



信永中和会计师事务所

ShineWing  
certified public accountants

北京市东城区朝阳门北大街  
8号富华大厦A座9层

9/F, Block A, Fu Hua Mansion,  
No.8, Chaoyangmen Beidajie,  
Dongcheng District, Beijing,  
100027, P.R.China

联系电话: +86 (010) 6554 2288  
telephone: +86 (010) 6554 2288

传真: +86 (010) 6554 7190  
facsimile: +86 (010) 6554 7190

## 关于对北京利仁科技股份有限公司 2025 年年报问询函的回复

XYZH/2026SYAA2F0018

北京利仁科技股份有限公司

### 深圳证券交易所:

根据贵所于 2026 年 5 月 21 日下发的《深圳证券交易所关于对北京利仁科技股份有限公司 2025 年年报的问询函》公司部年报问询函（2026）第 236 号，以下简称“《年报问询函》”）的要求，信永中和会计师事务所（特殊普通合伙）（以下简称“年审会计师”或“我们”）作为北京利仁科技股份有限公司（以下简称“利仁科技”或“公司”）年审会计师，本着勤勉尽责、诚实守信的原则，就年报问询函所提问题逐项进行认真讨论、核查与落实，并逐项进行回复说明。

关于回复内容释义、格式等事项的说明：

一、本回复除另有注明外，所有金额均以人民币元为货币单位；

二、本回复中若出现总计数尾数与所列数值总和尾数不符的情况，均为四舍五入所致。

三、本问询回复中的字体代表以下含义：

回复内容	字体样式
年报问询函所列问题	宋体（加粗）
对年报问询函所列问题的回复	宋体（除标题和表格合计外不加粗）

1. 报告期内，你公司实现营业收入 4.34 亿元，同比增长 13.91%；归属于上市公司股东的净利润（以下简称净利润）为 931.48 万元，同比下降 14.01%，上市后你公司净利润持续下滑。年报显示，你公司线上销售金额为 3.20 亿元，占比 73.57%，同比增长 22.67%，毛利率为 35.13%，同比上升 2.77 个百分点；线下销售金额为 1.15 亿元，占比 26.43%，同比下降 4.98%，毛利率为 17.94%，同比下降 7.04 个百分点。请你公司：（1）结合行业发展趋势、市场竞争格局、公司主要产品销量及单价变动情况，说明你公司营业收入增长的原因及合理性；量化分析 2025 年营业收入增长而净利润下滑的具体原因，细化分析各项成本费用项目对净利润的影响程度；说明增收不增利现象是否具有持续性，公司核心竞争力是否发生重大不利变化，近期公司股价变动是否具有基本面支撑。（2）你公司 2025 年第一季度至 2026 年第一季度的营业收入分别为 1.08 亿元、0.97 亿元、0.82 亿元、1.48 亿元、1.46 亿元；净利润分别为 211.88 万元、280.56 万元、-76.04 万元、515.08 万元、525.38 万元。结合公司主要产品销量、单价、毛利率

变动情况，说明第三季度净利润为负的原因，2025年第四季度、2026年第一季度营业收入及净利润大幅增长的原因及合理性，营业收入季节性波动是否符合行业惯例，是否存在年底突击确认收入或提前确认收入的情形，是否与同行业变动趋势一致。（3）结合公司历史业绩波动情况、行业周期性特征、客户需求变化，详细说明你公司上市后净利润持续下滑的原因，与同行业可比公司净利润变动趋势存在差异的合理性；说明你公司拟采取改善经营的措施，分析公司持续经营能力是否存在重大不确定性。（4）说明你公司线上销售的具体模式和收入确认政策，最近三年各类线上销售模式下合作的主要电商平台名称、销售产品类型、销售单价、销售数量、销售金额、存货存放地点、收入确认方式(总额法/净额法)及依据、收入确认时点、结算周期、信用政策、期末应收账款、应收账款账龄、坏账准备、期后销售退回情况、退货率、刷单情况、关联关系；说明线上收入大幅增长的原因及合理性，销售金额是否与你公司向电商平台支付的服务费相匹配，是否存在虚构交易的情形。（5）说明你公司线下销售的具体模式和收入确认政策，最近三年各类线下销售模式下的前五大客户名称、工商注册登记信息、参保人数、履约能力、合作期限、具体销售明细、收入确认方式(总额法/净额法)及依据、收入确认时点、信用政策、期末应收账款、应收账款账龄、坏账准备、期后销售退回情况、关联关系；说明线下收入确认是否符合《企业会计准则》的规定；说明最近三年线下客户是否发生较大变动，变动情况是否与同行业可比公司存在重大差异。（6）结合线上线下的产品结构差异、定价策略、促销活动、销售费用承担等因素，量化分析线上毛利率 35.13% 显著高于线下毛利率 17.94% 的原因，是否存在同一产品线上销售、线下销售单价差异较大的情况；说明线下销售毛利率大幅下降的原因。（7）说明你公司针对不同销售模式收入确认的关键内部控制制度设计及执行情况，特别是对电商平台结算单的真实性、准确性如何进行核对和验证；说明报告期内是否存在大额销售退回或销售折让，如有，请说明具体金额、原因及会计处理。请年审会计师对上述事项发表核查意见，并详细说明：（1）第四季度收入截止性测试的具体执行情况，包括测试样本的选取方法、测试结论及对未回函客户实施的替代程序；（2）对公司线上、线下收入真实性的核查程序、核查比例，对经销模式收入是否实现终端销售所采取的核查措施；（3）对线上、线下销售毛利率变动，线上、线下成本结构差异的核查程序，是否存在成本分摊不准确的情形。

## 【公司回复】

1-1 结合行业发展趋势、市场竞争格局、公司主要产品销量及单价变动情况，说明你公司营业收入增长的原因及合理性；量化分析 2025 年营业收入增长而净利润下滑的具体原因，细化分析各项成本费用项目对净利润的影响程度；说明增收不增利现象是否具有持续性，公司核心竞争力是否发生重大不利变化，近期公司股价变动是否具有基本面支撑。

### 1、行业发展趋势及市场竞争格局

厨房小家电行业正从追求规模扩张的增量时代，转向以价值增长为核心的“限量深

耕”，奥维云网（AVC）全渠道推总数据显示，2025 年厨房小家电整体零售额 633 亿，同比上涨 3.8%，均价 242 元，同比上涨 11.4%。

市场竞争格局方面，产品分化明显，创新决定品类竞争力。2025 年厨房小家电产品表现呈现显著分化，具体可分为三类：第一类为刚需品类，如电饭煲、电压力锅等，依托稳定的日常使用需求，市场表现稳健，成为行业基本盘；第二类为健康疗愈类小单品，包括豆浆机、养生壶、咖啡机等，凭借精准匹配消费者健康养生需求及情绪价值诉求，实现逆势增长；第三类为场景受限品类，如电炖锅、电水壶、电磁炉等，受使用场景单一及其他厨小电品类挤压的影响，市场表现不佳，需要通过技术创新、功能升级、人群精准匹配等突破发展瓶颈。

公司作为国内小家电行业的深耕者，凭借在行业、技术、用户等方面的积淀，核心品类电饼铛领域稳居头部，同时稳步拓展产品矩阵，整体市场竞争力持续巩固，形成“核心品类领跑、多元品类突围”的市场格局。报告期内公司整体经营保持稳健，核心竞争力持续夯实。

## 2、公司主要产品销量及单价变动情况

产品	项目	2025 年	2024 年		
		金额/数量	金额/数量	同期比较变动率	
厨房小家电	电饼铛类	收入（元）	222,151,001.50	201,358,904.08	10.33%
		销量（台）	1,477,390.00	1,449,724.00	1.91%
		单价（元/台）	150.37	138.89	8.27%
	空气炸锅类	收入（元）	27,790,819.69	25,440,443.96	9.24%
		销量（台）	154,800.00	170,001.00	-8.94%
		单价（元/台）	179.53	149.65	19.97%
	多功能锅类	收入（元）	84,687,682.47	68,469,643.54	23.69%
		销量（台）	773,679.00	623,144.00	24.16%
		单价（元/台）	109.46	109.88	-0.38%
	电烧烤类	收入（元）	2,104,651.79	6,301,835.06	-66.60%
		销量（台）	15,198.00	43,893.00	-65.37%
		单价（元/台）	138.48	143.57	-3.55%
其他	收入（元）	58,956,476.41	54,143,112.91	8.89%	
	销量（台）	576,914.00	506,405.00	13.92%	
	单价（元/台）	102.19	106.92	-4.42%	
家居小家电	收入（元）	1,443,526.31	3,587,428.90	-59.76%	
	销量（台）	27,016.00	66,020.00	-59.08%	
	单价（元/台）	53.43	54.34	-1.67%	
电机类	收入（元）	6,157,617.01	-	100.00%	
	销量（台）	1,037,135.00	-	100.00%	
	单价（元/台）	5.94	-	100.00%	
其他（非电类）	收入（元）	29,516,121.40	20,512,259.01	43.90%	
	销量（台）	1,047,113.00	986,173.00	6.18%	
	单价（元/台）	28.19	20.80	35.53%	

如上表所示，公司营业收入实现增长，主要得益于电饼铛类、空气炸锅类和多功能锅类等品类收入提升。2025年下半年，公司先后推出不锈钢0涂层系列、纯钛系列等多款畅销新产品，市场反响较为优异，成为营收增长的核心驱动力。不锈钢0涂层系列新品因其产品单价较高拉动营收增长；多功能锅类产品单价保持稳定，由于 HAI DI LAO HOLDINGS PTE.LTD.同一控制之企业采购量增长带动销量上涨进而拉动营收增长；此外，电机类产品的推出也为营收带来正向贡献。

综上所述，公司营业收入增长与公司实际经营情况相契合，具有合理性。

### 3、2025年营业收入增长而净利润下滑的具体原因以及各项成本费用项目对净利润的影响程度

公司2025年度实现营业收入434,440,832.36元，较2024年度的381,402,520.14元增长13.91%；实现归属于母公司所有者的净利润9,314,844.64元，较2024年度的10,832,151.25元下降14.01%，出现营业收入增长但归母净利润下滑的情况。

各项成本费用及损益项目对归母净利润影响的量化分析如下：

项目	2025年度金额 (元)	2024年度金额 (元)	同比变动额 (元)	核心影响说明
营业收入	434,440,832.36	381,402,520.14	53,038,312.22	收入规模同比增长，为利润端提供基础支撑
营业成本	320,984,648.55	284,259,980.81	36,724,667.74	成本随收入同步增长，增幅略低于收入增幅
税金及附加	3,577,115.05	2,900,280.38	676,834.67	随营业收入增长而同步增加
销售费用	78,483,021.73	64,819,409.35	13,663,612.38	线上推广费及线下品牌广告投入增加，导致销售费用同比增长，为利润下滑的主要影响因素
管理费用	26,516,128.85	24,019,113.68	2,497,015.17	随公司经营规模扩张，管理人员薪酬、办公等费用同比增长
研发费用	12,117,713.38	12,460,085.21	-342,371.83	研发投入保持稳定，小幅下降
财务费用	-3,260,767.40	-8,381,133.61	5,120,366.21	在建工程项目持续投入，闲置资金减少，利息收入同比下降，导致财务费用同比大幅上升
其他收益	5,517,087.66	4,763,698.37	753,389.29	政府补助等收益同比增加
信用减值损失	890,519.51	249,916.68	640,602.83	应收账款规模减少，且部分逾期款项收回，信用减值损失计提同比减少
资产减值损失	719,863.23	-837,135.47	1,556,998.70	存货规模减少、存货结构优化，资产减值损失计提同比减少

如上表所示，公司2025年度营业收入增长及毛利率改善带来的毛利增量，主要被以下因素抵消：销售费用同比增加1,366.36万元，主要系公司线上推广费及线下品牌广告投入增加，销售费用同比增长；财务费用同比上升512.04万元，主要系公司在建工程项目持续投入，闲置资金减少，利息收入同比大幅下降。2025年公司新设控股子公司利

仁机电（霸州）有限公司，布局小家电电机业务。该业务尚处于初创阶段，相关的开办费、人员薪酬、场地租赁、办公费用等初始运营支出较高。

综合以上因素影响，公司 2025 年度归母净利润同比下滑，并非公司主营业务盈利能力出现实质性恶化。

#### 4、关于本次增收不增利现象是否具有持续性的说明

公司出现的营业收入增长但归母净利润下滑的现象，主要由阶段性、战略性投入及短期因素导致，不具有持续性，具体说明如下：

销售费用的阶段性投入：公司增加线下品牌广告投入，系为提升品牌影响力、拓展线下渠道而进行的战略性投入，该类投入具有阶段性特征。随着品牌效应逐步释放、渠道建设进入稳定期，公司销售费用率将逐步回落至合理水平，不会长期维持当前高增速。

财务费用的短期波动：财务费用同比上升主要系在建工程项目持续投入导致闲置资金减少、利息收入下降所致。该影响具有明确的周期属性，随着在建工程项目完工投产，公司闲置资金将逐步稳定，利息收入将随之相对稳定。

子公司初创期亏损的阶段性影响：控股子公司目前处于初创期，尚未实现盈利系行业普遍现象。随着子公司业务逐步成熟、产能释放，负面影响将逐步消除。

主营业务增长的持续性：公司 2025 年度营业收入同比增长 13.91%，且毛利率同比提升，说明公司主营业务仍具备良好的增长韧性和盈利能力。同时，公司应收账款规模优化、存货结构改善，信用减值及资产减值损失同比减少，资产质量持续提升，为未来利润增长奠定了良好基础。

综上，2025 年度公司增收不增利现象主要由短期因素和战略性投入导致，随着上述阶段性因素消除，公司归母净利润有望逐步恢复增长。若公司期间费用管控以及初创子公司经营状况没有达到预期，增收不增利现象可能将会持续。

#### 5、关于公司核心竞争力是否发生重大不利变化的说明

报告期内，公司核心竞争力未发生重大不利变化，具体情况如下：

主营业务竞争力保持稳定：公司营业收入有所增长，毛利率同比提升，说明公司在小家电领域的产品竞争力、市场份额仍保持稳定，主营业务盈利能力未出现下滑。

研发投入持续稳定：公司 2025 年度研发费用保持稳定投入，持续推进产品迭代和技术升级，未出现研发投入大幅下降的情况，技术创新能力未受影响。

资产质量持续优化：公司应收账款规模和存货结构持续优化，信用减值损失和资产减值损失同比减少，营运效率和风险控制能力持续提升，未出现重大经营风险。

渠道与品牌建设有序推进：公司加大推广投入，旨在提升品牌影响力和渠道覆盖能力，属于为长期发展进行的战略性布局，将为公司未来市场拓展和收入增长提供支撑。

综上，公司核心竞争力未发生重大不利变化，主营业务基本面保持稳健。

6、关于近期公司股价变动是否具有基本面支撑的说明

近期公司股价出现波动,经公司自查,2026年第一季度公司营业收入 145,649,598.52 元,同比增长 34.60%,归属于上市公司股东的净利润 5,253,825.90 元,同比增长 147.97%,归属于上市公司股东的净利润同比增长幅度虽然较大但其绝对值较小,且公司主营业务未发生变化,公司基本面未发生实质性变化。近期公司股价波动属于市场因素与公司当前基本面情况有较大偏离。

1-2 你公司 2025 年第一季度至 2026 年第一季度的营业收入分别为 1.08 亿元、0.97 亿元、0.82 亿元、1.48 亿元、1.46 亿元;净利润分别为 211.88 万元、280.56 万元、-76.04 万元、515.08 万元、525.38 万元。结合公司主要产品销量、单价、毛利率变动情况,说明第三季度净利润为负的原因,2025 年第四季度、2026 年第一季度营业收入及净利润大幅增长的原因及合理性,营业收入季节性波动是否符合行业惯例,是否存在年底突击确认收入或提前确认收入的情形,是否与同行业变动趋势一致。

1、第三季度净利润为负的原因

(1) 报告期内各季度收入成本及费用情况如下:

季度	收入类别	销售数量	销售单价	收入金额	成本金额	毛利率
2025 年第一 季度	电饼铛类	350,981.00	139.66	49,018,193.21	34,131,017.53	30.37%
	空气炸锅类	37,443.00	157.19	5,885,570.78	5,383,160.15	8.54%
	多功能锅类	257,190.00	109.09	28,056,501.68	20,457,122.37	27.09%
	电烧烤盘类	6,030.00	153.37	924,840.47	737,401.99	20.27%
	其他	147,730.00	117.81	17,404,691.89	11,224,749.45	35.51%
	家居小家电	8,747.00	48.43	423,622.53	304,476.33	28.13%
	电机类	-	-	-	-	-
	其他(非电类)	235,731.00	30.30	7,141,767.91	4,284,636.24	40.01%
	<b>小计:</b>	<b>1,043,852.00</b>	<b>104.28</b>	<b>108,855,188.47</b>	<b>76,522,564.06</b>	<b>29.70%</b>
2025 年第二 季度	电饼铛类	356,610.00	135.27	48,238,864.91	34,337,690.55	28.82%
	空气炸锅类	34,965.00	151.70	5,304,109.58	4,738,904.80	10.66%
	多功能锅类	158,284.00	105.14	16,642,471.59	11,714,982.17	29.61%
	电烧烤盘类	3,598.00	158.23	569,310.60	472,542.09	17.00%
	其他	150,946.00	103.57	15,633,422.52	10,621,097.90	32.06%
	家居小家电	4,011.00	75.60	303,212.52	210,880.09	30.45%
	电机类	-	-	-	-	-
	其他(非电类)	299,188.00	25.16	7,526,703.85	4,682,373.50	37.79%
	<b>小计:</b>	<b>1,007,602.00</b>	<b>93.51</b>	<b>94,218,095.57</b>	<b>66,778,471.10</b>	<b>29.12%</b>
2025 年第三 季度	电饼铛类	297,736.00	152.07	45,277,354.03	29,530,574.68	34.78%
	空气炸锅类	29,988.00	180.65	5,417,467.91	4,504,890.89	16.85%
	多功能锅类	133,001.00	107.52	14,300,876.55	10,481,053.85	26.71%
	电烧烤盘类	1,537.00	137.64	211,546.45	167,047.84	21.03%
	其他	117,674.00	86.32	10,157,533.21	6,985,219.28	31.23%
	家居小家电	2,926.00	57.64	168,655.05	126,100.61	25.23%
	电机类	9,800.00	6.56	64,316.83	229,321.69	-256.55%

季度	收入类别	销售数量	销售单价	收入金额	成本金额	毛利率
	其他（非电类）	212,600.00	30.63	6,511,053.54	3,476,295.09	46.61%
	<b>小计:</b>	<b>805,262.00</b>	<b>101.97</b>	<b>82,108,803.57</b>	<b>55,500,503.93</b>	<b>32.41%</b>
2025 年第四 季度	电饼铛类	472,063.00	168.66	79,616,589.35	52,763,858.64	33.73%
	空气炸锅类	52,404.00	213.41	11,183,671.42	8,397,428.00	24.91%
	多功能锅类	225,204.00	114.06	25,687,832.65	17,889,101.03	30.36%
	电烧烤盘类	4,033.00	98.92	398,954.27	315,872.13	20.82%
	其他	160,564.00	98.16	15,760,828.79	10,626,339.11	32.58%
	家居小家电	11,332.00	48.36	548,036.21	435,809.12	20.48%
	电机类	1,027,335.00	5.93	6,093,300.18	7,326,644.67	-20.24%
	其他（非电类）	299,594.00	27.83	8,336,596.10	4,767,196.85	42.82%
	<b>小计:</b>	<b>2,252,529.00</b>	<b>65.54</b>	<b>147,625,808.97</b>	<b>102,522,249.55</b>	<b>30.55%</b>
2026 年第一 季度	电饼铛类	404,475.00	166.51	67,350,520.76	42,948,641.96	36.23%
	空气炸锅类	47,429.00	226.51	10,742,952.27	7,408,008.14	31.04%
	多功能锅类	350,541.00	91.64	32,122,282.56	22,360,803.12	30.39%
	电烧烤盘类	9,403.00	86.60	814,325.95	575,857.14	29.28%
	其他	140,341.00	101.77	14,282,575.54	9,640,555.46	32.50%
	家居小家电	6,345.00	45.47	288,532.98	233,193.59	19.18%
	电机类	1,988,146.00	6.04	12,017,845.62	13,932,503.92	-15.93%
	其他（非电类）	339,104.00	22.75	7,714,840.81	4,585,184.03	40.57%
	<b>小计:</b>	<b>3,285,784.00</b>	<b>44.23</b>	<b>145,333,876.49</b>	<b>101,684,747.36</b>	<b>30.03%</b>

（续）

年度	季度	销售费用	管理费用	财务费用	研发费用	期间费用总额
2025 年	第一季度	17,613,226.76	6,534,113.70	-1,064,422.41	2,782,834.27	25,865,752.32
	第二季度	18,140,901.15	5,333,397.20	-810,115.58	2,363,344.36	25,027,527.13
	第三季度	20,520,003.46	7,158,310.25	-563,179.49	3,534,058.09	30,649,192.31
	第四季度	22,208,890.36	7,490,307.70	-823,049.92	3,437,476.66	32,313,624.80
2026 年	第一季度	20,519,842.54	8,395,999.65	-341,113.14	3,162,153.96	31,736,883.01

## （2）2025年第三季度净利润为负的原因说明

公司2025年第三季度归母净利润为-76.04万元，主要由收入季节性波动与成本费用结构共同导致：

### ①收入规模季节性偏低，毛利贡献不足

小家电产品的季节性更多体现在每年电商平台促销活动期间，呈现出一定的季节性特征。第三季度电商促销活动较少，终端消费需求偏弱。公司2025年第三季度营业收入为0.82亿元，为当年度最低水平，毛利总额相应较低，不足以覆盖当期固定费用。

### ②固定费用刚性支出，无法随收入规模摊薄

公司人工费用、折旧费用、租赁费用、线下广告费用等与营业收入变动不直接相关，此类固定费用无法随收入规模摊薄，挤压利润空间，最终导致当期净利润为负。

## 2、2025年第四季度、2026年第一季度营业收入及净利润大幅增长的原因及合理性，

营业收入季节性波动是否符合行业惯例，是否存在年底突击确认收入或提前确认收入的情形，是否与同行业变动趋势一致。

（1）2025 年第四季度、2026 年第一季度营业收入及净利润大幅增长的原因

2025 年第四季度以及 2026 年第一季度营业收入显著提升系因国内“双十一”等促销活动集中，相关订单在第四季度完成交付并确认收入；此外，“双十二”、“元旦”以及“春节”等促销活动部分订单延续至次年一季度交付，带动第一季度收入处于较高水平。公司收入波动与小家电行业特征高度吻合，尤其以电商大促为核心的销售模式导致收入集中确认在第一季度和第四季度，且各年趋势基本一致，具有合理性。

随着公司 2025 年下半年陆续推出不锈钢 0 涂层系列、纯钛系列等多款畅销新产品，收入规模有所提升，摊薄固定费用，叠加部分高毛利产品占比提升，规模效应下，毛利率维持稳定，推动净利润同步增长。

（2）同行业可比公司各季度营业收入及归属于上市公司股东的净利润变动情况如下：

单位	项目	第一季度	第二季度	第三季度	第四季度	2026 年第一季度
利仁科技	营业收入	108,211,212.38	96,745,767.73	81,948,755.19	147,535,097.06	145,649,598.52
	归属于上市公司股东的净利润	2,118,757.50	2,805,620.71	-760,383.38	5,150,849.81	5,253,825.90
小熊电器	营业收入	1,320,214,914.10	1,214,643,156.57	1,156,247,919.93	1,538,973,565.98	1,239,133,192.95
	归属于上市公司股东的净利润	129,741,420.82	75,160,061.06	41,011,359.47	146,628,021.62	79,570,570.56

如上表所示，小家电行业上市公司同样呈现以下特征：收入季节性分布相似，可比公司第一、四季度营收占比普遍高于其他季度，主要系电商平台大型促销活动贡献显著。公司各季度收入变动与同行业可比公司趋势相一致。

公司严格按照《企业会计准则第 14 号——收入》的规定，以控制权转移为收入确认时点。各季度收入均按照企业会计准则的相关规定进行计量，不存在跨期确认的情形。

综上所述，2025 年第四季度、2026 年第一季度营业收入及净利润大幅增长与电商促销节奏及行业季节性特征高度吻合，不存在异常波动。相关变动与同行业可比公司趋势相一致，收入确认政策与同行业可比公司保持一致，不存在年底突击确认收入或提前确认收入的情形，具有商业合理性。

1-3 结合公司历史业绩波动情况、行业周期性特征、客户需求变化，详细说明你公司上市后净利润持续下滑的原因，与同行业可比公司净利润变动趋势存在差异的合理性；说明你公司拟采取改善经营的措施，分析公司持续经营能力是否存在重大不确定性。

## 1、上市后净利润持续下滑的原因

2020年至2023年上半年，中国厨房小家电行业迎来了前所未有的增长机遇。由于居家政策实施，消费者居家时间大幅延长，“宅经济”迅速崛起，带动了厨房小家电需求的激增。在连续三年“宅经济”背景下厨房小家电市场快速增长后，厨房小家电行业自2023年从“宅经济”带动下的跨越增长到了存量竞争之中，是公司上市后业绩及净利润持续下滑的主要原因。

### （1）2023年业绩及净利润下滑情况

据奥维云网（AVC）2023年全渠道推总数据显示，2023年度厨房小家电整体零售额549.3亿元，同比下降9.6%，零售量26543万台，同比下降1.8%；均价207元，同比下降8.0%。线上零售额422亿元，同比下降10.7%；线下零售额127亿元，同比下降6.0%。

公司2023年度实现主营业务收入427,552,995.02元，较2022年度减少227,363,859.75元，降幅34.72%。主要系厨房小家电类产品2023年销售收入408,322,186.45元较上年同期收入减少229,871,849.32元，降幅36.02%所致。

由于公司相对同行业可比上市公司品类较为集中，销售额主要集中于厨房小家电类的电饼铛、空气炸锅和多功能锅三个类别，市场波动对公司业绩影响较大。上述三个类别2022年至2023年销售占比分别达到主营业务收入的88.03%和83.73%，收入波动方面，空气炸锅销售收入减少159,050,542.91元、电饼铛类收入减少36,646,450.36元，多功能锅类收入减少22,810,490.48元。据奥维云网（AVC）2023年全渠道推总数据显示公司主要商品中电饼铛（煎烤机）（详见下图）市场下滑1.9%，空气炸锅市场销售降幅46%（详见下图），根据鲸参谋大数据多功能锅类销售额下滑约10%。2023年公司主要产品销售趋势与市场行情变化一致。

### 【品类分散】：衰退品类持续衰退，增长品类增速放缓



www.avc-mr.com

数据来源：奥维云网（AVC）全渠道推总数据 -6-

数据来源：奥维云网，2023年度该平台未公告电饼铛类别情况，我们引用煎烤机类别（电饼铛即为煎

烤机中一类）进行对比

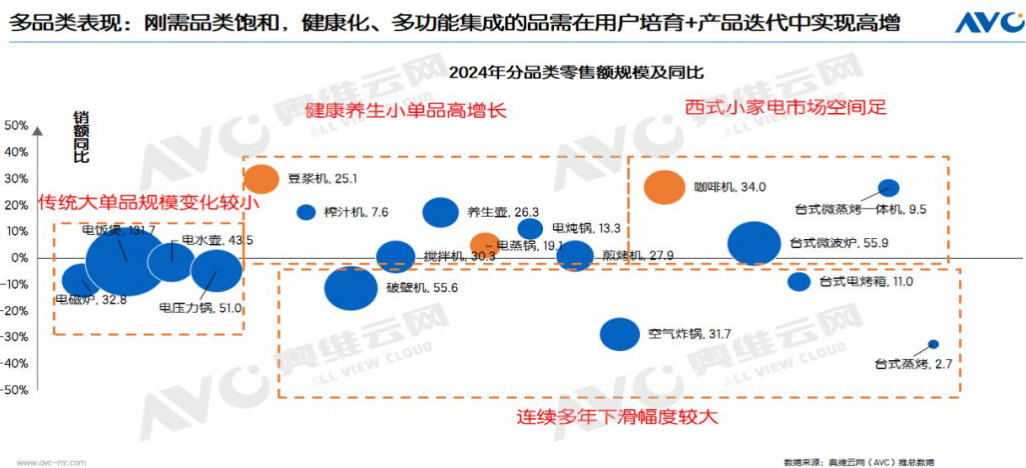
### （2）2024 年业绩及净利润下滑情况

据奥维云网（AVC）2024 年全渠道推总数据显示，2024 年厨房小家电整体零售额 609 亿元，同比下降 0.8%，基本与去年同期持平。零售量 27888 万台，同比增长 1.2%；均价 218 元，同比下降 1.1%。线上零售额 478 亿元，同比增长 1.7%；线下零售额 130 亿元，同比下降 8.9%。公司主营业务收入变动与行业整体情况和品类波动趋势基本一致。

公司 2024 年实现主营业务收入 379,813,627.46 元，较 2023 年降低 47,739,367.56 元，降幅 11.17%。主要系厨房小家电类产品 2024 年销售收入 355,713,939.55 元，较上年同期收入减少 52,608,246.90 元，降幅 12.88%所致。

由于公司相对同行业可比上市公司品类较为集中，销售额主要集中于厨房小家电类的电饼铛、空气炸锅和多功能锅以及其他厨房小家电四个类别，市场波动对公司业绩影响较大。上述四个类别 2023 年至 2024 年销售占比分别达到主营业务收入的 92.60%和 92.00%。收入波动较大的类别分类为电饼铛类销售收入减少 57,947,407.51 元同比下滑 22.35%、空气炸锅收入减少 18,129,849.93 元同比下滑 41.61%，多功能锅类收入增长 13,348,607.72 元同比增幅 24.22%，其他厨房小家电产品收入增长 16,245,269.32 元同比增幅 42.87%。

根据奥维云网，2024 年度空气炸锅市场销售降幅超过 30%，多功能锅类销售额增



长约 10%（电炖锅和电蒸锅等），公司 2024 年主要产品销售趋势与市场行情变化一致。  
数据来源：奥维云网

### （3）2025 年业绩及净利润下滑情况

厨房小家电行业正从追求规模扩张的增量时代，转向以价值增长为核心的“限量深耕”，奥维云网（AVC）全渠道推总数据显示，2025 年厨房小家电整体零售额 633 亿，同比上涨 3.8%，均价 242 元，同比上涨 11.4%。

公司 2025 年度实现营业收入 434,440,832.36 元，较 2024 年度的 381,402,520.14 元增长 13.91%；实现归属于母公司所有者的净利润 9,314,844.64 元，较 2024 年度的 10,832,151.25 元下降 14.01%，出现营业收入增长但归母净利润下滑的情况。2025 年度归母净利润下滑主要系公司加大线上推广及线下品牌广告投入，为长期品牌建设和渠道拓展进行战略性投入以及受公司在建工程项目持续投入，闲置资金减少，利息收入同比大幅下降等因素导致。此外，2025 年公司新设控股子公司利仁机电（霸州）有限公司，布局小家电电机业务。该业务尚处于初创阶段，筹备相关的开办费、人员薪酬、场地租赁、办公费用等初始运营支出较高。

## 2、与同行业可比公司数据对比情况

公司名称	2025 年营业收入（万元）	2024 年营业收入（万元）	变动金额（万元）	变动率	原因
小熊电器	523,007.96	475,827.00	47,180.96	9.92%	主要系国补政策红利及推出母婴、个护等领域的新产品所致
北鼎股份	95,053.01	75,362.21	19,690.80	26.13%	自主品牌经营表现在政府以旧换新等促消费政策的积极效应及公司自身策略优化的共同作用下同比增长
比依股份	235,036.40	205,868.81	29,167.59	14.17%	主要系咖啡机销量增加所致。
利仁科技	43,444.08	38,140.25	5,303.83	13.91%	主要系国补政策红利及推出不锈钢 0 涂层系列、纯钛系列等新产品所致

（续）

公司名称	2024 年营业收入（万元）	2023 年营业收入（万元）	变动金额（万元）	变动率	原因
小熊电器	475,827.00	471,188.74	4,638.26	0.98%	国外销售增加 298,629,269.81 元
北鼎股份	75,362.21	66,528.38	8,833.83	13.28%	主要系代工业务和出口业务增长影响所致
比依股份	205,868.81	155,951.77	49,917.03	32.01%	主要系代工业务和出口业务增长影响所致
利仁科技	38,140.25	42,898.09	-4,757.84	-11.09%	

（续）

公司名称	2023 年营业收入（万元）	2022 年营业收入（万元）	变动金额（万元）	变动率	原因
小熊电器	471,188.74	411,769.89	59,418.85	14.43%	1、收入增长原因系品类丰富，厨房小家电中电动类、锅煲类以及其他小家电和出口收入增加所致。2、西式电器主要包含空气炸锅、电蒸锅、电烤箱、多士炉、多功能锅等，与公司厨房小家电品类相近，2023 年西式电器下滑 16.99% 与公司趋势相近，下滑比例较公司偏低主要系品类丰富，受空气炸锅市场变动影响略小所致。
其中：西式电器	56,837.85	68,467.10	-11,629.25	-16.99%	
北鼎股份	66,528.38	80,474.31	-13,945.93	-17.33%	其他电器类产品包括电磁炉、电热水壶、烤箱、多士炉、空气炸锅等与公司厨房小家电品类相近，2023 年度销售下滑 57.95%，主要系受厨房小家电整体市场竞争激烈销量明显下跌的影响。
其中：其他电器类产品	5,387.73	12,818.39	-7,430.66	-57.97%	

公司名称	2023 年营业收入（万元）	2022 年营业收入（万元）	变动金额（万元）	变动率	原因
比依股份	155,951.77	149,920.70	6,031.07	4.02%	主营产品分空气炸锅、空气烤箱、油炸锅三大类，空气炸锅收入占主营业务收入的 76.49%。2023 年境内收入较 2022 降低 52.22%；境内收入下滑主要系国内空气炸锅类产品下滑所致。
其中：国内销售	11,172.09	23,380.33	-12,208.24	-52.22%	
利仁科技	42,898.09	65,686.22	-22,788.13	-34.69%	1、受国内空气炸锅市场波动影响，公司空气炸锅产品销售下滑较大，使得整体营业收入下降（空气炸锅下滑 1.59 亿元）；2、行业增速放缓，公司调整优化产品结构，优化库存管理。
其中：厨房小家电	40,832.22	63,819.40	-22,987.18	-36.02%	

可比公司净利润变动情况如下：

公司名称	2025 年净利润（万元）	2024 年净利润（万元）	变动金额（万元）	变动率
小熊电器	39,254.09	28,778.74	10,475.35	36.40%
北鼎股份	11,354.01	6,950.87	4,403.14	63.35%
比依股份	8,147.36	13,955.69	-5,808.33	-41.62%
利仁科技	931.48	1,083.22	-151.74	-14.01%

相较于同行业公司，公司出口业务规模相对薄弱。经查询各可比公司年度报告，2025 年，小熊电器线下渠道出口收入达 9.51 亿元（占营收 18.19%），同比增长 42.37%，扣除海外业务涨幅为 4.61%。北鼎股份自主品牌业务收入达 7.79 亿元（占营收 81.92%），同比增长 32.75%，主要系政府以旧换新等促进消费政策的积极效应及公司自身策略优化的共同作用所致。利仁科技出口业务规模较小，2025 年出口业务仅占营收 0.59%，销售渠道相对集中。同行业可比公司扣除出口和代工等业务后，变动趋势与公司无重大差异。

**3、公司为应对小家电行业竞争加剧拟采取的改善经营的措施并分析公司持续经营能力是否存在重大不确定性。**

公司持续强化自主品牌的深入布局，加大品牌推广力度，以消费者需求为核心，加大核心电饼铛、空气炸锅、多功能锅等品类的产品创新研发力度，优化新老产品比重结构。加强新品类产品市场开拓力度，依托传统品类带来的市场优势，促使新品类更高效地推进市场。以产品的 ROI（投入产出比）提升为导向，结合不同品类现状及发展需求，完善运营及产品经理的责权，发挥产品经理与运营经理的双翼作用，精准定位产品项目核心竞争优势，提高开发成功率和产品贡献度，加强资源整合，促进新品发展，结合推广小组的落地推行，加大新产品的市场推广，提高新产品及创新产品的销售占比，保持对新品类目拓展的持续投入，坚持优化现有产品类目，有机有序地进行产品投放，保证新品类有较高的成功率，把产品做精做强。洞察用户需求，挖掘增量市场。持续提升运营管理和渠道管理能力。

（1）提升核心产品线的自主创新设计能力，打造自主核心技术

坚持“无创新、不立项”。通过打造品类矩阵的方式更好地满足消费者的个性化需求，

公司在核心品类中推出了多款行业创新产品，不断深挖消费者使用痛点及应用场景需求，持续加大了对核心竞争力产品的品质化迭代升级，产品包括不锈钢 0 涂层电饼铛、铁盘 0 涂层电饼铛、不锈钢炸筒 0 涂层空气炸锅、不锈钢 0 涂层电煎锅、不锈钢 0 涂层电煮锅等。在食品安全导向下，健康意识渗透在厨房小家电产品的方方面面，公司创新推出的不锈钢 0 涂层系列产品，全心全意为消费者提供健康、高品质的小家电产品。产品的质量和品质取得了消费者的好评并取得了良好的市场表现。随着公司业务能力口碑的积累和消费者对公司品牌粘性的增加，增强了消费者的回流复购。公司做好技术储备，产品储备，进一步巩固利仁“liven”国内市场地位，强化品牌、产品和服务。

（2）深耕渠道建设，持续拓展多元化销售渠道，线上线下协同发展

公司持续加强市场开拓，深耕渠道建设，进一步优化和调整营销业务管理模式，梳理营销架构和流程，充实营销骨干队伍，强化组织策划和绩效考核，做好年度经营业务计划的落实。同时，公司将实时研判消费需求趋势，持续拓展多元化销售渠道，完善优化营销网络体系，多渠道搭建销售体系，线上线下协同发展，深度覆盖各类消费群体，推进公司品牌建设，为销售增长增加新动力，进一步拓宽销售渠道；公司也在积极构建品牌场景化营销，结合产品与生活方式体验，打造品牌的专属化场景，让产品更有温度，通过产品传递的情感价值。同时，公司将积极拓展海外市场，进一步完善现有的销售体系，提升公司形象。

（3）持续优化供应链管理与协同合作，加强客户沟通与协作

持续优化供应链管理与协同合作，在 OEM 和 ODM 合作模式中，供应链管理和协同合作至关重要。公司需要建立完善的供应链体系并不断优化，确保原材料的稳定供应和产品质量的可靠控制。同时，加强与供应商、客户等合作伙伴的沟通与协作，实现资源共享和优势互补。

（4）公司强化精细化管理，优化运营管理，提升运营效率

公司对现有及未来可使用的厂房资源进行科学决策、合理布局，在建厂房达产后，适当提高自产产品比重；确保新建工厂保持在工艺升级和管理增值方面具备行业的领先性，提高中高端产品的产能，加快公司产品转型升级的战略部署；强化品质建设，强化质量控制，对现有生产设备进行技术改造，助力公司核心竞争力的保持；推动公司完成降成本的目标；持续推进公司效率提升和自动化，加大公司自动化设备的资源投入力度；优化业务流程，提升组织整体运作效率；推动公司数字化战略转型，加快智能生产基地项目建设；公司不断推动全面质量管理工作，提高质量管理水平，加强成本控制，提升公司运营效率。

综上，公司从产品研发、市场渠道、供应链及内部管理等多维度制定完善经营改善方案，综合实力持续增强，持续经营能力不存在重大不确定性。

**1-4 说明你公司线上销售的具体模式和收入确认政策，最近三年各类线上销售模式下合作的主要电商平台名称、销售产品类型、销售单价、销售数量、销售金额、存货存**

放地点、收入确认方式(总额法/净额法)及依据、收入确认时点、结算周期、信用政策、期末应收账款、应收账款账龄、坏账准备、期后销售退回情况、退货率、刷单情况、关联关系；说明线上收入大幅增长的原因及合理性，销售金额是否与你公司向电商平台支付的服务费相匹配，是否存在虚构交易的情形。

### 1、线上销售的具体模式和收入确认政策：

#### （1）B2C 模式

B2C 模式是指公司在第三方 B2C 平台（如天猫/淘宝、拼多多、抖音、京东、1688 等）开设自营店铺直接销售产品至终端消费者。公司负责日常运营管理、产品销售、发货、维修与产品售后等服务，并根据客户需求开具发票。电商平台负责提供商城基础设施运营、整体推广和数据分析等服务，并向公司收取系统软件服务费用、互联网信息服务费、市场咨询服务费等费用。

B2C 模式下公司开设多个线上店铺，通过拆分电器、厨具等细分品类获取精准流量；更多店铺可以覆盖全域客群，打破单店销量瓶颈；便于分散单一店铺的经营风险及更多达人分店铺上架货品带货，同时依托多账号获取更多平台活动资源。

B2C 模式下，消费者通过公司在电商平台设立的店铺下订单，向电商平台资金账户支付货款，公司根据订单信息向客户发货。消费者确认收货或超过一定期限系统自动确认收货后，款项将直接转入公司在平台设立的资金账户，公司以此作为确认收入依据，通常不会产生应收账款。

#### （2）B2B2C 模式

①商业模式介绍：B2B2C 模式是 Business-to-Business-to-Customer 的缩写，电子商务的模式之一，即商户通过销售给第三方电商平台最终向消费者销售产品和服务的商业零售模式。B2B2C 模式下，公司直接与各电商平台（京东、唯品会、天猫超市等）签订合同并对其销售产品，再由前述平台面向终端消费者实现最终销售。

②公司 B2B2C 模式下与客户合作的具体方式：B2B2C 模式包括平台入仓和代发两种模式。平台入仓模式下，公司委托物流公司将产品运送至电商平台指定仓库，再由电商平台销售给终端消费者；代发模式下，电商平台实现销售后向公司下达订单，公司直接向终端消费者发货。双方采用定期结算模式，公司以电商平台出具的结算单作为收入确认的依据，未结算部分商品公司按照发出商品核算。

注：公司 B2B2C 模式下第一大客户北京京东世纪贸易有限公司（以下简称“京东自营”）主要采用入仓模式。

③公司对包括京东自营在内的 B2B2C 模式下客户确认收入合理性分析：该模式的客户为电商平台公司，公司承担向其交付商品的义务，电商平台公司定期向公司出具结算单，公司取得结算单时认为商品控制权已经转移至电商平台公司并确认收入。

#### （3）线上经销模式

线上经销模式指公司与各个经销商约定供货价格，并授权经销商在指定的电商平台开设店铺销售公司产品，公司向线上经销商的销售均为买断式销售。公司根据经销商下达的订单信息，委托第三方物流公司或通过自有车辆将产品直接送至经销商指定的地点，再由各经销商自行销售；或根据经销商的要求，直接将产品发送至终端消费者。

**2、公司线上收入确认时点是否符合《企业会计准则》的规定；**

**(1) B2C 模式下收入确认政策以及与可比公司比较情况**

公司名称	收入确认时点	收入确认依据
小熊电器	公司在发货后 10 天,消费者确认收到货物或系统默认收货, 公司收到货款时确认收入	消费者签收及付款记录、增值税发票
北鼎股份	消费者支付货款后, 公司发出商品, 消费者确认收到货物或第三方平台系统自动默认确认收货, 公司收到货款时确认收入。	电商平台出具的收款账单
利仁科技	电商平台显示买家已收货, 公司账户收到相应货款或取得收款凭据时确认收入。	电商平台出具的收款账单

**(2) B2B2C 模式下收入确认政策以及与可比公司比较情况**

公司名称	收入确认时点	收入确认依据
小熊电器	根据合同约定的对账时间, 收到电商平台的确认清单核对无误后确认收入。	对账单、增值税发票
北鼎股份	公司根据代销清单（已实现对外销售部分）结算并确认收入。	代销清单
利仁科技	公司对电商平台出具的结算单核对无误后于结算单出具时点所属期间确认收入。	电商平台出具的结算单

**(3) 线上经销模式下收入确认政策以及与可比公司比较情况**

公司名称	收入确认时点	收入确认依据
小熊电器	自发货：货物已经发出并经线上经销商签收确认或者交付给客户指定的物流公司后确认收入。	自发货：客户签收单或委托物流公司签收单、增值税发票
	代发货：公司在发货后 10 天,消费者确认收到货物或系统默认收货, 公司收到货款时确认收入。	代发货：消费者签收及付款记录、增值税发票
北鼎股份	自发货：公司发货给线上分销商, 发货并经分销商验收后确认收入。	未披露
	代发货：由线上分销商接受消费者订单, 公司发出商品, 消费者确认收到货物或第三方平台系统自动默认确认收货, 公司收到货款时确认收入。	未披露
利仁科技	自发货：公司根据订单约定, 将产品交付给购货方时, 即公司于客户签收货物时确认收入。	签收单或委托物流公司
	代发货：公司根据合同约定的时点, 将产品交付给客户或指定的运输商之后确认收入。	签收单

综上，公司收入确认时点符合合同中约定的风险报酬转移或商品控制权转移的条款，符合《企业会计准则》的规定，与同行业可比公司通行做法一致。

### 3、线上客户确认收入采用总额法还是净额法

公司线上销售产品均系公司自有品牌的产品，公司负责销售以及售后服务。公司所销售的商品均为公司自行生产或者公司委托其他供应商进行代工生产，在此过程中，公司先取得相关产品的控制权后转让给客户，即公司向客户转让商品前能够控制该商品，且在转让商品之前承担商品的存货风险，因此公司属于主要责任人角色。其中代发货模式下，消费者向线上经销商或电商平台下订单并线上支付后，由线上经销商或电商平台将订单信息推送至公司，由公司直接向消费者发货；该模式的公司客户为线上经销商或电商平台，公司承担向其交付商品的履约义务，包括商品的仓储、物流配送、退换货处理等后端履约环节及风险，公司与线上经销商或电商平台按照约定的结算价格进行结算，并非按照终端消费者的成交价格进行结算，公司属于主要责任人角色。综上所述，公司线上销售商品均采用总额法确认，符合《企业会计准则第 14 号——收入》的有关规定，此外与同行业的会计处理保持一致。

### 4、最近三年公司线上销售情况

渠道	2025 年				2024 年			
	数量	金额	占主营业务收入比	平均单价	数量	金额	占主营业务收入比	平均单价
B2C	1,946,076.00	177,441,564.55	41.00%	91.18	1,684,776.00	130,136,458.34	34.26%	77.24
B2B2C	1,008,606.00	134,918,650.44	31.17%	133.77	962,948.00	121,919,742.72	32.10%	126.61
线上经销	50,185.00	7,243,210.29	1.67%	144.33	74,946.00	8,484,794.89	2.23%	113.21
<b>合计</b>	<b>3,004,867.00</b>	<b>319,603,425.28</b>	<b>73.84%</b>	<b>106.36</b>	<b>2,722,670.00</b>	<b>260,540,995.95</b>	<b>68.60%</b>	<b>95.69</b>

（续）

渠道	2024 年				2023 年			
	数量	金额	占主营业务收入比	平均单价	数量	金额	占主营业务收入比	平均单价
B2C	1,684,776.00	130,136,458.34	34.26%	77.24	1,363,779.00	144,583,710.00	33.82%	106.02
B2B2C	962,948.00	121,919,742.72	32.10%	126.61	1,164,977.00	153,915,766.12	36.00%	132.12
线上经销	74,946.00	8,484,794.89	2.23%	113.21	63,796.00	4,492,472.25	1.05%	70.42
<b>合计</b>	<b>2,722,670.00</b>	<b>260,540,995.95</b>	<b>68.60%</b>	<b>95.69</b>	<b>2,592,552.00</b>	<b>302,991,948.37</b>	<b>70.87%</b>	<b>116.87</b>

#### （1）2023-2025 年度变动分析：

公司线上渠道销售公司的全品类产品，主要是厨房小家电类产品，2023 年至 2025 年公司线上业务销售分别为 302,991,948.37 元、260,540,995.95 元和 319,603,425.28 元，占当年销售额比重均在 70%左右，与奥维云网发布的行业数据，不存在重大差异。线上模式是公司最主要的销售模式，2023 年至 2025 年各渠道主要合作平台如下：

①B2C 模式

序号	平台名称	店铺名称	主要销售商品	关联关系	2025 年度			2024 年度		
					销售数量	销售金额	销售单价	销售数量	销售金额	销售单价
1	天猫	天猫利仁官方旗舰店	利仁全品类	非关联方	334,414.00	58,250,974.16	174.19	338,302.00	49,063,147.46	145.03
		廊坊利仁天猫厨具旗舰店	利仁厨具品类	非关联方	17,846.00	2,299,785.04	128.87	29,657.00	3,113,062.97	104.97
		生活科技天猫宠味多旗舰店	宠物食品	非关联方	74,180.00	220,166.40	2.97	176,732.00	457,778.60	2.59
		生活科技天猫利仁专卖店	利仁全品类	非关联方	-	-	-	1,785.00	32,206.62	18.04
		廊坊 Liven 利仁专卖店	利仁全品类	非关联方	-	-	-	1,008.00	146,094.72	144.94
		<b>小计</b>					<b>426,440.00</b>	<b>60,770,925.60</b>	<b>142.51</b>	<b>547,484.00</b>
2	视频号	视频号利仁电器旗舰店	利仁全品类	非关联方	280,071.00	17,995,976.91	64.26	79,227.00	4,988,091.67	62.96
		廊坊利仁视频号专卖店	利仁全品类	非关联方	148,688.00	8,261,056.06	55.56	349.00	3,270.03	9.37
		黄山利仁视频号旗舰店	利仁全品类	非关联方	16,344.00	1,472,399.75	90.09	-	-	-
		生活科技视频号宠味多宠物食品店	宠物食品	非关联方	452.00	6,267.36	13.87	2,679.00	28,714.56	10.72
		<b>小计</b>					<b>445,555.00</b>	<b>27,735,700.08</b>	<b>62.25</b>	<b>82,255.00</b>
3	抖音	廊坊利仁电器专营店(抖音)	利仁全品类	非关联方	232,286.00	22,914,245.24	98.65	237,479.00	16,938,891.72	71.33
		黄山利仁抖音旗舰店	利仁全品类	非关联方	45,270.00	2,891,887.47	63.88	-	-	-
		抖音利仁官方旗舰店	利仁全品类	非关联方	21,526.00	1,276,854.08	59.32	26,345.00	3,111,457.57	118.10
		生活科技抖音宠味多宠物食品店	宠物食品	非关联方	90,907.00	405,453.96	4.46	141,389.00	619,706.65	4.38
		黄山利仁中式厨电抖音旗舰店	利仁厨具品类	非关联方	-	-	-	33.00	2,483.61	75.26
		抖音利仁传媒厨房电器旗舰店	利仁厨具品类	非关联方	-	-	-	20.00	4,134.53	206.73
		<b>小计</b>					<b>389,989.00</b>	<b>27,488,440.75</b>	<b>70.49</b>	<b>405,266.00</b>
4	快手	利仁官方旗舰店（快手）	利仁全品类	非关联方	153,348.00	13,134,984.39	85.65	278,040.00	19,887,486.64	71.53
		黄山利仁快手旗舰店	利仁全品类	非关联方	119,494.00	6,928,086.44	57.98	-	-	-
		利仁电器旗舰店（快手）	利仁全品类	非关联方	73,817.00	3,806,037.97	51.56	12,560.00	553,177.82	44.04
		生活科技快手宠味多宠物食品店	宠物食品	非关联方	168.00	1,472.18	8.76	54.00	146.30	2.71

序号	平台名称	店铺名称	主要销售商品	关联关系	2025 年度			2024 年度		
					销售数量	销售金额	销售单价	销售数量	销售金额	销售单价
		小计			<b>346,827.00</b>	<b>23,870,580.98</b>	<b>68.83</b>	<b>290,654.00</b>	<b>20,440,810.76</b>	<b>70.33</b>
5	京东	京东旗舰店	利仁全品类	非关联方	62,701.00	11,160,152.33	177.99	68,155.00	8,770,279.14	128.68
		京东利仁专卖店	利仁全品类	非关联方	22,261.00	3,059,610.07	137.44	22,400.00	2,572,163.33	114.83
		京东利仁厨具旗舰店	利仁厨具品类	非关联方	20,645.00	2,183,222.05	105.75	24,181.00	1,379,152.33	57.03
		京东利仁电器旗舰店	利仁全品类	非关联方	5,183.00	1,036,847.15	200.05	1,026.00	133,187.01	129.81
		黄山利仁京东精品厨电旗舰店	利仁厨具品类	非关联方	-	-	-	931.00	97,762.17	105.01
		廊坊京东利仁生活电器旗舰店	利仁家居小家电	非关联方	-	-	-	630.00	90,627.45	143.85
		生活科技京东宠味多旗舰店	宠物食品	非关联方	2,696.00	7,312.62	2.71	36,123.00	77,297.04	2.14
		生活科技京东利仁炊具旗舰店	利仁厨具品类	非关联方	146.00	8,320.22	56.99	239.00	13,237.55	55.39
		小计				<b>113,632.00</b>	<b>17,455,464.44</b>	<b>153.61</b>	<b>153,685.00</b>	<b>13,133,706.02</b>
6	拼多多	拼多多旗舰店	利仁全品类	非关联方	119,580.00	12,430,379.15	103.95	96,346.00	9,487,035.52	98.47
		拼多多专卖店	利仁全品类	非关联方	27,408.00	2,859,545.71	104.33	32,480.00	3,237,769.55	99.69
		拼多多利仁 LIVEN 厨房用品旗舰店	利仁厨具品类	非关联方	38,312.00	728,039.96	19.00	20,357.00	504,387.23	24.78
		生活科技 PDD 宠味多官方旗舰店	宠物食品	非关联方	4,959.00	37,026.73	7.47	5,807.00	51,176.49	8.81
		小计				<b>190,259.00</b>	<b>16,054,991.55</b>	<b>84.38</b>	<b>154,990.00</b>	<b>13,280,368.79</b>
合计					<b>1,912,702.00</b>	<b>173,376,103.40</b>	<b>90.64</b>	<b>1,634,334.00</b>	<b>125,363,926.28</b>	<b>76.71</b>

(续)

序号	平台名称	店铺名称	主要销售商品	关联关系	2024 年度			2023 年度		
					销售数量	销售金额	销售单价	销售数量	销售金额	销售单价
1	天猫	天猫利仁官方旗舰店	利仁全品类	非关联方	338,302.00	49,063,147.46	145.03	341,357.00	45,955,635.48	134.63
		廊坊利仁天猫厨具旗舰店	利仁厨具品类	非关联方	29,657.00	3,113,062.97	104.97	66,351.00	4,066,926.62	61.29
		生活科技天猫宠味多旗舰店	宠物食品	非关联方	176,732.00	457,778.60	2.59	-	-	-
		生活科技天猫利仁专卖店	利仁全品类	非关联方	1,785.00	32,206.62	18.04	921.00	39,720.39	43.13

序号	平台名称	店铺名称	主要销售商品	关联关系	2024 年度			2023 年度		
					销售数量	销售金额	销售单价	销售数量	销售金额	销售单价
		廊坊 Liven 利仁专卖店	利仁全品类	非关联方	1,008.00	146,094.72	144.94	14,529.00	1,850,175.37	127.34
		小计			<b>547,484.00</b>	<b>52,812,290.37</b>	<b>96.46</b>	<b>423,158.00</b>	<b>51,912,457.86</b>	<b>122.68</b>
2	视频号	视频号利仁电器旗舰店	利仁全品类	非关联方	79,227.00	4,988,091.67	62.96	39,332.00	3,343,197.07	85.00
		廊坊利仁视频号专卖店	利仁全品类	非关联方	349.00	3,270.03	9.37	-	-	-
		黄山利仁视频号旗舰店	利仁全品类	非关联方	-	-	-	-	-	-
		生活科技视频号宠味多宠物食品店	宠物食品	非关联方	2,679.00	28,714.56	10.72	-	-	-
		小计			<b>82,255.00</b>	<b>5,020,076.26</b>	<b>61.03</b>	<b>39,332.00</b>	<b>3,343,197.07</b>	<b>85.00</b>
3	抖音	廊坊利仁电器专营店(抖音)	利仁全品类	非关联方	237,479.00	16,938,891.72	71.33	266,003.00	23,552,022.50	88.54
		黄山利仁抖音旗舰店	利仁全品类	非关联方	-	-	-	-	-	-
		抖音利仁官方旗舰店	利仁全品类	非关联方	26,345.00	3,111,457.57	118.10	33,591.00	3,486,755.14	103.80
		生活科技抖音宠味多宠物食品店	宠物食品	非关联方	141,389.00	619,706.65	4.38	-	-	-
		黄山利仁中式厨电抖音旗舰店	利仁厨具品类	非关联方	33.00	2,483.61	75.26	151.00	10,764.98	71.29
		抖音利仁传媒厨房电器旗舰店	利仁厨具品类	非关联方	20.00	4,134.53	206.73	608.00	110,129.93	181.13
		小计			<b>405,266.00</b>	<b>20,676,674.08</b>	<b>51.02</b>	<b>300,353.00</b>	<b>27,159,672.55</b>	<b>90.43</b>
4	快手	利仁官方旗舰店（快手）	利仁全品类	非关联方	278,040.00	19,887,486.64	71.53	223,372.00	21,753,564.22	97.39
		黄山利仁快手旗舰店	利仁全品类	非关联方	-	-	-	-	-	-
		利仁电器旗舰店（快手）	利仁全品类	非关联方	12,560.00	553,177.82	44.04	64,856.00	6,599,730.94	101.76
		生活科技快手宠味多宠物食品店	宠物食品	非关联方	54.00	146.30	2.71	-	-	-
		小计			<b>290,654.00</b>	<b>20,440,810.76</b>	<b>70.33</b>	<b>288,228.00</b>	<b>28,353,295.16</b>	<b>98.37</b>
5	京东	京东旗舰店	利仁全品类	非关联方	68,155.00	8,770,279.14	128.68	94,893.00	13,159,235.85	138.67
		京东利仁专卖店	利仁全品类	非关联方	22,400.00	2,572,163.33	114.83	20,382.00	2,780,707.68	136.43
		京东利仁厨具旗舰店	利仁厨具品类	非关联方	24,181.00	1,379,152.33	57.03	30,213.00	940,907.58	31.14
		京东利仁电器旗舰店	利仁全品类	非关联方	1,026.00	133,187.01	129.81	-	-	-
		黄山利仁京东精品厨电旗舰店	利仁厨具品类	非关联方	931.00	97,762.17	105.01	1,292.00	164,251.80	127.13

序号	平台名称	店铺名称	主要销售商品	关联关系	2024 年度			2023 年度			
					销售数量	销售金额	销售单价	销售数量	销售金额	销售单价	
		廊坊京东利仁生活电器旗舰店	利仁家居小家电	非关联方	630.00	90,627.45	143.85	2,768.00	364,209.90	131.58	
		生活科技京东宠味多旗舰店	宠物食品	非关联方	36,123.00	77,297.04	2.14	-	-	-	
		生活科技京东利仁炊具旗舰店	利仁厨具品类	非关联方	239.00	13,237.55	55.39	-	-	-	
		小计				<b>153,685.00</b>	<b>13,133,706.02</b>	<b>85.46</b>	<b>149,548.00</b>	<b>17,409,312.81</b>	<b>116.41</b>
		合计				<b>1,634,334.00</b>	<b>125,363,926.28</b>	<b>76.71</b>	<b>1,290,120.00</b>	<b>136,976,272.83</b>	<b>106.17</b>
6	拼多多	拼多多旗舰店	利仁全品类	非关联方	96,346.00	9,487,035.52	98.47	57,586.00	6,788,469.85	117.88	
		拼多多专卖店	利仁全品类	非关联方	32,480.00	3,237,769.55	99.69	20,196.00	1,720,253.90	85.18	
		拼多多利仁 LIVEN 厨房用品旗舰店	利仁厨具品类	非关联方	20,357.00	504,387.23	24.78	11,719.00	289,613.63	24.71	
		生活科技 PDD 宠味多官方旗舰店	宠物食品	非关联方	5,807.00	51,176.49	8.81	-	-	-	
		小计				<b>154,990.00</b>	<b>13,280,368.79</b>	<b>85.69</b>	<b>89,501.00</b>	<b>8,798,337.38</b>	<b>98.30</b>

（续）

序号	平台名称	店铺名称	2025 年度			
			应收账款余额	账龄	期后回款	坏账金额
1	天猫	天猫利仁官方旗舰店	-	—	-	-
		廊坊利仁天猫厨具旗舰店	-	—	-	-
		生活科技天猫宠味多旗舰店	-	—	-	-
		生活科技天猫利仁专卖店	-	—	-	-
		廊坊 Liven 利仁专卖店	-	—	-	-
小计			-	—	-	-
2	视频号	视频号利仁电器旗舰店	-	—	-	-
		廊坊利仁视频号专卖店	-	—	-	-
		黄山利仁视频号旗舰店	-	—	-	-
		生活科技视频号宠味多宠物食品店	-	—	-	-

序号	平台名称	店铺名称	2025 年度			
			应收账款余额	账龄	期后回款	坏账金额
		小计	-	—	-	-
3	抖音	廊坊利仁电器专营店(抖音)	-	—	-	-
		黄山利仁抖音旗舰店	-	—	-	-
		抖音利仁官方旗舰店	-	—	-	-
		生活科技抖音宠味多宠物食品店	-	—	-	-
		黄山利仁中式厨电抖音旗舰店	-	—	-	-
		抖音利仁传媒厨房电器旗舰店	-	—	-	-
		小计	-	—	-	-
4	快手	利仁官方旗舰店（快手）	31,117.59	1 年以内	31,117.59	1,555.88
		黄山利仁快手旗舰店	-	—	-	-
		利仁电器旗舰店（快手）	-	—	-	-
		生活科技快手宠味多宠物食品店	-	—	-	-
		小计	31,117.59	—	31,117.59	1,555.88
5	京东	京东旗舰店	46,927.36	1 年以内	46,927.36	2,346.37
		京东利仁专卖店	26,401.63	1 年以内	26,401.63	1,320.08
		京东利仁厨具旗舰店	9,568.58	1 年以内	9,568.58	478.43
		京东利仁电器旗舰店	3,803.81	1 年以内	3,803.81	190.20
		黄山利仁京东精品厨电旗舰店	-	—	-	-
		廊坊京东利仁生活电器旗舰店	-	—	-	-
		生活科技京东宠味多旗舰店	-	—	-	-
		生活科技京东利仁炊具旗舰店	-	—	-	-
		小计	86,701.38	—	86,701.38	4,335.08
6	拼多多	拼多多旗舰店	-	—	-	-
		拼多多专卖店	-	—	-	-

序号	平台名称	店铺名称	2025 年度			
			应收账款余额	账龄	期后回款	坏账金额
		拼多多利仁 LIVEN 厨房用品旗舰店	-	—	-	-
		生活科技 PDD 宠味多官方旗舰店	-	—	-	-
		小计	-	—	-	-
		合计	117,818.97	—	117,818.97	5,890.96

注1：以上表内列示数据仅包括当年前五名平台销售金额；

注2：期后回款截至 2026 年 5 月 31 日。

2025 年公司线上渠道中 B2C 模式下主要平台收入 173,376,103.40 元，同比增加 48,012,177.12 元，涨幅 38.30%，主要原因系受 2025 年厨房小家电行业零售额同比增长、公司线上推广力度增加以及公司在 2025 年度推出的不锈钢 0 涂层等系列新产品具有差异化优势，市场反响较为优异，公司线上收入有所增长；2023 年至 2025 年各年前五大平台销售额占 B2C 模式分别为 94.74%、96.33%和 97.71%，主要平台较为稳定，收入波动与公司整体收入上涨趋势基本一致。

B2C 模式下，公司销售给最终消费者的产品执行国家关于消费者三包服务承诺以及线上电商销售统一执行的 7 天无理由退货规则。因此，B2C 模式下，一般于次年 1 月中旬前完成上年已销售商品的退换货。公司以及同行业可比公司均按照客户确认收货或系统自动默认收货且货款回到公司在第三方平台开立的收款账户后确认收入，故收入确认后退货量极小。

公司向 B2C 模式下客户销售商品的存货均存放于公司自有仓库或委托的第三方代管仓库。

B2C 模式下，普通消费者为先款后货，公司在消费者签收且收款后确认收入，通常无应收。

平台有严格监控措施，处罚严厉（如降权、下架、关店），公司违规风险极大；公司客单价低，刷单成本远高于收益，不具备经济可行性；报告期内，公司不存在刷单情况。

②B2B2C 模式

序号	平台名称	单位名称	主要销售商品	关联关系	2025 年度			2024 年度		
					销售数量	销售金额	销售单价	销售数量	销售金额	销售单价
1	京东	北京京东世纪贸易有限公司	利仁全品类	非关联方	801,569.00	115,689,261.06	144.33	723,262.00	101,077,536.35	139.75
2	唯品会	唯品会（中国）有限公司	利仁全品类	非关联方	111,407.00	9,447,563.47	84.80	147,905.00	12,152,542.91	82.16
3	天猫超市	浙江昊超网络科技有限公司	利仁全品类	非关联方	46,708.00	5,013,769.74	107.34	43,332.00	4,044,150.66	93.33
4	小米有品	有品信息科技有限公司	利仁全品类	非关联方	32,052.00	3,733,606.72	116.49	44,642.00	4,393,233.83	98.41
5	小红书	行吟信息科技（武汉）有限公司	利仁全品类	非关联方	16,870.00	1,036,521.04	61.44	3,486.00	224,125.12	64.29
<b>合计</b>					<b>1,008,606.00</b>	<b>134,920,722.03</b>	<b>133.77</b>	<b>962,627.00</b>	<b>121,891,588.87</b>	<b>126.62</b>

（续）

序号	平台名称	单位名称	主要销售商品	关联关系	2024 年度			2023 年度		
					销售数量	销售金额	销售单价	销售数量	销售金额	销售单价
1	京东	北京京东世纪贸易有限公司	利仁全品类	非关联方	723,262.00	101,077,536.35	139.75	932,124.00	132,471,968.23	142.12
2	唯品会	唯品会（中国）有限公司	利仁全品类	非关联方	147,905.00	12,152,542.91	82.16	150,959.00	12,889,305.71	85.38
3	天猫超市	浙江昊超网络科技有限公司	利仁全品类	非关联方	43,332.00	4,044,150.66	93.33	41,827.00	4,219,158.27	100.87
4	小米有品	有品信息科技有限公司	利仁全品类	非关联方	44,642.00	4,393,233.83	98.41	38,185.00	4,149,391.49	108.67
5	小红书	行吟信息科技（武汉）有限公司	利仁全品类	非关联方	3,486.00	224,125.12	64.29	1,232.00	126,491.26	102.67
<b>合计</b>					<b>962,627.00</b>	<b>121,891,588.87</b>	<b>126.62</b>	<b>1,164,327.00</b>	<b>153,856,314.96</b>	<b>132.14</b>

（续）

序号	平台名称	店铺名称	2025 年度			
			应收账款余额	账龄	期后回款	坏账金额
1	京东	北京京东世纪贸易有限公司	14,173,568.61	1 年以内	14,173,568.61	708,678.43
2	唯品会	唯品会（中国）有限公司	335,257.78	1 年以内	335,257.78	16,762.89
3	天猫超市	浙江昊超网络科技有限公司	511,264.40	1 年以内	511,264.40	25,563.22

序号	平台名称	店铺名称	2025 年度			
			应收账款余额	账龄	期后回款	坏账金额
4	小米有品	有品信息科技有限公司	252,823.51	1 年以内	252,823.51	12,641.18
5	小红书	行吟信息科技（武汉）有限公司	-	1 年以内	-	-
合计			15,272,914.30	—	15,272,914.30	763,645.72

注1：以上表内列示数据仅包括当年前五名销售金额；

注 2：期后回款截至 2026 年 5 月 31 日；

注3：利仁科技于2025年与广州微革网络科技有限公司已终止合作，2025年收入发生金额为退款金额-2,071.59元，未列示在上表中。

2025 年公司线上渠道中 B2B2C 模式下前五大平台收入 134,920,722.03 元，同比增加 13,029,133.16 元，涨幅 10.69%，2025 年、2024 年和 2023 年前五大平台销售额占 B2B2C 模式分别为 100.00%、99.98%和 99.96%，其中北京京东世纪贸易有限公司（以下简称“京东”）收入增加 14,611,724.71 元，是 B2B2C 模式销售收入变化的主要原因。2025 年公司对京东销售上涨的主要原因系多功能锅类销量大幅增加，2025 年公司向京东销售多功能锅类产品 183,946.00 台，销售额 22,127,736.33 元，较上年销量同期增加 40,652.00 台，销售额同期增加 6,059,001.51 元。

报告期内，公司与客户根据合同约定的对账周期进行对账结算，公司收到电商平台的确认清单核对无误后确认收入。平台对账确认清单中已扣除各电商平台按合同约定的退换货金额，公司根据账扣后的对账单净额确认收入，通常除质量问题外不会产生其他退货，故退货量极小。

B2B2C 模式包括平台入仓和代发货两种模式。平台入仓模式下，公司委托物流公司将产品运送至电商平台指定仓库，再由电商平台销售给终端消费者，商品在确认收入前存放于平台公司仓库。以主要客户京东为例，产品入京东仓库后，60 天内为正常库龄，超 60 天京东视为滞销，滞销产品可能有退库风险，故公司运营人员日常严格监控产品库龄，针对接近滞销库龄产品及时与京东采销控制人员沟通进行促销，故该环节退货率较低。根据公司与北京京东世纪贸易有限公司合同约定货物入仓满 50 天后，京东出具结算单；公司对京东自营店铺商品支持七天无理由退货，通常京东未完成消费者端结算前，不会与公司进行结算，故上述因素不会产生期后大额退货的情形；代发货模式下，电商平台实现销售后向公司下达订单，公司直接向终端消费者发货，存货均存放于公司自有仓库或委托的第三方代管仓库。

平台有严格监控措施，处罚严厉（如降权、下架、关店），公司违规风险极大；公司客单价低，刷单成本远高于收益，不具备经济可行性；报告期内，公司不存在刷单情况。

B2B2C 模式下，公司根据客户结算单确认收入，公司对主要客户的信用期大多在 30 天左右，考虑结算周期在内，通常为 60 天左右。

上述客户与公司、公司股东、实际控制人、董监高及其他核心人员不存在关联关系；上述客户不存在大额期后退货情形。

③线上经销模式

序号	客户名称	主要销售商品	关联关系	2025 年度			2024 年度		
				销售数量	销售金额	销售单价	销售数量	销售金额	销售单价
1	北京众联之星数码电子产品销售中心	利仁全品类	非关联方	32,090.00	4,759,089.80	148.30	28,376.00	3,917,926.81	138.07
2	北京桂泽盛商贸有限公司	利仁全品类	非关联方	11,317.00	1,652,176.18	145.99	9,138.00	1,291,471.98	141.33
3	济南易明商贸有限公司	利仁全品类	非关联方	-	-	-	11,454.00	1,238,899.85	108.16
4	美西（山东）智能科技有限公司	利仁全品类	非关联方	2,746.00	293,766.30	106.98	25,558.00	2,010,394.48	78.66
5	临沂美佳宝商贸有限公司	利仁全品类	非关联方	227.00	62,891.96	277.06	-	-	-
6	烟台贰陆捌电器有限公司	利仁全品类	非关联方	-	-	-	-	-	-
7	杭州风诚科技有限公司	利仁全品类	非关联方	-	-	-	-	-	-
<b>合计</b>				<b>46,380.00</b>	<b>6,767,924.24</b>	<b>145.92</b>	<b>74,526.00</b>	<b>8,458,693.12</b>	<b>113.50</b>

（续）

序号	客户名称	主要销售商品	关联关系	2024 年度			2023 年度		
				销售数量	销售金额	销售单价	销售数量	销售金额	销售单价
1	北京众联之星数码电子产品销售中心	利仁全品类	非关联方	28,376.00	3,917,926.81	138.07	16,179.00	2,062,005.16	127.45
2	北京桂泽盛商贸有限公司	利仁全品类	非关联方	9,138.00	1,291,471.98	141.33	5,745.00	733,022.13	127.59
3	济南易明商贸有限公司	利仁全品类	非关联方	11,454.00	1,238,899.85	108.16	4,738.00	608,749.24	128.48
4	美西（山东）智能科技有限公司	利仁全品类	非关联方	25,558.00	2,010,394.48	78.66	6,927.00	584,903.81	84.44
5	临沂美佳宝商贸有限公司	利仁全品类	非关联方	-	-	-	-	-	-
6	烟台贰陆捌电器有限公司	利仁全品类	非关联方	-	-	-	22,297.00	326,049.84	14.62
7	杭州风诚科技有限公司	利仁全品类	非关联方	-	-	-	2.00	278.75	139.38
<b>合计</b>				<b>74,526.00</b>	<b>8,458,693.12</b>	<b>113.50</b>	<b>55,888.00</b>	<b>4,315,008.93</b>	<b>77.21</b>

（续）

序号	客户名称	2025 年度			
		应收账款余额	账龄	期后回款	坏账金额
1	北京众联之星数码电子产品销售中心	1,081,869.89	1 年以内	1,081,869.89	54,093.49
2	北京桂泽盛商贸有限公司	-	—	-	-
3	济南易明商贸有限公司	-	—	-	-
4	美西（山东）智能科技有限公司	849.00	1 年以内	849.00	42.45
5	临沂美佳宝商贸有限公司	-	—	-	-
6	烟台贰陆捌电器有限公司	-	—	-	-
7	杭州风诚科技有限公司	-	—	-	-
	<b>合计</b>	<b>1,082,718.89</b>	<b>—</b>	<b>1,082,718.89</b>	<b>54,135.94</b>

注：期后回款截至 2026 年 5 月 31 日。

2025 年公司线上渠道中线上经销模式客户收入 7,243,210.29 元，同比减少 1,241,584.60 元，2025 年和 2024 年前五大销售客户占比均为 100.00%。公司 2025 年线上经销业务有所下滑，经销收入有所降低。

经销模式下，公司退换货率较低，公司仅根据合同约定对质量存在问题的情形进行退货。

公司对主要经销商信用期为 30 天至 90 天，其中合作年限较久、规模较大的经销商为 90 天；报告期内信用政策无变化，保持稳定，不存在放宽信用政策以确认收入、期末突击确认收入的情况。

公司向线上经销商客户销售商品的存货均存放于公司自有仓库或委托的第三方代管仓库。

上述客户与公司、公司股东、实际控制人、董监高及其他核心人员不存在关联关系；上述客户不存在大额期后退货情形。

5、说明线上收入大幅增长的原因及合理性，销售金额是否与你公司向电商平台支付的服务费相匹配，是否存在虚构交易的情形。

**（1）线上收入大幅增长的原因及合理性**

2025 年小家电线上渠道整体向好，据奥维云网（AVC）线上监测数据，2025 年抖音渠道规模同比增长 9%，即时零售也成为行业新增量，为公司线上业务发展营造了良好外部环境。公司紧抓抖音、视频号流量机遇，加快自营店铺布局，叠加本年上市的“不锈钢 0 涂层”系列产品，凭借无涂层差异化亮点及品类独家优势形成强劲产品力，再通过携手头部直播机构、人气网红博主，并组织内部人员开展直播带货，搭建起多维度直播矩阵，部分推广内容还获得主流媒体转发、进一步提升品牌声量，多重因素共同推动公司线上收入实现快速增长，整体增长逻辑与行业趋势、公司经营举措高度匹配，具备充分合理性。

**（2）报告期内公司整体推广费用率情况**

类别	2025 年	2024 年	2023 年
线上推广费用	43,218,687.09	34,211,729.96	45,023,881.26
线下推广费用	12,745,372.11	8,118,082.36	4,987,017.61
推广费合计	55,964,059.20	42,329,812.32	50,010,898.87
线上销售金额	319,603,425.28	260,540,995.95	302,991,948.37
主营业务收入总额	432,807,896.58	379,813,627.46	427,552,995.02
线上销售推广费率	13.52%	13.13%	14.86%
主营业务推广费用率	12.93%	11.14%	11.70%

注：报告期内，公司的线上推广及促销费主要包括线上品牌推广费用、线上渠道费用；线下品牌推广费用主要为高铁广告等与销售无直接关联的品牌广告。

2024 年度至 2025 年度公司线上渠道销售收入增长，线上平台服务费及平台推广费、直播费用同步增长。推广费用率保持基本稳定，销售金额与服务费比例存在合理性。线上推广费用比例略有增长，主要系公司本期为推广新产品增加了相关线上种草、直播等投入。

与同行业可比公司推广费率情况对比如下：

单位名称	2025 年度	2024 年度	2023 年度
小熊电器	9.46%	11.35%	12.72%
北鼎股份	18.21%	14.98%	15.01%
苏泊尔	8.61%	7.54%	7.39%
同行业平均值	12.10%	11.29%	11.70%
利仁科技	12.88%	11.10%	11.66%

注：北鼎股份推广费较高系其产品定位高端且开设了自营网上商城，其将网上商城及推广费合并披露。

2023年度至2025年度，公司推广费占营业收入之比分别为11.66%、11.10%、12.88%，同行业促销及推广费占营业收入之比平均值分别为11.70%、11.29%和12.10%，总体较为接近，不存在重大异常。

综上所述，销售金额变动与公司向电商平台支付的服务费变动相匹配，不存在虚构交易的情形。

**1-5 说明你公司线下销售的具体模式和收入确认政策，最近三年各类线下销售模式下的前五大客户名称、工商注册登记信息、参保人数、履约能力、合作期限、具体销售明细、收入确认方式(总额法/净额法)及依据、收入确认时点、信用政策、期末应收账款、应收账款账龄、坏账准备、期后销售退回情况、关联关系；说明线下收入确认是否符合《企业会计准则》的规定；说明最近三年线下客户是否发生较大变动，变动情况是否与同行业可比公司存在重大差异。**

**1、公司线下业务开展方式如下：**

**(1) 线下经销模式**

公司授权线下经销商在指定区域销售公司的产品。公司与线下经销商签订销售合同，约定供货价格，根据经销商每次采购下达的订单，将产品运送至指定区域完成货物交接，由经销商自行向终端进行销售。公司向线下经销商的销售均为买断式销售。

**(2) 出口模式**

公司出口销售主要采用为国外品牌商代工生产的模式，少量自主品牌产品销售。公司根据国外品牌运营商的产品规划和订单需求，按客户提供的设计方案进行生产后销售或直接向客户销售自主品牌的产品。

**(3) 其他模式**

其他模式主要包括 KA 模式、直销模式等。客户群体主要为大型商超、个人消费者与企业客户等。

**2、公司线下收入确认时点是否符合《企业会计准则》的规定：**

**(1) 线下经销模式下收入确认政策以及与可比公司比较情况**

公司名称	收入确认时点	收入确认依据
小熊电器	货物已经发出并经客户签收确认或者交付给客户指定的物流公司后确认收入。	自发货：客户签收单或委托物流公司签收单、增值税发票 代发：消费者签收及付款记录、增值税发票
北鼎股份	公司商品已发货，已发货商品的成本能够可靠计量，客户签收并确认收货时确认收入。	客户签收单或委托物流公司签收单
利仁科技	公司根据订单约定，将产品交付给购货方时，即公司于客户签收货物时确认收入	签收单或委托物流公司签收单

（2）出口模式下收入确认政策以及与可比公司比较情况

公司名称	收入确认时点	收入确认依据
小熊电器	主要采用 FOB（离岸价格）销售方式，在货物已经发出并报关，在装运港口装运并取得已装船的提单或货运运单时确认收入。	已装船的提单或货运运单
北鼎股份	产品发货并报关，在客户指定的港口将货物装船并越过船舷后确认销售收入。	根据出口报关单、客户提货单确认收入
利仁科技	公司根据合同及订单约定，将产品运送至客户指定地点办理报关手续	根据出口报关单、客户提货单确认收入

（3）其他模式下收入确认政策以及与可比公司比较情况

公司名称	收入确认时点	收入确认依据
小熊电器	不适用	不适用
北鼎股份	公司在商品已发货，已发货商品的成本能够可靠计量，客户确认收货后确认收入。	未披露
利仁科技	公司于客户签收货物时确认收入。	客户签收单或委托物流公司签收单

综上，公司收入确认政策符合合同中约定的风险报酬转移或商品控制权转移的条款，符合《企业会计准则》的规定，与同行业可比公司通行做法一致。

**3、线下客户确认收入采用总额法还是净额法**

公司线下销售产品均系公司自有品牌的产品，公司负责销售以及售后服务。公司所销售的商品均为公司自行生产或者公司委托其他供应商进行代工生产，在此过程中，公司先取得相关产品的控制权后转让给客户，即公司向客户转让商品前能够控制该商品，且在转让商品之前承担商品的存货风险，因此公司属于主要责任人角色，公司线下销售商品均采用总额法确认，符合《企业会计准则第 14 号——收入》的有关规定，此外与同行业的会计处理保持一致。

4、公司近三年线下销售前五大客户的基本情况如下：

序号	同一控制方名称	客户名称	客户所在地	实缴资本	主要股东	参保人数	合作建立时间	主要销售商品	2025 年度			
									销售金额	应收账款余额	应收账款账龄	坏账准备
1	自然人肖淑芳控制的公司	天津九星科技有限公司	天津市	100 万人民币	周泽愿、张超分别持股 50%	3	2020 年	利仁全品类	8,301,869.75	8,651,010.84	1 年以内	432,550.54
		古宝天（天津）科技有限公司	天津市	100 万人民币	李育龙持股 100%	2	2012 年		4,246,841.07	2,699,311.23	1 年以内	134,965.56
自然人肖淑芳控制的公司小计									<b>12,548,710.82</b>	<b>11,350,322.07</b>	—	<b>567,516.10</b>
2	HAI DI LAO HOLDINGS PTE.LTD.同一控制之企业	四川海之雁贸易有限公司	成都市	1000 万人民币	四川新派餐饮管理有限公司持股 100%	95	2019 年 12 月	多功能锅类	7,420,963.47	1,064,555.50	1 年以内	53,227.78
		上海海雁贸易有限公司	上海市	200 万新加坡元	HAIDILAOHOLDING SPTE.LTD.持股 100%	50	2019 年 4 月		3,008,110.68	461,280.00	1 年以内	23,064.00
HAI DI LAO HOLDINGS PTE.LTD.同一控制之企业小计									<b>10,429,074.15</b>	<b>1,525,835.50</b>	—	<b>76,291.78</b>
3	北京中硕伟业商贸有限公司	北京中硕伟业商贸有限公司	北京市	50 万人民币	周俊持股 100%	—	2015 年	利仁全品类	6,475,702.49	319,766.51	1 年以内	15,988.33
4	秦皇岛佑和商贸有限公司	秦皇岛佑和商贸有限公司	秦皇岛市	50 万人民币	赵喜英持股 90%，赵喜龙持股 10%	11	2018 年以前	利仁全品类	5,463,574.01	2,137,849.29	1 年以内	106,892.46
5	临沂鑫满商贸有限公司	临沂鑫满商贸有限公司	临沂市	注 1	刘竹学持股 100%	—	2011 年	利仁全品类	5,315,853.43	1,487,348.09	1 年以内	74,367.40
合计									<b>40,232,914.90</b>	<b>16,821,121.46</b>	—	<b>841,056.07</b>

（续）

序号	同一控制方名称	客户名称	客户所在地	实缴资本	主要股东	参保人数	合作建立时间	主要销售商品	2024 年度	
									销售金额	销售占比
1	自然人肖淑芳控制的公司	天津九星科技有限公司	天津市	100 万人民币	周泽愿、张超分别持股 50%	3	2020 年	利仁全品类	9,983,236.18	8.37%
		古宝天（天津）科技有限公司	天津市	100 万人民币	李育龙持股 100%	2	2012 年		6,729,333.52	5.64%
自然人肖淑芳控制的公司小计									<b>16,712,569.70</b>	<b>14.01%</b>
2	HAI DI LAO	四川海之雁贸易	成都市	1000 万人	四川新派餐饮管理有限	95	2019 年	多功能锅类	5,118,191.25	4.29%

序号	同一控制方名称	客户名称	客户所在地	实缴资本	主要股东	参保人数	合作建立时间	主要销售商品	2024 年度	
									销售金额	销售占比
	HOLDINGS PTE.LTD.同一控制之企业	有限公司 上海海雁贸易有限公司	上海市	人民币 200 万新加坡元	公司持股 100% HAIDILAOHOLDINGSPTE.LTD.持股 100%	50	12 月 2019 年 4 月		2,648,837.60	2.22%
<b>HAI DI LAO HOLDINGS PTE.LTD.同一控制之企业小计</b>									<b>7,767,028.85</b>	<b>6.51%</b>
3	临沂鑫满商贸有限公司	临沂鑫满商贸有限公司	临沂市	注 1	刘竹学持股 100%	-	2011 年	利仁全品类	5,824,896.39	4.88%
4	秦皇岛佑和商贸有限公司	秦皇岛佑和商贸有限公司	秦皇岛市	50 万人民币	赵喜英持股 90%，赵喜龙持股 10%	11	2018 年以前	利仁全品类	5,189,226.63	4.35%
5	北京中硕伟业商贸有限公司	北京中硕伟业商贸有限公司	北京市	50 万人民币	周俊持股 100%	-	2015 年	利仁全品类	5,362,033.23	4.50%
<b>合计</b>									<b>40,855,754.80</b>	<b>34.25%</b>

（续）

序号	同一控制方名称	客户名称	客户所在地	实缴资本	主要股东	参保人数	合作建立时间	主要销售商品	2023 年度	
									销售金额	销售占比
1	自然人肖淑芳控制的公司	天津九星科技有限公司	天津市	100 万人民币	周泽愿、张超分别持股 50%	3	2020 年	利仁全品类	14,311,808.04	11.49%
		古宝天（天津）科技有限公司	天津市	100 万人民币	李育龙持股 100%	2	2012 年		9,143,404.16	7.34%
<b>自然人肖淑芳控制的公司小计</b>									<b>23,455,212.20</b>	<b>18.83%</b>
2	临沂鑫满商贸有限公司	临沂鑫满商贸有限公司	临沂市	注 1	刘竹学持股 100%	-	2011 年	利仁全品类	6,825,407.45	5.48%
3	HAI DI LAO HOLDINGS PTE.LTD.同一控制之企业	四川海之雁贸易有限公司	成都市	1000 万人民币	四川新派餐饮管理有限公司持股 100%	95	2019 年 12 月	多功能锅类	3,981,744.60	3.20%
		上海海雁贸易有限公司	上海市	200 万新加坡元	HAIDILAOHOLDINGSPTE.LTD.持股 100%	50	2019 年 4 月		2,281,138.42	1.83%
<b>HAI DI LAO HOLDINGS PTE.LTD.同一控制之企业小计</b>									<b>6,262,883.02</b>	<b>5.03%</b>
4	上海贝湃实业有限公司	上海贝湃实业有限公司	上海市	50 万元人民币	陈利生持股 99%，邓正发持股 1%	6	2020 年 8 月	利仁全品类	5,951,954.49	4.78%
5	顺为信息科技	顺为信息科技（上	上海市	注 2	权伟乐持股 98%，权晶玉	8	2022 年	利仁全品类	5,670,308.75	4.55%

序号	同一控制方名称	客户名称	客户所在地	实缴资本	主要股东	参保人数	合作建立时间	主要销售商品	2023 年度	
									销售金额	销售占比
	(上海)有限公司	海)有限公司			持股 2%		1 月			
合计									<b>48,165,765.91</b>	<b>38.67%</b>

注 1：临沂鑫满商贸有限公司注册资本 100 万元人民币，暂未实缴。

注 2：顺为信息科技（上海）有限公司注册资本 100 万元人民币，暂未实缴。

注 3：上述客户参保人数信息来源于天眼查查询的公开信息；北京中硕伟业商贸有限公司和临沂鑫满商贸有限公司参保人数未公开。

注 4：古宝天（天津）科技有限公司股东为李育龙，系肖淑芳配偶；天津九星科技有限公司股东为周泽愿和张超，均系肖淑芳亲友。

因公司出口业务以及线下渠道中其他模式金额较小，故公司线下主要客户集中于线下经销商之中。公司近三年线下销售渠道的前五大客户均为线下经销商，信用期为 30 天至 90 天，其中合作年限较久、规模较大的经销商为 90 天。线下经销模式下，公司对主要客户的信用期大多为 3 个月。公司主要经销商近三年回款及时，未出现大额逾期坏账，具备与销售规模相匹配的资金周转能力，均能正常履约。

公司线下以经销模式为主，主要客户例如天津九星科技有限公司、古宝天（天津）科技有限公司、临沂鑫满商贸有限公司、HAI DI LAO HOLDINGS PTE.LTD.同一控制之企业、秦皇岛佑和商贸有限公司均为与公司合作多年的主要线下经销客户，近三年未发生较大变动。

经销模式下，公司退换货率较低，公司仅根据合同约定对质量存在问题的情形进行退货，出口模式暂无退货情况产生，上述模式业务在期后均无大额退货情形。

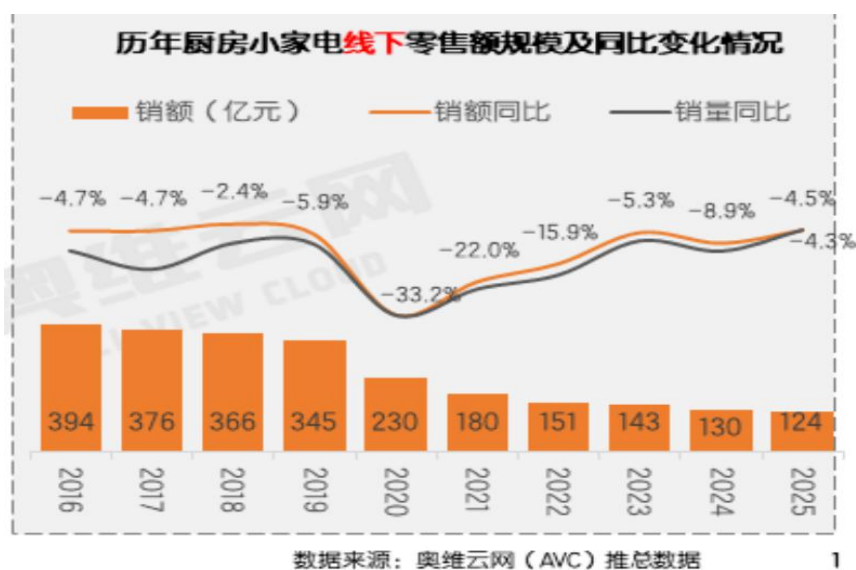
上述客户与公司、公司股东、实际控制人、董监高及其他核心人员不存在关联关系。

#### 5、最近三年线下销售变动情况以及是否与同行业可比公司存在重大差异

单位	2025 年度	2024 年度	2023 年度	备注
九阳股份	33.40%	40.25%	45.77%	
利仁科技	26.43%	31.69%	29.37%	

2025 年度线下销售占营业收入比重 26.43%较 2024 年的 31.69%略有降低，主要受毛利率较高的新产品导入速度相对缓慢及 2025 年公司礼品渠道专用产品开发及投放减少影响所致。

2025 年度线下销售占营业收入比重较上年同期略有降低与奥维云网发布的厨房小家电行业 2025 年度线下零售额规模同比降低 4.5%相一致（详见下图）、与同行业可比公司九阳股份变动趋势相一致。公司线下销售规模与同行业可比公司相比偏低，主要系



公司受进出口业务和代工业务较少影响所致。

1-6 结合线上线下的产品结构差异、定价策略、促销活动、销售费用承担等因素，量化分析线上毛利率 35.13%显著高于线下毛利率 17.94%的原因，是否存在同一产品线上销售、线下销售单价差异较大的情况；说明线下销售毛利率大幅下降的原因。

1、结合线上线下的产品结构差异、定价策略、促销活动、销售费用承担等因素，量化分析线上毛利率 35.13%显著高于线下毛利率 17.94%的原因，是否存在同一产品线上销售、线下销售单价差异较大的情况

报告期内，公司主营业务分销售渠道毛利率构成如下：

项目		2025 年度		2024 年度		2023 年度	
		毛利率	销售占比	毛利率	销售占比	毛利率	销售占比
线上渠道	B2C	39.89%	41.00%	37.42%	34.26%	37.32%	33.82%
	B2B2C	29.34%	31.17%	27.80%	32.10%	26.41%	36.00%
	线上经销	26.61%	1.67%	20.05%	2.23%	24.27%	1.05%
	<b>线上渠道小计</b>	<b>35.13%</b>	<b>73.84%</b>	<b>32.35%</b>	<b>68.60%</b>	<b>31.58%</b>	<b>70.87%</b>
线下渠道	线下经销	19.42%	21.17%	21.63%	25.04%	23.94%	26.32%
	出口模式	21.94%	0.59%	24.96%	0.86%	34.44%	0.68%
	其他	4.43%	4.39%	36.79%	5.50%	28.08%	2.14%
	<b>线下渠道小计</b>	<b>16.96%</b>	<b>26.16%</b>	<b>24.38%</b>	<b>31.40%</b>	<b>24.49%</b>	<b>29.13%</b>
<b>合计</b>		<b>30.38%</b>	<b>100.00%</b>	<b>29.85%</b>	<b>100.00%</b>	<b>29.52%</b>	<b>100.00%</b>

报告期内公司线上毛利率较线下毛利率具有一定差异，主要原因如下：

产品结构差异方面：受各渠道产品推进节奏影响，公司不同渠道主推机型存在一定差异。其中 2025 年高毛利不锈钢 0 涂层等系列新产品，优先依托直播、线上流量推广等形式完成线上布局，市场表现良好；线下渠道方面，受市场对新产品认识过程等影响导入节奏偏缓。

定价策略差异方面：线上渠道 B2C 模式系公司自营网上店铺，直接面向终端消费者，定价较高；B2B2C、经销等销售模式与 B2C 模式存在明显差异，由于终端销售并非直接面向消费者，公司需为合作渠道预留合理利润空间，因此定价较低。公司线上渠道中 B2C 模式销售占比较高，致使线上渠道销售价格较线下渠道较高。

促销活动和销售费用承担方面：由于线上渠道促销活动频繁且力度大的特点（如“双十一”、“618”、会员日、直播优惠券），线上渠道定价中包含需由公司自行承担的平台推广费、主播佣金等，因此线上渠道定价较高；线下渠道主要由下游经销客户承担终端推广费，公司给予出厂折扣，因此线上、线下销售价格差异较大。

综上，公司线上、线下渠道在产品结构差异、定价策略、促销活动、销售费用承担情况等方面有一定差异，致使公司同类产品在不同销售渠道实现的销售毛利率存在一定差异，具有合理性。

## 2、2025 年度线下销售毛利率下降的原因

（1）线下经销大客户业务拉低整体毛利。2025 年度对线下客户 HAI DI LAO HOLDINGS PTE.LTD.同一控制之企业实现销售收入 10,429,074.15 元，该业务毛利率 15.70%，主要系专供产品通常毛利率较低，对线下经销板块毛利率形成一定拖累。

（2）2025 年公司新设控股子公司利仁机电（霸州）有限公司，布局小家电电机业务。该业务尚处于初创阶段，筹备相关的开办费、人员薪酬、场地租赁、办公费用等初始运营支出较高，电机业务实现营业收入 6,157,617.01 元，营业成本 7,555,966.36 元，毛利率为-22.71%，相关业务纳入线下其他渠道核算，显著拉低线下渠道整体毛利水平，2024 年度无此项业务影响。

（3）2025 年公司礼品渠道专用产品开发及投放减少，企业员工福利类集采业务规模有所回落，原有相对稳定毛利的业务占比下降，2025 年重点投放产品在线下布局尚未完成等影响以及低毛利、亏损业务占比抬升，进一步导致线下整体毛利率同比明显下滑。

综上所述，2025 年线下销售毛利率下降符合公司实际经营情况，具备合理性。

**1-7 说明你公司针对不同销售模式收入确认的关键内部控制制度设计及执行情况，特别是对电商平台结算单的真实性、准确性如何进行核对和验证；说明报告期内是否存在大额销售退回或销售折让，如有，请说明具体金额、原因及会计处理。**

### 1、不同销售模式收入确认关键内部控制制度设计及执行情况

公司针对全渠道销售模式，建立了覆盖通用销售管理、多平台电商业务、经销以及出口等场景的完整内部控制制度体系，相关制度均已有效落地执行，具体如下：

**通用销售管理制度：**以《销售管理制度》为核心，明确了收入确认的基本原则、订单管理、发货管控、对账结算、发票开具等全流程内控要求，为所有销售模式提供统一的内控框架。

**电商平台专项销售管理制度：**针对不同电商平台及业务模式，分别制定了专项管理制度，包括《京东营销部销售管理制度》、《天猫营销部销售管理制度》、《B2C 营销部销售管理制度》、《C2C 营销部销售管理制度》、《拼多多营销部销售管理制度》等多项制度，明确了各平台订单处理、结算对账、发票开具、回款核对的具体流程与内控节点。

**线下及其他业务配套管理制度：**配套制定了《大区营销部管理制度》、《业务部管理制度》、《外贸部管理制度》、《事业部制度管理办法》，对经销、出口等模式的收入确认、客户对账等内控流程进行规范，实现了销售业务全场景的内控覆盖。

报告期内，公司严格执行上述制度，各业务部门、财务部门按制度要求开展订单审核、发货管控、对账结算、发票开具与回款核对等工作，收入确认相关内控流程运行有效。

### 2、电商平台结算单真实性、准确性的核对与验证机制

针对电商平台收入，公司建立了“销售部获取-财务部交叉核对-发票校验闭环”的内控流程，具体如下：

结算单获取与传递：由销售部定期从各电商平台官方后台下载结算单，确保结算单为平台系统出具的原始数据，杜绝人工篡改风险。

财务部交叉核对：财务部门根据平台结算单，与公司内部订单系统、发货记录、物流信息进行交叉比对，核对结算单中订单数量、结算金额、平台费用等关键信息的一致性。

发票与结算校验闭环：财务部核对无误后，根据结算单金额开具对应发票；若发票信息与结算单不符，核验流程不予通过，需重新核对修正。报告期内，公司收款金额、开具发票金额与电商平台结算单金额保持一致，结算单的真实性、准确性得到有效验证。

**3、说明报告期内是否存在大额销售退回或销售折让，如有，请说明具体金额、原因及会计处理。**

#### **（1）关于对报告期内大额销售退回的说明**

B2C 模式下，公司销售给最终消费者的产品执行国家关于消费者三包服务承诺以及线上电商销售统一执行的 7 天无理由退货规则。因此，B2C 模式下，一般于次年 1 月中旬前完成上年已销售商品的退换货。公司以及同行业可比公司均按照客户确认收货或系统自动默认收货且货款回到公司在第三方平台开立的收款账户后确认收入，故收入确认后退货量极小。

报告期内，公司与客户根据合同约定的对账周期进行对账结算，公司收到电商平台的确认清单核对无误后确认收入。平台对账确认清单中已扣除各电商平台按合同约定的退换货金额，公司根据账扣后的对账单净额确认收入，故通常除质量问题外不会产生其他退货，故退货量极小。

经销模式下，公司退换货率较低，公司仅根据合同约定对质量存在问题的情形进行退货。出口模式暂无退货情况产生。

综上所述，报告期内公司不存在大额销售退回情形。

#### **（2）销售折让的说明及会计处理合规性**

销售返利（折让类）情况：公司返利主要考核经销商当年销售的回款金额，2024 年度及 2025 年度，经销商返利金额分别为 1,477,713.00 元、1,593,114.00 元，占营业收入之比分别为 0.39%和 0.37%，占比稳定，无重大异常变动。

##### **① 销售返利的具体会计处理**

根据《企业会计准则第 14 号——收入》关于销售折让的相关规定，公司对销售返利的会计处理如下：

返利计提确认（期末计提时）

借：营业收入

贷：其他流动负债

返利结算（后续抵扣货款时）

借：其他流动负债

贷：应收账款

② 销售返利确认的合规性、完整性与准确性

合规性说明：公司建立了完善的返利内控制度与审核流程。每年年初，与经销商协商确定当年销售及回款任务，经分管销售副总经理、总经理审核后签订《销售合同》，明确返利政策；期末财务部根据经销商实际销售及回款金额计算返利，与客户对账无误后签定返利对账单，后续通过抵扣货款的方式结算，流程符合会计准则及公司内控要求。

完整性与准确性说明：对于线上及线下经销商，公司均依据返利政策、合作协议约定，结合当期销售及回款任务完成情况、约定返利比例计提销售返利，计提依据充分、计算口径统一，与合同约定一致，销售返利计提完整、准确，不存在少计、漏计的情形。

**【年审会计师回复】：**

**年审会计师执行的主要核查程序如下：**

我们针对主营业务收入真实性、完整性所实施的主要审计程序包括但不限于：

1、了解与收入确认相关的关键内部控制，并测试相关内部控制的运行有效性，评价其设计和执行是否有效。

2、通过审阅销售合同相关条款，访谈管理层后，对合同进行“五步法”分析，判断履约义务构成和控制权转移的时点，进而评估销售收入的确认政策是否符合新收入准则的要求；相关收入确认时点与政策与同行业公司进行比较。

3、执行分析程序：对报告期收入按产品、按客户类型分年度、月度进行毛利率分析，分别从销售模式、产品销量、成本结转、销售价格等方面分析其变动合理性。

4、对公司的信息系统执行 IT 审计，包括信息技术一般控制、信息技术应用控制、对 B2C 模式业务数据分析。主要包括各个电商平台店铺的原始订单信息执行业务角度的数据分析，分析维度主要包括：销售订单价格分析、订单金额分层分析、订单的日期集中度分析、收货地分布分析、实际付费账户分析、新增付费账户分析、付费账户的重复购买行为分析、单笔大额订单检查、单个大账户检查等。

5、执行检查程序：对于国内销售收入，抽样检查与收入确认相关的支持性文件，包括销售合同、订单、出库单、客户签收单、结算单、运费单等；对于出口销售收入，核对公司出口台账、电子口岸信息、出口退税系统出口收入清单以及账面记录，并抽样检查销售合同、出口报关单、货运提单、销售发票等支持性文件；核对银行对账单资金流水与销售回款记录。

6、收入真实性的检查程序具体如下：

（1）对于 B2C 模式：

审计人员亲自获取电子商务平台导出的销售明细与财务信息进行核对：

①针对 B2C 模式，我们对天猫旗舰店、京东旗舰店、京东利仁专卖店、拼多多旗舰店、拼多多专卖店、廊坊抖音利仁官方旗舰店、快手利仁官方旗舰店进行了收入核查：  
1、进行了账单与账单的核对。首先审计人员导出 22 个店铺的账单，与公司提供的账单进行了核对，重点关注了交易流水的合计数与确认收入的部分，未见重大异常，可以确认。进行了账单与收入的核对。我们用核对无误的账单，根据与业务类型的关键字段，获得了收入金额与退货抵减的金额，与账面收入逐月核对。未见重大差异，可以确认。

②复核部分月份支付宝信息与金蝶发货系统的准确性，进行了出库单与收入的核对。根据企业从金蝶系统导出的出库单，获得当月收入确认的数据，与账面收入核对，未见重大差异。支付账户取得报告期内所有平台支付账户的收款情况与当期确认收入金额进行比对，经检查未发现存在重大差异。

③进行了 IT 审计，审计内容包括对信息系统内控有效性进行审计、对数据分析等。具体审计结果如下：

A.在信息系统内控管理方面

经过信息系统审计团队执行现场审计工作，结合各信息系统的重要性，我们综合评定在信息系统内控及管理方面，管理基本到位，内部控制整体有效。

B.数据分析：

销售价格分析：对其销售价格波动进行分析，判断是否与节日或店铺活动吻合，分析销售价格变动的合理性。

检查结果为：各平台销售订单数量与订单平均价格的分布基本符合电商平台的销售特点，各平台的平均每订单价格趋于稳定。

IT 审计中按业务板块统计天猫、京东、拼多多、阿里巴巴等各个电商平台所有订单的金额，将所有订单金额按 0-100（第一层）、100-200（第二层）、200-400（第三层）、400-600（第四层）、600-900（第五层）、>900（第六层），再在各分层内统计前述电商平台的订单总数量，并求得各分层的订单数量占比及平均每订单金额。

检查结果为订单金额较低的第 1 层、第 2 层、第 3 层的订单数量占比较大，共占所有订单总数量的 97.22%，与公司主要产品价格区间相符，未发现明显异常情形。与公司主营小厨电产品契合。具体结果如下：

店铺名称	订单数量及 在本店铺占比					
	第 1 层	第 2 层	第 3 层	第 4 层	第 5 层	第 6 层
	[0,100]	(100,200]	(200,400]	(400,600]	(600,900]	>900
天猫利仁官方旗舰店	94,798	59,807	129,244	23,786	623	310

店铺名称	订单数量及在本店铺占比					
	第 1 层	第 2 层	第 3 层	第 4 层	第 5 层	第 6 层
	[0,100]	(100,200]	(200,400]	(400,600]	(600,900]	>900
	30.72%	19.38%	41.89%	7.71%	0.20%	0.10%
京东利仁官方旗舰店	15,755	17,359	21,219	5,261	220	140
	26.28%	28.95%	35.39%	8.78%	0.37%	0.23%
阿里巴巴旗舰店	2,939	2,117	1,453	193	46	58
	43.18%	31.10%	21.35%	2.84%	0.68%	0.85%
廊坊抖音利仁官方旗舰店	107,663	105,127	13,927	1,226	37	41
	47.22%	46.10%	6.11%	0.54%	0.02%	0.02%
快手利仁官方旗舰店	93,973	29,019	5,255	615	31	59
	72.87%	22.50%	4.08%	0.48%	0.02%	0.05%
其他所有小店铺	593,665	95,168	73,634	7,584	797	843
	76.93%	12.33%	9.54%	0.98%	0.10%	0.11%
订单数量合计	908,793	308,597	244,732	38,665	1,754	1,451
订单数量占比	60.43%	20.52%	16.27%	2.57%	0.12%	0.10%
平均每订单金额	46.40	147.61	309.45	480.79	740.86	2,419.81

订单日期集中度分析：与同期或不同月份进行比较，并与同行业公司的收入集中度进行对比分析，判断客户的收入集中度是否过高。

销售地域分析：获取全部客户的销售明细，统计收货的省份或者市，根据了解的消费者习惯、地域消费水平、与发货地区距离等进行分析，判断交易是否合理。

IT 审计结果显示，公司前五大销售地区分别为山东省、河南省、河北省、江苏省、陕西省。以上地区饮食习惯偏向面食与公司主营电饼铛、空气炸锅等产品吻合。

实际付费账户分析：分年度、分平台、根据订单付款日期、按月统计所有付费账户数量及平均每账户付费金额。

IT 审计结果显示，各平台实际付费账户数量与平均每账户金额的分布基本符合电商平台的销售特点。其中，对于京东、快手等面向 C 端终端用户的平台，实际付费账户的趋势与“销售订单价格”趋势基本一致；而对于面向小企业客户的阿里巴巴平台，其付费账户的趋势与“销售订单价格”的趋势有明显不同。

注：阿里巴巴平台的业务模式为 B2C，由小 B 端用户在阿里巴巴平台向公司下单、并在收货信息中填写终端用户信息，造成付款与下单时间有所差异，这与店铺特点一致。

新增付费账户分析：分年度、分平台、根据订单付款日期、按月统计新增付费账户数量及平均每账户付费金额。

对于京东、快手等面向 C 端终端用户的平台，新增付费账户的趋势与“实际付费账户分析”趋势基本一致；而对于面向小企业客户的阿里巴巴平台，其新增付费账户的趋势与“实际付费账户分析”的趋势则明显不同。

付费账户重复购买行为分析：分平台、统计整个审计期间内所有付费账户的重复购

买次数，将该重复购买次数按百分位数分五层后，统计各分层内付费账户数量及平均每账户付费金额，并列示重复购买次数 Top10 账户的购买明细记录，检查是否存在异常。

单笔大额订单检查：分平台、分年度列示单个订单金额大于两万元的订单编号及相关信息，并进一步检查是否存在异常的单笔大金额订单，并对可能存在异常的订单进行进一步了解与分析，详见后述 C。

字段分析：公司 B2C 业务中每笔发货均有运单与之匹配。IT 审计中对平台订单数据的客服备注字段，进行关键字匹配，对“刷单”、“空包”等敏感关键字进行模糊查找匹配，没有识别出刷单情况。

C.由 IT 审计整理出单笔订单超过两万元的信息，年审会计师通过查看订单明细信息，并结合订单明细中的下单账号、开票信息、买家留言等信息并查验发货原单和收款情况，经核实这些大额订单中主要为企业客户的购买行为，主要用于员工福利、活动奖品等用途。未发现明显异常。

由于各个平台加强了对客户信息的保密措施，我们以往年度通过电话回访的方式来检查订单的方法受到阻碍。项目组人员结合 IT 审计对线上销售真实性、完整性及合理性的分析程序，对于 IT 审计中发现的重复购买行为、单笔大额订单等可疑情况，首先通过管易云平台抽样查找相关运单号并核实物流的真实性。其次，抽样检查相关的会计凭证核实订单收款的真实性，来核实交易的真实性。

通过上述分析，各分析维度的数据分析结果总体符合公司的产品特点以及电商平台的销售方式及促销特点，未发现其他明显异常。公司 B2C 模式销售收入无重大异常，可以确认。

#### （2）对于 B2B2C 销售模式的检查：

B2B2C 销售模式以对方结算单确认收入。我们主要检查了 B2B2C 销售模式收入的前五大客户结算单，例如北京京东世纪贸易有限公司、唯品会（中国）有限公司、浙江昊超网络科技有限公司、有品信息科技有限公司、行吟信息科技（武汉）有限公司，公司对以上客户销售收入占所在模式收入超过 90%。我们通过各家的结算单来测算收入，经测算未见重大异常。

#### （3）对于经销商销售模式的检查：

①经销商模式以对方的签收单来确认收入，我们采用分层抽样方式选取部分经销商，对经销商销售的物流单据、签收单进行重点核实以验证其确认收入时点正确性。

②我们对截至 2026 年 5 月 31 日期后回款进行检查，验证经销商收入确认的合理性，未见重大异常。

③对公司线上、线下收入真实性的核查程序、核查比例，对经销模式收入是否实现终端销售所采取的核查措施包括：项目组通过结合实地走访、视频访谈、了解客户背景、与公司合作历史、定价方式、销售价格变动情况等，就客户及其关联方与公司、公司股

东、实际控制人、董监高及其他核心人员是否存在关联关系或其他利益输送情形进行确认，以及检查重点经销商的签收单的方式对经销商进行了核查，未见重大异常。2025年度我们按照经销收入金额较大以及新增的经销商走访进行选样，对 10 家经销商进行走访涉及收入 38,236,621.23 元，占经销环节收入比重为 38.67%，未见重大异常。

（4）对于出口销售收入：

①核对公司出口台账、电子口岸信息、出口退税系统出口收入清单以及账面记录，并抽样检查销售合同、出口报关单、货运提单、销售发票等支持性文件；核对银行对账单资金流水与销售回款记录。

②项目组对于出口模式检查中，通过检查重要客商的报关单以及提单并对银行流水进行核查以验证收入真实性。

7、对第四季度营业收入执行截止性测试程序：针对资产负债表日前后确认的营业收入选取样本，核对检查合同协议、出库单、运输单据、客户签收单、期后回款等支持性文件，以评价营业收入是否在恰当的期间确认。会计师获取了公司报告期内的销售收入明细账，通过测试截止日前后 1 个月的收入确认凭证，截止日前后按照分层抽样的方式进行检查共计检查 52 笔，核对客户签收单据的日期及对应的收入确认期间，检查收入是否跨期，经核查未发现跨期确认收入的情形。

8、执行函证和访谈程序：选取样本对期末应收账款余额及本期销售额实施函证程序；对未回函的实施替代测试程序并检查其期后回款情况；通过现场走访和视频访谈主要客户，核查报告期内公司与客户的销售金额、期末应收账款余额，了解双方开始交易的时间、交易条款、产品质量和退换货情况、公司与客户双方股东、董监高、近亲属之间是否存在关联关系等事项，签署书面访谈记录并拍照记录。函证、访谈显示应收账款和当期销售额均无重大异常。函证情况如下：

项目	营业收入	应收账款
审定金额	434,440,832.36	50,069,544.78
发函金额	197,015,703.48	43,247,426.54
回函金额	196,658,701.35	41,916,689.92
发函比例	45.35%	86.37%
回函可确认金额	188,880,735.75	41,916,689.92
回函可确认比例（回函/审定金额）	43.48%	83.72%
替代测试金额	8,134,967.73	1,330,736.62
回函+替代测试可确认比例	45.35%	86.37%

注：B2C 模式下的收入系公司在线上开设的自营店铺，未进行函证，B2C 模式下的收入为 77,441,564.55 元。

9、查阅同行业可比上市公司的定期报告等公开资料，比较分析公司与可比公司在成本构成、毛利率差异等方面的合理性。

10、获取公司的银行流水，核查是否与客户及供应商存在异常资金往来。

经核查，年审会计师认为：

1、2025 年度主要业务收入增长主要系新产品导致的产品结构影响，具备合理性；公司核心竞争力未发生重大不利变化，若公司期间费用管控以及初创子公司经营状况没有达到预期，增收不增利现象可能将会持续。

2、公司第三季度利润为负数符合公司实际情况，第四季度及 2026 年第一季度营业收入季节性波动符合行业惯例，不存在年底突击确认收入或者提前确认收入的情形，收入季节性与同行业不存在重大差异。

3、公司从产品研发、市场渠道、供应链及内部管理等多维度制定经营改善方案，综合实力持续增强，持续经营能力不存在重大不确定性。

4、公司线上收入变动与行业趋势、公司业务实际相一致，与公司支付的相关平台费用相匹配，线上销售收入真实，不存在虚构交易的情形。

5、线下收入确认符合《企业会计准则》的规定；近三年线下客户未发生较大变化，与同行业可比公司不存在重大差异。

6、公司线上、线下渠道在产品结构差异、定价策略、促销活动、销售费用承担情况等方面略有差异，致使公司同类产品在不同销售渠道实现的销售毛利率存在一定差异，具有合理性。

7、毛利率变动符合实际经营情况，具备合理性，报告期内不存在大额销售退回，销售折让会计处理符合会计准则相关规定。

8、经对第四季度截止测试检查，销售入账日期与对账单、签收单等处于同一会计期间，未发现收入存在跨期情况。

9、公司应收账款和收入具备真实、准确性。主要客户中不存在未披露的关联方，公司应收账款余额、销售收入真实、准确，未见重大异常。

10、根据已执行的线上线下收入核查程序，公司线上线下收入确认具有合理性，不存在成本分摊不准确的情形。

2. 报告期内，你公司厨房小家电电饼铛类产品销售收入为 2.22 亿元，占营业收入比例为 51.13%，同比增长 10.33%，为你公司主要收入来源；厨房小家电多功能锅类产品销售收入为 0.85 亿元，占比 19.49%，同比增长 23.69%。请你公司：（1）区分产品类别列示报告期内各类主要产品的销量、单价、成本及毛利率变动情况；结合市场容量数据说明公司市场份额的变化情况。（2）说明报告期内新品的销售收入、成本及毛利贡献情况，新品研发是否达到预期效果，是否存在研发投入无法转化为经济效益的情形。

（3）结合公司产品生命周期、行业技术迭代趋势、同行业可比产品情况，分析公司核心产品竞争力，是否存在产品单一、被替代风险。请年审会计师对问题（1）（2）发表核查意见，并说明对产品销量与收入匹配性的核查程序，是否存在收入分类不准确的情

形。

【公司回复】

2-1 区分产品类别列示报告期内各类主要产品的销量、单价、成本及毛利率变动情况；结合市场容量数据说明公司市场份额的变化情况。

1、各类别产品的销量、单价、成本及毛利率变动情况：

收入类别/产品名称	2025 度						2024 年度						毛利率变动
	销售数量	主营业务收入	主营业务成本	平均售价	平均成本	毛利率	销售数量	主营业务收入	主营业务成本	平均售价	平均成本	毛利率	
电饼铛类	1,477,390.00	222,151,001.50	150,763,141.40	150.37	102.05	32.13%	1,449,724.00	201,358,904.08	134,337,278.59	138.89	92.66	33.28%	-1.15%
空气炸锅类	154,800.00	27,790,819.69	23,024,383.84	179.53	148.74	17.15%	170,001.00	25,440,443.96	21,751,606.97	149.65	127.95	14.50%	2.65%
多功能锅类	773,679.00	84,687,682.47	60,542,259.42	109.46	78.25	28.51%	623,144.00	68,469,643.54	50,463,007.63	109.88	80.98	26.30%	2.21%
电烧烤类	15,198.00	2,104,651.79	1,692,864.05	138.48	111.39	19.57%	43,893.00	6,301,835.06	5,814,795.38	143.57	132.48	7.73%	11.84%
其他	576,914.00	58,956,476.41	39,457,405.74	102.19	68.39	33.07%	506,405.00	54,143,112.91	38,250,083.22	106.92	75.53	29.35%	3.72%
<b>厨房小家电小计</b>	<b>2,997,981.00</b>	<b>395,690,631.85</b>	<b>275,480,054.45</b>	<b>131.99</b>	<b>91.89</b>	<b>30.38%</b>	<b>2,793,167.00</b>	<b>355,713,939.55</b>	<b>250,616,771.79</b>	<b>127.35</b>	<b>89.72</b>	<b>29.55%</b>	<b>0.83%</b>
家居小家电	27,016.00	1,443,526.31	1,077,266.15	53.43	39.88	25.37%	66,020.00	3,587,428.90	2,982,474.12	54.34	45.18	16.86%	8.51%
电机类	1,037,135.00	6,157,617.01	7,555,966.36	5.94	7.29	-22.71%	-	-	-	-	-	-	-22.71%
非电类产品及其他	1,047,113.00	29,516,121.40	17,210,501.68	28.19	16.44	41.69%	986,173.00	20,512,259.01	12,838,005.11	20.80	13.02	37.41%	4.28%
<b>合计</b>	<b>5,109,245.00</b>	<b>432,807,896.58</b>	<b>301,323,788.64</b>	<b>84.71</b>	<b>58.98</b>	<b>30.38%</b>	<b>3,845,360.00</b>	<b>379,813,627.46</b>	<b>266,437,251.02</b>	<b>98.77</b>	<b>69.29</b>	<b>29.85%</b>	<b>0.53%</b>

注：以上口径不包含物流费和售后服务费

主要产品类别的单价、单位成本、毛利率变动分析：

①电饼铛类产品：单位售价变动 11.48 元，单位成本变动 9.39 元，毛利率下降 1.15%，其中单位售价变动对毛利率影响 5.09%，单位成本变动对毛利率影响-6.24%。由于公司推出不锈钢 0 涂层系列新产品，产品结构发生变化，2025 年不锈钢 0 涂层系列新产品的销售额占电饼铛类产品收入总额的比重 28.96%，该系列产品定位中高端市场，单位售价和单位成本较高；同时，2025 年公司通过专场促销、折扣让利、组合销售等多种市场化方式加大库存消化力度，该部分产品促销价格较低。综合以上因素影响电饼铛类产品毛利率下降 1.15%。

②空气炸锅类产品：单位售价变动 29.88 元，单位成本变动 20.79 元，毛利率增加 2.65%，其中单位售价变动对毛利率影响 14.23%，单位成本变动对毛利率影响-11.58%。公司目前逐步提高空气炸锅品位，对价格较低、有涂层的产品逐步减少生产，加大对 0 涂层产品投入，于 2025 年推出不锈钢 0 涂层系列新产品，2025 年不锈钢 0 涂层系列空气炸锅的销售额占空气炸锅类产品收入总额的比重为 54.25%，该系列产品定位于中高端市场，产品单位售价和单位成本较高，其中新品不锈钢 0 涂层多功能空气炸锅（2.KZG.0200A2）市场反馈较好，收入占空气炸锅类收入的 35.7%，毛利率为 38.12%，导致空气炸锅类产品毛利率增加 2.65%。

③多功能锅类产品：单位售价变动-0.42 元，单位成本变动-2.73 元，毛利率增加 2.21%；单位售价变动对毛利率的影响-0.28%，单位成本变动对毛利率的影响 2.49%，主要原因系产品结构发生变化。公司本年推新品多功能电炒锅，该产品毛利率为 42.84%，占多功能锅类总收入的 8.52%，导致多功能锅类产品毛利率增加。

④电烧烤类产品：单位售价变动-5.09 元，单位成本变动-21.09 元，毛利率增加 11.84%；单位售价变动对毛利率影响-3.39%，单位成本变动对毛利率影响 15.23%；该类别收入仅有 210 万元，占比较低。

⑤其他类产品：单位售价变动-4.73 元，单位成本变动-7.14 元，毛利率增加 3.72%，单位售价变动对毛利率影响-3.27%；单位成本变动对毛利率影响 6.99%，主要原因系产品结构发生变化。公司本年推出新品利仁多功能和面机（2.XCD.0115A3），该产品相对于其他规格型号的和面机定价较高，成本相近，毛利率较高，该产品收入占其他类总收入的 3.24%，是导致其他类产品毛利率变动的主要原因。

⑥家居小家电类产品：单位售价变动-0.91 元，单位成本变动-5.3 元，毛利率增加 8.51%；单位售价变动对毛利率影响-1.42%，单位成本变动对毛利率影响 9.92%；该类别仅有收入 144 万元左右，占比较低。

⑦电机类产品本年毛利率为-22.71%，主要原因为：电机类产品处于开发市场阶段，新品一次性投入较大，量产规模较小且上市时间较短、整体营收体量不足，导致单位成本较高，毛利率为负数。

⑧非电类产品及其他类产品：单位售价变动 7.39 元，单位成本变动 3.42 元，毛利

率增加 4.28%；单位售价变动对毛利率影响 16.41%，单位成本变动对毛利率影响-12.13%，主要系产品结构发生变化。本年五合一多功能切菜器（2.CJL.0067A3）、定量喷雾油壶（2.CJL.0111A3）销售收入占比增加，该产品毛利率较高，导致非电类产品及其他毛利率整体增加。

**2、结合市场容量数据说明公司市场份额的变化情况**

根据奥维云网（AVC）全渠道推总数据显示，2025 年厨房小家电整体零售额 633 亿，同比上涨 3.8%。2025 年公司占据零售市场份额为 0.68%，同比增长 9.63%，主要系不锈钢 0 涂层系列、纯钛系列等新产品上市影响，该系列产品获得用户的广泛认可，推动了品牌在中高价格市场份额的显著提升。

**2-2 说明报告期内新品的销售收入、成本及毛利贡献情况，新品研发是否达到预期效果，是否存在研发投入无法转化为经济效益的情形。**

报告期内新品销售收入、成本及毛利贡献情况：

新品收入类别/产品名称	销售收入	销售成本	毛利率	主营业务收入占比	毛利率贡献
电饼铛类	95,926,611.50	58,509,960.15	39.01%	22.16%	8.65%
多功能锅类	27,955,174.81	19,640,887.40	29.74%	6.46%	1.92%
空气炸锅类	12,249,165.75	7,945,096.53	35.14%	2.83%	0.99%
电烧烤类	226,903.33	132,482.28	41.61%	0.05%	0.02%
其他	9,972,039.03	6,313,773.10	36.69%	2.30%	0.85%
<b>厨房小家电小计</b>	<b>146,329,894.42</b>	<b>92,542,199.47</b>	<b>36.76%</b>	<b>33.81%</b>	<b>12.43%</b>
电机类	6,157,617.01	7,555,966.36	-22.71%	1.42%	-0.32%
非电类产品及其他	2,727,115.34	1,431,044.06	47.53%	0.63%	0.30%
家居小家电	380,125.61	256,208.49	32.60%	0.09%	0.03%
<b>合计</b>	<b>155,594,752.38</b>	<b>101,785,418.37</b>	<b>34.58%</b>	<b>35.95%</b>	<b>12.43%</b>

研发投入产出情况如下：

项目	2025 年度
研发投入	12,117,713.38
主营业务收入	432,807,896.58
其中：新品收入	155,594,752.38
新品收入占比	35.95%
研发投入占主营业务收入比例	2.80%
<b>研发投入产出比</b>	<b>12.84</b>

注：研发投入产出比计算=新品收入/研发投入金额

如上表所示，报告期内新品销售收入为155,594,752.38元，占主营业务收入的35.95%，毛利率贡献为12.43%，其中包括不锈钢0涂层系列、纯钛系列等多款畅销新产品，公司在研发生产过程中聚焦消费者对健康产品的核心诉求，凭借该系列新品健康的材质和美学设计，提高了公司在中高价格市场中的市场份额。

公司2025年度研发投入产出比为12.84，新品销售取得了良好的市场表现，已达到预期效果，不存在研发投入无法转化为经济效益的情形。

**2-3 结合公司产品生命周期、行业技术迭代趋势、同行业可比产品情况，分析公司核心产品竞争力，是否存在产品单一、被替代风险。**

2025年度电饼铛类产品收入占营业收入比重为51.13%，是公司收入及利润的主要来源。近年来，公司不断拓展新产品，产品品类丰富；主要产品包括电饼铛类、空气炸锅类、多功能锅类等多个品类，近300多个型号，覆盖高端系列、轻奢系列、大众系列全价格带，产品结构不断完善。

当前厨房小家电底层加热、热风循环等基础技术已趋于成熟，行业暂无颠覆性技术变革，产品迭代围绕材质健康化、智能化、功能集成化开展渐进式升级；同时公司拥有452项授权专利，搭建起稳固的技术壁垒。

综上，2025年度公司电饼铛类产品销售占比较高，若其他品类产品拓展没有达到预期效果或出现颠覆性技术变革，公司未来可能仍存在依赖单一品类产品或产品被替代的相关风险。

**【年审会计师回复】：**

**年审会计师执行的主要核查程序如下：**

1、了解与收入确认相关的关键内部控制，并测试相关内部控制的运行有效性，评价其设计和执行是否有效；

2、执行分析程序：获取收入成本明细表和区分线上、线下销售模式的收入、成本、毛利率明细表。分析成本结构：获取线上、线下销售产品的成本结构明细（直接材料、直接人工、制造费用），分析不同模式下的成本构成差异，并评估其合理性。对报告期收入按产品、按客户类型分年度、月度进行毛利率分析，分别从销售模式、产品销量、成本、单价变动等方面分析其变动合理性；

3、分析各类型产品销量与收入的同比变动情况，分析其产品的单价变动是否合理，是否符合行业特点；

4、执行检查程序：对于国内销售收入，抽样检查与收入确认相关的支持性文件，包括销售合同、订单、出库单、客户签收单、结算单、运费单等；对于出口销售收入，核对公司出口台账、电子口岸信息、出口退税系统出口收入清单以及账面记录，并抽样检查销售合同、出口报关单、货运提单、销售发票等支持性文件；核对银行对账单资金

流水与销售回款记录。

5、产品销量与销售变动具有一致性的核查程序：获取产品产量明细，并执行如下审计程序：

（1）获取公司收入成本明细表，分产品/型号统计销量、单价、收入、毛利率，对各期波动进行定量和定性分析。

（2）抽查销售合同、订单，核对合同约定的产品名称、数量、金额是否与收入明细及出库/签收记录匹配。

（3）细节测试：抽查样本，核验销售订单、出库单、发票、回款单等全套证据链。

（4）客户走访：直接向主要客户确认交易真实性、金额和产品类型。

6、查阅研发形成的专利情况，结合新品销售收入，分析研发成果对营收的贡献。

**经核查，年审会计师认为：**

1、产品销量与收入变动趋势一致，毛利率变动具备合理性，不存在收入分类不准确的情形。

2、新产品未发现研发投入无法转化经济效益的情形。

3、公司产品销量与销售变动具有一致性，经核查，公司不存在收入分类不准确的情形。

3. 报告期内，你公司前五名客户合计销售金额为 1.55 亿元，占年度销售总额比例为 35.72%。其中，你对第一名客户的销售额为 1.16 亿元，占年度销售总额比例为 26.73%。请你公司：（1）说明报告期内第一大客户的名称、销售内容、销售模式（直营、经销或代销）、结算方式及信用政策，说明与该客户合作的历史沿革及稳定性，是否存在关联关系或其他利益安排，是否存在通过该客户调节收入的情形，公司对第一大客户的依赖是否构成重大风险；说明该客户是否为电商平台或其关联方，若是，说明平台规则对公司议价能力的影响。（2）结合公司与主要客户的合作协议条款，说明你公司客户集中度较高对公司经营独立性和持续盈利能力的影响，是否存在因主要客户流失导致业绩大幅下滑的风险。请年审会计师对上述事项发表核查意见，并说明对第一大客户的函证、走访情况及收入确认依据，是否存在通过主要客户进行收入操纵的情形；说明线上收入审计程序执行情况并发表明确意见。

**【公司回复】**

3-1 说明报告期内第一大客户的名称、销售内容、销售模式（直营、经销或代销）、结算方式及信用政策，说明与该客户合作的历史沿革及稳定性，是否存在关联关系或其他利益安排，是否存在通过该客户调节收入的情形，公司对第一大客户的依赖是否构成重大风险；说明该客户是否为电商平台或其关联方，若是，说明平台规则对公司议价能力的影响。

### 1、第一大客户基本情况、销售内容、销售模式、结算方式及信用政策

报告期内，公司第一大客户为北京京东世纪贸易有限公司（以下简称“京东”）。公司自 2010 年起与京东开展业务合作，合作关系延续至今，业务往来始终保持稳定，未发生合作中断、终止等情况，具备长期合作基础与业务稳定性。公司向京东销售利仁品牌全品类小家电产品，合作采用 B2B2C 销售模式。

结算及信用政策方面，依据双方合同约定，公司产品交付京东并经其验收入库满 50 日后，由京东出具正式结算单，作为货款结算依据；自结算单核定的付款起始日起，京东于 7 个工作日内完成货款支付。

### 2、关联关系及其他利益安排情况

经核查，北京京东世纪贸易有限公司与公司、控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员及其他核心经营人员均不存在关联关系，亦无其他未披露利益安排。

### 3、是否存在通过该客户调节收入的情形

B2B2C 模式下收入确认政策以及与可比公司比较情况

公司名称	收入确认时点	收入确认依据
小熊电器	根据合同约定的对账时间，收到电商平台的确认清单核对无误后确认收入。	对账单、增值税发票
北鼎股份	公司根据代销清单（已实现对外销售部分）结算并确认收入。	代销清单
利仁科技	公司对电商平台出具的结算单核对无误后于结算单出具时点所属期间确认收入。	电商平台出具的结算单

由上表可见，公司以电商平台出具的结算单作为收入确认依据并进行会计核算，与同行业可比上市公司收入确认惯例保持一致，会计处理合规且具备行业可比性。

双方实行定期结算模式，未完成结算的商品按发出商品规范核算。公司收入确认时点符合合同约定的商品风险报酬及控制权转移原则，遵循《企业会计准则》相关规定，与同行业通行做法一致，不存在借助该客户调节收入的情形。

### 4、对第一大客户依赖是否构成重大经营风险

近年来小家电行业以线上渠道为主要销售模式，京东作为国内 B2B2C 模式头部电商平台，拥有流量与渠道规模优势，行业内企业普遍依托头部电商开展线上业务，客户集中属于行业共性特征。

公司第一大客户及前五大客户销售占比均处于同行业合理区间，契合行业经营模式与业务发展特点，与可比公司无明显差异，客户集中度具备行业合理性；公司客户集中度与同行业对比情况如下：

所属单位	第一大客户占比	前五名客户占比	备注
小熊电器	22.37%	28.61%	
北鼎股份	11.79%	27.97%	

所属单位	第一大客户占比	前五名客户占比	备注
苏泊尔	29.91%	44.35%	
九阳股份	19.76%	37.30%	
火星人	18.09%	27.54%	
德尔玛	19.19%	41.69%	
<b>同行业平均</b>	<b>20.19%</b>	<b>34.58%</b>	
利仁科技	26.73%	35.72%	

整体来看，公司对第一大客户存在一定业务依赖，该情况为行业普遍现状，客户集中度处于合理水平，合作关系稳定可持续。如果公司未来无法与上述电商平台保持良好的合作关系，或上述电商平台的销售政策、收费标准等发生重大不利变化，亦或公司在上述电商平台的经营情况不及预期，且未能及时拓展其他新兴销售渠道，可能会对公司的经营业绩产生不利影响。

### 5、客户电商平台属性及对公司议价能力的影响

该客户为京东自营电商平台运营主体，具备典型电商平台属性。京东平台日常常规促销、电商节点大促等营销活动，会对公司产品定价、促销政策及利润空间形成一定约束，对公司产品议价能力产生适度影响。该类影响属于电商渠道合作的正常行业常态，公司可通过产品差异化布局、新品持续迭代、内部成本管控等方式对冲相关影响，整体经营保持稳定可持续。

**3-2 结合公司与主要客户的合作协议条款，说明你公司客户集中度较高对公司经营独立性和持续盈利能力的影响，是否存在因主要客户流失导致业绩大幅下滑的风险。**

#### 1、合作协议核心条款概况

公司与京东按年度签署框架合作协议，协议未设置独家供货、排他经营、强制保底采购、单方面无理由即时解约等限制性条款。合作期满若无重大质量问题及合规风险，协议可自然顺延；产品定价由双方市场化协商确定，公司可自主开展产品研发、生产安排及其他渠道销售业务，合作条款公允合理，对公司经营约束性较弱。

#### 2、对公司经营独立性的影响

公司客户集中度偏高，主要由小家电行业线上 B2B2C 经营模式及头部电商平台流量格局决定，属于行业普遍特征，同行业可比公司均存在类似客户集中情况。

从合作协议约定及实际经营来看，公司在产品研发、生产排产、定价策略、渠道拓展、新客户开发等核心经营环节均拥有完整自主决策权，资产、业务、人员、财务、机构均独立完整，经营决策不受主要客户支配与限制。公司可自主入驻其他电商平台，同步布局线下经销、直播电商等多元渠道，并未因客户集中度较高丧失经营独立性。

#### 3、对公司持续盈利能力的影响

公司与京东合作周期长、合作关系稳固，协议结算规则与信用政策长期保持稳定，订单获取及货款回款具备可预期性，为公司营业收入及利润形成稳健支撑。双方交易定

价遵循市场化原则、定价公允，不存在强制压价、不合理扣费等损害公司盈利水平的约定。

同时，公司持续推进新品迭代升级、优化产品结构，积极布局多销售渠道，进一步丰富收入来源、完善盈利结构，有效对冲单一渠道依赖带来的毛利波动。整体而言，客户集中未对公司持续经营能力及盈利稳定性构成重大不利影响。

#### 4、主要客户流失导致业绩大幅下滑的风险

其一，双方合作协议对续约、解约流程作出明确规范，无单方任意解约约定，合作关系具备协议层面的稳定性保障；其二，公司为京东长期合格供应商，公司产品具有一定品牌影响力，产品品质、供货保障能力及品类适配性经过长期市场验证，客户主动终止合作的商业意愿较低；其三，公司已布局天猫、唯品会、小米有品、抖音、视频号、拼多多等线上平台，并拓展线下经销商渠道，形成多元化销售体系，具备产能分流与渠道替补能力。即便出现合作规模缩减的极端情形，公司也可通过其他渠道快速承接产能及订单缺口。

综上，公司与主要客户合作协议条款公允合理，无排他性及限制性经营约定；客户集中度较高为行业固有特征，未损害公司经营独立性，也未削弱持续盈利能力。依托长期稳定的合作基础与多渠道战略布局，公司不存在因主要客户流失而引发业绩大幅下滑的重大风险。

#### 【年审会计师回复】：

##### 年审会计师执行的主要核查程序如下：

我们针对主要客户及主营业务收入所实施的主要审计程序包括但不限于：

1、访谈公司销售业务负责人、财务负责人，了解公司与客户合作的标准和具体方式，报告期内公司与其主要客户之间的交易内容、背景、业务流程、结算方式及信用政策等，了解主要客户的基本情况、与公司合作的历史等情况；

2、获取公司与销售相关的内部控制制度，了解和评价销售与收款循环相关内部控制的设计有效性，并对关键内部控制的运行有效性实施控制测试；

3、通过审阅销售合同相关条款，访谈管理层后，对合同进行“五步法”分析，判断履约义务构成和控制权转移的时点，进而评估销售收入的确认政策是否符合新收入准则的要求；相关收入确认时点与政策与同行业公司进行比较；

4、对主要客户执行函证程序，核查报告期内销售金额以及往来余额情况。对第一大客户北京京东世纪贸易有限公司进行了函证，函证内容包括销售金额、应收余额以及发出商品情况，回函相符。

5、实地或视频访谈主要经销商客户，了解交易背景、与公司合作历史、定价方式、交易及价格变动情况等，就客户及其关联方与公司、公司股东、实际控制人、董监高及其他核心人员是否存在关联关系或其他利益输送情形进行确认；因第一大客户北京京东

世纪贸易有限公司信用较好、回款及时，我们未对其进行走访程序。

6、线上收入审计程序执行情况具体如下：

（1）对于 B2C 模式：

审计人员亲自获取电子商务平台导出的销售明细与财务信息进行核对：

①针对 B2C 模式，我们对天猫旗舰店、京东旗舰店、京东利仁专卖店、拼多多旗舰店、拼多多专卖店、抖音店和快手店进行了收入核查：1、进行了账单与账单的核对。首先审计人员导出了主要平台的账单，与公司提供的账单进行了核对，重点关注了交易流水的合计数与确认收入的部分，未见重大异常，可以确认。2、进行了账单与收入的核对，未见重大差异，可以确认。

②复核部分月份支付宝信息与金蝶发货系统的准确性，进行了出库单与收入的核对。根据公司从金蝶系统导出的出库单，每平台抽取部分月份与支付宝账单进行匹配，获得当月收入确认的数据，与账面收入核对，经检查未发现存在重大差异。

③进行了 IT 审计，审计内容包括对信息系统内控有效性进行审计、对数据分析等。

（2）对于 B2B2C 销售模式的检查：

B2B2C 销售模式以对方结算单确认收入。我们主要检查了 B2B2C 销售模式收入的前五大客户结算单，例如北京京东世纪贸易有限公司、唯品会（中国）有限公司、浙江昊超网络科技有限公司、有品信息科技有限公司、行吟信息科技（武汉）有限公司，公司对以上客户销售收入占所在模式收入超过 90%。我们通过各家的结算单来测算收入，经测算未见重大异常。

（3）对于线上经销商销售模式的检查：

①经销商模式以对方的签收单来确认收入，我们采用分层抽样方式选取部分经销商，对经销商销售的物流单据、签收单进行重点核实以验证其确认收入时点正确性。

②我们对截至 2026 年 5 月 31 日期后回款进行检查，验证经销商收入确认的合理性，未见重大异常。

③项目组通过结合实地走访、视频访谈，了解客户背景、与公司合作历史、定价方式、销售价格变动情况等，就客户及其关联方与公司、公司股东、实际控制人、董监高及其他核心人员是否存在关联关系或其他利益输送情形进行确认，以及通过检查重点经销商签收单对经销商进行了核查，未见重大异常。

**经核查，年审会计师认为：**

1、报告期内，公司第一大客户销售占比处于同行业合理区间，契合行业经营模式与业务发展特点，与可比公司无明显差异，客户集中度具备行业合理性；公司与该客户合作关系稳定可持续，公司对第一大客户的依赖符合行业惯例，不构成重大风险。公司主要客户收入确认时点符合合同约定的商品风险报酬及控制权转移原则，遵循《企业会

计准则》相关规定，与同行业通行做法一致，不存在通过第一大客户调整收入的情形。

2、公司、公司股东、实际控制人、董监高及其他核心人员与第一大客户不存在关联关系，相关交易价格公允，不存在其他利益安排或其他利益输送情形。

3、第一大客户属于非关联方的电商平台公司，平台规则对公司议价能力的影响属于电商渠道合作的正常行业常态，不会对公司整体经营稳定产生重大影响。

4、公司与第一大客户合作协议条款公允合理，无排他性及限制性经营约定；客户集中度较高为行业固有特征，未损害公司经营独立性，也未削弱持续盈利能力。依托长期稳定的合作基础与多渠道战略布局，公司不存在因主要客户流失而引发业绩大幅下滑的重大风险。

5、经核查，公司第一大客户回函相符，收入确认方法符合会计准则且与同行业保持一致，不存在通过该客户调整收入的情形。

6、经执行上述线上收入审计程序，公司线上收入真实、完整。

4. 报告期内，你公司主营业务成本为 3.21 亿元，主要项目包括外协生产、原材料、外协加工费等，其中外协生产占营业成本的比重为 58.46%，原材料占主营业务成本的比重为 27.93%。你公司向前五大供应商采购金额合计为 1.12 亿元，占年度采购总额比例为 42.45%。请你公司：（1）说明你公司近三年主要外协加工、原材料供应商基本情况，包括供应商名称、关联关系、工商注册登记信息、采购内容、采购金额及占比、付款政策、期末预付账款、预付账款账龄、应付账款、供应商和采购额变化的原因，说明你公司主要外协加工、原材料供应商是否稳定，账龄 1 年以上预付账款的形成原因。（2）结合你公司外协加工合同的主要条款，说明公司外协加工的业务模式情况，主要产品中采取自主生产、外协加工的比例；说明外协加工占营业成本比例较高的合理性，主要产品成本结构是否与同行业可比公司一致，公司是否不具备自主生产能力，主要产品是否不具备技术含量、市场进入门槛是否较低；说明公司对外协厂商的质量控制措施及依赖程度，是否存在外协厂商集中的情形。（3）报告期内，你公司原材料成本同比增长 51.11%。说明原材料成本大幅增长的原因，结合主要原材料采购价格变动情况，说明原材料成本增长与营业收入增长是否匹配，是否存在人为调整成本确认时点的情形。（4）说明最近三年预付/应付账款前五大主体情况，包括主体名称、关联关系、工商注册登记信息、预付/应付账款余额、占比、交易内容、当年度交易金额及占比、付款政策、预付/应付账款变动的原因。请年审会计师对上述事项发表核查意见，并说明对外协厂商的函证情况及资金流向核查情况，是否存在通过外协厂商调节成本的情形。

#### 【公司回复】

4-1 说明你公司近三年主要外协加工、原材料供应商基本情况，包括供应商名称、关联关系、工商注册登记信息、采购内容、采购金额及占比、付款政策、期末预付账款、预付账款账龄、应付账款、供应商和采购额变化的原因，说明你公司主要外协加工、原材料供应商是否稳定，账龄 1 年以上预付账款的形成原因。

1、采购变动情况

采购类型	2025 年度采购额	2024 年度采购额	变动金额	变动比例
外协生产	181,385,909.47	166,273,653.73	15,112,255.74	9.09%
原材料	82,359,834.16	57,837,604.10	24,522,230.06	42.40%
<b>合计</b>	<b>263,745,743.63</b>	<b>224,111,257.83</b>	<b>39,634,485.80</b>	<b>17.69%</b>

2025 年公司原材料和产成品采购总额较上年同期增加 39,634,485.80 元，涨幅 17.69%，其中外协加工增加 15,112,255.74 元，原材料增加 24,522,230.06 元。公司采购量上涨原因为 2025 年行业较 2024 年整体销售情况转好，公司加大生产量和代工厂生产采购量。

采购类型	2024 年度采购额	2023 年度采购额	变动金额	变动比例
外协生产	166,273,653.73	177,871,661.93	-11,598,008.20	-6.52%
原材料	57,837,604.10	60,479,567.20	-2,641,963.10	-4.37%
<b>合计</b>	<b>224,111,257.83</b>	<b>238,351,229.13</b>	<b>-14,239,971.30</b>	<b>-5.97%</b>

2024 年公司原材料和外协生产总额较上年同期减少 14,239,971.30 元，降幅 5.97%，其中外协加工减少 11,598,008.20 元，原材料减少 2,641,963.10 元。公司采购量下滑主要受 2024 年度小家电行业整体面临内销压力影响，公司积极调整优化产品结构、优化库存管理，从而降低了生产量和代工生产采购量。

2、主要原材料供应商基本情况

报告期内，公司前五名原材料供应商的基本情况及其结算政策如下：

(1) 山东胜宁电器有限公司

企业名称	山东胜宁电器有限公司
成立日期	2016 年 12 月 22 日
住所	山东省德州市宁津县经济开发区
法定代表人	范连俊
股权结构	王云岗持股 46.6681%，九阳股份有限公司持股 30.0014%，范连俊持股 23.3305%
实缴资本	1,428.6 万元
统一社会信用代码	91371422MA3CTRDD4P
经营范围	家用电器研发；金属制品研发；五金产品研发；专业设计服务；集成电路设计；工业设计服务；软件开发；技术服务、技术开发、技术咨询、技术交流、技术转让、技术推广；机械设备研发；厨具卫具及日用杂品研发；机械零件、零部件加工；机械零件、零部件销售；五金产品制造；家用电器制造；卫生洁具制造；日用杂品制造；厨具卫具及日用杂品零售；家用电器零

	配件销售；家用电器销售；电子元器件制造；电子元器件批发；电子元器件与机电组件设备制造；电子元器件与机电组件设备销售；技术进出口；货物进出口；汽车零部件及配件制造；汽车零部件零售。（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）
合作历史	自 2025 年起合作
关联关系	无关联关系
付款政策	材料入库满 30 天后

**（2）金湖县华能机电有限公司**

企业名称	金湖县华能机电有限公司
成立日期	2005 年 8 月 18 日
住所	金湖县工业园神华大道 198 号
法定代表人	姜乃文
股权结构	徐荟博持股 60%，徐在连持股 20%，姜乃文持股 20%
实缴资本	500.00 万元
统一社会信用代码	9132083177687619X8
经营范围	机电设备、化工原料（除化学危险品）、塑料制品、电线电缆、钢材、阀门、仪器仪表销售；金属工艺品制造、销售；农业机械综合维修点三级；高压电机冷却器、增氧机、投料机、机械产品生产、销售；铝压铸机械加工、销售；普通货物道路运输（须取得道路运输许可证后方可经营）；经营本企业自产产品及技术的出口业务和本企业所需的机械设备、零配件、原辅材料及技术的进口业务，但国家限定公司经营或禁止进出口的商品及技术除外。（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）一般项目：家用电器制造；家用电器销售；家用电器研发；非电力家用器具制造；非电力家用器具销售；模具制造；模具销售；电子专用材料研发；普通阀门和旋塞制造（不含特种设备制造）；阀门和旋塞销售；阀门和旋塞研发；燃气器具生产；通用设备制造（不含特种设备制造）；通用设备修理；五金产品制造；五金产品批发；五金产品研发（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）
合作历史	自 2008 年起合作至今
关联关系	无关联关系
付款政策	收到发票满 60 天后

**（3）金湖县光阳压铸有限公司**

企业名称	金湖县光阳压铸有限公司
成立日期	2010 年 9 月 17 日
住所	金湖县金湖西路 136 号

法定代表人	陈志华
股权结构	凌兴龙持股 50%，陈志华持股 42%，郑孝洲持股 8%
实缴资本	200.00 万元
统一社会信用代码	91320831561830792L
经营范围	铝压铸件生产、销售；机械配件销售。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）
合作历史	自 2010 年起合作至今
关联关系	无关联关系
付款政策	收到发票满 60 天后

**（4）江西双山塑料有限公司**

企业名称	江西双山塑料有限公司
成立日期	2011 年 1 月 10 日
住所	江西省抚州市宜黄县工业园区六里铺小区
法定代表人	余列锋
股权结构	余列锋持股 60%，余列华持股 40%
实缴资本	1,000.00 万元
统一社会信用代码	913610265662997858
经营范围	其他制造业（胶木粉、扣类、烟具、胶木壳）制造、销售。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）
合作历史	自 2015 年起合作至今
关联关系	无关联关系
付款政策	收到发票满 60 天后

**（5）湖南罗博自动化设备集团有限公司**

企业名称	湖南罗博自动化设备集团有限公司
成立日期	2023 年 7 月 26 日
住所	湖南省娄底市涟滨街道吉星北路旺达创业园 31 栋 4 楼 4650 室
法定代表人	刘喜桃
股权结构	刘喜桃持股 92%，李小平持股 8%
实缴资本	-
统一社会信用代码	91431300MACRNWTW20
经营范围	工业自动控制系统装置制造；工业机器人安装、维修；工业机器人制造；机械设备研发；技术服务、技术开发、技术咨询、技术交流、技术转让、技术推广；信息技术咨询服务；电子元器件与机电组件设备制造；通用设备修理；专用设备修理；日

	用品销售；计算机软硬件及辅助设备零售；数控机床销售；电工仪器仪表销售；智能仪器仪表销售；电子产品销售；电子元器件零售；工业机器人销售；建筑材料销售；金属材料销售；建筑装饰材料销售；机械电气设备销售；机械电气设备制造；金属切割及焊接设备制造；专用设备制造（不含许可类专业设备制造）；塑料加工专用设备制造；电机制造；模具制造；五金产品制造；塑料制品制造；钢压延加工；有色金属压延加工；货物进出口；通用设备制造（不含特种设备制造）；机械销售；模具销售；五金产品零售；五金产品批发。（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）
合作历史	自 2025 年起合作
关联关系	无关联关系
付款政策	收到发票满 30 天后

注：湖南罗博自动化设备集团有限公司注册资本 200 万人民币，尚未实缴。

**（6）佛山市顺德区科信达电子有限公司**

企业名称	佛山市顺德区科信达电子有限公司
成立日期	2003 年 12 月 15 日
住所	广东省佛山市顺德区杏坛镇高赞村委会二环路 8 号顺德智富园 25 栋 402、403
法定代表人	冯巨
股权结构	冯巨持股 60%，左云持股 20%，刘志刚持股 20%
实缴资本	100.00 万元
统一社会信用代码	91440606757853590G
经营范围	研发、制造：电子产品（不含移动通信终端设备）、电器产品及其配件；计算机软件开发；国内商业、物资供销业（不设商场）；经营和代理各类商品及技术的进出口业务。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）
合作历史	自 2003 年起合作至今
关联关系	无关联关系
付款政策	收到发票满 60 天后

**（7）中山市金凯锐电业有限公司**

企业名称	中山市金凯锐电业有限公司
成立日期	2009 年 7 月 10 日
住所	中山市小榄镇高沙社区葵围一经济合作社内（增设 1 处经营场所，具体为：中山市小榄镇高沙社区和平路 15 号）
法定代表人	涂爱军
股权结构	涂爱军持股 50%，熊海云持股 48%，张旺明持股 2%

实缴资本	1000 万人民币
统一社会信用代码	914420006905331617
经营范围	生产、加工、销售：电线、插头及其配件。（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）
合作历史	自 2019 年起合作至今
关联关系	无关联关系
付款政策	收到发票满 60 天后

**（8）福建聚众源塑胶实业有限公司**

企业名称	福建聚众源塑胶实业有限公司
成立日期	2009 年 11 月 10 日
住所	福建省永安市贡川镇新发冲村 89 号
法定代表人	魏小平
股权结构	魏小平持股 88.4615%，邓建芳持股 11.5385%
实缴资本	1,300.00 万元
统一社会信用代码	91350481696619724M
经营范围	生产、销售尿醛树脂、酚醛树脂、酚醛塑料、酚醛塑料制品、净水剂；销售化工原料及产品（不含化学危险品）；自营和代理各类商品和技术的进出口。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）
合作历史	自 2017 年起合作至今
关联关系	无关联关系
付款政策	收到发票满 60 天后

报告期内，公司从前五名原材料供应商的采购情况如下：

期间	序号	供应商名称	采购金额	占当期原材料采购总额比例 (%)	主要采购内容	预付账款期末余额	预付账款账龄	应付账款期末余额	占当期应付账款总额比例 (%)
2025 年度	1	山东胜宁电器有限公司	12,592,960.44	15.29%	五金制品	-	-	1,224,564.04	1.32%
	2	金湖县华能机电有限公司	8,005,057.73	9.72%	五金制品	-	-	1,374,717.29	1.48%
	3	金湖县阳光压铸有限公司	5,804,552.48	7.05%	五金制品	-	-	1,194,705.80	1.28%
	4	江西双山塑料有限公司	5,357,161.18	6.50%	塑胶及玻璃制品	-	-	1,569,097.13	1.69%
	5	湖南罗博自动化设备集团有限公司	3,474,273.39	4.22%	五金冲压件	-	-	2,065,514.46	2.22%
			<b>合计</b>	<b>35,234,005.22</b>	<b>42.78%</b>	--	-	-	-

期间	序号	供应商名称	采购金额	占当期原材料采购总额比例 (%)	主要采购内容	预付账款期末余额	预付账款账龄	应付账款期末余额	占当期应付账款总额比例 (%)
2024年度	1	金湖县华能机电有限公司	10,611,892.82	18.35%	五金制品	-	-	4,396,315.99	2.68%
	2	金湖县阳光压铸有限公司	6,721,912.20	11.62%	五金制品	-	-	2,390,220.26	1.46%
	3	江西双山塑料有限公司	4,443,614.10	7.68%	塑胶及玻璃制品	-	-	1,960,976.70	1.19%
	4	佛山市顺德区科信达电子有限公司	3,633,044.06	6.28%	电子元器件	-	-	1,399,089.93	0.85%
	5	中山市金凯锐电业有限公司	2,010,008.11	3.48%	电子元器件	-	-	641,210.35	0.39%
		合计		<b>27,420,471.29</b>	<b>47.41%</b>	--	-	-	-
2023年度	1	金湖县华能机电有限公司	11,038,886.29	18.25%	五金制品	-	-	2,834,737.48	4.35%
	2	金湖县阳光压铸有限公司	7,149,908.97	11.82%	五金制品	-	-	1,935,296.43	2.97%
	3	佛山市顺德区科信达电子有限公司	3,053,225.82	5.05%	电子元器件	-	-	1,108,052.09	1.70%
	4	福建聚众源塑胶实业有限公司	2,920,575.21	4.83%	塑胶及玻璃制品	-	-	651,800.00	1.00%
	5	江西双山塑料有限公司	2,401,686.07	3.97%	塑胶及玻璃制品	-	-	227,800.00	0.35%
		合计		<b>26,564,282.36</b>	<b>43.92%</b>	--	-	-	-

2025年度原材料采购金额 82,359,834.16 元，较上年同期增加 24,522,230.06 元，涨幅 42.40%，原因为 2025 年行业较 2024 年整体销售情况转好，公司加大生产量，增加原材料采购。2024 年度原材料采购金额 57,837,604.10 元，较上年同期减少 2,641,963.10 元，降幅 4.37%，主要系受行业增速放缓影响，公司主动优化库存结构，减少原材料采购。2023、2024、2025 年度公司原材料采购前五名占当期原材料采购总额比例分别为 43.92%、47.41%和 42.78%，占比基本保持平稳。

供应商稳定性方面，公司原材料采购前五名多数为长期合作供应商，2024 年度原材料采购第五名中山市金凯锐电业有限公司为 2023 年度原材料采购第六名，2023 年度采购金额 1,931,419.00 元；2023 年度原材料采购第四名福建聚众源塑胶实业有限公司为 2024 年度原材料采购第三十四名，2024 年度采购金额 331,809.06 元。

2025 年新增合作供应商分别为山东胜宁电器有限公司和湖南罗博自动化设备集团有限公司，山东胜宁电器有限公司主要供应不锈钢 0 涂层新品系列原材料，该系列产品为 2025 年开发上市，销量较高，因此采购量较大；湖南罗博自动化设备集团有限公司主要供应生产电机所需的定子转子等五金冲压件，2025 年公司新设立子公司利仁机电

（霸州）有限公司生产电机类产品，因此采购量较大。

三年内主要原材料供应商期末均无预付账款余额。2023、2024、2025 年度原材料采购前五名应付账款合计数分别为 6,757,686 元、10,787,813.23 元、7,428,598.72 元，占当期应付账款总额比例分别为 10.37%、6.57%、7.99%，占比基本保持平稳。

### 3、主要外协生产厂商基本情况

报告期内，公司前五名外协生产厂商的基本情况与结算政策如下：

#### （1）霸州市金锚涂刷工具有限公司

企业名称	霸州市金锚涂刷工具有限公司
成立日期	2004 年 9 月 17 日
住所	霸州镇 106 国道道东
法定代表人	于鸿瑀
股权结构	于素娟、于鸿瑀各持股 50%
实缴资本	200 万元
统一社会信用代码	911310817666317380
经营范围	日用杂品制造;日用杂品销售;日用木制品制造;日用木制品销售;塑料制品制造;塑料制品销售;金属丝绳及其制品制造;金属丝绳及其制品销售;有色金属铸造;有色金属合金销售;金属结构制造;金属结构销售;金属材料销售;模具制造;模具销售;再生资源加工;再生资源回收（除生产性废旧金属）;再生资源销售;货物进出口;技术进出口;家用电器制造;日用家电零售;机械设备销售;机械零件、零部件加工;机械零件、零部件销售;纸制品制造;纸制品销售;化工产品销售（不含许可类化工产品）;针纺织品销售;海绵制品销售;木制容器销售;塑料包装箱及容器制造;合成材料销售（除依法须经批准的项目外，自主开展法律法规未禁止、未限制的经营活动）许可项目：电热食品加工设备生产（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动，具体经营项目以批准文件或许可证件为准）
合作历史	自 2024 年起合作至今
关联关系	无关联关系
付款政策	收到发票满 30 天后，根据订单情况可预付

#### （2）宁波欧宝电器有限公司

企业名称	宁波欧宝电器有限公司
成立日期	2000 年 1 月 17 日
住所	浙江省余姚市朗霞街道邵巷村新洋公路 8 号
法定代表人	钱兴华
股权结构	余姚市新华电器电讯有限公司持股 53.3955%，金月华持股

	27.9627%，钱兴华 18.6418%
实缴资本	523.0717 万元
统一社会信用代码	9133028172040701X4
经营范围	电器产品、小家电、电讯产品、塑料制品、电源线、电线、插头、五金件、模具的制造、加工；喷涂的加工；真空镀膜的加工；自营和代理货物和技术的进出口，但国家限定经营或禁止进出口的货物和技术除外。（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）
合作历史	自 2020 年起合作至今
关联关系	无关联关系
付款政策	收到发票后 60 个工作日

**（3）宁波天翔电器有限公司**

企业名称	宁波天翔电器有限公司
成立日期	1998 年 4 月 21 日
住所	慈溪市周巷镇环城东路 99 号
法定代表人	熊佰康
股权结构	严建强、熊佰康各持股 50%
实缴资本	1080 万元
统一社会信用代码	91330282704812509J
经营范围	家用电器、汽车配件、电工器材、五金工具、灯饰制造；厨房用器具制造、加工；自营和代理货物和技术的进出口，但国家限定经营或禁止进出口的货物和技术除外。
合作历史	自 2018 年起合作至今
关联关系	无关联关系
付款政策	收到发票后 60 个工作日

**（4）山东齐能电器有限公司**

企业名称	山东齐能电器有限公司
成立日期	2007 年 10 月 16 日
住所	山东省淄博市淄博经济开发区傅家镇南北京路 99 号中国财富陶瓷城 21 号楼 51-29 号
法定代表人	冯静
股权结构	杨晶波持股 60%，冯静持股 40%
实缴资本	850 万
统一社会信用代码	9137030666805659XE
经营范围	一般项目：厨房家用电器、电热电器、电热锅、电热壶、电炒

	锅、电饼铛、电煎铛、电压力锅、高压锅、豆浆机、电炊具、饮水机、风扇、电磁炉、厨房用具、电暖器、灯、照明器材生产、销售；不锈钢制品、铝制品、胶木制品、铜制品（不含冶炼）、不锈钢板材（不含冶炼）加工、销售；电子商务服务。（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）
合作历史	自 2016 年起合作至今
关联关系	无关联关系
付款政策	收到发票后 30 个工作日

**(5) 中山市宝仕琦电器有限公司**

企业名称	中山市宝仕琦电器有限公司
成立日期	2015 年 2 月 11 日
住所	中山市南头镇升平北路 73 号（二楼之三、三楼之二、四楼之一、五楼之四）
法定代表人	陈卓
股权结构	陈卓持股 95%，李阳持股 5%
实缴资本	50 万元
统一社会信用代码	9144200032516111XM
经营范围	生产、销售：家用电器及其配件、五金制品；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）（上述经营范围涉及货物进出口、技术进出口）。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）
合作历史	自 2025 年起合作
关联关系	无关联关系
付款政策	收到发票满 30 天后

**(6) 广东伊莱特科技股份有限公司**

企业名称	广东伊莱特科技股份有限公司
成立日期	2006 年 8 月 22 日
住所	中山市东凤镇穗成村东成路 28 号（一照多址）
法定代表人	杨广良
股权结构	广东保鼎投资有限公司持股 46.808%，中山市正和鼎盛企业管理有限公司持股 12.6397%，吴津宁、何锦全分别持股 8.2377%，欧阳汉持股 6.5906%，珠海东方凤丽投资合伙企业（有限合伙）持股 6.49778%，杨广良持股 5.6979%，宋玉凯持股 3.3354%，共青城伊莱特投资合伙企业（有限合伙）持股 1.9552%
实缴资本	9610.08 万
统一社会信用代码	914420007929153474

经营范围	一般项目：技术服务、技术开发、技术咨询、技术交流、技术转让、技术推广；家用电器研发；家用电器制造；家用电器销售；家用电器零配件销售；模具制造；塑料制品销售；塑料制品制造；日用家电零售；电子产品销售；机械电气设备制造；五金产品研发；互联网销售（除销售需要许可的商品）；货物进出口；技术进出口。（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动【上述经营范围涉及：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）】
合作历史	自 2013 年起合作至今
关联关系	无关联关系
付款政策	收到发票后 60 个工作日

注：广东伊莱特科技股份有限公司曾用名广东伊莱特电器有限公司。

**（7）宁波国盛电器有限公司**

企业名称	宁波国盛电器有限公司
成立日期	2005 年 5 月 30 日
住所	浙江省余姚市朗霞街道镇西村
法定代表人	沈国强
股权结构	香港威尔逊国际集团有限公司持股 100%
实缴资本	38.00 万美元
统一社会信用代码	91330281772345324D
经营范围	家用电器、五金件、塑料制品的制造、加工。
合作历史	自 2022 年起合作至今
关联关系	无关联关系
付款政策	收到发票后 60 个工作日

**（8）宁波珂仕电器有限公司**

企业名称	宁波珂仕电器有限公司
成立日期	2016 年 6 月 28 日
住所	浙江省余姚市临山镇姚北大道东路 111 号
法定代表人	沈潮
股权结构	严丹持股 100%
实缴资本	150 万元
统一社会信用代码	91330281MA2828G29Y
经营范围	家用电器、电动工具、灯具、塑料制品、五金配件的制造、加工；自营和代理货物和技术的进出口，但国家限定经营或禁止进出口的货物和技术除外。

合作历史	自 2020 年起合作至今
关联关系	无关联关系
付款政策	收到发票后月结 60 天

报告期内，公司自前五名外协厂商的采购情况如下：

期间	序号	供应商名称	主要采购内容	采购金额（元）	占年度采购总额比例（%）	预付账款期末余额	预付账款账龄	应付账款期末余额	占当期应付账款总额比例（%）	
2025 年度	1	霸州市金锚涂 刷工具有限公 司	电饼铛类	26,152,435.11	14.42%	3,246,212.05	一年以内	610,977.29	0.66%	
			多功能锅类	3,909,161.45	2.16%					
			家居小家电	35,203.54	0.02%					
			小计	30,096,800.10	16.60%					
	2	宁波欧宝电器 有限公司	电饼铛类	24,824,935.49	13.69%	-	-	8,377,958.11	9.01%	
			其他	568,647.70	0.31%					
			多功能锅类	153,379.78	0.08%					
			电烧烤盘类	109,926.82	0.06%					
	3	宁波天翔电器 有限公	多功能锅类	13,024,137.68	7.18%	-	-	-	4.94%	
			电饼铛类	9,533,175.18	5.26%					
			其他	836,479.23	0.46%					
			电烧烤盘类	500,597.97	0.28%					
			家居小家电	169,535.05	0.09%					
	4	山东齐能电器 有限公司	多功能锅类	14,860,823.81	8.19%	-	-	1,181,487.26	1.27%	
			电饼铛类	3,883,093.01	2.14%					
			其他（非电类）	110,494.24	0.06%					
	5	中山市宝仕琦 电器有限公司	空气炸锅类	8,287,565.50	4.57%	-	-	3,750,346.66	4.03%	
			小计	8,287,565.50	4.57%					
	<b>合计</b>				<b>106,959,591.56</b>	<b>58.97%</b>	<b>3,246,212.05</b>	<b>-</b>	<b>18,511,967.80</b>	<b>19.91%</b>
	2024 年度	1	宁波天翔电器 有限公司	电饼铛类	21,962,226.81	13.21%	-	-	4,587,177.30	2.79%
多功能锅类				9,717,907.82	5.84%					
其他				759,395.76	0.46%					
电烧烤类				695,535.37	0.42%					
空气炸锅类				329,009.90	0.20%					
家居小家电				225,786.81	0.14%					
其他（非电类）				17,239.31	0.01%					
2		宁波欧宝电器 有限公司	电饼铛类	18,441,773.58	11.09%	-	-	5,505,287.99	3.35%	
			其他	1,559,124.78	0.94%					
			多功能锅类	1,019,584.45	0.61%					
3		宁波国盛电器 有限公司	电饼铛类	14,234,119.88	8.56%	427,316.44	一年以内	1,380,401.00	0.84%	
			多功能锅类	314,861.34	0.19%					
			电烧烤类	256,817.69	0.15%					
			小计	14,805,798.91	8.90%					
4		山东齐能电器 有限公司	多功能锅类	12,326,178.68	7.41%	-	-	2,730,167.09	1.66%	
			其他（非电类）	282,118.78	0.17%					
			小计	12,608,297.46	7.58%					
5		广东伊莱特科 技股份有限公 司	电饼铛类	10,392,175.27	6.25%	-	-	1,157,182.53	0.70%	
			多功能锅类	1,616,893.46	0.97%					
			空气炸锅类	81,446.38	0.05%					
	电烧烤类		26,877.62	0.02%						

期间	序号	供应商名称	主要采购内容	采购金额（元）	占年度采购总额比例（%）	预付账款期末余额	预付账款账龄	应付账款期末余额	占当期应付账款总额比例（%）
2023年度			其他（非电类）	221.25	0.00%				
			小计	12,117,613.98	7.29%				
			<b>合计</b>	<b>94,259,294.94</b>	<b>56.69%</b>	<b>427,316.44</b>	<b>-</b>	<b>15,360,215.91</b>	<b>9.34%</b>
	1	广东伊莱特科技股份有限公司	电饼铛类	39,736,667.67	22.34%	-	-	14,075,806.47	21.59%
			多功能锅类	1,508,205.40	0.85%				
			空气炸锅类	437,836.07	0.25%				
			电烧烤类	654,239.49	0.36%				
			小计	42,336,948.63	23.80%				
	2	宁波天翔电器有限公司	电饼铛类	21,626,777.15	12.16%	-	-	10,192,752.81	15.63%
			多功能锅类	13,720,976.45	7.71%				
			其他	442,293.82	0.25%				
			空气炸锅类	3,601,571.23	2.02%				
			电烧烤类	1,156,558.85	0.65%				
			其他（非电类）	110,392.91	0.06%				
			家居小家电	394,101.76	0.23%				
			小计	41,052,672.17	23.08%				
	3	宁波欧宝电器有限公司	电饼铛类	19,541,533.33	10.99%	-	-	6,587,223.52	10.10%
		多功能锅类	1,910,135.40	1.07%					
		其他	1,341,572.28	0.75%					
		小计	22,793,241.01	12.81%					
4	宁波珂仕电器有限公司	电饼铛类	7,824,138.43	4.40%	-	-	519,478.45	0.80%	
		小计	7,824,138.43	4.40%					
5	宁波国盛电器有限公司	电饼铛类	5,428,171.65	3.06%	-	-	1,390,281.00	2.13%	
		电烧烤类	165,929.20	0.09%					
		小计	5,594,100.85	3.15%					
		<b>合计</b>	<b>119,601,101.09</b>	<b>67.24%</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>32,765,542.25</b>	<b>50.25%</b>	

注：霸州市金锚涂刷工具有限公司同时是原材料供应商，2024年、2025年公司向该供应商采购原材料128,203.97元、701,993.53元。宁波欧宝电器有限公司同时是原材料供应商，2025年公司向该供应商采购原材料1,493.36元。广东伊莱特科技股份有限公司曾用名广东伊莱特电器有限公司。

2025年度外协生产采购前五大中第一名霸州市金锚涂刷工具有限公司系2024年外协采购第十九名，2024年度外协生产采购额1,644,429.23元，公司自2024年起与该供应商开展合作。该供应商地理位置邻近、物流成本低、价格具有一定优势。2025年公司不锈钢0涂层系列产品销量较高，为补充产能，采购规模随之增加。年末结合市场需求，公司对其代工的部分高价值不锈钢产品提前订货，因订货金额超出对方授予的信用额度，遂向其支付部分预付款；其余供应商无此类情况，因此整体预付账款规模较低。新增的供应商中山市宝仕琦电器有限公司主要供应不锈钢系列空气炸锅产品，该产品为2025年开发上市，销量较高，因此采购量较大。

2024年度外协生产采购前五大中第四名山东齐能电器有限公司系2023年采购第三十二名，2023年度采购额648,727.45元；上述供应商采购量增加主要系公司根据市场情况增加多功能锅类采购比重所致。

2023年度外协生产采购前五大中第四名宁波珂仕电器有限公司系2024年采购第九名，2024年度采购额3,350,048.80元。上述供应商采购量下降主要系公司根据市场销售情况降低电饼铛采购量所致。

2023年、2024年、2025年外协生产采购前五大期末预付账款余额合计分别为0.00

元、427,316.44 元、3,246,212.05 元，账期均为一年以内，增长的原因是 2024 年前五大供应商宁波国盛电器有限公司和 2025 年前五大供应商霸州市金锚涂刷工具有限公司存在预付款的付款政策。2023、2024、2025 年度外协生产采购前五名应付账款余额合计数分别为 32,765,542.25 元、15,360,215.91 元、18,511,967.80 元，占当期应付账款总额比例分别为 50.25%、9.34%、19.91%，应付账款余额变化主要系各年备货时点有所差异影响所致，前五大外协供应商应付账款余额占应付账款余额比例变化主要系 2024 年起公司在建工程项目进度变化影响所致。

综上，公司 2023 年度、2024 年度、2025 年度前五大供应商基本稳定，均为公司长期合作单位，经核查不存在关联关系，相关变化具有合理性。

**4-2 结合你公司外协加工合同的主要条款，说明公司外协加工的业务模式情况，主要产品中采取自主生产、外协加工的比例；说明外协加工占营业成本比例较高的合理性，主要产品成本结构是否与同行业可比公司一致，公司是否不具备自主生产能力，主要产品是否不具备技术含量、市场进入门槛是否较低；说明公司对外协厂商的质量控制措施及依赖程度，是否存在外协厂商集中的情形。**

### 1、外协生产的业务模式情况

#### ①OEM 代工模式

由品牌商向外协厂商提出产品外观设计、结构设计、图纸、规格、功能等方案要求，外协厂商按照品牌商要求进行产品定制化生产的生产方式，最终由品牌商实现销售。

#### ②ODM 代工模式

品牌商利用自身品牌和渠道优势，将产品的设计与开发环节移交给代工厂，外协厂商根据品牌商的产品规划自主进行产品设计和开发，产品生产完成后品牌商贴牌进行对外销售。

公司代工生产模式分为 OEM 模式与 ODM 模式。电饼铛、电火锅等产品主要采用 OEM 模式，公司负责产品研发与设计，代工厂按照公司产品方案落实生产环节；空气炸锅、烤串机、早餐机、蛋糕机等产品主要采用 ODM 模式，公司负责产品配色的选取，包装设计等工作；代工厂负责研发、设计及生产环节，双方对产品完成评审后进行排产，产品生产完成后公司贴牌销售。

### 2、自主生产和外协生产的主要产品类型情况

产品类别	2025 年外协生产金额	2024 年外协生产金额	2025 年自主生产金额	2024 年自主生产金额
电饼铛类	73,106,953.57	73,786,939.26	88,136,924.29	74,102,423.90
空气炸锅类	10,627,491.87	4,007,373.97	4,786,841.33	4,471,769.94
多功能锅类	46,542,995.92	34,655,159.16	14,233,207.89	15,404,863.52
电烧烤类	562,874.63	2,472,227.23	176,779.59	436,630.07

产品类别	2025 年外协生产金额	2024 年外协生产金额	2025 年自主生产金额	2024 年自主生产金额
其他	34,404,206.37	33,010,239.02	390,893.85	1,384,347.74
其他（非电类）	15,360,569.93	16,813,944.31	305,156.94	146,836.98
家居小家电	780,817.18	1,527,770.78	-	-
电机类	-	-	8,619,297.98	-
<b>合计</b>	<b>181,385,909.47</b>	<b>166,273,653.73</b>	<b>116,649,101.87</b>	<b>95,946,872.15</b>

（续）

产品类别	2025 年外协占年度采购总额比例	2024 年外协占年度采购总额比例	2025 年自产自占年度采购总额比例	2024 年自产自占年度采购总额比例
电饼铛类	45.34%	49.89%	54.66%	50.11%
空气炸锅类	68.95%	47.26%	31.05%	52.74%
多功能锅类	76.58%	69.23%	23.42%	30.77%
电烧烤类	76.10%	84.99%	23.90%	15.01%
其他	98.88%	95.98%	1.12%	4.02%
其他（非电类）	98.05%	99.13%	1.95%	0.87%
家居小家电	100.00%	100.00%	0.00%	0.00%
电机类	0.00%	0.00%	100.00%	0.00%
<b>合计</b>	<b>62.67%</b>	<b>63.41%</b>	<b>37.33%</b>	<b>36.59%</b>

2025 年公司外协生产和自产总量 298,035,011.34 元，较上年同期增加 35,814,485.46 元。其中外协生产较上年增加 15,112,255.74 元，主要系公司根据市场情况，积极主动优化产品结构，增加多功能锅类、空气炸锅产品外协采购影响所致。2025 年度多功能锅收入增幅 23.69%，多功能锅类外协采购占比较高，致使多功能锅类产品外协采购额自 2024 年 34,655,159.16 元增长至 2025 年的 46,542,995.92 元。2024 年度空气炸锅市场竞争加剧影响，公司积极优化库存，故 2024 年空气炸锅类产品外协采购额较低，2025 年空气炸锅类推陈迭代，市场转好，致使空气炸锅类产品外协采购额自 2024 年 4,007,373.97 元增长至 2025 年的 10,627,491.87 元。

2025 年度公司自主生产金额 116,649,101.87 元，较 2024 年度增加 20,702,229.72 元，主要受到 2025 年度电饼铛收入增长影响，自主生产量增加，此外，新增的电机类产品均为公司自主生产。

### 3、外协加工占营业成本比例较高的合理性

#### （1）外协生产是同行业普遍的业务模式

同行业可比公司外协生产情况如下：

公司名	外协生产情况
小熊电器	小熊电器选择将部分产品通过外协方式生产。2024 年度、2025 年度，小熊电器营业成本中外协采购总金额分别为 72,054.96 万元、79,659.40 万元，分别占当期营业成本的比例为 23.78%、24.71%
九阳股份	九阳股份以自主生产为主，OEM 生产为辅。2024 年度、2025 年度，营业成本构成中，OEM 产成品占比分别为 30.37%和 30.80%
苏泊尔	苏泊尔自主生产与成品采购同时存在
利仁科技	采取自主生产、外协生产相结合的生产模式，2024 年度、2025 年度营业成本构成中外协生产的产品占比分别为 66.32%、58.46%

注:因同行业可比上市公司未披露 2025 年度外协采购金额，为保持对比口径一致性，故与同行业可比公司对比营业成本构成中的外协生产占比情况。

厨房小家电产品品类繁多，国内小家电产品制造环节技术较为成熟，竞争相对激烈，外协厂商为突出比较优势，通常产品品类相对较少，通过大规模生产单一品类产品以突出专业性及降低制造成本。在此背景下，行业内较少存在为某一品牌专门代工的外协厂商，而外协厂商针对其具有比较优势的某一品类产品为国内外多个品牌方同时提供代工服务为行业内通行惯例。

## （2）外协生产比重较高的原因

公司主要产品为厨房小家电产品，各具体品类的生产工艺及生产流程具有一定的相似性，公司自主生产相关产品不存在技术瓶颈。

对于电饼铛类产品公司已具有稳定的生产能力，报告期以自产为主，外协生产系对公司现有产能的补充；其他类产品外协生产占比相对较高主要系相关类别产品市场增速相对较快，而公司现有产线主要围绕电饼铛及电火锅等产品搭建，出于生产效率等方面的考虑，部分品类采用外协方式生产，同时公司积极进行技术储备，当前已掌握空气炸锅微压技术，具备大规模生产的技术能力，已逐步自主生产；其他非核心品类产品销售规模较小，处于市场开拓阶段，自产不符合规模经济效益原则，因此目前主要以外协生产为主。

根据同行业可比公司定期报告等公开披露信息，可比公司均存在外协生产的经营模式。各公司外协生产比例不同，主要系受销售和生产产品品类广度、既有产能情况影响。报告期内，由于公司既有产能水平与同行业可比公司存在一定差异，故外协生产比重较高，具有合理性。

## 4、主要产品成本结构是否与同行业可比公司一致，公司是否不具备自主生产能力，主要产品是否不具备技术含量、市场进入门槛是否较低

报告期内，公司主营业务成本结构与同行业对比情况如下：

项目	利仁科技			小熊电器		
	金额	占营业成本比重	自产成本结构占比	金额	占营业成本比重	自产成本结构占比

项目	利仁科技			小熊电器		
	金额	占营业成本比重	自产成本结构占比	金额	占营业成本比重	自产成本结构占比
原材料	89,666,720.36	27.93%	78.87%	1,888,028,422.97	58.57%	77.79%
人工费	13,171,760.70	4.10%	11.59%	232,983,489.92	7.23%	9.60%
制造费用	10,088,742.26	3.14%	8.87%	211,782,194.29	6.57%	8.73%
外协加工费	764,522.04	0.24%	0.67%	94,164,598.47	2.92%	3.88%
<b>自产成本小计</b>	<b>113,691,745.36</b>	<b>35.41%</b>	<b>100.00%</b>	<b>2,426,958,705.65</b>	<b>75.29%</b>	<b>100.00%</b>
物流运输费	16,934,621.46	5.28%	-	-	-	-
售后服务费	2,502,401.75	0.78%	-	-	-	-
外协生产	187,632,043.28	58.46%	-	796,594,012.05	24.71%	-
<b>营业成本合计</b>	<b>320,760,811.85</b>	<b>99.93%</b>	<b>-</b>	<b>3,223,552,717.69</b>	<b>100.00%</b>	<b>-</b>

注：鉴于其他同行业可比公司成本项目披露口径与公司存在差异，因此仅对比小熊电器与公司成本构成情况

如上表所示，公司主营业务成本结构与同行业小熊电器的整体结构无重大差异，其中公司外协生产成本占比偏高，主要系公司受产能影响，出于生产效率的考虑，将部分产品采取外协生产方式，符合公司的实际经营特点。自产成本结构占比与小熊电器自产成本结构占比基本一致，不存在重大异常。

公司具备自主生产能力，并非完全依赖外协生产；主要产品拥有核心技术与专利壁垒，技术含量充足；行业具备较高技术、品牌及渠道综合门槛，不存在市场进入门槛较低的情形，具体说明如下：

一是公司具备稳定自主生产能力，外协生产仅为产能补充且不存在依赖。公司坚持品牌建设、产品研发与保留自有产能协同发展的经营策略，自身具备核心产品自主生产能力。为匹配业务增长、丰富产品品类，公司对部分产品采用外协生产模式，仅作为自有产能的有效补充，对外协生产商不存在单一依赖。小家电行业外协生产多为专业化品类代工，同一家代工厂同时服务多个品牌属于行业通行惯例，不属于公司专属依赖情形。报告期内公司自产产品成本占营业成本比重达 35.41%，较上年提升 8 个百分点，自有产能占比持续提升，自主生产能力进一步增强。

二是公司主要产品具备核心技术与较高技术含量，不存在技术含量偏低情形。公司已掌握主营产品生产制造全套核心技术及自主知识产权，外协生产品类亦无技术瓶颈。截至 2025 年末，公司及子公司累计拥有授权专利 452 项，其中发明专利 13 项、实用新型 192 项、外观设计 247 项；报告期内新增授权专利 52 项，研发创新储备持续夯实。公司研发成果转化成效突出，当期新产品实现营业收入 1.56 亿元，占主营业务收入比重 35.95%，创新技术有效落地并转化为经营收益，产品技术壁垒与市场竞争力持续巩固，不存在主要产品技术含量低的情况。

三是行业具备综合准入门槛，不存在市场进入门槛较低的情况。厨房小家电行业并非简单组装加工，在核心技术、健康材质应用、结构工艺、专利壁垒、品牌心智、渠道布局、用户口碑等方面形成较高综合门槛。新进入企业难以快速积累技术专利、搭建全渠道体系、建立消费者品牌认知，更难以在细分赛道实现产品力与规模化突围。公司凭借长期技术沉淀、专利布局、品牌优势及渠道壁垒，构筑稳固竞争护城河，行业市场准入门槛较高。

公司目前已经建立了完整的产品研发体系并分别在市场调研、外观设计、结构设计、电气工程及实验室检测等各关键环节储备了专业人员，具备较完善的供应链体系及生产制造能力。

综上，公司具备较强自主生产能力，外协生产仅为合理补充产能且无依赖；主营产品拥有自主核心技术及丰富专利储备，技术含量充足；行业在技术、品牌、渠道等方面形成较高壁垒，不存在进入门槛较低的情形。

### 5、外协厂商产品质量管控措施

为了便于加强对外协厂商的协调管理等工作，公司在浙江宁波、广东佛山及河北霸州等外协厂商较为集中地区设有办事处并委派品控人员长期驻场，同时公司建立了较为完善的质量管控流程，分别从外协厂商遴选阶段、小批量生产阶段和规模生产阶段进行有效把控，从而整体保证代工产品的质量，具体如下：

（1）外协厂商遴选阶段：公司对外协厂商的筛选主要包括初步筛选、实地考察、资质评审等环节，结合外协厂商基本情况、行业口碑、存货仓储、进料及检验、生产设备、过程控制与检测、技术体系以及财务状况等因素进行综合考量，对外协厂商进行全面评审。

（2）小批量生产阶段：公司委派技术人员到外协厂商驻厂协助指导，在生产流程、工艺、投料量等技术指标均满足公司技术要求的情况下，进行打样、小批量试制，在试制产品的颜色、附着力等所有技术指标均检验合格的情况下，方可投入大批量的生产。

（3）规模生产阶段：公司对外协厂商设立了必要工程巡检和出货检查流程，其中直接可出货的产成品依适用规格书及检查标准实施指定应检项目，如标识、数量、外观、尺寸、颜色特性等。公司品控人员不定期对外协厂商进行巡检。代工产品出现一切质量问题由外协厂商负责，公司品控人员承担质量监督与保障职责。

### 6、公司对外协厂商是否存在依赖以及外协厂商是否过度集中

报告期内，公司基于“重点进行品牌建设及产品开发同时保有一定自主生产能力”的战略布局下，为补充产能及快速扩充品类，部分产品采用代工生产的方式，对外协厂商不存在依赖且不存在外协厂商集中度高的情形：

（1）公司生产主要代工产品不存在技术瓶颈，当前已具有主要产品生产的核心技术及相关的知识产权，报告期内采用代工生产方式一方面系补充产能以满足产品需求的

增长，另一方面系新产品的销量存在爬坡期，拓展阶段销量小，通过自建产线进行生产不具有经济性；

（2）国内小家电制造业较为发达，外协厂商数量众多。对同一类产品，公司通常与 2 个以上合格代工厂进行合作，以便可以进行快速切换。报告期内，公司不存在向单个外协厂商的采购比例超过 50%或严重依赖于少数代工厂的情况。

**4-3 报告期内，你公司原材料成本同比增长 51.11%。说明原材料成本大幅增长的原因，结合主要原材料采购价格变动情况，说明原材料成本增长与营业收入增长是否匹配，是否存在人为调整成本确认时点的情形。**

报告期内，原材料成本同比增长 30,326,357.93 元，增幅 51.11%；主要受收入增长和自产产品占比提高以及产品结构变化影响所致，具体如下：

1、受公司 2025 年度营业收入增长以及 2025 年自产产品占比提高影响，自产产品原材料投入较上年同期增加 22,691,862.85 元，拉动原材料成本同比上升 38.24%。

2、本期因产品结构变化，原材料成本较上年增加 7,634,495.08 元，拉动原材料成本同比上升 12.87%。主要系小家电细分品类销售结构调整，同时新品在材质、生产工艺上实现升级，拉动原材料成本同比提升。

3、公司 2025 年度自产产品成本中原材料占比 78.87%较上年提高 2.71%，整体保持稳定，与公司主要原材料市场价格保持稳定的趋势相一致。报告期内公司核心原材料采购单价整体波动可控、走势贴合市场行情，公司主要原材料采购单价情况具体如下：

类型	2025 年单价	2024 年单价	变动金额	变动比例
304 不锈钢	15.97	17.47	-1.50	-8.59%
铝板	23.64	21.67	1.97	9.09%
聚丙烯（高温 PP 料）	7.45	7.57	-0.12	-1.59%

304 不锈钢：2025 年采购单价同比下降 8.59%，与佛山市场 304 现货价格走势高度契合，采购定价公允贴合行业市场行情。

铝板：2025 年采购单价同比上涨 9.09%，与 2024 年以来 LME 铝价及 SHFE 铝价趋势保持一致。

聚丙烯（高温 PP 料）：2025 年采购单价同比微降 1.59%，与 PP 拉丝、PP 低熔共聚聚丙烯主流产品市场价格走势同步，采购价格整体稳定。

2025 年度自产产品原材料成本占营业成本比重略有提升主要系公司 2025 年上市的不锈钢 0 涂层系列产品，采用 304、316 不锈钢烤盘，不锈钢烤盘较传统铝盘价格有所提高所致。

公司 2025 年实现营业收入 434,440,832.36 元，增幅 13.91%，实现营业成本 320,984,648.55 元，增幅 12.92%，营业成本较营业收入基本保持同步变动。主要原材料价格整体平稳，走势贴合市场行情，公司原材料成本增长系自产产品规模变化以及产品

结构影响所致，与营业收入增长相匹配，不存在人为调整成本确认时点的情形。

4.4 说明最近三年预付/应付账款前五大主体情况，包括主体名称、关联关系、工商注册登记信息、预付/应付账款余额、占比、交易内容、当年度交易金额及占比、付款政策、预付/应付账款变动的的原因。

1、公司最近三年应付账款情况如下：

应付单位名称	2025年12月31日	2024年12月31日	2023年12月31日	2025年占比	2024年占比	2023年占比	2025年排名	2024年排名	2023年排名
浙江嘉兴中达建设有限公司	20,341,876.18	104,591,039.45	-	21.88%	63.71%	0.00%	1	1	-
宁波欧宝电器有限公司	8,377,958.11	5,505,287.99	6,587,223.52	9.01%	3.35%	10.10%	2	2	3
宁波天翔电器有限公司	4,591,198.48	4,587,177.30	10,192,752.81	4.94%	2.79%	15.63%	3	3	2
中山市宝仕琦电器有限公司	3,750,346.66	-	-	4.03%	0.00%	0.00%	4	-	-
深圳市兴特创自动化设备有限公司	2,836,283.21	-	-	3.05%	0.00%	0.00%	5	-	-
金湖县华能机电有限公司	1,374,717.29	4,396,315.99	2,834,737.48	1.48%	2.68%	4.35%	10	4	4
金湖县阳光压铸有限公司	1,194,705.80	2,390,220.26	1,935,296.43	1.28%	1.46%	2.97%	15	6	5
山东齐能电器有限公司	1,181,487.26	2,730,167.09	392,655.19	1.27%	1.66%	0.60%	16	5	29
广东伊莱特科技股份有限公司	2,321.12	1,157,182.53	14,075,806.47	0.00%	0.70%	21.59%	322	12	1
<b>合计</b>	<b>43,650,894.11</b>	<b>125,357,390.61</b>	<b>36,018,471.90</b>	<b>46.94%</b>	<b>76.35%</b>	<b>55.24%</b>	—	—	—

注：广东伊莱特科技股份有限公司曾用名广东伊莱特电器有限公司。

2023-2025年，公司前五名应付账款的基本情况、结算政策和合作情况如下：

(1) 浙江嘉兴中达建设有限公司

企业名称	浙江嘉兴中达建设有限公司
成立日期	2002年3月5日
住所	浙江省嘉兴市海盐县百步镇盐湖路88号
法定代表人	杜海平
股权结构	中达联合控股集团股份有限公司持股67.77%，肖国生持股13.58%，梅卫勤持股5.58%，叶锋、张家庆、宋伟华均持股3.33%，李琴持股2%，许其良持股1.08%
实缴资本	10666.67万
统一社会信用代码	913304247360382638

经营范围	许可项目：建设工程施工；建设工程设计；城市建筑垃圾处置（清运）；建筑物拆除作业（爆破作业除外）；文物保护工程施工；公路管理与养护；建筑劳务分包；道路货物运输（不含危险货物）（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动，具体经营项目以审批结果为准）。一般项目：工程管理服务；城市绿化管理；园林绿化工程施工；市政设施管理；土石方工程施工；交通设施维修；建筑废弃物再生技术研发；体育场地设施工程施工；建筑材料销售；砼结构构件销售；固体废物治理；水污染治理；土壤污染治理与修复服务；专业保洁、清洗、消毒服务；建筑物清洁服务；物业管理；停车场服务；灌溉服务；住房租赁；非居住房地产租赁；建筑工程机械与设备租赁；机械设备租赁；特种设备出租；信息技术咨询服务；工程造价咨询业务；新材料技术推广服务（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）。
合作历史	2024 年开始合作
关联关系	无关联关系
采购内容	在建工程
付款政策	第一次预付，后期按进度付款 50%

公司 2025 年度对该供应商采购额为 60,733,553.94 元，占当年在建工程采购额的比重为 78.69%。

该公司 2025 年 12 月 31 日应付账款为 20,341,876.18 元，较上年变动较大，主要原因系公司之子公司利仁科技（嘉兴）有限公司的利仁嘉兴智能生产基地建设项目建设进度变动，公司按照项目进度暂估应付账款影响所致。

**（2）宁波欧宝电器有限公司**

企业名称	宁波欧宝电器有限公司
成立日期	2000 年 1 月 17 日
住所	浙江省余姚市朗霞街道邵巷村新洋公路 8 号
法定代表人	钱兴华
股权结构	余姚市新华电器电讯有限公司持股 53.3955%，金月华持股 27.9627%，钱兴华持股 18.6418%
实缴资本	523.0717 万
统一社会信用代码	9133028172040701X4
经营范围	电器产品、小家电、电讯产品、塑料制品、电源线、电线、插头、五金件、模具的制造、加工；喷涂的加工；真空镀膜的加工；自营和代理货物和技术的进出口，但国家限定经营或禁止进出口的货物和技术除外。（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）
合作历史	自 2020 年起合作至今
关联关系	无关联关系

采购内容	电饼铛类、多功能锅类、其他
付款政策	收到发票后 60 个工作日

2023 年至 2025 年，公司对该供应商的采购额分别为 22,793,241.01 元、21,020,482.81 元、25,658,383.15 元，占当年原材料及产成品采购总额的比重分别为 9.56%、9.38%、9.73%；采购量略有上升，整体变动不大。

对应各年末应付该供应商账款余额分别为 6,587,223.52 元、5,505,287.99 元和 8,377,958.11 元。应付账款各年略有变动，主要系公司根据实际需求在各年中备货时点略有差异影响所致。

### （3）宁波天翔电器有限公司

企业名	宁波天翔电器有限公司
成立日期	1998 年 4 月 21 日
住所	慈溪市周巷镇环城东路 99 号
法定代表人	熊佰康
股权结构	熊佰康持股 50%，严建强持股 50%
实缴资本	1080 万元
统一社会信用代码	91330282704812509J
经营范围	家用电器、汽车配件、电工器材、五金工具、灯饰制造；厨房用器具制造、加工；自营和代理货物和技术的进出口，但国家限定经营或禁止进出口的货物和技术除外。
合作历史	自 2018 年起合作至今
关联关系	无关联关系
采购内容	多功能锅类、电饼铛类、其他、家居小家电、电烧烤类、空气炸锅类、其他（非电类）
付款政策	收到发票后 60 个工作日

2023 年至 2025 年，公司对该供应商的采购额分别为 41,052,672.17 元、33,707,101.78 元和 24,063,925.11 元，占当年原材料及产成品采购总额的比重分别为 17.22%、15.04% 和 9.12%；2024 年采购额下降主要系受市场竞争加剧、公司营业收入规模缩减导致外采商品需求减少；2025 年采购额减少主要由于公司对部分型号电饼铛更换了外协厂商，致使公司减少了对该供应商的采购。

对应各年末应付该供应商账款余额分别为 10,192,752.81 元、4,587,177.30 元和 4,591,198.48 元。应付账款逐年降低，2024 年末大幅降低主要系采购规模收缩及公司根据实际需求在各年中备货时点略有差异的双重作用所致。

### （4）中山市宝仕琦电器有限公司

企业名称	中山市宝仕琦电器有限公司
------	--------------

成立日期	2015 年 2 月 11 日
住所	中山市南头镇升平北路 73 号（二楼之三、三楼之二、四楼之一、五楼之四）
法定代表人	陈卓
股权结构	陈卓持股 95%，李阳持股 5%
实缴资本	50 万
统一社会信用代码	9144200032516111XM
经营范围	生产、销售：家用电器及其配件、五金制品；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）（上述经营范围涉及货物进出口、技术进出口）。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）
合作历史	自 2025 年起合作
关联关系	无关联关系
采购内容	空气炸锅类
付款政策	收到发票满 30 天后

2025 年公司对该供应商的采购额为 8,287,565.50 元，占当年原材料及产成品采购总额的比重为 3.14%，该供应商为 2025 年新合作供应商，采购类别为空气炸锅类产品。

**（5）深圳市兴特创自动化设备有限公司**

企业名称	深圳市兴特创自动化设备有限公司
成立日期	2012 年 4 月 5 日
住所	深圳市光明区新湖街道新羌社区新陂头菜场 124 号 102
法定代表人	朱宝林
股权结构	朱宝林持股 50.49%，尹晓敏持股 48.51%，香港恒信智管商业管理有限公司持股 1.0001%
实缴资本	100 万元
统一社会信用代码	91440300593029617M
经营范围	工业自动化设备、仪器仪表、电气成套设备、电子产品、机电设备及零配件、电子元器件的技术开发与销售，微特电机周边自动化设备的研发与销售，国内贸易，货物及技术进出口。许可经营项目：微特电机周边自动化设备的生产
合作历史	自 2025 年起合作
关联关系	无关联关系
采购内容	机器设备
付款政策	按阶段付款

2025 年公司对该供应商的采购内容为公司本年新设立的子公司利仁机电（霸州）有限公司生产所用的机器设备，本年采购额为 4,336,283.21 元，占当年该子公司固定资产

采购总额的比重为 52.60%。

**（6）金湖县华能机电有限公司**

企业名称	金湖县华能机电有限公司
成立日期	2005 年 8 月 18 日
住所	金湖县工业园神华大道 198 号
法定代表人	姜乃文
股权结构	徐荟博持股 60%，姜乃文持股 20%，徐在连持股 20%
实缴资本	500 万
统一社会信用代码	9132083177687619X8
经营范围	机电设备、化工原料（除化学危险品）、塑料制品、电线电缆、钢材、阀门、仪器仪表销售；金属工艺品制造、销售；农业机械综合维修点三级；高压电机冷却器、增氧机、投料机、机械产品生产、销售；铝压铸机械加工、销售；普通货物道路运输（须取得道路运输许可证后方可经营）；经营本企业自产产品及技术的出口业务和本企业所需的机械设备、零配件、原辅材料及技术的进口业务，但国家限定公司经营或禁止进出口的商品及技术除外。（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）一般项目：家用电器制造；家用电器销售；家用电器研发；非电力家用器具制造；非电力家用器具销售；模具制造；模具销售；电子专用材料研发；普通阀门和旋塞制造（不含特种设备制造）；阀门和旋塞销售；阀门和旋塞研发；燃气器具生产；通用设备制造（不含特种设备制造）；通用设备修理；五金产品制造；五金产品批发；五金产品研发（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）
合作历史	自 2008 年起合作至今
关联关系	无关联关系
采购内容	五金制品
付款政策	收到发票满 60 天后

2023 年至 2025 年，公司对该供应商的采购额分别为 11,038,886.29 元、10,611,892.82 元和 8,005,057.73 元，占当年原材料及产成品采购总额的比重分别为 4.63%、4.74%和 3.04%。

对应各年末应付该供应商账款余额分别为 2,834,737.48 元、4,396,315.99 元和 1,374,717.29 元。公司对该供应商各年采购额变动不大，2025 年应付账款余额较其他年份偏低，主要原因系公司根据生产节奏备货时间略有差异影响所致。

**（7）金湖县光阳压铸有限公司**

企业名称	金湖县光阳压铸有限公司
成立日期	2010 年 9 月 17 日

住所	金湖县金湖西路 136 号
法定代表人	陈志华
股权结构	凌兴龙持股 50%，陈志华持股 42%，郑孝洲持股 8%
实缴资本	200 万
统一社会信用代码	91320831561830792L
经营范围	铝压铸件生产、销售；机械配件销售。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）
合作历史	自 2010 年起合作至今
关联关系	无关联关系
采购内容	五金制品
付款政策	收到发票满 60 天后

2023 年至 2025 年，公司对该供应商的采购额分别为 7,149,908.97 元、6,721,912.20 元和 5,804,552.48 元，占当年原材料及产成品采购总额的比重分别为 3.00%、3.00%和 2.20%。报告期内，采购额逐年下降主要系受市场竞争加剧、公司调整生产结构，采购规模收缩，减少原材料采购所致。

对应各年末应付该供应商账款余额分别为 1,935,296.43 元、2,390,220.26 元和 1,194,705.80 元；报告期各期末应付账款有所变动，主要系采购规模收缩及公司根据实际需求在各年中备货时点略有差异的双重作用下，年末未到结算期的货款有所变动。

**（8）山东齐能电器有限公司**

企业名称	山东齐能电器有限公司
成立日期	2007 年 10 月 16 日
住所	山东省淄博市淄博经济开发区傅家镇南北京路 99 号中国财富陶瓷城 21 号楼 51-29 号
法定代表人	冯静
股权结构	杨晶波持股 60%，冯静持股 40%
实缴资本	850 万
统一社会信用代码	9137030666805659XE
经营范围	一般项目：厨房家用电器、电热电器、电热锅、电热壶、电炒锅、电饼铛、电煎铛、电压力锅、高压锅、豆浆机、电炊具、饮水机、风扇、电磁炉、厨房用具、电暖器、灯、照明器材生产、销售；不锈钢制品、铝制品、胶木制品、铜制品（不含冶炼）、不锈钢板材（不含冶炼）加工、销售；电子商务服务。（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）
合作历史	自 2016 年起合作至今
关联关系	无关联关系

采购内容	多功能锅类、其他（非电类）
付款政策	收到发票后 30 个工作日

2023 年至 2025 年，公司对该供应商的采购额分别为 648,727.45 元、12,608,297.46 元和 18,854,411.06 元，占当年原材料及产成品采购总额的比重分别为 0.27%、5.63% 和 7.15%。该供应商系公司经多方考察、验厂开发的多功能锅外协生产厂商，因该供应商产品质量好、交货速度快，且受 2024 年、2025 年公司厨房小家电多功能锅类销售有所增加综合影响，公司提高了对该供应商的采购量。

对应各年末应付该供应商账款余额分别为 392,655.19 元、2,730,167.09 元和 1,181,487.26 元，主要原因系受业务开展规模扩大和部分货款未到结算期影响，公司 2024 年末对该供应商应付账款较高。

**（9）广东伊莱特科技股份有限公司**

企业名称	广东伊莱特科技股份有限公司
成立日期	2006 年 8 月 22 日
住所	中山市东凤镇穗成村东成路 28 号（一照多址）
法定代表人	杨广良
股权结构	广东保鼎投资有限公司持股 46.808%，中山市正和鼎盛企业管理有限公司持股 12.6397%，吴津宁、何锦全分别持股 8.2377%，欧阳汉持股 6.5906%，珠海东方凤丽投资合伙企业（有限合伙）持股 6.49778%，杨广良持股 5.6979%，宋玉凯持股 3.3354%，共青城伊莱特投资合伙企业（有限合伙）持股 1.9552%
实缴资本	9610.08 万
统一社会信用代码	914420007929153474
经营范围	一般项目：技术服务、技术开发、技术咨询、技术交流、技术转让、技术推广；家用电器研发；家用电器制造；家用电器销售；家用电器零配件销售；模具制造；塑料制品销售；塑料制品制造；日用家电零售；电子产品销售；机械电气设备制造；五金产品研发；互联网销售（除销售需要许可的商品）；货物进出口；技术进出口。（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动【上述经营范围涉及：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）】）
合作历史	自 2013 年起合作至今
关联关系	无关联关系
采购内容	电饼铛类、多功能锅类、电烧烤类、空气炸锅类、其他（非电类）
付款政策	收到发票后 60 个工作日

注：广东伊莱特科技股份有限公司曾用名广东伊莱特电器有限公司。

2023 年至 2025 年，公司对该供应商的采购额分别为 42,336,948.63 元、12,117,613.98

元和 471,880.78 元，占当年原材料及产成品采购总额的比重分别为 17.76%、5.41%和 0.18%；采购额变动原因主要系公司 2023 年至 2025 年对该供应商采购中电饼铛采购额逐年减少，三年分别为 39,736,667.67 元、10,999,826.09 元和 414,463.41 元，2024 年起该供应商缩减了电饼铛生产线，公司部分型号电饼铛更换了外协厂商，致使公司减少了对该供应商的采购。

对应各年末应付该供应商账款余额分别为 14,075,806.47 元、1,157,182.53 元和 2,321.12 元，应付账款变动原因主要系受公司采购规模变动及公司根据实际需求在各年中备货时点略有差异的双重作用的影响。

2、公司最近三年预付账款情况如下：

预付单位名称	2025年12月31日	2024年12月31日	2023年12月31日	2025年占比	2024年占比	2023年占比	2025年排名	2024年排名	2023年排名
霸州市金锚涂刷工具有限公司	3,246,212.05	-	-	36.46%	0.00%	0.00%	1	-	-
廊坊骏辉工具有限公司	495,597.29	-	-	5.57%	0.00%	0.00%	2	-	-
广西京东晴川电子商务有限公司	453,944.82	929,520.84	851,406.79	5.10%	8.78%	9.24%	3	2	3
薯鸿文化传媒（上海）有限公司	333,600.00	-	-	3.75%	0.00%	0.00%	4	-	-
深圳市巨沃科技有限公司	278,761.06	-	-	3.13%	0.00%	0.00%	5	-	-
大连江濠商贸有限公司	200,000.00	678,241.58	-	2.25%	6.41%	0.00%	9	3	-
宁波乐美佳电器科技有限公司	110,556.33	70,322.59	570,253.01	1.24%	0.66%	6.19%	16	16	4
宁波国盛电器有限公司	48,720.31	427,316.44	-	0.55%	4.04%	0.00%	31	4	-
浙江贝京科技有限公司	36,182.12	354,867.24	52,766.71	0.41%	3.35%	0.57%	37	5	21
中山市维塔普斯电器有限公司	16,984.74	50,884.96	516,845.75	0.19%	0.48%	5.61%	53	22	5
江苏路铁文化传媒有限公司	-	4,622,641.47	2,264,150.94	0.00%	43.67%	24.57%	-	1	1
浙江天喜厨电股份有限公司	-	-	958,248.27	0.00%	0.00%	10.40%	-	-	2
<b>合计</b>	<b>5,220,558.76</b>	<b>7,133,795.12</b>	<b>5,213,671.47</b>	<b>58.65%</b>	<b>67.39%</b>	<b>56.58%</b>	-	-	-

2023-2025 年，公司前五名预付账款的基本情况及结算政策和合作情况如下：

(1) 霸州市金锚涂刷工具有限公司

企业名称	霸州市金锚涂刷工具有限公司
成立日期	2004年9月17日
住所	霸州镇106国道道东
法定代表人	于鸿瑀
股权结构	于素娟、于鸿瑀各持股50%
实缴资本	200万元
统一社会信用代码	911310817666317380
经营范围	日用杂品制造;日用杂品销售;日用木制品制造;日用木制品销售;塑料制品制造;塑料制品销售;金属丝绳及其制品制造;金属丝绳及其制品销售;有色金属铸造;有色金属合金销售;金属结构制造;金属结构销售;金属材料销售;模具制造;模具销售;再生资源加工;再生资源回收(除生产性废旧金属);再生资源销售;货物进出口;技术进出口;家用电器制造;日用家电零售;机械设备销售;机械零件、零部件加工;机械零件、零部件销售;纸制品制造;纸制品销售;化工产品销售(不含许可类化工产品);针纺织品销售;海绵制品销售;木制容器销售;塑料包装箱及容器制造;合成材料销售(除依法须经批准的项目外,自主开展法律法规未禁止、未限制的经营活动)许可项目:电热食品加工设备生产(依法须经批准的项目,经相关部门批准后方可开展经营活动,具体经营项目以批准文件或许可证件为准)
合作历史	自2024年起合作至今
关联关系	无关联关系
采购内容	电饼铛类、多功能锅类、家居小家电、五金制品
付款政策	收到发票满30天后,根据订单情况可预付

该公司2023年12月31日、2024年12月31日、2025年12月31日预付账款分别为0.00元、0.00元、3,246,212.05元。该供应商同时是原材料供应商和外协加工厂商,该供应商2024年开始合作,2025年合作增多,2025年总采购额为30,798,793.63元,预付账款增加主要系公司结合市场需求,对其代工的部分高价值不锈钢产品提前订货,因订货金额超出对方授予的信用额度,故支付部分预付款项。

**（2）廊坊骏辉工具有限公司**

企业名称	廊坊骏辉工具有限公司
成立日期	2014年7月29日
住所	河北省廊坊市霸州市经济技术开发区112国道南
法定代表人	王小班
股权结构	张汉刚持股60%，王小班持股40%
实缴资本	200万元
统一社会信用代码	91131081398914995B

经营范围	金属工具制造；金属工具销售；包装材料及制品销售；金属包装容器及材料制造；建筑用金属配件制造；建筑用金属配件销售；金属结构制造；金属结构销售；五金产品制造；五金产品零售；包装服务；塑料包装箱及容器制造；食品用塑料包装容器工具制品销售；家用电器制造；家用电器销售；厨具卫具及日用杂品零售；家居用品制造；家居用品销售；数控机床制造；数控机床销售；塑料制品制造；塑料制品销售；模具制造；模具销售；软木制品制造；软木制品销售；日用木制品销售；木制容器制造；木制容器销售；日用化学产品销售；货物进出口；技术进出口；仪器仪表制造；仪器仪表销售；实验分析仪器制造；实验分析仪器销售；教学用模型及教具制造；教学用模型及教具销售；教学专用仪器制造；教学专用仪器销售；电子元器件与机电组件设备销售；机械电气设备销售。（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）许可项目：食品用纸包装、容器制品生产。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动，具体经营项目以相关部门批准文件或许可证件为准）
合作历史	自 2025 年起合作
关联关系	无关联关系
采购内容	模具、家居小家电
付款政策	模具按合同预付、产品收到发票后 30 天

该公司 2025 年 12 月 31 日预付账款为 495,597.29 元。该供应商为模具开发供应商和外协加工厂商，2025 年开始合作，模具业务签订合同后预付货款，模具验收后开始进行摊销。交付模具后公司将预付模具款转入其他流动资产并按照 12 个月平均摊销，预付款变动原因系模具开发进展变动影响所致。

**(3) 广西京东晴川电子商务有限公司**

企业名称	广西京东晴川电子商务有限公司
成立日期	2022 年 12 月 7 日
住所	广西壮族自治区北海市海城区（北海经济技术开发区）北海大道东延线 197 号 08-2-1 幢北海工业园区创新创业基地 1-201-J01 号(中电信息港内)
法定代表人	胡景贺
股权结构	宿迁爱倍诺科技有限公司持股 80%，海南晓风电子商务有限公司持股 20%
实缴资本	-
统一社会信用代码	91450500MAA7TLHM5F
经营范围	一般项目：技术服务、技术开发、技术咨询、技术交流、技术转让、技术推广；信息咨询服务（不含许可类信息咨询服务）；信息技术咨询服务；软件开发；日用百货销售；针纺织品及原料销售；日用品批发；广告发布；广告设计、代理；广告制作；平面设计；版权代理；会议及展览服务；票务代理服务；数字创意产品展览展示

	示服务;市场调查（不含涉外调查）。（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）
合作历史	自 2023 年起合作至今
关联关系	无关联关系
采购内容	推广费
付款政策	销售部门根据销售规模预计申请预付

注：广西京东晴川电子商务有限公司注册资本 200 万人民币，尚未实缴。

该公司 2023 年 12 月 31 日、2024 年 12 月 31 日、2025 年 12 月 31 日预付账款分别为 851,406.79 元、929,520.84 元和 453,944.82 元。该供应商为公司充值的京东平台推广费，该公司根据各月使用量扣款，公司期末根据系统推送的账单进行核算并与系统显示的充值余额核对无误后进行财务记账。

**（4）薯鸿文化传媒（上海）有限公司**

企业名称	薯鸿文化传媒（上海）有限公司
成立日期	2022 年 7 月 4 日
住所	上海市黄浦区淮海中路 138 号 3101 室-479
法定代表人	王雅娟
股权结构	薯一薯二文化传媒（上海）有限公司持股 100%
实缴资本	-
统一社会信用代码	91310110MABTHH8W53
经营范围	组织文化艺术交流活动；广告设计、代理；广告制作；广告发布；图文设计制作；企业形象策划；信息咨询服务（不含许可类信息咨询服务）；旅游开发项目策划咨询；市场营销策划；会议及展览服务；技术服务、技术开发、技术咨询、技术交流、技术转让、技术推广；日用品批发；日用品销售；互联网销售（除销售需要许可的商品）；专业设计服务；社会经济咨询服务；人工智能应用软件开发；人工智能基础软件开发；计算机软硬件及辅助设备批发；计算机软硬件及辅助设备零售；软件销售；机械设备销售；电子产品销售；五金产品零售；五金产品批发；文具用品批发；文具用品零售；照相机及器材销售；化妆品批发；化妆品零售；化工产品销售（不含许可类化工产品）；体育用品及器材批发；体育用品及器材零售；日用杂品销售；针纺织品销售；珠宝首饰批发；珠宝首饰零售；畜牧渔业饲料销售；礼品花卉销售；建筑装饰材料销售；建筑材料销售；通讯设备销售；工艺美术品及礼仪用品销售（象牙及其制品除外）；钟表销售；眼镜销售（不含隐形眼镜）；玩具销售；汽车零配件批发；汽车零配件零售；摩托车及零配件批发；摩托车及零配件零售；仪器仪表销售；个人卫生用品销售；塑料制品销售；肥料销售；货物进出口；进出口代理。（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）许可项目：第二类增值电信业务。（依法须经批准的项目，经相关部

	门批准后方可开展经营活动，具体经营项目以相关部门批准文件或许可证件为准)
合作历史	自 2025 年起合作
关联关系	无关联关系
采购内容	推广费
付款政策	销售部门根据销售规模预计申请预付

注：薯鸿文化传媒（上海）有限公司注册资本 100 万人民币，尚未实缴。

该公司 2025 年 12 月 31 日预付账款为 333,600.00 元。该公司为公司小红书平台的宣传推广供应商，2025 年开始合作，公司根据合同进行付款，推广任务完成后计入销售费用。

**（5）深圳市巨沃科技有限公司**

企业名称	深圳市巨沃科技有限公司
成立日期	2004 年 3 月 18 日
住所	深圳市福田区园岭街道上林社区八卦三路 88 号荣生大厦 201202、203
法定代表人	沈有波
股权结构	杭州光云科技股份有限公司持股 51.9464%，沈有波持股 39.1525%，深圳市巨沃科技企业（有限合伙）持股 8.901%
实缴资本	1223 万元
统一社会信用代码	91440300758649313L
经营范围	计算机软件、信息系统软件的开发、销售、租赁；信息系统设计、集成、技术维护；信息技术咨询；集成电路设计、研发，条码设备的技术开发；条码及相关设备、电子产品、网络产品的购销、租赁，国内贸易；环卫设备销售；城市园林绿化工程；物业管理；城乡垃圾清扫保洁服务；投资垃圾分类项目。（法律、行政法规、国务院决定禁止的项目除外，限制的项目须取得许可后方可经营）^信息采集；劳务派遣。
合作历史	自 2025 年起合作
关联关系	无关联关系
采购内容	WMS 仓库管理系统
付款政策	按进度付款

该公司 2025 年 12 月 31 日预付账款为 278,761.06 元，为公司系统开发供应商，2025 年开始合作，按照公司需求为公司开发 WMS 仓库管理系统，签订合同后预付货款，系统验收后开始进行摊销，预付款变动原因系系统开发进展变动影响所致。

**（6）大连江濠商贸有限公司**

企业名称	大连江濠商贸有限公司
------	------------

成立日期	2021年12月16日
住所	辽宁省大连高新技术产业园区火炬路7号25层102号
法定代表人	郑文龙
股权结构	郑文龙持股100%
实缴资本	-
统一社会信用代码	91210231MA7DGKJP9B
经营范围	许可项目：第一类增值电信业务，第二类增值电信业务，食品销售（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动，具体经营项目以审批结果为准）一般项目：互联网销售（除销售需要许可的商品），软件开发，技术服务、技术开发、技术咨询、技术交流、技术转让、技术推广，信息咨询服务（不含许可类信息咨询服务），市场营销策划，广告制作，会议及展览服务，摄像及视频制作服务，平面设计，图文设计制作，企业形象策划，服装服饰零售，日用百货销售，食品销售（仅销售预包装食品），文艺创作，项目策划与公关服务，个人商务服务，礼仪服务，社会经济咨询服务，服装服饰批发，办公用品销售，工艺美术品及收藏品批发（象牙及其制品除外），五金产品批发，家用电器销售，厨具卫具及日用杂品批发，电子产品销售，电力电子元器件销售，新鲜水果批发，国内贸易代理（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）
合作历史	2024年开始合作
关联关系	无关联关系
采购内容	推广费
付款政策	根据合同分次付款

注：大连江濠商贸有限公司注册资本30万人民币，尚未实缴。

该公司2023年12月31日、2024年12月31日、2025年12月31日预付账款分别为0.00元、678,241.58元、200,000.00元。该公司为公司在抖音平台的宣传推广供应商，公司根据合同进行付款，推广任务完成后计入销售费用。

**（7）宁波乐美佳电器科技有限公司**

企业名称	宁波乐美佳电器科技有限公司
成立日期	2012年7月17日
住所	浙江省慈溪滨海经济开发区慈东南大道1299号
法定代表人	罗其峰
股权结构	岑乃君持股90%，罗其峰持股10%
实缴资本	1000万
统一社会信用代码	91330282599461240R

经营范围	家用电器研究、开发、制造、加工；五金配件制造、加工；自营和代理货物和技术的进出口，但国家限定经营或禁止进出口的货物和技术除外。
合作历史	自 2020 年起合作至今
关联关系	无关联关系
采购内容	空气炸锅类
付款政策	收到发票后 60 个工作日

该公司 2023 年 12 月 31 日、2024 年 12 月 31 日、2025 年 12 月 31 日预付账款分别为 570,253.01 元、70,322.59 元、110,556.33 元。各年变动不大，主要原因系公司根据生产节奏备货安排略有差异影响所致。

**（8）宁波国盛电器有限公司**

企业名称	宁波国盛电器有限公司
成立日期	2005 年 5 月 30 日
住所	浙江省余姚市朗霞街道镇西村
法定代表人	沈国强
股权结构	香港威尔逊国际集团有限公司持股 100%
实缴资本	38.00 万美元
统一社会信用代码	91330281772345324D
经营范围	家用电器、五金件、塑料制品的制造、加工。
合作历史	自 2022 年起合作至今
关联关系	无关联关系
采购内容	电饼铛类、电烧烤盘类、多功能锅类
付款政策	收到发票后 60 个工作日

该公司 2023 年 12 月 31 日、2024 年 12 月 31 日、2025 年 12 月 31 日预付账款分别为 0.00 元、427,316.44 元、48,720.31 元。各年变动不大，主要原因系公司根据生产节奏备货安排略有差异影响所致。

**（9）浙江贝京科技有限公司**

企业名称	浙江贝京科技有限公司
成立日期	2019 年 4 月 10 日
住所	浙江省丽水市缙云县壶镇镇青川路 258 号
法定代表人	应春叶
股权结构	应春叶持股 80%，应伟宏持股 20%
实缴资本	500 万

统一社会信用代码	91331122MA2E14QC3P
经营范围	一般项目：软件开发；五金产品研发；技术服务、技术开发、技术咨询、技术交流、技术转让、技术推广；智能家庭消费设备制造；智能基础制造装备制造；家用电器制造；家用电器研发；家用电器销售；电子产品销售；日用百货销售；五金产品零售；日用杂品销售；水族馆管理服务；宠物食品及用品零售；塑料制品销售；针纺织品销售；日用化学产品销售；日用杂品制造(除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动)。许可项目：技术进出口；进出口代理；货物进出口(依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动，具体经营项目以审批结果为准)。
合作历史	自 2022 年起合作至今
关联关系	无关联关系
采购内容	模具费
付款政策	根据合同

该公司 2023 年 12 月 31 日、2024 年 12 月 31 日、2025 年 12 月 31 日预付账款分别为 52,766.71 元、354,867.24 元、36,182.12 元。该公司为公司模具开发及外协生产供应商，签订合同后预付货款，模具验收后开始进行摊销。预付款变动原因系外协生产需求变化影响所致。

**(10) 中山市维塔普斯电器有限公司**

企业名称	中山市维塔普斯电器有限公司
成立日期	2020 年 5 月 29 日
住所	中山市东凤镇伯公社区永辉街爵辉巷 23 号首层之二
法定代表人	梁剑东
股权结构	彭商金持股 70%，曹甲华持股 30%
实缴资本	508 万元
统一社会信用代码	91442000MA54QLKX6T
经营范围	生产、加工、销售、网上销售：家用电器；及其配件、塑料制品、五金制品；电子商务运营策划及推广服务。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动。）（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）
合作历史	自 2021 年起合作至今
关联关系	无关联关系
采购内容	电烧烤盘类、空气炸锅类、生活小家电
付款政策	收到发票后 60 个工作日

该公司 2023 年 12 月 31 日、2024 年 12 月 31 日、2025 年 12 月 31 日预付账款分别为 516,845.75 元、50,884.96 元、16,984.74 元。各年变动不大，主要原因系公司根据生

产节奏备货安排略有差异影响所致。

**（11）江苏路铁文化传媒有限公司**

企业名称	江苏路铁文化传媒有限公司
成立日期	2013年3月6日
住所	南京市建邺区白龙江东街8号科技创新综合体A3幢第18层
法定代表人	邱园元
股权结构	南京路铁控股集团有限公司持股 63.4961%，南京美众企业管理合伙企业（有限合伙）持股 14.715%，南京路铁广告有限公司持股 13.4086%，淮安聚广合品牌管理有限公司持股 8.3803%
实缴资本	5,685.6188 万元
统一社会信用代码	913201050626124834
经营范围	设计、制作、代理发布国内各类广告；装饰工程设计、施工；会务服务；平面设计；自有房屋租赁；物业管理。（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）
合作历史	2023 年开始合作
关联关系	无关联关系
采购内容	推广费
付款政策	按合同分次付款

该公司 2023 年 12 月 31 日、2024 年 12 月 31 日、2025 年 12 月 31 日预付账款分别为 2,264,150.94 元、4,622,641.47 元和 0.00 元，该公司系公司高铁广告的合作供应商，公司根据合同约定预付广告费用，并根据受益期间平均摊销。公司 2025 年度高铁广告宣传力度较 2024 年度大幅增加，故使得 2024 年度预付广告费较 2023 年度有所增长；2026 年公司取消高铁线下推广，故 2025 年无新发生额。

**（12）浙江天喜厨电股份有限公司**

企业名称	浙江天喜厨电股份有限公司
成立日期	2014 年 11 月 27 日
住所	浙江省丽水市缙云县壶镇镇山雁路 8 号
法定代表人	吕挺
股权结构	天喜控股集团有限公司持股 67.5115%，缙云县风顺投资管理合伙企业（有限合伙）持股 9.8003%，缙云县天喜投资管理合伙企业（有限合伙）持股 7.6575%，丽水晋和股权投资合伙企业（有限合伙）持股 4.2473%，吕天喜、吕天申各持股 4.0476%，缙云县产业投资有限公司持股 2.6882%
实缴资本	30999.9999 万
统一社会信用代码	913311003234737186

经营范围	许可项目：压力锅生产；电热食品加工设备生产(依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动，具体经营项目以审批结果为准)。一般项目：家用电器研发；家用电器制造；家用电器销售；电热食品加工设备销售；日用家电零售；日用电器修理；电器辅件制造；电器辅件销售；家用电器零配件销售；电子元器件与机电组件设备制造；电子元器件与机电组件设备销售；金属制日用品制造；厨具卫具及日用杂品研发；厨具卫具及日用杂品零售；厨具卫具及日用杂品批发；日用品批发；日用品销售；搪瓷制品制造；搪瓷制品销售；五金产品研发；五金产品制造；五金产品批发；五金产品零售；塑料制品制造；塑料制品销售；塑胶表面处理；喷涂加工；金属表面处理及热处理加工；新材料技术研发；金属材料制造；金属材料销售；常用有色金属冶炼；淬火加工；模具制造；模具销售；电子、机械设备维护（不含特种设备）；货物进出口；技术进出口；以自有资金从事投资活动；自有资金投资的资产管理服务；工业设计服务；技术服务、技术开发、技术咨询、技术交流、技术转让、技术推广(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)。
合作历史	自 2017 年起合作至今
关联关系	无关联关系
采购内容	模具费
付款政策	根据合同

该公司 2023 年 12 月 31 日、2024 年 12 月 31 日、2025 年 12 月 31 日预付账款分别为 958,248.27 元、0.00 元、0.00 元。公司预付该公司款项系预付模具开发费，该公司为公司模具开发供应商，签订合同后预付货款，模具验收后公司将模具转入其他流动资产并按照 12 个月平均摊销，预付款变动原因系模具开发进展变动影响所致。

**【年审会计师回复】：**

**年审会计师执行的主要核查程序如下：**

1、访谈公司采购业务负责人、财务负责人，了解公司选择供应商的标准和具体流程，报告期内公司与主要供应商之间的交易内容、背景、业务流程，了解主要供应商的基本情况、单位性质、与公司合作的历史等；

2、获取公司与采购相关的内部控制制度，了解和评价采购与付款循环相关内部控制的设计有效性，并对关键内部控制的运行有效性进行测试；

3、通过国家企业信用信息公示系统平台查询公司主要供应商基本情况、单位性质，将主要供应商股东、董事及高级管理人员等主要成员名单与公司实际控制人、主要股东、董事、监事、高级管理人员提供的调查表进行比对，核查与上述供应商是否存在关联关系；查看主要供应商是否处于存续状态，其营业范围是否与交易内容相匹配；

4、询问公司采购业务负责人、财务负责人，了解公司主要供应商定价方式、信用政策、付款方式，分析主要供应商采购数量及金额、占同类采购的比例、主要原材料的

采购价格变动情况及原因；

5、检查主要供应商的采购合同、送货单、入库单、销售发票及付款银行流水等资料；

6、对主要供应商执行函证程序，核查报告期内采购金额以及各期末往来余额情况：

项目	发函金额	发函比例	回函相符金额	回函相符比例	替代测试金额	回函+替代测试可确认比例
外协生产	159,583,915.83	87.98%	159,583,915.83	100.00%	-	87.98%
原材料	55,712,056.69	67.64%	50,859,342.23	91.29%	4,852,714.46	67.64%
<b>采购额合计</b>	<b>215,295,972.52</b>	<b>81.63%</b>	<b>210,443,258.06</b>	<b>97.75%</b>	<b>4,852,714.46</b>	<b>81.63%</b>

（续）

项目	发函金额	发函比例	回函相符金额	回函相符比例	替代金额	回函+替代测试可确认比例
应付账款余额	47,252,625.80	50.82%	43,839,670.38	92.78%	3,412,955.42	50.82%
预付账款余额	3,246,212.05	36.46%	3,246,212.05	100.00%	-	36.46%

7、将公司外协生产情况与同行业外协生产进行对比分析，检查其合理性；

8、我们对所有外协厂商 50 万以上资金流向均进行了双向流水核查，包括付款方是否与供应商相一致、是否具有关联关系等。

**经核查，年报会计师认为：**

1、公司与主要的原材料供应商、外协厂商合作时间较长、合作稳定；报告期内对上述供应商付款政策保持一致，采购额变化与公司实际经营情况相符；公司对上述供应商无 1 年以上预付账款；

2、对于电饼铛类产品公司已具有稳定的生产能力，报告期以自产为主，外协生产系对公司现有产能的补充；其他类产品外协生产占比相对较高主要系相关类别产品市场增速相对较快，而公司现有产线主要围绕电饼铛及电火锅等传统产品搭建，出于生产效率等方面的考虑，故采用外协方式生产较高具有合理性；

3、公司具备自主生产能力，并非完全依赖外协生产；主要产品拥有核心技术与专利壁垒，技术含量充足；行业具备较高技术、品牌及渠道综合门槛，不存在市场进入门槛较低的情形；

4、公司对外协厂商具有严格的质量控制措施，对外协厂商不存在依赖且不存在外协厂商集中度高的情形。

5、原材料成本增长与营业收入增长相匹配，不存在人为调整成本确认时点的情形。

6、公司可比同行业上市公司均存在外协代工生产的经营模式。各公司成品采购比例不同，主要系受销售和生产品类广度、既有产能情况影响。公司成本结构与同行业公司整体一致，由于公司既有产能水平与同行业公司存在一定差异，外协加工占营业

成本比例较高，具有合理性，不存在通过外协厂商调节成本的情形。

5. 报告期末，你公司在建工程余额为 3.35 亿元，同比增长 29.92%。你公司在建工程主要为“利仁嘉兴智能生产基地建设项目”，该项目预算总额为 5.25 亿元，当期新增投入 0.77 亿元，工程进度为 63.87%。同时，应付账款中工程款余额从期初的 1.05 亿元大幅下降至期末的 0.21 亿元。年报显示，该项目已两次延期，最近一次延期至 2027 年 9 月 30 日。请你公司：（1）详细说明“利仁嘉兴智能生产基地建设项目”工程进度的具体确定方法和依据，说明是否聘请了独立第三方工程监理机构对工程实物进度进行测量和确认，并提供截至报告期末的工程进度报告和监理报告；说明该项目长期未转固是否符合《企业会计准则》的规定，是否存在通过延迟转固少提折旧从而虚增利润的情形。

（2）逐项列示应付工程款从期初 1.05 亿元下降至期末 0.21 亿元的详细构成和变动原因，包括本期支付的前期欠款金额、本期新增工程款金额、各笔大额付款对应的工程进度节点、收款方名称及其与你公司的关联关系；说明在建工程持续大额投入的情况下，应付工程款大幅下降的商业合理性，是否存在延迟转固、突击支付工程款或资金被占用的情况，在建工程投入是否真实。（3）结合项目实际建设进展、设备采购及安装情况、装修方案优化及决策周期，分析项目从原计划 2025 年达到预定可使用状态两次延期至 2027 年 9 月 30 日的具体原因和合理性，说明延期事项是否已充分履行信息披露义务，是否存在因资金问题或项目实质性停滞导致延期的情形。（4）区分采购类别，说明“利仁嘉兴智能生产基地建设项目”的前五大供应商情况，包括供应商名称、关联关系、工商注册登记信息、当年度采购金额及占比、预付账款、预付账款账龄、应付账款、采购内容、付款政策；说明上述供应商与你公司、控股股东、实际控制人、董事、高级管理人员之间是否存在关联关系或可能导致利益倾斜的其他关系。（5）结合你公司货币资金余额大幅下降、经营活动现金流量净额远低于投资活动现金流出等情况，说明你公司未来项目建设资金的来源安排、融资计划及资金保障措施，是否存在流动性风险，是否可能因资金不足导致项目建设延期或停滞。（6）说明在建工程是否存在减值迹象，是否已按照《企业会计准则》的规定进行减值测试，并提供减值测试的具体过程、关键参数及测试结论。请年审会计师对上述事项发表核查意见，并说明对在建工程投入真实性、工程进度确认方法、应付工程款变动合理性所执行的审计程序、获取的审计证据及核查结论，说明对主要工程供应商的函证情况及资金流向核查情况，是否存在预付工程款长期未结算的情形。请保荐机构核查募集资金使用的合规性，说明是否存在变相改变募集资金用途的情形，并对募投项目效益的真实性发表明确意见。

#### 【公司回复】

5-1 详细说明“利仁嘉兴智能生产基地建设项目”工程进度的具体确定方法和依据，说明是否聘请了独立第三方工程监理机构对工程实物进度进行测量和确认，并提供截至报告期末的工程进度报告和监理报告；说明该项目长期未转固是否符合《企业会计准则》的规定，是否存在通过延迟转固少提折旧从而虚增利润的情形。

##### 1、具体确定方法和依据及监理情况

公司按照公开招投标流程评审结果执行，以中标价格作为最终结算定价依据并签署项目总承包合同，装修合同等也均通过比价流程确定合作供应商及对应价格，采购定价遵循市场化原则，价格水平公允合理。

公司聘请了独立的第三方工程监理公司，对施工方工作量及付款申请进行审核，定期出具已完工工作量审核表和监理报告；期末公司根据监理公司出具已完工工作量审核表对在建工程进行暂估入账并办理结算，公司相关记载及时、准确。

## 2、尚未转固原因

该项目自 2024 年 3 月 11 日奠基正式开建，2025 年末尚未达到预定可使用状态，不存在未及时转固情形。

**5-2 逐项列示应付工程款从期初 1.05 亿元下降至期末 0.21 亿元的详细构成和变动原因，包括本期支付的前期欠款金额、本期新增工程款金额、各笔大额付款对应的工程进度节点、收款方名称及其与你公司的关联关系；说明在建工程持续大额投入的情况下，应付工程款大幅下降的商业合理性，是否存在延迟转固、突击支付工程款或资金被占用的情况，在建工程投入是否真实。**

### 1、应付工程款构成及变动原因

单位名称	应付工程款	
	2025 年 12 月 31 日	2024 年 12 月 31 日
浙江嘉兴中达建设有限公司	20,341,876.18	104,591,039.45
浙江省建筑设计研究院有限公司	438,490.57	-
宁波屹峰厨具有限公司	56,480.00	-
浙江同辰工程管理咨询有限公司	24,000.00	-
<b>总计</b>	<b>20,860,846.75</b>	<b>104,591,039.45</b>

本期支付工程款 173,798,818.40 元，其中支付 2024 年末应付工程款 104,591,039.45 元；本期在建工程增加 77,183,989.74 元，期末尚未支付工程款 20,804,366.75 元。

公司应付工程款期初余额 1.05 亿元，期末余额 0.21 亿元。主要原因系按照节点支付总承包商建设工程施工阶段的工程进度款及依据海盐县建筑领域民工工资支付相关政策及四方监管协议的要求，按期拨付民工工资款影响所致；应付工程款余额同比大幅下降具有合理性。

### 2、各笔大额付款对应的工程进度节点、收款方名称及其与公司的关联关系

#### （1）主要工程合同执行情况

公司与浙江嘉兴中达建设有限公司于 2024 年 3 月 4 日签订《建设工程施工合同》，合同金额 325,980,000.00 元，截至 2025 年末累计已完成的工程价款金额 319,665,983.00 元，累计已支付的工程价款金额 295,304,608.75 元，截至 2025 年末，在建项目主体结构施工进度约 90%，故付款金额大幅增加；经核查，公司支付各笔款项支付均与合同签订方一致。

公司与浙江嘉兴中达建设有限公司于 2025 年 9 月 30 日签订《装饰装修合同》，合同金额 19,200,000.00 元。累计已完成的装饰装修工程价款金额 11,268,574.00 元，累计已实际支付的装饰装修工程价款金额 11,165,000.00 元。经核查，公司支付各笔款项支付均与合同签订方一致。

(2) 主要项目大额工程款支付节点明细如下：

建设工程施工合同付款进度情况			
年度	月份	付款金额	所处阶段或付款类别
2024	3	1,000,000.00	按照合同预付工程款 500 万元
2024	3	4,000,000.00	
2024	6	8,631,538.00	按照合同付桩基施工完成阶段款项
2024	6	2,734,718.00	
2024	6	3,192,191.00	
2024	7	3,192,191.00	按照政策付农民工工资
2024	7	2,734,718.00	按照政策付农民工工资
2024	9	17,853,091.00	按照施工进度付±0 施工完成款项
2024	9	6,000,000.00	
2024	9	8,000,000.00	
2024	10	47,219,273.00	按照施工进度付楼层混凝土施工阶段款项
2024	11	21,100,000.00	按照施工进度付墙体砌筑阶段款项
2024	11	17,780,727.00	按照政策付农民工工资
2024	12	5,000,000.00	按照施工进度付墙体粉刷款项
<b>2024 年度小计</b>		<b>148,438,447.00</b>	
2025	1	2,734,718.00	按照政策付农民工工资
2025	1	3,192,191.00	按照政策付农民工工资
2025	1	25,000,000.00	付消防材料进场
2025	4	18,146,182.00	付水电消防安装
2025	4	5,469,436.00	按照政策付农民工工资
2025	4	6,384,382.00	按照政策付农民工工资
2025	5	30,000,000.00	按照施工进度付外立面施工款项
2025	8	3,192,191.00	按照政策付农民工工资
2025	8	2,734,718.00	
2025	9	30,000,000.00	按照施工进度付室内施工款项
2025	9	10,000,000.00	
2025	12	5,795,792.89	室外施工
2025	12	4,204,207.11	
2025	12	12,343.70	
2025	12	0.05	
<b>2025 年度小计</b>		<b>146,866,161.75</b>	
<b>主体建设付款合计</b>		<b>295,304,608.75</b>	
装饰装修合同付款进度情况			
年度	月份	付款金额	所处阶段或付款类别
2025	10	3,314,000.00	材料进场
2025	11	4,971,000.00	石膏板吊顶、墙顶面涂料腻子
2025	12	2,880,000.00	瓷砖镶贴
<b>装修工程付款合计</b>		<b>11,165,000.00</b>	
<b>累计付款合计</b>		<b>306,469,608.75</b>	

2024 年主体工程付款合计 148,438,447.00 元，2025 年主体工程付款合计 146,866,161.75 元，主体工程累计付款 295,304,608.75 元；装修工程累计已完成的工程价款金额 11,268,574.00 元，装修工程累计付款 11,165,000.00 元，主体及装修工程累计付款 306,469,608.75 元。

（3）收款方名称及其与公司的关联关系

上述合同供应商及收款方均为浙江嘉兴中达建设有限公司，公司通过企业信用信息公示系统核查，并向控股股东、实际控制人及董监高逐一确认：在建工程施工及装修供应商及其关联方，与公司及公司控股股东、实际控制人、董监高均无关联关系。工程款均直接支付至合作方对公账户，付款路径合规。

**3、说明在建工程持续大额投入的情况下，应付工程款大幅下降的商业合理性，是否存在延迟转固、突击支付工程款或资金被占用的情况，在建工程投入是否真实。**

截至 2025 年末，在建项目主体结构施工进度超过 90%，部分安装及装修工程稳步推进。公司按合同节点同步清偿往期欠款、支付当期工程款以及地方民工工资，应付工程款大幅下降与工程实际进度、政策要求高度匹配，具备合理商业逻辑。

项目目前仍处于安装、装饰及室外配套施工阶段，尚未达到预定可使用状态，不存在延迟转固情形；所有款项均按施工节点、合同约定及监管政策按期支付，付款节奏与工程进度一致，无年末突击付款情况。

交易对手均为无关联第三方，款项直接对公支付，审批及付款流程完备，无资金被关联方或第三方占用情况。工程投入对应合同、施工验收资料、付款凭证齐全，投入金额与完工进度匹配，真实可靠。

综上，应付工程款大幅下降具有商业合理性，不存在延迟转固、突击支付工程款或资金被占用的情况，在建工程投入真实。

**5-3 结合项目实际建设进展、设备采购及安装情况、装修方案优化及决策周期，分析项目从原计划 2025 年达到预定可使用状态两次延期至 2027 年 9 月 30 日的具体原因和合理性，说明延期事项是否已充分履行信息披露义务，是否存在因资金问题或项目实质性停滞导致延期的情形。**

**1、第一次募投项目延期的概况**

公司于 2025 年 11 月 14 日召开第四届董事会第七次会议，审议通过了《关于部分募投项目延期的议案》，同意公司对募集资金投资项目“年产 910 万台智能厨房小家电、220 万台智能家居小家电生产基地建设项目”达到预定可使用状态的日期延期至 2026 年 9 月 30 日。

（1）延期原因及合理性

工程建设尚未完工，另外该项目生产研发设备为新定制设备，在设备实际投入过程中，存在设备更新迭代以及客户对产品工艺的要求不断变化等情况，公司需要对设备性

能、价格等方面进行比较，确保设备的先进性和实用性，对项目建设安装周期影响较大。综上，考虑到项目资金投入的审慎性，同时也为了保障项目质量及长期效益，项目的施工进度及设备采购、安装及调试进度有所延缓。公司审慎决定将上述募投项目达到预定可使用状态时间相应延期至 2026 年 9 月 30 日。

（2）审议程序及相关意见

公司审计委员会及独立董事专门会议审议通过了该议案，保荐机构国投证券股份有限公司对本事项出具了明确无异议的核查意见。本次部分募投项目延期事项在董事会的审批权限范围内，无需提交股东会审议。具体内容详见公司于 2025 年 11 月 15 日在巨潮资讯网（www.cninfo.com.cn）披露的《关于部分募投项目延期的公告》（公告编号：2025-057）。

**2、第二次募投项目延期的概况**

公司于 2026 年 4 月 23 日召开第四届董事会第十次会议，审议通过了《关于部分募投项目延期的议案》；为确保募投项目投入的合理性和有效性，公司根据当前募投项目的实际建设情况和投资进度，在募投项目实施主体、实施方式、投资总额保持不变的情况下，对部分募投项目达到预定可使用状态的时间做延期调整，具体情况如下：

序号	项目名称	调整前项目达到预定可使用状态日期	调整后项目达到预定可使用状态日期
1	年产 910 万台智能厨房小家电、220 万台智能家居小家电生产基地建设项目	2026 年 9 月 30 日	2027 年 9 月 30 日

（1）延期原因及合理性

自募集资金到位以来，公司一直积极推进募投项目的实施，目前募投项目的主体工程已建设完成，装修尚未完工。在建设过程中，由于公司需使配套装修适应未来技术升级与产品线多样化布局，装修方案经多轮评审优化，决策周期有所延长。鉴于上述装修环节延迟，造成大部分设备安装条件暂不具备，进而影响了设备采购节奏，导致设备的购买安装进度延后。另外该项目生产研发设备为新定制设备，在设备实际投入过程中，存在设备更新迭代以及客户对产品工艺的要求不断变化等情况，公司需要对设备性能、价格等方面进行比较，确保设备的先进性和实用性，设备购置受价格波动、供应商的产能等因素影响。因此设备购置及安装预计较原延长时间仍有延后。结合以上因素影响及实际需要，并为确保项目建设质量，经审慎研究，公司决定以更审慎的节奏推进募投项目的实施，在募投项目实施主体、实施方式、投资总额保持不变的情况下，延长募投项目的实施时间，将募投项目的达到预定可使用状态日期均延长至 2027 年 9 月 30 日。

（2）审议程序及相关意见

公司于 2026 年 4 月 23 日召开第四届董事会第十次会议，审议通过了《关于部分募投项目延期的议案》，公司董事会发表了明确同意意见。本次部分募投项目延期事项在

董事会的审批权限范围内，无需提交股东会审议。具体内容详见公司于2026年4月27日在巨潮资讯网（www.cninfo.com.cn）披露的《关于部分募投项目延期及暂时调整部分募投项目闲置场地用途的公告》（公告编号：2026-011）。公司审计委员会、战略委员会及独立董事专门会议审议通过了该议案。

**3、公司预留充足的资金安排以保障项目的顺利建设，项目不存在停止建设的情形和可能性。**

**5-4 区分采购类别，说明“利仁嘉兴智能生产基地建设项目”的前五大供应商情况，包括供应商名称、关联关系、工商注册登记信息、当年度采购金额及占比、预付账款、预付账款账龄、应付账款、采购内容、付款政策；说明上述供应商与你公司、控股股东、实际控制人、董事、高级管理人员之间是否存在关联关系或可能导致利益倾斜的其他关系。**

1、在建工程项目核算的基本情况介绍：

2024年至2025年，公司在建工程余额分别为257,965,888.41元和335,149,878.15元，均为“利仁嘉兴智能生产基地建设项目”投入。该项目费用归集范围包括：建筑总包费用、装修费用、设计费、城市建设配套费及对应的契税、工程检测费、电梯购置及安装费、环评费以及建设期资本化的土地摊销费用等。

在日常核算中，公司结合合同约定并根据监理公司确认的施工进度与总承包商进行对账，并根据对账结果进行付款及账务处理。

2025年余额大幅增加，系项目主体工程建设和进展影响所致。

注：建设期土地摊销资本化原因，鉴于该项目所用土地使用权是专门用于新厂房建设，在建设过程中，占用了该无形资产并且消耗了其一部分的经济利益，符合《企业会计准则讲解(2010)》第七章第四节中所述的“条件”，即在建设期内该土地使用权所包含的经济利益是通过建设新厂房而实现的。同时土地使用权在房屋建造期间的摊销，是建造该项资产达到预定可使用状态前所发生的必要支出，属于自行建造固定资产的成本，应计入在建工程成本，公司相关会计处理符合会计准则以及相关法规的要求。

2、2025 年度在建工程前五大供应商情况：

单位名称	关联关系	成立时间	实缴资本	股权结构	采购内容	交易金额	占比	欠款余额	付款政策
浙江嘉兴中达建设有限公司	无	2002-03-05	10666.67 万人民币	中达联合控股集团股份有限公司持股 67.77%，其他自然人持股 32.33%	建筑施工	60,733,553.94	78.69%	20,341,876.18	关于付款周期的约定:按照工程节点支付工程进度款，竣工结算审计完成后支付结算款，并预留质保金 3%。
嘉兴市平安电气工程有限公司	无	2003-05-16	4818 万人民币	自然人方建清持股 90%、方娟仙持股 10%	电气工程	7,505,334.07	9.72%	-	5%预付款，65%为到货款，剩余 30%根据特检院验收后付款
浙江速捷电梯有限公司	无	2021-03-17	2250 万人民币	速捷电梯有限公司持股 100%	电梯	2,604,181.35	3.37%	-	根据特检院验收后付款
海盐县百诚制冷设备工程有限公司	无	2007-06-08	103 万人民币	自然人陈晓波持股 50%、周洪明持股 30%、徐火峰 20%	空调	1,455,752.23	1.89%	-	安装完成后付款
日立电梯(中国)有限公司	无	1995-10-04	53880.6194 万人民币	株式会社日立制作所同一控制之企业持股 70.004%，广州广日股份有限公司 29.996%	电梯	603,367.90	0.78%	-	根据特检院验收后付款
<b>合计</b>						<b>72,902,189.49</b>	<b>94.45%</b>	<b>20,341,876.18</b>	

注：年末公司在建工程项目供应商均无预付款。

3、公司通过国家企业信用信息公示系统等公开检索平台查询，并与公司实际控制人、董监高确认，公司股东、实际控制人、董监高与在建工程供应商及其股东等不存在关联关系。

4、项目总承包商浙江嘉兴中达建设有限公司选定和价格确认根据招投标确定，价格公允。

5、期末公司根据监理公司确认的施工进度确认采购金额，公司相关记载及时、准确。

**5-5 结合你公司货币资金余额大幅下降、经营活动现金流量净额远低于投资活动现金流出等情况，说明你公司未来项目建设资金的来源安排、融资计划及资金保障措施，是否存在流动性风险，是否可能因资金不足导致项目建设延期或停滞。**

根据在建工程项目的实际进展，后续初步投资建设计划如下：

项目	分项名称	计划投资金额 (万元)	截至 2025 年 12 月 31 日项目整体已投 入金额 (万元)	2026 年 1 月至 2027 年 9 月计划投入金 额 (万元)
年产 910 万台智能厨房小家电、220 万台智能家居小家电生产基地建设项目	建筑工程	41,500.00	32,133.02	9,366.98
	设备购置	8,000.00	-	8,000.00
	其他费用	2,970.00	1,777.36	1,192.64
<b>合计</b>		<b>52,470.00</b>	<b>33,910.38</b>	<b>18,559.62</b>

注：募投项目计划总投资金额为 100,000 万元，其中 42,500 万元为铺底流动资金、土地投入 5,030.00 万元，上述金额均为含税金额。

2026 年 1 月至 2027 年 9 月计划投入金额为 18,559.62 万元，截至 2025 年末公司货币资金余额 20,937.60 万元，现阶段公司营业收入保持稳健增长，经营活动现金流将持续改善。为保障项目建设及日常运营资金需求、维持充足流动性，公司于 2026 年申请招商银行北京分行、兴业银行金融街支行合计 15,000.00 万元银行综合授信。公司相关资金安排可以充分应对后续工程款项以及设备款项需求。

综合来看，公司资金来源稳定、融资渠道畅通，不存在流动性风险，亦不会因资金短缺造成项目建设延期或停滞。

**5-6 说明在建工程是否存在减值迹象，是否已按照《企业会计准则》的规定进行减值测试，并提供减值测试的具体过程、关键参数及测试结论。**

根据《企业会计准则第 8 号—资产减值》的相关规定，公司于资产负债表日对在建工程是否存在减值迹象进行判断，具体如下：

序号	《企业会计准则》规定	具体分析
1	资产的市价当期大幅度下跌，其跌幅明显高于因时间的推移或者正常使用而预计的下跌	主要资产建筑物目前市场价格未发生大幅下降情形
2	企业经营所处的经济、技术或者法律等环境以及资产所处的市场在当期或者将在近期发生重大变化，从而对企业产生不利影响	小家电行业整体发展平稳，公司核心产品市场需求稳定，未发生对公司产生重大不利影响的经济、技术或法律环境变化
3	市场利率或者其他市场投资报酬率在当期已经提高，从而影响企业计算资产预计未来现金流量现值的折现率，导致资产可收回金额大幅度降低	2025 年市场利率整体保持平稳，未出现大幅提高的情形
4	有证据表明资产已经陈旧过时或者其实体已经损坏	公司在建工程均为新建项目，采用最新的工艺设计和建筑标准，不存在陈旧过时或者实体损坏的情形
5	资产已经或者将被闲置、终止使用或者计划提前处置	该项目虽两次调整完工时间，但调整系基于审慎经营决策，项目仍持续建设中，最新达产时间表（2027 年 9 月 30 日）。因此，该项目不存在被闲置、终止使用或计划提前处置的情形。
6	企业内部报告的证据表明资产的经济绩效已经低于或者将低于预期，如资产所创造的净现金流量或者实现的营业利润（或者亏损）远远低于（或者高于）预计金额等	公司已结合当前市场环境对项目预期绩效进行了重新评估：2025 年营业收入同比增长 13.91%，核心产品销量回升，为新增产能消化提供了基础，该项目经济绩效未发生低于预期的情形。

经逐项对照《企业会计准则第 8 号——资产减值》规定的减值迹象，公司未发现明确表明该在建工程存在减值的客观证据。但基于更为审慎的会计处理原则，公司对在建工程执行了减值测试，测试过程及结论如下：

由于在建工程自身无法独立产生现金流入，公司将该在建工程与对应的已入账土地使用权、待安装生产设备、已完成规划的配套工程等已确认账面价值或已形成确定承诺的资产，一并认定为资产组。

该资产组为公司定制化的智能生产基地，无同类型、同规模的活跃交易市场，无法获取同类资产的可靠市场公允价值，因此公允价值减去处置费用后的净额无法可靠计量。根据准则要求，公司采用资产预计未来现金流量的现值测算该资产组的可收回金额。

公司基于项目建设及长期运营规划，结合资产组的实际使用用途，将该资产组未来现金流量分为自用生产经营和对外出租两部分分别预测，其中：自用生产经营现金流进

一步区分为自产产品销售现金流、代加工业务现金流。

本次减值测试采用的折现率，严格按照准则要求，以反映当前市场货币时间价值和资产组特定风险的税前利率为基准，采用资本资产定价模型计算确定的税前折现率为12.58%，经测算，该资产组的预计未来现金流量的现值高于账面价值。

**【年审会计师回复】：**

**年审会计师执行的主要核查程序如下：**

- 1、了解、测试和评价与在建工程、固定资产相关的内部控制设计和执行的有效性。
- 2、获取公司在建工程项目的相关文件，包括可行性研究报告、董事会及股东会决议以及招标文件和采购合同等，了解项目的整体规划、预期目标及实施计划。
- 3、通过公开信息查询，核查项目供应商与公司实际控制人、控股股东及关联方是否存在关联关系。
- 4、对在建工程投入真实性、工程进度确认方法、应付工程款变动合理性所执行的审计程序如下：
  - （1）实地盘点在建工程，确认在建工程的状态，了解是否存在减值或延迟转固的情况。
  - （2）获取监理公司出具的完工工作量审核表，核对在建工程确认进度合理性；
  - （3）对于本年新增在建工程，选取样本检查招投标文件、合同以及支付记录等相关支持性文件，关注其价格公允性、采购必要性及审批程序的合规性；检查公司在建工程归集的内容、金额、依据及核算的准确性，并执行资金流水复核程序以识别是否存在流入实际控制人的情况。
  - （4）由本所造价人员对项目造价金额进行分析复核。
  - （5）结合应付账款函证：对主要在建工程供应商浙江嘉兴中达建设有限公司进行函证，应付账款余额 20,341,876.18 元，回函相符。
  - （6）获取公司账户流水（含募集资金专项账户），对大额资金进行核查，核实是否存在异常的资金中转或回流情况。

**经核查，年审会计师认为：**

- 1、公司聘请了独立的第三方工程监理公司，对施工方工作量及付款申请进行审核，定期出具已完工工作量审核表；期末公司根据监理公司出具已完工工作量审核表对在建工程进行暂估入账并办理结算，公司相关记载及时、准确。
- 2、在建工程项目处于正常建设过程中，尚未达到预定可使用状态，账务核算符合《企业会计准则》的规定，不存在通过延迟转固少提折旧从而虚增利润的情形。
- 3、应付工程款大幅下降主要系根据项目阶段性进展正常付款影响所致，相关变动

具有商业合理性，不存在延迟转固、突击支付工程款或资金被占用的情况，在建工程投入真实。

4、延期事项已充分履行信息披露义务，不存在因资金问题或项目实质性停滞导致延期的情形。

5、公司在建工程主要供应商与公司及公司股东、实际控制人、董监高均不存在关联关系，交易价格公允，不存在利益倾斜情形，相关款项均按规定节点直接支付对应供应商，不存在资金占用情形。

6、公司资金来源稳定、融资渠道畅通，不存在流动性风险，亦不会因资金短缺造成项目建设延期或停滞。

7、在建工程项目处于正常建设过程中，不存在停工迹象，预计未来产能利用率能够得到有效使用，对在建工程项目已进行减值测试，不存在减值迹象。

8、对在建工程投入真实性、工程进度确认方法进行核实，检查应付工程款变动合理性，不存在预付工程款长期未结算的情形。

6. 报告期末，你公司存货账面价值为0.71亿元，较期初下降20.10%。其中，库存商品账面价值为0.31亿元，发出商品账面价值为0.17亿元。请你公司：（1）区分产品类别列示报告期末存货的库龄结构，说明库龄超过1年的存货金额及占比，是否存在滞销或过时产品；说明库龄较长存货的具体内容及处置计划。（2）结合存货可变现净值的确定依据、预计售价、至完工时估计将要发生的成本、估计的销售费用及相关税费，说明存货跌价准备计提是否充分，是否存在通过少提存货跌价准备调节利润的情形；说明可变现净值测算的关键假设及参数。（3）报告期末，库存商品账面价值同比下降39.88%。说明库存商品账面价值大幅下降的原因，是否存在大额退货或销售下滑的情形；说明库存商品下降与销售量增长的匹配性。请年审会计师对上述事项发表核查意见，并说明对存货真实性执行的核查程序及核查结果，说明存货监盘程序、跌价测试过程及关键参数选取依据，并对存货跌价准备计提的充分性发表明确意见。

#### 【公司回复】

6-1 区分产品类别列示报告期末存货的库龄结构，说明库龄超过1年的存货金额及占比，是否存在滞销或过时产品；说明库龄较长存货的具体内容及处置计划。

1、报告期各期末，公司存货库龄情况如下：

项目	库龄	2025年12月31日				
		账面余额	占对应类别比重	占存货整体金额比	存货跌价	存货跌价计提比例
原材料	1年以内	19,012,143.31	96.15%	25.89%	-	-
	1-2年	452,748.79	2.29%	0.62%	-	-

项目	库龄	2025年12月31日				
		账面余额	占对应类别比重	占存货整体金额比	存货跌价	存货跌价计提比例
	2年以上	307,575.28	1.56%	0.42%	13,698.13	4.45%
	小计	19,772,467.38	100%	26.93%	13,698.13	0.07%
半成品	1年以内	2,835,857.09	90.24%	3.86%	-	-
	1-2年	306,788.97	9.76%	0.42%	-	-
	2年以上	-	-	-	-	-
	小计	3,142,646.06	100.00%	4.28%	-	-
库存商品	1年以内	25,672,002.29	78.52%	34.96%	80,592.15	0.31%
	1-2年	4,409,626.84	13.48%	6.01%	523,264.97	11.87%
	2年以上	2,614,243.60	8.00%	3.56%	936,482.06	35.82%
	小计	32,695,872.73	100.00%	44.53%	1,540,339.18	4.71%
发出商品	1年以内	17,814,939.31	100.00%	24.26%	770,073.08	4.32%
	1-2年	-	-	-	-	-
	2年以上	-	-	-	-	-
	小计	17,814,939.31	100.00%	24.26%	770,073.08	4.32%
合计	1年以内	<b>65,334,942.00</b>	<b>88.98%</b>	<b>88.98%</b>	<b>850,665.23</b>	<b>1.30%</b>
	1-2年	<b>5,169,164.60</b>	<b>7.04%</b>	<b>7.04%</b>	<b>523,264.97</b>	<b>10.12%</b>
	2年以上	<b>2,921,818.88</b>	<b>3.98%</b>	<b>3.98%</b>	<b>950,180.19</b>	<b>32.52%</b>
	合计	<b>73,425,925.48</b>	<b>100.00%</b>	<b>100.00%</b>	<b>2,324,110.39</b>	<b>3.17%</b>

截至2025年末，公司库龄1年以上存货金额8,090,983.48元，占比11.02%。其中库龄1年以上原材料金额760,324.07元，占存货总额的1.04%；库龄1年以上半成品金额306,788.97元，占存货总额的0.42%；库龄1年以上库存商品金额7,023,870.44元，占存货总额的9.57%；存货已按公司会计政策确认存货跌价准备余额2,324,110.39元，占存货总额的3.17%。经实际盘点，上述存货均可正常使用，库龄1年以上存货仍存在有效市场需求，通过专场促销、折扣让利、组合销售等多种市场化方式可以实现该部分存货的销售。公司库龄1年以上的原材料主要系以钢板铝片等为主的五金制品、泡沫等包装材料，在安全存放的条件下可使用较长年限，库龄1年以上的原材料和半成品不存在过期、变质等情形。

2、库龄超过1年的存货情况具体内容及处置计划：

存货类别	品种	1年以上库龄存货			2026年1-4月销售结转/领用金额
		账面余额	存货跌价	账面价值	
库存商品	包装物等	224,048.78	190,898.23	33,150.55	19,565.46
库存商品	厨房小家电电饼铛类	192,238.71	18,516.75	173,721.96	165,858.33
库存商品	厨房小家电电烧烤类	492,018.02	138,223.00	353,795.02	94,602.64
库存商品	厨房小家电多功能锅类	986,822.13	263,307.12	723,515.01	234,222.89

存货类别	品种	1年以上库龄存货			2026年1-4月销售结转/领用金额
		账面余额	存货跌价	账面价值	
库存商品	厨房小家电空气炸锅类	1,441,388.38	338,173.44	1,103,214.94	793,204.13
库存商品	厨房小家电其他	1,331,904.78	233,299.35	1,098,605.43	1,031,419.55
库存商品	家居小家电	1,724,256.49	260,194.68	1,464,061.81	562,739.47
库存商品	其他（非电类）	631,193.15	17,134.46	614,058.68	409,644.63
小计		<b>7,023,870.44</b>	<b>1,459,747.03</b>	<b>5,564,123.40</b>	<b>3,311,257.10</b>
原材料	包装材料	192,388.72	-	192,388.72	1,324.05
原材料	电子元器件	6,813.33	-	6,813.33	260.78
原材料	塑胶及玻璃材料	104,460.67	-	104,460.67	2,497.66
原材料	塑胶原材料	60,011.94	-	60,011.94	16,437.30
原材料	五金材料	382,951.28	-	382,951.28	3,652.06
原材料	配件	13,698.13	13,698.13		
小计		<b>760,324.07</b>	<b>13,698.13</b>	<b>746,625.94</b>	<b>24,171.85</b>
半成品	五金制品	147,971.36	-	147,971.36	25,116.78
半成品	塑胶及玻璃制品	158,817.61	-	158,817.61	25,333.43
小计		<b>306,788.97</b>	-	<b>306,788.97</b>	<b>50,450.21</b>
总计		<b>8,090,983.48</b>	<b>1,473,445.16</b>	<b>6,607,518.12</b>	<b>3,385,879.16</b>

公司根据市场动态及时处理周转较慢的库存商品，通过促销、折扣等多种方式，加快周转较慢的库存商品的去化速度。两年以上库龄库存商品账面价值由年初10,211,058.10元下降至1,677,761.54元，下降了83.57%，2026年1-4月销售1年以上库龄产成品3,311,257.10元，占1年以上库龄存货账面余额的40.93%，公司制定的长库龄产品的处置措施已取得有效进展。

**6-2 结合存货可变现净值的确定依据、预计售价、至完工时估计将要发生的成本、估计的销售费用及相关税费，说明存货跌价准备计提是否充分，是否存在通过少提存货跌价准备调节利润的情形；说明可变现净值测算的关键假设及参数。**

公司存货包括原材料、半成品、库存商品、发出商品4类，公司生产工艺简单，生产周期短，基本当月完工，且外协生产占比较高，半成品为自主生产中注塑车间及五金车间加工的塑胶及玻璃制品及五金制品，2025年末，半成品余额占公司存货余额的4%，比例较小。原材料及半成品、库存商品存货可变现净值计算过程如下：

**1、原材料和半成品跌价计提方法和情况**

①公司原材料和半成品介绍：

公司原材料采购主要采取“以产定购”的模式。根据不同业务模式需求以及不同原材料特点，结合生产计划的需求，公司会确定不同原材料的库存水平，并结合原材料采购周期进行采购与储备。存货中的原材料为公司直接采购的用于生产的原料或零配件，半成品为公司将原料进行初步加工后制成的零配件。

②跌价计提具体方法：

公司期末按照账面成本与可变现净值孰低确认存货跌价准备，公司根据盘点确认原材料是否属于残冷背次情形，对确认难以继续使用的全额计提减值。

③跌价合理性分析：

原材料及半成品主要由五金原材料及五金制品、电子元器件、包装材料、塑胶原材料和塑胶及玻璃制品、机电类产品所用的电线、色粉、电机等构成，在安全存放的条件下可使用较长年限。针对库龄超过 1 年的存货，公司按照单个存货项目测试可使用状态，不存在原材料过期、变质等情形，存货减值的风险较小。此外，报告期内公司主要原材料采购价格稳中有升，与市场价值对比方面看未出现明显减值迹象。因此原材料和半成品跌价准备极小。

2、产成品跌价计提方法和情况

①跌价计提具体方法：

期末按照公司单品种型号进行测试，根据近期售价及销售费用率估计库存商品及发出商品的可变现净值，按照期末存货成本与预计未来可变现净值孰低计提减值损失。

预计未来可变现净值=预计销售价格\*（1-税费率），预计销售价格为公司最近一期的产品销售平均单价。

税费率=（当期销售费用+当期税金及附加）/近期营业收入

公司自产产品至完工时估计将要发生的成本主要包括后续材料费、人工费和制造费用以及外协加工费；具体根据每个型号 BOM 表确定标准成本，用该成本减去原材料标准成本为完工时估计将要发生的成本。

②跌价合理性分析：

公司主要型号存货期后均正常销售，跌价计提比例略有下降，主要系公司根据市场动态积极优化库存结构，跌价计提比例仍处于行业合理区间。

3、存货跌价计提比例与同行业比较

项目	公司名称	2025 年末	2024 年末	2023 年末
存货跌价准备计提比例	小熊电器	4.05%	4.04%	2.32%
	北鼎股份	3.53%	3.62%	3.77%
	美的集团	1.67%	1.44%	1.45%
	苏泊尔	1.13%	1.20%	1.09%
	可比公司平均值	2.60%	2.58%	2.16%

	利仁科技	3.17%	3.31%	1.85%
--	------	-------	-------	-------

公司已根据自身业务模式及存货周转情况确定存货跌价准备计提政策，且各年度存货跌价计提比例处于同行业可比公司计提比例合理区间内，与同行业可比公司相比不存在重大差异。

综上所述，公司存货可变现净值各项参数选取符合公司实际情况，公司已按照存货跌价计提政策对相应存货进行跌价准备计提，存货跌价准备计提谨慎、充分，不存在通过少提存货跌价准备调节利润的情形。

**6-3 报告期末，库存商品账面价值同比下降 39.88%。说明库存商品账面价值大幅下降的原因，是否存在大额退货或销售下滑的情形；说明库存商品下降与销售量增长的匹配性。**

**1、报告期末库存商品变化情况如下：**

库龄	2025 年末			2024 年末			账面价值变动	变动比率
	账面余额	存货跌价	账面价值	账面余额	存货跌价	账面价值		
1 年以内	25,672,002.29	80,592.15	25,591,410.14	39,233,106.26	1,278,942.52	37,954,163.74	-12,362,753.60	-32.57%
1-2 年	4,409,626.84	523,264.97	3,886,361.87	3,970,358.69	309,804.13	3,660,554.56	225,807.31	6.17%
2 年以上	2,614,243.60	936,482.06	1,677,761.54	11,283,790.85	1,072,732.75	10,211,058.10	-8,533,296.56	-83.57%
合计	32,695,872.73	1,540,339.18	31,155,533.55	54,487,255.80	2,661,479.40	51,825,776.40	-20,670,242.85	-39.88%

**2、库存商品账面价值大幅下降的原因**

报告期末，公司库存商品账面价值同比下降 39.88%，并非因销售下滑或大额退货导致，系公司主动顺应行业产品更新换代加快、消费者偏好持续转变的市场变化，积极优化库存结构的战略性经营举措。

针对周转偏慢的库存商品，公司通过专场促销、折扣让利、组合销售等多种市场化方式加大消化力度，有效降低库存积压；同时公司合理排产、以销定采、按需备货，严控新增低效库存，整体库存规模及账面价值同比明显回落。按需备货以及低效库存大幅消化是库存商品账面价值下降的主要原因。

**3、是否存在大额退货或销售下滑情形**

报告期内公司实现营业收入 4.34 亿元，同比增长 13.91%，经营规模稳步提升；2025 年度及 2026 年 1-5 月，公司不存在大额销售退回及库存异常回流情形，亦未出现主营业务销售量下滑情况。

**4、库存商品下降与销售量增长的匹配性**

报告期内公司营业收入、销售量同比实现增长，同时公司主动实施库存结构优化策略，在维持正常销售周转、实现营收规模增长的基础上，对周转慢库存进行促销消化，压降整体库存账面规模、减少资金占用。库存账面价值下降是销量稳健增长和主动清库

控库存共同作用的结果，存货变动与实际业务开展、销售增长趋势不存在背离，具备合理商业逻辑及匹配性。

综上，公司库存商品账面价值大幅下降，系主动优化库存结构、严控新增低效库存所致；报告期内无大额退货、无销售下滑情形；库存走低与销售量增长相互匹配，存货变动符合行业趋势及公司经营战略，具备合理性。

**【年审会计师回复】：**

**年审会计师对存货真实性执行的主要核查程序如下：**

1、对公司采购、生产、销售、财务人员进行访谈，了解公司存货管理相关的内控制度，并评价、测试相关内控制度设计和执行的有效性；了解各类存货的保质期、存货跌价准备计提政策；

2、取得公司报告期各期末的存货分库龄、类别明细表，对公司采购、生产、销售、财务人员进行访谈，了解公司存货各项明细的变动原因，分析各期末原材料、在产品、库存商品、发出商品的变动是否合理；

3、了解公司存货跌价准备的计提政策，重新计算存货跌价准备金额，检查公司存货跌价准备的计算是否准确。结合存货库龄分布、期后领用等情况，分析公司存货跌价准备计提是否充足；获取公司存货跌价准备测试明细表，复核存货跌价准备测试主要参数的依据及合理性；查阅同行业可比公司定期报告等，分析同行业可比公司的存货跌价准备计提情况；

4、对公司的期末库存执行监盘程序，对发出商品进行函证，确认存货真实性以及是否存在残冷背次材料和产品。抽盘及函证情况如下：

项目	抽盘比例	备注
原材料	86.94%	
半成品	40.61%	
库存商品	97.65%	

（续）

项目	发出商品	备注
发函比例	59.34%	
回函比例（回函/发函）	100.00%	
回函比例（回函/审定金额）	59.34%	

**经核查，年审会计师认为：**

1、结合期后销售情况，公司期末库龄超过一年以上的存货通过各类促销方式均能实现正常销售，不存在滞销和过时产品。

2、公司期末存货金额真实、准确、完整；存货跌价准备计提充分，与自身存货状况相符，不存在通过少提存货跌价准备调节利润的情形。

3、库存商品账面价值下降具备合理性，不存在大额退货或销售下滑的情形，与销售量增长相匹配。

4、通过对存货真实性执行核查程序，存货真实存在。

5、对存货计提跌价准备过程中关键参数的选取进行了复核，对存货跌价计提比例进行同行业对比分析，存货跌价准备计提充分合理。

7. 报告期末，公司应收账款账面余额为0.72亿元，坏账准备为0.22亿元。其中，你公司应收客户A的款项余额为0.17亿元，你公司已对该笔款项全额计提坏账，计提理由为存在破产风险。请你公司：（1）说明客户A的名称、合作历史、销售内容及形成应收账款的时间，说明客户破产的具体情况及公司采取的追偿措施。（2）说明按单项计提坏账准备的判断依据及合理性，是否存在前期未及时计提导致本期大额计提的情形，是否存在通过坏账准备计提调节利润的情形。（3）结合应收账款账龄结构、主要客户信用状况、期后回款情况、同行业可比公司坏账计提比例，说明应收账款坏账准备计提是否充分。（4）你公司按欠款方归集的期末余额前五名的应收账款期末余额为0.45亿元，占比62.07%。说明前五名应收账款客户名称、实缴资本、注册地址、参保人数、销售金额、应收账款、坏账准备、账龄、销售内容、销售模式、收入确认政策、信用政策、期后回款情况，是否存在关联关系或可能导致利益倾斜的其他关系，是否存在通过应收账款长期挂账虚构收入的情形。请年审会计师对上述事项发表核查意见，并说明对应收账款真实性及坏账准备计提充分性执行的核查程序及核查结论，说明函证回函情况及替代测试程序。

#### 【公司回复】

7-1 说明客户 A 的名称、合作历史、销售内容及形成应收账款的时间，说明客户破产的具体情况及公司采取的追偿措施。

##### 1、说明客户 A 的名称、合作历史、销售内容及形成应收账款的时间

公司单项金额重大并单项计提坏账准备的客户 A 为苏宁易购集团股份有限公司苏宁采购中心（以下简称“苏宁采购中心”），曾是公司 B2B2C 销售模式中的重要客户，销售内容为利仁全品类产品，公司与该客户无关联关系。截至 2025 年末，利仁科技应收苏宁采购中心余额 17,232,284.98 元。

2020 年至 2022 年公司对苏宁采购中心销售收入分别为 2,345.82 万元、1,525.28 万元和 485.36 万元，截至 2022 年末应收苏宁采购中心余额 1,724.61 万元，自 2023 年开始未再发生交易。

##### 2、客户破产的具体情况及公司采取的追偿措施

2022 年苏宁采购中心涉诉案件增多、可持续经营存在重大不确定性且对公司应收账款出现逾期，公司判断该客户回款风险大幅提高，故 2022 年末对相关应收款项全额计

提减值准备。

自 2022 年下半年起，苏宁采购中心出现回款逾期后，公司持续通过函件沟通、现场协商等方式推进催收工作，受对方资金状况影响，款项未能收回。公司于 2023 年 8 月 15 日向江苏省南京市中级人民法院提起诉讼，该院于 2024 年 10 月 11 日作出一审判决，判决公司胜诉，判令苏宁采购中心履行付款义务。苏宁采购中心不服判决提起上诉，江苏省高级人民法院于 2025 年 3 月 24 日出具(2024)苏民终 1762 号《民事裁定书》，裁定准许其撤回上诉，一审判决自此生效。截至本回复出具日，尚未回款，公司将持续跟进后续进展。

7-2 说明按单项计提坏账准备的判断依据及合理性，是否存在前期未及时计提导致本期大额计提的情形，是否存在通过坏账准备计提调节利润的情形。

期末单项计提坏账准备的应收账款情况如下：

名称	应收账款（按单位）	年末余额				工商状态	单项计提坏账起始年份
		应收账款	坏账准备	计提比例	计提理由		
客户 A	苏宁易购集团股份有限公司苏宁采购中心	17,232,284.98	17,232,284.98	100.00%	苏宁存在破产风险全额计提坏账准备	在业	2022 年末
客户 B	沧州市宏丰家电商贸有限公司	749,925.38	749,925.38	100.00%	确定无法收回	存续	2018 年末
其他零星客户	润家商业科技（北京）有限公司	109,548.58	109,548.58	100.00%	已注销	注销	2022 年末
	北京时泰亨商贸有限公司	26,977.83	26,977.83	100.00%	已注销	注销	2022 年末
	北京金源联合科贸有限公司	14,969.00	14,969.00	100.00%	已注销	注销	2021 年末
	郑州松源家用电器有限公司	8,541.40	8,541.40	100.00%	已注销	注销	2022 年末
	山西吉信诚商贸有限公司	7,043.60	7,043.60	100.00%	已注销	注销	2021 年末
	乐拍（上海）商业有限公司	5,791.83	5,791.83	100.00%	已注销	注销	2021 年末
	洪洞县一洲商贸有限公司	5,008.00	5,008.00	100.00%	已注销	注销	2021 年末
	纽海信息技术（上海）有限公司	4,726.15	4,726.15	100.00%	已注销	注销	2021 年末
	农村淘宝	1,376.50	1,376.50	100.00%	已注销	注销	2021 年末
	济南飞鸥商贸有限责任公司	351.10	351.10	100.00%	已注销	注销	2021 年末
	河北三佳润尚商贸有限责任公司	160.00	160.00	100.00%	已注销	注销	2021 年末
	合计		<b>18,166,704.35</b>	<b>18,166,704.35</b>	<b>100.00%</b>		

沧州市宏丰家电商贸有限公司原为公司经销商，双方终止合作已近十年。因沧州市宏丰家电商贸有限公司长期拖欠货款，公司依法向北京市西城区人民法院提起诉讼。经审理，该院于2016年7月14日作出（2016）京0102民初7774号民事判决书，判令被告限期支付所欠货款。判决生效后，公司于同年向法院申请强制执行，但经法院财产调查程序查明，沧州市宏丰家电商贸有限公司无可供执行的财产，导致执行程序终结，相关债权至今未能实现。

其他零星客户坏账准备系针对以前年度因客户注销等原因导致无法收回的应收款项所计提的全额减值准备。

苏宁易购集团股份有限公司苏宁采购中心单项计提坏账准备金额为17,232,284.98元，占公司期末单项计提坏账准备总额的94.86%，构成单项计提的主要组成部分。苏宁易购集团股份有限公司2022年年报披露的审计报告意见为带与持续经营相关的重大不确定性段落的无保留意见，基于其金额重大性及风险特征的特殊性，公司于2022年对苏宁易购集团股份有限公司苏宁采购中心单项计提坏账准备（全额计提）与同行业平均单项计提比例、计提期间基本接近，同行业上市公司对ST易购应收款项的会计处理情况如下所示：

股票代码	公司简称	客户名称	应收余额（万元）	坏账（万元）	备注
603579	荣泰健康	苏宁易购集团股份有限公司	989.50	989.50	2022年末全额计提
603868	飞科电器	客户一	5,260.43	5,260.43	2022年末全额计提
300911	亿田智能	苏宁易购集团股份有限公司苏宁采购中心	1,185.32	1,185.32	2022年末全额计提
002640	跨境通	苏宁易购集团股份有限公司	3,303.26	3,303.26	2022年末全额计提
603825	华扬联众	江苏苏宁易购电子商务有限公司	13,199.81	6,599.91	2022年年报计提50%
603825	华扬联众	苏宁云商集团股份有限公司苏宁采购中心	392.14	196.07	2022年年报计提50%
300894	火星人	苏宁易购集团股份有限公司苏宁采购中心	4,109.77	2,054.89	2022年半年报计提30%，2022年年报计提50%
603551	奥普家居	苏宁易购集团股份有限公司	623.42	498.73	2022年年报计提80%

注：飞科电器：上海飞科电器股份有限公司2022年年度股东大会会议资料（二）资产核销和计提准备情况披露单项计提坏账准备2391.24万元为对苏宁易购的坏账准备补提至100%。

由上表可知，公司与同行业平均单项计提比例基本接近，对所面临的同一客户信用减值风险评估与同行业其他公司的判断基本一致。

综上所述，公司各年对部分客户全额计提减值准备具有合理性，不存在前期未及时

计提导致本期大额计提的情形，不存在通过坏账准备计提调节利润的情形，期末应收账款的信用减值准备计提合理、谨慎。

7-3 结合应收账款账龄结构、主要客户信用状况、期后回款情况、同行业可比公司坏账计提比例，说明应收账款坏账准备计提是否充分。

1、报告期各期末，应收账款余额各账龄占比如下表所示：

账龄	2025年12月31日金额	2025年12月31日占比	2024年12月31日金额	2024年12月31日占比
1年以内	50,980,200.59	70.48%	59,007,093.07	67.57%
1-2年	1,224,102.45	1.69%	8,164,483.14	9.35%
2-3年	616,629.87	0.85%	5,551,904.15	6.36%
3-4年	5,044,868.12	6.97%	11,802,524.52	13.52%
4-5年	11,670,974.94	16.14%	1,064,098.05	1.22%
5年以上	2,794,572.19	3.86%	1,735,149.74	1.99%
合计	<b>72,331,348.16</b>	<b>100.00%</b>	<b>87,325,252.67</b>	<b>100.00%</b>

2、应收账款前五大欠款方情况如下：

客户名称	销售产品类型	销售额	应收账款余额	应收账款占收入比 (%)	账期	逾期金额	坏账准备余额	期后回款	是否关联方	客户信用状况
苏宁易购集团股份有限公司苏宁采购中心	—	-	17,232,284.98	-	3-4 年 4,827,929.04 元, 4-5 年 11,564,508.04 元, 5 年以上 839,847.90 元	17,232,284.98	17,232,284.98	-	否	支付能力严重下降
北京京东世纪贸易有限公司	电饼铛类	62,114,683.31	14,173,568.61	12.25%	1 年以内	-	708,678.43	14,173,568.61	否	信用状况良好, 回款能力良好
	电烧烤盘类	618,019.49								
	多功能锅类	22,127,736.33								
	空气炸锅类	9,305,350.75								
	其他	17,354,032.66								
	其他（非电类）	4,169,438.52								
小计	<b>115,689,261.06</b>									
天津九星科技有限公司	电饼铛类	6,611,083.93	8,651,010.84	104.21%	1 年以内	6,407,162.60	432,550.54	8,221,476.98	否	信用状况良好, 回款能力良好
	电烧烤盘类	71,292.53								
	多功能锅类	695,980.50								
	家居小家电	18,622.54								
	空气炸锅类	177,376.41								
	其他	573,041.68								
	其他（非电类）	154,472.16								
小计	<b>8,301,869.75</b>									
古宝天（天津）科技有限公司	电饼铛类	2,742,154.69	2,699,311.23	63.56%	1 年以内	134,781.19	134,965.56	1,506,663.42	否	信用状况良好, 回
	多功能锅类	629,892.51								
	家居小家电	71,220.76								

客户名称	销售产品类型	销售额	应收账款余额	应收账款占收入比(%)	账期	逾期金额	坏账准备余额	期后回款	是否关联方	客户信用状况
	空气炸锅类	268,800.57								款能力良好
	其他	526,414.06								
	其他（非电类）	8,358.48								
	<b>小计</b>	<b>4,246,841.07</b>								
<b>自然人肖淑芳控制的企业合计</b>		<b>12,548,710.82</b>	<b>11,350,322.07</b>	<b>90.45%</b>	—	<b>6,541,943.79</b>	<b>567,516.10</b>	<b>9,728,140.40</b>	—	—
秦皇岛佑和商贸有限公司	电饼铛类	2,693,023.92	2,137,849.29	39.13%	1年以内	1,574,892.94	106,892.46	2,137,849.29	否	信用状况良好，回款能力良好
	多功能锅类	1,849,091.77								
	家居小家电	124.33								
	空气炸锅类	94,497.94								
	其他	719,629.84								
	其他（非电类）	107,206.20								
	<b>小计</b>	<b>5,463,574.01</b>								
<b>合计</b>		<b>133,701,545.89</b>	<b>44,894,024.95</b>	<b>33.58%</b>	—	<b>25,349,121.71</b>	<b>18,615,371.97</b>	<b>26,039,558.30</b>	—	—

### 3、坏账准备计提比例的确定依据

公司对于应收款项，除对单项金额重大且已发生信用减值的款项单项确定其信用损失外，通常按照共同信用风险特征组合的基础上，考虑预期信用损失计量方法应反映的要素，参考历史信用损失经验，编制应收账款账龄与违约损失率对照表，以此为基础计算预期信用损失。

参考历史信用损失经验，结合当前状况并考虑前瞻性因素等，运用账龄迁徙法计算预期历史损失率并确定坏账准备。2025年预期信用损失率计算过程如下：

账龄	预期信用损失率	计提比例
1年以内（含1年）	0.40%	5.00%
1-2年	4.54%	10.00%
2-3年	21.98%	30.00%
3-4年	48.39%	50.00%
4-5年	81.62%	80.00%
5年以上	100.00%	100.00%

注1：公司预期信用损失率计算以2021年末至2025年末最近五年数据为基础，使用迁徙率进行测算并基于谨慎性对各年结果调增5%。

注2：基于谨慎性考虑，5年以上应收账款平均迁徙率和历史损失率直接认定为100%。

参考历史信用损失情况，在结合当前状况以及对未来预测，编制计算2021-2025年的预期损失率如上表所示，基于谨慎性和一致性的会计原则，公司仍按原坏账计提比例计提坏账准备，公司计提政策保持合理谨慎。

### 4、公司坏账计提政策及比例与可比公司的差异情况及合理性

公司按组合计算应收账款整个存续期内的预期信用损失率并计算预期信用损失，与同行业可比公司坏账计提政策对比如下：

账龄	对比情况				
	苏泊尔	小熊电器	北鼎股份	平均	利仁科技
1年以内	3.25%	5.00%	2.00%	3.42%	5.00%
1至2年	8.00%	20.00%	8.00%	12.00%	10.00%
2至3年	15.00%	50.00%	15.00%	26.67%	30.00%
3至4年	50.00%	100.00%	50.00%	66.67%	50.00%
4至5年	80.00%	100.00%	80.00%	86.67%	80.00%
5年以上	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%

注：以上可比公司数据来自其公开披露文件。苏泊尔将外部应收账款分为账龄组合及低风险组合，低风险组合为外销第三方货款等风险极低的款项，按0.1%的余额百分比法计提；表格中未考虑低风险组合，仅使用其账龄组合的计提比例。

综上，公司应收款项的坏账准备计提政策与同行业可比公司不存在显著差异，公司根据自身经营状况、所处行业特点，采用了较为谨慎的坏账准备比例，公司坏账准备计提政策合理、谨慎，符合行业特征及公司实际状况。

7-4 你公司按欠款方归集的期末余额前五名的应收账款期末余额为 0.45 亿元，占比 62.07%。说明前五名应收账款客户名称、实缴资本、注册地址、参保人数、销售金额、应收账款、坏账准备、账龄、销售内容、销售模式、收入确认政策、信用政策、期后回款情况，是否存在关联关系或可能导致利益倾斜的其他关系，是否存在通过应收账款长期挂账虚构收入的情形。

应收账款前五大欠款方情况如下：

客户名称	注册资本	实缴资本	注册地址	参保人数	销售模式	收入确认时点	收入确认依据
苏宁易购集团股份有限公司苏宁采购中心	926476.7618 万人民币	-	南京市鼓楼区山西路 8 号金山大厦 B 楼第 1-4 层	2009	B2B2C	公司对电商平台出具的结算单核对无误后于结算单出具时点所属期间确认收入	电商平台出具的结算单
北京京东世纪贸易有限公司	139798.5564 万美元	139798.5564 万美元	北京市北京经济技术开发区科创十一街 18 号 C 座 2 层 201 室	12007	B2B2C	公司对电商平台出具的结算单核对无误后于结算单出具时点所属期间确认收入	电商平台出具的结算单
天津九星科技有限公司	100 万人民币	47.9 万人民币	天津市武清区京滨工业园京滨睿城 10 号楼 4086 室	3	线下经销	经销商签收后确认收入	签收单
古宝天（天津）科技有限公司	100 万人民币	100 万人民币	天津市武清区大王古庄镇大营村一区 6 排 11 号	2	线下经销	经销商签收后确认收入	签收单
秦皇岛佑和商贸有限公司	100 万人民币	50 万人民币	秦皇岛市海港区东环路 406 号	11	线下经销	经销商签收后确认收入	签收单

（续）

客户名称	销售产品类型	销售额	报告期回款金额	应收账款余额	应收账款占收入比 (%)	账期	逾期金额	坏账准备余额	期后回款	是否关联方	客户信用状况
苏宁易购集团股份有限公司苏宁采购中心	—	-	-	17,232,284.98	-	3-4 年 4,827,929.04 元，4-5 年 11,564,508.04 元，5 年以上 839,847.90 元	17,232,284.98	17,232,284.98	-	否	支付能力严重下降

客户名称	销售产品类型	销售额	报告期回款金额	应收账款余额	应收账款占收入比(%)	账期	逾期金额	坏账准备余额	期后回款	是否关联方	客户信用状况
北京京东世纪贸易有限公司	电饼铛类	62,114,683.31	128,093,184.21	14,173,568.61	12.25%	1年以内	-	708,678.43	14,173,568.61	否	信用状况良好，回款能力良好
	电烧烤盘类	618,019.49									
	多功能锅类	22,127,736.33									
	空气炸锅类	9,305,350.75									
	其他	17,354,032.66									
	其他（非电类）	4,169,438.52									
	<b>小计</b>	<b>115,689,261.06</b>									
天津九星科技有限公司	电饼铛类	6,611,083.93	17,172,261.00	8,651,010.84	104.21%	1年以内	6,407,162.60	432,550.54	8,221,476.98	否	信用状况良好，回款能力良好
	电烧烤盘类	71,292.53									
	多功能锅类	695,980.50									
	家居小家电	18,622.54									
	空气炸锅类	177,376.41									
	其他	573,041.68									
	其他（非电类）	154,472.16									
	<b>小计</b>	<b>8,301,869.75</b>									
古宝天（天津）科技有限公司	电饼铛类	2,742,154.69	8,315,261.20	2,699,311.23	63.56%	1年以内	134,781.19	134,965.56	1,506,663.42	否	信用状况良好，回款能力良好
	多功能锅类	629,892.51									
	家居小家电	71,220.76									
	空气炸锅类	268,800.57									
	其他	526,414.06									
	其他（非电类）	8,358.48									
	<b>小计</b>	<b>4,246,841.07</b>									
<b>自然人肖淑芳控制的企业合计</b>	<b>12,548,710.82</b>	<b>25,487,522.20</b>	<b>11,350,322.07</b>	<b>90.45%</b>	—	<b>6,541,943.79</b>	<b>567,516.10</b>	<b>9,728,140.40</b>	—	—	
秦皇岛佑和	电饼铛类	2,693,023.92	8,187,482.02	2,137,849.29	39.13%	1年以内	1,574,892.94	106,892.46	2,137,849.29	否	信用状况

客户名称	销售产品类型	销售额	报告期回款金额	应收账款余额	应收账款占收入比(%)	账期	逾期金额	坏账准备余额	期后回款	是否关联方	客户信用状况
商贸有限公司	多功能锅类	1,849,091.77									良好，回款能力良好
	家居小家电	124.33									
	空气炸锅类	94,497.94									
	其他	719,629.84									
	其他（非电类）	107,206.20									
	小计	5,463,574.01									
合计		133,701,545.89	161,768,188.43	44,894,024.95	33.58%	—	25,349,121.71	18,615,371.97	26,039,558.30	—	—

公司对主要经销商信用期为 30 天至 90 天，其中合作年限较久、规模较大的经销商为 90 天，B2C 模式下，普通消费者为先款后货，通常无应收。B2B2C 模式下，公司对主要客户的信用期大多在 30 天以内，考虑结算周期在内，通常为 60 天左右。出口模式下主要客户的信用期为 60 天。报告期内信用政策无变化，保持稳定。

应收账款前五大欠款方逾期金额占比为 56.46%，扣除已全额计提坏账准备的苏宁易购集团股份有限公司苏宁采购中心后为 29.34%。部分客户存在超过信用期回款的情形。

逾期原因：公司给予经销商的企业信用期为 90 天，报告期内信用政策无变化，保持稳定。上述公司主要从事终端渠道销售，主要面向大型集团公司、礼品渠道和商超进行销售，上述公司的客户通常结算周期较长，造成上述公司 2025 年末资金周转回笼较慢，故对公司销售回款产生逾期。

经核查，上述客户与公司、公司股东、实际控制人、董监高及其他核心人员不存在关联关系或可能导致利益倾斜的其他关系，不存在通过应收账款长期挂账虚构收入的情形。

**【年审会计师回复】：**

**年审会计师执行的主要核查程序如下：**

1、访谈公司销售业务负责人、财务负责人，了解公司与主要客户合作的标准和具体方式，了解公司与其主要客户之间的交易内容、背景、业务流程，了解主要客户的基本情况、与公司合作的历史等情况。

2、获取公司与销售相关的内部控制制度，了解和评价销售与收款循环相关内部控制的设计有效性，并对关键内部控制的运行有效性实施控制测试。

3、询问公司销售业务负责人、财务负责人，了解公司主要客户定价方式、信用政策、付款方式，分析主要客户销售数量及金额、应收账款余额变动情况及原因。

4、检查构成期末应收账款余额的销售合同、销售订单、送货单、销售发票及公司付款银行流水等资料，测试应收账款账龄的真实性、准确性。

5、对主要客户执行函证程序，核查报告期内销售金额以及期末往来余额情况，函证情况如下：

项目	营业收入	应收账款
审定金额	434,440,832.36	50,069,544.78
发函金额	197,015,703.48	43,247,426.54
回函金额	196,658,701.35	41,916,689.92
发函比例	45.35%	86.37%
回函可确认金额	188,880,735.75	41,916,689.92
回函可确认比例（回函/审定金额）	43.48%	83.72%
替代测试金额	8,134,967.73	1,330,736.62
回函+替代测试可确认比例	45.35%	86.37%

注：B2C 模式下的收入系公司在线上开设的自营店铺，未进行函证，B2C 模式下的收入为 177,441,564.55 元。

6、实地或视频访谈主要经销商客户，了解交易背景、与公司合作历史、定价方式、交易及价格变动情况等，就客户及其关联方与公司、公司股东、实际控制人、董监高及其他核心人员是否存在关联关系或其他利益输送情形进行确认。

7、结合询问、检查、函证、走访等程序，检查公司对应收余额变动原因、应收账款前五名余额变动原因的披露是否完整、真实、准确。

8、复核报告期内公司是否按照坏账准备计提政策计提了相应的坏账准备，计提的坏账准备是否充分；获取可比公司应收账款坏账准备计提政策，并与公司坏账准备计提政策进行比较，分析是否存在重大差异。

经核查，年审会计师认为：

1、公司于2022年对苏宁易购集团股份有限公司苏宁采购中心单项计提坏账准备（全额计提）与同行业平均单项计提比例、计提期间基本接近。公司对该客户信用减值风险评估与同行业其他公司的判断基本一致；公司期末应收账款的信用减值准备计提合理、谨慎。公司针对部分客户回款困难的情况采取了有效的催收措施。

2、报告期内，公司对部分客户单项计提坏账准备具备合理性，不存在前期未及时计提导致本期大额计提的情形，不存在通过坏账准备计提调节利润的情形。

3、公司坏账准备计提政策与同行业可比公司不存在重大差异，坏账准备计提充分、合理。

4、公司应收账款前五名客户与公司、公司股东、实际控制人、董监高及其他核心人员不存在关联关系或可能导致利益倾斜的其他关系，应收账款变动与自身经营情况相符，真实、合理，不存在通过应收账款长期挂账虚构收入的情形。

5、对应收账款实施了询问、检查、函证、走访等程序，公司应收账款具有真实性，坏账准备计提充分。

8. 报告期内，你公司销售费用为0.78亿元，其中，推广及促销费为0.56亿元，占比71.31%，同比增长32.21%。请你公司：（1）分项列示报告期内推广及促销费的具体构成，说明推广及促销费大幅增长的原因及合理性，是否与营业收入增长相匹配。（2）结合各销售渠道的获客成本、转化率及投入产出比，分析公司营销效率是否有所下降，与同行业可比公司是否存在重大差异，是否存在通过高额推广费用虚增收入或维持市场份额的情形。请年审会计师对上述事项发表核查意见，并说明对销售费用、管理费用及研发费用的真实性、完整性的核查情况，是否存在商业贿赂或利益输送情形，并对费用归集的完整性、准确性发表明确意见。

#### 【公司回复】

8-1 分项列示报告期内推广及促销费的具体构成，说明推广及促销费大幅增长的原因及合理性，是否与营业收入增长相匹配。

报告期内，公司推广费的构成及推广费率情况如下：

类别	2025 年	2024 年	变动比例
线上推广费用	43,218,687.09	34,211,729.96	27.73%
线下推广费用	12,745,372.11	8,118,082.36	51.07%
推广费合计	55,964,059.20	42,329,812.32	32.21%
线上销售金额	319,603,230.39	260,540,995.96	22.67%
主营业务收入总额	432,807,896.58	379,813,627.46	13.95%
线上销售推广费率	13.52%	13.13%	——
主营业务推广费用率	12.93%	11.14%	——

报告期内，公司的线上推广及促销费主要包括线上品牌推广费用、线上渠道费用；线下推广及促销费用主要通过高铁广告等形式进行品牌推广，进一步提高品牌知名度，加强对消费者的触达。

如上表所示，2024 年度至 2025 年度公司线上渠道销售收入增长，线上推广费用同步增长，增长趋势基本一致，与收入增长相匹配。线上销售推广费率比例略有增长主要系公司本期为推广新产品增加了相关线上种草、直播等投入。

线下推广费用增长主要系本年新增广告投放供应商兆讯新媒体科技有限公司，在全国多个地区为公司投放品牌广告，导致线下推广费用增加。

8-2 结合各销售渠道的获客成本、转化率及投入产出比，分析公司营销效率是否有所下降，与同行业可比公司是否存在重大差异，是否存在通过高额推广费用虚增收入或维持市场份额的情形。

线上推广费用为针对 B2C 模式和 B2B2C 模式进行的投入，主要店铺或平台指标如下：

店铺名称	获客成本		转化率		投入产出比	
	2025 年度	2024 年度	2025 年度	2024 年度	2025 年度	2024 年度
天猫利仁官方旗舰店 (B2C)	23.36	22.16	2.96%	2.42%	8.08	7.23
北京京东世纪贸易有限公司 (B2B2C)	11.88	9.05	6.10%	6.40%	13.65	15.31

如上表所示，各渠道获客成本、转化率、投入产出比基本稳定，小幅变动主要系公司为推出不锈钢 0 涂层等系列新品，增加了线上直播、种草等投入，优先投放高精度高意向流量，提高转化效率，综合营销效率基本稳定。

整体推广费率与同行业可比公司对比情况如下：

单位名称	2025 年度	2024 年度
小熊电器	9.46%	11.35%
北鼎股份	18.21%	14.98%
苏泊尔	8.61%	7.54%
同行业平均值	12.10%	11.29%
利仁科技	12.88%	11.10%

结合上表，公司促销及推广费用变动与收入变动趋势基本一致，推广费率变动与公司实际经营情况相符，与同行业可比公司变动趋势基本一致，不存在通过高额推广费用虚增收入或维持市场份额的情形。

**【年审会计师回复】：**

**年审会计师执行的主要核查程序如下：**

1、获取公司报告期内期间费用明细表，对其执行分析性复核程序，将期间费用及各明细项目发生金额与上年进行比较，分析变动的合理性；计算期间费用占营业收入比例；

2、针对推广费用，访谈公司财务总监和业务负责人，了解公司的推广模式和主要推广渠道；

3、查询同行业可比公司公开披露的信息，了解同行业可比公司促销及推广费用的构成及变动情况，与公司进行对比分析并结合销售模式、竞争格局等因素分析差异原因；

4、结合推广及促销费的线上线下渠道分析其变动情况，将与销售收入直接相关的费用与相应业务收入进行匹配分析，核查其是否与收入变动趋势一致；

5、对销售费用、管理费用、研发费用的核查程序：执行期间费用细节测试，检查与期间费用相关包括合同、发票、费用台账等支持性文件，分析是否具备真实交易背景，是否具备商业合理性，判断费用发生是否真实、合理；是否完整、准确记录了相关费用；

6、对公司及实际控制人的资金流水进行核查，检查其是否存在代垫费用等情况；

7、针对资产负债表日前后记录的期间费用执行截止测试程序。

**经核查，年审会计师认为：**

1、公司报告期内推广及促销费用变动与收入增长相匹配，不存在重大异常。

2、公司推广费率变动趋势与同行业可比公司基本一致，不存在重大差异，不存在通过高额推广费用虚增收入或维持市场份额的情况。

3、公司报告期内期间费用与公司经营及收入规模相匹配，费用归集完整准确，具备真实交易背景，不存在商业贿赂或利益输送情形。

9. 报告期内，你公司向关联方仁润实业集团有限公司（以下简称仁润实业）采购服务金额为176.09万元。同时，公司作为承租方向仁润实业租赁办公用房，本期支付租金418.15万元。仁润实业由你公司控股股东、实际控制人宋老亮持股50%，实际控制人齐连英担任执行董事、经理，实际控制人之子宋天义持股50%并担任监事。报告期末，你公司其他应收款中应收仁润实业177.86万元。请你公司：（1）说明向仁润实业采购服务的具体内容、定价依据及公允性，对比市场同类服务价格说明是否存在利益输送情形；说明采购服务的必要性及是否存在替代方案。（2）说明你公司向仁润实业租赁办公用房的租赁面积、单价及市场可比价格，分析租赁价格的公允性，是否存在通过关联租赁调节利润或占用公司资金的情形。（3）说明应收仁润实业集团有限公司款项的形成原因、发生时间、具体用途及长期未收回的原因，是否存在非经营性资金占用

情形，公司采取的催收措施及效果。（4）结合关联方基本情况、财务状况，说明关联方是否具备履约能力，是否存在通过关联方调节利润的情形；说明相关关联交易是否具有商业实质。请年审会计师对上述事项发表核查意见，并核查关联交易的真实性及公允性，说明对关联方资金往来的核查程序及核查结论，是否存在控股股东及其关联方占用上市公司资金的情形，并对内部控制的有效性发表明确意见。

**【公司回复】**

**9-1 说明向仁润实业采购服务的具体内容、定价依据及公允性，对比市场同类服务价格说明是否存在利益输送情形；说明采购服务的必要性及是否存在替代方案。**

公司向关联方采购的服务包含办公楼租赁服务及物业管理服务两类。交易定价参照同时期、同地段、同品质办公楼宇的租赁及物业服务行情确定。京润大厦周边同时期楼龄以及装修环境较为接近的办公楼对外出租市场平均价格如下：

办公楼名称	位置	含物业费价格
天***大厦	北京市西城区阜外大街***	7.0-8.5 元/m <sup>2</sup> /天
外***大厦	北京市西城区阜外大街***	7.0-8.0 元/m <sup>2</sup> /天
京润大厦	北京市西城区阜外大街甲 28 号	7.0-8.0 元/m <sup>2</sup> /天

结合上表，公司租入京润大厦办公区租金含物业费 7.1 元/m<sup>2</sup>/天，与市场同类服务收费标准基本持平，定价具备公允性，与外部第三方服务报价不存在显著偏差，不存在通过价差调节利益、向关联方输送利益的情形。

公司长期以北京为核心经营基地，公司在北京市内无自有房产，注册地址长期设于该楼宇，固定办公场所可保障日常经营、业务往来及商务接待稳步开展，相关物业服务能够满足办公运营基本需求，该项关联采购具备实际经营必要性。目前暂无区位配套、运营成本、经营适配性更优的可替代办公选址及服务方案，公司关联交易契合公司经营布局，具备充分商业合理性。

**9-2 说明你公司向仁润实业租赁办公用房的租赁面积、单价及市场可比价格，分析租赁价格的公允性，是否存在通过关联租赁调节利润或占用公司资金的情形。**

公司向关联方仁润实业有限公司（以下简称“仁润实业”）租赁京润大厦办公及库房，明细如下：

租赁位置	面积（m <sup>2</sup> ）	含税单价（元/m <sup>2</sup> /天）	年含税租金（元）	备注
京润大厦 701 室	450.00	5.2	854,100.00	办公
京润大厦 4-5 层	1,957.34	5.2	3,715,031.32	办公
京润大厦 B1 西侧小库房	148.12	4.5	243,287.10	库房

京润大厦 B1 西侧库房 2 个+楼顶库房	121.80	4.5	200,000.00	库房
<b>合计</b>	<b>2,555.46</b>	—	<b>5,012,418.42</b>	

公司租入京润大厦办公区租金不含物业费 5.2 元/m<sup>2</sup>/天，库房：4.5 元/m<sup>2</sup>/天，较仁润实业 2025 年度对外出租价格不含物业费 5.1-6.1 元/m<sup>2</sup>/天，受租赁面积、租赁时间和楼层影响略有差异，租金处于当地市场合理区间。此外，京润大厦所有租户执行统一物业费标准，收费口径一致。

公司租赁定价与京润大厦对其他客户出租价格基本持平，结合大面积长期租赁的商业折扣，租金处于当地市场合理区间，定价公允，不存在异常让利或高价输送利益情形。

**9-3 说明应收仁润实业集团有限公司款项的形成原因、发生时间、具体用途及长期未收回的原因，是否存在非经营性资金占用情形，公司采取的催收措施及效果。**

**1、款项形成原因、发生时间及具体用途**

公司应收关联方款项全部为日常经营过程中，因向关联方采购办公楼租赁服务及物业管理服务所支付的押金，属于经营性往来款项，不存在非经营性往来情形。该等款项均为对应年度签订办公场地租赁及物业服务合同后，按照合同约定标准足额缴纳的履约押金，是公司正常开展办公经营活动产生的合理款项，具备真实的商业交易背景。

期末应收仁润实业集团有限公司押金 1,778,566.92 元，其中租赁押金 1,772,566.92 元，具体发生时间分别为 2020 年形成押金款项 1,081,672.74 元、2022 年形成押金款项 362,844.18 元、2024 年形成押金款项 328,050 元；固定电话押金 6000 元，具体发生时间为 2020 年之前。仁润实业集团有限公司对外租赁押金收取方式均为三个月租赁费用，对公司收取押金方式及比例与对其他租户收取方式相一致。各期款项均对应当期办公租赁及物业合作的履约担保需求，应收押金具有合理性。

**2、款项长期未收回的原因**

上述关联方押金款项账龄较长，主要系公司持续深耕北京区域经营发展，长期稳定租赁该关联方办公楼宇用于日常经营办公，存续合作期间多次续租。根据双方合作惯例及合同约定，公司历次续租时，原有到期押金不予退回，直接延续作为新一轮租赁及物业服务合作的履约押金，同时根据因租赁面积变化并结合合同约定补足差额押金，由此导致前期形成的押金款项持续挂账，不存在拖延回款的情形。

**3、是否存在非经营性资金占用情形**

本次应收关联方款项均基于真实的办公租赁、物业服务经营性交易产生，款项用途明确、交易背景真实，严格服务于公司日常生产经营，不存在无交易背景的资金拆借、无偿占用、代付费用等非经营性资金往来情形，亦不存在关联方非经营性占用公司资金的情况。

**4、公司采取的催收、管控措施及执行效果**

针对上述应收关联方押金款项，公司建立了常态化往来款项管控机制。一方面，公司定期与该关联方开展账务核对工作，不存在账务争议；另一方面，年度审计期间，年报会计师已对该笔关联往来款项执行独立函证程序，函证结果相符，双方对款项金额无任何异议。

根据双方合作协议约定，上述押金款项将在未来对应租赁及物业服务合同到期、公司不再续租或终止合作时，由关联方全额退回。整体来看，该笔款项风险可控、回收具备明确依据及保障，不存在坏账风险及资金损失风险。

**9-4 结合关联方基本情况、财务状况，说明关联方是否具备履约能力，是否存在通过关联方调节利润的情形；说明相关关联交易是否具有商业实质。**

### **1、关联方基本情况及履约能力说明**

仁润实业集团有限公司为专业不动产运营主体，核心资产为北京市西城区京润大厦等多处优质商业房产，资产权属清晰、地理位置优越，属于城市核心商圈优质不动产资源。

从区域市场环境来看，北京市西城区作为核心城区，租赁市场需求旺盛、交易活跃，市场整体稳定性强、租金水平相对平稳，为仁润实业集团有限公司的经营收入提供了良好的市场基础。依托自有优质不动产资源，该公司持续获得稳定的租赁经营性收入，整体财务状况良好。

综上，该关联方资产实力雄厚、经营状态稳定、具备充足的资金实力和履约保障能力，能够严格按照双方约定履行关联交易相关合同义务，不存在履约能力不足的情形。

### **2、是否存在通过关联方调节利润的情形说明**

经核查，报告期内与该关联方发生的各项交易，均基于真实的业务需求开展，交易背景真实、交易流程合规。双方关联交易定价严格遵循市场化原则，参考北京市西城区同时期、同区域、同类型房产租赁市场公允价格确定，定价公允、合理，不存在明显高于或低于市场价格异常交易的情况。

同时，关联交易的发生频次、交易规模均与日常经营实际需求匹配，交易账务处理严格按照企业会计准则及公司财务管理制度执行，会计核算真实、准确、完整，不存在通过关联方调节利润的情形。

### **3、关联交易商业实质说明**

公司与该关联方开展的租赁类关联交易，均服务于公司日常生产经营及业务开展需求，是公司正常经营业务的重要组成部分。关联方拥有核心区位优势物业资源，能够为公司提供稳定、合规的经营场地及配套服务，相较于市场其他合作主体，该关联方物业区位、配套、稳定性更贴合公司经营发展需求，合作具备必要性与合理性。

**【年审会计师回复】：**

年审会计师执行的主要核查程序如下：

1、取得并核查公司的关联交易协议，核查定价条款，并与非关联方定价条款进行对比，核查公司关联租赁的定价原则及定价公允性；

2、查阅公司和主要关联方的工商登记资料等信息，核查公司实际控制人及主要人员是否在关联方处任职或持有关联方股份，验证关联方股东的真实性；

3、查阅公司《关联交易管理制度》、三会资料，核查关联交易是否均需要并履行了事前审批；

4、通过取得公司关联方仁润置业提供的邻近楼层租户的租赁协议了解邻近楼层租赁价格；了解附近区域类似物业租赁价格等方式以核查公司关联租赁价格与市场价格的差异情况。逐笔核查应收仁润实业集团有限公司款项的形成原因、发生时间、具体用途及长期未收回的原因；

5、查阅报告期内公司与关联方签署的业务合同及关联交易相关制度、决策文件、关联交易相关发票及资金凭证等资料，核查公司关联交易真实性、准确性及完整性。

**经核查，年审会计师认为：**

1、公司向关联方租赁相关房产具有必要性，具有商业实质，相关交易的定价原则系参考市场价格并经双方协商一致，定价公允，双方不存在通过关联租赁调节利润或占用公司资金的情形。

2、实际控制人控制的企业及比照关联方披露的公司均不存在非经营性资金占用或者为公司承担成本费用、利益输送或存在利益安排等情形。

3、关联方资产实力雄厚、经营状态稳定、具备充足的资金实力和履约保障能力，能够严格按照双方约定履行关联交易相关合同义务，不存在履约能力不足的情形，不存在通过关联方调节利润的情形。

4、公司关联交易相关的内部控制得到了有效执行。

**10.报告期内，你公司研发投入金额为 1211.77 万元，同比下降 2.75%，当期研发投入资本化金额为 0。请你公司：**（1）结合公司发展战略及行业技术趋势，说明研发投入下降的原因及合理性，是否存在缩减研发投入以保利润的情形；说明研发费用下降对核心竞争力的具体影响。（2）区分研发项目列示报告期内研发投入的具体构成，包括人员薪酬、材料费、折旧费等；说明研发人员的具体职责及专业背景，是否存在研发人员流失或划分不准确的情形。（3）说明研发费用全部费用化的会计政策依据；说明报告期内研发成果的具体转化情况，包括新专利数量、新产品销售收入占比等，分析研发投入的经济效益及可持续性；说明研发成果对营收增长的贡献率。请年审会计师对上述事项发表核查意见，并说明对研发投入真实性及无形资产计量准确性执行的核查程序并发表明确意见。

**【公司回复】**

10-1 结合公司发展战略及行业技术趋势，说明研发投入下降的原因及合理性，是否存在缩减研发投入以保利润的情形；说明研发费用下降对核心竞争力的具体影响。

### 1、公司的发展战略及行业技术趋势

公司自成立以来，始终秉持稳健经营、创新发展的经营理念，紧抓厨房小家电行业发展机遇，坚持以产品创新为核心，重视研发人才引进与梯队建设，持续打造自主品牌核心经营能力，巩固公司“利仁”品牌国内市场地位，不断提升品牌形象、产品品质及终端服务能力。

未来公司将持续围绕夯实主业根基、优化供应链布局的发展目标，深耕厨房小家电主业并稳步拓展产品品类；以外观设计优化、核心技术迭代为研发导向，依托优质产品、精细化运营管理及完善营销渠道，持续向消费者提供健康、创新、高品质的厨房小家电产品。一方面，公司将持续发挥自主品牌运营优势，合理规划研发投入节奏，深度挖掘用户需求、精准匹配消费痛点，稳步提升产品研发迭代与精益生产能力，优化产品结构与设计方案，持续改善用户消费体验；另一方面，公司将稳步拓展海外市场，完善全域销售体系，丰富品牌营销推广方式，进一步提升品牌市场影响力。

从行业技术趋势来看，技术迭代驱动小家电行业向智能化、高端化、健康化方向转型升级，厨房小家电呈现智能烹饪功能与多元化消费需求深度融合的发展特征，产品逐步集成智能温控、定时管理、远程控制、语音交互等智能化功能，显著提升产品使用便捷性与个性化体验。预计未来行业仍将延续智能化、高端化发展态势，消费者对多功能、个性化、健康环保类产品需求持续提升，健康化、环保化亦将成为行业产品研发的重要考量维度。

### 2、研发投入变动原因及合理性

2023 年度至 2025 年度，公司研发投入占营业收入比例分别为 2.53%、3.27%、2.79%，整体研发投入规模保持相对稳定。2024 年基于中长期产品战略布局，公司加大新品研发及技术储备力度，阶段性研发投入有所抬升；2025 年研发费用较 2024 年略有回落，主要系研发相关咨询服务费用有所减少，叠加内部研发人员结构正常调整，导致研发人工费用小幅下降，属于经营过程中的正常阶段性波动。

报告期内，公司与同行业可比公司研发费用率对比情况如下：

项目	公司名称	2025 年度	2024 年度	2023 年度
研发费用率	小熊电器	4.05%	4.09%	3.03%
	北鼎股份	4.55%	5.14%	6.02%
	美的集团	3.90%	3.99%	3.92%
	九阳股份	3.69%	4.08%	4.05%
	苏泊尔	2.09%	2.09%	2.02%
	可比公司平均值	3.66%	3.88%	3.81%

项目	公司名称	2025 年度	2024 年度	2023 年度
	公司	2.79%	3.27%	2.53%

注：同行业可比公司研发费用率使用各公司年度报告中披露的数据。

报告期内公司研发费用率略低于可比公司平均水平，具备合理商业背景，符合公司实际业务经营模式。

### 3、是否存在缩减研发投入以保障利润的情形

2025 年研发费用较 2024 年仅为阶段性小幅回落，从公司历史期间维度看，研发投入整体呈稳步投入、有序布局的态势；公司研发费用率变动趋势与同行业可比公司整体变动趋势基本一致，与自身业务模式、产品布局及代工业务结构相匹配，研发投入占比与同行业的差异具备合理性。

公司实行年度规划、分年落地、适度储备的稳健研发投入策略，不存在通过削减研发投入、压缩研发开支以调节利润、保障盈利水平的情形。

### 4、研发费用小幅下降对公司核心竞争力的影响

2025 年公司自产产品成本占营业成本比重为 35.41%，较 2024 年提升 8 个百分点，OEM/ODM 代工业务占比相应下降。自产自研产品具备更强的差异化属性与市场生命周期，是公司核心竞争力的重要支撑。

2025 年度研发费用较 2024 年为正常阶段性波动，2025 年公司研发聚焦核心品类项目投入，研发布局、研发团队及技术迭代节奏保持稳定，不会对公司技术迭代、产品创新及长期核心竞争力造成实质性不利影响。

**10-2 区分研发项目列示报告期内研发投入的具体构成，包括人员薪酬、材料费、折旧费等；说明研发人员的具体职责及专业背景，是否存在研发人员流失或划分不准确的情形。**

#### 1、报告期内研发投入的具体构成情况

2025 年研发费用主要项目具体情况如下：

序号	项目	研发费用合计	职工薪酬	原材料及模具费	折旧摊销	办公费及交通差旅费	检测费	其他费用
1	ML-J2875	1,521,488.93	850,159.04	579,215.95	71,981.59	5,010.02	11,171.98	3,950.35
2	LR-DG3488	1,433,135.11	973,200.52	323,369.06	78,963.16	919.01	9,500.46	47,182.90
3	LR-J1259	1,364,054.70	678,819.44	613,505.76	44,232.28	4,241.02	20,626.07	2,630.12
4	DHG-B176	996,634.25	796,873.58	131,066.53	58,542.51	111.71	4,267.27	5,772.64
5	LR-XGR3997	633,166.04	406,050.35	192,933.23	17,032.32	3,249.33	13,301.91	598.89
6	LR-B3097	496,753.97	419,340.93	36,848.63	18,265.55	3,936.69	17,131.12	1,231.05
7	YMJ-D650	396,764.26	318,227.46	13,729.41	8,339.96	7,868.15	41,423.53	7,175.75
8	X-10	303,340.28	231,198.54	11,972.89	6,823.60	5,390.01	41,215.67	6,739.57
9	FB-D4062	296,138.20	237,848.08	18,293.78	4,533.57	11,066.96	20,427.35	3,968.46
10	LLJ-D1283	273,669.92	202,903.45	12,693.29	6,356.45	3,850.65	41,358.78	6,507.31
11	其他项目	4,402,567.72	3,407,532.51	194,490.53	80,990.81	146,471.56	494,342.86	78,739.47
	<b>合计</b>	<b>12,117,713.38</b>	<b>8,522,153.90</b>	<b>2,128,119.06</b>	<b>396,061.80</b>	<b>192,115.11</b>	<b>714,767.00</b>	<b>164,496.51</b>

2025 年公司共计 49 个研发项目，合计投入研发费用 12,117,713.38 元，其中：职工薪酬 8,522,153.90 元，占全部研发费用的 70.33%；原材料及模具费 2,128,119.06 元，占全部研发费用的 17.56%；资产折旧费 396,061.80 元，占全部研发费用的 3.27%；办公费及交通差旅费 192,115.11 元，占全部研发费用的 1.59%；检测费 714,767.00 元，占全部研发费用的 5.9%；其他费用 164,496.51 元，占全部研发费用的 1.36%。

## 2、研发人员的具体职责及专业背景，是否存在研发人员流失或划分不准确的情形

### （1）公司研发人员的具体工作职责

岗位	主要职责
产品经理	1、结合公司战略与行业、竞品、用户需求，制定线下小家电产品线年度迭代及新品开发规划，输出市场分析报告，确定研发立项与优化方向。 2、负责小家电新品从调研、立项、研发到样品测试全流程项目管理，统筹调配资源，把控研发进度，建立规范推进机制，避免项目延期卡顿。 3、跟进设计、开模、试产、测试等核心研发节点，把控质量与进度，协调解决研发各类问题。
产品设计师	1、拆解研发需求，独立完成小家电产品外观造型、视觉搭配设计，兼顾美观、创新、结构适配与市场适配，输出可落地的设计成果。 2、调研行业及竞品设计趋势与工艺，复盘设计项目，沉淀标准化设计方法。
结构工程师	1、根据产品外观、模具及量产要求，完成小家电结构方案设计、三维建模与优化；核算模具开发成本，在预算内兼顾结构实用、合理、经济，保障设计可落地量产。 2、根据用户及内部优化建议，迭代产品结构、提升性能；复盘研发试产中的结构问题，沉淀标准化技术经验。 3、承接新品开发、老品迭代任务，按流程推进结构设计、模具对接、试样整改、量产确认，解决结构技术难题，保障研发项目高效落地。
平面设计师	1、产品包装设计工作：负责公司全系产品包装体系设计工作，包含产品包装箱、产品说明书、产品铭牌等全套包材的创意设计、版式排版、视觉优化及落地文件输出；

岗位	主要职责
	2、产品面板交互设计工作：负责产品面板视觉设计与交互适配工作，完成产品面板界面布局、视觉配色、图文排版等设计工作，配合完成对应程序输出与适配调试，保障产品面板视觉美观、操作直观、交互合理。
研发助理及支持人员	辅助研发工程师进行项目开发，实验过程中负责产品性能测试，汇总实验数据。

(2) 研发人员的专业背景，是否存在研发人员流失或划分不准确的情形

公司研发人员专业背景绝大部分（包括电气工程与自动化、工业设计、机电一体化、艺术设计）与公司业务与技术领域密切相关；

2025 年末，在职研发人员共计 65 人，技术总监、关键技术人员均无变化，研发人员整体稳定。2025 年研发人员占公司总人数的比重略有下降，主要系 2025 年新成立子公司利仁机电（霸州）有限公司 2025 年末人数约 134 人，加大了计算基数。公司以员工所从事的岗位和具体工作职责作为研发人员的界定标准，将直接从事研发活动的人员以及与研发活动密切相关的管理人员和直接服务人员认定为研发人员，包括全时研发人员和非全时研发人员，其中，非全时研发人员既从事研发活动又从事非研发活动；公司对各岗位有明确的职责说明，明确人员岗位责任，不存在人员划分不准确的情形。

**10-3 说明研发费用全部费用化的会计政策依据；说明报告期内研发成果的具体转化情况，包括新专利数量、新产品销售收入占比等，分析研发投入的经济效益及可持续性；说明研发成果对营收增长的贡献率。**

**1、研发费用全部费用化的会计政策依据**

(1) 公司研发费用的会计核算政策

公司内部研究开发项目的支出分为研究阶段支出与开发阶段支出。研究阶段的支出，于发生时计入当期损益。开发阶段的支出同时满足下列条件的，确认为无形资产，不能满足下述条件的开发阶段的支出计入当期损益：（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，能够证明其有用性；（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。无法区分研究阶段支出和开发阶段支出的，将发生的研发支出全部计入当期损益。

(2) 与其他同行业可比上市公司研发费用会计处理对比

公司名称	会计处理政策
小熊电器	费用化
北鼎股份	费用化
九阳股份	费用化

比依股份	费用化
利仁科技	费用化

公司研发项目转化具有较高不确定性，且所处行业技术更新换代迅速。即使部分研发成果可以申请专利，但由于难以可靠地评估相关专利未来经济利益流入的可能性，包括无法充分证明资本化后的无形资产所生产的产品具有市场或无形资产本身存在市场，根据《企业会计准则第 6 号——无形资产》第九条及相关应用指南的规定，公司将研发支出予以费用化处理，更为谨慎且符合实际情况。此外，公司参考了同行业可比上市公司的会计处理方式，同行业可比公司研发费用均作费用化处理。因此，公司相关财务处理符合实际经营情况，并与同行业保持一致。

## 2、报告期内研发成果转化情况及对营收增长的贡献率

报告期内，公司研发成果转化成效显著。全年新增授权专利共计 52 项，其中发明专利 2 项、实用新型专利 25 项、外观设计专利 25 项。截至 2025 年末，公司及下属子公司累计拥有各项授权专利 452 项，含发明专利 13 项、实用新型专利 192 项、外观设计专利 247 项，专利储备持续丰富。

在产品落地与市场转化方面，本期新产品实现营业收入 155,594,752.38 元，占当期主营业务收入比重达 35.95%，研发创新有效转化为实际经营收益，产品市场竞争力稳步提升。

研发投入落地转化效率高、经济效益突出。目前公司研发转化链路成熟，创新成果已成为营收核心增量，形成良性发展循环，研发驱动业务增长的模式具备良好可持续性。

### 【年审会计师回复】：

#### 年审会计师执行的主要核查程序如下：

- 1、了解和评价与研发活动相关的关键内部控制的设计和执行，并测试其运行有效性；
- 2、获取与研发费用相关的内部控制制度，访谈公司财务总监和研发业务负责人，了解研发项目的基本情况 & 预期成果，分析研发费用会计核算政策的合理性；
- 3、获取公司报告期内研发费用明细表，对其执行分析性复核程序，将研发费用及各明细项目发生金额与上年进行比较，分析变动的合理性；
- 4、检查研发费用中的人工薪酬支出，检查研究人员名单，核对实际人工成本是否与研发人员名单相符，结合职工薪酬科目进行审核；检查物料消耗领用单据，核查是否均为研发部门领用并实际用于研发项目，测算研发部门折旧费用；
- 5、检查研发费用相关的合同、发票、银行回单等支持性文件，核实费用发生的真实性和完整性；
- 6、查阅研发形成的专利情况，结合新品销售收入，分析研发成果对营收的贡献。

经核查，年审会计师认为：

1、研发投入变动符合公司实际经营情况，具备合理性，不存在缩减研发投入以保利润的情形，不会对公司核心竞争力造成实质性不利影响。

2、研发人员变动具备合理性，不存在研发人员流失或划分不准确的情形。

3、公司研发项目转化具有较高不确定性，难以可靠地评估相关专利未来经济利益流入的可能性根据《企业会计准则第6号——无形资产》第九条及相关应用指南的规定，公司将研发支出予以费用化处理，具有合理性且与同行业可比上市公司的会计处理方式相一致；公司研发费用全部费用化具有合理性。

4、经过对研发投入真实性的核查，研发费用真实、完整；研发费用全部费用化计量准确，与同行业通行政策一致，不存在重大异常。

（此页无正文，为《关于对北京利仁科技股份有限公司 2025 年年报问询函的回复》的签章页）

信永中和会计师事务所（特殊普通合伙）

二〇二六年六月三日