.94%
2-3 年	65.49%	66.79%	70.72%	81.36%
3 年以上	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%

标准股份	国内持续合作客户			
	2025.06.30	2024.12.31	2023.12.31	2022.12.31
标准股份	国外终止合作客户			
	2025.06.30	2024.12.31	2023.12.31	2022.12.31
1 年以内	0.00%	/	/	/
1-2 年	25.00%	25.00%	25.00%	25.00%
2-3 年	99.93%	99.73%	/	50.00%
3 年以上	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%

注：标准股份按照国内持续合作客户组合、国内终止客户组合、国外持续合作客户组合和国外终止合作客户组合分账龄计提坏账准备，计提比例每年度存在差异，故单独列示。

报告期内，公司按账龄分析法计提坏账准备的比例与杰克股份一致；180 天以内应收账款坏账准备计提比例高于上工申贝，2-3 年、3-4 年应收账款坏账准备计提比例高于中捷资源，其余与上工申贝、中捷资源一致。标准股份按照国内持续合作客户组合、国内终止客户组合、国外持续合作客户组合和国外终止合作客户组合分账龄计提坏账准备，计提方法与公司存在差异。

总体而言，报告期内，公司按账龄分析法计提坏账准备的比例不低于杰克股份、上工申贝、中捷资源，不存在重大差异。

b、坏账准备实际计提比例情况

报告期内，公司应收账款坏账准备实际计提比例与同行业可比上市公司比较情况如下：

账龄	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
杰克股份	7.53%	8.08%	8.21%	7.47%
上工申贝	12.08%	13.46%	13.98%	13.76%
标准股份	48.86%	47.90%	42.12%	33.23%
中捷资源	22.67%	22.13%	28.12%	26.89%
信胜科技	6.43%	7.06%	6.51%	7.56%

报告期内，标准股份应收账款坏账准备实际计提比例较高，主要系其对已破产/注销的缝制机械客户应收账款、供应链逾期款项单项计提坏账准备，相关款项坏账准备计提金额较大，2024 年度金额为 1.84 亿元，进而导致其坏账准备实际计提比例高于公司。

报告期内，中捷资源应收账款坏账准备实际计提比例较高，主要系因客户无力回款而全额计提坏账准备的应收账款金额较大，2024 年度金额为 5,209.11 万元，进而导致其坏账准备实际计提比例高于公司。

报告期内，公司应收账款坏账准备实际计提比例低于杰克股份、上工申贝，主要系公司高度重视应收账款回款风险，不断加强对客户信用的评估，通过对客户的筛选甄别，采用差异化的发货政策和付款条件，预防和把控应收账款回款风险，且部分终端客户通过台新融资等融资租赁公司以融资租赁结算模式结算，有效降低了公司的回款风险，导致公司应收账款质量较高，坏账准备实际计提比例相对较低。

综上所述，公司根据自身经营状况、所处行业特点，制定了谨慎、合理的坏账准备计提政策，公司应收账款坏账准备实际计提比例低于杰克股份、上工申贝，主要系公司应收账款质量较高、回款风险较低所致，坏账准备计提充分。

（2）说明应收票据、应收款项融资余额的变动原因，并结合票据类型、票据开票方及承兑方情况，分析相关坏账准备计提充分性，发行人针对票据结算风险的内控措施及有效性

①应收票据、应收款项融资余额的变动原因

报告期内，公司按照谨慎性原则对银行承兑汇票的承兑信用等级进行划分，分为信用等级较高的6家大型商业银行和9家上市股份制商业银行（以下简称“信用等级较高银行”）以及信用等级一般的其他商业银行及财务公司（以下简称“信用等级一般银行”）。由于信用等级较高的商业银行承兑的银行承兑汇票到期不获支付的可能性较低，故公司收到的信用等级较高的商业银行承兑汇票计入应收款项融资科目核算，待背书或贴现后予以终止确认；信用等级一般的商业银行承兑的银行承兑汇票在背书或贴现时继续确认为应收票据，待票据到期后终止确认。

报告期各期末，公司应收票据余额均为信用等级一般银行承兑的银行承兑汇票，应收款项融资余额均为信用等级较高银行承兑的银行承兑汇票，具体情况如下：

单位：万元

项目	2025.06.30	2024.12.31	2023.12.31	2022.12.31
应收票据	13,913.47	12,088.23	5,741.29	3,207.81
其中：银行承兑汇票余额	998.18	433.14	1,118.21	142.00
已背书或贴现且在资产负债表日尚未到期的应收票据	12,915.29	11,655.08	4,623.08	3,065.81
应收款项融资	1,494.50	583.46	189.62	21.60

报告期各期末，公司应收票据余额逐期增加，主要系公司业务规模扩张、与台新融资变更为以银行承兑汇票为主的结算模式，导致已背书或贴现且在资产负债表日尚未到期的应收票据金额增加所致。2024 年末，公司已背书或贴现且在资产负债表日尚未到期的应收票据余额同比增加较多，主要系：A、2024 年度，公司内销业务收入同比增长较快，收回货款取得的、背书转让用于支付供应商货款的银行承兑汇票也随之增加；B、2022-2023 年度，公司与台新融资以银行存款结算货款，自 2024 年起，经双方协商一致，变更为以银行承兑汇票为主、银行承兑汇票与银行存款相结合的付款方式，导致公司 2024 年度收到的银行承兑汇票同比增加，进而导致已背书或贴现且在资产负债表日尚未到期的应收票据金额增加。

报告期各期末，公司应收款项融资余额逐期增加，主要系公司业务规模持续扩大，收回货款取得的信用等级较高银行承兑的银行承兑汇票相应增加所致。

②结合票据类型、票据开票方及承兑方情况，分析相关坏账准备计提充分性

报告期内，公司收回货款取得的应收票据均为银行承兑汇票，银行承兑汇票开票方为公司的客户或其前手方，承兑方为境内各商业银行。承兑方具有较高的信用评级，报告期内未发生票据违约事项，信用损失风险较低，故公司对银行承兑汇票不计提坏账准备。

公司与同行业可比上市公司对银行承兑汇票的坏账准备计提政策比较情况如下：

项目	对银行承兑汇票的坏账准备计提政策
杰克股份	不计提坏账准备
上工申贝	不计提坏账准备

项目	对银行承兑汇票的坏账准备计提政策
标准股份	不计提坏账准备
中捷资源	不计提坏账准备
信胜科技	不计提坏账准备

综上所述，报告期各期末，公司应收票据、应收款项融资均为银行承兑汇票，承兑方均为境内各商业银行，信用损失风险较低，故不计提坏账准备，与同行业可比上市公司不存在重大差异。

③针对票据结算风险的内控措施及有效性

报告期内，为防范票据结算风险，公司制定了《货币资金管理办法》，对承兑汇票开具、接收、保管、贴现及背书转让等作出了规定，并依据相关内控制度对承兑汇票进行日常管理，主要内控措施包括：

A、公司财务部制作《承兑银行清单》，确定可接收银行承兑汇票的范围；范围外承兑银行出具的银行承兑汇票，如相关客户长期合作、信用良好且因业务需要必须收取的，经财务总监、总经理审批后接受；

B、出纳应对收到的银行承兑汇票进行初步鉴定，应对票据基本内容进行核查，确认无误后方可收取，财务部负责对票据接收人员进行培训，加强接收人员对银行承兑汇票真伪及各票面要素的鉴别能力；

C、出纳收到银行承兑汇票后，更新《票据备查簿》，将银行承兑汇票复印件交予会计人员制作会计凭证并入账；

D、银行承兑汇票视同现金进行保管，未经授权，任何人不得使用银行承兑汇票，出纳对承兑汇票负有安全保管责任，主办会计对出纳保管承兑汇票负有日常监督责任；

E、定期对银行承兑汇票进行盘点，存在盘点差异的应及时分析原因，报财务总监审批；

F、承兑汇票的签发、取得和转让，应当遵循诚实信用的原则，具有真实的交易关系和债权债务关系，财务部负责对票据所承载业务的真实性、合规性进行检查，禁止出具、使用无真实交易背景的承兑汇票。公司需规范取得、使用承兑

汇票，与客户、供应商间不得以承兑汇票进行大票换小票、大票找零。

报告期内，公司严格按照《货币资金管理办法》对承兑汇票进行日常管理，内控措施运行有效。

（三）说明不同业务模式下发行人的产品定价、成本是否存在差异，相关定价模式和交易条款是否符合行业惯例，相关成本的会计处理方式，是否符合准则规定；说明不同结算模式对发行人现金流的影响。是否存在同时采用普通销售和融资租赁销售模式的客户，如存在，说明客户同时采用两种结算模式的原因，相关客户是否存在现金流紧张等情况，是否存在回款风险

1、说明不同业务模式下发行人的产品定价、成本是否存在差异，相关定价模式和交易条款是否符合行业惯例，相关成本的会计处理方式，是否符合准则规定

（1）不同业务模式下发行人的产品定价、成本是否存在差异，相关定价模式和交易条款是否符合行业惯例

公司销售模式包括自主品牌销售、ODM 两类，其中自主品牌销售主要通过代理直销、代理经销、公司直销等业务模式开展，结算模式包括普通销售和融资租赁销售模式。公司产品以个性化定制为主，同类产品下刺绣机规格型号较多（如头数、头距、附加装置、电控系统、针数、刺绣面积等），同时受市场供需状况、客户重要性、原材料价格波动、竞争对手报价等因素的影响，导致同类产品不同订单间销售单价、毛利率存在差异。公司通过核算各订单生产毛利率与客户协商确定产品报价，确保生产毛利率处于合理范围，不存在针对特定业务模式定价的情况，不同业务模式下公司产品定价不存在明显差异。

公司不同业务模式下成本因境内外销售而存在差异，主要情况如下：

境内外销售	销售模式	结算模式	成本内容
境内销售	代理直销	普通销售、融资租赁销售[注]	除生产成本外，还包括运输费、保修及售后服务费
	代理经销		
	公司直销		
境外销售	ODM	普通销售	除生产成本外，还包括包干费（设备出

境内外销售	销售模式	结算模式	成本内容
	代理经销		口相关的内陆运输费、装卸费、订舱费、报关费等）
	公司直销		
	出口代理模式		

注：融资租赁结算模式下，公司根据订单对应的销售价格、客户议价能力、市场竞争情况等因素与客户协商是否承担融资租赁服务费，替客户承担的融资租赁服务费属于应付客户对价范畴而冲减了交易价格。

电脑刺绣机产品多以个性化定制为主，公司通过核算各订单生产毛利率与客户协商确定产品报价，符合行业惯例。普通销售结算模式下，公司与终端客户/代理商/品牌商/出口代理商签订销售合同，交易条款主要包括产品规格、数量、价格、货款支付方式、交货方式及地点等，另境内销售还包括安装调试、售后服务等条款，符合行业惯例。融资租赁结算模式下，公司与客户签订销售合同后，再与融资租赁公司、客户签订三方合同，就设备交付、价款支付、设备所有权等内容进行约定，不存在约定公司向客户提供担保或回购的相关条款，符合行业惯例。融资租赁结算模式在机械设备行业较为普遍，机械设备行业中将融资租赁方式作为结算方式的企业相关情况列示如下：

序号	公司	主要业务	融资租赁业务情况
1	乔锋智能（301603）	数控机床的研发、生产和销售	公司与客户签署销售合同，再与融资租赁公司、客户签订三方合同，在三方合同中约定相关设备作为融资租赁标的物的三方交易权属关系，公司与融资租赁公司不存在设备回购、连带责任担保约定。
2	炜冈科技（001256）	标签印刷设备的研发、生产和销售	公司、客户与融资租赁公司三方签订融资租赁买卖合同；融资租赁公司根据客户的要求购买租赁物，租赁给客户使用，公司与融资租赁公司不存在设备回购、连带责任担保约定。
3	远信工业（301053）	拉幅定形机等纺织相关设备的研发、生产和销售	公司、客户与融资租赁公司三方签订融资租赁买卖合同，融资租赁模式的交易过程中融资租赁公司为法律意义上的买方，由融资租赁公司购进选定的设备并出租给客户，公司不提供担保和承担回购义务。

（2）相关成本的会计处理方式，是否符合准则规定

《企业会计准则第 14 号—收入》第二十六条：“企业为履行合同发生的成本，不属于其他企业会计准则规范范围且同时满足下列条件的，应当作为合同履约成本确认为一项资产：（一）该成本与一份当前或预期取得的合同直接相关，

包括直接人工、直接材料、制造费用（或类似费用）、明确由客户承担的成本以及仅因该合同而发生的其他成本；（二）该成本增加了企业未来用于履行履约义务的资源；（三）该成本预期能够收回。”根据合同履约成本定义可知，与履行合同直接相关的销售费用都可以被计入合同履约成本，包括但不限于保险费、运输费、装卸费、包装费、展览费和广告费、商品维修费等。公司境内销售需承担的运输费及境外销售需承担的包干费（设备出口相关的内陆运输费、装卸费、订舱费、报关费等）均与履行合同直接相关，故均可计入合同履约成本包含在产品成本中，其会计处理符合会计准则的规定。

根据《企业会计准则第 14 号——收入》（财会〔2017〕22 号）第三十三条等有关规定，对于不属于单项履约义务的保证类质量保证，企业应当按照《企业会计准则第 13 号——或有事项》（财会〔2006〕3 号）规定进行会计处理。在对因上述保证类质量保证产生的预计负债进行会计核算时，企业应当根据《企业会计准则第 13 号——或有事项》有关规定，按确定的预计负债金额，借记“主营业务成本”、“其他业务成本”等科目，贷记“预计负债”科目，并相应在利润表中的“营业成本”和资产负债表中的“其他流动负债”、“一年内到期的非流动负债”、“预计负债”等项目列示。公司销售产品需承担的售后服务系不属于单项履约义务的保证类质量保证，故将支付给代理商的保修费及自身为提供售后服务发生的费用计入产品成本中，其会计处理符合会计准则的规定。

2、不同结算模式对发行人现金流的影响

公司境内销售结算模式分为普通销售和融资租赁销售，普通销售模式下，公司要求客户在下单时支付一定比例的定金，发货前支付一定比例的货款，余款在一定期限内付清。公司通常根据订单规模、合作历史、客户资质及信用等因素给予客户一定的信用期，一般要求境内客户在 18 个月内分期支付余款，公司销售现金流入效率受信用期影响，信用期越长，公司销售现金流入效率越慢。融资租赁模式下，公司要求融资租赁结算模式下的终端客户在下单时及发货前支付一定比例的定金与货款，与普通结算客户相似，剩余款项在终端客户与融资租赁公司办妥融资租赁手续且终端客户向融资租赁公司支付第一笔租金及手续费（如有）后（部分订单还需公司向融资租赁公司支付融资租赁服务费）由融资租赁公司及时结清。相较于普通结算模式，境内销售融资租赁结算模式下公司可通过融资租

赁公司进行货款结算，加速销售回款，改善了公司现金流。

3、是否存在同时采用普通销售和融资租赁销售模式的客户，如存在，说明客户同时采用两种结算模式的原因，相关客户是否存在现金流紧张等情况，是否存在回款风险

报告期内，公司存在客户同时采用普通销售和融资租赁销售两种结算模式情形，存在此情形的报告期内合计销售金额前十大客户的情况如下：

客户名称	结算方式	2025 年 1-6 月		2024 年度		2023 年度		2022 年度		同时存在两种结算方式原因
		收入（万元）	占主营业务收入比例	收入（万元）	占主营业务收入比例	收入（万元）	占主营业务收入比例	收入（万元）	占主营业务收入比例	
信友智能及其关联方	融资租赁	-	-	-	-	-	-	182.14	0.32%	代理经销模式下，个别终端个人客户具有融资租赁需求，因不满足融资租赁审核条件，自身无法与代理商、融资租赁公司签订三方融资租赁协议，故委托代理商办理融资租赁业务。代理商自行选择与公司通过融资租赁方式结算，分期向融资租赁公司支付融资租赁款，终端客户分期向代理商支付设备货款，公司仅作为设备销售方。
	普通销售	3,453.67	5.43%	4,435.66	4.47%	2,902.12	4.36%	1,029.94	1.81%	
怡之沐机械及其关联方	融资租赁	50.88	0.08%	329.93	0.33%	24.23	0.04%	-	-	
	普通销售	132.10	0.21%	523.34	0.53%	1,180.38	1.77%	952.03	1.67%	
绍兴贤耀纺织绣品有限公司及其关联方	融资租赁	646.78	1.02%	615.02	0.62%	-	-	179.04	0.31%	报告期内客户选择通过融资租赁方式结算减轻自身资金压力，2023 年、2024 年客户分别向公司采购小型花边机各 1 台，采购金额分别为 11.50 万元、9.73 万元，因设备金额较小，考虑简化交易过程而选择通过普通销售方式结算。
	普通销售	-	-	9.73	0.01%	11.50	0.02%	-	-	
绍兴红鸟纺织绣品有限公司	融资租赁	590.80	0.93%	481.91	0.49%	37.17	0.06%	-	-	报告期内客户选择通过融资租赁方式结算减轻自身资金压力，2023 年初因申请设备补贴直接与公司签订合同通过普通销售方式结算，自行与融资租赁公司办理售后回租业务，2025 年客户采购附加装置金额较小，与公司通过普通销售方式结算。
	普通销售	0.31	0.00%	-	-	176.71	0.27%	-	-	
绍兴剑飞绣品有限公司	融资租赁	-	-	179.63	0.18%	347.00	0.52%	-	-	报告期内客户选择通过融资租赁方式结算减轻自身资金压力，2022 年因申请设备补贴直接与公司签订合同通过普通销售方式结算，自行与融资租赁公司办理售后回租业务，2025 年因申请设备补贴直接与公司签订合同通过普通销售方式结算。
	普通销售	285.13	0.45%	-	-	-	-	333.38	0.58%	
绍兴柯桥华仕达	融资租赁	-	-	-	-	568.23	0.85%	-	-	报告期内客户选择通过融资租赁方式结算减轻自身资金压力，

客户名称	结算方式	2025 年 1-6 月		2024 年度		2023 年度		2022 年度		同时存在两种结算方式原因
		收入（万元）	占主营业务收入比例	收入（万元）	占主营业务收入比例	收入（万元）	占主营业务收入比例	收入（万元）	占主营业务收入比例	
纺织有限公司	普通销售	186.85	0.29%	129.12	0.13%	-	-	-	-	2024 年及 2025 年因申请设备补贴直接与公司签订合同通过普通销售方式结算，自行与融资租赁公司办理售后回租业务。
绍兴昊辉纺织有限公司	融资租赁	-	-	228.14	0.23%	237.81	0.36%	198.14	0.35%	客户早期选择普通销售方式结算，自 2022 年 6 月起综合考虑其资金安排、融资渠道、融资成本等因素后选择通过融资租赁方式结算。
	普通销售	-	-	-	-	-	-	184.07	0.32%	
江苏惟妙纺织科技有限公司及其关联方	融资租赁	288.56	0.45%	334.86	0.34%	-	-	-	-	客户早期选择普通销售方式结算，自 2024 年起综合考虑其资金安排、融资渠道、融资成本等因素后选择通过融资租赁方式结算，2025 年向公司采购 2 台小型花边机合计金额 29.65 万元，因设备金额较小，与公司通过普通销售方式结算。
	普通销售	29.65	0.05%	-	-	-	-	116.81	0.20%	
绍兴联韵纺织有限公司	融资租赁	327.26	0.51%	99.30	0.10%	296.68	0.45%	-	-	报告期内客户选择通过融资租赁方式结算减轻自身资金压力，2023 年向公司采购小型花边机 1 台金额为 12.21 万元，因设备金额较小，与公司通过普通销售方式结算。
	普通销售	-	-	-	-	12.21	0.02%	-	-	
杭州浩瑞腾绣品服饰有限公司	融资租赁	-	-	-	-	251.16	0.38%	-	-	报告期内客户选择通过融资租赁方式结算减轻自身资金压力，2023 年因采购金额超过融资租赁公司当年度基于其资信评级情况所给予业务审批额度，超额部分直接与公司签订合同通过普通销售方式结算。
	普通销售	-	-	-	-	462.97	0.69%	-	-	

融资租赁系下游客户为解决其采购资金需求而采取的一种融资方式，下游客户在和公司签署买卖合同后，综合考虑其资金安排、融资渠道、融资成本等因素后决定是否采用融资租赁方式进行融资。对于终端客户，电脑刺绣机设备单价相对较高，通常系下游客户的重大固定资产投资，通过与融资租赁公司的合作能够解决其设备购买过程中的资金不足情况，或降低其日常经营过程中的流动资金压力，对于终端客户而言融资租赁结算方式符合其经济利益需求。选择普通销售结算方式或融资租赁结算方式系终端客户综合其资金安排等因素自主决定，上述客户在结算过程中回款情况正常，不存在客户因现金流紧张而无法支付销售合同款项的情形。

（四）说明采用第三方回款客户中，相关款项支付主体与客户的关系，相关客户采用第三方付款的必要性及合理性，相关回款金额与对应客户的销售金额是否匹配，是否具有可验证性

1、第三方回款的基本情况

报告期内，公司存在第三方回款，基本情况如下：

单位：万元

项目	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
终端客户付款	4,425.08	7,165.94	4,113.34	8,744.19
具有跨境外汇支付能力的第三方付款	3,163.64	6,770.93	5,827.22	3,669.03
控股股东、实际控制人及其亲属、同一控制下关联方、业务经办人员付款	681.76	684.65	723.33	1,845.00
融资租赁公司付款	434.00	1,112.00	-	-
第三方回款金额合计	**8,704.49**	**15,733.52**	**10,663.89**	**14,258.22**
营业收入	65,521.39	102,998.76	70,401.23	59,957.11
第三方回款占当期营业收入比例	13.28%	15.28%	15.15%	23.78%

2、第三方回款的必要性及合理性

第三方回款的必要性及合理性主要如下：

（1）部分客户所在国家（如印度、巴基斯坦等）对于直接采购进口生产设备予以贷款利息补贴、关税优惠等，其终端客户直接向公司付款；

（2）部分客户所在国家（如巴基斯坦、伊朗、埃及、摩洛哥等）因外汇管制存在结算不便利、额度限制、周期长等问题，客户指定具有跨境外汇支付能力的第三方付款；

（3）部分客户基于支付便利、资金安排等考虑，由其控股股东、实际控制人及其亲属、同一控制下关联方、业务经办人员付款；

（4）部分存在融资租赁需求的客户，因申请补贴政策要求，需与公司签订销售合同，并与融资租赁公司签订售后回租协议，融资租赁公司根据风控要求直接向公司支付款项。

报告期内，公司第三方回款比例整体呈下降趋势主要原因系公司不断加强第三方回款相关的内部控制，印度部分地区的贷款优惠政策不再要求终端客户直接向公司付款，2024 年以来巴基斯坦政府为加强外汇管理而要求该国企业支付进口设备货款时提高付款交单支付比例。

3、相关款项支付主体与客户的关系，相关回款金额与对应客户的销售金额匹配性

报告期各期，第三方回款金额前五大客户的第三方支付主体及其与客户的关系、相关回款金额、对应客户销售金额的情况如下：

单位：万元

年度	序号	客户名称	销售金额	回款方名称	回款金额	客户与回款方关系
2025 年 1-6 月	1	M.RAMZAN 及其关联方	8,556.97	IMAGE PAKISTAN LTD	591.33	客户的终端客户
				仔伟有限公司	288.03	具有跨境外汇支付能力的第三方
				PREMIER FOREX LIMITED	215.65	具有跨境外汇支付能力的第三方
				SAVASH TRADING LIMITED	168.40	具有跨境外汇支付能力的第三方
				RAMVIN LIMITED	143.46	具有跨境外汇支付能力的第三方
				其他	776.32	/
				合计	**2,183.19**	/
	2	ALLIANCE	2,716.70	WITRO INDIA SERVICES LLP	404.31	客户的终端客户
				SAHU FASHION LLP	383.37	客户的终端客户
				SAHU INTERNATIONAL ATTIRE PRIVATE LIMITED	176.67	客户的终端客户
				SARITA HANDA EXPORTS PVT LTD	149.71	客户的终端客户
				S.A.N. INTERNATIONAL	99.29	客户的终端客户
				其他	701.63	/
				合计	**1,914.98**	/
	3	AGA BROD	511.13	NAHAR ALGHADEER GENERAL TRADING LLC	215.67	具有跨境外汇支付能力的第三方
				AL GHAZALA GENERAL TRADING LLC	165.11	具有跨境外汇支付能力的第三方

单位：万元

年度	序号	客户名称	销售金额	回款方名称	回款金额	客户与回款方关系
				GIMYA RDC LOT	76.84	具有跨境外汇支付能力的第三方
				ALMUHALHEL GENERAL TRADING LLC	50.24	具有跨境外汇支付能力的第三方
				合计	**507.86**	/
	4	OUBARI 及其关联方	906.78	AL DAWLIA FOR CURTAINS AND EMBROIDERY	274.07	具有跨境外汇支付能力的第三方
				ALSHOROUK GOLDEN FURNITURE EST	21.53	具有跨境外汇支付能力的第三方
				DICE FOR READY MADE GARMENTS	21.44	客户的终端客户
				OUBARI GULF	21.43	客户的关联公司
				ESTABLISHMENT MAZAYA ELDALLAL ALASRI	20.88	具有跨境外汇支付能力的第三方
				其他	131.40	/
				合计	**490.74**	/
	5	CHAMPION FAMILY	531.19	QUAIS GARMENTS (PVT) LTD	72.34	客户的终端客户
				TORSHA FASHIOPN DESIGN AND CO	71.87	客户的终端客户
				MITA FABRICS LTD	44.07	客户的终端客户
				OHUD SAUD OBAIRID ALROQI	39.55	具有跨境外汇支付能力的第三方
				MADINAPLE FASHION CRAFT LTD	35.22	客户的终端客户
				其他	111.13	/

单位：万元

年度	序号	客户名称	销售金额	回款方名称	回款金额	客户与回款方关系
				合计	**374.18**	/
	第三方回款前五大客户合计				**5,470.95**	/
	当期第三方回款金额合计				**8,704.49**	/
2024 年度	1	M.RAMZAN 及其关联方	16,096.51	SIXPLATEWATE HK LIMITED	1,022.77	具有跨境外汇支付能力的第三方
				MAX WELL TRADING CO., LIMITED	489.86	具有跨境外汇支付能力的第三方
				SHIKU LIMITED	355.43	具有跨境外汇支付能力的第三方
				CETTO INTERNATIONAL LIMITED	355.14	具有跨境外汇支付能力的第三方
				HARBOUR AND HILLS FIN SVCS LTD	294.72	具有跨境外汇支付能力的第三方
				其他	2,870.36	/
				合计	**5,388.28**	/
	2	ALLIANCE	3,505.63	SAHU INTERNATIONAL ATTIRE PRIVATE LIMITED	657.48	客户的终端客户
				WITRO INDIA SERVICES LLP	574.87	客户的终端客户
				G M FABRICS PRIVATE LIMITED	350.83	客户的终端客户
				CHOICE CLOTHING COMPANY PVT LTD	215.86	客户的终端客户
				OMKAR CORPORATION	104.00	客户的终端客户
				其他	938.78	/

单位：万元

年度	序号	客户名称	销售金额	回款方名称	回款金额	客户与回款方关系
				合计	**2,841.82**	/
	3	OUBARI 及其关联方	1,542.85	DICE FOR READY MADE GARMENTS	393.04	客户的终端客户
				OUBARI GULF	177.62	客户的关联公司
				EL SHEIKH	67.98	客户的终端客户
				ELHELAL CO	53.32	客户的终端客户
				ALYASMIN ALASRYAH TRDING CO	48.04	客户的终端客户
				其他	481.41	/
				合计	**1,221.42**	/
	4	AGA BROD	676.00	ZAHRAT AL MUNA CUSTOMS BROKER LLC	171.45	具有跨境外汇支付能力的第三方
				GUMUS INTERNATIONAL TRADING LOJISTIK LIMITED SIRKETI	163.41	具有跨境外汇支付能力的第三方
				RANS INTERNATIONAL LIMITED	106.41	具有跨境外汇支付能力的第三方
				GIMYA DOUAR ZAAZAA TAMAIT IZDAR	79.69	具有跨境外汇支付能力的第三方
				CETTO INTERNATIONAL LIMITED	71.05	具有跨境外汇支付能力的第三方
				其他	212.78	/
				合计	**804.79**	/
	5	SHIR RAHMAN SAFI LTD	488.98	玉泰有限公司	170.88	具有跨境外汇支付能力的第三方

单位：万元

年度	序号	客户名称	销售金额	回款方名称	回款金额	客户与回款方关系
				XASTER CO., LIMITED	108.99	具有跨境外汇支付能力的第三方
				MUERDUN LIMITED	46.32	具有跨境外汇支付能力的第三方
				美丽尔有限公司	40.33	具有跨境外汇支付能力的第三方
				美珲有限公司	36.68	具有跨境外汇支付能力的第三方
				其他	127.04	/
				合计	**530.23**	/
	第三方回款前五大客户合计				**10,786.54**	/
	当期第三方回款金额合计				**15,733.52**	/
2023 年度	1	M.RAMZAN 及其关联方	5,090.86	RAFOMIL CHEMICALS CO., LIMITED	316.33	具有跨境外汇支付能力的第三方
				CANONS PARK TRADING LIMITED	295.76	具有跨境外汇支付能力的第三方
				BROWN STAR GENERAL TRADING CO LLC	265.62	具有跨境外汇支付能力的第三方
				JANSHA CO., LIMITED	242.17	具有跨境外汇支付能力的第三方
				NET TRADING CO., LIMITED	241.78	具有跨境外汇支付能力的第三方
				其他回款方	2,757.56	/
				合计	**4,119.21**	/
	2	ALLIANCE	2,602.53	NYSA INDUSTRIES	433.30	客户的终端客户

单位：万元

年度	序号	客户名称	销售金额	回款方名称	回款金额	客户与回款方关系
				WITRO INDIA SERVICES LLP	410.34	客户的终端客户
				BHAIRAV EMBRO DESIGN PRIVAYE LIMITED	180.44	客户的终端客户
				SAHU GLOBAL PRIVATE LIMITED	126.55	客户的终端客户
				ELLORA CREATIONS PVT LTD	85.66	客户的终端客户
				其他回款方	609.31	/
				合计	**1,845.60**	/
	3	OUBARI 及其关联方	1,138.33	OUBARI GULF	108.43	客户的关联公司
				AHM ELEKTRONIK ELEKTRIK TEKSTILMETAL SAN VE DIS TIC LTD	88.53	具有跨境外汇支付能力的第三方
				EDKO OVER SEAS FOR EXPORT	81.83	具有跨境外汇支付能力的第三方
				FARGHAL INTERNATIONAL TRADE FIFX	69.40	客户的终端客户
				GOLD HOUSE EV ESYALARI IC VE DIS TICARET LIMITED SIRKETI	55.24	具有跨境外汇支付能力的第三方
				其他回款方	288.67	/
				合计	**692.10**	/
	4	LIBERTY	11,655.87	NATIONAL ENTERPRISE	211.29	客户的终端客户
				KHODAL CREATION	89.81	客户的终端客户
				YUG FASHION	63.78	客户的终端客户

单位：万元

年度	序号	客户名称	销售金额	回款方名称	回款金额	客户与回款方关系
				JAIN SONS	63.34	客户的终端客户
				RAJ TEXTILES	36.26	客户的终端客户
				其他回款方	47.79	/
				合计	**512.27**	/
	5	CHAMPION FAMILY	507.11	TEXTIMA EXPORT IMPORT	396.20	客户的终端客户
				LAILA STYLES LTD	27.09	客户的终端客户
				合计	**423.29**	/
	第三方回款前五大客户合计				**7,592.48**	/
	当期第三方回款金额合计				**10,663.89**	/
2022 年度	1	LIBERTY	8,840.47	KRUPALI FASHIONS PRIVATE LIMITED	580.98	客户的终端客户
				RAMESH WARAM DESIGN	163.68	客户的终端客户
				AABHAR VASTR AMN	154.13	客户的终端客户
				DARSH CREATION	145.81	客户的终端客户
				TULSI IMPEX	141.72	客户的终端客户
				其他回款方	3,076.42	/
				合计	**4,262.74**	/

单位：万元

年度	序号	客户名称	销售金额	回款方名称	回款金额	客户与回款方关系
	2	M.RAMZAN 及其关联方	8,970.68	WORKMAN CO.,LIMITED	339.78	具有跨境外汇支付能力的第三方
				GLITTER IMPEX LIMITED	335.55	具有跨境外汇支付能力的第三方
				MARKY TRADING CO HK LIMITED	189.75	具有跨境外汇支付能力的第三方
				JAMAAL ALWARD GOODS WHOLESALERS LLC	183.00	具有跨境外汇支付能力的第三方
				M.RAMZAN MACHINERY CO	173.26	客户的关联公司
				其他回款方	2,474.64	/
				合计	**3,695.98**	/
	3	ALLIANCE	2,064.36	SHUBHAM FABRICS SHOP	221.14	客户的终端客户
				ELITE HOME DECOR	182.21	客户的终端客户
				WITRO INDIA SERVICES LLP	135.82	客户的终端客户
				CAN FASHION PRIVATE LIMITED	88.53	客户的终端客户
				GLOBAL ENTERPRISES	53.58	客户的终端客户
				其他回款方	558.67	/
				合计	**1,239.95**	/
	4	KARDES	1,581.06	KABUL TEKSTIL KONFEKSIYON VE PLAS TIC VE SAN LTD	275.72	客户的终端客户
				MODATEKS BRODE SAN. VE TIC. ANONIM	148.34	客户的终端客户

单位：万元

年度	序号	客户名称	销售金额	回款方名称	回款金额	客户与回款方关系
				LEMTEKS KUMAS KONFEK SIYON TURIZM	117.60	客户的终端客户
				TANRIVERDI MENSUCAT SANAYI A.S.	89.01	客户的终端客户
				OZ MARMARA TEKSTIL SANAYI VE TICARET LIMITED SIRKETI	89.01	客户的终端客户
				其他回款方	286.38	/
				合计	**1,006.07**	/
	5	CRYPT TRADE CAPITAL 及其关联方	787.78	ZHAO LIFENG	366.01	客户的业务经办人员
				LYU ZHENYU	119.31	客户的业务经办人员
				W.EMBELLISHMENT., LTD	79.75	客户的终端客户
				SOAH PLUSH TOY(CAMBODIA) CO., LTD.	51.44	客户的终端客户
				DEWHIRST (CAMBODIA) CO LIMITED	9.83	客户的终端客户
				合计	**626.34**	/
	第三方回款前五大客户合计				**10,831.07**	/
	当期第三方回款金额合计				**14,258.22**	/

报告期内，存在第三方回款情况的客户，其第三方支付主体主要系其终端客户、具有跨境外汇支付能力的第三方机构等。

报告期内，上述客户回款金额与销售金额的匹配情况如下：

单位：万元

年度	序号	客户名称	销售金额①	第三方回款金额②	直接回款金额③	回款金额合计④=②+③	回款金额占比⑤=④/①
2025年1-6月	1	M.RAMZAN 及其关联方	8,556.97	2,183.19	5,600.64	7,783.83	90.96%
	2	ALLIANCE	2,716.70	1,914.98	666.22	2,581.20	95.01%
	3	AGA BROD	511.13	507.86	-	507.86	99.36%
	4	OUBARI 及其关联方	906.78	490.74	492.15	982.89	108.39%
	5	CHAMPION FAMILY	531.19	374.18	254.30	628.48	118.32%
2024年度	1	M.RAMZAN 及其关联方	16,096.51	5,388.28	12,826.61	18,214.89	113.16%
	2	ALLIANCE	3,505.63	2,841.82	926.30	3,768.12	107.49%
	3	OUBARI 及其关联方	1,542.85	1,221.42	397.75	1,619.17	104.95%
	4	AGA BROD	676.00	804.79	108.99	913.78	135.17%
	5	SHIR RAHMAN SAFI LTD	488.98	530.23	-	530.23	108.44%
2023年度	1	M.RAMZAN 及其关联方	5,090.86	4,119.21	1,465.32	5,584.53	109.70%
	2	ALLIANCE	2,602.53	1,845.60	927.79	2,773.39	106.57%
	3	OUBARI 及其关联方	1,138.33	692.10	479.91	1,172.01	102.96%
	4	LIBERTY	11,655.87	512.27	11,335.60	11,847.87	101.65%
	5	CHAMPION FAMILY	507.11	423.29	15.79	439.08	86.59%
2022年度	1	LIBERTY	8,840.47	4,262.74	5,318.21	9,580.95	108.38%
	2	M.RAMZAN 及其关联方	8,970.68	3,695.98	6,035.91	9,731.89	108.49%
	3	ALLIANCE	2,064.36	1,239.95	979.90	2,219.85	107.53%
	4	KARDES	1,581.06	1,006.07	587.69	1,593.76	100.80%
	5	CRYPT TRADE CAPITAL 及其关联方	787.78	626.34	38.31	664.65	84.37%

相关客户通常同时存在第三方回款、直接回款的情况，合计回款金额通常略高于销售金额，主要原因系回款包含海运费等费用。部分客户存在销售金额、回款金额差异较大的情况，主要原因系回款时点、收入确认时点存在时间性差异，客户根据与公司协商的信用政策支付货款，公司以提单日期确认境外销售收入。综上，相关回款金额与对应客户的销售金额基本匹配。

4、第三方回款可验证性

申报会计师查阅了第三方回款单位的中信保报告、企业信用报告，相关回款单位的第三方回款金额占当期第三方回款总额的比例分别为 29.22%、30.17%、30.00%和 31.30%，核查公司及其实际控制人、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是否存在关联关系或其他利益安排；获取了客户确认的第三方回款确认函，对应第三方回款金额占当期第三方回款总额的比例分别为 65.19%、57.13%、74.08%和 61.51%，了解客户与回款方的关系；获取了报告期内的第三方回款台账，查阅了报告期内第三方回款相关的全部银行回单；抽查了报告期内第三方回款相关的销售合同、报关单、提单、客户邮件说明及付款沟通记录等资料。

报告期内，公司第三方回款对应交易均基于真实的业务背景，公司根据合同约定向客户交付产品、收取相应货款，合同未明确约定付款单位。第三方回款金额与对应客户的销售金额基本匹配，相关回款具有可验证性。

（五）说明长期应收款的主要客户情况，长期应收款的形成背景和原因，应收款金额与发行人销售模式、产品销售情况、合同约定等是否匹配，相关客户是否存在经营困难等情况，相关款项是否存在收回风险

1、长期应收款的形成背景和原因

公司主要产品为电脑刺绣机，单价通常相对较高，终端客户主要为从事纺织服装加工的中小企业，其现金流回笼需要一定周期，故公司在保证回款安全的情况下，可能会对境内客户采取分期收款的模式。境内客户通常在发货前预付部分合同款项，剩余款项分期支付，分期期限一般不超过 18 个月，其中超过 12 个月的分期收款形成长期应收款，12 个月内的列示为一年内到期的非流动资产。

报告期各期末，公司长期应收款主要情况如下：

单位：万元

类别	项目	2025.06.30	2024.12.31	2023.12.31	2022.12.31
长期应收款	原值	157.35	149.04	320.47	157.30
	减：坏账准备	7.87	7.45	16.02	7.87
	净值	149.48	141.59	304.45	149.44

单位：万元

类别	项目	2025.06.30	2024.12.31	2023.12.31	2022.12.31
一年内到期的非流动资产——长期应收款	原值	2,142.44	2,486.99	3,306.62	1,655.89
	减：坏账准备	248.03	291.70	279.54	138.98
	净值	1,894.41	2,195.29	3,027.08	1,516.91
合计		**2,043.89**	**2,336.88**	**3,331.53**	**1,666.34**

综上所述，报告期各期末，公司长期应收款客户主要为部分经营状况良好、合作时间较长的代理商客户，以及部分应收款收回风险相对较低的从事纺织服装加工的中小企业直销客户，商业模式具有合理性。

2、长期应收款的主要客户情况，应收款金额与发行人销售模式、产品销售情况、合同约定等是否匹配

报告期各期末，公司前五大长期应收款客户应收款金额、销售模式、产品销售情况如下：

单位：万元

项 目	客户名称	销售模式	销售产品	销售金额	长期应收款	一年以内到期的其他流动资产——长期应收款	长期应收款合计金额
2025 年 1-6 月	众信机械	代理经销	服装机、花边机、混合机等	823.91	89.35	1,168.23	1,257.58
	东莞市斐迅服饰有限公司	代理直销	服装机	206.51	-	133.75	133.75
	东莞市诺华电脑绣花厂	公司直销	服装机	-	-	98.00	98.00
	东莞市巧艺刺绣有限公司	代理直销	服装机	103.22	-	64.80	64.80
	东莞市展鸿纺织品有限公司	代理直销	花边机	-	-	59.40	59.40
	合计	-	-	**1,133.64**	**89.35**	**1,524.18**	**1,613.53**
2024 年	众信机械	代理经销	服装机、花边机、混合机等	2,751.40	92.30	1,419.82	1,512.12
	东莞市诺华电脑绣花厂	公司直销	服装机	-	-	118.00	118.00
	深圳天惠绣花有限公司	代理直销	服装机、烫片机、混合机等	92.48	7.20	102.76	109.96
	怡之沐机械及其关联方	代理经销	家纺机、服装机等	523.34	-	106.91	106.91
	东莞市展鸿纺织品有限公司	代理直销	花边机	152.21	6.60	79.20	85.80
	合计	-	-	**3,519.43**	**106.10**	**1,826.69**	**1,932.79**
2023 年	众信机械	代理经销	服装机、花边机、混合机等	1,298.88	108.89	577.53	686.42

单位：万元

项 目	客户名称	销售模式	销售产品	销售金额	长期应收款	一年以内到期的其他流动资产——长期应收款	长期应收款合计金额
	杭州恒飞绣品有限公司	公司直销	花边机	707.88	-	395.90	395.90
	杭州德音服饰绣品有限公司	代理直销	花边机	281.42	65.00	156.00	221.00
	东莞市诺华电脑绣花厂	公司直销	服装机	-	-	142.20	142.20
	杭州国恒花边有限公司	代理直销	花边机	13.27	-	135.50	135.50
	合计	-	-	**2,301.45**	**173.89**	**1,407.13**	**1,581.02**
2022 年	广东金赢刺绣科技有限公司	代理直销	服装机	1,040.28	-	510.00	510.00
	杭州国恒花边有限公司	代理直销	花边机	385.40	132.70	147.80	280.50
	威海哈荣绣品有限公司	公司直销	服装机	351.22	-	236.68	236.68
	东莞市诺华电脑绣花厂	公司直销	服装机	21.24	-	142.20	142.20
	杭州卓艺花边有限公司	代理直销	花边机	146.90	-	116.00	116.00
	合计	-	-	**1,945.05**	**132.70**	**1,152.68**	**1,285.38**

2023 年末、2024 年末、2025 年 6 月末，公司对众信机械长期应收款金额较高，主要系众信机械为公司广州、佛山主要代理商之一，开发的中小型终端客户通常选用分期付款模式，考虑到众信机械经营稳健，且双方已合作多年，公司认为应收款收回风险较低，对其部分订单采用了分期收款的模式。报告期内，公司与众信机械正常合作，对其应收款金额与销售模式、产品销售情况、合同约定可以匹配，不存在逾期情况。

报告期内，东莞市诺华电脑绣花厂（以下简称“东莞诺华”）为公司东莞区域代理商，同时也自行经营绣花面料加工业务。报告期各期末，公司对东莞诺华长期应收款分别为 142.20 万元、142.20 万元、118.00 万元和 98.00 万元，金额相对较高，主要系其资金较为紧张，付款较慢所致。2021 年度，公司向东莞诺华销售了 4 台电脑刺绣机（东莞诺华自用），金额合计 264.00 万元，原合同约定 2022 年 2 月支付 17.50 万，2022 年 3 月至 2023 年 7 月每月支付 14.50 万。由于东莞诺华资金较为紧张，无法如期付清全部货款，公司与其约定，东莞诺华继续为公司开拓华南区域市场，剩余货款每年分批支付，或可通过居间服务费抵扣。报告期内，东莞诺华持续向公司支付货款，具有较强还款意愿，不存在故意不支付或无力支付货款的情况，且东莞诺华作为代理商，持续为公司带来新的订单并产生居间服务费，公司预计相关款项可逐步收回，或可通过居间服务费抵扣，无法收回的风险较小。截至 2025 年 6 月末，公司对东莞诺华长期应收款为 98.00 万元，出于谨慎性考虑，公司已全额计提坏账。报告期内，公司与东莞诺华保持合作，对其长期应收款金额与销售模式、产品销售情况可以匹配，与原合同约定不匹配，但无法收回的风险较小，因账龄已超过 3 年故公司对其长期应收款全额计提坏账准备。

报告期内，对于东莞市斐迅服饰有限公司、东莞市巧艺刺绣有限公司、东莞市展鸿纺织品有限公司等代理直销/公司直销客户，公司认为其经营较为稳健，应收款收回风险相对较低，提供了分期支付货款的结算方式，一般最长不超过 18 个月，报告期各期末公司对其应收款金额与销售模式、产品销售情况、合同约定等可以匹配，不存在逾期情况。

3、相关客户是否存在经营困难等情况，相关款项是否存在收回风险

截至 2025 年 6 月 30 日，公司主要长期应收款情况列示如下：

单位：万元

客户名称	长期应收款	一年以内到期的其他流动资产——长期应收款	长期应收款合计金额	账龄	客户经营状况	预计是否可收回
众信机械	89.35	1,168.23	1,257.58	1 年以内 1,026.90 万元，1-2 年 230.68 万元	正常经营	预计可收回
东莞市斐迅服饰有限公司	-	133.75	133.75	1 年以内	正常经营	预计可收回
东莞市诺华电脑绣花厂	-	98.00	98.00	3 年以上	资金较为紧张，但仍可正常经营	预计可收回或可通过居间服务费抵扣
东莞市巧艺刺绣有限公司	-	64.80	64.80	1 年以内	正常经营	预计可收回
东莞市展鸿纺织品有限公司	-	59.40	59.40	1 年以内	正常经营	预计可收回
深圳天惠绣花有限公司	-	55.46	55.46	1 年以内 42.90 万元，1-2 年 12.56 万元	正常经营	预计可收回
海宁汇诚绣品有限公司	11.88	42.00	53.88	1 年以内	正常经营	预计可收回
东莞市灿鑫服饰有限公司	4.00	48.00	52.00	1 年以内	正常经营	预计可收回
赣州市峻鑫服饰有限公司	7.00	42.00	49.00	1 年以内	正常经营	预计可收回
东莞市启恒电脑刺绣有限公司	4.00	41.25	45.25	1 年以内 39.05 万元，1-2 年 6.20 万元	正常经营	预计可收回
合计	**116.23**	**1,752.89**	**1,869.12**			
长期应收款总额	**157.35**	**2,142.44**	**2,480.66**			
占比	**73.87%**	**81.82%**				

报告期末，公司主要长期应收款对应客户中，众信机械为公司代理商，合作关系稳定，经营状况良好，相关款项预计可收回；东莞诺华为公司代理商，虽然目前资金较为紧张，但报告期内持续向公司支付货款，且持续为公司带来新的订

单并产生居间服务费，公司预计相关款项可逐步收回，或可通过居间服务费抵扣，无法收回的风险较小；其余客户主要为公司代理直销客户，大多在电脑刺绣机行业有丰富经验，经营稳健，基于设备采购需求与公司建立合作，相关款项预计均可收回。

综上所述，公司长期应收款主要客户均正常经营，相关款项无法收回的风险较小。

（六）说明 2024 年度台新融资变更为主要以银行承兑汇票形式支付货款对发行人经营活动现金流的影响

2022-2023 年度，公司与台新融资以银行存款结算货款，自 2024 年起，经双方协商一致，变更为以银行承兑汇票为主、银行承兑汇票与银行存款相结合的付款方式。

2024 年度，公司共收到台新融资银行承兑汇票金额 3,994.97 万元。截至 2024 年末，其中 3,881.97 万元银行承兑汇票已背书转让，年末在手余额 113.00 万元。公司收到、转让或持有应收票据不涉及现金的流入流出，不影响发行人经营活动现金流。若该部分款项仍以原银行存款方式结算，发行人将增加销售商品、提供劳务收到的现金 3,994.97 万元，并相应增加购买商品、接受劳务支付的现金，但总体预计对发行人经营活动现金流不造成重大不利影响。

（七）说明使用相关外汇管理工具的具体情况，发行人运用外汇管理工具的决策程序及审批程序，相应的内部控制制度是否健全，是否有效执行

1、说明使用相关外汇管理工具的具体情况

报告期内，公司外销收入占比较高，对公司经营业绩有较大影响。公司外销收入主要以美元结算，汇率波动将影响公司产品的定价及市场竞争力，进而影响公司的经营业绩。近年来，受全球经济形势影响，人民币与美元汇率波动较大，由于汇率受全球政治、国际经济环境等多种因素的影响，存在一定的不确定性，为减少汇率波动的影响，规避和防范汇率风险，报告期内，公司存在使用外汇管理工具的情况。

报告期内，公司使用远期结售汇、外汇期权、外汇掉期等作为外汇管理工具，对利润的影响情况如下：

单位：万元

项 目	对利润的影响			
	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
远期结售汇	-	-	-	-9.95
外汇期权	-	-	-	-384.28
外汇掉期	-	-	96.96	-42.72
合计	-	-	**96.96**	**-436.95**

（1）远期结售汇

报告期内，公司与中信银行杭州分行签署了远期结售汇合约，在交割期限内，公司可按照远期结售汇合约所确定的币种、金额、汇率向银行办理结汇。

2022 年度，公司办理结算的远期结售汇情况如下：

序号	币种	交易金额（万美元）	交易日期	交割日期/平仓日期	交割汇率	交割日即期汇率/平仓汇率	收益总额（万元）	年初合约公允价值（万元）	2022 年度投资收益（万元）
1	美元	100.00	2021/10/20	2022/1/24	6.4500	6.3411	10.89	7.26	3.63
2	美元	100.00	2021/10/20	2022/2/22	6.4584	6.3487	10.97	6.94	4.03
3	美元	100.00	2021/10/20	2022/3/22	6.4705	6.3664	10.41	6.87	3.54
4	美元	100.00	2021/10/20	2022/4/22	6.4831	6.4596	2.35	6.89	-4.54
5	美元	100.00	2021/10/20	2022/4/21	6.4970	6.4700	2.70	6.96	-4.26
6	美元	100.00	2021/10/20	2022/4/21	6.5105	6.4780	3.25	7.18	-3.93
7	美元	100.00	2021/10/20	2022/4/21	6.5240	6.4840	4.00	7.32	-3.32
8	美元	100.00	2021/10/20	2022/4/21	6.5382	6.4880	5.02	7.45	-2.43
9	美元	100.00	2021/10/20	2022/4/21	6.5524	6.4940	5.84	7.43	-1.59
10	美元	100.00	2021/10/20	2022/4/21	6.5650	6.4985	6.65	7.73	-1.08
合计	-	**1,000.00**	-	-	-	-	**62.08**	**72.03**	**-9.95**

2022 年度，公司使用远期结售汇工具，共产生 9.95 万元投资损失。2023 年起，公司不再开展远期结售汇业务。

（2）外汇期权

报告期内，公司在中信银行、招商银行开展了美元期权业务，具体情况如下：

①中信银行

2022 年度，公司在中信银行开展了外汇期权业务。由于美元汇率波动较大，公司预计外汇期权业务将产生投资损失，为避免投资损失扩大，2022 年 12 月，公司主动平仓了全部期权合约，累计共产生 337.38 万元投资损失。2023 年起，公司不再开展外汇期权业务。

2022 年度，公司在中信银行结算的期权业务情况如下：

序号	交易类别	交易日期	执行汇率/执行汇率区间	币种	金额（万元）	到期日期	平仓日期	投资收益（万元）
1	卖出美元看涨期权	2022/7/5	6.56	美元	100.00	2023/1/5	2022/12/2	-48.40
2	买入美元看跌风险逆转期权组合	2022/9/15	6.4483-6.4484	美元	200.00	2023/3/20	2022/12/9	-88.32
3	买入美元看跌风险逆转期权组合	2022/9/20	6.6326-6.6327	美元	100.00	2023/3/22	2022/12/5	-26.38
4	买入美元看跌风险逆转期权组合	2022/9/28	6.3591-6.3592	美元	50.00	2023/3/31	2022/12/2	-31.87
5	买入美元看跌风险逆转期权组合	2022/10/17	6.6471-6.6472	美元	200.00	2023/1/17	2022/12/1	-78.16
6	买入美元看跌风险逆转期权组合	2022/10/20	6.6408-6.6409	美元	100.00	2023/2/3	2022/12/2	-38.81
7	买入美元看跌风险逆转期权组合	2022/11/18	6.6485-6.6486	美元	100.00	2023/2/22	2022/12/5	-26.34
小计	-	-	-	-	850.00	-	-	-338.28
8	期权费收入	-	-	-	-	-	-	0.50
合计	-	-	-	-	-	-	-	**-337.78**

②招商银行

2022 年度，公司在招商银行开展的外汇期权业务，共产生 46.50 万元投资损失，结算的期权业务情况如下：

单位：万元

交易类别	交易日期	执行汇率	币种	金额	到期日期	投资收益
卖出美元看涨期权	2022/3/23	6.4250	美元	200.00	2022/5/23	-46.50
合计	-	-	-	-	-	**-46.50**

（3）外汇掉期

外汇掉期指公司与银行分别约定即期汇率和起息日、远期汇率和起息日，按约定的即期汇率和交割日与银行进行人民币和外汇的兑换，并在一定期限后按约定的远期汇率和交割日与银行进行反方向兑换，以达到管理汇率风险的目的。

在外汇掉期业务中，对于即期交易，公司购入人民币、支付美元，不产生投资收益；对于对应的远期交易，公司在远期交易日按照约定的汇率购入美元、支付人民币，并将前述美元按交易日汇率计算的金额与支付人民币之差、按协议取得的利息计入投资收益。2022 年末，部分外汇掉期业务尚未到期结算，公司将标的美元按年末汇率计算的金额与支付人民币之差、按协议应取得的利息计入公允价值变动收益。

2022-2023 年度，公司主要在宁波银行开展外汇掉期业务，具体情况如下：

单位：万元

序号	类别	交割日期	交割汇率	买入币种	买入金额	卖出币种	卖出金额	总收益额	2022 年度公允价值变动收益	2023 年度投资收益
1	即期交易	2022/10/28	7.2250	人民币	722.50	美元	100.00	3.96	-21.34	25.30
	远期交易	2023/2/1	7.2250	美元	100.00	人民币	722.50			
2	即期交易	2022/10/28	7.2250	人民币	722.50	美元	100.00	9.38	-21.38	30.76
	远期交易	2023/5/1	7.2250	美元	100.00	人民币	722.50			
3	即期交易	2023/1/16	6.6800	人民币	1,002.00	美元	150.00	5.24	-	5.24
	远期交易	2023/4/17	6.6800	美元	150.00	人民币	1,002.00			
4	即期交易	2023/2/9	6.7800	人民币	1,695.00	美元	250.00	8.54	-	8.54
	远期交易	2023/5/9	6.7800	美元	250.00	人民币	1,695.00			
5	即期交易	2023/4/17	6.8600	人民币	1,372.00	美元	200.00	9.78	-	9.78
	远期交易	2023/7/17	6.8600	美元	200.00	人民币	1,372.00			
6	即期交易	2023/5/9	6.9100	人民币	1,382.00	美元	200.00	6.96	-	6.96
	远期交易	2023/7/10	6.9100	美元	200.00	人民币	1,382.00			
7	即期交易	2023/5/10	6.9100	人民币	1,382.00	美元	200.00	10.38	-	10.38
	远期交易	2023/8/10	6.9100	美元	200.00	人民币	1,382.00			
合计	-	-	-	-	-	-	-	**54.23**	**-42.72**	**96.96**

2022 年度、2023 年度，公司使用外汇掉期工具，分别产生-42.72 万元公允价值变动损益、96.96 万元投资收益。2024 年起，公司不再开展外汇掉期业务。

2、发行人运用外汇管理工具的决策程序及审批程序，相应的内部控制制度是否健全，是否有效执行

公司外汇管理工具主要包括远期结售汇交易业务、外汇期权业务、外汇掉期业务。

2021 年 3 月，公司董事会、监事会、股东会分别审议并通过了《关于开展远期结售汇及外汇期权等业务的议案》。前述议案中，董事会、监事会、股东会授权公司根据资产规模及日常经营业务需求，开展远期结售汇、外汇期权等业务，预计总额度不超过 1,500 万美元，期限自股东会审议通过之日起一年，额度在期限内可循环滚动使用，但期限内任一时点的累计金额不超过预计总额度。

2022 年 6 月、2023 年 6 月、2024 年 6 月，公司董事会、监事会、股东会分别审议并通过了《关于开展远期结售汇及外汇期权等业务的议案》。前述议案中，董事会、监事会、股东会授权公司根据资产规模及日常经营业务需求，开展远期结售汇、外汇期权等业务，预计总额度不超过 2,000 万美元，期限自股东会审议通过之日起一年，额度在期限内可循环滚动使用，但期限内任一时点的累计金额不超过预计总额度。

2025 年 4 月，公司董事会、监事会分别审议并通过了《关于开展远期结售汇及外汇期权等业务的议案》，并于 2025 年 5 月股东会审议通过。前述议案中，董事会、监事会、股东会授权公司根据资产规模及日常经营业务需求，开展远期结售汇、外汇期权等业务，预计总额度不超过 200 万美元，期限自股东会审议通过之日起一年，额度在期限内可循环滚动使用，但期限内任一时点的累计金额不超过预计总额度。

为规范公司重大经营及对外投资决策程序，公司根据有关法律、法规及章程制定了《金融资产投资管理办法》，公司运用外汇管理工具的交易决策及审批按照该制度规定执行。

根据《金融资产投资管理办法》，公司为应对汇率波动风险，在不影响日常经营资金需求和资金安全的情况下，可适当开展远期结售汇、掉期等业务；公司开展的外汇远期结售汇业务涉及币种只限于与公司经营相关的外币，主要包括美元、欧元、日元等。《金融资产投资管理办法》对公司运用外汇管理工具的决策程序及审批程序作出规定，具体如下：“公司财务部履行远期外汇业务具体投资事项，投资产品的买卖交易经财务总监审核，总经理审批后执行。”

报告期内，公司远期外汇交易的决策程序及审批程序按照制度执行，相应的内部控制制度健全，执行有效。

四、核查意见

（一）核查上述事项并发表明确意见

1、不同销售模式业务流程及收入确认依据充分性

（1）核查程序

针对上述事项，申报会计师执行了包括但不限于以下核查程序：

①访谈发行人销售部门业务负责人，了解代理直销、代理经销模式下具体业务流程；查阅代理直销模式下发行人与客户签订的销售合同、与代理商签订的代理商合作协议，查阅代理经销模式下发行人与代理商签订的销售合同及代理商合作协议，了解发行人与客户及代理商间的合作关系及主要合同条款；访谈发行人销售部门业务负责人及报告期内通过提点结算方式发生代理经销业务的主要代理商，了解代理经销模式下代理商提点结算的实现方式，了解代理经销模式下销售商品是否为买断式、相关产品的发货模式；

②查阅发行人与提点结算主要代理商签订的代理商合作协议，了解发行人与主要代理商约定的居间服务费、保修服务费比例；访谈发行人销售部门业务负责人，了解不同代理商之间居间服务费、保修服务费比例存在差异的原因；获取报告期内发行人居间服务费、保修服务费明细表，了解报告期各期提点结算销售订单居间服务费、保修服务费计提情况；获取发行人收入明细表，分析报告期各期主要代理商居间服务费、保修服务费计提金额与销售规模是否匹配；访谈发行人销售部门业务负责人，了解发行人不同代理模式、结算模式下代理商的盈利模式

及其商业合理性；获取报告期内发行人主要代理商经营情况确认函，了解主要代理商报告期各期实际盈利水平及构成，并判断代理商盈利水平是否与其业务规模相匹配；

③访谈发行人财务总监，了解发行人各销售模式下收入确认原则；

④核查各销售模式收入确认相关的支持性凭证，检查销售合同，包括主要合同条款、各方权利义务、控制权转移条件、收入确认单据等，核实收入确认是否符合《企业会计准则》规定，相关收入确认单据是否充分；

⑤查阅同行业可比上市公司公开资料，了解同行业可比上市公司收入确认政策；

⑥查阅发行人对于境内外销售的内部管理制度，核查相关制度执行情况，获取发行人应收款项明细表，分析报告期内应收款项金额与结构是否合理；

⑦查阅发行人物流运输记录，了解发行人代理经销模式下的发货模式；实地走访主要代理商，现场盘点发行人产品库存，获取代理商与终端客户签订的销售合同、订单，以及代理商终端销售清单，了解部分代理商存在少量库存的原因；

⑧访谈发行人销售部门负责人，了解代理商销售产品是否为买断式，了解公司的发货模式，了解发行人产品的平均安装验收周期、是否存在长期未安装或未验收的项目，询问超过平均安装验收周期的订单其具体的业务原因；

⑨查阅发行人报告期各期的调试单和签收记录；

⑩梳理报告期各期售后人员的调试记录，并与由发行人负责售后的订单匹配；

⑪获取发行人报告期各期验收日期为各期期末前 15 天的电脑刺绣机的安装验收周期，并与报告期内平均安装验收周期进行比较分析；

⑫针对报告期内超过平均安装验收周期的订单，向主要客户进一步确认具体的业务原因；

⑬获取报告期内发行人与主要代理商、品牌商签订的合作协议、销售合同，了解发行人向代理商销售产品是否为买断式，了解代理销售模式下售后服务的具体安排，判断相关售后服务是否构成单项履约义务；

⑭访谈发行人销售部门负责人，获取发行人维修服务收入明细表，了解发行人维修服务收入来源渠道、提供的主要服务等内容，将维修服务订单与产品销售订单匹配，分析客户区域及产品使用年限；

⑮访谈发行人销售部门负责人和财务总监，了解发行人其他业务收入的具体业务情况，其与发行人主营业务的关联性；

⑯获取发行人其他业务收入的具体构成以及主要客户情况，分析其合理性；

⑰访谈发行人销售部门业务负责人，了解发行人收取意向金相关业务流程，了解发行人向 M.RAMZAN 及其关联方收取 300 万美元的背景及原因，并对 M.RAMZAN 及其关联方进行了走访、函证；

⑱获取发行人意向金台帐，查阅意向金协议，分析意向金的主要客户、支付的相关款项以及期后的结转情况；

⑲查阅发行人采购明细表、收入成本明细表，了解外采产成品的具体种类、金额及数量，向发行人采购负责人了解外采成品的原因及背景，核实发行人外采成品是否具有商业合理性；

⑳审阅外采成品的采购和销售合同，查验外采成品的采购及销售价款的结算情况，核实发行人外采成品是否属于贸易业务，并确认发行人对外采成品销售的收入确认方式是否具有合规性；

㉑查阅行业报告，了解 2022-2024 年境外销售主要国家的市场规模，与发行人向相关国家客户销售收入对比，分析波动趋势是否一致及合理性。

（2）核查结论

公司经核查，申报会计师认为：

①发行人已对代理直销、代理经销的具体业务流程进行了详细说明，对其与代理商、终端客户的合作关系、权责义务、主要合同条款、产品销售定价模式、结算支付时点进行了详细说明，对代理经销模式下提点结算的具体实现方式进行了详细说明；

②不同销售模式、不同经销商间提点结算的比例因所处销售区域、是否提供售后服务及主要销售产品类型等因素存在差异，差异具有商业合理性；报告期各期居间服务费、保修服务费与销售规模具有匹配性，费用结算情况通常与代理商协议约定情况匹配，部分未与代理商协议约定费用结算情况匹配的订单具有商业合理性；不同代理模式、结算模式下代理商的盈利模式具有商业合理性，报告期各期代理商实际盈利水平与其业务规模具有匹配性；

③发行人各销售模式收入确认时点准确，收入确认依据充分，符合行业惯例。发行人关于收入确认的内部控制设计健全且运行有效，相关收入确认政策与实际执行一致，与发行人应收款项金额和结构相匹配；

④发行人已对产品发货模式进行了说明，代理经销模式下，发行人向代理商销售产品均为买断式，代理商通常不持有发行人产品库存，部分境外代理商为满足快速供货需求存在少量库存，相关产品通常有终端客户订单支持，代理商向终端客户销售的产品基本已完成安装验收，相关销售真实；

⑤发行人相关客户的验收或签收单据完整，与相关产品的发货签收记录、销售、售后人员的差旅服务记录等基本匹配，不存在长期未安装、未验收的项目，安装验收周期异常或年底安装验收项目的执行周期超过 15 天均有其特殊业务原因，不存在调节收入利润等情形；

⑥代理商承担售后服务的情况下由其自身采购配件并组织人力向终端客户提供售后服务，并非向发行人采购，不构成单项履约义务；发行人维修服务收入相关服务内容、服务频次、服务区域与相关客户所在地及产品的使用寿命相匹配；

⑦发行人的其他业务收入主要由配件收入、海运收入和废料收入构成，与发行人主营业务存在一定联系，相关业务收入的主要客户情况较稳定，发行人开展相关业务具有合理性；

⑧发行人主要客户意向金支付相关金额、比例与合同约定相匹配，相关款项的期后结转情况与发行人收入确认、产品交付情况相匹配；

⑨报告期内发行人存在外采成品进行销售的情况，主要系在不具备生产能力或产品规格有限的情况下，发行人根据客户需求采购成品后进行销售赚取利润，

具有商业合理性，相关收入确认方式符合会计准则规定。

2、境外销售真实性

（1）核查程序

针对上述事项，申报会计师执行了包括但不限于以下核查程序：

①访谈发行人外销负责人、报告期内主要外销客户，了解外销客户销售模式、客户拓展方式，了解境外销售过程中是否需要发行人派遣人员进行安装调试；

②获取报告期内发行人收入成本明细表，了解境外销售的主要区域结构，分析主要客户销售情况；

③查阅行业研究报告、印度 GDP、巴基斯坦外汇储备金额，以及中国缝制机械协会、特易资讯、环球慧思、海关总署等统计数据，了解报告期内印度、巴基斯坦市场需求波动的原因，了解发行人主要客户的行业地位和经营情况；

④查阅发行人境外销售业务相关的销售合同、出库单、报关单、提单等资料，与收入成本明细表中的产品名称、数量、金额等信息匹配验证一致性；

⑤获取发行人包干费台账，查阅发行人包干费会计凭证，核实台账与凭证金额是否匹配，将包干费与境外销售收入进行匹配，查验报告期内发行人包干费占境外收入的比例及其波动情况；

⑥获取发行人海关报关单数据，将报关单数据中海运费金额与发行人账上海运费金额进行匹配，查验报告期内发行人海运费占 CNF 成交方式下的境外销售收入的比例及其波动情况；

⑦获取发行人海关报关单数据、出口退税数据，查验发行人境外销售收入与报关单数据、出口退税数据是否匹配；

⑧获取发行人境外销售回款台账，与境外销售收入进行匹配，查验报告期内发行人境外销售回款占境外收入的比例及其波动情况。

（2）核查结论

经核查，申报会计师认为：

①发行人已对境外销售采取的主要销售模式、客户拓展方式、境外销售主要客户情况进行了说明，境外销售区域除印度、巴基斯坦外其他境外地区主要为韩国、阿联酋、越南、土耳其、柬埔寨、埃及、阿尔及利亚等；印度国民经济增速较快，服装数量需求、刺绣工艺需求提升，巴基斯坦外汇储备紧缺问题有效缓解，电脑刺绣机采购需求逐步释放，主要品牌商、代理商在相关区域内的行业地位通常较高，经营情况通常较为良好，与发行人通常长期合作且业务较为稳定，报告期各期发行人境外销售收入持续增长具有合理性；

②境外销售过程中，发行人仅将产品按照协议约定运送至港口并办理出口报关，或在境内交付给客户，发行人不负责安装调试，不存在安装调试记录；

③境外销售的合同订单、运输记录、运费、出口报关、出口退税、回款记录等与发行人境外销售具有匹配性。

3、结算模式及回款真实性

（1）核查程序

针对上述事项，申报会计师执行了包括但不限于以下核查程序：

①获取发行人融资租赁销售收入成本明细表，了解融资租赁销售模式下终端客户、融资租赁公司、销售的主要产品和金额、客户和融资租赁公司的付款比例等情况；

②查阅融资租赁结算模式下公司、融资租赁公司、终端客户签订的合同及条款，结合责任及义务、风险和报酬转移等情况，判断融资租赁销售收入确认政策的合规性，复核公司相关会计处理是否符合企业会计准则的规定；

③获取各融资租赁公司应收账款明细表，复核与融资租赁公司的资金结算情况；

④了解并获取了发行人与销售收款有关的内部控制制度，并执行穿行测试，测试相关内控制度的有效性；访谈了发行人总经理、销售部门负责人、财务总监，了解了发行人的销售政策、信用政策、款项收回情况，检查了发行人主要客户销售合同的合同条款及执行情况；

⑤获取并查阅了发行人与主要客户签订的合同与协议，核对了收款条款、质保期限、结算方式、信用政策等情况以及是否发生变化，实际执行与合同约定的是否一致；访谈了销售部门负责人，了解了 2024 年末对 LIBERTY 应收账款升高的原因及合理性，以及是否存在放宽信用政策刺激销售的情形；

⑥获取了发行人应收账款明细表，核查期末应收账款主要客户的余额构成，结合收入确认时点检查账龄划分是否准确；抽取样本检查了主要客户销售回款相关的银行回单、银行承兑汇票等原始单据；获取了发行人应收账款账龄统计表及逾期情况明细表，以及逾期应收账款的期后回款情况，对于逾期款项、长账龄款项，向发行人核实原因，查询公开信息了解客户是否存在经营异常的情况；对主要逾期款项、长账龄款项相关客户进性了访谈；

⑦获取并查阅了同行业可比上市公司定期报告，并就坏账计提政策、坏账实际计提比例与发行人进行了对比分析，检查是否存在少提坏账准备的情况；

⑧获取并检查了应收票据台账，核查了应收票据的接收、背书、质押、兑付是否存在异常；获取并查阅了发行人与票据有关的内控制度，确认相关内控制运行有效；

⑨对报告期各期末主要应收账款（含长期应收款、一年内到期的长期应收款，下同）、主要客户及主要新增客户应收账款、随机抽取部分客户应收账款进行了函证；对于回函不符的应收账款函证、长期应收款函证，执行进一步核查程序并编制函证差异调节表；对于未回函确认的客户执行了替代核查程序，包括检查销售合同、销售出库单、验收单、销售发票、期后收款单据等；

⑩访谈发行人总经理，了解发行人定价模式，查阅了发行人销售合同审批系统流程；访谈发行人销售部门负责人，了解发行人销售模式，取得发行人收入成本明细表，获取发行人主要的销售合同、运输合同、货运代理合同、代理商框架协议等，了解成本构成；

⑪实地走访或视频访谈了报告期内发行人主要客户，了解客户与发行人定价方式，是否与其他同类电脑刺绣机供应商存在差异，了解客户与发行人合作模式（交易条款），是否与其他同类电脑刺绣机供应商存在差异；

⑫查阅了设备行业上市公司招股说明书、问询函回复、年度报告等公开资料；

⑬检查各销售模式销售合同，包括主要合同条款、各方权利义务等，核实成本会计处理方式是否符合《企业会计准则》规定；

⑭检查融资租赁结算销售合同和普通结算销售合同的回款条件及差异，判断对发行人现金流的影响；

⑮获取发行人收入明细表，汇总报告期内发行人客户中同时存在通过普通销售及融资租赁销售两种结算方式支付销售合同货款的客户名单及销售金额；访谈发行人销售部门负责人，访谈报告期内同时采用普通销售和融资租赁销售结算方式的主要客户，了解报告期内客户同时采用两种结算模式的原因并了解客户经营状况，判断此部分客户是否存在现金流紧张等情况；查阅发行人银行存款、应收票据明细表，分析同时采用两种结算模式的主要客户报告期内支付销售合同货款的情况，判断此部分客户是否存在现金流紧张、是否存在回款风险等情形；

⑯获取报告期内发行人第三方回款台账，匹配发行人账面销售回款记录、银行对账单的交易对手方信息，复核第三方回款台账的完整性；查阅第三方回款相关的销售合同、报关单、提单、银行回单、客户邮件说明及付款沟通记录等资料；访谈发行人财务总监、销售部门负责人，了解发行人发生第三方回款的原因，了解第三方回款占营业收入比例波动的原因；获取报告期内发行人收入成本明细表，针对发生在第三方回款的主要客户，将回款金额与销售金额进行匹配分析；访谈发生第三方回款的主要客户，获取第三方回款确认函，了解客户与回款方的关系、第三方回款的具体原因，分析必要性及商业合理性；查阅了第三方回款单位的中信保报告、企业信用报告，核查公司及其实际控制人、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是否存在关联关系或其他利益安排；核查第三方支付货款相关的资金流、实物流与合同约定及商业实质是否一致；

⑰取得了发行人长期应收款明细表，了解了发行人长期应收款的形成背景和原因，检查了应收款金额与发行人销售模式、产品销售情况、合同约定的匹配

情况，了解了相关客户是否存在经营困难等情况，相关款项是否存在收回风险；

⑱访谈发行人财务总监、销售部门负责人，了解 2024 年度台新融资变更结算方式的背景及原因，评估了对发行人经营活动现金流的影响；

⑲获取并查阅了发行人与外汇管理工具相关的三会决议、内控制度；取得了发行人各外汇工具明细表，了解了发行人运用外汇管理工具的决策程序及审批程序，确认相应的内部控制制度健全，执行有效。

（2）核查结论

经核查，申报会计师认为：

①发行人融资租赁结算业务的收入确认方式和依据符合会计准则规定，报告期各期，发行人对融资租赁客户的新增应收账款与当期结算金额总体可以匹配，差异主要系收回前期应收款项或当期部分应收账款尚未达到收款条件所致；

②报告期内，除 2024 年起发行人与台新融资结算方式由银行存款变更为以银行承兑汇票为主外，发行人与主要客户合同约定的收款条款、质保期限、结算方式、信用政策未发生重大变化，实际执行与合同约定一致；2024 年末发行人对 LIBERTY 应收账款升高主要系 LIBERTY 增加了对发行人产品的采购规模所致，不存在放宽信用政策刺激销售的情形；2022 年末、2023 年末，发行人逾期应收账款金额较高，主要系发行人对台新融资逾期应收账款金额较高所致，2024 年末、2025 年 6 月末，发行人对台新融资不存在逾期应收账款；报告期末，发行人不存在金额重大且预计无法收回的长期未归还款项；发行人以预期信用损失为基础计提应收账款坏账准备，如有客观证据表明某项应收账款已发生信用减值，则在单项基础上对该应收账款计提减值准备；发行人依据信用风险特征将其他应收账款划分为组合，由于未收回货款的违约概率与账龄存在相关性，故公司按照账龄组合计提坏账准备，划分依据具有谨慎性；发行人按照账龄组合和单项计提坏账划分应收账款具有合理性，应收账款坏账准备计提充分；发行人应收票据、应收款项融资余额持续增加，主要系发行人业务规模扩张、与台新融资变更为以银行承兑汇票为主的结算模式所致；发行人应收票据、应收款项融资坏账准备计提充分，针对票据结算风险的内控制度健全、运行有效；

③发行人通过核算各订单生产毛利率与客户协商确定产品报价，确保生产毛利率处于合理范围，不存在针对特定业务模式定价的情况，不同业务模式下发行人产品定价不存在明显差异，不同业务模式下成本因境内外销售而存在差异，相关定价模式和交易条款均符合行业惯例，相关成本的会计处理方式，符合准则规定，相较于普通结算模式，境内销售融资租赁结算模式下公司可通过融资租赁公司进行货款结算，加速销售回款，改善了发行人现金流；报告期内发行人存在部分客户同时采用普通销售和融资租赁销售两种结算方式的情形，选择普通销售结算方式或融资租赁结算方式系客户综合其资金安排等因素决定，同时采用两种结算方式的客户在结算过程中回款情况正常、不存在客户因现金流紧张而无法支付销售合同款项的情形；

④采用第三方回款客户中，相关款项支付主体主要系客户的终端客户、具有跨境外汇支付能力的第三方、融资租赁公司，以及客户的控股股东、实际控制人及其亲属、同一控制下关联方、业务经办人员等，相关客户采用第三方付款具有必要性及合理性，相关回款金额与对应客户的销售金额匹配，具有可验证性；

⑤发行人长期应收款客户主要为部分经营状况良好、合作时间较长的代理商客户，以及部分应收款收回风险相对较低的从事纺织服装加工的中小企业直销客户；发行人在保证回款安全的情况下，可能会对境内客户采取分期收款的模式，境内客户通常在发货前预付部分合同款项，剩余款项分期支付，分期期限一般不超过 18 个月，其中超过 12 个月的分期收款形成长期应收款；报告期内，除东莞诺华外，发行人长期应收款金额与销售模式、产品销售情况、合同约定等可以匹配；发行人对东莞诺华长期应收款金额与销售模式、产品销售情况可以匹配，与原合同约定不匹配，但无法收回的风险较小，因账龄已超过 3 年故公司对其长期应收款全额计提坏账准备；发行人长期应收款主要客户均正常经营，其中东莞诺华资金较为紧张，发行人预计相关款项可逐步收回，或可通过居间服务费抵扣，无法收回的风险较小；

⑥2022-2023 年度，发行人与台新融资以银行存款结算货款，自 2024 年起，经双方协商一致，变更为以银行承兑汇票为主、银行承兑汇票与银行存款相结合的付款方式，若该部分款项仍以原银行存款方式结算，发行人将增加销售商品、提供劳务收到的现金 3,994.97 万元，并相应增加购买商品、接受劳务支付的现金，

但总体预计对发行人现金流不造成重大不利影响；

⑦报告期内，发行人使用远期结售汇、外汇期权、外汇掉期等作为外汇管理工具；2021 年 3 月、2022 年 6 月、2023 年 6 月、2024 年 6 月，发行人董事会、监事会、股东会分别审议并通过了《关于开展远期结售汇及外汇期权等业务的议案》，授权发行人根据资产规模及日常经营业务需求，开展远期结售汇、外汇期权等业务，并对总额度作出了限制；发行人制定了《金融资产投资管理办法》，根据该制度，发行人财务部履行远期外汇业务具体投资事项，投资产品的买卖交易经财务总监审核，总经理审批后执行；报告期内，发行人使用相关外汇管理工具的内部控制制度健全，执行有效。

（二）说明对发行人收入真实性、收入确认准确性、应收账款和回款真实性采取的具体核查方式、核查过程，并发表明确意见

1、针对发行人“收入真实性、收入确认准确性”的核查

（1）核查程序

针对上述事项，申报会计师执行了包括但不限于以下核查程序：

①获取发行人与销售及收款相关的内控制度，并执行穿行测试和控制测试，判断内部控制是否得到有效的执行；

②访谈发行人销售和财务总监，了解销售业务流程和收入确认政策等情况，分析发行人收入确认政策是否符合《企业会计准则》规定；

③调查主要客户工商背景，核查主要客户工商基本信息及经营范围主营业务情况，分析是否存在真实的业务背景需求，核查客户与发行人是否存在关联关系；

④实施收入截止性测试，确认收入是否记录于恰当的会计期间，分析是否存在跨期调节收入的情形；

⑤实施收入细节测试，境外销售测试销售订单、销售出库单、报关单、提单、收款记录，境内销售测试销售订单、销售出库单、送货单、运输单、调试单、发票、收款记录，验证收入的真实性，核查是否存在未取得验收单据提前进行收入确认或通过调节验收单据时点调节收入的情形；

⑥对主要客户进行函证，函证当期发生额及期末余额，以核查客户收入真实性。函证样本的选取根据《审计准则第 1314 号——审计抽样和其他选取测试项目的方法》，充分考虑了重要性水平，兼顾重要性与随机性，对不同层级的应收账款和预收账款采用以下策略：按金额划分层级，余额高于实际执行重要性水平的层级全部发函，客户数量较多的层级每层采用随机抽样方法选取；营业收入采用以下策略：根据选取的应收账款、预收账款样本确定，同时对主要客户实施函证程序；

对报告期内发行人主要客户执行函证程序，基本情况如下：

单位：万元

项目	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
营业收入金额①	65,521.39	102,998.76	70,401.23	59,957.11
发函金额②	57,510.71	90,163.06	63,645.41	53,818.49
发函比例③=②/①	87.77%	87.54%	90.40%	89.76%
回函金额④	46,514.51	79,613.42	56,218.33	47,969.99
回函金额占发函金额比例⑤=④/②	80.88%	88.30%	88.33%	89.13%
回函金额占营业收入比例⑥=④/①	70.99%	77.30%	79.85%	80.01%
替代测试金额⑦	10,996.20	10,549.64	7,427.09	5,848.49
替代测试金额占比⑧=⑦/①	16.78%	10.24%	10.55%	9.75%
函证及替代测试合计确认比例⑨=⑥+⑧	87.77%	87.54%	90.40%	89.76%

对报告期内发行人主要代理商执行函证程序，基本情况如下：

单位：万元

项目	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
代理经销模式收入①	13,548.86	21,896.89	16,252.93	10,615.43
发函金额②	11,387.88	19,760.01	15,086.92	10,270.19
发函比例③=②/①	84.05%	90.24%	92.83%	96.75%
回函金额④	9,158.20	17,778.28	13,171.49	8,055.65
回函金额占发函金额比例⑤=④/②	80.42%	89.97%	87.30%	78.44%
回函金额占收入比例⑥=④/①	67.59%	81.19%	81.04%	75.89%
替代测试金额⑦	2,229.68	1,981.73	1,915.43	2,214.54
替代测试金额占比⑧=⑦/①	16.46%	9.05%	11.79%	20.86%

单位：万元

项目	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
函证及替代测试合计确认比例⑨=⑥+⑧	84.05%	90.24%	92.83%	96.75%

对报告期内发行人主要品牌商执行函证程序，基本情况如下：

单位：万元

项目	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
ODM 模式收入①	27,389.71	45,268.26	25,655.94	23,508.57
发函金额②	26,922.15	44,121.98	25,618.26	23,329.64
发函比例③=②/①	98.29%	97.47%	99.85%	99.24%
回函金额④	24,666.22	42,877.52	23,902.37	22,415.43
回函金额占发函金额比例⑤=④/②	91.62%	97.18%	93.30%	96.08%
回函金额占收入比例⑥=④/①	90.06%	94.72%	93.17%	95.35%
替代测试金额⑦	2,255.93	1,244.46	1,715.90	914.21
替代测试金额占比⑧=⑦/①	8.24%	2.75%	6.69%	3.89%
函证及替代测试合计确认比例⑨=⑥+⑧	98.29%	97.47%	99.85%	99.24%

针对未回函客户执行了替代测试，通过核查销售合同、销售出库单、送货单、调试单、报关单、提单等资料，确认相应收入的真实性、准确性与完整性；

⑦对报告期内发行人主要客户执行实地走访、视频访谈程序，实地走访过程中查看其生产经营和办公场所，查看产品的使用情况、库存情况；对主要客户实地走访、视频访谈情况如下：

单位：万元

项目	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
主营业务收入①	63,656.51	99,211.17	66,622.36	57,019.96
实地走访覆盖收入②	49,225.19	79,493.94	51,167.37	44,573.27
实地走访比例③=②/①	77.33%	80.13%	76.80%	78.17%
视频访谈覆盖收入④	830.76	798.55	505.87	1,038.43
视频访谈比例⑤=④/①	1.31%	0.80%	0.76%	1.82%
实地走访、视频访谈合计覆盖收入⑥=②+④	50,055.95	80,292.49	51,673.24	45,611.70
实地走访、视频访谈合计比例⑦=⑥/①	78.63%	80.93%	77.56%	79.99%

⑧对报告期内发行人主要代理商、品牌商执行实地走访、视频访谈程序，实地走访过程中查看其生产经营和办公场所，查看发行人产品的使用情况、库存情况；对主要代理商实地走访、视频访谈情况如下：

单位：万元

项目	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
代理经销模式收入①	13,548.86	21,896.89	16,252.93	10,615.43
实地走访覆盖收入②	9,470.60	16,264.29	11,371.81	7,034.55
实地走访比例③=②/①	69.90%	74.28%	69.97%	66.27%
视频访谈覆盖收入④	572.68	746.72	489.88	1,038.43
视频访谈比例⑤=④/①	4.23%	3.41%	3.01%	9.78%
实地走访、视频访谈合计覆盖收入⑥=②+④	10,043.28	17,011.01	11,861.69	8,072.98
实地走访、视频访谈合计比例⑦=⑥/①	74.13%	77.69%	72.98%	76.05%

对主要品牌商实地走访、视频访谈情况如下：

单位：万元

项目	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
ODM 模式收入①	27,389.71	45,268.26	25,655.94	23,508.57
实地走访覆盖收入②	25,840.92	42,511.36	23,576.29	21,915.89
实地走访比例③=②/①	94.35%	93.91%	91.89%	93.23%
视频访谈覆盖收入④	258.07	-	-	-
视频访谈比例⑤=④/①	0.94%	-	-	-
实地走访、视频访谈合计覆盖收入⑥=②+④	26,098.99	42,511.36	23,576.29	21,915.89
实地走访、视频访谈合计比例⑦=⑥/①	95.29%	93.91%	91.89%	93.23%

⑨对报告期内发行人主要代理商、品牌商的终端客户执行实地走访程序，实地走访过程中查看其生产经营和办公场所，查看发行人产品的使用情况、库存情况，获取主要代理商、品牌商的终端销售清单、终端销售合同/订单等穿透核查资料；对主要代理商的终端客户实地走访、终端销售穿透核查资料获取情况如下：

单位：万元

项目	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
代理经销模式收入①	13,548.86	21,896.89	16,252.93	10,615.43
终端销售清单覆盖收入②	9,071.82	15,690.69	10,514.60	6,095.98

单位：万元

项目	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
终端销售清单比例③=②/①	66.96%	71.66%	64.69%	57.43%
终端客户实地走访覆盖收入④	5,085.28	9,374.09	6,784.49	3,639.81
终端客户实地走访比例⑤=④/①	37.53%	42.81%	41.74%	34.29%
代理经销模式电脑刺绣机数量⑥	714	1,265	1,120	683
终端销售合同/订单覆盖数量⑦	222	391	278	129
终端销售合同/订单比例⑧=⑦/⑥	31.09%	30.91%	24.82%	18.89%
终端销售穿透资料合计比例⑨=③[注]	66.96%	71.66%	64.69%	57.43%

注：申报会计师向品牌商、代理商获取终端销售清单，通过实地走访、查验终端销售合同/订单等方式验证终端销售清单准确性，故终端销售穿透资料合计比例为终端销售清单比例，下同。

对主要品牌商的终端客户实地走访、终端销售穿透核查资料获取情况如下：

单位：万元

项目	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
ODM 模式收入①	27,389.71	45,268.26	25,655.94	23,508.57
终端销售清单覆盖收入②	22,573.81	40,634.14	20,578.94	20,341.69
终端销售清单比例③=②/①	82.42%	89.76%	80.21%	86.53%
终端客户实地走访覆盖收入④	11,078.48	20,296.88	8,973.09	9,542.76
终端客户实地走访比例⑤=④/①	40.45%	44.84%	34.97%	40.59%
ODM 模式电脑刺绣机数量⑥	1,725	2,785	1,682	1,565
终端销售合同/订单覆盖数量⑦	645	1,550	796	835
终端销售合同/订单比例⑧=⑦/⑥	37.39%	55.66%	47.32%	53.35%
终端销售穿透资料合计比例⑨=③	82.42%	89.76%	80.21%	86.53%

（2）核查结论

经核查，申报会计师认为：发行人收入真实，收入确认政策符合《企业会计准则》规定，收入确认准确。

2、针对发行人“应收账款和回款真实性”的核查

（1）核查程序

针对上述事项，申报会计师执行了包括但不限于以下核查程序：

①了解并获取了发行人与销售收款有关的内部控制制度，并执行穿行测试，测试相关内控制度的有效性；

②访谈了发行人总经理、销售部门负责人、财务总监，了解了发行人的销售政策、信用政策、款项收回情况，检查了发行人主要客户销售合同的合同条款及执行情况；

③获取了发行人应收账款明细表，核查期末应收账款主要客户的余额构成，结合收入确认时点检查账龄划分是否准确；抽取样本检查了主要客户销售回款相关的银行回单、银行承兑汇票等原始单据；

④获取并检查了应收票据台账，核查了应收票据的接收、背书、质押、兑付是否存在异常；

⑤针对报告期各期末主要应收账款（含长期应收款、一年内到期的长期应收款，下同）、主要客户及主要新增客户应收账款、随机抽取部分客户应收账款进行了函证，截至本反馈回复出具日，应收账款回函比例分别为 79.05%、86.00%、81.11%、80.92%，长期应收款（含一年内到期的长期应收款）回函比例分别为 91.23%、56.68%、77.99%、63.13%；对于回函不符的应收账款函证、长期应收款函证，执行进一步核查程序并编制函证差异调节表；对于未回函确认的客户执行了替代核查程序，包括检查销售合同、销售出库单、验收单、销售发票、期后收款单据等；

⑥获取发行人报告期各期末应收账款期后回款情况明细表，检查了主要客户期后回款的银行回单、银行承兑汇票等原始单据；对于期后未回款项，向发行人核实原因，查询公开信息了解客户是否存在经营异常的情况；

⑦获取了发行人应收账款账龄统计表及逾期情况明细表，以及逾期应收账款的期后回款情况，对于逾期款项、长账龄款项，向发行人核实原因，查询公开信息了解客户是否存在经营异常的情况；对主要逾期款项、长账龄款项相关客户进性了访谈；

⑧获取并查阅了同行业可比上市公司定期报告，并就坏账计提政策、坏账实际计提比例与发行人进行了对比分析，检查是否存在少提坏账准备的情况；

⑨通过检查银行询证函及《企业基本信用信息报告》，检查应收账款、应收票据是否已被质押或出售；

⑩通过国家企业信用信息公示系统、企查查、主要客户官网、公众公司客户公告、特易资讯、中信保报告等公开渠道查询主要客户资信情况；

⑪获取发行人第三方回款台账，与银行回单、银行对账单中的客户名称、汇款单位、汇款单位所在国家、汇款金额、汇款日期、币种等信息进行逐一核对；

⑫访谈发行人财务总监、销售部门负责人，了解第三方回款的原因；

⑬访谈发生第三方回款的主要客户，获取第三方回款确认函，了解客户与回款方的关系、第三方回款的具体原因，分析必要性及商业合理性；

⑭获取发行人主要客户、主要回款方的中信保报告，核查发行人及其实际控制人、控股股东、董监高等关键主体与主要客户、主要第三方回款单位及其关键主体是否存在关联关系或其他利益安排。

（2）核查结论

经核查，申报会计师认为：

报告期各期末，发行人应收账款由生产经营形成，应收账款余额真实、准确；报告期内发行人销售回款真实、准确；报告期内存在第三方回款的情况，均基于真实交易发生，具有必要性及商业合理性。

（三）《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》（以下简称《2 号指引》）2-12、2-13、2-15 的相关要求，对发行人第三方回款、境外销售、经销模式等情况进行核查，并发表明确意见

1、第三方回款

（1）核查程序

根据《2 号指引》相关要求，申报会计师执行了包括但不限于以下核查程序：

①获取报告期内发行人第三方回款台账，匹配发行人账面销售回款记录、银行对账单的交易对手方信息，复核第三方回款台账的完整性；

②查阅第三方回款相关的销售合同、报关单、提单、银行回单、客户邮件说明及付款沟通记录等资料，核查第三方支付货款相关的资金流、实物流与合同约定及商业实质是否一致；

③获取发行人、关键人员的报告期内银行流水，查阅大额银行流水收支情况，核查发行人、关键人员是否存在异常资金往来、是否存在通过第三方回款调节账龄的情形；

④访谈发行人财务总监、销售部门负责人，了解发行人发生第三方回款的原因，了解第三方回款占营业收入比例波动的原因；

⑤访谈发生第三方回款的主要客户，获取第三方回款确认函，了解客户与回款方的关系、第三方回款的具体原因，分析必要性及商业合理性；

⑥获取发行人实际控制人、主要股东、董监高调查表，以及关联方清单，获取报告期内主要第三方回款的支付方的中信保报告，核查第三方回款的支付方与发行人是否存在关联关系；

⑦获取发行人及其实际控制人、董监高或其他关联方的银行流水，核查是否与第三方回款的支付方存在资金往来；

⑧查阅国家外汇管理局网站、信用报告、裁判文书网、企查查等信息，核查报告期内发行人是否存在因客户第三方回款产生的违法违规事项，核查发行人是否存在与第三方回款相关的涉诉情况，是否存在因第三方回款导致的货款归属纠纷；

⑨查阅报告期内发行人的销售合同，核查销售合同中是否存在约定第三方付款的交易安排。

（2）核查结论

经核查，申报会计师认为：

序号	核查要求	核查情况
1	第三方回款的真实性，是否存在虚构交易或调节账龄的情形	报告期内，发行人第三方回款均基于真实交易产生，不存在虚构交易或调节账龄的情形
2	第三方回款形成收入占营业收入	报告期内，发行人第三方回款金额占当期营业收入的比例分别

序号	核查要求	核查情况
	的比例	为 23.78%、15.15%、15.28%和 13.28%，呈现下降趋势
3	第三方回款的原因、必要性及商业合理性	报告期内，发行人存在第三方回款的主要原因系： （1）部分客户所在国家（如印度、巴基斯坦等）对于直接采购进口生产设备予以贷款利息补贴、关税优惠等，其终端客户直接向发行人付款； （2）部分客户所在国家（如巴基斯坦、伊朗、埃及、摩洛哥等）因外汇管制存在结算不便利、额度限制、周期长等问题，客户指定具有跨境外汇支付能力的第三方付款； （3）部分客户基于支付便利、资金安排等考虑，由其控股股东、实际控制人及其亲属、同一控制下关联方、业务经办人员付款； （4）部分存在融资租赁需求的客户，因申请补贴政策要求，需与发行人签订销售合同，并与融资租赁公司签订售后回租协议，融资租赁公司根据风控要求直接向发行人支付款项。 发行人第三方回款符合自身经营模式、行业经营特点，具有必要性和商业合理性
4	发行人及其实际控制人、董事、监事（如有）、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	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
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	报告期内，发行人第三方回款主要系境外销售产生，其代付行为的商业合理性参见本题回复之“第三方回款的原因、必要性及商业合理性”，报告期内，发行人不存在因境外客户第三方回款产生的违法违规事项
6	报告期内是否存在因第三方回款导致的货款归属纠纷	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第三方付款，该交易安排是否具有合理原因	报告期内，发行人不存在签订合同时已明确约定由第三方付款的情形
8	资金流、实物流与合同约定及商业实质是否一致	报告期内，发行人第三方回款相关的销售合同、报关单、提单、银行回单、客户邮件说明及付款沟通记录等资料保存完整，根据发行人销售台账、银行流水可以追溯到相关原始凭证及付款人相关资料等，具有可验证性，相关资金流、实物流与商业实质一致

2、境外销售

（1）公司情况

①境外业务发展背景

全球电脑刺绣机主要产自中国、日本等国家。自中国加入 WTO 后，我国纺

织服装行业、电脑刺绣机行业迎来高速发展，经过多年积累，中国已成为世界主要的电脑刺绣机制造国，年产量跃居世界第一，约占世界总产量的 80%。随着近年来不断的研发创新、技术进步，中国电脑刺绣机在机头头数及转速、剪线稳定性、更换花样适应性、绣品品质、智能化控制水平等方面取得了较大提升，为境外业务的良好发展奠定了基础。

发行人在设立初期即重视境外市场开拓，自 2006 年开始获取印度订单，品牌影响力不断提升，未来将持续拓展境外业务，相关产品广泛应用于境内、境外市场。报告期内发行人已在印度、巴基斯坦和其他主要境外区域市场培育了稳定合作的客户。

②开展模式及合规性

A、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

发行人境外销售产品为电脑刺绣机，产品已取得 ISO 质量管理体系认证及欧盟 CE 认证。发行人已就其境外销售产品依法办理报关单位备案证明。报告期内不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。

B、境外业务采取的具体经营模式及商业合理性，不同模式下获取订单方式、定价原则、信用政策、利润空间及变化趋势等

a、经营模式及商业合理性

发行人境外业务主要采取 ODM、代理经销模式，主要依托品牌商、代理商拓展市场，发行人的主要品牌商、代理商通常在其所在国家享有较高知名度、占有较大的市场份额，发行人通过与其合作快速开拓国际市场，从而实现终端销售，具备商业合理性。

b、获取订单方式、定价原则

不同模式下发行人均与客户通过商务谈判方式获取订单，因产品以个性化定制为主，发行人通过核算各订单生产毛利率确定产品报价，保证全年生产毛利率

维持在一定水平，发行人境内外定价策略一致，不存在针对特定销售区域定价的情况。

c、信用政策

发行人根据与境外客户的合作情况、资信状况等制定不同的信用政策，通常要求境外客户发货前支付 0-30%的合同款项，境外客户向发行人支付全部款项后才可取得提单；同时发行人结合境外市场拓展及当地市场竞争情况，给予部分境外客户一定信用额度和信用期。

d、利润空间及变化趋势

报告期内，发行人境外销售收入分别为 30,687.06 万元、33,114.75 万元、52,797.46 万元和 33,975.37 万元，占主营业务收入的比例分别为 53.82%、49.71%、53.22%和 53.37%，收入呈现良好的增长趋势，境内外业务结构相对稳定。报告期内，发行人境外销售毛利率分别为 23.31%、22.34%、25.05%和 26.57%，整体呈现增长趋势。

C、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

a、结算方式、跨境资金流动情况、结换汇情况

报告期内，发行人与境外客户的结算方式主要为电汇、信用证，不存在针对特定业务模式采取不同结算方式的情况。发行人跨境资金流入主要为收取境外客户货款、海运费等，流出主要为支付海运费、出口信用保险费等。报告期内，发行人收付汇情况如下：

单位：万美元，万欧元

项目	币种	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
收汇	美元	4,603.14	7,805.96	4,543.73	4,623.66
	欧元	11.19	3.69	62.81	26.90
付汇	美元	126.43	199.89	99.65	305.13
	欧元	-	-	-	-

报告期内，发行人结换汇情况如下：

单位：万美元，万欧元

项目	币种	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
结汇	美元兑人民币	6,213.60	5,587.73	3,837.46	2,416.03
	欧元兑人民币	15.00	-	101.58	-
换汇	人民币兑美元	-	-	-	-
	人民币兑欧元	-	-	-	-

报告期内，发行人根据日常经营需要并结合汇率变动情况进行结换。

b、是否符合国家外汇及税务等相关法律法规的规定

经查询国家外汇管理局行政处罚信息公示窗口的外汇行政处罚信息栏，查阅浙江省信用中心对发行人及其子公司出具的《企业专项信用报告》，报告期内发行人无外汇及税务违规行政处罚记录。

报告期内，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，相关业务模式下的结算方式、跨境资金流动情况、结换汇情况符合国家外汇及税务等相关法律法规的规定，不存在受到国家外汇或税务等主管部门行政处罚的情形。

③业绩变动趋势

A、报告期内境外销售收入与成本结构情况及其变化原因，在区域集中度、销售及结算周期、主要客户及销售金额等方面的变动情况，境外销售规模变动趋势是否与境外相关产品的市场需求、境内相关产品出口情况等行业变动趋势一致

a、境外销售收入与成本结构情况及其变化原因

报告期内，发行人境外销售收入与成本占各期主营业务收入与成本的比例较为稳定，基本情况如下：

单位：万元

项目	2025 年 1-6 月		2024 年度		2023 年度		2022 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
境外销售收入	33,975.37	53.37%	52,797.46	53.22%	33,114.75	49.71%	30,687.06	53.82%
境外销售成本	24,947.02	52.65%	39,573.98	51.84%	25,717.00	48.11%	23,533.86	51.85%

b、区域集中度、销售及结算周期、主要客户及销售金额等方面的变动情况

报告期内，发行人境外销售主要区域相对集中，印度、巴基斯坦销售收入占境外销售收入的比例约 70%，其他国家销售占比显著低于印度、巴基斯坦，如韩国、阿联酋、越南、土耳其、柬埔寨、埃及、阿尔及利亚等，具体参见本反馈意见回复问题 4 之“二、（一）2、除印度、巴基斯坦外，其他境外地区的主要区域结构，境外销售区域的主要客户情况”。

发行人从签订销售订单到生产交货通常在 2-3 个月左右，通常要求境外客户发货前支付 0-30%的合同款项，境外客户向发行人支付全部款项后才可取得提单；同时发行人结合境外市场拓展及当地市场竞争情况，给予部分境外客户一定信用额度和信用期。2024 年以来，受发行人产能限制、下游市场需求增长影响，交货期增加，销售及回款周期相应增加，主要客户信用政策未发生显著变化。

报告期内，主要客户及销售金额的基本情况参见本回复问题 5 之“三、（一）说明发行人与前十大客户的具体合作情况，包括但不限于客户名称、类型、合作历史、合作模式、订单获取方式、各期销售产品类型、数量、金额等”。

c、境外销售规模变动趋势是否与境外相关产品的市场需求、境内相关产品出口情况等行业变动趋势一致

报告期内，发行人境外销售收入与我国刺绣机出口金额对比情况如下：

单位：亿元

项目	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
发行人境外销售收入①	3.40	5.28	3.31	3.07
我国刺绣机出口金额[注]②	33.81	48.64	34.75	33.47
占比③=①/②	10.06%	10.86%	9.53%	9.17%

注：数据来源为海关总署。

报告期内，发行人境外销售收入占我国刺绣机出口金额的比例较为稳定，发行人境外销售规模变动趋势与境外相关产品的市场需求、境内相关产品出口情况等行业变动趋势一致。

B、报告期内同类产品的境外与境内销售价格、毛利率是否存在明显差异及合理性

报告期内，境内外销售的主要产品类型存在差异，销售价格相应存在差异；

因成本结构不同，境内外销售毛利率存在一定差异，具体参见本回复问题 5 之“四、（二）说明境内外的定价策略和销售模式差异情况，境外销售毛利率高于境内的合理性”。

C、外销客户的基本情况，如向报告期各期前五名外销客户销售内容、销售金额与占比及变化原因，上述客户的成立时间、行业地位，与发行人及其关联方是否存在关联关系及资金往来，与发行人是否签订合同、框架协议及相关合同与协议的主要条款内容，发行人从上述客户获取订单的具体方式

发行人向外销客户销售电脑刺绣机及其配件，报告期各期前五名外销客户的销售金额与占比情况参见本回复问题 4 之“二、（一）2、除印度、巴基斯坦外，其他境外地区的主要区域结构，境外销售区域的主要客户情况”，销售金额变化原因参见本回复问题 5 之“三、（三）对于间接客户（代理经销商、代理直销商、融资租赁机构等），结合发行人与相关客户的合作历史、代理商的终端客户开拓和服务能力、代理商及融资租赁商自身经营稳定性情况、发行人产品占相关客户业务规模比例、主要服务市场变化趋势、终端客户的经营和需求变化情况等，说明与相关间接客户合作的稳定性，相关间接客户是否还与其他同类供应企业合作，发行人市场拓展是否对相关间接客户及其渠道存在依赖，并视情况完善风险揭示及重大事项提示”。

报告期各期前五名外销客户的成立时间、合同签订情况如下：

客户名称		成立时间	合同类型	主要条款
LIBERTY		2008 年	框架协议、销售合同	框架协议：约定客户主要经营地区、付款方式、销售返利政策（如有）、协议期限等； 销售合同：约定产品的规格、数量、价格，以及付款方式、交货方式等
M.RAMZAN 及其关联方	M.RAMZAN MACHINERY CO.	2018 年	框架协议、销售合同	
	M.RAMZAN SEWING MACHINE&SILKYARN	1992 年		
ALLIANCE		2004 年	框架协议、销售合同	
FUSAI 及其关联方	FUSAI TRADING CO.,LTD	2017 年	框架协议、销售合同	
	浙江阜赛缝纫设备贸易有限公司	2017 年		
OUBARI 及其关联方	OUBARI EGYPT	1996 年	框架协议、销售合同	
	OUBARI GULF	2001 年		

客户名称		成立时间	合同类型	主要条款
	OUBARI SYRIA	1991 年		
	OUBARI JORDAN	2008 年		
KARDES		2010 年	框架协议、销售合同	
IL PUNTO		2002 年	框架协议、销售合同	

发行人的主要外销客户行业地位较为突出，根据特易资讯、环球慧思统计数据，2022-2024 年，LIBERTY 分别系印度的第四大、第二大、第一大电脑刺绣机采购商，M.RAMZAN 及其关联方分别系巴基斯坦的第一大、第一大、第二大电脑刺绣机采购商。

发行人及其关联方与报告期各期前五名外销客户均不存在关联关系，均不存在与业务无关的资金往来，发行人通过商务谈判从上述客户获取订单。

④主要经营风险

A、发行人境外销售的主要国家和地区相关贸易政策是否发生重大不利变化，对发行人未来业绩是否会造成重大不利影响

报告期内，发行人境外销售主要区域相对集中，印度、巴基斯坦销售收入占境外销售收入的比例约 70%，上述国家的相关贸易政策尚未发生重大不利变化，未对发行人业绩造成重大不利影响。

考虑到全球政治、经济、社会形势发生变化，全球产业格局深度调整，国际贸易保护主义倾向有所抬头，贸易摩擦有所增加，不同国家的电脑刺绣机市场发展情况、竞争格局发生改变，主要外销客户所在国家的外汇储备与地缘性政治冲突等问题可能再次发生，发行人未来业绩存在一定的不确定性。发行人已在招股说明书“第三节 风险因素”之“一、（一）主要外销客户所在国家的外汇储备及地缘政治冲突风险”、“一、（二）贸易摩擦风险”中披露相关风险。

B、报告期内发行人出口主要结算货币的汇率是否稳定，汇兑损益对发行人业绩是否存在较大影响，发行人应对汇率波动风险的具体措施

报告期内，发行人境外销售主要以美元结算，2022 年美元汇率快速上涨，2023 年至今美元汇率相对稳定。报告期内，发行人汇兑损益金额分别为 758.90

万元、369.35 万元、392.05 万元和 6.87 万元，占各期归属于母公司股东净利润的比例分别为 14.43%、6.27%、3.28%和 0.08%，未对业绩造成重大影响。

报告期内，发行人灵活使用外汇期权、远期结售汇、外汇掉期等衍生金融产品对冲部分汇率波动风险。若未来美元汇率发生较大的波动，仍将对发行人业绩产生影响。

C、境外客户为知名企业且销售占比较高的，发行人在其同类供应商中的地位及可替代性，销售产品是否涉及相关客户核心生产环节，对相关客户是否存在重大依赖

报告期内，发行人主要境外客户 LIBERTY、M.RAMZAN 及其关联方行业地位较为突出，销售占比较高，其电脑刺绣机业务与发行人独家合作，不存在其他同类供应商。上述客户通过与发行人深度合作，分别成为在印度、巴基斯坦的电脑刺绣机主要品牌商，发行人通过与其合作快速开拓国际市场，双方分别发挥产品与技术优势、客户资源与销售渠道优势，实现互利共赢。上述客户采购发行人产品后直接销售，不进行其他生产环节。双方均存在其他可供选择的合作单位，发行人未对相关客户产生重大依赖。

D、是否存在境外客户指定上游供应商情况，收入确认方法是否符合企业会计准则的规定

报告期内，不存在境外客户指定上游供应商的情况。

发行人收入确认方法符合企业会计准则的规定，具体参见本回复问题 4 之“一、（三）说明代理直销、代理经销、公司直销、代理出口、ODM 销售的具体收入确认时点和依据，取得的具体收款凭证类型，结合相关业务流程、安装调试和售后服务等合同约定，说明相关收入确认的依据是否充分，是否符合行业惯例，发行人关于收入确认的内控措施及执行情况，相关收入确认政策与实际执行是否一致，与发行人应收款项金额和结构是否匹配”。

⑤境外销售真实性

A、报告期各期发行人海关报关数据、出口退税及信用保险公司数据、结汇及汇兑损益波动数据、物流运输记录、发货验收单据、境外销售费用等与境外销

售收入的匹配性

a、海关报关数据、出口退税及信用保险公司数据、物流运输记录与境外销售收入的匹配情况

报告期各期发行人海关报关数据、出口退税及信用保险公司数据、物流运输记录与境外销售收入的匹配情况参见本回复问题 4 之“二、（三）说明境外销售中，合同订单、运输记录、运费、出口报关、出口退税、回款记录等与发行人境外销售的匹配性”。

b、结汇及汇兑损益波动数据与境外销售收入的匹配情况

发行人与境外客户的结算方式主要通过电汇、信用证，结汇情况参见本回复问题 4 之“四、（三）2、（1）②C、a、结算方式、跨境资金流动情况、结换汇情况”，发行人境外销售主要以美元结算，因美元汇率波动而产生汇兑损益，报告期内，发行人汇兑损益金额分别为 758.90 万元、369.35 万元、392.05 万元和 6.87 万元。报告期内，发行人根据日常经营需要并结合汇率变动情况进行结汇，汇兑损益受报告期内汇率变动及外汇余额变动影响，具有合理性，结汇及汇兑损益波动数据与境外销售收入不存在直接匹配关系。

c、发货验收单据与境外销售收入的匹配情况

发行人直接出口或销售给出口代理企业时，以报关单、提单作为收入确认依据，发行人销售给外贸企业时，以签收单作为收入确认依据，发行人发货验收单据与境外销售收入具有匹配性。

d、境外销售费用与境外销售收入的匹配情况

报告期内，发行人和境外销售有关的费用主要系相关人员工资、居间服务费、展会费、业务招待费等，境外销售费用与境外销售收入基本匹配，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
境外销售费用	345.37	813.53	615.46	479.49
境外销售收入	33,975.37	52,797.46	33,114.75	30,687.06
占比	1.02%	1.54%	1.86%	1.56%

⑥在境外设立子公司开展经营业务

报告期内，发行人不存在在境外设立子公司开展经营业务的情况。报告期内，发行人在新加坡、越南设立子公司，新加坡信胜用于股权投资，未开展经营业务；越南信胜于 2024 年 5 月注销，成立后至注销前亦未开展经营业务。

（2）核查程序

根据《2 号指引》相关要求，申报会计师执行了包括但不限于以下核查程序：

①访谈发行人销售部门负责人、境外销售业务经理，查阅行业报告等资料，了解发行人境外业务发展背景、主要模式及合理性、获取订单方式、定价原则、信用政策、结算方式、销售及结算周期、发行人与主要客户的合作历史及合作模式、从事相关业务所必须的法律法规规定的资质或许可等；

②查阅发行人境外销售合同，获取资金支付明细、结换汇明细和出口退税明细，了解发行人与客户的结算方式、资金支付及流动情况、结换汇情况、出口退税的具体税收优惠情况等；

③获取报告期内发行人收入成本明细表，分析发行人境外销售收入与成本构成情况及变化原因，分析境外主要客户和销售金额的变动情况，分析发行人境外销售各区域收入实现情况，分析境外与境内销售价格、毛利率的合理性，分析发行人向报告期各期前五名外销客户的销售内容、销售金额与占比及变化原因；

④获取报告期内发行人收汇明细账、付汇明细账、结汇明细账，了解跨境资金流动情况、结汇情况；

⑤查阅发行人相关资质、许可及认证证书，核查发行人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；

⑥查阅国家外汇管理局行政处罚信息、浙江信用中心对发行人及其子公司出具的《企业专项信用报告》，核查报告期内发行人是否存在外汇及税务违规行政处罚情况；

⑦查阅主要境外客户的中信保报告，了解主要境外客户的成立时间，核查与发行人及其关联方是否存在关联关系，查阅特易资讯、环球慧思等统计数据，了解主要境外市场竞争格局，了解主要境外客户的行业地位，查阅发行人与主要境

外客户签订的框架协议、销售合同，了解主要条款内容及其执行情况；

⑧获取发行人及其控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员、关键岗位人员及其他关联方的银行流水，核查其是否存在与境外客户之间的资金往来；

⑨查阅中国商务部、央视网等公开信息，访谈发行人的印度、巴基斯坦客户，了解巴基斯坦外汇储备情况，了解印度、巴基斯坦冲突情况；

⑩获取报告期内发行人海关报关数据、出口退税数据、结汇及汇兑损益波动数据、包干费台账、境外销售费用等与境外销售收入相关的主要数据，并与境外销售收入进行匹配，分析相关数据的匹配性及变动原因；

⑪对报告期内发行人主要境外客户执行实地走访、视频访谈程序，实地走访过程中查看其生产经营和办公场所，查看产品的使用情况、库存情况，基本情况如下：

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①	33,975.37	52,797.46	33,114.75	30,687.06
实地走访覆盖收入②	27,175.54	43,927.47	25,535.57	25,447.13
实地走访比例③=②/①	79.99%	83.20%	77.11%	82.92%
视频访谈覆盖收入④	830.76	798.55	505.87	1,038.43
视频访谈比例⑤=④/①	2.45%	1.51%	1.53%	3.38%
实地走访、视频访谈合计覆盖收入⑥=②+④	28,006.30	44,726.02	26,041.44	26,485.56
实地走访、视频访谈合计比例⑦=⑥/①	82.43%	84.71%	78.64%	86.31%

⑫对报告期内发行人主要境外代理商、品牌商的终端客户执行实地走访程序，实地走访过程中查看其生产经营和办公场所，查看发行人产品的使用情况、库存情况，获取主要代理商、品牌商的终端销售清单、终端销售合同/订单等穿透核查资料，基本情况如下：

单位：万元

项目	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
境外销售 ODM、代理经销模式收入①	32,557.04	52,316.96	32,362.98	29,596.01

单位：万元

项目	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
终端销售清单覆盖收入②	23,284.99	41,612.47	21,823.68	21,909.67
终端销售清单比例③=②/①	71.52%	79.54%	67.43%	74.03%
终端客户实地走访覆盖收入④	11,078.48	20,296.88	9,554.37	10,298.81
终端客户实地走访比例⑤=④/①	34.03%	38.80%	29.52%	34.80%
境外销售 ODM、代理经销模式电脑刺绣机数量⑥	2,161	3,476	2,398	2,071
终端销售合同/订单覆盖数量⑦	645	1,550	817	878
终端销售合同/订单比例⑧=⑦/⑥	29.85%	44.59%	34.07%	42.39%
终端销售穿透资料合计比例⑨=③[注]	71.52%	79.54%	67.43%	74.03%

注：申报会计师向品牌商、代理商获取终端销售清单，通过实地走访、查验终端销售合同/订单等方式验证终端销售清单准确性，故终端销售穿透资料合计比例为终端销售清单比例。

⑬对报告期内发行人主要境外客户执行函证程序，基本情况如下：

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①	33,975.37	52,797.46	33,114.75	30,687.06
发函金额②	31,066.32	49,282.46	31,778.72	29,945.44
发函比例③=②/①	91.44%	93.34%	95.97%	97.58%
回函金额④	25,463.78	45,943.43	27,670.95	26,729.51
回函金额占发函金额比例⑤=④/②	81.97%	93.22%	87.07%	89.26%
回函金额占境外销售收入比例⑥=④/①	74.95%	87.02%	83.56%	87.10%
替代测试金额⑦	5,602.54	3,339.03	4,107.77	3,215.93
替代测试金额占比⑧=⑦/①	16.49%	6.32%	12.40%	10.48%
函证及替代测试合计确认比例⑨=⑥+⑧	91.44%	93.34%	95.97%	97.58%

（3）核查结论

经核查，申报会计师认为：报告期内，发行人境外销售业务合规，境外销售收入真实、准确、完整，收入确认符合企业会计准则的规定，境外销售业务发展

趋势对发行人持续经营能力不会构成重大不利影响。

3、经销模式

报告期内，公司销售模式包括代理销售（代理直销及代理经销）、公司直销、ODM 等，无经销商模式，但 ODM、代理经销模式下，发行人分别与品牌商、代理商签订销售合同，品牌商、代理商通过其自身销售渠道完成终端销售，故将上述两类销售模式比照经销模式进行核查。

（1）公司情况

①关于经销商模式商业合理性

报告期内，发行人境内销售存在代理经销模式。由于下游客户通常经营规模较小、数量较多、分布较为分散，发行人内销业务主要依托代理商开展，发行人的主要境内代理商通常长期从事刺绣机售后维修工作，因刺绣机属于下游客户重大固定资产投资，下游客户因经营规模较小其刺绣机的采购通常具有数量少和偶发性特点，而代理商深耕区域市场、与下游客户联系较为密切，故代理商积累了较为丰富的客户资源，对当地客户分布和需求较为了解，发行人通过与其合作深度挖掘市场需求、提升销售效率。

报告期内，发行人境外销售存在 ODM、代理经销模式。由于境外市场范围广阔，不同国家或地区的市场开拓成本较高，发行人外销业务主要依托品牌商、代理商开展，发行人的主要品牌商、代理商通常在其所在国家享有较高知名度、占有较大的市场份额，发行人通过与其合作快速开拓国际市场。

②关于经销商模式内控制度合理性及运行有效性

发行人制定了《内贸业务管理办法》《外贸业务管理办法》等制度，针对销售报价管理、销售订单管理、发货及收款管理等制定了管理制度，并按照相关管理制度执行，发行人内控制度设置具有合理性，截至本回复出具日，相关内控制度有效运行。

③关于经销收入确认、计量原则

发行人与品牌商、代理商的合作方式是买断式销售，不同销售模式下的收入

确认、计量原则参见本回复问题 4 之“一、（三）1、说明代理直销、代理经销、公司直销、代理出口、ODM 销售的具体收入确认时点和依据，取得的具体收款凭证类型，结合相关业务流程、安装调试和售后服务等合同约定，说明相关收入确认的依据是否充分，是否符合行业惯例”，符合企业会计准则的规定，与同行业可比公司不存在显著差异。

④关于经销商构成及稳定性

A、不同类别、不同层级经销商数量、销售收入及毛利占比变动原因及合理性

报告期内，发行人对品牌商、代理商进行统一管理，未对其进行层级分类。报告期内，品牌商、代理商数量、销售收入、毛利情况如下：

单位：家，万元

类别	2025 年 1-6 月			2024 年度			2023 年度			2022 年度		
	数量	销售收入	毛利	数量	销售收入	毛利	数量	销售收入	毛利	数量	销售收入	毛利
品牌商	19	27,389.71	6,603.80	26	45,268.26	10,692.42	20	25,655.94	5,172.10	17	23,508.57	5,018.00
代理商	36	13,548.86	3,874.97	49	21,896.89	5,780.29	54	16,252.93	3,748.38	33	10,615.43	2,553.97

报告期各期，ODM、代理经销模式下的销售收入占当期主营业务收入的比例分别为 59.85%、62.91%、67.70%和 64.31%，毛利占当期主营业务毛利的比例分别为 65.10%、67.76%、72.02%和 64.40%，均处在较高水平且基本稳定，具有合理性。

B、新增、退出经销商数量，销售收入及毛利占比，新增、退出经销商销售收入及毛利占比合理性，新设即成为发行人主要经销商的原因及合理性

单位：家，万元

项目[注]	2025 年 1-6 月			2024 年度			2023 年度			2022 年度		
	数量	销售收入	毛利	数量	销售收入	毛利	数量	销售收入	毛利	数量	销售收入	毛利
品牌商、代理商合计	55	40,938.57	10,478.77	75	67,165.15	16,472.71	74	41,908.87	8,920.48	50	34,124.00	7,571.97
当期增加	15	807.61	248.74	31	1,994.07	729.73	37	1,244.85	400.37	/	/	/
当期减少	35	2,082.84	717.51	30	1,026.80	346.84	13	393.02	131.83	/	/	/

注：当期增加品牌商、代理商销售收入、毛利为当期金额，当期减少品牌商、代理商销售收入、毛利为上期金额。

报告期内，发行人与主要品牌商、代理商合作较为稳定，各期增加、减少的品牌商、代理商的销售收入、毛利规模较小。2023 年度、2024 年度和 2025 年 1-6 月，ODM、代理经销模式下，当期增加品牌商、代理商销售收入占当期上述销售模式主营业务收入的比例分别为 2.97%、2.97%和 1.97%，毛利占当期上述销售模式主营业务毛利的比例分别为 4.49%、4.43%和 2.37%；当期减少品牌商、代理商的上期销售收入占上期上述销售模式主营业务收入的比例分别为 1.15%、2.45%和 3.10%，上期毛利占上期上述销售模式主营业务毛利的比例分别为 1.74%、3.89%和 4.36%，占比较低，具有合理性。

主要品牌商、代理商与发行人初始合作时间、合作背景参见本回复问题 5 之“三、（三）对于间接客户（代理经销商、代理直销商、融资租赁机构等），结合发行人与相关客户的合作历史、代理商的终端客户开拓和服务能力、代理商及融资租赁商自身经营稳定性情况、发行人产品占相关客户业务规模比例、主要服务市场变化趋势、终端客户的经营和需求变化情况等，说明与相关间接客户合作的稳定性，相关间接客户是否还与其他同类供应企业合作，发行人市场拓展是否对相关间接客户及其渠道存在依赖，并视情况完善风险揭示及重大事项提示”。报告期内，LIBERTY 新设即成为发行人主要品牌商，主要原因系其实际控制人早期以个人为主体与发行人合作，其经营服装面料加工厂，系发行人产品的使用厂商，因认可发行人产品品质、看好发行人业务发展，实际控制人设立 LIBERTY 并选择成为发行人的品牌商；境内代理商存在新设即成为发行人主要代理商的情况，主要原因系其实际控制人早期以个人为主体与发行人合作，发行人经营过程中考虑代理商合作规范性要求其成立有限责任公司或个体工商户开展合作，包括信扬智能及其关联方、信友智能及其关联方、众信机械、怡之沐机械及其关联方等，具有合理性。

C、主要经销商销售收入及毛利占比，变动原因及合理性，经销商向发行人采购规模是否与其自身业务规模不匹配

ODM、代理经销模式下，报告期各期前五大品牌商、代理商合作情况如下：

单位：万元

序号	客户名称	2025 年 1-6 月				2024 年度				2023 年度				2022 年度			
		销售收入	销售收入占比	毛利	毛利占比	销售收入	销售收入占比	毛利	毛利占比	销售收入	销售收入占比	毛利	毛利占比	销售收入	销售收入占比	毛利	毛利占比
1	LIBERTY	12,147.45	29.67%	2,644.88	25.24%	19,242.21	28.65%	4,165.26	25.29%	11,655.87	27.81%	2,008.55	22.52%	8,840.47	25.91%	1,838.77	24.28%
2	M.RAMZAN 及其关联方	8,556.97	20.90%	2,103.38	20.07%	16,096.51	23.97%	3,732.60	22.66%	5,090.86	12.15%	1,016.30	11.39%	8,970.68	26.29%	1,648.20	21.77%
3	信扬智能及其关联方	3,900.09	9.53%	964.06	9.20%	6,672.03	9.93%	1,459.89	8.86%	3,864.25	9.22%	710.67	7.97%	1,289.93	3.78%	192.39	2.54%
4	信友智能及其关联方	3,453.67	8.44%	863.43	8.24%	4,435.66	6.60%	973.28	5.91%	2,902.12	6.92%	473.66	5.31%	1,029.94	3.02%	102.95	1.36%
5	ALLIANCE	2,716.70	6.64%	722.58	6.90%	3,505.63	5.22%	946.3	5.74%	2,602.53	6.21%	543.95	6.10%	2,064.36	6.05%	473.89	6.26%
6	KARDES	727.10	1.78%	170.22	1.62%	980.19	1.46%	211.47	1.28%	1,240.65	2.96%	281.02	3.15%	1,581.06	4.63%	391.92	5.18%
合计		**31,501.99**	**76.95%**	**7,468.54**	**71.27%**	**50,932.22**	**75.83%**	**11,488.81**	**69.74%**	**27,356.28**	**65.28%**	**5,034.14**	**56.43%**	**23,776.44**	**69.68%**	**4,648.12**	**61.39%**

报告期内，上述品牌商、代理商销售收入及毛利占比存在一定波动，主要原因参见本回复问题 5 之“三、（三）1、发行人与间接客户的合作历史、代理商的终端客户开拓和服务能力、代理商及融资租赁商自身经营稳定性情况、发行人产品占相关客户业务规模比例、主要服务市场变化趋势、终端客户的经营和需求变化情况等”，具有合理性。

报告期内，上述品牌商、代理商向发行人采购规模与其自身销售规模对比如下：

序号	客户名称	向发行人采购规模（万元）				客户销售规模[注]	匹配情况
		2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度		
1	LIBERTY	12,147.45	19,242.21	11,655.87	8,840.47	报告期内约为 1,500-3,500 万美元/年	基本匹配
2	M.RAMZAN 及其关联方	8,556.97	16,096.51	5,090.86	8,970.68	报告期内约为 5,000-7,500 万美元/年	该品牌商同时经营缝纫机及缝制机械配件等其他业务，仅向发行人采购电脑刺绣机及部分配件，故销售规模明显大于向发行人采购规模
3	信扬智能及其关联方	3,900.09	6,672.03	3,864.25	1,289.93	报告期各期分别为 2,000-3,000 万元、6,000-7,000 万元、9,000-10,000 万元和 5,000-6,000 万元	该代理商同时经营附加装置及配件等其他业务，主要向相关供应商直接采购，故销售规模大于向发行人采购规模
4	信友智能及其关联方	3,453.67	4,435.66	2,902.12	1,029.94	报告期各期分别为 1,000-2,000 万元、4,000-5,000 万元、6,000-7,000 万元和 5,000-6,000 万元	该代理商同时经营附加装置及配件等其他业务，主要向相关供应商直接采购，故销售规模大于向发行人采购规模
5	ALLIANCE	2,716.70	3,505.63	2,602.53	2,064.36	报告期内约为 400-600 万美元/年	基本匹配
6	KARDES	727.10	980.19	1,240.65	1,581.06	报告期内约为 200-300 万美元/年	基本匹配
合计		**31,501.99**	**50,932.22**	**27,356.28**	**23,776.44**	/	/

注：品牌商、代理商销售规模为含税金额。

综上，LIBERTY、ALLIANCE、KARDES 等客户向发行人采购规模与其销售规模基本匹配，M.RAMZAN 及其关联方、信扬智能及其关联方、信友智能及其关联方等客户因经营其他业务使得销售规模大于其向发行人采购规模。

D、经销商是否存在个人等非法人实体，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，代理经销模式下，存在 2 家代理商为非法人实体，主要原因系境外终端客户由于商务谈判不便，委托境内个人作为代理商向发行人采购产品，各期销售收入分别为 3.19 万元、0.00 万元、2.47 万元和 0.00 万元，各期毛利分别为 0.51 万元、0.00 万元、0.70 万元和 0.00 万元，占代理经销模式销售收入、毛利的比例较低，与同行业可比公司不存在显著差异。

⑤关于经销商与发行人关联关系及其他业务合作

A、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、与发行人合作历史等

报告期内，发行人主要品牌商、代理商的主营业务、与发行人合作历史等情况参见本回复问题 5 之“三、（三）对于间接客户（代理经销商、代理直销商、融资租赁机构等），结合发行人与相关客户的合作历史、代理商的终端客户开拓和服务能力、代理商及融资租赁商自身经营稳定性情况、发行人产品占相关客户业务规模比例、主要服务市场变化趋势、终端客户的经营和需求变化情况等，说明与相关间接客户合作的稳定性，相关间接客户是否还与其他同类供应企业合作，发行人市场拓展是否对相关间接客户及其渠道存在依赖，并视情况完善风险揭示及重大事项提示”。

ODM、代理经销模式下，报告期各期前五大品牌商、代理商的注册资本、注册地址、成立时间、经营范围、股东、核心管理人员、员工人数等情况如下：

品牌商、代理商名称		类别	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
LIBERTY		品牌商	300 万印度卢比	印度	2008 年	刺绣机械进口与贸易	MADHURIBEN DILIPBHAI LATHIYA、PARESHBHAI JADAVBHAI LATHIYA 等	PARESHBHAI JADAVBHAI LATHIYA、JAYANTIBHAI POPATBHAI LATHIYA 等	45
M.RAMZAN 及其关联方	M.RAMZAN MACHINERY CO.	品牌商	6,500 万巴基斯坦卢比	巴基斯坦	2018 年	工业缝制机械进口与贸易	未披露	MUHAMMAD RAMZAN、MUHAMMAD ZEESHAN 等	29
	M.RAMZAN SEWING MACHINE&SILKYARN		8,000 万巴基斯坦卢比	巴基斯坦	1992 年	工业缝制机械进口与贸易	MUHAMMAD RAMZAN	MUHAMMAD RAMZAN	18

品牌商、代理商名称		类别	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
信扬智能及其关联方	汕头市信扬智能缝制设备有限公司	代理商	210 万元人民币	广东省汕头市	2017 年	销售：缝制设备及零配件、刺绣制品、花边制品、纺织品、皮革制品、服装及辅料、服饰材料；缝制设备的安装、加工、维修及售后服务；加工：刺绣制品、花边制品、纺织品、皮革制品、服装及辅料、服饰材料；缝制设备的租赁；劳务服务；商品信息资询；贸易经纪代理（寄卖）	孙情、刘负力	孙情、刘负力	20
	汕头市鸿科刺绣机械有限公司		210 万元人民币	广东省汕头市	2024 年	一般项目：缝制机械销售；纺织专用设备销售；机械设备销售；针纺织品销售；针纺织品及原料销售；工艺美术品及礼仪用品销售（象牙及其制品除外）；皮革制品销售；服装辅料销售；普通机械设备安装服务；专用设备修理；绣花加工；面料纺织加工；皮革鞣制加工；毛皮鞣制加工；服装辅料制造；服装制造；工艺美术品及礼仪用品制造（象牙及其制品除外）；机械设备租赁；租赁服务（不含许可类租赁服务）；劳务服务（不含劳务派遣）；贸易经纪；国内贸易代理；寄卖服务；信息技术咨询服务；信息咨询服务（不含	深圳市鸿之扬科技有限公司、刘负力等	刘负力、孙情	

品牌商、代理商名称		类别	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
						许可类信息咨询服务）			
信友智能及其关联方	汕头市信友智能缝制设备有限公司	代理商	10 万元人民币	广东市汕头市	2022 年	一般项目：缝制机械销售；服装服饰批发；服装辅料销售；金属工具销售；针纺织品销售；皮革制品销售；箱包销售；机械设备销售；机械设备租赁；贸易经纪；国内贸易代理；销售代理；专用设备修理；电子、机械设备维护（不含特种设备）；商务代理代办服务；普通机械设备安装服务；信息咨询服务（不含许可类信息咨询服务）	陈静、包道庆	陈静、包道庆等	12
	深圳市信友智能缝制设备有限公司		100 万元人民币	广东省深圳市	2021 年	缝制机械销售；服装辅料销售；金属工具销售；针纺织品销售；皮革制品销售；箱包销售；机械设备租赁；商务信息咨询（不含投资类咨询）；国内贸易代理；服装服饰批发	陈静、包道庆	陈静、包道庆	
ALLIANCE		品牌商	7.23 万美元	印度	2004 年	纺织工业机械、缝制机械、针织机械批发	KRISHNA PRATAP SINGH	KRISHNA PRATAP SINGH	27
KARDES		代理商	150 万土耳其里拉	土耳其	2010 年	以机械为主的产品贸易	M. R. YARAN	M. R. YARAN	13

注：境内代理商信息来源于国家企业信用信息公示系统，其中员工人数来源于访谈；境外品牌商、代理商信息来源于中信保报告。

B、发行人及其控股股东、实际控制人、董事、监事（如有）、高级管理人员、关键岗位人员及其他关联方与经销商、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发行人名称或商标），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

报告期内，存在发行人前员工在代理商中任职或持有权益的情形，具体情况为：a、诸暨市建永绣花机维修服务部的经营者阮伟鹏曾为发行人销售服务部技术员，于 2018 年离职；b、诸暨市潇绍绣花机经营部的经营者邵理国曾为发行人销售服务部技术员，于 2018 年离职，因其自身业务拓展不佳且看好公司未来发展，于 2023 年 11 月停止经营电脑刺绣机居间及维修业务，入职信胜科技；c、新都区精准缝纫设备经营部的经营者伍小刚曾为发行人销售服务部技术员，于 2021 年离职；d、诸暨市新豪绣花机维修部的经营者阮新星曾为发行人销售服务部技术员，于 2019 年离职。

报告期内，发行人与上述前员工代理商发生的合作金额（代理直销模式下收入）分别为 423.82 万元、2,196.60 万元、957.99 万元和 728.87 万元，占各期主营业务收入比例分别为 0.74%、3.30%、0.97%和 1.15%，占比较小，2023 年金额较大的主要原因系与建永服务部长期合作的部分终端客户因业务需要更新迭代生产设备而进行较大规模采购。ODM、代理经销模式下，不存在相关前员工设立品牌商、代理商的情况。

除上述情形外，发行人及其控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员、关键岗位人员及其他关联方与品牌商、代理商及其终端客户之间不存在关联关系或其他利益安排，不存在其他特殊关系或业务合作，不存在非经营性资金往来。

C、经销商持股的原因，入股价格是否公允，资金来源，发行人及其关联方是否提供资助

报告期内，不存在品牌商、代理商持有发行人股份的情况。

D、经销商是否专门销售发行人产品

报告期内，主要品牌商、代理商的电脑刺绣机销售业务通常仅与发行人合作，少数与其他电脑刺绣机品牌厂商合作，具体参见本回复问题 5 之“三、（三）对于间接客户（代理经销商、代理直销商、融资租赁机构等），结合发行人与相关客户的合作历史、代理商的终端客户开拓和服务能力、代理商及融资租赁商自身经营稳定性情况、发行人产品占相关客户业务规模比例、主要服务市场变化趋势、终端客户的经营和需求变化情况等，说明与相关间接客户合作的稳定性，相关间接客户是否还与其他同类供应企业合作，发行人市场拓展是否对相关间接客户及其渠道存在依赖，并视情况完善风险揭示及重大事项提示”。

E、关联经销商销售收入、毛利及占比，销售价格和毛利率与非关联经销商是否存在显著差异

报告期内，ODM、代理经销模式下，发行人与品牌商、代理商不存在关联关系。

⑥关于经销商模式经营情况分析

A、经销商模式销售收入及占比、毛利率，与同行业可比公司是否存在显著差异

报告期内，ODM、代理经销模式销售收入及占比、毛利率情况如下：

单位：万元

销售模式	2025 年 1-6 月			2024 年度			2023 年度			2022 年度		
	销售收入	占比	毛利率	销售收入	占比	毛利率	销售收入	占比	毛利率	销售收入	占比	毛利率
ODM	27,389.71	43.03%	24.11%	45,268.26	45.63%	23.62%	25,655.94	38.51%	20.16%	23,508.57	41.23%	21.35%
代理经销	13,548.86	21.28%	28.60%	21,896.89	22.07%	26.40%	16,252.93	24.40%	23.06%	10,615.43	18.62%	24.06%
合计	**40,938.57**	**64.31%**	**25.60%**	**67,165.15**	**67.70%**	**24.53%**	**41,908.87**	**62.91%**	**21.29%**	**34,124.00**	**59.85%**	**22.19%**

同行业可比公司中，杰克股份、上工申贝、标准股份和中捷资源等均存在经销模式，因发行人以定制化的电脑刺绣机为主，同行业可比公司以标准化的平缝机、包缝机、绷缝机等通用缝制设备为主，毛利率存在一定差异。

B、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；不同模式、不同区域、不同类别经销商销售价格、毛利率存在显著差异的原因及合理性

报告期内，不同销售模式下品牌商、代理商销售的产品数量、销售价格、销售收入及占比、毛利及占比、毛利率情况如下：

销售模式	2025 年 1-6 月						
	销售数量[注 1]	销售价格（万元/台）	销售收入（万元）	销售收入占比	毛利（万元）	毛利占比	毛利率
ODM（品牌商）	1,725	15.88	27,389.71	43.03%	6,603.80	40.59%	24.11%
代理经销（代理商）	714	18.98	13,548.86	21.28%	3,874.97	23.81%	28.60%
其他销售模式[注 2]	674	33.71	22,717.94	35.69%	5,792.51	35.60%	25.50%
销售模式	2024 年度						
	销售数量	销售价格（万元/台）	销售收入（万元）	销售收入占比	毛利（万元）	毛利占比	毛利率
ODM（品牌商）	2,785	16.25	45,268.26	45.63%	10,692.42	46.75%	23.62%
代理经销（代理商）	1,265	17.31	21,896.89	22.07%	5,780.29	25.27%	26.40%
其他销售模式	1,133	28.28	32,046.02	32.30%	6,398.27	27.98%	19.97%
销售模式	2023 年度						
	销售数量	销售价格（万元/台）	销售收入（万元）	销售收入占比	毛利（万元）	毛利占比	毛利率
ODM（品牌商）	1,682	15.25	25,655.94	38.51%	5,172.10	39.29%	20.16%
代理经销（代理商）	1,120	14.51	16,252.93	24.40%	3,748.38	28.47%	23.06%
其他销售模式	915	27.01	24,713.48	37.09%	4,244.59	32.24%	17.18%
销售模式	2022 年度						
	销售数量	销售价格（万元/台）	销售收入（万元）	销售收入占比	毛利（万元）	毛利占比	毛利率
ODM（品牌商）	1,565	15.02	23,508.57	41.23%	5,018.00	43.14%	21.35%
代理经销（代理商）	683	15.54	10,615.43	18.62%	2,553.97	21.96%	24.06%
其他销售模式	775	29.54	22,895.96	40.15%	4,059.82	34.90%	17.73%

注 1：销售数量为电脑刺绣机数量，下同；

注 2：其他销售模式包括代理直销、公司直销、出口代理模式等，下同。

报告期内，ODM、代理经销模式下，不同区域的产品数量、销售价格、销售收入及占比、毛利及占比、毛利率情况如下：

销售区域（销售模式）	2025 年 1-6 月						
	销售数量	销售价格（万元/台）	销售收入（万元）	销售收入占比	毛利（万元）	毛利占比	毛利率
境外（ODM、代理经销）	2,161	15.07	32,557.04	79.53%	8,389.03	80.06%	25.77%
境内（代理经销）	278	30.15	8,381.53	20.47%	2,089.74	19.94%	24.93%
销售区域（销售模式）	2024 年度						
	销售数量	销售价格（万元/台）	销售收入（万元）	销售收入占比	毛利（万元）	毛利占比	毛利率
境外（ODM、代理经销）	3,476	15.05	52,316.96	77.89%	13,072.60	79.36%	24.99%
境内（代理经销）	574	25.87	14,848.19	22.11%	3,400.11	20.64%	22.90%
销售区域（销售模式）	2023 年度						
	销售数量	销售价格（万元/台）	销售收入（万元）	销售收入占比	毛利（万元）	毛利占比	毛利率
境外（ODM、代理经销）	2,398	13.50	32,362.99	77.22%	7,136.85	80.01%	22.05%
境内（代理经销）	404	23.63	9,545.89	22.78%	1,783.63	19.99%	18.68%
销售区域（销售模式）	2022 年度						
	销售数量	销售价格（万元/台）	销售收入（万元）	销售收入占比	毛利（万元）	毛利占比	毛利率
境外（ODM、代理经销）	2,071	14.29	29,596.01	86.73%	6,917.25	91.35%	23.37%
境内（代理经销）	177	25.58	4,527.99	13.27%	654.72	8.65%	14.46%

报告期内，发行人 ODM、代理经销模式下的销售收入、毛利占比较高，境外销售的电脑刺绣机通常尺寸较小、单价较低，境内销售的电脑刺绣机通常尺寸较大、单价较高；发行人产品以个性化定制为主，规格型号较多（如头数、头距、附加装置、电控系统、针数、刺绣面积等），同时受市场供需状况、客户重要性、原材料价格波动、竞争对手报价等因素的影响，导致不同订单间销售单价、毛利率存在差异，不存在针对特定业务模式定价的情况。因成本结构不同，境内外销售毛利率存在一定差异。

2022-2023 年各销售模式毛利率基本稳定，2024 年和 2025 年 1-6 月受销售规模扩大、大宗材料价格下跌及适当提价等因素的综合影响，各销售模式毛利率呈现不同程度的增长。ODM、代理经销模式下 2023 年境内销售毛利率高于 2022 年，主要原因为 2022 年公司与信扬智能合作集中在上半年，大宗材料价格处于高位导致毛利率较低，2023 年众信机械拓展高端裁片机（一种服装机类型）取得积极成效使得毛利率提升，2024 年和 2025 年 1-6 月受销售规模扩大、大宗材料价格下跌及适当提价等因素的综合影响，ODM、代理经销模式下境内外销售毛利率呈现不同程度的增长。发行人通过核算各订单生产毛利率与客户协商确定产品报价，确保生产毛利率处于合理范围，具有合理性。

C、经销商返利政策及其变化情况，返利占经销收入比例，返利计提是否充分，是否通过调整返利政策调节经营业绩

报告期内，境外销售存在返利政策。报告期内，发行人针对部分境外品牌商、代理商，以赠送配件的形式给予销售金额一定比例的返利；2022-2023 年，为激励个别品牌商拓展印度市场，发行人给予销售金额一定比例的实物返利，提供给其额外的购买选择权。报告期内，返利金额合计分别为 196.99 万元、330.63 万元、181.55 万元和 107.30 万元，占各期境外 ODM、代理经销模式合计销售收入的比例分别为 0.67%、1.02%、0.35%和 0.33%，返利计提充分，不存在通过返利政策调节经营业绩的情况。

D、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

因电脑刺绣机属于终端客户重大固定资产投资，终端客户通常经营规模较小，其采购行为通常具有数量少和偶发性特点，品牌商、代理商通常根据终端客户需求向发行人采购产品，采购频率及单次采购量分布具有合理性。报告期期后，品牌商、代理商的销售周期未发生显著变化，销售周期较短。

E、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匹配，是否存在经销商压货，退换货率是否合理

品牌商、代理商通常不设库存、无备货周期，部分境外品牌商、代理商为满足快速交付需求设有少量库存、有较短的备货周期，采购、销售情况基本匹配，备货周期与进销存情况基本匹配，不存在发行人向其压货的情况。

报告期各期，ODM、代理经销模式下，退换货金额分别为 97.98 万元、0.00 万元、1.36 万元和 0.00 万元，占 ODM、代理经销模式合计销售收入的比例分别为 0.29%、0.00%、0.00%和 0.00%，退换货率合理。

F、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，是否通过放宽信用政策调节收入

报告期内，发行人对品牌商、代理商的信用政策未发生显著变化，发行人未针对不同销售模式设置不同的信用政策，不存在给予品牌商、代理商的信用政策显著宽松于其他销售模式客户的情况，综合考虑信用状况、财务状况、采购规模、历史合作情况等因素对不同品牌商、代理商设置合理的信用政策，不存在通过放宽信用政策调节收入的情况。具体参见本回复问题 4 之“三、（二）1、说明与主要客户合同约定的收款条款、质保期限、结算方式、信用政策等情况以及是否发生变化，实际执行与合同约定的是否一致，2024 年末对 LIBERTY 应收账款升高的原因及合理性，是否存在放宽信用政策刺激销售的情形”。

G、经销商回款方式、应收账款规模合理性，是否存在大量现金回款或第三方回款情况

报告期内，外销客户回款方式主要为电汇、信用证，内销客户回款方式主要为银行转账、承兑汇票，具有合理性。

报告期各期末，发行人应收账款账面余额分别为 9,661.67 万元、13,752.99 万元、10,029.42 万元和 14,566.65 万元，呈现增长趋势，与发行人业务规模发展趋势基本一致，具有合理性。

报告期内，品牌商、代理商不存在现金回款的情况。

报告期内，发行人存在第三方回款的情况，具体参见本回复问题 4 之“三、（四）说明采用第三方回款客户中，相关款项支付主体与客户的关系，相关客户采用第三方付款的必要性及合理性，相关回款金额与对应客户的销售金额是否匹配，是否具有可验证性”，具有合理性。

H、终端客户构成情况，各层级经销商定价政策，期末库存及期后销售情况，各层级经销商是否压货以及大额异常退换货，各层级经销商回款情况；直销客户与经销商终端客户重合的，同时对终端客户采用两种销售模式的原因及合理性

a、终端客户构成情况，各层级经销商定价政策，期末库存及期后销售情况，各层级经销商是否压货以及大额异常退换货，各层级经销商回款情况

电脑刺绣机行业的终端客户主要为从事纺织、服装、鞋帽、家纺等生产加工的厂商。

报告期内，发行人对品牌商、代理商进行统一管理，未对其进行层级分类，未执行不同的定价政策。品牌商、代理商通常不设库存，部分境外品牌商、代理商为满足快速交付需求设有少量库存，期后销售情况良好，不存在压货、大额异常退换货的情况，回款情况良好。

b、直销客户与经销商终端客户重合的，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，存在少量代理直销客户与境内代理商终端客户重合的情况，主要原因系其通常作为代理商的终端客户以代理经销模式采购发行人产品，为满足申请设备购置补贴、厂房扩建补贴等扶持政策的要求，其部分业务需作为代理直销客户，直接与发行人签订销售合同，具有合理性。

（2）核查程序

根据《2 号指引》相关要求，申报会计师执行了包括但不限于以下核查程序：

①内部控制测试

A、查阅发行人《内贸业务管理办法》《外贸业务管理办法》等制度，了解发行人对品牌商、代理商的管理制度，核查执行有效性；

B、访谈发行人销售部门负责人，了解 ODM、代理经销模式业务的基本情况、商业合理性，了解发行人是否对品牌商、代理商进行层级分类管理，了解部分品牌商、代理商新设即成为发行人品牌商、代理商的原因，了解销售返利政策及执行情况，了解客户回款方式、第三方回款原因，了解定价政策，了解直销客户与代理经销终端客户重合的原因；

C、访谈发行人财务总监，了解收入确认政策、计量原则，查阅发行人与主要品牌商、代理商签订的框架协议、销售合同，了解主要条款及其执行情况，核查发行人收入确认的会计政策是否符合企业会计准则要求，了解信用政策及执行情况；

D、获取报告期内发行人收入成本明细表，对包括代理商、品牌商在内的主要客户进行穿行测试、细节测试，核查主要客户的合同/订单、送货单、销售出

库单、调试单、报关单、提单等单据，核查收入确认时点是否恰当。

②实地走访

A、对报告期内发行人主要品牌商、代理商执行实地走访、视频访谈程序，实地走访过程中查看其生产经营和办公场所，查看发行人产品的使用情况、库存情况、备货周期，了解其业务规模、与发行人初始合作时间、合作背景，了解是否专门销售发行人产品，了解采购规律。品牌商、代理商样本的选取根据其销售收入金额、占比等维度，按重要性和随机性抽样原则，具体选择样本过程如下：

a、报告期各期前十大品牌商、代理商；

b、根据主要销售区域抽样，覆盖主要销售区域的品牌商、代理商；

c、报告期内重要的新增品牌商、代理商；

d、报告期内销售收入增长较快、波动较大的品牌商、代理商；

e、销售收入较小的品牌商、代理商随机抽样；

f、报告期各期实地走访、视频访谈品牌商、代理商的销售收入占 ODM、代理经销模式销售收入的比例超过 70%；

核查情况参见本回复问题 4 之“四、（二）1、针对发行人‘收入真实性、收入确认准确性’的核查”；

B、对报告期内发行人主要品牌商、代理商的主要终端客户执行实地走访程序，实地走访过程中查看其生产经营和办公场所，查看发行人产品的使用情况、库存情况，获取主要品牌商、代理商的终端销售清单、终端销售合同/订单等穿透核查资料。终端客户样本的选取根据其销售收入金额、占比等维度，按重要性和随机性抽样原则。

核查情况参见本回复问题 4 之“四、（二）1、针对发行人‘收入真实性、收入确认准确性’的核查”。

③分析性复核

A、获取报告期内发行人收入成本明细表，分析品牌商、代理商变动情况，

分析主要品牌商、代理商的销售收入及占比、销售单价、销售毛利及占比、毛利率变动情况，分析不同模式、不同区域品牌商、代理商销售的产品数量、销售价格、销售收入及占比、毛利及占比、毛利率波动情况及原因，分析不同模式、不同区域品牌商、代理商销售价格、毛利率存在一定差异的原因及合理性，核查品牌商、代理商是否存在非法人实体；

B、通过中信保报告、国家企业信用信息公示系统查阅主要品牌商、代理商的工商信息，核查其与发行人是否存在关联关系，是否存在其持有发行人股份的情况；

C、获取发行人员工花名册，核查前员工代理商情况；

D、查阅同行业可比公司的招股说明书、年度报告等公开披露资料，了解其销售模式，分析发行人与其毛利率存在差异的原因；

E、获取报告期内发行人退换货明细表，测算退换货率，分析其合理性；

F、获取报告期内发行人审计报告，分析应收账款规模合理性；

G、获取报告期内发行人第三方回款台账，匹配发行人账面销售回款记录、银行对账单的交易对手方信息，复核第三方回款台账的完整性；查阅第三方回款相关的销售合同、报关单、提单、银行回单、客户邮件说明及付款沟通记录等资料；

H、对发行人主要人员个人卡交易对手方与发行人主要品牌商、代理商及其利益相关方进行了穿透核查及匹配分析，核查发行人主要人员个人卡交易对手方与品牌商、代理商的重叠情况。

④函证

对报告期内发行人主要品牌商、代理商执行函证程序，参见本回复问题 4 之“四、（二）1、针对发行人‘收入真实性、收入确认准确性’的核查”。

⑤抽查监盘

对报告期内发行人主要品牌商、代理商及其终端客户实地走访过程中，查看发行人产品的使用情况、库存情况，参见本回复问题 4 之“四、（二）1、针对

发行人‘收入真实性、收入确认准确性’的核查”。

⑥资金流水核查

获取发行人及其控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员、关键岗位人员及其他关联方的银行流水，核查其是否存在与品牌商、代理商之间的资金往来，具体参见《立信会计师事务所（特殊普通合伙）关于浙江信胜科技股份有限公司向不特定合格投资者公开发行股票并在北交所上市之资金流水专项核查报告》及相关底稿。

（3）核查结论

经核查，申报会计师认为：报告期内，发行人 ODM、代理经销模式下收入真实。

问题 5、收入增长可持续性及客户合作稳定性

根据申请文件，报告期各期发行人收入利润呈增长趋势，各期前五名客户销售占比分别为 49.26%、47.46%、53.82%。

请发行人：（1）说明可比公司的选取标准，行业中是否还存在其他同行业公司，结合可比公司业务结构、主要产品、服务模式、区域、客户情况等，说明发行人可比公司选取是否全面、客观，并结合相关企业技术、产品竞争力、客户质量、行业趋势等，说明报告期内发行人收入利润增长与部分可比公司变化趋势不一致、经营规模增幅高于可比公司均值的合理性，是否与行业整体情况相匹配。（2）按产品型号或结构分层，说明发行人服装机、花边机等主要产品的销售价格、销售量、销售金额情况，结合下游产业格局发展趋势、供需关系变化、销售国家和地区经济活动情况、发行人产品竞争力、竞品产品竞争力和定价情况等，说明报告期各期各类产品量价变化的合理性，与同期市场价格是否存在差异，同型号产品向不同客户的销售价格和毛利率是否存在差异；结合下游产业生产设备换代升级进展、上下游行业格局变化趋势、竞争对手技术和产品更新情况等，说明发行人收入增长是否达到瓶颈，后续是否存在需求下降和收入下滑风险，并视情况完善相关风险揭示。（3）说明发行人与前十大客户的具体合作情况，包括但不限于客户名称、类型、合作历史、合作模式、订

单获取方式、各期销售产品类型、数量、金额等。对于直接客户，结合相关客户所在地经济、文化发展趋势，客户产品和品牌竞争力、销售情况、后续产能和设备投入规划、发行人产品投产及运行情况、各期复购情况等，说明发行人与相关客户的合作是否稳定，后续是否具备长期合作空间。对于间接客户（代理经销商、代理直销商、融资租赁机构等），结合发行人与相关客户的合作历史、代理商的终端客户开拓和服务能力、代理商及融资租赁商自身经营稳定性情况、发行人产品占相关客户业务规模比例、主要服务市场变化趋势、终端客户的经营和需求变化情况等，说明与相关间接客户合作的稳定性，相关间接客户是否还与其他同类供应企业合作，发行人市场拓展是否对相关间接客户及其渠道存在依赖，并视情况完善风险揭示及重大事项提示。（4）说明在印度、巴基斯坦和其他境外区域的主要市场拓展渠道和模式，结合相关区域产业发展、本土企业产品和技术研发情况等，说明发行人的产品竞争优劣势情况，并结合前述情况及在手订单、意向订单签订情况等，说明发行人在相关区域的销售是否具有持续性和增长空间，是否存在下滑风险。说明境内外的定价策略和销售模式差异情况，境外销售毛利率高于境内的合理性。（5）结合客户拓展情况、订单签订时间、排产、发运、安装调制的执行周期等，说明报告期各期第四季度销售占比持续增长的原因及合理性。（6）说明报告期各期末以及目前在手合同或订单数量、金额，各期新签合同数量、金额，目前正在执行的重要合同的起止日期和执行进度，并结合相关情况，说明发行人业务的稳定性及可持续性。

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、说明可比公司的选取标准，行业中是否还存在其他同行业公司，结合可比公司业务结构、主要产品、服务模式、区域、客户情况等，说明发行人可比公司选取是否全面、客观，并结合相关企业技术、产品竞争力、客户质量、行业趋势等，说明报告期内发行人收入利润增长与部分可比公司变化趋势不一致、经营规模增幅高于可比公司均值的合理性，是否与行业整体情况相匹配

（一）说明可比公司的选取标准，行业中是否还存在其他同行业公司

根据《国民经济行业分类》（GB/T4754-2017），公司所属行业为“C35 专

用设备制造业”中的“C3553 缝制机械制造”，缝制机械行业是以生产缝纫机为主，裁剪、熨烫及粘合等机械为辅的专业设备制造业，主要包括工业缝纫机、家用缝纫机、刺绣机、缝前缝后设备和缝纫机零部件产品。根据申万行业（2021）分类 A 股上市公司中缝制机械整机设备制造企业仅包括杰克股份、上工申贝、标准股份、中捷资源，故选取上述 4 家企业作为可比上市公司。

公司主要经营电脑刺绣机相关业务，杰克股份、上工申贝、标准股份、中捷资源主要经营工业缝纫机相关业务，公司与可比公司经营的具体业务有所差异。与公司经营相同业务的企业主要包括浙江越隆缝制设备有限公司、浙江镨美科智能刺绣设备有限公司、诸暨玛雅电器机械有限公司等，均为非上市公司。

（二）结合可比公司业务结构、主要产品、服务模式、区域、客户情况等，说明发行人可比公司选取是否全面、客观

公司与可比公司业务结构、主要产品、服务模式、区域、客户的对比情况如下：

项目	业务结构及主要产品	服务模式	业务区域	客户情况
杰克股份	主营智能缝制设备业务，2024 年智能工业缝纫机收入占比 86.70%，智能裁床及铺布机收入占比 10.30%，衬衫及牛仔智能自动缝制设备收入占比 3.00%	平缝机等智能缝中设备主要采取经销模式，裁床等缝前设备及成套智联解决方案采取直销及经销模式	2024 年境内销售占比 51.51%，境外销售占比 48.49%	拥有服装、鞋业、箱包、家具、皮革、汽车、航空等多个领域客户
上工申贝	主营缝制设备及智能制造设备、商贸物流、汽车内饰件和轻型运动飞机等，2024 年工业及家用缝纫机收入占比 33.93%，汽车零部件收入占比 21.74%，智能设备收入占比 11.17%，物流服务及其他收入占比 33.16%	拥有遍及国内外的销售子公司和经销商	2024 年境内销售占比 69.56%，境外销售占比 30.44%	拥有鞋服、箱包、家具、汽车、航空制造业等多个领域客户
标准股份	主营缝制设备业务，2024 年工业缝纫机收入占比 79.20%，零件制造收入占比 20.80%	主要采取经销模式覆盖国内外终端客户	2024 年境内销售占比 53.50%，境外销售占比 46.50%	拥有服饰、箱包、家居、汽车内饰等产业客户
中捷资源	主营中、高档工业缝制设备业务，2024 年缝纫机收入占比 90.63%，其他收入占比 9.37%	以经销商方式为主，即通过总经销商、特约经销商向国内外销售	2024 年境内销售占比 51.53%，境外销售占比 48.47%	拥有服装、家纺、汽车坐垫、箱包、鞋类等行业客

项目	业务结构及主要产品	服务模式	业务区域	客户情况
				户
公司	主营电脑刺绣机业务，2024 年电脑刺绣机收入占比 99.60%，其他部件收入占比 0.40%	自主品牌以代理销售（代理直销、代理经销）为主，另通过 ODM 向品牌商销售，品牌商再向终端客户销售	2024 年境内销售占比 46.78%，境外销售占比 53.22%	拥有纺织服装等行业客户

公司与可比公司均属于缝制机械行业，主要产品存在一定的差异，服务模式、业务区域和客户群体不存在重大差异，可比公司的选取全面、客观。

（三）结合相关企业技术、产品竞争力、客户质量、行业趋势等，说明报告期内发行人收入利润增长与部分可比公司变化趋势不一致、经营规模增幅高于可比公司均值的合理性，是否与行业整体情况相匹配

公司与可比公司的技术、产品竞争力、客户质量对比情况如下：

项目	技术	产品竞争力	客户质量
杰克股份	截至 2024 年末，拥有专利 2,705 项，其中发明专利 1,125 项，拥有研发人员 1,289 人，占比 18.00%	杰克股份整合了上游电机、电控制造环节，独立研发制造利润率较高的电机、电控等零配件，并大力发展智能型机电一体化产品，产品竞争力较强	未披露具体客户情况
上工申贝	未披露专利情况，截至 2024 年末，拥有研发人员 401 人，占比 8.25%	上工申贝拥有全系列高端缝制设备产品链，在中厚料机、服装自动缝制单元、机器人控制的自动缝制技术和纺织材料焊接技术等领域处于全球领先地位	未披露具体客户情况
标准股份	截至 2024 年末，拥有专利 287 项，其中发明专利 47 项，拥有研发人员 127 人，占比 10.00%	标准股份形成了面向服装、箱包、家居、汽车内饰等领域的中高端缝制设备产品链	未披露具体客户情况
中捷资源	截至 2024 年末，拥有专利 506 项，其中发明专利 83 项，拥有研发人员 167 人，占比 14.66%	中捷资源开发出十三大系列 200 多个品种的工业缝纫机产品	未披露具体客户情况
公司	截至 2024 年末，拥有专利	公司产品头数覆盖	2024 年公司前五大客

项目	技术	产品竞争力	客户质量
	414 项，其中发明专利 76 项，拥有研发人员 44 人，占比 4.90%	1-270 头，机针速度覆盖 900-1,500 转/分钟，产品系列完备程度、各类产品可实现工艺性能均位于行业前列	户中的 LIBERTY 系印度第一大电脑刺绣机进口商，M.RAMZAN 系巴基斯坦第二大电脑刺绣机进口商

根据中国缝制机械行业数据，2023 年全行业工业缝纫机总产量约 560 万台，同比下降约 11%，2024 年全行业工业缝纫机总产量约 685 万台，同比增长约 22%（行业报告未披露营业收入情况）。2023 年电脑刺绣机行业营业收入约 50 亿元，同比增长约 15%，2024 年电脑刺绣机行业营业收入约 75 亿元，同比增长约 50%。公司、可比公司与行业趋势比较如下：

单位：万元

项目	2024 年度		2023 年度		2022 年度
	收入	变动	收入	变动	收入
杰克股份	607,210.11	14.94%	528,286.93	-3.90%	549,725.66
上工申贝[注 1]	190,979.93	-17.71%	232,084.58	15.33%	201,229.79
标准股份[注 2]	43,519.84	-12.37%	49,663.18	-6.09%	52,882.90
中捷资源	90,759.45	27.57%	71,147.37	-17.97%	86,737.88
算数平均数	**233,117.33**	**5.82%**	**220,295.51**	**-1.05%**	**222,644.05**
公司	**99,211.17**	**48.92%**	**66,622.36**	**16.84%**	**57,019.96**
工业缝纫机[注 3]	/	**约 22%**	/	**约-11%**	/
电脑刺绣机	**约 750,000**	**约 50%**	**约 500,000**	**约 15%**	**约 440,000**

注 1：2023 年，上工申贝营业收入同比增长，主要原因系受下游汽车行业需求增长的影响，其中厚料缝制设备及自动缝制单元的销售规模有所增长，产销量创历史新高。2024 年，上工申贝营业收入同比下降，主要原因为其以中厚料机为代表的高毛利率产品收入下滑；

注 2：2024 年标准股份工业缝纫机因市场竞争激烈导致收入下滑；

注 3：行业报告中未披露缝制机械营业收入情况，以产量波动替代。

综上，公司与可比公司收入变动幅度不一致，主要系公司与可比公司主要产品存在一定的差异，可比公司主要经营工业缝纫机相关业务，收入变动与全行业工业缝纫机基本一致，公司主要经营电脑刺绣机相关业务，收入变动与电脑刺绣机行业基本一致。报告期内，公司收入增长与部分可比公司变化趋势不一致、经营规模增幅高于可比公司均值具有合理性，与行业整体情况相匹配。

公司与可比公司利润水平受多重因素影响，如经营情况、成本及费用管控水平、资金状况、投资理财等，难以直接比较。

二、按产品型号或结构分层，说明发行人服装机、花边机等主要产品的销售价格、销售量、销售金额情况，结合下游产业格局发展趋势、供需关系变化、销售国家和地区经济活动情况、发行人产品竞争力、竞品产品竞争力和定价情况等，说明报告期各期各类产品量价变化的合理性，与同期市场价格是否存在差异，同型号产品向不同客户的销售价格和毛利率是否存在差异；结合下游产业生产设备换代升级进展、上下游行业格局变化趋势、竞争对手技术和产品更新情况等，说明发行人收入增长是否达到瓶颈，后续是否存在需求下降和收入下滑风险，并视情况完善相关风险揭示

（一）按产品型号或结构分层，说明发行人服装机、花边机等主要产品的销售价格、销售量、销售金额情况，结合下游产业格局发展趋势、供需关系变化、销售国家和地区经济活动情况、发行人产品竞争力、竞品产品竞争力和定价情况等，说明报告期各期各类产品量价变化的合理性

1、按产品型号或结构分层，说明发行人服装机、花边机等主要产品的销售价格、销售量、销售金额情况

电脑刺绣机主要为定制化设备，同类产品下刺绣机规格型号较多（如头数、头距、附加装置、电控系统、针数、刺绣面积等），行业内未对设备存在分层标准，依照设备头数对公司主要产品服装机、花边机进行分层情况如下：

（1）服装机

服装机主要应用于时装、童装、婚纱等面料的刺绣工艺，机头数量以 6-60 头为主，服装机主要销售地区为印度、巴基斯坦，公司向此两国销售服装机头数主要为 20-30 头之间，公司头数在 30 头以上的服装机数量偏少，故以 20 头、30 头作为服装机的分层依据披露服装机不同层级的销售价格、销售量、销售金额情况如下：

服装机类别	项目	2025 年 1-6 月		2024 年度		2023 年度		2022 年度
		数额	变动率[注]	数额	变动率	数额	变动率	数额

服装机类别	项目	2025 年 1-6 月		2024 年度		2023 年度		2022 年度
		数额	变动率[注]	数额	变动率	数额	变动率	数额
20 头以内	销售收入（万元）	8,120.57	94.60%	9,456.25	6.96%	8,841.23	54.97%	5,705.20
	销量（台）	642	76.37%	772	0.78%	766	55.06%	494
	平均销售单价（万元/台）	12.65	10.33%	12.25	6.12%	11.54	-0.06%	11.55
20-30 头	销售收入（万元）	19,889.21	22.79%	35,272.99	113.03%	16,557.97	-9.65%	18,327.11
	销量（台）	999	10.88%	1,929	102.84%	951	-12.35%	1,085
	平均销售单价（万元/台）	19.91	10.74%	18.29	5.02%	17.41	3.08%	16.89
30 头以上	销售收入（万元）	4,595.63	52.86%	8,875.45	38.49%	6,408.80	13.44%	5,649.36
	销量（台）	203	42.96%	402	37.67%	292	52.08%	192
	平均销售单价（万元/台）	22.64	6.93%	22.08	0.59%	21.95	-25.41%	29.42
合计	**销售收入（万元）**	**32,605.41**	**39.47%**	**53,604.68**	**68.53%**	**31,808.01**	**7.16%**	**29,681.67**
	销量（台）	**1,844**	**31.06%**	**3,103**	**54.45%**	**2,009**	**13.44%**	**1,771**
	平均销售单价（万元/台）	**17.68**	**6.42%**	**17.28**	**9.11%**	**15.83**	**-5.53%**	**16.76**

注：2025 年 1-6 月为半年度数据，在计算变动率时将其与公司 2024 年 1-6 月数据进行比较，下同。

受行业设备更新换代及印度、巴基斯坦市场需求积极释放的综合影响，服装机销量持续增长，2024 年因产品供不应求及高速设备的普及公司进行适当提价，同时印度市场珠子绣附加装置增加，使得服装机平均销售单价增长。

20 头以内服装机 2025 年 1-6 月平均销售单价增长较大，主要原因为 2025 年 1-6 月公司向定价较高的境外客户销量增加，如韩国客户 Youngone Corporation，剔除此客户平均销售单价变动较小。

20-30 头服装机 2023 年销售数量、销售金额出现负增长，主要原因为巴基斯坦自 2022 年三季度至 2023 年二季度外汇储备不足导致品牌商 M.RAMZAN 及其关联方向公司采购规模下滑，2023 年公司向巴基斯坦销售 20-30 头服装机数量减少了 250 台，剔除巴基斯坦市场后 20-30 头服装机 2023 年销售金额及销售数量较 2022 年变动率分别为 20.18%、21.01%，呈增长趋势。20-30 头服装机 2025 年 1-6 月平均销售单价增长较大，主要原因为印度市场采购型号规格更复杂、单价

更高的珠子绣附加装置，使得印度市场 20-30 头平均销售单价增长。

30 头以上服装机 2023 年平均销售单价下降较大，主要原因为 2022 年公司向境内汕头市金中际服装服饰有限公司及其关联方等服装机客户销售头数较多且含附加装置的服装机导致 2022 年平均销售单价较高，剔除境内销售区域后 2022-2023 年公司 30 头以上服装机平均销售单价分别为 21.38 万元/台、21.45 万元/台，价格变动较小。

（2）花边机

花边机主要应用于服装蕾丝花边、窗帘花边等大幅面布料生产，机头数量以 20-180 头为主、通常头数较多，花边机主要销售地区为境内华东地区、华南地区，分层过程中根据花边机是否为超多头（头数在 80 头以上）对其进行一层档位划分。同时考虑到随市场对电脑刺绣机在超多头方面的需求不断增长，花边机设备的平均头数呈现增长趋势，故在超多头（80 头以上）电脑刺绣机范围内进一步区分机头数量，以设备头数再次增加 80 头作为一档分层标准。以 80 头、160 头作为花边机的分层依据披露花边机不同层级的销售价格、销售量、销售金额情况如下：

花边机类别	项目	2025 年 1-6 月		2024 年度		2023 年度		2022 年度
		数额	变动率	数额	变动率	数额	变动率	数额
80 头以内	销售收入（万元）	3,581.65	-26.52%	9,612.62	44.38%	6,657.68	133.95%	2,845.78
	销量（台）	141	-26.18%	379	24.67%	304	93.63%	157
	平均销售单价（万元/台）	25.40	-0.47%	25.36	15.81%	21.90	20.82%	18.13
80-160 头	销售收入（万元）	14,193.76	102.51%	18,690.90	38.02%	13,541.72	0.38%	13,490.72
	销量（台）	340	92.09%	473	30.66%	362	1.69%	356
	平均销售单价（万元/台）	41.75	5.42%	39.52	5.63%	37.41	-1.29%	37.90
160 头以上	销售收入（万元）	8,227.48	106.23%	8,233.72	50.91%	5,455.94	256.67%	1,529.69
	销量（台）	155	115.28%	155	42.20%	109	230.30%	33
	平均销售单价（万元/台）	53.08	-4.20%	53.12	6.13%	50.05	7.98%	46.35
合计	**销售收入（万元）**	**26,002.89**	**63.82%**	**36,537.25**	**42.42%**	**25,655.34**	**43.60%**	**17,866.18**
	销量（台）	**636**	**44.55%**	**1,007**	**29.94%**	**775**	**41.94%**	**546**

花边机类别	项目	2025 年 1-6 月		2024 年度		2023 年度		2022 年度
		数额	变动率	数额	变动率	数额	变动率	数额
	平均销售单价（万元/台）	40.89	13.33%	36.28	9.61%	33.10	1.17%	32.72

受行业设备更新换代及全球消费动力和纺织服装补库需求积极释放的综合影响，花边机销量持续增长，2024 年因产品供不应求及高速设备的普及公司进行适当提价使得花边机平均销售单价增长，2025 年 1-6 月因电脑刺绣机行业景气度上行及产品头数增加公司持续提价使得花边机平均销售单价增长。

80 头以内花边机 2022-2024 年平均销售单价逐年增长，主要原因为 2023 年公司销售的 80 头以内花边机平均头数较 2022 年增加较多，2024 年公司销售的带有附加装置的 80 头以内花边机较 2023 年增加较多。80 头以内花边机 2025 年 1-6 月销售数量下滑，主要原因为随市场对电脑刺绣机在超多头方面的需求不断增长，境内市场客户对 80 头以内花边机需求减少。

2、结合下游产业格局发展趋势、供需关系变化、销售国家和地区经济活动情况、发行人产品竞争力、竞品产品竞争力和定价情况等，说明报告期各期各类产品量价变化的合理性

公司同类产品下刺绣机规格型号较多（如头数、头距、附加装置、电控系统、针数、刺绣面积等），同时受市场供需状况、客户重要性、竞争对手报价等因素的影响，导致同类产品不同订单间销售单价均存在差异。报告期各期公司各类电脑刺绣机设备量价变化情况如下：

（1）服装机

报告期内，公司服装机销售收入分别为 29,681.67 万元、31,808.01 万元、53,604.68 万元和 32,605.41 万元，报告期各期服装机销量及平均销售单价情况参见本题回复之“二、（一）1、按产品型号或结构分层，说明公司服装机、花边机等主要产品的销售价格、销售量、销售金额情况”。

报告期内，按主要销售区域列示服装机销售情况如下：

销售地区	2025 年 1-6 月				2024 年度				2023 年度				2022 年度			
	销量（台）	平均销售单价（万元/台）	销售金额（万元）	服装机销售金额占比	销量（台）	平均销售单价（万元/台）	销售金额（万元）	服装机销售金额占比	销量（台）	平均销售单价（万元/台）	销售金额（万元）	服装机销售金额占比	销量（台）	平均销售单价（万元/台）	销售金额（万元）	服装机销售金额占比
印度	731	19.70	14,398.95	44.16%	1,184	19.23	22,772.66	42.48%	821	17.35	14,243.06	44.78%	603	16.69	10,063.38	33.90%
巴基斯坦	498	16.99	8,460.28	25.95%	936	16.90	15,821.71	29.52%	299	16.29	4,870.67	15.31%	543	15.55	8,445.16	28.45%
合计	**1,229**	**/**	**22,859.23**	**70.11%**	**2,120**	**/**	**38,594.37**	**72.00%**	**1,120**	**/**	**19,113.72**	**60.09%**	**1,146**	**/**	**18,508.54**	**62.36%**

报告期内服装机的销售地区主要为印度及巴基斯坦，拆分销售地区分析服装机的量价变化情况如下：

①印度地区

销售地区	服装机销售情况	2025 年 1-6 月		2024 年度		2023 年度		2022 年度
		数额	变动率	数额	变动率	数额	变动率	数额
印度	销售收入（万元）	14,398.95	70.53%	22,772.66	59.89%	14,243.06	41.53%	10,063.38
	销量（台）	731	65.76%	1,184	44.21%	821	36.15%	603
	平均销售单价（万元/台）	19.70	2.88%	19.23	10.87%	17.35	3.95%	16.69

报告期内公司印度市场服装机销售呈量价齐升趋势，近年来印度国民经济发展较快，GDP 不断增长、人均消费支出不断增长带动服装需求量显著增长，从而带动电脑刺绣机需求增长。

印度传统服饰广泛应用各类刺绣工艺，公司印度终端客户的下游订单主要面向其本国市场，随着印度国民经济快速增长，印度人民对单价较高、刺绣工艺相对复杂的传统服饰购买力持续提升；同时印度人民对于刺绣工艺的需求愈发多样化，公司不断提升电脑刺绣机配置，主要为采用双四件套机头结构提高转速，采用珠子绣附加装置实现特殊刺绣工艺等，带动销售量价齐升。

公司印度市场主要品牌商在当地市场享有较高知名度、占有较大的市场份额，根据特易资讯、环球慧思统计数据，2024 年公司印度市场主要客户 LIBERTY 系印度的第一大电脑刺绣机采购商，结合海关总署统计数据、公司销售数据测算，2024 年 LIBERTY 在印度市场占有率约为 9%。印度市场公司服装机的主要竞争对手为浙江越隆、浙江镨美科等，公司、浙江越隆、浙江镨美科等系行业内主要龙头企业，较其他厂商竞争优势较为明显，公司电脑刺绣机与上述主要竞争对手在产品定价方式上不存在重大差异。

②巴基斯坦地区

销售地区	服装机销售情况	2025 年 1-6 月		2024 年度		2023 年度		2022 年度
		数额	变动率	数额	变动率	数额	变动率	数额
巴基斯坦	销售收入（万元）	8,460.28	8.93%	15,821.71	224.84%	4,870.67	-42.33%	8,445.16
	销量（台）	498	5.29%	936	213.04%	299	-44.94%	543

销售地区	服装机销售情况	2025 年 1-6 月		2024 年度		2023 年度		2022 年度
		数额	变动率	数额	变动率	数额	变动率	数额
	平均销售单价（万元/台）	16.99	3.47%	16.90	3.77%	16.29	4.74%	15.55

自 2022 年三季度至 2023 年二季度，巴基斯坦外汇储备紧缺问题较为严重，因缺少美元支付进口订单，导致电脑刺绣机采购规模显著下滑；自 2023 年下半年起，外汇储备紧缺问题有效缓解，巴基斯坦的电脑刺绣机市场业务逐步恢复，并于 2024 年度进入需求旺季。

巴基斯坦传统服饰亦广泛应用各类刺绣工艺，巴基斯坦终端客户的下游订单主要面向其本国市场，刺绣产能需求庞大，随着前述问题有效缓解，电脑刺绣机采购需求逐步释放，公司经营业绩实现增长。2023 年至今公司巴基斯坦市场服装机销售收入、销量持续增长，报告期内公司巴基斯坦市场服装机销售单价持续增长。

根据特易资讯、环球慧思统计数据，2024 年公司巴基斯坦市场客户 M.RAMZAN 及其关联方系巴基斯坦前二大电脑刺绣机采购商，结合海关总署统计数据、公司销售数据测算，2024 年 M.RAMZAN 及其关联方在巴基斯坦市场占有率约为 20%。巴基斯坦市场公司服装机的主要竞争对手为诸暨市乐业机电有限公司、浙江越隆、浙江镨美科等，公司、浙江越隆、浙江镨美科等系行业内主要龙头企业，较其他厂商竞争优势较为明显，公司电脑刺绣机与上述主要竞争对手在产品定价方式上不存在重大差异。

（2）花边机

报告期内，公司花边机销售收入分别为 17,866.18 万元、25,655.34 万元、36,537.25 万元和 26,002.89 万元，报告期各期花边机销量及平均销售单价情况参见本题回复之“二、（一）1、按产品型号或结构分层，说明公司服装机、花边机等主要产品的销售价格、销售量、销售金额情况”。

报告期内，按主要销售区域列示花边机销售情况如下：

销售地区	2025 年 1-6 月				2024 年度				2023 年度				2022 年度			
	销量（台）	平均销售单价（万元/台）	销售金额（万元）	花边机销售金额占比	销量（台）	平均销售单价（万元/台）	销售金额（万元）	花边机销售金额占比	销量（台）	平均销售单价（万元/台）	销售金额（万元）	花边机销售金额占比	销量（台）	平均销售单价（万元/台）	销售金额（万元）	花边机销售金额占比
华东地区	358	46.19	16,536.63	63.60%	519	41.38	21,474.49	58.77%	413	38.59	15,936.83	62.12%	327	37.72	12,335.99	69.05%
华南地区	264	33.99	8,972.96	34.51%	458	29.86	13,674.24	37.43%	324	26.14	8,470.52	33.02%	101	29.12	2,940.73	16.46%
合计	**622**	/	**25,509.59**	**98.10%**	**977**	/	**35,148.73**	**96.20%**	**737**	/	**24,407.34**	**95.14%**	**428**	/	**15,276.72**	**85.51%**

报告期内花边机的销售地区主要为华东地区及华南地区，拆分销售地区分析花边机的量价变化情况如下：

①华东地区

销售地区	花边机销售情况	2025 年 1-6 月		2024 年度		2023 年度		2022 年度
		数额	变动率	数额	变动率	数额	变动率	数额
华东地区	销售收入（万元）	16,536.63	63.35%	21,474.49	34.75%	15,936.83	29.19%	12,335.99
	销量（台）	358	45.53%	519	25.67%	413	26.30%	327
	平均销售单价（万元/台）	46.19	12.25%	41.38	7.23%	38.59	2.29%	37.72

公司华东地区花边机主要在萧山、绍兴两地销售，萧山、绍兴两地纺织服装产业较为发达，此两地花边机客户承接较多境内外纺织服装花边刺绣加工订单，绍兴市柯桥区中国轻纺城系全球主要纺织品集散中心之一，根据 Choice 统计数据，2022-2024 年中国柯桥纺织指数（总景气指数：花边类）月均值分别为 423.87、455.73 和 609.00，行业景气度持续上行。报告期内，因行业设备高速化更新换代加快，及全球消费动力和纺织服装补库需求积极释放导致华东地区花边机采购需求增加，2024 年因产品供不应求及高速设备的普及公司进行适当提价使得花边机平均销售单价增长，2025 年 1-6 月因电脑刺绣机行业景气度上行及产品头数增加公司持续提价使得花边机平均销售单价增长。

公司是国内电脑刺绣机龙头企业之一，研发能力、生产规模在行业内处于领先水平，2022-2024 年度，公司被中国轻工业联合会、中国缝制机械协会评为“中国缝制机械行业综合十强企业”或“中国轻工业缝制机械行业十强企业”。公司花边机产品在行业内具有良好的口碑和较强的品牌影响力，华东地区公司花边机的主要竞争对手为浙江越隆、浙江镨美科、诸暨玛雅等，公司、浙江越隆、浙江镨美科、诸暨玛雅等系行业内主要龙头企业，较其他厂商竞争优势较为明显，公司电脑刺绣机与上述主要竞争对手在产品定价方式上不存在重大差异。

②华南地区

销售地区	花边机销售情况	2025 年 1-6 月		2024 年度		2023 年度		2022 年度
		数额	变动率	数额	变动率	数额	变动率	数额
华南	销售收入（万元）	8,972.96	85.89%	13,674.24	61.43%	8,470.52	188.04%	2,940.73

销售地区	花边机销售情况	2025 年 1-6 月		2024 年度		2023 年度		2022 年度
		数额	变动率	数额	变动率	数额	变动率	数额
地区	销量（台）	264	51.72%	458	41.36%	324	220.79%	101
	平均销售单价（万元/台）	33.99	22.52%	29.86	14.20%	26.14	-10.21%	29.12

公司华南地区花边机主要在潮汕区域销售，潮汕区域纺织服装产业较为发达，其中汕头市纺织服装产业产值在千亿元以上、系汕头支柱产业之一，此区域花边机客户承接较多国内外纺织服装花边刺绣加工订单。报告期内，因行业设备高速化更新换代加快，及全球消费动力和纺织服装补库需求积极释放导致华南地区花边机采购需求增加，2023 年华南地区花边机平均销售单价下降，主要原因为 80 头以内花边机销售数量增长，剔除 80 头以内花边机公司 2022-2023 年平均销售单价分别为 32.60 万元/台、32.46/台，价格差异较小，2024 年因产品供不应求及高速设备的普及公司进行适当提价使得花边机平均销售单价增长，2025 年 1-6 月因电脑刺绣机行业景气度上行及产品头数增加公司持续提价使得花边机平均销售单价增长。

公司是国内电脑刺绣机龙头企业之一，研发能力、生产规模在行业内处于领先水平。公司花边机产品在行业内具有良好的口碑和较强的品牌影响力，华南地区公司花边机的主要竞争对手为浙江越隆、浙江镨美科、诸暨玛雅等，公司、浙江越隆、浙江镨美科、诸暨玛雅等系行业内主要龙头企业，较其他厂商竞争优势较为明显，公司电脑刺绣机与上述主要竞争对手在产品定价方式上不存在重大差异。

（3）家纺机

报告期内，公司家纺机销售收入分别为 2,327.26 万元、2,070.67 万元、2,125.66 万元和 93.72 万元。家纺机的销售地区主要为华东地区，以主要销售区域列示家纺机的销售收入、销量及平均销售单价情况如下：

销售地区	项目	2025 年 1-6 月		2024 年度		2023 年度		2022 年度
		数额	变动率	数额	变动率	数额	变动率	数额
华东地区	销售收入（万元）	73.81	-94.60%	2,084.60	5.22%	1,981.17	-10.84%	2,222.04
	销量（台）	3	-94.83%	89	0.00%	89	-11.00%	100

销售地区	项目	2025 年 1-6 月		2024 年度		2023 年度		2022 年度
		数额	变动率	数额	变动率	数额	变动率	数额
	平均销售单价（万元/台）	24.60	4.47%	23.42	5.22%	22.26	0.18%	22.22

家纺机主要在南通市场进行销售，南通地区是国内最大的家纺产业聚集区。家纺机于 2021 年前后完成大型化、多头化更新换代，近三年高速化更新换代需求有限，且受房地产市场不景气的影响 2022-2024 年公司家纺机销售收入整体略微下滑。2025 年 1-6 月家用纺织品行业运行压力增加，据中国家用纺织品行业协会数据显示，2025 年 1-6 月家用纺织品行业规模以上企业利润总额近五年同期首次出现负增长，受行业景气度快速下降影响 2025 年 1-6 月公司家纺机销量较小，报告期内家纺机平均销售单价波动较小。

公司家纺机的主要竞争对手为浙江越隆、浙江镨美科、诸暨玛雅等，公司、浙江越隆、浙江镨美科、诸暨玛雅等系行业内主要龙头企业，较其他厂商竞争优势较为明显，公司电脑刺绣机与上述主要竞争对手在产品定价方式上不存在重大差异。

（4）成衣帽绣机

报告期内，公司成衣帽绣机销售收入分别为 959.40 万元、1,497.85 万元、1,536.11 万元和 1,102.49 万元，公司成衣帽绣机销售区域包括印度、阿联酋、巴西、越南等多个国家或地区，较为分散。报告期内，公司成衣帽绣机的销售收入、销量及平均销售单价情况如下：

项目	2025 年 1-6 月		2024 年度		2023 年度		2022 年度
	数额	变动率	数额	变动率	数额	变动率	数额
销售收入（万元）	1,102.49	62.51%	1,536.11	2.55%	1,497.85	56.12%	959.40
销量（台）	462	52.98%	716	31.14%	546	79.61%	304
平均销售单价（万元/台）	2.39	6.23%	2.15	-21.80%	2.74	-13.07%	3.16

2023 年公司新设立子公司易瑞得拓展成衣帽绣机业务使得销量持续增长（2023 年以前业务模式主要为成品采购后销售），易瑞得生产的成衣帽绣机以规格较小的单头机为主，导致 2022-2024 年平均销售单价持续下降。

根据中国缝制机械协会统计数据，2018-2024 年，全球单头刺绣机产量由 1.0 万台增长至 4.3 万台，年复合增长率为 27.52%，单头机主要为成衣帽绣机，其市场容量不断增长。公司成衣帽绣机竞争对手主要系瑞珂玛机电（深圳）有限公司、浙江兴越缝制设备有限公司、浙江合和机电有限公司等国内电脑刺绣机厂商，以及日本田岛、日本百灵达等国外电脑刺绣机厂商，公司作为中国电脑刺绣机行业龙头企业在国际市场中拥有一定品牌影响力，具备持续拓展成衣帽绣机市场的能力，目前仍处于市场培育阶段，公司与国内主要竞争对手在产品定价方式上不存在重大差异。

（5）混合机

报告期内，公司混合机销售收入分别为 4,448.86 万元、3,993.86 万元、4,638.16 万元和 3,395.59 万元，公司混合机销售区域包括印度、华东地区、华南地区、土耳其等多个国家或地区，较为分散。报告期内，公司混合机销量及平均销售单价情况如下：

项目	2025 年 1-6 月		2024 年度		2023 年度		2022 年度
	数额	变动率	数额	变动率	数额	变动率	数额
销售收入（万元）	3,395.59	50.15%	4,638.16	16.13%	3,993.86	-10.23%	4,448.86
销量（台）	139	28.70%	212	6.53%	199	8.74%	183
平均销售单价（万元/台）	24.43	16.66%	21.88	9.01%	20.07	-17.45%	24.31

2022-2024 年混合机销量波动较小，2025 年 1-6 月混合绣工艺下游需求增加使得销量有所增长，2023 年混合机销售单价同比下滑 17.45%，主要原因系市场需求及客户结构变化导致产品规格变小所致，2025 年 1-6 月混合机销售单价同比增长 16.66%，主要原因系下游需求增加背景下客户采购的设备规格变大以及因新工艺需求加装附加装置增加所致。

公司混合机的主要竞争对手为浙江镨美科、诸暨玛雅等，公司、浙江镨美科、诸暨玛雅等系行业内主要龙头企业，较其他厂商竞争优势较为明显，公司电脑刺绣机与上述主要竞争对手在产品定价方式上不存在重大差异。

（6）烫片机、毛巾机、其他特种机

报告期内，公司烫片机销售收入分别为 671.04 万元、436.47 万元、147.76 万元和 45.63 万元；毛巾机销售收入分别为 561.85 万、431.92 万元、102.61 万元和 182.49 万元；其他特种机销售收入分别为 99.53 万、196.11 万元、123.49 万元和 126.96 万元。报告期内，公司烫片机、毛巾机、其他特种机销售收入、销量及平均销售单价情况如下：

设备类型	项目	2025 年 1-6 月		2024 年度		2023 年度		2022 年度
		数额	变动率	数额	变动率	数额	变动率	数额
烫片机	销售收入（万元）	45.63	-33.88%	147.76	-66.15%	436.47	-34.96%	671.04
	销量（台）	12	-25.00%	40	-32.20%	59	-23.38%	77
	平均销售单价（万元/台）	3.80	-11.84%	3.69	-50.07%	7.40	-15.11%	8.71
毛巾机	销售收入（万元）	182.49	360.65%	102.61	-76.24%	431.92	-23.13%	561.85
	销量（台）	10	400.00%	6	-71.43%	21	-30.00%	30
	平均销售单价（万元/台）	18.25	-7.87%	17.10	-16.85%	20.57	9.82%	18.73
其他特种机	销售收入（万元）	127.15	168.34%	123.49	-37.03%	196.11	97.05%	99.53
	销量（台）	6	50.00%	8	-42.86%	14	180.00%	5
	平均销售单价（万元/台）	21.19	78.89%	15.44	10.19%	14.01	-29.63%	19.91

烫片机、毛巾机、其他特种机属于市场小众机型，客户对该部分设备的采购需求具有偶发性，客户群体更看重其特殊的刺绣工艺、而非生产效率，客户群体较为零散，报告期内该部分设备销售收入金额较小，销售数量与平均销售单价存在一定的波动。

（二）与同期市场价格是否存在差异，同型号产品向不同客户的销售价格和毛利率是否存在差异

电脑刺绣机规格型号较多，头数、头距、附加装置、电控系统、针数、刺绣面积等指标的变化均会影响设备的价格，且市场无公开价格，无法直接进行比较。根据中国缝制机械行业数据，2024 年 10 家主要电脑刺绣机整机企业实现营业收入 37 亿元，产量 1.93 万台，匡算市场价格约为 19 万元/台，报告期内，公司电脑刺绣机平均价格分别为 18.73 万元/台、17.78 万元/台、19.07 万元/台和 20.42 万元/台，与市场价格差异较小。

公司产品以个性化定制为主，不存在完全同型号产品，各类产品下刺绣机规格型号较多（如头数、头距、附加装置、电控系统、针数、刺绣面积等），同时受市场供需状况、客户重要性、原材料价格波动、竞争对手报价等因素的影响，导致同类产品不同订单间销售单价、毛利率存在差异。

1、服装机

报告期内，服装机各期前五大客户销售价格及毛利率情况比较如下：

单位：万元/台

客户	销售价格				销售毛利率			
	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
M.RAMZAN 及其关联方	16.99	16.90	16.29	15.55	24.66%	23.38%	20.26%	18.24%
LIBERTY	20.58	20.04	18.67	17.85	21.69%	21.64%	17.02%	20.96%
ALLIANCE	16.64	17.00	15.06	13.94	26.49%	27.50%	21.18%	24.15%
汕头市金中际服装服饰有限公司及其关联方	/	/	/	47.29	/	/	/	9.29%
KARDES	19.77	20.88	20.19	29.92	25.00%	19.23%	23.72%	26.03%
FUSAI 及其关联方	17.90	19.39	13.46	12.54	28.56%	27.45%	24.41%	21.57%
OUBARI 及其关联方	17.88	18.38	17.81	14.76	27.77%	30.68%	27.23%	46.50%
众信机械	18.27	18.84	17.62	17.82	31.30%	29.52%	27.59%	26.55%
YOUNGONE CORPORATION	15.65	13.70	14.03	16.70	50.73%	51.85%	44.64%	45.79%

报告期内，公司服装机销售价格分别为 16.76 万元/台、15.83 万元/台、17.28 万元/台和 17.68 万元/台，在 10-20 万元左右。2022 年，公司向汕头市金中际服装服饰有限公司及其关联方销售的服装机价格较高，主要系设备头数较多且含附加装置所致；2022 年，公司向 KARDES 销售的服装机价格较高，主要系 2022 年土耳其市场较好，公司向其销售的服装机含附加装置所致。

报告期内，公司服装机毛利率分别为 21.97%、22.29%、25.46%和 26.87%，在 20%-30%左右。2022 年，公司向 M.RAMZAN 及其关联方销售的服装机毛利率较低，主要系公司与 M.RAMZAN 合作集中在上半年（2022 年下半年巴基斯坦外汇储备不足导致订单减少），大宗材料价格处于高位导致毛利率较低；2023 年，公司向 LIBERTY 销售的服装机毛利率较低，主要系 2023 年为协助其拓展

印度市场，公司提高了其设备配置（双四件套机头结构等），但提价幅度较小所致；2022 年，公司向汕头市金中际服装服饰有限公司及其关联方销售的服装机毛利率较低，主要系其为公司代理直销大客户，公司在定价上给予一定的优惠所致；2022 年，公司向 OUBARI 及其关联方销售的服装机毛利率较高，主要系该客户代理埃及、阿联酋地区，2022 年该地区市场较好公司向其定价较高所致；2025 年 1-6 月，公司向众信机械销售的服装机毛利率较高，主要系众信机械销售高端裁片机（一种服装机类型）定价较高所致；报告期内，公司向 YOUNGONE CORPORATION 销售的服装机毛利率较高，主要系系 YOUNGONE CORPORATION 位于韩国，公司向其销售定价较高所致。

2、花边机

报告期内，花边机各期前五大客户销售价格及毛利率情况比较如下：

单位：万元/台

客户	销售价格				销售毛利率			
	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
信友智能及其关联方	38.37	34.93	31.38	28.19	25.00%	21.94%	16.75%	10.82%
信扬智能及其关联方	29.17	25.41	21.85	28.32	24.65%	21.81%	18.29%	13.72%
绍兴市柯桥区中国轻纺城敛佳布行及其关联方	/	/	44.45	54.37	/	/	22.78%	22.71%
杭州蓝马织绣有限公司	/	/	37.17	36.08	/	/	8.27%	3.37%
杭州云迪绣品有限公司	/	/	/	38.86	/	/	/	11.52%
绍兴励能纺织有限公司	/	64.65	/	/	/	18.24%	/	/
绍兴柯桥华仕达纺织有限公司	37.37	32.28	40.59	/	15.28%	12.00%	7.62%	/
杭州普发特纺织有限公司	39.65	34.98	/	/	25.12%	23.04%	/	/
杭州康彩花边有限公司	/	46.40	56.18	/	/	18.78%	25.28%	/
杭州恒飞绣品有限公司	/	42.04	44.24	/	/	14.10%	-4.26%	/
杭州浩瑞腾绣品服饰有限公司	/	/	59.51	/	/	/	20.64%	/
绍兴金袁刺绣有限公司	47.69	/	/	/	17.99%	/	/	/
绍兴爱东绣品有限公司及其关联方	66.94	83.22	/	59.29	21.84%	24.25%	/	18.38%
绍兴贤耀纺织绣品有限公司及其关联方	53.90	48.06	11.50	44.76	23.98%	27.17%	16.99%	19.58%

报告期内，公司花边机销售价格分别为 32.72 万元/台、33.10 万元/台、36.28 万元/台和 40.89 万元/台，在 30-40 万元左右。2022 年，公司向信友智能及其关联方销售的花边机价格较低，主要系设备头数较少所致；报告期内，公司向信扬智能及其关联方销售的花边机价格较低，主要系设备头数较少所致；2022-2023 年，公司向绍兴市柯桥区中国轻纺城敛佳布行及其关联方销售的花边机价格较高，主要系设备含附加装置所致；2023-2024 年，公司向绍兴励能纺织有限公司、杭州康彩花边有限公司、杭州恒飞绣品有限公司、杭州浩瑞腾绣品服饰有限公司销售的花边机价格较高，主要系设备头数较多且含附加装置所致；2025 年 1-6 月，公司向绍兴金袁刺绣有限公司销售的花边机价格较高，主要系设备头数较多所致；报告期内，公司向绍兴爱东绣品有限公司及其关联方销售的花边机价格较高，主要系设备头数较多且含附加装置所致；2023 年，公司向绍兴贤耀纺织绣品有限公司及其关联方销售的花边机价格较低，主要系设备头数较少所致，其余期间价格较高，主要系设备头数较多所致。

报告期内，公司花边机毛利率分别为 16.62%、15.50%、19.38%和 23.86%，在 15%-25%左右。2022 年，公司向信友智能及其关联方销售的花边机毛利率较低，主要系 2022 年公司与信友智能处于合作初期，为支持其拓展市场向其销售价格较低，同时以提点模式结算保修服务费导致毛利率较低；2022 年，公司向信扬智能及其关联方销售的花边机毛利率较低，主要系公司与信扬智能合作集中在上半年，大宗材料价格处于高位导致毛利率较低；2022-2024 年，公司向杭州蓝马织绣有限公司、杭州云迪绣品有限公司、绍兴柯桥华仕达纺织有限公司销售的花边机毛利率较低，主要系公司基于维护老客户合作关系适当让利所致；2023 年，公司向杭州恒飞绣品有限公司销售的花边机毛利率较低，主要系公司基于维护老客户合作关系给予了较大的价格优惠所致；2024 年，公司向绍兴贤耀纺织绣品有限公司及其关联方销售的花边机毛利率较高，主要系当期向其销售产品为新开发的 190 头 115 头距花边机，定价较高所致。

3、家纺机

报告期内，家纺机各期前五大客户销售价格及毛利率情况比较如下：

单位：万元/台

客户	销售价格				销售毛利率			
	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
怡之沐机械及其关联方	24.60	23.50	22.22	21.87	19.00%	18.24%	18.13%	16.67%
南通赛贝纳纺织品有限公司	/	/	/	23.14	/	/	/	13.52%
南通缇茉纺织品有限公司	/	/	/	22.47	/	/	/	15.83%
南通奋永纺织科技有限公司	/	/	/	22.80	/	/	/	20.79%
天长市卓旭工艺品有限公司	/	/	/	22.64	/	/	/	19.82%
永真服装及其关联方	/	/	19.62	/	/	/	24.31%	/
威海市佳美漪刺绣厂	/	24.28	/	/	/	24.95%	/	/
上海复达光华企业管理咨询有限公司	/	24.18	/	/	/	15.15%	/	/
信扬智能及其关联方	19.91	20.53	15.44	/	37.47%	32.59%	25.34%	/
南通妙客莱纺织科技有限公司	/	/	24.96	/	/	/	12.48%	/
临沂丽蒙绣品有限公司	/	25.00	15.53	/	/	23.81%	23.15%	/
海门水伊源纺织品厂	/	/	22.26	/	/	/	30.29%	/
北京清检检测技术集团有限公司	/	22.63	/	/	/	20.02%	/	/

报告期内，公司家纺机销售价格分别为 21.75 万元/台、22.03 万元/台、23.36 万元/台和 23.43 万元/台，在 20-30 万元左右。2023 年，公司向信扬智能及其关联方销售的家纺机价格较低，主要系设备头数较少且头距较短所致；2023 年，公司向临沂丽蒙绣品有限公司销售的家纺机价格较低，主要系设备头距较短所致。

报告期内，公司家纺机毛利率分别为 17.18%、19.50%、21.56%和 22.92%，在 15%-25%左右。2022 年，公司向南通赛贝纳纺织品有限公司销售的家纺机毛利率较低，主要系公司基于维护老客户合作关系适当让利所致；2024 年、2025 年 1-6 月，公司向信扬智能及其关联方销售的家纺机毛利率较高，主要系信扬智能重点经营花边机，分别仅向公司采购了 2 台、1 台定价较高的家纺机所致；2023 年，公司向南通妙客莱纺织科技有限公司销售的家纺机毛利率较低，主要系公司基于维护老客户合作关系适当让利所致；2023 年，公司向海门水伊源纺织品厂销售的家纺机毛利率较高，主要系使用睿能电控成本较低所致。

4、成衣帽绣机

报告期内，成衣帽绣机各期前五大客户销售价格及毛利率情况比较如下：

单位：万元/台

客户	销售价格				销售毛利率			
	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
WELTTEC 及其关联方	4.27	2.00	2.85	2.34	10.28%	26.06%	26.47%	18.38%
HONGKONG SINCHAROEN TRADING(THAILAND) CO.,LTD	2.44	2.04	2.49	3.14	29.72%	21.49%	15.67%	17.72%
SINSIM AMERICA INC.	/	8.59	1.97	4.12	/	15.95%	16.33%	29.80%
IL PUNTO	3.30	4.59	4.26	3.05	29.50%	42.73%	44.14%	32.26%
杭州金甲服装机械有限公司及其关联方	/	/	2.53	5.14	/	/	39.89%	12.33%
AZARGANI&TEJARI TINAB PISHRANEH TALAEI SHAHIN	2.37	2.56	2.48	2.35	27.32%	33.27%	12.46%	26.86%
OUBARI 及其关联方	8.84	4.72	6.32	3.81	11.83%	16.96%	22.68%	27.17%
EMB VIET HUNG COMPANY LIMITED	2.41	1.88	/	/	21.44%	21.22%	/	/
SVS SEWING EQUIPMENT PRIVATE LIMITED	1.47	1.48	1.45	/	10.00%	6.31%	19.93%	/
GULFTEX SEWING MACHINE TRADING LLC	4.28	2.62	4.31	2.63	24.67%	-14.13%	-1.85%	20.16%
台州金宣缝制设备有限公司	2.21	1.73	/	/	14.29%	6.57%	/	/

报告期内，公司成衣帽绣机销售价格分别为 3.16 万元/台、2.74 万元/台、2.15 万元/台和 2.39 万元/台，在 1-5 万元左右。2024 年，公司向 SINSIM AMERICA INC. 销售的成衣帽绣机价格较高，主要系设备头数较多所致；2023 年、2025 年 1-6 月，公司向 OUBARI 及其关联方销售的成衣帽绣机价格较高，主要系设备头数较多所致。

报告期内，公司成衣帽绣机毛利率分别为 22.80%、19.97%、21.54%和 18.58%，在 15%-25%左右。易瑞得产量规模偏小，存在机器设备折旧及厂房等固定费用情况下不同月份产量差异导致单位成本有所波动，进而影响毛利率水平。2025 年 1-6 月，公司向 WELTTEC 及其关联方销售的成衣帽绣机毛利率较低，主要系

销量较少，且生产入库的月份产量较低使得分摊的直接人工和制造费用较高所致；2025 年 1-6 月，公司向 HONGKONG SINCHAROEN TRADING（THAILAND）CO.,LTD 销售的成衣帽绣机毛利率较高，主要系销量较少，且生产入库的月份产量较高使得分摊的单位直接人工和制造费用较低所致；2022 年，公司向 SINSIM AMERICA INC.销售的成衣帽绣机毛利率较高，主要系 2022 年美国市场较好，双方合作初期公司向其销售定价较高所致；报告期内，公司向 IL PUNTO 销售的成衣帽绣机毛利率较高，主要系 IL PUNTO 位于意大利，公司向其销售定价较高所致；2022 年，公司向杭州金甲服装机械有限公司及其关联方销售的成衣帽绣机毛利率较低，2023 年销售毛利率较高，主要系金甲服装机械有限公司为公司出口代理商，因终端客户变动导致毛利率变化较大；2023 年，公司向 AZARGANI&TEJARI TINAB PISHRANEH TALAEI SHAHIN 销售的成衣帽绣机毛利率较低，主要系向其销售的成衣帽绣机部分来自于产量较低的月份，分摊的直接人工和制造费用较高导致毛利率较低，其余期间销售毛利率较高，主要系该客户主营工业缝纫机，对电脑刺绣机价格敏感性较弱，公司向其销售定价较高所致；2022 年，公司向 OUBARI 及其关联方销售的成衣帽绣机毛利率较高，主要系该客户代理埃及、阿联酋地区，2022 年市场较好公司向其定价较高所致，2025 年 1-6 月销售毛利率较低，主要系销量较少，个别新机型试制耗用材料较多，且生产入库的月份产量较低使得分摊的直接人工和制造费用较高所致；2024 年、2025 年 1-6 月，公司向 SVS SEWING EQUIPMENT PRIVATE LIMITED 销售的成衣帽绣机毛利率较低，主要系为扩大合作规模公司定价较低所致；2023-2024 年，公司向 GULFTEX SEWING MACHINE TRADING LLC 销售的成衣帽绣机毛利率较低，主要系公司向其销售的成衣帽绣机部分来自于产量较低的月份，分摊的直接人工和制造费用较高及个别产品质量折扣导致毛利率较低；2024 年，公司向台州金宣缝制设备有限公司销售的成衣帽绣机毛利率较低，主要系合作初期公司向其销售以 1 头或 2 头的设备为主，为扩大合作规模定价较低，同时公司向其销售的成衣帽绣机部分来自于产量较低的月份，分摊的直接人工和制造费用较高导致毛利率较低。

5、混合机

报告期内，混合机各期前五大客户销售价格及毛利率情况比较如下：

单位：万元/台

客户	销售价格				销售毛利率			
	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
众信机械	27.63	28.34	27.21	27.29	17.84%	17.13%	14.58%	14.70%
KARDES	34.87	25.64	29.62	31.05	22.56%	22.17%	15.48%	22.15%
ALLIANCE	28.42	25.25	20.17	25.30	27.50%	25.22%	16.02%	22.64%
WELTTEC 及其关联方	13.60	13.11	/	21.40	32.43%	40.20%	/	34.60%
IL PUNTO	27.38	23.83	25.08	23.35	44.25%	55.36%	46.54%	45.76%
FUSAI 及其关联方	14.48	11.03	13.70	13.72	29.88%	26.38%	27.88%	27.73%
STE AGA BROD SARL	12.64	12.99	10.93	11.77	23.85%	28.00%	24.38%	21.55%

报告期内，公司混合机销售价格分别为 24.31 万元/台、20.07 万元/台、21.88 万元/台和 24.43 万元/台，在 20-30 万元左右。2025 年 1-6 月，公司向 KARDES 销售的混合机价格较高，主要系设备头数较多且含附加装置所致；报告期内，公司向 WELTTEC 及其关联方、FUSAI 及其关联方、STE AGA BROD SARL 销售的混合机价格较低，主要系设备头数较少所致。

报告期内，公司混合机毛利率分别为 25.04%、24.65%、24.82%和 27.04%，在 20%-30%左右。报告期内，公司向众信机械销售混合机毛利率较低，主要系境内市场混合机竞争相对激烈，毛利水平普遍较低所致；2023 年，公司向 KARDES 销售混合机毛利率较低，主要系降价销售部分库龄较长的设备所致；2023 年，公司向 ALLIANCE 销售混合机毛利率较低，主要系为抢占印度新德里市场，公司适当让利代理商所致；报告期内，公司向 WELTTEC 及其关联方销售混合机毛利率较高，主要系 WELTTEC 主营工业缝纫机，对电脑刺绣机价格敏感性较弱，公司向其销售定价较高所致；报告期内，公司向 IL PUNTO 销售混合机毛利率较高，主要系 IL PUNTO 位于意大利，公司向其销售定价较高所致。

6、烫片机、毛巾机、其他特种机

报告期内，公司烫片机销售价格分别为 8.71 万元/台、7.40 万元/台、3.69 万元/台和 3.80 万元/台，毛利率分别为 32.70%、38.79%、30.00%和 29.14%；毛巾机销售价格分别为 18.73 万元/台、20.57 万元/台、17.10 万元/台和 18.25 万元/台，毛利率分别为 15.79%、17.36%、33.12%和 27.45%；其他特种机销售价格分别为

19.91 万元/台、14.01 万元/台元、15.44 万元/台和 21.19 万元/台，毛利率分别为 38.26%、48.19%、27.43%和 52.05%。烫片机、毛巾机、其他特种机属于市场小众机型，客户需求具有偶发性，客户群体较为零散，使得不同客户间销售价格、毛利率差异较大。

（三）结合下游产业生产设备换代升级进展、上下游行业格局变化趋势、竞争对手技术和产品更新情况等，说明发行人收入增长是否达到瓶颈，后续是否存在需求下降和收入下滑风险，并视情况完善相关风险揭示

1、下游产业生产设备换代升级进展

近年来下游产业生产设备换代升级需求显著增长，主要原因系电脑刺绣机生产厂商在提升转速、扩展头数、加装各类附加装置等方面取得了较大进展。下游产业生产设备换代升级的红利仍在释放，尤其是海外市场逐步复苏、扩张，高转速机型需求量较大，仍存在较多下游客户尚未完成换代升级。

根据《2024-2025 中国缝制机械行业发展报告》，国内市场的增长动力主要系存量生产设备的换代升级，2024 年以来，绍兴市场增长较为稳健，潮汕、广州及佛山市场处于大批量换代阶段，市场需求显著增长；印度、巴基斯坦、阿联酋、美国等国外市场受多方面因素影响呈现良好的增长趋势，印度市场主要对配备散珠、多色金片、珠叠一体装置等功能的电脑刺绣机需求大幅增长，巴基斯坦市场在国家政治和经济形势趋于稳定后恢复增长，阿联酋市场受益于稳定的政治和经济形势、良好的经商环境、较低的人工成本等增长较快，同时电脑刺绣机的转速提升也促使了国外存量生产设备的换代升级。

根据中国缝制机械协会统计数据，2025 年 1-6 月我国电脑刺绣机出口量为 6.69 万台、出口额为 4.71 亿美元，同比分别增长 29.36%和 63.52%，保持快速增长趋势。

2、上下游行业格局变化趋势

报告期内，上游行业格局未发生重大不利变化。电脑刺绣机原材料主要为电控系统、矩形管、附加装置、驱动小部件、机架、旋梭件等，其中电控系统供应商相对集中，上市公司大豪科技、睿能科技占据主要市场份额，其他原材料通常

可选择供应商众多，市场竞争较为充分。

报告期内，下游行业格局未发生重大不利变化。下游客户多为从事纺织、服装、鞋帽、家纺等生产加工的中小微民营企业，国内以绍兴、潮汕、广州及佛山、南通等四大区域市场为主，随着纺织服装产业不断向中西部转移，河南、山东、河北等省份及西南地区的电脑刺绣机市场逐渐扩张；国际电脑刺绣机市场以印度、巴基斯坦、孟加拉、越南、美国等国家为主，随着其他国家纺织服装产业的发展和个性化需求的提升，阿联酋、埃及等国家市场增长较为迅速。

3、竞争对手技术和产品更新情况

根据中国缝制机械协会披露信息，报告期内，主要竞争对手技术和产品更新情况主要如下：

（1）浙江越隆

浙江越隆重点开展了“主轴离合盘带混合高速刺绣机”、“动态稳定粗线过线的高速电脑刺绣机”、“多功能混合毛巾电脑刺绣机”、“精准控制多头减振高速刺绣机关键技术与产业化”、“基于智能柔性控制技术的刺绣装备‘智能一代’技术开发及应用”、“集散式压脚多头剪线高速电脑刺绣机”等产品或项目的研发创新。

（2）浙江镨美科

浙江镨美科重点开展了“HX 机型超多头刺绣机”、“1,500 转电子独立压脚超高速刺绣机”、“超大容量智能盘带刺绣机”、“266 头 2 寸 15 码花边机”等产品或项目的研发创新。

（3）诸暨玛雅

诸暨玛雅重点开展了“智能视觉定位多功能一体绣花机”、“全自动定位组合绣机型”、“玛雅多色智能全自动换带混合盘带机”、“自动换带轮大盘带刺绣机”、“大拼接刺绣机”、“智能压脚系统高速绣花机”等产品或项目的研发创新。

公司与主要竞争对手均系行业内龙头企业，近年来均针对提升转速、扩展头

数、加装各类附加装置等市场需求进行了技术和产品更新，各家企业各有自身优势技术和产品，整体不存在重大差异。相较于其他电脑刺绣机企业，公司具有较强的技术和产品优势。

4、说明发行人收入增长是否达到瓶颈，后续是否存在需求下降和收入下滑风险，并视情况完善相关风险揭示

报告期内，上下游行业格局未发生重大不利变化，公司技术和产品更新持续进行，具有较强的竞争优势，公司收入增长尚未达到瓶颈。报告期各期末，公司在手订单金额分别为 10,507.58 万元、19,749.86 万元、31,537.95 万元和 40,270.47 万元，预计短期内市场需求、收入规模将维持在较高水平。

报告期内，公司收入持续增长，主要系电脑刺绣机行业设备更新换代加快，叠加全球消费动力和纺织服装补库需求积极释放，电脑刺绣机主要市场的发展趋势良好，若未来前述的外部经济环境、下游行业需求、产品更新迭代需求等发生重大不利变化，将可能导致公司经营业绩无法持续增长。公司已在招股说明书“第三节 风险因素”之“一、（九）经营业绩增长不可持续风险”中披露相关风险。

三、说明发行人与前十大客户的具体合作情况，包括但不限于客户名称、类型、合作历史、合作模式、订单获取方式、各期销售产品类型、数量、金额等。对于直接客户，结合相关客户所在地经济、文化发展趋势，客户产品和品牌竞争力、销售情况、后续产能和设备投入规划、发行人产品投产及运行情况、各期复购情况等，说明发行人与相关客户的合作是否稳定，后续是否具备长期合作空间。对于间接客户（代理经销商、代理直销商、融资租赁机构等），结合发行人与相关客户的合作历史、代理商的终端客户开拓和服务能力、代理商及融资租赁商自身经营稳定性情况、发行人产品占相关客户业务规模比例、主要服务市场变化趋势、终端客户的经营和需求变化情况等，说明与相关间接客户合作的稳定性，相关间接客户是否还与其他同类供应企业合作，发行人市场拓展是否对相关间接客户及其渠道存在依赖，并视情况完善风险揭示及重大事项提示

（一）说明发行人与前十大客户的具体合作情况，包括但不限于客户名称、类型、合作历史、合作模式、订单获取方式、各期销售产品类型、数量、金额

报告期内，公司与各期主营业务前十大客户的具体合作情况如下：

客户名称	客户类型	合作历史	合作模式	订单获取方式	销售产品类型	2025 年 1-6 月		2024 年度		2023 年度		2022 年度	
						销售数量	销售金额	销售数量	销售金额	销售数量	销售金额	销售数量	销售金额
LIBERTY	品牌商	2005 年开始合作（成立公司前以个人为主体与公司合作）	ODM	商务谈判	服装机	584	12,016.72	960	19,240.15	612	11,427.89	456	8,138.17
					花边机	-	-	-	-	1	29.72	18	372.70
					其他电脑刺绣机	4	130.43	3	9.12	23	198.25	40	328.86
					电脑刺绣机部件	4	0.30	-	-	-	-	3	0.74
M.RAMZAN 及其关联方[注 1]	品牌商	2011 年开始合作	ODM	商务谈判	服装机	498	8,460.28	936	15,821.71	299	4,870.67	543	8,445.16
					花边机	-	-	-	-	-	-	11	206.22
					其他电脑刺绣机	9	96.69	29	150.81	18	100.95	19	318.36
					电脑刺绣机部件	-	-	13	123.99	754	119.25	30	0.94
台新融资	融资租赁公司	2015 年开始合作	代理直销、公司直销等	商务谈判	花边机	115	5,561.96	174	7,408.99	228	9,077.90	145	5,893.89
					服装机	7	146.90	9	210.27	29	580.38	63	1,671.09
					其他电脑刺绣机	4	105.39	12	298.61	8	200.74	23	516.08
					电脑刺绣机部件	-	-	125	81.78	210	37.17	-	-
信扬智能及其关联方	代理商	2011 年开始合作（成立公司前以	代理经销	商务谈判	花边机	133	3,880.18	261	6,630.96	173	3,779.91	38	1,076.28
					服装机	-	-	-	-	1	22.57	12	255.75

客户名称	客户类型	合作历史	合作模式	订单获取方式	销售产品类型	2025 年 1-6 月		2024 年度		2023 年度		2022 年度	
						销售数量	销售金额	销售数量	销售金额	销售数量	销售金额	销售数量	销售金额
		个人为主体与公司合作）			其他电脑刺绣机	1	19.91	2	41.06	4	61.77	-	-
					电脑刺绣机部件	-	-	-	-	-	-	29	10.11
永丰金租赁	融资租赁公司	2024 年开始合作	代理直销、公司直销	商务谈判	花边机	80	3,688.32	51	2,115.49	-	-	-	-
信友智能及其关联方	代理商	2020 年开始合作（成立公司前以个人为主体与公司合作）	代理经销	商务谈判	花边机	90	3,453.67	127	4,435.66	87	2,729.70	38	1,029.94
					服装机	-	-	-	-	1	43.36	-	-
					电脑刺绣机部件	-	-	-	-	1,794	129.06	-	-
ALLIANCE	品牌商	2014 年开始合作	ODM	商务谈判	服装机	119	1,980.52	161	2,736.77	124	1,867.44	90	1,255.01
					花边机	4	101.91	-	-	15	496.32	16	327.66
					其他电脑刺绣机	25	634.28	33	766.89	16	238.77	24	481.69
					电脑刺绣机部件	-	-	3	1.96	-	-	-	-
永赢金租	融资租赁公司	2023 年开始合作	代理直销、公司直销等	商务谈判	花边机	47	2,216.69	106	4,752.28	34	1,242.12	-	-
					服装机	4	66.91	13	269.29	5	107.52	-	-
					其他电脑刺绣机	-	-	14	398.11	2	53.10	-	-
FUSAI 及其	品牌商	2017 年开始合作	ODM	商务谈判	服装机	41	733.92	47	911.41	129	1,736.56	50	627.18

客户名称	客户类型	合作历史	合作模式	订单获取方式	销售产品类型	2025 年 1-6 月		2024 年度		2023 年度		2022 年度	
						销售数量	销售金额	销售数量	销售金额	销售数量	销售金额	销售数量	销售金额
关联方[注 2]					混合机	16	231.65	29	319.86	42	575.59	10	137.24
					其他电脑刺绣机	1	20.16	3	13.20	2	13.74	2	8.90
OUBARI 及其关联方	品牌商	2019 年开始合作	ODM	商务谈判	服装机	38	679.35	60	1,102.96	44	783.46	25	369.04
					毛巾机	7	112.36	3	49.10	2	34.64	-	-
					花边机	1	37.88	4	173.27	5	179.95	18	424.01
					其他电脑刺绣机	4	77.19	20	217.52	22	139.09	11	74.48
					电脑刺绣机部件	-	-	-	-	4	1.19	-	-
众信机械[注 3]	代理商	2021 年开始合作（成立公司前以个人为主体与公司合作）	代理经销	商务谈判	服装机	33	602.85	131	2,468.04	50	881.00	3	53.45
					混合机	8	221.06	10	283.36	13	353.70	29	791.54
					花边机	-	-	-	-	3	64.18	1	18.28
KARDES[注 4]	代理商	2016 年开始合作	代理经销	商务谈判	混合机	11	383.52	14	358.93	16	473.85	16	496.75
					服装机	15	296.53	20	417.60	27	545.06	27	807.86
					花边机	-	-	2	160.53	2	52.99	3	134.54
					其他电脑刺绣机	16	47.05	12	41.27	11	168.76	11	128.84
					电脑刺绣机部件	-	-	1	1.86	-	-	23	13.07

客户名称	客户类型	合作历史	合作模式	订单获取方式	销售产品类型	2025 年 1-6 月		2024 年度		2023 年度		2022 年度	
						销售数量	销售金额	销售数量	销售金额	销售数量	销售金额	销售数量	销售金额
汕头市金中际服装服饰有限公司及其关联方	直接客户	2019 年开始合作	代理直销	商务谈判	服装机	-	-	-	-	-	-	22	1,040.28
怡之沐机械及其关联方[注 5]	代理商	2017 年开始合作（成立个体工商户前以个人为主体与公司合作）	代理经销	商务谈判	家纺机	1	22.93	23	523.34	52	1,153.58	34	743.57
					混合机	2	74.41	-	-	-	-	-	-
					服装机	3	34.76	-	-	1	26.80	7	208.47
IL PUNTO[注 6]	代理商	2019 年开始合作	代理经销	商务谈判	服装机	9	208.48	8	167.95	13	193.99	24	489.80
					混合机	4	109.51	7	166.84	11	275.91	14	326.89
					其他电脑刺绣机	13	66.59	15	68.91	25	110.71	33	107.30
					电脑刺绣机部件	-	-	7	32.21	4	4.66	2	1.51

注 1：自 2022 年三季度至 2023 年二季度，巴基斯坦外汇储备不足的问题凸显，因缺少美元支付进口订单，2023 年公司向 M.RAMZAN 及其关联方销售金额下滑；

注 2：2024 年阿尔及利亚针对电脑刺绣机的进口政策变化导致公司向 FUSAI 及其关联方销售金额下滑；

注 3：2025 年 1-6 月广州地区裁片机市场需求较上年同期有所下降及公司刺绣机产能分配不足导致公司向众信机械销售金额下滑；

注 4：2023-2024 年土耳其存在较为严重的通货膨胀、货币贬值问题，终端客户采购生产设备的需求减少，导致公司向 KARDES 销售金额下滑；

注 5：2024 年和 2025 年 1-6 月家纺机市场需求下降导致公司向怡之沐机械及其关联方销售金额下滑；

注 6：2023-2024 年意大利时尚服装需求下降导致公司向 IL PUNTO 销售金额下滑。

（二）对于直接客户，结合相关客户所在地经济、文化发展趋势，客户产品和品牌竞争力、销售情况、后续产能和设备投入规划、发行人产品投产及运行情况、各期复购情况等，说明发行人与相关客户的合作是否稳定，后续是否具备长期合作空间

公司报告期各期前十大客户中直接客户的基本情况如下：

单位：万元

客户名称	所在地区	客户产品及品牌竞争力	销售情况	后续产能和设备投入规划	公司产品投产及运行情况	各期复购情况			
						2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
汕头市金中际服装服饰有限公司及其关联方	广东汕头	中高档婚纱时装用蕾丝花边；长期稳定供应婚纱制衣品牌厂商	稳定销往境内境外多个国家和地区	具有新建厂房及设备投入需求	2022 年投产使用并正常运行	-	-	-	1,040.28

报告期内，仅 2022 年客户汕头市金中际服装服饰有限公司及其关联方系直接客户，该客户所在地汕头地区服装产业系支柱性产业之一，客户长期从事中高档婚纱时装用蕾丝花边的生产加工，2021-2022 年因产能扩张向公司采购设备，电脑刺绣机属于客户重大固定资产投资，采购通常具有偶发性特点，2022 年后客户未向公司再行采购设备。公司与该客户具有正常的业务往来关系，客户综合考虑设备价格、信用期等因素选择电脑刺绣机厂商进行合作，双方具备长期合作空间。

（三）对于间接客户（代理经销商、代理直销商、融资租赁机构等），结合发行人与相关客户的合作历史、代理商的终端客户开拓和服务能力、代理商及融资租赁商自身经营稳定性情况、发行人产品占相关客户业务规模比例、主要服务市场变化趋势、终端客户的经营和需求变化情况等，说明与相关间接客户合作的稳定性，相关间接客户是否还与其他同类供应企业合作，发行人市场拓展是否对相关间接客户及其渠道存在依赖，并视情况完善风险揭示及重大事项提示

1、发行人与间接客户的合作历史、代理商的终端客户开拓和服务能力、代理商及融资租赁商自身经营稳定性情况、发行人产品占相关客户业务规模比例、主要服务市场变化趋势、终端客户的经营和需求变化情况等

代理经销商、品牌商、融资租赁机构系公司的间接客户。代理经销、ODM 销售模式下，公司分别与代理商、品牌商签订销售合同，代理商、品牌商通过其自身销售渠道完成终端销售；融资租赁结算模式下，公司先与终端客户签订销售合同，约定终端客户以自有资金向公司支付一定比例的定金、发货款，公司再与融资租赁公司、终端客户签订三方合同，当终端客户满足了与融资租赁公司约定的相关付款条件后，剩余款项由融资租赁公司支付给公司，终端客户分期向融资租赁公司支付融资租赁租金。

（1）代理经销商

报告期内，公司前十大客户中属于代理经销商的间接客户的基本情况如下：

客户名称	合作历史	合作模式	订单获取方式	公司产品占代理商同类业务规模比例	主要服务市场	终端客户主要类型	2025 年 1-6 月		2024 年度		2023 年度		2022 年度	
							收入（万元）	占主营业务收入比重	销售金额（万元）	占主营业务收入比重	销售金额（万元）	占主营业务收入比重	销售金额（万元）	占销主营业务收入比重
信扬智能及其关联方	2011 年开始合	代理经销	商务谈判	70.00%左右	广东汕头	服装花边刺绣加工厂商	3,900.09	6.13%	6,672.03	6.73%	3,864.25	5.80%	1,289.93	2.26%

客户名称	合作历史	合作模式	订单获取方式	公司产品占代理商同类业务规模比例	主要服务市场	终端客户主要类型	2025 年 1-6 月		2024 年度		2023 年度		2022 年度	
							收入（万元）	占主营业务收入比重	销售金额（万元）	占主营业务收入比重	销售金额（万元）	占主营业务收入比重	销售金额（万元）	占销主营业务收入比重
	作													
信友智能及其关联方	2020 年开始合作	代理经销	商务谈判	100.00%	广东汕头	服装花边刺绣加工厂商	3,453.67	5.43%	4,435.66	4.47%	2,902.12	4.36%	1,029.94	1.81%
众信机械	2021 年开始合作	代理经销	商务谈判	100.00%	广州、佛山地区	服装裁片刺绣加工厂商	823.91	1.29%	2,751.40	2.77%	1,298.88	1.95%	863.27	1.51%
KARDES	2016 年开始合作	代理经销	商务谈判	100.00%	土耳其	服装面料刺绣加工厂商	727.10	1.14%	980.19	0.99%	1,240.65	1.86%	1,581.06	2.77%
怡之沐机械及其关联方	2017 年开始合作	代理经销	商务谈判	100.00%	江苏南通	家纺面料刺绣加工厂商	132.10	0.21%	523.34	0.53%	1,180.38	1.77%	952.03	1.67%
IL PUNTO	2019 年开始合作	代理经销	商务谈判	80.00%左右	意大利	服装面料刺绣加工厂商	382.85	0.60%	435.92	0.44%	585.27	0.88%	925.50	1.62%
合计							**9,419.71**	**14.80%**	**15,798.54**	**15.92%**	**11,071.55**	**16.62%**	**6,641.73**	**11.65%**

报告期内，公司与上述代理经销商的合作情况如下：

①信扬智能及其关联方

公司自 2011 年开始与其实际控制人孙情合作，此前孙情长期从事其他品牌电脑刺绣机的代理及维修，经公司销售人员开拓成为公司在汕头市（龙湖及周边地区）的代理商。代理商深耕汕头市（龙湖及周边地区）区域市场，当地电脑刺绣机客户主要为从事服装花边加工的中小企业，需求个性化特征较强，代理商长期从事刺绣机售后维修工作，积累了较为丰富的客户资源，对当地客户分布和需求较为了解；同时代理商配备有 12 人售后服务团队、能覆盖其代理销售区域终端客户售后服务需求，在开拓及服务客户方面具有一定优势，公司通过与其合作可深度挖掘市场需求、提升销售效率。

代理商主要服务市场为汕头市（龙湖及周边地区）、代理销售机型以花边机为主，报告期内代理商主要服务市场未发生变更。主要服务市场服装产业较发达（汕头市纺织服装产业产值在千亿元以上、系汕头支柱产业之一），受全球消费动力和纺织服装补库需求积极释放影响，同时行业设备高速化更新换代加快，报告期内代理商业务规模增速较快，经营情况具有稳定性。

②信友智能及其关联方

公司自 2020 年开始与其实际控制人包道庆、陈静夫妻合作，两人长期从事电脑刺绣机的代理及维修业务，此前主要从事“德源”牌电脑刺绣机的代理及维修，经公司销售人员开拓成为公司在汕头市（峡山及周边地区）的代理商。代理商深耕汕头市（峡山及周边地区）区域市场，当地电脑刺绣机客户主要为从事服装花边加工的中小企业，需求个性化特征较强，代理商长期从事刺绣机售后维修工作，积累了较为丰富的客户资源，对当地客户分布和需求较为了解；同时代理商配备有 8 人售后服务团队、能覆盖其代理销售区域终端客户售后服务需求，在开拓及服务客户方面具有一定优势，公司通过与其合作可深度挖掘市场需求、提升销售效率。

代理商主要服务市场为汕头市（峡山及周边地区）、代理销售机型以花边机为主，报告期内代理商主要服务市场未发生变更。主要服务市场服装产业较发达

（汕头市纺织服装产业产值在千亿元以上、系汕头支柱产业之一），受全球消费动力和纺织服装补库需求积极释放影响，刺绣加工客户下游订单生产需求增加，同时行业设备高速化更新换代加快，报告期内代理商业务规模增速较快，经营情况具有稳定性。

③众信机械

公司自 2021 年开始与其实际控制人宁宏伟合作，此前宁宏伟长期从事小品牌电脑刺绣机与二手电脑刺绣机的销售及维修，经公司销售人员开拓成为公司在广州、佛山及周边地区的代理商。代理商深耕广州、佛山及周边地区市场，当地电脑刺绣机使用方主要为从事服装裁片加工的中小企业，需求个性化特征较强，代理商长期从事刺绣机售后维修工作，积累了较为丰富的客户资源，对当地客户分布和需求较为了解；同时代理商配备有 5 人售后服务团队、能覆盖其代理销售区域终端客户售后服务需求，在开拓及服务客户方面具有一定优势，公司通过与其合作可深度挖掘市场需求、提升销售效率。

代理商主要服务市场为广州、佛山及周边地区、代理销售机型以服装机为主，报告期内代理商主要服务市场未发生变更。主要服务市场服装产业较发达（广州市纺织服装产业是全国四大服装制造产业集群之一，也是全球规模最大的纺织服装产业集聚地；佛山市纺织业产值在千亿元以上、系佛山的传统支柱产业之一），受全球消费动力和纺织服装补库需求积极释放影响，同时行业设备高速化更新换代加快，刺绣加工客户采购设备需求增加。2022-2024 年代理商业务规模不断增长，2025 年 1-6 月因广州地区裁片机市场需求较上年同期有所下降及公司刺绣机产能分配不足导致众信机械业务规模下滑。

④KARDES

公司自 2016 年开始与其合作，此前 KARDES 长期从事其他品牌电脑刺绣机的代理销售，双方通过行业展会接洽后，其因认可公司产品品质及价格，成为公司在土耳其的代理商。代理商深耕土耳其市场，当地电脑刺绣机客户主要为从事服装面料加工的中小企业，需求个性化特征较强，代理商长期从事刺绣机销售及售后维修工作，积累了较为丰富的客户资源，对当地客户分布和需求较为了解，公司通过与其合作可深度挖掘市场需求、提升销售效率。

代理商主要服务市场为土耳其，产品以服装机、混合机为主，报告期内代理商主要服务市场未发生变更。主要服务市场服装产业较发达，土耳其系全球纺织服装出口大国，报告期内由于土耳其存在较为严重的通货膨胀、货币贬值问题，终端客户采购生产设备的需求减少，导致代理商业务规模有所波动。

⑤怡之沐机械及其关联方

公司自 2017 年开始与其实际控制人高耀叶、茅艳如夫妻合作，两人长期从事电脑刺绣机的代理及维修业务，此前主要从事“宝时捷”牌电脑刺绣机的代理及维修，经公司销售人员开拓成为公司在南通地区的代理商。代理商深耕南通地区市场，当地电脑刺绣机客户主要为从事家纺面料加工的中小企业，需求个性化特征较强，代理商长期从事刺绣机售后维修工作，积累了较为丰富的客户资源，对当地客户分布和需求较为了解，同时代理商配备有 8 人售后服务团队、能覆盖其代理销售区域终端客户售后服务需求，在开拓及服务客户方面具有一定优势，公司通过与其合作可深度挖掘市场需求、提升销售效率。

2022-2024 年代理商主要服务市场为南通地区，代理销售机型以家纺机为主，南通地区家纺机因近几年高速化更新换代需求有限、且受房地产市场不景气的影响导致 2022-2024 年销量略微下滑，公司自 2025 年起允许其主要服务市场由南通调整为南通及扬州地区。代理商主要服务市场之一南通地区下游终端客户主要从事家纺面料刺绣加工，南通地区家纺产业较发达，受房地产市场不景气的影响家用纺织品行业景气度下降，报告期内南通市场家纺机需求有限导致代理商业务规模明显下滑。代理商 2025 年新增服务市场扬州地区毛绒玩具产业较发达，代理商因开拓时间较短获取订单有限。

⑥IL PUNTO

公司自 2019 年开始与其合作，此前 IL PUNTO 长期从事其他品牌电脑刺绣机的代理销售，双方通过土耳其代理商 KARDES 介绍接洽后，其因公司产品系列丰富、价格具有竞争力，成为公司在意大利的代理商。代理商深耕意大利市场，当地电脑刺绣机客户主要为从事服装面料加工的中小企业，需求个性化特征较强，代理商长期从事刺绣机销售及售后维修工作，积累了较为丰富的客户资源，对当地客户分布和需求较为了解，公司通过与其合作可深度挖掘市场需求、提升销售

效率。

代理商主要服务市场为意大利，产品以服装机、混合机为主，报告期内代理商主要服务市场未发生变更。主要服务市场服装产业较发达，纺织服装业系意大利的主要制造业，时尚服装产业处于全球领先水平，报告期内受全球宏观经济波动影响，时尚服装需求起伏使得代理商业务规模有所波动。

（2）品牌商

报告期内，公司前十大客户中属于品牌商的间接客户的基本情况如下：

客户名称	合作历史	合作模式	订单获取方式	公司产品占品牌商同类业务规模比例	主要服务市场	终端客户主要类型	2025 年 1-6 月		2024 年度		2023 年度		2022 年度	
							销售金额（万元）	占主营业务收入比重	销售金额（万元）	占主营业务收入比重	销售金额（万元）	占主营业务收入比重	销售金额（万元）	占主营业务收入比重
LIBERTY	2005 年开始合作	ODM	商务谈判	100.00%	印度苏拉特	服装面料刺绣加工厂商	12,147.45	19.08%	19,242.21	19.40%	11,655.87	17.50%	8,840.47	15.50%
M.RAMZAN 及其关联方	2011 年开始合作	ODM	商务谈判	100.00%	巴基斯坦	服装面料刺绣加工厂商	8,556.97	13.44%	16,096.51	16.22%	5,090.86	7.64%	8,970.68	15.73%
ALLIANCE	2014 年开始合作	ODM	商务谈判	100.00%	印度新德里	服装面料刺绣加工厂商	2,716.70	4.27%	3,505.63	3.53%	2,602.53	3.91%	2,064.36	3.62%
FUSAI 及其关联方	2017 年开始合	ODM	商务谈判	100.00%	阿尔及利亚、也门	服装面料刺绣加工厂商	985.74	1.55%	1,244.47	1.25%	2,325.88	3.49%	773.31	1.36%

客户名称	合作历史	合作模式	订单获取方式	公司产品占品牌商同类业务规模比例	主要服务市场	终端客户主要类型	2025 年 1-6 月		2024 年度		2023 年度		2022 年度	
							销售金额（万元）	占主营业务收入比重	销售金额（万元）	占主营业务收入比重	销售金额（万元）	占主营业务收入比重	销售金额（万元）	占主营业务收入比重
	作													
OUBARI 及其关联方	2019 年开始合作	ODM	商务谈判	100.00%	埃及、阿联酋	服装面料刺绣加工厂商	906.78	1.42%	1,542.85	1.56%	1,138.33	1.71%	867.53	1.52%
合计							**25,313.65**	**39.77%**	**41,631.65**	**41.96%**	**22,813.47**	**34.24%**	**21,516.35**	**37.73%**

报告期内，公司与上述品牌商的合作情况如下：

①LIBERTY

公司自 2005 年开始与其实际控制人合作，合作初期其实际控制人经营服装面料加工厂，系公司产品的使用厂商，因认可公司产品品质、看好公司业务发展，实际控制人设立 LIBERTY 并选择成为公司的品牌商，报告期内均以 ODM 模式进行合作。品牌商深耕印度苏拉特及周边市场，当地电脑刺绣机客户主要为从事服装面料加工的中小企业，需求个性化特征较强，品牌商长期从事刺绣机销售及售后维修工作，积累了较为丰富的客户资源，对当地客户分布和需求较为了解，公司通过与其合作可深度挖掘市场需求、提升销售效率。

品牌商主要服务市场为印度苏拉特及周边，产品以服装机为主，报告期内品牌商主要服务市场未发生变更。主要服务市场服装产业较发达，纺织服装业系印度的主要制造业，报告期内印度国民经济增速较快，服装数量需求、刺绣工艺需求提升，叠加公司提升电脑刺绣机配置，促使报告期内品牌商业务规模增速较快，经营情况具有稳定性。

②M.RAMZAN 及其关联方

公司自 2011 年开始与其合作，此前 M.RAMZAN 及其关联方长期与其他品牌电脑刺绣机合作，同时经营缝纫机销售等其他业务，双方通过行业展会接洽后，因认可公司产品品质，选择成为公司的品牌商。品牌商深耕巴基斯坦市场，当地电脑刺绣机客户主要为从事服装面料加工的中小企业，需求个性化特征较强，品牌商长期从事刺绣机销售及售后维修工作，积累了较为丰富的客户资源，对当地客户分布和需求较为了解，公司通过与其合作可深度挖掘市场需求、提升销售效率。

品牌商主要服务市场为巴基斯坦，产品以服装机为主，报告期内品牌商主要服务市场未发生变更。主要服务市场服装产业较发达，纺织服装业系巴基斯坦的主要制造业。自 2022 年三季度至 2023 年二季度，巴基斯坦外汇储备不足的问题凸显，因缺少美元支付进口订单，公司来自 M.RAMZAN 及其关联方的订单量显著下滑；自 2023 年下半年起，上述问题得到一定程度缓解，巴基斯坦市场业务

逐步恢复，并于 2024 年度进入需求旺季，叠加公司提升电脑刺绣机配置，使得报告期内品牌商业务规模有所波动。

③ALLIANCE

公司自 2014 年开始与其合作，此前 ALLIANCE 长期与其他品牌电脑刺绣机合作，经公司人员开拓，因认可公司产品品质，选择成为公司的品牌商。品牌商深耕印度新德里及周边市场，当地电脑刺绣机客户主要为从事服装面料加工的中小企业，需求个性化特征较强，品牌商长期从事刺绣机销售及售后维修工作，积累了较为丰富的客户资源，对当地客户分布和需求较为了解，公司通过与其合作可深度挖掘市场需求、提升销售效率。

品牌商主要服务市场为印度新德里及周边，产品以服装机为主，报告期内品牌商主要服务市场未发生变更。主要服务市场服装产业较发达，纺织服装业系印度的主要制造业，报告期内印度国民经济增速较快，服装数量需求、刺绣工艺需求提升，叠加公司提升电脑刺绣机配置，促使报告期内品牌商业务规模增速较快，经营情况具有稳定性。

④FUSAI 及其关联方

公司自 2017 年开始与其合作，此前 FUSAI 及其关联方长期与其他品牌电脑刺绣机合作，同时经营缝纫机销售等其他业务，其自行至公司生产经营场所考察后，因认可公司产品品质，选择成为公司的品牌商。品牌商深耕阿尔及利亚、也门等市场，当地电脑刺绣机客户主要为从事服装面料加工的中小企业，需求个性化特征较强，品牌商长期从事刺绣机销售及售后维修工作，积累了较为丰富的客户资源，对当地客户分布和需求较为了解，公司通过与其合作可深度挖掘市场需求、提升销售效率。

品牌商主要服务市场为阿尔及利亚、也门，产品以服装机为主，报告期内品牌商主要服务市场未发生变更。主要服务市场服装产业较发达，报告期内阿尔及利亚针对电脑刺绣机的进口政策存在变化，品牌商持续开拓沙特阿拉伯等其他市场，使得报告期内品牌商业务规模有所波动。

⑤OUBARI 及其关联方

公司自 2019 年开始与其合作，此前 OUBARI 及其关联方长期与其他品牌电脑刺绣机合作，其自行至公司生产经营场所考察后，因认可公司产品品质，选择成为公司的品牌商。品牌商深耕埃及、阿联酋等市场，当地电脑刺绣机客户主要为从事服装面料加工的中小企业，需求个性化特征较强，品牌商长期从事刺绣机销售及售后维修工作，积累了较为丰富的客户资源，对当地客户分布和需求较为了解，公司通过与其合作可深度挖掘市场需求、提升销售效率。

品牌商主要服务市场为埃及、阿联酋，产品以服装机为主，报告期内品牌商主要服务市场未发生变更。主要服务市场服装产业较发达，报告期内埃及、阿联酋的政治经济环境相比周边国家较为稳定，且埃及人工成本较低，阿联酋经商环境较好，故周边国家纺织服装产业存在向上述国家转移的趋势，促使报告期内品牌商业务规模增速较快，经营情况具有稳定性。

（3）融资租赁机构

报告期内，公司前十大客户中属于融资租赁机构的间接客户的基本情况如下：

客户名称	合作历史	合作模式	订单获取方式	公司产品占融资租赁机构同类业务规模比例	主要服务市场	终端客户主要类型	2025 年 1-6 月		2024 年度		2023 年度		2022 年度	
							销售金额（万元）	占主营业务收入比重	销售金额（万元）	占主营业务收入比重	销售金额（万元）	占主营业务收入比重	销售金额（万元）	占主营业务收入比重
台新融资	2015 年开始合作	融资租赁结算	商务谈判	从事各类机械设备融资租赁业务，电脑刺绣机融资租赁业务占比较小，融资租赁机构综合考虑设备转售价值、品牌实力等因素选择设备厂商合作，公司为其电脑刺绣机主要合作厂商	华东地区、华南地区等境内各区域	服装花边、服装面料、服装裁片、家纺面料刺绣加工厂商	5,814.26	9.13%	7,999.65	8.06%	9,896.20	14.85%	8,081.07	14.17%
永丰金租赁	2024 年开始合作	融资租赁结算	商务谈判		华东地区等境内各区域	服装花边、服装面料、服装裁片、家纺面料刺绣加工厂商	3,688.32	5.79%	2,115.49	2.13%	-	-	-	-
永赢金租	2023 年	融资租	商务谈判		华东地	服装花边、服	2,283.60	3.59%	5,419.68	5.46%	1,402.73	2.11%	-	-

客户名称	合作历史	合作模式	订单获取方式	公司产品占融资租赁机构同类业务规模比例	主要服务市场	终端客户主要类型	2025 年 1-6 月		2024 年度		2023 年度		2022 年度	
							销售金额（万元）	占主营业务收入比重	销售金额（万元）	占主营业务收入比重	销售金额（万元）	占主营业务收入比重	销售金额（万元）	占主营业务收入比重
	开始合作	赁结算			区、华南地区等境内各区域	装面料、服装裁片、家纺面料刺绣加工厂商								
合计							11,786.18	18.52%	15,534.82	15.66%	11,298.93	16.96%	8,081.07	14.17%

报告期内，公司与上述融资租赁机构的合作情况如下：

①台新融资

台新融资成立于 2011 年 7 月，系台新金融控股股份有限公司（2887.TW）全资子公司之孙公司，长期从事各类机械设备及汽车等动产融资租赁业务，业务覆盖全国，在东莞、苏州、上海、重庆、武汉设有分公司。经查阅台新金融控股股份有限公司 2024 年年度报告，2024 年台新融资营业收入金额（包含其利息收入、手续费及佣金收入等，非其年度累计发生融资租赁业务金额）为 8.86 亿元新台币，其融资租赁业务经营具有稳定性。

公司自 2015 年开始与台新融资就电脑刺绣机设备销售融资租赁业务合作，电脑刺绣机销售市场以华东地区及华南地区为主，台新融资电脑刺绣机融资租赁业务亦主要集中于华东地区、华南地区，报告期内台新融资主要服务市场未发生变更。融资租赁关系的达成主要取决于终端客户和融资租赁公司能否达成合作意向及终端客户的资信状况与生产经营情况能否满足融资租赁公司信用审核标准，主动权在终端客户融资租赁意愿及融资租赁公司销售能力。

②永丰金租赁

永丰金租赁成立于 2011 年 7 月，系永丰金融控股股份有限公司（2890.TW）孙公司，长期从事生产设备、通信设备、科研设备、检验检测设备、工程机械设备、办公设备等各类动产融资租赁业务，在南京、昆山、东莞、厦门、重庆、银川、苏州及宁波设有营业据点，其融资租赁业务经营具有稳定性。

公司自 2024 年开始与永丰金租赁就电脑刺绣机设备销售融资租赁业务合作，电脑刺绣机销售市场以华东地区及华南地区为主，其中永丰金租赁电脑刺绣机融资租赁业务主要集中于华东地区，报告期内永丰金租赁主要服务市场未发生变更。融资租赁关系的达成主要取决于终端客户和融资租赁公司能否达成合作意向及终端客户的资信状况与生产经营情况能否满足融资租赁公司信用审核标准，主动权在终端客户融资租赁意愿及融资租赁公司销售能力。

③永赢金租

永赢金租成立于 2015 年 5 月，系宁波银行股份有限公司（002142.SZ）全资子公司，长期从事小微租赁、新能源、绿色交通、智能制造、航空租赁、现代服务六大领域融资租赁业务，展业区域覆盖长三角、珠三角、京津冀及中西部制造业集聚、金融生态良好的区域。经查阅永赢金租 2024 年度审计报告，其 2024 年营业收入金额（包含其利息收入、手续费及佣金收入等，非其年度累计发生融资租赁业务金额）为 57.02 亿元，其融资租赁业务经营具有稳定性。

公司自 2023 年开始与永赢金租就电脑刺绣机设备销售融资租赁业务合作，电脑刺绣机销售市场以华东地区及华南地区为主，永赢金租电脑刺绣机融资租赁业务亦主要集中于华东地区、华南地区，报告期内永赢金租主要服务市场未发生变更。融资租赁关系的达成主要取决于终端客户和融资租赁公司能否达成合作意向及终端客户的资信状况与生产经营情况能否满足融资租赁公司信用审核标准，主动权在终端客户融资租赁意愿及融资租赁公司销售能力。

2、说明与相关间接客户合作的稳定性，相关间接客户是否还与其他同类供应企业合作，公司市场拓展是否对相关间接客户及其渠道存在依赖，并视情况完善风险揭示及重大事项提示

报告期内，公司各期前十大客户中间接客户同时与其他同类供应企业合作的情况如下：①属于代理商、品牌商的间接客户中，信扬智能及其关联方除与公司合作外还与浙江镨美科合作，公司占其业务的 70%左右，IL PUNTO 除与公司合作外还与韩国电脑刺绣机品牌 SWF 合作，公司占其业务的 80%左右，除上述 2 家间接客户外，其余代理商、品牌商均为独家代理销售公司电脑刺绣机；②属于融资租赁机构的间接客户中，公司为融资租赁机构的主要合作厂商。报告期内，公司与主要间接客户合作基本稳定，部分客户因所在国家通货膨胀、货币贬值、外汇储备紧缺问题，以及市场需求波动、进口政策变化，导致合作规模存在一定波动。

公司与代理商、品牌商合作可深度挖掘市场需求、提升销售效率，其依托公司的品牌影响力、售后服务质量开拓市场，双方分别发挥产品与技术优势、客户资源与销售渠道优势，实现互利共赢。双方均存在其他可供选择的合作单位，公

司市场拓展对代理商、品牌商及其渠道不存在重大依赖。公司与融资租赁机构合作，融资租赁业务的终端客户系代理销售或公司直销模式下公司通过代理商或自主获取，终端客户自主选择融资租赁模式及融资租赁公司，融资租赁公司不参与终端客户拓展，仅提供融资租赁服务，公司市场拓展对融资租赁机构及其渠道不存在重大依赖。

随着公司业务规模持续扩张，代理商、品牌商等间接客户数量不断增加，未来经营管理的难度相应增大。发行人已在招股说明书“第三节 风险因素”之“二、（三）品牌商及代理商管理风险”中披露相关风险。

四、说明在印度、巴基斯坦和其他境外区域的主要市场拓展渠道和模式，结合相关区域产业发展、本土企业产品和技术研发情况等，说明发行人的产品竞争优劣势情况，并结合前述情况及在手订单、意向订单签订情况等，说明发行人在相关区域的销售是否具有持续性和增长空间，是否存在下滑风险。说明境内外的定价策略和销售模式差异情况，境外销售毛利率高于境内的合理性

（一）说明在印度、巴基斯坦和其他境外区域的主要市场拓展渠道和模式，结合相关区域产业发展、本土企业产品和技术研发情况等，说明发行人的产品竞争优劣势情况，并结合前述情况及在手订单、意向订单签订情况等，说明发行人在相关区域的销售是否具有持续性和增长空间，是否存在下滑风险

1、说明在印度、巴基斯坦和其他境外区域的主要市场拓展渠道和模式，结合相关区域产业发展、本土企业产品和技术研发情况等，说明发行人的产品竞争优劣势情况

（1）拓展渠道和模式

报告期内，印度、巴基斯坦和其他境外区域的主要市场的销售模式以 ODM、代理经销模式为主，公司主要依托品牌商、代理商拓展市场，公司的主要品牌商、代理商通常在其所在国家享有较高知名度、占有较大的市场份额，公司通过与其合作快速开拓国际市场，从而实现终端销售。

（2）产业发展、本土企业产品和技术研发情况

全球电脑刺绣机主要产自中国、日本等国家，中国产量约占世界总产量的

80%。印度、巴基斯坦等主要市场受限于整体工业技术水平、产业链发展水平，尚未形成较大规模的电脑刺绣机产业，尚未形成与中国电脑刺绣机具备竞争能力的本土企业，产品生产能力、技术研发水平均与中国企业存在较大差距。

（3）发行人产品竞争优劣势

①中国上下游产业链较为完善，公司可有效应用行业资源

中国电脑刺绣机行业发展较为迅速的主要原因之一系上下游产业链较为完善，公司作为中国电脑刺绣机龙头企业之一，可有效应用行业优质资源。电脑刺绣机行业属于技术密集型产业，需结合机械设计、自动化、信息化等多领域技术并完成系统集成，且其下游应用领域广泛，不同客户的个性化需求较高，导致电脑刺绣机所需零部件规格型号繁多，部分生产设备、零部件对于产业链具有较高要求。我国工业水平、基建水平具有较为明显的竞争优势，为公司生产行业领先水平的电脑刺绣机提供了优质的产业环境。

②公司产品系列丰富，品质得到有权机关高度认可

公司产品系列丰富，产品涵盖电脑刺绣机的各类主要机型，产品规格型号众多，可添加各类附加装置以实现多类刺绣工艺，满足不同客户的个性化定制需求，产品头数覆盖 1-270 头，机针速度覆盖 900-1,500 转/分钟。相较于其他国家产品，公司产品系列完备程度、各类产品可实现工艺性能均位于行业前列。

同时公司产品取得了有权机关的高度认可，主要如下：

序号	颁发单位	荣誉称号	产品/项目	年份
1	浙江省经济和信息化厅	2024 年度国内首台（套）装备	基于振动自适应消除的高速刺绣机	2024 年
2	工业和信息化部、中国工业经济联合会	第七批制造业单项冠军产品	工业刺绣机	2022 年
3	浙江省经济和信息化厅	2022 年度浙江省首台（套）装备	多规格多花色高效烫片机	2022 年
4	浙江省经济和信息化厅	2022 年度“浙江制造精品”	超高速刺绣机	2022 年
5	中国缝制机械协会零部件分会	第二批零部件单项产品优势企业	刺绣机架	2022 年
6	浙江省经济和信息化厅	2020 年度浙江省制造业首台（套）产品	基于动力学平衡的超高速刺绣机	2020 年

此外，公司产品质量获国内外质量体系认证，电脑刺绣机的设计制造通过了GB/T19001-2016/ISO9001:2015 质量管理体系认证及欧盟 CE 认证。

③公司研发技术成果丰富，产品性能行业领先

公司自设立以来高度重视研发创新，坚持以市场需求为导向、以技术创新为支撑，在机头头数及转速、剪线稳定性、更换花样适应性、绣品品质、智能化控制水平等方面掌握了处于行业领先水平的核心技术，多项产品被浙江省科技厅登记为浙江省科学技术成果并认定处于国际同类产品先进水平、国内同类产品先进水平。

经多年研发技术创新积累，公司已拥有丰富的研发成果，并获得诸多荣誉如下：

序号	颁发单位	荣誉称号	产品/项目	年份
1	浙江省人民政府	浙江省科学技术进步奖三等奖	多头宽幅超高速刺绣装备创制及产业应用	2021 年
2	浙江省外国专家局	外国专家工作站	/	2019 年
3	浙江省科学技术厅、浙江省发展和改革委员会、浙江省经济和信息化厅	省级企业研究院	/	2019 年
4	浙江省经济和信息化委员会、浙江省财政厅、浙江省国家税务局、浙江省地方税务局、中华人民共和国杭州海关	浙江省企业技术中心	/	2017 年
5	浙江省人民政府	浙江省科学技术进步奖二等奖	可调压脚式断线速停宽幅刺绣机关键技术研究与产业化	2017 年
6	科学技术部火炬高技术产业开发中心	国家火炬计划产业化示范项目	176 头家纺套色宽幅绣花机	2015 年
7	浙江省人民政府	浙江省科学技术进步奖二等奖	模块化多功能电脑绣花机关键技术研究与产业化	2013 年
8	科学技术部火炬高技术产业开发中心	国家火炬计划产业化示范项目	模块化多功能电脑绣花机	2012 年
9	浙江省知识产权局、浙江省经济和信息化委员会	浙江省专利示范企业	/	2010 年
10	浙江省科学技术厅	省级高新技术企业研究开发中心	/	2008 年

序号	颁发单位	荣誉称号	产品/项目	年份
11	科学技术部火炬高技术产业开发中心	国家火炬计划产业化示范项目	四合一电脑绣花机	2008 年
12	浙江省人民政府	浙江省科学技术进步奖三等奖	自动换底线电脑绣花机	2007 年

此外公司牵头或参与制定了多项国家标准或行业标准，引领行业研发技术水平发展，在研发技术方面积累了较为明显的优势。

2、结合前述情况及在手订单、意向订单签订情况等，说明发行人在相关区域的销售是否具有持续性和增长空间，是否存在下滑风险

报告期内，公司境外销售在手订单整体呈现良好的增长趋势，在印度、巴基斯坦和其他境外区域的在手订单情况如下：

单位：万元，台

区域	2025 年 6 月末		2024 年末		2023 年末		2022 年末	
	金额	数量	金额	数量	金额	数量	金额	数量
印度	10,459.44	543.00	6,653.90	272.00	3,986.79	206.00	1,566.32	89.00
巴基斯坦	8,723.05	489.00	5,784.50	327.00	4,551.53	258.00	2,329.45	142.00
韩国	253.37	16.00	850.44	57.00	138.74	10.00	381.46	27.00
阿联酋	542.64	49.00	130.99	8.00	384.62	33.00	197.56	23.00
越南	302.46	18.00	149.27	19.00	210.64	16.00	-	-
土耳其	248.41	10.00	163.16	6.00	46.66	2.00	541.56	18.00
柬埔寨	77.18	4.00	161.22	10.00	57.98	3.00	58.40	4.00
埃及	655.54	36.00	1,445.83	73.00	177.35	7.00	250.73	11.00
阿尔及利亚	214.26	19.00	611.38	52.00	-	-	-	-
其他境外地区	3,143.65	206.00	3,259.31	281.00	1,942.74	191.00	2,230.02	204.00
合计	**24,619.99**	**1,390.00**	**19,210.00**	**1,105.00**	**11,497.06**	**726.00**	**7,555.50**	**518.00**

2024 年四季度起公司为加强在手订单的管理，与意向客户先行签订意向合同，待车间生产能力释放，再行签订正式合同。报告期内，针对境外客户，公司仅向巴基斯坦客户 M.RAMZAN 及其关联方收取 300 万美元意向金，主要原因系巴基斯坦外汇储备相对不稳定，其支付一定意向金以避免该国家缺少美元支付进口订单进而影响公司与其正常业务往来。

综上，公司产品具有较为明显的竞争优势，在手订单、意向订单充足，公司在相关区域的销售具有持续性和增长空间。

若未来公司主要外销客户所在国家的外汇储备或地缘政治冲突等问题再次发生且无法有效缓解，或外汇政策、贸易壁垒，以及政治、经济、社会形势等发生重大不利变化，公司未能有效管理品牌商、代理商，则公司境外销售业务存在下滑风险，发行人已在招股说明书“第三节 风险因素”之“一、（一）主要外销客户所在国家的外汇储备及地缘政治冲突风险”、“一、（二）贸易摩擦风险”、“一、（三）品牌商及代理商管理风险”中披露相关风险。

（二）说明境内外的定价策略和销售模式差异情况，境外销售毛利率高于境内的合理性

1、境内外的定价策略和销售模式差异情况

公司以个性化定制为主，通过核算各订单生产毛利率确定产品报价，保证全年生产毛利率维持在一定水平，公司境内外定价策略一致，不存在针对特定销售区域定价的情况。公司境内外市场销售模式存在差异，境内市场以自主品牌的代理销售为主，境外市场以 ODM 销售为主，境内外市场不同销售模式下实现收入情况如下：

单位：万元

项目		2025 年 1-6 月		2024 年度		2023 年度		2022 年度	
		收入	占比	收入	占比	收入	占比	收入	占比
境内市场	代理直销	18,663.58	29.32%	26,686.48	26.90%	20,435.04	30.67%	17,403.22	30.52%
	代理经销	8,381.53	13.17%	14,848.19	14.97%	9,545.89	14.33%	4,527.99	7.94%
	公司直销	2,636.04	4.14%	4,879.04	4.92%	3,526.68	5.29%	4,401.69	7.72%
	小计	**29,681.14**	**46.63%**	**46,413.71**	**46.78%**	**33,507.60**	**50.29%**	**26,332.91**	**46.18%**
境外市场	ODM	27,389.71	43.03%	45,268.26	45.63%	25,655.94	38.51%	23,508.57	41.23%
	代理经销	5,167.33	8.12%	7,048.70	7.10%	6,707.04	10.07%	6,087.44	10.68%
	公司直销	1,418.33	2.23%	480.50	0.48%	618.41	0.93%	259.16	0.45%
	出口代理模式	0.00	0.00%	0.00	0.00%	133.36	0.20%	831.89	1.46%
	小计	**33,975.37**	**53.37%**	**52,797.46**	**53.22%**	**33,114.75**	**49.71%**	**30,687.06**	**53.82%**
合计		**63,656.51**	**100.00%**	**99,211.17**	**100.00%**	**66,622.36**	**100.00%**	**57,019.96**	**100.00%**

2、境外销售毛利率高于境内的合理性

报告期内，公司境内外销售毛利率情况比较如下：

单位：万元/台

类别	2025 年 1-6 月			2024 年度		
	收入	成本	毛利率	收入	成本	毛利率
境内销售	29,681.14	22,438.20	24.40%	46,413.71	36,766.20	20.79%
境外销售	33,975.37	24,947.02	26.57%	52,797.46	39,573.98	25.05%
调整后境内销售	29,894.21	21,059.32	29.55%	46,801.33	34,353.60	26.60%
调整后境外销售	33,975.37	24,553.37	27.73%	52,797.46	38,861.23	26.40%
类别	2023 年度			2022 年度		
	收入	成本	毛利率	收入	成本	毛利率
境内销售	33,507.60	27,740.29	17.21%	26,332.91	21,854.30	17.01%
境外销售	33,114.75	25,717.00	22.34%	30,687.06	23,533.86	23.31%
调整后境内销售	33,779.45	25,890.03	23.36%	26,468.40	20,339.23	23.16%
调整后境外销售	33,114.75	25,231.84	23.80%	30,687.06	23,101.08	24.72%

公司境外销售毛利率高于境内销售主要系境内外销售活动中发生的合同履约成本不一致，境内销售活动除生产成本外还包括运输费、保修及售后服务费，境外销售活动除生产成本外还包括包干费（设备出口相关的内陆运输费、装卸费、订舱费、报关费等），境内销售活动发生的合同履约成本高于境外销售活动，故将成本中的运输及包干费、保修及售后服务费进行统一调减。此外，在境内销售活动中公司承担了部分销售订单的融资租赁服务费，属于应付客户对价范畴而冲减了交易价格，故将融资租赁服务费进行统一调增收入。对上述运输及包干费、保修及售后服务费、融资租赁服务费进行调整后，报告期内，公司境内销售毛利率分别为 23.16%、23.36%、26.60%和 29.55%，境外销售毛利率分别为 24.72%、23.80%、26.40%和 27.73%，境内外市场销售毛利率差异较小，具有合理性。

五、结合客户拓展情况、订单签订时间、排产、发运、安装调制的执行周期等，说明报告期各期第四季度销售占比持续增长的原因及合理性

2022-2024 年，公司主营业务收入分季度情况如下：

单位：万元

类别	2024 年度		2023 年度		2022 年度	
	收入	占比	收入	占比	收入	占比
第一季度	19,591.06	19.75%	15,214.79	22.84%	13,250.58	23.24%
第二季度	24,447.13	24.64%	16,104.85	24.17%	18,779.83	32.94%
第三季度	25,296.69	25.50%	16,999.69	25.52%	14,115.70	24.76%
第四季度	29,876.28	30.11%	18,303.04	27.47%	10,873.86	19.07%
合计	**99,211.17**	**100.00%**	**66,622.36**	**100.00%**	**57,019.96**	**100.00%**

公司从签订销售订单到生产交货通常在 2-3 个月左右，从发货到调试完确认收入在 15 天以内，2022-2024 年第四季度销售占比持续增长主要受销售订单及产量提升的影响，具有合理性，具体如下：

2022 年受公共卫生事件爆发等因素影响，公司新增订单量处于较低水平，各季节收入波动较大，主要客户 M.RAMZAN 及其关联方位于巴基斯坦，自 2022 年三季度至 2023 年二季度，巴基斯坦外汇储备不足的问题凸显，因缺少美元支付进口订单，公司来自 M.RAMZAN 及其关联方的订单量显著下滑，综合影响导致 2022 年四季度收入占比较低。

2023 年，公司新增订单量开始增长，自 2023 年下半年起巴基斯坦外汇储备问题得到缓解，巴基斯坦市场业务逐步恢复，市场景气度提升。同时，公司于 2023 年下半年通过引进李建成管理信胜机械等措施着手提升产能，从 2023 年四季度开始公司产量逐季提升（除一季度受春节假期影响外），使得 2023 年四季度收入占比提高。

2024 年，公司新增订单量快速增长，在手订单充足，产品供不应求，公司产量逐季提升，使得 2024 年四季度收入占比继续提高。

六、说明报告期各期末以及目前在手合同或订单数量、金额，各期新签合同数量、金额，目前正在执行的重要合同的起止日期和执行进度，并结合相关情况，说明发行人业务的稳定性及可持续性

（一）说明报告期各期末以及目前在手合同或订单数量、金额，各期新签合同数量、金额

报告期各期末以及目前，公司在手订单、新签订单的数量、金额情况如下：

年度	在手订单		新签订单	
	数量（台）	金额（万元）	数量（台）	金额（万元）
2022 年度/末	639	10,507.58	3,073	54,020.84
2023 年度/末	1,017	19,749.86	4,121	78,476.80
2024 年度/末	1,417	31,537.95	5,599	118,812.40
2025 年 1-6 月/2025 年 6 月末	1,808	40,270.47	3,435	74,855.72
2025 年 1 月 1 日-9 月 25 日/2025 年 9 月 25 日	1,727	44,998.57	5,001	117,138.44

（二）目前正在执行的重要合同的起止日期和执行进度

公司通常与主要客户签订框架合同，就部分通用条款进行原则性约定，单笔销售的产品类型、单价和数量等信息则以具体销售合同为准。公司目前正在执行的重要销售合同标准为：（1）截至报告期末，正在履行的公司与当期前五大客户签订的框架合同；（2）截至报告期末，正在履行的合同金额在 1,000 万元/150 万美元以上（不含本数）的销售合同。

截至报告期末，公司正在执行的重要销售合同具体情况如下：

序号	客户名称	合同内容	合同金额	起止日期/签订日期	执行进度
1	LIBERTY EMBRO EXIM PVT.LTD.	销售框架协议	无	2025 年 1 月 1 日至 2025 年 12 月 31 日	正在履行
2	M.RAMZAN MACHINERY CO.	销售框架协议	无	2025 年 1 月 1 日至 2025 年 12 月 31 日	正在履行
3	台新融资租赁（中国）有限公司	融资租赁框架协议	无	2024 年 3 月 25 日至 2029 年 3 月 24 日	正在履行
4	汕头市信扬智能缝制设备有限公司	销售框架协议	无	2025 年 1 月 1 日至 2025 年 12 月 31 日	正在履行
5	汕头市鸿科刺绣机械有限公司	销售框架协议	无	2024 年 9 月 1 日至 2026 年 12 月 31 日	正在履行
6	永丰金国际租赁有限公司	融资租赁框架协议	无	2025 年 1 月 1 日至 2028 年 12 月 31 日	正在履行
7	M.RAMZAN	销售电脑刺绣机	1,713.92 万	2025 年 4 月 24 日	发货金额 304.27

序号	客户名称	合同内容	合同金额	起止日期/签订日期	执行进度
	MACHINERY CO.		元人民币		万元人民币
8	M.RAMZAN MACHINERY CO.	销售电脑刺绣机	1,686.20 万元人民币	2025 年 3 月 31 日	未发货
9	M.RAMZAN MACHINERY CO.	销售电脑刺绣机	1,682.00 万元人民币	2025 年 4 月 24 日	未发货
10	LIBERTY EMBRO EXIM PVT.LTD.	销售电脑刺绣机	1,024.14 万元人民币	2025 年 6 月 14 日	未发货

（三）结合相关情况，说明发行人业务的稳定性及可持续性

报告期各期末以及目前，公司在手订单数量、金额，以及各期新签订单数量、金额均呈现良好的增长趋势，公司在手订单充足，且能够持续获得订单，能够为业务发展提供有效保障。

公司与主要客户合作稳定，签订并长期执行框架合同，同时持续签订大额合同，受限于公司现有产能，部分大额合同尚未发货，公司业务具有良好的稳定性及可持续性。

七、核查意见

（一）“问题 5、（1）关于可比公司”相关事项的核查情况

1、核查程序

针对上述事项，申报会计师执行了包括但不限于以下核查程序：

（1）查阅《国民经济行业分类》，确定发行人所属行业，并根据申万行业（2021）分类查找同行业可比上市公司；

（2）查阅同业可比公司公开披露信息，了解其业务结构、主要产品、服务模式、区域、客户情况、企业技术、产品竞争力等情况，查阅行业研究报告，了解产品所属行业及下游行业发展情况，对比发行人与可比公司营业收入变动趋势，分析原因及合理性。

2、核查结论

经核查，申报会计师认为：

（1）根据《国民经济行业分类》（GB/T4754-2017），发行人所属行业为“C35专用设备制造业”中的“C3553 缝制机械制造”，根据申万行业（2021）分类 A股上市公司中缝制机械整机设备制造企业仅包括杰克股份、上工申贝、标准股份、中捷资源；

（2）发行人与可比公司均属于缝制机械行业，主要产品存在一定的差异，服务模式、业务区域和客户群体不存在重大差异，可比公司的选取全面、客观；

（3）报告期内，发行人收入增长与部分可比公司变化趋势不一致、经营规模增幅高于可比公司均值具有合理性，与行业整体情况相匹配。

（二）“问题 5、（2）关于产品型号”相关事项的核查情况

1、核查程序

针对上述事项，申报会计师执行了包括但不限于以下核查程序：

（1）获取发行人收入明细表，依照设备头数对发行人主要产品服装机、花边机进行分层并分析服装机、花边机各档位销售价格、销量、销售金额变动情况；

（2）访谈发行人销售部门业务负责人，了解报告期内发行人服装机、花边机销售价格、销量、销售金额变动情况及变动原因，了解报告期内发行人在依照设备头数划分的各档位产品销售价格、销量、销售金额变动情况及变动原因；

（3）获取发行人收入明细表，汇总分析报告期内发行人各类电脑刺绣机产品主要销售地区及销售情况；

（4）查阅行业研究报告及宏观经济报道，了解印度、巴基斯坦及国内华东地区与华南地区等地区电脑刺绣机市场需求情况及下游刺绣加工行业市场发展情况，了解下游产业生产设备换代升级进展、上下游产业格局变化趋势、主要竞争对手报告期内重点开展的产品或项目的研发创新；

（5）根据特易资讯、环球慧思及 Choice 等数据平台，了解发行人主要代理商在印度及巴基斯坦电脑刺绣机销售市场的市场竞争力情况；

（6）访谈发行人销售部门负责人，访谈发行人在印度、巴基斯坦及国内华东地区与华南地区主要代理商、品牌商及上述地区主要客户，了解发行人在印度、

巴基斯坦及国内华东地区与华南地区的主要竞争对手及竞争对手市场竞争力情况，了解发行人电脑刺绣机与其印度、巴基斯坦及国内华东地区与华南地区主要竞争对手在产品定价方式上是否存在差异；

（7）查阅行业研究报告，了解电脑刺绣机行业规模及产量情况，测算市场价格，并与发行人产品价格进行比较；

（8）取得了收入成本明细表，统计各类产品前五大客户销售价格及毛利率，并分析差异原因，查阅了发行人销售合同审批系统流程，访谈财务总监及销售部门负责人，确认各类产品前五大客户销售价格及毛利率差异原因；

（9）访谈报告期内发行人主要客户、主要终端客户，了解其生产设备换代升级情况，了解下游市场需求变化情况。

2、核查结论

经核查，申报会计师认为：

（1）依照设备头数对发行人服装机、花边机进行分层，报告期内发行人各层级服装机、花边机销售价格、销售量、销售金额总体呈增长趋势，销售价格、销售量、销售金额变化情况具有合理性；发行人各类电脑刺绣机产品销售金额、销量、销售价格与下游产业格局发展趋势、供需关系变化、销售国家和地区经济活动情况、发行人产品竞争力、竞品产品竞争力和定价情况相关，报告期各期发行人各类产品量价变化具有合理性；

（2）报告期内，发行人电脑刺绣机平均价格分别为 18.73 万元/台、17.78 万元/台、19.07 万元/台和 20.42 万元/台，与市场价格差异较小，发行人产品以个性化定制为主，不存在完全同型号产品，各类产品下刺绣机规格型号较多（如头数、头距、附加装置、电控系统、针数、刺绣面积等），同时受市场供需状况、客户重要性、原材料价格波动、竞争对手报价等因素的影响，导致同类产品不同客户订单间销售价格、毛利率存在差异；

（3）近年来下游产业生产设备换代升级需求显著增长，换代升级进展尚在进行中；报告期内上下游行业格局未发生重大不利变化，发行人进行了技术和产品创新，具有较强的竞争优势；发行人收入增长未达到瓶颈，在手订单规模较大，

预计短期内市场需求、收入规模将维持在较高水平，后续存在一定需求下降和收入下滑风险，发行人已在招股说明书披露相关风险。

（三）“问题 5、（3）关于前十大客户”相关事项的核查情况

1、核查程序

针对上述事项，申报会计师执行了包括但不限于以下核查程序：

（1）获取报告期内发行人收入明细表，汇总统计发行人报告期各期前十大客户销售产品类型、销售金额；

（2）实地走访、视频访谈发行人报告期各期前十大客户，了解发行人与其合作历史、合作模式及客户订单获取方式；

（3）查阅行业研究报告及汕头地区、广州及佛山地区、南通地区、印度、巴基斯坦、土耳其等地区纺织服装产业行业研究报告，了解上述地区电脑刺绣机市场需求情况及下游刺绣加工行业市场发展情况；

（4）访谈发行人报告期各期前十大客户中的直接客户，了解客户产品及品牌竞争力、发行人产品投产及运行情况；

（5）访谈发行人报告期各期前十大客户中的间接客户（代理商、品牌商），了解其终端客户开拓和服务能力、自身经营稳定性情况、发行人产品占其业务规模比例情况、主要服务市场变动情况、终端客户的经营和需求变动情况及与发行人合作稳定性情况等；获取发行人主要代理商经营情况确认函，了解主要代理商报告期内经营稳定性；

（6）访谈发行人报告期各期前十大客户中的间接客户（融资租赁机构），查阅主要融资租赁公司 2024 年年度报告、融资租赁公司官网公司简介、融资租赁公司企查查报告等公开资料，了解其终端客户开拓和服务能力、自身经营稳定性情况、发行人产品占其业务规模比例情况、主要服务市场变动情况、终端客户的经营和需求变动情况及与发行人合作稳定性情况等。

2、核查结论

经核查，申报会计师认为：

（1）发行人报告期各期前十大客户中仅 2022 年客户汕头市金中际服装服饰有限公司及其关联方系直接客户，发行人与该客户具有正常的业务往来关系，客户综合考虑设备价格、信用期等因素选择电脑刺绣机厂商进行合作，双方具备长期合作空间；发行人报告期各期前十大客户中主要间接客户（代理商、品牌商、融资租赁机构）与发行人合作基本稳定，部分客户因所在国家通货膨胀、货币贬值、外汇储备紧缺问题，以及市场需求波动、进口政策变化，导致合作规模存在一定波动；

（2）报告期内，发行人各期前十大客户中间接客户同时与其他同类供应企业合作的情况如下：①属于代理商、品牌商的间接客户中，信扬智能及其关联方除与发行人合作外还与浙江镨美科合作，发行人占其业务的 70%左右，IL PUNTO 除与发行人合作外还与韩国电脑刺绣机品牌 SWF 合作，发行人占其业务的 80%左右，除上述 2 家间接客户外，其余代理商、品牌商均为独家代理销售发行人电脑刺绣机；②属于融资租赁机构的间接客户中，公司为融资租赁机构的主要合作厂商；发行人市场拓展对相关间接客户（代理商、品牌商及融资租赁机构）及其渠道不存在重大依赖。

（四）“问题 5、（4）关于境内外市场”相关事项的核查情况

1、核查程序

针对上述事项，申报会计师执行了包括但不限于以下核查程序：

（1）获取报告期内发行人收入成本明细表，分析外销主要市场分布；

（2）访谈发行人外销负责人，了解印度、巴基斯坦和其他境外区域的主要市场拓展渠道和模式，了解发行人产品竞争优劣势，了解发行人向巴基斯坦客户收取意向金的原因；

（3）查阅行业研究报告、同行业可比公司年报、供应商年报等资料，了解全球电脑刺绣机产业发展、主要外销市场的企业产品和技术研发情况；

（4）获取发行人荣誉证书、资质认证、研发创新成果等资料，了解发行人竞争优势；

（5）获取报告期内发行人在手订单明细表、意向金明细表，了解印度、巴基斯坦和其他境外区域各期末的在手订单情况；

（6）访谈了发行人财务总监，了解发行人定价模式，查阅了发行人销售合同审批系统流程，取得了收入成本明细表，按销售模式统计收入及占比，分析境内外销售产品结构、成本结构及毛利率差异的原因。

2、核查结论

经核查，申报会计师认为：

（1）报告期内，印度、巴基斯坦和其他境外区域的主要市场的销售模式以ODM、代理经销模式为主，发行人主要依托品牌商、代理商拓展市场；全球电脑刺绣机主要产自中国、日本等国家，中国产量约占世界总产量的 80%，印度、巴基斯坦等主要市场尚未形成与中国电脑刺绣机具备竞争能力的本土企业，产品生产能力、技术研发水平均与中国企业存在较大差距；发行人产品在应用上下游产业链资源、产品系列、产品品质、技术研发成果、产品性能等方面存在一定竞争优势；

（2）报告期内，发行人境外销售在手订单整体呈现良好的增长趋势，在手订单、意向订单充足，在相关区域的销售具有持续性和增长空间；

（3）公司通过核算各订单生产毛利率确定产品报价，公司境内外定价策略一致，不存在针对特定销售区域定价的情况，境内市场以自主品牌的代理销售为主，境外市场以 ODM 销售为主，公司境外销售毛利率高于境内销售，主要系境内外销售活动中发生的合同履约成本不一致，对运输及包干费、保修及售后服务费、融资租赁服务费进行调整后，报告期内境内外市场销售毛利率差异较小，具有合理性。

（五）“问题 5、（5）关于销售季节性”相关事项的核查情况

1、核查程序

针对上述事项，申报会计师执行了包括但不限于以下核查程序：

（1）取得了收入成本明细表，逐笔梳理发货至确认收入周期，访谈生产负

责人，了解签订销售订单到生产交货周期以及报告期内产量提升情况；

（2）查阅了发行人销售合同审批系统流程，统计新增订单情况；

（3）获取完工入库明细表，按季度统计产量情况。

2、核查结论

经核查，申报会计师认为：2022-2024 年第四季度销售占比持续增长主要受销售订单及产量提升的影响，具有合理性。

（六）“问题 5、（6）关于在手订单”相关事项的核查情况

1、核查程序

针对上述事项，申报会计师执行了包括但不限于以下核查程序：

（1）获取报告期内及期后在手订单明细表、新签订单明细表，了解发行人开展的稳定性及可持续性；

（2）获取正在执行的重要合同，了解发行人与主要客户的合作情况，了解大额合同的执行情况。

2、核查结论

经核查，申报会计师认为：

（1）报告期各期末以及目前，发行人在手订单数量、金额，以及各期新签订单数量、金额均呈现良好的增长趋势，能够为业务发展提供有效保障；

（2）发行人与主要客户合作稳定，签订并长期执行框架合同，同时持续签订大额合同，发行人业务具有良好的稳定性及可持续性。

问题 6、毛利率及成本核算准确性

根据申请文件，报告期各期发行人主营业务毛利率分别为 20.40%、19.76%、23.05%，与可比公司毛利率变化趋势存在一定差异。

请发行人：（1）说明发行人与主要供应商的合作情况，包括但不限于供应商设立时间、合作历史、主要销售产品、发行人采购占比情况等，说明向发行

人销售的产品是否为定制化开发，电控系统等关键部件相关供应商是否对相关产品拥有专项知识产权，结合相关供应商供货能力、与发行人合作情况、自身经营情况等，说明发行人与相关供应商合作是否具有稳定性、行业内是否存在可替代的供应商、发行人对相关供应商是否存在重大依赖。（2）说明供应商中是否存在注册时间较短、注册资本较小、贸易类、与发行人存在关联关系的供应商，说明发行人与供应商采购的主要定价方式，结合相关产品市场价格变化、相关大宗商品市场价格变化等，说明发行人产品采购价格的公允性。（3）说明发行人各类原材料采购量、耗用量与产品产销量的匹配性，发行人产销量变化、设备投入及生产自动化水平等，说明报告期各期发行人直接材料、直接人工、制造费用、各期能源耗用情况与产销量的匹配性。结合销售单价、单位成本及构成，量化分析报告期内各类产品毛利率波动的原因及合理性；报告期各期各类产品主要客户对应的销售收入和毛利率情况，是否存在毛利率显著异常的订单或客户，相关成本和毛利率核算是否准确。（4）说明运输和包干费与发行人运费承担方式、产品销售情况、运输距离和运费单价变动情况是否匹配，结合相关合同具体条款和约定，说明相关会计处理是否符合准则规定。（5）结合历史销售情况、产品使用年限情况等，说明报告期各期保修及售后服务费发生额与产品销售情况是否匹配，结合各期实际发生额、相关权责义务关系，说明发行人预计负债计提是否充分。（6）说明报告期内采购电力、工业气体价格持续下降的原因及合理性。

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、说明发行人与主要供应商的合作情况，包括但不限于供应商设立时间、合作历史、主要销售产品、发行人采购占比情况等，说明向发行人销售的产品是否为定制化开发，电控系统等关键部件相关供应商是否对相关产品拥有专项知识产权，结合相关供应商供货能力、与发行人合作情况、自身经营情况等，说明发行人与相关供应商合作是否具有稳定性、行业内是否存在可替代的供应商、发行人对相关供应商是否存在重大依赖

（一）说明发行人与主要供应商的合作情况，包括但不限于供应商设立时间、合作历史、主要销售产品、发行人采购占比情况等

公司与报告期各期前五大供应商的合作情况如下：

供应商名称	设立时间	合作历史	主要采购产品	2025年1-6月		2024年度		2023年度		2022年度		发行人采购占供应商业务规模比重
				采购金额（万元）	采购占比	采购金额（万元）	采购占比	采购金额（万元）	采购占比	采购金额（万元）	采购占比	
大豪科技	2000年9月	2004年	电控系统、附加装置等零部件	8,229.14	19.51%	12,837.26	18.22%	9,767.24	18.46%	6,588.83	16.11%	10%左右
浙江大豪科技有限公司	2005年11月											
诸暨轻工时代机器人科技有限公司	2018年11月											
太原大豪益达电控有限公司	1999年1月											
友发钢管	2018年11月	2023年	矩形管	3,306.73	7.84%	4,412.27	6.26%	765.25	1.45%	-	-	1%以内
亿达科技	2020年4月	2013年	附加装置、夹线器小部件等零部件	2,769.48	6.56%	2,397.07	3.40%	354.13	0.67%	196.24	0.48%	20%左右
丹阳德顺刺绣机械有限公司	2012年11月											
凯腾钢铁	2020年11月	2018年（成立凯腾钢铁前通过杭州凯腾钢铁有	矩形管、铁板等原材料	1,710.64	4.05%	5,116.74	7.26%	1,332.07	2.52%	1,431.87	3.50%	10%-15%

供应商名称	设立时间	合作历史	主要采购产品	2025年1-6月		2024年度		2023年度		2022年度		发行人采购占供应商业务规模比重
				采购金额（万元）	采购占比	采购金额（万元）	采购占比	采购金额（万元）	采购占比	采购金额（万元）	采购占比	
		限公司与公司合作）										
申工机械	2013年7月	2013年	驱动小部件、梭床壳体等零部件	1,682.20	3.99%	1,602.56	2.27%	780.04	1.47%	576.34	1.41%	80%左右
睿能控制	2018年4月	2019年	电控系统、外围驱动板等零部件	1,539.63	3.65%	2,939.49	4.17%	1,524.19	2.88%	2,049.14	5.01%	30%左右
冠炯机电	2014年12月	2015年	附加装置、机头部件等零部件	1,480.49	3.51%	2,889.78	4.10%	1,999.88	3.78%	2,196.99	5.37%	8%左右
浙江冠炯智能科技有限公司	2017年11月											
湖州新绣机电科技有限公司	2022年5月											
风范建筑	2013年7月	2014年	矩形管	173.11	0.41%	1,012.08	1.44%	3,102.88	5.86%	3,025.92	7.40%	10%以内
合众机械	2013年7月	2013年	驱动小部件等零部件	348.68	0.83%	2,051.20	2.91%	2,307.78	4.36%	2,108.30	5.15%	60%左右
玉龙能源	2016年9月	2005年（玉	矩形管	172.14	0.41%	272.03	0.39%	2,110.96	3.99%	1,828.01	4.47%	10%以内

供应商名称	设立时间	合作历史	主要采购产品	2025年1-6月		2024年度		2023年度		2022年度		发行人采购占供应商业务规模比重
				采购金额（万元）	采购占比	采购金额（万元）	采购占比	采购金额（万元）	采购占比	采购金额（万元）	采购占比	
		龙能源成立前通过无锡玉龙精密钢管有限公司与公司合作）										

（二）说明向发行人销售的产品是否为定制化开发，电控系统等关键部件相关供应商是否对相关产品拥有专项知识产权，结合相关供应商供货能力、与发行人合作情况、自身经营情况等，说明发行人与相关供应商合作是否具有稳定性、行业内是否存在可替代的供应商、发行人对相关供应商是否存在重大依赖

1、说明向发行人销售的产品是否为定制化开发，电控系统等关键部件相关供应商是否对相关产品拥有专项知识产权

报告期内公司向供应商进行采购分为两种方式：①一般外购，此方式下公司直接购买符合行业标准或合格供应商企业标准的相应规格的零部件，采购中公司指定规格，但不提供图纸；②定制外协采购，此方式下公司根据产品需求设计技术图纸、技术标准，向合格供应商提供相关资料，物料采购及加工均由其完成。

序号	供应商名称	供应商类型	向公司主要销售产品	向公司销售的产品是否为定制化开发
1	大豪科技及其关联方	一般外购供应商	电控系统、附加装置等	否
2	友发钢管	一般外购供应商	矩形管	否
3	亿达科技	一般外购供应商	附加装置	否
	丹阳市德顺精密机械有限公司	定制外协采购供应商	夹线器小部件等	是，依公司所设计图纸定制化生产加工零部件
4	凯腾钢铁	一般外购供应商	矩形管、铁板等	否
5	申工机械	定制外协采购供应商	驱动小部件、梭床壳体等	是，依公司所设计图纸定制化生产加工零部件
6	睿能控制	一般外购供应商	电控系统、外围驱动板等	烫片机电控系统属于受公司委托定制化开发产品，该类型电控系统仅可向公司销售，其余产品非定制化开发产品
7	冠炯机电及其关联方	一般外购供应商	附加装置、机头部件等	否
8	风范建筑	一般外购供应商	矩形管	否
9	合众机械	定制外协采购供应商	驱动小部件等	是，依公司所设计图纸定制化生产加工零部件
10	玉龙能源	一般外购供应商	矩形管	否

定制外协采购内容系供应商依公司技术图纸、技术标准进行定制化生产加工零部件的情形，未经公司同意或授权，供应商不得向第三方透露公司产品相关的任何信息，不得将相关产品出售给第三方。报告期内公司向定制外协供应商所采购产品属于定制化开发产品。一般外购内容中，公司委托睿能控制定制化开发的烫片机电控系统亦属于定制化开发产品，报告期内公司向睿能控制采购烫片机电控系统的金额分别为 124.85 万元、5.33 万元、13.81 万元和 0.70 万元，占公司向睿能控制采购总额的比重分别为 6.09%、0.35%、0.47%和 0.05%，采购占比较小。

综上，报告期各期公司前五大供应商中定制外协采购供应商均存在向公司销售定制化开发产品的情形，一般外购供应商睿能控制存在向公司销售定制化开发烫片机电控系统的情形，其他一般外购供应商不存在向公司销售定制化开发产品的情形。

对于公司定制外协采购供应商，因其系按照公司技术图纸、技术标准对零部件进行定制化生产加工，其未对零部件形成相关专项知识产权；公司与睿能控制共同拥有烫片机电控系统相关的软件著作权。

2、结合相关供应商供货能力、与发行人合作情况、自身经营情况等，说明发行人与相关供应商合作是否具有稳定性、行业内是否存在可替代的供应商、发行人对相关供应商是否存在重大依赖

公司报告期各期前五大供应商中存在向公司销售定制化开发产品情形的供应商供货能力、与公司合作情况、自身经营情况等基本情况如下：

序号	供应商名称	向公司主要销售定制化开发产品类型	供应商供货能力	合作历史	供应商经营情况
1	亿达科技及其关联方	夹线器小部件等电脑刺绣机定制外协采购零部件	公司采购占供应商业务比重为 20%左右，供应商可根据公司采购需求提供稳定供货能力	2013 年开始合作	经营状况稳定，随电脑刺绣机行业景气度上升经营规模扩大
2	申工机械	驱动小部件、梭床壳体等电脑刺绣机定制外协采购零部件	公司采购占供应商业务比重为 80%左右，供应商可根据公司采购需求提供稳定供货能力	2013 年开始合作	
3	睿能控制	烫片机电控系统	供应商长期从事电控系统的生产销售，公司烫片机电控系统采购数量较少，供应商可根据公司采购需求提供稳定供货能力	2019 年开始合作	
4	合众机械	驱动小部件等电脑刺绣机定	2024 年公司采购占供应商业务比重	2013 年开	

序号	供应商名称	向公司主要销售定制化开发产品类型	供应商供货能力	合作历史	供应商经营情况
		制外协采购零部件	为 60%左右，2025 年公司向其采购份额进一步下降；供应商可根据公司采购需求提供稳定供货能力	始合作	

报告期内公司与定制外协供应商稳定合作，行业内从事相似零部件加工的厂商较多，相关工艺不存在明显技术壁垒，公司综合考虑工艺难度及外协供应商的加工能力、加工品质等因素，主要通过市场询价来确定定制外协供应商，对定制外协供应商不存在重大依赖。

报告期内，公司与电控系统供应商睿能控制稳定合作，行业内是否存在可替代的供应商、公司对相关供应商是否存在重大依赖情形参见本反馈意见回复问题 1 之“二、（二）公司是否存在对睿能控制、大豪科技等相关供应商的采购依赖，如存在，请揭示相关风险，并说明公司是否存在自行生产计划安排或替代性采购渠道”。

二、说明供应商中是否存在注册时间较短、注册资本较小、贸易类、与发行人存在关联关系的供应商，说明发行人与供应商采购的主要定价方式，结合相关产品市场价格变化、相关大宗商品市场价格变化等，说明发行人产品采购价格的公允性

（一）说明供应商中是否存在注册时间较短、注册资本较小、贸易类、与发行人存在关联关系的供应商

公司报告期各期前五大供应商注册时间、注册资本、供应商性质及与公司关联关系情况如下：

序号	供应商名称	注册时间	是否存在注册时间较短情形及原因	注册资本	是否存在注册资本较小情形及原因	供应商性质	是否与公司存在关联关系
1	大豪科技	2000 年 9 月	否	110,917.48 万元	否	生产类	无
	浙江大豪科技有限公司	2005 年 11 月		5,000.00 万元			
	诸暨轻工时代机器人科技有限公司	2018 年 11 月		163.92 万元			
	太原大豪益达电控有限公司	1999 年 1 月		1,000.00 万元			
2	友发钢管	2018 年 11 月	否	67,900.00 万元	否	生产类	无
3	亿达科技	2020 年 4 月	否	688.00 万元	否	生产类	无
	丹阳德顺刺绣机械有限公司	2012 年 11 月		500.00 万元			
4	凯腾钢铁	2020 年 11 月	否	1,000.00 万元	否	贸易类	无
5	申工机械	2013 年 7 月	否	30.00 万元	小规模电脑刺绣机零部件生产加工供应商，注册资本较小	生产类	申工机械实际控制人王国生为公司实际控制人王海江堂哥
6	睿能控制	2018 年 4 月	否	3,600.00 万元	否	生产类	无
7	冠炯机电	2014 年 12 月	否	3,000.00 万元	否	生产类	无
	浙江冠炯智能科技有限公司	2017 年 11 月		2,000.00 万元			
	湖州新绣机电科技有限公司	2022 年 5 月	冠炯机电 2022 年基于生产经营规划新设立公司，专业从事珠子绣附加	500.00 万元			

序号	供应商名称	注册时间	是否存在注册时间较短情形及原因	注册资本	是否存在注册资本较小情形及原因	供应商性质	是否与公司存在关联关系
			装置的生产销售				
8	风范建筑	2013 年 7 月	否	20,000.00 万元	否	生产类	无
9	合众机械	2013 年 7 月	否	500.00 万元	否	生产类	无
10	玉龙能源	2016 年 9 月	否	10,000.00 万元	否	生产类	无

综上，公司报告期各期前五大供应商中：凯腾钢铁存在属于贸易类供应商情形，申工机械存在注册资本较小、与公司存在关联关系情形。除此两家供应商外，公司报告期内其他主要供应商不存在注册时间较短、注册资本较小、贸易类、与公司存在关联关系的情形。

（二）说明发行人与供应商采购的主要定价方式，结合相关产品市场价格变化、相关大宗商品市场价格变化等，说明发行人产品采购价格的公允性

1、说明发行人与供应商采购的主要定价方式

公司与报告期各期前五大供应商的主要定价方式如下：

序号	供应商名称	供应商类型	主要采购产品	主要定价方式
1	大豪科技及其关联方	生产类	电控系统、附加装置等	成本加成毛利率定价
2	友发钢管	生产类	矩形管	成本加成毛利率定价
3	亿达科技及其关联方	生产类	附加装置、夹线器小部件等	成本加成毛利率定价
4	凯腾钢铁	贸易类	矩形管、铁板等	市场化定价原则
5	申工机械	生产类	驱动小部件、梭床壳体等	成本加成毛利率定价
6	睿能控制	生产类	电控系统、外围驱动板等	成本加成毛利率定价
7	冠炯机电及其关联方	生产类	附加装置、机头部件等	成本加成毛利率定价
8	风范建筑	生产类	矩形管	成本加成毛利率定价
9	合众机械	生产类	驱动小部件等	成本加成毛利率定价
10	玉龙能源	生产类	矩形管	成本加成毛利率定价

综上，报告期内主要供应商对公司的定价方式分为两类：①生产类供应商采用成本加成毛利率定价；②贸易类供应商采用市场化定价原则定价。

2、结合相关产品市场价格变化、相关大宗商品市场价格变化等，说明发行人产品采购价格的公允性

公司报告期各期前五大物料采购价格变动情况如下：

单位：元/PCS；元/KG

原材料类别	2025 年 1-6 月			2024 年度			2023 年度			2022 年度	
	采购金额（万元）	采购单价	价格变动比例	采购金额（万元）	采购单价	价格变动比例	采购金额（万元）	采购单价	价格变动比例	采购金额（万元）	采购单价
电控系统	7,726.08	23,816.53	4.18%	12,102.36	22,860.52	-0.99%	8,783.00	23,088.86	-2.70%	6,973.94	23,728.94
附加装置[注 1]	5,474.20	1,005.57	17.39%	8,135.04	856.61	2.67%	4,831.67	834.34	8.79%	4,087.02	766.95
矩形管[注 2]	4,665.10	3.50	-7.78%	9,190.73	3.80	-13.15%	8,387.23	4.37	-11.45%	6,068.08	4.94
机架	1,635.72	6.07	-1.14%	2,072.76	6.14	-0.62%	840.09	6.18	/	-	-
驱动小部件	1,553.79	261.67	2.41%	2,554.89	255.51	2.83%	1,742.56	248.47	-2.25%	1,369.81	254.20
旋梭件[注 3]	878.72	62.90	-19.72%	1,566.80	78.34	-12.67%	1,277.90	89.71	-15.56%	1,236.58	106.25
合计	**21,933.61**	/	/	**35,622.58**	/	/	**25,862.46**	/	/	**19,735.43**	/

注 1：附加装置细分种类繁多，价格与其所能实现的附加功能及其规格有关，所实现附加功能越复杂的装置单价越高，2025 年 1-6 月因功能复杂程度较高的多色珠叠片绣等附加装置采购占比不断提升导致附加装置平均采购单价上升；

注 2：矩形管价格变动情况与其原材料热卷市场价格指数基本一致，报告期内热卷价格指数持续下降，导致公司对矩形管的采购单价逐期下降；

注 3：2022-2023 年公司旋梭件采购以 KOBEST 旋梭与广濑旋梭两类进口旋梭件为主，2023 年起公司开始使用价格更低的国产旋梭件，使用比例逐期上升，导致 2023 年至 2025 年 1-6 月旋梭件价格逐期下降。

报告期内公司主要物料的采购价格存在一定的波动，相关价格具有公允性，按主要采购物料内容进行采购价格公允性分析情况如下：

（1）电控系统采购价格公允性

①定价方式及对应物料的市场价格变化、相关大宗商品市场价格变化分析

报告期内公司采购电控系统的定价原则为成本加成毛利率定价，公司基于对市场基础行情的了解，供应商基于对成本加成合理毛利率的综合考量，双方谈判确定最终的交易价格，相关采购价格公允。由于电控系统在生产过程中生产环节及所需零部件类型较多，电控系统价格通常无法参照其相关原材料大宗商品市场价格，亦不存在公开透明的直接市场价格。

②不同供应商采购价格比较情况

公司向电控系统报告期各期前二大供应商采购情况如下：

采购内容	采购主体	2025 年 1-6 月			2024 年度			2023 年度			2022 年度		
		采购单价（元/PCS）	采购金额(万元)	采购占比	采购单价（元/PCS）	采购金额(万元)	采购占比	采购单价（元/PCS）	采购金额(万元)	采购占比	采购单价（元/PCS）	采购金额(万元)	采购占比
电控系统	大豪科技及其关联方[注 1]	28,085.30	6,330.43	81.94%	25,647.30	9,489.50	78.41%	25,264.92	7,475.89	85.12%	28,170.47	5,155.20	73.92%
	睿能控制[注 2]	14,097.56	1,395.66	18.06%	16,391.84	2,612.86	21.59%	15,468.81	1,307.11	14.88%	16,399.83	1,818.74	26.08%
合计		/	**7,726.08**	**100.00%**	/	**12,102.36**	**100.00%**	/	**8,783.00**	**100.00%**	/	**6,973.94**	**100.00%**

注 1：2023 年公司向大豪科技及其关联方采购电控系统单价下降，主要原因为 2023 年公司设立子公司易瑞得从事成衣帽绣机业务，成衣帽绣机头数较少，所对应电控系统单价较低；2025 年 1-6 月公司向其采购电控系统单价上升，主要原因为公司花边机等产品头数增加，所对应电控系统单价更高；

注 2：2025 年 1-6 月公司向睿能控制采购电控系统单价下降，主要原因为 2025 年 1-6 月易瑞得所生产成衣帽绣机使用睿能控制电控系统占比增加，成衣帽绣机电控系统单价较低。

电控系统定价原则系成本加成毛利率定价，电控系统根据电脑刺绣机型号规格的不同，相应的设备参数及配置存在差异，不同供应商之间基于各自的技术特征形成成套的电控系统，睿能控制作为在电脑刺绣机电控系统新发展的供应商，在销售定价上具有一定的优势，公司在不同电控系统生产厂商上采购单价的差异存在合理性，公司电控系统采购价格具有公允性。

（2）附加装置采购价格公允性

①定价方式及对应物料的市场价格变化、相关大宗商品市场价格变化分析

报告期内公司采购附加装置的定价原则为成本加成毛利率定价，公司基于对市场基础行情的了解，供应商基于对成本加成合理毛利率的综合考量，双方谈判确定最终的交易价格，报告期内公司向同一供应商采购同类附加装置价格基本未发生变动，相关采购价格公允。由于附加装置在生产过程中生产环节及所需零部件类型较多，附加装置价格通常无法参照其相关原材料大宗商品市场价格，亦不存在公开透明的直接市场价格。

②不同供应商采购价格比较情况

公司向附加装置报告期各期前二大供应商采购情况如下：

采购内容	采购主体	2025 年 1-6 月			2024 年度			2023 年度			2022 年度		
		采购单价（元/PCS）	采购金额(万元)	采购占比	采购单价（元/PCS）	采购金额(万元)	采购占比	采购单价（元/PCS）	采购金额(万元)	采购占比	采购单价（元/PCS）	采购金额(万元)	采购占比
附加装置	亿达科技及其关联方[注 1]	4,285.80	2,553.48	46.65%	4,939.30	2,135.75	26.25%	4,014.82	192.31	3.98%	-	-	-
	冠炯机电及其关联方[注 2]	494.05	1,313.38	23.99%	573.37	2,745.25	33.75%	694.71	1,784.22	36.93%	599.87	2,098.27	51.34%
	欧罗华实业及其关联方[注 3]	852.21	235.98	4.31%	697.24	1,202.82	14.79%	828.62	1,517.54	31.41%	1,398.90	1,354.41	33.14%
合计		/	**4,102.84**	**74.95%**	/	**6,083.82**	**74.79%**	/	**3,494.07**	**72.32%**	/	**3,452.69**	**84.48%**

注 1：公司主要向亿达科技及其关联方采购多珠双叠片装置，2024 年公司向其采购单价上升主要原因为公司向其采购单价较高的多珠双叠片装置占比增加；2025 年 1-6 月公司向其采购单价下降原因为随公司与其合作加深，公司在向其采购多珠双叠片装置的同时亦增加向其采购单价相对偏低的双金片装置等其他类型附加装置；

注 2：公司向冠炯机电及其关联方主要采购双金片装置、单金片装置，2023 年公司向其采购单价上升原因系 2023 年公司向其采购了部分单价较高的多珠叠片装置，2024-2025 年 6 月公司向其采购单价持续下降原因主要为公司向其采购产品结构中单价较低的单金片装置占比不断增加；

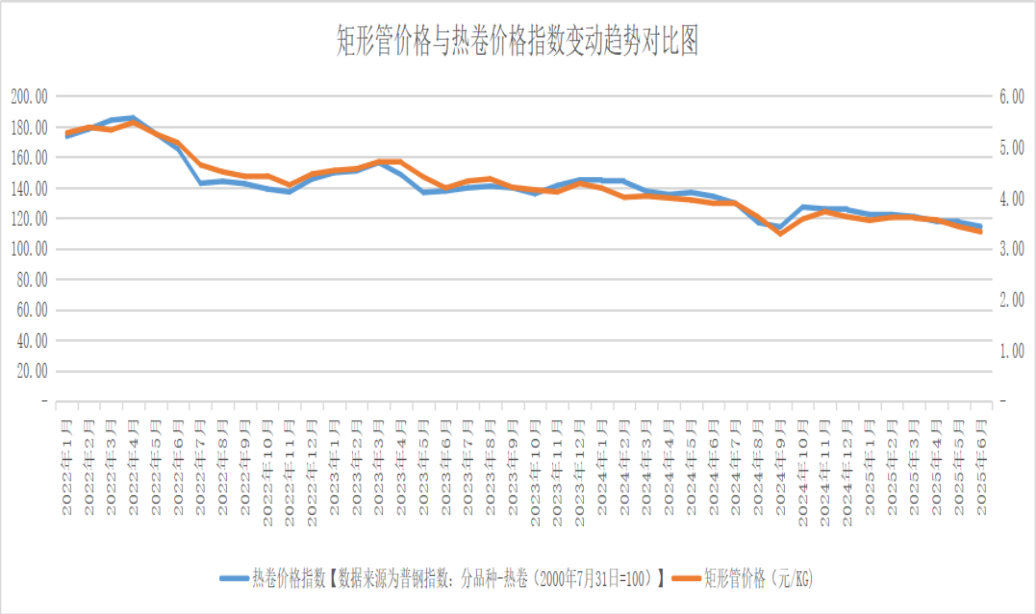
注 3：公司向欧罗华实业及其关联方主要采购双金片装置、多珠双叠片装置，2023-2024 年公司向其采购单价持续下降原因主要为公司向其采购产品结构中单价较低的双金片装置占比不断增加，2025 年 1-6 月公司向其采购单价上升原因系公司增加向其采购单价较高的多金片装置。

报告期内，公司采购附加装置细分种类繁多，价格与其所能实现的附加功能及其规格有关，不同附加功能的主要装置平均采购价格由高到低依次排序为：多珠双叠片装置、多色珠（三色珠及以上）装置、多金片（四金片及以上）装置、双珠绣装置、叠片绣装置、双金片装置、简易绳绣装置、单金片装置。报告期内公司主要向亿达科技及其关联方采购多珠双叠片装置，向欧罗华实业采购双金片装置、多珠双叠片装置，向冠炯机电采购双金片装置、单金片装置。由于下游客户对附加装置实现功能需求不同，相同功能装置的不同厂家所使用材料及产出效果亦存在一定差异，各期公司向此三家供应商采购装置的类别、价格存在差异具有合理性。

（3）矩形管采购价格公允性

①定价方式及对应物料的市场价格分析

报告期内公司采购矩形管的定价原则为成本加成毛利率定价（凯腾钢铁作为贸易类供应商，公司与其定价原则为市场化定价，其与上游矩形管加工供应商定价原则为成本加成毛利率定价），公司基于对市场基础行情的了解，通过对供应商询比价及谈判确定最终的交易价格。矩形管系由热卷为原材料进行机械加工形成，矩形管采购价格变动情况与原材料热卷的市场价格指数变动情况基本相符，公司矩形管采购价格公允。选取 Choice 数据库中“普钢指数：分品种.热卷”，按月计算热卷价格平均指数与公司矩形管的月度采购均价进行比对如下：



②不同供应商采购价格比较情况

公司向矩形管报告期各期前二大供应商采购情况如下：

采购内容	采购主体	2025 年 1-6 月			2024 年度			2023 年度			2022 年度		
		采购单价（元/KG）	采购金额(万元)	采购占比	采购单价（元/KG）	采购金额(万元)	采购占比	采购单价（元/KG）	采购金额(万元)	采购占比	采购单价（元/KG）	采购金额(万元)	采购占比
矩形管	友发钢管	3.33	3,306.73	70.88%	3.60	4,412.27	48.01%	3.98	765.25	9.12%	-	-	-
	凯腾钢铁[注]	4.18	869.53	18.64%	3.97	3,075.05	33.46%	3.94	118.92	1.42%	-	-	-
	风范建筑	3.95	173.11	3.71%	4.31	1,012.08	11.01%	4.64	3,102.88	37.00%	4.93	3,025.92	49.87%
	玉龙能源	3.77	172.14	3.69%	3.81	272.03	2.96%	4.33	2,110.96	25.17%	4.97	1,828.01	30.12%
合计		/	**4,521.52**	**96.92%**	/	**8,771.43**	**95.44%**	/	**6,098.00**	**72.71%**	/	**4,853.93**	**79.99%**

注：2025 年 1-6 月凯腾钢铁采购单价上涨原因为公司向其所采购矩形管中型号为 400mm*600mm 的大规格矩形管（此类规格矩形管加工成本高于中小规格矩形管加工成本）采购比例增加，部分原先向凯腾钢铁采购的中小规格矩形管公司经询比价后选择向友发钢管等矩形管供应商采购。

报告期内，公司向各供应商采购矩形管金额变化较大，主要原因系公司在选定合格供应商后向供应商按订单询比价最终确定供应商及采购价格，不同年度不同供应商报价存在差异导致。报告期内，矩形管市场竞争充分，行业内同类供应商较多，公司根据市场行情询比价确定采购价格，采购价格具有公允性。

（4）机架采购价格公允性

①定价方式及对应物料的市场价格变化、相关大宗商品市场价格变化分析

报告期内公司采购机架的定价原则为成本加成毛利率定价，公司基于对市场基础行情的了解，供应商基于对成本加成合理毛利率的综合考量，双方谈判后确定最终的交易价格，相关采购价格公允。机架在生产过程中经过多道加工工序，机架采购价格通常无法直接参照其相关原材料大宗商品市场价格，亦不存在公开透明的直接市场价格。

②不同供应商采购价格比较情况

公司向机架报告期各期前二大供应商采购情况如下：

采购内容	采购主体	2025 年 1-6 月			2024 年度			2023 年度			2022 年度		
		采购单价（元/KG）	采购金额(万元)	采购占比	采购单价（元/KG）	采购金额(万元)	采购占比	采购单价（元/KG）	采购金额(万元)	采购占比	采购单价（元/KG）	采购金额(万元)	采购占比
机架	化工机械	6.05	1,622.10	99.17%	6.14	2,072.76	100.00%	6.18	840.09	100.00%	-	-	-
	诸暨泰泽机械有限公司[注]	10.11	13.62	0.83%	-	-	-	-	-	-	-	-	-
合计		/	**1,635.72**	**100.00%**	/	**2,072.76**	**100.00%**	/	**840.09**	**100.00%**	-	-	-

注：2025 年 1-6 月因机架产能紧张子公司易瑞得向诸暨泰泽机械有限公司临时性采购小型成衣帽绣机钣金型机架，因该类型机架较小，电脑刺绣机厂商中专业生产该类型机架的厂家较少，诸暨泰泽机械有限公司所生产该类机架主要材料为钣金件，加工工序较多且单价较高，材料类型与公司以矩形管、槽钢、铁板为主要原材料的机架存在差异，故采购价格存在差异，具有合理性。

公司机架以子公司信胜机械自产为主，2023 年起，随公司销售规模扩大，因公司产能有限，部分机架选择通过机架定制外协供应商采购，主要机架定制外协供应商为化工机械。化工机械向公司销售机架定价情况为原材料市场采购价格加 2,000 元/吨加工费定价（机架打孔工序额外协商定价），机架加工市场机架加工收费通常为 1,700-2,200 元/吨价格区间，采购价格具有公允性。

（5）驱动小部件采购价格公允性

①定价方式及对应物料的市场价格变化、相关大宗商品市场价格变化分析

报告期内公司采购驱动小部件的定价原则为成本加成毛利率定价，公司基于对市场基础行情的了解，供应商基于对成本加成合理毛利率的综合考量，双方谈判后确定最终的交易价格，相关采购价格公允。驱动小部件在生产过程中经过多道加工工序，驱动小部件价格通常无法参照其相关原材料大宗商品市场价格，亦不存在公开透明的直接市场价格。

②不同供应商采购价格比较情况

公司向驱动小部件报告期各期前二大供应商采购情况如下：

采购内容	采购主体	2025 年 1-6 月			2024 年度			2023 年度			2022 年度		
		采购单价（元/PCS）	采购金额(万元)	采购占比	采购单价（元/PCS）	采购金额(万元)	采购占比	采购单价（元/PCS）	采购金额(万元)	采购占比	采购单价（元/PCS）	采购金额(万元)	采购占比
驱动小部件	申工机械	272.85	1,183.20	76.15%	258.28	778.70	30.48%	-	-	-	-	-	-
	合众机械	238.33	302.68	19.48%	254.31	1,776.19	69.52%	248.48	1,742.55	100.00%	254.20	1,369.81	100.00%
合计		/	**1,485.88**	**95.63%**	/	**2,554.89**	**100.00%**	/	**1,742.55**	**100.00%**	**-**	**1,369.81**	**100.00%**

2023 年起因公司将原向合众机械采购的机壳等零部件订单转移至子公司信顺精密加工，合众机械对公司的合作配合程度有所下降；2024 年对于部分公司技术结构更新迭代的新型驱动小部件因合众机械配合生产意愿较低，故公司将此部分新设计驱动小部件转移至具有相似加工经验与加工能力的申工机械；2025 年 1-6 月合众机械基于自身经营规划增加向其他刺绣机厂商的机壳等零部件销售规模，公司向其采购驱动小部件规模进一步缩减。2024 年公司向合众机械及申工机械采购驱动小部件价格差异较小，2025 年 1-6 月公司向申工机械采购驱动小部件平均单价高于合众机械平均单价主要原因系所采购驱动小部件类型差异，驱动小部件定价通常根据电脑刺绣机零部件材料成本及精加工所需加工工时报价，单位加工工时价格差异较小，公司向申工机械所采购驱动小部件系强度及加工精度更高的新型驱动小部件，加工所需工时更多故单价更高，报告期内公司驱动小部件采购价格具有公允性。

（6）旋梭件采购价格公允性

①定价方式及对应物料的市场价格变化、相关大宗商品市场价格变化分析

报告期内公司采购旋梭件的定价原则为成本加成毛利率定价（因汕头市凯源有限公司及其关联方、诸暨市韩一进出口有限公司为贸易类供应商，公司与其定价原则为市场化定价，其与上游旋梭件生产供应商定价原则为成本加成毛利率定价），公司基于对市场基础行情的了解，供应商基于对成本加成合理毛利率的综合考量，双方谈判确定最终的交易价格，报告期内公司向同一供应商采购同类旋梭件价格基本未发生重大变动，相关采购价格公允。旋梭件在生产过程中经过多道加工工序，旋梭件价格通常无法参照其相关原材料大宗商品市场价格，亦不存在公开透明的直接市场价格。

②不同供应商采购价格比较情况

公司向旋梭件报告期各期前二大供应商采购情况如下：

采购内容	采购主体	2025 年 1-6 月			2024 年度			2023 年度			2022 年度		
		采购单价（元/PCS）	采购金额(万元)	采购占比	采购单价（元/PCS）	采购金额(万元)	采购占比	采购单价（元/PCS）	采购金额(万元)	采购占比	采购单价（元/PCS）	采购金额(万元)	采购占比
旋梭件	德鹰精密	56.19	692.72	78.83%	56.57	685.40	43.75%	57.43	181.70	14.22%	47.38	6.59	0.53%
	汕头市凯源有限公司及其关联方[注]	113.81	182.41	20.76%	120.29	654.40	41.77%	118.64	291.05	22.78%	120.11	708.35	57.28%
	诸暨市韩一进出口有限公司	92.92	3.59	0.41%	92.81	226.20	14.44%	92.99	795.50	62.25%	92.92	518.11	41.90%
合计		/	**878.72**	**100.00%**	/	**1,566.01**	**99.95%**	/	**1,268.25**	**99.24%**	/	**1,233.04**	**99.71%**

注：2025 年 1-6 月公司向汕头市凯源有限公司及其关联方采购单价下降原因系公司增加向德鹰精密采购旋梭件规模后，其出于扩大合作规模考虑适当下调旋梭件价格。

2022-2023 年公司向汕头市凯源有限公司及其关联方（向其采购日本广濑旋梭件）、向诸暨市韩一进出口有限公司（向其采购韩国 KOBEST 旋梭件）采购进口旋梭件较多，平均采购单价较高，其中日本广濑旋梭件因质量及耐磨损程度更好，单价高于韩国 KOBEST 旋梭件。2023 年起公司逐渐使用国产旋梭件替代进口旋梭件，德鹰精密在国内长期从事缝制机械旋梭件的研发、生产及销售，在国内拥有较大的市场份额及较强的技术能力，公司与其就旋梭件型号规格及采购价格协商一致后达成长期合作意向，2023 年起公司向其稳定采购旋梭件并逐期增长。

因日本广濑旋梭件及韩国 KOBEST 旋梭件系境外旋梭件品牌，使用方需向境内特许代理商采购且境外旋梭品牌定价过程中因当地人工成本较高及产品具有一定品牌溢价，导致其销售单价通常远高于国产旋梭件销售单价。德鹰精密向公司所销售旋梭件系成本加成毛利率定价，毛利率水平因旋梭件技术规格、质量等因素影响存在差异，采购价格具有公允性。

综上，公司报告期各期前五大物料采购价格具有公允性。

三、说明发行人各类原材料采购量、耗用量与产品产销量的匹配性，发行人产销量变化、设备投入及生产自动化水平等，说明报告期各期发行人直接材料、直接人工、制造费用、各期能源耗用情况与产销量的匹配性。结合销售单价、单位成本及构成，量化分析报告期内各类产品毛利率波动的原因及合理性；报告期各期各类产品主要客户对应的销售收入和毛利率情况，是否存在毛利率显著异常的订单或客户，相关成本和毛利率核算是否准确

（一）说明发行人各类原材料采购量、耗用量与产品产销量的匹配性，发行人产销量变化、设备投入及生产自动化水平等，说明报告期各期发行人直接材料、直接人工、制造费用、各期能源耗用情况与产销量的匹配性

1、公司各类原材料采购量、耗用量与产品产销量的匹配性

公司生产环节主要为成品组装，主要原材料为机架、电控系统等，子公司信胜机械主要负责生产机架，主要原材料为矩形管及槽钢等。报告期内，信胜机械的矩形管及槽钢等采购量、耗用量与机架产销量匹配情况如下：

单位：万公斤

项目	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
矩形管及槽钢等采购重量[注 1]	1,572.02	2,991.59	2,375.54	1,644.64
矩形管及槽钢等耗用重量①	1,650.32	2,870.61	2,270.57	1,799.45
机架产出重量②	1,604.37	2,784.91	2,204.28	1,749.31
投入产出比（③=②/①）	97.22%	97.01%	97.08%	97.21%
机架销售重量④	1,603.36	2,783.19	2,212.48	1,740.53
机架产销率（⑤=④/②）	99.94%	99.94%	100.37%	99.50%

注 1：矩形管及槽钢等采购重量与耗用重量的差异为期初、期末库存差异。

报告期内，信胜机械的机架投入产出比和产销率基本保持平稳，矩形管及槽钢等采购量、耗用量与机架产销量具有匹配性。

报告期内，公司电控系统采购量、耗用量与电脑刺绣机产销量匹配情况如下：

单位：台

项目		2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
电控系统采购数量[注 1]		3,244	5,301	3,825	2,939
电控系统耗用数量	生产耗用①	2,975	5,189	3,699	2,888
	其他耗用[注 2]	7	20	29	10
	合计	2,982	5,209	3,728	2,898
电脑刺绣机入库数量	生产入库②	2,990	5,165	3,589	2,786
	采购入库（不含电控系统）③	-	24	120	104
	调用入库[注 3]	1	-	4	6
	拆件退库	-16	-1	-14	-8
	合计④	2,975	5,188	3,699	2,888
差异（⑤=①-④）		-	1.00	-	-
采购入库（含电控系统）⑥		-	21	187	207
电脑刺绣机销量⑦		3,113	5,183	3,717	3,023
电脑刺绣机产销率（⑧=⑦/（②+③+⑥））		104.11%	99.48%	95.41%	97.61%

注 1：电控系统采购数量包括采购入库数量、子公司少数股东实物出资数量，与耗用数量的差异为期初、期末库存差异；

注 2：其他耗用主要为研发领料和配件销售领料；

注 3：调用入库指产成品二次制造后入库，为避免重复在计算产量、产销率时不考虑此部分入库数量。

2024 年度，公司电控系统生产耗用数量比电脑刺绣机入库数量多 1 台，主要原因系因客户需要 2 台电控系统，公司在生产工单领料时额外多领了 1 台电控系统，除此之外电控系统投入产出合理，电脑刺绣机产销率整体保持上涨趋势，电控系统采购量、耗用量与电脑刺绣机产销量具有匹配性。

综上，公司主要原材料采购量、耗用量与产品产销量具有匹配性。

2、结合公司产销量变化、设备投入及生产自动化水平，说明报告期各期直接材料、直接人工、制造费用、各期能源耗用情况与产销量的匹配性

（1）直接材料、直接人工、制造费用与产销量的匹配性

报告期内，公司产品成本主要由直接材料、直接人工、制造费用及其他组成，其中直接材料、直接人工、制造费用及产量、销量、设备投入的具体变动情况如下：

单位：万元

项目	2025 年 1-6 月		2024 年度		2023 年度		2022 年度
	金额	变动比例	金额	变动比例	金额	变动比例	金额
直接材料	37,175.25	35.40%	60,210.47	41.98%	42,407.52	14.53%	37,027.19
直接人工	4,239.16	57.64%	6,233.88	50.10%	4,153.15	28.57%	3,230.31
制造费用	4,198.28	43.22%	6,770.48	48.44%	4,561.20	43.31%	3,182.81
其他	1,772.54	15.53%	3,125.35	33.82%	2,335.42	19.90%	1,947.86
主营业务成本	47,385.23	36.91%	76,340.18	42.81%	53,457.29	17.78%	45,388.17
自产量（台）	2,990	28.49%	5,165	43.91%	3,589	28.82%	2,786
外购量（台）	-	-100.00%	45	-85.34%	307	-1.29%	311
销量（台）	3,113	33.20%	5,183	39.44%	3,717	22.96%	3,023
设备投入	246.82		611.61		2,390.56		939.39

2023 年度、2024 年度、2025 年 1-6 月，公司直接材料增长比例分别为 14.53%、41.98%、35.40%，销量增长比例分别为 22.96%、39.44%、33.20%，2024 年度、2025 年 1-6 月直接材料增长比例与销量增长比例基本匹配，2023 年度销量增长比例较高主要系 2023 年公司新设立子公司易瑞得拓展成衣帽绣机业务使得销量增长较快，而易瑞得生产的成衣帽绣机以规格较小的单头机为主，直接材料金额较低所致。

2023 年度、2024 年度、2025 年 1-6 月，公司直接人工增长比例分别为 28.57%、50.10%、57.64%，高于销量的增长比例，主要原因为 2023 年公司新设生产型子公司扩张业务，自产比例不断提升，同时 2024 年开始为提高产能，公司对生产人员设置了超产奖励，信胜机械将部分工序调整为计件为主的薪资体系，使得直接人工增长比例较高。

2023 年度、2024 年度、2025 年 1-6 月，公司制造费用增长比例分别为 43.31%、48.44%、43.22%，高于销量的增长比例，主要原因为 2023 年公司新设生产型子公司扩张业务，自产比例不断提升，同时信胜科技制造费用中辅料占比超过 80%，主要包括电缆线、连体轴承、铁连杆、防风管、叠机架等，2024 年度因销售设备的附加装置增加使得电缆线用量增加，因销售双四件套机头结构、自平衡机头结构的设备增加使得连体轴承、铁连杆用量增加，因绣花线道优化设计使得防风管用量增加，因境外销售增长使得叠机架用量增加，辅助物料用量增加使得制造费用增长比例较高，2025 年 1-6 月因花边机设备平均头数增加导致单台设备辅助物料用量进一步增加，使得制造费用增长比例较高。

报告期内，公司设备采购的金额分别为 939.39 万元、2,390.56 万元、611.61 万元和 246.82 万元，其目的并非提升生产自动化水平，主要系公司为应对市场需求持续提升产能而增加采购生产设备，2023 年公司采购设备金额较大主要系新设生产型子公司所致，生产设备投入与公司产销量变动趋势匹配。

（2）能源耗用情况与产销量的匹配性

报告期内，公司使用的主要燃料动力为工业气体、电，其中工业气体主要为氩气、氧气、丙烷、二氧化碳等。因公司产品型号众多，不同型号的尺寸、生产所需的时间及燃料动力差异较大，故以机架产出重量测算单位产成品的燃料动力耗用量，具体情况如下：

项目	2025 年 1-6 月		2024 年度		2023 年度		2022 年度	
	工业气体（立方米）	电（万度）	工业气体（立方米）	电（万度）	工业气体（立方米）	电（万度）	工业气体（立方米）	电（万度）
耗用量①	197.01	161.62	387.15	312.97	239.23	248.26	184.09	187.57
产成品重量（万公斤）②	1,604.37		2,784.91		2,204.28		1,749.31	

项目	2025 年 1-6 月		2024 年度		2023 年度		2022 年度	
	工业气体（立方米）	电（万度）	工业气体（立方米）	电（万度）	工业气体（立方米）	电（万度）	工业气体（立方米）	电（万度）
单位产成品的耗用量③=①/②	0.12	0.10	0.14	0.11	0.11	0.11	0.11	0.11

①工业气体

报告期内，工业气体的耗用量随着产成品产量的增加而增加，其中 2022-2023 年单位产成品耗用工业气体量较为稳定，2024 年有所增长，2025 年 1-6 月有所下滑，主要原因系 2024 年高转速电脑刺绣机的占比显著提升，为相应提升机架品质，焊接面积增加导致工业气体耗用量提升；2024 年公司产量显著提升，综合考虑价格、供货速度而增加对友发钢管等供应商的采购量，其存在钢材表面油渍较多的问题，为提升处理效率，公司将处理工艺由水洗改为火烤，导致气体耗用量提升；2025 年公司要求友发钢管在钢材出厂前自行处理油渍，故公司不再火烤处理，同时公司部分火焰切割设备升级迭代为激光切割设备，导致气体耗用量下降。

②电

报告期内，电的耗用量随着产成品产量的增加而增加，且单位产成品耗用电量较为稳定。

（二）结合销售单价、单位成本及构成，量化分析报告期内各类产品毛利率波动的原因及合理性；报告期各期各类产品主要客户对应的销售收入和毛利率情况，是否存在毛利率显著异常的订单或客户，相关成本和毛利率核算是否准确

1、结合销售单价、单位成本及构成，量化分析报告期内各类产品毛利率波动的原因及合理性

报告期内，公司各类产品毛利率波动情况如下：

（1）服装机

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
单位售价（万元/台）	17.68	17.28	15.83	16.76
单位成本（万元/台）	12.93	12.88	12.30	13.08
其中：单位直接材料	10.37	10.32	9.86	10.79
单位直接人工	1.15	1.08	0.99	0.94
单位制造费用	1.11	1.13	1.08	0.91
单位运输及包干费	0.23	0.26	0.25	0.25
单位保修及售后服务费	0.08	0.09	0.12	0.18
毛利率	26.87%	25.46%	22.29%	21.97%
毛利率变动	1.41%	3.17%	0.33%	/
其中：单位售价变化影响毛利率	1.71%	6.49%	-4.57%	/
单位成本变化影响毛利率	-0.31%	-3.32%	4.90%	/

注：单位售价变动影响毛利率=（本期单位售价-上期单位成本）/本期单位售价-上期毛利率，单位成本变化影响毛利率=本期毛利率-（本期单位售价-上期单位成本）/本期单位售价，下同。

报告期内，公司服装机毛利率分别为 21.97%、22.29%、25.46%和 26.87%，服装机以境外销售为主，具体分析如下：

①2023 年服装机销售单价、单位成本下降（单位直接人工和单位制造费用上涨主要系公司于 2023 年新设生产型子公司扩张业务新增人力支出、机器设备折旧及厂房等费用所致，单位保修及售后服务费下降主要系公司境外销售服装机不承担保修及售后服务费，因境外销售规模扩大所致），单位售价和单位成本变化对毛利率影响较小，毛利率波动较小；

②2024 年服装机销售单价、单位成本上涨，毛利率上涨主要受单位售价上涨影响所致，因产品供不应求及高速设备的普及公司进行适当提价，同时印度市场珠子绣附加装置增加，使得服装机平均销售单价增长；

③2025 年 1-6 月服装机销售单价上涨、单位成本基本稳定，单位售价和单位成本变化对毛利率影响较小，因行业景气度上行公司持续提价使得服装机毛利率略微上涨。

（2）花边机

项目	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
单位售价（万元/台）	40.89	36.28	33.10	32.72
单位成本（万元/台）	31.13	29.25	27.97	27.28
其中：单位直接材料	23.65	22.51	21.66	21.64
单位直接人工	2.89	2.37	2.18	2.02
单位制造费用	2.85	2.66	2.45	2.05
单位运输及包干费	0.43	0.43	0.43	0.31
单位保修及售后服务费	1.31	1.27	1.25	1.27
毛利率	23.86%	19.38%	15.50%	16.62%
毛利率变动	4.48%	3.88%	-1.12%	/
其中：单位售价变化影响毛利率	9.07%	7.40%	0.96%	/
单位成本变化影响毛利率	-4.60%	-3.52%	-2.08%	/

报告期内，公司花边机毛利率分别为 16.62%、15.50%、19.38%和 23.86%，花边机以境内销售为主，具体分析如下：

①2023 年花边机销售单价、单位成本上涨（单位运输及包干费上涨主要系公司向距离较远的华南地区销售数量增长所致），单位售价和单位成本变化对毛利率影响较小，毛利率波动较小；

②2024 年花边机销售单价、单位成本上涨，2024 年毛利率上涨主要受单位售价上涨影响所致，因产品供不应求及高速设备的普及公司进行适当提价使得花边机平均销售单价增长；

③2025 年 1-6 月花边机销售单价、单位成本上涨，2025 年 1-6 月毛利率上涨主要受单位售价上涨影响所致，因行业景气度上行及产品头数增加公司持续提价使得花边机平均销售单价增长。

（3）家纺机

项目	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
单位售价（万元/台）	23.43	23.36	22.03	21.75
单位成本（万元/台）	18.06	18.32	17.73	18.01
其中：单位直接材料	14.04	13.57	13.44	14.09

项目	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
单位直接人工	1.32	1.73	1.65	1.55
单位制造费用	1.51	1.76	1.47	1.23
单位运输及包干费	0.50	0.47	0.49	0.42
单位保修及售后服务费	0.68	0.80	0.69	0.72
毛利率	22.92%	21.56%	19.50%	17.18%
毛利率变动	1.36%	2.06%	2.32%	/
其中：单位售价变化影响毛利率	0.24%	4.59%	1.05%	/
单位成本变化影响毛利率	1.12%	-2.52%	1.27%	/

报告期内，公司家纺机毛利率分别为 17.18%、19.50%、21.56%和 22.92%，家纺机以境内销售为主，具体分析如下：

①2023 年家纺机销售单价、单位成本基本稳定（单位直接人工和单位制造费用上涨主要系公司于 2023 年新设生产型子公司扩张业务新增人力支出、机器设备折旧及厂房等费用所致），2024 年家纺机销售单价、单位成本上涨，家纺机单位售价和单位成本变化对毛利率影响较小，高速设备提高了公司的议价能力使得 2023-2024 年家纺机毛利率有所上涨；

②2025 年 1-6 月家纺机销售单价、单位成本基本稳定（单位直接材料上涨，单位直接人工和制造费用下降，主要系生产耗用了外购的机架），家纺机单位售价和单位成本变化对毛利率影响较小，毛利率波动较小。

（4）成衣帽绣机

项目	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
单位售价（万元/台）	2.39	2.15	2.74	3.16
单位成本（万元/台）	1.94	1.68	2.20	2.44
其中：单位直接材料	1.45	1.31	1.91	2.36
单位直接人工	0.15	0.11	0.08	0.00
单位制造费用	0.31	0.22	0.15	0.00
单位运输及包干费	0.03	0.03	0.05	0.07
单位保修及售后服务费	0.00	0.00	0.00	0.00
毛利率	18.58%	21.54%	19.97%	22.80%
毛利率变动	-2.96%	1.56%	-2.83%	/

项目	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
其中：单位售价变化影响毛利率	7.92%	-22.30%	-11.61%	/
单位成本变化影响毛利率	-10.88%	23.87%	8.78%	/

报告期内，公司成衣帽绣机毛利率分别为22.80%、19.97%、21.54%和18.58%，成衣帽绣机以境外销售为主，具体分析如下：

①2023-2024 年成衣帽绣机销售单价、单位成本持续下降，主要原因为 2023 年公司新设立子公司易瑞得拓展成衣帽绣机业务（2023 年以前业务模式为成品采购后销售），易瑞得生产的成衣帽绣机以规格较小的单头机为主，故单位售价和单位成本持续下降，随着自产销售规模的提升，单位直接人工和单位制造费用持续上涨，自产成衣帽绣机规格较小，海运拼柜数量增多使得单位包干费持续下降。单位售价和单位成本变化对毛利率影响较大，2023 年在自产销售规模较小情况下新增机器设备折旧及厂房等费用使得毛利率有所下降，2024 年自产销售规模提升使得毛利率有所上涨；

②2025 年 1-6 月成衣帽绣机销售单价、单位成本上涨，单位售价和单位成本变化对毛利率影响较大，因向定价较低的客户 SVS SEWING EQUIPMENT PRIVATE LIMITED 销售成衣帽绣机规模增长使得毛利率有所下降，剔除该客户 2025 年 1-6 月成衣帽绣机销售毛利率为 21.20%。

（5）混合机

项目	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
单位售价（万元/台）	24.43	21.88	20.07	24.31
单位成本（万元/台）	17.82	16.45	15.12	18.22
其中：单位直接材料	14.75	13.50	12.51	15.34
单位直接人工	1.28	1.05	0.98	1.09
单位制造费用	1.22	1.12	1.07	1.09
单位运输及包干费	0.27	0.33	0.28	0.37
单位保修及售后服务费	0.31	0.45	0.28	0.33
毛利率	27.04%	24.82%	24.65%	25.04%
毛利率变动	2.22%	0.17%	-0.39%	/
其中：单位售价变化影响毛利率	7.85%	6.23%	-15.84%	/

项目	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
单位成本变化影响毛利率	-5.63%	-6.06%	15.46%	/

报告期内，公司混合机毛利率分别为 25.04%、24.65%、24.82%和 27.04%，具体分析如下：

①混合绣作为一种特殊的刺绣工艺，每年客户需求有所波动，进而导致销售混合机规格的变化。2023 年因市场需求及客户结构变化导致产品规格变小，混合机销售单价、单位成本下降（单位运输及包干费下降主要系公司向距离较远的华南地区销售数量减少所致），单位售价和单位成本变化对毛利率影响较大，但毛利率波动较小；

②2024 年混合机销售单价、单位成本上涨（单位保修及售后服务费上涨主要系公司需承担售后服务的混合机订单增加，使得售后服务费增加），单位售价和单位成本变化对毛利率影响较大，但毛利率波动较小；

③2025 年 1-6 月混合机销售单价、单位成本上涨（单位保修及售后服务费下降主要系公司需承担售后服务的混合机订单减少，使得售后服务费减少），毛利率上涨主要受单位售价上涨影响所致，因下游需求增加客户采购的设备规格变大以及因新工艺需求加装附加装置增加使得混合机平均销售单价增长。

（6）烫片机、毛巾机、其他特种机

报告期各期，公司烫片机毛利率分别为 32.70%、38.79%、30.00%和 29.14%，毛巾机毛利率分别为 15.79%、17.36%、33.12%和 27.45%，其他特种机毛利率分别为 38.26%、48.19%、27.43%和 52.05%，烫片机、毛巾机、其他特种机属于市场小众机型，目前市场上烫片机竞品较少，市场竞争程度较低，故产品毛利率较高，其他特种机包括绗绣机、植绒绣机、坐垫机等，处于市场新产品试销售阶段，公司定价较高故毛利率较高。烫片机、毛巾机、其他特种机销售收入较小，毛利率水平受部分客户订单的影响较大。

综上所述，报告期内公司各类产品毛利率波动具有合理性。

2、报告期各期各类产品主要客户对应的销售收入和毛利率情况，是否存在毛利率显著异常的订单或客户，相关成本和毛利率核算是否准确

报告期各期，主要产品前五大客户销售收入及毛利率情况比较如下：

单位：万元

产品大类	客户	销售收入				销售毛利率			
		2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
服装机	M.RAMZAN 及其关联方	8,460.28	15,821.71	4,870.67	8,445.16	24.66%	23.38%	20.26%	18.24%
	LIBERTY	12,016.72	19,240.15	11,427.89	8,138.17	21.69%	21.64%	17.02%	20.96%
	ALLIANCE	1,980.52	2,736.77	1,867.44	1,255.01	26.49%	27.50%	21.18%	24.15%
	汕头市金中际服装服饰有限公司及其关联方	-	-11.50	-	1,040.28	/	/	/	9.29%
	KARDES	296.53	417.60	545.06	807.86	25.00%	19.23%	23.72%	26.03%
	FUSAI 及其关联方	733.92	911.41	1,736.56	627.18	28.56%	27.45%	24.41%	21.57%
	OUBARI 及其关联方	679.35	1,102.96	783.46	369.04	27.77%	30.68%	27.23%	46.50%
	众信机械	602.85	2,468.04	881.00	53.45	31.30%	29.52%	27.59%	26.55%
	YOUNGONE CORPORATION	892.28	246.52	406.74	16.70	50.73%	51.85%	44.64%	45.79%
花边机	信友智能及其关联方	3,453.67	4,435.66	2,729.70	1,212.08	25.00%	21.94%	16.75%	10.82%
	信扬智能及其关联方	3,880.18	6,630.96	3,779.91	1,076.28	24.65%	21.81%	18.29%	13.72%
	绍兴市柯桥区中国轻纺城敛佳布行及其关联方	-	-	44.45	652.47	/	/	22.78%	22.71%
	杭州蓝马织绣有限公司	-	-	74.34	649.47	/	/	8.27%	3.37%
	杭州云迪绣品有限公司	-	-	-	466.37	/	/	/	11.52%
	绍兴励能纺织有限公司	-	775.79	-	-	/	18.24%	/	/
	绍兴柯桥华仕达纺织有限公司	186.85	129.12	568.23	-	15.28%	12.00%	7.62%	/
	杭州普发特纺织有限公司	79.29	1,049.40	-	-	25.12%	23.04%	/	/
	杭州康彩花边有限公司	-	1,020.88	280.88	-	/	18.78%	25.28%	/
	杭州恒飞绣品有限公司	-	84.07	707.88	-	/	14.10%	-4.26%	/

单位：万元

产品大类	客户	销售收入				销售毛利率			
		2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
	杭州浩瑞腾绣品服饰有限公司	-	-	714.13	-	/	/	20.64%	/
	绍兴金袁刺绣有限公司	858.41	-	-	-	17.99%	/	/	/
	绍兴爱东绣品有限公司及其关联方	669.38	499.29	-	237.17	21.84%	24.25%	/	18.38%
	绍兴贤耀纺织绣品有限公司及其关联方	646.78	624.75	11.50	179.04	23.98%	27.17%	16.99%	19.58%
家纺机	怡之沐机械及其关联方	73.81	775.58	1,177.81	743.57	19.00%	18.24%	18.13%	16.67%
	南通赛贝纳纺织品有限公司	-	-	-	277.70	/	/	/	13.52%
	南通缇茉纺织品有限公司	-	-	-	179.76	/	/	/	15.83%
	南通奋永纺织科技有限公司	-	-	-	159.59	/	/	/	20.79%
	天长市卓旭工艺品有限公司	-	-	-	135.84	/	/	/	19.82%
	永真服装及其关联方	-	-	117.70	-	/	/	24.31%	/
	威海市佳美漪刺绣厂	-	145.66	-	-	/	24.95%	/	/
	上海复达光华企业管理咨询有限公司	-	120.88	-	-	/	15.15%	/	/
	信扬智能及其关联方	19.91	41.06	61.77	-	37.47%	32.59%	25.34%	/
	南通妙客莱纺织科技有限公司	-	-	124.78	-	/	/	12.48%	/
	临沂丽蒙绣品有限公司	-	300.00	31.06	-	/	23.81%	23.15%	/
	海门水伊源纺织品厂	-	-	89.03	-	/	/	30.29%	/
	北京清检检测技术集团有限公司	-	135.75	-	-	/	20.02%	/	/
成衣帽绣机	WELTTEC 及其关联方	51.24	373.81	216.52	201.14	10.28%	26.06%	26.47%	18.38%
	HONGKONG SINCHAROEN	41.55	108.33	162.07	169.52	29.72%	21.49%	15.67%	17.72%

单位：万元

产品大类	客户	销售收入				销售毛利率			
		2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
	TRADING(THAILAND) CO.,LTD								
	SINSIM AMERICA INC.	-	17.18	102.27	107.00	/	15.95%	16.33%	29.80%
	IL PUNTO	36.25	68.91	85.20	85.40	29.50%	42.73%	44.14%	32.26%
	杭州金甲服装机械有限公司及其关联方	-	-	7.58	66.83	/	/	39.89%	12.33%
	AZARGANI&TEJARI TINAB PISHRANEH TALAEI SHAHIN	94.63	81.91	146.60	63.45	27.32%	33.27%	12.46%	26.86%
	OUBARI 及其关联方	17.68	56.59	139.09	38.08	11.83%	16.96%	22.68%	27.17%
	EMB VIET HUNG COMPANY LIMITED	33.74	88.13	-	-	21.44%	21.22%	/	/
	SVS SEWING EQUIPMENT PRIVATE LIMITED	258.07	51.83	15.99	-	10.00%	6.31%	19.93%	/
	GULFTEX SEWING MACHINE TRADING LLC	136.97	31.40	77.56	21.03	24.67%	-14.13%	-1.85%	20.16%
	台州金宣缝制设备有限公司	61.97	34.53	-	-	14.29%	6.57%	/	/
混合机	众信机械	221.06	283.36	353.70	791.54	17.84%	17.13%	14.58%	14.70%
	KARDES	383.52	358.93	473.85	496.75	22.56%	22.17%	15.48%	22.15%
	ALLIANCE	625.15	757.36	221.91	455.37	27.50%	25.22%	16.02%	22.64%
	WELTTEC 及其关联方	40.81	39.32	-	428.00	32.43%	40.20%	/	34.60%
	IL PUNTO	109.51	166.84	275.91	326.89	44.25%	55.36%	46.54%	45.76%
	FUSAI 及其关联方	231.65	319.86	575.59	137.24	29.88%	26.38%	27.88%	27.73%
	STE AGA BROD SARL	214.93	324.71	295.18	129.50	23.85%	28.00%	24.38%	21.55%

同类产品不同客户毛利率分析参见本反馈意见回复问题 5 之“二、（二）与同期市场价格是否存在差异，同型号产品向不同客户的销售价格和毛利率是否存在差异”，毛利率偏离平均水平的订单或客户均有合理原因，相关成本和毛利率核算准确。

四、说明运输和包干费与发行人运费承担方式、产品销售情况、运输距离和运费单价变动情况是否匹配，结合相关合同具体条款和约定，说明相关会计处理是否符合准则规定

（一）说明运输和包干费与发行人运费承担方式、产品销售情况、运输距离和运费单价变动情况是否匹配

运输费指公司在境内市场销售活动中将设备运输至客户指定处承担的运输费用，包干费指公司在境外市场销售活动中将设备运输至港口承担的内陆运输费、装卸费、订舱费、报关费等费用，通常情况下公司境内销售承担运输费，境外销售承担包干费。报告期内，公司境内销售运输费、境外销售包干费金额如下：

单位：万元

项目	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
境内销售运输费[注]	424.31	783.51	607.44	445.63
境外销售包干费	393.66	711.13	472.50	403.42

注：含子公司信胜机械的运输费用

1、境内销售运输费

信胜科技与运输商制定了单趟运费价格表，运送至绍兴、萧山地区每趟在 1,000 元左右，运送至江苏南通地区每趟在 4,000 元左右，运送至广东汕头、东莞、中山地区每趟在 10,000 元左右。报告期内，信胜科技境内销售中设备销售数量、运输数量、运输费用配比关系如下：

单位：台、万元、元/台

项目	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
境内销售数量	814	1,497	1,165	868
运输数量	780	1,471	1,182	891
运输费用	357.65	668.68	510.67	365.32
单位运费	4,585.28	4,545.78	4,320.41	4,100.09

注：销售数量与运输数量因跨期、客户自提等原因存在差异。

报告期各期，信胜科技单位产品运费分别为 4,100.09 元/台、4,320.41 元/台、4,545.78 元/台和 4,556.08 元/台，2022-2024 年因广东地区销售占比逐渐升高，且 2024 年因市场景气度较高，公司向山东、湖南、河南等远地区销售数量有所增加进一步使得单位产品运费增长。综上，信胜科技运输费与销售相匹配。

信胜机械对外销售较少，主要向信胜科技供应机架，根据车型价格在 200 元/趟—400 元/趟左右。报告期内，信胜机械机架运输数量、运输费用配比关系如下：

单位：台、万元、元/台

项目	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
运输数量	2,381	4,198	3,204	2,915
运输费用	66.66	114.82	96.77	80.43
单位运费	279.97	273.52	302.03	275.51

报告期内，信胜机械单位产品运费分别为 275.51 元/台、302.03 元/台、273.52 元/台和 279.97 元/台，上述运费为信胜机械总运费（包括非机架产品），2023 年销售了立柱产品故按机架运输数量计算导致单位运费上涨，以主要运输商诸暨市佩方运输服务部（从信胜机械运输机架至信胜科技）计算单位机架的运费分别为 248.10 元/台、251.68 元/台、246.69 元/台和 241.45 元/台，基本稳定。综上，信胜机械运输费与销售相匹配。

2、境外销售包干费

货代单位以货柜为单位收费，提供拖车、装卸、报关等服务，每个货柜在 4,500 元至 5,000 元左右。报告期内，公司境外销售中设备销售数量、发货数量、包干费配比关系如下：

单位：台、万元、元/台

项目	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
销售数量	2,034	3,432	2,434	2,155
发货数量（公司承担包干费）	1,957	3,482	2,387	2,076
包干费	393.66	711.13	472.50	403.42
单位包干费	2,011.54	2,042.31	1,979.46	1,943.24

注：销售数量与发货数量的差异一方面系公司销售给境内外贸企业的产品，该部分产品由外贸企业自提后报关出口，公司不承担包干费，另一方面系因跨期等原因存在差异。

每个柜子装运设备的数量与设备体积相关，每个柜子装设备的数量从 1 到 8 台不等，公司境外销售以服装机为主，一般每个柜子装 2 台设备，故各期平均每台设备的包干费在 2,000 元左右，信胜科技包干费与销售相匹配。

综上，公司运输费、包干费与销售活动相匹配。

（二）结合相关合同具体条款和约定，说明相关会计处理是否符合准则规定

报告期内，公司与客户销售合同中关于运输和包干费的约定及会计处理如下：

区域	合同条款	会计处理
境内销售	公司安排运送产品至客户指定地点并承担相关运费，产品送达客户指定地点后，客户负责卸货并承担与卸货相关的费用和风险	借：主营业务成本-运输费 贷：应付账款
境外销售	公司报关方式以 FOB、CNF 为主，公司办理货物出口清关手续，在装运港将货物交至客户指定的船上，或运往指定目的港的船上，并负担货物越过船舷为止的一切费用和货物灭失或损坏的风险	借：主营业务成本-包干费 贷：应付账款

《企业会计准则第 14 号——收入》第二十六条：企业为履行合同发生的成本，不属于其他企业会计准则规范范围且同时满足下列条件的，应当作为合同履约成本确认为一项资产：（一）该成本与一份当前或预期取得的合同直接相关，包括直接人工、直接材料、制造费用（或类似费用）、明确由客户承担的成本以及仅因该合同而发生的其他成本；（二）该成本增加了企业未来用于履行履约义务的资源；（三）该成本预期能够收回。根据合同履约成本定义可知，与履行合同直接相关的销售费用都可以被计入合同履约成本，包括但不限于保险费、运输费、装卸费、包装费、展览费和广告费、商品维修费等；《〈企业会计准则第 14 号——收入〉应用指南 2018》规定，在企业向客户销售商品的同时，约定企业需要将商品运送至客户指定的地点的情况下，企业需要根据相关商品的控制权转移时点判断该运输活动是否构成单项履约义务。通常情况下，控制权转移给客户之前发生的运输活动不构成单项履约义务，而只是企业为了履行合同而从事的活动，相关成本应当作为合同履约成本。

公司的运输费是公司在境内市场销售活动中将设备运输至客户指定处承担的运输费用，包干费是公司在境外市场销售活动中将设备运输至港口承担的内陆运输费、装卸费、订舱费、报关费等费用，上述费用对应的活动均系发生在产品控制权转移给客户之前，不构成单项履约义务，故应作为合同履约成本包含在产品成本中，其会计处理符合会计准则的规定。

五、结合历史销售情况、产品使用年限情况等，说明报告期各期保修及售后服务费发生额与产品销售情况是否匹配，结合各期实际发生额、相关权责义务关系，说明发行人预计负债计提是否充分

（一）结合历史销售情况、产品使用年限情况等，说明报告期各期保修及售后服务费发生额与产品销售情况是否匹配

1、保修服务费

保修服务费指公司向境内市场承担设备保修义务的代理商所支付的对价。代理直销模式和代理经销（提点结算）模式下，代理商向公司介绍客户并提供售后服务（个别代理商不提供售后服务），根据提供的服务从公司获取保修服务费。公司与代理商结算保修服务费分成提点模式和底价模式，提点模式即公司与代理商按固定比例结算，通常情况下保修服务费为销售收入的 3%左右，底价模式即公司以高于底价的价格向客户销售，并以销售价格与底价的差额的一半与代理商结算保修服务费。报告期各期，公司保修服务费与收入配比情况如下：

单位：万元

项目	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
保修服务费	280.18	512.69	326.95	429.97
代理商负责保修的收入	10, 942.63	18,024.71	11,193.56	14,224.61
占比	2.56%	2.84%	2.92%	3.02%

公司保修服务费占比均在 3%左右，受代理商订单价格差异的影响会导致比例略有波动。2023 年因公司多头高速及含附加装置的设备逐渐增加，代理商聘请人员从事维修服务利润率较低，部分代理商如浙江建豪缝制设备有限公司等不再从事售后维修业务，导致代理商负责保修的收入下降。2025 年 1-6 月，因保修服务费比例相对较高的怡之沐机械、众信机械（分别处于距离公司较远的南通地

区、广州及佛山地区，公司售后服务人员提供的技术支持较少，故保修服务费比例较高）业务规模下降，使得保修服务费占比有所下滑。总体而言，公司保修服务费发生额与产品销售情况匹配。

2、售后服务费

售后服务费主要指公司境内市场销售的设备（由公司承担保修义务）在保修期内所发生的维修费用。报告期各期，公司售后服务费与收入配比情况如下：

单位：万元

项目	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
售后服务费	714.64	1,178.90	1,021.19	724.79
公司直销及代理直销（公司提供售后）收入	11,588.09	17,235.48	14,845.16	10,071.37
占比	6.17%	6.84%	6.88%	7.20%

报告期内，售后服务费占公司负责售后的收入比例分别为 7.20%、6.88%、6.84%和 6.17%，2023 年公司售后服务费金额高于 2022 年，但售后服务费占公司保修收入的比例有所下滑，主要系 2023 年因境内销售回暖及不再承担保修义务的代理商增加，导致公司负责保修的收入增长较多，存在人工工资等固定成本情况下公司售后服务费占公司承担售后对应收入的比例略微降低。总体而言，公司售后服务费发生额与产品销售情况基本匹配。

（二）结合各期实际发生额、相关权责义务关系，说明发行人预计负债计提是否充分

公司对承担保修义务的设备质保期一般约定为订单发货之日起一年。报告期内，公司的售后服务费计提政策是在综合考虑销售模式、与客户约定的质保期和过往实际发生的售后服务费等因素进行合理的预测，按照截止当期末尚需要公司承担售后维修的销售收入及一定比例计提，并且在期末保有足够的“预计负债-售后服务费”余额。

报告期内，公司期初预计负债余额与当期售后服务费实际发生额比对情况如下：

单位：万元

时间	期初预计负债余额[注 1]	售后服务费实际发生额	差异
2022 年度	282.97	295.33	-12.36
2023 年度	359.61	330.68	28.93
2024 年度	535.46	467.80	67.66
2025 年 1-6 月	664.47	357.05	307.42

注 1：预计负债=公司负责售后服务的收入*（剩余保修月份/总保修月份）*计提比例。

2022 年度公司期初预计负债余额较当期售后服务费实际发生额少 12.36 万元，差异较小，2023 年度、2024 年度、2025 年 1-6 月公司各期期初计提的预计负债余额均能覆盖各期实际发生额，预计负债计提充分。

六、说明报告期内采购电力、工业气体价格持续下降的原因及合理性

报告期内，公司的主要能源消耗为电力、工业气体，其采购情况如下：

采购类别	项目	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
电力	采购量（万度）	214.69	417.04	332.96	258.41
	采购额（万元）	173.67	360.73	300.15	249.36
	平均采购价格（元/度）	0.81	0.86	0.90	0.96
工业气体	采购量（立方米）	197.01	387.15	239.23	184.09
	采购额（万元）	48.28	98.63	66.51	58.34
	平均采购价格（元/立方米）	2,450.76	2,547.59	2,780.26	3,169.42

报告期内，电力单价下降的主要原因系浙江省出台了一系列稳价、降价政策，如实施上网电价定价机制，降低外来电协议价格，建立煤电价格联动机制，引导电价成本合理化，优化电力采购策略，降低输配电、售电成本等；同时公司产能紧张，夜班工作时低价用电量增长。工业气体单价下降的主要原因系公司产量扩张，工业气体采购量相应增长，公司与主要供应商协商降低部分工业气体采购价格。

七、请保荐机构、申报会计师核查上述事项并发表明确意见

（一）“问题 6、（1）关于供应商合作情况”相关事项的核查情况

1、核查程序

针对上述事项，申报会计师执行了包括但不限于以下核查程序：

（1）获取报告期内发行人采购明细表，汇总统计报告期内发行人向主要供应商采购产品情况；通过企查查等网站核查主要供应商成立时间，实地走访主要供应商，了解发行人与主要供应商的合作情况；

（2）访谈发行人采购部门负责人，了解发行人与定制外协供应商的采购模式，查阅发行人与主要供应商签署的委托开发协议，判断供应商向发行人销售的产品是否为定制化开发产品；访谈发行人采购部门负责人、检索中国及多国专利审查信息查询系统，查阅发行人烫片机电控系统供应商睿能控制其母公司睿能科技 2024 年年度报告等公开披露数据，了解发行人主要定制外协供应商及烫片机电控系统供应商睿能控制是否对其向发行人销售产品拥有专项知识产权；访谈发行人采购部门负责人，实地走访报告期各期前五大供应商中存在向发行人销售定制化开发产品的供应商，了解供应商关于定制化开发产品的供货能力、与发行人合作情况、供应商自身经营情况等信息。

2、核查结论

经核查，申报会计师认为：

（1）发行人报告期各期前五大供应商中的定制外协采购供应商存在向公司销售定制化开发产品的情形、发行人一般外购供应商睿能控制存在向公司销售定制化开发产品烫片机电控系统的情形，此外报告期内发行人各期前五大供应商不存在向公司销售定制化开发产品的情形；

（2）发行人定制外协采购供应商未对其向发行人销售的零部件形成相关专项知识产权；发行人与电控系统供应商睿能控制共同拥有烫片机电控系统相关的软件著作权；

（3）报告期内发行人与定制外协采购供应商合作稳定，行业内存在可替代的供应商，发行人对定制外协采购供应商不存在重大依赖；发行人与烫片机电控系统供应商睿能控制合作具有稳定性，行业内可选供应商类型较少，发行人向睿能控制采购电控系统存在一定依赖。

（二）“问题 6、（2）关于采购定价”相关事项的核查情况

1、核查程序

针对上述事项，申报会计师执行了包括但不限于以下核查程序：

（1）通过企查查等网站核查主要供应商设立时间、注册资本等信息，核查主要供应商股东、董事、监事及高级管理人员与发行人及发行人主要人员间是否存在关联关系；实地走访主要供应商，访谈了解供应商是否属于贸易性质供应商，访谈了解供应商及其主要人员与发行人及发行人主要人员间是否存在关联关系；对发行人主要人员个人卡交易对手方与发行人主要供应商及其利益相关方进行了穿透核查及匹配分析，核查发行人主要人员个人卡交易对手方与发行人供应商重叠情况；

（2）访谈发行人采购部门负责人，实地走访报告期内发行人主要供应商，访谈了解发行人与主要供应商采购产品的主要定价方式；获取报告期内发行人采购明细表，汇总分析报告期内发行人主要采购物料内容、采购数量、采购金额及主要采购物料的主要供应商情况；查阅 Choice 数据库，分析矩形管主要原材料热卷的报告期内大宗市场价格变化情况；访谈发行人采购部门负责人，实地走访报告期内发行人主要供应商，获取报告期内发行人主要物料采购询价单，了解报告期内发行人主要物料采购价格公允性是否市场可比及同类物料不同供应商采购价格差异原因。

2、核查结论

经核查，申报会计师认为：

（1）报告期内，发行人主要供应商中：凯腾钢铁存在属于贸易类供应商情形，申工机械存在注册资本较小、与发行人存在关联关系情形。除此两家供应商外，报告期内发行人其他主要供应商不存在注册时间较短、注册资本较小、贸易类、与公司存在关联关系的情形；

（2）报告期内主要供应商对公司的定价方式分为两类：①生产类供应商采用成本加成毛利率定价；②贸易类供应商采用市场化定价原则定价；报告期内发行人矩形管采购价格变动与其原材料热卷的大宗市场价格变动情况基本相符，采购价格具有公允性，除矩形管外发行人其他主要物料通常无法参照其相关原材料

大宗商品市场价格，亦不存在公开透明的直接市场价格，此部分物料采用成本加成毛利率定价，报告期内发行人相关采购价格公允。

（三）“问题 6、（3）关于成本及毛利率”相关事项的核查情况

1、核查程序

针对上述事项，申报会计师执行了包括但不限于以下核查程序：

（1）获取报告期内发行人存货收发存明细表、采购明细表、生产成本明细表、销售出库明细表等，计算公司投入产出比率，分析主要原材料采购量、耗用量与产品产销量的匹配性；

（2）获取报告期内发行人收入成本明细表、生产成本明细表、固定资产明细表、工资表等，分析发行人直接材料、直接人工、制造费用与产销量的匹配性；

（3）获取报告期内发行人主要能源耗用明细表，分析产销量与能源耗用匹配性；

（4）获取报告期内发行人收入成本明细表，统计各类产品销售单价、单位成本及构成，分析毛利率波动的原因，统计各类产品前五大客户销售收入及毛利率，分析差异原因；

（5）查阅了发行人销售合同审批系统流程，访谈财务总监及销售部门负责人，确认各类产品毛利率波动的原因及合理性、各类产品前五大客户毛利率差异的原因。

2、核查结论

经核查，申报会计师认为：

（1）发行人主要原材料采购量、耗用量与产品产销量具有匹配性，直接材料、直接人工、制造费用、各期能源耗用变动比例合理，与产品产销量具有匹配性；

（2）通过分析销售单价、单位成本及构成，发行人各类产品毛利率波动的原因具有合理性，发行人产品以个性化定制为主，各类产品下刺绣机规格型号较

多（如头数、头距、附加装置、电控系统、针数、刺绣面积等），同时受市场供需状况、客户重要性、原材料价格波动、竞争对手报价等因素的影响，导致同类产品不同客户订单间毛利率存在差异，毛利率偏离平均水平的订单或客户均有合理原因，相关成本和毛利率核算准确。

（四）“问题 6、（4）关于运输及包干费”相关事项的核查情况

1、核查程序

针对上述事项，申报会计师执行了包括但不限于以下核查程序：

（1）核查发行人销售合同、运输单据、境外销售报关单、电子口岸等数据，获取运输费和包干费台账，分析运输费和包干费单价与产品销售情况、运输距离的匹配性；

（2）查阅发行人运输费、包干费会计凭证，并结合相关合同条款分析会计处理是否符合《企业会计准则》规定。

2、核查结论

经核查，申报会计师认为：发行人发生的单位设备运输费和包干费与产品销售情况、运输距离具有匹配性，运输费和包干费作为合同履约成本包含在产品成本中，会计处理符合会计准则的规定。

（五）“问题 6、（5）关于预计负债”相关事项的核查情况

1、核查程序

针对上述事项，申报会计师执行了包括但不限于以下核查程序：

（1）获取发行人与代理商相关协议、保修服务费计提明细表，分析匹配性；

（2）核查发行人销售合同及预计负债计提表，获取实际发生的售后服务费明细表，对售后服务费进行凭证核查等真实性查验，分析预计负债计提充分性。

2、核查结论

经核查，申报会计师认为：发行人保修服务费和售后服务费与产品销售情况相匹配，预计负债计提充分。

（六）“问题 6、（6）关于电力及工业气体”相关事项的核查情况

1、核查程序

针对上述事项，申报会计师执行了包括但不限于以下核查程序：

（1）获取报告期内发行人电费明细表、工业气体采购明细表，了解生产用电、工业气体采购情况；

（2）访谈发行人财务总监，了解采购电力、工业气体价格持续下降的原因。

2、核查结论

经核查，申报会计师认为：报告期内，电力单价下降的主要原因系浙江省出台了一系列稳价、降价政策，同时发行人产能紧张，夜班工作时低价用电量增长；工业气体单价下降的主要原因系发行人产量扩张，工业气体采购量相应增长，发行人与主要供应商协商降低部分工业气体采购价格，具有合理性。

问题 7、关于资产真实性

根据申请文件，报告期各期末发行人资产总额分别为 6.18 亿元、8.23 亿元、9.89 亿元，主要为货币资金、应收款项、存货、固定资产等。

请发行人：（1）说明报告期各期发行人货币增加与发行人销售及回款情况的匹配性，相关货币资金是否来源是否与七大洲小贷相关，使用受到限制的货币资金中，票据保证金与发行人票据结算情况的匹配性，形成期权、期货保证金的原因，与发行人投资行为、投资规模的匹配性。（2）说明发行人交易性金融资产的具体构成、投资的主要产品和底层资产情况、报告期各期的收益情况，说明相关投资资产及机构与发行人及其主要人员是否存在关联关系或其他利益安排，发行人投资相关金融资产的决策流程和相关内控措施，相关投资行为是否具有合理性。（3）说明报告期发行人各类存货价值的确定方式、依据，原材料中是否包含为特定客户专门定制的电控系统等元器件，相关原料的订单执行是否存在异常，在产品、库存商品等是否均具有订单支持，发出商品与客户订单合同、运输时间、安装调试周期的匹配性，发行人对存货的内控措施及执行情况、存货盘点情况。（4）说明报告期各期发行人厂房建设和机器设备采购情

况，结合相关建设和采购投产进度等，说明相关设备转固是否及时，相关资产核算是否准确。

请保荐机构、申报会计师：（1）核查上述事项，说明对发行人各类主要资产采取的具体核查方式、核查范围，并对相关资产的真实性、准确性发表明确意见。（2）对发行人及其主要人员资金流水情况进行核查，并提供专项核查报告及核查底稿。

一、说明报告期各期发行人货币增加与发行人销售及回款情况的匹配性，相关货币资金来源是否与七大洲小贷相关，使用受到限制的货币资金中，票据保证金与发行人票据结算情况的匹配性，形成期权、期货保证金的原因，与发行人投资行为、投资规模的匹配性

（一）说明报告期各期发行人货币增加与发行人销售及回款情况的匹配性，相关货币资金来源是否与七大洲小贷相关

报告期内，公司货币增加与销售及回款的匹配情况如下：

单位：万元

项目	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
货币增加	15,791.23	16,334.46	7,851.16	3,835.62
其中：货币资金增加	5,009.12	14,475.84	3,748.96	6,288.24
交易性金融资产-理财产品增加	10,782.11	1,858.62	4,102.20	-2,452.61
销售商品、提供劳务收到的现金	45,540.19	94,113.20	60,024.39	60,897.54
经营活动产生的现金流量净额	12,878.56	28,568.32	7,503.35	3,817.68

报告期内，公司货币资金余额逐期增加，与经营活动产生的现金流量净额可以匹配，主要系公司盈利能力较强、销售回款情况较好所致。2024 年度，公司货币资金增加量低于经营活动产生的现金流量净额，主要系：1、2024 年度，公司因分配股利、偿还银行借款及利息导致的现金流出较多，筹资活动现金流出净额为 9,184.02 万元；2、2024 年度，公司购置固定资产等投资活动导致现金流出，进一步导致货币资金增加量低于经营活动产生的现金流量净额。

经申报会计师对发行人报告期内资金流水进行核查，报告期内，发行人与七大洲小贷不存在资金往来；申报会计师已取得七大洲小贷提供的《情况说明》，

根据《情况说明》，报告期内，七大洲小贷与信胜科技客户未发生资金往来，发行人货币资金来源与七大洲小贷无关。

综上所述，报告期内，发行人货币资金增加与销售、回款情况可以匹配，相关货币资金来源与七大洲小贷无关。

（二）使用受到限制的货币资金中，票据保证金与发行人票据结算情况的匹配性

报告期各期末，公司银行承兑汇票保证金情况与票据结算的匹配情况如下：

单位：万元

期间	所属公司	存放银行	期末应付银行承兑汇票余额	期末银行承兑汇票保证金余额	开票保证金比例	说明
2025 年 6 月 30 日	信胜科技	交通银行	8,745.00	2,623.50	30.00%	支付票据保证金开立银行承兑汇票
	易瑞得	宁波银行	21.00	21.00	100.00%	支付票据保证金开立银行承兑汇票
2024 年 12 月 31 日	信胜科技	交通银行	4,505.94	1,351.78	30.00%	支付票据保证金开立银行承兑汇票
2023 年 12 月 31 日	信胜科技	建设银行	3,705.08	1,111.52	30.00%	支付票据保证金开立银行承兑汇票
	信胜科技	交通银行	6,998.13	2,099.44	30.00%	支付票据保证金开立银行承兑汇票
	易瑞得	宁波银行	93.09	93.09	100.00%	支付票据保证金开立银行承兑汇票
2022 年 12 月 31 日	信胜科技	建设银行	4,639.00	1,391.70	30.00%	支付票据保证金开立银行承兑汇票
	信胜科技	交通银行	3,988.83	1,196.65	30.00%	支付票据保证金开立银行承兑汇票
	信胜科技	交通银行	2,000.00	2,000.00	100.00%	定期存款质押开立银行承兑汇票

综上所述，报告期各期末，公司银行承兑汇票保证金余额与应付票据余额可以匹配。

（三）形成期权、期货保证金的原因，与发行人投资行为、投资规模的匹配性

热卷，即热轧卷板，是一种通过高温轧制工艺生产的钢材产品，公司矩形管

原材料系由热卷进行机械加工形成。报告期内，为了在矩形管市场的价格波动中把握节奏，降低采购成本，公司开展了热卷期货投资业务。为控制投资风险，公司规定期货最高持仓量不超过 600 手，公司财务部负责跟踪业务进展情况，如发现存在可能影响公司资金安全的风险因素，应及时报告总经理并采取相应措施，控制投资风险。

公司在永安期货股份有限公司开立期货账户，根据上海期货交易所《上海期货交易所交易规则》及与永安期货股份有限公司签订的《期货经纪合约》，公司开立期货合约时，应在期货保证金账户依据设定的保证金比例存入保证金，具体情况如下：

单位：万元

项目	2025.06.30	2024.12.31	2023.12.31	2022.12.31
期末期货持有种类	热卷	热卷	无	热卷
期末持有合约数量（手）	100	400	-	517
对应期货保证金金额	21.94	95.84	-	277.98
期货保证金账户结存金额	215.20	276.82	0.20	628.86

报告期各期末，公司期货保证金账户结存金额高于持有期货合约对应的保证金金额，主要系：1、期货交易中，如公司持有的热卷合约产生浮动亏损，将导致公司须向期货保证金账户补充结算准备金，导致期货保证金账户结存金额通常高于持有期货合约对应的保证金金额；2、期货交易风险较高，为避免短期内价格波动导致公司持有的热卷期货合约被强行平仓的风险，公司执行了相对较低的仓位比例，进一步导致期货保证金账户结存金额较高。

综上所述，报告期各期末，公司不存在期权保证金，公司期货保证金主要为热卷期货合约保证金，公司期货保证金账户结存金额高于持有期货合约对应的保证金金额，与投资行为、投资规模可以匹配。

二、说明发行人交易性金融资产的具体构成、投资的主要产品和底层资产情况、报告期各期的收益情况，说明相关投资资产及机构与发行人及其主要人员是否存在关联关系或其他利益安排，发行人投资相关金融资产的决策流程和相关内控措施，相关投资行为是否具有合理性

（一）说明发行人交易性金融资产的具体构成、投资的主要产品和底层资产情况、报告期各期的收益情况

报告期内，为提高闲置资金利用效率，公司将部分闲置资金投资于银行等金融机构发行的安全性高、流动性好、低风险的理财产品，账面列示为交易性金融资产。报告期各期末，公司交易性金融资产的具体构成及报告期各期的收益情况列示如下：

单位：万元

项目	投资成本	公允价值变动	账面价值	投资收益
2025 年 6 月 30 日/2025 年 1-6 月	19,194.10	48.74	19,242.84	126.33
2024 年 12 月 31 日/2024 年度	8,441.22	19.50	8,460.72	62.66
2023 年 12 月 31 日/2023 年度	6,600.00	2.10	6,602.10	101.70
2022 年 12 月 31 日/2022 年度	2,493.92	5.98	2,499.90	102.30

报告期各期末，公司投资的主要产品和底层资产情况列示如下：

单位：万元

项目	产品名称	投资成本	公允价值变动	账面价值
2025 年 6 月 30 日	农银理财农银安心灵动 14 天理财产品第 8 期	5,400.00	4.97	5,404.97
	信银理财安盈象固收稳利十四期	4,800.00	12.71	4,812.71
	交银理财稳享现金添利（惠享版）法人专属理财产品	3,100.00	14.49	3,114.49
	嘉鑫固收类最低持有 14 天产品第 6 期	3,000.00	8.63	3,008.63
	交银理财稳享鑫荣日日开（久久专享）理财产品	1,494.10	5.70	1,499.80
	信银理财安盈象固收稳利十四期	800.00	1.88	801.88
	天天利现金管理 3 号	300.00	0.18	300.18
	农银理财农银安心灵动 14 天理财产品第 8 期	300.00	0.17	300.17
合计		**19,194.10**	**48.74**	**19,242.84**
2024 年 12 月 31 日	嘉鑫固收类最低持有 7 天（浙江专享）	4,121.22	12.50	4,133.72
	农银现金管理类 13 号	3,220.00	4.90	3,224.90
	招银理财日日金 2 号 C	700.00	1.03	701.03

单位：万元

项目	产品名称	投资成本	公允价值变动	账面价值
	招银理财招赢日日金 30 号现金管理类理财计划	300.00	1.04	301.04
	东方招益债券 C	100.00	0.01	100.01
	交银理财稳享现金添利（法人版）理财产品	-	0.03	0.03
合计		**8,441.22**	**19.50**	**8,460.72**
2023 年 12 月 31 日	交银理财稳享现金添利（法人版）理财产品	6,600.00	2.10	6,602.10
合计		**6,600.00**	**2.10**	**6,602.10**
2022 年 12 月 31 日	建信理财嘉鑫（法人版）固收类按日开放式产品	1,793.92	5.57	1,799.50
	交银理财稳享现金添利（法人版）理财产品	350.00	0.26	350.26
	交银理财稳享现金添利（法人版）理财产品	300.00	0.07	300.07
	“蕴通财富久久”日盈理财产品	50.00	0.08	50.08
合计		**2,493.92**	**5.98**	**2,499.90**

综上所述，报告期各期末，公司交易性金融资产主要为银行发售的理财产品，相关理财产品对应底层资产主要为现金类资产、固定收益类资产或债券等，具有持有周期较短、安全性高、流动性强、风险较低的特点，不属于收益波动大且风险较高的金融产品。

（二）说明相关投资资产及机构与发行人及其主要人员是否存在关联关系或其他利益安排

报告期内，公司交易性金融资产主要为银行理财产品，相关的投资机构主要为国内大型商业银行，与发行人及其主要人员不存在关联关系或其他利益安排。

（三）发行人投资相关金融资产的决策流程和相关内控措施，相关投资行为是否具有合理性

1、与投资金融资产相关的内控措施

报告期内，针对金融资产投资活动，公司主要采取了以下内控措施：

（1）公司制定了《金融资产投资管理办法》，对闲置资金投资金融资产的投资品种、额度、执行部门、决策流程作出了规定，根据规定，闲置资金投资的金融资产应为银行、信托公司、证券公司等金融机构发行的安全性高、流动性好、低风险的理财产品，且该等投资产品不得用于质押、担保；

（2）2021 年 3 月、2022 年 6 月、2023 年 6 月、2024 年 6 月，公司董事会、监事会、股东会分别审议并通过了《关于使用闲置资金进行现金管理的议案》。前述议案中，董事会、监事会、股东会授权公司在不影响日常经营资金需求和资金安全的情况下，使用不超过 12,000 万元的闲置自有资金进行现金管理，使用期限自公司股东会审议通过之日起 12 个月内有效，上述额度在决议有效期内，资金可以滚存使用；同时授权公司董事长在上述额度内代表本公司办理相关手续和签署有关合同及文件，公司董事会不再逐笔形成决议；

（3）2025 年 4 月，公司董事会、监事会分别审议并通过了《关于使用闲置资金进行现金管理的议案》，并于 2025 年 5 月经公司股东会审议通过。前述议案中，董事会、监事会、股东会授权公司在不影响日常经营资金需求和资金安全的情况下，使用不超过 20,000 万元的闲置自有资金进行现金管理，使用期限自公司股东会审议通过之日起 12 个月内有效，上述额度在决议有效期内，资金可以滚存使用；同时授权公司董事长在上述额度内代表本公司办理相关手续和签署有关合同及文件，公司董事会不再逐笔形成决议；

（4）2025 年 8 月，公司董事会、监事会分别审议并通过了《关于调整使用闲置自有资金进行现金管理的议案》，并于 2025 年 9 月经公司股东会审议通过。前述议案中，董事会、监事会、股东会授权公司在不影响日常经营资金需求和资金安全的情况下，使用不超过 40,000 万元的闲置自有资金进行现金管理，使用期限自公司股东会审议通过之日起 12 个月内有效，上述额度在决议有效期内，资金可以滚存使用；同时授权公司董事长在上述额度内代表本公司办理相关手续和签署有关合同及文件，公司董事会不再逐笔形成决议；

（5）公司根据董事会、监事会、股东会决议，设定最高投资总额，控制投资风险；

（6）在最高投资总额范围内，公司财务部门负责执行闲置资金投资金融资

产事项，理财产品的购买和赎回由财务总监审核后执行；

（7）公司财务部门指定专人负责记录理财产品等金融资产的购买、赎回，并逐笔记录购买、赎回的理财产品名称、产品类型、购买日期、购买金额、赎回日期、赎回金额等资料，同时在“理财产品台账”中及时登记记录；

（8）公司财务部门定期核对 ERP 系统、理财产品台账、银行网银系统中记录的理财产品信息，确保数据保持一致。

2、与投资金融资产相关的决策流程

根据董事会、监事会、股东会决议及《金融资产投资管理办法》，公司使用闲置自有资金投资金融资产的品种应为银行、信托公司、证券公司等金融机构发行的安全性高、流动性好、低风险的理财产品，经股东大会审议通过后，授权董事长、总经理研判决定，具体事项由公司财务部门组织实施，投资产品的购买和赎回经财务总监审核后执行。

3、相关投资行为是否具有合理性

报告期内，公司投资的金融产品均为大型银行销售的理财产品，具有安全性高、流动性好、低风险等特点，相关投资行为可提高公司资金使用效率、增强公司盈利能力，具有合理性。

三、说明报告期发行人各类存货价值的确定方式、依据，原材料中是否包含为特定客户专门定制的电控系统等元器件，相关原料的订单执行是否存在异常，在产品、库存商品等是否均具有订单支持，发出商品与客户订单合同、运输时间、安装调试周期的匹配性，发行人对存货的内控措施及执行情况、存货盘点情况

（一）发行人各类存货价值的确定方式、依据

报告期各期末，公司各类存货库存情况列示如下：

单位：万元

项目	2025.06.30			2024.12.31		
	账面余额	存货跌价准备	账面价值	账面余额	存货跌价准备	账面价值
原材料	5,904.88	364.14	5,540.74	5,881.61	232.98	5,648.63
在产品	4,110.46	-	4,110.46	3,825.31	-	3,825.31
库存商品	1,908.69	133.35	1,775.34	2,063.38	276.02	1,787.35
发出商品	962.07	-	962.07	2,045.73	-	2,045.73
委托加工物资	38.03	-	38.03	40.47	-	40.47
半成品	18.34	5.57	12.77	15.00	-	15.00
合计	**12,942.47**	**503.06**	**12,439.42**	**13,871.49**	**509.00**	**13,362.49**
项目	**2023.12.31**			**2022.12.31**		
	账面余额	**存货跌价准备**	**账面价值**	**账面余额**	**存货跌价准备**	**账面价值**
原材料	5,510.12	194.64	5,315.48	4,088.54	418.13	3,670.41
在产品	3,191.62	-	3,191.62	2,026.50	-	2,026.50
库存商品	3,049.62	260.39	2,789.24	3,395.20	154.68	3,240.51
发出商品	2,158.27	-	2,158.27	1,389.97	-	1,389.97
委托加工物资	24.33	-	24.33	16.49	-	16.49
半成品	91.21	39.61	51.60	63.74	1.28	62.46
合计	**14,025.18**	**494.64**	**13,530.54**	**10,980.43**	**574.10**	**10,406.33**

公司存货主要包括原材料、在产品、库存商品、发出商品、委托加工物资、半成品等，各类存货按成本进行初始计量，存货成本包括采购成本、加工成本和其他使存货达到目前场所和状态所发生的支出等。公司存货的计价方法为加权平均法。

报告期各期末，公司存货按照成本与可变现净值孰低计量，如存货成本高于其可变现净值，公司则对存货计提存货跌价准备。

公司库存商品、发出商品等直接用于出售的商品存货，在正常生产经营过程中，以该存货的估计售价减去估计的销售费用和相关税费后的金额，确定其可变现净值，其中，为执行销售合同而持有的存货，公司以合同价格作为其可变现净值的计量基础，没有销售合同的存货，其可变现净值以同类存货销售价格作为计量基础；需要经过加工的原材料、在产品、委托加工物资、半成品，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。

报告期各期末，公司存货跌价准备分别为 574.10 万元、494.64 万元、509.00 万元和 503.06 万元，占存货账面余额比例分别为 5.23%、3.53%、3.67%和 3.89%。2022 年末，公司存货跌价准备占存货账面余额比例相对较高，主要系当年度公司对一批使用价值较低的珠子绣附加装置原材料计提了存货跌价准备所致。

报告期内，公司产品主要为定制化产品，主要采取“以销定产”的生产模式，呆滞存货规模相对较小，报告期各期末存货跌价准备金额占账面余额比例相对较低。报告期各期末，公司在产品、发出商品、委托加工物资未发生减值。

报告期各期末，公司少量原材料出现呆滞情况，主要系为应对生产过程中出现的损耗，部分原材料采购量略高于订单需求量，如前述原材料后续未被使用，则可能会出现呆滞；公司对部分产成品计提存货跌价准备，主要系公司产品定制化程度较高，如客户变更订单需求，则对应产成品可能无法迅速实现销售，导致出现减值。

（二）原材料中是否包含为特定客户专门定制的电控系统等元器件，相关原料的订单执行是否存在异常，在产品、库存商品等是否均具有订单支持

报告期内，公司根据电脑刺绣机产品规格、型号的不同，向不同供应商采购电控系统等元器件。公司原材料中不存在为特定客户专门定制的电控系统等元器件，相关原料的订单执行不存在异常情况。

报告期各期末，公司在产品均有订单支持，公司库存商品订单支持情况如下：

单位：万元

项目	2025.06.30		2024.12.31		2023.12.31		2022.12.31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
有订单支持	1,757.42	92.07%	1,851.49	89.73%	2,677.08	87.78%	3,250.08	95.73%
无订单支持	151.27	7.93%	211.89	10.27%	372.54	12.22%	145.11	4.27%
合计	**1,908.69**	**100.00%**	**2,063.38**	**100.00%**	**3,049.62**	**100.00%**	**3,395.20**	**100.00%**

综上所述，报告期各期末，公司在产品均有订单支持；公司库存商品通常具有订单支持，无订单支持的主要为展示用机等。

（三）发出商品与客户订单合同、运输时间、安装调试周期的匹配性

报告期各期末，公司发出商品情况如下：

单位：万元

项目	2025.06.30	2024.12.31	2023.12.31	2022.12.31
发往境外客户	851.34	1,153.29	476.71	410.22
发往境内客户	110.73	892.45	1,681.56	979.75
合计	**962.07**	**2,045.73**	**2,158.27**	**1,389.97**

报告期各期末，公司发出商品余额分别为 1,389.97 万元、2,158.27 万元、2,045.73 万元和 962.07 万元。一般来说，公司向客户收取部分合同款项后，根据客户需求将产品发出，若截至报告期末相关产品尚未完成调试、验收或尚未报关、装船，则前述产品不满足收入确认条件，公司将其作为发出商品核算，并在期后满足收入确认条件时确认收入并结转成本。

公司对境外客户的发出商品主要位于港口，等待报关、装船；公司对境内客户的发出商品主要位于终端客户厂区内，等待调试、验收，少部分发出商品可能处于运输过程中。报告期各期末，公司不存在长期未确认收入的发出商品，各年末发出商品均于次年确认收入，不存在退货的情况。

1、对境外客户的发出商品

报告期各期末，公司对境外客户的发出商品账面余额分别为 410.22 万元、476.71 万元、1,153.29 万元和 851.34 万元，主要包括已出库但尚未取得报关单、提单的产品。公司外销业务中，产品从商品出库、运抵港口至装船离港，一般需经历 7-10 天左右，但通常不会超过 15 天，其中，产品运抵港口的时间通常较短，一般可在发货当天或次日运抵港口。等待期间内，前述商品一般存放于港口等待报关、装船，作为发出商品核算。

2022 年末、2023 年末，公司对境外客户的发出商品账面余额分别为 410.22 万元、476.71 万元，主要为对 M.RAMZAN 及其关联方（巴基斯坦）、LIBERTY（印度）的发出商品，金额较为稳定。

2024 年末，公司对境外客户的发出商品账面余额为 1,153.29 万元，金额较大，其中，公司对 M.RAMZAN 及其关联方、LIBERTY 的发出商品金额分别为

523.46 万元、259.49 万元，二者合计 782.95 万元，占对境外客户的发出商品金额比例合计为 67.89%。2024 年度，印度、巴基斯坦电脑刺绣机市场增长较快，公司向 M.RAMZAN 及其关联方、LIBERTY 销售收入分别为 16,096.51 万元、19,242.21 万元，分别同比增加 11,005.65 万元、7,586.34 万元，2024 年末，公司向其销售的部分产品仍处于已发货但尚未报关、装船完毕状态，存放于港口，导致公司对境外客户的发出商品账面余额较高。截至本回复出具日，前述发出商品已全部报关、装船、离港，相关收入已确认在次年。

2025 年 6 月末，公司对境外客户的发出商品账面余额为 851.34 万元，其中，公司对 LIBERTY、M.RAMZAN 及其关联方的发出商品金额分别为 340.73 万元、301.58 万元，二者合计 642.31 万元，占对境外客户的发出商品金额比例合计为 75.45%。2025 年 1-6 月，电脑刺绣机行业景气度持续上行，带动了电脑刺绣机销售快速增长，公司对 LIBERTY、M.RAMZAN 及其关联方收入分别为 12,147.45 万元、8,556.97 万元，金额较高，2025 年 6 月末，公司向其销售的部分产品仍处于已发货但尚未报关、装船完毕状态，存放于港口，导致公司对境外客户的发出商品账面余额较高。截至本回复出具日，前述发出商品已全部报关、装船、离港，相关收入期后已确认。

报告期各期末，公司对境外客户发出商品的期后 15 天结转情况如下：

单位：万元

项目	2025.06.30	2024.12.31	2023.12.31	2022.12.31
发出商品金额	851.34	1,153.29	476.71	410.22
期后 15 天内结转金额	851.34	1,153.29	476.71	410.22
结转比例	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%

综上所述，报告期各期末，公司对境外客户的发出商品，从商品出库、运抵港口至装船离港，一般需经历 7-10 天左右，但通常不会超过 15 天，其中产品运抵港口的时间通常较短，一般可在发货当天或次日运抵港口，等待期间内，前述商品一般存放于港口等待报关、装船，作为发出商品核算。外销业务不涉及安装，报告期各期末，公司对境外客户发出商品与客户订单合同、运输时间可以匹配。

2、对境内客户的发出商品

报告期各期末，公司对境内客户的发出商品账面余额分别为 979.75 万元、1,681.56 万元、892.45 万元和 110.73 万元，主要包括已发货但尚未调试、验收完毕的产品。公司向境内客户发出产品，待调试完成，客户验收无误后方可确认收入，设备调试时间受产品机型、客户工艺影响，一般情况下，公司可在发货后 15 天内协助客户完成调试工作，特殊情况下，如：（1）产品出库至调试完成经历了农历春节或其他法定节假日；（2）部分客户的新厂房未通电、基础设备未到位等；（3）部分客户的调试单盖章流程较长；（4）新机型或新客户的调试周期长；（5）相关产品包括了新研发或改进的附加装置；（6）部分客户订单涉及的设备数量较多，客户要求全部调试完成后一起验收；（7）2022 年度，受公共卫生事件影响，客户经营活动受限，则可能导致调试周期较长。其中，产品运抵客户指定地点的时间通常较短，主要系公司地处浙江绍兴，交通较为便利，一般来说，产品送达华东地区客户相对较快，送达华南、华中地区客户相对较慢，但通常可在发货后 1-3 日内运抵客户指定地点。

2023 年末，公司对境内客户的发出商品账面余额同比增加 701.81 万元，主要系 2023 年末公司对绍兴爱东绣品有限公司、湖南萌恒华绣纺织有限公司、信扬智能、杭州普发特纺织有限公司等客户发出的部分电脑刺绣机产品尚未调试完成，前述电脑刺绣机产品账面价值合计 775.10 万元，导致公司对境内客户的发出商品账面余额同比增加。前述电脑刺绣机产品未调试完毕的原因主要包括：（1）部分产品发货时间为 12 月 29 日至 12 月 31 日，2023 年末相关电脑刺绣机仍未调试完毕；（2）部分机型为研发或改进的新机型，调试周期较长，2023 年末相关电脑刺绣机仍未调试完毕。2024 年度，前述发出商品已全部调试完毕，相关收入已确认。

2025 年 6 月末，公司对境内客户的发出商品账面余额为 110.73 万元，金额较小，主要系：（1）2025 年 1-6 月，电脑刺绣机行业景气度持续上行，部分客户对设备投产需求急迫，要求公司在产品完工后即刻发货并调试，公司应客户要求加快了调试的进度，导致 2025 年 6 月末公司对境内客户发出商品账面余额较小；（2）2025 年度，为更好地服务下游客户，公司加强了对境内调试团队的培

训、管理，进一步导致对境内客户发出商品账面余额减小。

报告期各期末，公司对境内客户发出商品的期后 15 天结转情况如下：

单位：万元

项目	2025.06.30	2024.12.31	2023.12.31	2022.12.31
发出商品金额	110.73	892.45	1,681.56	979.75
期后 15 天内结转金额	110.73	892.45	1,681.56	959.97
结转比例	**100.00%**	**100.00%**	**100.00%**	**97.98%**

综上所述，报告期各期末，公司对境内客户的发出商品，从商品出库、运抵客户指定地点至调试完毕，一般历时 15 天以内；其中产品运抵客户指定地点的时间通常较短，一般为 1-3 天。报告期各期末，公司对境内客户发出商品与客户订单合同、运输时间、调试周期可以匹配。

（四）公司对存货的内控措施及执行情况、存货盘点情况

1、存货的内控措施及执行情况

报告期内，公司建立并完善了《生产物资采购管理办法》《存货管理办法》等存货内控管理制度，分别对采购入库、生产领用、销售出库、存货盘点等各节点实施控制管理，具体措施如下：

（1）采购入库的内部控制

公司根据仓储部门上报的实时库存情况，并结合未来一段时间的生产计划，制定采购计划，交由物控部负责人审核。经相关人员审核通过后，采购部门实施采购，并跟踪到货情况。

物料到货后，由公司品质部负责验收，对物料质量、数量、规格等进行检验，检验无误后，由仓储部门安排入库，并及时在系统中进行入库登记。

（2）生产领用的内部控制

公司根据生产计划打印对应工序的领料单，并分发至对应仓库提前配料，仓管员根据计划按领料单配料，配料完成后将其转交配送人员，由配送人员将物料配送至相应生产部门。生产部门将收到的物料与仓库配料单所列物料进行核对，确认无误后，在仓库配料单签字。

（3）销售出库的内部控制

公司销售部门根据与客户约定的产品发货时点要求，并结合车间生产情况，在系统中发起销售出库申请单，相关人员审核批准后交由仓储部门。仓储部门根据销售出库单将产品交付给物流公司。产品出厂前，由销售部门、生产部门对产品进行出运前检验。销售部门持续跟踪出厂产品到货情况，及时提供必要的售后服务。

（4）盘点相关的内部控制

公司每月末组织存货盘点。财务部门根据公司盘点制度相关规定，按月制定盘点计划，明确盘点范围、方法、人员、时间等，仓储部门、生产部门及研发部门负责盘点各自工作场所的存货，财务部门进行监盘。盘点后及时编制盘点差异表，查找差异原因，经管理层审批后对存货盘盈、盘亏进行相应的处理。

综上所述，报告期内，公司针对存货管理建立了规范的内部控制管理制度并有效执行，相关内控健全有效。

2、存货盘点情况及差异原因

公司按盘点计划于 2022 年 12 月 31 日、2023 年 12 月 31 日、2024 年 12 月 31 日、2025 年 6 月 30 日对母公司及下属子公司的存货进行了盘点，具体情况列式如下：

单位：万元

资产负债表日	2025.06.30	2024.12.31	2023.12.31	2022.12.31
盘点地点	公司各仓库、各生产车间			
盘点范围	原材料、库存商品、在产品、半成品			
存货余额（不含发出商品）	11,980.40	11,825.76	11,866.90	9,590.46
盘点金额	11,935.21	11,763.01	11,814.76	9,573.98
盘点比例	99.62%	99.47%	99.56%	99.83%
盘点结论	无重大差异	无重大差异	无重大差异	无重大差异

公司盘点差异率较小，造成盘点差异的原因主要为计量误差，公司主要原材料中包括了矩形管、钢板等钢材制品，生产领用过程中需要进行切割，可能会导致计量误差。

报告期各期末，公司未对发出商品进行盘点，申报会计师对发出商品执行了函证程序，发函及回函情况如下：

单位：万元

项目	2025.06.30	2024.12.31	2023.12.31	2022.12.31
发出商品①	962.07	2,045.73	2,158.27	1,389.97
发函金额②	860.93	1,673.02	2,033.73	1,254.72
发函比例③=②/①	89.49%	81.78%	94.23%	90.27%
回函金额④	685.26	1,516.31	1,768.45	1,207.79
回函确认比例⑤=④/①	71.23%	74.12%	81.94%	86.89%

综上所述，报告期各期末，公司对存货（不含发出商品）进行了盘点，盘点差异较小；公司对发出商品进行了函证，回函确认比例分别为 86.89%、81.94%、74.12%、71.23%。

四、说明报告期各期发行人厂房建设和机器设备采购情况，结合相关建设和采购投产进度等，说明相关设备转固是否及时，相关资产核算是否准确

公司在建工程转固标准为资产达到预定可使用状态。

对于工程类资产，其转固时点为竣工验收完毕，转固依据为竣工验收报告或工程竣工验收单；对于需要安装调试的设备，安装调试完成且设备技术指标达到预定要求后，公司对设备进行验收，验收合格后出具设备验收单或设备调试合格验收报告，作为转固依据。

报告期内，公司厂房建设工程、装修工程及主要机器设备采购（单位价值 30 万元以上）的验收及转固情况如下：

单位：万元

名称	采购金额				开工/安装时间	竣工/验收时间	计划建设/安装周期	截至报告期末累计转入固定资产	账面转固时点	转固是否及时
	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度						
设备安装工程	214.97	-	-	-	2025 年 4 月	/	5 个月	/	/	/
车间钢棚改造工程	87.58	46.12	-	-	2024 年 11 月	2025 年 3 月	5 个月	133.70	2025 年 3 月	是
激光平板机	-	67.96	-	-	2024 年 12 月	2024 年 12 月	7 天	67.96	2024 年 12 月	是
激光切割机	-	53.10	-	-	2024 年 12 月	2024 年 12 月	7 天	53.10	2024 年 12 月	是
切管机	-	48.18	-	-	2024 年 10 月	2024 年 11 月	1 个月	48.18	2024 年 11 月	是
屋顶分布式光伏电站项目	-	-	97.26	170.79	2022 年 12 月	2023 年 4 月	5 个月	268.04	2023 年 4 月	是
生产线改造工程	-	-	68.69	21.96	2021 年 6 月	2023 年 12 月	2.5 年	387.56	2023 年 12 月	是
机架车间二期厂房建设	-	-	41.11	322.04	2022 年 7 月	2023 年 3 月	9 个月	364.14	2023 年 3 月	是
数控机床	-	-	36.73	-	2023 年 10 月	2023 年 10 月	7 天	36.73	2023 年 10 月	是
数控机床	-	-	36.73	-	2023 年 10 月	2023 年 10 月	7 天	36.73	2023 年 10 月	是
数控机床	-	-	36.73	-	2023 年 10 月	2023 年 10 月	7 天	36.73	2023 年 10 月	是
数控机床	-	-	36.73	-	2023 年 10 月	2023 年 10 月	7 天	36.73	2023 年 10 月	是
数控机床	-	-	36.10	-	2023 年 10 月	2023 年 10 月	7 天	36.10	2023 年 10 月	是
数控机床	-	-	32.30	-	2023 年 10 月	2023 年 10 月	7 天	32.30	2023 年 10 月	是
数控机床	-	-	32.30	-	2023 年 10 月	2023 年 10 月	7 天	32.30	2023 年 10 月	是

单位：万元

名称	采购金额				开工/安装时间	竣工/验收时间	计划建设/安装周期	截至报告期末累计转入固定资产	账面转固时点	转固是否及时
	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度						
数控机床	-	-	32.30	-	2023 年 10 月	2023 年 10 月	7 天	32.30	2023 年 10 月	是
数控机床	-	-	32.30	-	2023 年 10 月	2023 年 10 月	7 天	32.30	2023 年 10 月	是
数控机床	-	-	32.30	-	2023 年 10 月	2023 年 10 月	7 天	32.30	2023 年 10 月	是
数控机床	-	-	32.30	-	2023 年 10 月	2023 年 10 月	7 天	32.30	2023 年 10 月	是
浣东街道二期工业园区厂房建设	-	-	-	456.66	2019 年 1 月	2022 年 3 月	3 年	3,179.56	2022 年 3 月	是
光纤激光切管机	-	-	-	106.02	2022 年 11 月	2022 年 11 月	7 天	106.02	2022 年 11 月	是
定梁龙门加工中心	-	-	-	72.37	2022 年 11 月	2022 年 11 月	7 天	72.37	2022 年 11 月	是
智能型材加工中心	-	-	-	72.21	2022 年 11 月	2022 年 11 月	7 天	72.21	2022 年 11 月	是
数控全自动火焰切割机	-	-	-	30.53	2022 年 11 月	2022 年 11 月	7 天	30.53	2022 年 11 月	是
生产线改造工程	-	-	-	9.38	2021 年 6 月	2022 年 3 月	9 个月	250.40	2022 年 3 月	是
合计	**302.55**	**215.36**	**583.88**	**1,261.96**						

报告期末，公司重要工程及设备中，除设备安装工程仍处于在建状态不涉及转固外，其他工程及设备均已达到预定可使用状态，且验收、转固及时。

公司已于各年资产负债表日对在建工程重要项目和大额设备进行现场盘点，不存在资产达到预定可使用状态但仍未转固的情况。

五、请保荐机构、申报会计师：（1）核查上述事项，说明对发行人各类主要资产采取的具体核查方式、核查范围，并对相关资产的真实性、准确性发表明确意见。（2）对发行人及其主要人员资金流水情况进行核查，并提供专项核查报告及核查底稿。

（一）核查上述事项，说明对发行人各类主要资产采取的具体核查方式、核查范围，并对相关资产的真实性、准确性发表明确意见

1、核查程序

针对上述事项，申报会计师执行了包括但不限于以下核查程序：

（1）取得并查阅了报告期内发行人货币资金余额明细表、银行对账单、应收账款明细表，查阅了七大洲小贷出具的《情况说明》，确认相关货币资金来源与七大洲小贷无关；取得并查阅了应付票据明细表、受限货币资金明细表、期货/期权交易记录、期货/期权保证金明细，并进行了匹配；

（2）取得并查阅了报告期内发行人交易性金融资产明细表及收益明细表，了解了投资的主要产品和底层资产情况，确认相关投资资产及机构与发行人及其主要人员不存在关联关系或其他利益安排；

（3）了解了发行人投资相关金融资产的决策流程和相关内控措施，取得并查阅了《金融资产投资管理办法》及与金融投资相关的董事会、监事会、股东会决议；

（4）访谈了发行人财务总监，了解了发行人投资金融资产的决策程序、审批流程、投资品种的选择情况、各类存货价值的确定方式及依据等；

（5）取得并查阅了报告期内发行人原材料采购明细表、主要供应商采购合同，确认原材料中不包含为特定客户专门定制的电控系统等元器件；

（6）取得并查阅了报告期各期末发行人发出商品明细表，并与客户订单、运输时间、安装调试周期进行了匹配，确认无异常情况；

（7）取得并查阅了发行人的存货管理制度、盘点记录，访谈财务总监了解存货核算的内控措施以及盘点情况，对公司存货执行了分析、监盘等程序，在对

公司存货进行监盘过程中，申报会计师执行了包括但不限于如下程序：

①了解公司存货管理制度，对存货内部控制进行控制测试，了解公司存货内容、性质、各存货项目的重要程度、存放场所及日常存货盘点的具体安排和实际执行情况；

②监盘前，获取公司盘点计划，复核盘点工作安排的合理性，核查盘点清单及存货存放地点的完整性；实地观察主要仓库的存货是否摆放整齐、是否有明显标识；

③编制存货监盘和抽盘计划，明确监盘工作重点；

④检查已盘点的存货，从存货盘点记录中选取项目追查至存货实物，以测试盘点记录的准确性，从存货实物中选取项目追查至存货盘点记录，以测试存货盘点清单的完整性。关注所有应盘点的存货是否均已盘点；

⑤在产品盘点过程中，关注所处的工序或完工进度；

⑥观察盘点存货的状况，对于毁损、陈旧、过时及残次的存货进行特别标注，监盘结束后核查财务人员是否已对该类存货合理计提跌价准备；

⑦盘点结束后，确认公司进行账面和实物盘点的核对工作，逐条查找盘点差异的原因，编制存货盘点报告；

（8）报告期各期末，申报会计师对发出商品进行了函证，回函比例分别为86.89%、81.94%、74.12%、71.23%。

（9）了解、检查了发行人在建工程和固定资产相关的内部控制制度，访谈了财务部门负责人、设备采购部门及工程部门负责人，掌握工程建设实际进展，并测试关键控制的执行的有效性；对发行人报告期内在建工程和固定资产执行穿行测试，取得完整的相关资料，核查发行人在建工程和固定资产采购执行过程是否符合公司内部流程，相关内部控制制度是否完善；

（10）获取并查阅了报告期内发行人在建工程和固定资产明细账、在建工程主要项目及原值 30 万及以上的设备的转固原始凭证及折旧计提会计凭证，检查了在建工程主要项目和原值 30 万及以上的设备的完工验收情况，并与账面转固

情况核对是否相符；

（11）实地查看了在建工程和设备建设状态，检查了是否存在资产达到预定可使用状态但仍未转固的情况。

2、核查结论

经核查，申报会计师认为：

（1）报告期内，发行人货币增加与经营活动产生的现金流量净额可以匹配，相关货币资金来源与七大洲小贷无关；报告期各期末，公司银行承兑汇票保证金余额与应付票据余额可以匹配；报告期各期末，公司不存在期权保证金，公司期货保证金主要为热卷期货合约保证金；公司报告期各期末实际持有的保证金金额大于应存入期货保证金金额，与投资行为、投资规模可以匹配；

（2）报告期各期末，公司交易性金融资产主要为银行发售的理财产品，相关理财产品对应底层资产主要为固定收益类资产或债券等，具有持有周期较短、安全性高、流动性强、风险较低的特点；相关投资资产及机构与发行人及其主要人员不存在关联关系或其他利益安排；发行人投资相关金融资产主要依据董事会、监事会、股东会决议及《金融资产投资管理办法》，相关投资行为具有合理性；

（3）报告期内，公司各类存货价值的确定方式及依据符合会计准则的相关规定，不存在为特定客户专门定制的电控系统等元器件；报告期各期末，公司在产品均有订单支持，公司库存商品通常具有订单支持，无订单支持的主要为展示用机等；报告期内，公司发出商品与客户订单合同、运输时间、调试周期匹配；报告期内公司制定了较为完善的存货管理制度和核算方法，公司于每个报告期期末进行盘点，申报会计师实施了监盘，盘点结果不存在重大差异；

（4）报告期内，公司工程项目、机器设备等在建工程验收、转固及时，相关资产核算准确；

（5）报告期各期末，公司各主要资产真实、完整、核算准确。

（二）对发行人及其主要人员资金流水情况进行核查，并提供专项核查报告及核查底稿

申报会计师已对发行人及其主要人员资金流水情况进行核查，并提供了专项核查报告及核查底稿，具体参见《立信会计师事务所（特殊普通合伙）关于浙江信胜科技股份有限公司向不特定合格投资者公开发行股票并在北交所上市之资金流水专项核查报告》及相关底稿。

问题 8、其他财务问题

（1）关于应付账款。根据申请文件，报告期末发行人应付账款金额为 2.11 亿元，应付票据金额为 4,505.94 万元。请发行人说明对与主要供应商的信用政策，报告期各期应付账款、应付票据与相关供应商采购情况、信用政策的匹配性，是否存在未按期支付的应付账款，1 年以上应付账款形成的原因，发行人与相关供应商是否存在纠纷，期后相关款项支付情况及对发行人现金流的影响。

（2）费用核算准确性。根据申请文件，报告期各期发行人销售费用分别为 1,588.44 万元、2,295.92 万元、2,583.42 万元，管理费用分别为 2,375.99 万元、2,997.60 万元、3,992.20 万元，研发费用分别为 2,545.34 万元、2,554.87 万元、3,240.46 万元。请发行人：①说明销售服务费中居间服务费的具体情况，包括但不限于主要支付对象、支付金额等，说明相关费用与发行人代理销售业务规模及合同约定情况的匹配性，并结合具体合同条款，说明相关会计处理是否符合准则规定。②说明管理费用与发行人管理人员数量、薪酬水平的匹配性，相关咨询服务费的主要支付对象其他费用的主要构成情况，相关费用发生额与发行人业务开展和相关方服务提供情况是否匹配。③说明说明发行人各研发项目的费用投入情况，发行人研发活动的相关内控措施及执行情况，发行人研发人员、研发设备与生产活动划分标准和依据是否明确，是否存在混同，相关研发物料投入、流转和处置情况，相关费用核算是否准确。

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、关于应付账款

（一）说明对与主要供应商的信用政策，报告期各期应付账款、应付票据与相关供应商采购情况、信用政策的匹配性

1、对与主要供应商的信用政策

报告期内，公司对各期前五大供应商采购情况及信用政策情况如下：

供应商名称	采购内容	采购金额（万元）				信用政策
		2026 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度	
大豪科技及其关联方	电控系统、附加装置等	8,229.14	12,837.26	9,767.24	6,588.83	2022 年 1 月至 2024 年 3 月为每月 15 日前支付上月采购货款，2024 年 4 月起变更为每月 30 日前支付上月采购货款；2022 年 1 月至 2025 年 3 月，累计欠款不超过 1,000 万元；每年年初，根据上年度采购型号、采购规模协商确定年度采购折扣金额，相关销售折扣可用于抵扣货款
友发钢管	矩形管	3,306.73	4,412.27	765.25	-	发货后即付清货款
亿达科技及其关联方	附加装置、夹线器小部件等零部件	2,769.48	2,397.07	354.13	196.24	按月结算，收到发票后 3 个月付款
凯腾钢铁	矩形管、铁板等	1,710.64	5,116.74	1,332.07	1,431.87	每月 10 日前支付上月采购货款
申工机械	主要为驱动小部件、梭床壳体等零部件	1,682.20	1,602.56	780.04	576.34	按月结算，收到发票后 3 个月付款
冠炯机电及其关联方	附加装置、机头部件等	1,480.49	2,889.78	1,999.88	2,196.99	按月结算，收到发票后 3 个月付款
睿能控制	电控系统、外围驱动板等	1,539.63	2,939.49	1,524.19	2,049.14	按月结算，收到发票后 3 个月付款
合众机械	驱动小部件、机壳等	348.68	2,051.20	2,307.78	2,108.30	按月结算，收到发票后 3 个月付款
风范建筑	矩形管	173.11	1,012.08	3,102.88	3,025.92	每月月底前支付上上月采购货款
玉龙能源	矩形管	172.14	272.03	2,110.96	1,828.01	每月 10 日前支付上月采购货款
合计	-	**21,412.24**	**35,530.49**	**24,044.41**	**20,001.64**	-
采购总额	-	**42,188.91**	**70,445.69**	**52,920.27**	**40,900.79**	-
占采购总额比例	-	**50.75%**	**50.44%**	**45.44%**	**48.90%**	-

2、报告期各期应付账款、应付票据与相关供应商采购情况、信用政策的匹配性

（1）应付账款

报告期内，公司对主要供应商信用政策为：①对大豪科技及其关联方，公司付款政策为“2022 年 1 月至 2024 年 3 月为每月 15 日前支付上月采购货款，2024 年 4 月起变更为每月 30 日前支付上月采购货款；2022 年 1 月至 2025 年 3 月，累计欠款不超过 1,000 万元；每年年初，根据上年度采购型号、采购规模协商确定年度采购折扣金额，相关销售折扣可用于抵扣货款”；②对钢材制品供应商，公司对凯腾钢铁、友发钢管、玉龙能源的付款政策主要为每月 10 日前支付上月采购货款或发货后即付清货款，付款周期较快；对风范建筑的付款政策主要为每月月底前支付上上月采购货款，大约 2 个月账期；③对亿达科技及其关联方、申工机械、冠炯机电及其关联方等其他主要供应商，公司对其付款政策一般为“按月结算，收到发票后 3 个月付款”。

报告期内，公司应付账款与相关供应商采购情况、信用政策可以匹配；公司应付票据余额小于 6 个月内向供应商支付的货款，主要系公司同时使用应收票据背书转让、银行转账等支付方式所致。

①2022 年度

2022 年末，公司主要应付账款（超过 500 万元，下同）及对报告期各期前五大供应商应付账款情况如下：

单位：万元

供应商名称	应付账款	采购金额（不含税）	信用政策
合众机械	554.99	2,108.30	按月结算，收到发票后 3 个月付款
冠炯机电及其关联方	447.04	2,196.99	按月结算，收到发票后 3 个月付款
睿能控制	303.24	2,049.14	按月结算，收到发票后 3 个月付款
申工机械	173.86	576.34	按月结算，收到发票后 3 个月付款
风范建筑	168.42	3,025.92	每月月底前支付上上月采购货款
凯腾钢铁	130.07	1,431.87	每月 10 日前支付上月采购货款
玉龙能源	92.73	1,828.01	每月 10 日前支付上月采购货款

单位：万元

供应商名称	应付账款	采购金额（不含税）	信用政策
亿达科技及其关联方	27.52	196.24	按月结算，收到发票后 3 个月付款
大豪科技及其关联方	注	6,588.83	每月 15 日前支付上月采购货款；累计欠款不超过 1,000 万元；每年年初，根据上年度采购型号、采购规模协商确定年度采购折扣金额，相关销售折扣可用于抵扣货款
合计	**1,897.87**	**20,001.64**	-
期末应付账款余额	**9,550.06**	-	-
占期末应付账款余额比例	**19.87%**	-	-

注：2022 年末，公司对大豪科技预付款项余额为 269.82 万元，主要系公司可享受采购折扣金额规模大于尚未结算的货款所致；对其子公司应付账款余额为 143.28 万元。

2022 年度，公司对大豪科技及其关联方的付款政策为“每月 15 日前支付上月采购货款；累计欠款不超过 1,000 万元；每年年初，根据上年度采购型号、采购规模协商确定年度采购折扣金额，相关销售折扣可用于抵扣货款”。2022 年末，公司对大豪科技预付款项余额为 269.82 万元，主要系公司可享受采购折扣金额规模大于尚未结算的货款所致，对其子公司应付账款余额为 143.28 万元，主要包括 2022 年 10-12 月的材料采购款，与采购情况可以匹配。

2022 年度，公司对合众机械、冠炯机电及其关联方、睿能控制、申工机械、亿达科技及其关联方等供应商的付款政策为“按月结算，收到发票后 3 个月付款”。2022 年末，公司对前述供应商应付账款主要包括 2022 年 10-12 月的材料采购款，与采购情况可以匹配。

2022 年度，公司对风范建筑的付款政策主要每月月底前支付上上月采购货款，2022 年末，公司对其应付账款主要包括 2022 年 11-12 月的矩形管采购款，与采购情况可以匹配。

2022 年度，公司对凯腾钢铁、玉龙能源等钢材制品供应商的付款政策主要为每月 10 日前支付上月采购货款，付款周期较快。2022 年末，公司对前述供应商应付账款余额相对较小，主要包括 2022 年 12 月的部分材料采购款，与采购情况可以匹配。

②2023 年度

2023 年末，公司主要应付账款及对报告期各期前五大供应商应付账款情况如下：

单位：万元

供应商名称	应付账款	采购金额（不含税）	信用政策
合众机械	956.82	2,307.78	按月结算，收到发票后 3 个月付款
冠炯机电及其关联方	710.16	1,999.88	按月结算，收到发票后 3 个月付款
浙江博盟精工轴承有限公司	635.25	1,334.86	按月结算，收到发票后 3 个月付款
诸暨铭隆机械有限公司	604.71	1,335.42	按月结算，收到发票后 3 个月付款
风范建筑	572.15	3,102.88	每月月底前支付上上月采购货款
睿能控制	425.03	1,524.19	按月结算，收到发票后 3 个月付款
申工机械	346.28	780.04	按月结算，收到发票后 3 个月付款
亿达科技及其关联方	281.40	354.13	按月结算，收到发票后 3 个月付款
凯腾钢铁	197.08	1,332.07	每月 10 日前支付上月采购货款
玉龙能源	101.05	2,110.96	每月 10 日前支付上月采购货款
友发钢管	0.00	765.25	发货后即付清货款
大豪科技及其关联方	注	9,767.24	每月 15 日前支付上月采购货款；累计欠款不超过 1,000 万元；每年年初，根据上年度采购型号、采购规模协商确定年度采购折扣金额，相关销售折扣可用于抵扣货款
合计	**4,829.94**	**26,714.68**	-
期末应付账款余额	**16,775.61**	-	-
占期末应付账款余额比例	**28.79%**	-	-

注：2023 年末，公司对大豪科技预付款项余额为 1,070.02 万元，主要系公司可享受采购折扣金额规模大于尚未结算的货款所致；对其子公司应付账款余额为 362.68 万元。

2023 年度，公司对大豪科技及其关联方的付款政策为“每月 15 日前支付上月采购货款；累计欠款不超过 1,000 万元；每年年初，根据上年度采购型号、采购规模协商确定年度采购折扣金额，相关销售折扣可用于抵扣货款”。2023 年末，公司对大豪科技预付款项余额为 1,070.02 万元，主要系公司可享受采购折扣金额规模大于尚未结算的货款所致，对其子公司应付账款余额为 362.68 万元，主要包括 2023 年 10-12 月的材料采购款，与采购情况可以匹配。

2023 年度，公司对合众机械、冠炯机电及其关联方、浙江博盟精工轴承有限公司、诸暨铭隆机械有限公司、睿能控制、申工机械、亿达科技及其关联方等

供应商的付款政策为“按月结算，收到发票后 3 个月付款”。2023 年末，公司对前述供应商应付账款主要包括 2023 年 10-12 月的材料采购款，与采购情况可以匹配。

2023 年度，公司对风范建筑的付款政策主要每月月底前支付上上月采购货款，2023 年末，公司对其应付账款主要包括 2023 年 11-12 月的矩形管采购款，与采购情况可以匹配。

2023 年度，公司对凯腾钢铁、玉龙能源、友发钢管等钢材制品供应商的付款政策主要为每月 10 日前支付上月采购货款或发货后即付清货款，付款周期较快。2023 年末，公司对前述供应商应付账款余额相对较小，主要包括 2023 年 12 月的部分材料采购款，与采购情况可以匹配。

③2024 年度

2024 年末，公司主要应付账款及对报告期各期前五大供应商应付账款情况如下：

单位：万元

供应商名称	应付账款	采购金额（不含税）	信用政策
亿达科技及其关联方	1,245.97	2,397.07	按月结算，收到发票后 3 个月付款
冠炯机电及其关联方	1,114.01	2,889.78	按月结算，收到发票后 3 个月付款
申工机械	927.97	1,602.56	按月结算，收到发票后 3 个月付款
浙江博盟精工轴承有限公司	835.22	1,819.68	按月结算，收到发票后 3 个月付款
诸暨铭隆机械有限公司	830.03	1,937.75	按月结算，收到发票后 3 个月付款
宁波市海曙集士港诚达机械配件厂	778.73	2,153.63	按月结算，收到发票后 3 个月付款
睿能控制	694.22	2,939.49	按月结算，收到发票后 3 个月付款
合众机械	567.13	2,051.20	按月结算，收到发票后 3 个月付款
诸暨市化工机械厂	514.74	2,072.76	按月结算，收到发票后 3 个月付款

单位：万元

供应商名称	应付账款	采购金额（不含税）	信用政策
大豪科技及其关联方	330.54	12,837.26	2024 年 1 月至 2024 年 3 月为每月 15 日前支付上月采购货款，2024 年 4 月起变更为每月 30 日前支付上月采购货款；累计欠款不超过 1,000 万元；每年年初，根据上年度采购型号、采购规模协商确定年度采购折扣金额，相关销售折扣可用于抵扣货款
凯腾钢铁	299.18	5,116.74	每月 10 日前支付上月采购货款
风范建筑	91.07	1,012.08	每月月底前支付上上月采购货款
友发钢管	35.79	4,412.27	发货后即付清货款
玉龙能源	24.18	272.03	每月 10 日前支付上月采购货款
合计	**8,288.79**	**43,514.30**	-
期末应付账款余额	**21,062.54**	-	-
占期末应付账款余额比例	**39.35%**	-	-

2024 年度，公司对亿达科技及其关联方、冠炯机电及其关联方、申工机械、浙江博盟精工轴承有限公司、诸暨铭隆机械有限公司、宁波市海曙集士港诚达机械配件厂、睿能控制、合众机械、诸暨市化工机械厂等供应商的付款政策为“按月结算，收到发票后 3 个月付款”。

2024 年末，公司对亿达科技及其关联方、冠炯机电及其关联方、申工机械、浙江博盟精工轴承有限公司、诸暨铭隆机械有限公司等供应商应付账款余额较高，主要系 2024 年公司业绩增长较快，第四季度营业收入占全年收入比例为 30.11%，同时公司还有大量在手订单，导致公司采购了较多原材料，进而导致对前述供应商应付账款余额较高。总体而言，2024 年末，公司对前述供应商应付账款主要包括 2024 年 10-12 月的材料采购款，2024 年第四季度公司订单量较大导致采购规模较大，与采购情况可以匹配。

2024 年度，公司对大豪科技及其关联方的付款政策为“2024 年 1 月至 2024 年 3 月为每月 15 日前支付上月采购货款，2024 年 4 月起变更为每月 30 日前支付上月采购货款；累计欠款不超过 1,000 万元；每年年初，根据上年度采购型号、采购规模协商确定年度采购折扣金额，相关销售折扣可用于抵扣货款”。2024

年末，公司对大豪科技及其关联方应付账款主要包括 2024 年 12 月的材料采购款减去可享受的年度采购折扣金额，与采购情况可以匹配。

2024 年度，公司对凯腾钢铁、友发钢管、玉龙能源等钢材制品供应商的付款政策主要为每月 10 日前支付上月采购货款或发货后即付清货款，付款周期较快；对风范建筑的付款政策主要为每月月底前支付上上月采购货款。2024 年末，公司对前述供应商应付账款余额相对较小，主要包括 2024 年 12 月的部分材料采购款，与采购情况可以匹配。

④2025 年 1-6 月

2025 年 6 月末，公司主要应付账款及对报告期各期前五大供应商应付账款情况如下：

单位：万元

供应商名称	应付账款	采购金额（不含税）	信用政策
大豪科技及其关联方	2,199.44	8,229.14	每月 30 日前支付上月采购货款；2025 年 1 月至 2025 年 3 月，累计欠款不超过 1,000 万元；每年年初，根据上年度采购型号、采购规模协商确定年度采购折扣金额，相关销售折扣可用于抵扣货款
亿达科技及其关联方	2,036.37	2,769.48	按月结算，收到发票后 3 个月付款
冠炯机电及其关联方	1,198.97	1,480.49	按月结算，收到发票后 3 个月付款
申工机械	1,011.13	1,682.20	按月结算，收到发票后 3 个月付款
诸暨铭隆机械有限公司	867.71	1,046.02	按月结算，收到发票后 3 个月付款
浙江博盟精工轴承有限公司	784.02	1,008.50	按月结算，收到发票后 3 个月付款
诸暨市化工机械厂	705.45	1,622.10	按月结算，收到发票后 3 个月付款
宁波市海曙集士港诚达机械配件厂	675.20	1,163.56	按月结算，收到发票后 3 个月付款
睿能控制	526.95	1,539.63	按月结算，收到发票后 3 个月付款
凯腾钢铁	329.58	1,710.64	每月 10 日前支付上月采购货款
合众机械	204.71	348.68	按月结算，收到发票后 3 个月付款
风范建筑	53.51	173.11	每月月底前支付上上月采购货款
玉龙能源	44.46	172.14	每月 10 日前支付上月采购货款
友发钢管	35.43	3,306.73	发货后即付清货款

单位：万元

供应商名称	应付账款	采购金额（不含税）	信用政策
合计	**10,672.94**	**26,252.42**	**-**
期末应付账款余额	**24,508.20**	**-**	**-**
占期末应付账款余额比例	**43.55%**	**-**	**-**

2025 年 1-6 月，公司对大豪科技及其关联方的付款政策为“每月 30 日前支付上月采购货款；2025 年 1 月至 2025 年 3 月，累计欠款不超过 1,000 万元；每年年初，根据上年度采购型号、采购规模协商确定年度采购折扣金额，相关销售折扣可用于抵扣货款”。2025 年 6 月末，公司对大豪科技及其关联方应付账款主要包括 2025 年 6 月的材料采购款减去预计可享受的年度采购折扣金额，与采购情况可以匹配。

2025 年 1-6 月，公司对亿达科技及其关联方、冠炯机电及其关联方、申工机械、诸暨铭隆机械有限公司、浙江博盟精工轴承有限公司、诸暨市化工机械厂、宁波市海曙集士港诚达机械配件厂、睿能控制、合众机械等供应商的付款政策为“按月结算，收到发票后 3 个月付款”。

2025 年 6 月末，公司对亿达科技及其关联方、冠炯机电及其关联方、申工机械、诸暨铭隆机械有限公司、浙江博盟精工轴承有限公司等供应商应付账款余额较高，主要系 2025 年 1-6 月公司业绩持续增长，且由于第一季度包含春节假期，故第二季度营业收入占 2025 年 1-6 月收入比例较高（57.88%），同时公司还有大量境内外在手订单，因此 2025 年 4-6 月公司采购了较多原材料，进而导致对前述供应商应付账款余额较高。总体而言，2025 年 6 月末，公司对前述供应商应付账款主要包括 2025 年 4-6 月的材料采购款，与采购情况可以匹配。

2025 年 1-6 月，公司对凯腾钢铁、友发钢管、玉龙能源等钢材制品供应商的付款政策主要为每月 10 日前支付上月采购货款或发货后即付清货款，付款周期较快。2025 年 6 月末，公司对前述供应商应付账款余额相对较小，主要包括 2025 年 6 月的部分材料采购款，与采购情况可以匹配。

2025 年 1-6 月，公司对风范建筑的付款政策主要为每月月底前支付上上月采购货款，2025 年 6 月末，公司对风范建筑应付账款余额相对较小，主要系公司

减小了对其采购规模所致，与采购情况可以匹配。

（2）应付票据

报告期内，公司存在开具银行承兑汇票用于支付供应商货款的情况，报告期各期末，公司应付票据余额分别为 10,679.65 万元、10,796.30 万元、4,505.94 万元和 8,766.00 万元。2024 年末，公司应付票据金额同比下降，主要系自 2024 年起，公司与台新融资结算方式变更为以银行承兑汇票为主、银行承兑汇票与银行存款相结合，导致公司收到的银行承兑汇票规模同比增加，因此以应收票据支付采购款的规模相应增加，以自行开具的应付票据支付采购款金额随之下降。2025 年 6 月末，公司应付票据金额较上年末有所上升，主要系公司业务规模扩大，采购量增加，以自行开具的应付票据支付采购款金额增加所致。

报告期各期末，公司对各期前五大供应商应付票据情况如下：

单位：万元

供应商名称	2025.06.30	2024.12.31	2023.12.31	2022.12.31
大豪科技及其关联方	6,221.00	3,865.00	5,548.29	3,720.00
亿达科技及其关联方	445.00	-	5.00	50.00
申工机械	250.00	-	120.00	40.00
冠炯机电及其关联方	200.00	200.00	310.30	607.00
合众机械	130.00	170.00	840.00	617.00
风范建筑	-	75.00	320.57	800.00
玉龙能源	-	-	506.00	207.50
睿能控制	-	-	215.50	64.17
合计	**7,246.00**	**4,310.00**	**7,865.66**	**6,105.67**
期末应付票据余额	**8,766.00**	**4,505.94**	**10,796.30**	**10,679.65**
占期末应付票据余额比例	**82.66%**	**95.65%**	**72.86%**	**57.17%**

公司开具的银行承兑汇票兑付期限主要为 6 个月，报告期各期末，公司应付票据余额小于 6 个月内向供应商支付的货款，主要系公司同时使用应收票据背书转让、银行转账等支付方式所致。

（二）是否存在未按期支付的应付账款，1 年以上应付账款形成的原因，发行人与相关供应商是否存在纠纷，期后相关款项支付情况及对发行人现金流的

影响

1、是否存在未按期支付的应付账款，一年以上应付账款形成的原因，发行人与相关供应商是否存在纠纷

报告期内，公司现金流充裕，盈利能力较强，与各主要供应商建立了良好的合作关系，公司按照约定账期支付供应商款项，报告期各期末不存在重大未按期支付的应付账款。

报告期内，公司存在依托代理商开拓市场的情况，公司向代理商支付居间服务费、保修服务费。一般来说，按照约定，代理商应于促成业务的货款结清后及保修期限届满后向公司开具增值税发票，公司收到发票后向代理商支付居间服务费、保修服务费。

公司确认营业收入时，如此笔业务由代理商促成，则会同时计提居间服务费、保修服务费，并相应确认应付账款。如前述订单货款未结清，或代理商未及时向公司提供居间服务费、保修服务费发票，则可能出现一年以上应付账款。

报告期各期末，公司主要一年以上应付账款情况如下：

单位：万元

项目	供应商名称	款项性质	一年以上应付账款余额
2025 年 6 月末	众信机械	居间服务费、保修服务费	251.66
	怡之沐机械及其关联方	居间服务费、保修服务费	198.09
	东莞市常平和盛智能缝制机械经营部	居间服务费	163.06
	诸暨市明哥绣花机维修服务部	居间服务费、保修服务费	126.34
	诸暨市枫桥郭洪勇绣花机维修服务部	居间服务费、保修服务费	85.93
	杭州陈建豪缝制设备有限公司	居间服务费	67.04
	东莞市诺华电脑绣花厂	居间服务费	53.33
	诸暨市枫桥阿宝绣花机维修服务部	居间服务费、保修服务费	43.35
	诸暨市张烝绣花机维修服务部	居间服务费	43.21
	王金昌	居间服务费、保修服务费	38.85
	合计		**1,070.85**
	一年以上应付账款总额		**1,475.01**
	占比		**72.60%**

单位：万元

项目	供应商名称	款项性质	一年以上应付账款余额
2024 年末	东莞市常平和盛智能缝制机械经营部	居间服务费	90.24
	苟建彬	居间服务费	52.75
	王墩远	居间服务费、保修服务费	42.89
	何庆北	居间服务费	37.46
	贺敬献	居间服务费、保修服务费	33.91
	王金昌	居间服务费、保修服务费	31.19
	丰邦建设集团有限公司	工程款	25.00
	新都区精准缝纫设备经营部	居间服务费、保修服务费	20.66
	海宁市海昌联投缝纫设备商行	居间服务费、保修服务费	16.47
	容城县通正商贸有限公司	居间服务费、保修服务费	10.16
	合计		**360.74**
	一年以上应付账款总额		**552.73**
	占比		**65.26%**
2023 年末	信友智能及其关联方	居间服务费、保修服务费	113.55
	东莞市诺华电脑绣花厂	居间服务费	72.89
	众信机械	居间服务费、保修服务费	71.59
	KARDES	居间服务费	65.47
	信扬智能及其关联方	居间服务费、保修服务费	58.38
	怡之沐机械及其关联方	居间服务费、保修服务费	58.04
	诸暨市明哥绣花机维修服务部	居间服务费、保修服务费	49.32
	杭州陈建豪缝制设备有限公司	居间服务费	39.17
	新都区精准缝纫设备经营部	居间服务费、保修服务费	29.13
	海宁市海昌联投缝纫设备商行	居间服务费、保修服务费	18.19
	合计		**575.72**
	一年以上应付账款总额		**766.03**
	占比		**75.16%**
2022 年末	怡之沐机械及其关联方	居间服务费、保修服务费	289.71
	信扬智能及其关联方	居间服务费、保修服务费	104.64
	信友智能及其关联方	居间服务费、保修服务费	53.36
	杭州陈建豪缝制设备有限公司	居间服务费	52.51
	诸暨市枫桥郭洪勇绣花机维修服务部	居间服务费、保修服务费	21.05

单位：万元

项目	供应商名称	款项性质	一年以上应付账款余额
	东莞市诺华电脑绣花厂	居间服务费	17.09
	众信机械	居间服务费、保修服务费	16.08
	诸暨市建永绣花机维修服务部	居间服务费、保修服务费	15.44
	诸暨市枫桥阿宝绣花机维修服务部	居间服务费、保修服务费	9.30
	新都区精准缝纫设备经营部	居间服务费、保修服务费	7.76
	合计		**586.93**
	一年以上应付账款总额		**695.33**
	占比		**84.41%**

综上所述，报告期内，公司按照约定账期支付供应商款项，报告期各期末不存在重大未按期支付的应付账款；公司一年以上应付账款主要为未到支付条件的应付代理商居间服务费、保修服务费，公司与其正常合作，不存在纠纷。

2、期后相关款项支付情况及对发行人现金流的影响

报告期各期末，公司一年以上应付账款期后支付情况如下：

单位：万元

项目	2025.06.30	2024.12.31	2023.12.31	2022.12.31
一年以上应付账款余额	1,475.01	552.73	766.03	695.33
期后支付金额	81.45	160.26	616.19	598.34
比例	5.52%	28.99%	80.44%	86.05%

注：期后支付金额为截至 2025 年 8 月末数据。

报告期各期末，公司一年以上应付账款主要为未到支付条件的应付代理商居间服务费、保修服务费，系公司依托代理商开拓市场产生的费用，根据约定，公司应于代理商促成业务的货款结清、保修期限届满，且收到其开具的增值税发票后支付前述费用，不会对公司现金流造成重大不利影响。

二、费用核算准确性

（一）说明销售服务费中居间服务费的具体情况，包括但不限于主要支付对象、支付金额等，说明相关费用与发行人代理销售业务规模及合同约定情况的匹配性，并结合具体合同条款，说明相关会计处理是否符合准则规定

1、说明销售服务费中居间服务费的具体情况，包括但不限于主要支付对象、支付金额等

代理直销模式和代理经销（提点结算）模式下，代理商向公司介绍客户并从公司获取居间服务费。代理经销（提点结算）模式下，公司将产品销售给代理商，代理商作为公司客户，并未提供居间服务，不存在居间费用实质，故将居间服务费冲减收入。

公司与代理商结算居间服务费分成提点模式和底价模式，提点模式即公司与代理商按固定比例结算，通常情况下居间服务费为销售收入的 3%左右，底价模式即公司以高于底价的价格向客户销售，并以销售价格与底价的差额的一半与代理商结算居间服务费。报告期内，信胜科技居间服务费的发生额列示如下：

单位：万元

类别	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
境内销售居间服务费	650.87	878.68	708.73	547.77
境外销售居间服务费[注]	61.14	66.07	68.61	76.97
合计	**712.02**	**944.75**	**777.34**	**624.74**

注：境外销售居间服务费主要系土耳其代理商 KARDES 介绍意大利客户 IL PUNTO 与公司发生合作收取的居间服务费，与境内业务代理直销约定的居间服务费存在差异。

报告期各期，公司境内销售居间服务费的计提对象及计提金额列示如下：

单位：万元

年度	计提对象	计提金额	占比
2025 年 1-6 月	东莞市常平和盛智能缝制机械经营部	107.08	16.45%
	杭州陈建豪缝制设备有限公司	104.02	15.98%
	东莞市诺华电脑绣花厂	89.56	13.76%
	诸暨市枫桥郭洪勇绣花机维修服务部	84.66	13.01%
	诸暨市张烝绣花机维修服务部	59.72	9.18%
	合计	**445.04**	**68.38%**
2024 年度	东莞市常平和盛智能缝制机械经营部	134.56	15.31%
	杭州陈建豪缝制设备有限公司	133.85	15.23%
	诸暨市张烝绣花机维修服务部	97.75	11.12%
	东莞市诺华电脑绣花厂	81.15	9.24%
	诸暨市明哥绣花机维修服务部	71.05	8.09%

单位：万元

年度	计提对象	计提金额	占比
	合计	**518.36**	**58.99%**
2023 年度	东莞市常平和盛智能缝制机械经营部	136.23	19.22%
	诸暨市张烝绣花机维修服务部	102.83	14.51%
	杭州陈建豪缝制设备有限公司	102.12	14.41%
	诸暨市枫桥郭洪勇绣花机维修服务部	56.02	7.90%
	诸暨市建永绣花机维修服务部	51.54	7.27%
	合计	**448.74**	**63.32%**
2022 年度	东莞市常平和盛智能缝制机械经营部	62.79	11.46%
	东莞市诺华电脑绣花厂	55.81	10.19%
	杭州陈建豪缝制设备有限公司	53.42	9.75%
	诸暨市张烝绣花机维修服务部	52.21	9.53%
	诸暨市枫桥郭洪勇绣花机维修服务部	50.30	9.18%
	合计	**274.53**	**50.12%**

2、说明相关费用与发行人代理销售业务规模及合同约定情况的匹配性

报告期内，公司境内销售活动中居间服务费与收入的配比情况如下：

单位：万元

项目[注 1]	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
境内销售居间服务费-提点结算①	455.83	641.57	500.01	368.67
境内销售居间服务费-底价结算②	195.04	237.11	208.72	179.10
居间服务费合计③	650.87	878.68	708.73	547.77
代理直销收入-提点结算④	15,661.52	22,253.67	16,657.55	14,097.49
代理直销收入-底价结算⑤	3,002.06	4,432.81	3,777.49	3,305.73
收入合计⑥	18,663.58	26,686.48	20,435.04	17,403.22
提点模式占比（①/④）	2.91%	2.88%	3.00%	2.62%
底价模式占比（②/⑤）[注 2]	6.50%	5.35%	5.53%	5.42%
境内居间服务费占代理直销收入比例（③/⑥）	3.49%	3.29%	3.47%	3.16%

注 1：提点结算的代理经销情形下，公司与代理商按固定比例结算居间服务费，已按应付客户对价全额冲减了交易价格，故此部分居间服务费未体现在上表；

注 2：2025 年 1-6 月代理直销模式底价结算的居间服务费占收入比例增长，主要系电脑刺绣机行业景气度持续上行，公司对代理直销客户销售价格上涨所致。

报告期内，公司境内销售提点结算下，居间服务费占对应收入的比例分别为2.62%、3.00%、2.88%和 2.91%，与代理商协议中约定的 3%左右相吻合，境内销售底价结算下受代理商对客户销售定价能力的影响比例有所波动。

综上，报告期内公司居间服务费与代理销售业务规模及合同约定情况相匹配。

3、结合具体合同条款，说明相关会计处理是否符合准则规定

报告期内，公司与代理商协议约定及居间服务费会计处理如下：

结算模式	合同条款	销售模式	居间服务费会计处理
提点结算	①销售合同约定的产品销售价格（应扣除产品运输费用）的X%为居间服务费； ②特殊客户、特殊机型居间服务费以业务确认书为准	代理直销	借：销售费用-居间服务费 贷：应付账款-代理商
		代理经销	借：销售费用-居间服务费 贷：应付账款-代理商 借：主营业务收入 贷：销售费用-居间服务费
底价结算	销售合同约定的产品销售价格与信胜科技、代理商双方约定的产品底价的差额作为代理商的居间服务费和保修服务费，各占50%，差额以业务确认书为准。即：（销售合同约定的单一产品的销售价格-信胜科技、代理商双方约定的单一产品的底价）×代理商促成完成销售的信胜科技产品数量×50%	代理直销	借：销售费用-居间服务费 贷：应付账款-代理商
		代理经销	无居间服务费

注：业务确认书系公司与代理商针对具体订单约定居间服务费、保修服务费的书面协议。

（1）代理直销模式下居间服务费直接计入销售费用

根据《企业会计准则应用指南附录—会计科目和主要账务处理》的规定，销售费用核算标准包括：本科目核算企业销售商品和材料、提供劳务的过程中发生的各种费用，包括保险费、包装费、展览费和广告费、商品维修费、预计产品质量保证损失、运输费、装卸费等以及为销售本企业商品而专设的销售机构（含销售网点、售后服务网点等）的职工薪酬、业务费、折旧费等经营费用。根据《企业会计准则—基本准则》的规定，企业发生的交易或者事项导致其承担了一项负债，而又不确认为一项资产的，应当在发生时确认为费用计入当期损益。

根据公司与代理商签订的代理协议，代理商为公司促成业务、实现销售提供

了居间服务，属于销售费用核算范围，符合《企业会计准则》规定。

（2）代理经销模式下居间服务费直接冲减营业收入

根据《企业会计准则第 14 号—收入》的规定，企业应付客户（或向客户购买本企业商品的第三方，本条下同）对价的，应当将该应付对价冲减交易价格，并在确认相关收入与支付（或承诺支付）客户对价二者孰晚的时点冲减当期收入，但应付客户对价是为了向客户取得其他可明确区分商品的除外。企业应付客户对价是为了向客户取得其他可明确区分商品的，应当采用与本企业其他采购相一致的方式确认所购买的商品。企业应付客户对价超过向客户取得可明确区分商品公允价值的，超过金额应当冲减交易价格。向客户取得的可明确区分商品公允价值不能合理估计的，企业应当将应付客户对价全额冲减交易价格。

代理经销模式下，公司与代理商直接签订销售合同，代理商作为公司客户，并未向公司提供居间服务，不存在居间业务实质，因此不确认居间服务费，符合《企业会计准则》规定。

（二）说明管理费用与发行人管理人员数量、薪酬水平的匹配性，相关咨询服务费的主要支付对象，其他费用的主要构成情况，相关费用发生额与发行人业务开展和相关方服务提供情况是否匹配

1、说明管理费用与发行人管理人员数量、薪酬水平的匹配性

报告期各期，公司管理费用与管理人员数量、薪酬水平的匹配关系如下表：

项目	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
管理费用（万元）	2,006.96	3,992.21	2,997.60	2,375.99
其中：职工薪酬（万元）	1,182.66	1,992.15	1,566.14	1,120.13
占比	58.93%	49.90%	52.25%	47.14%
期末管理人员数量（人）	142	133	119	86
管理人员人均薪酬（万元）	8.33	14.98	13.16	13.02

报告期内，公司业务扩张加之新设子公司，管理人员数量持续上涨，其中 2023 年末较 2022 年末增加较多，主要系公司于 2023 年新设子公司信顺精密和易瑞得所致。报告期内，公司管理费用-职工薪酬占管理费用比重较为稳定，2025 年 1-6 月管理费用-职工薪酬占比增长主要系公司除职工薪酬外的其他管理费用

如咨询服务费占比减少以及管理人员数量增加所致。

报告期各期，公司管理人员平均工资分别为 13.02 万元、13.16 万元、14.98 万元和 8.33 万元，2024 年公司经营业绩快速增长使得管理人员薪酬相应增长。公司管理人员数量逐年增加，与公司的发展规模相适应，公司管理费用与管理人员数量、薪酬水平相匹配。

2、相关咨询服务费的主要支付对象，其他费用的主要构成情况，相关费用发生额与发行人业务开展和相关方服务提供情况是否匹配

报告期各期，公司咨询服务费及其他费用列示如下表：

单位：万元

项目	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
管理费用	2,006.96	3,992.21	2,997.60	2,375.99
其中：咨询服务费	122.66	502.11	307.36	299.18
其他	338.29	641.42	561.23	381.22

报告期各期，公司咨询服务费主要支付对象的情况如下：

单位：万元

支付对象	用途	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
立信会计师事务所（特殊普通合伙）浙江分所	IPO 及新三板挂牌审计费、委托境外合作机构走访核查费用	-	117.73	185.14	63.68
国信证券股份有限公司	IPO 及新三板挂牌辅导费	-	185.00	-	9.43
天册（上海）律师事务所、浙江天册律师事务所	IPO 及新三板挂牌律师费	18.87	39.62	-	28.30
杭州中亿博创企业管理有限公司	政府补助项目咨询费	-	32.45	19.81	23.02
诸暨博盛信息科技有限公司	浙江省重点研发计划项目申报咨询费	-	50.59	-	84.42
杭州汉堃智能科技有限公司	软件开发维护费	43.40	-	-	-
合计		**62.27**	**425.39**	**204.95**	**208.85**
占咨询服务费的比重		**50.77%**	**84.72%**	**66.68%**	**69.81%**

报告期内，公司咨询服务费核算内容主要为 IPO 及新三板挂牌过程中发生的

中介机构费用（如审计费用、辅导费用、法律咨询费、委托境外合作机构走访核查费用）及其他咨询服务费等。在各类政府补助、行业重要奖项及课题的申请过程中，因自有员工经验有限，胜任能力较低，公司为提高项目成功概率，故聘请专业机构对相关申请过程进行指导，具体内容包括项目可行性分析、协助整理撰写申报文件、对申报过程进行全流程指导跟踪、协助向有关部门提交相关材料等，如 2022 年公司拟申请浙江省科技厅组织的全省范围内的重点研发项目名额，聘请诸暨博盛信息科技有限公司协助申报，最终成功申报浙江省科技计划项目。上述咨询服务费均具有明确的服务内容，符合公司业务发展需要。2025 年 1-6 月公司委托杭州汉堃智能科技有限公司对业务流程管理系统进行功能开发与升级，向其支付软件开发维护费。综上，相关费用发生额与公司业务开展和相关方服务提供情况相匹配。

报告期各期，公司管理费用-其他费用列示如下：

单位：万元

项目	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
装修绿化费	64.21	86.25	43.12	28.89
存货报废	37.00	132.74	77.39	16.17
差旅费	35.98	67.52	67.65	21.99
车辆费	24.12	62.15	48.77	46.98
维修费	15.54	46.84	52.24	36.93
办公费通讯费	22.45	44.45	73.64	37.11
财产保险费	13.20	15.60	25.05	33.11
专利年费	20.77	39.83	50.39	47.95
残保金	26.75	50.26	46.65	47.90
独董薪酬	9.00	18.00	18.00	1.50
水电费、低值易耗品摊销、劳动保护费等	69.27	77.78	58.33	62.69
合计	**338.29**	**641.42**	**561.23**	**381.22**

如上表所示，公司管理费用-其他核算内容主要为装修绿化费、存货报废、差旅费、车辆费、维修费等，上述费用对公司整体业绩影响较小。

（三）说明发行人各研发项目的费用投入情况，发行人研发活动的相关内控措施及执行情况，发行人研发人员、研发设备与生产活动划分标准和依据是

否明确，是否存在混同，相关研发物料投入、流转和处置情况，相关费用核算是否准确

1、说明发行人各研发项目的费用投入情况

报告期内，公司各研发项目投入情况如下：

单位：万元

项目名称	2025年1-6月	2024年度	2023年度	2022年度
自动绕线更换底线一体化设备	286.70	125.97	-	-
82.5双四件套高速绣花机	284.85	18.43	-	-
共轭双凸轮电控上止点超高速绣花机	225.24	-	-	-
梁前机头帽绣机项目	154.58	-	-	-
基于复合驱动的高速刺绣机关键技术研发及应用	140.14	-	-	-
II型自动送布机	-	466.91	-	-
II型多色盘带项目	-	413.41	-	-
2000转平绣机项目	-	348.78	73.33	-
II型双四件套高速机	-	281.19	-	-
马头平绣+毛巾	-	269.88	13.59	-
II型双针55项目	-	-	354.50	-
自动送线项目	-	-	248.24	196.10
绗绣机项目	-	-	234.99	-
II型毛巾机项目	-	-	197.88	74.98
15码双针55剪线机	-	-	170.20	142.42
多智能化服装裁片机	-	-	89.78	318.52
PE1201-36单头机	-	-	82.84	186.13
PR1201-36单头机	-	-	61.34	170.08
单凸轮双四件套高速机项目	-	-	-	207.80
其他	725.76	1,315.89	1,028.19	1,049.31
合计	**1,817.27**	**3,240.46**	**2,554.87**	**2,345.34**

2、发行人研发活动的相关内控措施及执行情况，发行人研发人员、研发设备与生产活动划分标准和依据是否明确，是否存在混同，相关研发物料投入、流转和处置情况，相关费用核算是否准确

（1）发行人研发活动的相关内控措施及执行情况

公司制定了《研发管理办法》《研发投入财务核算制度》等内控制度，规定了研发活动各流程控制措施，明确了公司研发活动开支范围及标准。公司研发控制流程主要包括研发项目管理的内部控制、研发领料的内部控制、研发工时的内部控制，具体情况如下：

①研发项目管理的内部控制

公司研发活动以研发项目为单位来实施，由研究所根据产品研发需求编制《立项申请书》，经立项审核通过后方可正式实施。研发项目立项后，研发项目负责人组织研发人员进行图纸设计、料件采购、试装验证、优化定型等工作。研发试装期间根据测试结果形成《测试报告》，通过不断对研发样机进行优化并最终定型，使其符合《立项申请书》要求的设计参数等，最终形成《新产品设计开发验证报告》。小批量试生产前，由技术研发中心组织生产部、销售部、销售服务部、物控部、财务部等对新产品进行评审，确认研发样机达到生产标准后，形成《新产品样件评审报告》。

②研发领料的内部控制

公司对研发材料领用和生产材料领用活动进行了区分，由研究所负责研发材料管理及领用工作。公司已于 2022 年底建立了研发仓，针对研发专用物料，由研究所人员在 ERP 系统里下请购单，并由研究所经理（分管研发工作的董事）审核通过后采购部负责采购，到货后直接入库到研发仓。针对研发非专用物料（与生产活动物料类别趋同），研究所存在研发物料需求时在 ERP 系统下调拨单，将相应物料从原材料仓库调拨到研发仓。研发仓由研究所负责管理，在单独的物理区域存放，每月末对研发物料进行盘点。研究所实际领料时，由研发项目负责人提出物料需求，研究所人员制单，研究所经理审核，材料成本相应归集为研发费用。研发材料从物料采购、库存管理、研发领料环节均严格管理，确保研发材料真实、准确、完整。

③研发工时的内部控制

公司技术研发中心分为研究所、设计部、工艺部、电控技术部等，其中研究

所人员为研发项目的具体负责人员，担任研发项目的负责人或主要成员，其他部门人员为研发项目的辅助人员，如设计部负责成品机型设计及扩展应用，工艺部负责工艺研究、新品安装工艺和作业指导书，电控技术部负责电控的配套应用开发。公司已于 2023 年初建立研发人员工时管理制度，并于 2025 年 4 月上线了工时系统，研发人员每天根据实际工作情况自行填写工时表，对应具体项目填报工时，各部门经理根据员工考勤情况、项目进度安排及实际开展的工作内容情况对员工填制的工时进行核对和审批，每月工时记录至人事部复核后交由财务部归集研发费用，研发工时内控有效。

公司按照研发项目开展研发活动，对研发材料领用和生产材料领用活动进行了严格区分，每月准确记录研发人员工时，以工时分配表核算研发费用职工薪酬，内控制度健全并得到有效执行。

（2）发行人研发人员、研发设备与生产活动划分标准和依据是否明确，是否存在混同

公司以员工所属部门及岗位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认定为研发人员，将直接从事生产工序的车间人员认定为生产人员，研发人员与生产人员划分标准明确，不存在混同。

公司以设备的实际使用部门作为研发设备的划分标准，技术研发中心使用的设备认定为研发设备，生产中心使用的设备认定为生产设备，公司对设备按使用情况进行存放、管理，研发设备单独存放，物理区域与生产设备相隔离，研发设备与生产设备划分标准明确，不存在混同。

（3）相关研发物料投入、流转和处置情况，相关费用核算是否准确

公司已于 2022 年底建立了研发仓，由研究所负责研发材料管理及领用工作，在单独的物理区域存放，每月末对研发物料进行盘点。研究所实际领料时，由研发项目负责人提出物料需求，研究所人员制单，研究所经理审核，材料成本相应归集为研发费用。公司领用研发材料用于试制和测试研发样机，并于研发项目完成后对研发样机以台账形式做备查登记，后续根据客户需求销售或报废处置。对测试报废后可回收的零部件入库研发废料仓，不定期进行处置。

报告期内，公司研发材料金额分别为 1,486.42 万元、1,691.53 万元、2,186.10 万元和 1,254.03 万元，研发废料收入分别为 34.35 万元、40.97 万元、58.08 万元和 36.18 万元，形成研发样机 29 台，处置 11 台，期末研发样机在库 40 台。公司对研发材料领用和生产材料领用活动进行了严格区分，研发材料核算准确，对外销售研发样机时，计算相关成本并冲减当期研发费用，母公司研发废料仓和生产废料仓物理区域相隔离，编制进销存台账对研发废料仓进行日常管理，研发废料收入核算准确。

三、请保荐机构、申报会计师核查上述事项并发表明确意见

（一）“问题 8、（1）关于应付账款”相关事项的核查情况

1、核查程序

针对上述事项，申报会计师执行了包括但不限于以下核查程序：

（1）获取发行人与主要供应商之间签订的采购合同，查阅双方关于信用政策和信用期的相关约定，并结合采购穿行测试，核查报告期内发行人与主要供应商之间的信用政策情况；

（2）获取发行人应付账款明细表、应付票据明细表、采购明细表，分析发行人应付账款、应付票据与相关供应商采购情况、信用政策的匹配性；

（3）获取应付账款账龄明细表，复核账龄的划分是否准确；

（4）查询中国裁判文书网、企查查等公开网站，了解发行人是否存在纠纷或潜在纠纷；

（5）访谈发行人总经理、财务总监，了解是否存在 1 年以上大额应付账款；结合公司对主要供应商的信用政策，核查是否存在逾期付款的情形，对发行人现金流是否存在不利影响；

（6）对发行人主要供应商的应付账款科目进行函证，并对主要供应商进行现场走访，了解其与发行人之间是否存在纠纷或潜在纠纷。

2、核查结论

经核查，申报会计师认为：

（1）报告期内，公司应付账款与相关供应商采购情况、信用政策可以匹配；公司应付票据余额小于 6 个月内向供应商支付的货款，主要系公司同时使用应收票据背书转让、银行转账等支付方式所致；

（2）报告期内，公司按照约定账期支付供应商款项，报告期各期末不存在重大未按期支付的应付账款；公司一年以上应付账款主要为未到支付条件的应付代理商居间服务费、保修服务费，公司与其正常合作，不存在纠纷；期后相关款项按照协议正常支付，对发行人现金流不构成重大不利影响。

（二）“问题 8、（2）费用核算准确性”相关事项的核查情况

1、核查程序

针对上述事项，申报会计师执行了包括但不限于以下核查程序：

（1）获取发行人与代理商相关协议、居间服务费计提明细表，分析匹配性，核查公司居间服务费会计凭证、了解其会计处理，并结合居间服务合同条款分析相关会计处理是否符合《企业会计准则》规定；

（2）访谈发行人总经理，获取并查阅公司薪酬相关制度文件，了解薪酬政策情况，获取报告期内发行人员工花名册，了解管理人员的人数变动情况，计算管理人员人均薪酬情况，分析是否与管理费用相匹配；

（3）获取并查阅管理费用明细表，了解咨询服务费、其他等项目的具体构成情况，核查发行人报告期内咨询服务费的相关合同、发票、记账凭证、银行回单，了解咨询服务费支付对象、金额、具体内容及形成的成果，分析发行人咨询服务费的合理性、真实性；

（4）查阅发行人报告期内研发项目明细表、内部研发制度，了解研发活动控制措施及研发投入核算范围，并结合研发项目立项报告、进度资料、结项报告等相关资料及研发投入的内部控制措施，核实发行人研发投入核算是否准确；

（5）获取所有研发项目的立项申请书、测试报告、新产品设计开发验证报告、新产品样件评审报告、爆炸图等研发流程控制节点的相关文件，核查研发项目内控管理及执行的有效性；

（6）取得研发领料明细表，各期抽取前三大研发项目及大额研发费用测试研发领料，核实领料单据是否与生产混同、领用物料是否与研发内容匹配、领料时点是否与研发节点匹配；

（7）对主要物料机架、电控做投入产出分析，各期末对研发仓存货进行监盘；

（8）查阅发行人报告期各期末的员工名册以及研发人员名单，了解技术研发中心各部门日常工作内容、人员配置及主要研发方向等，分析研发人员划分的准确性；

（9）获取研发人员每月参与研发活动的工时记录，复核研发人员参与研发项目的真实准确性；

（10）获取各期末固定资产明细表并进行监盘，核实研发设备、生产设备划分是否准确；

（11）访谈发行人财务总监了解研发相关的财务核算情况，获取研发样机登记台账、废料台账，各期末对研发样机进行监盘，核实研发物料投入、流转和处置情况。

2、核查结论

经核查，申报会计师认为：

（1）代理商居间服务费与代理销售业务规模、合同约定情况相匹配，发行人对居间服务费的会计处理符合《企业会计准则》规定；

（2）发行人管理费用与管理人员数量、薪酬水平匹配；相关咨询服务费的主要支付对象均具有明确的服务内容，符合发行人业务发展需要，相关费用发生额与发行人业务开展和相关方服务提供情况相匹配；

（3）发行人已列示报告期内各研发项目的费用投入情况，发行人制定了《研发管理办法》《研发投入财务核算制度》等内控制度，按照研发项目开展研发活动，对研发材料领用和生产材料领用活动进行了严格区分，每月准确记录研发人员工时，以工时分配表核算研发费用职工薪酬，内控制度健全并得到有效执行；

（4）发行人以员工所属部门及岗位职责作为研发人员的划分标准，以设备的实际使用部门作为研发设备的划分标准，研发人员、研发设备与生产活动划分明确，不存在混同；

（5）研究所负责研发材料管理及领用工作，发行人领用研发材料用于试制和测试研发样机，并于研发项目完成后对研发样机以台账形式做备查登记，后续根据客户需求销售或报废处置，对报废后可回收的零部件入库研发废料仓，不定期进行处置，相关费用核算准确。

（本页无正文，为《立信会计师事务所（特殊普通合伙）关于浙江信胜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的回复》之签章页）

立信会计师事务所

（特殊普通合伙）

中国注册会计师：

中国注册会计师：

中国注册会计师：

中国·上海

二〇二五年十月十七日