关于浙江德硕科技股份有限公司

向不特定合格投资者公开发行股票

并在北京证券交易所上市申请文件的

审核问询函的回复

保荐人（主承销商）

国泰海通证券股份有限公司
GUOTAI HAITONG SECURITIES CO., LTD.

（中国（上海）自由贸易试验区商城路 618 号）

二〇二五年十月

北京证券交易所：

贵所于 2025 年 7 月 17 日出具的《关于浙江德硕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“审核问询函”）已收悉。根据贵所的要求，浙江德硕科技股份有限公司与国泰海通证券股份有限公司、北京金诚同达（上海）律师事务所（以下简称“发行人律师”）、容诚会计师事务所（特殊普通合伙）（以下简称“申报会计师”）等相关各方，对审核问询函中所涉及的问题进行了认真核查并发表意见，在此基础上对发行人向不特定合格投资者公开发行股票并在北京证券交易所上市申请相关文件进行了补充和修订。现将审核问询函的落实和修改情况逐条书面回复如下，请予以审核。

如无特别说明，本回复中的简称或名词释义与《浙江德硕科技股份有限公司招股说明书（申报稿）》中的相同。

本回复中的字体代表以下含义：

类别	字体
审核问询函所列问题	**黑体**
对审核问询函所列问题的回复	宋体
对招股说明书的修改、补充	**楷体（加粗）**

在回复中，若合计数与各分项数值相加之和在尾数上存在差异，均为四舍五入所致。

目录

目录.....2
一、业务与技术 3
问题 1.创新研发能力及竞争优势.....3
二、公司治理与独立性 35
问题 2.关联交易与同业竞争风险.....35
三、财务会计信息与管理层分析 83
问题 3.业绩增长的原因及持续性.....83
问题 4.收入确认准确性及真实性.....122
问题 5.毛利率差异合理性及采购真实性.....177
问题 6.往来款项大幅增加及偿债能力.....244
问题 7.在建工程建设成本合理性.....270
问题 8.其他财务问题.....303
四、募集资金运用及其他事项 344
问题 9.募投项目必要性、合理性.....344
问题 10.其他问题.....372

一、业务与技术

问题 1.创新研发能力及竞争优势

根据申请文件：（1）公司是全球排名前列、国内排名领先的电锤、电镐生产商，公司基于产品布局及制造工艺，向境内外知名电动工具品牌大型商超、生产厂商、贸易公司等提供 ODM 贴牌产品。（2）公司将部分非核心生产工序交由具备专业资质与设备的委托加工服务供应商完成，采购金额分别为 3,570.56 万元、4,253.28 万元和 5,334.19 万元。公司委托加工涉及工序主要包括铝件毛坯加工、塑料粒子注塑、电子组件加工、铁件热处理等。（3）报告期内，公司存在委托江苏大学等高校开展研发项目的情形。发行人发明专利中有 9 项为继受取得。（4）电锤、电镐属于较为成熟且常见的电动工具产品，公司在电锤、电镐领域形成了轻量化、高效化、高耐久、安全舒适等产品特点。

请发行人：（1）按照产品类型，以流程图形式分别说明各主要产品的主要生产环节及生产工艺，发行人、委托加工服务供应商分别参与哪些生产经营环节及是否涉及关键核心工艺、核心生产环节。（2）结合电锤、电镐生产工艺，说明公司与国内外市场的主要竞争对手在核心技术、产品类型、具体产品性能指标、研发投入、生产模式、生产工艺、市场占有率、客户结构、客户数量、销售模式及渠道等方面的异同，进一步说明发行人的竞争优势和技术壁垒。说明“公司是全球排名前列、国内排名领先的电锤、电镐生产商”的相关信息披露是否准确，认定依据是否客观、充分。（3）说明继受取得的专利在发行人生产经营及主要产品中的具体应用情况，是否存在权利纠纷风险。结合研发投入、研发人员认定、知识产权数量、成果转化等情况，并对比同行业可比公司研发情况，说明发行人研发机制、研发人员、研发强度能否满足研发需求，研发费用率低于可比公司的原因及合理性，公司的研发投入是否与公司的技术水平、市场地位、销售情况相匹配。（4）说明报告期内的委托研发具体情况，产生的研发成果在公司生产经营中的作用，是否属于核心技术，相关成果在使用和转让方面是否存在权利限制，是否存在纠纷风险。（5）结合前述情况，补充完善申请文件“7-9-2 关于符合国家产业政策和北交所定位的专项说明”。

请保荐机构核查上述事项并发表明确意见。

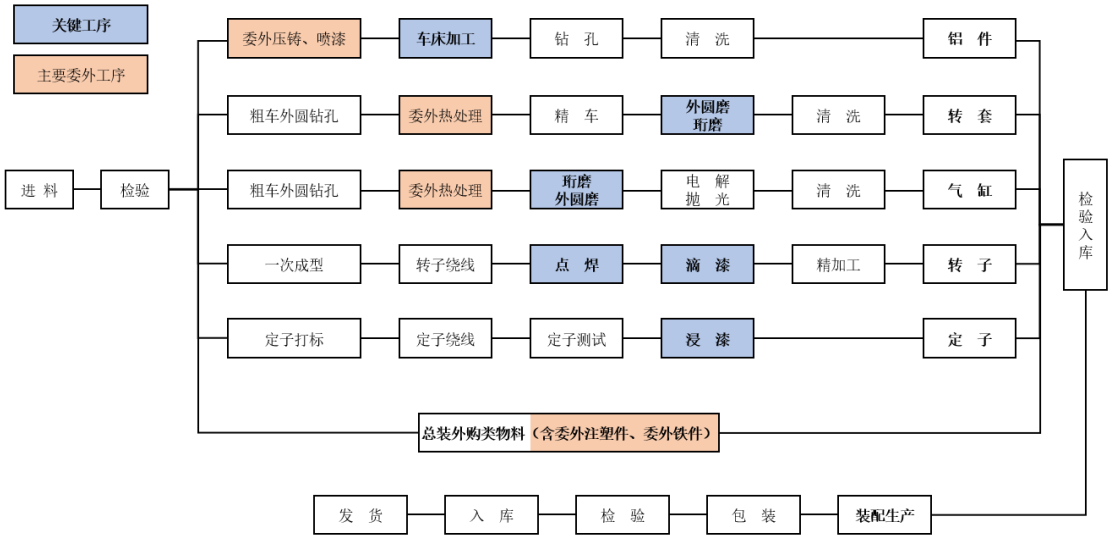
回复：

一、按照产品类型，以流程图形式分别说明各主要产品的主要生产环节及生产工艺，发行人、委托加工服务供应商分别参与哪些生产经营环节及是否涉及关键核心工艺、核心生产环节

报告期内，公司主要产品为交流电动工具、锂电电动工具产品，上述产品销售收入合计占主营业务收入的比例分别为 97.99%、97.73%、97.74%和 98.65%。公司交流电动工具、锂电电动工具产品的主要生产环节及生产工艺等情况具体如下：

（一）交流电动工具产品

报告期内，公司交流电动工具产品的主要生产流程如下：



由上图可知，公司交流电动工具产品的具体生产环节及参与方情况如下：

序号	产品部件	具体生产环节	是否为核心生产工序	主要参与方情况
1	进料、检验		否	公司
2	铝件	委外压铸、喷漆	否	委托加工服务供应商
3		车床加工	是，直接影响铝件精度，影响产品性能、质量	公司
4		钻孔	否	公司
5		清洗	否	公司
6	转套	粗车外圆转孔	否	公司
7		委外热处理	否	委托加工服务供应商

序号	产品部件	具体生产环节	是否为核心生产工序	主要参与方情况
8		精车	否	公司
9		外圆磨、珩磨	是，直接影响转套部件精度，影响产品性能、质量、使用寿命	公司
10		清洗	否	公司
11	气缸	粗车外圆转孔	否	公司
12		委外热处理	否	委托加工服务供应商
13		珩磨、外圆磨	是，直接影响气缸部件精度，影响产品性能、质量、使用寿命	公司
14		电解、抛光	否	公司
15		清洗	否	公司
16	转子	一次成型	否	公司
17		转子绕线	否	公司
18		点焊	是，直接影响漆包线和换向器是否良性接触，影响产品性能、质量、使用寿命	公司
19		滴漆	是，直接影响转子使用寿命，对滴漆设备、员工技能、滴漆工艺要求较高	公司
20		精加工	否	公司
21	定子	定子打标	否	公司
22		定子绕线	否	公司
23		定子测试	否	公司
24		浸漆	是，直接影响定子使用寿命，对浸漆设备、员工技能、浸漆工艺要求较高	公司
25	委外注塑		否	委托加工服务供应商
26	铁件毛坯加工		否	委托加工服务供应商
27	检验入库		否	公司
28	装配生产		否	公司
29	包装		否	公司
30	检验		否	公司
31	入库、发货		否	公司

注：在判断某一生产环节是否为核心生产工序时，参照的具体标准为：（1）核心生产工序直接影响最终产品性能、质量、使用寿命等重要产品指标；（2）核心生产工序的生产难度相对较高，对生产设备、员工技能、生产工艺等要求较高。下同。

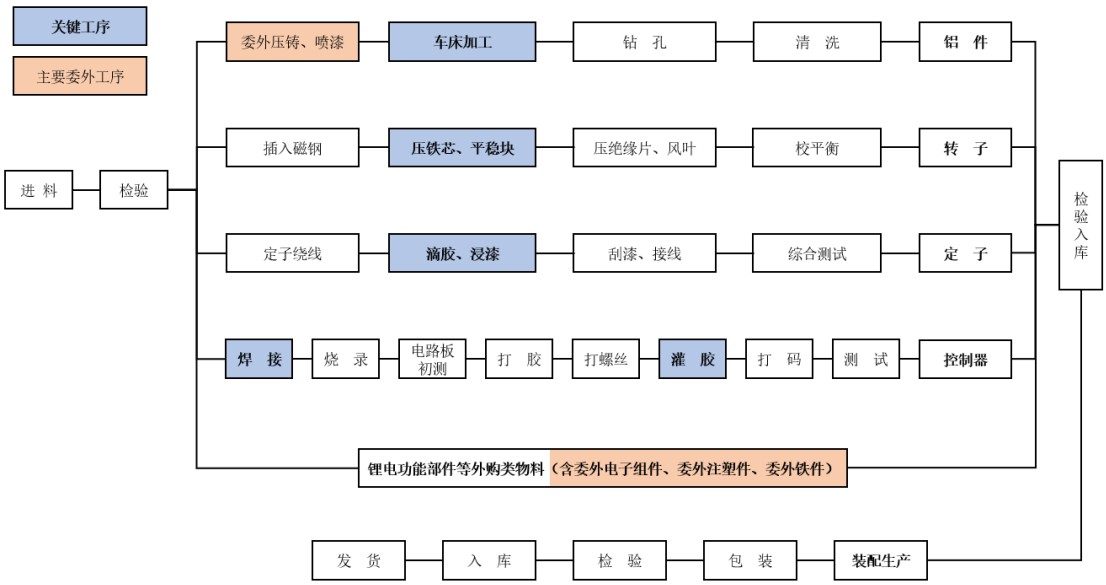
由上表可知，公司交流电动工具产品的核心生产工序为铝件车床加工、外圆

磨、珩磨、转子点焊及滴漆、定子浸漆，上述核心生产工序均由公司自主完成。

公司在生产交流电动工具产品的过程中，将铝件压铸及喷漆、转套及气缸部件热处理、注塑、铁件毛坯加工等非核心生产工序交由委托加工服务供应商完成。在铝件压铸及喷漆、注塑工序中，公司负责相关部件的研发及设计工作，委托加工服务供应商根据公司的设计方案以及相关指标要求，完成相关部件的生产；在转套及气缸部件热处理、铁件毛坯加工工序中，委托加工服务供应商根据公司要求，进行铁件淬火等热处理、铁件冲压加工等。

（二）锂电电动工具产品

报告期内，公司锂电电动工具产品的主要生产流程如下：



由上图可知，公司锂电电动工具产品的具体生产环节及参与方情况如下：

序号	产品部件	具体生产环节	是否为核心生产工序	主要参与方情况
1	进料、检验		否	公司
2	铝件	委外压铸、喷漆	否	委托加工服务供应商
3		车床加工	是，直接影响铝件精度，影响产品性能、质量	公司
4		钻孔	否	公司
5		清洗	否	公司
6	转子	插入磁钢	否	公司
7		压铁芯、平稳块	是，直接影响转子运动平衡，影响产品性能、质量、使用寿命	公司

序号	产品部件	具体生产环节	是否为核心生产工序	主要参与方情况
8		压绝缘片、风叶	否	公司
9		校平衡	否	公司
10	定子	定子绕线	否	公司
11		滴胶、浸漆	是，直接影响定子使用寿命，对滴胶、浸漆设备、员工技能、滴胶、浸漆工艺等要求较高	公司
12		刮漆、接线	否	公司
13		综合测试	否	公司
14	控制器	焊接	是，直接影响电路板正常运行，影响产品性能、质量、使用寿命	公司
15		烧录	否	公司
16		电路板初测	否	公司
17		打胶	否	公司
18		打螺丝	否	公司
19		灌胶	是，直接影响控制器使用寿命，影响产品性能、质量、使用寿命	公司
20		打码	否	公司
21		测试	否	公司
22	电子组件委外加工		否	委托加工服务供应商
23	委外注塑		否	委托加工服务供应商
24	铁件毛坯加工		否	委托加工服务供应商
25	检验入库		否	公司
26	装配生产		否	公司
27	包装		否	公司
28	检验		否	公司
29	入库、发货		否	公司

由上表可知，公司锂电电动工具产品的核心生产工序为铝件车床加工、转子压铁芯及平稳块、定子滴胶及浸漆、控制器焊接及灌胶，上述核心生产工序均由公司自主完成。

公司在生产锂电电动工具产品的过程中，将铝件压铸及喷漆、电子组件加工、注塑、铁件毛坯加工等非核心生产工序交由委托加工服务供应商完成。在铝件压铸及喷漆、注塑工序中，公司负责相关部件的研发及设计工作，委托加工服务供

应商根据公司的设计方案以及相关指标要求，完成相关部件的生产；在电子组件加工工序中，委托加工服务供应商按照公司的技术要求，通过简单焊接、装配等工序进行电池包、PCB 板、充电器等部件的组装、焊接等工作；在铁件毛坯加工工序中，委托加工服务供应商根据公司要求，进行铁件冲压加工等。

综上所述，报告期内，公司主要产品交流电动工具、锂电电动工具的核心生产工序包括铝件车床加工、外圆磨、珩磨、转子点焊及滴漆、定子浸漆、转子压铁芯及平稳块、定子滴胶及浸漆、控制器焊接及灌胶等工序，上述核心生产工序均由公司自主完成。公司出于最大化利用产能资源、聚焦核心工艺、提升生产加工过程效率等因素考量，将铝件压铸及喷漆、转套及气缸部件热处理、注塑、电子组件加工、铁件毛坯加工等非核心生产工序交由委托加工服务供应商完成，委托加工服务供应商相关配套设施齐全、经验丰富，公司将上述工序交由其来实施具备较强的经济性。

二、结合电锤、电镐生产工艺，说明公司与国内外市场的主要竞争对手在核心技术、产品类型、具体产品性能指标、研发投入、生产模式、生产工艺、市场占有率、客户结构、客户数量、销售模式及渠道等方面的异同，进一步说明发行人的竞争优势和技术壁垒。说明“公司是全球排名前列、国内排名领先的电锤、电镐生产商”的相关信息披露是否准确，认定依据是否客观、充分

（一）结合电锤、电镐生产工艺，说明公司与国内外市场的主要竞争对手在核心技术、产品类型、具体产品性能指标、研发投入、生产模式、生产工艺、市场占有率、客户结构、客户数量、销售模式及渠道等方面的异同，进一步说明发行人的竞争优势和技术壁垒

1、公司与国内外市场的主要竞争对手在核心技术、产品类型、研发投入、生产模式、生产工艺方面的异同

根据前瞻产业研究院数据，2024 年度，全球前五大电锤、电镐生产企业分别为博世、德硕科技、江苏东成电动工具有限公司（以下简称“东成工具”）、浙江恒友机电有限公司（以下简称“恒友机电”）和牧田，其电锤、电镐产量在全球占比分别为 13%、10%、6%、4%和 4%。公司与上述电锤、电镐行业内主要竞争对手在核心技术、产品类型、研发投入、生产模式、生产工艺方面的异同

如下：

序号	企业名称	企业简介及主要产品类型	核心技术主要体现	研发投入情况	主要生产模式	生产工艺情况
1	博世	成立于1886年，总部位于德国，是全球第三大电动工具厂商，在超过60个国家和地区设有490家子公司和区域公司，主要电动工具产品包括手电钻、冲击钻、电锤、电钻、电镐、角磨机、砂磨机等	（1）锂电电动工具能够实现电池通用，同时充电速度更快，持久耐用； （2）新型充电式工具具备高性能无刷电机以及大容量电池，续航能力更强	2024年度，其整体研发投入达78亿欧元，占销售总额的比例约为8.64%	主要采取自主生产模式，在德国、奥地利、捷克、中国等国家拥有多个生产基地，存在委托其他厂商代工生产的情形	发展历史较长，生产经验较为丰富，生产工艺在行业内处于先进水平
2	东成工具	成立于1995年，总部位于江苏省南通市，是国内专业电动工具制造重点骨干企业之一，主要产品为各类电动工具产品及转子、定子等零配件，具体包括电锤、电钻、起子、角向磨光机、冲击扳手等	（1）配备大容量电池包以及集尘器附件，增加续航，同时确保使用过程的清洁； （2）采用离合设计，实现过扭保护，若工具输出轴因瞬间卡住而引发机身旋转，其防扭保护装置会迅速启动，自动关闭工具以保障操作人员的安全； （3）配备减震单元，有效减轻使用时带来的震动，保证使用舒适性	其研发团队超过500人，并在南通、苏州、杭州、上海等地设立研发中心，覆盖了从工业设计、电机研发、结构设计到电子元件的全套自主研发流程	主要采取自主生产模式，主要生产基地位于江苏省南通市	国内知名的电动工具厂商，生产规模较大，生产工艺在行业内处于先进水平
3	恒友机电	成立于1996年，总部位于浙江省金华市武义县，是国家重点电动工具生产出口企业，核心产品包括电锤、电镐等电动工具产品	（1）其电锤产品采用无刷重型设计，提高工作效率； （2）优化手柄设计，提升使用过程中的舒适性与操作性； （3）配备减震结构，有效减轻使用过程中的震动，保证使用舒适性	采用以客户需求为基础的研发模式，不断加大对电锤、电镐产品的研发创新力度	主要采取自主生产模式，主要生产基地位于浙江省金华市武义县	采用智能化、自动化生产模式，生产工艺在行业内处于先进水平
4	牧田	成立于1915年，总部位于日本，在全球拥有9家独资大型生产工厂	（1）其锤钻产品通过优化打击工具的结构设计，提高了便携性，增强了集尘装置的性能，适用于各	2024财年，其整体研发投入达143.14亿日元，占销	主要采取自主生产模式，主要生产基地位于日本、	发展历史较长，生产经验较为丰富，生产工艺在行业内处于先进水平

序号	企业名称	企业简介及主要产品类型	核心技术主要体现	研发投入情况	主要生产模式	生产工艺情况
		和 1 家综合研究所，在海外 48 个国家和地区拥有子公司，主要产品为包括电锤、电镐在内的各类钻孔、切割、打磨、剪切、射钉、园林等类型的电动工具	种需要高效操作和清洁功能的场合；（2）新型电镐搭配高功率无刷电机，提高了凿削效率，同时采用减震设计，有效减轻用户的疲劳感，保证使用性	售总额的比例约为 1.93%	中国等国家	
5	德硕科技	成立于 1999 年，总部位于浙江省金华市永康市，是全球第二大、国内最大的电锤、电镐生产商，主要产品为电锤、电镐等电动工具产品	（1）高效化、高耐久：气缸珩磨与镜面抛光工艺、电机换向器扎制工艺、电机过载优化与恒功恒速电子控制技术、电锤钢柱脱扣技术、轻型电锤组件快速切换技术、平台化电池包技术、C 控制技术与无感 BLDC 技术、大功率电锤高效率无刷电机技术；（2）安全舒适：电锤钢柱脱扣技术、锤镐用多重减震缓冲系统、平台化电池包技术；（3）场景多元：锂电智能电动工具多用途复合机头设计	2024 年度，公司整体研发投入为 2,119.81 万元，占营业收入的比例为 2.20%，含模具费用的研发投入为 3,054.09 万元，占营业收入的比例为 3.17%	主要采取自主生产模式，并在部分非核心生产工序采用委托加工模式，生产基地位于浙江省金华市永康市	公司的“气缸珩磨与镜面抛光工艺”降低 O 型圈磨损，提升工具使用寿命，“电机换向器扎制工艺”降低电机工作时产生的火花和磨损，提升电机使用寿命；同时，公司积极采取自动化、信息化的数字化生产体系，相关生产工艺在行业内处于先进水平

资料来源：官方网站、定期报告及百度等公开渠道信息。

由上表可知，在主要产品类型方面，公司主要产品为电锤、电镐等，公司主要竞争对手博世、东成工具、牧田的主要产品除电锤、电镐产品外，还覆盖切割、打磨等其他应用场景的电动工具产品，产品类型相对更加丰富；在核心技术主要体现方面，公司与主要竞争对手在高效化、高耐久、安全舒适等核心技术特点上具备一定相似性，但公司主要通过气缸及电机生产工艺、脱扣及快换等特殊结构、电子控制技术、电池包技术、电机技术等实现上述核心技术特点，具备较高的技术壁垒；在研发投入方面，公司整体保持较高的研发投入，2024 年度，公司研发投入（含模具费用）占营业收入的比例高于竞争对手牧田；在主要生产模式方

面，公司与主要竞争对手均主要采取自主生产模式，不存在较大差异；在生产工艺方面，由于公司与主要竞争对手均为全球排名前列的电锤、电镐生产商，生产工艺在行业内均处于先进水平。

2、公司与国内外市场的主要竞争对手在主要产品性能指标方面的异同

公司主营产品为交流电动工具、锂电电动工具产品，其中，交流重锤是公司主要的细分产品类型（2024 年度，公司交流重锤产品销售收入占整体营业收入的比重超过 40%）。公司主要的交流重锤型号产品与上述主要竞争对手的主流交流重锤型号产品在主要性能指标方面的对比情况具体如下：

项目	德硕科技	国外主要竞争对手		国内主要竞争对手		对比情况
		竞争对手 A	竞争对手 B	竞争对手 C	竞争对手 D	
品牌名称	德硕	**	**	**	**	/
产品型号	9130	**	**	**	**	/
裸机重量	5.20kg	3.50kg	3.20kg	5.10kg	5.30kg	与相同功率的国内主要竞争对手产品相近
功能结构	锤钻/凿	锤钻/凿	锤钻/凿	锤钻/凿	锤钻/凿	/
电机功率（A）	1,150W	800W	800W	1,150W	1,150W	优于主要竞争对手
打孔效率（B）	198.60mm	44.50mm	34.90mm	185.60mm	150.56mm	
每 kW 功率下打孔效率（C=B/A，mm/kW）	172.70	55.63	43.63	161.39	130.92	
使用寿命	大于 100h	大于 100h	大于 100h	大于 80h	大于 80h	与国外主要竞争对手持平，优于国内主要竞争对手

注 1：数据来源为天猫商城、官方网站等公开渠道信息、第三方检测机构测试结果等；
注 2：裸机重量为轻量化指标，功率、效率等相同情况下，裸机重量越轻，使用越轻便快捷；
注 3：每 kW 功率下打孔效率为高效化指标；电机功率影响输出功率，而打孔效率是在使用孔径 22mm 钻头、施加 40N 的力的情况下，1 分钟内在 C40 混凝土上钻孔的深度，深度越深打孔效率越高；
注 4：使用寿命为耐久度指标，衡量交流重锤连续使用时间；
注 5：由于安全舒适性指标侧重于使用者主观感受，难以进行量化比较，因此上表中未列示。

由上表可知，在轻量化指标方面，公司主要产品交流重锤 9130 型号裸机重量与相同功率的国内竞争对手产品相近（同样 1,150W 电机功率下，公司、竞争

对手 C、竞争对手 D 产品裸机重量分别为 5.20kg、5.10kg、5.30kg）；在高效化指标方面，公司交流重锤产品打孔效率（198.60mm）高于相同功率（1,150W）的国内竞争对手 C（185.60mm）、竞争对手 D（150.56mm）产品水平，每 kW 功率下打孔效率（172.70mm/kW）高于其他竞争对手（55.63 mm/kW、43.63 mm/kW、161.39 mm/kW 、130.92 mm/kW）产品水平；在耐久度指标方面，公司交流重锤产品使用寿命（大于 100h）优于国内竞争对手 C（大于 80h）、竞争对手 D（大于 80h）产品。

综上所述，与国内外主要竞争对手相比，公司产品在高效化、高耐久方面具备竞争优势。

3、公司与国内外市场的主要竞争对手在市场占有率、客户结构、客户数量、销售模式及渠道等方面的异同

公司与上述主要竞争对手在电锤电镐产品市场占有率、客户结构、客户数量、销售模式及渠道等方面的异同如下：

序号	企业名称	电锤、电镐产品市场占有率	客户结构	客户数量	销售模式	销售渠道
1	博世	2024 年度，其电锤、电镐产品产量在全球占比为 13%，排名第一	电动工具产品广泛应用于建筑、装修、家具制造以及混凝土、木工及金属加工等多场景	博世在北京、上海、广州、沈阳与武汉等地设立了服务中心，拥有 500 余家经销商以及超过 15,000 家分销商，形成了一个覆盖全国的销售网络	主要采用自有品牌销售模式	具有线下直销、线上零售以及经销等多种销售渠道
2	东成工具	2024 年度，其电锤、电镐产品产量在全球占比为 6%，排名第三	电动工具产品广泛应用于建筑装修、家居装潢、石材加工、船舶工业、水利工程、农林行业等众多领域	东成工具在国内拥有 500 余家经销商，产品覆盖超过 3 万家终端五金店	采用自有品牌与 ODM 并行的销售模式，国内市场销售额占整体销售额比例超过 80%	具有线下直销、线上零售以及经销等多种销售渠道
3	恒友机电	2024 年度，其电锤、电镐产品产量在全球占比为 4%，排名第四	电锤、电镐产品应用于建筑施工、室内装修等领域；全球业务分布情况为：“一带一路”国家市场占 50%，欧	除满足国内客户需求外，恒友机电还在欧美市场及中东、北非以及俄罗斯等“一带一路”地区拥有大量客户	公开渠道未披露其销售模式信息	销售网络覆盖国内、欧美市场及中东、北非以及俄罗斯等“一带一路”地区

序号	企业名称	电锤、电镐产品市场占有率	客户结构	客户数量	销售模式	销售渠道
			美国家市场占25%，国内市场占 25%			
4	牧田	2024 年度，其电锤、电镐产品产量在全球占比为 4%，排名第四	其电动工具产品广泛应用于建筑施工、家具制造、家庭装修、园林维护等领域	牧田在北京、上海、天津、沈阳、郑州、武汉、西安等地设立了多家分公司及分店，销售网络覆盖全国，在全球，牧田产品在 190 多个国家和地区广泛使用	主要采用自有品牌销售模式	具有线下直销、线上零售等多种销售渠道
5	德硕科技	2024 年度，公司电锤、电镐产品产量在全球占比为 10%，排名第二	公司主要客户包括全球头部连锁建材超市集团以及境内外知名的工具厂商，产品主要应用于建筑施工、道路施工、室内装修等领域	公司主要客户包括 ADEO 、Kingfisher Group、LIDL、苏州盈维来及其关联主体、宝时得集团、公牛工具、得力科技等行业内知名公司，经销商客户覆盖境内近三十个省级行政区域；公司销售区域主要位于境内	公司主要采用 ODM 模式实现销售（2024 年度 ODM 模式销售额占比为 88.31%，其余为自有品牌销售）	公司销售渠道包括直销模式、贸易模式、经销模式，其中直销模式是主要销售渠道，2024 年度，公司直销模式销售额占比为 77.84%

资料来源：前瞻产业研究院、官方网站、百度等公开渠道信息。

由上表可知，在电锤、电镐产品市场占有率方面，2024 年度，公司电锤、电镐产量在全球占比为 10%，仅次于博世，位列全球第二，领先于竞争对手东成工具、恒友机电和牧田；在客户结构方面，公司主要客户包括全球头部连锁建材超市集团以及境内外知名的工具厂商，具备较强的客户群体优势，公司终端客户分布于建筑施工、道路施工、室内装修等领域，与竞争对手产品应用场景较为相似；在客户数量方面，公司销售网络覆盖全国，与竞争对手博世、东成工具、牧田等较为相似，公司销售区域主要位于境内，与竞争对手东成工具销售区域分布较为相似；在销售模式方面，公司主要采用 ODM 模式实现销售，与竞争对手博世、牧田等存在差异；在销售渠道方面，公司具有直销模式、贸易模式、经销模式相结合的多样化销售渠道，与主要竞争对手销售渠道不存在重大差异。

4、进一步说明发行人的竞争优势和技术壁垒

由上文可知，相比于主要竞争对手而言，公司的竞争优势主要体现在行业地

位显著、客户群体优质、技术水平突出等方面，具体如下：

在行业地位方面，根据前瞻产业研究院数据，2024 年度，公司电锤、电镐产品产量在全球占比为 10%，排名第二，仅次于竞争对手博世，领先于竞争对手东成工具、恒友机电和牧田。自 1999 年设立以来，公司始终致力于电动工具产品的研发、生产与销售，在电锤、电镐细分领域持续深耕，市场地位不断提升。公司显著的行业地位有利于增强下游客户认可度、吸引潜在客户，还有利于公司自有品牌影响力的不断扩大，促进公司业务持续发展。

在客户群体方面，公司经过二十余年的深耕发展，已经积累了一批稳定优质的客户群体，公司主要客户包括 ADEO、Kingfisher Group、LIDL 等全球头部连锁建材超市集团以及苏州盈维来及其关联主体、宝时得集团、公牛工具、得力科技等境内外知名的工具厂商。稳定、优质的客户群体充分保障了公司业绩增长的可持续性，有利于公司经营规模不断扩大，市场地位不断提升。

在技术水平方面，公司电动工具产品始终坚持以用户需求为导向，经过多年的技术积累，形成了覆盖控制器、电机、电池包等关键元部件和机头、机身整体设计及生产的电动工具核心技术体系，使得公司产品具备高效化、高耐久以及安全舒适等竞争优势。相对于主要竞争对手而言，公司核心技术包括气缸及电机生产工艺、脱扣及快换等特殊结构、电子控制技术、电池包技术、电机技术等，上述技术的形成需要较长时间的探索和积累，并结合公司客户实际使用需求进行不断更新迭代，是公司研发活动的长期积淀和业务经验的独特体现。目前，公司已完整掌握上述核心技术，并通过申请专利、软件著作权的形式对相关技术进行保护。同时，在产品实际生产中，公司通过对生产流程及生产工艺的优化，严格控制生产成本，实现了对上述核心技术的经济化应用。因此，行业内其他竞争对手或新进入者难以在短时间内对公司核心技术进行模仿和使用，公司具备突出的核心技术优势，相关技术具备较高的技术壁垒。

综上所述，公司具备行业地位显著、客户群体优质、技术水平突出等竞争优势，核心技术具备较高的技术壁垒。

（二）说明“公司是全球排名前列、国内排名领先的电锤、电镐生产商”的相关信息披露是否准确，认定依据是否客观、充分

根据前瞻产业研究院《2019-2029 年中国电动工具行业市场前瞻与投资战略规划分析报告》，2024 年度，全球电锤、电镐产量约为 3,445 万台，中国电锤、电镐产量约为 2,407 万台，公司电锤、电镐产品产量占全球电锤、电镐产量份额为 10%，占国内电锤、电镐产量份额为 15%，产量位居全球第二、国内第一。

根据前瞻产业研究院官网信息，前瞻产业研究院致力于为企业、政府、科研院所提供产业研究、产业规划、园区规划、产业招商、统计调查、产业战略咨询、产业转型升级、产业大数据等具有前瞻性的产业规划咨询服务与解决方案。前瞻产业研究院与国际信息研究所、国家税务总局、国家统计局、海关总署、国家信息中心、各行业协会等权威机构建立了良好合作关系，具备独立与客观的产业研究能力，具备较高知名度、行业认可度较高。经公开渠道检索，其行业研究结果被无锡鼎邦（872931.BJ）、铁拓机械（873706.BJ）、许昌智能（831396.BJ）、民士达（833394.BJ）、迪尔化工（831304.BJ）、一诺威（834261.BJ）、安达科技（830809.BJ）、明阳科技（837663.BJ）、凯大催化（830974.BJ）、驰诚股份（834407.BJ）、利尔达（832149.BJ）、纬达光电（873001.BJ）、瑞奇智造（833781.BJ）、凯华材料（831526.BJ）等多家北交所上市公司招股说明书引用。

根据公司引用的《2019-2029 年中国电动工具行业市场前瞻与投资战略规划分析报告》，前瞻产业研究院对电动工具行业的发展背景、供需情况、市场规模、竞争格局等行业现状进行分析，并结合多年来电动工具行业发展轨迹及实践经验，对电动工具行业未来的发展前景做出审慎分析与预测，该报告数据来源包括国家统计局、中国电器工业协会电动工具分会、真锂研究、GGII、China Market Monitor、EVTank 等机构以及企业官网及财报等公开渠道，同时，前瞻产业研究院还开展了专家访谈等市场调研，其数据来源具备完整性、权威性和可靠性。在测算全球主要电锤、电镐生产商产量数据及占比时，相关数据来源于企业官网、专家访谈等渠道，其中博世等公司产量数据根据其公司披露信息、在全球电动工具市场表现及专家访谈等合理测算得出，相关测算结果具备参考意义。

综上所述，前瞻产业研究院具备较高的行业认可度，公司引用的其《2019-2029 年中国电动工具行业市场前瞻与投资战略规划分析报告》测算结果

具备参考意义，公司在申报文件中“公司是全球排名前列、国内排名领先的电锤、电镐生产商”的的相关信息披露具备准确性，认定依据客观、充分。

三、说明继受取得的专利在发行人生产经营及主要产品中的具体应用情况，是否存在权利纠纷风险。结合研发投入、研发人员认定、知识产权数量、成果转化等情况，并对比同行业可比公司研发情况，说明发行人研发机制、研发人员、研发强度能否满足研发需求，研发费用率低于可比公司的原因及合理性，公司的研发投入是否与公司的技术水平、市场地位、销售情况相匹配

（一）说明继受取得的专利在发行人生产经营及主要产品中的具体应用情况，是否存在权利纠纷风险

截至本回复出具日，公司有 9 项发明专利为继受取得，具体情况如下：

序号	继受发明专利名称	专利号	转让方	合同签署时间	变更登记生效时间	价格（元）
1	一种高速开孔钻锉	ZL201710075255.8	乌鲁木齐九品芝麻信息科技有限公司	2018-09-28	2018-11-21	27,500
2	蜂窝式工具组件	ZL201710441342.0	叶雨玲		2018-11-21	27,500
3	电动扳手用内六角扳手	ZL201710961245.4	冯建娟		2018-11-29	27,500
4	一种基于环形电磁保护套的防尘保护冲击钻	ZL201810877401.3	盛世瑶兰（深圳）科技有限公司	2020-11-23	2020-11-30	33,000
5	一种便于对流道进行清理的注塑用模具	ZL201910179441.5	王常亮		2020-12-03	31,000
6	应用于电机转子的绕线构件	ZL201911041076.8	六安正辉优产机电科技有限公司		2020-12-03	31,000
7	一种励磁电机	ZL201911120687.1	广州尚诚智能科技有限公司		2020-12-04	33,500
8	一种用于机床上固定零件的固定件装置	ZL202010043110.1	金华市彩橙机床有限公司		2020-12-01	28,000
9	一种电机转子铜圈拆卸装置	ZL202010015794.4	建德市丰斯电子有限公司	2020-10-26	2020-11-16	28,000

上述专利的转让方有出让上述专利的意向，同时公司基于业务发展需要，为巩固自身研发优势地位、完善对现有技术体系的保护，通过受让方式取得前述发明专利。上述发明专利不属于公司核心技术，并未直接应用于公司产品。公司与专利转让方双方意思表示合意，相应专利均已办理专利申请权或专利权的转移，双方就专利权属不存在纠纷或潜在纠纷。

综上所述，公司继受取得的专利不属于公司核心技术，并未直接应用于公司产品，相关专利不存在权利纠纷风险。

（二）结合研发投入、研发人员认定、知识产权数量、成果转化等情况，并对比同行业可比公司研发情况，说明发行人研发机制、研发人员、研发强度能否满足研发需求，研发费用率低于可比公司的原因及合理性，公司的研发投入是否与公司的技术水平、市场地位、销售情况相匹配

1、结合研发投入、研发人员认定、知识产权数量、成果转化等情况，并对比同行业可比公司研发情况，说明发行人研发机制、研发人员、研发强度能否满足研发需求

（1）研发投入能满足公司研发需求，研发费用率低于可比公司的原因及合理性

发行人研发投入为企业研究开发活动形成的总支出，研发投入包括职工薪酬、直接材料、设计检测费、折旧与摊销、动力费用和其他费用。报告期内，发行人研发投入均为费用化支出。报告期内，公司的研发投入与同行业可比公司的对比情况如下：

单位：万元、%

项目	2025 年 1-6 月		2024 年度		2023 年度		2022 年度	
	金额	占营业收入比率	金额	占营业收入比率	金额	占营业收入比率	金额	占营业收入比率
锐奇股份	1,374.80	5.75	2,814.98	6.44	3,287.61	6.56	2,365.43	5.44
开创电气	1,237.92	4.26	2,230.64	2.66	2,079.44	3.55	1,954.13	3.27
大叶股份	7,012.05	2.75	7,899.55	4.49	6,787.17	7.31	6,327.00	4.30
康平科技	1,944.22	3.39	4,029.43	3.47	3,329.51	3.56	3,431.22	3.45
平均数	**2,892.25**	**4.04**	**4,243.65**	**4.27**	**3,870.93**	**5.24**	**3,519.45**	**4.12**
公司	**1,078.38**	**2.11**	**2,119.81**	**2.20**	**1,957.96**	**2.44**	**2,211.38**	**3.04**

报告期内，公司研发投入分别为 2,211.38 万元、1,957.96 万元、2,119.81 万和 1,078.38 万元，占营业收入比率（研发费用率）分别为 3.04%、2.44%、2.20%和 2.11%，低于同行业可比公司，主要原因如下：

1）研发模具费用剔除的影响

公司研发模具为研发过程中发生的模具直接投入，待研发活动完成，判定可

批量生产后，研发模具转为生产模具使用。研发模具在研发过程中实物损耗较小，研发使用时间亦远低于转成生产模具后使用的时间；由于转为生产模具时难以对模具最终使用时间、最终使用次数在研发环节、生产环节进行准确区分，公司会计核算基于谨慎性考虑，将当期研发过程中发生的模具投入全部从研发费用剔除。同行业可比公司研发费用核算内容摘要如下：

公司	核算内容
锐奇股份	本公司根据内部研究开发项目支出的性质以及研发活动最终形成无形资产是否具有较大不确定性，分为研究阶段支出和开发阶段支出。研究阶段的支出，于发生时计入当期损益，开发阶段的支出不满足资本化条件，于发生时计入当期损益
开创电气	公司研发费用主要由直接投入、人员成本、产品设计费等构成。其中，直接投入包括材料投入、检测费及**模具**仪器费等费用
大叶股份	研发费用中直接投入费用是指公司为实施研究开发活动而实际发生的相关支出。包括：1）直接消耗的材料、燃料和动力费用；2）用于中间试验和产品试制的**模具**、工艺装备开发及制造费，不构成固定资产的样品、样机及一般测试手段购置费，试制产品的检验费；3）用于研究开发活动的仪器、设备的运行维护、调整、检验、检测、维修等费用
康平科技	研究阶段的支出，于发生时计入当期损益。开发阶段的支出不满足资本化条件，于发生时计入当期损益

如上表所示，根据同行业可比公司披露信息，同行业可比公司开创电气、大叶股份包含研发模具费用，锐奇股份、康平科技未披露其研发费用是否包含研发模具费用，而公司基于谨慎性考虑，已将投入研发的所有模具费用从研发费用剔除。经测算，若公司不剔除研发模具费，研发费用率对比情况如下：

单位：万元

项目	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
研发模具费用	342.20	934.28	1,053.56	756.66
研发费用（含模具）	**1,420.58**	**3,054.09**	**3,011.51**	**2,968.04**
营业收入	51,192.79	96,409.93	80,288.70	72,789.20
研发费用率（含模具）	**2.77%**	**3.17%**	**3.75%**	**4.08%**

因此，若不剔除研发模具费，公司研发费用率与同行业可比公司差异较小。

2）研发人员薪酬差异的影响

报告期内，同行业可比公司研发人员薪酬总额、人数、人均薪酬情况如下：

单位：万元、人、万元/人

同行业公司	项目	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
锐奇股份	薪酬总额	913.64	2,039.95	2,352.72	1,897.96
	人数	未披露	79	81	80

同行业公司	项目	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
	平均薪酬	-	25.82	29.05	23.72
开创电气	薪酬总额	948.96	1,370.30	1,127.53	1,041.42
	人数	未披露	83	84	88
	平均薪酬	-	16.51	13.42	11.83
大叶股份	薪酬总额	4,001.89	4,589.20	3,603.23	3,475.23
	人数	未披露	251	279	305
	平均薪酬	-	18.28	12.91	11.39
康平科技	薪酬总额	1,445.63	2,992.93	2,306.69	2,358.68
	人数	未披露	173	178	182
	平均薪酬	-	17.30	12.96	12.96
平均值	**薪酬总额**	**7,310.13**	**10,992.38**	**9,390.17**	**8,754.20**
	人数	**-**	**586**	**622**	**655**
	平均薪酬	**-**	**18.76**	**15.10**	**13.37**
德硕科技	**薪酬总额**	**780.84**	**1,521.91**	**1,358.49**	**1,442.19**
	人数	**139**	**128**	**123**	**123**
	平均薪酬	**5.62**	**11.89**	**11.04**	**11.73**

注 1：同行业可比公司数据来源于同行业可比公司披露的公开数据，2025 年同行业可比公司未披露研发人员人数；
注 2：研发人员人数为年均人数，即为（报告期各期期初人数+报告期各期期末人数）/2；

2022 年度至 2024 年度，同行业可比公司研发人员人均薪酬分别为 13.37 万元/人、15.10 万元/人和 18.76 万元/人，高于公司研发人员人均薪酬。与可比公司相比，公司所在地永康市处于县级市，城镇居民平均薪酬以及公司研发人员平均薪酬相对较低，使得研发人员总体薪酬偏低。

若公司研发人员薪酬水平达到同行业可比公司平均水平，且未剔除研发模具费用的情况下，公司研发费用及研发费用率列示如下：

单位：万元

项目	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
研发费用（a）	1,078.38	2,119.81	1,957.96	2,211.38
研发模具费用（b）	342.20	934.28	1,053.56	756.66
研发人员薪酬差异影响（c）	522.86	879.15	498.41	201.73
模拟公司研发费用（d=a+b+c）	**1,943.45**	**3,933.24**	**3,509.93**	**3,169.77**
营业收入	51,192.79	96,409.93	80,288.70	72,789.20

项目	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
模拟公司研发费用率	**3.80%**	**4.08%**	**4.37%**	**4.35%**
同行业可比公司平均研发费用率	**4.04%**	**4.27%**	**5.24%**	**4.12%**

注：由于同行业可比公司 2025 年上半年度报告未披露人数，故 2025 年 1-6 月同行业可比公司平均薪酬按 2024 年平均薪酬的 50%进行预估；

上表所示，若公司研发人员薪酬水平达到同行业可比公司平均水平且未剔除研发模具费用后，报告期内，公司研发投入金额分别为 3,169.77 万元、3,509.93 万元、3,933.24 万元和 1,943.45 万元，公司研发费用率分别为 4.35%、4.37%、4.08%和 3.80%，与行业平均水平基本接近，且已高于同行业可比公司康平科技。

综上所述，报告期内，公司研发投入金额较大，能公司满足研发需求，由于研发模具费用剔除和研发人员薪酬差异影响，公司研发费用率低于同行业可比公司具备合理性。

（2）研发人员能满足公司研发需求

报告期内，发行人研发人员的认定主要是通过判断员工的工作职责、内容是否与公司的研发活动密切相关，将直接从事研发活动的人员以及与研发活动密切相关的管理人员和直接服务人员认定为研发人员。报告期内，公司研发人员人数与同行业可比公司对比情况如下：

单位：人，%

公司名称	2025 年 1-6 月		2024 年度		2023 年度		2022 年度	
	人数	人数占比	人数	人数占比	人数	人数占比	人数	人数占比
锐奇股份	未披露	-	76	10.22%	82	10.00%	80	10.00%
开创电气	未披露	-	87	8.88%	79	9.90%	88	12.34%
大叶股份	未披露	-	250	25.83%	252	22.87%	305	21.82%
康平科技	未披露	-	172	10.84%	173	12.27%	182	11.88%
平均数	未披露	-	**146**	**13.94%**	**147**	**13.76%**	**164**	**14.01%**
发行人	**145**	**10.48%**	**133**	**11.47%**	**123**	**12.15%**	**123**	**14.22%**

由上表可知，报告期内，公司研发人员人数分别为 123 人、123 人、133 人和 145 人，呈稳定上升趋势，主要系公司研发需求增加所致；报告期内，研发人员占比分别为 14.22%、12.15%、11.47%和 10.48%，与行业平均水平较为接近，高于同行业公司锐奇股份、开创电气。综上，与同行业可比公司相比，公司研发人员能满足公司研发需求。

（3）知识产权数量及成果转化能匹配研发投入

自成立以来，公司持续巩固在交流电锤、电镐等产品领域的技术优势，并稳步推进锂电产品领域的技术研发工作。截至本回复出具日，公司在交流、锂电电动工具领域形成的核心技术具体如下：

序号	核心技术名称	先进性具体体现	技术来源与创新类型	技术应用情况	所处阶段	对应的专利号或计算机软件著作权号
1	气缸珩磨与镜面抛光工艺	公司结合自主设计的气缸气路，引进气缸数控珩磨设备、高分子珩磨条及抛光轮对气缸内孔进行精密珩磨与精抛光，使内孔光洁度达到镜面水平，降低 O 型圈的磨损程度，减少工作过程往复运动产生热量，从而提升锤镐使用效率并提高机器使用寿命	自主研发、原始创新	电锤、电镐等含气缸的产品	大批量生产	专利号：ZL202220081339.9 ZL202320075905.X
2	电机换向器扎制工艺	公司引入铜排扎制设备对换向器原材料电解铜进行二次扎制，使换向器表面晶体颗粒度更加细化，降低电机工作时产生火花和表面磨损，电机使用寿命提高 30%	自主研发、原始创新	交流电锤、电镐产品	大批量生产	非专利技术
3	电机过载优化与恒功恒速电子控制技术	公司在电机设计上综合考虑磁通密度、槽满率、电磁负荷、热负荷等参数，通过调整电机大冲片齿数比等，针对电机容易过载情形进行优化；此外，公司对交流电机进行电子控制，保证在深度挖掘或爆破情况下的恒功恒速，显著提升使用寿命与产品工作效率	自主研发、原始创新	交流电锤	大批量生产	非专利技术
4	电锤钢柱脱扣技术	电锤使用过程中冲钻力度较大，为保障用户的使用安全，防止用户使用过程中扭伤，公司设计了一种包括锥齿轴的电锤钢柱脱扣结构，该结构基于对行业内惯用的钢球脱扣结构等进行设计改良，其脱扣结构接触面积更大，齿轮磨损程度更低；此外，采用钢柱脱扣结构能够高效实现脱扣保护使用者，还能降低对齿轮的损耗，显著提升使用寿命	自主研发、原始创新	交流电锤	大批量生产	专利号：ZL201621294665.9 ZL201620310752.2 ZL201721538249.3
5	锤镐用多重减震缓冲系统	在公司设计的锤镐用多重减震缓冲系统中，减震组件基于人机工程学理念设计，并根据气压传动原理进行气压缓冲减震设计，最大程度降低使用过程中震动对组件的损耗，而缓冲组件使得冲锤与缓冲组件卡接配合，可有效减少冲锤对转套及整机的冲击，还可以对冲锤进行锁定，减少空锤现象的发生；此外，公司在气缸内外都	自主研发、原始创新	交流电锤、电镐产品	大批量生产	专利号：ZL201620437155.6 ZL201721730518.6 ZL201721730543.4 ZL201721772893.7

序号	核心技术名称	先进性具体体现	技术来源与创新类型	技术应用情况	所处阶段	对应的专利号或计算机软件著作权号
		加入了耐高温、耐冲击的新型抗冲击减震橡胶装置（HNBR），实现多重减震；该项减震技术有效提升机器使用寿命约15%，提升使用舒适度和工作效率				
6	轻型电锤组件快速切换技术	公司设计开发出了一种轻型电锤的快换结构，包括钻夹头组件、锤钻转套组件和设置在电锤机体上的气缸组件，该项技术优点是能通过钢球卡接结构实现钻夹头组件、锤钻转套组件与电锤机体的快速切换，整体结构简单，切换便捷、省时省力，能有效提高用户的工作效率；通过应用该项技术，公司设计开发出一键控制的多功能电锤，对钻、锤钻、镐和角度调节四种功能进行集成，且功能转换间不存在空档现象，功能切换轻便快捷，使用过程安全稳定	自主研发、原始创新	交流电锤	大批量生产	专利号：ZL201720044867.6
7	平台化电池包技术	公司将电池包的过压、欠压、过流、过温、短路等各项保护方案集成设计固化在BMS控制电路中，各类电池包共享同一方案，针对不同电池包的不同保护规格值，只需调整软件设定或外围即可满足其个性化的需求，进而实现公司锂电产品电池包系统的平台化，并降低电池包休眠状态下的自耗电，提升电池输出效率；此外，公司还对电池包内部循环通风通路进行设计改良，提高电池包使用过程中的循环散热效果，并通过双通路保护电路在单条通路失效时实现自动切换，预防过充过放导致的热失控风险	自主研发、原始创新	锂电电动工具产品	大批量生产	专利号：ZL202121182431.6 ZL202121188096.0 ZL202120206738.9
8	FOC控制技术与无感BLDC技术	公司运用克拉克变换、帕克变换等算法，将三相静止坐标系下的电机相电流转换到相对于转子磁极轴线静止的旋转坐标系上，并通过滑膜环观测器法（SMO）算法与高频电压探测技术确定转子初始位置，最优化电机MTPA（最大扭矩/安培比），最大化电机使用效率；此外，公司在传统无刷电机基础上进行改进，采用无感BLDC电机控制技术，通过算法设计改良移除了容易出现故障的霍尔传感器，显著降低故障比例，并改进电机组装工序，提高通风散热效率	自主研发、原始创新	锂电电动工具产品	大批量生产	软件著作权号： 2022SR0513675 2022SR0521049 2022SR0521048 2022SR0513671 2022SR0667390 2025SR1503332 2025SR1502681 2025SR1516555

序号	核心技术名称	先进性具体体现	技术来源与创新类型	技术应用情况	所处阶段	对应的专利号或计算机软件著作权号
9	大功率电锤高效率无刷电机技术	公司针对电锤电机在工作过程中存在空耗、功率随负载变动存在爬坡及退坡情形等问题，对电机内部结构进行改进，计算和测试出针对不同负载情况的标准负载点参数，并通过设计无刷电机的磁钢参数及绕组参数让电机的输出最高效率点在产品的标准负载点上，提高生产效率；此外，为降低空耗，公司通过电机恒速驱动技术来降低电机空载时的转速，减少电机空载的无效能耗	自主研发、原始创新	公司 20V、40V 锂电电池包平台配套产品	大批量生产	非专利技术
10	锂电智能电动工具多用途复合机头设计	公司从用户体验出发，结合锂电电动工具常用下游场景，提炼出二十余种主要电动工具功能，并据此设计出一系列锂电电动工具多用途复合机头，覆盖的下游功能包括圆锯等木工工具功能，电锤、筋膜枪、电钻、角磨机等家用工具功能，割灌机、打草机、链锯等园林工具功能，清洗枪、吸尘器等多种车载工具功能等，公司根据上述功能及对应机头，对齿轮箱、控制器、机头与机身连接组件等组件进行整体改良优化，确保机身对不同功能机头的精准适配与不同功能间的“一键切换”，功能切换顺滑	自主研发、原始创新	“魔幻手”锂电电动工具产品系列	大批量生产	专利号：ZL202010315589.X ZL202010529762.6 ZL202010529752.2 ZL202021068376.3 ZL202020599422.6 ZL202020599423.0 ZL202020599461.6 ZL202020599657.5 ZL202020808982.8 ZL202020818923.9 ZL202021068413.0 ZL202121375597.X ZL202121974578.9 ZL202121340775.5 ZL202121357822.7 ZL202110669258.02819492（俄罗斯） ZL202110669312.1

如上表所示，公司核心技术涉及交流电动工具、锂电电动工具两个领域，目前均已应用到产品的大批量生产中，公司核心技术产品即交流电动工具、锂电电动工具产品。报告期内，公司核心技术研发成果转化形成上述产品收入情况如下：

单位：万元

项目	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
交流电动工具收入	44,847.63	85,905.76	73,365.83	65,860.08
锂电电动工具收入	4,672.27	6,901.32	3,971.55	4,303.51
核心技术产品收入合计	**49,519.90**	**92,807.08**	**77,337.38**	**70,163.59**
营业收入	51,192.79	96,409.93	80,288.70	72,789.20
核心技术产品收入占比	**96.73%**	**96.26%**	**96.32%**	**96.39%**

如上表所示，公司核心技术产品收入占比分别为 96.39%、96.32%、96.26%和 96.73%，公司研发成果转化能力较强。

截至本回复出具日，公司已拥有 302 项专利，其中发明专利 28 项，实用新

型专利 120 项，外观设计专利 154 项，拥有 8 项软件著作权，公司具备坚实的技术基础。2024 年末，公司专利数量与同行业可比公司的对比情况如下：

公司名称	知识产权数量
锐奇股份	未披露
开创电气	发明专利 8 项，实用新型专利 115 项，外观设计专利 41 项
大叶股份	发明专利 75 项，其余专利合计 176 项
康平科技	合计超过 200 项专利
发行人	发明专利 22 项，实用新型专利 113 项，外观设计专利 140 项

从上表可知，截至 2024 年 12 月 31 日，公司专利数量高于同行业可比公司开创电气、大叶股份，公司整体技术实力较强。

综上，公司研发能力及技术实力较强，获得了多项专利技术，在交流、锂电电动工具领域形成了多项核心技术成果，并已实现将核心技术成果成功转化到公司主要产品中。

（5）说明发行人研发机制、研发人员、研发强度能否满足研发需求

1）发行人研发机制能满足研发需求

自成立以来，公司始终坚持以技术创新作为企业发展的动力来源，持续深耕电锤、电镐制造领域，依托长期积累的技术储备和行业经验，公司内部已形成较为成熟的研发体系。

公司设有专门的产品项目研发中心，持续开展对电锤、电镐等交流、锂电电动工具产品的研发活动。针对电动工具行业更新换代快、产品不断推陈出新的行业特点，公司坚持以市场为先导，围绕“安全耐久、轻便高效、场景多元”的研发理念，基于技术前沿及市场趋势开展研发活动。具体而言，公司研发部门根据用户反馈情况，结合行业前沿技术及潜在市场需求，基于自身在技术、人才、产品等方面的积累，成功打造出产品集成模块化的研发模式。

在产品集成模块化研发方面，公司结合实际需求情况对研发项目进行整合，选取核心部件进行模块化研发。以锂电电动工具为例，公司选取电池包、控制器等核心部件开展模块化研发，在追求产品、技术精进的基础上，实现多款产品在核心部件上的互通。核心部件研发模块化不但显著提升了公司研发过程中的资源配置效率，实现项目与产品的高度集成，还通过系列化的研发项目设计，助力核

心技术的纵深探索与水平拓展。

同时，报告期内，公司建立了完善的研发管理制度，实现了研发活动全流程规范管理。公司设有专门的产品项目研发中心，管理研发人员及相关研发活动，公司制定了《研究与开发-内部控制实施细则》，明确了研发支出的开支范围、标准、审批程序等内部控制流程，确保按照要求对研发项目进行立项与审批，对研发活动进行过程控制，确保在研发资料收集、研发费用归集、财务核算等各个环节严格按照制度执行，保障研发活动的顺利开展。

综上所述，公司完善的研发机制能够满足研发需求。

2）发行人研发人员能满足研发需求

发行人研发人员能满足公司研发需求，具体分析详见本问询函回复之“问题1”之“三、”之“（二）”之“1、”之“（2）研发人员能满足公司研发需求”之回复。

3）发行人研发强度能满足研发需求

报告期内，公司保持持续稳定的研发投入，不断壮大公司的自主研发实力。报告期各期的研发投入分别为 2,211.38 万元、1,957.96 万元、2,119.81 万元和 1,078.38 万元，研发强度及研发投入金额较大，得以确保新项目研发的资金需求得到满足，使得公司能够不断提升产品的市场竞争力。

综上所述，发行人研发机制、研发人员、研发强度满足研发需求。

2、研发费用低于可比公司的原因及合理性

公司研发费用率低于同行业可比公司具有合理性，具体分析详见本问询函回复之“问题 1”之“三、”之“（二）”之“1、结合研发投入、研发人员认定、知识产权数量、成果转化等情况，并对比同行业可比公司研发情况，说明发行人研发机制、研发人员、研发强度能否满足研发需求”之回复。

3、发行人的研发投入与技术水平、市场地位、销售情况相匹配

（1）发行人的研发投入与技术水平具有匹配性

自成立以来，公司始终坚持以技术创新作为企业发展的动力来源，持续深耕电锤、电镐制造领域，依托积累的技术储备和行业经验，公司内部已形成较为成

熟的研发体系，使得公司具备坚实的技术基础。报告期内，公司研发投入金额分别为 2,211.38 万元、1,957.96 万元、2,119.81 万元和 1,078.38 万元。在持续研发投入的驱动下，截至本回复出具日，公司已拥有 302 项专利，其中发明专利 28 项，实用新型专利 120 项，外观设计专利 154 项，拥有 8 项软件著作权，形成了覆盖控制器、电机、电池包等关键元部件和机头、机身整体设计及生产的电动工具核心技术体系，在功能设计、应用场景、用户体验、工作效率、产品质量稳定性等方面持续提升公司产品竞争力。

同时，公司先后获得“国家级高新技术企业”、“浙江省专精特新中小企业”、“省级企业技术中心”、“浙江省省级企业研究院”、“浙江省隐形冠军培育企业”及“电锤•浙江名牌产品”等多项荣誉认证，曾获得“国家级专精特新小巨人企业”称号。公司技术水平得到了客户与相关部门的广泛认可，故公司研发投入与技术水平具有匹配性。

（2）发行人的研发投入与市场地位、销售情况具有匹配性

自 1999 年设立以来，公司始终致力于电动工具产品的研发、生产与销售，在电锤、电镐细分领域持续深耕，目前已成长为全球主要的电锤、电镐生产商之一。报告期内，公司研发投入分别为 2,211.38 万元、1,957.96 万元、2,119.81 万元和 1,078.38 万元，保持较为稳定的研发投入；报告期内，公司营业收入分别为 72,789.20 万元、80,288.70 万元、96,409.93 万元和 51,192.79 万元，公司最近三年平均营业收入为 83,162.61 万元，最近三年营业收入复合增长率达到 15.09%，其中，核心技术研发成果转化为产品收入占营业收入比重分别为 96.39%、96.32%、96.26%和 96.73%，公司研发投入能够满足支撑公司产品销售收入的增长。

公司通过长期持续的研发投入，不断开展产品、技术与工艺创新，生产的电锤、电镐等产品具备轻量化、高效化、高耐久、安全舒适等特点，得到下游客户的广泛认可，使得公司成为 ADEO、Kingfisher Group、LIDL 等全球头部连锁建材超市集团以及苏州盈维来及其关联主体、宝时得集团、公牛工具、得力科技等境内外知名的工具厂商的优质供应商，并长期保持较高的市场占有率。根据前瞻产业研究院数据，2024 年度，公司电锤、电镐产品产量在全球份额为 10%，位居全球电锤、电镐生产商第二名、国内生产商第一名，公司在电锤、电镐生产方面占据国际市场头部地位、国内市场领先地位。此外，公司还是中国电器工业协

会电动工具分会会员单位、中国五金制品协会会员单位，曾参与制定浙江省品牌建设联合会 2017 年 9 月发布的《电锤（镐）》团体标准，在全国电动工具及锤镐行业和浙江区域范围内均具有一定影响力。公司还曾作为承担单位负责“基于新型高效传动技术的重型电锤”（验收证书编号：浙科验字 yk〔2021〕10 号）、“轻量化高效能电镐”（验收证书编号：浙科验字 yk〔2021〕09 号）等浙江省科技计划新产品试制项目。公司具备突出的行业地位，市场影响力不断提升。故公司研发投入与市场地位、销售情况具有匹配性。

综上，发行人的研发投入与技术水平、市场地位、销售情况均具有匹配性。

四、说明报告期内的委托研发具体情况，产生的研发成果在公司生产经营中的作用，是否属于核心技术，相关成果在使用和转让方面是否存在权利限制，是否存在纠纷风险

（一）说明报告期内的委托研发具体情况，产生的研发成果在公司生产经营中的作用，是否属于核心技术

报告期内，公司存在委托西安交通大学、嘉兴大学、江苏大学、浙江科技大学开展研发项目的情形，具体情况如下：

序号	合作方	项目期限	项目名称	公司实际支付金额（万元）	合作内容
1	西安交通大学	2021 年 12 月 1 日至 2023 年 11 月 30 日	无刷直流电机及控制器开发	3.00	（1）无刷直流电机设计与样机研制：包括电机定、转子结构设计与电磁分析：根据电机设计要求，搭建无刷直流电机仿真模型，对电机性能进行仿真分析；（2）无刷直流电机控制系统设计开发：1）无刷直流电机控制系统硬件设计；2）无刷直流电机控制系统软件设计
2	嘉兴大学	2020 年 12 月 17 日至 2023 年 12 月 16 日	新型电动工具造型风格创新设计	2.00	公司将其电动工具类产品项目中的部分设计研究、概念产品设计、产品改良设计及市场需求分析等设计研究内容与嘉兴大学展开校企合作，双方针对设计任务共同进行深入研究与设计开发
3		2022 年 2 月 17 日至 2023 年 2 月 16 日	新型随手吸创新设计	1.80	公司将其“随手吸”产品项目中的部分设计研究、概念产品设计、产品改良设计及市场需求分析等设计研究内容与嘉兴大学展开校企合作，双方针对设计任务共同进行深入研究与设计开发
4	江苏大学	2022 年 6 月 21 日至 2024 年 6	碳层限域多孔锑基钠离子电池负极材料的	20.00	（1）开发一种碳包覆纳米多孔锑基钠离子电池负极材料，电化学循环稳定性大于 500 次；

序号	合作方	项目期限	项目名称	公司实际支付金额（万元）	合作内容
		月 21 日	研发		（2）以商用磷酸盐作为正极材料装配全电池，实现能量密度大于 160Wh/kg、电化学循环稳定性大于 1,000 次的钠电全电池的研发
5		2024 年 12 月 1 日至 2025 年 3 月 1 日	用于燃料电池的高性能质子导体的开发	9.00	开发一种燃料电池中的高性能质子导体，优化质子传导效率和稳定性，增强在恶劣环境下的导电性能，有利于提高燃料电池等能源转换设备的效率
6		2024 年 12 月 1 日至 2025 年 3 月 1 日	电动工具的激光热喷涂工艺技术开发	10.00	（1）优化激光热喷涂工艺参数（如激光功率、扫描速度、喷涂层厚度等），确保涂层性能最优；（2）研究涂层在实际工作环境中的失效模式，包括磨损、腐蚀、热疲劳等现象，并通过理论与实验相结合的方法，提出涂层失效的原因及改善策略
7	浙江科技大学	2025 年 1 月 1 日至 2027 年 12 月 31 日	26/32 电锤用无刷电机及控制器研究	5.00	研发 26、32 电锤用无刷电机及其控制器，提供相应研究文件、设计方案等

公司委托西安交通大学相关团队进行无刷电机和控制器设计与开发咨询，公司仅在合同签订后按照合同要求支付启动资金 3 万元，公司锂电产品研发人员与西安交通大学相关团队在进行深入沟通和交流后，发现其研发方向不能完全满足公司需求，因此后续公司与其并未进行持续深入合作，西安交通大学亦未交付电机及控制器设计与开发方案，仅提供相应咨询服务。该委托研发项目系公司为巩固技术护城河、实现对相关领域的辅助性技术探索而开展，是对公司自主研发活动的补充。该委托研发项目并未形成发明专利、实用新型专利、外观设计专利等研发成果，与公司现有核心技术无关。

公司委托嘉兴大学开展“新型电动工具造型风格创新设计”及“新型随手吸创新设计”项目，嘉兴大学按照公司的项目需求完成了电动工具造型设计工作，并向公司交付了相应的造型设计方案，公司在嘉兴大学电动工具造型设计方案的基础上，开展自主设计工作，实现了对电动工具产品外形设计的改进。嘉兴大学向公司交付的相应设计方案并未直接应用于公司产品，且并未形成发明专利、实用新型专利、外观设计专利等研发成果，不属于公司核心技术。

公司委托江苏大学开展“碳层限域多孔锑基钠离子电池负极材料的研发项目”、“用于燃料电池的高性能质子导体的开发项目”以及“电动工具的激光热

喷涂工艺技术开发项目”，江苏大学按照公司的项目需求交付了技术资料并提供了相应咨询服务。该委托研发项目系公司为巩固技术护城河、实现对电池材料与激光热喷涂等领域的前期技术探索而开展，为公司后续研发活动提供参考和辅助性作用。江苏大学向公司交付的技术资料并未形成发明专利、实用新型专利、外观设计专利等研发成果，不属于公司核心技术。

公司委托浙江科技大学开展“26/32 电锤用无刷电机及控制器研究”项目，为公司进一步深入研发无刷电机及其控制器提供技术探索等辅助性作用，目前，该项目仍处于技术准备及前期研发阶段，尚未形成技术资料以及发明专利、实用新型专利、外观设计专利等研发成果，不属于公司核心技术。

综上所述，报告期内，公司委托研发活动均系对公司自主研发活动的辅助，主要系通过校企合作的方式为研发过程中产品造型设计、前期技术探索等方面提供辅助性作用，公司不存在发明专利、实用新型专利、外观设计专利来源于委托研发活动的情况，委托研发活动形成的相关设计方案、技术资料等未在公司生产中发挥关键作用，亦不属于公司核心技术。

（二）相关成果在使用和转让方面是否存在权利限制，是否存在纠纷风险

报告期内，公司上述委托研发项目合同双方对研究成果归属方面的约定具体如下：

序号	合作方	项目期限	项目名称	研究成果归属权约定
1	西安交通大学	2021 年 12 月 1 日至 2023 年 11 月 30 日	无刷直流电机及控制器开发	双方合作期间内，双方基于该项目所形成的知识产权均归德硕科技所有，西安交通大学应将相关的全部技术成果资料交付予德硕科技
2	嘉兴大学	2020 年 12 月 17 日至 2023 年 12 月 16 日	新型电动工具造型风格创新设计	经双方协商同意，对本合同所提及的产品的知识产权（包括但不限于著作权、专利权、商标权）的所有权归德硕科技享有
3		2022 年 2 月 17 日至 2023 年 2 月 16 日	新型随手吸创新设计	经双方协商同意，对本合同所提及的产品的知识产权（包括但不限于著作权、专利权、商标权）的所有权归德硕科技享有
4	江苏大学	2022 年 6 月 21 日至 2024 年 6 月 21 日	碳层限域多孔锑基钠离子电池负极材料的研发	双方共同拥有本项目所产生的知识产权和技术成果，使用权、转让权归双方所有
5		2024 年 12 月 1 日至 2025 年 3 月 1 日	用于燃料电池的高性能质子导体	双方共同拥有本项目所产生的知识产权，未经公司同意，江苏大

序号	合作方	项目期限	项目名称	研究成果归属权约定
			的开发	学不得向第三方泄露、转让项目成果或用于本合同外的项目
6		2024 年 12 月 1 日至 2025 年 3 月 1 日	电动工具的激光热喷涂工艺技术开发	双方拥有本项且所产生的知识产权，未经公司同意，江苏大学不得向第三方泄露、转让项目成果或用于本合同外的项目
7	浙江科技大学	2025 年 1 月 1 日至 2027 年 12 月 31 日	26/32 电锤用无刷电机及控制器研究	研究成果使用权归德硕科技所有，转让权归双方共有，未经双方同意，任何一方不得将部分或全部研究成果转让给第三方

由上表可知，序号 1、2、3 对应的委托研发项目中，相关研究成果归属权均由公司享有，因此，在该等委托研发项目中，公司对相关成果在使用和转让方面不存在权利限制，不存在纠纷风险。

序号 4、5、6 对应的委托研发项目中，相关研究成果及知识产权归属权归合同双方共同拥有，但在该等委托研发项目中，公司将江苏大学交付的技术资料及提供的相关咨询服务作为在电池材料、激光热喷涂等领域的前期技术探索，为公司后续研发活动提供参考和辅助性作用。截至本回复出具日，该等委托研发项目均已结束，江苏大学提供的相关技术资料及咨询服务并未形成发明专利、实用新型专利、外观设计专利等技术成果或知识产权。因此，公司后续不涉及直接使用或转让项目产生的技术成果及知识产权的情况，相关委托研发项目不存在纠纷风险。

序号 7 对应的委托研发项目中，研究成果使用权归公司所有，转让权归双方共有。该项委托研发项目为公司进一步深入研发无刷电机及其控制器提供技术探索等辅助性作用，尚未形成技术资料以及发明专利、实用新型专利、外观设计专利等研发成果，未在公司生产经营中发挥作用，不属于公司核心技术，预计公司后续不存在转让相关技术成果的情形，相关委托研发项目预计不存在纠纷风险。

综上所述，序号 1、2、3 对应的委托研发项目中，公司对相关成果在使用和转让方面不存在权利限制，序号 4、5、6 对应的委托研发项目中，公司后续不涉及使用或转让项目产生的技术成果及知识产权的情况，序号 7 对应的委托研发项目中，公司对研究成果具有使用权，预计后续不存在转让相关技术成果的情形。因此，报告期内，公司委托研发项目不存在纠纷风险。

五、结合前述情况，补充完善申请文件“7-9-2 关于符合国家产业政策和北交所定位的专项说明”

公司已在 7-9-2《关于符合国家产业政策和北交所定位的专项说明》中补充完善相关内容。

六、核查程序及核查意见

（一）核查程序

针对上述事项，保荐机构执行的核查程序如下：

1、访谈发行人生产负责人，实地查看发行人生产场地，了解发行人主要产品的生产环节及生产工艺情况，了解发行人核心生产工序情况及其判断标准，了解发行人及委托加工服务供应商在各工序中的参与情况；

2、查阅发行人主要竞争对手官方网站、定期报告等，通过百度、必应等搜索引擎搜索主要竞争对手公开信息，查阅前瞻产业研究院出具的研究报告，了解主要竞争对手核心技术、生产模式等情况；通过天猫商城、官方网站等公开渠道搜索发行人主要竞争对手产品指标信息，查阅第三方检测机构测试结果，了解发行人与主要竞争对手在主要产品性能指标方面的异同；访谈发行人技术总工程师，进一步了解发行人技术壁垒情况；通过公开渠道查询前瞻产业研究院基本信息，了解其行业认可度情况；查阅前瞻产业研究院出具的《2019-2029 年中国电动工具行业市场前瞻与投资战略规划分析报告》，了解其数据来源等情况，确定发行人相关信息披露是否准确；

3、查阅发行人专利权属证书，查阅专利权属转让相关合同，了解继受取得的专利基本情况；访谈发行人技术总工程师，了解发行人继受取得专利的背景及其应用；

4、查阅《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》等规定，了解对研发投入及研发人员认定的要求；查阅发行人研发相关制度，访谈发行人技术总工程师及人事部门负责人，了解发行人对研发投入认定标准、研发活动的划分标准以及研发人员的认定标准；查阅发行人截至 2025 年 6 月末的花名册，了解发行人研发人员基本情况；获取发行人报告期内财务报表及研发支出明细，了解发行人研发支出情况；了解研发流程相关内部

控制的设计，评估研发内控设计的合理性和执行的有效性，并测试是否符合内部控制的规定；分析发行人研发机制、研发人员、研发强度能否满足研发需求，分析发行人研发费用率低于可比公司的原因及合理性；分析发行人的研发投入与技术水平、市场地位、销售情况相匹配；

5、查阅发行人获得的省级研发机构相关证书，访谈发行人技术总工程师，了解研发人员在研发部门及研发活动中的参与情况、发行人取得的知识产权数量、研发成果及其转化等情况；

6、查阅发行人省级科技专项相关验收证书，访谈发行人技术总工程师，了解研发课题具体内容、发行人负责的研发工作、取得的研发成果及其应用等情况；

7、查阅发行人发明专利、软件著作权证书等权属文件，访谈发行人技术总工程师，了解发行人发明专利的主要内容、取得时间等信息，了解发明专利在主营业务中的应用情况；

8、访谈发行人技术总工程师，了解发行人核心技术在主要产品的应用情况；查阅前瞻产业研究院出具的行业研究报告，了解发行人产品的市场份额情况；查阅发行人同行业可比上市公司公开披露文件，了解其电锤、电镐产品的市场占有率情况；

9、查阅报告期内发行人收入成本大表，查阅公开资料，了解发行人主要客户基本信息及其市场地位，确认其是否属于国内外市场、行业中具有广泛影响力、较高知名度、较大市场份额的企业等；走访发行人报告期内主要客户，了解其对发行人产品及合作的认可及评价情况；访谈发行人销售部员工，了解发行人与知名客户的合作历史、纳入其供应商体系的考核要求情况；

10、查阅发行人所获资质相关证书及网站公告等，了解发行人资质的取得情况；查阅资质认定的相关规定及指引文件，了解主管机关的级别及管辖范围、应出具的证明材料及效力情况。

11、获取发行人的研发内控制度，访谈发行人研发人员，了解发行人研发活动相关的流程，了解发行人研发活动的认定和归集依据；

12、了解和复核发行人研发活动的认定依据，对比同行业上市公司公开信息，核查是否与同行业上市公司存在重大差异；了解和复核发行人研发人员的认定依

据，对比同行业上市公司公开信息，核查是否与同行业上市公司存在重大差异；

13、结合研发立项文件、项目执行过程文件、研发结项文件等资料，了解报告期内各研发项目的基本情况，了解研发投入是否符合行业和技术发展趋势、下游行业共性需求；查阅同行业公司研发活动内容，分析与发行人是否存在重大差异；核查发行人研发投入的归集是否准确，研发投入相关数据来源是否可验证；

14、获取研发投入明细表，分析发行人报告期内研发费用的构成，核查是否存在异常或变动幅度较大的情况，并分析其合理性；与同行业可比公司的研发投入情况进行对比，分析发行人研发费用率与同行业可比公司存在差异的原因及合理性；

15、查阅发行人报告期内的委托研发合同，了解其合作内容、权利义务约定等情况；访谈发行人技术总工程师，了解委托研发相关成果在发行人生产经营中的作用以及与发行人核心技术的关系；结合上述情况，分析委托研发相关成果在使用和转让方面是否存在权利限制，是否存在纠纷风险；

16、结合上述情况，补充完善申请文件“7-9-2 关于符合国家产业政策和北交所定位的专项说明”。

（二）核查意见

经核查，保荐机构认为：

1、报告期内，发行人主要产品交流电动工具、锂电电动工具的核心生产工序包括铝件车床加工、外圆磨、珩磨、转子点焊及滴漆、定子浸漆、转子压铁芯及平稳块、定子滴胶及浸漆、控制器焊接及灌胶等工序，上述核心生产工序均由发行人自主完成；发行人出于最大化利用产能资源、聚焦核心工艺、提升生产加工过程效率等因素考量，将铝件压铸及喷漆、转套及气缸部件热处理、注塑、电子组件加工、铁件毛坯加工等非核心生产工序交由委托加工服务供应商完成，委托加工服务供应商相关配套设施齐全、经验丰富，发行人将上述工序交由其来实施具备较强的经济性；

2、发行人已说明与国内外市场的主要竞争对手在核心技术、产品类型、具体产品性能指标、研发投入、生产模式、生产工艺、市场占有率、客户结构、客户数量、销售模式及渠道等方面的异同；发行人的竞争优势主要体现在行业地位

显著、客户群体优质、技术水平突出等方面，核心技术具备较高的技术壁垒；发行人的“公司是全球排名前列、国内排名领先的电锤、电镐生产商”的相关信息披露准确，认定依据客观、充分；

3、发行人继受取得的专利不属于核心技术，并未直接应用于产品，专利权属不存在纠纷或潜在纠纷；报告期内，发行人研发投入金额较大，发行人研发机制、研发人员、研发强度能满足研发需求；由于研发模具费用剔除以及研发人员薪酬差异的影响，发行人研发费用率低于可比公司具备合理性；研发能力及技术实力较强，获得了多项专利技术，在交流、锂电电动工具领域形成了多项核心技术成果，并已实现将核心技术成果成功转化到公司主要产品中，发行人核心技术产品收入占比较高，发行人研发成果转化能力较强；发行人研发投入能够与发行人的技术水平、市场地位、销售情况相匹配；

4、报告期内，发行人存在委托西安交通大学、嘉兴大学、江苏大学、浙江科技大学开展研发项目的情形，上述委托研发活动均系对发行人自主研发活动的辅助，主要系通过校企合作的方式为研发过程中产品造型设计、前期技术探索等方面提供辅助，发行人不存在发明专利、实用新型专利、外观设计专利来源于委托研发活动的情况，委托研发活动形成的相关设计方案、技术资料等未在发行人生产中发挥关键作用，亦不属于核心技术；发行人委托西安交通大学、嘉兴大学开展的研发项目中，发行人对相关成果在使用和转让方面不存在权利限制，不存在纠纷风险；发行人委托江苏大学开展的研发项目中，发行人后续不涉及直接使用或转让项目产生的技术成果及知识产权的情况，相关委托研发项目不存在纠纷风险；发行人委托浙江科技大学开展的研发项目中，发行人对研究成果有使用权，预计后续不存在转让相关技术成果的情形，预计不存在纠纷风险；

5、发行人已在申请文件 7-9-2《关于符合国家产业政策和北交所定位的专项说明》中补充完善相关内容。

二、公司治理与独立性

问题 2.关联交易与同业竞争风险

根据申请文件及公开信息：（1）报告期内，公司向关联方采购金额分别为 2,261.49 万元、2,845.65 万元和 3,394.81 万元，占当期采购总额的比例分别为 4.58%、4.84%和 4.54%。（2）公司所处的浙江省永康市是中国重要的五金工具生产和出口基地，实际控制人亲属及其控制的洪铭齿轮、铭胜工贸、协力球铁等关联供应商均从事电动工具等相关产业，符合当地产业特色。（3）报告期发行人向前五大供应商洪铭齿轮/贝朗齿轮的关联采购金额逐年增加。发行人向关联方铭胜工贸和协力球铁采购原材料和委托加工服务，同时 2022 年向关联方铭胜工贸零星销售废料 16.64 万元。（4）经公开信息查询，部分供应商注册资本较低，参保人数较少，成立时间较短。

请发行人：（1）说明发行人向洪铭齿轮、铭胜工贸、协力球铁等关联供应商采购的内容、交易背景以及相关交易与发行人主营业务的关系，结合可比市场公允价格、第三方交易价格、关联方与其他交易方的价格等，说明关联交易的公允性，是否存在对发行人或关联方的利益输送；说明发行人向铭胜工贸同时存在关联采购和销售的背景及合理性。（2）列表说明发行人实际控制人亲属参股或控制企业的股权结构、设立时间及背景、经营范围、主营业务收入构成及业务规模、主要客户、与发行人交易占比情况等，说明贝朗齿轮成立时间较短即成为发行人主要供应商的原因及合理性，相关企业是否由发行人实际控制人实际控制；说明洪铭齿轮、贝朗齿轮等主要供应商的关联采购规模与关联方经营能力是否匹配，是否与发行人其他客户及供应商存在交易或资金往来情况，是否存在为发行人代垫成本费用等利益输送行为。（3）结合前述亲属关联企业的取得资质、主要产品、产业链位置等，说明是否与发行人存在竞争性业务，是否存在客户供应商重叠的情况，是否存在让渡商业机会等利益输送行为。（4）说明发行人对废料客户的选取标准、定价机制及公允性、销售数量、金额、毛利率、合作时间、与发行人的关联关系、是否存在专为发行人服务的情形，说明各期废料产生、过磅、出售等环节数量与原材料投料数量、产成品产量是否匹配，废料成本核算、投料结构、废料产出率是否存在异常变动，公司是否存在通过销售废料调节经营业绩的情况，是否存在其他利益安排。（5）说明关联方认定、

关联交易披露是否准确、完整。

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、说明发行人向洪铭齿轮、铭胜工贸、协力球铁等关联供应商采购的内容、交易背景以及相关交易与发行人主营业务的关系，结合可比市场公允价格、第三方交易价格、关联方与其他交易方的价格等，说明关联交易的公允性，是否存在对发行人或关联方的利益输送；说明发行人向铭胜工贸同时存在关联采购和销售的背景及合理性

（一）说明发行人向洪铭齿轮、铭胜工贸、协力球铁等关联供应商采购的内容、交易背景以及相关交易与发行人主营业务的关系，结合可比市场公允价格、第三方交易价格、关联方与其他交易方的价格等，说明关联交易的公允性，是否存在对发行人或关联方的利益输送

1、说明发行人向洪铭齿轮、铭胜工贸、协力球铁等关联供应商采购的内容、交易背景以及相关交易与发行人主营业务的关系

报告期内，公司存在向关联供应商洪铭齿轮/贝朗齿轮、铭胜工贸、协力球铁、战胜五金、永康市卢溪副食店/宇思餐饮、未来万家采购原材料及委托加工服务、员工餐饮服务及工程材料的情形，具体情况如下：

序号	关联供应商名称	采购内容	交易背景	相关交易与公司主营业务的关系
1	洪铭齿轮/贝朗齿轮	齿轮等原材料及委托加工服务	齿轮为电锤、电镐等电动工具产品传动部件，公司因产品生产需要，有齿轮等铁件采购需求，洪铭齿轮/贝朗齿轮实控人曹美德为公司实控人曹美芬之堂弟，其主动接洽公司，双方就合作条款达成一致后开展合作	公司向洪铭齿轮/贝朗齿轮采购的齿轮等部件为公司主营的电锤、电镐等电动工具产品传动部件
2	铭胜工贸	铝件等原材料及委托加工服务	齿轮箱、直筒、中间盖等铝件为电锤、电镐等电动工具产品结构件，公司因产品生产需要，有上述铝件采购、委托加工需求，铭胜工贸实控人曹树胤为公司实控人曹美芬之兄，协力球铁实控人曹成挺为曹树胤之子，双方接洽后，就合作条款达成一致后开展合作	公司向铭胜工贸、协力球铁采购的齿轮箱、直筒、中间盖等铝件为公司主营的电锤、电镐等电动工具产品结构件
3	协力球铁	铝件等原材料及委托加工服务		
4	战胜五金	机物料、包装材料等杂物	公司因产品生产需要，存在机物料、包装材料等采购需求，战胜五	公司向战胜五金采购的机物料、包装材

序号	关联供应商名称	采购内容	交易背景	相关交易与公司主营业务的关系
			金经营者冯小玲为公司财务负责人吴锡良之配偶，经吴锡良介绍，双方接洽后，就合作条款达成一致后开展合作	料等杂物为公司主营的电锤、电镐等电动工具产品生产过程所用工具以及相应包装材料
5	永康市卢溪副食店/宇思餐饮	员工餐饮服务	公司员工人数较多，有集中就餐需求，永康市卢溪副食店/宇思餐饮经营者卢溪为公司董事胡新年之妹夫，经胡新年介绍，双方接洽后，就合作条款达成一致后开展合作	公司向永康市卢溪副食店/宇思餐饮采购的员工餐饮服务是公司开展研发、生产及销售等主营业务活动的必要支持性活动
6	未来万家	电缆线等工程材料	2023 年，公司新建位于金智路 58 号的厂房过程中，存在阻燃铜单线、多芯铜线、耐火双绞线等电缆线类工程材料采购需求，未来万家执行董事、经理舒荣军为公司实控人曹美芬之妹夫，双方接洽后，就合作条款达成一致后开展合作	公司出于新建厂房需要向未来万家采购电缆线等工程材料，新建厂房是公司持续开展和扩张主营业务的必要工作

2、结合可比市场公允价格、第三方交易价格、关联方与其他交易方的价格等，说明关联交易的公允性

（1）洪铭齿轮/贝朗齿轮

1）与可比市场公允价格对比

报告期内，公司向洪铭齿轮/贝朗齿轮采购的齿轮包括大齿轮、二号平板齿、缸套齿、一号齿轮、中齿轮、锥齿轴等多个品类，各品类齿轮包含的型号、规格等较为繁杂，不同型号、规格的齿轮由于形状、材料用量不同，价格存在差异，且公司电动工具产品的齿轮部件需要根据产品布局、功能需求等进行设计，存在一定的定制化特点，公开市场中不存在直接可比较的公允价格。公司在向洪铭齿轮/贝朗齿轮采购齿轮原材料时，会将主要齿轮型号向非关联方进行询价比价，以确保向洪铭齿轮/贝朗齿轮采购价格公允。

2）与第三方交易价格对比

报告期内，公司向关联方洪铭齿轮/贝朗齿轮采购情况如下：

单位：万元

采购类别	2025 年 1-6 月		2024 年度		2023 年度		2022 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
委托加工服务采购	247.36	25.83%	-	-	-	-	-	-
原材料采购	710.18	74.17%	2,305.32	100.00%	1,862.01	100.00%	1,448.09	100.00%
合计	**957.54**	**100.00%**	**2,305.32**	**100.00%**	**1,862.01**	**100.00%**	**1,448.09**	**100.00%**

①公司向洪铭齿轮/贝朗齿轮采购的委托加工服务比价情况

报告期内，公司仅在 2025 年 1-6 月存在向洪铭齿轮/贝朗齿轮采购齿轮等铁件委托加工服务的情况，采购金额为 247.36 万元。2025 年 1-6 月，公司向洪铭齿轮/贝朗齿轮采购的委托加工服务比价具体情况如下：

单位：元/只、万元

委托加工的材料品类	2025 年 1-6 月			
	关联方采购单价	第三方采购单价	价格差异率	比价金额
缸套齿	2.13~3.63	2.26~3.58	-5.75%~1.40%	55.73
一号齿轮	1.09~1.29	1.16~1.50	-6.03%~0%	28.91
锥齿轴	1.15~1.24	1.17~2.47	-1.71%~0%	33.57
大齿轮	2.03~3.34	2.01~3.40	0%	28.25
中齿轮	2.81~2.82	2.47~3.58	0%	17.93
合计	-	-	-	**164.39**
对该关联方委托加工服务采购总额	-	-	-	**247.36**
比价比例	-	-	-	**66.46%**

注 1：由于同一品类原材料的材质、规格、型号等要素会有所不同，故采购单价存在一定区间；对于存在材质、规格、型号等要素区别的同品类材料，公司分别计算关联方采购单价、第三方（非关联）采购单价，并分别进行比价，下同；
注 2：上表所列价格均为不含税价格，下同；
注 3：价格差异率=（采购单价-第三方价格）/第三方价格；如向关联方采购单价在第三方价格区间内的，价格差异率为 0，在区间外的，价格差异率为区间外关联采购单价相对于第三方价格的差异率，下同；
注 4：“比价金额”为公司进行比价的原材料品类及型号对应的采购金额，下同；
注 5：由于公司向供应商采购的原材料品类、型号较为繁杂，上表中列示了采购额占该供应商采购总额比例超过 50%的主要原材料品类及型号的比价情况，下同。
注 6：由于 2025 年 1-6 月公司不存在向其他非关联第三方供应商采购齿轮委托加工服务的情形，因此，不存在直接可比较的第三方交易价格，上表中的“第三方采购单价”为公司当年度向非关联第三方采购的缸套齿、一号齿轮等齿轮原材料单价（3.25~4.57 元/只、1.65~1.99 元/只等）分别减去缸套齿、一号齿轮等齿轮原材料成品平均耗用的钢材料成本（成品平均重量×众钢网 Cr20/Cr40/20CrMnTi 钢材当期平均单价）计算得出。

由上表可知，2025 年 1-6 月，公司向洪铭齿轮/贝朗齿轮采购的主要委托加

工服务价格与第三方采购价格差异较小，差异率均在 10%以内，公司对洪铭齿轮/贝朗齿轮采购委托加工服务价格公允。

②公司向洪铭齿轮/贝朗齿轮采购的原材料比价情况

A. 2025 年 1-6 月

单位：元/只、万元

原材料品类	2025 年 1-6 月			
	关联方采购单价	第三方采购单价	价格差异率	比价金额
大齿轮	3.03~6.11	3.09~8.41	-1.94%~0%	77.71
二号平板齿	2.25~2.29	2.25~2.89	0%	21.84
缸套齿	3.20~4.11	3.25~4.57	-1.54%~0%	114.93
一号齿轮	1.55~1.95	1.65~1.99	-6.06%~0%	76.54
中齿轮	3.82~4.22	3.82~4.93	0%	38.73
锥齿轴	1.55~1.76	1.57~2.87	-1.27%~0%	88.63
合计	-	-	-	**418.38**
对该关联方原材料采购总额	-	-	-	**710.18**
比价比例	-	-	-	**58.91%**

B. 2024 年度

单位：元/只、万元

原材料品类	2024 年度			
	关联方采购单价	第三方采购单价	价格差异率	比价金额
大齿轮	3.11~6.55	3.39~8.42	-8.26%~0%	268.69
二号平板齿	2.37~2.43	2.35~2.43	0%	64.44
缸套齿	3.28~3.57	3.25~3.62	0%	379.24
一号齿轮	1.53~1.96	1.73~2.04	-11.56%~0%	315.07
中齿轮	3.98~4.50	3.96~5.04	0%	132.75
锥齿轴	1.59~1.82	1.65~1.94	-3.64%~0%	298.92
合计	-	-	-	**1,459.11**
对该关联方原材料采购总额	-	-	-	**2,305.32**
比价比例	-	-	-	**63.29%**

C. 2023 年度

单位：元/只、万元

原材料品类	2023 年度			
	关联方采购单价	第三方采购单价	价格差异率	比价金额
大齿轮	3.22~7.26	3.10~9.11	0%	242.06
缸套齿	3.19~3.98	3.40~4.02	-6.18%~0%	330.45
一号齿轮	1.72~2.17	1.86~2.11	-7.53%~2.84%	185.03
中齿轮	4.01~5.07	4.04~5.46	-0.74%~0%	136.52
锥齿轴	1.64~1.89	1.69~1.98	-2.96%~0%	223.59
合计	-	-	-	**1,117.64**
对该关联方原材料采购总额	-	-	-	**1,862.01**
比价比例	-	-	-	**60.02%**

D. 2022 年度

单位：元/只、万元

原材料品类	2022 年度			
	关联方采购单价	第三方采购单价	价格差异率	比价金额
大齿轮	3.40~7.68	3.36~7.73	0%	116.05
缸套齿	3.23~4.09	3.48~4.24	-7.18%~0%	333.09
一号齿轮	1.75~2.25	1.90~2.29	-7.89%~0%	184.43
中齿轮	5.05~5.97	5.33~5.75	-5.25%~3.83%	28.84
锥齿轴	1.73~1.95	1.81~3.46	-4.42%~0%	188.63
合计	-	-	-	**851.04**
对该关联方原材料采购总额	-	-	-	**1,448.09**
比价比例	-	-	-	**58.77%**

由上表可知，报告期内，公司向洪铭齿轮/贝朗齿轮采购的主要原材料采购价格与第三方采购价格差异较小，差异率基本在 10%以内，公司对洪铭齿轮/贝朗齿轮采购原材料价格公允。

2024 年度，公司向洪铭齿轮/贝朗齿轮采购的部分一号齿轮单价与向第三方采购单价的价格差异率为-11.56%，主要系公司向洪铭齿轮/贝朗齿轮采购的一号齿轮存在多个细分型号，其中 2024 年公司向其采购的“一号齿轮/25A 双功能/27 齿/配 5 齿”等型号由于规格相对较小，对应单价较低，为 1.53~1.54 元/只，低于

公司向非关联第三方采购的其他型号一号齿轮单价（1.73~2.04 元/只）。因此，公司向洪铭齿轮/贝朗齿轮采购的一号齿轮与向非关联第三方采购的一号齿轮在具体型号上存在差异，导致公司向洪铭齿轮/贝朗齿轮的部分一号齿轮采购单价较低，相关差异具备合理性。

3）与关联方与其他交易方的交易价格对比

如上文所述，由于公司电动工具产品的齿轮部件需要根据产品布局、功能需求等进行设计，存在一定的定制化特点，因此，公司向洪铭齿轮/贝朗齿轮采购的齿轮型号与洪铭齿轮/贝朗齿轮向其他交易方销售的齿轮型号整体存在较大差异，仅 2023 年度有“0810A”、“0845”等少量齿轮型号较为相似，其采购价格比较情况具体如下：

单位：元/只

序号	洪铭齿轮/贝朗齿轮交易方	采购时间	具体型号	采购单价（不含税）	采购单价差异
1	公司	2023 年 4 月	齿轮\0810A\41 齿\配 7 齿	3.56	-4.30%
	永康市龙能电动工具厂	2023 年 10 月	0810A 齿轮	3.72	
2	公司	2023 年 4 月	大齿轮\0845KT\42 齿\配 6 齿	3.56	-6.56%
	永康市龙能电动工具厂	2023 年 10 月	0845 齿轮	3.81	

由上表可知，公司向洪铭齿轮/贝朗齿轮采购的“0810A”、“0845”等型号齿轮原材料价格与洪铭齿轮/贝朗齿轮向其他交易方销售价格整体差异较小，差异率在 10%以内，采购价格具备公允性。

（2）铭胜工贸

1）与可比市场公允价格对比

公司向铭胜工贸采购的铝零部件主要为齿轮箱、铝直筒、机壳、支架、中间盖、上盖等品类，每个品类铝零部件的型号、形状、规格等较为繁杂，且公司产品的主要铝零部件需要根据产品形状、功能需求等进行设计，存在一定的定制化特点，为非标产品，公开市场中不存在直接可比较的公允价格。公司在向铭胜工贸采购时，会将主要铝零部件型号向非关联方进行询价比价，以确保向铭胜工贸采购价格公允。

2）与第三方交易价格对比

报告期内，公司向关联方铭胜工贸采购情况如下：

单位：万元

采购类别	2025 年 1-6 月		2024 年度		2023 年度		2022 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
委托加工服务采购	56.79	33.90%	602.84	70.24%	769.84	79.85%	453.52	56.46%
原材料采购	110.75	66.10%	255.41	29.76%	194.24	20.15%	349.76	43.54%
合计	**167.54**	**100.00%**	**858.25**	**100.00%**	**964.08**	**100.00%**	**803.28**	**100.00%**

①公司向铭胜工贸采购的委托加工服务比价情况

报告期内，公司向铭胜工贸采购的委托加工服务比价具体情况如下：

A. 2025 年 1-6 月

单位：元/只、万元

委托加工的材料品类	2025 年 1-6 月			
	关联方采购单价	第三方采购单价	价格差异率	比价金额
齿轮箱	1.34~14.17	1.43~14.72	-6.29%~0%	41.43
铝直筒	1.12~9.27	1.14~26.52	-1.75%~0%	8.62
合计	-	-	-	**50.05**
对该关联方委托加工服务采购总额	-	-	-	**56.79**
比价比例	-	-	-	**88.13%**

B. 2024 年度

单位：元/只、万元

委托加工的材料品类	2024 年度			
	关联方采购单价	第三方采购单价	价格差异率	比价金额
齿轮箱	1.31~14.46	1.30~14.63	0%	256.24
铝直筒	1.12~11.40	1.11~12.87	0%	115.42
机壳	8.88~14.32	9.20~15.00	-3.48%~0%	64.88
支架	0.66~1.19	0.68~1.26	-2.94%~0%	31.07
中间盖	0.66~3.99	0.64~4.20	0%	99.04
上盖	3.07~4.32	3.04~4.24	0%~1.89%	15.97
合计	-	-	-	**582.61**
对该关联方委托加工服	-	-	-	**602.84**

委托加工的材料品类	2024 年度			
	关联方采购单价	第三方采购单价	价格差异率	比价金额
务采购总额				
比价比例	-	-	-	**96.64%**

C. 2023 年度

单位：元/只、万元

委托加工的材料品类	2023 年度			
	关联方采购单价	第三方采购单价	价格差异率	比价金额
齿轮箱	1.20~9.80	1.23~10.62	-2.44%~0%	289.99
铝直筒	1.12~11.40	1.21~11.40	-7.44%~0%	183.46
机壳	8.88~10.87	8.72~10.99	0%	32.59
支架	0.66~0.92	0.67~0.90	-1.49%~2.22%	17.32
中间盖	0.68~2.19	0.74~3.51	-8.11%~0%	93.58
合计	-	-	-	**616.94**
对该关联方委托加工服务采购总额	-	-	-	**769.84**
比价比例	-	-	-	**80.14%**

D. 2022 年度

单位：元/只、万元

委托加工的材料品类	2022 年度			
	关联方采购单价	第三方采购单价	价格差异率	比价金额
齿轮箱	1.41~8.77	1.53~10.58	-7.84%~0%	164.90
铝直筒	1.12~2.28	1.14~10.95	-1.75%~0%	45.06
机壳	9.52~10.87	9.42~10.99	0%	3.83
支架	0.73~1.12	0.80~1.10	-8.75%~1.82%	32.54
中间盖	0.71~2.15	0.77~2.20	-7.79%~0%	47.01
合计	-	-	-	**293.35**
对该关联方委托加工服务采购总额	-	-	-	**453.52**
比价比例	-	-	-	**64.68%**

由上表可知，报告期内，公司向铭胜工贸采购的关联采购价格与第三方采购差异较小，差异率均在 10%以内，公司对铭胜工贸采购价格公允。

②公司向铭胜工贸采购的原材料比价情况

A. 2025 年 1-6 月

单位：元/只、万元

原材料品类	2025 年 1-6 月			
	关联方采购单价	第三方采购单价	价格差异率	比价金额
齿轮箱	32.11~44.19	34.81~48.10	-7.75%~0%	43.19
铝直筒	31.48~36.52	31.38~56.76	0%	40.04
合计	-	-	-	**83.23**
对该关联方原材料采购总额	-	-	-	**110.75**
比价比例	-	-	-	**75.15%**

注：由于公司向铭胜工贸采购的齿轮箱主要为“齿轮箱/65”等型号成品，采购的铝直筒主要为“铝直筒/65”等型号成品，与向非关联第三方采购的齿轮箱、铝直筒成品型号存在较大差异，价格可比性较差，但委托非关联第三方加工的齿轮箱、铝直筒成品型号差异较小，价格具有可比性。因此，上表中的“第三方采购单价”为公司当年度向非关联第三方采购的齿轮箱、铝直筒委托加工服务单价（1.43~14.72 元/只、1.14~26.52 元/只）分别加上“齿轮箱/65”型号成品、“铝直筒/65”型号成品平均耗用的铝原材料成本（成品平均重量×沪铝 2601/2505 大宗商品当年度平均单价）计算得出，下同。

B. 2024 年度

单位：元/只、万元

原材料品类	2024 年度			
	关联方采购单价	第三方采购单价	价格差异率	比价金额
齿轮箱	30.45~43.89	32.03~45.36	-4.93%~0%	100.78
铝直筒	34.62~36.26	31.22~42.98	0%	97.66
合计	-	-	-	**198.45**
对该关联方原材料采购总额	-	-	-	**255.41**
比价比例	-	-	-	**77.70%**

C. 2023 年度

单位：元/只、万元

原材料品类	2023 年度			
	关联方采购单价	第三方采购单价	价格差异率	比价金额
齿轮箱	30.15~41.88	32.09~41.11	-6.05%~1.88%	76.39
铝直筒	33.00~36.03	28.77~39.05	0%	79.88
合计	-	-	-	**156.27**
对该关联方原材料采购总额	-	-	-	**194.24**
比价比例	-	-	-	**80.45%**

D. 2022 年度

单位：元/只、万元

原材料品类	2022 年度			
	关联方采购单价	第三方采购单价	价格差异率	比价金额
齿轮箱	33.16~42.20	34.19~43.24	-3.01%~0%	69.42
铝直筒	32.50~44.08	30.89~40.70	0%~8.30%	195.08
合计	-	-	-	**264.51**
对该关联方原材料采购总额	-	-	-	**349.76**
比价比例	-	-	-	**75.63%**

由上表可知，报告期内，公司向铭胜工贸采购的主要原材料采购价格与第三方采购价格差异较小，差异率均在 10%以内，公司对铭胜工贸采购价格公允。

3）与关联方与其他交易方的交易价格对比

如上文所述，公司产品的主要铝零部件需要根据产品形状、功能需求等进行设计，存在一定的定制化特点，为非标产品，因此，公司向铭胜工贸采购的铝零部件与铭胜工贸向其他交易方销售的铝零部件在型号、形状或规格上存在较大差异，不存在相同型号、形状或规格的铝零部件，因此，公司向铭胜工贸采购价格与铭胜工贸与其他交易方的交易价格不具有可比性。

（3）协力球铁

1）与可比市场公允价格对比

公司向协力球铁采购的铝零部件主要为齿轮箱、铝直筒等品类，每个品类铝零部件的型号、形状、规格等较为繁杂，且公司产品的主要铝零部件需要根据产品形状、功能需求等进行设计，存在一定的定制化特点，为非标产品，公开市场中不存在直接可比较的公允价格。公司在向协力球铁采购时，会将主要铝零部件型号向非关联方进行询价比价，以确保向协力球铁采购价格公允。

2）与第三方交易价格对比

报告期内，公司对关联方协力球铁的采购单价和第三方采购单价对比情况如下：

①2025 年 1-6 月

单位：元/只、万元

原材料及委托加工的材料品类	2025 年 1-6 月			
	关联方采购单价	第三方采购单价	价格差异率	比价金额
齿轮箱	1.34~14.31	1.43~14.72	-6.29%~0%	100.46
铝直筒	1.20~12.28	1.14~26.52	0%	57.48
中间盖	0.71~3.95	0.73~4.95	-2.74%~0%	30.93
合计	-	-	-	**188.87**
对该关联方采购总额	-	-	-	**316.23**
比价比例	-	-	-	**59.73%**

②2024 年度

单位：元/只、万元

原材料及委托加工的材料品类	2024 年度			
	关联方采购单价	第三方采购单价	价格差异率	比价金额
齿轮箱	1.31~14.02	1.30~14.63	0%	61.42
铝直筒	1.12~12.28	1.11~12.87	0%	48.76
合计	-	-	-	**110.18**
对该关联方采购总额	-	-	-	**196.90**
比价比例	-	-	-	**55.96%**

由上表可知，报告期内，公司向协力球铁采购的采购单价与第三方采购单价差异较小，差异率均在 10%以内，公司对协力球铁采购价格公允。

3）与关联方与其他交易方的交易价格对比

如上文所述，公司产品的主要铝零部件需要根据产品形状、功能需求等进行设计，存在一定的定制化特点，为非标产品，因此，公司向协力球铁采购的铝零部件与协力球铁向其他交易方销售的铝零部件在型号、形状或规格上存在较大差异，不存在相同型号、形状或规格的铝零部件，因此，公司向协力球铁采购价格与协力球铁与其他交易方的交易价格不具有可比性。

（4）战胜五金

报告期内，公司向关联方战胜五金采购内容主要为机物料、包装材料等杂物，种类较为繁杂，可比性较差，公司根据市场价格与战胜五金协商确定采购价格，交易价格公允。报告期内，公司向关联方战胜五金采购金额分别为 10.12 万元、

19.56 万元、34.34 万元和 3.62 万元，总体金额很小，占各期利润总额的比例分别为 0.20%、0.28%、0.40%和 0.07%，占比极低。即使公司全部按照市场价格向非关联方采购相关杂物，预计对整体利润总额的影响也极小。

（5）永康市卢溪副食店/宇思餐饮

1）与可比市场公允价格对比

报告期内，公司向永康市卢溪副食店/宇思餐饮采购的员工餐饮服务类型主要为“普通员工午晚餐”、“客户、高管等午晚餐”等，价格分别为 7~8 元/人次、15 元/人次，上述价格水平为公司与永康市卢溪副食店/宇思餐饮参照永康市当地餐饮价格水平以及食材、人工等成本合理测算得出，菜品搭配和对应价格水平相匹配，与永康市当地餐饮市场价格水平不存在显著差异。因此，公司向关联方永康市卢溪副食店/宇思餐饮采购员工餐饮服务价格具备公允性。

2）与第三方交易价格对比

2024 年度，公司向关联方永康市卢溪副食店/宇思餐饮采购员工餐饮服务比价具体情况如下：

单位：元/人次、万元

用餐人员类型	2024 年度			
	关联方采购单价	第三方采购单价	价格差异率	比价金额
普通员工午晚餐	7.00、8.00	7.00、8.00	0%	106.39
客户、高管等午晚餐	15.00	15.00	0%	19.85
合计	-	-	-	**126.24**
对该关联方员工餐饮服务采购总额	-	-	-	**138.71**
比价比例	-	-	-	**91.01%**

注 1：公司采购的员工餐饮服务单价根据公司与餐饮服务供应商协商确定的餐饮标准执行；2024 年 6~11 月，由于公司搬迁进入新厂房，考虑到食堂运营成本上升，经协商，普通员工午晚餐对应的餐饮标准从 7 元/人次调整至 8 元/人次；
注 2：第三方采购单价数据来源于公司向永康市佳文餐饮管理有限公司采购的员工餐饮服务。

报告期内，除 2024 年度外，公司向关联方永康市卢溪副食店/宇思餐饮采购的普通员工午晚餐单价均为 7 元/人次，客户、高管等午晚餐单价均为 15 元/人次，与公司向非关联第三方永康市佳文餐饮管理有限公司采购的员工餐饮服务单价不存在差异。

综上，报告期内，公司向关联方永康市卢溪副食店/宇思餐饮采购的员工餐饮服务单价与向第三方采购的服务单价一致，并无差异。

3）与关联方与其他交易方的交易价格对比

报告期内，永康市卢溪副食店/宇思餐饮仅向公司提供员工餐饮服务，不存在与其他交易方的员工餐饮服务价格情况。

（6）未来万家

1）与可比市场公允价格对比

报告期内，公司仅 2023 年度向关联方未来万家购置工程材料电缆线，相关采购单价和市场价格比价具体情况如下：

单位：元/米，万元

电缆线型号	2023 年度			
	采购单价	市场价格	价格差异率	比价金额
阻燃铜单线				
其中：BV1*4	2.17	2.07	4.83%	7.18
BV 1*6	3.48	3.48	0%	2.09
BV1.5	0.93	0.94	-1.06%	4.23
BV2.5	1.36	1.34	1.49%	8.45
多芯铜线				
其中：BVR10	5.91	5.54	6.68%	1.18
BVR16	9.13	8.41	8.56%	4.56
BVR25	14.37	13.80	4.13%	7.19
BVR95	56.10	61.59	-8.91%	25.25
耐火双绞线				
其中：NH-RVS2*4	5.01	4.97	0.80%	4.51
合计	-	-	-	**64.64**
对该关联方采购总额	-	-	-	**90.02**
比价比例	-	-	-	**71.81%**

注 1：上表中选取的市场价格参考了 2025 年初阿里巴巴 1688.com 网站获取的同型号电缆线产品对应零售价格；

注 2：电缆线的主要材质为铜，沪铜 2504 大宗商品在 2025 年初较 2023 年平均单价上涨了 8.66%，为进一步增加可比性，上表中所列的“市场价格”为阿里巴巴 1688.com 网站零售价格剔除了铜商品价格上涨因素后折算的单价。

由上表可知，2023 年度，公司向未来万家采购的主要电缆线型号价格与市

场价格差异较小，差异率均在 10%以内，公司对未来万家采购价格公允。

2）与第三方交易价格对比

2023 年度，公司仅向未来万家采购上述型号的铜芯电缆线，不存在向其他供应商采购同型号铜芯电缆线的情况，因此，不存在可比的第三方交易价格。

3）与关联方与其他交易方的交易价格对比

2023 年度，公司向未来万家采购的上述型号电缆线单价与未来万家与其他交易方的交易价格对比情况具体如下：

单位：元/米

序号	未来万家交易方	具体型号	采购单价（不含税）	采购单价差异
1	公司	BV1*4	2.17	-9.21%
	十堰正泰电器华中销售有限公司		2.39	
2	公司	BV 1*6	3.48	-4.40%
	遂平县恒成五金机电销售有限公司		3.64	
3	公司	BV1.5	0.93	4.49%
	芜湖县叶春五金机电有限公司		0.89	
4	公司	BV2.5	1.36	-5.56%
	芜湖县叶春五金机电有限公司		1.44	
5	公司	BVR10	5.91	-7.08%
	宁波奉化新南新五金机电有限公司		6.36	
6	公司	BVR16	9.13	5.31%
	博罗县罗阳镇联升五金电器批发部		8.67	
7	公司	BVR25	14.37	-2.31%
	河北孜佐商贸有限公司		14.71	
8	公司	BVR95	56.10	7.14%
	博罗县罗阳镇联升五金电器批发部		52.36	
9	公司	NH-RVS2*4	5.01	-
	萍乡市名扬建材商贸有限公司		5.01	

由上表可知，2023 年度，公司向未来万家采购的主要型号电缆线单价与未来万家与其他交易方的交易价格差异较小，差异率均在 10%以内，公司对未来万家采购价格公允。

综上所述，与可比市场公允价格、第三方交易价格、关联方与其他交易方的

价格相比，公司向关联供应商采购价格具备公允性。

（7）如按照向非关联第三方采购价格等市场价格向上述关联方采购，对利润总额的具体影响

1）洪铭齿轮/贝朗齿轮

①委托加工服务

由上文可知，报告期内，公司向关联方洪铭齿轮/贝朗齿轮采购的委托加工服务关联采购和向第三方采购价格差异情况具体如下：

单位：万元

品类	2025 年 1-6 月		
	价格差异率①	比价金额②	差异金额③
缸套齿	-5.75%~1.40%	55.73	-3.20~0.78
一号齿轮	-6.03%~0%	28.91	-1.74~0
锥齿轴	-1.71%~0%	33.57	-0.57~0
大齿轮	0%	28.25	-
中齿轮	0%	17.93	-
比价金额合计	/	**164.39**	**-5.52~0.78**
对该关联方采购总额	/	**247.36**	/
比价比例	/	**66.46%**	/

结合上表比价样本，测算该关联方整体按照第三方价格采购对利润的影响，具体如下：

单位：万元

项目	2025 年 1-6 月
比价样本差异金额（A）	-5.52~0.78
委托加工服务比价比例（B）	66.46%
推断委托加工服务总体差异金额（C=A/B）	-8.31~1.17
当期利润总额（D）	5,016.73
测算该关联方整体按照第三方价格采购委托加工服务对利润总额的影响（E=C/D）	**-0.17%~0.02%**

②原材料

由上文可知，报告期内，公司向关联方洪铭齿轮/贝朗齿轮关联采购和向第三方采购价格差异情况具体如下：

原材料品类	2025 年 1-6 月			2024 年度			2023 年度			2022 年度		
	价格差异率①	比价金额②	差异金额③	价格差异率①	比价金额②	差异金额③	价格差异率①	比价金额②	差异金额③	价格差异率①	比价金额②	差异金额③
大齿轮	-1.94%~0%	77.71	-1.51~0	-8.26%~0%	268.69	-22.19~0	0%	242.06	-	0%	116.05	-
二号平板齿	0%	21.84	-	0%	64.44	-	/	/	/	/	/	/
缸套齿	-1.54%~0%	114.93	-1.77~0	0%	379.24	-	-6.18%~0%	330.45	-20.42~0	-7.18%~0%	333.09	-23.92~0
一号齿轮	-6.06%~0%	76.54	-4.64~0	-11.56%~0%	315.07	-36.42~0	-7.53%~2.84%	185.03	-13.93~5.25	-7.89%~0%	184.43	-14.55~0
中齿轮	0%	38.73	-	0%	132.75	-	-0.74%~0%	136.52	-1.01~0	-5.25%~3.83%	28.84	-1.51~1.10
锥齿轴	-1.27%~0%	88.63	-1.13~0	-3.64%~0%	298.92	-10.88~0	-2.96%~0%	223.59	-6.62~0	-4.42%~0%	188.63	-8.34~0
比价金额合计	/	**418.38**	**-9.04~0**	/	**1,459.11**	**-69.50~0**	/	**1,117.64**	**-41.98~5.25**	/	**851.04**	**-48.32~1.10**
对该关联方原材料采购总额	/	**710.18**	/	/	**2,305.32**	/	/	**1,862.01**	/	/	**1,448.09**	/
原材料比价比例	/	**58.91%**	/	/	**63.29%**	/	/	**60.02%**	/	/	**58.77%**	/

结合上表比价样本，测算该关联方整体按照第三方价格采购对利润的影响，具体如下：

单位：万元

项目	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
比价样本差异金额（A）	-9.04~0	-69.50~0	-41.98~5.25	-48.32~1.10
原材料比价比例（B）	58.91%	63.29%	60.02%	58.77%
推断原材料总体差异金额（C=A/B）	-15.35~0	-109.81~0	-69.95~8.76	-82.22~1.88
当期利润总额（D）	5,016.73	8,188.02	6,901.93	4,950.94
测算该关联方整体按照第三方价格采购原材料对利润总额的影响（E=C/D）	**-0.31%~0%**	**-1.34%~0%**	**-1.01%~0.13%**	**-1.66%~0.04%**

2）铭胜工贸采购

①委托加工服务

由上文可知，报告期内，公司向关联方铭胜工贸采购委托加工服务关联采购和向第三方采购价格差异情况具体如下：

单位：万元

委托加工品类	2025 年 1-6 月			2024 年度			2023 年度			2022 年度		
	价格差异率①	比价金额②	差异金额③	价格差异率①	比价金额②	差异金额③	价格差异率①	比价金额②	差异金额③	价格差异率①	比价金额②	差异金额③
齿轮箱	-6.29%~0%	41.43	-2.61~0	0%	256.24	-	-2.44%~0%	289.99	-7.08~0	-7.84%~0%	164.90	-12.93~0
铝直筒	-1.75%~0%	8.62	-0.15~0	0%	115.42	-	-7.44%~0%	183.46	-13.65~0	-1.75%~0%	45.06	-0.79~0

委托加工品类	2025 年 1-6 月			2024 年度			2023 年度			2022 年度		
	价格差异率①	比价金额②	差异金额③	价格差异率①	比价金额②	差异金额③	价格差异率①	比价金额②	差异金额③	价格差异率①	比价金额②	差异金额③
机壳	/	/	/	-3.48%~0%	64.88	-2.26~0	0%	32.59	-	0%	3.83	-
支架	/	/	/	-2.94%~0%	31.07	-0.91~0	-1.49%~2.22%	17.32	-0.26~0.38	-8.75%~1.82%	32.54	-2.85~0.59
中间盖	/	/	/	0%	99.04	-	-8.11%~0%	93.58	-7.59~0	-7.79%~0%	47.01	-3.66~0
上盖	/	/	/	0%~1.89%	15.97	0~0.30	/	/	/	/	/	/
比价金额合计	**/**	**50.05**	**-2.76~0**	**/**	**582.61**	**-3.17~0.30**	**/**	**616.94**	**-28.57~0.38**	**/**	**293.35**	**-20.23~0.59**
对该关联方委托加工服务采购总额	**/**	**56.79**	**/**	**/**	**602.84**	**/**	**/**	**769.84**	**/**	**/**	**453.52**	**/**
比价比例	**/**	**88.13%**	**/**	**/**	**96.64%**	**/**	**/**	**80.14%**	**/**	**/**	**64.68%**	**/**

结合上表比价样本，测算该关联方整体按照第三方价格采购委托加工服务对利润的影响，具体如下：

单位：万元

项目	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
比价样本差异金额（A）	-2.76~0	-3.17~0.30	-28.57~0.38	-20.23~0.59
委托加工服务比价比例（B）	88.13%	96.64%	80.14%	64.68%
推断委托加工服务总体差异金额（C=A/B）	-3.13~0	-3.28~0.31	-35.65~0.48	-31.27~0.92
当期利润总额（D）	5,016.73	8,188.02	6,901.93	4,950.94
测算该关联方整体按照第三方价格采购委托加工服务对利润总额的影响（E=C/D）	**-0.06%~0%**	**-0.04%~0%**	**-0.52%~0.01%**	**-0.63%~0.02%**

②原材料

由上文可知，报告期内，公司向关联方铭胜工贸关联采购和向第三方采购价格差异情况具体如下：

单位：万元

原材料品类	2025 年 1-6 月			2024 年度			2023 年度			2022 年度		
	价格差异率①	比价金额②	差异金额③	价格差异率①	比价金额②	差异金额③	价格差异率①	比价金额②	差异金额③	价格差异率①	比价金额②	差异金额③
齿轮箱	-7.75%~0%	43.19	-3.35~0	-4.93%~0%	100.78	-4.97~0	-6.05%~1.88%	76.39	-4.62~1.44	-3.01%~0%	69.42	-2.09~0
铝直筒	0%	40.04	-	0%	97.66	-	0%	79.88	-	0%~8.30%	195.08	0~16.19
比价金额合计	**/**	**83.23**	**-3.35~0**	**/**	**198.45**	**-4.97~0**	**/**	**156.27**	**-4.62~1.44**	**/**	**264.51**	**-2.09~16.19**
对该关联方原材料采购总额	**/**	**110.75**	**/**	**/**	**255.41**	**/**	**/**	**194.24**	**/**	**/**	**349.76**	**/**

原材料品类	2025 年 1-6 月			2024 年度			2023 年度			2022 年度		
	价格差异率①	比价金额②	差异金额③	价格差异率①	比价金额②	差异金额③	价格差异率①	比价金额②	差异金额③	价格差异率①	比价金额②	差异金额③
比价比例	**/**	**75.15%**	**/**	**/**	**77.70%**	**/**	**/**	**80.45%**	**/**	**/**	**75.63%**	**/**

结合上表比价样本，测算该关联方整体按照第三方价格采购原材料对利润的影响，具体如下：

单位：万元

项目	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
比价样本差异金额（A）	-3.35~0	-4.97~0	-4.62~1.44	-2.09~16.19
原材料比价比例（B）	75.15%	77.70%	80.45%	75.63%
推断原材料总体差异金额（C=A/B）	-4.45~0	-6.39~0	-5.74~1.79	-2.76~21.41
当期利润总额（D）	5,016.73	8,188.02	6,901.93	4,950.94
测算该关联方整体按照第三方价格采购原材料对利润总额的影响（E=C/D）	**-0.09%~0%**	**-0.08%~0%**	**-0.08%~0.03%**	**-0.06%~0.43%**

3）协力球铁

由上文可知，报告期内，公司向关联方协力球铁关联采购和向第三方采购价格差异情况具体如下：

单位：万元

品类	2025 年 1-6 月			2024 年度		
	价格差异率①	比价金额②	差异金额③	价格差异率①	比价金额②	差异金额③
齿轮箱	-6.29%~0%	100.46	-6.32~0	0%	61.42	-
铝直筒	0%	57.48	-	0%	48.76	-
中间盖	-2.74%~0%	30.93	-0.85~0	/	/	/
比价金额合计	**/**	**188.87**	**-7.17~0**	**/**	**110.18**	**-**
对该关联方采购总额	**/**	**316.23**	**/**	**/**	**196.90**	**/**
比价比例	**/**	**59.73%**	**/**	**/**	**55.96%**	**/**

结合上表比价样本，推断该关联方整体按照第三方价格采购对利润的影响，具体如下：

单位：万元

项目	2025 年 1-6 月	2024 年度
比价样本差异金额（A）	-7.17~0	-

项目	2025 年 1-6 月	2024 年度
比价比例（B）	59.73%	55.96%
推断总体差异金额（C=A/B）	-12.00~0	-
当期利润总额（D）	5,016.73	8,188.02
测算该关联方整体按照第三方价格采购对利润总额的影响（E=C/D）	**-0.24%~0%**	**-**

4）未来万家

由上文可知，公司向关联方未来万家相关关联采购和市场价格差异情况具体如下：

单位：万元

品类	2023 年度		
	价格差异率①	比价金额②	差异金额③
阻燃铜单线	/	/	/
其中：BV1*4	4.83%	7.18	0.35
BV 1*6	0%	2.09	-
BV1.5	-1.06%	4.23	-0.04
BV2.5	1.49%	8.45	0.13
多芯铜线	/	/	/
其中：BVR10	6.68%	1.18	0.08
BVR16	8.56%	4.56	0.39
BVR25	4.13%	7.19	0.30
BVR95	-8.91%	25.25	-2.25
耐火双绞线	/	/	/
其中：NH-RVS2*4	0.80%	4.51	0.04
比价金额合计	**/**	**64.64**	**-1.02**
对该关联方采购总额	**/**	**90.02**	**/**
比价比例	**/**	**71.81%**	**/**

结合上表比价样本，测算该关联方整体按照市场价格采购对利润的影响，具体如下：

单位：万元

项目	2023 年度
比价样本差异金额（A）	-1.02
比价比例（B）	71.81%

项目	2023 年度
推断总体差异金额（C=A/B）	-1.42
当期利润总额（D）	6,901.93
测算该关联方整体按照市场价格采购对利润总额的影响（E=C/D）	**-0.02%**

5）合计对利润总额的具体影响

报告期内，假设公司按照向非关联第三方采购价格等市场价格向上述关联交易对手方采购，对利润总额的影响如下：

序号	关联交易对手方名称	对利润总额的影响			
		2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
1	洪铭齿轮/贝朗齿轮-委托加工服务	-0.17%~0.02%	-	-	-
2	洪铭齿轮/贝朗齿轮-原材料	-0.31%~0%	-1.34%~0%	-1.01%~0.13%	-1.66%~0.04%
3	铭胜工贸-委托加工服务	-0.06%~0%	-0.04%~0%	-0.52%~0.01%	-0.63%~0.02%
4	铭胜工贸-原材料	-0.09%~0%	-0.08%~0%	-0.08%~0.03%	-0.06%~0.43%
5	协力球铁	-0.24%~0%	-	-	-
6	战胜五金	影响极小	影响极小	影响极小	影响极小
7	永康市卢溪副食店/宇思餐饮	-	-	-	-
8	未来万家	-	-	-0.02%	-
合计		**-0.87%~0.02%**	**-1.46%~0%**	**-1.63%~0.15%**	**-2.35%~0.49%**

注：对于战胜五金，由于公司向其采购的机物料、包装材料等杂物金额很小，即使公司全部按照市场价格向非关联方采购相关杂物，预计对整体利润总额的影响也极小，因此，在计算合计对利润总额的影响时，不考虑战胜五金。

综上所述，与可比市场公允价格、第三方交易价格、关联方与其他交易方的价格相比，公司向关联供应商采购价格具备公允性。假设公司按照向非关联第三方采购价格等市场价格向上述关联交易对手方采购，预计对利润总额的影响整体在-2.35%~0.49%以内，影响较小。

3、是否存在对发行人或关联方的利益输送

综上所述，公司与关联采购方交易背景具备合理性，交易内容与公司主营业务相关，双方交易价格具备公允性，因此，公司与关联采购方之间不存在利益输送。

（二）说明发行人向铭胜工贸同时存在关联采购和销售的背景及合理性

报告期内，公司向铭胜工贸采购铝件等原材料及委托加工服务的背景为：齿轮箱、直筒、中间盖等铝件为电锤、电镐等电动工具产品结构件，公司因生产需要，有上述铝件采购、委托加工需求，铭胜工贸实控人曹树胤为公司实控人曹美芬之兄，协力球铁实控人曹成挺为曹树胤之子，双方接洽后，就合作条款达成一致后开展合作。

报告期内，公司仅 2022 年度存在向铭胜工贸零星销售废料的情形，销售金额为 16.64 万元，相关合作背景为：公司电动工具产品的铝零部件在生产过程中产生的废铝等废料可进行熔炼回收，铭胜工贸主要从事铝件压铸生产业务，具备废铝熔炼回收相关设备及加工能力，双方接洽后，就零星废料销售合作达成一致后开展合作。2023 年之后，公司为减少与供应商之间的销售往来，已将主要的废料逐步销售至非供应商处集中处理。

综上所述，公司向铭胜工贸关联采购和销售活动是基于产品生产、废料处理等真实业务需求而发生，交易背景具备合理性。

二、列表说明发行人实际控制人亲属参股或控制企业的股权结构、设立时间及背景、经营范围、主营业务收入构成及业务规模、主要客户、与发行人交易占比情况等，说明贝朗齿轮成立时间较短即成为发行人主要供应商的原因及合理性，相关企业是否由发行人实际控制人实际控制；说明洪铭齿轮、贝朗齿轮等主要供应商的关联采购规模与关联方经营能力是否匹配，是否与发行人其他客户及供应商存在交易或资金往来情况，是否存在为发行人代垫成本费用等利益输送行为

（一）列表说明发行人实际控制人亲属参股或控制企业的股权结构、设立时间及背景、经营范围、主营业务收入构成及业务规模、主要客户、与发行人交易占比情况等，说明贝朗齿轮成立时间较短即成为发行人主要供应商的原因及合理性，相关企业是否由发行人实际控制人实际控制

实际控制人亲属从事五金行业的背景主要系浙江省永康市是中国重要的五金工具生产和出口基地，永康当地五金机电相关行业上下游产业链十分齐全，从事上述行业符合当地产业特色。

公司实际控制人的亲属参股或控制的企业情况如下：

企业名称	设立时间	股权结构	经营范围	主营业务收入构成及业务规模	主要客户	与发行人交易占比情况	是否由发行人实际控制人控制
永康市德凯塑业有限公司	2021/4/12	公司实际控制人李跃辉、曹美芬夫妇之子李炜垲持有64%股权	一般项目：塑料制品制造；金属材料制造；塑料制品销售；金属包装容器及材料制造；非金属矿及制品销售（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）	公司控制权在2022年8月已转让，但未完成工商变更手续，控制权转让前未实际开展业务	控制权转让前未实际开展业务	与发行人不存在交易	控制权转让后，不再受到发行人实际控制人及其近亲属控制
永康市德凯电缆有限公司	2021/4/8	公司实际控制人李跃辉、曹美芬夫妇之子李炜垲持有67%股权	一般项目：电线、电缆经营；金属工具制造；金属结构制造；五金产品批发（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）				
永康市德凯电工器材有限公司	2021/4/9	公司实际控制人李跃辉、曹美芬夫妇之子李炜垲持有60%股权	一般项目:电工器材制造;金属制日用品制造;电工器材销售（除依法须经批准的项目外,凭营业执照依法自主开展经营活动）				
武义曹家工贸有限公司	2023/12/18	公司实际控制人曹美芬之兄曹树胤持有50%股权，并担任执行董事、总经理、法定代表人；曹树胤之配偶徐笑媚持有50%股权	一般项目：门窗制造加工；金属门窗工程施工；五金产品制造；五金产品批发；五金产品零售；金属工具制造；金属工具销售；金属制日用品制造；金属制品销售；货物进出口；技术进出口（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）	未实际开展业务经营	未实际开展业务经营	与发行人不存在交易	否
铭胜工贸	2017/6/16	公司实际控制人曹美芬之兄	铜门、不锈钢门、机械配件、金属工具的制造、加工、销售。（依法须经批准的项	主要从事铝件毛坯加工	德硕科技	2024年公司向其采购金额为	否

企业名称	设立时间	股权结构	经营范围	主营业务收入构成及业务规模	主要客户	与发行人交易占比情况	是否由发行人实际控制人控制
		曹树胤实际控制的公司，曹树胤配偶之弟徐良江现持有该公司 100%股权	目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	业务，少量门窗制造业务。2024 年营业收入约 995 万元		858.25 万元，占其 2024 年营业收入的比例为 86.26%	
协力球铁	2001/8/25	公司实际控制人曹美芬之兄曹树胤曾持有 60%股权并担任执行董事，2023 年 7 月曹树胤将股权转让给其子曹成挺	一般项目：门窗制造加工；门窗销售；金属门窗工程施工；金属工具制造；金属工具销售；金属制日用品制造；金属结构制造；金属结构销售；五金产品制造（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）	主要从事铝件毛坯加工业务。2024 年营业收入约 243 万元	德硕科技	2024 年公司向其采购金额为 196.90 万元，占其 2024 年营业收入的比例为 81.03%	否
永康市鑫磊淼工具厂	2021/5/25	公司实际控制人曹美芬之妹曹美静出资设立的个人独资企业	一般项目：金属工具制造；金属工具销售（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）	未实际开展业务经营	未实际开展业务经营	与发行人不存在交易	否
浙江天下五金机电有限公司	2016/12/2	公司实际控制人曹美芬之妹夫舒荣军（曹美静配偶）持有 35%股权，并担任法定代表人、执行董	一般项目：五金产品批发；机械设备销售；机械设备租赁；计算机软硬件及辅助设备批发；办公设备销售；企业管理咨询；市场营销策划；企业形象策划；会议及展览服务；广告设计、代理；广告发布；版权代理；专业设计服务（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	未实际开展业务经营	未实际开展业务经营	与发行人不存在交易	否

企业名称	设立时间	股权结构	经营范围	主营业务收入构成及业务规模	主要客户	与发行人交易占比情况	是否由发行人实际控制人控制
		事、经理	动）。许可项目：第二类增值电信业务（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动，具体经营项目以审批结果为准）				
浙江未来万家五金机电有限公司	2011/1/10	公司实际控制人曹美芬之妹夫舒荣军（曹美静配偶）持有 20.5%股权，并担任法定代表人、执行董事、经理	一般项目：机械设备销售；机械电气设备销售；风动和电动工具销售；金属工具销售；金属切割及焊接设备销售；非金属矿及制品销售；电子产品销售；家用电器销售；特种劳动防护用品销售；农业机械销售；气压动力机械及元件销售；五金产品批发；五金产品零售；塑料制品销售；橡胶制品销售；厨具卫具及日用杂品批发；阀门和旋塞销售；办公设备销售；办公用品销售；润滑油销售；石油制品销售（不含危险化学品）；专用化学产品销售（不含危险化学品）；涂料销售（不含危险化学品）；互联网销售（除销售需要许可的商品）；企业管理咨询（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）	主要从事五金机电的销售和加盟代理业务。2024 年营业收入约 15.99 亿元	加盟商客户及其线上商城的客户	仅 2023 年公司向其采购建筑用工程材料，金额 90.02 万元，占其营业收入比例极低	否
浙江未来之星五金机电有限公司	2023/11/23	公司实际控制人曹美芬之妹夫舒荣军（曹美静配偶）持有 90%股权，并担任法定代表人、执行董	一般项目：机械设备销售；机械电气设备销售；风动和电动工具销售；金属工具销售；金属切割及焊接设备销售；非金属矿及制品销售；电子产品销售；特种劳动防护用品销售；农业机械销售；气压动力机械及元件销售；五金产品批发；五金产品零售；企业管理咨询（除依法须经批准的	未实际开展业务经营	未实际开展业务经营	与发行人不存在交易	否

企业名称	设立时间	股权结构	经营范围	主营业务收入构成及业务规模	主要客户	与发行人交易占比情况	是否由发行人实际控制人控制
		事、经理	项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）				
永康未来万家股权投资管理合伙企业（有限合伙）	2017/5/11	公司实际控制人曹美芬之妹夫舒荣军（曹美静配偶）持有 43%合伙份额，并担任执行事务合伙人	股权投资管理[未经金融等行业监管部门批准不得从事吸收存款、融资担保、代客理财、向社会公众集（融）资等金融业务]及相关咨询服务，合伙期限 2017 年 5 月 11 日至 2047 年 5 月 10 日（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	未实际开展业务经营，为加盟商持股平台	未实际开展业务经营	与发行人不存在交易	否
永康集优软件开发合伙企业（有限合伙）	2020/5/29	公司实际控制人曹美芬之妹夫舒荣军（曹美静配偶）持有 54%合伙份额，并担任执行事务合伙人	一般项目：软件开发（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）	未实际开展业务经营，为加盟商持股平台	未实际开展业务经营	与发行人不存在交易	否
永康鑫磊淼商贸合伙企业（有限合伙）	2024/4/18	公司实际控制人曹美芬之妹夫舒荣军（曹美静配偶）持有 17%合伙份额，并担任执行事务合伙人	一般项目：五金产品零售（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）	未实际开展业务经营，为加盟商持股平台	未实际开展业务经营	与发行人不存在交易	否
临溪投资	2020/12/23	公司董事胡新年持有 36.84%合伙份额，并担任执行事务	一般项目：股权投资（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）	未实际开展业务经营，为公司员工持股平台	未实际开展业务经营	与发行人不存在交易	否

企业名称	设立时间	股权结构	经营范围	主营业务收入构成及业务规模	主要客户	与发行人交易占比情况	是否由发行人实际控制人控制
		合伙人					
洪铭齿轮	2017/9/28	公司董事胡新年之妻弟曹雄持有 49%股权并担任法定代表人、执行董事、经理，实际控制人曹美芬之堂弟曹美德持有 51%股权，并担任监事	齿轮、齿轮变速箱、五金工具、园林工具、电动工具制造、加工、销售（依法须经批准的项目、经相关部门批准后方可开展经营活动）（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	主要从事齿轮及相关五金件生产销售业务。仅 2022 年有少量收入，2023 年至今暂无业务经营	德硕科技、金华市蓝钻工具有限公司、浙江金可曼电器有限公司	洪铭齿轮已将业务转移至贝朗齿轮，2023 年至今无业务经营。2024 年公司向贝朗齿轮采购金额为 2,305.32 万元，占其 2024 年营业收入的比例为 64.32%	否
贝朗齿轮	2020/7/2	公司董事胡新年之妻弟曹雄持股 49%并担任监事，实际控制人曹美芬之堂弟曹美德持有 51%股权，并担任法定代表人、执行董事、经理	一般项目：齿轮及齿轮减、变速箱销售；齿轮及齿轮减、变速箱制造；轴承、齿轮和传动部件制造；轴承、齿轮和传动部件销售；五金产品制造；高速精密齿轮传动装置销售（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）	主要从事齿轮及相关五金件生产销售业务。2024 年营业收入约 3,584 万元			否

企业名称	设立时间	股权结构	经营范围	主营业务收入构成及业务规模	主要客户	与发行人交易占比情况	是否由发行人实际控制人控制
欣瀚工贸	2020/6/10	公司实际控制人曹美芬之堂弟曹树星持有100%股权并担任执行董事、经理	一般项目：风动和电动工具制造；风动和电动工具销售；体育用品制造；体育用品及器材批发；户外用品销售；五金产品制造；五金产品批发；汽车零配件批发；摩托车零配件制造；摩托车及零配件零售；非公路休闲车及零配件制造；非公路休闲车及零配件销售；塑料制品制造；塑料制品销售；厨具卫具及日用杂品批发；电子产品销售；劳动保护用品销售；日用品销售；互联网销售（除销售需要许可的商品）（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）。许可项目：货物进出口；技术进出口（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动，具体经营项目以审批结果为准）	主要从事电镐配件铁头的制造与销售业务，2024年营业收入约225万元	德硕科技、华丽电器制造有限公司、浙江精力工具有限公司、正阳科技股份有限公司、永康市硬汉电器科技有限公司	2024年公司向欣瀚工贸/纳澎工贸采购金额为1,232.42万元，占其2024年营业收入的比例为86.25%	否
纳澎工贸	2023/9/6	公司实际控制人曹美芬之堂弟曹树星的配偶胡锦霞持有100%股权，曹树星担任法定代表人、执行董事、经理	一般项目：风动和电动工具制造；风动和电动工具销售；体育用品及器材零售；体育用品及器材制造；户外用品销售；五金产品制造；五金产品零售；非公路休闲车及零配件制造；非公路休闲车及零配件销售；塑料制品制造；塑料制品销售；厨具卫具及日用杂品批发；金属制日用品制造；日用品销售；互联网销售（除销售需要许可的商品）；电子产品销售；劳动保护用品销售；货物进出口（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）	主要从事电镐配件铁头的制造与销售业务。2024年营业收入约1,204万元			否

企业名称	设立时间	股权结构	经营范围	主营业务收入构成及业务规模	主要客户	与发行人交易占比情况	是否由发行人实际控制人控制
永康市博天工具有限公司	2015/7/23	公司实际控制人曹美芬之堂弟曹树星持有90%股权并担任执行董事、经理	电动工具、五金工具、园林工具，汽车配件、摩托车配件（不含发动机），不锈钢制品、健身器材，厨房用具、户外休闲用品（不含木竹制品）制造、加工、销售	未实际开展业务经营	未实际开展业务经营	与发行人不存在交易	否
纳凯工贸	2015/7/27	公司实际控制人曹美芬之堂弟曹树伟持有100%股权，并担任执行董事、经理	汽车配件、摩托车配件（不含发动机），五金工具、园林工具、电动工具、不锈钢制品、健身器材，厨房用具、户外休闲用品（不含木竹制品）制造、加工、销售；门，日用杂品（不含危险物品），润滑油销售；货物和技术进出口业务	主要从事电机组件制造与销售业务。2024 年营业收入约 1,604 万元	德硕科技、浙江闰驰机电有限公司、金华市蓝钻工具有限公司	2024 年公司向纳凯工贸/翊纬工具采购金额为 982.38 万元，占其 2024 年营业收入的比例为 61.14%	否
翊纬工具	2020/7/3	公司实际控制人曹美芬之堂弟曹树伟的配偶胡玉珍持有50%股权，胡玉珍之母程香华持有 50%股权，担任执行董事、经理	一般项目：风动和电动工具制造；五金产品制造；金属制日用品制造；汽车零部件及配件制造；摩托车零配件制造；金属加工机械制造；家用纺织制成品制造；体育用品制造；日用玻璃制品制造；家用电器制造；塑料制品制造（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）。许可项目：货物进出口；技术进出口（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动，具体经营项目以审批结果为准）	主要从事电机组件制造与销售业务。2024 年至今不再开展业务			否
创河五金	2018/4/12	公司实际控制人曹美芬之堂妹曹笑媛持有40%股权，并	五金工具、园林工具、日用金属制品、日用玻璃制品、模具、工艺品、家用电器、锁具、学校用具、旅游休闲用品、酒店用具制造、加工、销售；货物和技术进出口	主要从事五金件制造与销售业务。2024 年营业	德硕科技	2024 年公司向创河五金采购金额为 482.74 万元，占其 2024	否

企业名称	设立时间	股权结构	经营范围	主营业务收入构成及业务规模	主要客户	与发行人交易占比情况	是否由发行人实际控制人控制
		担任监事；曹笑媛之配偶李平和持有 60%股权，并担任执行董事、经理、法定代表人	业务（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	收入 482.74 万元		年营业收入的比例为 100.00%	
武义县众脉机电有限公司	2019/5/23	公司实际控制人曹美芬之堂妹曹笑媛持有 50%股权，并担任监事	机电产品及配件、气动工具及配件制造、加工、销售（依法须经批准的项目,经相关部门批准后方可开展经营活动）	未实际开展业务经营	未实际开展业务经营	与发行人不存在交易	否

注 1：根据李跃辉与应进江于 2022 年 6 月 3 日签署的《股权转让合同》、于 2022 年 9 月 9 日与应俊侃签署的《协议书》，双方约定以股权转让形式转让位于临溪小微创业园 5-1,5-2,5-3 号的工业用地使用权，自 2022 年 8 月应俊侃取得德凯电缆、德凯塑业、德凯电工三家公司部分股权，同时三家公司法定代表人变更为应俊侃起，德凯电缆、德凯塑业、德凯电工三家公司的经营权、经营风险已转让给应进江、应俊侃，三家公司全部债权债务及由于经营纠纷产生的法律责任均由对方承担。因此，三家公司已不属于公司实际控制人及其近亲属控制企业。

注 2：表格内信息来源于企查查等公开渠道查询、访谈供应商实控人或高管、查阅供应商的纳税申报表或财务报表、获取供应商出具的关于营业收入规模的说明。

洪铭齿轮、贝朗齿轮分别成立于 2017 年 9 月和 2020 年 7 月，二者股权结构一致（曹美德持股 51%、曹雄持股 49%）。洪铭齿轮前身为永康市洪铭齿轮制造有限公司（成立于 2015 年，于 2018 年注销），随着其业务发展，洪铭齿轮的场地、设备、人员等生产要素需升级更新，洪铭齿轮股东于 2020 年设立新主体贝朗齿轮，以该新主体进行生产要素的升级更新，保证齿轮产品的良品率和稳定性，从而提高产品品质和生产效率。2020 年至 2022 年期间为过渡阶段，洪铭齿轮以确保当前订单及时交付为主要经营目标，洪铭齿轮的业务逐步转移至贝朗齿轮，因此公司 2022 年与洪铭齿轮、贝朗齿轮均有进行合作。至 2022 年下半年，过渡阶段基本结束，洪铭齿轮的业务基本均已转移至贝朗齿轮，后续公司仅和贝朗齿轮进行交易往来。因此贝朗齿轮成立时间较短即成为发行人主要供应商具有合理性，发行人实际控制人并未实际控制相关企业。

（二）说明洪铭齿轮、贝朗齿轮等主要供应商的关联采购规模与关联方经营能力是否匹配，是否与发行人其他客户及供应商存在交易或资金往来情况，是否存在为发行人代垫成本费用等利益输送行为

1、说明洪铭齿轮、贝朗齿轮等主要供应商的关联采购规模与关联方经营能力是否匹配

（1）从经营情况来看，公司采购内容及规模与主要供应商实际经营业务及业务规模相匹配

名称	公司主要采购产品	关联交易金额（万元）				供应商实际经营业务	2022-2024 年供应商营业收入规模
		2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度		
洪铭齿轮/贝朗齿轮	齿轮等原材料及委托加工服务	957.54	2,305.32	1,862.01	1,448.09	主要从事齿轮及相关五金件生产销售业务	2,600.00-3,500.00 万元左右
铭胜工贸	铝件等原材料及委托加工服务	167.54	858.25	964.08	803.28	主要从事铝件毛坯加工业务，少量门窗制造业务	970.00-1,200.00 万元左右
协力球铁	铝件等原材料及委托加工服务	316.23	196.90	-	-	主要从事铝件毛坯加工业务	100.00-240.00 万元左右

（2）从双方合作历史来看，公司与上述供应商合作时间较长，报告期内不存在未及时交货或大规模退货等情况，具备较强的履约能力

名称	合作历史
洪铭齿轮/贝朗齿轮	2015 年曹美德、曹雄设立永康市洪铭齿轮制造有限公司（洪铭齿轮前身），与公司进行业务合作，后又成立贝朗齿轮与公司进行业务合作
铭胜工贸	2017 年开始合作
协力球铁	2001 年开始合作

综上，基于上述供应商的经营业务和规模、与公司的合作历史等情况，相关供应商的经营能力与公司的采购需求相匹配，能够切实保障公司原材料供应的稳定性和可靠性。

2、是否与发行人其他客户及供应商存在交易或资金往来情况，是否存在为发行人代垫成本费用等利益输送行为

报告期内，上述关联方中，铭胜工贸存在向发行人的铝锭供应商浩翔铝业采购铝锭的情况，因铭胜工贸与发行人合作过程中存在铝锭的垫料加工情形，其向同一供应商浩翔铝业采购铝锭，能及时满足发行人的委托加工业务需求，具有合理性；且铝锭为大宗商品，铭胜工贸、发行人向浩翔铝业采购铝锭均参考大宗商品公开价格结算，不存在为发行人代垫成本费用等利益输送行为。此外，铭胜工贸与发行人供应商欣瀚工贸因转贷行为产生资金拆借情形，与发行人业务无关，不存在为发行人代垫成本费用等利益输送行为。

通过走访发行人实际控制人亲属参股或控制的主要供应商，访谈其实控人并获取其客户和供应商名单，查阅其纳税申报表，查阅发行人关联方洪铭齿轮/贝朗齿轮、铭胜工贸以及比照关联方欣瀚工贸/纳澎工贸、纳凯工贸/翊纬工具的银行流水（上述提供银行流水的关联方主体交易金额占公司报告期各期采购商品和接受劳务的关联交易和比照关联交易的金额占比分别为 91.76%、92.85%、88.28%和 79.69%），除铭胜工贸与德硕科技供应商浩翔铝业、欣瀚工贸存在资金往来情况外，其他企业与发行人的主要客户及供应商不存在交易或资金往来情况，不存在为发行人代垫成本费用等利益输送行为。

三、结合前述亲属关联企业的取得资质、主要产品、产业链位置等，说明是否与发行人存在竞争性业务，是否存在客户供应商重叠的情况，是否存在让渡商业机会等利益输送行为

前述亲属关联企业均已取得营业执照等正常生产经营资质，其主要产品、产业链位置等情况如下：

企业名称	主要产品	产业链位置	是否与发行人存在竞争性业务	是否存在与发行人主要客户供应商重叠的情况	是否存在让渡商业机会等利益输送行为
永康市德凯塑业有限公司	公司控制权在2022年8月已转让，控制权转让前未实际开展业务	控制权转让前未实际开展业务	否	否	否
永康市德凯电缆有限公司					
永康市德凯电工器材有限公司					
武义曹家工贸有限公司	未实际开展业务经营	未实际开展业务经营	否	否	否
铭胜工贸	主要从事铝件毛坯加工业务，少量门窗制造业务	产业链上游	否	是，具体详见本问询函回复之“问题2”之“二、”之“（二）”之“2、是否与发行人其他客户及供应商存在交易或资金往来情况，是否存在为发行人代垫成本费用等利益输送行为”之回复	否
协力球铁	铝件毛坯加工	产业链上游	否	否	否
永康市鑫磊淼工具厂	未实际开展业务经营	未实际开展业务经营	否	否	否
浙江天下五金机电有限公司	未实际开展业务经营	未实际开展业务经营	否	否	否
浙江未来万家五金机电有限公司	主要从事五金机电的销售和加盟代理业务，销售产品涵盖多种五金机电产品	产业链下游	否	否	否
浙江未来之星五金机电有限公司	未实际开展业务经营	未实际开展业务经营	否	否	否
永康未来万家股权投资管理合伙	未实际开展业务经营，为加盟	未实际开展业务经营	否	否	否

企业名称	主要产品	产业链位置	是否与发行人存在竞争性业务	是否存在与发行人主要客户供应商重叠的情况	是否存在让渡商业机会等利益输送行为
企业（有限合伙）	商持股平台				
永康集优软件开发合伙企业（有限合伙）	未实际开展业务经营，为加盟商持股平台	未实际开展业务经营	否	否	否
永康鑫磊淼商贸合伙企业（有限合伙）	未实际开展业务经营，为加盟商持股平台	未实际开展业务经营	否	否	否
临溪投资	未实际开展业务经营，为公司员工持股平台	未实际开展业务经营	否	否	否
洪铭齿轮	齿轮等五金件	产业链上游	否	否	否
贝朗齿轮	齿轮等五金件	产业链上游	否	否	否
欣瀚工贸	铁头等配件	产业链上游	否	否	否
纳澎工贸	铁头等配件	产业链上游	否	否	否
永康市博天工具有限公司	未实际开展业务经营	未实际开展业务经营	否	否	否
纳凯工贸	转子轴等电机组件	产业链上游	否	否	否
翊纬工具	转子轴等电机组件	产业链上游	否	否	否
创河五金	冲锤、撞锤等五金件	产业链上游	否	否	否
武义县众脉机电有限公司	未实际开展业务经营	未实际开展业务经营	否	否	否

从上表可知，前述亲属关联企业分别处于公司的产业链上游或下游，或未开展实际经营；除铭胜工贸与德硕科技存在供应商重叠（重叠的供应商为浩翔铝业、欣瀚工贸）外，其他亲属关联企业不存在与德硕科技主要客户供应商重叠的情况。

未来万家处于公司产业链下游，未来万家从事五金机电的销售与加盟代理，产品涵盖工程钻机、螺杆机、无油机、发电机、起重设备、水泵、园林机械等五金机电产品，与发行人不存在竞争性业务；未来万家的客户为加盟商（其加盟商通过开设未来万家零售店的方式销售相关五金机电产品）及其线上商城的客户，供应商为各个五金机电品牌商，不存在与德硕科技的主要客户供应商重叠的情况，不存在让渡商业机会等利益输送行为。

除未来万家外，开展实际业务经营的前述亲属关联企业均位于产业链上游，属于公司供应商，与发行人不存在竞争性业务。

铭胜工贸与德硕科技存在供应商重叠，具体情形详见本问询函回复之“问题2”之“二、”之“（二）”之“2、是否与发行人其他客户及供应商存在交易或资金往来情况，是否存在为发行人代垫成本费用等利益输送行为”之回复，相关交易具有合理性，不存在让渡商业机会等利益输送行为。其他亲属关联企业不存在与德硕科技主要客户供应商重叠的情况，不存在让渡商业机会等利益输送行为。

四、说明发行人对废料客户的选取标准、定价机制及公允性、销售数量、金额、毛利率、合作时间、与发行人的关联关系、是否存在专为发行人服务的情形，说明各期废料产生、过磅、出售等环节数量与原材料投料数量、产成品产量是否匹配，废料成本核算、投料结构、废料产出率是否存在异常变动，公司是否存在通过销售废料调节经营业绩的情况，是否存在其他利益安排

（一）说明发行人对废料客户的选取标准、定价机制及公允性、销售数量、金额、毛利率、合作时间、与发行人的关联关系、是否存在专为发行人服务的情形

报告期内，公司废料主要为矽钢片废料（废铁）和铝毛坯废料（废铝）（两种废料销售金额的合计占比在 75%以上），公司主要综合考虑报价、对公司需求的响应速度、回款速度等多种因素选取废料客户。报告期内，公司与废料客户主要参考公开市场价格协商确定废料的销售价格，销售价格具有公允性。

报告期内，发行人向主要废料客户的具体销售情况如下：

单位：万元、吨

期间	序号	客户名称	废料内容	废料销售收入	废料收入占比	毛利率	销售数量
2025 年 1-6 月	1	永康市永宝再生资源有限公司	废铁	165.28	29.38%	100.00%	804.58
	2	东阳市达斐工贸有限公司	废铝	125.40	22.29%	100.00%	87.87
	3	浙江亮汉工贸有限公司	废铁	114.77	20.40%	100.00%	558.00
	4	永康市超跃再生资源回收有限公司	铁刨花	82.85	14.73%	100.00%	472.27
	5	永康市巨创金属制品有限公司	废铜	51.68	9.19%	100.00%	15.13
	合计			**539.98**	**95.98%**	-	-
2024 年度	1	浙江亮汉工贸有限公司	废铁	438.09	37.67%	100.00%	1,878.62

期间	序号	客户名称	废料内容	废料销售收入	废料收入占比	毛利率	销售数量
	2	东阳市达斐工贸有限公司	废铝	287.10	24.69%	100.00%	203.28
	3	永康市永宝再生资源有限公司	废铁	163.69	14.07%	100.00%	740.75
			铁刨花	51.57	4.43%	100.00%	242.80
	4	永康市超跃再生资源回收有限公司	铁刨花	91.74	7.89%	100.00%	495.48
	5	永康市巨创金属制品有限公司	废铜	44.28	3.81%	100.00%	12.28
	合计			**1,076.47**	**92.56%**	-	-
2023 年度	1	永康市广存废旧金属回收有限公司	废铁	510.40	51.43%	100.00%	2,004.91
	2	东阳市达斐工贸有限公司	废铝	218.19	21.99%	100.00%	163.93
	3	永康市永宝再生资源有限公司	铁刨花	126.90	12.79%	100.00%	560.59
	4	永康市博锐工贸有限公司	废铜	40.01	4.03%	100.00%	17.07
	5	永康市优旺工贸有限公司	废铝	35.78	3.61%	100.00%	24.71
	合计			**931.28**	**93.84%**	-	-
2022 年度	1	永康市广存废旧金属回收有限公司	废铁	286.78	33.11%	100.00%	1,043.89
	2	兰溪市佳荣工贸有限公司	废铁	154.06	17.78%	100.00%	473.59
	3	永康市优旺工贸有限公司	废铝	148.08	17.10%	100.00%	104.08
	4	浙江武义华荣球铁铸造有限公司	铁刨花	75.64	8.73%	100.00%	282.59
	5	永康市金顺达金属制品厂	废铜	54.66	6.31%	100.00%	14.43
	合计			**719.22**	**83.03%**	-	

由上表可见，发行人与废料主要客户销售内容主要为废铁、废铝。报告期内，公司废料销售的毛利率为 100%，系公司在生产过程中各工序产生的废料成本不易分摊，为简化核算，公司在核算产品成本时已经包含了生产过程中正常损耗的废料，因此公司不单独核算废料的成本。

发行人与上述主要废料客户的合作情况、关联关系等信息如下：

序号	客户名称	合作时间	关联关系	是否专门为发行人服务
1	永康市永宝再生资源有限公司	2022 年 6 月至今	无	否
2	东阳市达斐工贸有限公司	2020 年 3 月至今	无	否
3	浙江亮汉工贸有限公司	2024 年 1 月至今	无	否
4	永康市超跃再生资源回收有限公司	2024 年 7 月至今	无	否
5	永康市巨创金属制品有限公司	2024 年 12 月至今	无	否
6	永康市广存废旧金属回收有限公司	2022 年 2 月至今	无	否
7	永康市博锐工贸有限公司	2020 年 1 月至 2024 年 6 月	无	否
8	永康市优旺工贸有限公司	2018 年 3 月至 2024 年 4 月	无	否
9	兰溪市佳荣工贸有限公司	2021 年 1 月至 2022 年 6 月	无	否
10	浙江武义华荣球铁铸造有限公司	2007 年 6 月至 2023 年 1 月	无	否
11	永康市金顺达金属制品厂	2022 年 3 月至 2023 年 12 月	无	否

由上表可见，发行人与废料主要客户的合作时间较长，合作关系较为稳定，发行人与主要废料客户之间不存在关联关系，不存在废料客户专为发行人服务的情形。

（二）说明各期废料产生、过磅、出售等环节数量与原材料投料数量、产成品产量是否匹配，废料成本核算、投料结构、废料产出率是否存在异常变动，公司是否存在通过销售废料调节经营业绩的情况，是否存在其他利益安排

1、说明各期废料产生、过磅、出售等环节数量与原材料投料数量、产成品产量是否匹配，废料产出率是否存在异常变动

（1）各期废料产生、过磅、出售等环节

报告期内，公司矽钢片废料（废铁）主要形成于矽钢片的冲压环节，公司在将矽钢片冲压加工成铁芯的过程中会形成下角料（即矽钢片废料），公司将该部分下角料统一放置在废料区域，定期进行销售。公司铝毛坯废料（废铝）主要形成于铝毛坯加工的车床加工、钻孔加工等环节，公司在将铝毛坯加工成铝半成品的过程中会形成下角料（即铝毛坯废料），公司将该部分下角料统一放置在废料区域，定期进行销售。

报告期内，公司处于满负荷生产状态，公司原材料、半成品等存货周转较快，公司一般半个月到一个月会把矽钢片废料、铝毛坯废料进行销售，一般期末时废料亦会全部清理销售。公司在每次销售废料时会生成过磅单，过磅单为公司与废料客户结算的主要依据之一；报告期内，公司过磅单、废料销售发票、合同等单据都保留完整，公司废料产生、过磅、出售环节的废料数量一致。

（2）各期废料销售数量与原材料投料数量、产成品产量是否匹配，废料产出率是否存在异常变动

1）各期废料销售数量与原材料投料数量是否匹配，废料产出率是否存在异常变动

报告期内，铝毛坯废料和矽钢片废料的销售周期如下：

项目	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
铝毛坯废料销售次数（次）（A）	14	27	41	38
铝毛坯废料周转天数（天）（B=365/A）	**13.04**	**13.52**	**8.90**	**9.61**
矽钢片废料销售次数（次）（C）	6	17	11	17
矽钢片废料周转天数（天）（D=365/C）	**30.42**	**21.47**	**33.18**	**21.47**

注：2025 年 1-6 月废料周转天数为年化数据。

由上表可知，公司铝毛坯废料和矽钢片废料的存货周转天数较短，一般为 1 个月以内，公司废料能快速实现销售，不存在积压、滞销情形。

报告期内，铝毛坯的投入数量和废料销售数量的匹配情况如下：

项目	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
铝毛坯投入量（万千克）（A）	180.68	396.09	331.01	219.03
铝毛坯废料量（万千克）（B）	8.79	20.33	18.60	11.63
铝毛坯废料产生率（C=B/A）	**4.86%**	**5.13%**	**5.62%**	**5.31%**

注：上表“铝毛坯投入量”为当期生产领用的铝毛坯重量，“铝毛坯废料量”为当期清理出售的铝毛坯废料重量，下表矽钢片同。

由上表可知，报告期各期，铝毛坯废料产生率（即投入产出比）分别为 5.31%、5.62%、5.13%和 4.86%，2022 年-2024 年度，基本稳定；2025 年 1-6 月小幅下降，主要系公司 2025 年 6 月末在手订单较 2024 年末大幅增长 17.92%，由于 2025 年 6 月下半旬公司订单产品交付任务较重、停产盘点等原因，2025 年 6 月下半旬产出的铝毛坯废料在 2025 年 7 月上半月才完成清理销售，使得上述铝毛坯废料产

生率偏低；如考虑 2025 年 7 月上半月清理销售的铝毛坯废料量，2025 年 1-6 月铝毛坯废料产生率为 5.23%，与 2022 年-2024 年度基本一致。

报告期内，矽钢片的投入数量和废料销售数量的匹配情况如下：

项目	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
矽钢片投入量（万千克，A）	266.11	548.45	423.48	373.00
矽钢片废料量（万千克，B）	136.26	261.94	200.49	180.01
矽钢片废料产生率（C=B/A）	**51.20%**	**47.76%**	**47.34%**	**48.26%**

由上表可知，报告期各期，矽钢片废料产生率（即投入产出比）分别为 48.26%、47.34%、47.76%和 51.20%，较为稳定，不存在重大异常波动。

此外，矽钢片废料产生率较高，主要系矽钢片废料是在公司将矽钢片冲压加工成铁芯的过程中形成的下角料较多。简单通俗地理解，产成的铁芯为可使用部分，形成的下脚料（即矽钢片废料）为不可使用部分，后续作为废料销售。以公司电动工具产品中常用的“TS26”型号铁芯的生产为例，该型号铁芯成品中，矽钢片模块对应的重量约为 7,679.10g（标准重量，实际生产误差在 1%以内）。该型号铁芯成品中的矽钢片模块对应的立方体长、宽、高分别约为 7.20cm、5.75cm、4.50cm，可计算出生产该铁芯成品所需要的矽钢片原材料立方体体积最小为 186.3cm3（7.20cm×5.75cm×4.50cm）。由于矽钢片材料密度约为 7.70g/cm^3，可计算出生产该转子铁芯成品所需要的矽钢片原材料立方体重量约为 1.434.51g（7.70g/cm3×228.69cm3）。用成品中矽钢片模块对应的重量 679.10g 除以生产该成品所需要的矽钢片原材料立方体重量 1,434.51g，可得出该铁芯成品矽钢片利用率为 47.34%（679.10g/1,434.51g），则对应的矽钢片废料率为 52.66%（1-47.34%）。由于公司在实际生产中，会将矽钢片材料按照梅花状错位排列冲压，以提升原材料利用率，公司实际生产中废料率会相对略低。因此，公司报告期内矽钢片原材料整体废料率水平为 47.34%~51.20%，与计算矽钢片产品的理论废料率（52.66%）相近，符合公司的实际情况，具有合理性。

2）各期废料销售数量与产成品产量是否匹配，以及与同行业可比公司对比情况

报告期各期，矽钢片废料的销售数量与产品产量的匹配关系如下：

项目	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
废料的销售重量（万千克）（A）	136.26	261.94	200.49	180.01
产品产量（万台）（B）	169.46	366.34	279.07	252.14
废料的销售重量/产品产量（千克/台）（C=A/B）	**0.80**	**0.72**	**0.72**	**0.71**

由上表可知，报告期各期，公司矽钢片废料的销售重量与产品产量的配比比例分别为 0.71 千克/台、0.72 千克/台、0.72 千克/台和 0.80 千克/台，2022 年-2024 年度，基本稳定；2025 年 1-6 月小幅上升，主要系随着在手订单大幅上升（2025 年 6 月末在手订单较 2024 年末大幅上升 17.92%），公司 2025 年 1-6 月加大了对矽钢片的采购备货以及相应铁芯半产品（铁芯半产品为公司使用原材料矽钢片生产出的半成品）生产，2025 年 6 月底铁芯半成品以及存货自制半成品增长较快（自制半成品余额 2025 年 6 月末较 2024 年末大幅增长 17.44%），部分铁芯半成品尚未完成生产结转计入产成品，使得上述比例小幅上升。

同行业可比公司开创电气披露了其废料销售主要为废钢，其主要成分为铁，而公司矽钢片废料的主要成分也为铁，开创电气披露的废钢销售重量与产量匹配关系如下：

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
废钢销售重量（吨）（A）	709.94	2,352.34	1,757.64	1,786.00
总产量（万台）（B）	94.80	419.47	332.38	312.65
匹配关系（千克/台）（A/B/10）	0.75	0.56	0.53	0.57

由上表可知，开创电气废钢销售重量与总产量配比比例的范围在 0.53-0.75 左右，呈现逐年升高的趋势，变动趋势与公司总体趋势一致；至 2022 年 1-6 月其配比比例达到 0.75，与 2022 年-2024 年公司矽钢片废料率（0.71-0.72）较为接近，且略高于公司矽钢片废料率。

综上，发行人各期废料产生、过磅、出售等环节数量与原材料投料数量、产成品产量相匹配。

2、废料成本核算、投料结构是否存在异常变动，公司是否存在通过销售废料调节经营业绩的情况，是否存在其他利益安排

（1）废料成本核算

公司在生产过程中各工序产生的废料成本不易分摊，为简化核算，公司在核算产品成本时已经包含了生产过程中正常损耗的废料，因此公司不单独核算废料的成本。

（2）投料结构

报告期各期，公司各主要产品的收入构成基本稳定，交流电动工具为公司主营业务收入的主要组成部分，占公司主营业务收入的比例分别为 91.98%、92.71%、90.47%和 89.34%，公司主要产品的相对稳定导致投料结构的相对稳定。报告期各期，公司在生产环节的投料仍以铁采购件、铜采购件、铝采购件和塑料采购件为主，未发生重大异常变动。

报告期各期，公司对废料进行销售处理，处理方式一致，公司废料产生率基本稳定，与原材料投入量相匹配，且与同行业可比公司相比不存在重大差异，公司不存在通过销售废料调节经营业绩的情况，不存在其他利益安排。

此外，报告期各期，公司废料销售收入占公司营业收入比例分别为 1.19%、1.24%、1.21%和 1.10%，对公司经营业绩影响较小。

五、说明关联方认定、关联交易披露是否准确、完整

（一）关联方认定

根据《公司法》《企业会计准则第 36 号—关联方披露》《上市公司信息披露管理办法》及《北京证券交易所股票上市规则》等有关规定，梳理了关联方认定的相关情形，主要法律法规如下：

1、《公司法》

序号	对关联方的认定	《招股说明书》披露位置
1	控股股东	“第六节 公司治理”之“七、关联方、关联关系和关联交易情况”
2	实际控制人	
3	控股股东、实际控制人直接或者间接控制的企业	
4	董事、监事、高级管理人员	
5	董事、监事、高级管理人员直接或者间接控制的企业	
6	可能导致公司利益转移的其他关系	不适用

2、《企业会计准则第 36 号—关联方披露》

序号	对关联方的认定	《招股说明书》披露位置
1	该企业的母公司	发行人控股股东为自然人，不适用
2	该企业的子公司	“第六节 公司治理”之“七、关联方、关联关系和关联交易情况”
3	与该企业受同一母公司控制的其他企业	发行人控股股东为自然人，不适用
4	对该企业实施共同控制的投资方	不适用
5	对该企业施加重大影响的投资方	
6	该企业的合营企业	
7	该企业的联营企业	
8	该企业的主要投资者个人及与其关系密切的家庭成员。主要投资者个人，是指能够控制、共同控制一个企业或者对一个企业施加重大影响的个人投资者	“第六节 公司治理”之“七、关联方、关联关系和关联交易情况”
9	该企业或其母公司的关键管理人员及与其关系密切的家庭成员。关键管理人员，是指有权力并负责计划、指挥和控制企业活动的人员。与主要投资者个人或关键管理人员关系密切的家庭成员，是指在处理与企业的交易时可能影响该个人或受该个人影响的家庭成员	
10	该企业主要投资者个人、关键管理人员或与其关系密切的家庭成员控制、共同控制或施加重大影响的其他企业	

3、《上市公司信息披露管理办法》

序号		对关联方的认定	《招股说明书》披露位置
关联法人	1	直接或者间接地控制上市公司的法人（或者其他组织）	发行人控股股东为自然人，不适用
	2	由前项所述法人（或者其他组织）直接或者间接控制的除上市公司及其控股子公司以外的法人（或者其他组织）	
	3	关联自然人直接或者间接控制的、或者担任董事、高级管理人员的，除上市公司及其控股子公司以外的法人（或者其他组织）	“第六节 公司治理”之“七、关联方、关联关系和关联交易情况”
	4	持有上市公司百分之五以上股份的法人（或者其他组织）及其一致行动人	不适用
	5	在过去十二个月内或者根据相关协议安排在未来十二月内，存在上述情形之一的	“第六节 公司治理”之“七、关联方、关联关系和关联交易情况”
	6	中国证监会、证券交易所或者上市公司根据实质重于形式的原则认定的其他与上市公司有特殊关系，可能或者已经造成上市公司对其利益倾斜的法人（或者其他组织）	不适用
关联	1	直接或者间接持有上市公司百分之五以上股份的自	“第六节 公司治理”之

序号		对关联方的认定	《招股说明书》披露位置
自然人		然人	“七、关联方、关联关系和关联交易情况”
	2	上市公司董事、监事及高级管理人员	
	3	直接或者间接地控制上市公司的法人的董事、监事及高级管理人员	发行人控股股东为自然人，不适用
	4	上述第 1、2 项所述人士的关系密切的家庭成员，包括配偶、父母、年满十八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	“第六节 公司治理”之“七、关联方、关联关系和关联交易情况”
	5	在过去十二个月内或者根据相关协议安排在未来十二个月内，存在上述情形之一的	“第六节 公司治理”之“七、关联方、关联关系和关联交易情况”
	6	中国证监会、证券交易所或者上市公司根据实质重于形式的原则认定的其他与上市公司有特殊关系，可能或者已经造成上市公司对其利益倾斜的自然人	不适用

4、《北京证券交易所股票上市规则》

序号		对关联方的认定	《招股说明书》披露位置
关联法人	1	直接或者间接地控制上市公司的法人或者其他组织	发行人控股股东为自然人，不适用
	2	由前项所述主体直接或者间接控制的除上市公司及其控股子公司以外的法人或其他组织	
	3	关联自然人直接或者间接控制的、或者担任董事（不含同为双方的独立董事）、高级管理人员的，除上市公司及其控股子公司以外的法人或者其他组织	“第六节 公司治理”之“七、关联方、关联关系和关联交易情况”
	4	直接或者间接持有上市公司 5%以上股份的法人或其他组织，及其一致行动人	不适用
	5	在过去 12 个月内或者根据相关协议安排在未来 12 个月内，存在上述情形之一的	“第六节 公司治理”之“七、关联方、关联关系和关联交易情况”
	6	中国证监会、本所或者上市公司根据实质重于形式的原则认定的其他与公司有特殊关系，可能或者已经造成上市公司对其利益倾斜的法人或其他组织	不适用
关联自然人	1	直接或者间接持有上市公司 5%以上股份的自然人	“第六节 公司治理”之“七、关联方、关联关系和关联交易情况”
	2	上市公司董事、高级管理人员	
	3	直接或者间接地控制上市公司的法人的董事、监事及高级管理人员	发行人控股股东为自然人，不适用
	4	上述第 1-2 项所述关系密切的家庭成员，包括配偶、父母、年满 18 周岁的子女及其配偶、兄弟姐妹及其配偶，配偶的父母、兄弟姐妹，子女配偶的父母	“第六节 公司治理”之“七、关联方、关联关系和关联交易情况”
	5	在过去 12 个月内或者根据相关协议安排在未来 12 个月内，存在上述情形之一的	“第六节 公司治理”之“七、关联方、关联关系和关联交易情况”
	6	中国证监会、本所或者上市公司根据实质重于形式原则认定的其他与上市公司有特殊关系，可能或者已经造成上市公司对其利益倾斜的自然人	不适用

经核查，发行人关于关联方的认定已在《招股说明书》“第六节 公司治理”

之“七、关联方、关联关系和关联交易情况”准确、完整披露。

（二）关联交易的披露

保荐机构及申报会计师通过查阅关联销售、关联采购合同，对关联交易方进行走访、函证，通过发行人流水核查相关交易对价是否已实际支付，确认关联交易金额及关联交易真实性；执行穿行测试、细节测试等核查程序，并结合三方比价、市场价格等分析关联交易价格的公允性。

经核查，发行人已在《招股说明书》“第六节 公司治理”之“七、关联方、关联关系和关联交易情况”准确、完整披露报告期内的关联交易情况。

综上，公司关联方认定、关联交易披露准确、完整。

六、核查程序及核查意见

（一）核查程序

针对上述事项，保荐机构及申报会计师执行的核查程序如下：

1、查阅发行人与关联供应商交易合同等信息，访谈发行人财务负责人，了解发行人向关联供应商采购的内容、交易背景以及相关交易与发行人主营业务的关系；通过百度、1688、淘宝等网站搜索可比市场公允价格相关信息，访谈发行人财务负责人，了解是否存在可比的市场价格；将发行人向关联供应商采购价格与发行人向无关联第三方采购价格对比，确认发行人向关联供应商采购价格是否公允；访谈关联供应商，查看关联供应商向其他交易方销售发票等信息，将其交易价格与发行人向关联供应商采购价格对比，确认价格公允性；访谈发行人财务负责人，了解发行人向铭胜工贸同时存在关联采购和销售的背景及合理性；

2、获取公司控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员出具的调查表，对公司关联方情况进行全面梳理，并通过查询国家企业信用信息公示系统（www.gsxt.gov.cn）以及企查查（www.qcc.com）等网站复核公司关联方的完整性；

3、获取报告期内发行人的客户及供应商明细清单，通过查询工商信息、核查发行人、董监高（不含独立董事）及关键岗位人员的银行流水、现场走访等方式交叉复核潜在关联关系，并进一步通过纵向、横向比对采购、销售价格，审查

合同执行相关物流、现金流等方式检查商业合作背景；

4、获取并查阅公司主要关联方的工商资料，并将前述主体工商资料中登记的董事、监事、高级管理人员及经办人员信息与公司关联方清单、员工花名册等进行对比，核查是否与公司及其关联方存在其他关联关系；

5、对公司主要客户、供应商进行实地走访，访谈了解该等客户、供应商的股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员、业务经办人员是否与公司及其关联方存在关联关系或其他利益关系；

6、通过访谈发行人实际控制人亲属参股或控制企业的实控人并获取其客户和供应商名单、查阅相关经营业务资质、查阅纳税申报表、查阅关联方洪铭齿轮/贝朗齿轮、铭胜工贸以及比照关联方欣瀚工贸/纳澎工贸、纳凯工贸/翊纬工具的银行流水，核查相关企业是否由发行人实际控制人实际控制，是否与发行人主要客户及供应商存在交易或资金往来情况，是否存在为发行人代垫成本费用、让渡商业机会等利益输送行为；

7、结合对公司及主要关联方、公司控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员以及关键岗位人员银行流水的核查情况，核实公司关联方及关联交易披露的准确性及完整性；

8、获取公司报告期内的序时账、采购明细及销售明细；查阅关联销售、关联采购合同，对关联交易方进行走访、函证，确认关联交易金额及关联交易真实性；结合三方比价、市场价格等分析关联交易价格的公允性，是否存在利益输送或代垫成本费用等异常情形；执行穿行测试、细节测试等核查程序，并通过发行人流水核查相关交易对价的支付情况；

9、访谈发行人相关负责人，了解发行人废料客户的选取标准、主要废料客户的合作情况、废料定价机制和公允性；了解发行人废料的产生环节、与废料相关的内部控制制度及其运行情况、废料的成本核算方法等与废料销售有关的情况；

10、实地走访主要废料客户，访谈了解各主要废料客户的合作时间、交易金额及数量、双方交易的定价机制及公允性、是否与发行人存在关联关系、是否存在专为发行人服务的情形等事项；

11、函证报告期期主要废料客户的交易金额；

12、获取报告期内发行人废料销售台账，结合生产流程分析废料产出与原材料投料数量、产成品产量的匹配性；实地观察公司生产流程，运用数学公式模拟测算矽钢片原材料的整体废料率理论水平，与公司实际废料率比较是否存在重大差异；与同行业可比公司的废料率对比，进一步分析发行人废料率的合理性；

13、复核发行人废料成本的核算方法，结合发行人相关产品的投料结构，分析发行人是否存在通过销售废料调节经营业绩的情况，是否存在其他利益安排。

（二）核查意见

经核查，保荐机构及申报会计师认为：

1、发行人向洪铭齿轮、铭胜工贸、协力球铁等关联供应商采购的内容主要为原材料及委托加工服务、员工餐饮服务及工程材料等，均与发行人主营业务相关；发行人向关联供应商采购的价格具备公允性，不存在与关联采购方之间的利益输送；发行人向铭胜工贸关联采购和销售活动是基于产品生产、废料处理等真实业务需求而发生，交易背景具备合理性；

2、2015年曹美德和曹雄设立永康市洪铭齿轮制造有限公司（洪铭齿轮前身），与公司进行业务合作，后又逐渐将业务转移至贝朗齿轮，因此贝朗齿轮成立时间较短即成为发行人主要供应商具有合理性。发行人实际控制人亲属参股或控制企业并非由发行人实际控制人实际控制；洪铭齿轮、贝朗齿轮等主要供应商的关联采购规模与关联方经营能力匹配；铭胜工贸存在向发行人的铝锭供应商浩翔铝业采购铝锭的情况，因与发行人合作过程中存在铝锭的垫料加工情形，其向同一供应商浩翔铝业采购铝锭具有合理性，且铭胜工贸、发行人向浩翔铝业采购铝锭均参考大宗商品公开价格结算，不存在为发行人代垫成本费用等利益输送行为；此外，铭胜工贸与发行人供应商欣瀚工贸因转贷行为产生资金拆借情形，与发行人业务无关，不存在为发行人代垫成本费用等利益输送行为。除铭胜工贸外，其他主要供应商与发行人主要客户及供应商不存在交易或资金往来情况，不存在为发行人代垫成本费用等利益输送行为；

3、公司实际控制人前述亲属关联企业中，未来万家从事五金机电的销售与加盟代理，产品涵盖多种五金机电产品，与发行人不存在竞争性业务；未来万家的客户为加盟商及其线上商城的客户，供应商为各个五金机电品牌商，不存在与

德硕科技的主要客户供应商重叠的情况，不存在让渡商业机会等利益输送行为。除未来万家外，开展实际业务经营的前述亲属关联企业均位于产业链上游，属于公司供应商，与发行人不存在竞争性业务。铭胜工贸与德硕科技供应商浩翔铝业、欣瀚工贸存在重叠，相关交易具有合理性，不存在让渡商业机会等利益输送行为。其他亲属关联企业不存在与德硕科技主要客户供应商重叠的情况，不存在让渡商业机会等利益输送行为；

4、报告期内，公司主要综合考虑报价、对公司需求的响应速度、回款速度等多种因素选取废料客户，公司与废料客户主要参考公开市场价格协商确定废料的销售价格，销售价格具有公允性；公司与废料主要客户销售内容主要为废铁、废铝，废料销售的毛利率为 100%，主要系公司在生产过程中各工序产生的废料成本不易分摊，为简化核算，公司在核算产品成本时已经包含了生产过程中正常损耗的废料，因此公司不单独核算废料的成本；公司与废料主要客户的合作关系较为稳定，与主要废料客户之间不存在关联关系，不存在废料客户专为发行人服务的情形；公司各期废料销售数量与原材料投料数量、产成品产量相匹配，公司废料成本核算、投料结构、废料产出率不存在异常变动的情形；公司不存在通过销售废料调节经营业绩的情况，不存在其他利益安排；

5、公司已在《招股说明书》“第六节 公司治理”之“七、关联方、关联关系和关联交易情况”准确、完整披露关联方及关联交易情况，公司关联方认定、关联交易披露准确、完整。

三、财务会计信息与管理层分析

问题 3.业绩增长的原因及持续性

（1）业绩快速增长的原因

根据申请文件，报告期各期，公司主营业务收入分别为 72,789.20 万元、80,288.70 万元和 96,409.93 万元，扣非后归母净利润分别为 3,972.61 万元、5,909.79 万元和 6,756.79 万元。ODM 模式报告期内销售收入逐年增长，复合增长率为 19.78%；自有品牌销售收入整体呈现下降趋势，复合增长率为-8.15%。请发行人：①分产品按照下游应用领域（建筑施工、道路施工、室内装修等）列示主营业务收入构成情况，结合电动工具下游客户需求变化情况、投入趋势、市场竞争格局等，说明发行人收入和净利润快速增长的原因，与境内外客户的采购规模、经营业绩、下游应用领域产销量的匹配性。②量化说明不同产品类别及型号的交流电动工具、锂电电动工具的销量、单价、原材料价格波动等因素对净利润变动的影响程度，说明锂电电动工具 2024 年度销量大幅增加且各期平均单价低于交流电动工具的原因及合理性，收入增长的驱动因素来自新产品还是老产品，未来产品结构变化是否可能导致业绩大幅下滑，上述风险是否充分揭示。③结合 ODM 模式和自有品牌产品差异及终端销售情况，分析不同销售模式收入变动趋势不一致的原因。④结合报告期内房地产、基础设施建设市场整体产值及景气度变化、在手订单情况等，分析说明发行人收入和利润增长是否具有可持续性，与行业、可比公司业绩变动趋势是否一致，就发行人业绩持续性进行风险揭示。

回复：

一、分产品按照下游应用领域（建筑施工、道路施工、室内装修等）列示主营业务收入构成情况，结合电动工具下游客户需求变化情况、投入趋势、市场竞争格局等，说明发行人收入和净利润快速增长的原因，与境内外客户的采购规模、经营业绩、下游应用领域产销量的匹配性

（一）分产品按照下游应用领域（建筑施工、道路施工、室内装修等）列示主营业务收入构成情况

报告期内，公司主营业务收入按照细分产品类型构成及细分产品下游应用领

域情况具体如下：

单位：万元

细分产品类型	2025 年 1-6 月		2024 年度		2023 年度		2022 年度		下游应用领域
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比	
交流电动工具	**44,847.63**	**89.34%**	**85,905.76**	**90.47%**	**73,365.83**	**92.71%**	**65,860.08**	**91.98%**	/
其中：交流重锤	21,512.23	42.85%	41,588.51	43.80%	32,685.86	41.30%	29,058.86	40.58%	用于钻孔、加固、植筋等作业，适用于桥梁建造、隧道挖掘、工程植筋等建筑施工、道路施工领域作业场景
交流大电镐	13,328.12	26.55%	24,611.70	25.92%	23,257.75	29.39%	20,600.83	28.77%	用于破拆等作业，适用于桥梁建造、隧道挖掘、工程破拆等建筑施工、道路施工领域作业场景
交流小电镐	6,579.24	13.11%	12,845.21	13.53%	10,148.69	12.82%	9,443.92	13.19%	用于钻孔等作业，适用于家庭内部安装、室内装修等作业场景
交流轻锤	3,428.04	6.83%	6,860.33	7.22%	7,273.53	9.19%	6,756.46	9.44%	用于破拆、开槽等作业，适用于室内装修、水电装潢等作业场景
锂电电动工具	**4,672.27**	**9.31%**	**6,901.32**	**7.27%**	**3,971.55**	**5.02%**	**4,303.51**	**6.01%**	/
其中：锂电电锤	2,946.51	5.87%	5,473.96	5.76%	2,442.95	3.09%	2,696.21	3.77%	用于钻孔等作业，适用于楼面装潢、水电装潢等作业场景
其他（包括冲击扳手、冲击钻、多用途电动工具以及电链锯、电圆锯、打草机、吸尘器、角磨机等锂电电动工具）	1,725.76	3.44%	1,427.36	1.50%	1,528.60	1.93%	1,607.31	2.24%	应用场景包括工程装潢、室内装修、机械安装、园林木工、家居生活等多个领域
配件及其他	**681.12**	**1.36%**	**2,145.82**	**2.26%**	**1,799.39**	**2.27%**	**1,440.63**	**2.01%**	主要为上述各类型电动工具配件，用于电动工具部件替换、维修和更新等
主营业务收入合计	**50,201.01**	**100.00%**	**94,952.90**	**100.00%**	**79,136.77**	**100.00%**	**71,604.22**	**100.00%**	/

（二）结合电动工具下游客户需求变化情况、投入趋势、市场竞争格局等，说明发行人收入和净利润快速增长的原因，与境内外客户的采购规模、经营业绩、下游应用领域产销量的匹配性

1、结合电动工具下游客户需求变化情况、投入趋势、市场竞争格局等，说明发行人收入和净利润快速增长的原因

报告期内，公司营业收入分别为 72,789.20 万元、80,288.70 万元、96,409.93 万元和 51,192.79 万元，净利润分别为 4,500.12 万元、6,091.31 万元、7,240.38 万元和 4,428.55 万元，整体处于快速增长状态，相关原因具体分析如下：

（1）电动工具下游客户需求变化情况、投入趋势

2022 年以来，电动工具行业及电锤、电镐细分行业市场规模整体处于快速增长状态。根据前瞻产业研究院数据，2022~2024 年，全球电动工具市场规模分别为 356.20 亿美元、358.90 亿美元和 421.00 亿美元，年复合增长率为 8.72%，整体处于快速增长状态；预计 2024~2029 年，全球电动工具市场将保持增长态势，到 2029 年，市场规模将增长至 540.90 亿美元，年复合增长率将达到 5.14%。在电锤、电镐细分行业内，2022~2024 年，全球电锤、电镐市场规模分别为 152.00 亿元、157.10 亿元和 187.40 亿元，年复合增长率为 11.04%，整体处于快速增长状态；预计 2024~2029 年，全球电锤、电镐市场将保持增长态势，到 2029 年，市场规模将增长至 312.90 亿元，年复合增长率将达到 10.80%。

在下游客户需求方面，报告期内，“一带一路”国家的基础设施建设活动持续回升，公司主要客户苏州盈维来及其关联主体等的产品主要销往“一带一路”国家或地区等新兴经济体，下游需求的增加带动相应客户对公司的采购量增长。在下游客户投入方面，根据公开渠道信息，近年来，公司主要客户苏州盈维来及其关联主体不断加大在电动工具领域的投资，在苏州新建了多家生产基地；宝时得集团近期获得约 2.75 亿美元融资，用于技术研发、市场推广和渠道建设等；公牛工具所属的公牛集团也在加快电动工具产品线布局。在下游市场需求增长的带动下，公司主要客户加大对电动工具产品的投入和推广力度，电动工具采购需求持续增长，推动公司业绩快速增长。

（2）电动工具行业市场竞争格局

从全球电动工具市场来看，大型跨国公司市场占有率较高，在行业内占据主导地位。近年来国际电动工具行业整合加剧，外资企业表现强势，市场集中度较高。根据前瞻研究院数据，2024 年全球电动工具竞争格局中，前五家公司创科实业、史丹利百得、博世、斯蒂尔、牧田市场份额占有率合计达 59%，其中前两名市场占有率合计达 35%。相较于国际头部品牌，国内电动工具厂商起步较晚，产品更多定位于中低端领域，除在国内市场通过经销商等渠道实现部分销售外，主要通过 OEM 和 ODM 模式进行生产销售，在品牌知名度、产品定价权上与国际头部品牌相比存在一定劣势。

从国内电动工具市场来看，优质内资企业迅速成长，一些国产中高端品牌已经逐渐获得国内外客户认可，对外资企业品牌发起挑战。近年来，国内企业纷纷增加研发投入、开展技术创新，与大型跨国公司在技术工艺上的差距不断缩小；另一方面，国内头部电动工具企业产品凭借其出色的性价比和较高的产品质量一致性，也成功积累了一定市场声誉，对国际头部品牌的地位发起冲击。

在电锤、电镐细分行业内，包含公司在内的部分实力较强的国内企业通过长期技术沉淀和行业经验积累，凭借优质的产品质量和较低的生产成本，逐渐成为全球主要的电锤、电镐产品生产商。根据前瞻产业研究院数据，2024 年度，全球排名前五的电锤、电镐生产商分别为博世、德硕科技、东成工具、恒友机电和牧田，产量占比分别为 13%、10%、6%、4%和 4%。在成为全球电锤、电镐产品制造中心的同时，国内厂商凭借在国内市场形成的自主品牌认知度，持续发扬自身优势，与国际品牌的竞争日趋激烈。在未来行业两极分化加剧、头部效应日益明显的局面下，国内企业将凭借生产优势进一步掌握竞争主动权，我国自主品牌电锤、电镐产品市场份额有望进一步提升。

综上所述，在电动工具行业及电锤、电镐细分行业内，国内厂商凭借长期技术、经验积累以及优质的产品质量、较低的生产成本，逐渐建立竞争优势，市场份额逐步提升。

（3）发行人收入和净利润快速增长的原因

由上文可知，报告期内，电动工具行业及电锤、电镐细分行业市场规模整体

处于快速增长状态；随着“一带一路”国家的基础设施建设活动持续回升，公司主要客户加大对电动工具产品的投入和推广力度，电动工具采购需求持续增长，推动公司业绩快速增长。从行业整体竞争格局来看，包括公司在内的国内厂商在技术、生产方面逐渐建立竞争优势，推动市场份额逐步提升。

从公司内部因素看，报告期内，公司整体处于满负荷生产状态（报告期各期公司产能利用率分别为 95.73%、105.96%、120.60%和 105.55%），同时公司持续加大对厂房、生产设备等固定资产投资，进一步提升公司主营产品的产能（报告期各期公司产能分别为 263.38 万套、263.38 万套、303.77 万套和 160.55 万套）及产销量，满足下游客户对公司产品采购量的增长。

因此，报告期内，公司收入和净利润快速增长与下游客户需求及投入趋势的增长有关，与市场竞争格局变化趋势保持一致，同时，公司整体处于满负荷生产状态且产能、产销量仍在不断提升，推动公司经营业绩快速增长。

2、与境内外客户的采购规模、经营业绩、下游应用领域产销量的匹配性

（1）与境内外客户的采购规模、经营业绩的匹配性

报告期内，公司各期前五大客户采购规模及经营业绩情况具体如下：

单位：万元

序号	客户名称	2025 年 1-6 月向公司采购规模	2024 年度向公司采购规模	2023 年度向公司采购规模	2022 年度向公司采购规模	报告期内相应客户经营业绩发展情况
1	苏州盈维来及其关联主体	10,262.79	19,815.69	15,875.24	11,972.45	根据公开信息，苏州盈维来及其关联主体 2021 年销售额超过 50 亿元，2020 年以来，其不断加大在电动工具领域的投资，在苏州新建了多家生产基地；苏州盈维来及其关联主体整体业务规模较大且处于扩张阶段
2	LIDL	1,540.66	4,598.97	3,179.76	4,993.44	根据其母公司 Schwarz Group 年报，2022 财年，LIDL 实现营业收入 1,148 亿欧元，2023 财年，LIDL 实现营业收入 1,255 亿元，同比增长超过 9%，2024 财年，LIDL 实现营业收入 1,321 亿元，同比增长超过 5%

序号	客户名称	2025 年 1-6 月向公司采购规模	2024 年度向公司采购规模	2023 年度向公司采购规模	2022 年度向公司采购规模	报告期内相应客户经营业绩发展情况
3	宝时得集团	2,657.94	3,789.72	2,952.62	3,925.61	根据公开信息，2021 年度，宝时得集团销售额超过 50 亿元，其近期已获得约 2.75 亿美元融资，用于技术研发、市场推广和渠道建设等；宝时得集团整体业务规模较大且处于扩张阶段
4	公牛工具	2,039.81	3,819.43	1,629.10	79.06	公牛工具的母公司公牛集团（603195.SH）2022~2024 年度分别实现营业收入 140.81 亿元、156.95 亿元、168.31 亿元，处于持续增长状态，根据公牛集团 2024 年年报，公牛集团电动工具产品线愈加完善，涵盖了角磨类、锤镐类、枪钻类、紧固类以及切割类等产品系列，未来将向着成为行业标杆品牌快速进发；2023 至 2024 年期间，公牛工具持续扩大销售公司产品的线下门店规模，同步提升产品采购总量与品类覆盖
5	ADEO	1,081.23	2,699.28	2,852.43	3,056.51	根据 ADEO 年报，2022~2024 年度，ADEO 营业收入分别为 315 亿欧元、307 亿欧元和 315 亿欧元
6	Kingfisher Group	1,776.39	2,382.23	2,376.40	1,727.96	根据 Kingfisher Group（KGF.L）年报，2023~2025 财年，Kingfisher Group 营业收入分别为 130.59 亿英镑、129.80 亿英镑和 127.84 亿英镑，Kingfisher Group 整体业务规模较大
7	浙江金指数	1,112.69	2,635.00	1,605.73	2,212.56	根据公开信息，浙江金指数五金机电连锁店已超过 3,000 家，覆盖全国各县市区，此外，浙江金指数是中国五金机电行业优质品牌运营商和连锁加盟运营管理服务商，也是中国五金机电行业极具实力的供应链整合集优平台，曾入选浙江省商务厅评定公布的《2021 年浙江省新零售示范企业》名单，浙江金指数整体业务

序号	客户名称	2025 年 1-6 月向公司采购规模	2024 年度向公司采购规模	2023 年度向公司采购规模	2022 年度向公司采购规模	报告期内相应客户经营业绩发展情况
						规模较大
8	隆博实业	700.81	1,716.46	2,676.04	963.88	根据其年报，2022 年度，隆博股份（837661.NQ）实现营业收入 2.52 亿元，2023 年度，隆博股份实现营业收入 3.82 亿元，2024 年度，隆博股份实现营业收入 3.77 亿元，整体呈现快速增长而后有所下降的趋势
合计		**21,172.32**	**41,456.78**	**33,147.32**	**28,931.47**	**/**

资料来源：年度报告、官方网站、公开报道等公开信息。

由上表可知，公司主要客户公牛工具所属集团业务处于持续增长状态，与其对公司的采购金额变化趋势整体相匹配。

公司主要客户 LIDL2023 财年营业收入有所增长，但其向公司采购额有所下降，主要原因为 LIDL 向公司采购的电锤、电镐产品 2023 年整体处于去库存阶段，因此 2023 年度当年度暂时减少向公司采购金额，与其业务需求相匹配，2024 财年，LIDL 营业收入保持增长，与其向公司采购额增长相匹配。

公司主要客户 ADEO 营业收入整体保持稳定，但公司对其销售规模整体呈下降趋势，主要系 2022 年以来 ADEO 电动工具产品重要市场俄罗斯的地缘政治风险激化，ADEO 对俄罗斯直接出口电动工具产品受阻，使得其对公司电动工具采购金额下降，与其自身业务需求及经营发展相匹配。

公司主要客户隆博实业 2022~2024 年业务规模呈现出快速增长而后有所下降的趋势，与其向公司采购金额变化趋势整体相匹配。

此外，公司主要客户苏州盈维来及其关联主体、宝时得集团、Kingfisher Group、浙江金指数等属于行业内知名企业，长期从事电动工具等建材行业，整体业务规模较大。根据公开资料，苏州盈维来及其关联主体、宝时得集团正加大对电动工具领域生产、技术研发、市场推广和渠道建设等的投融资活动。上述主要客户基于市场变化、自身需求、销量预测等因素向公司采购电动工具产品，采购额与其自身业务需求及经营发展相匹配。

整体来看，报告期内，公司上述主要客户合计对公司采购金额分别为

28,931.47 万元、33,147.32 万元、41,456.78 万元和 21,172.32 万元，整体处于快速增长状态，推动公司整体经营业绩快速增长。因此，报告期内，公司经营业绩快速增长与主要境内外客户的采购规模、经营业绩相匹配。

（2）与下游应用领域产销量的匹配性

公司主要产品交流重锤、交流大电镐（报告期内，其合计销售收入占公司主营业务收入比重约为 70%）应用于建筑施工、道路施工等领域。根据中国对外承包工程商会发布的《“一带一路”共建国家基础设施发展指数报告（2024）》，得益于全球经济持续平稳复苏、产业及科技变革成果扩大应用等利好因素的影响，2021~2024 年，“一带一路”共建国家基础设施发展指数持续回升，表明“一带一路”国家基础设施行业发展环境、发展需求等情况持续回暖。“一带一路”国家的基础设施建设活动的持续回升推动该等地区建筑施工、道路施工相关领域对电锤、电镐等电动工具产品需求的提升；此外，建筑施工、道路施工活动为电动工具的重度使用场景，电锤、电镐等电动工具本身具有一定的工程类耗材属性，达到使用寿命后，其核心部件将受到较大磨损，产品性能将大幅下降，需定期更换以保障工作效率，终端用户更新置换的需求较高，上述因素共同推动电锤、电镐产品产量增长。根据前瞻产业研究院数据，2022~2024 年，全球电锤、电镐产量分别为 2,996 万台、2,907 万台和 3,445 万台，年复合增长率为 7.23%，整体处于快速增长的状态。

报告期内，公司主要客户苏州盈维来及其关联主体等的产品主要销往“一带一路”国家或地区等新兴经济体，上述地区建筑施工、道路施工相关领域需求的增长带动相应客户对公司交流重锤、交流大电镐等电锤、电镐产品采购额提升，推动公司业绩快速增长。因此，报告期内，公司经营业绩快速增长与下游建筑施工、道路施工相关领域需求增长相匹配。

二、量化说明不同产品类别及型号的交流电动工具、锂电电动工具的销量、单价、原材料价格波动等因素对净利润变动的影响程度，说明锂电电动工具 2024 年度销量大幅增加且各期平均单价低于交流电动工具的原因及合理性，收入增长的驱动因素来自新产品还是老产品，未来产品结构变化是否可能导致业绩大幅下滑，上述风险是否充分揭示

（一）量化说明不同产品类别及型号的交流电动工具、锂电电动工具的销量、单价、原材料价格波动等因素对净利润变动的影响程度

报告期各期，公司的交流电镐根据不同的轴承结构可分类为交流大电镐和交流小电镐，交流电锤根据不同的产品重量可分类为交流重锤和交流轻锤。锂电电动工具根据主销产品类型的不同可分为锂电电锤和其他锂电电动工具。报告期各期，上述细分电动工具整机产品的收入具体情况如下：

单位：万元，%

项目	2025 年 1-6 月		2024 年度		2023 年度		2022 年度	
	收入金额	收入占比	收入金额	收入占比	收入金额	收入占比	收入金额	收入占比
交流电动工具	**44,847.63**	**90.56**	**85,905.76**	**92.56**	**73,365.83**	**94.86**	**65,860.08**	**93.87**
其中：交流大电镐	13,328.12	26.91	24,611.70	26.52	23,257.75	30.07	20,600.83	29.36
交流小电镐	6,579.24	13.29	12,845.21	13.84	10,148.69	13.12	9,443.92	13.46
交流重锤	21,512.23	43.44	41,588.51	44.81	32,685.86	42.26	29,058.86	41.42
交流轻锤	3,428.04	6.92	6,860.33	7.39	7,273.53	9.40	6,756.46	9.63
锂电电动工具	**4,672.27**	**9.44**	**6,901.32**	**7.44**	**3,971.55**	**5.14**	**4,303.51**	**6.13**
其中：锂电电锤	2,946.51	5.95	5,473.96	5.90	2,442.95	3.16	2,696.21	3.84
其他	1,725.76	3.48	1,427.36	1.54	1,528.60	1.98	1,607.31	2.29
合计	**49,519.90**	**100.00**	**92,807.08**	**100.00**	**77,337.38**	**100.00**	**70,163.59**	**100.00**

报告期各期，直接材料占主营业务成本的比例分别为 84.29%、83.76%、84.07%和 84.19%，为主营业务成本的主要组成部分，相关原材料的采购价格受到市场上大宗商品价格变动的影响；此外，直接人工和运费占可变成本的比例较小，因此在分析时，把可变成本变动对净利润的影响近似看作主要原材料成本变动对净利润的影响。根据连环替代分析法，对上述六种主要产品销售单价、销量和主要原材料成本对相应产品净利润变动的量化分析如下：

1、交流电镐

（1）交流大电镐

报告期内，交流大电镐的销售单价、销量和主要原材料成本对净利润变动的量化分析如下：

项目	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
营业收入（万元）	13,328.12	24,611.70	23,257.75	20,600.83
销量（万台）	25.78	47.01	43.62	39.17
销售单价（元/台）	516.95	523.59	533.25	525.92
单位可变成本（元/台）	380.50	390.30	404.38	411.61
净利润（万元）	1,157.38	1,862.43	1,808.43	1,091.65
净利率（%）	8.68	7.57	7.78	5.30
净利率增加（%）	1.12	-0.21	2.48	-
销售单价对净利润率的影响（%）	-	-1.67	1.29	-
销售单价对净利润的影响（万元）	-	-454.08	319.62	-
销量对净利润率的影响（%）	-	1.10	1.44	-
销量对净利润的影响（万元）	-	422.54	448.68	-
主要原材料成本对净利率的影响（%）	-	2.64	1.38	-
主要原材料成本对净利润的影响（万元）	-	613.84	283.30	-

注 1：模拟计算的各产品的净利润=（该产品营业收入-该产品营业成本）-（税金及附加+销售费用+管理费用+研发费用+财务费用+信用减值损失+资产减值损失+所得税费用）*该产品营业收入占主营业务收入的比例，下同；
注 2：各产品的可变成本=该产品的直接材料+该产品的直接人工+该产品的运费；
注 3：各产品的固定成本=该产品的制造费用；
注 4：销售单价对净利润率的影响=当年净利率-（上一年度产品销售单价-当年单位成本-当年单位费用及其他影响净利润的科目）/上一年度产品销售单价，下同；
注 5：销售单价对净利润的影响=当年净利润-（上一年度产品销售单价-当年单位成本-当年单位费用及其他影响净利润的科目） *当年产品销量，下同；
注 6：销量对净利润率的影响=（上一年度产品销售单价-当年单位成本-当年单位费用及其他影响净利润的科目）/上一年度产品销售单价-（上一年度产品销售单价-当年固定成本/上一年度产品销量-当年单位可变成本-当年固定费用及其他影响净利润的科目/上一年度产品销量-当年单位可变费用及其他影响净利润的科目）/上一年度产品销售单价，下同；
注 7：销量对净利润的影响=（上一年度产品销售单价-当年单位成本-当年单位费用及其他影响净利润的科目） *当年产品销量-（上一年度产品销售单价-当年固定成本/上一年度产品销量-当年单位可变成本-当年固定费用及其他影响净利润的科目/上一年度产品销量-当年单位可变费用及其他影响净利润的科目） *上一年产品度销量，下同；
注 8：主要原材料成本对净利率的影响=（上一年度产品销售单价-当年固定成本/上一年度产品销量-当年单位可变成本-当年固定费用及其他影响净利润的科目/上一年度产品销量-当年单位可变费用及其他影响净利润的科目）/上一年度产品销售单价-（上一年度产品销售单价-当年固定成本/上一年度产品销量-上一年度单位可变成本-当年固定费用及其他影响净利润

的科目/上一年度产品销量-当年单位可变费用及其他影响净利润的科目）/上一年度产品销售单价，下同；
注 9：主要原材料成本对净利润的影响=（上一年度产品销售单价-当年固定成本/上一年度产品销量-当年单位可变成本-当年固定费用及其他影响净利润的科目/上一年度产品销量-当年单位可变费用及其他影响净利润的科目） *上一年度销量-（上一年度产品销售单价-当年固定成本/上一年度产品销量-上一年度单位可变成本-当年固定费用及其他影响净利润的科目/上一年度产品销量-当年单位可变费用及其他影响净利润的科目） *上一年度销量，下同；
注 10：与主营业务相关的主要固定费用及其他影响净利润的科目主要包括管理费用、研发费用以及财务费用等，主要可变费用及其他影响净利润的科目主要包括销售费用、税金及附加、所得税费用等，下同。

1）销售单价对净利润的影响

2023 年度和 2024 年度，销售单价对交流大电镐净利润的影响金额分别为 319.62 万元和-454.08 万元，对净利润率的影响幅度分别为 1.29%和-1.67%。2024 年度，交流大电镐销售单价的下降抑制了其净利润的增长，主要系：一方面受到 2023 年度铁采购件、塑料采购件、铝采购件单位采购价格下降的影响，2024 年度部分主要客户与公司重新进行议价，公司调低了交流电动工具的产品价格；另一方面，受到电动工具市场需求回暖的影响，公司为积极增加市场竞争力和市场份额，对现有部分产品给予了一定的折扣幅度。

2023 年度，交流大电镐销售单价的小幅上升刺激了交流大电镐的净利润增长，主要系公司的单位成本下降联动传导至交流大电镐的销售价格有一定的时间间隔，该年度公司对交流大电镐产品保持了一定的利润空间。

2）销量对净利润的影响

2023 年度和 2024 年度，销量对交流大电镐净利润的影响金额分别为 448.68 万元和 422.54 万元，对净利润率的影响幅度分别为 1.44%和 1.10%。交流大电镐产品销量的提升有效促进了净利润的增长（该效果在 2023 年较为显著），主要系受到外部环境和内部因素的双轮驱动：从外部环境来看，随着全球供应链修复与宏观扰动因素消解叠加电动工具行业库存去化周期步入正常化轨道，电动工具市场的交易量逐渐恢复，行业景气度回升。此外，“一带一路”经济体的基础设施建设不断完善，根据《“一带一路”共建国家基础设施发展指数报告（2024 年度）》显示，“一带一路”国家的基础设施建设指数持续回升，从 2022 年的 114 上涨至 2024 年的 119，公司主要客户苏州盈维来及其关联主体等的产品主要销往“一带一路”国家或地区等新兴经济体，下游需求的增加带动相应客户对本公司的采购量增长；从内部因素来看，报告期内，公司持续加大对生产设备、厂房

等固定资产投资，进一步提升公司主营产品的产能及产销量，满足下游客户对公司产品采购量的增长。

3）主要原材料成本对净利润率的影响

2023 年度和 2024 年度，主要原材料成本对交流大电镐净利润的影响金额分别为 283.30 万元和 613.84 万元，对净利润率的影响幅度分别为 1.38%和 2.64%。交流大电镐主要原材料成本的下降有效促进了净利润的增长（该效果在 2024 年较为显著），主要系报告期内铁采购件、塑料采购件市场价格持续下降，导致交流大电镐的单位原材料成本下降，相应的净利润增加。报告期各期，公司主要原材料的平均采购单价变动情况具体如下：

单位：元/kg

主要原材料类别	2025 年 1-6 月		2024 年度		2023 年度		2022 年度
	采购单价	变动	采购单价	变动	采购单价	变动	采购单价
铁采购件							
其中：矽钢片	4.50	-1.96%	4.59	-4.38%	4.80	-10.28%	5.35
铜采购件							
其中：漆包线	73.65	2.23%	72.04	10.25%	65.34	0.58%	64.96
塑料采购件							
其中：塑料粒子	11.48	-5.90%	12.20	-1.85%	12.43	-6.89%	13.35
铝采购件							
其中：铝锭	17.17	1.54%	16.91	5.62%	16.01	-8.72%	17.54

注：由于公司采购的原材料类别、规格、型号等较为繁杂，且计量单位有重量、只、件等多个参数，上表主要列示计量单位为重量（kg）的主要原材料采购单价情况。

（2）交流小电镐

报告期内，交流小电镐的销售单价、销量和主要原材料成本对净利润变动的量化分析如下：

项目	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
营业收入（万元）	6,579.24	12,845.21	10,148.69	9,443.92
销量（万台）	24.48	47.32	35.98	33.09
销售单价（元/台）	268.71	271.45	282.06	285.41
单位可变成本（元/台）	198.06	202.59	207.29	215.10
净利润（万元）	562.27	959.97	790.32	634.05

项目	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
净利率（%）	8.55	7.47	7.79	6.71
净利率增加（%）	1.07	-0.31	1.07	-
销售单价对净利润率的影响（%）	-	-3.48	-1.08	-
销售单价对净利润的影响（万元）	-	-501.77	-120.70	-
销量对净利润率的影响（%）	-	4.37	1.28	-
销量对净利润的影响（万元）	-	793.37	194.44	-
主要原材料成本对净利率的影响（%）	-	1.67	2.74	-
主要原材料成本对净利润的影响（万元）	-	169.19	258.52	-

1）销售单价对净利润的影响

2023 年度和 2024 年度，销售单价对交流小电镐净利润的影响金额分别为-120.70 万元和-501.77 万元，对净利润率的影响幅度分别为-1.08 和-3.48%。交流小电镐销售单价的下降抑制了其净利润的增长，主要系在成本结构中原材料成本占比较大且原材料成本下降，在下游市场需求逐渐恢复的情形下，公司针对收入占比不高的产品降低销售价格，旨在提升产品的市场竞争力、扩大市场份额。

2）销量对净利润的影响

2023 年度和 2024 年度，销量对交流小电镐净利润的影响金额分别为 194.44 万元和 793.37 万元，对净利润率的影响幅度分别为 1.28%和 4.37%。交流小电镐产品销量的提升有效促进了净利润的增长（该效果在 2024 年较为显著），其影响原因与交流大电镐产品分析原因相类似。

3）主要原材料成本对净利润率的影响

2023 年度和 2024 年度，主要原材料成本对交流小电镐净利润的影响金额分别为 258.52 万元和 169.19 万元，对净利润率的影响幅度分别为 2.74%和 1.67%。交流小电镐主要原材料成本的下降有效促进了净利润的增长（该效果在 2023 年较为显著），其影响原因与交流大电镐产品分析原因相类似。

2、交流电锤

（1）交流重锤

报告期内，交流重锤的销售单价、销量和主要原材料成本对净利润变动的量

化分析如下：

项目	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
营业收入（万元）	21,512.23	41,588.51	32,685.86	29,058.86
销量（万台）	94.63	182.32	141.64	126.55
销售单价（元/台）	227.32	228.11	230.76	229.62
单位可变成本（元/台）	175.02	178.28	175.02	179.50
净利润（万元）	1,068.60	1,493.20	1,094.67	251.07
净利率（%）	4.97	3.59	3.35	0.86
净利率增加（%）	1.38	0.24	2.49	-
销售单价对净利润率的影响（%）	-	-1.11	0.48	-
销售单价对净利润的影响（万元）	-	-483.48	162.17	-
销量对净利润率的影响（%）	-	4.19	2.03	-
销量对净利润的影响（万元）	-	1,809.74	689.45	-
主要原材料成本对净利率的影响（%）	-	-1.42	1.95	-
主要原材料成本对净利润的影响（万元）	-	-462.76	566.87	-

1）销售单价对净利润的影响

2023 年度和 2024 年度，销售单价对交流重锤净利润的影响金额分别为 162.17 万元和-483.48 万元，对净利润率的影响幅度分别为 0.48%和-1.11%，其影响原因与交流大电镐产品分析原因相类似。

2）销量对净利润的影响

2023 年度和 2024 年度，销量对交流重锤净利润的影响金额分别为 689.45 万元和 1,809.74 万元，对净利润率的影响幅度分别为 2.03%和 4.19%。交流重锤产品销量的提升有效促进了净利润的增长（该效果在 2023 年和 2024 年较为显著），其影响原因与交流大电镐产品分析原因相类似。

3）主要原材料成本对净利润率的影响

2023 年度和 2024 年度，主要原材料成本对交流重锤净利润的影响金额分别为 566.87 万元和-462.76 万元，对净利润率的影响幅度分别为 1.95%和-1.42%。2023 年度，一方面，受到铁、塑料、铝等大宗商品市场价格下降的影响，交流重锤主要原材料成本下降，相应的净利润增加，另一方面，当年度所销售的单位

可变成本在 180 元以下产品的收入占比增加，亦导致交流重锤的单位可变成本下降。2024 年度，当年度所销售的单位可变成本在 180 元以上产品的收入占比增加较为明显，导致公司交流重锤单位可变成本上升。报告期各期，公司交流重锤单位可变成本的具体分布情况如下：

单位：万元，%

项目	2025 年 1-6 月		2024 年度		2023 年度		2022 年度	
	收入金额	收入占比	收入金额	收入占比	收入金额	收入占比	收入金额	收入占比
单位可变成本在 180 元以上的产品	8,030.57	37.33	18,848.72	45.32	12,947.38	39.61	13,459.77	46.32
单位可变成本在 180 元以下的产品	13,481.66	62.67	22,739.79	54.68	19,738.48	60.39	15,599.09	53.68
合计	**21,512.23**	**100.00**	**41,588.51**	**100.00**	**32,685.86**	**100.00**	**29,058.86**	**100.00**

由上表可知，报告期各期，单位可变成本在 180 元以上的交流重锤产品收入占比分别为 46.32%、39.61%、45.32%和 37.33%，单位可变成本在 180 元以下的交流重锤产品收入占比分别为 53.68%、60.39%、54.68%和 62.67%，2023 年和 2024 年单位可变成本在 180 元以上的产品收入占比呈现先下降后上升的趋势，导致交流重锤的单位可变成本亦呈现先下降后上升的变化。

（2）交流轻锤

报告期内，交流轻锤的销售单价、销量和主要原材料成本对净利润变动的量化分析如下：

项目	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
营业收入（万元）	3,428.04	6,860.33	7,273.53	6,756.46
销量（万台）	20.00	39.37	38.92	33.44
销售单价（元/台）	171.37	174.25	186.87	202.06
单位可变成本（元/台）	133.14	137.62	145.07	151.21
净利润（万元）	143.40	181.38	218.51	478.87
净利率（%）	4.18	2.64	3.00	7.09
净利率增加（%）	1.54	-0.36	-4.08	-
销售单价对净利润率的影响（%）	-	-6.58	-7.29	-

项目	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
销售单价对净利润的影响（万元）	-	-496.88	-591.33	-
销量对净利润率的影响（%）	-	0.16	2.35	-
销量对净利润的影响（万元）	-	19.32	273.04	-
主要原材料成本对净利率的影响（%）	-	3.99	3.04	-
主要原材料成本对净利润的影响（万元）	-	290.23	205.34	-

1）销售单价对净利润的影响

2023 年度和 2024 年度，销售单价对交流轻锤净利润的影响金额分别为-591.33 万元和-496.88 万元，对净利润率的影响幅度分别为-7.29%和-6.58%，销售单价的下降抑制了其净利润的增长（该效果在 2023 年和 2024 年较为显著），其影响原因与交流小电镐产品分析原因相类似。

2）销量对净利润的影响

2023 年度和 2024 年度，销量对交流轻锤净利润的影响金额分别为 273.04 万元和 19.32 万元，对净利润率的影响幅度分别为 2.35%和 0.16%。交流重锤产品销量的提升有效促进了净利润的增长，其影响原因与交流大电镐产品分析原因相类似。

3）主要原材料成本对净利润率的影响

2023 年度和 2024 年度，主要原材料成本对交流轻锤净利润的影响金额分别为 205.34 万元和 290.23 万元，对净利润率的影响幅度分别为 3.04%和 3.99%。交流轻锤主要原材料成本的下降有效促进了净利润的增长，其影响原因与交流大电镐产品分析原因相类似。

3、锂电电动工具

（1）锂电电锤

报告期内，锂电电锤的销售单价、销量和主要原材料成本对净利润变动的量化分析如下：

项目	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
营业收入（万元）	2,946.51	5,473.96	2,442.95	2,696.21

项目	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
销量（万台）	12.17	25.63	11.34	10.77
销售单价（元/台）	242.05	213.55	215.47	250.30
单位可变成本（元/台）	190.32	166.68	166.01	190.47
净利润（万元）	94.51	203.99	103.93	198.45
净利率（%）	3.21	3.73%	4.25%	7.36%
净利率增加（%）	-0.52	-0.53%	-3.11%	-
销售单价对净利润率的影响（%）	-	-0.86%	-13.32%	-
销售单价对净利润的影响（万元）	-	-49.32	-394.88	-
销量对净利润率的影响（%）	-	18.40%	0.67%	-
销量对净利润的影响（万元）	-	590.73	42.99	-
主要原材料成本对净利率的影响（%）	-	-0.31%	9.77%	-
主要原材料成本对净利润的影响（万元）	-	-7.56	263.47	-

1）销售单价对净利润的影响

2023 年度和 2024 年度，销售单价对锂电电锤净利润的影响金额分别为-394.88 万元和-49.32 万元，对净利润率的影响幅度分别为-13.32%和-0.86%，销售单价的下降抑制了其净利润的增长（该效果在 2023 年较为显著），其影响原因与交流小电镐产品分析原因相类似。

2）销量对净利润的影响

2023 年度和 2024 年度，销量对锂电电锤净利润的影响金额分别为 42.99 万元和 590.73 万元，对净利润率的影响幅度分别为 0.67%和 18.40%。报告期内，锂电电锤销量的提升有效促进了其净利润的增长（该效果在 2024 年较为显著），主要系随着产能提升，公司在原有客户的基础上不断推动锂电产品的市场开发，扩大锂电产品的销售量及销售收入。

3）主要原材料成本对净利润率的影响

2023 年度和 2024 年度，主要原材料成本对锂电电锤净利润的影响金额分别为 263.47 万元和-7.56 万元，对净利润率的影响幅度分别为 9.77%和-0.31%。2024 年，锂电电锤主要原材料成本对其净利润率的影响较为有限。2023 年，锂电电锤主要原材料成本的下降有效促进了其净利润的增长，主要系当年度锂电组件

（主要为锂电池电芯等）、铁采购件、铝采购件、塑料采购件等产品主要原材料价格下降，其中锂电池电芯采购单价大幅下降 14.90%，导致锂电电锤的单位原材料成本降低，相应的净利润增加。

（2）其他锂电电动工具

项目	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
营业收入（万元）	1,725.76	1,427.36	1,528.60	1,607.31
销量（万台）	9.63	9.38	7.47	6.96
销售单价（元/台）	179.26	152.20	204.51	231.05
单位可变成本（元/台）	142.07	119.06	179.12	202.19
净利润（万元）	43.04	45.34	-60.19	-54.41
净利率（%）	2.49%	3.18%	-3.94%	-3.39%
净利率增加（%）	-0.68%	7.11%	-0.55%	-
销售单价对净利润率的影响（%）	-	-24.76%	-11.94%	-
销售单价对净利润的影响（万元）	-	-490.55	-198.39	-
销量对净利润率的影响（%）	-	2.86%	0.82%	-
销量对净利润的影响（万元）	-	152.52	22.81	-
主要原材料成本对净利率的影响（%）	-	29.37%	9.99%	-
主要原材料成本对净利润的影响（万元）	-	448.89	160.50	-

1）销售单价对净利润的影响

2023 年度和 2024 年度，销售单价对其他锂电电动工具净利润的影响金额分别为-198.39 万元和-490.55 万元，对净利润率的影响幅度分别为-11.94%和-24.76%，销售单价的下降抑制了其净利润的增长（该效果在 2023 年较为显著），其影响原因与交流小电镐产品分析原因相类似。

2）销量对净利润的影响

2023 年度和 2024 年度，销量对其他锂电电动工具净利润的影响金额分别为 22.81 万元和 152.52 万元，对净利润率的影响幅度分别为 0.82%和 2.86%。其他锂电电动工具销量的提升有效促进了其净利润的增长，其影响原因与交流大电镐产品分析原因相类似。

3）主要原材料成本对净利润率的影响

2023 年度和 2024 年度，主要原材料成本对其他锂电电动工具净利润的影响金额分别为 160.50 万元和 448.89 万元，对净利润率的影响幅度分别为 9.99%和 29.37%（该效果在 2024 年较为显著）。2024 年，其他锂电电动工具主要原材料成本的下降有效促进了其净利润的增长，主要系锂电组件（主要为锂电池电芯等）、铁采购件和塑料采购件等产品主要原材料价格持续下降，其中锂电池电芯采购单价大幅下降 26.51%，导致其他锂电电动工具的单位原材料成本下降，相应的净利润增加。

（二）说明锂电电动工具 2024 年度销量大幅增加且各期平均单价低于交流电动工具的原因及合理性

1、锂电电动工具 2024 年度销量大幅增加的原因及合理性

2023 年度和 2024 年度，按产品分类的锂电电动工具的销量如下表所示：

单位：万台

项目	2024 年度		2023 年度		同比变动	
	销量	占比	销量	占比	销量	占比
锂电电锤	25.63	73.21%	11.34	60.27%	126.09%	12.95%
其他锂电电动工具	9.38	26.79%	7.47	39.73%	25.47%	-12.95%
合计	**35.01**	**100.00%**	**18.81**	**100.00%**	**86.11%**	**-**

由上表可知，2023 年度和 2024 年度，锂电电动工具的销量分别为 18.81 万台和 35.01 万台，同比增长 86.11%，销量大幅增加。其中，锂电电锤为锂电电动工具的主要组成部分，2023 年度和 2024 年度其销量分别为 11.34 万台和 25.63 万台，同比增长 126.09%，销量增长较为迅猛，构成锂电电动工具销量增长的主要因素，主要得益于：1）无绳类电动工具为未来电动工具行业的主要增长点，其可摆脱传统电动工具使用半径的限制，且较传统交流电动工具具备使用轻便、噪音低等显著竞争优势。目前，锂电电动工具的市场规模逐步增长，根据前瞻产业研究院预测，到 2029 年，无绳电动工具市场规模将达 392.20 亿美元，其市场渗透率将达到 72.50%，下游市场需求的积极变化为公司锂电电动工具市场开拓提供了坚实的外部环境基础；2）公司针对锂电电工工具产品，自主研发了诸如“平台化电池包技术”、“FOC 控制技术与无感 BLDC 技术”等核心技术并应用至生产的锂电产品中，可有效改善锂电产品的产品性能。随着公司锂电电动工具产品技术的不断完善、锂电电动工具的产品质量不断提升，为公司锂电电动工

具市场开拓提供了坚实的内部环境基础；3）系随着公司产能（电动工具产品 2024 年产能较 2023 年增长 15.34%）提升，公司加大了对主营业务规模较小的锂电电动工具的市场推广力度，不断提升客户对于本公司锂电产品的市场认可程度，公司锂电产品的订单量增加。综上，由于下游锂电市场的需求增加以及公司锂电电动工具良好的产品性能，加之公司 2024 年产能有效扩充，公司 2024 年锂电电动工销量大幅增加具有合理性。

2、锂电电动工具各期平均单价低于交流电动工具的原因及合理性

报告期各期，交流电动工具和锂电电动工具的平均单价情况如下：

单位：元/台

项目	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
交流电动工具平均单价（A）	271.96	271.84	282.00	283.57
锂电电动工具平均单价（B）	214.33	197.12	211.12	242.75
差异额（C=A-B）	57.64	74.72	70.88	40.82

由上表可知，报告期各期锂电电动工具的平均单价均低于交流电动工具，二者的差异额分别为 40.82 元/台、70.88 元/台、72.72 元/台和 57.64 元/台。公司销售的锂电电动工具的平均单价较低，主要系：

（1）定价机制

公司对电动工具产品的定价多以成本为主要参考点，并与客户协商最终价格。锂电电动工具通常会受限于电池容量的因素，其重量、体积会小于同类的交流电动工具，导致其单位成本相对较低。报告期各期，交流电动工具和锂电电动工具的单位成本情况如下：

单位：元/台

项目	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
交流电动工具单位成本（A）	223.61	227.03	234.15	241.56
锂电电动工具单位成本（B）	183.92	167.82	184.23	207.71
差异额（C=A-B）	39.69	59.21	49.92	33.85

由上表可知，报告期各期锂电电动工具的单位成本均低于交流电动工具，二者的差异额分别为 33.85 元/台、49.92 元/台、59.21 元/台和 39.69 元/台。因此，以单位成本为主要参考点的锂电电动工具市场价格低于交流电动工具。

（2）成本结构和原材料价格波动

交流电动工具的生产一般耗用铜、铁、铝、塑料等原材料，锂电电动工具受到产品结构不同于交流电动工具的影响，除上述原材料外还包括了锂电组件等。交流电动工具的生产成本相对固定，由于不需要内置电力系统，其成本结构中铜、铁、铝等直接材料的占比相对较大，而锂电组件作为锂电电动工具的关键组成部分，在锂电电动工具成本中占比较高（各期占比分别为 28.54%、22.62%、16.34%和 21.45%）。其中，锂电组件主要由锂电池电芯组成，受到近年来新能源行业产能较为饱和的影响，锂电池电芯的采购价格大幅下降，各期下降比例分别为 14.90%、26.51%和 6.39%，导致锂电电动工具单位成本较低、销售价格较低。

（3）市场推广策略

相较于较为成熟的交流电动工具业务，公司锂电业务总体处于市场导入起量阶段，公司为打开市场以及扩大销售份额，对锂电电动工具产品采用差异化的市场定价策略，适当性地调低了销售价格，旨在加速市场渗透与扩大销售份额，以更具吸引力的价格竞争力快速打开市场，驱动销售增长，因此导致锂电电动工具的销售单价低于交流电动工具。

综上，锂电电动工具各期平均单价低于交流电动工具主要系与公司产品定价机制、不同产品的成本结构、主要原材料价格波动及市场推广策略相关，具有合理性。

（三）收入增长的驱动因素来自新产品还是老产品，未来产品结构变化是否可能导致业绩大幅下滑

报告期内，公司按照新老产品的销售金额及销售占比情况如下：

项目	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
本期电动工具整机销售金额（万元）（A）	49,519.90	92,807.08	77,337.38	70,163.59
新产品销售金额（万元）（B）	7,905.13	18,161.25	16,152.88	不适用
新产品销售金额占比（C=B/A）	**15.96%**	**19.57%**	**20.89%**	**不适用**
老产品销售金额（万元）（D=A-B）	41,614.77	74,645.83	61,184.50	不适用
老产品销售金额占比（E=D/A）	**84.04%**	**80.43%**	**79.11%**	**不适用**

注：与上一期相比，当期销售的同一型号的产品为老产品，反之则为新产品。

由上表可知，2023 年度、2024 年度和 2025 年 1-6 月，公司老产品销售金额分别为 16,152.88 万元、18,161.25 万元和 41,614.77 万元，销售占比分别为 79.11%、

80.43%和 84.04%，占比较高且较为稳定，为公司电动工具整机销售的主要组成部分，为公司收入增长的主要驱动因素。

此外，报告期内公司不断推广以交流电动工具为主的新产品，作为公司电动工具销售的有效补充，主要系：（1）新产品可进一步降低交流电动工具的能耗、延长使用寿命、提升输出功率等产品性能，易获得客户的认可；（2）公司对于交流电动工具市场的开拓较为成熟、交流电动工具的客户资源较为优质，在“以销定产”的模式下可有效得到市场的认可；（3）新产品相较于老产品，在市场推广、产品迭代等方面仍需一定的时间，老产品的稳健增长有助于最大化公司的整体价值，确保公司整体运营的稳健性，形成长期发展的有效支撑。

未来随着下游市场需求的进一步恢复，公司电动工具整机销售的分布仍以老产品为主，新产品为辅。因此，未来产品结构变化不会对公司未来财务状况和盈利能力产生重大不利影响。

（四）上述风险是否充分揭示

公司已在招股说明书“重大事项提示”之“六、特别风险提示”中对相关风险进行披露：

“（一）原材料价格波动风险

电动工具生产的主要原材料包括铜材、铝材、钢材和塑料等大宗商品，原材料的价格会影响采购成本进而影响公司盈利水平。报告期内，公司直接材料成本占主营业务成本的比例分别为 84.29%、83.76%、84.07%和 84.19%。

报告期内，公司部分主要原材料大宗商品价格波动幅度较大。由于公司产品销售价格的调整具有一定的滞后性，难以与原材料价格波动保持完全同步，原材料价格波动会对公司主要产品的生产成本产生一定的影响，进而影响公司盈利水平。若原材料价格出现大幅上涨，可能对公司经营业绩产生不利影响。”

此外，公司已在招股说明书“第三节 风险因素”之“一、经营风险”中对公司锂电电动工具产品业绩不及预期的风险进行披露：

“（四）公司锂电电动工具产品业绩不及预期的风险

与行业内专业生产销售锂电电动工具的厂商相比，公司锂电电动工具产品起

步较晚，生产经验相对较少，销售推广及市场接受需要一定时间，因此目前收入金额较小。报告期内，锂电电动工具收入占主营业务收入的比例分别为 6.01%、5.02%、7.27%和 9.31%，占比相对较低。

如公司不能利用现有销售渠道、技术积累等及时推动锂电电动工具的生产与销售，锂电产品的市场化程度不足，公司锂电产品可能出现难以达到业绩预期的情形。”

三、结合 ODM 模式和自有品牌产品差异及终端销售情况，分析不同销售模式收入变动趋势不一致的原因

报告期各期，公司 ODM 模式的营业收入金额分别为 58,451.39 万元、65,790.14 万元、83,855.81 万元和 42,902.73 万元，呈现上升趋势。此外，公司自有品牌销售的营业收入金额分别为 13,152.83 万元、13,346.63 万元、11,097.10 和 7,298.29 万元，呈现先降后升的趋势。上述两种销售模式收入变动趋势存在差异，主要系：

1、产品品牌定位与终端客户不同

公司自有品牌产品主要定位于中端市场，销售“德硕”、“巴萨格”、“竞速”等电动工具品牌产品，主要通过经销商面向国内的终端五金零售门店进行销售，而公司 ODM 客户由于品牌影响力相对较强，主要定位于高端市场，主要客户包括 ADEO、Kingfisher Group、LIDL 等全球头部连锁建材超市集团以及苏州盈维来及其关联主体、宝时得集团、公牛工具、得力科技等境内外知名的工具厂商。基于上述品牌定位与终端客户方面的差异，一方面，公司会通过在中端市场推出新产品，凭借市场反馈不断提升产品性能与技术水平，并将成熟的技术水平应用至高端市场，因此自有品牌产品在推陈出新的过程中市场销量有所下滑，导致收入下降；另一方面，在公司产能利用率较为紧张的情况下，公司优先保障 ODM 客户产品的交付，亦导致自有品牌销售的金额有所下降。

2、终端市场的竞争程度不同

自有品牌产品主要面向国内的终端五金零售门店进行销售，国内电动工具市场竞争激烈，参与者众多，不同品牌之间在产品质量、技术创新、价格策略和市场营销等方面具有不同的策略，公司需要不断通过优化成本结构和价格水平等措

施来保持和提升其在市场中的竞争地位，导致自有品牌产品收入下滑。

公司生产的 ODM 模式产品主要面向境内外知名的工具厂商进行销售，其最终主要销往境外市场，相较于境内市场，境外市场更加成熟，主要关注产品的质量和性能指标，公司可凭借自身的技术优势及产品质量优势，积极对下游电动工具厂商进行市场布局，同时 ODM 模式下电动工具厂商库存去化周期逐步步入正常化轨道，导致 ODM 模式的产品收入增加。

四、结合报告期内房地产、基础设施建设市场整体产值及景气度变化、在手订单情况等，分析说明发行人收入和利润增长是否具有可持续性，与行业、可比公司业绩变动趋势是否一致，就发行人业绩持续性进行风险揭示

（一）结合报告期内房地产、基础设施建设市场整体产值及景气度变化、在手订单情况等，分析说明发行人收入和利润增长是否具有可持续性

1、报告期内房地产、基础设施建设市场整体产值及景气度变化

根据国家统计局数据，2022~2024 年度，我国房屋新开工面积分别为 12.06 亿平方米、9.54 亿平方米及 7.39 亿平方米，呈现出逐年下降的趋势，我国房地产行业整体仍处于下行周期；2022~2024 年度，全国固定资产投资额分别为 57.21 万亿元、50.30 万亿元及 51.44 万亿元，我国基建行业在 2023 年度经历下行周期后，2024 年度投资额整体保持平稳。整体来看，我国房地产、基建行业景气度仍有待提升。

报告期内，公司主要客户苏州盈维来及其关联主体等的产品主要销往“一带一路”国家或地区等境外新兴经济体。根据中国对外承包工程商会发布的《“一带一路”共建国家基础设施发展指数报告（2024）》，得益于全球经济持续平稳复苏、产业及科技变革成果扩大应用等利好因素的影响，2021~2024 年，“一带一路”共建国家基础设施发展指数持续回升，表明“一带一路”国家基础设施行业发展环境、发展需求等情况持续回暖，呈现出持续向好的发展态势。在“一带一路”等地区新兴经济体基建行业需求增长的带动下，公司客户苏州盈维来及其关联主体等加大了对公司电动工具产品的采购量，在此推动下，报告期内，公司电动工具产品销量及整体销售收入持续增长。

综上所述，我国房地产、基建行业景气度仍有待提升，这将直接影响国内建

筑施工、装修等领域终端用户对公司产品的需求情况，但公司主要客户苏州盈维来及其关联主体等的产品主要销往“一带一路”国家或地区等境外新兴经济体，上述新兴经济体基建行业处于持续回暖状态，并呈现出持续向好的发展态势，将进一步带动公司主要客户产品需求的增长。因此，公司收入和利润增长具备可持续性。

2、公司在手订单情况

报告期内，公司营业收入金额及各期末在手订单金额情况具体如下：

单位：万元

项目	2025 年 1-6 月/ 2025 年 6 月 30 日	2024 年度/ 2024 年 12 月 31 日	2023 年度/ 2023 年 12 月 31 日	2022 年度/ 2022 年 12 月 31 日
营业收入	51,192.79	96,409.93	80,288.70	72,789.20
在手订单金额	30,468.49	25,838.02	12,835.31	8,603.91

由上表可知，报告期各期末，公司在手订单金额不断提升，推动公司经营业绩持续增长。截至 2025 年 6 月 30 日，公司在手订单金额为 30,468.49 万元，较 2024 年末大幅增长 17.92%，公司在手订单充足，为收入和利润持续增长提供有力支撑。

3、发行人收入和利润增长是否具有可持续性

综上所述，报告期内，我国房地产、基建行业景气度仍有待提升，这将直接影响国内建筑施工、装修等领域终端用户对公司产品的需求情况，但公司主要客户苏州盈维来及其关联主体等的产品主要销往“一带一路”国家或地区等境外新兴经济体，上述新兴经济体基建行业处于持续回暖状态，并呈现出持续向好的发展态势，将进一步带动公司主要客户产品需求的增长；在下游客户需求不断增长的带动下，报告期各期末，公司在手订单金额不断提升，截至 2025 年 6 月 30 日，公司在手订单金额为 30,468.49 万元，较 2024 年末大幅增长 17.92%，订单充足，为业绩持续增长提供有力支撑。因此，公司收入和利润增长具备可持续性。

（二）与行业、可比公司业绩变动趋势是否一致

根据前瞻产业研究院数据，2022~2024 年，全球电动工具市场规模分别为 356.20 亿美元、358.90 亿美元和 421.00 亿美元，年复合增长率为 8.72%，整体处于增长状态，预计 2024~2029 年，全球电动工具市场将保持增长态势，到 2029

年，市场规模将增长至 540.90 亿美元，年复合增长率将达到 5.14%。2024 年，全球电锤、电镐市场规模为 187.40 亿元，年复合增长率为 11.04%，到 2029 年，全球电锤、电镐市场规模将达到 312.90 亿元，年复合增长率将达到 10.80%。报告期内，公司营业收入随产能提升而持续增长，整体变化趋势与行业增长趋势一致。

报告期内，公司营业收入指标与同行业可比公司对比情况具体如下：

单位：万元

同行业可比公司名称	2022~2024 年度营业收入年复合增长率	2025 年 1-6 月	2024 年度		2023 年度		2022 年度
		营业收入	营业收入	变动	营业收入	变动	营业收入
锐奇股份	0.28%	23,925.13	43,718.10	-12.77%	50,118.11	15.29%	43,470.46
开创电气	18.32%	29,033.57	83,703.82	42.77%	58,629.32	-1.95%	59,793.89
大叶股份	9.39%	255,110.80	176,102.30	89.67%	92,845.90	-36.91%	147,157.50
康平科技	8.07%	57,379.81	116,110.02	24.19%	93,496.88	-5.96%	99,417.81
平均值	**9.02%**	**91,362.33**	**104,908.56**	**35.96%**	**73,772.55**	**-7.38%**	**87,459.92**
公司	**15.09%**	**51,192.79**	**96,409.93**	**20.08%**	**80,288.70**	**10.30%**	**72,789.20**

数据来源：同行业可比公司年报、半年报等公开信息。

由上表可知，2022~2024 年度，公司营业收入年复合增长率变动趋势与同行业可比公司平均水平变动趋势一致。

报告期内，公司营业收入指标稳步增长，年复合增长率高于同行业可比公司水平，同时，公司营业收入年复合增长率高于电动工具及电锤、电镐行业整体增速，主要原因为：长期以来，公司处于满负荷生产状态，2023 年以来产能利用率高于 100%；报告期内，“一带一路”国家的基础设施建设活动回升，公司主要客户苏州盈维来及其关联主体等的产品主要销往“一带一路”国家或地区等新兴经济体，下游客户需求的增加带动相应客户对公司的采购量增长，同时，公司持续加大对生产设备、厂房等固定资产投资，进一步提升公司主营的电锤、电镐产品的产能，满足下游客户对公司产品采购量的增长，推动公司产品销量大幅提升。

综上所述，报告期内，公司业绩增长趋势与行业、可比公司增长趋势一致。

（三）就发行人业绩持续性进行风险揭示

由上文可知，报告期内，我国房地产、基建行业景气度仍有待提升，这将直接影响国内建筑施工、装修等领域终端用户对公司产品的需求情况，未来，若房地产、基建行业持续处于下行周期，景气度大幅下降，将可能直接导致建筑施工、装修等领域终端用户对公司产品需求下滑，进而对公司持续经营能力产生不利影响。为充分揭示相关风险，公司在招股说明书“重大事项提示”之“六、特别风险提示”之“（三）房地产、基建行业周期性发展对公司持续经营能力产生不利影响的风险”中披露如下：

“公司主要从事电锤、电镐等手持式电动工具及相关配件的研发、生产和销售，产品主要应用于建筑施工、道路施工和室内装修等领域，上述领域对公司产品的需求受房地产、基建行业周期性发展影响。未来，若房地产、基建行业持续处于下行周期，景气度大幅下降，将可能直接导致建筑施工、装修等领域终端用户对公司产品需求下滑，进而对公司持续经营能力产生不利影响。”

五、核查程序及核查意见

（一）核查程序

针对上述事项，保荐机构及申报会计师执行的核查程序如下：

1、查阅发行人报告期内的销售明细，访谈发行人技术总工程师，了解其产品下游应用情况；查阅前瞻产业研究院报告，通过公开渠道查询发行人主要客户近期投资、融资动态情况，了解电动工具下游客户需求变化情况、投入趋势，了解行业竞争格局情况；结合上述情况分析发行人收入和净利润快速增长的原因；通过公开渠道查询发行人各期前五大客户经营发展情况，查阅《“一带一路”共建国家基础设施发展指数报告（2024）》，了解发行人收入和净利润快速增长是否与境内外客户的经营发展情况、下游应用领域需求相匹配；

2、量化分析不同交流电动工具及锂电电动工具产品的销量、单价原材料价格波动等因素对净利润变动的影响程度，并分析各类产品净利润变动的主要因素；

3、访谈公司管理层，了解锂电电动工具 2024 年度销量大幅增加且各期平均单价低于交流电动工具的原因；

4、查阅并获取报告期内的销售明细，结合定价机制、成本结构、原材料价格波动及市场推广策略，分析锂电电动工具各期平均单价较低的原因；

5、查阅并获取报告期内的销售明细，对报告期内公司来自新老产品的收入分布进行统计，分析报告期内公司收入增长的驱动因素来自新产品还是老产品，未来产品结构变化是否可能导致业绩大幅下滑；

6、查阅《招股说明书》，检查风险揭示情况；

7、访谈发行人管理层，了解 ODM 模式和自有品牌产品差异及终端销售情况，分析不同销售模式收入变动趋势不一致的原因；

8、查阅国家统计局数据，查阅《“一带一路”共建国家基础设施发展指数报告（2024）》，了解报告期内房地产、基础设施建设市场整体产值及景气度变化情况；查阅发行人在手订单情况，结合上述情况分析发行人收入和利润增长的可持续性；查阅前瞻产业研究院研究报告，查阅公开渠道数据，了解行业、可比公司业绩变动情况，分析与发行人业绩增长趋势是否一致；结合上述情况就发行人业绩持续性进行风险揭示。

（二）核查意见

经核查，保荐机构及申报会计师认为：

1、发行人已分产品按照下游应用领域（建筑施工、道路施工、室内装修等）列示主营业务收入构成情况；报告期内，发行人收入和净利润快速增长与下游客户需求及投入趋势的增长有关，与市场竞争格局变化趋势保持一致，同时，发行人整体处于满负荷生产状态且产能、产销量仍在不断提升，推动发行人经营业绩快速增长；发行人收入和净利润快速增长与境内外客户的采购规模、经营业绩、下游应用领域产销量相匹配；

2、报告期内，不同交流电动工具及锂电电动工具产品受到销量、单价、原材料价格波动等因素对净利润变动的影响程度不同，主要系与公司产品销售策略、下游行业需求变动及原材料价格波动相关，具有商业合理性；

3、锂电电动工具 2024 年度销量大幅增加主要系锂电电动工具为未来电动工具行业的主要增长点，公司锂电电动工具产品技术不断完善，锂电电动工具的

产品质量不断提升，同时公司加大了对锂电电动工具的市场推广力度，不断提升客户对于本公司锂电产品的市场认可程度，公司锂电产品的订单量增加；

4、锂电电动工具各期平均单价低于交流电动工具主要系与公司产品定价机制、不同产品的成本结构、主要原材料价格波动及市场推广策略相关，具有合理性；

5、报告期内公司收入增长的驱动因素主要来自老产品，公司未来产品结构变化不会对公司未来财务状况和盈利能力产生重大不利影响；

6、发行人已在《招股说明书》中充分揭示相关风险情况；

7、ODM 模式和自有品牌收入变动趋势不一致主要系双方的产品品牌定位与终端客户不同、终端市场的竞争程度不同，具有商业合理性；

8、报告期内，我国房地产、基建行业景气度仍有待提升，这将直接影响国内建筑施工、装修等领域终端用户对发行人产品的需求情况，但发行人主要客户苏州盈维来及其关联主体等的产品主要销往“一带一路”国家或地区等境外新兴经济体，上述新兴经济体基建行业处于持续回暖状态，并呈现出持续向好的发展态势，将进一步带动发行人主要客户产品需求的增长；在下游客户需求不断增长的带动下，报告期各期末，发行人在手订单金额不断提升，订单充足，为业绩持续增长提供有力支撑，发行人收入和利润增长具备可持续性，与行业、可比公司业绩变动趋势一致；发行人已就业绩持续性进行充分风险揭示。

（2）主要客户合作稳定性及持续性

根据申请文件，报告期各期，发行人前五大客户销售占比分别为 35.94%、34.30%和 36.02%，其中第一大客户苏州盈维来及其关联主体年度销售额占比分别为 16.45%、19.77%和 20.55%。浙江金指数和隆博实业分别为 2022 年度和 2023 年度第五大客户，公牛工具为 2024 年度新增第三大客户。请发行人：①列表说明主要客户销售额增长对收入增长的贡献度，说明贡献较大的客户需求增长的原因。②结合主要客户的经营情况、合作模式及历史、发行人产品竞争优势及在客户中的供货比例、在手订单情况、期后订单签订情况等，分析说明公司与主要客户合作的稳定性及可持续性。③说明报告期内浙江金指数和隆博实业成

为公司前五大客户后随即退出、公牛工具 2024 年度新增为第三大客户、苏州盈维来及其关联主体销售金额逐年增加且占比提升的原因及合理性，隆博实业销售金额与其公开披露信息是否一致，是否存在对苏州盈维来及其关联主体重大依赖及应对措施。

请保荐机构、申报会计师核查上述事项并发表明确意见，说明核查方法、范围、过程、证据及结论。

回复：

一、列表说明主要客户销售额增长对收入增长的贡献度，说明贡献较大的客户需求增长的原因

公司报告期各期前五大客户销售收入增长对收入增长的贡献度列示如下：

单位：万元

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	销售收入增长额	销售增长额贡献度	销售收入	销售收入增长额	销售增长额贡献度	销售收入
苏州盈维来及其关联主体	10,262.79	19,815.69	3,940.45	24.44%	15,875.24	3,902.79	52.04%	11,972.45
宝时得集团	2,657.94	3,789.72	837.10	5.19%	2,952.62	-972.99	-12.97%	3,925.61
公牛工具	2,039.81	3,819.43	2,190.33	13.59%	1,629.10	1,550.04	20.67%	79.06
Kingfisher Group	1,776.39	2,382.23	5.83	0.04%	2,376.40	648.44	8.65%	1,727.96
LIDL	1,540.66	4,598.97	1,419.21	8.80%	3,179.76	-1,813.68	-24.18%	4,993.44
ADEO	1,081.23	2,699.28	-153.15	-0.95%	2,852.43	-204.08	-2.72%	3,056.51
隆博实业	700.81	1,716.46	-959.58	-5.95%	2,676.04	1,712.16	22.83%	963.88
浙江金指数	1,112.69	2,635.00	1,029.27	6.38%	1,605.73	-606.83	-8.09%	2,212.56
本期营业收入	**51,192.79**	**96,409.93**	**16,121.23**	**100.00%**	**80,288.70**	**7,499.50**	**100.00%**	**72,789.20**

注 1：同一控制下客户销售额已合并计算；

注 2：销售增长额贡献度=公司该客户本年度营业收入增加额/公司本年度营业收入总增加额。

由上表可知，公司 2023 年对收入增长贡献较大（超过 10%，下同）的客户为苏州盈维来及其关联主体、公牛工具和隆博实业，收入增长贡献度分别为 52.04%、20.67%、22.83%；2024 年度贡献较大的客户为苏州盈维来及其关联主体、公牛工具，收入增长贡献度分别为 24.44%、13.59%。苏州盈维来及其关联主体、公牛工具和隆博实业报告期内收入增长波动的原因如下：

（一）苏州盈维来及其关联主体收入增长原因

报告期各期，公司对苏州盈维来及其关联主体的销售收入分别为 11,972.45 万元、15,875.24 万元、19,815.69 万元和 10,262.79 万元，增长较快，主要系苏州盈维来及关联主体主要从事电动工具行业，旗下品牌包括 INGCO、TOTAL、WADFOW、JADEVER 等，其主要销往“一带一路”国家或地区等新兴经济体，根据《“一带一路”共建国家基础设施发展指数报告（2024 年度）》显示，“一带一路”国家的基础设施建设指数持续回升，从 2022 年的 114 上涨至 2024 年的 119。随着外部市场环境的有利变化，苏州盈维来及其关联主体也凭借其全品类的产品布局与高性价比的产品定位，推动销售渠道迅速扩张，截至目前，苏州盈维来旗下的 INGCO 工具品牌已在全球 100 多个国家打造了畅通的销售渠道。因此，下游市场需求的增加带动相应客户对本公司的采购量增长。

（二）公牛工具收入增长增长原因

报告期各期，公司对公牛工具的销售收入分别为 79.06 万元、1,629.10 万元、3,819.43 万元和 2,039.81 万元，增长较快，主要系公牛集团是中国知名的插座、开关、照明等电器用品、家居用品、电动工具厂商，公司为进一步实现多元化市场布局，2022 年开始与公牛工具建立合作关系。凭借产品质量与生产工艺优势，公司所生产的电动工具逐步得到客户的认可，公牛工具对公司的订单金额和年交易金额稳步增长。

（三）隆博实业收入增长波动原因

2023 年，公司对隆博实业的销售收入为 2,676.04 万元，同比增长 177.63%，主要系隆博实业作为新三板挂牌公司，主要从事机电工具及设备的贴牌出口销售，主要销售区域包括东欧、中亚等，随着俄乌冲突局势趋于稳定，其下游客户需求快速回升，据隆博实业 2023 年年度报告披露，其当年度营业收入同比增长 51.15%，

带动对公司采购额同步上升。

二、结合主要客户的经营情况、合作模式及历史、发行人产品竞争优势及在客户中的供货比例、在手订单情况、期后订单签订情况等，分析说明公司与主要客户合作的稳定性及可持续性

报告期内，公司主要客户为苏州盈维来及其关联主体、LIDL、公牛工具、宝时得集团、ADEO 等国内外知名电动工具厂商。报告期各期，公司对前五大客户的营业收入合计金额分别为 26,160.56 万元、27,536.08 万元、34,723.09 万元和 18,277.59 万元，占各期营业收入的比例分别为 35.94%、34.30%、36.02%和 35.70%，基本保持稳定，且集中度不高。主要客户的经营情况、合作模式及历史、在客户中的供货比例、在手订单情况、期后订单签订情况如下表列示：

序号	客户	经营情况	双方合作模式	合作历史	在客户中的供货比例	2024 年末在手订单情况（万元）	2025 年 6 月 30 日在手订单情况（万元）
1	苏州盈维来及其关联主体	苏州盈维来及其关联主体总部位于中国苏州市，是全球知名工具品牌 INGCO 所属集团，INGCO 品牌旗下涵盖手工具、电动工具、园林工具等各类工具，根据公开渠道信息，INGCO 销售区域覆盖全球 100 多个国家	直销模式	合作超过 12 年	5%左右	2,038.05	2,937.47
2	宝时得集团	宝时得集团总部位于中国苏州市，主要从事家用和专业电动工具、家用和商用园林工具以及智能割草机器人等产品的研发、生产与销售，旗下拥有 WORX 威克士和 KRESS 卡胜等多个国际知名品牌，在全球拥有 15 家海外营销子公司、4 大研发中心和 4 大制造基地，其销售区域覆盖全球近 70 个国家和地区	直销模式和贸易模式	合作超过 10 年	10%-20%	1,065.69	1,399.77
3	公牛工具（曾用名：苏州工业园区	所属集团为公牛集团，公牛集团是中国知名的插座、开关、照明等电器用品、家居用品、电	直销模式和贸易模	合作超过 3 年	25%左右	1,351.67	302.00

序号	客户	经营情况	双方合作模式	合作历史	在客户中的供货比例	2024 年末在手订单情况（万元）	2025 年 6 月 30 日在手订单情况（万元）
	全一工具有限责任公司）	动工具厂商，2024 年度营业收入为 168.31 亿元	式				
4	Kingfisher Group	总部位于英国，为全球第四大、欧洲第二大的连锁建材超市集团，主要零售商品为建材管件、五金工具、园艺用品、厨卫设备、布艺装饰等建筑、装修材料，在全球拥有约 7.80 万名员工	直销模式	合作超过 6 年	1%-3%	92.17	383.32
5	LIDL	总部位于德国，欧洲最大的零售集团 Schwarz Group 旗下超市品牌，其零售商品覆盖食品、家具、电器、工具等多个品类；LIDL 目前在全球拥有超过 36 万名员工，销售额超过 1,000 亿欧元	直销模式	合作超过 5 年	1%-3%	1,121.73	8,157.15
5	ADEO	总部位于法国，是全球第三大、欧洲最大的连锁建材超市集团，主要零售商品涵盖结构材料、电气、油漆、厨房、浴室、储藏室以及装修装饰材料、照明等各类产品；2024 年，ADEO 在全球拥有约 11.50 万名员工，营业额约为 315 亿欧元	直销模式	合作超过 13 年	1%以内	1,138.57	1,430.79
6	隆博实业	隆博实业主要从事机电工具及设备的贴牌出口销售，在中亚国家机电市场具有较高的知名度和美誉度；2024 年，隆博实业实现营业收入 3.77 亿元	直销模式	合作超过 8 年	5%-8%	337.33	1,077.75
7	浙江金指数	根据公开信息，浙江金指数五金机电连锁店已超过 3.000 家，覆盖全国各县市区，此外，浙江金指数是中国五金机电行业优质品牌运营商和连锁加盟运营管理服	直销模式	合作超过 10 年	8%左右	683.38	754.85

序号	客户	经营情况	双方合作模式	合作历史	在客户中的供货比例	2024 年末在手订单情况（万元）	2025 年 6 月 30 日在手订单情况（万元）
		务商，也是中国五金机电行业极具实力的供应链整合集优平台，曾入选浙江省商务厅评定公布的《2021 年浙江省新零售示范企业》名单，浙江金指数整体业务规模较大					

注 1：上述主要客户为公司各期销售金额前五大客户；
注 2：上述经营情况、合作历史及在客户中的供货比例信息来自于各公司公开披露的年度报告、官网或访谈资料。

从上表可知，公司主要客户为苏州盈维来及其关联主体、LIDL、公牛工具、宝时得集团、ADEO 等国内外知名电动工具厂商，合作年限大多超过 5-10 年，与公司合作时间较久。

在电动工具领域，公司经过二十余年的深耕发展，已经积累了一批稳定优质的客户群体，并在境内、境外完成了多元化销售渠道的布局。公司的主要客户经营规模大、品牌声誉度高，具备广泛的市场影响力，上述客户与公司合作时间较久，双方保持了良好的商业合作关系。

公司在交流及锂电电动工具产品的零部件设计、整体产品设计和工艺设计等方面深入挖掘，并加强产品专业化、平台化特点，从安全耐久、轻便高效、场景多元三个方向不断深化产品与工艺的开发创新，形成了 “气缸珩磨与镜面抛光工艺”等 10 项核心技术，建立了覆盖交流与锂电两大产品板块的核心技术体系，充分保障公司产品的长效竞争力。相较于其他电动工具生产商，公司产品在高效化、高耐久方面具备竞争优势，详见本问询函回复之“问题 1”之“二、”之“（一）”之“4、进一步说明发行人的竞争优势和技术壁垒”之回复。

截至 2025 年 6 月 30 日，公司上述主要客户的在手订单金额合计为 16,443.10 万元，较 2024 年末的在手订单金额增加 8,614.51 万元，增幅为 110.04%，公司在手订单稳步增长。

综上，公司主要客户市场地位较高、经营规模大、品牌声誉度高，公司与主要客户合作时间久、在手订单稳步增长，公司产品具有较强的市场竞争优势，稳定性及可持续性较强。

三、说明报告期内浙江金指数和隆博实业成为公司前五大客户后随即退出、公牛工具 2024 年度新增为第三大客户、苏州盈维来及其关联主体销售金额逐年增加且占比提升的原因及合理性，隆博实业销售金额与其公开披露信息是否一致，是否存在对苏州盈维来及其关联主体重大依赖及应对措施

（一）报告期内浙江金指数和隆博实业成为公司前五大客户后随即退出、公牛工具 2024 年度新增为第三大客户、苏州盈维来及其关联主体销售金额逐年增加且占比提升的原因及合理性

1、浙江金指数

报告期各期，公司对浙江金指数的销售收入分别为 2,212.56 万元、1,605.73 万元、2,635.00 万元和 1,112.69 万元，各期客户收入排名分别为第 5 名、第 9 名、第 6 名和第 6 名，各期均在前十大客户之列。2023 年度和 2024 年度，浙江金指数退出前五大客户主要系：1）浙江金指数主要面向国内市场销售五金机电工具，受到国内房地产市场不景气及国内电动工具市场充分竞争的影响，公司对浙江金指数的销售金额及排名有所波动或下降；2）2023 年，如苏州盈维来及其关联主体、Kingfisher Group 等知名电动工具商超和厂商受到全球供应链修复与宏观扰动因素消解及电动工具库存去化周期步入正常化轨道的影响，市场需求逐步恢复，对公司的订单量增加，双方的交易额增长，亦导致浙江金指数的收入排名有所下滑。截至目前，公司与浙江金指数签订了长期的框架合作协议，双方仍持续维持良好的业务合作关系。

2、隆博实业

报告期各期，公司对隆博实业的销售收入分别为 963.88 万元、2,676.04 万元、1,716.46 万元和 700.81 万元，收入排名分别为第 11 名、第 5 名、第 10 名和第 10 名，排名靠前。2024 年，隆博实业退出前五大客户主要系：1）隆博实业基于自身产品结构调整、产品迭代升级的考量，减少了部分对公司电动工具的销售订单量，导致当年度公司对隆博实业的交易额较少，收入排名下降；2）2024 年，受到电动工具下游市场需求持续改善的影响，公司对 Kingfisher Group 等知名电动工具商超和厂商收入稳步增长，隆博实业的收入排名发生下滑。截至目前，公司与隆博实业仍保持良好的业务合作关系。

3、公牛工具

2023 年度、2024 年度和 2025 年 1-6 月，公司对公牛工具的销售收入分别为 1,629.10 万元、3,819.43 万元和 2,039.81 万元，收入排名分别为第 8 名、第 3 名和第 3 名，均在前十大客户之列。2024 年，公牛工具新增为公司前五大客户主要系公牛工具所属公牛集团，公牛品牌在中国家庭和企业中具有较高的知名度和良好的声誉，且具有较高的质量管理体系，公司与公牛工具在报告期内持续加强业务合作，有利于增加自身的市场影响力，协同带动自身研发实力和产品质量的提升，从而带动公司交流电动工具产品的需求扩张。截至目前，公司与公牛工具仍保持良好的业务合作关系。

4、苏州盈维来及其关联主体

苏州盈维来及其关联主体的旗下品牌包括 INGCO、TOTAL、WADFOW、JADEVER 等，其境内控股主体苏州大可机械有限公司成立于 2013 年，自成立起即深耕电动工具领域，针对 INGCO 等品牌迅速推进品牌出海渠道建设，并始终贯彻“一站式”购物思想，打造囊括电动工具、手动工具、园林工具、电焊机、发电机、空压机、小型建筑机械、灯具、小五金等诸多种类的全产品系列。凭借其全品类的产品布局与高性价比的产品定位，苏州盈维来及关联主体销售渠道迅速扩张，截至目前，苏州盈维来旗下的 INGCO 工具品牌已在全球 100 多个国家打造了畅通的销售渠道。苏州盈维来及其关联主体主要销售区域为亚非拉等“一带一路”国家和地区，据《“一带一路”共建国家基础设施发展指数报告（2024 年度）》显示，报告期内，“一带一路”共建国家基础设施发展指数从 2022 年的 114 提升至 2024 年的 119。随着全球经济持续复苏、全球公共卫生事件影响淡化，“一带一路”共建国家基础设施发展环境持续改善、发展需求稳步释放、发展热度加速回升，共建国家基础设施行业发展呈现回暖向好。因此，苏州盈维来及其关联主体等电动工具企业的市场需求回升，带动公司对苏州盈维来及其关联主体的销售额逐年增长。

（二）隆博实业销售金额与其公开披露信息是否一致

公司向隆博实业销售收入金额与隆博实业披露的其向公司采购金额差异主要系双方入账时间差异（是否包含暂估）以及统计口径差异（是否含税）造成，

相关差异具有合理性。

（三）是否存在对苏州盈维来及其关联主体重大依赖及应对措施

报告期内，公司向苏州盈维来及其关联主体的销售金额分别为 11,972.45 万元、15,875.24 万元、19,815.69 万元和 10,262.79 万元，占营业收入比例分别为 16.45%、19.77%、20.55%和 20.05%，不属于存在重大依赖的情形。

针对上述情形，公司不断提升对新客户及新市场的开拓能力，在境内外完成客户多元化的销售模式的布局。在 ODM 模式销售方面，公司持续推进贴牌销售模式的市场拓展与客户维护，相关品牌方已经覆盖 ADEO（全球第三大、欧洲最大的连锁建材超市集团）、Kingfisher Group（全球第四大、欧洲第二大的连锁建材超市集团）、LIDL（欧洲最大的零售集团 Schwarz Group 旗下超市品牌）、TTI（全球最大的电动工具企业）、苏州盈维来及其关联主体（全球知名工具品牌 INGCO 所属公司）、宝时得集团、公牛工具、得力科技等境内外知名电动工具商超及厂商，客户群体优质，市场渠道成熟。在自有品牌销售方面，公司自主品牌“德硕”、“巴萨格”、“竞速”等经过二十余年沉淀，已经在境内近三十个省级行政区域形成稳定的经销渠道，受到市场广泛认可。

综上所述，公司在与苏州盈维来及其关联主体持续稳定合作的基础上，形成了ODM模式和自有品牌销售协同发展、境内境外销售共同驱动的市场经营策略，不存在对苏州盈维来及其关联主体的重大依赖。

四、核查程序及核查意见

（一）核查程序

针对上述事项，保荐机构及申报会计师执行的核查程序如下：

1、获取发行人收入明细表，分析各主要客户销售额增长对收入增长的贡献度，分析贡献较大客户需求增长的原因；

2、访谈发行人管理层、相关销售人员及主要客户，了解主要客户的经营情况、合作模式及历史、发行人产品竞争优势及在客户中的供货比例、在手订单情况、期后订单签订情况，分析公司与主要客户合作的稳定性及可持续性；访谈主要客户、发行人相关销售人员，了解主要客户需求变动原因；

3、访谈发行人管理层和销售人员及查阅相关公开资料，了解报告期内浙江金指数和隆博实业成为公司前五大客户后随即退出、公牛工具 2024 年度新增为第三大客户、苏州盈维来及其关联主体销售金额逐年增加且占比提升的原因及合理性，隆博实业销售金额与其公开披露信息不一致的原因，是否存在对苏州盈维来及其关联主体重大依赖及应对措施；

4、函证公司与隆博实业报告期内的交易金额，分析公司披露的隆博实业销售金额与其公开披露信息不一致的原因；

5、查阅相关规定，分析是否存在对苏州盈维来及其关联主体重大依赖及应对措施。

（二）核查意见

经核查，保荐机构及申报会计师认为：

1、报告期内，公司主要客户苏州盈维来及其关联主体、公牛工具和隆博实业对公司收入增长的贡献度较大，主要系受到下游市场需求变动及双方合作关系加深的影响，客户需求变动具备合理性；

2、公司主要客户市场地位较高、经营规模大、品牌声誉度高，公司与主要客户合作时间久、在手订单稳步增长，公司产品具有较强的市场竞争优势，稳定性及可持续性较强；

3、报告期内公司前五大客户的变动主要系受到下游市场需求变动、客户自身产品结构调整等因素的影响，具有商业合理性；

4、公司向隆博实业销售收入金额与隆博实业披露的其向公司采购金额差异主要系双方入账时间差异以及统计口径差异造成，相关差异具有合理性；

5、苏州盈维来及其关联主体主要销售区域为亚非拉等“一带一路”国家和地区，下游市场需求回升带动公司对苏州盈维来及其关联主体的销售额逐年增长，公司在与苏州盈维来及其关联主体持续稳定合作的基础上，形成了 ODM 模式和自有品牌销售协同发展、境内境外销售共同驱动的市场经营策略，不存在对苏州盈维来及其关联主体的重大依赖。

问题 4.收入确认准确性及真实性

（1）不同销售模式收入确认的准确性

根据申请文件：①发行人的销售渠道分为直销、贸易和经销模式，报告期内，直销模式占主营业务收入的比例分别为 73.34%、75.62%和 77.84%。②贸易模式的销售收入金额逐年上升，报告期内分别为 6,629.55 万元、7,649.65 万元和 11,678.15 万元，2024 年贸易模式销售收入同比增长 52.66%。③经销模式销售收入金额逐年下降，报告期内分别为 12,461.85 万元、11,640.28 万元和 9,364.17 万元，经销商主要销售公司自有品牌。④ODM 销售模式下，公司将品牌归属方为公司客户下游客户的认定为贸易模式，品牌归属方为公司客户的认定为直销模式，报告期内公司存在将货物直接送至终端客户所在地的情形。⑤报告期内，公司线上销售收入金额分别为 637.45 万元、1,473.50 万元和 1,643.22 万元，公司在亚马逊等电商平台设立店铺。请发行人：①分别说明直销、贸易、经销模式下收入确认的具体依据及控制权转移的时点，相应单据的出具方及其签字盖章是否齐备，直销与经销、贸易模式收入确认时点是否存在差异，是否为买断销售，并结合合同约定和实际执行情况、产品的实物流、账务流、资金流的时点安排和匹配性，说明收入确认时点的准确性，是否符合《企业会计准则》规定。②说明报告期各期前十大贸易商客户主要情况，包括合作背景、合作年限、资信情况（成立时间、实缴资本、员工数量、业务规模）、销售金额及占比、毛利率、发行人销售金额占其业务规模的比例，结合贸易商家数及增减变动情况、复购率等情况，说明贸易类销售收入逐年增长尤其 2024 年度增长较快的合理性，是否存在成立时间较短即与发行人合作、实缴或参保人数较少的贸易商，与贸易商的合作是否稳定、可持续。③补充说明报告期各期经销商收入分层、合作年限分层、数量及增减变动情况，报告期内持续合作经销商、非法人经销商的数量及收入占比情况，经销商下游客户是否仍为经销商或分销商，是否存在最优条款、排他性条款、现金返还、返利条款等情况，发行人及其关联方与经销商及其终端客户是否存在关联关系或其他利益安排，说明经销模式认定为买断销售的原因及合理。④结合直接发货至终端客户金额、占比及变动，贸易商、经销商进销存、退换货情况，说明终端客户未直接向公司采购的商业合理性，经销和贸易客户一般备货周期是否与进销存情况相匹配，是否存在压货情况，

是否已实现终端销售。⑤结合直销和贸易模式的具体差异，包括销售产品种类、产品定价原则、长期滞销产品回退机制（如有）、交易结算方式、返利政策、终端客户情况等，说明是否存在客户同时为直销和贸易客户的情形，如存在，说明合理性。

回复：

一、分别说明直销、贸易、经销模式下收入确认的具体依据及控制权转移的时点，相应单据的出具方及其签字盖章是否齐备，直销与经销、贸易模式收入确认时点是否存在差异，是否为买断销售，并结合合同约定和实际执行情况、产品的实物流、账务流、资金流的时点安排和匹配性，说明收入确认时点的准确性，是否符合《企业会计准则》规定

（一）分别说明直销、贸易、经销模式下收入确认的具体依据及控制权转移的时点，相应单据的出具方及其签字盖章是否齐备，直销与经销、贸易模式收入确认时点是否存在差异，是否为买断销售

1、分别说明直销、贸易、经销模式下收入确认的具体依据及控制权转移的时点

公司直销、贸易、经销模式下收入确认的具体依据及控制权转移的时点如下表所示：

销售模式	线上/线下	货物交付方式	收入确认的具体依据	控制权转移时点
直销	线下	货交指定承运商	第三方物流公司出具的物流单	所有权及风险自本公司货交承运人时起转移给客户
		产品运至约定交货地点	经客户人员或第三方仓库人员签字的送货单/进仓签收单/装箱单以及双方的发货月度确认单等	客户或第三方仓库签收时完成产品交付义务
		自提	经提货人签字的销货单/自提单	所有权和风险自货物自提完成时完成产品交付义务
		FOB	提单	以在合同规定的装运港将货物装箱上船并船只越过船舷时的时间为收入确认时点
	线上	产品运至约定交货地点	平台结算证明/亚马逊结算单等	在收到亚马逊结算单核对无误后确认收入或在商品取得平台结

销售模式	线上/线下	货物交付方式	收入确认的具体依据	控制权转移时点
				算证明时确认收入
贸易	线下	产品运至约定交货地点	经客户人员或第三方仓库人员签字的送货单/进仓签收单/装箱单等	客户或第三方仓库签收时完成产品交付义务
		FOB	提单	以在合同规定的装运港将货物装箱上船并船只越过船舷时的时间为收入确认时点
		货交指定承运商	第三方物流公司出具的物流单	所有权及风险自本公司货交承运人时起转移给客户
经销	线下	货交指定承运商	第三方物流公司出具的物流单	所有权及风险自本公司货交承运人时起转移给客户
		客户自提	经提货人签字的销货单	所有权和风险自货物自提完成时完成产品交付义务

2、相应单据的出具方及其签字盖章齐备

公司收入确认相应单据的出具方如下所示：

销售模式	线上/线下	货物交付方式	收入确认的相关单据	出具方
直销	线下	货交指定承运商	物流单	物流公司
		产品运至约定交货地点	送货单/进仓签收单/装箱单以及双方的发货月度确认单等	客户人员或第三方仓库人员
		自提	销货单/自提单	提货人
		FOB	提单	承运人
	线上	产品运至约定交货地点	平台结算证明/亚马逊结算单等	电商平台
贸易	线下	产品运至约定交货地点	送货单/进仓签收单/装箱单等	客户人员或第三方仓库人员
		FOB	提单	承运人
		货交指定承运商	物流单	物流公司
经销	线下	货交指定承运商	物流单	物流公司
		客户自提	销货单	提货人

报告期内，各销售模式下，公司收入确认单据的签章基本齐全，存在部分签收单据缺失的情形，此类情况占比很小，不影响收入确认的整体可靠性，具体情况如下：

（1）直销模式

单位：万元

项目	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
直销模式收入	39,072.99	73,910.58	59,846.84	52,512.82
内部单据情况：				
其中：销售订单	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%
销货单	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%
外部单据情况：				
其中：有效的收入确认单据	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%
缺失的收入确认单据	-	-	0.00%	0.00%

注：2022 年度和 2023 年度直销模式存在 194.06 万元和 191.10 万元收入金额缺失相应客户签收单据，因其占比较小，四舍五入按照 0.00%列示。

（2）贸易模式

单位：万元

项目	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
贸易模式收入	4,737.89	11,678.15	7,649.65	6,629.55
内部单据情况：				
其中：销售订单	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%
销货单	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%
外部单据情况：				
其中：有效的收入确认单据	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%
缺失的收入确认单据	-	-	0.00%	0.00%

注:：2022 年度和 2023 年度贸易模式存在 64.00 万元和 58.17 万元收入金额缺失相应客户签收单据，因其占比较小，四舍五入按照 0.00%列示。

（3）经销模式

单位：万元

项目	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
经销模式收入	6,390.14	9,364.17	11,640.28	12,461.85
内部单据情况：				
其中：销货单	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%
外部单据情况：				
其中：有效的收入确认单据	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%
缺失的收入确认单据	-	-	-	-

公司的收入单据包括销售订单、销货单等内部单据以及物流单、签收单据、提单等外部单据，报告期内各类单据基本齐全，仅在 2022 年度和 2023 年度存在

少量的直销模式和贸易模式下收入缺失相应客户签收单据的情形，金额合计分别为 258.06 万元和 249.27 万元，主要系：部分规模较小的客户，由于采购量很小，未在签收单上签字确认；此外，部分配件因数量杂多、单价很低，未强制要求客户在收到配件时在签收单签字确认。上述收入虽然无法及时取得客户的外部确认单据，但根据销售订单、销货单、回款、物流、发票等单据依然可以验证收入的真实性。2024 年度，公司进一步加强了对客户签收、单据回传等环节的控制，上述情形未再发生。

3、直销与经销、贸易模式收入确认时点是否存在差异，是否为买断销售

（1）直销与经销、贸易模式收入确认时点是否存在差异

报告期各期，公司根据与具体客户签订的合同条款中交货方式的不同，分类确认具体的收入确认时点。针对直销模式，除线上模式外，公司存在货交指定承运商、产品运至约定交货地点、自提和 FOB 四种线下交货方式，经比对公司的收入确认政策，相同的交货方式下，直销模式与经销、贸易模式的收入确认时点不存在差异，详见本问询函回复之“问题 4”之“（1）”之“一、”之“（一）”之“1、分别说明直销、贸易、经销模式下收入确认的具体依据及控制权转移的时点”之回复。

（2）是否为买断销售

1）商品控制权的转移时点

根据公司与直销客户签订的相关合同，商品控制权转移时点包括如下情形：

①货交指定承运商：对于线下销售，所有权及风险自本公司货交承运人时起转移给客户；对于线上销售，在收到亚马逊结算单核对无误后确认收入或在商品取得平台结算证明时确认收入；

②产品运至约定交货地点：客户或第三方仓库签收时完成产品交付义务；

③自提：所有权和风险自货物自提完成时完成产品交付义务；

④FOB：以在合同规定的装运港将货物装箱上船并船只越过船舷时的时间为收入确认时点。

基于上述商品控制权转移时点，公司完成相应产品交付后直销客户实际取得

相应产品控制权，并承担相应风险。

2）公司向直销客户实现销售后，不参与客户的营销及库存管理，继续销售情况与公司无关，情况如下：

①直销客户综合考虑各方面的市场化条件，自由选择相关产品的上游供应商，既向本公司采购，也向其他供应商采购；

②直销客户根据其自身客户的需求向公司进行采购，公司与其不存在铺货等特殊约定，不对其后续是否对外销售承担任何责任；

③直销客户针对其终端客户具备独立定价权，公司无权获知、参与、决定客户对终端客户的产品定价；

④公司与直销客户按照合同或订单价格结算，直销客户与公司独立结算货款，不受客户与下游终端客户货款结算情况的影响；

⑤公司除承担产品质量瑕疵等一般性售后服务义务外，不存在品牌推广、产品宣传等特殊售后服务义务；

⑥直销客户对其下游客户进行自主开发和维护，不需要经过公司的审核或向公司报备其终端客户信息；同时，公司未限定直销客户的销售对象和销售区域，不存在对直销客户的销售作出限制或保护的管理措施。

综上所述，直销客户在取得商品控制权后，公司已完成合同约定的履约义务，无论直销客户是否销售产品，公司均有权获得全额货款，之后商品价格波动、毁损灭失等风险由直销客户自行承担。公司认定直销模式为买断式销售的依据充分，具备合理性。

（二）结合合同约定和实际执行情况、产品的实物流、账务流、资金流的时点安排和匹配性，说明收入确认时点的准确性，是否符合《企业会计准则》规定

公司直销、贸易、经销合同约定和实际执行情况、产品的实物流、账务流、资金流的时点安排和匹配性如下表所示：

销售模式	合同主要条款描述	实际执行	实物流	账务流	资金流
直销	客户自提/将货物移	公司按合同	客户自提/	公司按照合同约	客户、客户

销售模式	合同主要条款描述	实际执行	实物流	账务流	资金流
	交给客户指定的承运商/约定的交货地点/将货物装箱上船，即已完成货物交付义务，乙方确认其已收到该等货物，相应货物的所有权及风险转移至乙方	约定将货物交付货物取得经签署后的相关单据时确认收入	货物移交给客户指定的承运商/约定的交货地点/FOB，以订单及双方约定为准	定，在满足收入确认时作以下账务处理： 借：应收账款 贷：主营业务收入 同时： 借：主营业务成本 贷：库存商品/发出商品	指定的第三方或电商平台按约定将货款直接支付至公司账户
贸易	公司发货将产品移交给客户指定的承运商/约定的交货地点/将货物装箱上船，并经贸易商签收或经抽检验收后，公司完成履约义务	公司按合同约定将货物交付货物取得经签署后的相关单据时确认收入	货物移交给客户指定的承运商/约定的交货地点/FOB，以订单及双方约定为准		客户或客户指定的第三方按合同约定将货款直接支付至公司账户
经销	将产品移交给经销商指定的承运商或由经销商自行提货，即已完成货物交付义务，承运商或经销商确认其已收到该等货物，相应货物的所有权及风险转移至经销商	公司按照合同约定交付货物，取得承运商或经销商签署的确认收到货物的单据后，确认收入	客户自提/货物移交给客户指定的承运商，以订单及双方约定为准		客户或客户指定的第三方按合同约定将货款直接支付至公司账户

《企业会计准则第 14 号—收入（2017 年修订）》第五条：当企业与客户之间的合同同时满足下列条件时，企业应当在客户取得相关商品控制权时确认收入：①合同各方已批准该合同并承诺将履行各自义务；②该合同明确了合同各方与所转让商品或提供劳务相关的权利和义务；③该合同有明确的与所转让商品相关的支付条款；④该合同具有商业实质，即履行该合同将改变企业未来现金流量的风险、时间分布或金额；⑤企业因向客户转让商品而有权取得的对价很可能收回。如上表所示，不同的贸易模式下，公司按照合同约定交付货物，依据合同约定的所有权及风险报酬转移条款确认收入实现时点，相关收入确认符合《企业会计准则》的相关规定。

经公开渠道查询，同行业可比公司收入确认政策如下：

公司名称	收入确认政策
锐奇股份	本公司与客户之间的销售商品合同通常仅包含转让商品的履约义务。本公司通常在综合考虑了下列因素的基础上，以到货验收完成时点确认收入：取得商品的现时收款权利、商品所有权上的主要风险和报酬的转移、商品的法定所有权的转移、商品实物资产的转移、客户接受该商品。

公司名称	收入确认政策
开创电气	①外销：对以 FOB 方式进行线下交易的客户，以在合同规定的装运港将货物装箱上船并船只越过船舷时的时间为收入确认时点；对以 FCA 方式进行的线下交易客户，根据合同约定将货物在指定的地点交给买方指定的承运人并完成报关手续时确认收入；对于网络直营销售，于商品发出且客户签收时确认收入；②内销：对于网络直营销售，于商品发出且客户签收时确认收入；对于其他买断式销售，按转移商品所有权凭证或交付实物的时间为收入确认时点；③线下：FOB 方式下以取得提单为具体收入确认时点；FCA 方式下以取得报关单为具体收入确认时点；其他国内销售以取得进仓单或对账单确认收入；④线上：亚马逊平台入仓模式下，收入确认主要依据为亚马逊结算单；线上其他销售平台的 B2C 模式下，收入确认主要依据为线上平台客户签收明细。
大叶股份	①境内销售：公司根据合同约定将产品交付给购货方并经购货方验收确认，取得购货方的签收单，已收取价款或取得收款权利且相关的经济利益很可能流入时确认；②自营出口销售：公司根据合同约定将产品报关，取得提单，已收取货款或取得了收款权力且相关的经济利益很可能流入时确认。对于境外子公司直接销售，在公司根据合同约定，产品已出库、客户自提或委托物流公司提货时认为相关风险已转移，取得物流公司提货单，已收取货款或取得了收款权利且相关的经济利益很可能流入时确认；③保税区销售：公司根据合同约定将产品报关，产品交付给购货方并经购货方验收确认，取得购货方的签收单，已收取价款或取得收款权利且相关的经济利益很可能流入时确认。
康平科技	①境内销售业务：客户取得商品控制权的时点，通常为本集团按照合同或订单约定将货物运至客户指定交货地点，经客户对货物验收（合同约定验收的）或签收后；②外销业务：对于直接出口客户取得控制权的时点通常为本集团按照合同或订单约定将产品办妥报关手续并装船离港取得提单时；对于间接出口客户取得控制权的时点通常为本集团按照合同或订单约定办妥报关手续并完成产品交付时；③线上直营零售业务：在第三方平台直营业务中，客户通过线上下单付款，公司收到订单后安排向客户发货，在客户主动确认收货或确认收货期结束后，确认收入。

注：上述数据来源于同行业可比公司招股说明书、年度审计报告等公开披露信息。

经对比，发行人及同行业可比公司在收入确认政策和收入确认时点上并无重大差异，与合同约定及实际执行情况匹配，符合《企业会计准则》的相关规定。

二、说明报告期各期前十大贸易商客户主要情况，包括合作背景、合作年限、资信情况（成立时间、实缴资本、员工数量、业务规模）、销售金额及占比、毛利率、发行人销售金额占其业务规模的比例，结合贸易商家数及增减变动情况、复购率等情况，说明贸易类销售收入逐年增长尤其 2024 年度增长较快的合理性，是否存在成立时间较短即与发行人合作、实缴或参保人数较少的贸易商，与贸易商的合作是否稳定、可持续

（一）报告期各期前十大贸易商客户主要情况

报告期各期，公司贸易模式下前十大客户的销售金额、占贸易模式收入比例

及毛利率情况如下：

单位：万元

序号	客户名称	销售金额	占贸易模式收入比例	毛利率
2025 年 1-6 月				
1	宝时得集团	576.12	12.16%	**
2	浙江一瑞进出口有限公司	352.70	7.44%	**
3	Conmetall Meister GmbH	340.67	7.19%	**
4	开创电气	312.75	6.60%	**
5	杭州正能五金机电有限公司	310.49	6.55%	**
6	杭州伟图科技开发有限公司	295.90	6.25%	**
7	宁波力普进出口有限公司/宁波海曙金普进出口有限公司	288.93	6.10%	**
8	浙江英利五金机械有限公司	287.56	6.07%	**
9	金华汇脉供应链管理有限公司	155.69	3.29%	**
10	青岛捷马机电设备有限公司	110.69	2.34%	**
合计		**3,031.48**	**63.98%**	**17.49%**
2024 年度				
1	公牛工具（曾用名：苏州工业园区全一工具有限责任公司）	2,836.15	24.29%	**
2	浙江一瑞进出口有限公司	1,056.11	9.04%	**
3	宝时得集团	991.88	8.49%	**
4	宁波力普进出口有限公司/宁波海曙金普进出口有限公司	756.24	6.48%	**
5	开创电气	672.81	5.76%	**
6	杭州伟图科技开发有限公司	540.16	4.63%	**
7	Conmetall Meister GmbH	484.91	4.15%	**
8	青岛捷马机电设备有限公司	379.99	3.25%	**
9	浙江英利五金机械有限公司	319.53	2.74%	**
10	义乌罗娅贸易有限公司	250.05	2.14%	**
合计		**8,287.83**	**70.97%**	**16.33%**
2023 年度				
1	公牛工具	1,610.80	21.06%	**
2	宝时得集团	698.41	9.13%	**
3	浙江一瑞进出口有限公司	617.09	8.07%	**
4	宁波力普进出口有限公司	528.74	6.91%	**

序号	客户名称	销售金额	占贸易模式收入比例	毛利率
5	开创电气	473.66	6.19%	**
6	杭州伟图科技开发有限公司	422.85	5.53%	**
7	青岛捷马机电设备有限公司	307.38	4.02%	**
8	上海戴朗实业有限公司	242.17	3.17%	**
9	上海铁舍实业有限公司	195.78	2.56%	**
10	义乌罗娅贸易有限公司	194.73	2.55%	**
合计		**5,291.61**	**69.17%**	**15.48%**
2022 年度				
1	宝时得集团	1,091.90	16.47%	**
2	开创电气	606.14	9.14%	**
3	青岛捷马机电设备有限公司	550.04	8.30%	**
4	Conmetall Meister GmbH	449.12	6.77%	**
5	浙江一瑞进出口有限公司	441.45	6.66%	**
6	杭州锦圣进出口有限公司	361.65	5.46%	**
7	杭州伟图科技开发有限公司	275.12	4.15%	**
8	宁波力普进出口有限公司	262.80	3.96%	**
9	上海铁舍实业有限公司	188.84	2.85%	**
10	上海戴朗实业有限公司	165.55	2.50%	**
合计		**4,392.61**	**66.26%**	**15.66%**

注 1：同一控制下客户销售额已合并计算，下同；
注 2：对于既包括直销模式也包括贸易模式采购的客户，上述统计口径仅包括贸易模式。

由上表可知，报告期各期，公司前十大贸易商销售收入的合计金额分别为 4,392.61 万元、5,291.61 万元、8,287.83 万元和 3,031.48 万元，占贸易模式收入的比例分别为 66.26%、69.17%、70.97%和 63.98%，占比较为稳定。

报告期各期，前十大贸易商总体的毛利率分别为 15.66%、15.48%、16.33%和 17.49%，较为稳定，不同贸易商之间毛利率略有差异主要系受到客户采购产品类型及结构、公司销售策略等因素的影响。

报告期各期，前十大贸易商客户的合作背景、合作开始年限、资信情况（成立时间、实缴资本、员工数量、业务规模）、发行人销售金额占其业务规模的比例情况如下：

序号	公司名称	具体交易对象	合作背景	合作开始年限	成立时间	实缴资本	参保人数	业务规模	发行人销售金额占其业务规模的比例
1	宝时得集团	宝时得机械（张家港）有限公司	通过市场调研与公司开展合作	2015 年	1992-5-7	300 万美元	382 人	合并口径约 8 亿美元	10%左右
		苏州东旺海外进出口有限公司（曾用名：江苏海外集团苏州有限公司）		2015 年	1995-12-29	1,000 万元	2 人		
		苏州格雷进出口有限公司		2012 年	2002-11-1	500 万元	3 人		
2	浙江一瑞进出口有限公司	浙江一瑞进出口有限公司	德硕科技主动寻找	2016 年	2008-1-7	500 万元	7 人	5,000 万元-1 亿元	10%左右
3	Conmetall Meister GmbH	Conmetall Meister GmbH	该公司在市场中主动寻找	2020 年	1963-8-1	注册资本 3,000 万欧元	员工人数 250-499 人之间	约 2 亿欧元	2%左右
4	开创电气	金华星河科技有限公司	该公司在市场中主动寻找	2019 年	2017-11-9	500 万元	10 人	所属集团为开创电气，2024 年度营业收入 8.37 亿元	20%左右
		杭州象谷科技有限公司	德硕科技主动寻找	2023 年	2021-10-28	100 万元	0 人		1%左右
5	杭州正能五金机电有限公司	杭州正能五金机电有限公司	行业展会	2019 年	2012-11-13	100 万元	13 人	1-3 亿元	1%以内
6	杭州伟图科技开发有限公司	杭州伟图科技开发有限公司	外部中间人介绍	2017 年	2014-9-29	100 万元	109 人	1-3 亿元	2%-3%左右
7	宁波力普进出口有限公司/宁波海曙金普进出口有限公司	宁波力普进出口有限公司	行业展会	2016 年	1995-7-28	500 万元	41 人	1-3 亿元	1%左右
		宁波海曙金普进出口有限公司	德硕科技主动寻找	2024 年	2008-4-25	50 万元	18 人	5000 万-1 亿元	1%-7%左右
8	浙江英利五金机械有限公司	浙江英利五金机械有限公司	行业展会	2012 年	2004-4-5	2,005.17 万元	15 人	5,000 万元以下	1%-6%左右
		海宁华岳贸易有限公司		2016 年	2011-3-23	100 万元	13 人	1-3 亿元	2%-3%左右
9	金华汇脉供应链管理有限公司	金华汇脉供应链管理有限公司	德硕科技主动寻找	2024 年	2024-2-6	110 万元	3 人	5000 万-1 亿元	10%左右
10	青岛捷马机电设备限公司	青岛捷马机电设备有限公司	外部中间人介绍	2014 年	2007-7-12	200 万元	18 人	3 亿元以上	1%左右

序号	公司名称	具体交易对象	合作背景	合作开始年限	成立时间	实缴资本	参保人数	业务规模	发行人销售金额占其业务规模的比例
11	公牛工具	公牛工具	该公司在市场中主动寻找	2022 年	2021-12-2	4,000 万元	144 人	公牛工具所属集团为公牛集团，2024 年度营业收入为 168.31 亿元	25%左右
12	义乌罗娅贸易有限公司	义乌罗娅贸易有限公司	德硕科技主动寻找	2019 年	2017-9-22	100 万元	4 人	5000 万-1 亿元	1%以内
13	上海戴朗实业有限公司	上海戴朗实业有限公司	通过行业展会与公司开展合作	2020 年	2013-11-19	15 万元	2 人	5,000 万元以下	10%左右
14	上海铁舍实业有限公司	上海铁舍实业有限公司	德硕科技主动寻找	2018 年	2018-6-7	-	3 人	5,000 万元以下	5%左右
15	杭州锦圣进出口有限公司	杭州锦圣进出口有限公司	该公司在市场中主动寻找	2017 年	2014-7-30	-	28 人	1-3 亿元	3%左右

注 1：主要贸易商合作开始年限、合作背景和发行人销售金额占其业务规模的比例按访谈问卷相关内容填列；
注 2：主要贸易商业务规模数据来源于公开资料或访谈问卷相关内容；
注 3：主要贸易商成立时间、实缴资本和参保人数信息来源于企查查。

由上表可知，公司主要贸易商以国内外知名电动工具品牌和商超为主，资信状况良好，与公司的合作年限较久，公司销售金额占其业务规模的比例不高。截至目前，公司与上述主要贸易商仍保持长期合作关系。

（二）结合贸易商家数及增减变动情况、复购率等情况，说明贸易类销售收入逐年增长尤其 2024 年度增长较快的合理性

报告期各期，贸易商家数、增减变动、复购率情况如下：

项目	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
本期贸易商客户数量（家）	73	91	78	71
新增贸易商客户数量（家）	15	34	25	21
退出贸易商客户数量（家）	33	21	18	9
存量贸易商客户数量（家）	58	57	53	50
本期贸易商客户销售金额 A（万元）	4,737.89	11,678.15	7,649.65	6,629.55
新增贸易商客户销售金额 B（万元）	420.71	1,521.60	627.8	420.43
新增贸易商客户销售金额占比（C=B/A）	8.88%	13.03%	8.21%	6.34%
存量贸易商客户销售金额 D（万元）	4,317.19	10,156.76	7,021.85	6,209.12
复购率（E=D/A）	91.12%	86.97%	91.79%	93.66%

注：贸易商客户数量和销售金额按照同一控制下合并计算；2022 年度的存量贸易商客户系于 2021 年度与公司发生过业务往来的贸易商客户；2023 年度的存量贸易商客户系于 2022 年度与公司发生过业务往来的贸易商客户；2024 年度的存量贸易商客户系于 2023 年度与公司发生过业务往来的贸易商客户；2025 年 1-6 月的存量贸易商客户系于 2024 年度与公司发生过业务往来的贸易商客户。

报告期内，公司贸易商客户数量有一定程度变动，但存量贸易商的复购率较高，分别为 93.66%、91.79%、86.97%和 91.12%。报告期内新增贸易商收入占贸易收入比例分别为 6.34%、8.21%、13.03%和 8.88%，占比较低。

公司贸易类销售收入逐年增长，尤其 2024 年度增长较快，主要系受到存量贸易商客户销售金额增长的影响，公司的存量贸易商复购率较高主要系公司将贸易商客户的重心集中在规模大、合作时间久的优质客户上，因此贸易商客户整体合作较为稳定，业务可持续性较高。

（三）是否存在成立时间较短即与发行人合作、实缴或参保人数较少的贸易商，与贸易商的合作是否稳定、可持续

1、是否存在成立时间较短即与发行人合作的贸易商

发行人主要贸易商客户中存在成立当年或次年即与发行人合作情形，具体情况如下：

客户名称	具体交易对象	合作开始年份	成立时间	交易金额	原因及合理性
金华汇脉供应链管理有限公司	金华汇脉供应链管理有限公司	2024 年	2024 年	0.00 万元、0.00 万元、205.86 万元和 155.69 万元	该公司为行业内具有丰富经验的从业人员自主设立，销售渠道稳定，资信情况良好
公牛工具	公牛工具	2022 年	2021 年	16.24 万元、1,610.80 万元、2,836.15 万元和 0.00 万元	该公司主要经营公牛品牌的电动工具，公牛品牌是中国知名的电动工具厂商，德硕科技为拓展新客户、新市场在其成立次年与其合作具有商业合理性
上海铁舍实业有限公司	上海铁舍实业有限公司	2018 年	2018 年	188.84 万元、195.78 万元、106.83 万元和 0.00 万元	该公司为行业内具有丰富经验的从业人员自主设立，销售渠道稳定，资信情况良好

注：上述交易数据仅列示该客户贸易模式收入的部分。

2、实缴或参保人数较少的贸易商原因

公司主要贸易商客户存在部分实缴或参保人数较少的情况，主要系贸易商的商业模式主要依靠渠道资源和客户关系维护实现价差收益，不需要投入大量的资金和人力，具有轻资产运营特征，且考虑到部分员工社保缴纳意愿低且自行缴纳城乡居民医疗保险等因素的影响，公司部分客户实缴资本较少、参保人数较少的情况具有商业合理性。

3、发行人与贸易商的合作是否稳定、可持续

公司的贸易商客户均以国内外知名电动工具品牌和商超为主，资信状况良好，与公司的合作年限较久。截至目前，公司与上述主要贸易商仍保持长期合作关系。报告期各期，公司存量贸易商客户的复购率较高、销售占比较高，而新开展合作的贸易商客户销售占比较低，公司将贸易商客户的重心集中在规模大、合作时间久的优质客户上，公司与贸易商客户的合作稳定且具有可持续性。

三、补充说明报告期各期经销商收入分层、合作年限分层、数量及增减变动情况，报告期内持续合作经销商、非法人经销商的数量及收入占比情况，经销商下游客户是否仍为经销商或分销商，是否存在最优条款、排他性条款、现金返还、返利条款等情况，发行人及其关联方与经销商及其终端客户是否存在关联关系或其他利益安排，说明经销模式认定为买断销售的原因及合理

（一）报告期各期经销商收入分层、合作年限分层、数量及增减变动情况

1、经销商收入分层情况

报告期各期，公司经销商收入分层情况如下：

期间	销售规模区间	数量（家）	占经销商数量比例	销售收入（万元）	占经销收入比例
2025 年 1-6 月	500 万元以上	8	12.90%	2,783.93	43.57%
	100 万元至 500 万元	22	35.48%	3,184.41	49.83%
	100 万元以下	32	51.61%	421.79	6.60%
	合计	**62**	**100.00%**	**6,390.14**	**100.00%**
2024 年	500 万元以上	2	3.57%	1,427.56	15.24%
	100 万元至 500 万元	28	50.00%	7,197.14	76.86%
	100 万元以下	26	46.43%	739.48	7.90%
	合计	**56**	**100.00%**	**9,364.17**	**100.00%**
2023 年	500 万元以上	3	4.55%	2,601.83	22.35%
	100 万元至 500 万元	30	45.45%	7,727.57	66.39%
	100 万元以下	33	50.00%	1,310.88	11.26%
	合计	**66**	**100.00%**	**11,640.28**	**100.00%**
2022 年	500 万元以上	2	2.99%	2,256.91	18.11%
	100 万元至 500 万元	37	55.22%	8,835.83	70.90%
	100 万元以下	28	41.79%	1,369.11	10.99%
	合计	**67**	**100.00%**	**12,461.85**	**100.00%**

注 1：经销商按同一控制口径统计，下同；
注 2：2025 年 1-6 月经销收入的“销售规模区间”已年化处理。

由上表可知，报告期各期，公司经销商收入在 100 万元至 500 万元区内的金额及占比较高，该类经销商各期的收入金额分别为 8,835.83 万元、7,727.57 万元、7,197.14 万元和 3,184.41 万元，占经销商收入的比例分别为 70.90%、66.39%、

76.86%和 49.83%，为经销商收入的主要组成部分。

2、经销商合作年限分层情况

报告期各期，公司经销商合作年限分层情况如下：

年度	合作年限区间	数量（家）	占经销商数量比例	销售收入（万元）	占经销收入比例
2025 年 1-6 月	5 年以上	41	66.13%	4,682.71	73.28%
	3-5 年	12	19.35%	490.51	7.68%
	1-3 年	7	11.29%	1,173.94	18.37%
	1 年以内	2	3.23%	42.98	0.67%
	合计	**62**	**100.00%**	**6,390.14**	**100.00%**
2024 年	5 年以上	34	60.71%	6,291.94	67.19%
	3-5 年	13	23.21%	1,296.05	13.84%
	1-3 年	6	10.71%	1,284.99	13.72%
	1 年以内	3	5.36%	491.18	5.25%
	合计	**56**	**100.00%**	**9,364.17**	**100.00%**
2023 年	5 年以上	31	46.97%	5,422.05	46.58%
	3-5 年	16	24.24%	3,834.97	32.95%
	1-3 年	16	24.24%	2,100.06	18.04%
	1 年以内	3	4.55%	283.20	2.43%
	合计	**66**	**100.00%**	**11,640.28**	**100.00%**
2022 年	5 年以上	1	1.49%	487.49	3.91%
	3-5 年	41	61.19%	8,179.36	65.64%
	1-3 年	20	29.85%	2,439.83	19.58%
	1 年以内	5	7.46%	1,355.17	10.87%
	合计	**67**	**100.00%**	**12,461.85**	**100.00%**

由上表可知，合作 5 年以上的经销商收入金额及占比呈现逐年上升的趋势，金额分别为 487.49 万元、5,422.05 万元、6,291.94 万元和 4,682.71 万元，经销商收入占比分别为 3.91%、46.58%、67.19%和 73.28%，报告期公司经销商收入主要来自于合作年限较久的客户。

3、经销商数量及增减变动情况

项目	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
本期经销商客户数量（家）	62	56	66	67

项目	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
新增经销商客户数量（家）	9	5	3	2
退出经销商客户数量（家）	3	15	4	3
存量经销商客户数量（家）	53	51	63	65
本期经销商客户销售金额 A（万元）	6,390.14	9,364.17	11,640.28	12,461.85
新增经销商客户销售金额 B（万元）	25.32	494.81	184.41	130.97
新增经销商客户销售金额占比（C=B/A）	0.40%	5.28%	1.58%	1.05%
退出经销商客户上一期销售金额 D（万元）	35.49	643.40	176.50	101.39
退出经销商客户上一期销售金额占比（E=D/A）	0.38%	5.53%	1.42%	0.71%

由上表可知，报告期各期公司经销商客户的数量分别为 67 家、66 家、56 家和 62 家，2022 年至 2024 年间呈现逐年下降的趋势，与公司经销商收入下降的趋势相一致。

报告期各期，公司新增经销商客户数量分别为 2 家、3 家、5 家和 9 家，占当期经销收入的比例分别为 1.05%、1.58%、5.28%和 0.40%，2024 年度新增经销商客户收入占比略高，主要系公司为积极拓展自有品牌产品，逐步开发各地区的市场潜力，逐渐引入资信状况较好、在当地具有丰富电动工具销售经验的经销商客户。

报告期各期，公司退出经销商客户数量分别为 3 家、4 家、15 家和 3 家，占上一期经销收入的比例分别为 0.71%、1.42%、5.53%和 0.38%。2024 年度退出经销商客户数量和收入占比略高，主要系公司对部分业绩考核不达标、不再具有合作意向或规模较小的经销商暂停合作，符合公司经销商管理办法的要求。总体来说，公司退出的经销商客户数量较少且退出经销商规模较小，公司退出经销商客户的变动具有商业合理性。

（二）报告期内持续合作经销商、非法人经销商的数量及收入占比情况

1、报告期内持续合作经销商的数量及收入占比情况

报告期各期，公司持续合作经销商的数量及收入占比情况如下：

项目	2025 年 1-6 月	2024 年	2023 年	2022 年
报告期持续合作经销商数量（家）	46			

项目	2025 年 1-6 月	2024 年	2023 年	2022 年
当期经销收入（万元）	5,572.45	8,312.56	10,694.23	10,980.07
占当期经销收入的比例	87.20%	88.77%	91.87%	88.11%

由上表可知，报告期各期公司持续合作的经销商客户数量为 46 家，占各期经销收入的比例分别为 88.11%、91.87%、88.77%和 87.20%，占比较高且较为稳定，双方合作具有可持续性。

2、报告期内非法人经销商的数量及收入占比情况

报告期各期，公司不存在非法人经销商的情况。

（三）经销商下游客户是否仍为经销商或分销商

经访谈经销商客户及发行人销售人员，报告期各期公司不存在经销商下游客户仍为经销商或分销商的情况。

（四）是否存在最优条款、排他性条款、现金返还、返利条款等情况

报告期各期，公司与各经销商签订的年度框架协议中未约定最优条款和排他性条款。此外，根据公司与各经销商签订的返利协议，相关政策如下：

2023 年度、2024 年度和 2025 年 1-6 月		
项目	**条款内容**	**返利形式**
年度不退货返利	除公司通知因产品存在质量问题或经公司品质鉴定存在质量问题需退回的产品外，若全年无整机退货，公司年终给予全年整机回款额的 1%作为不退货售后补贴	账扣货款形式（现金返利）
销售完成奖	销售量/销售金额达到一定数量以上，按照销售量/已回款金额乘以返利比例给予返利	账扣货款形式（现金返利）
政策返利	针对某个客户的某个产品单独申请的促销优惠	实物返利
2022 年度		
项目	**条款内容**	**返利形式**
月度回款奖	除铺垫款外，应付款按月支付，每月 15 日前将应付货款全部汇入公司指定账户，公司给予 1%的奖励，此奖励在次月兑现	实物返利/账扣货款形式（现金返利）
年度不退货返利	除公司通知因产品存在质量问题或经公司品质鉴定存在质量问题需退回的产品外，若全年无整机退货，公司年终给予全年整机回款额的 1%作为不退货售后补贴	实物返利
销售完成奖	销售量/销售金额达到一定金额以上，按照销售量/已回款金额乘以返利比例给予返利	实物返利
销售增长奖	净销售额需同比上一年增长达到一定比例时且回笼货款全部回清，给予返利	实物返利

政策返利	针对某个客户的某个产品单独申请的促销优惠	实物返利

报告期内，公司的返利政策存在一定调整，公司对客户的返利逐渐转变为主要采取账扣返利（现金返利）的形式而非实物返利的形式，主要系公司相应经销商需求、结合销售布局、产品推广政策等自身战略进行适当调整，具备商业合理性。

（五）发行人及其关联方与经销商及其终端客户是否存在关联关系或其他利益安排

根据对经销商及其终端客户的访谈，查阅经销商及其终端客户签署的无关联关系声明函，核查公司及其实控人、关键岗位人员的银行流水，并通过企查查等网站搜索结果显示，公司及其关联方与主要经销商及其终端客户之间不存在关联关系或其他利益安排。

（六）说明经销模式认定为买断销售的原因及合理

1、商品控制权的转移时点

根据公司与经销商在年度框架协议中的约定：约定将货物移交给客户指定承运商的，所有权及风险自本公司货交承运人时起转移给客户；客户自提的，所有权和风险自货物自提完成时完成产品交付义务。在上述两种情况下，公司产品在交付给客户或客户指定承运商签收时，公司已经实质上取得了对经销商客户的现实收款权利，产品的控制权已经转移至经销商客户。

2、公司向经销商客户实现销售后，不参与客户的后续具体的市场销售工作，情况如下：

（1）经销商客户一般具有当地丰富的电动工具销售经验，既向本公司采购产品，也向其他电动工具生产商采购产品；

（2）经销商客户针对其终端客户具备独立定价权，公司只给予经销商统一的最低销售价格进行指导；

（3）公司与经销商客户按照合同约定价格结算，经销商客户与公司独立结算货款，不受下游终端客户货款结算价格的影响；

（4）经销商客户对其下游终端进行自主开发和维护，不需要经过公司的审

核或向公司报备其终端客户信息；

（5）针对经销商销售，公司与经销商约定除批量质量事故召回和特殊政策约定外，不得退货。

3、与同行业可比公司经销收入确认时点一致

同行业可比公司中，锐奇股份和康平科技亦存在经销模式，公司与上述公司境内经销模式收入确认政策的对比情况如下：

公司名称	经销收入确认政策
锐奇股份	通常在综合考虑了下列因素的基础上，以到货验收完成时点确认收入：取得商品的现时收款权利、商品所有权上的主要风险和报酬的转移、商品的法定所有权的转移、商品实物资产的转移、客户接受该商品
康平科技	对于境内经销，客户取得商品控制权的时点，通常为本集团按照合同或订单约定将货物运至客户指定交货地点，经客户对货物验收（合同约定验收的）或签收后
本公司	**本公司与客户签订的合同约定将货物移交给客户指定的承运商的，所有权及风险自本公司货交承运人时起转移给客户；客户自提的，所有权和风险自货物自提完成时完成产品交付义务**

由上表可知，本公司与同行业可比公司均在综合考虑现实收款权利、实物资产转移等因素后，在实现商品控制权转移时确认收入，公司与同行业可比公司经销收入确认时点一致。

综上所述，公司产品在交付给客户或客户指定承运商签收时，公司已完成合同约定的履约义务，无论经销商是否销售产品，公司均有权获得全额货款，之后商品价格波动、毁损灭失等风险由经销商自行承担；此外，公司与同行业可比公司锐奇股份和康平科技的经销收入确认时点一致。因此，公司认定经销商销售为买断式销售的依据充分，具备合理性。

四、结合直接发货至终端客户金额、占比及变动，贸易商、经销商进销存、退换货情况，说明终端客户未直接向公司采购的商业合理性，经销和贸易客户一般备货周期是否与进销存情况相匹配，是否存在压货情况，是否已实现终端销售

（一）直接发货至终端客户金额、占比及变动

2024 年 8 月，原公司贸易商客户公牛工具（原名苏州工业园区全一工具有

限责任公司）被公牛集团（603195.SH）收购，公牛工具转变为公司的直销客户（收购前，公牛工具下游客户即为公牛集团，公牛工具与公司业务合作的品牌属于其客户公牛集团，故为贸易商客户）。公司与公牛工具通常合作模式为：公牛工具人员入驻公司工厂内，根据订单情况需发出的货物在发货前经驻场人员对品质进行检测，检查合格后方可发出货物，收货地由公牛工具指定，公牛工具根据与下游客户的交易协商情况，有时会要求公司将货物直接送至终端客户所在地点，因此会出现向终端客户直接发货情形，具备商业合理性。报告期各期，公司直接发货至公牛工具终端客户的金额分别为 16.24 万元、962.12 万元、1,633.92 万元和 0.00 万元。除此之外，报告期内公司无其他向终端客户直接发货的情形。

（二）贸易商、经销商进销存情况

1、贸易商进销存情况

报告期各期，根据获取的公司主要贸易商针对公司产品的进销存数据，具体情形如下：

项目	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
贸易商确认的向公司采购数量（万台）A	13.01	32.17	20.30	16.55
贸易商确认的对外销售数量（万台）B	12.67	31.00	19.11	16.55
销售实现情况 C=B/A	97.42%	96.36%	94.13%	100.00%
贸易商确认的期末库存数量（万台）E	2.70	2.36	1.19	-
期末库存折合可销售天数（天）F=E/（B/365）	/	27.84	22.77	-

注：上述贸易商库存和销售数据均以已获取的贸易商进销存资料为统计范围。

由上表可知，报告期内，公司主要贸易商的存货周转天数约为 0-28 天左右，与主要贸易商期后销售周期一般为 1-3 个月相匹配。报告期内，公司贸易商销售实现情况较好，不存在贸易商期末压货的情形。

2、经销商进销存情况

报告期各期，根据获取的公司主要经销商针对公司产品的进销存数据，具体情形如下：

项目	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
经销商确认的向公司采购数量（万台）A	20.15	29.56	34.26	33.82

项目	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
经销商确认的对外销售数量（万台）B	20.24	28.61	34.25	35.96
销售实现情况 C=B/A	100.45%	96.79%	99.97%	106.33%
经销商确认的期末库存数量（万台）E	4.82	4.91	3.89	4.16
期末库存折合可销售天数（天）F=E/（B/365）	/	62.64	41.46	42.22

注：上述经销商库存和销售数据均以已获取的经销商进销存资料为统计范围。

由上表可知，报告期内，公司主要经销商的存货周转天数约为 41-62 天左右，与主要经销商期后销售周期一般为 1-3 个月相匹配。2024 年度期末库存周转天数有所增加，主要系 2025 年春节较上年有所提前，经销商需提前备货，因此 2024 年底经销商留存量相对增加。报告期内，公司经销商终端销售实现情况较好，不存在经销商期末压货的情形。

（三）退换货情况

1、贸易商退换货情况

报告期各期，贸易商的退换货情况如下：

单位：万元

	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
退换货金额（A）	26.43	130.40	172.08	0.47
贸易商收入（B）	4,737.89	11,678.15	7,649.65	6,629.55
退换货率（C=A/B）	0.56%	1.12%	2.25%	0.01%
退换货产品当年度再销售的金额（D）	25.53	129.01	171.92	0.47
剔除退换货产品当年度再销售后的退换货率（E=(A-D)/B）	**0.02%**	**0.01%**	-	-

由上表可知，报告期各期贸易商退换货的金额分别为 0.47 万元、172.08 万元、130.40 万元和 26.43 万元，剔除退换货产品当年度再销售后的退换货率极低。公司在产品退回后经返工流程后绝大部分产品能够实现最终销售。

2、经销商退换货情况

报告期各期，经销商的退换货情况如下：

单位：万元

	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
退换货金额（A）	28.85	398.51	508.72	203.39

	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
经销商收入（B）	6,390.14	9,364.17	11,640.28	12,461.85
退换货率（C=A/B）	0.45%	4.26%	4.37%	1.63%
退换货产品当期再销售的金额（D）	2.86	165.02	362.63	61.62
剔除退换货产品当年度再销售后的退换货率（E=(A-D)/B）	**0.41%**	**2.49%**	**1.26%**	**1.14%**

由上表可知，报告期各期经销商退换货的金额分别为 203.39 万元、508.72 万元、398.51 万元和 28.85 万元，剔除退换货产品当年度再销售后的退换货率分别为 1.14%、1.26%、2.49%和 0.41%，比例很低。2023 年度和 2024 年度，经销商的退换货率（剔除前）增加主要系受到部分批次生产的电锤电镐产品出现质量问题，经终端客户反馈后而引起的退换货，公司在产品退回后经返工流程后大部分产品能够实现最终销售。2025 年 1-6 月，公司经销商的退换货率（剔除前）为 0.45%，已恢复至正常水平。报告期内，经销商退换货率的增加属于偶发事项，不影响产品的最终销售情况。

（四）终端客户未直接向公司采购的商业合理性

1、终端客户通过贸易商向公司采购的优势

公司大多数贸易商客户的下游终端客户主要为境外客户，由于贸易商对境内的电动工具生产商较为了解，下游客户通过贸易商向公司采购可节约对接供应商的协调成本，更快速解决自身采购需求，同时对于境外下游客户而言，通过贸易商向公司采购可节省国际运输、清关、税费等复杂环节，降低采购成本。

2、终端客户通过经销商向公司采购的优势

（1）公司自有品牌产品的终端客户主要为国内零售五金门店，该类终端客户数量多、区域分布广、单个终端客户采购量较少，若直接向公司采购，公司的销售成本、客户管理与售后服务成本较高，不利于满足终端客户的需求；

（2）公司经销商一般具有多年的电动工具从业背景，对所在区域市场需求更为了解，可凭借当地的渠道资源优势，了解其个性化需求，并快速响应终端客户售后服务需求。

因此，终端客户基于成本和服务需求等方面的考量，未直接向公司采购具有商业合理性。

五、结合直销和贸易模式的具体差异，包括销售产品种类、产品定价原则、长期滞销产品回退机制（如有）、交易结算方式、返利政策、终端客户情况等，说明是否存在客户同时为直销和贸易客户的情形，如存在，说明合理性

1、直销和贸易模式的具体差异

公司直销和贸易模式的具体差异列示如下：

项目	直销模式	贸易模式	是否一致
销售产品种类	交流电动工具、锂电电动工具、配件及其他	交流电动工具、锂电电动工具、配件及其他	一致
产品定价原则	销售的定价以成本加成模式为基础，并结合市场情况、营销布局确定销售价格	销售的定价以成本加成模式为基础，并结合市场情况、营销布局确定销售价格	一致
长期滞销产品回退机制（如有）	无	无	一致
交易结算方式	按照相应结算方式、账期约定进行结算	按照相应结算方式、账期约定进行结算	一致
返利政策	除浙江金指数外，不存在返利条款	无	基本一致
终端客户情况	主要客户以国内外知名电动工具品牌和商超为主，其通过自有门店或自有渠道面对终端客户进行销售；此外公司还在亚马逊等电商平台将商品直接销售给终端客户	主要客户以国内外知名电动工具品牌和商超为主，公司将产品销售给贸易商后，由贸易商进一步销售给终端客户	基本一致

根据上表可知，直销模式和贸易模式客户均以国内外知名电动工具品牌和商超为主，两种模式在销售产品种类、产品定价原则、长期滞销产品回退机制、交易结算政策方面一致，并无差异。

终端客户方面，直销模式下存在将产品在亚马逊等电商平台直接销售给终端客户的情况；返利政策方面，由于主要客户浙江金指数在国内具有一定的销售渠道资源优势，公司在合作过程中给予浙江金指数一定返利的优惠条件；除浙江金指数外，公司直销客户与贸易商客户，均不存在返利政策。综上，直销模式和贸易模式客户在返利政策、终端客户方面基本一致。

直销模式和贸易模式客户的主要区别在于品牌归属，品牌归属于客户的，认定为直销模式；品牌归属于客户下游的，认定为贸易模式。

2、说明是否存在客户同时为直销和贸易客户的情形，如存在，说明合理性

报告期内，公司存在客户同时为直销和贸易客户的情形，发行人个别 ODM 直销客户为拓展客户资源，丰富销售渠道，同时为满足客户多样化的需求，存在向本公司定制生产其下游客户拥有品牌的电锤电镐产品的情况，因此部分客户同时为发行人直销客户和贸易客户。

报告期内，同时为发行人直销客户和贸易客户的客户主要为宝时得集团、公牛工具（报告期内，宝时得集团和公牛工具收入占该种情形的比例分别为 68.41%、75.51%、78.78%和 77.90%），具体情况如下：

（1）宝时得集团既存在直销模式也存在贸易模式，主要系宝时得集团采用贸易模式为拓展客户资源，丰富销售渠道的考量，可以快速触达全球客户，覆盖工具超市、工业客户等多元场景；同时满足客户多样化的需求，针对宝时得集团不具备生产优势的产品或暂不生产的产品，向本公司定制生产其下游客户拥有品牌的电锤电镐产品。

（2）公牛工具（曾用名：苏州工业园区全一工具有限责任公司）既存在直销模式也存在贸易模式，主要系 2024 年 8 月底前公牛工具直接与公司签订订单并完成后续交易流程，交付的产品为 ODM 模式下的公牛品牌电动工具，该品牌归属于其下游客户，应当认定为贸易模式。2024 年 8 月底，公牛工具被公牛集团股份有限公司收购成为其子公司后，公司直接与公牛集团股份有限公司子公司（即公牛工具）进行交易，其品牌归属于直接客户，认定为直销模式。

六、核查程序及核查意见

（一）核查程序

针对上述事项，保荐机构及申报会计师执行的核查程序如下：

1、查阅发行人各类业务合同，根据《企业会计准则》的相关规定，结合发行人各业务类型、销售合同有关履约义务、交付方式等条款，分析发行人收入确认时点、确认依据的准确性及合理性；

2、检查发行人销售业务签收单据签字盖章情况，核查收入确认是否准确、完整；

3、对比分析直销与经销、贸易模式收入确认时点是否存在差异；

4、检查发行人与直销客户签订的合同或订单相关条款，并结合发行人与直销客户的销售模式，分析发行人的直销模式是否为买断式销售；

5、了解发行人与客户之间的合同约定和实际执行情况，分析产品的实物流、账务流、资金流的时点安排和匹配性，查阅发行人同行业可比公司的同类业务销售收入确认时点，核查发行人收入确认时点的准确性，是否符合《企业会计准则》规定；

6、获取报告期内贸易模式销售明细表，统计发行人向各期主要贸易商销售金额、毛利率等情况；通过企查查等公开网站查询主要贸易商基本工商信息、实缴资本、参保人数等信息，分析贸易商与发行人的交易规模是否合理；访谈报告期内主要贸易商，访谈发行人销售人员，了解主要贸易商的业务模式和业务规模，了解公司与主要贸易商的合作背景、合作年限、发行人销售金额占其业务规模的比例等情况；核查发行人与主要贸易商合作的稳定性与持续性；

7、获取报告期内经销模式收入明细表，访谈公司销售人员，了解各期经销商收入分层、合作年限分层、数量及增减变动情况及原因，分析其合理性；了解报告期内持续合作经销商、非法人经销商的数量及收入占比情况，分析其原因；访谈经销商客户及公司销售人员，了解经销商下游客户是否仍为经销商或分销商；查阅公司与经销商的年度框架协议及返利协议，了解是否存在最优条款、排他性条款、现金返还、返利条款等情况；访谈经销商及其终端客户，查阅经销商及其终端客户签署的无关联关系声明函，核查公司及其实控人、关键岗位人员的银行流水，并通过企查查等网站搜索，了解发行人及其关联方与经销商及其终端客户是否存在关联关系或其他利益安排；访谈公司销售人员及查阅经销商的年度框架协议，了解公司与经销商的合作模式，认定为买断式销售的原因；

8、获取经销商和贸易商出具的关于进销存的说明文件，分析经销和贸易客户经销和贸易客户一般备货周期是否与进销存情况相匹配，是否存在压货情况；访谈主要贸易商、经销商和发行人销售人员，了解是否存在直接发货至终端客户的情形，终端客户未直接向公司采购的原因；取得并查阅公司的退换货明细，分析贸易商和经销商的退换货情况，是否影响产品的终端销售；

9、结合发行人销售产品种类、产品定价原则、长期滞销产品回退机制、交易结算方式、返利政策、终端客户情况等，分析直销和贸易模式的具体差异；查阅发行人收入明细表，核查同时存在直销模式和贸易模式的客户，通过访谈主要客户及发行人相关业务人员，了解其商业合理性。

（二）核查意见

经核查，保荐机构及申报会计师认为：

1、公司已说明直销、贸易和经销模式下收入确认的具体依据及控制权转移的时点；报告期内各类单据基本齐全，仅在 2022 年度和 2023 年度存在少量的收入缺失相应客户签收单据的情形，2024 年度后，公司进一步加强了对客户签收、单据回传等环节的控制，上述情形未再发生；直销与经销、贸易模式收入确认时点不存在差异，为买断销售；发行人及同行业可比公司在收入确认政策和收入确认时点上并无重大差异，与合同约定及实际执行情况匹配，符合《企业会计准则》的相关规定；

2、公司已说明前十大贸易商主要情况。报告期内，公司贸易商客户数量有一定程度变动，但存量贸易商的复购率较高，新增贸易商收入占贸易收入比例比例较低。公司贸易类销售收入逐年增长尤其 2024 年度增长较快，主要系受到存量贸易商客户销售金额增长的影响，公司的存量贸易商复购率较高主要系公司将贸易商客户的重心集中在规模大、合作时间久的优质客户上，因此贸易商客户整体合作较为稳定，业务可持续性较高。公司主要贸易商中存在成立时间较短即开展合作、实缴或参保人数较少的贸易商具有合理性，发行人与主要贸易商的合作较为稳定、具有可持续性；

3、公司经销商收入在 100 万元至 500 万元区内的金额及占比较高,为经销商收入的主要组成部分；合作 5 年以上的经销商收入金额及占比呈现逐年上升的趋势，公司经销商收入主要来自于合作年限较久的客户；经销商数量的变动与公司经销商收入下降的趋势相一致，相关变动具有合理性；公司持续合作的经销商客户占比较高且较为稳定，双方合作具有可持续性；公司不存在非法人经销商的情况；公司不存在经销商下游客户仍为经销商或分销商的情况；公司与各经销商签订的年度框架协议中未约定最优条款和排他性条款，公司与各经销商存在相关的

返利条款；公司及其关联方与主要经销商及其终端客户之间不存在关联关系或其他利益安排；根据公司与经销商在年度框架协议中的约定及相关售后安排，公司的经销均为买断式销售；

4、报告期内，根据公司与公牛工具的通常合作模式，公牛工具根据与下游客户的交易协商情况，有时会要求公司将货物直接送至终端客户所在地点，因此会出现向终端客户直接发货情形，具备商业合理性。报告期各期，公司直接发货至终端客户的金额分别为 16.24 万元、962.12 万元、1,633.92 万元和 0.00 万元。经销和贸易客户一般备货周期与其进销存情况相匹配，不存在期末压货的情形，相关产品终端销售情况良好；公司在产品退回后经返工流程后大部分产品能够实现最终销售，不影响产品最终销售情况；终端客户基于成本和服务需求等方面的考量，未直接向公司采购具有商业合理性；

5、直销模式和贸易模式客户均以国内外知名电动工具品牌和商超为主，两种模式在销售产品种类、产品定价原则、长期滞销产品回退机制、交易结算政策方面一致，并无差异；直销模式和贸易模式客户在返利政策、终端客户方面基本一致；直销模式和贸易模式客户的主要区别在于品牌归属。公司存在客户同时为直销和贸易客户的情形，个别 ODM 直销客户为拓展客户资源，丰富销售渠道，同时为满足客户多样化的需求，存在向本公司定制生产其下游客户拥有品牌的电锤电镐产品的情况，因此部分客户同时为公司直销客户和贸易客户具有商业合理性。

（2）外销收入和线上收入的真实性

根据申请文件：①报告期内，公司外销收入分别为 28,952.85 万元、29,777.05 万元和 37,363.50 万元，占比分别为 40.43%、37.63%和 39.35%，外销收入持续增长。②发行人第二大客户为 LIDL，各期对其销售收入分别为 4,993.44 万元、3,179.76 万元和 4,598.97 万元。发行人第四或第五大客户为 ADEO，各期对其销售收入分别为 3,056.51 万元、2,852.43 万元和 2,699.28 万元。③报告期内，公司线上销售的收入金额分别为 637.45 万元、1,473.50 万元和 1,643.22 万元；公司报告期内大力推广亚马逊等电商平台的销售，电商收入金额占自有品牌销售收入的比例分别为 4.85%、11.04%、14.81%。请发行人：①说明各期内外销收入前

五大客户的销售内容、数量、金额及占比等变动情况，分析影响内销、外销销售区域收入结构变动的具体原因及核心影响因素，是否存在境外主要客户收入持续下滑的风险，并充分揭示。②结合行业特征、合作背景、订单获取方式、定价模式、信用期及结算方式、退换货机制、各期销售金额、毛利率、销售额占其同类产品采购额的比例等，说明报告期内 LIDL 销售收入先降后升、ADEO 销售收入持续下降的原因及合理性。③说明通过亚马逊电商平台、金伯利电器线上销售与线下销售模式的产品型号、定价、销售佣金费率及结算政策是否存在差异，区分境内、境外说明线上销售收入快速增长的原因及合理性。

请保荐机构、申报会计师：（1）核查上述事项并发表明确意见。（2）按照《北京证券交易所向不特定合格投资者公开发行股票并上市业务规则适用指引第 2 号》（以下简称《2 号指引》）2-13 的规定就境外销售真实性进行核查并发表明确意见，说明核查方法、范围、过程、证据及结论。（3）区分境内、境外，直销、经销、贸易类客户，说明对主要客户函证、走访情况，对于函证程序，说明发函、回函金额及比例，未回函的替代核查程序及可靠性；对于走访程序，区分实地走访、视频访谈，说明访谈的具体内容、获取的证据、是否获取盖章和签字文件、是否查看发行人产品实际使用情况，视频访谈验证对方身份的措施，说明对收入确认真实性、合规性、准确性的核查过程、方法和结论。（4）结合合同、物流运输记录、资金划款凭证、发货验收单据、出口单证与海关数据、出口信用保险数据、外汇管理局数据、出口退税金额、结汇及汇兑损益数据等核查情况，量化分析以上数据与境外销售收入是否匹配。（5）就贸易商、经销商的进销存、退换货、终端销售等情况进行核查，详细说明具体核查对象、核查方式、对应的金额与比例、核查结论。请保荐机构提供外销、经销、贸易收入核查相关工作底稿。

回复：

一、说明各期内外销收入前五大客户的销售内容、数量、金额及占比等变动情况，分析影响内销、外销销售区域收入结构变动的具体原因及核心影响因素，是否存在境外主要客户收入持续下滑的风险，并充分揭示

（一）说明各期向内、外销收入前五大客户的销售内容、数量、金额及占比情况

报告期各期，公司内销收入前五大客户具体情况如下：

单位：万台、万元

期间	序号	客户名称	销售内容	销售数量	销售金额	占内销收入比例
2025 年 1-6 月	1	苏州盈维来及其关联主体	交流电动工具、锂电电动工具、配件及其他	38.42	10,262.79	32.37%
	2	宝时得集团	交流电动工具、锂电电动工具、配件及其他	11.28	2,657.94	8.38%
	3	公牛工具	交流电动工具、配件及其他	8.11	2,039.81	6.43%
	4	浙江金指数	交流电动工具、锂电电动工具、配件及其他	5.19	1,112.69	3.51%
	5	隆博实业	交流电动工具、锂电电动工具、配件及其他	2.87	700.81	2.21%
	合计			**65.89**	**16,774.05**	**52.91%**
2024 年度	1	苏州盈维来及其关联主体	交流电动工具、锂电电动工具、配件及其他	74.68	19,815.69	34.41%
	2	公牛工具	交流电动工具、锂电电动工具、配件及其他	14.67	3,819.43	6.63%
	3	宝时得集团	交流电动工具、锂电电动工具、配件及其他	15.57	3,700.48	6.43%
	4	浙江金指数	交流电动工具、锂电电动工具、配件及其他	12.43	2,635.00	4.58%
	5	隆博实业	交流电动工具、锂电电动工具、配件及其他	6.31	1,609.16	2.79%
	合计			**123.66**	**31,579.76**	**54.84%**
2023 年度	1	苏州盈维来及其关联主体	交流电动工具、锂电电动工具、配件及其他	56.40	15,870.29	32.15%
	2	宝时得集团	交流电动工具、锂电电动工具、配件及其他	11.91	2,931.86	5.94%
	3	隆博实业	交流电动工具、锂电电动工具、配件及其他	9.60	2,676.04	5.42%
	4	公牛工具	交流电动工具、锂电电动工具、配件及其他	5.97	1,610.80	3.26%
	5	浙江金指数	交流电动工具、锂电电动工具、配件及其他	7.75	1,605.73	3.25%
	合计			**91.63**	**24,694.72**	**50.03%**
2022 年度	1	苏州盈维来及	交流电动工具、锂电电	41.82	11,945.95	28.01%

期间	序号	客户名称	销售内容	销售数量	销售金额	占内销收入比例
		其关联主体	动工具、配件及其他			
	2	宝时得集团	交流电动工具、锂电电动工具、配件及其他	14.82	3,886.85	9.11%
	3	浙江金指数	交流电动工具、锂电电动工具、配件及其他	10.11	2,212.56	5.19%
	4	杭州积家机电物资有限公司	交流电动工具、锂电电动工具、配件及其他	5.53	1,534.53	3.60%
	5	隆博实业	交流电动工具、锂电电动工具、配件及其他	3.69	962.55	2.26%
	合计			**75.96**	**20,542.43**	**48.16%**

注 1：上述收入数据取自主营业务收入；
注 2：由于配件数量众多、单位繁杂，且收入占比较低，为增强数据可比性，销售数量仅包含电动工具整机的部分，不包含配件及其他，下同。

报告期各期，公司内销前五大客户合计销售金额分别为 20,542.43 万元、24,694.72 万元、31,579.76 万元、16,774.05 万元，占内销收入的比例分别为 48.16%、50.03%、54.84%和 52.91%，整体较为稳定。公司各期内销前五大客户总体变动较小，公司与主要客户合作关系良好，合作稳定。

报告期各期，公司外销前五大客户具体情况如下：

单位：万台、万元

期间	序号	客户名称	销售内容	销售数量	销售金额	占外销收入比例
2025 年 1-6 月	1	Kingfisher Group	交流电动工具	2.85	1,776.39	9.60%
	2	LIDL	交流电动工具、锂电电动工具、配件及其他	9.52	1,540.66	8.33%
	3	ADEO	交流电动工具、配件及其他	4.67	1,081.23	5.84%
	4	DM-EXPORT UNIPESSOAL LDA ZONA FRANCA DA MADEIRA	交流电动工具、锂电电动工具、配件及其他	2.51	770.62	4.17%
	5	Woodster GmbH	交流电动工具、配件及其他	2.48	718.11	3.88%
	合计			**22.03**	**5,887.01**	**31.82%**
2024 年度	1	LIDL	交流电动工具、锂电电动工具、配件及其他	23.11	4,598.97	12.31%
	2	ADEO	交流电动工具、配件及其他	12.58	2,699.28	7.22%
	3	Kingfisher Group	交流电动工具、配件及其他	3.76	2,382.23	6.38%
	4	Woodster GmbH	交流电动工具	7.54	2,142.75	5.73%

期间	序号	客户名称	销售内容	销售数量	销售金额	占外销收入比例
	5	上海锋升商务咨询有限公司	交流电动工具	9.43	2,074.36	5.55%
	合计			**56.41**	**13,897.59**	**37.20%**
2023 年度	1	LIDL	交流电动工具、配件及其他	17.75	3,179.76	10.68%
	2	ADEO	交流电动工具、配件及其他	12.50	2,752.53	9.24%
	3	Kingfisher Group	交流电动工具、配件及其他	3.55	2,376.40	7.98%
	4	上海锋升商务咨询有限公司	交流电动工具、配件及其他	6.85	1,631.86	5.48%
	5	BURCAT POWER IMPORTADORA Y COMERCIAAV UNIVERSIDA	交流电动工具、配件及其他	3.18	985.87	3.31%
	合计			**43.83**	**10,926.42**	**36.69%**
2022 年度	1	LIDL	交流电动工具、配件及其他	18.14	4,993.44	17.25%
	2	ADEO	交流电动工具、配件及其他	13.38	3,056.51	10.56%
	3	Kingfisher Group	交流电动工具	2.53	1,727.96	5.97%
	4	上海锋升商务咨询有限公司	交流电动工具、配件及其他	5.08	1,182.27	4.08%
	5	Horacio y Guillermo Scopazzo SRL	交流电动工具、配件及其他	3.66	1,108.09	3.83%
	合计			**42.79**	**12,068.26**	**41.68%**

注 1：上述收入数据取自主营业务收入；
注 2：DM-EXPORT UNIPESSOAL LDA ZONA FRANCA DA MADEIRA；
注 3：Woodster GmbH 合并口径包括青岛恩普进出口有限公司、Woodster GmbH、Scheppach Fabrikation von Holzbearbeitungsmaschinen GmbH。

报告期内，公司外销前五大客户合计销售金额分别为 12,068.26 万元、10,926.42 万元、13,897.59 万元和 5,887.01 万元，占外销收入的比例分别为 41.68%、36.69%、37.20%和 31.82%，整体呈下降趋势，主要系公司大力拓展海外客户，海外客户数量逐渐增加，客户集中度有所降低。公司各期外销前五大客户总体变动较小，公司与主要客户合作关系良好，合作稳定。

（二）分析影响内销、外销销售区域收入结构变动的具体原因及核心影响因素，分析是否存在境外主要客户收入持续下滑的风险

1、分析影响内销、外销销售区域收入结构变动的具体原因及核心影响因素

报告期各期，公司境内、境外收入结构变动情况如下：

单位：万元、%

项目	2025 年 1-6 月		2024 年度		2023 年度		2022 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
内销	31,701.98	63.15	57,589.40	60.65	49,359.72	62.37	42,651.37	59.57
外销	18,499.03	36.85	37,363.50	39.35	29,777.05	37.63	28,952.85	40.43
合计	**50,201.01**	**100.00**	**94,952.90**	**100.00**	**79,136.77**	**100.00**	**71,604.22**	**100.00**

报告期内，公司内销与外销收入均实现增长，区域收入结构整体较为稳定，内销占比维持在 60%左右小幅波动，外销占比维持在 40%上下小幅波动，区域收入结构变动的核心驱动因素为内外销增速差，2023 年内销收入增速为 15.73%，带动 2023 年度内销收入占比增长；2024 年外销收入增速为 25.48%，带动 2024 年外销收入占比增长。

根据前瞻产业研究院统计，2022 年以来，电动工具行业及电锤、电镐细分行业市场规模整体处于快速增长状态。根据前瞻产业研究院数据，2022~2024 年，全球电动工具市场规模分别为 356.20 亿美元、358.90 亿美元和 421.00 亿美元，年复合增长率为 8.72%，整体处于快速增长状态；预计 2024~2029 年，全球电动工具市场将保持增长态势，到 2029 年，市场规模将增长至 540.90 亿美元，年复合增长率将达到 5.14%。在电锤、电镐细分行业内，2022~2024 年，全球电锤、电镐市场规模分别为 152.00 亿元、157.10 亿元和 187.40 亿元，年复合增长率为 11.04%，整体处于快速增长状态；预计 2024~2029 年，全球电锤、电镐市场将保持增长态势，到 2029 年，市场规模将增长至 312.90 亿元，年复合增长率将达到 10.80%。

（1）公司 2023 年内销收入增速为 15.73%，带动 2023 年度内销收入占比增长

2023 年，对内销收入增长贡献较大的主要客户情况列示如下：

单位：万元

客户名称	2023 年度			2022 年度
	销售收入	销售收入增长额	销售增长额贡献度	销售收入
苏州盈维来及其关联主体	15,870.29	3,924.34	58.50%	11,945.95
宝时得集团	2,931.86	-954.99	-14.24%	3,886.85
隆博实业	2,676.04	1,713.49	25.54%	962.55
公牛工具	1,610.80	1,594.56	23.77%	16.24
浙江金指数	1,605.73	-606.83	-9.05%	2,212.56
内销收入	**24,694.72**	**6,708.35**	**100.00%**	**19,024.15**

由上表可知，2023 年对内销收入销售增长额贡献度较大的主要客户为苏州盈维来及其关联主体，其销售增长额贡献度为 58.50%。苏州盈维来及其关联主体收入变动的主要原因，详见本问询函回复之“问题 3”之“（2）”之“一、”之“（一）苏州盈维来及其关联主体收入增长原因”之回复。

（2）公司 2024 年外销收入增速为 25.48%，带动 2024 年外销收入占比增长

2024 年，对外销收入增长贡献较大的主要客户情况列示如下：

单位：万元

客户名称	2024 年度			2023 年度
	销售收入	销售收入增长额	销售增长额贡献度	销售收入
LIDL	4,598.97	1,419.21	18.71%	3,179.76
ADEO	2,699.28	-53.25	-0.70%	2,752.53
Kingfisher Group	2,382.23	5.83	0.08%	2,376.40
Woodster GmbH	2,142.75	1,218.53	16.06%	924.22
上海锋升商务咨询有限公司	2,074.36	442.50	5.83%	1,631.86
外销收入	**37,363.50**	**7,586.45**	**100.00%**	**29,777.05**

由上表可知，2024 年对外销收入销售增长额贡献度较大的主要客户为 LIDL 和 Woodster GmbH，销售增长额贡献度分别为 18.71%和 16.06%，具体分析如下：

（1）LIDL

2023 年和 2024 年，公司对 LIDL 的销售金额分别为 3,179.76 万元和 4,598.97 万元，同比增长 44.63%，主要系其为欧洲最大的零售集团 Schwarz Group 旗下超市品牌，其零售商品覆盖食品、家具、电器、工具等多个品类，具有较高的品牌

知名度，其对公司采购量主要受到电动工具行业需求和自身促销活动的影响。2024 年，随着欧洲主要电动工具品牌商库存去化周期步入正常化轨道，电动工具市场的交易量逐渐恢复，同时 LIDL 为适应下游市场需求加大了对促销活动的投入，公司凭借高质量的产品性能和良好的客户合作关系，获取了更多的客户订单，从而实现对 LIDL 销售金额的快速增长。

（2）Woodster Gmbh

2023 年和 2024 年，公司对 Woodster Gmbh 的销售金额分别为 924.22 万元和 2,142.75 万元，同比增长 131.84%，涨幅较大，主要系其母公司 Scheppach 成立于 1927 年，是德国知名的一家水泥搅拌机和建筑机械制造商，主要销售区域为欧洲，其对公司采购量主要受到电动工具行业需求和双方合作加深的影响。2024 年，随着欧洲主要电动工具品牌商库存去化周期步入正常化轨道，电动工具市场的交易量逐渐恢复，Woodster Gmbh 更为看重公司产品的性价比和安全性等特征，在双方原有合作产品型号的基础上，又增加了新型号产品的合作，因此当年度 Woodster Gmbh 增加了对公司的采购金额。

2、分析是否存在境外主要客户收入持续下滑的风险

报告期各期，公司境外收入分别为 28,952.85 万元、29,777.05 万元、37,363.50 万元和 18,499.03 万元，呈现逐年增长的趋势，发行人境外主要客户收入不存在持续下滑的重大风险。关于国际宏观政治经济环境可能导致公司境外收入波动的风险，公司已在招股说明书“重大事项提示”之“六、特别风险提示”中对相关风险进行披露。

二、结合行业特征、合作背景、订单获取方式、定价模式、信用期及结算方式、退换货机制、各期销售金额、毛利率、销售额占其同类产品采购额的比例等，说明报告期内 LIDL 销售收入先降后升、ADEO 销售收入持续下降的原因及合理性

（一）行业特征、合作背景、订单获取方式、定价模式、信用期及结算方式、退换货机制、各期销售金额、毛利率、销售额占其同类产品采购额的比例等情况

1、公司所处行业特征情况

公司核心业务聚焦于电动工具制造领域，属于“通用设备制造业”中的细分行业——专业电动工具研发与生产。公司主要从事电锤、电镐等手持式电动工具及相关配件的研发、生产和销售，产品主要应用于建筑施工、道路施工和室内装修等领域。近年来，全球电动工具市场规模整体较为稳定，根据前瞻产业研究院数据，2024 年，全球电动工具市场规模已达 421.00 亿美元，2019~2024 年复合增长率为 3.73%。电动工具市场需求受到国际地区冲突、欧洲能源危机、国际通货膨胀等因素的影响：其中，2021 年下半年，受到阶段性国际运输不畅、供应链波动等因素影响，电动工具下游客户纷纷增加备货类订单，带动 2021 年电动工具市场出现短暂上涨，较 2020 年上涨达 16.01%；2022 年，受到国际地区冲突、欧洲能源危机、国际通货膨胀等不利因素影响，电动工具市场需求明显回落；2023~2024 年，随着库存的逐步消化、地区冲突趋于缓和以及国际能源价格趋于稳定，电动工具市场整体逐步恢复增长态势，根据前瞻产业研究院报告预测数据，到 2029 年，全球电动工具市场规模将增长至 540.90 亿美元，2024~2029 年的复合增长率将达到 5.14%。

从全球分地区市场规模来看，北美、欧洲地区目前为全球电动工具主要消费市场，亚太地区紧随其后。根据前瞻产业研究院数据，2024 年，北美地区、欧洲地区、亚太地区电动工具市场规模占比分别为 37.43%、32.87%和 21.78%，而其电动工具消费量占比分别为 30.80%、27.40%和 30.00%。 根据前瞻产业研究院预测，未来几年，各地区电动工具消费量均呈稳定增长的趋势，其中亚太地区、其他地区（拉丁美洲、中东和非洲）等地区增长较快。到 2029 年，亚太地区电动工具消费量占比将达到 33.10%，市场规模占比将达到 23.66%；北美、欧洲电

动工具消费量占比将达到 29.20%和 24.20%，市场规模占比将分别达到 37.06%和 30.68%。

2、公司与 LIDL、ADEO 合作背景、订单获取方式、定价模式、信用期及结算方式、退换货机制的情况

公司与 LIDL、ADEO 合作背景、订单获取方式、定价模式、信用期及结算方式、退换货机制如下：

项目	LIDL	ADEO
合作背景	通过外部中间人介绍	通过行业展会建立合作关系
订单获取方式	询比价	询比价、招投标
定价模式	以成本为主要参考点，结合市场竞争情况、销售策略、客户议价能力及当期原材料价格、汇率变动情况等进行报价，并与客户协商最终价格	
信用期及结算方式	TT 30 天或 60 天电汇	TT 90 天或 100 天电汇
退换货机制	收到货后三个月内，若发现产品内部质量问题，由此引起的一切费用和赔款由供方负责。	

3、LIDL、ADEO 报告期各期销售金额、毛利率、销售额占其同类产品采购额的比例

（1）LIDL

单位：万元

项目	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
销售金额	1,540.66	4,598.97	3,179.76	4,993.44
毛利率	9.66%	14.41%	5.43%	16.90%
销售金额占其同类产品采购额的比例	6%左右	5%左右	3%左右	2%左右

（2）ADEO

单位：万元

项目	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
销售金额	1,081.23	2,699.28	2,852.43	3,056.51
毛利率	17.82%	15.00%	20.35%	15.90%
销售金额占其同类产品采购额的比例	4%左右	7%左右	6%左右	6%左右

由上表可知，公司对 LIDL 和 ADEO 销售金额占其同类产品采购额的比例较低，ADEO 是全球第三大、欧洲最大的连锁建材超市集团，LIDL 所属品牌 Schwarz Group 为欧洲最大的零售集团，上述客户营收规模、采购规模较大，公司对 LIDL 和 ADEO 销售金额占其同类产品采购额的比例较低具有合理性。

报告期内，公司对客户 LIDL 和 ADEO 的销售毛利率存在一定波动，其中2023年度、2025年1-6月公司对LIDL销售毛利率较低，详见本问询函回复之“问题 5”之“（1）”之“四、”之“（一）”之“1、”之“（2）”之“2）LIDL 2023年、2025年1-6月毛利率与其他主要客户存在差异的原因及合理性”之回复。公司2023年对ADEO销售毛利率较高，详见本问询函回复之“问题5”之“（1）”之“四、”之“（一）”之“1、”之“（2）”之“4）ADEO 2023年毛利率与其他主要客户存在差异的原因及合理性”之回复。

综上，报告期内，公司对LIDL、ADEO的合作背景均系正常商业活动开展，对LIDL和ADEO的订单获取方式、定价模式、信用期及结算方式、退换货机制等方面未发生明显变化。

（二）说明报告期内 LIDL 销售收入先降后升、ADEO 销售收入持续下降的原因及合理性

报告各期，公司对 LIDL 销售金额分别为 4,993.44 万元、3,179.76 万元、4,598.97 万元以及 1,540.66 万元。报告期内，公司对 LIDL 销售收入波动主要系受到 LIDL 自身促销安排和下订单节奏的影响。LIDL 于 2021 年底对公司集中下达订单，该批订单大部分于 2022 年实现交付，导致公司对 LIDL2022 年确认的收入金额较高；LIDL 基于自身销售安排，于 2023 年下半年、2024 年上半年对公司集中下达订单，上述订单大部分于 2024 年实现交付，导致公司对 LIDL2023 年确认的收入金额较少、2024 年确认的收入金额较多。

报告期内，ADEO 销售金额分别为 3,056.51 万元、2,852.43 万元、2,699.28 万元和 1,081.23 万元，销售金额整体呈下降趋势，主要原因系其主要下游市场之一俄罗斯地缘政治风险激化，2022 年 2 月俄乌冲突全面升级后，俄罗斯削减西方产品依赖度，致使 ADEO 对俄直接出口受阻，公司对该渠道销售额同步收缩，导致公司对 ADEO 销售收入持续下降，具有合理性。

综上，公司对 LIDL 销售收入先升后降主要系受到 LIDL 自身促销安排和下订单节奏的影响，公司对 ADEO 销售收入持续下降主要系受到俄罗斯地缘政治的影响，具有商业合理性。

三、说明通过亚马逊电商平台、金伯利电器线上销售与线下销售模式的产品型号、定价、销售佣金费率及结算政策是否存在差异，区分境内、境外说明线上销售收入快速增长的原因及合理性

（一）说明通过亚马逊电商平台、金伯利电器线上销售与线下销售模式的产品型号、定价、销售佣金费率及结算政策是否存在差异

报告期内，公司通过亚马逊电商平台进行线上销售自有产品，公司向金伯利电器线下销售自有产品，两者均无 ODM 产品。其中，公司向金伯利电器线下销售自有产品与其他线下客户在产品型号、定价机制、结算政策等方面并无重大差异。

公司通过亚马逊电商平台进行线上销售自有产品，主要面向美国市场，公司通过亚马逊平台开展线上销售，需要按照产品售价的一定比例向亚马逊平台支付销售佣金；亚马逊平台执行周期性净额结算机制，一般在订单完成 14 日后，该平台在扣除销售佣金、平台费用等后，将公司产品净收入结算至公司收款账户。

（二）区分境内、境外说明线上销售收入快速增长的原因及合理性

公司境内、境外线上销售收入金额及变动率如下表所示：

单位：万元

模式	2025 年 1-6 月	2024 年度		2023 年度		2022 年度
	销售收入	销售收入	变动率	销售收入	变动率	销售收入
境内线上收入	-	-	-100.00%	85.04	25.55%	67.73
境外线上收入	862.84	1,643.22	18.35%	1,388.46	143.71%	569.71
合计	**862.84**	**1,643.22**	**11.52%**	**1,473.50**	**131.16%**	**637.45**

如上表所示，报告期内，公司线上收入分别为 637.45 万元、1,473.50 万元、1,643.22 万元和 862.84 万元，其中以境外线上收入为主，境外线上收入分别为 569.71 万元、1,388.46 万元、1,643.22 万元和 862.84 万元，公司线上收入、境外线上收入均呈快速增长趋势，境外线上收入增长是线上收入增长的主要因素。

报告期内，2023 年度、2024 年度，公司境外线上收入较 2022 年度大幅增长，主要系公司自 2023 年进一步加大海外线上平台渠道投入，如电商服务及仓储费 2023 年较 2022 年增长 176.83%，驱动公司境外线上收入大幅增长。公司境外线上销售主要通过亚马逊进行，目前行业内大部分电动工具生产商均已开设海外线

上销售平台，实现海外电商渠道销售，公司基于适应行业发展趋势，入驻亚马逊开设官方旗舰店，通过多品牌策略拓展市场份额，以精准市场定位为根基，逐步增加产品线并优化组合销售模式。

报告期内，公司仅 2022 年、2023 年产生公司境内线上收入 67.73 万元、85.04 万元，销售收入金额较小。

综上，报告期内，公司线上收入增长主要系亚马逊境外销售收入增长，符合目前电动工具行业发展趋势，具有合理性。

四、核查程序及核查意见

（一）核查程序

针对上述事项，保荐机构及申报会计师执行的核查程序如下：

1、取得并查阅发行人收入明细表，了解内外销收入前五大客户的销售内容、数量、金额及占比等变动情况，了解报告期内对 LIDL 和 ADEO 的销售金额、毛利率情况，了解报告期内发行人线上和线下收入的构成及销售产品的异同，了解报告期内发行人境内、境外线上销售收入的变动情况；

2、访谈发行人管理层和相关销售人员，了解影响发行人内销、外销销售区域收入结构变动的具体原因及核心影响因素，分析发行人是否存在境外主要客户收入持续下滑的风险；了解发行人所处行业特征，公司与 LILD 及 ADEO 之间的合作背景、订单获取方式、定价模式、信用期及结算方式、退换货机制，分析报告期内 LIDL 销售收入先降后升、ADEO 销售收入持续下降的原因及合理性；了解发行人线上销售与线下销售模式在产品型号、定价、销售佣金费率及结算政策是否存在差异；了解发行人境内、境外线上销售变动的原因；

3、访谈发行人境外主要客户，获悉双方的合作背景、订单获取方式、定价模式、信用期及结算方式、退换货机制、向发行人采购占其同类产品采购额的比例，了解报告期内各主要境外客户对发行人采购额变动的具体原因；

4、通过公开渠道获取 LIDL、ADEO 的基本情况、经营业绩及变动趋势、市场需求情况等，分析上述因素可能对发行人销售所带来的影响；

5、获取发行人线上销售的平台协议，分析在产品定价、销售佣金费率及结

算政策与线下销售是否存在差异。

（二）核查意见

经核查，保荐机构及申报会计师认为：

1、公司已说明各期内外销收入前五大客户的销售内容、数量、金额及占比等变动情况；公司各期内外销前五大客户总体变动较小，公司与主要客户合作关系良好，合作稳定；

2、报告期内，公司内销与外销收入均实现增长，区域收入结构整体较为稳定，区域收入结构变动的核心驱动因素为内外销增速差。2023 年对内销收入销售增长额贡献度较大的主要客户为苏州盈维来及其关联主体，2024 年对外销收入销售增长额贡献度较大的主要客户为 LIDL 和 Woodster GmbH；

3、公司境外主要客户收入不存在持续下滑的风险，关于国际宏观政治经济环境可能导致公司境外收入波动的风险，公司已在招股说明书“重大事项提示”之“六、特别风险提示”中对相关风险进行披露；

4、电动工具市场需求受到国际地区冲突、欧洲能源危机、国际通货膨胀等因素的影响；报告期内，公司对 LIDL、ADEO 的合作背景均系正常商业活动开展，对 LIDL 和 ADEO 的订单获取方式、定价模式、信用期及结算方式、退换货机制等方面未发生明显变化；公司对 LIDL 销售收入先升后降主要系受到 LIDL 自身促销安排和下订单节奏的影响，公司对 ADEO 销售收入持续下降主要系受到俄罗斯地缘政治的影响，具有商业合理性；

5、报告期内，公司通过亚马逊电商平台进行线上销售自有产品，公司向金伯利电器线下销售自有产品，两者均无 ODM 产品。公司向金伯利电器线下销售自有产品与其他线下客户在产品型号、定价机制、结算政策等方面并无差异；公司通过亚马逊电商平台进行线上销售自有产品，主要面向美国市场，公司通过亚马逊平台开展线上销售，需要按照产品售价的一定比例向亚马逊平台支付销售佣金；亚马逊平台执行周期性净额结算机制，一般在订单完成 14 日后，该平台在扣除销售佣金、平台费用等后，将公司产品净收入结算至公司收款账户；

6、公司线上销售主要由境外线上销售收入构成。公司境外线上销售主要通过亚马逊进行，公司入驻亚马逊开设官方旗舰店，通过多品牌策略拓展市场份额，

加大海外线上平台渠道投入，以精准市场定位为根基，逐步增加产品线并优化组合销售模式，多种策略带动境外销售收入增长，具备合理性。

五、按照《北京证券交易所向不特定合格投资者公开发行股票并上市业务规则适用指引第 2 号》（以下简称《2 号指引》）2-13 的规定就境外销售真实性进行核查并发表明确意见，说明核查方法、范围、过程、证据及结论

（一）核查方法、范围、过程、证据

1、获取销售制度，检查销售合同、销售订单、出库单、物流单、报关单、提单、发票、银行回单和会计凭证，访谈境外业务负责人、财务人员，了解内部控制设计的合理性、主要条款内容，评价会计处理是否准确。核查比例如下表所示：

单位：万元

项目	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
境外收入（A）	18,499.03	37,363.50	29,777.05	28,952.85
境外收入核查金额（B）	13,976.81	27,374.37	21,091.77	19,990.15
核查比例（B/A）	75.55%	73.27%	70.83%	69.04%

已对报告期各期境外收入约 70%以上执行细节测试及核查程序，覆盖主要客户、产品类型，未覆盖部分主要为小额、零散或非重大客户，其收入占比低、风险可控，且已通过分析性程序等替代程序予以补充验证。

2、执行分析程序，比较海关出口销售额与账面境外营业收入的差异情况，评价是否合理，具体情况如下所示：

单位：万元

项目	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
①海关电子口岸出口金额（折算成人民币）	18,315.74	34,846.01	29,060.02	29,322.00
海关出口数据（万美元）	2,548.67	4,898.20	4,120.30	4,407.97
加：汇率差异	-	267.13	213.67	429.43
加：本期报关但海关未结关	19.87	889.13	229.47	172.76
减：上期报关在本期结关	889.13	229.47	172.76	948.59
减：保税区销售	-	-	161.97	219.71
加：代理报关金额	612.36	812.30	36.67	0.82
加：跨境电商的影响（报关金额与境外电商最终确认收入	465.13	830.52	628.11	272.46

项目	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
的差异）				
②在海关电子口岸出口金额基础上调整后的外销收入金额	18,523.97	37,415.62	29,833.21	29,029.18
③外销收入金额	18,499.03	37,363.50	29,777.05	28,952.85
④差异额（④=②-③）	24.94	52.12	56.16	76.33
⑤差异占比（⑤=④/③）	0.13%	0.14%	0.19%	0.26%

注：海关电子口岸出口金额来源于商务百事通（www.chinabeston.com）

由上表可知，报告期内公司海关报关数据与境外销售收入金额基本匹配，差异主要是由于出口报关时间与境外收入确认时间的时间性差异，且各期差异占比均不到 1%，不存在显著差异，整体较为匹配。

3、执行分析程序，比较出口退税收入数据与境外营业收入差异情况，评价是否合理，具体情况如下所示：

单位：万元

项目	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
①出口退税申报收入金额	19,186.31	38,973.99	26,378.74	31,030.29
②本期出口尚未申报退税销售额	4,020.87	5,079.93	7,489.40	4,534.63
③前期出口本期申报退税销售额	5,081.94	7,489.40	4,534.63	6,587.63
④保税区销售	-	-	161.97	219.71
⑤跨境电商的影响（报关金额与境外电商最终确认收入的差异）	465.13	830.52	628.11	272.46
⑥在出口退税申报收入金额基础上调整后的外销收入金额（⑥=①+②-③-④+⑤）	18,590.37	37,395.04	29,799.65	29,030.04
⑦外销收入金额	18,499.03	37,363.50	29,777.05	28,952.85
⑧差异（⑧=⑥-⑦）	91.34	31.54	22.60	77.19
⑨差异占比（⑨=⑧/⑦）	0.49%	0.08%	0.08%	0.27%

由上表可知，报告期内公司出口退税收入金额与境外销售收入金额基本匹配，差异主要是由于出口退税时间与境外收入确认时间的时间性差异，且各期差异占比很小，不存在显著差异。

4、对于境外客户执行走访程序，具体核查比例如下所示：

单元：万元

项目	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
走访境外客户销售金额（A）	13,000.95	27,800.65	20,960.08	22,498.03
境外收入（B）	18,499.03	37,363.50	29,777.05	28,952.85
占比（A/B）	70.28%	74.41%	70.39%	77.71%

5、对境外销售执行穿行测试和截止性测试，评价境外收入的真实性、准确性；

6、函证主要境外客户，具体函证情况如下所示：

单位：万元

项目	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
境外收入金额（A）	18,499.03	37,363.50	29,777.05	28,952.85
境外客户发函金额（B）	13,472.66	28,700.53	23,862.64	23,752.00
境外客户回函确认金额（C）	10,599.09	20,983.80	15,963.52	15,167.86
对未回函境外客户执行替代程序的金额（D）	2,873.56	7,716.73	7,899.12	8,532.70
发函比例（E=B/A）	72.83%	76.81%	80.14%	82.04%
回函比例（F=C/A）	57.30%	56.16%	53.61%	52.39%
执行替代程序比例（G=D/A）	15.53%	20.65%	26.53%	29.47%
收入函证+替代测试占比（H=F+G）	72.83%	76.81%	80.14%	81.86%

7、访谈发行人财务部和境外销售的相关负责人，了解发行人对境外市场的拓展计划、销售流程、定价方式和结算方式等；

8、获得报告期内发行人销售明细表，统计不同销售地区下的收入、销量、单价、毛利率等，分析定价的公允性及其合理性。

（二）核查结论

经核查，保荐机构及申报会计师认为：报告期内，发行人境外销售真实。

六、区分境内、境外，直销、经销、贸易类客户，说明对主要客户函证、走访情况，对于函证程序，说明发函、回函金额及比例，未回函的替代核查程序及可靠性；对于走访程序，区分实地走访、视频访谈，说明访谈的具体内容、获取的证据、是否获取盖章和签字文件、是否查看发行人产品实际使用情况，视频访谈验证对方身份的措施，说明对收入确认真实性、合规性、准确性的核查过程、方法和结论

（一）函证程序

1、区分境内、境外，直销、经销、贸易类客户，说明对主要客户函证、发函、回函金额及比例

（1）保荐机构、申报会计师对报告期内境内外主要客户的函证情况具体如下：

单位：万元

类型	项目	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
境内	营业收入①	32,693.76	59,046.43	50,511.65	43,836.35
	发函金额②	26,640.22	49,140.09	44,786.34	37,630.07
	发函比例②/①	81.48%	83.22%	88.67%	85.84%
	回函金额③	25,293.36	48,588.26	44,073.39	36,947.24
	回函比例③/①	77.36%	82.29%	87.25%	84.28%
境外	营业收入①	18,499.03	37,363.50	29,777.05	28,952.85
	发函金额②	13,472.66	28,700.53	23,862.64	23,752.00
	发函比例②/①	72.83%	76.81%	80.14%	82.04%
	回函金额③	10,599.09	20,983.80	15,963.52	15,167.86
	回函比例③/①	57.30%	56.16%	53.61%	52.39%
合计	**营业收入①**	**51,192.79**	**96,409.93**	**80,288.70**	**72,789.20**
	发函金额②	**40,112.88**	**77,840.62**	**68,648.98**	**61,382.07**
	发函比例②/①	**78.36%**	**80.74%**	**85.50%**	**84.33%**
	回函金额③	**35,892.46**	**69,572.06**	**60,036.90**	**52,115.09**
	回函比例③/①	**70.11%**	**72.16%**	**74.78%**	**71.60%**

（2）保荐机构、申报会计师对报告期内直销、贸易和经销主要客户的函证情况具体如下：

单位：万元

类型	项目	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
直销	营业收入①	40,064.77	75,364.29	60,972.06	53,628.35
	发函金额②	32,185.68	63,483.21	52,602.43	45,819.75
	发函比例②/①	80.33%	84.24%	86.27%	85.44%
	回函金额③	28,075.95	55,464.70	44,077.87	36,647.26
	回函比例③/①	70.08%	73.60%	72.29%	68.34%
贸易	营业收入①	4,737.89	11,681.47	7,676.36	6,699.00
	发函金额②	2,959.74	8,210.27	5,903.25	5,256.53
	发函比例②/①	62.47%	70.28%	76.90%	78.47%
	回函金额③	2,849.05	7,960.22	5,815.64	5,162.05
	回函比例③/①	60.13%	68.14%	75.76%	77.06%
经销	营业收入①	6,390.14	9,364.17	11,640.28	12,461.85
	发函金额②	4,967.46	6,147.14	10,143.30	10,305.79
	发函比例②/①	77.74%	65.65%	87.14%	82.70%
	回函金额③	4,967.46	6,147.14	10,143.39	10,305.79
	回函比例③/①	77.74%	65.65%	87.14%	82.70%
合计	**营业收入①**	**51,192.79**	**96,409.93**	**80,288.70**	**72,789.20**
	发函金额②	**40,112.88**	**77,840.62**	**68,648.98**	**61,382.07**
	发函比例②/①	**78.36%**	**80.74%**	**85.50%**	**84.33%**
	回函金额③	**35,892.46**	**69,572.06**	**60,036.90**	**52,115.09**
	回函比例③/①	**70.11%**	**72.16%**	**74.78%**	**71.60%**

2、未回函的替代核查程序及可靠性

对于未回函客户的收入，实施了替代程序，对于未回函境内客户，检查销售合同、销售订单、出库单、物流单、发票、银行收款记录等支持性文件；对于未回函境外客户，检查销售订单、出库单、出口报关单、提单、银行收款记录等支持性文件，在替代性测试过程中未发现异常情况，可以确认收入金额的准确性。

（二）走访程序

1、区分境内、境外，直销、经销、贸易类客户，说明对主要客户走访情况

（1）保荐机构、申报会计师对报告期内境内外主要客户的走访情况具体如下：

单位：万元

境内/境外	项目	2025年1-6月	2024年度	2023年度	2022年度
境内客户访谈	境内销售收入	31,701.98	57,589.40	49,359.72	42,651.37
	现场访谈境内客户的销售收入	27,091.14	50,149.89	42,482.09	35,261.65
	现场访谈占比	85.46%	87.08%	86.07%	82.67%
	视频访谈境内客户的销售收入	53.42	43.52	15.17	212.86
	视频访谈占比	0.17%	0.08%	0.03%	0.50%
境外客户访谈	境外销售收入	18,499.03	37,363.50	29,777.05	28,952.85
	现场访谈境外客户的销售收入	8,233.48	18,964.94	14,356.80	16,005.09
	现场访谈占比	44.51%	50.76%	48.21%	55.28%
	视频访谈境外客户的销售收入	4,767.47	8,835.71	6,603.28	6,492.94
	视频访谈占比	25.77%	23.65%	22.18%	22.43%
合计	**主营业务收入**	**50,201.01**	**94,952.90**	**79,136.77**	**71,604.22**
	现场访谈客户的收入	**35,324.62**	**69,114.83**	**56,838.89**	**51,266.74**
	现场访谈占比	**70.37%**	**72.79%**	**71.82%**	**71.60%**
	视频访谈客户的收入	**4,820.89**	**8,879.23**	**6,618.46**	**6,705.80**
	视频访谈占比	**9.60%**	**9.35%**	**8.36%**	**9.37%**
	访谈比例合计	**79.97%**	**82.14%**	**80.19%**	**80.96%**

（2）保荐机构、申报会计师对报告期内直销、贸易和经销主要客户的走访情况具体如下：

单位：万元

销售渠道	项目	2025年1-6月	2024年度	2023年度	2022年度
直销客户访谈	直销模式收入	39,072.99	73,910.58	59,846.84	52,512.82
	现场访谈直销客户的销售收入	26,687.22	52,220.97	41,569.25	36,778.90
	现场访谈占比	68.30%	70.65%	69.46%	70.04%
	视频访谈直销客户的销售收入	4767.47	8,835.71	6,606.46	6,705.80
	视频访谈占比	12.20%	11.95%	11.04%	12.77%
贸易客户访谈	贸易模式收入	4,737.89	11,678.15	7,649.65	6,629.55
	现场访谈贸易客户的销售收入	3,310.96	9,291.34	5,915.32	5,156.76
	现场访谈占比	69.88%	79.56%	77.33%	77.78%

	视频访谈贸易客户的销售收入	53.42	43.52	12.00	-
	视频访谈占比	1.13%	0.37%	0.16%	-
经销客户访谈	经销模式收入	6,390.14	9,364.17	11,640.28	12,461.85
	现场访谈经销客户的销售收入	5,326.44	7,602.52	9,354.32	9,331.08
	现场访谈占比	83.35%	81.19%	80.36%	74.88%
	视频访谈经销客户的销售收入	-	-	-	-
	视频访谈占比	-	-	-	-
合计	**主营业务收入**	**50,201.01**	**94,952.90**	**79,136.77**	**71,604.22**
	现场访谈客户的收入	**35,324.62**	**69,114.84**	**56,838.89**	**51,266.74**
	现场访谈占比	**70.37%**	**72.79%**	**71.82%**	**71.60%**
	视频访谈客户的收入	**4,820.89**	**8,879.23**	**6,618.46**	**6,705.80**
	视频访谈占比	**9.60%**	**9.35%**	**8.36%**	**9.37%**
	访谈比例合计	**79.97%**	**82.14%**	**80.19%**	**80.96%**

2、访谈的具体内容

保荐机构及申报会计师在客户走访过程中访谈的具体内容如下：

（1）客户的基本信息，包括注册资本、成立时间、实际控制人、股权结构、注册地址、主要人员和经营范围等；

（2）与德硕科技的业务合作，包括合作历史及初始合作方式、业务往来情况、业务合作成果等；

（3）与德硕科技的业务模式，包括购销合同、开票方式、运输情况、控制权转移时点及退换货等；

（4）与德硕科技交易定价，包括定价机制、价格与市场的差异情况等；

（5）与德硕科技的结算模式，包括结算方式、付款方式、结算周期、结算依据、结算时点等；

（6）客户与发行人等相关主体是否存在关联关系及关联交易、其他利益往来事项。

3、获取的证据、是否获取盖章和签字文件、是否查看发行人产品实际使用情况

（1）获取的证据

保荐机构及申报会计师在客户走访过程中获取了如下证据：

1）保荐机构和申报会计师获取经客户盖章或被访谈人签字确认的访谈问卷、企业信用报告、营业执照复印件、无关联关系声明等文件；对于贸易客户和经销客户，保荐机构和申报会计师额外获取经客户盖章的合规经营确认函；

2）保荐机构和申报会计师获取被访谈人员的工牌、名片或身份证等身份证明文件；

3）对于实地走访的客户，保荐机构和申报会计师现场查看其生产、仓库或经营场所，并在客户名称的标识处与被访谈人现场合影；对于视频走访客户，保荐机构和申报会计师获取视频访谈记录。

（2）是否获取签字和盖章文件

保荐机构和申报会计师均对走访的客户获取其签字或盖有客户公章的文件。

（3）是否查看发行人产品实际使用情况

保荐机构和申报会计师通过访谈问卷确认产品实际使用情况、现场查看相关产品以及搜索客户网站上对相关产品的说明等方式确认发行人产品的实际使用情况。

4、视频访谈验证对方身份的措施

保荐机构和申报会计师对视频访谈对象进行了如下验证身份的措施：

（1）访谈开始前，向公司了解被访谈人的基本信息，包括姓名、职位等，核实被访谈对象的身份；

（2）访谈时，要求被访谈人出示名片或工牌，与先前获取的信息进行身份比对，验证被访谈人的身份信息；

（3）访谈时，询问被访谈人关于与德硕科技的业务合作及业务模式等信息，判断其是否知悉与公司的交易情况，进一步验证被访谈人的身份信息；

（4）访谈后，获取被访谈人签字并加盖客户公章的访谈文件及被访谈人身份证明文件的资料；

（5）收到资料后，核对访谈文件的内容和被访谈人的身份信息。

综上，报告期内发行人收入确认真实、合规、准确。

七、结合合同、物流运输记录、资金划款凭证、发货验收单据、出口单证与海关数据、出口信用保险数据、外汇管理局数据、出口退税金额、结汇及汇兑损益数据等核查情况，量化分析以上数据与境外销售收入是否匹配

（一）合同与境外销售收入是否匹配

报告期内，境外销售订单金额与境外收入的匹配情况如下：

单位：万元

项目	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
新增订单金额	23,999.93	39,289.57	27,795.38	21,593.41
外销收入金额	18,220.12	36,886.18	29,354.32	28,690.70
占比	131.72%	106.52%	94.69%	75.26%

注：为增强数据可比性，上述数据仅包含电动工具整机的部分。

由上表可知，报告期各期，当期新增订单/当期外销收入金额的比例逐年升高，随着公司产能提升、在手订单大幅增长以及由于订单获取和收入确认存在时间性差异，2024 年、2025 年 1-6 月，当期新增订单/当期外销收入金额的比例均大于 100%，公司订单金额能匹配公司外销收入数据。

（二）物流运输记录、发货验收单据、出口单证与境外销售收入是否匹配

报告期内，公司境外销售主要采用 FOB 模式，通过海关出口报关单、提单标识的起运港和目的港等信息核查标的公司物流运输记录、发货验收记录与境外销售的匹配情况，核查情况及比例如下：

单位：万元

项目	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
核查对应的境外收入（A）	18,499.03	37,363.50	29,777.05	28,952.85
境外收入核查金额（B）	13,976.81	27,374.37	21,091.77	19,990.15
核查比例（A/B）	75.55%	73.27%	70.83%	69.04%

已对报告期各期境外收入约 70%以上执行细节测试及核查程序，细节测试所

选取的样本对应的境外收入与账面记录的外销收入金额相匹配。

（三）资金划款凭证数据与境外销售收入是否匹配

报告期内，公司境外销售收入和收款的匹配情况如下：

单位：万元

项目	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
外销收入①	18,499.03	37,363.50	29,777.05	28,952.85
期初应收账款②	7,121.20	4,170.39	5,924.94	5,054.42
期初合同负债③	1,098.44	1,188.92	860.87	1,184.11
期末应收账款④	5,633.02	7,121.20	4,170.39	5,924.94
期末合同负债⑤	1,375.91	1,098.44	1,188.92	860.87
测算当期应收货款金额⑥=①+②-③-④+⑤	20,264.68	34,322.21	31,859.65	27,759.09
实际收款金额⑦	20,251.67	34,464.81	31,569.52	27,595.46
差异⑧=⑦-⑥	-13.01	142.60	-290.13	-163.63
差异率⑨=⑧/⑦	-0.06%	0.41%	-0.92%	-0.59%

报告期各期，公司境外销售收入与收款金额基本一致，差异较小，资金划款凭证数据与境外销售收入数据具有匹配性。

（四）海关数据、出口退税金额与境外销售收入是否匹配

详见本问询函回复之“问题 4”之“（2）”之“五、”之“（一）核查方法、范围、过程、证据”之回复。

（五）外汇管理局数据与境外销售收入是否匹配

2022 年度至 2025 年 1-6 月，境外客户均通过银行划款转账，通过收汇银行获取流水与发行人外销收汇金额进行匹配，发行人境外销售收入与资金划款凭证匹配，详见本问询函回复之“问题 4”之“（2）”之“七、”之“（三）资金划款凭证数据与境外销售收入是否匹配”之回复。

（六）出口信用保险数据与境外销售收入是否匹配

合同签订时间	保险金额（万美元）	汇率	保险金额（万元）	保费金额（万元）
2021.05.01-2022.04.30	3,090.00	6.47	19,992.30	59.95
2022.05.01-2023.04.30	4,900.00	6.62	32,438.00	74.65
2023.05.01-2024.04.30	4,086.00	6.92	28,275.12	54.32

合同签订时间	保险金额（万美元）	汇率	保险金额（万元）	保费金额（万元）
2024.05.01-2025.04.30	4,270.00	7.11	30,359.70	58.17
2025.05.01-2026.04.30	4,817.00	7.20	34,682.40	65.01

注：汇率取自合同签订日前一个工作日中国人民银行授权中国外汇交易中心公布的人民币兑美元汇率中间价。

报告期内，公司外销收入金额分别为 28,952.85 万元、29,777.05 万元、37,363.50 和 18,499.03 万元；根据上表所示，公司保险金额基本覆盖外销收入，风险保障措施较为充足，保险金额与保费金额整体呈上升趋势，与外销收入增长趋势一致。

（七）汇兑损益与境外销售是否匹配

报告期内，公司境外销售收入和汇兑损益的匹配情况如下：

单位：万元

项目	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
汇兑损益（收益为“-”）	-133.20	-403.42	-63.64	-678.15
境外收入	18,499.03	37,363.50	29,777.05	28,952.85
汇兑损益占境外收入比例	-0.72%	-1.08%	-0.21%	-2.34%
年初美元兑人民币汇率	7.1884	7.0827	6.9646	6.3757
年末美元兑人民币汇率	7.1586	7.1884	7.0827	6.9646
美元汇率变动比例	-0.41%	1.49%	1.70%	9.24%

报告期内，公司境外销售主要使用美元结算和收款，2022 年至 2025 年 1-6 月公司汇兑损益主要是美元结汇产生，汇兑损益变动趋势与美元兑人民币汇率波动趋势总体一致。2022 年至 2024 年度，公司汇兑收益金额分别为 678.15 万元、63.64 万元、403.42 万元，金额为正，与美元汇率年末较年初的变动趋势（均呈上升趋势）相符，金额变动幅度较大，主要系美元汇率在年度区间升降变化较大所致；2025 年 1-6 月，美元兑人民币汇率总体保持稳定并有略微下降，公司实现汇兑收益 133.2 万元，主要系 2025 年 1-6 月汇率先升后降的波动走势。总体来说，报告期内，公司汇兑损益变动趋势与美元兑人民币汇率波动趋势总体一致。

综上所述，基于销售收入真实性核查程序，通过交叉验证销售合同条款、物流运输记录、发货验收单据及出口单证，确认收入发生具备真实交易基础与完整证据链支持。外销订单、资金划款凭证、海关数据、出口信用保险数据、外汇管理局数据、出口退税金额与境外销售收入具有匹配性，公司汇兑损益变动趋势与

美元兑人民币汇率波动趋势总体一致。

八、就贸易商、经销商的进销存、退换货、终端销售等情况进行核查，详细说明具体核查对象、核查方式、对应的金额与比例、核查结论

（一）进销存情况

1、贸易商

获取公司报告期内主要贸易商进销存数据，核查上述贸易商采购公司产品的各期期初库存、当期采购、当期销售及期末库存等数据，核查是否存在期末囤货的情况。报告期各期，上述提供进销存数据的贸易商家数分别为 25 家、25 家、24 家和 19 家，进销存覆盖的贸易收入比例分别为 74.94%、76.78%、76.32%和 70.21%。

经统计，报告期内，公司主要贸易商的存货周转天数约为 0-28 天左右，与主要贸易商期后销售周期一般为 1-3 个月相匹配。报告期内，公司贸易商销售实现情况较好，主要贸易商各期末库存较为稳定，不存在贸易商期末压货的情形。

2、经销商

获取公司报告期内主要经销商进销存数据，核查上述经销商采购公司产品的各期期初库存、当期采购、当期销售及期末库存等数据，核查是否存在期末囤货的情况。报告期各期，上述提供进销存数据的经销商家数为 27 家，进销存覆盖的经销收入比例分别为 72.99%、78.27%、75.25%和 73.95%。

经统计，报告期内，公司主要经销商的存货周转天数约为 41-62 天左右，与主要经销商期后销售周期一般为 1-3 个月相匹配。报告期内，公司经销商销售实现情况较好，主要经销商各期末库存较为稳定，不存在经销商期末压货的情形。

（二）退换货情况

获取发行人报告期内贸易商和经销商的退换货明细表，了解贸易商和经销商退换货的具体情况；分析是否存在期初期末集中退货的情况；抽查退换货相关业务单据和记账凭证，退换货核查比例如下：

单位：万元

项目	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
核查金额	41.76	361.60	470.99	141.01
贸易及经销退换货金额合计	55.27	528.91	680.80	203.86
核查比例	**75.56%**	**68.37%**	**69.18%**	**69.17%**

经核查，报告期内，公司贸易商和经销商主要因产品质量问题向公司提出退换货，不存在期初期末集中退货的情况，相关退换货业务单据和记录保存良好。

（三）终端销售情况

1、贸易商

贸易商的客户资源属于其核心的商业机密，通过与贸易商客户进行沟通，尽可能的对其终端客户进行访谈，大多数贸易商客户基本拒绝访谈其终端客户，少数贸易商同意访谈其终端客户，能够访谈贸易商的终端客户共 3 家，对应贸易商的销售金额为 984.03 万元、2,182.54 万元、3,625.29 万元和 332.73 万元，占当期贸易收入的比例分别为 14.84%、28.53%、31.04%和 7.02%。终端客户均对是否存在关联关系、产品销售的真实性、合作历史和背景等情况做出了确认，未发现异常。

2、经销商

项目	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
抽查终端客户数量（家）	210			
穿透至终端客户对应经销商的数量（家）	27	27	27	26
穿透至终端客户所对应的经销商销售金额（万元）	5,326.44	7,602.52	9,354.32	9,331.08
当期经销收入（万元）	6,390.14	9,364.17	11,640.28	12,461.85
终端销售核查占比	**83.35%**	**81.19%**	**80.36%**	**74.88%**

注：经销商按同一控制口径统计。

由上表可知，针对经销商终端销售情况，对主要经销商进行了穿透走访，每家经销商随机穿透访谈其 5-10 家主要终端客户，共访谈终端客户 210 家，终端客户均对无关联关系、产品销售的真实性、合作历史和背景等情况做出了确认，在实地走访过程中已观察德硕产品摆放、销售情况及是否有囤货的情况，未发现异常。

九、请保荐机构提供外销、经销、贸易收入核查相关工作底稿。

保荐机构已提供外销、经销、贸易收入核查相关工作底稿。

问题 5.毛利率差异合理性及采购真实性

（1）毛利率变动的具体原因

根据申请文件：①报告期内，公司综合毛利率分别为 15.98%、17.98%和 17.56%，各期可比公司平均毛利率分别为 15.49%、17.17%和 19.15%。②报告期内，公司线下、线上销售毛利率，境内、境外销售毛利率差异较大。请发行人：①列表对比说明公司产品与可比公司的异同，说明影响公司毛利率的主要因素，2022 年和 2023 年综合毛利率高于可比公司，2024 年低于可比公司且变动趋势相反的原因及合理性。②列表说明交流电动工具、锂电电动工具各期各型号产品的销售单价、调价比例、销售数量、销售金额及占当期该类产品收入的比重、毛利率、是否为境外销售等，结合主要型号产品的调价策略或产品结构优化策略，说明同一型号产品在不同报告期、不同销售模式下定价是否存在差异及影响。③结合同类产品境内外、线上线下销售的具体情况，包括销售模式、销售金额、毛利率、产品类型、性能差异、客户偏好等，说明是否存在同类产品外销毛利率显著高于内销、线上毛利率显著高于线下的情况，如是，说明原因及合理性。④表格列示发行人主要直销、贸易及经销商客户及不同主体的销售金额、产品类型、平均单价及毛利率等情况，说明发行人对同一客户不同主体、不同客户之间销售毛利率是否存在较大差异，如存在，说明原因及合理性。

回复：

一、列表对比说明公司产品与可比公司的异同，说明影响公司毛利率的主要因素，2022 年和 2023 年综合毛利率高于可比公司，2024 年低于可比公司且变动趋势相反的原因及合理性

（一）列表对比说明公司产品与可比公司的异同，说明影响公司毛利率的主要因素

报告期内，公司与同行业可比公司主要产品类型及结构、下游主要应用领域、主要客户及销售模式（区分线上线下、境内境外）如下：

年度	产品类型及结构	下游主要应用领域	主要客户	销售模式及占比
锐奇股份	主要产品包括电钻、电动扳手、电锤、电镐、角向磨光机、电	主要应用于工业制造加工、轨道路政桥梁等基础设施建	麦太保、AEG、米沃奇等公司	境内销售（占比 40.28%）、境外销售（占比 59.72%）

年度	产品类型及结构	下游主要应用领域	主要客户	销售模式及占比
	磨、抛光机、修边机、电圆锯、斜切锯、型材切割机、云石机等（占比 95.33%）	设、建筑装饰等行业		
大叶股份	主要产品包括割草机（占比 88.49%）、打草机/割灌机（占比 0.32%）和其他动力机械（占比 6.67%）等	主要应用于园林绿化的修剪、树叶清理、道路除雪等	家得宝、富世华集团、翠丰集团、沃尔玛、安达屋集团、牧田、HECHT 等	境内销售（占比 2.14%）、境外销售（占比 97.86%）
开创电气	主要产品包括切割工具（占比 49.97%）、打磨工具（占比 27.62%）、钻孔紧固工具（占比 11.44%）等	广泛应用于家庭装修、木材加工、金属加工、汽车维修、建筑道路等领域	美国 Harbor Freight Tools、德国博世（BOSCH）、美国史丹利百得（Stanley Black＆Decker）、法国安达屋（Groupe Adeo）等	境内销售（占比 8.15%）、境外销售（占比 91.85%）；线上销售（占比 13.54%）、线下销售（占比 86.46%）
康平科技	主要产品包括电机（占比 52.28%）、电动工具整机（占比 39.39%）、电助力车（占比 0.88%）等	主要应用于手持电动工具及园林工具领域，并向家用电器电机领域逐步拓展	百得、TTI、麦太保、博世、喜利得等	境内销售（占比 9.57%）、境外销售（占比 90.43%）
本公司	主要产品包括电锤、电镐等手持式电动工具及相关配件（占比 100%）	主要应用于建筑施工、道路施工、室内装修等领域	ADEO、Kingfisher Group、LIDL 等全球头部连锁建材超市集团以及苏州盈维来及其关联主体、宝时得集团、公牛工具、得力科技等境内外知名的工具厂商	境内销售（占比 60.65%）、境外销售（占比 39.35%）；线上销售（占比 1.73%）、线下销售（占比 98.27%）

注 1：上述同行业可比公司的数据来源于招股说明书、年度报告等公开资料；
注 2：上述各类产品、各类销售模式的收入占比为 2024 年度数据。

由上表可知，公司与同行业可比公司的综合毛利率存在一定差异主要系各方在产品类型及结构、下游主要应用领域、主要客户构成、销售模式等方面存在一定差异。具体来说，公司与同行业可比公司在主要产品类型、产品应用领域上与公司具有一定相似性，但具体产品类型及占比等方面不尽相同；在市场地位方面，公司与同行业可比公司均为所在细分行业内排名靠前或具有头部客户资源的企业，但具体的主要客户存在一定差异；在销售模式方面，公司与同行业可比公司均存在境内销售、境外销售，以及线上销售、线下销售等销售模式，但每一类销售模式的占比有所不同。

因此，虽然公司与同行业可比公司所处行业领域相同、主营业务相似，但具体产品类型、产品结构、下游主要应用领域、销售模式和具体下游客户不完全一致，因此公司与同行业可比公司相比，毛利率存在一定差异具有商业合理性，上述因素均为影响公司毛利率的主要因素。

（二）2022 年和 2023 年综合毛利率高于可比公司，2024 年低于可比公司且变动趋势相反的原因及合理性

报告期内，公司与同行业可比公司毛利率对比如下：

公司名称	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
锐奇股份（%）	11.56	13.62	15.50	10.64
开创电气（%）	19.68	24.11	24.83	22.32
大叶股份（%）	24.41	19.71	11.46	16.17
康平科技（%）	19.11	19.18	16.90	12.82
平均数（%）	**18.69**	**19.15**	**17.17**	**15.49**
发行人（%）	**18.64**	**17.56**	**17.98**	**15.98**

从上表可知，报告期内，同行业可比公司平均毛利率分别为 15.49%、17.17%、19.15%和 18.69%，公司综合毛利率与同行业可比公司的平均水平基本相当，差异很小。2022 年和 2023 年，公司综合毛利率略高于同行业可比公司平均值主要系受到锐奇股份毛利率较低的影响。2024 年，公司综合毛利率略低于同行业可比公司平均值主要系受到开创电气毛利率较高的影响。具体分析如下：

1、2022 年和 2023 年，公司综合毛利率略高于同行业可比公司平均值的原因及合理性

2022 年和 2023 年，公司综合毛利率略高于同行业可比公司平均值，主要系锐奇股份毛利率总体显著低于公司以及其他同行业可比公司，主要系：一方面，锐奇股份主要产品为电钻、电动扳手、电锤、电镐、角向磨光机等，除生产电锤、电镐外，其产品类型及种类比公司丰富得多，产品类型与公司、其他同行业可比公司相比存在一定差异；另一方面，根据其公开披露信息，锐奇股份受到国内外市场订单减少、相关成本增加的影响，亦导致其毛利率偏低。

2、2024 年，公司综合毛利率略低于同行业可比公司平均值的原因及合理性

2024 年，公司综合毛利率略高于同行业可比公司平均值，主要系开创电气

毛利率显著高于公司以及其他同行业可比公司，主要系：一方面，开创电气主要产品为切割工具、打磨工具、钻孔紧固工具等，与公司、其他同行业可比公司具体产品类型存在差异；另一方面，相较于公司，开创电气境外销售占比及毛利率、线上销售占比及毛利率均高于公司，导致其毛利率偏高，其中开创电气 2024 年境外销售占比 91.85%，境外销售毛利率 29.97%，均高于公司 2024 年境外销售占比 39.35%，境外销售毛利率 19.44%；开创电气 2024 年线上销售占比 13.54%，线上销售毛利率 58.22%，均高于公司 2024 年线上销售占比 1.73%，线上销售毛利率 30.17%。

3、2024 年，公司毛利率变动趋势与同行业可比公司平均值相反的原因及合理性

2024 年，公司毛利率变动趋势与同行业可比公司平均值相反，主要系同行业可比公司大叶股份毛利率变动较大的影响。大叶股份 2023 年、2024 年度毛利率波动较大，其中 2023 年大幅下降 4.71 个百分点，2024 年大幅上升 8.25 个百分点，导致同行业可比公司毛利率平均值变动趋势与公司毛利率变动趋势相反。根据大叶股份公开披露信息，2022 年下半年起受欧美地区高通胀等不利因素的影响，园林机械产品的终端需求减少，导致下游客户库存高企，销售扣款大幅增加，大叶股份 2023 年承担了较多促销和质量扣款；另一方面，其 2023 年销售订单减少，产量相比 2022 年大幅减少，单位产品承担的人工成本和固定成本增加，拉低了产品的毛利率，上述因素使得大叶股份 2023 年毛利率大幅下降。2024 年，上述情况明显好转，期客户去库存顺利，因此 2024 年毛利率增幅较大。

综上，公司综合毛利率与同行业可比公司存在一定差异，主要系各家具体产品类型、销售模式等方面有所不同。具体来看，公司 2022 年、2023 年综合毛利率分别高于同行业可比公司平均值 0.49%和 0.81%，2024 年低于同行业可比公司平均值 1.59%且变动趋势相反，具有合理性。

二、列表说明交流电动工具、锂电电动工具各期各型号产品的销售单价、调价比例、销售数量、销售金额及占当期该类产品收入的比重、毛利率、是否为境外销售等，结合主要型号产品的调价策略或产品结构优化策略，说明同一型号产品在不同报告期、不同销售模式下定价是否存在差异及影响

（一）列表说明交流电动工具、锂电电动工具各期各型号产品的销售单价、调价比例、销售数量、销售金额及占当期该类产品收入的比重、毛利率、是否为境外销售等

1、交流电动工具

报告期各期，公司交流电动工具各型号产品的销售单价、调价比例（变动幅度）、销售数量、销售金额及占当期该类产品收入的比重、毛利率具体情况如下：

单位：元/台、万台、万元

项目	2025 年 1-6 月						
	销售单价		销售数量	销售金额	占交流电动工具收入的比重		毛利率
	金额	变动幅度			占比	变动幅度	
交流大电镐	516.95	-1.27%	25.78	13,328.12	29.72%	1.07%	19.93%
交流小电镐	268.71	-1.01%	24.48	6,579.24	14.67%	-0.28%	19.79%
交流重锤	227.32	-0.35%	94.63	21,512.23	47.97%	-0.44%	16.21%
交流轻锤	171.37	-1.65%	20.00	3,428.04	7.64%	-0.35%	15.43%
合计	**271.96**	**0.04%**	**164.90**	**44,847.63**	**100.00%**	**-**	**17.78%**

项目	2024 年度								
	销售单价		销售数量		销售金额		占交流电动工具收入的比重		毛利率
	金额	变动幅度	数量	变动幅度	金额	变动幅度	占比	变动幅度	
交流大电镐	523.59	-1.81%	47.01	7.77%	24,611.70	5.82%	28.65%	-3.05%	18.82%
交流小电镐	271.45	-3.76%	47.32	31.52%	12,845.21	26.57%	14.95%	1.12%	18.72%
交流重锤	228.11	-1.15%	182.32	28.72%	41,588.51	27.24%	48.41%	3.86%	14.84%
交流轻锤	174.25	-6.75%	39.37	1.16%	6,860.33	-5.68%	7.99%	-1.92%	13.89%
合计	**271.84**	**-3.60%**	**316.02**	**21.47%**	**85,905.75**	**17.09%**	**100.00%**	**-**	**16.48%**

项目	2023 年度								
	销售单价		销售数量		销售金额		占交流电动工具收入的比重		毛利率
	金额	变动幅度	数量	变动幅度	金额	变动幅度	占比	变动幅度	
交流大电镐	533.25	1.39%	43.62	11.35%	23,257.75	12.90%	31.70%	0.42%	19.41%

交流小电镐	282.06	-1.17%	35.98	8.74%	10,148.69	7.46%	13.83%	-0.51%	19.42%
交流重锤	230.76	0.50%	141.64	11.92%	32,685.86	12.48%	44.55%	0.43%	14.98%
交流轻锤	186.87	-7.52%	38.92	16.40%	7,273.53	7.65%	9.91%	-0.35%	14.64%
合计	**282.00**	**-0.55%**	**260.16**	**12.02%**	**73,365.83**	**11.40%**	**100.00%**	**-**	**16.97%**

项目	**2022 年度**				
	销售单价	**销售数量**	**销售金额**	**占交流电动工具收入的比重**	**毛利率**
交流大电镐	525.92	39.17	20,600.83	31.28%	16.38%
交流小电镐	285.41	33.09	9,443.92	14.34%	17.80%
交流重锤	229.62	126.55	29,058.86	44.12%	11.95%
交流轻锤	202.06	33.44	6,756.46	10.26%	18.17%
合计	**283.57**	**232.25**	**65,860.08**	**100.00%**	**14.81%**

注 1：销售单价变动幅度=（上一期同类产品销售单价-本期同类产品销售单价）/上一期同类产品销售单价，下同；
注 2：销售数量变动幅度=（上一期同类产品销售数量-本期同类产品销售数量）/上一期同类产品销售数量，下同；
注 3：占电动工具收入的比重=上一期同类产品销售占比-本期同类产品销售占比，下同。

由上表可知，公司的交流电动工具产品以交流重锤和交流大电镐为主，上述产品合计销售收入占比分别为 75.40%、76.25%、77.06%和 77.69%，占比相对稳定。其中，交流大电镐各期销售单价分别为 525.92 元/台、533.25 元/台、523.59 元/台和 516.95 元/台，产品毛利率分别为 16.38%、19.41%、18.82%和 19.93%，该产品的平均单价和产品毛利率相对较高；交流重锤各期销售单价分别为 229.62 元/台、230.76 元/台、228.11 元/台和 227.32 元/台，产品毛利率分别为 11.95%、14.98%、14.84%和 16.21%，该产品的平均单价和产品毛利率相对较低。

报告期各期，公司交流电动工具各型号产品境内外销售占比及平均单价情况如下：

单位：%、元/台

项目	**销售区域**	**2025 年 1-6 月**		**2024 年度**		**2023 年度**		**2022 年度**	
		收入占比	**平均单价**	**收入占比**	**平均单价**	**收入占比**	**平均单价**	**收入占比**	**平均单价**
交流大电镐	境内	58.54	484.70	56.35	490.77	60.05	506.08	51.29	509.93
	境外	41.46	570.55	43.65	573.05	39.95	580.07	48.71	543.88
	小计	**100.00**	**516.95**	**100.00**	**523.59**	**100.00**	**533.25**	**100.00**	**525.92**
交流小电镐	境内	74.04	258.18	68.00	259.47	65.80	265.89	66.40	271.36
	境外	25.96	304.06	32.00	300.99	34.20	319.43	33.60	317.95

项目	销售区域	2025 年 1-6 月		2024 年度		2023 年度		2022 年度	
		收入占比	平均单价	收入占比	平均单价	收入占比	平均单价	收入占比	平均单价
	小计	**100.00**	**268.71**	**100.00**	**271.45**	**100.00**	**282.06**	**100.00**	**285.41**
交流重锤	境内	70.78	219.00	70.12	216.85	72.59	219.08	69.43	223.50
	境外	29.22	250.34	29.88	259.74	27.41	268.71	30.57	244.83
	小计	**100.00**	**227.32**	**100.00**	**228.11**	**100.00**	**230.76**	**100.00**	**229.62**
交流轻锤	境内	16.81	178.53	13.85	178.85	12.01	195.71	12.49	198.97
	境外	83.19	169.99	86.15	173.53	87.99	183.02	87.51	202.51
	小计	**100.00**	**171.37**	**100.00**	**174.25**	**100.00**	**186.87**	**100.00**	**202.06**
交流电动工具	境内	63.49	264.36	61.36	261.34	61.67	274.26	57.48	273.64
	境外	36.51	286.28	38.64	290.37	38.33	295.41	42.52	298.20
	合计	**100.00**	**271.96**	**100.00**	**271.84**	**100.00**	**282.00**	**100.00**	**283.57**

由上表可知，除交流轻锤外，发行人交流电动工具各型号产品境外销售单价普遍高于境内销售单价，交流电动工具各型号产品境内销售占比普遍高于境外销售占比。

2023 年度、2024 年度和 2025 年 1-6 月，公司交流轻锤境外销售单价低于境内销售单价主要系交流轻锤的主要境外客户 LIDL 销售单价较低所致（报告期内，交流轻锤境外客户中，LIDL 收入占比分别为 40.28%、42.34%、37.23%和 47.27%，占比较高，为交流轻锤主要境外客户）；剔除 LIDL 后，交流轻锤境外销售平均单位分别为 212.53 元/台、200.85 元/台、187.23 元/台和 186.94 元/台，普遍高于境内销售单价。主要境外客户 LIDL 销售单价较低的具体原因，详见本问询函回复之“问题 5”之“（1）”之“四、”之“（一）”之“1、”之“（2）”之“2）LIDL 2023 年、2025 年 1-6 月毛利率与其他主要客户存在差异的原因及合理性”之回复。

2、锂电电动工具

报告期各期，公司锂电电动工具各型号产品的销售单价、调价比例、销售数量、销售金额及占当期该类产品收入的比重、毛利率具体情况如下：

单位：元/台、万台、万元

项目	2025 年 1-6 月						
	销售单价		销售数量	销售金额	占锂电电动工具收入的比重		毛利率
	金额	变动幅度			占比	变动幅度	
锂电电锤	242.05	13.35%	12.17	2,946.51	63.06%	-16.24%	14.45%
其他	179.26	17.78%	9.63	1,725.76	36.94%	16.24%	13.74%
合计	**214.33**	**8.73%**	**21.80**	**4,672.27**	**100.00%**	**-**	**14.19%**

项目	2024 年度								
	销售单价		销售数量		销售金额		占锂电电动工具收入的比重		毛利率
	金额	变动幅度	数量	变动幅度	金额	变动幅度	占比	变动幅度	
锂电电锤	213.55	-0.89%	25.63	126.08%	5,473.32	124.05%	79.31%	17.80%	14.97%
其他	152.20	-25.58%	9.38	25.48%	1,427.36	-6.58%	20.69%	-17.80%	14.42%
合计	**197.12**	**-6.63%**	**35.01**	**86.11%**	**6,901.32**	**73.77%**	**100.00%**	**-**	**14.86%**

项目	2023 年度								
	销售单价		销售数量		销售金额		占锂电电动工具收入的比重		毛利率
	金额	变动幅度	数量	变动幅度	金额	变动幅度	占比	变动幅度	
锂电电锤	215.47	-13.92%	11.34	5.25%	2,442.95	-9.39%	61.51%	-1.14%	15.89%
其他	204.51	-11.49%	7.47	7.44%	1,528.60	-4.90%	38.49%	1.14%	7.70%
合计	**211.12**	**-13.03%**	**18.81**	**6.11%**	**3,971.55**	**-7.71%**	**100.00%**	**-**	**12.74%**

项目	2022 年度				
	销售单价	销售数量	销售金额	占锂电电动工具收入的比重	毛利率
锂电电锤	250.30	10.77	2,696.21	62.65%	18.45%
其他	231.05	6.96	1,607.31	37.35%	7.70%
合计	**242.75**	**17.73**	**4,303.51**	**100.00%**	**14.43%**

注：公司销售的锂电电锤占报告期各期锂电电动工具销售收入的占比为 62.65%、61.51%、79.31%和 63.06%，为锂电电动工具的主要组成部分，其他品类锂电产品占比较小、种类繁杂，故上表中合并列示为其他。

由上表可知，公司的锂电电动工具产品以锂电电锤为主，各期销售收入占比分别为 62.65%、61.51%、79.31%和 63.06%，各期销售单价分别为 250.30 元/台、215.47 元/台、213.55 元/台和 242.05 元/台，产品毛利率分别为 18.45%、15.89%、14.97%和 14.45%，该产品的平均单价和产品毛利率相对较高。

报告期各期，公司锂电电动工具各型号产品境内外销售占比及平均单价情况如下：

单位：元/台、万台、万元

项目	销售区域	2025 年 1-6 月		2024 年度		2023 年度		2022 年度	
		收入占比	平均单价	收入占比	平均单价	收入占比	平均单价	收入占比	平均单价
锂电电锤	境内	65.11	218.61	50.91	192.72	76.68	201.12	80.27	242.82
	境外	34.89	302.63	49.09	240.49	23.32	281.54	19.73	286.14
	小计	**100.00**	**242.05**	**100.00**	**213.55**	**100.00**	**215.47**	**100.00**	**250.30**
其他	境内	52.48	-	29.38	-	56.49	-	90.33	-
	境外	47.52	-	70.62	-	43.51	-	9.67	-
	小计	**100.00**	**-**	**100.00**	**-**	**100.00**	**-**	**100.00**	**-**
锂电电动工具	**境内**	**60.45**	**-**	**46.45**	**-**	**68.91**	**-**	**84.03**	**-**
	境外	**39.55**	**-**	**53.55**	**-**	**31.09**	**-**	**15.97**	**-**
	合计	**100.00**	**-**	**100.00**	**-**	**100.00**	**-**	**100.00**	**-**

注：锂电电动工具-其他的销售金额占比较小，种类较为繁杂，包括扳手、吸尘器、电钻等，单价差异率较大，因此不单独进行平均单价的对比。

由上表可知，报告期各期，公司销售的锂电电锤境外销售平均单价普遍高于境内，锂电电锤境内销售占比普遍高于境外。

报告期内，公司主要产品交流电动工具各型号产品、锂电电动工具各型号产品境外单价普遍高于境内单价，主要系相对于境内电动工具市场，欧洲等境外市场更加成熟，境外客户更注重产品性能、稳定性、售后服务等方面，对价格敏感性低于境内客户，公司不需通过降价等方式来拓展市场、维护客户，故可以获得相对较高的单价；公司采取差异化的定价方式，给予境内电动工具市场较低的价格，以便打开境内市场。

（二）结合主要型号产品的调价策略或产品结构优化策略，说明同一型号产品在不同报告期、不同销售模式下定价是否存在差异及影响

如上文所述，同一型号产品，相对于境内电动工具市场，欧洲等境外市场更加成熟，境外客户更注重产品性能、稳定性、售后服务等方面，对价格敏感性低于境内客户，公司不需通过降价等方式来拓展市场、维护客户，故可以获得相对较高的单价；公司采取差异化的定价方式，给予境内电动工具市场较低的价格，以便打开境内市场，所以公司交流电动工具各型号产品、锂电电动工具各型号产

品境外单价普遍高于境内单价。

同一型号产品在不同报告期定价是否存在差异及影响，详见本问询函回复之“问题 3”之“（1）”之“二、”之“（一）量化说明不同产品类别及型号的交流电动工具、锂电电动工具的销量、单价、原材料价格波动等因素对净利润变动的影响程度”之回复。

三、结合同类产品境内外、线上线下销售的具体情况，包括销售模式、销售金额、毛利率、产品类型、性能差异、客户偏好等，说明是否存在同类产品外销毛利率显著高于内销、线上毛利率显著高于线下的情况，如是，说明原因及合理性

（一）结合同类产品境内外销售的具体情况，包括销售模式、销售金额、毛利率、产品类型、性能差异、客户偏好等，说明是否存在同类产品外销毛利率显著高于内销

报告期内，发行人同类产品境内外销售的销售模式、销售金额、毛利率、产品类型情况如下：

单位：万元

期间	产品类型	境内		境外	
		销售金额	毛利率	销售金额	毛利率
2025 年 1-6 月	交流电动工具	28,475.58	15.77%	16,372.04	21.27%
	锂电电动工具	2,824.19	11.94%	1,848.08	17.61%
	合计	**31,299.77**	**15.43%**	**18,220.12**	**20.90%**
2024 年	交流电动工具	52,715.21	14.73%	33,190.55	19.27%
	锂电电动工具	3,205.69	10.85%	3,695.63	18.34%
	合计	**55,920.90**	**14.51%**	**36,886.18**	**19.18%**
2023 年	交流电动工具	45,246.32	14.93%	28,119.51	20.25%
	锂电电动工具	2,736.74	10.26%	1,234.81	18.22%
	合计	**47,983.06**	**14.66%**	**29,354.32**	**20.16%**
2022 年	交流电动工具	37,856.81	12.28%	28,003.27	18.24%
	锂电电动工具	3,616.08	13.25%	687.43	20.67%
	合计	**41,472.89**	**12.36%**	**28,690.70**	**18.30%**

注：为增强数据可比性，上述数据仅包含电动工具整机的部分，下同。

由上表可知，公司主要产品交流电动工具、锂电电动工具境外毛利率普遍高

于境内毛利率。如上文所述，相对于境内电动工具市场，欧洲等境外市场更加成熟，境外客户更注重产品性能、稳定性、售后服务等方面，对价格敏感性低于境内客户，公司不需通过降价等方式来拓展市场、维护客户，故可以获得相对较高的单价及毛利率；公司采取差异化的定价方式，给予境内电动工具市场较低的价格及毛利率，以便打开境内市场，所以公司主要产品交流电动工具、锂电电动工具境外毛利率普遍高于境内毛利率。

（二）结合同类产品线上线下销售的具体情况，包括销售模式、销售金额、毛利率、产品类型、性能差异、客户偏好等，说明是否存在同类产品线上毛利率显著高于线下的情况

报告期内，发行人同类产品线上线下销售的销售模式、销售金额、毛利率、产品类型情况如下：

单位：万元

期间	产品类型	线上		线下	
		销售金额	毛利率	销售金额	毛利率
2025 年 1-6 月	交流电动工具	757.23	36.88%	44,090.40	17.45%
	锂电电动工具	89.06	26.70%	4,583.21	13.94%
	合计	**846.29**	**35.81%**	**48,673.61**	**17.12%**
2024 年	交流电动工具	1,419.29	33.05%	84,486.47	16.20%
	锂电电动工具	208.25	10.20%	6,693.07	15.01%
	合计	**1,627.54**	**30.12%**	**91,179.54**	**16.12%**
2023 年	交流电动工具	1,297.98	40.51%	72,067.84	16.54%
	锂电电动工具	160.21	5.67%	3,811.34	13.03%
	合计	**1,458.19**	**36.68%**	**75,879.18**	**16.37%**
2022 年	交流电动工具	616.03	38.79%	65,244.05	14.59%
	锂电电动工具	20.05	2.07%	4,283.46	14.49%
	合计	**636.08**	**37.63%**	**69,527.51**	**14.58%**

由上表可知，报告期内，公司主要产品交流电动工具线上毛利率普遍高于线下毛利率，2025 年 1-6 月公司主要产品锂电电动工具线上毛利率高于线下毛利率，主要系公司通过线上电商平台直接面对终端消费者进行销售，减少了中间流通环节，毛利率较高。

2022 年-2024 年度，公司线上销售的锂电电动工具产品毛利率均低于线下，

但毛利率呈逐年上升趋势，主要系公司在线上电商领域缺乏相应运营经验，且锂电电动工具更新换代速度较快，锂电电动工具自 2022 年底在亚马逊平台开展境外销售以来，为快速开拓市场，在上线初期实施了力度较大的促销策略，产品定价较低，导致毛利率处于较低水平。随着公司不断根据线上客户反馈优化产品性能、质量以及逐渐积累线上电商平台运营经验，公司促销力度有所减弱，锂电电动工具线上毛利率逐步提升，2025 年 1-6 月，该产品线上毛利率已超过线下水平。

四、表格列示发行人主要直销、贸易及经销商客户及不同主体的销售金额、产品类型、平均单价及毛利率等情况，说明发行人对同一客户不同主体、不同客户之间销售毛利率是否存在较大差异，如存在，说明原因及合理性

（一）表格列示发行人主要直销、贸易及经销商客户的销售金额、产品类型、平均单价及毛利率等情况，说明发行人不同客户之间销售毛利率是否存在较大差异，如存在，说明原因及合理性

1、表格列示发行人主要直销客户的销售金额、产品类型、平均单价及毛利率等情况

（1）发行人前五大直销客户销售金额、产品类型、平均单价及毛利率等情况

发行人前五大直销客户销售金额、产品类型、平均单价及毛利率等情况如下：

单位：万元、元/台

期间	主要客户名称	产品类型	销售金额	平均单价	毛利率
2025 年 1-6 月	苏州盈维来及其关联主体	交流电动工具	10,193.07	**	**
		锂电电动工具	-9.37	**	**
		配件及其他	79.10	**	**
		小计	**10,262.79**	**	**
	宝时得集团	交流电动工具	1,287.73	**	**
		锂电电动工具	747.60	**	**
		配件及其他	46.49	**	**
		小计	**2,081.83**	**	**
	公牛工具	交流电动工具	2,037.43	**	**
		配件及其他	2.38	**	**
		小计	**2,039.81**	**	**

期间	主要客户名称	产品类型	销售金额	平均单价	毛利率
	LIDL	交流电动工具	1,348.08	**	**
		锂电电动工具	191.58	**	**
		配件及其他	0.99	**	**
		小计	**1,540.66**	**	**
	Kingfisher Group	交流电动工具	1,776.39	**	**
	前五大直销客户毛利率平均值	**交流电动工具**	**16,642.70**	**263.13**	**14.97%**
		锂电电动工具	**929.81**	**205.01**	**14.62%**
		配件及其他	**128.96**	**-**	**-**
		合计	**17,701.47**	**-**	**15.07%**
2024 年	苏州盈维来及其关联主体	交流电动工具	19,082.90	**	**
		锂电电动工具	303.11	**	**
		配件及其他	429.68	**	**
		小计	**19,815.69**	**	**
	LIDL	交流电动工具	2,758.35	**	**
		锂电电动工具	1,840.45	**	**
		配件及其他	0.17	**	**
		小计	**4,598.97**	**	**
	宝时得集团	交流电动工具	2,035.50	**	**
		锂电电动工具	583.83	**	**
		配件及其他	89.28	**	**
		小计	**2,708.60**	**	**
	ADEO	交流电动工具	2,697.96	**	**
		配件及其他	1.32	**	**
		小计	**2,699.28**	**	**
	浙江金指数	交流电动工具	2,610.72	**	**
		锂电电动工具	18.04	**	**
		配件及其他	6.24	**	**
		小计	**2,635.00**	**	**
	前五大直销客户毛利率平均值	**交流电动工具**	**29,185.43**	**242.63**	**12.60%**
		锂电电动工具	**2,745.44**	**196.40**	**16.70%**
		配件及其他	**526.68**	**-**	**-**
		合计	**32,457.54**	**-**	**13.21%**
2023 年	苏州盈维来及其	交流电动工具	15,160.64	**	**

期间	主要客户名称	产品类型	销售金额	平均单价	毛利率
	关联主体	锂电电动工具	351.12	**	**
		配件及其他	358.53	**	**
		小计	**15,870.29**	**	**
	LIDL	交流电动工具	3,179.71	**	**
		配件及其他	0.04	**	**
		小计	**3,179.76**	**	**
	ADEO	交流电动工具	2,847.34	**	**
		配件及其他	5.08	**	**
		小计	**2,852.43**	**	**
	隆博实业	交流电动工具	2,410.28	**	**
		锂电电动工具	220.37	**	**
		配件及其他	45.39	**	**
		小计	**2,676.04**	**	**
	Kingfisher Group	交流电动工具	2,375.62	**	**
		配件及其他	0.78	**	**
		小计	**2,376.40**	**	**
	前五大直销客户毛利率平均值	**交流电动工具**	**25,973.59**	**269.94**	**14.73%**
		锂电电动工具	**571.49**	**159.22**	**14.18%**
		配件及其他	**409.82**	**-**	**-**
		合计	**26,954.91**	**-**	**14.90%**
2022 年	苏州盈维来及其关联主体	交流电动工具	10,831.89	**	**
		锂电电动工具	846.79	**	**
		配件及其他	267.26	**	**
		小计	**11,945.95**	**	**
	LIDL	交流电动工具	4,993.44	**	**
		配件及其他	0.13	**	**
		小计	**4,993.44**	**	**
	ADEO	交流电动工具	3,054.26	**	**
		配件及其他	2.25	**	**
		小计	**3,056.51**	**	**
	宝时得集团	交流电动工具	2,306.31	**	**
		锂电电动工具	380.66	**	**

期间	主要客户名称	产品类型	销售金额	平均单价	毛利率
		配件及其他	107.98	**	**
		小计	**2,794.95**	**	**
	浙江金指数	交流电动工具	2,119.08	**	**
		锂电电动工具	91.57	**	**
		配件及其他	1.90	**	**
		小计	**2,212.56**	**	**
	前五大直销客户毛利率平均值	**交流电动工具**	**23,304.85**	**267.07**	**12.20%**
		锂电电动工具	**1,319.02**	**207.35**	**15.80%**
		配件及其他	**379.52**	**-**	**-**
		合计	**25,003.40**	**-**	**12.57%**

注 1：“配件及其他”收入占比较低，且型号较多、品类繁杂，可比性较低，故未作比较其平均单价和毛利率情况，下同；
注 2：上述销售金额为主营业务收入，下同。

（2）说明发行人主要直销客户不同客户之间销售毛利率是否存在较大差异，如存在，说明原因及合理性

报告期内，公司不同主要客户毛利率主要受采购产品类型及结构、公司销售策略等因素的影响。

综上所述，大部分主要直销客户之间毛利率不存在较大差异，个别主要直销客户之间毛利率存在较大差异主要系采购产品类型及结构不同、公司销售策略不同等因素造成，具有合理性。

2、表格列示发行人主要贸易客户的销售金额、产品类型、平均单价及毛利率等情况

发行人前五大贸易客户销售金额、产品类型、平均单价及毛利率等情况如下：

单位：万元、元/台

期间	客户名称	产品类型	销售金额	平均单价	毛利率
2025 年 1-6 月	宝时得集团	交流电动工具	505.04	**	**
		配件及其他	71.08	**	**
		小计	**576.12**	**	**
	浙江一瑞进出口有限公司	交流电动工具	329.26	**	**
		配件及其他	23.44	**	**
		小计	**352.70**	**	**

期间	客户名称	产品类型	销售金额	平均单价	毛利率
	Conmetall Meister GmbH	交流电动工具	337.62	**	**
		配件及其他	3.05	**	**
		小计	**340.67**	**	**
	开创电气	交流电动工具	230.12	**	**
		锂电电动工具	77.61	**	**
		配件及其他	5.01	**	**
		小计	**312.75**	**	**
	杭州正能五金机电有限公司	交流电动工具	303.29	**	**
		配件及其他	7.20	**	**
		小计	**310.49**	**	**
	前五大贸易客户毛利率平均值	**交流电动工具**	**1,705.33**	**265.64**	**18.83%**
		锂电电动工具	**148.69**	**287.21**	**13.08%**
		配件及其他	**38.69**	**-**	**-**
		合计	**1,892.71**	**-**	**18.90%**
2024 年	公牛工具	交流电动工具	2,363.08	**	**
		锂电电动工具	346.14	**	**
		配件及其他	126.93	**	**
		小计	**2,836.15**	**	**
	浙江一瑞进出口有限公司	交流电动工具	995.09	**	**
		配件及其他	61.02	**	**
		小计	**1,056.11**	**	**
	宝时得集团	交流电动工具	699.49	**	**
		锂电电动工具	292.38	**	**
		小计	**991.88**	**	**
	宁波力普进出口有限公司/宁波海曙金普进出口有限公司	交流电动工具	693.88	**	**
		配件及其他	62.36	**	**
		小计	**756.24**	**	**
	开创电气	交流电动工具	511.48	**	**
		锂电电动工具	158.48	**	**
		配件及其他	2.85	**	**
		小计	**672.81**	**	**
	前五大贸易客户毛利率平均值	**交流电动工具**	**5,263.03**	**267.27**	**16.17%**
		锂电电动工具	**797.00**	**209.26**	**12.04%**

期间	客户名称	产品类型	销售金额	平均单价	毛利率
		配件及其他	**253.16**	**-**	**-**
		合计	**6,313.20**	**-**	**16.38%**
2023 年	公牛工具	交流电动工具	1,397.66	**	**
		锂电电动工具	188.54	**	**
		配件及其他	24.61	**	**
		小计	**1,610.80**	**	**
	宝时得集团	交流电动工具	584.34	**	**
		锂电电动工具	114.07	**	**
		小计	**698.41**	**	**
	浙江一瑞进出口有限公司	交流电动工具	587.71	**	**
		配件及其他	29.38	**	**
		小计	**617.09**	**	**
	宁波力普进出口有限公司/宁波海曙金普进出口有限公司	交流电动工具	512.74	**	**
		配件及其他	16.00	**	**
		小计	**528.74**	**	**
	开创电气	交流电动工具	431.13	**	**
		锂电电动工具	39.14	**	**
		配件及其他	3.38	**	**
		小计	**473.66**	**	**
	前五大贸易客户毛利率平均值	**交流电动工具**	**3,513.59**	**272.59**	**16.31%**
		锂电电动工具	**341.75**	**181.04**	**12.30%**
		配件及其他	**73.37**	**-**	**-**
		合计	**3,928.70**	**-**	**16.26%**
2022 年	宝时得集团	交流电动工具	1,091.90	**	**
	开创电气	交流电动工具	390.72	**	**
		锂电电动工具	213.81	**	**
		配件及其他	1.61	**	**
		小计	**606.14**	**	**
	青岛捷马机电设备有限公司	交流电动工具	543.32	**	**
		配件及其他	6.72	**	**
		小计	**550.04**	**	**
	Conmetall Meister GmbH	交流电动工具	449.07	**	**

期间	客户名称	产品类型	销售金额	平均单价	毛利率
		配件及其他	0.05	**	**
		小计	**449.12**	**	**
	浙江一瑞进出口有限公司	交流电动工具	409.34	**	**
		配件及其他	32.11	**	**
		小计	**441.45**	**	**
	前五大贸易客户毛利率平均值	**交流电动工具**	**2,884.35**	**264.65**	**14.10%**
		锂电电动工具	**213.81**	**337.66**	**27.51%**
		配件及其他	**40.49**	**-**	**-**
		合计	**3,138.64**	**268.65**	**15.26%**

综上所述，大部分主要贸易客户之间毛利率不存在较大差异，个别主要贸易客户之间毛利率存在较大差异主要系采购产品类型及结构不同、公司销售策略不同等因素造成，具有合理性。

3、表格列示发行人经销商客户及不同主体的销售金额、产品类型、平均单价及毛利率等情况

发行人前五大经销商客户及不同主体的销售金额、产品类型、平均单价及毛利率等情况如下：

单位：万元、万元/台

期间	客户名称	产品类型	销售金额	平均单价	毛利率
2025 年 1-6 月	杭州积家机电物资有限公司	交流电动工具	543.64	**	**
		锂电电动工具	14.25	**	**
		配件及其他	15.14	**	**
		小计	**573.03**	**	**
	河南邦智建材有限公司	交流电动工具	417.90	**	**
		锂电电动工具	13.82	**	**
		配件及其他	6.29	**	**
		小计	**438.02**	**	**
	武汉意斯特机电有限公司	交流电动工具	319.72	**	**
		配件及其他	4.03	**	**
		小计	**323.75**	**	**
	云南聚诺机电设备有限公司	交流电动工具	313.34	**	**
		锂电电动工具	5.02	**	**

期间	客户名称	产品类型	销售金额	平均单价	毛利率
		配件及其他	3.41	**	**
		小计	**321.77**	**	**
	重庆睿镧机电设备有限公司	交流电动工具	314.84	**	**
		锂电电动工具	1.78	**	**
		配件及其他	4.80	**	**
		小计	**321.43**	**	**
	前五大经销客户毛利率平均值	**交流电动工具**	**1,909.45**	**258.08**	**17.44%**
		锂电电动工具	**34.87**	**181.89**	**-13.17%**
		配件及其他	**33.67**	**-**	**-**
		小计	**1,977.99**	**-**	**17.04%**
2024 年	杭州积家机电物资有限公司	交流电动工具	769.35	**	**
		锂电电动工具	43.26	**	**
		配件及其他	22.35	**	**
		小计	**834.96**	**	**
	河南邦智建材有限公司	交流电动工具	556.72	**	**
		锂电电动工具	18.75	**	**
		配件及其他	17.13	**	**
		小计	**592.60**	**	**
	重庆睿镧机电设备有限公司	交流电动工具	446.48	**	**
		配件及其他	6.04	**	**
		小计	**452.52**	**	**
	云南聚诺机电设备有限公司	交流电动工具	428.97	**	**
		锂电电动工具	5.90	**	**
		配件及其他	10.38	**	**
		小计	**445.25**	**	**
	北京湃动五金工具有限公司	交流电动工具	366.32	**	**
		配件及其他	10.50	**	**
		小计	**376.82**	**	**
	前五大经销客户毛利率平均值	**交流电动工具**	**2,567.84**	**249.86**	**14.55%**
		锂电电动工具	**67.91**	**162.82**	**-24.61%**
		配件及其他	**66.40**	**-**	**-**
		合计	**2,702.15**	**-**	**13.96%**
2023 年	杭州积家机电物	交流电动工具	1,222.83	**	**

期间	客户名称	产品类型	销售金额	平均单价	毛利率
	资有限公司	锂电电动工具	285.58	**	**
		配件及其他	56.98	**	**
		小计	**1,565.38**	**	**
	贵阳精烽五金机电有限公司	交流电动工具	385.40	**	**
		锂电电动工具	131.95	**	**
		配件及其他	14.02	**	**
		小计	**531.37**	**	**
	无锡千工正太贸易有限公司	交流电动工具	472.44	**	**
		锂电电动工具	23.21	**	**
		配件及其他	9.43	**	**
		小计	**505.08**	**	**
	武汉意斯特机电有限公司	交流电动工具	414.96	**	**
		锂电电动工具	13.25	**	**
		配件及其他	11.11	**	**
		小计	**439.32**	**	**
	重庆睿镧机电设备有限公司	交流电动工具	421.49	**	**
		配件及其他	9.60	**	**
		小计	**431.09**	**	**
	前五大经销客户毛利率平均值	**交流电动工具**	**2,917.12**	**266.52**	**15.69%**
		锂电电动工具	**453.98**	**337.96**	**5.66%**
		配件及其他	**101.13**	**-**	**-**
		合计	**3,472.23**	**-**	**14.66%**
2022 年	杭州积家机电物资有限公司	交流电动工具	1,287.93	**	**
		锂电电动工具	202.34	**	**
		配件及其他	44.25	**	**
		小计	**1,534.53**	**	**
	贵阳精烽五金机电有限公司	交流电动工具	672.46	**	**
		锂电电动工具	38.65	**	**
		配件及其他	11.27	**	**
		小计	**722.38**	**	**
	北京湃动五金工具有限公司	交流电动工具	453.12	**	**
		锂电电动工具	28.12	**	**

期间	客户名称	产品类型	销售金额	平均单价	毛利率
		配件及其他	6.25	**	**
		小计	**487.49**	**	**
	永康市尚观贸易有限公司	交流电动工具	388.85	**	**
		锂电电动工具	20.55	**	**
		配件及其他	27.02	**	**
		小计	**436.42**	**	**
	无锡千工正太贸易有限公司	交流电动工具	386.97	**	**
		锂电电动工具	31.87	**	**
		配件及其他	11.17	**	**
		小计	**430.01**	**	**
	前五大经销客户毛利率平均值	**交流电动工具**	**3,189.33**	**265.91**	**11.15%**
		锂电电动工具	**321.53**	**257.78**	**11.29%**
		配件及其他	**99.96**	**-**	**-**
		合计	**3,610.82**	**-**	**11.63%**

报告期内，公司主要经销客户之间销售毛利率不存在较大差异。

（二）表格列示发行人主要直销、贸易及经销商客户同一客户不同主体之间的销售金额、产品类型、平均单价及毛利率等情况，说明发行人对同一客户不同主体之间销售毛利率是否存在较大差异，如存在，说明原因及合理性

报告期内，主要直销客户存在不同主体的包括苏州盈维来及其关联主体、宝时得集团、隆博实业和 Kingfisher Group，主要贸易客户存在不同主体包括开创电气、宝时得集团、宁波力普进出口有限公司/宁波海曙金普进出口有限公司，主要经销客户存在不同主体包括贵阳精烽五金机电有限公司。

1、主要直销客户不同主体之间毛利率情况

（1）苏州盈维来及其关联主体不同主体之间毛利率情况

苏州盈维来及其关联主体不同主体之间毛利率情况如下：

单位：万元、万元/台

期间	不同主体	销售金额	平均单价	毛利率
2025 年 1-6 月	盈维来工具（苏州）有限公司	4,927.60	**	**
	久维工具（苏州）有限公司	4,167.92	**	**

期间	不同主体	销售金额	平均单价	毛利率
	其他主体	1,089.31	**	**
	合计	**10,262.79**	**	**
2024 年	盈维来工具（苏州）有限公司	9,130.14	**	**
	久维工具（苏州）有限公司	7,802.84	**	**
	其他主体	2,882.71	**	**
	合计	**19,815.69**	**	**
2023 年	盈维来工具（苏州）有限公司	7,409.94	**	**
	久维工具（苏州）有限公司	5,633.50	**	**
	苏州拓拓工具有限公司	1,162.29	**	**
	其他主体	1,664.55	**	**
	合计	**15,870.29**	**	**
2022 年	盈维来工具（苏州）有限公司	5,738.40	**	**
	苏州拓拓工具有限公司	4,133.55	**	**
	久维工具（苏州）有限公司	1,049.70	**	**
	其他主体	1,024.29	**	**
	合计	**11,945.95**	**	**

根据上表可知，报告期内，苏州盈维来及其关联主体不同主体之间毛利率相差较小，不存在较大差异。

（2）宝时得集团主体之间毛利率情况

宝时得集团主体之间毛利率情况如下：

单位：万元、元/台

期间	不同主体	销售金额	平均单价	毛利率
2025 年 1-6 月	宝时得科技（中国）有限公司	778.60	**	**
	苏州宝时得电动工具有限公司	648.22	**	**
	苏州格雷进出口有限公司	614.52	**	**
	苏州东旺海外进出口有限公司	40.49	**	**
	合计	**2,081.83**	**	**
2024 年	苏州格雷进出口有限公司	788.31	**	**
	苏州宝时得电动工具有限公司	1,026.00	**	**
	宝时得科技（中国）有限公司	803.18	**	**
	苏州东旺海外进出口有限公司	91.10	**	**

期间	不同主体	销售金额	平均单价	毛利率
	合计	**2,708.60**	**	**
2023 年	苏州格雷进出口有限公司	497.43	**	**
	苏州宝时得电动工具有限公司	1,109.09	**	**
	宝时得科技（中国）有限公司	575.45	**	**
	苏州东旺海外进出口有限公司	51.48	**	**
	合计	**2,233.45**	**	**
2022 年	苏州宝时得电动工具有限公司	1,785.13	**	**
	苏州格雷进出口有限公司	226.40	**	**
	宝时得科技（中国）有限公司	762.55	**	**
	苏州东旺海外进出口有限公司	20.87	**	**
	合计	**2,794.95**	**	**

由上表可知，2023 年、2024 年度、2025 年 1-6 月，宝时得集团不同主体之间毛利率与该客户当期平均毛利率差异较小，不存在较大差异。

（3）Kingfisher Group 不同主体之间毛利率情况

Kingfisher Group 不同主体之间毛利率情况如下：

单位：万元、元/台

期间	不同主体	销售金额	平均单价	毛利率
2025 年 1-6 月	Screwfix Direct Limited	1,247.25	**	**
	Brico Depot SASU	209.78	**	**
	Castorama France SASU	91.46	**	**
	其他主体	220.88	**	**
	合计	**1,776.39**	**	**
2024 年	Screwfix Direct Limited	1,429.52	**	**
	Brico Depot SASU	391.39	**	**
	Castorama France SASU	229.08	**	**
	其他主体	332.24	**	**
	合计	**2,382.23**	**	**
2023 年	Screwfix Direct Limited	1,603.43	**	**
	Brico Depot SASU	330.00	**	**
	B&Q Limited	199.61	**	**
	其他主体	269.84	**	**

期间	不同主体	销售金额	平均单价	毛利率
	合计	**2,376.40**	**	**
2022 年	Screwfix Direct Limited	617.96	**	**
	Brico Depot SASU	576.38	**	**
	其他主体	533.62	**	**
	合计	**1,727.96**	**	**

由上表可知，2023 年度、2024 年度、2025 年 1-6 月 Kingfisher Group 不同主体之间毛利率与该客户当期平均毛利率差异较小，不存在较大差异。

（4）隆博实业不同主体之间毛利率

隆博实业不同主体之间毛利率情况如下：

单位：万元、元/台

期间	不同主体	销售金额	平均单价	毛利率
2025 年 1-6 月	杭州工选机电设备有限公司	687.09	**	**
	新疆隆博实业股份有限公司	13.73	**	**
	合计	**700.81**	**	**
2023 年	杭州工选机电设备有限公司	2,087.27	**	**
	浙江隆博机电设备有限公司	346.54	**	**
	新疆隆博实业股份有限公司	242.23	**	**
	合计	**2,676.04**	**	**
2022 年	浙江隆博机电设备有限公司	768.10	**	**
	新疆隆博实业股份有限公司	194.46	**	**
	合计	**962.55**	**	**

注：2024 年隆博实业不存在向不同主体销售的情况。

由上表可知，2022 年、2023 年、2025 年 1-6 月隆博实业不同主体之间毛利率不存在较大差异。

综上所述，大部分主要直销客户不同主体之间毛利率不存在较大差异，个别主要直销客户不同主体之间毛利率存在较大差异主要系采购产品类型及结构不同、公司销售策略等不同造成，具有合理性。

2、主要贸易客户不同主体之间毛利率情况

单位：万元、元/台

期间	客户名称	不同主体	销售金额	平均单价	毛利率
2025 年 1-6 月	宁波力普进出口有限公司/宁波海曙金普进出口有限公司	宁波力普进出口有限公司	127.79	**	**
		宁波海曙金普进出口有限公司	161.14	**	**
		合计	**288.93**	**	**
2024 年	宁波力普进出口有限公司/宁波海曙金普进出口有限公司	宁波力普进出口有限公司	732.13	**	**
		宁波海曙金普进出口有限公司	24.11	**	**
		合计	**756.24**	**	**
	开创电气	金华星河科技有限公司	662.73	**	**
		杭州象谷科技有限公司	10.09	**	**
		合计	**672.81**	**	**
2023 年	开创电气	金华星河科技有限公司	463.58	**	**
		杭州象谷科技有限公司	10.08	**	**
		合计	**473.66**	**	**
	宝时得集团	苏州格雷进出口有限公司	683.93	**	**
		苏州东旺海外进出口有限公司	14.48	**	**
		合计	**698.41**	**	**
2022 年	宝时得集团	苏州格雷进出口有限公司	1,007.59	**	**
		苏州东旺海外进出口有限公司	79.51	**	**
		宝时得机械（张家港）有限公司	4.80	**	**
		合计	**1,091.90**	**	**

由上表可知，报告期各期，大部分主要贸易客户不同主体之间毛利率差异较小，不存在较大差异；

综上所述，大部分主要贸易客户不同主体之间毛利率不存在较大差异，个别主要贸易客户不同主体之间毛利率存在较大差异主要系采购产品类型及结构不同造成，具有合理性。

3、主要经销客户不同主体之间毛利率情况

单位：万元、元/台

期间	客户名称	不同主体	销售金额	平均单价	毛利率
2022 年	贵阳精烽五金机电有限公司	贵阳双木工具设备有限公司	514.93	**	**
		贵阳精烽五金机电有限公司	207.45	**	**
		合计	**722.38**	**	**

由上表可知，2022 年公司对贵阳精烽五金机电有限公司不同主体之间的销售毛利率与当年该客户平均毛利率差异较小，毛利率不存在较大差异。

综上所述，公司主要经销客户不同主体之间毛利率不存在较大差异。

五、中介机构核查程序及核查意见

（一）核查程序

针对上述事项，保荐机构、申报会计师主要执行了如下核查程序：

1、查阅同行业可比公司披露的招股书、年度报告等公开披露文件，获取同行业可比公司的产品结构、下游主要应用领域、销售模式、主要客户等信息，说明发行人产品与可比公司的异同，分析发行人与可比公司各期毛利率变动趋势不一致的原因；

2、访谈发行人管理层、相关销售人员，了解主要型号产品的调价策略或产品结构优化策略；

3、获取发行人的收入、成本明细表，分析比较发行人同一型号产品在不同报告期、不同销售模式下定价的差异及原因；

4、访谈发行人管理层、相关销售人员，获取发行人按照境内外、线上线下划分的收入、成本明细表，分析比较发行人同类产品境内外、线上线下毛利率差异的原因及合理性；

5、访谈发行人管理层、相关销售人员和主要客户，获取发行人按照销售模式划分的收入、成本明细表，分析比较不同销售模式的主要客户的不同主体、不同客户之间销售毛利率差异的原因及合理性。

（二）核查意见

经核查，保荐机构、申报会计师认为：

1、虽然公司与同行业可比公司所处行业领域相同、主营业务相似，但具体产品类型、产品结构、下游主要应用领域销售模式和具体下游客户不完全一致，因此公司与同行业可比公司相比，毛利率存在一定差异具有商业合理性，上述因素均为影响公司毛利率的主要因素；公司综合毛利率与同行业可比公司存在一定差异，主要系各家具体产品类型、销售模式等方面有所不同，具有合理性；

2、公司的交流电动工具产品以交流重锤和交流大电镐为主，占比相对稳定，其中，交流大电镐产品的平均单价和产品毛利率相对较高，交流重锤产品的平均单价和产品毛利率相对较低；除交流轻锤外，公司交流电动工具各型号产品境外销售单价普遍高于境内销售单价、交流电动工具各型号产品境内销售占比普遍高于境外销售占比。2023 年度、2024 年度和 2025 年 1-6 月，公司交流轻锤境外销售单价低于境内销售单价主要系交流轻锤的主要境外客户销售单价较低所致；

3、公司的锂电电动工具产品以锂电电锤为主，该产品的平均单价和产品毛利率相对较高；报告期各期，公司销售的锂电电锤境外销售平均单价普遍高于境内、锂电电锤境内销售占比普遍高于境外；

4、公司主要产品交流电动工具各型号产品、锂电电动工具各型号产品境外单价普遍高于境内单价、境外毛利率普遍高于境内毛利率主要系相对于境内电动工具市场，欧洲等境外市场更加成熟，境外客户更注重产品性能、稳定性、售后服务等方面，对价格敏感性低于境内客户，公司不需通过降价等方式来拓展市场、维护客户，故可以获得相对较高的单价；公司采取差异化的定价方式，给予境内电动工具市场较低的价格，以便打开境内市场；

5、报告期各期，不同交流电动工具及锂电电动工具产品受公司产品销售策略、下游行业需求变动、原材料价格等因素的影响，产品定价有所差异，具有商业合理性；

6、公司主要产品交流电动工具线上毛利率普遍高于线下毛利率，2025 年 1-6 月公司主要产品锂电电动工具线上毛利率高于线下毛利率，主要系公司通过线上电商平台直接面对终端消费者进行销售，减少了中间流通环节，毛利率较高；2022

年-2024 年度，公司线上销售的锂电电动工具产品毛利率均低于线下，但毛利率呈逐年上升趋势，主要系公司自 2022 年底在亚马逊平台开展境外销售以来，为快速开拓市场，在上线初期实施了力度较大的促销策略，产品定价较低，导致毛利率处于较低水平；随着公司不断根据线上客户反馈优化产品性能、质量以及积累线上电商平台的运营经验，公司促销力度有所减弱，公司锂电电动工具线上毛利率逐步提升，2025 年 1-6 月，该产品线上毛利率已超过线下水平；

7、报告期内，公司大部分主要直销客户之间、大部分主要贸易客户之间毛利率不存在较大差异，受客户采购产品类型及结构不同、公司销售策略不同等因素的影响，个别主要直销客户之间、主要贸易客户之间毛利率存在较大差异，具有合理性；主要经销客户之间毛利率不存在较大差异；

8、报告期内，公司大部分主要直销客户不同主体之间、大部分主要贸易客户不同主体之间毛利率不存在较大差异，受客户采购产品类型及结构不同、公司销售策略不同等因素的影响，个别主要直销客户不同主体之间、主要贸易客户不同主体之间毛利率存在较大差异，具有合理性；主要经销客户不同主体之间毛利率不存在较大差异。

（2）委托加工及采购真实性

根据申请文件：①报告期内，公司直接材料占公司主营业务成本比例分别为 84.29%、83.76%和 84.07%，主要包括矽钢片、漆包线、塑料粒子、铝锭等；委托加工服务占采购总额的比例分别为 7.22%、7.24%和 7.14%，主要为铝件毛坯加工、塑料粒子注塑等部分非核心生产工序。②铝件毛坯加工采用垫料加工模式，委托加工中先由供应商提供铝锭生产，完工后双方核对其代垫耗用的铝锭由公司归还。东阳恒钇达/浩翔铝业为公司 2024 年度第一大供应商，采购金额为 7,315.09 万元，采购内容为铝锭。③浙江鸿天为公司 2022 年度第二大供应商和 2023 年度第三大供应商，公司主要采购内容为塑盒等。④因委托加工部件无法灵活配套定制化产品的生产需求，公司已掌握塑料粒子注塑工序的技术要点，拟新增注塑机等设备，实现相关部件的自主生产。请发行人：①区分 ODM 和自有品牌销售模式说明各类原材料的主要供应商基本情况及委托加工情况，包括但不限于注册地、注册资本和实缴资本、实际控制人、是否客户指定、合作历史、是否为贸易商、关联关系、采购金额及占比、发行人采购金额占其收入的

比例，向不同供应商采购同类原材料价格是否存在较大差异。说明 2024 年度浙江鸿天退出前五大供应商、东阳恒钇达/浩翔铝业成为第一大供应商的原因及合理性。②结合各期不同产品的自产产量、外协工序及外协产量、外协价格变动等，量化分析委托加工服务金额增长的原因及合理性，相关成本费用核算是否准确，结合关联方向其他客户提供委托加工服务的单价分析关联采购价格的公允性。③区分垫料加工和自产模式说明铝锭的进销存、垫料供应商数量、金额及垫料归还情况，说明各期归还铝锭数量与委托加工服务量的匹配性、垫料归还方式、是否需要进行物理切割、是否与供应商结算损耗、是否存在代垫费用及现金补偿等情况，说明发行人存货的具体管理模式，是否存在未归还铝锭与自有铝锭无法区分的情况。④结合塑料粒子注塑加工费、相关技术要点及产品定制化需求情况，说明塑料粒子注塑委托加工工序是否涉及核心生产环节，发行人是否掌握相关技术及核心工艺，测算塑料粒子注塑委托加工与自产的单位成本（直接材料、直接人工、制造费用）、差异情况及对发行人业绩的潜在影响。

请保荐机构、申报会计师核查上述事项并发表明确意见，说明核查方法、范围、过程、证据及结论。请保荐机构提供委托加工核查相关工作底稿。

回复：

一、区分 **ODM** 和自有品牌销售模式说明各类原材料的主要供应商基本情况及委托加工情况，包括但不限于注册地、注册资本和实缴资本、实际控制人、是否客户指定、合作历史、是否为贸易商、关联关系、采购金额及占比、发行人采购金额占其收入的比例，向不同供应商采购同类原材料价格是否存在较大差异。说明 **2024** 年度浙江鸿天退出前五大供应商、东阳恒钇达/浩翔铝业成为第一大供应商的原因及合理性

（一）区分 **ODM** 和自有品牌销售模式说明各类原材料的主要供应商基本情况及委托加工情况，包括但不限于注册地、注册资本和实缴资本、实际控制人、是否客户指定、合作历史、是否为贸易商、关联关系、采购金额及占比、发行人采购金额占其收入的比例

在 ODM 模式下，公司根据客户提供的技术参数（如额定电压、功率、钻孔能力等）、颜色、规定部件、随机附件及资料、包装等具体要求，采用自主设计

方案，利用公司自身的核心技术、生产工艺和质量保障体系完成产品生产活动。但电锤、电镐等属于较为成熟且常见的电动工具产品，不同品牌的电锤、电镐产品的基础原理及结构较为相似，其外形、功能等设计方案存在极大相似性，使得公司在 ODM 模式下生产的产品与同类自有品牌产品相比，除客户定制要求外，其外形、部件、材质等基本相似。因此，公司在采购某类原材料或委托加工服务时，一般不会仅因 ODM 模式订单和自有品牌订单的不同而分别向不同供应商进行采购。

1、公司主要原材料供应商具体情况

报告期内，公司电动工具产品零部件众多、种类繁杂，需要采购的原材料种类较多。按照原材料的材质划分，公司报告期内采购的原材料主要类别有铁采购件、铜采购件、塑料采购件和铝采购件。报告期内，公司采购的上述原材料类别对应的前五大供应商具体如下：

原材料类别	报告期内前五大供应商名称	基本情况	合作历史	公司主要采购内容	交易金额及占采购总额的比例	公司采购金额占其收入比例	是否为贸易商	是否由客户指定
铁采购件	武翔金属	成立于 2014 年，注册及实缴资本为 100 万元，地址为上海市宝山区罗芬路 689 弄 40 号 F 区 112 室，主营业务为金属材料等产品的销售，实际控制人为章琅尉	双方于 2014 年开展合作，德硕科技有矽钢片等采购需求，经外部中间人介绍，双方开展合作	矽钢片	2025 年 1-6 月：1180.02 万元（3.37%）；2024 年度：2,531.58 万元（3.39%）；2023 年度：2,185.51 万元（3.72%）；2022 年度：1,781.05 万元（3.60%）	10%左右	是，其矽钢片终端货源为中国宝武钢铁集团有限公司等	否
	洪铭齿轮/贝朗齿轮	武义贝朗齿轮制造有限公司成立于 2020 年，注册资本为 100 万元，实缴资本为 91 万元，地址为浙江省金华市武义县泉溪镇王茆工业区（武义冠威置业有限公司内），主营业务为齿轮及齿轮减、变速箱的销售等；武义县洪铭齿轮制造有限公司成立于 2017 年，注册及实缴资本为 10 万元，地址为浙江省金华市武义县泉溪镇王茆工业区（武义冠威置业有限公司内），主营业务为齿轮、变速箱等的加工、销售；洪铭齿轮/贝朗齿轮实际控制人均为曹美德	双方于 2017 年开始合作，德硕科技有齿轮等原材料采购需求，洪铭齿轮/贝朗齿轮为关联方，主动接洽公司，双方开展合作	齿轮等	2025 年 1-6 月：957.54 万元（2.73%）；2024 年度：2,305.32 万元（3.09%）；2023 年度：1,862.01 万元（3.17%）；2022 年度：1,448.09 万元（2.93%）	超过 50%	否	否

原材料类别	报告期内前五大供应商名称	基本情况	合作历史	公司主要采购内容	交易金额及占采购总额的比例	公司采购金额占其收入比例	是否为贸易商	是否由客户指定
	宁波新大地轴承有限公司	成立于 2003 年，注册及实缴资本均为 1,080 万元，地址为慈溪市周巷镇周西村，主营业务为轴承、机械配件、五金配件等制造与加工，实际控制人为王乃明	双方合作超过 10 年，德硕科技有轴承采购需求，经同行业内其他人介绍，双方开展合作	轴承	2025 年 1-6 月：620.65 万元（1.77%）；2024 年度：1,302.27 万元（1.74%）；2023 年度：1,072.43 万元（1.83%）；2022 年度：814.45 万元（1.65%）	3%左右	否	否
	永康市俊禹工贸有限公司	成立于 2019 年，注册资本为 10 万元，地址为浙江省金华市永康市城西新区金星村临溪自然村外王 39 号，主营业务为日用金属制品加工等，实际控制人为李金钟	双方于 2021 年左右开始合作，永康市俊禹工贸有限公司在市场中主动寻找德硕科技开展合作	铁头等	2025 年 1-6 月：437.05 万元（1.25%）；2024 年度：843.88 万元（1.13%）；2023 年度：730.26 万元（1.24%）；2022 年度：550.51 万元（1.11%）	超过 50%	否	否
	永康市创优工具有限公司	成立于 2015 年，注册及实缴资本均为 20 万元，地址为浙江省金华市永康市西城街道烈桥村正大路 69 号第三幢一楼南侧，主营业务为电动工具、五金工具、不锈钢制品等加工及销售，实际控制人为胡旭怀	双方合作超过 10 年，永康市创优工具有限公司在市场中主动寻找德硕科技开展合作	冲锤杆、冲撞锤、气缸等	2025 年 1-6 月：411.34 万元（1.17%）；2024 年度：1,245.01 万元（1.67%）；2023 年度：1,334.90 万元（2.27%）；2022 年度：941.78 万元（1.91%）	50%左右	否	否
	欣瀚工贸/纳澎工贸	永康市欣瀚工贸有限公司成立于 2020 年，注册资本为 20 万元，地址为浙江省金华市永康市江南街道皇渡桥村上皇渡自然村 173 号，主营业务为五金件销售；金华纳澎工贸有限公司成立于 2023 年，注册资本为 300 万元，地址为浙江省金华市武义县泉溪镇项店村公路边（武义县强宇日用金属制品厂内），主营业务为电机组件等销售；欣瀚工贸/纳澎工贸实际控制人为曹树星及其配偶胡锦霞	双方于 2020 年开始合作，欣瀚工贸/纳澎工贸实际控制人与公司实际控制人为亲属关系，主动寻找德硕科技开展合作	铁头等	2025 年 1-6 月：512.50 万元（1.46%）；2024 年度：1,232.42 万元（1.65%）；2023 年度：1,173.61 万元（2.00%）；2022 年度：891.23 万元（1.80%）	超过 50%	否	否
	浙江星皇工具有限公司	成立于 2014 年，注册资本为 1,000 万元，实缴资本为 400 万元，地址为浙江省温州市乐清市清江镇鲤鱼山村，主营业务为五金制品销	双方合作超过 10 年，浙江星皇工具有限公司在市场中主动	铁头	2025 年 1-6 月：183.68 万元（0.52%）；2024 年度：447.76 万元	30%左右	否	否

原材料类别	报告期内前五大供应商名称	基本情况	合作历史	公司主要采购内容	交易金额及占采购总额的比例	公司采购金额占其收入比例	是否为贸易商	是否由客户指定
		售，实际控制人为黄智升	寻找德硕科技开展合作		（0.60%）；2023 年度：740.76 万元（1.26%）；2022 年度：815.82 万元（1.65%）			
铜采购件	露笑科技	深交所上市公司，股票代码为 002617.SZ，成立于 1989 年，注册及实缴资本为 192,300.59 万元，地址为浙江省诸暨市店口镇露笑路 38 号，主营业务包括碳化硅业务、光伏发电业务、漆包线业务等，实际控制人为鲁小均家庭	双方合作超过 10 年，露笑科技在市场中主动寻找德硕科技开展合作	漆包线	2025 年 1-6 月：3,566.61 万元（10.17%）；2024 年度：7,085.88 万元（9.49%）；2023 年度：5,200.46 万元（8.85%）；2022 年度：3,593.12 万元（7.27%）	2%左右	否	否
	嘉兴创奇电缆有限公司	成立于 2006 年，注册及实缴资本均为 4,510 万元，地址为浙江省嘉兴市海盐县沈荡镇集镇（海王公路东侧），主营业务为电线、电缆等生产及销售，实际控制人为巢希	双方于 2018 年开始合作，嘉兴创奇电缆有限公司在市场中主动寻找德硕科技开展合作	电缆线等	2025 年 1-6 月：992.16 万元（2.83%）；2024 年度：2,242.36 万元（3.00%）；2023 年度：1,852.40 万元（3.15%）；2022 年度：1,581.61 万元（3.20%）	13%左右	否	否
	金华市汇丰电器股份有限公司	成立于 2008 年，注册及实缴资本均为 1,168 万元，地址为浙江省金华市孝顺镇南地块 3 幢，通信地址为浙江省金华市金东区孝顺镇镇南，主营业务为电机换向器（整流子）研发、制造与销售，实际控制人为俞志辉	双方合作超过 10 年，德硕科技有换向器采购需求，主动寻找金华市汇丰电器股份有限公司作为供应商，双方开展合作	换向器	2025 年 1-6 月：696.14 万元（1.99%）；2024 年度：1,473.83 万元（1.97%）；2023 年度：1,183.70 万元（2.01%）；2022 年度：864.30 万元（1.75%）	15%以下	否	否
	浙江长隆电气有限公司	成立于 2003 年，注册及实缴资本均为 518 万元，地址为浙江省温州市乐清市蒲岐镇北门街村，主营业务为器具开关、电源、锂电充电器、适配器、汽车电子开关、汽车控制模块等生产与销售，实际控制人为薛道德	双方合作超过 10 年，浙江长隆电气有限公司在市场中主动寻找德硕科技开展合作	开关等	2025 年 1-6 月：316.67 万元（0.90%）；2024 年度：786.81 万元（1.05%）；2023 年度：635.98 万元（1.08%）；2022 年度：607.05 万元（1.23%）	18%左右	否	否

原材料类别	报告期内前五大供应商名称	基本情况	合作历史	公司主要采购内容	交易金额及占采购总额的比例	公司采购金额占其收入比例	是否为贸易商	是否由客户指定
	浙江永康盛达电线股份有限公司	成立于 1999 年，注册及实缴资本均为 4,000 万元，地址为浙江省金华市永康市经济开发区九州西路 398 号，主营业务为插头、电源线等生产与销售，实际控制人为李加进	双方合作超过 10 年，德硕科技有电缆线采购需求，双方接洽后开展合作	电缆线	2025 年 1-6 月：131.96 万元（0.38%）；2024 年度：262.14 万元（0.35%）；2023 年度：160.88 万元（0.27%）；2022 年度：195.25 万元（0.39%）	5%以下	否	否
	浙江长城电工科技股份有限公司	上交所上市公司，股票代码为 603897.SH，成立于 2007 年，注册及实缴资本均为 20,643.57 万元，地址为浙江省湖州练市长城大道东 1 号，主营业务为电磁线产品的生产与销售，实际控制人为顾林祥、沈宝珠	双方于 2020 年开始合作，德硕科技有漆包线采购需求，双方接洽后开展合作	漆包线	2025 年 1-6 月：54.43 万元（0.16%）；2024 年度：245.90 万元（0.33%）；2023 年度：154.53 万元（0.26%）；2022 年度：333.23 万元（0.67%）	1%以下	否	否
塑料采购件	浙江鸿天工具有限公司	成立于 2009 年，注册及实缴资本均为 500 万元，地址为浙江省金华市武义县桐琴五金机械工业园区，主营业务为金属工具、塑料制品销售，实际控制人为留云鸿	双方合作超过 10 年，德硕科技有塑盒等采购需求，双方接洽后开展合作	塑盒等	2025 年 1-6 月：862.96 万元（2.46%）；2024 年度：2,096.51 万元（2.81%）；2023 年度：2,845.41 万元（4.84%）；2022 年度：2,342.59 万元（4.74%）	50%左右	否	否
	宁波伊德尔新材料有限公司	成立于 2004 年，注册及实缴资本均为 8,938.62 万元，地址为浙江省宁波杭州湾新区八塘路 88 号，主营业务为塑料粒子等生产及销售，实际控制人为陆建华	双方合作超过 10 年，德硕科技有塑料粒子采购需求，主动寻找宁波伊德尔新材料有限公司开展合作	塑料粒子	2025 年 1-6 月：792.51 万元（2.26%）；2024 年度：1,612.86 万元（2.16%）；2023 年度：1,108.78 万元（1.89%）；2022 年度：712.95 万元（1.44%）	5%左右	否	否
	浙江亿德工贸有限公司	成立于 2013 年，注册及实缴资本均为 500 万元，地址为浙江省金华市武义县履坦镇岗头工业区，主营业务为塑盒、休闲用品等塑料制品的生产及销售，实际控制人为谢林广	双方于 2023 年开始合作，德硕科技有塑盒采购需求，经外部中间人介绍，双方开展合作	塑盒	2025 年 1-6 月：600.36 万元（1.71%）；2024 年度：1,506.64 万元（2.02%）；2023 年度：119.18 万元	30%左右	否	否

原材料类别	报告期内前五大供应商名称	基本情况	合作历史	公司主要采购内容	交易金额及占采购总额的比例	公司采购金额占其收入比例	是否为贸易商	是否由客户指定
					（0.20%）			
	精峰注塑/润德塑业	金华市精峰注塑厂（普通合伙）成立于 2000 年，出资额为 80 万元，主要经营场所为浙江省金华市婺城区白龙桥工业园区，主营业务为塑料注塑、五金制品生产及销售；金华润德塑业有限公司成立于 2012 年，注册及实缴资本均为 300 万元，地址为浙江省金华市婺城区白龙桥镇金龙路，主营业务为注塑、塑料制品等生产及销售；精峰注塑/润德塑业实际控制人均为伍建忠	双方合作超过 10 年，德硕科技有塑料粒子采购需求，主动寻找精峰注塑/润德塑业开展合作	塑料粒子	2025 年 1-6 月：707.60 万元（2.02%）；2024 年度：1,456.16 万元（1.95%）；2023 年度：1,683.66 万元（2.87%）；2022 年度：1,571.00 万元（3.18%）	50%左右	否	否
	浙江万涵工贸有限公司	成立于 2017 年，注册及实缴资本均为 1,000 万元，地址为浙江省金华市永康市城西新区李二村乾房小区 57 号，主营业务为塑盒、休闲用品等塑料制品的加工及销售，实际控制人为李军芬	双方于 2017 年开始合作，浙江万涵工贸有限公司在市场中主动寻找德硕科技开展合作	塑料粒子	2025 年 1-6 月：415.43 万元（1.19%）；2024 年度：997.69 万元（1.34%）；2023 年度：795.30 万元（1.35%）；2022 年度：871.80 万元（1.76%）	40%左右	否	否
	横店集团得邦工程塑料有限公司	成立于 1996 年，注册及实缴资本均为 14,480 万元，地址为浙江省东阳市横店工业区，主营业务为塑料粒子生产及销售，实际控制人为东阳市横店社团经济企业联合会	双方于 2019 年开始合作，德硕科技有塑料粒子采购需求，主动寻找横店集团得邦工程塑料有限公司开展合作	塑料粒子	2025 年 1-6 月：5.90 万元（0.02%）；2024 年度：392.40 万元（0.53%）；2023 年度：373.27 万元（0.64%）；2022 年度：382.67 万元（0.77%）	1%左右	否	否
铝采购件	东阳恒钇达/恒大铝业/浩翔铝业	东阳市恒钇达工贸有限公司成立于 2023 年，注册资本为 500 万元，地址为浙江省金华市东阳市南马镇泉府村（东阳市达斐工贸有限公司内 12 栋），主营业务为铝锭的生产及销售；永康市恒大铝业有限公司成立于 2001 年，注册及实缴资本均为 560 万元，地址为浙江省永康市古山镇古山大道 13 号，主营业务为铝锭的生产及销售；东阳市浩翔铝业有限公司成立于 2022 年，注册及实缴资本均为 500 万元，地址为浙江省金华市东	双方于 2022 年开始合作，东阳恒钇达/恒大铝业/浩翔铝业在市场中主动寻找德硕科技开展合作	铝锭	2025 年 1-6 月：3,811.96 万元（10.87%）；2024 年度：7,315.09 万元（9.79%）；2023 年度：5,031.81 万元（8.56%）；2022 年度：1,586.11 万元（3.21%）	占东阳恒钇达约 36%，占恒大铝业约 6%，占浩翔铝业约 15%	否	否

原材料类别	报告期内前五大供应商名称	基本情况	合作历史	公司主要采购内容	交易金额及占采购总额的比例	公司采购金额占其收入比例	是否为贸易商	是否由客户指定
		阳市南马镇畈田路东 19 号，主营业务为铝锭的生产及销售；东阳恒钇达/恒大铝业/浩翔铝业实际控制人均为楼宇昶						
	永康三久工具有限公司	成立于 2017 年，注册资本为 98 万元，实缴资本为 60 万元，地址为浙江省金华市永康市经济开发区荆山夏村铜陵东路 11 号第二层，主营业务为电动工具配件加工及销售，实际控制人为罗智源	双方于 2018 年开始合作，德硕科技有齿轮箱、直筒、中间盖等采购需求，主动寻找永康三久工具有限公司开展合作	齿轮箱、直筒、中间盖等	2025 年 1-6 月：418.49 万元（1.19%）；2024 年度：793.92 万元（1.06%）；2023 年度：446.68 万元（0.76%）；2022 年度：341.43 万元（0.69%）	20%~30%	否	否
	武义君珵工贸有限公司	成立于 2020 年，注册资本为 50 万元，地址为浙江省金华市武义县桐琴镇塔山村梅坞塘大路 1 号（武义创锋工具制造有限公司内），主营业务为铝压铸及精加工等，实际控制人为徐冰	双方于 2020 年开始合作，德硕科技有活塞、连杆等采购需求，经外部中间人介绍，双方开展合作	活塞、连杆等	2025 年 1-6 月：240.28 万元（0.69%）；2024 年度：500.10 万元（0.67%）；2023 年度：351.93 万元（0.60%）；2022 年度：219.44 万元（0.44%）	20%左右	否	否
	福鼎市佳强活塞厂	成立于 2007 年，注册资本为 58 万元，地址为福鼎市铁塘工业区，主营业务为活塞、连杆、汽缸及五金机电产品生产、销售，实际控制人为敖雪真	双方合作超过 10 年，德硕科技有活塞、连杆等采购需求，双方接洽后开展合作	活塞、连杆等	2025 年 1-6 月：126.89 万元（0.36%）；2024 年度：248.87 万元（0.33%）；2023 年度：162.12 万元（0.28%）；2022 年度：130.76 万元（0.26%）	报告期内，公司向其采购规模整体较小，其未披露业务规模	否	否
	铭胜工贸/协力球铁	武义县铭胜工贸有限公司成立于 2017 年，注册资本及实缴资本均为 500 万元，地址为浙江省金华市武义县桐琴镇金丝村（武义协力球铁铸造有限公司内第一幢），主营业务为铝压铸等；武义协力球铁铸造有限公司成立于 2001 年，注册资本及实缴资本均为 100 万元，地址为浙江省金华市武义县东干村，主营业务为铝压铸等；铭胜工贸/协力球铁实际控制人为曹树胤及其儿子曹成挺	双方合作超过 10 年，德硕科技有齿轮箱、直筒、中间盖等采购需求，铭胜工贸/协力球铁为关联方，双方接洽后开展合作	齿轮箱、中间盖等	2025 年 1-6 月：483.77 万元（1.38%）；2024 年度：1,055.16 万元（1.41%）；2023 年度：964.08 万元（1.64%）；2022 年度：803.28 万元（1.63%）	60%左右	否	否

原材料类别	报告期内前五大供应商名称	基本情况	合作历史	公司主要采购内容	交易金额及占采购总额的比例	公司采购金额占其收入比例	是否为贸易商	是否由客户指定
	永康市誉东工贸有限公司	成立于 2017 年，注册资本为 150 万元，实缴资本为 36 万元，地址为浙江省金华市永康市古山镇工业功能分区胡库区块（永康市胡库报捷五金制品厂内第 8 幢），主营业务为铝件销售等，实际控制人为洪友香	双方于 2018 年开始合作，德硕科技有活塞、连杆等采购需求，双方接洽后开展合作	活塞、连杆等	2025 年 1-6 月：82.70 万元（0.24%）；2024 年度：198.05 万元（0.27%）；2023 年度：237.13 万元（0.40%）；2022 年度：246.06 万元（0.50%）	报告期公司向其采购金额分别为 246.06 万元、237.13 万元、198.05 万元和 82.70 万元，其未披露业务规模	否	否
	金华市旭祚欣贸易有限公司	成立于 2022 年，注册资本及实缴资本为 200 万元，地址为浙江省金华市武义县壶山街道七孔塘村莹乡路 20-1 号一楼北起第二间，主营业务为铝锭等销售，实际控制人为吕东旭	双方于 2023 年开始合作，德硕科技有铝锭采购需求，双方接洽后开展合作	铝锭	2023 年度：388.98 万元（0.66%）	报告期内，公司仅 2023 年度向其采购铝锭，采购金额为 388.98 万元，其未披露业务规模	是	否
	凤阳盛达铝业科技有限公司（安徽盛达铝业股份有限公司）	成立于 2018 年，注册资本及实缴资本为 2,000 万元，地址为安徽省滁州市凤阳县凤阳经济开发区循环产业园片区，主营业务为铝锭等销售，股东为徐普来（45%）、尚伯明（33%）、徐贤庆（12%）、施服定（10%）	双方于 2022 年开始合作，德硕科技有铝锭采购需求，双方接洽后开展合作	铝锭	2022 年度：584.07 万元（1.18%）	报告期内，公司仅 2022 年度向其采购铝锭，采购金额为 584.07 万元，其未披露业务规	否	否
	永康市雄安金属有限公司	成立于 1999 年，注册资本及实缴资本为 218 万元，地址为浙江省金华市永康市芝英镇柿后村新桥东路 101-103 号，主营业务为铝锭等销售，实际控制人为沈月英	双方于 2018 年开始合作，德硕科技有铝锭采购需求，经外部中间人介绍，双方开展合作	铝锭	2022 年度：447.43 万元（0.91%）	10%以下	否	否
	武义银鑫铝业有限公司	成立于 2017 年，注册资本及实缴资本为 680 万元，地址为浙江省金华市武义县经济开发区温州工业城龙源村 1 号（浙江银河铝业有限公司内），主营业务为铝锭制造及销售，实际控制人为应联科	双方于 2022 年开始合作，德硕科技有铝锭采购需求，双方接洽后开展合作	铝锭等	2022 年度：480.28 万元（0.97%）	报告期内，公司仅 2022 年度向其采购铝锭，采购金额为 480.28 万元，其未披露业务规	否	否
	永康市钲隆贸易有限公司	成立于 2021 年，注册资本及实缴资本为 100 万元，地址为浙江省金华市永康市芝英镇柿后村 85 号第二幢（自主申报），主营业务为金属材料销售，实际控制人为陈轲	双方于 2021 年开始合作，德硕科技有铝锭采购需求，双方接洽后开展合作	铝锭	2022 年度：371.74 万元（0.75%）	报告期内，公司仅 2022 年度向其采购铝锭，采购金额为 371.74 万元，其未披露业务规	是	否

资料来源：企查查、供应商访谈问卷等。

2、公司主要委托加工服务供应商具体情况

报告期各期，公司前五大委托加工服务供应商及采购金额具体如下：

单位：万元

序号	委托加工服务供应商名称	委托加工服务主要采购内容	委托加工服务采购金额	占当期委托加工服务采购额的比例
2025 年 1-6 月				
1	永康市优旺工贸有限公司	铝件毛坯加工	416.69	13.13%
2	铭胜工贸/协力球铁	铝件毛坯加工	372.00	11.72%
3	洪铭齿轮/贝朗齿轮	铁件毛坯加工	247.36	7.79%
4	永康市圣大塑料制品有限公司	塑料粒子注塑	211.96	6.68%
5	精峰注塑/润德塑业	塑料粒子注塑	204.88	6.45%
合计		**/**	**1,452.89**	**45.77%**
2024 年度				
1	永康市优旺工贸有限公司	铝件毛坯加工	936.94	17.56%
2	铭胜工贸/协力球铁	铝件毛坯加工	798.05	14.96%
3	精峰注塑/润德塑业	塑料粒子注塑	482.43	9.04%
4	浙江万涵工贸有限公司	塑料粒子注塑	450.22	8.44%
5	永康市圣大塑料制品有限公司	塑料粒子注塑	441.96	8.29%
合计		**/**	**3,109.60**	**58.30%**
2023 年度				
1	永康市优旺工贸有限公司	铝件毛坯加工	927.27	21.80%
2	铭胜工贸/协力球铁	铝件毛坯加工	769.84	18.10%
3	精峰注塑/润德塑业	塑料粒子注塑	436.19	10.26%
4	武义县桐琴镇东弘日用金属制品厂	铝件毛坯加工	368.84	8.67%
5	浙江万涵工贸有限公司	塑料粒子注塑	339.87	7.99%
合计		**/**	**2,842.01**	**66.82%**
2022 年度				
1	永康市优旺工贸有限公司	铝件毛坯加工	567.19	15.89%
2	铭胜工贸/协力球铁	铝件毛坯加工	453.52	12.70%
3	精峰注塑/润德塑业	塑料粒子注塑	415.33	11.63%
4	武义县桐琴镇东弘日用金属制品厂	铝件毛坯加工	400.64	11.22%
5	永康安软科技有限公司	电子组件加工	368.99	10.33%
合计		**/**	**2,205.67**	**61.77%**

公司上述报告期内前五大委托加工服务供应商具体情况如下：

序号	委托加工服务供应商名称	基本情况	合作历史	是否为贸易商	公司采购金额占其收入比例	是否由客户指定
1	永康市优旺工贸有限公司	成立于 2014 年，注册及实缴资本均为 108 万元，注册地址为浙江省金华市永康市经济开发区九龙北路 305 号 14 幢南侧，主营业务为铝件加工，实际控制人为姚伟鹏、胡小芳	双方合作超过 10 年，德硕科技有铝件委托加工需求，主动寻找永康市优旺工贸有限公司开展合作	否	个别年份超过 50%	否
2	铭胜工贸/协力球铁	武义县铭胜工贸有限公司成立于 2017 年，注册资本及实缴资本均为 500 万元，地址为浙江省金华市武义县桐琴镇金丝村（武义协力球铁铸造有限公司内第一幢），主营业务为铝压铸等；武义协力球铁铸造有限公司成立于 2001 年，注册资本及实缴资本均为 100 万元，地址为浙江省金华市武义县东干村，主营业务为铝压铸等；铭胜工贸/协力球铁实际控制人为曹树胤及其儿子曹成挺	双方合作超过 10 年，德硕科技有齿轮箱、直筒、中间盖等委托加工需求，铭胜工贸/协力球铁为关联方，双方接洽后开展合作	否	60%左右	否
3	精峰注塑/润德塑业	金华市精峰注塑厂（普通合伙）成立于 2000 年，出资额为 80 万元，主要经营场所为浙江省金华市婺城区白龙桥工业园区，主营业务为塑料注塑、五金制品生产及销售；金华润德塑业有限公司成立于 2012 年，注册及实缴资本均为 300 万元，地址为浙江省金华市婺城区白龙桥镇金龙路，主营业务为注塑、塑料制品等生产及销售；精峰注塑/润德塑业实际控制人均为伍建忠	双方合作超过 10 年，德硕科技有塑料件委托加工需求，主动寻找精峰注塑/润德塑业开展合作	否	50%左右	否
4	浙江万涵工贸有限公司	成立于 2017 年，注册及实缴资本均为 1,000 万元，地址为浙江省金华市永康市城西新区李二村乾房小区 57 号，主营业务为塑盒、休闲用品等塑料制品的加工及销售，实际控制人为李军芬	双方于 2017 年开始合作，浙江万涵工贸有限公司在市场中主动寻找德硕科技开展合作	否	40%左右	否
5	洪铭齿轮/贝朗齿轮	武义贝朗齿轮制造有限公司成立于 2020 年，注册资本为 100 万元，实缴资本为	双方于 2017 年开始合作，德硕科技有齿轮等	否	超过 50%	否

序号	委托加工服务供应商名称	基本情况	合作历史	是否为贸易商	公司采购金额占其收入比例	是否由客户指定
		91 万元，地址为浙江省金华市武义县泉溪镇王茆工业区（武义冠威置业有限公司内），主营业务为齿轮及齿轮减、变速箱的销售等；武义县洪铭齿轮制造有限公司成立于 2017 年，注册及实缴资本为 10 万元，地址为浙江省金华市武义县泉溪镇王茆工业区（武义冠威置业有限公司内），主营业务为齿轮、变速箱等的加工、销售；洪铭齿轮/贝朗齿轮实际控制人均为曹美德	原材料采购需求，洪铭齿轮/贝朗齿轮为关联方，主动接洽公司，双方开展合作			
6	永康市圣大塑料制品有限公司	成立于 2018 年，注册及实缴资本均为 20 万元，地址为浙江省金华市永康市东城街道名园南大道 28 号第五幢第一层，主营业务为塑料制品加工及销售，实际控制人为李笑来、孔祥革	双方于 2018 年开始合作，德硕科技有塑料件委托加工需求，主动寻找永康市圣大塑料制品有限公司开展合作	否	90%左右	否
7	武义县桐琴镇东弘日用金属制品厂	成立于 2017 年，为个体工商户，经营场所为浙江省金华市武义县桐琴镇五金机械工业园区纬五东路 9 号（武义科众电器有限公司内），主营业务为金属制品加工及销售，经营者为潘高鹏	双方于 2017 年开始合作，德硕科技有铝件委托加工需求，主动寻找武义县桐琴镇东弘日用金属制品厂开展合作	否	50%~60%	否
8	永康安软科技有限公司	成立于 2016 年，注册及实缴资本均为 100 万元，地址为浙江省金华市永康市城西新区华村西周路 25 号-3，主营业务为电池包组件、充电器等加工及销售，实际控制人为徐宇皓	双方于 2019 年开始合作，永康安软科技有限公司在市场中主动寻找德硕科技开展合作	否	10%	否

资料来源：企查查、供应商访谈问卷等。

报告期内，洪铭齿轮/贝朗齿轮、永康市优旺工贸有限公司、铭胜工贸/协力球铁、永康市俊禹工贸有限公司等前五大委托加工服务供应商及原材料供应商存在公司业务占比超过 50%的情形，主要系该等供应商为从事铁件加工、铝件毛坯加工、塑料粒子注塑等业务的企业，技术门槛总体不高，企业规模偏小，场地、产能有限，而公司作为当地电动工具行业头部公司，一方面公司的采购量较大且

相对稳定、付款及时、信誉良好，供应商会优先考虑为公司服务，另一方面，上述供应商在与公司长期合作过程中，对公司产品零部件相关指标要求愈加熟悉，其生产人员、生产设备等与公司需求的适配性不断提高，双方之间的合作也愈加紧密，因此上述供应商为公司提供服务的比例较高。因此，公司业务占其销售收入比例较高具备合理性。

由上表可知，永康市优旺工贸有限公司、浙江万涵工贸有限公司等多家前五大委托加工服务供应商存在成立后不久即为公司提供服务的情形，主要系：该等供应商主体成立前，其前身或关联主体即与公司开展合作（如永康市优旺工贸有限公司成立前，其关联主体永康市石柱欣阳五金厂已经与公司开展长期合作；浙江万涵工贸有限公司成立前，其关联主体永康市红德力五金厂已经与公司开展长期合作等），上述供应商主体成立后，双方合作通过新的供应商主体延续，因此该等供应商存在成立后不久即为公司提供服务的情形，具备合理性。

3、公司与上述主要供应商的关联关系情况

截至本回复出具日，上述公司主要原材料及委托加工服务供应商中，与公司存在关联关系的供应商具体情况如下：

序号	供应商名称	关联关系具体情况
1	洪铭齿轮/贝朗齿轮	公司实际控制人曹美芬之堂弟曹美德持有洪铭齿轮 51%股权，并担任监事，同时持有贝朗齿轮 51%股权，并担任法定代表人、执行董事、总经理；公司实际控制人曹美芬之堂弟、董事胡新年之配偶之弟曹雄持有洪铭齿轮 49%股权，并担任法定代表人、执行董事、经理，同时持有贝朗齿轮 49%股权并担任监事
2	铭胜工贸/协力球铁	铭胜工贸是公司实际控制人曹美芬之兄曹树胤实际控制的公司，曹树胤配偶之弟徐良江现持有该公司 100%股权；公司实际控制人曹美芬之兄曹树胤曾持有协力球铁 60%股权并担任执行董事，2023 年 7 月，曹树胤将其所持有的协力球铁股权转让给其子曹成挺并不再担任执行董事

除上述情况外，报告期内，公司其他主要原材料及委托加工服务供应商中，不存在与公司存在关联关系的情况。

（二）向不同供应商采购同类原材料价格是否存在较大差异

报告期内，公司向不同供应商采购的原材料类别、规格、型号等较为繁杂，且计量单位有重量、只、件等多个参数。由于计量单位为只、件等的原材料在单位用料及形状上存在较大差异，原材料价格可比性较差，因此，公司选取计量单

位为重量（kg）的主要原材料矽钢片（铁采购件）、漆包线（铜采购件）、塑料粒子（塑料采购件）、铝锭（铝采购件）进行比价，具体情况如下：

1、2025 年 1-6 月

（1）矽钢片

2025 年 1-6 月，公司仅向武翔金属采购矽钢片原材料，不存在向其他供应商采购矽钢片的情形。2025 年 1-6 月，公司向武翔金属采购的矽钢片主要为“50WW800”、“50WW600”型号，上述型号矽钢片采购金额占矽钢片整体采购额的比例超过 90%，其采购单价与公开市场价格对比情况具体如下：

序号	公司向武翔金属采购的矽钢片型号	采购数量（吨）	采购金额（万元）	采购单价（元/kg）	2025 年 1-6 月公开市场矽钢片平均价格（元/kg）	采购单价与公开市场价格差异
1	50WW800	1,443.57	634.09	4.39	4.39	-
2	50WW600	958.03	434.22	4.53	4.54	-0.22%

注：公开市场矽钢片价格来自众钢网。

由上表可知，2025 年 1-6 月，公司向武翔金属采购的主要型号的矽钢片价格与公开市场平均价格差异均在 10%以内，不存在较大差异，采购价格公允。

（2）漆包线

2025 年 1-6 月，公司铜漆包线原材料主要供应商有露笑科技、浙江长城电工科技股份有限公司，公司向上述供应商采购铜漆包线金额占铜漆包线整体采购额的比例为 100%，采购单价情况具体如下：

序号	主要供应商名称	铜漆包线采购数量（吨）	铜漆包线采购金额（万元）	采购单价（元/kg）	采购单价与该类原材料平均采购单价的差异
1	露笑科技	483.37	3,561.17	73.67	0.03%
2	浙江长城电工科技股份有限公司	7.54	54.43	72.17	-2.01%
3	**铜漆包线年度平均采购单价**			**73.65**	**-**

由上表可知，2025 年 1-6 月，公司向主要供应商采购铜漆包线原材料单价与铜漆包线年度平均采购单价差异率均在 10%以内，差异较小，采购价格公允。

（3）塑料粒子

2025 年 1-6 月，公司塑料粒子原材料主要供应商有宁波伊德尔新材料有限公司、永康市帅鑫工贸有限公司、永康市昱华塑料制品有限公司，公司向上述供应商采购塑料粒子金额占塑料粒子整体采购额的比例约为 95%，采购单价情况具体如下：

序号	主要供应商名称	塑料粒子采购数量（吨）	塑料粒子采购金额（万元）	采购单价（元/kg）	采购单价与该类原材料平均采购单价的差异
1	宁波伊德尔新材料有限公司	694.72	792.51	11.41	-0.61%
2	永康市帅鑫工贸有限公司	166.37	186.03	11.18	-2.61%
3	永康市昱华塑料制品有限公司	51.92	61.75	11.89	3.57%
4	**塑料粒子年度平均采购单价**			**11.48**	-

由上表可知，2025 年 1-6 月，公司向主要供应商采购塑料粒子原材料单价与塑料粒子年度平均采购单价差异率均在 10%以内，差异较小，采购价格公允。

（4）铝锭

2025 年 1-6 月，公司仅向东阳恒钇达采购铝锭原材料，不存在向其他供应商采购铝锭的情形。2025 年 1-6 月，公司向东阳恒钇达采购的铝锭全部为 ADC12 型号，其采购单价与公开市场价格对比情况具体如下：

公司向东阳恒钇达采购的铝锭型号	采购数量（吨）	采购金额（万元）	采购单价（元/kg）	2025 年 1-6 月公开市场 ADC12 型号铝锭平均价格（元/kg）	采购单价与公开市场价格差异
50WW800	2,219.80	3,811.96	17.17	17.80	-3.54%

注：公开市场 ADC12 型号铝锭价格来自保太有色金属网。

由上表可知，2025 年 1-6 月，公司向东阳恒钇达采购的 ADC12 型号的铝锭价格与公开市场平均价格差异在 10%以内，不存在较大差异，采购价格公允。

2、2024 年度

（1）矽钢片

2024 年度，公司仅向武翔金属采购矽钢片原材料，不存在向其他供应商采购矽钢片的情形。2024 年度，公司向武翔金属采购的矽钢片主要为“50WW800”、

“50WW600”型号，上述型号矽钢片采购金额占矽钢片整体采购额的比例超过90%，其采购单价与公开市场价格对比情况具体如下：

序号	公司向武翔金属采购的矽钢片型号	采购数量（吨）	采购金额（万元）	采购单价（元/kg）	2024年度公开市场矽钢片平均价格（元/kg）	采购单价与公开市场价格差异
1	50WW800	3,310.47	1,486.86	4.49	4.57	-1.75%
2	50WW600	1,828.54	860.56	4.71	4.70	0.21%

注：公开市场矽钢片价格来自众钢网。

由上表可知，2024 年度，公司向武翔金属采购的主要型号的矽钢片价格与公开市场平均价格差异均在 10%以内，不存在较大差异，采购价格公允。

（2）漆包线

2024 年度，公司铜漆包线原材料主要供应商有露笑科技、浙江长城电工科技股份有限公司、永康市福江大通机电有限公司，公司向上述供应商采购铜漆包线金额占铜漆包线整体采购额的比例为 100%，采购单价情况具体如下：

序号	主要供应商名称	铜漆包线采购数量（吨）	铜漆包线采购金额（万元）	采购单价（元/kg）	采购单价与该类原材料平均采购单价的差异
1	露笑科技	981.41	7,078.97	72.13	0.12%
2	浙江长城电工科技股份有限公司	35.41	245.90	69.45	-3.60%
3	永康市福江大通机电有限公司	0.23	1.56	67.95	-5.68%
4	**铜漆包线年度平均采购单价**			**72.04**	**-**

由上表可知，2024 年度，公司向主要供应商采购铜漆包线原材料单价与铜漆包线年度平均采购单价差异均在 10%以内，不存在较大差异，采购价格公允。

（3）塑料粒子

2024年度，公司塑料粒子原材料主要供应商有宁波伊德尔新材料有限公司、横店集团得邦工程塑料有限公司、永康市昱华塑料制品有限公司，公司向上述供应商采购塑料粒子金额占塑料粒子整体采购额的比例约为 90%，采购单价情况具体如下：

序号	主要供应商名称	塑料粒子采购数量（吨）	塑料粒子采购金额（万元）	采购单价（元/kg）	采购单价与该类原材料平均采购单价的差异
1	宁波伊德尔新材料有限公司	1,330.51	1,612.86	12.12	-0.66%
2	横店集团得邦工程塑料有限公司	322.16	392.40	12.18	-0.16%
3	永康市昱华塑料制品有限公司	123.98	151.73	12.24	0.33%
4	**塑料粒子年度平均采购单价**			**12.20**	-

由上表可知，2024 年度，公司向主要供应商采购塑料粒子原材料单价与塑料粒子年度平均采购单价差异率均在 10%以内，差异较小，采购价格公允。

（4）铝锭

2024 年度，公司铝锭原材料主要供应商有东阳恒钇达/浩翔铝业、江西省鑫卓贸易有限公司，公司向上述供应商采购铝锭金额占铝锭整体采购额的比例为 100%，采购单价情况具体如下：

序号	主要供应商名称	铝锭采购数量（吨）	铝锭采购金额（万元）	采购单价（元/kg）	采购单价与该类原材料平均采购单价的差异
1	东阳恒钇达/浩翔铝业	4,326.79	7,315.09	16.91	-
2	江西省鑫卓贸易有限公司	65.78	112.64	17.12	1.28%
3	**铝锭年度平均采购单价**			**16.91**	-

由上表可知，2024 年度，公司向主要供应商采购铝锭原材料单价与铝锭年度平均采购单价差异率均在 10%以内，差异较小，采购价格公允。

3、2023 年度

（1）矽钢片

2023 年度，公司仅向武翔金属采购矽钢片原材料，不存在向其他供应商采购矽钢片的情形。2023 年度，公司向武翔金属采购的矽钢片主要为“50WW800”、“50WW600”型号，上述型号矽钢片采购金额占矽钢片整体采购额的比例超过 90%，其采购单价与公开市场价格对比情况具体如下：

序号	公司向武翔金属采购的矽钢片型号	采购数量（吨）	采购金额（万元）	采购单价（元/kg）	2023年度公开市场矽钢片平均价格（元/kg）	采购单价与公开市场价格差异
1	50WW800	3,044.85	1,451.22	4.77	4.74	0.63%
2	50WW600	1,259.39	617.37	4.90	4.87	0.62%

注：公开市场矽钢片价格来自众钢网。

由上表可知，2023 年度，公司向武翔金属采购的主要型号的矽钢片价格与公开市场平均价格差异均在 10%以内，不存在较大差异，采购价格公允。

（2）漆包线

2023 年度，公司铜漆包线原材料主要供应商有露笑科技、浙江长城电工科技股份有限公司、永康市福江大通机电有限公司，公司向上述供应商采购铜漆包线金额占铜漆包线整体采购额的比例为 100%，采购单价情况具体如下：

序号	主要供应商名称	铜漆包线采购数量（吨）	铜漆包线采购金额（万元）	采购单价（元/kg）	采购单价与该类原材料平均采购单价的差异
1	露笑科技	794.21	5,193.99	65.40	0.09%
2	浙江长城电工科技股份有限公司	24.40	154.53	63.33	-3.08%
3	永康市福江大通机电有限公司	1.75	11.52	65.76	0.64%
4	**铜漆包线年度平均采购单价**			**65.34**	-

由上表可知，2023 年度，公司向主要供应商采购铜漆包线原材料单价与铜漆包线年度平均采购单价差异率均在 10%以内，差异较小，采购价格公允。

（3）塑料粒子

2023年度，公司塑料粒子原材料主要供应商有宁波伊德尔新材料有限公司、横店集团得邦工程塑料有限公司、永康市昱华塑料制品有限公司，公司向上述供应商采购塑料粒子金额占塑料粒子整体采购额的比例超过 90%，采购单价情况具体如下：

序号	主要供应商名称	塑料粒子采购数量（吨）	塑料粒子采购金额（万元）	采购单价（元/kg）	采购单价与该类原材料平均采购单价的差异
1	宁波伊德尔新材料有限公司	899.48	1,108.78	12.33	-0.80%

序号	主要供应商名称	塑料粒子采购数量（吨）	塑料粒子采购金额（万元）	采购单价（元/kg）	采购单价与该类原材料平均采购单价的差异
2	横店集团得邦工程塑料有限公司	301.54	373.27	12.38	-0.40%
3	永康市昱华塑料制品有限公司	165.73	209.48	12.64	1.69%
4	**塑料粒子年度平均采购单价**			**12.43**	-

由上表可知，2023 年度，公司向主要供应商采购塑料粒子原材料单价与塑料粒子年度平均采购单价差异率均在 10%以内，差异较小，采购价格公允。

（4）铝锭

2023 年度，公司铝锭原材料主要供应商有恒大铝业/浩翔铝业、金华市旭祚欣贸易有限公司、南城泰亚科技有限公司，公司向上述供应商采购铝锭金额占铝锭整体采购额的比例超过 99%，采购单价情况具体如下：

序号	主要供应商名称	铝锭采购数量（吨）	铝锭采购金额（万元）	采购单价（元/kg）	采购单价与该类原材料平均采购单价的差异
1	恒大铝业/浩翔铝业	3,145.26	5,031.81	16.00	-0.06%
2	金华市旭祚欣贸易有限公司	240.00	388.98	16.21	1.25%
3	南城泰亚科技有限公司	32.36	52.12	16.11	0.62%
4	**铝锭年度平均采购单价**			**16.01**	-

由上表可知，2023 年度，公司向主要供应商采购铝锭原材料单价与铝锭年度平均采购单价差异率均在 10%以内，差异较小，采购价格公允。

4、2022 年度

（1）矽钢片

2022 年度，公司矽钢片原材料主要供应商为武翔金属，公司向其采购的矽钢片金额占矽钢片整体采购额的比例为 94.19%，其余为零星采购，采购单价情况具体如下：

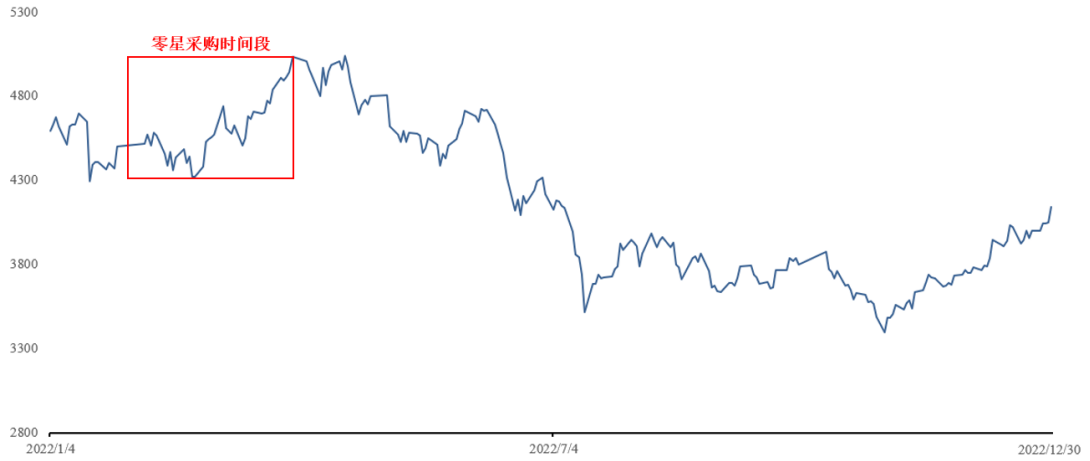
序号	主要供应商名称	矽钢片采购数量（吨）	矽钢片采购金额（万元）	采购单价（元/kg）	采购单价与该类原材料平均采购单价的差异
1	武翔金属	3,342.41	1,781.05	5.33	-0.37%
2	零星采购	189.44	109.81	5.80	8.41%

序号	主要供应商名称	矽钢片采购数量（吨）	矽钢片采购金额（万元）	采购单价（元/kg）	采购单价与该类原材料平均采购单价的差异
3	**矽钢片年度平均采购单价**			**5.35**	**-**

由上表可知，2022 年度，公司向主要供应商采购矽钢片原材料单价与矽钢片年度平均采购单价差异均在 10%以内，不存在较大差异，采购价格公允。

由于公司零星采购矽钢片原材料的时间集中在 2022 年 2~3 月，当时钢材大宗商品市场价格相对于 2022 年度平均水平而言较高，带动矽钢片等钢铁类原材料市场价格上行，而 2022 年度公司向武翔金属采购矽钢片时点分布则相对均匀，因此，公司零星采购的矽钢片单价相对较高具备合理性。以钢铁类原材料螺纹钢 2601 型号为例，2022 年度，其大宗商品的市场价格变化情况如下：

单位：元/吨



数据来源：Wind 资讯。

（2）漆包线

2022 年度，公司铜漆包线原材料主要供应商有露笑科技、浙江长城电工科技股份有限公司、永康市福江大通机电有限公司，公司向上述供应商采购铜漆包线金额占铜漆包线整体采购额的比例超过 90%，采购单价情况具体如下：

序号	主要供应商名称	铜漆包线采购数量（吨）	铜漆包线采购金额（万元）	采购单价（元/kg）	采购单价与该类原材料平均采购单价的差异
1	露笑科技	555.24	3,593.12	64.71	-0.38%
2	浙江长城电工科技股份有限公司	52.56	333.23	63.40	-2.40%
3	**铜漆包线年度平均采购单价**			**64.96**	**-**

由上表可知，2022 年度，公司向主要供应商采购铜漆包线原材料单价与铜漆包线年度平均采购单价差异率均在 10%以内，差异较小，采购价格公允。

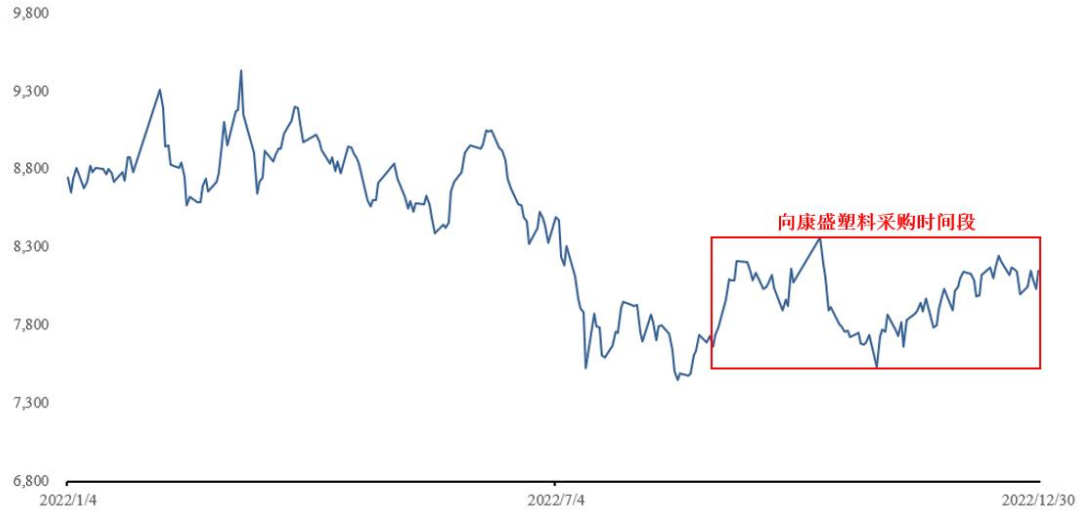
（3）塑料粒子

2022 年度，公司塑料粒子原材料主要供应商有宁波伊德尔新材料有限公司、横店集团得邦工程塑料有限公司、永康市昱华塑料制品有限公司、武义县桐琴康盛工程塑料厂（以下简称“康盛塑料”）等，公司向上述供应商采购塑料粒子金额占塑料粒子整体采购额的比例超过 90%，采购单价情况具体如下：

序号	主要供应商名称	塑料粒子采购数量（吨）	塑料粒子采购金额（万元）	采购单价（元/kg）	采购单价与该类原材料平均采购单价的差异
1	宁波伊德尔新材料有限公司	533.45	712.95	13.37	0.15%
2	横店集团得邦工程塑料有限公司	278.96	382.67	13.72	2.77%
3	永康市昱华塑料制品有限公司	130.21	175.90	13.51	1.20%
4	康盛塑料	92.96	105.53	11.35	-14.98%
5	**塑料粒子年度平均采购单价**			**13.35**	-

由上表可知，2022 年度，公司向康盛塑料采购的塑料粒子单价较低，与塑料粒子年度平均采购单价差异较大（超过 10%），主要系公司向康盛塑料采购塑料粒子原材料的时间集中在 2022 年 9~12 月，当时塑料大宗商品市场价格相对较低，带动塑料粒子等塑料类原材料市场价格下降，而 2022 年度公司向其他主要供应商采购塑料粒子时点分布则相对均匀，因此，公司向康盛塑料采购的塑料粒子单价相对其他主要供应商较低具备合理性。以塑料 2601 型号为例，2022 年度，其大宗商品的市场价格变化情况如下：

单位：元/吨



数据来源：Wind 资讯。

除康盛塑料外，公司向其他主要供应商采购塑料粒子原材料单价与塑料粒子年度平均采购单价差异率均在 10%以内，差异较小，采购价格公允。

（4）铝锭

2022 年度，公司铝锭原材料主要供应商有恒大铝业/浩翔铝业、凤阳盛达铝业科技有限公司、武义银鑫铝业有限公司、永康市雄安金属有限公司、永康市钲隆贸易有限公司等，公司向上述供应商采购铝锭金额占铝锭整体采购额的比例超过 80%，采购单价情况具体如下：

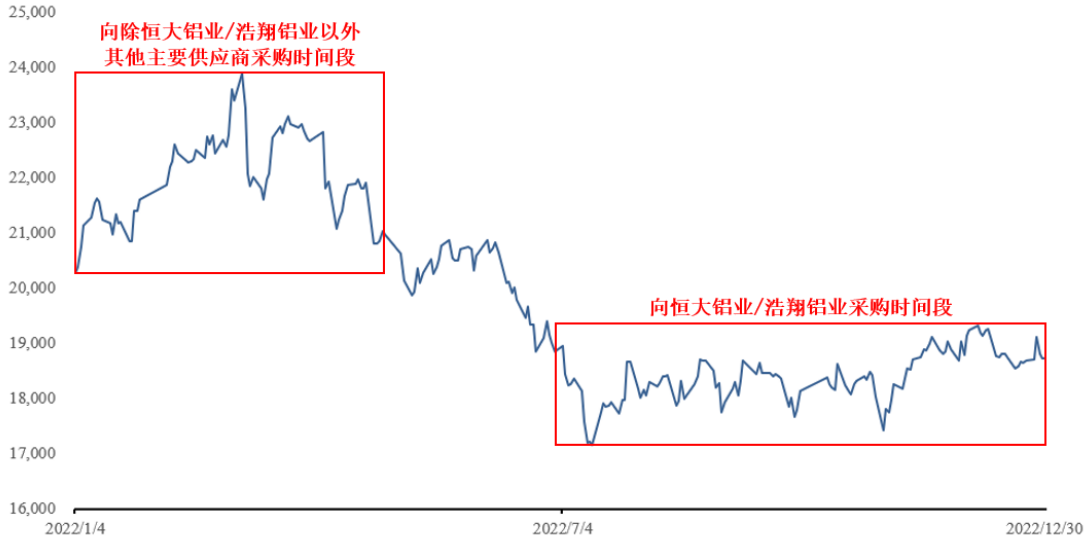
序号	主要供应商名称	铝锭采购数量（吨）	铝锭采购金额（万元）	采购单价（元/kg）	采购单价与该类原材料平均采购单价的差异
1	恒大铝业/浩翔铝业	980.84	1,586.11	16.17	-7.81%
2	凤阳盛达铝业科技有限公司	300.00	584.07	19.47	11.00%
3	武义银鑫铝业有限公司	248.03	476.92	19.23	9.64%
4	永康市雄安金属有限公司	247.42	447.43	18.08	3.08%
5	永康市钲隆贸易有限公司	213.29	371.74	17.43	-0.63%
6	**铝锭年度平均采购单价**			**17.54**	-

由上表可知，2022 年度，公司向恒大铝业/浩翔铝业采购铝锭原材料价格与向凤阳盛达铝业科技有限公司、武义银鑫铝业有限公司、永康市雄安金属有限公司和永康市钲隆贸易有限公司采购铝锭原材料价格存在差异，主要原因为公司向

除恒大铝业/浩翔铝业以外的其他主要供应商采购铝锭的时间集中在 2022 年 1~4 月左右，当时铝大宗商品市场价格相对较高，带动铝锭等铝原材料市场价格上行，使得公司向上述供应商采购铝锭的单价相对较高，而公司与恒大铝业/浩翔铝业自 2022 年下半年开始合作，向其采购铝锭的时间集中在 2022 年 6~12 月，当时铝大宗商品市场价格下行，使得铝锭等铝原材料市场价格下行，因此，公司向恒大铝业/浩翔铝业采购铝锭单价低于其他主要供应商具备合理性。

以沪铝 2601 型号为例，2022 年度，其大宗商品的市场价格变化情况如下：

单位：元/吨



数据来源：Wind 资讯。

综上所述，公司向主要供应商采购同类原材料价格整体差异较小，不存在重大异常差异。

（三）说明 2024 年度浙江鸿天退出前五大供应商、东阳恒钇达/浩翔铝业成为第一大供应商的原因及合理性

1、2024 年度浙江鸿天退出前五大供应商的原因及合理性

2022~2024 年度，公司向浙江鸿天主要采购内容为塑盒，采购金额分别为 2,342.59 万元、2,845.41 万元和 2,096.51 万元，是公司各年度第二大、第三大、第六大供应商。2024 年度，公司向浙江鸿天采购金额下降，主要原因为：2022~2023 年度，浙江鸿天为公司塑盒原材料的主要供应商，公司向其采购塑盒的金额占塑盒整体采购额的比例超过 70%，但在 2023 年度，由于公司向浙江鸿

天采购额增长较快，浙江鸿天供应能力相对有限，曾发生塑盒供应不能及时满足公司生产需求的情况。在此之后，为降低供应链风险，防止出现因原材料供应不及时而影响生产活动的情况，2023~2024 年，公司新开发了浙江亿德工贸有限公司、永康市极塑工贸有限公司等多家公司作为公司塑盒原材料的供应商，使得 2024 年度公司向浙江鸿天采购塑盒原材料金额下降，占塑盒整体采购额的比例降至 50%以下，已不在公司前五大供应商之列，但 2024 年度公司对其采购金额为 2,096.51 万元，金额仍较大，为公司第六大供应商。因此，公司向浙江鸿天采购金额下降是基于降低供应链风险、提升原材料供应稳定性等考虑，符合公司生产经营实际需求，具备合理性。

2、2024 年度东阳恒钇达/浩翔铝业成为第一大供应商的原因及合理性

2022~2024 年度，公司向东阳恒钇达/浩翔铝业/恒大铝业主要采购内容为铝锭，采购金额分别为 1,586.11 万元、5,031.81 万元和 7,315.09 万元，是公司各年度第四大、第二大、第一大供应商，同时，2022~2024 年度，其均为公司第一大铝锭供应商。2022~2024 年度，公司向其采购金额增长较快，主要原因为：东阳恒钇达/浩翔铝业/恒大铝业为公司所在地永康市及周边知名的铝锭生产商，其生产规模较大、供货质量稳定、供应能力充足、定价机制合理，同时，其与公司地理距离较近，运输效率高，能及时响应公司对铝锭的需求。因此，随着公司生产经营规模及采购规模的扩大，双方深化业务合作，公司逐步向其加大采购量，2024 年度，公司向其采购铝锭金额进一步增长，其成为公司第一大供应商。

综上所述，公司向东阳恒钇达/浩翔铝业/恒大铝业采购金额增长较快具备合理性。

二、结合各期不同产品的自产产量、外协工序及外协产量、外协价格变动等，量化分析委托加工服务金额增长的原因及合理性，相关成本费用核算是否准确，结合关联方向其他客户提供委托加工服务的单价分析关联采购价格的公允性

（一）结合各期不同产品的自产产量、外协工序及外协产量、外协价格变动等，量化分析委托加工服务金额增长的原因及合理性

1、外协工序、公司自产产品产量情况

报告期内，公司采购的委托加工服务主要有铝件毛坯加工、塑料粒子注塑、电子组件加工、铁件热处理、铁件毛坯加工等，各期委托加工服务采购额分别为3,570.56 万元、4,253.28 万元、5,334.19 万元和 3,174.29 万元。报告期内，公司交流电动工具的产量分别为 230.05 万套、256.53 万套、328.57 万套和 148.12 万套，锂电电动工具的产量分别为 22.09 万套、22.54 万套、37.77 万套和 21.34 万套，合计产量分别为 252.14 万套、279.07 万套、366.34 万套和 169.46 万套。

报告期内，公司平均每件产品对应的委托加工服务采购金额如下：

项目	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
委托加工服务采购金额（万元）	3,174.29	5,334.19	4,253.28	3,570.56
产品合计产量（万套）	169.46	366.34	279.07	252.14
平均每件产品对应的委托加工服务采购金额（元/套）	18.73	14.56	15.24	14.16

报告期内，除 2025 年 1-6 月外，公司平均每件产品对应的委托加工服务费金额分别为 14.16 元/套、15.24 元/套、14.56 元/套，基本较为稳定；2025 年 1-6 月，公司平均每件产品对应的委托加工服务费金额较以前年度上涨幅度较大，主要原因为公司 2025 年 1-6 月新增铁件毛坯加工的委托加工服务采购，采购金额为 577.46 万元，平均每件产品对应的铁件毛坯加工采购金额为 3.41 元/套（577.46 万元除以 169.46 万套计算得出），使得 2025 年 1-6 月公司平均每件产品对应的委托加工服务采购金额上升至 18.73 元/套。若剔除该部分新增的铁件毛坯加工服务，2025 年 1-6 月，公司平均每件产品对应的委托加工服务采购金额为 15.32 元/套，相较于 2022~2024 年而言基本稳定。

综上，报告期内，公司各期产品产量与委托加工服务采购额整体相匹配，委

托加工服务金额增长具备合理性。

2、外协产量、外协价格变动情况

报告期内，公司各类委托加工服务采购数量、采购金额情况具体如下：

年度	工序	数量（万件）	金额（万元）	单价（元/件）
2025 年 1-6 月	铝件毛坯加工	509.88	1,041.34	2.04
	塑料粒子注塑	894.48	815.22	0.91
	电子组件加工	33.65	550.41	16.36
	铁件热处理	273.24	118.60	0.43
	铁件毛坯加工	306.79	577.46	1.88
	其他	2.22	71.27	32.10
	合计	**2,020.26**	**3,174.29**	/
2024 年度	铝件毛坯加工	959.19	2,147.97	2.24
	塑料粒子注塑	1,802.67	1,756.93	0.97
	电子组件加工	50.63	806.11	15.92
	铁件热处理	551.54	281.65	0.51
	其他	184.94	341.54	1.85
	合计	**3,548.97**	**5,334.19**	/
2023 年度	铝件毛坯加工	784.76	2,119.27	2.70
	塑料粒子注塑	1,292.20	1,323.65	1.02
	电子组件加工	21.24	514.21	24.21
	铁件热处理	319.59	176.22	0.55
	其他	90.10	119.93	1.33
	合计	**2,507.88**	**4,253.28**	/
2022 年度	铝件毛坯加工	606.15	1,540.78	2.54
	塑料粒子注塑	1,097.25	1,101.01	1.00
	电子组件加工	28.44	748.63	26.32
	铁件热处理	240.95	120.08	0.50
	其他	48.58	60.06	1.24
	合计	**2,021.38**	**3,570.56**	/

报告期内，公司委托加工服务采购金额逐年增长主要受两种因素影响，一是采购数量变动，二是采购单价变动。通过因素分析法对委托加工服务采购金额变化进行分析，进一步量化分析上述两种因素对委托加工服务费总额变化分别产生

的影响，具体如下：

年度			金额	影响比例
2025 年 1-6 月	委托加工服务采购数量（万件）	A	2,020.26	/
	采购单价（元/件）	B	1.57	
	委托加工服务采购金额（万元）	C	3,174.29	
2024 年度	委托加工服务采购数量（万件）	D	3,548.97	
	采购单价（元/件）	E	1.50	
	委托加工服务采购金额（万元）	F	5,334.19	
2023 年度	委托加工服务采购数量（万件）	G	2,507.88	
	采购单价（元/件）	H	1.70	
	委托加工服务采购金额（万元）	I	4,253.28	
2022 年度	委托加工服务采购数量（万件）	J	2,021.38	
	采购单价（元/件）	K	1.77	
	委托加工服务采购金额（万元）	L	3,570.56	
2024 年度较 2023 年度	采购数量变动对委托加工服务金额的影响	M=(D-G)*H	1,765.65	163.35%
	采购单价变动对委托加工服务金额的影响	N=(E-H)*D	-684.74	-63.35%
	委托加工服务采购金额总变动	O=F-I	1,080.91	100.00%
2023 年度较 2022 年度	采购数量变动对委托加工服务金额的影响	P=(G-J)*K	859.35	125.87%
	采购单价变动对委托加工服务金额的影响	Q=(H-K)*G	-176.63	-25.87%
	委托加工服务采购金额总变动	R=I-L	682.72	100.00%

由上表可知，2022~2024 年度，公司委托加工服务采购金额分别为 3,570.56 万元、4,253.28 万元和 5,334.19 万元。2024 年度公司委托加工服务采购金额较 2023 年度增长 1,080.91 万元，其中采购数量增长的影响为 1,765.65 万元，采购单价变化的影响为-684.74 万元，采购数量增长是使 2024 年委托加工服务采购金额增长的主要驱动因素；2023 年度公司委托加工服务采购金额较 2022 年度增长 682.72 万元，其中采购数量增长的影响为 859.35 万元，采购单价变化的影响为-176.63 万元，采购数量增长是使 2023 年度委托加工服务采购金额增长的主要驱动因素。

综上所述，公司委托加工服务采购额增长主要为公司产品产量以及委托加工服务采购数量增长导致，与公司产量规模变化相匹配。随着公司下游行业需求的

不断增长，公司生产销售规模持续扩大，推动整体委托加工服务采购金额增长，具备合理性。

（二）相关成本费用核算是否准确，结合关联方向其他客户提供委托加工服务的单价分析关联采购价格的公允性

公司在会计核算中，按照委托加工件的实际入库量乘以单位委托加工费用计算对应零部件的委托加工费用，计入各产品成本；报告期内，公司委托加工服务采购金额与采购数量、公司产品产量整体相匹配，不存在异常增长的情形，公司委托加工服务相关成本费用核算准确。

报告期内，公司向关联方采购委托加工服务的价格公允性分析详见本问询函回复“问题 2”之“一、”之“（一）”之“2、结合可比市场公允价格、第三方交易价格、关联方与其他交易方的价格等，说明关联交易的公允性”之回复。

综上所述，公司委托加工服务相关成本费用核算准确，公司向关联方采购委托加工服务的价格具备公允性。

三、区分垫料加工和自产模式说明铝锭的进销存、垫料供应商数量、金额及垫料归还情况，说明各期归还铝锭数量与委托加工服务量的匹配性、垫料归还方式、是否需要进行物理切割、是否与供应商结算损耗、是否存在代垫费用及现金补偿等情况，说明发行人存货的具体管理模式，是否存在未归还铝锭与自有铝锭无法区分的情况

（一）区分垫料加工和自产模式说明铝锭的进销存、垫料供应商数量、金额及垫料归还情况

报告期内，公司采购的铝锭不存在用于自产的情况，均用于委外加工铝毛坯件。公司委外加工铝毛坯件采用铝锭垫料加工模式，即委托加工服务供应商先行提供为公司生产铝毛坯件所需的铝锭，待其生产完成并交付后，双方核对其代垫耗用的铝锭，公司再行归还该部分铝锭。在该模式下，公司铝锭的进销存即为铝锭归还、代垫及结余情况。报告期内，铝锭委托加工服务供应商垫料数量、金额及公司归还具体情况如下：

单位：吨、万元

期间	供应商名称	期初代垫未还量		当期代垫量		当期归还量		期末代垫未还量	
		数量	金额	数量	金额	数量	金额	数量	金额
2025 年 1-6 月	永康优旺	325.56	564.72	966.18	1,647.62	1,104.50	1,894.22	187.23	318.12
	铭胜工贸/协力球铁	160.84	278.90	682.16	1,171.12	776.81	1,337.56	66.19	112.46
	武义桐琴东弘	77.18	133.87	274.28	469.25	307.69	528.74	43.77	74.38
	永康金博	-	-	9.69	16.47	30.80	52.33	-21.10	-35.85
	合计	**563.57**	**977.49**	**1,932.32**	**3,304.46**	**2,219.80**	**3,812.84**	**276.09**	**469.10**
2024 年度	永康优旺	354.01	576.17	2,112.92	3,562.07	2,141.37	3,573.52	325.56	564.72
	铭胜工贸/协力球铁	200.78	326.32	1,456.81	2,460.72	1,496.75	2,508.15	160.84	278.90
	武义桐琴东弘	127.88	208.00	703.75	1,182.21	754.45	1,256.34	77.18	133.87
	合计	**682.67**	**1,110.50**	**4,273.48**	**7,205.00**	**4,392.57**	**7,338.01**	**563.57**	**977.49**
2023 年度	永康优旺	326.94	535.25	1,694.31	2,794.74	1,667.25	2,753.82	354.01	576.17
	铭胜工贸	57.58	94.27	1,222.50	2,005.41	1,079.30	1,773.36	200.78	326.32
	武义桐琴东弘	118.88	194.63	626.72	1,004.08	617.72	990.71	127.88	208.00
	永康良度	12.67	20.74	24.81	38.85	38.01	60.45	-0.53	-0.86
	永康百昂	15.23	24.93	2.10	3.41	16.52	27.09	0.81	1.26
	永康信马	-1.25	-2.37	0.44	1.11	-	-	-0.81	-1.26
	合计	**530.06**	**867.46**	**3,570.88**	**5,847.61**	**3,418.80**	**5,605.44**	**682.14**	**1,109.63**
2022 年度	永康优旺	430.94	746.38	974.99	1,492.25	1,078.99	1,703.38	326.94	535.25
	铭胜工贸	-73.53	-122.10	769.14	1,266.81	638.02	1,050.44	57.58	94.27
	武义桐琴东弘	75.84	131.35	591.71	996.00	548.66	932.72	118.88	194.63
	永康良度	-2.25	-3.73	53.86	90.36	38.95	65.89	12.67	20.74
	永康百昂	19.90	34.46	32.06	56.42	36.73	65.94	15.23	24.93
	永康信马	-1.36	-2.26	25.65	47.79	25.54	47.91	-1.25	-2.37
	合计	**449.53**	**784.10**	**2,447.40**	**3,949.63**	**2,366.88**	**3,866.27**	**530.06**	**867.46**

注：永康市优旺工贸有限公司简称为“永康优旺”，武义县桐琴镇东弘日用金属制品厂简称为“武义桐琴东弘”，永康市金博铝制品有限公司简称为“永康金博”永康市良度工贸有限公司简称为“永康良度”永康市百昂工贸有限公司简称为“永康百昂”永康市信马工贸有限公司简称为“永康信马”，下同。

从上表可知，报告期内，公司委托加工服务供应商垫料数量分别为 2,447.40 吨、3,570.88 吨、4,273.48 吨和 1,932.32 吨，当期公司归还数量分别为 2,366.88 吨、3,418.80 吨、4,392.57 吨和 2,219.80 吨，垫料数量与当期归还数量基本相当，公司铝锭整体归还情况较好。

（二）各期归还铝锭数量与委托加工服务量的匹配性、垫料归还方式、是否需要进行物理切割、是否与供应商结算损耗、是否存在代垫费用及现金补偿等情况

1、各期归还铝锭数量与委托加工服务量的匹配性

委托加工铝锭（即铝毛坯件）完成入库后，公司 ERP 系统会根据铝毛坯件入库量及对应的 BOM 表计算得出当期代垫量，故当期委托加工服务量即为当期代垫量。

报告期各期，公司归还铝锭量与代垫量的匹配情况如下：

（1）2025 年 1-6 月

单位：吨

供应商名称	期初代垫未还量	当期代垫量	当期归还量	期末代垫未还量	当期归还量与当期代垫量差异	期后一个月归还垫料量
永康优旺	325.56	966.18	1,104.50	187.23	138.32	87.10
铭胜工贸/协力球铁	160.84	682.16	776.81	66.19	94.65	66.19
武义桐琴东弘	77.18	274.28	307.69	43.77	33.41	43.93
永康金博	-	9.69	30.80	-21.10	21.10	-
合计	**563.57**	**1,932.32**	**2,219.80**	**276.09**	**287.48**	**197.22**

（2）2024 年度

单位：吨

供应商名称	期初代垫未还量	当期代垫量	当期归还量	期末代垫未还量	当期归还量与当期代垫量差异	期后一季度归还垫料
永康优旺	354.01	2,112.92	2,141.37	325.56	28.45	325.56
铭胜工贸/协力球铁	200.78	1,456.81	1,496.75	160.84	39.94	160.84
武义桐琴东弘	127.88	703.75	754.45	77.18	50.70	77.34
合计	**682.67**	**4,273.48**	**4,392.57**	**563.57**	**119.09**	**563.73**

注：考虑各年度 1 月或 2 月存在春节假期，故期后归还垫料情况按季度统计，下同。

（3）2023 年度

单位：吨

供应商名称	期初代垫未还量	当期代垫量	当期归还量	期末代垫未还量	当期归还量与当期代垫量差异	期后一季度归还垫料
永康优旺	326.94	1,694.31	1,667.25	354.01	-27.07	354.01

供应商名称	期初代垫未还量	当期代垫量	当期归还量	期末代垫未还量	当期归还量与当期代垫量差异	期后一季度归还垫料
铭胜工贸	57.58	1,222.50	1,079.30	200.78	-143.20	200.78
武义桐琴东弘	118.88	626.72	617.72	127.88	-9.00	127.88
永康良度	12.67	24.81	38.01	-0.53	13.20	-
永康百昂	15.23	2.10	16.52	0.81	14.42	-
永康信马	-1.25	0.44	-	-0.81	-0.44	-
合计	**530.06**	**3,570.88**	**3,418.80**	**682.14**	**-152.08**	**682.67**

（4）2022 年度

单位：吨

供应商名称	期初代垫未还量	当期代垫量	当期归还量	期末代垫未还量	当期归还量与当期代垫量差异	期后一季度垫料归还量
永康优旺	430.94	974.99	1,078.99	326.94	104.00	323.65
铭胜工贸	-73.53	769.14	638.02	57.58	-131.12	57.58
武义桐琴东弘	75.84	591.71	548.66	118.88	-43.05	118.88
永康良度	-2.25	53.86	38.95	12.67	-14.91	12.67
永康百昂	19.90	32.06	36.73	15.23	4.67	15.23
永康信马	-1.36	25.65	25.54	-1.25	-0.11	-
合计	**449.53**	**2,447.40**	**2,366.88**	**530.06**	**-80.52**	**528.01**

从上表可知，报告期内，公司铝锭委托加工垫料数量与当期归还数量基本相当，公司铝锭整体归还情况较好；2022 年、2023 年末、2024 年末，期末期末代垫未还量在期后一个季度内基本均能归还完毕，由于公司铝锭归还周期较短，不存在归还时限较长的情形，公司铝锭归还量与委托加工服务量相匹配。

报告期各期，公司铝锭委托加工垫料数量与当期归还数量略有差异，以及期末代垫未还量有所盈余或亏欠，系受双方结算周期、业务量等波动造成的时间性差异，总体差异较小。

2、各期垫料归还方式、是否需要进行物理切割、是否与供应商结算损耗、是否存在代垫费用及现金补偿等情况

在垫料加工模式下，公司与委托加工服务供应商在委托加工合同中明确约定原材料垫支内容、归还方式，即委托加工服务供应商先行提供为公司生产铝毛坯件所需的铝锭，待其生产完成并交付后，双方核对其代垫耗用的铝锭，公司再行

归还该部分铝锭实物。

委托加工服务供应商对铝锭进行压铸加工时，首先将铝锭熔化，再将熔化的铝液注入专用模具内，经压铸冷却成型后，再将其少量飞边去除，即完成铝毛坯件制造，因此压铸加工过程中不需要进行大规模物理切割；铝压铸业务技术门槛较低、技术工艺成熟，去除的飞边一般可以再次熔化重复利用，故加工过程中整体损耗很小，产生废料极少。基于上述原因，公司与委托加工服务商在协商交易价格时已考虑该部分损耗极小的铝锭，该损耗不纳入公司财务成本核算，公司与供应商不单独进行损耗结算。

报告期内，公司与上述供应商之间的交易均基于公司实际业务需求，合作模式较为稳定。公司向各供应商归还代垫料时均以铝锭（实物）归还，且归还周期较短，双方按实际交付的铝毛坯件数量结算委托加工服务费用。委托加工服务供应商不存在替公司代垫费用以及现金补偿的情形。

经查询公开信息，垫料加工模式普遍存在于金属加工行业之中，多家上市公司/IPO 公司披露存在该种业务模式。例如，凯立新材（688269.SH）在其 2023 年年度报告中披露：“由于贵金属催化剂产品中的主要原材料贵金属具有高价值且可回收循环利用的特点，公司贵金属催化剂加工服务中形成了不同的业务模式。公司向客户提供贵金属催化剂加工服务，分为客户提供贵金属（来料加工）和公司代垫贵金属（垫料加工）两种模式。……垫料加工业务系由于来料加工业务及市场竞争情况发展而来。由于凯立新材对废旧贵金属催化剂的回收加工需要一定的时间，在此期间，如出现客户贵金属原材料尚未回收完毕导致周转不足时，为了满足客户供货期的要求，凯立新材会先行使用自有贵金属原材料进行生产并安排发货，待客户的废旧催化剂回收贵金属材料入库后此笔垫料则记账冲抵，整个周期较短，因此，形成了贵金属催化剂加工服务中的垫料加工模式。公司在向客户收取加工服务费的同时，产成品在使用过程中出现的贵金属损耗费用亦由客户承担。”

浩通科技（301026.SZ）在《关于徐州浩通新材料科技股份有限公司申请首次公开发行股票并在创业板上市的审核中心意见落实函之回复》中披露：“发行人委托加工业务涉及垫付贵金属部分……公司垫付金属系在受托加工合同框架下的履约行为，发生垫付贵金属时在备查簿中记录垫付贵金属的客户名称、产品

名称、数量等信息，由于贵金属的同质性，相应垫付的受托合同项下物料生产后归还垫付的贵金属。”

此外，英特派铂业股份有限公司主要从事贵金属装备及相关材料的研发、生产、销售和服务，其在申请上市的发行人及保荐机构回复意见中披露：“而垫料加工业务系由来料加工业务及市场竞争情况发展而来，对于部分客户贵金属原材料来料不足时，为了满足客户供货期的要求，公司会先行使用自有贵金属原材料进行生产并安排发货，待客户的来料入库后此笔垫料则记账冲抵，整个周期较短，因此形成了贵金属装备受托加工业务中的垫料加工模式。随着与部分客户的长期深入合作，为拓展市场，公司亦向部分实力较为雄厚、信誉良好但贵金属原材料不足又有装备需求的企业提供长期垫料加工服务……”。

3、说明发行人存货的具体管理模式，是否存在未归还铝锭与自有铝锭无法区分的情况

公司委外加工铝毛坯件均采用铝锭垫料加工模式，故公司采购的铝锭均放置于垫料加工供应商处，以便及时用于生产铝毛坯件，故不存在未归还铝锭与自有铝锭无法区分的情况。报告期内，发行人铝锭垫料加工模式下的存货管理规范，具体管理模式如下：

流程		铝锭垫料加工模式
铝锭采购入库	流程描述	铝锭供应商将铝锭送至委托加工供应商仓库，委托加工供应商对铝锭质检合格确认后，对铝锭办理入库登记，填制入库单。同时供应商将一联入库单提供至公司，以便公司及时在 ERP 系统中填制入库单，经审核通过后完成铝锭采购入库流程
	入库单据	委托加工服务供应商《入库单》
	对应仓库	委托加工服务供应商仓库
铝毛坯加工件入库	流程描述	委托加工供应商加工成铝毛坯加工件送至公司仓库，经品质部检验合格后，由公司仓库人员确认铝毛坯件品类、型号、数量等相关信息并填制入库单，同时将实物移送至对应仓库，完成铝毛坯加工件入库流程
	入库单据	公司《质量检查记录》、公司《入库单》
	对应仓库	德硕科技仓库
铝锭垫料情况日常管理	对账	次月初，公司与委托加工供应商针对铝锭垫料情况进行对账，双方核对代垫耗用的铝锭，公司采购归还所欠对方的铝锭实物
	单据	公司与供应商《垫料对账单》

四、结合塑料粒子注塑加工费、相关技术要点及产品定制化需求情况，说明塑料粒子注塑委托加工工序是否涉及核心生产环节，发行人是否掌握相关技术及核心工艺，测算塑料粒子注塑委托加工与自产的单位成本（直接材料、直接人工、制造费用）、差异情况及对发行人业绩的潜在影响

（一）结合塑料粒子注塑加工费、相关技术要点及产品定制化需求情况，说明塑料粒子注塑委托加工工序是否涉及核心生产环节，发行人是否掌握相关技术及核心工艺

报告期内，公司塑料粒子注塑委托加工服务采购金额分别为 1,101.01 万元、1,323.65 万元、1,756.93 万元和 815.22 万元。公司主营的电锤、电镐等产品主要塑料零部件为机壳、手柄、功能旋钮、按键等，由于不同品牌的电锤、电镐等产品在外形、结构上存在一定差异，因此，公司产品的塑料零部件存在定制化的特点。报告期内，为最大化利用产能资源、聚焦核心工艺，提升生产加工过程效率，公司将塑料粒子注塑等部分非核心生产工序交由具备相应生产能力的注塑厂商等委托加工服务供应商完成，注塑厂商根据公司塑料零部件具体设计方案以及相关指标要求等，完成塑料零部件的生产。

塑料粒子注塑是塑料制品行业内常见的生产方式，技术含量相对较低，并非公司产品的核心生产环节。塑料粒子注塑原理是将粒状或粉状的塑料加入到注塑机的料斗里，原料经加热熔化呈流动状态，在注塑机的螺杆或活塞推动下，经喷嘴和模具的浇注系统进入模具型腔，在模具型腔内硬化定型，其相关工序及技术要点情况具体如下：

序号	工序	工序内容及相关技术要点
1	加料	将粒状或粉状塑料加入注塑机料斗，由螺杆、活塞带入料筒进行加热
2	塑化	成型塑料在注塑机料筒内经过加热，压实以及混料等作用后，由松散的粉状颗粒或粒状的固态装变成连续的均化熔体的过程
3	充模	塑化好的塑料熔体在注塑机螺杆、活塞的推进作用下，以一定的压力和速度经过喷嘴和模具的浇注系统进入并充满模具型腔；注塑压力在注塑成型机最大注塑压力的 80%以下，对于流动性差的塑料，需要较高的注射压力，而对于流动性好的塑料，注射压力可以适当降低；注塑速度快时，流动温度会上升，粘度减小，固化层的厚度会变小，但固化层和流动层之间的摩擦阻力会大大增加，反而会使注塑压力增大，对于薄壁、长流程、形状复杂的制品，应采用较高的注射速度，而对于厚壁、简单形状的制品，可采用较低的注射速度
4	保压	充模结束后，在螺杆、活塞推动下，熔体仍然保持压力进行补料，使料筒中的熔料继续进入型腔，以补充型腔中塑料的收缩需要，保压时间应

序号	工序	工序内容及相关技术要点
		适当，过长的保压时间容易使塑件产生内应力，引起注塑件翘曲或开裂，保压压力一般为充填最大压力的 70%~80%；保压结束后，型腔中的熔料压力解除，此时型腔中的熔料压力将比浇口前方的压力高，如果此时浇口尚未冻结，就会发生型腔中熔料通过浇注系统倒流的现象，使得注塑件产生收缩、变形以及质地疏松等缺陷
5	冷却	从浇口处塑料熔体完全冻结时起到将注塑件从模腔内推出为止的全过程，冷却时间占整个成型周期的 70%~80%，在此阶段，补缩或倒流均不再继续进行，型腔内的塑料继续冷却、硬化和定型
6	脱模取件	塑件冷却后即可开模，在推出结构的作用下，将塑料注塑件推出模具外；脱模时要注意避免对制品造成损伤，对于脱模困难的制品，可使用脱模剂或采用顶杆脱模、脱料板脱模等方式；脱模后要对制品进行检查，查看是否有毛刺、飞边、气泡、缩痕等缺陷

公司在与注塑厂商多年的塑料件委托加工合作过程中，深度参与其注塑生产过程，常态化派遣 SQE（供应商质量工程师）等技术人员对塑料零部件注塑过程、零部件成品技术指标等进行实地检查，经过多年技术积累，公司已基本掌握注塑相关技术及核心工艺。公司计划通过募投项目的实施，新增注塑机等设备，结合前期技术积累，加大对生产人员的实践培训，实现对塑料零部件的自主生产。

综上所述，公司产品的塑料零部件存在定制化的特点，为最大化利用产能资源、聚焦核心工艺，提升生产加工过程效率，公司将塑料粒子注塑等部分非核心生产工序交由具备相应生产能力的注塑厂商等委托加工服务供应商完成；注塑工序技术要点相对较为简单，技术含量相对较低，并非公司产品的核心生产环节；公司已基本掌握注塑相关技术及核心工艺，计划通过募投项目的实施，新增注塑机等设备，实现塑料零部件的自主生产。

（二）测算塑料粒子注塑委托加工与自产的单位成本（直接材料、直接人工、制造费用）、差异情况及对发行人业绩的潜在影响

由于公司产品中不同种类、型号及规格的塑料零部件在外形、塑料用量等方面存在差异，其单位成本可比性较差，同时，报告期内，公司尚未开始自主生产塑料零部件，因此，难以将注塑委托加工零部件的单位成本与自产情况下的单位成本进行精确比较。

报告期各期，公司塑料粒子注塑委托加工服务采购额及塑料粒子原材料采购额具体情况如下：

单位：万元

项目	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
塑料粒子注塑委托加工服务采购额（A）	815.22	1,756.93	1,323.65	1,101.01
塑料粒子采购额（B）	1,098.31	2,394.28	1,828.27	1,441.50
塑料粒子采购量（吨）	956.42	1,961.84	1,470.47	1,079.77
公司委外注塑件整体成本（A+B）	1,913.53	4,151.21	3,151.92	2,542.51

以 2024 年度为例，公司注塑委托加工零部件的整体成本与自产情况下的预计整体成本比较情况如下：

2024 年度，公司委托加工的注塑件整体成本达到 4,151.21 万元（包含委托加工服务及塑料粒子原材料成本），塑料粒子整体采购量为 1,961.84 吨。假设 2024 年度公司已购置并使用注塑机设备，自行加工相关注塑件，则基于合理预测，如要加工 1,961.84 吨塑料粒子，公司需配置约 35 台注塑机设备，每台注塑机设备配置 2 名生产人员，则经合理测算，公司自产相关注塑件的整体成本情况具体如下：

成本项目	具体成本金额测算
直接材料	为 2024 年度公司塑料粒子原材料采购额 2,394.28 万元
直接人工	公司需配置 35 台注塑机设备，每台设备配置约 2 名生产人员，合计需配置 70 名生产人员，按照注塑工人工资等人工成本约 10 万元/年预计，每年注塑工序生产人员直接人工成本约为 700 万元
制造费用	（1）每台注塑机设备平均价格约为 25 万元、每台注塑机配套自动化桁架等设备价格约为 10 万元，按照整体折旧年限 10 年、残值率 5%计算，注塑机及配套自动化设备每年折旧对应的制造费用为 116.38 万元（（25×35+10×35）×（1-5%）/10 计算得出）； （2）注塑机及配套设备合计功率约为 30kW，按照注塑机每天平均工作约 20 小时，每年实际工作约 300 天，每度电单价为 0.93 元（2024 年度电力平均采购单价）计算，预计注塑设备每年使用电费 585.90 万元（30×20×300×0.93×35 计算得出）； （3）注塑车间预计配备约 4 名管理人员，按照每名管理人员工资等人工成本约 12 万元/年计算，则每年注塑车间管理人员人工成本对应的制造费用约为 48 万元； （4）注塑车间（包括仓库、办公区等）预计占地约 1 万平方米，按照每平方米造价约 1,600.00 元计算，注塑车间厂房原值约为 1,600.00 万元，按照残值率 5%，折旧年限 20 年计算，每年厂房折旧对应的制造费用为 76 万元（1,600×（1-5%）/20 计算得出）； 综上，制造费用合计约 826.28 万元（116.38+585.90+48+76 计算得出）

成本项目	具体成本金额测算
自产注塑件整体成本情况	为直接材料+直接人工+制造费用 = 2,394.28 万元+700 万元+826.28 万元 = 3,920.56 万元

数据来源：根据公开信息合理预估等。

由上表可知，以 2024 年度为例，如公司自产相关注塑件，则整体成本（包括塑料粒子原材料费用）预计为 3,920.56 万元，相对于 2024 年度委托加工的注塑件整体成本 4,151.21 万元而言约节省成本 230.66 万元，节省幅度约为 5.56%。经查询公开信息，中国注塑行业平均利润率约为 5%左右，与公司自产相关注塑件节省成本的幅度较为接近。

除节省一定的生产成本外，公司自主生产注塑件有利于灵活配套产品零部件定制化的需求，实现对公司零部件设计方案的快速响应及生产，并能根据设计方案的调整合理安排生产活动，减少沟通和协调成本。此外，通过自主生产注塑件，公司完善的质量保障体系和严格的质量控制水平有利于提升注塑件生产合格率，减少次品和废品的产生，充分保证产品质量符合客户要求。

综上所述，公司自产注塑件有利于减少整体生产成本，提升公司利润水平，以 2024 年度为例，公司自产注塑件预计将节省成本约 230.66 万元，占公司 2024 年度净利润（7,240.38 万元）的比例约为 3.19%。除节省成本外，公司自产注塑件有利于灵活配套产品零部件定制化的需求，充分提升产品质量。

五、核查程序及核查意见

（一）核查程序

针对上述事项，保荐机构及申报会计师执行的核查程序如下：

1、访谈发行人财务负责人，了解 ODM 模式和自有品牌销售模式对发行人供应商选择的影响；查阅发行人采购明细，了解报告期各期发行人主要原材料、委托加工服务供应商情况；查询企查查等工商信息网站，访谈发行人财务负责人，查阅供应商走访记录、董监高调查表等，了解主要供应商注册地、注册资本和实缴资本、实际控制人等情况，了解其与发行人合作历史、关联关系等情况；通过众钢网、保太有色金属网查询矽钢片、铝锭公开市场价格，对比向武翔金属、东阳恒钇达采购价格是否公允；比较向不同供应商采购矽钢片、铜漆包线、塑料粒子、铝锭等主要原材料价格差异情况，了解向不同供应商采购同类原材料价格是

否存在较大差异；访谈发行人财务负责人，了解 2024 年度浙江鸿天退出前五大供应商、东阳恒钇达/浩翔铝业成为第一大供应商的原因，分析其合理性；

2、查阅发行人主要产品生产流程图，访谈发行人生产负责人，了解各项委托加工服务具体情况；查阅报告期内发行人委托加工服务采购明细，了解发行人采购的委托加工服务金额及采购量情况；结合上述核查程序，结合发行人各期产品产量情况，分析发行人委托加工服务采购额增长的具体影响因素及其合理性；访谈洪铭齿轮/贝朗齿轮、铭胜工贸、协力球铁等关联供应商实际控制人，确认其是否存在向其他客户提供同种产品委托加工服务的情况；

3、访谈公司相关业务负责人，了解委托加工供应商为公司的服务内容，了解委托加工内容在公司业务中所处的工序环节，了解公司供应商准入条件、评审流程，了解公司垫料加工模式具体流程；获取公司铝毛坯件垫料加工模式的供应商明细表、对应铝锭的进销存、报告期内垫料的数量金额及归还情况，分析各期垫料数量与归还数量的对比关系；取得并查阅公司与委托加工服务供应商签订的框架协议，了解合同主要条款、权责划分等；查阅公司针对垫料加工相关内部控制管理制度，核查公司对垫料加工服务流程及产品采取的质量控制措施；对委托加工服务采购进行穿行测试，了解相关内部控制执行情况并查验相应单据，验证相应控制程序的有效性；取得公司报告期内及报告期后垫料及归还原料相关明细，分析发行人报告期各期归还铝锭数量与委托加工服务量的匹配性，核查是否存在归还时限较长、不符合垫支及归还约定等异常情形，分析合理性；查阅公司与垫料加工模式相关供应商签署的委托加工协议，了解合同主要条款、权责划分等；了解发行人报告期各期垫料归还方式，了解垫料加工是否需要进行物理切割；获取公司及其子公司的银行往来明细账、库存现金明细账、银行流水、核实大额资金往来、采购明细、供应商往来明细账，核查公司与垫料供应商是否存在除经营业务之外的非经营性往来，是否与供应商结算损耗，是否存在供应商为公司代垫费用和现金补偿的情形；对主要委托加工服务商进行走访，通过访谈委托加工商确认是否存在供应商为公司代垫费用和现金补偿的情形；查询金属加工行业审核案例，核查垫料加工模式是否符合行业惯例。

4、访谈发行人财务负责人，了解发行人塑料粒子注塑委托加工的基本情况及产品定制化需求情况；查阅公开渠道信息，了解塑料粒子注塑的相关技术要点，

访谈发行人生产负责人，了解塑料粒子注塑委托加工工序是否涉及核心生产环节，了解发行人是否掌握相关技术及核心工艺，结合上述情况，访谈发行人生产负责人，测算塑料粒子注塑委托加工与自产的成本差异情况以及对发行人业绩的潜在影响。

（二）核查意见

经核查，保荐机构及申报会计师认为：

1、发行人已列示主要供应商基本情况；报告期内，发行人向主要供应商采购同类原材料价格整体差异较小，不存在重大异常差异；发行人向浙江鸿天采购金额下降是基于降低供应链风险、提升原材料供应稳定性等考虑，符合发行人生产经营实际需求，具备合理性；发行人向东阳恒钇达/浩翔铝业/恒大铝业采购金额增长较快具备合理性；

2、报告期内，发行人委托加工服务采购额增长主要为发行人产品产量以及委托加工服务采购数量增长导致，与发行人产量规模变化相匹配，具备合理性，相关成本费用核算准确；报告期内，发行人关联采购价格具备公允性；

3、（1）报告期各期，发行人垫料数量与当期归还数量基本相当，公司铝锭整体归还情况较好；报告期各期，发行人铝锭委托加工垫料数量与当期归还数量略有差异，以及期末代垫未还量有所盈余或亏欠，系受双方结算周期、业务量等波动造成的时间性差异，总体差异较小；由于公司铝锭归还周期较短，不存在归还时限较长的情形，公司铝锭归还量与委托加工服务量相匹配；（2）在垫料加工模式下，公司与委托加工服务供应商在委托加工合同中明确约定原材料垫支内容、归还方式，即委托加工服务供应商先行提供为公司生产铝毛坯件所需的铝锭，待其生产完成并交付后，双方核对其代垫耗用的铝锭，公司再行归还该部分铝锭实物；（3）委托加工服务供应商对铝锭进行压铸加工过程中不需要进行大规模物理切割；铝压铸加工过程中整体损耗很小，产生废料极少，基于上述原因，公司不与供应商结算损耗；（4）报告期内，公司与铝毛坯件垫料加工模式的供应商之间的交易均基于公司实际业务需求，合作模式较为稳定。公司向各供应商归还代垫料时均以铝锭（实物）归还，且归还周期较短，双方按实际交付的铝毛坯件数量结算委托加工服务费用。因此上述供应商不存在替公司代垫费用以及现金补偿的

情形；（5）公司委外加工铝毛坯件均采用铝锭垫料加工模式，故公司采购的铝锭均放置于垫料加工供应商处，以便及时用于生产铝毛坯件，故不存在未归还铝锭与自有铝锭无法区分的情况。报告期内，发行人铝锭垫料加工模式下的存货管理规范。

4、注塑工序技术要点相对较为简单，技术含量相对较低，并非发行人产品的核心生产环节；发行人已基本掌握注塑相关技术及核心工艺，计划通过募投项目的实施，新增注塑机等设备，实现塑料零部件的自主生产；发行人自产注塑件有利于减少整体生产成本，提升发行人利润水平，以 2024 年度为例，发行人自产注塑件预计将节省成本约 230.66 万元，占发行人 2024 年度净利润（7,240.38 万元）的比例约为 3.19%，除节省成本外，发行人自产注塑件有利于灵活配套产品零部件定制化的需求，充分提升产品质量。

六、请保荐机构提供委托加工核查相关工作底稿

保荐机构已提供委托加工核查相关工作底稿。

问题 6.往来款项大幅增加及偿债能力

（1）关于应收账款增长合理性

根据申请文件：①报告期各期末，发行人应收账款账面余额分别为 17,418.30 万元、18,257.88 万元和 23,216.08 万元，坏账准备计提金额分别为 898.93 万元、967.38 万元和 1,206.82 万元。②报告期各期末，信用期外应收账款占比分别为 19.79%、22.42%和 21.45%。③报告期内，公司应收账款周转率分别为 4.54 次、4.50 次和 4.65 次，可比公司应收账款周转率平均值分别为 4.91 次、4.91 次和 6.13 次。④2024 年，应收账款按欠款方归集的期末余额第五名为上海锋升商务咨询有限公司，期末余额为 727.30 万元。请发行人：①结合各期末应收账款余额增长情况，说明报告期内针对客户的信用政策、结算条件和方式、执行情况是否发生变动及变动原因，是否存在放宽信用政策增加收入的情况。②说明应收账款逾期金额增长、应收账款周转率低于可比公司且最近一期差异较大的原因及合理性。③结合各期末应收账款账龄结构、实际逾期情况、客户结构、主要客户合作情况、可回收性、坏账实际核销情况，说明发行人应收账款坏账准备计提是否充分，与同行业可比公司的差异及原因。④说明对上海锋升商务咨询有限公司应收账款的事项内容、期末尚未结算原因、其后结算时间等，上述款项是否具有合理事由。

回复：

一、结合各期末应收账款余额增长情况，说明报告期内针对客户的信用政策、结算条件和方式、执行情况是否发生变动及变动原因，是否存在放宽信用政策增加收入的情况

报告期内，发行人应收账款余额、营业收入及变动情况如下：

单位：万元、%

项目	2025.6.30/2025 年 1-6 月	2024.12.31/2024 年度	2023.12.31/2023 年度	2022.12.31/2022 年度
应收账款余额	26,124.57	23,216.08	18,257.88	17,418.30
变动幅度	12.53	27.16	4.82	-
营业收入金额	51,192.79	96,409.93	80,288.70	72,789.20
变动幅度	-	20.08	10.30	-

由上表可知，2022 年-2024 年，发行人应收账款余额变动幅度分别为 4.82%、

27.16%，应收账款余额复合增长率为 15.45%，发行人营业收入变动幅度分别为 10.30%、20.08%，营业收入复合增长率为 15.09%，两者变动幅度相近，应收账款余额增长主要受营业收入增长的驱动。

报告期内，公司对主要客户的结算模式、信用政策和回款周期情况如下：

客户名称	结算方式	主要信用政策及回款周期
苏州盈维来及其关联主体	电汇	发货后 60 天或 90 天内
LIDL	电汇	TT30 天或 60 天
宝时得集团	电汇、票据	收到增值税发票、入库单和采购订单后 77 日内付款
ADEO	电汇	TT 90 天或 100 天
隆博实业	电汇	验货合格发货后 60 天或 80 天内支付货款
浙江金指数	电汇	下月对账，下下月 10 日或 25 日前付款
公牛工具	电汇	收到增值税发票 60 日内付款

由上表可见，发行人主要客户的信用政策通常为月结的模式，通常在 30 日-90 日之间。报告期内，公司对客户的信用政策未发生重大变化，实际执行过程中亦不存在显著差异。但受客户付款审批流程较长、自身资金付款安排等因素影响，部分客户实际回款期有所延长，存在超期回款的情形。公司通过完善应收账款回款进度跟踪、加大应收账款催收力度等措施加强应收账款的回款管理。

综上，报告期内，公司收入规模逐年上升，公司针对客户的信用政策、结算条件及方式未发生重大变化且执行情况良好，不存在通过放松信用政策增加收入的情形。

二、说明应收账款逾期金额增长、应收账款周转率低于可比公司且最近一期差异较大的原因及合理性

报告期各期末，发行人应收账款逾期情况如下：

单位：万元、%

项目	2025 年 6 月 30 日			2024 年 12 月 31 日			2023 年 12 月 31 日			2022 年 12 月 31 日	
	余额	占比	波动	余额	占比	波动	余额	占比	波动	余额	占比
逾期应收账款	8,769.70	33.57	76.14	4,978.76	21.45	21.64	4,092.95	22.42	18.74	3,446.86	19.79
未逾期应收账款	17,354.87	66.43	-4.84	18,237.32	78.55	28.75	14,164.93	77.58	1.38	13,971.44	80.21
合计	**26,124.57**	**100.00**	**12.53**	**23,216.08**	**100.00**	**27.16**	**18,257.88**	**100.00**	**4.82**	**17,418.30**	**100.00**

由上表可见，报告期各期末应收账款逾期金额分别为 3,446.86 万元、4,092.95、

4,978.76 万元和 8,769.70 万元，占应收账款余额比例分别为 19.79%、22.42%、21.45%和 33.57%，除 2025 年 6 月末应收账款逾期金额占比较高外，其余各期末基本保持稳定。2025 年 6 月末应收账款逾期比例较高主要系公司通常下半年度催款力度较大，上半年度催款力度较小导致逾期比例较高。

报告期各期，应收账款周转率与同行业可比公司对比情况如下：

单位：次

公司简称	证券代码	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
锐奇股份	300126.SZ	4.20	5.59	4.93	4.42
开创电气	301448.SZ	3.94	6.08	6.21	6.49
大叶股份	300879.SZ	11.03	9.44	5.00	4.41
康平科技	300907.SZ	2.83	3.40	3.51	4.31
平均值		**5.50**	**6.13**	**4.91**	**4.91**
德硕科技		**4.15**	**4.65**	**4.50**	**4.54**

注 1：数据来源于同行业可比公司公开披露资料；
注 2：2025 年 1-6 月的应收账款周转率已年化处理。

由上表可知，报告期各期发行人应收账款周转率较为稳定，变动较小，公司应收账款周转率低于与同行业可比公司平均水平，高于同行业可比公司康平科技，总体而言，不存在较大差异。

2024 年度、2025 年 1-6 月，公司应收账款周转率低于与同行业可比公司平均水平，主要系同行业公司大叶股份应收账款周转率大幅提升（2024 年较 2023 年提升 4.44，2025 年 1-6 月较 2024 年提升 1.95）的原因。根据大叶股份公开资料显示，大叶股份 2024 年去库存顺利，其产品在销售渠道性价比高和竞争力强，推出的新产品深受终端消费者青睐，应收账款周转率增加主要受到营业收入增加和新产品销售量增加的影响。扣除该因素影响（假设大叶股份维持 2023 年度应收账款周转率水平），同行业可比公司应收账款周转率平均值分别为 4.91、4.91、5.02 和 3.99，与公司应收账款周转率差异较小。

相较于同行业可比公司，发行人应收账款周转率较为稳定，主要系发行人客户稳定、信用政策和结算周期变动较小，在业绩增长的情况下应收账款周转率基本保持稳定。

综上，2022 年末-2024 年末，应收账款逾期占应收账款余额比例较为稳定，

2025 年 6 月末应收账款逾期比例较高主要系公司通常下半年度催款力度较大，上半年度催款力度较小导致逾期比例较高；公司应收账款周转率较为稳定，与同行业可比公司存在一定差异具有合理性。

三、结合各期末应收账款账龄结构、实际逾期情况、客户结构、主要客户合作情况、可回收性、坏账实际核销情况，说明发行人应收账款坏账准备计提是否充分，与同行业可比公司的差异及原因

（一）各期末应收账款账龄结构

报告期各期末，应收账款账龄情况如下：

单位：万元、%

账龄	2025 年 6 月 30 日		2024 年 12 月 31 日		2023 年 12 月 31 日		2022 年 12 月 31 日	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
1 年以内	25,559.53	97.84	23,033.84	99.22	18,065.09	98.94	17,369.22	99.72
1 至 2 年	509.84	1.95	146.98	0.63	152.54	0.84	17.57	0.10
2 至 3 年	31.73	0.12	14.44	0.06	11.89	0.07	3.42	0.02
3 至 4 年	13.06	0.05	11.57	0.05	3.42	0.02	28.01	0.16
4 至 5 年	1.15	-	3.42	0.01	24.86	0.14	0.08	-
5 年以上	9.26	0.04	5.84	0.03	0.08	-	-	-
合计	**26,124.57**	**100.00**	**23,216.08**	**100.00**	**18,257.88**	**100.00**	**17,418.30**	**100.00**

由上表可知，报告期各期末，账龄 1 年以内的应收账款占比在 97%以上，整体账龄结构稳定，情况良好。

（二）各期末应收账款实际逾期情况、客户结构、主要客户合作情况、可回收性、坏账实际核销情况

报告期各期末，公司应收账款逾期金额及比例详见本问询函回复之“问题 6”之“（1）”之“二、说明应收账款逾期金额增长、应收账款周转率低于可比公司且最近一期差异较大的原因及合理性”之回复。

报告期各期末，公司应收账款期后回款情况如下：

单位：万元

项目	2025 年 6 月 30 日	2024 年 12 月 31 日	2023 年 12 月 31 日	2022 年 12 月 31 日
应收账款余额	26,124.57	23,216.08	18,257.88	17,418.30

项目	2025 年 6 月 30 日	2024 年 12 月 31 日	2023 年 12 月 31 日	2022 年 12 月 31 日
期后回款金额	14,225.24	22,729.23	18,184.49	17,403.86
期后回款比例	54.45%	97.90%	99.60%	99.92%

注：期后回款为截至 2025 年 8 月 31 日回款情况。

由上表可知，截至 2025 年 8 月 31 日，公司报告期各期末应收账款期后回款比例分别为 99.92%、99.60%、97.90%和 54.45%，2022 年末-2024 年末应收账款已基本收回，回款情况良好，应收账款可回收性较高。报告期内，公司无实际核销应收账款的情形。

报告期内，公司主要客户为苏州盈维来及其关联主体、LIDL、公牛工具、宝时得集团、ADEO 等国内外知名电动工具厂商，公司主要客户经营状况正常，且与公司合作年限大多超过 5-10 年，合作时间较久，应收账款可回收性确定性较高。

（三）公司应收账款坏账计提政策与同行业可比公司对比情况

报告期内，公司应收账款坏账计提政策与同行业可比公司对比情况如下：

单位：%

公司简称	证券代码	1 年以内	1 至 2 年	2 至 3 年	3 至 4 年	4 至 5 年	5 年以上
锐奇股份	300126.SZ	0.66	62.34	71.74	74.38	80.61	100.00
开创电气	301448.SZ	5.00	20.00	50.00	100.00	100.00	100.00
大叶股份	300879.SZ	3.00	10.00	20.00	30.00	50.00	100.00
康平科技	300907.SZ	1.00	9.36	38.35	100.00	100.00	100.00
平均值		**2.42**	**25.43**	**45.02**	**76.10**	**82.65**	**100.00**
德硕科技		**5.00**	**20.00**	**50.00**	**80.00**	**100.00**	**100.00**

注：数据来源于同行业可比公司公开披露资料。

由上表可知，报告期各期末，公司应收账款坏账计提比例较同行业可比公司平均值更高，公司应收账款坏账准备计提比例更为谨慎。

综上所述，公司应收账款整体账龄情况良好，一年以内账龄的应收账款占比 97%以上，应收账款质量较高，主要客户经营情况正常，应收账款可回收性较高，公司坏账准备计提政策与同行业可比公司相比较为严谨，坏账准备计提充分。

四、说明对上海锋升商务咨询有限公司应收账款的事项内容、期末尚未结算原因、其后结算时间等，上述款项是否具有合理事由

2024 年末，应收账款按欠款方归集的期末余额第五名为上海锋升商务咨询有限公司，期末余额为 727.30 万元，为公司交流产品、锂电产品及相关配件的销售货款。公司对上海锋升商务咨询有限公司的信用政策为产品交付后 60 天内付款，公司 2024 年 11-12 月份对其交付产品金额为 854.13 万元，2024 年末其尚未付款的余额为 727.30 万元，具有商业合理性。上海锋升商务咨询有限公司在 2025 年 1 月和 3 月分别回款 91.29 万元和 714.45 万元，2024 年末 727.30 万元应收账款余额已全部收回。

五、核查程序及核查意见

（一）核查程序

针对上述事项，保荐机构及申报会计师执行的核查程序如下：

1、通过走访报告期内发行人主要客户、访谈发行人相关负责人和查阅主要客户的销售合同，分析发行人针对客户的信用政策、结算条件和方式、执行情况是否发生变动及其原因，是否存在放宽信用政策增加收入的情况；

2、取得并查阅发行人各期末的应收账款逾期明细表、访谈发行人相关负责人、查阅同行业可比公司的公开资料，分析发行人各期末应收账款逾期增长、应收账款周转率低于可比公司且最近一期差异较大的原因及合理性；

3、取得并查阅发行人各期末的应收账款明细表、应收账款逾期明细表、单项计提应收账款明细表、应收账款核销明细等，结合实际走访主要客户和查阅同行业可比公司的公开资料，分析发行人应收账款的可收回性、坏账准备计提是否充分、与同行业可比公司的差异及原因；

4、通过取得并查阅发行人对上海锋升商务咨询有限公司 2024 年度的收入明细、访谈发行人相关销售人员和财务人员、实地走访上海锋升商务咨询有限公司，了解上海锋升商务咨询有限公司 2024 年末应收账款的内容、构成明细以及期末尚未结算的原因；

5、函证上海锋升商务咨询有限公司 2024 年底的应收账款余额；

6、取得并查阅上海锋升商务咨询有限公司期后回款记录，分析其应收账款的可收回性。

（二）核查结论

经核查，保荐机构及申报会计师认为：

1、报告期内，公司收入规模逐年上升，公司针对客户的信用政策、结算条件及方式未发生重大变化且执行情况良好，不存在通过放松信用政策增加收入的情形；

2、2022 年末-2024 年末，应收账款逾期占应收账款余额比例较为稳定，2025 年 6 月末应收账款逾期比例较高主要系公司通常下半年度催款力度较大，上半年度催款力度较小导致逾期比例较高；公司应收账款周转率较为稳定，与同行业可比公司存在一定差异具有合理性；

3、公司应收账款整体账龄情况良好，一年以内账龄的应收账款占比 97%以上，应收账款质量较高，主要客户经营情况正常，应收账款可回收性较高，公司坏账准备计提政策与同行业可比公司相比较为严谨，坏账准备计提充分；

4、公司 2024 年末对上海锋升商务咨询有限公司的应收账款为公司交流产品、锂电产品及相关配件的销售货款；公司对上海锋升商务咨询有限公司的信用政策为产品交付后 60 天内付款，公司 2024 年 11-12 月份对其交付产品金额为 854.13 万元，2024 年末其尚未付款的余额为 727.30 万元，具有商业合理性，其应收款项期后已全部收回。

（2）大额应付款项和存贷双高的合理性

根据申请文件：①报告期各期末，公司应付票据余额分别为 20,517.10 万元、23,290.00 万元和 32,231.89 万元，应付账款余额分别为 17,700.40 万元、19,265.53 万元和 25,541.19 万元，主要为材料和设备工程采购款。②报告期各期末，公司短期借款期末余额分别为 7,878.79 万元、4,951.70 万元和 600.56 万元，长期借款期末余额分别为 1,300.00 万元、5,816.28 万元和 11,736.42 万元。③公司货币资金余额分别为 7,938.44 万元、15,520.98 万元和 24,684.00 万元。④报告期各期末，公司资产负债率分别为 67.34%、65.28%和 66.66%。请发行人：①结合生产经

营情况、采购付款流程、结算方式、付款周期等，说明报告期各期应付票据、应付账款与采购金额、成本的匹配关系，应付票据金额大于应付账款的原因。②结合发行人付款政策、供应商资金规模、市场地位、采购规模，说明主要供应商与应付票据、应付账款对象之间的匹配性，是否存在差异及原因。③说明银行承兑汇票保证金与应付票据的匹配性，结合货币资金及现金流情况，分析说明相关票据是否存在兑付压力。④说明报告期内货币资金、借款与利息收入、财务费用的匹配性，并结合货币资金和长短期借款情况，说明存贷双高的原因，是否符合行业经营特点。⑤说明公司资产负债率与同行业差异情况及原因，同时存在长期借款和定期存单的合理性；结合公司的获现能力、应付款项等，说明负债的偿债安排以及还款的资金来源，是否存在期后已到期的负债或逾期的借款。

请保荐机构、申报会计师核查上述事项并发表明确意见，说明核查方法、范围、过程、证据及结论。

回复：

一、结合生产经营情况、采购付款流程、结算方式、付款周期等，说明报告期各期应付票据、应付账款与采购金额、成本的匹配关系，应付票据金额大于应付账款的原因

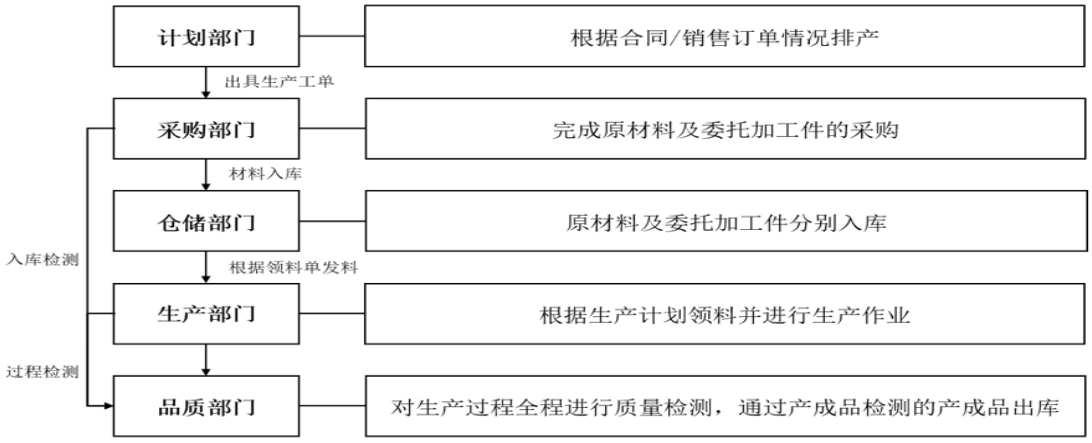
（一）生产经营情况

公司是一家主要从事电锤、电镐等手持式电动工具及相关配件的研发、生产和销售的高新技术企业，主营业务为电锤、电镐等手持式电动工具及相关配件的研发、生产和销售。公司报告期内采购的原材料主要包括铁采购件、铜采购件、塑料采购件、铝采购件等。

公司主要采用“以销定产、以产定采”的生产经营模式 ，生产经营活动多围绕客户合同/订单/产品需求单展开。生产主要由销售合同/订单/产品需求等驱动，并适当进行备货。公司产品的生产活动由计划部门、采购部门、仓储部门、生产部门、品质部门等协调配合、共同完成。计划部门结合产品需求情况，制定详细的生产计划，出具生产工单，并通过 ERP 系统送达物料采购需求；采购部门根据生产计划及相应采购计划完成原材料及委托加工件的供应，交由仓储部门入库，

仓储部门相应出具入库单；生产部门根据生产计划，明确人员、设备及原材料等情况，领料进行生产作业，控制生产进度；品质部门负责来料检测、过程检测、出库检测等多个检测环节，并对生产过程中的问题进行跟踪。

公司一般生产流程如下：



（二）采购付款流程、结算方式、付款周期

1、原材料

公司原材料采购一般流程如下：公司采购部门根据计划部门制订的采购计划，结合安全库存、进货周期确定需采购货物的品种、数量，综合供应商报价情况、结算模式等因素，选定原材料供应商并下达采购订单。下达采购订单后，公司在市场价格的基础上与供应商协定最终价格，并根据生产需要确定交付要求等。对于非生产性物资或计划外急需物资，公司通过编制临时采购单并经总经理等批准后，实施临时采购作业，其他流程与一般采购一致。公司原材料产品在入库前需经公司品质部门验收，通过各项检测后方可入库；公司每月与供应商核对并通知供应商开票，财务部门收到供应商开具的发票、合同等资料后进行入账。公司主要通过银行转账或票据结算的方式向供应商支付采购款，付款周期一般为货到票到 10-90 天。

2、委托加工服务

对于委托加工服务采购，公司在与委托加工服务供应商签署合同或采购订单后，安排仓储部门进行原材料出库或直接由原材料供应商向委托加工服务供应商供货。在委托加工服务供应商完成生产后，公司与委托加工服务供应商核对原材

料耗用情况。公司财务部门收到供应商开具的发票、合同、订单等资料后复核入账。公司通过银行转账或票据结算的方式向加工商支付采购款，付款周期一般为货到票到 1-4 个月。

（三）报告期各期应付票据、应付账款与采购金额、成本的匹配关系，应付票据金额大于应付账款的原因

1、报告期各期应付票据、应付账款与采购金额、成本的匹配关系

报告期各期，公司应付票据、应付账款与采购金额、成本的匹配关系如下：

单位：万元

项目	2025 年 6 月 30 日/2025 上半年度	2024 年末/2024 年度	2023 年末/2023 年度	2022 年末/2022 年度
应付账款余额（A）	25,543.38	25,541.19	19,265.53	17,700.40
其中：应付账款余额中材料采购款余额（B）	24,263.93	23,391.62	18,400.84	16,808.69
应付票据余额（C）	32,116.00	32,231.89	23,290.00	20,517.10
其中：应付票据余额中材料采购款（D）	32,116.00	32,231.89	23,290.00	20,309.35
应付账款、应付票据合计余额（E=A+C）	57,659.38	57,773.08	42,555.53	38,217.50
其中：应付材料采购款合计余额（F=B+D）	56,379.93	55,623.51	41,690.84	37,118.04
采购金额（G）	35,055.53	74,697.96	58,761.00	49,431.62
应付材料采购款合计余额占当期采购金额比例（H=F/G）	**80.42%**	**74.46%**	**70.95%**	**75.09%**
营业成本（I）	41,651.48	79,481.69	65,852.85	61,159.36
应付材料余额合计余额占当期营业成本比例（J=F/I）	**67.68%**	**69.98%**	**63.31%**	**60.69%**

注：2025 年 1-6 月应付材料采购款合计余额占当期采购金额比例、应付材料余额合计余额占当期营业成本比例已年化。

报告期各期末，应付账款和应付票据中材料采购款合计余额占当期采购总额比例分别为 75.09%、70.95%、74.46%和 80.42%，占当期营业成本比例分别为 60.69%、63.31%、69.98%和 67.68%，总体较为稳定，呈小幅上升趋势。

报告期各期末，应付账款和应付票据中材料采购款合计余额占当期营业成本总体的比例呈小幅上升趋势，主要系随着公司产销量规模、采购规模扩大，公司加大了对原材料的备货规模，期末应付账款和应付票据中材料采购款增幅较大，而当期采购原材料结转到营业成本的时间较于采购时间相对滞后，故使得上述比例随着公司产销量规模、采购规模的扩大而有所小幅上升。

综上所述，公司应付账款、应付票据与采购金额、成本具备匹配关系，符合公司实际情况，具备合理性。

2、应付票据金额大于应付账款的原因

报告期各期末，公司应付账款及应付票据主要为日常生产经营过程中形成的对供应商的材料采购款。公司应付票据主要为银行承兑汇票，承兑银行为大型国有银行和股份制银行，付款期限以 6 个月为主。在公司与供应商签订合同时已约定付款方式为银行转账或银行承兑汇票方式付款，出于减少资金使用成本的考虑，公司通常倾向于使用银行承兑汇票方式付款。

公司按照与供应商签订的采购合同进行结算，银行承兑汇票开具付款后即减少应付账款账面余额，而公司开具的银行承兑汇票付款期限一般为 6 个月。公司在付款期限到期付款后才减少应付票据账面余额，故公司各期末应付票据金额大于应付账款金额，符合公司的实际情况，具有合理性。

二、结合发行人付款政策、供应商资金规模、市场地位、采购规模，说明主要供应商与应付票据、应付账款对象之间的匹配性，是否存在差异及原因

（一）主要供应商的付款政策、资金规模、市场地位、采购规模情况

报告期各期，公司前五大供应商的付款政策、资金规模、采购规模具体情况如下：

单位：万元

期间	序号	供应商名称	采购金额	资金规模	付款政策
2025 年 1-6 月	1	东阳恒钇达/浩翔铝业	3,811.96	500 万元	货送完票到 10 个工作日内银行电汇、电承兑或信用证结清货款。
	2	露笑科技	3,566.61	192300.5903 万元	月结 60 天，需方以电汇方式结清货款
	3	武翔金属	1,180.02	100 万元	货到票到，入库起 1 个月内
	4	嘉兴创奇电缆有限公司	992.16	4510 万元	货到票到，入库起 3 个月内
	5	洪铭齿轮/贝朗齿轮	957.54	100 万元	货到票到，入库起 4 个月内
2024 年度	1	东阳恒钇达/浩翔铝业	7,315.09	500 万元	货送完票到 10 个工作日内银行电汇、电承兑或信用证结清货款。
	2	露笑科技	7,085.88	192300.5903 万元	月结 60 天，需方以电汇方式结清货款
	3	武翔金属	2,531.58	100 万元	货到票到，入库起 1 个月内

期间	序号	供应商名称	采购金额	资金规模	付款政策
	4	洪铭齿轮/贝朗齿轮	2,305.32	100 万元	货到票到，入库起 4 个月内
	5	嘉兴创奇电缆有限公司	2,242.36	4510 万元	货到票到，入库起 3 个月内
2023 年度	1	露笑科技	5,200.46	192300.5903 万元	月结 60 天，需方以电汇方式结清货款
	2	恒大铝业/浩翔铝业	5,031.81	500 万元	货送完票到 15 个工作日内银行电汇、电承兑或信用证结清货款。
	3	浙江鸿天	2,845.41	500 万元	货到票到，入库起 3 个月内
	4	武翔金属	2,185.51	100 万元	货到票到，入库起 1 个月内
	5	洪铭齿轮/贝朗齿轮	1,862.01	100 万元	货到票到，入库起 3 个月内
2022 年度	1	露笑科技	3,593.12	192300.5903 万元	月结 60 天，需方以电汇方式结清货款
	2	浙江鸿天	2,342.59	500 万元	货到票到，入库起 3 个月内
	3	武翔金属	1,781.05	100 万元	货到票到，入库起 1 个月内
	4	恒大铝业/浩翔铝业	1,586.11	500 万元	货送完票到 15 个工作日内银行电汇、电承兑或信用证结清货款。
	5	嘉兴创奇电缆有限公司	1,581.61	4510 万元	货到票到，入库起 2 个月内

注 1：资金规模为其注册资本金额，下同；
注 2：前五大供应商已考虑同一控制下影响，下同。

从上表可知，上述供应商中，露笑科技、嘉兴创奇电缆有限公司等公司注册资本均远大于公司对其采购规模，公司对其采购规模与其资金规模、市场地位相匹配。其中，露笑科技（002617）为深交所上市公司，年收入规模 30 亿元以上，嘉兴创奇电缆有限公司年收入规模为 1-3 亿元，均为行业内长期从事漆包线、电缆线等生产、制造的企业。

武翔金属注册资本小于公司对其采购规模，主要系：武翔金属为钢材贸易商，钢材贸易商业务主要依赖于渠道资源，属于轻资产运营企业，注册资本相对较低符合行业惯例；武翔金属具有稳定的上游供应商资源，可以持续满足公司采购原材料（矽钢片）的质量、服务、价格、交货期等各方面需求。公司与其合作时间超过 10 年，双方建立了较为稳定的合作关系，武翔金属对公司的采购需求和生产节奏愈加熟悉，双方协作效率不断提升，故公司与武翔金属合作具备合理性。

东阳浩翔/东阳恒亿达、洪铭齿轮/贝朗齿轮等其他供应商注册资本小于公司对其采购规模，主要系一方面公司向上述供应商采购的材料主要为铝锭、矽钢片、齿轮、塑料等材料，相应材料为大宗商品或生产工艺较为简单，不需要较大规模

的经营团队即可完成加工生产，而公司作为当地电动工具行业头部公司，一方面公司的采购量较大且相对稳定、付款及时、信誉良好，上述供应商会优先考虑为公司服务，另一方面公司与上述供应商合作时间较长，对公司的采购的产品各项指标要求愈加熟悉，其生产人员、生产设备等与公司需求的适配性不断提高，双方之间的合作也愈加紧密，因此公司与上述所属行业供应商合作具备合理性。

（二）主要供应商与应付票据、应付账款对象之间的匹配性，是否存在差异及原因

报告期内，公司前五大供应商与应付账款、应付票据合计金额的前五大供应商具体情况如下：

单位：万元

期间	前五大供应商			应付账款、应付票据合计金额前五名供应商		
	序号	供应商名称	采购金额	序号	供应商名称	金额
2025 年 1-6 月	1	东阳恒钇达/浩翔铝业	3,811.96	1	露笑科技	4,872.10
	2	露笑科技	3,566.61	2	东阳恒钇达/浩翔铝业	3,387.52
	3	武翔金属	1,180.02	3	浙江鸿天	1,845.27
	4	嘉兴创奇电缆有限公司	992.16	4	洪铭齿轮/贝朗齿轮	1,815.44
	5	洪铭齿轮/贝朗齿轮	957.54	5	武翔金属	1,741.85
	合计		**10,508.29**	**合计**		**13,662.18**
2024 年度	1	东阳恒钇达/浩翔铝业	7,315.09	1	露笑科技	4,482.29
	2	露笑科技	7,085.88	2	嘉兴创奇电缆有限公司	1,987.14
	3	武翔金属	2,531.58	3	浙江鸿天	1,892.12
	4	洪铭齿轮/贝朗齿轮	2,305.32	4	东阳恒钇达/浩翔铝业	1,842.45
	5	嘉兴创奇电缆有限公司	2,242.36	5	宁波伊德尔新材料有限公司	1,724.47
	合计		**21,480.23**	**合计**		**11,928.46**
2023 年度	1	露笑科技	5,200.46	1	露笑科技	3,096.85
	2	恒大铝业/浩翔铝业	5,031.81	2	浙江鸿天	2,247.82
	3	浙江鸿天	2,845.41	3	嘉兴创奇电缆有限公司	1,712.77
	4	武翔金属	2,185.51	4	金华市精峰注塑厂（普通合伙）/金华润德塑业有限公司	1,645.07
	5	洪铭齿轮/贝朗齿轮	1,862.01	5	洪铭齿轮/贝朗齿轮	1,253.31

期间	前五大供应商			应付账款、应付票据合计金额前五名供应商		
	序号	供应商名称	采购金额	序号	供应商名称	金额
	合计		**17,125.20**	合计		**9,955.81**
2022 年度	1	露笑科技	3,593.12	1	浙江鸿天	2,485.78
	2	浙江鸿天	2,342.59	2	露笑科技	1,990.60
	3	武翔金属	1,781.05	3	金华市精峰注塑厂（普通合伙）/金华润德塑业有限公司	1,495.91
	4	恒大铝业/浩翔铝业	1,586.11	4	嘉兴创奇电缆有限公司	1,450.94
	5	嘉兴创奇电缆有限公司	1,581.61	5	洪铭齿轮/贝朗齿轮	1,017.09
	合计		**10,884.48**	合计		**8,440.32**

根据上表，报告期各期公司采购金额前五大但期末应付账款、应付票据合计金额未排入前五名的供应商如下：

期间	采购金额排名	供应商名称	结算条款
2025 年 1-6 月	4	嘉兴创奇电缆有限公司	货到票到，入库起 3 个月内
2024 年度	3	武翔金属	货到票到，入库起 1 个月内
	4	洪铭齿轮/贝朗齿轮	货到票到，入库起 4 个月内
2023 年度	2	恒大铝业/浩翔铝业	货送完票到 15 个工作日内银行电汇、电承兑或信用证结清货款。
	4	武翔金属	货到票到，入库起 1 个月内
2022 年度	3	武翔金属	货到票到，入库起 1 个月内
	4	恒大铝业/浩翔铝业	货送完票到 15 个工作日内银行电汇、电承兑或信用证结清货款。

报告期内，前五大供应商中东阳恒钇达/浩翔铝业、武翔金属、嘉兴创奇电缆有限公司、洪铭齿轮/贝朗齿轮采购金额未进入与应付账款、应付票据合计金额前五大名，具体分析如下：

1、恒大铝业/浩翔铝业

2022 年度和 2023 年度前五大供应商恒大铝业/浩翔铝业不是应付账款、应付票据合计金额的前五大供应商，主要系公司对其的付款政策为“货送完票到 15 个工作日内银行电汇、电承兑或信用证结清货款”，付款周期较短，因此 2022 年末、2023 年度末，公司对该供应商的应付账款、应付票据余额较小。2024 年度和 2025 年 1-6 月期间，恒大铝业/浩翔铝业为公司第一大供应商，采购金额增

幅较大，故期末应付余额也相应增长，其应付账款、应付票据合计金额的排名为第 4 名和第 2 名，具有匹配性。

2、武翔金属

报告期各期，武翔金属 2025 年 1-6 月为应付账款、应付票据合计金额的第五大供应商，其余各期不是应付账款、应付票据合计金额的前五大供应商，主要原因为公司对其的付款政策为“货到票到，入库起 1 个月内付款”，付款周期较短，故相应期末未进入应付账款、应付票据合计金额的第五大供应商。

3、嘉兴创奇电缆有限公司

报告期各期末，公司对嘉兴创奇电缆有限公司应付票据金额分别为 801.76 万元、1,052.08 万元、1,374.47 万元、1,098.28 万元，对其的应付账款金额分别为 649.18 万元、660.69 万元、612.67 万元、634.21 万元，分别在报告期各期应付账款、应付票据合计金额供应商的排名为第 4 名、第 3 名、第 2 名和第 6 名，各期采购金额排名为第 5 名、第 6 名、第 5 名和第 4 名，与采购金额排名差异较小，具有匹配性。

4、洪铭齿轮/贝朗齿轮

报告期各期末，公司对洪铭齿轮/贝朗齿轮应付票据金额分别为 588.89 万元、590.00 万元、880.49 万元、1,473.81 万元，对其的应付账款金额分别为 428.20 万元、663.31 万元、708.67 万元、341.63 万元，分别在报告期各期应付账款、应付票据合计金额供应商的排名为第 5 名、第 5 名、第 7 名和第 4 名，与采购金额排名差异较小，具有匹配性。

综上所述，报告期内，主要供应商与应付账款、应付票据对象之间整体匹配，部分不相匹配的原因主要是付款政策差异造成的时间性差异所致，具有合理性。

三、说明银行承兑汇票保证金与应付票据的匹配性，结合货币资金及现金流情况，分析说明相关票据是否存在兑付压力

（一）说明银行承兑汇票保证金与应付票据的匹配性

报告期各期末，银行承兑保证金与应付票据匹配情况如下：

1、2025 年 6 月末

单位：万元

承兑银行	应付票据余额（A）	保证金质押金额（B）	保证金覆盖率（%）（C=B/A）	协议要求担保比例（%）
工商银行	11,416.00	4,828.00	42.29	42.29
兴业银行	8,900.00	2,965.00	33.31	33.00
招商银行	2,000.00	602.01	30.10	30.10
中国银行	8,300.00	1,660.00	20.00	20.00
稠州银行	1,500.00	500.00	33.33	33.00
合计	**32,116.00**	**10,555.01**	**32.87**	

注：保证金质押金额包含质押的银行存款和定期存单金额（不含期末利息），下同。

2、2024 年末

单位：万元

承兑银行	应付票据余额（A）	保证金质押金额（B）	保证金覆盖率（%）（C=B/A）	协议要求担保比例（%）
工商银行	14,010.00	5,572.00	39.77	39.77
农业银行	4,200.00	1,260.00	30.00	30.00
兴业银行	4,187.48	1,420.00	33.91	33.91
招商银行	3,964.41	1,103.00	27.82	27.82
中国银行	5,870.00	1,174.00	20.00	20.00
合计	**32,231.89**	**10,529.00**	**32.67**	

3、2023 年末

单位：万元

承兑银行	应付票据余额（A）	保证金质押金额（B）	保证金覆盖率（%）（C=B/A）	协议要求担保比例（%）
工商银行	9,290.00	7,124.81	76.69	76.69
农业银行	2,900.00	2,444.84	84.30	84.30
兴业银行	1,500.00	500.00	33.33	33.33
招商银行	3,500.00	1,051.50	30.04	30.04
中国银行	6,100.00	1,220.00	20.00	20.00
合计	**23,290.00**	**12,341.15**	**52.99**	

4、2022 年末

单位：万元

承兑银行	应付票据余额（A）	保证金质押金额（B）	保证金覆盖率（%）（C=B/A）	协议要求担保比例（%）
工商银行	11,656.08	5,800.00	49.76	49.76

承兑银行	应付票据余额（A）	保证金质押金额（B）	保证金覆盖率（%）（C=B/A）	协议要求担保比例（%）
农业银行	2,150.00	2,800.43	130.25	100.00
兴业银行	4,100.00	1,300.00	31.71	31.71
招商银行	2,611.02	809.42	31.00	31.00
合计	**20,517.10**	**10,709.84**	**52.20**	

报告期内，发行人与银行约定的保证金比例在 0%、20%、25%、30%、100%不等，发行人按照承兑协议约定的保证金比例和方式进行相应的资金质押，银行承兑保证金质押金额与应付票据金额的比例（即保证金覆盖率）与承兑协议约定相符，具有匹配性。

（二）结合货币资金及现金流情况，分析说明相关票据是否存在兑付压力

报告期各期，货币资金、现金流情况与应付票据余额的情况如下所示：

单位：万元

项目	序号	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
一、货币资金余额	-	22,401.89	24,684.00	15,520.98	7,938.44
其中：现金及现金等价物	A	15,816.77	21,774.90	14,047.34	6,381.46
使用受限货币资金		6,585.12	2,909.10	1,473.64	1,556.99
其中：银行承兑保证金及利息	B	6,585.02	2,909.00	1,473.54	1,462.86
二、定期存款余额	C	18,716.57	7,999.13	11,267.03	9,405.58
三、可用于票据兑付的金额	D=A+B+C	41,118.36	32,683.03	26,787.91	17,249.90
四、应付票据余额	E	32,116.00	32,231.89	23,290.00	20,517.10
五、占比	F=D/E	128.03%	101.40%	115.02%	84.08%
六、经营活动现金流量净额	-	8,415.29	14,214.38	12,061.32	8,971.35

从上表可知，报告期各期末，公司可用于票据兑付的资金占应付票据余额的比例分别为 84.08%、115.02%、101.40%和 128.03%，除 2022 年末外，其余各期末可用于票据兑付的资金占应付票据的余额比例超过 100.00%，现金储备充足。此外，公司经营活动产生的现金流量金额稳定增长，与公司业务发展情况相匹配，公司有较为充足的资金和稳定增长的现金流入兑付后续的到期票据。

综上所述，公司现金流情况良好，资金充裕，相关票据兑付压力较小。

四、说明报告期内货币资金、借款与利息收入、财务费用的匹配性，并结合货币资金和长短期借款情况，说明存贷双高的原因，是否符合行业经营特点

报告期内，公司财务费用构成明细如下：

单位：万元

项目	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
利息支出	186.87	241.47	238.54	357.17
其中：租赁负债利息支出	1.51	1.47	13.36	18.01
减：利息收入	240.04	742.65	368.54	94.94
利息净支出	-53.17	-501.18	-129.99	262.23
汇兑损失	215.71	403.24	1,158.27	965.09
减：汇兑收益	348.91	806.66	1,221.91	1,643.24
汇兑净损失	-133.20	-403.42	-63.64	-678.15
银行手续费	43.17	123.20	71.70	61.01
合计	**-143.19**	**-781.40**	**-121.93**	**-354.91**

（一）利息收入与货币资金匹配情况

报告期内，发行人银行存款主要有两大类：第一类是大额美元账户存款，实际执行中银行会根据美元账户余额情况给予优惠利率，利率一般在 4.5%基础上略有浮动；第二类是按照基准利率存放的活期存款（人民币），根据中国人民银行公布的存款基准利率（报告期内为 0.35%），实际执行中各银行的活期存款利率亦在央行的基准利率基础上略有浮动。

报告期各期，根据公司货币资金金额测算利息收入与账面利息收入对比情况如下：

单位：万元

项目	序号	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
一般活期存款账户年均余额	A	1,294.58	5,773.13	4,030.84	4,104.48
大额美元账户年均余额	B	4,096.97	12,393.93	6,154.78	1,872.95
一般活期存款利率	C	0.35%	0.35%	0.35%	0.35%
大额美元存款利率	D	5.25%	5.25%	5.25%	4.50%
一般活期利息收入（测算）	E=A*C	4.53	20.21	14.11	14.37
大额美元利息收入（测算）	F=B*D	215.09	650.68	323.13	84.28
测算利息收入	G=E+F	219.62	670.89	337.23	98.65

项目	序号	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
账面利息收入	H	240.04	742.65	368.54	94.94
利息差异额	**I=G-H**	**-20.42**	**-71.76**	**-31.31**	**3.70**
差异率	**J=I/H**	**-8.51%**	**-9.66%**	**-8.49%**	**3.90%**

注：年均余额（包括一般活期存款和大额美元账户存款）以月度银行存款余额为基础计算平均值；大额美元存款利率以当期银行给予公司不同美元账户优惠利率为基础计算平均值，随着美元存款余额的增加，银行给予的利率优惠更高。

由上表可见，报告期内，根据公司货币资金金额测算利息收入与账面利息收入的利息差异额分别为 3.70 万元、-31.31 万元、-71.76 万元和-20.42 万元，差异率较小，公司利息收入与货币资金基本匹配。

（二）利息支出与有息负债规模匹配情况

公司利息支出主要包括短期借款、长期借款的利息支出、租赁利息等，以借款利息为主。报告期内，公司借款金额和利息支出金额及变动情况如下表所示：

单位：万元

项目	序号	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
利息支出	A	185.36	240.00	225.19	339.16
资本化利息支出	B	89.14	166.23	183.10	49.47
年均有息负债余额	C	8,804.69	12,519.64	11,173.00	9,705.70
综合平均资金成本	**（A+B）/C**	**3.12%**	**3.24%**	**3.65%**	**4.00%**
合同约定借款利率	-	2.60%-4.00%	3.00%-5.10%	3.20%-5.10%	3.00%-5.85%

注 1：利息支出不含租赁负债利息支出；
注 2：年均有息负债余额以月度有息负债余额为基础计算平均值；
注 3：有息负债包括：短期借款、长期借款、一年内到期的非流动负债借款重分类部分。

由上表可见，报告期各期，公司有息负债的年平均利率（即上表综合平均资金成本）处于公司各期的合同借款利率区间范围之内，公司有息负债与利息支出相匹配。

（三）说明存贷双高的原因，是否符合行业经营特点

报告期各期末，公司货币资金、贷款金额与同行业可比公司对比情况如下：

单位：万元

公司名称	项目	2025/6/30	2024/12/31	2023/12/31	2022/12/31
锐奇股份	货币资金	17,247.18	12,886.74	22,352.98	22,969.40
	贷款余额	-	-	-	-
	存贷比	**0.00%**	**0.00%**	**0.00%**	**0.00%**

公司名称	项目	2025/6/30	2024/12/31	2023/12/31	2022/12/31
开创电气	货币资金	22,004.62	28,110.30	52,222.35	15,155.32
	贷款余额	-	-	-	-
	存贷比	**0.00%**	**0.00%**	**0.00%**	**0.00%**
大叶股份	货币资金	132,060.78	54,977.49	71,926.79	11,303.05
	贷款余额	207,297.37	128,059.38	137,043.01	99,278.93
	存贷比	**156.97%**	**232.93%**	**190.53%**	**878.34%**
康平科技	货币资金	24,448.22	23,458.73	14,361.56	18,187.15
	贷款余额	18,765.73	15,897.40	11,770.33	11,568.88
	存贷比	**76.76%**	**67.77%**	**81.96%**	**63.61%**
平均值	货币资金	48,940.20	29,858.32	40,215.92	16,903.73
	贷款余额	56,515.77	35,989.19	37,203.34	27,711.95
	存贷比	**115.48%**	**120.53%**	**92.51%**	**163.94%**
公司	货币资金	22,401.89	24,684.00	15,520.98	7,938.44
	贷款余额	18,526.85	13,770.22	11,246.43	9,180.17
	存贷比	**82.70%**	**55.79%**	**72.46%**	**115.64%**

注 1：贷款金额=短期借款+长期借款+一年内到期的非流动负债借款部分+未付利息；
注 2：存贷比例=贷款金额/货币资金。

由上表可见，同行业可比公司中锐奇股份和开创电气在报告期各期末均无贷款，主要系上述公司在上市时募集了大额资金，自有资金较为充足，期末并无银行贷款。

报告期各期末，公司存贷比分别为 115.64%、72.46%、55.79%和 82.70%，低于同行业公司大叶股份，总体高于同行业公司康平科技，与康平科技较为接近。综上，公司存贷双高的情形，符合行业经营特点。

报告期各期末，公司持有金额较大货币资金，一方面，系公司经营活动产生的现金流量净额稳定增长，与公司经营业绩相匹配，净利润逐年滚存；另一面，公司为满足固定资产投资、采购规模扩大等资金支付需求，借入了一定规模的银行贷款。

报告期各期末，公司银行贷款金额较大，主要系报告期内，公司重大资本性支出金额分别为 7,306.16 万元、5,064.62 万元和、11,142.25 万元和 5,146.46 万元，金额较大，其中“年产 350 万套智能集成工具生产线建设项目”截至 2025 年 6

月 30 日已累计投入 21,143.53 万元。为充分利用财务杠杆，公司通过贷款解决公司固定资产的长期投入资金问题，因此贷款金额较高。

综上，公司存贷双高的情形，符合公司的实际情况。

五、说明公司资产负债率与同行业差异情况及原因，同时存在长期借款和定期存单的合理性；结合公司的获现能力、应付款项等，说明负债的偿债安排以及还款的资金来源，是否存在期后已到期的负债或逾期的借款

（一）说明公司资产负债率与同行业差异情况及原因，同时存在长期借款和定期存单的合理性

报告期各期末，发行人资产负债率与同行业可比公司对比情况如下：

单位：%

公司	2025 年 6 月 30 日	2024 年 12 月 31 日	2023 年 12 月 31 日	2022 年 12 月 31 日
锐奇股份	17.53	17.15	18.95	17.59
开创电气	21.11	26.41	20.84	30.98
大叶股份	71.63	64.12	73.57	63.58
康平科技	40.24	43.57	33.99	35.94
平均值	37.63	37.81	36.84	37.03
德硕科技	65.88	66.66	65.28	67.34

由上表可见，报告期各期末，发行人资产负债率高于同行业可比公司平均水平，与大叶股份水平相近，高于锐奇股份、开创电气和康平科技。结合上文，发行人资产负债率较高主要系银行贷款金额较大所致，与大叶股份情况相似；发行人银行贷款金额较大，主要系公司重大资本性支出金额较大，为充分利用财务杠杆，公司通过银行贷款解决公司固定资产的长期投入资金问题，因此贷款金额较大、资产负债率较高。

报告期各期末，发行人长期借款和定期存单情况如下：

单位：万元

项目	2025 年 6 月 30 日	2024 年 12 月 31 日	2023 年 12 月 31 日	2022 年 12 月 31 日
长期借款余额	**15,524.51**	**13,169.66**	**6,294.72**	**1,301.38**
其中：项目专项贷款	15,524.51	13,169.66	6,294.72	1,301.38
定期存单余额	**18,716.57**	**7,999.13**	**11,267.03**	**9,405.58**

项目	2025 年 6 月 30 日	2024 年 12 月 31 日	2023 年 12 月 31 日	2022 年 12 月 31 日
其中：用于应付票据保证金部分	4,029.26	7,999.13	11,267.03	9,405.58

注：长期借款余额包含一年内到期的长期借款

从上表可知，报告期各期末，发行人定期存单主要用于开具银行承兑汇票所质押的保证金，金额按照银行承兑协议约定进行开具，定期存单余额、应付票据保证金余额和银行承兑协议基本匹配。应付票据保证金余额和银行承兑协议约定保证金比例的匹配性，详见本问询函回复之“问题 6”之“（2）”之“三、”之“（一）说明银行承兑汇票保证金与应付票据的匹配性”之回复。

报告期各期末，公司长期借款系项目专用贷款，用于“年产 350 万套智能集成工具生产线建设项目”，由于投资金额较大，为充分利用财务杠杆，公司通过长期借款的形式解决公司该项目固定资产的长期投入资金问题。

综上，报告期各期末，发行人资产负债率较高，主要系报告期内公司重大资本性支出金额较大，为充分利用财务杠杆，公司通过银行贷款解决公司固定资产的长期投入资金问题，因此资产负债率较高，符合公司实际情况，具有合理性；报告期各期末，公司长期借款为固定资产投资项目的专项贷款，定期存单主要用于开具银行承兑汇票所质押的保证金，同时存在长期借款、定期存单具有合理性。

（二）结合公司的获现能力、应付款项等，说明负债的偿债安排以及还款的资金来源，是否存在期后已到期的负债或逾期的借款

报告期各期，发行人获现能力、应付款项等具体情况如下：

单位：万元

项目	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
营业收入	51,192.79	96,409.93	80,288.70	72,789.20
销售商品、提供劳务收到的现金	52,767.25	96,163.17	83,637.25	73,390.77
经营活动产生的现金流量净额	8,415.29	14,214.38	12,061.32	8,971.35
货币资金余额 A	22,401.89	24,684.00	15,520.98	7,938.44
定期存单余额 B	18,716.57	7,999.13	11,267.03	9,405.58
应收款项余额 C	26,124.57	23,216.08	18,257.88	17,418.30
主要资金合计余额 D=A+B+C	**67,243.03**	**55,899.20**	**45,045.89**	**34,762.32**
应付账款余额 E	25,543.38	25,541.19	19,265.53	17,700.40
应付票据余额 F	32,116.00	32,231.89	23,290.00	20,517.10

项目	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
短期借款余额 G	3,002.34	600.56	4,951.70	7,878.79
长期借款余额 H	15,524.51	13,169.66	6,294.72	1,301.38
主要负债合计余额 I=E+F+G+H	**76,186.23**	**71,543.30**	**53,801.95**	**47,397.67**
主要资产/负债差异 J=D-I	**-8,943.20**	**-15,644.10**	**-8,756.06**	**-12,635.35**
存货余额 K	20,149.74	21,933.97	16,786.88	16,419.91

注 1：定期存单余额包含计入其他流动资产、一年内到期的非流动资产和债权投资的定期存单部分；长期借款余额包含一年内到期的长期借款。
注 2：应收款项余额包含应收账款、应收票据和应收款项融资。

由上表可见，报告期内，发行人营业收入逐年上升，销售商品、提供劳务收到的现金与营业收入基本相匹配，销售业务能够为发行人提供稳定的现金流入，且经营活动产生的现金流量净额逐年稳定增长。发行人主要资金项目包括货币资金、定期存单和应收账款等，主要负债项目包括应付票据、应付账款和长短期借款等，各期末主要资金合计金额低于主要负债合计金额主要系公司存货金额较高。发行人经营业绩稳定增长，经营活动带来稳定增长的现金净流量，结合主要资金项目情况，能够满足各项负债的到期偿付。

发行人各类负债的偿债安排以及还款的资金来源具体情况如下：

1、应付账款

按照公司与供应商约定信用期和结算方式，在应付账款到期达到付款条件时，按照合同约定的付款方式和比例，支付票据和现汇；资金来源主要包括自有资金和销售商品、提供劳务收到的现金，以及通过银行开具的银行承兑汇票。

2、应付票据

在应付票据到期时，与银行结算应付票据金额，通过现汇结算；资金来源主要包括银行承兑汇票保证金、定期存单、自有资金和销售商品、提供劳务收到的现金等。

3、长短期借款

按照合同约定的借款周期，在借款到期时通过现汇的方式偿还借款本金和剩余利息；资金来源主要包括自有资金和销售商品、提供劳务收到的现金等。

截至 2025 年 8 月末，发行人均按照上述各类负债的偿债安排进行偿付，不

存在已到期未偿付的负债或逾期未偿还的借款情况。

六、核查程序及核查意见

（一）核查程序

针对上述事项，保荐机构及申报会计师执行的核查程序如下：

1、向发行人生产部门、采购部门、财务部等部门人员了解发行人生产经营情况、采购付款流程、主要供应商资金规模、市场地位、采购规模、付款政策、结算方式和付款周期等相关情况；

2、获取报告期各期末发行人应付票据明细表、应付账款明细表、采购明细表和营业成本明细表，分析应付票据、应付账款与采购金额、成本的匹配关系；分析应付票据金额大于应付账款的合理性；

3、获取报告期内发行人主要供应商采购明细，应付票据、应付账款明细表，结合发行人对主要供应商的付款政策、供应商资金规模、市场地位、采购规模等分析主要供应商与应付票据、应付账款对象之间的匹配性；

4、获取发行人报告期各期应付票据台账、银行承兑汇票保证金台账以及对应的银行承兑协议，分析银行承兑汇票保证金与应付票据的匹配关系；结合各期末货币资金、定期存款等余额以及报告期各期经营活动现金流情况，分析各期末应付票据是否存在兑付压力；

5、访谈发行人财务负责人，了解存贷双高的情况和原因；获取报告期内货币资金明细及长短期借款明细，查阅银行借款合同，分析存贷双高的合理性，是否符合行业经营特点；

6、获取报告期货币资金明细账、长短期借款明细账和财务费用明细账，分析货币资金和利息收入、长短期借款和利息支出的匹配性；

7、对比报告期各期末发行人与同行业可比公司的资产负债率情况，分析差异和原因；获取长期借款和定期存单明细，分析同时存在长期借款和定期存单的合理性；

8、访谈发行人财务人员，了解公司针对不同负债项目的偿债安排和还款的资金来源；结合主要负债项目和借款的期后偿还情况，分析是否存在期后已到期

未偿付的负债或逾期未偿还的借款。

（二）核查意见

经核查，保荐机构及申报会计师认为：

1、报告期内，公司应付账款、应付票据与采购金额、成本具备匹配关系，符合公司实际情况，具备合理性；应付票据金额大于应付账款的原因主要系发行人出于减少资金成本的考虑，更倾向于使用结算周期较长的银行承兑汇票方式付款，公司开具的银行承兑汇票付款期限一般为 6 个月，公司在付款期限到期付款后才减少应付票据账面余额，故公司各期末应付票据金额大于应付账款金额，符合公司的实际情况，具有合理性；

2、报告期内，主要供应商与应付账款、应付票据对象之间整体匹配，部分不相匹配的原因主要是付款政策差异造成的时间性差异所致，具有合理性；

3、报告期内，发行人按照承兑协议约定的保证金比例和方式进行相应的资金质押，银行承兑保证金质押金额与应付票据金额的比例（即担保覆盖率）与承兑协议约定相符，具有匹配性；公司现金流情况良好，资金充裕，相关票据兑付压力较小；

4、报告期内，公司利息收入与货币资金基本匹配；报告期各期，公司有息负债的年平均利率处于公司各期的合同借款利率区间范围之内，公司有息负债与利息支出相匹配；公司存贷比低于同行业公司大叶股份，总体高于同行业公司康平科技，与康平科技较为接近，符合行业经营特点；报告期各期末，公司持有金额较大货币资金，一方面，系公司经营活动产生的现金流量净额稳定增长，与公司经营业绩相匹配，净利润逐年滚存；另一面，公司为满足固定资产投资、采购规模扩大等资金支付需求，借入了一定规模的银行贷款。报告期各期末，公司银行贷款金额较大，主要系报告期内，公司重大资本性支出金额较大。为充分利用财务杠杆，公司通过贷款解决公司固定资产的长期投入资金问题，因此贷款金额较高。报告期内，公司存贷双高的情形，符合公司的实际情况；

5、报告期各期末公司资产负债率总体高于同行业可比公司平均水平，与大叶股份水平相近，高于锐气股份、开创电气和康平科技，发行人资产负债率较高，主要系报告期内公司重大资本性支出金额较大，为充分利用财务杠杆，公司通过

银行贷款解决公司固定资产的长期投入资金问题，因此贷款金额较大、资产负债率较高，符合公司实际情况，具有合理性；报告期各期末，公司长期借款为固定资产投资项目的专项贷款，定期存单主要用于开具银行承兑汇票所质押的保证金，同时存在长期借款、定期存单具有合理性；报告期内，发行人经营业绩稳定增长，经营活动带来稳定增长的现金净流量，结合主要资金项目情况，能够满足各项负债的到期偿付；截至 2025 年 8 月末，发行人均按照各类负债的偿债安排进行偿付，不存在已到期未偿付的负债或逾期未偿还的借款情况。

问题 7.在建工程建设成本合理性

根据申请文件：（1）报告期各期末，公司在建工程账面价值分别为 6,593.13 万元、1,512.62 万元和 6,255.58 万元，主要为年产 350 万套智能集成工具生产线建设项目、自动化立体库物流系统集成项目。（2）年产 350 万套智能集成工具生产线建设项目分别于 2022 年、2023 年和 2024 年投入 6,356.99 万元、3,548.31 万元和 8,068.64 万元。（3）年产 350 万套智能集成工具生产线建设项目分别于 2023 年和 2024 年转入固定资产 9,559.99 万元和 2,418.05 万元。（4）2024 年 12 月，公司金桂南路 111 号厂房及办公楼对外出租并计入投资性房地产。

请发行人：（1）结合智能集成工具生产线建设项目的投资金额、立项、开工、计划完工时点、工程进度、作价依据等，说明转固时点、金额、依据及准确性，利息资本化、费用化情况及具体计算依据。（2）说明在建工程转固时点、转固金额及内外部支持性证据。论证是否包含与在建工程无关的支出、资本化利息政策在报告期内是否发生变化，长期借款资本化利息与相关资产购建、当期占用借款金额的匹配性，说明在建工程、固定资产会计处理是否符合《企业会计准则》的规定。（3）说明厂房和试验车间建设项目主要供应商基本情况，是否与发行人及其关联方存在关联关系，发行人采购占供应商同类业务的比重，发行人采购的具体内容、定价方式及价格公允性，在建工程对应采购款的支付对象、具体支付情况与建设进度及合同约定匹配性。（4）说明各年度在建工程的明细情况及变动原因，是否存在混入与在建工程无关支出的情况，相关支出资金的付款对象与合同约定、工程进度是否一致，是否存在提前结算工程款项或虚增工程成本、套取资金体外循环的情形。（5）测算大额在建工程转固后，折旧增加对发行人未来经营业绩的影响，说明 2023 年和 2024 年期末转固资产的具体折旧年限，论证资产折旧年限与同行业可比公司的一致性，说明发行人是否存在通过延长折旧年限少记折旧费用的情形。（6）说明投资性房地产的主要内容、认定依据、履行内部程序、入账成本、初始计量及后续计量模式，折旧摊销政策及其合理性、谨慎性，与转化前计提标准是否存在差异。（7）说明投资性房地产面积、租金价格与相关收入是否匹配，是否发生减值及判断方式，存在闲置房产的情况下进行工程建设的合理性。

请保荐机构、申报会计师核查上述事项，说明核查方法、范围、过程、证

据及结论，并发表明确意见。

回复：

一、结合智能集成工具生产线建设项目的投资金额、立项、开工、计划完工时点、工程进度、作价依据等，说明转固时点、金额、依据及准确性，利息资本化、费用化情况及具体计算依据

（一）结合智能集成工具生产线建设项目的投资金额、立项、开工、计划完工时点、工程进度、作价依据等情况，说明转固时点、金额、依据及准确性

1、智能集成工具生产线建设项目的投资金额、立项、开工、计划完工时点、工程进度、作价依据等情况

年产 350 万套智能集成工具生产线建设项目（即智能集成工具生产线建设项目）位于浙江省金华市永康市西城街道永康高新区金智路 58 号。截至 2025 年 6 月底，项目工程投资预算为 35,000.00 万元，建筑物占地面积 75,518.76 平方米。该项目主要建设内容包括建筑面积为 207,923.82 平方米的新建房屋及建筑物，并配套建设道路围墙、绿化、停车场等设施。年产 350 万套智能集成工具生产线建设项目具体情况如下：

项目	时间/事项说明
项目名称	年产 350 万套智能集成工具生产线建设项目
投资金额	35,000.00 万元
立项	2021 年 4 月 6 日完成立项登记
开工时间	2021 年 11 月
计划完成时点	2023 年 8 月完成 2#厂房及试验车间主体建设工程； 2024 年底完成 2#厂房及试验车间的装修工程； 2025 年底计划完成 3#厂房及办公楼主体建设工程； 2026 年 6 月计划完成 3#厂房及办公楼装修工程。
各期工程进度	截至 2022 年末，项目累计投入 6,550.38 万元，项目整体工程进度为 46.25%； 截至 2023 年末，项目累计投入 10,098.69 万元，项目整体工程进度为 71.30%； 截至 2024 年末，项目累计投入 18,167.33 万元，总预算由 20,000.00 万元变更至 35,000.00 万元，项目整体工程进度 62.29%； 截至 2025 年 1-6 月末，项目累计投入 21,143.53 万元，项目整体工程进度为 72.50%。
作价依据	参照市场价格情况、询价比价情况，经双方协商定价

注：上述各期工程进度按照总预算扣除年产 350 万套智能集成工具生产线建设项目购置的土地使用权金额计算。

2、说明转固时点、金额、依据及准确性

报告期内，公司年产 350 万套智能集成工具生产线建设项目主要在建工程转固金额及具体情况如下：

项目	完工时间	转固时间	转固金额（万元）	占该项目累计金额比例	转固依据
2#厂房主体建设工程	2023 年 8 月	2023 年 8 月	7,992.61	65.27%	消防备案凭证、建筑工程竣工验收备案表等
试验车间主体建设工程	2023 年 8 月	2023 年 8 月	1,491.89	12.18%	
2#厂房装修工程	2024 年 12 月	2024 年 12 月	992.29	8.10%	验收单
试验车间 1-6 楼装修工程	2024 年 12 月	2024 年 12 月	1,139.20	9.30%	验收单
试验车间 7 楼装修工程	2025 年 6 月	2025 年 6 月	266.72	2.18%	验收单
合计	—	—	**11,882.72**	**97.04%**	—

由上表可知，年产 350 万套智能集成工具生产线建设项目中 2#厂房及试验车间主体建设工程于 2023 年 8 月转固，以取得外部消防备案凭证、建筑工程竣工验收备案表等资料作为转固依据，2#厂房及试验车间 1-6 楼装修工程于 2024 年底完工，试验车间 7 楼装修工程于 2025 年 6 月完工，以验收单作为转固依据。相关资产分别于 2023 年 8 月、2024 年 12 月和 2025 年 6 月达到预定可使用状态，公司根据《<企业会计准则第 4 号—固定资产>应用指南》（财会〔2006〕18 号）相关规定，2#厂房及试验车间建设主体建设工程和其装修工程分别于 2023 年 8 月、2024 年 12 月和 2025 年 6 月转入固定资产进行后续核算，并计提折旧。

（二）说明利息资本化、费用化情况及具体计算依据

1、说明利息资本化、费用化情况

报告期内，公司年产 350 万套智能集成工具生产线建设项目建设资金来源为自有资金和银行借款。报告期内，公司年产 350 万套智能集成工具生产线建设项目在建工程利息资本化及费用化情况如下表所示：

单位：万元

项目	2025 年 1-6 月	2024 年	2023 年	2022 年	合计
利息资本化金额（A=B+C）	**89.14**	**166.23**	**183.10**	**49.47**	**487.94**
一般借款利息资本化（B）	-	-	87.74	42.43	130.17

项目	2025 年 1-6 月	2024 年	2023 年	2022 年	合计
专项借款利息支出	221.96	311.17	95.36	7.04	635.53
其中：专项借款利息资本化（C）	89.14	166.23	95.36	7.04	357.77
专项借款利息费用化	132.82	144.95	-	-	277.77

由上表所示，报告期内，年产 350 万套智能集成工具生产线建设项目利息资本化金额包括专项借款利息资本化支出和一般借款利息资本化支出。公司年产 350 万套智能集成工具生产线建设项目专项借款于 2022 年 8 月开始陆续分批借入，专项借款利息费用按照会计准则相关规定进行资本化处理。2022 年度至 2023 年度该项目亦占用一般借款资金，公司按照该项目实际占用一般借款时间、金额，对占用的一般借款期间的利息进行资本化处理。报告期内，公司仅年产 350 万套智能集成工具生产线建设项目存在银行借款利息资本化的情况，其他项目不存在借款费用资本化情况。

（1）专用借款资本化具体情况

公司年产 350 万套智能集成工具生产线建设项目项目专项借款合同分批签订，分批放款，首批款项合同于 2022 年 8 月签订，借款利率为 2.70%-3.90%；截至 2025 年 6 月 30 日，该项目利息资本性支出对应专项借款具体明细情况如下：

单位：万元

资本性明细项目	借款金额	放款期间	转固时点	利息资本化开始时点	利息资本化终止时间
2#厂房及试验车间主体建设工程	500.00	2022 年 8 月	2023 年 8 月	2022 年 8 月	2023 年 8 月
2#厂房及试验车间主体建设工程	500.00	2023 年 1-4 月	2023 年 8 月	2023 年 1-4 月	2023 年 8 月
2#厂房及试验车间主体建设工程	500.00	2023 年 4-5 月	2023 年 8 月	2023 年 4-5 月	2023 年 8 月
2#厂房及试验车间装修工程	600.00	2023 年 5 月	2024 年 12 月	2023 年 5 月	2024 年 12 月
2#厂房及试验车间装修工程	2,119.00	2023 年 6-12 月	2024 年 12 月	2023 年 6-12 月	2024 年 12 月
2#厂房及试验车间装修工程	500.00	2023 年 6-9 月	2024 年 12 月	2023 年 6-9 月	2024 年 12 月
2#厂房及试验车间装修工程	768.00	2023 年 10-12 月	2024 年 12 月	2023 年 10-12 月	2024 年 12 月
2#厂房及试验车间装修工程	1,166.00	2024 年 1-5 月	2024 年 12 月	2024 年 1-5 月	2024 年 12 月
2#厂房及试验车间装修工程	732.00	2024 年 1 月	2024 年 12 月	2024 年 1 月	2024 年 12 月
2#厂房及试验车	1,000.00	2024 年 4-6 月	2024 年	2024 年 4-6 月	2024 年 12 月

资本性明细项目	借款金额	放款期间	转固时点	利息资本化开始时点	利息资本化终止时间
间装修工程			12 月		
2#厂房及试验车间装修工程	1,200.00	2024 年 9 月	2024 年 12 月	2024 年 9 月	2024 年 12 月
2#厂房及试验车间装修工程	2,700.00	2024 年 10-12 月	2024 年 12 月	2024 年 10-12 月	2024 年 12 月
2#厂房及试验车间装修	800.00	2024 年 7-8 月	2024 年 12 月	2024 年 7-8 月	2024 年 12 月
3#厂房及办公楼	300.00	2025 年 1 月	未竣工	2025 年 1 月	/
3#厂房及办公楼	1,650.00	2025 年 1-3 月	未竣工	2025 年 1-3 月	/
3#厂房及办公楼	750.00	2025 年 4-5 月	未竣工	2025 年 4-5 月	/
3#厂房及办公楼	325.00	2025 年 6 月	未竣工	2025 年 6 月	/
合计	**16,110.00**	-	-	-	

（2）一般借款利息资本化情况

2022 年度至 2023 年度，公司年产 350 万套智能集成工具生产线建设项目占用一般借款的具体明细如下：

单位：万元

资本性明细项目	借款金额	放款期间	转固时点	利息资本化开始时点	利息资本化终止时间
2#厂房及试验车间主体建设工程	600.00	2022 年 5 月	2023 年 8 月	2022 年 5 月	2023 年 5 月
2#厂房及试验车间主体建设工程	300.00	2022 年 6 月	2023 年 8 月	2022 年 6 月	2023 年 6 月
2#厂房及试验车间主体建设工程	500.00	2022 年 7 月	2023 年 8 月	2022 年 7 月	2023 年 7 月
2#厂房及试验车间主体建设工程	550.00	2022 年 7 月	2023 年 8 月	2022 年 7 月	2023 年 7 月
2#厂房及试验车间主体建设工程	350.00	2022 年 9 月	2023 年 8 月	2022 年 9 月	2023 年 8 月
2#厂房及试验车间主体建设工程	350.00	2022 年 9 月	2023 年 8 月	2022 年 9 月	2023 年 8 月
2#厂房及试验车间主体建设工程	150.00	2022 年 10 月	2023 年 8 月	2022 年 10 月	2023 年 8 月
2#厂房及试验车间主体建设工程	300.00	2022 年 10 月	2023 年 8 月	2022 年 10 月	2023 年 8 月
2#厂房及试验车间主体建设工程	200.00	2022 年 10 月	2023 年 8 月	2022 年 10 月	2023 年 8 月
2#厂房及试验车间主体建设工程	180.00	2022 年 11 月	2023 年 8 月	2022 年 11 月	2023 年 8 月
2#厂房及试验车间主体建设工程	249.00	2022 年 12 月	2023 年 8 月	2022 年 12 月	2023 年 8 月
2#厂房及试验车间主体建设工程	240.00	2022 年 12 月	2023 年 8 月	2022 年 12 月	2023 年 8 月

资本性明细项目	借款金额	放款期间	转固时点	利息资本化开始时点	利息资本化终止时间
2#厂房及试验车间主体建设工程	161.00	2023 年 1 月	2023 年 8 月	2023 年 1 月	2023 年 8 月
2#厂房及试验车间主体建设工程	127.00	2023 年 1 月	2023 年 8 月	2023 年 1 月	2023 年 8 月
2#厂房及试验车间主体建设工程	540.00	2023 年 1 月	2023 年 8 月	2023 年 1 月	2023 年 8 月
2#厂房及试验车间主体建设工程	134.00	2023 年 3 月	2023 年 8 月	2023 年 3 月	2023 年 8 月
2#厂房及试验车间主体建设工程	98.00	2023 年 3 月	2023 年 8 月	2023 年 3 月	2023 年 8 月
2#厂房及试验车间主体建设工程	106.00	2023 年 5 月	2023 年 8 月	2023 年 5 月	2023 年 8 月
2#厂房及试验车间主体建设工程	50.00	2023 年 7 月	2023 年 8 月	2023 年 7 月	2023 年 8 月
合计	**5,185.00**	-	-	-	-

由上表可知，公司专项借款、一般借款利息资本化开始时点，均按照项目开始时点（即项目支出已发生、购建活动已开始）与已取得借款资金投入占用时点孰晚为准，利息资本化结束时间均按照借款到期时点与占用资金项目转固时点孰早作为结束时点，符合《企业会计准则》的相关规定。

2、利息资本化、费用化具体计算依据

（1）利息资本化、费用化具体内容

报告期内，公司对借款费用资本化的确认原则、资本化期间及借款费用资本化率如下：

项目	具体内容
借款费用资本化的确认原则	公司发生的借款费用，可直接归属于符合资本化条件的资产的购建或者生产的，予以资本化，计入相关资产成本；其他借款费用，在发生时根据其发生额确认为费用，计入当期损益。
借款费用资本化期间	借款费用同时满足下列条件的，开始资本化：①资产支出已经发生，资产支出包括为购建或者生产符合资本化条件的资产而以支付现金、转移非现金资产或者承担带息债务形式发生的支出；②借款费用已经发生；③为使资产达到预定可使用或者可销售状态所必要的购建或者生产活动已经开始。公司购建或者生产符合资本化条件的资产达到预定可使用或者可销售状态时，借款费用停止资本化。符合资本化条件的资产在购建或者生产过程中发生非正常中断、且中断时间连续超过 3 个月的，暂停借款费用的资本化；正常中断期间的借款费用继续资本化。
借款费用资本化率以及资本化金额的计算方法	**专门借款**：专门借款当期实际发生的利息费用，减去尚未动用的借款资金存入银行取得的利息收入或进行暂时性投

项目	具体内容
	资取得的投资收益后的金额予以资本化。 **一般借款**：为购建或者生产符合资本化条件的资产而占用了一般借款的，一般借款应予以资本化的利息金额按累计资产支出超过专门借款部分的资产支出加权平均数乘以所占用一般借款的资本化率，计算确定一般借款应予资本化的利息金额。资本化率应当根据一般借款加权平均利率计算确定。

（2）利息资本化计算依据

1）利息资本化开始时点

根据《企业会计准则第 17 号——借款费用》第五条“借款费用同时满足下列条件的，才能开始资本化：①资产支出已经发生，资产支出包括为购建或者生产符合资本化条件的资产而以支付现金、转移非现金资产或者承担带息债务形式发生的支出；②借款费用已经发生；③为使资产达到预定可使用或者可销售状态所必要的购建或者生产活动已经开始。”

针对公司年产 350 万套智能集成工具生产线建设项目，公司与中国农业银行永康坏城支行于 2022 年 8 月签订了《固定资产借款合同》。年产 350 万套智能集成工具生产线建设项目 2#厂房及试验车间主体建设工程于 2021 年 11 月开工建设，2022 年公司持续投入该项目建设，银行专项借款于 2022 年 8 月开始陆续分批借入，公司开始确认专项借款资本化利息。2022 年 5 月始该项目亦占用了一般借款金额，公司于占用一般借款起始日即确认一般借款利息资本化开始时间。报告期内，公司年产 350 万套智能集成工具生产线建设项目占用的银行借款利息支出开始资本化时点，同时满足项目资产支出已发生、购建活动已开始与借款费用已经生，利息资本化开始时点符合《企业会计准则》的相关规定。

2）利息资本化结束时点

根据《企业会计准则第 17 号——借款费用》第十二条“购建或者生产符合资本化条件的资产达到预定可使用或者可销售状态时，借款费用应当停止资本化。在符合资本化条件的资产达到预定可使用或者可销售状态之后所发生的借款费用，应当在发生时根据其发生额确认为费用，计入当期损益。”

年产 350 万套智能集成工具生产线建设项目于 2021 年 11 月开工，2022 年持续投入建设，当 2023 年 8 月该项目 2#厂房及试验车间主体建设工程完工转固

时，其占用借款的利息支出停止资本化，完成转固后发生的利息支出计入当期损益；2024 年 12 月该项目 2#厂房及试验车间装修工程完工转固时，其占用专项借款利息费用停止资本化，完成转固后发生的利息支出计入当期损益；2024 年公司持续对该项目 3#厂房及办公楼建设投入，截至 2025 年 6 月末，该部分尚未转固，该部分利息仍按照资本化进行处理。

报告期内，公司年产 350 万套智能集成工具生产线建设项目占用的银行借款的利息费用结束资本化时点为购建的相关资产达到预定可使用状态时点，利息资本化结束时点符合《企业会计准则》的相关规定。

综上，报告期内，公司始终保持一致的利息资本化政策，未发生变化；公司利息资本化和费用化金额计算准确，利息资本化的起止时点符合《企业会计准则》的相关规定，利息资本化期间判断准确。

二、说明在建工程转固时点、转固金额及内外部支持性证据。论证是否包含与在建工程无关的支出、资本化利息政策在报告期内是否发生变化，长期借款资本化利息与相关资产购建、当期占用借款金额的匹配性，说明在建工程、固定资产会计处理是否符合《企业会计准则》的规定

（一）说明在建工程转固时点、转固金额及内外部支持性证据

公司主要在建工程具体转固标准和时点情况如下：

类别	转固标准和时点
房屋及建筑物	（1）主体建设工程及配套工程已实质上完工；（2）建造工程在达到预定设计要求，经勘察、设计、施工、监理等单位完成验收；（3）经消防、国土、规划等外部部门验收；（4）建设工程达到预定可使用状态但尚未办理竣工决算的，自达到预定可使用状态之日起，根据工程实际造价按预估价值转入固定资产。
机器设备	（1）对于需要安装调试的在建工程转入的设备，公司以设备完成安装调试时点为达到预定可使用状态，转固依据文件为验收单；（2）对于不需安装即可使用的设备，公司以设备验收时点为达到预定可使用状态，转固依据文件为验收单。

报告期内，公司主要在建工程转固项目为年产 350 万套智能集成工具生产线建设项目，报告期各期公司在建工程转固金额及具体情况详见本问询函回复之“问题 7”之“一、”之“（一）”之“2、说明转固时点、金额、依据及准确性”之回复。

（二）论证是否包含与在建工程无关的支出、资本化利息政策在报告期内是否发生变化，长期借款资本化利息与相关资产购建、当期占用借款金额的匹配性，说明在建工程、固定资产会计处理是否符合《企业会计准则》的规定

1、是否包含与在建工程无关的支出

公司按照项目在建期间发生的必要工程支出以及其他相关费用等各项实际工程支出归集在建工程成本，包括房屋建筑物基础建设工程、装修工程及其他附属设施工程、工程材料款、待安装设备款及安装费等相关费用，严禁将与项目不相关的支出计入在建工程各项目的成本，不存在与在建工程无关的支出，公司与在建工程、固定资产相关的会计处理符合《企业会计准则》的规定，相关政策在报告期内未发生变化。

2、资本化利息政策在报告期内是否发生变化

报告期内，公司利息资本化政策未发生变化。

3、长期借款资本化利息与相关资产购建、当期占用借款金额的匹配性

报告期内，公司在建工程相关的长期借款皆为项目专项借款。报告期内，公司长期借款资本化利息与相关资产购建、当期占用借款金额的匹配性情况如下：

单位：万元

序号	放款日期	利率	借款金额	资本化占用期间	资本化利息（匡算）
1	2022.8.24	3.3%-3.9%	500.00	2022.8-2023.8	25.38
2	2023.1.4-2023.4.10	3.05%-3.9%	500.00	2023.1-2023.8	17.33
3	2023.4.26-2023.5.30	3.05%-3.9%	500.00	2023.4-2023.8	13.06
4	2023.5.29	3.05%-3.9%	600.00	2023.5-2024.12	13.91
5	2023.6.13-2023.12.19	2.7%-3.8%	2,119.00	2023.6-2024.12	48.08
6	2023.6.26-2023.9.26	2.95%-3.9%	500.00	2023.6-2024.12	18.04
7	2023.10.16-2023.12.28	2.7%-3.9%	768.00	2023.10-2024.12	27.77
8	2024.1.8-2024.5.20	3.2%-3.3%	1,166.00	2024.1-2024.12	33.75
9	2024.1.5-2024.5.20	3.3%	732.00	2024.1-2024.12	21.44
10	2024.4.30-2024.6.27	3.05%	1,000.00	2024.4-2024.12	17.74
11	2024.9.4-2024.9.26	3.05%	1,200.00	2024.9-2024.12	25.49
12	2024.10.22-2024.12.25	3.05%	2,700.00	2024.10-2024.12	47.45
13	2024.7.12-2024.8.23	3.05%	800.00	2024.7-2024.12	21.52

序号	放款日期	利率	借款金额	资本化占用期间	资本化利息（匡算）
14	2025.1.8	3.05%	300.00	2025.1-2025.6	4.36
15	2025.1.20-2025.3.24	3.05%	1,650.00	2025.1-2025.6	19.73
16	2025.4.29-2025.5.27	2.80%	750.00	2025.4-2025.6	2.98
17	2025.6.26	2.80%	325.00	2025.6-2025.6	0.12
合计		**-**	**16,110.00**	**-**	**358.15**

由上表可知，按照长期借款放款日期、利率、借款金额、资本化占用期间匡算的资本化利息合计为358.15万元，与公司账面专项借款利息资本化金额357.77万元相比，差异额仅 0.38 万元，差异较小。报告期内，公司长期借款资本化利息与在建工程购建、当期占用借款金额具有匹配性。

综上，报告期内，公司在建工程、固定资产会计处理符合《企业会计准则》的规定。

三、说明厂房和试验车间建设项目主要供应商基本情况，是否与发行人及其关联方存在关联关系，发行人采购占供应商同类业务的比重，发行人采购的具体内容、定价方式及价格公允性，在建工程对应采购款的支付对象、具体支付情况与建设进度及合同约定匹配性

（一）说明厂房和试验车间建设项目主要供应商基本情况，是否与发行人及其关联方存在关联关系，发行人采购占供应商同类业务的比重

报告期内，公司建设项目为“年产350万套智能集成工具生产线建设项目”，包含 2#厂房、3#厂房、试验车间和办公楼，上述建设项目主要供应商包括主体建设工程施工方、混凝土供应商、螺纹钢供应商等。报告期内，公司向该项目主要供应商采购金额较高，具体情况如下：

单位：万元

主要供应商	采购内容	累计采购金额（不含税）	主体建设工程投入金额占比
永康市金建建设工程有限公司	主体建设工程	8,939.63	51.15%
浙江东创建筑材料有限公司	混凝土	2,546.27	14.57%
浙江长同贸易有限公司	螺纹钢	1,855.92	10.62%
合计	**-**	**13,341.82**	**76.34%**

注：永康市金建建设工程有限公司简称金建建设，浙江东创建筑材料有限公司简称东创建筑，浙江长同贸易有限公司简称长同贸易，下同。

报告期内，上述主要供应商的基本情况如下：

项目	具体内容
名称	永康市金建建设工程有限公司
实际控制人	吕征宇
成立日期	2011-10-18
主营业务及相关资质	房屋建筑业，建筑工程施工总承包三级、建筑装修装饰工程专业承包二级、安全生产许可证等专业资质
主要人员	吕征宇持股 51%，胡晓芳持股 49%；
注册资本	600 万元人民币
股东及主要人员是否与公司股东、董监高、员工重合或存在关联关系	否
发行人采购占其同类业务比例	2022 年-2025 年 6 月 30 日期间，金建建设承包执行的德硕科技建筑工程施工项目的建筑面积占该期间金建建设所有承包执行的建筑工程施工项目总建筑面积的比例约为 40.00%

续上表

项目	具体内容
名称	浙江东创建筑材料有限公司
实际控制人	武义县人民政府国有资产监督管理办公室
成立日期	2019-05-28
主营业务及相关资质	商品混凝土及其原材料生产、销售及咨询；水泥制品生产、销售；建材制造、加工、销售
主要人员	武义交通旅游投资建设集团有限公司持股 67%，武义县桐琴开发建设有限公司持股 33%；
注册资本	6000 万元人民币
股东及主要人员是否与公司股东、董监高、员工重合或存在关联关系	否
发行人采购占其同类业务比例	2022 年-2025 年 6 月 30 日期间，公司采购混凝土金额约占东创建筑混凝土销售额 3%~4%

续上表

项目	具体内容
名称	浙江长同贸易有限公司
实际控制人	徐屠姮
成立日期	2022-10-14
主营业务及相关资质	建筑材料销售；金属材料销售；金属制品销售；家用电器销售等
主要人员	上海五佳物资有限公司持股 80%，金宇持股 20%；

项目	具体内容
注册资本	2000 万人民币
股东及主要人员是否与公司股东、董监高、员工重合或存在关联关系	否
发行人采购占其同类业务比例	2022 年-2025 年 6 月 30 日期间，公司采购螺纹钢金额约占长同贸易螺纹钢销售额 0.50%~1.00%

经核查，金建建设、东创建筑、长同贸易与发行人及其关联方不存在关联关系，不存在异常资金往来。

（二）发行人采购的具体内容、定价方式及价格公允性，在建工程对应采购款的支付对象、具体支付情况与建设进度及合同约定匹配性

1、发行人采购的具体内容、定价方式及价格公允性

报告期内，公司向金建建设、东创建筑、长同贸易采购主体建设工程、混凝土、螺纹钢主要参照市场价格情况、询价比价情况，经双方协商定价，采购价格公允。具体情况如下：

（1）公司向金建建设采购主体建设工程定价方式及价格公允性

2#厂房和试验车间开工前，公司分别向无关联关系的施工单位进行询价以确定 2#厂房和试验车间的承包方，询价单位包括金建建设、浙江中恺装饰工程有限公司（以下简称“中恺装饰”）和浙江九金装饰工程有限公司（以下简称“九金装饰”）。经询价，金建建设、中恺装饰、九金装饰对公司 2#厂房项目的报价（包工包料价格）分别为 900 元/平方米、930 元/平方米、955 元/平方米，对试验车间项目的报价（包工价格）分别为 290 元/平方米、300 元/平方米、320 元/平方米。公司综合考虑各询价单位的项目经验、响应速度、配合程度、报价和服务管理等因素，选择金建建设作为 2#厂房和试验车间的施工方。由于各询价单位的报价总体差异较小，金建建设的报价具有公允性。

3#厂房和办公楼开工前，公司分别向无关联关系的施工单位进行询价以确定 3#厂房和办公楼的承包方，询价单位包括永金建建设、中恺装饰和浙江省东阳市大铭建设有限公司（以下简称“大铭建设”）。经询价，金建建设、中恺装饰、大铭建设对公司 3#厂房项目建设的报价（包工价格）分别为 272.70 元/平方米、275.50 元/平方米、276.20 元/平方米，对办公楼项目的报价（包工价格）分别为 303.00 元/平方米、308.00 元/平方米、305.00 元/平方米。公司综合考虑各询价单

位的项目经验、响应速度、配合程度、报价和服务管理等因素，选择金建建设作为 3#厂房和办公楼的施工方。由于各询价单位的报价总体差异较小，金建建设的报价具有公允性。

上述询价单位的基本情况如下：

公司名称	成立日期	注册资本	所属地区	主要人员	该公司及其主要人员与公司及其主要人员是否存在关联关系
金建建设	2011-10-18	600 万元人民币	浙江省金华市永康市	吕征宇持股 51%，胡晓芳持股 49%；吕征宇任执行董事、经理，胡嵩军任监事	否
中恺装饰	2009-12-03	5008 万元人民币	浙江省金华市永康市	胡恺持股 70%，胡林利持股 30%；胡恺任董事、经理，胡林利任监事	否
九金装饰	2009-05-19	2180 万元人民币	浙江省金华市永康市	金朝阳持股 90%，方桂芳持股 10%；方桂芳任执行董事、经理，金朝阳任监事	否
大铭建设	2011-03-15	600 万元人民币	浙江省金华市东阳市	陈娟持股 80%，王文中持股 20%；陈娟任执行董事，王文中任监事	否

根据上述询价情况可知，金建建设报价与其他询价单位的报价总体差异较小，金建建设报价价格具有公允性。

（2）公司向东创建筑采购混凝土的定价方式及价格公允性

报告期内，公司向东创建筑采购混凝土主要参考武义县住房和城乡建设局发布的《常用材料价格信息》混凝土政府指导价格，一般下浮 10%-20%比例进行采购。

混凝土具有大宗商品属性，近年来由于国内房地产市场下行波动，混凝土行业总体供给大于需求，导致混凝土供应商间竞争加剧，故各厂商采购价格一般在政府指导价格基础上下浮一定比例进行采购。

例如，根据公开披露信息，永坚新材在《首次公开发行股票并在主板上市申请文件审核问询函的回复》中披露显示，“公司在与客户签订的商品混凝土销售

合同中，约定公司商品混凝土按照实际供货数量结算，价格按照公司所处地区的商品混凝土信息指导价格基础上下浮一定比例确定”。“公司所在地区商品混凝土市场信息价参考绍兴市住房和城乡建设局每月发布的商品混凝土市场信息价”。“公司与中晨建设在2020年4月签订的供砼合同，信息价下浮比例为15%；而与新呈建设在2022年1月签订的供砼合同，信息价下浮比例为19%。”可见，报告期内，公司向东创建筑采购混凝土在政府指导价格基础上下浮 10%-20%进行采购，符合混凝土行业惯例。

若剔除下浮比例影响，报告期各期，公司向东创建筑采购混凝土采购单价与市场公开价格的对比情况如下：

单位：元/m³

年度	采购单价（不含税）	公开市场平均单价	价格差异率	采购额（万元）（不含税）
2025年1-6月	371.53	352.63	5.36%	358.15
2024年度	411.84	392.68	4.88%	1,498.37
2023年度	450.42	428.37	5.15%	108.47
2022年度	492.09	468.96	4.93%	491.81
合计				**2,546.27**

注 1：当年公开市场平均单价=(∑每月各强度类型混凝土采购量*《常用材料价格信息》混凝土每月市场指导价)/∑各强度类型混凝土采购量得出，信息来源于武义县住房和城乡建设局发布的《常用材料价格信息》混凝土市场指导价格等公开信息，下同；
注 2：采购单价为剔除下浮比例的影响。

由上表所示，若剔除下浮比例因素影响，报告期内，公司向东创建筑采购混凝土采购单价与公开市场价格差异率较小，在5%左右，公司向东创建筑采购混凝土采购单价较为公允。

（3）公司向长同贸易采购螺纹钢定价方式及价格公允性

报告期内，公司向长同贸易采购螺纹钢主要参考“我的钢铁网”等公开市场价格进行采购。报告期内，公司向长同贸易采购螺纹钢采购单价与公开市场价格的对比情况如下：

单位：元/吨

年度	螺纹钢规格	采购单价（不含税）	公开市场平均单价	价格差异率	采购金额（万元）（不含税）
2025年1-6月	Φ10E	3,051.08	3,054.57	-0.11%	61.52
	Φ25E	3,004.96	2,963.34	1.40%	43.33

年度	螺纹钢规格	采购单价（不含税）	公开市场平均单价	价格差异率	采购金额（万元）（不含税）
	Φ12E	3,049.57	3,000.00	1.65%	5.03
	小计				**109.87**
2024 年度	Φ25E	3,093.28	3,029.44	2.11%	475.17
	Φ12E	3,173.19	3,159.52	0.43%	267.25
	Φ10E	3,228.01	3,212.67	0.48%	251.53
	Φ8E	3,196.79	3,188.79	0.25%	190.57
	Φ10	3,111.01	3,091.71	0.62%	156.16
	Φ22E	3,033.57	3,005.14	0.95%	148.25
	Φ20E	3,000.94	2,957.33	1.47%	98.93
	Φ18E	3,003.72	2,973.07	1.03%	77.10
	Φ16E	3,109.63	3,003.22	3.54%	49.49
	Φ6E	3,517.91	3,474.47	1.25%	16.01
	Φ14E	3,105.89	3,070.80	1.14%	9.03
	Φ12	3,207.54	3,176.99	0.96%	6.55
	小计				**1,746.05**
合计					**1,855.93**

注：公开市场平均单价为“我的钢铁网”获取的公司采购螺纹钢当日（工作日，顺延至上个工作日）对应杭州市场建筑钢材价格行情数据的年平均值。

由上表所示，公司向长同贸易采购螺纹钢的采购单价与公开市场价格差异率很小，均未超过 5%，公司向长同贸易采购螺纹钢价格公允。

综上，公司向金建建设、东创建筑、长同贸易采购的主体建设工程、混凝土、螺纹钢的采购价格具备公允性。

2、在建工程对应采购款的支付对象、具体支付情况与建设进度及合同约定匹配性

截至 2025 年 6 月 30 日，公司对上述供应商的支付对象、具体支付情况与工程进度及合同约定具体情况如下：

（1）金建建设

报告期内，公司向金建建设采购各厂房、试验车间及办公楼主体建设工程的支付对象、具体支付情况与建设进度及合同约定匹配情况如下：

单位：万元

对应工程	支付对象	合同内容-付款周期	合同金额（含税）	付款金额	工程进度	支付进度（截至报告期末）	付款进度与合同付款周期进度匹配情况
2#厂房	金建建设	工程进度款按工程量每月支付（首次支付时，另支付合同价款的 2%的安全防护、文明施工措施费）、支付上个月经分项验收合格后已完成工程款（包括经审核的工程变更）的 70%；初步验收后 7 天内支付至累计完成总工程款的 80%；竣工验收后 7 天内支付至总工程款的 97%，3%质保维修金待约定的质量缺陷期满后 1 个月结清	6,271.34	6,209.84	100.00%	99.02%	基本一致，截至 2025 年 6 月末已完成竣工验收
3#厂房-A 区	金建建设	1、按合同约定的建设进度分期付款，累计支付 75%（每完成一楼层浇筑支付 15%，共计 4 层，屋面层结构浇筑完成支付 15%），厂房砌砖完成对应区域支付工程价款的 14%；2、竣工初验合格后支付合同总价款的 7%的工程款，合格验收后 3 个月内开具工程决算款发票，并在 3 个月支付至对应区域工程决算款的 97%；3、验收合格一年后支付 1.5%工程决算款；5、剩余 1.5%工程款在竣工验收合格二年后付清	1,133.15	1,008.50	89.00%	89.00%	一致，截至 2025 年 6 月末总体完成进度 100%，待竣工初验
3#厂房-B 区	金建建设	1、按合同约定的建设进度分期付款，累计支付 75%（每完成一楼层浇筑支付 15%，共计 4 层，屋面层结构浇筑完成支付 15%），厂房砌砖完成对应区域支付工程价款的 14%；2、竣工初验合格后支付合同总价款的 7%的工程款，合格验收后 3 个月内开具工程决算款发票，并在 3 个月支付至对应区域工程决算款的 97%；3、验收合格一年后支付 1.5%工程决算款；5、剩余 1.5%工程款在竣工验收合格二年后付清	1,425.62	1,261.67	88.75%	88.50%	基本一致，截至 2025 年 6 月末总体完成进度 88.75%
试验车间	金建建设	1、按合同约定的建设进度分期付款，累计支付 86%；2、竣工初验合格后支付合同总价款的 7%的工程款，合格验收后 3 个月内开具工程决算款发票，并在 3 个月支付至对应区域工程决算款的 97%；3、验收合格一年后支付 1.5%工程决算款；4、剩余 1.5%工程款在竣工验收合格二年后付清	457.96	444.22	100.00%	97.00%	基本一致，截至 2025 年 6 月末已完成竣工验收
办公楼	金建建设	1、按合同约定的建设进度分期付款，累计支付 88%；2、办公楼竣工初验合格后支付办公楼工程价款的 7%的工程款，合格验收后 3 个月内开具工程决算	570.99	542.44	95.00%	95.00%	一致，截至 2025 年 6 月末总体完成进度 100%，初验收完成，待竣工验收

对应工程	支付对象	合同内容-付款周期	合同金额（含税）	付款金额	工程进度	支付进度（截至报告期末）	付款进度与合同付款周期进度匹配情况
		款发票（3%增值专用税发票）并在 3 个月支付至办公楼工程决算款的 97%；3、验收合格一年后支付 1.5%办公楼工程决算款；4、剩余 1.5%工程款在竣工验收合格二年后付清					

注：工程进度由公司、金建建设、监理单位共同出具的《工程进度表》进行确认；

根据上表可知，公司向金建建设采购各厂房、试验车间及办公楼主体建设工程的支付对象、具体支付情况与建设进度及合同约定情况基本匹配，无较大差异。

（2）东创建筑、长同贸易

报告期内，公司对东创建筑、长同贸易采购混凝土、螺纹钢的支付对象、具体支付情况及合同约定匹配情况如下：

单位：万元

付款对象	采购内容	累计交付合同金额（含税）	付款金额	支付进度（截至报告期末）
东创建筑	混凝土	2,877.29	2,776.19	96.49%
长同贸易	螺纹钢	2,097.20	2,097.20	100.00%

注：截至 2025 年 7 月 31 日，公司向东创建筑累计支付金额 2,877.29 万元，支付进度 100%。

如上表所示，公司对东创建筑、长同贸易主要内容为混凝土、螺纹钢，公司根据工程建设需求，向上述供应商采购工程材料，并根据合同约定付款周期付款，可见公司向东创建筑、长同贸易付款进度、付款金额与合同约定情况相匹配。

综上，公司对年产 350 万套智能集成工具生产线建设项目对应采购款的支付对象、具体支付情况与建设进度及合同约定相匹配。

四、说明各年度在建工程的明细情况及变动原因，是否存在混入与在建工程无关支出的情况，相关支出资金的付款对象与合同约定、工程进度是否一致，是否存在提前结算工程款项或虚增工程成本、套取资金体外循环的情形

（一）说明各年度在建工程的明细情况及变动原因，是否存在混入与在建工程无关支出的情况

1、在建工程各年度的明细情况及变动原因

报告期内，公司的在建工程主要为年产 350 万套智能集成工具生产线建设项目及自动化立体库物流系统集成项目，相关明细情况变动如下：

（1）2025 年 1-6 月

单位：万元

项目	期初余额	本期增加	本期转固	期末余额
年产 350 万套智能集成工具生产线建设项目	6,189.30	2,976.20	266.72	8,898.78
自动化立体库物流系统集成项目	-	-	-	-
合计	**6,189.30**	**2,976.20**	**266.72**	**8,898.78**

（2）2024 年度

单位：万元

项目	期初余额	本期增加	本期转固	期末余额
年产 350 万套智能集成工具生产线建设项目	538.71	8,068.64	2,418.05	6,189.30
自动化立体库物流系统集成项目	559.91	699.07	1,258.98	-
合计	**1,098.62**	**8,767.71**	**3,677.03**	**6,189.30**

（3）2023 年度

单位：万元

项目	期初余额	本期增加	本期转固	期末余额
年产 350 万套智能集成工具生产线建设项目	6,550.38	3,548.31	9,559.99	538.71
自动化立体库物流系统集成项目	-	559.91	-	559.91
合计	**6,550.38**	**4,108.22**	**9,559.99**	**1,098.62**

（4）2022 年度

单位：万元

项目	期初余额	本期增加	本期转固	期末余额
年产 350 万套智能集成工具生产线建设项目	193.40	6,356.99	-	6,550.38
自动化立体库物流系统集成项目	-	-	-	-
合计	**193.40**	**6,356.99**	**-**	**6,550.38**

报告期内，公司在建工程主要为年产 350 万套智能集成工具生产线建设项目、自动化立体库物流系统集成项目。

2022 年末主要在建工程余额上升 6,356.99 万元，主要系年产 350 万套智能集成工具生产线建设项目 2#厂房及试验车间主体建设工程投入增加所致；2023 年末公司主要在建工程余额下降 5,451.76 万元，主要系年产 350 万套智能集成工具生产线建设项目中 2#厂房及试验车间主体建设工程转入固定资产 9,559.99 万元所致；2024 年末公司在建工程余额上升 5,090.68 万元，主要系年产 350 万套智能集成工具生产线建设项目中 3#厂房及办公楼、自动化立体库物流系统集成

项目在 2024 年增加投入所致；2025 年 6 月末公司在建工程金额较 2024 年末上升 2,709.48 万元，主要系年产 350 万套智能集成工具生产线建设项目中 3#厂房及办公楼主体建设工程仍处于建设中，需持续大额投入，2025 年上半年度公司对其新增投入 2,976.20 万元所致。

综上所述，报告期内，发行人在建工程余额变动的主要原因系因公司持续对年产 350 万套智能集成工具生产线建设项目进行建设投入，不同年度项目分批陆续完工达到预计可使用状态转入固定资产，导致在建工程余额呈现波动，不存在混入与在建工程无关支出的情况。

2、是否存在混入与在建工程无关支出的情况

根据《企业会计准则第 4 号—固定资产》及应用指南的相关规定：外购固定资产的成本，包括购买价款、相关税费、使固定资产达到预定可使用状态前所发生的可归属于该项资产的运输费、装卸费、安装费和专业人员服务费等。自行建造固定资产的成本，由建造该项资产达到预定可使用状态前所发生的必要支出构成。报告期内，公司按照项目归集相应的成本，在建工程相应项目的主要内容包括厂房建设的基建工程款、配套设施费、待安装设备的采购款、勘察费、设计费、监理费等，各项支出的入账依据如下：

（1）基建工程款：根据施工合同约定服务内容，凭工程进度确认表、消防备案凭证、建筑工程竣工验收备案表等、付款凭证、发票等支出入账；

（2）设备款：凭采购合同、付款凭证、发票、资产进货单、仪器设备验收单等支出入账；

（3）配套设施费：主要系配电、围墙等零星工程，根据合同、付款凭证、发票、验收单等支出入账；

（4）其他费用：主要系勘测费、设计费、监理费等其他费用，根据合同、付款凭证、发票、监理报告等支出入账。

报告期内，公司在建工程的费用归集合规、合理，均为建造该项目达到预定可使用状态前所发生的必要支出，不存在其他无关成本费用混入在建工程的情形。

公司的在建工程以项目为基础进行归集，均已建立台账，及时记录相关合同

信息、发票信息及支付信息等内容，工程支出已经相关管理层审批。公司在建工程均可以单独区分，根据合同、发票、工程进度确认表、仪器设备验收单等原始凭据确认在建工程入账价值，均系在建工程建设直接相关的必要支出，未涉及与在建工程无关的支出。

（二）相关支出资金的付款对象与合同约定、工程进度是否一致，是否存在提前结算工程款项或虚增工程成本、套取资金体外循环的情形

1、相关支出资金的付款对象与合同约定、工程进度是否一致

报告期内，公司主要在建工程项目为年产 350 万套智能集成工具生产线建设项目和自动化立体库物流系统集成项目。

年产 350 万套智能集成工具生产线建设项目相关支出资金的付款对象与合同约定、工程进度保持一致，具体分析详见本问询函回复之“问题 7”之“三、”之“（二）发行人采购的具体内容、定价方式及价格公允性，在建工程对应采购款的支付对象、具体支付情况与建设进度及合同约定匹配性”之回复。

公司自动化立体库物流系统集成项目主要采购内容包含立体库货架、托盘式堆垛机、出入库运输系统、信息化管控平台等。报告期内，公司自动化立体库物流系统集成项目相关支出资金的付款对象与合同约定、安装进度具体情况如下：

单位：万元

设备名称	支付对象	主要内容	合同付款周期	合同金额（含税）	付款金额	安装进度	支付进度（截至报告期期末）	付款进度与合同付款周期进度匹配情况
自动化立体库物流系统集成项目	北京强伍智能科技有限公司	托盘式货架、托盘式堆垛机、出入库运输系统、信息化管控平台等	1、合同签字生效后 3 个工作日内，支付合同总金额的 30%；2、合同范围内第一批货物发货前，甲方厂验合格后 10 个工作日内，支付合同总金额的 15%；3、合同范围内主要设备（堆机及天地轨、货架、钢平台、提升机及输送线）到达甲方现场后 10 个工作日内，支付合同总金额的 15%；4、合同范围内所有设备安装调试完毕后 10 个工作日内，支付合同总金额的 15%；5、联合调试完成后进入试运行阶段，试运行 3 个月后进行最终	1,406.00	1,265.40	100.00%	90.00%	基本一致，截至 2025 年 6 月末已完成验收

设备名称	支付对象	主要内容	合同付款周期	合同金额（含税）	付款金额	安装进度	支付进度（截至报告期期末）	付款进度与合同付款周期进度匹配情况
			验收，系统最终验收后 3 个工作日内，支付合同总金额的 15%；6、其余合同尾款 10%，作为质量保证金，一年质保期结束之日起 10 个工作日内支付					
		堆高车上货需求增补设备	所有设备安装调试完毕后 10 个工作日支付全部费用	8.65	8.65	100.00%	100.00%	一致，截至 2025 年 6 月末已完成验收
		托盘提升机区域联动快速门增补设备	增补协议签字生效后 3 个工作日内，公司收到对应金额的增值税专用发票后，支付协议金额的 50%；所有设备调试完毕，公司收到对应金额的增值税专用发票后，支付协议金额的剩余 50%	8.00	8.00	100.00%	100.00%	一致，截至 2025 年 6 月末已完成验收
合计				**1,422.65**	**1,281.05**	**100.00%**	**90.12%**	**-**

由上表所示，公司自动化立体库物流系统集成项目相关支出资金的付款对象与合同约定、安装进度基本一致。

2、是否存在提前结算工程款项或虚增工程成本、套取资金体外循环的情形

公司严格按照合同约定的账户或付款对象通过银行转账进行支付，并聘请了第三方监理公司出具监理报告，支出的付款对象与合同约定保持一致；公司根据合同约定的阶段以及工程实际进度支付相应款项，并保留了相应的工程设备合同、仪器设备验收单、发票、银行回单、工程进度确认表、消防备案凭证、建筑工程竣工验收备案表等支持文件，公司相关支出资金的付款时间与合同约定、实际工程进度基本保持一致。

报告期内，公司工程款项的转固时点符合《企业会计准则》的要求，且相关内控设置能够有效防范提前结算工程款项或虚增工程成本、套取资金的情形。报告期内，公司在建工程转固后不存在较大的期后调整，不存在提前结算工程款，不存在虚增工程成本、套取资金体外循环的情形。

五、测算大额在建工程转固后，折旧增加对发行人未来经营业绩的影响，说明 2023 年和 2024 年期末转固资产的具体折旧年限，论证资产折旧年限与同行业可比公司的一致性，说明发行人是否存在通过延长折旧年限少记折旧费用的情形

（一）测算大额在建工程转固后，折旧增加对发行人未来经营业绩的影响

截至 2025 年 6 月 30 日，公司主要在建工程金额及预计未来投入金额如下：

单位：万元

项目	原值			折旧年限
	2025 年 6 月 30 日	后续预计投入	预计转固	
年产 350 万套智能集成工具生产线建设项目	8,898.78	6,000.00	14,898.78	20 年

公司年产 350 万套智能集成工具生产线建设项目 3#厂房及办公楼主体工程预计 2025 年 12 月末完工转固，其装修工程预计 2026 年 6 月末完工转固。根据公司的固定资产折旧政策，折旧费用增加额对公司未来经营业绩的影响如下：

单位：万元

项目	2026 年	2027 年及以后
拟计提年度折旧费用增加额	475.00	591.35
影响利润总额①	-475.00	-591.35
影响所得税费用②	-71.25	-88.70
影响净利润额③=①-②	**-403.75**	**-502.64**

由上表可知，2026 年、2027 年及以后年度拟计提年度折旧费用增加额对净利润的影响分别为 403.75 万元、502.64 万元，占比 2024 年度净利润比例分别为 5.58%、6.94%，占比较低，对利润影响较小；另一方面，报告期内，公司产能分别为 263.38 万台、263.38 万台、303.77 万台和 160.55 万台，营业收入分别 72,789.20 万元、80,288.70 万元、96,409.93 万元和 51,192.79 万元，净利润分别 4,500.12 万元、6,091.31 万元、7,240.38 万元和 4,428.55 万元，随着产能的提升、销售规模扩大，盈利能力逐步提升，大额在建工程转固后，带来的产能增加幅度明显，公司产能利用率及产销率均保持较高水平，能够提升公司未来经营业绩，使得 2026 年和 2027 年及以后年度拟计提年度折旧费用增加额对净利润的影响占未来年度净利润比例更低。综上，大额在建工程转固后，折旧增加对公司未来经营业绩的影响较小。

（二）说明 2023 年和 2024 年期末转固资产的具体折旧年限，论证资产折旧年限与同行业可比公司的一致性，说明发行人是否存在通过延长折旧年限少记折旧费用的情形

公司 2023 年和 2024 年期末转固的资产主要系房屋及建筑物、机器设备，公司转固资产使用寿命、残值率、折旧方法与同行业可比公司的对比情况如下：

类别	可比公司	折旧方法	折旧（摊销）年限（年）	残值率（%）	年折旧（摊销）率（%）
房屋及建筑物	锐奇股份	年限平均法	20	5.00	4.75
	大叶股份	年限平均法	10-20	5.00	4.75-9.50
	开创电气	年限平均法	30	5.00	3.17
	康平科技	年限平均法	20-40	0-10.00	2.50-5.00
	本公司	**年限平均法**	**20**	**5.00**	**4.75**
机器设备	锐奇股份	年限平均法	5-10	5.00	9.50-19.00
	大叶股份	年限平均法	5-10	5.00	9.50-19.00
	开创电气	年限平均法	5-10	5.00	9.50-19.00
	康平科技	年限平均法	3-10	0-10.00	9.00-33.33
	本公司	**年限平均法**	**5-10**	**5.00**	**9.50-19.00**

注：数据来源于同行业可比公司公开披露资料。

由上表可知，公司在建工程转为固定资产后使用寿命、残值率、折旧方法与同行业可比公司相比不存在重大差异，发行人不存在通过延长折旧年限少记折旧费用的情形。

六、说明投资性房地产的主要内容、认定依据、履行内部程序、入账成本、初始计量及后续计量模式，折旧摊销政策及其合理性、谨慎性，与转化前计提标准是否存在差异

（一）说明投资性房地产的主要内容、认定依据、履行内部程序、入账成本、初始计量及后续计量模式

1、主要内容

报告期内，公司投资性房地产的主要内容如下：

单位：万元

出租内容	地址	类型	原值	报告期覆盖期间
金碧大厦 20 楼西	永康市五洲路 129 号	房屋建筑物	652.63	2022 年 1 月 -2025 年 6 月

出租内容	地址	类型	原值	报告期覆盖期间
城西新区金桂南路厂房及办公楼	永康市城西新区金桂南路 111 号	房屋建筑物	5,849.61	2025 年 1 月-2025 年 6 月
城西新区金桂南路土地	永康市城西新区金桂南路 111 号	土地使用权	2,080.60	2025 年 1 月-2025 年 6 月
合计			**8,582.84**	-

注：其中城西新 2 号厂房第 4 层 11,026.58 平方米租期于 2025 年 7 月 1 日开始起租。

2、认定依据、履行内部程序、入账成本、初始计量及后续计量模式

（1）认定依据

根据《企业会计准则第 3 号——投资性房地产》第二条和第三条规定，投资性房地产是指为赚取租金或资本增值，或两者兼有而持有的房地产，包括已出租的土地使用权、持有并准备增值后转让的土地使用权、已出租的建筑物。

根据《企业会计准则第 3 号——投资性房地产》第十三条规定，企业有确凿证据表明房地产用途发生改变，满足下列条件之一的，应当将其他资产转换为投资性房地产：（三）自用土地使用权停止自用，用于赚取租金或资本增值。（四）自用建筑物停止自用，改为出租。

报告期内，公司持有的上述房屋建筑物为已出租的房屋建筑物、已出租土地使用权以及以出租为目的持有的房屋建筑物，该类房屋建筑物及对应土地认定为投资性房地产，符合《企业会计准则》相关规定。

（2）履行内部程序

1）金碧大厦 20 楼西为公司基于其优越的地理位置所购置的资产，初衷在于借助其区位优势，增强对高端人才的吸引力、招聘竞争力，将其规划为公司营销中心永康市总部中心办事处，后续未达到预期目的。公司为提升资产效率、增加公司收益，经总经理审批后，公司将相关自用房产对外出租，并于租赁开始日将出租部分转为投资性房地产计量。

2）2024 年 8 月起公司陆续搬入新厂房，城西新区金桂南路厂房及办公楼暂时闲置。公司为提升资产使用效率、增加公司收益，经总经理审批后，将其对外出租以赚取租金。

（3）入账成本、初始计量及后续计量模式

根据《企业会计准则第 3 号——投资性房地产》第七条和第十四条规定，投资性房地产应当按照成本进行初始计量，在成本模式下，应当将房地产转换前的账面价值作为转换后的入账价值。公司投资性房地产以转换前的账面价值进行初始确定，符合《企业会计准则》相关规定。

根据《企业会计准则第 3 号——投资性房地产》第九条规定，企业应当在资产负债表日采用成本模式对投资性房地产进行后续计量，采用成本模式计量的建筑物的后续计量，适用《企业会计准则第 4 号——固定资产》，采用成本模式计量的土地使用权的后续计量，适用《企业会计准则第 6 号——无形资产》。公司对投资性房地产均采用成本模式进行后续计量，并遵循固定资产折旧政策和无形资产摊销政策，符合《企业会计准则》相关规定。

根据《企业会计准则第 3 号——投资性房地产》第十二条规定，企业对投资性房地产的计量模式一经确定，不得随意变更。公司投资性房地产按成本模式进行后续计量，未发生变更。

综上，公司投资性房地产入账成本、初始计量及后续计量模式均符合会计准则相关规定。

（二）折旧摊销政策及其合理性、谨慎性，与转化前计提标准是否存在差异

1、折旧政策及其合理性、谨慎性，与转化前计提标准不存在差异

报告期内，公司与同行业可比公司固定资产—房屋建筑物折旧政策比较情况如下：

可比公司	折旧方法	折旧年限（年）	残值率（%）	年折旧率（%）
锐奇股份	年限平均法	20	5.00	4.75
开创电气	年限平均法	30	5.00	3.17
大叶股份	年限平均法	10-20	5.00	4.75-9.50
康平科技	年限平均法	20-40	0-10.00	2.50-5.0
本公司	**年限平均法**	**20**	**5.00**	**4.75**

如上表所示，公司与同行业可比公司固定资产—房屋建筑物折旧政策比较，

不存在明显异常的情形，具有合理性、谨慎性。

2、摊销政策及其合理性、谨慎性，与转化前计提标准不存在差异

报告期内，公司与同行业可比公司无形资产—土地使用权摊销政策比较情况如下：

可比公司	摊销方法	摊销年限（年）	残值率
锐奇股份	直线法	50	0
开创电气	直线法	权证所载年限	0
大叶股份	直线法	34-50 年，依据相关法律规定的使用年限确定	0
康平科技	直线法	50/按合同（权属证书）约定使用年限	0
本公司	**直线法**	**50/权证所载年限**	**0**

如上表所示，公司与同行业可比公司无形资产—土地使用权摊销政策比较，不存在明显异常的情形，具有合理性、谨慎性。

综上，公司的投资性房地产，转化前采用成本模式计量，相应的折旧摊销遵循固定资产和无形资产的折旧摊销政策，转化后亦采用成本模式计量，折旧摊销亦遵循固定资产和无形资产政策，转化前后的计提标准不存在差异。

七、说明投资性房地产面积、租金价格与相关收入是否匹配，是否发生减值及判断方式，存在闲置房产的情况下进行工程建设的合理性

（一）投资性房地产面积、租金价格与相关收入是否匹配

1、投资性房地产面积与相关收入的匹配情况

报告期内，公司投资性房地产面积与相关收入情况如下：

租赁物名称	年度	租金收入（万元）	租赁面积（平方米）	平均月租金（万元/月）	单位租金（元/平方米/天）
金碧大厦 20 楼西	2022 年	25.10	946.93	2.09	0.74
	2023 年	25.10	946.93	2.09	0.74
	2024 年	25.10	946.93	2.09	0.74
	2025 年 1-6 月	12.26	946.93	2.04	0.72
	合计	**87.56**	**946.93**	**2.08**	**0.73**
城西新区金桂南路厂房及办公楼	2025 年 1-6 月	354.01	51,774.68	59.00	0.37

2、投资性房地产租金价格与当地租金水平比较情况

（1）金碧大厦 20 楼西

公司投资性房地产金碧大厦位于永康市总部中心（永康市总部中心位于永康市五湖路，为永康市的核心商务区），通过检索网络公开租房数据，对比公司该投资性房地产周边目前的出租信息，公司的租金价格与周边出租价格基本一致，价格较为合理，周边办公楼出租价格具体情况如下：

租赁地址	租赁面积（㎡）	租金（万元/月）	平均租金（元/平方米/天）	数据来源
永康市总部中心	965.00	2.20	0.76	58 同城
永康市总部中心	960.00	2.08	0.72	58 同城
永康市总部中心	700.00	1.68	0.71	58 同城
平均值	**908.33**	**1.99**	**0.73**	**-**
公司	**946.93**	**2.09**	**0.73**	**-**

（2）城西新区金桂南路厂房及办公楼

公司投资性房地产城西新区金桂南路厂房及办公楼，位于永康市城西区金桂南路 111 号，靠近花川工业区和城西工业区。通过检索网络公开租房数据，对比公司该投资性房地产周边目前的出租信息，周边办公楼出租价格具体情况如下：

租赁地址	租赁面积（㎡）	租金（万元/月）	平均租金（元/平方米/天）	数据来源
永康市城西工业区	8,000.00	14.00	0.58	58 同城
永康市花川工业区	2,400.00	2.40	0.33	58 同城
永康市城西工业区	1,300.00	1.46	0.37	58 同城
永康市花川工业区	900.00	0.90	0.33	58 同城
永康市城西工业区	740.00	0.68	0.31	58 同城
平均值	**908.33**	**1.99**	**0.38**	**-**
公司	**62,801.33**	**70.49**	**0.37**	**-**

由上表所示，城西新区金桂南路厂房及办公楼出租单价位于周边租金单价范围内，与平均出租单价基本一致，不存在明显异常。

综上，公司投资性房地产面积、租金价格与相关收入具有匹配性。

（二）是否发生减值及判断方式

根据《企业会计准则第 8 号——资产减值》的规定，企业应当在资产负债表

日判断资产是否存在可能发生减值的迹象。长期资产于资产负债表日存在减值迹象的，应当进行减值测试。减值测试结果表明资产的可收回金额低于其账面价值的，按其差额计提减值准备并计入减值损失。可收回金额为资产的公允价值减去处置费用后的净额与资产预计未来现金流量的现值两者之间的较高者。

报告期各期末，公司对投资性房地产是否存在减值迹象的判断过程如下：

序号	准则相关规定	公司具体情况	是否存在减值迹象
1	资产的市价当期大幅度下跌，其跌幅明显高于因时间的推移或者正常使用而预计的下跌	公司投资性房地产均处于正常使用状态，其资产的市价不存在大幅度下跌的情形	否
2	企业经营所处的经济、技术或者法律等环境以及资产所处的市场在当期或者将在近期发生重大变化，从而对企业产生不利影响	公司所处的经济、技术或者法律等环境以及资产所处的市场在当期或者近期无重大变化	否
3	市场利率或者其他市场投资报酬率在当期已经提高，从而影响企业计算资产预计未来现金流量现值的折现率，导致资产可收回金额大幅度降低	公司所处市场利率如中国人民银行人民币贷款基准利率未在报告期内出现重大变化。	否
4	有证据表明资产已经陈旧过时或者其实体已经损坏	公司投资性房地产成新率略低，但均可正常使用，不存在已经陈旧过时或者其实体已经损坏的情形	否
5	资产已经或者将被闲置、终止使用或者计划提前处置	公司投资性房地产处于正常使用状态，不存在已经或者将被闲置、终止使用或者计划提前处置的情形	否
6	企业内部报告的证据表明资产的经济绩效已经低于或者将低于预期，如资产所创造的净现金流量或者实现的营业利润（或者亏损）远远低于（或者高于）预计金额等	报告期内，公司投资性房地产的获利能力良好，资产获利能力及预计未来现金流情况良好，经营性现金净流量持续为正，不存在净现金流量或者实现的营业利润远远低于预计金额的情形	否
7	其他表明资产可能已经发生减值的迹象	公司不存在其他表明投资性房地产可能已经发生减值的迹象	否

如上表所示，报告期内，公司投资性房地产不存在减值迹象，因此公司未计提投资性房地产减值准备，符合《企业会计准则》的规定。

（三）存在闲置房产的情况下进行工程建设的合理性

近年来，随着下游市场需求快速增长，公司整体生产经营规模持续扩大。由于公司位于金桂南路 111 号的城西新区金桂南路厂房及办公楼面积相对有限，生产设备放置空间不足，该厂区整体产能已无法满足下游客户对公司产品采购量的增长。为解决产能不足的问题，保障业绩可持续发展，公司在金智路 58 号购置

土地并新建厂房。2024 年，位于新厂区的 2#厂房建设完成后，公司于 2024 年下半年将旧厂区全部生产设备搬迁至新厂区 2#厂房，搬迁完成后，2024 年度公司产能由 2023 年度的 279.07 万套增长至 303.77 万套，实现了产能的初步扩充。然而，随着下游客户需求的增加，2024 年度，公司整体产量达到 366.34 万套，产能利用率超过 120%，产能整体仍较为饱和。为进一步解决产能不足的问题，公司计划以本次发行上市为契机，开展执行募投项目“新增年产 350 万套智能集成工具生产线技改项目”，拟利用新厂区 3#厂房、办公楼等，通过购置生产设备及软件，新增生产线，进一步扩充生产能力，充分解决现有产能较为饱和的问题。

综上所述，公司新厂区建设活动是出于扩充产能、保障业绩可持续发展的正常业务需求而发生，具备合理性。同时，为保证生产协同效应，公司将全部生产设备及各职能部门搬迁至新厂区；为充分利用旧厂区闲置房产，提升资产使用效率，同时增加公司收益，公司将旧厂区整体对外出租以赚取租金。未来，如公司下游行业需求不断增长，使得新厂区整体产能亦无法满足客户需求的情况下，公司将重新启用旧厂区，新增生产设备，持续扩充产能，推动公司业绩持续发展。

八、核查程序及核查意见

（一）核查程序

针对上述事项，保荐机构及申报会计师执行的核查程序如下：

1、访谈发行人管理层，了解在建工程转固时点及作价依据，在建工程核算内容，是否包含与在建工程无关的支出，是否存在提前结算工程款或虚增工程、套取资金体外循环的情形；

2、获取发行人智能集成工具生产线建设项目工程台账，查阅相关合同、凭证、发票、付款回单、竣工验收备案表、建设工程竣工验收消防备案凭证、工程进度确认表等资料，了解项目的投资金额、立项、计划完工时点、工程进度等；

3、获取发行人银行借款合同，检查专用于固定资产建设的借款以及在建工程占用的一般借款的情况，了解发行人资本化利息政策，确认资本化利息政策在报告期内是否发生变化，测算资本化利息和费用化利息金额的准确性，与借款金额是否匹配；

4、了解公司在建工程和固定资产相关成本的归集的会计政策以及在建工程

转固依据，检查、复核公司固定资产会计处理以及转固时点的准确性、及时性，相关会计处理是否符合《企业会计准则》及其他相关规定；了解发行人的折旧年限及确定依据，并与同行业可比公司进行比较分析，研判是否合理；

5、对于报告期内转固的房屋建筑物，核查在建工程结转固定资产的时点是否恰当，转固依据是否合理，是否达到可使用状态，核查结转金额与验收资料、发票、付款金额是否相符；

6、检查主要在建工程入账原始凭证，判断在建工程是否核算与工程建设无关的费用；

7、对主要在建工程供应商实施了走访，了解其成立时间、注册资本、股权结构、主营业务、双方合作具体内容、定价方式、发行人采购金额占供应商同类业务比重、与发行人及其关联方是否存在关联关系或潜在关联关系等；

8、通过公开渠道查询公司在建工程主要施工方金建建设及其他主要供应商的基本信息，并与公司的股东及其亲属信息、员工名单、关联方信息进行匹配，核查公司在建工程主要供应商与公司是否存在关联关系；

9、对主要供应商实施函证程序，确认发行人采购金额的准确性；

10、查阅公司在建工程施工单位遴选时的询价单，对比分析公司在建工程造价的公允性；分析公司与其他主要供应商的交易定价方式及价格公允性，通过公开渠道查询在建工程询价单位、主要供应商的基本信息，并与公司的股东及其亲属信息、员工名单、关联方信息进行匹配，核查上述公司与公司是否存在关联关系；

11、获取发行人各年度在建工程的明细，分析报告期各年度变动原因，确认是否存在混入与在建工程无关支出的情况；对报告期内增加或减少的主要在建工程，检查相应记账凭证、合同、验收报告、支付单据等资料，复核发行人采购内容、付款对象、付款金额与建设进度和合同约定内容是否相匹配，是否存在提前结算工程款项或虚增工程成本、套取资金体外循环的情形；

12、测算大额在建工程转固后折旧增加情况，分析增加的折旧对发行人未来经营业绩的影响；查阅发行人与同行业可比公司关于固定资产折旧的具体折旧年限，判断其是否符合企业会计准则的相关规定，是否与同行业可比公司具有一致

性；判断发行人是否存在通过延长折旧年限少记折旧费用的情形；

13、获取报告期内投资性房地产明细账，了解投资性房地产的具体情况、了解投资性房地产的会计政策、折旧方法、折旧年限和预计净残值情况；获取并查阅发行人的房屋/土地租赁协议，与其出租的投资性房地产明细相互验证，相关出资资产是否符合投资性房地产的定义；

14、复核投资性房地产应计提的折旧/摊销，与账面是否存在重大差异，复核投资性房地产的会计处理是否准确，是否符合《企业会计准则》的相关要求；对比分析公司与同行业可比公司固定资产折旧或无形资产摊销的计提政策，确认是否与同行业可比公司固定资产折旧或无形资产摊销的计提政策存在重大差异；

15、获取投资性房地产出租情况，测算投资性房地产面积、租金价格与相关收入的匹配性；将发行人投资性房地产租金价格与当地租金水平进行比较，分析租赁价格的公允性；

16、对公司投资性房地产实施实地监盘，了解发行人判断投资性房地产是否存在减值迹象的内外部信息，结合出租情况等信息，评估管理层对减值迹象的判断是否恰当；

17、访谈公司管理层，了解存在闲置房产的情况下进行工程建设的原因，研判其合理性。

（二）核查意见

经核查，保荐机构及申报会计师认为：

1、报告期内，发行人在建工程项目转固及时、金额准确，转固依据满足《企业会计准则》的规定，具备合理性；报告期内，公司专项借款、一般借款利息资本化开始时点，均按照项目开始时点（即项目支出已发生、购建活动已开始）与已取得借款资金投入占用时点孰晚为准，利息资本化结束时间均按照借款到期时点与占用资金项目转固时点孰早作为结束时点；报告期内，公司始终保持一致的利息资本化政策，未发生变化；报告期内，公司利息资本化和费用化金额计算准确，利息资本化的起止时点符合《企业会计准则》的相关规定，利息资本化期间判断准确；

2、报告期内，发行人在建工程中，类型为房屋及建筑物的在建工程转固时点为竣工验收且达到预定可使用状态，以取得外部消防备案凭证、建筑工程竣工验收备案表等资料作为转固依据；类别为机器设备和装修工程的在建工程转固时点为达到预定可使用状态，以验收单作为转固依据，在建工程转固金额准确，符合企业会计准则的相关规定；报告期内，公司在建工程转固金额不包含在建工程无关的支出，相关政策在报告期内未发生变化，公司长期借款资本化利息与在建工程购建、当期占用借款金额具有匹配性，资本化利息政策未发生变化，公司在建工程、固定资产会计处理准确，符合《企业会计准则》的规定；

3、发行人主要供应商与发行人及其关联方不存在关联关系；发行人建设项目采购的主要内容为主体建设工程、混凝土、螺纹钢等，定价方式主要参照市场价格情况、询价比价情况，经双方协商定价，采购价格公允；报告期内，发行人对年产 350 万套智能集成工具生产线建设项目对应采购款的支付对象、具体支付情况与建设进度及合同约定具有匹配性；

4、报告期内，发行人在建工程余额变动的主要原因系因公司持续进行年产 350 万套智能集成工具生产线建设项目建设投入，不同年度项目分批陆续完工达到预计可使用状态转入固定资产，导致在建工程余额呈现波动，不存在混入与在建工程无关支出的情况；报告期内，公司在建工程的费用归集合规、合理，均为建造该项目达到预定可使用状态前所发生的必要支出，不存在其他无关成本费用混入在建工程的情形；报告期内，发行人主要在建工程项目的相关支出资金的付款对象与合同约定、工程进度一致，公司在建工程转固后不存在较大的期后调整，不存在提前结算工程款项或虚增工程成本、套取资金体外循环的情形；

5、发行人大额在建工程转固后增加的折旧对发行人未来经营业务的预计影响较小；2023 年和 2024 年发行人期末在建工程转为固定资产后的使用寿命、残值率、折旧方法与同行业可比公司相比不存在重大差异，发行人不存在通过延长折旧年限少记折旧费用的情形；

6、发行人投资性房地产的主要内容为已出租的房屋建筑物、已出租土地使用权以及以出租为目的持有的房屋建筑物，该类房屋建筑物及对应土地认定为投资性房地产，符合《企业会计准则》相关规定，发行人已履行相关内部程序，认定依据合理准确；报告期内，公司投资性房地产入账成本、初始计量及后续计量

模式符合会计准则相关规定；公司的投资性房地产转化前采用成本模式计量，相应的折旧摊销遵循固定资产和无形资产的折旧摊销政策，转化后亦采用成本模式计量，折旧摊销亦遵循固定资产和无形资产政策，与转化前计提标准不存在差异；

7、报告期内，发行人投资性房地产租金价格与相关收入具备匹配性，投资性房地产使用状况良好，未发生减值迹象，公司未计提投资性房地产减值准备，符合《企业会计准则》的规定；报告期内，公司存在闲置房产的情况下进行工程建设主要系城西新区金桂南路厂房及办公楼面积相对有限，无法满足下游客户对公司产品采购量的增长，公司为解决产能不足的问题，保障业绩可持续发展，在金智路 58 号购置土地新建厂房后搬入使用，致使城西新区金桂南路厂房及办公楼暂时闲置；为充分利用旧厂区闲置房产，提升资产使用效率，同时增加公司收益，公司将旧厂区整体对外出租以赚取租金。因此公司在存在闲置厂房的情况下进行工程建设系出于扩充产能、保障业务可持续发展的正常业务需求而发生，具备合理性。

问题 8.其他财务问题

（1）存货跌价准备计提充分性

根据申请文件，报告期各期末，公司存货账面价值分别为 15,617.59 万元、15,455.29 万元和 20,196.41 万元，占资产总额的比例分别为 20.28%、17.18%和 17.50%，存货跌价准备金额分别为 802.31 万元、1,331.59 万元和 1,737.55 万元。请发行人：①结合最近一期末存货的期后销售情况、退换货、存货销售价格等因素，说明最近一期末存货金额大幅增长的原因。②区分 ODM 产品和自有品牌、有无订单支持说明存货跌价准备的具体计算方法，结合存货构成、库龄、通用性、产品升级对存货需求变动影响分析存货跌价准备计提的充分性。③区分境内外说明对各类存货盘点的具体情况，包括盘点时间、地点、人员、范围、各类存货盘点方法、程序、盘点比例、存货账实相符情况、盘点结果处理情况，说明公司存货管理相关内部控制及有效性。

回复：

一、结合最近一期末存货的期后销售情况、退换货、存货销售价格等因素，说明最近一期末存货金额大幅增长的原因

2024 年末，库存商品、发出商品账面余额及期后销售结转情况如下：

单位：万元

类别	期末结存金额	期后销售对应存货金额	期后销售比例
库存商品	10,740.36	8,782.84	81.77%
发出商品	1,273.80	1,181.76	92.77%
合计	**12,014.16**	**9,964.60**	**82.94%**

注：期后结转情况统计至 2025 年 6 月末。

由上表可知，截至 2025 年 6 月 30 日，发行人最近一年末，库存商品、发出商品期后销售结转的比例分别为81.77%和92.77%，合计期后结转比例为82.94%，期后销售结转比例较高，期后结转情况较好，不存在长期呆滞的情况。

2015 年 1-6 月，公司退换货金额及占比情况如下：

单位：万元

项目	2025 年 1-6 月
退换货金额	218.11

项目	2025 年 1-6 月
主营业务收入	50,201.01
占比	**0.43%**

由上表可知，截至 2025 年 6 月末，公司 2024 年期末退货金额为 218.11 万元，占主营业务收入的比例为 0.43%，公司退换货比例很小。公司退换货金额主要系产品存在质量瑕疵问题，发生退货时，公司冲减相关的营业收入和营业成本。公司退换货金额较小，占主营业务收入的比例很低，不存在通过期后退货调节经营业绩的情况。

公司主要产品 2024 年末期后销售价格情况如下：

单位：元/台

产品类别	期末存货单位成本	2025 年 1-6 月销售均价
交流电动工具	222.70	271.96
锂电电动工具	183.53	214.33

由上表可知，公司主要产品期后销售价格均高于期末存货单位成本，不存在期后需要大幅计提存货跌价的情况。

公司 2024 年末存货账面余额 21,933.97 万元，较 2023 年末增长 30.66%，主要系随着报告期内，公司基本处于满负荷生产状态，随着公司产能大幅提升 15.34%以及产量大幅提升 31.27%，公司相应增加了原材料、库存商品等存货规模以满足对客户订单的交付需求。

此外，2024 年年末，公司在手订单为 25,838.02 万元，较 2023 年大幅增长 101.30%，与存货的增加趋势相匹配。

综上，公司最近一期期末存货与当期末在手订单相匹配；存货期后销售情况良好，最近一期末存货金额大幅增长具有合理性。

二、区分 ODM 产品和自有品牌、有无订单支持说明存货跌价准备的具体计算方法，结合存货构成、库龄、通用性、产品升级对存货需求变动影响分析存货跌价准备计提的充分性

（一）区分 ODM 产品和自有品牌、有无订单支持说明存货跌价准备的具体计算方法

1、存货的跌价计提政策情况

公司在资产负债表日的存货按成本与可变现净值孰低计量，存货成本高于其可变现净值的，计提存货跌价准备，计入当期损益。在确定存货的可变现净值时，以取得的可靠证据为基础，并且考虑持有存货的目的、资产负债表日后事项的影响等因素。

（1）产成品、商品和用于出售的材料等直接用于出售的存货，在正常生产经营过程中，以该存货的估计售价减去估计的销售费用和相关税费后的金额确定其可变现净值。为执行销售合同或者劳务合同而持有的存货，以合同价格作为其可变现净值的计量基础；如果持有存货的数量多于销售合同订购数量，超出部分的存货可变现净值以一般销售价格为计量基础。用于出售的材料等，以市场价格作为其可变现净值的计量基础。

（2）需要经过加工的材料存货，在正常生产经营过程中，以所生产的产成品的估计售价减去至完工时估计将要发生的成本、估计的销售费用和相关税费后的金额确定其可变现净值。如果用其生产的产成品的可变现净值高于成本，则该材料按成本计量；如果材料价格的下降表明产成品的可变现净值低于成本，则该材料按可变现净值计量，按其差额计提存货跌价准备。

（3）本公司一般按单个存货项目计提存货跌价准备；对于数量繁多、单价较低的存货，按存货类别计提。

（4）资产负债表日如果以前减记存货价值的影响因素已经消失，则减记的金额予以恢复，并在原已计提的存货跌价准备的金额内转回，转回的金额计入当期损益；如果以前计提存货跌价准备的存货予以销售，则在原已计提的存货跌价准备的金额内转销，转销的金额计入当期损益。

2、存货跌价准备的具体计算方法

基于谨慎性原则，公司结合 ODM 产品和自有品牌、存货使用状态、库龄及是否有订单支持对于各类存货分析计提存货跌价准备，具体情况如下：

存货明细	存货跌价准备计提方法
库存商品	公司综合考虑历史积压、报废处理和同行业计提情况，对于库龄在 1 年以上的 ODM 产品，按照 35%比例计提存货跌价准备；对于库龄在 1 年以上的线下自有品牌交流电动工具产品，根据 50%计提存货跌价准备；对于库龄在 1 年以上的线下自有品牌锂电电动工具产品，根据 70%计提存货跌价准备。
在产品	
原材料	对于库龄在 1 年以内的能够正常投入生产的原材料，不计提存货跌价准备。但基于谨慎性原则，对于库龄在 1-2 年的按照 50%计提存货跌价准备，对于库龄超过 2 年的原材料进行全额计提跌价。
半成品	对于尚需要继续加工的金工车间铁件半成品，由于其出售废品价值较低，对于库龄超过一年的存货全额计提减值。对于金工车间铝件半成品，由于铝件可以回炉融化成铝，考虑铝回收价值、人工费用等，可变现净值约半成品价值的 60%，故对库龄一年以上的铝件半成品按照 40%计提存货跌价准备。对于电机车间的半成品，考虑主要材料漆包线的回收价值、人工费用等，对于一年以上的自制半成品按照 60%计提存货跌价准备。
发出商品	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：①为执行销售合同或者劳务合同而持有的存货，以合同价格作为其可变现净值的计量基础；如果持有存货的数量多于销售合同订购数量；②超出部分的存货可变现净值以一般销售价格为计量基础。
委托加工物资	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。如果用其生产的产成品的可变现净值高于成本，则该材料按成本计量；如果材料价格的下降表明产成品的可变现净值低于成本，则该材料按可变现净值计量，按其差额计提存货跌价准备。
合同履约成本	

报告期内，公司上述可变现净值确认方法保持一贯性原则，未发生改变。

公司与同行业可比公司存货跌价准备计提政策如下所示：

公司名称	计提原则	计提对象界定方法和可变现净值确定依据
锐奇股份	资产负债表日，存货成本高于其可变现净值的，计提存货跌价准备，计入当期损益。	为生产而持有的材料等，用其生产的产成品的可变现净值高于成本的，该材料仍然按照成本计量；材料价格的下降表明产成品的可变现净值低于成本的，该材料按照可变现净值计量；为执行销售合同或者劳务合同而持有的存货，其可变现净值以合同价格为基础计算。持有存货的数量多于销售合同订购数量的，超出部分的存货的可变现净值以一般销售价格为基础计算。
大叶股份	资产负债表日，存货采用成本与可变现净值孰低计量，按照成本高于可变现净值的差额计提存货跌价	直接用于出售的存货，在正常生产经营过程中以该存货的估计售价减去估计的销售费用和相关税费后的金额确定其可变现净值；需要经过加工的存货，在正常生产经营过程中以所生产的产成品的估计售价减去至完工时估计将要发生的成本、估计的销售费用和相关税费后的金额确定其可变现净值；资产负债表日，同一项存货中一部分有合同价格约定、其他部分不存在合同价格的，分别确定其可变现净值，并与

公司名称	计提原则	计提对象界定方法和可变现净值确定依据
	准备。	其对应的成本进行比较，分别确定存货跌价准备的计提或转回的金额。
开创电气	资产负债表日，存货应当按照成本与可变现净值孰低计量。当存货成本高于其可变现净值的，应当计提存货跌价准备。	产成品、库存商品和用于出售的材料等直接用于出售的商品存货，在正常生产经营过程中，以该存货的估计售价减去估计的销售费用和相关税费后的金额，确定其可变现净值；需要经过加工的材料存货，在正常生产经营过程中，以所生产的产成品的估计售价减去至完工时估计将要发生的成本、估计的销售费用和相关税费后的金额，确定其可变现净值；为执行销售合同或者劳务合同而持有的存货，其可变现净值以合同价格为基础计算，若持有存货的数量多于销售合同订购数量的，超出部分的存货的可变现净值以一般销售价格为基础计算。以组合计提存货跌价准备的：1 年以上库龄无订单覆盖的，按成本的 30%作为存货的可变现净值。
康平科技	在资产负债表日，存货按照成本与可变现净值孰低计量。当其可变现净值低于成本时，提取存货跌价准备。	有订单的库存商品，按照订单价确定预计售价并计提跌价准备；对于无订单的部分，若该部分存货公司管理层预计有期后销售计划，根据期后销售计划进行重新估价（按如下顺序确定：客户的销售预测及最新报价、资产负债表日前后最新的销售价、管理层基于销售预测和市场判断确定不存在减值、管理层预计可折价处理或改良销售的折扣价），并计提跌价准备。对于无订单且无期后销售计划的部分，如公司管理层预计后期无转让价值的存货，公司基于谨慎性原则对该等存货全额计提跌价准备。原材料：在资产负债表日对于为生产而持有的材料等基于销售预测下的常规备货，公司根据最近的销售价格或最新的供应商供货价格确认原材料的预计价格；对暂时无生产需求的原材料，公司重新评估（考虑货龄、市场需求等因素）这部分原材料是否可用，给出合理的估价，并据此计提跌价准备。其中对生产中预计不再需要，并且无使用价值和转让价值的原材料，公司基于谨慎性原则对该等存货全额计提跌价准备。
本公司	资产负债表日，按成本与可变现净值孰低计量，存货成本高于其可变现净值的，计提存货跌价准备，计入当期损益。	产成品、商品和用于出售的材料等直接用于出售的存货，在正常生产经营过程中，以该存货的估计售价减去估计的销售费用和相关税费后的金额确定其可变现净值；为执行销售合同或者劳务合同而持有的存货，以合同价格作为其可变现净值的计量基础；如果持有存货的数量多于销售合同订购数量，超出部分的存货可变现净值以一般销售价格为计量基础。用于出售的材料等，以市场价格作为其可变现净值的计量基础；需要经过加工的材料存货，在正常生产经营过程中，以所生产的产成品的估计售价减去至完工时估计将要发生的成本、估计的销售费用和相关税费后的金额确定其可变现净值。如果用其生产的产成品的可变现净值高于成本，则该材料按成本计量；如果材料价格的下降表明产成品的可变现净值低于成本，则该材料按可变现净值计量，按其差额计提存货跌价准备；以组合计提存货跌价准备的原材料、半成品、库存商品基于库龄确定存货可变现净值。

报告期各期末，公司与同行业可比公司存货跌价准备计提比例对比如下：

公司简称	证券代码	2025年6月30日	2024年12月31日	2023年12月31日	2022年12月31日
锐奇股份	300126.SZ	6.98%	8.37%	5.73%	5.04%
开创电气	301448.SZ	7.17%	9.28%	11.02%	8.23%
大叶股份	300879.SZ	4.84%	2.15%	2.13%	0.62%
康平科技	300907.SZ	8.17%	8.00%	5.44%	4.58%
平均值		**6.79%**	**6.95%**	**6.08%**	**4.62%**
德硕科技		**8.67%**	**7.92%**	**7.93%**	**4.89%**

注：上述数据来源于同行业可比公司公开披露资料。

由上表可知，报告期各期末，公司存货跌价准备计提比例高于同行业可比公司平均值，公司存货跌价准备计提政策更为谨慎。

（二）结合存货构成、库龄、通用性、产品升级对存货需求变动影响分析存货跌价准备计提的充分性

报告期各期末，公司存货结构及跌价明细列示如下：

单位：万元

项目	2025年6月30日		
	账面余额	存货跌价准备或合同履约成本减值准备	账面价值
原材料	5,855.76	715.89	5,139.87
在产品	3,318.75	98.06	3,220.69
库存商品	7,927.49	808.85	7,118.63
发出商品	962.54	19.45	943.09
合同履约成本	8.00	-	8.00
自制半成品	1,978.95	105.15	1,873.80
委托加工物资	98.25	-	98.25
合计	**20,149.74**	**1,747.40**	**18,402.34**

单位：万元

项目	2024年12月31日		
	账面余额	存货跌价准备或合同履约成本减值准备	账面价值
原材料	5,128.43	658.61	4,469.82
在产品	2,970.12	109.40	2,860.72
库存商品	10,740.36	879.63	9,860.73
发出商品	1,273.80	32.56	1,241.24
合同履约成本	3.05	-	3.05

项目	2024 年 12 月 31 日		
	账面余额	存货跌价准备或合同履约成本减值准备	账面价值
自制半成品	1,685.01	57.35	1,627.66
委托加工物资	133.19	-	133.19
合计	**21,933.97**	**1,737.55**	**20,196.41**

单位：万元

项目	2023 年 12 月 31 日		
	账面余额	存货跌价准备或合同履约成本减值准备	账面价值
原材料	4,414.56	486.07	3,928.49
在产品	1,975.11	52.00	1,923.11
库存商品	7,548.66	735.08	6,813.58
发出商品	1,139.57	2.07	1,137.50
合同履约成本	5.61	-	5.61
自制半成品	1,525.33	56.37	1,468.96
委托加工物资	178.04	-	178.04
合计	**16,786.88**	**1,331.59**	**15,455.29**

单位：万元

项目	2022 年 12 月 31 日		
	账面余额	存货跌价准备或合同履约成本减值准备	账面价值
原材料	4,681.38	271.49	4,409.89
在产品	1,391.95	10.10	1,381.84
库存商品	7,844.85	419.08	7,425.78
发出商品	1,098.29	3.55	1,094.74
合同履约成本	17.70	-	17.70
自制半成品	1,230.56	98.10	1,132.47
委托加工物资	155.18	-	155.18
合计	**16,419.91**	**802.31**	**15,617.59**

如上表所示，报告期各期末，库存商品、原材料和在产品合计金额分别为 13,918.18 万元、13,938.33 万元、18,838.91 万元和 17,101.99 万元，占存货账面余额的合计比例分别为 84.76%、83.03%、85.89%和 84.87%，为各期存货账面余额的主要组成部分。报告期内，公司营收规模以及存货规模不断增长，一方面，得益于“一带一路”新兴经济体基础设施建设需求的提升、欧美品牌商超去库存

压力的逐步改善、地区冲突影响的减弱等因素，下游市场需求不断增长，在手订单不断增加；另一方面，得益于报告期内公司持续加大对生产设备、厂房等固定资产投资，进一步提升公司主营产品的产能及产销量，满足下游客户对公司产品采购量的增长。

报告期各期末，公司各类存货库龄情况如下：

单位：万元

项目	库龄	2025 年 6 月末		2024 年末		2023 年末		2022 年末	
		金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
库存商品	1 年以内	6,864.67	86.59%	9,731.44	90.61%	6,540.75	86.65%	7,251.59	92.44%
	1 年以上	1,062.82	13.41%	1,008.92	9.39%	1,007.91	13.35%	593.26	7.56%
	小计	**7,927.49**	**100.00%**	**10,740.36**	**100.00%**	**7,548.66**	**100.00%**	**7,844.85**	**100.00%**
原材料	1 年以内	5,108.68	87.24%	4,291.35	83.68%	3,656.42	82.83%	4,229.22	90.34%
	1 年以上	747.08	12.76%	837.08	16.32%	758.14	17.17%	452.16	9.66%
	小计	**5,855.76**	**100.00%**	**5,128.43**	**100.00%**	**4,414.56**	**100.00%**	**4,681.38**	**100.00%**
在产品	1 年以内	3,168.55	95.47%	2,813.20	94.72%	1,890.47	95.72%	1,354.44	97.31%
	1 年以上	150.20	4.53%	156.92	5.28%	84.63	4.28%	37.51	2.69%
	小计	**3,318.75**	**100.00%**	**2,970.12**	**100.00%**	**1,975.11**	**100.00%**	**1,391.95**	**100.00%**
自制半成品	1 年以内	1,868.28	94.41%	1,594.35	94.62%	1,417.11	92.91%	1,023.89	83.20%
	1 年以上	110.68	5.59%	90.66	5.38%	108.22	7.09%	206.68	16.80%
	小计	**1,978.95**	**100.00%**	**1,685.01**	**100.00%**	**1,525.33**	**100.00%**	**1,230.56**	**100.00%**
发出商品	1 年以内	926.00	96.20%	1,247.45	97.93%	1,139.57	100.00%	1,037.19	94.44%
	1 年以上	36.55	3.80%	26.36	2.07%	-	-	61.09	5.56%
	小计	**962.54**	**100.00%**	**1,273.80**	**100.00%**	**1,139.57**	**100.00%**	**1,098.29**	**100.00%**
委托加工物资	1 年以内	98.25	100.00%	133.19	100.00%	178.04	100.00%	135.9	87.58%
	1 年以上	-	-	-	-	-	-	19.28	12.42%
	小计	**98.25**	**100.00%**	**133.19**	**100.00%**	**178.04**	**100.00%**	**155.18**	**100.00%**
合同履约成本	1 年以内	8.00	100.00%	3.05	100.00%	5.61	100.00%	17.7	100.00%
	1 年以上	-	-	-	-	-	-	-	-
	小计	**8.00**	**100.00%**	**3.05**	**100.00%**	**5.61**	**100.00%**	**17.7**	**100.00%**
存货总计	**1 年以内**	**18,042.42**	**89.54%**	**19,814.03**	**90.33%**	**14,827.98**	**88.33%**	**15,049.93**	**91.66%**

项目	库龄	2025 年 6 月末		2024 年末		2023 年末		2022 年末	
		金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
	1 年以上	2,107.32	10.46%	2,119.94	9.67%	1,958.90	11.67%	1,369.98	8.34%
	合计	20,149.74	100.00%	21,933.97	100.00%	16,786.88	100.00%	16,419.91	100.00%

由上表可知，报告期各期末，公司存货库龄 1 年以内的占比分别为 91.66%、88.33%、90.33%和 89.54%，存货库龄以 1 年以内为主，存货周转情况较好。

在存货通用性方面，公司主要原材料为铝、漆包线、矽钢片、塑料粒子等，在各产品之间具有较强通用性，其价值一般不会因特定产成品价格下降而需要计提大幅跌价；此外，虽然客户一般存在对产品迭代升级的常规需求，但公司主要采用“以销定产、以产定采”的生产经营模式，生产经营活动主要围绕客户合同/订单需求展开，加之公司存货周转率较高（高于行业平均值），一般不存在因客户产品升级换代、结构调整等导致存货批量滞销或大额减值的情形。

综上，结合存货构成、库龄、通用性、产品升级对存货需求变动影响,以及公司存货跌价计提比例与同行业对比情况，发行人已经对存货充分计提了存货跌价准备。

三、区分境内外说明对各类存货盘点的具体情况，包括盘点时间、地点、人员、范围、各类存货盘点方法、程序、盘点比例、存货账实相符情况、盘点结果处理情况，说明公司存货管理相关内部控制及有效性

（一）境内

1、存货盘点情况

公司建立了较为完善的《存货管理制度》并严格执行盘点制度：公司对存货实行定期盘存制度，日常盘点由存货管理部门执行，各期末公司暂停生产，统一组织对存货进行盘点，财务部进行盘点监督。公司每期期末下达存货盘点工作通知，成立盘点工作领导小组。盘点通知中明确了盘点目的、盘点范围、盘点方法、盘点人员、时间安排、盘点要求等事项。相关人员做好盘点前的准备工作，在静止状态下盘点，控制存货转移，对现场存货物资进行全面盘点。

针对原材料、库存商品、自制半成品、在产品实施了现场监盘工作，具体的监盘时间、地点、人员及监盘比例情况如下：

单位：万元

项目	2025 年 6 月末	2024 年末	2023 年末	2022 年末
盘点计划及实施	财务部门会同仓管部门具体组织制定盘点计划并安排实施			
盘点时间	2025.6.28-2025.6.30	2024.12.30-2025.1.2	2023.12.30-2024.1.1	2022.12.31-2023.1.1
盘点地点	仓库、车间等			
盘点参与人员	仓储人员、生产人员、财务人员等			
中介机构监盘	保荐人、申报会计师			
盘点范围	原材料、库存商品、自制半成品、在制品			
盘点方法	采用全面盘点和抽查盘点相结合的方法，单价较高存货采用全面盘点的方法；数量多，单价低的存货采用抽样盘点的方法			
境内存货金额	18,811.36	20,293.60	15,291.45	15,043.89
监盘金额	13,737.05	14,178.04	13,354.73	12,102.20
监盘比例	73.03%	69.86%	87.33%	80.45%
监盘结果	账实相符	盘亏 15.68 万元，差异率 0.08%，账实相符。	盘盈 3.81 万元，差异率 0.02%，账实相符。	盘盈 1.08 万元，差异率 0.01%，账实相符。

2、对于无法实施监盘程序的存货所实施的替代性程序及有效性

报告期各期末，公司发出商品主要存放在北仑海关、宁波海关等地，因此无法直接采用现场监盘方式予以确认，且由于发出商品各期末主要为待报关状态，在该时点无法直接向客户确认商品的状态，公司及中介机构通过以下替代方案对期末发出商品予以核实：

1）检查报告期各期末的发出商品对应的发货单据、物流单据以及期后报关情况，对发出商品的真实性进行检查；

2）对承运货物至港口的物流商进行函证确认，函证了货物发出时点、数量等信息，证实相关货物是否实际承运，辅助判断相关发出商品的真实性。

发出商品替代方案核查的具体情况如下：

单位：万元

项　目	2025 年 6 月 30 日	2024 年 12 月 31 日	2023 年 12 月 31 日	2022 年 12 月 31 日
发出商品期末余额	962.54	1,273.80	1,139.57	1,098.29
单据检查、期后报关确认以及物流商函证金额	799.28	1,184.46	1,083.39	1,013.72
替代方案合计确认比例	83.04%	92.99%	95.07%	92.30%

3、盘点程序

（1）公司财务部、仓库部门等确定盘点日期、编制盘点计划，组建盘点小组，盘点小组成员包括仓储人员、生产人员、财务人员等；

（2）盘点小组盘点前编制盘点表，明确盘点内容；

（3）盘点开始前，相关仓库人员暂停当天材料入库、领用、结转等工作；生产车间对在产品进行分类、清点、张贴明显标识；

（4）盘点后，盘点人员、监盘人员对盘点结果进行签字确认。

4、存货帐实相符情况、盘点结果处理情况

（1）账实相符情况

2022 年末盘盈 1.08 万元，2023 年末盘盈 3.81 万元，2024 年盘亏 15.68 万元，2025 年 6 月末盘点无差异。

报告期内，各期盘点实盘结果与账面无重大差异，账实相符。

（2）盘点结果处理情况

根据公司《存货管理制度》，若盘点存在差异，盘点小组核实差异原因后，需就盘点差异说明原因，编制差异分析报告。盘点报告和差异分析报告提交仓储部负责人、生产负责人、财务负责人等审核并提出处理建议，各部门依据批准通过的差异分析报告进行调账及相关后续处理，并将相关资料归档。

（二）境外

报告期各期末，境外存货余额分别为 104.85 万元、172.21 万元、230.32 万元、269.58 万元，存货余额占比仅为 0.70%、1.20%、1.23%和 1.34%，占比很小。境外存货由第三方仓库出租方负责日常管理，其每月底对存货进行盘点；发行人业务人员根据境外存货的仓储、配送、退货情况，每日对境外存货收发存进行统计管理；月底，发行人业务人员与第三方仓库出租方进行对账，发行人可以及时了解期末的存货品种、数量、状态等情况。基于境外仓库具有较为完善的管理体系、对账流程，且期末存货金额较小，因此，发行人各期末未对境外异地仓库存货进行实地盘点。

四、核查程序及核查意见

（一）核查程序

针对上述事项，保荐机构及申报会计师执行的核查程序如下：

1、取得并查阅发行人最近一期末存货的期后销售明细、退换货明细及存货销售价格，分析最近一期末存货金额大幅增长的原因；

2、访谈发行人相关负责人，了解发行人 ODM 模式和自有品牌销售、有无订单支持对存货跌价准备的影响，分析存货构成、库龄、通用性、产品升级对存货需求变动影响分析存货跌价准备计提的充分性；

3、了解发行人存货减值的测试方法及存货跌价准备的计提政策，结合存货监盘程序及库龄情况，检查存货跌价计提依据和方法是否合理；

4、获取存货跌价准备明细表，检查存货跌价准备的计提依据和方法是否合理，前后期是否一致；

5、取得发行人存货库龄明细表，了解发行人生产采购情况，确定库龄划分的准确性，结合库龄情况，评价存货跌价准备计提充分性、谨慎性；

6、查阅同行业可比公司的公开披露资料，分析复核发行人存货跌价准备计提的充分性；

7、检查存货可变现净值的确定，是否以确凿证据为基础，并考虑了持有存货的目的及资产负债表日后事项的影响等因素；

8、获取发行人的存货盘点制度、盘点计划，评估存货盘点制度及盘点计划是否合理并具有可操作性；检查发行人的盘点表、盘点报告以及盘点差异的会计处理；

9、获取发行人各期末存货盘点表，检查发行人存货盘点情况，并分别于 2022 年末、2023 年末、2024 年末和 2025 年 6 月末对发行人执行了监盘程序；

10、对于未实际执行盘点的存货，通过函证程序、检查期后物流记录和签收记录等进行替代测试。

（二）核查结论

经核查，保荐机构及申报会计师认为：

1、公司最近一期期末存货与当期末在手订单相匹配；存货期后销售情况良好，最近一期末存货金额大幅增长具有合理性；

2、结合存货构成、库龄、通用性、产品升级对存货需求变动影响,以及公司存货跌价计提比例与同行业对比情况，发行人已经对存货充分计提了存货跌价准备；

3、公司已建立了较为完善的《存货管理制度》并严格执行盘点制度，公司已说明报告期内的盘点情况，账实差异均得到了合适的处理；对于未实际执行盘点的存货，已通过函证程序、检查期后物流记录和签收记录等进行替代测试；公司各报告期末存货真实、准确、完整。

（2）第三方回款合理性

根据申请文件，发行人报告期内存在第三方回款情形，第三方回款金额分别为 5,430.62 万元、5,568.82 万元和 5,736.63 万元，主要原因为外汇管制或限制、商业伙伴、同一控制和委托个人付款等情形。请发行人：①说明第三方回款资金流、实物流与合同约定及商业实质是否一致，报告期内是否存在因第三方回款导致的货款归属纠纷，是否签署合同时已明确约定由第三方代付货款，是否存在未取得委托付款说明的情形。②说明部分第三方回款的付款方，回款资金来源，是否存在资金体外循环、利益输送等情形，发行人与第三方回款相关的内控制度是否健全有效。③结合相关交易对象所在区域外汇管理政策、客户特征等说明第三方回款的必要性、商业合理性、合法合规性，公司第三方回款的比例与同行业可比公司是否存在较大差异，是否符合行业惯例。

回复：

一、说明第三方回款资金流、实物流与合同约定及商业实质是否一致，报告期内是否存在因第三方回款导致的货款归属纠纷，是否签署合同时已明确约定由第三方代付货款，是否存在未取得委托付款说明的情形

（一）说明第三方回款资金流、实物流与合同约定及商业实质是否一致，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，公司直接第三方回款主要包括外汇管制或限制、同一控制、商业伙伴、委托自然人付款四种情形，其中公司直接第三方回款的主要形成原因为外汇管制或限制，占比分别为 50.06%、56.58%、52.68%和 41.04%。报告期内，公司部分境外客户所在国家或区域如伊朗、印度、阿根廷、越南等在政策环境、实际交易方面存在较为严格的外汇管制或限制，导致上述地区的境外客户主要通过当地资金中介代为回款，符合当地交易习惯，具备商业合理性和业务实质。公司第三方回款的相关合同、客户提供的对账记录及与支付方的关系证明文件、付款银行回单等相关资料保存完整，通过销售台账可以追溯至相关原始资料，具有可验证性，公司涉及第三方回款的交易的资金流、实物流与合同约定及商业实质一致，报告期内不存在因第三方回款导致的货款归属纠纷。

（二）是否签署合同时已明确约定由第三方代付货款，是否存在未取得委托付款说明的情形

由于签署合同时客户尚未明确具体的付款方，故与公司签署合同时未明确约定由具体的第三方代付货款，第三方回款的支付方由客户指定，其根据客户要求向公司完成货款支付。此外，公司已取得客户提供的对账记录及与支付方的关系证明文件、付款银行回单等相关证明文件；报告期各期，公司取得的上述相关资料覆盖直接第三方回款金额比例分别为 80.06%、83.28%、94.31%和 87.32%，少部分客户出于集团内部沟通困难以及交易频次较低等原因未向公司出具委托付款说明。

二、说明第三方回款的付款方，回款资金来源，是否存在资金体外循环、利益输送等情形，发行人与第三方回款相关的内控制度是否健全有效

报告期各期，公司不同情形下的第三方回款的付款方如下：

情形	具体情形	付款方	回款资金来源
外汇管制或限制	客户所在国家或地区因外汇管制政策、美元外汇储备不足、政局动荡等原因，导致客户直接向公司付款存在限制，故委托专门资金中介代为回款	受客户委托代为付款的资金中介	资金中介的自有资金
同一控制	客户受集团等整体安排等，委托集团内或同一控制下其他主体代为回款	付款方与客户为同一控制主体	集团内的自有资金
商业伙伴	客户出于资金紧张、交易成本较高的考虑，委托其自身或集团内其他主体的商业伙伴代为回款	付款方与客户或其关联主体为商业伙伴	商业伙伴的自有资金
委托自然人付款	客户为简化交易环节，授权实际控制人或专门员工向公司付款	付款方为客户股东、员工等关联主体	客户股东、员工等关联主体的自有资金

经比对公司第三方回款支付方清单与公司关联方清单，第三方回款的款项支付方与公司及其实际控制人、控股股东、董事、监事、高级管理人员或其他关联方不存在关联关系或其他利益安排，不存在资金体外循环、利益输送等情形。

针对第三方回款，公司已经制定了与第三方回款相关的内控制度，相关内控制度健全有效，具体如下：

1、客户在回款过程中确有必要委托第三方代为支付的，公司及时获取客户出具的第三方回款的说明文件，包括但不限于对账记录、关系证明文件等相关文件；

2、财务人员及时登记、维护第三方回款台账，及时记载存在第三方回款的客户清单；

3、财务人员定期复核第三方回款情况及其相关说明文件，核实相关回款的真实性和准确性；

4、财务人员妥善保存涉及第三方回款银行对账单回款记录、销售合同、发货记录、收入确认单据等基础资料，确保资金流、实物流等一致，销售收入具有可验证性。

三、结合相关交易对象所在区域外汇管理政策、客户特征等说明第三方回款的必要性、商业合理性、合法合规性，公司第三方回款的比例与同行业可比公司是否存在较大差异，是否符合行业惯例

（一）结合相关交易对象所在区域外汇管理政策、客户特征等说明第三方回款的必要性、商业合理性、合法合规性

1、相关交易对象所在区域外汇管理政策

报告期各期，公司直接第三方回款客户所在国家/地区分布情况如下：

单位：万元

客户所在国家/地区	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
印度	520.48	18.00%	982.35	17.12%	1,281.56	23.01%	396.23	7.30%
荷兰	381.91	13.20%	317.06	5.53%	63.08	1.13%	598.32	11.02%
几内亚	381.02	13.17%	308.80	5.38%	-	-	-	-
越南	365.26	12.63%	368.52	6.42%	333.17	5.98%	690.33	12.71%
乌兹别克斯坦	227.27	7.86%	398.64	6.95%	235.54	4.23%	37.02	0.68%
伊拉克	212.07	7.33%	724.57	12.63%	50.30	0.90%	643.75	11.85%
中国境内	97.79	3.38%	327.44	5.71%	181.59	3.26%	69.82	1.29%
泰国	91.48	3.16%	-	-	171.51	3.08%	286.21	5.27%
俄罗斯	67.91	2.35%	250.16	4.36%	0.62	0.01%	-	-
埃及	43.07	1.49%	-	-	565.96	10.16%	291.67	5.37%
伊朗	34.74	1.20%	663.39	11.56%	314.20	5.64%	169.75	3.13%
阿联酋	28.10	0.97%	320.55	5.59%	975.39	17.52%	949.36	17.48%
阿根廷	-	-	277.31	4.83%	175.31	3.15%	65.36	1.20%
印度尼西亚	-	-	79.24	1.38%	373.31	6.70%	420.85	7.75%
其他	441.25	15.26%	718.59	12.53%	847.29	15.21%	811.92	14.95%
合计	**2,892.34**	**100.00%**	**5,736.63**	**100.00%**	**5,568.82**	**100.00%**	**5,430.62**	**100.00%**

由上表可知，公司直接第三方回款客户主要集中在印度、几内亚、越南、伊拉克、伊朗等国家和地区，上述区域在政策环境、实际交易方面存在一定外汇管制或限制，境外客户通过当地资金中介代为回款符合当期交易习惯，具备必要性和商业合理性。

2、客户特征

同时公司部分客户基于以下特征，委托第三方向公司代为支付货款：

（1）同一控制：部分客户存在集团架构，因此其基于集团内集体商业安排委托兄弟公司、财务公司或集团内其他主体代为支付货款，具备必要性和商业合理性；

（2）商业伙伴：公司部分境内外客户为简化付款流程、降低资金压力，委托其自身或集团内其他主体的商业伙伴代为回款，回款有真实交易背景支撑，具备必要性和商业合理性；

（3）委托个人付款：为简化交易流程，客户委托公司员工、股东或关联主体代为付款，该类型第三方回款金额及占比较低，具备必要性和商业合理性。

综上，公司客户出于外汇管制等外部条件限制或出于简化交易流程、降低资金压力等原因委托第三方公司向公司代为支付货款，具备必要性和商业合理性。公司第三方回款合法合规，不存在因第三方回款而受到处罚的情形。

（二）公司第三方回款的比例与同行业可比公司是否存在较大差异，是否符合行业惯例

公司同行业可比公司上市较早，公开披露的第三方回款相关信息较少，其中开创电气披露其在 2020-2022 年度第三方回款的比例分别为 0.44%、0.80%和1.04%，与公司相比，其第三方回款占比较低主要系其销售区域与公司存在一定的差异。开创电气主要销售区域为美国，而公司销售区域中亚洲、非洲等有较多发展中国家的地区占比相对较高，故公司部分客户受到当地外汇管制或限制相关政策或交易习惯影响，委托第三方支付机构向公司付款，公司第三方回款占比高于开创电气具备合理性。

综上，公司第三方回款占比较高，符合公司销售区域特点，符合行业惯例。

四、核查程序及核查意见

（一）核查程序

针对上述事项，保荐机构及申报会计师执行的核查程序如下：

1、访谈公司销售负责人、财务负责人，取得并核查公司报告期内第三方回

款明细、对应客户账期约定情况，并了解相应第三方回款的资金流、实物流及合同约定是否与商业实质一致；取得并查阅第三方回款的相关合同、客户提供的对账记录及与支付方的关系证明文件、付款银行回单等相关文件；

2、针对外汇管制及限制原因下的境外第三方回款，梳理客户所在地相关的外汇管制或限制政策的制定与实施情况，核查相应原因是否具备商业合理性；在主要客户访谈过程中确认其是否存在第三方回款情况及相应原因；查阅报告期内公司诉讼的相关资料，核查是否存在因第三方回款导致的货款归属纠纷；

3、比对公司第三方回款支付方清单与公司关联方清单，核实是否存在资金体外循环、利益输送等情形；取得并查阅公司与第三方回款项相关的内控制度，判断是否健全有效；

4、查询上市公司或拟上市公司案例，核查第三方回款行为是否符合行业惯例；对涉及直接第三方回款情形的主要客户进行穿行测试，抽样选取明细样本和银行对账单回款记录，追查至销售合同、收入确认单据及资金流水凭证，获取相关客户代付款确认依据，核实和确认委托付款的真实性、代付金额的准确性及付款方和委托方之间的关系。

（二）核查意见

经核查，保荐机构及申报会计师认为：

1、公司涉及第三方回款的交易的资金流、实物流与合同约定及商业实质一致，报告期内不存在因第三方回款导致的货款归属纠纷；公司签署合同时未明确约定由第三方代付货款，第三方回款的支付方由客户指定，其根据客户要求向公司完成货款支付。报告期各期，涉及客户提供的对账记录及与支付方的关系证明文件、付款银行回单等相关证明文件的覆盖直接第三方回款金额比例分别为80.06%、83.28%、94.31%和 87.32%，少部分客户出于集团内部沟通困难以及交易频次较低等原因未向公司出具委托付款说明；

2、公司第三方回款的付款方为受客户委托代为付款的资金中介、与客户为同一控制主体的其他公司、客户或其关联主体的商业伙伴、客户股东或员工等关联主体，回款资金为各支付主体的自有资金，公司不存在资金体外循环、利益输送等情形；公司已经制定了与第三方回款相关的内控制度，相关内控制度健全有

效；

3、公司客户出于外汇管制等外部条件限制或出于简化交易流程、降低资金压力等原因委托第三方公司向公司代为支付货款，具备必要性和商业合理性。公司第三方回款合法合规，不存在因第三方回款而受到处罚的情形；公司第三方回款占比较高，符合公司销售区域特点，符合行业惯例。

（3）销售费用与业务开展匹配性

根据申请文件，报告期各期，公司销售费用分别为 1,159.25 万元、1,810.28 万元和 1,855.34 万元，销售费用率分别为 1.59%、2.25%和 1.92%，低于同行业可比公司平均水平。请发行人：①分别说明针对经销、直销、贸易商等不同模式的具体销售情况，包括不限于业务拓展模式、订单获取方式、客户开发及维护模式、销售人员主要分类、对应职能作用、地区分布及数量等，与对应地区的客户数量及销售情况是否匹配，各销售区域对应销售人员的人均销售额、人均差旅费、人均招待费、人均薪酬情况，前述情况与对应区域业绩情况是否相互匹配。②说明仓储服务费与对应平台发出商品匹配情况。③说明销售费用率低于同行业可比公司且金额逐年增加的原因。

回复：

一、分别说明针对经销、直销、贸易商等不同模式的具体销售情况，包括不限于业务拓展模式、订单获取方式、客户开发及维护模式、销售人员主要分类、对应职能作用、地区分布及数量等，与对应地区的客户数量及销售情况是否匹配，各销售区域对应销售人员的人均销售额、人均差旅费、人均招待费、人均薪酬情况，前述情况与对应区域业绩情况是否相互匹配

（一）分别说明针对经销、直销、贸易商等不同模式的具体销售情况，包括不限于业务拓展模式、订单获取方式、客户开发及维护模式、销售人员主要分类、对应职能作用、地区分布及数量等，与对应地区的客户数量及销售情况是否匹配

1、不同模式的具体销售情况

公司致力于电锤、电镐等手持式电动工具及相关配件研发与生产，主要客户

包括 ADEO、Kingfisher Group、LIDL 等全球头部连锁建材超市集团以及苏州盈维来及其关联主体、宝时得集团、公牛工具、得力科技等境内外知名的工具厂商。公司根据向客户销售的产品品牌是否为本公司所有，将销售业务划分为 ODM 模式与自有品牌销售，其中，ODM 模式客户分为直销客户和贸易客户。品牌归属于客户的，认定为直销客户；品牌归属于客户下游的，认定为贸易客户。自有品牌销售模式下，公司自主生产“德硕”、“巴萨格”、“竞速”等电动工具品牌产品，主要通过经销商渠道实现销售。不同模式下具体销售情况如下：

销售模式	业务拓展模式	订单获取方式	客户开发及维护模式
直销模式	线下渠道公司主要通过参加行业展会、境内外市场走访、市场调研、中间人介绍等多种渠道获取客户资源，线上渠道公司主要通过在亚马逊等电商平台设立线上自营旗舰店进行销售	客户自主下达合同或订单	线下渠道通过不定期的拜访、在线沟通、行业展会、订单跟踪联系等方式与客户直接沟通，进行客户维护，及时、准确地了解客户项目需求以及市场动态，线上渠道主要通过电商平台平台对终端客户进行销售
贸易模式	线下渠道公司主要通过参加行业展会、境内外市场走访、市场调研、中间人介绍等多种渠道获取客户资源	客户自主下达合同或订单	通过不定期的拜访、在线沟通、行业展会、订单跟踪联系等方式与客户直接沟通，进行客户维护，及时、准确地了解客户项目需求以及市场动态
经销模式	公司主要通过潜在客户沟通合作意向、行业展会、市场走访、客户转介绍、网络调研等多种渠道获取经销模式客户资源	公司销售部门结合自身经营计划、下游客户需求、产品库存等制定销售订单需求预测，公司结合经销商销售额、销售回款及退货率等情况，与经销商协商签订合同或订单	公司对经销商制定了严格的筛选制度和日常管理制度，通过实地调查，从资金实力、人员状况、销售经验、经营情况、商业信用情况及合作意愿等多个维度对经销商进行遴选、管理

公司不同销售模式的业务拓展模式、订单获取方式、客户开发及维护模式符合各模式下客户需求及市场发展特点，具有合理性。

2、销售人员主要分类、对应职能作用、地区分布及数量等，与对应地区的客户数量及销售情况是否匹配

（1）销售人员主要分类、对应职能作用及数量

公司销售人员所处部门为营销中心，营销中心分为国内营销部、国际营销部以及电子商务部，2025 年 6 月末营销中心主要分类、对应职能作用、人数情况

如下：

部门	对应部门职能作用	数量（人）
国内营销部	根据公司战略制定年度国内销售目标、工作计划及推广方案，全面负责国内市场的开发与客户关系维护。部门组织实施国内客户接待、订单洽谈、合同评审及订单全过程跟踪，确保按时交付；定期更新客户档案并为决策提供支持；持续收集国内行业市场及客户需求，与研发部门协同推动产品优化与创新；负责协调处理国内客户重大质量及交付问题，开展国内客户满意度调查与投诉处理，协助国内客户应收账款催收工作同时负责国内展会筹办、上级交办事项的落实与汇报。	23
国际营销部	国际营销部主要负责开拓海外市场，落实公司国际销售战略，管理国际销售团队；处理订单洽谈、合同评审、跟单、报关、收汇及售后等全流程业务；跟踪生产、质检与出货环节，保障订单按时交付；系统建立和维护客户档案，深入分析客户信息并定期更新，为业务决策提供支持；持续收集和分析行业政策、市场竞争及客户需求动态，与研发部门协同推动产品优化与创新；筹办国际展会，并完成上级交办的其他任务。	30
电子商务部	公司战略制定电子商务平台年度销售目标、工作计划及推广方案，全面负责国内外电商店铺的日常运营与维护，持续优化店铺及商品排名。部门承担站内站外网络推广与促销活动策划，通过数据分析确定主推产品及关键词策略，组织实施网店装修、商品上架、图文与视频内容制作。	15

由上表所示，国内营销部主要负责国内销售业务，国际营销部主要负责国际销售业务，电子商务部主要负责公司线上平台销售业务。由于公司营销中心下设部门分工与销售模式分类不完全匹配，存在同一销售人员同时对接多种销售模式下客户（例如宝时得、公牛工具等同时为直销客户、贸易商客户）的情形，因此不同模式的销售收入与销售人员数量并非线性匹配关系，而是存在一定波动。

（2）销售人员人数与对应地区的客户数量是否匹配

报告期内，公司销售人员数量、客户数量、人均维护客户数量如下：

单位：人、家、家/人

项目	年份	国内营销部	国际营销部	电子商务部
人数（A）	2025 年 1-6 月	21	29	15
	2024 年度	19	27	14
	2023 年度	20	24	12
	2022 年度	20	22	11
客户总数（B）	2025 年 1-6 月	82	237	/
	2024 年度	88	281	/
	2023 年度	82	262	/

项目	年份	国内营销部	国际营销部	电子商务部
	2022 年度	83	246	/
人均维护客户数量（C=B/A）	2025 年 1-6 月	3.90	8.17	/
	2024 年度	4.63	10.41	/
	2023 年度	4.10	10.92	/
	2022 年度	4.15	11.18	/

注 1：上表销售人员数量为期初、期末人员数量的平均数；由于部分客户存在季节性等特征，2025 年 1-6 月数据可比性不高，下同。
注 2：上述维护客户数量指维护客户并在当期形成收入的客户数量，未形成收入的不纳入统计。

从上表可知，报告期内，公司国内营销部人均维护客户数量分别为 4.15 家、4.10 家、4.63 家和 3.90 家，公司国际营销部人均维护客户数量分别为 11.18 家、10.92 家、10.41 家和 8.17 家，2022 年度-2024 年度，公司国内营销部、国际营销部人均维护客户数量均基本稳定，变动较小，公司销售人员分类及数量合理，与对应地区的客户数量匹配情况较好。

（3）销售人员人数与对应地区的销售情况是否匹配

报告期内，公司销售人员与对应地区的销售收入具有匹配性，详见本问询函回复之“问题 8”之“（3）”之“一、”之“（二）”之“1、人均销售额”之回复。

（二）各销售区域对应销售人员的人均销售额、人均差旅费、人均招待费、人均薪酬情况，前述情况与对应区域业绩情况是否相互匹配

1、人均销售额

报告期各期，公司各销售区域销售人员的人均销售收入具体情况如下：

单位：万元/人

部门	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
国内营销部	484.62	915.62	742.60	820.00
国际营销部	1,350.38	2,811.61	2,617.14	2,480.30
电子商务部	57.52	117.33	122.79	57.95
合计	**772.32**	**1,582.55**	**1,413.16**	**1,350.96**

从上表可知，报告期各期，公司国内营销部人均销售收入分别为 820.00 万元、742.60 万元、915.62 万元和 484.62 万元，公司国际营销部人均销售收入分别为 2,480.30 万元/人、2,617.14 万元/人、2,811.61 万元/人和 1,350.38 万元/人，

2022 年度-2024 年度，公司国内营销部、国际营销部人均销售收入基本稳定，呈小幅上升趋势，主要报告期内公司营收规模增长较快，销售人员的人均创收有所提高。

报告期各期，公司电子商务部人均销售收入分别为 57.95 万元/人、122.79 万元/人、117.33 万元/人和 57.52 万元/人，2023 年度电子商务部人均销售收入大幅增长主要系 2023 年公司进一步加大海外线上平台渠道投入力度，以提高自有品牌产品的影响力，线上销售收入增长显著所致。

综上，国内营销部、国际营销部、电子商务部人均销售收入与对应区域业绩匹配情况较好。

2、人均差旅费

报告期各期，公司各销售区域销售人员的人均差旅情况如下：

单位：万元/人

部门	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
国内营销部	1.53	1.80	1.76	1.55
国际营销部	0.78	2.41	1.53	0.14
电子商务部	0.05	0.02	0.03	0.15
合计	**0.86**	**1.66**	**1.29**	**0.67**

报告期各期，国内营销部人均差旅费分别为 1.55 万元/人、1.76 万元/人、1.80 万元/人和 1.53 万元/人，2022 年度-2024 年度，国内营销部人均差旅费基本较为稳定，略有增长主要系公司加大营销推广力度，销售人员出差频率提高所致。国际营销部人均差旅费报告期各期分别为 0.14 万元/人、1.53 万元/人、2.41 万元/人和 0.78 万元/人，2022 年人均差旅费较低主要受公共卫生事件影响销售人员减少出差频率所致；2023 年、2024 年人均差旅费增长幅度较大，主要系随着公共卫生事件影响减消，公司积极参与德国展会、意大利科隆展会、俄罗斯展会、墨西哥展会等境外各类展会以开拓市场及客户，故人均差旅费有所增长。电子商务部人均差旅费报告期各期分别为 0.15 万元/人、0.03 万元/人、0.02 万元/人和 0.05 万元/人，金额较小，主要系电子商务部人员主要以维护线上平台为主，出差较少所致。

3、人均招待费

报告期各期，公司各销售区域销售人员的人均招待费情况如下：

单位：万元/人

部门	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
国内营销部	0.36	0.70	0.46	0.31
国际营销部	2.02	3.46	3.34	2.54
电子商务部	/	/	/	/
合计	**1.02**	**1.78**	**1.60**	**1.17**

报告期各期，国内营销部人均招待费分别为 0.31 万元/人、0.46 万元/人、0.70 万元/人和 0.36 万元/人，国际营销部人均招待费分别为 2.54 万元/人、3.34 万元/人、3.46 万元/人和 2.02 万元/人，2022 年度-2024 年度，呈小幅增长趋势。2022 年人均招待费较低主要受公共卫生事件影响销售人员减少业务招待所致；2023 年、2024 年人均招待费增长幅度较大，主要系随着公共卫生事件影响减消，公司销售人员增加销售出差、业务招待的频率以开拓市场及客户所致。

4、人均薪酬

报告期各期，公司各销售区域销售人员的人均薪酬情况如下：

单位：万元/年

部门	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
国内营销部	5.29	11.45	10.92	11.41
国际营销部	7.82	17.72	18.50	17.06
电子商务部	5.56	12.40	11.98	7.62
合计	**6.48**	**14.49**	**14.39**	**12.96**

报告期各期，国内营销部人均薪酬分别为 11.41 万元/年、10.92 万元/年、11.45 万元/年和 5.29 万元/年，国际营销部人均薪酬分别为 17.06 万元/年、18.50 万元/年、17.72 万元/年和 7.82 万元/年，2022 年度-2024 年度，人均薪酬较为稳定。报告期各期，公司电子商务部人均薪酬分别为 7.62 万元/年、11.98 万元/年、12.40 万元/年和 5.56 万元/年，2022 年度-2024 年度，人均薪酬增长较快，主要系 2023 年公司进一步加大海外线上平台渠道投入力度，线上销售收入大幅增长，公司相应提高了电子商务部员工薪酬所致。

综上，公司各销售区域对应销售人员的人均销售收入、人均差旅费、人均招

待费、人均薪酬具有合理性，与对应区域业绩情况具备匹配性。

二、仓储服务费与对应平台发出商品匹配情况

报告期内，公司线上销售包括境外线上销售和境内线上销售，其中仓储费由境外线上销售产生（境内线上销售由公司仓库发货，不单独产生仓储费）。报告期内，公司境外线上收入、境外线上销售数量、仓储费情况具体如下：

单位：万元、套、元/套

项目	2025年1-6月	2024年度	2023年度	2022年度
境外线上收入（a）	862.84	1,643.22	1,388.46	569.71
境外线上销售数量（b）	8,422	19,002	16,394	5,892
仓储费金额（c=a+b）	36.01	77.99	62.96	27.36
境外线上销售单位仓储费（d=c*10000/b）	42.76	41.04	41.45	46.44

由上表可知，报告期内，公司境外线上收入分别为569.71万元、1,388.46万元、1,643.22万元和862.84万元，境外线上销售数量分别为5,892套、16,394套、19,002套和8,422套，仓储费分别为27.36万元、62.96万元、77.99万元和36.01万元，均呈增长趋势；报告期内，公司境外线上销售单位仓储费分别为46.44元/套、41.45元/套、41.04元/套和42.76元/套，基本稳定，公司仓储费与境外线上收入金额、销售数量相匹配。

三、说明销售费用率低于同行业可比公司且金额逐年增加的原因

（一）说明销售费用率低于同行业可比公司原因

报告期内，发行人销售费用率与同行业可比公司对比如下：

名称	2025年1-6月	2024年度	2023年度	2022年度
锐奇股份（%）	6.43	8.66	7.86	6.48
开创电气（%）	8.78	5.43	5.07	5.07
大叶股份（%）	7.69	6.98	10.74	5.53
康平科技（%）	1.86	1.59	1.61	1.34
平均值（%）	**6.19**	**5.67**	**6.32**	**4.61**
公司（%）	**1.89**	**1.92**	**2.25**	**1.59**

报告期内，公司销售费用率分别为1.59%、2.25%、1.92%和1.89%，低于同行业可比公司平均水平，高于同行业可比公司康平科技。

报告期内，公司与同行业可比公司销售费用具体明细费用率情况如下：

单位：%

年份	项目	锐奇股份	开创电气	大叶股份	康平科技	可比公司平均	发行人
2025 年 1-6 月	职工薪酬	4.60	2.51	4.08	1.06	**3.06**	**0.82**
	促销费	0.27	-	-	-	**0.07**	**-**
	差旅及招待费	0.60	0.35	0.20	0.19	**0.33**	**0.24**
	业务宣传费	0.27	0.39	1.41	0.04	**0.53**	**0.27**
	折旧摊销费	0.10	-	0.66	0.02	**0.19**	**-**
	其他费用	0.58	0.20	0.51	-	**0.32**	**0.08**
	电商服务及仓储费	-	3.17	-	-	**0.79**	**0.30**
	货代及清关费用	-	1.78	-	-	**0.44**	
	办公费及外部服务费	-	0.38	0.35	0.54	**0.32**	**0.10**
	运输修理费、样品费、售后服务费、保险费、销售佣金	-	-	0.49	0.01	**0.19**	**0.07**
	合计	**6.43**	**8.78**	**7.69**	**1.86**	**6.19**	**1.89**
2024 年度	职工薪酬	5.22	1.51	2.77	1.01	**2.63**	**0.90**
	促销费	0.65	-	-	-	**0.16**	**-**
	差旅及招待费	1.51	0.20	0.24	0.19	**0.54**	**0.21**
	业务宣传费	0.09	0.41	1.11	0.08	**0.42**	**0.27**
	折旧摊销费	0.14	-	0.76	0.01	**0.23**	**-**
	其他费用	1.06	0.07	0.91	-	**0.51**	**0.06**
	电商服务及仓储费	-	1.91	-	-	**0.48**	**0.34**
	货代及清关费用	-	0.88	-	-	**0.22**	**-**
	办公费及外部服务费	-	0.45	0.35	0.26	**0.26**	**0.07**
	样品费、售后服务费、保险费、销售佣金、运输修理费	-	-	0.84	0.04	**0.38**	**0.08**
	合计	**8.66**	**5.43**	**6.98**	**1.59**	**5.67**	**1.92**
2023 年度	职工薪酬	5.18	1.84	4.08	0.92	**3.01**	**1.00**
	促销费	0.79	-	-	-	**0.20**	**-**
	差旅及招待费	0.77	0.29	0.31	0.18	**0.39**	**0.20**
	业务宣传费	0.14	0.22	2.47	0.10	**0.73**	**0.46**
	折旧摊销费	0.28		1.27	0.00	**0.39**	
	其他费用	0.70	0.07	0.88		**0.41**	**0.06**
	电商服务及仓储费	-	1.62			**0.41**	**0.35**
	货代及清关费用	-	0.62			**0.16**	**-**

年份	项目	锐奇股份	开创电气	大叶股份	康平科技	可比公司平均	发行人
	办公费及外部服务费	-	0.41	0.39	0.31	**0.28**	**0.08**
	样品费、售后服务费、保险费、销售佣金、运输修理费	-		1.34	0.06	**0.55**	**0.10**
	合计	**7.86**	**5.07**	**10.74**	**1.56**	**6.31**	**2.25**
2022 年度	职工薪酬	4.78	1.70	2.14	0.78	**2.35**	**0.94**
	促销费	0.22	-	-	-	**0.06**	**-**
	差旅及招待费	0.50	0.19	0.12	0.21	**0.26**	**0.13**
	业务宣传费	0.00	0.06	1.03	0.08	**0.29**	**0.08**
	折旧摊销费	0.33	-	0.75	0.00	**0.27**	**-**
	其他费用	0.65	0.06	0.30	-	**0.25**	**0.07**
	电商服务及仓储费	-	1.71	-	-	**0.43**	**0.14**
	货代及清关费用	-	1.02	-	-	**0.26**	**-**
	办公费及外部服务费	-	0.32	0.22	0.20	**0.19**	**0.14**
	样品费、售后服务费、保险费、销售佣金、运输修理费	-	-	0.97	0.07	**0.32**	**0.09**
	合计	**6.48**	**5.07**	**5.53**	**1.34**	**4.61**	**1.59**

根据公司与同行业可比公司明细费用率对比可知，公司销售费用率低于同行业可比公司平均水平，主要系公司职工薪酬、业务宣传费、电商服务及仓储费等因素综合影响所致。公司销售费用中各明细费用情况具体分析如下：

1、销售人员职工薪酬差异的影响

报告期内，公司销售费用职工薪酬比同行业可比公司分别低 1.41%、2.01%、1.73%和 2.24%，故职工薪酬是导致公司销售费用率低于同行业可比公司的最主要因素。

报告期内，同行业可比公司与公司销售人员薪酬总额、人数、人均薪酬具体情况如下：

单位：万元、人、万元/人

同行业公司	项目	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
锐奇股份	薪酬总额	1,100.83	2,280.78	2,596.47	2,078.51
	人数	未披露	85	98	110
	平均薪酬	**-**	**26.83**	**26.49**	**18.90**
开创电气	薪酬总额	728.28	1,264.79	1,081.71	1,018.30

同行业公司	项目	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
	人数	未披露	70	75	82
	平均薪酬	**-**	**18.07**	**14.42**	**12.42**
大叶股份	薪酬总额	10,397.92	4,876.11	3,784.51	3,142.91
	人数	未披露	67	69	70
	平均薪酬		**72.78**	**54.85**	**44.90**
康平科技	薪酬总额	609.89	1,175.72	857.73	777.96
	人数	未披露	51	40	39
	平均薪酬		**23.05**	**21.44**	**19.95**
平均值	**薪酬总额**	**12,836.92**	**2,399.35**	**2,426.37**	**1,922.27**
	人数	**未披露-**	**68**	**71**	**75**
	平均薪酬	**-**	**35.28**	**34.17**	**25.63**
公司	**薪酬总额**	**421.00**	**869.57**	**806.08**	**687.13**
	人数	**65**	**60**	**56**	**53**
	平均薪酬	**6.48**	**14.49**	**14.39**	**12.96**

注 1：同行业可比公司数据来源于同行业可比公司披露的公开数据；
注 2：销售人员人数=（期初人数+期末人数）/2，取整，下同。

2022 年度至 2024 年度，同行业可比公司销售人员人均薪酬分别为 25.63 万元/人、34.17 万元/人和 35.28 万元/人，高于公司销售人员人均薪酬 12.96 万元/人、14.39 万元/人和 14.49 万元/人。2022 年度至 2024 年度，同行业可比公司与公司销售人员人均薪酬差异率具体情况如下：

同行业公司	2024 年度	2023 年度	2022 年度
锐奇股份	85.18%	84.12%	45.80%
开创电气	24.70%	0.23%	-4.18%
大叶股份	402.26%	281.15%	246.44%
康平科技	59.10%	49.01%	53.92%
公司与同行业可比公司人均薪酬平均差异率	**143.51%**	**137.49%**	**97.76%**

注：公司与同行业可比公司销售人员人均薪酬差异率=（同行业可比公司销售人员人均薪酬-公司销售人员人均薪酬）/公司销售人员人均薪酬。

（1）大叶股份与公司销售人员职工薪酬差异原因

2022 年度至 2024 年度，大叶股份与公司的人均薪酬差异率超过 200%，差异最大，根据大叶股份公开披露信息，主要原因系：

1）大叶股份以境外销售为主，2022 年度至 2024 年境外销售占比均超过 90%，主要销往北美和欧洲等发达国家和地区，大叶股份境外销售占比显著高于公司。由于其境外经营面临中美贸易摩擦及美国“双反”调查风险、文化差异、国际政治经济环境复杂、语言障碍以及价值观冲突等困难，因此其销售人员的工作内容和复杂程度较高，大叶股份为提高销售人员市场开拓积极性，给与销售团队的薪酬水平较高；

2）大叶股份在北美、欧洲、香港等诸多发达国家和地区设立了境外子公司，截至 2024 年末，大叶股份主要子公司在职员工人数为 428 人，占大叶股份总人数的比例为 44.21%，该等发达国家和地区的用工成本显著高于国内，因此拉升大叶股份销售人员人均薪酬；

3）为了销售新产品和更好地服务客户，2023 年度大叶股份一方面优化了国内销售中心销售人员结构并引进高端销售人才和大叶欧洲销售人员进行了小幅调薪，另一方面增加了大叶北美区销售人员数量；

4）大叶股份所在的浙江宁波整体人均收入水平高于公司所处的浙江金华，根据宁波市和金华市统计局发布，2024 年，宁波市居民人均可支配收入为 7.48 万元，显著高于公司所处的金华市居民人均可支配收入 6.48 万元的 15.43%。

（2）锐奇股份与公司销售人员职工薪酬差异原因

报告期内，锐奇股份与公司的销售人员人均薪酬差异率分别为 45.80%、84.12%和 85.18%，主要系：锐奇股份所在的上海市整体人均收入水平高于公司所处的浙江金华，根据上海市和金华市统计局发布，2024 年，上海市居民人均可支配收入为 8.84 万元，显著高于公司所处的金华市居民人均可支配收入 6.48 万元的 36.42%。2023 年度、2024 年度，公司与锐奇股份的人均薪酬差异率进一步扩大，主要系锐奇股份增加了海外业务拓展活动投入，提高了其销售人员薪酬。

（3）康平科技与公司销售人员职工薪酬差异原因

报告期内，康平科技与公司的人均薪酬差异率分别为 53.92%、49.01%和 59.10%，主要系：康平科技所在的苏州市整体人均收入水平高于公司所处的浙江金华，根据苏州市和金华市统计局发布，2024 年，苏州市居民人均可支配收入为 7.75 万元，高于公司所处的金华市居民人均可支配收入 6.48 万元的 19.60%。

（4）开创电气与公司销售人员职工薪酬差异原因

报告期内，开创电气与公司的人均薪酬差异率分别为-4.18%、0.23%和24.70%，差异率明显小于前述 3 家同行业可比公司，主要系开创电气与公司均位于浙江省金华市，由于地域因素造成的职工薪酬差异较小。

综上，公司销售费用职工薪酬费用率低于同行业可比公司平均值具有合理性，若职工薪酬费用率与同行业可比公司平均水平一致，公司销售费用率情况如下：

单位：%

名称	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
公司销售费用率（a）	1.89	1.92	2.25	1.59
职工薪酬费用率差异影响(b)	2.24	1.73	2.01	1.41
公司模拟销售费用率(c=a+b)	**4.13**	**3.65**	**4.26**	**3.00**
同行业可比公司平均销售费用率	**6.19**	**5.67**	**6.32**	**4.61**

上表所示，若公司销售人员薪酬水平达到同行业可比公司平均水平，报告期内，公司销售费用率分别为 3.00%、4.26%、3.65%和 4.13%，与行业平均水平进一步趋近。

2、业务宣传费用、折旧摊销费差异的影响

（1）业务宣传费用差异影响

报告期内，公司销售费用业务宣传费用率（广宣费用率）比同行业可比公司分别低 0.21%、0.27%、0.15%和 0.26%，业务宣传费是导致公司销售费用率低于同行业可比公司的重要影响因素之一。

结合公司与同行业可比公司销售费用具体明细费用率情况对比可知，报告期内大叶股份业务宣传费比例较高，其他同行业可比公司与公司相当。报告期内大叶股份的业务宣传费占营业收入的比例分别为 1.03%、2.47%、1.11%和 1.41%，公司业务宣传费占营业收入的比例分别为 0.08%、0.46%、0.27%和 0.27%，报告期各期，大叶股份业务宣传费均高于公司，主要系：

1）大叶股份为宣传其产品与服务，持续参加专业的园林机械行业展览会、在不同的市场有针对性地利用不同的媒体形式（如专业杂志、广播电视、户外广告等）投放广告等形式加强品牌宣传与推广；

2）2023 年起大叶股份业务宣传费中新增渠道促销费，主要为公司在家得宝销售渠道推介产品的费用；

3）大叶股份受其欧美主要客户处于高库存阶段、同时加大去库存力度导致客户需求减少的影响，2023 年度大叶股份营业收入下降 36.91%，大幅拉升了其 2023 年度的销售费用率。

（2）折旧摊销费差异影响

报告期内，公司销售费用折旧摊销费用率比同行业可比公司分别低 0.27%、0.39%、0.23%和 0.19%，折旧摊销费用是导致公司销售费用率低于同行业可比公司的重要影响因素之一。报告期内，大叶股份销售费用折旧费用率分别为 0.75%，1.27%，0.76%和 0.66%，显著高于其他同行业可比公司及公司。大叶股份销售费用折旧费用率较高主要系大叶股份在北美、欧洲、香港等诸多发达国家和地区设立了境外销售子公司并购置了相关房产，销售费用中折旧费用率较高所致。

综上，公司业务宣传费用率、折旧费用率低于同行业可比公司平均值主要受大叶股份影响，具备合理性。若业务宣传费用率、折旧费用率与同行业可比公司平均水平保持一致，则公司销售费用率情况如下：

单位：%

名称	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
公司销售费用率(a)	1.89	1.92	2.25	1.59
职工薪酬费用率差异影响(b)	2.24	1.73	2.01	1.41
业务宣传费用率、折旧费用率差异影响(c)	0.45	0.38	0.66	0.48
公司模拟销售费用率(d=a+b+c)	**4.58**	**4.03**	**4.92**	**3.48**
同行业可比公司平均销售费用率	**6.19**	**5.67**	**6.32**	**4.61**

上表所示，若公司销售人员薪酬水平、业务宣传费用率、折旧费用率达到同行业可比公司平均水平，报告期内，公司销售费用率分别为 3.48%、4.92%、4.03%和 4.58%，与行业平均水平进一步趋近。

3、电商服务及仓储费、货代及清关费用差异的影响

报告期内，公司销售费用电商服务及仓储费用率比同行业可比公司分别低 0.29%、0.06%、0.14%和 0.49%，货代及清关费用比同行业可比公司分别低 0.26%、0.16%、0.22%和 0.44%，故电商服务及仓储费用和货代及清关费用是导致公司销

售费用率低于同行业可比公司的重要影响因素之一。

结合公司与同行业可比公司销售费用具体明细费用率情况对比可知，开创电气报告期内电商服务及仓储费、货代及清关费用比例较高。报告期内，开创电气的电商服务及仓储费占营业收入的比例分别为 1.71%、1.62%、1.91%和 3.17%，公司电商服务及仓储费占营业收入的比例分别为1.02%、0.62%、0.88%和1.78%。报告期各期开创电气电商服务及仓储费均高于公司，主要系开创电气与公司线上线下收入结构不同造成。2022 年-2024 年度，开创电气线上收入占主营业务收入比重分别为 10.24%、12.19%和 13.54%（开创电气未披露 2025 年 1-6 月线上收入占比），明显高于公司线上收入占主营业务收入比例分别 0.89%、1.86%和 1.73%，故其电商服务及仓储费率亦明显高于公司。

报告期内，开创电气的货代及清关费用占营业收入比重分别为 1.71%、1.62%、1.91%和 1.78%，明显高于公司，主要系开创电气与公司境内境外收入结构不同造成。2022 年度至 2024 年度，开创电气境外收入占主营业务收入比重分别为 89.11%、90.10%、91.85%（开创电气未披露 2025 年 1-6 月境外收入占比），明显高于公司境外收入占主营业收入比重为 40.43%、37.63%、39.35%，故其货代及清关费用率亦明显高于公司。

综上，公司电商服务及仓储费、货代及清关费用率低于同行业可比公司平均值主要受开创电气影响，具备合理性。若公司电商服务及仓储费、货代及清关费用率与同行业可比公司平均水平一致，公司销售费用率情况如下：

单位：%

名称	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
公司销售费用率(a)	1.89	1.92	2.25	1.59
职工薪酬费用率差异影响(b)	2.24	1.73	2.01	1.41
业务宣传费用率、折旧费用率差异影响(c)	0.45	0.38	0.66	0.48
电商服务及仓储费率、货代及清关费用率差异影响（d）	0.93	0.36	0.22	0.55
公司模拟销售费用率(e=a+b+c+d)	**5.51**	**4.39**	**5.14**	**4.03**
同行业可比公司平均销售费用率	**6.19**	**5.67**	**6.32**	**4.61**

上表所示，若公司销售人员薪酬水平、业务宣传费用率、折旧费用率、电商服务及仓储费和货代及清关费用均达到同行业可比公司平均水平，报告期内，公

司销售费用率分别为 4.03%、5.14%、4.39%和 5.51%，与行业平均水平进一步趋近，且亦大幅高于同行业可比公司康平科技。

综上所述，公司销售费用率低于同行业可比公司平均水平，主要系：一方面，与同行业可比公司相比，公司所在地永康市为浙江省辖县级市，城镇居民平均薪酬以及公司销售人员平均薪酬相对较低，使得销售人员总体薪酬偏低；另一方面，由于业务模式（线上线下收入占比、境内境外收入占比等）、市场推广方式不同，如开创电气由于线上收入占比和外销收入占比明显高于公司使得其销售费用中线上电商服务费、货代及清关费用等比例明显高于公司，大叶股份由于通过参加专业的园林机械行业展览会等加强品牌宣传与推广、增加促销渠道等使得其销售费用中业务宣传费比例明显高于公司，使得同行业可比公司销售费用率平均水平高于公司。报告期内，公司销售费用率低于同行业可比公司平均水平，高于同行业可比公司康平科技，符合公司实际情况，相关差异具有合理性。

（二）说明销售费用金额逐年增加的原因

报告期内，公司销售费用分别为 1,159.25 万元、1,810.28 万元、1,855.34 万元和 969.59 万元，销售费用随着公司营业收入的增长而相应增加。2023 年度销售费用金额增长较快，幅度达到 56.16%，2024 年和 2025 年基本保持稳定。2022 年度和 2023 年度销售费用明细对比情况如下：

单位：万元

项目	2023 年度	2022 年度	增长金额	增长比例
职工薪酬	806.08	687.13	118.95	17.31%
电商服务及仓储费	278.82	100.72	178.10	176.83%
广宣费	369.54	55.91	313.63	560.96%
业务招待费	89.53	62.17	27.36	44.01%
差旅费	72.46	35.74	36.72	102.74%
保险费	77.85	62.63	15.22	24.30%
办公费用	67.97	101.76	-33.79	-33.21%
其他	48.03	53.18	-5.15	-9.68%
合计	**1,810.28**	**1,159.25**	**651.03**	**56.16%**

由上表可知，2023 年销售费用增加主要系广宣费 313.63 万元、电商服务及仓储费增长 178.10 万元、职工薪酬增长 118.95 万元所致，具体如下：

广宣费 2023 年较 2022 年增长 313.63 万元，增长较快，主要系 2023 年起我国公共卫生事件影响逐步消减，公司参与了较多的五金、电动工具等相关行业展会，以便挖掘潜在客户、潜在需求，深化产品合作以及扩大销售规模；此外，公司加强对品牌、产品的广告宣传，制作广告宣传片或短视频，使得展位展览费用及广告业务宣传费增长较快。

电商服务及仓储费 2023 年较 2022 年增长 176.83%，主要系公司进一步加大海外线上平台渠道投入，以提高自有品牌产品的影响力，使得 2023 年线上销售收增长 131.61%，电商服务及仓储费也随之提高，电商服务及仓储费的增长与线上收入的增长相互匹配。

职工薪酬 2023 年较 2022 年销售人员薪酬增长 17.31%，主要随着销售业绩向好，公司提高了销售人员人均薪酬，从 2022 年度的 12.96 万元/人，提高到 2023 年度 14.39 万元/人，人均薪酬涨幅为 11.03%；此外，销售人员数量从 2022 年 53 人增加至 56 人，亦推动了销售费用职工薪酬的增长。

综上，公司销售费用逐年增长，主要系公司加大业务宣传力度、线上平台投入增加以及提高员工薪酬等因素导致，具有合理性。

四、核查程序及核查意见

（一）核查程序

1、访谈发行人管理层，了解不同销售模式业务拓展模式、订单获取方式、客户开发及维护模式情况、销售人员主要分类及对应职能作用、地区分布及数量、线上销售模式下仓储服务费构成等；分析不同地区分布的销售人员数量与对应地区的客户数量及销售情况是否匹配；

2、获取发行人销售人员花名册、收入成本明细表、销售人员差旅费明细账、业务招待费明细账、销售人员薪酬表，分析各销售区域业绩情况对应的销售人员的人均销售收入、人均差旅费、人均招待费、人均薪酬的匹配情况；

3、获取境外线上收入明细表和仓储费明细账，分析发行人仓储服务费与对应平台发出商品的匹配情况；

4、查阅同行业可比公司公开信息，分析发行人销售费用率低于可比公司平

均水平的合理性；获取销售费用明细账，分析报告期内销售费用金额逐年增加的原因。

（二）核查意见

1、发行人经销、直销、贸易商等不同模式对应的业务拓展模式、订单获取方式、客户开发及维护模式符合各模式下客户需求及市场发展特点，具备合理性；由于发行人销售部门下设部门分工与销售模式分类不完全匹配，存在同一销售人员同时对接多种销售模式下客户的情形，因此不同模式的销售收入与销售人员数量并非线性匹配关系，而是存在一定波动；销售人员主要分类及数量合理，与对应地区的客户数量匹配情况较好，与对应地区销售收入具有匹配性；报告期内，各销售区域对应销售人员的人均销售收入、人均差旅费、人均招待费、人均薪酬情况具有合理性，与对应区域业绩情况具备匹配性；

2、报告期内，发行人仓储费与境外线上收入金额、销售数量具有匹配性；

3、报告期内，公司销售费用率低于同行业可比公司平均水平，主要系公司职工薪酬、业务宣传费、电商服务及仓储费等因素综合影响所致。一方面，与同行业可比公司相比，公司所在地永康市为浙江省辖县级市，城镇居民平均薪酬以及公司销售人员平均薪酬相对较低，使得销售人员总体薪酬偏低；另一方面，由于业务模式（线上线下收入占比、境内境外收入占比等）、市场推广方式不同，如开创电气由于线上收入占比和外销收入占比明显高于公司使得其销售费用中线上电商服务费、货代及清关费用等比例明显高于公司，大叶股份由于通过参加专业的园林机械行业展览会等加强品牌宣传与推广、增加促销渠道使得其销售费用中业务宣传费比例明显高于公司，使得同行业可比公司销售费用率平均水平高于公司。报告期内，公司销售费用率低于同行业可比公司平均水平，高于同行业可比公司康平科技，符合公司实际情况，相关差异具有合理性。

4、报告期内，发行人销售费用逐年增长，主要系公司加大业务宣传力度、线上平台投入增加以及提高员工薪酬等因素导致，具有合理性。

（4）汇率波动风险管理有效性

根据申请文件：①报告期各期末，公司交易性金融负债余额分别为 120.12

万元、102.49 万元和 29.15 万元，主要为管理汇率风险而持有的远期外汇产品。②2022 年、2023 年和 2024 年公司汇兑净收益分别为 678.15 万元、63.64 万元和 403.42 万元。请发行人：①结合发行人历史上采取的汇率波动风险应对措施，说明远期外汇合约与境外收入及汇兑损益的匹配性，发行人交割情况或平仓计划，发行人在各期末因远期外汇交易带来的风险敞口，应对汇率波动风险措施的有效性。②说明各期末远期外汇产品的具体持仓情况、购买情况、处置情况、交易对手方、持有币种、金额、约定汇率、交割方式及期限情况，各期金融资产/负债、投资收益、公允价值变动损益及现金流量的勾稽关系，相关会计处理合规性。

回复：

一、结合发行人历史上采取的汇率波动风险应对措施，说明远期外汇合约与境外收入及汇兑损益的匹配性，发行人交割情况或平仓计划，发行人在各期末因远期外汇交易带来的风险敞口，应对汇率波动风险措施的有效性

（一）发行人历史上采取的汇率波动风险应对措施

由于公司境外销售收入占比较高，为应对汇率变动对公司业绩的影响，公司采取了以下主要应对措施：

1、加强对财务人员外汇知识培训并强调汇率风险，密切关注国际形势、外贸政策、外汇市场变动情况、主要国家的汇率政策等影响汇率变化的要素，了解国内外相关法律法规，及时调整企业的发展战略，增强公司对市场走势的预判能力；

2、加强对应收账款及客户信用期的管理，控制赊销规模和比例，及时回笼外币货款。密切跟踪外汇波动情况，结合公司资金需求、客户回款情况等适时办理即期结汇，调整外币货币性资产的规模；

3、利用银行金融工具，开展外汇资金交易业务，通过对外汇汇率的走势研判，利用合约锁定结/购汇汇率，对外币进行成本锁定，防范市场风险，实现外汇资产的保值增值。

综上所述，针对汇率波动可能带来的不利影响，公司已通过积极采取措施进行有效应对，努力将外销业务汇率波动对公司经营的影响控制在合理水平以内。

（二）远期外汇合约与境外收入及汇兑损益的匹配性

报告期各期末，发行人所持有的远期外汇产品系远期结售汇产品。报告期内，公司远期结售汇产品金额与境外收入的具体情况如下：

单位：万元

项目	序号	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
当年度交割的美元远期结售汇业务（美元）	A	-	300.00	330.00	200.00
期末未交割远期外汇合约（美元）		-	-	300.00	330.00
美元结算的外销收入（美元）	B	1,823.73	3,813.62	3,074.19	3,674.04
覆盖比例	**C=A/B**	**0.00%**	**7.87%**	**10.73%**	**5.44%**
汇兑损益	D	-133.20	-403.42	-63.64	-678.15
占比	**E=A/D**	**0.00%**	**-74.36%**	**-518.54%**	**-29.49%**

由上表可见，发行人购买的远期外汇产品与以美元结算的营业收入以及各期汇兑损益不存在明显的匹配关系，主要系公司通过闲置资金进行远期外汇产品的交易，金额较小，并非为了应对以及涵盖因外销业务所带来的风险敞口，故与外销收入、汇兑损益不存在明显的匹配关系。

（三）发行人在各期末因远期外汇交易带来的风险敞口，应对汇率波动风险措施的有效性

报告期各期末，发行人所持有的外币资产与购买远期外汇合约所形成的风险敞口情况如下：

单位：万美元

项目	序号	2025 年 6 月 30 日	2024 年 12 月 31 日	2023 年 12 月 31 日	2022 年 12 月 31 日
未到期的远期外汇合约	A	-	-	300.00	330.00
因远期外汇交易带来的风险敞口	B=A	-	-	300.00	330.00
美元货币资金	C	1,416.08	2,177.13	1,199.82	600.66
风险敞口覆盖率	D=C/B	不适用	不适用	399.94%	182.02%

由上表可见，报告期各期末公司因远期外汇交易带来的风险敞口分别为 330.00 万美元、300.00 万美元、0 万美元和 0 万美元，风险敞口较低，报告期各期末美元货币资金可以覆盖远期外汇交易带来的风险敞口。

报告期内，发行人汇兑净收益金额分别为 678.15 万元、63.64 万元、403.42 万元和 133.20 万元，应对汇率波动风险措施成效优良。

二、说明各期末远期外汇产品的具体持仓情况、购买情况、处置情况、交易对手方、持有币种、金额、约定汇率、交割方式及期限情况，各期金融资产/负债、投资收益、公允价值变动损益及现金流量的勾稽关系，相关会计处理合规性

（一）说明各期末远期外汇产品的具体持仓情况、购买情况、处置情况、交易对手方、持有币种、金额、约定汇率、交割方式及期限情况

报告期各期末，公司开展的远期外汇合约交易系远期结售汇业务，具体产品明细和各个期末的持仓情况如下：

单位：万元

时间	银行	产品类别	成交编号	交易日期	交割日期	币种	交易方式	金额	交割汇率
2022 年末	中国农业银行	远期结售汇	19XY628021008	2022/12/22	2023/12/19	美元	远期卖出美元，买入相应人民币	330.00	6.7882
2023 年末	中国工商银行	远期结售汇	030023050800006	2023/5/8	2024/4/19	美元	远期卖出美元，买入相应人民币	100.00	6.7350
			030023051200006	2023/5/12		美元		100.00	6.7684
			030023060700011	2023/6/7		美元		100.00	6.9100
2024 年末	无								
2025 年 6 月末	无								

报告期内，公司根据未来外币现金流的预测情况开展远期外汇合约交易，以降低汇率波动对经营业绩的影响，缩小外汇风险敞口。总体来说，报告期各期末，公司签订的远期外汇合约交易金额较小。

（二）各期金融资产/负债、投资收益、公允价值变动损益及现金流量的勾稽关系

报告期内，发行人各期金融资产/负债、投资收益、公允价值变动损益勾稽关系如下：

单位：万元

项目	序号	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
交易性金融资产/负债-期初	A	-	-87.31	10.70	-

项目	序号	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
交易性金融资产/负债-期末	B	-	-	-87.31	10.70
产生的公允价值变动收益	C=B-A	-	87.31	-98.01	10.70
投资收益（实际交割损益）	D	-	-124.66	-102.30	-70.50
各期金融资产/负债产生公允价值变动收益和投资收益合计	E=C+D	-	-37.35	-200.31	-59.80
取得投资收益收到的现金	F	-	-	-	-

注：交易性金融资产正数表示，交易性金融负债负数表示；交易性金融资产/负债-期末已扣除非远期结售汇项目。

从上表可知，报告期内，公司金融资产/负债产生的公允价值变动收益分别为 10.70 万元、-98.01 万元、87.31 万元和 0.00 万元，处置时（即实际交割时）产生的投资收益分别为-70.50 万元、-102.30 万元、-124.66 万元和 0.00 万元，发行人金融资产/负债与投资收益、公允价值变动损益勾稽匹配。

此外，发行人购买的远期外汇产品等金融资产/负债，在近期和远期结算时均为不同币种的现金买卖交易，故不形成现金流的变动。

（三）相关会计处理合规性

1、报告期内远期外汇合约的初始确认及后续计量情况

公司将远期外汇合约认定为符合交易性金融资产确认的条件，并作为交易性金融资产或金融负债进行确认和计量。报告期内公司远期外汇合约交易在各个时点的会计核算方法如下：

（1）合同签订日：公司向银行提交远期外汇合约交易业务申请后，银行审批受理，远期外汇合约公允价值为零，不进行账务处理。

（2）资产负债表日（持有）：按公允价值进行计量，期末公允价值依据银行出具的估值报告确定。期末公允价值如为正数则确认为当期公允价值变动收益及交易性金融资产；如为负数则确认为当期公允价值变动损失及交易性金融负债。

（3）实际交割日（卖出）：公司根据交割时点汇率与合同约定结算汇率之间的差异，将合约交割日结算的收益或亏损确认为投资收益。

2、相关会计处理合规性

根据《企业会计准则第 22 号——金融工具确认和计量》（2017 年修订）第

九条规定：“企业成为金融工具合同的一方时，应当确认一项金融资产或金融负债”，第十六条规定：“企业应当根据其管理金融资产的业务模式和金融资产的合同现金流量特征，将金融资产划分为以下三类：（一）以摊余成本计量的金融资产。（二）以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产。（三）以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产”，第十九条规定：“…金融资产或金融负债满足下列条件之一的，表明企业持有该金融资产或承担该金融负债的目的是交易性的：（一）取得相关金融资产或承担相关金融负债的目的，主要是为了近期出售或回购。（二）相关金融资产或金融负债在初始确认时属于集中管理的可辨认金融工具组合的一部分，且有客观证据表明近期实际存在短期获利模式。（三）相关金融资产或金融负债属于衍生工具。但符合财务担保合同定义的衍生工具以及被指定为有效套期工具的衍生工具除外”。

公司将远期结售汇合约划分为交易性金融资产或金融负债进行确认和计量，符合《企业会计准则第 22 号——金融工具确认和计量》相关要求，具有合理性。

综上所述，公司远期外汇合约的相关会计处理符合《企业会计准则》规定，会计处理合规。

三、核查程序及核查意见

（一）核查程序

针对上述事项，保荐机构及申报会计师执行的核查程序如下：

1、访谈发行人财务负责人，了解公司报告期内采取的汇率波动风险应对措施，了解远期外汇产品的会计处理方法；分析其应对汇率波动风险措施的有效性；

2、获取公司报告期内的远期外汇产品明细账，查阅远期外汇产品合约，了解各期末远期外汇产品具体持仓情况、购买情况、处置情况、交易对手方、持有币种、金额、约定汇率、交割方式及期限情况；

3、复核报告期内各期末相关商品远期外汇产品的公允价值，并向交易银行进行函证；

4、分析境外收入和汇兑损益和远期外汇合约的匹配性；分析各期末因远期外汇合约交易带来的风险敞口；分析远期外汇产品与各期金融资产/负债、投资

收益、公允价值变动损益和现金流量的勾稽关系；

5、复核公司关于远期外汇产品的会计处理，检查是否符合企业会计准则的规定，是否具有合规性。

（二）核查意见

经核查，保荐机构及申报会计师认为：

1、针对汇率波动可能带来的不利影响，发行人已通过积极采取措施进行有效应对，努力将外销业务汇率波动对公司经营的影响控制在合理水平以内；报告期内，发行人购买的远期外汇产品与以美元结算的营业收入以及各期汇兑损益不存在明显的匹配关系，主要系公司通过闲置资金进行远期外汇产品的交易，金额较小，并非为了应对以及涵盖因外销业务所带来的风险敞口；报告期各期末美元货币资金可以覆盖远期外汇交易带来的风险敞口，发行人应对汇率波动风险措施成效优良；

2、报告期内，发行人根据未来外币现金流的预测情况开展远期外汇合约交易，以降低汇率波动对经营业绩的影响，缩小外汇风险敞口；总体来说，报告期各期末，公司签订的远期外汇合约交易金额较小；报告期内，金融资产/负债、投资收益、公允价值变动损益及现金流量勾稽一致，发行人购买的远期外汇产品等金融资产/负债，在近期和远期结算时均为不同币种的现金买卖交易，故不形成现金流的变动；报告期各期，公司远期外汇合约的相关会计处理符合《企业会计准则》的规定，具有合规性。

四、募集资金运用及其他事项

问题 9.募投项目必要性、合理性

根据申请文件：（1）发行人本次发行拟募集资金 27,000 万元，拟投向“新增年产 350 万套智能集成工具生产线技改项目”和补充流动资金，对公司现有主营业务进行扩产，最终实现新增年产 350 万套电锤、电镐等电动工具产品。（2）报告期内发行人产能利用率为 95.73%、105.96%、120.60%，2024 年末发行人货币资金余额约为 2.47 亿元。

请发行人：（1）结合现有生产经营场地、生产线、软硬件设备、员工数量以及各类产品的产能利用率、产销率、在手订单、下游市场需求变动趋势等，分析说明拟新增生产经营场地、生产线、软硬件设备、产能具体情况及相关资金测算依据，是否存在生产经营场地、生产线、软硬件设备闲置风险，募投项目达产后新增产能、产量、经营规模是否有足够的市场消化能力，是否存在产能过剩或产能闲置风险，并充分揭示。（2）结合发行人目前固定资产规模、生产能力情况，分析说明募投项目固定资产投资与将形成的生产能力的配比情况、固定资产投资规模的合理性。（3）说明超产能生产的原因，是否违反环保、安全生产等方面法律法规规定，是否构成重大违法违规行为，是否存在生产安全隐患或未披露的事故，相关整改措施及有效性。（4）说明补充流动资金的测算依据、测算过程、主要用途，结合目前货币资金情况等，分析说明补充流动资金的必要性。（5）结合募投项目生产经营计划、建设与营运资金需求、发行人资金情况、达产后的经济效益测算等，量化说明募资规模设计是否谨慎、合理。结合募投项目长期资产、员工增加的规模，量化分析折旧、摊销或新增人工成本对发行人未来成本、利润的具体影响。

请保荐机构核查上述事项并发表明确意见。

回复：

一、结合现有生产经营场地、生产线、软硬件设备、员工数量以及各类产品的产能利用率、产销率、在手订单、下游市场需求变动趋势等，分析说明拟新增生产经营场地、生产线、软硬件设备、产能具体情况及相关资金测算依据，是否存在生产经营场地、生产线、软硬件设备闲置风险，募投项目达产后新增产能、产量、经营规模是否有足够的市场消化能力，是否存在产能过剩或产能闲置风险，并充分揭示

（一）公司现有生产经营场地、生产线、软硬件设备、员工数量以及各类产品的产能利用率、产销率、在手订单、下游市场需求变动趋势

1、公司现有生产经营场地

截至本回复出具日，公司自有房产及建筑物情况如下：

序号	权利人	产权编号	地理位置	建筑面积（平方米）	产权证取得日期	用途
1	德硕科技	浙（2021）永康市不动产权第 0021594 号	总部中心金碧大厦 20 楼西	946.93	2021/12/14	办公
2	德硕科技	浙（2021）永康市不动产权第 0021601 号	西城金桂南路 111 号	62,801.33	2021/12/15	工业
3	德硕科技	浙（2023）永康市不动产权第 0022756 号	永康市西城金智路 58 号	95,248.44	2023/8/21	工业

截至本回复出具日，公司拥有的土地使用权情况如下：

序号	所有权人	权证号	地理位置	用途	面积（平方米）	取得方式	土地使用权终止日期
1	德硕科技	浙（2021）永康市不动产权第 0021594 号	总部中心金碧大厦 20 楼西	商服用地	37.08（分摊面积）	出让	2051/3/1
2	德硕科技	浙（2021）永康市不动产权第 0021601 号	西城金桂南路 111 号	工业用地	25,254.63	出让	2068/5/20
3	德硕科技	浙（2022）永康市不动产权第 0012829 号	永康市城西新区四环线以西、321 省道以北地块五-2	工业用地	12,803.00	出让	2072/7/29
4	德硕科技	浙（2023）永康市不动产权第 0022756 号	永康市西城金智路 58 号	工业用地	57,482.00	出让	2072/1/24
5	德硕科技	浙（2024）永康市不动产权第 0006215 号	永康现代农业装备高新技术产业园区四环线以西、321 省道以北地块五-3	工业用地	5,234.00	出让	2074/5/24

截至本回复出具日，公司与经营相关的房屋租赁情况如下：

序号	承租方	出租方	地理位置	建筑面积（平方米）	租赁期限	租赁用途
1	德硕科技	武义县明悦金属配件厂	武义县白洋街道下陈村	700.00	2023/8/1 至 2028/7/31	厂房
2	巴萨格杭州分公司	浙江奥然实业发展有限公司	杭州市萧山区宁围街道宁泰路 27 号江宁大厦 1 栋 8 层 807 室	149.00	2024/10/8 至 2027/11/22	办公室
3	赛恩特	浙江奥然实业发展有限公司	杭州市萧山区宁围街道宁泰路 27 号江宁大厦 1 栋 8 层 809 室	149.00	2024/10/8 至 2027/11/22	办公室
4	赛恩特	薛荻	杭州市萧山区宁围街道潮起云上府 8 栋 1 单元 403 室	96.91	2025/6/11 至 2026/6/10	员工宿舍
5	蓝瑟斯	深圳市前海质成科技有限公司	深圳市南山区粤海街道高新南七道 206 号高新工业村 R2-B 栋 518 物业	5.00	2025/7/11 至 2028/7/10	办公室

由上表可知，公司现有生产经营场地相对充足，因此，本次募集资金投资项目拟利用现有土地和办公楼、生产厂房等，不涉及新取得土地、房产。公司根据现有生产经营场地实际情况并基于经济谨慎性原则设计本次募集资金投资项目方案，具备合理性。

2、生产线情况

报告期内，公司主营业务为电锤、电镐等手持式电动工具及相关配件的研发、生产和销售。根据能源供给方式的不同，公司电动工具产品可分为交流电动工具、锂电电动工具两类。公司交流、锂电电动工具的生产主要由金工、电机生产与装配生产三个环节构成，金工环节包括直筒、中间盖等铝件以及转套、气缸等铁件的生产与加工；电机生产环节主要包括电机核心部件转子、定子等的生产；装配生产环节系公司将上述自产零部件与外购的其他金属材料或塑料件等进行组装形成整机。截至报告期末，公司上述生产环节对应的生产线情况具体如下：

公司产品	对应生产环节	主要生产线名称	涉及的主要设备及数量	购置时间	原值（万元）	具体用途	自动化水平	环节员工配置情况
交流、锂电电动工具	金工环节	铝件加工	数控车床，89 台	2006~2021 年	574.45	电锤箱体、中间盖、直筒等铝件车床加工	半自动	90 人
			车铣复合机，25 台	2017~2024 年	263.31	电锤箱体、中间盖、直筒等铝件车床加工	半自动	

公司产品	对应生产环节	主要生产线名称	涉及的主要设备及数量	购置时间	原值（万元）	具体用途	自动化水平	环节员工配置情况
			铝件钻孔专机，38 台	2013~2023 年	227.75	对铝件进行钻孔加工	半自动	
			钻攻中心，13 台	2012~2020 年	221.27	电锤箱体、中间盖、直筒等铝件车床加工	半自动	
		转套加工	数控车床，71 台	2010~2022 年	424.60	淬火前加工转套外圆及内孔粗加工、淬火后珩磨内孔	全自动	40 人
			钻攻中心，12 台	2017~2022 年	119.61	淬火前钻孔铣面加工	半自动	
			钻孔专机，16 台	2007~2021 年	98.66	淬火前钻孔铣面加工	半自动	
		气缸加工	钻攻中心，16 台	2017~2024 年	219.32	淬火前钻孔铣面加工	半自动	60 人
			数控车床，29 台	2006~2024 年	204.90	淬火前加工气缸外圆及内孔	半自动、全自动	
			车铣复合机，8 台	2024 年	97.70	淬火前加工气缸外圆及内孔	半自动	
			钻孔专机，12 台	2019~2024 年	69.38	淬火前钻孔铣面加工	半自动	
	电机生产环节	转子加工	转子绕线机，30 台	2010~2024 年	301.04	转子绕线	半自动	50 人
			点焊设备，8 台	2012~2024 年	192.89	对绕线后的转子进行焊接	半自动	
			转子成型机，11 台	2016~2024 年	130.92	转子轴和铁芯一次成型	半自动	
			换向器自动压入机，8 台	2021~2024 年	65.75	将换向器加工到铁芯上	半自动	
			滴漆机，4 台	2008~2024 年	51.46	对绕线后的转子进行滴漆，起绝缘作用	半自动、自动	
		定子加工	定子绕线机，12 台	2007~2022 年	145.66	定子绕线	半自动、全自动	50 人
			定子流水线，5 台	2020~2021 年	29.12	将绕线后的定子运输至后续工序	全自动	
交流电动工具	装配生产环节	交流装配产线	流水线，38 台	2010~2024 年	1,000.68	组装、包装产品	半自动	370 人
			加油机，61 台	2002~2024 年	102.96	产品加机油、润滑油等	手动	
			螺丝机，18 台	2019~2022 年	75.75	螺丝安装	手动	
			压装机，94 台	2007~2023 年	74.41	产品零件压装	手动	
			点胶机，25 台	2019~2024 年	48.50	产品点胶	半自动	
锂电电动工具	装配生产环节	锂电装配产线	流水线，10 台	2019~2024 年	121.47	组装、包装产品	半自动	15 人
			压装机，26 台	2019~2021 年	20.84	产品零件压装	手动	
			加油机，10 台	2019~2022 年	18.25	产品加机油、润滑油等	手动	
			螺丝机，3 台	2019 年	11.42	螺丝安装	手动	

3、软硬件设备情况

截至报告期末，公司软硬件设备情况如下：

单位：万元

资产类别	资产原值	累计折旧	资产净值	成新率
机器设备	11,638.92	5,130.03	6,508.89	55.92%
运输工具	675.71	542.57	133.14	19.70%
电子设备及办公设备	552.66	139.88	412.78	74.69%

由上表可知，截至报告期末，公司机器设备的原值为 11,638.92 万元。公司本次募投项目“新增年产 350 万套智能集成工具生产线技改项目”拟新增机器设备投资金额 15,807.05 万元，其中硬件设备原值 15,132.74 万元（设备购置费金额 17,100.00 万元减去 13%的增值税），安装工程费原值为 674.31 万元（安装工程费 735.00 万元减去 9%的增值税）。报告期内，随着下游需求的增长，公司营业收入规模整体呈现稳定增长态势，公司产品产能利用率分别为 95.73%、105.96%、120.60%和 105.55%，处于满负荷生产状态，现有生产设备及生产线已不能满足业务持续增长需要。公司本次募投项目通过购置生产设备及软件，新增生产线，进一步扩充生产能力，能够充分解决现有产能较为饱和的问题，从而实现自身经营能力与业务发展目标的契合。因此，公司募投项目采购软硬件设备、新增生产线具备合理性。

4、员工数量情况

截至报告期末，公司人员专业结构情况如下：

单位：人

工作岗位	人数	占比
管理人员	100	7.23%
销售人员	68	4.92%
生产人员	1,070	77.37%
研发人员	145	10.48%
合计	**1,383**	**100.00%**

本次募投项目“新增年产 350 万套智能集成工具生产线技改项目”拟新引入员工 720 人，其中管理人员 50 人、销售人员 20 人、生产人员 500 人、研发人员 150 人，符合公司募投项目实际需求，具备合理性。

5、各类产品的产能利用率、产销率情况

报告期内，公司主要产品包括电锤、电镐等交流电动工具、锂电电动工具产品，公司分产品类型的产能利用率、产销率情况具体如下：

单位：万套

产品类型	项目	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
交流电动工具	产量（A）	148.12	328.57	256.53	230.05
	产能（B）	133.25	258.70	233.48	233.48
	销量（C）	164.90	316.02	260.16	232.25
	产能利用率（A/B）	111.16%	127.01%	109.87%	98.53%
	产销率（C/A）	111.33%	96.18%	101.42%	100.96%
锂电电动工具	产量（A）	21.34	37.77	22.54	22.09
	产能（B）	27.30	45.07	29.90	29.90
	销量（C）	21.80	35.01	18.81	17.73
	产能利用率（A/B）	78.17%	83.80%	75.38%	73.88%
	产销率（C/A）	102.16%	92.69%	83.45%	80.26%

由上表可知，报告期内，公司主要产品交流电动工具产能利用率较高，处于满负荷生产状态，公司拟通过募投项目“新增年产 350 万套智能集成工具生产线技改项目”扩充产能，具备合理性。

6、在手订单情况

报告期各期末，公司在手订单金额情况具体如下：

单位：万元

项目	2025 年 6 月 30 日	2024 年 12 月 31 日	2023 年 12 月 31 日	2022 年 12 月 31 日
在手订单金额	30,468.49	25,838.02	12,835.31	8,603.91

由上表可知，报告期各期末，公司在手订单金额不断提升，在手订单充足，募投项目投入具有必要性和合理性。

7、下游市场需求变动趋势

公司所在的电动工具行业下游市场需求预计将持续增长，具体情况详见本问询函回复之“问题 3”之“（1）”之“一、”之“（二）”之“1、”之“（1）电动工具下游客户需求变化情况、投入趋势”之回复，因此，募投项目投入具有必要性和合理性。

（二）拟新增生产经营场地、生产线、软硬件设备、产能具体情况及相关资金测算依据，是否存在生产经营场地、生产线、软硬件设备闲置风险

1、拟新增生产经营场地、生产线、软硬件设备、产能具体情况

本次募投项目“新增年产 350 万套智能集成工具生产线技改项目”实施后拟新增生产经营场地、生产线、软硬件设备、产能具体情况如下：

募投项目	拟新增生产经营场地	拟新增生产线等硬件设备原值（万元）	拟新增软件等无形资产原值（万元）	拟新增产能
新增年产 350 万套智能集成工具生产线技改项目	不适用	15,807.05	482.30	满产后新增年产 350 万套电动工具产能

注：拟新增生产线等硬件设备原值 15,807.05 万元包括硬件设备原值 15,132.74 万元（设备购置费金额 17,100.00 万元减去 13%的增值税）、安装工程费原值为 674.31 万元（安装工程费 735.00 万元减去 9%的增值税）；拟新增软件等无形资产原值 482.30 万元为软件购置费 545.00 万元减去 13%的增值税。

公司募投项目“新增年产 350 万套智能集成工具生产线技改项目”拟新增软硬件设备的资金测算依据具体如下：

2、拟新增硬件设备资金测算情况

本募投项目预计购置硬件设备及相关设备安装费共 17,835.00 万元，其中硬件设备购置费用为 17,100.00 万元，明细具体如下：

单位：万元

序号	设备名称	单位	数量	单价（万元/单位）	金额
一	**生产及检测设备**				**13,175.00**
1	伺服自动翻转螺丝机	台	1	7.00	7.00
2	桁架式机械手	台	2	8.50	17.00
3	六工位组合专机	台	1	14.00	14.00
4	双工位数控珩磨机	台	1	25.00	25.00
5	外圆磨床机械手	台	2	10.00	20.00
6	四工位内绕机	台	1	15.00	15.00
7	固化点胶一体机	台	1	14.00	14.00
8	复合型精密磨床	台	2	27.50	55.00
9	无刷定子专用点焊机	台	1	17.00	17.00
10	数控车床	台	1	10.00	10.00
11	数控车床	台	1	6.00	6.00

序号	设备名称	单位	数量	单价 （万元/单位）	金额
12	锂电锤综合测试仪	台	1	6.00	6.00
13	换向器自动压入机	台	1	10.00	10.00
14	捷豹螺杆式空压机	台	2	14.50	29.00
15	锂电整机装配生产线	台	1	18.00	18.00
16	气缸钻孔专机	台	2	9.00	18.00
17	钻攻机	台	1	12.00	12.00
18	点焊测试一体机	台	1	19.00	19.00
19	潜伏式机器人（配套充电桩）	台	10	7.00	70.00
20	叉取式机器人（配套充电桩）	台	2	13.00	26.00
21	板链线	台	4	6.00	24.00
22	降温设备	台	4	24.00	96.00
23	装配整机组装生产线	台	2	36.00	72.00
24	板链线	台	1	12.00	12.00
25	斜床身数控车床	台	3	28.00	84.00
26	车铣复合机	台	6	71.00	426.00
27	车铣复合机	台	1	16.00	16.00
28	斜床身数控车床	台	4	7.50	30.00
29	桁架机械手	台	6	8.00	48.00
30	钻攻机床	台	1	10.00	10.00
31	钻攻中心	台	6	15.00	90.00
32	数控车床	台	1	13.00	13.00
33	数控车床	台	5	7.40	37.00
34	数控车床	台	2	19.00	38.00
35	智能外圆磨床	台	4	27.50	110.00
36	气缸内孔抛光机	台	1	7.00	7.00
37	数控车床	台	2	16.00	32.00
38	锂电锤生产线	台	1	23.00	23.00
39	装配整机生产线	台	1	23.00	23.00
40	锂电锤生产线	台	1	52.00	52.00
41	装配整机生产线	台	2	35.00	70.00
42	检测仪器	台	1	8.00	8.00
43	伺服多孔钻	台	1	9.00	9.00

序号	设备名称	单位	数量	单价 （万元/单位）	金额
44	锂电检测设备	台	1	6.00	6.00
45	交流变频稳压电源	台	1	9.00	9.00
46	交流老化检测设备	台	1	37.00	37.00
47	锂电测试设备	台	1	27.00	27.00
48	装配半自动化生产线	台	1	28.00	28.00
49	装配半自动化生产线	台	1	20.00	20.00
50	自动套袋包装机	台	1	15.00	15.00
51	三坐标测量机	台	1	22.00	22.00
52	气缸电解工装	台	1	6.00	6.00
53	剥线打端子套管一体机	台	2	12.00	24.00
54	曲轴淬火前全自动桁架机器人线	台	5	72.00	360.00
55	曲轴淬火后全自动桁架机器人线	台	3	135.00	405.00
56	气缸套淬火前全自动桁架机器人线	台	6	72.00	432.00
57	气缸淬火后全自动桁架机器人线	台	3	135.00	405.00
58	铝件齿轮箱全自动机器人线	台	10	72.00	720.00
59	铝件中间盖全自动机器人线	台	10	72.00	720.00
60	铝件铝直筒全自动机器人线	台	5	45.00	225.00
61	转子前道全自动机器人线	台	8	81.00	648.00
62	转子后道全自动机器人线	台	5	81.00	405.00
63	定子自动组装线	台	6	72.00	432.00
64	电机总装全自动线	台	4	135.00	540.00
65	全自动一次成型线	台	3	45.00	135.00
66	全自动滴漆机	台	3	45.00	135.00
67	MA2000 注塑机	台	10	18.00	180.00
68	MA2500 注塑机	台	10	20.00	200.00
69	MA2800 注塑机	台	5	23.00	115.00
70	MA3200 注塑机	台	5	26.00	130.00
71	MA3800 注塑机	台	3	28.00	84.00
72	M4700 注塑机	台	2	33.00	66.00
73	桁架机器人	台	35	10.00	350.00
74	中央供料系统	台	1	20.00	20.00
75	输送带	台	3	5.00	15.00

序号	设备名称	单位	数量	单价 （万元/单位）	金额
76	齿轮箱组件全自动机器人组装设备	台	35	10.00	350.00
77	机壳组件全自动机器人组装设备	台	12	10.00	120.00
78	中间盖组件全自动机器人组装设备	台	25	38.00	950.00
79	铝直筒组件全自动机器人组装设备	台	25	50.00	1,250.00
80	全自动锁螺丝机	台	60	10.00	600.00
81	全自动加油、测试设备	台	60	10.00	600.00
82	全自动包装机器人码垛	台	12	38.00	456.00
83	全自动机器人电池包组装线	台	2	80.00	160.00
84	智能垛码设备	台	1	35.00	35.00
二	**公辅设备**				**825.00**
1	变配电设备	套	1	88.00	88.00
2	电梯	台	3	12.00	36.00
3	污水处理设备	台	1	16.00	16.00
4	低压配电柜及 MCC 柜	台	4	60.00	240.00
5	照明系统	套	1	40.00	40.00
6	厂区通信、监控系统	套	1	50.00	50.00
7	火灾自动报警系统	套	1	10.00	10.00
8	给排水管网	套	1	50.00	50.00
9	废气处理装置	套	1	50.00	50.00
10	噪声治理设施	套	1	15.00	15.00
11	冷冻机组	台	2	40.00	80.00
12	中央空调系统	套	1	150.00	150.00
三	**光伏设备**				**700.00**
1	光伏发电系统	台	1	700.00	700.00
四	**办公设备**				**17.00**
1	电脑	台	30	0.40	12.00
2	打印机	台	5	0.20	1.00
3	监控设备	台	4	0.50	2.00
4	监控摄像机	台	50	0.04	2.00
五	**研发设备**				**2,383.00**
1	锂电池组充放电老化测试柜	台	4	15.00	60.00
2	电磁兼容测试设备	台	1	2,000.00	2,000.00

序号	设备名称	单位	数量	单价 （万元/单位）	金额
3	电池包充放电柜	台	1	20.00	20.00
4	电池包充放电柜	台	1	3.00	3.00
5	控制器、保护板测试系统设备	台	1	12.00	12.00
6	80L 高低温冲击试验箱	台	1	12.00	12.00
7	电子负载仪	台	1	2.00	2.00
8	电池内阻测试仪	台	1	2.00	2.00
9	滚筒测试机	台	1	2.00	2.00
10	电芯容量及循环寿命柜	台	1	3.00	3.00
11	电池包振动测试台	台	1	3.00	3.00
12	电机特性测功机	台	1	3.00	3.00
13	中速温升测功机	台	1	3.00	3.00
14	直流负载耐久测功机	台	5	15.00	75.00
15	电钻负载测功机	台	1	12.00	12.00
16	空载寿命系统	台	1	12.00	12.00
17	示波器	台	1	6.00	6.00
18	灼热丝/球压仪	台	1	3.00	3.00
19	噪音、振动测试仪	台	1	18.00	18.00
20	电扳手扭矩测试仪	台	1	6.00	6.00
21	防爆箱	台	1	3.00	3.00
22	冲击试验机	台	1	5.00	5.00
23	三坐标测量仪	台	1	14.00	14.00
24	投影仪	台	1	1.00	1.00
25	灯箱	台	2	0.50	1.00
26	电子万能试验机	台	1	1.00	1.00
27	金相镶嵌机	台	1	1.00	1.00
28	金相试样抛光机	台	1	2.00	2.00
29	万能齿轮测量仪	台	1	5.00	5.00
30	磁粉探伤机	台	1	5.00	5.00
31	ROHS 测试仪	台	1	10.00	10.00
32	显微硬度计	台	1	1.00	1.00
33	孵化线	台	1	35.00	35.00
34	电涡流测功机	台	1	10.00	10.00

序号	设备名称	单位	数量	单价（万元/单位）	金额
35	电锤静态力矩	台	1	20.00	20.00
36	电缆提拉试验机	台	1	1.00	1.00
37	防尘箱	台	1	8.00	8.00
38	泄露电流测试仪	台	1	3.00	3.00
合计					**17,100.00**

3、拟新增软件资金测算情况

本募投项目预计购置软件费用为 545.00 万元，软件明细具体如下：

单位：万元

序号	软件名称	单位	数量	单价（万元/单位）	金额
1	泛微协同商务软件	套	1	25.00	25.00
2	帆软报表软件	套	1	5.00	5.00
3	鼎捷 T100（含技术平台）	套	1	270.00	270.00
4	网络系统（含防火墙）	套	1	25.00	25.00
5	鼎华 sMES 智能车间执行软件 V6.0	套	1	50.00	50.00
6	Creo 软件	套	10	5.00	50.00
7	中望 CAD	套	15	1.00	15.00
8	维拓数字化工厂套装软件	套	1	40.00	40.00
9	微软办公软件	套	30	0.10	3.00
10	OA 办公协同软件	套	1	25.00	25.00
11	WCS 系统	套	1	17.00	17.00
12	产品生命周期管理软件	套	1	20.00	20.00
合计					**545.00**

4、是否存在生产经营场地、生产线、软硬件设备闲置风险

综上所述，报告期内，公司整体产能利用率较高，2025 年 1-6 月整体产能利用率为 105.55%，处于满负荷生产状态，同时，公司产销率也保持在 95%以上的水平，随着下游需求的不断增长，公司在手订单规模持续上升，现有生产设备及生产线已不能满足业务持续增长需要。公司本次募投项目通过购置生产设备及软件，新增生产线，进一步扩充生产能力，能够充分解决现有产能较为饱和的问题。因此，本次募投项目新增生产线等软硬件设备具备合理性及必要性，不存在生产经营场地、生产线、软硬件设备闲置的重大风险。

（三）募投项目达产后新增产能、产量、经营规模是否有足够的市场消化能力，是否存在产能过剩或产能闲置风险，并充分揭示

公司“新增年产 350 万套智能集成工具生产线技改项目”达产后，预计新增产能及经营业绩与报告期内的情况对比如下：

项目	报告期内情况				本次募投项目满产后年均新增
	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度	
营业收入（万元）	51,192.79	96,409.93	80,288.70	72,789.20	**101,805.00**
电动工具产品产量（万套）	169.46	366.34	279.07	252.14	**350.00**
电动工具产品销量（万套）	186.70	351.03	278.98	249.98	/

注：公司“新增年产 350 万套智能集成工具生产线技改项目”的建设期为 2 年，预计将于第 3 年（投产后第 1 年，以此类推）达到 40%的达产率，第 4 年达到 60%的达产率，第 5 年达到 80%的达产率，第 6 年实现项目满产。

由上表可知，2022~2024 年度，公司电动工具产品销量复合增长率约为 18.50%，增长较快。报告期内，公司采取“以销定产”为主的生产模式，在下游客户需求不断增长的推动下，公司各期产能利用率分别为 95.73%、105.96%、120.60%和 105.55%，2023 年以来，公司产能利用率均超过 100%，较为饱和，产品整体处于供不应求的状态，公司本次募投项目完工后，预计将新增 350 万套电动工具产能，能有效缓解公司产能紧张的情形。同时，由于公司本次募投项目存在 2 年的建设期和 4 年的达产期，基于谨慎性原则，假设公司下游客户需求按照年均 15%的速度增长（2022~2024 年度公司产品销量实际复合增长率约为 18.50%，根据前文所述，公司所在的电动工具行业下游市场需求仍将持续增长），则 6 年后，预计公司电动工具产品的销量将达到 811.95 万套（2024 年度公司电动工具产品销量 351.03 万套×（1+15%）^{6} 计算得出），相比于 2024 年度公司电动工具产品 366.34 万套的产量而言将存在约 445.61 万套的产量缺口，大于本次募投项目满产后预计年均新增产能。因此，公司下游客户需求预计整体保持增长的态势，经测算，公司募投项目达产后新增产能、产量、经营规模将能够得到有效消化。

针对本次募投项目新增产能，公司已制定相应的产能消化措施，具体如下：

1、加强销售渠道建设，积极开拓下游市场

在经销商渠道建设方面，截至目前，公司经销商网络已覆盖全国主要省级行

政区域，形成了稳定的产品销售渠道和客户群体。为进一步消化新增产能，公司计划在现有经销商网络的基础上，不断深化与已有经销商的合作，同时开拓新的经销商，扩大经销网络辐射范围，增加公司自有品牌产品在国内市场的区域覆盖率。

在 ODM 模式下的直销和贸易客户开拓方面，公司将与已有的主要 ODM 客户如苏州盈维来及其关联主体、LIDL、公牛工具、宝时得集团、ADEO 等保持长期稳定的合作关系，提升对已有客户增量产品需求的服务能力，同时，公司将通过商务拜访等多种方式，大力开发潜在 ODM 客户，助力公司产品的产能消化。

在线上销售渠道建设方面，报告期内，公司持续加大电商服务及仓储费投入，以提高线上自有品牌产品的市场影响力，使得线上销售收入增长较快。未来，公司计划进一步加大线上销售渠道投入，使线上销售渠道成为线下销售的有效补充，以进一步消化新增产能。

2、加大产品营销力度，提升公司品牌形象

公司高度重视产品品牌影响力建设，报告期内，公司销售费用中展位展览费用及广告业务宣传费整体增长较快，推动整体销售规模持续增长。为进一步消化新增产能，公司将积极参与行业各类大型展会，通过专业平台向国内外客户展现公司品牌形象，同时，公司将保持持续的广告和宣传投入，积极进行线下及线上平台推广，持续提升公司电锤、电镐产品在国内乃至世界范围内的品牌知名度，进一步提升市场占有率。

3、持续完善产品布局，充分释放增长潜力

报告期内，公司交流电动工具产品占主营业务收入的比例保持在 90%左右，是主营业务收入的主要来源。在交流电动工具领域，公司将持续巩固核心技术及规模优势，同时，公司将进一步完善产品布局，加大对家用智能集成多用途电动工具等锂电电动工具品类的开发力度，覆盖园林木工、日常家用等更多使用场景，不断创造新的业绩增长点，充分释放增长潜力。

4、保持持续研发投入，提升产品技术水平

针对电动工具行业更新换代快、产品不断推陈出新的行业特点，公司坚持以市场为先导，围绕“安全耐久、轻便高效、场景多元”的研发理念，基于技术前

沿及市场趋势开展研发活动。未来，公司将根据自身战略和市场需求情况，保持持续的研发投入，基于下游客户需求开展对已有产品的改进和新产品的研发活动，不断提升核心技术水平，进一步巩固行业地位，以持续消化新增产能。

5、合理规划募投进度，实现产能逐步消化

公司募投项目“新增年产 350 万套智能集成工具生产线技改项目”建设完成后，预计将分期达产，项目产能呈现渐进式释放。该募投项目的建设期为 2 年，预计将于第 3 年（投产后第 1 年，以此类推）达到 40%的达产率，第 4 年达到 60%的达产率，第 5 年达到 80%的达产率，第 6 年实现项目满产。因此，公司募投项目存在 2 年建设期且建设完成后产能存在逐步释放过程，产能消化压力在短期内不会集中体现，公司未来具有充分时间用于新增产能的消化准备。随着公司销售渠道的持续建设、产品品类的不断完善以及技术水平的持续提升，公司募投项目新增产能预期可实现稳步消化。

综上所述，公司募投项目达产后新增产能、产量、经营规模将能够得到有效消化，产能过剩或产能闲置风险较小。为充分揭示相关风险，公司已在招股说明书“第三节 风险因素”之“五、募集资金投资项目风险”中披露如下：

“（三）募集资金投资项目实施后新增产能消化的风险

本次募集资金投资项目建成后，公司预计将新增 350 万套电动工具产品产能，若后续宏观经济形势、市场环境或行业政策发生不利变化导致公司下游需求出现下滑，或公司出现市场开拓不利的情况，可能造成公司因产能扩张带来的新增产能不能被及时消化的风险。”

二、结合发行人目前固定资产规模、生产能力情况，分析说明募投项目固定资产投资与将形成的生产能力的配比情况、固定资产投资规模的合理性

本次募投项目实施后，公司新增的固定资产为机器设备类固定资产。公司目前机器设备类固定资产规模以及形成的产能情况与募投项目新增机器设备类固定资产规模以及形成的产能情况具体对比如下：

项目	机器设备类固定资产原值（万元，A）	产能（万套，B）	单位产能固定资产投资强度（元/套，A/B）
2024 年末/2024 年度公司情况	11,258.21	303.77	37.06

项目	机器设备类固定资产原值（万元，A）	产能（万套，B）	单位产能固定资产投资强度（元/套，A/B）
本次募投项目新增	15,807.05	350.00	45.16
募投项目实施完毕后	27,065.26	653.77	41.40

由上表可知，截至2024年末，公司单位产能对应的固定资产投资强度为37.06元/套，本次募投项目投产后，公司单位产能对应的固定资产投资强度预计将达到为41.40元/套，公司单位产能固定资产投资强度将略有所上升，主要系：公司目前整体生产方式仍以手工、半自动生产为主，生产流程自动化程度仍有待提升，为提升生产车间自动化、智能化水平，降低人工成本，提升生产效率和产品质量，本次募投项目拟购进全自动桁架机器人线、全自动机器人组装设备、全自动锁螺丝机、全自动加油、测试设备等自动化设备，优化现有生产流程，实现自动化、精细化管理，减少生产过程中由于等待时间等造成的效率损失，提升产品组装效率，保证生产质量，实现精益化生产。由于募投项目拟购置的自动化设备价格较高（金额合计超过 1 亿元），募投项目实施后，公司单位产能固定资产投资强度将上升。

综上所述，本次募投项目实施后，公司单位产能固定资产投资强度进一步提升，将使得公司生产车间自动化、智能化水平进一步提高，有利于降低人工成本、提升产品组装效率、保证产品生产质量，实现精益化生产。因此，公司募投项目固定资产投资规模具备合理性。

三、说明超产能生产的原因，是否违反环保、安全生产等方面法律法规规定，是否构成重大违法违规行为，是否存在生产安全隐患或未披露的事故，相关整改措施及有效性

（一）说明超产能生产的原因

报告期内，公司电动工具产品产能利用率情况具体如下：

单位：万套

项目	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
备案及环评批复产能	350.00	380.00	380.00	380.00
实际产能（A）	160.55	303.77	263.38	263.38
产量（B）	169.46	366.34	279.07	252.14
产能利用率（B/A）	105.55%	120.60%	105.96%	95.73%

注 1：2020 年 10 月及 2021 年 9 月，公司旧厂区（金桂南路 111 号）改造项目分别取得备案及环评批复，备案及批复的产能为 380 万套；2021 年 4 月，公司新厂区（金智路 58 号）建设项目取得备案及环评批复，备案及批复的产能为 350 万套；公司在 2024 年 9~11 月将主要生产设备从旧厂区移至新厂区，完成厂区搬迁，由于 2024 年度公司主要生产活动仍在旧厂区进行，因此，上表中 2024 年度备案及环评批复产能 380 万套为旧厂区备案及批复产能；
注 2：由于生产设备规模限制及瓶颈工序影响，公司实际产能低于备案及环评批复产能。

由上表可知，报告期内，按照实际产能计算，公司产能利用率分别为 95.73%、105.96%、120.60%和 105.55%，存在超实际产能生产的情形，主要系公司下游客户需求持续增长，产品整体处于供不应求的状态，使得公司生产班次增加，产量大幅上升。

2022~2024 年度，公司备案及环评批复产能为 380 万套/年，2025 年 1-6 月，公司备案及环评批复产能为 350 万套/年，均高于当期产量，公司不存在超出备案及环评批复产能进行生产的情况。

（二）是否违反环保、安全生产等方面法律法规规定，是否构成重大违法违规行为，是否存在生产安全隐患或未披露的事故，相关整改措施及有效性

由上文可知，报告期内，公司各期实际产量均低于备案及环评批复产能，公司超实际产能生产不存在违反环保法律法规规定的情形。

公司主营业务为手持式电动工具及相关配件的研发、生产和销售，主要产品为电锤、电镐等交流电动工具、锂电电动工具产品，不属于《中华人民共和国安全生产法（2021 年修正）》《安全生产许可证条例（2014 年修订）》等法律法规中规定的需要办理安全生产许可证的矿山企业、建筑施工企业和危险化学品、烟花爆竹、民用爆炸物品生产企业。因此，公司无需办理安全生产许可证，不存在须按照安全生产许可证核定产能进行生产的情形。

报告期内，公司生产活动有序进行，污染物排放均符合相应国家及地方标准，经营活动符合环境保护相关法律法规及规范性文件的规定；公司始终关注安全生产情况，重视安全教育培训，建立健全安全生产管理制度，目前已形成较为完善的制度体系和应急预案措施，生产经营活动符合安全生产要求，不存在重大生产安全隐患。报告期内，公司未发生环境污染、安全生产重大事故。根据金华市生态环境局永康分局出具的证明，报告期内，公司未发生突发环境事故，未因环境违法行为被立案处罚；根据永康市应急管理局出具的证明，报告期内，公司未发生安全生产事故。

综上所述，报告期内，公司存在超实际产能生产的情形，但不存在超出备案及环评批复产能进行生产的情况，不存在违反环保、安全生产等方面法律法规规定的情形，不存在重大生产安全隐患或未披露的事故。针对现有产能较为紧张、超实际产能生产的情况，公司将根据对下游客户需求预测情况，合理规划生产活动，开展执行募投项目“新增年产 350 万套智能集成工具生产线技改项目”，新增生产设备、生产线等，按需扩充产能，以充分满足下游客户订单需求。

四、说明补充流动资金的测算依据、测算过程、主要用途，结合目前货币资金情况等，分析说明补充流动资金的必要性

公司补充流动资金主要用于补充公司业务扩张过程中的流动资金缺口，以缓解资金周转压力，具体包括支付供应商采购款项、员工薪酬及其他日常运营资金的支出等。

公司采用销售百分比法进行补充流动资金测算，以估算企业的营业收入为基础，对构成企业日常生产经营所需流动资金的经营性流动资产和经营性流动负债分别进行估算，进而预测企业未来期间生产经营对流动资金的需求程度，具体测算过程如下：

报告期	2022 年年报	2023 年年报	2024 年年报	年收入增长率			平均增长率	未来三年预测	2025E	2026E	2027E
营业收入（元）	727,892,007.37	802,887,011.44	964,099,321.75	/	10.30%	20.08%	约 15%	营业收入（元）	1,108,714,220.01	1,275,021,353.01	1,752,523,488.32
项目	2022/12/31	2023/12/31	2024/12/31	2022 年占比	2023 年占比	2024 年占比	平均占比	项目	2025E	2026E	2027E
货币资金（元）	79,384,425.97	155,209,787.69	246,839,966.95	10.91%	19.33%	25.60%	18.61%	货币资金（元）	206,371,262.33	237,326,951.68	326,207,130.77
应收账款（元）	165,193,722.62	172,905,015.88	220,092,637.61	22.69%	21.54%	22.83%	22.35%	应收账款（元）	247,831,100.85	285,005,765.98	391,741,909.26
应收票据（元）	6,615,635.00	3,517,808.05	8,080,963.74	0.91%	0.44%	0.84%	0.73%	应收票据（元）	8,075,906.26	9,287,292.20	12,765,431.49
其他应收款（元）	1,073,830.89	465,879.54	401,715.43	0.15%	0.06%	0.04%	0.08%	其他应收款（元）	913,651.11	1,050,698.78	1,444,190.94
存货（元）	156,175,940.01	154,552,853.68	201,964,117.03	21.46%	19.25%	20.95%	20.55%	存货（元）	227,855,693.00	262,034,046.95	360,167,161.86
预付款项（元）	7,471,848.18	10,230,158.83	2,934,440.06	1.03%	1.27%	0.30%	0.87%	预付款项（元）	9,627,511.98	11,071,638.78	15,218,025.15
经营性流动资产合计（元）	**415,915,402.67**	**496,881,503.67**	**680,313,840.82**	/	/			**经营性流动资产合计（元）**	**700,675,125.54**	**805,776,394.37**	**1,107,543,849.47**
应付账款（元）	177,003,979.76	192,655,262.45	255,411,934.59	24.32%	24.00%	26.49%	24.93%	应付账款（元）	276,457,667.41	317,926,317.53	436,991,378.77
应付票据（元）	205,171,040.94	232,900,000.00	322,318,909.80	28.19%	29.01%	33.43%	30.21%	应付票据（元）	334,931,335.47	385,171,035.79	529,419,594.14
其他应付款（元）	2,945,857.60	1,630,467.02	3,868,587.53	0.40%	0.20%	0.40%	0.34%	其他应付款（元）	3,729,163.04	4,288,537.50	5,894,617.12
预收款项（元）	0.00	0.00	0.00	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	预收款项（元）	0.00	0.00	0.00
经营性流动负债合计（元）	**385,120,878.30**	**427,185,729.47**	**581,599,431.92**	/	/	/	/	**经营性流动负债合计（元）**	**615,118,165.93**	**707,385,890.81**	**972,305,590.04**
流动资金占用额（元）	**30,794,524.37**	**69,695,774.20**	**98,714,408.90**	/	/	/	/	**流动资金占用额（元）**	**85,556,959.62**	**98,390,503.56**	**135,238,259.43**
2025~2027 年预计营运资金缺口（元）											**36,523,850.53**

注 1：假设经营性流动资产、经营性流动负债与销售收入存在稳定的百分比关系，根据销售增长与资产、负债增长之间的关系，预测未来营运资金需求；

注 2：2027 年预计营业收入中包含募投项目预计增量收入；
注 3：2025~2027 年预计营运资金缺口 36,523,850.53 元 = 2027 年流动资金占用额（预计）135,238,259.43 元 – 2024 年流动资金占用额 98,714,408.90 元。

由上表可知，经测算，公司预计 2025~2027 年营运资金缺口金额为 3,652.39 万元，公司本次计划使用募集资金 3,000.00 万元补充流动资金，低于预计 2025~2027 年营运资金缺口，具备谨慎性及合理性。

截至 2025 年 6 月 30 日，公司持有的货币资金为 22,401.89 万元，主要是应对日常经营活动的资金需求；包括货币资金在内的经营性流动资产合计为 66,192.86 万元，而包括应付账款、应付票据等在内的经营性流动负债合计为 58,418.12 万元，公司流动资金占用额为 7,774.74 万元，仍存在一定营运资金缺口。随着公司的业务的快速增长，流动资金占用额预计将增加，公司需持有一定规模的货币资金应对业务发展需求。通过补充流动资金，公司将有效缓解营运资金短缺的情况，增强持续经营能力；同时提高偿债能力，降低公司流动性风险及经营风险，优化财务结构，提高公司的市场竞争力。此外，公司本次募投项目计划补充流动资金 3,000.00 万元，未超过未来三年预计营运资金缺口，占本次募集资金总额的比例为 11.11%，不存在比例过高的情况，不存在过度补流的情形。因此，公司本次补充流动资金具备合理性、必要性。

五、结合募投项目生产经营计划、建设与营运资金需求、发行人资金情况、达产后的经济效益测算等，量化说明募资规模设计是否谨慎、合理。结合募投项目长期资产、员工增加的规模，量化分析折旧、摊销或新增人工成本对发行人未来成本、利润的具体影响

（一）结合募投项目生产经营计划、建设与营运资金需求、发行人资金情况、达产后的经济效益测算等，量化说明募资规模设计是否谨慎、合理

1、募投项目生产经营计划

公司募投项目“新增年产 350 万套智能集成工具生产线技改项目”将利用现有办公楼、厂房等建筑，同时购置生产设备、软件等，对公司现有主营业务进行扩产，最终实现新增年产 350 万套电锤、电镐等电动工具产品，其中交流电动工具 245 万套，锂电电动工具 105 万套。该项目建设期为 2 年，预计将于第 3 年（建设完成投产后第 1 年，以此类推）达到 40%的达产率并实现每年新增 4.07 亿元的营业收入，第 4 年达到 60%的达产率并实现每年新增 6.11 亿元的营业收入，第 5 年达到 80%的达产率并实现每年新增 8.14 亿元的营业收入，第 6 年实

现项目满产，项目满产后，预计将实现每年新增 10.18 亿元的营业收入。

公司募投项目的开展将进一步扩大生产经营规模，提升公司电动工具产品的市场占有率，有助于增强公司综合竞争力，推动公司持续、健康、稳定发展。

2、建设与营运资金需求

公司募投项目“新增年产 350 万套智能集成工具生产线技改项目”投资总额为 24,393.00 万元，包括建设投资和铺底流动资金，明细情况具体如下：

序号	投资项目	金额（万元）	占比
1	建设投资	19,393.00	79.50%
1.1	建筑工程费	-	-
1.2	设备及软件购置费	17,645.00	72.34%
1.2.1	设备购置费	17,100.00	70.10%
1.2.2	软件购置费	545.00	2.23%
1.3	安装工程费	735.00	3.01%
1.4	工程建设其他费用	540.00	2.21%
1.4.1	前期工作费	30.00	0.12%
1.4.2	联合试运转费	294.00	1.21%
1.4.3	职工培训	144.00	0.59%
1.4.4	办公家具购置	72.00	0.30%
1.5	预备费	473.00	1.94%
2	铺底流动资金	5,000.00	20.50%
合计		**24,393.00**	**100.00%**

由上表可知，公司募投项目的建设投资主要为设备购置费，占整体投资的比重超过 70%。报告期内，随着下游客户需求的增长，公司整体产能利用率较高，处于满负荷生产状态，现有生产设备及生产线已不能满足业务持续增长需要。公司本次募投项目通过购置生产设备等，新增生产线，进一步扩充生产能力，能够充分解决现有产能较为饱和的问题，推动公司主营业务可持续发展。

公司预计 2025~2027 年营运资金缺口金额为 3,652.39 万元，测算过程详见本问询函回复之“问题 9”之“四、说明补充流动资金的测算依据、测算过程、主要用途，结合目前货币资金情况等，分析说明补充流动资金的必要性”之回复。利用募集资金补充流动资金，有助于公司在经营规模不断扩大的前提下满足营运

资金需求。

3、发行人资金情况

报告期各期末，公司货币资金余额分别为 7,938.44 万元、15,520.98 万元、24,684.00 万元和 22,401.89 万元，主要由银行存款和其他货币资金构成。随着整体生产经营规模的扩大，公司对流动资金的需求不断增长，存在一定营运资金缺口。补充流动资金将有效缓解公司营运资金短缺的情况，改善公司资金实力，降低财务风险，促进公司业务持续、稳定发展。

4、达产后的经济效益测算

公司募投项目“新增年产 350 万套智能集成工具生产线技改项目”建设完成后，经济效益测算情况具体如下：

单位：万元

项目	第 3 年（投产后第 1 年，达产率 40%）	第 4 年（达产率 60%）	第 5 年（达产率 80%）	第 6 年及以后（达产率 100%）
营业收入	**40,722.00**	**61,083.00**	**81,444.00**	**101,805.00**
生产成本	35,417.50	51,751.15	68,084.81	84,418.46
税金及附加	55.02	215.36	421.32	526.65
管理费用	1,868.88	2,803.32	3,737.76	4,672.20
研发费用	1,037.22	1,555.83	2,074.44	2,593.05
销售费用	704.43	1,056.65	1,408.86	1,761.08
利润总额	1,638.95	3,700.69	5,716.81	7,833.56
所得税	90.26	321.73	546.36	786.08
净利润	**1,548.69**	**3,378.96**	**5,170.46**	**7,047.49**

由上表可知，公司募投项目满产后，预计将每年新增营业收入 101,805.00 万元，新增净利润 7,047.49 万元，项目整体预期收益情况良好。

5、量化说明募资规模设计是否谨慎、合理

由上文可知，公司募投项目“新增年产 350 万套智能集成工具生产线技改项目”建设期为 2 年，投资总额为 24,393.00 万元，其中超过 70%为设备购置费，公司募投项目通过购置生产设备等，新增生产线，进一步扩充生产能力，能够充分解决现有产能较为饱和的问题，推动公司主营业务可持续发展；该募投项目预计将于第 6 年实现满产，项目满产后，预计将每年新增营业收入 101,805.00 万元，

新增净利润 7,047.49 万元，项目整体预期收益情况良好。在补充流动资金方面，随着整体生产经营规模的扩大，公司对流动资金的需求不断增长，预计 2025~2027 年营运资金缺口金额为 3,652.39 万元，因此，公司利用募集资金 3,000 万元补充流动资金将有效缓解公司营运资金短缺的情况，改善公司资金实力，降低财务风险，促进公司业务持续、稳定发展。

综上所述，公司募资规模设计符合生产经营需求，具备谨慎性、合理性。

（二）结合募投项目长期资产、员工增加的规模，量化分析折旧、摊销或新增人工成本对发行人未来成本、利润的具体影响

公司募投项目“新增年产 350 万套智能集成工具生产线技改项目”完工后，预计将新增的长期资产为机器设备、软件，其折旧摊销情况具体如下：

单位：万元

新增长期资产类别	原值	折旧、摊销年限	年折旧、摊销额
机器设备	15,807.05	5~10 年等	1,465.96
软件	482.30	10 年	48.23
合计	**16,289.35**	/	**1,514.19**

注 1：“年折旧、摊销额”为募投项目建设完成后每年新增的折旧、摊销金额；
注 2：公司机器设备的残值率均为 5%。

由上表可知，本次募投项目完工后，其长期资产每年新增的折旧、摊销金额为 1,514.19 万元。

公司募投项目“新增年产 350 万套智能集成工具生产线技改项目”满产后，员工预计将增加 720 人，其中管理人员 50 人、销售人员 20 人、生产人员 500 人、研发人员 150 人，新增人工成本情况具体如下：

项目	募投项目新增人工成本情况			
	第 3 年（投产后第 1 年，达产率 40%）	第 4 年（达产率 60%）	第 5 年（达产率 80%）	第 6 年及以后（达产率 100%）
管理人员：				
人数	20	30	40	50
工资额（万元）	240.00	360.00	480.00	600.00
销售人员：				
人数	8	12	16	20
工资额（万元）	93.60	140.40	187.20	234.00

项目	募投项目新增人工成本情况			
生产人员：				
人数	200	300	400	500
工资额（万元）	1,840.00	2,760.00	3,680.00	4,600.00
研发人员：				
人数	60	90	120	150
工资额（万元）	630.00	945.00	1,260.00	1,575.00
合计新增人工成本（万元）	**2,803.60**	**4,205.40**	**5,607.20**	**7,009.00**

由上表可知，本次募投项目完工后，在达产期间，每年新增人工成本分别为 2,803.60 万元、4,205.40 万元和 5,607.20 万元，项目满产后，预计每年新增人工成本 7,009.00 万元。

综上，募投项目建成投产后，预计对公司未来成本、利润的影响如下：

单位：万元

项目	第 3 年（投产后第 1 年，达产率 40%）	第 4 年（投产后第 2 年，达产率 60%）	第 5 年（投产后第 3 年，达产率 80%）	第 6 年及以后（投产后第 4 年及以后，达产率 100%）
新增折旧、摊销金额	1,514.19	1,514.19	1,514.19	1,514.19
新增人工成本	2,803.60	4,205.40	5,607.20	7,009.00
合计新增成本	**4,317.79**	**5,719.59**	**7,121.39**	**8,523.19**
募投项目新增营业收入	**40,722.00**	**61,083.00**	**81,444.00**	**101,805.00**
募投项目新增成本占新增营业收入的比例	**10.60%**	**9.36%**	**8.74%**	**8.37%**
募投项目新增净利润	**1,548.69**	**3,378.96**	**5,170.46**	**7,047.49**

由上表可知，募投项目投产后第 1 年至第 3 年，合计新增折旧、摊销以及人工成本将逐年增长，投产后第 4 年及以后，募投项目达到满产，预计将每年新增相关成本 8,523.19 万元，但随着募投项目产能逐渐爬坡，新增营业收入逐年增长，预计满产后每年将新增营业收入 101,805.00 万元，募投项目新增成本占新增营业收入的比例将降至 8.37%，占比较低。根据募投项目经济效益测算结果，募投项目投产后，新增净利润水平将逐年上升，预计投产后第 4 年及以后，募投项目将每年新增 7,047.49 万元的净利润，项目整体保持较好的盈利水平。因此，本次募投项目新增长期资产和人员不会对公司未来经营业绩造成重大不利影响，项目整体具有较好的盈利水平。

六、核查程序及核查意见

（一）核查程序

针对上述事项，保荐机构执行的核查程序如下：

1、查阅发行人不动产权证及房屋租赁合同，了解其现有生产经营场地情况；查阅发行人固定资产明细，了解其生产线及软硬件设备情况；查阅发行人截至报告期末的花名册，了解其员工数量情况；查阅发行人报告期内的产能、产量及销量情况，了解其产能利用率、产销率情况；查阅发行人在手订单明细，了解其在手订单情况；查阅发行人募投项目可行性研究报告，结合上述情况，了解拟新增生产经营场地、生产线、软硬件设备、产能具体情况及相关资金测算依据，确认是否存在生产经营场地、生产线、软硬件设备闲置风险；结合产能利用率情况，测算募投项目达产后新增产能、产量、经营规模的消化情况；访谈发行人业务负责人，了解其产能消化措施，分析是否存在产能过剩或产能闲置风险；

2、查阅发行人 2024 年末以及募投项目新增的固定资产情况及产能情况，分析单位产能固定资产投资强度情况，确认固定资产投资规模是否合理；

3、查阅发行人报告期内实际产能情况以及备案及批复产能情况，确认是否存在超出备案及批复产能生产的情况；查阅《中华人民共和国安全生产法（2021 年修正）》《安全生产许可证条例（2014 年修订）》等法律法规，确认发行人是否存在违反环保、安全生产等方面法律法规规定的情况；查阅金华市生态环境局永康分局、永康市应急管理局出具的证明，了解发行人是否存在未披露的事故；

4、查阅发行人募投项目可行性研究报告，查阅报告期内发行人财务报告，了解补充流动资金的测算依据、主要用途，测算流动资金缺口情况；结合发行人货币资金情况，分析补充流动资金的必要性；

5、查阅发行人募投项目可行性研究报告，了解发行人募投项目生产经营计划、建设与营运资金需求以及达产后的经济效益情况，了解募投项目新增长期资产、员工规模情况；查阅发行人财务报告，了解其资金情况；结合上述情况分析募资规模设计是否谨慎、合理，测算折旧、摊销、新增人工成本对发行人未来成本、利润的具体影响情况。

（二）核查意见

经核查，保荐机构认为：

1、发行人已充分披露拟新增生产经营场地、生产线、软硬件设备、产能具体情况及相关资金测算依据；发行人本次募投项目新增生产线等软硬件设备具备合理性及必要性，不存在生产经营场地、生产线、软硬件设备闲置的重大风险；发行人募投项目达产后新增产能、产量、经营规模将能够得到有效消化，产能过剩或产能闲置风险较小，相关风险已充分揭示；

2、本次募投项目实施后，发行人单位产能固定资产投资强度进一步提升，将使得发行人生产车间自动化、智能化水平进一步提高，有利于降低人工成本、提升产品组装效率、保证产品生产质量，实现精益化生产，因此，发行人募投项目固定资产投资规模具备合理性；

3、报告期内，发行人存在超实际产能生产的情形，但不存在超出备案及环评批复产能进行生产的情况，不存在违反环保、安全生产等方面法律法规规定的情形，不存在重大生产安全隐患或未披露的事故；针对现有产能较为紧张、超实际产能生产的情况，发行人将根据对下游客户需求预测情况，合理规划生产活动，开展执行募投项目“新增年产 350 万套智能集成工具生产线技改项目”，新增生产设备、生产线等，按需扩充产能，以充分满足下游客户订单需求；

4、发行人补充流动资金主要用于补充业务扩张过程中的流动资金缺口，以缓解资金周转压力，具体包括支付供应商采购款项、员工薪酬及其他日常运营资金的支出等；发行人采用销售百分比法进行补充流动资金测算，以估算企业的营业收入为基础，对构成企业日常生产经营所需流动资金的经营性流动资产和经营性流动负债分别进行估算，进而预测企业未来期间生产经营对流动资金的需求程度；经测算，发行人预计 2025~2027 年营运资金缺口金额为 3,652.39 万元，发行人本次计划使用募集资金 3,000.00 万元补充流动资金，低于预计 2025~2027 年营运资金缺口，具备谨慎性及合理性；发行人通过补充流动资金，将有效缓解营运资金短缺的情况，增强持续经营能力，同时提高发行人的偿债能力，降低流动性风险及经营风险，优化财务结构，从而提高发行人的市场竞争力，发行人本次补充流动资金具备合理性、必要性；

5、发行人募资规模设计符合生产经营需求，具备谨慎性、合理性；发行人募投项目投产后第 4 年及以后，募投项目达到满产，预计将每年新增相关成本 8,523.19 万元，但随着募投项目产能逐渐爬坡，新增营业收入逐年增长，预计满产后每年将新增营业收入 101,805.00 万元，募投项目新增成本占新增营业收入的比例将降至 8.37%，占比较低；根据募投项目经济效益测算结果，募投项目投产后，新增净利润水平将逐年上升，预计投产后第 4 年及以后，募投项目将每年新增 7,047.49 万元的净利润，项目整体保持较好的盈利水平，因此，本次募投项目新增长期资产和人员不会对发行人未来经营业绩造成重大不利影响，项目整体具有较好的盈利水平。

问题 10.其他问题

（1）关于产品质量

请发行人：①说明 ODM 代工服务中，发行人与客户关于产品质量责任的约定，实际发生的销售退回和质量纠纷情况，是否存在产品质量或合作纠纷事项。②说明报告期内发行人是否存在因产品质量事项而受到相关监管部门处罚、消费者投诉及诉讼等事项，是否存在产品生产、质量等方面的重大违法违规行为。如存在，请说明相关事项的具体情况、涉及的产品、金额等信息。

回复：

一、说明 **ODM** 代工服务中，发行人与客户关于产品质量责任的约定，实际发生的销售退回和质量纠纷情况，是否存在产品质量或合作纠纷事项

根据发行人与报告期各期主要 ODM 客户签署的合同，在 ODM 服务中，发行人与客户关于产品质量责任的约定主要如下：

客户名称	产品质量责任约定
苏州盈维来及其关联主体	公司应保证提供给客户的物品其外观和质量不存在任何缺陷和瑕疵。如有运输造成的损坏或外观方面的欠缺，公司应在收到客户的通知后负责退换，退换货所涉及的费用由公司承担。
宝时得集团	供方应保证产品在安全、性能、规格、外观、材料、制造、工艺、设计等方面符合中国及产品进口国/最终销售国家或地区法律法规和质量标准，及需方的标准和要求。
公牛工具	供方应保证产品在安全、性能、规格、外观、材料、制造、工艺、设计等方面符合中国及产品进口国/最终销售国家或地区法律法规和质量标准，及需方的标准和要求。如果在性能和/或、技术或质量上有差异，必须提前通知需方并和需方达成共识。如未达成共识，需方有权拒收所有不符合要求的产品零部件并对其所生产的延迟供应提出适当的索赔。
Kingfisher Group	供方应保证产品在安全、性能等方面符合要求。
LIDL	供方应保证产品在安全、性能等方面符合要求。
ADEO	供方应保证产品在安全、性能等方面符合要求。
隆博实业	乙方应保证提供的产品是全新、未使用过的，产品完全符合国家或行业及合同约定的质量、规格和性能要求，产品包装符合运输过程中的产品防护要求。
浙江金指数	乙方应保证所有供应的产品均符合国家或行业的有关规定及双方约定的要求。

注 1：上述主要客户为公司各期销售金额前五大客户。

经核查，报告期内，发行人ODM服务销售退换货的金额分别为389.92万元、409.66万元、228.17万元和145.65万元，占ODM收入的比重分别为0.67%、0.62%、

0.27%和 0.34%，占比极低。

截至本回复出具日，发行人与 ODM 客户之间不存在重大产品质量或合作纠纷事项。

二、说明报告期内发行人是否存在因产品质量事项而受到相关监管部门处罚、消费者投诉及诉讼等事项，是否存在产品生产、质量等方面的重大违法违规行为。如存在，请说明相关事项的具体情况、涉及的产品、金额等信息

经查阅发行人及其子公司报告期内涉及产品质量方面的合规证明，结合相关政府部门访谈和网络公开核查，报告期内，发行人不存在因违反产品质量方面的法律、法规和规范性文件而受到相关监管部门处罚，亦不存在其他产品生产、质量等方面的重大违法违规行为。发行人不存在因产品质量事项而被消费者投诉至市场监督管理部门或因产品质量事项而被消费者提起诉讼的情形。

三、核查程序及核查意见

（一）核查程序

针对上述事项，保荐机构及发行人律师执行的核查程序如下：

1、查阅发行人与报告期各期主要 ODM 客户签署的合同；

2、访谈公司主要 ODM 客户；

3、取得并查阅发行人报告期内 ODM 客户的退换货明细；

4、查阅发行人《企业信用报告》和发行人书面说明，核实是否存在产品质量或合作纠纷事项；

5、查阅永康市市场监督管理局、杭州市萧山区市场监督管理局、信用中国（广东）系统出具的发行人及其子公司在市场监管领域的合规性证明、《企业违法违规记录查询单》和《无违法违规证明公共信用信息报告》；

6、查阅浙江省公共信用信息平台出具的发行人及其子公司的《企业专项信用报告》；

7、查阅中华人民共和国杭州海关出具的有关发行人的《企业信用状况证明》；

8、登录中国海关企业进出口信用信息公示平台检索报告期内发行人及其子

公司在海关进出口方面是否存在监管处罚情况；

9、通过公开渠道检索发行人及其子公司是否存在因违反产品质量方面的法律、法规和规范性文件而受到处罚或引发诉讼纠纷的情形；

10、就发行人及其子公司日常经营合规性、产品质量情况及是否存在产品质量问题被举报或投诉等问题对发行人所在地永康市市场监督管理局市场监管行政执法队相关负责人进行访谈。

（二）核查意见

经核查，保荐机构及发行人律师认为：

1、报告期内，发行人 ODM 服务销售退换货的金额及占 ODM 收入的比重较低。截至本回复出具日，发行人与 ODM 客户之间不存在重大产品质量或合作纠纷事项；

2、报告期内，发行人不存在因违反产品质量方面的法律、法规和规范性文件而受到相关监管部门处罚及诉讼等情形，不存在被消费者投诉至监管部门的情形，亦不存在其他产品生产、质量等方面的重大违法违规行为。

（2）社保、公积金缴纳合法合规性

根据申请文件，发行人未为全员缴纳社保、公积金，自愿放弃缴纳的人数逐年增加。请发行人：①说明自愿放弃缴纳的人数逐年增加的原因，并结合发行人与员工签订劳动合同相关条款，说明发行人用工是否符合劳动法律相关规定，是否构成重大违法违规、是否存在被处罚的风险。②请发行人按照未缴社保、公积金原因补充说明对应的人数、占比，测算发行人可能补缴的金额以及对报告期内发行人业绩的具体影响，并充分揭示风险。

回复：

一、说明自愿放弃缴纳的人数逐年增加的原因，并结合发行人与员工签订劳动合同相关条款，说明发行人用工是否符合劳动法律相关规定，是否构成重大违法违规、是否存在被处罚的风险

（一）说明自愿放弃缴纳的人数逐年增加的原因

为应对市场需求和支持业务扩张，公司不断加大对厂房、生产设备等固定资产的投入，进一步提升产品的生产能力、扩大产销规模。2023 年以来，公司处于满负荷生产状态，产能利用率一直高于 100%。因此为匹配生产需要，公司员工人数逐年增加，其中生产人员的增长尤为明显。在此过程中，部分员工基于个人意愿放弃缴纳社会保险和住房公积金，使得自愿放弃缴纳的人数逐年增加。

2022 年末、2023 年末、2024 年末和 2025 年 6 月末，在剔除退休返聘人员后，发行人及其子公司应缴纳社保和公积金的在岗职工人数分别为 809 人、945 人、1,071 人和 1,278 人，社保和公积金自愿放弃缴纳人数和生产人员人数情况如下：

项目	2025 年 6 月末	2024 年末	2023 年末	2022 年末
养老保险和失业保险				
自愿放弃缴纳人数	186	134	90	75
自愿放弃缴纳员工中生产人员人数	161	121	72	67
自愿放弃缴纳员工中生产人员占比	86.56%	90.30%	80.00%	89.33%
医疗保险和生育保险				
自愿放弃缴纳人数	186	134	90	123
自愿放弃缴纳员工中生产人员人数	161	121	72	114
自愿放弃缴纳员工中生产人员占比	86.56%	90.30%	80.00%	92.68%
工伤保险				
自愿放弃缴纳人数	152	90	21	6
自愿放弃缴纳员工中生产人员人数	134	83	16	5
自愿放弃缴纳员工中生产人员占比	88.16%	92.22%	76.19%	83.33%
住房公积金				
自愿放弃缴纳人数	191	139	93	82
自愿放弃缴纳员工中生产人员人数	155	124	73	72
自愿放弃缴纳员工中生产人员占比	81.15%	89.21%	78.49%	87.80%

通过查阅员工花名册、发行人社保与公积金缴纳明细，并结合发行人出具的

说明并访谈发行人人力资源部门负责人，公司近年来自愿放弃缴纳社保和公积金的人员主要集中在生产一线岗位。该类员工多数为农村户籍，主要来自云南、贵州、四川、江西等外地省份，人员流动性较强。部分员工在户籍地已有宅基地或住房，且因公司提供宿舍，员工并无在永康本地租房或购房的需求；同时，因社保和公积金在异地提取和使用存在诸多不便，且缴纳后会降低实发工资水平，尽管公司多次进行政策解释和动员，其仍选择自愿放弃缴纳，导致自愿放弃缴纳社保、公积金的人员数量逐年上升。

为保障公司生产装配等一线岗位的用工需求，发行人在反复进行政策解释和动员后，同意部分新入职员工在签署自愿放弃缴纳社保和公积金的声明后暂不为其缴纳社保和公积金。针对未缴纳工伤保险的员工，公司统一为其购买商业保险，以提供相应保障。

（二）结合发行人与员工签订劳动合同相关条款，说明发行人用工是否符合劳动法律相关规定，是否构成重大违法违规、是否存在被处罚的风险

通过查阅发行人及其子公司的劳动合同模板及发行人出具的说明，访谈发行人人力资源部门负责人，抽查部分员工签署的劳动合同，发行人及其子公司已按照劳动法律相关规定与员工签署劳动合同，发行人及其子公司与员工签订的劳动合同主要条款包括用人单位的名称、住所和法定代表人或者主要负责人、劳动者的姓名、住址和居民身份证号码、劳动合同期限、工作内容和工作地点、工作时间和休息休假、劳动报酬、社会保险、劳动保护、劳动条件和职业危害防护、劳动纪律、劳动合同的变更、终止和解除等，符合《中华人民共和国劳动合同法》第十七条关于劳动合同必备条款的规定。

根据《中华人民共和国社会保险法》第八十四条规定：“用人单位不办理社会保险登记的，由社会保险行政部门责令限期改正；逾期不改正的，对用人单位处应缴社会保险费数额一倍以上三倍以下的罚款，对其直接负责的主管人员和其他直接责任人员处五百元以上三千元以下的罚款。”《住房公积金管理条例》第三十七条规定：“违反本条例的规定，单位不办理住房公积金缴存登记或者不为本单位职工办理住房公积金账户设立手续的，由住房公积金管理中心责令限期办理；逾期不办理的，处 1 万元以上 5 万元以下的罚款。”

报告期内，发行人存在部分员工应缴未缴社保、公积金的情形，但不构成重大违法违规行为，亦不存在因未缴纳社保、公积金事项导致的劳务纠纷或潜在纠纷，被主管部门处罚的风险较小，主要原因如下：

1、部分员工应缴未缴社保、公积金的情形不构成重大违法行为

发行人报告期内存在少量员工未缴纳社保和公积金的情形，不涉及国家安全、公共安全、生态安全、生产安全、公众健康安全相关领域，也不存在被处以罚款等处罚且情节严重，或导致严重环境污染、重大人员伤亡、社会影响恶劣相关情形，因此不构成重大违法行为。

2、发行人报告期内不存在因违反劳动保障方面的法律、法规、规章而受到行政处罚

根据发行人的说明并访谈发行人人力资源部负责人，截至本回复出具之日，发行人及其子公司报告期内不存在因违反劳动保障等相关法律法规受到行政处罚的情形。

根据永康市人力资源和社会保障局、永康市住房公积金管理中心出具的《证明》、杭州市萧山区市场监督管理局出具的《企业违法规记录查询单》、浙江省公共信用信息平台出具的《企业专项信用报告》、信用中国（广东）系统出具的《无违法违规证明公共信用信息报告》，并经访谈发行人所在地永康市社会保险服务中心和金华市住房公积金管理中心永康分中心，相关部门确认报告期内发行人及其子公司在劳动和社会保险以及住房公积金领域不存在行政处罚情况。

3、不存在因社保、公积金事项导致的劳务纠纷或潜在纠纷

报告期内，发行人依据《中华人民共和国社会保险法》《住房公积金管理条例》等相关法律法规，向员工积极宣传并鼓励其参与社会保险及公积金缴纳，除员工新入职或自愿不缴纳等原因外，发行人已全员缴纳社保、公积金。部分员工自愿不缴纳社保、公积金为其个人出于职业流动性及对到手收入需求考虑的真实意愿表达，因此报告期内发行人未发生因社保、公积金事项导致的劳务纠纷或潜在纠纷。

4、控股股东、实际控制人出具《关于社会保险、住房公积金的承诺》

发行人实际控制人李跃辉、曹美芬承诺：“如浙江德硕科技股份有限公司及其子公司将来被任何有权机构要求补缴全部或部分社会保险费及住房公积金，或因此受到任何处罚和损失，本人将代其承担全部费用，或者在其必须先行支付该等费用的情况下，及时给予全额补偿，以确保不会给德硕科技及其子公司造成额外支出及遭受任何损失，不会对其生产经营和财务状况产生重大不利影响”。

综上所述，发行人及其子公司劳动合同的主要内容及用工管理符合《中华人民共和国劳动合同法》等相关法律规定。发行人报告期内存在部分应缴未缴社保、公积金情形，并未构成重大违法违规行为；不存在因违反劳动保障方面的法律、法规、规章而受到行政处罚的情形，并已取得了社保、公积金主管单位等出具的合规证明；报告期内不存在因社保、公积金事项导致的劳务纠纷或潜在纠纷；且控股股东、实际控制人已出具相关承诺，因此发行人因上述事项被相关部门处罚的风险较小。发行人已在招股说明书“第三节风险因素”中充分披露了“未严格按照法律法规规定缴纳社会保险及住房公积金的风险”。

二、请发行人按照未缴社保、公积金原因补充说明对应的人数、占比，测算发行人可能补缴的金额以及对报告期内发行人业绩的具体影响，并充分揭示风险

（一）发行人未缴社保、公积金原因及对应的人数、占比

根据发行人报告期内员工花名册、社保和公积金缴纳明细、相关员工出具的自愿放弃缴纳社保和公积金声明及发行人的说明等资料，并经访谈发行人人力资源部门负责人，报告期内发行人及其子公司存在未给部分员工缴纳社会保险费、住房公积金的情形，未缴原因及对应的人数、占比情形如下：

时间		2025 年 6 月末	2024 年末	2023 年末	2022 年末
养老保险					
应缴人数		1,278	1,071	945	809
实缴人数		1,020	926	836	721
应缴未缴人数		258	145	109	88
应缴未缴人数占比		20.19%	13.54%	11.53%	10.88%
未缴原因	新员工入职	72	11	19	13
	新员工入职因素占应缴未缴人数比例	5.63%	1.03%	2.01%	1.61%

时间		2025 年 6 月末	2024 年末	2023 年末	2022 年末
	自愿放弃缴纳	186	134	90	75
	自愿放弃缴纳因素占应缴未缴人数比例	14.55%	12.51%	9.52%	9.27%
失业保险					
应缴人数		1,278	1,071	945	809
实缴人数		1,020	926	836	721
应缴未缴人数		258	145	109	88
应缴未缴人数占比		20.19%	13.54%	11.53%	10.88%
未缴原因	新员工入职	72	11	19	13
	新员工入职因素占应缴未缴人数比例	5.63%	1.03%	2.01%	1.61%
	自愿放弃缴纳	186	134	90	75
	自愿放弃缴纳因素占应缴未缴人数比例	14.55%	12.51%	9.52%	9.27%
医疗保险和生育保险					
应缴人数		1,278	1,071	945	809
实缴人数		1,020	926	836	673
应缴未缴人数		258	145	109	136
应缴未缴人数占比		20.19%	13.54%	11.53%	16.81%
未缴原因	新员工入职	72	11	19	13
	新员工入职因素占应缴未缴人数比例	5.63%	1.03%	2.01%	1.61%
	自愿放弃缴纳	186	134	90	123
	自愿放弃缴纳因素占应缴未缴人数比例	14.55%	12.51%	9.52%	15.20%
工伤保险					
应缴人数		1,278	1,071	945	809
实缴人数		1,054	970	905	801
应缴未缴人数		224	101	40	8
应缴未缴人数占比		17.53%	9.43%	4.23%	0.99%
未缴原因	新员工入职	72	11	19	2
	新员工入职因素占应缴未缴人数比例	5.63%	1.03%	2.01%	0.25%
	自愿放弃缴纳	152	90	21	6
	自愿放弃缴纳因素占应缴未缴人数比例	11.89%	8.40%	2.22%	0.74%
住房公积金					

时间		2025 年 6 月末	2024 年末	2023 年末	2022 年末
应缴人数		1,278	1,071	945	809
实缴人数		1,015	920	833	714
应缴未缴人数		263	151	112	95
应缴未缴人数占比		20.58%	14.10%	11.85%	11.74%
未缴原因	新员工入职	72	12	19	13
	新员工入职因素占应缴未缴人数比例	5.63%	1.12%	2.01%	1.61%
	自愿放弃缴纳	191	139	93	82
	自愿放弃缴纳因素占应缴未缴人数比例	14.95%	12.98%	9.84%	10.14%

注：根据《中华人民共和国社会保险法》第二十七条的规定，退休返聘人员已办理退休手续，无需补缴社会保险费、住房公积金，故发行人及其子公司员工社保和公积金应缴人数已剔除退休返聘的人员。

发行人及其子公司报告期内存在未给部分应缴员工缴纳社会保险费、住房公积金的主要原因为：（1）部分员工系当月新入职员工，社会保险费、住房公积金缴纳手续尚在办理中；（2）部分员工基于个人意愿放弃缴纳社会保险费或住房公积金。上述自愿放弃缴纳社会保险费、住房公积金的员工均出具了自愿放弃缴纳社保和公积金的书面声明，表示自愿放弃社会保险费或住房公积金。除前述原因外，发行人已为报告期内的其他员工缴纳了社会保险费及住房公积金。

经测算，对于自愿放弃缴纳社会保险费、住房公积金的员工，如未来社会保险费征收机构、公积金中心等要求发行人为相关员工补缴社会保险费、住房公积金的，则 2022 年、2023 年、2024 年和 2025 年 1-6 月发行人涉及补缴的金额分别为 106.10 万元、118.97 万元、203.05 万元和 148.54 万元。

（二）测算发行人可能补缴的金额以及对报告期内发行人业绩的具体影响，并充分揭示风险

报告期内，发行人可能补缴社会保险和住房公积金的情况如下：

单位：万元

项目	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
补缴社会保险和住房公积金的金额	148.54	203.05	118.97	106.10
利润总额	5,016.73	8,188.02	6,901.93	4,950.94
占比	**2.96%**	**2.48%**	**1.72%**	**2.14%**

根据测算，报告期各期发行人需补充缴纳社保及公积金金额分别 106.10 万

元、118.97 万元、203.05 万元和 148.54 万元，占当期利润总额的比例较低，对发行人影响较小。同时发行人控股股东、实际控制人已出具承诺，承诺如发行人被任何有权机构要求补缴全部或部分社会保险费及住房公积金，或因此受到任何处罚和损失，将代发行人承担全部费用。因此，如补缴社保和公积金对发行人经营业绩不会产生重大不利影响，亦不会导致发行人不符合北交所发行上市条件的情形。

发行人已修改招股说明书“第三节 风险因素”之“四、法律风险”之“（一）未全员缴纳社会保险、住房公积金的风险”的内容，将前述情况进行披露并充分揭示风险，具体如下：

“（一）未全员缴纳社会保险、住房公积金的风险

报告期内，公司存在未全员缴纳社会保险及住房公积金的情形，主要系新员工入职当月未能及时办理以及部分员工自愿放弃缴纳造成，公司因未严格按照法律法规规定缴纳社会保险和住房公积金存在被相关主管机构追缴的风险。经测算，如未来社会保险费、住房公积金征收机构要求发行人为相关员工补缴社会保险费、住房公积金，报告期各期发行人可能涉及补缴的金额分别为 106.10 万元、118.97 万元、203.05 万元和 148.54 万元，占当期利润总额的比例分别为 2.14%、1.72%、2.48%和 2.96%。”

三、核查程序及核查意见

（一）核查程序

针对上述事项，保荐机构及发行人律师执行的核查程序如下：

1、查阅报告期内发行人员工花名册、社保及公积金缴纳明细及凭证；

2、查阅报告期内发行人社会保险费及住房公积金未缴纳人员情况、相关员工出具的自愿放弃缴纳社保和公积金的声明；

3、根据发行人及其子公司报告期员工花名册，结合社保、公积金缴纳法律法规和当地社保公积金缴纳政策，测算报告期发行人及其子公司员工社会保险费及住房公积金缴纳应缴未缴金额，测算该金额对发行人报告期内经营业绩财务指标的具体影响；

4、查阅公司员工劳动合同模板，抽查公司部分员工的劳动合同；

5、取得发行人当地社会保险费、住房公积金主管机关永康市人力资源和社会保障局和永康市住房公积金管理中心出具的《证明》、杭州市萧山区市场监督管理局出具的《企业违法违规记录查询单》、浙江省公共信用信息平台出具的《企业专项信用报告》、信用中国（广东）系统出具的《无违法违规证明公共信用信息报告》；

6、访谈发行人所在地永康市社会保险服务中心和金华市住房公积金管理中心永康分中心的相关负责人员；

7、取得发行人控股股东、实际控制人出具的《关于社保及公积金缴纳瑕疵的承诺函》；

8、通过国家企业信用信息公示系统、中国裁判文书网、人民法院公告网、中国执行信息公开网、信用中国、企查查等网站进行公开信息查询，确认发行人及其子公司报告期内是否存在社保和公积金缴纳方面的行政处罚和诉讼仲裁纠纷；

9、访谈发行人人力资源部负责人，了解发行人及其子公司社保和公积金自愿放弃人员逐年增加的原因，并确认报告期内发行人及其子公司不存在受到行政处罚的情况，不存在因社会保险和住房公积金缴纳情况引起的诉讼仲裁等劳动纠纷。

（二）核查意见

经核查，保荐机构及发行人律师认为：

1、发行人及其子公司已按照劳动法律相关规定与全体员工签署劳动合同，劳动合同的主要内容符合《中华人民共和国劳动合同法》第十七条关于劳动合同必备条款的规定；报告期内，发行人存在部分员工应缴未缴社保、公积金的情形，但不构成重大违法违规行为，亦不存在因未缴纳社保、公积金事项导致的劳务纠纷或潜在纠纷，被主管部门处罚的风险较小；

2、报告期内发行人可能涉及补缴社会保险费、住房公积金的金额较小，不会对发行人经营业绩造成重大不利影响，不会对发行人本次发行上市构成实质性

法律障碍。

（3）房屋租赁瑕疵

根据申请文件，公司租赁的房产存在瑕疵。请发行人：①说明相关权属证书的办理进展，取得权证是否存在障碍，是否存在权属纠纷。②说明房屋租赁的稳定性，是否存在不能续租的风险；如需更换租赁房产，是否会对发行人生产经营造成重大不利影响。

回复：

一、说明相关权属证书的办理进展，取得权证是否存在障碍，是否存在权属纠纷

截至 2025 年 6 月 19 日（浙江德硕科技股份有限公司招股说明书（申报稿）首次提交日），公司租赁的位于永康市下谢村的 6 处房屋均未办理不动产房产登记，房屋租赁用途为员工宿舍。

上述房屋系下谢村相关村民（出租方）的农村自建房，政府部门暂未为该等房屋办理不动产房产登记，但并不影响该等出租方对这些房屋拥有占有、使用、收益和处分的权利。根据永康市西城街道下谢村村民委员会出具的说明，出租房屋为出租方个人所建，出租方为房屋的所有权人，对房屋依法享有占有、使用、收益和处分的权利。上述出租方亦已书面承诺，若因出租房屋未办理产证或租赁备案登记导致公司无法继续承租或因此给公司造成损失的，出租方自愿承担违约责任。

截至本回复出具日，公司租赁的上述永康市下谢村房屋均已租赁到期。因公司自建的员工宿舍楼已完成竣工验收，员工陆续完成入住，公司不再对上述永康市下谢村房屋进行续租。公司租赁期间上述租赁房屋不存在权属纠纷。

二、说明房屋租赁的稳定性，是否存在不能续租的风险；如需更换租赁房产，是否会对发行人生产经营造成重大不利影响

截至本回复出具日，公司与经营相关的房屋租赁情况如下：

序号	出租方	承租方	地理位置	建筑面积（平方米）	租赁期限	租赁用途
1	武义县明悦金属配件厂	德硕科技	武义县白洋街道下陈村	700.00	2023/8/1 至 2028/7/31	厂房
2	浙江奥然实业发展有限公司	巴萨格杭州分公司	杭州市萧山区宁围街道宁泰路 27 号江宁大厦 1 栋 8 层 807 室	149.00	2024/10/8 至 2027/11/22	办公室
3	浙江奥然实业发展有限公司	赛恩特	杭州市萧山区宁围街道宁泰路 27 号江宁大厦 1 栋 8 层 809 室	149.00	2024/10/08 至 2027/11/22	办公室
4	薛荻	赛恩特	杭州市萧山区宁围街道潮起云上府 8 栋 1 单元 403 室	96.91	2025/6/11 至 2026/6/10	员工宿舍
5	深圳市前海质成科技有限公司	蓝瑟斯	深圳市南山区粤海街道高新南七道 206 号高新工业村 R2-B 栋 518 物业	5.00	2025/7/11 至 2028/7/10	办公室

在上述房屋租赁中，公司与出租方签署的合同均为当事人真实意思表示，且在正常履行中，相关租赁房产权属清晰，公司与出租方合作关系良好，自租赁上述房产并使用以来未与出租方发生纠纷。因此，公司上述房屋租赁具备稳定性，不能续租的风险较小。

截至本回复出具日，公司租赁的上述房屋用于主要用于厂房、办公室、员工宿舍等用途，占公司全部自有及租赁土地、房屋面积比例为 0.62%，占比极小，不属于公司的主要生产、经营场所；上述租赁房屋周围可替代的厂房、办公室、员工宿舍等房产资源较为充足，如公司需更换租赁房产，预计可以在短时间内找到符合条件的替代房产，不会对公司生产经营造成重大不利影响。

综上所述，截至本回复出具日，公司房屋租赁具备稳定性，不能续租的风险较小；如需更换租赁房产，预计不会对公司生产经营造成重大不利影响。

三、核查程序及核查意见

（一）核查程序

针对上述事项，保荐机构及发行人律师执行的核查程序如下：

1、查阅发行人相关租赁合同，了解发行人租赁房产的相关情况；

2、查阅永康市下谢村房屋租赁合同的出租方以及永康市下谢村村民委员会出具的书面说明，了解出租方对租赁房屋的相关权利情况，了解房屋是否存在权属纠纷；

3、访谈发行人行政负责人，了解发行人不再租赁永康市下谢村房屋的相关情况；

4、通过贝壳找房等公开渠道查询发行人现有租赁房产周围租赁市场情况，确认发行人如需更换租赁房产，预计是否可在短时间内找到符合条件的替代房产。

（二）核查意见

经核查，保荐机构及发行人律师认为：

1、发行人租赁的位于永康市下谢村的 6 处房屋均未办理不动产房产登记，上述房屋系下谢村相关村民（出租方）的农村自建房，政府部门暂未为该等房屋办理不动产房产登记，但并不影响该等出租方对这些房屋拥有占有、使用、收益和处分的权利；截至本回复出具日，发行人租赁的上述永康市下谢村房屋均已租赁到期，因发行人自建的员工宿舍楼已完成竣工验收，员工陆续完成入住，发行人不再对上述永康市下谢村房屋进行续租；发行人租赁期间上述租赁房屋不存在权属纠纷；

2、发行人房屋租赁具备稳定性，不能续租的风险较小；如需更换租赁房产，预计不会对发行人生产经营造成重大不利影响。

（4）关于完善招股说明书披露

请发行人对招股说明书内容进行整理和精炼，删除广告性、主观性表述，提高招股说明书可读性，并以投资者需求为导向优化精简招股说明书，为投资者作出价值判断和投资决策提供充分且必要的信息，保证相关信息真实、准确、完整。

回复：

一、核查情况

公司已按照《公开发行证券的公司信息披露内容与格式准则第 46 号——北京证券交易所公司招股说明书》的规定，整理和精炼了招股说明书内容，全面检索并删除了广告性、主观性表述，提高了招股说明书的可读性，并以投资者需求为导向优化精简招股说明书，为投资者作出价值判断和投资决策提供充分且必要

的信息，保证相关信息的内容真实、准确、完整。

二、核查程序及核查意见

（一）核查程序

针对上述事项，保荐机构执行的核查程序如下：

查阅了修改后的招股说明书，确认其是否精炼，广告性、主观性表述是否删除，招股说明书可读性是否提高，是否为投资者作出价值判断和投资决策提供充分且必要的信息，确认相关信息是否真实、准确、完整。

（二）核查意见

经核查，保荐机构认为：

发行人已整理和精炼了招股说明书内容，全面检索并删除了广告性、主观性表述，提高了招股说明书的可读性，并以投资者需求为导向优化精简招股说明书，为投资者作出价值判断和投资决策提供充分且必要的信息，保证相关信息的内容真实、准确、完整。

除上述问题外，请发行人、保荐机构、申报会计师、发行人律师对照《北京证券交易所向不特定合格投资者公开发行股票注册管理办法》《公开发行证券的公司信息披露内容与格式准则第 46 号——北京证券交易所公司招股说明书》《公开发行证券的公司信息披露内容与格式准则第 47 号——向不特定合格投资者公开发行股票并在北京证券交易所上市申请文件》《北京证券交易所股票上市规则》等规定，如存在涉及股票公开发行并在北交所上市条件、信息披露要求以及影响投资者判断决策的其他重要事项，请予以补充说明。

回复：

公司、保荐机构、申报会计师、发行人律师已对照《北京证券交易所向不特定合格投资者公开发行股票注册管理办法》《公开发行证券的公司信息披露内容与格式准则第 46 号——北京证券交易所公司招股说明书》《公开发行证券的公司信息披露内容与格式准则第 47 号——向不特定合格投资者公开发行股票并在北京证券交易所上市申请文件》《北京证券交易所股票上市规则》等规定进行审慎核查。截至本回复出具日，公司不存在涉及股票公开发行并在北交所上市要求、信息披露要求以及影响投资者判断决策的其他重要事项。

（以下无正文）

（本页无正文，为浙江德硕科技股份有限公司《关于浙江德硕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京证券交易所上市申请文件的审核问询函的回复》之签字盖章页）

法定代表人：

李跃辉

浙江德硕科技股份有限公司

2025 年 10 月 23 日

发行人法定代表人/董事长声明

本人已认真阅读《关于浙江德硕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京证券交易所上市申请文件的审核问询函的回复》的全部内容，确认本问询函回复不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对上述文件的真实性、准确性、完整性、及时性承担相应法律责任。

法定代表人/董事长：

李跃辉

浙江德硕科技股份有限公司

2025 年 10 月 23 日

（本页无正文，为国泰海通证券股份有限公司《关于浙江德硕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京证券交易所上市申请文件的审核问询函的回复》之签字盖章页）

保荐代表人：

邓昆鹏　　李 欢

国泰海通证券股份有限公司

2025 年 10 月 23 日

保荐机构董事长声明

本人已认真阅读《关于浙江德硕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京证券交易所上市申请文件审核问询函的回复》的全部内容，了解本问询函回复涉及问题的核查程序、本公司的内核和风险控制流程，确认本公司按照勤勉尽责原则履行核查程序，本问询函回复不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对上述文件的真实性、准确性、完整性、及时性承担相应法律责任。

法定代表人（董事长）：

朱　健

国泰海通证券股份有限公司

2025 年 10 月 23 日