

证券简称： 尚睿科技

证券代码： 874727

尚睿科技股份有限公司

广东省东莞市东城街道东科路 1 号



SainStore

尚睿科技股份有限公司招股说明书（申报稿）

本公司的发行申请尚未经中国证监会注册。本招股说明书申报稿不具有据以发行股票的法律效力，投资者应当以正式公告的招股说明书全文作为投资决定的依据。

本次股票发行后拟在北京证券交易所上市，该市场具有较高的投资风险。北京证券交易所主要服务创新型中小企业，上市公司具有经营风险高、业绩不稳定、退市风险高等特点，投资者面临较大的市场风险。投资者应当充分了解北京证券交易所市场的投资风险及本公司所披露的风险因素，审慎作出投资决定。

保荐人（主承销商）



广发证券股份有限公司
GF SECURITIES CO., LTD.

（广东省广州市黄埔区中新广州知识城腾飞一街 2 号 618 室）

中国证监会和北京证券交易所对本次发行所作的任何决定或意见，均不表明其对注册申请文件及所披露信息的真实性、准确性、完整性作出保证，也不表明其对发行人的盈利能力、投资价值或者对投资者的收益作出实质性判断或者保证。任何与之相反的声明均属虚假不实陈述。

根据《证券法》的规定，股票依法发行后，发行人经营与收益的变化，由发行人自行负责；投资者自主判断发行人的投资价值，自主作出投资决策，自行承担股票依法发行后因发行人经营与收益变化或者股票价格变动引致的投资风险。

声 明

发行人及全体董事、监事、高级管理人员承诺招股说明书及其他信息披露资料不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性承担相应的法律责任。

发行人控股股东、实际控制人承诺招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性承担相应的法律责任。

公司负责人和主管会计工作的负责人、会计机构负责人保证招股说明书中财务会计资料真实、准确、完整。

发行人及全体董事、监事、高级管理人员、发行人的控股股东、实际控制人以及保荐人、承销商承诺因发行人招股说明书及其他信息披露资料有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券发行和交易中遭受损失的，将依法承担法律责任。

保荐人及证券服务机构承诺因其为发行人本次公开发行股票制作、出具的文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给投资者造成损失的，将依法承担法律责任。

本次发行概况

发行股票类型	人民币普通股（A 股）
发行股数	公司拟向不特定合格投资者公开发行股票不超过 5,231,988 股（未考虑超额配售选择权），或不超过 6,016,786 股（全额行使超额配售选择权），且发行后公众股东持股占发行后总股本的比例不低于 25%。公司及主承销商可以根据具体发行情况择机采用超额配售选择权，采用超额配售选择权发行的股票数量不得超过本次发行股票数量的 15%。最终发行数量由股东会授权董事会与主承销商根据具体情况协商，并经北京证券交易所审核通过及中国证监会同意注册后确定。
每股面值	人民币 1.00 元
定价方式	通过公司和主承销商自主协商直接定价、合格投资者网上竞价或网下询价等中国证监会和北京证券交易所认可的方式确定发行价格。最终定价方式将由股东会授权董事会与主承销商根据具体情况及监管要求协商确定。
每股发行价格	以后续的询价或定价结果作为发行底价
预计发行日期	
发行后总股本	-
保荐人、主承销商	广发证券股份有限公司
招股说明书签署日期	

重大事项提示

本公司特别提醒投资者对下列重大事项给予充分关注，并认真阅读招股说明书正文内容：

一、本次公开发行股票并在北京证券交易所上市的安排及风险

公司本次公开发行股票完成后，将在北京证券交易所上市。

公司本次公开发行股票获得中国证监会注册后，在股票发行过程中，会受到市场环境、投资者偏好、市场供需等多方面因素的影响；同时，发行完成后，若公司无法满足北京证券交易所上市的条件，均可能导致本次公开发行失败。

公司在北京证券交易所上市后，投资者自主判断发行人的投资价值，自主作出投资决策，自行承担因发行人经营与收益变化或者股票价格变动引致的投资风险。

二、本次发行相关主体作出的重要承诺

公司提醒投资者认真阅读发行人及其控股股东、实际控制人、董事、高级管理人员、相关股东等作出的重要承诺，承诺的具体内容详见本招股说明书“第四节 发行人基本情况”之“九、重要承诺”。

三、本次发行前滚存利润的分配安排

根据公司 2025 年第四次临时股东会决议，在本次公开发行股票完成后，公司在本次发行前滚存的未分配利润将由公司新老股东按发行完成后的持股比例共同享有。

四、本次发行上市后公司的利润分配政策

公司上市后的利润分配政策详见本招股说明书“第十一节 投资者保护”之“二、公司股利分配政策”。

五、特别风险提示

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

（一）第三方电商平台经营风险

公司主要通过亚马逊等海外第三方电商平台及自有品牌官网销售产品。其中，亚马逊平台是公司最主要的销售渠道。报告期内，公司 B2C 模式下通过亚马逊平台实现的销售收入占主营业务收入的比例分别为 69.98%、73.63%、69.89%和 66.23%，虽总体呈逐年下降趋势，但集中度仍较高。

若未来亚马逊的平台政策或费率发生重大不利变化，或公司与亚马逊平台的合作关系发生重大变化，而公司未能及时拓展其他销售渠道，则将对公司经营业绩造成不利影响。此外，若因市场竞争、亚马逊自身经营或其所在国家政治经济环境变化，导致亚马逊市场份额下滑，而公司未能及时

调整销售策略，亦可能对公司的销售收入产生负面影响。

（二）经营业绩季节性波动风险

报告期内，公司营业收入呈现显著的季节性特征。这主要源于：一方面，公司核心产品功能性服饰主要用于御寒，冬季为传统销售旺季；另一方面，亚马逊等海外第三方电商平台的大型促销活动，如“Prime Day”“秋季大促”“黑色星期五”等，主要集中在下半年。受此影响，上半年通常为公司的销售淡季，而下半年尤其是第四季度为销售旺季。鉴于公司收入存在的季节性会导致公司利润、经营性现金流等财务指标在各季度之间出现较大波动，公司经营业绩因此存在季节性波动风险。

（三）国际贸易政策变化风险

报告期内，公司收入主要来源于中国境外，其中北美和欧洲为主要销售区域。美国是公司最主要的市场，各期销售收入占公司主营业务收入的比例分别为 85.28%、85.09%、82.60%和 80.41%。近年来，美国贸易政策呈现单边主义与保护主义倾向，增加了全球商业环境的不确定性。

尽管目前美国推行的国际贸易政策尚未对公司业绩造成重大不利影响，但若未来美国持续升级相关贸易政策，而公司未能采取有效的应对措施，则可能对公司产品在美国的销售及公司成本控制方面带来不利因素，进而影响公司的经营业绩。

（四）存货管理的风险

报告期各期末，公司存货账面价值分别为 20,054.58 万元、26,160.52 万元、31,661.61 万元和 38,139.88 万元，占资产总额的比例分别为 28.72%、29.40%、32.42%和 43.75%，整体规模及占比均较高。为满足销售备货需求，公司需维持较高的库存水平，这在一定程度上增加了资金占用压力。若未来公司未能有效管理库存总量，或因市场竞争加剧、消费需求转变等因素导致产品滞销，则可能引发存货跌价，并对公司的财务状况及经营业绩造成不利影响。此外，公司的库存商品主要存放于海外亚马逊 FBA 仓、自营仓及第三方仓，若仓储或运输环节因管理疏漏而发生货物毁损、灭失等异常情况，亦将对公司的经营活动产生不利影响。

（五）海运价格波动的风险

公司主要通过海运方式将商品运输至北美、欧洲等销售目的地，相关海运费计入头程运输成本，海运价格波动将直接影响公司的经营业绩。2021 年至 2022 年上半年，受全球公共卫生事件及宏观经济环境等因素影响，海运价格高企，对公司 2022 年利润造成一定压力。自 2022 年下半年起，海运价格逐步回落，但在报告期内仍有所波动。鉴于国际海运价格受供需关系、地缘政治等多重因素影响，未来若再度出现大幅上涨，将对公司业绩产生不利影响。

（六）汇率波动风险

报告期内，公司销售收入主要来源于中国境外，公司境外销售业务主要以美元、欧元结算。受汇率波动的影响，公司报告期内确认的汇兑收益分别为 1,334.15 万元、308.08 万元、1,104.14 万元和 350.66 万元，占各期利润总额的比例分别为 14.07%、2.54%、8.63%和 7.48%。美元、欧元等主要结算货币与人民币之间的汇率受全球政治经济环境变化影响，存在持续波动的风险。若未来汇率发生剧烈波动，且公司未能及时采取有效的套期保值等风险管理措施，则可能产生大额汇兑损失，从而对公司的盈利水平和经营业绩造成不利影响。

（七）境外经营风险

公司在中国香港、美国、德国等地均设立了子公司，主要由这些境外子公司负责部分产品采购职能以及境外销售业务。由于终端消费者遍布全球多个国家或地区，公司需遵守不同司法辖区的监管要求，涉及税收、知识产权、隐私保护、消费者权益保护及反不正当竞争等诸多领域。

随着公司业务全球化和本地化运营的不断深入，公司面临的经营环境日益复杂。若境外子公司或消费者所在国家或地区的法律法规、监管政策发生重大变动或趋严，而公司未能及时了解并适应相关监管要求的变化，或缺乏相应的管理能力与经验，可能导致合规失误、运营效率下降甚至经济损失，进而对公司经营业绩产生不利影响。

六、财务报告审计截止日后主要财务信息及经营状况

（一）财务报告审计截止日后的主要财务信息

公司财务报告的审计截止日为 2025 年 6 月 30 日，天健会计师事务所（特殊普通合伙）对公司 2025 年 9 月 30 日的合并及母公司资产负债表，2025 年 1-9 月的合并及母公司利润表、合并及母公司现金流量表以及财务报表附注进行了审阅，并出具了《审阅报告》（天健审[2025]7-755 号）。

经审阅，截至 2025 年 9 月 30 日，公司资产总额为 93,465.39 万元，负债总额为 33,672.99 万元，分别较上年末同比减少 4.28%和 14.41%；股东权益总额为 59,792.39 万元，较上年末增长 2.55%。2025 年 1-9 月，公司实现营业收入 91,987.64 万元，同比增长 13.66%；实现归属于母公司所有者的净利润为 3,708.02 万元，同比增长 19.42%；扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润为 3,670.36 万元，同比增长 20.89%。具体内容详见本招股说明书“第八节 管理层讨论与分析”之“八、发行人资产负债表日后事项、或有事项及其他重要事项”之“（一）财务报告审计截止日后主要财务信息及经营状况”。

（二）财务报告审计截止日后的主要经营状况

财务报告审计截止日后至本招股说明书签署日，公司经营情况良好，产业政策、税收政策、市场环境、主要客户及供应商、业务模式及竞争趋势等方面未发生重大不利变化，未发生其他可能影响投资者判断的重大事项。

（三）2025 年业绩预告

2025 年度，公司经营业绩预告信息如下：

单位：万元

项目	2025 年度	2024 年度	变动比例
营业收入	172,000.00 至 179,500.00	153,235.36	12.25%至 17.14%
归属于母公司所有者的净利润	10,800.00 至 12,000.00	10,591.22	1.97%至 13.30%
扣除非经常性损益后归属于母 公司所有者的净利润	10,700.00 至 11,800.00	10,692.12	0.07%至 10.36%

结合目前的经营状况以及市场环境，公司预计 2025 年实现营业收入 172,000.00 至 179,500.00 万元，同比增长 12.25%至 17.14%；预计实现归属于母公司所有者的净利润 10,800.00 至 12,000.00 万元，同比增长 1.97%至 13.30%；预计实现扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润 10,700.00 至 11,800.00 万元，同比增长 0.07%至 10.36%。

上述 2025 年度预计数据仅为公司管理层对经营业绩的初步估计情况，未经发行人会计师审计或审阅，不构成公司的盈利预测或业绩承诺。

七、发行人在首次申报审计截止日后实施现金分红

公司首次申报审计截止日为 2025 年 6 月 30 日。2025 年 6 月 26 日，公司召开 2025 年第 2 次临时股东会，审议通过《关于 2024 年度公司利润分配的议案》，同意向全体股东派发现金红利 2,000.00 万元。公司已于 2025 年 7 月 7 日完成上述利润分配。除本次分红外，自首次申报审计截止日后，公司未进行其他现金分红、未分派股票股利，亦未实施资本公积转增股本。

报告期内，公司累计现金分红 7,000.00 万元。公司在报告期内实施的累计现金分红金额占报告期内实现的净利润比例为 21.64%。公司不存在上市前突击大额或高比例现金分红，本次分红未对公司财务状况和新老股东利益产生重大不利影响，相关方案执行完毕后公司仍符合发行条件和上市条件。

目 录

声 明	2
本次发行概况	3
重大事项提示	4
目 录	8
第一节 释义	9
第二节 概览	13
第三节 风险因素	33
第四节 发行人基本情况	37
第五节 业务和技术	77
第六节 公司治理	146
第七节 财务会计信息	159
第八节 管理层讨论与分析	188
第九节 募集资金运用	297
第十节 其他重要事项	308
第十一节 投资者保护	309
第十二节 声明与承诺	314
第十三节 备查文件	324
附件一：商标	325
附件二：专利	333
附件三：著作权	338
附件四：重大合同	342
附件五：重要承诺事项	350

第一节 释义

本招股说明书中，除非文意另有所指，下列简称和术语具有的含义如下：

普通名词释义		
尚睿科技、公司、本公司、发行人	指	尚睿科技股份有限公司，曾用名“广东尚睿科技股份有限公司”
尚睿有限	指	广东尚睿网络技术有限公司，曾用名“东莞市尚睿电子商务有限公司”
东莞班夫	指	东莞市班夫企业管理合伙企业（有限合伙），为公司股东
东莞尚悦	指	东莞尚悦企业管理合伙企业（有限合伙），为公司股东
东莞云之睿	指	东莞云之睿科技咨询企业（有限合伙），为公司股东
苏州远海	指	苏州远海斗魁投资合伙企业（有限合伙），为公司股东
东莞尚世	指	东莞尚世众成企业管理合伙企业（有限合伙），为公司股东、员工持股平台
创钰铭瑞	指	广州创钰铭瑞创业投资合伙企业（有限合伙），为公司股东
创钰同泽	指	广州创钰同泽创业投资合伙企业（有限合伙），为公司股东
创钰铭璟	指	广州创钰铭璟创业投资合伙企业（有限合伙），为公司股东
香港尚睿	指	Sainstore (HK) Limited，为公司的中国香港子公司
尚之睿	指	东莞市尚之睿信息科技有限公司，为公司的中国境内子公司
钛戈科技	指	钛戈科技（东莞）有限公司，为公司的中国境内子公司
睿尚佳瑜	指	睿尚佳瑜信息科技（武汉）有限公司，为公司的中国境内子公司
沃热科技	指	沃热科技（东莞）有限公司，为公司的中国境内子公司
东莞栩晖	指	东莞市栩晖电子商务有限公司，为公司的中国境内子公司
码尚智造	指	码尚智造（东莞）科技有限公司，为公司的中国境内子公司
Diamond	指	Diamond Horizon Limited，为公司的中国香港子公司
Nonshan	指	Nonshan Future Limited，为公司的中国香港子公司
睿景城	指	东莞市睿景城科技发展有限公司，为公司的中国境内子公司
东莞踏燕	指	东莞市踏燕电子科技有限公司，为尚之睿的子公司，公司在中国境内的二级子公司
东莞雷震	指	东莞市雷震工业技术有限公司，为尚之睿的子公司，公司在中国境内的二级子公司
东莞尚晋	指	东莞市尚晋网络科技有限公司，为尚之睿的子公司，公司在中国境内的二级子公司
东莞瑞纳	指	东莞瑞纳动力科技有限公司，为尚之睿的子公司，公司在中国境内的二级子公司
圣诺林	指	东莞圣诺林运动用品有限公司，为尚之睿的子公司，公司在中国境内的二级子公司
Sequoia	指	Sequoia Technology Limited，为东莞栩晖的子公司，公司在中国香港的二级子公司
美国尚睿	指	Sainstore Inc.，为香港尚睿的子公司，公司在美国的二级子公司
Langis	指	Langis LLC，为香港尚睿的子公司，公司在美国的二级子公司
Vastmind	指	Vastmind LLC，为香港尚睿的子公司，公司在美国的二级子公司
Sain3	指	Sain3 LLC，为香港尚睿的子公司，公司在美国的二级子公司
Sino-America	指	Sino-America International Networking Limited，为 Sain3 的子公司，公司在中国香港的三级子公司
Macrowealth	指	Macrowealth Networking LLC，为香港尚睿的子公司，公司在美国的二级子公司

Esupreme	指	Esupreme Technology LLC，为香港尚睿的子公司，公司在美国的二级子公司
Razorri	指	Razorri INC.，为香港尚睿的子公司，公司在美国的二级子公司
Feinrich	指	Feinrich Handel GmbH，为香港尚睿的子公司，公司在德国的二级子公司
Katmai	指	Katmai Technology Limited，为香港尚睿的子公司，公司在中国香港的二级子公司
LTC	指	LTC Networking Limited，为香港尚睿的子公司，公司在中国香港的二级子公司
Rainier	指	Rainier Technology Limited，为香港尚睿的子公司，公司在中国香港的二级子公司
Wise	指	Wise Supply Management Limited，为香港尚睿的子公司，公司在中国香港的二级子公司
West Ryder	指	West Ryder Technology LLC，为香港尚睿的子公司，公司在美国的二级子公司
DTC IP	指	DTC IP Holdings, LLC，为香港尚睿的子公司，公司在美国的二级子公司
韩国尚睿	指	Korea Sainstore Tech Co.,Ltd.，为香港尚睿的子公司，公司在韩国的二级子公司
深圳讴法	指	深圳讴法科技有限公司，为公司的中国境内参股公司
东莞樱草山	指	东莞市樱草山企业管理合伙企业（有限合伙），为实际控制人控制的企业
东莞悠仙	指	东莞市悠仙美地企业管理有限公司，为实际控制人控制的企业
宁波尚翼	指	宁波尚翼企业管理合伙企业（有限合伙）
亚马逊、Amazon	指	亚马逊公司及其分支机构（NASDAQ: AMZN），是一家总部位于美国华盛顿的网络电子商务公司
亚马逊 Vendor	指	Amazon Vendor Central（亚马逊供应商中心）的缩写，卖家通过该模式将产品主要以买断的形式销售给亚马逊，亚马逊全权负责后续运输、销售、客服和售后等
Home Depot	指	The Home Depot, Inc.的缩写，为全球知名零售平台“家得宝”
香港鼎北	指	香港鼎北贸易有限公司，是 A 股上市公司深圳市北鼎晶辉科技股份有限公司（300824）的子公司
Wayfair	指	Wayfair 公司及其分支机构（NASDAQ: WY），是一家专注于家具、家居用品、箱包、玩具和宠物用品的国际电商公司
速卖通	指	阿里巴巴旗下的面向国际市场打造的跨境电商平台，也被称为“国际版淘宝”。全球速卖通面向海外买家客户，通过支付宝国际账户进行担保交易，并使用国际物流渠道运输发货，是全球大型英文在线购物网站
Walmart	指	沃尔玛公司及其分支机构（NASDAQ: WMT），全球大型零售企业之一
Woot	指	亚马逊的子公司，美国知名的限时团购/折扣电商网站
赛维时代	指	赛维时代科技股份有限公司，于 2023 年 7 月在深交所创业板上市
三态股份	指	三态电子商务股份有限公司，于 2023 年 9 月在深交所创业板上市
华凯易佰	指	华凯易佰科技股份有限公司，于 2017 年 1 月在深交所创业板上市
千岸科技	指	深圳千岸科技股份有限公司，于 2024 年 10 月在新三板挂牌
东莞尚爵	指	东莞市尚爵实业发展有限公司，曾为公司的中国境内子公司，已于 2025 年 4 月注销
尚景城	指	东莞市尚景城物业管理有限公司，曾为睿景城的子公司，公司在中国境内的二级子公司，已于 2025 年 3 月注销

东莞海尚	指	东莞市海尚初品信息技术有限公司，曾为公司的中国境内子公司，已于 2024 年 3 月注销
苏州云越	指	苏州云越初品网络技术有限公司，曾为公司的中国境内子公司，已于 2023 年 4 月注销
东莞睿朗	指	东莞市睿朗信息科技有限公司，曾为尚之睿的子公司，公司在中国境内的二级子公司，已于 2023 年 4 月注销
东莞尚兆	指	东莞尚兆睿晶智能电器科技有限公司，曾为睿景城的子公司，公司在中国境内的二级子公司，已于 2022 年 4 月注销
东莞启鑫	指	东莞启鑫实业投资有限公司
《公司法》	指	《中华人民共和国公司法》
《证券法》	指	《中华人民共和国证券法》
《公司章程》	指	《尚睿科技股份有限公司章程》
中国证监会、证监会	指	中国证券监督管理委员会
北交所	指	北京证券交易所
全国股转系统	指	全国中小企业股份转让系统
保荐机构、主承销商、保荐人、广发证券	指	广发证券股份有限公司
会计师、天健会计师	指	天健会计师事务所（特殊普通合伙）
律师、康达律所	指	北京市康达律师事务所
报告期	指	2022 年度、2023 年度、2024 年度及 2025 年 1-6 月
报告期各期末	指	2022 年 12 月 31 日、2023 年 12 月 31 日、2024 年 12 月 31 日及 2025 年 6 月 30 日
元、万元	指	人民币元、人民币万元
专业名词释义		
B2C	指	Business-to-Consumer 的缩写，是一种销售产品和服务的对象直接为消费者的商业零售模式
B2B	指	Business-to-Business 的缩写，是一种销售产品和服务的对象为企业、公司的商业模式
FBA	指	Fulfillment by Amazon 的缩写，亚马逊店铺卖家将自身产品运送至当地亚马逊仓库中，由亚马逊在海外提供专业的仓储和物流服务，由其负责货物的选拣、储存、包装和运输
头程物流	指	跨境贸易卖家通过特定运输方式将商品从中国运到海外目的地仓库存储的物流过程
尾程物流	指	跨境贸易卖家通过特定运输方式从当地存储仓将商品直接派送到消费者的物流过程
OEM	指	Original Equipment Manufacturing 的缩写，即原始设备制造，也叫“贴牌生产”，具体指委托方利用自身掌握的核心技术和资源，负责产品设计和产品开发，并掌握销售渠道。具体的产品根据委托方的标准和要求由代工企业生产，再冠以委托方的品牌进行销售
亚马逊 Best Sellers 榜单	指	亚马逊平台基于实时和历史销量对全平台商品进行排名的官方系统，是反映当前市场最热销商品的权威指标。榜单覆盖所有商品大类，并可以细分到具体的子类别，每个类目通常只会显示销量前 100 名的商品
CNC	指	Computer Numerical Control 的缩写，即计算机数控，是一种先进的自动化制造技术。其核心在于通过计算机编程的指令，来精确控制机床（如铣床、车床、磨床等）或加工工具的运动和操作
ERP	指	Enterprise Resource Planning 的缩写，即企业资源计划，是通过信息技术为企业员工及决策层提供决策手段的管理平台
SKU	指	Stock Keeping Unit，库存保有单位即库存进出计量的单位，是对每一

		个产品的唯一标识符，通过标识符管理使公司能够跟踪物流仓储系统，掌握库存情况
FOB	指	Free On Board，船上交货
TIR 运输	指	Transport International Router 的缩写，即国际公路运输，是一种基于《国际公路运输公约》的跨境货物运输方式。它允许货物在封闭的 TIR 卡车中跨越多个国家的边境，简化了行政手续，提高了运输效率

注：本招股说明书中，部分合计数与各加数直接相加之和在尾数上可能略有差异，这些差异是由于四舍五入造成的。

第二节 概览

本概览仅对招股说明书作扼要提示。投资者作出投资决策前，应当认真阅读招股说明书全文。

一、 发行人基本情况

公司名称	尚睿科技股份有限公司	统一社会信用代码	9144190056825226X6
证券简称	尚睿科技	证券代码	874727
有限公司成立日期	2011 年 1 月 21 日	股份公司成立日期	2021 年 7 月 8 日
注册资本	5,290.1208 万元	法定代表人	程天乐
办公地址	广东省东莞市东城街道东科路 1 号		
注册地址	广东省东莞市松山湖园区科技四路 16 号 2 栋 911 室		
控股股东	东莞市班夫企业管理合伙企业（有限合伙）	实际控制人	程天乐
主办券商	广发证券股份有限公司	挂牌日期	2025 年 5 月 27 日
上市公司行业分类	F 批发与零售业		F52 零售业
管理型行业分类	F 批发和零售业	F52 零售业	F529 货摊、无店铺及其他零售业
			F5292 互联网零售

二、 发行人及其控股股东、实际控制人的情况

（一）发行人情况

公司的基本情况详见本节之“一、发行人基本情况”。

（二）发行人控股股东、实际控制人的情况

截至本招股说明书签署日，公司的控股股东为东莞班夫，其持有公司 29.11%的股份，为公司第一大股东，其持有的股份所享有的表决权已足以对公司股东会的决议产生重大影响；公司的实际控制人为程天乐，其直接持有公司 19.10%的股份，通过东莞班夫间接控制公司 29.11%的表决权，合计控制公司 48.21%的表决权。

公司控股股东、实际控制人的具体情况详见本招股说明书“第四节 发行人基本情况”之“四、发行人股东及实际控制人情况”之“（一）控股股东、实际控制人情况”。

三、 发行人主营业务情况

公司是一家专注于消费类自主品牌产品研发、设计与销售的高新技术企业。公司以产品创新和全链路数字化能力为核心驱动力，聚焦功能性服饰、数码科技、家居生活和创客硬件四大品类，致力于为全球消费者提供兼具时尚外观、实用功能和优良品质的商品。

公司在跨境电商领域深耕十余年，始终秉持“以服务优化产品、以产品提升品牌、以品牌带动增长”的企业愿景，依托大数据技术与研发设计优势，不断拓展产品品类，并通过持续的品牌价值

重塑与数字化变革，推动品牌在全球市场的升级。



1、以高附加值为核心，构建“研发-供应链-渠道”一体化价值链闭环

在经营模式方面，公司聚焦于产品研发设计、品牌运营及渠道销售等高附加值环节，背靠中国完善的制造业集群，主要采取自主研发或合作研发、委托外部供应商生产的产品供应模式。通过由“自营仓+平台仓+第三方仓”构成的跨境仓储物流体系，公司以 B2C 模式为主，依托亚马逊等海外第三方电商平台及自有品牌官网开展销售，业务覆盖北美、欧洲等多个国家和地区。

2、实施“自主品牌为主、制造商品牌为辅”的双轨品牌战略

在品牌战略方面，公司深度融合研发资源与供应链体系，采用“自主品牌为主、制造商品牌为辅”的双轨发展路径，构建了具备全球竞争力的品牌矩阵。报告期内，公司拥有超过 20 个自主品牌，其中 ororo、TURBRO、Genmitsu、SainSmart 等 12 个品牌的年均销售收入均超过 1,000 万元。公司多个品牌产品常年位列亚马逊 Best Sellers 榜单前列，在北美、欧洲等市场享有较高的品牌知名度，获得了消费者的广泛认可。此外，公司合作的制造商品牌，包括对讲机品牌 Baofeng（宝锋）、电竞外设品牌 Redragon（红龙）、空调品牌 TOSOT（大松，格力电器旗下品牌）以及家电品牌 BUYDEEM（北鼎）等，亦具备较强的技术实力与市场知名度。

3、依托自主研发的数智化平台，构建跨境电商全链路高效运营体系

在信息系统建设方面，公司以自主研发为核心，构建了覆盖跨境电商全流程管理、库存数据分析、智能配送等多个业务系统，全面支持产品管理、采购备货、仓储物流及销售运营等环节。通过数字化技术赋能产业链上下游，公司实现了快速响应与精细化服务的高效融合，以低成本、高效率的运作有力支撑业务持续发展。

4、以数字化运营为驱动，建设高转化率的全球独立站生态

在品牌官网运营方面，公司自 2017 年起与 Shopify 合作布局独立站业务，以数字化运营为驱动，基于该平台搭建自有品牌官网，以此实现产品展示、品牌塑造、在线销售及售后服务等一体化功能。报告期内，公司自有品牌官网收入占 B2C 销售收入的比例分别为 22.20%、21.57%、25.28%和 25.48%，

体现了公司在渠道布局上的前瞻性。官网作为品牌叙事的核心载体，通过视觉设计、品牌故事与内容营销传递品牌价值观，塑造良好品牌形象。品牌官网的建设助力公司逐步降低对第三方平台的依赖，实现与消费者的直接互动，为精准营销和产品迭代提供支持。

截至 2025 年 6 月 30 日，公司共拥有 93 项专利，其中发明专利 5 项，实用新型专利 37 项，外观设计专利 51 项，另拥有 56 项计算机软件著作权。凭借多年的技术研发和经验积累，公司已发展成为全球知名的跨境电商自主品牌企业，先后荣获“国家级高新技术企业”“广东省专精特新中小企业”“广东省高成长中小企业”“国家级电子商务示范企业”“广东省电子商务示范企业”及“广东省电子商务 100 强企业”等多项荣誉。2022 年 8 月，公司通过黄埔海关 AEO 高级认证¹，成为东莞地区率先获此认证的跨境电商企业；2024 年 12 月，入选东莞市首批生产性服务业“领航企业”；2025 年 12 月，入选广东省“跨境电商赋能产业带发展”实践案例。

四、 主要财务数据和财务指标

项目	2025年6月30日 /2025年1月—6月	2024年12月31日 /2024年度	2023年12月31日 /2023年度	2022年12月31日 /2022年度
资产总计(元)	871,713,359.97	976,495,529.68	889,862,387.63	698,213,296.51
股东权益合计(元)	603,368,889.49	583,064,853.04	490,983,370.11	411,667,991.09
归属于母公司所有者的股东权益(元)	594,222,049.30	569,607,779.13	477,201,514.21	393,057,080.09
资产负债率（母公司）（%）	20.66	28.34	36.27	28.14
营业收入(元)	608,101,377.31	1,532,353,583.43	1,415,643,673.81	1,199,613,786.26
毛利率（%）	45.69	43.32	41.94	39.98
净利润(元)	38,544,417.46	106,077,403.69	101,141,767.28	77,695,057.88
归属于母公司所有者的净利润(元)	42,854,651.18	105,912,185.68	98,758,985.48	77,036,219.88
归属于母公司所有者的扣除非经常性损益后的净利润(元)	43,024,727.22	106,921,218.40	102,198,171.20	77,982,765.89
加权平均净资产收益率（%）	7.24	20.23	23.05	21.92
扣除非经常性损益后净资产收益率（%）	7.27	20.43	23.85	22.19
基本每股收益（元/股）	0.81	2.00	1.87	1.46
稀释每股收益（元/股）	0.81	2.00	1.87	1.46
经营活动产生的	-82,892,120.77	97,428,197.28	58,637,155.34	158,151,472.01

¹ AEO（Authorized Economic Operator）高级认证是中国海关授予企业的最高信用等级，代表企业在内部控制、贸易安全、合规经营等方面达到国际标准。获得该认证的企业不仅可在国内享受极低的查验率、优先通关等便利，还可在中国互认的 54 个国家或地区享受快速清关等优惠待遇，是国际贸易的“绿色通行证”和企业信用的“金字招牌”。

现金流量净额(元)				
研发投入占营业收入的比例（%）	2.63	1.75	1.61	1.58

五、 发行决策及审批情况

（一）本次发行已获得的授权和批准

2025 年 11 月 18 日，公司召开第二届董事会第十五次会议，审议通过了《关于公司申请公开发行股票并在北交所上市的议案》等与本次发行上市有关的议案。

2025 年 12 月 5 日，公司召开 2025 年第四次临时股东会，审议通过了《关于公司申请公开发行股票并在北交所上市的议案》等与本次发行上市有关的议案，并同意授权公司董事会办理与本次发行上市相关的具体事宜。

（二）本次发行尚需履行的决策程序及审批程序

本次公开发行尚需经北交所审核通过后报中国证监会履行注册程序。

综上，公司董事会、股东会已依法定程序作出批准本次公开发行股票并在北京证券交易所上市的决议，符合《公司法》《证券法》等法律、法规、规范性文件和《公司章程》的相关规定。

六、 本次发行基本情况

发行股票类型	人民币普通股（A 股）
每股面值	人民币 1.00 元
发行股数	公司拟向不特定合格投资者公开发行股票不超过 5,231,988 股（未考虑超额配售选择权），或不超过 6,016,786 股（全额行使超额配售选择权），且发行后公众股东持股占发行后总股本的比例不低于 25%。公司及主承销商可以根据具体发行情况择机采用超额配售选择权，采用超额配售选择权发行的股票数量不得超过本次发行股票数量的 15%。最终发行数量由股东会授权董事会与主承销商根据具体情况协商，并经北京证券交易所审核通过及中国证监会同意注册后确定。
发行股数占发行后总股本的比例	-
定价方式	通过公司和主承销商自主协商直接定价、合格投资者网上竞价或网下询价等中国证监会和北京证券交易所认可的方式确定发行价格。最终定价方式将由股东会授权董事会与主承销商根据具体情况及监管要求协商确定。
发行后总股本	-
每股发行价格	以后续的询价或定价结果作为发行底价
发行前市盈率（倍）	-
发行后市盈率（倍）	-
发行前市净率（倍）	-
发行后市净率（倍）	-
预测净利润（元）	不适用

发行前每股收益（元/股）	-
发行后每股收益（元/股）	-
发行前每股净资产（元/股）	-
发行后每股净资产（元/股）	-
发行前净资产收益率（%）	-
发行后净资产收益率（%）	-
本次发行股票上市流通情况	根据北交所的相关规定办理
发行方式	本次发行将采取网下向询价对象申购配售和网上向社会公众合格投资者定价发行相结合的发行方式，或证券监管部门认可的其他发行方式
发行对象	符合国家法律法规和监管机构规定的已开通北交所股票交易权限的合格投资者
战略配售情况	根据融资规模的需要，在本次公开发行股票时选择是否实施战略配售，具体配售比例、配售对象等由股东会授权董事会届时根据法律、法规要求及市场状况确定
预计募集资金总额	-
预计募集资金净额	-
发行费用概算	-
承销方式及承销期	承销方式为余额包销，承销期为招股说明书在中国证监会、北交所指定报刊刊登之日起至主承销商停止接受投资者认购款之日
询价对象范围及其他报价条件	符合北交所要求的合格投资者
优先配售对象及条件	-

七、 本次发行相关机构

（一） 保荐人、承销商

机构全称	广发证券股份有限公司
法定代表人	林传辉
注册日期	1994 年 1 月 21 日
统一社会信用代码	91440000126335439C
注册地址	广东省广州市黄埔区中新广州知识城腾飞一街 2 号 618 室
办公地址	广东省广州市天河区马场路 26 号广发证券大厦
联系电话	020-66338888
传真	020-87553363
项目负责人	林建霖
签字保荐代表人	林建霖、肖东东
项目组成员	刘天宇、李旭桐、陈健忠、程尹淇、夏朋志、王楚媚

（二） 律师事务所

机构全称	北京市康达律师事务所
负责人	乔佳平
注册日期	1988 年 8 月 20 日
统一社会信用代码	311100004000107934
注册地址	北京市朝阳区建外大街丁 12 号英皇集团中心 8 层、9 层、11 层
办公地址	北京市朝阳区建外大街丁 12 号英皇集团中心 8 层、9 层、11 层
联系电话	010-50867666

传真	010-56916450
经办律师	康晓阳、胡莹莹、廖璐

（三） 会计师事务所

机构全称	天健会计师事务所（特殊普通合伙）
负责人	杨克晶
注册日期	2011 年 7 月 18 日
统一社会信用代码	913300005793421213
注册地址	浙江省杭州市西湖区灵隐街道西溪路 128 号
办公地址	杭州市钱江新城钱江路 1366 号华润大厦 B 座
联系电话	0571-88216888
传真	0571-88216999
经办会计师	卢玲玉、关瑞雯、牛春军

（四） 资产评估机构

☐适用 ☒不适用

（五） 股票登记机构

机构全称	中国证券登记结算有限责任公司北京分公司
法定代表人	黄英鹏
注册地址	北京市西城区金融大街 26 号 5 层 33
联系电话	010-58598980
传真	010-58598977

（六） 收款银行

户名	广发证券股份有限公司
开户银行	中国工商银行广州南方支行
账号	3602041729200681690

（七） 申请上市交易所

交易所名称	北京证券交易所
法定代表人	鲁颂宾
注册地址	北京市西城区金融大街丁 26 号
联系电话	010-63889755
传真	010-63884634

（八） 其他与本次发行有关的机构

☐适用 ☒不适用

八、 发行人与本次发行有关中介机构权益关系的说明

截至本招股说明书签署日，公司与本次发行有关的中介机构及其负责人、高级管理人员、经办

人员之间不存在直接或间接的股权关系或其他利害关系。

九、 发行人自身的创新特征

公司将技术创新视为企业发展的核心驱动力，高度重视研发团队的建设与持续投入。报告期内，依托系统化的产品创新体系，公司不断推动技术融合与产品品类拓展，构建了以 ororo、TURBRO、Genmitsu 为代表的多品牌矩阵，并获得全球市场的广泛认可。同时，公司凭借自主研发的全业务流程数字化平台，高效集成并处理海量多维度数据，实现了全链条业务协同与精细化运营，进一步夯实了高效响应与持续创新的核心能力。具体介绍如下： （一）产品创新：保持稳定的产品研发投入，持续推动技术融合与品类拓展 公司基于对市场需求的系统洞察，在产品研发中逐步确立了以“场景化应用、精细化运营和差异化创新”为核心的设计理念。凭借在相关行业的长期积累，公司已构建成熟的产品开发技术体系，并形成了极具市场竞争力的核心产品组合。在产品创新实践中，公司注重对不同品类产品的功能优化、场景适配与技术融合，致力于为消费者提供品类丰富、性能出色且贴合多元需求的高品质产品。通过精准的市场定位与持续的研发投入，公司助力全球消费者实现更富科技感与品质的生活体验。 1、功能性服饰 公司功能性服饰类产品的品牌为 ororo，以加热服饰为主，具体产品包括加热马甲、加热夹克、加热手套、加热卫衣以及电源配件等。 （1）创新设计理念与品牌故事 <table><tr><td>创新设计理念</td><td colspan="3">ororo 品牌专注于研发以锂电池为热源的可加热服饰。公司将消费者的低温防护需求与加热技术深度融合，把“可穿戴的温度体验”带入日常生活与特定工作场景，为用户提供安全、可控且有温度的穿戴解决方案。</td></tr><tr><td>品牌故事</td><td colspan="3">ororo 的品牌使命是确保每一位用户在使用其产品时都能感受到温暖和舒适，让寒冷的天气不应成为阻碍人们享受户外活动的因素。ororo 品牌致力于通过创新且实用的加热服饰产品，为人们创造更多享受户外生活的机会，“挑战气候”正是其精神的集中体现。</td></tr></table> （2）应用的创新技术 在功能性服饰领域，公司应用的创新技术主要体现在以下三个方面：加热模组、供电系统和服装织物的系统整合技术；加热、保暖方案效果的量化测定技术；以及加热系统的供电方案技术。 <table><tr><th>序号</th><th>应用的创新技术</th><th>行业内通常情况</th><th>公司技术先进性</th></tr><tr><td>1</td><td>加热模组、供电系统和服装织物的系统整合技术</td><td>行业内在加热服饰的设计上常采用标准化的发热片，普遍存在发热模组与服装材质融合度低、布局缺乏人体工学考量、片面追求发热面积而忽视热效率等问题，易导致局部过热、穿着有异</td><td>针对前述行业难题，公司凭借在功能性服饰领域的长期技术积累，开发出创新的供电系统与衣物一体化缝合工艺。该技术能依据特定使用场景、衣物材料与版型结构，精准匹配最适合的加热模组并规划其布局，从而在实现高效升温 and</td></tr></table>				创新设计理念	ororo 品牌专注于研发以锂电池为热源的可加热服饰。公司将消费者的低温防护需求与加热技术深度融合，把“可穿戴的温度体验”带入日常生活与特定工作场景，为用户提供安全、可控且有温度的穿戴解决方案。			品牌故事	ororo 的品牌使命是确保每一位用户在使用其产品时都能感受到温暖和舒适，让寒冷的天气不应成为阻碍人们享受户外活动的因素。ororo 品牌致力于通过创新且实用的加热服饰产品，为人们创造更多享受户外生活的机会，“挑战气候”正是其精神的集中体现。			序号	应用的创新技术	行业内通常情况	公司技术先进性	1	加热模组、供电系统和服装织物的系统整合技术	行业内在加热服饰的设计上常采用标准化的发热片，普遍存在发热模组与服装材质融合度低、布局缺乏人体工学考量、片面追求发热面积而忽视热效率等问题，易导致局部过热、穿着有异	针对前述行业难题，公司凭借在功能性服饰领域的长期技术积累，开发出创新的供电系统与衣物一体化缝合工艺。该技术能依据特定使用场景、衣物材料与版型结构，精准匹配最适合的加热模组并规划其布局，从而在实现高效升温 and
创新设计理念	ororo 品牌专注于研发以锂电池为热源的可加热服饰。公司将消费者的低温防护需求与加热技术深度融合，把“可穿戴的温度体验”带入日常生活与特定工作场景，为用户提供安全、可控且有温度的穿戴解决方案。																		
品牌故事	ororo 的品牌使命是确保每一位用户在使用其产品时都能感受到温暖和舒适，让寒冷的天气不应成为阻碍人们享受户外活动的因素。ororo 品牌致力于通过创新且实用的加热服饰产品，为人们创造更多享受户外生活的机会，“挑战气候”正是其精神的集中体现。																		
序号	应用的创新技术	行业内通常情况	公司技术先进性																
1	加热模组、供电系统和服装织物的系统整合技术	行业内在加热服饰的设计上常采用标准化的发热片，普遍存在发热模组与服装材质融合度低、布局缺乏人体工学考量、片面追求发热面积而忽视热效率等问题，易导致局部过热、穿着有异	针对前述行业难题，公司凭借在功能性服饰领域的长期技术积累，开发出创新的供电系统与衣物一体化缝合工艺。该技术能依据特定使用场景、衣物材料与版型结构，精准匹配最适合的加热模组并规划其布局，从而在实现高效升温 and																

		物感、与身体贴合度不佳等痛点，影响舒适性。	保温的同时，显著提升穿着的整体舒适度。
2	加热、保暖方案效果的量化测定技术	行业内多依赖于单一的热电偶探头测试，缺乏在风冷、湿度变化等复杂环境下的系统性评估。这使得方案优化多基于经验判断，难以精准平衡保暖效果与能耗。	针对前述不足，公司通过长期技术积累，构建了成熟的环境实验室多点测温方案。该技术实现了在多种复杂环境下，对产品保暖效果的可量化、可观测与可追踪，为加热组件与保暖材料的选择、评估和改进提供了坚实的数据支撑。基于此数据反馈，公司能够优化加热模组布局，以更少的模组和更低的能耗实现预定保暖目标，从而达成能效与体验的最佳平衡。
3	加热系统的供电方案技术	行业内普遍采用单通道、单电池的供电方案。其控制方式为“一开全开”，加热区域无法独立调节；同时，单一的电池配置使得电量一旦耗尽，加热功能便完全中断，严重制约了用户在长时间户外活动中的连续保暖需求。	该技术通过融合多点测温与实时温度变化数据，可动态调节不同位置加热模组的功率输出。这不仅实现了衣物各区域温度的均衡与稳定，显著提升穿着舒适度，更通过智能化的功率分配，有效降低了整体能耗，从而大幅延长了电池续航。

（3）性能指标分析

当前，智能加热服饰行业在快速增长的同时，仍面临一系列结构性痛点：温控精度不足、电池安全风险、机洗与弯折下的耐用性差，以及能效续航难以满足长期户外需求。行业要实现从“概念产品”到“规模化商品”的跨越，关键在于产品必须兼具直观的用户价值与可验证的技术方案，以建立市场信任。

针对上述挑战，ororo 研发团队设定了严格且可量化的性能指标，致力于通过扎实的技术能力构建产品核心竞争力。具体性能分析如下：

核心竞争力指标	行业内通常的指标参数或说明	公司产品的指标参数或说明
温控精度与响应能力	温控精度与响应能力参差不齐，温控精度通常在 $\pm 5^{\circ}\text{C}$ 至 $\pm 8^{\circ}\text{C}$ 范围内。控制逻辑多采用简单的触发比较模式，监测频率较低，易导致温度出现明显波动，用户感知上的“忽冷忽热”。	ororo 采用高精度 NTC 温度传感器 ² ，实现了 $\pm 1^{\circ}\text{C}$ 的控制精度，并通过实时温度监测确保对体感温度变化的快速响应。
安全保障	安全保护通常只有基础过温保护。对于 NTC 温度传感器自身的异常（如开路/短路）或更复杂的电气风险（如欠压保护）往往被忽略，安全冗余度较低。	在安全保障上，公司将控制器设计为集成式的多层防护体系，包含过压、欠压、过流、过温、开路与短路等八重保护机制，实现了风险防控。
发热核心与均匀性	多采用单一的、成本较低的发热材料，如常规碳纤维丝或碳浆印刷发热片。受限于材料特性与布局工艺，热分布均匀性一般，易出现局部“热点”或	ororo 采用碳纤维、碳纳米管与复合金属等多种材料，实现热分布优于市面主流竞品，并能体现稳定、发热均匀的舒适感，包括同一个模组不同发热位置使用不同

² NTC 温度传感器（Negative Temperature Coefficient，即负温度系数）由 NTC 热敏电阻、探头（金属外壳、塑胶外壳、环氧塑封、玻璃封装等）、电子导线以及端子连接器组成。

	边缘温度不足的情况，影响整体穿着舒适度。	的发热材质，满足不同部位特定化要求。
耐用性	行业内对耐用性的衡量普遍缺乏统一的量化标准。多数产品没有进行完整的水洗寿命验证，行业内多数产品在经历 20-30 次洗涤后性能衰减会超过 15%-20%。此外，行业内普遍提供 1 年的标准保修期，这通常反映了其对产品长期可靠性的保守预期。	在标准化实验室条件下，公司产品经历 50 次标准机洗后，核心发热性能衰减率小于 5%，其核心组件通过了超过 10,000 次的弯折寿命测试。基于已验证的可靠性，公司为核心加热组件提供了长达 3 年的质保期，这直接体现了公司对产品质量与耐用性的信心。
系统能效	行业内对能效提升的方式多集中于单纯增加电池容量，而非优化系统本身的热能利用率，这样往往忽略了隔热材料的应用以及温控算法对能耗的精细化管理，导致热量流失较多，实际有效续航时间并未与电池容量成正比增长。	ororo 通过引入新型隔热材料、优化轻量化结构并持续迭代温控算法，显著提升了热能利用率与保温性能。
电池方案	行业内一般使用通用型的移动电源，并没有专门针对加热服的使用场景定制开发。通用型方案更强调成本与标准参数，一般使用普通电芯，品质和一致性难以保障。此外，在设计方案上简单追求大容量，往往以体积和重量换取续航，导致服饰笨重、佩戴舒适性差，且在现实户外使用与安全性方面存在隐患。	ororo 的电池方案以“延长续航+系统级安全”为设计目标：优选 LG 等高可靠性电芯，配合高性能电池管理系统与多重硬件保护，在能量密度与重量之间实现工程化平衡，从而延长单次使用时间并大幅降低热失控与电气故障的风险，提升户外场景下的稳定性与实用性。所有电池均通过 UL、FCC、CE、CCC 等国际/地区权威认证，全方位保障用户使用安全。

（4）市场影响力

市场销量是产品竞争力和市场影响力的直接体现。公司 ororo 品牌加热马甲与加热夹克在亚马逊美国站持续热销，以 2024 年 12 月份为例，加热马甲与加热夹克在所属品类 Best Sellers 榜单 Top 10 中均累计占据 31 天，深受滑雪爱好者及户外工作者等核心用户群体的认可。

自 2018 年起，ororo 品牌持续获得全球主流媒体与权威杂志的关注，先后被 CNN、福布斯、纽约时报等国际媒体专题报道，并登上 Marie Claire、COSMOPOLITAN、InStyle、Forbes、The Guardian 等国际知名时尚或商业刊物，品牌影响力不断夯实。具体情况如下所示：

年份	具体荣誉
2025 年	《连线》杂志（WIRED）发布的专题《最佳手持及可穿戴风扇：远离汗水的理想选择》中，ororo 首款电制冷服饰 ZenFlow Power Cooling Jacket 评为“最佳制冷夹克”，彰显品牌在创新穿戴智能服饰的领先地位。
2025 年	福布斯(Forbes)在“2025 最佳加热夹克”专题中，将 ororo 产品评为“入门级优选”，肯定了其在性价比与实用性上的优势。
2025 年	美国有线电视新闻网（CNN）旗下的消费测评平台 CNN Underscored 中，ororo 加热夹克被誉为“冬季的秘密武器”，凸显了其快速加热与卓越保暖的性能。
2024 年	作为英国最具国际影响力的新闻媒体之一，《卫报》（The Guardian）在冬季专题中收录 ororo 加热披肩，展示了 ororo 品牌产品在国际生活方式媒体中的影响力。
2024 年	ororo 被 Google 评选为“优质商店”（Top Quality Store）。
2023 年	英国主流新闻媒体《独立报》（The Independent）推荐 ororo 品牌的加热背心与暖手宝，

	突出其耐用性与节能优势。
2023 年	美国发行量最大的生活方式与娱乐杂志《人物》(People) 多次将 ororo 加热夹克纳入热门礼品推荐。
2021 年	享誉全球的《纽约时报》(The New York Times) 在冬季科技专题中介绍了 ororo 加热产品，称其为“创新的取暖方案”。

2、数码科技

公司数码科技类自主品牌以 Radioddity 品牌为主，其中优势品类为便携式对讲机、车载电台、短波设备等。

(1) 创新设计理念与品牌故事

创新设计理念	公司将“无阻隔的清晰对话”作为核心设计理念，为用户提供全天候、全地形且即时响应的通讯保障，即便在暴雨、沙尘或意外跌落等严苛环境下，仍能确保远距离通讯清晰稳定，助力使用者在户外探险、应急救援等场景中高效协同，无惧挑战。
品牌故事	Radioddity 品牌核心是：无界通信，保持联接。历经多年深入用户端的调研，Radioddity 研发了各式便携对讲机、车载电台、短波设备等，兼顾了新手易用性与资深发烧友的专业需求。电波传递的不仅是信号，更是可靠的体验，这正是 Radioddity “让通信更简单，更省心”的初心所在。

(2) 应用的创新技术

公司在便携式对讲机产品中，主要运用了多通讯通道协同抗干扰技术、三防结构与射频电路的一体化集成设计技术，具体情况如下所示：

序号	应用的创新技术	行业内通常情况	公司技术先进性
1	多通讯通道协同抗干扰技术	传统对讲机多采用单一频点或固定信道进行通讯，在复杂电磁环境中易受同频干扰或突发噪声影响，导致信号中断、语音质量下降，难以在干扰严重的工业或城市环境中实现稳定远距离通讯。	公司创新引入多通道并行的信号接收电路设计，设备可同时在多个预设频段上进行信号监测与过滤，能更有效地抓取有效信号，提高对信号的灵敏度，该技术显著提升设备在复杂电磁环境中的抗干扰能力，从而在干扰环境下实现更远的有效通讯距离。
2	三防结构与射频电路的一体化集成设计技术	行业内多数三防（防水、防尘、防摔）对讲机常采用“先内部堆叠电路，后外加防护外壳”的思路，防护性能与通讯核心性能（如射频稳定性、天线效率）往往相互妥协，无法达到各自的最优状态。例如，加厚外壳可能牺牲信号穿透力，多重密封结构又可能影响散热与声学效果，导致在严苛环境下性能衰减。	针对行业痛点，公司创新性地将三防结构视为通讯系统的一部分进行一体化设计。通过精密仿真与材料工程技术，使防护外壳本身成为增强天线信号与散热效率的有机组件。该技术确保了产品在经受剧烈冲击、水浸、尘染等极端考验时，其远距离通讯的清晰度与稳定性不仅不被削弱，反而得到结构性强化，实现了坚固性与通讯性能同步跃升。

(3) 性能指标分析

公司 Radioddity 品牌的便携式对讲机产品在极端环境下的通讯可靠性、续航与通讯距离的平衡能力、极限通讯距离与稳定性、复杂环境中的语音清晰度等方面具有核心竞争力，具体情况如下所

示：

核心竞争力指标	行业内通常的指标参数或说明	公司产品的指标参数或说明
极端环境下的通讯可靠性	多数产品在 1 米水深浸泡 30 分钟或多次跌落（如 1.2 米高度）后，性能可能衰减，通讯距离缩短。	公司产品不仅通过 IP68 级防尘防水（1.5 米水深，60 分钟）及 3 米混凝土跌落测试，更在测试后仍能保证标称通讯距离。
续航与通讯距离的平衡能力	在高功率模式下，为达到 1 公里以上的通讯距离，其正常使用时往往低于 8 小时，难以支撑全天候作业，用户存在严重的“电量焦虑”。	公司采用自适应功率调节技术和有效信号过滤系统，在保证 ≥ 5 公里超远通讯距离的同时，实现 ≥ 18 小时的正常使用时长，同时支持 USB 便携式充电，将续航与距离的平衡达到较高水平，满足严苛的全天候作业需求。
极限通讯距离与稳定性	在开阔地带的标准通讯距离一般可达 2 公里，但在城市、丛林等复杂环境中，信号衰减严重，实际有效距离可能缩短至 30%-50%，且信号波动大。	公司采用高效射频前端与低损耗天线设计，在大多数的复杂真实环境下，仍能保持 ≥ 5 公里的稳定通讯距离，距离衰减率优于行业通常水平，确保在非理想条件下依然拥有可靠的通讯能力。
复杂环境中的语音清晰度	行业内通常采用固定阈值降噪，在持续强风（如 $>80\text{km/h}$ ）或突发性机械噪音（如 $>110\text{dB}$ ）环境下，语音清晰度会显著下降。	公司产品搭载智能动态降噪算法，在 $>120\text{dB}$ 的极端噪音环境中，仍能保持语音的清晰度，确保关键指令一次性准确传达，显著提升作业安全与效率。

（4）市场影响力

Radioddity 品牌的电子通讯产品在北美市场备受消费者青睐。以 2024 年 11 月和 12 月为例，其电子通讯产品位居亚马逊美国站 Best Sellers 榜单 Top 10 分别长达 10 天、10 天，具备较强的品牌影响力。

此外，近年来，Radioddity 品牌持续获得行业内的专业评测机构的高度认可，品牌实力不断增强，具体情况如下所示：

年份	具体荣誉
2025 年	Radioddity HF-008 短波移动天线获得了专业评测机构——美国业余无线电转播联盟（ARRL）旗下官方实体杂志《QST》的专题评测。评测文章肯定了该天线作为一款易于部署的便携式天线，在“多波段覆盖和极具吸引力的价格”方面具备优势。公司产品获得 ARRL 官方出版物的正面评测，标志着其产品已获得行业内主流机构的认可。
2024 年	Radioddity GD-168 数字/模拟双模手持对讲机获得了专业技术评测网站 Miklor.com 的详尽评测。评测全面肯定了该电台的硬件质量、软件功能和整体性能，并特别指出其固件成熟、操作简便的优势。获得专业评测网站 Miklor.com 的认可，标志着 Radioddity 在技术更复杂的数字无线电（DMR）领域达到了较高水平。

3、家居生活

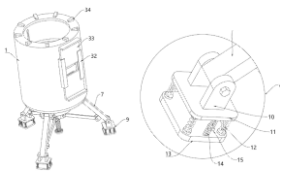
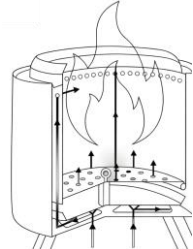
公司家居生活类自主品牌以 TURBRO 品牌为主，其中优势品类为户外火炉。

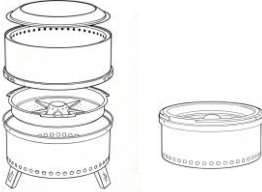
（1）创新设计理念与品牌故事

创新设计理念	TURBRO 品牌名来源于英文单词“TURBO”，意为“涡轮增压”，其设计理念源于“提升、改善、强化”。品牌融合创新科技、用户舒适、简约美学与环保节能，专注于环境调节类功能产品，致力于改善用户的环境舒适度，提升生活品质，满足其在舒适、便捷与环保等方面的多元需求。
品牌故事	①以现代科技推动环境改善：品牌首款产品采用 LED 光学与电热技术，将欧美传统的柴火取暖设备升级为具备精准温控与 LED 火焰效果的电子壁炉，有效解决了传统产品能耗高、空气污染大、维护成本高等痛点。以此为基础，品牌逐步拓展产品线，现已覆盖温湿度调节领域的多种产品，包括电热电器、空气能设备、通风设备、加湿器及智能温控器等，满足家庭起居、户外露营与房车旅行等多样化场景需求。 ②简约现代的设计语言：产品外观秉承简约风格，以流畅线条体现现代审美，轻松融入各类使用环境，提升空间整体美感。品牌坚持美学与功能并重，在确保产品美观的同时，也注重其实用性、耐用性、便携性与安装简便性。

（2）创新设计情况

公司始终秉持以消费者为中心的理念，积极应对市场对节能环保日益增长的需求。在此背景下，TURBRO 品牌团队将环保责任转化为技术创新的核心驱动力。其户外火炉产品通过创新设计，充分利用空气能，以替代传统的生物质能与燃气燃油，并借助优化的风道设计与升降机制，最大限度地提升了能源效率，减少了环境污染。具体创新设计如下：

创新设计	改进前	改进后	创新优势
可调节支撑机制			火盆的高度可调，可以根据使用者的需求调整支架高度和弹簧避震。这种调整方式非常适用于不平坦的环境（如野外山地），能够保证设备的稳定性，避免燃烧使用过程中设备倾倒，解决安全问题。
优化风道设计实现烟雾控制			产品风道通过负压增氧的风道设计，确保燃烧材料在封闭的腔体得到快速二次增氧并充分燃烧（普通火盆从点火到充分燃烧需要 5-10 分钟，改善后只需要 1-2 分钟），该设计提升了设备的能源利用率；同时用户在户外需要取暖必须近距离使用时，大幅降低一氧化碳毒害和烟雾影响。
燃烧温度的可调节性			优化风道和升降机制的配合，通过调整炉桥与燃烧腔之间的距离，确保燃烧材料产生的热量高效利用的同时，火盆也在燃烧时能够根据用户需求调节燃烧温度。

便于户外携带与使用的可拆卸结构			火炉燃烧室和柴碳支架的底部分离、分拆折叠使得炉体更加轻便，便于携带和户外存储。

（3）市场影响力

公司 TURBRO 品牌在北美市场表现卓越，其电器产品于 2024 年 12 月位列亚马逊美国站 Best Sellers 榜单 Top 10 长达 15 天，显示出强劲的市场竞争力。

在技术创新与工业设计方面，TURBRO 屡获权威认可：品牌旗下可调节式露营柴火炉于 2024 年获得美国发明专利授权（专利号：12,000,591 B1）；随后，R19 型柴火炉于 2025 年荣膺美国工业设计优秀奖（IDEA），充分彰显了品牌的产品实力。未来，公司将继续深化产品创新，致力于为全球消费者带来更卓越的用户体验。

此外，TURBRO 品牌相继被主流媒体、专业评测机构报道，提升了公司品牌在大众市场的认知度和公信力，具体情况如下所示：

年份	具体荣誉
2025 年	美国家居与生活方式领域的主流媒体 Better Homes & Gardens 将 TURBRO INF50 型电子壁炉推荐为“最佳电壁炉”之一，可以瞬间提升房间的视觉吸引力和温馨氛围，同时提供可靠的取暖功能。公司品牌被 Better Homes & Gardens 媒体认可，将 TURBRO 与中高端家居生活方式绑定，吸引了追求生活品质的消费者，有效提升了品牌的整体定位和影响力。
2024 年	在 Good Housekeeping 的“最佳电壁炉”官方榜单中，TURBRO TS17 型电子壁炉成功入选。Good Housekeeping 作为一家拥有专业测评实验室的知名媒体，其推荐意味着公司产品在性能、安全性、能效和用户体验等方面通过了严格的评估。

4、创客硬件

公司创客硬件类产品以 Genmitsu 品牌为主，核心优势品类为雕刻机。

（1）创新设计理念与品牌故事

创新设计理念	Genmitsu 的设计理念根植于赋能创造、追求卓越的核心价值，致力于将计算机数控技术（CNC）和激光加工技术带入每一位创作者、爱好者和小型企业主的日常生活。我们相信，精密加工不应仅限于专业领域，而是应该成为每个人实现创意、探索无限可能的工具。Genmitsu 以简单易用为设计核心，通过技术研发驱动创新，提供更高的设备精度、稳定性和多功能性，以满足多样化的加工需求，确保从初学者到专业用户都能快速上手。
品牌故事	Genmitsu 的故事始于一群热爱创造的工程师与创客，他们拥有着一个共同的梦想：让 CNC 加工技术不再遥不可及，而是成为每个人的创意伙伴。从最初的愿景到如今的全球品牌，Genmitsu 始终专注于为用户提供高品质、易操作的雕刻机，帮助他们将想法转化为现实。

面对木工爱好者、DIY 创作者及小型企业主对功能强大且操作简便的创意工具的共同需求，公司 Genmitsu 团队历经数年研发，推出多款兼具性能和价格优势的雕刻机产品，并迅速获得全球用户

的青睐。Genmitsu 雕刻机支持木材、塑料乃至金属等多种材料的加工，并为初学者量身打造了“15 分钟快速组装”功能。公司始终以用户为中心，致力于降低技术门槛，激发用户创造力。

（2）应用的创新技术

公司在雕刻机产品中，主要依托三大创新技术：个人数控机床（CNC）的结构拼装设计技术、无线传输技术，以及高度自动校平技术。

序号	应用的创新技术	行业内通常情况	公司技术先进性
1	个人数控机床（CNC）的结构拼装设计技术	行业内个人数控机床通常采用固定式或零散框架设计，导轨和滚轮等传动部件多基于标准化组件，设计优先考虑成本和生产效率。结构刚性与运动控制精度受限于通用设计，难以兼顾高精度与便携性。拆装过程复杂，需专业工具和技能，运输不便，个人用户操作门槛较高，维护成本较高。	公司通过长期技术经验积累，掌握了根据机床的机体框架、使用场景不同完成导轨、滚轮等传动部件的设计工艺，完成了高精度运动控制和高刚性结构的系统整合。该技术可以提供稳定、精确的刀路移动轨迹控制，以实现更加精细的雕刻效果，同时创新性地采用模组化设计，可以实现数控机床简便地拆卸、组装，便于个人用户的使用以及运输。
2	无线传输技术	行业内桌面级雕刻机通常依赖 USB 有线连接进行数据传输和设备控制，少数设备支持蓝牙或 WiFi，但功能局限于基本的数据传输和远程启停。3D 刀路预览功能在桌面级雕刻机中并不常见，通常需通过电脑端的软件实现，缺乏便携性和实时性。此外，高级功能如探针设置、进给率调整等配置复杂，个人用户操作门槛较高，设备间兼容性和无缝连接性较差。	公司通过技术研发，创新性地桌面级雕刻机控制方案中实现远程控制数据处理与 3D 刀路预览。①APP 通过 Genmitsu 无线离线控制器，实现与设备的无缝连接，无需登录，支持即时任务管理；②3D 刀路可视化功能，允许用户预览雕刻路径，优化加工精度和材料使用，支持探针设置、进给率调整等高级功能。
3	高度自动校平技术	行业内桌面级雕刻机的高度校平技术通常依赖手动或半自动校准，采用单一探针或有限点位测量，校准过程繁琐且耗时（通常需 5-10 分钟）。校平功能通常针对特定材料（如木材或软金属），对不规则或复合材料适应性较差。同时自动补偿能力有限，表面不平整时加工精度下降（如误差可达 $\pm 0.5-1\text{mm}$ ），需用户手动调整刀具高度或借助外部软件，操作复杂且对个人用户不友好。	该技术通过多点测量（每平方厘米可达 10 个测量点）和自动高度补偿算法，适用于木材、金属、塑料等全材料类型，而非特定材料，有效解决表面不平整问题。此外，系统最快能在 1 分钟内完成全表面扫描，自动调整刀具高度，加工误差控制在 $\pm 0.1\text{mm}$ 以内，确保高精度铣削。同时技术支持实时动态补偿，减少材料浪费率约 20%，并简化操作，个人用户无需专业技能即可完成校准。

（3）性能指标分析

公司 Genmitsu 品牌的雕刻机产品与其他竞品相比具备一定的产品核心竞争力，具体情况如下：

产品类型	核心竞争力指标	行业内通常的指标参数或说明	公司产品的指标参数或说明
某款中型雕刻机	加工精度	行业内中型雕刻机的加工精度通常在 $\pm 0.5-1\text{mm}$ 左右，精度受限	公司产品采用更优化的电机控制和更精密的机械传动元件，显著提升

		于电机控制和结构刚性。此外，测量方式多基于理论值，实际应用中的精度可能因不同材料而下降，加工硬金属时精度较难保证。	加工精度。此外，测量方式更贴近实际应用需求，同时基于坚固的悬臂设计结构与控制软件的多重优化，实现了约 $\pm 0.1\text{mm}$ 以内的精度控制，并支持木材、塑料、软金属等材料的精细加工，为用户提供更安全可靠的制作体验。
	结构稳定性	行业内中型雕刻机多采用铝合金或钢制框架，配备开环步进电机。结构稳定性较好，但通常加工效率较慢，在高速加工或加工硬材料时，易出现振动或步进丢失，Z轴多为单导轨设计，稳定性不足，需定期校准。	公司产品配备闭环高性能的步进电机，并通过升级的 Z 轴结构与偏心螺母调整功能，在保证结构稳定性的同时，极大程度减少了步进丢失和振动风险。
	雕刻速度	行业内中型雕刻机的雕刻速度通常低于 $2,000\text{mm/min}$ 。速度受限于电机功率和控制系统，高速运行时可能牺牲精度，适合中小型项目但对复杂设计的支持有限。	为增加用户创作与学习体验的丰富多样性，公司产品提供了 $400 \times 300 \times 110\text{mm}$ 的工作范围和 $5,000\text{mm/min}$ 的雕刻速度，适合中小型项目。
某款小型雕刻机	加工精度	行业内小型雕刻机加工精度通常大于 $\pm 0.1\text{mm}$ ，精度易受振动或材料影响而波动。测量方式多基于简单校准，实际应用中木材、软塑料等软材料表现较好，但加工软金属时精度下降明显（误差可达 $\pm 0.2\text{mm}$ 以上），需用户手动优化和调整，操作门槛较高。	公司产品采用更优化的线性轴承和背隙消除技术，显著提升加工精度，同时基于高强度钢结构与控制软件的多重优化，实现了小于 $\pm 0.1\text{mm}$ 的精度控制，并支持木材、软金属等材料的精细加工，为用户提供更安全可靠的制作体验。
	结构稳定性	行业内小型雕刻机的结构稳定性通常基于铝合金框架和开环步进电机，振动风险较高，尤其在长时间运行或加工软金属时，振动幅度较高。此外，Z轴稳定性不足，需手动校准以减少偏移，整体框架刚性一般，适合入门级应用但不宜高强度连续使用。	公司产品采用高强度钢单件冲压设计，并通过自动 Z 轴探测与高度映射调平等特殊功能，在保证结构稳定性的同时，极大程度减少了长时间使用中的振动风险。
	安全性	行业内小型雕刻机的安全性通常包括基本的紧急停止按钮，以及部分机型可选的开放式防护罩，缺乏全包围设计，加工时易产生粉尘和碎片飞溅风险。此外，噪声水平较高，通常超过 80dB （无外罩时可达 $85\text{-}95\text{dB}$ ），用户需自行添加隔音材料或外罩以降低噪声，增加成本和操作复杂性。对桌面级个人用户的防护和噪声控制不足。	公司产品采用全包围和可打开外罩设计，配备高强度透明聚碳酸酯罩，有效防止粉尘和碎片飞溅，确保操作安全。此外，内置隔音层将工作噪声降低至 $60\text{-}65\text{dB}$ ，适合室内桌面使用。外罩支持一键式打开，便于更换和维护，同时集成紧急停止传感器和过载保护系统，响应时间 <0.5 秒，确保用户在中小型项目中的安全可靠体验。

（4）市场影响力

Genmitsu 品牌雕刻机在亚马逊美国站长期稳居 Best Sellers 榜单前列，展现出强劲的市场竞争力

与用户认可度。以 2024 年 11 月和 12 月为例，该产品连续两个月位列所属品类 Best Sellers 榜单，其中 11 月在榜 30 天，12 月在榜 31 天。这一持续领先的市场表现，既反映了品牌基于技术积累所构建的用户忠诚度，也体现了专业市场对产品实力的高度肯定。

此外，近年来 Genmitsu 品牌雕刻机持续被主流科技媒体、教育机构、专业评测机构报道，强化品牌技术形象，助力品牌口碑进一步提升，具体情况如下所示：

年份	具体荣誉
2025 年	科技媒体 Notebook Check 发布 Genmitsu Cubiko 型桌面 CNC 雕刻机的相关评测情况，文章内容强调其创新结构与用户友好设计，公司产品被专业科技媒体认可，提升了 Genmitsu 品牌在专业用户群体的认可度。
2025 年	国际创客杂志 Make: Magazine 发布对 Genmitsu Cubiko 型桌面 CNC 雕刻机的整页专题报道，称其为“新世代桌面 CNC 的代表作”，凸显创新设计理念以及品牌市场影响力。
2022 年	国际制造教育机构 Fab Academy 发布 Genmitsu PROVerXL 4030 型雕刻机的设备报告，推荐其为教学项目可用机型，显示公司 Genmitsu 品牌在教育市场的影响力。
2021 年	学术平台 ScienceDirect 及相关研究资料引用公司 Genmitsu 品牌产品作为开源数控教学示例，体现其在教育及科研领域的实践应用价值。
2020 年	国际创客资讯门户 All3DP 发布对 Genmitsu PROVerXL 4030 型雕刻机的测评文章，称其为“高性价比且具备工业级精度的桌面 CNC”，强化品牌技术形象。
2019 年	国际开源硬件领域知名的科技自媒体平台 CNX Software 对 Genmitsu 3018-MX3 型雕刻机进行深度测评，聚焦新版主控板与步进驱动的性能提升，进一步肯定公司 Genmitsu 品牌在精度与可靠性上的持续优化。

（二）信息系统创新：数智赋能，构建跨境电商全链路高效运营体系

公司将信息系统技术创新定位为支撑业务高效运转的核心战略基石，通过自主研发的跨境电商全流程数字化与智能化运营管理平台，涵盖产品管理、采购备货、仓储物流、销售运营、营销决策及客户服务等多个业务环节，形成了具备独特创新优势的自研业务系统，实现了平台化的快速响应能力与精细化服务模式的深度融合。



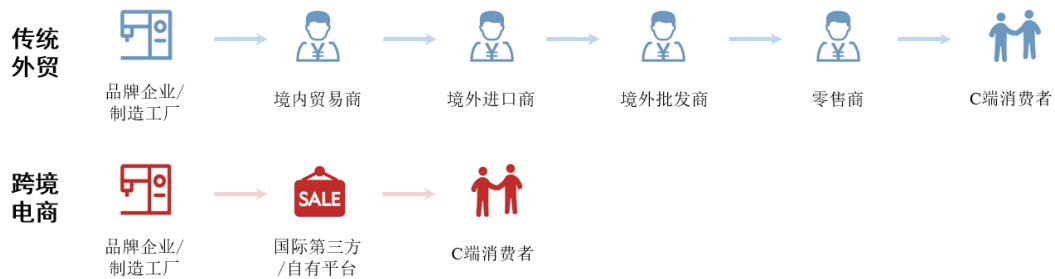
公司信息系统贯穿跨境电商的境内与境外、线上与线下全流程业务环节，累计处理千万级订单及相关交易数据。依托先进的数据分析系统，公司支持包括 SKU、渠道、仓库、区域、品牌等在内的超过 40 个维度进行多角度交叉分析，从而实现全链路业务的精细化管理和智能化决策。

在数字化时代背景下，信息技术已不仅是支持工具，更成为驱动业务创新的核心引擎。为全面赋能跨境出口电商零售全链路，公司持续夯实数字基础，深度融合先进数智技术，致力于充分挖掘数据资产价值，释放其乘数效应，为业务持续增长注入新动能，具体表现如下：

公司自主研发的业务系统	主要实现的功能	公司的创新特征与优势
基于云架构服务的跨境电商卖家全流程管理系统	集成多平台、多品牌的跨境贸易全流程数据,实现产品的备货、采购、仓储等环节的一体化管理。	1、跨境卖家普遍依赖分散的系统，导致数据孤岛问题严重，订单、库存等信息更新常延迟数小时，运营效率低下。为此，公司通过自主研发的云架构 ERP 系统，对接了多个销售渠道平台、仓库平台及物流平台，实现了从可售库存信息、订单发货、物流信息、订单物流跟踪的全流程自动化。这不仅打通跨境贸易各环节数据孤岛，减少了人工操作，更支持单日近十余万订单数量的高并发处理，将信息延迟缩短至分钟级，订单处理效率提升 2 至 3 倍以上。 2、跨境卖家业务系统和财务系统的分离，常导致业财数据不一致，成为管理瓶颈。公司的 ERP 系统实现了与 NetSuite 财务系统的深度对接，通过接口调用、数据推送与脚本扩展技术，日均同步上千余条业财关联数据，确保了业务与财务数据的实时一致，为公司的精细化管理和稳健发展提供了有力支撑。
跨境库存数据分析系统	收集公司跨境贸易中产生的各种数据，对企业跨境贸易中的关键环节进行数据算法分析,提供多维度关键数据的报表展示等,为运营提供决策支撑。	1、市场上通常的数据收集工具在采集过程中往往无法执行复杂逻辑的数据清理，数据入库后往往需要二次加工，导致整体处理周期较长。公司系统通过对相关技术框架的自研扩展，支持系统在采集过程中按定制逻辑清洗数据，从而在源头提升数据的准确性与处理效率。在从千万量级数据中筛选万级有效数据的场景下，采集效率可提升 90%以上，并将报表数据更新速度从小时级缩短至分钟级。 2、市场上常见的千万级数据报表工具，在进行多维度分析时常存在响应延迟，影响决策效率。公司系统利用物化视图等技术，构建了超过百个物化视图，能够实时、快速地对各类多平台业务数据进行多维分析与展示，实现秒级响应，帮助公司业务快速应对市场变化。
智能配送系统	根据订单、物流和仓储等流量数据,智能选择最优配送仓库和物流方式,协同业务系统、仓库管理系统实现发货智能化、自动化。	跨境卖家在履行订单时，通常依赖规则或人工分单方式，这种方式容易导致跨区域发货比例高，发货成本高。公司系统内置的智能配送决策模块，能根据企业发货需求，通过自研算法自动选定最优发货仓库，可以有效节约物流成本与人力支出。
客户服务管理系统	针对亚马逊等第三方电商平台,以及品牌官网的客户消息进行集中获取、回复、管理与分析。	收集客户反馈是跨境电商品牌运营的关键环节。公司系统每年从亚马逊等第三方电商平台和品牌官网获取客户评价近十余万条，通过系统的客户行为分析与评价管理，有效提升了客户满意度与售后响应效率，为公司传递品牌故事、塑造品牌价值奠定了坚实基础。

（三）模式创新：跨境电商新业态重塑传统外贸生态，激活产业升级新动能

在传统外贸体系中，商品从制造商流通至终端消费者需经历多级分销环节，包括国内工厂、外贸公司、目的国进口商与批发商等。这一冗长链路不仅造成信息传递滞后与失真，也使品牌商难以直接触达终端用户。海外进口商多采用 OEM 代工或集中采购模式，进一步削弱了制造商对市场需求的响应能力，导致渠道加价高、周转效率低等问题。



随着数字化进程不断深入，跨境电商应运而生，通过线上化、去中间化的交易结构，实现与全球消费者的直接连接，显著提升了贸易效率。作为支撑该模式的关键环节，物流创新亦成为推动传统外贸转型升级的重要力量。“海外仓”等现代物流设施的建设和完善，打通了中国制造工厂直达海外消费者的全链路服务通道，助力中国品牌更快捷、更稳定地触达国际市场。

自 2015 年起，“跨境电商”连续多年被写入政府工作报告，体现了国家层面对这一新兴业态发展的高度重视和持续的政策支持。在此背景下，我国跨境电商出口逐步进入深耕国内供应链的新阶段，通过“跨境电商+产业带”模式实现对各地优势产业的全面赋能。跨境电商这一新业态模式不仅推动特色产品出口与产业转型升级，也促进自主品牌培育，推动数字经济与实体经济深度融合，为我国产业带的高质量发展注入持续动力。

公司深耕跨境电商领域十余年，始终秉持“以服务优化产品、以产品提升品牌、以品牌带动增长”的企业愿景。凭借长期的技术研发与经验积累，公司已成长为全球知名跨境电商自主品牌企业，并先后荣获“国家级高新技术企业”“广东省专精特新中小企业”及“广东省高成长中小企业”等多项荣誉。公司近年来获得的主要荣誉情况如下：

时间	荣誉名称	授予单位
2025 年	跨境电商赋能产业带发展实践案例	广东省商务厅
2025 年	创新型中小企业	东莞市工业和信息化局
2024 年	东莞市首批生产性服务业“领航企业”	东莞市发展和改革局
2024 年	跨境电商赋能产业发展创新案例	广东省商务厅
2023 年	广东省专精特新中小企业	广东省工业和信息化厅
2023 年	国家级电子商务示范企业	中华人民共和国商务部
2022 年	广东省跨境电商企业（成长型）	广东省商务厅

2022 年	国家级高新技术企业	广东省科学技术厅、广东省财政厅、国家税务总局广东省税务局
2022 年	AEO 高级认证企业证书	中华人民共和国黄埔海关
2022 年	广东省创新型中小企业	广东省工业和信息化厅
2020 年	广东省工业和信息化领域电子商务第二批示范企业	广东省工业和信息化厅
2019 年	广东省高成长中小企业	广东省工业和信息化厅
2015 年	广东省电子商务示范企业	广东省商务厅
2014 年	广东省电子商务 100 强企业	广东省电子商务协会、华南电子商务联盟

综上所述，公司产品布局紧密围绕现代消费者的生活场景，构建了以功能性服饰、数码科技、家居生活和创客硬件为核心的四大产品矩阵。基于对前端消费数据的深度挖掘与分析，公司能够精准洞察市场趋势，持续推动以场景化为导向、注重细节差异的产品创新。

与此同时，公司依托自主研发的全链路数字化智能运营系统，实现了从计划、采购、仓储、物流到销售等跨境出口电商零售全流程的高效协同，显著提升了自身履约能力和整体运营效率。借助跨境电商这一新业态，公司进一步带动传统产业带实现运营效率提升与数字化、品牌化升级，助力传统外贸转型。

因此，公司在产品设计、信息系统与业态模式等方面，具备较强的创新发展能力。

十、 发行人选择的具体上市标准及分析说明

公司结合自身经营规模、盈利情况等因素综合考量，选择的具体上市标准为《北京证券交易所股票上市规则》第 2.1.3 条之“（一）预计市值不低于 2 亿元，最近两年净利润均不低于 1,500 万元且加权平均净资产收益率平均不低于 8%，或者最近一年净利润不低于 2,500 万元且加权平均净资产收益率不低于 8%”。

结合公司的盈利能力、市场估值水平、发行人最近一次融资情况等因素合理估计，预计发行时公司市值不低于 2 亿元；公司 2023 年度及 2024 年度经审计的归属于母公司股东的净利润（扣除非经常性损益前后孰低值）分别为 9,875.90 万元、10,591.22 万元，最近两年净利润均不低于 1,500 万元；公司 2023 年度及 2024 年度经审计的加权平均净资产收益率（扣除非经常性损益前后孰低值）分别为 23.05%、20.23%，均不低于 8%。

综上，公司符合《北京证券交易所股票上市规则》第 2.1.3 条第（一）项规定“预计市值不低于 2 亿元，最近两年净利润均不低于 1,500 万元且加权平均净资产收益率平均不低于 8%”的上市标准。

十一、 发行人公司治理特殊安排等重要事项

截至本招股说明书签署日，公司不存在公司治理特殊安排等重要事项。

十二、 募集资金运用

经公司第二届董事会第十五次会议和 2025 年第四次临时股东会审议通过，公司本次拟向不特定合格投资者公开发行股票所募集的资金扣除发行费用后，拟投资以下项目：

单位：万元

序号	项目名称	拟投资总额	募集资金投入金额	实施主体
1	总部运营管理中心建设项目	23,363.74	23,363.74	尚睿科技
2	研发设计中心升级建设项目	5,040.51	5,040.51	尚睿科技
3	品牌建设和渠道推广项目	3,734.00	3,734.00	尚睿科技
合计		32,138.25	32,138.25	-

本次发行募集资金到位前，公司可以根据实际需要调整募投项目的实际进度，先行以自有资金支付项目所需款项，待募集资金到位后予以置换。本次发行募集资金到位后，若实际募集资金净额少于以上项目所需资金总额，则不足部分由公司通过自有资金或其他方式自筹解决；若本次发行募集资金超过项目预计资金使用需求，公司将根据中国证监会和北交所的相关规定使用超募资金。

本次募集资金运用的具体情况详见本招股说明书“第九节 募集资金运用”。

十三、 其他事项

截至本招股说明书签署日，公司不存在需披露的其他事项。

第三节 风险因素

投资者在评价发行人本次公开发行股票时，除本招股说明书提供的其他各项资料外，还应特别认真地考虑下述各项风险因素。下述风险因素已按方便投资者决策原则进行归类，并根据风险类别、重要性原则或可能影响投资者决策的程度大小分类排序，但该排序并不表示风险因素会依次发生。投资者应当认真阅读公司公开披露的信息，自主判断公司投资价值并作出投资决策，自行承担股票依法发行后因公司经营与收益变化导致的风险。

一、经营风险

（一）第三方电商平台经营风险

详见本招股说明书“重大事项提示”之“五、特别风险提示”之“（一）第三方电商平台经营风险”。

（二）经营业绩季节性波动风险

详见本招股说明书“重大事项提示”之“五、特别风险提示”之“（二）经营业绩季节性波动风险”。

（三）国际贸易政策变化风险

详见本招股说明书“重大事项提示”之“五、特别风险提示”之“（三）国际贸易政策变化风险”。

（四）境外经营风险

详见本招股说明书“重大事项提示”之“五、特别风险提示”之“（七）境外经营风险”。

（五）产品研发创新风险

公司高度重视产品研发创新设计，作为一家高新技术企业，持续推动技术迭代与产品创新是维持市场优势的关键。若公司未能对行业趋势进行准确预测与战略预判，或无法依据市场动态及时调整研发方向与产品策略，则将难以满足用户日益升级和多元的需求，最终可能导致产品竞争力下降，对公司的长期稳健发展带来挑战。

（六）外协产品质量控制风险

报告期内，公司自主品牌业务主要聚焦于产品研发、设计和销售等环节，而生产制造则全部委托外协厂商完成。公司虽已建立严格的外协供应商遴选与考核程序，并将采购环节列为质量管控重点，但其产品质量仍在一定程度上受制于外协供应商。随着公司采购规模的不断扩大，若外协供应商未能严格按照公司要求交付产品，或公司不能持续保持对外协供应商的良好、有效管理，则可能

导致产品质量问题或采购进度延误，进而会对公司的经营业绩产生不利影响。

（七）行业竞争加剧风险

跨境出口电商作为国家政策支持的新业态，在移动互联网普及、物流基础设施完善及海外电商渗透率提升的推动下，近年来发展迅速。公司主要经营的功能性服饰、数码科技、家居生活和创客硬件等品类，亦拥有良好的市场前景，吸引了众多参与者涌入本行业，市场竞争日趋激烈。若公司未来未能精准把握行业趋势与市场动态，持续提升产品力及运营模式创新能力，则可能导致竞争优势减弱，进而对公司的经营业绩造成不利影响。

（八）市场需求波动风险

公司主要通过亚马逊等第三方电商平台及自有品牌官网在北美、欧洲市场销售功能性服饰、数码科技、家居生活和创客硬件等产品。终端消费者的购买力与消费意愿受到宏观经济环境的直接制约。若欧美地区经济出现周期性下行或陷入长期疲软，导致居民可支配收入下降，消费者对相关产品消费能力和消费意愿可能减弱，进而对公司收入的稳定性与盈利增长带来潜在挑战。

（九）信息系统管理风险

公司依托亚马逊等海外第三方电商平台和自有品牌官网渠道进行产品销售，在日常运营中深度应用自主开发的跨境电商全链路数字化管理系统，该系统贯通了从产品管理、采购备货、仓储物流、销售运营、营销决策、客户服务在内的全部核心业务流程，并通过接口与亚马逊等销售平台同步数据，实时获取运营所需的多维度数据。随着公司业务规模的持续扩张，若信息系统的迭代升级未能同步跟上，无法持续保障数据传输与处理的高效、精确与安全，将对公司的整体运营效率与经营管理水平产生不利影响。

（十）行业政策波动风险

跨境出口电商作为新兴贸易模式，显著革新了传统跨境贸易的流程与结构，已发展为推动外贸增长的重要新动能，并积极促进了我国外贸体系的优化与升级。当前我国跨境出口电商行业仍处于高速发展期，我国及海外市场的相关法律法规与监管体系尚在持续完善中。尽管国家层面持续出台支持政策，为行业发展营造了有利环境，但若未来国内外监管机构颁布新的法规或调整政策方向，导致监管要求发生变化，而公司未能及时响应并满足新的监管要求，则可能对日常经营带来挑战与潜在风险。

二、财务风险

（一）存货管理的风险

详见本招股说明书“重大事项提示”之“五、特别风险提示”之“（四）存货管理的风险”。

（二）海运价格波动的风险

详见本招股说明书“重大事项提示”之“五、特别风险提示”之“（五）海运价格波动的风险”。

（三）汇率波动风险

详见本招股说明书“重大事项提示”之“五、特别风险提示”之“（六）汇率波动风险”。

（四）税收优惠变化风险

公司于 2022 年 12 月 22 日被认定为高新技术企业（证书编号 GR202244005252），有效期为三年。根据《中华人民共和国企业所得税法》及相关规定，公司在 2022 年至 2024 年期间享受 15% 的企业所得税优惠税率。根据《国家税务总局关于实施高新技术企业所得税优惠政策有关问题的公告》（2017 年第 24 号），企业在高新技术企业资格期满当年，在重新认定前，可暂按 15% 税率预缴企业所得税。

公司目前已向主管部门提交高新技术企业认定申请，相关审核工作尚在进行中。若公司未能通过本次复审，或国家相关税收优惠政策发生不利调整，则可能对未来经营业绩造成一定影响。

（五）税收监管风险

报告期内，公司主要通过位于中国香港、美国、德国等地的子公司向终端客户销售商品，收入主要来源于北美、欧洲等地区。鉴于业务覆盖区域广泛，所涉税种（如所得税、流转税）的法规体系较为复杂，公司坚持在各区域合规经营，报告期内未因税务缴纳问题引发任何诉讼或行政处罚。然而，全球税收监管环境复杂且处于动态变化之中，若公司未能及时适应境外税收政策的重大调整，则可能面临税务审查或其他监管风险。

此外，公司主要通过中国境内主体执行采购职能，并将商品销售给境外子公司，涉及内部关联交易规模较大。如相关转移定价安排被税务主管部门认定不满足独立交易原则，公司可能需补缴相关税费，进而对公司业绩产生不利影响。

（六）毛利率波动风险

报告期内，公司主营业务毛利率分别为 39.82%、41.81%、43.21% 和 45.45%，呈稳步上升趋势。公司毛利率受国际贸易政策、市场需求及市场竞争状况、产品采购成本、物流成本等多重因素影响，未来若公司未能根据市场变化及时调整产品策略，或采购、物流等关键成本发生显著上升，将可能导致毛利率出现下滑，进而对整体盈利能力造成不利影响。

三、法律风险

（一）知识产权保护的风险

公司拥有的专利等知识产权是核心竞争力的重要组成部分。截至 2025 年 6 月 30 日，公司及其子公司共拥有 93 项专利。若未来发生竞争对手或第三方侵犯公司知识产权的情形，而公司未能及

时采取有效的维权措施，则可能对公司的商业利益造成损害。

与此同时，尽管公司高度重视自有知识产权的研发与保护，并严格遵守相关法律法规以避免侵犯第三方权益，但仍无法完全排除因员工对知识产权边界认识不足而导致的潜在侵权风险，也存在少数竞争对手以恶意诉讼等不正当手段干扰公司正常经营的可能性。

（二）租赁物业瑕疵的风险

截至本招股说明书签署日，公司及其子公司承租的房产中存在未办理租赁备案手续、部分租赁房产未取得产权证明文件的情形。该等租赁物业主要用于办公用途。若因未办理租赁备案登记而被主管部门处以罚款，或租赁方因产权瑕疵而受到相关主管部门的行政处罚等原因未能续租，则公司可能面临经营办公场所搬迁的风险，进而对公司日常经营造成不利影响。

（三）实际控制人股份回购风险

公司及实际控制人程天乐曾与苏州远海、东莞尚悦、东莞云之睿等投资机构股东签署包含特殊权利条款（以下简称“特殊条款”）的协议。相关各方均已签署补充协议，前述特殊条款已于补充协议签署之日终止。公司不作为该等特殊条款项下的责任方，不承担各项相关义务及责任，不涉及损害公司利益、影响公司经营的情形。但若公司未能成功上市，协议项下由实际控制人作为责任或义务主体的回购条款将自动恢复效力，实际控制人可能需履行回购义务，从而导致公司面临股权结构变动的风险。

四、其他风险

（一）募集资金投资项目实施风险

公司本次公开发行募集资金，将主要投资于总部运营管理中心建设项目、研发设计中心升级建设项目以及品牌建设和渠道推广项目。该投资计划系公司基于当前市场环境、行业趋势、公司现有业务和未来发展战略等因素综合论证而定。然而，募集资金投资项目需要一定的建设和实施周期。在此期间，若相关政策、宏观经济、市场竞争等因素发生重大不利变化，则可能延缓项目进度或影响预期效果，进而对公司的盈利能力和未来发展造成不利影响。

（二）发行失败风险

公司本次向不特定合格投资者公开发行股票并在北京证券交易所上市，受到宏观经济市场环境、资本市场形势以及投资者对公司价值判断等多重因素的影响。若本次发行出现认购不足或其他不利变化，公司将面临发行失败的风险。

第四节 发行人基本情况

一、 发行人基本信息

公司全称	尚睿科技股份有限公司
英文全称	SainStore Technology Co.,Ltd.
证券代码	874727
证券简称	尚睿科技
统一社会信用代码	9144190056825226X6
注册资本	5,290.1208 万元
法定代表人	程天乐
成立日期	2011 年 1 月 21 日
办公地址	广东省东莞市东城街道东科路 1 号
注册地址	广东省东莞市松山湖园区科技四路 16 号 2 栋 911 室
邮政编码	523808
电话号码	0769-22223923
传真号码	0769-22223923
电子信箱	ir@sainstore.com
公司网址	https://www.sainstore.com.cn
负责信息披露和投资者关系的部门	证券事务部
董事会秘书或者信息披露事务负责人	王文辉
投资者联系电话	0769-22223923
经营范围	网络技术、计算机软硬件技术的技术开发、技术转让、技术服务；计算机软、硬件及辅助设备、电子产品、电器、机械设备、服饰、玩具、体育用品、文具、工艺品、家具、日用品、纸质包装材料、量具、化妆品、皮具、五金交电产品、自动化设备的研发和销售；供应链管理服务、电子商务信息咨询；系统集成；网页设计，电脑平面设计；货物或技术进出口（国家禁止或涉及行政审批的货物和技术进出口除外）。增值电信业务经营。（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）
主营业务	公司是一家专注于消费类自主品牌产品研发、设计与销售的高新技术企业。
主要产品与服务项目	功能性服饰、数码科技、家居生活和创客硬件四大品类

二、 发行人挂牌期间的基本情况

（一） 挂牌时间

2025 年 5 月 27 日

（二） 挂牌地点

公司股票在全国股转系统挂牌公开转让，目前所属层级为创新层。

（三） 挂牌期间受到处罚的情况

公司在全国股转系统挂牌期间不存在受到处罚的情形。

（四） 终止挂牌情况

☐适用 ☒不适用

（五） 主办券商及其变动情况

自公司挂牌之日起至本招股说明书签署日，公司主办券商为广发证券，未发生变动。

（六） 报告期内年报审计机构及其变动情况

报告期内，公司年报审计机构为天健会计师，未发生变动。

（七） 股票交易方式及其变更情况

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

（八） 报告期内发行融资情况

报告期内，公司不存在发行融资情况。

（九） 报告期内重大资产重组情况

报告期内，公司不存在重大资产重组情况。

（十） 报告期内控制权变动情况

报告期内，公司控股股东为东莞班夫，实际控制人为程天乐，控制权未发生变动。

（十一） 报告期内股利分配情况

报告期内，公司进行了 4 次股利分配，具体情况如下：

2022 年 5 月 14 日，公司召开 2021 年度股东大会，审议通过了《关于公司 2021 年度利润分配方案的议案》，向全体股东派发现金红利 1,000.00 万元。公司于 2022 年 5 月 30 日完成了本次利润分配。

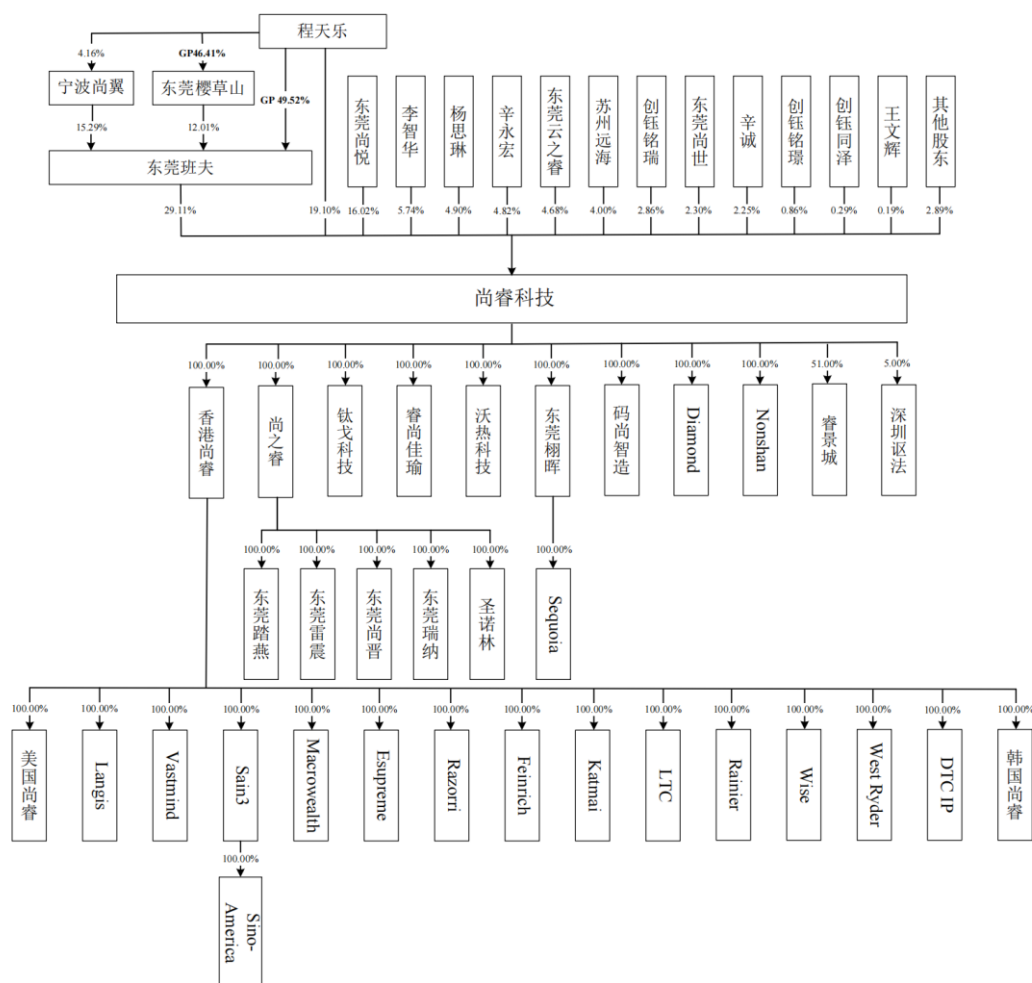
2023 年 2 月 25 日，公司召开 2023 年第 2 次临时股东大会，审议通过了《关于 2022 年度分红方案的议案》，向全体股东派发现金红利 2,000.00 万元。公司于 2023 年 3 月 16 日完成了本次利润分配。

2024 年 6 月 15 日，公司召开 2024 年第 1 次临时股东大会，审议通过了《关于 2023 年度公司利润分配的议案》，向全体股东派发现金红利 2,000.00 万元。公司于 2024 年 6 月 28 日完成了本次利润分配。

2025 年 6 月 26 日，公司召开 2025 年第 2 次临时股东会，审议通过了《关于 2024 年度公司利润分配的议案》，向全体股东派发现金红利 2,000.00 万元。公司于 2025 年 7 月 7 日完成了本次利润分配。

三、 发行人的股权结构

截至本招股说明书签署日，公司的股权结构情况如下：



四、 发行人股东及实际控制人情况

(一) 控股股东、实际控制人情况

1、控股股东

截至本招股说明书签署日，公司的控股股东为东莞班夫，其持有公司 29.11%的股份。东莞班夫的基本情况如下：

企业名称	东莞市班夫企业管理合伙企业（有限合伙）		
统一社会信用代码	91441900MA4UH3M53A		
成立日期	2015 年 9 月 7 日		
认缴出资额	327.00 万元		
实缴出资额	327.00 万元		
执行事务合伙人	程天乐		
注册地和主要生产经营地	广东省东莞市松山湖园区科技九路 6 号 1 栋 407 室		
主营业务及其与发行人主营业务的关系	除投资发行人外，未实际经营业务		
主要财务数据（万元）	项目	2025 年 1-6 月/ 2025 年 6 月 30 日	2024 年度/ 2024 年 12 月 31 日
	总资产	2,122.44	1,540.31
	净资产	2,121.50	1,539.37
	净利润	582.13	581.75

注：以上财务数据未经审计。

截至本招股说明书签署日，东莞班夫的出资情况如下：

单位：万元

序号	合伙人姓名/名称	合伙人类别	认缴出资额	出资比例
1	程天乐	普通合伙人	161.94	49.52%
2	宁波尚翼	有限合伙人	50.00	15.29%
3	东莞樱草山	有限合伙人	39.29	12.01%
4	辛诚	有限合伙人	22.47	6.87%
5	辛永宏	有限合伙人	17.94	5.49%
6	李智华	有限合伙人	15.84	4.85%
7	李玮	有限合伙人	11.99	3.67%
8	裴德华	有限合伙人	3.76	1.15%
9	候雷平	有限合伙人	3.76	1.15%
合计			327.00	100.00%

2、实际控制人

截至本招股说明书签署日，公司的实际控制人为程天乐，其直接持有公司 19.10%的股份，通过

东莞班夫间接控制公司 29.11%的表决权，合计控制公司 48.21%的表决权。程天乐的基本情况如下：

程天乐先生：1981 年 9 月生，中国国籍，无境外永久居留权，身份证号码为 420982198109****，硕士研究生学历。程天乐先生于 2007 年 7 月至 2008 年 9 月任北京模糊未名科技有限公司网站推广经理；2008 年 10 月至 2009 年 2 月待业；2009 年 2 月至 2010 年 1 月任上海亿贝网络信息服务有限公司大客户经理；2010 年 2 月至 2010 年 12 月任深圳市泽宝网络科技有限公司 B2C 渠道销售总监；2011 年 1 月至 2021 年 6 月历任尚睿有限总经理、执行董事兼总经理、董事长兼总经理；2021 年 6 月至今任尚睿科技董事长、总经理。

（二） 持有发行人 5%以上股份的其他主要股东

截至本招股说明书签署日，除公司控股股东、实际控制人外，直接或间接持有公司 5%以上股份的其他主要股东如下：

序号	股东名称/姓名	持股情况
1	东莞尚悦	(1) 东莞尚悦直接持有公司 16.02%的股份； (2) 东莞云之睿直接持有公司 4.68%的股份； (3) 王保安与王秋云系夫妻关系，二人通过东莞尚悦和东莞云之睿合计持有公司 7.88%的股份，并通过东莞尚悦和东莞云之睿合计控制公司 20.70%的表决权，其中： ①王保安分别通过东莞尚悦、东莞云之睿间接持有公司 0.19%、1.56%的股份，合计持股比例为 1.75%； ②王秋云分别通过东莞尚悦、东莞云之睿间接持有公司 5.19%、0.94%的股份，合计持股比例为 6.13%。 (4) 东莞尚悦、东莞云之睿为王保安和王秋云夫妇同一控制下的关联企业。
2	东莞云之睿	
3	王保安	
4	王秋云	
5	辛永宏	(1) 辛永宏直接持有公司 4.82%的股份，并通过东莞班夫间接持有公司 1.60%的股份，合计持股比例为 6.42%； (2) 辛诚直接持有公司 2.25%的股份，并通过东莞班夫间接持有公司 2.00%的股份，合计持股比例为 4.25%； (3) 辛永宏与辛诚系父子关系，二人合计持有公司 10.67%的股份。
6	辛诚	
7	李智华	
		李智华直接持有公司 5.74%的股份，并通过东莞班夫间接持有公司 1.41%的股份，合计持股比例为 7.15%。

1、东莞尚悦

截至本招股说明书签署日，东莞尚悦的基本情况如下：

企业名称	东莞尚悦企业管理合伙企业（有限合伙）
统一社会信用代码	91441900MA4UHCU590
成立日期	2015 年 9 月 17 日
认缴出资额	2,260.00 万元
实缴出资额	2,260.00 万元
执行事务合伙人	东莞市源川资产管理有限公司

注册地和主要生产经营地	广东省东莞市松山湖园区科技九路6号1栋404室
经营范围	一般项目：企业管理咨询；以自有资金从事投资活动；信息咨询服务（不含许可类信息咨询服务）。（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）
主营业务及其与发行人主营业务的关系	股权投资，与发行人主营业务无关

截至本招股说明书签署日，东莞尚悦的出资情况如下：

单位：万元

序号	合伙人名称/姓名	合伙人类别	认缴出资额	出资比例
1	东莞市源川资产管理有限公司	普通合伙人	38.44	1.70%
2	王秋云	有限合伙人	732.19	32.40%
3	陈满新	有限合伙人	384.35	17.01%
4	徐珺	有限合伙人	269.05	11.90%
5	马锋	有限合伙人	230.61	10.20%
6	袁伟广	有限合伙人	190.25	8.42%
7	姚虎	有限合伙人	138.37	6.12%
8	张群力	有限合伙人	122.99	5.44%
9	郭邦锐	有限合伙人	115.31	5.10%
10	裴德华	有限合伙人	38.44	1.70%
合计			2,260.00	100.00%

2、东莞云之睿

截至本招股说明书签署日，东莞云之睿的基本情况如下：

企业名称	东莞云之睿科技咨询企业（有限合伙）
统一社会信用代码	91441900MA52645Q64
成立日期	2018年8月23日
认缴出资额	1,118.00万元
实缴出资额	1,118.00万元
执行事务合伙人	王保安
注册地和主要生产经营地	东莞市东城街道同沙社区东城科技工业园东科路1号综试基地1栋2楼245室
经营范围	计算机技术咨询；计算机技术服务；股权投资、企业管理、税务咨询、财务咨询（不得开展审计、验资、查账、评估、会计咨询、代理记账等需经专项审批的业务，不得出具相应的审计、企业管理咨询）。（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）
主营业务及其与发行人主营业务的关系	股权投资，与发行人主营业务无关

截至本招股说明书签署日，东莞云之睿的出资情况如下：

单位：万元

序号	合伙人姓名	合伙人类别	认缴出资额	出资比例
1	王保安	普通合伙人	372.29	33.30%
2	王秋云	有限合伙人	223.60	20.00%
3	侍丹淇	有限合伙人	223.60	20.00%
4	张万荣	有限合伙人	111.80	10.00%
5	席旭辉	有限合伙人	111.80	10.00%
6	李玉钟	有限合伙人	74.91	6.70%
合计			1,118.00	100.00%

3、王保安

王保安的基本情况详见本节之“八、董事、高级管理人员情况”之“（一）董事、高级管理人员的简要情况”之“1、董事会成员”的相关内容。

4、王秋云

王秋云女士：1972 年 8 月出生，中国国籍，无境外永久居留权，身份证号码为 430219197208****，本科学历，现任发行人子公司睿景城的物业主管。

5、辛永宏

辛永宏的基本情况详见本节之“八、董事、高级管理人员情况”之“（一）董事、高级管理人员的简要情况”之“1、董事会成员”的相关内容。

6、辛诚

辛诚先生：1995 年 12 月出生，中国国籍，无境外永久居留权，身份证号码为 441900199512****，硕士研究生学历，现任公司产品开发初级工程师。

7、李智华

李智华先生：1989 年 3 月出生，中国国籍，无境外永久居留权，身份证号码为 441900198903****，本科学历，未在公司担任职务。

（三） 发行人的股份存在涉诉、质押、冻结或其他有争议的情况

截至本招股说明书签署日，公司控股股东、实际控制人、持有公司 5%以上股份或表决权的主要股东直接或间接持有公司的股份不存在涉诉、质押、冻结或其他有争议的情况。

（四） 控股股东、实际控制人所控制的其他企业情况

截至本招股说明书签署日，除发行人及其合并范围内的子公司以外，公司控股股东东莞班夫、实际控制人程天乐控制的其他企业情况如下：

公司名称	主营业务	控制关系
东莞班夫	除投资发行人外，未实际经营业务	实际控制人担任执行事务合伙人的有限合伙企业，为发行人控股股东
东莞樱草山	除投资发行人控股股东东莞班夫外，未实际经营业务	实际控制人担任执行事务合伙人的有限合伙企业
东莞悠仙	未实际经营业务	实际控制人持股 100%的企业

五、 发行人股本情况

（一） 本次发行前后的股本结构情况

截至本招股说明书签署日，公司总股本为 5,290.12 万股，本次拟向不特定合格投资者公开发行不超过 523.20 万股股票（未考虑超额配售选择权的情况下），或不超过 601.68 万股股票（全额行使超额配售选择权的情况下），发行后公众股东持股比例不低于公司发行后股本总额的 25%。本次发行股份全部为公开发行新股，不涉及公司股东公开发售股份事项。

根据截至本招股说明书签署日的公司股东持股情况，假设本次发行 523.20 万股，发行前后公司的股本情况如下：

序号	股东名称/姓名	本次发行前		本次发行后	
		持股数量 (万股)	持股比例	持股数量 (万股)	持股比例
1	东莞班夫	1,539.78	29.11%	1,539.78	26.49%
2	程天乐	1,010.39	19.10%	1,010.39	17.38%
3	东莞尚悦	847.58	16.02%	847.58	14.58%
4	李智华	303.54	5.74%	303.54	5.22%
5	杨思琳	258.99	4.90%	258.99	4.46%
6	辛永宏	255.04	4.82%	255.04	4.39%
7	东莞云之睿	247.83	4.68%	247.83	4.26%
8	苏州远海	211.60	4.00%	211.60	3.64%
9	创钰铭瑞	151.17	2.86%	151.17	2.60%
10	李玮	138.06	2.61%	138.06	2.37%
11	东莞尚世	121.88	2.30%	121.88	2.10%
12	辛诚	119.03	2.25%	119.03	2.05%
13	创钰铭璟	45.32	0.86%	45.32	0.78%

14	创钰同泽	15.11	0.29%	15.11	0.26%
15	王文辉	9.91	0.19%	9.91	0.17%
16	马锋	9.91	0.19%	9.91	0.17%
17	袁陈杰	4.96	0.09%	4.96	0.09%
18	其他股东	0.01	0.0002%	0.01	0.0002%
19	本次公开发行股份	-	-	523.20	9.00%
合计		5,290.12	100.00%	5,813.32	100.00%

(二) 本次发行前公司前十名股东情况

序号	股东姓名/名称	担任职务	持股数量(万股)	限售数量(万股)	股权比例(%)
1	东莞班夫	-	1,539.78	1,539.78	29.11
2	程天乐	董事长、总经理	1,010.39	1,010.39	19.10
3	东莞尚悦	-	847.58	847.58	16.02
4	李智华	-	303.54	303.54	5.74
5	杨思琳	-	258.99	258.99	4.90
6	辛永宏	董事	255.04	255.04	4.82
7	东莞云之睿	-	247.83	247.83	4.68
8	苏州远海	-	211.60	211.60	4.00
9	创钰铭瑞	-	151.17	151.17	2.86
10	李玮	-	138.06	138.06	2.61
合计		-	4,963.99	4,963.99	93.83

(三) 主要股东间关联关系的具体情况

序号	关联方股东名称	关联关系描述
1	程天乐、东莞班夫	程天乐直接或间接合计持有东莞班夫 55.74%的财产份额，系东莞班夫的执行事务合伙人。
2	东莞尚悦、东莞云之睿	东莞尚悦、东莞云之睿均为公司董事王保安控制的企业，为一致行动人。
3	辛永宏、辛诚、东莞班夫	辛永宏与辛诚系父子关系，辛永宏、辛诚分别持有东莞班夫 5.49%、6.87%的财产份额。
4	李智华、东莞班夫	李智华持有东莞班夫 4.85%的财产份额。
5	创钰铭瑞、创钰同泽、创钰铭璟	创钰铭瑞的执行事务合伙人为广州创钰投资管理有限公司，创钰同泽和创钰铭璟的执行事务合伙人均为广州创钰投资基金管理企业（有限合伙），广州创钰投资基金管理企业（有限合伙）的执行事务合伙人为广州创钰投资管理有限公司。
6	李玮、东莞班夫	李玮持有东莞班夫 3.67%的财产份额
7	王文辉、东莞班夫、东莞尚世	王文辉间接持有东莞班夫 5.65%的财产份额；直接持有东莞尚世 6.25%的财产份额，系东莞尚世的执行事务合伙人。

8	马锋、东莞班夫、东莞尚悦、东莞尚世	马锋间接持有东莞班夫 3.29%的合伙份额，直接持有东莞尚悦 10.20%的财产份额，直接持有东莞尚世 2.78%的财产份额。

（四） 其他披露事项

1、私募基金备案情况

截至本招股说明书签署日，公司存在 8 家机构股东，分别为东莞班夫、东莞尚悦、东莞云之睿、苏州远海、创钰铭瑞、东莞尚世、创钰铭璟和创钰同泽，其中：

（1）苏州远海、创钰铭瑞、创钰铭璟和创钰同泽属于《证券投资基金法》《私募投资基金监督管理暂行办法》及《私募投资基金管理人登记和基金备案办法（试行）》规范的私募投资基金，已按规定在中国证券投资基金业协会办理了私募投资基金备案，具体情况如下：

①苏州远海的基金编号为 SEJ342，其基金管理人远航明华（上海）私募基金管理有限公司的私募投资基金管理人登记编号为 P1061869；

②创钰铭瑞的基金编号为 SAFQ94，其基金管理人广州创钰投资管理有限公司的私募投资基金管理人登记编号为 P1027462；

③创钰铭璟的基金编号为 SAAJ55，其基金管理人广州创钰投资基金管理企业（有限合伙）的私募投资基金管理人登记编号为 P1064653。

④创钰同泽的基金编号为 SVM037，其基金管理人广州创钰投资基金管理企业（有限合伙）的私募投资基金管理人登记编号为 P1064653；

（2）东莞班夫、东莞尚世、东莞尚悦及东莞云之睿不存在以非公开方式向合格投资者募集资金设立的情形，亦不存在委托其他任何管理机构受托管理资产的情形或行为，不属于《证券投资基金法》《私募投资基金监督管理暂行办法》及《私募投资基金管理人登记和基金备案办法（试行）》规范的私募投资基金，无需办理私募基金备案或私募基金管理人登记手续。

2、申报前 12 个月新增股东情况

公司申报前 12 个月内，创钰铭瑞、创钰铭璟和创钰同泽分别在全国股转系统通过大宗交易的方式成为公司股东，具体情况如下：

序号	股东名称	取得股数 (万股)	取得股权 比例	取得股份价 款(万元)	取得股份 时间	入股 原因	定价 依据
1	创钰铭瑞	151.17	2.86%	2,000.00	2025 年 9 月	看好公司 发展前景	友好协商 确定
2	创钰铭璟	45.32	0.86%	599.53	2025 年 9 月		友好协商 确定
3	创钰同泽	15.11	0.29%	199.87	2025 年 9 月		友好协商 确定

新增股东的基本情况如下：

(1) 创钰铭瑞

截至本招股说明书签署日，创钰铭瑞的基本情况如下：

企业名称	广州创钰铭瑞创业投资合伙企业（有限合伙）
统一社会信用代码	91440115MAD7A4MJ8E
成立日期	2023 年 12 月 18 日
认缴出资额	30,000.00 万元
实缴出资额	30,000.00 万元
执行事务合伙人	广州创钰投资管理有限公司
注册地和主要生产经营地	广州市南沙区丰泽东路 106 号（自编 1 号楼）X1301-H015823（集群注册）（JM）
经营范围	创业投资（限投资未上市企业）；以私募基金从事股权投资、投资管理、资产管理等活动（须在中国证券投资基金业协会完成备案登记后方可从事经营活动）
主营业务及其与发行人主营业务的关系	股权投资，与发行人主营业务无关

截至本招股说明书签署日，创钰铭瑞的出资情况如下：

单位：万元

序号	合伙人名称	合伙人类别	认缴出资额	出资比例
1	广州创钰投资管理有限公司	普通合伙人	1,500.00	5.00%
2	广州创钰铭瑞创业投资基金合伙企业（有限合伙）	有限合伙人	17,500.00	58.33%
3	广州市新兴产业发展基金管理有限公司	有限合伙人	6,000.00	20.00%
4	广州产投生物医药与健康专项母基金合伙企业（有限合伙）	有限合伙人	5,000.00	16.67%
合计			30,000.00	100.00%

(2) 创钰铭璟

截至本招股说明书签署日，创钰铭璟的基本情况如下：

企业名称	广州创钰铭璟创业投资合伙企业（有限合伙）
统一社会信用代码	91440115MACQWE5Y50
成立日期	2023 年 7 月 25 日
认缴出资额	19,850.00 万元
实缴出资额	10,510.00 万元
执行事务合伙人	广州创钰投资基金管理企业（有限合伙）
注册地和主要生产经营地	广州市南沙区南沙街星豪街 1 号 1117 房 09
经营范围	创业投资（限投资未上市企业）；以私募基金从事股权投资、投资管理、资产管理等活动（须在中国证券投资基金业协会完成备案登

	记后方可从事经营活动)
主营业务及其与发行人主营业务的关系	股权投资，与发行人主营业务无关

截至本招股说明书签署日，创钰铭璟的出资情况如下：

单位：万元

序号	合伙人名称/姓名	合伙人类别	认缴出资额	出资比例
1	广州创钰投资基金管理企业（有限合伙）	普通合伙人	590.00	2.97%
2	李艳梅	有限合伙人	3,000.00	15.11%
3	钟晔	有限合伙人	2,150.00	10.83%
4	聂葆生	有限合伙人	1,200.00	6.05%
5	匡小烨	有限合伙人	1,000.00	5.04%
6	廖健	有限合伙人	800.00	4.03%
7	林杏绮	有限合伙人	600.00	3.02%
8	苏敬樵	有限合伙人	500.00	2.52%
9	冷勇燕	有限合伙人	500.00	2.52%
10	贾自强	有限合伙人	500.00	2.52%
11	曾永楚	有限合伙人	500.00	2.52%
12	高卫红	有限合伙人	500.00	2.52%
13	唐巨良	有限合伙人	500.00	2.52%
14	张武	有限合伙人	500.00	2.52%
15	蔡柏容	有限合伙人	500.00	2.52%
16	薛新平	有限合伙人	500.00	2.52%
17	王兰	有限合伙人	400.00	2.02%
18	宋小军	有限合伙人	400.00	2.02%
19	李湛	有限合伙人	360.00	1.81%
20	庄健莹	有限合伙人	350.00	1.76%
21	柯素华	有限合伙人	300.00	1.51%
22	方紫	有限合伙人	300.00	1.51%
23	贺颂钧	有限合伙人	300.00	1.51%
24	王向阳	有限合伙人	300.00	1.51%
25	王廷臣	有限合伙人	300.00	1.51%
26	冯琰	有限合伙人	300.00	1.51%
27	梁振宇	有限合伙人	300.00	1.51%
28	郭小萍	有限合伙人	300.00	1.51%

29	曾盛	有限合伙人	300.00	1.51%
30	潘碧兰	有限合伙人	300.00	1.51%
31	石慧琳	有限合伙人	300.00	1.51%
32	易海霞	有限合伙人	300.00	1.51%
33	关志伟	有限合伙人	300.00	1.51%
34	邵小元	有限合伙人	300.00	1.51%
35	张文标	有限合伙人	300.00	1.51%
合计			19,850.00	100.00%

(3) 创钰同泽

截至本招股说明书签署日，创钰同泽的基本情况如下：

企业名称	广州创钰同泽创业投资合伙企业（有限合伙）
统一社会信用代码	91440101MA9YAC0B1D
成立日期	2022 年 2 月 10 日
认缴出资额	3,000.00 万元
实缴出资额	1,808.00 万元
执行事务合伙人	广州创钰投资基金管理企业（有限合伙）
注册地和主要生产经营地	广州市南沙区丰泽东路 106 号（自编 1 号楼）X1301-B013369（集群注册）（JM）
经营范围	以私募基金从事股权投资、投资管理、资产管理等活动（须在中国证券投资基金业协会完成备案登记后方可从事经营活动）
主营业务及其与发行人主营业务的关系	股权投资，与发行人主营业务无关

截至本招股说明书签署日，创钰同泽的出资情况如下：

单位：万元

序号	合伙人名称/姓名	合伙人类别	认缴出资额	出资比例
1	广州创钰投资基金管理企业（有限合伙）	普通合伙人	30.00	1.00%
2	王曼丽	有限合伙人	1,500.00	50.00%
3	匡小烨	有限合伙人	1,470.00	49.00%
合计			3,000.00	100.00%

公司新增股东创钰铭瑞、创钰铭璟和创钰同泽之间的关联关系请参见本节之“五、发行人股本情况”之“（三）主要股东间关联关系的具体情况”。除此以外，新增股东与公司其他股东及董事、高级管理人员不存在关联关系，与本次发行的中介机构及其负责人、高级管理人员、经办人员不存在关联关系。新增股东不存在股份代持情形。

3、发行人历史上曾存在的股权代持及解除情况

公司历史上曾存在股权代持情况，已依法依规解除，不存在纠纷或重大法律风险，具体情况详见公司挂牌时于全国股转系统披露的《尚睿科技股份有限公司公开转让说明书》之“第一节 基本情况”之“四、公司股本形成概况”之“（六）其他情况”。

六、 股权激励等可能导致发行人股权结构变化的事项

（一）发行人本次公开发行申报前已经制定或实施的股权激励及相关安排情况

截至本招股说明书签署日，公司通过员工持股平台东莞尚世对员工实施股权激励，相关股权激励计划已实施完毕。除此以外，公司及子公司不存在其他已经制定或实施的股权激励及相关安排。

1、公司员工持股平台情况

截至本招股说明书签署日，员工持股平台东莞尚世的基本情况如下：

企业名称	东莞尚世众成企业管理合伙企业（有限合伙）
统一社会信用代码	91441900MA563TW51M
成立日期	2021 年 3 月 18 日
认缴出资额	720.00 万元
实缴出资额	720.00 万元
执行事务合伙人	王文辉
注册地和主要生产经营地	广东省东莞市东城街道东科路 1 号 23 栋 203 室
主营业务及其与发行人主营业务的关系	公司员工持股平台，除投资尚睿科技外，未实际经营业务

截至本招股说明书签署日，东莞尚世的出资情况如下：

单位：万元

序号	合伙人姓名	合伙人类别	任职情况	认缴出资额	出资比例
1	王文辉	普通合伙人	董事、财务总监、董事会秘书	45.00	6.25%
2	周淑贞	有限合伙人	品牌运营中心负责人	35.00	4.86%
3	杜娟	有限合伙人	供应链中心负责人	30.00	4.17%
4	罗姝	有限合伙人	美国办公室研发经理	30.00	4.17%
5	温东华	有限合伙人	产品开发中心产品组合及项目管理办公室负责人	29.00	4.03%
6	江虎	有限合伙人	原供应链中心仓储物流部负责人，已离职	27.00	3.75%
7	黄丽萍	有限合伙人	Langis 品牌中心负责人	25.00	3.47%
8	廖华	有限合伙人	产品开发中心产品开发总监	25.00	3.47%
9	邓琳	有限合伙人	商业技术中心 Shopify 部负责人	25.00	3.47%

10	黄晓琳	有限合伙人	企业管理部和客户满意和创意视觉中心负责人	25.00	3.47%
11	盛戈歆	有限合伙人	商业技术中心 IT 部负责人	25.00	3.47%
12	钟晓韵	有限合伙人	总经办战略发展高级经理	23.00	3.19%
13	李玮	有限合伙人	人力资源中心负责人	22.00	3.06%
14	马锋	有限合伙人	总经办副经理	20.00	2.78%
15	吴佳玲	有限合伙人	供应链中心计划部负责人	20.00	2.78%
16	李锐芳	有限合伙人	品牌运营中心销售业务高级经理	20.00	2.78%
17	曹振华	有限合伙人	Langis 品牌中心产品开发高级经理	20.00	2.78%
18	周彬	有限合伙人	产品开发中心产品研发负责人	20.00	2.78%
19	姜帆	有限合伙人	总经办证券事务代表	20.00	2.78%
20	冯川松	有限合伙人	产品开发中心产品开发经理	17.00	2.36%
21	谭娴	有限合伙人	集团财务中心财务经理	15.00	2.08%
22	陈霏	有限合伙人	集团财务中心税务经理	15.00	2.08%
23	陈雁红	有限合伙人	Langis 品牌中心销售业务经理	15.00	2.08%
24	刘佩琪	有限合伙人	品牌运营中心销售业务经理	15.00	2.08%
25	HU MENG (胡萌)	有限合伙人	职工董事、副总经理	15.00	2.08%
26	董献民	有限合伙人	产品开发中心质检部负责人	12.00	1.67%
27	罗伟成	有限合伙人	客户满意和创意视觉中心设计部负责人	12.00	1.67%
28	郑德智	有限合伙人	产品开发中心产品组合及项目管理办公室经理	10.00	1.39%
29	邝淑婷	有限合伙人	品牌运营中心销售业务经理	10.00	1.39%
30	黄季发	有限合伙人	产品开发中心产品开发经理	10.00	1.39%
31	陈伟东	有限合伙人	人力资源中心经理	10.00	1.39%
32	林瀚仁	有限合伙人	产品开发中心资深产品经理	10.00	1.39%
33	黄淑莉	有限合伙人	品牌运营中心资深品牌运营专员	10.00	1.39%
34	饶凯太	有限合伙人	供应链中心仓储物流部主管	7.00	0.97%
35	杨倩怡	有限合伙人	人力资源中心培训经理	6.00	0.83%
36	叶碧怡	有限合伙人	商业技术中心高级客户经理	5.00	0.69%
37	林若南	有限合伙人	商业技术中心 IT 部资深开发工程师	5.00	0.69%
38	景冠男	有限合伙人	客户满意和创意视觉中心客服主管	5.00	0.69%
39	卢美燕	有限合伙人	集团财务中心项目申报负责人	5.00	0.69%
40	卢丽芳	有限合伙人	Langis 品牌中心品牌运营主管	5.00	0.69%
41	刘芷君	有限合伙人	客户满意和创意视觉中心客服部客服	5.00	0.69%

			主管		
42	黄婉仪	有限合伙人	供应链中心仓储物流部物流主管	5.00	0.69%
43	黄晓君	有限合伙人	Langis 品牌中心销售业务主管	5.00	0.69%
44	郭伟	有限合伙人	新业务孵化组销售业务经理	1.25	0.17%
45	李玲子	有限合伙人	品牌运营中心销售业务经理	1.25	0.17%
46	邓映笑	有限合伙人	商业技术中心 Shopify 部前端开发主管	1.25	0.17%
47	黄筱琦	有限合伙人	客户满意和创意视觉中心设计部主管	1.25	0.17%
合计		-	-	720.00	100.00%

2、公司已实施的历次股权激励情况

截至本招股说明书签署日，公司已实施的历次股权激励情况如下：

序号	时间	授予人数	授予份额 (万元出资额)	授予价格 (元/出资额)
1	2021 年 6 月	43 人	655.00	1.00
2	2021 年 9 月	3 人	65.00	1.00
3	2023 年 12 月	12 人	35.00	1.04
4	2024 年 6 月	2 人	15.00	1.00
5	2025 年 2 月	4 人	5.00	1.05
6	2025 年 4 月	1 人	5.00	1.05

3、股权激励对公司经营状况、财务状况、控制权变化等方面的影响

(1) 对公司经营状况的影响

股权激励的实施，充分调动了公司管理团队及骨干员工的积极性，增强了凝聚力，有效稳定了核心团队。这不仅促进了公司经营状况的改善，保障了发展战略与经营目标的实现，更为公司的长期发展奠定了坚实基础。

(2) 对公司财务状况的影响

公司已根据企业会计准则的要求计提了股份支付费用。报告期内，公司各期确认的股份支付费用分别为 437.34 万元、385.13 万元、429.26 万元和 239.88 万元，占当期利润总额的比例分别为 4.61%、3.18%、3.36%和 5.12%。因股权激励产生的股份支付费用对公司利润水平影响较小，且不影响经营活动现金流，故对公司财务状况无重大影响。

(3) 对公司控制权的影响

截至本招股说明书签署日，东莞尚世持有公司 2.30%的股份。自公司股权激励实施以来，未导致公司控制权发生变化。

（二）发行人及其控股股东、实际控制人与其他股东签署的特殊投资约定

1、尚未履行完毕或终止的特殊投资条款

截至本招股说明书签署日，公司与股东之间不存在特殊投资约定，公司实际控制人程天乐与苏州远海、东莞尚悦、东莞云之睿存在尚未履行完毕或终止的特殊投资条款，具体情况如下：

特殊投资条款	义务或责任承担主体	具体内容
回购权	程天乐	根据《尚睿科技股份有限公司之股东协议的补充协议二》（以下简称“《补充协议二》”）的约定，《尚睿科技股份有限公司之股东协议》约定的回购权不可恢复地彻底终止，如公司发生特定情形，新回购权条款自动生效，回购主体变更为仅公司实际控制人程天乐一人，新回购权条款触发条件约定内容如下： “若发生以下任一情形： （1）目标公司于本补充协议签署日后 4 个月届满时仍未向全国中小企业股份转让系统有限公司提交股票在全国中小企业股份转让系统挂牌的申请或目标公司放弃申请股票在全国中小企业股份转让系统进行挂牌的； （2）目标公司申请股票在全国中小企业股份转让系统挂牌相关申报材料被审核机构不予受理、终止审核、不予通过或目标公司无论何种原因主动撤回挂牌申请时； （3）目标公司股票终止在全国中小企业股份转让系统挂牌时； （4）目标公司的主办券商撤回对目标公司的挂牌推荐的； （5）发生其他导致目标公司股票最终未能在全国中小企业股份转让系统挂牌的情形； （6）目标公司于全国中小企业股份转让系统挂牌后 12 个月届满时仍未向北京证券交易所、深圳证券交易所、上海证券交易所提交于中国国内证券交易市场（包括创业板、北交所、科创板、主板）首次公开发行股票并上市（“IPO”）申请或 IPO 申请未被受理的； （7）该等 IPO 申请被撤回或被监管机构终止审查或否决的； （8）公司的上市保荐人撤回对公司 IPO 的保荐； （9）公司在其 IPO 申请获得主管部门发行批文后，未能在发行批文有效期内完成在前述证券交易所上市交易； （10）未能实现合格 IPO 的其他情形，则下述条款自动生效： 1.回购事项 如发生下列情形之一的，任一投资人有权要求实际控制人回购其持有的全部或部分公司股份： （1）目标公司未能在 2025 年 12 月 31 日之前实现合格上市或公司已满足发行上市条件且本轮投资人同意但其他股东不赞成公司进行首次公开发行； （2）目标公司实际控制人变更； （3）目标公司的主营业务发生重大变化； （4）目标公司经营发生重大合规风险，包括目标公司前一年度销售金额排名前十的自营店铺中的两个店铺在电商自营平台上因为违反平台规则被关店、封店或采取其他同等措施时间超过三个月及以上、相关业务资质被取消等； （5）目标公司和/或创始股东严重违反交易文件的规定； （6）目标公司其他股东要求行使回购权（如有）的。”

根据《补充协议二》，公司不作为特殊条款项下的责任方，不承担相应的法律责任或者或有义

务。上述回购权条款由实际控制人作为责任承担主体，仅在公司本次发行上市申请未被受理、公司撤回本次上市申请或因任何原因终止本次上市之日起恢复效力。

2、对公司经营状况、财务状况、控制权变化等方面的影响

截至本招股说明书签署日，公司与股东之间不存在特殊投资约定，公司实际控制人程天乐与股东苏州远海、东莞尚悦、东莞云之睿之间存在涉及带有恢复效力的回购权条款。公司并非该等条款的签约方，故该等条款对公司的经营状况、财务状况不构成重大不利影响。此外，程天乐具备相应的履约实力，其履行前述义务不会对公司的控制权稳定性产生重大不利影响。

七、 发行人的分公司、控股子公司、参股公司情况

（一） 控股子公司情况

√适用 □不适用

1. 香港尚睿

子公司名称	Sainstore (HK) Limited
成立时间	2014 年 8 月 13 日
注册资本	20.00 万港元
实收资本	20.00 万港元
注册地	中国香港九龙尖沙咀漆咸南道 17-19 号帝后广场 1601 室
主要生产经营地	中国香港九龙尖沙咀漆咸南道 17-19 号帝后广场 1601 室
主要产品或服务	主要负责集团产品采购，同时从事线上店铺运营管理
主营业务及其与发行人主营业务的关系	开展采购、销售业务的子公司
股东构成及控制情况	尚睿科技持股 100%
最近一年及一期末总资产	2024 年 12 月 31 日：63,963.67 万元 2025 年 6 月 30 日：69,638.88 万元
最近一年及一期末净资产	2024 年 12 月 31 日：11,517.47 万元 2025 年 6 月 30 日：11,236.49 万元
最近一年及一期净利润	2024 年度：1,615.38 万元 2025 年 1-6 月：-253.18 万元
是否经过审计	是
审计机构名称	天健会计师事务所（特殊普通合伙）

2. 尚之睿

子公司名称	东莞市尚之睿信息科技有限公司
成立时间	2014 年 11 月 3 日
注册资本	500.00 万元
实收资本	500.00 万元
注册地	广东省东莞市东城街道东科路 1 号 19 栋 209 室
主要生产经营地	广东省东莞市东城街道东科路 1 号 19 栋 209 室
主要产品或服务	主要负责集团产品采购
主营业务及其与发行人主营业务的关系	开展采购业务的子公司

股东构成及控制情况	尚睿科技持股 100%
最近一年及一期末总资产	2024 年 12 月 31 日：4,525.32 万元 2025 年 6 月 30 日：2,602.57 万元
最近一年及一期末净资产	2024 年 12 月 31 日：1,388.20 万元 2025 年 6 月 30 日：1,471.69 万元
最近一年及一期净利润	2024 年度：-111.70 万元 2025 年 1-6 月：65.96 万元
是否经过审计	是
审计机构名称	天健会计师事务所（特殊普通合伙）

3. 东莞踏燕

子公司名称	东莞市踏燕电子科技有限公司
成立时间	2017 年 2 月 24 日
注册资本	20.00 万元
实收资本	20.00 万元
注册地	广东省东莞市松山湖园区科技四路 16 号 2 栋 911 室之 1
主要生产经营地	广东省东莞市松山湖园区科技四路 16 号 2 栋 911 室之 1
主要产品或服务	主要负责集团产品采购，同时从事线上店铺运营管理
主营业务及其与发行人主营业务的关系	开展采购、销售业务的子公司
股东构成及控制情况	尚之睿持股 100%
最近一年及一期末总资产	2024 年 12 月 31 日：6,058.60 万元 2025 年 6 月 30 日：5,537.90 万元
最近一年及一期末净资产	2024 年 12 月 31 日：591.43 万元 2025 年 6 月 30 日：702.76 万元
最近一年及一期净利润	2024 年度：330.22 万元 2025 年 1-6 月：110.75 万元
是否经过审计	是
审计机构名称	天健会计师事务所（特殊普通合伙）

4. 东莞雷震

子公司名称	东莞市雷震工业技术有限公司
成立时间	2017 年 1 月 24 日
注册资本	100.00 万元
实收资本	-
注册地	广东省东莞市松山湖园区学府路 1 号 11 栋 303 室（集群注册）
主要生产经营地	广东省东莞市松山湖园区学府路 1 号 11 栋 303 室（集群注册）
主要产品或服务	未实际经营业务
主营业务及其与发行人主营业务的关系	作为线上店铺开立主体
股东构成及控制情况	尚之睿持股 100%
最近一年及一期末总资产	2024 年 12 月 31 日：21.64 万元 2025 年 6 月 30 日：21.48 万元
最近一年及一期末净资产	2024 年 12 月 31 日：-29.21 万元 2025 年 6 月 30 日：-29.37 万元
最近一年及一期净利润	2024 年度：-0.13 万元 2025 年 1-6 月：-0.15 万元

是否经过审计	是
审计机构名称	天健会计师事务所（特殊普通合伙）

5. 东莞尚晋

子公司名称	东莞市尚晋网络科技有限公司
成立时间	2017 年 11 月 3 日
注册资本	100.00 万元
实收资本	-
注册地	广东省东莞市东城街道东科路 1 号 19 栋 208 室
主要生产经营地	广东省东莞市东城街道东科路 1 号 19 栋 208 室
主要产品或服务	未实际经营业务
主营业务及其与发行人主营业务的关系	作为线上店铺开立主体
股东构成及控制情况	尚之睿持股 100%
最近一年及一期末总资产	2024 年 12 月 31 日：11.59 万元 2025 年 6 月 30 日：10.85 万元
最近一年及一期末净资产	2024 年 12 月 31 日：10.71 万元 2025 年 6 月 30 日：9.97 万元
最近一年及一期净利润	2024 年度：-0.06 万元 2025 年 1-6 月：-0.74 万元
是否经过审计	是
审计机构名称	天健会计师事务所（特殊普通合伙）

6. 东莞瑞纳

子公司名称	东莞瑞纳动力科技有限公司
成立时间	2017 年 2 月 9 日
注册资本	50.00 万元
实收资本	-
注册地	广东省东莞市松山湖园区学府路 1 号 11 栋 303 室（集群注册）
主要生产经营地	广东省东莞市松山湖园区学府路 1 号 11 栋 303 室（集群注册）
主要产品或服务	未实际经营业务
主营业务及其与发行人主营业务的关系	作为线上店铺开立主体
股东构成及控制情况	尚之睿持股 100%
最近一年及一期末总资产	2024 年 12 月 31 日：29.42 万元 2025 年 6 月 30 日：29.34 万元
最近一年及一期末净资产	2024 年 12 月 31 日：23.52 万元 2025 年 6 月 30 日：23.44 万元
最近一年及一期净利润	2024 年度：-0.06 万元 2025 年 1-6 月：-0.08 万元
是否经过审计	是
审计机构名称	天健会计师事务所（特殊普通合伙）

7. 圣诺林

子公司名称	东莞圣诺林运动用品有限公司
成立时间	2018 年 1 月 31 日

注册资本	100.00 万元
实收资本	42.57 万元
注册地	广东省东莞市东城街道东科路 1 号 19 栋 204 室
主要生产经营地	广东省东莞市东城街道东科路 1 号 19 栋 204 室
主要产品或服务	未实际经营业务
主营业务及其与发行人主营业务的关系	作为线上店铺开立主体
股东构成及控制情况	尚之睿持股 100%
最近一年及一期末总资产	2024 年 12 月 31 日：41.39 万元 2025 年 6 月 30 日：41.38 万元
最近一年及一期末净资产	2024 年 12 月 31 日：40.39 万元 2025 年 6 月 30 日：40.38 万元
最近一年及一期净利润	2024 年度：-0.03 万元 2025 年 1-6 月：-0.02 万元
是否经过审计	是
审计机构名称	天健会计师事务所（特殊普通合伙）

8. 美国尚睿

子公司名称	Sainstore Inc.
成立时间	2010 年 5 月 14 日
注册资本	1.00 万美元
实收资本	-
注册地	919 North Market Street, Suite 950, Wilmington, New Castle, DE 19801
主要生产经营地	919 North Market Street, Suite 950, Wilmington, New Castle, DE 19801
主要产品或服务	主要从事线上店铺运营管理
主营业务及其与发行人主营业务的关系	开展销售业务的子公司
股东构成及控制情况	香港尚睿持股 100%
最近一年及一期末总资产	2024 年 12 月 31 日：22,752.06 万元 2025 年 6 月 30 日：28,709.01 万元
最近一年及一期末净资产	2024 年 12 月 31 日：1,191.12 万元 2025 年 6 月 30 日：1,229.58 万元
最近一年及一期净利润	2024 年度：22.47 万元 2025 年 1-6 月：24.75 万元
是否经过审计	是
审计机构名称	天健会计师事务所（特殊普通合伙）

9. Langis

子公司名称	Langis LLC
成立时间	2013 年 8 月 7 日
注册资本	1.00 万美元
实收资本	-
注册地	251 Little Falls Drive, Wilmington, New Castle, DE 19808
主要生产经营地	251 Little Falls Drive, Wilmington, New Castle, DE 19808
主要产品或服务	主要从事线上店铺运营管理

主营业务及其与发行人主营业务的关系	开展销售业务的子公司
股东构成及控制情况	香港尚睿持股 100%
最近一年及一期末总资产	2024 年 12 月 31 日：11,843.20 万元 2025 年 6 月 30 日：9,137.28 万元
最近一年及一期末净资产	2024 年 12 月 31 日：-139.51 万元 2025 年 6 月 30 日：299.44 万元
最近一年及一期净利润	2024 年度：69.64 万元 2025 年 1-6 月：439.70 万元
是否经过审计	是
审计机构名称	天健会计师事务所（特殊普通合伙）

10. Vastmind

子公司名称	Vastmind LLC
成立时间	2015 年 2 月 18 日
注册资本	1.00 万美元
实收资本	-
注册地	251 Little Falls Drive, Wilmington, New Castle, DE 19808
主要生产经营地	251 Little Falls Drive, Wilmington, New Castle, DE 19808
主要产品或服务	主要从事线上店铺运营管理
主营业务及其与发行人主营业务的关系	开展销售业务的子公司
股东构成及控制情况	香港尚睿持股 100%
最近一年及一期末总资产	2024 年 12 月 31 日：8,948.48 万元 2025 年 6 月 30 日：8,904.66 万元
最近一年及一期末净资产	2024 年 12 月 31 日：1,208.19 万元 2025 年 6 月 30 日：1,297.78 万元
最近一年及一期净利润	2024 年度：81.88 万元 2025 年 1-6 月：94.89 万元
是否经过审计	是
审计机构名称	天健会计师事务所（特殊普通合伙）

11. Sain3

子公司名称	Sain3 LLC
成立时间	2012 年 10 月 23 日
注册资本	1.00 万美元
实收资本	-
注册地	251 Little Falls Drive, Wilmington, New Castle, DE 19808
主要生产经营地	251 Little Falls Drive, Wilmington, New Castle, DE 19808
主要产品或服务	主要从事线上店铺运营管理
主营业务及其与发行人主营业务的关系	开展销售业务的子公司
股东构成及控制情况	香港尚睿持股 100%
最近一年及一期末总资产	2024 年 12 月 31 日：1,637.56 万元 2025 年 6 月 30 日：1,337.29 万元
最近一年及一期末净资产	2024 年 12 月 31 日：300.69 万元 2025 年 6 月 30 日：377.12 万元
最近一年及一期净利润	2024 年度：33.68 万元

	2025 年 1-6 月：77.92 万元
是否经过审计	是
审计机构名称	天健会计师事务所（特殊普通合伙）

12. Sino-America

子公司名称	Sino-America International Networking Limited
成立时间	2012 年 10 月 30 日
注册资本	1.00 万港元
实收资本	-
注册地	中国香港九龙尖沙咀漆咸道南 61-65 号首都广场 2 楼 S239
主要生产经营地	中国香港九龙尖沙咀漆咸道南 61-65 号首都广场 2 楼 S239
主要产品或服务	未实际经营业务
主营业务及其与发行人主营业务的关系	作为线上店铺开立主体
股东构成及控制情况	Sain3 持股 100%
最近一年及一期末总资产	2024 年 12 月 31 日：- 2025 年 6 月 30 日：-
最近一年及一期末净资产	2024 年 12 月 31 日：-89.61 万元 2025 年 6 月 30 日：-88.25 万元
最近一年及一期净利润	2024 年度：-0.60 万元 2025 年 1-6 月：0.99 万元
是否经过审计	是
审计机构名称	天健会计师事务所（特殊普通合伙）

13. Macrowealth

子公司名称	Macrowealth Networking LLC
成立时间	2016 年 6 月 23 日
注册资本	1.00 万美元
实收资本	-
注册地	651 N. Broad Street Suite 201, Middletown, New Castle, DE 19709
主要生产经营地	651 N. Broad Street Suite 201, Middletown, New Castle, DE 19709
主要产品或服务	主要从事线上店铺运营管理
主营业务及其与发行人主营业务的关系	开展销售业务的子公司
股东构成及控制情况	香港尚睿持股 100%
最近一年及一期末总资产	2024 年 12 月 31 日：7,326.78 万元 2025 年 6 月 30 日：7,851.60 万元
最近一年及一期末净资产	2024 年 12 月 31 日：202.80 万元 2025 年 6 月 30 日：660.76 万元
最近一年及一期净利润	2024 年度：17.54 万元 2025 年 1-6 月：460.19 万元
是否经过审计	是
审计机构名称	天健会计师事务所（特殊普通合伙）

14. Esupreme

子公司名称	Esupreme Technology LLC

成立时间	2017 年 2 月 3 日
注册资本	1.00 万美元
实收资本	-
注册地	2900 SW Wanamaker Dr. Suite 204, Topeka, KS 66614
主要生产经营地	2900 SW Wanamaker Dr. Suite 204, Topeka, KS 66614
主要产品或服务	主要从事线上店铺运营管理
主营业务及其与发行人主营业务的关系	开展销售业务的子公司
股东构成及控制情况	香港尚睿持股 100%
最近一年及一期末总资产	2024 年 12 月 31 日：1,539.08 万元 2025 年 6 月 30 日：1,718.55 万元
最近一年及一期末净资产	2024 年 12 月 31 日：106.71 万元 2025 年 6 月 30 日：147.70 万元
最近一年及一期净利润	2024 年度：25.24 万元 2025 年 1-6 月：41.56 万元
是否经过审计	是
审计机构名称	天健会计师事务所（特殊普通合伙）

15. Razorri

子公司名称	Razorri INC.
成立时间	2017 年 7 月 6 日
注册资本	0.10 万美元
实收资本	-
注册地	2900 SW Wanamaker Dr. Suite 204, Topeka, KS 66614
主要生产经营地	2900 SW Wanamaker Dr. Suite 204, Topeka, KS 66614
主要产品或服务	主要从事线上店铺运营管理
主营业务及其与发行人主营业务的关系	开展销售业务的子公司
股东构成及控制情况	香港尚睿持股 100%
最近一年及一期末总资产	2024 年 12 月 31 日：434.80 万元 2025 年 6 月 30 日：642.05 万元
最近一年及一期末净资产	2024 年 12 月 31 日：63.98 万元 2025 年 6 月 30 日：72.07 万元
最近一年及一期净利润	2024 年度：8.41 万元 2025 年 1-6 月：8.38 万元
是否经过审计	是
审计机构名称	天健会计师事务所（特殊普通合伙）

16. Feinrich

子公司名称	Feinrich Handel GmbH
成立时间	2015 年 11 月 23 日
注册资本	2.50 万欧元
实收资本	-
注册地	Wandsbeker Allee 77, 22041 Hamburg (Germany)
主要生产经营地	Wandsbeker Allee 77, 22041 Hamburg (Germany)
主要产品或服务	主要从事线上店铺运营管理
主营业务及其与发行人主营业务	开展销售业务的子公司

的关系	
股东构成及控制情况	香港尚睿持股 100%
最近一年及一期末总资产	2024 年 12 月 31 日：144.78 万元 2025 年 6 月 30 日：128.04 万元
最近一年及一期末净资产	2024 年 12 月 31 日：25.01 万元 2025 年 6 月 30 日：44.78 万元
最近一年及一期净利润	2024 年度：6.02 万元 2025 年 1-6 月：19.93 万元
是否经过审计	是
审计机构名称	天健会计师事务所（特殊普通合伙）

17. Katmai

子公司名称	Katmai Technology Limited
成立时间	2016 年 3 月 8 日
注册资本	10.00 万港元
实收资本	-
注册地	中国香港中环德辅道中 130-132 号大生银行大厦 12 楼 1205 室
主要生产经营地	中国香港中环德辅道中 130-132 号大生银行大厦 12 楼 1205 室
主要产品或服务	未实际经营业务
主营业务及其与发行人主营业务的关系	作为线上店铺开立主体
股东构成及控制情况	香港尚睿持股 100%
最近一年及一期末总资产	2024 年 12 月 31 日：11.00 万元 2025 年 6 月 30 日：8.99 万元
最近一年及一期末净资产	2024 年 12 月 31 日：11.00 万元 2025 年 6 月 30 日：8.99 万元
最近一年及一期净利润	2024 年度：-5.17 万元 2025 年 1-6 月：-1.97 万元
是否经过审计	是
审计机构名称	天健会计师事务所（特殊普通合伙）

18. LTC

子公司名称	LTC Networking Limited
成立时间	2016 年 3 月 24 日
注册资本	10.00 万港元
实收资本	-
注册地	中国香港中环德辅道中 130-132 号大生银行大厦 12 楼 1205 室
主要生产经营地	中国香港中环德辅道中 130-132 号大生银行大厦 12 楼 1205 室
主要产品或服务	未实际经营业务
主营业务及其与发行人主营业务的关系	作为线上店铺开立主体
股东构成及控制情况	香港尚睿持股 100%
最近一年及一期末总资产	2024 年 12 月 31 日：1.12 万元 2025 年 6 月 30 日：1.63 万元
最近一年及一期末净资产	2024 年 12 月 31 日：-12.04 万元 2025 年 6 月 30 日：-18.63 万元
最近一年及一期净利润	2024 年度：-12.37 万元 2025 年 1-6 月：-6.66 万元

是否经过审计	是
审计机构名称	天健会计师事务所（特殊普通合伙）

19. Rainier

子公司名称	Rainier Technology Limited
成立时间	2016 年 1 月 12 日
注册资本	10.00 万港元
实收资本	-
注册地	中国香港九龙尖沙咀漆咸道 17-19 号帝后广场 1601 室
主要生产经营地	中国香港九龙尖沙咀漆咸道 17-19 号帝后广场 1601 室
主要产品或服务	未实际经营业务
主营业务及其与发行人主营业务的关系	作为线上店铺开立主体
股东构成及控制情况	香港尚睿持股 100%
最近一年及一期末总资产	2024 年 12 月 31 日：238.81 万元 2025 年 6 月 30 日：237.91 万元
最近一年及一期末净资产	2024 年 12 月 31 日：93.99 万元 2025 年 6 月 30 日：169.49 万元
最近一年及一期净利润	2024 年度：-1.31 万元 2025 年 1-6 月：76.12 万元
是否经过审计	是
审计机构名称	天健会计师事务所（特殊普通合伙）

20. Wise

子公司名称	Wise Supply Management Limited
成立时间	2015 年 10 月 5 日
注册资本	1.00 万港元
实收资本	-
注册地	中国香港九龙尖沙咀漆咸道南 17-19 号帝后广场 1601 室
主要生产经营地	中国香港九龙尖沙咀漆咸道南 17-19 号帝后广场 1601 室
主要产品或服务	主要从事代运营服务
主营业务及其与发行人主营业务的关系	开展销售业务的子公司
股东构成及控制情况	香港尚睿持股 100%
最近一年及一期末总资产	2024 年 12 月 31 日：278.63 万元 2025 年 6 月 30 日：250.97 万元
最近一年及一期末净资产	2024 年 12 月 31 日：226.52 万元 2025 年 6 月 30 日：225.32 万元
最近一年及一期净利润	2024 年度：93.87 万元 2025 年 1-6 月：-0.27 万元
是否经过审计	是
审计机构名称	天健会计师事务所（特殊普通合伙）

21. West Ryder

子公司名称	West Ryder Technology LLC
成立时间	2017 年 9 月 1 日

注册资本	1.00 万美元
实收资本	-
注册地	251 Little Falls Drive, Wilmington, New Castle, DE 19808
主要生产经营地	251 Little Falls Drive, Wilmington, New Castle, DE 19808
主要产品或服务	未实际经营业务
主营业务及其与发行人主营业务的关系	持有集团商标、专利等无形资产的子公司
股东构成及控制情况	香港尚睿持股 100%
最近一年及一期末总资产	2024 年 12 月 31 日：21.20 万元 2025 年 6 月 30 日：21.12 万元
最近一年及一期末净资产	2024 年 12 月 31 日：-0.36 万元 2025 年 6 月 30 日：-0.36 万元
最近一年及一期净利润	2024 年度：- 2025 年 1-6 月：-
是否经过审计	是
审计机构名称	天健会计师事务所（特殊普通合伙）

22. DTC IP

子公司名称	DTC IP Holdings, LLC
成立时间	2019 年 8 月 15 日
注册资本	1.00 万美元
实收资本	-
注册地	251 Little Falls Drive, Wilmington, New Castle, DE 19808
主要生产经营地	251 Little Falls Drive, Wilmington, New Castle, DE 19808
主要产品或服务	未实际经营业务
主营业务及其与发行人主营业务的关系	持有集团商标、专利等无形资产的子公司
股东构成及控制情况	香港尚睿持股 100%
最近一年及一期末总资产	2024 年 12 月 31 日：- 2025 年 6 月 30 日：-
最近一年及一期末净资产	2024 年 12 月 31 日：- 2025 年 6 月 30 日：-
最近一年及一期净利润	2024 年度：- 2025 年 1-6 月：-
是否经过审计	是
审计机构名称	天健会计师事务所（特殊普通合伙）

23. 韩国尚睿

子公司名称	Korea Sainstore Tech Co.,Ltd.
成立时间	2025 年 7 月 22 日
注册资本	1,000.00 万韩元
实收资本	1,000.00 万韩元
注册地	京畿道利川市中里川路 5 番街 1 号, 2 层 A-21 室（观高洞）
主要生产经营地	京畿道利川市中里川路 5 番街 1 号, 2 层 A-21 室（观高洞）
主要产品或服务	未实际经营业务
主营业务及其与发行人主营业务的关系	-

股东构成及控制情况	香港尚睿持股 100%
最近一年及一期末总资产	-
最近一年及一期末净资产	-
最近一年及一期净利润	-
是否经过审计	否
审计机构名称	-

注：韩国尚睿于 2025 年 7 月 22 日成立，截至目前尚未开展经营业务。

24. 钛戈科技

子公司名称	钛戈科技（东莞）有限公司
成立时间	2025 年 2 月 20 日
注册资本	200.00 万元
实收资本	200.00 万元
注册地	广东省东莞市虎门镇赤岗新村路 21 号 803 室
主要生产经营地	广东省东莞市虎门镇赤岗新村路 21 号 803 室
主要产品或服务	主要负责集团产品采购
主营业务及其与发行人主营业务的关系	开展采购业务的子公司
股东构成及控制情况	尚睿科技持股 100%
最近一年及一期末总资产	2025 年 6 月 30 日：651.47 万元
最近一年及一期末净资产	2025 年 6 月 30 日：209.68 万元
最近一年及一期净利润	2025 年 1-6 月：9.68 万元
是否经过审计	是
审计机构名称	天健会计师事务所（特殊普通合伙）

25. 睿尚佳瑜

子公司名称	睿尚佳瑜信息科技（武汉）有限公司
成立时间	2025 年 4 月 15 日
注册资本	50.00 万元
实收资本	10.00 万元
注册地	湖北省武汉市武昌区徐家棚街道徐东大街 66 号阿里中心写字楼 T2 号楼 21 层 05 室
主要生产经营地	湖北省武汉市武昌区徐家棚街道徐东大街 66 号阿里中心写字楼 T2 号楼 21 层 05 室
主要产品或服务	未实际经营业务
主营业务及其与发行人主营业务的关系	-
股东构成及控制情况	尚睿科技持股 100%
最近一年及一期末总资产	2025 年 6 月 30 日：9.54 万元
最近一年及一期末净资产	2025 年 6 月 30 日：9.03 万元
最近一年及一期净利润	2025 年 1-6 月：-0.97 万元
是否经过审计	是
审计机构名称	天健会计师事务所（特殊普通合伙）

26. 沃热科技

子公司名称	沃热科技（东莞）有限公司

成立时间	2024 年 6 月 27 日
注册资本	100.00 万元
实收资本	100.00 万元
注册地	广东省东莞市虎门镇赤岗新村路 21 号 802 室
主要生产经营地	广东省东莞市虎门镇赤岗新村路 21 号 802 室
主要产品或服务	未实际经营业务
主营业务及其与发行人主营业务的关系	-
股东构成及控制情况	尚睿科技持股 100%
最近一年及一期末总资产	2024 年 12 月 31 日：102.23 万元 2025 年 6 月 30 日：111.70 万元
最近一年及一期末净资产	2024 年 12 月 31 日：100.54 万元 2025 年 6 月 30 日：104.38 万元
最近一年及一期净利润	2024 年度：0.54 万元 2025 年 1-6 月：3.83 万元
是否经过审计	是
审计机构名称	天健会计师事务所（特殊普通合伙）

27. 东莞栩晖

子公司名称	东莞市栩晖电子商务有限公司
成立时间	2018 年 6 月 26 日
注册资本	100.00 万元
实收资本	100.00 万元
注册地	广东省东莞市东城街道东科路 1 号 23 栋 202 室
主要生产经营地	广东省东莞市东城街道东科路 1 号 23 栋 202 室
主要产品或服务	未实际经营业务
主营业务及其与发行人主营业务的关系	作为线上店铺开立主体
股东构成及控制情况	尚睿科技持股 100%
最近一年及一期末总资产	2024 年 12 月 31 日：581.60 万元 2025 年 6 月 30 日：577.37 万元
最近一年及一期末净资产	2024 年 12 月 31 日：384.87 万元 2025 年 6 月 30 日：382.85 万元
最近一年及一期净利润	2024 年度：3.40 万元 2025 年 1-6 月：-2.01 万元
是否经过审计	是
审计机构名称	天健会计师事务所（特殊普通合伙）

28. Sequoia

子公司名称	Sequoia Technology Limited
成立时间	2016 年 1 月 27 日
注册资本	20.00 万港元
实收资本	-
注册地	中国香港九龙尖沙咀漆咸道南 17-19 号帝后广场 1601 室
主要生产经营地	中国香港九龙尖沙咀漆咸道南 17-19 号帝后广场 1601 室
主要产品或服务	未实际经营业务
主营业务及其与发行人主营业务	作为线上店铺开立主体

的关系	
股东构成及控制情况	东莞栩晖持股 100%
最近一年及一期末总资产	2024 年 12 月 31 日：908.21 万元 2025 年 6 月 30 日：904.26 万元
最近一年及一期末净资产	2024 年 12 月 31 日：77.06 万元 2025 年 6 月 30 日：76.75 万元
最近一年及一期净利润	2024 年度：-1.09 万元 2025 年 1-6 月：0.01 万元
是否经过审计	是
审计机构名称	天健会计师事务所（特殊普通合伙）

29. 码尚智造

子公司名称	码尚智造（东莞）科技有限公司
成立时间	2022 年 9 月 13 日
注册资本	1,000.00 万元
实收资本	501.00 万元
注册地	广东省东莞市虎门镇赤岗新村路 21 号 801 室
主要生产经营地	广东省东莞市虎门镇赤岗新村路 21 号 801 室
主要产品或服务	主要负责集团产品采购
主营业务及其与发行人主营业务的关系	开展采购业务的子公司
股东构成及控制情况	尚睿科技持股 100%
最近一年及一期末总资产	2024 年 12 月 31 日：4,587.75 万元 2025 年 6 月 30 日：4,550.33 万元
最近一年及一期末净资产	2024 年 12 月 31 日：684.63 万元 2025 年 6 月 30 日：827.20 万元
最近一年及一期净利润	2024 年度：183.81 万元 2025 年 1-6 月：142.58 万元
是否经过审计	是
审计机构名称	天健会计师事务所（特殊普通合伙）

30. Diamond

子公司名称	Diamond Horizon Limited
成立时间	2024 年 3 月 11 日
注册资本	1.00 万港元
实收资本	-
注册地	中国香港九龙尖沙咀漆咸道南首都广场 2 楼 S239 室
主要生产经营地	中国香港九龙尖沙咀漆咸道南首都广场 2 楼 S239 室
主要产品或服务	未实际经营业务
主营业务及其与发行人主营业务的关系	-
股东构成及控制情况	尚睿科技持股 100%
最近一年及一期末总资产	2024 年 12 月 31 日：- 2025 年 6 月 30 日：-
最近一年及一期末净资产	2024 年 12 月 31 日：- 2025 年 6 月 30 日：-
最近一年及一期净利润	2024 年度：-

	2025 年 1-6 月：-
是否经过审计	是
审计机构名称	天健会计师事务所（特殊普通合伙）

31. Nonshan

子公司名称	Nonshan Future Limited
成立时间	2024 年 1 月 22 日
注册资本	1.00 万港元
实收资本	-
注册地	中国香港九龙尖沙咀漆咸道 17-19 号帝后广场 1603 室
主要生产经营地	中国香港九龙尖沙咀漆咸道 17-19 号帝后广场 1603 室
主要产品或服务	未实际经营业务
主营业务及其与发行人主营业务的关系	-
股东构成及控制情况	尚睿科技持股 100%
最近一年及一期末总资产	2024 年 12 月 31 日：0.62 万元 2025 年 6 月 30 日：0.47 万元
最近一年及一期末净资产	2024 年 12 月 31 日：-0.30 万元 2025 年 6 月 30 日：-0.44 万元
最近一年及一期净利润	2024 年度：-0.30 万元 2025 年 1-6 月：-0.14 万元
是否经过审计	是
审计机构名称	天健会计师事务所（特殊普通合伙）

32. 睿景城

子公司名称	东莞市睿景城科技发展有限公司
成立时间	2017 年 1 月 20 日
注册资本	1,000.00 万元
实收资本	1,000.00 万元
注册地	广东省东莞市东城街道东科路 1 号 19 栋 205 室
主要生产经营地	广东省东莞市东城街道东科路 1 号 19 栋 205 室
主要产品或服务	主要从事东莞睿景城园区运营管理
主营业务及其与发行人主营业务的关系	为公司提供物业管理服务的子公司
股东构成及控制情况	尚睿科技持股 51%，东莞市兆科实业投资有限公司持股 49%
最近一年及一期末总资产	2024 年 12 月 31 日：7,539.34 万元 2025 年 6 月 30 日：6,136.73 万元
最近一年及一期末净资产	2024 年 12 月 31 日：2,751.69 万元 2025 年 6 月 30 日：1,871.54 万元
最近一年及一期净利润	2024 年度：33.83 万元 2025 年 1-6 月：-880.15 万元
是否经过审计	是
审计机构名称	天健会计师事务所（特殊普通合伙）

（二） 参股公司情况

√适用 □不适用

1. 深圳讴法

公司名称	深圳讴法科技有限公司
成立时间	2017 年 4 月 17 日
注册资本	800.00 万元
实收资本	800.00 万元
注册地	深圳市龙岗区平湖街道禾花社区平新北路 163 号广弘美居 F 栋 F20420
主要生产经营地	深圳市龙岗区平湖街道禾花社区平新北路 163 号广弘美居 F 栋 F20420
主要产品或服务	空气净化器、加湿器、除湿机等产品
主营业务及控股方业务情况	主要从事空气净化器、加湿器、除湿机等产品的研发、生产和销售，公司空气净化器、臭氧机等产品的供应商之一
股东构成及控制情况	李文成持股 95%，尚睿科技持股 5%
入股时间	2018 年 12 月 27 日
最近一年及一期末净资产	2024 年 12 月 31 日：854.31 万元 2025 年 6 月 30 日：918.18 万元
最近一年及一期净利润	2024 年 12 月 31 日：-26.98 万元 2025 年 6 月 30 日：63.87 万元
是否经过审计	是
审计机构名称	深圳鹏润会计师事务所（普通合伙）

注：深圳讴法 2024 年财务数据已经深圳鹏润会计师事务所（普通合伙）审计，2025 年 1-6 月财务数据未经审计。

（三） 分公司情况

分公司名称	尚睿科技股份有限公司东莞东城分公司
统一社会信用代码	91441900MA53JPQP05
成立时间	2019 年 7 月 30 日
负责人	程天乐
主要生产经营地	广东省东莞市东城街道东科路 1 号 20 栋 201 室
主要产品或服务	未实际经营业务

八、 董事、高级管理人员情况

（一） 董事、高级管理人员的简要情况

截至本招股说明书签署日，公司有 9 名董事（其中 3 名独立董事、1 名职工董事）和 3 名高级管理人员，具体情况如下：

1、董事会成员

公司董事会由 9 名成员组成，其中 3 名为独立董事，基本情况如下：

序号	姓名	担任职务	提名人	任职期限

1	程天乐	董事长	董事会	2024 年 6 月-2027 年 6 月
2	王文辉	董事	董事会	2024 年 6 月-2027 年 6 月
3	HU MENG（胡萌）	职工董事	职工代表大会	2025 年 8 月-2027 年 6 月
4	辛永宏	董事	董事会	2024 年 6 月-2027 年 6 月
5	王保安	董事	董事会	2024 年 6 月-2027 年 6 月
6	吴伟良	董事	董事会	2024 年 6 月-2027 年 6 月
7	程玲莎	独立董事	董事会	2024 年 6 月-2027 年 6 月
8	莫姣	独立董事	董事会	2024 年 6 月-2027 年 6 月
9	何润洪	独立董事	董事会	2024 年 6 月-2027 年 6 月

公司董事简历如下：

（1）**程天乐先生**：简历情况详见本节之“四、发行人股东及实际控制人情况”之“（一）控股股东、实际控制人情况”之“2、实际控制人”的相关内容。

（2）**王文辉先生**：中国国籍，拥有中国香港永久居留权，1982 年 11 月出生，硕士研究生学历。2006 年 8 月至 2010 年 5 月任安永华明会计师事务所（特殊普通合伙）高级审计师；2010 年 6 月至 2012 年 3 月任中国国际海运集装箱（集团）股份有限公司海外内审主管；2012 年 4 月至 2013 年 4 月任东莞雷风科技有限公司财务经理；2013 年 4 月至 2021 年 6 月任尚睿有限财务经理；2021 年 6 月至今任尚睿科技董事、财务总监及董事会秘书。

（3）**HU MENG（胡萌）先生**：美国国籍，无其他境外永久居留权，1981 年 7 月出生，硕士研究生学历。2007 年 7 月至 2011 年 7 月任 Garmin Ltd.平台软件工程师；2011 年 8 月至 2014 年 11 月任 Samsung Telecommunications America LLC 高级软件工程师；2014 年 12 月至 2016 年 9 月任 Lookout Mobile Security 企业软件工程师；2016 年 9 月至 2016 年 12 月任 Neumob Inc.客户端软件架构师；2017 年 2 月至 2021 年 6 月任尚睿有限副总经理；2021 年 6 月至今历任尚睿科技副总经理、董事、职工董事。

（4）**辛永宏先生**：中国国籍，无境外永久居留权，1966 年 3 月出生，本科学历。1988 年 7 月至 1990 年 11 月任吉林省邮电局机务员；1990 年 12 月至 1998 年 10 月任东莞市邮电局科员；1998 年 11 月至 2004 年 5 月任东莞市邮政局城区分局、速递分局局长；2004 年 6 月至 2009 年 9 月任东莞市邮政局副局长；2009 年 10 月至 2014 年 5 月任广东省邮政速递物流有限公司东莞市分公司总经理；2014 年 6 月至 2016 年 6 月任广东省邮政速递物流有限公司运营监控部经理；2016 年 7 月至 2017 年 8 月任中国邮政速递物流股份有限公司广东省分公司运营监控部经理；2017 年 9 月至 2019 年 9 月自由职业；2019 年 9 月至 2022 年 1 月任广西南大门跨境电商运营有限责任公司总经理；2020 年 4 月至 2021 年 6 月任尚睿有限董事；2021 年 6 月至今任尚睿科技董事。

（5）**王保安先生**：中国国籍，无境外永久居留权，1972 年 10 月出生，大专学历。1997 年 9

月至2003年9月任东莞市宏达机电设备工程有限公司冷气部经理；2003年9月至2023年3月，历任广东宏达工贸集团有限公司冷气部经理、副总经理；2016年9月至2021年6月任尚睿有限董事；2021年6月至今任尚睿科技董事。

(6) **吴伟良先生**：中国国籍，无境外永久居留权，1991年9月出生，硕士研究生学历。2013年8月至2016年6月任英大证券有限责任公司融资融券部投资经理；2016年7月至2016年10月任中广核华盛投资有限公司高级主管；2016年11月至2017年2月任天风天睿投资股份有限公司高级投资经理；2017年3月至今任中远海运发展股份有限公司战略投资部经理；2023年2月至今任尚睿科技董事。

(7) **程玲莎女士**：中国国籍，无境外永久居留权，1979年7月出生，博士研究生学历。2004年7月至今历任宁波大学助教、讲师、副教授；2023年10月至2025年8月任北京青云科技股份有限公司独立董事；2023年11月至今任浙江雅艺金属科技股份有限公司独立董事；2021年11月至今任尚睿科技独立董事。

(8) **莫姣女士**：中国国籍，无境外永久居留权，1981年8月出生，本科学历。2003年9月至2007年2月任安永华明会计师事务所（特殊普通合伙）审计员；2007年3月至2007年12月自由职业；2008年1月至2009年8月任招商银行股份有限公司审计员；2009年9月至2013年12月任赤子之心资本亚洲有限公司投资经理；2014年1月至2022年2月任深圳市前海赤子之心资本管理有限公司投资总监；2021年11月至今任尚睿科技独立董事。

(9) **何润洪先生**：中国国籍，无境外永久居留权，1982年4月出生，本科学历。2005年7月至2007年6月任广发银行股份有限公司职员；2007年6月至2007年9月自由职业；2007年10月至2018年3月历任广东方中天律师事务所律师助理、执业律师、合伙人律师；2018年4月至今任广东奥朝律师事务所执业律师；2024年6月至今任尚睿科技独立董事。

2、高级管理人员

公司现任高级管理人员共3名，基本情况如下：

序号	姓名	担任职务	任职期限
1	程天乐	总经理	2024年6月-2027年6月
2	王文辉	财务总监、董事会秘书	2024年6月-2027年6月
3	HU MENG（胡萌）	副总经理	2024年6月-2027年6月

公司高级管理人员简历如下：

(1) **程天乐先生**：简历情况详见本节之“四、发行人股东及实际控制人情况”之“（一）控股股东、实际控制人情况”之“2、实际控制人”的相关内容。

(2) **王文辉先生**：简历情况详见本节之“八、董事、高级管理人员情况”之“（一）董事、

高级管理人员的简要情况”之“1、董事会成员”的相关内容。

(3) **HU MENG (胡萌) 先生**: 简历情况详见本节之“八、董事、高级管理人员情况”之“(一) 董事、高级管理人员的简要情况”之“1、董事会成员”的相关内容。

(二) 直接或间接持有发行人股份的情况

姓名	职位	关系	直接持股数量(股)	间接持股数量(股)	无限售股数量(股)	其中被质押或冻结股数
程天乐	董事长、总经理	-	10,103,860	8,582,192	-	0
王文辉	董事、财务总监、董事会秘书	-	99,133	946,066	-	0
HU MENG (胡萌)	职工董事、副总经理	-	-	1,661,079	-	0
辛永宏	董事	-	2,550,405	844,758	-	0
辛诚	产品开发初级工程师	董事辛永宏之子	1,190,300	1,058,028	-	0
王保安	董事	-	-	926,194	-	0
王秋云	子公司睿景城的物业主管	董事王保安之配偶	-	3,241,648	-	0

截至本招股说明书签署日, 公司董事、高级管理人员及其近亲属除上述情况外, 不存在其他直接或间接持有公司股份的情况, 所持公司股份不存在涉诉、质押或者冻结的情况, 并按照法律规定履行相关信息披露义务。

(三) 对外投资情况

单位: 万元

姓名	在发行人处职务	对外投资单位名称	投资金额	投资比例
程天乐	董事长、总经理	东莞班夫	161.94	49.52%
		东莞樱草山	487.35	46.41%
		东莞悠仙	500.00	100.00%
		宁波尚翼	8.32	4.16%
王文辉	董事、财务总监、董事会秘书	东莞尚世	45.00	6.25%
		东莞樱草山	168.80	16.08%
		宁波尚翼	48.63	24.32%
HU MENG (胡萌)	职工董事、副总经理	东莞尚世	15.00	2.08%
		东莞樱草山	281.33	26.79%
		宁波尚翼	96.84	48.42%
辛永宏	董事	东莞班夫	17.94	5.49%
王保安	董事	东莞云之睿	500.00	33.33%
		东莞市源川资产管理有限公司	35.00	70.00%
		桃花源科技咨询(东莞)企业(有	211.50	94.00%

		限合伙)		
		深圳前海中科桃花石投资合伙企业(有限合伙)	190.00	38.00%
		广东宏屹达投资有限公司	1,000.00	20.00%
		上海中车瑞伯德智能系统股份有限公司	171.03	1.14%

截至本招股说明书签署日，公司董事、高级管理人员不存在与发行人业务相关或存在利益冲突的对外投资情况。

(四) 其他披露事项

1、董事、高级管理人员的兼职情况

截至本招股说明书签署日，公司董事、高级管理人员在公司及其子公司之外的其他单位兼任职务的情况如下：

姓名	在发行人处任职	兼职单位名称	兼职单位职务	兼职单位与公司的关联关系
程天乐	董事长、总经理	东莞班夫	执行事务合伙人	控股股东
		东莞樱草山	执行事务合伙人	实际控制人控制的企业
		东莞悠仙	执行董事	实际控制人控制的企业
王文辉	董事、财务总监、董事会秘书	东莞尚世	执行事务合伙人	员工持股平台，董事、财务总监、董事会秘书担任执行事务合伙人的企业
		宁波尚翼	执行事务合伙人	董事、财务总监、董事会秘书担任执行事务合伙人的企业
王保安	董事	东莞云之睿	执行事务合伙人	董事担任执行事务合伙人的企业
		东莞市源川资产管理有限公司	副董事长、经理	董事担任副董事长、经理的企业
		国源生技新能源(广东)有限公司	董事长、经理	董事担任董事长、经理的企业
		国源新能源科技(广东)有限公司	董事、经理	董事担任董事、经理的企业
		广东省君屹智能自动化装备有限公司	执行董事、经理	董事担任执行董事、经理的企业
		上海君屹工业自动化股份有限公司广东分公司	负责人	董事担任负责人的企业
		上海中车瑞伯德智能系统股份有限公司	董事	董事担任董事的企业
		国源数字能源技术(东莞)有限公司	董事、经理	董事担任董事、经理的企业
		广东宏达建设实业发展有限公司	监事	无

		广东宏屹达建设实业发展有限公司	监事	无
		广东宏屹达投资有限公司	监事	无
吴伟良	董事	深圳市杉岩数据技术有限公司	董事	董事担任董事的企业
		上海文景信息科技有限公司	董事	董事担任董事的企业
		中远海运发展股份有限公司	战略投资部经理	无
程玲莎	独立董事	浙江雅艺金属科技股份有限公司	独立董事	无
		宁波大学	副教授	无
何润洪	独立董事	广东奥朝律师事务所	执业律师	无

2、董事、高级管理人员之间的亲属关系

截至本招股说明书签署日，公司董事、高级管理人员之间不存在亲属关系。

3、董事、高级管理人员的薪酬情况

（1）薪酬组成与确定依据

在公司任职的董事、高级管理人员的薪酬主要包括基本工资、奖金、社保、公积金等，奖金根据考核情况确定。独立董事及未在公司任职的非独立董事薪酬为董事津贴。

（2）报告期内薪酬总额占利润总额的比重

报告期内，公司董事、高级管理人员的薪酬总额占各期利润总额的比重情况如下：

单位：万元

项目	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
薪酬总额	261.68	832.15	832.41	712.64
利润总额	4,685.48	12,788.75	12,114.38	9,479.13
占比	5.58%	6.51%	6.87%	7.52%

4、公司董事、高级管理人员变动情况

（1）董事变动情况

报告期初至今，公司董事的变动情况如下：

时间	姓名	变动情况	变动原因
2023 年 2 月	华龙	离任董事	华龙系外部股东委派董事，因个人原因辞职，外部股东重新提名吴伟良为公司董事
	吴伟良	新任董事	
2024 年 6 月	刘小进	离任独立董事	公司董事会换届选举
	何润洪	新任独立董事	

2025 年 8 月	HU MENG（胡萌）	离任董事	公司根据《上市公司章程指引（2025 年修订）》，调整董事会结构
		新任职工董事	

（2）高级管理人员变动情况

报告期初至今，公司高级管理人员未发生变动。

报告期内，公司董事变动主要系换届选举、股东委派董事变更、根据公司章程调整董事会结构等，属于正常人员变动，不会对公司生产经营产生重大不利影响。

九、 重要承诺

（一） 与本次公开发行有关的承诺情况

承诺主体	承诺开始日期	承诺结束日期	承诺类型	承诺内容(索引)
公司、控股股东、实际控制人、有增持义务的董事、高级管理人员	2025 年 12 月 17 日	长期有效	关于遵守《公司上市后三年内稳定股价的预案》承诺	详见“附件五：重要承诺事项”之“一、与本次公开发行有关的承诺事项”之“（一）关于遵守《公司上市后三年内稳定股价的预案》承诺”
公司、控股股东、实际控制人、非独立董事、高级管理人员	2025 年 12 月 17 日	长期有效	关于填补被摊薄即期回报的措施及承诺	详见“附件五：重要承诺事项”之“一、与本次公开发行有关的承诺事项”之“（二）关于填补被摊薄即期回报的措施及承诺”
公司、控股股东、实际控制人、董事、高级管理人员	2025 年 12 月 17 日	长期有效	关于公司在招股说明书及其他信息披露资料有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏导致投资者遭受损失情形下的承诺	详见“附件五：重要承诺事项”之“一、与本次公开发行有关的承诺事项”之“（三）关于公司在招股说明书及其他信息披露资料有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏导致投资者遭受损失情形下的承诺”
公司、控股股东、实际控制人、持股 5% 以上股东、董事、高级管理人员	2025 年 12 月 17 日	长期有效	关于未履行承诺的约束措施	详见“附件五：重要承诺事项”之“一、与本次公开发行有关的承诺事项”之“（四）关于未履行承诺的约束措施”
控股股东、实际控制人、持股 10% 以上股东、申报前 12 个月新增股东、持股董事、持股高级管理人员	2025 年 12 月 17 日	长期有效	关于股份锁定期以及自愿限售的承诺函	详见“附件五：重要承诺事项”之“一、与本次公开发行有关的承诺事项”之“（五）关于股份锁定期以及自愿限售的承诺函”
控股股东、实际控制人、持	2025 年 12 月 17 日	长期有效	关于持股意向以及减持意向的承	详见“附件五：重要承诺事项”之“一、与本次公开发行

股 10%以上 股东、持股 5%以上股 东、持股董 事、持股高 级管理人员			诺函	有关的承诺事项”之“（六）关于持股意向以及减持意向的承诺函”
公司、控股股 东、实际控制 人、董事、高 级管理人员	2025 年 12 月 17 日	长期有效	关于在全国中小 企业股份转让系 统挂牌期间不存 在违法违规行为的 承诺函	详见“附件五：重要承诺事项”之“一、与本次公开发行有关的承诺事项”之“（七）关于在全国中小企业股份转让系统挂牌期间不存在违法违规行为的承诺函”
公司、控股股 东、实际控制 人、董事、高 级管理人员	2025 年 12 月 17 日	长期有效	关于利润分配政 策的承诺函	详见“附件五：重要承诺事项”之“一、与本次公开发行有关的承诺事项”之“（八）关于利润分配政策的承诺函”
控股股东、实 际控制人、董 事、高级管理 人员	2025 年 12 月 17 日	长期有效	关于不存在触及 相关退市情形的 承诺函	详见“附件五：重要承诺事项”之“一、与本次公开发行有关的承诺事项”之“（九）关于不存在触及相关退市情形的承诺函”
公司、控股股 东、实际控制 人	2025 年 12 月 17 日	长期有效	对欺诈发行上市 的股份回购承诺	详见“附件五：重要承诺事项”之“一、与本次公开发行有关的承诺事项”之“（十）对欺诈发行上市的股份回购承诺”
控股股东、实 际控制人、持 股 5%以上股 东、董事、高 级管理人员	2025 年 12 月 17 日	长期有效	关于规范或避免 同业竞争的承诺 函	详见“附件五：重要承诺事项”之“一、与本次公开发行有关的承诺事项”之“（十一）关于规范或避免同业竞争的承诺函”
控股股东、实 际控制人、持 股 5%以上股 东、董事、高 级管理人员	2025 年 12 月 17 日	长期有效	关于规范和减少 关联交易的承诺 函	详见“附件五：重要承诺事项”之“一、与本次公开发行有关的承诺事项”之“（十二）关于规范和减少关联交易的承诺函”
控股股东、实 际控制人、持 股 5%以上股 东、董事、高 级管理人员	2025 年 12 月 17 日	长期有效	关于避免资金占 用的承诺函	详见“附件五：重要承诺事项”之“一、与本次公开发行有关的承诺事项”之“（十三）关于避免资金占用的承诺函”
公司	2025 年 12 月 17 日	长期有效	关于股东信息披 露的专项承诺函	详见“附件五：重要承诺事项”之“一、与本次公开发行有关的承诺事项”之“（十四）关于股东信息披露的专项承诺函”
控股股东、实 际控制人	2025 年 12 月 17 日	长期有效	关于社会保险及 住房公积金事项 的承诺函	详见“附件五：重要承诺事项”之“一、与本次公开发行有关的承诺事项”之“（十

				五)关于社会保险及住房公积金事项的承诺函”
控股股东、实际控制人	2025 年 12 月 17 日	长期有效	关于租赁厂房瑕疵事项的承诺函	详见“附件五：重要承诺事项”之“一、与本次公开发行有关的承诺事项”之“（十六）关于租赁厂房瑕疵事项的承诺函”
控股股东、实际控制人	2025 年 12 月 17 日	长期有效	关于上市后业绩大幅下滑延长股份锁定期的承诺函	详见“附件五：重要承诺事项”之“一、与本次公开发行有关的承诺事项”之“（十七）关于上市后业绩大幅下滑延长股份锁定期的承诺函”

（二） 前期公开承诺情况

承诺主体	承诺开始日期	承诺结束日期	承诺类型	承诺内容(索引)
控股股东、实际控制人、董事、原监事、高级管理人员	2024 年 12 月 23 日	长期有效	规范或避免同业竞争的承诺	详见“附件五：重要承诺事项”之“二、公司申请挂牌时的承诺事项”之“（一）规范或避免同业竞争的承诺”
控股股东、实际控制人、彼时持股 5% 以上股东、董事、原监事、高级管理人员	2024 年 12 月 23 日	长期有效	减少或规范关联交易的承诺	详见“附件五：重要承诺事项”之“二、公司申请挂牌时的承诺事项”之“（二）减少或规范关联交易的承诺”
控股股东、实际控制人、董事	2024 年 12 月 23 日	长期有效	股东自愿限售的承诺	详见“附件五：重要承诺事项”之“二、公司申请挂牌时的承诺事项”之“（三）股东自愿限售的承诺”
控股股东、实际控制人	2024 年 12 月 23 日	长期有效	其他与本次申请挂牌（同时定向发行）相关的承诺	详见“附件五：重要承诺事项”之“二、公司申请挂牌时的承诺事项”之“（四）其他与本次申请挂牌（同时定向发行）相关的承诺”

（三） 承诺具体内容

承诺具体内容详见本招股说明书“附件五：重要承诺事项”。

十、 其他事项

无。

第五节 业务和技术

一、 发行人主营业务、主要产品或服务情况

（一）公司的主营业务

公司是一家专注于消费类自主品牌产品研发、设计与销售的高新技术企业。公司以产品创新和全链路数字化能力为核心驱动力，聚焦功能性服饰、数码科技、家居生活和创客硬件四大品类，致力于为全球消费者提供兼具时尚外观、实用功能和优良品质的商品。

公司在跨境电商领域深耕十余年，始终秉持“以服务优化产品、以产品提升品牌、以品牌带动增长”的企业愿景，依托大数据技术与研发设计优势，不断拓展产品品类，并通过持续的品牌价值重塑与数字化变革，推动品牌在全球市场的升级。



1、以高附加值为核心，构建“研发-供应链-渠道”一体化价值链闭环

在经营模式方面，公司聚焦于产品研发设计、品牌运营及渠道销售等高附加值环节，背靠中国完善的制造业集群，主要采取自主研发或合作研发、委托外部供应商生产的产品供应模式。通过由“自营仓+平台仓+第三方仓”构成的跨境仓储物流体系，公司以 B2C 模式为主，依托亚马逊等海外第三方电商平台及自有品牌官网开展销售，业务覆盖北美、欧洲等多个国家和地区。

2、实施“自主品牌为主、制造商品品牌为辅”的双轨品牌战略

在品牌战略方面，公司深度融合研发资源与供应链体系，采用“自主品牌为主、制造商品品牌为辅”的双轨发展路径，构建了具备全球竞争力的品牌矩阵。报告期内，公司拥有超过 20 个自主品牌，其中 ororo、TURBRO、Genmitsu、SainSmart 等 12 个品牌的年均销售收入均超过 1,000 万元。公司多个品牌产品常年位列亚马逊 Best Sellers 榜单前列，在北美、欧洲等市场享有较高的品牌知名度，获得了消费者的广泛认可。此外，公司合作的制造商品品牌，包括对讲机品牌 Baofeng（宝锋）、电竞外设品牌 Redragon（红龙）、空调品牌 TOSOT（大松，格力电器旗下品牌）以及家电品牌

BUYDEEM（北鼎）等，亦具备较强的技术实力与市场知名度。

3、依托自主研发的数智化平台，构建跨境电商全链路高效运营体系

在信息系统建设方面，公司以自主研发为核心，构建了覆盖跨境电商全流程管理、库存数据分析、智能配送等多个业务系统，全面支持产品管理、采购备货、仓储物流及销售运营等环节。通过数字化技术赋能产业链上下游，公司实现了快速响应与精细化服务的高效融合，以低成本、高效率的运作有力支撑业务持续发展。

4、以数字化运营为驱动，建设高转化率的全球独立站生态

在品牌官网运营方面，公司自 2017 年起与 Shopify 合作布局独立站业务，以数字化运营为驱动，基于该平台搭建自有品牌官网，以此实现产品展示、品牌塑造、在线销售及售后服务等一体化功能。报告期内，公司自有品牌官网收入占 B2C 销售收入的比例分别为 22.20%、21.57%、25.28%和 25.48%，体现了公司在渠道布局上的前瞻性。官网作为品牌叙事的核心载体，通过视觉设计、品牌故事与内容营销传递品牌价值观，塑造良好品牌形象。品牌官网的建设助力公司逐步降低对第三方平台的依赖，实现与消费者的直接互动，为精准营销和产品迭代提供支持。

截至 2025 年 6 月 30 日，公司共拥有 93 项专利，其中发明专利 5 项，实用新型专利 37 项，外观设计专利 51 项，另拥有 56 项计算机软件著作权。凭借多年的技术研发和经验积累，公司已发展成为全球知名的跨境电商自主品牌企业，先后荣获“国家级高新技术企业”“广东省专精特新中小企业”“广东省高成长中小企业”“国家级电子商务示范企业”“广东省电子商务示范企业”及“广东省电子商务 100 强企业”等多项荣誉。2022 年 8 月，公司通过黄埔海关 AEO 高级认证³，成为东莞地区率先获此认证的跨境电商企业；2024 年 12 月，入选东莞市首批生产性服务业“领航企业”；2025 年 12 月，入选广东省“跨境电商赋能产业带发展”实践案例。

（二）公司的主要产品或服务

公司主要从事消费类自主品牌产品的研发、设计和销售，主要产品涵盖功能性服饰、数码科技、家居生活和创客硬件四大品类。基于对不同消费场景与目标客群的精准洞察，公司持续深化产品创新与品牌建设，成功培育了 ororo、TURBRO、Genmitsu、SainSmart、Airthereal、Radioddity 等自主品牌，构建起在细分领域内具有竞争优势的产品矩阵。

公司主要的自主品牌介绍如下：

品牌	品牌介绍

³ AEO（Authorized Economic Operator）高级认证是中国海关授予企业的最高信用等级，代表企业在内部控制、贸易安全、合规经营等方面达到国际标准。获得该认证的企业不仅可在国内享受极低的查验率、优先通关等便利，还可在中国互认的 54 个国家或地区享受快速清关等优惠待遇，是国际贸易的“绿色通行证”和企业信用的“金字招牌”。

	ororo 的品牌使命是确保每一位用户在使用其产品时都能感受到温暖和舒适，让寒冷的天气不应成为阻碍人们享受户外活动的因素。ororo 品牌致力于通过创新且实用的加热服饰产品，为人们创造更多享受户外生活的机会，“挑战气候”正是其精神的集中体现。
	TURBRO 品牌名来源于英文单词“TURBO”，意为“涡轮增压”，其设计理念源于“提升、改善、强化”。品牌融合创新科技、用户舒适、简约美学与环保节能，专注于环境调节类功能产品，致力于改善用户的环境舒适度，提升生活品质，满足其在舒适、便捷与环保等方面的多元需求。
	Genmitsu 的故事始于一群热爱创造的工程师与创客，他们拥有着一个共同的梦想：让 CNC 加工技术不再遥不可及，而是成为每个人的创意伙伴。从最初的愿景到如今的全球品牌，Genmitsu 始终专注于为用户提供高品质、易操作的雕刻机，帮助他们将想法转化为现实。
	SainSmart 品牌持续为全球创客、DIY 爱好者及教育机构提供开源硬件与解决方案，赋能其将创意变为现实，践行“力量归于创客”的使命。
	Airthereal 最初聚焦于室内空气护理，现在已扩展至家居生活产品，从“关注空气质量”升级为“提升家庭生活品质”，将可持续发展作为产品开发的核心原则。
	Radioddity 品牌核心是：无界通信，保持联接。历经多年深入用户端的调研，Radioddity 研发了各式便携式对讲机、车载电台、短波设备等，兼顾了新手易用性与资深发烧友的专业需求。电波传递的不仅是信号，更是可靠的体验，这正是 Radioddity “让通信更简单，更省心”的初心所在。

公司各品类产品与品牌的对应情况如下：

产品类型	主要品类	具体产品情况	对应品牌名称
功能性服饰	加热服饰	加热马甲、加热夹克、加热手套、加热卫衣以及电源配件等	ororo
数码科技	电子通讯	对讲机、车载电台、短波电台、气象站等	Radioddity、Raddy
	电竞外设	键盘、鼠标等	LTC
家居生活	环境电器产品	分体式空调、房车空调、移动空调、电子壁炉、户外火炉等	TURBRO
	体育娱乐	便携式球网等运动装备和积木等儿童玩具	AllN Sports、SainSmart Jr
	宠物用品	自动喂食器、宠物饮水机、宠物电吹风等	iPettie
	家居产品	空气净化器、臭氧机、浴帘、毛巾加热器等	Airthereal、Lagute
创客硬件	雕刻机	各类型数控雕刻机及配件	Genmitsu
	3D 打印机	各型号 3D 打印机及其配件、耗材	SainSmart

公司各品类代表品牌及主要产品情况如下：

1、功能性服饰

公司功能性服饰的核心品牌为 ororo，专注于研发以锂电池为热源的可加热服饰。通过将低温防护需求与加热技术深度融合，ororo 致力于把“可穿戴的温度体验”带入日常生活与特定工作场景，为用户提供安全、可控且有温度的穿戴解决方案。

公司围绕加热功能持续进行研发创新，不断丰富产品线。目前已从基础的加热马甲、夹克，延伸开发出加热卫衣、手套、袜子、围巾等系列产品，以满足用户多样化的保暖需求。功能性服饰品类的部分产品图例如下：



ororo 加热马甲



ororo 加热夹克



ororo 加热卫衣



ororo 加热手套



2、数码科技

公司数码科技类产品主要涵盖电子通讯与电竞外设两大领域，其中：（1）电子通讯领域：旗下拥有 Radioddity 与 Raddy 品牌，产品包括对讲机、车载电台、短波电台、气象站等，专注于满足用户在户外运动、应急通讯等场景下对于可靠通信的需求；（2）电竞外设领域：旗下品牌为 LTC，产品包括键盘、鼠标等，专注于为消费者提供高品质、高性价比的机械键盘及电脑外设产品。

数码科技品类的部分产品图例如下：



Radioddity 对讲机



Raddy 气象站



LTC 键盘



LTC 鼠标

3、家居生活

公司家居生活业务致力于打造全方位的品质生活体验，产品线覆盖环境电器产品、体育娱乐、宠物用品以及家居产品四大细分品类，其中：（1）环境电器产品品牌主要为 TURBRO，产品包括分体式空调、房车空调、移动空调、电子壁炉、户外火炉等；（2）体育娱乐品牌为 A11N Sports、SainSmart Jr，产品包括便携式球网等运动装备和积木等儿童玩具；（3）宠物用品品牌为 iPettie，产品包括自动喂食器、宠物饮水机、宠物电吹风等；（4）家居产品品牌为 Airthereal、Lagute，产品包括空气净化器、臭氧机、浴帘、毛巾加热器等。

家居生活品类的部分产品图例如下：



TURBRO 分体式空调



Airthereal 空气净化器



A11N Sports 匹克球拍



iPettie 宠物饮水机

4、创客硬件

公司创客硬件品类旗下拥有雕刻机品牌 Genmitsu 和 3D 打印机品牌 SainSmart。该类产品致力于创客爱好者提供相关设备、配件和耗材，其设计以“简单易用”为核心，并通过持续的技术研发来提升设备精度、稳定性与多功能性，从而满足从初学者到专业用户的多样化创作需求。

创客硬件品类的部分产品图例如下：



Genmitsu 激光雕刻机



Genmitsu 雕刻机



SainSmart 3D打印机



SainSmart 耗材配件

（三）主营业务收入构成

报告期内，公司主营业务收入按产品类别的构成情况如下：

单位：万元

产品	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
功能性服饰	15,003.34	24.94%	56,132.70	36.82%	53,437.93	37.88%	47,904.53	40.07%
数码科技	21,138.02	35.14%	43,109.97	28.27%	31,717.78	22.48%	24,232.92	20.27%

家居生活	17,586.15	29.23%	39,005.45	25.58%	41,834.95	29.66%	35,200.14	29.44%
创客硬件	6,429.95	10.69%	14,221.51	9.33%	14,076.09	9.98%	12,209.49	10.21%
合计	60,157.45	100.00%	152,469.64	100.00%	141,066.76	100.00%	119,547.08	100.00%

（四）主要经营模式

1、研发设计模式

报告期内，公司主要采用“自主品牌为主，制造商品牌为辅”的品牌发展战略，各期自主品牌实现的销售收入分别为 87,432.45 万元、100,639.90 万元、102,559.89 万元和 35,722.43 万元，占主营业务收入的比重分别为 73.14%、71.34%、67.27%和 59.38%。公司各品类产品与自主品牌和制造商品牌的对应情况如下：

产品类型	自主品牌	制造商品牌
功能性服饰	ororo	-
数码科技	Radioddity、Raddy、LTC	Redragon、Baofeng、Royal Kludge
家居生活	TURBRO、Airthereal、A11N Sports、SainSmart Jr、iPettie、Lagute、OFFNOVA	TOSOT、BUYDEEM
创客硬件	Genmitsu、SainSmart	Crealitiy

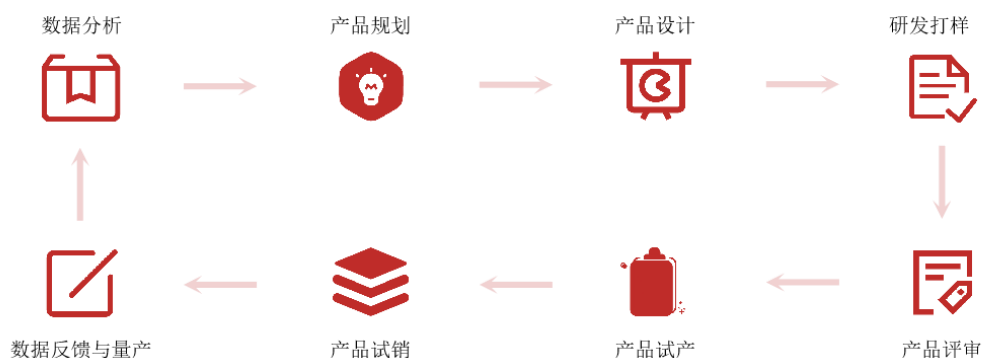
注：上表仅节选部分主要品牌列示。

（1）自主品牌

对于自主品牌产品，公司主要采用“自主研发”和“合作研发”的产品研发模式，并辅之以“选品”的模式，具体情况如下：

①自主研发

公司核心产品主要通过自主研发完成，公司自主研发模式下产品开发的主要流程如下图所示：



A.数据分析和产品规划

公司以消费者需求为导向进行产品研发设计，同时结合产品的历史销售数据、用户评价反馈及市场公开数据等参数，分析不同品类产品的使用需求、偏好和痛点，形成产品研发设计的立项方案。

B.产品设计和研发打样

公司根据数据模型的分析结果，不断调整、细化和完善具体的设计方向。在此基础上，公司确定产品基本参数、外观和功能的创新点，并向外协厂商提供全套产品设计图纸进行研发打样测试、优化工艺，并出具工艺流程资料。

C.产品评审、试产、试销

在完成设计方案和研发打样后，公司将进行产品内部评审。评审结束后，公司选择外协厂商进行试产和试销。

D.数据反馈与量产

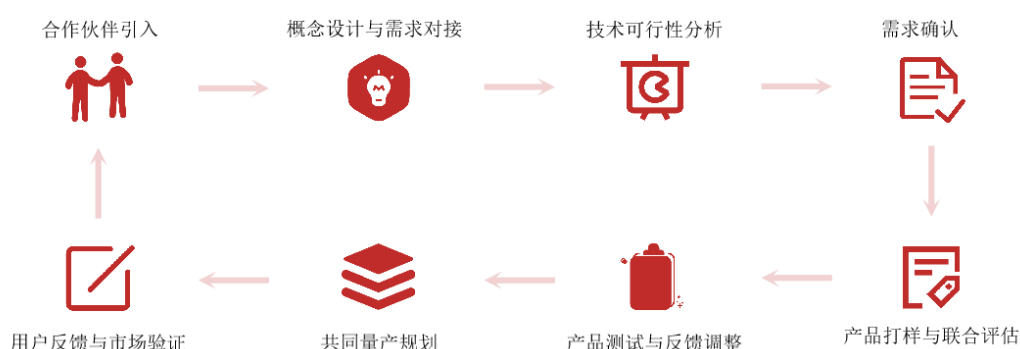
对于新开发的产品，公司将根据产品点击率、页面浏览时长、转化率等指标综合衡量产品的开发效果，并结合销售量、存货周转率、用户评价、产品不良率等数据对公司产品研发、营销推广、产品采购及质量管理等方面进行总结和完善。对于达标的新品，公司将进行量产，并持续对产品进行迭代更新，以保持产品的竞争力。

②合作研发

报告期内，公司不断丰富产品品类，以满足不同消费群体的消费需求。对于契合公司发展规划路线的细分品类，但目前公司尚无充足的研发设计资源或经验，而供应商等外部研究力量具有成熟研发能力及相对优势的产品，公司一般会选择与供应商共同开发相应产品。

在合作开发模式下，公司主要负责相关设计方案的规划及流程管理，产品研发的具体实施则由合作供应商完成，公司对最终方案及成品进行产品质量等方面的最终审查。

公司合作开发的主要流程如下图所示：



③选品模式

除上述两种主要研发模式以外，公司部分产品采用了选品模式。在该模式下，公司将产品需求反馈给具有一定研发设计能力的供应商，由供应商推荐产品，公司根据消费者需求和偏好、市场数据等方面进行判定，进而决定是否引进该新产品，并以公司品牌进行贴牌销售。

（2）制造商品牌

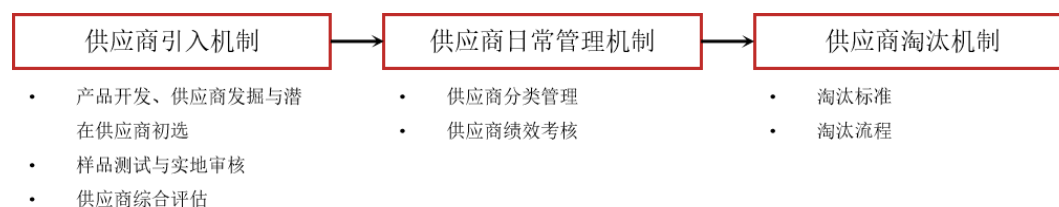
对于制造商品牌产品，公司与制造商通过买断式交易方式直接采购品牌方的产品，不涉及产品研发设计环节。

2、采购模式

根据微笑曲线理论，报告期内公司将经营资源集中于高附加值的研发设计端及运营销售端，强化“微笑曲线”上游的研发迭代和设计创新，以及下游的品牌运营和销售渠道，生产制造环节则全部委托给外协厂商进行。经过多年的发展，公司在供应商管理、采购计划与执行、产品质量管理等方面均建立了较为完善的流程体系，具体情况如下：

（1）供应商管理

公司制定了较为完善的供应商管理及评价体系，并建立了包括供应商引入、考核评级、淘汰机制等完整的供应商管理机制，具体情况如下：



①供应商准入机制

公司通过采购寻源和比价之后，根据准入标准选择潜在供应商，并对其生产工厂、生产流程、生产管理、质量管控等方面进行实地考察，在经历试样打样确认及综合评估后，符合公司标准的供应商才能开展合作。

②供应商日常管理机制

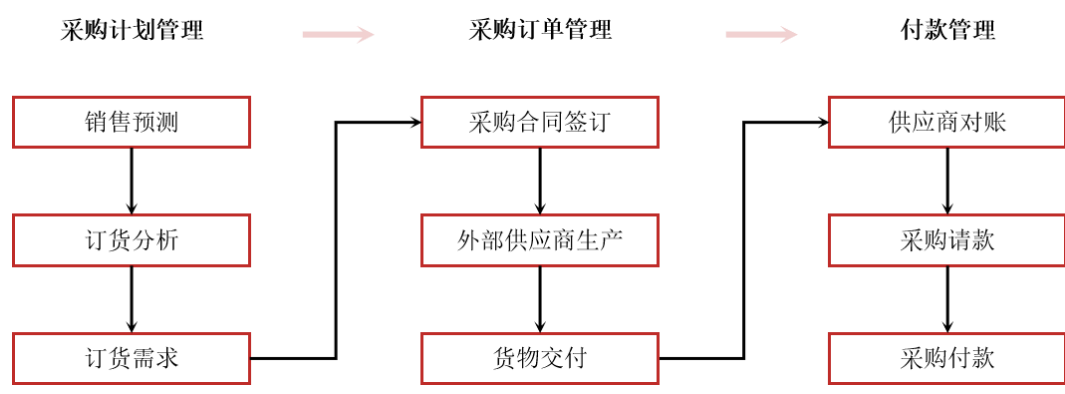
公司定期对供应商进行评价考核，从多维度评价供应商并得出考核评分，根据考核评分划分供应商等级。

③供应商淘汰机制

供应商季度考核评价不佳，将进入供应商淘汰名单，公司将不再与淘汰的供应商开展合作。

（2）采购计划与执行

公司供应链中心协同其他部门共同完成采购业务的订货需求、采购订单、外协生产、对账结算等环节，公司产品采购与交付的主要业务流程如下图所示：

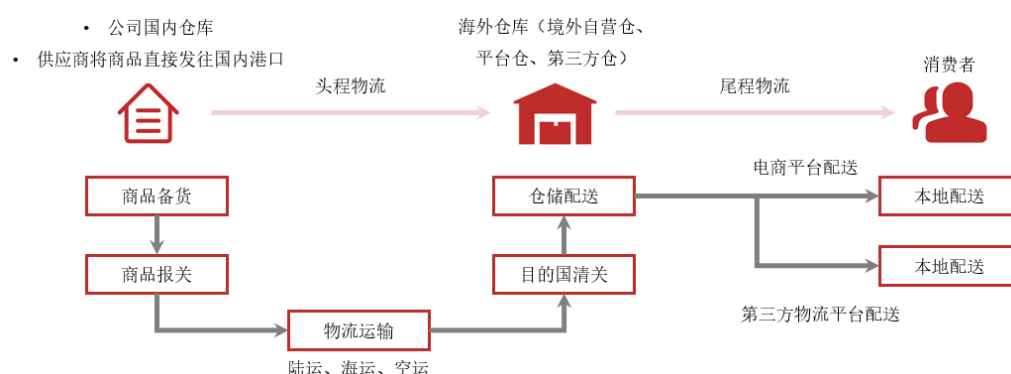


(3) 产品质量管理

产品质量是公司实现长远发展的重要基础，公司设置品质部行使品质管控职能。品质部根据不同产品品类和目标市场的法律要求，建立了适合公司业务特点的全过程质量控制体系，包括产品抽检、产品质量统计分析、产品质量改进，保证产品在生产及流转的过程中能严格符合公司质量标准和销售目的地的法律法规，从而有效降低因产品质量引发的风险。

3、仓储物流模式

经过多年发展，公司已建立了较为完善的“自营仓+平台仓+第三方仓”的跨境仓储物流体系，公司仓储物流管理的主要流程如下图所示：



公司收到并确定订单后，由供应商通过 FOB 模式将产品直接运往国内港口，在港口将货权交予公司，或以公司国内仓库为起点，由物流公司完成从公司国内仓库至海外仓库的货物运输，具体包括拣货、包装、发货等服务在内的一系列头程服务；随后，公司借助海外仓及第三方电商平台物流服务，实现商品从海外仓至客户或终端消费者的尾程商品流转过程。

报告期内，根据运营主体的不同，公司仓库可分为自营仓、平台仓和第三方仓，公司各类仓库的基本情况如下：

仓库类型	基本情况
自营仓	公司海外自营仓主要分布于美国东部的弗吉尼亚州（Virginia）、中部的得克萨斯州（Texas）以及西部的内华达州（Nevada），能够辐射美国主要销售市场。公司将产品通过海运等方式运抵海外自营仓后，由仓库进行产品仓储、拣货、派发、客户退

	换货等后续仓储与物流服务。
平台仓	平台仓模式下，公司产品由第三方电商平台负责仓储管理及物流配送，相关仓储物流费用由平台从终端客户支付款中直接扣除。 报告期内，公司主要通过亚马逊平台实现产品销售，亦主要选择亚马逊所提供的仓储物流服务（即 FBA，Fulfillment by Amazon 服务），因此亚马逊 FBA 仓是公司最主要的平台仓。公司通过海运等方式将产品运往亚马逊位于北美、欧洲等地的 FBA 仓，待 FBA 仓验收通过后，库存信息会在亚马逊后台进行实时更新。公司存货由亚马逊统一进行管理，产品储存、派发、终端配送、客户退换货等环节均由亚马逊 FBA 仓负责。
第三方仓	第三方仓模式下，公司产品由第三方仓储物流服务商负责仓储管理、商品分拣及物流配送。报告期内，公司主要的第三方仓储物流服务商包括 Ware2go、DIAMONDUP 等。公司将产品运抵位于中国东莞、北美、欧洲、澳洲等地的第三方仓后，由第三方仓进行产品后续仓储物流服务，公司定期与第三方仓储物流服务商对账结算。

4、营销推广模式

公司长期以来高度重视品牌和产品的宣传和推广，并通过大数据技术对用户行为数据进行深度挖掘，借助电商平台、新社交媒体等线上渠道以及线下广告、参加行业展会等线下渠道构建了全方位、多元化、多维度的营销推广模式。

（1）线上营销推广

①站内推广

公司主要在亚马逊、Walmart 等第三方电商平台站内进行广告投放。以亚马逊为例，公司主要通过商品推广（Sponsored Products）、品牌推广（Sponsored Brands）、展示型推广（Sponsored Display）等方式进行广告投放。

②站外推广

公司主要通过 Google、Meta（原名 Facebook）、Instagram 等搜索引擎和社交媒体平台进行线上广告投放。同时，通过品牌媒体账号、关键意见领袖（KOL）的宣传，拓宽了与消费者互动的渠道，强化了公司的品牌形象。

（2）线下营销推广

公司根据各品牌的生命周期发展阶段，参与各类体育赛事赞助、电视广告投放、展会等方式进行品牌宣传，提升品牌知名度。

5、销售模式

公司销售模式以 B2C 模式为主，主要通过亚马逊等海外第三方电商平台和品牌官网渠道进行终端销售。此外，公司还通过 B2B 模式及电商代运营等其他业务模式丰富公司的销售渠道并拓展收入来源，但收入占比较小，具体情况如下：

（1）B2C 模式

在 B2C 模式下，公司主要通过亚马逊等海外第三方电商平台和品牌官网以线上零售方式将产品销售给终端消费者。报告期内，公司来自 B2C 模式的销售收入分别为 112,167.86 万元、136,461.47 万元、146,074.00 万元和 54,948.39 万元，占当期主营业务收入的比例分别为 93.83%、96.74%、95.81% 和 91.34%，系公司的主要销售模式。

报告期内，公司在主要 B2C 平台的销售情况如下：

①亚马逊

亚马逊平台是公司最主要的 B2C 销售渠道之一，公司报告期内在亚马逊 B2C 平台上的销售收入分别为 83,653.84 万元、103,874.48 万元、106,558.05 万元和 39,845.14 万元，占当期 B2C 模式销售收入的比例分别为 74.58%、76.12%、72.95%和 72.51%。

公司在亚马逊平台上的部分品牌店铺展示如下：

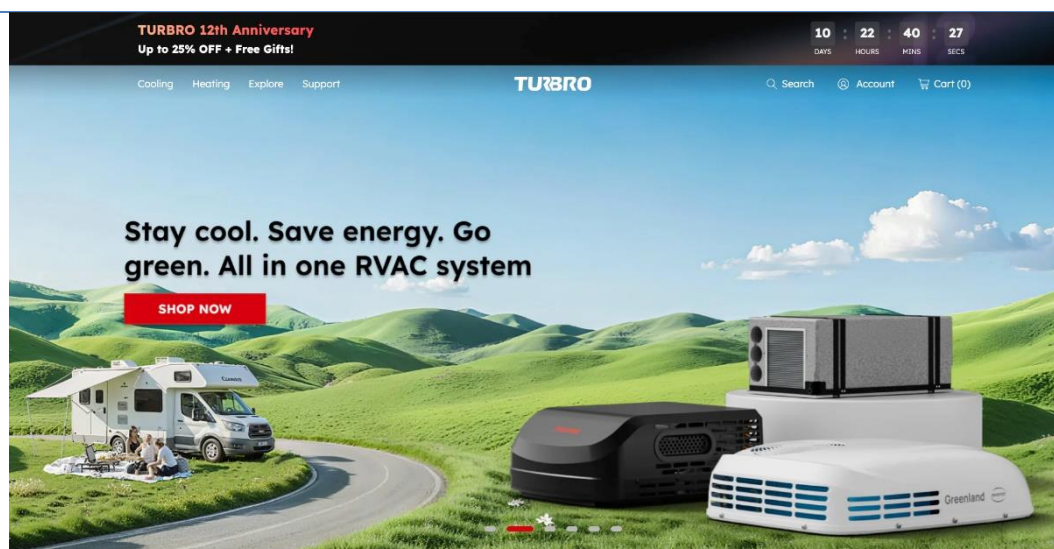


②品牌官网

公司品牌官网系基于 Shopify 搭建，主要承担产品展示及推广、品牌形象塑造、产品销售、售后服务等职能。报告期内，公司在品牌官网上的销售收入分别为 24,902.73 万元、29,436.80 万元、36,924.10 万元和 14,000.95 万元，占当期 B2C 模式销售收入的比例分别为 22.20%、21.57%、25.28% 和 25.48%。

品牌官网模式下，公司获取销售订单后，根据收货地址和订单商品属性，智能匹配发货仓库及配送方式并生成发货单，仓库按照发货单要求进行发货。

公司品牌官网的部分店铺展示如下：



(2) 其他业务模式

公司其他业务模式主要包括 B2B 模式及电商代运营等，具体情况如下：

业务模式	业务描述	盈利模式
B2B 模式	报告期内，公司 B2B 客户主要包括亚马逊 Vendor、Home Depot 等电商平台，以及 Scheels All Sports, Inc.、ALOM Technologies Corp 等线下零售商，公司与该等客户主要采用买断或委托代销方式进行交易。	产品购销差价
电商代运营	报告期内，公司电商代运营客户主要包括 PodiuMax B.V.、东莞瑞红电子玩具有限公司等，公司根据品牌方委托内容及服务需求，为品牌方提供线上店铺运营、品牌赋能等服务，并根据合同约定的服务费比例以及相关商品销售额向品牌方收取服务费。	运营服务费

报告期内，公司通过 B2B 模式实现的销售收入为 6,756.30 万元、4,296.88 万元、6,120.24 万元和 5,161.52 万元，占当期主营业务收入的比例分别为 5.65%、3.05%、4.01%和 8.58%，占比较小；各期电商代运营收入占比均不足 1%。

(五) 公司采用目前经营模式的原因、影响经营模式的关键因素、经营模式及其影响因素在报告期内的变化情况及未来变化趋势

公司当前的运营策略综合考量了行业特性、发展趋势、产业链结构、自身业务特点与发展阶段、国家产业政策导向以及市场竞争态势等多重因素。随着跨境出口电商行业的市场资源不断向头部企业集中，行业整体的品牌化意识日益增强，能否精准洞察消费潮流并进行产品创新，已成为构建消费者品牌认知的关键。因此，公司持续加大研发与创新投入，推行精品化策略，以提升产品与品牌价值。

同时，鉴于国内制造业已构建起成熟且高效的产业链与配套生态，且相较于研发设计与品牌运营，制造端在价值链中的利润贡献相对有限。为追求资源效益最大化，公司在生产环节主要采用成品外部采购模式。此外，为满足线上消费者对物流时效日益提升的要求，并顺应国家鼓励建设海外

仓的产业政策，公司在物流履约中主要采用“自营仓+平台仓+第三方仓”的组合模式。

总体而言，公司现阶段的经营模式是基于对行业和自身业务的深刻理解，以及长期积累的经营管理经验而形成的。报告期内，公司的核心商业模式及其形成条件保持稳定。预计在未来一定时间内，公司的经营模式及影响其模式选择的关键因素不会出现重大调整。

（六）公司业务及其模式的独特性、创新内容及持续创新机制

公司业务及其模式的独特性、创新内容及持续创新机制详见本招股说明书“第二节 概览”之“九、发行人自身的创新特征”的相关内容。

（七）公司设立以来主营业务、主要产品或服务、主要经营模式的演变情况

公司自 2011 年成立以来，始终致力于推动中国制造品牌在数字时代的转型、升级和再创造。报告期内，公司凭借丰富的行业经验及敏锐的市场洞察，持续深化精品模式，聚焦于功能性服饰、数码科技、家居生活和创客硬件四大品类，深度链接国内供应链与全球市场，助力中国制造品牌出海，并精准满足了海外消费者的特定需求。自成立以来，公司主营业务未发生重大变化。公司业务发展的重要历程可以归纳为以下阶段：

1、发展初期阶段（2011 年至 2014 年）：夯实底层架构，驱动运营效能持续提升

公司创立初期，充分利用国内供应链的制造优势，主要依托亚马逊、eBay 等第三方电商平台开展跨境业务，以满足海外市场物美价廉商品的消费需求。该阶段海外市场发展空间广阔，消费者普遍对价格较为敏感，对高性价比商品存在大量需求，因此卖家多追逐低成本以获取超额利润。与此同时，公司重视底层系统架构的搭建，自主开发了 ERP 管理系统，通过持续的技术投入，从优化流程与时间成本、强化风险控制、提升系统对市场变化的响应速度等多方面着手，不断提高运营效率，从而拓展盈利空间并推动业务持续发展。

2、转型阶段（2015 年至 2018 年）：推行“品牌化”转型战略

自 2015 年以来，公司通过前期市场拓展与技术沉淀，逐步构建了应对市场变化的自主研发能力，并系统性地推进品牌战略转型。公司首款 ororo 品牌加热服于 2015 年 10 月成功实现销售。在战略转型过程中，公司着力提升团队在产品自主研发与品牌运营方面的核心能力，持续推进数字化基础设施建设与大数据分析技术的应用，优化物流配送、客户服务、质量检测等关键运营环节，完善风险管理与合规监察体系，加大产品创新与开发投入，构建高效协同的供应链体系。

3、快速发展阶段（2019 年至今）：进一步强化产品研发设计能力和全链路数字化能力，积极践行“品牌化”战略

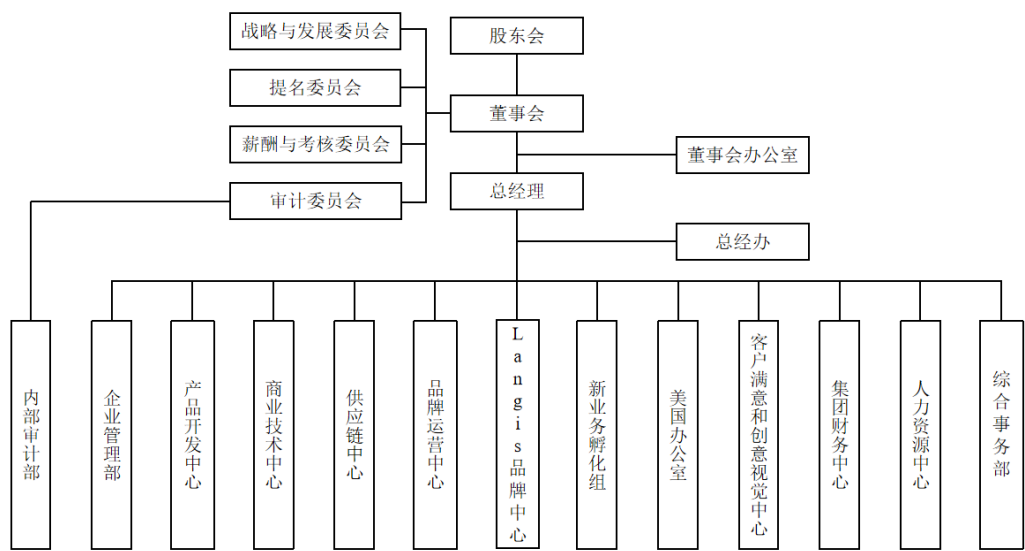
自 2019 年以来，公司进一步深化品牌战略转型，把握海外市场消费升级的机遇，致使公司品牌在全球消费者中的认知度与影响力大幅提升，旗下多个品牌在亚马逊平台的细分品类中确立了领先地位。与此同时，公司通过持续优化全流程数字化运营、强化供应链协同效应、升级品牌管理能

力以及完善全球物流仓储网络，整体管理效率与风险抵御能力得到实质性增强，为盈利水平的稳步提升奠定了坚实基础。

(八) 公司组织结构及主要业务流程

1、公司内部组织结构

截至本招股说明书签署日，公司内部的结构如下：



公司各部门的设置情况及主要职能如下：

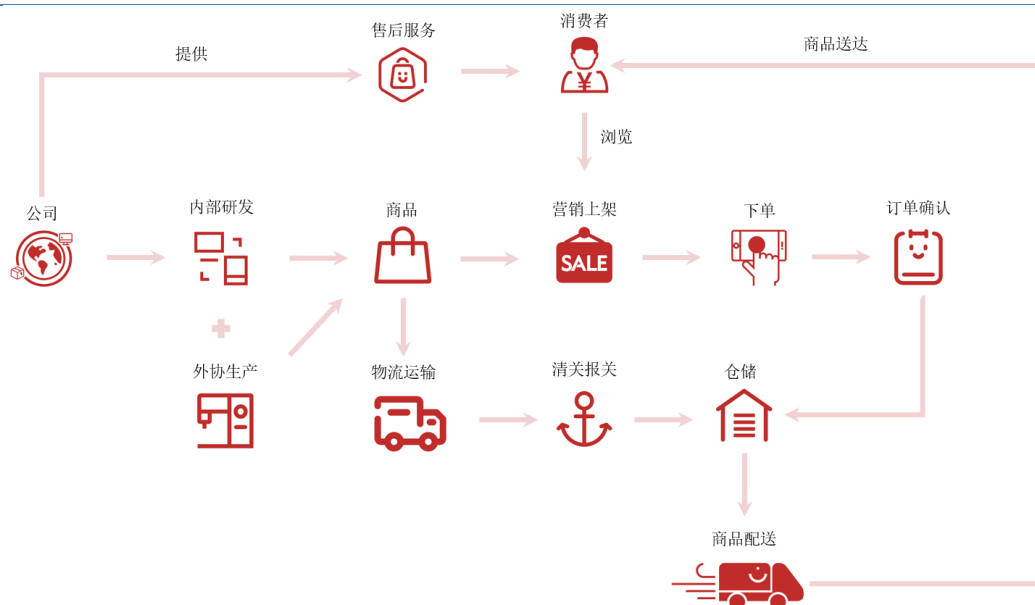
序号	部门	主要职能
1	董事会办公室	依照法定程序筹备董事会、股东会，形成会议记录并建立完善的档案资料。
2	总经办	负责制定公司组织架构及职责的分工、体系与流程框架；负责为企业发展制定战略规划，统筹并推动完成公司设定的经营目标；对各部门运营状况和长短期目标达成情况实施问责，并定期进行管理评审。
3	内部审计部	负责集团内部制度建立及优化；负责开展各类内控项目的检查、对公司各部门流程和制度进行梳理，识别内控缺陷，并提出有效改善建议并推动落实。
4	企业管理部	协助董事会及总经办制定各部门的目标绩效，执行绩效考核和激励改革，牵头跨部门重点问题的解决。
5	产品开发中心	负责新产品的市场调研、需求分析、产品设计、产品发布、产品迭代改进等产品的全生命周期管理；负责产品的质量管理和产品组合管理，对新品进行全周期精细化的追踪跟进。
6	商业技术中心	负责公司软件开发、技术和系统完善；负责按照公司的信息系统战略规划和技术方案，制定技术计划并对计划进行实施，包括技术架构设计、研发、测试、实施等多方面。
7	供应链中心	负责采购、仓储、配送等工作流程，实施监控和管理，建立和健全供应商、承运商的开发、维护、跟踪及评估体系，合理控制采购及运输成本，统筹全链条供应链的运作，组织制定并实施供应链战略规划。

8	品牌运营中心	负责根据公司战略目标和市场需求，制定品牌发展战略，维护公司品牌形象；通过市场调研和竞争分析，为品牌策略的制定提供数据支持，与合作伙伴建立良好的合作关系；定期评估公司品牌的市场价值和影响力，为品牌策略的调整和优化提供参考，推动核心品牌的深入发展。
9	Langis 品牌中心	负责公司核心品牌 ororo 及其他运动品牌的综合运营，包括产品设计、市场营销推广、销售运营等综合业务职能，促进品牌的本地化、专业化、独立化发展。
10	新业务孵化组	负责识别新业务机会，监测市场趋势，把握新兴技术和新业务模式，挖掘公司可发展的新业务领域；通过各种途径推广新业务，并根据预期目标和实际情况，对新业务的成效进行评估和反馈，不断优化新业务的发展方向。
11	美国办公室	负责美国地区的前后端业务发展，提供售前售后技术支持、客服支持、市场营销、数字化营销、商业数据分析、系统开发等工作；负责海外自营仓的资源开发和日常入库、质检、发货等仓储管理。
12	客户满意和创意视觉中心	负责客户全生命周期服务管理和品牌视觉体系建设，通过优质服务和视觉呈现提升客户体验与品牌价值。
13	集团财务中心	负责公司会计核算工作，监督财务计划执行情况，保证公司财务体系正常运作。
14	人力资源中心	负责人力资源工作整体规划，外引和培养人才，制定科学合理的绩效薪酬方案，负责文化塑造和干部管理，提升组织能力。
15	综合事务部	负责公司日常行政管理工作，做好公司内外部沟通协调工作；负责公司对外接待及宣传工作；执行公司办公环境、办公用品、办公设备的维护和管理，负责公司基建工程的管理工作，做好后勤保障工作，管理公司车辆日常调度。

2、主要业务流程

报告期内，公司销售模式以 B2C 模式为主，B2C 收入占当期主营业务收入的比例分别为 93.83%、96.74%、95.81%和 91.34%，主要通过亚马逊等海外第三方电商平台和自有品牌官网渠道进行销售。此外，公司还通过 B2B 模式及电商代运营等其他业务模式丰富公司的销售渠道并拓展收入来源，B2B 及电商代运营模式的销售收入合计占当期主营业务收入的比例分别为 6.17%、3.26%、4.19%和 8.66%，整体收入占比较小。

公司 B2C 模式的业务流程图如下：



如上图所示，在 B2C 模式下，公司需经过内部研发、外协生产、物流运输、清关报关等流程后，将产品送达海外仓库并完成后续产品上架，消费者通过浏览商品并下单后，公司安排商品配送，最终将产品交付给终端消费者。

（八）公司生产经营中涉及的主要环境污染物、主要处理设施及处理能力

公司主要从事跨境出口电商零售业务，属于互联网零售行业，对外销售产品均为成品采购，经营过程中不涉及生产环节，不存在高污染的情况。公司日常经营过程中产生的生活污水及生活垃圾均由物业或环卫部门统一处理。截至本招股说明书签署日，公司不存在因环境保护问题被有关部门处罚的情形。

二、 行业基本情况

（一）所属行业及确定所属行业的依据

公司是一家专注于消费类自主品牌产品研发、设计和销售的高新技术企业，主要依托亚马逊等海外第三方电商平台和自有品牌官网渠道进行销售，旗下拥有 ororo、TURBRO、Genmitsu、SainSmart、Airthereal 等自主品牌，主要产品涵盖功能性服饰、数码科技、家居生活和创客硬件四大品类。

根据《中国上市公司协会上市公司行业统计分类指引（2023）》，公司属于“批发和零售业”中的“零售业”（行业代码：F52）。根据国家统计局发布的《国民经济行业分类（GB/T4754-2017）》，公司所处行业属于“F 批发与零售业”之“52 零售业”之“F5292 互联网零售”。鉴于公司主要通过跨境电商渠道面向海外终端消费者销售，其业务可进一步归类于跨境出口电商行业。

（二）行业的主管部门、监管体制、主要法律法规和政策及对公司经营发展的影响

1、行业主管部门及监管体制

序号	行业主管单位	监管内容
1	商务部	主要负责拟定国内外贸易和国际经济合作的发展战略、政策，起草国内外贸易和对外经济合作的法律法规草案及制定部门规章，其中商务部电子商务和信息化司主要负责制定我国电子商务发展规划，推动电子商务服务体系建设，建立电子商务统计和评价体系，拟订电子商务相关标准、规则，拟订国内外贸易和国际经济合作领域信息化建设规划，组织商务领域电子政务建设等内容。
2	国家工业和信息化部	主要负责电子商务行业管理、促进网络资源共建共享、拟定互联网数据安全相关管理政策并组织实施、指导跨境电商行业自律和相关行业组织发展并且对本行业发展进行宏观调控。
3	国家海关总署	主要负责监督跨境贸易电子商务的进出口业务活动、监管进出境货物和物品的通关和征税等管理工作，承担口岸管理、海关稽查、保税监管、知识产权、海关保护等主要职责。
4	中国电子商务协会	主要负责推动执行国家有关电子商务行业发展方针政策，提供行业管理和服

2、行业主要法律法规及政策

序号	文件名	文号	颁布单位	颁布时间	主要涉及内容
1	《关于支持跨境电商出口海外仓发展出口退（免）税有关事项的公告》	国家税务总局公告 2025 年第 3 号	国家税务总局	2025.01	纳税人以出口海外仓方式（海关监管方式代码“9810”，下同）出口的货物，在货物报关离境后，即可申报办理出口退（免）税。纳税人在办理出口退（免）税申报时，货物已实现销售的，按照现行规定申报办理出口退（免）税；货物尚未实现销售的，按照“离境即退税、销售再核算”方式申报办理出口退（免）税，即：在货物报关离境后，即可预先申报办理出口退（免）税（以下简称出口预退税），后续再根据货物销售情况进行税款核算。
2	《关于进一步促进跨境电商出口发展的公告》	海关总署公告 2024 年第 167 号	海关总署	2024.11	取消跨境电商出口海外仓企业备案；简化出口单证申报手续；扩大出口拼箱货物“先查验后装运”试点；推广跨境电商零售出口跨关区退货监管模式。
3	《关于拓展跨境电商出口推进海外仓建设的意见》	商贸发[2024]125 号	商务部等 9 部门	2024.06	积极培育跨境电商经营主体；加大金融支持力度；加强相关基础设施和物流体系建设；优化监管与服务；积极开展标准规则建设与国际合作。
4	《关于加快内外贸一体化发展的若干措施》	国办发（2023）42 号	国务院	2023.12	加强外贸新业态新模式及相关政策宣传和业务培训，支持内贸企业采用跨境电商、市场采购贸易等方式开拓国际市场，促进“跨境电商+产业带”模式发展，带动更多传统产业组团出

					海。
5	《关于推动外贸稳规模优结构的意见》	国办发〔2023〕10号	国务院	2023.04	推动跨境电商健康持续创新发展。支持外贸企业通过跨境电商等新业态新模式拓展销售渠道、培育自主品牌。
6	《关于2022年国民经济和社会发展规划执行情况与2023年国民经济和社会发展规划草案的报告》	-	国家发改委	2023.03	促进进出口贸易稳定发展，多元化开拓国际市场，提升加工贸易出口附加值。积极推进贸易创新发展，大力发展跨境电商、市场采购贸易方式等新业态新模式，更大力度支持海外仓发展。
7	《关于支持外贸新业态跨境人民币结算的通知》	银发〔2022〕139号	中国人民银行	2022.06	进一步发挥跨境人民币结算业务服务实体经济、促进贸易投资便利化的作用，支持外贸新业态发展。
8	《关于推动外贸保稳提质的意见》	国办发〔2022〕18号	国务院	2022.05	针对跨境电商出口海外仓监管模式，加大政策宣传力度，对实现销售的货物，指导企业用足用好现行出口退税政策，及时申报办理退税。尽快出台便利跨境电商出口退换货的政策，适时开展试点。针对跨境电商行业特点，加强政策指导，支持符合条件的跨境电商相关企业申报高新技术企业。
9	《关于促进内外贸一体化发展的意见》	国办发〔2021〕59号	国务院	2022.01	明确了内外贸一体化的发展目标：到2025年，市场主体内外贸一体化发展水平进一步提升，内外联通网络更加完善，政府管理服务持续优化，内外贸一体化调控体系更加健全，实现内外贸高效运行、融合发展。跨境电商作为连通国内、国际两个市场的重要形式，将不断整合国内优势资源、拓展国际市场需求，发挥其在“双循环”中的纽带作用。
10	《“十四五”现代流通体系建设规划》	发改经贸〔2022〕78号	国家发改委	2022.01	发展外贸新业态。促进跨境贸易多元化发展，培育外贸新动能。深入推进跨境电商综合试验区建设，鼓励跨境电商平台完善功能。引导企业优化海外仓布局，完善海外仓功能，提高商品跨境流通效率。
11	《关于做好跨周期调节进一步稳外贸的意见》	国办发〔2021〕57号	国务院	2022.01	针对目前外贸行业面临的不确定、不稳定、不平衡因素，从挖掘进出口潜力、保障外贸产业链供应链稳定畅通、稳市场主体保订单以及加强组织实施四大方面提出进一步扩大开放，促进外

					贸平稳发展的若干政策指引。其中明确指出要通过进一步发挥海外仓带动作用，增设一批跨境电子商务综合试验区等措施鼓励外贸新业态发展。
12	《“十四五” 对外贸易高质量发展规划》	-	商务部	2021.11	明确“十四五”期间对外贸易发展指导思想、主要目标和工作重点，引导市场主体行为，积极扩大进口、优化出口，推动对外贸易高质量发展，服务构建新发展格局，开拓合作共赢新局面。支持加快发展贸易新业态，包括促进跨境电商持续健康发展、推进市场采购贸易方式发展、发挥外贸综合服务企业带动作用、加快海外仓发展、推动保税维修发展、支持离岸贸易发展等。
13	《关于加快发展 外贸新业态 新模式的意见》	国办发 (2021) 24 号	国务院	2021.07	加快发展外贸新业态新模式，有利于推动贸易高质量发展，培育参与国际经济合作和竞争新优势，对于服务构建新发展格局具有重要作用。文件提到要积极支持运用新技术新工具赋能外贸发展，持续推动传统外贸转型升级，深入推进外贸服务向专业细分领域发展，优化政策保障体系，营造良好环境，做好组织实施，促进外贸新业态新模式健康持续创新发展。

3、对公司经营发展的影响

当前我国跨境出口电商行业规模持续扩张，在全球贸易中扮演着愈发重要的角色，但也面临物流成本高、资金周转慢、市场竞争加剧、合规复杂度高等挑战。上述产业政策从物流与供应链、资金、市场拓展、监管合规及生态构建等多维度发力，为跨境出口电商零售企业营造良好发展环境：

（1）物流上，多式联运、通关便利化举措提升货物周转效率，降低物流成本，稳固供应链；（2）资金端，退税政策加速资金回流，补贴减轻运营负担，优化现金流；（3）市场拓展方面，助力企业开拓海外市场、创新业务模式，打造品牌、挖掘新需求；（4）监管与合规上，简化流程、跨部门协同降低合规成本，营造透明高效环境；（5）生态构建上，促进资源整合与行业交流。

未来，以上政策将为跨境出口电商零售企业的经营发展注入动力，助力业内企业实现可持续发展。

（三）行业发展概况及发展趋势

公司主要依托亚马逊等海外第三方电商平台和自有品牌官网渠道进行线上销售，主要产品涵盖功能性服饰、数码科技、家居生活和创客硬件四大品类，以下分别对跨境出口电商行业、公司主要

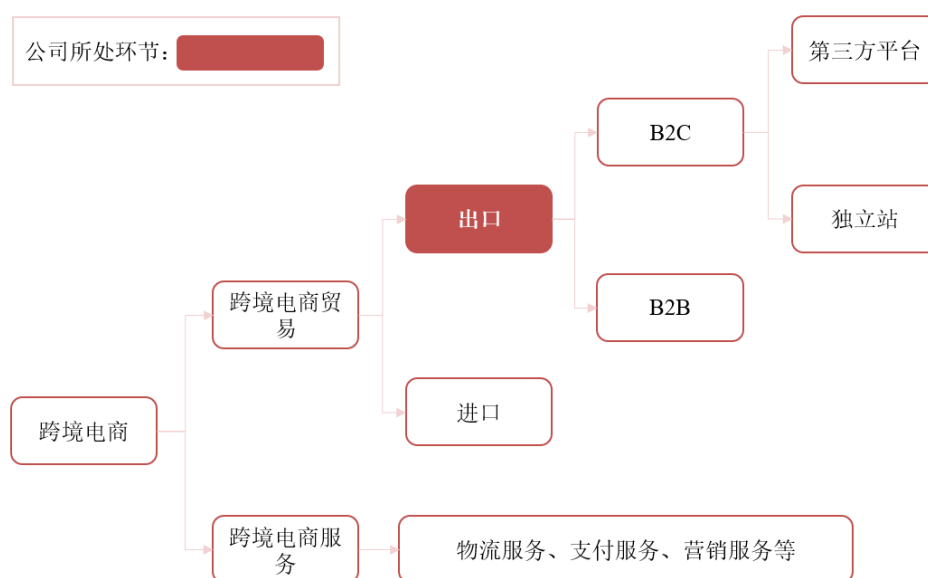
产品所处行业的发展概况及趋势进行分析。

1、跨境出口电商行业发展概况及未来发展趋势

（1）跨境电商行业基本情况

跨境电商，即“跨境电子商务”，是指中国境外消费者依托电子商务平台完成下单，并通过电子支付完成结算，同时跨境卖家借助跨境仓储与物流体系将商品送达境外消费者，最终实现跨国交易的商业活动。

跨境电商根据其在价值链上所处的环节，主要可分为直接进行商品交易的跨境电商贸易，以及为这些交易提供支持的跨境电商服务。公司主要依托亚马逊等海外第三方电商平台和自有品牌官网渠道进行线上销售，属于跨境电商贸易的出口环节。



此外，在跨境电商出口环节，根据不同跨境电商卖家的选品策略以及经营模式，又可分为泛品与精品两种经营策略。其中泛品模式指经营品类覆盖广且 SKU 数量众多，主要基于智能化系统进行多品类选品的经营模式；精品模式指品牌化运营，专注于某几种特定品类的经营模式。公司聚焦于功能性服饰、家居生活、数码科技和创客硬件四大品类，旗下拥有 ororo、TURBRO、Genmitsu、SainSmart、Airthereal 等自主品牌，属于精品经营模式。

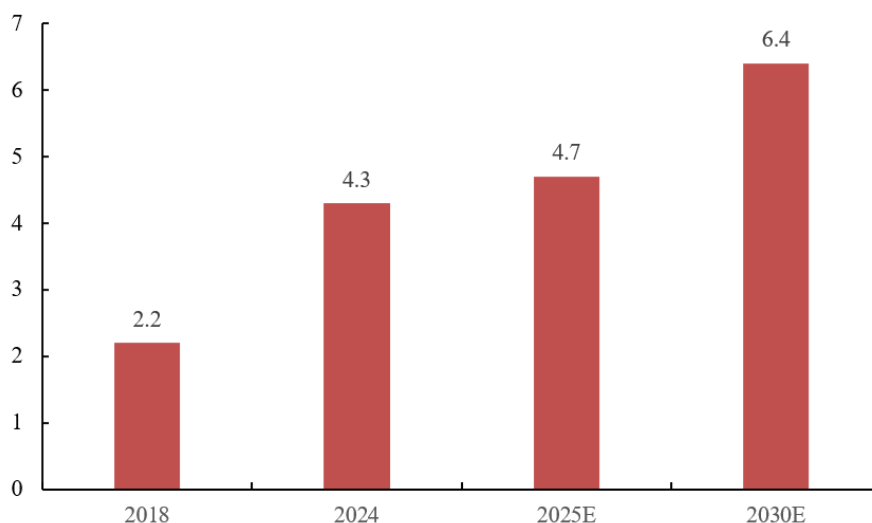
（2）跨境出口电商行业的发展概况

①全球电商行业交易规模持续提升

近年来，线上零售市场凭借其便捷性、多元化与移动化等优势，持续推动全球电商行业交易规模扩大与渗透率提升。根据 Goldman Sachs 的统计和预测，2024 年全球电子商务销售额达 4.3 万亿美元，预计 2025 年将同比增长 8%，达到 4.7 万亿美元。2025 年至 2030 年，全球电子商务销售额的复合年增长率预计为 6%，到 2030 年有望增至 6.4 万亿美元。这一增长主要由整体零售销售额的

提升以及线上渗透率的稳步提高所驱动。同时，全球电子商务渗透率（针对不含汽车、汽油和餐饮销售的可触及零售销售额）预计将从 2025 年的 23% 提升至 2030 年的 26%。

2018-2030 年全球电商行业交易规模（万亿美元）

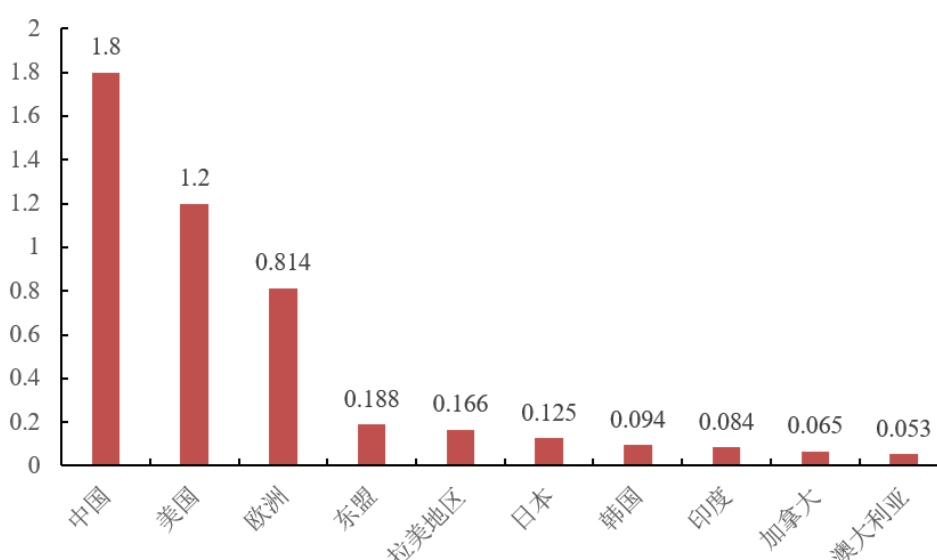


数据来源：Goldman Sachs

② 欧美成熟市场空间广阔，新兴市场逐渐崛起

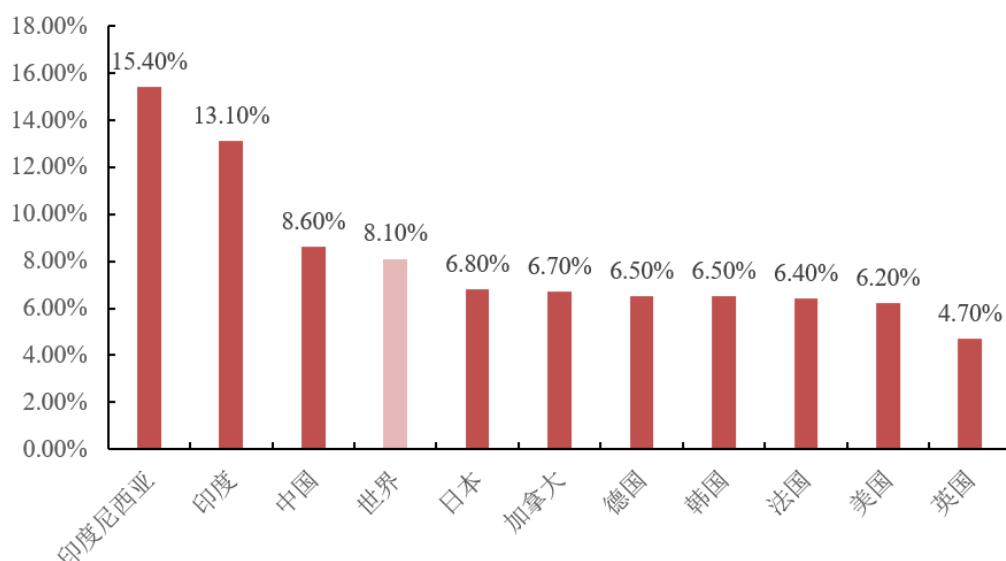
纵观全球市场，以美国、欧洲为代表的成熟市场，经历数十年的发展，已经形成良好的电子商务生态，为我国跨境电商企业提供了广阔的市场空间。同时，根据 Statista 数据显示，新兴市场例如印度尼西亚、印度等，2020-2024 年零售电商销售额的年复合增长率高于全球平均水平，新兴市场的崛起和消费者购买力的提升，亦能为我国跨境电商企业提供了广阔的发展空间。

2025 年全球前十大国家或地区电商预期销售额（万亿美元）



数据来源：Goldman Sachs

2020-2024 年全球前十大国家零售电商销售额年复合增长率

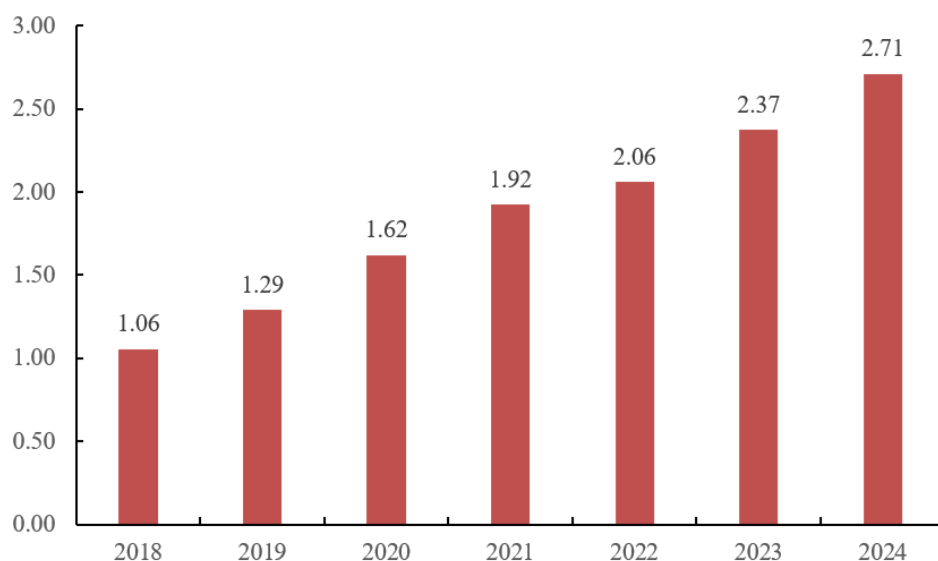


数据来源：Statista

③我国跨境电商市场规模稳步增长，跨境出口电商占主导地位

受政策利好及行业发展的影响，跨境电商在我国进出口贸易领域展现出巨大的发展潜力，成为推动我国外贸发展的重要力量。根据中国海关总署的统计，2018-2024 年，我国跨境电商进出口总额由 1.06 万亿元增长至 2.71 万亿元。其中，跨境出口电商行业依靠国内日趋完善的供应链以及国内电商行业积累的领先优势，实现了快速发展。根据中国海关总署的统计，在 2024 年跨境电商出口额约 2.15 万亿元，同比增长 16.9%，占货物贸易出口总值的 8.5%。从产品种类来看，跨境电商出口消费品占 97.5%，主要为服饰鞋包及珠宝配饰、手机电脑等各类数码产品及配件、家居家纺及厨卫用具、家用办公电器及配件等。

2018-2024 年中国跨境电商进出口总额（万亿元）

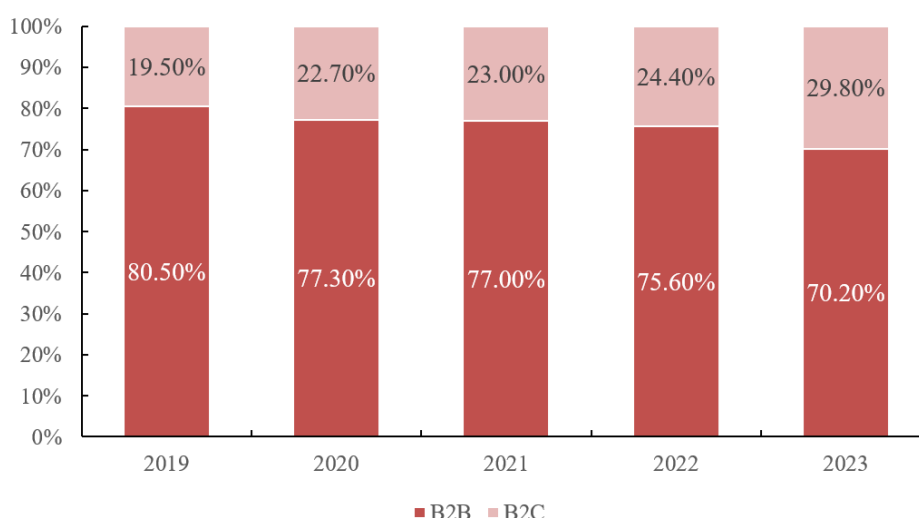


数据来源：中国海关总署

④跨境电商 B2C 交易模式占比稳步提高

跨境电商 B2B 业务凭借单笔金额大、长期订单稳定等优势，在我国跨境电商结构中仍占据主导地位。但随着互联网、物流、支付等环节的不断完善，多批次、小批量的跨境电商 B2C 业务需求不断增长，给国内跨境电商企业带来更多的发展机遇。根据网经社数据显示，2023 年中国跨境电商的交易模式中 B2B 交易占比达 70.20%，B2C 交易占比为 29.80%。从跨境电商交易模式结构演变趋势上来看，B2C 交易模式呈现稳步扩大的态势。未来，受消费者线上购物习惯的养成，以及国内政策对跨境电商的扶持等因素叠加影响，我国跨境出口电商 B2C 市场将持续向好发展。

2019-2023 年中国跨境电商 B2B 与 B2C 比例情况



数据来源：网经社

（2）跨境出口电商行业的发展趋势

①消费者品牌认知和意识的提升促进行业集中度的提高

品牌是消费者购买产品的重要考虑因素，亦是跨境电商企业研发设计、产品质量、综合服务等多方面综合竞争优势的体现。随着消费者生活水平的提升，消费者品牌认知和品牌意识逐步提升，消费者通常更加倾向于选购品牌知名度高且信誉良好的品牌。在此背景下，产品市场低端同质化产品众多、消费相对分散的局面将逐渐被打破，行业市场份额逐步向具有品牌优势、渠道优势、产品优势的企业聚集，行业集中度将不断提高。

②销售渠道多元化创造新的增长空间

随着全球市场的不断拓展，我国跨境出口电商行业正逐步迈向销售渠道多元化的发展阶段。除了传统的第三方电商平台，跨境出口电商通过布局 TikTok Shop、Temu 等新兴跨境电商平台、自建品牌官网、跨境直播等多元销售渠道，拓宽了公司销售的广度和深度，全方位触达消费者。多元化销售渠道的拓展不仅能够降低跨境出口电商对单一平台的依赖风险，也能更精准地定位不同市场和消费者需求，实现差异化竞争。未来，随着互联网技术的进步和消费习惯的变化，销售渠道多元化

将为跨境出口电商企业提供新的增长空间，助力其在全球市场中持续提升市场份额。

2、公司主要经营产品所处行业的发展概况及未来发展趋势

公司主要从事消费类自主品牌产品的研发、设计和销售，产品主要包括功能性服饰、数码科技、家居生活和创客硬件四大品类，各品类产品的行业发展概况和未来发展趋势如下：

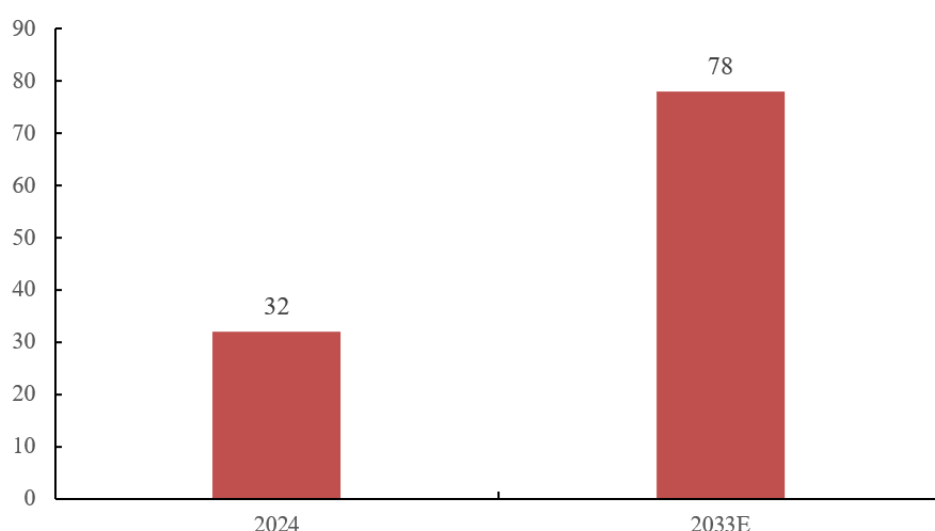
（1）功能性服饰

随着人们生活水平的提高以及满足多样化穿着的需要，功能性服饰在近年来逐渐成为服饰产业重要的子类产业。功能性服饰是指除了美观和对穿着者的基本保护之外，还具有多种功能的服装，根据功能区分，功能性服装包括运动服、防护装、医疗服和特殊服等。消费者对服饰功能性的追求是功能性服饰创新发展的强大助推力，亦为功能性服饰提供广阔的发展空间。根据产业世界网数据，功能性服装行业在 2025 年迎来结构性变革，全球市场规模预计突破 600 亿美元，随着健康意识提升和户外运动普及，吸湿排汗、抗菌防臭、智能温控等技术成为产品标配，消费者对场景化功能需求细化至工作、运动、医疗等领域。

公司功能性服饰类产品以加热服饰为主，主要包括加热马甲、夹克、手套、卫衣以及电源配件等。

全球加热服饰市场正展现出强劲的增长势头与广阔前景。根据 DataHorizzon Research 2024 年发布的行业报告，预计该市场规模将从 2024 年的 32 亿美元增长至 2033 年的 78 亿美元，在 2025 年至 2033 年预测期内的复合年增长率预计为 10.4%。

2024-2033 年全球加热服饰市场规模（亿美元）



数据来源：DataHorizzon Research

市场的强劲增长主要得益于多重驱动因素。技术进步是核心动力，加热元件、电池效率及智能温控系统的持续革新，显著提升了产品的性能、续航与穿戴体验。同时，需求日益多元化，消费者

对冬季户外休闲活动的热情高涨，叠加工业、医疗等领域不断增长的功能性需求，共同拓宽了市场基础。在销售渠道层面，电子商务已成为增长最快的销售渠道，根据 DataHorizzon Research 的统计数据，2024 年全球加热服饰的线上销售额较传统零售渠道实现了 45% 的显著增长。

从区域格局看，市场目前由北美和欧洲主导。北美凭借其寒冷气候、高消费能力及成熟的户外文化，占据了全球超过 40% 的市场份额；欧洲则在德国、英国等主要国家的需求带动下，同样保持着快速增长。

2024 年和 2033 年加热服饰市场区域规模（亿美元）

地区	2024 年市场规模	2033 年市场规模
北美洲	12.8	31.2
欧洲	9.6	23.4
亚太	6.4	15.6
拉丁美洲	2.2	5.5
中东与非洲	1.0	2.3

数据来源：DataHorizzon Research

展望未来，产品设计正朝着技术隐形化与穿戴日常化演进，在确保高效保暖的同时，更兼顾外观与舒适性。此外，随着对寒冷相关健康问题的认知提升，其应用场景正从户外娱乐、专业作业，进一步扩展至老年保健及循环系统疾病辅助治疗等医疗健康领域，预示着该市场将持续其强劲的增长动力与商业潜力。

（2）数码科技

公司数码科技类产品主要包括电子通讯和电竞外设品类。

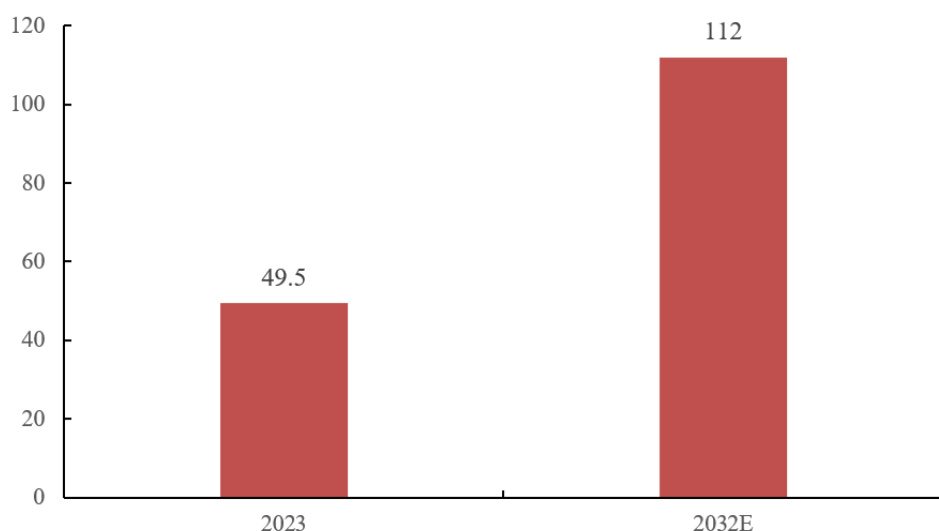
①电子通讯

近年来，随着全球移动互联网的不断普及，电子通讯产品市场快速增长，智能手机、耳机、音响等设备已成为人们生活中不可或缺的一部分。根据 Statista 的统计，全球消费电子市场规模预计从 2024 年约 9,760 亿美元增至 2030 年约 11,537 亿美元。未来，伴随着全球消费者对电子通讯产品需求的持续增长，从事该类产品出口的跨境电商企业将迎来持续上行的市场空间。

②电竞外设

随着电竞产业、直播产业、混合办公等发展需求和影响，电竞外设产品逐渐得到消费者青睐。根据 QY Research 的统计，2023 年全球游戏外设市场规模约为 49.5 亿美元，预计到 2032 年将增长至 112 亿美元，年复合增长率为 9.5%。

2023-2032 年全球游戏外设市场规模（亿美元）



数据来源：QY Research

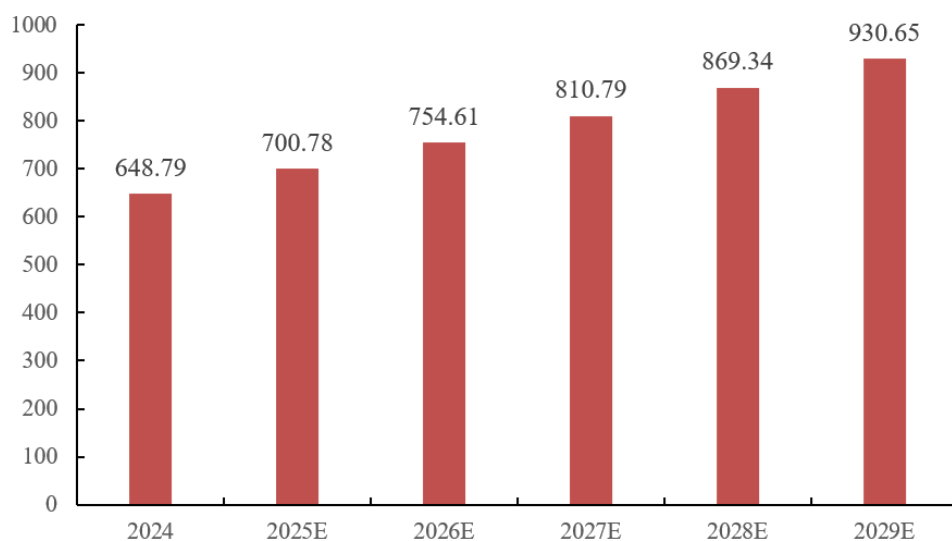
（3）家居生活

公司家居生活类产品主要包括电器产品、体育娱乐、宠物用品、家居产品等品类。

①电器产品

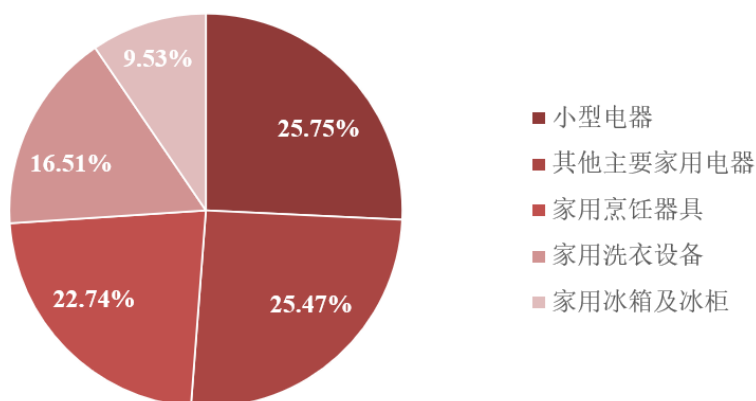
伴随着人均可支配收入的提高、技术进步等因素，全球家电市场快速增长。根据 The Business Research Company 发布的《Global Household Appliances Market Briefing 2025》统计，2024 年，家用电器市场规模高达 6,487.90 亿美元，且预计到 2029 年市场规模将达到 9,306.50 亿美元。其中，小家电市场在家用电器中占比达到 25.75%，消费者对美好生活的追求持续带动空气净化器、空调、电暖器等细分产品市场的增长。以空气净化器为例，据大数跨境发布的《2024 空气净化器品类出海研究报告》，2023 年，全球空气净化器市场规模为 158.3 亿美元，预计到 2031 年将达到 321 亿美元。

2024-2029 年全球家用电器市场规模（十亿美元）



数据来源：The Business Research Company

2024 年全球家用电器市场构成

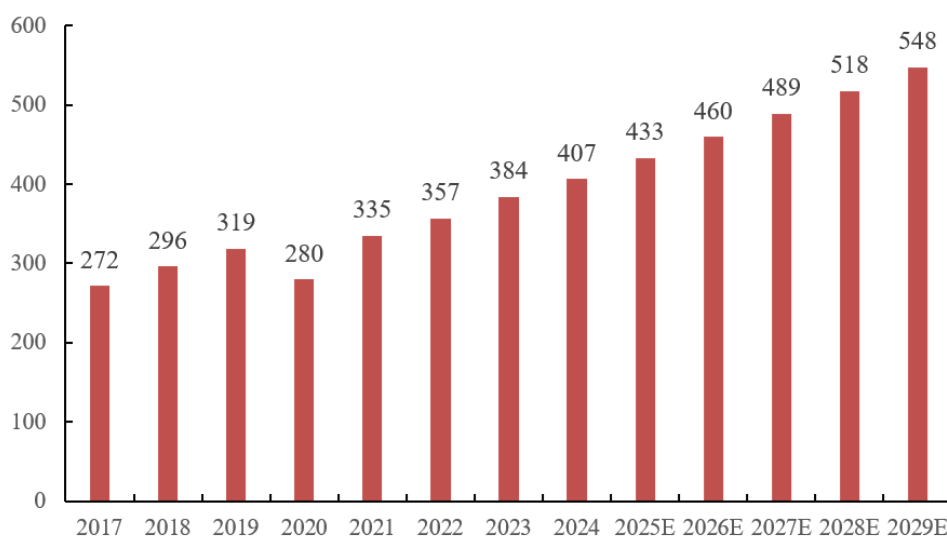


数据来源：The Business Research Company

②体育娱乐

近年来，随着人们对健康生活的不断追求，全球体育用品市场规模呈现稳定增长态势。根据麦肯锡的统计和预计，2024 年全球体育用品市场规模 4,070 亿美元，至 2029 年预计将达到 5,480 亿美元。

2017-2029 年全球体育用品市场规模（十亿美元）



数据来源：麦肯锡

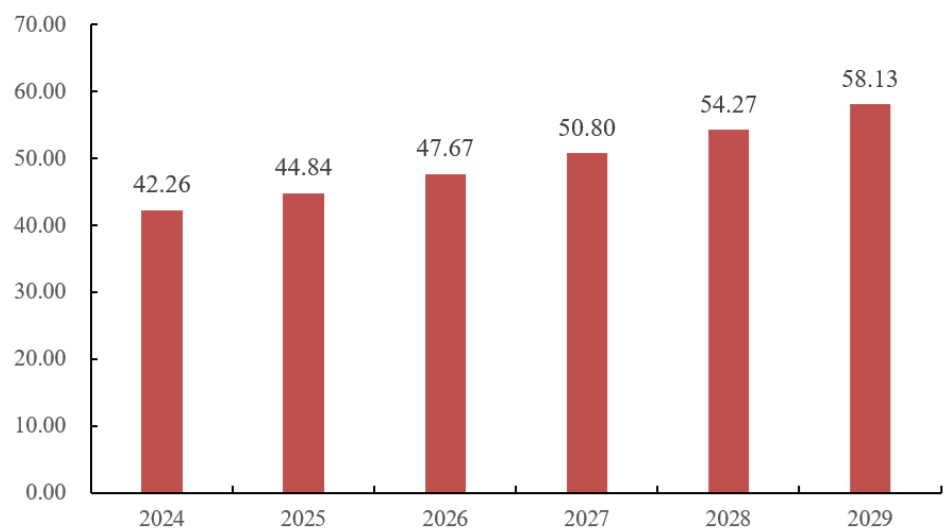
③宠物产品

近年来，宠物用品行业作为宠物产业的关键一环，正随着宠物主对产品品质与专业性要求的日渐提升而加速细分。与此同时，宠物主的消费习惯与养宠行为不断更新，推动养宠模式向精细化方向发展，这一趋势直接拉动了宠物用品需求的增长，为行业规模的长期扩大注入动力。

根据 technavio 发布的《Global Pet Accessories Market 2025-2029》，2024 年，全球宠物用品市场规模达 422.6 亿美元，到 2029 年预计将达 581.3 亿美元。尽管欧美市场已具备庞大的消费基数，

但其增长潜力仍不容小觑。作为饲养宠物的必备品，未来宠物用品的需求将持续增长。随着宠物主群体的年轻化以及“拟人化”养宠观念的普及，越来越多的宠物饲养者已将宠物视为家庭成员，并通过为宠物购置胸背带、衣物、圣诞礼物等方式，增进与宠物之间的情感联结。

2023-2028 年全球宠物用品市场规模（十亿美元）

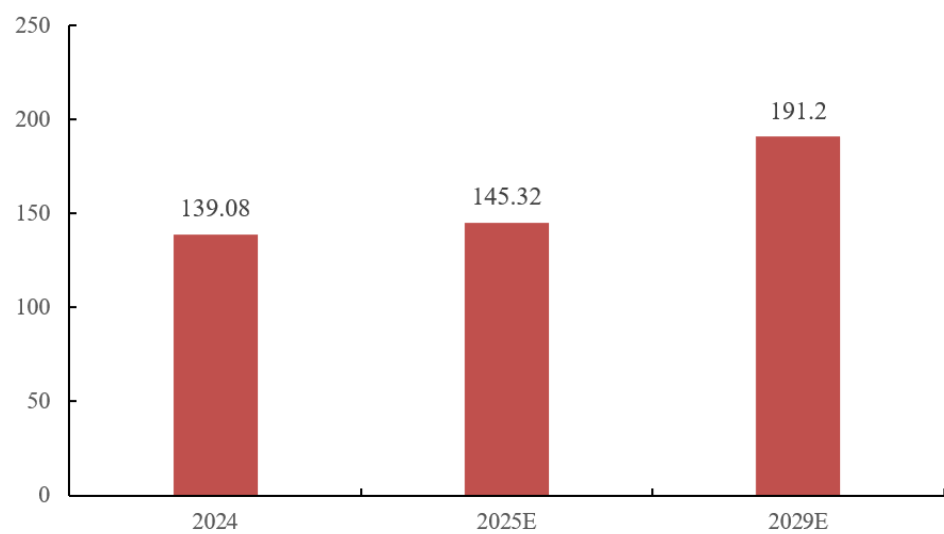


数据来源：technavio

④家居用品

全球家居用品市场主要集中在欧洲、美国、中国和日本等国家或地区。根据 RetailX 数据统计，2024 年，全球家居用品市场规模达 1,390 亿美元，预计 2025 年将增至 1,453 亿美元，并在未来 4 年内保持 7%的复合年增长率，到 2029 年达到 1,912 亿美元。

2024-2029 年全球家居用品市场规模（十亿美元）



数据来源：RetailX

（4）创客硬件

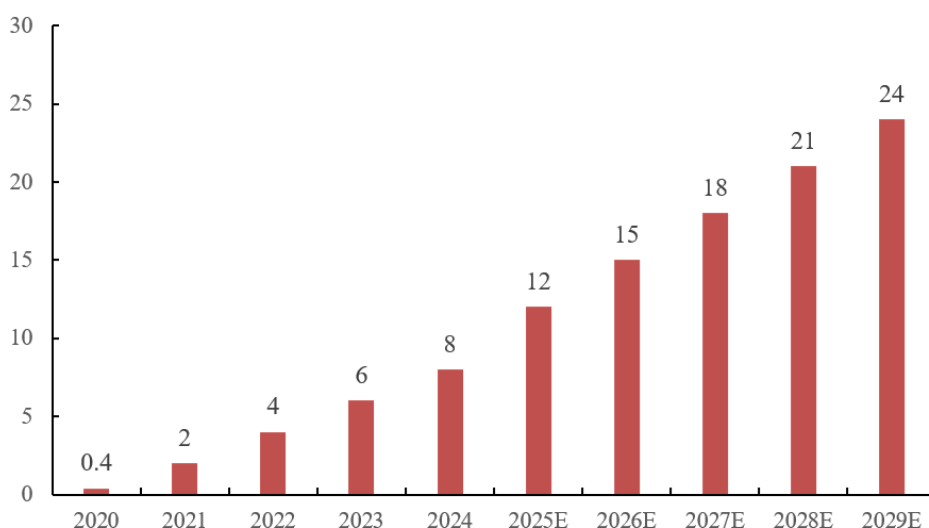
创客（Maker），是指一群酷爱科技、热衷实践的人。创客以用户创新为核心理念，热衷于通过个人的创意、设计和制造，为自己和为社会创造一种更美好的生活。创客群体的兴趣主要集中在以工程化为导向的主题上，例如电子、机械、机器人、3D 打印等，创客硬件即为创客群体实施以上主题的硬件工具、如激光雕刻机、3D 打印机等。

近年来，在互联网不断普及、技术持续进步等多种因素的推动下，个人通过熟练掌握先进工具和社群协作的方式进行个人创作逐渐成为社会浪潮，创客群体凭借独特的创新理念和丰富的知识技能逐渐成为个人创作群体的引领方，从而带动多种创客硬件需求的快速增长。

①激光雕刻机

根据灼识咨询的统计及预测，2024 年全球消费级激光雕刻机市场规模达到了 8 亿美元，预计 2029 年将达到 24 亿美元，年复合增长率为 24.57%。

2020-2029 年全球消费级激光雕刻机市场规模（亿美元）

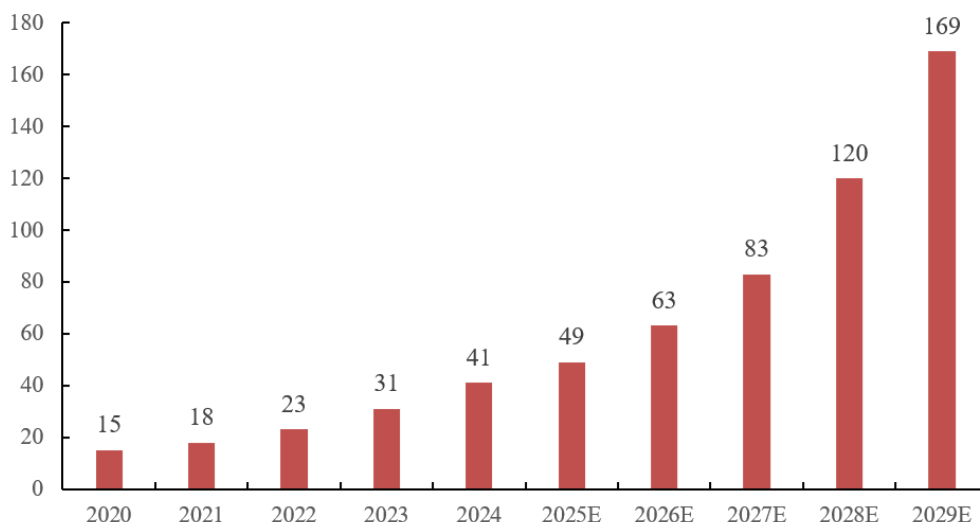


数据来源：灼识咨询

②3D 打印机

根据灼识咨询的数据显示，2024 年，全球消费级 3D 打印行业市场规模为 41 亿美元，预计到 2029 年可达 169 亿美元，期间年复合增长率为 32.75%。

2020-2029 年全球消费级 3D 打印行业市场规模（亿美元）



数据来源：灼识咨询

未来，伴随着雕刻机、3D 打印机等多种创客硬件设备的市场需求持续提高，提供该类产品的跨境电商企业将迎来旺盛的市场增长空间。

（四）行业技术水平及技术特点、主要技术门槛和技术壁垒，衡量核心竞争力的关键指标，行业技术的发展趋势，行业特有的经营模式、周期性、区域性或季节性特征等

1、行业技术水平及技术特点

（1）全链路数字化技术

全链路信息系统是跨境电商企业突破全球化运营瓶颈、构建核心竞争力的战略基石。其意义超越单一环节的数字化，旨在通过数据驱动与生态协同，实现跨境业务的全周期优化。具体而言，即以数字化的方式整合“生产-采购-物流-仓储-销售-售后”全链条，打通传统模式下分散的数据孤岛，最终形成“效率提升-成本优化-风险可控”的业务增强闭环，为企业的规模化扩张与品牌全球化提供底层支撑。

（2）供应链管理技术

跨境电商企业正依托信息系统重塑供应链管理。例如，预测分析系统助力企业精准洞察市场需求，科学调整库存，从而有效规避积压与缺货风险；智能采购系统则基于历史数据与市场趋势，自动生成采购方案，大幅提升采购决策效率。在跨境物流环节，企业通过协同多家物流服务商并利用物流管理系统，实现运输路径的智能规划与成本优化。此外，随着海外仓的广泛建设，仓储管理系统可对库存进行实时追踪与灵活调度，显著缩短物流时效，优化终端消费体验。

（3）人工智能技术

人工智能技术正在全链路赋能跨境电商运营，提升其精细化管理与全球化拓展能力，核心应用体现在以下几个关键方面：①智能客服：利用多语言实时翻译和自然语义理解，克服时差与语言障

碍，为全球客户提供 24/7 全天候服务；②智能内容生成：借助多模态大模型，快速生成商品描述、营销图片、视频及直播脚本，将创作时间从数小时压缩至分钟级，极大提升内容效率与丰富度；③精准营销：通过语义分析识别不同区域的消费偏好，助力企业制定精准的本地化营销策略；④辅助代码编程：依托人工智能技术，实现编程代码自动生成、漏洞检测与代码审查等能力，有效提升交付质量，缩短系统迭代周期。

2、主要进入壁垒

（1）品牌壁垒

公司产品属于耐用消费品，品牌是消费者购买产品时的重要考虑因素。随着生活品质和审美水平的提升，消费者通常更倾向于选择品牌知名度高、信誉良好的品牌。同时，线上零售为消费者提供了多元化的选择，消费者在选择上将更关注产品背后的品牌影响力。在电商平台上，头部品牌更容易获得流量，形成强者愈强的循环。品牌形象的树立需经历市场和时间的长期考验，要求企业在研发设计、产品质量、营销推广及综合服务等方面持续投入与积累。行业新进入者难以在短时间内建立品牌形象，因此面临较高的品牌壁垒。

（2）研发设计壁垒

研发设计能力是跨境电商企业的核心竞争力。随着居民生活水平提高，消费者对消费品个性化和多样化的需求日益增强，跨境电商企业必须紧跟市场趋势，持续推陈出新，以适应消费者需求的变化。在激烈的市场竞争中，企业须具备高效务实的研发设计团队，拥有丰富的产品研发设计经验及对行业的深刻理解，才能准确把握行业动向，满足消费者多元化的产品需求。研发设计能力需要长期积累，新进入者通常难以在短期内实现快速提升。

（3）供应链管理壁垒

跨境电商出口零售涵盖产品设计、生产制造、采购、通关运输、仓储配送直至送达终端消费者的全过程，各环节需紧密衔接与配合。因此，供应链的管理与整合能力对跨境电商企业至关重要。一方面，完善的供应链体系要求企业内部管理高效顺畅，能够快速响应消费者需求变化，并与供应商建立长期稳定的合作关系，以确保产品质量与交付及时性。另一方面，企业还需整合采购至销售各环节的实物流、信息流与资金流，确保各业务环节运营顺畅并提升运营效率。新进入者通常需要较长时间才能建立快速响应和科学有效的供应链管理能力。

（4）规模化经营壁垒

规模化运营为全球跨境电商品牌带来显著的竞争优势，并构筑起潜在进入者难以突破的结构性壁垒。在供应链端，品牌商与上游制造商建立采购合作关系，通常需要经历长期的价格谈判与技术磨合，以确保产品在设计、质量、产能和成本等方面符合系统性要求。因此，成熟企业普遍通过建立长期战略合作，形成互利共生的产业链协同，从而保障规模化生产的稳定供应。在市场需求端，

已实现规模化的品牌企业在销售渠道建设上具备网络效应优势。它们能够在渠道拓展、市场布局 and 成本控制等方面构建系统性竞争力，进一步强化了行业的规模化壁垒。

(5) 人才壁垒

跨境电商企业涉及产品研发设计、供应链管理、销售渠道搭建和数字化运营等多个环节，需要精通 IT 技术、产品研发、供应链管理、营销推广及渠道开拓等多方面的专业人才。同时，专业人才的培养离不开长期的行业浸润，高效的人才培养与留存机制亦是企业的核心壁垒之一。新进入者难以吸引多元化专业人才，且人才团队需经长期磨合与沉淀才能形成强大协同效应，因此面临较高的人才壁垒。

3、衡量核心竞争力的关键指标

在跨境电商行业中，衡量企业核心竞争力的关键指标如下：

序号	关键指标	具体内容
1	自主品牌收入占比	目前，跨境电商已从“产品出海”迈向“品牌出海”，自主品牌是企业摆脱低价竞争、实现高附加值的关键。根据海关总署数据，2024 年中国自主品牌出口占我国出口比重为 21.8%，且头部品牌通过技术研发和品牌建设实现溢价，这一指标直接反映企业从“代工依赖”向“品牌主导”的转型成效，是衡量品牌国际认可度和市场竞争力的核心维度。
2	产品研发设计能力	优秀的产品研发设计能力是跨境电商企业保持长期竞争力的核心因素，面对全球消费者日益多元化、个性化的消费需求，企业只有通过持续的产品创新，才能在全球市场的竞争中脱颖而出。产品研发设计能力具体可以从研发投入、研发成果、主要产品的竞争力等维度衡量。
3	品牌知名度	在国内跨境电商产品供应链日益成熟、同质化趋势加剧的背景下，品牌化运营已成为构筑差异化壁垒的关键，具体可以从品牌市场认可度、品牌搜索流量热度等维度进行衡量。
4	品牌独立站运营能力	跨境电商品牌商依赖第三方平台易受规则限制（如亚马逊封店潮），而独立站是品牌直接接触用户、积累数据资产的重要载体，体现品牌对渠道的掌控力。头部品牌通过独立站掌握用户数据，实现精准营销和品牌故事传播，降低对平台流量的依赖。这一指标反映企业对渠道的自主权和长期运营能力，是品牌全球化布局的重要标志。品牌独立站运营能力具体可以从品牌官网收入占比等指标体现。
5	盈利能力	盈利能力是跨境电商企业市场竞争力的直接体现，具体可以从营业收入规模、净利润规模、毛利率、加权平均净资产收益率等维度进行衡量。

4、行业技术的发展趋势

跨境电商出口行业正迈向以智能化、数字化、个性化为核心驱动的新阶段，技术演进将持续重塑产业格局与竞争要素。人工智能等前沿技术的深度融入，将为企业在运营提效、体验优化与市场开拓等方面提供关键支撑。未来技术发展主要呈现以下趋势：

(1) 数据要素的高效应用

跨境电商正从经验驱动加速转向数据智能驱动，逐步构建以数据为核心的新型运营模式。跨境电商企业通过搭建数据中台，整合供应链（如供应商产能、物流运输）、销售端（如平台销量、用

户评价)及市场(如竞品动态、政策法规)等多维数据,实现全链路的可视化监控与预测性分析。同时,依托用户行为数据(如浏览路径、购买记录、社交互动)构建动态画像,借助聚类分析识别细分客群(如高价值用户、价格敏感型用户),进而实现“千人千面”的商品推荐与营销内容定制。

(2) 人工智能技术的深度应用

人工智能技术正持续为跨境电商行业注入创新活力,其应用范围不断扩展且深度日益增强。具体而言,其核心应用演进体现在以下方面:①通过 AI 技术,分析用户的历史浏览轨迹、消费记录及兴趣偏好,实现高度定制化的商品推荐与营销内容推送,显著提高用户转化率;②基于 AI 技术能够处理更复杂的客户咨询,支持多语言实时翻译,有效突破沟通壁垒;③通过 AI 技术对市场需求、销售趋势及供应链风险的精准预测,为企业提供数据驱动的决策依据,助力企业优化整体运营流程。

5、行业特有的经营模式、周期性、区域性或季节性特征

(1) 行业特有的经营模式

①综合电商平台运营

综合电商平台模式是指企业借助亚马逊、Walmart 等知名综合电商平台拓展业务。这些平台用户基数庞大、流量充足,为品牌商提供广阔的销售渠道。这种模式能降低企业的市场进入成本和运营风险,但也面临平台规则严格、竞争激烈等挑战,品牌商需遵守平台规定,在众多卖家中脱颖而出。

②自建品牌官网运营

自建品牌官网(又称“自建独立站”)是指企业建立独立的官方网站,拥有自主的品牌形象、产品展示页面和销售渠道。这一模式能让品牌商更好地掌握运营自主权,根据自身品牌定位和目标客户需求,定制个性化的网站设计、营销活动和客户服务。品牌官网可以为消费者提供更优质、独特的购物体验,有助于品牌在海外市场树立良好的口碑,积累忠实客户群体,但自建品牌官网需要企业具备较强的技术研发、运营推广和客户服务能力,前期建设和推广成本较高。

③海外仓运营

海外仓模式通过在全球主要消费市场(如北美、欧洲)建立本地化仓储与运营网络,将商品前置至销售地,实现了仓储管理、物流配送及售后服务的本土化运作。该模式依托本地专业团队(包括客户服务、市场推广及技术支持人员),显著优化了终端消费者的购物体验并强化了品牌认知。其核心价值在于缩短跨境订单的平均交付周期,同时通过提供便捷的本地退换货、维修等售后保障,有效提升了用户满意度和忠诚度。

(2) 周期性

公司经营的消费品与全球经济景气度、家庭可支配收入水平及社会消费观念变迁呈一定的正相关性。其产品线紧密围绕日常生活场景构建，形成了具备持续需求韧性的消费品类。尽管行业短期可能受宏观经济周期波动影响，但在全球经济发展、消费升级趋势以及品质生活需求持续释放的长期驱动下，整体行业仍保持稳健发展态势。

（3）区域性

跨境电商出口行业区域性主要体现在市场分布、产业带布局的地域差异上。从市场分布来看，欧美等成熟市场仍是核心，因其消费能力强、电商渗透率高；同时，东南亚、拉美等新兴市场增速快，成为增长新引擎。

（4）季节性

跨境电商出口行业的销售收入呈现明显的季节性，与海外消费习惯及节假日密切相关，通常下半年收入占比高于上半年。首先，海外重大购物节日主要集中在下半年，如圣诞节、“黑五”等，直接推动跨境电商订单激增。其次，部分品类受季节影响显著，进一步强化了销售的季节性特征。例如，功能性服饰（如冬季保暖服饰）、家居用品（如季节性装饰）等品类受气候影响显著。公司旗下 ororo 品牌的功能性服饰在北半球冬季的销售额占比更高。

（五）公司产品或服务的市场地位、行业内的主要企业、竞争优势与劣势、行业发展态势、面临的机遇与挑战，以及上述情况在报告期内的变化及未来可预见的变化趋势

1、公司产品的市场地位

公司是一家专注于消费类自主品牌产品研发、设计和销售的高新技术企业。公司始终将技术创新与研发积累作为核心战略引擎，通过持续构建技术壁垒和产品差异化，打造了在细分市场中具有竞争优势的产品线，并成功培育出多个广受市场认可的品牌。这些举措不仅使公司建立了较强的行业影响力与良好的品牌声誉，也奠定了其在市场竞争中的优势地位。

在产品研发方面，公司依托系统化的消费洞察能力，形成了以“场景化应用、精细化运营、差异化创新”为核心的设计理念。经过长期深耕，公司构建了成熟的产品开发体系，推出多款具备市场竞争力的核心产品。这些产品不仅屡获权威设计奖项，更因能精准满足特定用户在具体场景下的多样化需求，赢得了消费者的广泛青睐。例如：TURBRO 品牌旗下的 R19 型柴火炉，荣获 2025 年度美国工业设计优秀奖（IDEA），受到专业机构的认可；Airthereal 品牌旗下的 R800 型智能厨房堆肥机，荣获 2025 年度德国红点设计奖（Red Dot），在北美市场享有较高的知名度和美誉度；ororo 品牌自 2018 年以来，先后登上 Marie Claire、COSMOPOLITAN、InStyle、Forbes、The Guardian 等国际知名时尚杂志、商业杂志，并获得美国有线电视新闻网（CNN）、福布斯（Forbes）、纽约时报（The New York Times）等国际主流媒体的积极报道与推荐；Genmitsu 品牌雕刻机近年来持续被主流科技媒体、教育机构、专业评测机构报道，助力品牌口碑进一步提升。

2021 年，在英国《金融时报》（Financial Times）发布的“北美增速最快公司 2021”榜单中，公司美国子公司 Langis LLC 在 500 家企业中位列第 26 名。

公司产品的市场地位主要体现在进入亚马逊 Best Sellers 榜单、同类目排名、消费者主动搜索量以及自有品牌官网收入占比等，具体情况如下：

（1）多个品牌产品跻身亚马逊 Best Sellers 榜单前列，凸显垂直领域领先地位

以 2024 年 11 月与 12 月为例，在此期间，公司主要核心品类产品在亚马逊美国站点所属品类的 Best Sellers 榜单中的排名情况如下：

单位：天

产品线	品牌	2024 年 11 月 共 30 天内占 据前 100 名榜 单天数	2024 年 12 月 共 31 天内占 据前 100 名榜 单天数	2024 年 11 月 共 30 天内占 据前 10 名榜 单天数	2024 年 12 月 共 31 天内占 据前 10 名榜 单天数
马甲	ororo	30	31	11	31
夹克	ororo	30	31	30	31
电器产品	TURBRO	30	31	7	15
体育娱乐	SainSmart Jr	30	31	10	14
电子通讯	Radioddity	30	31	10	10
雕刻机	Genmitsu	30	31	30	31

公司核心品类产品在亚马逊 Best Sellers 榜单中的持续领先，充分印证了其突出的市场竞争力与品牌影响力。以功能性服饰品牌 ororo 为例，其加热马甲与夹克产品在 2024 年 12 月均有 31 天稳居类目前十，展现出在垂直领域的领先优势。创客硬件品牌 Genmitsu 同样表现良好，其雕刻机品类在 2024 年 11 月和 12 月分别有 30 天和 31 天位列前十，反映出技术壁垒所构筑的用户忠诚度与专业市场的高度认可。

（2）核心产品线领跑亚马逊细分品类

截至 2024 年 9 月 30 日及 2024 年 12 月 31 日，公司核心产品线在亚马逊平台的排名情况如下：

产品线	品牌	截至 2024 年 9 月 30 日排名情况	截至 2024 年 12 月 31 日排名情况	所处电商平台
马甲	ororo	2	1	美国亚马逊
夹克	ororo	2	2	美国亚马逊
电器产品	TURBRO	11	41	美国亚马逊
体育娱乐	SainSmart Jr	15	11	美国亚马逊
电子通讯	Radioddity	11	25	美国亚马逊
雕刻机	Genmitsu	3	5	美国亚马逊

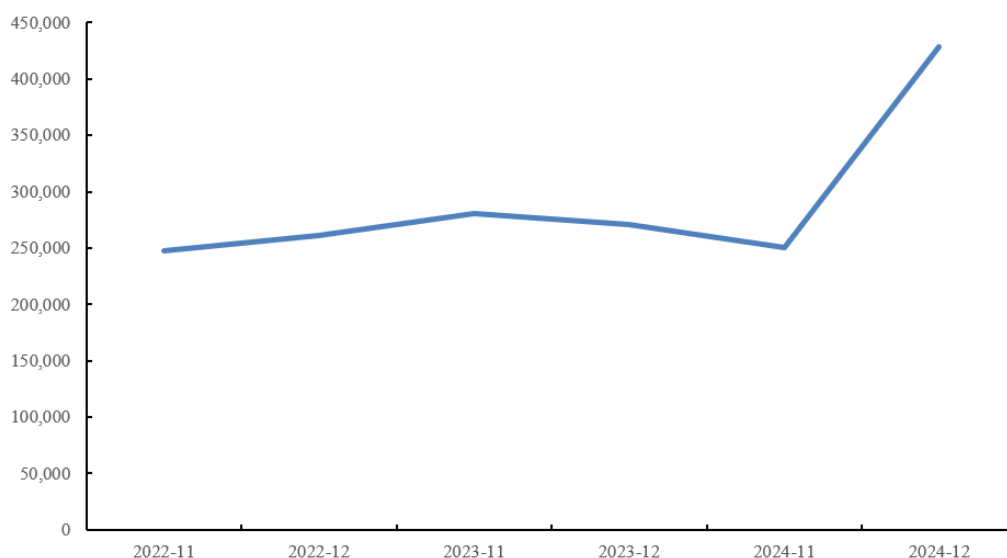
公司多个核心品类在亚马逊平台美国站点同类目中持续排名靠前，显示出强劲的市场影响力与品牌认可度。以功能性服饰品牌 ororo 为例，其在各统计时点的排名均位居细分品类 Top 2，展现出在专业领域的市场地位。该优势源于对消费场景的深度洞察与技术持续创新，公司 ororo 研发团队围绕滑雪爱好者、户外工作者等群体的低温防护需求，将加热技术与轻量化设计、长效续航相结合，构建了显著的差异化壁垒。

创客硬件品牌 Genmitsu 同样表现优异，在上述两个时间节点分别位列第 3 和第 5 名，稳居品类前列。公司通过“产品开发-场景痛点-品牌价值”的闭环构建，不断夯实产品竞争力，推动核心品类在亚马逊平台上持续领先。

（3）消费者主动搜索量持续增长，核心品牌词搜索热度稳升

ororo 品牌在亚马逊核心站点及 Google Trends 上的搜索热度长期处于行业高位，且呈稳步上升趋势，体现了其日益扩大的品牌影响力与消费者忠诚度。

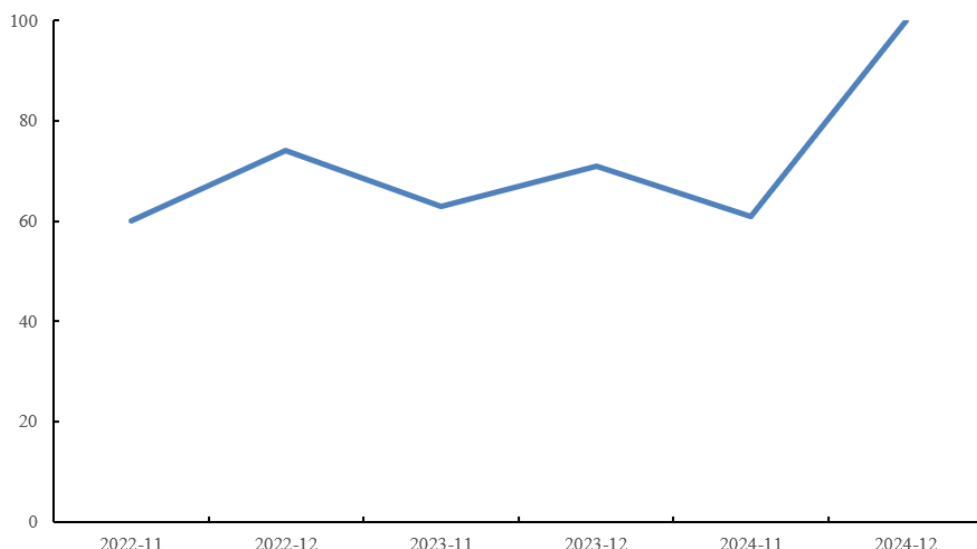
ororo 品牌近年 11 月和 12 月 ABA 搜索词在美国站点流量趋势（次）



注：ABA 是亚马逊品牌分析工具（Amazon Brand Analytics，简称“ABA”），ABA 数据主要来源于用户在亚马逊平台搜索框内输入的搜索词，ABA 汇总了这些词的查询频次统计。

在搜索量方面，在 2022 年至 2024 年的每年 12 月，ororo 品牌词搜索量分别为 260,940 次、270,709 次、428,357 次，呈现快速增长的趋势，体现了 ororo 品牌知名度的快速提升。

ororo 品牌近年 11 月和 12 月 Google Trends 美国搜索热度走势（分数）



注：GoogleTrends 是 Google 开发的一款基于搜索数据推出的分析工具服务，显示了某一关键词或话题各个时期下以不同语言和地区在 Google 的搜索查询的频率及数据统计。

在搜索热度得分方面，ororo 品牌词从 2022 年 12 月的 74 分，提升至 2024 年 12 月的 100 分，也体现了 ororo 品牌知名度的快速提升。

（4）品牌官网收入占比行业领先，高自主渠道占比凸显较强的品牌力

报告期内，公司与同行业可比公司均以 B2C 模式为主，但公司自有品牌官网收入占 B2C 销售收入的比例远高于可比公司，具体情况如下：

2025 年 1-6 月					
项目	尚睿科技	赛维时代	三态股份	华凯易佰	千岸科技
品牌官网收入占比	25.48%	3.16%	-	-	5.58%
其他第三方电商平台收入占比	74.52%	96.84%	100.00%	100.00%	94.42%
2024 年度					
项目	尚睿科技	赛维时代	三态股份	华凯易佰	千岸科技
品牌官网收入占比	25.28%	3.08%	-	-	3.92%
其他第三方电商平台收入占比	74.72%	96.92%	100.00%	100.00%	96.08%
2023 年度					
项目	尚睿科技	赛维时代	三态股份	华凯易佰	千岸科技
品牌官网收入占比	21.57%	2.86%	-	-	2.32%
其他第三方电商平台收入占比	78.43%	97.14%	100.00%	100.00%	97.68%
2022 年度					
项目	尚睿科技	赛维时代	三态股份	华凯易佰	千岸科技
品牌官网收入占比	22.20%	3.11%	-	-	1.13%
其他第三方电商平台收入占比	77.80%	96.89%	100.00%	100.00%	98.87%

注 1：根据三态股份：投资者关系活动记录表（2023 年 10 月 31 日），三态股份暂无独立站业务规划；

注 2：根据华凯易佰：投资者关系活动记录表（2023 年 2 月 21 日），华凯易佰暂无独立站业务规划；

注 3：上述数据系根据同行业上市公司公开披露的招股说明书、公开转让说明书、交易所问询函回复或定期报告计算得出。

报告期内，公司自有品牌官网收入占 B2C 销售收入的比例分别为 22.20%、21.57%、25.28%和 25.48%，远高于同行业可比公司，这一结构性优势反映出公司已逐步突破跨境电商企业对第三方平台的依赖，建立起以品牌为核心的渠道生态，公司具备较强的品牌运营能力。

2、行业内的主要企业

除本公司外，行业内知名的跨境电商企业主要还包括安克创新、致欧科技、赛维时代、三态股份、华凯易佰、千岸科技等，上述企业基本情况如下：

（1）安克创新

安克创新科技股份有限公司成立于 2011 年 12 月，并于 2020 年 8 月在深交所创业板上市，主要从事自有品牌的移动设备周边产品、智能硬件产品等消费电子产品的自主研发、设计和销售，产品主要包括充电类、无线音频类、智能创新类三大系列，其销售渠道主要为亚马逊、eBay、日本乐天等境外电子商务平台。

（2）致欧科技

致欧家居科技股份有限公司成立于 2010 年 1 月，并于 2023 年 6 月在深交所创业板上市，主要从事自有品牌家具系列、家居系列、庭院系列、宠物系列等家居类产品的研发、设计和销售，旗下拥有 SONGMICS、VASAGLE、FEANDREA 三大自有品牌，并主要通过亚马逊、Cdiscount、ManoMano、OTTO 等海外知名电商平台将产品销往欧美日等多个国家和地区。

（3）赛维时代

赛维时代成立于 2012 年 5 月，并于 2023 年 7 月在深交所创业板上市。赛维时代致力于满足全球消费者对高品质、个性化时尚生活的需求，主要销售服饰配饰、百货家居、运动娱乐等时尚生活品类产品。赛维时代的销售渠道主要为亚马逊、Wish、eBay、Walmart 等第三方电商平台以及 SHESHOW、RetroStage 等垂直品类自营网站，线上营销网络覆盖美国、德国、英国等多个国家。

（4）三态股份

三态股份成立于 2008 年 1 月，并于 2023 年 9 月在深交所创业板上市。三态股份是一家从事跨境电商出口零售和第三方跨境电商出口物流的综合性企业，主要销售潮流时尚、工具配件、家居生活、数码科技、兴趣爱好等五大类别产品。三态股份的销售模式主要系依托海外第三方电商平台，以 B2C 的方式将中国制造的各类商品销售给世界各地的终端消费者。

（5）华凯易佰

华凯易佰前身湖南华凯文化创意股份有限公司成立于 2009 年 2 月，并于 2017 年 1 月在深交所创业板上市。湖南华凯文化创意股份有限公司于 2021 年完成对深圳易佰网络科技有限公司 90% 股权的收购，成功转型跨境电商出口行业。华凯易佰主要通过亚马逊、eBay、速卖通、Cdiscount、WalMart 等第三方平台，将家居园艺、工业及商业用品、汽车摩托车配件、健康美容、3C 电子产品、户外运动等品类产品销售给境外终端消费者，销售区域主要覆盖欧洲、北美洲、大洋洲、亚洲、南美洲、非洲等多个地区。

（6）千岸科技

千岸科技成立于 2010 年 8 月，并于 2024 年 10 月在新三板挂牌。千岸科技从事自主品牌产品的研发、设计和销售，产品覆盖数码电子、艺术创作、家居庭院、运动户外四大领域，主要通过亚马逊、速卖通、eBay 等第三方电商平台以及公司自主品牌网站将高品质与高性价比的中国制造商品销售给全球消费者，销售范围已覆盖北美、欧洲、亚洲等主要地区。

3、公司竞争优势与劣势

（1）竞争优势

①产品研发设计优势

突出的研发设计能力是公司核心竞争力的体现。自成立以来，公司始终将提升产品研发设计能力置于战略核心位置，通过持续加大研发资源投入，历经十余年的技术积淀与项目实践，现已构建了成熟的产品开发体系，并在产品自主研发领域构筑了核心竞争优势，主要体现在以下方面：

A.平台化创新，构建多维产品研发设计体系

在长期实践中，公司逐步建立起一套系统化的多维产品研发设计体系。在技术基础层面，搭建开放式技术应用平台，系统整合标准化技术模块与解决方案，夯实产品创新的底层架构。在品类衍生层面，基于核心技术平台推进跨领域技术融合，深入拓展多元化应用场景，将创新成果延伸至功能性服饰、数码科技、家居生活与创客硬件等细分市场，形成层次清晰的产品矩阵。在市场反馈层面，依托大数据分析 with 用户行为洞察，构建闭环反馈机制，根据市场需求与产品使用数据持续优化性能，推动技术迭代与产品升级，最终实现研发效率与市场渗透率的同步提升。目前，该创新模式已在 ororo、TURBRO、Genmitsu 等品牌的产品开发中得到有效验证，成功推动公司在多个细分市场快速拓展。

B.系统性创新驱动多品类突破，以技术整合与场景化设计重塑用户体验

公司在产品研发设计中注重系统性创新，持续推动产品功能、使用场景与技术整合的协同演进，致力于为消费者提供品类丰富、性能出色、契合多元需求的高品质产品。凭借精准的市场定位与持

续的研发投入，公司不断助力用户享受更优质、更具科技感的生活方式。

在功能性服饰领域，公司掌握了加热模组、供电系统和服装织物的系统整合技术，加热、保暖方案效果的量化测定技术，以及加热系统的供电方案技术。这些技术使公司在开发新产品时，能够提升产品在安全性、稳定性、适配性与使用便利性等方面的综合表现。

在数码科技领域，公司掌握了多通讯通道协同抗干扰技术、三防结构与射频电路的一体化集成设计技术，在干扰环境下实现更远的有效通讯距离，并实现了坚固性与通讯性能的同步跃升。

在家居生活产品领域，公司研发团队亦拥有多项创新技术。例如，对户外火炉产品进行了创新设计，通过充分利用空气能，替代传统生物燃料与燃气，并结合优化的风道设计与创新的升降结构，减少环境污染与能源浪费，提升产品的环保性能与使用体验。

在创客硬件领域，公司掌握了个人数控机床（CNC）的结构拼装设计技术、无线传输技术，以及高度自动校平技术，支持木材、塑料和金属等多种材料的加工。特别为初学者设计的 15 分钟快速组装功能，有效降低了使用门槛，体现出公司以用户为中心的研发理念，助力用户更便捷地实现创意。

②市场地位与品牌优势

在国内跨境电商产品供应链日益成熟、同质化趋势加剧的背景下，品牌化运营已成为构筑差异化壁垒的关键。公司长期致力于打造具有全球影响力的自主品牌，积极推动中国品牌走向国际市场。凭借对消费需求的精准洞察与卓越的产品研发创新能力，公司成功培育出包括 ororo、TURBRO、Genmitsu、SainSmart、Airthereal 在内的多个知名品牌。这些品牌定位清晰、特色鲜明，在各自细分市场形成了广泛影响力。基于对消费场景和目标客群的深入理解，公司品牌在欧美等多个海外市场赢得了消费者的广泛认可，并获得了行业主流媒体的积极评价。

自 2018 年起，公司品牌 ororo 陆续获得 Marie Claire、COSMOPOLITAN、InStyle、Forbes、The Guardian 等知名时尚与商业杂志的关注，并被 CNN、福布斯、纽约时报等国际主流媒体积极报道与推荐，这不仅体现了 ororo 品牌在产品品质与创新方面的实力，也反映出其在全球市场中所获得的广泛认可。与此同时，Genmitsu 品牌雕刻机近年来持续被主流科技媒体、教育机构、专业评测机构报道，品牌实力不断增强。

ororo 登上世界知名时尚杂志 Marie Claire



在市场表现方面，以 2024 年 12 月为例，ororo 品牌加热马甲与加热夹克在亚马逊美国站相关品类 Best Sellers 榜单中进入 Top 10 的天数均为 31 天。截至 2024 年 9 月 30 日、2024 年 12 月 31 日，ororo 品牌功能性服饰产品在亚马逊美国站点排名均位居 Top 2。同时，ororo 在亚马逊核心站点及 Google Trends 上的搜索热度持续攀升，长期保持行业高位，显示出显著的市场影响力与消费者认可度。

公司凭借出色的品牌管理能力和不断提升的市场号召力，在消费者中树立了良好的品牌声誉与鲜明的品牌形象。早期建立的品牌优势为公司抢占有利竞争地位奠定了基础，不仅为业务快速扩张提供了持续动力，也为保持在行业中的领先地位提供了有力支撑。

③品牌官网渠道优势

公司通过 Shopify 搭建的自有品牌官网，已成为突破平台依赖、掌握用户资源的重要战略支点，在渠道自主性与品牌价值传递等方面构建了差异化竞争优势。报告期内，公司品牌官网收入占 B2C 销售收入的比例分别为 22.20%、21.57%、25.28%和 25.48%，显著高于同行业可比公司，反映出消费者对公司品牌的直接认同与忠诚度。

当消费者直接通过品牌官网完成购买时，公司逐步实现了从“依赖渠道”到“自主运营”的关键转变。这种以“渠道自主-用户沉淀-品牌增值”的闭环体系，正成为公司摆脱同质化竞争、保持竞争优势的重要驱动力。

④全链路数智化信息系统建设优势

公司将数字化能力建设视为驱动业务高效增长的核心战略，依托自主打造的跨境电商全链路智能运营体系，构建了涵盖产品管理、供应链管理、仓储配送、营销推广及客户服务等关键环节的一体化信息系统。通过一系列具备创新特性的自研系统，公司实现了对市场需求的敏捷响应，并与高精度服务模式深度融合。

公司信息系统贯穿跨境电商的境内与境外、线上与线下全流程业务环节，累计处理千万级订单及相关交易数据。依托先进的数据分析系统，公司支持包括 SKU、渠道、仓库、区域、品牌等在内的超过 40 个维度进行多角度交叉分析，从而实现全链路业务的精细化管理和智能化决策。

在数字化浪潮推动下，信息技术已由后台支持功能转变为企业业务创新与持续增长的关键引擎。为全面提升跨境出口电商零售的整体运营效能，公司持续夯实数字化基础设施，深度融合先进数智技术，充分释放数据要素价值，增强其业务赋能效应，为持续业务拓展注入强劲动力。

⑤供应链管理优势

公司生产环节主要通过外协生产方式实现，从而能够实现生产产能柔性化分配，能够以相对较低的成本和较高的产品品质实现产品品类延伸，快速响应市场需求和变化。

在供应商合作方面，公司充分利用国内优质供应链配套资源和集群优势，不断加强与具有生产优势的供应商合作，并逐渐形成长期稳定的合作关系，在保证产品产能和质量的同时进一步优化采购成本。在合作过程中，公司会对供应商产品进行质检，确保产品的生产质量；通过加强对供应商日常考核并进行分层管理，实行排名和末位淘汰制，在保持供应商体系相对稳定的同时促进供应商之间的良性竞争。

在仓储物流方面，公司已建立了具有差异化竞争优势的“自营仓+平台仓+第三方仓”跨境电商出口仓储物流体系，以多种方式实现公司产品向消费者的快速送达。

通过对供应链管理体系的不断建设和优化，公司已具备快速响应的柔性供应链管理能力和降低了运营成本，从而在激烈的市场竞争中获得竞争优势。

⑥人才优势

公司秉承“人才是组织一切核心竞争力的基础”的理念，把人才的引进、培养、激励放在重要的位置，一方面积极吸引优秀的企业管理、研发设计、供应链管理、市场营销等人才，另一方面注重内部人才梯队的培养，通过员工入职培训、企业文化培训、业务技能培训等方式，培养了员工持续、主动学习的良好习惯，形成了多维度、系统化的员工培训体系，创造良好的工作氛围，不断增强公司对人才的凝聚力，为公司长期可持续发展提供人才保障。

（2）竞争劣势

①销售区域与销售渠道有待进一步拓展

公司当前在北美成熟市场已形成较强的品牌认知与市场份额，但在欧洲等区域的业务规模仍相对有限，营收贡献较低。从渠道结构看，公司线上 B2C 模式（如亚马逊、品牌官网）是现阶段的核心渠道，而 B2B 模式的占比较低，尚未形成规模效应。未来，公司计划构建更均衡的全球销售网络，进一步增强品牌影响力，提升市场份额。

②融资渠道相对单一

公司当前主要通过自身积累和外部股权融资来满足经营发展的资金需求。随着公司经营规模的扩大，该等渠道的融资金额有限，对公司日常经营、市场开拓、信息系统建设、产品研发等均形成了较大的制约，不利于公司市场竞争能力和行业地位的提升。因此，公司需要寻求更多元化的融资方式，增强公司资本实力和综合竞争能力，助力公司长期可持续发展。

4、行业发展态势

近年来，我国跨境电商出口行业迎来重要发展机遇，整体行业正经历从“产品出海”向“品牌出海”的战略升级。一方面，企业依托中国完善的工业体系和成熟供应链，获得丰富的商品资源支持；另一方面，越来越多企业通过构建自主产品创新体系，整合全链路链条，打造差异化竞争优势，逐步摆脱了“中国制造=低价低质”的刻板印象。具体发展态势如下：

（1）市场拓展多元化

东南亚、中东、拉美等新兴市场因人口增长、人均可支配收入提升及消费能力增强，电商渗透率持续提高，正成为跨境电商增长的新动力。不同地区的历史、文化和消费习惯差异催生了结构性需求，为跨境卖家提供了多样化的市场选择与创新空间。在此背景下，跨境电商出口企业在巩固欧美等传统成熟市场的同时，积极开拓新兴区域以寻求新增量。“一带一路”倡议也为跨境电商带来新机遇，中国企业加速向东欧、拉美等市场拓展，通过加强与共建国家的贸易合作、建设跨境电商产业园与物流枢纽等方式，推动产品更便捷地进入当地市场，实现互利共赢。

（2）构建全球化韧性供应链

跨境电商供应链体系正从单一物流运输服务，向涵盖仓储、配送等环节的协同化、综合化服务转变。物流与仓储成本已成为影响企业利润的关键因素，供应链效率也逐步从传统的“成本中心”转变为“价值增长极”。为适应这一趋势，企业普遍采用多区域并行布局策略，积极推进海外仓本地化运营，构建更具敏捷性的交付体系，以提升配送效率，更好地满足消费者对体验升级的需求。

（3）品牌化发展加速

在全球贸易数字化进程不断深入的背景下，跨境电商出口行业正经历结构性升级。企业通过多渠道、多平台的战略布局，加快构建复合型国际营销网络。从品牌发展路径来看，中国企业正逐步

实现从产品输出到品牌输出的跨越，通过系统优化研发、设计、生产、营销及服务全产业链环节，持续提升品牌价值。

在执行层面，企业更加重视品牌建设与定位，针对不同市场与客群打造具有独特价值的品牌形象。例如，在欧美高端市场，强调产品的科技感、创新性与高品质；在发展中国家市场，则突出产品的实用性与高性价比。通过传播品牌故事与文化，企业不断提升品牌在国际市场的认知度与美誉度。在营销方式上，除传统广告与展会外，更加注重社交媒体营销、网红合作等新兴手段，借助社交平台的传播优势，增强与消费者的互动，提升品牌影响力与用户黏性。

5、行业面临的机遇与挑战

（1）行业面临的机遇

①国家产业政策红利持续释放

跨境电商对我国制造业出海、自主品牌培育与国家形象塑造具有重要意义，因而受到国家高度重视。近年来，国家陆续出台一系列产业政策，推动行业规范、有序发展。例如，2024年4月，商务部印发《数字商务三年行动计划（2024-2026年）》，提出支持跨境电商赋能产业带，引导传统外贸企业转型跨境电商，构建线上线下融合、境内境外联动的营销服务体系。同年11月，商务部发布《关于促进外贸稳定增长的若干政策措施》，明确提出各地要加大政策落实力度，促进跨境电商发展。可以预见，未来几年跨境电商行业将持续获得国家政策支持，为行业健康发展营造良好的政策环境。

②全球电商渠道交易规模不断增长，海外市场电商渗透率持续提升

近年来，全球电商渠道交易规模持续增长，海外市场电商渗透率也稳步提升。根据 Goldman Sachs 的统计和预测，2024年全球电子商务销售额已达4.3万亿美元，预计2025年将同比增长8%，达到4.7万亿美元。2025年至2030年，全球电商销售额的复合年增长率预计为6%，到2030年有望增至6.4万亿美元。与此同时，全球电子商务渗透率（针对不含汽车、汽油和餐饮销售的可触及零售销售额）预计将从2025年的23%提升至2030年的26%。

从全球市场格局来看，以北美、欧洲为代表的成熟市场已构建起完善的电子商务生态，为我国跨境电商企业提供了坚实的市场基础。另一方面，印度尼西亚、印度等新兴市场快速崛起，消费者购买力不断增强，也为我国跨境电商企业拓展业务带来了新的增长空间。

③从“中国产品”向“中国品牌”转型，跨境电商品牌出海迎来黄金期

当前，我国经济正从推动产品品牌化发展阶段，全面转向塑造具有全球影响力的中国品牌新阶段。在此背景下，跨境电商出口也从“产品出海”迈入“品牌出海”新时期。对品牌企业而言，跨境电商大幅降低了开拓海外市场的门槛。传统模式下，在海外建立品牌需长期投入和持续运营，品牌认知的积累耗时多年；而跨境电商直接触达海外消费者，显著缩短品牌成长周期。随着品牌出海

逐渐成为行业共识，我国跨境出口电商行业正迎来品牌出海的黄金时代。

④我国拥有完善的制造业体系，中国商品具备竞争优势

我国拥有全球规模最大、门类最全、配套最完备的制造业体系，为中国商品在全球市场中奠定了坚实的竞争优势。这一体系使得跨境电商企业能够高效整合从原材料采购、产品设计到规模化生产的全产业链资源，不仅保障了商品的卓越性价比，也实现了对市场需求的快速响应与柔性供应。

在此基础之上，依托成熟的产业配套与持续的技术升级，“中国制造”正加速向“中国智造”与“中国品牌”转型。跨境电商企业得以借助国内完善的制造业基础，持续输出品类丰富、品质可靠、兼具创新设计的商品，精准匹配全球消费者多元化、个性化的需求，从而在国际竞争中构建起可持续的产品力与供应链壁垒。

⑤跨境物流供应链体系持续完善

目前，以海外仓、跨境配送等为代表的跨境物流供应链，已成为支撑跨境电商发展的新型外贸基础设施和推动外贸高质量发展的重要平台。其在稳定全球外贸产业链与供应链方面发挥了重要的调节与缓冲作用，也成为提升我国外贸企业国际竞争力的关键手段。

具体来看，海外仓模式帮助企业通过提前备货、库存前移等方式，实现经营平滑化、物流提速和突发风险规避。在跨境配送方面，我国已构建起涵盖海运、空运、陆运及 TIR 运输在内的多元化国际物流网络，为跨境电商企业提供了高效、可靠的物流通道支撑。跨境物流基础设施的持续完善，将为我国跨境电商行业的长期发展奠定坚实基础。

（2）行业面临的挑战

①产品同质化严重，行业竞争规范性不足

我国跨境电商出口产业起步相对较晚，行业相关法律法规建设仍不完善，不少企业仍习惯于以“量”或“价”作为主要竞争手段，依赖低成本、快回报的铺货模式，注重“流量为王”，而忽视产品质量与长期品牌建设。这种模式导致行业整体在产品创新与研发方面投入不足，商品同质化严重，缺乏品牌溢价能力与用户黏性，难以适应用户对高品质产品日益增长的需求，最终陷入价格战的恶性循环。随着行业逐步走向精细化运营，坚持长期主义、推进品牌化出海已成为跨境电商持续发展的必然选择。

②国际贸易政策变动导致行业发展的不确定性

近年来，全球贸易环境复杂多变，给跨境电商出口企业带来显著挑战。在此背景下，企业不仅需要灵活调整产品销售策略，还需重新评估并优化供应链布局，以增强抗风险能力。如何在复杂多变的国际贸易环境中维持市场份额与盈利能力，已成为跨境电商企业必须面对的核心课题。

6、上述情况在报告期内的变化及未来可预见的变化趋势

经过多年发展，公司已在全球跨境电商出口领域树立起差异化品牌形象，凭借精准的市场定位与卓越的用户体验，积累了规模庞大、黏性较高的全球客户群体，并在核心品类中建立了稳固的市场地位。报告期内，公司持续加强数字化基础设施与供应链建设，深化与主流电商平台的战略合作、优化仓储与物流网络布局。公司始终以消费者需求为导向，凭借敏捷的市场响应机制与柔性供应链体系，推动产品与服务持续迭代，为全球品牌影响力的进一步提升奠定了坚实基础。报告期内，上述关键因素对公司经营的影响未发生重大变化，预计未来亦不会发生重大变化。

（六）公司与同行业可比公司在经营情况、市场地位、技术实力、衡量核心竞争力的关键业务数据、指标等方面的比较情况

1、同行业可比公司选择依据

公司是一家专注于消费类自主品牌产品研发、设计和销售的高新技术企业，聚焦于功能性服饰、数码科技、家居生活和创客硬件四大品类，旗下拥有 ororo、TURBRO、Genmitsu、SainSmart、Airthereal 等自主品牌。公司主要基于“重点品类深耕、多品类开拓”的经营策略，以及在销售渠道、市场布局等方面的相似性，选取赛维时代、三态股份、华凯易佰和千岸科技作为同行业可比公司，具体可比性分析如下：

可比公司	可比性分析
赛维时代	赛维时代运营的产品品类以服饰为主，成功打造了多个服装品牌，但同时其百货家居、运动娱乐等品类占比也较高，是“品牌化+多品类”的典范，其主要通过亚马逊、Wish、eBay、Walmart 等第三方电商平台实现销售，业务范围覆盖美国、德国、英国等多个国家，与公司具有较高的可比性。
三态股份	三态股份是泛品模式经营，其基于信息系统进行多品类选品，目前在售的 SKU 约 92 万个，覆盖了几乎所有主流品类，其主要通过海外第三方电商平台将产品销往海外，在多品类开拓方面与公司具有一定的可比性。
华凯易佰	华凯易佰以泛品业务为主，以精品业务为辅，通过智能化系统管理超 116 万款 SKU，同时也在推动宠物用品、家电等品类的精品化，主要通过亚马逊、eBay、速卖通、Cdiscount、WalMart 等第三方电商平台进行销售，业务范围覆盖欧洲、北美洲、大洋洲、亚洲、南美洲、非洲等多个地区，与公司具有一定的可比性。
千岸科技	千岸科技覆盖了数码电子、艺术创作、运动户外、家居庭院等类别，并非单一垂直类目，且创立了多个具有市场影响力的自有品牌，主要通过亚马逊、速卖通、eBay 等第三方电商平台以及公司自主品牌网站进行销售，业务范围覆盖北美、欧洲、亚洲等主要地区，与公司具有较高的可比性。

2、公司与同行业可比公司在经营情况、市场地位、技术实力的比较情况

公司名称	经营情况	市场地位	技术实力
赛维时代	2024 年末，总资产为 474,265.54 万元，净资产为 246,076.76 万元；2024 年度，实现营业收入 1,027,537.94 万元，净利润 21,409.92 万元。	曾获得全球跨境电子商务协会授予的“最具影响力企业”奖、深圳市跨境电子商务协会授予的“2017 年度跨境电商行业前十优秀出口商”及“2018 优秀跨境电商出口企业”、广东省跨境电商电子商务协会授予的“2019 跨境电商行业百强企业（10 强）”、广东省	截至 2024 年 12 月末，公司拥有 271 名从事研究开发的人员，拥有中国境内专利（含发明专利和版权）670 项，境外专利（含版权）316 项，软件著作

		商务厅授予的“2022年广东省数字贸易龙头企业”等多个奖项。	权154项。2024年，研发投入为11,894.58万元，占营业收入的比例为1.16%。
三态股份	2024年末，总资产为150,051.43万元，净资产为132,222.33万元；2024年度，实现营业收入175,123.80万元，净利润1,436.88万元。	获得了广东省商务厅颁发的“省级跨境电商企业（成长型）”，深圳市工信局颁发的“深圳市专精特新中小企业”，深圳市电子商务协会颁发的“年度最佳市场反响奖”“最优跨境电商出口企业”“2022优秀跨境电商企业”“2021优秀跨境电商企业”“2019优秀跨境电商软件服务商”等多个荣誉。	截至2024年12月末，公司研发人员共212人，拥有软件著作权206项，专利15项。2024年，研发投入为6,462.94万元，占营业收入的比例为3.69%。
华凯易佰	2024年末，总资产为444,910.08万元，净资产为237,710.10万元；2024年度，实现营业收入902,221.00万元，净利润16,700.47万元。	获得的主要奖项包括雨果网“跨境拾年领军企业（2010-2020）”、2022年广东省跨境电商企业（成长型）、2022-2023年1688分销超级买家优秀合作伙伴、Mercadolibre 2023年度出海成就奖IDS、Mercadolibre 2023年度出海成就奖MLC SITE、Wish 2023年度优质卖家奖、2023年度深圳市服务贸易行业领军奖等多个荣誉。	截至2024年12月末，拥有计算机软件著作权共304项，研发人员数量237名。2024年，研发投入为6,623.87万元，占营业收入的比例为0.73%。
千岸科技	2024年末，总资产为81,978.20万元，净资产为49,661.17万元；2024年度，实现营业收入166,714.39万元，净利润14,418.68万元。	被认定为国家高新技术企业、深圳市专精特新中小企业、广东省数字贸易龙头企业（贸易数字化平台类）、技术先进型服务企业。产品研发方面，多个产品深受消费者的热捧，其中马克笔类产品荣获2024年度德国红点设计奖（Red Dot）、法国设计奖和美国缪斯设计奖金奖等多个荣誉。	截至2024年12月末，拥有发明专利18项、实用新型专利102项、外观专利214项，软件著作权70项，研发人员数量53名。2024年，研发投入为2,671.90万元，占营业收入的比例为1.60%。
尚睿科技	2024年末，总资产为97,649.55万元，净资产为58,306.49万元；2024年度，实现营业收入153,235.36万元，净利润10,607.74万元。	公司获得了“国家级高新技术企业”“广东省专精特新中小企业”“广东省高成长中小企业”“国家级电子商务示范企业”“广东省跨境电商企业（成长型）”“广东省电子商务示范企业”及“广东省电子商务100强企业”等多项荣誉；此外，TURBRO品牌旗下的R19型柴火炉，荣获2025年度美国工业设计优秀奖（IDEA），Airthereal品牌旗下的R800型智能厨房堆肥机，荣获2025年度德国红点设计奖（Red Dot），受到专业机构的认可；ororo品牌近年来被美国有线电视新闻网（CNN）、福布斯（Forbes）、纽约时报（The New York Times）等国际主流媒体的积极报道与推荐，彰显了公司的市场地位与品牌影响力。	截至2025年6月末，拥有发明专利5项、实用新型专利37项、外观专利51项，软件著作权56项，研发人员数量104名。2024年，研发投入为2,686.52万元，占营业收入的比例为1.75%。

注：数据来源于同行业可比公司披露的招股说明书或定期报告。

3、衡量核心竞争力的关键业务数据、指标等方面的比较情况

关键财务数据包括营业收入、毛利率等盈利能力指标、偿债能力指标等，公司与同行业可比公司关键财务数据的对比情况详见本招股说明书“第八节 管理层讨论与分析”之“二、资产负债等财务状况分析”和“三、盈利情况分析”。

三、 发行人主营业务情况

(一) 销售情况和主要客户

1、报告期内各期主要产品或服务的规模

公司的业务模式与传统制造企业的生产加工模式或其他服务业的劳务密集型服务模式有较大差别，因此不适用以产能、产量或服务能力、服务量等传统指标进行衡量。

2、公司主要产品或服务的销售情况

(1) 按产品分类的主营业务收入构成

报告期内，公司主营业务收入按产品构成情况如下：

单位：万元

产品	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
功能性服饰	15,003.34	24.94%	56,132.70	36.82%	53,437.93	37.88%	47,904.53	40.07%
数码科技	21,138.02	35.14%	43,109.97	28.27%	31,717.78	22.48%	24,232.92	20.27%
家居生活	17,586.15	29.23%	39,005.45	25.58%	41,834.95	29.66%	35,200.14	29.44%
创客硬件	6,429.95	10.69%	14,221.51	9.33%	14,076.09	9.98%	12,209.49	10.21%
合计	60,157.45	100.00%	152,469.64	100.00%	141,066.76	100.00%	119,547.08	100.00%

(2) 按地区分类的主营业务收入构成

报告期内，公司主营业务收入按地区构成情况如下：

单位：万元

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
境外	60,066.14	99.85%	152,177.32	99.81%	140,729.57	99.76%	118,858.20	99.42%
北美地区	52,195.21	86.76%	135,206.89	88.68%	127,900.07	90.67%	107,314.45	89.77%

欧洲地区	6,423.38	10.68%	14,418.67	9.46%	10,755.91	7.62%	9,930.83	8.31%
大洋洲地区	896.79	1.49%	1,340.76	0.88%	1,030.54	0.73%	848.61	0.71%
其他地区	550.76	0.92%	1,211.01	0.79%	1,043.04	0.74%	764.31	0.64%
境内	91.31	0.15%	292.32	0.19%	337.20	0.24%	688.89	0.58%
合计	60,157.45	100.00%	152,469.64	100.00%	141,066.76	100.00%	119,547.08	100.00%

(3) 按销售模式的主营业务收入构成

报告期内，公司主营业务收入按销售模式划分情况如下：

单位：万元

模式	2025 年 1-6 月		2024 年度		2023 年度		2022 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
B2C 模式	54,948.39	91.34%	146,074.00	95.81%	136,461.47	96.74%	112,167.86	93.83%
B2B 模式	5,161.52	8.58%	6,120.24	4.01%	4,296.88	3.05%	6,756.30	5.65%
电商代运营	47.54	0.08%	275.40	0.18%	308.41	0.22%	622.92	0.52%
合计	60,157.45	100.00%	152,469.64	100.00%	141,066.76	100.00%	119,547.08	100.00%

3、公司产品的客户群体

报告期内，公司以 B2C 模式为主，主要通过亚马逊等海外第三方电商平台以及自有品牌官网，将产品销售给北美、欧洲等主要国家或地区的终端消费者，因此公司主要客户群体高度分散。

4、前五大客户销售情况

报告期内，公司销售模式包括 B2C 模式、B2B 模式以及电商代运营模式等，由于 B2C 模式主要面向北美、欧洲等主要国家或地区的终端消费者，客户高度分散，故此处仅披露 B2B 模式和电商代运营模式下的前五名客户情况。

(1) 2025 年 1-6 月前五名客户情况

单位：万元

序号	客户名称	主要销售内容	是否关联方	金额	占主营业务收入比例
1	亚马逊 Vendor（注）	多品类产品	否	2,172.47	3.61%
2	Home Depot	多品类产品	否	2,012.83	3.35%
3	Bauer Hockey LLC	功能性服饰类产品	否	328.82	0.55%
4	SDG ELKHART LLC	家居生活类产品	否	190.71	0.32%

5	速卖通	数码科技类产品	否	114.91	0.19%
合计		-	-	4,819.75	8.01%

注：亚马逊 Vendor 包含亚马逊 Vendor 和与其同一控制下的 Woot 平台，下同。

(2) 2024 年度前五名客户情况

单位：万元

序号	客户名称	主要销售内容	是否关联方	金额	占主营业务收入比例
1	亚马逊 Vendor	多品类产品	否	2,481.62	1.63%
2	Home Depot	多品类产品	否	2,233.96	1.47%
3	Wayfair	多品类产品	否	236.27	0.15%
4	Scheels All Sports, Inc.	功能性服饰类产品	否	233.03	0.15%
5	东莞瑞红电子玩具有限公司	代运营服务	否	222.28	0.15%
合计		-	-	5,407.16	3.55%

(3) 2023 年度前五名客户情况

单位：万元

序号	客户名称	主要销售内容	是否关联方	金额	占主营业务收入比例
1	Home Depot	多品类产品	否	1,989.94	1.41%
2	亚马逊 Vendor	多品类产品	否	1,141.43	0.81%
3	Scheels All Sports, Inc.	功能性服饰类产品	否	213.15	0.15%
4	Wayfair	多品类产品	否	143.06	0.10%
5	Community America Credit Union	功能性服饰类产品	否	134.88	0.10%
合计		-	-	3,622.45	2.57%

(4) 2022 年度前五名客户情况

单位：万元

序号	客户名称	主要销售内容	是否关联方	金额	占主营业务收入比例
1	亚马逊 Vendor	多品类产品	否	3,720.21	3.11%
2	Home Depot	多品类产品	否	2,292.10	1.92%
3	香港鼎北	代运营服务、家居生活类产品	否	202.43	0.17%
4	Wayfair	多品类产品	否	145.77	0.12%
5	PodiuMax B.V.	代运营服务	否	144.14	0.12%
合计		-	-	6,504.65	5.44%

报告期内，公司客户集中度较低，不存在严重依赖于少数客户的情形，公司董事、高级管理人员、主要关联方均未在上述客户中持有权益。

(二) 采购情况及主要供应商

1、产品采购情况

报告期内，公司主要向供应商进行成品采购，包括功能性服饰、数码科技、家居生活和创客硬件等四大品类，采购情况具体如下：

单位：万元

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
功能性服饰	2,023.21	6.86%	16,951.12	25.53%	22,139.44	34.06%	16,937.51	34.42%
家居生活	12,596.74	42.73%	19,019.27	28.65%	20,385.16	31.36%	12,780.74	25.98%
数码科技	12,262.19	41.59%	22,371.64	33.70%	14,931.91	22.97%	12,995.05	26.41%
创客硬件	2,599.24	8.82%	8,049.92	12.12%	7,539.27	11.60%	6,489.53	13.19%
合计	29,481.37	100.00%	66,391.96	100.00%	64,995.78	100.00%	49,202.83	100.00%

报告期内，发行人向前五名供应商采购情况如下：

(1) 2025 年 1-6 月前五名供应商情况

单位：万元

序号	客户名称	主要采购内容	是否关联方	采购金额	占采购总额比例
1	东莞市丰润计算机有限公司	数码科技类产品	否	6,270.53	21.24%
2	Hongkong Gree Electric Appliances Sales Limited	家居生活类产品	否	4,218.35	14.29%
3	京恒腾伟（惠州）电子科技有限公司	数码科技类产品	否	2,221.79	7.52%
4	TCL 德龙家用电器（中山）有限公司	家居生活类产品	否	1,071.47	3.63%
5	福建宝锋电子有限公司	数码科技类产品	否	990.46	3.35%
合计		-	-	14,772.62	50.03%

(2) 2024 年度前五名供应商情况

单位：万元

序号	客户名称	主要采购内容	是否关联方	采购金额	占采购总额比例
1	东莞市丰润计算机有限公司	数码科技类产品	否	10,453.40	15.72%
2	东莞市奔踏尚品服饰有限公司	功能性服饰类产品	否	4,648.92	6.99%

3	Hongkong Gree Electric Appliances Sales Limited	家居生活类产品	否	4,623.71	6.95%
4	京恒腾伟（惠州）电子科技有限公司	数码科技类产品	否	3,818.98	5.74%
5	贵州凯瑞服饰有限公司	功能性服饰类产品	否	3,482.08	5.24%
合计		-	-	27,027.09	40.64%

(3) 2023 年度前五名供应商情况

单位：万元

序号	客户名称	主要采购内容	是否关联方	采购金额	占采购总额比例
1	东莞市丰润计算机有限公司	数码科技类产品	否	7,210.14	11.08%
2	东莞市奔踏尚品服饰有限公司	功能性服饰类产品	否	7,090.34	10.89%
3	贵州凯瑞服饰有限公司	功能性服饰类产品	否	5,634.14	8.65%
4	Hongkong Gree Electric Appliances Sales Limited	家居生活类产品	否	3,448.55	5.30%
5	香港鼎北	家居生活类产品	否	2,536.54	3.90%
合计		-	-	25,919.71	39.81%

(4) 2022 年度前五名供应商情况

单位：万元

序号	客户名称	主要采购内容	是否关联方	采购金额	占采购总额比例
1	东莞市奔踏尚品服饰有限公司	功能性服饰类产品	否	5,454.96	11.07%
2	贵州凯瑞服饰有限公司	功能性服饰类产品	否	4,891.85	9.93%
3	东莞市丰润计算机有限公司	数码科技类产品	否	4,192.90	8.51%
4	广东博力威科技股份有限公司	功能性服饰类产品	否	2,752.28	5.59%
5	Hongkong Gree Electric Appliances Sales Limited	家居生活类产品	否	2,535.92	5.15%
合计		-	-	19,827.90	40.25%

注：受同一实际控制人控制的供应商合并计算。其中：东莞市丰润计算机有限公司包含与其同一控制下的 Eastern Times Technology (HK) Co., LTD 和 Eastern Times Electronics Technology Co., LTD；东莞市奔踏尚品服饰有限公司包含与其同一控制下的东莞市奔踏服饰有限公司和 HongKong Ruiyin International Trade Co., LTD；贵州凯瑞服饰有限公司包括与其同一控制下的随州市亿盛服装有限公司；广东博力威科技股份有限公司包括与其同一控制下的 Greenway Power Limited；TCL 德龙家用电器（中山）有限公司包括与其同属于 TCL 集团的 TCL Home Appliances (HK) Co., Limited。

2、能源采购情况

公司经营所需能源主要为办公用水、电。报告期内，公司能源供应稳定、价格稳定，且消耗量较小。

报告期内，公司不存在向单个供应商的采购比例超过总额的 50%或严重依赖于少数供应商的情

形，公司董事、高级管理人员、主要关联方均未在上述供应商中持有权益。

（三） 主要资产情况

1、公司的固定资产情况

（1）主要固定资产情况

公司主要的固定资产包括房屋及建筑物、运输工具、电子设备及办公设备等。截至报告期末，公司固定资产情况如下：

单位：万元

项目	账面原值	累计折旧	账面价值	成新率
房屋及建筑物	7,741.17	364.55	7,376.62	95.29%
房屋及建筑物装修	883.68	19.17	864.51	97.83%
运输工具	700.91	505.27	195.64	27.91%
电子设备	248.44	144.90	103.54	41.68%
办公设备	193.10	17.07	176.03	91.16%
机器设备	72.50	40.34	32.16	44.36%
合计	9,839.81	1,091.29	8,748.51	88.91%

注：账面净值=账面原值-累计折旧；成新率=账面净值/账面原值。

（2）房屋及建筑物情况

截至报告期末，公司拥有的房屋建筑物情况如下：

序号	权利人	产权编号	坐落	面积（m ² ）	使用权终止日期	用途	是否抵押
1	尚睿科技	粤（2025）东莞不动产权第0019392号	东莞市虎门镇赤岗新村路21号广东尚睿智能产品中心项目（一期）厂房	30,236.00	2072.09.24	工业	是
2	尚睿科技	粤（2024）东莞不动产权第0258025号	东莞市虎门镇赤岗新村路23号广东尚睿智能产品中心项目（二期）厂房	16,618.56	2072.12.23	工业	否

注：序号1的土地房产抵押担保合同详见本招股说明书“附件四：重大合同”之“四、抵押/质押合同”。

截至本招股说明书签署日，公司合法拥有上述不动产权，不存在权属纠纷或潜在纠纷。

（3）租赁房产情况

截至报告期末，公司主要租赁房产情况如下：

序号	承租方	出租方	地理位置	面积（m ² ）	租赁期限	租赁用途

1	睿景城	东莞市润灏跨境电子商务有限公司	东莞市东城街道同沙科技工业园东科路1号18、19、20、21、22、23栋	16,458.00	2018.08.01-2035.11.30	办公
2	尚睿科技	东莞启鑫	东莞市东城同沙科技工业园东科路1号尚景城国际品牌孵化园E栋6层	648.83	2021.12.01-2035.11.30	办公
3	尚睿科技	武汉传博科技有限公司	武汉市武昌区徐家棚街徐东大街与友谊大道交汇处T2号楼2105室	359.92	2025.05.06-2027.05.05	办公
4	尚睿科技	东莞市聚沛电子科技有限公司	东莞市松山湖高新技术产业开发区科技四路16号2栋911室	107.49	2023.09.01-2026.08.31	办公
5	尚睿科技	上海闵行置业广场实业有限公司	珠城路158号1703室（解放大厦3座电梯楼层2003室）	85.13	2025.12.01-2027.11.30	办公
6	Langis	Schnitzer Properties, LLC	6963 Speedway Boulevard Suite 103, Las Vega, Nevada 89115	5,663 平方英尺	2024.09.01-2027.09.30	办公及仓储
7	美国尚睿	Speedway Commerce Center, LLC	6945 Speedway Boulevard, Suite H102, Las Vegas, Nevada 89115	34,999 平方英尺	2024.02.01-2029.06.30	办公及仓储
8	美国尚睿	SIF II COMPASS LOGISTICS 2 AND 3 LLC	9335 McKay Center Drive, Houston, Texas 77338	65,685 平方英尺	2023.09.19-2028.11.30	办公及仓储
9	美国尚睿	MDH F2 Norfolk Cook, LLC	3808 Cook Boulevard, Units 1-6, Chesapeake, Virginia 23322	25,350 平方英尺	2021.09.01-2026.10.31	办公及仓储
10	Vastmind	North America 888 Real Estate Investment, LLP	2330 Paseo Del Prado C303-04, Las Vegas, Nevada 89102	1,199 平方英尺	2025.03.01-2028.02.29	办公

注 1：以上列示公司租赁的办公及仓储场所；除上述租赁外，公司还存在租赁员工宿舍；

注 2：序号 1 房屋系东莞市东诚跨境电子商务服务有限公司向东莞市东城街道石井小组股份经济合作社承租后转租予东莞市润灏跨境电子商务有限公司；

注 3：根据出租方出具的说明函，截至本招股说明书签署日，上述序号 3 租赁物业的产权证正在办理中。

公司及其子公司承租的上述房产存在以下瑕疵：

①公司就上述中国境内房屋租赁未办理租赁登记备案手续

根据《中华人民共和国城市房地产管理法》的相关规定，出租人和承租人应当签订书面租赁合同，并向房产管理部门登记备案。根据《中华人民共和国民法典》的相关规定，房屋租赁合同并不以登记备案为生效要件，未办理房屋租赁登记备案手续不会影响房屋租赁合同的法律效力。截至本招股说明书签署日，公司未因上述承租房产未办理租赁登记备案手续而受到房地产管理部门的行政处罚，上述承租物业未办理租赁登记备案手续不会对本次发行上市造成实质性法律障碍。

②上述位于东莞市东城街道同沙科技工业园东科路 1 号的出租人未向公司提供产权证明文件

截至本招股说明书签署日，上述位于东莞市东城街道同沙科技工业园东科路1号的两处物业的出租人均未向公司或子公司提供产权证明文件，存在产权瑕疵且被相关主管部门强制拆除的风险，可能影响公司或其子公司继续承租该等房屋。

针对上述风险，相关主体出具了以下说明及承诺：

A.序号 1-2 的租赁房产出租方出具的情况说明

根据东莞市东城区石井小组股份经济合作社、东莞市东城街道办事处、东莞市东诚跨境电子商务服务有限公司以及东莞市祥川跨境电子商务有限公司（现已更名为“东莞市润灏跨境电子商务有限公司”，下同）出具的《说明函》，上述租赁资产位于东莞市东城街道同沙科技工业园东科路1号所涉房产系东莞市东城区石井小组股份经济合作社所有，由于历史原因尚未取得房屋产权证书，并由东莞市东诚跨境电子商务服务有限公司向东莞市东城街道石井小组股份经济合作社承租后转租予东莞市祥川跨境电子商务有限公司。

根据东莞市东城街道办事处及东莞市东诚跨境电子商务服务有限公司的说明，上述房产不属于违规建筑，最近十年均不存在拆除计划，未办理产权证书不影响睿景城在租赁期间的正常使用。

B.公司控股股东及实际控制人出具的承诺

公司控股股东东莞班夫及实际控制人程天乐已就公司存在的租赁瑕疵情况作出相应承诺，具体情况详见本招股说明书“附件五：重要承诺事项”之“一、与本次公开发行有关的承诺事项”之“（十六）关于租赁厂房瑕疵事项的承诺函”的相关内容。

C.发行人出具的情况说明

根据发行人出具的情况说明，若公司目前租赁的办公经营场所在租赁合同期内被要求拆迁，公司将根据实际情况寻找适应公司发展需求的办公经营场所，并组织实施搬迁工作。上述存在不能续租风险的办公经营场所及宿舍的整体搬迁，对公司的持续经营及业绩不构成重大影响。

综上所述，公司存在不能持续租用上述无产权证房屋的风险，但鉴于主要办公经营场所涉及的租赁房产出租方出具了相应说明，相关房产寻找替代地址较为方便，公司控股股东、实际控制人均已承诺承担公司因租赁无产权证房屋可能遭受的损失，保荐机构及康达律所认为，公司租赁无权属证书房产的行为不会对公司的正常经营活动产生重大不利影响，亦不会对本次公开发行上市构成实质性障碍。

2、公司的无形资产情况

公司主要的无形资产包括土地使用权、商标、专利、著作权、域名等。

（1）土地使用权

截至报告期末，公司拥有的土地使用权情况如下：

序号	权利人	产权编号	坐落	面积 (m²)	使用权终止日期	用途	是否抵押
1	尚睿科技	粤(2025)东莞不动产权第0019392号	东莞市虎门镇赤岗新村路21号广东尚睿智能产品中心项目(一期)厂房	7,743.55	2072.09.24	工业	是
2	尚睿科技	粤(2024)东莞不动产权第0258025号	东莞市虎门镇赤岗新村路23号广东尚睿智能产品中心项目(二期)厂房	4,901.74	2072.12.23	工业	否
3	尚睿科技	粤(2025)东莞不动产权第0196907号	东莞市松山湖状元路与状元北路交汇处西北侧	8,319.03	2075.06.06	工业	否

注：序号 1 的土地房产抵押担保合同详见本招股说明书“附件四：重大合同”之“四、抵押/质押合同”。

截至本招股说明书签署日，公司合法拥有上述土地使用权，不存在权属纠纷或潜在纠纷。

(2) 商标

截至报告期末，公司拥有 213 项注册商标，其中中国境内商标 66 项，境外商标 147 项。公司商标的情况详见本招股说明书“附件一：商标”。

(3) 专利

截至报告期末，公司拥有 93 项专利，其中发明专利 5 项，实用新型专利 37 项，外观设计专利 51 项，公司专利的情况详见本招股说明书“附件二：专利”。

(4) 著作权

截至报告期末，公司拥有 60 项著作权，其中软件著作权 56 项，作品著作权 4 项。公司著作权的情况详见本招股说明书“附件三：著作权”。

(5) 域名

截至报告期末，公司的主要域名如下：

序号	域名	注册/审核时间
1	sainstore.com.cn	2021.12.29
2	OROROWEAR.COM	2015.08.06
3	SAINSMART.COM	2011.08.11
4	RADIODDITY.COM	2012.04.20
5	tosotdirect.com	2017.11.30
6	redragonshop.com	2018.11.12
7	turbro.com	2016.11.09
8	airthereal.com	2017.11.21

9	allnsports.com	2018.08.10
10	belsizebike.com	2020.11.19
11	IPETTIE.COM	2013.03.01

注：公司域名主要为中国境外店铺的网站，上述域名为公司根据销售规模及活跃度选取的主要域名，除上述域名外，公司还拥有未使用、活跃度低、销量低等情形的其他域名。

（四） 其他披露事项

1、报告期内对持续经营有重大影响的合同及其履行情况

报告期内，公司已完成或正在履行的对持续经营有重大影响的合同包括销售合同、采购合同、借款或授信合同、抵押/质押合同、仓储物流合同，上述合同的具体情况详见本招股说明书之“附件四：重大合同”的相关内容。

四、 关键资源要素

（一）公司核心技术情况

1、公司核心技术基本情况

报告期内，公司紧跟各细分领域技术的最新发展及应用情况，以市场需求为导向，及时掌握并实现相关产品或信息系统的更新迭代。截至报告期末，公司已在产品研发和信息系统开发方面积累了多项核心技术，能够有效地满足全球范围内的消费者需求，具体情况如下：

序号	技术名称	技术特色	技术来源	技术应用情况	所处阶段
1	加热模组、供电系统和服装织物的系统整合技术	公司凭借在功能性服饰领域的长期技术积累，开发出创新的供电系统与衣物一体化缝合工艺。该技术能依据特定使用场景、衣物材料与版型结构，精准匹配最适合的加热模组并规划其布局，从而在实现高效升温 and 保温的同时，显著提升穿着的整体舒适度。	自主研发	主要应用于功能性服饰产品	批量生产
2	加热、保暖方案效果的量化测定技术	公司通过长期技术积累，构建了成熟的环境实验室多点测温方案。该技术实现了在多种复杂环境下，对产品保暖效果的可量化、可观测与可追踪，为加热组件与保暖材料的选择、评估和改进提供了坚实的数据支撑。基于此数据反馈，公司能够优化加热模组布局，以更少的模组和更低的能耗实现预定保暖目标，从而达成能效与体验的最佳平衡。	自主研发	主要应用于功能性服饰产品	批量生产
3	加热系统的供电方案技术	该技术通过融合多点测温与实时温度变化数据，可动态调节不同位置加热模组的功率输出。这不仅实现了衣物各区域温度的均衡与稳定，显著提升穿着舒适度，更通过智能化的功率分配，有效降低了整体能耗，从而大幅延长	自主研发	主要应用于功能性服饰产品	批量生产

		了电池续航。			
4	个人数控机床（CNC）的结构拼装设计技术	公司通过长期技术经验积累，掌握了根据机床的机体框架、使用场景不同完成导轨、滚轮等传动部件的设计工艺，完成了高精度运动控制和高刚性结构的系统整合。该技术可以提供稳定、精确的刀路移动轨迹控制，以实现更加精细的雕刻效果，同时创新性地采用模组化设计，可以实现数控机床简便地拆卸、组装，便于个人用户的使用以及运输。	自主研发	主要应用于创客硬件产品	批量生产
5	基于云架构服务的跨境电商卖家全流程管理系统	作为公司内部自研 ERP 系统，该系统包括多平台订单备货计划、采购、物流、仓储等管理模块，通过对电子商务多项数据接口的技术研发，克服了跨境贸易中多平台、多网店、多品牌数据复杂分散的难点，实现了全流程中各环节集成整合管理，有效提升了全链条数据可视化，并提高了公司的采购及仓储物流管理效率。	自主研发	应用于全流程管理，不涉及生产	已成熟运用
6	跨境库存数据分析系统	该系统采用新的 ETL(Extract-Transform-Load) 技术，可以采集企业整个跨境贸易过程中的采购、库存、销售、配送过程中关键数据，并进行智能分析。该系统通过分模块、分品牌等多维度的展示采购、库存及转移、销售、售后的数据报表，有效地帮助公司发现供应链板块中出现的问题，为公司经营提供辅助决策信息。	自主研发	应用于供应链管理，不涉及生产	已成熟运用
7	智能配送系统	该系统可以根据销售订单和相关的库存、物流、仓库流量等相关数据，采用不同的智能算法，获得最优配送仓库和方式，并发送至相关业务管理系统。整个过程无需人工干预，避免了人工可能的错误选择，降本增效。该系统具有很好的可扩展性，能够较好的支持未来的新产品、新仓库等。	自主研发	应用于仓库管理，不涉及生产	已成熟运用
8	客户服务管理系统	该系统包括客户分级管理、客户服务回复、客户信息查询、产品评价分析管理等模块。该系统可以对多销售平台站内客户消息进行获取、回复、管理、分析，对客户订单进行操作，显著提高了公司的客户管理效率，进而提升客户满意度和忠诚度。	自主研发	应用于客服管理，不涉及生产	已成熟运用

2、公司核心技术与专利及非专利技术的对应关系

截至报告期末，公司核心技术与专利及非专利技术的对应关系如下：

序号	核心技术名称	知识产权类型	对应的知识产权具体情况
1	加热模组、供电系统和服装织物的系统整合技术	发明专利	一种可穿戴服装加热仪组装系统（ZL202311183928.3）（注）
		实用新型专利	保暖服装（ZL201821089482.2）
		实用新型专利	一种新型高尔夫球服装（ZL202321039622.6）
		实用新型专利	一种新型多功能裤子（ZL202321039440.9）

		实用新型专利	一种多功能披肩（ZL202321039754.9）
		实用新型专利	一种加热片结构及加热袜子（ZL202321040660.3）
		外观设计专利	双控按键（横向款）（ZL202430657212.1）
		外观设计专利	双控按键（上端带电量显示款）（ZL202430657210.2）
		外观设计专利	双控按键（左侧带电量显示款）（ZL202430657209.X）
2	加热、保暖方案效果的量化测定技术	软件著作权	加热服装温控管理软件 V1.0(2022SR0476748)
		实用新型专利	一种可机器洗衣的温度控制器设计结构（ZL202420020767.X）
3	加热系统的供电方案技术	实用新型专利	一种折叠式坐垫结构（ZL202321040437.9）
		实用新型专利	一种控制按键的保护结构及电路系统（ZL202321039648.0）
4	个人数控机床（CNC）的结构拼装设计技术	发明专利	一种雕刻机（ZL202111182226.4）
		实用新型专利	一种使用滚轮结构和闭环电机的桌面雕刻机（ZL202420458543.7）
		实用新型专利	一种三段式集尘器及雕刻机（ZL202122443460.X）
		实用新型专利	一种适用于 CNC 雕刻机的 X 轴移动模组（ZL202023032177.X）
		实用新型专利	一种适用于 CNC 雕刻机的 Y 轴移动模组（ZL202023032213.2）
		实用新型专利	一种适用于 CNC 雕刻机头的固定座（ZL201922405780.9）
		实用新型专利	一种 CNC 雕刻机（ZL201922405899.6）
		外观设计专利	吸尘罩（ZL202330662669.7）
		外观设计专利	桌面雕刻机保护罩（ZL202330662668.2）
		外观设计专利	闭环电机桌面雕刻机（ZL202430095401.4）
		外观设计专利	导轨式桌面雕刻机（ZL202130741808.6）
5	基于云架构服务的跨境电商卖家全流程管理系统	软件著作权	尚睿采购管理软件[简称：Saincn]V1.0（2015SR197968）
		软件著作权	尚睿仓库管理软件[简称：Saincn]V1.0（2015SR197971）
		软件著作权	尚睿销售管理软件[简称：Saincn]V1.0（2015SR197998）
		软件著作权	尚睿进销存管理软件[简称：SainCD]V1.0（2015SR216772）
		软件著作权	尚睿电子商务管理软件[简称：Sainsmart]V1.0（2015SR216791）
		软件著作权	尚睿电子商务库存数据管理软件 V1.0（2018SR153264）
		软件著作权	尚睿电子商务产品管理软件[简称：NPLM]V1.0（2018SR915705）

		软件著作权	尚睿电子商务备货管理软件 V1.0 (2020SR1137034)
6	跨境库存数据分析系统	软件著作权	尚睿跨境库存数据分析系统[简称: Inventory Vue]V1.0 (2021SR1997772)
		软件著作权	尚睿跨境库存数据分析系统[简称: Inventory Vue]V2.0 (2024SR0095360)
7	智能配送系统	软件著作权	尚睿订单智能匹配管理软件 V1.0 (2018SR955874)
8	客户服务管理系统	软件著作权	尚睿客户服务管理软件[简称: Sainstore]V1.0 (2017SR004921)

注：该发明专利的授权公告日为 2025 年 12 月 16 日。

3、公司核心技术产品收入占比

报告期内，公司的信息系统核心技术已应用于从产品管理、采购备货、仓储物流到销售运营、营销决策及客户服务的全业务链条。公司核心技术产品的销售收入占营业收入的比例情况如下：

单位：万元

项目	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
核心技术的产品收入	17,083.40	63,627.13	60,243.33	53,235.14
营业收入	60,810.14	153,235.36	141,564.37	119,961.38
占比	28.09%	41.52%	42.56%	44.38%

(二) 公司取得的业务许可资格或资质情况

截至本招股说明书签署日，公司取得的与经营活动相关的主要资质和证书情况如下：

序号	资质名称	注册号	持有人	发证机关	发证日期	有效期
1	进出口货物收发货人	4419964115	尚睿科技	东莞海关	2011 年 11 月 24 日	长期
2	进出口货物收发货人	44199619FK	尚之睿	东莞海关	2020 年 4 月 27 日	长期
3	进出口货物收发货人	4419961F92	东莞踏燕	东莞海关	2021 年 10 月 28 日	长期
4	进出口货物收发货人	4419961K7G	码尚智造	东莞海关	2022 年 11 月 2 日	长期
5	进出口货物收发货人	4419963G2J	钦戈科技	东莞海关	2025 年 3 月 4 日	长期
6	高新技术企业证书	GR202244005252	尚睿科技	广东省科学技术厅、广东省财政厅、国家税务总局广东省税务局	2022 年 12 月 22 日	3 年

公司的经营活动符合其登记的经营范围，并已取得业务所必需的经营资质，不存在超越资质、经营范围开展经营的情形。

(三) 特许经营权情况

截至本招股说明书签署日，公司不存在特许经营的情况。

（四）公司员工情况

1、员工人数及其变化情况

报告期各期末，公司及其子公司员工人数合计分别为 311 人、357 人、414 人和 412 人。

2、员工构成情况

截至报告期末，公司员工的年龄分布、专业构成、学历结构的具体情况如下：

（1）按员工专业结构划分

专业结构	员工人数（人）	比例
供应链人员	60	14.56%
市场运营人员	170	41.26%
研发人员	104	25.24%
行政管理人员	78	18.93%
合计	412	100.00%

（2）按员工受教育程度划分

受教育程度	员工人数（人）	比例
硕士及以上	37	8.98%
本科	307	74.51%
大专及以下	68	16.50%
合计	412	100.00%

（3）按员工年龄划分

年龄分布	员工人数（人）	比例
41 岁以上	47	11.41%
31-40 岁	149	36.17%
30 岁以下	216	52.43%
合计	412	100.00%

3、公司社会保险和住房公积金缴纳情况

（1）公司社会保障制度执行情况

①中国境内社会保障制度执行情况

公司已根据《中华人民共和国劳动法》《中华人民共和国劳动合同法》等相关法律、法规与员工签订劳动合同，员工按照劳动合同的规定承担义务和享受权利。报告期内，公司遵守国家和社会劳动和社会保障法律、法规的相关规定，逐步建立健全了员工社会保险及住房公积金制度。

报告期各期末，公司及其境内子公司员工的社会保险、住房公积金的缴纳情况如下：

单位：人

类别	项目	2025.06.30	2024.12.31	2023.12.31	2022.12.31
中国境内员工总数		373	375	322	286
社会保险	缴纳人数	372	374	322	282
	缴纳人数占比	99.73%	99.73%	100.00%	98.60%
住房公积金	缴纳人数	369	371	318	281
	缴纳人数占比	98.93%	98.93%	98.76%	98.25%

报告期内，公司已为绝大多数境内员工缴纳社会保险和住房公积金。截至 2025 年 6 月 30 日，公司尚存在少部分员工未缴纳社会保险和住房公积金，主要原因有：A.员工退休返聘；B.员工自愿放弃缴纳住房公积金；C.当月入职的员工已过社会保险和住房公积金的申报窗口期，公司已于次月为其办理相关社会保险和住房公积金的缴纳手续。

报告期内，公司员工社会保险和住房公积金应缴未缴的人员数量较少，如补缴不会对公司的持续经营造成重大不利影响。

此外，报告期各期，公司社会保险和住房公积金已缴纳人数中分别有 5 名、5 名、7 名及 6 名员工系通过第三方机构代缴社会保险和住房公积金，主要原因系该等员工因工作需要当地常驻，但公司未在当地设立分支机构，无法在当地为员工缴纳社会保险和住房公积金，因此公司根据相关员工的个人意愿，委托第三方机构按照当地政府规定的标准代为办理并缴纳。

公司通过第三方机构代缴社会保险和住房公积金的行为虽然不符合《中华人民共和国社会保险法》《住房公积金管理条例》的相关规定，但实质履行了为员工缴纳社会保险和住房公积金的义务，同时也符合员工个人的实际需求，且相关员工已出具确认函，确认公司通过第三方机构代缴社会保险和住房公积金属于员工本人自愿行为，未产生纠纷和争议。

②中国境外社会保障制度执行情况

根据境外律师出具的法律意见书，公司境外子公司用工符合当地的法律规定，不存在违法违规情形。

（2）政府主管部门关于社会保险和住房公积金缴纳情况的证明

根据信用广东（credit.gd.gov.cn）出具的《信用报告（无违法违规证明版）》，2022 年 1 月 1 日至 2025 年 6 月 30 日，公司及中国境内子公司不存在因违反社会保险及住房公积金相关法律法规而受到行政处罚的情况。

（3）控股股东、实际控制人出具的承诺情况

公司控股股东东莞班夫、实际控制人程天乐已就公司缴纳的社保、公积金情况作出相应承诺，

具体情况详见本招股说明书“附件五：重要承诺事项”之“一、与本次公开发行有关的承诺事项”之“（十五）关于社会保险及住房公积金事项的承诺函”的相关内容。

3、劳务外包、劳务派遣情况

（1）劳务外包情况

2025 年 2 月，公司开始聘请劳务外包公司为公司提供保洁、安保等辅助性工作。2025 年上半年，公司劳务外包费用为 17.91 万元，占当期营业成本的比例为 0.05%，金额及占比均较低。

（2）劳务派遣情况

报告期内，公司不存在劳务派遣情况。

4、核心技术（业务）人员情况

（1）核心技术（业务）人员基本情况

截至本招股说明书签署日，公司共 3 名核心技术（业务）人员，基本情况如下：

黄丽萍女士：中国国籍，无境外永久居留权，1988 年 11 月出生，本科学历。2011 年 6 月至 2012 年 10 月任东莞市诚意房地产代理有限公司助理；2012 年 11 月至 2013 年 5 月任波丝可商业（北京）有限公司门店经理；2013 年 5 月至 2021 年 6 月任尚睿有限品牌事业部总监；2021 年 7 月至今任尚睿科技 Langis 品牌中心负责人。

邓琳女士：中国国籍，无境外永久居留权，1989 年 7 月出生，硕士研究生学历。2014 年 3 月至 2017 年 3 月任 Shutterfly Inc.前端工程师；2017 年 4 月至 2017 年 9 月自由职业；2017 年 10 月至 2018 年 3 月任湖南快乐阳光互动娱乐传媒有限公司产品经理；2018 年 4 月至 2021 年 6 月任尚睿有限 Shopify 部经理；2021 年 6 月至今任尚睿科技商业技术中心 Shopify 部负责人。

盛戈歆先生：中国国籍，无境外永久居留权，1978 年 11 月出生，硕士研究生学历。2004 年 7 月至 2006 年 7 月任泰为信息科技（上海）有限公司高级软件工程师；2006 年 8 月至 2021 年 6 月任上海富拓软件系统有限公司团队负责人；2021 年 6 月至今任尚睿科技商业技术中心 BI 部负责人，2024 年 1 月起同时兼任商业技术中心 IT 部负责人。

（2）核心技术（业务）人员所取得的专业资质及重要科研成果、获得的奖项

黄丽萍女士：拥有十二年跨境电商与品牌运营经验，任职期间获评“卓越管理者”，连续多年超额完成业绩目标，主导了 ororo 品牌功能性服饰产品的开发设计工作，例如“服装保暖技术研发项目”“服装织物与加热技术融合研发项目”等核心研发项目，并助力公司 ororo 品牌实现高速增长。此外，在人才培养与行业影响方面，积极组织内外部培训交流并主导《亚马逊广告 101 训练营》课程，多次作为代表参与亚马逊及行业公开分享，致力营造主动学习的团队文化，持续提升团队专业能力，驱动品牌与组织的长期增长。

邓琳女士：具有近十年行业经验，自加入公司以来，主导构建公司品牌官网，主持并参与了公司“跨境电商网络技术研发项目”“跨境库存数据智能分析系统研发项目”等核心研发项目，推动网站架构升级与功能优化，打造深度品牌化建站与定制化 Shopify 解决方案，显著提升系统稳定性与用户体验。同时，统筹跨部门协作，确保项目过程中的数据安全与业务连续性。

盛戈歆先生：从事系统研发工作二十余年，任职期间先后主持了“基于云架构服务的跨境电商卖家全流程管理系统的研发项目”“跨境库存数据智能分析系统研发项目”等公司核心项目的研发。通过这些项目的实施，实现了公司业务流程的全面数字化与数据全链路贯通，有效降低了运营成本、提升了业务效率，并为企业决策提供了坚实的数据支撑，助力公司在激烈的市场竞争中抢占先机。

（3）核心技术（业务）人员持有公司股份情况

截至本招股说明书签署日，公司核心技术（业务）人员持有公司股份情况如下：

单位：万股

序号	姓名	直接持股数量	直接持股比例	间接持股数量	间接持股比例
1	黄丽萍	-	-	4.23	0.08%
2	邓琳		-	4.23	0.08%
3	盛戈歆	-	-	4.23	0.08%

（4）核心技术（业务）人员对外投资情况及兼职情况

截至本招股说明书签署日，除持有员工持股平台东莞尚世财产份额外，公司核心技术（业务）人员不存在其他对外投资情形及兼职情形。

（5）核心技术（业务）人员是否存在侵犯第三方知识产权或商业秘密、违反与第三方的竞业限制约定或保密协议的情况

报告期内，公司核心技术（业务）人员不存在侵犯第三方知识产权或商业秘密、违反与第三方的竞业限制约定或保密协议的情况。

（6）核心技术（业务）人员变动情况

报告期内，公司核心技术（业务）人员未发生变动。

（五）公司研发情况

1、研发投入情况

报告期内，公司研发投入情况如下：

单位：万元

项目	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度

研发投入	1,601.07	2,686.52	2,273.30	1,898.16
营业收入	60,810.14	153,235.36	141,564.37	119,961.38
研发投入占营业收入的比例	2.63%	1.75%	1.61%	1.58%

报告期内，公司研发投入构成明细详见本招股说明书“第八节 管理层讨论与分析”之“三、盈利情况分析”之“（四）主要费用情况分析”之“3.研发费用分析”的相关内容。

2、正在从事的研发项目

截至报告期末，公司正在从事的主要研发项目情况如下：

单位：万元

序号	项目名称	项目预算	所处阶段及进展情况	主要开发人员	项目拟达到的目标与技术水平先进性
1	基于云架构服务的跨境电商卖家全流程管理系统的研发项目	800	其中基于云架构服务的跨境电商卖家全流程管理系统 V2.0 研发项目处于技术开发阶段	林若南、陈立新等	随着公司业务不断的发展，现有的业务系统无法高效的满足日益增长的运营需求。通过基于云架构服务的跨境电商卖家全流程管理系统 V2.0 项目的研发，将对原有系统进行重大升级，深度优化和扩展业务功能，对原有系统模块的核心算法进行实质性改进，显著改善相关技术效能和应用体验，使得技术和整体架构处于前沿水平。
2	跨境库存数据智能分析系统研发项目	480	其中跨境库存数据智能分析系统 V2.0 研发项目、智能备货系统研发项目等两个项目处于技术开发阶段	盛戈歆、周继光等	①通过跨境库存数据智能分析系统 V2.0 项目的研发，在原有系统的基础上实现更智能化、定制化的功能，并对原有系统的部分核心处理机制、核心技术架构、关键功能模块等进行深度重构或重大改进，为公司的跨境贸易提供支撑； ②智能备货系统研发项目将结合最新的人工智能、机器学习、大数据分析、云计算等数智技术，打造智能备货系统，减少备货错误导致的损失，降低仓储成本，提高资金利用率。
3	智能蓝牙加热系统及电池研发项目	320	其中智能蓝牙加热系统研发项目、加热服饰智能温控技术研发项目等四个项目处于开发执行与改进阶段	王敦辉、江灿辉等	①围绕智能蓝牙加热系统研发，重点打造一套智能温控解决方案，通过集成蓝牙通讯模块与专属 APP，用户可在手机端实现远程温度调节、加热模式选择、分区控制、电池状态监测及个性化加热曲线设定，满足用户对智能化与舒适性的需求； ②加热服饰智能温控技术研发项目拟通过多按键多区域控制、

					无线通信与震动/灯光交互的融合设计,实现加热服饰的精准温控、速热与安全防护,在轻量化、小型化的同时具备智能联动和扩展能力,从而达到行业较高水平。
4	服装织物与加热技术融合研发项目	300	其中智能加热服饰产品研发项目处于开发执行与改进阶段	陈宝莹、邓婧维等	智能加热服饰产品研发项目将纺织织物与先进加热技术深度融合,开发新一代智能加热服饰产品,通过开发高导热面辅料及新型加热工艺,实现在保持轻量、柔软、透气的前提下,具备高效、安全、智能的温控功能,能够在户外运动、日常生活等多场景中应用,满足不同人群对舒适与功能性的需求。
5	桌面雕刻机及控制软件APP的研发	270	其中雕刻机配套软件研发项目、雕刻机触摸式脱机控制器研发项目等三个项目处于开发执行与改进阶段	周彬、黄季发等	①针对现有雕刻机配套软件学习门槛高、可视化程度低的问题,以及解决雕刻控制板与上位机实时通信延迟与兼容性问题,通过二维图像及三维模型的智能刀路生成算法优化,以及 PC、APP 及 Web 端应用的统一跨平台开发框架,实现高效交互与可视化,提升用户操作简易性和技术集成先进性; ②雕刻机触摸式脱机控制器研发项目主要解决雕刻机的远程离线控制问题,采用电容式触摸屏以及配套电源方案,通过嵌入式算法的开发,解决普通控制器对机器的兼容性、响应延迟问题并极大程度提高用户的实用体验。
6	智能家用环境电器产品研发项目	200	其中自搅拌肥皂蜡烛加热锅研发项目、空调智能软启动器研发项目等三个项目处于设计与开发阶段	向婷、冯川松等	①自搅拌肥皂蜡烛加热锅研发项目通过将精准温控技术、创新搅拌技术有机结合,旨在打造一款专业级家用设备。它不仅极大地提升了 DIY 过程的安全性、便捷性和成品质量,更通过优秀的设计将蜡烛制作从一项“手艺活”转变为一种轻松、可靠且充满乐趣的“创意实验”,具有明确的市场需求和技术先进性; ②空调智能软启动器研发项目旨在开发更智能、性能更强、兼容性更高的软启动器,通过软启动增加功率监控和无线控制,适配大功率定频空调机组启动的电源系统保护,解决现有软启动

					器在兼容性方面的局限,为用户提供一站式的启动解决方案。
7	多功能电脑外设产品研发项目	110	其中易于拆卸改装的三模金属机械键盘研发项目、配列三模金属显示屏的机械键盘研发项目等两个项目处于开发执行与改进阶段	林瀚仁、丘灏等	①易于拆卸改装的三模金属机械键盘研发项目致力于研发新一代模块化机械键盘,通过应用碳纤维复合材质,在确保结构强度与耐用性的同时实现轻量化。结合自主开发的快速拆卸结构,实现键帽、轴体、模块功能区的高效互换与自定义组装,支持用户根据使用场景与偏好进行个性化配置; ②配列三模金属显示屏的机械键盘研发项目旨在集成可多段调节角度的嵌入式显示屏,依据人体工学原理优化视角适配,有效降低长时间使用造成的视觉疲劳与颈椎负担。配合自主研发的驱动软件,可实现屏幕信息的实时自定义显示,提升信息获取效率与交互直观性,打造一款集输入、监控与操作为一体的高效电脑外设产品。
8	桌面雕刻机的一系列改装配件产品研发项目	100	其中桌面雕刻机配件研发项目处于开发执行与改进阶段	黄季发、林家豪等	针对现有桌面雕刻机配件稳定性差、操作灵活性低等问题,通过迷你虎式压板的多角度快速夹持与防滑机制,创新机械设计,实现高效材料固定与加工精度优化。
9	智能玩具火车产品研发项目	100	其中智能玩具火车产品研发项目处于设计与开发阶段	曹振华、周婵等	智能玩具火车产品研发项目利用无线射频识别的感应识别技术,使玩具火车能够识别感应贴纸的指令以实现玩具火车的方向、速度、音效、灯光、避障、跟随等功能。
10	智能 WIFI 电子壁炉产品研发项目	100	其中智能壁挂式电暖器研发项目处于测试实验阶段	冯川松、高舒奇等	智能壁挂式电暖器研发项目通过风机、发热体、风道的创新设计,同时搭配碳纤维、石墨烯等能效高的发热材料,实现发热效率和热稳定性的提升,更加节能。
11	单片机为核心的数据通讯产品研发项目	100	其中单片机为核心的数据通讯产品研发项目处于开发执行与改进阶段	周彬、曾水林等	单片机为核心的数据通讯产品研发项目主要研发基于 LoRa 技术的单片机分布式通讯网络以及基于点对点 WiFi 通讯的图传设备。用户可通过此通讯网络进行短信、报文数据的单发、群发功能,适用于户外偏远地区和应急救援等场景。此外,通过无线摄像头向配套的接收器发送视

					频流，接收器以 USB 等灵活的接口与用户终端连接，有效解决当前无线摄像头需要接入 WiFi 路由器或依赖云端服务器的问题。
12	智能厨余处理机的软硬件研发项目	80	其中智能感应垃圾桶研发项目处于设计与开发阶段	冯川松、周晓晴等	智能感应垃圾桶研发项目旨在通过红外/激光感应实现自动吸入垃圾，进行吸尘器风道优化实现两档吸力调整，容量大，以使用便携和智能为主要亮点。
13	锂电池保暖鞋类产品研发项目	60	其中智能鞋类全品类研发项目处于开发执行与改进阶段	付若欣、王敦辉等	智能鞋类全品类研发项目旨在构建全季节鞋类产品矩阵，覆盖夏季轻量化设计、冬季时尚保暖，并通过经典款式的迭代升级（色彩拓展、结构改良等）强化细分市场竞争力，打造品牌鞋类全品类产品，更好的满足市场需求，并持续发展品牌核心加热技术在不同产品上的应用。
14	桌面雕刻机系列产品研发项目	50	其中智能雕刻机物联语音模组与 AI 刀头智能平台研发项目处于立项阶段	黄季发、林家豪、何振扬等	针对现有智能雕刻机联网交互不便、普通用户对刀头参数匹配认知模糊、WiFi 模块的稳定传输与低功耗优化、物联语音模组的实时语义识别等多个问题，通过集成智能雕刻机云平台的多设备协同控制，以及 AI 刀头智能推荐平台的算法预测机制，实现云端融合与个性化工具优化。
15	凉感技术产品研发项目	50	其中凉感技术产品研发项目处于设计与开发阶段	王敦辉、江灿辉等	凉感技术产品研发项目拟通过主动与被动凉感技术融合或独立开发，实现轻量化与续航平衡，兼顾舒适穿着体验与长效降温效果，并具备可扩展的智能化应用潜力。
16	无线电 CB 电台产品研发项目	40	其中无线电车载通信设备研发项目处于测试实验阶段	刘资恺、陈剑宏等	无线电车载通信设备研发项目旨在利用先进数智技术，搭建语音识别功能，有效分离出人声和环境声后，加强人声效果，从而达到通讯降噪效果。
17	手工艺设备产品研发项目	40	其中纸板创客工具套装研发项目处于开发执行与改进阶段	曹振华、周婵等	纸板创客工具套装研发项目旨在设计出专为儿童使用的安全型结构工具，确保使用安全舒适，该工具可以将废弃纸箱转化为可快速构建的创作材料，激发孩子们的创造力和动手能力。

3、研发投入情况

报告期内，公司各研发项目的研发投入情况，详见本招股说明书“第八节 管理层讨论与分析”之“三、盈利情况分析”之“（六）研发投入分析”之“2. 报告期内主要研发项目情况”。

4、合作研发情况

报告期内，公司主要采用“自主研发”和“合作研发”的产品研发模式，其中合作研发具体包括与高校开展的产学研合作及与供应商合作研发两种模式。

在产学研合作模式下，公司通过与东莞理工学院签订合作协议，与其共建智能硬件产学研基地，围绕智能硬件技术领域开展科学研究及产学研合作，完善公司产品研究、开发和创新体系。

在供应商合作研发模式下，公司主要负责相关设计方案的规划及流程管理，并基于合作方的技术条件及技术基础，对产品设计方案中的外观、关键内部功能和结构进行优化及改良，产品设计方案定稿后，公司委托供应商进行模具开模，共同完成产品的合作研发。

公司与研发设计合作单位均在合同中明确约定了双方的权利义务、所形成的知识产权归属以及双方需履行的各项保密义务。

五、 境外经营情况

报告期内，公司主要的销售市场位于北美、欧洲等地区，并主要通过在中国香港、美国、德国等国家或地区设立境外子公司进行海外市场的销售，该等境外子公司的相关情况详见本招股说明书之“第四节 发行人基本情况”之“七、发行人的分公司、控股子公司、参股公司情况”的相关内容。

六、 业务活动合规情况

公司已取得开展经营活动所需的业务许可资格和资质文件，业务活动合法合规。公司及子公司取得的资质情况详见本节之“四、关键资源要素”之“（二）公司取得的业务许可资格或资质情况”。

报告期内，公司曾受到行政处罚，但不构成重大违法违规行为，不会对本次发行造成实质性影响。具体情况详见本招股说明书“第六节 公司治理”之“四、违法违规情况”。

七、 其他事项

无。

第六节 公司治理

一、 公司治理概况

公司根据《公司法》《证券法》等有关法律法规、规范性文件的要求，建立健全了由股东会、董事会和高级管理人员组成的公司治理结构，并设置了董事会下属的各专门委员会、独立董事、董事会秘书等机构和人员，制定和完善了《公司章程》《股东会议事规则》《董事会议事规则》《独立董事工作制度》等公司治理制度以及对外投资、对外担保、关联交易、利润分配等方面的内控制度。

报告期内，公司组织机构职责分工明确，相互配合，制衡机制有效运作，决策程序及议事规则透明、清晰、有效。公司股东会、董事会及其下属各专门委员会等机构和人员依法依规运行，公司的治理情况良好，不存在重大缺陷。

（一）股东会制度的建立健全及运行情况

公司根据《公司法》《证券法》等相关法律法规及《公司章程》的规定，制定了《股东会议事规则》。股东会是公司的最高权力机构，负责审议并决定公司重大事项。

报告期内，公司股东会严格遵循《股东会议事规则》《公司章程》及相关法律法规规范运作。历次会议的通知、召集、召开、表决及决议均合法有效，会议记录完整规范，不存在股东违法违规行使职权的情形。

（二）董事会制度的建立健全及运行情况

公司根据《公司法》《证券法》等相关法律法规及《公司章程》的规定，制定了《董事会议事规则》。公司董事会由9名董事组成，设董事长1名，其中独立董事3名，职工董事1名。董事由股东会或职工代表大会选举或者更换，任期三年，任期届满可连选连任。董事会为公司的日常经营决策机构，对股东会负责。

报告期内，公司董事会严格遵循《董事会议事规则》《公司章程》及相关法律法规规范运作。历次会议的召集、召开、表决及决议等均合法有效，会议记录完整规范，不存在董事违法违规行使职权的情形。

（三）独立董事制度的建立健全及运行情况

公司根据《公司法》《证券法》等相关法律法规及《公司章程》的规定，制定了《独立董事工作制度》。公司董事会设有独立董事3名，人数不少于董事会成员总数的三分之一，均符合任职要求，其中包括1名会计专业人士。独立董事人数、资格及职权均符合相关监管规定。

报告期内，公司独立董事恪尽职守，勤勉履职。其均按时出席董事会会议，并对相关议案发表

了专业、独立的意见，切实维护了公司及全体股东（特别是中小股东）的合法权益，为完善公司治理结构与规范公司运作发挥了重要作用。

（四）董事会秘书制度的建立健全及运行情况

公司根据《公司法》《证券法》等相关法律法规及《公司章程》的规定，制定了《董事会秘书工作制度》。公司设董事会秘书1名，其为公司高级管理人员，对董事会负责。

报告期内，公司董事会秘书勤勉尽责，高效筹备了公司历次董事会和股东会，规范运作了信息披露与投资者关系管理事务，为完善公司治理和保障董事会、股东会依法有效运作发挥了重要作用。

（五）董事会专门委员会制度的建立健全及运行情况

公司董事会下设战略与发展、审计、提名、薪酬与考核四个专门委员会。公司已根据《公司法》《公司章程》等有关规定，制定了《董事会战略与发展委员会工作细则》《董事会审计委员会工作细则》《董事会提名委员会工作细则》《董事会薪酬与考核委员会工作细则》，分别对各专门委员会的人员组成、职责权限、决策程序及议事规则等作出了明确的规定。

截至本招股说明书签署日，公司董事会各专门委员会的组成情况如下：

委员会	委员	召集人
战略与发展委员会	程天乐、HU MENG（胡萌）、辛永宏、王保安、吴伟良	程天乐
审计委员会	程玲莎、莫姣、辛永宏	程玲莎
提名委员会	莫姣、何润洪、程天乐	莫姣
薪酬与考核委员会	何润洪、程玲莎、莫姣、程天乐、王保安	何润洪

自设立以来，各专门委员会运作规范，履职情况良好，为完善公司治理结构发挥了积极作用。

为进一步优化治理结构，根据最新业务规则，公司于2025年8月12日召开了第二届董事会第十二次会议、第二届监事会第六次会议，并于2025年8月27日召开了2025年第三次临时股东会，审议通过了《关于取消监事会并修订<公司章程>的议案》及《关于修订公司部分治理制度的议案》。根据上述决议，公司监事会予以取消，其原有职权由董事会审计委员会承继，同时《监事会议事规则》即行废止。

二、 特别表决权

截至本招股说明书签署日，公司不存在特别表决权股份或类似安排。

三、 内部控制情况

（一）公司内部控制的基本情况

2022 年，公司存在使用个人卡进行收付款的情形。其中，通过个人卡收款金额为 0.34 万元，主要为供应商退款；通过个人卡付款金额为 0.46 万元，主要为销户提现和支付员工报销款。公司已于 2022 年 12 月停止使用个人卡，相关个人账户也已注销，且上述款项均已纳入报表核算，不会对公司报告期内财务真实性产生影响。为杜绝个人卡使用行为并进一步加强内部控制建设，公司依据《企业内部控制基本规范》（财会[2008]7 号）及相关配套指引，完善了《资金管理制度》等内部控制制度，进一步健全了公司的内控体系，并确保其有效运行。

综上所述，公司已对报告期初存在的个人卡收付款的财务内控不规范情形完成有效整改。目前，公司已建立符合上市公司规范的财务内控体系，相关内部控制制度健全并得到有效执行。

（二）发行人管理层对内部控制的自我评估

公司管理层对内部控制进行自查和评估后认为：根据公司财务报告内部控制重大缺陷的认定情况，于内部控制评价报告基准日，不存在财务报告内部控制重大缺陷，董事会认为，公司已按照企业内部控制规范体系和相关规定的要求在所有重大方面保持了有效的财务报告内部控制。

（三）注册会计师对公司内部控制的鉴证意见

天健会计师对公司内部控制进行了审计，出具了《内部控制审计报告》（天健审[2025]7-747 号），认为：尚睿科技公司于 2025 年 6 月 30 日按照《企业内部控制基本规范》和相关规定在所有重大方面保持了有效的财务报告内部控制。

四、 违法违规情况

报告期内，公司及其子公司受到的行政处罚情形如下：

2025 年 8 月 18 日，中华人民共和国太平海关向子公司码尚智造作出《行政处罚决定书》（平关罚决字〔2025〕20 号）。码尚智造在 2023 年 5 月 29 日至 2025 年 5 月 28 日期间，共 23 票报关单中申报出口的雪茄盒生产单位名称与实际不符，被太平海关认定为违反了《中华人民共和国进出境动植物检疫法》第二十条第一款之规定，太平海关依照《中华人民共和国进出境动植物检疫法》第四十条、《中华人民共和国进出境动植物检疫法实施条例》第五十九条第一款第二项及《海关总署关于修订〈中华人民共和国海关行政处罚裁量基准（二）〉的公告（2025）》（海关总署公告 2025 年第 21 号）第九条第二项、第十一条及其附件 3《海关检验检疫行政处罚常见案件裁量基准》序号 31 中从轻处罚量罚幅度裁量，对码尚智造处以每票报关单从轻处罚款 700 元，23 票报关单共计罚款人民币 1.61 万元。

根据该《行政处罚决定书》，太平海关在处罚文书中认定码尚智造已依法向海关提供相应担保，自愿认错认罚，依照《中华人民共和国进出境动植物检疫法》第四十条、《中华人民共和国进出境动植物检疫法实施条例》第五十九条第一款第二项及《海关总署关于修订〈中华人民共和国海关行

政处罚裁量基准（二）>的公告（2025）》（海关总署公告 2025 年第 21 号）第九条第二项、第十一条及其附件《海关检验检疫行政处罚常见案件裁量基准》序号 31 中从轻处罚量罚幅度裁量。

根据《海关检验检疫行政处罚常见案件裁量基准》序号 31 的规定，公司单笔罚款 700 元属于“符合裁量基准中有关从轻情节规定的，属于具有从轻情节，处不满 1,500 元罚款”的从轻处罚范围。

公司受到上述处罚后，按时缴纳了罚款，并立即开展内部整改。公司制定了关于海关报关的内控制度，包括流程环节及具体责任人、责任承担机制，并做好相关员工辅导和培训工作，加强对《中华人民共和国海关法》等法律法规的学习，避免类似处罚事件再次发生。

综上所述，公司本次受到的处罚金额较低，不会对公司经营活动产生重要不利影响。经核查，保荐机构和康达律所认为，发行人子公司码尚智造已及时整改并缴纳罚款，上述违法行为未导致严重环境污染、重大人员伤亡或社会影响恶劣的情形，不构成重大违法行为，不构成本次发行的重大障碍。

报告期内，除上述情形外，公司及其子公司不存在其他违法违规及受处罚的情况。

五、 资金占用及资产转移等情况

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

六、 同业竞争情况

（一）不存在同业竞争的说明

截至本招股说明书签署日，公司控股股东东莞班夫除持有本公司股份外，未控制其他企业，亦未实际经营业务。

截至本招股说明书签署日，公司实际控制人程天乐除持有本公司股份外，还控制东莞班夫、东莞樱草山、东莞悠仙，上述企业均未实际经营业务，不存在与公司从事相同或相似业务的情形。

综上所述，公司与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业均不存在从事相同、相似业务的情况，不存在同业竞争情况。

（二）避免同业竞争的承诺

为避免潜在同业竞争，更好地维护中小股东的利益，保障公司长期稳定发展，公司控股股东东

莞班夫、实际控制人程天乐已就规范或避免同业竞争作出相应承诺，具体情况详见本招股说明书“附件五：重要承诺事项”之“一、与本次公开发行有关的承诺事项”之“（十一）关于规范或避免同业竞争的承诺函”的相关内容。

七、 关联方、关联关系和关联交易情况

（一）关联方及关联关系

根据《公司法》《企业会计准则》《北京证券交易所股票上市规则》等有关规定，截至本招股说明书签署日，公司关联方及关联关系情况如下：

1、公司控股股东、实际控制人

截至本招股说明书签署日，公司的控股股东为东莞班夫，实际控制人为程天乐。

公司控股股东、实际控制人的具体情况详见本招股说明书“第四节 发行人基本情况”之“四、发行人股东及实际控制人情况”之“（一）控股股东、实际控制人情况”的相关内容。

2、发行人控股股东、实际控制人直接或间接控制的其他企业

截至本招股说明书签署日，公司控股股东、实际控制人控制的其他企业为东莞樱草山、东莞悠仙。

东莞樱草山、东莞悠仙的具体情况详见本招股说明书“第四节 发行人基本情况”之“四、发行人股东及实际控制人情况”之“（四）控股股东、实际控制人所控制的其他企业情况”。

3、直接或间接持有发行人 5%以上股份的股东及其一致行动人

截至本招股说明书签署日，除公司控股股东、实际控制人外，其他直接或间接持有公司 5%以上股份的股东为东莞尚悦、东莞云之睿、王保安、王秋云、辛永宏、辛诚、李智华。

上述股东的具体情况详见本招股说明书“第四节 发行人基本情况”之“四、发行人股东及实际控制人情况”之“（二）持有发行人 5%以上股份的其他主要股东”的相关内容。

4、公司控股子公司

截至本招股说明书签署日，公司共拥有 32 家控股子公司。

公司子公司、分公司的具体情况详见本招股说明书“第四节 发行人基本情况”之“七、发行人的分公司、控股子公司、参股公司情况”的相关内容。

5、公司董事、高级管理人员

公司的董事、高级管理人员为公司关联自然人。

公司董事、高级管理人员的具体情况详见本招股说明书“第四节 发行人基本情况”之“八、

董事、高级管理人员情况”的相关内容。

6、与持股 5%以上自然人股东、董事、高级管理人员关系密切的家庭成员

持股 5%以上自然人股东、董事、高级管理人员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、配偶的父母及兄弟姐妹、子女配偶的父母等，都属于公司关联方。

7、关联自然人直接或间接控制的、或者能够施加重大影响的、或者担任董事（不含同为双方的独立董事）、高级管理人员的，除发行人及其控股子公司以外的法人或其他组织

序号	关联方名称	与发行人的关系
1	东莞尚世	公司董事、财务总监、董事会秘书王文辉持有 6.25%出资额，并担任执行事务合伙人的企业
2	宁波尚翼	公司董事、财务总监、董事会秘书王文辉持有 24.32%财产份额，并担任执行事务合伙人的企业
3	东莞市源川资产管理有限公司	公司董事王保安持股 70.00%，并担任副董事长、经理的企业
4	国源生技新能源（广东）有限公司	公司董事王保安担任董事长、经理的企业
5	国源新能源科技（广东）有限公司	公司董事王保安担任董事、经理的企业
6	广东省君屹智能自动化装备有限公司	公司董事王保安担任执行董事、经理的企业
7	上海君屹工业自动化股份有限公司广东分公司	公司董事王保安担任负责人的企业
8	上海中车瑞伯德智能系统股份有限公司	公司董事王保安担任董事的企业
9	桃花源科技咨询（东莞）企业（有限合伙）	公司董事王保安持有 94.00%出资额、持股 5%以上股东王秋云控制的深圳市前海桃花石控股有限公司担任执行事务合伙人的企业
10	国源数字能源技术（东莞）有限公司	公司董事王保安担任董事、经理的企业
11	上海文景信息科技有限公司	公司董事吴伟良担任董事的企业
12	深圳市杉岩数据技术有限公司	公司董事吴伟良担任董事的企业
13	海南源川建安工程有限公司	公司董事王保安之配偶、持股 5%以上股东王秋云持股 40.00%的企业
14	东莞启鑫	公司董事王保安之配偶、持股 5%以上股东王秋云持股 60.00%的企业
15	东莞鸿道实业投资有限公司	公司董事王保安之配偶、持股 5%以上股东王秋云持股 34.00%，并担任执行董事、经理的企业
16	东莞市劲腾精彩空气处理技术有限公司	公司董事王保安之配偶、持股 5%以上股东王秋云持股 20.00%，并担任董事的企业
17	深圳市英普生环保科技有限公司	公司董事王保安之配偶、持股 5%以上股东王秋云持股 85.00%的企业
18	深圳市前海桃花石控股有限公司	公司董事王保安之配偶、持股 5%以上股东王秋云持股 80.00%，并担任执行董事的企业

19	东莞市劲腾股权投资有限公司	公司董事王保安之配偶、持股 5%以上股东王秋云持股 20.00%，并担任执行董事、经理的企业
20	东莞市万木森实业投资有限公司	公司董事王保安之配偶、持股 5%以上股东王秋云持股 95.00%，并担任执行董事、经理的企业
21	海南源川商贸有限公司	公司董事王保安之配偶、持股 5%以上股东王秋云持股 40.00%，并担任总经理的企业
22	东莞沃睿天成实业投资有限公司	公司董事王保安之配偶、持股 5%以上股东王秋云持股 40.00%，并担任经理的企业
23	东莞市兆科实业投资有限公司	公司董事王保安之配偶、持股 5%以上股东王秋云直接持股 10.00%，并通过东莞市万木森实业投资有限公司持股 55.00%的企业
24	东莞市兆荣节能科技有限公司	公司董事王保安之配偶、持股 5%以上股东王秋云实际控制的企业
25	深圳前海中科桃花石投资合伙企业（有限合伙）	公司董事王保安之配偶、持股 5%以上股东王秋云实际控制的企业
26	东莞市智润商贸有限公司	公司持股 5%以上股东李智华担任财务负责人的企业

8、报告期期初至今曾经存在的关联方

序号	关联方名称	与发行人关系
1	谭洪艳	董事辛永宏原配偶，曾与辛永宏、辛诚合计持股 5%以上
2	杨思琳	曾持股 5%以上股东
3	华龙	报告期内曾担任公司董事，于 2023 年 2 月离任
4	刘小进	报告期内曾担任公司独立董事，于 2024 年 6 月离任
5	黄晓琳	报告期内曾担任公司监事，于 2025 年 8 月离任
6	吴佳玲	报告期内曾担任公司监事，于 2025 年 8 月离任
7	杨倩怡	报告期内曾担任公司监事，于 2025 年 8 月离任
8	齐小军	报告期内曾担任公司监事，于 2023 年 2 月离任
9	马锋	曾担任公司监事，于 2021 年 7 月离任
10	傅洪浪	报告期内曾代杨思琳持有公司 5%以上股份，于 2022 年 7 月完成代持还原
11	东莞尚爵	公司曾经的全资子公司，已于 2025 年 4 月注销
12	尚景城	睿景城曾经的全资子公司，已于 2025 年 3 月注销
13	东莞海尚	公司曾经的全资子公司，已于 2024 年 3 月注销
14	苏州云越	公司曾经的控股子公司，已于 2023 年 4 月注销
15	东莞睿朗	尚之睿曾经的全资子公司，已于 2023 年 4 月注销
16	东莞尚兆	睿景城曾经的控股子公司，已于 2022 年 4 月注销
17	マクロ通販株式会社	香港尚睿曾经的全资子公司，已于 2022 年 12 月注销
18	安徽昆禾智能科技有限公司	公司曾经持股 30%的公司，已于 2023 年 12 月退出持股
19	宁夏银大门外贸综合服务有限公司	公司董事辛永宏曾担任总经理的企业，已于 2022 年 3 月离任

20	宁夏中大门国际物流卡车运输有限公司	公司董事辛永宏曾担任总经理的企业，已于 2022 年 1 月离任
21	塔城市中大门国际物流卡车运输有限公司	公司董事辛永宏曾担任总经理的企业，已于 2022 年 1 月离任
22	乌鲁木齐丝路西大门贸易有限公司	公司董事辛永宏曾担任总经理的企业，已于 2022 年 4 月离任
23	内蒙古北大门跨境电商运营有限公司	公司董事辛永宏曾担任总经理的企业，已于 2022 年 3 月离任
24	乌鲁木齐跨境电子商务公共服务有限公司	公司董事辛永宏曾担任总经理的企业，已于 2022 年 3 月离任
25	中大门国际物流服务有限公司乌鲁木齐分公司	公司董事辛永宏曾担任负责人的企业，已于 2022 年 1 月离任
26	中大门国际物流服务有限公司深圳分公司	公司董事辛永宏曾担任负责人的企业，已于 2022 年 1 月离任
27	广西南大门跨境电商运营有限责任公司	公司董事辛永宏曾担任总经理的企业，已于 2022 年 1 月离任
28	东莞远见科技咨询企业（有限合伙）	公司董事王保安曾持有 70.00% 出资额，并担任执行事务合伙人的企业，已于 2024 年 4 月注销
29	广州中龙传媒有限公司	公司持股 5% 以上股东李智华持股 20.00%，并担任执行董事、经理的企业，已于 2024 年 12 月注销
30	东莞容思柏美容有限公司	曾持股 5% 以上股东杨思琳曾持股 40% 的企业，已于 2023 年 7 月退出持股
31	惠州润丽纺织科技有限公司	曾持股 5% 以上股东傅洪浪担任执行董事、经理的企业
32	东莞市领裕展示制品有限公司	曾持股 5% 以上股东杨思琳配偶的胞兄担任董事、经理的企业

（二）关联交易情况

报告期内，公司无偶发性关联交易，所发生的关联交易均为经常性关联交易，具体汇总情况如下：

单位：万元

项目	关联交易内容	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
经常性关联交易	销售商品	1.57	1.83	1.47	-
	关联方租赁				
	公司作为出租方	2.47	5.19	5.52	5.84
	公司作为承租方	36.96	93.33	98.39	75.10
	关键管理人员薪酬	303.86	947.44	940.82	875.02
	关联担保	关联方为公司及其子公司提供担保，具体内容详见本节之“七、关联方、关联关系和关联交易情况”之“（二）关联交易情况”之“1、经常性关联交易”之“（4）关联担保”。			

1、经常性关联交易

（1）销售商品的关联交易

报告期内，公司因向东莞启鑫提供房屋租赁业务，因此向其收取水电费，具体情况如下：

单位：万元

关联方名称	2025 年 1-6 月		2024 年度		2023 年度		2022 年度	
	金额	占营业收入比例	金额	占营业收入比例	金额	占营业收入比例	金额	占营业收入比例
东莞启鑫	1.57	0.00%	1.83	0.00%	1.47	0.00%	-	-
合计	1.57	0.00%	1.83	0.00%	1.47	0.00%	-	-

报告期内，公司向东莞启鑫收取水电费的定价方式为市场定价，定价公允，不存在利用关联交易损害股东利益的情形。

公司与东莞启鑫发生的关联销售金额较小，对公司经营活动的整体影响较小。

（2）关联方租赁情况

报告期内，公司存在同时作为出租方和承租方与东莞启鑫发生租赁业务，具体情况如下：

单位：万元

关联方名称	关联交易内容	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
一、公司作为出租方					
东莞启鑫	租出房屋及建筑物	2.47	5.19	5.52	5.84
合计		2.47	5.19	5.52	5.84
占营业收入的比例		0.00%	0.00%	0.00%	0.00%
二、公司作为承租方					
东莞启鑫	租入房屋及建筑物	10.97	23.73	25.63	15.76
	租入设备	26.00	69.60	72.75	59.34
合计		36.96	93.33	98.39	75.10
占营业成本的比例		0.11%	0.11%	0.12%	0.10%

公司与东莞启鑫之间关联交易产生的背景如下：

①公司控股子公司睿景城目前办公所在地 1 至 5 号楼的智慧高效相变蓄冷空调项目，系由东莞启鑫根据双方于 2018 年 11 月签订的《投资建设-经营-租赁合同书》投资建设，睿景城日常办公使用空调系统需要向东莞启鑫支付空调系统租赁费；

②睿景城同时将其办公所在地 1 至 5 号楼的顶层区域租赁给东莞启鑫，由东莞启鑫自行装修，并用于自用或对外出租；

③2021 年，因办公需要，公司向东莞启鑫租入 5 号楼（E 栋）6 楼办公区域。

报告期内，公司向东莞启鑫租入办公室及空调系统，其定价遵循市场原则，与非关联方交易价格无重大差异，定价公允，公司不存在利用关联交易损害股东利益的情形。

公司与东莞启鑫发生的关联租赁金额较小，对公司生产经营的整体影响较小。

(3) 关键管理人员薪酬

报告期内，公司关键管理人员的薪酬情况如下：

单位：万元

项目	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
关键管理人员薪酬	303.86	947.44	940.82	875.02

注：公司 2025 年 8 月不再设置监事会，报告期内关键管理人员薪酬含原监事薪酬。

(4) 关联担保情况

报告期内，公司及其子公司不存在为关联方提供担保的情况。公司及其子公司作为被担保方的关联担保情况如下：

单位：万元

担保方	债务人	债权人	担保金额 (最高)	被担保主债权起始日	担保 方式
程天乐、 王奕戎	尚睿 科技	中国银行股份有限公司 东莞分行	2,000.00	2018.12.04-2030.12.31	最高额 保证
东莞班夫	尚睿 科技	中国银行股份有限公司 东莞分行	2,000.00	2018.12.04-2030.12.31	最高额 保证
程天乐、 王奕戎	尚睿 科技	中国银行股份有限公司 东莞分行	3,000.00	2019.09.01-2030.12.31	最高额 保证
东莞班夫	尚睿 科技	中国银行股份有限公司 东莞分行	3,000.00	2019.09.01-2030.12.31	最高额 保证
程天乐、 王奕戎	尚睿 科技	中国银行股份有限公司 东莞分行	4,636.00	2022.08.09-2032.12.31	最高额 保证
东莞班夫	尚睿 科技	中国银行股份有限公司 东莞分行	4,636.00	2022.08.09-2025.09.06	最高额 保证
程天乐、 王奕戎	尚睿 科技	中信银行股份有限公司 东莞分行	8,000.00	2021.12.30-2022.12.30	最高额 保证
程天乐、 王奕戎	尚睿 科技	中信银行股份有限公司 东莞分行	8,000.00	2023.01.18-2026.01.18	最高额 保证
程天乐、 王奕戎	尚睿 科技	中信银行股份有限公司 东莞分行	8,000.00	2025.04.02-2035.04.02	最高额 保证
程天乐、 王奕戎	尚睿 科技	东莞银行股份有限公司 东莞分行	1,500.00	2022.01.06-2027.01.05	最高额 保证
东莞班夫	尚睿 科技	东莞银行股份有限公司 东莞分行	1,500.00	2022.01.06-2027.01.05	最高额 保证
东莞班夫	尚睿 科技	东莞银行股份有限公司 东莞分行	13,400.00	2022.03.10-2032.03.09	最高额 保证
程天乐、 王奕戎	尚睿 科技	东莞银行股份有限公司 东莞分行	13,400.00	2022.03.10-2032.03.09	最高额 保证
东莞班夫	尚睿 科技	东莞银行股份有限公司 东莞分行	18,900.00	2023.03.07-2038.05.31	最高额 保证
程天乐、 王奕戎	尚睿 科技	东莞银行股份有限公司 东莞分行	18,900.00	2023.03.07-2038.05.31	最高额 保证
程天乐	尚睿 科技	上海浦东发展银行股份 有限公司东莞分行	1,000.00	2021.08.13-2022.07.27	最高额 保证

程天乐	尚睿科技	上海浦东发展银行股份有限公司东莞分行	2,000.00	2022.09.01-2023.08.29	最高额保证
程天乐	尚睿科技	上海浦东发展银行股份有限公司东莞分行	3,000.00	2023.10.12-2024.09.20	最高额保证
程天乐、王奕戎	尚睿科技	招商银行股份有限公司东莞分行	2,000.00	2023.08.31-2024.08.30	最高额保证
程天乐、王奕戎	尚睿科技	招商银行股份有限公司东莞分行	1,500.00	2025.05.27-2026.05.26	最高额保证
程天乐、王奕戎	尚之睿	东莞银行股份有限公司东莞分行	500.00	2021.12.01-2026.11.30	最高额保证
程天乐	尚之睿	上海浦东发展银行股份有限公司东莞分行	500.00	2021.08.13-2022.07.27	最高额保证
程天乐	尚之睿	上海浦东发展银行股份有限公司东莞分行	500.00	2022.09.01-2023.08.29	最高额保证
程天乐	尚之睿	上海浦东发展银行股份有限公司东莞分行	500.00	2023.10.12-2024.09.20	最高额保证
程天乐、马锋	睿景城	东莞农村商业银行股份有限公司松山湖科技支行	500.00	2018.12.14-2023.12.13	最高额保证
程天乐	香港尚睿	汇丰银行（中国）有限公司东莞分行	660 万美元	2022.05.17-2024.04.07	最高额保证
东莞班夫	香港尚睿	汇丰银行（中国）有限公司东莞分行	660 万美元	2022.05.17-2024.04.07	最高额保证
程天乐	尚睿科技、香港尚睿	星展银行（中国）有限公司深圳分行、星展银行（中国）有限公司上海自贸试验区支行	770 万美元	2024.06.20-2029.06.19	最高额保证

上述关联担保中，公司均作为被担保方，主要系公司在向银行办理借款等融资业务时，根据相关银行的内控要求，公司控股股东、实际控制人及其近亲属等关联方需提供连带责任担保作为增信措施。上述关联担保系公司控股股东、实际控制人及其近亲属等关联方支持公司融资之举，有利于提高公司增信及筹资效率，更快地满足公司资金需求。

上述关联担保不产生收入、成本、费用，对公司财务方面不构成直接影响。

2、关联方应收应付款项

（1）应收关联方款项

报告期各期末，公司应收关联方款项主要系公司关联租赁业务发生的押金保证金、融资租赁款，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	款项性质
	账面余额	账面余额	账面余额	账面余额	
①其他应收款					
东莞启鑫	45.27	41.56	41.56	41.17	应收押金保证金

HU MENG(胡萌)	-	-	-	0.09	应收员工备用金
合计	45.27	41.56	41.56	41.25	-
②一年内到期的非流动资产					
东莞启鑫	7.44	7.26	6.92	6.59	融资租赁款
合计	7.44	7.26	6.92	6.59	-
③长期应收款					
东莞启鑫	91.20	94.97	102.23	109.15	融资租赁款
合计	91.20	94.97	102.23	109.15	-

(2) 应付关联方款项

报告期各期末，公司应付关联方款项主要系公司关联租赁业务发生的租赁付款额，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	款项性质
	账面余额	账面余额	账面余额	账面余额	
①其他应付款					
东莞启鑫	-	-	-	0.20	押金保证金
马锋	-	-	0.20	-	报销款
辛永宏	0.60	0.60	0.12	-	报销款
合计	0.60	0.60	0.33	0.20	-
②一年内到期的非流动负债					
东莞启鑫	40.52	56.00	51.01	46.16	一年内到期的 租赁负债
合计	40.52	56.00	51.01	46.16	-
③租赁负债					
东莞启鑫	482.20	779.69	835.69	853.11	租赁付款额
合计	482.20	779.69	835.69	853.11	-

3、关联方资金拆借

2019年，马锋因资金周转需要向公司拆借500万元，本金已于2021年归还，资金占用利息33.29万元已于2022年归还。

4、报告期内关联交易对公司财务状况和经营成果的影响

报告期内，公司与关联方发生的关联交易不存在损害公司及其他股东利益的情况，对公司的财务状况和经营成果未产生重大不利影响。

(三) 关联交易的决策程序及履行情况

公司已在《公司章程》《股东会议事规则》《董事会议事规则》以及《关联交易管理办法》中规定了股东会、董事会表决关联交易事项时，关联股东、关联董事对关联交易应执行回避制度，明确了关联交易公允决策的程序。为强化公司治理、保障中小股东及债权人利益，公司在《独立董事工作制度》中对关联交易审议过程中独立董事的权利义务进行了明确规定。

报告期内，公司发生的关联交易均按照《公司章程》及有关规定履行了相关审批程序，关联股东或董事在审议相关交易时回避表决，独立董事和原监事会成员、审计委员会成员不存在发表不同意见的情形。公司的关联交易内容真实，具有必要性及合理性，且关联交易价格确定具有公允性，不存在损害公司及其他股东利益的情形，不影响公司经营独立性。

（四）减少和规范关联交易的措施及承诺

公司依照《公司法》等法律、法规建立了规范、健全的法人治理结构，公司制定的《公司章程》《股东会议事规则》《董事会议事规则》《独立董事工作制度》《关联交易管理办法》《对外担保管理制度》等规章制度，对关联交易决策权力和程序作出了详细的规定，有利于公司减少和规范关联交易，保证关联交易的公开、公平、公正。此外，公司建立健全了规范的独立董事工作制度，公司的独立董事将在减少和规范关联交易方面发挥重要作用，积极保护公司和中小投资者的利益。

为保障公司及其他中小股东的合法权益，公司控股股东、实际控制人、主要股东及全体董事、高级管理人员已就规范和减少关联交易作出相应承诺，具体情况详见本招股说明书“附件五：重要承诺事项”之“一、与本次公开发行有关的承诺事项”之“（十二）关于规范和减少关联交易的承诺函”的相关内容。

八、 其他事项

无。

第七节 财务会计信息

一、 发行人最近三年及一期的财务报表

(一) 合并资产负债表

单位：元

项目	2025 年 6 月 30 日	2024 年 12 月 31 日	2023 年 12 月 31 日	2022 年 12 月 31 日
流动资产：				
货币资金	117,528,424.44	292,560,623.56	258,755,943.53	227,913,438.34
结算备付金	-	-	-	-
拆出资金	-	-	-	-
交易性金融资产	12,356,285.71	5,016,294.52	20,008,328.77	25,704,842.10
衍生金融资产	-	-	-	-
应收票据	-	-	-	-
应收账款	17,196,626.59	20,474,127.79	28,327,824.70	25,679,309.74
应收款项融资	-	-	-	-
预付款项	42,110,394.90	39,958,919.64	16,635,266.45	17,630,517.83
应收保费	-	-	-	-
应收分保账款	-	-	-	-
应收分保合同准备金	-	-	-	-
其他应收款	10,479,606.91	24,184,560.74	33,580,843.25	24,901,065.29
其中：应收利息	-	-	-	-
应收股利	-	-	-	-
买入返售金融资产	-	-	-	-
存货	381,398,810.29	316,616,056.05	261,605,174.47	200,545,791.95
合同资产	-	-	-	-
持有待售资产	-	-	-	-
一年内到期的非流动资产	202,892.08	326,737.60	291,504.72	254,938.97
其他流动资产	38,910,802.12	37,641,626.36	32,646,058.84	32,157,406.66
流动资产合计	620,183,843.04	736,778,946.26	651,850,944.73	554,787,310.88
非流动资产：				
发放贷款及垫款	-	-	-	-
债权投资	-	-	-	-
其他债权投资	-	-	-	-
长期应收款	2,971,112.64	5,250,683.57	5,577,421.46	5,868,925.89
长期股权投资	-	-	-	1,736,829.07
其他权益工具投资	400,000.00	400,000.00	400,000.00	400,000.00
其他非流动金融资产	-	-	-	-
投资性房地产	50,530,259.57	50,467,927.59	-	-
固定资产	87,485,125.28	78,187,015.64	4,312,432.92	2,757,215.83
在建工程	327,772.00	4,652,293.58	104,206,130.63	1,075,802.75
生产性生物资产	-	-	-	-
油气资产	-	-	-	-
使用权资产	54,005,964.31	59,676,511.04	67,645,508.27	58,470,772.44
无形资产	30,281,575.95	13,793,450.76	23,010,858.51	23,353,931.69
开发支出	-	-	-	-
商誉	-	-	-	-

长期待摊费用	9,667,969.63	10,255,320.82	13,174,192.63	16,619,732.09
递延所得税资产	15,735,601.70	16,894,133.54	19,684,898.48	18,719,937.88
其他非流动资产	124,135.85	139,246.88	-	14,422,837.99
非流动资产合计	251,529,516.93	239,716,583.42	238,011,442.90	143,425,985.63
资产总计	871,713,359.97	976,495,529.68	889,862,387.63	698,213,296.51
流动负债：				
短期借款	10,026,097.81	48,678,961.13	81,568,092.56	38,808,078.48
向中央银行借款	-	-	-	-
拆入资金	-	-	-	-
交易性金融负债	17,542.00	-	562,049.98	219,730.00
衍生金融负债	-	-	-	-
应付票据	-	-	-	-
应付账款	53,959,506.72	88,361,759.28	53,316,317.46	66,156,887.08
预收款项	933,486.22	1,033,486.24	-	-
合同负债	20,512,615.37	12,600,930.73	9,382,613.33	6,935,777.78
卖出回购金融资产款	-	-	-	-
吸收存款及同业存放	-	-	-	-
代理买卖证券款	-	-	-	-
代理承销证券款	-	-	-	-
应付职工薪酬	10,467,507.35	21,818,426.24	21,403,640.49	18,991,106.87
应交税费	23,018,858.84	40,863,021.48	53,195,569.15	51,600,778.26
其他应付款	33,574,452.12	31,235,228.44	28,170,434.57	8,379,679.38
其中：应付利息	-	-	-	-
应付股利	19,999,999.98	-	-	-
应付手续费及佣金	-	-	-	-
应付分保账款	-	-	-	-
持有待售负债	-	-	-	-
一年内到期的非流动负债	11,589,289.93	10,062,469.52	8,333,694.34	5,570,023.51
其他流动负债	4,106,676.49	29,543,916.26	29,242,081.97	25,155,979.54
流动负债合计	168,206,032.85	284,198,199.32	285,174,493.85	221,818,040.90
非流动负债：				
保险合同准备金	-	-	-	-
长期借款	42,483,477.88	44,139,834.63	41,308,689.97	-
应付债券	-	-	-	-
其中：优先股	-	-	-	-
永续债	-	-	-	-
租赁负债	55,091,901.55	62,066,878.77	69,346,188.32	61,114,607.68
长期应付款	-	-	-	-
长期应付职工薪酬	-	-	-	-
预计负债	357,930.00	539,130.00	-	-
递延收益	2,205,128.20	2,486,633.92	3,049,645.38	3,612,656.84
递延所得税负债	-	-	-	-
其他非流动负债	-	-	-	-
非流动负债合计	100,138,437.63	109,232,477.32	113,704,523.67	64,727,264.52
负债合计	268,344,470.48	393,430,676.64	398,879,017.52	286,545,305.42
所有者权益（或股东权益）：				
股本	52,901,208.00	52,901,208.00	52,901,208.00	52,901,208.00
其他权益工具	-	-	-	-

其中：优先股	-	-	-	-
永续债	-	-	-	-
资本公积	152,681,131.76	150,282,348.85	145,863,730.25	142,353,286.06
减：库存股	-	-	-	-
其他综合收益	8,919,138.88	9,558,302.82	7,482,842.18	5,607,837.73
专项储备	-	-	-	-
盈余公积	26,450,604.00	26,450,604.00	23,246,731.05	15,521,979.75
一般风险准备	-	-	-	-
未分配利润	353,269,966.66	330,415,315.46	247,707,002.73	176,672,768.55
归属于母公司所有者权益合计	594,222,049.30	569,607,779.13	477,201,514.21	393,057,080.09
少数股东权益	9,146,840.19	13,457,073.91	13,781,855.90	18,610,911.00
所有者权益合计	603,368,889.49	583,064,853.04	490,983,370.11	411,667,991.09
负债和所有者权益总计	871,713,359.97	976,495,529.68	889,862,387.63	698,213,296.51

法定代表人：程天乐主管会计工作负责人：王文辉 会计机构负责人：谭娴

（二） 母公司资产负债表

√适用□不适用

单位：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
流动资产：				
货币资金	42,082,010.04	113,585,339.35	140,106,094.51	100,913,790.01
交易性金融资产	177,200.00	-	20,008,328.77	25,580,372.09
衍生金融资产	-	-	-	-
应收票据	-	-	-	-
应收账款	233,365,513.62	240,919,909.27	215,497,197.32	161,565,944.95
应收款项融资	-	-	-	-
预付款项	18,939,193.81	14,833,222.84	5,774,877.92	6,901,535.36
其他应收款	15,468,419.53	15,033,914.12	11,977,598.14	27,234,673.86
其中：应收利息	-	-	-	-
应收股利	-	-	-	-
买入返售金融资产	-	-	-	-
存货	36,495,449.34	29,771,554.15	20,526,548.73	30,147,131.12
合同资产	-	-	-	-
持有待售资产	-	-	-	-
一年内到期的非流动资产	-	-	-	-
其他流动资产	18,703,470.65	24,159,548.59	17,599,897.41	23,570,423.36
流动资产合计	365,231,256.99	438,303,488.32	431,490,542.80	375,913,870.75
非流动资产：				
债权投资	-	-	-	-
其他债权投资	-	-	-	-
长期应收款	-	-	-	-
长期股权投资	24,087,815.58	23,294,682.09	19,267,899.59	13,927,012.36
其他权益工具投资	400,000.00	400,000.00	400,000.00	400,000.00
其他非流动金融资产	-	-	-	-
投资性房地产	49,952,145.21	50,467,927.59	-	-
固定资产	84,207,482.63	76,990,292.05	3,086,653.02	1,294,012.25
在建工程	327,772.00	3,804,587.16	104,206,130.63	1,075,802.75
生产性生物资产	-	-	-	-

油气资产	-	-	-	-
使用权资产	15,070,455.41	16,460,664.91	19,631,590.57	16,205,975.86
无形资产	30,281,575.95	13,793,450.76	23,010,858.51	23,353,931.69
开发支出	-	-	-	-
商誉	-	-	-	-
长期待摊费用	1,798,099.72	2,469,933.36	3,813,600.63	5,157,267.91
递延所得税资产	396,247.92	416,511.72	706,517.21	335,296.47
其他非流动资产	124,135.85	139,246.88	-	14,422,837.99
非流动资产合计	206,645,730.27	188,237,296.52	174,123,250.16	76,172,137.28
资产总计	571,876,987.26	626,540,784.84	605,613,792.96	452,086,008.03
流动负债：				
短期借款	10,026,097.81	38,631,267.64	75,705,117.14	32,798,361.81
交易性金融负债	17,542.00	-	13,950.00	219,730.00
衍生金融负债	-	-	-	-
应付票据	-	-	-	-
应付账款	4,078,975.70	21,323,068.33	22,769,022.69	42,932,796.14
预收款项	-	-	-	-
卖出回购金融资产款	-	-	-	-
应付职工薪酬	6,030,140.49	15,246,361.26	14,049,481.31	11,695,578.34
应交税费	5,342,615.09	13,924,672.12	18,614,265.93	18,763,110.63
其他应付款	30,319,723.65	24,302,312.23	25,256,696.05	3,348,520.93
其中：应付利息	-	-	-	-
应付股利	19,999,999.98	-	-	-
合同负债	-	-	25,131.00	60,800.00
持有待售负债	-	-	-	-
一年内到期的非流动负债	3,758,040.81	2,274,587.64	3,322,724.07	2,227,250.63
其他流动负债	10,504.56	48,896.32	26,425.85	6,181.14
流动负债合计	59,583,640.11	115,751,165.54	159,782,814.04	112,052,329.62
非流动负债：				
长期借款	42,483,477.88	44,139,834.63	41,308,689.97	-
应付债券	-	-	-	-
其中：优先股	-	-	-	-
永续债	-	-	-	-
租赁负债	15,735,077.45	17,139,475.63	18,553,630.71	15,163,792.28
长期应付款	-	-	-	-
长期应付职工薪酬	-	-	-	-
预计负债	357,930.00	539,130.00	-	-
递延收益	-	-	-	-
递延所得税负债	-	-	-	-
其他非流动负债	-	-	-	-
非流动负债合计	58,576,485.33	61,818,440.26	59,862,320.68	15,163,792.28
负债合计	118,160,125.44	177,569,605.80	219,645,134.72	127,216,121.90
所有者权益：				
股本	52,901,208.00	52,901,208.00	52,901,208.00	52,901,208.00
其他权益工具	-	-	-	-
其中：优先股	-	-	-	-
永续债	-	-	-	-
资本公积	152,937,569.69	150,538,786.78	146,246,168.18	142,394,909.02
减：库存股	-	-	-	-

其他综合收益	-	-	-	-
专项储备	-	-	-	-
盈余公积	26,450,604.00	26,450,604.00	23,246,731.05	15,521,979.75
一般风险准备	-	-	-	-
未分配利润	221,427,480.13	219,080,580.26	163,574,551.01	114,051,789.36
所有者权益合计	453,716,861.82	448,971,179.04	385,968,658.24	324,869,886.13
负债和所有者权益合计	571,876,987.26	626,540,784.84	605,613,792.96	452,086,008.03

（三） 合并利润表

单位：元

项目	2025 年 1 月—6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
一、营业总收入	608,101,377.31	1,532,353,583.43	1,415,643,673.81	1,199,613,786.26
其中：营业收入	608,101,377.31	1,532,353,583.43	1,415,643,673.81	1,199,613,786.26
利息收入	-	-	-	-
已赚保费	-	-	-	-
手续费及佣金收入	-	-	-	-
二、营业总成本	547,567,944.84	1,374,308,657.80	1,267,862,052.89	1,078,554,211.98
其中：营业成本	330,237,216.21	868,605,162.66	821,950,268.40	720,030,595.34
利息支出	-	-	-	-
手续费及佣金支出	-	-	-	-
退保金	-	-	-	-
赔付支出净额	-	-	-	-
提取保险责任准备金	-	-	-	-
净额	-	-	-	-
保单红利支出	-	-	-	-
分保费用	-	-	-	-
税金及附加	730,713.26	339,061.21	321,493.61	410,030.54
销售费用	161,007,736.05	399,168,619.03	352,132,971.56	288,392,363.17
管理费用	36,156,954.90	72,496,200.41	59,193,910.75	49,435,610.49
研发费用	16,010,724.65	26,865,202.79	22,732,967.67	18,981,649.76
财务费用	3,424,599.77	6,834,411.70	11,530,440.90	1,303,962.68
其中：利息费用	2,478,984.54	5,521,169.66	4,332,399.52	5,517,872.21
利息收入	1,421,380.88	2,278,268.83	1,535,606.33	712,507.29
加：其他收益	482,551.51	1,377,037.20	2,561,704.90	5,813,752.59
投资收益（损失以“-”号填列）	-85,296.96	-352,861.28	-7,429,384.34	-8,152,877.13
其中：对联营企业和合营企业的投资收益	-	-	-365,563.06	-428,789.55
以摊余成本计量的金融资产终止确认收益（损失以“-”号填列）	-	-	-	-
汇兑收益（损失以“-”号填列）	-	-	-	-
净敞口套期收益（损失以“-”号填列）	-	-	-	-
公允价值变动收益（损失以“-”号填列）	216,175.98	752,171.30	-246,424.14	1,698,251.69
信用减值损失（损失以“-”号填列）	1,169,699.43	283,144.65	-118,709.20	-167,600.07
资产减值损失（损失以“-”号填列）	-13,582,539.17	-28,641,726.89	-20,806,792.08	-24,034,379.06

资产处置收益（损失以“-”号填列）	-1,261,426.67	31,498.58	20,166.20	-
三、营业利润（亏损以“-”号填列）	47,472,596.59	131,494,189.19	121,762,182.26	96,216,722.30
加：营业外收入	389,618.09	397,297.85	271,425.73	276,653.26
减：营业外支出	1,007,385.42	4,003,971.32	889,834.90	1,702,096.02
四、利润总额（亏损总额以“-”号填列）	46,854,829.26	127,887,515.72	121,143,773.09	94,791,279.54
减：所得税费用	8,310,411.80	21,810,112.03	20,002,005.81	17,096,221.66
五、净利润（净亏损以“-”号填列）	38,544,417.46	106,077,403.69	101,141,767.28	77,695,057.88
其中：被合并方在合并前实现的净利润	-	-	-	-
（一）按经营持续性分类：				
1.持续经营净利润（净亏损以“-”号填列）	38,544,417.46	106,077,403.69	101,141,767.28	77,695,057.88
2.终止经营净利润（净亏损以“-”号填列）	-	-	-	-
（二）按所有权归属分类：				
1.少数股东损益（净亏损以“-”号填列）	-4,310,233.72	165,218.01	2,382,781.80	658,838.00
2.归属于母公司所有者的净利润（净亏损以“-”号填列）	42,854,651.18	105,912,185.68	98,758,985.48	77,036,219.88
六、其他综合收益的税后净额	-639,163.94	2,075,460.64	1,864,352.58	7,923,991.12
（一）归属于母公司所有者的其他综合收益的税后净额	-639,163.94	2,075,460.64	1,875,004.45	7,839,317.23
1.不能重分类进损益的其他综合收益	-	-	-	-
（1）重新计量设定受益计划变动额	-	-	-	-
（2）权益法下不能转损益的其他综合收益	-	-	-	-
（3）其他权益工具投资公允价值变动	-	-	-	-
（4）企业自身信用风险公允价值变动	-	-	-	-
（5）其他	-	-	-	-
2.将重分类进损益的其他综合收益	-639,163.94	2,075,460.64	1,875,004.45	7,839,317.23
（1）权益法下可转损益的其他综合收益	-	-	-	-
（2）其他债权投资公允价值变动	-	-	-	-
（3）金融资产重分类计入其他综合收益的金额	-	-	-	-
（4）其他债权投资信用减值准备	-	-	-	-
（5）现金流量套期储备	-	-	-	-
（6）外币财务报表折算差额	-639,163.94	2,075,460.64	1,875,004.45	7,839,317.23
（7）其他	-	-	-	-
（二）归属于少数股东的其他综合收益的税后净额	-	-	-10,651.87	84,673.89
七、综合收益总额	37,905,253.52	108,152,864.33	103,006,119.86	85,619,049.00
（一）归属于母公司所有者的综合收益总额	42,215,487.24	107,987,646.32	100,633,989.93	84,875,537.11

(二) 归属于少数股东的综合收益总额	-4,310,233.72	165,218.01	2,372,129.93	743,511.89
八、每股收益：				
(一) 基本每股收益（元/股）	0.81	2.00	1.87	1.46
(二) 稀释每股收益（元/股）	0.81	2.00	1.87	1.46

法定代表人：程天乐主管会计工作负责人：王文辉 会计机构负责人：谭娴

（四） 母公司利润表

√适用□不适用

单位：元

项目	2025 年 1 月—6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
一、营业收入	162,383,584.47	479,150,415.07	505,387,930.91	520,611,994.84
减：营业成本	93,788,593.52	318,853,804.58	361,850,101.76	384,697,568.62
税金及附加	683,220.36	279,209.67	284,172.42	385,391.48
销售费用	4,152,245.69	6,786,923.70	5,185,724.63	3,383,776.68
管理费用	23,064,746.55	43,150,990.56	33,081,057.87	28,627,174.40
研发费用	11,467,299.91	19,443,012.39	16,850,267.81	14,993,625.00
财务费用	2,790,621.80	-4,653,566.99	-1,204,630.96	-12,908,786.06
其中：利息费用	1,211,978.29	2,721,002.78	1,495,442.92	2,516,253.28
利息收入	1,349,174.20	2,126,255.32	1,027,124.85	486,951.42
加：其他收益	120,193.14	652,740.95	1,707,240.06	4,222,103.32
投资收益（损失以“－”号填列）	26,763.61	103,855.24	910,205.93	-7,779,817.89
其中：对联营企业和合营企业的投资收益	-	-	-365,563.06	-428,764.71
以摊余成本计量的金融资产终止确认收益（损失以“-”号填列）	-	-	-	-
汇兑收益（损失以“-”号填列）	-	-	-	-
净敞口套期收益（损失以“-”号填列）	-	-	-	-
公允价值变动收益（损失以“－”号填列）	159,658.00	664,841.17	285,892.12	1,577,976.20
信用减值损失（损失以“-”号填列）	8,568.26	-38,909.22	-51,923.56	-1,432.70
资产减值损失（损失以“-”号填列）	-49,412.34	-140,659.59	-396,698.10	3,202.49
资产处置收益（损失以“-”号填列）	113,378.73	26,499.91	-	-
二、营业利润（亏损以“－”号填列）	26,816,006.04	96,558,409.62	91,795,953.83	99,455,276.14
加：营业外收入	367,350.31	494,580.09	19,220.80	418,938.93
减：营业外支出	437,669.63	3,211,672.57	178,316.63	1,297,005.94
三、利润总额（亏损总额以“－”号填列）	26,745,686.72	93,841,317.14	91,636,858.00	98,577,209.13
减：所得税费用	4,398,786.87	15,131,414.94	14,389,345.05	15,586,309.01
四、净利润（净亏损以“－”号填列）	22,346,899.85	78,709,902.20	77,247,512.95	82,990,900.12
（一）持续经营净利润（净亏损以“－”号填列）	22,346,899.85	78,709,902.20	77,247,512.95	82,990,900.12

列)				
(二) 终止经营净利润 (净亏损以“-”号填列)	-	-	-	-
五、其他综合收益的税后净额	-	-	-	-
(一) 不能重分类进损益的其他综合收益	-	-	-	-
1.重新计量设定受益计划变动额	-	-	-	-
2.权益法下不能转损益的其他综合收益	-	-	-	-
3.其他权益工具投资公允价值变动	-	-	-	-
4.企业自身信用风险公允价值变动	-	-	-	-
5.其他	-	-	-	-
(二) 将重分类进损益的其他综合收益	-	-	-	-
1.权益法下可转损益的其他综合收益	-	-	-	-
2.其他债权投资公允价值变动	-	-	-	-
3.金融资产重分类计入其他综合收益的金额	-	-	-	-
4.其他债权投资信用减值准备	-	-	-	-
5.现金流量套期储备	-	-	-	-
6.外币财务报表折算差额	-	-	-	-
7.其他	-	-	-	-
六、综合收益总额	22,346,899.85	78,709,902.20	77,247,512.95	82,990,900.12
七、每股收益：				
(一) 基本每股收益(元/股)	-	-	-	-
(二) 稀释每股收益(元/股)	-	-	-	-

(五) 合并现金流量表

单位：元

项目	2025年1月—6月	2024年度	2023年度	2022年度
一、经营活动产生的现金流量：				
销售商品、提供劳务现金	599,346,454.84	1,585,534,543.55	1,436,593,457.13	1,215,946,575.04
客户存款和同业存放款项净增加额	-	-	-	-
向中央银行借款净增加额	-	-	-	-
收到原保险合同保费取得的现金	-	-	-	-
收到再保险业务现金净额	-	-	-	-
保户储金及投资款净增加额	-	-	-	-
收取利息、手续费及佣金的现金	-	-	-	-
拆入资金净增加额	-	-	-	-
回购业务资金净增加额	-	-	-	-
代理买卖证券收到的现金净额	-	-	-	-
收到的税费返还	19,614,746.59	53,473,675.79	66,071,649.78	62,136,735.00

收到其他与经营活动有关的现金	22,593,044.79	8,262,342.69	7,028,939.81	14,187,031.77
经营活动现金流入小计	641,554,246.23	1,647,270,562.03	1,509,694,046.72	1,292,270,341.81
购买商品、接受劳务支付的现金	460,630,258.62	1,000,383,129.62	968,838,701.62	749,945,490.68
客户贷款及垫款净增加额	-	-	-	-
存放中央银行和同业款项净增加额	-	-	-	-
支付原保险合同赔付款项的现金	-	-	-	-
拆出资金净增加额	-	-	-	-
支付利息、手续费及佣金的现金	-	-	-	-
支付保单红利的现金	-	-	-	-
支付给职工以及为职工支付的现金	61,292,759.24	100,839,407.80	79,877,825.25	67,357,393.84
支付的各项税费	40,584,658.10	58,561,687.62	41,674,740.29	27,805,245.29
支付其他与经营活动有关的现金	161,938,691.04	390,058,139.71	360,665,624.22	289,010,739.99
经营活动现金流出小计	724,446,366.99	1,549,842,364.75	1,451,056,891.38	1,134,118,869.80
经营活动产生的现金流量净额	-82,892,120.77	97,428,197.28	58,637,155.34	158,151,472.01
二、投资活动产生的现金流量：				
收回投资收到的现金	10,990,000.00	257,000,000.00	107,000,000.00	440,020,000.00
取得投资收益收到的现金	59,236.52	878,955.37	1,405,448.55	1,359,732.78
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	14,800.00	-	-	700.00
处置子公司及其他营业单位收到的现金净额	-	-	-	-
收到其他与投资活动有关的现金	188,208,107.98	303,209,359.96	35,738,248.32	1,806,243.15
投资活动现金流入小计	199,272,144.50	561,088,315.33	144,143,696.87	443,186,675.93
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	42,890,101.23	25,024,295.50	75,785,694.60	42,996,331.24
投资支付的现金	18,262,538.96	242,188,422.99	108,272,229.86	442,555,245.92
质押贷款净增加额	-	-	-	-
取得子公司及其他营业单位支付的现金净额	-	-	-	-
支付其他与投资活动有关的现金	129,245,400.00	270,323,330.80	102,699,150.00	35,104,307.53
投资活动现金流出小计	190,398,040.19	537,536,049.29	286,757,074.46	520,655,884.69
投资活动产生的现金流量净额	8,874,104.31	23,552,266.04	-142,613,377.59	-77,469,208.76
三、筹资活动产生的现金流量：				
吸收投资收到的现金	-	-	-	-
其中：子公司吸收少数股东投资收到的现金	-	-	-	-
取得借款收到的现金	36,000.00	77,956,397.37	150,161,316.72	99,146,877.01
发行债券收到的现金	-	-	-	-
收到其他与筹资活动有关的现金	17,650,833.47	-	-	-
筹资活动现金流入小计	17,686,833.47	77,956,397.37	150,161,316.72	99,146,877.01
偿还债务支付的现金	38,938,005.41	107,762,143.66	66,693,988.65	110,029,907.61
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	1,376,587.75	24,952,500.49	24,429,421.28	18,363,334.97
其中：子公司支付给少数股东的股利、利润	-	490,000.00	1,470,000.00	300,000.00
支付其他与筹资活动有关的现金	6,735,941.49	30,081,360.99	13,441,965.59	6,353,326.71
筹资活动现金流出小计	47,050,534.65	162,796,005.14	104,565,375.52	134,746,569.29
筹资活动产生的现金流量净额	-29,363,701.18	-84,839,607.77	45,595,941.20	-35,599,692.28
四、汇率变动对现金及现金等价物的影响	3,574,506.19	11,117,451.55	2,118,667.47	6,751,859.98
五、现金及现金等价物净增加额	-99,807,211.44	47,258,307.10	-36,261,613.58	51,834,430.95

加：期初现金及现金等价物余额	202,918,618.90	155,660,311.80	191,921,925.38	140,087,494.43
六、期末现金及现金等价物余额	103,111,407.46	202,918,618.90	155,660,311.80	191,921,925.38

法定代表人：程天乐主管会计工作负责人：王文辉 会计机构负责人：谭娴

（六） 母公司现金流量表

√适用□不适用

单位：元

项目	2025 年 1 月—6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
一、经营活动产生的现金流量：				
销售商品、提供劳务收到的现金	168,699,688.91	454,248,683.72	452,290,833.49	539,306,423.74
收到的税费返还	13,496,087.06	40,016,245.48	56,486,820.14	50,194,176.87
收到其他与经营活动有关的现金	3,926,690.56	16,804,843.24	34,547,698.73	11,797,033.59
经营活动现金流入小计	186,122,466.53	511,069,772.44	543,325,352.36	601,297,634.20
购买商品、接受劳务支付的现金	120,119,451.84	376,839,638.22	395,218,772.25	400,925,632.44
支付给职工以及为职工支付的现金	38,287,155.70	37,797,640.26	50,478,643.13	43,153,562.25
支付的各项税费	13,083,056.76	24,259,410.59	15,090,773.46	13,642,618.12
支付其他与经营活动有关的现金	16,017,620.65	35,000,697.69	30,963,707.48	41,983,050.42
经营活动现金流出小计	187,507,284.95	473,897,386.76	491,751,896.32	499,704,863.23
经营活动产生的现金流量净额	-1,384,818.42	37,172,385.68	51,573,456.04	101,592,770.97
二、投资活动产生的现金流量：				
收回投资收到的现金	1,787,802.57	246,944,233.42	101,000,000.00	440,040,459.16
取得投资收益收到的现金	1,200.00	805,131.76	4,680,700.44	1,756,217.30
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	14,800.00	-	-	700.00
处置子公司及其他营业单位收到的现金净额	-	-	-	-
收到其他与投资活动有关的现金	190,982,241.98	302,902,512.89	82,312.99	242,124.89
投资活动现金流入小计	192,786,044.55	550,651,878.07	105,763,013.43	442,039,501.35
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	38,065,846.71	27,459,582.70	75,439,940.13	41,418,071.64
投资支付的现金	2,192,238.96	231,320,290.00	103,379,510.00	441,959,155.19
取得子公司及其他营业单位支付的现金净额			-	-
支付其他与投资活动有关的现金	130,745,400.00	270,323,330.80	102,699,150.00	277,307.53
投资活动现金流出小计	171,003,485.67	529,103,203.50	281,518,600.13	483,654,534.36
投资活动产生的现金流量净额	21,782,558.88	21,548,674.57	-175,755,586.70	-41,615,033.01
三、筹资活动产生的现金流量：				
吸收投资收到的现金	-	-	-	-
取得借款收到的现金	36,000.00	62,959,521.33	134,723,878.83	86,776,140.00
发行债券收到的现金			-	-
收到其他与筹资活动有关的现金	17,650,833.47	-	-	-
筹资活动现金流入小计	17,686,833.47	62,959,521.33	134,723,878.83	86,776,140.00
偿还债务支付的现金	28,941,129.37	96,907,075.26	49,803,642.00	93,320,740.00
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	1,304,110.39	22,180,211.73	22,575,203.30	17,403,282.86
支付其他与筹资活动有关的现金	1,208,122.60	21,242,322.50	3,364,374.21	3,018,182.70
筹资活动现金流出小计	31,453,362.36	140,329,609.49	75,743,219.51	113,742,205.56
筹资活动产生的现金流量净额	-13,766,528.89	-77,370,088.16	58,980,659.32	-26,966,065.56
四、汇率变动对现金及现金等价物的影响	-2,905,922.56	5,292,657.78	1,729,066.34	14,956,267.87

五、现金及现金等价物净增加额	3,725,289.01	-13,356,370.13	-63,472,405.00	47,967,940.27
加：期初现金及现金等价物余额	23,998,955.54	37,355,325.67	100,827,730.67	52,859,790.40
六、期末现金及现金等价物余额	27,724,244.55	23,998,955.54	37,355,325.67	100,827,730.67

二、 审计意见

2025 年 1 月—6 月	是否审计 ☒ 是 ☐ 否
审计意见	无保留意见
审计报告中的特别段落	无
审计报告编号	天健审[2025] 7-714 号
审计机构名称	天健会计师事务所（特殊普通合伙）
审计机构地址	浙江省杭州市西湖区灵隐街道西溪路 128 号
审计报告日期	2025 年 8 月 27 日
注册会计师姓名	卢玲玉、牛春军
2024 年度	
审计意见	无保留意见
审计报告中的特别段落	无
审计报告编号	天健审[2025]7-632 号
审计机构名称	天健会计师事务所（特殊普通合伙）
审计机构地址	浙江省杭州市西湖区灵隐街道西溪路 128 号
审计报告日期	2025 年 4 月 30 日
注册会计师姓名	卢玲玉、关瑞雯
2023 年度	
审计意见	无保留意见
审计报告中的特别段落	无
审计报告编号	天健审[2024]7-832 号
审计机构名称	天健会计师事务所（特殊普通合伙）
审计机构地址	浙江省杭州市西湖区灵隐街道西溪路 128 号
审计报告日期	2024 年 12 月 16 日
注册会计师姓名	卢玲玉、关瑞雯
2022 年度	
审计意见	无保留意见
审计报告中的特别段落	无
审计报告编号	天健审[2024]7-832 号
审计机构名称	天健会计师事务所（特殊普通合伙）
审计机构地址	浙江省杭州市西湖区灵隐街道西溪路 128 号
审计报告日期	2024 年 12 月 16 日
注册会计师姓名	卢玲玉、关瑞雯

三、 财务报表的编制基准及合并财务报表范围

（一） 财务报表的编制基础

公司财务报表以持续经营为编制基础，根据实际发生的交易和事项，按照企业会计准则及其应用指南和准则解释的规定进行确认和计量，在此基础上编制财务报表。此外，本公司还按照中国证监会《公开发行证券的公司信息披露编报规则第 15 号——财务报告的一般规定（2023 年修订）》披

露有关财务信息。

（二） 合并财务报表范围及变化情况

1、公司合并财务报表范围

报告期内，公司合并范围的情况如下：

序号	公司名称	持股比例	纳入合并范围的期间	取得方式
1	香港尚睿	100.00%	2022 年 1 月-2025 年 6 月	股权转让
2	尚之睿	100.00%	2022 年 1 月-2025 年 6 月	投资设立
3	东莞踏燕	100.00%	2022 年 1 月-2025 年 6 月	投资设立
4	东莞雷震	100.00%	2022 年 1 月-2025 年 6 月	投资设立
5	东莞尚晋	100.00%	2022 年 1 月-2025 年 6 月	投资设立
6	东莞瑞纳	100.00%	2022 年 1 月-2025 年 6 月	投资设立
7	圣诺林	100.00%	2022 年 1 月-2025 年 6 月	投资设立
8	美国尚睿	100.00%	2022 年 1 月-2025 年 6 月	股权转让
9	Langis	100.00%	2022 年 1 月-2025 年 6 月	投资设立
10	Vastmind	100.00%	2022 年 1 月-2025 年 6 月	投资设立
11	Sain3	100.00%	2022 年 1 月-2025 年 6 月	投资设立
12	Sino-America	100.00%	2022 年 1 月-2025 年 6 月	投资设立
13	Macrowealth	100.00%	2022 年 1 月-2025 年 6 月	投资设立
14	Esupreme	100.00%	2022 年 1 月-2025 年 6 月	投资设立
15	Razorri	100.00%	2022 年 1 月-2025 年 6 月	投资设立
16	Feinrich	100.00%	2022 年 1 月-2025 年 6 月	投资设立
17	Katmai	100.00%	2022 年 1 月-2025 年 6 月	投资设立
18	LTC	100.00%	2022 年 1 月-2025 年 6 月	投资设立
19	Rainier	100.00%	2022 年 1 月-2025 年 6 月	投资设立
20	Wise	100.00%	2022 年 1 月-2025 年 6 月	投资设立
21	West Ryder	100.00%	2022 年 1 月-2025 年 6 月	投资设立
22	DTC IP	100.00%	2022 年 1 月-2025 年 6 月	投资设立
23	钛戈科技	100.00%	2025 年 2 月-2025 年 6 月	投资设立
24	睿尚佳瑜	100.00%	2025 年 4 月-2025 年 6 月	投资设立
25	沃热科技	100.00%	2024 年 6 月-2025 年 6 月	投资设立
26	东莞栩晖	100.00%	2022 年 1 月-2025 年 6 月	股权转让
27	Sequoia	100.00%	2022 年 1 月-2025 年 6 月	投资设立

28	码尚智造	100.00%	2022 年 9 月-2025 年 6 月	投资设立
29	Diamond	100.00%	2024 年 3 月-2025 年 6 月	投资设立
30	Nonshan	100.00%	2024 年 1 月-2025 年 6 月	投资设立
31	睿景城	51.00%	2022 年 1 月-2025 年 6 月	投资设立
32	东莞尚爵	100.00%	2022 年 2 月-2025 年 4 月	股权转让
33	尚景城	51.00%	2022 年 1 月-2025 年 3 月	股权转让
34	东莞海尚	100.00%	2022 年 1 月-2024 年 3 月	投资设立
35	苏州云越	70.00%	2022 年 1 月-2023 年 4 月	投资设立
36	东莞睿朗	100.00%	2022 年 1 月-2023 年 4 月	股权转让
37	东莞尚兆	59.58%	2022 年 1 月-2022 年 4 月	投资设立
38	マクロ通販株式会社	100.00%	2022 年 1 月-2022 年 12 月	投资设立

2、公司合并财务报表变更情况

(1) 报告期内新增子公司

报告期内，公司合并范围的增加情况如下：

序号	公司名称	取得方式	股权取得时点
1	东莞尚爵	股权转让	2022 年 2 月
2	码尚智造	投资设立	2022 年 9 月
3	Nonshan	投资设立	2024 年 1 月
4	Diamond	投资设立	2024 年 3 月
5	沃热科技	投资设立	2024 年 6 月
6	钛戈科技	投资设立	2025 年 2 月
7	睿尚佳瑜	投资设立	2025 年 4 月

注：东莞尚爵成立于 2018 年 2 月，其中：深圳市天爵投资控股有限公司持股 49.00%，睿景城持股 46.00%，自然人席旭辉持股 5.00%，注册资本为 100 万元；2022 年 2 月，深圳市天爵投资控股有限公司将其持有的 9.00%股权转让给自然人王锐生，席旭辉将其持有的 5.00%股权转让给尚睿科技；本次股权转让完成后，公司可实际控制东莞尚爵 51.00%股权，东莞尚爵于 2022 年 2 月起纳入合并范围。

(2) 报告期内减少子公司

报告期内，公司合并范围的减少情况如下：

序号	公司名称	减少方式	注销时间
1	东莞尚兆	注销	2022 年 4 月
2	マクロ通販株式会社	注销	2022 年 12 月
3	苏州云越	注销	2023 年 4 月

4	东莞睿朗	注销	2023 年 4 月
5	东莞海尚	注销	2024 年 3 月
6	尚景城	注销	2025 年 3 月
7	东莞尚爵	注销	2025 年 4 月

四、 会计政策、估计

（一） 会计政策和会计估计

具体会计政策和会计估计提示：

√适用 □不适用

公司根据实际生产经营特点，依据相关企业会计准则的规定，对金融工具减值、存货、固定资
产、在建工程、无形资产、收入确认等交易或事项制定了具体会计政策和会计估计。

1. 金融工具

√适用 □不适用

（1）金融资产和金融负债的分类

金融资产在初始确认时划分为以下三类：①以摊余成本计量的金融资产；②以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产；③以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产。

金融负债在初始确认时划分为以下四类：①以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负
债；②金融资产转移不符合终止确认条件或继续涉入被转移金融资产所形成的金融负债；③不属于
上述①或②的财务担保合同，以及不属于上述①并以低于市场利率贷款的贷款承诺；④以摊余成本
计量的金融负债。

（2）金融资产和金融负债的确认依据、计量方法和终止确认条件

①金融资产和金融负债的确认依据和初始计量方法

公司成为金融工具合同的一方时，确认一项金融资产或金融负债。初始确认金融资产或金融负
债时，按照公允价值计量；对于以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产和金融负债，相
关交易费用直接计入当期损益；对于其他类别的金融资产或金融负债，相关交易费用计入初始确认
金额。但是，公司初始确认的应收账款未包含重大融资成分或公司不考虑未超过一年的合同中的融
资成分的，按照《企业会计准则第 14 号——收入》所定义的交易价格进行初始计量。

②金融资产的后续计量方法

A.以摊余成本计量的金融资产

采用实际利率法，按照摊余成本进行后续计量。以摊余成本计量且不属于任何套期关系的一部分的金融资产所产生的利得或损失，在终止确认、重分类、按照实际利率法摊销或确认减值时，计入当期损益。

B.以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的债务工具投资

采用公允价值进行后续计量。采用实际利率法计算的利息、减值损失或利得及汇兑损益计入当期损益，其他利得或损失计入其他综合收益。终止确认时，将之前计入其他综合收益的累计利得或损失从其他综合收益中转出，计入当期损益。

C.以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的权益工具投资

采用公允价值进行后续计量。获得的股利（属于投资成本收回部分的除外）计入当期损益，其他利得或损失计入其他综合收益。终止确认时，将之前计入其他综合收益的累计利得或损失从其他综合收益中转出，计入留存收益。

D.以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产

采用公允价值进行后续计量，产生的利得或损失（包括利息和股利收入）计入当期损益，除非该金融资产属于套期关系的一部分。

③金融负债的后续计量方法

A.以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债

此类金融负债包括交易性金融负债（含属于金融负债的衍生工具）和指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债。对于此类金融负债以公允价值进行后续计量。因公司自身信用风险变动引起的指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债的公允价值变动金额计入其他综合收益，除非该处理会造成或扩大损益中的会计错配。此类金融负债产生的其他利得或损失（包括利息费用、除因公司自身信用风险变动引起的公允价值变动）计入当期损益，除非该金融负债属于套期关系的一部分。终止确认时，将之前计入其他综合收益的累计利得或损失从其他综合收益中转出，计入留存收益。

B.金融资产转移不符合终止确认条件或继续涉入被转移金融资产所形成的金融负债

按照《企业会计准则第 23 号——金融资产转移》相关规定进行计量。

C.不属于上述①或②的财务担保合同，以及不属于上述①并以低于市场利率贷款的贷款承诺在初始确认后按照下列两项金额之中的较高者进行后续计量：①按照金融工具的减值规定确定的损失准备金额；②初始确认金额扣除按照《企业会计准则第 14 号——收入》相关规定所确定的累计摊销额后的余额。

D.以摊余成本计量的金融负债

采用实际利率法以摊余成本计量。以摊余成本计量且不属于任何套期关系的一部分的金融负债所产生的利得或损失，在终止确认、按照实际利率法摊销时计入当期损益。

④金融资产和金融负债的终止确认

A.当满足下列条件之一时，终止确认金融资产：

a.收取金融资产现金流量的合同权利已终止；

b.金融资产已转移，且该转移满足《企业会计准则第 23 号——金融资产转移》关于金融资产终止确认的规定。

B.当金融负债（或其一部分）的现时义务已经解除时，相应终止确认该金融负债（或该部分金融负债）。

（3）金融资产转移的确认依据和计量方法

公司转移了金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬的，终止确认该金融资产，并将转移中产生或保留的权利和义务单独确认为资产或负债；保留了金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬的，继续确认所转移的金融资产。公司既没有转移也没有保留金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬的，分别下列情况处理：①未保留对该金融资产控制的，终止确认该金融资产，并将转移中产生或保留的权利和义务单独确认为资产或负债；②保留了对该金融资产控制的，按照继续涉入所转移金融资产的程度确认有关金融资产，并相应确认有关负债。

金融资产整体转移满足终止确认条件的，将下列两项金额的差额计入当期损益：①所转移金融资产在终止确认日的账面价值；②因转移金融资产而收到的对价，与原直接计入其他综合收益的公允价值变动累计额中对应终止确认部分的金额（涉及转移的金融资产为以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的债务工具投资）之和。转移了金融资产的一部分，且该被转移部分整体满足终止确认条件的，将转移前金融资产整体的账面价值，在终止确认部分和继续确认部分之间，按照转移日各自的相对公允价值进行分摊，并将下列两项金额的差额计入当期损益：①终止确认部分的账面价值；②终止确认部分的对价，与原直接计入其他综合收益的公允价值变动累计额中对应终止确认部分的金额（涉及转移的金融资产为以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的债务工具投资）之和。

（4）金融资产和金融负债的公允价值确定方法

公司采用在当前情况下适用并且有足够可利用数据和其他信息支持的估值技术确定相关金融资产和金融负债的公允价值。公司将估值技术使用的输入值分以下层级，并依次使用：

①第一层次输入值是在计量日能够取得的相同资产或负债在活跃市场上未经调整的报价；

②第二层次输入值是除第一层次输入值外相关资产或负债直接或间接可观察的输入值，包括：

活跃市场中类似资产或负债的报价；非活跃市场中相同或类似资产或负债的报价；除报价以外的其他可观察输入值，如在正常报价间隔期间可观察的利率和收益率曲线等；市场验证的输入值等；

③第三层次输入值是相关资产或负债的不可观察输入值，包括不能直接观察或无法由可观察市场数据验证的利率、股票波动率、企业合并中承担的弃置义务的未来现金流量、使用自身数据作出的财务预测等。

（5）金融工具减值

公司以预期信用损失为基础，对以摊余成本计量的金融资产、以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的债务工具投资、合同资产、租赁应收款、分类为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债以外的贷款承诺、不属于以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债或不属于金融资产转移不符合终止确认条件或继续涉入被转移金融资产所形成的金融负债的财务担保合同进行减值处理并确认损失准备。

预期信用损失，是指以发生违约的风险为权重的金融工具信用损失的加权平均值。信用损失，是指公司按照原实际利率折现的、根据合同应收的所有合同现金流量与预期收取的所有现金流量之间的差额，即全部现金短缺的现值。其中，对于公司购买或源生的已发生信用减值的金融资产，按照该金融资产经信用调整的实际利率折现。

对于购买或源生的已发生信用减值的金融资产，公司在资产负债表日仅将自初始确认后整个存续期内预期信用损失的累计变动确认为损失准备。

对于租赁应收款、由《企业会计准则第 14 号——收入》规范的交易形成，且不含重大融资成分或者公司不考虑不超过一年的合同中的融资成分的应收款项及合同资产，公司运用简化计量方法，按照相当于整个存续期内的预期信用损失金额计量损失准备。

除上述计量方法以外的金融资产，公司在每个资产负债表日评估其信用风险自初始确认后是否已经显著增加。如果信用风险自初始确认后已显著增加，公司按照整个存续期内预期信用损失的金额计量损失准备；如果信用风险自初始确认后未显著增加，公司按照该金融工具未来 12 个月内预期信用损失的金额计量损失准备。

公司利用可获得的合理且有依据的信息，包括前瞻性信息，通过比较金融工具在资产负债表日发生违约的风险与在初始确认日发生违约的风险，以确定金融工具的信用风险自初始确认后是否已显著增加。

于资产负债表日，若公司判断金融工具只具有较低的信用风险，则假定该金融工具的信用风险自初始确认后并未显著增加。

公司以单项金融工具或金融工具组合为基础评估预期信用风险和计量预期信用损失。当以金融工具组合为基础时，公司以共同风险特征为依据，将金融工具划分为不同组合。

公司在每个资产负债表日重新计量预期信用损失，由此形成的损失准备的增加或转回金额，作为减值损失或利得计入当期损益。对于以摊余成本计量的金融资产，损失准备抵减该金融资产在资产负债表中列示的账面价值；对于以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的债权投资，公司在其他综合收益中确认其损失准备，不抵减该金融资产的账面价值。

（6）金融资产和金融负债的抵销

金融资产和金融负债在资产负债表内分别列示，不相互抵销。但同时满足下列条件的，公司以相互抵销后的净额在资产负债表内列示：①公司具有抵销已确认金额的法定权利，且该种法定权利是当前可执行的；②公司计划以净额结算，或同时变现该金融资产和清偿该金融负债。

不满足终止确认条件的金融资产转移，公司不对已转移的金融资产和相关负债进行抵销。

公司与可比公司的信用减值损失比例及确定依据

本公司采用预期信用损失模型对金融工具的减值进行评估，应用预期信用损失模型需要做出重大判断和估计，需考虑所有合理且有依据的信息，包括前瞻性信息。在做出该等判断和估计时，根据历史数据结合经济政策、宏观经济指标、行业风险、外部市场环境、技术环境、客户情况的变化等因素推断债务人信用风险的预期变动。

同行业可比公司根据企业实际情况确定预期信用损失率，与公司对比如下：

公司名称	应收账款坏账计提比例/预期信用损失率					
	1年以内	1-2年	2-3年	3-4年	4-5年	5年以上
赛维时代（301381.SZ）	5.00%	20.00%	50.00%	100.00%		
三态股份（301558.SZ）	5.00%	10.00%	20.00%	50.00%	80.00%	100.00%
华凯易佰（300592.SZ）	5.00%	10.00%	30.00%	50.00%	80.00%	100.00%
千岸科技（874600.NQ）	5.00%	10.00%	30.00%	50.00%	80.00%	100.00%
尚睿科技	5.00%	20.00%	50.00%	100.00%		

注：同行业可比公司数据来源于年报、招股说明书等公开资料。

2. 存货

√适用 □不适用

（1）存货的分类

存货包括在日常活动中持有以备出售的产成品或商品、处在生产过程中的在产品、在生产过程或提供劳务过程中耗用的材料和物料等。

（2）发出存货的计价方法

发出存货采用月末一次加权平均法。

(3) 存货的盘存制度

存货的盘存制度为永续盘存制。

(4) 低值易耗品和包装物的摊销方法

①低值易耗品

按照一次转销法进行摊销。

②包装物

按照一次转销法进行摊销。

(5) 存货跌价准备

存货跌价准备的确认标准和计提方法

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准备。直接用于出售的存货，在正常生产经营过程中以该存货的估计售价减去估计的销售费用和相关税费后的金额确定其可变现净值；需要经过加工的存货，在正常生产经营过程中以所生产的产成品的估计售价减去至完工时估计将要发生的成本、估计的销售费用和相关税费后的金额确定其可变现净值；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。

3. 固定资产

√适用 □不适用

(1) 固定资产确认条件

固定资产是指为生产商品、提供劳务、出租或经营管理而持有的，使用年限超过一个会计年度的有形资产。固定资产在同时满足经济利益很可能流入、成本能够可靠计量时予以确认。

(2) 固定资产分类及折旧方法

类别	折旧方法	折旧年限（年）	残值率（%）	年折旧率（%）
房屋及建筑物	年限平均法	20	5	4.75
机器设备	年限平均法	3	5	31.67
电子设备	年限平均法	3	5	31.67
运输设备	年限平均法	4-5	5	19.00-23.75
房屋及建筑物装修	年限平均法	5	0-5	19.00-20.00
办公设备	年限平均法	3	5	31.67

(3) 融资租入固定资产的认定依据、计价和折旧方法（未执行新租赁准则）

☐适用 ☒不适用

(4) 其他说明

☐适用 ☒不适用

4. 在建工程

☒适用 ☐不适用

（1）在建工程同时满足经济利益很可能流入、成本能够可靠计量则予以确认。在建工程按建造该项资产达到预定可使用状态前所发生的实际成本计量。

（2）在建工程达到预定可使用状态时，按工程实际成本转入固定资产。已达到预定可使用状态但尚未办理竣工决算的，先按估计价值转入固定资产，待办理竣工决算后再按实际成本调整原暂估价值，但不再调整原已计提的折旧。

类别	在建工程结转为固定资产的标准和时点
房屋及建筑物	主体建设工程及配套工程已实质完工并达到预定设计要求
房屋及建筑物装修	装修工程已实质完工、达到预定设计要求并经验收

5. 无形资产与开发支出

☒适用 ☐不适用

(1) 计价方法、使用寿命、减值测试

☒适用 ☐不适用

（1）无形资产包括软件、土地使用权，按成本进行初始计量。

（2）使用寿命有限的无形资产，在使用寿命内按照与该项无形资产有关的经济利益的预期实现方式系统合理地摊销，无法可靠确定预期实现方式的，采用直线法摊销。

（3）研发支出的归集范围

①职工薪酬

人员人工费用包括公司研发人员的工资薪金、基本养老保险费、基本医疗保险费、失业保险费、工伤保险费、生育保险费和住房公积金。

研发人员同时服务于多个研究开发项目的，人工费用的确认依据公司管理部门提供的各研究开发项目研发人员的工时记录，在不同研究开发项目间按比例分配。

直接从事研发活动的人员同时从事非研发活动的，公司根据研发人员在不同岗位的工时记录，将其实际发生的人员人工费用，按实际工时占比等合理方法在研发费用和生产经营费用间分配。

②直接投入费用

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。

③折旧及摊销

折旧是指用于研究开发活动的仪器、设备和在用建筑物的折旧费。

用于研发活动的仪器、设备及其在用建筑物，同时又用于非研发活动的，对该类仪器、设备、在用建筑物使用情况做必要记录，并将其实际发生的折旧费按实际工时和使用面积等因素，采用合理方法在研发费用和生产经营费用间分配。

摊销是指研发设施的改建、改装、装修和修理过程中发生的长期待摊费用，按实际支出进行归集，在规定的期限内分期平均摊销；用于研究开发活动的软件的摊销费用。

④其他

其他费用是指上述费用之外与研究开发活动直接相关的其他费用，包括设计费、实验费用、差旅费、专利申请费、办公费等。

各类无形资产的摊销方法、使用寿命和预计净残值如下：

类别	摊销方法	使用寿命（年）	残值率（%）
土地使用权	直线法	50	-
专利权	-	-	-
非专利技术	-	-	-
软件	直线法	5-10	-

(2) 内部研究开发支出会计政策

内部研究开发项目研究阶段的支出，于发生时计入当期损益。内部研究开发项目开发阶段的支出，同时满足下列条件的，确认为无形资产：①完成该无形资产以使其能够使用或出售在技术上具有可行性；②具有完成该无形资产并使用或出售的意图；③无形资产产生经济利益的方式，包括能够证明运用该无形资产生产的产品存在市场或无形资产自身存在市场，无形资产将在内部使用的，能证明其有用性；④有足够的技术、财务资源和其他资源支持，以完成该无形资产的开发，并有能力使用或出售该无形资产；⑤归属于该无形资产开发阶段的支出能够可靠地计量。

6. 股份支付

√适用 □不适用

（1）股份支付的种类

包括以权益结算的股份支付和以现金结算的股份支付。

（2）实施、修改、终止股份支付计划的相关会计处理

①以权益结算的股份支付

授予后立即可行权的换取职工服务的以权益结算的股份支付，在授予日按照权益工具的公允价值计入相关成本或费用，相应调整资本公积。完成等待期内的服务或达到规定业绩条件才可行权的换取职工服务的以权益结算的股份支付，在等待期内的每个资产负债表日，以对可行权权益工具数量的最佳估计为基础，按权益工具授予日的公允价值，将当期取得的服务计入相关成本或费用，相应调整资本公积。

换取其他方服务的权益结算的股份支付，如果其他方服务的公允价值能够可靠计量的，按照其他方服务在取得日的公允价值计量；如果其他方服务的公允价值不能可靠计量，但权益工具的公允价值能够可靠计量的，按照权益工具在服务取得日的公允价值计量，计入相关成本或费用，相应增加所有者权益。

②以现金结算的股份支付

授予后立即可行权的换取职工服务的以现金结算的股份支付，在授予日按公司承担负债的公允价值计入相关成本或费用，相应增加负债。完成等待期内的服务或达到规定业绩条件才可行权的换取职工服务的以现金结算的股份支付，在等待期内的每个资产负债表日，以对可行权情况的最佳估计为基础，按公司承担负债的公允价值，将当期取得的服务计入相关成本或费用和相应的负债。

③修改、终止股份支付计划

如果修改增加了所授予的权益工具的公允价值，公司按照权益工具公允价值的增加相应地确认取得服务的增加；如果修改增加了所授予的权益工具的数量，公司将增加的权益工具的公允价值相应地确认为取得服务的增加；如果公司按照有利于职工的方式修改可行权条件，公司在处理可行权条件时，考虑修改后的可行权条件。

如果修改减少了授予的权益工具的公允价值，公司继续以权益工具在授予日的公允价值为基础，确认取得服务的金额，而不考虑权益工具公允价值的减少；如果修改减少了授予的权益工具的数量，公司将减少部分作为已授予的权益工具的取消来进行处理；如果以不利于职工的方式修改了可行权条件，在处理可行权条件时，不考虑修改后的可行权条件。

如果公司在等待期内取消了所授予的权益工具或结算了所授予的权益工具（因未满足可行权条件而被取消的除外），则将取消或结算作为加速可行权处理，立即确认原本在剩余等待期内确认的

金额。

7. 收入

√适用 □不适用

（1）收入确认原则

于合同开始日，公司对合同进行评估，识别合同所包含的各单项履约义务，并确定各单项履约义务是在某一时段内履行，还是在某一时点履行。

满足下列条件之一时，属于在某一时段内履行履约义务，否则，属于在某一时点履行履约义务：①客户在公司履约的同时即取得并消耗公司履约所带来的经济利益；②客户能够控制公司履约过程中在建商品；③公司履约过程中所产出的商品具有不可替代用途，且公司在整个合同期间内有权就累计至今已完成的履约部分收取款项。

对于在某一时段内履行的履约义务，公司在该段时间内按照履约进度确认收入。履约进度不能合理确定时，已经发生的成本预计能够得到补偿的，按照已经发生的成本金额确认收入，直到履约进度能够合理确定为止。对于在某一时点履行的履约义务，在客户取得相关商品或服务控制权时点确认收入。在判断客户是否已取得商品控制权时，公司考虑下列迹象：①公司就该商品享有现时收款权利，即客户就该商品负有现时付款义务；②公司已将该商品的法定所有权转移给客户，即客户已拥有该商品的法定所有权；③公司已将该商品实物转移给客户，即客户已实物占有该商品；④公司已将该商品所有权上的主要风险和报酬转移给客户，即客户已取得该商品所有权上的主要风险和报酬；⑤客户已接受该商品；⑥其他表明客户已取得商品控制权的迹象。

（2）收入计量原则

①公司按照分摊至各单项履约义务的交易价格计量收入。交易价格是公司因向客户转让商品或服务而预期有权收取的对价金额，不包括代第三方收取的款项以及预期将退还给客户的款项。

②合同中存在可变对价的，公司按照期望值或最可能发生金额确定可变对价的最佳估计数，但包含可变对价的交易价格，不超过在相关不确定性消除时累计已确认收入极可能不会发生重大转回的金额。

③合同中存在重大融资成分的，公司按照假定客户在取得商品或服务控制权时即以现金支付的应付金额确定交易价格。该交易价格与合同对价之间的差额，在合同期间内采用实际利率法摊销。

④合同中包含两项或多项履约义务的，公司于合同开始日，按照各单项履约义务所承诺商品的单独售价的相对比例，将交易价格分摊至各单项履约义务。

（3）收入确认的具体方法

公司主营业务收入主要来自于 B2C 业务、B2B 业务以及电商代运营业务。各类业务销售收入确认的具体方法如下：

①B2C 业务指公司通过在亚马逊等第三方电商平台以及品牌官网将商品直接销售给消费者，属于在某一时点履行的履约义务。客户通过电商平台下订单后，平台将商品配送给客户或者公司委托物流公司配送给客户，于商品妥投时确认收入。

②B2B 业务指公司向平台客户或非平台客户销售，再由下游客户通过线上或线下渠道向消费者销售，属于在某一时点履行的履约义务。B2B 业务包括委托代销与买断销售两种模式，委托代销系公司于收到代销清单时，按应向其收取的款项确认销售收入。买断销售模式下，公司向客户发出货物后，于收到结算单时按应向其收取的款项确认收入或于产品交付给对方且经对方签收时确认收入。

③电商代运营业务指公司向品牌方店铺提供运营服务，并向品牌方收取相关服务费，包括两种模式：A.公司根据合同约定在服务期内每月按照双方确认的销售额的一定比例计算确认月度运营服务费收入，属于在某一时点履行的履约义务；B.公司根据合同约定收取固定服务费，按照合同约定的服务期间完成履约义务并分期确认收入，属于在某一时段内履行的履约义务。

8. 递延所得税资产和递延所得税负债

☒适用 ☐不适用

（1）根据资产、负债的账面价值与其计税基础之间的差额（未作为资产和负债确认的项目按照税法规定可以确定其计税基础的，该计税基础与其账面数之间的差额），按照预期收回该资产或清偿该负债期间的适用税率计算确认递延所得税资产或递延所得税负债。

（2）确认递延所得税资产以很可能取得用来抵扣可抵扣暂时性差异的应纳税所得额为限。资产负债表日，有确凿证据表明未来期间很可能获得足够的应纳税所得额用来抵扣可抵扣暂时性差异的，确认以前会计期间未确认的递延所得税资产。

（3）资产负债表日，对递延所得税资产的账面价值进行复核，如果未来期间很可能无法获得足够的应纳税所得额用以抵扣递延所得税资产的利益，则减记递延所得税资产的账面价值。在很可能获得足够的应纳税所得额时，转回减记的金额。

（4）公司当期所得税和递延所得税作为所得税费用或收益计入当期损益，但不包括下列情况产生的所得税：①企业合并；②直接在所有者权益中确认的交易或者事项。

（5）同时满足下列条件时，公司将递延所得税资产及递延所得税负债以抵销后的净额列示：①拥有以净额结算当期所得税资产及当期所得税负债的法定权利；②递延所得税资产和递延所得税负债是与同一税收征管部门对同一纳税主体征收的所得税相关或者对不同的纳税主体相关，但在未

来每一具有重要性的递延所得税资产和递延所得税负债转回的期间内，涉及的纳税主体意图以净额结算当期所得税资产及当期所得税负债或是同时取得资产、清偿债务。

9. 与财务会计信息相关的重大事项或重要性水平的判断标准

与财务会计信息相关的重大事项判断标准主要从项目的性质和金额两方面考虑。在判断项目性质的重要性时，主要考虑该项目是否与公司的日常经营活动相关，是否会显著影响公司的经营成果、财务状况和现金流量；在判断项目金额的重要性水平标准时，公司综合考虑所处的行业特征、发展阶段、经营状况及投资者关注的指标等因素，具体金额标准为当年合并报表利润总额的 5%。

10. 重大会计判断和估计

公司根据历史经验和其它因素，包括对未来事项的合理预期，对所采用的重要会计估计和关键假设进行持续的评价。很可能导致下一会计年度资产和负债的账面价值出现重大调整风险的重要会计估计和关键假设列示如下：

（1）金融资产的分类

本公司在确定金融资产的分类时涉及的重大判断包括业务模式及合同现金流量特征的分析等。

本公司在金融资产组合的层次上确定管理金融资产的业务模式，考虑的因素包括评价和向关键管理人员报告金融资产业绩的方式、影响金融资产业绩的风险及其管理方式、以及相关业务管理人员获得报酬的方式等。

本公司在评估金融资产的合同现金流量是否与基本借贷安排相一致时，存在以下主要判断：本金是否可能因提前还款等原因导致在存续期内的时间分布或者金额发生变动；利息是否仅包括货币时间价值、信用风险、其他基本借贷风险以及与成本和利润的对价。例如，提前偿付的金额是否仅反映了尚未支付的本金及以未偿付本金为基础的利息，以及因提前终止合同而支付的合理补偿。

（2）应收账款预期信用损失的计量

本公司通过应收账款违约风险敞口和预期信用损失率计算应收账款预期信用损失，并基于违约概率和违约损失率确定预期信用损失率。在确定预期信用损失率时，本公司使用内部历史信用损失经验等数据，并结合当前状况和前瞻性信息对历史数据进行调整。在考虑前瞻性信息时，本公司使用的指标包括经济下滑的风险、外部市场环境、技术环境和客户情况的变化等。本公司定期监控并复核与预期信用损失计算相关的假设。

（3）递延所得税资产

在很有可能有足够的应纳税利润来抵扣亏损的限度内，应就所有未利用的税务亏损确认递延所

得税资产。这需要管理层运用大量的判断来估计未来应纳税利润发生的时间和金额，结合纳税筹划策略，以决定应确认的递延所得税资产的金额。

11. 其他重要的会计政策和会计估计

☐适用 ☒不适用

(二) 会计政策和会计估计分析

☒适用 ☐不适用

公司的重大会计政策或会计估计与同行业上市公司不存在重大差异。

五、 分部信息

☐适用 ☒不适用

六、 非经常性损益

单位：万元

	2025 年 1 月 —6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
非流动性资产处置损益，包括已计提资产减值准备的冲销部分	-126.14	-6.50	-1.43	-
计入当期损益的政府补助，但与公司正常经营业务密切相关、符合国家政策规定、按照确定的标准享有、对公司损益产生持续影响的政府补助除外	76.88	269.96	352.64	654.07
除同公司正常经营业务相关的有效套期保值业务外，非金融企业持有金融资产和金融负债产生的公允价值变动损益以及处置金融资产和金融负债产生的损益	13.09	49.58	-690.45	-602.58
计入当期损益的对非金融企业收取的资金占用费	-	-	-	-
委托他人投资或管理资产的损益	-	-	-	-
对外委托贷款取得的损益	-	-	-	-
因不可抗力因素，如遭受自然灾害而产生的各项资产损失	-	-	-	-
单独进行减值测试的应收款项减值准备转回	-	-	-	-
企业取得子公司、联营企业及合营企业的投资成本小于取得投资时应享有被投资单位可辨认净资产公允价值产生的收益	-	-	-	-
同一控制下企业合并产生的子公司期初至合并日的当期净损益	-	-	-	-
非货币性资产交换损益	-	-	-	-
债务重组损益	-	-	-	-

企业因相关经营活动不再持续而发生的一次性费用，如安置职工的支出等	-	-	-	-
因税收、会计等法律、法规的调整对当期损益产生的一次性影响	-	-	-	-
因取消、修改股权激励计划一次性确认的股份支付费用	-	-	-	-
对于现金结算的股份支付，在可行权日之后，应付职工薪酬的公允价值变动产生的损益	-	-	-	-
采用公允价值模式进行后续计量的投资性房地产公允价值变动产生的损益	-	-	-	-
交易价格显失公允的交易产生的收益	-	-	-	-
与公司正常经营业务无关的或有事项产生的损益	-	-	-	-
受托经营取得的托管费收入	-	-	-	-
除上述各项之外的其他营业外收入和支出	-61.78	-360.67	-61.84	-142.54
其他符合非经常性损益定义的损益项目	-3.58	-	18.47	5.78
小计	-101.54	-47.62	-382.62	-85.29
减：所得税影响数	-31.95	33.78	-54.22	1.27
少数股东权益影响额	-52.57	19.50	15.52	8.10
合计	-17.01	-100.90	-343.92	-94.65
非经常性损益净额	-17.01	-100.90	-343.92	-94.65
归属于母公司股东的净利润	4,285.47	10,591.22	9,875.90	7,703.62
扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润	4,302.47	10,692.12	10,219.82	7,798.28
归属于母公司股东的非经常性损益净额占归属于母公司股东的净利润的比例（%）	-0.40	-0.95	-3.48	-1.23

非经常性损益分析：

报告期各期，公司非经常性损益净额分别为-94.65万元、-343.92万元、-100.90万元和-17.01万元，主要系政府补助、金融资产公允价值变动损益及处置损益等，占归属于母公司股东的净利润比例分别为-1.23%、-3.48%、-0.95%和-0.40%，其对公司经营业务、财务状况和经营成果的影响较小，对公司的经营稳定性及未来持续盈利能力不构成重大不利影响。

七、 主要会计数据及财务指标

项目	2025年6月30日/2025年1月—6月	2024年12月31日/2024年度	2023年12月31日/2023年度	2022年12月31日/2022年度
资产总计(元)	871,713,359.97	976,495,529.68	889,862,387.63	698,213,296.51
股东权益合计(元)	603,368,889.49	583,064,853.04	490,983,370.11	411,667,991.09
归属于母公司所有者的股东权益(元)	594,222,049.30	569,607,779.13	477,201,514.21	393,057,080.09
每股净资产(元/股)	11.41	11.02	9.28	7.78
归属于母公司所有者的每股净资产(元/股)	11.23	10.77	9.02	7.43
资产负债率(合并)(%)	30.78	40.29	44.82	41.04
资产负债率(母公司)(%)	20.66	28.34	36.27	28.14
营业收入(元)	608,101,377.31	1,532,353,583.43	1,415,643,673.81	1,199,613,786.26
毛利率(%)	45.69	43.32	41.94	39.98
净利润(元)	38,544,417.46	106,077,403.69	101,141,767.28	77,695,057.88
归属于母公司所有者的净利润(元)	42,854,651.18	105,912,185.68	98,758,985.48	77,036,219.88
扣除非经常性损益后的净利润(元)	39,240,237.36	106,891,463.87	104,425,757.76	78,560,642.93
归属于母公司所有者的扣除非经常性损益后的净利润(元)	43,024,727.22	106,921,218.40	102,198,171.20	77,982,765.89
息税折旧摊销前利润(元)	60,672,339.76	151,646,958.83	137,602,814.08	111,338,973.50
加权平均净资产收益率(%)	7.24	20.23	23.05	21.92
扣除非经常性损益后净资产收益率(%)	7.27	20.43	23.85	22.19
基本每股收益(元/股)	0.81	2.00	1.87	1.46
稀释每股收益(元/股)	0.81	2.00	1.87	1.46
经营活动产生的现金流量净额(元)	-82,892,120.77	97,428,197.28	58,637,155.34	158,151,472.01
每股经营活动产生的现金流量净额(元)	-1.57	1.84	1.11	2.99
研发投入占营业收入的比例(%)	2.63	1.75	1.61	1.58
应收账款周转率	30.65	59.65	49.48	43.88
存货周转率	0.91	2.86	3.34	3.25
流动比率	3.69	2.59	2.29	2.50
速动比率	1.42	1.48	1.37	1.60

主要会计数据及财务指标计算公式及变动简要分析:

上述主要财务指标计算公式如下:

1、每股净资产=净资产/期末总股本

2、归属于母公司所有者的每股净资产=归属于母公司所有者的净资产/期末总股本

3、资产负债率=总负债/总资产

4、毛利率=(营业收入-营业成本)/营业收入

5、息税折旧摊销前利润=利润总额+利息支出+固定资产折旧+使用权资产折旧+无形资产摊销+长期待摊费用摊销+投资性房地产折旧

6、加权平均净资产收益率= $P0 / (E0 + NP \div 2 + Ei \times Mi \div M0 - Ej \times Mj \div M0 \pm Ek \times Mk \div M0)$ 其中：P0 分别对应于归属于公司普通股股东的净利润、扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润；NP 为归属于公司普通股股东的净利润；E0 为归属于公司普通股股东的期初净资产；Ei 为报告期发行新股或债转股等新增的、归属于公司普通股股东的净资产；Ej 为报告期回购或现金分红等减少的、归属于公司普通股股东的净资产；M0 为报告期月份数；Mi 为新增净资产次月起至报告期期末的累计月数；Mj 为减少净资产次月起至报告期期末的累计月数；Ek 为因其他交易或事项引起的、归属于公司普通股股东的净资产增减变动；Mk 为发生其他净资产增减变动次月起至报告期期末的累计月数。

7、基本每股收益= $P0 \div S$

$S = S0 + S1 + Si \times Mi \div M0 - Sj \times Mj \div M0 - Sk$

其中：P0 为归属于公司普通股股东的净利润或扣除非经常性损益后归属于普通股股东的净利润；S 为发行在外的普通股加权平均数；S0 为期初股份总数；S1 为报告期因公积金转增股本或股票股利分配等增加股份数；Si 为报告期因发行新股或债转股等增加股份数；Sj 为报告期因回购等减少股份数；Sk 为报告期缩股数；M0 报告期月份数；Mi 为增加股份次月起至报告期期末的累计月数；Mj 为减少股份次月起至报告期期末的累计月数。

8、稀释每股收益= $P1 / (S0 + S1 + Si \times Mi \div M0 - Sj \times Mj \div M0 - Sk + \text{认股权证、股份期权、可转换债券等增加的普通股加权平均数})$

其中，P1 为归属于公司普通股股东的净利润或扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润，并考虑稀释性潜在普通股对其影响，按《企业会计准则》及有关规定进行调整。公司在计算稀释每股收益时，应考虑所有稀释性潜在普通股对归属于公司普通股股东的净利润或扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润和加权平均股数的影响，按照其稀释程度从大到小的顺序计入稀释每股收益，直至稀释每股收益达到最小值。

9、每股经营活动产生的现金流量净额=经营活动产生的现金流量净额/期末总股本

10、研发投入占营业收入的比例=研发投入/营业收入

11、应收账款周转率=营业收入/期初期末应收账款平均账面余额

12、存货周转率=营业成本/期初期末存货平均账面余额

13、流动比率=流动资产/流动负债

14、速动比率=(流动资产-存货)/流动负债

主要会计数据及财务指标的变动分析详见本招股说明书“第八节 管理层讨论与分析”各科目说明。

八、 盈利预测

☐适用 ☒不适用

第八节 管理层讨论与分析

一、 经营核心因素

（一）影响收入、成本、费用和利润的主要因素

1、影响公司收入的主要因素

公司是一家专注于消费类自主品牌产品研发、设计和销售的高新技术企业，旗下拥有 ororo、TURBRO、Genmitsu、SainSmart、Airthereal 等多个自主品牌，主要产品涵盖功能性服饰、数码科技、家居生活和创客硬件四大品类。公司收入主要受行业发展与市场需求、研发创新能力、销售运营能力及品牌影响力等因素的综合影响。报告期内营业收入的构成及变动分析，详见本节之“三、盈利情况分析”之“（一）营业收入分析”。

2、影响公司成本的主要因素

报告期内，公司主营业务成本主要由产品采购成本、头程运输成本、尾程配送成本构成。其中，产品采购成本占比超过 60%，是公司最主要的成本要素，其成本受公司的产品结构、采购策略及采购价格等因素影响。同时，公司的跨境电商销售业务需承担头程及尾程物流费用，因此，海运价格及电商平台（如亚马逊）物流配送费的波动，亦会对公司整体成本构成重要影响。

3、影响公司费用的主要因素

报告期内，公司期间费用合计占营业收入的比例分别为 29.85%、31.48%、32.98%和 35.62%。期间费用包括销售费用、管理费用、研发费用和财务费用，其中影响费用的主要因素包括市场推广费、平台费用、仓储费用、销售及管理人员薪酬、研发投入、汇兑损益等。因此，如果未来前述明细费用发生较大变化，将对公司期间费用产生较大影响。

4、影响公司利润的主要因素

报告期内，影响公司利润的主要因素为主营业务收入、成本和期间费用的变动，具体分析详见本节之“三、盈利情况分析”的相关内容。

（二）对公司具有核心意义或其变动对业绩变动具有较强预示作用的财务或非财务指标

报告期内，基于公司所处行业状况及自身业务特点，公司主营业务收入、毛利率及销售费用率等财务指标是衡量经营成果的关键指标，这些指标的变化对公司业绩变动具有较强的预示作用。相关分析详见本节之“三、盈利情况分析”的相关内容。

此外，行业发展情况与市场竞争态势，以及公司的研发创新能力、品牌影响力等非财务指标，亦对公司的业绩变动具有较强的预示作用。

二、 资产负债等财务状况分析

(一) 应收款项

1. 应收票据

☐适用 ☒不适用

2. 应收款项融资

☐适用 ☒不适用

3. 应收账款

☒适用 ☐不适用

(1) 按账龄分类披露

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
1年以内	1,803.23	2,149.75	2,981.88	2,656.21
1至2年	8.24	6.44	-	8.58
2至3年	-	-	-	75.34
合计	1,811.47	2,156.19	2,981.88	2,740.13

(2) 按坏账计提方法分类披露

单位：万元

类别	2025年6月30日				
	账面余额		坏账准备		账面价值
	金额	比例(%)	金额	计提比例(%)	
按单项计提坏账准备的应收账款	-	-	-	-	-
按组合计提坏账准备的应收账款	1,811.47	100.00	91.81	5.07	1,719.66
其中：账龄组合	1,811.47	100.00	91.81	5.07	1,719.66
合计	1,811.47	100.00	91.81	5.07	1,719.66

单位：万元

类别	2024年12月31日				
	账面余额		坏账准备		账面价值
	金额	比例(%)	金额	计提比例(%)	
按单项计提坏账准备的应收账款	-	-	-	-	-
按组合计提坏账准备的应收账款	2,156.19	100.00	108.78	5.04	2,047.41
其中：账龄组合	2,156.19	100.00	108.78	5.04	2,047.41
合计	2,156.19	100.00	108.78	5.04	2,047.41

单位：万元

类别	2023 年 12 月 31 日				
	账面余额		坏账准备		账面价值
	金额	比例 (%)	金额	计提比例 (%)	
按单项计提坏账准备的应收账款	-	-	-	-	-
按组合计提坏账准备的应收账款	2,981.88	100.00	149.09	5.00	2,832.78
其中：账龄组合	2,981.88	100.00	149.09	5.00	2,832.78
合计	2,981.88	100.00	149.09	5.00	2,832.78

单位：万元

类别	2022 年 12 月 31 日				
	账面余额		坏账准备		账面价值
	金额	比例 (%)	金额	计提比例 (%)	
按单项计提坏账准备的应收账款	-	-	-	-	-
按组合计提坏账准备的应收账款	2,740.13	100.00	172.20	6.28	2,567.93
其中：账龄组合	2,740.13	100.00	172.20	6.28	2,567.93
合计	2,740.13	100.00	172.20	6.28	2,567.93

1) 按单项计提坏账准备：

☐适用 ☒不适用

2) 按组合计提坏账准备：

☒适用 ☐不适用

单位：万元

组合名称	2025 年 6 月 30 日		
	账面余额	坏账准备	计提比例 (%)
1 年以内	1,803.23	90.16	5.00
1-2 年	8.24	1.65	20.00
合计	1,811.47	91.81	5.07

单位：万元

组合名称	2024 年 12 月 31 日		
	账面余额	坏账准备	计提比例 (%)
1 年以内	2,149.75	107.49	5.00
1-2 年	6.44	1.29	20.00
合计	2,156.19	108.78	5.04

单位：万元

组合名称	2023 年 12 月 31 日		
	账面余额	坏账准备	计提比例 (%)
1 年以内	2,981.88	149.09	5.00
合计	2,981.88	149.09	5.00

单位：万元

组合名称	2022 年 12 月 31 日		
	账面余额	坏账准备	计提比例（%）
1 年以内	2,656.21	132.81	5.00
1-2 年	8.58	1.72	20.00
2-3 年	75.34	37.67	50.00
合计	2,740.13	172.20	6.28

确定组合依据的说明：

对于划分为账龄组合的应收账款，参考历史信用损失经验，结合当前状况以及对未来经济状况的预测，编制应收账款账龄与整个存续期预期信用损失率对照表，计算预期信用损失。

3) 如按预期信用损失一般模型计提坏账准备，请按下表披露坏账准备的相关信息：

☐适用 ☒不适用

(3) 报告期计提、收回或转回的坏账准备情况

☒适用 ☐不适用

单位：万元

类别	2024 年 12 月 31 日	本期变动金额				2025 年 6 月 30 日
		计提	收回或转回	核销	汇率影响	
账龄组合	108.78	-16.53	-	0.07	-0.37	91.81
合计	108.78	-16.53	-	0.07	-0.37	91.81

单位：万元

类别	2023 年 12 月 31 日	本期变动金额				2024 年 12 月 31 日
		计提	收回或转回	核销	汇率影响	
单项计提	-	4.41	-	4.41	-	-
账龄组合	149.09	-41.82	-	0.17	1.66	108.78
合计	149.09	-37.41	-	4.57	1.66	108.78

单位：万元

类别	2022 年 12 月 31 日	本期变动金额				2023 年 12 月 31 日
		计提	收回或转回	核销	汇率影响	
单项计提	-	7.12	-	7.12	-	-
账龄组合	172.20	-25.76	-	-	2.66	149.09
合计	172.20	-18.65	-	7.12	2.66	149.09

单位：万元

类别	2021 年 12 月 31 日	本期变动金额				2022 年 12 月 31 日
		计提	收回或转回	核销	汇率影响	
单项计提	-	20.54	-	20.54	-	-
账龄组合	178.88	-21.77	-	-	15.09	172.20
合计	178.88	-1.24	-	20.54	15.09	172.20

其中报告期坏账准备收回或转回金额重要的：

☐适用 ☒不适用

其他说明：

无。

(4) 本期实际核销的应收账款情况

☒适用 ☐不适用

单位：万元

项目	核销金额			
	2025 年 6 月 30 日	2024 年 12 月 31 日	2023 年 12 月 31 日	2022 年 12 月 31 日
实际核销的应收账款	0.07	4.57	7.12	20.54

其中重要的应收账款核销的情况：

☐适用 ☒不适用

(5) 按欠款方归集的期末余额前五名的应收账款情况

单位：万元

单位名称	2025 年 6 月 30 日		
	应收账款	占应收账款期末余额合计数的比例（%）	坏账准备
亚马逊平台（注 1）	788.99	43.56	39.45
Bauer Hockey LLC	327.43	18.08	16.37
亚马逊 Vendor	280.36	15.48	14.99
东莞市天翼通讯电子有限公司	121.74	6.72	6.09
速卖通平台（注 2）	73.28	4.05	3.66
合计	1,591.81	87.89	80.56

注 1：亚马逊平台应收账款余额为亚马逊平台 B2C 业务应收终端客户账款合计余额，下同；

注 2：速卖通平台应收账款余额主要为速卖通平台 B2C 业务应收终端客户账款合计余额，下同。

单位：万元

单位名称	2024 年 12 月 31 日		
	应收账款	占应收账款期末余额合计数的比例（%）	坏账准备
亚马逊平台	915.16	42.44	45.76
亚马逊 Vendor	638.04	29.59	32.87
东莞市天翼通讯电子有限公司	107.44	4.98	5.37
东莞瑞红电子玩具有限公司	67.83	3.15	3.39
速卖通平台	61.08	2.83	3.05
合计	1,789.55	82.99	90.44

注 1：Umart Online 平台应收账款余额为 Umart Online 平台 B2C 业务应收终端客户账款合计余额，下同。

单位：万元

单位名称	2023 年 12 月 31 日		
	应收账款	占应收账款期末余额合计数的比例 (%)	坏账准备
亚马逊平台	2,393.71	80.28	119.69
Walmart 平台 (注)	130.42	4.37	6.52
Scheels All Sports, Inc.	113.69	3.81	5.68
亚马逊 Vendor	82.48	2.77	4.12
Umart Online 平台	33.14	1.11	1.66
合计	2,753.43	92.34	137.67

注：Walmart 平台应收账款余额为 Walmart 平台 B2C 业务应收终端客户账款合计余额，下同。

单位：万元

单位名称	2022 年 12 月 31 日		
	应收账款	占应收账款期末余额合计数的比例 (%)	坏账准备
亚马逊平台	1,906.13	69.56	129.33
Walmart	271.74	9.92	13.59
亚马逊 Vendor	91.35	3.33	4.57
PodiumMax B.V.	83.66	3.05	4.18
Home Depot	63.36	2.31	3.17
合计	2,416.24	88.17	154.83

其他说明：

报告期各期末，公司前五名应收账款余额合计占应收账款总额的比例分别为 88.17%、92.34%、82.99%和 87.89%。公司应收账款主要集中于亚马逊等电商平台，该类平台或客户的资信状况良好，不存在重大的信用风险。

(6) 报告期各期末信用期内的应收账款

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	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
信用期内应收账款	1,397.96	77.17%	2,005.81	93.03%	2,857.46	95.83%	2,727.58	99.54%
信用期外应收账款	413.51	22.83%	150.38	6.97%	124.41	4.17%	12.55	0.46%
应收账款余额合计	1,811.47	100.00%	2,156.19	100.00%	2,981.88	100.00%	2,740.13	100.00%

(7) 应收账款期后回款情况

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	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
期末应收账款余额	1,811.47	-	2,156.19	-	2,981.88	-	2,740.13	-
期后回款金额	1,672.55	92.33%	2,117.45	98.20%	2,967.23	99.51%	2,723.20	99.38%

注：期后回款截止时间为 2025 年 9 月 30 日。

(8) 因金融资产转移而终止确认的应收账款

□适用 √不适用

(9) 转移应收账款且继续涉入形成的资产、负债金额

□适用 √不适用

(10) 科目具体情况及分析说明

①应收账款整体情况及变动分析

报告期各期末，公司应收账款账面价值分别为 2,567.93 万元、2,832.78 万元、2,047.41 万元和 1,719.66 万元，占流动资产的比例分别为 4.63%、4.35%、2.78%和 2.77%，占比较小。应收账款主要系对亚马逊等各电商平台终端消费者的应收货款。公司与亚马逊平台的结算周期通常为 14 天，回款情况良好。

2024 年末，公司应收账款账面价值较上年末减少 785.37 万元，同比下降 27.72%，主要系 2024 年 12 月份公司部分主要亚马逊店铺与平台的结算时点集中于 12 月下旬，相关销售款项已及时收回，故应收亚马逊平台的金额较 2023 年末下降。

2025 年 6 月末，公司应收账款金额较小，主要因上半年为公司的销售淡季，收入规模相对较小所致。

②应收账款坏账准备计提情况分析

公司根据对主要客户的信用状况分析，并结合同行业可比公司对相应账龄区间的坏账计提政策，制定了自身的坏账准备计提政策。报告期各期末，公司应收账款账龄结构总体稳定，1 年以内的应收账款余额占比分别为 96.94%、100.00%、99.69%和 99.54%，应收账款质量良好，回款风险较小。

公司严格按照《企业会计准则》的规定对应收账款计提坏账准备，相关计提方法符合公司实际经营情况。公司的应收账款坏账准备计提政策与同行业可比公司的对比情况如下：

公司名称	应收账款坏账计提比例/预期信用损失率					
	1 年以内	1-2 年	2-3 年	3-4 年	4-5 年	5 年以上
赛维时代	5.00%	20.00%	50.00%	100.00%		
三态股份	5.00%	10.00%	20.00%	50.00%	80.00%	100.00%
华凯易佰	5.00%	10.00%	30.00%	50.00%	80.00%	100.00%
千岸科技	5.00%	10.00%	30.00%	50.00%	80.00%	100.00%
尚睿科技	5.00%	20.00%	50.00%	100.00%		

注：上述数据来源于同行业可比公司公开披露的年度报告、招股说明书或公开转让说明书。

如上表所示，公司的应收账款坏账准备计提政策与同行业可比公司相比不存在重大差异。

报告期各期末，公司与同行业可比公司应收账款坏账准备实际计提比例对比如下：

公司名称	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
赛维时代	4.61%	5.74%	5.94%	5.33%
三态股份	20.89%	20.63%	22.82%	17.47%
华凯易佰	37.30%	41.81%	24.52%	31.80%
千岸科技	5.00%	5.00%	5.66%	5.15%
平均值	16.95%	18.30%	14.74%	14.94%
尚睿科技	5.07%	5.04%	5.00%	6.28%

如上表所示，公司应收账款坏账准备的计提比例与赛维时代、千岸科技较为接近，但低于三态股份和华凯易佰。这主要是由于三态股份和华凯易佰存在因亚马逊平台店铺冻结而产生的无法收回的应收账款，因此其计提比例相对较高。

综上所述，报告期各期末，公司应收账款坏账准备计提充分、合理。

4. 其他披露事项

无。

(二) 存货

1. 存货

(1) 存货分类

√适用 □不适用

单位：万元

项目	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
库存商品	32,909.95	1,308.93	31,601.02
在途物资	5,969.24	305.50	5,663.74
发出商品	931.19	56.08	875.11
合计	39,810.38	1,670.50	38,139.88

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
库存商品	26,085.12	1,227.41	24,857.71
在途物资	6,066.48	235.77	5,830.70
发出商品	1,001.66	28.47	973.19

合计	33,153.26	1,491.66	31,661.61

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
库存商品	22,158.88	1,251.29	20,907.59
在途物资	4,855.56	164.63	4,690.93
发出商品	574.05	12.05	561.99
合计	27,588.49	1,427.97	26,160.52

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
库存商品	17,185.51	1,484.24	15,701.26
在途物资	3,569.44	115.28	3,454.16
发出商品	911.46	12.31	899.15
合计	21,666.41	1,611.83	20,054.58

(2) 存货跌价准备及合同履约成本减值准备

√适用 □不适用

单位：万元

项目	2024 年 12 月 31 日	本期增加金额		本期减少金额		2025 年 6 月 30 日
		计提	其他	转回或转销	其他	
库存商品	1,227.41	1,018.81	-	940.68	-3.39	1,308.93
在途物资	235.77	299.60	-	229.97	-0.10	305.50
发出商品	28.47	39.84	-	12.86	-0.62	56.08
合计	1,491.66	1,358.25	-	1,183.51	-4.10	1,670.50

注：其他系外币报表折算差异，下同。

单位：万元

项目	2023 年 12 月 31 日	本期增加金额		本期减少金额		2024 年 12 月 31 日
		计提	其他	转回或转销	其他	
库存商品	1,251.29	2,299.91	-	2,300.06	23.73	1,227.41
在途物资	164.63	534.88	-	458.22	5.52	235.77
发出商品	12.05	29.38	-	12.05	0.91	28.47
合计	1,427.97	2,864.17	-	2,770.33	30.16	1,491.66

单位：万元

项目	2022 年 12 月 31 日	本期增加金额		本期减少金额		2023 年 12 月 31 日
		计提	其他	转回或转销	其他	
库存商品	1,484.24	1,827.93	-	2,039.99	20.90	1,251.29
在途物资	115.28	240.50	-	188.40	2.75	164.63
发出商品	12.31	12.25	-	12.31	0.20	12.05
合计	1,611.83	2,080.68	-	2,240.70	23.84	1,427.97

单位：万元

项目	2021 年 12 月 31 日	本期增加金额		本期减少金额		2022 年 12 月 31 日
		计提	其他	转回或转销	其他	
库存商品	1,048.70	2,213.25	-	1,654.66	123.04	1,484.24
在途物资	81.45	171.90	-	113.96	24.11	115.28
发出商品	10.21	13.30	-	10.21	0.99	12.31
合计	1,140.35	2,398.45	-	1,778.84	148.13	1,611.83

存货跌价准备及合同履约成本减值准备的说明

公司根据《企业会计准则》的规定，制定了存货跌价准备计提政策。资产负债表日，存货按照成本与可变现净值孰低计量。存货可变现净值低于成本的，计提存货跌价准备，计入当期损益。

(3) 存货期末余额含有借款费用资本化金额的说明

☐适用 ☒不适用

(4) 期末建造合同形成的已完工未结算资产情况（尚未执行新收入准则公司适用）

☐适用 ☒不适用

(5) 合同履约成本本期摊销金额的说明（已执行新收入准则公司适用）

☐适用 ☒不适用

(6) 科目具体情况及分析说明

①存货余额构成情况

报告期各期末，公司存货余额构成情况如下表所示：

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	
	账面余额	占比	账面余额	占比	账面余额	占比	账面余额	占比
库存商品	32,909.95	82.67%	26,085.12	78.68%	22,158.88	80.32%	17,185.51	79.32%
在途物资	5,969.24	14.99%	6,066.48	18.30%	4,855.56	17.60%	3,569.44	16.47%
发出商品	931.19	2.34%	1,001.66	3.02%	574.05	2.08%	911.46	4.21%
合计	39,810.38	100.00%	33,153.26	100.00%	27,588.49	100.00%	21,666.41	100.00%

报告期内，公司存货主要由库存商品和在途物资构成，两者合计占各期末存货余额的比例分别为 95.79%、97.92%、96.98%和 97.66%。

A.库存商品

库存商品为期末在仓库的商品。报告期各期末，公司库存商品账面余额分别为 17,185.51 万元、22,158.88 万元、26,085.12 万元和 32,909.95 万元，伴随公司经营规模扩大而逐年增长；占存货余额的比例分别为 79.32%、80.32%、78.68%和 82.67%，占比较高。这主要受公司业务模式与备货策略

的影响，具体情况如下：

a.备货周期较长。从向供应商下单采购产品，并通过海运等方式运输至海外仓上架需要一定周期，为满足 B2C 模式下高频的终端订单需求，公司需提前备货。

b.发货时效要求高。B2C 模式下，公司需在接收订单当日或次日发货，对供货及时性要求严格。

因此，为保障销售连续性，公司依据库存与销售数据制定采购计划，并为不同品类设置一定的安全库存，导致库存商品余额随销售规模扩大而维持在较高水平。

B.在途物资

在途物资为按交货条款已确认为公司所有、但期末尚未送达入库的采购货物，主要为处于海运途中的存货。报告期各期末，公司在途物资账面余额分别为 3,569.44 万元、4,855.56 万元、6,066.48 万元和 5,969.24 万元，随销售增长稳步上升；占存货余额的比例分别为 16.47%、17.60%、18.30% 和 14.99%，整体保持稳定。

C.发出商品

发出商品为亚马逊等海外第三方电商平台或品牌官网已经发货但尚未达到收入确认条件的商品。报告期各期末，公司发出商品账面余额分别为 911.46 万元、574.05 万元、1,001.66 万元和 931.19 万元，占存货余额的比例分别为 4.21%、2.08%、3.02%和 2.34%，占比相对较低。

②存货跌价准备计提情况

报告期各期末，公司存货跌价准备计提情况如下表所示：

单位：万元

项目	2025 年 6 月 30 日			2024 年 12 月 31 日		
	账面余额	跌价准备	计提比例	账面余额	跌价准备	计提比例
库存商品	32,909.95	1,308.93	3.98%	26,085.12	1,227.41	4.71%
在途物资	5,969.24	305.50	5.12%	6,066.48	235.77	3.89%
发出商品	931.19	56.08	6.02%	1,001.66	28.47	2.84%
合计	39,810.38	1,670.50	4.20%	33,153.26	1,491.66	4.50%

（续上表）

单位：万元

项目	2023 年 12 月 31 日			2022 年 12 月 31 日		
	账面余额	跌价准备	计提比例	账面余额	跌价准备	计提比例
库存商品	22,158.88	1,251.29	5.65%	17,185.51	1,484.24	8.64%
在途物资	4,855.56	164.63	3.39%	3,569.44	115.28	3.23%
发出商品	574.05	12.05	2.10%	911.46	12.31	1.35%

合计	27,588.49	1,427.97	5.18%	21,666.41	1,611.83	7.44%

报告期各期末，公司存货跌价准备余额分别为 1,611.83 万元、1,427.97 万元、1,491.66 万元和 1,670.50 万元，计提比例分别为 7.44%、5.18%、4.50%和 4.20%。

报告期各期末，公司存货跌价准备计提比例与同行业可比公司的对比情况如下表所示：

公司名称	2025 年 6 月 30 日	2024 年 12 月 31 日	2023 年 12 月 31 日	2022 年 12 月 31 日
赛维时代	1.24%	0.76%	1.36%	4.85%
三态股份	26.84%	24.61%	21.11%	21.44%
华凯易佰	8.15%	5.33%	3.80%	5.29%
千岸科技	3.14%	3.66%	6.04%	7.60%
平均值	9.84%	8.59%	8.08%	9.79%
平均值 (剔除三态股份)	4.18%	3.25%	3.73%	5.91%
尚睿科技	4.20%	4.50%	5.18%	7.44%

注：上述数据根据同行业可比公司公开披露的年度报告、招股说明书的数据计算而得。

由上表可知，在同行业可比公司中，三态股份的存货跌价准备计提比例较高，主要原因为：三态股份采用泛品类经营策略，在售 SKU 数量超过 80 万个，产品迭代快，且多为单价较低的轻小件长尾产品；同时，三态股份对库龄超过 1 年的商品 100%计提跌价准备，因此其存货跌价准备计提比例较高。若剔除三态股份的数据，公司的存货跌价准备计提比例则略高于同行业可比公司的平均水平。

报告期内，公司严格执行存货跌价准备计提政策，跌价准备计提充分、审慎。

2. 其他披露事项：

无。

(三) 金融资产、财务性投资

√适用 □不适用

1. 交易性金融资产

√适用 □不适用

单位：万元

项目	2025 年 6 月 30 日
分类为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产	1,235.63
其中：	
理财产品	716.92

结构性存款	500.98
衍生金融资产	17.72
指定以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产	-
其中：	
合计	1,235.63

科目具体情况及分析说明：

报告期各期末，公司交易性金融资产分别为 2,570.48 万元、2,000.83 万元、501.63 万元和 1,235.63 万元，占流动资产的比例分别为 4.63%、3.07%、0.68%和 1.99%，占比较小。报告期内，为提高资金使用效率，公司结合日常营运资金安排，使用自有资金购买理财产品、结构性存款等。

2. 衍生金融资产

☐适用 ☒不适用

3. 债权投资

☐适用 ☒不适用

4. 其他债权投资

☐适用 ☒不适用

5. 长期应收款

☒适用 ☐不适用

(1) 长期应收款情况

单位：万元

项目	2025 年 6 月 30 日			折现率区间
	账面余额	减值准备	账面价值	
融资租赁款	312.75	15.64	297.11	
其中：未实现融资收益	81.54	-	81.54	4.90%
合计	312.75	15.64	297.11	-

(2) 坏账准备计提情况

1) 始终按照相当于整个存续期内预期信用损失的金额计量损失准备

☒适用 ☐不适用

单位：万元

类别	2025 年 6 月 30 日				
	账面余额		坏账准备		账面价值
	金额	比例（%）	金额	计提比例（%）	
按单项计提坏账准备的	-	-	-	-	-

长期应收款					
按组合计提坏账准备的长期应收款	312.75	100.00	15.64	5.00	297.11
合计	312.75	100.00	15.64	5.00	297.11

按单项计提坏账准备：

☐适用 ☒不适用

按组合计提坏账准备：

☒适用 ☐不适用

单位：万元

组合名称	2025年6月30日		
	账面余额	坏账准备	计提比例（%）
账龄组合	312.75	15.64	5.00
合计	312.75	15.64	5.00

确定组合依据的说明：

账龄组合以账龄作为信用风险特征。账龄自其初始确认日起算。修改应收款项的条款和条件但不导致应收款项终止确认的，账龄连续计算；由合同资产转为长期应收款的，账龄自对应的合同资产初始确认日起连续计算。

2) 如按预期信用损失一般模型计提坏账准备，请按下表披露坏账准备的相关信息：

☐适用 ☒不适用

(3) 因金融资产转移而终止确认的长期应收款

☐适用 ☒不适用

(4) 转移长期应收款且继续涉入形成的资产、负债金额

☐适用 ☒不适用

(5) 科目具体情况及分析说明

公司长期应收款主要为承租尚景城品牌孵化园后进行转租而形成的应收融资租赁款项。报告期各期末，公司长期应收款分别为 586.89 万元、557.74 万元、525.07 万元和 297.11 万元，整体规模较小。

6. 长期股权投资

☐适用 ☒不适用

7. 其他权益工具投资

☒适用 ☐不适用

(1) 其他权益工具投资情况

√适用 □不适用

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
深圳讴法	40.00	40.00	40.00	40.00
合计	40.00	40.00	40.00	40.00

(2) 非交易性权益工具投资情况

√适用 □不适用

单位：万元

项目	2025年1月—6月确认的股利收入	累计利得/损失（损失以“-”号填列）	其他综合收益转入留存收益的金额	指定为以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的原因	其他综合收益转入留存收益的原因
深圳讴法	-	-	-	长期持有	-

(3) 科目具体情况及分析说明

公司对深圳讴法的投资情况，详见本招股说明书“第四节 发行人基本情况”之“七、发行人的分公司、控股子公司、参股公司情况”之“（二）参股公司情况”之“1.深圳讴法”。

8. 其他非流动金融资产

□适用 √不适用

9. 其他财务性投资

□适用 √不适用

10. 其他披露事项

无

11. 金融资产、财务性投资总体分析

公司的金融资产及财务性投资主要包括交易性金融资产、长期应收款和其他权益工具投资。

（1）交易性金融资产主要为理财产品与结构性存款。公司为提升资金使用效率，在不影响正常经营的前提下，将部分资金用于购买理财产品与结构性存款。

（2）长期应收款主要为公司承租尚景城品牌孵化园后进行转租而形成的应收融资租赁款项。报告期内该项资产的金额较小，不会对公司的日常经营产生重大不利影响。

(3) 其他权益工具投资为公司持有深圳讴法 5.00%的股权。该企业系公司空气净化器、臭氧机等产品的供应商之一，此项投资旨在深化战略合作，不会对公司的日常经营产生重大不利影响。

(四) 固定资产、在建工程

1. 固定资产

√适用 □不适用

(1) 分类列示

√适用 □不适用

单位：万元

项目	2025 年 6 月 30 日	2024 年 12 月 31 日	2023 年 12 月 31 日	2022 年 12 月 31 日
固定资产	8,748.51	7,818.70	431.24	275.72
固定资产清理	-	-	-	-
合计	8,748.51	7,818.70	431.24	275.72

(2) 固定资产情况

√适用 □不适用

单位：万元

2025 年 6 月 30 日							
项目	房屋及建筑物	房屋及建筑物装修	运输工具	电子设备	办公设备	机器设备	合计
一、账面原值：							
1.期初余额	7,604.81	-	702.06	226.30	20.22	72.50	8,625.89
2.本期增加金额	136.36	883.68	-	28.10	179.62	-	1,227.76
(1) 购置	-	65.70	-	28.10	73.21	-	167.01
(2) 在建工程转入	-	817.97	-	-	106.41	-	924.39
(3) 其他增加	136.36	-	-	-	-	-	136.36
3.本期减少金额	-	-	1.15	5.96	6.74	-	13.84
(1) 处置或报废	-	-	-	5.96	6.74	-	12.70
(2) 外币报表折算差额	-	-	1.15	-	-	-	1.15
4.期末余额	7,741.17	883.68	700.91	248.44	193.10	72.50	9,839.81
二、累计折旧							
1.期初余额	180.61	-	459.07	124.14	13.75	29.61	807.19
2.本期增加金额	183.94	19.17	46.95	26.38	9.72	10.73	296.89
(1) 计提	183.94	19.17	46.95	26.38	9.72	10.73	296.89
3.本期减少金额	-	-	0.76	5.63	6.40	-	12.79
(1) 处置或报废	-	-	-	5.63	6.40	-	12.03
(2) 外币报表折算差额	-	-	0.76	-	-	-	0.76
4.期末余额	364.55	19.17	505.27	144.9	17.07	40.34	1,091.29
三、减值准备							
1.期初余额	-	-	-	-	-	-	-
2.本期增加金额	-	-	-	-	-	-	-

(1) 计提	-	-	-	-	-	-	-
3.本期减少金额	-	-	-	-	-	-	-
(1) 处置或报废	-	-	-	-	-	-	-
4.期末余额	-	-	-	-	-	-	-
四、账面价值							
1.期末账面价值	7,376.62	864.51	195.64	103.54	176.03	32.16	8,748.51
2.期初账面价值	7,424.20	-	242.98	102.16	6.47	42.90	7,818.70

单位：万元

2024 年 12 月 31 日						
项目	房屋及建筑物	运输工具	电子设备	办公设备	机器设备	合计
一、账面原值：						
1.期初余额	-	645.72	150.29	15.19	72.50	883.71
2.本期增加金额	11,881.58	56.33	76.01	5.03	-	12,018.95
(1) 购置	-	53.05	76.01	5.03	-	134.09
(2) 在建工程转入	11,881.58	-	-	-	-	11,881.58
(3) 外币报表折算差额	-	3.28	-	-	-	3.28
3.本期减少金额	4,276.77	-	-	-	-	4,276.77
(1) 处置或报废	-	-	-	-	-	-
(2) 转入投资性房地产	4,276.77	-	-	-	-	4,276.77
4.期末余额	7,604.81	702.06	226.30	20.22	72.50	8,625.89
二、累计折旧						
1.期初余额	-	351.94	81.03	12.14	7.36	452.47
2.本期增加金额	214.47	107.13	43.12	1.61	22.25	388.58
(1) 计提	214.47	104.84	43.12	1.61	22.25	386.29
(2) 外币报表折算差额	-	2.29	-	-	-	2.29
3.本期减少金额	33.86	-	-	-	-	33.86
(1) 转入投资性房地产	33.86	-	-	-	-	33.86
4.期末余额	180.61	459.07	124.14	13.75	29.61	807.19
三、减值准备						
1.期初余额	-	-	-	-	-	-
2.本期增加金额	-	-	-	-	-	-
(1) 计提	-	-	-	-	-	-
3.本期减少金额	-	-	-	-	-	-
(1) 处置或报废	-	-	-	-	-	-
4.期末余额	-	-	-	-	-	-
四、账面价值						
1.期末账面价值	7,424.20	242.98	102.16	6.47	42.90	7,818.70
2.期初账面价值	-	293.79	69.27	3.04	65.15	431.24

单位：万元

2023 年 12 月 31 日					
项目	运输工具	电子设备	办公设备	机器设备	合计
一、账面原值：					
1.期初余额	466.11	237.65	39.57	16.97	760.30
2.本期增加金额	179.85	49.67	2.25	64.13	295.90
(1) 购置	176.76	49.67	2.25	64.13	292.81
(2) 外币报表折算差额	3.09	-	-	-	3.09

3.本期减少金额	0.23	137.03	26.63	8.60	172.49
(1) 处置或报废	0.23	137.03	26.63	8.60	172.49
4.期末余额	645.72	150.29	15.19	72.50	883.71
二、累计折旧					
1.期初余额	260.73	175.73	36.74	11.39	484.58
2.本期增加金额	91.43	33.85	0.71	4.14	130.13
(1) 计提	89.77	33.85	0.71	4.14	128.48
(2) 外币报表折算差额	1.65	-	-	-	1.65
3.本期减少金额	0.22	128.56	25.30	8.17	162.25
(1) 处置或报废	0.22	128.56	25.30	8.17	162.25
4.期末余额	351.94	81.03	12.14	7.36	452.47
三、减值准备					
1.期初余额	-	-	-	-	-
2.本期增加金额	-	-	-	-	-
(1) 计提	-	-	-	-	-
3.本期减少金额	-	-	-	-	-
(1) 处置或报废	-	-	-	-	-
4.期末余额	-	-	-	-	-
四、账面价值					
1.期末账面价值	293.79	69.27	3.04	65.15	431.24
2.期初账面价值	205.38	61.92	2.84	5.58	275.72

单位：万元

2022 年 12 月 31 日					
项目	运输工具	电子设备	办公设备	机器设备	合计
一、账面原值：					
1.期初余额	450.70	201.62	39.08	12.70	704.10
2.本期增加金额	15.41	36.40	0.49	4.27	56.57
(1) 购置	-	36.40	0.49	4.27	41.16
(2) 外币报表折算差额	15.41	-	-	-	15.41
3.本期减少金额	-	0.37	-	-	0.37
(1) 处置或报废	-	0.37	-	-	0.37
4.期末余额	466.11	237.65	39.57	16.97	760.30
二、累计折旧					
1.期初余额	180.52	150.42	34.10	9.91	374.95
2.本期增加金额	80.21	25.59	2.64	1.48	109.92
(1) 计提	74.59	25.59	2.64	1.48	104.30
(2) 外币报表折算差额	5.62	-	-	-	5.62
3.本期减少金额	-	0.28	-	-	0.28
(1) 处置或报废	-	0.28	-	-	0.28
4.期末余额	260.73	175.73	36.74	11.39	484.58
三、减值准备					
1.期初余额	-	-	-	-	-
2.本期增加金额	-	-	-	-	-
(1) 计提	-	-	-	-	-
3.本期减少金额	-	-	-	-	-
(1) 处置或报废	-	-	-	-	-
4.期末余额	-	-	-	-	-

四、账面价值					
1.期末账面价值	205.38	61.92	2.84	5.58	275.72
2.期初账面价值	270.18	51.20	4.98	2.79	329.15

(3) 暂时闲置的固定资产情况

☐适用 ☒不适用

(4) 通过融资租赁租入的固定资产情况（未执行新租赁准则）

☐适用 ☒不适用

(5) 通过经营租赁租出的固定资产

☒适用 ☐不适用

单位：万元

2025年6月30日	
项目	期末账面价值
虎门一期6层	755.14

注：“虎门一期”指智能产品中心项目（一期），下同。

(6) 未办妥产权证书的固定资产情况

☐适用 ☒不适用

(7) 固定资产清理

☐适用 ☒不适用

(8) 科目具体情况及分析说明

①固定资产构成及变动情况

报告期内，公司固定资产主要由房屋及建筑物、运输工具等构成。报告期各期末，公司固定资产账面价值分别为 275.72 万元、431.24 万元、7,818.70 万元和 8,748.51 万元，占非流动资产的比例分别为 1.92%、1.81%、32.62%和 34.78%。

2024 年末，固定资产规模增长显著，主要系公司位于东莞虎门的智能产品中心项目达到预定可使用状态，由在建工程转入固定资产所致。

②固定资产折旧年限对比分析

报告期内，公司固定资产折旧年限、残值率与同行业可比公司对比分析如下：

项目	公司名称	房屋及建筑物	房屋及建筑物装修	电子设备	办公设备	运输工具	机器设备
折旧年限（年）	赛维时代	未披露	未披露	5	5	5	10
	三态股份	50	未披露	3-5	3-5	4-5	5-10
	华凯易佰	20-50	未披露	3-5	3-10	4	5-10

	千岸科技	20	未披露	2-5	2-5	4	2-5
	尚睿科技	20	5	3	3	4-5	3
残值率 (%)	赛维时代	未披露	未披露	5	5	5	5
	三态股份	5	未披露	5	5	5	5
	华凯易佰	5	未披露	5	5	5	5
	千岸科技	5	未披露	0-5	0-5	5	0-5
	尚睿科技	5	0-5	5	5	5	5

注 1：上述数据来源于同行业可比公司公开披露的招股说明书、公开转让说明书或定期报告；

注 2：上表中三态股份电子设备情况为其披露的“办公设备及其他”的折旧年限、残值率；

注 3：上表中千岸科技办公设备、机器设备情况为其披露的“电子设备及其他”的折旧年限、残值率；

注 4：上表中华凯易佰办公设备情况为其披露的“其他设备”的折旧年限、残值率。

整体而言，公司固定资产的折旧年限和残值率与同行业可比公司相比，不存在显著差异，固定资产折旧计提合理充分，与公司实际经营情况相匹配。

③固定资产减值准备计提情况

报告期各期末，公司固定资产整体使用情况良好，不存在减值迹象，无需计提减值准备。

2. 在建工程

√适用 □不适用

(1) 分类列示

√适用 □不适用

单位：万元

项目	2025 年 6 月 30 日	2024 年 12 月 31 日	2023 年 12 月 31 日	2022 年 12 月 31 日
在建工程	32.78	465.23	10,420.61	107.58
工程物资	-	-	-	-
合计	32.78	465.23	10,420.61	107.58

(2) 在建工程情况

√适用 □不适用

单位：万元

2025 年 6 月 30 日			
项目	账面余额	减值准备	账面价值
尚景城弱电网络智能化	9.58	-	9.58
尚睿武汉办公室装修工程	23.20	-	23.20
合计	32.78	-	32.78

单位：万元

2024 年 12 月 31 日

项目	账面余额	减值准备	账面价值
虎门一期办公室装修(裙 1-2 层、主楼 7-8 层)	380.46	-	380.46
虎门一期多联式中央空调项目(一期裙楼 1-2 层, 主楼 7-8 层)	84.77	-	84.77
合计	465.23	-	465.23

单位：万元

2023 年 12 月 31 日			
项目	账面余额	减值准备	账面价值
虎门一期	6,739.74	-	6,739.74
虎门二期	3,680.87	-	3,680.87
合计	10,420.61	-	10,420.61

注：“虎门二期”指智能产品中心项目（二期），下同。

单位：万元

2022 年 12 月 31 日			
项目	账面余额	减值准备	账面价值
虎门一期	105.73	-	105.73
虎门二期	1.85	-	1.85
合计	107.58	-	107.58

其他说明：

无。

(3) 重要在建工程项目报告期变动情况

√适用 □不适用

单位：万元

2025 年 1 月—6 月												
项目名称	预算数	期初余额	本期增加金额	本期转入固定资产金额	本期其他减少金额	期末余额	工程累计投入占预算比例(%)	工程进度	利息资本化累计金额	其中：本期利息资本化金额	本期利息资本化率(%)	资金来源
虎门一期办公室装修(裙楼 1-2 层、主楼 7-8 层)	669.90	-	585.32	585.32	-	-	87.37	100.00%	-	-	-	自有资金
虎门一期大门、围墙、路面沥青	193.62	-	166.00	166.00	-	-	85.74	100.00%	-	-	-	自有资金
虎门一期弱电网络智能化系统	79.65	-	35.93	35.93	-	-	45.11	100.00%	-	-	-	自有资金
虎门一期外围绿化及道路交通设施工程	45.22	-	30.72	30.72	-	-	67.93	100.00%	-	-	-	自有资金
尚景城弱电网络智能化	15.46	-	9.58	-	-	9.58	61.94	100.00%	-	-	-	自有资金
尚睿武汉办公室装修工程	57.48	-	23.20	-	-	23.20	40.36	50.00%	-	-	-	自有资金
虎门一期多联式中央空调项目(裙楼 1-2 层, 主楼 7-8 层)	121.28	-	106.41	106.41	-	-	87.74	100.00%	-	-	-	自有资金

虎门一期办公室装修(裙楼 1-2 层、主楼 7-8 层)消防改建	34.32	-	30.28	-	30.28	-	88.21	100.00%	-	-	-	自有资金
虎门一期办公室装修(裙楼 1-2 层、主楼 7-8 层)弱电智能化工程	59.80	-	35.43	-	35.43	-	59.24	100.00%	-	-	-	自有资金
虎门二期围墙、路面沥青施工	70.60	-	58.79	-	58.79	-	83.27	100.00%	-	-	-	自有资金
合计	1,347.33	-	1,081.66	924.39	124.49	32.78	-	-	-	-	-	-

单位：万元

2024 年度												
项目名称	预算数	期初余额	本期增加金额	本期转入固定资产金额	本期其他减少金额	期末余额	工程累计投入占预算比例（%）	工程进度	利息资本化累计金额	其中：本期利息资本化金额	本期利息资本化率（%）	资金来源
虎门一期	8,441.77	6,739.74	865.07	7,604.81	-	-	90.09	100.00%	117.76	70.39	4.71	自有资金及银行借款
虎门二期	4,521.41	3,680.87	595.90	4,276.77	-	-	94.59	100.00%	55.38	35.29	4.70	自有资金及银行借款
虎门一期办公室装修（裙楼 1-2 层、主楼 7-8 层）	669.90	-	380.46	-	-	380.46	56.79	65.00%	-	-	-	自有资金
虎门一期多联式中央空调项目（裙楼 1-2 层，主楼 7-8 层）	121.28	-	84.77	-	-	84.77	69.90	80.00%	-	-	-	自有资金
合计	13,754.36	10,420.61	1,926.20	11,881.58	-	465.23	-	-	173.14	105.68	-	-

单位：万元

2023 年度												
项目名称	预算数	期初余额	本期增加金额	本期转入固定资产金额	本期其他减少金额	期末余额	工程累计投入占预算比例（%）	工程进度	利息资本化累计金额	其中：本期利息资本化金额	本期利息资本化率（%）	资金来源
虎门一期	8,441.77	105.73	6,634.01	-	-	6,739.74	88.36	91.31%	47.37	47.37	4.73	自有资金及银行借款
虎门二期	4,521.41	1.85	3,679.03	-	-	3,680.87	86.57	90.72%	20.09	20.09	4.70	自有资金及银行借款
合计	12,963.18	107.58	10,313.03	-	-	10,420.61	-	-	67.46	67.46	-	-

单位：万元

2022 年度												
项目名称	预算数	期初余额	本期增加金额	本期转入固定资产金额	本期其他减少金额	期末余额	工程累计投入占预算比例（%）	工程进度	利息资本化累计金额	其中：本期利息资本化金额	本期利息资本化率（%）	资金来源
尚景城国际孵化园	258.71	53.72	204.99	-	258.71	-	100.00	100.00%	-	-	-	自有资金

装修工程 项目												
虎门一期	8,441.77	-	105.73	-	-	105.73	1.25	0.00%	-	-	-	自有资金
虎门二期	4,521.41	-	1.85	-	-	1.85	0.04	0.00%	-	-	-	自有资金
合计	13,221.89	53.72	312.57	-	258.71	107.58	-	-	-	-	-	-

其他说明：

无。

(4) 报告期计提在建工程减值准备情况

☐适用 ☒不适用

(5) 工程物资情况

☐适用 ☒不适用

(6) 科目具体情况及分析说明

报告期内，公司的在建工程主要为位于东莞虎门的智能产品中心项目。

报告期各期末，公司在建工程账面价值分别为 107.58 万元、10,420.61 万元、465.23 万元和 32.78 万元，占非流动资产的比例分别为 0.75%、43.78%、1.94%和 0.13%。

2024 年末，公司在建工程账面价值同比减少 9,955.38 万元，主要系东莞虎门智能产品中心项目一期和二期达到预定可使用状态，由在建工程结转至固定资产所致。

3. 其他披露事项

无。

(五) 无形资产、开发支出

1. 无形资产

☒适用 ☐不适用

(1) 无形资产情况

☒适用 ☐不适用

单位：万元

2025 年 6 月 30 日			
项目	土地使用权	软件	合计
一、账面原值			
1.期初余额	1,435.82	102.45	1,538.27
2.本期增加金额	1,667.57	-	1,667.57

(1) 购置	1,667.57	-	1,667.57
(2) 内部研发	-	-	-
(3) 企业合并增加	-	-	-
3.本期减少金额	-	-	-
(1) 处置	-	-	-
4.期末余额	3,103.39	102.45	3,205.84
二、累计摊销			
1.期初余额	67.00	91.92	158.92
2.本期增加金额	17.14	1.62	18.76
(1) 计提	17.14	1.62	18.76
3.本期减少金额	-	-	-
(1) 处置	-	-	-
4.期末余额	84.14	93.54	177.68
三、减值准备			
1.期初余额	-	-	-
2.本期增加金额	-	-	-
(1) 计提	-	-	-
3.本期减少金额	-	-	-
(1) 处置	-	-	-
4.期末余额	-	-	-
四、账面价值			
1.期末账面价值	3,019.25	8.91	3,028.16
2.期初账面价值	1,368.82	10.53	1,379.35

单位：万元

2024 年 12 月 31 日			
项目	土地使用权	软件	合计
一、账面原值			
1.期初余额	2,345.31	102.45	2,447.76
2.本期增加金额	-	-	-
(1) 购置	-	-	-
(2) 内部研发	-	-	-
(3) 企业合并增加	-	-	-
3.本期减少金额	909.49	-	909.49
(1) 处置	-	-	-
(2) 转入投资性房地产	909.49	-	909.49
4.期末余额	1,435.82	102.45	1,538.27
二、累计摊销			
1.期初余额	57.99	88.68	146.67
2.本期增加金额	40.84	3.24	44.08
(1) 计提	40.84	3.24	44.08
3.本期减少金额	31.83	-	31.83
(1) 处置	-	-	-
(2) 转入投资性房地产	31.83	-	31.83
4.期末余额	67.00	91.92	158.92
三、减值准备			
1.期初余额	-	-	-
2.本期增加金额	-	-	-
(1) 计提	-	-	-

3.本期减少金额	-	-	-
(1) 处置	-	-	-
4.期末余额	-	-	-
四、账面价值			
1.期末账面价值	1,368.82	10.53	1,379.35
2.期初账面价值	2,287.32	13.77	2,301.09

单位：万元

2023 年 12 月 31 日			
项目	土地使用权	软件	合计
一、账面原值			
1.期初余额	2,345.31	86.25	2,431.56
2.本期增加金额	-	16.20	16.20
(1) 购置	-	16.20	16.20
(2) 内部研发	-	-	-
(3) 企业合并增加	-	-	-
3.本期减少金额	-	-	-
(1) 处置	-	-	-
4.期末余额	2,345.31	102.45	2,447.76
二、累计摊销			
1.期初余额	11.09	85.08	96.16
2.本期增加金额	46.91	3.60	50.51
(1) 计提	46.91	3.60	50.51
3.本期减少金额	-	-	-
(1) 处置	-	-	-
4.期末余额	57.99	88.68	146.67
三、减值准备			
1.期初余额	-	-	-
2.本期增加金额	-	-	-
(1) 计提	-	-	-
3.本期减少金额	-	-	-
(1) 处置	-	-	-
4.期末余额	-	-	-
四、账面价值			
1.期末账面价值	2,287.32	13.77	2,301.09
2.期初账面价值	2,334.22	1.17	2,335.39

单位：万元

2022 年 12 月 31 日			
项目	土地使用权	软件	合计
一、账面原值			
1.期初余额	-	86.25	86.25
2.本期增加金额	2,345.31	-	2,345.31
(1) 购置	2,345.31	-	2,345.31
(2) 内部研发	-	-	-
(3) 企业合并增加	-	-	-
3.本期减少金额	-	-	-
(1) 处置	-	-	-

4.期末余额	2,345.31	86.25	2,431.56
二、累计摊销			
1.期初余额	-	78.05	78.05
2.本期增加金额	11.09	7.03	18.11
(1) 计提	11.09	7.03	18.11
3.本期减少金额	-	-	-
(1) 处置	-	-	-
4.期末余额	11.09	85.08	96.16
三、减值准备			
1.期初余额	-	-	-
2.本期增加金额	-	-	-
(1) 计提	-	-	-
3.本期减少金额	-	-	-
(1) 处置	-	-	-
4.期末余额	-	-	-
四、账面价值			
1.期末账面价值	2,334.22	1.17	2,335.39
2.期初账面价值	-	8.20	8.20

其他说明：

无。

(2) 报告期末尚未办妥产权证的土地使用权情况

√适用 □不适用

单位：万元

项目	账面价值	未办妥产权证书的原因
松山湖总部项目土地使用权	1,664.79	截至 2025 年 6 月 30 日，公司尚在办理相关产权证书。

注：截至招股说明书签署日，公司已取得上述土地使用权的产权证书。

其他说明：

无。

(3) 科目具体情况及分析说明

①无形资产构成及变动情况

报告期内，公司无形资产主要系土地使用权和软件，各期末无形资产账面价值分别为 2,335.39 万元、2,301.09 万元、1,379.35 万元和 3,028.16 万元，占非流动资产的比例分别为 16.28%、9.67%、5.75%和 12.04%。

2024 年末，无形资产较上年末减少了 921.74 万元，主要原因系公司位于东莞虎门的智能产品

中心项目（二期）涉及的土地使用权由无形资产转入投资性房地产。

2025 年 6 月末，无形资产较 2024 年末增加了 1,648.81 万元，主要原因是公司新增了松山湖总部项目土地使用权。

②无形资产减值测试的方法与结果

公司于资产负债表日判断资产是否存在可能发生减值的迹象，存在减值迹象的，公司将估计其可收回金额，进行减值测试。可收回金额根据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较高者确定。公司以单项资产为基础估计其可收回金额；难以对单项资产的可收回金额进行估计的，以该资产所属的资产组为基础确定资产组的可收回金额。资产组的认定，以资产组产生的主要现金流入是否独立于其他资产或者资产组的现金流入为依据。当资产或者资产组的可收回金额低于其账面价值时，公司将其账面价值减记至可收回金额，减记的金额计入当期损益，同时计提相应的资产减值准备。

报告期内，公司无形资产均正常使用，不存在减值情况，无需计提减值准备。

2. 开发支出

☐适用 ☒不适用

3. 其他披露事项

无。

（六） 商誉

☐适用 ☒不适用

（七） 主要债项

1. 短期借款

☒适用 ☐不适用

(1) 短期借款分类

单位：万元

项目	2025 年 6 月 30 日
质押借款	-
抵押借款	-
保证借款	1,001.72
信用借款	-
应计利息	0.89
合计	1,002.61

短期借款分类说明：

报告期内，短期借款是公司向银行借入的偿还期限在 1 年以内（含 1 年）的各种借款。报告期末，公司的短期借款主要为保证借款。

(2) 已逾期未偿还的短期借款情况

☐适用 ☒不适用

(3) 科目具体情况及分析说明

报告期各期末，公司短期借款余额分别为 3,880.81 万元、8,156.81 万元、4,867.90 万元和 1,002.61 万元。2023 年末相较于 2022 年末短期借款有所增加，主要原因系公司业务规模扩大、运营资金占款增加，公司新增银行借款；2024 年末和 2025 年 6 月末短期借款逐年下降，主要系公司优化资金运作、偿还短期借款所致。

2. 交易性金融负债

☒适用 ☐不适用

单位：万元

项目	2025 年 6 月 30 日
交易性金融负债	1.75
其中：衍生金融负债	1.75
指定公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债	-
其中：	-
合计	1.75

科目具体情况及分析说明：

报告期各期末，公司交易性金融负债金额分别为 21.97 万元、56.20 万元、0 万元和 1.75 万元，主要系公司为管理汇率风险，持有的银行远期结售汇等衍生金融工具以公允价值计量产生的负债。

3. 衍生金融负债

☐适用 ☒不适用

4. 合同负债（已执行新收入准则公司适用）

☒适用 ☐不适用

(1) 合同负债情况

单位：万元

项目	2025 年 6 月 30 日
商品销售款	2,051.26
合计	2,051.26

(2) 报告期内账面价值发生重大变动的金额和原因

☐适用 ☒不适用

(3) 科目具体情况及分析说明

报告期各期末，公司合同负债金额分别为 693.58 万元、938.26 万元、1,260.09 万元和 2,051.26 万元，主要为已收取但尚未完成履约义务的客户货款。报告期各期末，公司合同负债金额逐年增长，主要原因系公司销售规模逐年扩大，期末预收货款对应的未履约订单增加。

5. 长期借款

☒适用 ☐不适用

单位：万元

项目	2025 年 6 月 30 日
质押借款	-
抵押借款	-
保证借款	-
信用借款	-
抵押及保证借款	4,244.82
利息计提	3.52
减：一年内到期的长期借款	-
合计	4,248.35

长期借款分类的说明：

☒适用 ☐不适用

报告期内，长期借款是公司向银行借入的偿还期限在 1 年（不含 1 年）以上的各种借款。报告期末，公司的长期借款主要为抵押及保证借款。

科目具体情况及分析说明：

报告期各期末，公司长期借款余额分别为 0 万元、4,130.87 万元、4,413.98 万元和 4,248.35 万元，在 2023 年末长期借款余额增加较多，主要是为建设东莞虎门智能产品中心项目而向银行借入的专项贷款。

6. 其他流动负债

☒适用 ☐不适用

(1) 其他流动负债情况

单位：万元

项目	2025 年 6 月 30 日
短期应付债券	-
应付退货款	-

预计退货款	409.62
待转销项税额	1.05
合计	410.67

(2) 短期应付债券的增减变动

☐适用 ☒不适用

(3) 科目具体情况及分析说明

报告期各期末，公司其他流动负债金额分别为 2,515.60 万元、2,924.21 万元、2,954.39 万元和 410.67 万元，主要为预计退货款。

2022 年末至 2024 年末，其他流动负债金额变动较小。

2025 年 6 月末，其他流动负债较 2024 年末减少了 2,543.72 万元，主要受公司销售收入季节性波动的影响，上半年为公司销售淡季，致使预计退货款降低。

7. 其他非流动负债

☐适用 ☒不适用

8. 应付债券

☐适用 ☒不适用

9. 主要债项、期末偿债能力总体分析

(1) 主要债项情况

报告期各期末，公司主要负债情况如下所示：

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	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
短期借款	1,002.61	3.74%	4,867.90	12.37%	8,156.81	20.45%	3,880.81	13.54%
交易性金融负债	1.75	0.01%	-	-	56.20	0.14%	21.97	0.08%
应付账款	5,395.95	20.11%	8,836.18	22.46%	5,331.63	13.37%	6,615.69	23.09%
预收款项	93.35	0.35%	103.35	0.26%	-	-	-	-
合同负债	2,051.26	7.64%	1,260.09	3.20%	938.26	2.35%	693.58	2.42%
应付职工薪酬	1,046.75	3.90%	2,181.84	5.55%	2,140.36	5.37%	1,899.11	6.63%
应交税费	2,301.89	8.58%	4,086.30	10.39%	5,319.56	13.34%	5,160.08	18.01%
其他应付款	3,357.45	12.51%	3,123.52	7.94%	2,817.04	7.06%	837.97	2.92%

一年内到期的非流动负债	1,158.93	4.32%	1,006.25	2.56%	833.37	2.09%	557.00	1.94%
其他流动负债	410.67	1.53%	2,954.39	7.51%	2,924.21	7.33%	2,515.60	8.78%
流动负债合计	16,820.60	62.68%	28,419.82	72.24%	28,517.45	71.49%	22,181.80	77.41%
长期借款	4,248.35	15.83%	4,413.98	11.22%	4,130.87	10.36%	-	-
租赁负债	5,509.19	20.53%	6,206.69	15.78%	6,934.62	17.39%	6,111.46	21.33%
预计负债	35.79	0.13%	53.91	0.14%	-	-	-	-
递延收益	220.51	0.82%	248.66	0.63%	304.96	0.76%	361.27	1.26%
非流动负债合计	10,013.84	37.32%	10,923.25	27.76%	11,370.45	28.51%	6,472.73	22.59%
负债合计	26,834.45	100.00%	39,343.07	100.00%	39,887.90	100.00%	28,654.53	100.00%

报告期各期末，公司的负债总额分别为 28,654.53 万元、39,887.90 万元、39,343.07 万元和 26,834.45 万元。公司负债以流动负债为主，流动负债占负债总额的比例分别为 77.41%、71.49%、72.24%和 62.68%。

①流动负债分析

报告期内，公司流动负债主要为短期借款、应付账款、应付职工薪酬、应交税费等。

2023 年末，流动负债较 2022 年末增加 6,335.65 万元，主要原因是：A.短期借款增加 4,276.00 万元，主要原因系公司业务规模扩大、运营资金占款增加，公司新增银行借款；B.其他应付款增加 1,979.08 万元，主要系当期确认应付东莞虎门智能产品中心项目一期与二期的工程款项。

2024 年末相较于 2023 年末，流动负债变动较小。

2025 年 6 月末，流动负债较 2024 年末减少 11,599.22 万元，主要原因是：A.短期借款减少 3,865.29 万元，主要系公司优化资金运作、偿还部分短期借款所致；B.应付账款减少 3,440.23 万元，主要系公司及时结算供应商款项所致；C.其他流动负债减少 2,543.72 万元，主要受季节性因素影响，上半年属于公司的销售淡季，计提的预计退货款相应减少。

②非流动负债分析

报告期内，公司非流动负债主要为长期借款、租赁负债等。

2023 年末，非流动负债较上年末增加了 4,897.73 万元，主要受长期借款增加的影响，长期借款增加了 4,130.87 万元，主要是为建设东莞虎门智能产品中心项目而向银行借入的专项贷款。

2024 年末相较于 2023 年末，非流动负债变动较小。

2025 年 6 月末，非流动负债较 2024 年末减少了 909.40 万元，主要是受租赁负债的影响。租赁负债减少了 697.50 万元，主要因为公司支付了相应租金，致使租赁负债减少。

(2) 主要偿债能力指标

项目	2025 年 6 月 30 日 /2025 年 1-6 月	2024 年 12 月 31 日/2024 年度	2023 年 12 月 31 日/2023 年度	2022 年 12 月 31 日/2022 年度
资产负债率(合并口径)	30.78%	40.29%	44.82%	41.04%
流动比率 (倍)	3.69	2.59	2.29	2.50
速动比率 (倍)	1.42	1.48	1.37	1.60
利息支出 (万元)	247.90	552.12	433.24	551.79
利息保障倍数 (倍)	19.90	24.16	28.96	18.18

注 1: 资产负债率=负债总额/资产总额;
注 2: 流动比率 (倍)=流动资产/流动负债;
注 3: 速动比率 (倍)=(流动资产-存货)/流动负债;
注 4: 利息保障倍数 (倍)=(利润总额+利息支出)/利息支出。

公司主要偿债能力分析如下:

①短期偿债能力分析

报告期各期末, 公司流动比率分别为 2.50 倍、2.29 倍、2.59 倍和 3.69 倍。2022 年末至 2024 年末, 该比率较为稳定, 且保持较高水平; 2025 年 6 月末, 流动比率有所上升, 主要原因是短期借款、应付账款及其他流动负债金额较 2024 年末减少, 致使流动负债规模下降。

报告期各期末, 公司速动比率分别为 1.60 倍、1.37 倍、1.48 倍和 1.42 倍, 整体较为稳定且保持较高水平, 表明公司短期偿债能力较强, 不存在短期债务风险。

②长期偿债能力分析

报告期各期末, 公司资产负债率分别为 41.04%、44.82%、40.29%和 30.78%。公司积极优化资本结构, 控制负债规模, 资产负债率总体呈现下降趋势。

报告期内, 公司利息保障倍数分别为 18.18 倍、28.96 倍、24.16 倍和 19.90 倍, 保持较高水平, 表明公司息税前利润远高于利息支出, 债务偿还能力较强。

综上所述, 公司资产流动性良好, 负债水平合理, 偿债能力较强, 不存在重大债务风险。

(3) 主要偿债能力指标与同行业可比公司对比情况

报告期内, 公司主要偿债指标与同行业可比上市公司对比情况如下:

指标	公司名称	2025 年 6 月 30 日	2024 年 12 月 31 日	2023 年 12 月 31 日	2022 年 12 月 31 日
流动比率 (倍)	赛维时代	2.48	2.19	3.28	3.98
	三态股份	12.05	10.51	11.98	5.05
	华凯易佰	2.17	2.20	3.02	3.09

	千岸科技	2.97	2.21	1.95	1.79
	平均值	4.92	4.28	5.06	3.48
	平均值 (剔除三态股份)	2.54	2.20	2.75	2.95
	尚睿科技	3.69	2.59	2.29	2.50
速动比率 (倍)	赛维时代	1.45	1.04	2.26	2.59
	三态股份	11.26	9.58	11.45	4.41
	华凯易佰	1.07	0.83	1.76	2.13
	千岸科技	1.70	1.40	1.18	1.00
	平均值	3.87	3.21	4.16	2.53
	平均值 (剔除三态股份)	1.41	1.09	1.73	1.91
	尚睿科技	1.42	1.48	1.37	1.60
资产负债率 (合并口径)	赛维时代	42.82%	48.11%	33.36%	38.38%
	三态股份	10.91%	11.88%	8.89%	21.08%
	华凯易佰	42.56%	46.57%	34.46%	25.26%
	千岸科技	30.56%	39.42%	45.47%	57.80%
	平均值	31.71%	36.50%	30.54%	35.63%
	平均值 (剔除三态股份)	38.65%	44.70%	37.76%	40.48%
	尚睿科技	30.78%	40.29%	44.82%	41.04%

注：上述数据根据同行业可比公司公开披露的年度报告、招股说明书的数据计算而得。

报告期内，公司的流动比率和速动比率低于同行业可比公司平均值，主要系三态股份的相应指标显著高于其他公司所致。三态股份因持有大量货币资金和交易性金融资产，其流动比率和速动比率较高，从而抬升了行业平均值。剔除三态股份的数据后，公司的流动比率和速动比率与同行业可比公司平均值不存在显著差异。

报告期内，公司资产负债率略高于可比上市公司平均值，主要系三态股份资产负债率较低，拉低了平均水平。剔除三态股份的数据后，公司的资产负债率与同行业可比公司平均值不存在显著差异。

综上所述，公司在报告期内坚持稳健经营，有效控制负债规模，资产流动性良好，盈利能力较强，具备较强的偿债能力，公司不存在重大偿债风险。

（八） 股东权益

1. 股本

单位：万元

	2024 年 12 月 31 日	本期变动					2025 年 6 月 30 日
		发行新股	送股	公积金转股	其他	小计	
股份总数	5,290.12	-	-	-	-	-	5,290.12

单位：万元

	2023 年 12 月 31 日	本期变动					2024 年 12 月 31 日
		发行新股	送股	公积金转股	其他	小计	
股份总数	5,290.12	-	-	-	-	-	5,290.12

单位：万元

	2022 年 12 月 31 日	本期变动					2023 年 12 月 31 日
		发行新股	送股	公积金转股	其他	小计	
股份总数	5,290.12	-	-	-	-	-	5,290.12

单位：万元

	2021 年 12 月 31 日	本期变动					2022 年 12 月 31 日
		发行新股	送股	公积金转股	其他	小计	
股份总数	5,290.12	-	-	-	-	-	5,290.12

科目具体情况及分析说明：

报告期内，公司股份总数未发生变动。

2. 其他权益工具

☐适用 ☒不适用

3. 资本公积

☒适用 ☐不适用

单位：万元

项目	2024 年 12 月 31 日	本期增加	本期减少	2025 年 6 月 30 日
资本溢价（股本溢价）	12,595.01	-	-	12,595.01
其他资本公积	2,433.23	239.88	-	2,673.10
合计	15,028.23	239.88	-	15,268.11

单位：万元

项目	2023 年 12 月 31 日	本期增加	本期减少	2024 年 12 月 31 日
资本溢价（股本溢价）	12,595.01	-	-	12,595.01
其他资本公积	1,991.36	441.86	-	2,433.23
合计	14,586.37	441.86	-	15,028.23

单位：万元

项目	2022 年 12 月 31 日	本期增加	本期减少	2023 年 12 月 31 日
资本溢价（股本溢价）	12,595.01	-	-	12,595.01

其他资本公积	1,640.32	351.04	-	1,991.36
合计	14,235.33	351.04	-	14,586.37

单位：万元

项目	2021 年 12 月 31 日	本期增加	本期减少	2022 年 12 月 31 日
资本溢价（股本溢价）	12,595.01	-	-	12,595.01
其他资本公积	1,038.42	601.90	-	1,640.32
合计	13,633.42	601.90	-	14,235.33

其他说明，包括本期增减变动情况、变动原因说明：

√适用 □不适用

(1) 资本溢价（股本溢价）变动情况 报告期内，公司资本溢价（股本溢价）未发生变动。 (2) 其他资本公积变动情况 报告期各期末，公司其他资本公积的变动，主要是实施员工股权激励并确认相应股份支付费用所致。

科目具体情况及分析说明：

无。

4. 库存股

□适用 √不适用

5. 其他综合收益

√适用 □不适用

单位：万元

项目	2024 年 12 月 31 日	本期发生额						2025 年 6 月 30 日
		本期所得税前发生额	减：前期计入其他综合收益当期转入损益	减：前期计入其他综合收益当期转入留存收益	减：所得税费用	税后归属于母公司	税后归属于少数股东	
一、不能重分类进损益的其他综合收益	-	-	-	-	-	-	-	-
其中：重新计量设定受益计划变动额	-	-	-	-	-	-	-	-
权益法下不能转损益的其他	-	-	-	-	-	-	-	-

综合收益								
其他权益工具投资公允价值变动	-	-	-	-	-	-	-	-
企业自身信用风险公允价值变动	-	-	-	-	-	-	-	-
二、将重分类进损益的其他综合收益	955.83	-63.92	-	-	-	-63.92	-	891.91
其中：权益法下可转损益的其他综合收益	-	-	-	-	-	-	-	-
其他债权投资公允价值变动	-	-	-	-	-	-	-	-
金融资产重分类计入其他综合收益的金额	-	-	-	-	-	-	-	-
其他债权投资信用减值准备	-	-	-	-	-	-	-	-
现金流量套期储备	-	-	-	-	-	-	-	-
外币财务报表折算差额	955.83	-63.92	-	-	-	-63.92	-	891.91
其他综合收益合计	955.83	-63.92	-	-	-	-63.92	-	891.91

单位：万元

项目	2023 年 12 月 31 日	本期发生额						2024 年 12 月 31 日
		本期所得税前发生额	减：前期计入其他综合收益当期转入损益	减：前期计入其他综合收益当期转入留存收益	减：所得税费用	税后归属于母公司	税后归属于少数股东	
一、不能重分类进损益的其他综合收益	-	-	-	-	-	-	-	-
其中：重新计量设定受益计划变动额	-	-	-	-	-	-	-	-
权益法下不能转损益的其他综合收益	-	-	-	-	-	-	-	-
其他权益工具投资公允价值变动	-	-	-	-	-	-	-	-
企业自身信用风险公允价值变动	-	-	-	-	-	-	-	-

二、将重分类进损益的其他综合收益	748.28	207.55	-	-	-	207.55	-	955.83
其中：权益法下可转损益的其他综合收益	-	-	-	-	-	-	-	-
其他债权投资公允价值变动	-	-	-	-	-	-	-	-
金融资产重分类计入其他综合收益的金额	-	-	-	-	-	-	-	-
其他债权投资信用减值准备	-	-	-	-	-	-	-	-
现金流量套期储备	-	-	-	-	-	-	-	-
外币财务报表折算差额	748.28	207.55	-	-	-	207.55	-	955.83
其他综合收益合计	748.28	207.55	-	-	-	207.55	-	955.83

单位：万元

项目	2022 年 12 月 31 日	本期发生额						2023 年 12 月 31 日
		本期所得税前发生额	减：前期计入其他综合收益当期转入损益	减：前期计入其他综合收益当期转入留存收益	减：所得税费用	税后归属于母公司	税后归属于少数股东	
一、不能重分类进损益的其他综合收益	-	-	-	-	-	-	-	-
其中：重新计量设定受益计划变动额	-	-	-	-	-	-	-	-
权益法下不能转损益的其他综合收益	-	-	-	-	-	-	-	-
其他权益工具投资公允价值变动	-	-	-	-	-	-	-	-
企业自身信用风险公允价值变动	-	-	-	-	-	-	-	-
二、将重分类进损益的其他综合收益	560.78	186.44	-	-	-	187.50	-1.07	748.28
其中：权益法下可转损益的其他综合收益	-	-	-	-	-	-	-	-
其他债权投	-	-	-	-	-	-	-	-

资公允价值变动								
金融资产重 分类计入其他综 合收益的金额	-	-	-	-	-	-	-	-
其他债权投 资信用减值准备	-	-	-	-	-	-	-	-
现金流量套 期储备	-	-	-	-	-	-	-	-
外币财务报 表折算差额	560.78	186.44	-	-	-	187.50	-1.07	748.28
其他综合收益合 计	560.78	186.44	-	-	-	187.50	-1.07	748.28

单位：万元

项目	2021 年 12 月 31 日	本期发生额						2022 年 12 月 31 日
		本期所 得税前 发生额	减：前期 计入其 他综合 收益当 期转入 损益	减：前期 计入其他 综合收益 当期转入 留存收益	减：所得 税费用	税后归 属于母 公司	税后归 属于少 数股东	
一、不能重分类 进损益的其他综 合收益	-	-	-	-	-	-	-	-
其中：重新计量 设定受益计划变 动额	-	-	-	-	-	-	-	-
权益法下不 能转损益的其他 综合收益	-	-	-	-	-	-	-	-
其他权益工 具投资公允价值 变动	-	-	-	-	-	-	-	-
企业自身信 用风险公允价值 变动	-	-	-	-	-	-	-	-
二、将重分类进 损益的其他综合 收益	-223.15	792.40	-	-	-	783.93	8.47	560.78
其中：权益法下 可转损益的其他 综合收益	-	-	-	-	-	-	-	-
其他债权投 资公允价值变动	-	-	-	-	-	-	-	-
金融资产重 分类计入其他综 合收益的金额	-	-	-	-	-	-	-	-
其他债权投 资信用减值准备	-	-	-	-	-	-	-	-
现金流量套	-	-	-	-	-	-	-	-

期储备								
外币财务报表折算差额	-223.15	792.40	-	-	-	783.93	8.47	560.78
其他综合收益合计	-223.15	792.40	-	-	-	783.93	8.47	560.78

科目具体情况及分析说明：

报告期内，公司其他综合收益的变动主要受外币汇率变动，外币财务报表折算差额的影响。

6. 专项储备

☐适用 ☒不适用

7. 盈余公积

☒适用 ☐不适用

单位：万元

项目	2024 年 12 月 31 日	本期增加	本期减少	2025 年 6 月 30 日
法定盈余公积	2,645.06	-	-	2,645.06
任意盈余公积	-	-	-	-
合计	2,645.06	-	-	2,645.06

单位：万元

项目	2023 年 12 月 31 日	本期增加	本期减少	2024 年 12 月 31 日
法定盈余公积	2,324.67	320.39	-	2,645.06
任意盈余公积	-	-	-	-
合计	2,324.67	320.39	-	2,645.06

单位：万元

项目	2022 年 12 月 31 日	本期增加	本期减少	2023 年 12 月 31 日
法定盈余公积	1,552.20	772.48	-	2,324.67
任意盈余公积	-	-	-	-
合计	1,552.20	772.48	-	2,324.67

单位：万元

项目	2021 年 12 月 31 日	本期增加	本期减少	2022 年 12 月 31 日
法定盈余公积	722.29	829.91	-	1,552.20
任意盈余公积	-	-	-	-
合计	722.29	829.91	-	1,552.20

科目具体情况及分析说明：

报告期各期末，公司盈余公积余额分别为 1,552.20 万元、2,324.67 万元、2,645.06 万元和 2,645.06 万元。其增加系公司按当期净利润的 10%提取法定盈余公积金所致。自 2024 年末起，公司盈余公积未发生变动，原因为公司盈余公积已达注册资本的 50%以上，根据《公司法》及公司章程规定，可不再提取盈余公积。

8. 未分配利润

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
调整前上期末未分配利润	33,041.53	24,770.70	17,667.28	11,793.56
调整期初未分配利润合计数	-	-	-	-
调整后期初未分配利润	33,041.53	24,770.70	17,667.28	11,793.56
加：本期归属于母公司所有者的净利润	4,285.47	10,591.22	9,875.90	7,703.62
减：提取法定盈余公积	-	320.39	772.48	829.91
提取任意盈余公积	-	-	-	-
提取一般风险准备	-	-	-	-
应付普通股股利	2,000.00	2,000.00	2,000.00	1,000.00
转作股本的普通股股利	-	-	-	-
期末未分配利润	35,327.00	33,041.53	24,770.70	17,667.28

调整期初未分配利润明细：

☐适用 ☒不适用

科目具体情况及分析说明：

报告期各期末，公司未分配利润分别为 17,667.28 万元、24,770.70 万元、33,041.53 万元和 35,327.00 万元。报告期内，公司经营业绩良好、持续盈利，未分配利润逐年稳步增加。

9. 其他披露事项

无。

10. 股东权益总体分析

报告期各期末，公司所有者权益余额分别为 41,166.80 万元、49,098.34 万元、58,306.49 万元和 60,336.89 万元，报告期内实现稳步增长，主要原因系公司业绩持续提升，经营积累不断增加。

（九）其他资产负债科目分析

1. 货币资金

☒适用 ☐不适用

单位：万元

项目	2025年6月30 日	2024年12月31 日	2023年12月31 日	2022年12月31 日
库存现金	4.04	3.15	1.59	6.11

银行存款	9,991.66	24,895.14	23,557.41	21,269.27
其他货币资金	1,757.14	4,357.78	2,316.59	1,515.96
合计	11,752.84	29,256.06	25,875.59	22,791.34
其中：存放在境外的款项总额	6,278.78	15,859.52	10,367.18	8,409.45

使用受到限制的货币资金

√适用 □不适用

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
公司担保以及开理财账户的保证金	5.50	1,765.08	5.15	113.22
计划持有到期的定期存款	1,435.78	7,193.55	10,269.92	3,484.71
第三方支付平台代收货款账户中的交易保证金	0.43	5.56	34.49	1.21
外汇账户暂受监管账户	-	-	0.01	0.01
合计	1,441.70	8,964.20	10,309.56	3,599.15

科目具体情况及分析说明：

报告期各期末，公司货币资金余额分别为 22,791.34 万元、25,875.59 万元、29,256.06 万元和 11,752.84 万元，占流动资产的比例分别为 41.08%、39.70%、39.71%和 18.95%。公司货币资金主要由银行存款和其他货币资金构成；其中，其他货币资金主要为公司存放于第三方支付平台的资金。

2025 年 6 月末，货币资金余额较 2024 年末减少 17,503.22 万元，主要原因是第二季度属于公司的销售淡季，销售回款较少，同时公司于上半年偿还了部分短期借款、支付供应商款项，致使银行存款有所降低。

2. 预付款项

√适用 □不适用

(1) 预付款项按账龄列示

单位：万元

账龄	2025 年 6 月 30 日		2024 年 12 月 31 日		2023 年 12 月 31 日		2022 年 12 月 31 日	
	金额	占比 (%)	金额	占比 (%)	金额	占比 (%)	金额	占比 (%)
1 年以内	4,211.04	100.00	3,995.89	100.00	1,659.42	99.75	1,761.58	99.92
1 至 2 年	-	-	-	-	4.10	0.25	1.47	0.08
2 至 3 年	-	-	-	-	-	-	-	-
3 年以上	-	-	-	-	-	-	-	-
合计	4,211.04	100.00	3,995.89	100.00	1,663.53	100.00	1,763.05	100.00

账龄超过 1 年且金额重要的预付款项未及时结算的原因：

☐适用 ☒不适用

(2) 按预付对象归集的报告期各期末余额前五名的预付款项情况

☒适用 ☐不适用

单位：万元

单位名称	2025 年 6 月 30 日	占预付账款期末余额比例 (%)
昆山瑞昱川机电有限公司	368.29	8.75
贵州凯瑞服饰有限公司	303.96	7.22
厦门瀚泓达贸易有限责任公司	251.23	5.97
安徽江航爱唯科环境科技有限公司	201.42	4.78
中山深宝电器制造有限公司	173.56	4.12
合计	1,298.47	30.84

单位：万元

单位名称	2024 年 12 月 31 日	占预付账款期末余额比例 (%)
昆山瑞昱川机电有限公司	450.03	11.26
京恒腾伟（惠州）电子科技有限公司	391.81	9.81
STERMAY INDUSTRIAL LIMITED	276.62	6.92
ENVITEK（CHINA）LTD	212.37	5.31
TCL HOME APPLIANCES（HK）CO.,LIMITED	173.70	4.35
合计	1,504.52	37.65

单位：万元

单位名称	2023 年 12 月 31 日	占预付账款期末余额比例 (%)
京恒腾伟（惠州）电子科技有限公司	277.94	16.71
昆山瑞昱川机电有限公司	174.57	10.49
STERMAY INDUSTRIAL LIMITED	131.21	7.89
东莞市信嘉激光科技有限公司	103.20	6.20
珠海宏马电器有限公司	94.83	5.70
合计	781.74	46.99

单位：万元

单位名称	2022 年 12 月 31 日	占预付账款期末余额比例 (%)
Hongkong Gree Electric Appliances Sales Limited	519.00	29.44
京恒腾伟（惠州）电子科技有限公司	171.44	9.72
东莞市奔踏尚品服饰有限公司	169.82	9.63
佛山市南海区普睿特科技有限公司	58.39	3.31
昆山瑞昱川机电有限公司	54.83	3.11
合计	973.48	55.21

(3) 科目具体情况及分析说明

报告期各期末，公司预付款项分别为 1,763.05 万元、1,663.53 万元、3,995.89 万元和 4,211.04

万元，账龄基本在 1 年以内，占流动资产的比例分别为 3.18%、2.55%、5.42%和 6.79%，主要为预付产品采购款。

2024 年末，公司预付款项较 2023 年末增加了 2,332.37 万元，金额增加较大，主要原因是：①为避免春节假期产能延误及应对圣诞季后公司部分产品的销售高峰，公司通过支付预付款锁定供应商产能，确保节后提货和订单优先级；②为规避国际贸易政策不确定性带来的供应链风险，公司进行了预防性采购，相应增加了预付款项。

3. 合同资产

☐适用 ☒不适用

4. 其他应收款

☒适用 ☐不适用

单位：万元

项目	2025 年 6 月 30 日	2024 年 12 月 31 日	2023 年 12 月 31 日	2022 年 12 月 31 日
应收利息	-	-	-	-
应收股利	-	-	-	-
其他应收款	1,047.96	2,418.46	3,358.08	2,490.11
合计	1,047.96	2,418.46	3,358.08	2,490.11

(1) 按坏账计提方法分类披露

单位：万元

类别	2025 年 6 月 30 日				
	账面余额		坏账准备		账面价值
	金额	比例 (%)	金额	计提比例 (%)	
按单项计提坏账准备的其他应收款	-	-	-	-	-
按组合计提坏账准备的其他应收款	1,082.99	100.00	35.03	3.23	1,047.96
合计	1,082.99	100.00	35.03	3.23	1,047.96

单位：万元

类别	2024 年 12 月 31 日				
	账面余额		坏账准备		账面价值
	金额	比例 (%)	金额	计提比例 (%)	
按单项计提坏账准备的其他应收款	-	-	-	-	-
按组合计提坏账准备的其他应收款	2,541.46	100.00	123.00	4.84	2,418.46
合计	2,541.46	100.00	123.00	4.84	2,418.46

单位：万元

类别	2023 年 12 月 31 日				
	账面余额		坏账准备		账面价值
	金额	比例 (%)	金额	计提比例	

				(%)	
按单项计提坏账准备的其他应收款	-	-	-	-	-
按组合计提坏账准备的其他应收款	3,469.06	100.00	110.97	3.20	3,358.08
合计	3,469.06	100.00	110.97	3.20	3,358.08

单位：万元

类别	2022 年 12 月 31 日				
	账面余额		坏账准备		账面价值
	金额	比例 (%)	金额	计提比例 (%)	
按单项计提坏账准备的其他应收款	-	-	-	-	-
按组合计提坏账准备的其他应收款	2,575.77	100.00	85.66	3.33	2,490.11
合计	2,575.77	100.00	85.66	3.33	2,490.11

1) 按单项计提坏账准备

☐适用 ☒不适用

2) 按组合计提坏账准备:

☒适用 ☐不适用

单位：万元

组合名称	2025 年 6 月 30 日		
	账面余额	坏账准备	计提比例 (%)
应收平台暂存款组合	457.29	4.57	1.00
应收押金保证金组合	335.36	16.77	5.00
应收出口退税款组合	16.54	-	-
账龄组合	273.80	13.69	5.00
合计	1,082.99	35.03	3.23

单位：万元

组合名称	2024 年 12 月 31 日		
	账面余额	坏账准备	计提比例 (%)
应收平台暂存款组合	102.69	1.03	1.00
应收押金保证金组合	321.16	16.06	5.00
账龄组合	2,117.61	105.92	5.00
合计	2,541.46	123.00	4.84

单位：万元

组合名称	2023 年 12 月 31 日		
	账面余额	坏账准备	计提比例 (%)
应收平台暂存款组合	1,558.55	15.59	1.00
应收出口退税款组合	2.76	-	-
应收押金保证金组合	337.42	16.87	5.00
账龄组合	1,570.32	78.52	5.00
合计	3,469.06	110.97	3.20

单位：万元

组合名称	2022 年 12 月 31 日		
	账面余额	坏账准备	计提比例（%）
应收平台暂存款组合	1,078.20	10.78	1.00
应收押金保证金组合	249.08	12.45	5.00
账龄组合	1,248.48	62.42	5.00
合计	2,575.77	85.66	3.33

确定组合依据的说明：

公司依据其他应收款信用风险自初始确认后是否已经显著增加，采用相当于未来 12 个月内或整个存续期的预期信用损失的金额计量减值损失。除了单项评估信用风险的其他应收款外，基于其信用风险特征，将其划分为不同组合：

项目	确定组合的依据	计量预期信用损失的方法
其他应收款—应收出口退税款组合	款项性质	参考历史信用损失经验，结合当前状况以及对未来经济状况的预测，通过违约风险敞口和未来 12 个月内或整个存续期预期信用损失率，计算预期信用损失
其他应收款—应收平台暂存款组合	款项性质	
其他应收款—应收押金保证金组合	款项性质	
其他应收款—账龄组合	账龄	参考历史信用损失经验，结合当前状况以及对未来经济状况的预测，编制其他应收款账龄与预期信用损失率对照表，计算预期信用损失

3) 如按预期信用损失一般模型计提坏账准备，请按下表披露坏账准备的相关信息：

√适用 □不适用

单位：万元

坏账准备	第一阶段	第二阶段	第三阶段	合计
	未来 12 个月预期信用损失	整个存续期预期信用损失（未发生信用减值）	整个存续期预期信用损失（已发生信用减值）	
2025 年 1 月 1 日余额	123.00	-	-	123.00
2025 年 1 月 1 日余额在本期				
--转入第二阶段	-	-	-	-
--转入第三阶段	-	-	-	-
--转回第二阶段	-	-	-	-
--转回第一阶段	-	-	-	-
本期计提	-87.80	-	0.01	-87.79
本期转回	-	-	-	-
本期转销	-	-	-	-
本期核销	-	-	0.01	0.01
其他变动	-0.17	-	-	-0.17
2025 年 6 月 30 日余额	35.03	-	-	35.03

对报告期发生损失准备变动的应收账款账面余额显著变动的情况说明：

☐适用 ☒不适用

报告期坏账准备计提金额以及评估金融工具信用风险是否显著增加的依据：

☐适用 ☒不适用

(2) 应收利息

1) 应收利息分类

☐适用 ☒不适用

2) 重要逾期利息

☐适用 ☒不适用

(3) 应收股利

☐适用 ☒不适用

(4) 其他应收款

☒适用 ☐不适用

1) 按款项性质列示的其他应收款

单位：万元

款项性质	2025 年 6 月 30 日	2024 年 12 月 31 日	2023 年 12 月 31 日	2022 年 12 月 31 日
保证金及押金	335.36	321.16	337.42	249.08
备用金	-	-	-	-
往来款	-	-	-	-
平台暂存款	457.29	102.69	1,558.55	1,078.20
暂付款	273.80	2,117.61	1,570.32	1,248.48
出口退税	16.54	-	2.76	-
合计	1,082.99	2,541.46	3,469.06	2,575.77

2) 按账龄披露的其他应收款

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
1 年以内	771.78	2,303.38	3,259.21	2,406.09
1 至 2 年	163.95	84.90	43.58	33.73
2 至 3 年	16.27	12.42	30.42	23.19
3 年以上	130.99	140.75	135.84	112.76
合计	1,082.99	2,541.46	3,469.06	2,575.77

3) 报告期内实际核销的其他应收款情况

☒适用 ☐不适用

单位：万元

单位名称	其他应收款性质	核销时间	核销金额	核销原因	是否因关联交易产生
东莞市红宇塑胶有限公司	应收暂付款	2022 年 12 月 31 日	4.46	预计无法收回	否
亚马逊平台	应收平台暂存款	2023 年 12 月 31 日	7.92	预计无法收回	否
零星客户	应收暂付款	2025 年 6 月 30 日	0.01	预计无法收回	否
合计	-	-	12.38	-	-

4) 按欠款方归集的期末余额前五名的其他应收款情况

√适用 □不适用

单位：万元

单位名称	2025 年 6 月 30 日				
	款项性质	2025 年 6 月 30 日	账龄	占其他应收款期末余额合计数的比例 (%)	坏账准备期末余额
亚马逊平台	应收暂付款、应收平台暂存款	654.00	1 年以内	60.39	14.41
USRLP MCKAY, LLC	押金保证金	71.59	3 年以上	6.61	3.58
东莞市润灏跨境电子商务有限公司	押金保证金	52.67	1-2 年	4.86	2.63
东莞启鑫	押金保证金	45.27	1 年以内及 2 年以上	4.18	2.26
联邦快递（中国）有限公司东莞分公司	押金保证金	30.00	3 年以上	2.77	1.50
合计	-	853.53	-	78.81	24.38

注 1：亚马逊平台的应收暂付款为亚马逊平台基于保障客户退款、索赔等需求，在扣除相关费用的基础上会额外扣留一定比例的资金，下同；

注 2：亚马逊平台的应收平台暂存款为亚马逊平台已付款但尚未到达公司银行账户的资金，一般在一周内到账，下同。

单位：万元

单位名称	2024 年 12 月 31 日				
	款项性质	2024 年 12 月 31 日	账龄	占其他应收款期末余额合计数的比例 (%)	坏账准备期末余额
亚马逊平台	应收暂付款、应收平台暂存款	1,621.50	1 年以内	63.80	81.07
广东骏龙装饰设计有限公司	应收暂付款	417.08	1 年以内	16.41	20.85
USRLP MCKAY, LLC	押金保证金	71.88	1-2 年	2.83	3.59
东莞市润灏跨境电子商务有限公司	押金保证金	52.67	1 年以内	2.07	2.63
东莞启鑫	押金保证金	41.56	1-2 年, 2 年以上	1.64	2.08
合计	-	2,204.68	-	86.75	110.23

单位：万元

单位名称	2023 年 12 月 31 日				
	款项性质	2023 年 12 月 31 日	账龄	占其他应收款期末余额合计数的比例 (%)	坏账准备期末余额
亚马逊平台	应收暂付款、应收平台暂存款	2,741.97	1 年以内	79.04	74.74
香港鼎北	应收暂付款	185.13	1 年以内	5.34	9.26
WalMart	应收暂付款	176.98	1 年以内	5.10	8.85
东莞市东诚跨境电子商务有限公司	押金保证金	75.53	1 年以内及 3 年以上	2.18	3.78
USRLP MCKAY, LLC	押金保证金	70.83	1 年以内	2.04	3.54
合计	-	3,250.44	-	93.70	100.16

单位：万元

单位名称	2022 年 12 月 31 日				
	款项性质	2022 年 12 月 31 日	账龄	占其他应收款期末余额合计数的比例 (%)	坏账准备期末余额
亚马逊平台	应收暂付款、应收平台暂存款	2,049.36	1 年以内	79.56	59.34
香港鼎北	应收暂付款	134.04	1 年以内	5.20	6.70
WalMart	应收暂付款	77.18	1 年以内	3.00	3.86
东莞市东诚跨境电子商务有限公司	押金保证金	70.58	1 年以内及 3 年以上	2.74	3.53
东莞启鑫	押金保证金	41.17	1 年以内及 1 年以上	1.60	2.06
合计	-	2,372.33	-	92.10	75.49

(5) 科目具体情况及分析说明

报告期各期末，公司其他应收款账面价值分别为 2,490.11 万元、3,358.08 万元、2,418.46 万元和 1,047.96 万元，占流动资产的比例分别为 4.49%、5.15%、3.28%和 1.69%，占比较低，对公司财务状况影响较小。

2023 年末，其他应收款较上年末增加 867.98 万元，主要原因是随着公司销售规模的增加，应收平台暂存款与应收暂付款均有所增长。

2024 年末，其他应收款较上年末减少 939.63 万元，主要由于应收平台暂存款减少 1,455.86 万元，系受结算周期影响，年末亚马逊平台与公司完成结算并付款到账所致。

2025 年 6 月末，其他应收款较 2024 年末减少 1,370.50 万元，主要受应收暂付款减少 1,843.81 万元的影响，主要原因在于上半年为公司的销售淡季，销售规模相对较小，亚马逊平台基于保障客

户退款、索赔等需求预留的资金相应下降。

5. 应付票据

☐适用 ☒不适用

6. 应付账款

☒适用 ☐不适用

(1) 应付账款列示

单位：万元

项目	2025 年 6 月 30 日
商品采购款	3,561.55
物流仓储费	1,715.38
市场推广费	119.02
合计	5,395.95

(2) 按收款方归集的期末余额前五名的应付账款情况

单位：万元

单位名称	2025 年 6 月 30 日		
	应付账款	占应付账款期末余额合计数的比例（%）	款项性质
东莞市丰润计算机有限公司	1,633.28	30.27	商品采购款
Hongkong Gree Electric Appliances Sales Limited	705.86	13.08	商品采购款
深圳卓世全球供应链有限公司	587.30	10.88	物流仓储费
钻从科技物流（深圳）有限公司	565.12	10.47	物流仓储费
福建宝锋电子有限公司	398.72	7.39	商品采购款
合计	3,890.27	72.10	-

(3) 账龄超过 1 年的重要应付账款

☐适用 ☒不适用

(4) 科目具体情况及分析说明

报告期内，公司应付账款主要系应付供应商的商品采购款和物流仓储费，各期末余额分别为 6,615.69 万元、5,331.63 万元、8,836.18 万元和 5,395.95 万元，占流动负债的比例分别为 29.82%、18.70%、31.09%和 32.08%。

2023 年末，应付账款余额较上年末减少 1,284.06 万元，主要受备货周期的影响，公司在年末支付了部分供应商的产品采购款，致使应付账款余额下降。

2024 年末，应付账款余额较上年末增加 3,504.54 万元，主要系公司业务规模逐渐扩大，期末未至结算期的采购款项相应增加。

2025 年 6 月末，应付账款余额较 2024 年末减少 3,440.23 万元，主要系公司按期支付供应商款项所致。

7. 预收款项

√适用 □不适用

(1) 预收款项列示

单位：万元

项目	2025 年 6 月 30 日
预收租赁款	93.35
合计	93.35

(2) 账龄超过 1 年的重要预收款项情况

□适用 √不适用

(3) 期末建造合同形成的已结算未完工项目情况（未执行新收入准则公司适用）

□适用 √不适用

(4) 科目具体情况及分析说明

报告期各期末，公司预收款项的金额分别为 0 万元、0 万元、103.35 万元和 93.35 万元，主要为公司位于东莞虎门的部分物业对外出租而预收的租金。

8. 应付职工薪酬

√适用 □不适用

(1) 应付职工薪酬列示

单位：万元

项目	2024 年 12 月 31 日	本期增加	本期减少	2025 年 6 月 30 日
1、短期薪酬	2,171.43	4,554.14	5,689.45	1,036.12
2、离职后福利-设定提存计划	10.41	268.97	268.76	10.63
3、辞退福利	-	-	-	-
4、一年内到期的其他福利	-	-	-	-
合计	2,181.84	4,823.11	5,958.20	1,046.75

单位：万元

项目	2023 年 12 月 31 日	本期增加	本期减少	2024 年 12 月 31 日
1、短期薪酬	2,137.82	9,805.88	9,772.27	2,171.43
2、离职后福利-设定提存计划	2.54	358.48	350.61	10.41
3、辞退福利	-	-	-	-
4、一年内到期的其他福利	-	-	-	-

合计	2,140.36	10,164.36	10,122.88	2,181.84

单位：万元

项目	2022 年 12 月 31 日	本期增加	本期减少	2023 年 12 月 31 日
1、短期薪酬	1,895.03	8,006.81	7,764.01	2,137.82
2、离职后福利-设定提存计划	4.09	244.72	246.27	2.54
3、辞退福利	-	-	-	-
4、一年内到期的其他福利	-	-	-	-
合计	1,899.11	8,251.53	8,010.28	2,140.36

单位：万元

项目	2021 年 12 月 31 日	本期增加	本期减少	2022 年 12 月 31 日
1、短期薪酬	1,499.91	6,954.30	6,559.19	1,895.03
2、离职后福利-设定提存计划	0.23	211.83	207.97	4.09
3、辞退福利	-	-	-	-
4、一年内到期的其他福利	-	-	-	-
合计	1,500.14	7,166.13	6,767.16	1,899.11

(2) 短期薪酬列示

单位：万元

项目	2024 年 12 月 31 日	本期增加	本期减少	2025 年 6 月 30 日
1、工资、奖金、津贴和补贴	2,145.45	4,027.48	5,215.65	957.28
2、职工福利费	-	292.23	292.23	-
3、社会保险费	19.17	171.07	121.52	68.72
其中：医疗保险费	14.21	106.84	98.82	22.23
工伤保险费	-	4.37	4.37	-
生育保险费	-	-	-	-
社会保障税	4.96	59.86	18.33	46.49
4、住房公积金	6.81	63.35	60.04	10.12
5、工会经费和职工教育经费	-	-	-	-
6、短期带薪缺勤	-	-	-	-
7、短期利润分享计划	-	-	-	-
合计	2,171.43	4,554.14	5,689.45	1,036.12

单位：万元

项目	2023 年 12 月 31 日	本期增加	本期减少	2024 年 12 月 31 日
1、工资、奖金、津贴和补贴	2,124.20	8,927.18	8,905.93	2,145.45
2、职工福利费	-	593.78	593.78	-
3、社会保险费	7.71	203.75	192.29	19.17
其中：医疗保险费	1.48	105.38	92.65	14.21
工伤保险费	-	6.89	6.89	-
生育保险费	-	-	-	-
社会保障税	6.23	91.48	92.75	4.96
4、住房公积金	5.91	81.17	80.27	6.81
5、工会经费和职工教育经费	-	-	-	-
6、短期带薪缺勤	-	-	-	-

7、短期利润分享计划	-	-	-	-
合计	2,137.82	9,805.88	9,772.27	2,171.43

单位：万元

项目	2022 年 12 月 31 日	本期增加	本期减少	2023 年 12 月 31 日
1、工资、奖金、津贴和补贴	1,865.62	7,437.74	7,179.16	2,124.20
2、职工福利费	-	351.13	351.13	-
3、社会保险费	24.15	146.73	163.16	7.71
其中：医疗保险费	5.88	80.97	85.37	1.48
工伤保险费	-	3.40	3.40	-
生育保险费	0.01	1.85	1.87	-
社会保障税	18.26	60.51	72.53	6.23
4、住房公积金	5.26	71.21	70.56	5.91
5、工会经费和职工教育经费	-	-	-	-
6、短期带薪缺勤	-	-	-	-
7、短期利润分享计划	-	-	-	-
合计	1,895.03	8,006.81	7,764.01	2,137.82

单位：万元

项目	2021 年 12 月 31 日	本期增加	本期减少	2022 年 12 月 31 日
1、工资、奖金、津贴和补贴	1,494.54	6,383.18	6,012.09	1,865.62
2、职工福利费	-	408.53	408.53	-
3、社会保险费	5.37	103.65	84.87	24.15
其中：医疗保险费	0.10	45.39	39.61	5.88
工伤保险费	-	1.98	1.98	-
生育保险费	-	0.04	0.03	0.01
社会保障税	5.27	56.24	43.26	18.26
4、住房公积金	-	58.95	53.69	5.26
5、工会经费和职工教育经费	-	-	-	-
6、短期带薪缺勤	-	-	-	-
7、短期利润分享计划	-	-	-	-
合计	1,499.91	6,954.30	6,559.19	1,895.03

(3) 设定提存计划

单位：万元

项目	2024 年 12 月 31 日	本期增加	本期减少	2025 年 6 月 30 日
1、基本养老保险	7.24	249.33	248.43	8.15
2、失业保险费	3.15	19.64	20.32	2.46
3、企业年金缴费	-	-	-	-
4、职业提升金	0.03	-0.00	0.00	0.02
合计	10.41	268.97	268.76	10.63

单位：万元

项目	2023 年 12 月 31 日	本期增加	本期减少	2024 年 12 月 31 日
1、基本养老保险	0.72	331.30	324.78	7.24
2、失业保险费	1.81	26.95	25.61	3.15
3、企业年金缴费	-	-	-	-

4、职业提升金	0.02	0.23	0.23	0.03
合计	2.54	358.48	350.61	10.41

单位：万元

项目	2022 年 12 月 31 日	本期增加	本期减少	2023 年 12 月 31 日
1、基本养老保险	1.61	217.43	218.32	0.72
2、失业保险费	2.42	27.00	27.61	1.81
3、企业年金缴费	-	-	-	-
4、职业提升金	0.06	0.30	0.34	0.02
合计	4.09	244.72	246.27	2.54

单位：万元

项目	2021 年 12 月 31 日	本期增加	本期减少	2022 年 12 月 31 日
1、基本养老保险	-	198.26	196.65	1.61
2、失业保险费	0.22	13.37	11.18	2.42
3、企业年金缴费	-	-	-	-
4、职业提升金	0.01	0.20	0.14	0.06
合计	0.23	211.83	207.97	4.09

(4) 科目具体情况及分析说明

报告期各期末，公司应付职工薪酬余额分别为 1,899.11 万元、2,140.36 万元、2,181.84 万元和 1,046.75 万元，占流动负债的比例分别为 8.56%、7.51%、7.68%和 6.22%，主要为已计提未发放的工资及奖金。

9. 其他应付款

√适用 □不适用

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
应付利息	-	-	-	-
应付股利	2,000.00	-	-	-
其他应付款	1,357.45	3,123.52	2,817.04	837.97
合计	3,357.45	3,123.52	2,817.04	837.97

(1) 应付利息

□适用 √不适用

(2) 应付股利

√适用 □不适用

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
普通股股利	2,000.00	-	-	-

合计	2,000.00	-	-	-

其他说明：
☐适用 ☒不适用

(3) 其他应付款

☒适用 ☐不适用

1) 按款项性质列示其他应付款

单位：万元

项目	2025年6月30日	2024年12月31日	2023年12月31日	2022年12月31日
待支付费用	1,202.98	2,948.59	2,743.90	585.06
应付暂收款	17.25	40.99	33.71	209.46
押金保证金	137.21	133.94	31.94	41.24
员工垫付款	-	-	7.50	2.21
合计	1,357.45	3,123.52	2,817.04	837.97

2) 其他应付款账龄情况

☒适用 ☐不适用

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	856.96	63.13	3,105.70	99.43	2,778.70	98.64	798.83	95.33
1-2年	472.49	34.81	0.60	0.02	3.75	0.13	22.71	2.71
2-3年	0.60	0.04	-	-	18.17	0.64	16.43	1.96
3年以上	27.40	2.02	17.22	0.55	16.43	0.58	-	-
合计	1,357.45	100.00	3,123.52	100.00	2,817.04	100.00	837.97	100.00

3) 账龄超过1年的重要其他应付款

☐适用 ☒不适用

4) 其他应付款金额前五名单位情况

☒适用 ☐不适用

单位：万元

单位名称	2025年6月30日				
	与本公司关系	款项性质	金额	账龄	占其他应付款总额的比例(%)
广东裕达建设集团有限公司	非关联方	工程款	365.55	1年以内, 1-2年	10.89
申港证券股份有限公司	非关联方	中介费用	283.02	1-2年	8.43
广发证券股份有限公司	非关联方	中介费用	127.63	1年以内	3.80
广东骏龙装饰设计有限公司	非关联方	工程款	123.17	1年以内,	3.67

				1-2 年	
东莞市天翼通讯电子有限公司	非关联方	租赁押金	102.00	1 年以内	3.04
合计	-	-	1,001.38	-	29.83

√适用 □不适用

单位名称	2024 年 12 月 31 日				
	与本公司关系	款项性质	金额	账龄	占其他应付款总额的比例 (%)
广东裕达建设集团有限公司	非关联方	工程款	1,560.27	1 年以内	49.95
广东骏龙装饰设计有限公司	非关联方	工程款	381.66	1 年以内	12.22
申港证券股份有限公司	非关联方	中介费用	283.02	1 年以内	9.06
东莞市天翼通讯电子有限公司	非关联方	租赁押金	102.00	1 年以内	3.27
东莞市坚实实业投资有限公司	非关联方	中介费用	33.66	1 年以内	1.08
合计	-	-	2,360.61	-	75.58

√适用 □不适用

单位名称	2023 年 12 月 31 日				
	与本公司关系	款项性质	金额	账龄	占其他应付款总额的比例 (%)
广东裕达建设集团有限公司	非关联方	工程款	2,229.93	1 年以内	79.16
Reed Smith LLP	非关联方	律师咨询费	69.33	1 年以内	2.46
深圳市天爵投资控股有限公司	非关联方	应付股权款	64.00	1 年以内	2.27
PodiuMax B.V.	非关联方	代运营客户暂收款	31.03	1 年以内	1.10
王锐生	非关联方	应付股权款	27.00	1 年以内	0.96
合计	-	-	2,421.29	-	85.95

√适用 □不适用

单位名称	2022 年 12 月 31 日				
	与本公司关系	款项性质	金额	账龄	占其他应付款总额的比例 (%)
PodiuMax B.V.	非关联方	代运营客户暂收款	181.75	1 年以内	21.69
开平市秒发热服装有限公司	非关联方	模具费	100.00	1 年以内	11.93
深圳市力莱电源科技有限公司	非关联方	模具费	49.72	1 年以内	5.93
亚马逊平台	非关联方	平台费用	34.00	1 年以内	4.06
钻从科技物流（深圳）有限公司	非关联方	物流运费	17.86	1 年以内	2.13
合计	-	-	383.32	-	45.74

(4) 科目具体情况及分析说明

报告期各期末，公司其他应付款金额分别为 837.97 万元、2,817.04 万元、3,123.52 万元和 3,357.45 万元，占流动负债的比例分别为 3.78%、9.88%、10.99%和 19.96%，主要为应付各项待支付费用和应付股利。

2023 年末，其他应付款较上年末增加 1,979.07 万元，金额增加较多，主要系当期确认应付东莞虎门智能产品中心项目一期与二期的工程款项。2024 年末及 2025 年 6 月末，其他应付款变动较小。

10. 合同负债

√适用 □不适用

(1) 合同负债情况

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
商品销售款	2,051.26	1,260.09	938.26	693.58
合计	2,051.26	1,260.09	938.26	693.58

(2) 报告期内账面价值发生重大变动的金额和原因

□适用 √不适用

(3) 科目具体情况及分析说明

报告期各期末，公司合同负债金额分别为 693.58 万元、938.26 万元、1,260.09 万元和 2,051.26 万元，占流动负债比例分别为 3.13%、3.29%、4.43%和 12.19%，主要为已收取但尚未完成履约义务的客户货款。公司合同负债各期末金额逐年增长，主要原因系公司销售规模逐年扩大，期末预收货款对应的未履约订单增加。

11. 长期应付款

□适用 √不适用

12. 递延收益

√适用 □不适用

单位：万元

项目	2025 年 6 月 30 日	2024 年 12 月 31 日	2023 年 12 月 31 日	2022 年 12 月 31 日
政府补助	220.51	248.66	304.96	361.27
合计	220.51	248.66	304.96	361.27

科目具体情况及分析说明：

报告期各期末，公司递延收益余额分别为 361.27 万元、304.96 万元、248.66 万元和 220.51 万元，主要为公司收到的政府补助。

13. 递延所得税资产/递延所得税负债

√适用 □不适用

(1) 未经抵销的递延所得税资产

√适用 □不适用

单位：万元

项目	2025 年 6 月 30 日		2024 年 12 月 31 日	
	可抵扣暂时性差异	递延所得税资产	可抵扣暂时性差异	递延所得税资产
资产减值准备	1,814.05	303.78	1,752.79	297.42
内部交易未实现利润	2,921.68	486.60	3,412.67	570.72
可抵扣亏损	2,028.03	415.46	32.28	1.66
预计退货	209.85	42.92	2,369.11	512.24
固定资产折旧	20.60	2.91	2.51	0.38
无形资产摊销	1.54	0.23	11.42	1.71
租赁负债	6,432.71	1,488.46	7,107.90	1,595.57
交易性金融资产/负债 公允价值变动	1.75	0.26	-	-
按权益法核算的长期 股权投资	-	-	-	-
递延收益	220.51	55.13	248.66	62.17
预计负债	35.79	5.37	53.91	8.09
合计	13,686.52	2,801.13	14,991.25	3,049.95

项目	2023 年 12 月 31 日		2022 年 12 月 31 日	
	可抵扣暂时性差异	递延所得税资产	可抵扣暂时性差异	递延所得税资产
资产减值准备	1,717.39	295.41	1,900.58	327.79
内部交易未实现利润	4,678.33	784.71	4,757.12	814.77
可抵扣亏损	95.06	11.53	281.82	44.86
预计退货	2,232.82	480.23	2,061.89	444.43
固定资产折旧	3.87	0.59	4.74	0.72
无形资产摊销	4.32	0.65	6.18	0.93
租赁负债	7,686.88	1,758.54	6,537.38	1,504.46
交易性金融资产/负债 公允价值变动	55.37	9.13	-	-
按权益法核算的长期股 权投资	300.00	45.00	126.32	18.95
递延收益	304.96	76.24	361.27	90.32
合计	17,079.01	3,462.03	16,037.29	3,247.21

(2) 未经抵销的递延所得税负债

√适用 □不适用

单位：万元

项目	2025 年 6 月 30 日		2024 年 12 月 31 日	
	应纳税暂时性差异	递延所得税负债	应纳税暂时性差异	递延所得税负债
长期应收款	334.11	83.47	587.10	146.72
使用权资产	5,400.60	1,141.44	5,592.48	1,213.82
交易性金融资产/ 负债公允价值变动	17.72	2.66	-	-
合计	5,752.42	1,227.57	6,179.58	1,360.54

项目	2023 年 12 月 31 日		2022 年 12 月 31 日	
	应纳税暂时性差异	递延所得税负债	应纳税暂时性差异	递延所得税负债
长期应收款	616.25	154.06	643.28	160.82
使用权资产	6,379.57	1,339.48	5,452.29	1,206.94
交易性金融资产/ 负债公允价值变动	-	-	48.51	7.46
合计	6,995.82	1,493.54	6,144.08	1,375.22

(3) 报告期各期末以抵销后净额列示的递延所得税资产或负债

√适用 □不适用

单位：万元

项目	2025 年 6 月 30 日	
	递延所得税资产和负债互抵金额	抵销后递延所得税资产或负债余额
递延所得税资产	1,227.57	1,573.56
递延所得税负债	1,227.57	-

单位：万元

项目	2024 年 12 月 31 日	
	递延所得税资产和负债互抵金额	抵销后递延所得税资产或负债余额
递延所得税资产	1,360.54	1,689.41
递延所得税负债	1,360.54	-

单位：万元

项目	2023 年 12 月 31 日	
	递延所得税资产和负债互抵金额	抵销后递延所得税资产或负债余额
递延所得税资产	1,493.54	1,968.49
递延所得税负债	1,493.54	-

单位：万元

项目	2022 年 12 月 31 日	
	递延所得税资产和负债互抵金额	抵销后递延所得税资产或负债余额
递延所得税资产	1,375.22	1,871.99
递延所得税负债	1,375.22	-

(4) 未确认递延所得税资产明细

√适用 □不适用

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
可抵扣暂时性差异	-	-	0.01	-
可抵扣亏损	58.57	129.82	130.45	118.20
合计	58.57	129.82	130.46	118.20

(5) 未确认递延所得税资产的可抵扣亏损将于以下年度到期

√适用 □不适用

单位：万元

年份	2025 年 6 月 30 日	2024 年 12 月 31 日	2023 年 12 月 31 日	2022 年 12 月 31 日	备注
2024 年	-	-	14.53	14.53	
2025 年	-	61.58	61.58	61.58	
2026 年	0.11	0.11	0.11	0.11	
2027 年	1.01	13.23	13.23	13.23	
2028 年	0.32	15.10	15.10	-	
2029 年	0.16	12.31	-	-	
2030 年	1.14	-	-	-	
无限期	55.84	27.49	-	-	
合计	58.57	129.82	104.54	89.44	-

(6) 科目具体情况及分析说明

报告期各期末，公司递延所得税资产主要为租赁负债、资产减值准备以及递延收益形成的可抵扣暂时性差异。

14. 其他流动资产

√适用 □不适用

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
应收出口退税	1,938.17	1,858.29	1,592.76	2,485.38
待抵扣进项税	1,190.27	1,292.58	927.95	274.76
预缴企业所得税	562.87	49.08	54.97	3.56
预计退货成本	199.77	564.21	688.92	452.04
合计	3,891.08	3,764.16	3,264.61	3,215.74

科目具体情况及分析说明：

报告期各期末，公司其他流动资产金额分别为 3,215.74 万元、3,264.61 万元、3,764.16 万元和 3,891.08 万元，占流动资产比例分别为 5.80%、5.01%、5.11%和 6.27%，主要为应收出口退税和待抵扣进项税。

15. 其他非流动资产

√适用 □不适用

单位：万元

项目	2025 年 6 月 30 日			2024 年 12 月 31 日		
	账面余额	减值准备	账面价值	账面余额	减值准备	账面价值
预付长期资产购置款	12.41	-	12.41	13.92	-	13.92
合计	12.41	-	12.41	13.92	-	13.92

项目	2023 年 12 月 31 日			2022 年 12 月 31 日		
	账面余额	减值准备	账面价值	账面余额	减值准备	账面价值
预付长期资产购置款	-	-	-	1,442.28	-	1,442.28
合计	-	-	-	1,442.28	-	1,442.28

科目具体情况及分析说明：

报告期各期末，公司其他非流动资产账面价值分别为 1,442.28 万元、0 万元、13.92 万元和 12.41 万元，主要为预付长期资产购置款。2022 年末，公司其他非流动资产金额较大，主要为预付东莞虎门智能产品中心项目相关的资产款项。

16. 其他披露事项

无。

三、 盈利情况分析

（一） 营业收入分析

1. 营业收入构成情况

单位：万元

项目	2025 年 1 月—6 月		2024 年度		2023 年度		2022 年度	
	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)
主营业务收入	60,157.45	98.93	152,469.64	99.50	141,066.76	99.65	119,547.08	99.65
其他业务收入	652.69	1.07	765.72	0.50	497.61	0.35	414.30	0.35
合计	60,810.14	100.00	153,235.36	100.00	141,564.37	100.00	119,961.38	100.00

科目具体情况及分析说明：

报告期内，公司营业收入分别为 119,961.38 万元、141,564.37 万元、153,235.36 万元和 60,810.14 万元，保持稳步增长。公司营业收入主要来源于主营业务收入，各期占比均超过 98%，主营业务突出。其他业务收入主要由建站服务、租金及废品销售构成，占比较低，对公司经营业绩不构成重大影响。

2. 主营业务收入按产品或服务分类

单位：万元

项目	2025 年 1 月—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 (%)
功能性服饰	15,003.34	24.94	56,132.70	36.82	53,437.93	37.88	47,904.53	40.07
数码科技	21,138.02	35.14	43,109.97	28.27	31,717.78	22.48	24,232.92	20.27
家居生活	17,586.15	29.23	39,005.45	25.58	41,834.95	29.66	35,200.14	29.44
创客硬件	6,429.95	10.69	14,221.51	9.33	14,076.09	9.98	12,209.49	10.21
合计	60,157.45	100.00	152,469.64	100.00	141,066.76	100.00	119,547.08	100.00

科目具体情况及分析说明：

报告期内，公司主营业务按产品类型可划分为功能性服饰、数码科技、家居生活和创客硬件四大品类。公司主要品类的收入变动情况如下： （1）功能性服饰类产品 公司的功能性服饰类产品主要包括加热马甲、夹克、手套、卫衣及相关电源配件等。报告期内，功能性服饰类产品销售收入分别为 47,904.53 万元、53,437.93 万元、56,132.70 万元和 15,003.34 万元，占主营业务收入的比例分别为 40.07%、37.88%、36.82%和 24.94%，为公司最主要的产品类别。2022 年至 2024 年，该品类收入的复合增长率为 8.25%，整体保持稳定增长态势。 2023 年，功能性服饰类产品收入较上年度增加 5,533.40 万元，同比增长 11.55%，主要得益于加热马甲、夹克等品类的销量提升。其中，加热马甲类产品作为该系列中最具实用性的核心品类，销量持续上升，是功能性服饰类产品收入增长的最主要驱动因素。 2024 年，功能性服饰类产品收入较 2023 年增加 2,694.77 万元，同比增长 5.04%，增速较上年有所放缓。该年度马甲类产品收入仍保持增长，但夹克、手套及卫衣等品类出现不同程度下降，主要原因为该年度北美地区气温高于往年，冬季该品类的市场需求有所下降，致使加热夹克等产品的销量下滑。 2025 年 1-6 月，功能性服饰类产品的销售收入为 15,003.34 万元，占比为 24.94%。销售占比有所下降，主要受季节性因素影响，该类产品的销售旺季通常集中在下半年，因此上半年收入及占比较低。 （2）数码科技类产品 公司的数码科技类产品主要包括电竞外设及电子通讯等类别。报告期内，该类产品销售收入分别为 24,232.92 万元、31,717.78 万元、43,109.97 万元和 21,138.02 万元，占主营业务收入的比例分别为 20.27%、22.48%、28.27%和 35.14%，是公司主营业务收入的重要组成部分。 2022 年至 2024 年，数码科技类产品收入的年复合增长率为 33.38%，呈现快速增长态势，这主要得益于电竞外设及电子通讯类产品销量的提升。其中，电竞外设类产品的销量持续提升，是该品

类整体收入逐年增长的最主要驱动因素。电竞外设品类以 Redragon 和 Royal Kludge 品牌为主，为公司长期合作的制造品牌，其电竞鼠标、键盘等产品凭借高性价比与出色的外观设计，深受年轻消费者青睐，在北美市场的销售额保持快速增长。

2025 年 1-6 月，数码科技类产品收入为 21,138.02 万元，收入占比为 35.14%。由于该类产品受季节性波动影响较小，成为公司上半年的第一大销售品类。

（3）家居生活类产品

公司的家居生活类产品涵盖电器产品、家居产品、体育娱乐和宠物用品等品类，主要包括 TURBRO 品牌壁炉及空调、TOSOT 品牌空调、Airthereal 品牌空气净化器、A11N Sports 品牌体育用品以及 BUYDEEM 品牌小家电等。报告期内，该类产品销售收入分别为 35,200.14 万元、41,834.95 万元、39,005.45 万元和 17,586.15 万元，占主营业务收入的比例分别为 29.44%、29.66%、25.58%和 29.23%，是公司主营业务收入的重要组成部分。

2023 年，家居生活类产品收入较上年度增加 6,634.81 万元，同比增长 18.85%，主要原因是：①自 2022 年 11 月起，公司与香港鼎北的合作模式由代运营转为买断销售，使得该品类中 BUYDEEM 品牌小家电产品收入大幅增长；②体育娱乐类产品以 A11N Sports 品牌为主，该品类产品主要聚焦于匹克球拍及球网等周边产品，由于该类运动的受欢迎程度逐渐加深，相关球拍、球网等产品需求稳步增长。

2024 年，家居生活类产品收入较上年度减少 2,829.51 万元，同比下降 6.76%，主要原因是公司主动优化产品结构，包括家居产品、体育娱乐及宠物用品等细分品类销量出现下降，导致该品类收入减少。

（4）创客硬件类产品

公司的创客硬件类产品主要包括 Genmitsu 品牌雕刻机及 SainSmart 品牌 3D 打印机及配件等。报告期内，该类产品销售收入分别为 12,209.49 万元、14,076.09 万元、14,221.51 万元和 6,429.95 万元，占主营业务收入的比例分别为 10.21%、9.98%、9.33%和 10.69%。2022 年至 2024 年，创客硬件类产品收入复合增长率为 7.93%，整体保持稳定增长，主要得益于 Genmitsu 品牌雕刻机相关产品销售收入的快速提升。

2023 年，创客硬件类产品收入较上年度增加 1,866.60 万元，同比增长 15.29%，主要是 Genmitsu 品牌雕刻机及配件增长所致。公司雕刻机类产品因其具备覆盖较大雕刻面积等实用特性而受到用户欢迎，同时，在互联网普及与技术持续进步的推动下，市场对创客硬件类产品的整体需求上升，进一步促进了该品类持续增长。

2024 年，创客硬件类产品收入同比增长 1.03%，增速较上年有所放缓。该年度雕刻机类产品依然保持一定增长，但公司的 3D 打印机及配件与耗材因市场竞争加剧，销售收入出现下滑，在一定

程度上抵消了整体增长，导致创客硬件类产品收入增幅收窄。

3. 主营业务收入按销售区域分类

单位：万元

项目	2025 年 1 月—6 月		2024 年度		2023 年度		2022 年度	
	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)
境外：	60,066.14	99.85	152,177.32	99.81	140,729.57	99.76	118,858.20	99.42
北美地区	52,195.21	86.76	135,206.89	88.68	127,900.07	90.67	107,314.45	89.77
欧洲地区	6,423.38	10.68	14,418.67	9.46	10,755.91	7.62	9,930.83	8.31
大洋洲地区	896.79	1.49	1,340.76	0.88	1,030.54	0.73	848.61	0.71
其他地区	550.76	0.92	1,211.01	0.79	1,043.04	0.74	764.31	0.64
境内：	91.31	0.15	292.32	0.19	337.20	0.24	688.89	0.58
合计	60,157.45	100.00	152,469.64	100.00	141,066.76	100.00	119,547.08	100.00

注：其他地区包括亚洲、南美洲、非洲等地区。

科目具体情况及分析说明：

报告期内，公司收入主要来源于中国境外，其中北美和欧洲地区是公司最主要的销售区域；境内收入金额及占比较小，主要来自为境内客户提供的电商代运营服务。报告期各期，公司于北美和欧洲地区的销售收入合计分别为 117,245.27 万元、138,655.98 万元、149,625.56 万元和 58,618.58 万元，占主营业务收入的比例分别为 98.07%、98.29%、98.13%和 97.44%，各期占比均在 97%以上。公司在上述地区持续开展销售的主要原因如下：

北美和欧洲地区的经济发展水平较高，人口数量众多，市场容量广阔。随着全球电商渗透率的逐步提高以及支付与物流等基础设施的日趋完善，加之近几年受海外高通胀的影响，北美和欧洲地区终端消费者的线上购物需求大幅增加，公司在该区域的销售规模逐年扩大。

此外，公司积极拓展大洋洲等其他区域市场。2022 至 2024 年，公司在大洋洲的销售收入复合增长率达 25.70%，保持快速增长，但报告期内其收入规模及占比仍相对较小。

报告期内，公司主要销售区域未发生重大变化。

4. 主营业务收入按销售模式分类

√适用 □不适用

单位：万元

项目	2025 年 1 月—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 (%)
B2C 模式	54,948.39	91.34	146,074.00	95.81	136,461.47	96.74	112,167.86	93.83
B2B 模式	5,161.52	8.58	6,120.24	4.01	4,296.88	3.05	6,756.30	5.65
电商代运营	47.54	0.08	275.40	0.18	308.41	0.22	622.92	0.52
合计	60,157.45	100.00	152,469.64	100.00	141,066.76	100.00	119,547.08	100.00

科目具体情况及分析说明:

报告期内,公司以 B2C 模式为主要销售模式,同时通过 B2B 模式及电商代运营等业务模式拓宽销售渠道并增加收入来源。公司在不同销售模式下的收入变动情况如下:

(1) B2C 模式

报告期内,公司在 B2C 模式下实现的销售收入分别为 112,167.86 万元、136,461.47 万元、146,074.00 万元和 54,948.39 万元,占主营业务收入的比例分别为 93.83%、96.74%、95.81%和 91.34%。在 B2C 模式下,公司主要通过亚马逊等海外第三方电商平台以及品牌官网,将公司产品销售给北美、欧洲等主要国家或地区的终端消费者。

报告期内,公司通过 B2C 模式实现的销售收入保持稳步增长。2022 至 2024 年,B2C 模式收入的复合增长率为 14.12%,主要得益于功能性服饰类、家居生活类以及数码科技类产品销售规模的快速增长,具体原因请参见本节之“三、盈利情况分析”之“(一)营业收入分析”之“2、主营业务收入按产品或服务分类”的相关内容。

(2) B2B 模式

报告期内,公司在 B2B 模式下实现的销售收入分别为 6,756.30 万元、4,296.88 万元、6,120.24 万元和 5,161.52 万元,占主营业务收入的比例分别为 5.65%、3.05%、4.01%和 8.58%。在 B2B 模式下,公司主要客户包括亚马逊 Vendor、Home Depot、Wayfair、Scheels All Sports,Inc.等电商平台客户或线下零售商,公司对该类客户主要采用买断方式进行交易。

2023 年,公司通过 B2B 模式实现的销售收入较 2022 年减少 2,459.42 万元,同比下降 36.40%,主要原因系亚马逊 Vendor 调整经营策略,减少了与公司的交易规模,导致公司 2023 年对其销售收入同比减少 2,578.78 万元,降幅达 69.32%,进而使得 B2B 模式整体销售规模下降。

2024 年,公司通过 B2B 模式实现的销售收入较 2023 年增加 1,823.36 万元,同比增长 42.43%,主要原因系公司与亚马逊 Vendor 新增家居生活、数码科技等品类产品的合作,通过该渠道实现的销售收入增长 1,340.19 万元。

2025 年上半年,公司 B2B 模式销售规模继续保持增长。

(3) 电商代运营

在电商代运营模式下,公司根据品牌方委托内容及服务需求,为其提供线上店铺运营、品牌赋能等服务,并依据合同约定的服务费比例以及相关商品销售额向品牌方收取服务费。公司代运营的主要客户包括东莞瑞红电子玩具有限公司、香港鼎北、PodiuMax B.V 等。

报告期内,公司电商代运营业务的收入金额及占比均较小,且根据经营策略,公司正逐渐缩减该模式的业务规模。

5. 主营业务收入按季度分类

√适用 □不适用

单位：万元

项目	2025 年 1 月—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 (%)
第一季度	32,011.14	53.21	28,820.05	18.90	24,836.07	17.61	23,826.34	19.93
第二季度	28,146.31	46.79	23,584.31	15.47	20,376.30	14.44	17,193.85	14.38
第三季度	-	-	28,201.77	18.50	25,851.36	18.33	20,108.43	16.82
第四季度	-	-	71,863.49	47.13	70,003.04	49.62	58,418.47	48.87
合计	60,157.45	100.00	152,469.64	100.00	141,066.76	100.00	119,547.08	100.00

科目具体情况及分析说明：

报告期内，公司销售收入存在一定的季节性特征，下半年为销售旺季，且第四季度销售占比最高。主要原因包括：一方面，公司主要产品功能性服饰的核心功能为御寒，通常在冬季更为畅销；另一方面，公司主要销售区域位于北美及欧洲地区，亚马逊等第三方电商平台的大型促销活动（如“PrimeDay”“秋季大促”“黑色星期五”等）主要集中在下半年开展。因此，公司销售呈现一定的季节性特征主要系产品属性与经营模式等因素所致，具有合理性。

6. 主营业务收入按销售平台分类

√适用 □不适用

单位：万元

项目	2025 年 1 月—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 (%)
B2C 模式：	54,948.39	91.34	146,074.00	95.81	136,461.47	96.74	112,167.86	93.83
亚马逊	39,845.14	66.23	106,558.05	69.89	103,874.48	73.63	83,653.84	69.98
品牌官网	14,000.95	23.27	36,924.10	24.22	29,436.80	20.87	24,902.73	20.83
其他平台	1,102.30	1.83	2,591.84	1.70	3,150.20	2.23	3,611.29	3.02
B2B 模式：	5,161.52	8.58	6,120.24	4.01	4,296.88	3.05	6,756.30	5.65
亚马逊 Vendor	2,172.47	3.61	2,481.62	1.63	1,141.43	0.81	3,720.21	3.11
Home Depot	2,012.83	3.35	2,233.96	1.47	1,989.94	1.41	2,292.10	1.92
其他客户	976.22	1.62	1,404.65	0.92	1,165.51	0.83	743.99	0.62
电商代运营	47.54	0.08	275.40	0.18	308.41	0.22	622.92	0.52
合计	60,157.45	100.00	152,469.64	100.00	141,066.76	100.00	119,547.08	100.00

注：亚马逊 Vendor 包含与其同一控制下的 Woot 平台。

科目具体情况及分析说明：

在 B2C 模式下，公司主要通过亚马逊平台和品牌官网进行销售。报告期内，公司在上述两个平台的销售收入合计分别为 108,556.57 万元、133,311.27 万元、143,482.16 万元和 53,846.09 万元，占主营业务收入的比例分别为 90.81%、94.50%、94.11%和 89.51%，占比总体保持稳定。

亚马逊和品牌官网是公司最主要的销售平台。一方面，亚马逊作为全球最大的电子商务平台，拥有庞大的用户基础，因此成为多数跨境电商企业的主要销售平台；另一方面，公司自 2017 年起持续深耕品牌官网，不断提升产品品牌知名度和用户粘性。2022 至 2024 年，公司通过品牌官网实现的销售收入持续上升，复合增长率达 21.77%。公司高度重视品牌官网的发展，目前已在美国、加拿大、英国、德国等国家开通品牌官网，未来还将逐步推进全球化布局，致力于将品牌官网打造为公司新的增长点。

7. 前五名客户情况

单位：万元

2025 年 1 月—6 月				
序号	客户	销售金额	年度销售额占比（%）	是否存在关联关系
1	亚马逊 Vendor（注）	2,172.47	3.61	否
2	Home Depot	2,012.83	3.35	否
3	Bauer Hockey LLC	328.82	0.55	否
4	SDG ELKHART LLC	190.71	0.32	否
5	速卖通平台	114.91	0.19	否
合计		4,819.75	8.01	-
2024 年度				
序号	客户	销售金额	年度销售额占比（%）	是否存在关联关系
1	亚马逊 Vendor	2,481.62	1.63	否
2	Home Depot	2,233.96	1.47	否
3	Wayfair	236.27	0.15	否
4	Scheels All Sports, Inc.	233.03	0.15	否
5	东莞瑞红电子玩具有限公司	222.28	0.15	否
合计		5,407.16	3.55	-
2023 年度				
序号	客户	销售金额	年度销售额占比（%）	是否存在关联关系
1	Home Depot	1,989.94	1.41	否
2	亚马逊 Vendor	1,141.43	0.81	否
3	Scheels All Sports, Inc.	213.15	0.15	否
4	Wayfair	143.06	0.10	否
5	Community America Credit Union	134.88	0.10	否
合计		3,622.45	2.57	-
2022 年度				
序号	客户	销售金额	年度销售额占比（%）	是否存在关联关系
1	亚马逊 Vendor	3,720.21	3.11	否
2	Home Depot	2,292.10	1.92	否
3	香港鼎北	202.43	0.17	否
4	Wayfair	145.77	0.12	否
5	PodiuMax B.V.	144.14	0.12	否
合计		6,504.65	5.44	-

注：亚马逊 Vendor 包含与其同一控制下的 Woot 平台。

科目具体情况及分析说明：

报告期内，公司前五大客户主要为电商平台客户、代运营客户及其他企业客户，各期销售收入占主营业务收入的比例分别为 5.44%、2.57%、3.55%和 8.01%，客户集中度较低，不存在对单一客户存在重大依赖的情形。2025 年 1-6 月前五大客户销售占比提升，主要原因是亚马逊 Vendor 和 Home Depot 等平台增加了对公司数码科技类、家居生活类等产品的采购。

报告期内，公司董事、高级管理人员、主要关联方均未在上述客户中持有权益。

8. 其他披露事项

(1) 第三方回款

报告期内，公司在 B2B 模式下的销售回款中存在第三方回款，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	60,810.14	153,235.36	141,564.37	119,961.38
第三方回款金额	2.29	407.18	1,363.02	333.58
第三方回款金额占营业收入的比例	0.00%	0.27%	0.96%	0.28%
其中：同一控制下的关联公司之间代付	-	-	2.56	2.66
合作模式调整	2.29	407.18	1,360.46	330.92

报告期内，公司第三方回款金额分别为 333.58 万元、1,363.02 万元、407.18 万元和 2.29 万元，占营业收入的比例分别为 0.28%、0.96%、0.27%和 0.00%，占比较小，主要源于“合作模式调整”，具体原因如下：

报告期初，公司为香港鼎北提供代运营服务，自 2022 年 11 月起，双方合作模式由原先的代运营模式调整为买断模式，即公司直接向香港鼎北采购商品后，通过香港鼎北的亚马逊等店铺进行自主销售。由于香港鼎北的亚马逊店铺绑定的收款账户仍为其所有，公司通过该店铺向终端消费者销售商品所产生的款项，须由香港鼎北的收款账户代收后再转至公司银行账户，从而形成上述第三方回款。

自 2024 年起，因合作模式调整所产生的第三方回款金额逐步减少，主要原因是公司陆续将采购的香港鼎北产品转向亚马逊 Vendor 渠道、公司自有的亚马逊店铺进行销售，使得通过香港鼎北店铺账号实现的销售收入逐渐下降。

综上所述，公司上述第三方回款系基于实际业务需要而产生，具有合理性。报告期内，公司相关第三方回款具有真实业务背景，不存在虚构交易的情形，也不存在因第三方回款事项导致货款归属纠纷的情况。公司及其控股股东、实际控制人、董事、高级管理人员等关联方与香港鼎北不存在

关联关系。

（2）现金交易

报告期内，公司存在少量现金交易，具体情况如下：

单位：万元

项目	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
现金销售	1.09	9.77	18.06	26.45
现金销售占当期收入的比例	0.00%	0.01%	0.01%	0.02%
现金采购	0.04	10.74	22.66	36.65
现金采购占当期成本的比例	0.00%	0.01%	0.03%	0.05%

报告期内，公司存在少量现金销售及采购。其中，现金销售主要源于美国办公室线下销售及处置报废资产，各期金额分别为 26.45 万元、18.06 万元、9.77 万元和 1.09 万元；现金采购主要为美国办公室用于支付海运卸货费、仓库零星采购等，各期金额分别为 36.65 万元、22.66 万元、10.74 万元和 0.04 万元。

公司已建立较为完善的现金管理制度并严格执行，现金交易金额已逐年下降。上述现金交易均出于公司日常经营中的偶发需求，具有商业合理性。

报告期内，现金交易的客户或供应商与公司及其控股股东、实际控制人、董事、高级管理人员之间不存在关联关系。

9. 营业收入总体分析

报告期内，公司实现的营业收入分别为 119,961.38 万元、141,564.37 万元、153,235.36 万元和 60,810.14 万元，保持稳步增长。2022 至 2024 年，公司营业收入的复合增长率达 13.02%，各类产品均实现不同程度的增长，具体情况请参见本节之“三、盈利情况分析”之“（一）营业收入分析”之“2、主营业务收入按产品或服务分类”的相关内容。

（二）营业成本分析

1. 成本归集、分配、结转方法

公司的生产制造环节均由供应商完成，公司直接向供应商采购成品，主要通过海运等方式将产品运往海外仓，再由电商平台物流或第三方物流服务商将产品配送至终端消费者。因此，公司主营业务成本主要由产品采购成本、头程运输成本和尾程配送成本构成。其中：（1）产品采购成本为公司向供应商采购商品所产生的直接成本；（2）头程运输成本指商品自供应商交付后，运至境外

指定仓库并达到可销售状态前所发生的相关费用，包括国际海运、空运、快递等头程物流费、关税、清关费、港杂费等；（3）尾程配送成本指公司将商品从仓库配送至最终消费者所产生的物流相关费用。公司的成本归集、分配、结转方法具体如下：

公司从供应商处采购成品，于国内仓入库时计入“库存商品”，出口报关后该部分库存商品结转至“在途物资”。货物在海外仓入库时，将“在途物资”结转至“库存商品”，并将头程运输成本按照“计费重”（计费重为商品体积重或实际重）的分配标准或产品关税税率分配至每件商品。库存商品发出时采用月末一次加权平均法计价，实现对外销售时，连同尾程配送成本一并结转至“主营业务成本”。

报告期内，公司成本核算方法保持一致，未发生变更。

2. 营业成本构成情况

单位：万元

项目	2025 年 1 月—6 月		2024 年度		2023 年度		2022 年度	
	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)
主营业务成本	32,815.77	99.37	86,588.90	99.69	82,093.66	99.88	71,943.23	99.92
其他业务成本	207.95	0.63	271.62	0.31	101.37	0.12	59.83	0.08
合计	33,023.72	100.00	86,860.52	100.00	82,195.03	100.00	72,003.06	100.00

科目具体情况及分析说明：

报告期内，公司营业成本主要由主营业务成本构成，各期占比均超过 99%，其他业务成本占比较小。公司营业成本的构成及变动趋势与营业收入相匹配。

3. 主营业务成本构成情况

√适用 □不适用

单位：万元

项目	2025 年 1 月—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 (%)
产品采购成本	22,337.28	68.07	59,221.88	68.39	56,606.40	68.95	47,566.08	66.12
头程运输成本	2,809.74	8.56	7,571.32	8.74	6,155.31	7.50	8,522.90	11.85
尾程配送成本	7,638.13	23.28	19,634.96	22.68	19,149.83	23.33	15,624.96	21.72
电商代运营成本	30.62	0.09	160.74	0.19	182.13	0.22	229.29	0.32
合计	32,815.77	100.00	86,588.90	100.00	82,093.66	100.00	71,943.23	100.00

科目具体情况及分析说明：

报告期内，公司主营业务成本分别为 71,943.23 万元、82,093.66 万元、86,588.90 万元和 32,815.77

万元，呈现上升趋势，与主营业务收入的变动趋势一致。具体构成情况如下：

（1）产品采购成本

产品采购成本是公司主营业务成本最主要的组成部分。报告期内，该项成本分别为 47,566.08 万元、56,606.40 万元、59,221.88 万元和 22,337.28 万元，随主营业务收入增长而相应增加。

2023 年，公司产品采购成本占比较 2022 年上升 2.83 个百分点，主要原因是 2022 年海运价格高企，导致公司头程运输成本占比较高，从而压低了产品采购成本占比的基数。随着 2023 年海运价格回落，成本结构回归常态，产品采购成本占比相应回升。

2024 年及 2025 年 1-6 月，公司产品采购成本占比变动较小。

（2）头程运输成本

报告期内，公司头程运输成本分别为 8,522.90 万元、6,155.31 万元、7,571.32 万元和 2,809.74 万元，占主营业务成本的比例分别为 11.85%、7.50%、8.74%和 8.56%，金额及占比存在一定波动。

2023 年，公司头程运输成本占比较 2022 年下降 4.35 个百分点，主要源于以下两方面原因：一方面，2022 年度受国际海运物流紧张影响，海运价格大幅上涨，导致该年度头程运输成本占比处于较高水平；而 2023 年，海运费价格逐步回落，公司头程运输成本也相应下降。另一方面，报告期内公司为管控物流成本，优化运输结构，降低运费单价较高的国际快递等物流运输方式占比，使得头程运输成本占比下降。

2024 年，公司头程运输成本占比较 2023 年小幅上升 1.24 个百分点，主要原因是全球经济和国际贸易回暖，国际集装箱航运贸易量回升，同时受红海事件等地缘冲突影响，海运运力紧张，国际海运价格有所上升，头程运输成本较 2023 年有所上涨。

2025 年 1-6 月，公司头程运输成本占比变动较小。

（3）尾程配送成本

报告期内，公司尾程配送成本分别为 15,624.96 万元、19,149.83 万元、19,634.96 万元和 7,638.13 万元，占主营业务成本的比例分别为 21.72%、23.33%、22.68%和 23.28%。随着销售规模扩大，公司尾程配送成本总体呈上升趋势，其占主营业务成本的比例基本保持稳定。公司主要通过亚马逊 FBA 及 UPS、DHL 等国际知名物流服务商将商品配送至终端消费者。

（4）电商代运营成本

公司电商代运营成本主要为代运营人员的职工薪酬。报告期内，公司电商代运营成本分别为 229.29 万元、182.13 万元、160.74 万元和 30.62 万元，占比分别为 0.32%、0.22%、0.19%和 0.09%，金额及占比均较低，且呈逐年下降趋势，与电商代运营收入变动趋势相匹配。

4. 主营业务成本按产品或服务分类

单位：万元

项目	2025 年 1 月—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 (%)
功能性服饰	5,417.73	16.51	25,351.05	29.28	25,440.10	30.99	24,657.61	34.27
数码科技	12,587.74	38.36	26,794.15	30.94	19,812.56	24.13	15,062.18	20.94
家居生活	10,972.40	33.44	25,545.92	29.50	28,003.66	34.11	24,555.75	34.13
创客硬件	3,837.91	11.70	8,897.78	10.28	8,837.33	10.76	7,667.69	10.66
合计	32,815.77	100.00	86,588.90	100.00	82,093.66	100.00	71,943.23	100.00

科目具体情况及分析说明：

报告期内，公司按产品或服务类别划分的主营业务成本的构成及变动趋势与主营业务收入基本一致。

5. 前五名供应商情况

单位：万元

2025 年 1 月—6 月				
序号	供应商	采购金额	年度采购额占比 (%)	是否存在关联关系
1	东莞市丰润计算机有限公司	6,270.53	21.24	否
2	Hongkong Gree Electric Appliances Sales Limited	4,218.35	14.29	否
3	京恒腾伟（惠州）电子科技有限公司	2,221.79	7.52	否
4	TCL 德龙家用电器（中山）有限公司	1,071.47	3.63	否
5	福建宝锋电子有限公司	990.46	3.35	否
合计		14,772.62	50.03	-
2024 年度				
序号	供应商	采购金额	年度采购额占比 (%)	是否存在关联关系
1	东莞市丰润计算机有限公司	10,453.40	15.72	否
2	东莞市奔踏尚品服饰有限公司	4,648.92	6.99	否
3	Hongkong Gree Electric Appliances Sales Limited	4,623.71	6.95	否
4	京恒腾伟（惠州）电子科技有限公司	3,818.98	5.74	否
5	贵州凯瑞服饰有限公司	3,482.08	5.24	否
合计		27,027.09	40.64	-
2023 年度				
序号	供应商	采购金额	年度采购额占比 (%)	是否存在关联关系
1	东莞市丰润计算机有限公司	7,210.14	11.08	否
2	东莞市奔踏尚品服饰有限公司	7,090.34	10.89	否
3	贵州凯瑞服饰有限公司	5,634.14	8.65	否
4	Hongkong Gree Electric Appliances Sales Limited	3,448.55	5.30	否
5	香港鼎北	2,536.54	3.90	否
合计		25,919.71	39.81	-
2022 年度				

序号	供应商	采购金额	年度采购额占比 (%)	是否存在关联关系
1	东莞市奔踏尚品服饰有限公司	5,454.96	11.07	否
2	贵州凯瑞服饰有限公司	4,891.85	9.93	否
3	东莞市丰润计算机有限公司	4,192.90	8.51	否
4	广东博力威科技股份有限公司	2,752.28	5.59	否
5	Hongkong Gree Electric Appliances Sales Limited	2,535.92	5.15	否
合计		19,827.90	40.25	-

注：受同一实际控制人控制的供应商合并计算。其中：（1）东莞市丰润计算机有限公司包含与其同一控制下的 Eastern Times Technology (HK) Co.,LTD 和 Eastern Times Electronics Technology Co.,LTD；（2）东莞市奔踏尚品服饰有限公司包含与其同一控制下的东莞市奔踏服饰有限公司和 HongKong Ruiyin International Trade Co.,LTD；（3）贵州凯瑞服饰有限公司包括与其同一控制下的随州市亿盛服装有限公司；（4）广东博力威科技股份有限公司包括与其同一控制下的 Greenway Power Limited；（5）TCL 德龙家用电器（中山）有限公司包括与其同属于 TCL 集团的 TCL Home Appliances(HK) Co.,Limited。

科目具体情况及分析说明：

报告期内，公司向前五大供应商的采购金额分别为 19,827.90 万元、25,919.71 万元、27,027.09 万元和 14,772.62 万元，占采购总额的比例分别为 40.25%、39.81%、40.64%和 50.03%。 报告期内，公司不存在向单一供应商采购占比超过 50%的情形，不存在对单一供应商的重大依赖。公司董事、高级管理人员和核心技术人员、主要关联方或持有公司 5%以上股份的股东均未在主要供应商中持有权益。

6. 其他披露事项

无。

7. 营业成本总体分析

报告期内，公司营业成本分别为 72,003.06 万元、82,195.03 万元、86,860.52 万元和 33,023.72 万元，主要由产品采购成本、头程运输成本和尾程配送成本等构成。其中，产品采购成本和尾程配送成本占比较高，是影响营业成本的主要因素。报告期内，公司营业成本的结构及其变动趋势与营业收入基本一致。

（三） 毛利率分析

1. 毛利按产品或服务分类构成情况

单位：万元

项目	2025 年 1 月—6 月		2024 年度		2023 年度		2022 年度	
	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)
主营业务毛利	27,341.68	98.40	65,880.74	99.26	58,973.10	99.33	47,603.85	99.26

其中：功能性服饰	9,585.61	34.50	30,781.65	46.38	27,997.83	47.16	23,246.92	48.47
数码科技	8,550.28	30.77	16,315.82	24.58	11,905.22	20.05	9,170.74	19.12
家居生活	6,613.75	23.80	13,459.53	20.28	13,831.29	23.30	10,644.39	22.20
创客硬件	2,592.04	9.33	5,323.73	8.02	5,238.76	8.82	4,541.80	9.47
其他业务毛利	444.74	1.60	494.10	0.74	396.24	0.67	354.47	0.74
合计	27,786.42	100.00	66,374.84	100.00	59,369.34	100.00	47,958.32	100.00

科目具体情况及分析说明：

报告期内，公司主营业务毛利分别为 47,603.85 万元、58,973.10 万元、65,880.74 万元和 27,341.68 万元，占营业毛利的比例分别为 99.26%、99.33%、99.26%和 98.40%，各期占比均在 98%以上，公司毛利主要来自主营业务。

报告期内，公司主营业务毛利主要来自功能性服饰、数码科技、家居生活和创客硬件等四大品类产品，毛利变动与主营业务收入变动趋势一致，不存在重大异常。

2. 主营业务按产品或服务分类的毛利率情况

项目	2025 年 1 月—6 月		2024 年度		2023 年度		2022 年度	
	毛利率 (%)	主营收入占比 (%)	毛利率 (%)	主营收入占比 (%)	毛利率 (%)	主营收入占比 (%)	毛利率 (%)	主营收入占比 (%)
功能性服饰	63.89	24.94	54.84	36.82	52.39	37.88	48.53	40.07
数码科技	40.45	35.14	37.85	28.27	37.53	22.48	37.84	20.27
家居生活	37.61	29.23	34.51	25.58	33.06	29.66	30.24	29.44
创客硬件	40.31	10.69	37.43	9.33	37.22	9.98	37.20	10.21
总计	45.45	100.00	43.21	100.00	41.81	100.00	39.82	100.00

科目具体情况及分析说明：

报告期内，公司主营业务毛利率分别为 39.82%、41.81%、43.21%和 45.45%，呈稳步上升趋势，主要得益于：一方面，公司持续优化产品结构，淘汰低毛利产品并提高了高毛利产品的收入占比；另一方面，海运价格回落，叠加公司对头程运输方式的优化，共同实现了对头程运输成本的有效控制。按产品维度的毛利率变化情况如下：

(1) 功能性服饰

报告期内，公司功能性服饰类产品的毛利率分别为 48.53%、52.39%、54.84%和 63.89%，呈逐年上升趋势。

2023 年，该类产品的毛利率较上年度提升 3.86 个百分点。主要原因是：①海运费价格从 2022 年高位逐步回落，降低了物流成本；②公司对部分产品进行升级，如加热马甲、夹克等产品的毛利率实现一定幅度的提升，从而带动整体毛利率增长。此外，公司优化头程运输结构，降低了运费单

价较高的国际快递等物流方式占比，也进一步促进了毛利改善。

2024 年，功能性服饰类产品的毛利率进一步提升至 54.84%，同比增加 2.44 个百分点，主要原因是公司持续优化成本结构，例如在相关电源配件等配套产品中引入多元供应商，有效降低了采购成本。

2025 年 1-6 月，功能性服饰类产品的毛利率较 2024 年提高 9.05 个百分点，增幅较大，主要原因系该类产品的季节性较为明显，上半年为销售淡季，公司通常在上半年的优惠促销活动较少，产品平均售价相对较高，带动了马甲、夹克等核心品类的毛利率显著提升。

（2）数码科技

报告期内，公司数码科技类产品的毛利率分别为 37.84%、37.53%、37.85%和 40.45%。2022-2024 年，该类产品整体毛利率总体保持稳定，波动幅度较小；2025 年 1-6 月则出现小幅提升，主要因上半年公司较少开展优惠促销活动，产品平均销售单价有所提高，从而带动毛利率实现小幅增长。

（3）家居生活

报告期内，公司家居生活类产品的毛利率分别为 30.24%、33.06%、34.51%和 37.61%，呈逐年上升趋势。

2023 年，该类产品的毛利率较上年度提升 2.82 个百分点，主要受益于头程运输成本下降，以及产品结构优化，例如在空调类产品中由一体机逐渐转向单价和毛利率更高的分体机，共同推动了毛利率上升。

2024 年，家居生活类产品的毛利率进一步提升 1.45 个百分点，主要原因是：一方面，公司持续优化产品结构，淘汰低毛利产品；另一方面，部分产品毛利率有所增长，同时其销售占比也实现提升，共同带动了整体毛利水平。

2025 年 1-6 月，受公司上半年优惠促销活动较少等因素影响，该品类整体的平均售价及毛利率较高。

（4）创客硬件

报告期内，公司创客硬件类产品的毛利率分别为 37.20%、37.22%、37.43%和 40.31%。2022-2024 年，该类产品毛利率总体保持稳定，波动幅度较小；2025 年 1-6 月的毛利率则较 2024 年上升 2.88 个百分点，主要因上半年为销售淡季，公司优惠促销活动较少，产品销售价格保持在相对较高水平。

3. 主营业务按销售区域分类的毛利率情况

√适用 □不适用

项目	2025年1月—6月		2024年度		2023年度		2022年度	
	毛利率 (%)	主营收入占比 (%)	毛利率 (%)	主营收入占比 (%)	毛利率 (%)	主营收入占比 (%)	毛利率 (%)	主营收入占比 (%)
境外:	45.45	99.85	43.21	99.81	41.82	99.76	39.70	99.42
北美地区	45.35	86.76	43.37	88.68	41.80	90.67	39.59	89.77
欧洲地区	46.50	10.68	43.37	9.46	42.62	7.62	39.92	8.31
大洋洲地区	47.06	1.49	35.05	0.88	38.72	0.73	33.56	0.71
其他地区	40.34	0.92	31.84	0.79	38.10	0.74	58.22	0.64
境内:	44.06	0.15	45.31	0.19	37.27	0.24	61.32	0.58
总计	45.45	100.00	43.21	100.00	41.81	100.00	39.82	100.00

科目具体情况及分析说明:

报告期内，公司产品的销售以北美和欧洲为主，其他地区的销售金额及占比较小，因此公司主营业务毛利率与北美及欧洲地区较为接近。报告期内，公司在其他地区的毛利率存在一定差异，主要是由于公司根据不同地区所销售的产品结构、各项成本及市场消费水平等因素制定产品定价，导致毛利率在不同地区之间存在一定波动。

公司境内业务客户主要为代运营客户及部分零星销售客户，且以代运营客户为主，因此毛利率水平与公司代运营业务的毛利率较为接近。

4. 主营业务按照销售模式分类的毛利率情况

√适用 □不适用

项目	2025年1月—6月		2024年度		2023年度		2022年度	
	毛利率 (%)	主营收入占比 (%)	毛利率 (%)	主营收入占比 (%)	毛利率 (%)	主营收入占比 (%)	毛利率 (%)	主营收入占比 (%)
B2C	46.29	91.34	43.80	95.81	42.07	96.74	40.90	93.83
B2B	36.56	8.58	29.27	4.01	33.58	3.05	19.81	5.65
电商代运营	35.60	0.08	41.63	0.18	40.95	0.22	63.19	0.52
合计	45.45	100.00	43.21	100.00	41.81	100.00	39.82	100.00

科目具体情况及分析说明:

(1) B2C 销售模式

报告期内，公司以 B2C 销售模式为主，该模式各期收入占比分别为 93.83%、96.74%、95.81% 和 91.34%，是公司主营业务收入的主要来源。报告期各期，B2C 模式的毛利率分别为 40.90%、42.07%、43.80% 和 46.29%，与公司主营业务的毛利率较为接近，且呈逐年上升趋势。上述变化主要受各产品毛利率的变动所致，具体分析详见本节之“三、盈利情况分析”之“（三）毛利率分析”之“2. 主营业务按产品或服务分类的毛利率情况”。

(2) B2B 销售模式

公司 B2B 模式的毛利率低于 B2C 模式，主要原因包括：①B2C 模式下，公司通过亚马逊、品牌官网等线上渠道直接面向终端消费者，平台费用及线上推广费用计入销售费用，因此 B2C 模式具有高毛利、高销售费用率的特征；②B2B 模式下，公司与客户主要为买断式销售，客户自行面向终端消费者，公司无需承担大量后续销售费用，但销售价格相对较低，导致该模式毛利率低于 B2C 模式。

（3）电商代运营模式

报告期内，公司进行战略调整，主动收缩电商代运营业务，该业务毛利率总体呈现下降趋势。但由于此项业务收入占比较低，因此其变动对公司整体毛利率不构成重大影响。

5. 可比公司毛利率比较分析

公司名称	2025 年 1 月—6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
赛维时代（%）	46.10	45.01	46.31	45.69
三态股份（%）	39.51	35.52	39.92	39.07
华凯易佰（%）	35.04	36.16	40.15	39.59
千岸科技（%）	43.59	41.51	39.88	34.55
平均数（%）	41.06	39.55	41.57	39.73
发行人（%）	45.45	43.21	41.81	39.82

注：赛维时代毛利率为跨境出口电商毛利率，三态股份毛利率为跨境电商零售毛利率，华凯易佰为跨境出口电商业务毛利率，千岸科技毛利率为主营业务毛利率，发行人为主营业务毛利率。

科目具体情况及分析说明：

报告期内，公司的毛利率处于同行业可比公司之间。2024 年，公司毛利率高于同行业公司平均毛利率，主要由于三态股份和华凯易佰的跨境电商业务毛利率存在一定降幅，上述公司因产品结构策略调整等因素导致毛利率降低。2025 年 1-6 月，公司毛利率高于同行业公司平均毛利率，主要受公司产品特征及销售淡旺季等因素影响；同行业可比公司中，赛维时代以服装品类销售为主，其毛利率水平与公司较为接近。

整体而言，公司毛利率的变动趋势与同行可比公司平均毛利率变动趋势基本一致。

6. 其他披露事项

无。

7. 毛利率总体分析

报告期内，公司综合毛利率分别为 39.98%、41.94%、43.32%和 45.69%，主营业务毛利率分别为 39.82%、41.81%、43.21%和 45.45%，两者均呈现稳步上升趋势。毛利率的提升主要得益于：（1）

海运费价格自 2022 年高位逐步回落，降低了整体运营成本；（2）公司持续优化产品结构 with 物流运输方案，推动毛利率结构改善。公司其他业务收入主要来源于建站服务、租金及废品销售，整体占比较低，对综合毛利率不构成重大影响。

（四） 主要费用情况分析

单位：万元

项目	2025 年 1 月—6 月		2024 年度		2023 年度		2022 年度	
	金额	营业收入占比 (%)	金额	营业收入占比 (%)	金额	营业收入占比 (%)	金额	营业收入占比 (%)
销售费用	16,100.77	26.48	39,916.86	26.05	35,213.30	24.87	28,839.24	24.04
管理费用	3,615.70	5.95	7,249.62	4.73	5,919.39	4.18	4,943.56	4.12
研发费用	1,601.07	2.63	2,686.52	1.75	2,273.30	1.61	1,898.16	1.58
财务费用	342.46	0.56	683.44	0.45	1,153.04	0.81	130.40	0.11
合计	21,660.00	35.62	50,536.44	32.98	44,559.03	31.48	35,811.36	29.85

科目具体情况及分析说明：

报告期内，公司期间费用总额分别为 35,811.36 万元、44,559.03 万元、50,536.44 万元和 21,660.00 万元，占营业收入的比例分别为 29.85%、31.48%、32.98%和 35.62%。随着业务规模扩大，期间费用总额相应增加，费用率总体呈现上升趋势，其中销售费用是影响期间费用变动的主要因素。 2022 年至 2024 年，公司期间费用率逐年小幅上升，主要原因系销售费用随着公司销售规模的扩大持续增长。 2025 年 1-6 月，期间费用率进一步上升，主要原因是公司收入呈现明显的季节性特征，上半年通常为公司的销售淡季，营业收入相对较低，导致期间费用率较高。

1. 销售费用分析

(1) 销售费用构成情况

单位：万元

项目	2025 年 1 月—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 (%)
市场推广费	5,615.84	34.88	14,493.87	36.31	12,374.32	35.14	9,708.77	33.67
平台费用	5,549.63	34.47	15,717.08	39.37	15,578.41	44.24	12,609.37	43.72
仓储费	1,933.20	12.01	3,950.46	9.90	2,990.11	8.49	2,822.24	9.79
职工薪酬	2,004.48	12.45	3,821.62	9.57	3,027.20	8.60	2,596.78	9.00
折旧摊销费	333.09	2.07	768.27	1.92	455.17	1.29	402.16	1.39
股份支付	70.99	0.44	126.23	0.32	101.30	0.29	153.59	0.53
办公及差旅费	97.77	0.61	221.76	0.56	254.15	0.72	210.21	0.73

租赁及物业费	165.77	1.03	190.42	0.48	52.04	0.15	40.37	0.14
其他	330.00	2.05	627.15	1.57	380.61	1.08	295.74	1.03
合计	16,100.77	100.00	39,916.86	100.00	35,213.30	100.00	28,839.24	100.00

(2) 销售费用率与可比公司比较情况

公司名称	2025 年 1 月—6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
赛维时代（%）	36.57	37.78	35.67	35.32
三态股份（%）	20.99	21.26	18.17	19.60
华凯易佰（%）	26.41	25.09	23.43	24.64
千岸科技（%）	24.01	25.21	26.45	27.86
平均数（%）	27.00	27.33	25.93	26.85
发行人（%）	26.48	26.05	24.87	24.04
原因、匹配性分析	报告期内，公司销售费用率略低于同行业可比公司平均水平，主要是产品特性、经营策略不同所致，未构成显著差异。具体对比情况如下： ①与赛维时代相比，公司销售费用率较低，主要原因是赛维时代以服饰配饰类产品为主，该类产品通常需投入较高的市场推广费用。 ②与三态股份相比，公司销售费用率较高，主要由于双方经营策略存在差异：三态股份以泛品模式经营跨境电商零售业务，自有品牌产品收入占比较低，因此市场推广投入相对较少。 ③与华凯易佰、千岸科技相比，公司销售费用率与其较为接近，不存在显著差异。			

(3) 科目具体情况及分析说明

报告期内，公司销售费用分别为 28,839.24 万元、35,213.30 万元、39,916.86 万元和 16,100.77 万元，占营业收入的比例分别为 24.04%、24.87%、26.05%和 26.48%。随着业务规模扩大，公司销售费用相应增长，销售费用率总体呈上升趋势。 公司销售费用主要包括市场推广费、平台费用、仓储费和职工薪酬等，上述费用合计占各期销售费用的比例均在 95%左右，具体变动情况如下： ①市场推广费 市场推广费主要为亚马逊平台站内广告费、Google 搜索引擎站外广告费等线上广告服务费。报告期内，市场推广费分别为 9,708.77 万元、12,374.32 万元、14,493.87 万元和 5,615.84 万元，占营业收入的比例分别为 8.09%、8.74%、9.46%和 9.24%。随着公司经营业绩的增长，市场推广费金额同步上升；其占营业收入的比例略有提升，主要因公司持续加大品牌宣传投入所致。

②平台费用

平台费用主要为亚马逊平台销售佣金、Shopify 平台交易佣金等。报告期内，平台费用分别为 12,609.37 万元、15,578.41 万元、15,717.08 万元和 5,549.63 万元，占营业收入的比例分别为 10.51%、11.00%、10.26%和 9.13%。平台费用逐年增加，与公司在亚马逊平台的销售收入增长情况相匹配。

2024 年，公司整体的平台费用率有所下降，主要受销售平台收入结构变化影响。相较于亚马逊等第三方电商平台，Shopify（品牌官网）收取的平台费用较低。报告期内，公司亚马逊平台销售收入占主营业务收入的比例分别为 69.98%、73.63%、69.89%和 66.23%，品牌官网销售收入占主营业务收入的比例分别为 20.83%、20.87%、24.22%和 23.27%。2024 年，亚马逊平台销售收入占比下降，品牌官网占比上升，导致整体平台费用率降低。

③仓储费

公司仓储费用主要包括亚马逊平台 FBA 仓储费及第三方仓储费等。报告期内，仓储费分别为 2,822.24 万元、2,990.11 万元、3,950.46 万元和 1,933.20 万元，占营业收入的比例分别为 2.35%、2.11%、2.58%和 3.18%。随着经营规模扩大，公司仓储费金额同步增长，占营业收入的比例总体保持稳定。

2025 年 1-6 月，仓储费占营业收入的比例有所上升，主要原因是公司收入呈现明显的季节性特征，上半年通常为公司的销售淡季，营业收入规模相对较小，导致仓储费占营业收入的比例较高。

④职工薪酬

报告期内，销售费用中的职工薪酬分别为 2,596.78 万元、3,027.20 万元、3,821.62 万元和 2,004.48 万元，占营业收入的比例分别为 2.16%、2.14%、2.49%和 3.30%。随着公司经营规模不断扩大，销售人员数量增加，相应职工薪酬费用有所增长。

2. 管理费用分析

(1) 管理费用构成情况

项目	2025 年 1 月—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 (%)
职工薪酬	1,528.32	42.27	3,618.79	49.92	2,944.75	49.75	2,687.32	54.36
中介服务费	505.10	13.97	1,087.84	15.01	567.46	9.59	355.18	7.18
办公及水电费	293.72	8.12	493.85	6.81	552.13	9.33	342.73	6.93
折旧及摊销	513.39	14.20	858.41	11.84	641.78	10.84	623.57	12.61
股份支付	168.89	4.67	303.03	4.18	283.82	4.79	283.75	5.74
差旅及交通费	181.95	5.03	337.16	4.65	294.93	4.98	118.24	2.39
业务招待费	92.27	2.55	203.57	2.81	176.83	2.99	180.70	3.66
租赁及物业费	53.17	1.47	23.58	0.33	174.13	2.94	125.68	2.54
其他	278.87	7.71	323.38	4.46	283.56	4.79	226.40	4.58

合计	3,615.70	100.00	7,249.62	100.00	5,919.39	100.00	4,943.56	100.00

(2) 管理费用率与可比公司比较情况

√适用 □不适用

公司名称	2025 年 1 月—6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
赛维时代（%）	2.14	2.13	2.36	2.84
三态股份（%）	2.84	2.22	1.54	1.56
华凯易佰（%）	5.07	4.87	6.38	5.49
千岸科技（%）	3.63	3.87	3.51	3.16
平均数（%）	3.42	3.27	3.45	3.26
发行人（%）	5.95	4.73	4.18	4.12
原因、匹配性分析	报告期内，公司管理费用率略高于同行业可比公司平均水平，但不存在显著差异。同行业可比公司整体营业收入规模较大，由于收入基数大，规模效应明显，摊薄了费用率水平，因此其平均管理费用率相对较低。公司管理费用水平与自身业务规模及经营管理方式相适应，具有合理性。			

(3) 科目具体情况及分析说明

报告期内，公司管理费用分别为 4,943.56 万元、5,919.39 万元、7,249.62 万元和 3,615.70 万元，占营业收入的比例分别为 4.12%、4.18%、4.73%和 5.95%。2022 年度至 2024 年度，管理费用率基本保持稳定；2025 年 1-6 月，管理费用率增幅较大，主要受公司收入季节性特征的影响。

公司管理费用主要为职工薪酬、中介服务费、办公及水电费和折旧及摊销等，上述费用合计占各期管理费用的比例均在 80%左右，具体变动情况如下：

①职工薪酬

报告期内，管理费用中的职工薪酬金额分别为 2,687.32 万元、2,944.75 万元、3,618.79 万元和 1,528.32 万元，职工薪酬随公司管理人员数量增加而相应增长。

②中介服务费

报告期内，中介服务费金额分别为 355.18 万元、567.46 万元、1,087.84 万元和 505.10 万元。该项费用逐年增加，主要因公司筹备上市，相应审计、法律及税务咨询等费用增加。

③办公及水电费

报告期内，办公及水电费金额分别为 342.73 万元、552.13 万元、493.85 万元和 293.72 万元。2023 年度，办公及水电费较上年度增加 209.40 万元，主要原因为公司因业务需要增加了对办公软件的采购。

④折旧及摊销

报告期内，折旧及摊销金额分别为 623.57 万元、641.78 万元、858.41 万元和 513.39 万元，主要为固定资产和使用权资产的折旧与摊销。

2024 年，折旧及摊销费用较上年度增加 216.63 万元，主要因本年度公司位于东莞虎门的智能产品中心项目一期与二期达到预定可使用状态，由在建工程转入固定资产，相应折旧摊销增加。

3. 研发费用分析

(1) 研发费用构成情况

单位：万元

项目	2025 年 1 月—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 (%)
职工薪酬	1,265.64	79.05	2,365.82	88.06	1,956.15	86.05	1,519.36	80.04
直接投入费用	182.98	11.43	155.76	5.80	127.70	5.62	263.37	13.88
折旧及摊销	51.31	3.20	58.75	2.19	61.00	2.68	57.39	3.02
其他	101.14	6.32	106.19	3.95	128.44	5.65	58.04	3.06
合计	1,601.07	100.00	2,686.52	100.00	2,273.30	100.00	1,898.16	100.00

(2) 研发费用率与可比公司比较情况

√适用 □不适用

公司名称	2025 年 1 月—6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
赛维时代 (%)	1.08	1.16	1.34	0.97
三态股份 (%)	4.77	3.69	2.69	2.44
华凯易佰 (%)	0.75	0.73	1.00	1.17
千岸科技 (%)	1.71	1.60	1.43	1.55
平均数 (%)	2.08	1.80	1.62	1.53
发行人 (%)	2.63	1.75	1.61	1.58
原因、匹配性分析	报告期内，公司研发费用率和同行业可比公司平均水平基本一致，不存在显著差异。			

(3) 科目具体情况及分析说明

报告期内，公司研发费用分别为 1,898.16 万元、2,273.30 万元、2,686.52 万元和 1,601.07 万元，占营业收入的比例分别为 1.58%、1.61%、1.75%和 2.63%。2022 年至 2024 年，研发费用率基本保持稳定；2025 年 1-6 月比例较高，主要受公司收入季节性特征的影响，上半年收入规模较小。

公司研发费用主要为职工薪酬和直接投入费用，上述费用合计占各期研发费用的比例均在 90%

左右，具体变动情况如下：

①职工薪酬

报告期内，研发费用中的职工薪酬金额分别为 1,519.36 万元、1,956.15 万元、2,365.82 万元和 1,265.64 万元。职工薪酬持续增长，主要因公司高度重视产品研发设计及跨境电商全业务流程综合解决方案的数字化创新，报告期内持续加大研发投入，扩充研发团队并适当提高研发人员薪资水平。

②直接投入费用

公司直接投入费用主要为产品研发过程中的模具相关支出。报告期内，该项费用分别为 263.37 万元、127.70 万元、155.76 万元和 182.98 万元。

2023 年，直接投入费用较上年度减少 135.67 万元，主要因公司在 2022 年度的研发项目中，电动气泵、户外火炉等模具样品费支出较高；2024 年直接投入费用同比增加，主要原因是公司根据研发实际需求，持续推进新产品的开发和迭代，相应增加了模具等资源投入。

4. 财务费用分析

(1) 财务费用构成情况

单位：万元

项目	2025 年 1 月—6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
利息费用	247.90	552.12	433.24	551.79
减：利息资本化	-	-	-	-
减：利息收入	142.14	227.83	153.56	71.25
汇兑损益	-350.66	-1,104.14	-308.08	-1,334.15
银行手续费	587.36	1,463.29	1,181.45	984.01
其他	-	-	-	-
合计	342.46	683.44	1,153.04	130.40

(2) 财务费用率与可比公司比较情况

√适用 □不适用

公司名称	2025 年 1 月—6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
赛维时代	-0.41	-0.28	-0.07	-0.15
三态股份	0.31	0.15	0.18	0.78
华凯易佰	-0.62	-0.04	-0.28	-0.06
千岸科技	-1.64	0.13	-0.10	-0.19
平均数（%）	-0.59	-0.01	-0.07	0.09
发行人（%）	0.56	0.45	0.81	0.11
原因、匹配性分析	报告期内，公司财务费用率略高于同行业可比公司平均水平，主要受销售渠道结构及营收规模差异的影响。具体而言： 一方面，公司品牌官网收入占比高于同行业可比公司，该品牌官网基于			

	Shopify 搭建，需绑定手续费较高的第三方支付平台，导致公司的银行手续费增加；另一方面，赛维时代、华凯易佰等上市公司营收规模较大，其利息收入与汇兑收益相对较高，致使其财务费用率较低。

(3) 科目具体情况及分析说明

报告期内，公司财务费用分别为 130.40 万元、1,153.04 万元、683.44 万元和 342.46 万元，占营业收入的比例分别为 0.11%、0.81%、0.45%和 0.56%，占比较低。公司财务费用主要由利息费用、汇兑损益和银行手续费构成。

①利息费用

报告期内，公司利息费用分别为 551.79 万元、433.24 万元、552.12 万元和 247.90 万元，主要为银行借款所产生的利息。

②汇兑损益

报告期内，公司收入主要来源于中国境外并以美元、欧元结算，各期汇兑收益分别为 1,334.15 万元、308.08 万元、1,104.14 万元和 350.66 万元。为应对汇率波动风险，报告期内公司与银行签订了部分远期外汇合约，以降低潜在的汇兑损失。

③银行手续费

银行手续费主要为公司通过银行及 PayPal 等第三方支付平台收付款时支付的手续费。报告期内，该项费用分别为 984.01 万元、1,181.45 万元、1,463.29 万元和 587.36 万元，随着公司销售规模的扩大逐步增加。

5. 其他披露事项

无。

6. 主要费用情况总体分析

报告期内，公司期间费用总额分别为 35,811.36 万元、44,559.03 万元、50,536.44 万元和 21,660.00 万元，占营业收入的比例分别为 29.85%、31.48%、32.98%和 35.62%。随着业务规模扩大，期间费用总额相应增加，费用率总体呈上升趋势。其中，销售费用占各期费用总额的比例均在 70%以上，是影响期间费用变动的主要因素。

2022 年至 2024 年，公司期间费用率逐年小幅上升，主要原因系随着主营业务持续发展，公司市场推广费、平台费用、仓储费及销售人员薪酬等销售费用相应增长。

2025 年 1-6 月，期间费用率进一步上升，主要因公司收入呈现明显的季节性特征，上半年一般为销售淡季，营业收入相对较低，导致费用率较高。

(五) 利润情况分析

1. 利润变动情况

项目	2025 年 1 月—6 月		2024 年度		2023 年度		2022 年度	
	金额	营业收入占比 (%)	金额	营业收入占比 (%)	金额	营业收入占比 (%)	金额	营业收入占比 (%)
营业利润	4,747.26	7.81	13,149.42	8.58	12,176.22	8.60	9,621.67	8.02
营业外收入	38.96	0.06	39.73	0.03	27.14	0.02	27.67	0.02
营业外支出	100.74	0.17	400.40	0.26	88.98	0.06	170.21	0.14
利润总额	4,685.48	7.71	12,788.75	8.35	12,114.38	8.56	9,479.13	7.90
所得税费用	831.04	1.37	2,181.01	1.42	2,000.20	1.41	1,709.62	1.43
净利润	3,854.44	6.34	10,607.74	6.92	10,114.18	7.14	7,769.51	6.48

科目具体情况及分析说明:

报告期内，公司营业利润分别为 9,621.67 万元、12,176.22 万元、13,149.42 万元和 4,747.26 万元，公司利润总额主要来自营业利润，营业外收支对利润总额的影响较小。

2. 营业外收入情况

√适用 □不适用

(1) 营业外收入明细

项目	2025 年 1 月—6 月		2024 年度		2023 年度		2022 年度	
	金额	营业收入占比 (%)	金额	营业收入占比 (%)	金额	营业收入占比 (%)	金额	营业收入占比 (%)
赔偿收入	19.71		27.60		14.20		20.22	
无需支付款项	18.12		3.53		11.61		5.60	
保险理赔款	-		-		1.23		-	
其他	1.13		8.60		0.09		1.85	
合计	38.96		39.73		27.14		27.67	

(2) 科目具体情况及分析说明

报告期内，公司营业外收入分别为 27.67 万元、27.14 万元、39.73 万元和 38.96 万元，金额较小，主要由供应商赔偿款和无需支付款项构成。

3. 营业外支出情况

√适用 □不适用

单位：万元

项目	2025 年 1 月—6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
对外捐赠	0.20	4.05	-	0.50
滞纳金与赔偿金	100.21	380.38	75.63	167.37
非流动资产毁损 报废损失	0.33	-	10.25	0.02
其他	0.00	15.97	3.10	2.32
合计	100.74	400.40	88.98	170.21

科目具体情况及分析说明：

报告期内，公司营业外支出分别为 170.21 万元、88.98 万元、400.40 万元和 100.74 万元，主要由滞纳金与赔偿金构成，包括补缴以前年度所得税所产生的滞纳金，以及因延迟发货等原因支付的赔偿金。

4. 所得税费用情况

(1) 所得税费用表

单位：万元

项目	2025 年 1 月—6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
当期所得税费用	718.11	1,882.07	2,082.79	2,313.87
递延所得税费用	112.94	298.94	-82.59	-604.25
合计	831.04	2,181.01	2,000.20	1,709.62

(2) 会计利润与所得税费用调整过程

单位：万元

项目	2025 年 1 月—6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
利润总额	4,685.48	12,788.75	12,114.38	9,479.13
按适用税率 15%计算的所得 税费用	702.82	1,918.31	1,817.16	1,421.87
部分子公司适用不同税率 的影响	62.34	92.93	101.33	220.05
调整以前期间所得税的影 响	20.37	-0.49	-	-
税收优惠的影响	-	-	-	-
非应税收入的纳税影响	-	-	-	-22.34
不可抵扣的成本、费用和损 失的影响	-	-	-	-
使用前期未确认递延所得 税资产的可抵扣亏损的影 响	-	-	-	-
本期未确认递延所得税资 产的可抵扣暂时性差异或 可抵扣亏损的影响	-	-	-	-
不可抵扣的成本、费用和损	59.70	123.24	87.09	103.53

失的影响				
使用前期未确认递延所得税资产的可抵扣亏损的影响	-1.27	-	-	-
本期未确认递延所得税资产的可抵扣暂时性差异或可抵扣亏损的影响	1.48	4.00	1.09	5.06
税率变动对期初递延所得税余额的影响	-8.52	50.84	-	-19.45
其他	-5.88	-7.83	-6.47	0.89
所得税费用	831.04	2,181.01	2,000.20	1,709.62

(3) 科目具体情况及分析说明

报告期内，公司所得税费用包括当期所得税费用和递延所得税费用，各期所得税费用分别为 1,709.62 万元、2,000.20 万元、2,181.01 万元和 831.04 万元，与公司利润总额相匹配。

5. 其他披露事项

无。

6. 利润变动情况分析

报告期内，公司净利润主要来自营业利润，营业外收支对净利润的影响较小，所得税费用与利润总额相匹配。报告期各期，公司营业利润分别为 9,621.67 万元、12,176.22 万元、13,149.42 万元和 4,747.26 万元，利润总额分别为 9,479.13 万元、12,114.38 万元、12,788.75 万元和 4,685.48 万元；净利润分别为 7,769.51 万元、10,114.18 万元、10,607.74 万元和 3,854.44 万元，均呈逐年上升趋势。

整体来看，公司盈利能力持续增强，利润变动主要受收入增长及毛利率水平提升的共同影响。公司收入和毛利率变动的具体分析详见本节之“三、盈利情况分析”之“（一）营业收入分析”及“（三）毛利率分析”。

（六）研发投入分析

1. 研发投入构成明细情况

单位：万元

项目	2025 年 1 月—6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
职工薪酬	1,265.64	2,365.82	1,956.15	1,519.36
直接投入费用	182.98	155.76	127.70	263.37
折旧及摊销	51.31	58.75	61.00	57.39
其他	101.14	106.19	128.44	58.04
合计	1,601.07	2,686.52	2,273.30	1,898.16

研发投入占营业收入的比例（%）	2.63	1.75	1.61	1.58
原因、匹配性分析	报告期内，公司研发投入分别为 1,898.16 万元、2,273.30 万元、2,686.52 万元和 1,601.07 万元，占营业收入的比例分别为 1.58%、1.61%、1.75%和 2.63%。2022 年至 2024 年，该比例基本保持稳定；2025 年 1-6 月比例上升，主要受公司收入季节性特征的影响，上半年营业收入规模相对较低。 公司研发投入主要为职工薪酬和直接投入费用。报告期内，公司持续加大研发投入规模，不断增强自主研发和创新能力。			

科目具体情况及分析说明：

报告期内，公司研发投入均计入当期费用，不存在资本化的情形。研发费用具体分析详见本节之“三、盈利情况分析”之“（四）主要费用情况分析”之“3.研发费用分析”。

2. 报告期内主要研发项目情况

报告期内，公司研发费用按项目归集的情况如下：				
单位：万元				
项目名称	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
跨境库存数据智能分析系统研发项目	268.87	575.50	571.53	609.58
跨境电商网络技术研发项目	-	-	-	201.27
基于云架构服务的跨境电商卖家全流程管理系统的研发项目	139.58	373.57	434.20	-
桌面雕刻机系列产品研发项目	96.58	94.73	134.21	188.40
服装保暖技术研发项目	-	-	-	282.47
服装织物与加热技术融合研发项目	264.96	433.23	158.07	-
无线电 CB 电台产品研发项目	34.28	52.87	95.42	-
家庭小型气象站研发项目	-	60.35	52.57	-
智能玩具火车产品研发项目	25.49	63.38	-	-
智能厨余处理机的软硬件研发项目	133.95	91.12	-	-
锂电池保暖鞋类产品研发项目	24.05	53.42	-	-
单片机为核心的数据通讯产品研发项目	38.40	10.73	-	-
凉感技术产品研发项目	10.18	-	-	-
桌面雕刻机及控制软件 APP 的研发	75.24	126.20	196.69	53.03
桌面雕刻机的一系列改装配件产品研发项目	80.34	116.72	135.27	8.05

家用激光雕刻机产品研发项目	-	52.77	0.09	11.35
高速高压高耐用性气泵产品研发项目	48.42	22.68	-	72.16
多功能电脑外设产品研发项目	78.66	139.34	-	123.43
智能 WIFI 电子壁炉产品研发项目	46.96	30.13	56.12	22.91
户外火炉产品研发项目	-	49.11	18.89	55.20
宠物舍及喂食器产品研发项目	-	-	42.99	96.50
池塘融冰防冻设备产品研发项目	-	-	42.66	-
手工艺设备产品研发项目	41.92	61.08	138.64	80.64
智能家用环境电器产品研发项目	63.50	91.39	19.86	93.17
智能蓝牙加热系统及电池研发项目	111.21	159.27	176.07	-
多功能闪存双边激光测距仪研发项目	18.46	10.59	-	-
纸板堡垒搭建玩具研发项目	-	18.34	-	-
总计	1,601.07	2,686.52	2,273.30	1,898.16
其中：资本化金额	-	-	-	-
当期研发投入占营业收入的比重	2.63%	1.75%	1.61%	1.58%

3. 研发投入占营业收入比例与可比公司比较情况

√适用 □不适用

公司	2025年1月—6月	2024年度	2023年度	2022年度
赛维时代（%）	1.08	1.16	1.34	0.97
三态股份（%）	4.77	3.69	2.69	2.44
华凯易佰（%）	0.75	0.73	1.00	1.17
千岸科技（%）	1.71	1.60	1.43	1.55
平均数（%）	2.08	1.80	1.62	1.53
发行人（%）	2.63	1.75	1.61	1.58

科目具体情况及分析说明：

报告期内，公司研发投入占营业收入的比例和同行业可比公司平均水平基本一致，不存在显著差异。

4. 其他披露事项

无。

5. 研发投入总体分析

报告期内，公司研发投入全部费用化处理，研发费用总体分析详见本节之“三、盈利情况分析”之“（四）主要费用情况分析”之“3.研发费用分析”。

（七）其他影响损益的科目分析

1. 投资收益

√适用 □不适用

单位：万元

项目	2025 年 1 月—6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
权益法核算的长期股权投资收益	-	-	-36.56	-42.88
处置长期股权投资产生的投资收益	-	-	-37.13	-
丧失控制权后，剩余股权按公允价值重新计量产生的利得	-	-	-	-
交易性金融资产在持有期间的投资收益	-	-	-	-
其他权益工具投资在持有期间取得的股利收入	-	-	-	-
债权投资在持有期间取得的利息收入	-	-	-	-
其他债权投资在持有期间取得的利息收入	-	-	-	-
处置交易性金融资产取得的投资收益	-8.53	-25.64	-665.81	-772.41
处置债权投资取得的投资收益	-	-	-	-
处置其他债权投资取得的投资收益	-	-	-	-
以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产在持有期间的投资收益	-	-	-	-
处置以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产取得的投资收益	-	-	-	-
持有至到期投资在持有期间的投资收益	-	-	-	-
可供出售金融资产在持有期间的投资收益	-	-	-	-
处置可供出售金融资产取得的投资收益	-	-	-	-
处置持有至到期投资取得的投资收益	-	-	-	-
处置子公司产生的投资收益	-	-9.65	-3.45	-
合计	-8.53	-35.29	-742.94	-815.29

科目具体情况及分析说明：

报告期内，公司投资收益分别为-815.29 万元、-742.94 万元、-35.29 万元和-8.53 万元，主要由处置交易性金融资产取得的投资收益构成。因人民币兑美元汇率贬值，公司所持有的远期外汇合约产生亏损。

2022 年和 2023 年，公司权益法核算的长期股权投资收益主要为对持有联营企业安徽昆禾智能科技有限公司 30%股权所确认的投资亏损。

2023 年 7 月，公司与合肥方得始终智能科技合伙企业（有限合伙）签署股权转让协议，约定将所持有的安徽昆禾智能科技有限公司 30%股权以作价 100.00 万元转让给后者，并于 2023 年 12 月完成工商变更登记。公司因此于 2023 年度确认处置长期股权投资产生的投资收益-37.13 万元。

2. 公允价值变动收益

√适用 □不适用

单位：万元

项目	2025 年 1 月—6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
交易性金融资产	23.37	75.22	31.30	169.83
其中：衍生金融工具产生的公允价值变动收益	17.72	-	-	45.44
银行理财产品投资收益	5.65	75.22	31.30	124.39
交易性金融负债	-1.75	-	-55.94	-
其中：衍生金融工具产生的公允价值变动收益	-1.75	-	-55.94	-
按公允价值计量的投资性房地产	-	-	-	-
按公允价值计量的生物资产	-	-	-	-
以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产	-	-	-	-
以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债	-	-	-	-
合计	21.62	75.22	-24.64	169.83

科目具体情况及分析说明：

报告期内，公司公允价值变动损益分别为 169.83 万元、-24.64 万元、75.22 万元和 21.62 万元，主要为持有银行理财产品的投资收益及远期外汇合约的公允价值变动所构成。其中，2022 年度公允价值变动损益较大，主要由银行理财产品的投资收益构成。

3. 其他收益

√适用 □不适用

单位：万元

产生其他收益的来源	2025 年 1 月—6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
与资产相关的政府补助	28.15	56.30	56.30	28.10
与收益相关的政府补助	1.10	62.19	153.81	530.33
代扣个人所得税手续费返还	11.69	10.85	18.47	5.78
税费减免	7.31	8.36	27.59	17.17
合计	48.26	137.70	256.17	581.38

科目具体情况及分析说明：

报告期内，公司其他收益分别为 581.38 万元、256.17 万元、137.70 万元和 48.26 万元，主要为与资产及收益相关的政府补助。

4. 信用减值损失

√适用 □不适用

单位：万元

项目	2025 年 1 月—6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
应收账款坏账损失	16.53	37.41	18.65	1.24
其他应收款坏账损失	87.79	-10.63	-31.86	-19.27
长期应收款坏账损失	12.65	1.53	1.34	1.28
合计	116.97	28.31	-11.87	-16.76

科目具体情况及分析说明：

报告期内，公司信用减值损失分别为 16.76 万元、11.87 万元、-28.31 万元和-116.97 万元，由应收账款、其他应收款和长期应收款坏账损失组成。其中，2025 年 1-6 月信用减值损失金额较大，主要因转回应收亚马逊平台暂存款的信用减值所致。公司基于谨慎性原则，对存在减值迹象的资产合理计提减值，计提充分、审慎。

5. 资产减值损失

√适用 □不适用

单位：万元

项目	2025 年 1 月—6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
坏账损失	-	-	-	-
存货跌价损失	-1,358.25	-2,864.17	-2,080.68	-2,398.45
存货跌价损失及合同履约成本减值损失（新收入准则适用）	-	-	-	-
可供出售金融资产减值损失	-	-	-	-
持有至到期投资减值损失	-	-	-	-
长期股权投资减值损失	-	-	-	-
投资性房地产减值损失	-	-	-	-
固定资产减值损失	-	-	-	-
在建工程减值损失	-	-	-	-
生产性生物资产减值损失	-	-	-	-
油气资产减值损失	-	-	-	-
无形资产减值损失	-	-	-	-
商誉减值损失	-	-	-	-4.99
合同取得成本减值损失（新收入准则适用）	-	-	-	-
其他	-	-	-	-
合计	-1,358.25	-2,864.17	-2,080.68	-2,403.44

科目具体情况及分析说明：

报告期内，公司资产减值损失分别为 2,403.44 万元、2,080.68 万元、2,864.17 万元和 1,358.25 万元，主要为存货跌价损失，公司按照存货跌价政策计提存货跌价准备，计提充分、合理。

6. 资产处置收益

√适用 □不适用

单位：万元

项目	2025年1月—6月	2024年度	2023年度	2022年度
划分为持有待售的非流动资产处置收益	-	-	-	-
持有待售处置组处置收益	-	-	-	-
未划分为持有待售的非流动资产处置收益	-	-	-	-
其中：固定资产处置收益	1.14	-	-	-
无形资产处置收益	-	-	-	-
使用权资产处置收益	-127.29	3.15	2.02	-
合计	-126.14	3.15	2.02	-

科目具体情况及分析说明：

报告期内，公司资产处置收益分别为0万元、2.02万元、3.15万元和-126.14万元。2025年1-6月，资产处置收益为-126.14万元，主要系公司终止与东莞市海猫信息科技有限公司的租赁协议，确认相关使用权资产的处置损失149.39万元所致。

7. 其他披露事项

无。

四、 现金流量分析

（一） 经营活动现金流量分析

1. 经营活动现金流量情况

单位：万元

项目	2025年1月—6月	2024年度	2023年度	2022年度
经营活动产生的现金流量：				
销售商品、提供劳务收到的现金	59,934.65	158,553.45	143,659.35	121,594.66
收到的税费返还	1,961.47	5,347.37	6,607.16	6,213.67
收到其他与经营活动有关的现金	2,259.30	826.23	702.89	1,418.70
经营活动现金流入小计	64,155.42	164,727.06	150,969.40	129,227.03
购买商品、接受劳务支付的现金	46,063.03	100,038.31	96,883.87	74,994.55
支付给职工以及为职工支付的现金	6,129.28	10,083.94	7,987.78	6,735.74
支付的各项税费	4,058.47	5,856.17	4,167.47	2,780.52
支付其他与经营活动有关的现金	16,193.87	39,005.81	36,066.56	28,901.07
经营活动现金流出小计	72,444.64	154,984.24	145,105.69	113,411.89
经营活动产生的现金流量净额	-8,289.21	9,742.82	5,863.72	15,815.15

科目具体情况及分析说明：

报告期各期，公司经营活动产生的现金流量净额分别为 15,815.15 万元、5,863.72 万元、9,742.82 万元和-8,289.21 万元。公司经营活动现金流入主要来源于销售商品、提供劳务收到的现金；经营活动现金流出主要为购买商品、接受劳务支付的现金，以及支付其他与经营活动有关的现金。

2023 年，公司经营活动产生的现金流量净额较上年度减少 9,951.43 万元，同比下降 62.92%，主要原因为：随着 2023 年国际海运秩序回归常态，平台仓储出入库恢复正常，且公司 2023 年销售规模保持增长，为应对业务需求和外部环境变化，公司加大了备货力度，2023 年末存货余额同比增加 5,922.08 万元，增幅为 27.33%，导致本年度经营活动现金流量净额同比下降。

2025 年 1-6 月，公司经营活动产生的现金流量金额为负，主要原因包括：

（1）受季节性因素影响，公司销售及回款主要集中在下半年，而上半年需为下半年电商平台促销等活动提前备货，导致 2025 年 6 月末存货余额较上年末有所增加；同时，公司上半年按时支付供应商货款，使得上半年现金流体现为经营性净流出；

（2）随着销售规模扩大，公司上半年销售费用等经营性支出相应增加。

2. 收到的其他与经营活动有关的现金

√适用 □不适用

单位：万元

项目	2025 年 1 月—6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
政府补助	1.10	62.19	153.81	730.33
利息收入	26.23	51.42	130.92	54.71
收到的租金	193.26	14.11	27.23	45.52
收到的财政贴息	47.63	151.47	142.52	95.64
收到的押金保证金	22.37	391.26	94.41	326.84
收到的其他经营性现金	1,968.72	155.79	153.99	165.67
合计	2,259.30	826.23	702.89	1,418.70

科目具体情况及分析说明：

报告期内，公司收到的其他与经营活动有关的现金分别为 1,418.70 万元、702.89 万元、826.23 万元和 2,259.30 万元，主要为收到政府补助、租金、财政贴息和押金保证金等。其中，2025 年 1-6 月收到的其他经营性现金较大，主要为本期收到的亚马逊平台用于保障客户退款、索赔等需求预留的资金。

3. 支付的其他与经营活动有关的现金

√适用 □不适用

单位：万元

项目	2025 年 1 月—6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
销售费用支出	13,692.21	34,122.93	31,629.63	25,686.70

管理费用支出	1,250.07	2,422.18	2,060.48	1,388.15
研发费用支出	284.12	261.95	256.15	321.41
手续费支出	587.36	1,463.29	1,181.45	984.01
支付的押金保证金	29.10	193.62	190.55	383.19
其他支出	350.99	541.84	748.30	137.61
合计	16,193.87	39,005.81	36,066.56	28,901.07

科目具体情况及分析说明：

报告期内，公司支付的其他与经营活动有关的现金分别为 28,901.07 万元、36,066.56 万元、39,005.81 万元和 16,193.87 万元，主要为支付的销售、管理、研发等各项期间费用，以及银行手续费、租赁押金、施工保证金等。

4. 经营活动净现金流与净利润的匹配

单位：万元

项目	2025 年 1 月— 6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
净利润	3,854.44	10,607.74	10,114.18	7,769.51
加：资产减值准备	1,358.25	2,864.17	2,080.68	2,403.44
信用减值损失	-116.97	-28.31	11.87	16.76
固定资产折旧、油气资产折旧、 生产性生物资产折旧、投资性房 地产折旧	400.92	460.07	128.48	104.3
使用权资产折旧	491.48	987.79	689.13	656.27
无形资产摊销	27.85	21.28	5.12	15.72
长期待摊费用摊销	178.84	331.89	344.55	324.3
处置固定资产、无形资产和其他 长期资产的损失（收益以“-” 号填列）	126.14	-3.15	-2.02	0.00
固定资产报废损失（收益以“-” 号填列）	0.33	0.00	10.25	0.02
公允价值变动损失（收益以“-” 号填列）	-21.62	-75.22	24.64	-169.83
财务费用（收益以“-”号填列）	-171.04	-606.57	245.04	-703.12
投资损失（收益以“-”号填列）	8.53	35.29	742.94	815.29
递延所得税资产减少（增加以 “-”号填列）	112.94	298.94	-82.66	-603.96
递延所得税负债增加（减少以 “-”号填列）	-	-	-	-
存货的减少（增加以“-”号填 列）	-7,969.24	-8,170.71	-7,841.97	810.52
经营性应收项目的减少（增加以 “-”号填列）	1,451.53	-1,048.68	-1,006.83	1,097.13
经营性应付项目的增加（减少以 “-”号填列）	-8,252.16	3,639.04	46.18	2,873.73
其他	230.55	429.26	354.14	405.07

经营活动产生的现金流量净额	-8,289.21	9,742.82	5,863.72	15,815.15

5. 其他披露事项

无。

6. 经营活动现金流量分析

报告期内，公司经营活动产生的现金流量与营业收入、净利润的匹配关系如下：

单位：万元

项目	2025年1-6月	2024年度	2023年度	2022年度
销售商品、提供劳务收到的现金①	59,934.65	158,553.45	143,659.35	121,594.66
营业收入②	60,810.14	153,235.36	141,564.37	119,961.38
销售商品、提供劳务收到的现金占营业收入的比例（③=①/②）	98.56%	103.47%	101.48%	101.36%
经营活动产生的现金流量净额④	-8,289.21	9,742.82	5,863.72	15,815.15
净利润⑤	3,854.44	10,607.74	10,114.18	7,769.51
经营活动产生的现金流量净额与净利润的差异（⑥=④-⑤）	-12,143.65	-864.92	-4,250.46	8,045.64

（1）经营现金流量与经营成果匹配情况

报告期内，公司销售商品、提供劳务收到的现金分别为 121,594.66 万元、143,659.35 万元、158,553.45 万元和 59,934.65 万元，占营业收入的比例分别为 101.36%、101.48%、103.47%和 98.56%，各期销售商品、提供劳务收到的现金与营业收入具有匹配性。

（2）经营活动现金流量净额与净利润匹配情况

报告期内，公司经营活动产生的现金流净额与净利润的差异分别为 8,045.64 万元、-4,250.46 万元、-864.92 万元和-12,143.65 万元。

①2022 年，公司经营活动产生的现金流净额远大于净利润，差异主要为“经营性应付项目的增加”“资产减值准备”和“经营性应收项目的减少”等项目，具体情况如下：

A.本期“经营性应付项目的增加”为 2,873.73 万元，主要为应交税费和计提预计负债的增加，公司根据适用税率计提应交税费金额；根据销售商品的预计退回概率，计提相应的预计负债，前述项目均不影响当期经营性现金流量。

B.本期“资产减值准备”为 2,403.44 万元，主要为存货跌价损失，资产减值准备直接影响公司利润情况，公司按照存货跌价政策计提存货跌价准备。

C.本期“经营性应收项目的减少”为 1,097.13 万元，主要为应收出口退税金额的减少。

②2023 年，公司经营活动产生的现金流净额小于净利润，差异主要为“存货的减少”和“经营性应收项目的减少”等项目，具体情况如下：

A.本期“存货的减少”为-7,841.97 万元，即存货增加 7,841.97 万元，公司 2023 年销售规模保持增长，为应对业务需求和外部环境变化，公司加大了备货力度，影响了公司经营活动的净现金流。

B.本期“经营性应收项目的减少”为-1,006.83 万元，即经营性应收项目增加 1,006.83 万元，主要为应收平台暂存款及暂付款金额的增加。

③2024 年，公司经营活动产生的现金流量净额与净利润之间的差额较小。

④2025 年 1-6 月，公司经营活动产生的现金流净额小于净利润，差异主要为“经营性应付项目的增加”和“存货的减少”等项目，具体情况如下：

A.本期“经营性应付项目的增加”为-8,252.16 万元，即经营性应付项目减少 8,252.16 万元，主要为公司应付供应商货款及预计负债的计提项目较少。2025 年上半年，公司按与供应商约定的信用期进行货款支付，且上半年相较下半年采购金额较小，因此应付账款余额较少；同时公司上半年根据退货情况转回计提的预计负债导致经营性应付项目减少。

B.本期“存货的减少”主要为-7,969.24 万元，即存货增加 7,969.24 万元，主要为公司为下半年销售旺季的采购提前备货所致。

（二） 投资活动现金流量分析

1. 投资活动现金流量情况

单位：万元

项目	2025年1月—6月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
投资活动产生的现金流量：				
收回投资收到的现金	1,099.00	25,700.00	10,700.00	44,002.00
取得投资收益收到的现金	5.92	87.90	140.54	135.97
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	1.48	-	-	0.07
处置子公司及其他营业单位收到的现金净额	-	-	-	-
收到其他与投资活动有关的现金	18,820.81	30,320.94	3,573.82	180.62
投资活动现金流入小计	19,927.21	56,108.83	14,414.37	44,318.67
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	4,289.01	2,502.43	7,578.57	4,299.63
投资支付的现金	1,826.25	24,218.84	10,827.22	44,255.52
取得子公司及其他营业单位支付的现金净额	-	-	-	-
支付其他与投资活动有关的现金	12,924.54	27,032.33	10,269.92	3,510.43

投资活动现金流出小计	19,039.80	53,753.60	28,675.71	52,065.59
投资活动产生的现金流量净额	887.41	2,355.23	-14,261.34	-7,746.92

科目具体情况及分析说明：

报告期内，公司投资活动产生的现金流量净额分别为-7,746.92 万元、-14,261.34 万元、2,355.23 万元和 887.41 万元。公司投资活动现金流入主要为赎回交易性金融资产及定期存款等取得的现金，投资活动现金流出主要为购买交易性金融资产、定期存款及购建固定资产等支付的现金。其中，购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金分别为 4,299.63 万元、7,578.57 万元、2,502.43 万元和 4,289.01 万元，主要为报告期内建设公司智能产品中心及购买公司总部用地所支付的现金。

2. 收到的其他与投资活动有关的现金

√适用 □不适用

单位：万元

项目	2025 年 1 月—6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
收到定期存款收回的现金及利息	18,798.22	30,284.07	3,507.35	13.98
融资租赁出租业务收到的现金	22.59	30.68	63.03	63.03
取得子公司及其他营业单位收到的现金净额	-	-	-	79.00
收回投资保证金	-	6.19	3.44	24.61
合计	18,820.81	30,320.94	3,573.82	180.62

科目具体情况及分析说明：

报告期内，公司收到的其他与投资活动有关的现金分别为 180.62 万元、3,573.82 万元、30,320.94 万元和 18,820.81 万元，主要为赎回定期存款等收回的现金及利息。

3. 支付的其他与投资活动有关的现金

√适用 □不适用

单位：万元

项目	2025 年 1 月—6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
定期存款支付的现金	12,924.54	27,031.30	10,269.92	3,482.30
支付投资保证金	-	1.03	-	28.13
合计	12,924.54	27,032.33	10,269.92	3,510.43

科目具体情况及分析说明：

报告期内，公司支付的其他与投资活动有关的现金分别为 3,510.43 万元、10,269.92 万元、

27,032.33 万元和 12,924.54 万元，主要为购买定期存款等支付的现金。

4. 其他披露事项

无。

5. 投资活动现金流量分析：

报告期内，公司投资活动产生的现金流量净额分别为-7,746.92 万元、-14,261.34 万元、2,355.23 万元和 887.41 万元，公司投资活动的现金流主要为公司根据资金情况购买及赎回交易性金融资产、定期存款等，同时公司在报告期内建设智能产品中心及购买公司总部用地所支付的现金亦构成投资活动所支付的现金。

（三） 筹资活动现金流量分析

1. 筹资活动现金流量情况

单位：万元

项目	2025年1月— 6月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
筹资活动产生的现金流量：				
吸收投资收到的现金	-	-	-	-
取得借款收到的现金	3.60	7,795.64	15,016.13	9,914.69
发行债券收到的现金	-	-	-	-
收到其他与筹资活动有关的现金	1,765.08	-	-	-
筹资活动现金流入小计	1,768.68	7,795.64	15,016.13	9,914.69
偿还债务支付的现金	3,893.80	10,776.21	6,669.40	11,002.99
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	137.66	2,495.25	2,442.94	1,836.33
支付其他与筹资活动有关的现金	673.59	3,008.14	1,344.20	635.33
筹资活动现金流出小计	4,705.05	16,279.60	10,456.54	13,474.66
筹资活动产生的现金流量净额	-2,936.37	-8,483.96	4,559.59	-3,559.97

科目具体情况及分析说明：

报告期内，公司筹资活动产生的现金流量净额分别为-3,559.97 万元、4,559.59 万元、-8,483.96 万元和-2,936.37 万元。公司筹资活动主要为取得借款、偿还债务及分配股利等活动，公司根据经营资金需求情况进行借款及偿还债务，结合盈利及资金情况等综合考虑并对股东进行股利分配。

2. 收到的其他与筹资活动有关的现金

√适用 □不适用

单位：万元

项目	2025 年 1 月—6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
收到借款保证金	1,765.08	-	-	-
合计	1,765.08	-	-	-

科目具体情况及分析说明：

2025 年 1-6 月，公司收到其他与筹资活动有关的现金 1,765.08 万元，为收回的借款保证金。该笔保证金系公司因置换土地抵押所需，于 2024 年向银行支付 1,765.08 万元作为质押保证金，并于本期收回。

3. 支付的其他与筹资活动有关的现金

√适用 □不适用

单位：万元

项目	2025 年 1 月—6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
支付租赁付款额	673.59	1,164.65	828.00	635.33
支付少数股东股权转让款	-	78.40	516.20	-
存入借款保证金	-	1,765.08	-	-
合计	673.59	3,008.14	1,344.20	635.33

科目具体情况及分析说明：

报告期内，公司支付的其他与筹资活动有关的现金分别为 635.33 万元、1,344.20 万元、3,008.14 万元和 673.59 万元，主要用于支付租赁款、少数股东股权转让款及借款保证金。其中，租赁款主要为承租东莞尚景城品牌孵化园、美国自营仓而支付的款项；少数股东股权转让款系公司收回东莞海尚、东莞栩晖、东莞尚爵的少数股东权益而支付的款项；存入借款保证金为公司于 2024 年因置换土地抵押需要，向银行支付 1,765.08 万元作为质押保证金，该笔款项已于 2025 年收回。

4. 其他披露事项

无。

5. 筹资活动现金流量分析：

报告期内，公司筹资活动产生的现金流量净额分别为-3,559.97 万元、4,559.59 万元、-8,483.96 万元和-2,936.37 万元，公司筹资活动主要为取得借款、偿还债务及分配股利等活动。

2022 年、2024 年以及 2025 年 1-6 月，公司筹资活动现金流量净流出主要为偿还银行借款、支付股利以及租赁款等。

2023 年，公司筹资活动产生的现金流量净流入 4,559.59 万元，主要系公司为加大备货力度而从

银行取得借款金额较大所致。

五、 资本性支出

报告期内，公司购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金分别为 4,299.63 万元、7,578.57 万元、2,502.43 万元和 4,289.01 万元，主要为公司建设智能产品中心及公司总部所支付的资金，上述支出均与公司主营业务相关。

截至本招股说明书签署日，公司除利用本次发行募集资金投资项目外，无其他可预见的重大资本性支出计划。本次发行募集资金投资项目均与公司主营业务相关，不涉及跨行业投资的情形，具体情况详见本招股说明书“第九节 募集资金运用”。

六、 税项

（一） 主要税种及税率

税种	计税依据	税率			
		2025 年 1 月—6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
增值税	以按税法规定计算的销售货物和应税劳务收入为基础计算销项税额，扣除当期允许抵扣的进项税额后，差额部分为应交增值税	6%、9%、13%	6%、9%、13%	6%、9%、13%	6%、9%、13%
消费税	-	-	-	-	-
教育费附加	实际缴纳的流转税税额	3%	3%	3%	3%
城市维护建设税	实际缴纳的流转税税额	1%、5%、7%	1%、5%、7%	1%、7%	1%、7%
企业所得税	应纳税所得额	8.25%、15%、16.5%、20%、21%、25%	15%、16.5%、20%、21%、25%	15%、16.5%、20%、21%、25%	15%、16.5%、20%、21%、25%
房产税	从价计征的，按房产原值一次减除 30% 后余值的 1.2% 计缴；从租计征的，按租金收入的 12% 计缴	1.2%、12%	1.2%、12%	1.2%、12%	1.2%、12%
地方教育费附加	实际缴纳的流转税税额	2%	2%、1%	2%、1%	2%、1%
海外间接税	根据不同国家与地区的法规要求根据适用税率计缴				

存在不同企业所得税税率纳税主体的说明：

√适用 □不适用

纳税主体名称	所得税税率			
	2025 年 1 月—6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
尚睿科技	15%	15%	15%	15%
尚之睿	20%	20%	25%	15%
东莞踏燕	25%	20%	20%	20%
睿景城	25%	25%	25%	25%
香港尚睿	16.5%	16.5%	16.5%	16.5%
LTC	16.5%	16.5%	16.5%	16.5%
Katmai	16.5%	16.5%	16.5%	16.5%
Rainier	16.5%	16.5%	16.5%	16.5%
Wise	16.5%	16.5%	16.5%	16.5%
Sequoia	16.5%	16.5%	16.5%	16.5%
Sino-America	16.5%	16.5%	16.5%	16.5%
Diamond	16.5%	16.5%	16.5%	16.5%
Nonshan	16.5%	16.5%	16.5%	16.5%
美国尚睿	联邦所得税：21%； 州所得税：适用各 州所得税	联 邦 所 得 税： 21%；州所得税： 适用各州所得税	联 邦 所 得 税： 21%；州所得税： 适用各州所得税	联 邦 所 得 税： 21%；州所得税： 适用各州所得税
Razorri	联邦所得税：21%； 州所得税：适用各 州所得税	联 邦 所 得 税： 21%；州所得税： 适用各州所得税	联 邦 所 得 税： 21%；州所得税： 适用各州所得税	联 邦 所 得 税： 21%；州所得税： 适用各州所得税
Sain3	联邦所得税：21%； 州所得税：适用各 州所得税	联 邦 所 得 税： 21%；州所得税： 适用各州所得税	联 邦 所 得 税： 21%；州所得税： 适用各州所得税	联 邦 所 得 税： 21%；州所得税： 适用各州所得税
Langis	联邦所得税：21%； 州所得税：适用各 州所得税	联 邦 所 得 税： 21%；州所得税： 适用各州所得税	联 邦 所 得 税： 21%；州所得税： 适用各州所得税	联 邦 所 得 税： 21%；州所得税： 适用各州所得税
Vastmind	联邦所得税：21%； 州所得税：适用各 州所得税	联 邦 所 得 税： 21%；州所得税： 适用各州所得税	联 邦 所 得 税： 21%；州所得税： 适用各州所得税	联 邦 所 得 税： 21%；州所得税： 适用各州所得税
Esupreme	联邦所得税：21%； 州所得税：适用各 州所得税	联 邦 所 得 税： 21%；州所得税： 适用各州所得税	联 邦 所 得 税： 21%；州所得税： 适用各州所得税	联 邦 所 得 税： 21%；州所得税： 适用各州所得税
Macrowealth	联邦所得税：21%； 州所得税：适用各 州所得税	联 邦 所 得 税： 21%；州所得税： 适用各州所得税	联 邦 所 得 税： 21%；州所得税： 适用各州所得税	联 邦 所 得 税： 21%；州所得税： 适用各州所得税
DTC IP	联邦所得税：21%； 州所得税：适用各 州所得税	联 邦 所 得 税： 21%；州所得税： 适用各州所得税	联 邦 所 得 税： 21%；州所得税： 适用各州所得税	联 邦 所 得 税： 21%；州所得税： 适用各州所得税
West Ryder	联邦所得税：21%； 州所得税：适用各 州所得税	联 邦 所 得 税： 21%；州所得税： 适用各州所得税	联 邦 所 得 税： 21%；州所得税： 适用各州所得税	联 邦 所 得 税： 21%；州所得税： 适用各州所得税
Feinrich	15%	15%	15%	15%
除上述以外的其他 纳税主体	20%	20%	20%	20%

具体情况及说明：

无。

（二） 税收优惠

√适用 □不适用

1、所得税优惠

（1）公司于 2022 年 12 月 22 日被认定为高新技术企业（证书编号 GR202244005252），有效期为三年。根据《中华人民共和国企业所得税法》规定，公司享受相关所得税优惠政策，2022 年至 2024 年按 15%的税率计缴企业所得税。公司已向有关主管部门提交高新技术企业申请认定，目前正在审核中。根据国家税务总局公告 2017 年第 24 号，企业的高新技术企业资格期满当年，在通过重新认定前，其企业所得税暂按 15%的税率预缴。2025 年 1-6 月公司按 15%的税率计缴企业所得税。

（2）尚之睿于 2020 年 12 月 9 日被认定为高新技术企业（证书编号 GR202044012387），有效期为三年。根据《中华人民共和国企业所得税法》规定，享受相关所得税优惠政策，2020 年至 2022 年按 15%的税率计缴企业所得税；尚之睿于 2024 年开始符合小型微利企业标准，按 20%的税率缴纳企业所得税。

（3）根据《财政部税务总局关于进一步支持小微企业和个体工商户发展有关税费政策的公告》（财政部税务总局公告 2023 年第 12 号）的规定，东莞雷震、东莞尚晋、东莞瑞纳、圣诺林、东莞栩晖、码尚智造、东莞尚爵、尚景城、沃热科技、钛戈科技、睿尚佳瑜符合小型微利企业标准，自 2022 年 1 月 1 日至 2027 年 12 月 31 日，对小型微利企业减按 25%计算应纳税所得额，按 20%的税率缴纳企业所得税。

（3）在香港利得税两级制下，香港子公司合计利润首 200 万港元应评税利润的利得税率降至 8.25%。

2、附加税及其他税费优惠

（1）尚之睿、东莞雷震、东莞尚晋、东莞瑞纳、圣诺林、东莞栩晖、码尚智造、东莞尚爵、尚景城、沃热科技、钛戈科技、睿尚佳瑜符合《财政部税务总局关于进一步支持小微企业和个体工商户发展有关税费政策的公告》（财政部税务总局公告 2023 年第 12 号）的规定，自 2023 年 1 月 1 日至 2027 年 12 月 31 日，减半征收资源税（不含水资源税）、城市维护建设税、房产税、城镇土地使用税、印花税（不含证券交易印花税）、耕地占用税和教育费附加、地方教育附加。

（2）根据财政部、税务总局《关于全面推开营业税改征增值税试点的通知》（财税〔2016〕36 号），公司符合《跨境应税行为适用增值税零税率和免税政策的规定》中向境外单位提供的完全在境外消费的专业技术服务免征增值税。

（三） 其他披露事项

无。

七、 会计政策、估计变更及会计差错

（一） 会计政策变更

√适用 □不适用

1. 会计政策变更基本情况

单位：元

期间/时点	会计政策变更的内容	审批程序	受影响的报表项目名称	原政策下的账面价值	新政策下的账面价值	影响金额
2022 年度	执行《企业会计准则解释第 15 号》相关规定	国家统一会计制度要求，无需公司内部审议	对报表项目无影响	-	-	-
2022 年度	执行《企业会计准则解释第 16 号》相关规定	国家统一会计制度要求，无需公司内部审议	对报表项目无影响	-	-	-
2023 年度	执行《企业会计准则解释第 16 号》相关规定	国家统一会计制度要求，无需公司内部审议	对报表项目无影响	-	-	-
2023 年度	执行《公开发行证券的公司信息披露解释性公告第 1 号——非经常性损益（2023 年修订）》相关规定	国家统一会计制度要求，无需公司内部审议	对报表项目无影响	-	-	-
2024 年度	执行《企业会计准则解释第 17 号》相关规定	国家统一会计制度要求，无需公司内部审议	对报表项目无影响	-	-	-
2024 年度	执行《企业会计准则解释第 18 号》相关规定	国家统一会计制度要求，无需公司内部审议	对报表项目无影响	-	-	-

具体情况及说明：

1、2022 年度主要会计政策变更的说明

（1）公司自 2022 年 1 月 1 日起执行财政部发布的《企业会计准则解释第 15 号》“关于企业将固定资产达到预定可使用状态前或者研发过程中产出的产品或副产品对外销售的会计处理”和

“关于亏损合同的判断”等相关规定，该项会计政策变更对公司财务报表无影响。

(2) 公司自 2022 年 11 月 30 日起执行财政部发布的《企业会计准则解释第 16 号》“关于发行方分类为权益工具的金融工具相关股利的所得税影响的会计处理”和“关于企业将以现金结算的股份支付修改为以权益结算的股份支付的会计处理”等相关规定，该项会计政策变更对公司财务报表无影响。

2、2023 年度主要会计政策变更的说明

(1) 公司自 2023 年 1 月 1 日起执行财政部发布的《企业会计准则解释第 16 号》“关于单项交易产生的资产和负债相关的递延所得税不适用初始确认豁免的会计处理”相关规定，该项会计政策变更对公司财务报表无影响。

(2) 公司自 2023 年 12 月 22 日起执行证监会发布的《公开发行证券的公司信息披露解释性公告第 1 号—非经常性损益（2023 年修订）》相关规定，该项会计政策变更对公司财务报表无影响。

3、2024 年度主要会计政策变更的说明

(1) 公司自 2024 年 1 月 1 日起执行财政部发布的《企业会计准则解释第 17 号》“关于流动负债与非流动负债的划分”“关于供应商融资安排的披露”和“关于售后租回交易的会计处理”等相关规定，该项会计政策变更对公司财务报表无影响。(2) 公司自 2024 年 12 月 6 日起执行财政部发布的《企业会计准则解释第 18 号》“关于不属于单项履约义务的保证类质量保证的会计处理”等相关规定，该项会计政策变更对公司财务报表无影响。

2. 首次执行新金融工具准则、新收入准则、新租赁准则调整首次执行当年年初财务报表相关项目情况

☐适用 ☒不适用

(二) 会计估计变更

☐适用 ☒不适用

(三) 会计差错更正

☒适用 ☐不适用

1. 追溯重述法

☒适用 ☐不适用

单位：万元

期间	会计差错更正的内容	批准程序	受影响的各个比较期间报表项目名称	累积影响数
2022-2024 年度、2025 年 1-6 月	详见“具体情况及说明”	第二届董事会第十六次会议通过	详见本节“七、会计政策、估计变更及会计差错”之“(三)会计差错更正”之“1.追溯重述法”。	

具体情况及说明：

根据《企业会计准则第 28 号——会计政策、会计估计变更和差错更正》和《全国中小企业股份转让系统挂牌公司持续监管指引第 5 号——财务信息更正》（股转公告[2025]186 号）的相关规定，公司对前期差错事项进行更正，涉及 2022-2024 年度、2025 年 1-6 月财务报表。

天健会计师出具了《尚睿科技股份有限公司重要前期差错更正情况的鉴证报告》（天健审[2025]7-756 号），对公司因前期差错追溯调整 2022-2024 年度、2025 年 1-6 月财务报表进行了专项鉴证。公司对报告期内财务报表和数据的调整事项如下：

（1）公司于 2022-2025 年 6 月期间对管理费用与研发费用的划分不准确，进行重分类调整，调整后对公司利润总额、净利润不产生影响。

（2）公司于 2024 年末对应收租金款项的科目划分不准确，进行应收账款与其他应收款的重分类调整，调整后对资产总额不产生影响。

（3）公司于 2022-2025 年 6 月期间对财政贴息划分为经常性损益不准确，由经常性损益调整至非经常性损益，相应形成的更正不涉及报表金额变动。

前期会计差错对比较期间财务报表主要数据的影响如下：

单位：万元

项目	2025 年 6 月 30 日和 2025 年半年度			
	调整前	影响数	调整后	影响比例
资产总计	87,171.34	-	87,171.34	-
负债合计	26,834.45	-	26,834.45	-
未分配利润	35,327.00	-	35,327.00	-
归属于母公司所有者权益合计	59,422.20	-	59,422.20	-
少数股东权益	914.68	-	914.68	-
所有者权益合计	60,336.89	-	60,336.89	-
营业收入	60,810.14	-	60,810.14	-
净利润	3,854.44	-	3,854.44	-
其中：归属于母公司所有者的净利润	4,285.47	-	4,285.47	-
少数股东损益	-431.02	-	-431.02	-
管理费用	3,578.58	37.11	3,615.70	1.04%
研发费用	1,638.19	-37.11	1,601.07	-2.27%
非经常性损益	-57.49	40.48	-17.01	-70.42%
扣除非经常性损益后的归属于公司普通股股东的净利润	4,342.95	-40.48	4,302.47	-0.93%
项目	2024 年 12 月 31 日和 2024 年年度			
	调整前	影响数	调整后	影响比例
资产总计	97,649.55	-	97,649.55	-
负债合计	39,343.07	-	39,343.07	-

未分配利润	33,041.53	-	33,041.53	-
归属于母公司所有者权益合计	56,960.78	-	56,960.78	-
少数股东权益	1,345.71	-	1,345.71	-
所有者权益合计	58,306.49	-	58,306.49	-
营业收入	153,235.36	-	153,235.36	-
净利润	10,607.74	-	10,607.74	-
其中：归属于母公司所有者的净利润	10,591.22	-	10,591.22	-
少数股东损益	16.52	-	16.52	-
管理费用	7,159.55	90.07	7,249.62	1.26%
研发费用	2,776.59	-90.07	2,686.52	-3.24%
应收账款	1,945.34	102.07	2,047.41	5.25%
其他应收款	2,520.53	-102.07	2,418.46	-4.05%
非经常性损益	-229.58	128.67	-100.90	-56.05%
扣除非经常性损益后的归属于公司普通股股东的净利润	10,820.80	-128.67	10,692.12	-1.19%
项目	2023 年 12 月 31 日和 2023 年年度			
	调整前	影响数	调整后	影响比例
资产总计	88,986.24	-	88,986.24	-
负债合计	39,887.90	-	39,887.90	-
未分配利润	24,770.70	-	24,770.70	-
归属于母公司所有者权益合计	47,720.15	-	47,720.15	-
少数股东权益	1,378.19	-	1,378.19	-
所有者权益合计	49,098.34	-	49,098.34	-
营业收入	141,564.37	-	141,564.37	-
净利润	10,114.18	-	10,114.18	-
其中：归属于母公司所有者的净利润	9,875.90	-	9,875.90	-
少数股东损益	238.28	-	238.28	-
管理费用	5,831.12	88.27	5,919.39	1.51%
研发费用	2,361.56	-88.27	2,273.30	-3.74%
非经常性损益	-464.30	120.38	-343.92	-25.93%
扣除非经常性损益后的归属于公司普通股股东的净利润	10,340.20	-120.38	10,219.82	-1.16%
项目	2022 年 12 月 31 日和 2022 年年度			
	调整前	影响数	调整后	影响比例
资产总计	69,821.33	-	69,821.33	-
负债合计	28,654.53	-	28,654.53	-
未分配利润	17,667.28	-	17,667.28	-
归属于母公司所有者权益合计	39,305.71	-	39,305.71	-
少数股东权益	1,861.09	-	1,861.09	-
所有者权益合计	41,166.80	-	41,166.80	-
营业收入	119,961.38	-	119,961.38	-
净利润	7,769.51	-	7,769.51	-
其中：归属于母公司所有者的净利润	7,703.62	-	7,703.62	-
少数股东损益	65.88	-	65.88	-
管理费用	4,858.30	85.26	4,943.56	1.75%
研发费用	1,983.42	-85.26	1,898.16	-4.30%
非经常性损益	-175.95	81.29	-94.65	-46.20%

扣除非经常性损益后的归属于公司普通股股东的净利润	7,879.57	-81.29	7,798.28	-1.03%

2. 未来适用法

☐适用 ☒不适用

八、 发行人资产负债表日后事项、或有事项及其他重要事项

（一） 财务报告审计截止日后主要财务信息及经营状况

☒适用 ☐不适用

1、审计机构的审阅意见

公司财务报告审计截止日为 2025 年 6 月 30 日，天健会计师对公司 2025 年 9 月 30 日的合并及母公司资产负债表，2025 年 1-9 月的合并及母公司利润表、合并及母公司所有者权益变动表、合并及母公司现金流量表以及财务报表附注进行了审阅，并出具《审阅报告》（天健审[2025]7-755 号）：“根据我们的审阅，我们没有注意到任何事项使我们相信财务报表没有按照企业会计准则的规定编制，未能在所有重大方面公允反映尚睿科技公司合并及母公司的财务状况、经营成果和现金流量。”

2、公司的专项声明

公司及全体董事、审计委员会委员、高级管理人员保证公司 2025 年 1-9 月财务报表所载资料不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对其内容的真实性、准确性及完整性承担个别及连带责任。

公司负责人、主管会计工作负责人及会计机构负责人保证公司 2025 年 1-9 月财务报表真实、准确、完整。

3、财务报告截止日后主要财务信息

（1）合并资产负债表主要数据

单位：万元

项目	2025 年 9 月 30 日	2024 年 12 月 31 日	变动比例
资产总额	93,465.39	97,649.55	-4.28%
负债总额	33,672.99	39,343.07	-14.41%
所有者权益合计	59,792.39	58,306.49	2.55%

截至 2025 年 9 月末，公司资产总额为 93,465.39 万元，较 2024 年末下降 4.28%，主要原因是公司于 2025 年 1-9 月支付了 2024 年末的应交税费、工程款和职工薪酬等，导致公司负债大幅减少，同时，资产总额亦有所降低。

（2）合并利润表及现金流量表主要数据

单位：万元

项目	2025 年 1-9 月	2024 年 1-9 月	变动比例
营业收入	91,987.64	80,930.05	13.66%
营业利润	4,176.47	4,025.79	3.74%
利润总额	4,094.46	4,068.32	0.64%
净利润	3,288.05	3,115.57	5.54%
归属于母公司所有者的净利润	3,708.02	3,105.11	19.42%
扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润	3,670.36	3,036.14	20.89%
经营活动产生的现金流量净额	-15,582.63	-11,156.96	39.67%

2025 年 1-9 月，公司营业收入为 91,987.64 万元，较上年同期增长 13.66%；归属于母公司所有者的净利润为 3,708.02 万元，同比增长 19.42%；扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润为 3,670.36 万元，同比增长 20.89%，主要系数码科技类、家居生活类产品销售收入增加所致。

2025 年 1-9 月，公司经营活动产生的现金流量净额为-15,582.63 万元，较上年同期增长 39.67%，主要系随着经营规模扩大，相应采购支出、销售费用及管理费用等支出增加所致。

(3) 非经常性损益表主要财务数据

单位：万元

项目	2025 年 1-9 月
非流动性资产处置损益，包括已计提资产减值准备的冲销部分	-127.57
计入当期损益的政府补助，但与公司正常经营业务密切相关、符合国家政策规定、按照确定的标准享有、对公司损益产生持续影响的政府补助除外	166.05
除同公司正常经营业务相关的有效套期保值业务外,非金融企业持有金融资产和金融负债产生的公允价值变动损益以及处置金融资产和金融负债产生的损益	14.45
除上述各项之外的其他营业外收入和支出	-80.58
其他符合非经常性损益定义的损益项目	-3.58
小计	-31.23
减：企业所得税影响数	-21.48
少数股东权益影响额（税后）	-47.40
非经常性损益净额	37.66

2025 年 1-9 月，公司非经常性损益净额为 37.66 万元，主要为当期获得的政府补助、非流动资产处置损益等。

4、财务报告审计截止日后的主要经营状况

财务报告审计截止日至本招股说明书签署日，公司经营情况良好，产业政策、税收政策、市场环境、主要客户及供应商、业务模式及竞争趋势等方面未发生重大不利变化，未发生其他可能影响投资者判断的重大事项。

(二) 重大期后事项

☐适用 ☒不适用

(三) 或有事项

☐适用 ☒不适用

(四) 其他重要事项

☐适用 ☒不适用

九、 滚存利润披露

☒适用 ☐不适用

根据公司 2025 年第四次临时股东会决议通过的《关于公司向不特定合格投资者公开发行股票并在北京证券交易所上市前滚存利润分配方案的议案》，本次发行前滚存未分配利润在本次发行完成后由新老股东按发行完成后的持股比例共同享有。

第九节 募集资金运用

一、 募集资金概况

（一）本次募集资金投资项目概况

经公司第二届董事会第十五次会议和 2025 年第四次临时股东会审议通过，公司本次拟向不特定合格投资者公开发行人民币普通股不超过 523.20 万股（未考虑超额配售选择权），本次发行募集资金扣除发行费用后，将按轻重缓急顺序依次投资于以下项目：

单位：万元

序号	项目名称	拟投资总额	募集资金投入金额	实施主体
1	总部运营管理中心建设项目	23,363.74	23,363.74	尚睿科技
2	研发设计中心升级建设项目	5,040.51	5,040.51	尚睿科技
3	品牌建设和渠道推广项目	3,734.00	3,734.00	尚睿科技
合计		32,138.25	32,138.25	-

本次发行募集资金到位前，公司可以根据实际需要调整募投项目的实际进度，先行以自有资金支付项目所需款项，待募集资金到位后予以置换。本次发行募集资金到位后，若实际募集资金净额少于以上项目所需资金总额，则不足部分由公司通过自有资金或其他方式自筹解决；若本次发行募集资金超过项目预计资金使用需求，公司将根据中国证监会和北交所的相关规定使用超募资金。

（二）募集资金管理制度及专户储存安排

公司已根据相关法律、法规及规范性文件的要求，建立了募集资金专项存储制度，明确了募集资金存储、使用和管理的内部控制制度，确保本次募集资金的规范使用与管理。本次发行完成后，募集资金将存放于经董事会批准的专项账户进行集中管理，同时公司将与保荐机构、存放募集资金的商业银行签署三方监管协议。公司将严格按照《募集资金管理制度》对募集资金进行管理，并基于募集资金投资项目建设规划及实际经营需要，合理安排资金投入。

（三）募集资金投资项目与公司主营业务、经营规模、财务状况、技术水平、管理能力和发展目标相适应的依据

1、与公司现有主营业务相适应

公司专注于自主品牌产品的开发与设计，并主要依托线上第三方电商平台及自有品牌官网开展全球销售业务。其产品覆盖功能性服饰、数码科技、家居生活和创客硬件等多个领域，让终端消费者享受到外观时尚、功能实用、品质优良的商品。此次募集资金所投入的项目，旨在全面提升运营管理效率，提高公司的产品设计与创新水平，升级品牌营销推广体系，进一步增强核心竞争实力，与公司当前主营业务高度协同，符合长远发展战略需求。

2、与公司经营规模相适应

报告期内，公司营业收入分别为 119,961.38 万元、141,564.37 万元、153,235.36 万元和 60,810.14 万元，整体保持增长态势。这一表现主要得益于公司积极的发展战略与持续强化的品牌影响力。通过推进本次募集资金投资项目，公司将进一步推进新产品研发与设计，持续推出具备自主知识产权与创新特性的产品。这将有助于巩固公司的市场竞争优势，抢占并拓展市场空间，为公司的长期可持续发展提供支撑。

3、与公司财务状况相适应

报告期内，公司持续优化产品结构，增加重点产品品类的资源投入，同时通过品牌价值提升与市场渠道深化，实现了稳健的利润水平与持续的成长动能，从而为本次募集资金投资项目的顺利推进与长期运营提供了坚实的财务基础和资源保障。

4、与公司技术水平相适应

公司凭借持续的技术研发与创新实践，其技术能力和行业影响力已获得业界的广泛认可与多项权威认证，并积累了包括专利、软件著作权在内的多元知识产权成果。公司构建了梯队完整、专业背景多元的研发团队，并建立了系统化的研发管理流程与创新机制，为本次募集资金投资项目的高效推进与成果转化提供了坚实保障。

5、与公司管理能力相适应

公司已建立起符合上市公司标准的规范化治理架构与完善的内控机制。管理团队核心成员稳定，并在跨境电商领域深耕多年，积累了深厚的行业认知和运营管理经验，能够敏锐洞察行业发展趋势与方向变化，从而为募集资金投资项目的高效实施提供坚实保障。

6、与公司发展目标相适应

公司将继续秉持可持续发展理念，将产品创新与品质提升作为核心战略方向。通过持续推进产品创新与设计优化，不断增强产品竞争力、品牌影响力与创新能力，进而系统性提升品牌的市场认知度与声誉，强化整体市场地位。本次募集资金投资项目与公司现有主营业务紧密衔接，并高度契合公司制定的长远发展目标。

（四）募集资金投资项目涉及审批、核准或备案程序的情况

序号	项目名称	项目备案情况	项目环评
1	总部运营管理中心建设项目	2412-441900-04-01-607599	不适用
2	研发设计中心升级建设项目	2412-441900-04-01-607599	不适用
3	品牌建设和渠道推广项目	2510-441900-04-04-524975	不适用

（五）募集资金投资项目符合国家产业政策、环境保护、土地管理以及其他法律、法规和规章

的规定

本次募集资金投资项目已在相关部门备案或审批，符合国家产业政策以及其他法律、法规和规章的规定。

（六）募集资金投资项目对同业竞争和发行人独立性的影响

本次募集资金投资项目均为与公司主营业务相关的项目，实施主体为尚睿科技，不涉及与他人合资或合作的情形，实施后不会产生同业竞争，亦不会对公司的独立性产生不利影响。

二、 募集资金运用情况

（一）总部运营管理中心建设项目

1、项目概况

本项目拟在东莞松山湖高新技术产业开发区投资建设综合总部运营管理中心。该项目将构建集研发设计、品质管控、智能仓储、运营管理于一体的现代化总部基地，通过技术创新驱动和数字化管理提升，实现向品牌化、智能化跨境电商生态的全面升级。项目建成后，将会强化公司供应链协同效率和海外市场响应能力，为公司实现可持续高质量发展奠定坚实基础。

本项目计划总投资金额为 23,363.74 万元，建设期为 24 个月。

2、项目的必要性与可行性分析

（1）项目的必要性分析

①项目建设符合公司业务规模不断壮大的需要

随着业务规模的快速增长和市场竞争的日益激烈，公司自主品牌战略对产品研发、品质管控和供应链管理提出了更高要求。特别是在公司自主品牌收入占比较高的背景下，公司需要进一步强化产品设计开发能力、样品测试验证能力以及对供应商的品质管控能力。同时，跨境电商业务的特殊性要求公司必须具备快速响应全球市场变化的能力，需要产品开发、采购、营销、客服等各个环节的高度协同和高效运作。

本项目通过建设集办公、运营、研发功能为一体的综合性总部大楼，将为公司构建起支撑未来发展的核心能力平台。项目建成后，将显著提升公司在产品创新设计、样品开发测试、品质验证等方面的核心竞争力。同时，综合性总部的建成将有力支撑公司的国际化发展战略，为展示公司实力、深化国际合作提供重要平台，进一步提升公司的品牌影响力和市场竞争力。因此，本项目建设符合公司业务规模不断扩大的需求。

②项目建设有利于优化办公环境，提升公司运营效率

本项目计划通过建设集办公、运营、研发等多功能于一体的现代化总部大楼，实施智慧园区管理，通过物联网技术实现办公环境的智能化运行。此外，稳定且先进的办公环境有助于增强员工的归属感和创新活力，降低人才流失率。同时，新的总部大楼将成为公司数字化转型成果的最佳展示窗口，有助于提升客户信任度和行业影响力。

③项目建设有利于提升公司系统稳定性和数据资源运用效率

随着公司跨境电商出口业务规模的不断扩大、人员数量的持续增长，经营过程中产生了庞大的信息与数据资源。现有的信息化管理体系在功能模块扩展、数据调用与展示等方面存在一定局限，难以及时支撑业务增长需求。

本次项目中的信息化建设将对现有系统进行架构升级和功能优化，涵盖库存管理、销售分析、物流管理、采购等多个环节，提升系统间的协同和数据互通能力。在技术层面，通过对先进数智技术的引入，公司能够高效处理、深度分析和智能整合业务进度、物流仓储、供应链数据等多维信息，实现数据的自动分类、关联分析与智能检索。这不仅可以提升数据处理速度和准确性，降低人力成本，优化业务流程，还能增强结果的一致性与可追溯性，为管理层提供更精准的决策支持。

因此，本项目的实施将在优化数据处理的基础上，全面提升系统功能的智能化水平和运行的稳定性，减少潜在的不稳定风险，显著提高数据资源的利用效率，为公司在全球跨境电商市场的持续扩张和战略决策提供坚实的技术保障。

（2）项目的可行性分析

①项目实施符合国家产业发展政策

跨境电商产业是我国国民经济的重要组成部分。近年来，随着经济的发展和人民生活水平的提高，国家愈发重视该产业的发展、规范和完善，并将其作为政策重点。商务部于 2024 年 4 月发布了《数字商务三年行动计划（2024-2026 年）》，明确指出将促进跨境电商出口，优化跨境电商出口监管方式。通过组织跨境电商综试区开展平台和卖家出海等专项行动，支持跨境电商赋能产业带，引导传统外贸企业发展跨境电商。此外，还将建立线上线下融合、境内境外联动的营销服务体系，提升海外仓的专业化、规模化、智能化水平。国家还陆续颁布了《关于促进外贸稳定增长的若干政策措施》《进一步优化口岸营商环境促进企业通关便利十六条措施》等多项政策，积极促进跨境电商发展，推进海外智慧物流平台建设，指导企业应对国外不合理贸易限制，推动绿色贸易创新。

综上所述，跨境电商行业前景广阔，本项目的实施符合我国产业发展政策。

②跨境电商行业的快速发展，为公司产品提供广阔的市场支撑

跨境电商在我国进出口贸易领域展现出巨大的发展潜力，成为推动我国外贸发展的重要力量。根据中国海关总署的统计，2018-2024 年，我国跨境电商进出口总额由 1.06 万亿元增长至 2.71 万亿

元，其中，跨境出口电商行业依靠国内日趋完善的供应链以及国内电商行业积累的领先优势，实现了快速发展。根据中国海关总署的统计，在 2024 年跨境电商出口额约 2.15 万亿元，同比增长 16.9%，占货物贸易出口总值的 8.5%。因此，广阔的市场前景为本项目的顺利实施奠定了良好的市场基础。

③公司的数字化系统为本项目实施提供技术支撑

公司自设立以来高度重视数字化系统对业务发展的长远推进作用，且积累了较为丰富的数字化经验。目前，公司正围绕数字化系统的功能模块、底层架构等方面持续进行迭代升级，同时强化多场景数据融合分析能力，为公司在信息化系统建设方面建立了一定的优势。因此，公司所具备的信息化建设经验和创新能力，为本项目建设提供了坚实的技术支撑。

3、项目投资概算

本项目预计投资总额为 23,363.74 万元，构成情况如下：

序号	项目	项目资金（万元）	占比
1	建设投资	19,402.10	83.04%
1.1	工程费用	16,439.72	70.36%
1.1.1	建筑工程费	12,699.72	54.36%
1.1.2	设备购置费	3,740.00	16.01%
1.2	工程建设其他费用	1,976.00	8.46%
1.3	预备费	986.38	4.22%
2	信息化建设	1,561.64	6.68%
3	铺底流动资金	2,400.00	10.27%
4	项目总投资	23,363.74	100.00%

4、项目实施计划

项目实施的进度安排主要是指项目工程规划设计、基础设施建设及装修、项目设备购置安装调试、人员招聘及培训等工作安排。根据本项目的建设规模、实施条件以及建设的迫切性和项目建设的外部条件等各种因素，并综合项目总体发展目标，确定建设期为 24 个月，实施进度安排如下：

项目	建设期第 1 年				建设期第 2 年			
	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4
工程规划设计、基础设施建设								
装修								
设备购置								
设备安装调试								
员工招聘及培训								
验收								

5、项目备案、用地及环评情况

（1）本项目已履行了项目建设所需的备案程序，并取得了相应的投资项目备案证明。

（2）本项目的建设地点选址为东莞市松山湖状元路与状元北路交汇处西北侧，截至本招股说明书签署日，公司已取得项目用地的不动产权证书。

（3）根据国家生态环境部发布的《建设项目环境影响评价分类管理名录（2021 年版）》，本项目属于不需要编制建设项目环境影响报告书、环境影响报告表或者填报环境影响登记表的项目，无需履行项目环评备案程序。

（二）研发设计中心升级建设项目

1、项目概况

本项目将根据公司业务发展规划对产品开发中心进行升级扩容，在公司跨境电商业务快速发展的背景下，产品开发中心将结合公司现有品类发展情况及行业未来发展趋势，重点对功能性服饰、数码科技、家居生活和创客硬件等品类进行深度开发。项目将引进一批先进的研发硬件设备、软件设备与专业技术人才，建立一个结构更完善、研发测试能力更强的研发中心。项目建成后，将成为集产品设计、产品开发、产品调试为一体的研发中心，改善公司的研发环境，进一步提高公司的技术研发质量和工作效率。

本项目计划总投资金额为 5,040.51 万元，建设期为 36 个月。

2、项目的必要性与可行性分析

（1）项目的必要性分析

①项目建设有利于提升公司产品研发设计实力

近年来，国内出口产品结构转型升级，个性化、品牌化、高科技产品比重上升，海外消费者对中国品牌的认知度和信任度逐年提高，充分反映出海外消费者的个性化需求和制造业的智能化趋势。公司致力于自主品牌战略，开展品牌出海业务，为海外消费者提供高质量、个性化、智能化的产品。

为应对海外消费者对产品个性化需求，公司计划通过本项目升级产品研发中心，引进先进设备和研发人员，加大产品研发设计力度，围绕市场需求开展研发课题，开发优化产品功能。本项目建设完成后，将极大地提升公司产品研发设计能力，快速响应市场需求，从而提升公司产品竞争力，进而提高公司品牌影响力，建立公司高品质的国际形象。

②项目建设有利于提升公司核心竞争力

公司是产品驱动型企业，产品技术研发水平是公司核心竞争力的体现，是公司全球化、品牌化

的核心驱动力。公司需要紧跟行业的发展趋势，实现产品的技术领先优势。公司的产品诸如功能性服饰、数码科技、家居生活和创客硬件等具有产品更新快、市场需求差异大的特点，故产品设计研发能力是企业参与竞争的基础。为紧跟市场技术发展趋势和消费者需求，公司需进一步加强研发体系建设、扩大研发团队规模，增强公司的技术储备，确保公司产品研发水平、市场份额处于行业较高水平。产品研发设计中心项目的建设将进一步提高公司的核心竞争力。

(2) 项目的可行性分析

①公司具备完善的产品研发体系

在产品研发过程中，公司根据市场数据反馈结合外部市场调研，分析研判市场发展趋势，不断创新产品设计，并进行产品开发、规划管理、保持产品的市场竞争力。同时，为了加强对研究工作的管理，充分调动技术研发人员的积极性和创造性，公司建立了一套完善的研发管理及奖励制度，制定了明确的考核目标及程序，公平、合理的评价技术人员的工作业绩，对研发项目立项、验收、项目经费核算、研发人员绩效考核等进行规范化管理，确保研发项目按时、按质、按量完成。

②公司优秀的研发团队为本项目的实施提供了人才基础

经过多年的经营，公司通过内部培养和外部引进相结合的方式，已形成一支专业结构合理、研发经验丰富、梯队建设完善的技术研发团队。公司主要研发技术人员拥有丰富的研发经验和较高的研发水平，且研发团队核心人员架构稳定。专业的人才储备是公司研发能力与产品设计的主要依托，为公司在产品设计、研发、品牌管理等方面的长远良好发展提供了有力保证。未来，公司还将通过自行培养和外部引进更多的高素质研发人员，在现有技术基础之上，不断加快技术研发和产品迭代速度。

3、项目投资概算

本项目预计投资总额为 5,040.51 万元，构成情况如下：

序号	项目	项目资金（万元）	占比
1	建设投资	3,010.51	59.73%
1.1	工程费用	2,840.10	56.35%
1.1.1	建筑工程费	1,409.00	27.95%
1.1.2	设备购置费	1,431.10	28.39%
1.2	预备费	170.41	3.38%
2	产品开发费用	2,030.00	40.27%
3	项目总投资	5,040.51	100.00%

4、项目实施计划

根据本项目的建设规模、实施条件以及建设的迫切性和项目建设的外部条件等各种因素，并综

合项目总体发展目标，确定建设期为 36 个月，实施进度安排如下：

内容	建设期第 1 年				建设期第 2 年				建设期第 3 年			
	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4
前期工程与基建工程												
场地装修												
人员调动、招募及培训												
设备购置及安装调试												
开展课题研究												

5、项目备案、用地及环评情况

（1）本项目已履行了项目建设所需的备案程序，并取得了相应的投资项目备案证明。

（2）本项目的建设地点选址为东莞市松山湖状元路与状元北路交汇处西北侧，截至本招股说明书签署日，公司已取得项目用地的不动产权证书。

（3）根据国家生态环境部发布的《建设项目环境影响评价分类管理名录（2021 年版）》，本项目属于不需要编制建设项目环境影响报告书、环境影响报告表或者填报环境影响登记表的项目，无需履行项目环评备案程序。

（三）品牌建设和渠道推广项目

1、项目概况

本项目旨在系统提升公司的品牌知名度，通过整合线上线下资源，开展全渠道品牌传播与营销活动。项目实施后，将有效拓展公司产品的用户覆盖范围，实现更广泛的宣传触达，推动品牌形象实现整体性、体系化升级，进而增强公司在行业内的综合影响力与市场竞争优势。

本项目计划总投资金额为 3,734.00 万元，建设期为 36 个月。

2、项目的必要性与可行性分析

（1）项目的必要性分析

①提升公司的品牌影响力，巩固市场地位

品牌是公司的核心价值，公司通过品牌与消费者建立情感连接，具有重要的战略意义。公司凭借系统性的品牌培育与全渠道推广，能够有效提升市场认知度，塑造积极的品牌形象，进而吸引更多广泛的消费者群体，增强用户忠诚度。公司以跨境电商 B2C 业务为主，已成功培育出包括 ororo、TURBRO、Genmitsu、SainSmart、Airthereal 在内的多个自主品牌，在功能性服饰、数码科技、家居生活及创客硬件等细分领域展现出创新活力与增长潜力。面向未来，公司将持续强化品牌体系构建

与推广渠道开拓，并适时规划新品牌孵化，以不断巩固和提升其整体品牌资产。

本项目的实施将致力于扩大品牌影响力，系统性增强公司的品牌建设与运营能力，有助于更有效地向目标受众传递品牌价值理念，深化消费者认知，逐步构建起忠诚的客户基础，从而全面提升公司在市场中的竞争力。

②精准把握市场脉搏，通过多元化的营销手段为业务增长赋能

公司需要在当前的跨境电商行业中密切追踪行业脉搏，通过持续迭代多元化的营销策略来提升整体运营效能。自创立伊始，公司始终积极关注市场动态，不断探索和应用新型推广渠道，以增强产品的市场渗透力。随着移动互联网的深入普及和社交媒体平台的演进，跨境电商营销模式正呈现出跨平台、多维度、立体化的发展特征。为此，公司需进一步拓宽营销路径，构建更为广泛的渠道网络，从而有效推动销售规模与盈利能力的同步增长。

本项目的推进将助力公司强化营销体系与渠道布局，拓展更广泛的销售触点，深化与消费者的互动连接，激发其对产品更丰富的感知与体验。此外，公司将利用数据平台构建精准用户画像，实施个性化营销策略，从而提升营销效率。

（2）项目的可行性分析

①公司具备较为完善的内部管理体系

公司经过长期的实践积累，已构建起一套稳健且高效的管理体系和治理架构。该体系以科学的决策流程、敏捷的市场响应能力以及系统的风险防控机制为核心支撑，确保了组织运行的有序与协同。同时，各部门均建立了规范的内部管理制度与工作流程，形成了层次清晰、权责明确的制度框架。这套成熟的内控与管理体系，能够为本项目的顺利推进提供坚实的组织保障与制度基础。

②公司具备丰富的营销推广经验

公司在长期的市场实践中，已在产品推广与品牌营销领域积累了深厚的经验。公司始终敏锐把握电商行业的演进脉搏，充分释放主流电商模式的增长潜力，积极顺应新媒体环境下营销渠道多元化的趋势，持续拓展销售网络。目前，公司已形成多元化的营销方式，能快速高效地挖掘电商平台流量分发方式和品牌渠道推广方式，从而确保市场投入的精准性。基于此，本项目在渠道构建与品牌推广方面具备扎实的实践基础与可行性。

③公司拥有成熟的营销团队

公司经过长期积累，已组建一支专业素养深厚、实战经验丰富的营销团队。该团队能够精准把握跨境电商领域的趋势变化，深刻理解消费者行为模式，并据此制定卓有成效的品牌建设与市场推广策略。凭借持续的专业沉淀与品牌耕耘，团队有力推动了公司产品的市场认知与品牌影响力的提升，为本项目的顺利执行奠定了坚实的运营基础。

3、项目投资概算

本项目预计投资总额为 3,734.00 万元，构成情况如下：

序号	项目	项目资金（万元）	占比
1	线上推广	2,440.00	65.35%
1.1	线上广告渠道	2,350.00	62.94%
1.2	社交媒体 KOL 合作	90.00	2.41%
2	线下推广	630.00	16.87%
2.1	活动赞助	450.00	12.05%
2.1.1	线下赛事	100.00	2.68%
2.1.2	球队赞助	350.00	9.37%
2.2	展会	80.00	2.14%
2.3	外部企划	100.00	2.68%
3	售后服务网点建设	130.00	3.48%
4	人员薪酬	534.00	14.30%
5	项目总投资	3,734.00	100.00%

4、项目实施计划

根据本项目的建设规模、实施条件以及建设的迫切性和项目建设的外部条件等各种因素，并综合项目总体发展目标，确定建设期为 36 个月，实施进度安排如下：

内容	建设期第 1 年				建设期第 2 年				建设期第 3 年			
	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4
线上推广												
线下推广												
售后服务网点建设												
人员招聘与培训												

5、项目备案、用地及环评情况

（1）本项目已履行了项目建设所需的备案程序，并取得了相应的投资项目备案证明。

（2）本项目拟选址于广东省东莞市，利用公司目前现有租赁场地实施，不涉及新取得土地或房产。

（3）根据国家生态环境部发布的《建设项目环境影响评价分类管理名录（2021 年版）》，本项目属于不需要编制建设项目环境影响报告书、环境影响报告表或者填报环境影响登记表的项目，无需履行项目环评备案程序。

三、 历次募集资金基本情况

无。

四、 其他事项

无。

第十节 其他重要事项

一、 尚未盈利企业

报告期内，公司持续盈利，不属于尚未盈利企业。

二、 对外担保事项

☐适用 ☒不适用

三、 可能产生重大影响的诉讼、仲裁事项

☐适用 ☒不适用

四、 控股股东、实际控制人重大违法行为

报告期内，公司控股股东、实际控制人不存在重大违法行为。

五、 董事、高级管理人员重大违法行为

报告期内，公司董事、高级管理人员不存在重大违法行为。

六、 其他事项

无。

第十一节 投资者保护

一、公司投资者关系的主要安排

公司按照《公司法》《证券法》《上市公司信息披露管理办法》《北京证券交易所股票上市规则》等有关规定，制定了上市后适用的《公司章程（草案）》《信息披露管理制度》以及《投资者关系管理制度》，保障投资者依法享有获取公司信息、参与重大决策和享有资产收益等股东权利，切实保护投资者的合法权益。

（一）信息披露制度和流程

公司《信息披露管理制度》对信息披露的总则、信息披露的范围和内容、信息披露的管理、信息披露的保密措施等事项作了具体约定，有助于加强公司与投资者之间的信息沟通，提升规范运作和公司治理水平，切实保护投资者的合法权益。公司建立并逐步完善公司治理与内部控制体系，组织机构运行良好，经营管理规范，保障投资者的知情权、决策参与权，切实保护投资者的合法权益。

（二）投资者沟通渠道的建立情况

公司根据《公司法》《证券法》《北京证券交易所股票上市规则》及其他法律、法规的规定，制定了《投资者关系管理制度》，以明确公司投资者关系管理的目的和基本原则，规范投资者关系管理的工作内容与方式、组织与实施等，完善公司内部控制。

公司董事会秘书负责公司信息披露事务，协调公司信息披露工作，组织制定公司信息披露管理制度，督促公司及相关信息披露义务人遵守信息披露相关规定。

董事会秘书	王文辉
联系电话	0769-22223923
传真号码	0769-22223923
电子信箱	ir@sainstore.com
公司网址	https://www.sainstore.com.cn

（三）未来开展投资者关系管理的规划

未来公司将积极拓宽与投资者沟通的渠道，力争实现线上、线下沟通交流无障碍，使投资者能够及时了解公司最新的经营策略与财务状况。同时，公司将主动听取投资者的意见、建议并给予相应的反馈，从而实现公司与投资者之间的双向沟通，营造良性互动的沟通氛围。

二、公司股利分配政策

（一）发行后的股利分配政策

根据本次公开发行股票并上市后将生效的《公司章程（草案）》，有关股利分配的主要规定如

下：

1、利润分配原则

公司的利润分配应充分重视对投资者的合理投资回报，利润分配政策应保持连续性和稳定性，并坚持如下原则：

- （1）按法定顺序分配的原则；
- （2）存在未弥补亏损，不得向股东分配利润的原则；
- （3）同股同权、同股同利的原则；
- （4）公司持有的本公司股份不得参与分配利润的原则。

2、利润分配的形式

公司可以采取现金、股票或者现金与股票相结合的方式分配利润；利润分配不得超过累计可分配利润的范围，不得损害公司持续经营能力。

3、利润分配的期间间隔

公司在具备利润分配的条件下，原则上每年度进行一次利润分配，董事会可以根据公司的盈利及资金需求状况提议公司进行中期现金或股票股利分配。

4、利润分配的顺序

公司在具备现金分红条件下，应当优先采用现金分红进行利润分配。

5、利润分配的条件和比例

（1）现金分配的条件和比例：在公司当年实现的净利润为正数且当年末公司累计未分配利润为正数，且现金流充裕，实施现金分红不会影响公司后续持续经营，审计机构对公司的该年度财务报告出具标准无保留意见的审计报告；满足前述条件的情况下，应当采取现金方式分配股利，公司原则上每年进行一次现金分红，单一年度以现金方式分配的利润不少于当年实现的可分配利润的10%。

（2）发放股票股利的具体条件：公司根据累计可供分配利润、公积金及现金流状况，在保证足额现金分红及公司股本规模合理的前提下，综合考虑公司成长性、每股净资产摊薄等因素，可以采用发放股票股利方式进行利润分配，具体分红比例由公司董事会审议通过后提交股东会审议决定。

（3）公司董事会应当综合考虑公司所处行业特点、发展阶段、自身经营模式、盈利水平以及是否有重大资金支出安排等因素，区分下列情形，并按照本章程规定的程序，提出差异化的现金分红政策：

①公司发展阶段属成熟期且无重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 80%；

②公司发展阶段属成熟期且有重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 40%；

③公司发展阶段属成长期且无重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 25%；

④公司发展阶段属成长期且有重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 20%。

公司发展阶段不易区分的，如无重大资金支出安排，可以按照上述第③项规定处理；如有重大资金支出安排，可以按照上述第④项规定处理。

股东会授权董事会每年在综合考虑公司所处行业特点、发展阶段、自身经营模式、盈利水平以及是否有重大资金支出安排等因素，根据上述原则提出当年利润分配方案。上述重大资金支出安排是指以下情形之一：①公司未来十二个月内拟对外投资、收购资产或购买设备累计支出达到或超过公司最近一期经审计净资产的 50%，且绝对金额超过 5,000 万元；②公司未来十二个月内拟对外投资、收购资产或购买设备累计支出达到或超过公司最近一期经审计总资产的 30%。

上述重大资金支出安排事项需经公司董事会批准并提交股东会审议通过。

6、利润分配政策的研究论证程序和决策机制

（1）公司董事会应在充分考虑公司持续经营能力、保证生产正常经营及发展所需资金和重视对投资者的合理投资回报的前提下，研究论证利润分配的预案。

（2）公司董事会制定具体的利润分配方案时，应遵守法律法规和本章程规定的利润分配政策；在公司实现盈利的年度，董事会制定的利润分配方案中不含现金分红内容或未达到本章程规定的最低现金分红比例时，董事会应当对留存的当年未分配利润的使用计划安排或原则进行说明；独立董事应当就利润分配方案的合理性发表独立意见。

（3）董事会和股东会在有关决策和论证过程中应当充分考虑独立董事的意见。

7、利润分配政策的调整

公司如因外部经营环境或者自身经营状况发生较大变化而需要调整利润分配政策的，调整后的利润分配政策不得违反相关法律法规的规定。有关调整利润分配政策的议案需经公司董事会审议后，方能提交股东会批准，独立董事应当对利润分配政策的调整发表独立意见。公司应以股东权益保护为出发点，在股东会提案中详细论证和说明原因，并充分考虑独立董事的意见。股东会在审议利润分配政策调整时，须经出席会议的股东所持表决权的三分之二以上表决同意。

下列情况为前款所称的外部经营环境或者自身经营状况的较大变化：

- （1）国家制定的法律法规及行业政策发生重大变化，非因公司自身原因导致公司经营亏损；
- （2）出现地震、台风、水灾、战争等不能预见、不能避免并不能克服的不可抗力因素，对公司生产经营造成重大不利影响导致公司经营亏损；
- （3）公司法定公积金弥补以前年度亏损后，公司当年实现净利润仍不足以弥补以前年度亏损；
- （4）公司经营活动产生的现金流量净额连续三年均低于当年实现的可分配利润的 20%；
- （5）法律法规规定的其他事项。

如出现以上五种情形，公司可对利润分配政策中的现金分红比例进行调整。除以上五种情形外，公司不进行利润分配政策调整。

（二）本次发行前后股利分配政策的差异情况

本次发行前后，公司的股利分配政策不存在重大变化。

三、本次发行前滚存利润的分配安排

根据公司 2025 年第四次临时股东会决议通过的《关于公司向不特定合格投资者公开发行股票并在北京证券交易所上市前滚存利润分配方案的议案》，本次发行前滚存未分配利润在本次发行完成后由新老股东按发行完成后的持股比例共同享有。

四、股东投票机制的建立情况

（一）累积投票机制

根据《累积投票制实施细则》的规定，股东会选举董事时，每一股份拥有与应选董事人数相同的表决权，股东拥有的表决权可以集中使用。

（二）单独计票机制

根据《公司章程（草案）》的规定，股东会审议影响中小投资者利益的重大事项时，对中小投资者表决应当单独计票。单独计票结果应当及时公开披露。

（三）网络投票机制

根据《网络投票实施细则》的规定，公司召开股东会，除现场会议投票外，按照《公司章程（草案）》的规定向股东提供股东会网络投票服务。股东通过网络投票系统参加股东会的，视为出席。

（四）征集投票权

根据《公司章程（草案）》的规定，公司董事会、独立董事、持有百分之一以上有表决权股份的股东或者依照法律、行政法规或者中国证监会的规定设立的投资者保护机构可以公开征集股东投

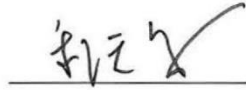
票权。征集股东投票权应当向被征集人充分披露具体投票意向等信息。禁止以有偿或者变相有偿的方式征集股东投票权。除法定条件外，公司不得对征集投票权提出最低持股比例限制。

第十二节 声明与承诺

一、 发行人全体董事、高级管理人员承诺

本公司全体董事、高级管理人员承诺本招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性承担相应的法律责任。

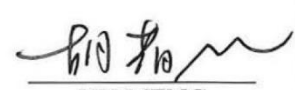
全体董事签字：



程天乐

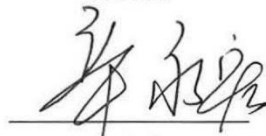


王文辉



HU MENG

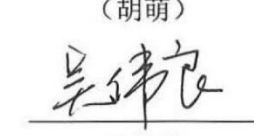
(胡萌)



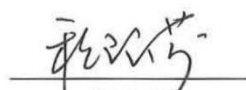
辛永宏



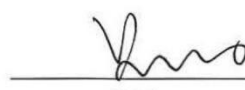
王保安



吴伟良



程玲莎

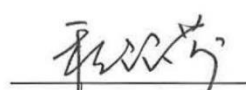


莫姣

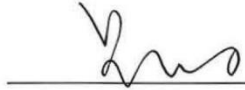


何润洪

全体审计委员会成员签字：



程玲莎

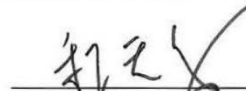


莫姣

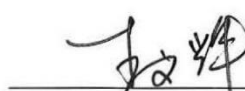


辛永宏

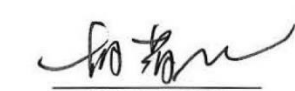
全体高级管理人员签字：



程天乐



王文辉



HU MENG

(胡萌)



二、 发行人控股股东声明

本公司或本人承诺本招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性承担相应的法律责任。



控股股东：东莞市班夫企业管理合伙企业（有限合伙）

执行事务合伙人签字：

程天乐



三、 发行人实际控制人声明

本公司或本人承诺本招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性承担相应的法律责任。

实际控制人签字：


程天乐

尚睿科技股份有限公司

2025年12月19日



四、 保荐人（主承销商）声明

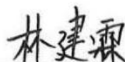
本公司已对招股说明书进行了核查，确认不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性承担相应的法律责任。

项目协办人：



刘天宇

保荐代表人：

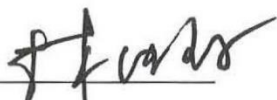


林建霖



肖东东

法定代表人：



林传辉

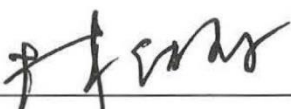


2015 年 12 月 19 日

保荐人（主承销商）董事长和总经理声明

本人已认真阅读尚睿科技股份有限公司招股说明书的全部内容，确认招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对招股说明书真实性、准确性、完整性、及时性承担相应法律责任。

保荐人董事长（签字）：

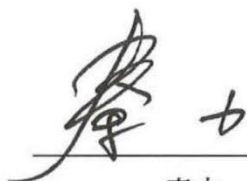

林传辉



保荐人（主承销商）董事长和总经理声明

本人已认真阅读尚睿科技股份有限公司招股说明书的全部内容，确认招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对招股说明书真实性、准确性、完整性、及时性承担相应法律责任。

保荐人总经理（签字）：


秦力



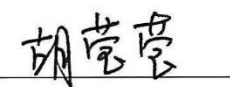
2025 年 12 月 19 日

五、 发行人律师声明

本所及经办律师已阅读招股说明书，确认招股说明书与本所出具的法律意见书和律师工作报告无矛盾之处。本所及经办律师对发行人在招股说明书中引用的法律意见书和律师工作报告的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性承担相应的法律责任。

经办律师签字：


康晓阳


胡莹莹


廖 璐

律师事务所负责人签字：


乔佳平



审计机构声明

本所及签字注册会计师已阅读《尚睿科技股份有限公司招股说明书》（以下简称招股说明书），确认招股说明书与本所出具的《审计报告》（天健审〔2024〕7-832号）、《审计报告》（天健审〔2025〕7-632号）、《审计报告》（天健审〔2025〕7-714号）、《审阅报告》（天健审〔2025〕7-755号）、《重要前期差错更正情况的鉴证报告》（天健审〔2025〕7-756号）、《内部控制审计报告》（天健审〔2025〕7-747号）及经本所鉴证的非经常性损益明细表的内容无矛盾之处。本所及签字注册会计师对尚睿科技股份有限公司在招股说明书中引用的上述审计报告、内部控制审计报告及经本所鉴证的非经常性损益明细表的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对引用的上述内容的真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。

签字注册会计师：
卢玲玉 关瑞雯 牛春军

天健会计师事务所负责人：
杨克晶


天健会计师事务所（特殊普通合伙）
二〇二五年十二月十九日

七、 承担评估业务的资产评估机构声明

☐适用 ☒不适用

八、 其他声明

☐适用 ☒不适用

第十三节 备查文件

一、备查文件

- (一) 发行保荐书；
- (二) 上市保荐书；
- (三) 法律意见书；
- (四) 财务报告及审计报告；
- (五) 公司章程（草案）；
- (六) 发行人及其他责任主体作出的与发行人本次发行相关的承诺事项；
- (七) 内部控制审计报告；
- (八) 经注册会计师鉴证的非经常性损益明细表；
- (九) 其他与本次发行有关的重要文件。

二、备查地点及时间

(一) 发行人：尚睿科技股份有限公司

办公地址：广东省东莞市东城街道东科路1号

查阅时间：工作日上午 9:30-11:30，下午 13:30-16:30

联系人：王文辉

联系电话：0769-22223923

(二) 保荐机构（主承销商）：广发证券股份有限公司

办公地址：广东省广州市天河区马场路26号广发证券大厦

查阅时间：工作日上午 9:30-11:30，下午 13:30-16:30

联系人：林建霖、肖东东

联系电话：020-66338888

除以上查阅地点外，投资者可以登录北京证券交易所指定网站查阅。

附件一：商标

一、中国境内商标

序号	权利人	商标图像	证书号	类别	有效期限	取得方式
1	尚睿科技		39687380	7	2021.03.14-2031.03.13	原始取得
2	尚睿科技	Sain SMART	39699357	7	2021.03.07-2031.03.06	原始取得
3	尚睿科技	Airthereal	35566954	11	2019.09.07-2029.09.06	继受取得
4	尚睿科技	SAINSTORE	34964598	39、42	2019.08.14-2029.08.13	原始取得
5	尚睿科技	SAINSTORE	34958236	35	2019.07.14-2029.07.13	原始取得
6	尚睿科技	XPRTMATIC	26015338	16	2018.08.21-2028.08.20	原始取得
7	尚睿科技	XPRTMATIC	26027896	11	2018.08.21-2028.08.20	原始取得
8	尚睿科技	XPRTMATIC	26023205	9	2018.08.21-2028.08.20	原始取得
9	尚睿科技	XPRTMATIC	26011163	28	2018.08.21-2028.08.20	原始取得
10	尚睿科技		23018496	9	2018.03.21-2028.03.20	原始取得
11	尚睿科技		23018126	28	2018.02.28-2028.02.27	原始取得
12	尚睿科技	XpertMatic	22956330	9	2018.02.28-2028.02.27	原始取得
13	尚睿科技	深夜厨房	16067628	30	2016.03.07-2036.03.06	原始取得
14	尚睿科技		12558066	9	2014.10.7-2034.10.6	原始取得
15	睿景城	尚景城 SHAN VIEW	45018735	36	2020.11.14-2030.11.13	原始取得
16	睿景城	尚景城 SHANGRILA VIEW	39535845	35	2020.03.14-2030.03.13	原始取得
17	睿景城	尚景城 SHANGRILA VIEW	39537506	39	2020.03.14-2030.03.13	原始取得
18	圣诺林	Swonder	64916182	28	2023.10.21-2033.10.20	原始取得
19	Vastmind	Genmitsu	74226597	6	2024.04.07-2034.04.06	原始取得
20	Vastmind	Genmitsu	74222378	9	2024.03.28-2034.03.27	原始取得
21	Vastmind	Genmitsu	56932854	7	2022.01.07-2032.01.06	原始取得

序号	权利人	商标图像	证书号	类别	有效期限	取得方式
22	Vastmind	Sain SMART	55541006	35	2021.11.28-2031.11.27	原始取得
23	Vastmind	SAINSMART	34954873	7	2019.07.21-2029.07.20	继受取得
24	Vastmind	SainSmart	10660127	9	2013.07.07-2033.07.06	继受取得
25	Sain3	Raddy	64934240	9	2024.04.28-2034.04.27	原始取得
26	Sain3	Raddy	67120090	9	2024.01.14-2034.01.13	原始取得
27	Sain3	Raddy	64934240A	9	2022.12.28-2032.12.27	原始取得
28	Sain3	Radioddity	24934412	9	2018.06.21-2028.06.20	原始取得
29	Sequoia	SainSonic	10380799	9	2015.11.14-2035.11.13	继受取得
30	Langis	ororo HEATED APPAREL	80281852	11	2025.02.21-2035.02.20	原始取得
31	Langis	ororo	80276325	11	2025.02.07-2035.02.06	原始取得
32	Langis	ororo	80274545	25	2025.02.07-2035.02.06	原始取得
33	Langis	奥乐乐	80281057	9	2025.02.07-2035.02.06	原始取得
34	Langis		64828276	35	2023.10.21-2033.10.20	原始取得
35	Langis		64851498	9	2023.10.21-2033.10.20	原始取得
36	Langis		62987874	11	2023.10.21-2033.10.20	原始取得
37	Langis	ORORO	60193480	25	2023.02.07-2033.02.06	原始取得
38	Langis	ORORO	64601579	11	2022.11.07-2032.11.06	原始取得
39	Langis	ORORO	56956502	16	2022.04.28-2032.04.27	原始取得
40	Langis	ORORO	56933760	26	2022.04.21-2032.04.20	原始取得
41	Langis	ORORO	56941577	8	2022.04.21-2032.04.20	原始取得
42	Langis	ORORO	56932827	28	2022.04.21-2032.04.20	原始取得
43	Langis	Lagute	57001108	20	2022.04.21-2032.04.20	原始取得
44	Langis	ORORO	56926357	9	2022.03.14-2032.03.13	原始取得
45	Langis		56420706	35	2022.02.21-2032.02.20	继受

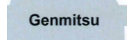
序号	权利人	商标图像	证书号	类别	有效期限	取得方式
						取得
46	Langis	ORORO	56951059	23	2022.01.07-2032.01.06	原始取得
47	Langis	ORORO	56941754	22	2022.01.07-2032.01.06	原始取得
48	Langis	ORORO	56937835	20	2022.01.07-2032.01.06	原始取得
49	Langis	ororo	52889839	26	2021.11.21-2031.11.20	继受取得
50	Langis		52883146	9	2021.08.21-2031.08.20	继受取得
51	Langis		37867969	11	2020.01.07-2030.01.06	继受取得
52	Langis	ORORO	29253178	11	2019.01.07-2029.01.06	原始取得
53	Esupreme		52032448	12	2021.12.28-2031.12.27	继受取得
54	Esupreme	BELSIZE	52048413	12	2021.10.21-2031.10.20	继受取得
55	美国尚睿		79598177	21	2025.01.14-2035.01.13	原始取得
56	美国尚睿	iPETTIE	68224118	21	2024.09.21-2034.09.20	原始取得
57	美国尚睿	iPETTIE	71633337	21	2024.01.14-2034.01.13	原始取得
58	美国尚睿	iPETTIE	63343972A	11	2022.09.28-2032.09.27	原始取得
59	美国尚睿	iPettie	61283773	11	2022.06.07-2032.06.06	继受取得
60	Razorri	Razorri	64923116	11	2022.12.21-2032.12.20	原始取得
61	Razorri	Razorri	64920672	8	2022.11.21-2032.11.20	原始取得
62	Razorri	Razorri	64913332	7	2022.11.14-2032.11.13	原始取得
63	DTC IP	Memorism	64913336	8	2022.11.14-2032.11.13	原始取得
64	DTC IP	Memorism	64923252	21	2022.11.14-2032.11.13	原始取得
65	DTC IP	Memorism	64926798	11	2022.11.14-2032.11.13	原始取得
66	DTC IP	OFFNOVA	57036128	16	2022.01.14-2032.01.13	原始取得

二、中国境外商标

序号	商标	权利人	国家/地区	注册号	申请日期	注册日期
1	Anne & Gene	东莞尚晋	美国	5745204	2018.09.28	2019.05.07
2	Swonder	圣诺林	欧盟	017883053	2018.05.25	2018.10.04
3	Swonder	圣诺林	英国	UK00917883053	2018.05.25	2018.10.04
4	GLENCREAG	DTC IP	美国	7822061	2024.02.18	2025.06.10
5	 GLENCREAG	DTC IP	美国	7629572	2023.04.19	2024.12.31
6	GLENCREAG	DTC IP	美国	7620819	2024.02.18	2024.12.24
7	GLENCREAG	DTC IP	美国	7387968	2023.06.15	2024.05.14
8	HYGGEISM	DTC IP	美国	6917191	2021.11.03	2022.12.06
9	FITURBO	DTC IP	美国	6721125	2020.09.24	2022.05.24
10	Memorism	DTC IP	美国	6728526	2021.05.08	2022.05.24
11	OFFNOVA	DTC IP	美国	6656971	2021.02.03	2022.03.01
12	OFFNOVA	DTC IP	美国	6589605	2021.02.03	2021.12.14
13	LINGLEE	DTC IP	美国	6580408	2020.12.30	2021.12.07
14	OFFNOVA	DTC IP	美国	6569239	2021.02.03	2021.11.23
15	TURBRO	DTC IP	欧盟	018420740	2021.03.10	2021.11.06
16	 HYGGEISM	DTC IP	美国	6445632	2020.11.02	2021.08.10
17	 HYGGEISM	DTC IP	美国	6445633	2020.11.02	2021.08.10
18	HAPAH	DTC IP	美国	6352480	2020.08.11	2021.05.18
19	Suburbs	DTC IP	美国	6346464	2020.09.07	2021.05.11
20	SnapHook	DTC IP	美国	6023048	2019.08.28	2020.03.31
21	ZINRAY	DTC IP	欧盟	018088003	2019.06.27	2020.02.26
22	ZINRAY	DTC IP	英国	UK00918088003	2019.06.27	2020.02.26
23	ZINRAY	DTC IP	美国	5857661	2019.04.23	2019.09.10
24	ZINRAY	DTC IP	美国	5857037	2019.03.06	2019.09.10
25	ZINRAY	DTC IP	美国	5857042	2019.03.06	2019.09.10
26	LAGUTE	DTC IP	美国	4575171	2013.11.25	2014.07.29
27	Swonder	Esupreme	美国	7745652	2024.07.01	2025.04.01
28	Swonder	Esupreme	美国	7745655	2024.07.01	2025.04.01
29	Finchley	Esupreme	美国	7335640	2022.11.30	2024.03.26
30	swonder	Esupreme	美国	6721514	2021.01.06	2022.05.24
31	BELSIZE	Esupreme	美国	6261276	2020.07.03	2021.02.02

序号	商标	权利人	国家/地区	注册号	申请日期	注册日期
32	A11N SPORTS	Esupreme	美国	6115930	2019.02.18	2020.08.04
33	TURBRO	Katmai	美国	5820406	2019.01.10	2019.07.30
34	AFTERPARTZ	Katmai	美国	5416138	2017.06.18	2018.03.06
35	TURBRO	Katmai	美国	5316682	2017.04.07	2017.10.24
36		Katmai	美国	4950514	2015.08.11	2016.05.03
37	OPENHEAT	Langis	英国	UK00004165494	2025.02.26	2025.05.16
38	ororo	Langis	美国	7787088	2024.08.23	2025.05.06
39	ORORO	Langis	澳大利亚	2465602	2024.07.11	2025.02.19
40	PuffLyte	Langis	美国	7675123	2023.07.25	2025.02.04
41	ORORO	Langis	加拿大	TMA1280322	2020.12.16	2025.01.03
42	Climate Challenger	Langis	美国	7613322	2024.03.12	2024.12.17
43	Climate Challenger	Langis	美国	7613323	2024.03.12	2024.12.17
44	OPENHEAT	Langis	美国	7613324	2024.03.12	2024.12.17
45	OPENHEAT	Langis	美国	7613325	2024.03.12	2024.12.17
46	OROTEK	Langis	美国	7613449	2024.03.12	2024.12.17
47	OROTEK	Langis	美国	7613451	2024.03.12	2024.12.17
48	OROROWEAR	Langis	加拿大	TMA1269867	2022.09.30	2024.11.15
49		Langis	英国	UK00003801580	2022.06.21	2024.11.08
50	Toasty Club	Langis	美国	7507717	2023.12.04	2024.09.17
51	ACCUHEAT	Langis	美国	7491958	2023.06.21	2024.09.03
52	PuffLyte	Langis	美国	7466375	2023.07.25	2024.08.06
53	ORORO	Langis	加拿大	TMA1247958	2021.11.22	2024.08.02
54	ORORO	Langis	加拿大	TMA1247302	2023.02.06	2024.07.26
55	ORORO	Langis	澳大利亚	2413012	2023.12.13	2024.07.22
56		Langis	美国	7450916	2023.09.25	2024.07.16
57	ORORO	Langis	美国	7450917	2023.09.25	2024.07.16
58	REELHEAT	Langis	美国	7433362	2023.06.21	2024.07.02
59	REELHEAT	Langis	美国	7433364	2023.06.21	2024.07.02
60	ORORO	Langis	日本	6817793	2023.10.24	2024.06.25
61		Langis	加拿大	TMA1234983	2022.06.22	2024.05.24
62	ORORO	Langis	日本	6804860	2023.10.24	2024.05.15
63	ORORO GOLF	Langis	美国	7239822	2022.09.02	2023.12.12
64	ORORO WEARABLE	Langis	美国	7213369	2023.04.05	2023.11.07

序号	商标	权利人	国家/地区	注册号	申请日期	注册日期
65	ORORO WEARABLE	Langis	美国	7213370	2023.04.05	2023.11.07
66		Langis	美国	7148833	2022.06.01	2023.08.29
67	ORORO GOLF	Langis	美国	7150832	2022.08.29	2023.08.29
68	OROROWEAR	Langis	美国	7150841	2022.08.31	2023.08.29
69	OROROWEAR	Langis	美国	7150833	2022.08.29	2023.08.29
70	OROROWork	Langis	美国	7150831	2022.08.29	2023.08.29
71	OROROWork	Langis	美国	7150840	2022.08.31	2023.08.29
72	HEATWEAR	Langis	美国	7127206	2022.08.29	2023.08.01
73	HEATWEAR	Langis	美国	7127212	2022.08.31	2023.08.01
74	OROROWEAR	Langis	美国	7127211	2022.08.31	2023.08.01
75	ORORO	Langis	日本	6646475	2021.10.13	2022.11.30
76		Langis	欧盟	018719864	2022.06.21	2022.11.16
77	Surewarm	Langis	美国	6898547	2021.07.08	2022.11.15
78		Langis	日本	6631704	2022.06.20	2022.10.24
79	ORORO	Langis	美国	6804168	2021.11.18	2022.07.26
80	Surewarm	Langis	美国	6802227	2021.07.08	2022.07.26
81		Langis	澳大利亚	2220903	2021.10.19	2022.05.27
82		Langis	美国	6721377	2020.12.29	2022.05.24
83	ORORO	Langis	日本	6538216	2021.02.08	2022.03.31
84	Arctic Monsoon	Langis	美国	6411149	2020.11.04	2021.07.06
85	Celero	Langis	美国	6402494	2020.10.09	2021.06.29
86	ORORO	Langis	美国	6403663	2020.12.15	2021.06.29
87	MR. CARIBOU	Langis	美国	6073131	2019.08.01	2020.06.09
88	CHALLENGE THE CLIMATE	Langis	美国	6069185	2019.11.07	2020.06.02
89	STAY TOASTY, MY FRIENDS	Langis	美国	6069190	2019.11.07	2020.06.02
90	ORORO	Langis	美国	5996546	2019.08.02	2020.02.25
91	ORORO	Langis	欧盟	017883049	2018.05.25	2018.10.04
92	ORORO	Langis	英国	UK00917883049	2018.05.25	2018.10.04
93	just no logo	Langis	美国	5199772	2016.10.06	2017.05.09
94	ORORO	Langis	美国	5035916	2016.01.27	2016.09.06
95		LTC	欧盟	019127400	2025.01.07	2025.04.24
96		LTC	英国	UK00004144378	2025.01.07	2025.04.04
97	LTC	LTC	美国	6152888	2020.03.05	2020.09.15

序号	商标	权利人	国家/地区	注册号	申请日期	注册日期
98	LTC	LTC	美国	5479667	2017.09.20	2018.05.29
99		LTC	日本	6034108	2017.04.21	2018.04.06
100		LTC	欧盟	016111023	2016.11.29	2017.06.22
101		LTC	英国	UK00916111023	2016.11.29	2017.06.22
102	Travables	Macrowealth	美国	5329000	2017.04.12	2017.11.07
103	Razorri	Razorri	美国	5391820	2017.07.12	2018.01.30
104	Raddy	Sain3	英国	UK00003852017	2022.11.22	2023.03.10
105	Raddy	Sain3	美国	6842020	2021.01.25	2022.09.13
106	Raddy	Sain3	欧盟	018597508	2021.11.10	2022.05.30
107	Radioddity	Sain3	欧盟	017255928	2017.09.28	2018.02.13
108	Radioddity	Sain3	英国	UK00917255928	2017.09.28	2018.02.13
109	radioddity	Sain3	美国	5160853	2016.08.08	2017.03.14
110		美国尚睿	中国台湾	02215250	2021.10.14	2022.04.16
111		美国尚睿	中国台湾	02214896	2021.10.14	2022.04.16
112		美国尚睿	美国	6377468	2020.09.23	2021.06.08
113	SAINSTORE	美国尚睿	美国	5787455	2018.11.28	2019.06.25
114	iPettie	美国尚睿	美国	7815061	2024.08.04	2025.06.03
115		美国尚睿	美国	7791578	2024.07.22	2025.05.13
116		美国尚睿	美国	7556053	2023.10.30	2024.11.05
117	HOMMII	美国尚睿	欧盟	016513681	2017.03.27	2017.08.28
118	HOMMII	美国尚睿	英国	UK00916513681	2017.03.27	2017.08.28
119	Genmitsu Lab	Vastmind	英国	UK00004175740	2025.03.19	2025.06.13
120	XPERTMATIC	Vastmind	欧盟	019053617	2024.07.12	2024.12.14
121	Genmitsu	Vastmind	欧盟	018930655	2023.09.27	2024.01.10
122		Vastmind	澳大利亚	2251840	2022.02.24	2022.10.04
123	Genmitsu	Vastmind	日本	6605474	2021.10.27	2022.08.25
124	Genmitsu	Vastmind	英国	UK00003622657	2021.04.07	2021.09.03
125		Vastmind	德国	302021007792	2021.04.08	2021.07.14
126	PROVer	Vastmind	美国	6361820	2020.09.16	2021.05.25
127	Genmitsu	Vastmind	美国	5953229	2019.01.17	2020.01.07
128		Vastmind	日本	6052405	2017.08.29	2018.06.15
129	SainSmart	Vastmind	美国	5437476	2017.09.01	2018.04.03
130	SainSmart Jr.	Vastmind	欧盟	017163544	2017.10.04	2018.02.01

序号	商标	权利人	国家/地区	注册号	申请日期	注册日期
131	SainSmart Jr.	Vastmind	英国	UK00917163544	2017.10.04	2018.02.01
132	SAINSMART JR.	Vastmind	美国	5007227	2015.11.27	2016.07.26
133	SainSmart	Vastmind	美国	4390165	2012.10.24	2013.08.27
134	SAINSMART	Vastmind	澳大利亚	1533280	2012.10.24	2013.06.06
135	SainSmart	Vastmind	法国	1140648	2012.04.12	2012.10.24
136	SainSmart	Vastmind	英国	1140648	2012.04.12	2012.10.24
137	SAINSMART	Vastmind	德国	1140648	2012.04.12	2012.10.24
138	Airthereal	West Ryder	加拿大	TMA1288935	2020.10.07	2025.02.10
139	SHARKSDEN	West Ryder	美国	7329445	2022.11.29	2024.03.12
140	Airthereal	West Ryder	日本	6467357	2020.07.27	2021.11.08
141	Airthereal	West Ryder	英国	UK00003577459	2021.01.11	2021.05.14
142	 AIRTHEREAL	West Ryder	美国	6209520	2020.04.08	2020.12.01
143	Airthereal	West Ryder	美国	5585526	2018.03.13	2018.10.16
144	Airthereal	①West Ryder ②Feinrich	欧盟	017892038	2018.04.25	2018.08.21
145	Airthereal	①West Ryder ②Feinrich	英国	UK00917892038	2018.04.25	2018.08.21
146	LAGUTE	Wise	欧盟	015207756	2016.03.11	2016.07.13
147	LAGUTE	Wise	英国	UK00915207756	2016.03.11	2016.07.13

附件二：专利

一、中国境内专利

序号	专利权人	专利名称	专利类别	专利号	申请日	授权公告日	取得方式
1	尚睿科技	一种可调式野营柴火炉	发明	ZL202310517718.7	2023.05.09	2023.11.03	原始取得
2	尚睿科技	一种雕刻机	发明	ZL202111182226.4	2021.10.11	2022.08.02	原始取得
3	尚睿科技	一种智能调节风量的空气净化器及其调节方法	发明	ZL201610624265.8	2016.08.03	2019.09.10	继受取得
4	尚睿科技	一种利于洁净使用的幼宠保育箱	实用新型	ZL202421363587.8	2024.06.15	2025.04.08	原始取得
5	尚睿科技	一种简易环保型池塘除冰器	实用新型	ZL202421363588.2	2024.06.15	2025.04.08	原始取得
6	尚睿科技	一种具有内置搅拌功能的 DTF 连续供墨装置	实用新型	ZL202421102871.X	2024.05.21	2025.01.14	原始取得
7	尚睿科技	一款可快速拆装的专用于 DIY 杯子树脂的热固化箱	实用新型	ZL202421102868.8	2024.05.21	2025.01.07	原始取得
8	尚睿科技	一种使用滚轮结构和闭环电机的桌面雕刻机	实用新型	ZL202420458543.7	2024.03.11	2024.10.29	原始取得
9	尚睿科技、开平市秒发热服装有限公司	一种环绕指尖加热的手套设计结构	实用新型	ZL202420147958.2	2024.01.22	2024.09.13	原始取得
10	尚睿科技、开平市秒发热服装有限公司	一种可机器洗衣的温度控制器设计结构	实用新型	ZL202420020767.X	2024.01.04	2024.08.30	原始取得
11	尚睿科技、开平市秒发热服装有限公司	一种利用碳纤维作为穿戴式发热导体的发热片	实用新型	ZL202420070264.3	2024.01.11	2024.08.13	原始取得
12	尚睿科技、开平市秒发热服装有限公司	一种穿戴式加热衣减少温控器接线的电流控制结构	实用新型	ZL202420070265.8	2024.01.11	2024.08.09	原始取得
13	尚睿科技	一种高尔夫球赛电子计分器	实用新型	ZL202322952397.1	2023.11.01	2024.08.06	原始取得
14	尚睿科技	一种修边机可用的新型吸尘罩	实用新型	ZL202322748636.1	2023.10.13	2024.05.31	原始取得
15	尚睿科技	一种桌面雕刻机可用的降噪保护罩	实用新型	ZL202322748632.3	2023.10.13	2024.05.31	原始取得
16	尚睿科技	一种新型多功能裤子	实用新型	ZL202321039440.9	2023.05.04	2024.04.19	原始取得
17	尚睿科技	一种折叠式坐垫结构	实用新型	ZL202321040437.9	2023.05.04	2024.02.27	原始取得
18	尚睿科技	一种多功能披肩	实用新型	ZL202321039754.9	2023.05.04	2024.02.27	原始取得

序号	专利权人	专利名称	专利类别	专利号	申请日	授权公告日	取得方式
19	尚睿科技	一种加热片结构及加热袜子	实用新型	ZL202321040660.3	2023.05.04	2024.01.09	原始取得
20	尚睿科技	一种新型高尔夫球服装	实用新型	ZL202321039622.6	2023.05.04	2023.12.22	原始取得
21	尚睿科技	一种控制按键的保护结构及电路系统	实用新型	ZL202321039648.0	2023.05.04	2023.12.22	原始取得
22	尚睿科技、 昆山瑞昱 川机电有 限公司	一种桌面型雕刻机 用旋转模组	实用新型	ZL202320639808.9	2023.03.28	2023.10.17	继受取得
23	尚睿科技、 昆山瑞昱 川机电有 限公司	模块化雕刻机	实用新型	ZL202222629262.7	2022.10.08	2023.03.24	继受取得
24	尚睿科技	一种三段式集尘器 及雕刻机	实用新型	ZL202122443460.X	2021.10.11	2022.04.15	原始取得
25	尚睿科技、 东莞市信 嘉激光科 技有限公 司	一种高精度桌面微 型雕刻机	实用新型	ZL202122778172.X	2021.11.12	2022.04.12	原始取得
26	尚睿科技	一种适用于 CNC 雕 刻机的 Y 轴移动模 组	实用新型	ZL202023032213.2	2020.12.16	2021.10.19	原始取得
27	尚睿科技	一种适用于 CNC 雕 刻机的 X 轴移动模 组	实用新型	ZL202023032177.X	2020.12.16	2021.10.15	原始取得
28	尚睿科技	模块组合式新风处 理装置	实用新型	ZL202020729324.X	2020.05.06	2021.03.16	继受取得
29	尚睿科技	一种 CNC 雕刻机	实用新型	ZL201922405899.6	2019.12.27	2020.12.04	原始取得
30	尚睿科技	一种 3D 打印机	实用新型	ZL201922401739.4	2019.12.27	2020.11.17	原始取得
31	尚睿科技	一种适用于 CNC 雕 刻机头的固定座	实用新型	ZL201922405780.9	2019.12.27	2020.10.30	原始取得
32	尚睿科技	一种唤醒闹钟	实用新型	ZL201922405879.9	2019.12.27	2020.09.22	原始取得
33	尚睿科技	一种可发光变色的 折叠便携式玩具箭 靶	实用新型	ZL201920406011.8	2019.03.28	2019.12.10	原始取得
34	尚睿科技	保暖服装	实用新型	ZL201821089482.2	2018.07.11	2019.02.22	原始取得
35	尚睿科技	双控按键（纵向款）	外观设计	ZL202430657211.7	2024.10.18	2025.06.24	原始取得
36	尚睿科技	双控按键（双电量显 示款）	外观设计	ZL202430657207.0	2024.10.18	2025.06.24	原始取得
37	尚睿科技	双控按键（横向款）	外观设计	ZL202430657212.1	2024.10.18	2025.05.27	原始取得
38	尚睿科技	双控按键（上端带电 量显示款）	外观设计	ZL202430657210.2	2024.10.18	2025.05.27	原始取得
39	尚睿科技	双控按键（左侧带电 量显示款）	外观设计	ZL202430657209.X	2024.10.18	2025.05.23	原始取得
40	尚睿科技	真空除泡机	外观设计	ZL202430569296.3	2024.09.06	2025.05.09	原始取得

序号	专利权人	专利名称	专利类别	专利号	申请日	授权公告日	取得方式
41	尚睿科技	压板（迷你虎式）	外观设计	ZL202430540533.3	2024.08.26	2025.05.06	原始取得
42	尚睿科技	训练网（匹克球 Dink）	外观设计	ZL202430359826.1	2024.06.13	2025.01.28	原始取得
43	尚睿科技	烫杯机（半杯型）	外观设计	ZL202430269811.6	2024.05.09	2025.01.03	原始取得
44	尚睿科技	烫杯机（全杯型）	外观设计	ZL202430269810.1	2024.05.09	2025.01.03	原始取得
45	尚睿科技	调平热固化板	外观设计	ZL202430269807.X	2024.05.09	2024.12.17	原始取得
46	尚睿科技	搅拌桨	外观设计	ZL202430269812.0	2024.05.09	2024.12.17	原始取得
47	尚睿科技	闭环电机桌面雕刻机	外观设计	ZL202430095401.4	2024.02.26	2024.12.17	原始取得
48	尚睿科技	吸尘罩	外观设计	ZL202330662669.7	2023.10.13	2024.10.01	原始取得
49	尚睿科技	桌面雕刻机保护罩	外观设计	ZL202330662668.2	2023.10.13	2024.07.05	原始取得
50	尚睿科技、 昆山瑞昱 川机电有 限公司	桌面雕刻机（3020）	外观设计	ZL202330314231.X	2023.05.25	2023.10.31	继受取得
51	尚睿科技、 昆山瑞昱 川机电有 限公司	桌面雕刻机（3030）	外观设计	ZL202330314189.1	2023.05.25	2023.10.31	继受取得
52	尚睿科技、 昆山瑞昱 川机电有 限公司	扩展轴（桌面雕刻机）	外观设计	ZL202330079939.1	2023.02.28	2023.06.13	继受取得
53	尚睿科技	控制键	外观设计	ZL202230754991.8	2022.11.11	2023.04.14	原始取得
54	尚睿科技	电动充气泵	外观设计	ZL202230553338.5	2022.08.23	2023.03.21	原始取得
55	尚睿科技	可折叠 UV 固化箱	外观设计	ZL202230415772.7	2022.07.02	2023.02.03	原始取得
56	尚睿科技	木质拼装模型吊车	外观设计	ZL202230418506.X	2022.07.04	2023.01.10	原始取得
57	尚睿科技	木质拼装模型越野车	外观设计	ZL202230418821.2	2022.07.04	2023.01.10	原始取得
58	尚睿科技	木质拼装模型直升机	外观设计	ZL202230418480.9	2022.07.04	2023.01.10	原始取得
59	尚睿科技	木质拼装模型翻斗车	外观设计	ZL202230418501.7	2022.07.04	2022.12.02	原始取得
60	尚睿科技	多功能维修隔热硅胶垫	外观设计	ZL202230351003.5	2022.06.09	2022.11.18	原始取得
61	尚睿科技、 昆山瑞昱 川机电有 限公司	雕刻机（模组化）	外观设计	ZL202230483765.0	2022.07.27	2022.11.15	继受取得
62	尚睿科技	激光雕刻机	外观设计	ZL202230163184.9	2022.03.26	2022.07.01	原始取得
63	尚睿科技、 东莞市信 嘉激光科	桌面雕刻机（微型 JL6）	外观设计	ZL202130742876.4	2021.11.12	2022.05.17	原始取得

序号	专利权人	专利名称	专利类别	专利号	申请日	授权公告日	取得方式
	技有限公司						
64	尚睿科技	印杯机（立式MHP1）	外观设计	ZL202130706641.X	2021.10.28	2022.04.19	原始取得
65	尚睿科技	迷你烫印机	外观设计	ZL202130677226.6	2021.10.15	2022.04.19	原始取得
66	尚睿科技	导轨式桌面雕刻机	外观设计	ZL202130741808.6	2021.11.11	2022.04.15	原始取得
67	尚睿科技	CNC 雕刻机（PROVerXL4030）	外观设计	ZL202030776241.1	2020.12.16	2021.07.02	原始取得
68	尚睿科技	刀具盒	外观设计	ZL201930736067.5	2019.12.27	2020.09.04	原始取得
69	尚睿科技	投影时钟	外观设计	ZL201930734890.2	2019.12.27	2020.08.28	原始取得
70	尚睿科技	对讲机	外观设计	ZL201930736097.6	2019.12.27	2020.08.11	原始取得
71	尚睿科技	宠物陶瓷饮水机	外观设计	ZL201930224696.X	2019.05.09	2019.11.12	原始取得
72	尚之睿	一种模块化键盘	实用新型	ZL202322076005.X	2023.08.03	2024.01.09	原始取得
73	尚之睿	一种多功能加湿装置	实用新型	ZL202321041916.2	2023.05.04	2023.11.28	原始取得
74	尚之睿	一种具有防尘功能的软金属加工桌面雕刻机	实用新型	ZL202222897429.8	2022.11.01	2023.03.21	原始取得
75	尚之睿	桌面雕刻机	外观设计	ZL202230725144.9	2022.11.01	2023.06.02	原始取得
76	东莞踏燕、马庆坚	一种底座	实用新型	ZL202122203683.9	2021.09.10	2022.04.01	原始取得
77	东莞踏燕、马庆坚	一种真空腌制罐	实用新型	ZL202122203681.X	2021.09.10	2022.04.01	原始取得
78	东莞踏燕、马庆坚	一种真空腌制装置	实用新型	ZL202122203600.6	2021.09.10	2022.03.29	原始取得
79	West Ryder	臭氧机	外观设计	ZL202030753841.6	2020.12.08	2021.05.04	原始取得

二、中国境外专利

序号	专利名称	申请人	专利类别	专利号	国家/地区	申请日	公开日
1	CURING BOX	尚睿科技	外观设计	D1,074,629S	美国	2022.12.13	2025.05.13
2	Ink cartridges for printers	尚睿科技	外观设计	015095690-0001	欧盟	2025.03.18	2025.03.24
3	HEAT PRESS MACHINE	尚睿科技	外观设计	D1,036,520S	美国	2021.11.10	2024.07.23
4	MUG HEAT PRESS MACHINE	尚睿科技	外观设计	D1,036,521S	美国	2022.01.27	2024.07.23
5	ADJUSTABLE CAMPING WOOD-BURNING STOVE	尚睿科技	发明	12,000,591B1	美国	2024.02.04	2024.06.04
6	Ink cartridges for printers	尚睿科技	外观设计	015059001-0001	欧盟	2024.04.29	2024.05.03
7	Ironing machines	尚睿科技	外观设计	015059033-0001	欧盟	2024.04.29	2024.05.03
8	Thermostatic mixers	尚睿科技	外观设计	015059002-0001	欧盟	2024.04.29	2024.05.03
9	CNC Router	尚睿科技	外观设计	D1,008,322S	美国	2021.06.16	2023.12.19
10	LIGHT SPEAKER STRUCTURE WITH RING HANDLE	尚睿科技	发明	11,6017,39B2	美国	2022.01.16	2023.03.07
11	ELECTRIC FIREPLACE	DTC IP	外观设计	D1,045,042S	美国	2022.04.24	2024.10.01
12	TOWEL WARMER	DTC IP	外观设计	D998,766S	美国	2022.01.04	2023.09.12
13	OZONE GENERATOR	West Ryder	外观设计	D972,070S	美国	2021.02.28	2022.12.06
14	PLUG-IN OZONE GENERATOR	West Ryder	外观设计	D933,799S	美国	2018.07.24	2021.10.19

附件三：著作权

一、软件著作权

序号	软件名称	著作权人	证书号	登记号	首次发表日期	登记日期	取得方式
1	Genmitsu APP1.0.4	尚睿科技	软著登字第14570101号	2024SR2166228	2024.05.23	2024.12.23	原始取得
2	尚睿跨境库存数据分析系统[简称：InventoryVue]V2.0	尚睿科技	软著登字第12499233号	2024SR0095360	2022.12.31	2024.01.15	原始取得
3	加热服装温控管理软件V1.0	尚睿科技	软著登字第9430947号	2022SR0476748	未发表	2022.04.15	原始取得
4	臭氧机手机控制管理软件V1.0	尚睿科技	软著登字第9374147号	2022SR0419948	2022.01.01	2022.03.31	原始取得
5	尚睿跨境库存数据分析系统[简称：InventoryVue]V1.0	尚睿科技	软著登字第8720398号	2021SR1997772	2021.10.24	2021.12.06	原始取得
6	尚睿电子商务网站自动化设置管理软件V1.0	尚睿科技	软著登字第8348357号	2021SR1625731	2020.03.01	2021.11.03	原始取得
7	移动对讲机软件V2.0	尚睿科技	软著登字第8332072号	2021SR1609446	2021.02.28	2021.11.02	原始取得
8	尚睿空气净化器控制管理软件V1.0	尚睿科技	软著登字第8331950号	2021SR1609324	2021.05.01	2021.11.02	原始取得
9	尚睿电子商务备货管理软件V1.0	尚睿科技	软著登字第6015730号	2020SR1137034	2020.01.05	2020.09.22	原始取得
10	尚睿对讲机写频软件V1.0	尚睿科技	软著登字第5977745号	2020SR1099049	2019.07.01	2020.09.15	原始取得
11	尚睿3D打印控制管理软件V1.0	尚睿科技	软著登字第5976213号	2020SR1097517	2020.01.05	2020.09.15	原始取得
12	尚睿客户信息查询管理软件V1.0	尚睿科技	软著登字第5971758号	2020SR1093062	2019.07.01	2020.09.14	原始取得
13	尚睿产品评论分析管理软件V1.0	尚睿科技	软著登字第3750320号	2019SR0329563	2018.07.02	2019.04.12	原始取得
14	移动对讲机软件V1.0	尚睿科技	软著登字第3453742号	2019SR0032985	2017.01.01	2019.01.10	原始取得
15	尚睿订单智能匹配管理软件V1.0	尚睿科技	软著登字第3284969号	2018SR955874	2018.01.05	2018.11.29	原始取得
16	尚睿电子商务产品上下架管理软件V1.0	尚睿科技	软著登字第3253143号	2018SR924048	2017.12.15	2018.11.19	原始取得
17	尚睿电子商务产品管理软件[简称：NPLM]V1.0	尚睿科技	软著登字第3244800号	2018SR915705	2017.06.15	2018.11.15	原始取得
18	3D眼镜专用视频转换软件V1.1	尚睿科技	软著登字第3243231号	2018SR914136	2016.07.01	2018.11.15	原始取得
19	尚睿电子商务云计算数据分析管理软件V1.0	尚睿科技	软著登字第3243222号	2018SR914127	2018.07.01	2018.11.15	原始取得
20	尚睿电子商务库存数据管理软件V1.0	尚睿科技	软著登字第2482359号	2018SR153264	2017.06.15	2018.03.08	原始取得
21	尚睿客户服务管理软件[简称：Sainstore]V1.0	尚睿科技	软著登字第1590205号	2017SR004921	2016.11.15	2017.01.05	原始取得
22	尚睿电子商务管理软件[简称：Sainsmart]V1.0	尚睿科技	软著登字第1103877号	2015SR216791	2015.01.01	2015.11.09	原始取得
23	尚睿进销存管理软件[简称：SainCD]V1.0	尚睿科技	软著登字第1103858号	2015SR216772	2015.01.01	2015.11.09	原始取得
24	尚睿销售管理软件[简称：Saincn]V1.0	尚睿科技	软著登字第1085084号	2015SR197998	2015.01.31	2015.10.15	原始取得

序号	软件名称	著作权人	证书号	登记号	首次发表日期	登记日期	取得方式
25	尚睿仓库管理软件[简称: Saincn]V1.0	尚睿科技	软著登字第1085057号	2015SR197971	2015.01.31	2015.10.15	原始取得
26	尚睿采购管理软件[简称: Saincn]V1.0	尚睿科技	软著登字第1085054号	2015SR197968	2015.01.31	2015.10.15	原始取得
27	尚睿开发板控制管理软件[简称: iMatic]V1.0	尚睿科技	软著登字第1085046号	2015SR197960	2014.05.01	2015.10.15	原始取得
28	用于 ERP 系统之尚思睿 2.0 报表软件 V2.0	尚睿科技	软著登字第0475569号	2012SR107533	未发表	2012.11.10	原始取得
29	用于 ERP 系统之尚思睿 2.0 商品中心软件[简称: 商品中心软件]V2.0	尚睿科技	软著登字第0475564号	2012SR107528	未发表	2012.11.10	原始取得
30	用于 ERP 系统之尚思睿 2.0 系统设置软件 V2.0	尚睿科技	软著登字第0473397号	2012SR105361	未发表	2012.11.06	原始取得
31	应用于 IOS 移动终端操作系统的图片 3D 全景展示处理系统[简称: 全景展示处理系统]V1.0	尚睿科技	软著登字第0473389号	2012SR105353	未发表	2012.11.06	原始取得
32	用于 ERP 系统之尚思睿 2.0 物流管理软件 V2.0	尚睿科技	软著登字第0473387号	2012SR105351	未发表	2012.11.06	原始取得
33	用于 ERP 系统之尚思睿 2.0 订单处理软件 V2.0	尚睿科技	软著登字第0473304号	2012SR105268	未发表	2012.11.06	原始取得
34	用于 ERP 系统之尚思睿 2.0 采购管理软件 V2.0	尚睿科技	软著登字第0472834号	2012SR104798	未发表	2012.11.05	原始取得
35	Fn 驱动软件 V1.0	尚之睿	软著登字第11892100号	2023SR1304927	未发表	2023.10.25	原始取得
36	尚之睿桌面雕刻机控制管理软件 V1.0	尚之睿	软著登字第10688587号	2023SR0101416	2021.09.06	2023.01.17	原始取得
37	尚之睿网站建设管理系统 V1.0	尚之睿	软著登字第10688586号	2023SR0101415	2021.08.19	2023.01.17	原始取得
38	尚之睿空气净化器管理软件 V1.0	尚之睿	软著登字第10688585号	2023SR0101414	2022.02.15	2023.01.17	原始取得
39	尚之睿电子商务产品趋势分析管理软件 V1.0	尚之睿	软著登字第10688584号	2023SR0101413	2022.03.12	2023.01.17	原始取得
40	尚之睿电子商务库存管理软件 V1.0	尚之睿	软著登字第10688583号	2023SR0101412	2022.03.10	2023.01.17	原始取得
41	尚之睿数据监控分析软件 V1.0	尚之睿	软著登字第5971695号	2020SR1092999	2019.07.01	2020.09.14	原始取得
42	尚之睿电子商务物流管理软件 V1.0	尚之睿	软著登字第5971595号	2020SR1092899	2019.07.01	2020.09.14	原始取得
43	尚之睿电子商务自动化流程设置软件 V1.0	尚之睿	软著登字第5971190号	2020SR1092494	2019.01.01	2020.09.14	原始取得
44	尚之睿客户服务管理软件 V1.0	尚之睿	软著登字第5970915号	2020SR1092219	2018.07.01	2020.09.14	原始取得
45	尚之睿 sain3 管理软件 V1.0	尚之睿	软著登字第5008377号	2020SR0129681	2019.10.25	2020.02.12	原始取得
46	尚之睿采购管理软件 V1.0	尚之睿	软著登字第4670623号	2019SR1249866	2019.07.01	2019.12.02	原始取得
47	尚之睿仓库管理软件 V1.0	尚之睿	软著登字第4663505号	2019SR1242748	2019.07.01	2019.11.30	原始取得
48	尚之睿电子商务产品管理软件 V1.0	尚之睿	软著登字第4663281号	2019SR1242524	2018.12.31	2019.11.30	原始取得
49	尚之睿电子商务订单管理 PC 软件 V1.0	尚之睿	软著登字第4660950号	2019SR1240193	2018.12.31	2019.11.30	原始取得
50	尚之睿跨境电商大数据选品管理软件[简称: ecom2C]V1.0	尚之睿	软著登字第2470809号	2018SR141714	2017.06.02	2018.03.05	原始取得

序号	软件名称	著作权人	证书号	登记号	首次发表日期	登记日期	取得方式
51	尚之睿虚拟网络管理软件 [简称: 遁地 VPN]V1.0	尚之睿	软著登字第 1589845 号	2017SR 004561	2016.06.02	2017.01.05	原始取得
52	尚之睿销售情况管理软件 [简称: Webapp]V1.0	尚之睿	软著登字第 1589813 号	2017SR 004529	未发表	2017.01.05	原始取得
53	尚之睿电子商务订单管理软件[简称: MegeSain]V1.0	尚之睿	软著登字第 1589807 号	2017SR 004523	2016.04.02	2017.01.05	原始取得
54	尚之睿继电器 IOS 手机控制管理软件[简称: IMatic]V1.0	尚之睿	软著登字第 1551790 号	2016SR 373174	2016.05.28	2016.12.14	原始取得
55	尚之睿衬衣定制管理软件 [简称: Flash tailor]V1.0	尚之睿	软著登字第 1551782 号	2016SR 373166	2016.06.02	2016.12.14	原始取得
56	尚之睿继电器 Android 手机控制管理软件[简称: IMatic]V1.0	尚之睿	软著登字第 1551710 号	2016SR 373094	2016.05.28	2016.12.14	原始取得

二、作品著作权

序号	作品名称	作品类型	著作权人	登记号	首次发表日期	登记日期	取得方式
1	尚小睿	美术	尚睿科技	国作登字 -2022-F-10192293	2020.06.10	2022.09.13	原始取得
2	SainStore	美术	尚睿科技	国作登字 -2022-F-10020393	2021.09.17	2022.01.27	原始取得
3	ipettie	美术	尚睿科技	国作登字 -2021-F-00300944	2013.04.26	2021.12.30	原始取得
4	ORORO	美术	Langis	国作登字 -2023-F-00096039	2016.01.27	2023.05.23	原始取得

附件四：重大合同

一、销售合同

公司重大销售合同主要为 B2C 电商平台服务协议与 B2B 业务合同。

(1) B2C 电商平台服务协议

B2C 电商平台服务协议自公司店铺在相应平台注册之日起生效，并长期履行。对于 B2C 销售模式，公司的重大销售合同的认定标准为报告期内年度交易金额在 1,000 万元以上的销售平台服务协议。其中公司自营网站主要借助 Shopify 平台进行搭建，自营网站主要遵循 Shopify 服务条款。截至报告期末，公司及其控股子公司报告期内已履行完毕以及正在履行、将要履行的重大销售合同如下：

序号	协议名称	服务方名称	关联关系	服务内容	服务期限	合同金额	履行情况
1	Amazon Services Business Solutions Agreement（亚马逊服务商业解决方案协议）	亚马逊	非关联方	开店、仓储、物流、广告服务和工具等服务	自公司店铺注册之日起长期有效	未约定价款，以电商平台结算金额为准	正在履行
2	Terms of Service（服务条款）	Shopify Inc.	非关联方	账户注册与激活、结算、费用、知识产权等服务	自公司品牌官网搭建之日起长期有效	未约定价款，以电商平台结算金额为准	正在履行
3	WALMART MARKETPLACE PROGRAM RETAILER AGREEMENT（沃尔玛市场计划零售商协议）	WalMart	非关联方	开店、订单处理、结算、费用、广告等服务	自公司店铺注册之日起长期有效	未约定价款，以电商平台结算金额为准	正在履行

(2) B2B 业务合同

公司 B2B 业务的主要客户包括电商平台、代运营客户等。对于 B2B 销售模式，公司的重大销售合同的认定标准为报告期年度交易金额在 500 万元以上的客户所签订的业务合同。截至报告期末，公司及其控股子公司报告期内已履行完毕以及正在履行、将要履行的重大销售合同如下：

序号	合同名称	客户名称	关联关系	合同内容	合同期限	合同金额	履行情况
1	Vendor Terms and Conditions（供应商条款与条件）	亚马逊 Vendor	非关联方	销售产品	账号注册之日起长期有效	框架协议	正在履行
2	Vendor Terms and Conditions（供应商条款与条件）	Woot	非关联方	销售产品	账号注册之日起长期有效	框架协议	正在履行

序号	合同名称	客户名称	关联关系	合同内容	合同期限	合同金额	履行情况
3	Supplier Buying Agreement（供应商采购协议）	Home Depot	非关联方	销售产品	账号注册之日起长期有效	框架协议	正在履行

注：亚马逊 Vendor 和 Woot 为同一控制下的公司。

二、采购合同

报告期内，公司及其控股子公司与供应商签署的合同形式主要为“框架合同+具体订单”，即公司及其控股子公司与供应商签署框架协议并在实际采购时向供应商签署订单合同。公司的重大采购合同的认定标准为报告期各期供应商年度采购金额达到公司当期前五大采购额的主要采购框架协议。此外，对于未签署框架协议的“一单一签”形式，公司的重大采购合同的认定标准为报告期各期供应商年度采购金额达到公司当期前五大供应商的最大金额订单。截至报告期末，公司及其控股子公司报告期内已履行完毕以及正在履行、将要履行的重大采购合同如下：

序号	合同名称	供应商名称	关联关系	合同内容	合同期限	合同金额	履行情况
1	采购框架合同	东莞市奔踏尚品服饰有限公司	非关联方	功能性服饰类产品采购	2022.05.01-2025.05.01	框架协议，合同金额以具体订单为准	履行完毕
2	采购框架合同	东莞市奔踏尚品服饰有限公司	非关联方	功能性服饰类产品采购	2025.05.01-2030.05.01	框架协议，合同金额以具体订单为准	正在履行
3	采购框架合同	贵州凯瑞服饰有限公司	非关联方	功能性服饰类产品采购	2022.05.01-2025.05.01	框架协议，合同金额以具体订单为准	履行完毕
4	采购框架合同	贵州凯瑞服饰有限公司	非关联方	功能性服饰类产品采购	2025.05.01-2030.05.01	框架协议，合同金额以具体订单为准	正在履行
5	采购框架合同	随州市亿盛服装有限公司	非关联方	功能性服饰类产品采购	2022.05.01-2025.05.01	框架协议，合同金额以具体订单为准	履行完毕
6	采购框架合同	随州市亿盛服装有限公司	非关联方	功能性服饰类产品采购	2025.05.01-2030.05.01	框架协议，合同金额以具体订单为准	正在履行
7	REDRAGON 战略合作框架协议	东莞市丰润计算机有限公司	非关联方	数码科技类产品采购	2020.02.01-2025.01.31	框架协议，合同金额以具体订单为准	履行完毕
8	REDRAGON 战略合作框架协议	东莞市丰润计算机有限公司	非关联方	数码科技类产品采购	2024.01.01-2026.12.31	框架协议，合同金额以具体订单为准	正在履行
9	采购框架合同	广东博力威科技股份有限公司	非关联方	功能性服饰类产品采购	2022.05.01-2025.05.01	框架协议，合同金额以具体订单为准	履行完毕

序号	合同名称	供应商名称	关联关系	合同内容	合同期限	合同金额	履行情况
10	采购订单 (2022 年)	Hongkong Gree Electric Appliances Sales Limited	非关联方	家居生活类产品采购	订单时间为 2022 年 12 月 7 日	41.56 万美元	履行完毕
11	采购订单 (2023 年)	Hongkong Gree Electric Appliances Sales Limited	非关联方	家居生活类产品采购	订单时间为 2023 年 11 月 14 日	64.38 万美元	履行完毕
12	采购订单 (2024 年)	Hongkong Gree Electric Appliances Sales Limited	非关联方	家居生活类产品采购	订单时间为 2024 年 11 月 19 日	200.22 万美元	履行完毕
13	采购订单 (2025 年 1-6 月)	Hongkong Gree Electric Appliances Sales Limited	非关联方	家居生活类产品采购	订单时间为 2025 年 5 月 15 日	12.97 万美元	履行完毕
14	2023 年北鼎合作协议	Hong Kong Deembuy Trading Limited	非关联方	家居生活类产品采购	2022.11.01-2023.10.31	框架协议, 合同金额以具体订单为准	履行完毕
15	2023 年北鼎合作协议合作延长协议	Hong Kong Deembuy Trading Limited	非关联方	将《2023 年北鼎合作协议》延长至 2023 年 12 月 31 日	2023.10.31-2023.12.31	-	履行完毕
16	采购框架合同	京恒腾伟(惠州)电子科技有限公司	非关联方	数码科技类产品采购	2022.01.01-2025.12.31	框架协议, 合同金额以具体订单为准	正在履行
17	采购框架合同	福建宝锋电子有限公司	非关联方	数码科技类产品采购	2025.05.01-2030.05.01	框架协议, 合同金额以具体订单为准	正在履行
18	采购框架合同	TCL 德龙家用电器(中山)有限公司	非关联方	家居生活类产品采购	2024.05.14-2026.05.14	框架协议, 合同金额以具体订单为准	正在履行

注 1: 贵州凯瑞服饰有限公司和随州市亿盛服装有限公司为同一控制下的公司;

注 2: 公司与东莞市奔跑尚品服饰有限公司、贵州凯瑞服饰有限公司、随州市亿盛服装有限公司、广东博力威科技股份有限公司在 2022 年 1 月 1 日至 2022 年 4 月 30 日未签署框架合同, 通过“一单一签”形式进行采购。

三、借款或授信合同

公司重大的借款或授信合同的认定标准为报告期内授信额度在 1,000 万元及以上的授信合同, 及该等授信合同项下发生的单笔借款金额超过 1,000 万元的借款合同。截至报告期末, 公司报告期内已履行完毕以及正在履行、将要履行的重大借款或授信合同如下:

序号	合同名称	贷款人	关联关系	合同金额 (万元)	借款期限	担保情况	履行情况
1	《综合授信合同》(2021 莞银信字第 21X579 号)	中信银行股份有限公司东莞分行	非关联方	8,000.00	2021.12.30-2022.12.30	程天乐、王奕戎提供最高额保证	履行完毕
2	《国际贸易汇款业务合同》(2022 莞银汇款融资字第 811098288351 号)(注: 本合同为序号 1 所列合同的项下具体业务合同)			310.00 万美元	2022.01.13-2022.04.18		履行完毕
3	《综合授信合同》(2023 莞银信字第 23X579 号)	中信银行股	非关	8,000.00	2023.01.18-2024.01.18	程天乐、王	履行

序号	合同名称	贷款人	关联关系	合同金额 (万元)	借款期限	担保情况	履行情况
	第 23X053 号)	份有限公司 东莞分行	关联方			奕戎提供最高额保证	完毕
4	《中信银行“信e融”业务合作协议》(23X053 号) (注:本协议作为序号 3 下具体业务合同,与序号 3 构成一个完整的合同体系,不可分割,本协议项下贷款占用序号 3 下综合授信额度)			3,000.00	2023.01.29-20 24.01.18		履行完毕
5	《综合授信合同》(2024 莞银信字第 24X104 号)			8,000.00	2024.01.30-20 25.01.30		履行完毕
6	《中信银行“信e融”业务合作协议》(24X104 号)(注:本协议作为序号 5 下具体业务合同,与序号 5 构成一个完整的合同体系,不可分割,本协议项下贷款占用序号 5 下综合授信额度)	中信银行股份有限公司 东莞分行	非关联方	3,000.00	2024.06.20-20 25.01.30	程天乐、王奕戎提供最高额保证	履行完毕
7	《融资额度协议》 (54052021280109)	上海浦东发展银行股份有限公司 东莞分行	非关联方	1,000.00	2021.08.13-20 22.07.27	程天乐提供最高额度保证	履行完毕
8	《流动资金借款合同》 (54012021280510)(注:本合同为序号 7 所列协议的附属融资协议)			1,000.00	2021.08.27-20 22.08.26		履行完毕
9	《融资额度协议》 (BC2022082900001673)	上海浦东发展银行股份有限公司 东莞分行	非关联方	2,000.00	2022.09.01-20 23.08.29	程天乐提供最高额度保证	履行完毕
10	《流动资金借款合同》 (54012022280430)(注:本合同为序号 9 所列协议的附属融资文件)			1,000.00	2022.09.07-20 23.09.06		履行完毕
11	《融资额度协议》 (BC2023092000002175)	上海浦东发展银行股份有限公司 东莞分行	非关联方	3,000.00	2023.10.12-20 24.09.20	程天乐提供最高额度保证	履行完毕
12	《流动资金借款合同》 (54012023280603)(注:本合同为序号 11 所列协议的附属融资文件)			3,000.00	2023.10.16-20 24.10.15		履行完毕
13	《流动资金借款合同》 (54012024280529)(注:本合同为序号 11 所列协议的附属融资文件)			1,500.00	2024.09.19-20 25.03.18		履行完毕
14	《流动资金借款合同》 (GDK476790120230385)	中国银行股份有限公司 东莞分行	非关联方	1,300.00	2023.09.25-20 24.09.25	程天乐、王奕戎和东莞班夫提供最高额度保证	履行完毕
15	《流动资金借款合同》 (GDK476790120240451)	中国银行股份有限公司 东莞分行	非关联方	1,000.00	2024.11.22-20 25.11.22	程天乐、王奕戎和东莞班夫提供最高额度保证	正在履行
16	《固定资产借款合同》(东银(0019)2023 年固贷字第 029095 号)			10,400.00	2023.05.10-20 26.03.06	1、东莞班夫、程天乐及王奕戎提供最高额度保证;2、以粤(2025)东莞不动产权第 0019392 号作为财产抵押担保	正在履行
17	《东莞银行对公借据》 (00102023081500357686)(注:本借据为序号 16 所列合同的具体借款借据)	东莞银行股份有限公司 东莞分行	非关联方	1,187.68	2023.08.21-20 33.08.20		正在履行

序号	合同名称	贷款人	关联关系	合同金额 (万元)	借款期限	担保情况	履行情况
18	《固定资产贷款合同》(东银(0019)2024年固贷字第103365号)	东莞银行股份有限公司 东莞分行	非关联方	5,500.00	2024.06.18-2027.01.24	1、东莞班夫提供最高额度保证; 2、以粤(2023)东莞不动产权第0061503号作为财产抵押担保(注2)	正在履行
19	《流动资金借款合同》(东银(9966)2022年对公流贷字第000549号)	东莞银行股份有限公司 东莞分行	非关联方	1,500.00	2022.01.21-2022.11.30	程天乐、王奕戎和东莞班夫提供最高额度保证	履行完毕
20	《东莞银行对公借据》(0010202200021775)(注:本借据为序号19所列合同的具体借款借据)			1,000.00	2022.03.17-2023.03.16		履行完毕
21	《循环额度贷款合同》(东银(0019)2023年额度贷字第028983号)	东莞银行股份有限公司 东莞分行	非关联方	3,000.00	2023.03.07-2025.03.06	东莞班夫提供最高额度保证	履行完毕
22	《东莞银行对公借据》(00102023060600299475)(注:本借据为序号21所列合同的具体借款借据)			1,361.11	2023.06.15-2024.06.14		履行完毕
23	《循环额度贷款合同》(东银(0019)2024年额度贷字第103333号)	东莞银行股份有限公司 东莞分行	非关联方	3,000.00	2024.01.25-2026.01.24	1、东莞班夫、程天乐及王奕戎提供最高额度保证; 2、以粤(2025)东莞不动产权第0019392号作为财产抵押担保	正在履行
24	《东莞银行对公贷款借据》(借据编号:00102024102500698450)(注:本借据为序号23所列合同的具体借款借据)			1,088.81	2024.10.28-2025.10.27		履行完毕(已提前清偿)
25	《银行授信》(授信函码:CN11018006916-220125-HKSS)	汇丰银行(中国)有限公司 东莞分行	非关联方	400.00 万美元	2022.05.17-2024.04.07	东莞班夫、程天乐提供最高额度保证	履行完毕
26	《授信协议》(编号:769XY2023031561)	招商银行股份有限公司 东莞分行	非关联方	2,000.00	2023.08.31-2024.08.30	程天乐及王奕戎提供最高额度保证	履行完毕
27	《授信函》(编号:P/SZ/SN/116651/24)	星展银行(中国)有限公司 深圳分行、星展银行(中国)有限公司 上海自贸试验区支行	非关联方	短期贷款 400 万美元, 汇率衍生产品交易及利率衍生产品交易 300 万美元	自 2024.7.18 起持续有效	程天乐提供最高额度保证	正在履行
28	提款通知书 (注:本次提款为序号27所列授信函下的具体借款)	星展银行(中国)有限公司 上海自贸试验区支行	非关联方	1,000.00	2024.11.01-2025.01.27		履行完毕
29	《综合授信合同》(2025 莞银信字第 25X217 号)	中信银行股份有限公司 东莞分行	非关联方	8,000.00	2025.04.02-2026.04.02	程天乐、王奕戎提供最高额度保证	正在履行
30	《中信银行“信e融”业务合作协议》(21X579号)(注:本协议			5,000.00	2025.05.19-2026.04.02		正在履行

序号	合同名称	贷款人	关联关系	合同金额 (万元)	借款期限	担保情况	履行情况
	作为序号 29 下具体业务合同，与序号 29 构成一个完整的合同体系，不可分割，本协议项下贷款占用序号 29 下综合授信额度)						
31	《授信协议》 (769XY250403T000089)	招商银行股份有限公司 东莞分行	非关联方	1,500.00	2025.05.27-20 26.05.26	程天乐、王奕戎提供最高额度保证	正在履行

注 1：上述表格不体现公司与其合并报表范围内子公司之间互相提供担保的情况；

注 2：截至报告期末，双方未就粤（2023）东莞不动产权第 0061503 号抵押物权办理抵押登记，因此该抵押物权尚未设立。

四、抵押/质押合同

公司的重大抵押/质押合同的认定标准为全部的抵押/质押合同。截至报告期末，公司报告期内已履行完毕以及正在履行、将要履行的重大抵押/质押合同如下：

序号	合同编号	抵/质押权人	担保债权内容	抵/质押物	抵/质押期限	履行情况
1	东银（0019）2024 年最高抵字第 103376 号	东莞银行股份有限公司东莞分行	最高债务限额为 7,150.00 万元	粤（2023）东莞不动产权第 0061503 号	2023.03.07-2038.05.31	正在履行
2	东银（0019）2023 年最高抵字第 029808 号	东莞银行股份有限公司东莞分行	最高债务限额为 17,420.00 万元	粤（2022）东莞不动产权第 0263646 号	2023.03.07-2042.03.06	已解除
3	东银（0019）2025 年最高抵字第 178737 号	东莞银行股份有限公司东莞分行	最高债务限额为 17,420.00 万元	粤（2025）东莞不动产权第 0019392 号	2023.03.07-2042.03.06	正在履行
4	东银（0019）2024 年保证金质字第 163621 号	东莞银行股份有限公司东莞分行	最高债务限额为 1,765.00 万元	保证金账户中的保证金	2023.03.07-2051.03.06	已解除

注 1：公司与东莞银行股份有限公司东莞分行于 2024 年 6 月 18 日签订了《最高额抵押合同》（东银（0019）2024 年最高抵字第 103376 号），约定公司向东莞银行股份有限公司东莞分行以土地使用权粤（2023）东莞不动产权第 0061503 号进行最高额抵押担保，截至报告期末，双方未就该不动产抵押物权办理抵押登记，因此该抵押物权尚未设立；

注 2：智能产品中心项目一期与二期已经建设完成，公司原持有的粤（2022）东莞不动产权第 0263646 号不动产权证更换为粤（2025）东莞不动产权第 0019392 号，公司原持有的粤（2023）东莞不动产权第 0061503 号不动产权证更换为粤（2024）东莞不动产权第 0258025 号；

注 3：因为智能产品中心项目一期已经建设完成并更换了不动产权证明，所以原抵押合同东银（0019）2023 年最高抵字第 029808 号已解除，并另行签订新抵押合同东银（0019）2025 年最高抵字第 178737 号；

注 4：因为智能产品研发中心项目一期已经建设完成，为办理相关不动产权证明，需要将公司原持有的粤（2022）东莞不动产权第 0263646 号解除抵押并交纳保证金，在办理完新的不动产权证明粤（2025）东莞不动产权第 0019392 号后重新办理抵押登记，随后保证金退回，该份保证金质押合同已解除。

五、仓储物流合同

公司的重大仓储物流合同的认定标准为对应年度采购金额达到 1,000 万元以上的当期仓储物流服务商的主要框架协议。截至报告期末，公司及其控股子公司报告期内已履行完毕以及正在履行、将要履行的重大仓储物流合同如下：

序号	协议名称	服务方名称	关联关系	服务内容	服务期限	合同金额	履行情况
1	Amazon Services Business Solutions Agreement（亚马逊服务商业解决方案协议）	亚马逊	非关联方	开店、仓储、物流、广告服务和工具等服务	自公司店铺注册之日起长期有效	未约定价款，以电商平台结算金额为准	正在履行
2	中外运-敦豪快递服务合同	中外运-敦豪国际航空快件有限公司东莞分公司	非关联方	仓储物流服务	2016年3月8日至长期	根据实际费用发生情况定期结算	正在履行
3	Carrier Agreement（承运人协议）	United Parcel Service Inc.	非关联方	仓储物流服务	2021年3月12日至任一方终止为止	根据实际费用发生情况定期结算	履行完毕
4	Carrier Agreement（承运人协议）	United Parcel Service Inc.	非关联方	仓储物流服务	2024年4月16日至2027年4月15日	根据实际费用发生情况定期结算	正在履行
5	国际货物代理运输服务合作协议	深圳市美通供应链有限公司	非关联方	仓储物流服务	2021年2月1日至2022年2月1日，合同到期后，双方若未提出异议则自动顺延一年	根据实际费用发生情况定期结算	履行完毕
6	国际货物代理运输服务合作协议	深圳市美通供应链有限公司	非关联方	仓储物流服务	2023年9月8日至2024年9月7日	根据实际费用发生情况定期结算	履行完毕
7	国际货物代理运输服务合作协议	深圳市美通供应链有限公司	非关联方	仓储物流服务	2024年5月1日至2027年4月30日	根据实际费用发生情况定期结算	正在履行
8	物流服务代理协议	中镇国际货运代理（深圳）有限公司	非关联方	仓储物流服务	2023年3月8日至2025年3月7日，在协议到期前一个月内，除非任意一方提出书面终止通知，否则该协议自动延期一年。	根据实际费用发生情况定期结算	正在履行
9	运输合同	深圳卓世全球供应链有限公司	非关联方	仓储物流服务	2021年1月1日至2021年12月31日，合同期限届满后如双方无异议，则自动延长一年，延长期限不得超过三年。	根据实际费用发生情况定期结算	履行完毕
10	物流服务代理协议	深圳卓世全球供应链有限公司	非关联方	仓储物流服务	2024年4月29日至2025年4月29日，在协议到期前一个月内，除非任意一方提出书面终止通知，否则该协议自动延期一年。	根据实际费用发生情况定期结算	正在履行
11	运输合同	钻从科技物流（深圳）有限公司	非关联方	仓储物流服务	2021年9月9日至2022年9月8日，合同期限届满后如双方无异议，则自动延长一年，延长期限不得超过三年。	根据实际费用发生情况定期结算	履行完毕
12	物流服务代理协议	钻从科技物流（深圳）有限公司	非关联方	仓储物流服务	2025年7月1日至2026年6月30日，在协议到期前的一个月內，除非任意一方提出书面通知终止，该协议自动延期一	根据实际费用发生情况定期结算	正在履行

序号	协议名称	服务方名称	关联关系	服务内容	服务期限	合同金额	履行情况
					年，延长期限不得超过三年。		
13	海外仓服务合同	钻从科技物流（深圳）有限公司	非关联方	仓储物流服务	2021 年 7 月 1 日至 2022 年 7 月 1 日	根据实际费用发生情况定期结算	履行完毕
14	海外仓服务合同	钻从科技物流（深圳）有限公司	非关联方	仓储物流服务	2022 年 7 月 1 日至 2023 年 7 月 1 日，合同期满后，双方如无异议，合同自动延续一年。	根据实际费用发生情况定期结算	履行完毕
15	海外仓服务合同	钻从科技物流（深圳）有限公司	非关联方	仓储物流服务	2024 年 7 月 1 日至 2025 年 7 月 1 日，合同期满后，双方如无异议，合同自动延续一年。	根据实际费用发生情况定期结算	正在履行

附件五：重要承诺事项

一、与本次公开发行有关的承诺事项

（一）关于遵守《公司上市后三年内稳定股价的预案》承诺

1、公司出具的承诺

“在启动股价稳定措施的前提条件满足时，如公司未采取稳定股价的具体措施，公司将在股东会及北交所官网公开说明未采取稳定股价措施的具体原因并向股东和社会公众投资者道歉。如非因不可抗力导致，给投资者造成损失的，公司将向投资者依法承担赔偿责任，并按照法律法规及相关监管机构的要求承担相应的责任；如因不可抗力导致，应尽快研究将投资者利益损失降低到最小的处理方案，并提交股东会审议，尽可能地保护公司投资者利益。”

2、控股股东、实际控制人出具的承诺

控股股东东莞班夫、实际控制人程天乐承诺如下：

“控股股东及实际控制人在启动股价稳定措施的前提条件满足时，如未按照预案采取稳定股价的具体措施，将在公司股东会及北交所官网公开说明未采取稳定股价措施的具体原因并向公司股东和社会公众投资者道歉；如果控股股东及实际控制人未履行完成增持稳定股价的具体措施的，控股股东及实际控制人直接或间接持有的公司股份（如有）将在相关事项发生之日起不得转让，直至按预案内容的规定采取相应的稳定股价措施并实施完毕时为止。”

3、有增持义务的董事（不含独立董事）、高级管理人员出具的承诺

有增持义务的董事（不含独立董事）、高级管理人员程天乐、王文辉、HU MENG（胡萌）、辛永宏、王保安承诺如下：

“本人承诺，在启动股价稳定措施的前提条件满足时，如本人未采取稳定股价的具体措施，将在公司股东会及北交所官网公开说明未采取稳定股价措施的具体原因并向公司股东和社会公众投资者道歉；如果本人未完成稳定股价的具体措施的，本人直接或间接持有的公司股份（如有）将在相关事项发生之日起不得转让，直至按预案内容的规定采取相应的稳定股价措施并实施完毕时为止。”

（二）关于填补被摊薄即期回报的措施及承诺

1、公司出具的承诺

“1、强化募集资金管理

为规范公司募集资金的使用与管理，确保募集资金使用的规范、安全和高效，公司制定了上市后适用的《募集资金管理制度》，募集资金到位后将存放于董事会指定的专项账户中。公司将定期

检查募集资金使用情况，从而加强对募投项目的监管，保证募集资金得到合理、有效地使用。

2、加快募投项目投资进度

本次发行募集资金到位后，公司将调配内部各项资源、加快推进募投项目建设，提高募集资金使用效率，争取募投项目早日投产并实现预期效益，以提升公司盈利水平。本次发行募集资金到位前，为尽快实现募投项目盈利，公司拟通过多种渠道积极筹措资金，积极调配资源，推进募投项目的各项工作，争取尽早实现项目预期收益，增强未来几年的股东回报，降低发行导致的即期回报摊薄的风险。

3、强化投资者回报机制

公司实施积极的利润分配政策，重视对投资者的合理投资回报，并保持连续性和稳定性。公司已根据中国证监会和北交所的相关规定及监管要求，制定了上市后适用的《公司章程》，就利润分配决策程序、决策机制、利润分配形式、现金方式分红的具体条件和比例、发放股票股利的具体条件、利润分配的期间间隔、应履行的审议程序及信息披露等事宜进行详细规定。公司还制定了《向不特定合格投资者公开发行股票并在北京证券交易所上市后三年股东分红回报规划》，充分维护公司股东依法享有的资产收益等权利，提高公司的未来回报能力。

公司承诺将积极采取上述措施填补被摊薄即期回报，保护中小投资者的合法权益。如公司违反上述承诺或者不履行承诺，公司将在股东会及中国证监会指定媒体公开作出解释并向股东和社会公众投资者道歉。公司违反承诺给公司股东造成损失的，依法承担补偿责任。

上述承诺为公司真实意思表示，公司自愿接受监管机构、自律组织及社会公众的监督。若违反上述承诺，公司将承担相应的法律责任。”

2、控股股东出具的承诺

控股股东东莞班夫承诺如下：

“本企业不越权干预发行人经营管理活动，不侵占发行人利益；不无偿或以不公平条件向其他单位或者个人输送利益，也不采用其他方式损害发行人利益；不动用发行人资产从事与本企业履行职责无关的投资、消费活动。

本企业承诺将积极采取上述措施填补被摊薄即期回报，保护中小投资者的合法权益。如本企业违反上述承诺或者不履行承诺，本企业将在发行人股东会及中国证监会指定媒体公开作出解释并向股东和社会公众投资者道歉。本企业违反承诺给发行人或者发行人股东造成损失的，依法承担补偿责任。

上述承诺为本企业真实意思表示，本企业自愿接受监管机构、自律组织及社会公众的监督。若违反上述承诺，本企业将承担相应的法律责任。”

3、实际控制人出具的承诺

实际控制人程天乐承诺如下：

“本人不越权干预发行人经营管理活动，不侵占发行人利益；不无偿或以不公平条件向其他单位或者个人输送利益，也不采用其他方式损害发行人利益；不动用发行人资产从事与本人履行职责无关的投资、消费活动。

本人承诺将积极采取上述措施填补被摊薄即期回报，保护中小投资者的合法权益。如本人违反上述承诺或者不履行承诺，本人将在发行人股东会及中国证监会指定媒体公开作出解释并向股东和社会公众投资者道歉。本人违反承诺给发行人或者发行人股东造成损失的，依法承担补偿责任。

上述承诺为本人真实意思表示，本人自愿接受监管机构、自律组织及社会公众的监督。若违反上述承诺，本人将承担相应的法律责任。”

4、非独立董事、高级管理人员出具的承诺

非独立董事、高级管理人员程天乐、王文辉、HU MENG（胡萌）、辛永宏、王保安、吴伟良承诺如下：

“1、本人将忠实、勤勉地履行职责，维护发行人和全体股东的合法权益。

2、本人不无偿或以不公平条件向其他单位或者个人输送利益，也不采用其他方式损害发行人利益。

3、本人对职务消费行为进行约束。

4、本人不动用公司资产从事与本人履行职责无关的投资、消费活动。

5、在职责和权限范围内，本人积极促使由发行人董事会或者薪酬与考核委员会制定的薪酬制度与发行人填补回报措施的执行情况相挂钩。

6、如发行人未来拟实施股权激励，在职责和权限范围内，本人积极促使发行人股权激励的行权条件与发行人填补回报措施的执行情况相挂钩。

本人承诺将积极采取上述措施填补被摊薄即期回报，保护中小投资者的合法权益。如本人违反上述承诺或者不履行承诺，本人将在发行人股东会及中国证监会指定媒体公开作出解释并向股东和社会公众投资者道歉。本人违反承诺给发行人或者发行人股东造成损失的，依法承担补偿责任。

上述承诺为本人真实意思表示，本人自愿接受监管机构、自律组织及社会公众的监督。若违反上述承诺，本人将承担相应的法律责任。”

（三）关于公司在招股说明书及其他信息披露资料有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏导致投资者遭受损失情形下的承诺

1、公司出具的承诺

“一、招股说明书及其他信息披露资料不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，公司对其真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。

二、若中国证券监督管理委员会、北京证券交易所或司法机关等有权部门认定公司公开发行股票招股说明书有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，导致对判断公司是否符合法律规定的发行条件构成重大、实质影响的，公司将及时提出股份回购预案，并提交董事会、股东会讨论，依法回购公开发行的全部新股，回购价格按照发行价加算银行同期存款利息确定（若公司股票在此期间发生派息、送股、资本公积转增股本等除权除息事项的，发行价应相应调整），并根据相关法律、法规规定的程序实施。在实施上述股份回购时，如法律法规、公司章程等另有规定的从其规定。

三、因公司本次公开发行股票的招股说明书及其他信息披露资料有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券发行和交易中遭受损失的，公司将依法承担法律责任。”

2、控股股东出具的承诺

控股股东东莞班夫承诺如下：

“一、本企业承诺招股说明书及其他信息披露资料不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，本企业对其真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。

二、若中国证券监督管理委员会、北京证券交易所或司法机关等有权部门认定公司本次公开发行股票的招股说明书有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，导致对判断公司是否符合法律规定的发行条件构成重大、实质影响的，本企业将利用在公司的控制地位，促成公司及时依法回购公开发行的全部新股；本企业将依法购回已转让的原限售股份（若有）。

三、因公司本次公开发行股票的招股说明书及其他信息披露资料有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券发行和交易中遭受损失的，本企业将依法承担法律责任。”

3、实际控制人出具的承诺

实际控制人程天乐承诺如下：

“一、本人承诺招股说明书及其他信息披露资料不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，本人对其真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。

二、若中国证券监督管理委员会、北京证券交易所或司法机关等有权部门认定公司本次公开发行股票的招股说明书有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，导致对判断公司是否符合法律规定的发行条件构成重大、实质影响的，本人将利用在公司的控制地位，促成公司及时依法回购公开发行的全部新股；本人将依法购回已转让的原限售股份（若有）。

的全部新股；本人将依法购回已转让的原限售股份（若有）。

三、因公司本次公开发行股票招股说明书及其他信息披露资料有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券发行和交易中遭受损失的，本人将依法承担法律责任。”

4、董事、高级管理人员出具的承诺

董事、高级管理人员程天乐、王文辉、HU MENG（胡萌）、辛永宏、王保安、吴伟良、程玲莎、何润洪、莫姣承诺如下：

“本人承诺招股说明书及其他信息披露资料不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，本人对其真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。因公司本次公开发行股票招股说明书及其他信息披露资料有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券发行和交易中遭受损失的，本人将依法承担法律责任。”

（四）关于未履行承诺的约束措施

1、公司出具的承诺

“1、公司将严格履行公司就本次发行所作出的所有公开承诺事项，积极接受社会监督。

2、如公司非因不可抗力等原因导致未能履行公开承诺事项的，将接受如下约束措施：

（1）在中国证监会指定信息披露平台或其他媒体上公开说明未履行相关承诺的具体原因，并向股东和社会公众投资者道歉；

（2）提出补充承诺或替代承诺，以尽可能保护公司及投资者的权益，并经公司董事会将补充承诺或替代承诺提交股东会审议；

（3）公司未履行相关承诺事项致使投资者造成损失的，公司将依法向投资者承担赔偿责任。

3、如公司因不可抗力等原因导致未能履行公开承诺事项的，将接受如下约束措施：

（1）在中国证监会指定信息披露平台或其他媒体上公开说明未履行相关承诺的具体原因；

（2）提出补充承诺或替代承诺，以尽可能保护公司及投资者的权益，并经公司董事会将补充承诺或替代承诺提交股东会审议。

上述承诺为公司真实意思表示，公司自愿接受监管机构、自律组织及社会公众的监督。若违反上述承诺，公司将承担相应的法律责任。”

2、控股股东、持股 5%以上的机构股东出具的承诺

控股股东东莞班夫、持股 5%以上的机构股东东莞尚悦、东莞云之睿承诺如下：

“1、本企业将严格履行本企业就本次发行上市所作出的所有公开承诺事项，积极接受社会监督。

2、如本企业非因不可抗力等原因导致未能履行公开承诺事项的，将接受如下约束措施：

（1）在中国证监会指定信息披露平台或其他媒体上公开说明未履行相关承诺的具体原因，并向发行人其他股东和社会公众投资者道歉；

（2）向发行人及其投资者提出补充承诺或替代承诺，以尽可能保护发行人及其投资者的权益，并经发行人董事会将补充承诺或替代承诺提交股东会审议；

（3）本企业未履行相关承诺事项而获得收益的，所获收益归发行人所有；

（4）本企业未履行相关承诺事项致使发行人或其投资者造成损失的，本企业将依法承担赔偿责任。

3、如本企业因不可抗力等原因导致未能履行公开承诺事项的，将接受如下约束措施：

（1）在中国证监会指定信息披露平台或其他媒体上公开说明未履行相关承诺的具体原因；

（2）向发行人及其投资者提出补充承诺或替代承诺，以尽可能保护发行人及其投资者的权益，并经发行人董事会将补充承诺或替代承诺提交股东会审议。

上述承诺为本企业真实意思表示，本企业自愿接受监管机构、自律组织及社会公众的监督。若违反上述承诺，本企业将承担相应的法律责任。”

3、实际控制人、持股 5%以上的自然人股东、董事、高级管理人员出具的承诺

实际控制人程天乐，持股 5%以上的自然人股东王保安、王秋云、辛永宏、辛诚、李智华，董事、高级管理人员程天乐、王文辉、HU MENG（胡萌）、辛永宏、王保安、吴伟良、程玲莎、何润洪、莫姣承诺如下：

“1、本人将严格履行本人就本次发行上市所作出的所有公开承诺事项，积极接受社会监督。

2、如本人非因不可抗力等原因导致未能履行公开承诺事项的，将接受如下约束措施：

（1）在中国证监会指定信息披露平台或其他媒体上公开说明未履行相关承诺的具体原因，并向发行人其他股东和社会公众投资者道歉；

（2）向发行人及其投资者提出补充承诺或替代承诺，以尽可能保护发行人及其投资者的权益，并经发行人董事会将补充承诺或替代承诺提交股东会审议；

（3）本人未履行相关承诺事项而获得收益的，所获收益归发行人所有；

（4）本人未履行相关承诺事项致使发行人或其投资者造成损失的，本人将依法承担赔偿责任。

3、如本人因不可抗力等原因导致未能履行公开承诺事项的，将接受如下约束措施：

（1）在中国证监会指定信息披露平台或其他媒体上公开说明未履行相关承诺的具体原因；

(2) 向发行人及其投资者提出补充承诺或替代承诺，以尽可能保护发行人及其投资者的权益，并经发行人董事会将补充承诺或替代承诺提交股东会审议。

上述承诺为本人真实意思表示，本人自愿接受监管机构、自律组织及社会公众的监督。若违反上述承诺，本人将承担相应的法律责任。”

(五) 关于股份锁定期以及自愿限售的承诺函

1、控股股东出具的承诺

控股股东东莞班夫承诺如下：

“1、自发行人本次发行上市之日起 12 个月内，本企业不得转让或者委托他人代为管理本次发行上市前本企业直接或者间接持有的发行人股份，也不由发行人回购本次发行上市前本企业直接或者间接持有的发行人股份。发行人股票发生权益分派、公积金转增股本、配股等情况导致本企业直接或者间接持有的发行人股份发生变化的，本企业仍将遵守该项承诺。

2、本企业持有的发行人股份在上述锁定期满后 24 个月内减持的，其减持价格不低于发行价；本次发行上市后 6 个月内如发行人股票连续 20 个交易日的收盘价均低于发行价，或者本次发行上市后 6 个月期末收盘价低于发行价，本企业持有的发行人股份的锁定期自动延长至少 6 个月。若发行人本次发行上市后发生派息、送股、资本公积转增股本等除权、除息行为的，上述发行价为除权除息后的价格。

3、若发行人本次发行上市后涉嫌证券期货违法犯罪或者重大违规行为，自该行为被发现后 6 个月内，本企业自愿限售直接或者间接持有的发行人股份；若发行人本次发行上市后，本企业涉嫌证券期货违法犯罪或重大违规行为，自该行为被发现后 12 个月内，本企业自愿限售直接或者间接持有的发行人股份。

4、上述锁定期限届满后，本企业将严格遵守法律、法规以及中国证监会和北交所关于减持股份的规定，根据发行人的行业状况、经营情况、市场估值等因素确定减持数量，并根据需要选择集中竞价交易、大宗交易、协议转让等符合法律、法规规定的方式减持股份。

5、本企业违反上述承诺减持发行人股份的，本企业承诺违规减持所得收益（以下简称“违规所得”）归发行人所有。如本企业未将违规所得上交发行人，则发行人有权在应付本企业现金分红中扣留与违规所得金额相等的部分。

如中国证监会、北交所等对上述股份的上市流通有新的规定，本企业承诺按新规定执行。

上述承诺为本企业真实意思表示，本企业自愿接受监管机构、自律组织及社会公众的监督。若违反上述承诺，本企业将承担相应的法律责任。”

2、实际控制人出具的承诺

实际控制人程天乐承诺如下：

“1、自发行人本次发行上市之日起 12 个月内，本人不得转让或者委托他人代为管理本次发行上市前本人直接或者间接持有的发行人股份，也不由发行人回购本次发行上市前本人直接或者间接持有的发行人股份。发行人股票发生权益分派、公积金转增股本、配股等情况导致本人直接或者间接持有的发行人股份发生变化的，本人仍将遵守该项承诺。

2、本人持有的发行人股份在上述锁定期满后 24 个月内减持的，其减持价格不低于发行价；本次发行上市后 6 个月内如发行人股票连续 20 个交易日的收盘价均低于发行价，或者本次发行上市后 6 个月期末收盘价低于发行价，本人持有的发行人股份的锁定期自动延长至少 6 个月。若发行人本次发行上市后发生派息、送股、资本公积转增股本等除权、除息行为的，上述发行价为除权除息后的价格。

3、若发行人本次发行上市后涉嫌证券期货违法犯罪或者重大违规行为，自该行为被发现后 6 个月内，本人自愿限售直接或者间接持有的发行人股份；若发行人本次发行上市后，本人涉嫌证券期货违法犯罪或重大违规行为，自该行为被发现后 12 个月内，本人自愿限售直接或者间接持有的发行人股份。

4、上述锁定期限届满后，本人将严格遵守法律、法规以及中国证监会和北交所关于减持股份的规定，根据发行人的行业状况、经营情况、市场估值等因素确定减持数量，并根据需要选择集中竞价交易、大宗交易、协议转让等符合法律、法规规定的方式减持股份。

5、本人违反上述承诺减持发行人股份的，本人承诺违规减持所得收益（以下简称“违规所得”）归发行人所有。如本人未将违规所得上交发行人，则发行人有权在应付本人现金分红中扣留与违规所得金额相等的部分。

如中国证监会、北交所等对上述股份的上市流通有新的规定，本人承诺按新规定执行。

上述承诺为本人真实意思表示，本人自愿接受监管机构、自律组织及社会公众的监督。若违反上述承诺，本人将承担相应的法律责任。”

3、持股 10%以上的自然人股东出具的承诺

持股 10%以上的自然人股东辛诚承诺如下：

“1、自发行人本次发行上市之日起 12 个月内，本人不得转让或者委托他人代为管理本次发行上市前本人直接或者间接持有的发行人股份，也不由发行人回购本次发行上市前本人直接或者间接持有的发行人股份。发行人股票发生权益分派、公积金转增股本、配股等情况导致本人直接或者间接持有的发行人股份发生变化的，本人仍将遵守该项承诺。

2、上述锁定期限届满后，本人将严格遵守法律、法规以及中国证监会和北交所关于减持股份的规定，根据发行人的行业状况、经营情况、市场估值等因素确定减持数量，并根据需要选择集中竞价交易、大宗交易、协议转让等符合法律、法规规定的方式减持股份。

3、本人违反上述承诺减持发行人股份的，本人承诺违规减持所得收益（以下简称“违规所得”）归发行人所有。如本人未将违规所得上交发行人，则发行人有权在应付本人现金分红中扣留与违规所得金额相等的部分。

如中国证监会、北交所等对上述股份的上市流通有新的规定，本人承诺按新规定执行。

上述承诺为本人真实意思表示，本人自愿接受监管机构、自律组织及社会公众的监督。若违反上述承诺，本人将承担相应的法律责任。”

4、持股 10%以上的机构股东出具的承诺

持股 10%以上的机构股东东莞尚悦、东莞云之睿承诺如下：

“1、自发行人本次发行上市之日起 12 个月内，本企业不得转让或者委托他人代为管理本次发行上市前本企业直接或者间接持有的发行人股份，也不由发行人回购本次发行上市前本企业直接或者间接持有的发行人股份。发行人股票发生权益分派、公积金转增股本、配股等情况导致本企业直接或者间接持有的发行人股份发生变化的，本企业仍将遵守该项承诺。

2、上述锁定期限届满后，本企业将严格遵守法律、法规以及中国证监会和北交所关于减持股份的规定，根据发行人的行业状况、经营情况、市场估值等因素确定减持数量，并根据需要选择集中竞价交易、大宗交易、协议转让等符合法律、法规规定的方式减持股份。

3、本企业违反上述承诺减持发行人股份的，本企业承诺违规减持所得收益（以下简称“违规所得”）归发行人所有。如本企业未将违规所得上交发行人，则发行人有权在应付本企业现金分红中扣留与违规所得金额相等的部分。

如中国证监会、北交所等对上述股份的上市流通有新的规定，本企业承诺按新规定执行。

上述承诺为本企业真实意思表示，本企业自愿接受监管机构、自律组织及社会公众的监督。若违反上述承诺，本企业将承担相应的法律责任。”

5、申报前 12 个月新增股东出具的承诺

申报前 12 个月新增股东创钰铭瑞、创钰铭璟、创钰同泽承诺如下：

“1、本企业承诺自取得发行人股份之日起 12 个月内不转让本次发行上市前本企业持有的发行人股份。

2、上述锁定期限届满后，本企业将严格遵守法律、法规以及中国证监会和北交所关于减持股份的规定，根据发行人的行业状况、经营情况、市场估值等因素确定减持数量，并根据需要选择符

合法律、法规规定的方式减持股份。如中国证监会、北交所等对上述股份的上市流通有新的规定，本企业承诺按新规定执行。

上述承诺为本企业真实意思表示，本企业自愿接受监管机构、自律组织及社会公众的监督。若违反上述承诺，本企业将承担相应的法律责任。”

6、持股董事、持股高级管理人员出具的承诺

持股董事、持股高级管理人员程天乐、王文辉、HU MENG（胡萌）、辛永宏、王保安承诺如下：

“1、自发行人本次发行上市之日起 12 个月内，本人不得转让或者委托他人代为管理本次发行上市前本人直接或者间接持有的发行人股份，也不由发行人回购本次发行上市前本人直接或者间接持有的发行人股份。发行人股票发生权益分派、公积金转增股本、配股等情况导致本人直接或者间接持有的发行人股份发生变化的，本人仍将遵守该项承诺。

2、本人持有的发行人股份在上述锁定期满后 24 个月内减持的，其减持价格不低于发行价；本次发行上市后 6 个月内如发行人股票连续 20 个交易日的收盘价均低于发行价，或者本次发行上市后 6 个月期末收盘价低于发行价，本公司持有的发行人股份的锁定期自动延长至少 6 个月。若发行人本次发行上市后发生派息、送股、资本公积转增股本等除权、除息行为的，上述发行价为除权除息后的价格。

3、本人就任发行人董事、高级管理人员时确定的任职期间，每年转让的发行人股份不得超过本人所持有发行人股份总数的 25%。本人离职后 6 个月内，不得转让本人所持有的发行人股份。本人在任期届满前离职的，在本人就任时确定的任期内和任期届满后 6 个月内，本人继续遵守上述承诺。本人不因职务变更、离职等原因而免于履行该项承诺。

4、上述锁定期限届满后，本人将严格遵守法律、法规以及中国证监会和北交所关于减持股份的规定，根据发行人的行业状况、经营情况、市场估值等因素确定减持数量，并根据需要选择集中竞价交易、大宗交易、协议转让等符合法律、法规规定的方式减持股份。

5、本人违反上述承诺减持发行人股份的，本人承诺违规减持所得收益（以下简称“违规所得”）归发行人所有。如本人未将违规所得上交发行人，则发行人有权在应付本人现金分红中扣留与违规所得金额相等的部分。

如中国证监会、北交所等对上述股份的上市流通有新的规定，本人承诺按新规定执行。

上述承诺为本人真实意思表示，本人自愿接受监管机构、自律组织及社会公众的监督。若违反上述承诺，本人将承担相应的法律责任。”

（六）关于持股意向以及减持意向的承诺函

1、控股股东出具的承诺

控股股东东莞班夫承诺如下：

“1、对于本次发行上市前持有的发行人股份，本企业将严格遵守已作出的关于本次发行上市前所持股份的锁定期限的承诺。在锁定期限内，本企业不减持本次发行上市前持有的发行人股份。

2、上述锁定期限届满后，本企业拟减持所持发行人股份的，将遵守法律、法规以及中国证监会和北交所关于减持股份的规定，结合发行人稳定股价的需要，审慎制定减持计划。本企业持有的发行人股份在锁定期限届满后 24 个月内减持的，减持价格不低于发行价。发行人股票发生权益分派、公积金转增股本、配股等情况的，上述发行价相应调整。

3、在符合减持股份条件的前提下，本企业选择集中竞价交易、大宗交易、协议转让等符合法律、法规规定的方式减持股份。本企业承诺在减持股份前 3 个交易日予以公告；通过北交所集中竞价交易首次减持股份的在减持前 15 个交易日予以公告。

4、本企业将严格履行上述承诺。如未履行上述承诺，本企业将在发行人股东会和中国证监会指定媒体上公开向发行人股东和社会公众投资者道歉。如违反上述承诺减持发行人股份，本企业承诺违规减持所得收益归发行人所有。

上述承诺为本企业真实意思表示，本企业自愿接受监管机构、自律组织及社会公众的监督。若违反上述承诺，本企业将承担相应的法律责任。”

2、实际控制人出具的承诺

实际控制人程天乐承诺如下：

“1、对于本次发行上市前持有的发行人股份，本人将严格遵守已作出的关于本次发行上市前所持股份的锁定期限的承诺。在锁定期限内，本人不减持本次发行上市前持有的发行人股份。

2、上述锁定期限届满后，本人拟减持所持发行人股份的，将遵守法律、法规以及中国证监会和北交所关于减持股份的规定，结合发行人稳定股价的需要，审慎制定减持计划。本人持有的发行人股份在锁定期限届满后 24 个月内减持的，减持价格不低于发行价。发行人股票发生权益分派、公积金转增股本、配股等情况的，上述发行价相应调整。

3、在符合减持股份条件的前提下，本人选择集中竞价交易、大宗交易、协议转让等符合法律、法规规定的方式减持股份。本人承诺在减持股份前 3 个交易日予以公告；通过北交所集中竞价交易首次减持股份的在减持前 15 个交易日予以公告。

4、本人将严格履行上述承诺。如未履行上述承诺，本人将在发行人股东会和中国证监会指定媒体上公开向发行人股东和社会公众投资者道歉。如违反上述承诺减持发行人股份，本人承诺违规

减持所得收益归发行人所有。

上述承诺为本人真实意思表示，本人自愿接受监管机构、自律组织及社会公众的监督。若违反上述承诺，本人将承担相应的法律责任。”

3、持股 10%以上的自然人股东出具的承诺

持股 10%以上的自然人股东辛诚承诺如下：

“1、对于本次发行上市前持有的发行人股份，本人将严格遵守已作出的关于本次发行上市前所持股份的锁定期限的承诺。在锁定期限内，本人不减持本次发行上市前持有的发行人股份。

2、上述锁定期限届满后，本人拟减持所持发行人股份的，将遵守法律、法规以及中国证监会和北交所关于减持股份的规定，结合发行人稳定股价的需要，审慎制定减持计划。本人持有的发行人股份在锁定期限届满后 24 个月内减持的，减持价格不低于减持时发行人上一年度末经审计的每股净资产。发行人股票发生权益分派、公积金转增股本、配股等情况的，上述价格相应调整。

3、在符合减持股份条件的前提下，本人选择集中竞价交易、大宗交易、协议转让等符合法律、法规规定的方式减持股份。本人承诺在减持股份前 3 个交易日予以公告；通过北交所集中竞价交易首次减持股份的在减持前 15 个交易日予以公告。

4、本人将严格履行上述承诺。如未履行上述承诺，本人将在发行人股东会和中国证监会指定媒体上公开向发行人股东和社会公众投资者道歉。如违反上述承诺减持发行人股份，本人承诺违规减持所得收益归发行人所有。

上述承诺为本人真实意思表示，本人自愿接受监管机构、自律组织及社会公众的监督。若违反上述承诺，本人将承担相应的法律责任。”

4、持股 10%以上的机构股东出具的承诺

持股 10%以上的机构股东东莞尚悦、东莞云之睿承诺如下：

“1、对于本次发行上市前持有的发行人股份，本企业将严格遵守已作出的关于本次发行上市前所持股份的锁定期限的承诺。在锁定期限内，本企业不减持本次发行上市前持有的发行人股份。

2、上述锁定期限届满后，本企业拟减持所持发行人股份的，将遵守法律、法规以及中国证监会和北交所关于减持股份的规定，结合发行人稳定股价的需要，审慎制定减持计划。本企业持有的发行人股份在锁定期限届满后 24 个月内减持的，减持价格不低于减持时发行人上一年度末经审计的每股净资产。发行人股票发生权益分派、公积金转增股本、配股等情况的，上述价格相应调整。

3、在符合减持股份条件的前提下，本企业选择集中竞价交易、大宗交易、协议转让等符合法律、法规规定的方式减持股份。本企业承诺在减持股份前 3 个交易日予以公告；通过北交所集中竞价交易首次减持股份的在减持前 15 个交易日予以公告。

4、本企业将严格履行上述承诺。如未履行上述承诺，本企业将在发行人股东会和中国证监会指定媒体上公开向发行人股东和社会公众投资者道歉。如违反上述承诺减持发行人股份，本企业承诺违规减持所得收益归发行人所有。

上述承诺为本企业真实意思表示，本企业自愿接受监管机构、自律组织及社会公众的监督。若违反上述承诺，本企业将承担相应的法律责任。”

5、持股 5%以上的自然人股东出具的承诺

持股 5%以上的自然人股东李智华、王秋云承诺如下：

“1、在法定锁定期限届满后，本人拟减持所持发行人股份的，将遵守法律、法规以及中国证监会和北交所关于减持股份的规定，结合发行人稳定股价的需要，审慎制定减持计划。本人持有的发行人股份在锁定期限届满后 24 个月内减持的，减持价格不低于减持时发行人上一年度末经审计的每股净资产。发行人股票发生权益分派、公积金转增股本、配股等情况的，上述价格相应调整。

2、在符合减持股份条件的前提下，本人选择集中竞价交易、大宗交易、协议转让等符合法律、法规规定的方式减持股份。本人承诺在减持股份前 3 个交易日予以公告；通过北交所集中竞价交易首次减持股份的在减持前 15 个交易日予以公告。

3、本人将严格履行上述承诺。如未履行上述承诺，本人将在发行人股东会和中国证监会指定媒体上公开向发行人股东和社会公众投资者道歉。如违反上述承诺减持发行人股份，本人承诺违规减持所得收益归发行人所有。

上述承诺为本人真实意思表示，本人自愿接受监管机构、自律组织及社会公众的监督。若违反上述承诺，本人将承担相应的法律责任。”

6、持股董事、持股高级管理人员出具的承诺

持股董事、持股高级管理人员程天乐、王文辉、HU MENG（胡萌）、辛永宏、王保安承诺如下：

“1、对于本人在本次发行上市前持有的发行人股份，本人将严格遵守已做出的关于股份锁定的承诺，在锁定期内，不出售本次发行前持有的发行人股份。

2、本人持续看好发行人的发展前景，愿意长期持有发行人股份。本人减持发行人股份时，本人将严格遵守《中华人民共和国公司法》《中华人民共和国证券法》《中国证监会关于进一步推进新股发行体制改革的意见》等相关法律、法规、规章及其他规范性文件的规定，结合发行人的实际经营情况，审慎制定股票减持计划和实施发行人股份减持，真实、准确、完整、及时的履行信息披露义务，并按照相关法律、法规、规章及其他规范性文件的规定，通过发行人对该次减持的数量、价格区间、时间区间等内容予以公告。

3、如果本人未履行上述持股、减持意向的，本人将在发行人股东会及北交所指定的披露媒体

上公开说明未履行承诺的具体原因并向发行人股东和社会公众投资者道歉，并将按照相关法律法规的规定及监管部门的要求承担相应的责任。

上述承诺为本人真实意思表示，本人自愿接受监管机构、自律组织及社会公众的监督。若违反上述承诺，本人将承担相应的法律责任。”

（七）关于在全国中小企业股份转让系统挂牌期间不存在违法违规行为的承诺函

1、公司出具的承诺

“本公司在全国股转系统挂牌期间不存在组织、参与内幕交易、操纵市场等违法违规行为或者为违法违规交易本公司股票提供便利的情形。

上述承诺为本公司真实意思表示，本公司自愿接受监管机构、自律组织及社会公众的监督。若违反上述承诺，本公司将承担相应的法律责任。”

2、控股股东出具的承诺

控股股东东莞班夫承诺如下：

“发行人在全国股转系统挂牌期间，本企业不存在组织、参与内幕交易、操纵市场等违法违规行为或者为违法违规交易发行人股票提供便利的情形。

上述承诺为本企业真实意思表示，本企业自愿接受监管机构、自律组织及社会公众的监督。若违反上述承诺，本企业将承担相应的法律责任。”

3、实际控制人、董事、高级管理人员出具的承诺

实际控制人程天乐，董事、高级管理人员程天乐、王文辉、HU MENG（胡萌）、辛永宏、王保安、吴伟良、程玲莎、何润洪、莫姣承诺如下：

“发行人在全国股转系统挂牌期间，本人不存在组织、参与内幕交易、操纵市场等违法违规行为或者为违法违规交易发行人股票提供便利的情形。

上述承诺为本人真实意思表示，本人自愿接受监管机构、自律组织及社会公众的监督。若违反上述承诺，本人将承担相应的法律责任。”

（八）关于利润分配政策的承诺函

1、公司出具的承诺

“本次发行上市后，本公司将严格按照本次发行上市后适用的公司章程、本公司招股说明书以及本次发行上市后前三年股东分红回报规划中披露的利润分配政策执行，充分维护股东合法权益。

上述承诺为本公司真实意思表示，本公司自愿接受监管机构、自律组织及社会公众的监督。若违反上述承诺，本公司将承担相应的法律责任。”

2、控股股东出具的承诺

控股股东东莞班夫承诺如下：

“本次发行上市后，本企业作为发行人控股股东，将严格按照本次发行上市后适用的发行人公司章程、发行人招股说明书以及本次发行上市后发行人前三年股东分红回报规划中披露的利润分配政策执行，充分维护股东合法权益。

上述承诺为本企业真实意思表示，本企业自愿接受监管机构、自律组织及社会公众的监督。若违反上述承诺，本企业将承担相应的法律责任。”

3、实际控制人出具的承诺

实际控制人程天乐承诺如下：

“本次发行上市后，本人作为发行人实际控制人，将严格按照本次发行上市后适用的发行人公司章程、发行人招股说明书以及本次发行上市后发行人前三年股东分红回报规划中披露的利润分配政策执行，充分维护股东合法权益。

上述承诺为本人真实意思表示，本人自愿接受监管机构、自律组织及社会公众的监督。若违反上述承诺，本人将承担相应的法律责任。”

4、董事、高级管理人员出具的承诺

董事、高级管理人员程天乐、王文辉、HU MENG（胡萌）、辛永宏、王保安、吴伟良、程玲莎、何润洪、莫姣承诺如下：

“一、本次发行上市后，将严格按照《尚睿科技股份有限公司章程（草案）》（北交所上市后适用）和《关于公司向不特定合格投资者公开发行股票并在北京证券交易所上市后三年股东分红回报规划的议案》以及相关法律法规、北京证券交易所相关规则规定的利润分配政策，督促相关方提出利润分配预案。

二、在审议发行人利润分配预案的董事会上，本人将对符合利润分配政策和分红回报规划要求的利润分配预案投赞成票。同时，督促发行人根据相关决议实施利润分配。

三、如遇相关法律、行政法规及规范性文件修订，且公司的内部规定和利润分配政策不符合该等规定的要求的，本人将督促发行人及时调整内部规定和利润分配政策并严格执行。

上述承诺为本人真实意思表示，本人自愿接受监管机构、自律组织及社会公众的监督。若违反上述承诺，本人将承担相应的法律责任。”

（九）关于不存在触及相关退市情形的承诺函

1、控股股东出具的承诺

控股股东东莞班夫承诺如下：

“本企业最近 36 个月内不存在以下情形：作为因规范类和重大违法类强制退市情形被终止上市企业的控股股东、实际控制人且对触及相关退市情形负有个人责任。

上述承诺为本企业真实意思表示，本企业自愿接受监管机构、自律组织及社会公众的监督。若违反上述承诺，本企业将承担相应的法律责任。”

2、实际控制人出具的承诺

实际控制人程天乐承诺如下：

“本人最近 36 个月内不存在以下情形：担任因规范类和重大违法类强制退市情形被终止上市企业的董事、高级管理人员，且对触及相关退市情形负有个人责任；作为因规范类和重大违法类强制退市情形被终止上市企业的控股股东、实际控制人且对触及相关退市情形负有个人责任。

上述承诺为本人真实意思表示，本人自愿接受监管机构、自律组织及社会公众的监督。若违反上述承诺，本人将承担相应的法律责任。”

3、董事、高级管理人员出具的承诺

董事、高级管理人员程天乐、王文辉、HU MENG（胡萌）、辛永宏、王保安、吴伟良、程玲莎、何润洪、莫姣承诺如下：

“本人最近 36 个月内不存在以下情形：担任因规范类和重大违法类强制退市情形被终止上市企业的董事、高级管理人员，且对触及相关退市情形负有个人责任；作为前述企业的控股股东、实际控制人且对触及相关退市情形负有个人责任。

上述承诺为本人真实意思表示，本人自愿接受监管机构、自律组织及社会公众的监督。若违反上述承诺，本人将承担相应的法律责任。”

（十）对欺诈发行上市的股份回购承诺

1、公司出具的承诺

“1、本公司招股说明书等证券发行文件的内容真实、准确、完整，不存在隐瞒重要事实或者编造重大虚假内容的情形。

2、如中国证监会或者其他有权部门认定本公司存在欺诈发行上市情形的，本公司将按照如下方式依法回购欺诈发行的股票：

（1）若上述情形发生于本公司公开发行的新股已完成发行但未上市交易的阶段内，则本公司

于上述情形发生之日起 15 个工作日内，将公开发行募集资金加算银行同期存款利息返还已缴纳股票申购款的投资者；

（2）若上述情形发生于本公司公开发行的新股已完成上市交易之后，则本公司董事会将在中国证监会或者其他有权部门依法对上述事实作出认定或者处罚决定后 15 个工作日内，制订股份回购方案并提交股东会审议批准，依法回购公开发行的全部新股，按照发行价格加新股上市日至回购要约发出日期期间的同期银行存款利息，或者不低于中国证监会、北交所对本公司招股说明书存在重大信息披露违法问题进行立案稽查之日前 30 个交易日本公司股票每日加权平均价格的算术平均值（如本公司在公开发行股票后发生派息、送股、资本公积金转增股本等除权、除息事项，则回购的股份将包括公开发行的全部新股及其派生股份，发行价格将相应调整），或者中国证监会认可的其他价格，通过北交所交易系统回购本公司首次公开发行的全部新股。

上述承诺为本公司真实意思表示，本公司自愿接受监管机构、自律组织及社会公众的监督。若违反上述承诺，本公司将承担相应的法律责任。”

2、控股股东出具的承诺

控股股东东莞班夫承诺如下：

“1、发行人招股说明书等证券发行文件的内容真实、准确、完整，不存在隐瞒重要事实或者编造重大虚假内容的情形。

2、如中国证监会或者其他有权部门认定发行人存在欺诈发行上市情形，本企业将在中国证监会或者其他有权部门作出上述认定后 10 个工作日内依法购回已转让的原限售股份（如有），购回价格为本企业转让原限售股份的价格加转让日至回购要约发出日期期间的同期银行存款利息。

3、如中国证监会或者其他有权部门认定发行人存在欺诈发行上市情形，本企业将督促发行人依法启动股份回购程序，回购公开发行的全部新股。

上述承诺为本企业真实意思表示，本企业自愿接受监管机构、自律组织及社会公众的监督。若违反上述承诺，本企业将承担相应的法律责任。”

3、实际控制人出具的承诺

实际控制人程天乐承诺如下：

“1、发行人招股说明书等证券发行文件的内容真实、准确、完整，不存在隐瞒重要事实或者编造重大虚假内容的情形。

2、如中国证监会或者其他有权部门认定发行人存在欺诈发行上市情形，本人将在中国证监会或者其他有权部门作出上述认定后 10 个工作日内依法购回已转让的原限售股份（如有），购回价格为本人转让原限售股份的价格加转让日至回购要约发出日期期间的同期银行存款利息。

3、如中国证监会或者其他有权部门认定发行人存在欺诈发行上市情形，本人将督促发行人依法启动股份回购程序，回购公开发行的全部新股。

上述承诺为本人真实意思表示，本人自愿接受监管机构、自律组织及社会公众的监督。若违反上述承诺，本人将承担相应的法律责任。”

（十一）关于规范或避免同业竞争的承诺函

1、控股股东出具的承诺

控股股东东莞班夫承诺如下：

“1、本企业及本企业控制的其他企业，目前均未以任何形式从事与发行人及其控股企业的主营业务构成或可能构成直接或间接竞争关系的业务或活动。

2、本次发行上市后，本企业及本企业控制的其他企业不会：（1）以任何形式从事与发行人及其控股企业目前或今后从事的主营业务构成或可能构成直接或间接竞争关系的业务或活动；（2）以任何形式支持发行人及其控股企业以外的其他企业从事与发行人及其控股企业目前或今后从事的主营业务构成竞争或可能构成竞争的业务或活动；（3）以其他方式介入任何与发行人及其控股企业目前或今后从事的主营业务构成竞争或可能构成竞争的业务或活动。

3、如本企业及本企业控制的其他企业将来不可避免地从事与发行人及其控股企业构成或可能构成直接或间接竞争关系的业务或活动，本企业将主动或在发行人提出异议后及时转让或终止相关业务，并促使本企业控制的其他企业及时转让或终止相关业务，发行人及其控股企业享有优先受让权、优先受托管理权、优先承包经营权或优先收购权。

4、除上述承诺之外，本企业进一步保证：（1）将根据有关法律、法规的规定确保发行人资产完整，业务、人员、财务、机构独立；（2）将采取合法、有效的措施，促使本企业控制的企业与其他经济组织不直接或间接从事与发行人相同或相似的业务；（3）将不利用本企业在发行人的控股股东地位，进行其他任何损害发行人及其他股东权益的活动。

上述承诺为本企业真实意思表示，自本承诺函签署之日起正式生效，在本企业作为发行人控股股东期间持续有效且不可撤销。本企业自愿接受监管机构、自律组织及社会公众的监督。若违反上述承诺，本企业将承担相应的法律责任。”

2、实际控制人出具的承诺

实际控制人程天乐承诺如下：

“1、本人及本人控制或任职的其他企业，目前均未以任何形式从事与发行人及其控股企业的主营业务构成或可能构成直接或间接竞争关系的业务或活动。

2、本次发行上市后，本人及本人控制或任职的其他企业不会：（1）以任何形式从事与发行人

及其控股企业目前或今后从事的主营业务构成或可能构成直接或间接竞争关系的业务或活动；（2）以任何形式支持发行人及其控股企业以外的其他企业从事与发行人及其控股企业目前或今后从事的主营业务构成竞争或可能构成竞争的业务或活动；（3）以其他方式介入任何与发行人及其控股企业目前或今后从事的主营业务构成竞争或可能构成竞争的业务或活动。

3、如本人及本人控制或任职的其他企业将来不可避免地从事与发行人及其控股企业构成或可能构成直接或间接竞争关系的业务或活动，本人将主动或在发行人提出异议后及时转让或终止相关业务，并促使本人控制或任职的其他企业及时转让或终止相关业务，发行人及其控股企业享有优先受让权、优先受托管理权、优先承包经营权或优先收购权。

4、除上述承诺之外，本人进一步保证：（1）将根据有关法律、法规的规定确保发行人资产完整，业务、人员、财务、机构独立；（2）将采取合法、有效的措施，促使本人控制或任职的企业与其他经济组织不直接或间接从事与发行人相同或相似的业务；（3）将不利用本人在发行人的实际控制人地位，进行其他任何损害发行人及其他股东权益的活动。

上述承诺为本人真实意思表示，自本承诺函签署之日起正式生效，在本人作为发行人实际控制人期间持续有效且不可撤销。本人自愿接受监管机构、自律组织及社会公众的监督。若违反上述承诺，本人将承担相应的法律责任。”

3、持股 5%以上的自然人股东出具的承诺

持股 5%以上的自然人股东辛永宏、辛诚、王保安、王秋云、李智华承诺如下：

“1、本人及本人控制或任职的其他企业，目前均未以任何形式从事与发行人及其控股企业的主营业务构成或可能构成直接或间接竞争关系的业务或活动。

2、本次发行上市后，本人及本人控制或任职的其他企业不会：（1）以任何形式从事与发行人及其控股企业目前或今后从事的主营业务构成或可能构成直接或间接竞争关系的业务或活动；（2）以任何形式支持发行人及其控股企业以外的其他企业从事与发行人及其控股企业目前或今后从事的主营业务构成竞争或可能构成竞争的业务或活动；（3）以其他方式介入任何与发行人及其控股企业目前或今后从事的主营业务构成竞争或可能构成竞争的业务或活动。

3、如本人及本人控制或任职的其他企业将来不可避免地从事与发行人及其控股企业构成或可能构成直接或间接竞争关系的业务或活动，本人将主动或在发行人提出异议后及时转让或终止相关业务，并促使本人控制或任职的其他企业及时转让或终止相关业务，发行人及其控股企业享有优先受让权、优先受托管理权、优先承包经营权或优先收购权。

4、除上述承诺之外，本人进一步保证：（1）将根据有关法律、法规的规定确保发行人资产完整，业务、人员、财务、机构独立；（2）将采取合法、有效的措施，促使本人控制或任职的企业与其他经济组织不直接或间接从事与发行人相同或相似的业务；（3）将不利用本人在发行人的股东身

份，进行其他任何损害发行人及其他股东权益的活动。

上述承诺为本人真实意思表示，自本承诺函签署之日起正式生效，在本人作为发行人持股 5% 以上股东期间持续有效且不可撤销。本人自愿接受监管机构、自律组织及社会公众的监督。若违反上述承诺，本人将承担相应的法律责任。”

4、持股 5%以上的机构股东出具的承诺

持股 5%以上的机构股东东莞尚悦、东莞云之睿承诺如下：

“1、本企业及本企业控制的其他企业，目前均未以任何形式从事与发行人及其控股企业的主营业务构成或可能构成直接或间接竞争关系的业务或活动。

2、本次发行上市后，本企业及本企业控制的其他企业不会：（1）以任何形式从事与发行人及其控股企业目前或今后从事的主营业务构成或可能构成直接或间接竞争关系的业务或活动；（2）以任何形式支持发行人及其控股企业以外的其他企业从事与发行人及其控股企业目前或今后从事的主营业务构成竞争或可能构成竞争的业务或活动；（3）以其他方式介入任何与发行人及其控股企业目前或今后从事的主营业务构成竞争或可能构成竞争的业务或活动。

3、如本企业及本企业控制的其他企业将来不可避免地从事与发行人及其控股企业构成或可能构成直接或间接竞争关系的业务或活动，本企业将主动或在发行人提出异议后及时转让或终止相关业务，并促使本企业控制的其他企业及时转让或终止相关业务，发行人及其控股企业享有优先受让权、优先受托管理权、优先承包经营权或优先收购权。

4、除上述承诺之外，本企业进一步保证：（1）将根据有关法律、法规的规定确保发行人资产完整，业务、人员、财务、机构独立；（2）将采取合法、有效的措施，促使本企业控制的企业与其他经济组织不直接或间接从事与发行人相同或相似的业务；（3）将不利用本企业在发行人的股东身份，进行其他任何损害发行人及其他股东权益的活动。

上述承诺为本企业真实意思表示，自本承诺函签署之日起正式生效，在本企业作为发行人持股 5%以上股东期间持续有效且不可撤销。本企业自愿接受监管机构、自律组织及社会公众的监督。若违反上述承诺，本企业将承担相应的法律责任。”

5、董事、高级管理人员出具的承诺

董事、高级管理人员程天乐、王文辉、HU MENG（胡萌）、辛永宏、王保安、吴伟良、程玲莎、何润洪、莫姣承诺如下：

“1、本人及本人控制或任职的其他企业，目前均未以任何形式从事与发行人及其控股企业的主营业务构成或可能构成直接或间接竞争关系的业务或活动。

2、本次发行上市后，本人及本人控制或任职的其他企业不会：（1）以任何形式从事与发行人

及其控股企业目前或今后从事的主营业务构成或可能构成直接或间接竞争关系的业务或活动；（2）以任何形式支持发行人及其控股企业以外的其他企业从事与发行人及其控股企业目前或今后从事的主营业务构成竞争或可能构成竞争的业务或活动；（3）以其他方式介入任何与发行人及其控股企业目前或今后从事的主营业务构成竞争或可能构成竞争的业务或活动。

3、如本人及本人控制或任职的其他企业将来不可避免地从事与发行人及其控股企业构成或可能构成直接或间接竞争关系的业务或活动，本人将主动或在发行人提出异议后及时转让或终止相关业务，并促使本人控制或任职的其他企业及时转让或终止相关业务，发行人及其控股企业享有优先受让权、优先受托管理权、优先承包经营权或优先收购权。

4、除上述承诺之外，本人进一步保证：（1）将根据有关法律、法规的规定确保发行人资产完整，业务、人员、财务、机构独立；（2）将采取合法、有效的措施，促使本人控制或任职的企业与其他经济组织不直接或间接从事与发行人相同或相似的业务；（3）将不利用本人在发行人的董事/高级管理人员身份，进行其他任何损害发行人及其他股东权益的活动。

上述承诺为本人真实意思表示，自本承诺函签署之日起正式生效，在本人作为发行人董事/高级管理人员期间持续有效且不可撤销。本人自愿接受监管机构、自律组织及社会公众的监督。若违反上述承诺，本人将承担相应的法律责任。”

（十二）关于规范和减少关联交易的承诺函

1、控股股东出具的承诺

控股股东东莞班夫承诺如下：

“1、本企业将尽可能避免和减少本企业及本企业控制的其他企业与发行人之间发生的关联交易。

2、如本企业及本企业控制的其他企业不可避免或因合理原因而发生关联交易，本企业将根据有关法律、法规和规范性文件以及发行人公司章程的规定，遵守平等、自愿、等价和有偿的一般商业原则，履行法定程序，并与发行人签订关联交易协议，确保关联交易的价格公允，原则上不偏离市场独立第三方的价格或收费的标准，以维护发行人及其他股东（特别是中小股东）的利益。

3、本企业及本企业控制的其他企业保证不利用本企业在发行人的地位和影响，通过关联交易损害发行人及其他股东（特别是中小股东）的合法权益。本企业及本企业控制的其他企业保证不利用本企业在发行人的地位和影响，违规占用或转移发行人的资金、资产或其他资源，或违规要求发行人提供担保。

4、在认定发行人是否与本企业及本企业控制的其他企业存在关联交易的董事会或股东会上，与本企业及本企业控制的其他企业有关联关系的董事、股东将按照发行人公司章程的规定回避表决。

上述承诺为本企业真实意思表示，本企业自愿接受监管机构、自律组织及社会公众的监督。若

违反上述承诺，本企业将承担相应的法律责任。”

2、实际控制人出具的承诺

实际控制人程天乐承诺如下：

“1、本人将尽可能避免和减少本人及本人控制或任职的其他企业与发行人之间发生的关联交易。

2、如本人及本人控制或任职的其他企业不可避免或因合理原因而发生关联交易，本人将根据有关法律、法规和规范性文件以及发行人公司章程的规定，遵守平等、自愿、等价和有偿的一般商业原则，履行法定程序，并与发行人签订关联交易协议，确保关联交易的价格公允，原则上不偏离市场独立第三方的价格或收费的标准，以维护发行人及其他股东（特别是中小股东）的利益。

3、本人及本人控制或任职的其他企业保证不利用本人在发行人的地位和影响，通过关联交易损害发行人及其他股东（特别是中小股东）的合法权益。本人及本人控制或任职的其他企业保证不利用本人在发行人的地位和影响，违规占用或转移发行人的资金、资产或其他资源，或违规要求发行人提供担保。

4、在认定发行人是否与本人及本人控制或任职的其他企业存在关联交易的董事会或股东会上，与本人及本人控制或任职的其他企业有关联关系的董事、股东将按照发行人公司章程的规定回避表决。

上述承诺为本人真实意思表示，本人自愿接受监管机构、自律组织及社会公众的监督。若违反上述承诺，本人将承担相应的法律责任。”

3、持股 5%以上的自然人股东、董事、高级管理人员出具的承诺

持股 5%以上的自然人股东辛永宏、辛诚、王保安、王秋云、李智华，董事、高级管理人员程天乐、王文辉、HU MENG（胡萌）、辛永宏、王保安、吴伟良、程玲莎、何润洪、莫姣承诺如下：

“1、本人将尽可能避免和减少本人及本人控制或任职的企业与发行人之间发生的关联交易。

2、如本人及本人控制或任职的企业不可避免或因合理原因而发生关联交易，本人将根据有关法律、法规和规范性文件以及发行人公司章程的规定，遵守平等、自愿、等价和有偿的一般商业原则，履行法定程序，并与发行人签订关联交易协议，确保关联交易的价格公允，原则上不偏离市场独立第三方的价格或收费的标准，以维护发行人及其他股东（特别是中小股东）的利益。

3、本人及本人控制或任职的企业保证不利用本人在发行人的地位和影响，通过关联交易损害发行人及其他股东（特别是中小股东）的合法权益。本人及本人控制或任职的企业保证不利用本人在发行人的地位和影响，违规占用或转移发行人的资金、资产或其他资源，或违规要求发行人提供担保。

4、在认定发行人是否与本人及本人控制或任职的企业存在关联交易的董事会或股东会上，与本人及本人控制或任职的企业有关联关系的董事、股东将按照发行人公司章程的规定回避表决。

上述承诺为本人真实意思表示，本人自愿接受监管机构、自律组织及社会公众的监督。若违反上述承诺，本人将承担相应的法律责任。”

4、持股 5%以上的机构股东出具的承诺

持股 5%以上的机构股东东莞尚悦、东莞云之睿承诺如下：

“1、本企业将尽可能避免和减少本企业及本企业控制的企业与发行人之间发生的关联交易。

2、如本企业及本企业控制的企业不可避免或因合理原因而发生关联交易，本企业将根据有关法律、法规和规范性文件以及发行人公司章程的规定，遵守平等、自愿、等价和有偿的一般商业原则，履行法定程序，并与发行人签订关联交易协议，确保关联交易的价格公允，原则上不偏离市场独立第三方的价格或收费的标准，以维护发行人及其他股东（特别是中小股东）的利益。

3、本企业及本企业控制的企业保证不利用本企业在发行人的地位和影响，通过关联交易损害发行人及其他股东（特别是中小股东）的合法权益。本企业及本企业控制的企业保证不利用本企业在发行人的地位和影响，违规占用或转移发行人的资金、资产或其他资源，或违规要求发行人提供担保。

4、在认定发行人是否与本企业及本企业控制的企业存在关联交易的董事会或股东会上，与本企业及本企业控制的企业有关联关系的董事、股东将按照发行人公司章程的规定回避表决。

上述承诺为本企业真实意思表示，本企业自愿接受监管机构、自律组织及社会公众的监督。若违反上述承诺，本企业将承担相应的法律责任。”

（十三）关于避免资金占用的承诺函

1、控股股东、持股 5%以上的机构股东出具的承诺

控股股东东莞班夫、持股 5%以上的机构股东东莞尚悦、东莞云之睿承诺如下：

“一、自 2022 年 1 月 1 日至今，本企业不存在以任何形式占用或使用公司资金的行为，亦不存在公司为本企业及本企业控制的其他企业提供担保的情形。

二、本企业将严格遵守法律、法规、规范性文件以及公司相关规章制度的规定，不以任何方式占用或使用公司的资产和资源，不以任何直接或者间接的方式从事损害或可能损害公司及其他股东利益的行为。

三、如因违反该等声明与承诺而导致公司或其他股东的权益受到损害的情况，本企业将依法承担相应的赔偿责任。”

2、实际控制人、持股 5%以上的自然人股东、董事、高级管理人员出具的承诺

实际控制人程天乐，持股 5%以上的自然人股东辛永宏、辛诚、王保安、王秋云、李智华，董事、高级管理人员程天乐、王文辉、HU MENG（胡萌）、辛永宏、王保安、吴伟良、程玲莎、何润洪、莫姣承诺如下：

“一、自 2022 年 1 月 1 日至今，本人不存在以任何形式占用或使用公司资金的行为，亦不存在公司为本人及本人控制或任职的其他企业提供担保的情形。

二、本人将严格遵守法律、法规、规范性文件以及公司相关规章制度的规定，不以任何方式占用或使用公司的资产和资源，不以任何直接或者间接的方式从事损害或可能损害公司及其他股东利益的行为。

三、本人关系密切的家庭成员及本人与该等人士控制或任职的企业也应遵守上述声明与承诺。如因违反该等声明与承诺而导致公司或其他股东的权益受到损害的情况，本人将依法承担相应的赔偿责任。”

（十四）关于股东信息披露的专项承诺函

1、公司出具的承诺

“1、本公司已在招股说明书等本次发行上市申报文件中真实、准确、完整地披露了股东信息，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏。

2、本公司历史沿革中曾存在的股权代持、委托持股的情形已全部还原或解除，截至本承诺函出具之日，公司股权归属清晰，不存在股权代持、委托持股等情形，不存在股权纠纷或潜在纠纷。

3、本公司股东不存在以下情形：（1）法律法规规定禁止持股的主体直接或间接持有本公司股份；（2）本次发行上市的中介机构或其负责人、高级管理人员、经办人员直接或间接持有本公司股份；（3）以本公司股权进行不当利益输送。

4、本公司不存在中国证监会系统离职人员入股的情形。前述离职人员，是指本公司申报时相关股东为离开证监会系统未满 10 年的原工作人员，具体包括：（1）从证监会机关、派出机构、证券交易所、全国股转公司离职的人员；（2）从证监会其他会管单位离职的原会管干部；（3）在证监会发行监管司或公众公司监管司借调累计满十二个月并在借调结束后三年内离职的证监会其他会管单位人员；（4）从证监会机关、派出机构、证券交易所、全国股转公司调动到证监会其他会管单位并在调动后三年内离职的人员。

上述承诺为本公司真实意思表示，本公司自愿接受监管机构、自律组织及社会公众的监督。若违反上述承诺，本公司将承担相应的法律责任。”

（十五）关于社会保险及住房公积金事项的承诺函

1、控股股东、实际控制人出具的承诺

控股股东东莞班夫、实际控制人程天乐承诺如下：

“1、本人/本企业将敦促公司遵守相关法律法规的规定，依法为员工缴纳社会保险（包括养老保险、医疗保险、失业保险、生育保险和工伤保险）及住房公积金。

2、若公司因任何社会保障相关法律法规执行情况受到追溯，包括但不限于经有关主管部门认定需为员工补缴社会保险金或住房公积金，受到主管部门处罚，或任何利益相关方以任何方式提出权利要求且该等要求获主管部门支持，本人/本企业将无条件全额承担相关补缴、处罚的款项、利益相关方的赔偿或补偿款项，以及公司因此所支付的相关费用，以保证公司不会因此遭受任何损失。”

（十六）关于租赁厂房瑕疵事项的承诺函

1、控股股东、实际控制人出具的承诺

控股股东东莞班夫、实际控制人程天乐承诺如下：

“若发行人及其子公司所租赁的房产根据相关主管部门的要求被拆除或拆迁，或租赁合同被认定无效或者出现任何纠纷，给公司造成经济损失（包括但不限于：拆除、搬迁的成本与费用等直接损失，拆除、搬迁期间因此造成的经营损失，被有权部门罚款或者被有关当事人追索而支付的赔偿等），本人/本企业将在毋需公司支付任何对价的情况下承担上述损失，对公司及其子公司因此产生的经济损失或支出的费用予以全额补偿并对此承担连带责任，以保证公司及其子公司免于遭受损失。”

（十七）关于上市后业绩大幅下滑延长股份锁定期的承诺函

1、控股股东、实际控制人出具的承诺

控股股东东莞班夫、实际控制人程天乐承诺如下：

“1、公司上市当年较上市前一年净利润下滑 50%以上的，延长本企业/本人届时所持股份锁定期限 24 个月；

2、公司上市第二年较上市前一年净利润下滑 50%以上的，延长本企业/本人届时所持股份锁定期限 12 个月。

3、公司上市第三年较上市前一年净利润下滑 50%以上的，延长本企业/本人届时所持股份锁定期限 12 个月。

上述承诺中“净利润”是指扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润。“届时所持股份锁定期限”是指承诺人上市前取得，上市当年及之后第二年、第三年年报披露时仍持有股份剩余的锁定期。

本人/本企业将严格履行上述承诺。如本人/本企业因违反上述承诺而获得收益的，所得收益归发行人所有。如本人/本企业因未履行上述承诺给发行人或者其他投资者造成损失的，将依法承担相应责任。”

二、公司申请挂牌时的承诺事项

（一）规范或避免同业竞争的承诺

1、控股股东、实际控制人、董事、原监事、高级管理人员出具的承诺

控股股东东莞班夫，实际控制人程天乐，董事、原监事、高级管理人员程天乐、王文辉、HU MENG（胡萌）、辛永宏、王保安、吴伟良、程玲莎、莫姣、何润洪、黄晓琳、吴佳玲、杨倩怡承诺如下：

“1、本人/本企业及本人/本企业控制或能够施加重大影响的其他企业（不包含公司及其控制的企业）现在或将来均不会在中国境内和境外，单独或与第三方，以任何形式直接或间接从事或参与任何与公司及其控制的企业目前及今后进行的主营业务构成竞争或可能构成竞争的业务或活动。

2、本人/本企业及本人/本企业控制或能够施加重大影响的其他企业不向其他业务与公司相同、类似或在任何方面构成竞争的公司、企业或其他机构、组织或个人提供专有技术或提供销售渠道、客户信息等商业秘密。

3、在本人/本企业作为公司控股股东/实际控制人/董事/监事/高级管理人员期间，如果本人/本企业及本人/本企业控制或能够施加重大影响的其他企业与公司及其控制的企业在经营活动中发生或可能发生同业竞争，公司有权要求本人/本企业进行协调并加以解决。

4、为了更有效地避免未来本人/本企业及本人/本企业控制或能够施加重大影响的其他企业与公司之间产生同业竞争，本人/本企业还将采取以下措施：

（1）通过董事会或股东会/股东大会等公司治理机构和合法的决策程序，合理影响本人/本企业控制或能够施加重大影响的其他企业不直接或间接从事与公司相竞争的业务或活动，以避免形成同业竞争；

（2）如本人/本企业获得与公司相同或相似的业务机会，且该机会可能直接或间接导致本人/本企业与公司产生同业竞争，本人/本企业将于发现该业务机会后立即通知公司，并尽最大努力促使该业务机会优先让予公司；

（3）如本人/本企业控制或能够施加重大影响的其他企业获得与公司相同或相似的业务机会，本人/本企业将通过董事会或股东会/股东大会等公司治理机构和合法的决策程序，合理影响本人/本企业控制或能够施加重大影响的其他企业，尽最大努力将相竞争的业务机会优先让予公司。

5、本人/本企业承诺不利用控股股东/实际控制人/董事/监事/高级管理人员的地位损害公司以及公司其他股东的权益。

6、本承诺函为不可撤销的承诺函，自出具之日起生效，直至本人/本企业不再为公司控股股东/实际控制人/董事/监事/高级管理人员或公司终止在全国中小企业股份转让系统挂牌时为止（以上述日期中较早发生者为准）。

7、自本承诺函出具日起，本人/本企业承诺赔偿公司因本人/本企业违反本承诺函所作任何承诺而遭受的一切实际损失、损害和开支。”

（二）减少或规范关联交易的承诺

1、控股股东、实际控制人、彼时持股 5%以上股东、董事、原监事、高级管理人员出具的承诺

控股股东东莞班夫，实际控制人程天乐，彼时持股 5%以上股东东莞尚悦、东莞云之睿、王秋云、辛永宏、谭洪艳、辛诚、李智华、杨思琳，董事、原监事、高级管理人员程天乐、王文辉、HUMENG（胡萌）、辛永宏、王保安、吴伟良、程玲莎、莫姣、何润洪、黄晓琳、吴佳玲、杨倩怡承诺如下：

“1、截至本承诺函出具之日，本人/本企业已向公司如实披露本人/本企业及本人/本企业关联方与公司及其子公司存在的关联交易。除公司已披露的情形之外，不存在其他重大关联交易。本人/本企业将尽量避免本人/本企业及本人/本企业关联方（不包含公司及其控制的企业）与公司之间产生关联交易事项，对于不可避免发生的关联业务往来或交易，将在平等、自愿的基础上，按照公平、公允和等价有偿的原则进行，交易价格将按照市场公认的合理价格确定。

2、本人/本企业将严格遵守有关法律、法规、规范性文件及《尚睿科技股份有限公司章程》《尚睿科技股份有限公司关联交易管理办法》等公司制度中关于关联交易事项的回避规定，所涉及的关联交易均将按照公司关联交易决策程序进行，并将履行合法程序及法律法规规定的信息披露义务。

3、本人/本企业保证不利用控股股东/实际控制人/股东/董事、监事、高级管理人员地位就公司与本人/本企业及本人/本企业关联方相关的任何关联交易采取任何不利于公司的行动，或故意促使公司的股东会或董事会作出侵犯公司及其他股东合法权益的决议。本人/本企业保证不会利用关联交易转移公司利润，不会恶意通过影响公司的经营决策来损害公司及其他股东的合法权益。

4、本人/本企业及本人/本企业关联方将严格和善意地履行与公司签订的各种关联交易协议。本人/本企业承诺将不会向公司谋求任何超出上述协议规定的利益或收益。

5、本人/本企业将严格遵守《中华人民共和国公司法》《中华人民共和国证券法》《全国中小企业股份转让系统挂牌公司治理规则》及中国证券监督管理委员会、全国中小企业股份转让系统有限责任公司关于避免占用公司资金的相关规定，认真落实监管部门各项规章及工作指引，确保本人/本企业及本人/本企业关联方不发生占用公司资金的情形。

6、如本人/本企业及其关联方违反上述承诺而导致公司及其其他股东的合法权益受到损害，本人/本企业将依法承担由此产生的全部责任，充分赔偿或补偿由此给公司或其他股东造成的一切实际

损失。”

（三）股东自愿限售的承诺

1、控股股东出具的承诺

控股股东东莞班夫承诺如下：

“本企业在挂牌前直接或间接持有的股份分三批解除转让限制，每批解除转让限制的数量均为本企业挂牌前所持股票的三分之一，解除转让限制的时间分别为挂牌之日、挂牌期满一年和两年。挂牌前十二个月以内本企业直接或间接持有的股票进行过转让的，该股票的管理按照前款规定执行，主办券商为开展做市业务取得的做市初始库存股票除外。因司法裁决、继承等原因导致有限售期的股票持有人发生变更的，后续持有人应继续执行股票限售规定。

本企业将严格遵守我国法律法规关于股东持股及股份变动的有关规定，规范、诚信履行股东的义务。如本企业违反本承诺进行减持的，将自愿将减持所得收益上缴公司，并将赔偿因违反承诺出售股票而给公司或其他股东造成的实际损失。”

2、实际控制人出具的承诺

实际控制人程天乐承诺如下：

“1、本人在挂牌前直接或间接持有的股份分三批解除转让限制，每批解除转让限制的数量均为本人挂牌前所持股票的三分之一，解除转让限制的时间分别为挂牌之日、挂牌期满一年和两年。挂牌前十二个月以内本人直接或间接持有的股票进行过转让的，该股票的管理按照前款规定执行，主办券商为开展做市业务取得的做市初始库存股票除外。因司法裁决、继承等原因导致有限售期的股票持有人发生变更的，后续持有人应继续执行股票限售规定。

2、本人在公司担任董事、高级管理人员期间，应当向公司申报所持公司股份及其变动情况；在就任时确定的任职期间每年转让的股份不超过本人所持有公司股份总数的 25%；本人离职后半年内，不得转让本人所持有的公司股份。本人在任期届满前离职的，在本人就任时确定的任期内和任期届满后半年内，本人继续遵守上述承诺。

本人将严格遵守我国法律法规关于股东持股及股份变动的有关规定，规范、诚信履行股东的义务。如本人违反本承诺进行减持的，将自愿将减持所得收益上缴公司，并将赔偿因违反承诺出售股票而给公司或其他股东造成的实际损失。”

3、董事出具的承诺

董事王文辉、辛永宏承诺如下：

“1、本人在公司担任董事期间，应当向公司申报所持公司股份及其变动情况；在就任时确定的任职期间每年转让的股份不超过本人所持有公司股份总数的 25%；本人离职后半年内，不得转让

本人所持有的公司股份。本人在任期届满前离职的，在本人就任时确定的任期内和任期届满后半年内，本人继续遵守上述承诺。

2、本人违反上述承诺减持公司股份的，违反减持所得收益（以下简称“违反所得”）归公司所有。如本人未将违反所得交予公司，则公司有权在应付本人现金分红中扣留与违反所得金额相等的部分。本人将赔偿因违反承诺出售股票而给公司或其他股东造成的实际损失。

本人将严格遵守我国法律法规关于股东持股及股份变动的有关规定，规范、诚信履行股东的义务。本人自愿接受监管机构、自律组织及社会公众的监督。若违反上述承诺，本人将承担相应的法律责任。”

（四）其他与本次申请挂牌（同时定向发行）相关的承诺

1、控股股东、实际控制人出具的承诺

控股股东东莞班夫、实际控制人程天乐承诺如下：

“1、若公司所租赁的房产根据相关主管部门的要求被拆除或拆迁，或租赁合同被认定无效或者出现任何纠纷，给公司造成经济损失（包括但不限于：拆除、搬迁的成本与费用等直接损失，拆除、搬迁期间因此造成的经营损失，被有权部门罚款或者被有关当事人追索而支付的赔偿等），本人/本企业将在毋需公司支付任何对价的情况下承担上述损失，对公司及其子公司因此产生的经济损失或支出的费用予以全额补偿并对此承担连带责任，以保证公司及其子公司免于遭受损失。

2、若公司因任何社会保障相关法律法规执行情况受到追溯，包括但不限于经有关主管部门认定需为员工补缴社会保险金或住房公积金，受到主管部门处罚，或任何利益相关方以任何方式提出权利要求且该等要求获主管部门支持，本人/本企业将无条件全额承担相关补缴、处罚的款项、利益相关方的赔偿或补偿款项，以及公司因此所支付的相关费用，以保证公司不会因此遭受任何损失。

3、本人/本企业将敦促公司遵守相关法律法规的规定，依法为员工缴纳社会保险（包括养老保险、医疗保险、失业保险、生育保险和工伤保险）及住房公积金。

4、本人/本企业确认本承诺函所载的每一项承诺均为可独立执行之承诺，任何一项承诺若被视为无效或终止将不影响其他各项承诺的有效性。

5、本人/本企业将忠实履行承诺，并承担相应的法律责任。如果违反上述承诺，本企业将承担由此引发的一切法律责任。”