

创业板投资风险提示

本次股票发行后拟在创业板市场上市，该市场具有较高的投资风险。创业板公司具有创新投入大、新旧产业融合成功与否存在不确定性、尚处于成长期、经营风险高、业绩不稳定、退市风险高等特点，投资者面临较大的市场风险。投资者应充分了解创业板市场的投资风险及本公司所披露的风险因素，审慎作出投资决定。

浙江雅艺金属科技股份有限公司

(地址：浙江省武义县茭道镇(二期)工业功能区)



首次公开发行股票并在创业板上市 招股说明书

保荐人（主承销商）



(福建省福州市湖东路 268 号)

声 明

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

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

发行人及全体董事、监事、高级管理人员承诺招股说明书及其他信息披露资料不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担相应的法律责任。

发行人控股股东、实际控制人承诺本招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担相应的法律责任。

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

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

保荐人及证券服务机构承诺因其为发行人本次公开发行制作、出具的文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给投资者造成损失的，将依法赔偿投资者损失。

发行概况

发行股票类型	人民币普通股（A股）
发行股数	本次拟公开发行股份不超过 1,750 万股，公司股东不公开发售股份，公开发行的新股不低于本次发行后总股本的 25%
每股面值	人民币 1.00 元
每股发行价格	31.18 元
预计发行日期	2021 年 12 月 10 日
拟上市证券交易所和板块	深圳证券交易所创业板
发行后总股本	不超过 7,000 万股
保荐人（主承销商）	兴业证券股份有限公司
招股说明书签署日期	2021 年 12 月 8 日

重大事项提示

公司特别提请投资者注意，在作出投资决策之前，务必仔细阅读本招股说明书全文，并特别关注以下重要事项。

一、发行人及相关责任主体的重要承诺

公司提请投资者仔细阅读公司、控股股东、实际控制人、股东、董事、监事、高级管理人员以及本次发行的保荐人及证券服务机构等作出的与本次发行相关的重要承诺，具体详见本招股说明书“第十三节 附件”之“三、与投资者保护相关的承诺函”。

二、特别风险提示

公司提请投资者认真阅读本招股说明书“第四节 风险因素”的全部内容，并特别关注如下风险：

（一）出口目的国高度集中风险

报告期内，公司向美国出口商品销售收入占当期主营业务收入的比例分别为 82.32%、89.91%、92.68%和 92.20%，占比较高且呈逐年上升趋势，因此，公司的销售收入会受到国际贸易政策尤其是中美贸易政策的影响。尽管报告期内中美贸易政策未对公司的生产经营产生重大不利影响，报告期内公司出口美国的销售收入金额仍呈增长趋势，并且美国对中国出口商品加征关税亦未对公司出口商品的销售价格产生直接不利影响，但若中美贸易政策进一步恶化，公司仍存在出口目的国高度集中而导致的相关风险。

（二）疫情形势变化导致业绩不能持续高速增长的风险

2020 年新冠肺炎疫情以来，公司产品销量大幅增长，其中 2020 年收入较上年增长 112.75%，一部分原因系新冠肺炎疫情导致人们长时间的居家生活，相应的增加了终端客户对发行人产品的需求。

2021 年初，随着全球新冠疫苗的接种率不断提高，疫情防控形势得到了一定控制。虽然公司 2021 年 1-6 月的营业收入仍较去年同期呈高速增长趋势（公司 2021 年 1-6 月营业收入较上年同期增长 111.75%）且在手订单充足，但

随着人们逐渐恢复正常上班、居家时间减少，可能会导致人们对公司产品的需求减少，这将对公司业绩的高速增长带来一定的不利影响。因此，公司存在因疫情形势变化可能导致业绩不能持续高速增长的风险。

（三）客户集中度较高及大客户依赖的风险

报告期内各期，公司的主要客户为沃尔玛（Wal-Mart）、家得宝（Home Depot），二者销售收入占公司销售收入总额的比例分别为 57.07%、67.77%、72.06%和 72.94%。公司已与上述两家客户合作超过十年，双方通过长期合作建立了互相信任、互相依赖的业务合作关系。

然而，若因市场环境变化、进出口政策影响等导致公司的主要客户减少对公司的采购订单或发行人被其他竞争者替代，可能会导致公司业绩下滑，对发行人持续经营能力构成不利影响。

（四）原材料价格波动风险

报告期内，公司的材料成本占公司产品成本的比重较高，原材料价格波动对公司产品成本影响较大。公司生产所需原材料主要为冷轧板、钢材等金属材料，其价格变化与大宗商品市场价格的关联度较高。

2021 年以来，受市场需求复苏、流动性宽松、短期供应短缺等影响，大宗商品的市场价格整体上涨明显，公司主要原材料冷轧板、钢管的采购成本也随之上升，公司已与主要客户沟通就后续订单的产品价格调整达成一致，以抵消原材料价格上涨带来的不利影响。若公司的主要原材料价格持续上涨，且公司难以通过成本管控措施以及产品价格调整消化上述影响，将会导致公司产品毛利率下滑，进而对公司的经营业绩产生不利影响。

（五）国际贸易摩擦尤其是中美贸易摩擦的风险

报告期内，公司约 98%的营业收入为出口收入，且美国为主要出口国家，报告期内各期公司出口美国收入占当期主营业务收入的比重分别为 82.32%、89.91%、92.68%和 92.20%。因此公司业绩受国际贸易政策尤其是中美贸易政策的影响较大。

自 2018 年起，中美贸易摩擦持续升级，这亦影响了发行人出口产品的关税。

报告期内，发行人出口美国的各类产品关税比例变化情况及产品单价情况如下：

单位：美元

产品类型	项目	2018.1.1- 2018.9.24	2018.9.24- 2019.5.10	2019.5.10- 2019.9.1	2019.9.1- 2020.2.14	2020.2.14- 2021.6.30
火盆、 气炉	关税比例	0%			15%	7.5%
	火盆单价				29.16	27.75
	气炉单价				30.23	30.91
火盆 桌、气 炉桌	关税比例	0%	10%	25%		
	火盆桌单价	58.19	59.99	65.25		
	气炉桌单价	119.71	104.79	97.00		

如上表所反映的趋势，美国加征关税比例未对公司出口美国产品的价格造成直接影响，发行人亦未与主要客户就关税承担或售价调整达成协议。报告期内，公司各类产品单价变动主要是产品结构变动引起的。但中美经贸问题仍存在较大的不确定性，若未来中美贸易摩擦进一步加剧，可能导致公司需承担部分关税成本或影响公司的销售订单，进而对公司业绩造成不利影响。

（六）创新失败或落后的风险

公司主营业务是户外火盆、气炉等户外休闲家具的研发、设计、生产和销售，公司的主要产品户外火盆、气炉系列产品既具备取暖等实用性功能，亦具备装饰、观赏、营造氛围等价值，因此对产品外观设计、材质选用、功能设计等各方面都有较高的要求。公司每年都会根据客户需求，结合市场调研、流行趋势判断等方式研发设计新款产品并面向市场推出。

然而，面对消费者对生活品质要求的不断提高和激烈的市场竞争，若公司无法继续保持产品设计创新、技术应用和生产工艺改进，及时响应市场和客户对先进技术和创新产品的需求，则公司将在未来竞争中处于不利地位，进而对持续盈利能力和财务状况产生不利影响。

（七）核心技术人员流失及技术泄露的风险

户外休闲家具行业高度依赖设计创意和技术创新，产品开发需要稳定的研发设计团队及自主创新能力。如果公司核心技术人员流失或核心技术泄露，很可能会严重削弱公司的市场竞争能力，影响公司在行业内的竞争地位。

（八）新冠病毒疫情对全球市场需求造成重大不利影响的风险

2020年初，新冠病毒疫情在全球范围内爆发并蔓延。公司主要客户集中在美国，目前美国疫情较为严重，政府号召美国人民尽量避免人群聚集、更多地进行居家活动，并倡导餐厅设置户外用餐区域。美国人民长时间地居家活动改变了其消费习惯，刺激了对公司产品的消费需求，同时户外用餐亦增强了对公司产品的商用需求，故2020年公司经营业绩较往年有较大幅度的增长。

但若新冠病毒疫情无法得到较好地控制，长期来看可能对美国居民的可支配收入和消费能力造成负面影响，进而影响对公司产品的需求，可能导致公司业绩的下滑。

（九）汇率波动的风险

公司以外销为主，以美元为主要结算货币。人民币汇率的波动将对公司以外币结算的销售收入及汇兑损益产生较大的影响。

人民币汇率的波动对公司业绩的影响主要表现在：一方面，公司产品以美元定价，人民币贬值或升值时，公司以人民币体现的报表收入随之上升或下降；另一方面，自确认销售收入至收款结汇期间，因人民币汇率波动而产生的汇兑损益，将直接影响公司业绩。2018年、2019年、2020年及2021年1-6月，公司的汇兑损益分别为-127.25万元、-87.63万元、700.13万元及118.65万元，占当期利润总额的比例分别为-3.69%、-1.89%、6.62%和1.86%。

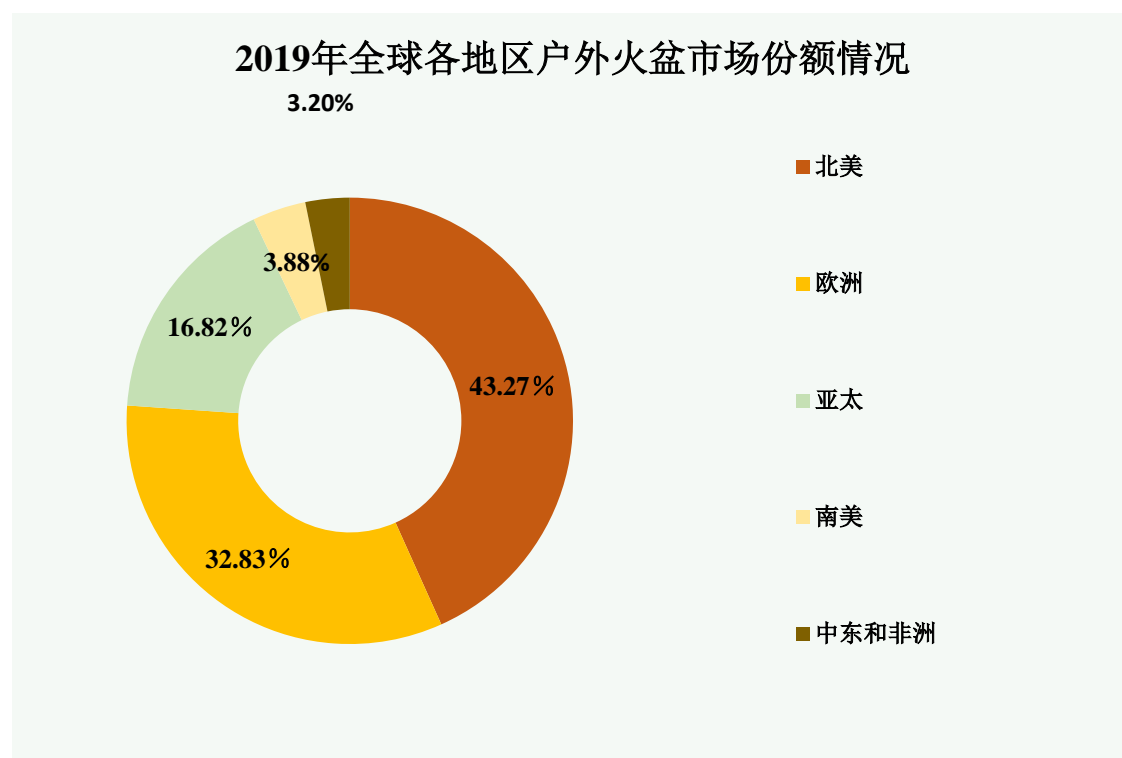
若人民币汇率大幅波动且公司无法采取有效措施减少汇率波动对公司业绩的影响，将对公司盈利能力产生不利影响。

（十）开拓自有品牌的相关风险

发行人所在的户外火盆、气炉行业的行业特点包括：产品的主要消费地在境外欧美国家，由境外的零售商、贸易商掌握着销售终端渠道。

就产品市场的境内外规模情况来看，欧美国家尤其是北美地区消费市场规模大，国内户外火盆、气炉市场起步较晚，国内消费者还未培养起消费习惯，目前消费市场规模较小。根据Maia Research Analysis数据，2019年全球火盆、气炉规模为11.27亿美元，其中北美地区销售额占比为43.27%，中国地区销售

额占比仅为 7.90%。



数据来源：Maia Research Analysis

报告期内发行人产品销售以出口销售为主，报告期内各年度出口销售收入占主营业务收入的比例均超过 98%，出口产品主要销往北美地区尤其是美国，报告期内销往美国的收入占外销收入的比例约为 82%至 94%。根据中信保查询的 2018 年至 2020 年及 2021 年 1-6 月美国进口火盆类产品数据，发行人产品占美国进口火盆类产品的市场份额约为 10%至 12%。

单位：万个

项目	2021年1-6月	2020年度	2019年度	2018年度
美国火盆类产品总进口数量	581.15	912.13	477.60	501.46
美国从中国进口的火盆类产品数量	547.11	852.69	451.74	477.02
发行人销往美国的产品数量	73.04	115.14	51.80	50.03
发行人销量占美国总进口数量的比例	12.57%	12.62%	10.85%	9.98%
发行人销量占美国从中国进口数量的比例	13.35%	13.50%	11.47%	10.49%

由于境内消费者尚未形成对户外火盆、气炉等产品的消费习惯，目前市场规模较小，发行人开拓国内市场需要投入较高的前期费用培养消费者习惯、改变消费者对产品的认知，短期来看发行人开拓国内市场仍存在较高的难度。

在进一步开拓境外市场方面，发行人专注深耕户外火盆、气炉市场多年，已在行业内建立起了一定的知名度和信誉度，境外市场空间较大，发行人可以继续拓展境外的大型商超 ODM 客户，也可以通过自有商标品牌的开发来开辟新的销售渠道（如经销商、跨境电商等），不断增加市场占有率。

报告期内，发行人与主要客户采用 ODM 合作模式，发行人根据客户需求自行设计、研发火盆、气炉等产品，并按照客户的具体要求生产产品后贴上客户的自有或指定品牌向客户销售。因此，报告期内发行人未以自有的商标品牌在境内或者境外进行销售。

发行人目前尚未制定自有商标品牌的未来销售计划，但发行人具备自主设计、研发能力，研发生产过程中所用核心技术均来源于发行人长期积累沉淀所得，并且发行人已在美国、英国、加拿大申请了自有商标品牌，因此不排除发行人未来将开拓自有品牌进行设计、生产和销售。

发行人未来开拓自有品牌生产、设计、销售面临的主要困难、壁垒如下：

1、自有品牌生产方面

目前发行人产能已经较为饱和，2020 年度发行人产能利用率超过 100%，发行人现有产能已无法满足下游客户迅速增长的订单需求。若未来开拓自有品牌时产能无法进一步提升，在生产方面将受到产能限制，影响自有品牌的正常销售。

2、自有品牌设计方面

发行人已具备较为强大的自主设计、研发能力，在现有 ODM 合作模式中系根据客户需求自主设计、研发火盆、气炉类产品，但在未来开拓自有品牌时，发行人在设计方面面临的难点在于需要研发、设计出与向现有 ODM 客户销售产品有所区别的款式，否则发行人的自有品牌将缺乏产品独特的设计和定位。

3、自有品牌销售方面

在自有品牌销售方面，发行人面临的主要困难、壁垒包括：

(1) 境外大型连锁商超掌握较多的传统线下销售渠道用于销售其自有品牌，发行人自有品牌产品较难进入传统的境外零售渠道实现销售；

(2) 组建专业的销售团队，发行人初步计划以电商渠道作为自有品牌的主要销售渠道，电商渠道有别于发行人目前的销售渠道，为此发行人需要组建专业的电商销售团队，负责电商销售渠道的开拓、运营与维护；

(3) 打响自有品牌知名度，作为新品牌发行人自有品牌需要通过有力、高效的宣传方式提升品牌知名度，进而让更多消费者关注到发行人的自有品牌，并有意愿体验发行人设计新颖、质量可靠的产品。

针对上述开拓自有品牌中可能面临的主要困难和壁垒，发行人将在开拓自有品牌前做好充分的市场尽调工作，通过扩充产能、先行设计自有品牌款式、招募专业的、有经验的电商管理、品牌运营和销售人才团队来解决上述困难。

然而，即便发行人采取一切措施克服新品牌开拓过程中遇到的主要困难和壁垒，仍然存在产能不足、销售渠道拓展不力、自有品牌产品设计未得到消费者喜爱等经营风险。

三、本次发行前滚存利润的分配安排及上市后股利分配政策

公司首次公开发行股票前实现的滚存未分配利润由发行后的新老股东按其持股比例共同享有。

公司发行上市后的股利分配政策具体内容详见本招股说明书“第十节 投资者保护”之“二、本次发行上市后的股利分配政策及决策程序”。

四、发行人存在委托境外销售代理的情况

发行人主要客户为沃尔玛、家得宝等境外大型连锁商超，业务合作过程中客户每年会进行 1-2 次选样，选样结果将决定当季客户向发行人采购产品的款式及价格。选样流程较为复杂和严格，一般有 3 轮，涉及客户的境内外团队、多个部门、多位员工参与。为了及时、高效地与客户沟通，发行人自 2013 年起聘请了在美国、加拿大的销售代理专职为发行人提供客户选样过程中与客户境

外采购人员的沟通服务，负责消除时差、语言障碍、文化差异及审美差异，让发行人与客户的沟通更为顺畅。

鉴于以下原因：（1）发行人与下游主要客户的开始合作时间早于委托境外销售代理的时间，发行人业务爆发与境外销售代理不存在直接关系；（2）主要客户选样过程严格，涉及客户境内外多部门、多位员工，销售代理只负责境外采购人员的沟通工作；（3）客户境外采购人员定期更换，与销售代理不存在关联关系；（4）销售代理只参与选样工作，无法决定或影响客户的采购数量；（5）发行人新客户的开拓仍依赖于发行人自身的业务、技术与生产能力；（6）主要客户不存在约定必须通过代理商进行销售或指定代理商销售的情况，发行人并非依赖销售代理与主要客户开展合作。

此外，近年来境外销售代理也协助发行人开拓境外新客户，但发行人客户多为境外大型零售商，具有非常严格的供应商遴选程序，在新客户开拓方面销售代理的主要职责为市场调研、定向上门拜访、前期沟通与洽谈，协助发行人提供关于自身产品介绍、业务实力等相应的资料。但在前期接触上之后，发行人还必须通过客户的产品选样会、验厂审核等环节，从接触客户到成为大型零售商的长期稳定的供应商，周期一般需要 3 至 4 年。因此发行人获得客户的最终订单主要在于客户对发行人自身的业务、技术与生产能力的认可，并非依赖销售代理向下游主要客户进行销售。

综上，报告期内发行人虽然存在委托境外销售代理的情形，但发行人主要客户并非通过销售代理开展合作，发行人的业务对境外销售代理不存在依赖性。

五、财务报告审计基准日至招股说明书签署日的主要财务信息和经营状况

（一）申报会计师审阅意见

公司财务报告审计截止日为 2021 年 6 月 30 日。根据《关于首次公开发行股票并上市公司招股说明书财务报告审计基准日后主要财务信息及经营状况信息披露指引（2020 年修订）》，天健会计师对公司 2021 年 9 月 30 日的合并及母公司资产负债表、2021 年 1-9 月的合并及母公司利润表、合并及母公司现金流量表以及财务报表附注进行了审阅，并出具了《审阅报告》（天健审[2021]9893

号)。

审阅意见如下：“我们没有注意到任何事项使我们相信雅艺科技财务报表没有按照企业会计准则的规定编制，未能在所有重大方面公允反映雅艺科技的合并及母公司财务状况、经营成果和现金流量。”

（二）发行人专项说明

公司董事会、监事会及其董事、监事、高级管理人员已对公司 2021 年 1 月 1 日至 2021 年 9 月 30 日期间未经审计的财务报表进行了认真审阅并出具了专项说明，保证该等财务报表所载资料不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对其内容的真实性、准确性及完整性承担个别及连带责任。公司负责人、主管会计工作负责人及会计机构负责人已对公司 2021 年 1 月 1 日至 2021 年 9 月 30 日期间未经审计的财务报表进行了认真审阅并出具了专项说明，保证该等财务报表的真实、准确、完整。

（三）财务报告审计截止日后主要财务信息

发行人 2021 年 1-9 月财务报表（未经审计，但已经天健会计师审阅）主要财务数据如下：

1、合并资产负债表主要数据

单位：万元

项目	2021年9月30日	2020年12月31日	变动比例
资产总计	29,954.96	22,598.74	32.55%
负债合计	6,449.60	6,555.54	-1.62%
所有者权益合计	23,505.36	16,043.20	46.51%
其中：归属于母公司所有者权益合计	23,505.36	16,043.20	46.51%

截至 2021 年 9 月末，公司的资产总计为 29,954.96 万元，负债合计为 6,449.60 万元，资产总额较上年末增加 32.55%，负债总额较上年末下降 1.62%，资产总计上升系本期盈利增加导致，负债总额与上期末基本持平；公司所有者权益合计为 23,505.36 万元，较上年末增加 46.51%，主要系 2021 年 1-9 月盈利导致未分配利润增加所致。

2、合并利润表主要数据

单位：万元

项目	2021年1-9月	2020年1-9月	变动比例
营业收入	34,406.83	20,177.70	70.52%
营业利润	9,449.61	7,065.19	33.75%
利润总额	9,437.33	7,019.24	34.45%
净利润	7,462.16	5,627.31	32.61%
归属于母公司股东的净利润	7,462.16	5,627.31	32.61%
扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润	7,288.37	5,484.67	32.89%

2021年1-9月，公司营业收入较去2020年同期相比大幅增长70.52%，主要原因系2021年终端需求仍持续旺盛，公司在手订单较上年同期也较为充足，同时公司通过引进自动化设备及增加生产人员等方式提高生产能力，增强供货保障；归母净利润较上年同期的增幅为32.61%，低于营业收入增幅，一方面原因系2021年1-9月大宗商品原材料价格大幅上升，导致公司的生产成本提高，另一方面较上年同期相比，人民币相对于美元升值较多，导致公司折算为人民币的收入金额下降，相应的利润率有所下降。

3、合并现金流量表主要数据

单位：万元

项目	2021年1-9月	2020年1-9月	变动比例
经营活动产生的现金流量净额	4,918.51	3,716.00	32.36%
投资活动产生的现金流量净额	-3,513.75	1,094.37	-421.08%
筹资活动产生的现金流量净额	-39.90	-3,800.19	-98.95%
现金及现金等价物净增加额	1,320.98	953.44	38.55%

2021年1-9月，公司经营活动产生的现金流量净额较去年同期相比上升32.36%，与净利润增幅基本一致，表明公司应收账款回款情况良好，客户信用度较高；投资活动产生的现金流量净额较上年同期下降421.08%，主要原因上年同期购买理财产品较多导致；筹资活动产生的现金流量净额较上年同期下降98.95%，主要原因系上年同期进行现金分红所致；2021年1-9月公司的现金及现金等价物净增加额较上年同期上升38.55%，与公司净利润的增幅接近，表明公司的回款情况较好。

4、非经常损益情况

单位：万元

项目	2021年1-9月
非流动性资产处置损益，包括已计提资产减值准备的冲销部分	-8.69
计入当期损益的政府补助（与公司正常经营业务密切相关，符合国家政策规定、按照一定标准定额或定量持续享受的政府补助除外）	172.56
除同公司正常经营业务相关的有效套期保值业务外，持有以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产、金融负债产生的公允价值变动收益，以及处置以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产、金融负债和可供出售金融资产取得的投资收益	56.66
除上述各项之外的其他营业外收入和支出	1.13
小计	221.66
减：企业所得税影响数（所得税减少以“-”表示）	47.87
少数股东权益影响额(税后)	-
归属于母公司所有者的非经常性损益净额	173.79

2021年1-9月公司收到的非经常性损益金额整体规模较小。

5、审计截止日后主要经营状况

公司财务报告审计截止日后至本招股说明书签署日，公司主要经营状况正常，经营业绩继续保持持续增长，公司所处行业的产业政策等未发生重大变化，公司业务经营模式、采购规模、销售模式、主要客户及供应商构成、税收政策以及其他可能影响投资者判断的重大事项等均未发生重大变化。

6、2021年1至9月主要会计报表项目与上年年末或同期相比的变动情况

针对2021年9月30日余额超过资产总额5%且变动幅度达到30%以上的资产负债表项目，2021年1-9月发生额超过利润总额10%且变动幅度达到30%以上的利润表项目进行分析，具体如下：

单位：万元

资产负债表项目	2021年9月30日	2020年12月31日	变动比例
货币资金	4,451.90	3,145.40	41.54%
交易性金融资产	5,400.00	2,500.00	116.00%
存货	5,558.29	2,952.01	88.29%
未分配利润	14,991.16	7,529.00	99.11%
利润表项目	2021年1-9月	2020年1-9月	变动比例
营业收入	34,406.83	20,177.70	70.52%

营业成本	22,381.76	11,027.91	102.96%
研发费用	952.39	546.58	74.25%
营业利润	9,449.61	7,065.19	33.75%
利润总额	9,437.33	7,019.24	34.45%
所得税费用	1,975.17	1,391.93	41.90%
净利润	7,462.16	5,627.31	32.61%

(1) 货币资金：主要系 2021 年 1-9 月公司盈利且应收账款回款较好，导致公司账面货币资金增加；

(2) 交易所金融资产：主要系本期购买理财产品有所增加；

(3) 存货：主要系 2021 年 1-9 月销售规模扩大，相应的原材料储备和产品备货数量有所增加；

(4) 未分配利润：本期盈利情况较好，相应的转入未分配利润金额较高；

(5) 营业收入：主要原因系 2021 年终端需求仍持续旺盛，公司在手订单较上年同期也较为充足，同时公司通过引进自动化设备及增加生产人员等方式提高生产能力，增强供货保障；

(6) 营业成本：主要系销售规模扩大相应的成本增加，且本期材料价格也有所上涨导致；

(7) 研发费用：主要系销售规模扩大，研发投入相应的有所增加所致；

(8) 营业利润、利润总额、所得税费用、净利润：主要系本期盈利规模增加，相应的导致当期各项利润及所得税费用增加。

7、财务报告审计基准日后业绩预计情况

经初步测算，公司预计 2021 年全年实现营业收入约 45,000 万元至 47,500 万元，同比增长约 40.21%至 48.00%；预计实现归属于母公司股东的净利润约 9,000 万元至 10,000 万元，同比增长约 6.45%至 18.28%，预计实现扣除非经常损益后归属于母公司股东的净利润约 8,600 万元至 9,600.00 万元，同比增长约 5.12%至 17.34%。上述 2021 年全年财务数据为公司初步测算数据，未经会计师审计或审阅，不构成公司的盈利预测或业绩承诺。

目 录

声 明.....	1
发行概况	2
重大事项提示	3
一、发行人及相关责任主体的重要承诺.....	3
二、特别风险提示.....	3
三、本次发行前滚存利润的分配安排及上市后股利分配政策.....	9
四、发行人存在委托境外销售代理的情况.....	9
五、财务报告审计基准日至招股说明书签署日的主要财务信息和经营状况	10
目 录.....	15
第一节 释义	19
第二节 概览	22
一、发行人及本次发行的中介机构基本情况.....	22
二、本次发行概况.....	22
三、发行人报告期的主要财务数据和财务指标.....	23
四、发行人的主营业务经营情况.....	24
五、发行人自身的创新、创造、创意特征，科技创新、模式创新、业态创 新和新旧产业融合情况.....	25
六、发行人选择的具体上市标准.....	33
七、发行人公司治理特殊安排等重要事项.....	33
八、发行人募集资金用途.....	33
第三节 本次发行概况	34
一、本次发行的基本情况.....	34
二、本次发行新股有关当事人.....	34
三、发行人与本次发行中介机构的关系.....	36
四、与本次发行上市相关的重要时间安排.....	36
第四节 风险因素	37
一、经营风险.....	37

二、创新风险.....	43
三、技术风险.....	43
四、财务风险.....	44
五、内控风险.....	44
六、法律风险.....	45
七、发行失败风险.....	45
八、募集资金投资项目的实施风险.....	46
第五节 发行人基本情况	47
一、基本信息.....	47
二、公司的设立情况.....	47
三、报告期内的股本及股东变化情况.....	49
四、报告期内的重大资产重组情况.....	87
五、在全国中小企业股份转让系统挂牌情况.....	88
六、发行人的股权结构图.....	93
七、发行人控股子公司及参股子公司的情况.....	93
八、持有发行人 5%以上股份的主要股东及实际控制人的基本情况	95
九、发行人的股本情况.....	97
十、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员.....	102
十一、发行人已制定或实施的股权激励及相关安排.....	111
十二、发行人员工及社会保障情况.....	121
第六节 业务与技术	125
一、发行人的主营业务及主要产品情况.....	125
二、发行人所处行业的基本情况与竞争状况.....	147
三、发行人的销售情况和主要客户	170
四、发行人的采购情况和主要供应商.....	217
五、主要固定资产及无形资产	253
六、主要产品的核心技术情况.....	261
七、发行人境外经营和境外资产的情况.....	269
八、发行人研发设计、生产人员情况及生产设备情况.....	269
第七节 公司治理与独立性	275

一、公司治理制度的建立健全及运行情况.....	275
二、发行人特别表决权或其他类似安排的情况.....	277
三、协议控制框架的具体安排.....	277
四、内部控制制度情况.....	277
五、报告期内违法违规行及受到行政处罚的情况.....	282
六、报告期内资金占用和对外担保的情况.....	283
七、发行人直接面向市场独立持续经营的能力.....	283
八、同业竞争.....	285
九、关联方与关联交易情况.....	291
第八节 财务会计信息与管理层分析	302
一、财务报表.....	302
二、财务报表的审计意见及重要性水平的判断标准.....	309
三、关键审计事项.....	310
四、财务报表的编制基础和合并财务报表范围及变化情况.....	314
五、主要会计政策和会计估计.....	315
六、主要税项情况.....	339
七、分部信息.....	343
八、经注册会计师核验的非经常性损益明细表.....	343
九、主要财务指标.....	344
十、发行人盈利预测报告披露情况.....	345
十一、经营成果分析.....	345
十二、财务状况分析.....	476
十三、现金流量分析.....	522
十四、资本性支出分析.....	525
十五、资产负债表日后事项、或有事项及其他重要事项.....	525
十六、财务报告审计基准日后的主要财务信息及经营状况.....	525
第九节 募集资金运用与未来发展规划	530
一、本次发行募集资金运用概况.....	530
二、募集资金投资项目的具体情况.....	532
三、发展战略及具体措施.....	542

第十节 投资者保护	546
一、投资者关系的主要安排.....	546
二、本次发行上市后的股利分配政策及决策程序.....	547
三、发行人股东投票机制的建立情况.....	550
第十一节 其他重要事项	551
一、重要合同.....	551
二、对外担保情况.....	552
三、诉讼、仲裁或违法违规情况.....	552
第十二节 声明	553
一、全体董事、监事、高级管理人员声明.....	553
二、发行人控股股东、实际控制人声明.....	554
三、保荐人（主承销商）声明.....	555
四、发行人律师声明.....	558
五、审计机构声明.....	559
六、资产评估机构声明.....	560
七、验资机构声明.....	562
第十三节 附件	563
一、备查文件.....	563
二、文件查阅地址和时间.....	563
三、与投资者保护相关的承诺函.....	564

第一节 释义

在本招股说明书中，除非另有说明，下列简称具有如下含义：

一、发行人、主要关联方、股东及相关公司		
发行人、公司、本公司	指	浙江雅艺金属科技股份有限公司
雅艺有限	指	浙江雅艺金属制造有限公司，系发行人前身
勤艺金属	指	武义勤艺金属制品有限公司，系发行人全资子公司
勤艺投资	指	武义勤艺投资合伙企业（有限合伙），系发行人员工持股平台
蓝蝶金属	指	龙游蓝蝶金属制造有限公司，系发行人报告期内注销的子公司
天丰和宝	指	永康市天丰和宝金属制品有限公司
成红泡沫	指	武义成红泡沫包装厂
盖娅金融	指	深圳市前海盖娅金融控股有限公司
盖娅基金	指	深圳市前海盖娅基金管理有限公司
雅泰金属	指	永康市雅泰金属制品厂
雅艺工贸	指	浙江雅艺工贸有限公司
金新军制品厂	指	永康市金新军金属制品厂
二、本次发行相关词语释义		
《公司法》	指	《中华人民共和国公司法》
《证券法》	指	《中华人民共和国证券法》
《审核问答》	指	《深圳交易所创业板股票首次公开发行上市审核问答》
中国证监会	指	中国证券监督管理委员会
深交所	指	深圳证券交易所
上市	指	本公司股票获准在深圳证券交易所创业板挂牌交易
本次发行	指	公司本次拟公开发行股票数量不超过 1,750 万股，本次发行全部为新股发行，原股东不公开发售股份。发行完成后公开发行股票数占发行后总股本的比例不低于 25%
新股、A 股	指	公司本次拟发行的面值为 1 元的人民币普通股股票
报告期、报告期内各期	指	2018 年度、2019 年度和 2020 年度和 2021 年 1-6 月
报告期内各期末	指	2018 年 12 月 31 日、2019 年 12 月 31 日、2020 年 12 月 31 日和 2021 年 6 月 30 日
元、万元、亿元	指	人民币元、人民币万元、人民币亿元
归母净利润	指	归属于母公司股东的净利润
扣非归母净利润	指	扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润
保荐机构、保荐人、发行人保荐机	指	兴业证券股份有限公司

构（主承销商）		
发行人律师、律师事务所	指	上海市广发律师事务所
天健会计师事务所、天健会计师、发行人会计师	指	天健会计师事务所（特殊普通合伙）
银信评估	指	银信资产评估有限公司
三、客户、供应商、竞争对手、参考对比公司、行业内公司、研究机构		
家得宝	指	Home Depot 及其全球分支机构
沃尔玛	指	Wal-Mart 及其全球分支机构
MENARDS	指	Menard Inc 及其全球分支机构
傲基科技	指	傲基科技股份有限公司及其子公司 Aukey International Limited
盛锐祺	指	深圳市盛锐祺实业发展有限公司
威尔莱	指	常州市威尔莱炉业有限公司
Maia Research Analysis	指	一家行业研究机构
Statista	指	一个在线的统计数据门户
智研咨询	指	智研咨询有限公司
浙江永强	指	浙江永强集团股份有限公司
恒林股份	指	恒林家居股份有限公司
永艺股份	指	永艺家具股份有限公司
中源家居	指	中源家居股份有限公司
全国股转公司	指	全国中小企业股份转让系统有限责任公司
全国股转系统	指	全国中小企业股份转让系统
四、专业术语		
ODM	指	原始设计制造商是由采购方委托制造方提供从研发、设计到生产、后期维护的全部服务，而由采购方负责销售的生产方式。采购方通常会授权其品牌，允许制造方生产贴有该品牌的产品
OEM	指	OEM 是英文 Original Equipment Manufacturer 的缩写，也称为定点生产，俗称代工（生产），基本含义为品牌生产者不直接生产产品，而是利用自己掌握的关键的核心技术负责设计和开发新产品，控制销售渠道
冲压	指	冲压是靠压力机和模具对板材、带材、管材和型材等施加外力，使之产生塑性变形或分离，从而获得所需形状和尺寸的工件的成形加工方法
拉伸	指	将冲裁后得到的一定形状平板毛坯冲压成各种开口空心零件或将开口空心毛坯减小直径，增大高度的一种机械加工工艺，也称拉延、压延等，属于冲压工艺的一种
表面处理	指	在产品表面上人工形成一层与基体的机械、物理和化学性能不同的表层的工艺方法，表面处理的目的主要是满足客户对产品的耐蚀性、耐磨性、装饰等要求

网罩	指	火盆的一种配件，起到保护作用的金属铁丝网
拨火棒	指	火盆的一种配件，拨弄炉火的短棒
柴架	指	火盆的一种配件，装载燃料的架子
调压阀	指	气炉的一种配件，是一种直观简便的流量调节控制装置，管网中应用流量调节阀可直接根据设计来设定流量
旋钮	指	气炉的一种配件，旋钮是用手控转的手动元件。根据功能要求分为连续多次旋转，旋转角度可达到 360°；也可做定位旋转等
隔热板	指	气炉的一种配件，能阻滞热流传递的板
PH 值	指	(hydrogen ion concentration) 是指溶液中氢离子的总数和总物质的量的比。
阴离子表面活性剂	指	阴离子表面活性剂是表面活性剂中发展历史最悠久、产量最大、品种最多的一类产品。阴离子表面活性剂按其亲水基团的结构分为：磺酸盐和硫酸酯盐，是目前阴离子表面活性剂的主要类别
喷塑	指	将塑料粉末喷涂在零件上的一种表面处理方法
焊接	指	一种以加热、高温或者高压的方式接合金属或其他热塑性材料如塑料的制造工艺及技术
3D	指	在平面二维系中又加入了一个方向向量构成的空间系
CSA 认证	指	CSA 是加拿大标准协会 (Canadian Standards Association) 的简称。它成立于 1919 年，是加拿大首家专为制定工业标准的非盈利性机构。在北美市场上销售的电子，电器，卫浴，燃气等产品都需要取得安全方面的认证。目前 CSA 是加拿大最大的安全认证机构，也是世界上最著名的安全认证机构之一。它能对机械、建材、电器、电脑设备、办公设备、环保、医疗防火安全、运动及娱乐等方面的所有类型的产品提供安全认证。

注：本招股说明书中如存在总计数与各分项数值之和尾数不符的情况，均为四舍五入原因形成。

第二节 概览

本概览仅对招股说明书全文作扼要提示。投资者做出决策前，应认真阅读招股说明书全文。

一、发行人及本次发行的中介机构基本情况

(一) 发行人基本情况			
发行人名称	浙江雅艺金属科技股份有限公司	成立日期	2005年6月9日
注册资本	人民币5,250万元	法定代表人	叶跃庭
注册地址	浙江省武义县茆道镇（二期）工业功能区	主要生产经营地址	浙江省武义县茆道镇（二期）工业功能区
控股股东	叶跃庭	实际控制人	叶跃庭、金飞春、叶金攀
行业分类	C21 家具制造业	在其他交易场所（申请）挂牌或上市等情况	公司股票于2016年3月16日在全国中小企业股份转让系统挂牌并公开转让，证券简称“雅艺科技”，证券代码“836227”。公司股票于2021年8月13日起在全国中小企业股份转让系统终止挂牌。
(二) 本次发行的有关中介机构			
保荐人	兴业证券股份有限公司	主承销商	兴业证券股份有限公司
发行人律师	上海市广发律师事务所	其他承销机构	无
审计机构	天健会计师事务所（特殊普通合伙）	评估机构	银信资产评估有限公司

二、本次发行概况

(一) 本次发行的基本情况			
股票种类	人民币普通股（A股）		
每股面值	人民币1元		
发行股数	1,750万股	占发行后总股本比例	25%
其中：发行新股数量	1,750万股	占发行后总股本比例	25%
股东公开发售股份数量	-	占发行后总股本比例	-

发行后总股本	7,000 万股		
每股发行价格	31.18 元		
发行市盈率	26.68 倍（发行价格除以每股收益，每股收益按发行前一年度经审计扣除非经常性损益前后孰低的净利润除以本次发行后总股本计算）		
发行前每股净资产	4.02 元	发行前每股收益	1.56 元
发行后每股净资产	10.06 元	发行后每股收益	1.17 元
发行市净率	3.10 倍（发行价格除以每股净资产，每股净资产按截至报告期末未经审计的归属于母公司股东的权益与本次募集资金净额之和除以发行后总股本计算）		
发行方式	本次发行采用向网上投资者直接定价发行的方式，全部股份通过网上向持有深圳市场非限售 A 股股份和非限售存托凭证市值的社会公众投资者发行，不进行网下询价和配售		
发行对象	符合资格并在深圳证券交易所创业板开户的自然人、法人等投资者（国家法律、法规禁止购买者除外）		
承销方式	余额包销		
拟公开发售股份股东	无		
发行费用的分摊原则	本次发行的承销费、保荐费、审计费、律师费、用于本次发行的信息披露费、发行手续费等发行相关费用由公司承担		
募集资金总额	54,565.00 万元		
募集资金净额	49,323.21 万元		
募集资金投资项目	年产 120 万套火盆系列、气炉系列生产线及厂房建设项目		
	研发中心建设项目		
	补充流动资金		
发行费用概算	<p>本次发行费用总额为 5,241.80 万元（不含税），其中承销及保荐费用 3,121.08 万元；审计、验资费用 1,037.74 万元；律师费用 630.19 万元；信息披露费用 413.21 万元；发行手续费及其他 39.58 万元。</p> <p>注：发行费用均为不含增值税金额；各项费用根据发行结果可能会有调整。合计数与各分项数值之和尾数存在微小差异，为四舍五入造成。</p>		
(二) 本次发行上市的重要日期			
刊登发行公告日期	2021 年 12 月 9 日		
网上申购日期	2021 年 12 月 10 日		
网上缴款日期	2021 年 12 月 14 日		
股票上市日期	本次股票发行结束后公司将尽快申请在深圳证券交易所创业板上市		

三、发行人报告期的主要财务数据和财务指标

项目	2021.6.30 /2021 年 1-6 月	2020.12.31 /2020 年度	2019.12.31 /2019 年度	2018.12.31 /2018 年度
资产总额（万元）	28,239.18	22,598.74	14,122.43	15,871.99

项目	2021.6.30 /2021年1-6月	2020.12.31 /2020年度	2019.12.31 /2019年度	2018.12.31 /2018年度
归属于母公司所有者权益（万元）	21,082.03	16,043.20	11,368.55	12,815.76
资产负债率（母公司）（%）	24.36	28.24	10.54	15.43
营业收入（万元）	23,004.87	32,093.60	15,085.22	13,841.51
净利润（万元）	5,038.83	8,454.65	3,592.79	2,674.04
归属于母公司所有者的净利润（万元）	5,038.83	8,454.65	3,592.79	2,674.04
扣非归母净利润（万元）	4,876.14	8,181.20	3,492.34	2,131.85
基本每股收益（元）	0.96	1.61	0.68	0.51
稀释每股收益（元）	0.96	1.61	0.68	0.51
加权平均净资产收益率（%）	27.15	61.06	32.38	23.30
经营活动产生的现金流量净额（万元）	617.14	5,611.13	3,961.69	2,252.57
现金分红	-	3,780.00	5,040.00	-
研发投入占营业收入的比例（%）	2.69	2.81	3.24	3.12

四、发行人的主营业务经营情况

公司主要从事户外火盆、气炉等户外休闲家具产品的研发、设计、生产和销售。历经多年发展，公司已逐渐形成了在火盆、气炉系列产品方面成熟的研发体系、制造体系、营销体系，深耕美国及国际市场多年。凭借创新的设计研发、优良的产品品质和可靠的售后服务，公司已与沃尔玛（Wal-Mart）、家得宝（Home Depot）等国际知名大型连锁超市建立了良好的长期业务合作关系。

报告期内，公司的主要产品为户外用的火盆系列产品与气炉系列产品，主营业务收入按产品类别的构成情况如下：

单位：万元

收入类别	2021年1-6月		2020年度		2019年度		2018年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
火盆	11,266.56	49.14%	18,051.09	56.62%	7,599.43	50.82%	7,722.97	56.43%
火盆桌	539.41	2.35%	1,504.66	4.72%	1,843.65	12.33%	2,241.70	16.38%
气炉	43.28	0.19%	546.89	1.72%	1,149.40	7.69%	794.24	5.80%
气炉桌	10,477.93	45.70%	11,045.19	34.65%	4,133.35	27.64%	1,880.18	13.74%
其他	599.36	2.61%	730.95	2.29%	226.34	1.51%	1,046.79	7.65%
总计	22,926.54	100.00%	31,878.77	100.00%	14,952.16	100.00%	13,685.88	100.00%

五、发行人自身的创新、创造、创意特征，科技创新、模式创新、业态创新和新旧产业融合情况

（一）创新、创造、创意特征

公司属于户外休闲家具行业，主要从事户外火盆、气炉系列产品的研发、设计、生产和销售。户外休闲家具产品除了具备实用性功能之外，更起到了装饰庭院、营造氛围等观赏性作用，因此家具产品的研发设计尤为重要。

公司的研发设计能力和技术创新能力是公司创新、创造、创意特征的重要体现。公司的研发设计能力是公司创新、创造、创意特征的重要体现。公司与主要客户采用 ODM 合作模式（ODM 即 Original design manufacturer（原始设计商）的缩写），该合作模式下，发行人自主设计、研发户外火盆、气炉系列产品，根据市场调研信息和客户潜在需求，对客户进行报价并依据客户需求选型、打样，取得客户认可后根据客户订单选取适合的生产加工工艺组织生产，在产品外包装上使用客户商标、再将产品销售给客户后由客户以其自主品牌对外销售。因此，在该种合作模式下，发行人为客户提供户外火盆、气炉系列产品从研发、设计到生产一系列的服务，虽然公司产品最终以客户的自有品牌和商标向终端消费者销售，但公司产品均为公司自行设计、生产技术均为公司自主开发。

1、研发设计方面

发行人的自主研发设计能力是发行人得以获取客户长期而稳定的采购订单的核心因素。发行人拥有成熟、高效的研发团队，通过多年来深耕户外火盆、气炉市场及对消费者的深度了解，研发团队能够精准把握市场动态和流行趋势，设计出引领户外火盆、气炉行业时尚趋势的产品，并能够独立完成从产品构思、外观设计至打样成型等各个环节的工作，充分满足客户对产品设计及生产的需求，进而获得下游客户持续、稳定的采购订单，扩大业务规模。

发行人建立了设计图库和打样图库，设计图库已完成设计的款式超过 5,000 款且每年新增设计款式超过 1,000 款，2020 年度打样新品 372 款。公司设计图库和打样图库的款式涵盖公司的各类产品和多种风格，产品风格包括美式、欧式古典、北欧、现代等，多种设计风格和产品类型足以满足市场各类审美需求。

报告期内发行人每年新增产品设计款式数量、成功打样款式数量、最终定稿生产款式数量及三者间对应比例如下：

项目	2021年1-6月	2020年度	2019年度	2018年度
新增产品设计款式数量(个)	843	1,556	1,105	1,533
成功打样款式数量(个)	171	372	703	979
最终定稿生产款式数量(个)	14	27	20	33
新增产品设计款式数量/成功打样数量	4.93	4.18	1.57	1.57
成功打样数量/最终定稿生产款式数量	12.21	13.78	35.15	29.67

2018年和2019年，发行人每设计1.57个款式能成功打样1个，每打样30-35个左右能定稿生产1个产品款式；2020年，发行人每设计4个款式能成功打样1个，每打样约14个能定稿生产1个产品款式；2021年1-6月，发行人每设计约5个款式能成功打样1个，每打样约12个能定稿生产1个产品款式。2020年新增产品设计款式数量、成功打样款式数量和最终定稿生产款式数量三者间的比例较往年有所变化，主要系2020年度和2021年1-6月受疫情影响，客户召开现场选样会的条件受限，选样会召开的规模、次数均有所下降，客户根据销售情况部分产品沿用以前年度款式或采取线上选样的方式，因此2020年度和2021年1-6月发行人打样款式数量有所减少。

发行人坚持每年推陈出新，通过每年推出新产品、新款式为客户提供多种选择，进而获得客户订单，体现了发行人通过研发设计的创新能力来实现经营业绩的稳步提升。

气炉桌产品是公司近年来着力推广的产品，公司凭借自身多年的行业经验，精准把握市场的动向及用户消费趋势，率先在市场上推出气炉桌产品，以避免传统火盆类产品使用时易产生烟尘、异味等缺点，并随着公司的不断推广逐渐受到了消费者的广泛认可和欢迎。其中王者气炉桌是公司的爆款产品，为发行人主推的气炉桌款式，报告期内公司气炉桌产品及王者气炉桌的销售情况如下：

项目	2021年1-6月	2020年度	2019年度	2018年度
----	-----------	--------	--------	--------

项目	2021年1-6月	2020年度	2019年度	2018年度
收入（万元）	10,477.93	11,045.19	4,133.35	1,880.18
其中：王者气炉桌	5,338.42	5,790.99	3,135.90	796.40
销量（万套）	16.59	17.13	5.82	2.49
其中：王者气炉桌	9.11	9.27	4.61	1.11
占主营业务收入比	45.70%	34.65%	27.64%	13.74%
其中：王者气炉桌	23.28%	18.17%	20.97%	5.82%

由上表可知，报告期内公司气炉桌产品（王者气炉桌）的销售数量及收入规模均大幅上升，充分说明了客户及终端消费者对发行人产品研发设计和创新能力的认可。

2、技术方面

在传统的火盆、气炉生产过程中，更多地依赖于手工制造，机械化、自动化程度不足。发行人自设立以来便不断通过自主研发形成火盆、气炉生产上的核心技术，截至本招股说明书出具日，发行人及其子公司已通过自主研发形成了零部件复合冲压成型技术、金属零部件连续自动加工技术、自动化定制切压技术、金属材料自动焊接技术、自动喷塑技术等核心技术，并拥有 1 项发明专利、32 项实用新型专利、2 项计算机软件著作权。

除了取得多项核心专利技术之外，公司还积极参与国家及国内行业标准的起草和修订等工作，说明公司在行业细分领域的技术实力除了受到客户的广泛认可之外，也得到了行业内其他单位的肯定。

截至本招股说明书签署日，公司及子公司作为标准起草单位参与行业标准制定的具体情况如下：

序号	标准名称	参与单位	修订时间	实施时间	发布单位	级别
1	《户外燃气燃烧器具》（GB/T 38522-2020）	勤艺金属	2020-3-6	2021-2-1	国家市场监督管理总局、国家标准化管理委员会	国家标准

截至 2021 年 6 月 30 日，发行人的研发团队共 64 人，占员工总数的比例为 10.46%；2020 年研发团队员工平均薪酬为 11.65 万元，高于当地制造业员工平均水平，并与武义县创业板上市公司嘉益股份（股票代码：301004）研发人员

平均薪酬（2018-2020 年研发人员人均薪酬分别为 9.48 万元、11.04 万元和 10.60 万元）较为一致；核心研发团队人员多为大专学历，在火盆、气炉等行业从业近十年。

通过上述技术创新的实现，发行人得以具备较强的技术能力实现各款新产品、新设计的落地，在保证质量、控制成本的前提下进行量产。

综上，作为户外家具制造业公司，发行人一方面通过自主研发设计的创新能力每年推出新设计、新产品，进而获得客户订单；另一方面发行人通过自主研发的核心技术实现了火盆、气炉产品的自动化、机械化、批量化生产，实现了产品生产和销售。因此，发行人的研发设计能力和技术创新能力为公司实现了业务发展，是公司创新、创造、创意特征的重要体现。

（二）科技创新、模式创新、业态创新和新旧产业融合情况

1、科技创新

发行人长期从事火盆、气炉等户外休闲家具的生产、研发与制造，密切关注行业内先进技术的发展动向，积累形成了多项核心技术并取得了多项科技创新成果，并广泛地应用于公司的生产经营与产品制造中。截至本招股说明书签署日，发行人及其子公司拥有 1 项发明专利、32 项实用新型专利、2 项计算机软件著作权，并作为行业标准起草单位参与行业标准的制定；发行人的核心技术如下：

序号	核心技术	主要技术构成	核心技术竞争优势及先进性	对应的专利	对应的生产工艺
1	零部件复合冲压成型技术	对生产设备深入研究，同时对材料性能各种参数的计算，设计出先进的复合模具。	传统冲压成型工艺生产金属零部件，大多需要多副模具，通过多次冲压成型，才能完成；公司通过对冲压和拉伸设备的持续研究，同时对材料性能及抗拉强度等相关计算，并对拉伸的三维动态 CAE 分析结合材料 MC 极限等技术综合运用，设计出能整合多道工序的复合模具，大幅简化零部件的生产工序，使产能得到大幅提升。	一种火炉火盆体一次冲压成型设备	产品成型工艺环节
2	金属零部件连续自动加工技术	金属零部件自动化加工设备结构设计，送料装置结构设计。	金属零部件加工大多是通过手动送料，很难保证部件连续加工的精度且需要消耗大量的劳动力，金属零部件的加工效率不高。公司采用先进的高速冲床、送料机、全自动打	一种火炉火盆的连接件自动化加工设备	

序号	核心技术	主要技术构成	核心技术竞争优势及先进性	对应的专利	对应的生产工艺
			圈机等，结合公司高精密模具以及对模具进行机构设计、追加齿轮、汽缸、连杆等光电控制从而将生产实现高精度高质量高效率自动化生产；自动化生产不仅提高了产品质量，而且大幅提高了生产效率，降低人工成本；同时对模具进行模块化组合做到快速更换及一模多用追求精益求精将多个产品集合于自动化设备上完成。		
3	自动化定制切压技术	可组合，可拆卸的切压模具结构设计。	传统的金属零部件加工需要首先制作冲压模具才能进行生产。自动化定制切压技术采用切压模具可组合和可拆卸的切压刀具设计，可根据不同加工形状的零件通过更换组合切压模具实现小批量定制化生产，大幅提高客户定制要求的反应速度。	一种用于火炉的零部件自动化切压装置	
4	金属材料自动焊接技术	采用可编程焊接机器人，对焊接工序实现自动化。	在金属制品的生产过程中，需要对金属零部件进行焊接，传统的焊接多是人工用钳夹持，存在着焊接效率差，焊接质量不稳定等问题，对工人焊接技术要求较高。本公司采用自动化焊接机器人，使用夹具将金属零部件夹紧，同时配合电机和轴承，转动金属零部件，便于各角度焊接。相比传统工艺很大程度上使用普工代替了技术工种，同时提升产品质量，以及大幅提高生产效率。	一种火炉自动焊接机器人装置	产品焊接工艺环节
5	自动皮模线技术	采用多用途挂具及链式输送，旋转高压喷淋对工件实施 360 度无死角清洗、上膜。	传统的皮膜工艺是采用浸泡化学药水式，该工艺生产效率低下，上膜质量不稳定。自动皮模线技术采用多用途挂具及链式输送，同时配合旋转高压喷淋对工件无死角清洗后，镀上保护膜，此项工艺上膜均匀，同时大幅提高生产效率。	一种自动皮模线装置	
6	自动喷塑技术	采用传送带结构传送产品零部件，到达喷塑箱内以后，通过自动喷枪进行喷塑。	目前市场上火盆、气炉在户外日常户外使用中易生锈，传统喷涂大多是采用人工喷塑的方法，对人体危害大，质量不稳定且涂料浪费大。公司通过对喷塑工艺、流水操作、人工技术操作等方面持续研究，开发了自动喷塑技术。该技术采用半封闭式喷塑箱的设置有效解决了塑粉飘散，减小了对环境的污染，保护工人的身体健康；通过回收槽与自动灌装循环的设计及运用降低了	一种火炉自动喷塑装置	表面处理工艺环节

序号	核心技术	主要技术构成	核心技术竞争优势及先进性	对应的专利	对应的生产工艺
			生产成本，同时降低了废料的产生；采用多面喷枪自动供料的设计提高了生产效率，保证涂料厚度均匀，平整，提升了产品档次。		
7	CO、温度自动检测技术	温度以及空气质量的检测与控制系统设计光电报警器自动报警设计。	在火炉的生产过程中，需要对车间内的CO浓度以及温度进行检测，以防止危险事故的发生，现有技术对检测CO浓度以及温度的CO浓度探测器和温度探测器大多是固定在车间内，从而减小了CO浓度探测器和温度探测器的检测范围，当车间内CO浓度以及温度不均匀时，不能起到全面检测的作用，易发生危险事故。CO、温度自动检测技术采用位移装置，带动CO浓度探测器和温度探测器在车间内移动，从而实现了对车间内CO浓度以及温度的全面检测，避免了危险事故的发生；采用位置调节机构，实现了对CO浓度探测器和温度探测器位移的调节，当CO浓度以及温度超过设定范围时，光电报警器自动发出警报。	一种火炉生产环境温度以及空气质量的检测与控制系统	质量、安全应用检测环节
8	烟气自动收集、净化处理技术	自动感应触发器在焊接烟气达到规定值时触发开关，启动风机；多工位隔断半封闭式独立收集烟气设置，降低能耗，节约成本。	焊接工艺中焊接气体中含有大量的有害微颗粒，对人体造成伤害，对环境造成危害。烟气自动收集、净化处理技术隔断半封闭式工位设计避免了单个、多个工位工作时触发烟气捕集器同时启动，节约能耗，降低了成本；烟气自动收集、净化处理系统避免了工作场所烟气弥漫，改善了工作环境；采用二级过滤装置对收集的烟气进行过滤、回收，减少了粉尘的排放降低了对大气的污染。	一种烟气自动收集装置	

2、模式及业态创新

行业内其余火盆、气炉的生产厂商大多销售给中间贸易商、跨境代理商，再由贸易商、代理商销售给境外零售商客户，故行业内大多数其余厂商无法直接与零售商客户沟通，较难把握和理解客户对客户的设计需求及获取有效的客户反馈，阻碍了业务拓展，也不具备自主设计能力。为突破上述瓶颈，公司自2009年起开始直接与行业内优质客户沃尔玛（Wal-Mart）、家得宝（Home Depot）等全球知名公司合作，为满足客户严苛的交期、品质稳定性需求，公司在市场响应、产品样式设计、技术水平、质量保证、成本控制等方面取得了长

足进步，成功打开了与全球大型连锁零售商的直接销售渠道，能够在国际市场竞争中取得一定优势，进而实现了行业内的模式创新及业态创新。

3、新旧产业融合情况

报告期内，公司一方面通过加大技术研发和产品设计的投入，不断推出新的更加美观、大方的产品款式，除了满足原有的户外取暖功能之外，也具备一定的观赏价值和装饰作用；另一方面公司也不断的加大安全生产及环保的投入，购入自动化流水线作业，采用更加节能的环保材料，降低单位产品对能源的消耗以及对环境的污染，实现低碳节能，包括但不限于将传统火盆表面使用的高温油漆逐步替换为更加环保的塑粉，将火盆外包装使用的一次性泡沫塑料替换为可循环回收利用的蜂窝板材料等，以向市场提供更环保、更低碳的产品。

综上所述，公司通过不断加强技术创新、提升生产效率，通过模式创新及业态创新、不断的推进新旧产业融合，在实现高质量发展的过程中，不断提高能源利用效率，增强低碳节能。

（三）发行人符合创业板行业定位

发行人的产品对客户及市场而言都具有核心价值。对客户而言，发行人的产品核心价值在于既能提供烤火取暖等实用性功能，又能凭借新颖的设计起到装饰庭院、烘托聚会氛围等装饰功能。发行人的产品户外火盆、气炉主要销往美国和加拿大等国家。上述国家一直有使用壁炉进行烤火取暖、烘托聚会氛围的生活习惯和消费需求，同时他们热衷于户外活动，进而形成了在庭院、户外餐厅等地使用户外火盆、气炉的需求。

行业内其余火盆、气炉供应商成规模的企业较少并且多数企业不具备自主研发设计能力，而发行人深耕户外火盆、气炉行业多年，已培养出一支具备行业经验和自主研发设计能力的研发团队、一批熟练掌握生产技术的生产管理人员，已拥有稳定生产且自动化程度不断提高的生产线/生产设备，进而具备自主研发设计能力、不断提升的技术能力、及时供货能力、快速响应客户需求的能力等。因此，对市场而言，发行人产品的核心价值在于为市场提供了稳定的供货、符合客户审美的设计并推动了该细分市场的技术发展。

发行人的核心竞争力在于以下三方面：

1、自主研发设计能力。发行人拥有成熟、高效的研发团队（截至 2021 年 6 月末该团队人员已达 64 人），通过多年来深耕户外火盆、气炉市场及对消费者的深度了解，研发团队能够精准把握市场动态和流行趋势，研发出引领户外火盆、气炉行业时尚趋势的产品，进而获得下游客户持续、稳定的采购订单，扩大业务规模。报告期内，发行人的研发设计团队每年新增产品设计款式 1100-1500 款，每年成功打样产品款式 300-900 款，每年获得客户订单并批量生产的产品款式约为 20-30 款。正是由于发行人的自主研发设计能力，能在十余年来保持每年推陈出新、获得大型零售商客户沃尔玛、家得宝的稳定的订单。

2、强大的生产能力。发行人多年来专业从事火盆、气炉等产品的生产，已经整合了相关供应链，能及时、稳定、优质地获得生产所需材料，同时发行人具备火盆、气炉等产品各生产环节、各工艺流程的生产能力，能将新设计、新产品较快地实现量产。尤其在 2020 年当客户需求快速增长时，发行人能迅速通过提升生产设备自动化程度、购置新生产线等方式扩大产能、满足客户快速增长的订单需求、保质保量地为客户提供所需产品，体现了发行人强大的生产能力，也获得了客户进一步的信赖。

3、优质客户资源的优势。不同于行业内大多数供应商只能销售给贸易商、跨境代理商，发行人已与户外火盆、气炉领域的大型、优质客户沃尔玛（Wal-Mart）、家得宝（Home Depot）等国际著名连锁商超企业建立了长期稳定的业务合作关系。公司与上述优质客户长期稳定合作关系，也将同时为公司的经营发展带来以下优势：

（1）沃尔玛（Wal-Mart）、家得宝（Home Depot）对供应商的产品质量及设计要求高、交货周期要求严格、合作前考核周期长、评审认证复杂，客户的更换成本相对较高，公司难以被其他竞争对手替代。因此上述客户为公司提供了稳定及持续增长的业务来源。

（2）相比于价格，上述优质客户更看重产品质量和设计，因此发行人得以利用其突出的研发设计能力和稳定的产品生产能力获取较高的盈利水平。

（3）与知名企业长期的业务合作关系提高了公司知名度与认可度，为公司开发其他客户或开拓市场提供了无形的支持。

综上，发行人及中介机构认为：发行人产品均为公司自行设计、生产技术均为公司自主开发，体现了创新、创造、创意特征；发行人多项核心技术体现了其技术创新，发行人通过自主研发设计能力、快速响应能力、稳定供货能力等开拓了国际知名大型连锁超市的销售渠道体现了其模式创新及业态创新；发行人产品对客户及市场具有核心价值，发行人具备自主研发设计能力、强大的生产能力、优质客户资源等核心竞争力；因此，发行人符合创业板行业定位具有合理性。

六、发行人选择的具体上市标准

发行人选择适用的上市标准为：“最近两年净利润均为正，且累计净利润不低于人民币 5,000 万元”。

七、发行人公司治理特殊安排等重要事项

截至本招股说明书签署日，发行人不存在公司治理的特殊安排。

八、发行人募集资金用途

本次发行所募集资金扣除发行费用后，将按轻重缓急顺序投资于以下项目：

单位：万元

序号	项目名称	项目总投资金额	募集资金拟投入金额
1	年产 120 万套火盆系列、气炉系列生产线及厂房建设项目	25,554.50	25,554.50
2	研发中心建设项目	5,057.03	5,057.03
3	补充流动资金	9,638.47	9,638.47
合计		40,250.00	40,250.00

募集资金到位前，公司将根据募集资金投资项目的实际需要，以自筹资金先行投入；募集资金到位后，将用募集资金置换前期投入的自筹资金。若实际募集资金不能满足上述项目投资需要，公司将通过自筹解决，从而保证项目的实施。本次募集资金运用的具体情况详见本招股说明书“第九节 募集资金运用与未来发展规划”之“二、募集资金投资项目的具体情况”。

第三节 本次发行概况

一、本次发行的基本情况

股票种类	人民币普通股（A股）		
每股面值	人民币1元		
发行股数	1,750万股	占发行后总股本比例	25%
其中：发行新股数量	1,750万股	占发行后总股本比例	25%
股东公开发售股份数量	-	占发行后总股本比例	-
发行后总股本	7,000万股		
每股发行价格	31.18元		
发行市盈率	26.68倍（发行价格除以每股收益，每股收益按发行前一年度经审计扣除非经常性损益前后孰低的净利润除以本次发行后总股本计算）		
发行前每股净资产	4.02元	发行前每股收益	1.56元
发行后每股净资产	10.06元	发行后每股收益	1.17元
发行市净率	3.10倍（发行价格除以每股净资产，每股净资产按截至报告期末经审计的归属于母公司股东的权益与本次募集资金净额之和除以发行后总股本计算）		
发行方式	本次发行采用向网上投资者直接定价发行的方式，全部股份通过网上向持有深圳市场非限售A股股份和非限售存托凭证市值的社会公众投资者发行，不进行网下询价和配售		
发行对象	符合资格并在深圳证券交易所创业板开户的自然人、法人等投资者（国家法律、法规禁止购买者除外）		
承销方式	余额包销		
募集资金总额	54,565.00万元		
募集资金净额	49,323.21万元		
发行费用概算	<p>本次发行费用总额为5,241.80万元（不含税），其中承销及保荐费用3,121.08万元；审计、验资费用1,037.74万元；律师费用630.19万元；信息披露费用413.21万元；发行手续费及其他39.58万元。</p> <p>注：发行费用均为不含增值税金额；各项费用根据发行结果可能会有调整。合计数与各分项数值之和尾数存在微小差异，为四舍五入造成。</p>		

二、本次发行新股有关当事人

（一）保荐人（主承销商）

名称	兴业证券股份有限公司
法定代表人	杨华辉
注册地址	福州市湖东路268号

保荐代表人	李圣莹、尹涵
项目协办人	张鹏
项目组成员	王海桑、朱译、张衡、单吟、毕研文
电话	021-20370631
传真	021-38565707

(二) 律师事务所

名称	上海市广发律师事务所
负责人	孟繁锋
住所	上海市浦东新区世纪大道 1090 号斯米克大厦 19 层
经办律师	沈寅炳、朱萱
电话	021-58358015
传真	021-58358012

(三) 会计师事务所

名称	天健会计师事务所（特殊普通合伙）
负责人	郑启华
注册地址	浙江省杭州市西湖区西溪路 128 号 6 楼
注册会计师	沈维华、沈晓燕
电话	0571-89722422
传真	0571-88216999

(四) 资产评估机构

名称	银信资产评估有限公司
负责人	梅惠民
注册地址	上海市嘉定区曹安公路 1615 号 706 室-3
资产评估师	嘉宁、白晶
电话	021- 63293909
传真	021- 63293909

(五) 股票登记机构

名称	中国证券登记结算有限责任公司深圳分公司
注册地址	广东省深圳市福田区深南大道 2012 号深圳证券交易所广场 25 楼
电话	0755-25938000

传真	0755-25988122
----	---------------

(六) 收款银行

名称	建行福州广达支行
支行账号	35050187000700002882
户名	兴业证券股份有限公司

(七) 申请上市的证券交易所

名称	深圳证券交易所
注册地址	深圳市福田区深南大道 2012 号
电话	0755-88668888
传真	0755-82083295

三、发行人与本次发行中介机构的关系

截至本招股说明书签署日，发行人与本次发行有关的中介机构及其负责人、高级管理人员及经办人员之间不存在直接或间接的股权关系或其他权益关系。

四、与本次发行上市相关的重要时间安排

刊登发行公告日期	2021 年 12 月 9 日
网上申购日期	2021 年 12 月 10 日
网上缴款日期	2021 年 12 月 14 日
股票上市日期	本次股票发行结束后公司将尽快申请在深圳证券交易所创业板上市

第四节 风险因素

投资者在评价发行人此次公开发行的股票时，除本招股说明书提供的其他资料外，应认真地考虑下述各项风险因素。下述风险因素根据重要性原则或可能影响投资者决策的程度大小排序，该排序并不表示风险因素会依次发生。

一、经营风险

（一）出口目的国高度集中风险

报告期内，公司向美国出口商品销售收入占当期主营业务收入的比例分别为 82.32%、89.91%、92.68%和 92.20%，占比较高且呈逐年上升趋势，因此，公司的销售收入会受到国际贸易政策尤其是中美贸易政策的影响。尽管报告期内中美贸易政策未对公司的生产经营产生重大不利影响，报告期内公司出口美国的销售收入金额仍呈增长趋势，并且美国对中国出口商品加征关税亦未对公司出口商品的销售价格产生直接不利影响，但若中美贸易政策进一步恶化，公司仍存在出口目的国高度集中而导致的相关风险。

（二）疫情形势变化导致业绩不能持续高速增长的风险

2020 年新冠肺炎疫情以来，公司产品销量大幅增长，其中 2020 年收入较上年增长 112.75%，一部分原因系新冠肺炎疫情导致人们长时间的居家生活，相应的增加了终端客户对发行人产品的需求。

2021 年初，随着全球新冠疫苗的接种率不断提高，疫情防控形势得到了一定控制。虽然公司 2021 年 1-6 月的营业收入仍较去年同期呈高速增长趋势（公司 2021 年 1-6 月营业收入较上年同期增长 111.75%），但随着人们逐渐恢复正常上班、居家时间减少，可能会导致人们对公司产品的需求减少，这将对公司业绩的高速增长带来一定的不利影响。因此，公司存在因疫情形势变化可能导致业绩不能持续高速增长的风险。

（三）客户集中度较高及大客户依赖的风险

报告期内各期，公司的主要客户为沃尔玛（Wal-Mart）、家得宝（Home Depot），二者销售收入占公司销售收入总额的比例分别为 57.07%、67.77%、72.06%和 72.94%。公司已与上述两家客户合作超过十年，双方通过长期合作建

立了互相信任、互相依赖的业务合作关系。

然而，若因市场环境变化、进出口政策影响等导致公司的主要客户减少对公司的采购订单或发行人被其他竞争者替代，可能会导致公司业绩下滑，对发行人持续经营能力构成不利影响。

（四）原材料价格波动风险

报告期内，公司的材料成本占公司产品成本的比重较高，原材料价格波动对公司产品成本影响较大。公司生产所需原材料主要为冷轧板、钢材等金属材料，其价格变化与大宗商品市场价格的关联度较高。

2021 年以来，受市场需求复苏、流动性宽松、短期供应短缺等影响，大宗商品的市场价格整体上涨明显，公司主要原材料冷轧板、钢管的采购成本也随之上升，公司已与主要客户沟通就后续订单的产品价格调整达成一致，以抵消原材料价格上涨带来的不利影响。若公司的主要原材料价格持续上涨，且公司难以通过成本管控措施以及产品价格调整消化上述影响，将会导致公司产品毛利率下滑，进而对公司的经营业绩产生不利影响。

（五）国际贸易摩擦尤其是中美贸易摩擦的风险

报告期内，公司约 98%的营业收入为出口收入，且美国为主要出口国家，报告期内各期公司出口美国收入占当期主营业务收入的的比例分别为 82.32%、89.91%、92.68%和 92.20%。因此公司业绩受国际贸易政策尤其是中美贸易政策的影响较大。

自 2018 年起，中美贸易摩擦持续升级，这亦影响了发行人出口产品的关税。报告期内，发行人出口美国的各类产品关税比例变化情况及产品单价情况如下：

单位：美元

产品类型	项目	2018.1.1-2018.9.24	2018.9.24-2019.5.10	2019.5.10-2019.9.1	2019.9.1-2020.2.14	2020.2.14-2021.6.30
火盆、气炉	关税比例	0%			15%	7.5%
	火盆单价	29.16			26.41	27.75
	气炉单价	30.23			31.09	30.91
火盆桌、	关税比例	0%	10%	25%		
	火盆桌单价	58.19	59.99	65.25		

产品类型	项目	2018.1.1- 2018.9.24	2018.9.24- 2019.5.10	2019.5.10- 2019.9.1	2019.9.1- 2020.2.14	2020.2.14- 2021.6.30
气炉桌	气炉桌单价	119.71	104.79	97.00		

如上表所反映的趋势，美国加征关税比例未对公司出口美国产品的价格造成直接影响，发行人亦未与主要客户就关税承担或售价调整达成协议。报告期内，公司各类产品单价变动主要是产品结构变动引起的。但中美经贸问题仍存在较大的不确定性，若未来中美贸易摩擦进一步加剧，可能导致公司需承担部分关税成本或影响公司的销售订单，进而对公司业绩造成不利影响。

（六）新冠病毒疫情对全球市场需求造成重大不利影响的风险

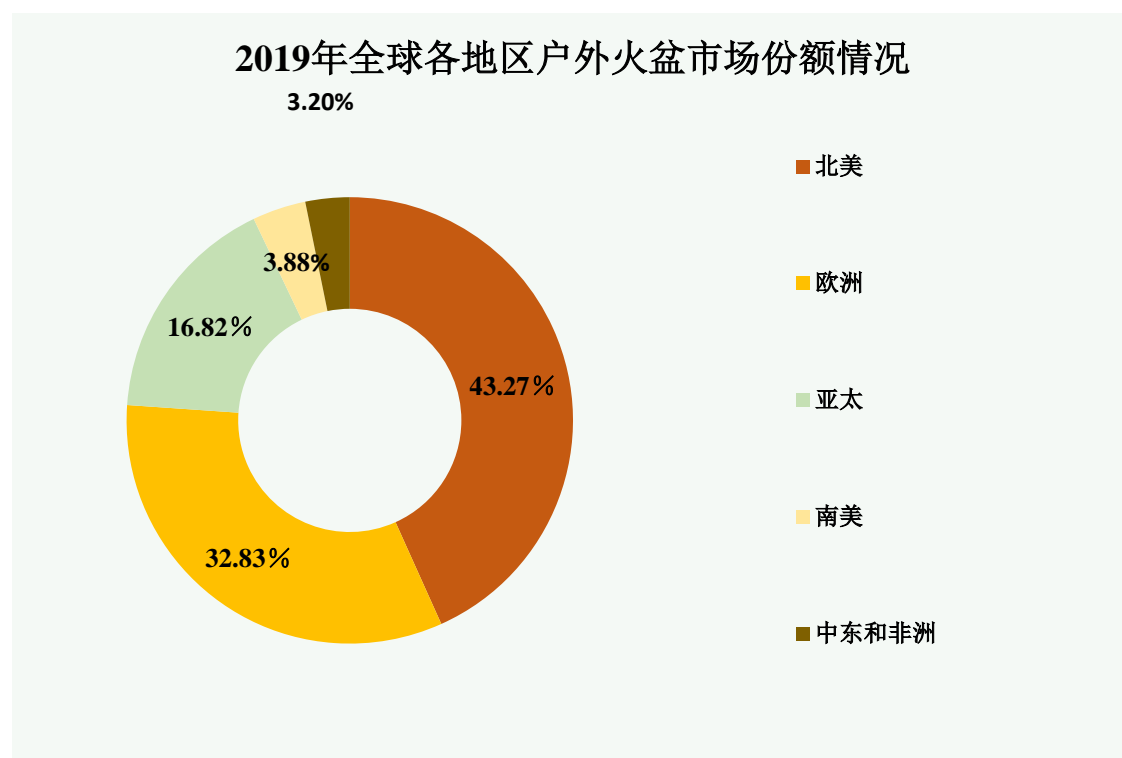
2020年初，新冠病毒疫情在全球范围内爆发并蔓延。公司主要客户集中在美国，目前美国疫情较为严重，政府号召美国人民尽量避免人群聚集、更多地进行居家活动，并倡导餐厅设置户外用餐区域。美国人民长时间地居家活动改变了其消费习惯，刺激了对公司产品的消费需求，同时户外用餐亦增强了对公司产品的商用需求，故2020年公司经营业绩较往年有较大幅度的增长。

但若新冠病毒疫情无法得到较好地控制，长期来看可能对美国居民的可支配收入和消费能力造成负面影响，进而影响对公司产品的需求，可能导致公司业绩的下滑。

（七）开拓自有品牌的相关风险

发行人所在的户外火盆、气炉行业的行业特点包括：产品的主要消费地在境外欧美国家，由境外的零售商、贸易商掌握着销售终端渠道。

就产品市场的境内外规模情况来看，欧美国家尤其是北美地区消费市场规模大，国内户外火盆、气炉市场起步较晚，国内消费者还未培养起消费习惯，目前消费市场规模较小。根据 Maia Research Analysis 数据，2019年全球火盆、气炉规模为 11.27 亿美元，其中北美地区销售额占比为 43.27%，中国地区销售额占比仅为 7.90%。



数据来源：Maia Research Analysis

报告期内发行人产品销售以出口销售为主，报告期内各年度出口销售收入占主营业务收入的比例均超过 98%，出口产品主要销往北美地区尤其是美国，报告期内销往美国的收入占外销收入的比例约为 82%至 94%。根据中信保查询的 2018 年至 2020 年及 2021 年 1-6 月美国进口火盆类产品数据，发行人产品占美国进口火盆类产品的市场份额约为 10%至 12%。

单位：万个

项目	2021年1-6月	2020年度	2019年度	2018年度
美国火盆类产品总进口数量	581.15	912.13	477.60	501.46
美国从中国进口的火盆类产品数量	547.11	852.69	451.74	477.02
发行人销往美国的产品数量	73.04	115.14	51.80	50.03
发行人销量占美国总进口数量的比例	12.57%	12.62%	10.85%	9.98%
发行人销量占美国从中国进口数量的比例	13.35%	13.50%	11.47%	10.49%

由于境内消费者尚未形成对户外火盆、气炉等产品的消费习惯，目前市场

规模较小，发行人开拓国内市场需要投入较高的前期费用培养消费者习惯、改变消费者对产品的认知，短期来看发行人开拓国内市场仍存在较高的难度。

在进一步开拓境外市场方面，发行人专注深耕户外火盆、气炉市场多年，已在行业内建立起了一定的知名度和信誉度，境外市场空间较大，发行人可以继续拓展境外的大型商超 ODM 客户，也可以通过自有商标品牌的开发来开辟新的销售渠道（如经销商、跨境电商等），不断增加市场占有率。

报告期内，发行人与主要客户采用 ODM 合作模式，发行人根据客户需求自行设计、研发火盆、气炉等产品，并按照客户的具体要求生产产品后贴上客户的自有或指定品牌向客户销售。因此，报告期内发行人未以自有的商标品牌在境内或者境外进行销售。

发行人目前尚未制定自有商标品牌的未来销售计划，但发行人具备自主设计、研发能力，研发生产过程中所用核心技术均来源于发行人长期积累沉淀所得，并且发行人已在美国、英国、加拿大申请了自有商标品牌，因此不排除发行人未来将开拓自有品牌进行设计、生产和销售。

发行人未来开拓自有品牌生产、设计、销售面临的主要困难、壁垒如下：

1、自有品牌生产方面

目前发行人产能已经较为饱和，2020 年度发行人产能利用率超过 100%，发行人现有产能已无法满足下游客户迅速增长的订单需求。若未来开拓自有品牌时产能无法进一步提升，在生产方面将受到产能限制，影响自有品牌的正常销售。

2、自有品牌设计方面

发行人已具备较为强大的自主设计、研发能力，在现有 ODM 合作模式中系根据客户需求自主设计、研发火盆、气炉类产品，但在未来开拓自有品牌时，发行人在设计方面面临的难点在于需要研发、设计出与向现有 ODM 客户销售产品有所区别的款式，否则发行人的自有品牌将缺乏产品独特的设计和定位。

3、自有品牌销售方面

在自有品牌销售方面，发行人面临的主要困难、壁垒包括：

(1) 境外大型连锁商超掌握较多的传统线下销售渠道用于销售其自有品牌, 发行人自有品牌产品较难进入传统的境外零售渠道实现销售;

(2) 组建专业的销售团队, 发行人初步计划以电商渠道作为自有品牌的主要销售渠道, 电商渠道有别于发行人目前的销售渠道, 为此发行人需要组建专业的电商销售团队, 负责电商销售渠道的开拓、运营与维护;

(3) 打响自有品牌知名度, 作为新品牌发行人自有品牌需要通过有力、高效的宣传方式提升品牌知名度, 进而让更多消费者关注到发行人的自有品牌, 并有意愿体验发行人设计新颖、质量可靠的产品。

针对上述开拓自有品牌中可能面临的主要困难和壁垒, 发行人将在开拓自有品牌前做好充分的市场尽调工作, 通过扩充产能、先行设计自有品牌款式、招募专业的、有经验的电商管理、品牌运营和销售人才团队来解决上述困难。

然而, 即便发行人采取一切措施克服新品牌开拓过程中遇到的主要困难和壁垒, 仍然存在产能不足、销售渠道拓展不力、自有品牌产品设计未得到消费者喜爱等经营风险。

(八) 产品被替代风险

发行人的主要产品户外火盆、气炉系列产品均为发行人自主研发、设计与生产, 发行人会根据当季流行趋势、市场调研情况、客户需求情况每年新增产品设计款式并打样供客户挑选。

然而, 随着市场竞争的加剧, 竞争对手们也同步推出了较多新设计、新款式的新产品, 与发行人的产品形成竞争。若发行人的产品不能始终保持独特新颖的设计、稳定可靠的质量, 将有可能导致产品被替代的风险, 进而影响发行人的经营业绩。

(九) 关于未来业绩可能下滑的风险

报告期内, 公司营业收入分别为13,841.51万元、15,085.22万元和32,093.60万元和23,004.87万元, 其中2020年及2021年1-6月收入增长较为迅速, 一方面原因系2020年因疫情影响, 美国人民居家的时间大幅增加, 直接的刺激了终端客户对居家休闲相关产品的需求, 导致公司的产品销量也相应的大幅增加; 另一

方面系下游客户自身的业务增长，发行人凭借自身的优秀的供货能力获取了客户更多的订单，最后公司火盆、气炉桌的主打产品市场开拓顺利，不断的开发新的市场潜在用户。

若未来随着美国新冠肺炎疫情好转，人们恢复正常上班、居家时间减少，可能导致终端客户对公司的消费需求下降等情形，将使公司面临一定的经营压力，可能存在业绩下滑的风险

二、创新风险

（一）创新失败或落后的风险

公司主营业务是户外火盆、气炉等户外休闲家具的研发、设计、生产和销售，公司的主要产品户外火盆、气炉系列产品既具备取暖等实用性功能，亦具备装饰、观赏、营造氛围等作用，因此对产品外观设计、材质选用、功能设计等各方面都有较高的要求。公司每年都会根据客户需求、市场调研、流行趋势等研发设计新款产品并面向市场推出。

然而，面对消费者生活品质要求的不断提高和激烈的市场竞争，若公司无法继续保持产品设计创新、技术应用和生产工艺改进，及时响应市场和客户对先进技术和创新产品的需求，则公司将在未来竞争中处于不利地位，进而对持续盈利能力和财务状况产生不利影响。

三、技术风险

（一）核心技术人员流失及技术泄露的风险

户外休闲家具行业高度依赖设计创意和技术创新，产品开发需要稳定的研发设计团队及自主创新能力。如果公司核心技术人员流失或核心技术泄露，很可能会严重削弱公司的市场竞争能力，影响公司在行业内的竞争地位。

（二）产品被模仿的风险

公司深耕火盆、气炉等户外休闲家具行业多年，对行业流行趋势、消费者喜好等有非常深入的理解，每年都会通过自主研发设计推出新产品、新款式以满足下游零售商和终端消费者的需求。

如果竞争对手通过恶意模仿公司的热销产品进行仿制和销售，将会抢夺公

司的销售市场，影响公司的经营业绩。

四、财务风险

（一）汇率波动的风险

公司以外销为主，以美元为主要结算货币。人民币汇率的波动将对公司以外币结算的销售收入及汇兑损益产生较大的影响。

人民币汇率的波动对公司业绩的影响主要表现在：一方面，公司产品以美元定价，人民币贬值或升值时，公司以人民币体现的报表收入随之上升或下降；另一方面，自确认销售收入至收款结汇期间，因人民币汇率波动而产生的汇兑损益，将直接影响公司业绩。2018年、2019年、2020年及2021年1-6月，公司的汇兑损益分别为-127.25万元、-87.63万元、700.13万元及118.65万元，占当期利润总额的比例分别为-3.69%、-1.89%、6.62%和1.86%。

若人民币汇率大幅波动且公司无法采取有效措施减少汇率波动对公司业绩的影响，将对公司盈利能力产生不利影响。

（二）税收政策的风险

公司全资子公司勤艺金属于2018年11月取得高新技术企业资格证书，2018年至2020年及2021年1-6月减按15%的税率征收企业所得税。此外，报告期内公司收入主要为出口收入，产品出口退税执行国家的出口产品增值税“免、退”政策，2018年、2019年、2020年及2021年1-6月，公司收到的出口退税金额分别为1,049.81万元、1,476.17万元、2,207.51万元及1,891.04万元。

若未来国家高新技术企业税收优惠政策发生变化，或发行人子公司因不符合高新技术企业资格认定标准等原因无法享受该项税收优惠，或出口退税政策发生变更，将对公司未来的经营业绩造成一定的影响。

五、内控风险

（一）实际控制人不当控制的风险

公司的实际控制人为叶跃庭、金飞春、叶金攀，合计持有发行人94.47%的股权比例，本次发行后上述三人仍为公司的实际控制人。若公司实际控制人不恰当使用其控制地位，可能导致公司法人治理结构有效性不足，从而产生不利

于公司及其他投资者利益的风险。

（二）业绩规模扩大的管理风险

经过多年的持续发展，公司已积累了一大批管理人才、技术人才和销售人才，并建立了稳定的经营管理体系。但随着公司主营业务的不断拓展、产品结构不断优化、业绩规模的不断扩大，尤其是本次发行股票募集资金到位后，公司总资产和净资产规模将大幅增加，将对公司如何更有效地实施经营管理提出更严峻的考验。如果公司经营管理体系及人力资源统筹能力无法匹配业务规模，未来公司的发展将受到不利影响。

六、法律风险

（一）知识产权的风险

作为一家创新创意型企业，持续的研发投入和知识产权积累是取得竞争优势和持续发展的重要因素。经过多年技术积累，公司目前拥有若干核心技术并形成 1 项发明专利、32 项实用新型专利、2 项软件著作权。

出于利益驱动，不排除部分客户或竞争对手仿制公司产品侵蚀公司产品和技术优势，从而影响公司品牌形象和利益。而公司通过法律途径维护自身合法权益，也会消耗公司的经济资源，从而对公司的正常生产经营造成不利影响。

（二）产品质量问题引起诉讼、处罚或潜在纠纷的风险

公司产品主要销往美国等发达国家市场，客户是国际知名的大型连锁零售商，其对产品品质要求普遍较高，公司与其合作多年均能满足客户对产品品质的要求，报告期内未发生过产品质量问题引起的诉讼、处罚或潜在纠纷。但若公司无法持续满足客户的产品品质要求，因质量问题引起诉讼、处罚或潜在纠纷，将对公司的持续盈利能力造成不利影响。

七、发行失败风险

本次公开发行股票的发行人价格及发行结果，将受到证券市场整体情况、投资者对本次发行方案的认可程度等多种内外部因素的影响，存在不能足额募集所需资金甚至发行失败的风险。

八、募集资金投资项目的实施风险

公司本次募集资金主要投资于年产 120 万套火盆系列、气炉系列生产线及厂房建设项目、研发中心建设项目和补充流动资金。公司本次募集资金投资项目是基于公司所在行业良好的发展前景以及公司稳健的发展态势确定的，并进行了详细的可行性分析。募集资金投资项目达产后，预计公司产能将大幅提高，生产能力得以大幅提升，这对公司市场开拓能力的要求将大幅提高。但因募集资金投资项目需要一定的建设和达产周期，如果相关政策、宏观经济环境或市场竞争等方面出现重大不利变化，未来公司的市场开拓不能满足产能扩张速度，或是市场空间增长速度低于预期，使得募投项目新增产能无法及时消化，将影响项目的实施效果，进而降低公司的预期收益。

第五节 发行人基本情况

一、基本信息

中文名称:	浙江雅艺金属科技股份有限公司
英文名称:	ZheJiang Yayi Metal Technology Co.,Ltd.
法定代表人:	叶跃庭
有限公司成立日期:	2005年6月9日
股份公司成立日期:	2015年10月21日
注册资本:	人民币5,250万元
住所:	浙江省武义县茭道镇(二期)工业功能区
邮编:	321200
电话号码:	0579-87603887
传真号码:	0579-87603891
公司网址:	www.china-yayi.com
电子信箱:	info@china-yayi.com
负责信息披露和投资者关系的部门:	证券部
部门负责人:	潘红星
联系电话:	0579-87603887

二、公司的设立情况

(一) 有限责任公司的设立情况

发行人前身雅艺有限是由叶跃庭和金飞春共同出资设立,注册资本为368万元,以货币方式缴足。2005年6月8日,武义方正会计师事务所有限公司出具了武会师验(2005)第146号《验资报告》,验证截至2005年6月7日,雅艺有限已收到全体股东缴纳的注册资本合计人民币368万元。

2005年6月9日,雅艺有限经武义县工商行政管理局核准成立。

雅艺有限设立时,股东及出资情况如下:

序号	股东名称	出资额(万元)	出资比例
1	叶跃庭	220.80	60.00%
2	金飞春	147.20	40.00%
	合计	368.00	100.00%

（二）股份有限公司的设立情况

2015年8月10日，雅艺有限召开股东会审议通过公司整体变更为股份有限公司，改制基准日为2015年7月31日。

2015年9月11日，银信评估出具了银信资评报[2015]沪第0466号《浙江雅艺金属制造有限公司股份制改制净资产公允价值评估报告》，经其评估，截至基准日2015年7月31日，雅艺有限净资产值为12,033.14万元。

2015年9月14日，雅艺有限召开股东会并作出决议，同意以雅艺有限截至2015年7月31日经审计后的净资产值4,894.44万元，按照1.0877:1的比例折股整体变更为股份公司。折股后，股份公司的总股本为4,500万股，折股时超过注册资本的部分394.44万元计入公司资本公积金。雅艺有限的全体股东以其持有的雅艺有限股权所对应的净资产份额按1.0877:1的比例折合为股份公司的发起人股份。同日，叶跃庭、金飞春等28位发起人签订了《浙江雅艺金属科技股份有限公司发起人协议》。2015年9月30日，公司召开创立大会暨股份公司第一次临时股东大会，审议通过了公司章程等议案。

2020年11月3日，天健会计师出具了天健验[2020]466号《验资报告》，根据该《验资报告》，截至2015年9月25日，公司已收到全体出资者所拥有的截至2015年7月31日止浙江雅艺金属制造有限公司经审计的净资产48,944,434.05元，根据《公司法》的有关规定，按照公司的折股方案，将上述净资产折合实收股本4,500万元，资本公积394.44万元。

2015年10月21日，公司完成了工商变更登记手续。整体变更后的股份结构为：

股东名称	持有股份数量（万股）	持股比例
叶跃庭	2,071.80	46.04%
金飞春	1,381.50	30.70%
王镬	171.90	3.82%
金新波	140.85	3.13%
王玲玲	103.50	2.30%
金新军	72.45	1.61%
施志能	68.40	1.52%

股东名称	持有股份数量（万股）	持股比例
王鸣	68.40	1.52%
金飞兰	62.10	1.38%
胡仁杰	51.75	1.15%
黄跃军	45.45	1.01%
施志晓	41.40	0.92%
付华高	27.00	0.60%
许曼冬	24.75	0.55%
程丽英	20.70	0.46%
王斌	20.70	0.46%
王震	20.70	0.46%
深圳市前海盖娅金融控股有限公司	18.45	0.41%
叶红霞	16.65	0.37%
金新胜	14.40	0.32%
陈春根	12.15	0.27%
姚成	12.15	0.27%
宣杭娟	10.35	0.23%
吴世锋	6.30	0.14%
胡胜利	4.05	0.09%
王明春	4.05	0.09%
叶涌泉	4.05	0.09%
应丽珍	4.05	0.09%
合计	4,500.00	100.00%

三、报告期内的股本及股东变化情况

2017年1月1日，公司的股本和股东情况如下：

股东名称	持有股份数量（万股）	持股比例
叶跃庭	2,071.80	46.04%
金飞春	1,381.50	30.70%
王镬	171.90	3.82%
金新波	140.85	3.13%
王玲玲	103.50	2.30%
金新军	72.45	1.61%

股东名称	持有股份数量（万股）	持股比例
施志能	68.40	1.52%
王鸣	68.40	1.52%
金飞兰	62.10	1.38%
胡仁杰	51.75	1.15%
施志晓	46.60	1.04%
黄跃军	45.45	1.01%
许曼冬	24.75	0.55%
付华高	21.80	0.48%
程丽英	20.70	0.46%
王斌	20.70	0.46%
王震	20.70	0.46%
深圳市前海盖娅金融控股有限公司	18.45	0.41%
叶红霞	16.65	0.37%
金新胜	14.40	0.32%
陈春根	12.15	0.27%
姚成	12.15	0.27%
宣杭娟	10.35	0.23%
吴世锋	6.30	0.14%
胡胜利	4.05	0.09%
王明春	4.05	0.09%
叶涌泉	4.05	0.09%
应丽珍	4.05	0.09%
合计	4,500.00	100.00%

（一）报告期内股本变化情况

报告期内，公司股本发生过一次变化，是 2018 年 2 月公司进行了一次定向增发，股本由 4,500 万元增加至 5,250 万元，具体情况如下：

2017 年 10 月 11 日，公司第一届董事会第十九次会议审议通过了《关于浙江雅艺金属科技股份有限公司 2017 年第一次股票发行方案》，公司拟向叶跃庭及其他合格投资者发行股票不超过 800 万股，每股价格为 2.5 元至 2.8 元（含），募集资金不超过人民币 2,240 万元。2017 年 10 月 29 日，公司召开 2017 年第七次临时股东大会，审议通过了上述议案。

2017年11月1日，公司公告本次股票发行由叶跃庭和方东晖分别认购150万股、600万股，全部以现金认购，认购价格为2.68元/股。具体认购情况如下：

序号	股东名称	认购股数（万股）	认购金额（万元）	投资者身份
1	叶跃庭	150.00	402.00	实际控制人、董事长
2	方东晖	600.00	1,608.00	外部投资者
合计		750.00	2,010.00	

2017年11月28日，天健会计师事务所（特殊普通合伙）出具《验资报告》（天健验[2017]478号）验证：截至2017年11月17日，公司已向叶跃庭、方东晖发行150万股、600万股，应募集资金总额为2,010万元，减除发行费用33万元后募集资金净额为1,977万元，均以货币出资；其中，计入实收资本750万元。变更后，公司实收资本为5,250万元。

2017年12月14日，本次发行股票经全国中小企业股份转让系统备案，并于2017年12月27日在中国证券登记结算有限责任公司办理了股份登记。2018年2月1日，公司办理了工商变更登记手续。

（二）报告期内股东变化情况

2017年1月1日至2021年6月30日，公司股东变化主要系股转系统中公开交易所致，股东变化情况具体如下：

股东名称	2017年1月1日持有股份数量（万股）	2021年6月30日持有股份数量（万股）	持股数量变动（万股）
叶跃庭	2,071.80	3,640.56	1,568.76
金飞春	1,381.50	1,312.50	-69.00
金新军	72.45	79.55	7.10
勤艺投资	-	68.90	68.90
黄跃军	45.45	53.45	8.00
程丽英	20.70	22.70	2.00
金新胜	14.40	20.40	6.00
宣杭娟	10.35	13.55	3.20
王绍明	-	10.10	10.10
吴世锋	6.30	7.30	1.00
胡胜利	4.05	7.15	3.10

股东名称	2017年1月1日持有股份数量 (万股)	2021年6月30日持有股份数量 (万股)	持股数量变动 (万股)
王明春	4.05	5.65	1.60
叶涌泉	4.05	4.05	-
应丽珍	4.05	4.05	-
谢德广	-	0.09	0.09
王鏖	171.90	-	-171.90
金新波	140.85	-	-140.85
王玲玲	103.50	-	-103.50
施志能	68.40	-	-68.40
王鸣	68.40	-	-68.40
金飞兰	62.10	-	-62.10
胡仁杰	51.75	-	-51.75
施志晓	46.60	-	-46.60
许曼冬	24.75	-	-24.75
付华高	21.80	-	-21.80
王斌	20.70	-	-20.70
王震	20.70	-	-20.70
深圳市前海盖娅金融控股有限公司	18.45	-	-18.45
叶红霞	16.65	-	-16.65
陈春根	12.15	-	-12.15
姚成	12.15	-	-12.15
合计	4,500.00	5,250.00	750.00

自公司股票在新三板挂牌至 2021 年 6 月 30 日，新增股东 3 人，合计持有公司 79.09 万股，合计持股比例为 1.51%。新增股东的具体情况如下：

新增股东名称	2021年6月30日持有股份数量 (万股)	持股比例	股东身份
勤艺投资	68.90	1.31%	员工持股平台
王绍明	10.10	0.19%	实际控制人叶跃庭母亲的弟弟的儿子
谢德广	0.09	0.0017%	外部投资者
合计	79.09	1.51%	

（三）发行人历史上曾存在的股权代持及解除情况

勤艺投资为发行人的员工持股平台（勤艺投资相关情况详见本节“十一、发行人已制定或实施的股权激励及相关安排”），发行人员工通过该持股平台间接持有发行人股份。2019年初，通过勤艺投资间接持股的发行人员工向公司提出直接持股的意愿。经协商，对于同时为公司直接持股股东的黄跃军、宣杭娟、金新军等8名员工，按其在勤艺投资的投资额对应的公司股份合计31万股由勤艺投资转让给相关股东直接持股，相关股东同时退出勤艺投资。剩余员工因不符合新三板合格投资者开户条件，暂时由实际控制人叶跃庭代勤艺投资持有剩余的公司股份，合计68.90万股。2019年1月至2月，勤艺投资将68.90万股发行人股份通过股转系统转让给叶跃庭由叶跃庭代为持有，双方签署了《委托持股协议》。

2020年4月，叶跃庭将其合计代勤艺投资持有的68.90万股公司股份通过股转系统转让给勤艺投资，解除了上述股权代持事项。

截至本招股说明书签署日，发行人股东的持股均为其本人/本法律主体持股，不存在为其他主体代持股份的情形。

经核查，保荐机构和发行人律师认为：发行人股权代持情形已解除，股权代持涉及的相关方对股权代持及解除事项不存在纠纷或潜在纠纷，发行人及相关股东未因此受到过行政处罚，不构成重大违法行为；发行人股权清晰稳定，不存在纠纷或被处罚风险。上述股权代持情形不构成发行人本次发行上市的实质性障碍。

（四）关于历史股东盖娅金融及盖娅基金的情况

1、关于盖娅金融、盖娅基金的相关情况

（1）盖娅金融

盖娅金融的基本情况如下：

公司名称：	深圳市前海盖娅金融控股有限公司
统一社会信用代码：	914403003197691530
企业类型：	有限责任公司

成立时间:	2014年12月15日
注册资本:	5,464.4776万元人民币
法定代表人:	刘智慧
主要人员:	刘智慧任执行董事兼总经理,任志庆任监事
注册地址:	深圳市前海深港合作区前湾一路1号A栋201室(入驻深圳市前海商务秘书有限公司)
经营范围:	一般经营项目是:投资兴办实业(具体项目另行申报);投资管理、投资咨询(根据法律、行政法规、国务院决定等规定需要审批的,依法取得相关审批文件后方可经营);股权投资;投资顾问、企业管理咨询、在网上从事商贸活动(以上均不含限制项目);市场营销策划。

截至本招股说明书签署日,盖娅金融的实际控制人为任志庆,其股权结构如下:

序号	股东	出资额(万元)	股权比例
1	任志庆	2,450.00	44.8350%
2	秦旭东	1,450.00	26.5350%
3	深圳市盛泰乾源投资有限公司	1,000.00	18.30%
4	刘智慧	100.00	1.83%
5	王晓云	54.6447	1.00%
6	万志刚	54.6447	1.00%
7	李伟	54.6447	1.00%
8	赵晓斌	54.6447	1.00%
9	蒋国	54.6447	1.00%
10	沈艳秋	54.6447	1.00%
11	蔡如东	54.6447	1.00%
12	吴慧姝	54.6447	1.00%
13	李亚珍	27.32	0.5%
合计		5,464.4776	100%

注:深圳市盛泰乾源投资有限公司的股东为深圳天鹰时代资产管理有限公司(持股60%)及任志庆(持股40%),深圳天鹰时代资产管理有限公司的股东为刘智慧(持股80%)及陈健霞(持股20%)。

(2) 盖娅基金

盖娅基金的基本情况如下:

公司名称:	深圳市前海盖娅基金管理有限公司
统一社会信用代码:	91440300326246393W

企业类型:	有限责任公司
成立时间:	2014年12月24日
注册资本:	2,000万元人民币
法定代表人:	刘智慧
主要人员:	刘智慧任执行董事兼总经理, 史飞龙任监事
注册地址:	深圳市前海深港合作区前湾一路1号A栋201室(入驻深圳市前海商务秘书有限公司)
经营范围:	一般经营项目是: 受托管理股权投资基金(不得以公开方式募集资金、不得从事公开募集基金管理业务); 受托资产管理、投资管理(不得从事信托、金融资产管理、证券资产管理等业务); 股权投资、投资咨询(以上均不含限制项目)。

盖娅基金为中国证券投资基金业协会登记备案的私募基金管理人, 登记编号为 P1010885, 登记时间为 2015 年 4 月 16 日。截至本招股说明书签署日, 盖娅基金的实际控制人为任志庆, 其股权结构如下:

序号	股东	出资额(万元)	股权比例
1	盖娅金融	800	40%
2	深圳市宇恒启势投资企业(有限合伙)	600	30%
3	刘智慧	200	10%
4	深圳市富爱心盟四号投资企业(有限合伙)	200	10%
5	北京四聚实业发展有限公司	200	10%
合计		2,000	100%

注: 1、深圳市宇恒启势投资企业(有限合伙)的普通合伙人(执行事务合伙人)为刘智慧, 有限合伙人为史飞龙、晋永强。

2、深圳市富爱心盟四号投资企业(有限合伙)系盖娅基金担任执行事务合伙人并管理的私募基金(主要出资人为史飞龙、刘智慧等)。

3、北京四聚实业发展有限公司的股东为陈宁(持股 60%)和刘智慧(持股 40%)。

(3) 关于盖娅金融与盖娅基金的关系

盖娅金融、盖娅基金系同一实际控制人任志庆控制下的两家公司, 盖娅金融持有盖娅基金 40%的股权, 刘智慧同时担任盖娅金融、盖娅基金的法定代表人、执行董事兼总经理。

(4) 盖娅金融、盖娅基金的实际控制人与发行人主要客户、供应商不存在关联关系及业务往来

盖娅金融、盖娅基金的实际控制人均为任志庆, 任志庆及其控制的企业与发行人从事的业务领域完全不相关, 与发行人主要客户、供应商不存在关联关

系及业务往来。

(5) 盖娅金融、盖娅基金投资的其他企业

截至本招股说明书出具之日，盖娅金融、盖娅基金直接或间接对外投资企业的具体情况如下：

1) 盖娅金融对外投资情况

序号	企业名称	持股比例	注册资本 (万元)	成立时间	实际控制人	主营业务
1	深圳市盛泰汇鑫供应链管理金融服务有限公司（简称“盛泰汇鑫”）	90%	10,000	2015年4月29日	任志庆	金融信息咨询
2	心智阶梯文化传媒（深圳）有限公司（简称“心智阶梯”）	51%	500	2015年6月24日	任志庆	品牌管理
3	盖娅基金	盖娅金融持股40%，富爱心盟四号持股10%	2,000	2014年12月24日	任志庆	股权投资、投资管理
4	深圳市富爱心盟三号投资企业（有限合伙）	盖娅金融持股22.2220%、前海蒙粤持股22.2220%、前海磐泰持股11.1110%	500	2015年8月7日	任志庆	投资平台
5	江苏维特瑞能源有限公司	20%	2,000	2016年4月20日	黄杰航、王百栋	煤炭经营
6	前海蒙粤金融控股（深圳）有限公司（简称“前海蒙粤”）	19%	1,000	2015年7月2日	任志庆	投资平台 （暂无对外投资）
7	深圳市耀鑫辉泰投资管理企业（有限合伙）	15%	500	2015年8月6日	任志庆	投资平台 （暂无对外投资）
8	北京诺望国际农业科技有限公司（简称“北京诺望”）	12.50%	1,000	2007年8月13日	杜毅	农业科技
9	巴彦淖尔诺望生态农业科技有限公司	北京诺望持股100%	3,000	2019年1月3日	杜毅	农业科技
10	大宁诺望农业科技有限公司	北京诺望持股100%	500	2018年3月6日	杜毅	农业科技

序号	企业名称	持股比例	注册资本 (万元)	成立时间	实际控制人	主营业务
11	烟台诺望生物科技有限公司	北京诺望持股 100%	400	2013 年 9 月 17 日	杜毅	农业科技
12	运城诺望生态农业科技有限公司	北京诺望持股 51%	5,000	2021 年 4 月 26 日	杜毅	农业科技
13	深圳市前海磐泰资本管理有限公司 (简称“前海磐泰”)	10%	1,000	2015 年 7 月 3 日	任志庆	投资管理
14	杭州悦活商务服务有限公司	10%	100	2015 年 6 月 3 日	于莉莉	会展服务、公关营销活动策划
15	深圳市盖娅光音动态网络有限公司	6%	500	2014 年 12 月 1 日	李祖晓	心灵教育
16	北京盖娅传说服饰设计有限公司(简称“盖娅传说”)	5%	1,000	2015 年 1 月 22 日	熊秀英	服装设计
17	梵曦(北京)服饰有限责任公司	盖娅传说持股 51%	200	2016 年 12 月 16 日	熊秀英	服装设计

2) 盖娅基金对外投资情况

序号	企业名称	持股比例	注册资本 (万元)	成立时间	实际控制人	主营业务
1	新余睿鑫远景科技有限公司(简称“新余睿鑫”)	60%	200	2018 年 4 月 12 日	任志庆	技术开发、技术咨询
2	深圳市富爱心盟投资管理有限公司 (简称“富爱心盟”)	新余睿鑫持股 10%	1,000	2015 年 4 月 24 日	陈宁	投资管理
3	辽宁东戴河新区清迪创业咨询服务有限公司	48%	100	2019 年 8 月 14 日	张小姐	创业指导服务

序号	企业名称	持股比例	注册资本 (万元)	成立时间	实际控制人	主营业务
4	深圳市盛泰乾源一号投资企业(有限合伙)	20%	500	2017年3月8日	任志庆	投资平台
5	富爱心盟一号	1%	1,000	2015年5月4日	任志庆	私募基金、投资平台
6	普航智慧科技(深圳)有限公司	富爱心盟一号持股3%	222.2224	2016年11月30日	赵云鹏	无人机应用
7	深圳市富爱心盟四号投资企业(有限合伙)(简称“富爱心盟四号”)	1%	500	2016年12月5日	任志庆	投资平台
8	深圳市富爱心盟二号投资企业(有限合伙)	1%	500	2015年5月6日	任志庆	私募基金、投资平台
9	新余睿鑫成长投资合伙企业(有限合伙)(简称“睿鑫成长”)	0.9999%	202.02	2017年11月15日	任志庆	投资平台
10	宁波行泰环保科技有限公司	睿鑫成长持股17.40%	1,000	2012年3月2日	吴波	汽车尾气治理

(6) 盖娅金融、盖娅基金并非专为投资发行人设立的企业

盖娅金融、盖娅基金均为自主决策、独立经营的主体，实际控制人均为任志庆，盖娅金融、盖娅基金有自己独立的经营管理团队，不存在发行人实际控制人干预盖娅金融、盖娅基金经营的情形。盖娅金融主营业务为对外投资，盖娅基金为私募基金管理人，主营业务是募集并管理私募基金，在投资发行人之前、同时期及之后，盖娅金融、盖娅基金均存在其他对外投资情况，并非专为投资发行人而设立的企业。

(7) 盖娅金融、盖娅基金并非基于发行人实际控制人的指示进行交易并确定价格

盖娅金融、盖娅基金入股发行人、转让发行人股份及退出投资均系各自真实意思表示，不存在基于发行人实际控制人的指示进行交易的情形。盖娅金融入股、向盖娅基金转让发行人股份及盖娅基金的退出价格、定价依据等情况详见本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“三、报告期内的股本及股东变化情况”之“(四) 关于历史股东盖娅金融及盖娅基金的情况”之“2、关于盖娅金融、盖娅基金的入股情况、转让情况及退出情况”。

2、关于盖娅金融、盖娅基金的入股情况、转让情况及退出情况

(1) 盖娅金融增资入股

2015年7月，发行人注册资本由1,669万元增加至2,175万元，包括盖娅金融在内的26名新股东以货币形式共同向发行人增资3,036万元，本次增资价格为每注册资本6元，其中盖娅金融出资54万元，增资完成后持股比例为0.41%。盖娅金融已于2015年7月1日向雅艺科技支付投资款54万元。

盖娅金融向发行人投资的背景为当时发行人正在筹划全国股转系统挂牌，任志庆、刘智慧系实际控制人叶跃庭、叶金攀的朋友，长期从事投资业务，看好发行人未来发展，有意愿投资发行人，经协商后确定盖娅金融与同期其他投资者相同的价格向雅艺科技增资。作为专业股权投资机构的实际控制人及主要经营人员，任志庆、刘智慧向叶跃庭、叶金攀许诺提供其他个人对外投资机会，叶跃庭、叶金攀亦有对外投资的需求，因此为了表示感谢，同意向盖娅金融就本次增资提供54万元借款，盖娅金融入股后，任志庆、刘智慧也按照当时的许

诺向叶跃庭、叶金攀提供后续共同投资的机会（如共同投资广州市竹山投资有限公司、深圳市天网虚拟现实科技开发有限公司、深圳截明电子科技有限公司等企业，共同投资情况详见本招股说明书之“第五节 发行人基本情况”之“三、报告期内的股本及股东变化情况”之“（四）关于历史股东盖娅金融及盖娅基金的情况”之“3、盖娅金融、盖娅基金与发行人、控股股东、实际控制人、董事、监事、高管人员的关联关系”），当时的借款是基于双方信任基础及双方利益需求合理协商的结果。

（2）盖娅金融向盖娅基金转让股份

发行人在全国股转系统挂牌后，2017年11月16日，盖娅金融通过全国股转系统向盖娅基金转让了其持有雅艺科技全部184,500股股份，转让价格为2.68元/股，转让金额为49.446万元。

1) 盖娅金融向盖娅基金转让股份的原因

盖娅金融为一家投资平台公司，盖娅基金系其同一实际控制人任志庆控制下的关联公司，两家公司主要经营管理者均为刘智慧，2017年11月，因盖娅金融、盖娅基金内部管理原因，经内部决策后决定调整对外投资公司的持股主体，盖娅金融因此将持有的发行人股份调整到盖娅基金持股。

2) 盖娅金融此次转让未产生利益损失

此次调整为同一实际控制人任志庆控制的企业间的持股主体调整，转让定价参考2017年10月发行人在全国股转系统第一次定向发行股票价格确定为2.68元/股。盖娅金融2015年7月按照6元/注册资本的价格增资入股，2015年9月发行人整体变更为股份公司同时实施了资本公积转增股本，盖娅金融入股价格对应转增后股本为2.93元/股。此外，发行人在2017年8月进行了2017年半年度利润分配，每股分红0.6元，盖娅金融获得分红款11.07万元。因此，考虑到盖娅金融实际获得了11.07万元（0.6元/股）的分红收益，盖娅金融此次以2.68元/股将股份转让给盖娅基金未产生利益损失。

3) 定价公允性

本次股份转让前后发行人未进行评估，因此未参照评估值。本次股份转让价格2.68元/股是参考了2017年10月发行人在全国股转系统第一次定向发行股

票价格，此次定向发行引入了外部投资者方东晖。方东晖自 2016 年接触发行人并进行了一段较长时间的跟踪与尽调，其考虑到发行人当时利润规模较小（2015 年至 2017 年，扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润分别为 1,388.63 万元、2,650.15 万元和 2,518.46 万元）且尚无明确的 IPO 申报计划，故方东晖与发行人经协商确定了最终投资价格为 2.68 元/股，按 2017 年发行人扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润计算此次发行价格对应市盈率约为 5.59 倍。该市盈率和发行价格是发行人与当时外部意向投资者（自然人方东晖）经过多轮沟通、协商确定的结果，因此该发行价格反映了发行人股票当时的市场价格，具有公允性。盖娅金融以该发行价格作为向盖娅基金转让发行人股份的转让价格，亦具有公允性。

（3）盖娅基金退出投资

2018 年 11 月 8 日，盖娅基金通过全国股转系统向叶跃庭转让了其持有发行人全部 184,500 股股份，转让价格为 1.68 元/股，转让金额为 30.996 万元。同时考虑到冲抵的 54 万元投资成本的债务及双方协商确定的实际回购收益为 10.996 万元，盖娅基金通过银行转账方式向叶跃庭退款 20 万元。

1) 盖娅基金退出原因

盖娅基金退出投资的背景为 2015 年至 2018 年期间发行人业绩没有显著提升，2018 年 IPO 审核要求趋严，发行人未有明确的 IPO 申报计划，且自 2018 年以来，2015 年同次增资入股的大部分股东已陆续选择回购退出，经盖娅基金内部决策，决定退出对发行人的投资。

2) 盖娅基金未产生利益损失

盖娅基金退出时，盖娅金融、盖娅基金系作为整体来核算投资收益的。2015 年盖娅金融入股时实际控制人叶跃庭曾出具回购承诺，故盖娅基金与叶跃庭协商参照年化 12% 利率收益（以投资成本 54 万元测算）结算本次退出的股份回购款，同时需扣除 2017 年盖娅金融获得的分红款 11.07 万元，故叶跃庭应向盖娅基金支付 10.996 万元的回购收益。此外，鉴于叶跃庭曾向盖娅金融提供 54 万元的借款，盖娅基金、盖娅金融、叶跃庭经协商后均同意简化资金流过程，直接进行三方债务冲抵，即叶跃庭无需再向盖娅基金支付 54 万元投资成本，

盖娅金融亦无需向叶跃庭归还 54 万元借款，盖娅金融与盖娅基金之间的债权债务冲抵由其内部结算。

由于转让时发行人股份在全国股转系统挂牌，故具体转让过程中受限于全国股转系统交易规则限制（根据《全国中小企业股份转让系统股票转让细则》，大宗交易价格应不低于前收盘价的 50%或当日已成交的最低价格中的较低者，本次交易前收盘价为 2.68 元/股，交易规则允许的最低交易价格为 1.34 元/股），叶跃庭、盖娅基金无法以总价 10.996 万元直接交易（对应价格约 0.6 元/股），而只能按大宗交易方式以较低价格 1.68 元/股（按股转系统交易规则允许的最低交易价格为 1.34 元/股，双方在此基础上选择了一个便于操作的数字，即交易完成后盖娅基金需退款金额为整数 20 万元整）进行了转让，资金流转方面叶跃庭通过全国股转系统向盖娅基金支付股份转让款 30.996 万元后盖娅基金再通过银行转账方式向叶跃庭之子叶金攀的银行账户退款 20 万元，进而实现叶跃庭向盖娅基金合计支付 10.996 万元作为盖娅基金的回购收益。

综上，盖娅基金退出投资从实际控制人处获得了回购收益 10.996 万元，且考虑到冲抵的 54 万元投资成本的债务及实际资金结算情况，盖娅基金退出时实际对价折合每股价格约为 3.52 元/股，并未产生利益损失。

3) 定价公允性

发行人 2018 度营业收入 13,841.51 万元、净利润 2,674.04 万元，整体经营情况与 2017 年相当。盖娅基金在全国股转系统的退出交易价格 1.68 元/股并非其实际退出价格，考虑到冲抵的 54 万元投资成本的债务及实际资金结算情况，盖娅基金退出时实际对价折合每股价格为 3.52 元/股，盖娅金融、盖娅基金整体退出收益率约为 12%，且系由实际控制人回购退出，符合商业逻辑，实际退出价格具有公允性。本次股份转让前后发行人未进行评估，因此未参照评估值。

（4）盖娅金融及盖娅基金入股及退出发行人不存在股权代持

1) 盖娅金融入股意向是其真实意思表示

盖娅金融 2015 年 7 月向发行人投资的背景为当时发行人正在筹划全国股转系统挂牌，任志庆、刘智慧系实际控制人叶跃庭、叶金攀的朋友，长期从事投资业务，看好发行人未来发展，有意愿投资发行人，经协商后确定以盖娅金融

为投资主体与同期其他投资者以相同的价格向发行人增资，投资发行人意向系盖娅金融的真实意思表示，并非基于发行人实际控制人指令或安排产生，亦非基于实际控制人提供的 54 万元借款产生，不属于股份代持。

2) 叶跃庭提供 54 万元借款系基于双方信任基础及双方利益需求合理协商的结果

叶跃庭向盖娅金融提供 54 万元借款的原因系作为专业股权投资机构的实际控制人及主要经营人员，任志庆、刘智慧向叶跃庭、叶金攀许诺提供其他个人对外投资机会，叶跃庭、叶金攀亦有对外投资的需求，因此为了表示感谢，同意向盖娅金融就本次增资提供 54 万元借款，盖娅金融入股后，任志庆、刘智慧也按照当时的许诺向叶跃庭、叶金攀提供后续共同投资的机会（如共同投资广州市竹山投资有限公司、深圳市天网虚拟现实科技开发有限公司、深圳截明电子科技有限公司等企业，共同投资情况详见本招股说明书之“第五节 发行人基本情况”之“三、报告期内的股本及股东变化情况”之“（四）关于历史股东盖娅金融及盖娅基金的情况”之“3、盖娅金融、盖娅基金与发行人、控股股东、实际控制人、董事、监事、高管人员的关联关系”），当时的借款是基于双方信任基础及双方利益需求合理协商的结果。

3) 盖娅金融持股期间获得的分红收益归其所有

如本节“2、关于盖娅金融、盖娅基金的入股情况、转让情况及退出情况”所述，盖娅金融持有发行人股份期间，于 2017 年 8 月从发行人处获得了 11.07 万元的分红收益，该笔收益归属于盖娅金融所有。

4) 盖娅基金退出系按照 54 万元投资成本核算退出收益

如本节“2、关于盖娅金融、盖娅基金的入股情况、转让情况及退出情况”所述，盖娅基金退出投资时，以盖娅金融、盖娅基金为整体，按照 54 万元投资成本、年化 12%收益率核算投资收益，扣除盖娅金融已获得的 11.07 万元分红款，盖娅基金实际控制人处又获得了 10.996 万元回购收益，该笔回购收益归属于盖娅基金所有。

5) 实际控制人曾提供的 54 万元借款已结清

如本节“2、关于盖娅金融、盖娅基金的入股情况、转让情况及退出情况”

中所述，上述借款 54 万元已于盖娅基金退出时以三方债务冲抵方式结清。

综上所述，盖娅金融、盖娅基金入股发行人、股份转让及退出事项均系相关方真实意思表示，盖娅金融、盖娅基金持股期间获得的分红收益及退出获得的投资收益均为各自所有，盖娅金融、盖娅基金与发行人、叶跃庭关于发行人的相关款项均已经全部结清，不存在股份代持的情形，亦不存在任何股权纠纷、债权纠纷或潜在争议。

3、盖娅金融、盖娅基金与发行人、控股股东、实际控制人、董事、监事、高管人员的关联关系

盖娅金融、盖娅基金与发行人、控股股东、实际控制人、董事、监事、高管人员存在如下关联关系和共同利益关系：

(1) 盖娅金融、盖娅基金的法定代表人、股东、执行董事兼总经理刘智慧曾于 2016 年 9 月至 2020 年 2 月期间担任发行人董事；

(2) 2015 年 11 月，叶跃庭与任志庆共同投资广州市竹山投资有限公司，任志庆持股比例为 33.7931%（出资额 490 万元），叶跃庭持股比例为 3.4483%（出资额 50 万元）；

(3) 2016 年 8 月，叶金攀、金新军向盖娅基金管理的私募基金深圳市富爱心盟一号投资企业（有限合伙）分别出资 890 万元（出资比例 89%）及 100 万元（出资比例 10%）；

(4) 2017 年 6 月，叶金攀与刘智慧共同投资深圳市天网虚拟现实科技开发有限公司，二人持股比例均为 0.4926%（出资额 5 万元）；

(5) 2019 年 1 月，叶金攀与刘智慧共同投资深圳截明电子科技有限公司，二人持股比例均为 0.4930%（出资额 0.051 万元）。

除以上关联关系和共同利益关系外，盖娅金融、盖娅基金与发行人及发行人的控股股东、实际控制人、董事、监事、高管人员不存在其他亲属关系（自然人之间）、关联关系、委托持股、信托持股或其他利益输送安排的情形。

（五）关于 2018 年实际控制人回购部分股份时采用银行转账形式支付回购补偿款的事项

1、涉及通过银行转账支付回购补偿款的相关交易情况

自 2018 年 5 月至 2018 年 10 月期间，发行人实际控制人通过全国股转系统回购部分 2015 年增资入股股东及方东晖持有的发行人股份，存在向部分股东通过银行转账支付回购补偿款的情况，具体交易情况如下：

序号	转让方	转让时间	转让数量 (股)	全国股转 系统交易 价格 (元/股)	全国股转系统 转让价款 (元)	通过银行转 账支付的回 购补偿款 (元)	合计金额 (元)	折算后交 易价格 (元/股)	累计获得分 红款(元)	扣除投资成 本后实际收 益(元)	受让方
1	王震	2018年5月15日	207,000	3.11	643,770	40,000	683,770	3.30	124,200	207,970	叶跃庭
2	施志能	2018年5月15日	342,000	3.11	1,063,620	194,500	2,174,680	3.18	410,400	605,080	
		2018年11月7日	342,000	2.68	916,560						
3	叶红霞	2018年5月16日	166,500	3.11	517,815	7,126	524,941	3.15	99,900	144,841	
4	陈春根	2018年9月7日	121,500	3.10	376,650	27,000	403,650	3.32	72,900	116,550	
5	方东晖	2018年10月8日	145,000	2.68	388,600	1,786,900	17,866,900	2.98	3,600,000	5,386,900	叶跃庭
		2018年10月11日	310,000	2.68	830,800						金飞春
		2018年10月16日	295,000	2.68	790,600						叶跃庭
		2018年10月22日	2,330,000	2.68	6,244,400						
		2018年10月25日	295,000	2.68	790,600						
		2018年10月30日	2,625,000	2.68	7,035,000						
6	许曼冬	2018年10月25日	247,500	2.68	663,300	288,180	951,480	3.84	148,500	379,980	叶跃庭
7	王鏗	2018年10月25日	1,048,000	2.68	2,808,640	962,700	5,569,620	3.24	1,031,400	1,621,020	
		2018年11月2日	671,000	2.68	1,798,280						
8	王玲琳	2018年10月25日	1,035,000	2.68	2,773,800	581,000	3,354,800	3.24	621,000	975,800	
9	姚成	2018年11月2日	121,500	2.68	325,620	57,000	382,620	3.15	72,900	95,520	

序号	转让方	转让时间	转让数量 (股)	全国股转 系统交易 价格 (元/股)	全国股转系统 转让价款 (元)	通过银行转 账支付的回 购补偿款 (元)	合计金额 (元)	折算后交 易价格 (元/股)	累计获得分 红款(元)	扣除投资成 本后实际收 益(元)	受让方
10	胡仁杰	2018年11月2日	204,000	2.68	546,720	296,900	1,683,800	3.25	310,500	494,300	
		2018年11月7日	313,500	2.68	840,180						
11	王鸣	2018年11月2日	564,000	2.68	1,511,520	364,500	2,197,620	3.21	410,400	628,020	
		2018年11月7日	120,000	2.68	321,600						
12	施志晓 注①	2018年11月7日	465,000	2.68	1,246,200	97,200	1,343,400	2.89	279,000	422,400	
13	盖娅基金 注②	2018年11月8日	184,500	1.68	309,960	200,000	309,960	0.60	110,700	220,660	
合计			12,153,000	-	32,744,235	4,503,006	37,447,241	-	7,291,800	11,299,041	

注①：付华高因个人资金需要于 2016 年 11 月 17 日将其持有的部分发行人股份（52,000 股）以 3.28 元/股的价格通过全国股转系统转让给施志晓，实际控制人回购施志晓股份时合并包含上述转让股份，该部分股份未计算回购收益；

注②：盖娅金融于 2017 年 11 月将其持有的发行人股份转让给关联企业盖娅基金，因此盖娅基金退出时回购价格及回购收益需同时考虑盖娅金融入股、退出的相关情况，若合并考虑盖娅基金、盖娅金融的相关情况，盖娅基金此次退股实际转让价格为 3.52 元/股，具体情况详见本招股说明书中本节之“（四）关于历史股东盖娅金融及盖娅基金的情况”。

2、上述股份回购的背景

上述股份回购的背景是 2018 年初，发行人当时业务规模未有较大提升，而 IPO 审核要求趋严，发行人暂无明确的 IPO 申报计划，故外部股东（包括外部个人投资者和机构投资者）均要求实际控制人回购股份。

3、上述股份转让的定价依据

实际控制人在回购股份过程中系参照实际控制人与原股东签署的《增资扩股协议》中实际控制人承诺的回购条款的基础上与相关股东逐一协商谈判确认的最终回购价款。根据相关回购条款及协商情况，回购价款为原投资成本加回购收益，其中回购收益按照拟退出股东取得原投资成本的年化 10%收益并扣除已取得分红款计算，同时因不同股东持股时间长短、协商情况不同等，不同股东回购价格也有所不同。

考虑银行转账支付的回购补偿款后，上述退出股东（除盖娅基金外）的转让价格在 2.89 元/股-3.84 元/股之间，具有合理性。盖娅基金的退出价格还涉及其关联企业盖娅金融的相关情况，若合并考虑盖娅基金、盖娅金融的相关情况，盖娅基金此次退股实际转让价格为 3.52 元/股，详见本招股说明书中本节之“（四）关于历史股东盖娅金融及盖娅基金的情况”。

4、在全国股转系统使用较为统一的交易价格并以银行转账支付差额回购款的原因

为了防止回购过程中因不同股东价格差异造成的股价异动，给回购谈判带来不便，发行人实际控制人在全国股转系统交易时使用较为统一的价格，再通过银行转账结算回购价款差额的方式进行股份回购事项。其中，实际控制人回购时在全国股转系统主要采用 2.68 元/股的交易价格，个别使用 3.10 元/股或 3.11 元/股的交易价格；此外，对盖娅基金的回购交易价格使用 1.68 元/股系大宗交易，其定价依据及交易价格的选择详见本招股说明书中本节之“（四）关于历史股东盖娅金融及盖娅基金的情况”。上述转让事项均系转让双方的真实意思表示，实际控制人及转让方均已确认上述转让价款的支付情况，对上述转让事项不存在任何争议及潜在纠纷。

5、未以回购价格作为发行人 2018 年员工持股平台入股的公允价格参考依据的原因及模拟测算

上述股份回购的背景是发行人当时业务规模未有较大提升，而 IPO 审核要求趋严，发行人暂无明确的 IPO 申报计划，故外部股东（包括外部个人投资者和机构投资者）均要求实际控制人回购股份。回购价格系发行人实际控制人在回购承诺的基础上与拟退出股东协商确定，系发行人实际控制人为了履行其回购承诺而与拟退出股东商定的价格，不同股东间因持股时间不同、协商情况不同所商定的价格也有所不同，相关价格无法公允地反映发行人股份的公允价值。因此，发行人 2018 年 1 月和 2 月实施的员工持股平台入股的公允价格参考依据未使用此次回购价格，而使用了 2017 年 10 月发行人第一次定向发行的发行价格作为公允价格的参考依据。

以还原银行转账金额后折算的交易价格来看，最高价格为 3.84 元/股，以此测算发行人 2018 年员工持股平台入股过程的股份支付金额，2018 年需计入股份支付金额约为 116 万元。根据天健会计师事务所出具的天健审[2021]57 号《审计报告》，发行人 2018 年度、2019 年度、2020 年度扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润分别为 2,131.85 万元、3,492.34 万元、8,181.20 万元。扣除该股份支付金额后，发行人最近两年扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润仍均为正，且最近两年累计扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润不低于 5,000 万元，不存在刻意规避计提上述股份支付而导致发行人不满足发行条件、上市条件的情形。

（六）关于发行人在全国股转系统挂牌以来的股份变动情况

1、发行人在全国股转系统挂牌以来的股份变动明细

自在全国股转系统挂牌以来，发行人的股份变动明细如下：

序号	交易时间	转让方	受让方	转让数量 (万股)	全国股转系 统交易价格 (元/股)	全国股转系 统转让价款 (万元)	交易背景	定价依据
1	2016年11月17日	付华高	施志晓	5.20	3.28	17.056	付华高需要资金转让部分股份，施志晓有意向增加投资	参考发行人当时正在与外部投资者方东晖初步接洽情况协商定价
2	2017年7月12日	金新波	金飞兰	34.50	3.28	113.16	金新波需要资金转让部分股份，金飞兰有意向增加投资	与2017年1月6日股东大会决议通过的定向发行价格（3.28元/股）一致，方东晖参与该次定向发行，但因其证券投资经验未满两年而尚未满足全国股转系统投资者适当性要求，该次发行已于2017年5月终止
2017年9月1日，发行人实施权益分派，每股分红0.6元（含税）								
3	2017年9月1日	施志晓	金新波	0.10	3.28	0.328	二人均为已退出股东，该交易转让股份数及金额较小，系二人之间偶发性的交易	参照新三板历史交易价格确定
4	2017年10月29日	发行人启动2017年第一次定向发行，以2.68元/股价格向方东晖、叶跃庭合计定向发行750万股股份，本次定向发行于2017年12月14日经全国股转系统公司同意，于2017年12月27日完成股份登记						考虑2017年9月的分红（每股分红0.6元），本次定向发行价格与已终止的2017年1月6日定向发行价格一致。方东晖自2016年起接洽发行人，经过一段时间跟踪并尽调发行人的经营情况，综合考虑了发行人当时的净利润水平、所处行业、公司成长性、每股净资产等多种因

序号	交易时间	转让方	受让方	转让数量 (万股)	全国股转系 统交易价格 (元/股)	全国股转系 统转让价款 (万元)	交易背景	定价依据
								素，并与发行人进行了多轮沟通后确定本次发行价格
5	2017年11月16日	盖娅金融	盖娅基金	18.45	2.68	49.446	同一控制下持股主体内部调整	与发行人2017年第一次定向发行价格一致
6	2018年1月29日	金飞春	勤艺投资	69.00	2.68	184.920	员工持股平台勤艺投资入股	与发行人2017年第一次定向发行价格一致
7	2018年2月2日	金飞春	勤艺投资	31.00	2.68	83.080		
8	2018年3月14日	王斌	叶跃庭	20.70	3.08	63.756	2018年初，发行人暂停原IPO安排且无明确的IPO申报计划，部分原股东选择由实际控制人回购其股份的方式退出，详细情况详见本节“2、于实际控制人回购股份的具体情况”	
9	2018年5月15日	付华高	叶跃庭	21.80	3.11	67.798		
10	2018年5月15日	施志能	叶跃庭	34.20	3.11	106.362		
11	2018年5月15日	王震	叶跃庭	20.70	3.11	64.377		
12	2018年5月16日	叶红霞	叶跃庭	16.65	3.11	51.782		
13	2018年9月7日	陈春根	叶跃庭	12.15	3.10	37.665		
14	2018年10月8日	方东晖	叶跃庭	14.50	2.68	38.860		
15	2018年10月11日	方东晖	金飞春	31.00	2.68	83.080		
16	2018年10月16日	方东晖	叶跃庭	29.50	2.68	79.060		
17	2018年10月22日	方东晖	叶跃庭	233.00	2.68	624.440		
18	2018年10月25日	方东晖	叶跃庭	29.50	2.68	79.060		
19	2018年10月30日	方东晖	叶跃庭	262.50	2.68	703.500		
20	2018年10月25日	许曼冬	叶跃庭	24.75	2.68	66.330		

序号	交易时间	转让方	受让方	转让数量 (万股)	全国股转系 统交易价格 (元/股)	全国股转系 统转让价款 (万元)	交易背景	定价依据		
21	2018年10月25日	王 镞	叶跃庭	104.80	2.68	280.864				
22	2018年10月25日	王玲琳	叶跃庭	103.50	2.68	277.380				
23	2018年11月2日	王 镞	叶跃庭	67.10	2.68	179.828				
24	2018年11月2日	姚 成	叶跃庭	12.15	2.68	32.562				
25	2018年11月2日	金新波	叶跃庭	106.45	2.68	285.286				
26	2018年11月2日	胡仁杰	叶跃庭	20.40	2.68	54.672				
27	2018年11月7日	胡仁杰	叶跃庭	31.35	2.68	84.018				
28	2018年11月2日	王 鸣	叶跃庭	56.40	2.68	151.152				
31	2018年11月7日	王 鸣	叶跃庭	12.00	2.68	32.160				
32	2018年11月7日	施志晓	叶跃庭	46.50	2.68	124.620				
33	2018年11月7日	施志能	叶跃庭	34.20	2.68	91.656				
34	2018年11月8日	盖娅基金	叶跃庭	18.45	1.68	30.996				
35	2019年1月24日	勤艺投资	叶跃庭	36.30	2.68	97.284			出于未来税收筹划考虑，在勤艺投资持股的员工希望直接持有发行人股份，金新军等8名同时为发行人直接股东的勤艺投资有限合伙人通过受让勤艺投资所持的发行人股份的方式调	定价参照员工入股成本价及交易规则交易。其中为了避免竞价交易被其他投资者抢单，勤艺投资向胡胜利、王明春转让股份时通过大宗交易分别多转了10万股股份，胡胜利、王明春于次日转回给叶跃庭，由叶跃庭替勤艺
36	2019年1月29日	勤艺投资	黄跃军	7.00	2.68	18.760				
37	2019年1月29日	勤艺投资	宣杭娟	3.20	2.68	8.576				
38	2019年1月29日	勤艺投资	金新军	7.10	2.68	19.028				
39	2019年1月29日	勤艺投资	金新胜	6.00	2.68	16.080				
40	2019年1月29日	勤艺投资	程丽英	2.00	2.68	5.360				

序号	交易时间	转让方	受让方	转让数量 (万股)	全国股转系 统交易价格 (元/股)	全国股转系 统转让价款 (万元)	交易背景	定价依据
41	2019年1月29日	勤艺投资	吴世锋	1.00	2.68	2.680	整为直接持股，剩余有限合伙人因不满足当时全国股转系统投资者适当性要求（证券投资经验未满两年）无法在全国股转系统新开户受让股份，经勤艺投资与叶跃庭协商并签署《委托持股协议》，勤艺投资将持有的68.90万股发行人股份（持股比例1.31%）通过全国股转系统转让给叶跃庭，由叶跃庭暂时代勤艺投资持有发行人股份。	投资代持
42	2019年2月20日	勤艺投资	叶跃庭	12.60	1.35	17.010		
43	2019年2月20日	勤艺投资	胡胜利	13.10	1.35	17.685		
44	2019年2月20日	勤艺投资	王明春	11.60	1.35	15.660		
45	2019年2月21日	王明春	叶跃庭	10.00	1.35	13.500		
46	2019年2月21日	胡胜利	叶跃庭	10.00	1.35	13.500		
2019年3月6日，发行人实施权益分派，每股分红0.7元（含税）								
47	2019年6月3日	金飞兰	叶跃庭	51.10	1.75	89.425	由实际控制人回购股份退出，详细情况详见本节“2、关于实际控制人回购股份的具体情况”	
48	2019年6月6日	金飞兰	叶跃庭	45.50	1.75	79.625		
2019年8月22日，发行人实施权益分派，每股分红0.26元（含税）								
49	2019年8月30日	叶跃庭	勤艺投资	0.10	3.44	0.344	实际控制人担心勤艺投资新三板合格投资者身份受限制，维持勤艺投资新三板股票交易经验	二级市场集合竞价集中撮合成交（根据《全国中小企业股份转让系统股票交易规则》，基础层集合竞价股票，交易主机于每个交易日的9:30、10:30、11:30、

序号	交易时间	转让方	受让方	转让数量 (万股)	全国股转系 统交易价格 (元/股)	全国股转系 统转让价款 (万元)	交易背景	定价依据
								14:00、15:00，对接受的买卖申报进行集中撮合，下同)
50	2019年12月30日	叶跃庭	黄跃军	1.00	6.80	6.800	黄跃军看好公司未来发展，希望增加投资，叶跃庭同意向黄跃军出售股份	二级市场集合竞价集中撮合成交，在叶跃庭挂单过程中有其他二级市场投资者申报购入，故最终黄跃军以6.80元/股购入
51	2020年2月27日	勤艺投资	杨静	0.10	4.04	0.404	原计划帮助王绍明测试账户，但集合竞价挂单后被二级市场投资者杨静抢单成交	二级市场集合竞价集中撮合成交
52	2020年3月4日	勤艺投资	王绍明	0.10	3.65	0.365	王绍明系叶跃庭表弟，一直看好公司的发展前景，2018年就希望入股，双方依据过往交易价格协商确定价格	参考2018至2019年期间股票交易价格并适当溢价，第一笔交易为协助王绍明测试账号通过二级市场集合竞价集中撮合成交，入股均价为2.89元/股。考虑其入股意向较早，该定价具有公允性
53	2020年3月5日	叶跃庭	王绍明	10.00	2.88	28.800		
54	2020年4月24日	叶跃庭	勤艺投资	34.45	2.56	88.192	叶跃庭向勤艺投资还原代持股份	参照前收盘价及大宗交易规则交易，由叶跃庭向勤艺投资提供股份代持还原所需款项，上述款项通过股份转让归还给叶跃庭
55	2020年4月29日	叶跃庭	勤艺投资	34.45	2.56	88.192		
2020年5月19日，发行人实施权益分派，每股分红0.46元（含税）								
56	2020年7月1日	杨静	谢德广	0.01	6.38	0.0638	二级市场交易	二级市场集合竞价集中撮合

序号	交易时间	转让方	受让方	转让数量 (万股)	全国股转系 统交易价格 (元/股)	全国股转系 统转让价款 (万元)	交易背景	定价依据
57	2020年7月3日	杨静	叶跃庭	0.01	9.00	0.09		成交
58	2020年9月21日	杨静	谢德广	0.02	16.00	0.32		
59	2020年9月24日	杨静	谢德广	0.01	18.00	0.18		
60	2020年9月25日	杨静	谢德广	0.02	20.00	0.4		
61	2020年10月9日	杨静	谢德广	0.03	23.00	0.69		

2、关于实际控制人回购股份的具体情况

(1) 实际控制人回购股份的款项支付情况及退出股东收益情况

2018年初，发行人当时业务规模未有较大提升，发行人暂停原IPO安排且无明确的IPO申报计划，外部股东（包括2015年增资及2017年定向发行入股的外部个人投资者和机构投资者）要求实际控制人回购股份，在回购过程中，除通过全国股转系统交易支付价款外，实际控制人存在向部分股东通过银行转账支付回购补偿款的情况，具体回购情况如下：

入股时间	退出时间	退出股东名称	退出股东身份	转让数量 (万股)	全国股转系 统转让价款 (万元)	通过银行转账 支付的回购补 偿款 (万元)	合计获得回 购款 (万元)	折算后单价 (元/股)	从发行人处获 得分红款 (万元)	合计获得收益 (万元)
2015年 7月	2018年3月14日	王斌	金飞春弟弟金新波的配偶的兄弟	20.7	63.756	-	63.756	3.08	12.42	16.176
	2018年5月15日	付华高	叶金攀朋友，宁波中瑞新材料有限公司总经理	21.8	67.798	-	67.798	3.11	13.08	17.9002

入股时间	退出时间	退出股东名称	退出股东身份	转让数量 (万股)	全国股转系 统转让价款 (万元)	通过银行转账 支付的回购补 偿款 (万元)	合计获得回 购款 (万元)	折算后单价 (元/股)	从发行人处获 得分红款 (万元)	合计获得收益 (万元)
	2018年5月15日	王震	金飞春弟弟金新波的配偶的兄弟，王斌的哥哥，原雅艺工贸员工	20.7	64.377	4	68.377	3.30	12.42	20.797
	2018年5月15日	施志能	金飞春表弟，龙游县中医院口腔科担任主任医生	34.2	106.362	19.45	217.468	3.18	41.04	60.508
	2018年11月7日			34.2	91.656					
	2018年5月16日	叶红霞	原雅艺工贸员工	16.65	51.7815	0.7126	52.4941	3.15	9.99	14.4841
	2018年9月7日	陈春根	原发行人员工，已离职	12.15	37.665	2.7	40.365	3.32	7.29	11.655
	2018年10月25日	许曼冬	叶金攀朋友，自由职业	24.75	66.33	28.818	95.148	3.84	14.85	37.998
	2018年10月25日	王鏊	金飞春妹妹金飞兰的女儿	104.8	280.864	96.27	556.962	3.24	103.14	162.102
	2018年11月2日			67.1	179.828					
	2018年10月25日	王玲琳	叶金攀朋友，永康市托托健身器材有限公司执行董事兼经理	103.5	277.38	58.1	335.48	3.24	62.1	97.58
	2018年11月2日	姚成	发行人监事、勤艺金属研发技术部经理	12.15	32.562	5.7	38.262	3.15	7.29	9.552

入股时间	退出时间	退出股东名称	退出股东身份	转让数量 (万股)	全国股转系 系统转让价款 (万元)	通过银行转账 支付的回购补 偿款 (万元)	合计获得回 购款 (万元)	折算后单价 (元/股)	从发行人处获 得分红款 (万元)	合计获得收益 (万元)
	2018年11月2日	金新波	金飞春弟弟, 原任 发行人董事、龙游 蓝蝶总经理	106.45	285.286	-	285.286	2.68	63.87	63.87
	2018年11月2日	胡仁杰	叶跃庭朋友, 个体 经营永康市瑞涵不 锈钢制品厂	20.4	54.672	29.69	168.38	3.25	31.05	49.43
	2018年11月7日			31.35	84.018					
	2018年11月2日	王鸣	金飞春妹妹金飞兰 配偶的兄弟	56.4	151.152	36.45	219.762	3.21	41.04	62.802
	2018年11月7日			12	32.16					
	2018年11月7日	施志晓	金飞春表弟	46.5	124.62	9.72	134.34	2.89	27.9	37.62
	2018年11月8日	盖娅基金	盖娅金融关联企业	18.45	30.996	-20	10.996	0.60	11.07	22.066
	2019年6月3日	金飞兰	金飞春妹妹, 原任 发行人董事	51.1	89.425	-	169.05	1.75	125.58	125.58
	2019年6月6日			45.5	79.625					
2017年 11月	2018年10月8日	方东晖	外部专业 投资人	14.5	38.86	178.69	1,786.69	2.98	-	178.69
	2018年10月11日			31	83.08					
	2018年10月16日			29.5	79.06					

入股时间	退出时间	退出股东名称	退出股东身份	转让数量 (万股)	全国股转系 统转让价款 (万元)	通过银行转账 支付的回购补 偿款 (万元)	合计获得回 购款 (万元)	折算后单价 (元/股)	从发行人处获 得分红款 (万元)	合计获得收益 (万元)
	2018年10 月22日			233	624.44					
	2018年10 月25日			29.5	79.06					
	2018年10 月30日			262.5	703.5					

注：合计获得收益包含从发行人处获得分红款及按折算单价计算的股份增值收益之和。

(2) 实际控制人回购股份的过程的债务冲抵情况

实际控制人回购上述股东股份过程中，除盖娅基金存在债务冲抵情况外（盖娅基金退出时回购价格及回购收益需同时考虑盖娅金融入股、退出的相关情况，具体情况详见本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“三、报告期内的股本及股东变化情况”之“（四）关于历史股东盖娅金融及盖娅基金的情况”之“2、关于盖娅金融、盖娅基金的入股情况、转让情况及退出情况”）。

除此之外，因人情关系较近，在回购直系亲属股份时，还存在因其他历史资金往来冲抵部分投资成本的情形：

1) 实际控制人之一金飞春弟弟金新波因购买房产等家庭资金用途与叶跃庭及金飞春存在其他借贷关系（截至回购时欠叶跃庭借款余额 178 万元），在 2018 年 11 月回购退出发行人股份时与叶跃庭协商以剩余股份对应成本价 308 万元退出（除已获得分红款外不再计息），实际交易过程金新波收到转让价款 285 万元（单价 2.68 元/股），差额 23 万元冲抵了借款余额，收到股份转让款后金新波向叶跃庭又归还了 155 万元借款，结清了与叶跃庭当时的借款余额（结算债权债务过程金额均取整核算，小额零头相互未计算）；

2) 实际控制人之一金飞春妹妹金飞兰持股至 2019 年 6 月，于 2017 年 7 月、2019 年 4 月合计获得分红收益超过 40%（即超过年化 10%），回购时以其持有股份成本价 293 万元退出，同时金飞兰因购买理财产品等投资事宜与叶跃庭及金飞春存在其他借贷关系（截至回购时欠叶跃庭借款及利息余额合计 124 万元），为简化交易过程和资金流过程，双方同意借款及利息余额直接与转让款冲抵，因此转让价款确定为 169 万元（单价 1.75 元/股），转让完成后即同时结清了与叶跃庭当时的借款及利息余额（结算债权债务过程金额均取整核算，小额零头相互未计算）。

针对上述直系亲属债务冲抵事项，金新波、金飞兰均出具确认函，确认了上述债务冲抵的具体过程及内容，并确认：1) 其与实际控制人关于雅艺科技股份转让款已经全部结清，不存在任何股权纠纷、债权纠纷或潜在争议。2) 股份转让完成前，其持有雅艺科技股份期间未代其他任何第三方持有雅艺科技股份或权益，亦未通过任何第三方委托持有雅艺科技股份或权益；股份转让完成后，

其不再持有雅艺科技任何股份或权益，亦未通过任何第三方代为持有雅艺科技股份或权益。

（3）上述股份转让的定价依据

1) 回购 2015 年增资入股股东的定价依据

实际控制人在回购股份过程中系参照实际控制人与原股东签署的《增资扩股协议》中实际控制人承诺的回购条款（即年化 10%收益）的基础上与相关股东逐一协商谈判确认的最终回购价款。

2017 年 9 月发行人按照每股 0.6 元（含税）实施权益分派，2015 年 7 月入股股东获得该笔分红款已实现超过 20%的收益（即超过年化 10%）。2018 年实际控制人在回购 2015 年 7 月入股股东股份时分别与股东协商结算了剩余持股时间的收益及投资本金，因不同股东身份差异、持股时间长短、协商情况不同等，最终回购价格也有所差异。

2) 回购 2017 年第一次定向发行股东方东晖的定价依据

2017 年第一次定向发行入股的股东方东晖未与发行人或实际控制人签署包含回购权条款的协议，但其在回购股份时参照上述协议约定的收益率与实际控制人结算股份回购款，方东晖实际获得收益率为 11.11%，超过年化 10%。

综上所述，考虑银行转账支付的回购补偿款和盖娅基金、实际控制人直系亲属债务冲抵情况后，上述退出股东的回购收益系在年化 10%利率基础上确定，具有合理性。

（4）在全国股转系统使用较为统一的价格并以银行转账支付差额回购款的原因

实际控制人在回购股份过程中系与相关股东逐一协商、逐一实施，由于不同股东的持股时长不同，与实际控制人的亲疏关系（员工、朋友、亲属）及协商情况不同，不同股东的回购价格会存在差异，出于对其他中小投资者保护，避免因本次回购的实施导致公司股价波动、引起市场误解，发行人实际控制人与股东协商同意在全国股转系统以较为统一的价格交易，再通过银行转账或债务冲抵结算回购价款差额，其中，在全国股转系统早期交易价格为 3.10 元/股或

3.11 元/股，其余大部分交易价格为 2.68 元/股。

上述转让事项均系转让双方的真实意思表示，实际控制人及转让方均已确认上述转让价款的支付情况，对上述转让事项不存在任何争议及潜在纠纷。

(5) 未以回购价格作为发行人 2018 年员工持股平台入股的公允价格参考依据的原因及模拟测算

上述股份回购的背景是 2018 年发行人当时业务规模未有较大提升，发行人暂停原 IPO 安排且无明确的 IPO 申报计划，外部股东（包括外部个人投资者和机构投资者）要求实际控制人回购股份。回购价格系发行人实际控制人在回购承诺的基础上与拟退出股东协商确定，系发行人实际控制人为了履行其回购承诺而与拟退出股东商定的价格，不同股东间因持股时间不同、协商情况不同所商定的价格也有所不同，相关价格无法公允地反映发行人股份的公允价值。因此，发行人 2018 年 1 月和 2 月实施的员工持股平台入股的公允价格参考依据未使用此次回购价格，而使用了 2017 年 10 月发行人第一次定向发行的发行价格作为公允价格的参考依据。

以还原银行转账金额后折算的交易价格来看，最高价格为 3.84 元/股，以此测算发行人 2018 年员工持股平台入股过程的股份支付金额，2018 年需计入股份支付金额约为 116 万元。根据天健会计师出具的天健审[2021]57 号《审计报告》，发行人 2018 年度、2019 年度、2020 年度扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润分别为 2,131.85 万元、3,492.34 万元、8,181.20 万元。扣除该股份支付金额后，发行人最近两年扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润仍均为正，且最近两年累计扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润不低于 5,000 万元，不存在刻意规避计提上述股份支付而导致发行人不满足发行条件、上市条件的情形。

(6) 实际控制人回购股份存在银行转账支付回购补偿款的情况不会对本次发行上市构成障碍

1) 实际控制人与原股东就回购股份的债权债务已全部结清，股份权属清晰

根据保荐机构和发行人律师的核查，发行人实际控制人自 2018 年以来向原股东回购股份过程中，均已向转让方足额支付了转让价款及补偿款（如有）或

以债务冲抵方式结清了全部股份转让价款，股份转让事项均通过全国股转系统交易并经中登公司北京分公司登记，实际控制人及原股东确认对转让事项不存在任何争议及潜在纠纷。

保荐机构和发行人律师认为，控股股东和受控股股东、实际控制人支配的股东所持发行人的股份权属清晰，符合《注册管理办法》第十二条第（二）项“主营业务、控制权和管理团队稳定，最近二年内主营业务和董事、高级管理人员均没有发生重大不利变化；控股股东和受控股股东、实际控制人支配的股东所持发行人的股份权属清晰，最近二年实际控制人没有发生变更，不存在导致控制权可能变更的重大权属纠纷”的规定。

2) 实际控制人回购原股东股份未造成实际控制人变更

根据保荐机构和发行人律师的核查，自 2018 年以来，实际控制人回购股份数合计 1,460.85 万股，占发行人股份总数的 27.83%，回购股份前，实际控制人持有发行人股份的变化情况如下：

股东名称	2018年2月回购股份前		2019年6月回购完成后	
	持股数量 (万股)	持股比例	持股数量 (万股)	持股比例
叶跃庭	2,221.80	42.3200%	3,651.65	69.5552%
金飞春	1,281.50	24.4095%	1,312.50	25.0000%
勤艺投资（叶金攀支配表决权）	100.00	1.9048%	69.00	1.3143%
合计	3,603.30	68.6343%	5,033.15	95.8695%

注：2019年2月，勤艺投资将其持有的发行人31万股股份转让给金新军、黄跃军等8名原直接持有发行人股份的员工。

保荐机构和发行人律师认为，上述股份回购前后，发行人的实际控制人均为叶跃庭、金飞春、叶金攀，股份回购事项未造成发行人实际控制人变更，未对发行人控股权的稳定性和持续经营能力造成不利影响，符合《创业板审核问答》关于实际控制人认定的相关要求。

3) 发行人已在《招股说明书》披露股份回购情况

根据保荐机构和发行人律师的核查，发行人已在《招股说明书》“第五节 发行人基本情况”之“三、报告期内的股本及股东变化情况”之“（五）关于2018年实际控制人回购部分股份时采用银行转账形式支付回购补偿款的事项”

对实际控制回购股份、通过银行转账支付补偿款及债务冲抵的相关情况进行了信息披露，符合《创业板审核问答》关于信息披露的相关要求。

综上所述，保荐机构和发行人律师认为，发行人实际控制人回购股份存在银行转账支付回购补偿款的情况不会对本次发行上市构成障碍。

3、发行人实际控制人回购原股东股份及现有股东均不存在股份代持

(1) 实际控制人回购原股东股份不存在股份代持

1) 发行人原股东入股及退出均是其真实意思表示

根据发行人原股东入股过程中签署的《增资扩股协议》、资金缴付凭证、实际控制人回购股份期间的银行流水、已退出原股东签署的《收款确认》、报告期内发行人董事、监事及高级管理人员的银行流水，2015年7月发行人筹划全国股转系统挂牌时，付华高、王斌等已退出原股东因看好发行人发展决定投资，投资发行人为其真实意思表示；2017年11月，外部投资人方东晖因看好发行人发展而参与发行人2017年第一次定向发行，投资发行人为其真实意思表示。上述原股东身份为发行人或其当时关联方的前员工、发行人实际控制人的朋友、发行人实际控制人的亲属或外部专业投资人（机构），基于对发行人经营情况的了解和对发行人实际控制人的信任而向发行人投资，入股发行人均为其真实意愿，是其真实意思表示。

2018年初，发行人当时业务规模未有较大提升，发行人暂停原IPO安排且无明确的IPO申报计划，部分2015年增资的原股东及自然人方东晖要求实际控制人回购股份，其中2015年增资的原股东系基于原《增资扩股协议》实际控制人承诺的10%收益要求实际控制人履行回购义务，发行人及实际控制人虽未与方东晖签署含有回购权的协议或承诺，但同样参照向其他原股东承诺的10%收益向方东晖履行回购义务。因此，原股东以实际控制人回购股份方式退出发行人亦为转让各方的真实意思表示。

2) 发行人原股东持股期间获得的分红收益归其所有

根据发行人自全国股份系统挂牌以来的分红记录，发行人自全国股转系统挂牌以来至原股东回购完成期间，共发生两次分红，原股东均基于其持有的股份数享有获得的分红收益，权益归属明确，不存在向发行人及实际控制人、董

事、监事及高级管理人员的银行账户转回该等分红款的情形，具体情况如下：

股东名称	持股数量 (万股)	2017年8月每股分红0.6元(含税)所得分红款 (万元)	2019年月每股分红0.7元(含税)所得分红款 (万元)
王 斌	20.7	12.42	-
付华高	21.8	13.08	-
王 震	20.7	12.42	-
施志能	68.4	41.04	-
叶红霞	16.65	9.99	-
陈春根	12.15	7.29	-
许曼冬	24.75	14.85	-
王 镬	171.9	103.14	-
王玲玲	103.5	62.10	-
姚 成	12.15	7.29	-
金新波	106.45	63.87	-
胡仁杰	51.75	31.05	-
王 鸣	68.4	41.04	-
施志晓	46.5	27.9	-
盖娅基金	18.45	11.07	-
金飞兰	96.6	57.96	67.62

3) 发行人退出原股东均获得收益

如本节“2、关于实际控制人回购股份的具体情况”所述，实际控制人回购原股东股份退出过程虽存在实际控制人通过银行转账支付款项的情形及其他债务冲抵事项，但总体回购过程均参照《增资扩股协议》中实际控制人 10%的回购承诺，原股东退出过程均取得了一定的退出收益。

4) 原股东承诺

上述退出原股东在相关收款确认文件中确认：（1）与发行人及实际控制人关于发行人股份的款项均已全部结清，不存在任何股权纠纷或潜在争议；（2）股份转让完成后，其不再持有任何发行人股份或权益，亦未通过任何第三方代为持有发行人股份或权益。

(2) 发行人现有股东不存在股份代持

1) 发行人现有股东的基本情况

根据发行人的《证券账户持有人名册》、现有股东提供的个人简历，以及现有股东的访谈记录，截至本招股说明书出具日，发行人股东及其持股情况及其任职情况如下：

序号	股东	股份数额 (万股)	持股比例	任职情况	股东身份
1	叶跃庭	3,640.56	69.3440%	发行人董事长	实际控制人
2	金飞春	1,312.50	25.0000%	发行人行政人力资源 部经理	实际控制人
3	金新军	79.55	1.5152%	勤艺金属采购部经理	金飞春弟弟， 发行人员工
4	勤艺投资	68.90	1.3124%	-	员工持股平 台，合伙人均 为发行人在职 或离职员工
5	黄跃军	53.45	1.0181%	原发行人监事、采购 部经理，2020年永康 市美九进出口有限公 司总经理	金飞春表妹的 配偶，发行人 前员工
6	程丽英	22.70	0.4324%	发行人财务总监	发行人员工
7	金新胜	20.40	0.3886%	勤艺金属仓储部员工	金飞春表妹的 配偶，发行人员 工
8	宣杭娟	13.55	0.2581%	发行人副总经理	发行人员工
9	王绍明	10.10	0.1924%	永康市绍明五金制品 厂总经理	叶跃庭表弟
10	吴世锋	7.30	0.1391%	勤艺金属研发技术部 员工	发行人员工
11	胡胜利	7.15	0.1362%	勤艺金属研发技术部 员工	发行人员工
12	王明春	5.65	0.1076%	勤艺金属研发技术部 员工、监事会主席	发行人员工
13	叶涌泉	4.05	0.0771%	发行人监事、勤艺金 属研发技术部员工	发行人员工
14	应丽珍	4.05	0.0771%	已退休，原任上海市 普陀区教育服务配送 中心职员	叶金攀朋友， 2015年增资时 入股的外部投 资人
15	谢德广	0.09	0.0017%	微芯商贸（上海）有 限公司市场经理	二级市场投资 人
合计		5,250	100%		

2) 发行人现有股东入股其真实意思表示

根据发行人现有股东入股过程签署的《增资扩股协议》，资金缴付凭证，报告期内发行人实际控制人、董事、监事、高级管理人员的银行流水，报告期内全国股转系统的股份交易明细，发行人现有股东出具的《股东声明》，以及与现有股东的访谈记录，发行人现有股东身份为发行人实际控制人、发行人（前）员工、实际控制人亲属及外部投资人，基于对发行人经营情况的了解和对发行人实际控制人的信任而向发行人投资，入股发行人均为其真实意愿，是其真实意思表示。现有股东历次出资款项均足额缴付，历次股份转让款项均足额缴付并通过中登公司北京分公司进行了股份登记。

3) 发行人现有股东持股期间获得的分红收益归其所有

根据发行人自全国股份系统挂牌以来的分红记录，发行人自全国股转系统挂牌以来共发生四次分红，现有股东均基于其持有的股份数享有获得的分红收益，权益归属明确，不存在向发行人及实际控制人、董事、监事及高级管理人员的银行账户转回该等分红款的情形，持有发行人股份的实际控制人、董事、监事及高级管理人员获得分红款后不存在向其他第三方转回分红款的情形。

4) 现有股东承诺

发行人现有股东（包含勤艺投资合伙人）均承诺：系以合法的自有资金对发行人进行投资，其持有发行人的股份系本人真实持有，不存在通过协议、信托或任何其他方式代他人持有发行人股份的情形，也不存在通过协议、信托或任何其他安排委托他人代为持有发行人股份的情形。

综上所述，除叶跃庭曾于 2019 年 1 月至 2020 年 4 月替勤艺投资持有发行人股份外，发行人原股东、现有股东入股及原股东退出过程均系相关方真实意思表示，原股东、现有股东持股期间获得的分红收益均归属于各自所有，原股东与发行人及实际控制人关于发行人股份相关款项均已经全部结清，实际控制人、现有股东不存在股份代持的情形，亦不存在任何股权纠纷、债权纠纷或潜在争议。

四、报告期内的重大资产重组情况

报告期内，发行人不存在重大资产重组的情况。

五、在全国中小企业股份转让系统挂牌情况

（一）在新三板挂牌情况

2016年2月15日，全国中小企业股份转让系统有限责任公司下发了《关于同意浙江雅艺金属科技股份有限公司股票在全国中小企业股份转让系统挂牌的函》（股转系统函[2016]990号），同意公司股票在全国中小企业股份转让系统挂牌，转让方式为协议转让。

2016年3月16日起，公司股票在全国中小企业股份转让系统挂牌，证券简称“雅艺科技”，证券代码“836227”。

2020年11月5日，发行人向深圳证券交易所报送首次公开发行股票并在创业板上市的申报材料，同日，发行人向全国中小企业股份转让系统申请停牌，并已于2020年11月6日起停牌。

2021年8月4日，发行人向全国中小企业股份转让系统申请终止挂牌，并于2021年8月13日起在全国中小企业股份转让系统终止挂牌。

（二）在新三板的股权转让方式及挂牌后入股股东的交易情况

自2016年3月16日发行人在股转系统挂牌起，发行人的股权转让方式为协议转让。根据股转公司2017年12月22日发布的《关于发布《全国中小企业股份转让系统股票转让细则》的公告》（股转系统公告〔2017〕663号），股转公司制定了《全国中小企业股份转让系统股票转让细则》并自2018年1月15日起施行，自该法规施行之日起，原采取协议转让方式的股票改为采取集合竞价转让方式进行转让。因此发行人的股票转让方式自2018年1月15日起由协议转让变更为集合竞价转让。相关股票转让方式的主要条款规定如下：

条款	内容
第十三条	股票可以采取做市转让方式、竞价转让方式、协议转让方式进行转让。有2家以上做市商为其提供做市报价服务的股票，可以采取做市转让方式；除采取做市转让方式的股票外，其他股票采取竞价转让方式。单笔申报数量或转让金额符合全国股份转让系统规定标准的股票转让，可以进行协议转让。
第十五条	竞价转让方式包括集合竞价和连续竞价两种方式。采取集合竞价方式的股票，全国股份转让系统根据挂牌公司所属市场层级为其提供相应的撮合频次。采取连续竞价方式的具体条件由全国股份转让系统公司另行制定。

条款	内容
第七十三条	单笔申报数量不低于 10 万股，或者转让金额不低于 100 万元人民币的股票转让，可以进行协议转让

发行人作为全国股转系统基础层挂牌公司，未引入做市商，自 2016 年 3 月 16 日发行人在股转系统挂牌起至 2018 年 1 月 15 日《全国中小企业股份转让系统股票转让细则》实施前交易方式为“协议转让”，自 2018 年 1 月 15 日后，发行人存在“集合竞价转让”和“协议转让”两种股权转让方式，发行人股东存在集合竞价入股的情形符合股转系统的相关规定（为区分《转让细则》实施前后“协议转让”概念的差异，《转让细则》实施后的协议转让以下简称“大宗交易”）。

发行人在股转系统挂牌后通过 2017 年第一次定向发行股票产生 1 名新入股股东（即自然人方东晖），通过股份转让方式共有 5 名新股东入股，通过股份转让方式入股股东的交易方式、股份数、定价依据及公允性如下：

序号	股东名称	入股时间	转让方	股份数（股）	入股价格（元/股）	交易方式	定价依据	公允性
1	盖娅基金	2017 年 11 月 16 日	盖娅金融	184,500	2.68	协议转让	同一控制下的主体内部持股变动，参考 2017 年第一次定向发行价格	与同期外部投资者定向发行入股价格一致，具有公允性
2	勤艺投资	2018 年 1 月 29 日	金飞春	690,000	2.68	大宗交易	参考 2017 年第一次定向发行价格	与同期外部投资者定向发行入股价格一致，具有公允性
		2018 年 2 月 2 日	金飞春	310,000	2.68			
3	杨静	2020 年 2 月 27 日	勤艺投资	1,000	4.04	集合竞价	集合竞价交易，自愿申报成交	市场定价，具有公允性
4	王绍明	2020 年 3 月 4 日	勤艺投资	1,000	3.65	集合竞价	王绍明系叶跃庭表弟，一直看好公司的发展前景，2018 年就希望入股，双方依据过往交易价格协商确定价格	参考 2018 至 2019 年期间股票交易价格并适当溢价，考虑其入股意向较早，该定价具有公允性
		2020 年 3 月 5 日	叶跃庭	100,000	2.88	大宗交易		

序号	股东名称	入股时间	转让方	股份数(股)	入股价格(元/股)	交易方式	定价依据	公允性
5	谢德广	2020年7月1日	杨静	100	6.38	集合竞价	集合竞价交易, 自愿申报成交	市场定价, 具有公允性
		2020年9月21日	杨静	200	16.00			
		2020年9月24日	杨静	100	18.00			
		2020年9月25日	杨静	200	20.00			
		2020年10月9日	杨静	300	23.00			

注: ①发行人 2017 年第一次定向发行股票价格为 2.68 元/股, 对应市盈率约为 5.42 倍。发行人当时利润规模较小且尚无明确的 IPO 申报计划, 该市盈率和发行价格是发行人与外部意向投资者经过多轮沟通、协商确定的结果, 因此该发行价格反映了发行人股票当时的市场价格, 具有公允性;

②根据股转系统集合竞价的交易规则, 采取集合竞价转让方式的股票, 申报有效价格范围为前收盘价的 50%至 200%。

上述 5 名新股东中, 盖娅基金的基本情况详见本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“三、报告期内的股本及股东变化情况”之“(四) 关于历史股东盖娅金融及盖娅基金的情况”之“1、关于盖娅金融、盖娅基金的相关情况”; 勤艺投资的基本情况详见本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“十一、发行人已制定或实施的股权激励及相关安排”之“(一) 发行人已制定或实施的股权激励的基本情况”; 杨静的基本情况为女, 中国国籍, 身份证号 3211821989****, 居住地为上海市浦东新区, 系二级市场投资者; 王绍明和谢德广的基本情况详见本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“九、发行人的股本情况”之“(五) 申报前一年内及申报后发行人新增股东情况”。

截至本招股说明书签署日, 上述 5 名新股东中盖娅基金、杨静已将所持发行人股份转让、不再持有发行人股份; 其余 3 名新股东仍持有发行人股份。

(三) 新三板挂牌期间受到处罚或监管措施情况

截至本招股说明书签署日, 发行人在新三板挂牌期间共受到 3 次全国股转系统自律监管措施, 具体情况如下:

1、自律监管措施的基本情况

(1) 未在规定期限内披露 2016 年年度报告

发行人原计划于 2017 年上半年摘牌, 于 2017 年 4 月 28 日披露了《关于拟

申请公司股票在全国中小企业股份转让系统终止挂牌的公告》，但全国股转系统要求申请终止挂牌公司需披露年度报告后才能终止挂牌，发行人因未完成年度报告准备工作而无法于 2017 年 4 月 30 日前及时披露 2016 年年度报告。发行人积极整改，已于 2017 年 6 月 16 日在全国股转系统披露了 2016 年年度报告及相关公告（经股东大会审议后同时取消终止挂牌计划）。自 2018 年以来，发行人年度报告均准时披露。

2017 年 6 月 28 日，公司收到全国股转系统公司出具的《关于对未按期披露 2016 年年度报告的挂牌公司及相关信息披露责任人采取自律监管措施的决定》（股转系统发[2017]691 号），因公司未在 2016 年会计年度结束之日起四个月内编制并披露年度报告，违反了《全国中小企业股份转让系统挂牌公司信息披露细则》第十一条之规定，构成信息披露违规。公司的董事长、董事会秘书未能忠实、勤勉地履行职责，违反了《全国中小企业股份转让系统业务规则（试行）》第 1.5 条的相关规定，全国股转系统公司对发行人采取出具警示函的自律监管措施、对发行人董事长、董事会秘书采取出具警示函的自律监管措施。

（2）发行人股东在新三板挂牌期间曾存在股份代持事项

发行人控股股东、实际控制人叶跃庭于 2019 年 1 月与勤艺投资签署了《委托持股协议》并代勤艺投资持有发行人 68.90 万股股份，上述股份代持情况已于 2020 年 4 月进行还原。2020 年 10 月，发行人及主办券商主动与全国股转系统公司沟通了上述代持情况，并于 2020 年 11 月在全国股转系统信息披露差异更正时披露上述代持情况。

2020 年 12 月 18 日，发行人收到全国股转系统公司出具的《关于对浙江雅艺金属科技股份有限公司及相关主体采取自律监管措施的决定》（股转系统公监函[2020]184 号），因曾存在叶跃庭代勤艺投资持股的情形且发行人未在全国股转系统及时进行披露，全国股转系统公司对发行人采取出具警示函的自律监管措施，对控股股东及董事长叶跃庭、董事会秘书潘红星采取出具警示函的自律监管措施。

（3）发行人新三板挂牌期间曾存在关联方资金占用情形

发行人实际控制人金飞春因个人资金需求，于 2018 年 10 月至 2019 年 1 月

期间，向发行人子公司勤艺金属合计借款 300 万元并于 2019 年底全部归还。2020 年 10 月，发行人及主办券商主动与全国股转系统公司沟通了上述情况，并于 2020 年 11 月在全国股转系统补充披露了《关于追认关联方资金占用及整改的公告》。

2020 年 12 月 18 日，发行人收到全国股转系统公司监管一部于出具的《关于对雅艺金属科技股份有限公司及相关责任主体采取口头警示的送达通知》（公司监管一部发[2020]监管 709 号），因实际控制人金飞春存在向发行人子公司借款的情形，全国股转系统公司监管一部委托发行人主办券商兴业证券向发行人、金飞春、董事长叶跃庭、董事会秘书潘红星、财务总监程丽英转达口头警告的自律监管措施。

2、整改情况

在发行人收到上述自律监管措施之前，发行人已自行进行了整改，包括于 2019 年底归还了所有拆借资金、按照同期银行贷款利率支付了资金占用利息、制定了《防范控股股东及关联方资金占用管理制度》等制度以及发行人实际控制人、全体董事、监事、高级管理人员出具了《不占用公司资金的承诺函》等。

发行人在收到上述自律监管措施决定后，进一步健全公司的内控制度，努力提高全员合规意识和风险意识，加强控股股东、实际控制人、全体董事、监事、高级管理人员和相关人员对《公司法》、《证券法》、《全国中小企业股份转让系统业务规则》（试行）、《全国中小企业股份转让系统信息披露规则》、《全国中小企业股份转让系统挂牌公司治理规则》等有关法律、法规和规范性文件的学习，严格按照相关法律法规履行信息披露义务，不断提升公司规范化运作水平，提高相关人员规范治理、合规运作的意识。

3、不构成重大违法行为

根据《中华人民共和国行政处罚法》第八条：“行政处罚的种类：（一）警告；（二）罚款；（三）没收违法所得、没收非法财物；（四）责令停产停业；（五）暂扣或者吊销许可证、暂扣或者吊销执照；（六）行政拘留；（七）法律、行政法规规定的其他行政处罚。”

根据保荐人和发行人律师的核查，保荐人和发行人律师认为：全国股转系

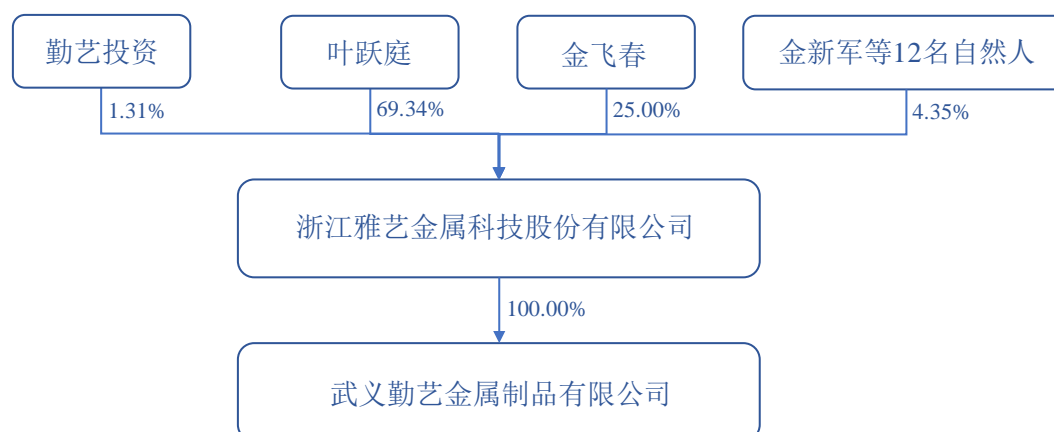
统公司向发行人及发行人实际控制人、发行人董事长、董事会秘书出具的警示函及全国股转系统公司监管一部发出的口头警告均为自律监管措施，不属于行政处罚范畴，因此上述自律监管措施不构成重大行政处罚。发行人及发行人实际控制人、董事长、董事会秘书、财务总监已就违规行为及时积极整改，不会影响发行人董事长、董事会秘书、财务总监的任职资格，亦不存在对发行人构成重大行政处罚的情形。

（四）本次发行上市申请文件与新三板挂牌期间信息披露差异情况

发行人在招股说明书中披露的信息与发行人在新三板挂牌期间披露的更正后的信息不存在重大差异。

六、发行人的股权结构图

截至本招股说明书签署日，发行人的股权结构图如下：



七、发行人控股子公司及参股子公司的情况

截至本招股说明书签署日，发行人共拥有一家控股子公司勤艺金属，无参股子公司。报告期内，发行人注销了一家子公司蓝蝶金属。发行人控股子公司及报告期内注销的子公司的具体情况如下：

（一）控股子公司

勤艺金属的基本情况如下：

公司名称:	武义勤艺金属制品有限公司
成立时间:	2016年4月6日
注册资本:	人民币1,310万元
实收资本:	人民币1,310万元
注册地和主要生产经营地:	浙江省金华市武义县茆道镇胡宅垄村（浙江雅艺金属科技股份有限公司内）
股东构成及控制情况:	发行人持有100.00%股权
主营业务及其与发行人主营业务的关系:	火盆、气炉的研发、制造与销售，与发行人主营业务一致，为发行人的生产主体。

最近一年及一期，勤艺金属的主要财务数据如下：

单位：万元

项目	2021年6月30日/2021年1-6月	2020年12月31日/2020年度
总资产	13,743.12	11,795.63
净资产	8,344.20	6,573.93
净利润	1,770.27	4,026.84

注：以上数据已经天健会计师审计。

（二）报告期内注销的子公司

报告期内，公司注销了一家子公司蓝蝶金属。报告期内蓝蝶金属未实际开展经营活动，故发行人于2018年2月注销了蓝蝶金属。截至2018年2月，蓝蝶金属注销前，蓝蝶金属的基本情况如下：

公司名称:	龙游蓝蝶金属制造有限公司
成立时间:	2015年6月30日
注册资本:	人民币500万元
实收资本:	人民币500万元
注册地和主要生产经营地:	浙江省龙游县湖镇镇雅艺路88号（湖镇工业园区4幢）
股东构成及控制情况:	发行人持有100.00%股权
主营业务:	报告期内未实际开展经营

截至2018年2月蓝蝶金属注销前，所有债务均已偿还完毕，无需要处置的相关业务和人员。蓝蝶金属存续期间不在重大违法违规行为，亦不存在被相关部门处罚的情况。

八、持有发行人 5%以上股份的主要股东及实际控制人的基本情况

（一）控股股东、实际控制人的基本情况

叶跃庭先生现担任公司的董事长，截至本招股说明书签署日，叶跃庭先生直接持有发行人 3,640.56 万股股份，占发行前总股本的比例为 69.34%，系公司的控股股东。

截至本招股说明书签署日，金飞春女士直接持有发行人 1,312.50 万股股份，占发行前总股本的比例为 25.00%；叶金攀先生通过勤艺投资间接持有发行人 6.5 万股股份，占发行前总股本的比例为 0.12%，同时通过勤艺投资支配发行人 1.31%股份的表决权，并担任发行人的董事、总经理职位。

叶跃庭先生与金飞春女士为夫妻关系，叶金攀先生为叶跃庭先生、金飞春女士之子，三者合计持有发行人的股权比例为 94.47%，三者对于公司的股东大会、董事会的投票表决及公司经营决策均能够产生重大影响。因此，叶跃庭先生、金飞春女士及叶金攀先生为发行人的共同实际控制人。

叶跃庭先生，男，1967 年出生，中国国籍，无境外永久居留权，身份证号码为 330722196710****，高中学历。2000 年 7 月创办永康市雅艺花园家具有限公司。2005 年 6 月发起成立浙江雅艺金属制造有限公司，至 2015 年 9 月任雅艺有限法定代表人、执行董事，2015 年 10 月至今，担任发行人董事长。

金飞春女士，女，1969 年出生，中国国籍，无境外永久居留权，身份证号码为 330722196909****，高中学历。2000 年 7 月至 2005 年 5 月在永康市雅艺花园家具有限公司担任监事，2005 年 6 月至 2015 年 9 月在浙江雅艺金属制造有限公司担任监事、出纳。2015 年 10 月至 2020 年 5 月，担任发行人董事；2015 年 10 月至今，担任发行人行政人力资源部经理。

叶金攀先生，男，1990 年出生，中国国籍，无境外永久居留权，身份证号码为 330722199001****，大学肄业。2011 年 7 月至 2015 年 9 月，任浙江雅艺金属制造有限公司总经理；2015 年 10 月至今，任发行人董事、总经理。

就叶金攀认定为共同控制人之一的相关事项，特此说明如下：

1、叶金攀入股发行人的情况

叶金攀自 2017 年 8 月勤艺投资设立起持有勤艺投资 17.42 万元的财产份额并担任勤艺投资的执行事务合伙人。勤艺投资于 2018 年 1 月 29 日起通过全国股转系统受让金飞春持有发行人的 100 万股股份而成为发行人股东，叶金攀自 2018 年 1 月起通过勤艺投资成为发行人的间接股东。2019 年 2 月，叶金攀通过勤艺投资委托叶跃庭持有发行人股份，2020 年 4 月，叶跃庭将发行人股份还原给勤艺投资，代持关系解除。因此，叶金攀自 2018 年 1 月起至今通过勤艺投资间接持有发行人股份。

2、叶金攀支配发行人 1.31%表决权

勤艺投资目前持有发行人 1.31%的股份，叶金攀为勤艺投资的执行事务合伙人。根据勤艺投资《合伙协议之补充协议》，全体有限合伙人一致授权由执行事务合伙人叶金攀行使合伙企业的决策权，勤艺投资的对外事务均由执行事务合伙人叶金攀处理。因此，叶金攀系勤艺投资的实际控制人，并实际支配对勤艺投资持有发行人股份的表决权。

3、认定叶金攀为共同实际控制人的时点、原因及合理性

叶金攀系叶跃庭、金飞春之子，自 2011 年 7 月至 2015 年 9 月担任雅艺有限的总经理，2015 年 10 月至今一直担任发行人的董事、总经理。叶金攀自 2018 年 1 月起通过勤艺投资间接支配发行人股份的表决权。因此，叶金攀自 2018 年 1 月起成为发行人共同实际控制人。

在发行人的实际经营过程中，叶金攀与叶跃庭、金飞春共同构成发行人的决策核心，并在发行人管理、决策和控制方面的分工明确清晰：叶跃庭作为持股比例最高的股东，担任发行人董事长，负责生产及技术；叶金攀担任发行人董事、总经理，负责公司战略和日常经营管理；金飞春担任发行人行政人力资源部经理，负责行政、内勤及人事管理。叶跃庭、金飞春、叶金攀三人共同支配发行人行为，决定发行人的经营，对发行人方针、决策及经营管理层的任免等重要事项产生实质性影响。

因此，叶金攀持有的发行人股份虽未超过 5%但在发行人经营决策中发挥重要作用，叶跃庭、金飞春、叶金攀三人共同对发行人的持续发展和持续盈利产

生控制性影响，基于谨慎性考虑认定叶金攀为共同实际控制人符合发行人实际情况，具有合理性。

4、认定叶金攀为共同实际控制人不构成实际控制人变更

发行人于全国股转系统挂牌时因叶金攀未持有发行人股份而未将叶金攀认定为实际控制人，但发行人依据谨慎性考虑补充追加认定叶金攀自 2018 年 1 月起成为实际控制人符合自身实际经营情况，符合《审核问答》中关于“共同控制”的基本要求。基于叶跃庭和金飞春在发行人的持股比例、任职情况及三人的亲属关系，追加叶金攀作为共同控制人之后，公司的经营方针和决策、组织机构运作及业务运营等未因此而发生重大变化。

综上，发行人追加认定叶金攀自 2018 年 1 月起作为公司共同实际控制人不构成实际控制人变更；发行人最近 2 年内发行人控制权未发生变化，不存在为满足发行条件而调整实际控制人认定范围的情形，符合《审核问答》的相关要求。

（二）控股股东、实际控制人持有发行人股份的质押或争议情况

截至本招股说明书签署日，公司控股股东、实际控制人直接或间接持有的发行人的股份不存在质押或其他有争议的情况。

（三）持有公司 5%以上股份的主要股东情况

截至本招股说明书签署日，持有公司 5%以上股份的主要股东为叶跃庭先生、金飞春女士，其基本情况见本节之“（一）控股股东、实际控制人的基本情况”。

九、发行人的股本情况

（一）本次发行前后公司股本情况

本次发行前，公司总股本为 52,500,000 股。公司本次拟公开发行不超过 17,500,000 股人民币普通股，不低于发行后总股本的 25%。假设公司本次发行新股 17,500,000 股，公司发行前后股本结构如下表所示：

序号	股东名称	本次发行前		本次发行后	
		持股数量 (万股)	持股比例	持股数量 (万股)	持股比例
1	叶跃庭	3,640.56	69.34%	3,640.56	52.01%
2	金飞春	1,312.50	25.00%	1,312.50	18.75%
3	金新军	79.55	1.52%	79.55	1.14%
4	勤艺投资	68.90	1.31%	68.90	0.98%
5	黄跃军	53.45	1.02%	53.45	0.76%
6	程丽英	22.70	0.43%	22.70	0.32%
7	金新胜	20.40	0.39%	20.40	0.29%
8	宣杭娟	13.55	0.26%	13.55	0.19%
9	王绍明	10.10	0.19%	10.10	0.14%
10	吴世锋	7.30	0.14%	7.30	0.10%
11	胡胜利	7.15	0.14%	7.15	0.10%
12	王明春	5.65	0.11%	5.65	0.08%
13	叶涌泉	4.05	0.08%	4.05	0.06%
14	应丽珍	4.05	0.08%	4.05	0.06%
15	谢德广	0.09	0.0017%	0.09	0.0013%
本次发行的社会公众股		-	-	1,750.00	25.00%
合计		5,250.00	100.00%	7,000.00	100.00%

(二) 本次发行前的前十名股东

截至本招股说明书签署日，发行人的前十名股东如下：

序号	股东名称	持股数量（万股）	持股比例
1	叶跃庭	3,640.56	69.34%
2	金飞春	1,312.50	25.00%
3	金新军	79.55	1.52%
4	勤艺投资	68.90	1.31%
5	黄跃军	53.45	1.02%
6	程丽英	22.70	0.43%
7	金新胜	20.40	0.39%
8	宣杭娟	13.55	0.26%
9	王绍明	10.10	0.19%
10	吴世锋	7.30	0.14%

序号	股东名称	持股数量（万股）	持股比例
合计		5,229.01	99.60%

（三）本次发行前的前十名自然人股东及其在发行人处担任的职务

截至本招股说明书签署日，发行人的前十名自然人股东及其在发行人处担任的职务如下：

序号	股东名称	持股数量（万股）	持股比例	在发行人及其子公司担任的职务
1	叶跃庭	3,640.56	69.34%	董事长
2	金飞春	1,312.50	25.00%	行政人力资源部经理
3	金新军	79.55	1.52%	采购部经理
4	黄跃军	53.45	1.02%	未在发行人处任职
5	程丽英	22.70	0.43%	财务总监
6	金新胜	20.40	0.39%	仓储部员工
7	宣杭娟	13.55	0.26%	副总经理
8	王绍明	10.10	0.19%	未在发行人及其子公司任职
9	吴世锋	7.30	0.14%	研发技术部员工
10	胡胜利	7.15	0.14%	研发技术部员工
合计		5,167.26	98.43%	

（四）发行人股本中国有股份或外资股份的情况

截至本招股说明书签署日，发行人不存在国有股东或外资股东持股的情况。

（五）申报前一年内及申报后发行人新增股东情况

发行人为新三板挂牌公司，申报后无新增股东；申报前一年内，共有 3 名自然人股东入股发行人，其中 1 名自然人股东杨静已通过二级市场退出，实际新增 2 名自然人股东，为自然人王绍明和谢德广。

经发行人及中介机构核查，新增股东的情况如下：

1、申报前一年新增股东的基本情况

王绍明，中国国籍，无境外永久居留权，1970 年 11 月生。2013 年 8 月至今担任永康市绍明五金制品厂总经理。

谢德广，中国国籍，无境外永久居留权，1977 年 12 月生。2008 年 5 月至

今担任微芯商贸（上海）有限公司市场经理。

2、产生新股东的原因、股份转让的价格及定价依据

新股东产生的原因分别为：王绍明系叶跃庭表弟，因一直看好公司的发展前景，因王绍明 2018 年即表达了入股意愿，双方参照 2018 至 2019 年期间股票交易情况协商确定价格；谢德广为全国股转系统二级市场投资人，因看好发行人的发展进行投资通过股转系统集合竞价交易入股发行人。

新股东取得发行人股份的转让价格及定价依据如下：

序号	新增股东	转让方	交易时间	数量（股）	价格（元/股）	定价依据
1	王绍明	勤艺投资	2020-3-4	1,000	3.65	王绍明一直看好公司的发展前景，因王绍明 2018 年即表达了入股意愿，双方参照 2018 至 2019 年期间股票交易情况协商确定价格
		叶跃庭	2020-3-5	100,000	2.88	
2	谢德广	杨静	2020-7-1	100	6.38	集合竞价交易，自愿申报成交
			2020-9-21	200	16.00	
			2020-9-24	100	18.00	
			2020-9-25	200	20.00	
			2020-10-9	300	23.00	

发行人最近一年新增股东的产生原因符合商业逻辑，股份转让的定价依据具有合理性。

3、股权变动真实性

新增股东涉及的股份转让系相关方真实意思表示，股份转让均通过全国股转系统交易并经中登公司北京分公司登记，受让方均已足额支付了股份转让款，不存在争议与潜在纠纷。

4、新增股东与相关人员关系的核查

王绍明系发行人实际控制人叶跃庭的表弟，除此之外，发行人最近一年新

增股东与发行人其他股东、董事、监事、高级管理人员、本次发行中介机构及其负责人、高级管理人员、经办人员不存在亲属关系、关联关系、委托持股、信托持股或其他利益输送安排的情形，亦不存在股份代持的情形。

5、新增股东的股东资格

王绍明、谢德广为具有完全民事行为能力 and 民事行为能力的自然人，不存在法律、法规规定的不适合担任发行人股东的情形，发行人申报前一年内新增股东具备法律、法规规定的股东资格。

6、新增股东的股份锁定期

王绍明所持股份是从发行人实际控制人叶跃庭处转让所得，已比照实际控制人所持股份进行锁定，锁定期为 3 年。谢德广所持股份是从股转系统集合竞价所得，转让方杨静为二级市场投资人，不属于在申报前 6 个月内从控股股东或实际控制人处受让的股份，并且根据《监管规则适用指引—关于申请首发上市企业股东信息披露》第十一条“发布之日前已受理的企业不适用本指引第三项的股份锁定要求”，发行人本次发行上市申请受理日（2020 年 11 月 11 日）早于《监管指引》发布之日，因此谢德广不适用《监管规则适用指引—关于申请首发上市企业股东信息披露》第三项的股份锁定要求。根据《创业板上市规则》“2.3.3 公司股东持有的首发前股份，自发行人股票上市之日起十二个月内不得转让”，谢德广所持发行人股份的锁定期为 12 个月。

综上，发行人及中介机构已按照《深圳证券交易所创业板股票首次公开发行上市审核问答》的相关规定针对申报前后新增股东进行完整核查并披露。

截至本招股说明书签署日，最近一年新增股东中无战略投资者。

（六）本次发行前各股东间的关联关系及关联股东的各自持股比例

截至本招股说明书签署日，本次发行前各股东间的关联关系及关联股东的各自持股比例如下：

序号	股东名称	持股数量 (万股)	持股比例	关联关系
1	叶跃庭	3,640.56	69.34%	1、叶跃庭与金飞春为夫妻关系； 2、金新军是金飞春的弟弟；
2	金飞春	1,312.50	25.00%	

序号	股东名称	持股数量 (万股)	持股比例	关联关系
3	金新军	79.55	1.52%	3、黄跃军是金飞春母亲的姐姐的女婿； 4、金新胜是金飞春母亲的姐姐的女婿，与黄跃军是连襟关系； 5、王绍明是叶跃庭母亲的弟弟的儿子。
4	黄跃军	53.45	1.02%	
5	金新胜	20.40	0.39%	
6	王绍明	10.10	0.19%	

除上述情况外，本次发行前公司股东间不存在其他关联关系。

（七）发行人股东公开发售股份的情况

本次发行不存在发行人股东公开发售股份的情况。

（八）发行人关于股东的专项承诺

2021年2月24日，发行人根据《监管规则适用指引—关于申请首发上市企业股东信息披露》的相关要求，出具了如下《专项承诺》：

“1、本公司股东为叶跃庭、金飞春、金新军、黄跃军、程丽英、金新胜、宣杭娟、王绍明、吴世锋、胡胜利、王明春、叶涌泉、应丽珍、谢德广、武义勤艺投资合伙企业（有限合伙）。上述主体均具备持有本公司股份的主体资格，不存在法律法规规定禁止持股的主体直接或间接持有本公司股份的情形；本次发行的中介机构或其负责人、高级管理人员、经办人员不存在直接或间接持有本公司股份或其他权益的情形；本公司股东不存在以本公司股份进行不当利益输送的情形。

2、本公司及本公司股东已及时向本次发行的中介机构提供了真实、准确、完整的资料，积极和全面配合了本次发行的中介机构开展尽职调查，依法在本次发行的申报文件中真实、准确、完整地披露了股东信息，履行了信息披露义务。

十、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员

（一）董事、监事、高级管理人员及其他核心人员的简要情况

1、董事

公司董事会由5名董事组成，其中独立董事2名，均具有符合法律、法规及规范性文件规定的任职资格。董事会成员由股东大会选举产生，每届任期三

年，可连选连任，独立董事连任时间不得超过六年。公司现任董事会成员基本情况如下：

序号	姓名	职务	提名人	任期
1	叶跃庭	董事长	董事会	2021.8.30-2024.8.29
2	叶金攀	董事	董事会	2021.8.30-2024.8.29
3	潘红星	董事	董事会	2021.8.30-2024.8.29
4	冷军	独立董事	董事会	2021.8.30-2024.8.29
5	芮鹏	独立董事	董事会	2021.8.30-2024.8.29

公司董事简历如下：

叶跃庭先生、叶金攀先生的基本情况详见本节“八、持有发行人5%以上股份的主要股东及实际控制人的基本情况”之“（一）控股股东、实际控制人的基本情况”。

潘红星先生，1988年6月出生，中国国籍，无境外永久居留权，大专学历。2010年7月至2011年10月，任浙江奥特多制造有限公司担任人事助理；2011年12月至2015年9月，任发行人总经理助理；2015年9月至今，任发行人董事会秘书；2020年2月至今，任发行人董事。

冷军先生，1977年10月出生，中国国籍，无境外永久居留权，会计学博士，注册会计师。2003年6月至2005年9月，任宁波大学商学院助教；2005年9月至2018年12月，任宁波大学商学院讲师；2018年12月至今，任宁波大学商学院副教授；2014年9月至2020年10月，任维科技股份有限公司独立董事；2020年5月至今，任发行人独立董事。

芮鹏先生，男，1981年11月出生，中国国籍，有境外美国居留权，会计学硕士。2002年9月至2003年9月，任深圳发展银行柜员；2007年3月至2014年2月，任上海证券交易所经理；2015年3月至2015年11月，任上海奇成资产管理有限公司投资总监、董事总经理；2015年12月至今在尚融资本管理有限公司任投资总监、董事总经理、合规风控负责人。2017年11月至今，任北京华远意通热力科技股份有限公司独立董事；2019年1月至今，任宁波震裕科技股份有限公司董事；2019年8月至今，任智洋创新科技股份有限公司独立董事；2019年10月至2020年5月，任上海拉夏贝尔服饰股份有限公司独立董事；

2019年10月至今，任大连豪森设备制造股份有限公司董事；2020年5月至今，任发行人独立董事；2020年6月至今，任辽宁信德新材料科技股份有限公司董事。

2、监事

公司现有监事会由3名监事组成，均具有符合法律、法规及规范性文件规定的任职资格。其中2名股东代表监事由股东大会选举产生，1名职工代表监事由职工代表大会选举产生。每届任期三年，可连选连任。公司现任监事基本情况如下：

序号	姓名	职务	提名人	任期
1	王明春	监事会主席、职工代表监事	职工代表大会	2021.8.30-2024.8.29
2	姚成	监事	监事会	2021.8.30-2024.8.29
3	叶涌泉	监事	监事会	2021.8.30-2024.8.29

公司监事简历如下：

王明春，1976年12月出生，中国国籍，无境外永久居留权，初中学历，2002年1月至2005年5月，任永康市雅艺花园家具有限公司车间主管，2005年6月至2016年4月任发行人车间主管；2016年4月至今，任勤艺金属研发技术部员工；2021年8月至今，任发行人监事会主席。

姚成先生，1973年2月出生，中国国籍，无境外永久居留权，大专学历。2005年8月至2006年6月，任永康市雅艺花园家具有限公司品质部经理；2006年6月至2016年4月，任发行人品质部经理；2016年4月至今，任勤艺金属研发技术部经理；2020年5月至今，任发行人监事。

叶涌泉先生，1971年10月出生，中国国籍，无境外永久居留权，初中学历。2004年4月至2006年6月，任永康市雅艺花园家具有限公司焊接员；2006年6月至2016年4月，历任发行人电工、电工主管；2016年4月至今，任勤艺金属研发技术部员工。2020年5月至今，任发行人监事。

3、高级管理人员

公司现有高级管理人员4名，均具有符合法律、法规及规范性文件规定的任职资格，均由董事会选聘产生。公司现任高级管理人员情况如下：

序号	姓名	职务	选聘情况	任期
1	叶金攀	总经理	第三届董事会第一次会议	2021.9.9-2024.9.8
2	宣杭娟	副总经理	第三届董事会第一次会议	2021.9.9-2024.9.8
3	程丽英	财务总监	第三届董事会第一次会议	2021.9.9-2024.9.8
4	潘红星	董事会秘书	第三届董事会第一次会议	2021.9.9-2024.9.8

公司高级管理人员简历如下：

叶金攀先生的基本情况详见本节“八、持有发行人5%以上股份的主要股东及实际控制人的基本情况”之“（一）控股股东、实际控制人的基本情况”。

宣杭娟女士，1983年4月出生，中国国籍，无境外永久居留权，本科学历。2005年12月至2011年5月，任浙江天鑫运动器材有限公司外贸部部门主管；2012年5月至2017年10月，任发行人销售部经理；2015年9月至2017年10月，任发行人监事；2017年10月至今，任发行人副总经理。

程丽英女士，1982年10月出生，中国国籍，无境外永久居留权，大专学历。2001年1月至2002年1月，任永康市热工仪表厂财务；2002年2月至2006年6月，任永康市雅艺花园家具有限公司财务；2006年6月至2015年9月，任发行人财务经理；2015年9月至今，任发行人财务总监。

潘红星先生的基本情况详见本节“十、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员”之“（一）董事、监事、高级管理人员及其他核心人员的简要情况”之“1、董事”。

4、其他核心人员

公司共有其他核心人员4名，情况如下：

序号	姓名	职务
1	叶跃庭	董事长
2	姚成	监事、研发技术部经理
3	张伟	研发技术部员工
4	熊新球	研发技术部员工

公司其他核心人员简历如下：

叶跃庭先生的基本情况详见本节“八、持有发行人5%以上股份的主要股东及实际控制人的基本情况”之“（一）控股股东、实际控制人的基本情况”。

姚成先生的基本情况详见本节“十、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员”之“（一）董事、监事、高级管理人员及其他核心人员的简要情况”之“2、监事”。

张伟先生，1990年4月出生，中国国籍，无境外永久居留权，大专学历。2013年8月至今，任发行人研发技术部员工。

熊新球先生，1987年3月出生，中国国籍，无境外永久居留权，大专学历。2009年7月至今，任发行人研发技术部员工。

5、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员的兼职情况

截至本招股说明书签署日，除在发行人及其子公司任职外，发行人的董事、监事、高级管理人员及其他核心人员的兼职情况如下：

姓名	在发行人处职务	兼职单位	兼职职务	兼职单位与本公司其他关联关系
叶金攀	董事、总经理	浙江盖娅投资管理有限公司	执行董事	无
		勤艺投资	执行事务合伙人	系发行人的员工持股平台
冷军	独立董事	宁波大学商学院	副教授	无
芮鹏	独立董事	尚融资本管理有限公司	投资总监、董事总经理、合规风控负责人	无
		宁波震裕科技股份有限公司	董事	无
		大连豪森设备制造股份有限公司	董事	无
		辽宁信德新材料科技股份有限公司	董事	无
		北京华远意通热力科技股份有限公司	独立董事	无
		智洋创新科技股份有限公司	独立董事	无

截至本招股说明书签署日，除上述兼职情况外，公司董事、监事、高级管理人员及其他核心人员不存在其他兼职情况。

6、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员的亲属关系

发行人董事长叶跃庭与董事、总经理叶金攀是父子关系。除前述情况外，发行人董事、监事、高级管理人员及其他核心人员不存在亲属关系。

7、董事、监事、高级管理人员曾任职情况的说明

发行人董事、监事、高级管理人员未与曾任职单位签订保密协议或竞业禁止约定，不存在违反上述约定在发行人处任职或兼职的情况；上述人员不存在将曾任职公司的职务发明或职务成果输入发行人的情形，不存在与上述曾任职企业的纠纷或诉讼。

(二) 董事、监事、高级管理人员及其他核心人员与公司签订的协议及履行情况

截至本招股说明书签署日，公司董事、监事、高级管理人员及其他核心人员与公司签署了劳动合同、竞业禁止及保密协议。公司董事、监事、高级管理人员及其他核心人员均严格履行协议约定的义务和职责。

(三) 董事、监事、高级管理人员及其他核心人员近两年的变动情况

1、董事近两年的变动情况

2019年1月1日，发行人董事为叶跃庭、叶金攀、金飞春、刘智慧、陈志远。

2020年2月10日，发行人召开2020年第一次临时股东大会，因原董事刘智慧辞去董事职务，同意选举潘红星为新任董事。

2020年5月29日，为完善治理结构、增加董事会中独立董事成员，原董事金飞春、陈志远辞去董事职务，发行人召开2020年第二次临时股东大会并同意选举冷军、芮鹏为公司独立董事。

2、监事近两年的变动情况

2019年1月1日，发行人监事为牛卫红、林秀玉、黄跃军。

2019年2月22日，发行人召开2018年年度股东大会，因原监事黄跃军辞去监事职务，同意选举金新胜为新任监事。

2020年5月29日，为完善治理结构，原监事林秀玉、金新胜辞去监事职务，发行人召开2020年第二次临时股东大会并同意选举姚成、叶涌泉为新任监事。

2021年8月15日，发行人召开职工代表大会，选举王明春为职工代表监事；2021年8月30日，发行人召开2021年第三次临时股东大会，选举叶涌泉、姚成成为发行人第三届监事会股东监事。

3、高级管理人员近两年的变动情况

2019年1月1日，发行人高级管理人员为叶金攀、程丽英、潘红星、宣杭娟。最近两年，高级管理人员未发生变动。

4、其他核心人员最近两年的变动情况

最近两年，其他核心人员未发生变动。

公司董事、监事的上述变动对发行人的经营无重大不利影响。

(四) 董事、监事、高级管理人员及其他核心人员的对外投资情况

截至本招股说明书签署日，公司董事、监事、高级管理人员及其他核心人员的对外投资情况如下：

姓名	在发行人处职务	对外投资公司	投资金额 (万元)	持股比例
叶跃庭	董事长	武义勤泽信息咨询合伙企业 (有限合伙)	1,400.00	70.00%
		珠海天润创新投资中心 (有限合伙)	3,000.00	11.53%
		广州市竹山投资有限公司	50.00	3.45%
		珠海君雅股权投资中心 (有限合伙)	500.00	2.12%
叶金攀	董事、总经理	浙江盖娅投资管理有限公司	900.00	90.00%
		深圳市富爱心盟一号投资企业 (有限合伙)	890.00	89.00%
		勤艺投资	17.42	9.43%
		嘉兴达特信息科技合伙企业 (有限合伙)	10.00	3.45%
		深圳截明电子科技有限公司	0.05	0.49%
		深圳天网虚拟现实科技开发 有限公司	5.00	0.49%
潘红星	董事、董事会秘书	勤艺投资	13.13	7.11%

姓名	在发行人处职务	对外投资公司	投资金额 (万元)	持股比例
芮鹏	独立董事	宁波融慧投资中心 (有限合伙)	200.00	4.00%
姚成	监事	勤艺投资	32.56	17.63%
熊新球	研发技术部员工	勤艺投资	12.33	6.68%

截至本招股说明书签署日，公司董事、监事、高级管理人员及其他核心人员的上述对外投资与公司不存在利益冲突。

(五) 董事、监事、高级管理人员、其他核心人员及其近亲属直接或间接持有公司股份的情况

截至本招股说明书签署日，公司董事、监事、高级管理人员、其他核心人员及其近亲属直接或间接持有公司股份的情况如下：

姓名	在发行人处职务	直接持股比例	间接持股比例	合计持股比例
叶跃庭	董事长	69.34%	-	69.34%
叶金攀	董事、总经理	-	0.12%	0.12%
金飞春	叶跃庭之配偶、叶金攀之母亲	25.00%	-	25.00%
陈志远	叶金攀之配偶	-	0.41%	0.41%
潘红星	董事、董事会秘书	-	0.09%	0.09%
王明春	监事会主席	0.11%	-	0.11%
姚成	监事	-	0.23%	0.23%
叶涌泉	监事	0.08%	-	0.08%
程丽英	财务总监	0.43%	-	0.43%
宣杭娟	副总经理	0.26%	-	0.26%
熊新球	研发技术部员工	-	0.09%	0.09%
林秀玉	核心技术人员张伟之配偶，财务部员工	-	0.04%	0.04%

截至本招股说明书签署日，上述公司董事、监事、高级管理人员、其他核心人员及其近亲属直接或间接持有的发行人的股份不存在质押、冻结或发生诉讼纠纷的情形。

（六）董事、监事、高级管理人员及其他核心人员薪酬情况

1、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员的薪酬组成、确定依据及所履行的程序

公司内部董事、监事、高级管理人员和其他核心人员的薪酬由工资和奖金组成，并依据其所处岗位、工作年限、绩效考核结果等确定。公司董事会薪酬与考核委员会按照薪酬计划及绩效考核结果，提出具体的薪酬指标，报董事会批准后执行；公司独立董事发放年度津贴，参照其他上市公司的津贴标准拟定，并经股东大会批准。

2、董事、监事、高级管理人员薪酬占比情况

报告期内，公司董事、监事、高级管理人员薪酬总额（税前）占公司当期利润总额的比例情况如下：

单位：万元

项目	2021年1-6月	2020年度	2019年度	2018年度
薪酬总额	98.75	182.80	111.95	118.52
利润总额	6,380.07	10,568.66	4,627.64	3,445.41
占比	1.55%	1.73%	2.42%	3.44%

3、董事、监事、高级管理人员 2020 年领取薪酬的情况

发行人董事、监事、高级管理人员 2020 年度从发行人（包括下属子公司）领取薪酬的情况如下：

序号	姓名	职务	2020年薪酬 (万元)	备注
1	叶跃庭	董事长	40.40	
2	叶金攀	董事、总经理	32.00	
3	潘红星	董事、董事会秘书	14.53	
4	冷军	独立董事	4.00	自 2020 年 5 月聘任
5	芮鹏	独立董事	4.00	自 2020 年 5 月聘任
6	牛卫红	监事会主席	9.26	2021 年 8 月起不再担任公司监事会主席
7	姚成	监事	13.84	自 2020 年 5 月聘任为监事
8	叶涌泉	监事	12.44	自 2020 年 5 月聘任为监事
9	宣杭娟	副总经理	21.78	

序号	姓名	职务	2020年薪酬 (万元)	备注
10	程丽英	财务总监	22.90	
11	金飞春	原董事	2.50	2020年1-5月担任公司董事
12	林秀玉	原监事	2.93	2020年1-5月担任公司监事
13	金新胜	原监事	2.22	2020年1-5月担任公司监事

注：上表为在任董事、监事、高级管理人员在其2020年度在任期间自发行人及其子公司处领取的薪酬总额。王明春2021年8月当选为公司新一届监事会主席。

2020年度，发行人现任董事、监事、高级管理人员及其他核心人员不存在从发行人关联企业处领取薪酬的情况。

发行人董事、监事、高级管理人员及其他核心人员在发行人处未享受其他待遇，同时发行人暂无退休金计划。

十一、发行人已制定或实施的股权激励及相关安排

（一）发行人已制定或实施的股权激励的基本情况

截至本招股说明书签署日，发行人通过勤艺投资作为持股平台实施了股权激励，相关情况如下：

1、勤艺投资的基本情况

公司名称：	武义勤艺投资合伙企业（有限合伙）
统一社会信用代码：	91330723MA29NHN23N
成立时间：	2017年8月22日
合伙期限：	2017年8月22日至长期
注册资本：	184.652万元
执行事务合伙人：	叶金攀
主要经营场所：	浙江省金华市武义县茆道镇二期工业功能区（浙江雅艺金属科技股份有限公司内）
经营范围：	股权投资（未经金融等行业监管部门批准不得从事吸收存款、融资担保、代客理财、向社会公众集（融）资等金融业务）

2、勤艺投资的历史沿革

（1）设立

勤艺投资于2017年8月22日由叶金攀作为普通合伙人、金新军等26名自然人作为有限合伙人共同出资设立，设立时的认缴出资总额为201万元。

勤艺投资系发行人员工持股平台，设立时的各合伙人均系发行人当时在职员工。全体合伙人出资到位后按照 2.68 元/股的价格购买了发行人股份，具体出资额、出资比例情况及拟对应发行人股份的情况如下：

序号	合伙人	出资额 (万元)	出资比例	对应发行人股 份数(万股)	定价依据	公允性
1	叶金攀	17.42	8.6667%	6.50	按发行人 股价 2.68 元/股折算 出资额	与发行人 2017年第 一次定向 发行价格 相同，具 有公允性
2	金新军	19.028	9.4667%	7.10		
3	黄跃军	18.76	9.3333%	7.00		
4	陈春根	18.76	9.3333%	7.00		
5	金新胜	16.08	8.0000%	6.00		
6	熊新球	12.328	6.1333%	4.60		
7	钟细元	12.06	6.0000%	4.50		
8	施春绸	11.524	5.7333%	4.30		
9	宣杭娟	8.576	4.2667%	3.20		
10	胡胜利	8.308	4.1333%	3.10		
11	潘红星	6.164	3.0667%	2.30		
12	程丽英	5.36	2.6667%	2.00		
13	林秀玉	5.36	2.6667%	2.00		
14	王明春	4.288	2.1333%	1.60		
15	李钟蕙	4.288	2.1333%	1.60		
16	扬进	4.288	2.1333%	1.60		
17	章玲莉	4.288	2.1333%	1.60		
18	章泽华	3.752	1.8667%	1.40		
19	杨碧	3.216	1.6000%	1.20		
20	牛卫红	3.216	1.6000%	1.20		
21	颜群星	3.216	1.6000%	1.20		
22	吴世锋	2.68	1.3333%	1.00		
23	陈淼滚	2.68	1.3333%	1.00		
24	汪泽旺	2.144	1.0667%	0.80		
25	黄超	1.876	0.9333%	0.70		
26	周丽	1.072	0.5333%	0.40		
27	李美芝	0.268	0.1333%	0.10		
合计		201.00	100.00%	75.00		

(2) 第一次增加出资额

2017年12月，勤艺投资财产份额增加至500万元，新增出资299万元由原合伙人潘红星及新增3名有限合伙人共同出资，其中：陈志远出资273.54万元、陈汤颖出资10.184万元、黄照平出资10.184万元、潘红星出资5.092万元。

陈志远系实际控制人叶金攀配偶，陈志远、陈汤颖、黄照平及潘红星均为当时发行人在职员工。勤艺投资为满足当时全国股转系统投资者适当性的要求（合伙企业实缴出资不低于500万元）而将实缴出资额增加至500万元，陈志远本次新增财产份额273.54万元中的232万元财产份额仅用于增加实缴出资、满足投资者适当性要求而无对应发行人股份，亦不享有发行人股份的分红权等收益权，本次增资具体出资额及对应发行人股份的情况如下：

序号	合伙人	增加出资额 (万元)	对应发行人股 份数(万股)	定价依据	公允性
1	陈志远	232.00	无	仅用于增加实缴 出资、满足股转 系统要求的投资 者适当性要求	不实际持有发行人 股份，具有公允性
		41.54	15.50	按发行人股价 2.68元/股折算出 资额	与发行人2017年 第一次定向发行价 格相同，具有 公允性
2	陈汤颖	10.184	3.80		
3	黄照平	10.184	3.80		
4	潘红星	5.092	1.90		
合计		299.00	25.00		

(3) 第一次财产份额转让

2018年4月，章玲莉因离职将其持有勤艺投资0.8576%的财产份额（认缴出资额4.288万元、实缴出资额4.288万元）以4.288万元的价格转让给陈志远。

本次财产份额转让的定价依据为离职员工的原出资额，定价依据具有公允性。

(4) 第二次财产份额转让

2018年9月，陈春根、钟细元、颜群星因离职将其合计持有勤艺投资6.8072%的财产份额（认缴出资额34.036万元、实缴出资额34.036万元）以合计35.9120万元的价格转让给陈志远，具体转让情况如下：

转让方	转让财产份额 (万元)	转让价格 (万元)	定价依据	公允性
陈春根	18.76	20.6360	陈春根同时为发行人直接股东，在参考陈春根 2015 年直接入股发行人时签署的《增资扩股协议》中约定条款后，协商确定在原出资额基础上额外补偿 10%（即 1.876 万元）	考虑其工作年限较长及对公司有一定贡献，定价具有公允性
钟细元	12.06	12.06	按离职员工的原出资额定价	按成本价转让，具有公允性
颜群星	3.216	3.216		
合计	34.036	35.9120	-	

(5) 第三次财产份额转让

2019 年 2 月，金新军、黄跃军等 8 名有限合伙人将其合计持有勤艺投资 16.616% 的财产份额（认缴出资额 83.08 万元、实缴出资额 83.08 万元）以合计 83.08 万元的价格转让给陈志远；同时，李钟蕙因离职将其持有勤艺投资 0.8576% 的财产份额（认缴出资额 4.288 万元、实缴出资额 4.288 万元）以 4.288 万元的价格转让给陈志远。本次财产份额转让的具体情况如下：

转让方	转让财产份额 (万元)	转让价格 (万元)	对应发行人股 份数 (万股)	定价依据	公允性
金新军	19.028	19.028	7.10	该 8 人变更持股方式，由间接持股调整为直接持股，即：勤艺投资以 2.68 元/股价格将各自对应发行人股份分别转让给该等自然人，该等自然人同时将勤艺投资财产份额按原出资额转回给陈志远	均为成本价转让，具有公允性
黄跃军	18.76	18.76	7.00		
金新胜	16.08	16.08	6.00		
宣杭娟	8.576	8.576	3.20		
胡胜利	8.308	8.308	3.10		
程丽英	5.36	5.36	2.00		
王明春	4.288	4.288	1.60		
吴世锋	2.68	2.68	1.00		
合计	83.08	83.08	31.00		
李钟蕙	4.288	4.288	-	按离职员工的原出资额定价	

(6) 第四次财产份额转让

2019 年 3 月，陈志远将其持有勤艺投资 6.5124% 的财产份额（认缴出资 32.562 万元、实缴出资额 32.562 万元）按照 32.562 万元的价格转让给姚成；陈志远将其持有勤艺投资 1.0184% 的财产份额（认缴出资 5.092 万元、实缴出资额

5.092 万元) 按照 5.092 万元的价格转让给吴巧恒。

姚成、吴巧恒均为当时发行人在职员工, 本次转让出资额及对应发行人股份的情况如下:

序号	合伙人	转让出资额 (万元)	对应发行人股 份数(万股)	定价依据	公允性
1	姚成	32.562	12.15	按发行人股价 2.68 元/股折算出 出资额	与发行人其他员工 入股价格、同期股 份转让价格相同, 具有公允性
2	吴巧恒	5.092	1.9		
合计		37.654	14.05		

(7) 第五次财产份额转让

2019 年 6 月, 周丽因离职将其持有勤艺投资 0.2144% 的财产份额(认缴出资额 1.072 万元、实缴出资额 1.072 万元) 以 1.072 万元的价格转让给陈志远。

本次财产份额转让的定价依据为离职员工的原出资额, 定价依据具有公允性。

(8) 第六次财产份额转让

2020 年 4 月, 黄超因离职将其持有勤艺投资 0.3752% 的财产份额(认缴出资额 1.876 万元、实缴出资额 1.876 万元) 以 1.876 万元的价格转让给有限合伙人潘红星。黄照平因离职将其持有勤艺投资 2.0368% 的财产份额(认缴出资额 10.184 万元、实缴出资额 10.184 万元) 以 10.184 万元的价格转让给陈志远。

本次财产份额转让的定价依据为离职员工的原出资额, 定价依据具有公允性。

(9) 减少出资额

2020 年 5 月, 为进一步明晰勤艺投资各合伙人出资额、出资比例对应发行人股份的情况, 陈志远按照 1 元/出资额定向减少 315.348 万元的财产份额(该部分财产份额未对应发行人股份), 勤艺投资出资额由 500 万元减少至 184.652 万元。因陈志远投入勤艺投资的该部分出资不享有发行人股份及权益, 本次减少出资额按照陈志远投入勤艺投资的原始成本定价, 具有公允性。

本次减少出资额完成后, 勤艺投资各合伙人出资及对应发行人股份均未再发生变更。

陈志远因怀孕于 2021 年 3 月起从发行人离职，目前在家休息，经勤艺投资全体合伙人一致同意，陈志远离职后，其所持有的勤艺投资 57.4860 万元的财产份额继续保留。

3、叶跃庭曾为勤艺投资代持发行人股份的事项及解除情况

2019 年 1 月，出于未来税收筹划考虑，在勤艺投资持股的员工希望直接持有发行人股份，部分同时为发行人直接股东的勤艺投资有限合伙人已通过股份转让及财产份额转让调整为直接持股（详见本节之“2、勤艺投资的历史沿革”之“（5）第三次财产份额转让”），剩余有限合伙人因不满足当时全国股转系统投资者适当性要求（证券投资经验未满两年）无法在全国股转系统新开户受让股份，经勤艺投资与叶跃庭协商并签署《委托持股协议》，勤艺投资将持有的 68.90 万股发行人股份（持股比例 1.31%）通过全国股转系统转让给叶跃庭，由叶跃庭暂时代勤艺投资持有发行人股份。

2020 年 4 月，叶跃庭将其合计代勤艺投资持有的 68.90 万股股份通过全国股转系统还原给勤艺投资，代持关系解除。

2019 年 1 月至 2020 年 4 月期间，勤艺投资合伙人如发生离职退出或新进员工持股的均已通过勤艺投资的财产份额转让办理了工商变更登记，在此期间发行人实施过两次利润分配，当时勤艺投资各合伙人均已按照对应的雅艺科技的股份获得对应的分红收益，委托持股关系未影响勤艺投资各合伙人实际享有的权益；2020 年 4 月股份转让完成后，勤艺投资与叶跃庭的委托持股关系已妥善解除。叶跃庭、勤艺投资及全体合伙人已共同确认委托持股期间及代持终止过程不存在任何争议及潜在纠纷，亦未因委托持股事项与其他任何第三方产生任何争议或潜在纠纷。

4、勤艺投资的合伙人构成及出资情况

截至本招股说明书签署日，勤艺投资的合伙人构成及出资情况如下：

序号	合伙人姓名	合伙人性质	在发行人及其子公司的任职情况	出资金额（万元）	出资比例	对应持有发行人的份额（万股）
1	叶金攀	普通合伙人	董事、总经理	17.42	9.43%	6.50
2	陈志远	有限合伙人	销售部业务员	57.486	31.13%	21.45

序号	合伙人姓名	合伙人性质	在发行人及其子公司的任职情况	出资金额(万元)	出资比例	对应持有发行人的份额(万股)
3	姚成	有限合伙人	监事、研发技术部经理	32.562	17.63%	12.15
4	潘红星	有限合伙人	董事、董事会秘书	13.132	7.11%	4.90
5	熊新球	有限合伙人	研发技术部员工	12.328	6.68%	4.60
6	施春绸	有限合伙人	销售部业务员	11.524	6.24%	4.30
7	陈汤颖	有限合伙人	销售部业务员	10.184	5.52%	3.80
8	林秀玉	有限合伙人	财务部会计	5.36	2.90%	2.00
9	吴巧恒	有限合伙人	销售部单证员	5.092	2.76%	1.90
10	扬进	有限合伙人	仓储部员工	4.288	2.32%	1.60
11	章泽华	有限合伙人	销售部业务员	3.752	2.03%	1.40
12	杨碧	有限合伙人	研发技术部员工	3.216	1.74%	1.20
13	牛卫红	有限合伙人	行政人力资源部人力资源经理	3.216	1.74%	1.20
14	陈淼滚	有限合伙人	研发技术部员工	2.68	1.45%	1.00
15	汪泽旺	有限合伙人	研发技术部员工	2.144	1.16%	0.80
16	李美芝	有限合伙人	生产部员工	0.268	0.15%	0.10
合计				184.652	100%	68.90

5、股份锁定期安排

勤艺投资的股份锁定期为上市之日起 36 个月。

6、对公司经营状况、财务状况、控制权变化等方面的影响

本次实施的股权激励旨在鼓励且激发公司管理人员、核心人员及骨干的积极性，既实现了公司利益和员工利益的一体化，又间接地提升了员工在公司经营和治理过程中的参与度，提高了公司的经营效率。

本次实施的股权激励不会对公司的经营状况、财务状况、控制权产生重大不利影响。

7、本次股权激励未构成股份支付

2018 年 1 月和 2 月，发行人实际控制人金飞春将所持 100 万公司股份以 2.68 元/股转让给勤艺投资，作为本次股权激励的股票。参与本次股权激励的核心员工通过持有勤艺投资出资份额的形式持有发行人股份，对应获取发行人股

份的价格为 2.68 元/股。

(1) 发行人确定员工持股平台入股价格的依据

1) 2017 年第一次定向发行的背景和投资者身份

发行人在挂牌新三板后，计划进行一次再融资以募集资金扩大公司经营规模，并在 2016 年经人介绍投资者接触到了方东晖。方东晖自 2016 年起接洽发行人，经过一段时间跟踪并尽调发行人的经营情况，看好发行人的未来发展，故于 2017 年 10 月通过参与发行人定向发行股票入股发行人。

自然人方东晖的相关情况如下：

①方东晖基本情况

方东晖，男，1987 年 8 月出生，中国国籍，无境外永久居留权，专科学历。

②方东晖的身份背景

方东晖为外部专业投资人，目前担任杭州东音嘉晟股权投资有限公司法定代表人、执行董事兼总经理。除曾投资发行人外，其直接及间接对外投资还包括杭州联德精密机械股份有限公司（已上市，股票代码 605060）、杭州蜂之语蜂业股份有限公司、杭州奇治信息技术股份有限公司等数十家公司，拥有投资的专业能力和独立的价值判断能力。

③方东晖与发行人实际控制人、股东、董事、监事、高级管理人员均不存在关联关系

方东晖与发行人实际控制人、股东、董事、监事、高级管理人员均不存在关联关系、亲属关系。

④方东晖投资发行人的资金来源及不存在股份代持

根据方东晖于 2017 年第一次定向发行当时出具的声明，其使用自有资金进行股票认购，不存在通过委托持股、信托持股或其他协议安排代他人持有发行人股票的情形。

根据 2017 年第一次定向发行股份前后发行人实际控制人、董事、监事、高级管理人员的银行流水，其均与方东晖不存在资金往来，不存在向方东晖提供

财务资助的情形。

方东晖于 2020 年 8 月出具确认函，确认实际控制人于 2018 年 10 月回购其股份后，其不再持有发行人的任何股份或权益，亦未通过任何第三方代为持有发行人股份或权益。

2) 发行人及其实际控制人不存在刻意制造外部投资者入股参考价格以规避确认股份支付的情形

发行人系依据上述 2017 年 10 月确定的第一次定向发行股票价格作为参考确定员工持股平台入股参考价格，此次引入外部投资者方东晖系真实意思表示而通过定向发行入股发行人，且该次定向发行股票价格公允。

盖娅金融与盖娅基金 2017 年 11 月之间的交易价格因离方东晖此次通过定向发行入股发行人时间较近，亦同时参考了上述 2017 年第一次定向发行股票价格为参考依据。因此，发行人不存在刻意制造外部投资者入股参考价格以规避确认股份支付的情形。

3) 2017 年第一次定向发行定价具有公允性

方东晖自 2016 年起接洽发行人，经过一段时间跟踪并尽调发行人的经营情况，综合考虑了发行人当时的净利润水平、所处行业、公司成长性、每股净资产等多种因素，并与发行人进行了多轮沟通，考虑到发行人当时利润规模较小（2015 年至 2017 年，扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润分别为 1,388.63 万元、2,650.15 万元和 2,518.46 万元）且尚无明确的 IPO 申报计划，故双方协商确定了最终投资价格为 2.68 元/股，按 2017 年发行人扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润计算此次发行价格对应市盈率约为 5.59 倍。该发行价格是外部投资者经过较长时间尽调、综合考虑了发行人当时各项情况并与发行人多轮协商协商的，反映了发行人股份当时的市场价格，具有公允性。

2017 年 11 月，盖娅金融与盖娅基金之间的交易价格因离方东晖此次通过定向发行入股发行人时间较近，亦同时参照了该次定向发行股票价格确定。

因此，发行人并非依据盖娅金融与盖娅基金之间交易价格确定员工持股平台入股参考价格，不存在刻意制造外部投资者入股参考价格以规避确认股份支付的情形。

(2) 发行人选择员工持股平台入股定价公允性参考依据的原因及合理性

勤艺投资购买发行人股份的时间为 2018 年 1 月 29 日、2018 年 2 月 2 日，与公司 2017 年第一次定向发行股票的时间（2017 年 10 月）较为接近，而自然人杨静于 2020 年 2 月以 4.04 元/股通过全国股转系统买入发行人 1,000 股股份，与勤艺投资入股时间间隔较远（超过 24 个月），且成交的股份数量少，价格可参考性较低，因此以 2.68 元/股作为公允价格更为合理。

(3) 假设以 4.04 元/股入股价格为参照，测算勤艺投资股份支付金额及对各期业绩的影响

以 4.04 元/股为参照价格测算勤艺投资的股份支付金额，则 2018 年应计入股份支付的金额约为 136 万元。

根据天健会计师出具的天健审[2021]57 号《审计报告》，发行人 2018 年度、2019 年度、2020 年度扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润分别为 2,131.85 万元、3,492.34 万元、8,181.20 万元。扣除上述股份支付金额后，发行人最近两年扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润仍均为正，且最近两年累计扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润不低于 5,000 万元，不存在因计提上述股份支付导致发行人不满足发行条件、上市条件的情形。

综上，发行人以 2017 年第一次定向发行价格作为员工持股平台入股定价公允性的参考依据，而非以盖娅金融、盖娅基金的交易价格作为公允性定价的参考依据，不存在刻意制造外部投资者入股参考价格以规避确认股份支付的情形；假设以 2020 年 2 月 4.04 元入股价格为参照，测算勤艺投资股份支付金额约为 136 万元，对 2018 年业绩影响较小，不会导致发行人不满足发行条件、上市条件。本次股权激励定价 2.68 元/股与发行人同期引入外部投资者的定向发行（即 2017 年第一次定向发行）价格一致，使用价格为发行人股票的公允价格，未构成股份支付，无需确认股份支付费用，具有合理性。

(二) 发行人已制定、上市后实施的股权激励的基本情况

截至本招股说明书签署日，发行人不存在已经制定、上市后实施的股权激励计划。

十二、发行人员工及社会保障情况

(一) 员工人数及构成

1、员工人数及变化情况

报告期内各期末，发行人及其子公司员工人数及变化情况如下：

单位：人

项目	2021-6-30	2020-12-31	2019-12-31	2018-12-31
员工人数	612	513	279	272

报告期各期末,发行人的员工人数及各期间主营业务收入、净利润情况如下:

项目	2021-6-30/ 2021年1-6月	2020-12-31/ 2020年度	2019-12-31/ 2019年度	2018-12-31/ 2018年度
员工人数(人)	612	513	279	272
主营业务收入 (万元)	22,926.54	31,878.77	14,952.16	13,685.88
净利润(万元)	5,038.83	8,454.65	3,592.79	2,674.04

随着发行人业务规模的逐步扩大，发行人及其子公司的员工人数亦逐步逐步增加，与主营业务收入及净利润的变化趋势一致，与发行人的经营发展情况相匹配。

2、员工专业构成

截至2021年6月30日，发行人及其子公司的员工专业构成如下：

员工专业结构	人数(人)	占员工总数的比例
生产人员	504	82.35%
销售人员	7	1.14%
研发人员	64	10.46%
财务人员	6	0.98%
行政及管理人员	31	5.07%
合计	612	100.00%

3、员工受教育程度

截至2021年6月30日，发行人及其子公司的员工接受教育程度划分情况如下：

教育程度	人数（人）	占员工总数的比例
本科及以上	7	1.14%
大专	33	5.39%
高中及以下	572	93.46%
合计	612	100.00%

4、员工年龄分布

截至 2021 年 6 月 30 日，发行人及其子公司的员工年龄分布情况如下：

年龄结构	人数（人）	占员工总数的比例
30 岁及以下	171	27.94%
31-40 岁	176	28.76%
41 岁及以上	265	43.30%
合计	612	100.00%

（二）报告期内社会保险和住房公积金缴纳情况

1、社会保险和住房公积金缴纳情况

报告期内各期末，发行人及其子公司的员工社会保险缴纳情况如下：

单位：人

时间	员工人数	退休返聘人数	应缴社保人数	项目	缴纳人数	未缴人数
2021 年 6 月 30 日	612	26	586	社会保险 （含新型农村养老保险 及新型农村医疗保险）	544	42
				公积金	543	43
2020 年 12 月 31 日	513	33	480	社会保险 （含新型农村养老保险 及新型农村医疗保险）	452	28
				公积金	447	33
2019 年 12 月 31 日	279	12	267	社会保险 （含新型农村养老保险 及新型农村医疗保险）	114	153
				公积金	30	237
2018 年 12 月 31 日	272	9	263	社会保险 （含新型农村养老保险 及新型农村医疗保险）	120	143
				公积金	34	229

2、报告期内未按规定缴纳社保、公积金的原因

报告期内，公司大部分员工系外省农业户口的工人，以云贵川地区的农村户籍为主，且人员流动性较大，一般均在户籍所在地参加了新型农村养老保险和新型农村医疗保险，不愿意再参加异地的社会保险。

另一方面，大多员工已在农村拥有住房，其缴存住房公积金后，异地提取和使用较为困难；同时农民工因在城市购房而实际享受公积金贷款优惠政策的可能性较小，因此农民工群体缴存住房公积金的意愿不强。

公司积极鼓励员工缴纳社保及住房公积金，对员工提供了符合办理参保和公积金要求相关证件的，公司均积极为其办理社保和公积金。对已缴纳新型农村养老保险和新型农村医疗保险且不愿意重复参加社会保险的员工，公司报销其参加新型农村养老保险和新型农村医疗保险的相关费用。此外，发行人以提供免费员工宿舍、向职工发放住宿补贴、报销住宿租金等形式保障员工住房方面的福利待遇。

同时，发行人加强了向员工宣传社会保险及住房公积金的力度，提高了员工缴纳社会保险及住房公积金的积极性。截至 2021 年 6 月 30 日，发行人员工缴纳社会保险和公积金的比例有了较大提升，缴纳社保和公积金的覆盖率均已达到 93%。

3、报告期内社会保险和住房公积金的合规情况

报告期内，发行人及其子公司未为全体员工缴纳社会保险不符合《社会保险法》、《社会保险登记管理暂行办法》等法律、法规的规定，但根据《国务院关于解决农民工问题的若干意见》、《浙江省人民政府关于解决农民工问题的实施意见》（浙政发[2006]47 号）和《流动就业人员基本医疗保障关系转移接续暂行办法》（人社部发[2009]191 号）的规定，农村户籍人员在城镇单位就业并有稳定劳动关系的，由用人单位按照《社会保险登记管理暂行办法》的规定办理登记手续，参加就业地城镇企业职工基本医疗保险和城镇企业职工基本养老保险；其他流动就业的农村户籍人员，可自愿选择参加户籍所在地的新农保和新农合。发行人为员工缴纳社会保险及报销新农保、新农合的方式符合企业用工实际情况和用工特性，符合国家及地方性相关政策。

发行人及其子公司所在地的社会保险管理部门、住房公积金管理部门已出具证明，报告期内公司不存在因违反劳动及社会保障和住房公积金方面的法律法规而受到行政处罚的情形。

4、补缴社会保险和住房公积金对公司经营业绩的影响

报告期内，公司存在部分员工应缴未缴社会保险和住房公积金的情况。根据公司社会保险和住房公积金缴纳情况统计表、所在地的社会保险和住房公积金政策文件，若公司补缴应缴未缴员工的社会保险和住房公积金，测算金额如下：

单位：万元

项目	2021年1-6月	2020年度	2019年度	2018年度
社保测算金额	31.24	52.88	123.08	84.00
公积金测算金额	4.11	14.91	24.30	22.18
合计测算金额	35.35	67.79	147.38	106.18
利润总额	6,380.07	10,568.66	4,627.64	3,445.41
占利润总额的比例	0.55%	0.64%	3.18%	3.08%

根据上述测算结果，若发行人及其子公司需补缴其报告期内应缴未缴社会保险和住房公积金，补缴金额占利润总额的比例较低，不会对发行人的经营业绩产生重大不利影响。

此外，就上述员工社会保险及住房公积金缴纳事宜，公司实际控制人叶跃庭、金飞春及叶金攀出具《关于社保和公积金缴纳事项的承诺函》：“如应有权部门要求或决定，发行人需要为公司员工补缴社保、住房公积金或因未缴纳社保、住房公积金而承担罚款或损失，本人愿无条件代发行人承担上述所有补缴金额、承担任何罚款或损失赔偿责任，保证发行人不因此受到损失。”

第六节 业务与技术

一、发行人的主营业务及主要产品情况

(一) 主营业务、主要产品的基本情况及主营业务收入构成

1、主营业务

公司主要从事户外火盆、气炉等户外休闲家具的研发、设计、生产和销售。

历经多年发展，公司已逐渐形成了在火盆、气炉系列产品方面成熟的研发体系、制造体系、营销体系，深耕美国及国际市场多年。凭借创新的设计研发、优良的产品品质和可靠的售后服务，公司已与沃尔玛（Wal-Mart）、家得宝（Home Depot）等国际知名大型零售商建立了良好的长期业务合作关系。

公司高度重视创新设计，2020年打样新品为372款、设计图库已完成设计的款式超过5,000款且每年新增设计款式超过1,000款。公司打样和设计图库的款式涵盖公司的各类产品和多种风格，产品风格包括美式、欧式古典、北欧、现代等，多种设计风格和产品类型足以满足市场各类审美需求。

2、主要产品的基本情况

公司的主要产品包括火盆、气炉系列产品，主要销往美国、加拿大等国家。2005年初，发行人根据下游客户的需求研发了火盆系列产品，并成功打开了美国销售市场。近年来，随着技术的发展，发行人亦开发了气炉系列产品，进一步拓展了产品线。

(1) 火盆系列产品

火盆系列产品是指以木头作为燃烧介质的户外取暖、观赏休闲家具，分为火盆和火盆桌，其中火盆是指将传统金属盆进行加工改造，同时搭配网罩、拨火棒等不同功能配件的户外休闲家具；火盆桌是指将传统金属盆进行设计、制造，同时结合桌面板岩、瓷砖等材料的户外休闲家具。

发行人根据不同的产品设计理念，通过对火盆外观设计不断调整，将西方经典元素和当下流行元素融入产品的各种载体之中，成功研发设计出款式各异的产品，满足了消费者多样化的消费需求。火盆系列产品亦通过新颖的产品设

计、便捷的安装和低廉的价格，成为发行人热销的产品类别。

按照材质划分，公司的火盆可以划分为铁质火盆、铜制火盆和铸铁火盆；火盆桌可划分为板岩火盆桌和瓷砖台面火盆桌，具体如下：

产品类别	产品细分	图示
火盆	铁质火盆	
	铜制火盆	

产品类别	产品细分	图示
	铸铁火盆	
火盆桌	板岩火盆桌	

产品类别	产品细分	图示
	瓷砖台面火盆桌	

(2) 气炉系列产品

气炉系列产品是指以丙烷为燃烧介质的户外取暖、观赏休闲家具，分为气炉和气炉桌两类，其中气炉是指体积较小、可置于桌面上的产品，气炉桌是指将气炉与桌体、台面相结合的体积较大、可单独作为桌子使用的产品。

气炉系列产品是近年来研发的新产品，基于与火盆系列产品的燃烧介质不同，气炉系列产品的设计结构、部件配置和饰品搭配均有所差异。

按照材质划分，气炉桌可以划分为瓷砖气炉桌、板岩气炉桌、铁质气炉桌，具体如下：

产品类别	产品细分	图示
气炉	气炉	
气炉桌	铁质气炉桌	
	瓷砖气炉桌	

产品类别	产品细分	图示
	板岩气炉桌	

3、主营业务收入构成

(1) 主营业务收入按产品分类

报告期内，公司主要产品的销售收入及占公司主营业务收入的比重情况如下：

单位：万元

收入类别	2021年1-6月		2020年度		2019年度		2018年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
火盆	11,266.56	49.14%	18,051.09	56.62%	7,599.43	50.82%	7,722.97	56.43%
火盆桌	539.41	2.35%	1,504.66	4.72%	1,843.65	12.33%	2,241.70	16.38%
气炉	43.28	0.19%	546.89	1.72%	1,149.40	7.69%	794.24	5.80%
气炉桌	10,477.93	45.70%	11,045.19	34.65%	4,133.35	27.64%	1,880.18	13.74%
其他	599.36	2.61%	730.95	2.29%	226.34	1.51%	1,046.79	7.65%
总计	22,926.54	100.00%	31,878.77	100.00%	14,952.16	100.00%	13,685.88	100.00%

(2) 主营业务收入按销售地区分类

单位：万元

项目	2021年1-6月		2020年度		2019年度		2018年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
外销	22,478.77	98.05%	31,375.37	98.42%	14,828.08	99.17%	13,598.00	99.36%
内销	447.77	1.95%	503.40	1.58%	124.08	0.83%	87.88	0.64%

项目	2021年1-6月		2020年度		2019年度		2018年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
合计	22,926.54	100.00%	31,878.77	100.00%	14,952.16	100.00%	13,685.88	100.00%

（二）主要经营模式

1、采购模式

公司根据生产计划、销售订单、库存情况以及原材料市场情况进行采购。

采购部门根据生产部门向其出具的采购需求，并参考原材料市场供需情况、价格趋势、交货周期、运输时间长短等相关因素，制定采购计划并及时执行，以保证及时有效地完成订单需求。原材料送达后，公司的仓库管理、采购人员会对货物的数量进行核对，质检人员对货物的质量进行检验，并且跟踪使用情况，如出现质量问题立即向供应商进行反馈并及时进行处理。

公司对供应商进行严格的考察和筛选，选定为合格供应商后开始正式的合作。合作期间公司还会对供应商定期进行考核，对不合格供应商进行更换，加强事中控制以保证原材料质量合格、价格合理。

2、生产模式

公司坚持自主生产的模式，即公司利用自己的厂房、设备和工人组织生产。

公司采用“以销定产、以产定购”的模式制定生产作业计划并安排生产。生产管理部门根据销售部门提供订单所列示的产品种类、数量和交期，制定生产作业计划。

生产车间根据生产计划组织生产。生产管理部门负责具体产品的生产流程管理，监督安全生产；质量管理部门负责监督生产执行情况，对生产过程的各项关键质量控制点进行监督检查，并负责对原材料、半成品、成品的质量检验。

3、销售模式

报告期内，公司销售以外销为主，主要出口地区为美国，主要客户群体为国际知名大型零售商，如沃尔玛（Wal-Mart）、家得宝（Home Depot）等。

公司与客户的主要合作模式为 ODM 模式，即公司根据市场需求或客户委托进行产品的设计研发，生产后以客户的品牌对外销售。公司始终重视自主研

发，每年研发、设计的款式在 200 款以上。

公司主要通过参加客户邀请的选样会，客户在选样会上通过新设计产品的效果图选择款式，同时公司也会根据客户不同的需求进行产品设计、修改、打样，样品寄送给客户，客户认可后下订单。

为了确保售后服务质量，公司在境外聘请了第三方机构为公司产品的终端消费者提供售后服务，终端消费者在沃尔玛（Wal-Mart）、家得宝（Home Depot）等超市购买公司产品后，如出现缺少配件、使用障碍等情况可通过售后服务电话直接联系到公司的第三方售后服务机构，提供高效、及时的售后服务。

4、经营模式的影响因素、报告期内的变化情况及未来变化趋势

公司经营模式主要受产业链上下游发展情况、公司生产能力、主要客户需求等因素的影响。报告期内，影响公司运营模式的关键因素未发生重大变化，预计未来一定时期内公司经营模式不会发生重大变化。

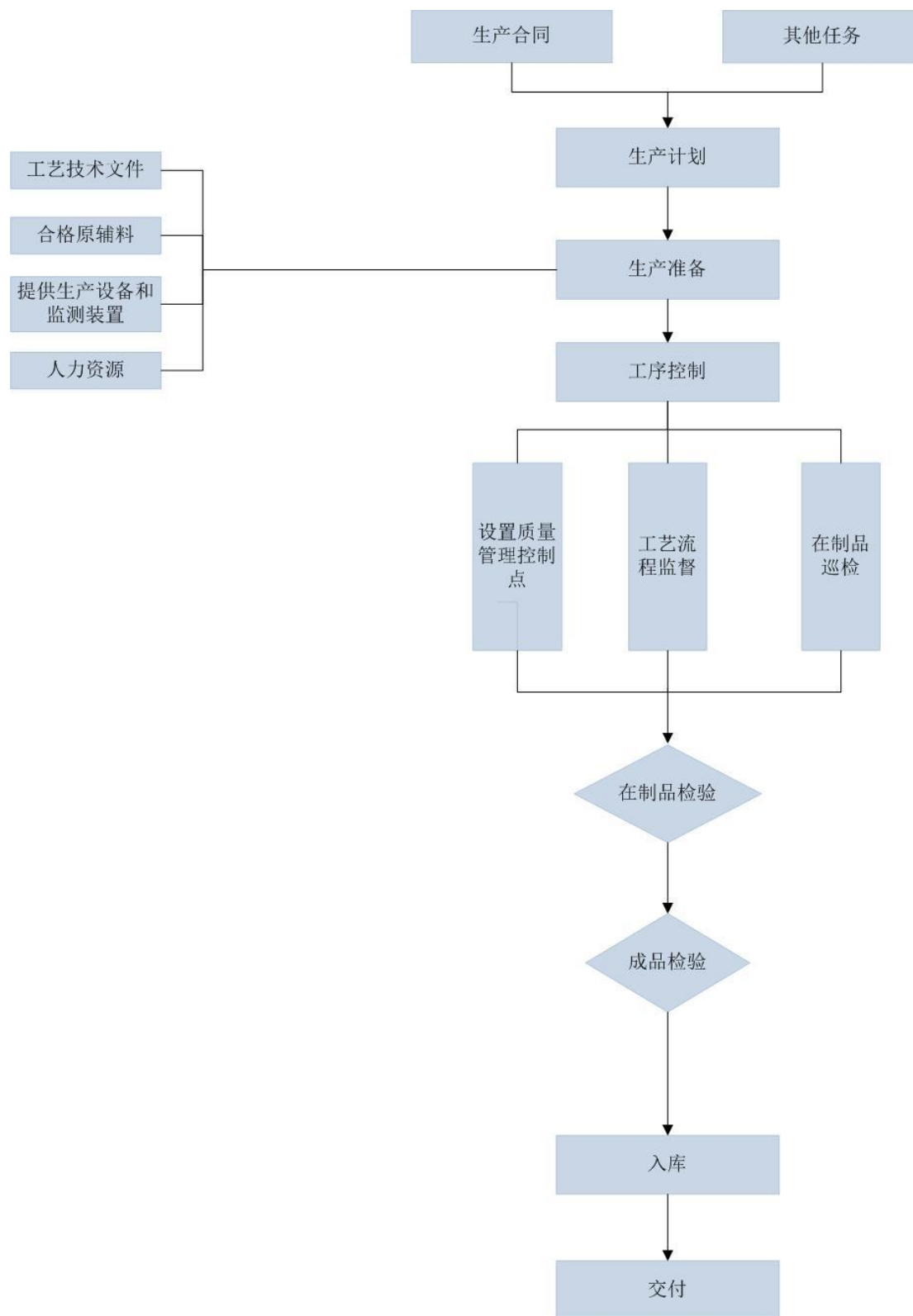
（三）设立以来主营业务、主要产品和主要经营模式的演变情况

自设立以来，公司主要从事火盆等户外休闲家具的研发、生产与销售业务，经营模式一直未变。2015 年开始，公司拓展了气炉、气炉桌系列的研发、生产与销售业务。公司主要产品是自然发展演变形成的，属于产品衍生，业务实质高度相关。

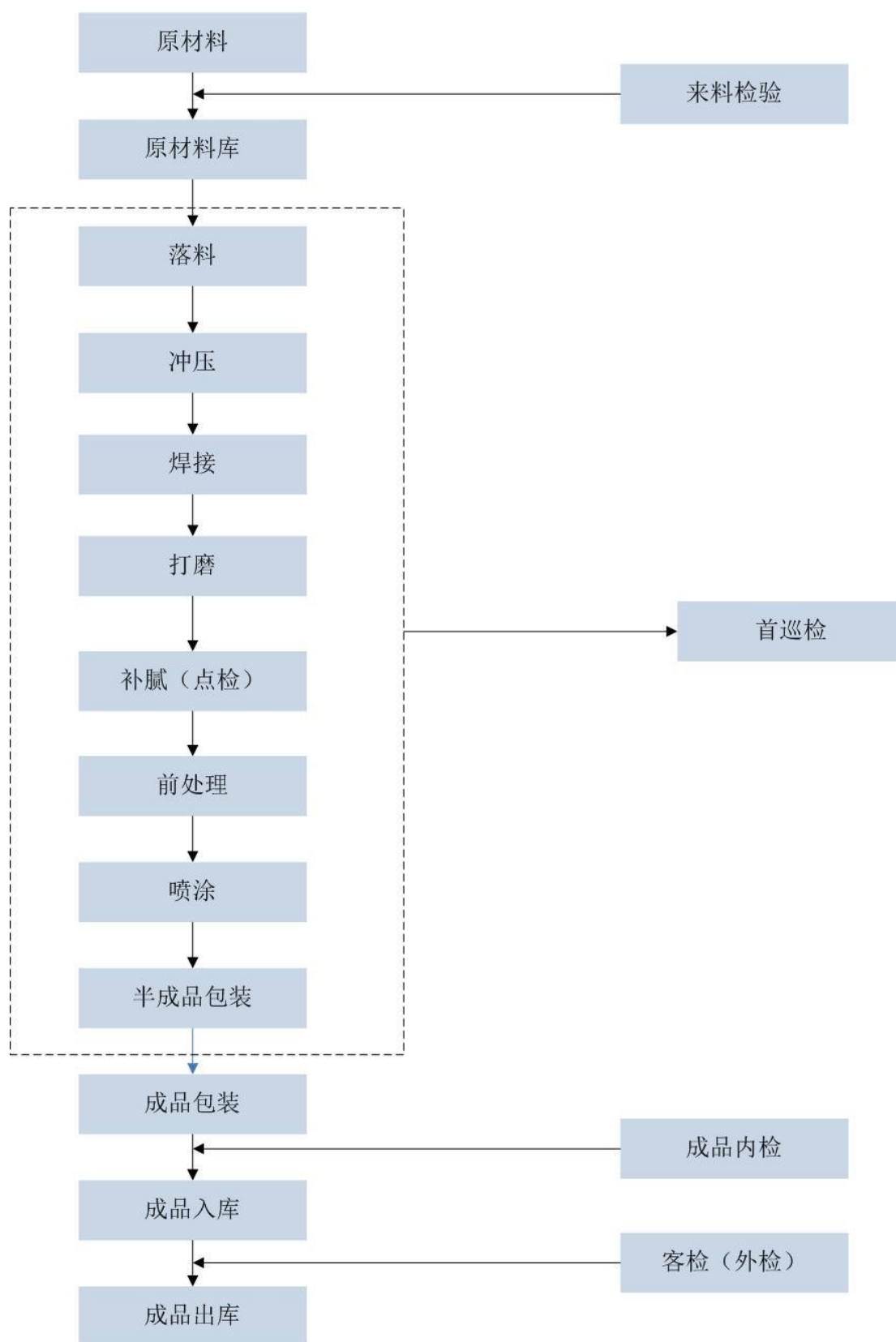
(四) 发行人主要产品的工艺流程图

1、生产运作流程

(1) 生产运作流程图

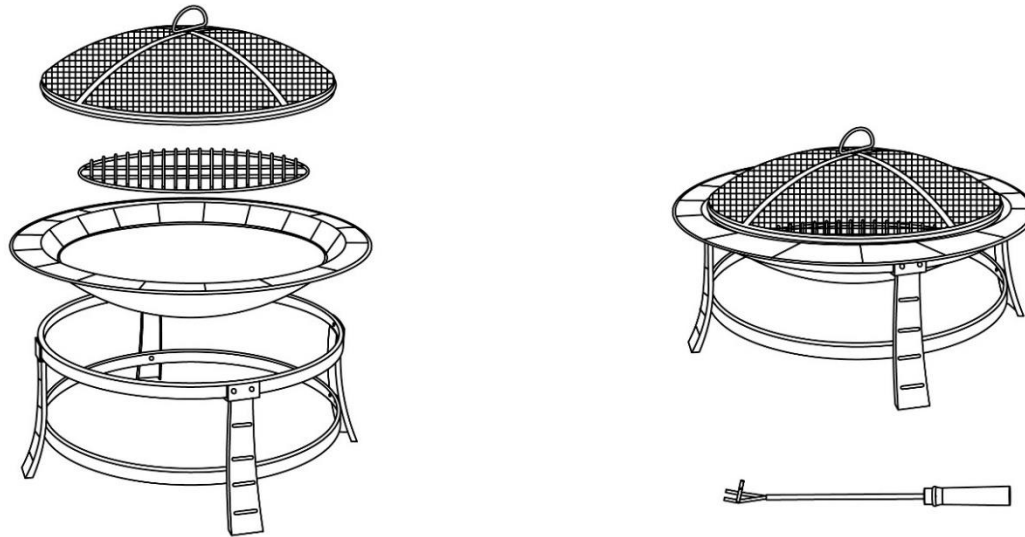


(2) 生产流程图：



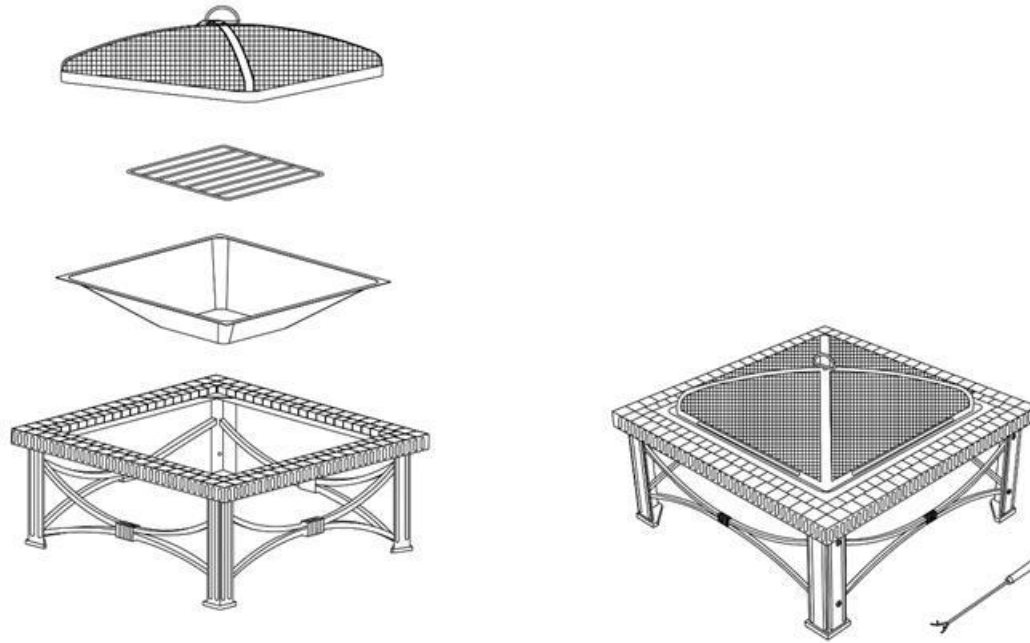
2、生产工艺流程

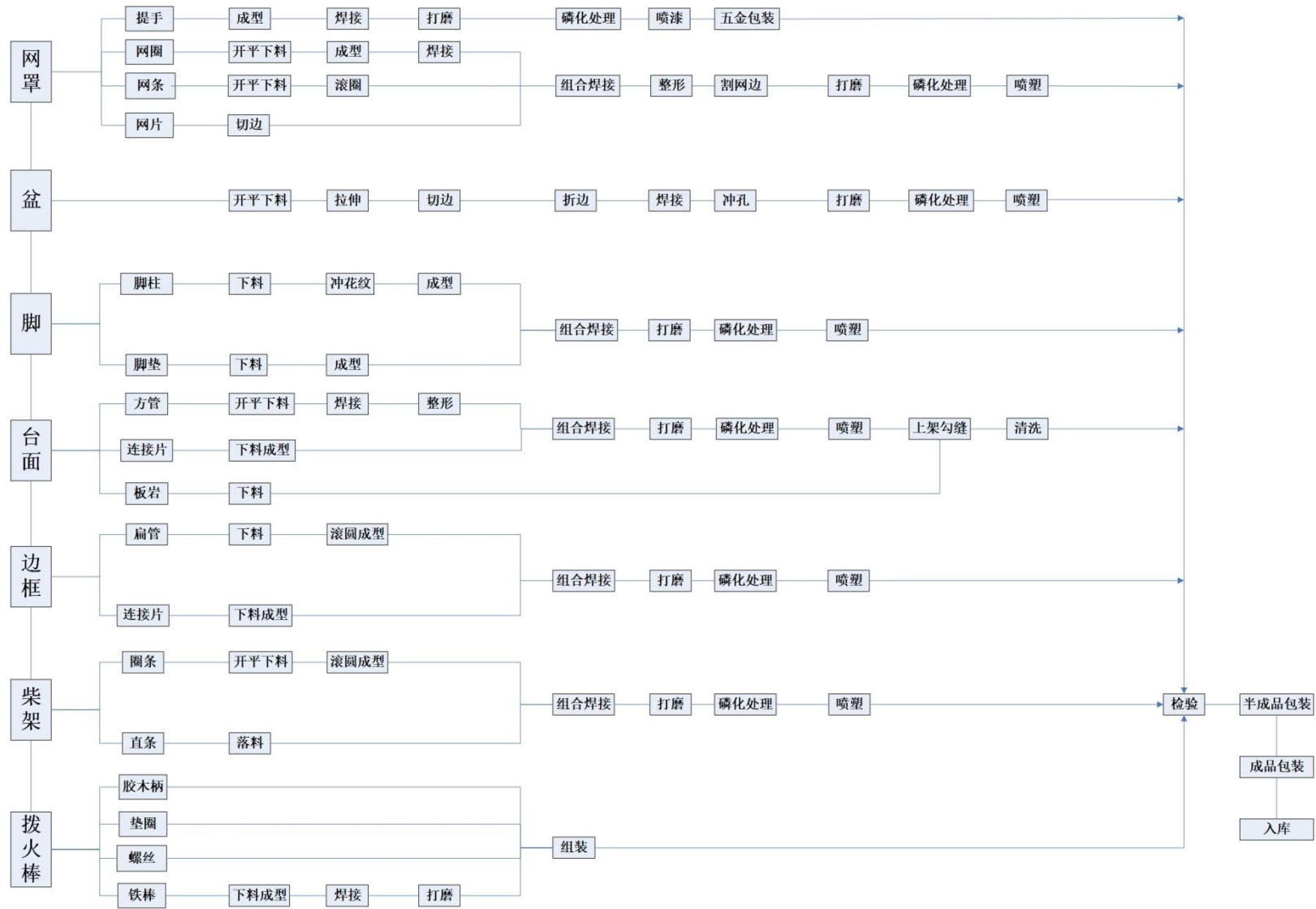
(1) 火盆



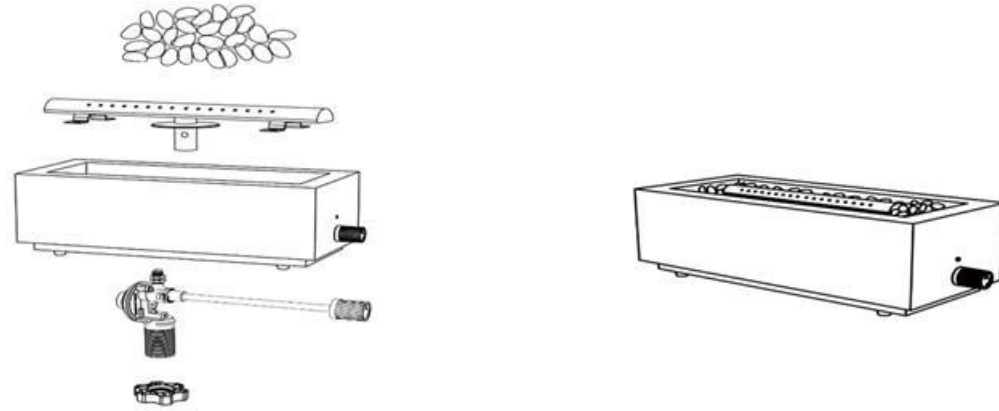


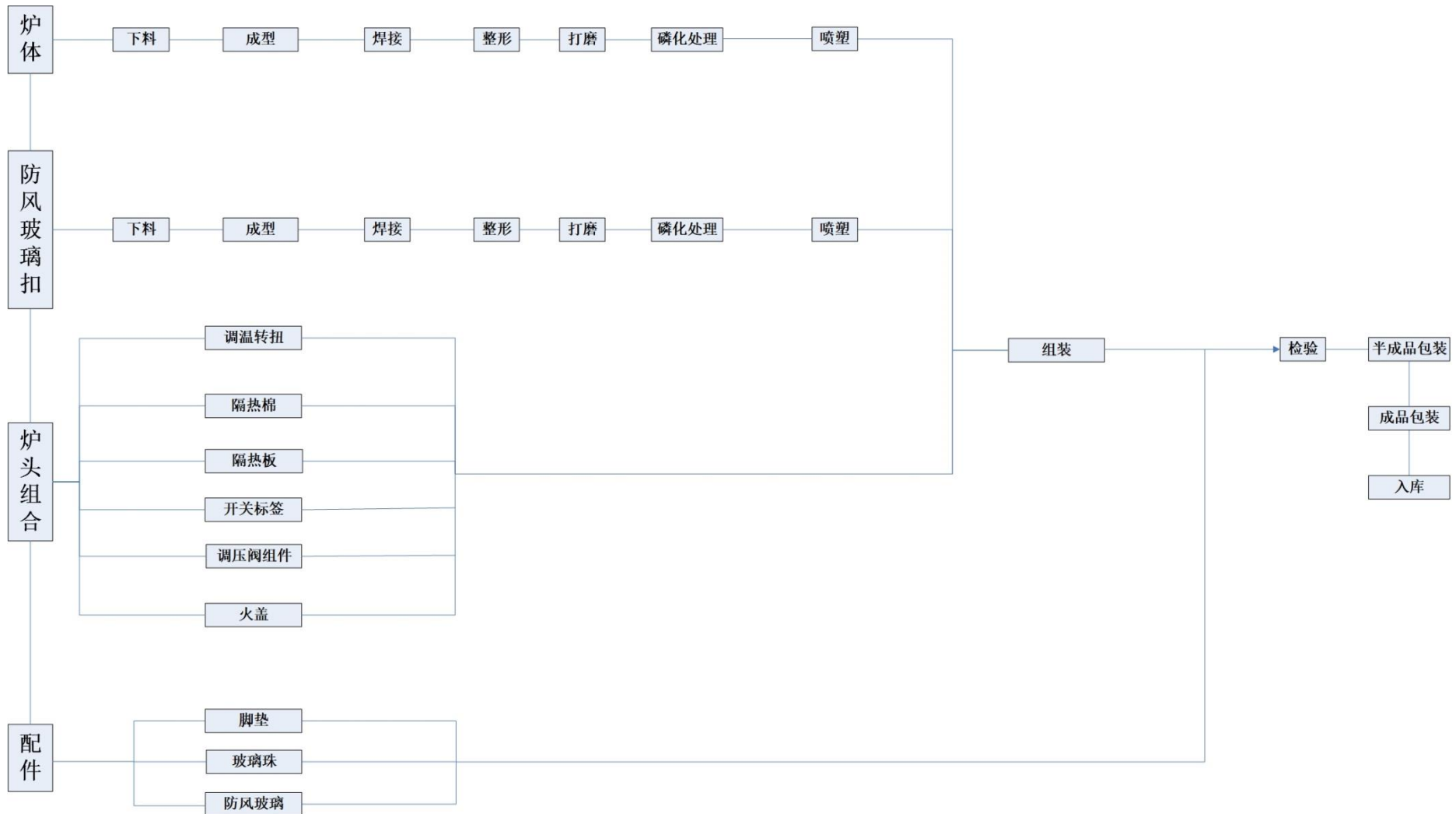
(2) 火盆桌:



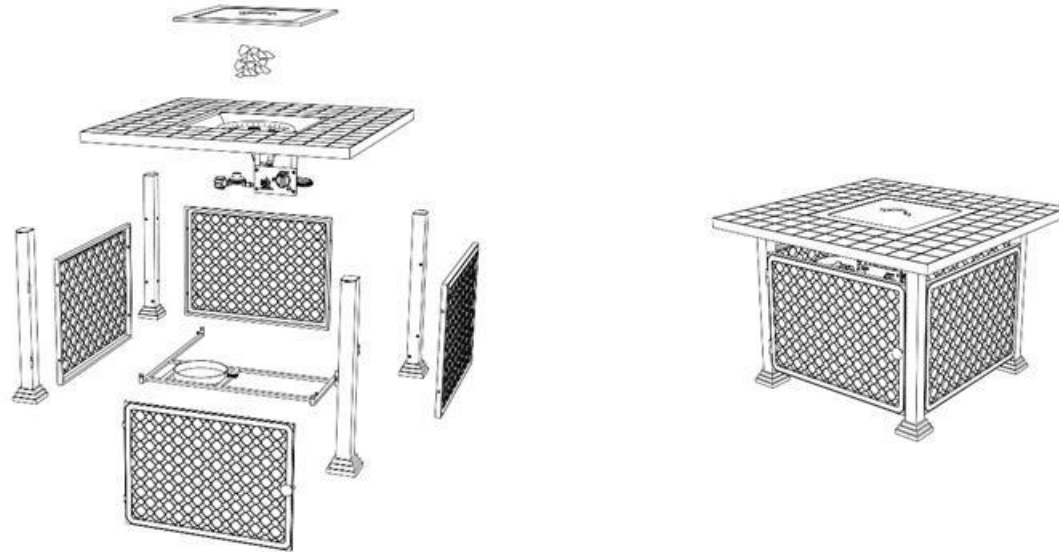


(3) 气炉:





(4) 气炉桌:





（五）发行人生产经营中涉及的主要环境污染物、处理设施及处理能力

公司生产运营过程中产生的污染及公司采取的环保措施如下：

1、废水

公司的废水主要为：金属表面前处理水、勾缝清洗废水、脱硫除尘废水、碱喷淋废水及生活污水。

（1）金属表面前处理水、碱喷淋废水收集后汇入厂区污水处理站处理，达标后纳入市政管网。

（2）勾缝清洗废水、脱硫除尘废水汇入厂区沉淀池处理后，循环使用。

（3）生活废水经化粪池处理后纳入市政管网。

废水 PH 值、化学需氧量、悬浮物、石油类、阴离子表面活性剂浓度均符合《污水综合排放标准》（GB8978-1996）三级标准，其中氨氮、总磷排放浓度符合《工业企业废水氮、磷污染物间接排放限值》（DB33/887-2013）中的限制要求后经标排口纳管入市政管网。

2、废气

公司生产经营过程中的废气包括焊接烟尘、盐酸雾、喷塑粉尘、热风炉生物质成型颗粒烟气、喷漆废气、食堂油烟等，分别经集气净化或者集尘除尘设施处理，具体为：

（1）焊接产生的烟尘收集后经过滤棉处理后高空排放；

（2）酸洗生产的硫酸雾经收集后经过碱喷淋处理后高空排放；

（3）打磨生产的粉尘经脉冲式布袋除尘器处理后高空排放；

（4）喷漆、调漆废气管道收集后经喷淋塔+干式过滤器+低温等离子光解一体机+活性炭吸附处理后高于 15 米高空排放；

（5）烘干废气管道收集后经 uv 光催化氧化+活性炭吸附后高空排放；

（6）喷塑废气经收集后 15 米高空排放；

（7）热风炉烟气经湿式除尘脱硫设施处理后 15 米高空排放。

废气口排放的焊接烟尘、喷塑粉尘、喷漆废气、盐酸雾排放执行《大气污染物综合排放标准》（GB 16297-1996）中新污染源二级标准；热风炉废气执行《锅炉大气污染物排放标准》（GB13271-2014）；公司食堂的油烟废气经油烟净化器处理后，经烟道引至高空排放，排放的气体达到《饮食业油烟排放标准》（GB18483-2001）标准。

3、固废

公司的产生的固废主要有：生活垃圾、片碱、表面调节剂、纯碱包装袋、废盐酸、磷化槽渣、漆渣、废漆桶、污泥、废乳化液、废活性炭、金属边角料。

（1）生活垃圾委托环卫部门统一清运；

（2）生产过程中产生的片碱、表面调节剂、纯碱包装袋、废盐酸、磷化槽渣、漆渣、废漆桶、污泥、废乳化液、废活性炭委托具有相关处理资质的公司处置；

（3）金属边角料收集后出售。

公司产区内严格管理，不存在无序分类、随意堆放、倾倒等情形发生，保证产生的固废不会对环境产生二次污染。

4、噪声

噪声主要污染源为压力机、拉伸机、车床、打磨机。公司采取振动小、噪音低的设备，多墙体隔声方式减少对周围环境的影响,确保厂界噪声符合《工业企业厂界环境噪声标准》（GB12348-2008），实现对工厂周围声环境影响降到最低。

综上，公司生产经营符合国家产业政策及环保规定，公司生产过程中排放主要污染物为少量废气、废水、固废、噪声，对三废一噪的处理已有成熟的技术，污染防治措施得当，能保证各种污染物稳定达标排放，努力将排放污染物对周围环境影响降低到最小。

5、报告期内发行人环保设施运行情况及环保投入情况

（1）报告期内环保设施运行情况

发行人及其子公司生产过程中产生的污染物及公司采取的环保措施、使用

的环保设施如下：

污染物类型		污染物处理方式	对应环保设施
废水	金属表面前处理水	污水处理站，达标后纳入市政管网	污水处理设备
	碱喷淋废水		
	勾缝清洗废水	汇入厂区沉淀池处理后，循环使用	
	脱硫除尘废水		
废气	焊接产生的烟尘	经过滤棉处理后高空排放	除尘设备
	酸洗生产的盐酸雾	经过碱喷淋处理后高空排放	酸洗废气处理设施
	打磨生产的粉尘	经脉冲式布袋除尘器处理后高空排放	除尘设备
	喷漆、调漆废气	经喷淋塔+干式过滤器+低温等离子光解一体机+活性炭吸附处理后高于 15 米高空排放	喷漆废气处理设备
	烘干废气	经 uv 光催化氧化+活性炭吸附后高空排放	烘干废气处理设备
	喷塑废气	经收集后 15 米高空排放	喷塑废气处理设备
	热风炉烟气	湿式除尘脱硫设施处理后 15 米高空排放	烘干废气处理装置
固废	片碱、表面调节剂、纯碱包装袋、废盐酸、磷化槽渣、漆渣、废漆桶、污泥、废乳化液、废活性炭	委托具有相关处理资质的公司处置	存放于专门的固废存储仓库，委托浙江金泰莱环保科技有限公司定期处置
	金属边角料	收集后出售	-
噪声	主要污染源为压力机、拉伸机、车床、打磨机	多墙体隔声方式减少对周围环境的影响	-

发行人已经按照环保部门要求配备了完整的废气、废水处理设备，部分固废按照规定交由专业机构处置，建立了完善的污染物处理流程，报告期内各项环保设施运行情况正常，能够满足发行人环保处理要求，发行人能够完整有效处理发行人生产产生的污染物。

（2）报告期内环保投入情况

报告期内，发行人环保投入包括两部分，一是购置环保设施的固定资产投入，二是各期排污权摊销的费用、委托有资质机构处置固废的费用等。报告期内发行人的环保投入具体情况如下：

单位：万元

项目	2021年 1-6月	2020年度	2019年度	2018年度
环保设施投入	-	12.39	24.31	-
环保费用	7.84	12.20	21.77	29.07
主营业务收入	22,926.54	31,878.77	14,952.16	13,685.88
净利润	5,038.83	8,454.65	3,592.79	2,674.04

由于环保设施投入是固定资产投资，与主营业务收入、净利润等期间指标不存在直接关联关系；报告期内，发行人通过改进生产工艺流程（磷化工艺流程改为表面喷淋工艺）和替换使用较为环保的原材料（部分原材料由油漆改用塑粉）等方式，减少了固废产生量，因此报告期内发行人的环保费用呈逐年下降趋势，与发行人主营业务收入及净利润变动情况有所差异。

(3) 发行人 2020 年度超过环评批复产量的情形未构成重大环境违法违规

2020 年度，发行人子公司勤艺金属实际产量达到 117 万套，存在超过原环评批复的 100 万套产量的情形。

针对上述情形，勤艺金属于 2021 年 1 月委托金华市环科环境技术有限公司编制了《武义勤艺金属有限公司现状核查报告》（以下简称“《现状核查报告》”），根据《现状核查报告》结论，勤艺金属产量增加不超过 20%，主要生产工艺未发生重大变动，机器设备有所新增和更新，主要污染物排放量对照《污染影响类建设项目重大变动清单》不属于重大变动。

金华市生态环境局武义分局于 2021 年 1 月 14 日出具《环保说明》，认可《现状核查报告》结论，并认为勤艺金属上述产量增加不属于重大变动，不构成重大环境违法违规，不需重新报批环境影响评价报告。

金华市生态环境局武义分局出具证明：发行人及其子公司自 2017 年 1 月 1 日至 2021 年 1 月 4 日无行政处罚记录。

综上，公司生产经营符合国家产业政策及环保规定，公司生产过程中排放主要污染物为少量废气、废水、固废、噪声，对三废一噪的处理已有成熟的技术，污染防治措施得当，能保证各种污染物稳定达标排放，努力将排放污染物对周围环境影响降低到最小。

二、发行人所处行业的基本情况及其竞争状况

（一）发行人所处行业及确定依据

公司主要从事户外火盆、气炉等户外休闲家具的研发、设计、生产和销售。根据中国证监会《上市公司行业分类指引（2012年修订）》，公司所属行业为“C21 家具制造业”；根据《国民经济行业分类（GB_T4754-2017）》，公司所属行业为“C21 家具制造业”，细分行业为“C2130 金属家具制造”。

（二）行业主管部门及规范文件

1、行业的监管体制及主管部门

户外休闲家具及用品行业的行业主管部门为国家发展和改革委员会、工业和信息化部。国家发展与改革委员会及其各地分支机构的主要职能是制定产业政策，研究制定行业发展规划，指导行业结构调整，实施行业管理，参与行业体制改革、技术进步和技术改造、质量管理等工作。工信部负责拟订实施家具行业规划、产业政策和标准，监测家具行业日常运行，推动家具行业重大技术装备发展和自主创新等。

户外休闲家具所属的行业协会是中国轻工业联合会、中国家具协会。中国轻工业联合会成立于2001年2月，是我国工业管理体制改革后由轻工业全国性协会、具有重要影响的企事业单位、科研院所和大中专院校等自愿组成的具有服务和一定管理职能的全国性、综合性的行业组织。中国轻工业联合会受委托归口管理家具制造业，主要职能包括：参与制定行业规划，对行业投资开发、重大技术改造、技术引进等项目进行前期论证与初审；加强行业自律、规范行业行为、培育专业市场、维护公平竞争；参与制订、修订国家标准和行业标准，组织贯彻实施并进行监督等。

中国家具协会是家具行业的自律性组织，是由国内家具及其相关行业的生产、经营、科研、教学等企事业单位、社会团体和个人自愿组成的全国性行业组织，其业务上受中国轻工业联合会指导。中国家具协会的主要业务范围包括：提出行业发展的规划和方针政策；协助制定行业标准；参与对行业检测、标准、信息等工作的业务指导；参与对行业重要产品的质量认证、质量监督等。

由于行业的市场化程度较高，企业自主经营能力强，政府部门和自律管理

机构对行业的管理主要把控宏观层面，包括制定产业政策、规划行业发展战略、优化行业发展环境等，企业生产经营管理完全市场化。

2、行业的主要法律法规及政策

名称	颁布时间	发文机构	主要内容
《关于促进外贸回稳向好的若干意见》	2016年5月	国务院	促进外贸回稳向好，对经济平稳运行和升级发展具有重要意义。为此，提出大力支持外贸企业融资、进一步完善加工贸易政策、加快培育外贸自主品牌等14条政策措施。
《国务院关于加快培育外贸竞争新优势的若干意见》	2015年5月	国务院	继续巩固和提升纺织、服装、箱包、鞋帽、玩具、家具、塑料制品等劳动密集型产品在全球的主导地位。
《关于进一步做好稳外贸稳外资工作的意见》	2020年8月	国务院办公厅	加大对劳动密集型企业支持力度。对纺织品、服装、家具、鞋靴、塑料制品、箱包、玩具、石材、农产品、消费电子类产品等劳动密集型产品出口企业，在落实减税降费、出口信贷、出口信保、稳岗就业、用电用水等各项普惠性政策基础上进一步加大支持力度。
《轻工业调整和振兴规划》	2009年5月	国务院	明确国家将加快家具行业重点专业市场建设作为轻工业产业调整和振兴的主要任务之一，同时该规划将加强家具行业的产品质量管理作为基本原则，通过不断完善标准和检测体系，打击制售假冒伪劣产品的违法行为，以保障产品使用安全。
《轻工业发展规划（2016-2020年）》	2016年7月	工业和信息化部	推动家具工业向绿色、环保、健康、时尚方向发展。加强新型复合材料、强化水性涂料等研发，加快三维（3D）打印、逆向工程等新技术在家具设计和生产中应用。重点发展传统实木家具、高品质板式家具、具有文化创意的竹藤休闲家具、环保健康儿童家具和具有特殊功能的老年人家具。促进互联网、物联网、智能家居、电子商务等与家具生产销售相结合，支持智能车间（工厂）建设，培育个性化定制新模式。推动家具工业与建筑业融合发展，推进全屋定制新型制造模式发展，促进企业提供整体解决方案，提高用户体验。引导中西部地区积极承接产业转移。
《中国制造2025》	2015年5月	国家发改委、商务部	以提高制造业创新能力，推进信息化与工业化深度融合，强化工业基

名称	颁布时间	发文机构	主要内容
			础能力，加强质量品牌建设，全面推行绿色制造等为主要任务，建设引领世界制造业发展的制造强国。
《关于积极发挥新消费引领作用加快培育形成新供给新动力的指导意见》	2015年11月	国家发改委	促进绿色消费、时尚消费和品质消费等消费升级，引领相关产业迅速成长，推动传统产业转型升级。
《家居行业经营服务规范》	2013年1月	商务部	提出创新研发各类节能材料和节能产品、节能工法工艺、节能设计，生产可回收、可再生产品，倡导节能家居、绿色家居等理念。要求家居行业的各企业宣传节能、低碳、环保的生活理念，提高员工和顾客的社会责任意识。
《关于推动外贸企业开拓国内市场的若干意见》	2020年7月	浙江省商务厅、浙江省发改委、浙江省经信厅、浙江省市场监督管理局、浙江省地方金融监管局、浙江银保监局、浙江省税务局、中国人民银行杭州中心支行	《意见》从支持企业加强自有品牌建设、鼓励企业自建国内营销网络、推动产销深度对接融合、支持浙江商超构建本土化供应链体系、提升公共服务能力、加强开拓国内市场典型培育、加强知识产权保护和应用、营造良好信用环境、完善金融服务、强化财税支持十个方面作出要求，对外贸企业进行有效帮扶。
《关于应对贸易摩擦确保外贸稳定增长的实施意见》	2018年10月	浙江省政府办公厅	通过加快培育外贸新业态、优化外贸营商环境、加大金融保险支持力度、加大出口退税支持力度等十条措施，应对贸易摩擦，确保外贸稳定。
《浙江省时尚产业发展规划纲要（2014-2020年）》	2015年2月	浙江省经信厅	围绕现代生活品质需求，重点发展家具、厨具、家电、照明灯具、工艺美术品、家用纺织品。注重家居用品的绿色环保、节能降耗、智能高效、美观舒适。……进一步促进传统工艺美术传承保护与创新发展。打造成为国内重要的时尚家具、家电、工艺美术品基地和中国时尚厨具中心。
《中国家具行业“十三五”发展规划》	2016年5月	中国家具协会	提出坚持转型升级，促进两化融合；坚持绿色环保战略，促进生态文明建设；加强品牌建设，培育大型企业；优化流通市场模式，促进多方合作共赢；注重电子商务，促进贸易发展；提升行业设计水平，加强知识产权保护。
《中国家具行业知识产权保护办法》	2014年12月	中国家具协会	加强家具行业知识产权的保护工作，维护企业的合法权益，引导行业健康、持续发展

（三）行业特点、发展趋势、行业创新及发行人自身的创新特征

1、行业概况

户外休闲家具是人类拓展活动边界、调节生活情趣、陶冶情操、享受生活的重要工具，也是人们接近自然、热爱生活的具体体现。户外休闲家具行业发展历史较长，技术上也已较为成熟。目前，户外休闲家具已被广泛应用于别墅、酒店、餐厅、公园、广场等户外领域，成为家具行业最具发展活力的分支之一。

户外休闲家具产品主要分以下几种大类型：

序号	类型	介绍
1	支撑类户外家具	支撑类户外家具，是人类历史上最早形成的户外家具种类之一，主要指诸如椅、凳、沙发和床榻等在户外空间中直接支撑人体，供人们坐、躺、卧之用的一类家具。椅凳类产品历来是户外家具的主流产品，占据了市场的绝大多数份额；同时，近年来随着室内外空间界限的模糊化，原本特指在室内使用的沙发类产品也得到了延伸与扩展，发展迅速。
2	凭倚类户外家具	凭倚类户外家具，是指供人们在户外空间中凭倚或伏案使用的一类家具，同时也具有陈放和储存物品的功能，产品中较为常见的是茶几、餐（台）桌等。这类家具又称准人体类家具，其功能部分与人体直接接触，而另一部分则与物体有关，家具虽不直接支撑人体，但与人体尺度、活动密切相关。
3	储藏类户外家具	储藏类户外家具，主要指以箱柜为主的供人们在户外空间中储藏或陈放书刊食品器用具等物品的一类家具。
4	其他类户外家具	其他类户外家具，主要指人们在户外空间中使用的诸如庭院取暖用品、庭院装饰用品等提供辅助功能的产品。场所不同，可以分为不同种类与形式的产品，近年来销量一直处于上升趋势。
5	床榻类户外家具	床榻类户外家具主要指各种供人躺着休息之用的床或榻，如庭院休闲躺床吊床等。
6	伞篷类户外家具	遮阳伞、遮阳篷和户外帐篷是户外家具中较为常见的一种遮蔽产品，它主要指为人们在户外空间中各类活动提供遮挡风雨、阳光及营造私密性独立空间之用的一类产品。我国生产的伞篷类户外家具多为金属框架与遮阳、防雨篷布组成的折叠式产品，也有一些用于公共场所的较复杂的固定半固定产品。
7	户外用品	户外用品指人们在户外活动中所使用的起辅助或装饰作用的一类产品，主要包括花园景观装饰品、小餐车、报刊架、烧烤用品等。
8	桌几类户外家具	桌几类户外家具主要包括庭院桌几、餐饮桌（台）、野餐桌等产品，常与椅凳类家具成套搭配使用。庭院桌几类户外家具。

户外休闲家具市场成长、发展于欧美等发达国家，欧美市场目前仍是户外

休闲家具的主要市场。在欧美国家，随着休闲生活理念逐渐成为主流生活理念以及追求自我、追求美好生活品质的理念深入人心，户外休闲家具逐渐成为人们的日常生活家具。户外休闲家具及用品由之前简单的桌椅板凳，逐步发展成了多种类、多款式的产品，包括火盆、吊床、秋千、伞具等产品。国际经验表明，当一个国家（地区）人均 GDP 达到 3 千-5 千美元，这个国家（地区）将进入休闲时代。世界发达国家早已达到这一指标，经济的发展带来休闲时间的延长，越来越多的人增加了户外休闲的时间。

欧美企业依靠强大的设计研发能力、渠道优势及品牌优势在国际竞争中一直处于优势地位。但由于制造成本高，已逐渐将生产制造部分转移至劳动力成本低的国家。

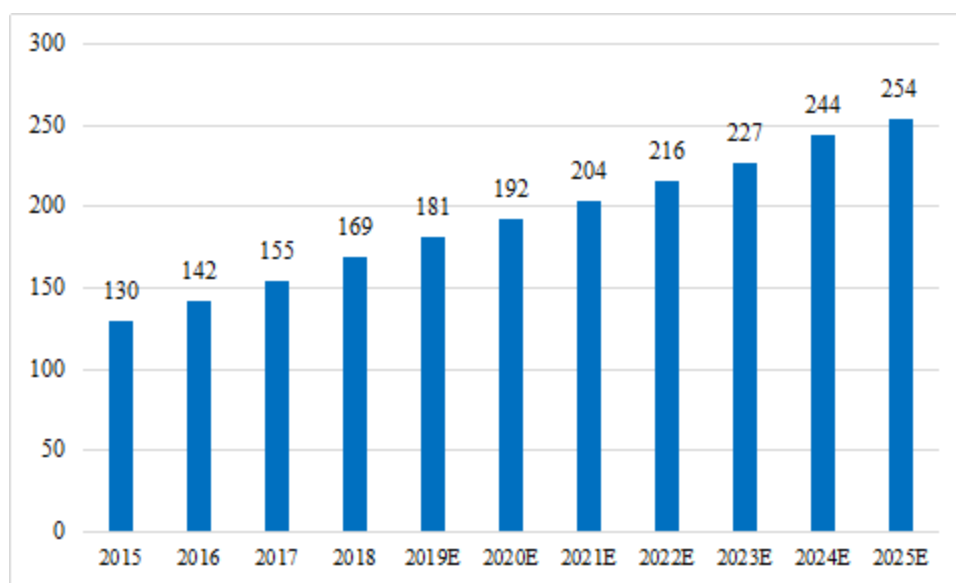
国内户外休闲家具产业起步较晚，国内产业在引进先进生产设备及制造技术的基础上，不断创新发展，其技术工艺、产品品质、设计研发实力、销售规模以及经济效益等方面得到了全面的提升。虽然近年来国内劳动力成本逐年上升，但由于产业链的完善程度高、配套反应能力强、人工效率高等因素，短期内出现大面积跨国产业转移的概率不高。行业规模较大的企业也在积极加大设备改造、技术升级等方面的投入，尽可能减少人力成本上升带来的压力。总的来看，我国的户外家具行业在全球市场上的竞争力较强，且呈现出不断提升的态势。

2、行业市场容量

（1）全球消费情况

近年来，户外休闲家具及用品市场向个性化、时尚化发展。个性化与时尚化的需求加快了产品的更新换代，提高了户外休闲家具及用品的更新速度，促进了行业需求的增长。根据 Statista 数据，预计 2015-2025 年全球户外休闲家具市场规模呈上升趋势，由 2015 年全球户外休闲家具市场规模为 130 亿美元上涨到 2025 年的 254 亿美元，复合增长率为 6.93%。

2015-2025 年全球户外休闲家具市场规模（单位：亿美元）

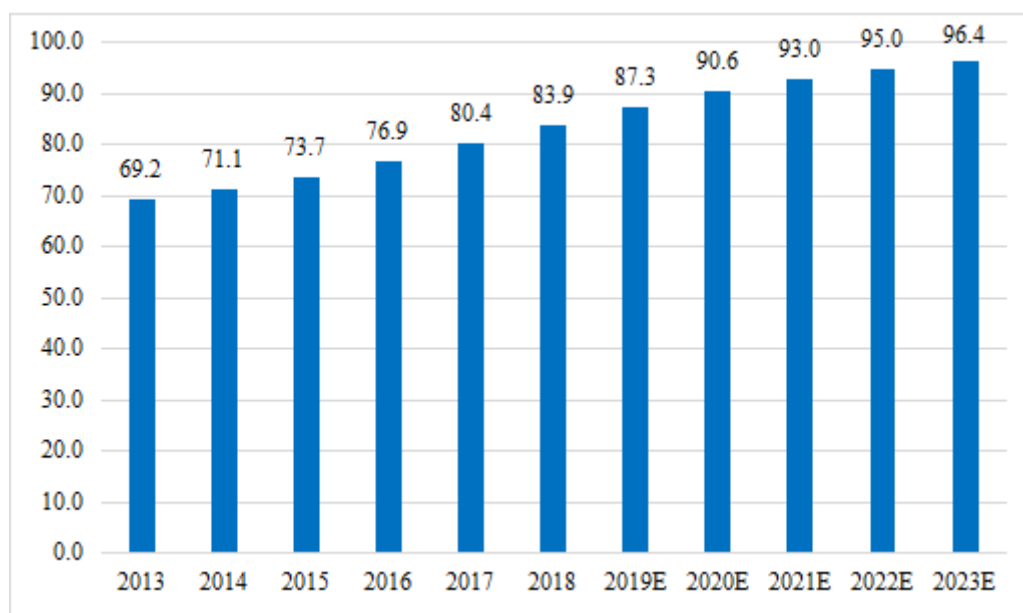


数据来源：Statista

（2）北美市场

北美是户外休闲家具及用品的主要消费地区之一，其中美国是世界最大的单一国家市场。根据 Statista 数据，2013-2023 年美国户外休闲家具市场规模呈上升趋势，2013 年美国户外休闲家具市场规模为 69.2 亿美元，预计 2023 年达到 96.4 亿美元，复合增长率为 3.37%。美国户外休闲家具市场规模约为全球的一半，美国市场对户外休闲家具的需求程度高于其他国家，全球市场受美国市场影响较大。

2013-2023 年美国户外休闲家具市场规模（单位：亿美元）

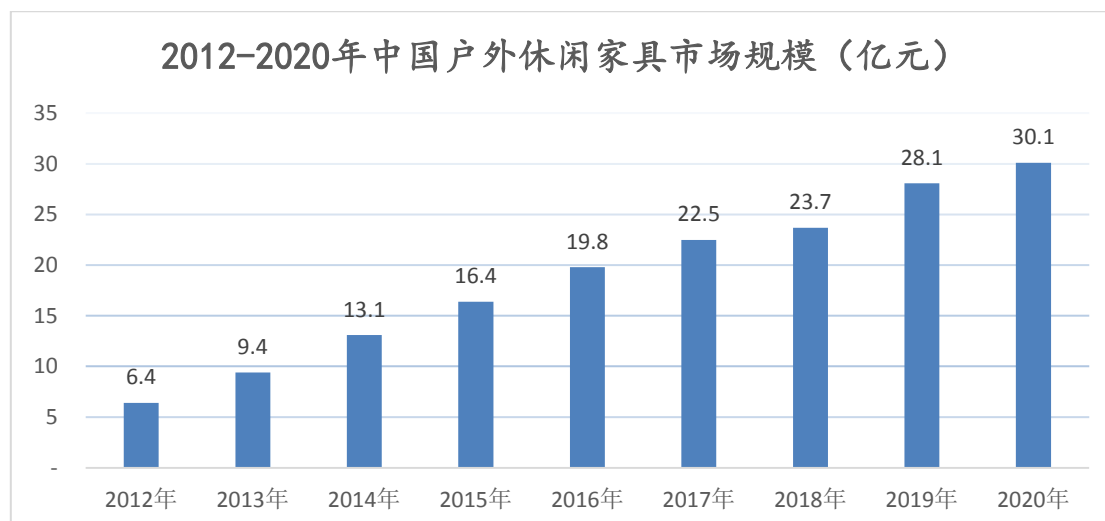


数据来源：Statista

（3）国内市场

中国户外休闲家具行业起点低、起步晚，消费市场规模受经济水平发展低、消费观念等因素的限制，市场推广难度大。目前，户外休闲家具及用品主要集中在商业领域，如旅游景点、酒店、酒吧、别墅等户外休闲区域。近年来，随着国内居民的休闲时间增加，国内市场对户外休闲用品的需求也逐步增加。2012 年国内户外家具市场规模 6.4 亿元，到 2020 年我国户外家具市场规模达到了 30.1 亿元。

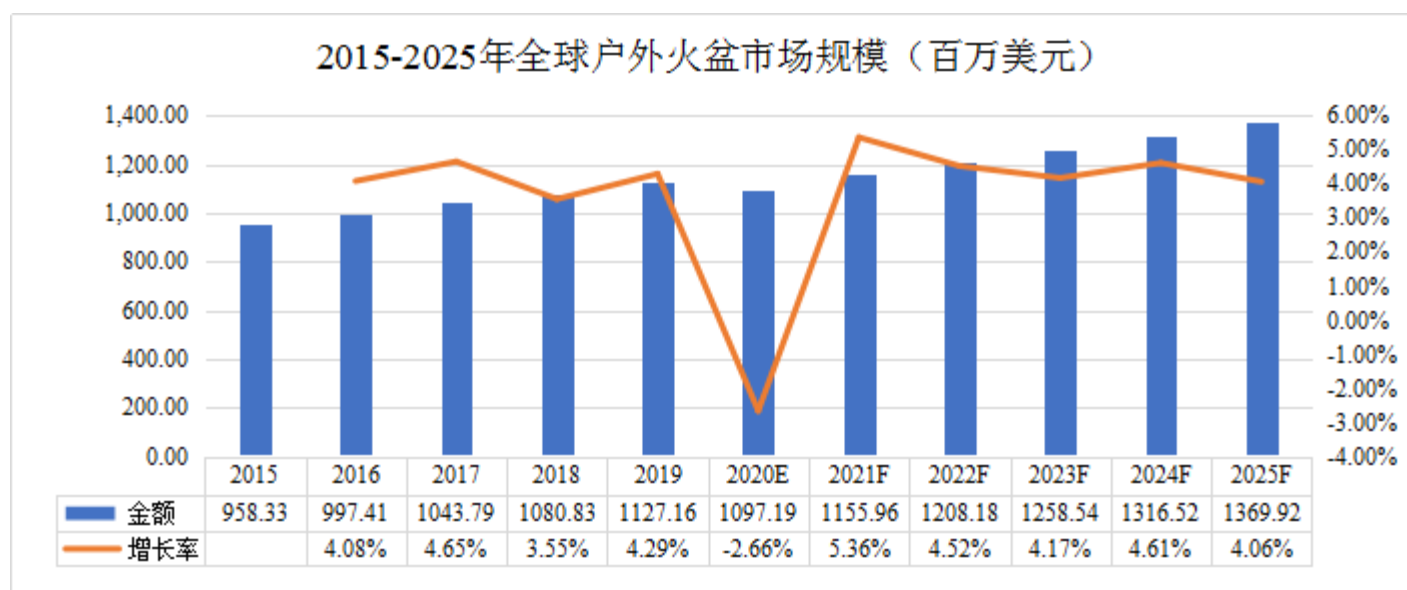
近几年我国户外家具市场规模走势如下图所示：



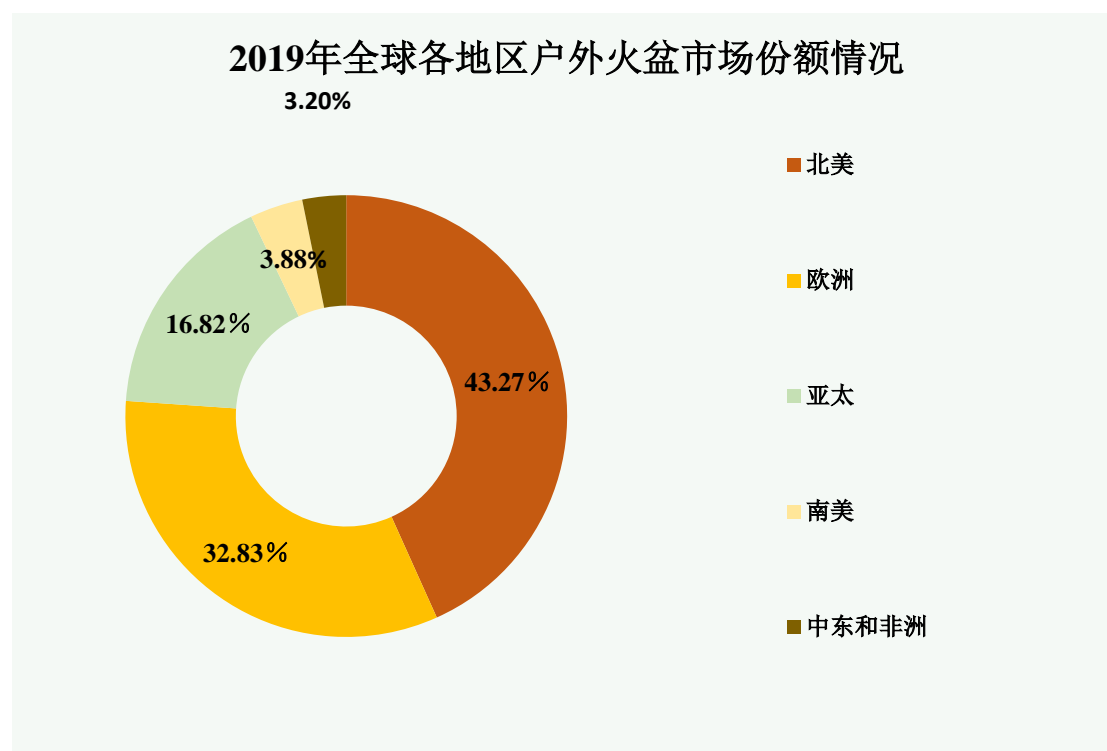
数据来源：智研咨询

(3) 火盆、气炉的市场规模

火盆、气炉作为户外休闲家具的细分行业，近年来市场规模不断增大。火盆、气炉行业在国内起步较晚，在国外尤其是北美地区消费市场规模大。国内消费者还未培养起消费习惯，故消费市场规模较小。根据 Maia Research Analysis 数据，2019 年全球火盆、气炉规模为 11.27 亿美元。以下为 Maia Research Analysis 关于火盆、气炉全球市场规模的数据：



数据来源：Maia Research Analysis



数据来源：Maia Research Analysis

3、行业趋势

随着生活质量的逐步提高，户外休闲家具业作为休闲产业的重要组成部分，将朝以下方向发展：

（1）国内需求潜力巨大，国际竞争力不断增强

以中国为代表的发展中国家市场潜力巨大，将为本行业提供广阔的发展空间。目前，我国已发展成为全球户外休闲家具及用品的制造中心，产业配套完整。我国户外休闲家具行业的优势企业凭借其不断提升的设计能力和生产技术水平，国际竞争力不断加强。

（2）研发能力决定企业的发展

户外休闲家具需求呈多样化发展趋势，具体体现在：市场对个性化、高端化产品的需求日益增加，同时因文化、消费偏好、气候环境的不同造成对产品的需求日益多样化。产品开发与设计能力是决定企业产品附加值、技术含量以及品牌竞争力的重要因素。户外休闲家具制造商需要快速跟踪不同市场需求变化，加强产品开发与设计能力建设，推出适合客户需求的个性化户外休闲家具及用品定制方案，以满足客户对产品的个性化需求。未来随着消费者消费观念

的升级，品牌户外休闲家具企业的自主设计研发水平将直接主导其产品的溢价能力。

（3）行业集中度逐步提升，品牌成经营重点

我国大约在上世纪 80 年代末期全面进入户外休闲家具行业的生产，经过多年的发展，我国的户外休闲家具在生产和贸易总量上已初具规模。但是，行业内企业在品牌建设方面的投入严重不足，品牌设计能力较弱，缺少深入人心的民族品牌，与意大利、德国等国外高端品牌仍有较大差距。目前，我国户外休闲家具行业参与者众多，行业集中度较低，随着户外休闲家具行业不断发展，行业集中度将逐步提高，优势品牌将占据市场主导地位。未来，品牌将成为户外休闲家具行业吸引消费者的重要因素之一，因此品牌经营是行业内企业经营的核心。加强自主品牌管理和品牌建设，形成清晰的品牌定位和品牌内涵，是提升产品竞争力和品牌附加值，成为未来户外休闲家具行业发展的重要趋势。

未来，户外休闲家具的生产企业将更加需要在品牌、设计、环保等方面加大投入，以迎合消费者对高品质产品的需求。具有独特品牌内涵，坚持原创设计理念，运用绿色环保新材料，并且能满足消费者个性化需求的生产厂商将在行业竞争中脱颖而出。

（4）新材料新技术备受推崇

新材料和新技术的应用，既能提高产品使用寿命、增加产品性能和功能，又能有效提高产品利润率，故受到广大户外休闲家具行业内企业的青睐，如利用木塑和艺术木替代部分木材、金属材料应用于户外休闲家具，使产品在拥有良好触感的同时具有更强的防腐功能。新材料的应用使产品既美观又延长了户外使用寿命。随着国内经济的发展，人民的生活水平有了较大提高，对户外休闲家具的需求也朝着健康、环保方向发展。因此，利用新材料和新技术生产环保、节能、绿色产品将成为未来户外休闲家具市场消费的流行趋势。

（5）信息化和机械化生产将成趋势

产品品类的多元化和个性化，使得行业内企业的信息化和机械化程度较低。随着业务规模的不断发展以及人力成本不断提高，企业对设备效率、成本控制、产品质量的要求不断提高，使得信息技术的应用程度和生产设备的机械化程度

逐渐成为企业在市场竞争中胜出的关键。未来随着国际竞争的加剧和劳动力成本的提升，行业内的企业将逐步朝着智能化和机械化水平方向发展。

(6) 产品销售渠道将日益多元化

近年来，随着电子商务的兴起，消费者的购物习惯也在慢慢发生变化。通过电子商务网站的平台，可以全方位地向消费者清晰地展示样品，减少了中间环节，实现消费者和生产厂家的直接交易。电子商务模式不仅可以减少流通环节、降低物流成本、减少销售费用，还可以实现零距离沟通，使得更多消费者可以了解产品，让交易更加便捷，增加交易机会、提高销售效率。未来电子商务模式将成为实体门店销售模式的有益补充，户外休闲家具行业在坚持实体店销售模式的前提下，电子商务模式的销售规模也将进一步扩大，并具有广阔的市场空间。

4、行业壁垒

(1) 销售渠道壁垒

户外休闲家具等产品的主要消费地在国外，主要消费群体为欧美发达国家的家庭或商业用户，国外的零售商、贸易商掌握着销售终端。因此建立并保持与大型零售商以及贸易商的紧密合作关系对于户外休闲家具企业至关重要。由于境外客户需要对供应商进行严格的资质认证，供应商需顺利通过考察期，新进入者难以在短期内建立稳定的销售渠道，一般情况下，成熟客户培养周期约为 3 年。因此，先进入的企业有明显的先发优势，对新进入企业造成了一定的障碍。

(2) 资金壁垒

户外休闲家具及用品企业产品在研发、设计阶段的先行投入对企业的资金实力提出了较高的要求；企业需要投入大量资金购置较多先进生产设备，在企业扩大生产规模的过程中，需要不断加大对厂房、生产制造线及相应配套设备等固定资产的投资，以适应产能扩大的需求，这些都对企业资金实力有较高要求；在自动化生产设备、智能化生产线、先进的环保处理设施等有持续资金投入才能紧跟行业快速发展的步伐，因此限制了资金实力较弱的企业进入本行业。

(3) 人才壁垒

产品的设计和研发过程较为复杂，涉及力学、美学等多学科领域交叉，因此需要具备综合专业知识和丰富生产经验的复合型人才。国内相应人才供应不足，要打造一支高技术水平团队，需要大量的人力资源投入和经验积累，后进企业面临较高的人才壁垒。

（4）产品设计、研发壁垒

产品设计、研发是户外休闲家具生产的基础，这些因素决定新进入者必须具备较强的产品设计、研发能力。首先，户外休闲家具及用品具有更新周期短、需求变化快的特点，产品设计、研发需要快速跟踪全球不同市场的变化；其次，因不同地区和国家存在消费偏好差异，产品设计、研发的针对性强。因此产品设计、研发能力是户外休闲家具市场新进入者所必须面对的壁垒。

（5）供应链壁垒

户外休闲家具企业的供应链包括设计研发、生产、销售等，市场新进入者很难完善优化这条供应链。因此完整的供应链建设是市场新进入者所必须面对的较高壁垒。

（6）工艺技术壁垒

精湛、娴熟的工艺技术不仅为制造企业生产高品质的产品提供了可靠保障，而且直接影响到产品的生产成本，是企业竞争力的重要体现。然而，娴熟、精湛的制作工艺技术需要在多年生产制造实践的基础上经过反复实验，不断摸索而形成。对于一个新进入者而言，在没有成熟、精湛的工艺技术背景下，难以保证产品的质量并控制生产成本。因此，如何达到娴熟、精湛的工艺技术是新进入者面对的较大难题。

（7）管理能力壁垒

企业管理是一项系统工程，企业管理能力和精细程度决定了企业运作的效率和成本。企业内部管理能力、供应链管理能力和销售网络管理能力等都需要较长时间的积累。良好的企业管理能力和管理水平是新进入者必须面对的一个较大难题。

5、行业的周期性、区域性或季节性特征

(1) 行业的周期性

本行业处于成长期，发展空间巨大。户外休闲家具的市场需求持续增长，行业规模持续扩大。因此，行业的波动性较小，行业周期性特征不明显。但宏观经济发展周期、消费者消费理念的变化会对行业产生一定的影响。

(2) 行业的区域性

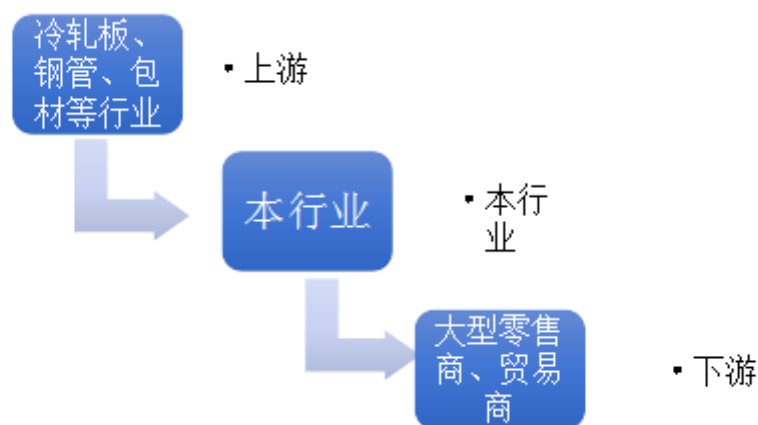
产品的消费领域主要集中在欧美地区，行业区域性特征明显。

(3) 行业的季节性

由于户外休闲主要销售对象为大型零售商，零售商销售网络整体受季节性影响较小。但公司产品适用春秋两季，一般第三、四季度销售量较大，有明显的季节性特征。

6、本行业与上、下游行业之间的关联性

本行业的上游行业为冷轧板、钢管、包材业，下游为海外大型零售商、贸易商。



(1) 本行业与上游行业的关联性

本行业与上游行业关系密切，目前上游行业基础扎实、行业工艺较成熟，能够持续稳定地提供原辅材料，满足本行业快速发展的需求。由于生产冷轧板业、五金配件业、纸板业企业众多，产能增加较快，本行业企业对其依赖性较小。同时，本行业内企业由于需求量大，具有很强的议价能力，可以从一定程度上消除上游行业波动造成的不利影响。

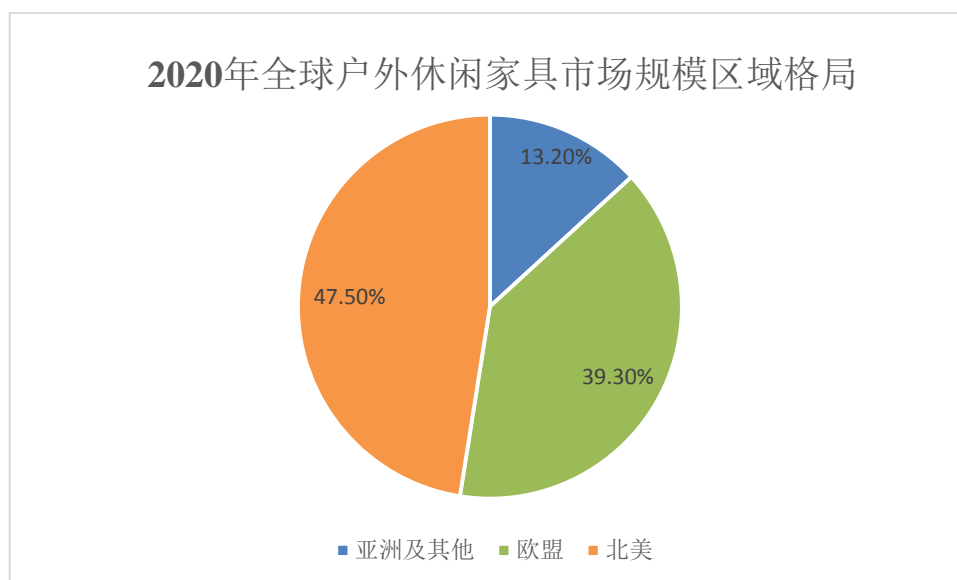
（2）本行业与下游行业的关联性

户外休闲家具行业的直接下游主要是各类零售商、经销商等，其均具有较为庞大的销售网络，具有较好的商业信誉，且需求较大，具有一定的稳定性。主要消费领域有个人消费者以及酒店、公园、景区等休闲场所。

（四）发行人产品的市场地位

1、户外休闲家具行业的竞争格局

户外休闲用品属于家具行业的一个细分领域，市场潜力巨大。根据 Statista 数据，2020 年全球户外休闲家具市场规模约为 191 亿美元。户外休闲家具行业的主要市场在欧洲以及北美等经济发达国家和地区，主要用于居民个人消费，以及酒店、旅游区等休闲场所。



数据来源：智研咨询

目前，国内生产户外休闲家具企业较多，国内的户外休闲家具生产企业主要集中在浙江、广东等地。由于国内需求市场还处于发展初期，国内大多数企业把出口市场视为重点。国内企业以出口为主，还没有形成具有突出竞争优势的领先企业，行业集中度不高。近年来国内户外休闲家具行业已经形成了明显的区域特征，产业集群逐步形成。从主要省市来看，广东和浙江是我国户外家具行业的两大生产基地，这两个地区创造了该行业 80%以上的产值。其中，广东省以台资企业和外资企业为主，浙江省以临海市为中心、以私营企业为主，产品均主要出口到欧洲和美国。从经营方式来看，除极少数企业进军自主品牌

生产销售外，国内企业基本以贴牌生产、代工生产市场为主。

2、发行人产品在火盆、气炉行业的市场地位

公司自成立以来，始终秉承“务实创新、和谐共进”的经营理念，坚持自主研发的发展战略，始终专注于火盆、气炉等户外休闲家具的研发、生产和销售。经过多年发展逐步成为拥有完整的研发设计、生产、销售和服务体系的公司。

火盆、气炉行业为户外休闲家具的细分领域，在该领域中成规模的企业较少，并且多数企业不具备自主研发设计能力。公司通过自主创新开发，不断提升公司在新工艺、新产品方面的技术能力，具有较强的设计开发和生产能力，同时通过多年生产经营各流程的长期磨合，已经具备快速响应客户需求、及时供货的能力。凭借上述优势，公司产品销往全球多个国家，并牢牢把握了向全球领先的大型零售商超直接销售的销售渠道，与沃尔玛（Wal-Mart）、家得宝（Home Depot）等大型零售商客户保持了长期、稳定的合作关系，在行业内具有较强的盈利能力和竞争力。

公司参与起草了国家市场监督管理总局、国家标准化管理委员会发布的《户外燃气燃烧器具》（GB/T 38522-2020）国家标准。

（五）技术水平及特点

中国户外休闲家具行业发展多年，行业从无到有、从小到大，逐步发展起来。尤其自改革开放以来，对外贸易大幅度增长，我国户外休闲家具行业通过不断引进先进生产设备，优化工艺流程进行长期的生产积累的经验数据，使得我国户外休闲家具行业的发展迅猛，生产设备自动化水平不断提升。国内生产企业不断提升技术水平和制造能力，与国际上著名品牌制造商的产品质量差距越来越小，一些研发能力较强的国内生产企业，掌握了具有自主设计能力，已经与世界先进户外休闲家具生产企业基本处于同一水平。

1、自动化

科技的不断进步和全球“智能制造”的大背景下，行业的自动化水平在不断提高。如喷淋设备在前处理产品部件的污、锈、垢和烘干的部件率等重要工序实现全自动化生产，提升生产的效率等，而率先引进先进生产设备的企业将

相关工艺特点与设备互相结合、取长补短，在引进的基础上，进行消化、吸收、再创新，未来户外休闲家具企业对于设备自动化、智能化的需求将变得越来越紧迫，在工业互联网和智能制造的推动下，户外休闲家具行业的数字化、自动化、智能化要求将不断提高。

2、信息技术

信息技术广泛应用在开发设计、生产及供应链管理等方面：三维设计软件、二维结构设计软件、平面设计软件、3D 打印技术得到推广应用，提高产品开发设计效率。企业采用数据管理系统以提高管理水平，提升运营效率。

（六）行业内的主要企业

1、火盆、气炉行业内的主要企业

公司主要产品为火盆、火盆桌、气炉和气炉桌等，目前行业内成规模的生产该类产品的企业包括深圳市盛锐祺实业发展有限公司、常州市威尔莱炉业有限公司，但均未上市，其基本情况如下：

（1）深圳市盛锐祺实业发展有限公司

盛锐祺成立于 2000 年 1 月，是一家消费类户外炉具产品设计、研发、生产和销售的企业，盛锐祺产品主要包括户外烧烤炉、壁炉、取暖炉、环保灭蚊机等。盛锐祺主要市场为北美和欧洲地区，拥有“SHINERICH”、“MasterCook”、“OutdoorChef”、“Sollaris”、“MasterHeat”等品牌。

（2）常州市威尔莱炉业有限公司

威尔莱创立于 1993 年，前身是常州市武进区五星植保机械厂，专业生产户外燃气产品。威尔莱为一家户外取暖器、室内取暖器、火盆、烧烤盘和壁炉等燃气产品制造商。产品通过 CSA 等认证。威尔莱客户主要在北美、欧洲、欧洲、澳洲、南美和中东等地区，客户有沃尔玛、家得宝、Lowe's、Costco、Woolworth 等零售商。

（3）上述公司与发行人的产品、客户对比情况如下：

公司名称	主要产品	是否销售相同产品	是否为发行人直接竞争对手	客户是否重叠
深圳市盛锐祺实业发展有限公司	取暖器，庭院烧烤炉，便捷式烧烤炉，烤炉工具和配件	是，包含火盆、气炉桌	是	是，根据其官网披露 2019 年 7 月与沃尔玛开始合作。
常州市威尔莱炉业有限公司	户外取暖器、室内取暖器、火盆、烧烤盘和壁炉等燃气产品	是，包括火盆、火盆桌及气炉桌	是	是，根据其官网披露每年接受沃尔玛、家得宝等超市的审核

注：客户主要产品根据其官方网站披露信息整理。

根据深圳市盛瑞琪实业发展有限公司和常州市威尔莱炉业有限公司的官方网站、电商平台售卖产品信息，上述两家企业的产品包含与发行人同类的火盆、气炉系列产品，并且其下游客户也包括沃尔玛等零售商客户，与发行人较为相近，因此系发行人的直接竞争对手。

虽然面临市场竞争，但发行人产品的被替代风险较小，原因主要为：

第一，发行人自成立以来便专业从事户外火盆、气炉产品的研发、设计与销售，所有产品均围绕户外火盆、气炉产品进行研发与生产，并且从产品款式设计、结构打样到批量生产均为自主设计、研发与生产，因此公司产品每年推出的产品设计款式都是市面上独有的，并具有优质、稳定的质量和功能。

第二，发行人通过多年来专业从事火盆、气炉等产品的生产，已经整合了相关供应链，能及时、稳定、优质地获得生产所需材料，具备火盆、气炉等产品各生产环节、各工艺流程的生产能力，能将新设计、新产品较快地实现量产。尤其在 2020 年当客户需求快速增长时，发行人能迅速通过提升生产设备自动化程度、购置新生产线等方式扩大产能、满足客户快速增长的订单需求、保质保量地为客户提供所需产品，体现了发行人强大的生产能力，也获得了客户进一步的信赖。

第三，发行人的主要客户为沃尔玛、家得宝等大型零售商超，此类客户每年采购量大且稳定，从客户自身采购需求出发，其需要选择能长期、稳定供应合格产品的供应商，因此其供应商准入门槛较高，但一旦进入其供应商名录并开始合作，合作关系将较为稳固，不会出现频繁更换供应商的情形。发行人与主要客户沃尔玛、家得宝等已合作超过十年，十年来双方合作规模稳定扩大，体现了主要客户对发行人的认可。

因此，发行人的自主设计能力、强大的生产能力都能较好地帮助发行人取得下游客户的信赖，进而与下游客户建立起长期、稳定的合作关系，被替代风险较小。

2、可比上市公司及选取标准

目前在火盆、气炉等细分产品领域，国内尚无上市公司。因此，本招股说明书选取了户外休闲家具行业和室内家具行业中销售模式与发行人较为相似的上市公司作为可比上市公司，其基本情况及可比性如下：

序号	可比上市公司名称	主营业务	可比性
1	浙江永强 (002489.SZ)	主要从事户外休闲家具及用品的设计研发、生产和销售，产品主要有户外休闲家具、遮阳伞、帐篷等三大系列	(1) 与发行人行业较为相似，其中浙江永强与发行人同为户外休闲家具行业，永艺股份、中源家居和恒林股份为室内家具行业； (2) 与发行人销售模式较为相似，均以出口为主，且客户主要为大型零售商超。
2	永艺股份 (603600.SH)	主要从事办公椅和按摩椅椅身的研发、设计、生产和销售，并经营部分功能座椅配件及沙发业务	
3	中源家居 (603709.SH)	主要从事功能沙发的设计、生产和销售	
4	恒林股份 (603661.SH)	主要从事办公椅、沙发、按摩椅及配件的研发、生产与销售	

(七) 发行人的竞争优势与劣势

1、竞争优势

(1) 自主创新优势

公司专业从事户外休闲家具的研发和生产，始终坚持自主创新的发展道路。公司成立至今，在借鉴先进技术和管理理念的基础上，根据市场需求和公司特点积极开展研究和创新，在产品研发、技术创新、生产管理等方面积累了多项成果。公司通过加强研发设计，促进产品能够生产、交易和成果转化，实现设计价值与使用价值的有机统一。

公司对创新设计高度重视，2020年打样新品为372款，设计图库已完成设计的款式超过5,000款且每年新增设计款式超过1,000款。公司打样和设计图库的款式涵盖公司的各类产品，产品风格主要有美式、欧式古典、北欧、现代等，多种设计风格和产品类型以满足市场各类审美需求。公司持续研发设计新产品、新款式，优化产品结构、深究产品细节处理，对流行趋势的准确把握、对市场

动态的敏锐分析，保证了研发设计团队推陈出新、产品改款优化，更新迭代的速度。公司开发出多款深受消费者喜爱的产品，赢得了市场的赞誉。目前，公司家居产品系列丰富，品种齐全，包括火盆、火盆桌、气炉、气炉桌等各个系列，已经成为国内主要的火盆、气炉类产品的提供商之一。

公司的研发技术部具有较强的研发、创新、设计能力，研发设计能力在行业中处于较高水平。火盆、气炉、火盆桌、气炉桌等每一个类别的产品均有设置研发设计团队，以确保研发产品的质量；每个类别的产品均有各自产品结构、外观、使用功能和消费者的消费习惯和偏好的区别，所以相对独立、稳定的研发人员能更好的开发自己长期研究的产品，对市场的嗅觉也更加灵敏。

公司坚持产学研相结合的产品创新模式，研发人员与生产人员保持深入的交流，进而加强了设计与生产的连通性，确保了设计的可实现性。公司研发人员通过学习西方绘画、阅读海外家具时尚杂志等加强自身对行业产品的审美、把握行业的时尚趋势和潮流方向，进而提高设计水平。目前，公司拥有各类专利及著作权 35 项。2018 年 11 月，公司全资子公司勤艺金属被浙江省科技厅认定为高新技术企业，成为推动中国户外休闲家具行业发展和产业升级的创新型高新技术企业。

（2）优质客户资源的优势

历经多年发展，雅艺科技聚焦于户外火盆、气炉领域的大型、优质客户，已与沃尔玛（Wal-Mart）、家得宝（Home Depot）等国际著名连锁商超企业建立了长期稳定的业务合作关系。

公司与上述优质客户长期稳定合作关系，将为公司的经营发展带来以下优势：

1) 沃尔玛（Wal-Mart）、家得宝（Home Depot）对供应商的产品质量及设计要求高、交货周期要求严格、合作前考核周期长、评审认证复杂，客户的更换成本相对较高，公司难以被其他竞争对手替代。因此上述客户为公司提供了稳定及持续增长的业务来源。

2) 相比于价格，上述优质客户更看重产品质量和设计，因此发行人得以利用其突出的研发设计能力和稳定的产品生产能力获取较高的盈利水平。

3) 与知名企业长期的业务合作关系提高了公司知名度与认可度, 为公司开发其他客户或开拓市场提供了无形的支持;

公司积累的丰富的优质客户资源将是保证未来业绩稳定和持续发展的重要支撑, 是公司的核心竞争力。

(3) 快速响应优势

公司经过多年发展, 依靠丰富的设计和制造经验、民营企业灵活的管理机制、扁平化的管理体系、完善的质量控制体系, 在生产决策、采购供货、模具开发及迅速生产等方面均有明显的快速响应优势, 完全适应了下游国际知名客户严苛的供货质量和交期要求。

在研发设计方面, 公司研发设计人员具有丰富的行业经验, 且与主要客户都有多年合作经验, 能快速、准确理解客户设计理念, 深度参与产品开发, 加之打样部门人员的配合公司能在短时间内为客户提供成熟的样品。

在采购方面, 公司建立了稳定的供应商体系, 且利用公司的规模采购优势, 能以较有优势的价格快速地采购到原材料。

在生产方面, 公司 2020 年各类产品的产量超过 117 万套。公司拥有成熟的生产工艺、完整的产业链、熟练的生产员工, 生产管理人员经验丰富, 且产品质量稳定、可靠, 公司的生产能有效满足大客户交付及时性和优质性的需求。

(4) 完善的质量控制体系

公司严格贯彻质量控制体系, 严把质量关, 不断强化生产过程的质量控制, 提高质量控制能力, 这也是公司进入沃尔玛 (Wal-Mart)、家得宝 (Home Depot) 等国际知名公司供应商体系并长期保持稳定合作关系的关键。

公司质量管理贯穿采购、生产、物流等过程。公司通过持续的技术研发和工艺改进, 已经掌握了复杂工艺产品的生产技术和检验技术, 公司生产管理人员和研发人员行业经验丰富, 有效地保证了产品质量。

(5) 管理优势

经过多年发展, 公司已在新品开发管理、生产管理、质量持续改进等方面建立了一整套科学合理并行之有效的管理体系, 确保了公司各部门高效协同,

可满足客户严格要求，并保证生产过程中产品的质量、成本、效率，提高产品的市场竞争力，并为未来业务拓展夯实基础。

经过多年的发展，公司聚集了一批专业、踏实、努力的优秀管理人才，公司核心管理团队在行业深耕多年，对行业发展、未来趋势及公司发展战略有较为深刻的理解和认识。

（6）人才及激励制度优势

经过多年的发展和积累，公司建立了一支经验丰富、能力出众的人才队伍，并建立了合理的激励制度（如员工持股计划、薪酬激励制度等）、科学的人才选聘制度及良好的培训制度，持续吸引和培养行业内优秀人才，扩充公司的人才队伍。

在生产、研发设计、销售、质量控制等各经营环境，公司均建立了一支优秀的团队：生产管理团队具有丰富的生产经验、现场管理经验；研发设计团队熟悉终端消费者的喜好需求，能够准确把握当下流行趋势，设计出引领时尚潮流的产品款式；销售团队拥有丰富的销售经验和出色的沟通能力；质量控制团队具有对产品品质、质量识别检验的能力。

2、竞争劣势

目前，公司在户外休闲家具的细分市场中已取得明显竞争优势，但还存在以下不利因素制约着企业未来发展。

（1）现有产能制约公司规模进一步扩大

报告期内公司市场开拓顺利，业务规模逐年扩大，销售订单逐年递增。公司现有产能已经严重供不应求，2020年产能利用率已超过100%，公司的生产规模已制约公司的经营规模进一步扩大。

公司拟运用本次创业板上市募集资金进行扩产，投建年产120万套火盆系列、气炉系列生产线及厂房建设项目，快速扩大市场份额，增强公司竞争力，实现公司业务的高速发展。

（2）资本实力不足

目前，公司正处于发展的重要阶段，但公司尚未进入A股市场，发展主要

依靠自有资金，融资渠道单一且规模较小，随着公司产品市场份额的进一步扩大，对资金的需求日益增加，资金的缺乏束缚了公司更快的发展。

（3）高端技术人才缺乏

目前公司知名度不高，缺乏对高端技术人才的吸引力、研发能力还有提升空间。公司拟通过在创业板上市，增加公司的资金实力、扩大公司的知名度和影响力，帮助公司扩充技术人才队伍，进一步提升公司技术水平和研发设计水平。

（八）发行人面临的机遇与挑战

1、发行人面临的机遇

（1）下游需求持续增长

下游需求规模的不断增大，为发行人的发展提供了较大的市场空间，目前公司正处于高速增长阶段。

公司生产的火盆、气炉等产品广泛应用于家庭院落、户外餐厅、酒店等，上述需求的增加为公司产品提供了广阔的市场。随着世界经济的不断发展，人们对休闲生活的需求更加旺盛，酒店业、餐饮业等行业都处于持续增长状态。根据 Maia Research Analysis 数据，全球火盆市场规模不断上升，由 2015 年的 9.58 亿美元增至 2019 年的 11.27 亿美元，在 2015-2019 年增长率为 17.62%。根据 Maia Research Analysis 对未来全球火盆市场的展望，2020 年-2025 年间增长率预计约为 24.86%，到 2025 年全球火盆市场规模约为 13.70 亿美元。

2020 年爆发的新冠疫情波及全球，其中美国是新冠疫情较为严重的区域。受疫情影响，美国政府倡导美国居民更多地进行居家生活，同时更多餐厅设置了户外用餐区域以满足防疫要求，进而极大增加了对火盆、气炉等户外休闲家具产品的需求，并进一步培养了消费者对公司产品的消费习惯，长期来看也将扩大对公司产品的消费需求。

（2）技术进步

通过新产品、新材料、新工艺的研发与生产，以及对现有产品与生产工艺的不断改进、创新，发行人开发了新产品、降低了生产成本、提高了产品利润

率，将有利于市场份额的进一步扩大。

2、发行人面临的挑战

终端消费者对发行人产品的设计要求较高，需要符合美国、加拿大地区客户的审美观念和当季流行趋势，因此对发行人每季产品款式的设计提出了较高的要求。同时，沃尔玛（Wal-Mart）、家得宝（Home Depot）等大型零售商客户对供应商的质量、交期等要求较高，发行人需要及时响应客户需求、配合客户要货周期，对公司的生产水平、管理水平、销售水平等都提出了较高的要求。

（九）发行人开拓自有品牌生产销售的能力

1、发行人具备开拓自有品牌生产销售的能力

报告期内，发行人以 ODM 模式为主，服务境外大型连锁商超和跨境贸易商，尚未形成自有品牌销售，但在公司长期业务规划中，仍将打造自有品牌作为目标之一。

虽然公司产品最终以客户的自有或指定品牌和商标向终端消费者销售，但公司产品均为公司自行设计、生产技术均为公司自主开发，公司已具备开拓自有品牌所需的设计、生产能力。公司自有设计、生产能力详见本招股说明书“第六节 业务与技术”之“六、主要产品的核心技术情况”之“（一）公司核心技术情况”之“4、发行人自有生产和设计能力”。

在销售方面，火盆、气炉等产品的传统销售市场是大型连锁超市和品牌店，大型连锁超市和品牌店基本只售卖其自有品牌，其他品牌较难入驻该销售渠道。但随着经济和技术发展，欧美发达国家网络购物普及率不断提升。2020 年初新冠疫情的蔓延，使人们减少了外出购物，进一步提高了网络销售渠道的销售占比。因此，公司计划开拓自有品牌销售渠道时，依托亚马逊、阿里巴巴国际版以及一些大型零售商对外开放的电商平台（如沃尔玛自营电商平台），通过网络电商打造自有品牌、助力自有品牌的推广与销售，开拓零售终端客户的市场。

2、开拓自有品牌未被客户排他限制、产品市场未被客户完整垄断

针对主要客户，发行人每年会为其设计、研发专属款式，该款式不会向其他客户售卖，以保证客户在终端市场销售的优势。根据发行人与主要客户签署

的框架协议或合同，客户未限制发行人开拓自有品牌。发行人开拓自有品牌时将会根据自有品牌定位采用新的设计、新的款式进行创新性的研发、生产与销售，不会将已有的售卖给客户的款式直接用于自有品牌的生产，因此发行人主营业务及主要产品生产、设计、销售不存在被客户排他限制的情形。

在火盆、气炉产品的零售市场中，包括大型连锁超市、品牌店、网络电商等销售渠道，大型连锁超市及品牌店是较为传统的销售渠道，但网络电商渠道在近年来兴起并快速发展，三大主要销售渠道各有优势。同时在各销售渠道中，竞争也较为充分，如大型连锁超市中除发行人主要客户沃尔玛、家得宝之外还有 Lowes、Costco 等大型超市，而品牌店、网络电商销售渠道中竞争更加充分，不存在产品市场被完整垄断的情形。因此，发行人开拓自有品牌后仍有市场发展空间。

3、开拓自有品牌不会产生重大不利风险

发行人若开展自有品牌生产、设计、销售，不会侵犯现有客户的权益，不存在面临诉讼或大额违约赔偿的法律风险。

发行人将在产能充足、品牌产品设计新颖、销售渠道明确等各方面条件都完善的情况下开拓自有品牌，确保自有品牌的开拓能进一步提升公司业绩、扩大公司品牌的影响力。另一方面，在开拓自有品牌的同时，发行人也将继续维护好现有客户，保证现有客户的订单需求得到满足、现有客户的销售收入不会因发行人开拓自有品牌而有所下降。因此，发行人若开拓自有品牌，不会因此产生业绩下滑的重大不利风险。

三、发行人的销售情况和主要客户

（一）主要产品的产能、产量和销量情况

1、报告期内发行人主要产品的产量和产能情况

报告期内发行人产品的产量、销量总体保持一致，主要产品的产量和销量情况如下：

单位：套

产品	2021年1-6月			2020年		
	产量	销量	产销比	产量	销量	产销比
火盆	587,460	599,906	102.12%	937,269	950,690	101.43%
火盆桌	17,104	13,629	79.68%	28,514	32,804	115.05%
气炉	1,829	1,928	105.41%	9,125	26,339	288.65%
气炉桌	164,982	165,876	100.54%	174,766	171,276	98.00%
其他	19,583	17,670	90.23%	22,319	23,229	104.08%
总计	790,958	799,009	101.02%	1,171,993	1,204,338	102.76%
产品	2019年			2018年		
	产量	销量	产销比	产量	销量	产销比
火盆	419,106	389,102	92.84%	406,943	409,172	100.55%
火盆桌	40,424	42,471	105.06%	60,336	55,170	91.44%
气炉	52,799	55,492	105.10%	56,512	39,069	69.13%
气炉桌	59,480	58,215	97.87%	24,880	24,874	99.98%
其他	9,317	8,698	93.36%	36,776	37,558	102.13%
总计	581,126	553,978	95.33%	585,447	565,843	96.65%

注：2020年气炉的产销比较高，主要原因系2020年春节假期较上年有所提前，公司为了满足客户交货需求而在2019年末加大备货量，导致2019年末气炉库存较多，相关库存商品于2020年销售。

公司生产线既能生产火盆系列产品，也能生产气炉系列产品，可根据订单需求柔性调配生产，但不同类别的产品因生产工艺不同所耗用的产能也有所不同。以火盆作为标准产品测算，其耗用产能为标准系数1，则火盆桌的耗用产能系数为2，气炉的耗用产能系数为1，气炉桌的耗用产能系数为3，其他产品的耗用产能系数为1。以上述耗用产能系数将报告期内所有类别产品的产量折算成标准产品火盆，并以此计算产能、产量和产能利用率如下：

单位：套

项目	2021年1-6月	2020年度	2019年	2018年
产量	1,138,026	1,550,039	740,510	695,543
产能	800,000	1,100,000	720,000	700,000
产能利用率	142.25%	140.91%	102.85%	99.36%

报告期内，发行人的产能、产量及产能利用率均逐步提升，其中2020年、2021年1-6月公司产量、产能均大幅提升，主要系2020年发行人下游市场需求

旺盛，公司把握机会进一步扩大业务规模，通过招聘员工、购置大量自动化生产设备等方式提升产能以满足客户的订单需求；同时 2020 年度、2021 年 1-6 月发行人产能利用率已超过 100%，主要系产能是按照一天 8 小时的标准工作时间计算，但在 2020 年、2021 年 1-6 月实际生产过程中，为了满足客户快速增长的订单需求发行人适当延长了生产工作时间，因此报告期内产量超过了以标准时间为计算的标准产能。

（二）主要产品销售价格变动情况

1、主要产品收入及销售价格情况

产品	2021 年 1-6 月		2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	平均售价 (元)	销量 (套)	平均 售价 (元)	销量 (套)	平均 售价 (元)	销量 (套)	平均 售价 (元)	销量 (套)
火盆	187.81	599,906	189.87	950,690	195.31	389,102	188.75	409,172
火盆桌	395.78	13,629	458.68	32,804	434.10	42,471	406.33	55,170
气炉	224.48	1,928	207.63	26,339	207.13	55,492	203.29	39,069
气炉桌	631.67	165,876	644.88	171,276	710.01	58,215	755.88	24,874
其他	339.20	17,670	314.67	23,229	260.22	8,698	278.71	37,558

2、销售价格的波动分析

公司主要产品分为四大类产品，每种类型的产品款式众多，而且针对主要客户会根据客户的个性化需求进行设计和生产。因不同类型、不同款式产品在材料成本、生产工艺等方面存在差异，因此，不同产品的销售价格存在较大的差异。各类产品价格波动分析见本招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十一、经营成果分析”之“（四）毛利及毛利率变动分析”。

（三）产品销售的地区分布情况

报告期内，公司主营业务收入按销售区域分布情况如下：

单位：万元

项目	2021 年 1-6 月		2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
外销	22,478.77	98.05%	31,375.37	98.42%	14,828.08	99.17%	13,598.00	99.36%
内销	447.77	1.95%	503.40	1.58%	124.08	0.83%	87.88	0.64%

项目	2021年1-6月		2020年度		2019年度		2018年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
合计	22,926.54	100.00%	31,878.77	100.00%	14,952.16	100.00%	13,685.88	100.00%

公司的产品主要出口，公司在境外的订单稳定。目前公司产品已远销至美国、加拿大等多个国家和地区。2018年、2019年、2020年及2021年1-6月，公司境外市场营业收入分别为13,598.00万元、14,828.08万元、31,375.37万元及22,478.77万元，占比稳定在98%以上。

（四）主要客户销售情况

1、前五大客户销售情况

报告期内，公司向前五名客户的销售收入及其占当期营业收入比例情况如下：

（1）2021年1-6月

单位：万元

客户名称	营业收入	占公司全部营业收入的比例（%）
家得宝（Home Depot）	11,013.94	47.88
沃尔玛（Wal-Mart）	5,766.08	25.06
TRACTOR SUPPLY COMPANY	1,476.59	6.42
4348125 CANADA INC	760.61	3.31
傲基科技	517.52	2.25
合计	19,534.75	84.92

（2）2020年度

单位：万元

客户名称	营业收入	占公司全部营业收入的比例（%）
沃尔玛（Wal-Mart）	12,324.13	38.40
家得宝（Home Depot）	10,801.41	33.66
TRACTOR SUPPLY COMPANY	2,115.46	6.59
傲基科技	1,530.95	4.77
MENARDS	855.39	2.67
合计	27,627.33	86.09

(3) 2019 年

单位：万元

客户名称	营业收入	占公司全部营业收入的比例 (%)
家得宝 (Home Depot)	5,877.84	38.96
沃尔玛 (Wal-Mart)	4,346.10	28.81
LI&FUNG (TRADING) LIMITED	700.11	4.64
MENARDS INC.	656.83	4.35
ACE HARDWARE INTERNATIONAL HOLDINGS,LTD	451.94	3.00
合计	12,032.82	79.76

(4) 2018 年

单位：万元

客户名称	营业收入	占公司全部营业收入的比例 (%)
家得宝 (Home Depot)	5,156.46	37.25
沃尔玛 (Wal-Mart)	2,743.56	19.82
ACE HARDWARE INTERNATIONAL HOLDINGS,LTD	1,455.29	10.51
MENARDS INC.	782.30	5.65
LI&FUNG (TRADING) LIMITED	683.06	4.93
合计	10,820.68	78.16

注：同一控制下的客户产生的营业收入已合并统计，如发行人向沃尔玛旗下各主体销售的营业收入均已合并统计在沃尔玛名下。

(5) 发行人客户集中度较高的原因及合理性

报告期内各期，公司的主要客户为沃尔玛 (Wal-Mart)、家得宝 (Home Depot)，二者销售收入占公司销售收入总额的比例分别为 57.07%、67.77%、72.06%和 72.94%，客户集中度较高，这是基于行业客观情况及发行人自身战略选择形成的，原因分析如下：

1) 发行人下游市场集中度较高

发行人主要客户沃尔玛 (Wal-Mart)、家得宝 (Home Depot) 均为全球知名的大型连锁零售商，销售门店遍布全球尤其是美国、加拿大等地区，市场知名度和占有率较高。根据 2020 年《财富》世界 500 强排行榜，沃尔玛以 5,239.64 亿美元的营业收入位列榜首，家得宝以 1,102.25 亿美元位列第 59 名。

就发行人主营产品火盆、气炉等产品而言，对终端消费者的销售渠道更多地集中在沃尔玛、家得宝等大型连锁超市处，因此发行人的销售收入呈现了客户集中度高的情况有其客观合理性。

2) 发行人为平衡产能、生产管理成本、维护客户关系作出的战略选择

随着下游市场需求的日益增加，公司当前的产能水平已不能完全满足各类型客户对产品的需求，2020年公司的产能利用率已超过100%。而沃尔玛（Wal-Mart）、家得宝（Home Depot）等优质大客户产品需求量较大且长期稳定，公司为了确保更好地服务优质客户、满足优质客户的供货要求，选择了优先满足家得宝、沃尔玛等优质客户的订单、适当地放弃了一些贸易商及电商客户的订单。因此，客户集中度较高亦是发行人发展过程中受限于产能因素做出的战略选择。

5) 报告期内前五大客户中新增客户

报告期内前五大客户中新增客户的销售情况如下：

单位：万元

客户名称	采购内容	2021年1-6月		2020年		2019年		2018年	
		金额	占当期营业收入比	金额	占当期营业收入比	金额	占当期营业收入比	金额	占当期营业收入比
MENARDS	火盆、火盆桌、气炉、气炉桌	485.55	2.11%	855.39	2.67%	656.83	4.35%	782.30	5.65%
TRACTOR SUPPLY COMPANY	火盆、火盆桌	1,476.59	6.42%	2,115.46	6.59%	264.79	1.76%	-	-
傲基科技	火盆、气炉桌	517.52	2.25%	1,530.95	4.77%	25.31	0.17%	-	-

报告期内新增客户的基本情况见本招股说明书“第六节 业务与技术”之“三、发行人的销售情况和主要客户”之“（四）主要客户销售情况”之“2、各类产品前五大销售客户相关情况”之“（3）各类产品前五大客户的基本情况”。

6) 报告期内前五大客户中无客户终止合作的情况。

7) 与前五大客户合作背景及合作情况

发行人与报告期内前五大客户开展合作的背景、是否基于销售代理的渠道开始合作、是否可长期持续稳定销售等情况如下：

序号	客户名称	开展合作的背景	是否基于销售代理的渠道开始合作	是否可长期持续稳定销售
1	沃尔玛 (Wal-Mart)	发行人销售人员主动接触沃尔玛国内办事处，自 2011 年起沃尔玛开始向发行人采购产品用于官网销售，自 2015 年起沃尔玛采购发行人产品在门店销售，采购量和采购产品种类逐渐增多	否	是
2	家得宝 (HomeDepot)	在 2010 年之前发行人通过某个贸易商客户将产品销售给家得宝，2010 年开始发行人开辟直销渠道，直接和家得宝进行合作	否	是
3	TRACTORSUPPLYCOMPANY	2014 年发行人通过展会开始接触，并于 2018 年开始合作	否	是
4	傲基科技	2018 年通过广交会开始接触，2019 年开始合作	否	是
5	MENARDS	2013 年发行人开始联系 MENARDS 并寄样品参加其选样会，2018 年以价格和设计优势选上后开始成为供应商	否	是
6	LI&FUNG (TRADING) LIMITED	2010 年发行人参加其选样会，被选样后成为其供应商，开始合作	否	是
7	ACE HARDWARE INTERNATIONAL HOLDINGS,LTD	2007 年通过展会认识并开始合作	否	是

发行人主要是通过主动拜访、展会、参加选样会等方式与主要客户接触，并开展合作，发行人通过其委托的境外销售代理人参与部分主要客户的选样工作，境外销售代理人不掌握销售渠道和客户资源，主要客户中不存在通过销售代理的渠道开始合作的情形。发行人与主要客户长期开展合作，合作期间没有发生过重大的退换货情形，不存在产品质量纠纷，根据发行人与主要客户签订的销售合同及发行人目前已经获得的订单，发行人能与主要客户继续保持长期持续稳定销售。

鉴于发行人主要客户为位于境外的大型商超客户，客户资信较高，对自身信息保密性的要求也较高，发行人主要客户未向发行人及中介机构提供其同类产品的采购金额及总采购金额，故无法获得主要客户向发行人采购金额占其各同类型产品的比重，以及其总采购金额的比重情况。根据发行人从市场上获取的信息，对发行人主要客户沃尔玛与家得宝而言，报告期内发行人不是其同类

型产品、同销售范围内唯一供应商。

2、各类产品前五大销售客户相关情况

(1) 报告期内，火盆、火盆桌、气炉、气炉桌各类产品前五大销售情况

报告期各期，公司火盆、火盆桌、气炉、气炉桌各类产品前五大客户销售金额及占比情况如下：

单位：万元

产品类别	期间	前五大客户		销售额	占发行人当期销售收入的比例(%)	合同期限
火盆	2021年 1-6月	沃尔玛 (Wal-Mart)	WALMART INC.,	4,234.98	37.59	自2016年 1月起生效，无固定 期限
			WAL-MART CANADA CORP.	163.15	1.45	
			沃尔玛(Wal-Mart)小计	4,398.14	39.04	
			家得宝(Home Depot)	3,319.61	29.46	自2018年 1月起生效，持续有效
			TRACTOR SUPPLY COMPANY	1,476.59	13.11	自2018年 6月起生效，无固定 期限
			LA HACIENDA LTD	293.97	2.61	[注 2]
			MENARD,INC	259.43	2.30	自2017年 7月起生效，无固定 期限
		小计	9,747.74	86.52		
	2020 年度	沃尔玛 (Wal-Mart)	WALMART INC.	9,879.59	54.73	自2016年 1月起生效，无固定 期限
			WAL-MART CANADA CORP.	112.99	0.63	
沃尔玛(Wal-Mart)小计			9,992.58	55.36		
		家得宝(Home Depot)	3,814.90	21.13	自2018年 1月起生效，持续有效	
		TRACTOR SUPPLY COMPANY	2,115.46	11.72	自2018年 6月起生效，无固定 期限	
	MENARDS	236.08	1.31	自2017年 7月起生效，无固定		

产品类别	期间	前五大客户		销售额	占发行人当期销售收入的比例(%)	合同期限
						期限
		PACIFIC COAST LIGHTING INC.		222.27	1.23	[注]
		小计		16,381.29	90.75	
	2019年度	沃尔玛 (Wal-Mart)	WALMART INC.,	2,769.21	36.44	自2016年1月起生效, 无固定期限
WAL-MART CANADA CORP.			115.54	1.52		
沃尔玛 (Wal-Mart) 小计			2,884.75	37.96		
家得宝 (Home Depot)		2,603.75	34.26	自2018年1月起生效, 持续有效		
LI&FUNG (TRADING) LIMITED		544.62	7.17	[注]		
TRACTOR SUPPLY COMPANY		264.74	3.48	自2018年6月起生效, 无固定期限		
BIG LOTS STORES INC		142.65	1.88	[注]		
小计		6,440.50	84.75			
		2018年度	家得宝 (Home Depot)		3,036.65	39.32
沃尔玛 (Wal-Mart)	WALMART INC.,		2,295.23	29.72	自2016年1月起生效, 无固定期限	
	WAL-MART CANADA CORP.		108.68	1.41		
	ASDA STORES LIMITED		89.02	1.15		
	沃尔玛 (Wal-Mart) 小计		2,492.93	32.28		
LI&FUNG (TRADING) LIMITED			476.71	6.17	[注]	
MENARDS			307.69	3.98	自2017年7月起生效, 无固定期限	
ACADEMY LIMITED			230.44	2.98	自2010年6月起生效, 无固定期限	
小计			6,544.42	84.74		
火盆桌	2021年1-6月	REAL FLAME COMPANY INC.		272.14	50.45	[注]
		AZ PATIO HEATERS		71.09	13.18	[注]

产品类别	期间	前五大客户	销售额	占发行人当期销售收入的比例(%)	合同期限	
		LA HACIENDA LTD	51.56	9.56	[注]	
		PACIFIC COAST LIGHTING INC.	50.75	9.41	[注]	
		沃尔玛 (Wal-Mart)	WMB SUPERMERCADOS DO BRASIL LTDA	28.84	5.35	自 2016 年 1 月起生效, 无固定期限
			WALMART INC.,	15.4	2.85	
			沃尔玛 (Wal-Mart) 小计	44.24	8.20	
		小计		489.78	90.80	
	2020 年度	ACE HARDWARE INTERNATIONAL HOLDING,LTD	533.34	35.45	[注]	
		MENARDS	254.55	16.92	自 2017 年 7 月起生效, 无固定期限	
		沃尔玛 (Wal-Mart)	WALMART INC	96.81	6.43	自 2016 年 1 月起生效, 无固定期限
			COMER CIAL I ZADORAMEXICO AMERICANA SRL DE CV	70.48	4.68	
			WMB SUPERMERCADOS DO BRASIL LTDA	15.16	1.01	
			沃尔玛 (Wal-Mart)	182.45	12.13	
		AZ PATIO HEATERS LLC	136.81	9.09	[注]	
		AT HOME PROCUREMENT INC.	131.67	8.75	自 2018 年 8 月起生效, 无固定期限	
		小计		1,238.82	82.33	
		2019 年度	沃尔玛 (Wal-Mart)	WALMART INC.,	480.02	26.04
	沃尔玛 (Wal-Mart) 小计			480.02	26.04	
	ACE HARDWARE INTERNATIONAL HOLDING,LTD		393.88	21.36	[注]	
	MENARDS		244.77	13.28	自 2017 年 7 月起生效, 无固定期限	
	REAL FLAME COMPANY INC.		154.18	8.36	[注]	
	ACADEMY LIMITED		136.36	7.40	自 2010 年 6 月起生效, 无固定期限	
	小计		1,409.21	76.44		
	2018 年度	ACE HARDWARE INTERNATIONAL HOLDING,LTD	1,389.97	62.00	[注]	
		MENARDS	185.72	8.28	自 2017 年	

产品类别	期间	前五大客户		销售额	占发行人当期销售收入的比例(%)	合同期限
						7月起生效, 无固定期限
		AZ PATIO HEATERS LLC		118.29	5.28	[注]
		BJ'S WHOLESALE CLUB,INC		116.38	5.19	自2018年8月起生效, 无固定期限
		家得宝 (Home Depot)		105.98	4.73	自2018年1月起生效, 持续有效
		小计		1,916.35	85.49	
气炉	2021年1-6月	沃尔玛 (Wal-Mart)	WAL-MART CANADA CORP.	31.09	71.83	自2016年1月起生效, 无固定期限
			WALMART INC.,	3.00	6.93	
			沃尔玛 (Wal-Mart) 小计	34.09	78.76	
		DO IT BEST CORP.		9.19	21.24	[注]
		小计		43.28	100.00	
	2020年度	沃尔玛 (Wal-Mart)	WAL-MART STORES,INC	397.60	72.70	自2016年1月起生效, 无固定期限
			WAL-MART CANADA CORP.	76.77	14.04	
			沃尔玛 (Wal-Mart) 小计	474.37	86.74	
		家得宝 (Home Depot)		64.07	11.72	自2018年1月起生效, 持续有效
		167986 CANADA INC		8.43	1.54	[注]
		DO IT BEST CORP.		0.01	0.01	[注]
		小计		546.89	100.00	
	2019年度	沃尔玛 (Wal-Mart)	WALMART INC.,	889.18	77.36	自2016年1月起生效, 无固定期限
			WAL-MART CANADA CORP.	13.71	1.19	
			沃尔玛 (Wal-Mart) 小计	902.90	78.55	
MENARDS		124.42	10.82	自2017年7月起生效, 无固定期限		
TRUE VALUE COMPANY		71.18	6.19	[注]		
家得宝 (Home Depot)		49.99	4.35	自2018年1月起生效		

产品类别	期间	前五大客户		销售额	占发行人当期销售收入的比例(%)	合同期限
气炉桌	2018年度					效，持续有效
		4348125 CANADA INC	JAY TRENDS MERCHANDISING, INC.	0.77	0.07	自2017年12月起生效，无固定期限
			4348125 CANADA INC 小计	0.77	0.07	
		小计		1,149.26	99.99	
		家得宝 (Home Depot)		515.13	64.86	自2018年1月起生效，持续有效
		MENARDS		138.62	17.45	自2017年7月起生效，无固定期限
		沃尔玛 (Wal-Mart)	WALMART INC.,	84.33	10.62	自2016年1月起生效，无固定期限
			沃尔玛 (Wal-Mart) 小计	84.33	10.62	
	ACADEMY LIMITED		35.44	4.46	自2010年6月起生效，无固定期限	
	AT HOME PROCUREMENT INC		20.65	2.60	自2018年8月起生效，无固定期限	
	小计		794.16	99.99		
	2021年1-6月	家得宝 (Home Depot)		7,174.94	68.48	自2018年1月起生效，持续有效
		沃尔玛 (Wal-Mart)	WALMART INC.,	1,047.46	10.00	自2016年1月起生效，无固定期限
			WAL-MART CANADA CORP.	178.68	1.71	
沃尔玛 (Wal-Mart) 小计			1,226.14	10.71		
4348125 CANADA INC		167986 CANADA INC	277.16	2.65	[注]	
		4348125 CANADA INC	482.29	4.6		
		4348125 CANADA INC 小计	759.45	7.25		
傲基科技		AUKEY INTERNATIONAL LIMITED	417.65	3.99	2020年11月起生效，有效期一年，协议期满前30日	
	傲基科技小计	417.65	3.99			

产品类别	期间	前五大客户		销售额	占发行人当期销售收入的比例(%)	合同期限
						内若未书面提出终止，则自动续签一年，次数不限；签订框架协议前以订单约定为准
		COCAM INTL ENTERPRISES LTD		300.42	2.87	[注]
		小计		9,878.61	93.30	
	2020年度	THE HOME DEPOT USA INC		6,512.78	58.96	自2018年1月起生效，持续有效
		傲基科技	AUKEY INTERNATIONAL LIMITED	1,291.25	11.69	2020年11月起生效，有效期一年，协议期满前30日内若未书面提出终止，则自动续签一年，次数不限。签订框架协议前以订单约定为准。
			傲基科技股份有限公司	149.67	1.36	
			傲基科技小计	1,440.92	13.05	
		沃尔玛 (Wal-Mart)	WALMART INC.,	1,374.60	12.45	自2016年1月起生效，无固定期限
			WAL-MART CANADA CORP.	28.45	0.26	
			沃尔玛 (Wal-Mart) 小计	1,403.05	12.70	
		4348125 CANADA INC	167986 CANADA INC	407.54	3.69	[注]
			4348125 CANADA INC	259.10	2.35	
			4348125 CANADA INC 小计	666.64	6.04	
			MENARDS		364.76	3.30
		小计		10,388.15	94.05	
	2019年度	家得宝 (Home Depot)		3,135.90	75.87	自2018年1月起生效，持续有效

产品类别	期间	前五大客户		销售额	占发行人当期销售收入的比例(%)	合同期限
		4348125 CANADA INC	JAY TRENDS MERCHANDISING,INC.	367.27	8.89	自 2017 年 12 月起生效, 无固定期限
			4348125 CANADA INC 小计	367.27	8.89	
		MENARDS		148.30	3.59	自 2017 年 7 月起生效, 无固定期限
		TRUE VALUE COMPANY		72.36	1.75	[注]
		FESTIVAL TRADING INC		72.12	1.74	[注]
		小 计		3,795.95	91.84	
	2018 年度	家得宝 (Home Depot)		793.48	42.20	自 2018 年 1 月起生效, 持续有效
		JAY TRENDS MERCHANDISING,INC.		298.14	15.86	自 2017 年 12 月起生效, 无固定期限
		AZ PATIO HEATERS LLC		204.08	10.85	[注]
		LI&FUNG (TRADING) LIMITED		197.54	10.51	[注]
		MENARDS		150.27	8.00	自 2017 年 7 月起生效, 无固定期限
		小 计		1,643.51	87.42	

[注]未与该客户签订框架协议, 以订单约定, 订单中仅约定交货期限

公司主要客户未提供其各类产品的采购情况, 故无法获得当期销售金额占客户当期同类产品采购比重。

(2) 报告期内, 发行人火盆、火盆桌、气炉、气炉桌各类产品前五大销售客户的期末应收款余额及期后回款情况

报告期各期, 公司火盆、火盆桌、气炉、气炉桌各类产品前五大销售客户应收账款及期后回款情况如下:

1) 2021年1-6月

单位: 万元

客户名称		期末余额	信用期	期后3个月回款金额[注]	期后3个月回款比例(%)	期后6个月回款合计	期后6个月回款比例(%)
家得宝 (Home Depot)		7,664.33	见 FCR 单正本后 60 天	7,664.33	100.00	7,664.33	100.00
沃尔玛 (Wal-Mart)	WALMART INC.,	2,136.88	2,136.88	100.00	2,136.88	100.00	92.51
	WAL-MART CANADA CORP.	370.41		-	-	-	-
	CMA MEXICO-SAMS	-		/	/	/	/
	WMB SUPERMERCADO S DO BRASIL LTDA	14.54		14.54	100.00	14.54	100.00
	沃尔玛 (Wal-Mart) 小计	2,521.83		2,151.42	85.31	2,151.42	85.31
TRACTOR SUPPLY COMPANY		1,181.36	开船后 90 天	827.20	70.02	1,181.36	100.00
MENARD INC.		811.12	90%货到 10 天, 10%货到 120 天	629.19	77.57	629.19	77.57
REAL FLAME COMPANY INC.		132.98	10%定金, 90%见提单付款	132.98	100.00	132.98	100.00
傲基科技	AUKEY INTERNATIONAL LIMITED	61.19	预付 30%, 尾款发货后 30 天	61.19	100.00	61.19	100.00
	傲基科技股份有限公司	-	预付 30%, 发货前 70%	/	/	/	/
	傲基科技小计	61.19		61.19	100.00	61.19	100.00
COCAM INTL ENTERPRISES LTD		46.53	10%定金, 90%见提单	46.53	100.00	46.53	100.00
PACIFIC COAST LIGHTING INC.		-	30%定金, 70%见提单	/	/	/	/
AZ PATIO HEATERS LLC		-	见提单复印件付款	/	/	/	/
4348125 CANADA INC	167986 CANADA INC	-	即期信用证	/	/	/	/
	4348125 CANADA INC	-	30%定金, 70%见提单	/	/	/	/
	4348125 CANADA INC 小计	-	/	/	/	/	/
DO IT BEST CORP.		-	见提单复印件付款	/	/	/	/
LA HACIENDA LTD		-	见提单复印件付款	/	/	/	/

注：期后 6 个月回款金额统计至 2021 年 10 月 26 日

2) 2020年度

单位：万元

客户名称	期末余额	信用期	期后3个月回款金额	期后3个月回款比例(%)	期后6个月回款合计	期后6个月回款比例(%)	
家得宝 (Home Depot)	3,851.62	见 FCR 单正本后 60 天	3,071.67	79.75	3,851.62	100.00	
沃尔玛 (Wal-Mart)	WALMART INC.,	3,195.44	开船后 75 天	3,195.44	100.00	3,195.44	100.00
	WAL-MART CANADA CORP.	78.45		78.45	100.00	78.45	100.00
	CMA MEXICO-SAMS	66.41		66.41	100.00	66.41	100.00
	WMB SUPERMERCADOS DO BRASIL LTDA	-		/	/	/	/
	沃尔玛 (Wal-Mart) 小计	3,340.30		3,340.30	100.00	3,340.30	100.00
TRACTOR SUPPLY COMPANY	933.85	开船后 90 天	884.91	94.76	933.85	100.00	
MENARD INC.	174.98	90% 货到 10 天, 10% 货到 120 天	106.67	60.96	174.98	100.00	
ACE HARDWARE INTERNATIONAL HOLDINGS,LTD	10.30	见提单复印件付款					
傲基科技	AUKEY INTERNATIONAL LIMITED	-	预付 30%, 尾款发货后 30 天	/	/	/	/
	傲基科技股份有限公司	0.69	预付 30%, 发货前 70%	0.69	100.00	0.69	100.00
	傲基科技小计	0.69		0.69	100.00	0.69	100.00
PACIFIC COAST LIGHTING INC.	-	30% 定金, 70% 见提单	/	/	/	/	
AZ PATIO HEATERS LLC	-	见提单复印件付款	/	/	/	/	
AT HOME PROCUREMENT INC.	-	开船后 45 天	/	/	/	/	
4348125 CANADA INC	167986 CANADA INC	-	即期信用证	/	/	/	/
	4348125 CANADA INC	-	30% 定金, 70% 见提单	/	/	/	/
	4348125 CANADA INC 小计	-		/	/	/	/
DO IT BEST CORP.	-	见提单复印件付款	/	/	/	/	

3) 2019 年度

单位：万元

客户名称	期末余额	信用期	期后3个月回款金额	期后3个月回款比例(%)	期后6个月回款合计	期后6个月回款比例(%)	
家得宝 (Home Depot)	1,165.59	见 FCR 单正本后 60 天	1,023.41	87.80	1,165.59	100.00	
沃尔玛 (Wal-Mart)	WALMART INC.,	1,175.86	开船后 75 天	1,175.86	100.00	1,175.86	100.00
	WAL-MART CANADA CORP.	23.96	开船后 75 天	23.96	100.00	23.96	100.00
	ASDA STORES LIMITED	-	开船后 75 天	-	/	-	/
	沃尔玛 (Wal-Mart) 小计	1,199.82		1,199.82	100.00	1,199.82	100.00
TRUE VALUE COMPANY	239.41	见提单付款	239.41	100.00	239.41	100.00	
LI&FUNG (TRADING) LIMITED	188.74	开船后 90 天	188.74	100.00	188.74	100.00	
4348125 CANADA INC	JAY TRENDS MERCHANDISING INC	0.52	10% 定金, 90% 见提单付款	-	-	0.52	100.00
	4348125 CANADA INC 小计	0.52	-	-	-	0.52	100.00
MENARDS	-	90% 货到 10 天, 10% 货到 120 天	/	/	/	/	
ACE HARDWARE INTERNATIONAL HOLDINGS,LTD	-	见提单复印件付款	/	/	/	/	
TRACTOR SUPPLY COMPANY	-	开船后 90 天	/	/	/	/	
BIG LOTS STORES INC	-	开船后 60 天	/	/	/	/	
REAL FLAME COMPANY INC.	-	10% 定金, 90% 见提单付款	/	/	/	/	
ACADEMY LIMITED	-	开船后 45 天	/	/	/	/	
FESTIVAL TRADING INC	-	30% 定金, 70% 见提单付款	/	/	/	/	

4) 2018 年度

单位：万元

客户名称	期末余额	信用期	期后3个月回款金额	期后3个月回款比例(%)	期后6个月回款合计	期后6个月回款比例(%)
家得宝 (Home Depot)	2,405.61	见 FCR 单正本后 60 天	2,094.09	87.05	2,405.61	100.00

客户名称		期末余额	信用期	期后3个月回款金额	期后3个月回款比例(%)	期后6个月回款合计	期后6个月回款比例(%)
沃尔玛 (Wal-Mart)	WALMART INC.,	752.59	开船后 75天	752.59	100.00	752.59	100.00
	WAL-MART CANADA CORP.	24.59	开船后 75天	24.59	100.00	24.59	100.00
	ASDA STORES LIMITED	60.85	开船后 75天	60.85	100.00	60.85	100.00
	沃尔玛 (Wal-Mart) 小计	838.03	-	838.03	100.00	838.03	100.00
LI&FUNG (TRADING) LIMITED	193.08	开船后 90天	193.08	100.00	193.08	100.00	
BJS WHOLESATE CLUB	115.00	FOB 模式开 船后 99 天, DDP 模式货到船 后 60天	115.00	100.00	115.00	100.00	
AT HOME PROCUREMENT INC	70.77	开船后 45天	70.77	100.00	70.77	100.00	
MENARDS	34.74	90%货到 10 天, 10%货 到 120天	32.89	94.70	34.74	100.00	
AZ PATIO HEATERS LLC	23.78	见提单复印 件付款	23.78	100.00	23.78	100.00	
4348125 CANADA INC	JAY TRENDS MERCHANDISING INC	-	10%定金, 90%见提单 付款	/	/	/	/
	4348125 CANADA INC 小计	-	-	/	/	/	/
ACE HARDWARE INTERNATIONAL HOLDINGS,LTD	-	见提单复印 件付款	/	/	/	/	
ACADEMY LIMITED	-	开船后 45天	/	/	/	/	

注：由于家得宝采用 FCA 模式，因此从装箱到开船约一周时间，开船后半个月公司收到提单，然后将相关资料寄给客户申请付款，前后耗时在一个月以上，因此导致期后三个月内家得宝的应收账款尚未完全收回。

(3) 各类产品前五大客户的基本情况

序号	客户名称	成立时间	开始合作时间	股权结构	公司简介	是否与发行人存在关联关系
1	沃尔玛 (Wal-Mart)	1945 年	2011 年	第一大股东 John T. Walton Estate Trust (49.90%)	是一家全球连锁的零售商，在 27 个国家拥有 11,500 多家分店以及电子商务网站，全球员工总数超 220 万名。2020 年《财富》世界 500 强排行榜，沃尔玛以 5,239.64 亿美元的营业收入位列榜首。(NYSE:WMT)	否
2	家得宝 (Home Depot)	1978 年	2010 年	第一大股东 The Vanguard Group (7.69%)	世界上最大的家居用品零售商，家得宝在美国、加拿大、墨西哥地区有超过 2,200 多家商店。2020 年《财富》世界 500 强排行榜，家得宝以 1,102.25 亿美元营业收入排名第 59 位。(NYSE:HD)	否
3	ACADEMY LTD	1938 年	2010 年	第一大股东 KKR Stockholders (69.90%)	公司是美国领先的全线体育用品和户外娱乐零售商之一，2019 年销售额达 48 亿美元 (NASDAQ:ASO)	否
4	AT HOME PROCUREMENT INC	1979 年	2013 年	第一大股东 CAS Investment Partners, LLC (15.30%)	公司是美国一家领先的家居装饰超市，为客户提供各个房间，各种风格的家装产品，2019 年销售额达 14 亿美元 (NYSE:HOME)	否
5	TRACTOR SUPPLY COMPANY	1938 年	2018 年	第一大股东 The Vanguard Group (10.84%)	公司是美国最大的农场和牧场零售商店运营商，2019 年销售额达 84 亿美元 (NASDAQ:TSCO)	否
6	BIG LOTS STORES INC	1967 年	2015 年	第一大股东 BlackRock, Inc. (15.50%)	必乐透公司是美国最大的折扣零售公司之一，2019 年销售额达 53 亿美元。(NYSE:BIG)	否

序号	客户名称	成立时间	开始合作时间	股权结构	公司简介	是否与发行人存在关联关系
7	BJ'S WHOLESALE CLUB, INC.	1984年	2018年	第一大股东 BlackRock, Inc. (10.65%)	公司是美国东海岸一家领先的仓储俱乐部运营商, 2019年销售额达129亿美元 (NYSE:BJ)	否
8	LI&FUNG (TRADING) LIMITED	1973年	2010年	LI & FUNG LIMITED 100%	隶属于 Li & Fung 集团, Li & Fung 集团是世界上最广泛的全球供应链运营商之一, 2019年销售额达114亿美元。(HK:00494, 2020年已私有化退市)	否
9	ACE HARDWARE INTERNATIONAL HOLDING, LTD	1924年	2007年	-	1924年在美国成立, 在大约70个国家/地区拥有5,300多家商店, 销售额超过60亿美元。	否
10	AZ PATIO HEATERS LLC	2002年	2015年	-	2019年收入规模150万美元	否
11	FESTIVAL TRADING INC	2014年	2018年	-	2014年成立于美国加利福尼亚	否
12	4348125 CANADA INC (其前身为 JAYTRENDS MERCHANDISING INC)	2006年	2008年	-	该客户主要从事户外家居用品的贸易同时拥有自有品牌 Sunbeam (据官网, 该品牌已有超过100年历史), 2020年1-8月营业收入规模为300万美元。	否
13	MENARDS	1958年	2018年	-	于1958年成立, 在美国拥有300多家店, 超过45,000名员工。根据 Forbes 介绍, 2019年营业收入约为107亿美元	否
14	REAL FLAME COMPANY INC.	1967年	2014年	JENSEN METAL PRODUCTS, INC.100%	美国威斯康星州拉辛市的家族企业, 专门从事室内电壁炉, 户外壁炉和户外家具的设计, 生产和销售。	否
15	TRUE VALUE COMPANY	1948年	2014年	-	是一家美国零售批发商, 在全球拥有4,500多个独立零售点, 其收入规模达80亿美元。	否

序号	客户名称	成立时间	开始合作时间	股权结构	公司简介	是否与发行人存在关联关系
16	傲基科技股份有限公司	2010年	2019年	陆海传：23.94%，连会越 11.73%，深圳市创新投资集团有限公司：8.31%，其他股东：56.02%	从事自主品牌科技消费品的研发、设计和销售，是全球科技消费类产品的知名品牌商，2018年销售额达50亿元人民币。	否
17	DO IT BEST CORP.	1945年	2009年	-	总部位于印第安纳州韦恩堡的,提供各种各样的家居装饰服务，年销售额超过30亿美元	否
18	PACIFIC COAST LIGHTING INC.	1979年	2020年	-	总部位于美国南加州，主要经营家具、照明装饰产品。	否
19	LA HACIENDA LIMITED	2000年	2008年	THE AMES COMPANIES UK LTD 持股 100%	拥有30多年的历史，为行业提供高品质的户外烹饪、取暖和花园装饰产品，可以在英国各地的花园中心和DIY商店以及网上找到。	否
20	COCAM INTL ENTERPRISES LTD (可康國際企業有限公司)	2012年	2020年	莊民 90%，陳美娣 10%	成立于2012年，从事户外产品贸易。经营的主要产品包括户外家具、露营设备等。主要针对欧洲（法国、德国等）、美国等海外市场。	否

资料来源：中国出口信用保险公司；客户公开披露信息；

注：部分客户信息未能通过公开渠道或独立第三方调研信息获取

(4) 公司与上述客户业务的可持续性

发行人与主要客户合作多年，建立了良好稳定的合作关系，合作过程中未发生重大诉讼、纠纷，相关业务具有可持续性。

报告期内公司各产品主要客户较为稳定，部分客户变动的情形具有商业合理性，不存在客户变动对主营业务产生重大不利影响的风险。

3、各类产品对不同客户的销售价格差异分析

(1) 不同客户销售的各类产品的平均售价

报告期内各类产品对不同客户销售价格已申请豁免披露。

(2) 同类产品向不同客户的销售价格差异分析

公司同类产品在不同客户之间的销售价格存在差异，主要有以下几方面原因导致：

1) 不同产品的规格型号不同

由于公司产品均为非标定制化产品，因此公司在向客户报价时会考虑客户下单具体产品的设计难度、材质要求、加工工艺的复杂程度等因素，因此同类产品定价有所差别。

2) 不同产品的采购数量不同

对于公司的主要客户沃尔玛（Wal-Mart）、家得宝（Home Depot）等国际著名连锁商超企业，由于其采购量大、品种繁多，各个类别的产品都有涵盖，因此对于上述客户采购量较大的品种，公司在定价时会根据可能获得的订单数量综合考虑，以争取获得利润总额最大化。

3) 对不同客户的维护政策不同

由于公司主要大客户的订单涵盖火盆、火盆桌、气炉、气炉桌等多个品类，因此大客户需求决定了公司应当具备多品类、多规格的产品生产服务能力，面对日益激烈的市场竞争格局，公司除了对于大客户采购数量多、采购金额大的种类采取利润总额最大化的策略，对其部分采购量较小的产品也会进行价格调整，给予一定让利，以保持良好的合作关系。

同时，对于其他客户公司也会根据其售后服务要求、采购金额、付款条件以及后续从该户可持续获得的订单规模等因素综合考虑后报价。综上所述，公司对客户的报价会结合产品情况、采购规模、客户维护政策等多方面因素，不同客户采取的定价策略也存在差异。

因此，同类产品向不同客户的销售价格存在差异，符合公司的实际经营状况，具有商业合理性。

（3）公司主要产品的价格与市场公开报价的比较情况

经查询同行业上市公司的定期报告以及公司网站等市场公开披露数据，同行业可比上市公司未披露过相同产品的销售价格。

由于公司产品 98%为外销，因此通过阿里巴巴国际版查询公司主要产品的单价比较情况具体如下：

公司	火盆	火盆桌	气炉	气炉桌
阿里巴巴	\$10 - \$100	\$27 - \$200	\$50 - \$200	\$50 - \$200
发行人	\$15 - \$108	\$25- \$112	\$30 - \$60	\$75.50 - \$192.50

注：阿里巴巴价格区间选取了与公司产品外观相近的产品价格。

整体来看，公司的产品销售价格与阿里巴巴国际版上的产品报价区间较为一致，由于各个产品的款式、材质、尺寸规格等均不相同，以及客户的采购数量等因素的影响，即使是同类产品的价格区间波动也比较大。

（4）可比公司销售价格情况

经查询同行业上市可比公司的定期报告以及公司网站等市场公开披露数据，同行业可比上市公司未披露过具体产品的销售价格。

由于公司产品 98%为外销，因此通过阿里巴巴国际版查询公司竞争对手常州市威尔莱炉业有限公司的产品报价情况，公司与常州市威尔莱炉业有限公司气炉桌产品的单价比较情况具体如下：

公司	火盆桌	气炉桌
威尔莱	-	\$50 - \$245
发行人	\$25.00 - \$112.00	\$75.50 - \$192.50

注：威尔莱在阿里巴巴上展示的产品仅有气炉桌与发行人产品相似。

经对比，发行人与竞争对手的产品售价有所差别，主要原因系气炉桌产品均为定制，不同款式的产品设计、材质均不相同，价格也不相同。

4、贸易类客户情况

(1) LI&FUNG (TRADING) LIMITED 为贸易类客户

LI&FUNG (TRADING) LIMITED 是利丰有限公司 (Li & Fung Limited, 0494.HK, 2020 年已私有化退市) 的全资子公司，利丰是全球最大的采购和物流公司之一，2019 年营业收入规模达 114 亿美元，集团业务涵盖整个全球消费品市场的全球供应链管理，包括贸易、物流、分销和零售。

(2) 报告期内，各类产品前五大客户中贸易类客户的销售占比情况

单位：万元

客户名称	2021 年 1-6 月		2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	占营业收入比	金额	占营业收入比	金额	占营业收入比	金额	占营业收入比
LI&FUNG(TRADING) LIMITED	56.69	0.25%	180.78	0.56%	700.11	4.64%	683.06	4.93%
4348125 CANADA INC	760.61	3.31%	677.83	2.11%	372.27	2.47%	298.17	2.15%
REAL FLAME COMPANY INC.	399.88	1.74%	121.60	0.38%	232.88	1.54%	13.23	0.10%
AZ PATIO HEATERS LLC	149.20	0.65%	297.11	0.93%	151.12	1.00%	348.07	2.51%
FESTIVAL TRADING INC	22.97	0.10%	46.16	0.14%	72.12	0.48%	-	0.00%
LA HACIENDA LTD	345.54	1.50%	170.14	0.53%	152.67	1.01%	136.44	0.99%
COCAM INTL ENTERPRISES LTD	300.42	1.31%	113.46	0.35%	-	-	-	-
合计	2,035.32	8.85%	1,607.08	5.00%	1,681.17	11.14%	1,478.97	10.68%

注：4348125 CANADA INC 与 JAYTRENDS MERCHANDISING INC 为同一股东，2020 年新设公司并收购 JAYTRENDS MERCHANDISING INC，故二者数据合并列示。

由上表可知，报告期内公司各类产品前五大客户中贸易商的销售金额及占比整体较小。

(3) 报告期内贸易商的终端销售情况

1) 报告期内，发行人最大的贸易商客户 LI&FUNG (TRADING) LIMITED，系全球知名的贸易物流公司，发行人与其合作模式为 LI&FUNG 所下订单中显示其终端客户的名称及地址，发行人直接向其终端客户发货并由

LI&FUNG 向发行人支付货款。因此，发行人可以确认与 LI&FUNG 销售的终端客户，并获取了相应终端客户的中信保报告以核查其资质；

2) 报告期内，公司对主要贸易商客户进行了视频访谈及函证，并检查了相关的客户的合同、发货单据、报关单及银行回款单据，确认了发行人与贸易商客户交易的真实性；

3) 报告期内，公司向上述贸易商客户的销售均销往海外，由于公司产品多为金属、板岩构造，其特点为体积大、单位价值较低且重量较高，整体的运输成本较高，公司与上述客户均为买断式交易，通过核查未发现公司存在库存商品退货的情况。因此，公司已对上述客户实现了最终销售。

(4) 对贸易类收入中收货主体为终端客户的确认依据

公司的贸易商客户一般根据其下游客户需求和基于自身商业保密的考虑，选择不同的接收货物的方式。

报告期内，公司与贸易商的发货方式包括直接发往贸易商、直接发往终端客户等方式。

公司与境外贸易商客户的贸易方式基本上为FOB，公司在发货时根据贸易商提供的收货人名称填写货运提单、FCR单等物流单据。通过对比贸易商客户提供的提单、FCR单收货人名称与贸易商是否为同一公司，判断是发运至终端客户还是贸易商客户。

报告期内，对于直接送至终端客户的，保荐机构和申报会计师通过选取主要贸易商的终端客户，并获取终端客户的中信保报告，通过网络途径查询终端客户的公开披露信息，了解终端客户的主要业务及收入规模，判断其采购是否具有合理性。报告期内，公司主要贸易商客户对应的终端客户的具体情况如下：

贸易商客户名称	终端客户基本信息				
	终端客户	成立	股权结构	公司简介	是否与公司存在关联关系
LI&FUNG (TRADING) LIMITED	KOHL'S DEPARTMENT STORES, INC.	1988年	第一股东 The Vanguard Group	柯尔 (KOHL'S) 百货公司是一家专业的百货公司。2020年前三季度营业收入规模达 91	否

			(8.72%)	亿美元。(NYSE:KSS)	
	FRED MEYER. INC.	1997 年	Kroger Co.持 股 100%	Fred Meyer 是美国克罗格公司的全资子公司。克罗格主要在美国经营零售业务，是继沃尔玛、家得宝之后的美国第三大零售集团。2020 年前三季度营业收入达 1017 亿美元。 (NYSE:KR)	否
LA HACIENDA LTD	B&Q LIMITED	1970 年	-	B&Q 百安居隶属于世界 500 强企业之一的英国翠丰集团 (Kingfisher Group)。翠丰集团是欧洲著名的国际家居零售商，2020 年上半年营业收入达 59 亿英镑。(KFI1.DF)	否

数据来源：中信保报告及 wind.

保荐机构和申报会计师核查了获取的终端客户的中信保报告，并通过网络查询终端客户公开披露的信息了解终端客户的主要业务情况，判断其采购具有合理性，相关依据充分。

(5) 贸易类收入中送至终端客户的收入以及非直接送货至终端客户的贸易类收入的金额及占比

单位：万元

项目	2021 年 1-6 月		2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
贸易商	2,282.52	85.02%	1,666.90	78.42%	1,154.05	50.27%	1,106.04	48.05%
终端客户	402.22	14.98%	458.73	21.58%	1,141.55	49.73%	1,196.01	51.95%
合计	2,684.75	100.00%	2,125.63	100.00%	2,295.60	100.00%	2,302.05	100.00%

2020年、2021年1-6月公司销售至终端客户的占比有所下降，主要原因系贸易商LI&FUNG (TRADING) LIMITED对公司的采购有所减少，同时其他非直接送至终端的贸易商采购金额增加所致。

5、发行人的获客方式及与主要客户交易情况

(1) 发行人的获客方式

公司的下游客户主要为知名的大型零售商，在开发新的客户前，公司一般都会通过市场调研、查阅全球零售商排名等方式获取下游目标客户清单，针对目标群体定向开发客户。

对于规模较大的零售商客户，公司业务人员会主动拜访上述大型零售商，并向客户提供关于自身产品介绍、业务实力等相应的资料，以便于进入客户的工厂档案名录。在通过大型零售商的验厂审核环节后，公司才能够以供应商的身份参加大型零售商的采购选样会，并建立起长期的合作关系。从接触客户到成为大型零售商的长期稳定的供应商，周期一般需要 3-4 年。

同时，公司每年都会参加国际的大型户外休闲用品展会，并通过此类国际大型展会拓展一些新客户。由于公司在户外休闲家具细分领域的业务规模较大，也会有部分客户通过行业内的信息主动上门寻求合作。

报告期内，不同获客方式涉及的金额、占比情况如下：

单位：万元

获客方式	2021年1-6月		2020年度		2019年度		2018年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
定向开发	19,176.93	83.65%	27,541.68	86.40%	13,238.67	88.54%	11,757.09	85.91%
展会	3,749.61	16.35%	4,337.10	13.60%	1,713.49	11.46%	1,928.79	14.09%
总计	22,926.54	100.00%	31,878.77	100.00%	14,952.16	100.00%	13,685.88	100.00%

(2) 与客户的合同签订方式及主要内容

发行人与客户的合同签订模式既有框架协议+订单的，也有直接下订单的方式，内销的客户一般选择签署合同方式，各个模式下的合同主要约定条款如下：

合同签订方式	代表客户	主要约定内容
框架协议+订单	外销客户： 沃尔玛	框架协议主要约定以下内容： ① 以订单内容进行供货 ② 商品均采用 FOB（离岸价）出口港的方式运输，发行人应按订单规定的日期或期限，在指定的装运港按港口惯用的方式，将商品送至客户及客户代理人指定的承运人船舶上。 ③ 付款方式：客户收到并批准信用证、采购订单和框架协议约定的所有完整单证后，将通过信用证向发行人付款 ④ 交付时间：按订单中规定的时间发货 ⑤ 退货政策：客户可将下列商品退回发行人：有缺陷或不合格的商品；由终端客户退回客户的商品（门店或线上）；受保证销售/库存余货条件约束的商品；或框架协议约定的召回或撤回的商品。 退货按下列方案处理： 缺陷补贴：首期商品成本的 1%（仅需本公司批准）。该缺陷津贴必须经客户批准，并依据历史退货

合同签订方式	代表客户	主要约定内容
		<p>率及退货商品相关的任何零售价折扣。缺陷补贴的百分比可能会因年因部门而异。该补贴比例将根据客户收到的实际货物数量和客户收到的终端客户退货数量而定。订单、商业发票、运输单证或报关单上显示的成本将按上述比例扣除缺陷补贴后的净成本。发行人授权客户管理退货商品，如客户实际收到的退货量超过协商的缺陷补贴，将就超过金额向发行人索赔。如低于缺陷补贴，则未使用的补贴将过期，不能结转至下一年。</p> <p>订单主要就产品数量、产品类别、具体交货期限、付款时间等进行约定。</p>
	<p>外销客户： 家得宝</p>	<p>框架协议主要约定以下内容：</p> <p>① 以订单内容进行供货</p> <p>② 进口运输条款：FCA（货交承运人）-承运人货场/港口或集运商地点</p> <p>③ 付款方式：见票后 60 天支付（扣除 1%付款费用）</p> <p>④ 发行人周转时间及供货周期：50/65</p> <p>⑤ 缺陷产品退货政策/退货类型：不退货/无退货。缺陷补贴政策条款及补贴比例：家得宝在采购产品时预先将扣除 1%。</p> <p>订单主要就产品数量、产品类别、具体交货期限、付款时间等进行约定。</p>
<p>订单/合同</p>	<p>外销客户：ACE HARDWARE INTERNATIONAL HOLDINGS,LTD</p>	<p>订单主要约定以下内容：</p> <p>① 运输方式为 FOB 始发港，并约定了始发港及目的港。</p> <p>② 约定了货物准备日期、最早装运日期及最晚装运日期。</p> <p>③ 货物接收条款：除非卖方在收到订单后五（5）个工作日内以书面形式拒绝该订单，否则本订单应视为已被卖方接受。</p> <p>④ 验收条款：本合同项下采购的货物应在交货后的合理时间内经买方检验和批准。买方可以拒绝任何违反买方提供的指示、规格或说明，或采用非公认标准集装箱或不符合本法其他规定或者法律规定的条件的。买方可持有任何被拒收的货物，风险和费用由卖方承担，可向卖方收取运输、装运、开箱、检验、重新包装、重新装运或其他类似费用。</p> <p>终止条款：如果卖方未在指定或承诺的时间内完成交货，买方可终止、取消或终止。对于尚未收到的货物和/或尚未提供的服务，可通过书面或电报通知或经书面确认的口头通知推迟本订单。对于未交付的货物或未履行的服务，买方也可以书面或电报通知卖方终止、取消或推迟本订单</p>
	<p>内销客户：遨森 电子商务股份有 限公司</p>	<p>合同主要约定以下内容：</p> <p>① 产品的具体信息，货号、品名、规格、单价、数量等</p> <p>② 结算方式：10%定金，余款付款发货。</p> <p>③ 交货方式：供方负责送货至需方指定的供方附</p>

合同签订方式	代表客户	主要约定内容
		近港口的仓库。 ④ 品质保障：供方需保证大货与产前样品质量一致，符合供方所提供的质量认证标准；产品在消费者使用过程中，不能存在安全隐患，如导致消费者维权或目标市场国家法定机构检验不合格，供方承担相应责任与损失。 ⑤ 产品检验：需方有明确的产品质量标准，需要检验包括免检、生产中检验、出运前检验和仓库检验。 质量赔款：如退货率（质量或包装问题） $\geq 2\%$ ，超过部分由供方承担相应损失。

（3）报告期内客户要求发行人向指定供应商采购的情况

报告期内，客户未就产品生产涉及到的原材料指定具体供应商。

报告期内，由于沃尔玛对产品的外包装采取统一标准，发行人需向指定供应商采购外包装上的条码标签及不干胶，具体采购情况如下：

单位：万元

公司名称	采购内容	2021年1-6月采购额	2020年采购额	2019年采购额	2018年采购额
艾利（苏州）有限公司	不干胶	9.98	26.50	4.03	4.14
艾利（广州）包装系统产品有限公司	标签	5.25	5.79	0.05	0.29
合计		15.22	32.29	4.08	4.43

报告期内沃尔玛指定采购的金额总体较小，2020年采购金额较上年增长较多，主要原因系沃尔玛对产品标签的粘贴要求发生变化，由原来的每托盘产品贴一个变更为每个产品的外包装箱都贴上指定的标签，因此2020年采购金额有所增加。沃尔玛一般以邮件方式通知发行人，由发行人直接与供应商签署采购协议；发行人并未就该事项与客户、供应商签订三方协议。

（4）报告期内，发行人客户不存在既是客户又是供应商的情形。

6、既是发行人客户又是发行人竞争对手的情况

报告期内，发行人不存在既是发行人客户又是发行人竞争对手的情况，亦不存在既是发行人客户又是发行人供应商的情况。

7、以客户商标销售的销售情况及合作模式

（1）公司以自有商标和客户商标的销售情况

公司主营业务收入中以客户商标销售的金额及占比情况如下：

单位：万元

项目	2021年1-6月		2020年		2019年度		2018年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
客户商标	22,926.54	100.00%	31,878.77	100.00%	14,952.16	100.00%	13,685.88	100.00%

报告期内，公司未曾以自有的商标品牌在境内或者境外进行销售。

（2）发行人以客户商标销售的具体合作模式

报告期内，发行人与主要客户采用 ODM 合作模式（ODM：Original design manufacturer，即原始设计制造商的缩写），发行人的主要客户为沃尔玛（Wal-Mart）、家得宝（Home Depot）等境外大型连锁商超，该类型客户本身不具备具体产品的设计、生产能力，发行人作为其 ODM 供应商自行设计、研发火盆、气炉等产品，根据客户的需求确定产品样式并接受客户委托进行产品的定制化生产。同时由于客户掌握了零售销售渠道，其在终端售卖的火盆、气炉等产品均为其各自自有品牌，发行人因此按照客户的具体要求生产产品后贴上客户的自有品牌，并由客户向终端消费者销售，发行人不存在向其他第三方销售客户商标产品的情况。

在上述研发、生产、销售过程中，发行人自行设计、研发、生产火盆、气炉等产品，所用设计、专利、技术均为发行人研发、生产团队长期积累沉淀所得，不存在由客户授权、转让而来的情形，亦不存在依赖客户提供的技术、设计开展生产经营，不涉及使用客户的专利及设计类著作权，故无需取得客户的专利及设计类著作权的使用授权。发行人在产品外包装上贴上客户的自有或指定品牌，是根据收到的客户指定的包装设计图进行商标印刷，商标或品牌的印制和使用均系是根据客户的指令和授意执行的履约行为，且相关使用指定商标或品牌的产品由发行人生产后直接销售给客户，发行人未向第三方销售贴有客户商标的产品，未将客户商标使用于非客户委托产品，客户向发行人发送的包装设计图可视为对客户商标使用的明确指令及授意，因此发行人无需另行获得客户关于商标的使用授权。

发行人不存在将客户委托设计、使用客户专利技术生产的产品贴自有商标进行销售的情形，不存在违反与客户合同、授权约定，与客户之间不存在知识

产权相关的诉讼或纠纷情况。

(3) 与主要客户关于商标权、专利权、设计类著作权的相关约定

发行人与主要客户采用 ODM 合作模式（ODM: Original design manufacturer，即原始设计制造商的缩写），发行人自行设计、研发火盆、气炉等产品，根据客户的需求确定产品样式、接受客户委托进行产品的定制化生产，并根据客户要求贴上客户指定品牌或其自有品牌后销售给客户，由客户向终端消费者或其下游客户销售。在此种合作模式下，发行人自行设计、研发，生产过程所用专利技术来源于公司及其研发团队的自主研发和长期积累沉淀，不涉及使用客户的专利权、设计类著作权等，不需要得到客户的相关授权。但发行人需根据客户的要求在包装上印刷客户指定商标，以便客户以其自有商标或指定商标对外销售。

1) 协议中的相关约定

关于该商标权，发行人与主要客户的框架协议中作了如下条款约定：

序号	客户名称	框架协议中相关条款及权利义务情况
1	沃尔玛 (Wal-Mart)	未经沃尔玛事先书面批准，发行人不得在任何广告或公函中提及沃尔玛。未经沃尔玛事先书面批准，发行人不得使用或允许使用沃尔玛的名称、标识、商标、服务标志、专利、版权或商业外观。沃尔玛可在发行人的商品营销中使用发行人的名称、标识、商标、服务标志、专利、版权和商业外观。
2	家得宝 (Home Depot)	1) 发行人向家得宝授予非独家的、全球适用的、免许可使用费的权利和许可，以便使用、展示发行人在本协议有效期内向家得宝提供的任何商品信息、商品保证信息、广告、图像和/或知识产权。发行人有责任确保所有供应商内容准确、真实、完整且不侵犯任何第三方的知识产权。 2) 发行人承认并同意，家得宝拥有或创造的、为家得宝拥有或创造的或与家得宝合作拥有或创造的所有专利、设计、商品名称、商标、版权、商业机密、标识或工作成果，均为且应始终是家得宝的唯一财产或应转让给家得宝。发行人将提供所要求的样品、样本、图表和签字文件，协助完善家得宝的知识产权。
3	TRACTOR SUPPLY COMPANY	除供应给 TRACTOR SUPPLY COMPANY 的产品的制造和向 TRACTOR SUPPLY COMPANY 销售外，发行人不得使用 TRACTOR SUPPLY COMPANY 的知识产权，也不得给予他人使用。
4	傲基科技	若傲基科技委托发行人生产贴牌产品的，发行人有

序号	客户名称	框架协议中相关条款及权利义务情况
		以下任一行为，属于严重违约，傲基科技有权要求发行人支付人民币伍拾万元的违约金，该违约金不足以弥补傲基科技损失的，傲基科技有权要求发行人补足损失： 1) 为其他目的转让、许可、展示、推广、广告或使用任何相关商标标识； 2) 未经傲基科技书面同意，将贴牌产品销售给其他任何第三方（包括发行人的关联公司）的； 3) 自行或指使第三方将与傲基科技相同或相似的图标、LOGO、文字或其组合在任一国家或地区提交知识产权申请的。
5	MENARDS	未作相关约定
6	LI&FUNG (TRADING) LIMITED	发行人仅能在向 LI&FUNG (TRADING) LIMITED 销售产品及相应产品制造时使用 LI&FUNG (TRADING) LIMITED 的商标、标识等。
7	ACE HARDWARE INTERNATIONAL HOLDINGS,LTD	未作相关约定

2) 具体使用方式及环节

①发行人与客户采用 ODM 合作模式，在该 ODM 模式下，发行人客户或其下游客户是产品在最终销售地（均在中国境外）使用相关商标的所有者；

②客户在确定当季采购产品款式时或下单前向发行人发出明确指令或授意：客户通过邮件发送各款产品的包装设计图，其中含所用商标、文字、图片、排版设计等信息，并要求发行人按该包装设计图印刷纸箱外包装及吊牌，用于其采购发行人产品的外包装。

③发行人印制特定图形、文字的时间、期限与发行人 ODM 客户委托发行人生产产品的期限保持一致。

④发行人完成产品生产后直接向客户运输外包装印刷客户制定图形、文字的产品，未销售给第三方亦未通过第三方转售。

⑤发行人使用客户提供的商标系按照协议约定履行义务，不存在未经客户许可、批准擅自使用客户商标、标识的行为。综上，发行人生产、销售过程中，不涉及使用客户的专利权、设计类著作权等，仅涉及根据客户要求使用其指定商标印刷于产品外包装箱上，但相关商标的使用均根据客户框架协议、邮件发送的包装设计图执行的履约行为，客户向发行人发送的包装设计图可视为对客

户商标使用的明确指令及授意。

(4) 与主要贸易商客户间主要权利义务约定，生产、设计、贴牌的约定，报告期内发行人与贸易商客户间合作贴牌的品牌情况

报告期内，发行人与主要贸易商客户主要权利义务约定如下：

序号	贸易商客户名称	框架协议或订单中主要权利义务约定情况	生产、设计、贴牌的约定	报告期内发行人与贸易商客户间合作贴牌的品牌名称
1	LI&FUNG (TRADING) LIMITED	1) 订单中约定了产品型号、数量、单价、交货日期，并在订单中注明了贸易商客户的下游购买方信息； 2) 运输方式为 FOB 始发港，并约定了始发港。	发行人自行生产、设计，但使用贸易商指定商标和品牌	HD Outdoors
2	4348125 CANADA INC	1) 以订单内容进行供货； 2) 产品检验：若产品需由第三方检验，客户会通知发行人，发行人需全力配合产品检验； 3) 客户会提供包装设计图，发行人需按照客户指定的包装设计图进行包装印刷； 4) 发行人必须按订单上的交期进行发货，同时根据客户的格式准备相关发货运输单据。		SUNBEAM
3	REAL FLAME COMPANY INC.	1) 以订单内容进行供货； 2) 发行人需对所有交易信息进行保密； 3) 在发行人为该客户供货期间及此后 3 年内，发行人不得向该客户的下游客户销售同类产品。		REAL FLAME
4	AZ PATIO HEATERS LLC	订单中约定了产品型号、数量、单价、交货日期、付款方式等。		Hiland
5	FESTIVAL TRADING INC	1) 合同中约定了产品型号、数量、单价、交货日期、付款方式等； 2) 质保期 18 个月，发行人需承担质保期间所有因质量问题产生的索赔以及免费提供零部件给买方。		PatioFestival

发行人使用贸易商指定商标和品牌之前会确认该品牌的权属情况，如属于第三方授权的，发行人会要求贸易商提供品牌或商标的授权文件，确认权属后发行人根据贸易商的明确指令后在产品外包装上印刷贸易商指定的品牌文字、图形。

8、发行人被主要客户替换的风险较小

报告期内各期，公司的主要客户为沃尔玛（Wal-Mart）、家得宝（Home

Depot)，二者销售收入占公司销售收入总额的比例分别为 57.07%、67.77%、72.06%和 72.94%。发行人被主要客户替换的风险较小，主要原因如下：

（1）发行人具备核心竞争力

发行人的核心竞争力包括较强的自主研发设计能力、强大的生产能力和优质的客户资源。

首先，发行人坚持每年推陈出新，每年新增设计款式超过 1,000 款。同时，公司配备了专业的研发设计团队，能够独立完成从产品构思、外观设计至打样成型等各个环节的工作，能够充分满足客户对产品设计及生产的需求，将新增设计款式顺利推进到打样、批量生产阶段，进而取得客户订单、实现销售收入。

其次，发行人具备强大的生产能力，发行人多年来专业从事火盆、气炉等产品的生产，已经整合了相关供应链，能及时、稳定、优质地获得生产所需材料，同时发行人具备火盆、气炉等产品各生产环节、各工艺流程的生产能力，能将新设计、新产品较快地实现量产。尤其在 2020 年当客户需求快速增长时，发行人能迅速通过提升生产设备自动化程度、购置新生产线等方式扩大产能、满足客户快速增长的订单需求、保质保量地为客户提供所需产品，体现了发行人强大的生产能力，也获得了客户进一步的信赖。

最后，发行人具备优质的客户资源，通过长期服务该类大型跨国零售商客户，发行人已在产品设计款式、供货质量、交货期、安全生产、环境保护等各方面实现了提升，已能较好地满足该类客户的严苛要求，并以此提高了发行人在行业内的知名度和认可度。

上述核心竞争力都为发行人赢得主要客户的信赖和长期合作奠定了坚实的基础。

（2）发行人与主要客户的合作关系稳定、合作规模呈上升趋势

发行人分别自 2010 年和 2011 年与家得宝（HomeDepot）、沃尔玛（Wal-Mart）开始合作，合作历史已超过 10 年。自开始合作以来，发行人每年均能获得上述主要客户的订单，合作关系较为稳定，并且双方合作规模总体呈上升趋势。

2018年至2020年及2021年1-6月，二者销售收入分别为7,900.02万元、10,223.94万元、23,125.54万元和16,780.02万元，占公司销售收入总额的比例分别为57.07%、67.77%、72.06%和72.94%，销售规模和占发行人销售收入的比例均呈逐年上升的趋势，体现了主要客户对发行人合作关系的认可和信赖。

(3) 主要客户对供应商管理机制较严格

主要客户家得宝（HomeDepot）、沃尔玛（Wal-Mart）对供应商管理机制较为严格，一方面对新供应商的准入门槛较高，需要经过多方面严格的考核、认证，包括供应商的研发设计能力、生产交付能力、产品质量、售后服务等，考核周期较长，通常需要3-4年才能进入上述大型连锁商超的供应商名录。但另一方面，一旦进入上述客户的供应商名录并开始合作，为了确保产品质量和供货稳定，上述客户自身亦倾向于与供应商长期、稳定地合作，不会频繁更换供应商。

综上，基于发行人的核心竞争力作为与主要客户合作的坚实基础，同时发行人与主要客户历年来合作关系稳定且合作规模呈上升趋势，以及主要客户自身的供应商管理机制特点，发行人被主要客户替换的风险较小。

9、发行人保持客户粘性的措施

尽管发行人被主要客户替换的风险较小，但发行人仍将通过以下措施来保持客户粘性：

(1) 持续提升自主研发设计和技术创新能力

发行人的自主研发设计能力和技术创新能力是发行人的核心竞争力，也是与主要客户长期稳定合作的坚实基础，因此发行人将持续提升自主研发设计能力和技术创新能力，包括加大研发投入、加强研发团队建设、引进先进的研发设备和检测仪器、积极推进技术中心及研发组织的建设等。

(2) 扩产产能，满足客户快速增长的订单需求

报告期内各期，发行人的营业收入呈逐年增加的趋势，产能利用率也逐年升高，2020年度产能利用率已超过100%。2020年度，面临客户快速增长的订单需求，发行人受限于自身产能，无法满足全部客户的所有订单需求，造成只

能战略性放弃部分客户或部分订单。因此，发行人计划扩产产能，以满足客户快速增长的订单需求，更好地服务客户。

（五）物流运输模式

1、公司销售产品的物流运输模式及物流运输约定

报告期内，公司不同销售模式的物流运输模式及物流运输约定的情况如下：

销售模式	物流模式	物流运输约定的约定	发行人是否承担出口报关的义务
内销	公路运输	协议中约定供方负责送货至需方指定的供方附近港口的仓库，运费由客户承担，实际操作中公司内销均为客户自行安排车辆上门提货	否
外销	FOB/FCA	按照国际贸易惯例，FOB/FCA 模式下发行人仅需承担从公司到港口的内陆运费	是
	DDP	按照国际贸易惯例，DDP 模式下发行人需承担从公司到目的港口的托运费及海运费，经与客户协商，境内运费由公司承担，海运费由客户承担	是

2、发行人自有运力及外购运力情况

（1）自有运力

报告期内，公司内销运输由客户自行安排车辆运输，公司外销委托外部运输单位，发行人自身未配备专门的运输车辆。

（2）外购运力

报告期内，公司的外购运力主要为委托外部运输机构将货物从工厂运输至港口的运力。发行人各年度外购的运力情况如下：

项目	2021年1-6月	2020年度	2019年度	2018年度
外购运力（万元）	935.91	1,268.02	636.93	698.70
外购货柜数量(个)	1,703	2,496.00	1,158.00	1,269.00

（六）销售代理相关情况

1、关于发行人与代理商的合作模式

（1）发行人与境外销售代理的合作背景

发行人主要客户为沃尔玛、家得宝等境外大型连锁商超，业务合作过程中

客户每年会进行 1-2 次选样，通过选样客户会确定该年度从发行人处采购的产品款式、价格等，选样工作会进行 3 轮、耗时 5-7 个月，并涉及客户的多位境内外员工、不同部门的员工。

鉴于选样工作中涉及大量对产品款式设计、结构设计、价格定位等沟通工作，而客户参与选样的员工中涉及多位在美国、加拿大总部的员工，为了及时、高效地与客户沟通，自 2013 年起发行人委托了在美国、加拿大的销售代理专门为发行人提供在选样过程中与客户境外人员进行沟通的服务，消除时差、语言障碍、文化差异及审美差异，让发行人与客户的沟通更为顺畅。

(2) 境外销售代理的工作职责

发行人委托的境外销售代理一定程度上类似发行人的境外销售的外部分支，承担了部分销售、推广的职责，并非将产品销售给境外销售代理而由其向客户转售。

(3) 销售代理在发行人销售过程中承担的具体工作

① 发行人的销售代理参与的主要客户选样工作

发行人主要客户沃尔玛、家得宝为销售代理负责对接的主要客户，以沃尔玛和家得宝为例说明客户产品选样相关情况、流程及发行人相关参与人员具体承担的工作，具体情况如下：

项目	沃尔玛	家得宝
每年选样次数	每年有 2 季选样，分别称为“FALL（秋季）”和“SPRING（春季）”	每年只有一次选样
选样时间及耗时	SPRING（春季）选样在每年的 12 月至 1 月开始，次年 7 月确定选样结果； FALL（秋季）选样在每年的 5-6 月开始，次年 1-2 月确定选样结果	每年 10 月开始选样，至次年 2 月确定选样结果
选样轮次	每次选样共有 3 轮，分别是对产品设计图的选择、在上海召开的第二轮选样会、在美国召开的第三轮选样会（2020 年因新冠疫情影响除外）	
选样流程	①选样前由销售代理、发行人业务员与客户沟通本次选样计划采购的产品定位、价格区间等； ②发行人根据沟通结果进行设计并将多种产品设计图发给客户，由客户进行第一轮选样，即针对产品设计图的选择； ③根据客户第一轮选样结果，发行人对选中的设计进行产品打样，制作产品样品； ④客户召开第二轮选样会（一般在上海举行），会有好几家供应商同时对相同产品定位的产品提供样品，由客户对比价格和设计后进行选样； ⑤第二轮选样会后客户通知发行人选中的样品，若有修改意见也会经过多轮	

项目	沃尔玛	家得宝
	关于价格、设计等方面的沟通，发行人根据客户修改意见相应修改产品样品； ⑥沃尔玛召开第三轮选样会（在美国举行），发行人寄送样品到美国与客户进一步的选样； ⑦第三轮选样会后客户会邮件通知发行人该次选样的最终结果，即选中款式、价格、预计该季采购数量。	
选样参与及负责人员	由沃尔玛美国团队 3-5 人和上海团队 3-5 人构成，包括： ①沃尔玛美国的采购专员、采购经理及产品经理； ②沃尔玛上海的采购专员、采购经理及产品质量工程师	由家得宝美国团队 3-5 人和上海团队 3-5 人构成，包括： ①家得宝美国的采购专员、采购经理、运营经理； ②家得宝上海的采购专员、采购经理、品质经理。
发行人处对选样的分工	发行人的境外销售代理负责选样工作中与客户境外采购人员的沟通工作，发行人自身销售人员、研发设计人员则承担了选样过程中与客户境内采购人员的沟通工作、新产品的研发设计及打样工作。	

综上，发行人主要客户每年对产品的选样流程及周期较长，涉及客户境内及境外多名采购选样人员共同参与，采购选样结束后客户会确定每年选中款式、价格、预计该季采购数量，采购选样是客户采购下单的前置必备环节。在主要客户的采购选样环节中，发行人境外销售代理发挥了较为重要的作用，由于其可以消除时差影响，有较强的语言沟通优势，同时能更好的理解境外文化及审美理念，在与客户境外采购人员沟通对接过程中能向发行人境内销售人员、研发人员及时传递准确有效的信息，有效协助发行人的产品设计及样品选型。

②主要客户采购下单环节不涉及销售代理工作

在完成当季选样后，沃尔玛和家得宝的采购下单人员（下单人员只负责根据选样结果和产品实际销售情况制定采购计划并向供应商下单，不参与上述选样工作）会综合考虑选样确定的预计该季采购数量、往年该产品或类似产品销售数量、今年该产品实际销售情况等制定采购计划，并与发行人销售部员工沟通确认发行人的具体产能情况及交货情况后分批次下单，下单方式是通过客户的供应商系统或以邮件方式直接向发行人发送订单。

因此，主要客户的采购下单环节由客户采购下单人员与发行人境内销售人员直接对接，境外销售代理不参与下单相关的工作。

③主要客户未通过销售代理转售

在上述客户采购流程中，发行人的销售代理主要负责与客户境外总部采购

人员的选样过程中的沟通工作。在选样完成后，客户的下单人员根据选样确定的产品款式的预计销售数量和当年门店实际销售情况分批次向发行人下订单，与客户达成销售订单后，所有款项均直接支付给发行人，所售产品由发行人运送至客户指定地点，并未通过销售代理进行转售，销售代理以其实际负责维护客户当年实际回款情况结算销售代理费用。因此，发行人的客户资源及销售渠道并非由销售代理掌握，销售代理无法决定主要客户向发行人的采购数量及金额，销售代理仅为发行人提供客户沟通、维系客户等服务，发行人与销售代理间不存在销售或买断式销售，亦不存在发行人通过销售代理进行销售的情形。

④境外销售代理承担新客户开拓过程的早期接洽工作

此外，发行人销售代理还会为公司设计及研发新产品提供前期数据支持包括市场调研、产品调研等，以及联系潜在客户、拓展新客户等新客户开拓的初期接触工作。新客户如洽谈成功，发行人还必须通过客户的产品选样会、验厂审核等环节，从接触客户到成为客户（一般为大型零售商）的长期稳定的供应商，周期一般需要 3 至 4 年。因此发行人获得客户的最终订单主要在于客户对发行人自身的业务、技术与生产能力的认可，并非依赖销售代理向客户进行销售。

综上所述，销售代理仅为发行人提供维护客户等服务，发行人与销售代理间不存在销售或买断式销售，亦不存在发行人通过销售代理进行转售的情形。

2、销售代理的基本情况

报告期内，共有 4 名销售代理为发行人提供服务，其中销售代理 RICH BOZEK 因年龄增长而退休于 2021 年 3 月起停止担任销售代理。截至本招股说明书签署日，发行人在美国、加拿大共有三名自然人销售代理，均为自由职业，目前专职为发行人提供销售代理服务，其基本情况如下：

代理姓名	国籍	与发行人开展合作起始时间	与发行人开展合作的背景	原服务单位	代理费率	最低销售额及保底佣金
RICH BOZEK	美国	2013 年 6 月（2021 年 3 月因退休与发行人终止	发行人美国参加展会时相识	E&E Co., Ltd. (dba. JLA Home)	按其负责对接客户当年实际收到货款金额的 2% 结算，若	报告期内每年最低销售额为 360 万美元，保底佣金为 7.20

代理姓名	国籍	与发行人开展合作起始时间	与发行人开展合作的背景	原服务单位	代理费率	最低销售额及保底佣金
		合作)			未完成最低销售额则只支付保底佣金	万美元
ERIC HARRISON	美国	2017年4月	发行人业务发展需要增加美国业务销售代理, 经朋友推荐成为发行人销售代理	Blue Rhino Global Sourcing		报告期内每年最低销售额 540 万美元, 保底佣金 10.80 万美元
MENGXIN XU	中国 (加拿大永久居留权)	2013年1月	实际控制人叶金攀的同学, 负责加拿大地区业务	毕业后无其他任职		报告期内每年最低销售额 400 万加币, 保底佣金 8 万加币
Matthew Hill	美国	2021年2月	发行人原销售代理 RICH BOZEK 因年龄增长退休, 于 2021 年 3 月起停止担任销售代理, 发行人在当地寻找新的销售代理, 遂与其开始合作	Bayer Crop Science	按其负责对接客户当年实际收到货款金额的 1.5% 结算, 若未完成最低销售额则只支付保底佣金	报告期内每年最低销售额 800 万美元, 保底佣金 12 万美元

MENGXIN XU 系发行人实际控制人叶金攀同学, 此外上述四名销售代理与发行人、控股股东、实际控制人、董事、监事、高管人员、报告期内主要客户均不存在关联关系, 销售代理也不存在曾在发行人客户工作的经历。

3、销售代理负责客户的具体情况

报告期内, 发行人的境外销售代理共 4 人, 主要是由于发行人的客户结构所致, 发行人的客户结构较为集中, 2018 年至 2020 年及 2021 年 6 月, 沃尔玛与家得宝两家客户合计销售额占发行人当年销售额的比例分别为 57.07%、67.77%、72.06%和 72.94%, 因此发行人委托的境外销售代理主要负责对接的客户为沃尔玛 (含加拿大沃尔玛) 和家得宝, 境外销售代理人数也较为集中。

报告期内境外销售代理各自负责维护的主要客户情况及销售金额已申请豁免披露。

4、报告期内代理费用支付情况

报告期内代理费用支付情况已申请豁免披露。

5、关于代理费率的确定依据及支付代理费的合理性

(1) 关于代理费率确定的依据

发行人与上述自然人代理约定的代理费率为该销售代理负责对接的客户当年收回货款金额的 2%或 1.5%，同时，销售代理承诺了每年度对应客户应实现的最低销售金额，若未完成最低销售金额，则发行人只需向销售代理支付保底费用。

销售代理的代理费率及保底费用系发行人根据销售代理模式、销售代理的职责、负责客户的情况等综合因素，并结合销售代理之前工作的薪资水平与销售代理协商确认，因销售代理专门服务于发行人，保底费用的确定亦参考了销售代理所在地人均收入情况。报告期内，相关销售代理费率及保底费用均未发生改变。销售代理的代理费率均在销售代理协议中进行了明确约定，代理费的支付均经销售代理确认。

(2) 可比公司代理费率情况

经查询发行人可比上市公司浙江永强、永艺股份、中源家居、恒林股份的公开信息，上述可比上市公司均未披露其是否委托境外销售代理及相关代理费率。

其他存在境外销售的上市公司及拟上市公司（如星源卓镁、泰坦股份（003036）、美迪凯（688079）、力芯微（688601）等）存在向境外销售支付佣金的情形，由于处于不同的行业，所销售产品类型差异，代理费率存在一定差异，总体在 1%至 10%之间，具体情况如下：

公司名称	佣金比例	境外销售产品及客户所在地	相关约定
星源卓镁 (创业板已提交注册)	1%至 5%	产品为镁合金精密压铸件，客户所在地为美国	新项目销售回款额的 1%-3%或新项目营业净额的 3%-5%，其中自然人按保底年服务费（按月支付）+提成方式计算费用
泰坦股份 (003036)	一般为 7%至 10%左右	产品为剑杆织机、转杯纺纱机，客户所在地为印度和土耳其	-
美迪凯 (688079)	5%	产品为光学产品，客户所在地韩国	与客户签署的采购合同金额中实收部分的 5%（含税）/应支付购销合同上发票总金额的 5%
力芯微	5%	产品为电源管理芯	佣金比例一般为 5%，对于销售价

公司名称	佣金比例	境外销售产品及客户所在地	相关约定
(688601)		片, 客户所在地韩国	格较高的产品或销售时间长的薄利产品, 双方可以逐例协商更高或降低佣金比例

上述存在境外销售的可比公司中, 发行人向销售代理支付代理费的费率与存在近似销售模式的星源卓镁(境外业务销售模式为直接销售, 客户所在地同样为美国, 同样存在自然人销售顾问)基本接近, 低于泰坦股份(003036)、美迪凯(688079)、力芯微(688601)等(系产品、客户所在区域不同等导致)。

因此, 发行人与境外销售代理费率的确定符合商业惯例, 与有相近销售模式的上市公司或拟上市公司具有可比性。

(3) 关于发行人支付代理费的合理性

①发行人的销售模式中, 尤其是主要客户的采购选样环节, 境外销售代理的参与协调有其必要性, 如不采用委托销售代理的方式, 发行人需要在境外设立办事处或子公司并聘用境外销售员工, 亦需要付出一定的成本(包括租赁办公场所、人员工资、保险费、税金等), 在现有客户规模较为集中的情况下, 发行人采用委托销售代理提供服务的方式较为灵活, 与发行人经营情况相匹配。

②报告期内, RICH BOZEK、ERIC HARRISON 负责的客户均完成合同约定最低销售额, 并按合同约定结算佣金, 结合 RICH BOZEK、ERIC HARRISON 发生的佣金费用与当年度对应客户收款额对比情况, 佣金支付比例均在 2%左右, 与合同约定支付比例相符, 具有合理性。

③报告期内, MENGXIN XU 未完成合同约定的最低销售额, 按最低保底费用支付佣金。MENGXIN XU 主要负责加拿大地区的销售工作, 由于加拿大地区的客户需求量小但分散, 开发及维护需要花费的时间和精力更多, 此外由于境内外时差关系, MENGXIN XU 还承担发行人境外销售代理的协调工作, 负责与其他销售代理的日常联络、协助费用报销等工作, 实际为发行人投入了较多的工作量, 根据加拿大统计局官方网站(<https://www.statcan.gc.ca/>)发布的数据, 截至 2020 年 12 月, 加拿大雇员平均周薪为 1,390.58 加币, 即年薪约为 7.51 万加币, 考虑到发行人向 MENGXIN XU 支付的代理费用包含了其个人承担的相关税金、保险及其所在地区生活水平情况, MENGXIN XU 的保底费用 8 万加币

符合加拿大当地用工水平。因此报告期内 MENGXIN XU 虽未完成最低销售额要求，但发行人仍向 MENGXIN XU 支付保底费用且未调整保底金额具有合理性。

综上，发行人采用委托销售代理并支付代理费的模式与其实际经营状况具有匹配性，报告期内向销售代理支付代理费具有合理性。

6、发行人向销售代理支付报销款的情况

由于境外销售代理在境外为发行人提供服务（包括拜访联系客户、进行市场调研等）过程中产生了相关费用，因此，报告期内，发行人存在向销售代理支付报销款的情形。

根据发行人向销售代理支付报销费用的明细、记账凭证等资料，具体情况如下：

单位：万元

项 目	2021年 1-6月	2020年度	2019年度	2018年度
向境外销售代理支付报销费	8.05	27.36	48.30	46.40
报销款项内容	交通费、住宿费等差旅费用			

2020年及2021年1-6月报销费用整体下降的原因系受到疫情影响、境外客户主要在家办公，减少了销售代理现场拜访客户、参加展会等费用。

7、发行人向境外销售代理支付费用占发行人销售费用情况

发行人向境外销售代理支付费用包括支付的佣金和报销费，报告期内各年支付金额及占当期销售费用的情况如下：

单位：万元

项 目	2021年1-6月	2020年度	2019年度	2018年度
向境外销售代理支付佣金	247.22	460.17	346.31	267.62
向境外销售代理支付报销费	8.05	27.36	48.30	46.40
向境外销售代理支付费用小计	255.27	487.53	394.61	314.02
当期销售费用（均包含各期运杂费）	1,360.59	2,078.41	1,351.74	1,391.23
向境外销售代理支付费用占当期销售费用比例	18.76%	23.46%	29.19%	22.57%

注：1、发行人销售费用中的佣金构成包括销售代理费及对应税金，因此“向境外销售代理支付佣金”与销售费用中“佣金”分类金额的差异主要系销售代理费相关的税金。

2、上述 2021 年 1-6 月向境外销售代理支付佣金金额包括半年度按照客户回款金额计算的佣金预提费用，但该部分尚未实际支出，待年度统一结算。

3、根据新收入准则及财政部《收入准则应用案例——运输服务》，2020 年度及 2021 年 1-6 月运杂费应从销售费用计入营业成本，但为保持上述表格数据具有可比性，2020 年度及 2021 年 1-6 月销售费用中包含运杂费。

8、发行人支付代理费不存在商业贿赂、利益输送的情形

报告期内发行人向销售代理支付的代理费用均基于销售代理为发行人提供现有客户的选样等沟通工作及开拓新客户的前期沟通工作而发生的销售代理费，销售代理定期向发行人汇报其工作进展，发行人对销售代理的工作内容及工作成果定期确认及考核，相关活动符合商业惯例，销售代理费均系依据实际工作成果真实准确支付，费用真实合理，不存在违反相关法律法规向相关方直接或变相进行商业贿赂、利益输送的情况。

9、发行人对销售代理不存在依赖

发行人向下游主要客户的销售对销售代理不存在依赖，主要体现在：

(1) 发行人与下游主要客户的开始合作时间早于委托境外销售代理的时间，发行人业务爆发与境外销售代理不存在直接关系

发行人与下游主要客户开始合作及业务发展情况如下：

时间	发行人业务发展事件	发行人经营情况	经营规模
2005 年至 2009 年	涉足火盆、气炉行业	当时由于语言沟通不顺畅等原因，发行人与行业内绝大多数生产厂商一样，将产品销售给中间贸易商、跨境代理商，再由贸易商、代理商销售给境外零售商客户，由于无法直接与零售商客户沟通，较难把握和理解客户对产品的设计需求及获取有效的客户反馈，很大程度上阻碍了发行人的业务拓展	经营规模较小，营业收入约为每年 3,000-4,000 万元
2009 年至 2013 年	直接与下游客户接洽	为突破发展瓶颈，发行人尝试直接与行业内优质客户沃尔玛（Wal-Mart）、家得宝（Home Depot）等全球知名公司接洽合作，2011 年，发行人实际控制人之一叶金攀从加拿大回国全职投入发行人经营后，着手搭建发行人自有销售服务团队，由于其具有在北美地区的生活学习经验，熟悉北美地区居民的生活习惯，也具有一定的语言优势，通过发行人主动拜访、有接触后参加客户选样会等方式成功打通了与全球大型连锁零售商的直接销售渠道，已经开始取得了沃	经营规模稳步增长，营业收入由 4,000 万增加至 7,000 万

时间	发行人业务发展事件	发行人经营情况	经营规模
		尔玛（Wal-Mart）、家得宝（Home Depot）等稳定的境外直销订单	
2013年至2017年	发行人委托 RICH BOZEK 和 MENGXIN XU 为境外销售代理	为了进一步加强与北美地区全球大型连锁零售商的合作关系，同时随着发行人业务规模的增长，发行人境内员工直接向境外客户销售服务的成本也不断增加，发行人因此委托 RICH BOZEK 和 MENGXIN XU 为境外销售代理，负责北美地区市场客户关系的维护，其中 RICH BOZEK 主要负责美国地区客户业务的维护及开拓，MENGXIN XU 主要负责加拿大地区客户业务的维护及开拓	经营规模进一步提升，营业收入 2014 年度约 8,000 万元，2015 年度至 2016 年度均稳定在 1.4 亿元左右
2017年至今	发行人委托 ERIC HARRISON 为境外销售代理	由于发行人美国地区业务的不断发展，RICH BOZEK 年龄也较大，较难同时兼顾美国地区客户的维护，发行人因此通过朋友介绍委托 ERIC HARRISON 担任美国地区销售代理，发行人对美国地区主要客户的维护人进行了重新分配，由 RICH BOZEK 继续负责美国地区家得宝的客户维护工作，美国地区沃尔玛等客户逐步移交给 ERIC HARRISON 负责维护	营业收入 2017 年度至 2019 年度均稳定在 1.4 亿元左右，2020 年度提升至 3.2 亿元

发行人自 2009 年尝试直接与客户接洽，2011 年，发行人实际控制人之一叶金攀从加拿大回国后着手搭建发行人自有销售服务团队，并逐渐稳定取得境外销售订单，截至 2012 年底已实现年营业收入 7,000 万元的规模，但随着业务发展，发行人境内员工直接向境外客户销售服务的成本也不断增加（包括境外差旅费、通信费等），售前沟通及售后服务也受到语言、文化等方面差异的影响导致不能及时、准确地理解和响应客户的需求，因此发行人于 2013 年开始委托境外销售代理提供服务，由于与叶金攀的同学关系，MENGXIN XU 最早于 2013 年 1 月开始向发行人提供服务，2013 年 5 月，发行人在美国的展会上结识了 RICH BOZEK，并于 2013 年 6 月委托其提供境外销售代理服务，MENGXIN XU、RICH BOZEK 向发行人提供服务时间晚于与主要客户开始合作的时间。

发行人 2013 年委托销售代理 MENGXIN XU、RICH BOZEK 前后，2013 年度、2014 年度的主要客户沃尔玛（Wal-Mart）、家得宝（Home Depot）、Costco、LOWES 未发生重大变更，业务规模的增长并非依赖单一客户的增长，而是客户采购订单的整体提升。

发行人的业务规模在 2015 年获得了较大的增长，主要原因有三个方面，一是客户采购订单的整体提升；二是经过多年的努力，发行人产品设计能力、生产能力和交货周期逐步获得主要客户沃尔玛（Wal-Mart）的认可，发行人 2015 年初获得了沃尔玛（Wal-Mart）门店销售订单（之前仅为网站销售订单），在当年实现销售收入增加约 3,000 万元；三是 2015 年因发行人筹划新三板挂牌，为避免同业竞争，关联方雅艺工贸停止生产并将相关资产、业务、人员转移至发行人子公司龙游蓝蝶（龙游蓝蝶租赁雅艺工贸厂房经营），发行人当年的业务规模因合并雅艺工贸的相关业务而增加约 1,000 万元。

发行人 2017 年委托销售代理 ERIC HARRISON 前后，发行人业务规模及主要客户订单基本稳定，未发生重大变化。

综上，发行人与下游主要客户的开始合作时间早于委托境外销售代理时间，发行人委托境外销售代理提升了发行人的销售能力，但发行人经营规模不断增长的主要原因是自身研发能力、技术能力、生产能力不断积累提升和销售模式优化的结果，并非因销售代理个人资源或个人关系给发行人业务造成的直接影响。

(2) 发行人主要客户采购选样过程严格，涉及客户境内外多部门、多位员工，销售代理只负责境外采购人员的沟通工作

境外销售代理的主要服务内容为负责主要客户选样等沟通工作。公司主要客户沃尔玛、家得宝等每年会进行 1-2 次选样，选样结果将决定该客户当季向发行人采购的产品款式和价格。主要客户的选样流程非常严格，一般需要 3 轮选样，每一轮选样过程、反馈意见及选样结果均是有所记录的，最终选样结果是在境内外多部门、多员工的参与下确定的，因此发行人委托境外销售代理负责选样工作中与客户境外采购人员的沟通工作，发行人自身销售人员、研发设计人员则承担了选样过程中与客户境内采购人员的沟通工作、新产品的研发设计及打样工作。发行人的销售代理承担了选样过程中与境外采购人员的沟通并向发行人传递信息协助发行人产品设计的工作，但不存在发行人选样工作全部依赖于发行人的销售代理的情形。

(3) 客户境外采购人员定期更换，与销售代理不存在关联关系

经发行人统计自与沃尔玛、家得宝合作以来的工作往来邮件，沃尔玛和家得宝的境外采购人员是定期更换的（沃尔玛约每年更换一位，家得宝约每三年更换一位），而发行人的销售代理自 2013 年和 2017 年委托以来并未更换过。经发行人的销售代理提供的个人信息、简历及访谈确认，其与客户及客户的采购人员不存在关联关系。

(4) 销售代理只参与选样工作，无法决定或影响客户的采购数量

根据沃尔玛、家得宝的采购流程，其每年选样只确定当季采购的产品款式和价格，实际采购数量是由客户的下单人员（下单人员只负责根据选样结果和产品实际销售情况制定采购计划并向供应商下单，不参与上述选样工作）综合考虑选样确定的预计该季采购数量、往年该产品或类似产品销售数量、今年该产品实际销售情况等制定采购计划，并与发行人销售部员工沟通确认发行人的具体产能情况及交货情况后分批次下单，下单方式是通过客户的供应商系统或以邮件方式直接向发行人发送订单。

客户的采购下单人员直接与发行人的销售员工对接沟通产能及交期情况，不与销售代理直接对接。

因此销售代理参与的选样工作无法决定客户向发行人的采购数量，客户仍然是按照其门店销售情况判断需求量，并进行下单。

(5) 发行人新客户的开拓仍依赖于发行人自身的业务、技术与生产能力

除参与主要客户的选样工作外，境外销售代理也协助发行人开拓境外新客户，但发行人客户多为境外大型零售商，具有非常严格的供应商遴选程序，在新客户开拓方面销售代理的主要职责为市场调研、定向上门拜访、前期沟通与洽谈，协助发行人提供关于自身产品介绍、业务实力等相应的资料。但在前期接触上之后，发行人还必须通过客户的产品选样会、验厂审核等环节，从接触客户到成为大型零售商的长期稳定的供应商，周期一般需要 3 至 4 年。因此发行人获得客户的最终订单主要在于客户对发行人自身的业务、技术与生产能力的认可，并非依赖销售代理向下游主要客户进行销售。

(6) 主要客户不存在约定必须通过代理商进行销售或指定代理商销售的情况

根据发行人提供的与主要客户签订的销售合同，不存在约定必须通过代理商进行销售或指定代理商销售的情形。

综上，发行人因优化销售模式而委托境外销售代理，对销售代理不存在依赖。

10、发行人可独立与报告期主要客户持续稳定销售

销售代理的主要职责是在发行人的安排下负责对应客户的选样等沟通工作，其工作具有较强的可替代性，如 2020 年度 RICH BOZEK 因年龄增长即将退休，逐步将其负责的部分客户转让给 ERIC HARRISON 负责，2021 年发行人与 RICH BOZEK 终止合作，RICH BOZEK 将家得宝业务交由新的销售代理 Matthew Hill 负责。因此，如销售代理变更，发行人可以选择新的销售代理合作，若发行人停止向销售代理提供代理费，发行人亦可通过设立境外子公司或境外办事处的方式独立与报告期主要客户维持稳定良好的关系，实现持续稳定销售。

因此，若发行人停止向代理商提供代理费用，仍可独立与报告期主要客户持续稳定销售，不存在依赖于销售代理向下游主要客户进行销售，发行人的销售具有独立性。

11、报告期内发行人客户中不存在通过代理商开展合作的情形

报告期内销售代理向发行人提供服务的内容为现有客户的选样等沟通工作及新客户的早期沟通，发行人报告期内的主要客户均系发行人自行开发并实现收入，报告期内不存在通过代理商开展合作后转化为独立与其开展合作的情形。

四、发行人的采购情况和主要供应商

（一）主要能源的消耗情况

公司生产所需能源主要为电力，由当地电力公司供应，供应充足。

报告期内，公司电力消耗情况如下表所示：

种类	用量	2021年1-6月	2020年度	2019年度	2018年度
电力	耗电量 (千瓦时)	1,824,032.60	2,446,184.00	1,479,087.60	1,357,890.00
	总价(万元)	175.54	197.80	112.61	103.09

(二) 主要原材料采购情况

公司主要原材料包括冷轧板、钢管等，原材料供应市场竞争较为充分。

报告期内公司采购的主要材料情况如下表所示：

金额单位：万元

数量单位：吨

原材料	2021年1-6月		2020年度		2019年度		2018年度	
	数量	金额	数量	金额	数量	金额	数量	金额
冷轧板	6,379.81	3,528.75	9,443.33	3,964.21	4,243.58	1,755.95	4,162.40	1,783.06
钢管	1,813.30	1,051.86	2,214.18	976.04	958.55	427.44	875.39	408.92

(三) 主要原材料的平均价格变动情况**1、报告期内采购的金属材料、外购配件、包装材料明细构成的单价情况**

项目	2021年1-6月			2020年度		
	数量	金额 (万元)	单价	数量	金额 (万元)	单价
冷轧板	6,379.81	3,528.75	5,531.12	9,443.33	3,964.21	4,197.89
钢管	1,813.30	1,051.86	5,800.83	2,214.18	976.04	4,408.13
不锈钢带	479.43	397.96	8,300.76	705.61	530.87	7,523.56
铁丝网	441.29	348.30	7,892.80	423.42	290.21	6,853.95
其他金属材料	65.84	121.66	18,477.73	73.58	175.11	23,798.59
金属材料小计	9,179.66	5,448.53	5,935.44	12,860.12	5,936.44	4,616.16
火盆及火盆桌 类配件	502.32	2,062.41	4.11	599.62	2,142.63	3.57
火炉及气炉桌 类配件	247.75	1,850.23	7.47	200.20	1,478.13	7.38
其他配件	239.88	103.12	0.43	383.03	185.83	0.49
外购配件小计	989.95	4,015.76	4.06	1,182.85	3,806.59	3.22
纸质类包装材料	776.95	1,567.14	2.02	1,085.19	2,007.53	1.85
泡沫及其他 保护物	302.22	417.05	1.38	424.74	673.74	1.59
其他包装材料	682.57	121.65	0.18	1,017.58	183.15	0.18
包装材料小计	1,761.73	2,105.84	1.20	2,527.51	2,864.42	1.13
项目	2019年度			2018年度		
	数量	金额 (万元)	单价	数量	金额 (万元)	单价
冷轧板	4,243.58	1,755.95	4,137.90	4,162.40	1,783.06	4,283.74

钢管	958.55	427.44	4,459.20	875.39	408.92	4,671.24
不锈钢带	257.91	229.17	8,885.66	102.92	102.11	9,921.30
铁丝网	359.02	271.57	7,564.20	248.06	184.35	7,431.67
其他金属材料	43.06	82.41	19,138.41	74.24	152.87	20,591.33
金属材料小计	5,862.12	2,766.54	4,719.35	5,463.01	2,631.31	4,816.59
火盆及火盆桌类配件	233.53	810.09	3.47	249.79	817.77	3.27
火炉及气炉桌类配件	67.72	568.89	8.40	43.01	423.70	9.85
其他配件	109.00	106.73	0.98	69.65	91.79	1.32
外购配件小计	410.25	1,485.71	3.62	362.45	1,333.22	3.68
纸质类包装材料	520.02	1,059.93	2.04	305.11	963.15	3.16
泡沫及其他保护物	231.99	426.46	1.84	233.61	460.02	1.97
其他包装材料	491.21	90.92	0.19	399.29	88.86	0.22
包装材料小计	1,243.22	1,577.31	1.27	938.01	1,512.03	1.61

注1：金属材料数量单位为吨，外购配件及包装材料数量单位为万件

注2：金属材料单价单位为元/吨，外购配件及包装材料单价单位为元/件

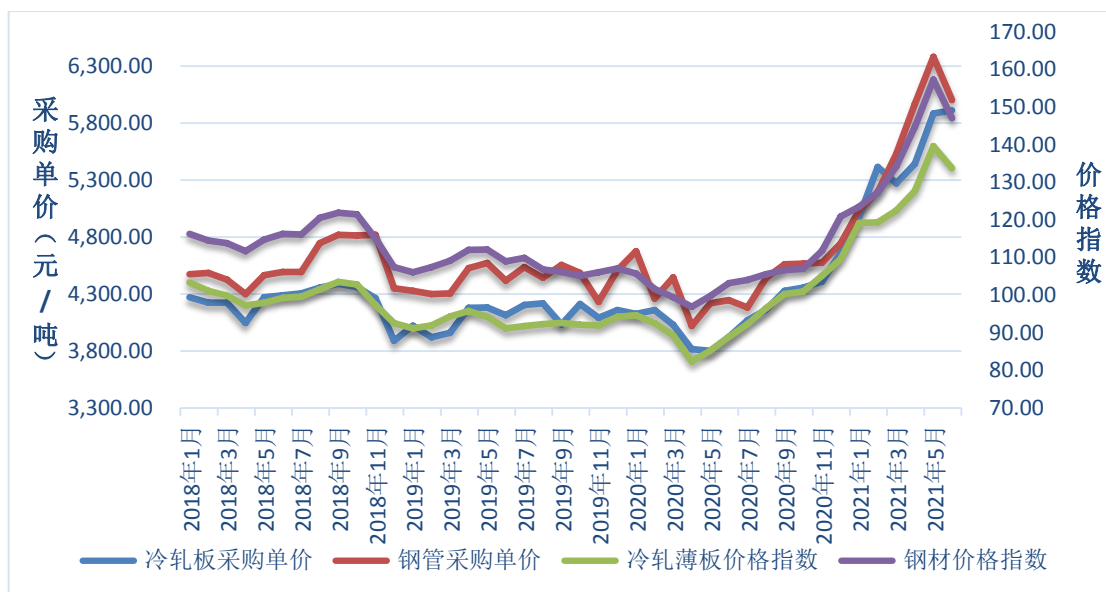
报告期内，公司金属材料采购单价的变化主要系受冷轧板、钢管等材料大宗商品市场价格变化的影响，外购配件及包装材料采购均价基本稳定。包装材料中纸质类包装材料采购均价2018年至2020年呈下降趋势，主要系单价较高的彩箱的采购量有所下降，外箱包装以普通的纸箱为主，2021年1-6月采购均价较2020年有所回升。各类别原材料明细构成的各期采购单价不存在较大差异。

2、与同期相关材料的市场价格进行比较

公司原材料中金属材料的采购价格与大宗商品价格变动有关，外购配件及包装材料的采购价格主要以在对应原材料市场价格的基础上与供应商协商为主。

(1) 金属材料的采购价格与市场价格比较

报告期内，原材料中主要金属材料为冷轧板、钢管，采购额平均占原材料总采购额分别为 26.88%、6.98%。冷轧板、钢管每月平均采购价格与 wind 大宗商品价格指数进行对比如下图所示：



数据来源：wind 资讯

由上图可知，报告期内，冷轧板、钢管的采购价格变动趋势与大宗商品价格指数的变动趋势基本一致。报告期内，2018 年度大宗商品价格指数整体较高，2018 年 12 月大宗商品价格指数较大幅度下降，2019 年度至 2020 年 1 月大宗商品指数震荡波动，2020 年 2 月开始大宗商品价格指数又出现较大幅度下降，2020 年 5 月开始随着钢铁市场价的持续走高，公司冷轧板、钢管采购单价呈上涨趋势。2021 年以来冷轧板、钢管价格持续大幅上涨，并于 2021 年 5 月达到峰值后逐渐开始回落。

（2）包装材料的采购价格与市场价格比较

报告期内，公司包装材料主要为纸箱、纸板类，其中采购量较大的品种为天地盖盖箱及五层纸板，上述产品的平均采购价格情况如下：

单价：元/平方米

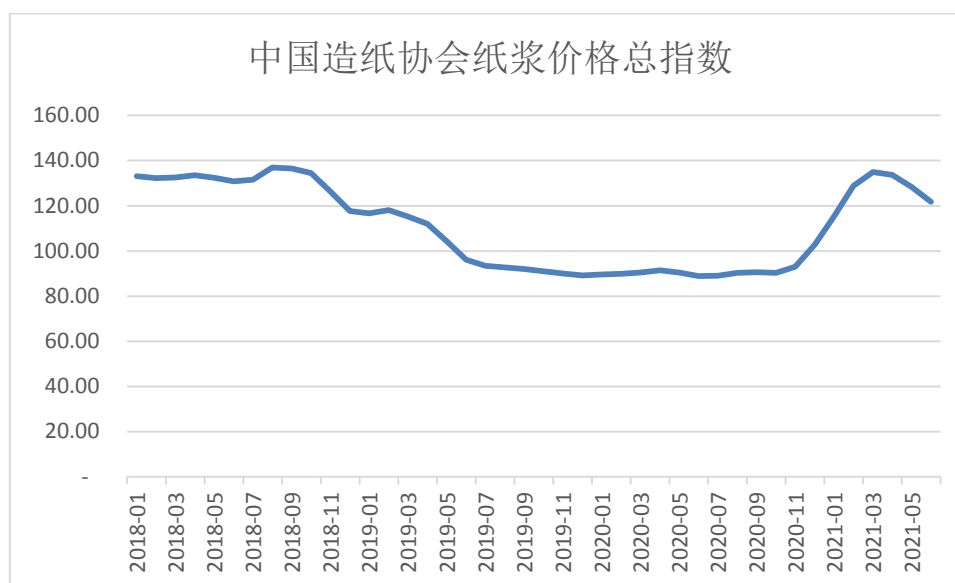
项目	2021 年 1-6 月		2020 年度		2019 年度		2018 年度
	单价	变动	单价	变动	单价	变动	单价
天地盖盖箱	3.61	11.33%	3.24	-11.42%	3.66	-17.25%	4.42
五层纸板	3.11	21.58%	2.56	-11.40%	2.89	-11.37%	3.26

由上表可知，2018年至2020年公司主要包装材料天地盖盖箱、五层纸板价格呈逐年下降趋势。2021年1-6月份天地盖盖箱、五层纸板价格较上年有所上涨。

由于公司采购的包装纸箱在制作过程中使用到的纸张包括白卡纸、白板纸、

瓦楞纸等多种类别，且不同的纸箱对应的纸张层数及加工复杂程度也不相同，采购价格难以与具体纸张品种的价格直接进行比较，因此通过与纸浆原料的价格进行对比更有可比性。

通过查询公开市场纸浆原料的价格变动趋势，与公司报告期内的采购价格变动趋势进行比较，报告期内中国造纸协会纸浆价格总指数变动趋势如下：



数据来源：wind

由上表可知，报告期内公司包装材料的价格变动趋势与中国造纸协会纸浆价格总指数变动趋势一致，2018年至2020年呈逐年下降趋势，2021年1-6月份呈上升趋势。

（3）外购配件的采购价格与市场价格比较

报告期内，公司的外购的配件包括烤盘、减压阀、火盆脚、炉头、拨火棒、提手等多种类别，且每个类别对应的型号规格多种多样，由于发行人采购的配件为定制加工且规格多样，因此并无直接可比的公开市场价格。

公司采购的主要金属配件如烤盘、铸铁盆、火盆火炉脚等产品的定价模式为原材料加上一定的加工费，因此通过将采购的上述配件折算回重量，计算出含加工费的每吨采购价格并与对应的市场原材料价格进行比较，判断发行人的含加工费的采购价格是否与市场价格变动一致，具体对比情况如下：

1) 烤盘与市场价格比较

报告期内，发行人向供应商采购的烤盘所使用的主要材料为圆钢，因此将外购的烤盘折算为原始重量，计算出含加工费的每吨采购价格并与圆钢的市场价格对比如下：

单位：元/吨

项目	2021年1-6月	2020年度	2019年度	2018年度
发行人采购价格 A	7,801.57	6,101.40	6,186.75	6,603.02
市场圆钢平均价格 B	4,518.44	3,506.64	3,685.84	3,835.13
发行人采购价与市场价比值 C=A/B	172.66%	174.00%	167.85%	172.17%

数据来源：我的钢铁网圆钢：HPB300;Φ10mm;上海

由上表可知，公司购买的烤盘对应的原材料单位价格与圆钢的市场价格比值较为稳定，表明公司的购买的烤盘配件价格变动与对应的原材料市场价格波动相匹配，差异金额系发行人采购配件的加工费所致。

2) 铸铁盆与市场价格比较

报告期内，发行人向供应商采购的铸铁盆所使用的主要材料为铸造生铁，因此将外购的铸铁盆折算为原始重量，计算出含加工费的每吨采购价格并与铸造生铁的市场价格对比如下：

单位：元/吨

项目	2021年1-6月	2020年度	2019年度	2018年度
发行人采购价格 A	6,358.41	5,662.14	5,727.95	5,350.49
市场铸造生铁平均价格 B	3,892.79	2,932.08	2,970.69	3,198.59
发行人采购价与市场价比值 C=A/B	163.34%	193.11%	192.82%	167.28%

数据来源：wind 铸造生铁;上海

由上表可知，2019年公司购买的铸铁盆对应的原材料单位价格与铸造生铁的市场价格比值较上年有所提升，主要原因系2018年公司采购的34.25寸铸铁盆单重约12kg，铸铁盆因其自身材质原因在运输过程中容易破碎，因此为减少破损率，2019年开始公司要求供应商将该款产品的单重提高至15kg并改进生产工艺以减少破损，相应的提高了报价。2019年、2020年比值较为稳定，表明公司购买的铸造盆配件价格变动与对应的原材料市场价格波动相匹配，差异金额系发行人采购配件的加工费所致。2021年1-6月比值有所下降，主要系当期原材料价格大幅上涨所致，而公司支付的加工费部分并不会随着原材料价格上

升而变动，相应的比值有所下降。

3) 火盆火炉脚与市场价格比较

报告期内，发行人向供应商采购的火盆火炉脚所使用的主要材料为冷轧板，因此将外购的火盆火炉脚折算为原始重量，计算出含加工费的每吨采购价格并与冷轧板的市场价格对比如下：

单位：元/吨

项目	2021年1-6月	2020年度	2019年度	2018年度
发行人采购价格 A	8,699.66	7,050.71	6,623.57	7,122.02
市场冷轧板价格 B	5,244.79	3,952.37	3,771.47	3,969.28
发行人采购价与市场价比值 C=A/B	165.87%	178.39%	175.62%	179.43%

注：市场冷轧板价格取自 wind 上海地区冷轧卷 1.0mm 规格各月价格的平均数；因 wind 上海地区冷轧卷 1.0mm 数据 2021 年 3 月后不再更新，2021 年 1-6 月市场价格为 wind 冷轧卷板 0.5mm 与 1.5mm 的平均数。

由上表可知，公司购买的火盆火炉脚配件对应的原材料单位价格与冷轧板市场价格比值较为稳定，表明公司的购买的火盆火炉脚配件价格变动与对应的原材料市场价格波动相匹配，差异金额系发行人采购配件的加工费所致。

综上所述，报告期内公司外购配件的价格与对应的原材料市场价格变动一致，不存在重大差异。

3、各类原材料中的相同采购内容向不同供应商采购的数量及单价情况

公司各类原材料主要供应商中，公司就相同采购内容向不同供应商采购的数量及单价情况如下：

(1) 金属材料

发行人采购的金属材料主要为冷轧板、钢管等材料，上述材料占金属材料采购总额的80%以上，其中就相同采购内容向不同供应商采购的数量及单价情况如下：

1) 冷轧板

单位：数量：吨，单价：元/吨

供应商名称	2021年1-6月		2020年度		2019年度		2018年度	
	数量	单价	数量	单价	数量	单价	数量	单价

供应商名称	2021年1-6月		2020年度		2019年度		2018年度	
	数量	单价	数量	单价	数量	单价	数量	单价
永康市贵贸金属材料有限公司	1,605.81	5,508.94	2,641.83	4,224.27	3,408.20	3,792.43	2,267.91	4,311.50
上海缔皇实业有限公司	3,990.22	5,311.22	4,928.78	4,268.21	-	-	-	-
缙云县浩铖金属制品有限公司	623.34	5,408.85	248.88	4,071.28	-	-	-	-
上海显普实业有限公司	-	-	-	-	509.81	4,103.55	1,476.49	4,327.39
浙江企鹅新材料有限公司	-	-	-	-	-	-	298.73	3,889.48
缙云县远大金属制品有限公司	-	-	457.71	3,791.73	-	-	-	-
上海加锌实业有限公司	-	-	671.15	4,095.79	-	-	-	-

由上表可知，报告期内公司向不同供应商采购的冷轧板单价之间存在一定的差异，主要原因系公司向不同供应商采购的冷轧板规格不同，不同规格之间价格存在一定差异。报告期内，公司向浙江企鹅新材料有限公司、缙云县远大金属制品有限公司的采购单价低于同年度其他供应商，原因系向这两家公司购买的主要为冷轧板-硬带，该类材料较其他规格的冷轧板相对便宜。2019年向永康市贵贸金属材料有限公司采购单价低于其他供应商，主要原因系向上海显普实业有限公司购买的主要为0.5mm至0.7mm的冷轧板，单价相对较高。

2) 钢管

单位：数量：吨，单价：元/吨

供应商名称	2021年1-6月		2020年度		2019年度		2018年度	
	数量	单价	数量	单价	数量	单价	数量	单价
钢海集团有限公司	18.12	5,897.74	147.89	4,249.04	645.96	4,442.18	835.27	4,593.75
永康市贵贸金属材料有限公司	1,693.46	5,830.40	1,956.66	4,428.23	312.58	4,494.37	-	-
浙江杰拓钢铁有限公司	62.66	5,239.15	35.00	4,130.63	-	-	-	-
绍兴钱江亚润家居用品有限公司	-	-	10.18	4,424.78	41.36	4,767.91	20.79	5,063.86

由上表可知，报告期内公司钢管主要向钢海集团有限公司和永康市贵贸金属材料有限公司采购，二者价格不存在重大差异。2018年、2019年公司向绍兴钱江亚润家居用品有限公司采购的钢管较少但价格略高于其他钢管供应商，主要原因系公司向该供应商采购的是部分产品用到的非常规型号的材料且采购数量较少，相应的单价较高。2021年1-6月公司向浙江杰拓钢铁有限公司采购的钢管价格低于其他方式，主要系向该公司的采购集中在年初，原材料的价格相对

较低。

(2) 包装材料

发行人采购的包装材料包括了纸箱、纸板、衬板、彩图、泡沫等多类产品且不同供应商采购的款式及规格不同，故选取公司采购金额较大且存在向不同供应商采购的纸箱-天地盖盖箱、纸板-五层纸板以及泡沫-成型泡沫进行比较，上述材料占包装材料采购总量的达50%以上。

由于同类产品涉及到多种规格，为便于不同规格之间比较，对不同规格的纸箱、纸板按照其自身的尺寸统一折算成面积或者重量，然后计算出纸箱单位面积或者重量对应的单价进行分析比较，具体情况如下：

1) 天地盖盖箱向不同供应商采购的数量及单价

单位：数量：万个，面积：万平方米，单价：元/平方米

供应商名称	2021年1-6月			2020年度		
	数量	面积	单价	数量	面积	单价
宁波亚洲纸管纸箱有限公司	-	-	-	16.34	18.73	3.29
武义县创新纸箱厂	3.41	4.83	3.61	2.40	3.88	3.57
浙江环球工具有限公司	0.87	1.13	3.00	1.07	1.54	2.67
浙江上峰包装有限公司	38.51	59.97	3.62	108.83	155.53	3.29
浙江武义张氏包装实业有限公司	54.60	85.15	3.61	64.17	129.29	3.18
加权平均单价	-	-	3.61	-	-	3.24
供应商名称	2019年度			2018年度		
	数量	面积	单价	数量	面积	单价
宁波亚洲纸管纸箱有限公司	10.81	18.06	4.10	11.54	21.79	4.61
武义县创新纸箱厂	1.71	2.79	3.11	-	-	-
浙江环球工具有限公司	2.45	3.40	2.96	3.68	5.03	3.16
浙江上峰包装有限公司	50.50	75.69	3.60	4.06	8.17	5.12
浙江武义张氏包装实业有限公司	7.88	14.12	3.67	22.54	36.26	4.33
加权平均单价	-	-	3.66	-	-	4.42

报告期内，公司向浙江环球工具有限公司天地盖盖箱单价低于各年平均采购价，原因系向该供应商采购的为较为低端的纸箱，其每平方克重较低，相应的纸浆原料耗用量较少，单价较低。

2018年向浙江上峰包装有限公司采购的天地盖盖箱单价高于平均采购价，原因系向该供应商采购的部分纸箱为平方克重较高且需要进行上光处理的高端纸箱，相应的单价较高，导致平均采购单价较高。

2018年、2019年向宁波亚洲纸管纸箱有限公司的纸箱均价高于平均采购价，原因系2018年、2019年向该供应商采购的纸箱中，客户要求能够抗压200磅的纸箱占比较高，相应的拉高了平均采购单价。2021年1-6月，因该客户报价较高，公司选择向其他供应商购买。

2) 五层纸板向不同供应商采购的数量及单价情况

单位：数量：万个，面积：万平方米，单价：元/平方米

供应商名称	2021年1-6月			2020年度		
	数量	面积	单价	数量	面积	单价
武义县创新纸箱厂	147.09	39.52	3.15	191.92	48.51	2.51
浙江环球工具有限公司	32.14	4.81	2.77	74.00	11.64	2.68
浙江武义张氏包装实业有限公司	17.22	2.80	3.23	18.66	4.34	2.82
加权平均单价	-	-	3.11	-	-	2.56
供应商名称	2019年度			2018年度		
	数量	面积	单价	数量	面积	单价
武义县创新纸箱厂	18.50	4.49	2.62	-	-	-
浙江环球工具有限公司	21.74	3.80	2.74	6.12	1.34	2.94
浙江武义张氏包装实业有限公司	91.60	19.67	2.98	30.21	8.06	3.31
加权平均单价	-	-	2.89	-	-	3.26

报告期内，公司向浙江武义张氏包装实业有限公司采购的五层纸板价格略高于其他供应商，主要原因系该公司的五层纸板单位克重高于其他供应商，相应的单价也高，在满足客户产品包装要求的前提下，公司2019年开始向武义县创新纸箱厂采购五层纸板以降低采购成本。2021年1-6月向浙江环球工具有限公司采购的五层纸板价格低于其他供应商，主要原因系向该公司采购为材质较为便宜的纸板。

3) 成型泡沫向不同供应商采购的数量及单价情况

单位：数量：万套，重量：吨，单价：万元/吨

供应商名称	2021年1-6月	2020年度
-------	-----------	--------

	数量	重量	单价	数量	重量	单价
武义成红泡沫包装厂	8.53	28.97	2.14	17.31	56.92	2.13
金华市华泰塑料化工有限公司	-	-	-	-	-	-
加权平均单价	-	-	2.14	-	-	2.13
供应商名称	2019年度			2018年度		
	数量	重量	单价	数量	重量	单价
武义成红泡沫包装厂	11.41	54.15	2.15	40.52	133.47	2.15
金华市华泰塑料化工有限公司	0.31	1.01	2.21	0.64	3.17	2.16
加权平均单价	-	-	2.15	-	-	2.15

报告期内，公司向各供应商采购的成型泡沫价格基本一致。随着客户对包装材料的环保要求越来越高，公司逐渐采用更为环保的蜂窝板来替代，相应的减少了对成型泡沫的采购。

综上所述，报告期内公司向不同供应商之间采购的价格差异一方面原因系公司采购的纸箱均为定制，不同客户对包装材料的标准也不一样，另一方面公司对不同供应商的采购规模及采购时间也不相同，因此存在一定差异。

(3) 外购配件

发行人采购的外购配件涉及的品种及规格多达数百种，其中金额较大且存在向不同供应商采购的包括烤盘、火盆火炉脚、减压阀及拨火棒等产品，上述几类产品占配件采购总额的45%以上，其向不同供应商采购的价格对比情况如下：

1) 烤盘-白胚盘

由于不同供应商采购的烤盘的规格和尺寸不完全相同，故选取公司向不同供应商采购量及金额最多的白胚盘，并根据其不同的规格型号统一折算为原始重量进行比较，对比情况如下：

单位：数量：万个，重量：吨，单价：元/吨

供应商名称	2021年1-6月			2020年度		
	数量	重量	单价	数量	重量	单价
永康市云葵工贸有限公司	51.80	438.61	7,809.48	82.26	697.09	6,101.21
永康市天丰和	0.21	3.63	6,846.02	0.36	6.49	6,121.16

宝金属制品有限公司						
加权平均单价	-	-	7,801.57	-	-	6,101.40
供应商名称	2019 年度			2018 年度		
	数量	重量	单价	数量	重量	单价
永康市云葵工贸有限公司	39.76	304.97	6,199.91	37.10	293.03	6,658.19
永康市天丰和宝金属制品有限公司	0.15	4.96	5,377.97	2.61	16.75	5,637.92
加权平均单价	-	-	6,186.75	-	-	6,603.02

报告期内，2018年、2019年公司向永康市天丰和宝金属制品有限公司外购的烤盘-白胚盘单价低于永康市云葵工贸有限公司，主要原因系2018年、2019年向该公司采购的烤盘-白胚盘中658白胚圆铁烤盘占比较高，该款烤盘单重达6.46kg,远高于一般烤盘1-2kg的重量范围，由于配件供应商的定价主要是在材料价格基础上向公司收取一定的加工费，而不同产品的加工费并不完全与产品的重量成比例，因此导致对该公司按照重量折算的单价相对较低。上述价格差异具有合理性，符合公司的实际经营情况。2021年1-6月公司向天丰和宝采购的单价较低，主要原因系公司主要向该供应商主要采购火盆脚等其他配件，公司向其采购的烤盘数量很少，经过议价，该产品的价格涨幅较小。

2) 火盆火炉脚

由于不同供应商采购的火盆火炉脚款式及规格不同，故将各种类别的火盆火炉脚根据其不同的规格型号统一折算为原始重量进行比较，对比情况如下：

单位：数量：万个，重量：吨，单价：元/吨

供应商名称	2021 年 1-6 月			2020 年度		
	数量	重量	单价	数量	重量	单价
永康市天丰和宝金属制品有限公司	74.46	327.02	8,647.23	109.93	504.59	7,111.30
武义县桐琴镇安企机械设备厂	23.46	156.01	8,809.56	44.30	223.25	6,913.78
加权平均单价	-	-	8,699.66	-	-	7,050.71
供应商名称	2019 年度			2018 年度		
	数量	重量	单价	数量	重量	单价
永康市天丰和宝金属制品有限公司	50.03	255.51	6,623.57	62.27	249.54	7,122.02

武义县桐琴镇安企 机械设备厂	-	-	-	-	-	-
加权平均单价	-	-	6,623.57	-	-	7,122.02

报告期内，2018年、2019年公司火盆火炉脚类配件均向永康市天丰和宝金属制品有限公司购买，2020年因发行人业务规模快速增长，公司向武义县桐琴镇安企机械设备厂购买部分火盆火炉脚类配件。报告期内，公司向不同供应商采购的火盆火炉脚统一折算为原材料重量后的采购单价不存在重大差异。

其中2020年、2021年1-6月公司同时向上述两家供应商采购波尔多火盆脚，具体价格比较情况如下：

单位：数量：万个，单价：元/个

项目	供应商名称	2021年1-6月		2020年度	
		数量	单价	数量	单价
波尔多 火盆脚	永康市天丰和宝金属制 品有限公司	1.19	6.67	5.74	5.94
	武义县桐琴镇安企机械 设备厂	0.86	6.67	2.09	6.67

2020年公司向武义县桐琴镇安企机械设备厂购买的波尔多火盆脚单价高于其他供应商，原因系公司向武义县桐琴镇安企机械设备厂购买的波尔多火盆脚均为1毫米厚度，而向天丰和宝采购的火盆脚厚度则包括0.8毫米和1毫米，单价分别为5.87元和6.67元，因此向武义县桐琴镇安企机械设备厂的采购单价略高。2021年1-6月公司向上述两家采购了相同规格的波尔多火盆脚，价格一致。

3) 减压阀

单位：数量：万个，单价：元/个

供应商名称	2021年1-6月		2020年度		2019年度		2018年度	
	数量	单价	数量	单价	数量	单价	数量	单价
广东金尚智能电气 有限公司	7.02	17.70	0.50	17.70	1.24	28.18	5.24	21.95
宁波来特燃气具有 有限公司	20.00	17.85	20.93	18.11	6.71	20.51	4.23	19.46
加权平均单价	-	17.81	-	18.10	-	21.71	-	20.84

报告期内，2019年公司向广东金尚智能电气有限公司采购的减压阀单价较高，主要原因系公司采购的减压阀主要为RY059011型号的一体阀，单价相对较高，2020年开始公司逐渐减少了对该供应商的采购。

4) 拨火棒

单位：数量：万个，单价：元/个

供应商名称	采购内容	2021年 1-6月		2020年度		2019年度		2018年度	
		数量	单价	数量	单价	数量	单价	数量	单价
永康市天丰和宝金属制品有限公司	45 胶木树杈拨火棒	4.33	2.03	7.97	2.26	5.62	2.04	7.06	1.98
永康市云葵工贸有限公司	L45 铁柄拨火棒	55.28	1.87	84.42	1.77	41.39	1.77	38.16	1.66

公司外购的金属配件中拨火棒存在同时向不同供应商采购，采购单价存在一定差异，原因是天丰和宝的拨火棒是含胶木把手的，因此单价相对较高。

(4) 其他材料-塑粉

单位：数量：kg，单价：元/kg

供应商名称	2021年 1-6月		2020年度		2019年度		2018年度	
	数量	单价	数量	单价	数量	单价	数量	单价
泰州市金润塑粉有限公司	11,840.00	31.03	69,800.00	32.73	14,740.00	36.65	29,620.00	35.46
浙江昌明新材料科技股份有限公司	109,580.00	32.21	110,754.00	35.10	-	-	-	-

2020年浙江昌明新材料科技股份有限公司的采购单价相对较高，主要原因系在实际使用过程中，其提供的产品质量更为稳定，因此单价略高且公司向其采购数量有所增加。

综上所述，公司对不同供应商所采购的同类材料单价存在一定的差异，主要原因为不同供应商提供的同类产品在产品品质、交付周期、结算条款等方面存在一定的差别，公司根据自身需求，在确保公司原材料保质保量供应的情况下，对不同供应商之间的采购金额进行调整。

(四) 各类原材料价格波动的敏感性分析、原材料价格波动对利润的影响及应对措施

1、各类原材料价格波动的敏感性分析

报告期内，公司主营业务成本中直接材料占比平均在 70%左右，原材料价格的波动对公司营业成本及经营毛利的影响较大。

假定原材料的当期采购量全部在当期用于生产并结转成本，且对应销售单价、销售数量等其他因素均保持不变。

各类主要原材料价格波动的敏感性分析如下：

采购内容	采购价格提高	2021年1-6月		2020年	
		对毛利的影响 (万元)	对毛利的影 响比例	对毛利的影响 (万元)	对毛利的影 响比例
金属材料	-1%	-43.67	-0.54%	48.24	0.35%
	-5%	-218.37	-2.68%	241.18	1.73%
	1%	43.67	0.54%	-48.24	-0.35%
	5%	218.37	2.68%	-241.18	-1.73%
外购配件	-1%	-30.51	-0.37%	32.72	0.23%
	-5%	-152.56	-1.87%	163.6	1.17%
	1%	30.51	0.37%	-32.72	-0.23%
	5%	152.56	1.87%	-163.6	-1.17%
包装材料	-1%	-25.34	-0.31%	34.52	0.25%
	-5%	-126.7	-1.55%	172.61	1.24%
	1%	25.34	0.31%	-34.52	-0.25%
	5%	126.7	1.55%	-172.61	-1.24%
其他	-1%	-11.02	-0.14%	13.26	0.09%
	-5%	-55.11	-0.68%	66.28	0.47%
	1%	11.02	0.14%	-13.26	-0.09%
	5%	55.11	0.68%	-66.28	-0.47%
合计	-1%	-110.55	-1.35%	128.74	0.92%
	-5%	-552.75	-6.77%	643.68	4.61%
	1%	110.55	1.35%	-128.74	-0.92%
	5%	552.75	6.77%	-643.68	-4.61%
采购内容	采购价格提高	2019年		2018年	
		对毛利的影响 (万元)	对毛利的影 响比例	对毛利的影响 (万元)	对毛利的影 响比例
金属材料	-1%	23.08	0.33%	25.24	0.48%
	-5%	115.41	1.67%	126.21	2.42%
	1%	-23.08	-0.33%	-25.24	-0.48%
	5%	-115.41	-1.67%	-126.21	-2.42%
外购配件	-1%	15.18	0.22%	14.18	0.27%

	-5%	75.91	1.10%	70.90	1.36%
	1%	-15.18	-0.22%	-14.18	-0.27%
	5%	-75.91	-1.10%	-70.90	-1.36%
包装材料	-1%	15.55	0.23%	14.89	0.29%
	-5%	77.74	1.13%	74.45	1.43%
	1%	-15.55	-0.23%	-14.89	-0.29%
	5%	-77.74	-1.13%	-74.45	-1.43%
其他	-1%	7.67	0.11%	9.12	0.18%
	-5%	38.37	0.56%	45.62	0.88%
	1%	-7.67	-0.11%	-9.12	-0.18%
	5%	-38.37	-0.56%	-45.62	-0.88%
合计	-1%	61.49	0.89%	63.44	1.22%
	-5%	307.44	4.45%	317.19	6.09%
	1%	-61.49	-0.89%	-63.44	-1.22%
	5%	-307.44	-4.45%	-317.19	-6.09%

由上表可知，原材料价格波动对公司毛利具有一定影响。

2、结合原材料备货周期、生产周期、价格波动情况，披露报告期内原材料价格波动是否对利润变化产生重大影响

(1) 备货及生产周期

发行人各类原材料的备货周期（采购周期）情况如下：

主要原材料类别	备货周期
金属材料	10-20 天
包装材料	7-10 天
外购配件	15-25 天

发行人各类产品的生产周期如下：

产品类别	生产周期
火盆	10-15 天
火盆桌	10-15 天
气炉	10-15 天
气炉桌	10-15 天

(2) 发行人主要原材料价格波动及对利润的影响:

根据主要原材料价格波动情况, 假设当期购入的原材料全部用于生产并结转成本, 报告期内主要原材料价格波动以及对发行人利润的影响测算如下:

类别	材料名称	2021年1-6月			2020年度		
		均价	单价增幅	对利润影响(万元)	均价	单价增幅	对利润影响(万元)
金属材料	冷轧板(元/吨)	5,531.12	39.13%	-992.37	4,197.89	1.45%	-56.65
	钢管(元/吨)	5,800.83	34.64%	-270.62	4,408.13	-1.15%	11.31
包装材料	纸箱(元/个)	4.75	9.00%	-66.07	4.54	-10.45%	143.3
	彩箱(元/个)	10.10	32.78%	-60.15	7.90	-4.70%	7.61
外购配件	烤盘(元/个)	6.62	17.64%	-54.4	5.29	-0.19%	0.25
	减压阀(元/根)	18.10	0.76%	-3.37	18.14	-17.62%	83.46
其他	板岩台面(元/套)	31.49	12.91%	-34.26	28.35	-2.88%	13.64
	高温油漆(元/千克)	30.64	16.37%	-5.42	27.13	5.11%	-4.75
	粉末涂料(元/千克)	23.64	-7.68%	49.46	25.04	11.84%	-80.19
合计		-	-	-1,437.21	-	-	117.97
占当期利润总额的比例		-	-	-22.53%	-	-	1.12%
类别	材料名称	2019年度			2018年度		
		均价	单价增幅	对利润影响(万元)	均价		
金属材料	冷轧板(元/吨)	4,137.90	-3.42%	62.18	4,284.46		
	钢管(元/吨)	4,459.20	-4.54%	20.33	4,671.20		
包装材料	纸箱(元/个)	5.07	-20.28%	123.50	6.36		
	彩箱(元/个)	8.29	-23.74%	73.85	10.87		
外购配件	烤盘(元/个)	5.30	-5.86%	13.77	5.63		
	减压阀(元/根)	22.02	5.71%	-11.85	20.83		
其他	板岩台面(元/套)	29.19	26.86%	-51.96	23.01		
	高温油漆(元/千克)	25.81	4.79%	-7.58	24.63		

	粉末涂料 (元/千克)	22.39	5.46%	-12.68	21.23
合计		-	-	209.57	-
占当期利润总额的比例		-	-	4.53%	-

注 1：正数表示利润增加，负数表示利润减少；

注 2：对利润影响金额=当期该类材料采购金额/(1+价格变动幅度)×价格变动幅度；

注 3：以上结果仅为根据各类原材料中主要材料的价格变动进行的测算值，与发行人实际的成本变动存在一定差异。

报告期内，公司原材料价格受原材料市场供应、原材料采购品种等多种因素影响存在一定波动。根据上表测算结果可知，各类主要原材料价格波动会对发行人利润变化产生一定影响，但影响比重较小。

报告期内，公司各类主要原材料单价波动不完全一致。结合各类原材料各期采购金额及占材料成本的比重，整体来看 2019 年主要原材料价格同比有所下降，2020 年主要原材料的价格波动较小。

2021年1-6月原材料价格较上年同期上涨幅度较大，主要原因系2021年以来大宗商品价格不断上涨影响，公司生产经营中使用的主要原材料如冷轧板、钢管以及包装材料等价格均有不同程度的涨幅。

目前，国家多部委已联合响应并出台多项措施，通过增加供应、稳定预期、抑制投机等多种手段来化解大宗商品涨价趋势，公司也与客户沟通并上调了主要客户的产品销售价格，通过价格传导机制将原材料上涨的影响向客户进行传导，但由于2021年1-6月的订单多数在为材料上涨前已确定，因此产品价格的调整会滞后于原材料采购价格变动。

3、发行人对原材料价格波动的应对措施

报告期内，发行人通过多种渠道筛选合格供应商并进行比价，从产品质量、产品价格及交货周期等多方面对供应商进行考察，并根据市场价格波动情况进行库存调整等一系列措施，有效控制材料的采购成本；同时，通过增加自动化设备提高生产效率、引进专业人才提升管理效率等方式，进一步提高材料的利用率，降低原材料价格波动对利润的影响程度。

针对2021年以来原材料快速上涨的情况，公司也及时与客户进行沟通，并就价格调整计划与客户进行谈判，由于公司自身的研发设计、产品生产及交货能力较强，公司主要客户均同意后续订单的产品单价提高5%至15%不等，后续

公司将根据原材料价格的波动情况及时与客户沟通价格调整事项，以减少原材料价格上涨对公司产生的不利影响。

（五）前五名供应商情况

1、报告期内，公司前五名供应商的采购情况

（1）2021年1-6月

单位：万元

供应商	合计采购额	占比
上海缔皇实业有限公司	2,119.29	15.00%
永康市贵贸金属材料有限公司	1,871.98	13.25%
浙江武义张氏包装实业有限公司	652.68	4.62%
吉安浩燃实业有限公司	536.73	3.80%
浙江昌明新材料科技股份有限公司	530.85	3.76%
合计	5,711.53	40.43%

注：上海缔皇实业有限公司、上海盯旺实业有限公司为同一控制人控制的公司，采购额合并计算。

（2）2020年

单位：万元

供应商	合计采购额	占比
上海缔皇实业有限公司	2,103.43	12.20%
永康市贵贸金属材料有限公司	1,982.43	11.50%
浙江武义张氏包装实业有限公司	791.17	4.59%
永康市云葵工贸有限公司	719.22	4.17%
永康市天丰和宝金属制品有限公司	615.37	3.57%
合计	6,211.62	36.03%

（3）2019年

单位：万元

供应商	合计采购额	占比
永康市贵贸金属材料有限公司	1,433.02	19.47%
浙江上峰包装有限公司	459.45	6.24%
永康市云葵工贸有限公司	322.62	4.38%
钢海集团有限公司	286.95	3.90%
浙江武义张氏包装实业有限公司	278.31	3.78%

供应商	合计采购额	占比
合计	2,780.35	37.77%

(4) 2018 年

单位：万元

供应商	合计采购额	占比
永康市贵贸金属材料有限公司	994.59	14.07%
上海显普实业有限公司	638.93	9.04%
浙江武义张氏包装实业有限公司	476.41	6.74%
永康市天丰和宝金属制品有限公司	389.33	5.51%
钢海集团有限公司	383.70	5.43%
合计	2,882.96	40.77%

报告期内公司的主要供应商比较稳定，均与公司存在长期的合作关系。其中 2020 年第一大供应商上海缔皇实业有限公司及同一控制下的上海盯旺实业有限公司为报告期内新增供应商，公司与上海缔皇实业有限公司、上海盯旺实业有限公司分别自 2020 年 2 月和 2020 年 5 月开始合作，采购与结算方式与其他同类产品供应商相同。向上海缔皇实业有限公司（及上海盯旺实业有限公司）采购的主要原因是公司对冷轧板采购量较大，为了获取更优质的价格和服务、减少对单一供应商的依赖，在充分比较产品质量和价格的基础上，公司开始向新增供应商上海盯旺实业有限公司、上海缔皇实业有限公司采购冷轧板。自双方合作以来，采购订单具有持续性、连续性，双方保持稳定的合作关系。

2018 年、2019 年、2020 年、2021 年 1-6 月公司前五名供应商合计的采购额占当期采购总额的比例分别是 40.77%、37.77%、36.03%、40.43%，不存在对于单一供应商采购比例超过 50%或严重依赖单一供应商的情况。

公司董事、监事、高级管理人员、主要关联方或持有本公司 5%以上股份的股东在上述供应商中不拥有权益。

2、报告期内，各类原材料前五大供应商的采购情况

(1) 2021年1-6月各类原材料前五名供应商采购情况

单位：万元

类别	供应商	金额	占比	采购内容	合作背景	采购方式	付款方式	与发行人交易金额占其自身主营业务比重
金属材料	上海缔皇实业有限公司	2,119.29	15.00%	冷轧板	友好协商，双向选择	直接采购	转账或承兑汇票	11.91%
	永康市贵贸金属材料有限公司	1,871.98	13.25%	冷轧板、钢管	友好协商，双向选择	直接采购	转账或承兑汇票	14.92%
	缙云县浩铖金属制品有限公司	337.15	2.39%	编织网	友好协商，双向选择	直接采购	转账或承兑汇票	0.48%
	杭州恒帆不锈钢有限公司	241.09	1.71%	不锈钢	友好协商，双向选择	直接采购	转账或承兑汇票	3.74%
	永康市瑾和金属制品有限公司	166.19	1.18%	不锈钢	友好协商，双向选择	直接采购	转账或承兑汇票	23.74%
	小计	4,735.71	33.52%	-	-	-	-	-
包装材料	浙江武义张氏包装实业有限公司	652.68	4.62%	纸箱、彩箱	友好协商，双向选择	直接采购	转账或承兑汇票	1.93%
	浙江宏灿实业有限公司	222.30	1.57%	蜂窝板、彩盒	友好协商，双向选择	直接采购	转账或承兑汇票	0.44%
	浙江上峰包装有限公司	203.73	1.44%	纸箱、彩箱	友好协商，双向选择	直接采购	转账或承兑汇票	0.42%
	武义县创新纸箱厂	198.16	1.40%	纸箱、彩箱	友好协商，双向选择	直接采购	转账或承兑汇票	24.77%
	浙江彩帝工贸有限公司	118.89	0.84%	蜂窝板、纸护角	友好协商，双向选择	直接采购	转账或承兑汇票	6.76%
	小计	1,395.77	9.88%	-	-	-	-	-
外购	吉安浩燃实业有限公司	536.73	3.80%	铸铁盆	友好协商，双向选择	直接采购	转账或承兑汇票	46.15%

类别	供应商	金额	占比	采购内容	合作背景	采购方式	付款方式	与发行人交易金额占其自身主营业务比重
配件	永康市云葵工贸有限公司	501.32	3.55%	烤盘、拔火棒	友好协商，双向选择	直接采购	转账或承兑汇票	不详
	永康市天丰和宝金属制品有限公司	427.30	3.02%	火盆脚、围板、拔火棒	友好协商，双向选择	直接采购	转账或承兑汇票	98.62%
	宁波来特燃气具有限公司	357.03	2.53%	减压阀	友好协商，双向选择	直接采购	转账或承兑汇票	5.10%
	广东金尚智能电气有限公司	278.87	1.97%	减压阀	友好协商，双向选择	直接采购	转账或承兑汇票	2.15%
	小计	2,101.25	14.87%	-	-	-	-	-
其他	浙江昌明新材料科技股份有限公司	530.85	3.76%	塑粉	友好协商，双向选择	直接采购	转账或承兑汇票	14.24%
	武义县桐琴镇安企机械设备厂	513.08	3.63%	焊丝、火盆脚	友好协商，双向选择	直接采购	转账或承兑汇票	78.94%
	庐山市星庐石材加工厂	210.44	1.49%	石头	友好协商，双向选择	直接采购	转账或承兑汇票	57.65%
	浙江龙鑫化工有限公司	201.44	1.43%	树脂、促进剂	友好协商，双向选择	直接采购	转账或承兑汇票	1.34%
	湖州紫方玻璃制品有限公司	118.65	0.84%	玻璃	友好协商，双向选择	直接采购	转账或承兑汇票	6.64%
	小计	1,574.46	11.14%	-	-	-	-	-

注：与发行人交易金额占其自身主营业务比重根据供应商提供的营业收入数据计算而得，部分供应商未提供自身的营业收入数据，下同。

(2) 2020年各类原材料前五名供应商采购情况

单位：万元

类别	供应商	金额	占比	采购内容	合作背景	采购方式	付款方式	与发行人交易金额占其自身主营业务比重
金属材料	上海缔皇实业有限公司	2,103.43	12.20%	冷轧板	友好协商，双向选择	直接采购	转账或承兑汇票	5.54%
	永康市贵贸金属材料有限公司	1,982.43	11.49%	冷轧板、钢管	友好协商，双向选择	直接采购	转账或承兑汇票	5.06%
	上海加锌实业有限公司	274.89	1.59%	冷轧板	友好协商，双向选择	直接采购	转账或承兑汇票	12.07%
	杭州恒帆不锈钢有限公司	263.20	1.53%	不锈钢	友好协商，双向选择	直接采购	转账或承兑汇票	1.75%
	缙云县远大金属制品有限公司	173.55	1.01%	冷轧板	友好协商，双向选择	直接采购	转账或承兑汇票	3.47%
	小计	4,797.51	27.82%	-	-	-	-	-
包装材料	浙江武义张氏包装实业有限公司	791.17	4.59%	纸箱、彩箱	友好协商，双向选择	直接采购	转账或承兑汇票	1.41%
	浙江上峰包装有限公司	569.60	3.30%	纸箱、彩箱	友好协商，双向选择	直接采购	转账或承兑汇票	0.54%
	武义县创新纸箱厂	212.89	1.23%	纸箱、彩箱	友好协商，双向选择	直接采购	转账或承兑汇票	10.92%
	浙江彩帝工贸有限公司	133.71	0.78%	蜂窝板、纸护角	友好协商，双向选择	直接采购	转账或承兑汇票	4.54%
	东阳市陈氏塑胶有限公司	138.54	0.80%	PVC膜	友好协商，双向选择	直接采购	转账或承兑汇票	2.24%
	小计	1,845.90	10.70%	-	-	-	-	-
外购配件	永康市云葵工贸有限公司	719.22	4.17%	烤盘、拔火棒	友好协商，双向选择	直接采购	转账或承兑汇票	不详
	永康市天丰和宝金属制品有限公司	615.37	3.57%	火盆脚、围板、拔火棒	友好协商，双向选择	直接采购	转账或承兑汇票	85.35%
	吉安浩然实业有限公司	463.56	2.69%	铸铁盆	友好协商，双向选择	直接采购	转账或承兑汇票	11.59%

类别	供应商	金额	占比	采购内容	合作背景	采购方式	付款方式	与发行人交易金额占其自身主营业务比重
	宁波来特燃气具有限公司	380.30	2.21%	减压阀	友好协商, 双向选择	直接采购	转账或承兑汇票	3.17%
	宁波朝阳家用燃气具有限公司	374.82	2.17%	铜阀、喷咀	友好协商, 双向选择	直接采购	转账或承兑汇票	4.32%
	小计	2,553.26	14.80%	-	-	-	-	-
其他	浙江昌明新材料科技股份有限公司	388.78	2.25%	塑粉	友好协商, 双向选择	直接采购	转账或承兑汇票	4.51%
	庐山市星庐石材加工厂	346.99	2.01%	石头	友好协商, 双向选择	直接采购	转账或承兑汇票	58.81%
	武义县桐琴镇安企机械设备厂	290.53	1.68%	焊丝、火盆脚	友好协商, 双向选择	直接采购	转账或承兑汇票	32.28%
	泰州市金润塑粉有限公司	228.47	1.32%	塑粉、油漆	友好协商, 双向选择	直接采购	转账或承兑汇票	6.01%
	浙江龙鑫化工有限公司	146.43	0.85%	树脂、促进剂	友好协商, 双向选择	直接采购	转账或承兑汇票	0.37%
	小计	1,401.21	8.12%	-	-	-	-	-

(3) 2019年各类原材料前五名供应商采购情况

单位: 万元

类别	公司名称	采购金额	占采购总额比	采购内容	合作背景	采购方式	付款方式	与发行人交易金额占其自身主营业务比重
金属材料	永康市贵贸金属材料有限公司	1,433.02	19.47%	冷轧板、钢管	友好协商, 双向选择	直接采购	转账或承兑汇票	4.69%
	钢海集团有限公司	286.95	3.90%	钢管	友好协商, 双向选择	直接采购	转账或承兑汇票	0.12%
	上海显普实业有限公司	213.81	2.90%	冷轧板	友好协商, 双向选择	直接采购	转账或承兑汇票	不详

类别	公司名称	采购金额	占采购总额比	采购内容	合作背景	采购方式	付款方式	与发行人交易金额占其自身主营业务比重
	浙江博星工贸有限公司	207.74	2.82%	不锈钢带	友好协商，双向选择	直接采购	转账或承兑汇票	不详
	永康市海霖金属制品有限公司	179.51	2.44%	编织网、钢板网	友好协商，双向选择	直接采购	转账或承兑汇票	3.04%
	小计	2,321.03	31.53%	-	-	-	-	-
包装材料	浙江上峰包装有限公司	459.45	6.24%	纸箱、彩箱	友好协商，双向选择	直接采购	转账或承兑汇票	0.41%
	浙江武义张氏包装实业有限公司	278.31	3.78%	纸箱、彩箱	友好协商，双向选择	直接采购	转账或承兑汇票	0.56%
	武义成红泡沫包装厂	116.58	1.58%	成型泡沫、泡沫板	友好协商，双向选择	直接采购	转账或承兑汇票	10.05%
	宁波亚洲纸管纸箱有限公司	73.51	1.00%	纸箱、彩箱	友好协商，双向选择	直接采购	转账或承兑汇票	0.66%
	浙江环球工具有限公司	73.11	0.99%	纸箱、纸板	友好协商，双向选择	直接采购	转账或承兑汇票	不详
	小计	1,000.96	13.60%	-	-	-	-	-
外购配件	永康市云葵工贸有限公司	322.62	4.38%	烤盘、拔火棒	友好协商，双向选择	直接采购	转账或承兑汇票	不详
	永康市天丰和宝金属制品有限公司	268.59	3.65%	火盆脚、围板、拔火棒	友好协商，双向选择	直接采购	转账或承兑汇票	66.98%
	吉安浩燃实业有限公司	202.86	2.76%	铸铁盆	友好协商，双向选择	直接采购	转账或承兑汇票	10.14%
	宁波来特燃气具有限公司	178.98	2.43%	减压阀	友好协商，双向选择	直接采购	转账或承兑汇票	2.24%

类别	公司名称	采购金额	占采购总额比	采购内容	合作背景	采购方式	付款方式	与发行人交易金额占其自身主营业务比重
	宁波朝阳家用燃气具有限公司	127.96	1.74%	铜阀、喷咀	友好协商，双向选择	直接采购	转账或承兑汇票	1.62%
	小计	1,101.01	14.96%	-	-	-	-	-
其他	上海夏土新型材料有限公司	204.13	2.77%	塑粉、油漆	友好协商，双向选择	直接采购	转账或承兑汇票	9.49%
	庐山市星庐石材加工厂	167.66	2.28%	石头	友好协商，双向选择	直接采购	转账或承兑汇票	34.93%
	浙江龙鑫化工有限公司	82.47	1.12%	树脂、促进剂	友好协商，双向选择	直接采购	转账或承兑汇票	0.22%
	武义万和塑粉有限公司	76.57	1.04%	塑粉	友好协商，双向选择	直接采购	转账或承兑汇票	7.29%
	泰州市金润塑粉有限公司	53.51	0.73%	塑粉、油漆	友好协商，双向选择	直接采购	转账或承兑汇票	1.34%
	小计	584.34	7.94%	-	-	-	-	-

(4) 2018年各类原材料前五名供应商采购情况

单位：万元

类别	公司名称	采购金额	占采购总额比	采购内容	合作背景	采购方式	付款方式	与发行人交易金额占其自身主营业务比重
金属材料	永康市贵贸金属材料有限公司	994.59	14.07%	冷轧板、钢管	友好协商，双向选择	直接采购	转账或承兑汇票	4.35%
	上海显普实业有限公司	638.93	9.04%	冷轧板	友好协商，双向选择	直接采购	转账或承兑汇票	不详

类别	公司名称	采购金额	占采购总额比	采购内容	合作背景	采购方式	付款方式	与发行人交易金额占其自身主营业务比重
	钢海集团有限公司	383.70	5.43%	钢管	友好协商，双向选择	直接采购	转账或承兑汇票	0.17%
	浙江企鹅新材料有限公司	116.19	1.64%	冷轧板	友好协商，双向选择	直接采购	转账或承兑汇票	不详
	永康市海霖金属制品有限公司	171.44	2.42%	编织网、钢板网	友好协商，双向选择	直接采购	转账或承兑汇票	3.30%
	小计	2,304.86	32.59%	-	-	-	-	-
包装材料	浙江武义张氏包装实业有限公司	476.41	6.74%	纸箱、彩箱	友好协商，双向选择	直接采购	转账或承兑汇票	1.13%
	武义成红泡沫包装厂	286.90	4.06%	成型泡沫、泡沫板	友好协商，双向选择	直接采购	转账或承兑汇票	27.32%
	浙江上峰包装有限公司	203.82	2.88%	纸箱、彩箱	友好协商，双向选择	直接采购	转账或承兑汇票	0.19%
	宁波亚洲纸管纸箱有限公司	137.94	1.95%	纸箱、彩箱	友好协商，双向选择	直接采购	转账或承兑汇票	0.77%
	浙江环球工具有限公司	71.32	1.01%	纸箱、纸板	友好协商，双向选择	直接采购	转账或承兑汇票	不详
	小计	1,176.39	16.64%	-	-	-	-	-
外购配件	永康市云葵工贸有限公司	307.70	4.35%	烤盘、拔火棒	友好协商，双向选择	直接采购	转账或承兑汇票	不详
	永康市天丰和宝金属制品有限公司	389.33	5.51%	火盆脚、围板、拔火棒	友好协商，双向选择	直接采购	转账或承兑汇票	58.55%
	吉安浩然实业有限公司	144.29	2.04%	铸铁盆	友好协商，双向选择	直接采购	转账或承兑汇票	8.02%
	宁波来特燃气具有限公司	82.43	1.17%	减压阀	友好协商，双向选择	直接采购	转账或承兑汇票	1.27%
	广东金尚智能电气有限公司	114.95	1.63%	减压阀	友好协商，双向选择	直接采购	转账或承兑汇票	1.28%

类别	公司名称	采购金额	占采购总额比	采购内容	合作背景	采购方式	付款方式	与发行人交易金额占其自身主营业务比重
	小计	1,038.70	14.69%	-	-	-	-	-
其他	上海夏土新型材料有限公司	175.73	2.49%	塑粉、油漆	友好协商，双向选择	直接采购	转账或承兑汇票	9.25%
	庐山市星庐石材加工厂	168.06	2.38%	石头	友好协商，双向选择	直接采购	转账或承兑汇票	54.21%
	常州市天翔特种玻璃有限公司	123.00	1.74%	玻璃	友好协商，双向选择	直接采购	转账或承兑汇票	19.84%
	泰州市金润塑粉有限公司	105.05	1.49%	塑粉、油漆	友好协商，双向选择	直接采购	转账或承兑汇票	3.00%
	浙江龙鑫化工有限公司	79.62	1.13%	树脂、促进剂	友好协商，双向选择	直接采购	转账或承兑汇票	0.22%
	小计	651.44	9.21%	-	-	-	-	-

注：与发行人交易金额占其自身主营业务比重根据供应商提供的营业收入数据计算而得，部分供应商未提供自身的营业收入数据。

由上表可知，发行人对任一单一供应商的采购金额占比都比较小，发行人生产所需的主要原材料市场供应充足、可选择的供应商较多，发行人对上述供应商不存在重大依赖。

(5) 报告期内，各类原材料前五大供应商的基本情况如下：

供应商类别	序号	供应商名称	成立日期	法定代表人	注册资本	股权结构	实际控制人	是否与发行人存在关联关系
金属材料	1	永康市贵贸金属材料有限公司	2013/8/22	高月姿	100万人民币	高月姿 95%，胡国泰 5%	高月姿	否
	2	钢海集团有限公司	1995/6/15	胡红兵	12800万人民币	胡红兵 25%，胡献中	胡红兵	否

供应商类别	序号	供应商名称	成立日期	法定代表人	注册资本	股权结构	实际控制人	是否与发行人存在关联关系
						25%，马爱秋 25%，胡一军 25%，		
	3	上海显普实业有限公司	2014/2/19	应乐平	200 万人民币	应乐平 100%	应乐平	否
	4	浙江博星工贸有限公司	2007/9/14	周望平	1000 万人民币	周望平 60%，周康康 40%	周望平	否
	5	永康市海霖金属制品有限公司	2009/9/23	吴旭光	100 万人民币	吴旭光 80%，赵流加 20%	吴旭光	否
	6	浙江企鹅新材料有限公司	2014/6/6	曹海君	1200 万人民币	曹海君 50%，应鸿帅 50%	曹海君	否
	7	上海缔皇实业有限公司	2017/5/9	马强	100 万元人民币	马强 50%，楼倩雯 50%	马强	否
	8	上海加锌实业有限公司	2018/5/4	王康生	500 万元人民币	王康生 50%，梅秋莉 50%	王康生	否
	9	缙云县远大金属制品有限公司	2014/5/30	董建革	1000 万元人民币	涛涛集团有限公司 100%（其中曹跃进 90%，马文辉 10%）	曹跃进	否
	10	杭州恒帆不锈钢有限公司	2006/7/11	孔文武	101 万元人民币	孔文武 50%，金小芳 50%	孔文武	否
	11	缙云县浩铖金属制品有限公司	2014-3-26	王骏	1500 万元人民币	王骏，100%	王骏	否
	12	永康市瑾和金属制品有限公司	2017-6-15	徐瑾亭	200 万元人民币	徐瑾亭，51%；周秋姿，49%；	徐瑾亭	否
包装材料	1	浙江上峰包装有限公司	2003/5/14	俞巧萍	6000 万人民币	浙江上峰文化发展有限公司 100%，其中俞建虎 85%，俞巧萍 15%	俞建虎	否
	2	武义成红泡沫包装厂	2012/3/9	应琛红	50 万人民币	应琛红 100%	应琛红	是

供应商类别	序号	供应商名称	成立日期	法定代表人	注册资本	股权结构	实际控制人	是否与发行人存在关联关系
	3	浙江武义张氏包装实业有限公司	1997/3/17	张岳良	4688 万人民币	张岳良 81.1%，张晓波 18.9%	张岳良	否
	4	宁波亚洲纸管纸箱有限公司	1996/3/16	潘荣富	39780 万美元	余光纸业（中国）投资有限公司 100%	黄志源	否
	5	浙江环球工具有限公司	1999/5/27	吕笑贞	560 万人民币	吕双方 26.79%，吕文杰 26.79%，吕笑贞 23.21%，吕爱莲 23.21%	吕双方	否
	6	浙江彩帝工贸有限公司	2010/6/4	颜秀丽	300 万元人民币	颜秀丽 90%，胡海帆 10%	颜秀丽	否
	7	东阳市陈氏塑胶有限公司	2002/11/28	蒋中华	428 万元人民币	蒋中华 100%	蒋中华	否
	8	武义县创新纸箱厂	2016/4/18	徐浪	个体工商户	-	徐浪	否
	9	浙江宏灿实业有限公司	2017-3-1	胡志勇	5000 万元人民币	胡志勇，90%；田桂兰，10%	胡志勇	否
外购配件	1	永康市云葵工贸有限公司	2016/4/29	徐增产	10 万人民币	徐增产 51%，卢月央 49%	徐增产	否
	2	永康市天丰和宝金属制品有限公司	2016/4/6	朱贤君	10 万人民币	朱贤君 100%	朱贤君	是
	3	吉安浩燃实业有限公司	2004/12/22	程勇	560 万人民币	程勇 70%，刘安霞 30%	程勇	否
	4	宁波来特燃气具有限公司	1998/12/3	李雪波	166 万人民币	宁波市鄞州姜山朝阳家用燃气具厂 100%	李千年	否
	5	宁波朝阳家用燃气具有限公司	1994/3/17	李千年	20 万美元	宁波市鄞州姜山朝阳家用燃气具厂 75%，台湾陈玉兰女士 25%	李千年	否
	6	广东金尚智能电气有限公司	2011/1/24	虞上海	200 万人民币	虞上海 70%，虞东海 15%，虞在海 15%	虞上海	否

供应商类别	序号	供应商名称	成立日期	法定代表人	注册资本	股权结构	实际控制人	是否与发行人存在关联关系
其他	1	上海夏土新型材料有限公司	2012/11/1	金文伟	80万人民币	金文伟 80%，金建华 20%	金文伟	否
	2	庐山市星庐石材加工厂	2016/8/16	胡焱金	个体工商户	-	胡焱金	否
	3	浙江龙鑫化工有限公司	1998/5/4	朱超	1000万人民币	朱超 82%，吴建文 18%	朱超	否
	4	武义万和塑粉有限公司	2009/8/11	汤爱萍	100万人民币	汤爱萍 90%，汤勇卫 10%	汤爱萍	否
	5	泰州市金润塑粉有限公司	2013/7/19	李琴	120万人民币	李相永 60%，李琴 40%	李琴	否
	6	常州市天翔特种玻璃有限公司	2010/8/25	杨全胜	500万人民币	杨全胜 50%，蒋琪 50%	杨全胜	否
	7	武义县桐琴镇安全机械设备厂	2016/4/26	金凌芳	个体工商户	-	金凌芳	否
	8	浙江昌明新材料科技股份有限公司	2014/12/22	朱明辉	2300万人民币	天台县博瑞投资有限公司 76.9231%，朱明辉 23.0769%	朱明辉	否
	9	湖州紫方玻璃制品有限公司	2004-9-7	沈荣方	809万元人民币	沈荣方，59.3325%；沈九华，27.1941%；沈怡君，13.4734%	沈荣方	否

3、各类原材料前五名供应商中新增供应商情况

(1) 各类原材料前五名供应商中新增供应商的情况

序号	供应商名称	采购具体内容	开始合作年份	供应商基本情况					
				成立日期	法定代表人	注册资本	股权结构	实际控制人	是否与发行人存在关联关系
1	上海显普实业有限公司	冷轧板	2018年	2014/2/19	应乐平	200万人民币	应乐平 100%	应乐平	否
2	浙江上峰包装有限公司	纸箱、彩箱	2018年	2003/5/14	俞巧萍	6000万人民币	浙江上峰文化发展有限公司 100%，其中俞建虎 85%，俞巧萍 15%	俞建虎	否
3	浙江昌明新材料科技股份有限公司	高温塑粉	2020年	2014/12/22	朱明辉	2300万人民币	天台县博瑞投资有限公司 76.9231%，朱明辉 23.0769%	朱明辉	否
4	上海缔皇实业有限公司	冷轧板	2020年	2017/05/09	马强	100万人民币	马强 50%，楼倩雯 50%	马强	否
5	上海加锌实业有限公司	冷轧板	2019年	2018/5/4	王康生	500万元人民币	王康生 50%，梅秋莉 50%	王康生	否
6	缙云县远大金属制品有限公司	冷轧板	2019年	2014/5/30	董建革	1000万元人民币	涛涛集团有限公司 100%（其中曹跃进 90%，马文辉 10%）	曹跃进	否
7	杭州恒帆不锈钢有限公司	不锈钢	2020年	2006/7/11	孔文武	101万元人民币	孔文武 50%，金小芳 50%	孔文武	否
8	武义县桐琴镇安企机械设备厂	焊丝	2020年	2016/4/26	金凌芳	个体工商户	-	金凌芳	否
9	武义县创新纸箱厂	纸箱、彩箱	2019年	2016/4/18	徐浪	个体工商户	-	徐浪	否
10	缙云县浩铖金属制品有限公司	编织网	2020年	2014-3-26	王骏	1500万元人民币	王骏，100%	王骏	否
11	浙江宏灿实业有限公司	蜂窝板、彩盒	2020年	2017-3-1	胡志勇	5000万元人民币	胡志勇，90%；田桂兰，10%	胡志勇	否

报告期内，公司的主要原材料均有多家供应商，公司会根据自身的需求情况及供应商的供货情况在不同的供应商之间合理安排采购规模，因此个别供应商在合作当年会成为该类材料的前五名供应商之一。

(2) 各类原材料前五名供应商中新增供应商的采购情况

报告期内，各类原材料的前五名供应商中新增供应商的采购额及占比情况如下：

单位：万元

序号	供应商名称	采购具体内容	2021年1-6月		2020年		2019年		2018年	
			金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
1	上海显普实业有限公司	冷轧板	-	-	12.32	0.07%	213.81	2.90%	638.93	9.04%
2	浙江上峰包装有限公司	纸箱、彩箱	203.73	1.44%	569.60	3.30%	459.45	6.24%	203.82	2.88%
3	浙江昌明新材料科技股份有限公司	高温塑粉	530.85	3.76%	388.78	2.25%	-	-	-	-
4	上海缔皇实业有限公司	冷轧板	650.73	4.61%	2,103.43	12.20%	-	-	-	-
5	上海加锌实业有限公司	冷轧板	23.23	0.16%	274.89	1.59%	5.87	0.08%	-	-
6	缙云县远大金属制品有限公司	冷轧板	-	-	173.55	1.01%	124.12	1.69%	-	-
7	杭州恒帆不锈钢有限公司	不锈钢	241.09	1.71%	263.20	1.53%	-	-	-	-
8	武义县桐琴镇安企机械设备厂	焊丝	513.08	3.63%	290.53	1.69%	-	-	-	-
9	武义县创新纸箱厂	纸箱、彩箱	198.16	1.40%	212.89	1.23%	25.37	0.34%	-	-
10	缙云县浩铖金属制品有限公司	编织网	337.15	2.39%	101.33	0.59%	-	-	-	-
11	浙江宏灿实业有限公司	蜂窝板、彩盒	222.30	1.57%	69.40	0.40%	-	-	-	-

注：上海缔皇实业有限公司的采购数据包含其同一控制下的企业上海盯旺实业有限公司。

4、各类原材料前五名供应商中终止合作供应商情况

报告期内，发行人各类原材料的前五名供应商中终止合作供应商情况如下：

序号	供应商名称	采购具体内容	终止年份	终止合作涉及的采购金额（万元）			终止合作原因
				2020年	2019年	2018年	
1	浙江企鹅新材料有限公司	冷轧板	2019年	-	-	116.19	双方未就产品价格、数量协商一致，决定终止合作。
2	上海显普实业有限公司	冷轧板	2020年	-	213.81	638.93	双方未就产品价格、数量协商一致，决定终止合作。
3	浙江博星工贸有限公司	不锈钢带	2020年	6.78	207.74	101.20	双方未就产品价格、数量协商一致，决定终止合作。

序号	供应商名称	采购具体内容	终止年份	终止合作涉及的采购金额（万元）			终止合作原因
				2020年	2019年	2018年	
4	缙云县远大金属制品有限公司	冷轧板	2021年	173.55	124.12	124.12	双方未就产品价格、数量协商一致，决定终止合作。

5、贸易性质供应商情况

报告期内，发行人各类原材料的前五名供应商中，贸易性质的供应商包括：

供应商名称	采购具体内容	最终供应商名称
永康市贵贸金属材料有限公司	冷轧板、钢管	浙江东南新材科技有限公司
上海缔皇实业有限公司 (含上海盯旺实业有限公司)	冷轧板	浙江龙盛薄板有限公司
上海显普实业有限公司	冷轧板	未提供
上海加铎实业有限公司	冷轧板	浙江东南新材科技有限公司

发行人向贸易商采购而不向终端直接采购的原因系若直接向钢铁厂家采购，对于钢铁厂家而言发行人单次的采购量相对较小，且不同批次对规格尺寸的需求也有所差别，因此不便于向厂家直接采购。而上述供应商虽属于贸易性质，但能够按照公司的要求对冷轧板进行简单的切割加工，以满足公司的使用需求。因此向专业贸易商采购具有合理性，符合行业惯例。

6、前五名供应商中注册资本较低的情况

报告期内，发行人各类原材料前五名供应商中注册资本较低但发行人向其采购金额较高具体情况如下：

单位：万元

供应商	注册资本	采购内容	采购金额				占该供应商销售总额的比例			
			2021年1-6月	2020年度	2019年度	2018年度	2021年1-6月	2020年度	2019年度	2018年度
上海缔皇实业有限公司	100万人民币	冷轧板	2,119.29	2,103.43	-	-	11.91%	5.54%	-	-
永康市贵贸金属材料有限公司	100万人民币	冷轧板、钢管	1,871.98	1,982.43	1,433.02	994.59	14.92%	5.06%	4.69%	4.35%
武义县创新纸箱厂	个体工商户	纸箱、彩箱	198.16	212.89	25.37	-	24.77%	10.92%	1.41%	-
永康市云葵工贸有限公司	10万人民币	烤盘、拔火棒	501.32	719.22	322.62	307.7	不详			

供应商	注册资本	采购内容	采购金额				占该供应商销售总额的比例			
			2021年 1-6月	2020 年度	2019 年度	2018 年度	2021年 1-6月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
永康市天丰和宝金属制品有限公司	10万人民币	火盆脚、围板、拔火棒	427.30	615.37	268.59	389.33	98.62%	85.35%	66.98%	58.55%
庐山市星庐石材加工厂	个体工商户	石头	210.44	346.99	167.66	168.06	57.65%	58.81%	34.93%	54.21%
武义县桐琴镇安企机械设备厂	个体工商户	焊丝、火盆脚	513.08	290.53	-	-	78.94%	32.28%	-	-
武义成红泡沫包装厂	50万人民币	成型泡沫、泡沫板	62.08	121.28	116.58	286.9	6.95%	9.26%	10.05%	27.32%

上述供应商中，发行人向其采购金额较大的系采购冷轧板、钢管，该类材料市场竞争充分、价格较为透明，发行人与上述供应商基于市场价格的基础之上双方协商确定，采购价格与同类供应商不存在重大差异，相关采购具有公允性。

此外，发行人上述供应商均为民营非上市企业，多数为钢材贸易商、配件加工商，其业务本身无需大规模重资产经营，对注册资本要求较低，其自身经营状况及所属行业对注册资本亦没有特殊要求，因此并未随经营规模扩大而及时增加注册资本。

因此，上述供应商注册资本较低，具有商业合理性。

（六）外协加工情况

1、外协生产情况

报告期内，公司的外协生产主要为布罩加工。

由于公司部分产品需要配置布罩，用于产品的日常遮盖、防尘等功能，出于自身加工的成本及加工效率的考虑，公司选择将布罩的缝纫加工环节委托给外部供应商。2020年公司业务快速增加，相应的对布罩的外协加工需求也有所增加。

2、报告期内主要外协供应商的基本情况、采购金额及占比

报告期内，主要外协供应商的基本情况、采购金额及占比情况如下：

公司名称	外协内容	2021年1-6月		2020年度		2019年度		2018年度		外协供应商基本信息			
		采购金额 (万元)	采购 占比	采购金额 (万元)	采购 占比	采购金额 (万元)	采购 占比	采购金额 (万元)	采购 占比	成立日期	法定 代表人	注册 资本	股权 结构
武义县履坦镇天红户外休闲用品加工厂	布罩加工	-	-	-	-	-	-	10.57	0.15%	2017/8/23	廖宣初	个体工商户	
永康市赫丰五金制品厂	布罩加工	20.31	0.14%	82.40	0.48%	8.38	0.11%	20.25	0.29%	2018/10/18	胡敏	个体工商户	
永康市杰琪休闲用品有限公司	布罩加工	7.68	0.05%	76.83	0.45%	37.55	0.51%	-	-	2016/12/19	邢见	50万元人民币	邢见100%
武义县昂兴金属配件厂	电泳加工	52.11	0.37%	56.22	0.33%	-	-	-	-	2016/10/28	施兴昂	个体工商户	
金华市婺城区和众家具加工厂	编藤加工	20.10	0.14%	-	-	-	-	-	-	2019/08/08	向军	个体工商户	
小计		100.20	0.71%	215.46	1.25%	45.93	0.62%	30.82	0.44%	-	-	-	

五、主要固定资产及无形资产

（一）主要固定资产情况

截至 2021 年 6 月 30 日，公司固定资产主要为房屋及建筑物、机器设备，固定资产的综合成新率为 59.52%。公司固定资产具体构成情况如下表：

单位：万元

项目	账面原值	累计折旧	账面净值	综合成新率	使用情况
房屋及建筑物	2,844.97	1,240.19	1,604.78	56.41%	正常
机器设备	2,999.88	816.60	2,183.28	72.78%	正常
运输工具	563.66	474.21	89.46	15.87%	正常
电子设备	157.98	127.41	30.57	19.35%	正常
合计	6,566.50	2,658.41	3,908.09	59.52%	-

截至本招股说明书签署之日，发行人拥有的房屋建筑物如下：

序号	产权证号	座落地址	面积 (平方米)	用途
1	房权证武字第 201506709 号	茭道镇胡宅堍村	30,955.83	厂房
2	浙(2019)武义县不动产权第 0003473 号	武义县茭道镇胡宅堍工业区	6,122.73	厂房
3	浙(2019)武义县不动产权第 0003474 号	武义县茭道镇胡宅堍工业区	8,992.40	厂房
4	浙(2019)武义县不动产权第 0003475 号	武义县茭道镇胡宅堍工业区	6,532.51	宿舍楼
5	浙(2019)武义县不动产权第 0003476 号	武义县茭道镇胡宅堍工业区	5,085.82	厂房

截至本招股说明书签署日，公司存在部分自建辅助用房、搭设钢棚未取得权属证书的情形，具体情况如下：

1、未取得权属证书房产的用途，占总房产面积及总生产面积比重

截至本招股说明书签署日，发行人拥有 5 块独立但连通的土地使用权合计 45,984.96 平方米，在已获得土地使用权的土地上发行人自建了整片厂区，其中自建房产已获得权属证书的面积合计 57,689.29 平方米，除去宿舍楼及办公室，用于生产的面积为 50,036.78 平方米。

除此之外，发行人在已取得土地使用权证的自建厂区内尚有 12 处搭建的建筑物、临时构筑物尚未取得权属证书，该等房产的具体情况及其占发行人房产

面积比重的具体情况如下：

序号	房产		面积 (平方米)	占发行人总 房产面积 比重	占发行人总 生产面积 比重	用途
1	建筑物	门卫	45.86	0.66%	不属于生产 面积	辅助设施
2		中门卫	15.03			辅助设施
3		配电房 1	195.95			辅助设施
4		配电房 2	88.96			辅助设施
5		配电房 3	64.09			辅助设施
6	构筑物	固废仓库	59.92	0.10%	0.11%	污水处理后的固废存放 仓库，定期处理
7		钢棚 1 (污水处理站)	596.44	0.95%	1.10%	污水处理站
8		钢棚 2	540.93	0.87%	0.99%	存放废料，焊接用钢 瓶、切割瓷砖等
9		钢棚 3	128.86	0.21%	0.24%	
10		钢棚 4	330.25	0.53%	0.61%	
11		钢棚 5	244.42	0.39%	0.45%	遮挡喷涂流水线
12		钢棚 6	2478.19	3.97%	4.55%	遮挡废气处理等环保设 备、临时存放半成品及 备料
合计			4,788.90	7.66%	8.05%	-

发行人主要生产活动场所（包括厂房及主要产成品、在产品、原材料的仓库等）均已取得权属证书，上述未取得权属证书的建筑物、构筑物均为辅助性、临时性用途，其中未取得权属证书的钢棚面积合计 4,319.09 平方米，部分为环保设施所用，部分为早期搭建用于遮挡雨水，后因生产规模不断扩大、场地受限而用作临时存放废料、备料、半成品所用。以上未取得权属证书的房产均不属于发行人的核心生产场所。

发行人上述未取得权属证书的房产合计账面净值为 38.05 万元，发行人在绝大部分构筑物搭建过程中并未将相关投入计入固定资产，已在历年作为费用处理。

2、获取产权证明的情况及对发行人生产经营的影响

发行人上述未取得权属证书的房产均在发行人已取得土地使用权证的厂区内，发行人已就门卫房、配电房申请补办产权证明，补办相关手续并经验收通过后可以取得权属证书；发行人搭建的固废仓库、钢棚、污水处理站不具有独

立建筑结构，属于构筑物，不具备办理权属证书的条件。

根据武义县综合行政执法局出具的证明，发行人未取得权属证书的房产系在自有土地上建设，未改变土地使用性质，未占用城镇道路，未侵害第三人利益，发行人在建造和使用过程中不存在行政处罚记录，在厂区整体消防合规的前提下，确因企业生产需要暂时无法整改的建筑物、构筑物，可暂缓拆除。因此，现有情况下发行人可以继续使用该等房产，不存在被强制搬迁的风险。

3、合法合规情况

根据武义县自然资源和规划局于 2020 年 7 月、2021 年 1 月及 2021 年 7 月出具的证明，报告期内发行人未因违反土地管理方面的法律、法规受到行政处罚；

根据武义县住房和城乡建设局于 2020 年 7 月及 2021 年 7 月出具的证明，报告期内发行人未因违反房产管理方面的法律、法规受到行政处罚；

根据武义县综合行政执法局于 2020 年 7 月及 2021 年 7 月出具的证明，报告期内发行人及其子公司在该单位不存在受到行政处罚的记录；

根据武义县消防救援大队出具的证明，报告期内发行人及其子公司遵守国家有关消防安全的法律、法规和规范性文件的规定，未发生重大消防安全事故，没有因违反消防安全法律、法规而受到行政处罚的情形。

4、发行人拟采取的整改措施及实际控制人承诺

发行人现有土地利用率较低，本次募投项目计划在原有土地上将现有厂房拆除重建，相关规划图纸已经武义县自然资源与规划局图审合格，发行人将逐步解决自身生产场所问题，届时将根据实际经营情况逐步拆除临时搭建的钢棚等构筑物，妥善解决未取得权属证书房产的问题。

发行人实际控制人叶跃庭、金飞春、叶金攀共同出具承诺，若因政府有权部门责令发行人对使用的上述未取得权属证书的建筑物、临时构筑物进行拆除或对发行人进行罚款，实际控制人将全额承担因此产生的拆除费用、全部罚款及因此对发行人造成的一切损失。

综上所述，该等未取得权属证书的房产账面价值较小，占发行人总房产面

积及总生产面积较小；发行人未取得权属证书的房产不属于发行人的核心生产场所且均在发行人合法取得土地使用权的厂房内，不存在强制搬迁的风险；报告期内，相关部门未就该等情形对发行人进行行政处罚，发行人已采取有效的整改措施，可以继续使用上述房产，面临拆除的风险较小；即使面临拆除，对发行人生产经营亦不构成重大不利影响。

（二）无形资产情况

截至本招股说明书签署日，发行人的无形资产主要包括土地使用权、排污权、软件等，具体情况如下：

单位：万元

项目	账面原值	累计摊销	账面净值	综合成新率	使用情况
土地使用权	873.41	222.14	651.27	74.57%	正常
排污权	15.23	5.35	9.88	64.86%	正常
软件	25.46	18.26	7.20	28.29%	正常
总计	914.10	245.75	668.35	73.12%	-

1、土地使用权

截至本招股说明书签署日，发行人拥有的土地使用权如下：

序号	产权证号	座落地址	面积 (平方米)	权利 类型	使用权 性质	使用 期限	用途	抵押 情况
1	武国用 (2015)第 06548号	茭道镇胡宅垄村	12,327.16	国有 建设 用地	出让	至 2059 年 10 月 25 日	工业 用地	无
2	浙(2019) 武义县不动 产权第 0003473号	武义县茭道镇胡宅垄工业区	8,468.66	国有 建设 用地	出让	至 2059 年 10 月 25 日	工业 用地	无
3	浙(2019) 武义县不动 产权第 0003474号	武义县茭道镇胡宅垄工业区	11,341.20	国有 建设 用地	出让	至 2055 年 9 月 29 日	工业 用地	无
4	浙(2019) 武义县不动 产权第 0003475号	武义县茭道镇胡宅垄工业区	6,585.14	国有 建设 用地	出让	至 2055 年 9 月 29 日	工业 用地	无
5	浙(2019) 武义县不动 产权第 0003476号	武义县茭道镇胡宅垄工业区	7,262.80	国有 建设 用地	出让	至 2055 年 9 月 29 日	工业 用地	无

发行人以合法的方式取得并完整持有各项土地的使用权，发行人未在拥有的土地使用权上设置抵押担保等权利负担，不存在影响发行人持续经营的事项。

2、专利

截至本招股说明书出具之日，公司的专利均登记在发行人子公司勤艺金属名下，勤艺金属共拥有 1 项发明专利、32 项实用新型专利，具体情况如下：

序号	专利名称	专利类别	专利权人	专利号	申请日	取得方式	他项权利
1	一种烟气自动收集装置	实用新型	勤艺金属	ZL201920476188.5	2019年4月10日	原始取得	无
2	一种户外气炉装置	实用新型	勤艺金属	ZL201920476206.X	2019年4月10日	原始取得	无
3	一种自动点火装置	实用新型	勤艺金属	ZL201920476207.4	2019年4月10日	原始取得	无
4	一种自动皮模线装置	实用新型	勤艺金属	ZL201920477861.7	2019年4月10日	原始取得	无
5	一种自动喷漆装置	实用新型	勤艺金属	ZL201920478303.2	2019年4月10日	原始取得	无
6	一种应用于火炉的安全燃烧系统	实用新型	勤艺金属	ZL201721670559.0	2017年12月5日	原始取得	无
7	一种火炉火盆体一次冲压成型设备	实用新型	勤艺金属	ZL201721670635.8	2017年12月5日	原始取得	无
8	一种火炉自动喷塑装置	实用新型	勤艺金属	ZL201721671314.X	2017年12月5日	原始取得	无
9	一种火炉生产环境温度以及空气质量的检测与控制系统	实用新型	勤艺金属	ZL201721671389.8	2017年12月5日	原始取得	无
10	一种用于火炉的零部件自动化切压装置	实用新型	勤艺金属	ZL201721672020.9	2017年12月5日	原始取得	无
11	一种火炉自动焊接机器人装置	实用新型	勤艺金属	ZL201721672026.6	2017年12月5日	原始取得	无
12	一种火炉质量自动检测装置	实用新型	勤艺金属	ZL201721672027.0	2017年12月5日	原始取得	无
13	一种火炉火盆的连接件自动化加工设备	实用新型	勤艺金属	ZL201721672105.7	2017年12月5日	原始取得	无
14	一种新型家用取暖炉	实用新型	勤艺金属	ZL201721078199.5	2017年8月28日	原始取得	无
15	一种分离式低位取暖炉	实用新型	勤艺金属	ZL201721078206.1	2017年8月28日	原始取得	无
16	一种带一体式底架的台面式取暖炉	实用新型	勤艺金属	ZL201721078207.6	2017年8月28日	原始取得	无
17	一种安全家用取暖炉	实用新型	勤艺金属	ZL201721078208.0	2017年8月28日	原始取得	无

序号	专利名称	专利类别	专利权人	专利号	申请日	取得方式	他项权利
18	呼吸式双层集气罩	实用新型	勤艺金属	ZL201721078209.5	2017年8月28日	原始取得	无
19	一种方便移动的新型家用取暖炉	实用新型	勤艺金属	ZL201721078211.2	2017年8月28日	原始取得	无
20	一种新型安全美观取暖炉	实用新型	勤艺金属	ZL201721078216.5	2017年8月28日	原始取得	无
21	一种八卦形燃气瓶火盆桌	实用新型	勤艺金属	ZL201520309011.8	2015年5月14日	受让取得	无
22	一种带烟囱的可旋转烧烤炉	实用新型	勤艺金属	ZL201520309026.4	2015年5月14日	受让取得	无
23	一种带有网罩的火盆	实用新型	勤艺金属	ZL201520309113.X	2015年5月14日	受让取得	无
24	一种带有轮子的炉具	实用新型	勤艺金属	ZL201520309167.6	2015年5月14日	受让取得	无
25	一种快拆式简易炉	实用新型	勤艺金属	ZL201520309334.7	2015年5月14日	受让取得	无
26	一种双层台面桌炉	实用新型	勤艺金属	ZL201520309347.4	2015年5月14日	受让取得	无
27	一种楼宇式火炉	实用新型	勤艺金属	ZL201520309349.3	2015年5月14日	受让取得	无
28	一种燃气泄露自动检测装置	实用新型	勤艺金属	ZL202020489740.7	2020年4月7日	原始取得	无
29	一种油漆雾气净化处理装置	实用新型	勤艺金属	ZL202020489761.9	2020年4月7日	原始取得	无
30	一种一次成型钻孔装置	实用新型	勤艺金属	ZL202020489762.3	2020年4月7日	原始取得	无
31	一种多用途户外烧烤桌	实用新型	勤艺金属	ZL202020490559.8	2020年4月7日	原始取得	无
32	一种便携式户外烧烤火盆	实用新型	勤艺金属	ZL202020490560.0	2020年4月7日	原始取得	无
33	一种换热生物质颗粒取暖炉	发明专利	勤艺金属	ZL201910798225.9	2019年8月27日	受让所得	无

上述第 33 项专利系受让自然人武建云取得，2020 年 11 月 13 日，勤艺金属与自然人武建云及专利代理机构浙江普恒知识产权有限公司共同签署了《专利转让协议》，约定了武建云向勤艺金属转让上述发明专利，转让价款为 3 万元。勤艺金属系根据自身产品发展方向和研发需要购买该发明专利，拟用于未来开发火盆、气炉系列产品之外的新产品取暖炉。本次交易为专利代理机构推荐并撮合的偶发性交易，转让方与发行人及其董事、监事、高级管理人员不存在任何关联关系，亦不存在任何合作关系。

3、商标

截至本招股说明书出具之日，雅艺科技在境内拥有 4 项商标，具体情况如

下：

序号	注册证号	商标标识	核定使用商品类别	核定使用商品范围	有效期	他项权利
1	19671775	LAVA STAR	11	打火机；炉用金属框架；干燥设备；炉子；炉子（取暖器具）；烤盘（烹饪设备）；散热器（供暖）；厨房炉灶（烘箱）；烤炉；壁炉（家用）	2017年6月7日至2027年6月6日	无
2	19671906		11	打火机；炉用金属框架；干燥设备；炉子；炉子（取暖器具）；烤盘（烹饪设备）；散热器（供暖）；厨房炉灶（烘箱）；烤炉；壁炉（家用）	2018年1月14日至2028年1月13日	无
3	22726565		11	炉子（取暖器具）	2018年4月28日至2028年4月27日	无
4	23136812		11	打火机；太阳炉；炉子（取暖器具）；厨房炉灶（烘箱）；烤炉；烤盘（烹饪设备）；干燥设备；炉用金属框架；壁炉（家用）；散热器（供暖）	2018年3月7日至2028年3月6日	无

除此之外，发行人在境外拥有6项已注册商标，具体情况如下：

序号	商标注册号	商标标识	注册地	类别	申请/受让日期	他项权利
1	5002812	LAVA STAR	美国	11	2015年12月3日	无
2	5002813		美国	11	2015年12月3日	无
3	UK00003138960	LAVA STAR	英国	11	2015年12月3日	无
4	UK00003138961		英国	11	2015年12月3日	无
5	1664218	LAVA STAR	加拿大	11	2016年7月20日	无

序号	商标注册号	商标标识	注册地	类别	申请/受让日期	他项权利
6	1664220		加拿大	11	2016年7月20日	无

4、著作权

截至本招股说明书出具之日，发行人通过全资子公司勤艺金属拥有 2 项计算机软件著作权，具体如下：

序号	登记号	软件名称	版本号	权利取得日期	他项权利
1	2018SR056230	勤艺金属板材落料节材系统	V1.0	2017年10月1日	无
2	2018SR056224	勤艺火炉自动焊接机器人控制软件	V1.0	2017年6月1日	无

(三) 公司的业务许可资格或资质情况

1、高新技术企业证书

报告期内，公司全资子公司勤艺金属持有高新技术企业证书。

浙江省科学技术厅、浙江省财政厅、国家税务总局浙江省税务局于 2018 年 11 月 30 日为公司全资子公司勤艺金属核发的《高新技术企业证书》（证书编号：GR201833000351），有效期为 3 年。

2、进出口经营权

公司于 2018 年 5 月 8 日取得《对外贸易经营者备案登记表》，备案登记表编号为 02281403，进出口企业代码：91330700776454800N，因此公司拥有自营进出口权。

3、海关报关单位注册登记证书

公司于 2015 年 11 月 6 日取得中华人民共和国金华海关核发的《中华人民共和国海关报关单位注册登记证书》，海关注册编码：3307961573，组织机构代码：776454800。

(四) 特许经营权

截至本招股说明书签署之日，公司未拥有特许经营权。

六、主要产品的核心技术情况

（一）公司核心技术情况

目前，公司主要产品的核心技术来源于公司及其研发团队的自主研发和长期积累沉淀，不存在由客户授权、转让而来的情形；发行人不存在依赖客户提供的技术、设计开展生产经营，从而对主要客户构成重大依赖、对发行人持续经营能力构成重大不利影响的情形。发行人主要产品的核心技术不存在来源于关联方的情形，亦不存在知识产权纠纷或潜在纠纷。

1、核心技术的具体情况

公司与主要客户采用 ODM 合作模式（ODM 即 Original design manufacturer（原始设计商）的缩写），该合作模式下，发行人自主设计、研发户外火盆、气炉系列产品，根据市场调研信息和客户潜在需求，对客户进行报价并依据客户需求选型、打样，取得客户认可后根据客户订单选取适合的生产加工工艺组织生产，在产品外包装上使用客户商标、再将产品销售给客户后由客户以其自主品牌对外销售。因此，在该种合作模式下，发行人为客户提供户外火盆、气炉系列产品从研发、设计到生产一系列的服务，虽然公司产品最终由客户以客户的自有品牌和商标向终端消费者销售，但公司产品均为公司自行设计、生产技术均为公司自主开发。

公司深耕户外火盆、气炉行业多年，并通过多年积累沉淀形成了多项核心技术，广泛应用于发行人产品的关键生产环节。公司的核心技术如下：

序号	核心技术	主要技术构成	核心技术竞争优势及先进性	对应的专利	对应的生产工艺
1	零部件复合冲压成型技术	对生产设备深入研究，同时对材料性能各种参数的计算，设计出先进的复合模具。	传统冲压成型工艺生产金属零部件，大多需要多副模具，通过多次冲压成型，才能完成；公司通过对冲压和拉伸设备的持续研究，同时对材料性能及抗拉强度等相关计算，并对拉伸的三维动态 CAE 分析结合材料 MC 极限等技术综合运用，设计出能整合多道工序的复合模具，大幅简化零部件的生产工序，使产能得到大幅提升。	一种火炉火盆体一次冲压成型设备	产品成型工艺环节
2	金属零部件连续自动化加工技术	金属零部件自动化加工设备结构设计，送料装置结构设	金属零部件加工大多是通过手动送料，很难保证部件连续加工的精度且需要消耗大量的劳动力，金属零部件的加工效率不高。公司采用先进的高速冲床、送	一种火炉火盆的连接件自动化加工设	

序号	核心技术	主要技术构成	核心技术竞争优势及先进性	对应的专利	对应的生产工艺
	术	计。	料机、全自动打圈机等，结合公司高精度模具以及对模具进行机构设计、追加齿轮、汽缸、连杆等光电控制从而将生产实现高精度高质量高效率自动化生产；自动化生产不仅提高了产品质量，而且大幅提高了生产效率，降低人工成本；同时对模具进行模块化组合做到快速更换及一模多用追求精益求精将多个产品集合于自动化设备上完成。	备	
3	自动化定制切压技术	可组合，可拆卸的切压模具结构设计。	传统的金属零部件加工需要首先制作冲压模具才能进行生产。自动化定制切压技术采用切压模具可组合和可拆卸的切压刀具设计，可根据不同加工形状的零件通过更换组合切压模具实现小批量定制化生产，大幅提高客户定制要求的反应速度。	一种用于火炉的零部件自动化切压装置	
4	金属材料自动焊接技术	采用可编程焊接机器人，对焊接工序实现自动化。	在金属制品的生产过程中，需要对金属零部件进行焊接，传统的焊接多是人工用钳夹持，存在着焊接效率差，焊接质量不稳定等问题，对工人焊接技术要求较高。本公司采用自动化焊接机器人，使用夹具将金属零部件夹紧，同时配合电机和轴承，转动金属零部件，便于各角度焊接。相比传统工艺很大程度上使用普工代替了技术工种，同时提升产品质量，以及大幅提高生产效率。	一种火炉自动焊接机器人装置	产品焊接工艺环节
5	自动皮模线技术	采用多用途挂具及链式输送，旋转高压喷淋对工件实施 360 度无死角清洗、上膜。	传统的皮膜工艺是采用浸泡化学药水式，该工艺生产效率低下，上膜质量不稳定。自动皮模线技术采用多用途挂具及链式输送，同时配合旋转高压喷淋对工件无死角清洗后，镀上保护膜，此项工艺上膜均匀，同时大幅提高生产效率。	一种自动皮模线装置	
6	自动喷塑技术	采用传送带结构传送产品零部件，到达喷塑箱内以后，通过自动喷枪进行喷塑。	目前市场上火盆、气炉在户外日常户外使用中易生锈，传统喷涂大多是采用人工喷塑的方法，对人体危害大，质量不稳定且涂料浪费大。公司通过对喷塑工艺、流水操作、人工技术操作等方面持续研究，开发了自动喷塑技术。该技术采用半封闭式喷塑箱的设置有效解决了塑粉飘散，减小了对环境的污染，保护工人的身体健康；通过回收槽与自动灌装循环的设计及运用降低了生产成本，同时降低了废料的产生；采用多面喷枪自动供料的设计提高了生产效率，保证涂料厚度均匀，平整，提升了产品档次。	一种火炉自动喷塑装置	表面处理工艺环节

序号	核心技术	主要技术构成	核心技术竞争优势及先进性	对应的专利	对应的生产工艺
7	CO、温度自动检测技术	温度以及空气质量的检测与控制系统设计光电报警器自动报警设计。	在火炉的生产过程中，需要对车间内的CO浓度以及温度进行检测，以防止危险事故的发生，现有技术对检测CO浓度以及温度的CO浓度探测器和温度探测器大多是固定在车间内，从而减小了CO浓度探测器和温度探测器的检测范围，当车间内CO浓度以及温度不均匀时，不能起到全面检测的作用，易发生危险事故。CO、温度自动检测技术采用位移装置，带动CO浓度探测器和温度探测器在车间内移动，从而实现了对车间内CO浓度以及温度的全面检测，避免了危险事故的发生；采用位置调节机构，实现了对CO浓度探测器和温度探测器位移的调节，当CO浓度以及温度超过设定范围时，光电报警器自动发出警报。	一种火炉生产环境温度以及空气质量的检测与控制系统	质量、安全应用检测环节
8	烟气自动收集、净化技术	自动感应触发器在焊接烟气达到规定值时触发开关，启动风机；多工位隔断半封闭式独立收集烟气设置，降低能耗，节约成本。	焊接工艺中焊接气体中含有大量的有害微颗粒，对人体造成伤害，对环境造成危害。烟气自动收集、净化处理技术隔断半封闭式工位设计避免了单个、多个工位工作时触发烟气捕集器同时启动，节约能耗，降低了成本；烟气自动收集、净化处理系统避免了工作场所烟气弥漫，改善了工作环境；采用二级过滤装置对收集的烟气进行过滤、回收，减少了粉尘的排放降低了对大气的污染。	一种烟气自动收集装置	

2、核心技术的保护

目前，发行人的主要核心技术均应用于火盆、气炉等产品的生产与研发过程。为保护公司的合法权益，提升公司的核心竞争力，公司通过申请专利对部分核心技术进行保护。

公司核心技术与已取得的专利、著作权保护，详情见本节之“五、主要固定资产及无形资产”之“（二）无形资产情况”之“2、专利”。

3、核心技术在主营业务就产品中的应用和贡献情况

公司的各种产品都需要一定的核心技术做支撑，因而公司的主营业务收入构成公司的核心技术产品收入。

单位：万元

项目	2021年1-6月	2020年度	2019年度	2018年度
核心技术产品收入	22,926.54	31,878.77	14,952.16	13,685.88
营业收入	23,004.87	32,093.60	15,085.22	13,841.51
核心技术产品收入 占营业收入比例	99.66%	99.33%	99.12%	98.88%

报告期内，公司所积累的核心技术均应用到公司的生产的产品中，发行人主营业务及主要产品均围绕着核心技术开展，发行人营业收入主要来自核心技术贡献。

4、发行人自有生产和设计能力

(1) 设计能力

公司具备较强的设计能力，报告期内设计图库已完成设计的款式超过 5,000 款且每年新增设计款式超过 1,000 款。同时，公司配备了专业的研发设计团队，能够独立完成从产品构思、外观设计至打样成型等各个环节的工作，能够充分满足客户对产品设计及生产的需求。

发行人每年均会推出多款新产品，在推出新产品之前，公司会根据市场调研情况向客户建议新产品的定位和价位区间。公司根据客户预期的产品定位、产品类别和产品价格区间，在 1-2 周内设计出 7-8 款不同风格产品的效果图发送给客户审阅，客户根据自身的需求选择 3-4 款产品并进一步地提出修改意见。收到客户的进一步反馈后，公司快速响应，研发部门、生产部门一起确定样品制作方案，以保证客户确认的产品款式能够快速地投入批量生产。

报告期内发行人每年新增产品设计款式数量、成功打样款式数量、最终定稿生产款式数量及三者间对应比例如下：

项目	2021年1-6月	2020年度	2019年度	2018年度
新增产品设计款式数量（个）	843	1,556	1,105	1,533
成功打样款式数量（个）	171	372	703	979
最终定稿生产款式数量（个）	14	27	20	33
新增产品设计款式数量/成功打样数量	4.93	4.18	1.57	1.57

项目	2021年1-6月	2020年度	2019年度	2018年度
成功打样数量/ 最终定稿生产款式数量	12.21	13.78	35.15	29.67

2018年和2019年，发行人每设计1.57个款式能成功打样1个，每打样30-35个左右能定稿生产1个产品款式；2020年，发行人每设计4个款式能成功打样1个，每打样约14个能定稿生产1个产品款式；2021年1-6月，发行人每设计约5个款式能成功打样1个，每打样约12个能定稿生产1个产品款式。2020年新增产品设计款式数量、成功打样款式数量和最终定稿生产款式数量三者间的比例较往年有所变化，主要系2020年度和2021年1-6月受疫情影响，客户召开现场选样会的条件受限，选样会召开的规模、次数均有所下降，客户根据销售情况部分产品沿用以前年度款式或采取线上选样的方式，因此2020年度和2021年1-6月发行人打样款式数量有所减少。

发行人配备了专业、有经验的研发设计团队，在产品的设计、打样、生产过程中以及各研发项目的研发过程中，研发设计团队人员均会根据实际需要负责或参与某一环节工作。为了更直观地反映匹配关系，以各岗位研发人员主要负责的工作内容作为其工作成果的体现，如下：

岗位	职能	具体工作内容	主要工作成果
研发技术部经理	统筹管理各研发项目的研发工作	统筹管理研发部工作	发行人整体研发、设计成果
结构设计组	产品结构的设计、绘图、组装验证等工作	1、负责打样产品的样品制作； 2、配合相关研发项目的研究开发	每年打样款式数量
外观设计组	产品外观美化、设计	1、负责设计新增产品款式； 2、配合相关研发项目的研究开发	每年新增产品设计款式数量
机电一体设计组	负责机电一体设计、研发	1、负责产品生产过程中的生产设备的调试、编程（如根据产品构造对自动焊接机器人进行调试及编程）； 2、配合相关研发项目的研究开发	每年定稿生产款式的生产设备调试、编程
研发产品生产制造组	研发产品性能测试工作；产品成型研究；样品开发、打样；产品自动化工艺设计、设备的改进研究等	1、负责各项研发项目的研究开发； 2、参与打样产品的样品制作，对研发产品进行性能测试等； 3、负责产品生产过程中的专用生产设备的改进研究等。	每年研发项目数量

报告期内各期研发设计人员人均负责研发项目、新增产品设计数量如下：

对应岗位人员	项目	2021年 1-6月	2020年	2019年	2018年
外观设计组	人均设计产品款式（个）	281.00	311.20	368.33	306.60
结构设计组	人均打样产品款式（个）	9.00	20.67	87.88	97.90
机电一体设计组	人均调试生产设备对应新产品款式（个）	4.67	9.00	10.00	16.50
研发部	人均负责研发项目（个）	0.11	0.16	0.22	0.19

其中，由于 2020 年度受疫情影响客户选样会召开频次大幅减少，导致 2020 年度打样产品数量有所减少，结构设计组人员对应的人均打样产品款式数量亦随之减少，结构设计组人员更多地参与到了研发项目的工作中。

（2）生产能力

发行人具备较强的技术能力实现上述产品设计，在保证质量、控制成本的前提下进行量产。公司深耕火盆、气炉行业十几年，积累了生产火盆、气炉系列产品的丰富的生产经验和技術能力。截至本招股说明书出具日，发行人及其子公司已通过自主研发形成了零部件复合冲压成型技术、金属零部件连续自动加工技术、自动化定制切压技术、金属材料自动焊接技术、自动喷塑技术等核心技术，并拥有 1 项发明专利、32 项实用新型专利、2 项计算机软件著作权。

通过多年专业从事火盆、气炉系列产品的积累，发行人已整合了相关产品的供应链，具备了较强的生产组织能力。2020 年度下游客户销售势头良好，订单量不断增长，为了满足客户需求，发行人迅速通过升级生产设备、扩招人手等方式提高产能，确保了客户订单的及时交付，体现了强大的生产能力，赢得了客户的好评。

综上所述，发行人经过多年的行业经营，自主研发并取得了多项核心技术专利，并将核心技术充分应用到公司主营业务的生产当中，多年来在满足不同客户的产品需求中积累了丰富的产品设计经验，同时发行人具备较强的生产组织能力，能确保客户订单的及时交付。因此，发行人完全自主拥有生产所需的核心技术，发行人的生产和设计能力能够充分满足客户的需求。

(二) 发行人核心技术科研实力及成果情况

1、正在从事的研发项目情况

序号	项目名称	主要技术内容	所处阶段	拟达到目标
1	活动式防烫手隔离网	热辐射与热传导技术、铜箔片热胀冷缩控制技术	研发阶段	保持桌体内各零件的温度均低于60℃
2	环保型颗粒炉的设计开发	1、包含炉体、燃料输送装置、加热装置、鼓风装置、温控装置、电机、电路板（主电源、显示屏、温度调节装置）、轮子； 2、燃料输送装置通过电机驱动螺旋杆完成对燃料的输送； 3、加热装置通过加热棒和鼓风装置完成对燃料的加热起火和燃烧； 4、温控装置通过温度传感器传递信号至电路板，达到控制燃料输送装置。	小批量生产	根据用户的设定，烧烤炉自动投放颗粒燃料，使烧烤炉达到设定的温度
3	火炉、火盆管材自动切割下料装置的设计开发	1、装置包括：主控电箱（电源、数控操作屏、电路板）、油压电机、油压缸、锯管电机、锯片、底座、管材夹紧装置； 2、数控操作屏设置锯管参数、各油压缸行程； 3、油压电机提供动力给油压缸来完成各油压缸动作； 4、锯管电机带动锯片完成对管材的切割。	样品试制	实现管材自动切割下料的改造
4	火炉、火盆成品自动打托绕膜工艺研究	1、设计包含转盘底座、绕膜装置、升降装置、机械臂堆放； 2、成品包装完成以输送带输送至机械臂，机械臂完成对成品的叠放； 3、电机驱动带动转盘旋转，同时绕膜装置通过升降装置完成对成品的缠绕打托。	样品试制	实现一人操作的快速打托

2、研发费用的构成及占主营业务收入的比例

单位：万元

项目	2021年1-6月	2020年度	2019年度	2018年度
研发费用	619.90	900.28	488.06	432.36
营业收入	23,004.87	32,093.60	15,085.22	13,841.51
研发费用占营业收入比例	2.69	2.81%	3.24%	3.12%

（三）发行人核心技术人员及研发人员情况

1、研发团队

截至 2021 年 6 月 30 日，公司研发团队由张伟、姚成、熊新球等 64 名研发人员组成，占员工总数比例为 10.46%。

2、核心技术人员

公司的核心技术人员为叶跃庭、姚成、熊新球、张伟，上述人员的简历见本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“十、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员”之“（一）董事、监事、高级管理人员及其他核心人员的简要情况”之“4、其他核心人员”。

公司核心技术人员均长期从事火盆、气炉的开发、生产及服务，具有丰富的理论基础和实践经验，是公司在专业产品研发及提高研发水平方面的中坚力量。

3、公司对核心技术人员实施的约束激励措施

报告期内，公司严格按照相关规定落实核心信息和技术保密制度，未发生技术泄密事件。在对核心技术人员实施的约束激励措施方面，公司采用的方式包括给予核心技术人员激励、签署竞业限制协议等。

（1）给予核心技术人员激励

公司建立了较为健全的研发激励体系，设置年终奖，把专利申请、研发成果等作为评价的主要内容，并通过员工持股平台对核心技术人员进行激励。

（2）与核心技术人员签署竞业限制协议

公司与核心技术人员签署了《竞业禁止及保密协议》，《竞业禁止及保密协议》要求公司核心技术人员对公司的研发过程、研发成果保密负责。核心技术人员在任职期间及离职后两年内，直接或间接组建或计划组建任何与公司产品（包括研发、生产、储备、经销等所有产品）相同、相似、类似或相关竞争企业，或在与公司产品（包括研发、生产、储备、经销等所有产品）相同、相似、类似或相关竞争企业中担任（包括隐名担任）或计划担任任何职务。

4、报告期内核心技术人员的主要变动情况及对发行人的影响

报告期内，公司核心技术人员未发生变动，不会对公司的生产经营产生影响。

七、发行人境外经营和境外资产的情况

截至本招股说明书签署之日，公司未在境外拥有资产，亦未在境外经营活动。

八、发行人研发设计、生产人员情况及生产设备情况

（一）研发设计、生产人员情况

1、研发设计人员情况

截至报告期内各期末，发行人研发设计团队人员数量及岗位构成情况如下：

单位：人

岗位	职能	2021 -6-30	2020 -12-31	2019 -12-31	2018 -12-31
研发技术部经理	统筹管理各研发项目的研发工作	1	1	1	1
结构设计组	产品结构设计、绘图、组装验证等工作	19	18	8	10
外观设计组	产品外观美化、设计	3	5	3	5
机电一体化设计组	负责机电一体化设计、研发	3	3	2	2
研发产品生产制造组	研发产品性能测试工作；产品成型研究；样品开发、打样；产品自动化工艺设计、设备的改进研究等	38	23	13	13
合计		64	50	27	31

截至报告期内各期末，发行人研发设计团队人员数量及学历构成情况如下：

单位：人

学历	2021-6-30	2020-12-31	2019-12-31	2018-12-31
本科及以上学历	1	2	1	0
大专	8	6	5	8
高中及以下	55	42	21	23
合计	64	50	27	31

报告期内，发行人的研发设计人员均合法与发行人签订劳动合同，每天工

作8小时，若有加班则按加班时长计算加班工资。

随着公司业绩规模扩大及研发投入程度的加大，公司研发人员的人均薪酬有所提升，如下：

项 目	2021年1-6月	2020年度	2019年度	2018年度
研发人员工资总额 (万元)	336.89	433.78	273.66	261.63
研发人员平均工资 (万元/人)	5.88	11.57	9.05	7.85

2、生产人员情况

报告期内各期末，发行人生产人员数量及岗位构成情况如下：

单位：人

岗 位	2021-6-30	2020-12-31	2019-12-31	2018-12-31
生产车间	463	403	206	192
品质检验	14	6	3	5
仓储	21	17	13	13
采购	6	6	3	4
合计	504	432	225	214

报告期内各期末，发行人生产人员数量及学历构成情况如下：

单位：人

学 历	2021-6-30	2020-12-31	2019-12-31	2018-12-31
本科及以上	2	2	1	0
大专	14	8	6	3
高中及以下	488	422	218	211
合计	504	432	225	214

报告期内，发行人的生产人员均合法与发行人签订劳动合同，每天工作8小时，若有加班则按工作量计算加班工资。

报告期内，随着公司业绩规模扩大，公司生产人员的人均薪酬有所提升，如下：

项 目	2021年1-6月	2020年度	2019年度	2018年度
生产人员工资总额 (万元)	1,719.93	2,386.85	1,147.36	993.90

项目	2021年1-6月	2020年度	2019年度	2018年度
生产人员平均工资 (万元/人)	3.93	8.33	6.08	6.10

注：2019年人均薪酬略低于2018年系由于2019年新增的生产人员为基础操作工人，工资水平较低。

3、劳务外包情况

报告期内发行人研发设计人员不存在采用劳务派遣或外包的情况，发行人的生产人员中不存在采用劳务外包的情况，但存在以劳务派遣及临时采购劳务服务方式使用季节性、临时性辅助用工的情形，具体情况如下：

(1) 报告期内劳务派遣的情况

派遣单位	时间	人数(人)	岗位
永康市及时雨劳务派遣有限公司	2018年6月	10	冲压车间
		9	成品包装
	2018年7月	6	冲压车间
		6	成品包装
	2018年8月	2	冲压车间
		4	成品包装
周口中众劳务人力资源有限公司	2020年7月	35	喷涂挂件及包装车间
	2020年8月	13	喷涂挂件及包装车间
	2020年12月	40	喷涂挂件及包装车间
	2021年1月	11	喷涂挂件及包装车间

(2) 临时性劳务服务采购的情况

报告期内，发行人仅于2020年6-7月向武义县吴军装卸服务部临时性采购成品包装服务，具体情况如下：

时间	供应商	人数(人)	岗位	工作时间(小时)	劳务服务费用(万元)
2020年6月	武义县吴军装卸服务部	6	成品包装	386.50	0.77
2020年7月		2		651.00	1.30

以上临时性劳务服务采购不属于发行人将其生产业务或职能工作发包给相关机构，由该机构自行安排人员按照发行人的要求完成相应的业务或工作的情形，而是由供应商安排人员临时性参与发行人成品包装工作，按照具体人员工作时间结算服务费的劳务服务采购，因此，不属于劳务外包。

劳务派遣人员及服务外包人员合计占当期发行人员工总数未超过 10%，发行人不存在对劳务外包或采购劳务的依赖。

发行人不存在借用发行人客户生产、设计人员，或为上述人员提供挂职的情形；发行人董事、监事、高管人员不存在曾任职、现仍任职于发行人客户的情况。

4、发行人董事、监事、高管人员不存在曾任职、现仍任职于发行人客户的情况

报告期内发行人的生产、设计人员自行招募，均已签订劳动合同或劳务派遣协议，按相关人员实际工作量和绩效支付工资，发行人不存在借用发行人客户生产、设计人员，或为上述人员提供挂职的情形。

发行人的董事、监事、高级管理人员的简历情况如下：

姓名	职务	简历
叶跃庭	发行人董事长	2000年7月创办永康市雅艺花园家具有限公司。2005年6月发起成立浙江雅艺金属制造有限公司，至2015年9月任雅艺有限法定代表人、执行董事，2015年10月至今，担任发行人董事长
叶金攀	发行人董事、总经理	2011年7月至2015年9月，任浙江雅艺金属制造有限公司总经理；2015年10月至今，任发行人董事、总经理
潘红星	发行人董事、董事会秘书	2010年7月至2011年10月，任浙江奥特多制造有限公司担任人事助理；2011年12月至2015年9月，任发行人总经理助理；2015年9月至今，任发行人董事会秘书；2020年2月至今，任发行人董事
冷军	发行人独立董事	2003年6月至2005年9月，任宁波大学商学院助教；2005年9月至2018年12月，任宁波大学商学院讲师；2018年12月至今，任宁波大学商学院副教授；2014年9月至2020年10月，任维科技术股份有限公司独立董事；2020年5月至今，任发行人独立董事
芮鹏	发行人独立董事	2002年9月至2003年9月，任深圳发展银行柜员；2007年3月至2014年2月，任上海证券交易所经理；2015年3月至2015年11月，任上海奇成资产管理有限公司投资总监、董事总经理；2015年12月至今在尚融资本管理有限公司任投资总监、董事总经理、合规风控负责人。2017年11月至今，任北京华远意通热力科技股份有限公司独立董事；2019年1月至今，任宁波震裕科技股份有限公司董事；2019年8月至今，任智洋创新科技股份有限公司独立董事；2019年10月至2020年5月，任上海拉夏贝尔服饰股份有限公司独立董事；2019年10月至今，任

姓名	职务	简历
		大连豪森设备制造股份有限公司董事；2020年5月至今，任发行人独立董事；2020年6月至今，任辽宁信德新材料科技股份有限公司董事
王明春	发行人监事会主席	王明春，1976年12月出生，中国国籍，无境外永久居留权，初中学历，2002年1月至2005年5月，任永康市雅艺花园家具有限公司车间主管，2005年6月至2016年4月任发行人车间主管；2016年4月至今，任勤艺金属研发技术部员工；2021年8月至今，任发行人监事会主席。
姚成	发行人监事	2005年8月至2006年6月，任永康市雅艺花园家具有限公司品质部经理；2006年6月至2016年4月，任发行人品质部经理；2016年4月至今，任勤艺金属研发技术部经理；2020年5月至今，任发行人监事
叶涌泉	发行人监事	2004年4月至2006年6月，任永康市雅艺花园家具有限公司焊接员；2006年6月至2016年4月，历任发行人电工、电工主管；2016年4月至今，任勤艺金属研发技术部员工。2020年5月至今，任发行人监事
宣杭娟	发行人副总经理	2005年12月至2011年5月，任浙江天鑫运动器材有限公司外贸部部门主管；2012年5月至2017年10月，任发行人销售部经理；2015年9月至2017年10月，任发行人监事；2017年10月至今，任发行人副总经理
程丽英	发行人财务总监	2001年1月至2002年1月，任永康市热工仪表厂财务；2002年2月至2006年6月，任永康市雅艺花园家具有限公司财务；2006年6月至2015年9月，任发行人财务经理；2015年9月至今，任发行人财务总监

发行人董事、监事、高级管理人员的原任职单位与发行人客户均不相关，发行人董事、监事、高管人员不存在曾任职、现仍任职于发行人客户的情况。

(二) 生产线/生产设备情况

截至2021年6月30日，发行人生产线、生产设备的具体情况如下：

生产车间	生产线/生产设备名称	功能	价值 (万元)	权属
冲压车间	冲压设备	产品冲孔、成形、剪切	662.35	发行人子公司勤艺金属
	冲压配套设备	冷轧板整平、送料	27.14	
	成型下料设备	产品剪切、成型、卷边等	49.44	
	液压设备	产品冲孔、成型	89.04	
	辅助设备	搬运货物、生产压缩空气、吊料等	16.36	

生产车间	生产线/生产设备名称	功能	价值 (万元)	权属
焊接车间	自动焊接设备	自动化地产品焊接	508.28	发行人及子公司勤艺金属
	手动焊接设备	手动地产品焊接	5.98	
	辅助设备	除尘、产品成型等	4.44	
喷涂车间	1号喷涂流水线	产品表面喷涂油漆、塑粉等	201.12	
	2号喷涂流水线		49.50	
	3号喷涂流水线		82.77	
	4号喷涂流水线		130.49	
	喷淋流水线	产品表面喷淋油漆、塑粉等	41.55	
	污水处理设备	污水处理	0.69	
	辅助设备	检测油漆、塑粉厚度，提供天然气，产品加热、烘干等	53.07	
板岩车间	切割设备	切割瓷砖	22.80	
	粉碎设备	粉碎瓷砖	1.93	
打磨车间	喷台	用于打磨的工作台	2.08	
包装车间	成品包装线	包装产成品	14.76	
	半成品包装设备	包装半成品	88.45	
	辅助设备	缠绕、捆扎产品，打标签纸，检测包装的气密性	7.83	
模具车间	模具加工设备	模具钻孔、铣边、平面加工等	15.33	
品质检测	检测设备	检测产品质量	5.74	
研发部门	研发样品制造设备	研发样品的制造，包括钻孔、焊接、切割、喷粉等	52.54	
总体配套设备	辅助设备	电力设备、工作平台、空气除湿等	49.60	
合计			2,183.28	

报告期内，发行人生产线、生产设备均为发行人及其子公司自行购买取得并独立拥有，发行人与主要客户采用 ODM 合作模式，接受客户委托进行产品的定制化生产，根据发行人与主要客户签署的框架协议、采购合同，发行人不存在借用、使用客户生产线生产设备的情况。

第七节 公司治理与独立性

一、公司治理制度的建立健全及运行情况

（一）公司治理制度已建立健全、不存在缺陷

公司按照《公司法》、《上市公司章程指引》及国家有关法律法规的规定，结合实际情况制定了公司章程，建立了由股东大会、董事会、监事会和高级管理人员组成的法人治理结构，形成了权力机构、决策机构、监督机构和管理层之间权责明确、运作规范的相互协调和相互制衡机制。公司根据相关法律法规及公司章程制定了《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》、《监事会议事规则》、《总经理工作细则》、《董事会秘书工作细则》以及董事会各专门委员会议事规则。公司董事会下设战略委员会、审计委员会、薪酬与考核委员会、提名委员会四个专门委员会，为董事会重大决策提供咨询、建议。

公司的股东大会、董事会、监事会和高级管理人员均依法规范运作、履行职责。报告期内，公司不存在治理缺陷，发行人董事、监事、高级管理人员不存在违反《公司法》及其他规定行使职权的情形。

（二）股东大会制度的建立健全及运行情况

根据《公司法》及《公司章程》的有关规定，公司于 2015 年 9 月 30 日召开了创立大会暨 2015 年第一次临时股东大会，审议通过了《股东大会议事规则》，建立了股东大会制度。

截至本招股说明书签署日，发行人自股份公司成立以来共召开 33 次股东大会，历次股东大会均按照《公司章程》、《股东大会议事规则》及其他相关法律、法规规定的程序召集和召开，严格按照相关规定进行表决、形成决议，相关决议内容合法、有效。

（三）董事会制度的建立健全及运行情况

2015 年 9 月 30 日，公司召开了创立大会暨 2015 年第一次临时股东大会，审议通过了《董事会议事规则》，并选举产生了公司第一届董事会。

截至本招股说明书签署日，发行人自股份公司成立以来共召开 44 次董事会，历次董事会均按照《公司章程》、《董事会议事规则》及其他相关法律、法规规

定的程序召集和召开，严格按照相关规定进行表决、形成决议，相关决议内容合法、有效。

（四）监事会制度的建立健全及运行情况

2015年9月30日，公司召开了创立大会暨2015年第一次临时股东大会，审议通过了《监事会议事规则》，并选举产生了公司第一届监事会。

截至本招股说明书签署日，发行人自股份公司成立以来共召开22次监事会，历次监事会均按照《公司章程》、《监事会议事规则》及其他相关法律、法规规定的程序召集和召开，严格按照相关规定进行表决、形成决议，相关决议内容合法、有效。

（五）独立董事制度的建立健全及运行情况

2020年5月29日，公司召开了2020年第二次临时股东大会，选举冷军、芮鹏为公司独立董事，其中冷军为会计专业人士；并审议通过了《独立董事工作制度》。公司现有独立董事2名，超过董事会人数5人的三分之一。发行人独立董事均符合《公司章程》及其他相关法律、法规规定的任职条件。

自公司独立董事制度建立以来，公司独立董事严格按照《公司章程》、《独立董事工作制度》的规定认真履行职责，在公司法人治理结构的完善、公司发展方向和战略的选择、内部控制制度健全及中小股东权益的保护等方面起到了重要的作用。

（六）董事会秘书制度的建立健全及运行情况

2015年9月30日，公司召开了第一届董事会第一次会议，聘任潘红星为董事会秘书，并审议通过了《董事会秘书工作细则》，建立了董事会秘书制度。

发行人董事会秘书自聘任以来，积极组织筹备董事会和股东大会，参加股东大会、董事会和高级管理人员相关会议，勤勉尽责地履行其工作职责，在完善公司治理结构、促进公司规范运行等发挥了积极的作用，切实履行了《董事会秘书工作细则》规定的职责。

（七）审计委员会及其他专门委员会的设置情况

2020年6月1日，公司召开了第二届董事会第十次会议，审议通过了《关

于设立公司董事会战略委员会的议案》、《关于设立公司董事会审计委员会的议案》、《关于设立公司董事会薪酬与考核委员会的议案》、《关于设立公司董事会提名委员会的议案》及上述各专门委员会实施细则。

发行人专门委员会成员由全体董事组成，且各委员会成员均不少于三名董事；其中审计委员会、提名委员会和薪酬与考核委员会中独立董事占多数并担任主任委员，且审计委员会的主任委员为会计专业人士。

截至本招股说明书签署日，公司董事会专门委员会人员的构成情况如下：

委员会名称	主任委员	委员
审计委员会	冷军	冷军、潘红星、芮鹏
提名委员会	芮鹏	芮鹏、叶跃庭、冷军
战略委员会	叶跃庭	叶跃庭、冷军、芮鹏
薪酬与考核委员会	芮鹏	芮鹏、叶金攀、冷军

发行人各专门委员会自设立以来，按照专门委员会工作细则的相关规定履行职责，进一步规范了公司治理结构，完善了公司内部管理的规范性。

二、发行人特别表决权或其他类似安排的情况

截至本招股说明书签署日，发行人不存在特别表决权或其他类似安排的情况。

三、协议控制框架的具体安排

截至本招股说明书签署日，发行人不存在协议控制框架的具体安排。

四、内部控制制度情况

（一）发行人管理层的自我评价意见

公司董事会认为，根据《企业内部控制基本规范》及相关规定，本公司内部控制于2021年6月30日在所有重大方面是有效的。

（二）注册会计师的鉴证意见

天健会计师出具了《关于浙江雅艺金属科技股份有限公司内部控制的鉴证报告》（天健审 9199 号），认为：公司按照《企业内部控制基本规范》及相关规

定于 2021 年 6 月 30 日在所有重大方面保持了有效的内部控制。

（三）报告期内公司的内控运行情况

报告期内发行人存在财务内控不规范情形，包括关联方资金拆借和利用个人账户收付款。公司已对上述财务内控不规范情形进行了整改，截至首次申报审计截止日发行人已满足财务内控健全有效且被有效执行的要求，整改后，公司未再发生财务内控不规范情形。具体情况说明如下：

1、关联方资金拆借

（1）资金拆借的背景、涉及金额及利息情况

2018 年底、2019 年初，发行人实际控制人叶跃庭、金飞春由于回购退出的外部股东的股份，资金周转较为紧张，故由金飞春通过供应商天丰和宝、成红泡沫向发行人拆借资金合计 300 万元。在 2018 年和 2019 年间，发行人实际控制人陆续偿还了所借资金，截至 2019 年末所借资金已全额返还，之后未再发生关联方资金拆借事项。

该资金拆借涉及金额及返还情况如下：

单位：万元

项目	2019 年	2018 年
期初余额	82.42	-
当期拆出资金	120.00	180.00
当期归还资金	202.42	97.58
期末余额	-	82.42
当期资金拆借利息	3.26	0.79
当期拆出资金占当期经营活动流出的比例	0.79%	1.28%

发行人实际控制人按照同期银行贷款利率 4.35%及相关拆借资金的占用天数计算了上述资金拆借的利息，并向发行人支付资金拆借利息合计 4.05 万元。利息的计算依据为同期银行贷款利率，具有公允性。

（2）整改情况

就上述关联方资金拆借事项，发行人落实了以下整改措施：

①补充履行了审批程序和信息披露程序

发行人召开了第二届董事会第十四次会议和 2020 年第六次临时股东大会审议通过了《关于追认公司 2017、2018、2019 年度及 2020 年 1-6 月关联交易的议案》，公司独立董事对上述议案发表了认可意见。发行人在招股说明书和全国股转系统中均已披露前述资金拆借事项。

②进一步完善了相关内控制度

发行人第二届董事会第九次会议和 2020 年第二次临时股东大会会议审议通过了《关于修改<关联交易管理制度>》的议案，进一步完善了发行人的相关内控制度，对关联交易决策权限和程序做了系统和具体的规定，其中包括明确了关联方的界定、关联交易的定义、关联交易的审核权限、表决程序、独立董事的作用等方面。

公司发生的关联交易将严格按照《公司章程》、《关联交易管理制度》等文件规定，履行必要的法律程序，依照合法有效的协议进行。

③发行人相关人员进一步加强了规范意识

发行人组织实际控制人及董事、监事、高级管理人员深入学习并严格执行相关《公司法》、《证券法》、《深圳证券交易所创业板上市公司规范运作指引》等法律法规及发行人相关内部控制制度，进一步提高了发行人实际控制人及管理层规范治理、合规运作的意识。

④发行人实际控制人、董事、监事及高级管理人员出具承诺函

发行人实际控制人、董事、监事及高级管理人员出具《关于不占用公司资金的承诺函》，承诺将勤勉尽职履行自己的职责，维护发行人资金和财产安全，且不会出现以下情形：A、挪用发行人及其子公司资金或将发行人及其子公司资金借贷给他人；B、将发行人及其子公司资金以个人名义或以其他个人名义开立账户储存；C、以发行人及其子公司资产为本人控制的其他企业提供担保；D、其他以任何其他方式非法占用发行人及其子公司资金的情形。

2、利用个人卡进行收付款

报告期内，发行人存在使用亲属个人卡发放工资、支付零星采购和费用、收取废料收入及零星款项等公司经营用途的情形，上述个人卡用于公司经营用

途的情形自 2017 年起至 2020 年 1 月 16 日期间发生。发行人保荐机构于 2020 年 3 月进场并于 2020 年 5 月 13 日在浙江证监局完成辅导备案登记，在中介机构进场辅导后发行人已不存在使用个人卡的不规范情形，并于 2020 年 6 月 30 日前清理了该个人卡款项余额后注销了该个人卡。

(1) 个人卡收付款项及用途

报告期内，该个人卡由发行人实际控制人金飞春使用，该个人卡流水中既包括金飞春个人日常用途，也包括与发行人经营相关的收支。

报告期内与发行人经营相关的收支款项用途及发生额如下：

单位：万元

项目		2020 年 1 月	2019 年	2018 年	2017 年
收入	收到公司账户转出的工资	-	-	-	110.00
	废料销售收入	1.94	41.86	1.02	6.88
	零星收款	-	4.21	16.62	1.69
收入小计		1.94	46.07	17.64	118.57
支出	发放 2016 年度工资奖金	-	-	-	72.24
	发放 2017-2019 年度工资奖金	-	6.50	-	14.12
	零星采购和费用	-	2.08	2.46	11.86
支出小计		-	8.58	2.46	98.21

报告期内，发行人逐步减少个人卡用于公司经营用途的资金收支，相应的公司经营用途的收入和支出发生额总体呈下降趋势。

①收到公司账户转出的工资及发放工资、奖金

2017 年 1 月，发行人计划发放 2016 年度员工奖金及工资，实际控制人为了避免员工间互相比奖金、产生不满情绪，故从公司账户上将 110 万元先行发放给一位员工，由这位员工将 110 万元转至个人卡。实际控制人金飞春再使用个人卡向 18 位员工发放了 2016 年度工资奖金合计 72.24 万元，剩余款项留在个人卡中使用，未转回公司账户。

在 2017 年 3 月、5-8 月及 2019 年 1 月，同样出于避免员工间互相比工资奖金产生不满情绪的考虑，实际控制人金飞春使用个人卡中款项向 6 位员工发放了其 2017-2019 年度的工资、奖金合计 20.62 万元。

②废料销售收入

在发行人产品生产过程中会产生废铁、不锈钢等废料，报告期内发行人会定期向废料收购方出售废料，针对需要开具发票的废料销售交易则由发行人账户收款并开票、入账，但有部分废料收购方不需要发票，则由个人卡收取废料销售款。2017年至2020年1月，该个人卡收取废料款项合计51.70万元。

③零星收款

2017年至2020年1月，该个人卡零星收款金额为22.52万元，包括发行人采购设备的质量赔款收入13.60万元、报废设备处置收入1.40万元、供应商折扣返回7.52万元，上述零星收款事项为偶然发生、金额较小。

④零星采购和费用

2017年至2020年1月，该个人卡零星采购和费用支出金额为16.40万元，主要是用于发行人无票的零星采购和费用，由于无法取得发票，故使用个人卡进行支付。

综上，发行人在报告期内使用个人银行卡进行收付款的事项具有原因及合理性，相关交易具有商业实质。

(2) 整改措施及落实情况

针对上述不规范使用个人卡的情形，发行人及时进行了整改，整改措施及落实情况如下：

①发行人实际控制人及管理层已充分认识到上述个人卡使用情况为不规范行为，于2020年1月底主动停止了通过使用个人卡代收代付公司款项行为，并积极清理该个人卡的余额、向发行人账户归还相关资金后于2020年6月30日前注销了该个人卡；公司自首次申报基准日后未再发生其他通过个人卡代收代付公司款项的行为；

②聘请申报会计师复核相关事项涉及的款项入账情况，并由保荐机构进行核查，保证发行人财务数据的真实、准确和完整；

③补缴了个人卡收付款项中涉及的未缴纳税金，其中针对个人卡中废料销售收入发行人补缴了10.34万元增值税及1.03万元城市建设维护税、地方教育

附加及教育费附加；针对个人卡中发放员工账外工资奖金事项，发行人履行了代扣代缴义务，补缴了 6.18 万元个人所得税及滞纳金 3.50 万元；

④进一步建立健全了《资金管理制度》、《废料销售管理制度》、《薪资管理制度》、《费用报销管理制度》等内部控制制度，加强对资金使用、废料销售、薪资发放、费用报销的流程控制和监督管理；

⑤发行人实际控制人叶跃庭、金飞春、叶金攀及全体董事、监事、高级管理人员出具承诺函，承诺不再使用自己或他人的个人卡用于公司用途。

综上，发行人针对报告期内关联方资金拆借及利用个人卡收付款项等不规范情形已进行了充分的信息披露并均已入账、保证了财务核算的真实与准确，同时发行人采取了切实有效的整改措施，已有针对性地建立健全了内控制度并得到有效执行。截至发行人首次申报审计截止日，发行人已满足财务内控健全有效且被有效执行的要求。

五、报告期内违法违规行及受到行政处罚的情况

发行人财务人员在填报 2016 年年度统计数据时错误地将“营业收入”的金额填入“主营业务收入”的统计项，导致上报的 2016 年主营业务收入指标与核实数存在差错。

2018 年 12 月 3 日，浙江省统计局出具了《行政处罚决定书》（浙统罚决字[2018]057 号），认为发行人上报的 2016 年主营业务收入指标的填报数 14,381.00 万元与核实数 12,923.50 万元存在差错，根据《中华人民共和国统计法》第四十一条第一款第（二）项和第二款的规定，作出警告和罚款 2,800 元整的处罚。该处罚内容不涉及吊销执照、勒令停业等情形，不存在导致发行人被吊销执照、勒令停业等情况。

根据浙江省统计局 2020 年 9 月 7 日出具的《关于浙江雅艺金属科技股份有限公司受统计行政处罚有关事项的函》，上述行为“未构成情节较重的统计违法行为”。上述事项未对发行人正常生产经营构成重大不利影响。

经核查，发行人保荐机构和律师认为：处罚机关作出行政处罚决定的罚款金额较小，且依照《中华人民共和国统计法》第四十一条第二款的规定，该罚款金额未达到情节严重的处罚标准。公司已纠正上述统计数据申报不规范的情

形且已缴纳罚款，上述涉及的统计数据申报不规范情形相对较轻，不属于重大违法违规行为，不会对公司本次发行上市构成实质性法律障碍。

除上述行政处罚外，报告期内，公司严格按照相关法律法规的规定开展经营活动，不存在违法违规行为，不存在出口报关导致的行政处罚情况，也不存在被其他相关主管机关处罚的情况。

六、报告期内资金占用和对外担保的情况

报告期内，发行人实际控制人之一金飞春与发行人存在资金往来，但款项均已归还，具体情况见本节之“九、关联方与关联交易情况”之“（二）关联交易情况”之“2、偶发性关联交易”。报告期末，发行人不存在资金被控股股东、实际控制人及其控制的其他企业以借款、代偿债务、代垫款项或其他方式占用的情况。

报告期内，发行人不存在为控股股东、实际控制人及其控制的其他企业担保的情况。

七、发行人直接面向市场独立持续经营的能力

公司严格按照《公司法》、《证券法》等有关法律、法规和《公司章程》的要求规范运作，逐步建立健全了法人治理结构，在资产、人员、财务、机构、业务等方面均独立于控股股东、实际控制人及其近亲属控制、投资及施加重大影响的企业（含已注销及对外转让）及其子公司，具有完整的业务体系和面向市场独立持续经营的能力。

（一）发行人的业务独立，具有独立面向市场的自主经营能力

发行人从事的主营业务为“户外火盆、气炉等户外休闲家具的研发、设计、生产和销售”，与控股股东、实际控制人及其近亲属控制、投资及施加重大影响的企业（含已注销及对外转让）及其子公司均不相同。发行人具有完整的业务体系，具有开展生产经营所必备的资产；发行人自主开展业务，其业务包括但不限于主营产品及项目的研发、生产、销售等均独立于上述企业；发行人与天丰和宝存在采购商品的关联交易，但采购商品为产品配件、金额较小、定价公允且具有替代性，不构成对天丰和宝的采购依赖，除此之外亦不存在对上述

企业的业务依赖关系；发行人与上述企业之间不存在对发行人构成重大不利影响的同业竞争，不存在严重影响独立性或者显失公平的关联交易。

（二）发行人资产独立完整，与上述企业不存在混同

发行人作为生产型企业，拥有独立于控股股东、实际控制人及其近亲属控制、投资及施加重大影响的企业（含已注销及对外转让）及其子公司的生产系统、辅助生产系统和配套设施，具有独立完整的原料采购和产品销售系统。发行人合法拥有与其经营有关的土地房产、商标、专利的所有权或使用权，具备与其经营有关的业务体系及相关主要资产，发行人与上述企业在资产产权上有明确的界定与划分。发行人及其子公司目前生产经营所使用的场地为发行人合法拥有，发行人及其子公司可以合法使用，除勤艺投资租赁发行人场地用于工商登记外，发行人与上述企业经营地均不相同，不存在混同。

（三）发行人人员独立，与上述企业不存在混同

发行人的总经理、副总经理、财务总监、董事会秘书等高级管理人员均专职在公司工作，并在公司领取薪酬，未在控股股东、实际控制人及其近亲属控制、投资及施加重大影响的企业（含已注销及对外转让）及其子公司担任除董事、监事以外的其他职务，未在上述企业领薪；发行人的财务人员未在上述企业中兼职。发行人人员独立，与上述企业不存在混同。

（四）发行人财务独立，与上述企业不存在混同

发行人设立了独立的财务部门，配备了专职的财务人员，并已建立了独立的财务核算体系，在经营活动中能够独立支配资金与资产，独立作出财务决策。发行人具有规范的财务会计制度和对子公司的管理制度。发行人独立开设银行账户，不存在与控股股东、实际控制人及其近亲属控制、投资及施加重大影响的企业（含已注销及对外转让）及其子公司共用银行账户的情形。发行人独立办理纳税登记，依法独立进行纳税申报和履行缴纳义务，与上述企业无混合纳税的情况。

（五）发行人机构独立，与上述企业不存在混同

发行人已设立股东大会、董事会和监事会等决策及监督机构，已聘请总经理、副总经理、财务总监和董事会秘书等高级管理人员，并在发行人内部设立

了相应的职能部门。发行人设立的内部管理机构与控股股东、实际控制人及其近亲属控制、投资及施加重大影响的企业（含已注销及对外转让）及其子公司完全分开，发行人的经营和行政管理（包括劳动、人事及工资管理等）完全独立于上述企业，办公机构和生产经营场所与上述企业分开，不存在混合经营、合署办公的情况。发行人的内部管理机构能够依据《公司章程》及内控制度行使各自的职权，不存在上述企业向发行人及其内部管理机构下达任何有关发行人经营的计划和指令或以其他任何形式影响发行人机构独立性的情形。

综上所述，发行人在业务、资产、人员、财务、机构各方面与控股股东、实际控制人及其近亲属控制、投资及施加重大影响的企业（含已注销及对外转让）及其子公司均不存在混同，发行人满足资产完整，业务及人员、财务、机构独立的要求，不存在影响发行人独立性的情况。

（六）主营业务、控制权、管理团队稳定

发行人主营业务、控制权、管理团队稳定，最近二年内主营业务和董事、高级管理人员均没有发生重大不利变化；控股股东和受控股股东、实际控制人支配的股东所持发行人的股份权属清晰，最近二年实际控制人没有发生变更，不存在导致控制权可能变更的重大权属纠纷。

（七）不存在对持续经营有重大影响的事项

发行人不存在主要资产、核心技术、商标的重大权属纠纷，重大偿债风险，重大担保、诉讼、仲裁等或有事项，经营环境已经或将要发生的重大变化等对持续经营有重大影响的事项。

八、同业竞争

（一）发行人不存在同业竞争的情况

叶跃庭、金飞春、叶金攀及其近亲属控制、投资及施加重大影响的企业（含已注销及对外转让）的相关情况如下：

1、实际控制人控制、投资及施加重大影响的企业

序号	企业名称	控制、投资、施加重大影响关系	注册地/经营地	主营业务	主要产品
1	勤艺投资	叶金攀担任执行事务合伙人	租赁发行人场所用于注册	员工持股平台，持有发行人股份	无
2	浙江盖娅投资管理有限公司	叶金攀持有其 90% 的股权，金新军持有其 10% 的股权	武义县茭道镇内白工业区，租赁和企工贸场所用于注册	投资管理，为勤泽信息执行事务合伙人	无
3	武义勤泽信息咨询合伙企业	叶跃庭持有其 70% 的财产份额，盖娅投资持有其 30% 的财产份额并担任执行事务合伙人		股权投资，仅投资杭州兆富投资合伙企业（有限合伙）	无
4	杭州兆富投资合伙企业（有限合伙）	武义勤泽信息咨询合伙企业持有其 3.5280% 的财产份额	杭州市	对外股权投资，为备案私募基金（SD2713）	无
5	珠海天润创新投资中心（有限合伙）	叶跃庭持有其 11.5340% 的财产份额	珠海市	对外股权投资，为备案私募基金（SD4011）	无
6	深圳市富爱心盟一号投资企业（有限合伙）	叶金攀持有其 89% 的财产份额，金新军持有其 10% 的财产份额	深圳市	对外股权投资，为备案私募基金（SM5020）	无
7	珠海君雅股权投资中心（有限合伙）	叶跃庭持有其 2.1227% 的财产份额	珠海市	对外股权投资，为备案私募基金（SEM014）	无
8	广州市竹山投资有限公司	叶跃庭持有其 3.4483% 股权	广州市	投资咨询、投资管理，目前仅持有广东盖娅蓝蝶品牌管理有限公司 29% 的股权，无子公司	无
9	嘉兴达特信息科技合伙企业（有限合伙）	叶金攀持有其 3.4471% 的财产份额	嘉兴市	持股平台，目前仅持有北京多美视界智能科技有限公司 3.2222% 的股权	无
10	深圳截明电子科技有限公司（以下简称“截明电子”）	叶金攀持有其 0.493% 的股权	深圳市	截明电子及其子公司均从事机器人研发业务	机器人技术
11	深圳天网虚拟现实科技开发有限公司（以下简称“深圳天网”）	叶金攀持有其 0.4926% 股权	深圳市	深圳天网及其子公司均从事 VR 及机器人相关技术研发业务	VR 及机器人技术

发行人实际控制人控制、投资及施加重大影响的上述企业其主营业务、主要产品与发行人及其子公司均不相同，不存在同业竞争的情形。

2、实际控制人曾控制、投资及施加重大影响的企业（含报告期内已注销及对外转让的企业）

序号	企业名称	曾控制、投资、施加重大影响关系	注销及对外转让前主营业务及产品	注册地/经营地	目前主营业务	目前产品
1	浙江雅艺工贸有限公司	金飞春原持股100%，2018年1月，金飞春将100%股权转让给自然人陈广	报告期内仅持有土地房产，无实际经营，无产品，无子公司	衢州市龙游县	目前主营业务为五金制品的生产、销售	目前产品为钢管、小五金
2	永康市明松工贸有限公司	叶跃庭原股60%、金飞春原股40%。2018年4月，叶跃庭、金飞春将合计100%股权分别转让给自然人王绍明、胡永松、胡跃之、胡仁杰	报告期内仅持有土地房产，无实际经营，无产品，无子公司	永康市古山镇	无实际经营。 王绍明、胡永松、胡跃之、胡仁杰利用明松工贸厂房以各自其他企业名义独立经营，分别生产保温杯配件、玻璃杯、滑板车、塑粉机	
3	金华市天思健康咨询服务有限公司	金飞春原持股80%、金新军原持股20%，已于2018年1月注销	原拟从事健康咨询服务，无实际经营，无产品，无子公司	武义县白洋街道	-	-

发行人实际控制人报告期内曾控制、投资及施加重大影响的上述企业的主营业务、主要产品与发行人及其子公司均不相同，报告期内及目前均不存在同业竞争的情形。

（1）雅艺工贸对外转让的相关情况

1) 陈广的基本情况

陈广的基本情况如下：男，1976年1月出生，身份证号码为330722197601*****，住址为浙江省永康市金色港湾，2014年至今担任永康市泰永顺电器厂法定代表人，2018年1月至今为雅艺工贸唯一股东及实际控制人，陈广与发行人及其控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员均不存在关联关系。

2) 陈广受让浙江雅艺工贸有限公司的原因，定价依据及公允性

陈广在收购雅艺工贸股权前从事钢管、小五金制品的生产、销售业务，因原有场地无法满足业务发展，希望扩大规模。同时，因浙江省衢州市龙游县离发行人经营地较远，管理较为不便，故发行人实际控制人有意退出在浙江省衢州市龙游县的投资，对外出售雅艺工贸及其名下土地、厂房以及注销发行人原

全资子公司龙游蓝蝶金属制造有限公司。陈广为获得雅艺工贸名下土地、厂房而收购雅艺工贸股权。

陈广与发行人实际控制人以雅艺工贸名下土地面积 46,000 平方米、单价 200 元/平，厂房面积 35,000 平方米、单价 700 元/平方米为定价基础，并经双方进一步协商后确认交易总价约为 3,200 万元。

根据龙游县政府网站（<http://www.longyou.gov.cn>）查询到的浙江省衢州市龙游县国有建设用地使用权挂牌出让结果公示信息，龙游县湖镇镇 2017 年工业用地成交价在 244 元/平方米左右，2019 年工业用地成交价在 255 元/平方米左右（2018 年未有成交信息）。根据司法拍卖平台查询到的浙江省衢州市龙游县工业厂房司法拍卖评估信息，2018 年前后与雅艺工贸厂房面积接近的龙游县工业厂房评估单价在 650 元/平方米左右。

综上所述，本次股权及资产转让系按照当时雅艺工贸土地及房产的价值确定，定价依据与当地市场价格基本相当，具有公允性。

3) 陈广受让雅艺工贸股权不存在代持

陈广受让雅艺工贸股权系双方真实意思表示，自受让雅艺工贸股权后，陈广在雅艺工贸土地厂房上开展经营，继续从事一直从事的钢管、小五金制品的生产、销售业务，与发行人业务不相同，发行人实际控制人亦从未参与过雅艺工贸的生产经营。

此外，发行人实际控制人叶跃庭曾与陈广协商，要求其将雅艺工贸进行更名，以区分陈广经营的雅艺工贸业务与发行人雅艺科技的业务，但陈广拒绝了该要求，原因系雅艺工贸厂房前的公路名即为“雅艺路”，陈广希望保留“雅艺”的名称方便开展经营。

综上所述，陈广与发行人实际控制人不存在关联关系，其受让雅艺工贸股权定价具有公允性并已向实际控制人足额支付股权转让款项，自受让后陈广全权独立经营雅艺工贸的业务，陈广受让雅艺工贸股权不存在代持安排。

4) 报告期内雅艺工贸与发行人不存在业务往来

陈广受让雅艺工贸股权后利用雅艺工贸土地厂房继续从事其原来的钢管、

小五金制品的生产、销售业务，与发行人从事的业务不相同。报告期内雅艺工贸与发行人不存在业务往来或资金往来。

3、实际控制人近亲属控制、投资及施加重大影响的企业（含报告期内已注销及对外转让的企业）

序号	企业名称	控制、投资、施加重大影响关系	注册地/经营地	主营业务	主要产品
1	武义和企工贸有限公司	金飞春弟弟金新军持股70%	武义县茆道镇内白工业区	对外租赁厂房，无子公司	无
2	金华市心灵教育咨询有限公司	金新军配偶邓凤秀持股100%	金华市婺城区	教育咨询服务，无子公司	无
3	永康市金新军金属制品厂	金新军曾担任其经营者，于2020年5月18日注销	永康市古山镇	原拟从事日用五金制品制造、加工、销售，实际无经营，无产品	
4	永康市雅泰金属制品厂	叶跃庭哥哥叶章青担任其经营者	永康市古山镇	无实际经营，对外租赁厂房	无
5	天丰和宝	叶章青女婿朱贤军持股100%，叶章青担任监事	永康市古山镇，租赁雅泰金属场地	金属制品、机械设备，无子公司	金属制品、玻璃杯生产设备
6	永康市华跃五金制造有限公司	叶跃庭哥哥叶跃良持股60%，叶跃良配偶陈银钗持股40%	永康市古山镇	保温杯生产、销售，无子公司	保温杯
7	金华俊宏贸易有限公司	金飞春弟弟金新波持股51%，金新波配偶王丽君持股40%	金华市婺城区	报告期内无实际经营，无子公司	无
8	永康市西思顿家居用品有限公司	金新波持股100%	永康市经济开发区	报告期内无实际经营，无子公司	无
9	永康市江南海博天润五金批发部	金新波担任其经营者	永康市江南街道	报告期内无实际经营，无子公司	无
10	浙江上鼎教学仪器有限公司	金新波持股40%	永康市城西新区	报告期内无实际经营，无子公司	无

发行人实际控制人近亲属控制、投资及施加重大影响的上述企业（含报告期内已注销及对外转让的企业）的主营业务、主要产品与发行人及其子公司均不相同，报告期内及目前均不存在同业竞争的情形。

综上所述，发行人实际控制人及其近亲属控制、投资及施加重大影响的企业（含报告期内已注销及对外转让的企业）的主营业务、主要产品与发行人及其子公司均不相同，不存在对发行人构成重大不利影响同业竞争的情况。

（1）金新军制品厂的相关情况

永康市金新军金属制品厂成立于2018年6月12日，原拟从事日用五金制品制造、加工、销售业务，但因金新军个人工作时间及精力不足设立后一直未

实际开展经营，未开立过银行账户，股东未实际缴纳出资，未形成资产和业务收益，亦无专职人员。2020年发行人计划申报IPO后，对关联方进行了梳理，清理了未实际经营的关联方，故金新军制品厂于2020年5月18日注销。报告期内金新军金属制品厂与发行人不存在业务往来及资金往来，亦未发生任何关联担保事项。金新军制品厂在其存续期间不存在重大违法违规或受到行政处罚的情形。

（二）关于避免同业竞争的承诺

为避免未来与公司之间可能出现的同业竞争事宜，维护公司股东利益，公司控股股东、实际控制人作出不可撤销的《关于避免同业竞争的承诺函》，承诺内容如下：

“1、截至本承诺函出具之日，承诺人及其控制的其他企业与发行人及其子公司之间不存在同业竞争的情形。

2、在今后的业务中，承诺人及其控制的其他企业不与发行人及其子公司业务产生同业竞争，即承诺人及其控制的其他企业（包括承诺人及其控制的全资、控股公司及承诺人及其控制的其他企业对其具有实际控制权的公司）不会以任何形式直接或间接的从事与发行人及其子公司业务相同或相似的业务。

3、如发行人或其子公司认定承诺人及其控制的其他企业现有业务或将来产生的业务与发行人及其子公司业务存在同业竞争，则承诺人及其控制的其他企业将在发行人或其子公司提出异议后及时转让或终止该业务。

4、在发行人或其子公司认定是否与承诺人及其控制的其他企业存在同业竞争的董事会或股东大会上，承诺人及其控制的其他企业有关的董事、股东代表将按公司章程规定回避，不参与表决。

5、承诺人保证严格遵守公司章程的规定，不利用控股股东、实际控制人的地位谋求不当利益，不损害发行人和其他股东的合法权益。

6、本承诺函自出具之日起生效，直至发生下列情形之一时终止：（1）本人不再是发行人的实际控制人；（2）发行人的股票终止在任何证券交易所上市（但发行人的股票因任何原因暂停买卖除外）；（3）国家规定对某项承诺的内容无要求时，相应部分自行终止。

7、本承诺函自生效之日起，构成对承诺人及其控制的其他企业具有法律约束力的法律文件，如有违反并给公司或其子公司造成损失，承诺人承诺将承担相应的法律责任。

九、关联方与关联交易情况

（一）关联方和关联关系

根据《公司法》、《深圳证券交易所上市规则》、《企业会计准则第 36 号-关联方披露》的相关规定，截至本招股说明书签署日，公司的关联方和关联关系主要如下：

1、关联自然人

（1）直接或间接持有公司 5%以上股份的自然人

直接或间接持有公司 5%以上股份的自然人为叶跃庭和金飞春，二人亦为公司的实际控制人。

（2）发行人董事、监事及高级管理人员

发行人董事、监事及高级管理人员情况见本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“十、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员”。

（3）上述关联自然人的关系密切的家庭成员

发行人的关联自然人包括直接或间接持有公司 5%以上股份的自然人和发行人董事、监事及高级管理人员的关系密切的家庭成员，包括配偶、父母、配偶的父母、兄弟姐妹及其配偶、年满十八周岁的子女及其配偶、配偶的兄弟姐妹和子女配偶的父母。

2、关联法人

发行人的关联法人包括由关联自然人直接或间接控制的、或者担任董事（除独立董事外）、高级管理人员的除发行人及其子公司之外的法人或其他组织，具体如下：

序号	关联方	与发行人的关联关系
1	浙江盖娅投资管理有限公司	叶金攀控制并担任执行董事的企业

序号	关联方	与发行人的关联关系
2	武义勤泽信息咨询合伙企业 (有限合伙)	叶跃庭出资占比 70%并由浙江盖娅投资管理有限公司担任执行事务合伙人的企业
3	勤艺投资	叶金攀控制并担任执行事务合伙人的企业
4	宁波震裕科技股份有限公司	芮鹏担任董事的企业
5	大连豪森设备制造股份有限公司	芮鹏担任董事的企业
6	辽宁信德新材料科技股份有限公司	芮鹏担任董事的企业
7	永康市雅泰金属制品厂	叶跃庭之兄叶章青控制的企业
8	天丰和宝	叶跃庭之兄叶章青担任监事的企业，谨慎性原则视同发行人的关联方
9	成红泡沫	叶跃庭之姐叶爱珍的女儿应琛红控制的企业，谨慎性原则视同发行人的关联方
10	永康市华跃五金制造有限公司	叶跃庭之兄叶跃良控制并担任执行董事兼经理的企业
11	武义和企工贸有限公司	金飞春之弟金新军控制的企业
12	金华市心灵教育咨询有限公司	金飞春之弟金新军的配偶邓凤秀控制的企业
13	金华俊宏贸易有限公司	金飞春之弟金新波控制的企业
14	永康市西思顿家居用品有限公司	金飞春之弟金新波控制的企业
15	永康市江南海博天润五金批发部	金飞春之弟金新波担任经营者
16	永康市旭盛硅胶制品厂	程丽英配偶颜海浪控制的企业

关联方天丰和宝和成红泡沫的基本情况如下：

(1) 天丰和宝的基本情况

公司名称：	永康市天丰和宝金属制品有限公司
企业类型：	有限责任公司（自然人独资）
统一社会信用代码：	91330784MA28DHXJ0Q
成立时间：	2016年4月6日
注册资本：	10万元人民币
法定代表人：	朱贤军
董事、监事、高级管理人员：	朱贤军任执行董事兼经理、叶章青任监事
主要经营场所：	浙江省永康市古山镇青后叶村南阳北路36号
经营范围：	日用金属制品、五金工具、通用机械设备、玻璃杯、保温杯制造、加工、销售
股权结构：	朱贤军持有100%出资份额
实际控制人：	朱贤军

注：朱贤军为叶跃庭之兄叶章青的女婿。

(2) 成红泡沫的基本情况

公司名称:	武义成红泡沫包装厂
企业类型:	个人独资企业
统一社会信用代码:	91330723591775958H
成立时间:	2012年3月9日
出资额:	50万元
投资人:	应琛红
主要经营场所:	武义县茭道镇内白工业区(浙江普兰特轻工有限公司内)
经营范围:	包装泡沫制造、销售
股权结构:	应琛红 100%出资
实际经营者/实际控制人:	张国庆(应琛红丈夫)、金岳云

注: 应琛红为叶跃庭之姐叶爱珍的女儿。

3、报告期内关联方的变化情况

报告期内, 发行人的关联方变化情况主要如下:

序号	关联方	曾与发行人的关联关系	相关资产、人员的去向
1	刘智慧	报告期内曾担任发行人董事	2020年2月10日因个人原因辞去董事职位, 未在公司任其他职务
2	黄跃军	报告期内曾担任发行人监事	2019年2月22日因个人原因辞去监事职位, 目前已离职
3	林秀玉	报告期内曾担任发行人监事	2020年5月29日因公司完善治理结构辞去监事职位, 仍在公司财务部任职
4	金新胜	报告期内曾担任发行人监事	2020年5月29日因公司完善治理结构辞去监事职位, 仍在公司仓储部任职
5	金华市天思健康咨询服务有限公司	报告期内发行人实际控制人之一金飞春曾控制的企业	2018年1月26日注销, 已清算资产
6	浙江雅艺工贸有限公司	报告期内发行人实际控制人之一金飞春曾控制的企业	2018年1月26日对外转让, 相关资产一并对外转让, 不涉及人员处置
7	永康市明松工贸有限公司	报告期内发行人实际控制人之二叶跃庭、金飞春曾控制的企业	2018年4月26日对外转让, 相关资产一并对外转让, 不涉及人员处置
8	永康市金新军金属制品厂	报告期内发行人实际控制人金飞春之弟金新军曾控制的企业	2020年5月18日注销, 已清算资产

除上述关联方变动外, 报告期内曾存在的关联方还包括曾任公司董事、监事、高级管理人员及其他自然人关联方曾经直接或间接控制的, 或曾担任董事

(除独立董事外)、高级管理人员, 或曾经施加重要影响的其他企业。

(二) 关联交易情况

报告期内, 发行人发生的关联交易事项如下:

类别	关联交易内容	关联方	关联交易发生额(万元)			
			2021年1-6月	2020年	2019年	2018年
经常性关联交易	采购材料	天丰和宝	427.30	615.37	268.59	389.33
	采购材料	成红泡沫	62.08	121.28	116.58	286.90
	出租房屋	勤艺投资	0.24	0.48	0.48	0.52
	支付报酬	关键管理人员	98.75	182.80	111.95	118.52
偶发性关联交易	为发行人提供关联担保	叶跃庭、金飞春夫妇	-	-	-	-
	资金拆借	金飞春	-	-	120.00	180.00

1、经常性关联交易

(1) 向天丰和宝采购材料

天丰和宝为发行人实际控制人之一叶跃庭之兄叶章青担任监事的企业, 按实质重于形式的原则视同发行人的关联方。

报告期内, 因发行人有采购金属制品作为火盆配件的需求, 向天丰和宝进行采购, 交易价格为市场价, 具体交易情况如下:

单位: 万元

项目	2021年1-6月	2020年	2019年	2018年
金额	427.30	615.37	268.59	389.33
占当期采购金额的比例	3.02%	3.57%	3.65%	5.51%
占当期营业成本的比例	2.88%	3.40%	3.28%	4.51%
期末应付账款余额	85.76	155.84	109.73	137.04

① 关联交易的背景及发行由雅泰金属转向天丰和宝采购的相关情况

雅泰金属系发行人实际控制人叶跃庭的哥哥叶章青设立的个人独资企业, 成立于2001年5月22日, 目前仍然存续, 但已无实际经营活动, 因其名下持有位于浙江省永康市古山镇青后叶村南阳北路36号的厂房而未注销, 该厂房目

前无偿租赁给天丰和宝使用。截至本招股说明书签署之日，雅泰金属不存在重大违法违规或受到行政处罚的情形。

雅泰金属在发行人设立之初（2005年）便与发行人开展合作，为发行人提供火盆脚、拔火棒等配件。2015年至2016年，随着叶章青年龄增长，其逐步将原来经营的业务交给其子女接班，其中女婿朱贤军设立天丰和宝并在雅泰金属原有厂房上承继经营雅泰金属的原有业务；儿子叶峰灿设立永康市英尼不锈钢制品厂从事不锈钢管的生产、加工业务，该业务与发行人不存在任何业务关系，永康市英尼不锈钢制品厂报告期内与发行人不存在任何业务往来或资金往来。因此发行人由雅泰金属改为向天丰和宝采购，主要是雅泰金属和天丰和宝自身交接原因造成，发行人向其采购的产品及性质未发生改变。

②发行人变更供应商前后采购产品及年采购规模情况

发行人供应商自2016年起由雅泰金属变更为天丰和宝，前后采购产品均为火盆脚、拔火棒等火盆配件，未发生变化；变更供应商前后年度发行人年采购规模亦未发生较大变化，具体采购情况如下：

采购主体	采购产品	采购金额（万元）	
		2015年	2016年
雅泰金属	火盆脚、拔火棒等	534.84	-
天丰和宝	火盆脚、拔火棒等	-	414.25

③发行人变更采购方无需下游客户认可

在发行人与客户签署的相关合同、订单中，客户仅会列明发行人产品的货号、品名、规格、单价、数量等信息，针对火盆脚、拔火棒等配件产品，客户未就发行人供应商资质及供应商提供产品的情况作出约定，除沃尔玛由于外包装采取统一标准，要求发行人需向指定供应商采购外包装上的条码标签及不干胶外，客户未要求发行人向指定供应商采购，发行人与客户亦未约定发行人变更供应商必须取得客户同意的条款。

发行人供应商由雅泰金属改为向天丰和宝后，不存在客户因采购配件供应商变化而拒绝执行合同、回款的情况。

④向天丰和宝采购的必要性

发行人前身雅艺有限自 2005 年成立以来就向永康市雅泰金属制品厂（由叶跃庭之兄叶章青全额出资设立）采购火盆脚等配件，随后由叶章青女婿朱贤军于 2016 年出资设立天丰和宝接替原永康市雅泰金属制品厂相关业务，发行人自此开始向天丰和宝采购火盆配件。

发行人与天丰和宝及雅泰金属的交易历史已有十余年，交易原因主要是发行人火盆产品的款式、型号较多，不同款式、型号产品所使用的模具均有所不同，若某种款式、型号产品生产量较小，则更换模具将影响公司整体生产计划和生产效率，因此针对生产量较小的产品，发行人通过对外采购配件来提升整体的生产效率。

基于历史积累、长期合作等原因，天丰和宝拥有专门用于发行人配件产品生产使用的成套模具及加工能力，能够保持向发行人供货及时、质量稳定。

因此，发行人因提升生产效率需要向天丰和宝采购火盆配件具有必要性。

⑤向天丰和宝采购配件的可替代性

A.向天丰和宝所采购的配件不属于发行人产品的核心部件

发行人向天丰和宝关联采购的产品为火盆脚、拨火棒等火盆配件，是发行人主要产品之一火盆的配件，不属于发行人产品的核心部件。

发行人生产的火盆是指将传统金属盆进行加工改造，同时搭配网罩、拨火棒等不同功能配件的户外休闲家具。从结构看，火盆主要由网罩、盆、脚、圈、柴架、拨火棒组成。火盆以作为燃烧介质的“盆”为核心部件，根据不同款式设计、不同型号分别配以火盆脚、拨火棒、火圈等作为火盆配件，因此，天丰和宝向发行人提供的铁质火盆脚、拨火棒不属于发行人火盆产品的核心部件。

B.向天丰和宝所采购的火盆配件不涉及发行人的核心生产环节

发行人的产品的生产优势在于研发设计能力和对整体生产工艺技术的掌握及运用，核心生产技术主要包括零部件复合冲压成型技术、金属零部件连续自动加工技术、自动化定制切压技术、金属材料自动焊接技术、自动皮模线技术、自动喷塑技术、CO₂ 温度自动检测技术、烟气自动收集、净化处理技术等。天

丰和宝提供火盆配件的生产环节为冲压、焊接的简单机加工环节，因此，天丰和宝向发行人提供的铁质火盆脚、拨火棒不涉及发行人核心生产环节。

C. 发行人亦不存在依赖于天丰和宝的配件开展生产的情况

发行人的火盆产品有多种型号，不同型号的火盆所适用的火盆脚、拨火棒等配件也有所不同，针对生产量较大的火盆型号，发行人自行生产火盆脚、拨火棒等配件，但针对生产量较小的火盆型号，发行人若自行生产则涉及更换整套模具，影响整体生产效率，故基于历史合作原因会向天丰和宝进行采购。

因此，发行人并不存在依赖于天丰和宝的配件开展生产的情况，在发行人自身场地、产能充足的情况下发行人可以自行生产相关配件，也可以发展其他金属制品厂作为供应商（如 2020 年 10 月起发行人已开发了新供应商武义县桐琴镇安企机械设备厂同时向发行人提供火盆脚等配件）。

综上，发行人并不存在依赖于天丰和宝的配件开展生产的情况，发行人向天丰和宝的关联方采购具有可替代性。

⑥ 定价公允性

发行人向天丰和宝采购火盆配件时，双方会根据配件所用材料成本、工序数量及复杂程度进行协商定价。报告期内，发行人向天丰和宝采购的材料主要是火盆配件，包括火盆脚、拨火棒、炉头等。其中：

A、拨火棒和炉头同时向其他无关联供应商（永康市云葵工贸有限公司、武义宏飞塑料五金厂等）采购，与天丰和宝采购价格的差异是由于产品规格不同所致，具有公允性；

B、除发行人自行生产火盆脚和向天丰和宝采购部分火盆脚外，在 2020 年 10 月前发行人未向其他供应商采购火盆脚，定价时发行人会估算计划采购的火盆脚的自制成本，为了提升整体生产效率，发行人可接受稍高于自制成本的外购单价。直至 2020 年发行人产量增长较快，自身产能受限，加大了外购配件的需求，而天丰和宝产能也有限，故发行人于 2020 年 10 月起开发了新供应商采购火盆脚。发行人向天丰和宝和向新供应商采购火盆脚定价依据一致，均根据所用材料成本、工序数量及复杂程度协商定价，双方价格差异主要系所产火盆脚规格、型号不同导致。

发行人向天丰和宝采购的主要配件及价格比较如下：

向天丰和宝采购的配件名称	向天丰和宝采购的配件单价(元)	是否向其他无关联供应商采购	向其他供应商采购的单价或自制成本(元)	差异说明
拨火棒	2.30	是	2.00	发行人向天丰和宝采购的拨火棒包含胶木把手，而向无关联供应商采购的拨火棒不含把手，该胶木把手市场价格约为0.6元/个，故向天丰和宝采购的拨火棒单价略高于向无关联供应商采购的拨火棒单价。
炉头	7.00-12.31	是	11.10-15.10	根据采购炉头的规格型号、重量等参数不同，定价有所不同。发行人向天丰和宝采购的是规格较小、材料用量较少的小炉头，故整体单价低于向无关联供应商采购的炉头。
奥古斯塔火盆脚架	26.00	否	23.08	采购价格与自制成本差异率上下浮动15%之内。考虑到生产小批量产品款式的火盆脚需要更换一系列模具，对公司生产效率和产能影响较大，公司因此选择外购，并能接受一定幅度内外购单价高于自制成本（因为自制成本未考虑供货供应商的运费、利润率等因素）。故发行人向天丰和宝采购单价具有合理性。
格莱德火盆脚	5.20	否	5.25	
波尔多火盆脚	5.87/6.67	是	6.67	发行人向天丰和宝采购的波尔多火盆脚的厚度有两种规格，分别是0.8毫米和1毫米，因厚度不同材料用量有所不同，故单价分别为5.87元和6.67元。发行人向无关联供应商采购的波尔多火盆脚均为1毫米厚度的，故单价均为6.67元。因此，发行人向天丰和宝采购的单价具有公允性。

综上，发行人与关联方天丰和宝的关联交易定价依据充分、具有公允性。

③相关交易未来是否将持续

如上所述，发行人向天丰和宝采购火盆配件有其客观原因和必要性，为了满足上市公司的规范性要求及切实保障中小股东利益，且随着发行人募投项目的投建、发行人自身产能的增长及与新开发的无关联供应商开始交易，发行人将在保障产品供应及质量的前提下，进一步逐步降低关联交易的占比。

(2) 向成红泡沫采购材料

成红泡沫为叶跃庭之姐叶爱珍的女儿应琛红控制的企业，按实质重于形式的原则视同发行人的关联方。

报告期内，因发行人有采购泡沫制品的需求，向成红泡沫进行采购，交易价格为市场价，具体交易情况如下：

单位：万元

项目	2021年1-6月	2020年	2019年	2018年
金额	62.08	121.28	116.58	286.90
占当期采购金额的比例	0.44%	0.70%	1.58%	4.06%
占当期营业成本的比例	0.42%	0.67%	1.43%	3.32%
期末应付账款余额	38.44	79.45	42.43	137.67

①关联交易的背景及必要性

因发行人产品需要使用泡沫制品进行包装，泡沫制品体积较大、单价较低，但运输成本较高，一般就近选择合适的供应商，而成红泡沫为发行人周边规模较大的泡沫制品企业，距发行人较近，运输较为及时、方便，故发行人自2012年开始向成红泡沫采购泡沫制品有其必要性。

②定价依据及公允性

报告期内，发行人向成红泡沫采购泡沫制品按市场价进行定价，泡沫单价0.025元/克，未发生变更。此外，报告期内发行人还向无关联关系的供应商金华市华泰塑料化工有限公司采购泡沫制品，其定价依据及采购单价与成红泡沫一致。因此，发行人与关联方成红泡沫的关联交易定价依据充分、具有公允性。

③相关交易未来是否将持续

报告期内发行人与成红泡沫的关联交易金额及比例总体呈下降趋势，主要是受美国环保政策影响，发行人客户要求发行人产品减少使用泡沫作为包装材料，并用其他包装材料进行替代，因此发行人对泡沫制品需求量有所减少。但短期内发行人部分产品还需要使用泡沫制品包装，同时如上所述发行人向成红泡沫采购有其客观原因和必要性，因此发行人与成红泡沫相关交易未来仍将持

续，但采购占比将有所下降。

(3) 向勤艺投资出租房屋

勤艺投资为发行人设立的员工持股平台，由实际控制人之一叶金攀担任执行事务合伙人。

报告期内，由于勤艺投资有办公场所的需求，发行人向其出租自有房屋，具体交易情况如下：

单位：万元

项目	2021年1-6月	2020年	2019年	2018年
租赁期限	2021.01.01- 2021.06.30	2020.01.01- 2020.12.31	2019.01.01- 2019.12.31	2018.01.01- 2018.12.31
租赁收入	0.24	0.48	0.48	0.52
占营业收入的比例	0.001%	0.001%	0.003%	0.004%

上述关联交易定价由双方参考市场价格确定，交易价格公允。上述交易的金额、占比较小，对公司经营业绩不构成重大影响。

(4) 向关键管理人员支付报酬

报告期内，发行人向关键管理人员（董事、监事、高级管理人员）支付报酬的情况如下：

单位：万元

项目	2021年1-6月	2020年	2019年	2018年
支付关键管理人员报酬	98.75	182.80	111.95	118.52

2、偶发性关联交易

报告期内发行人的偶发性关联交易为实际控制人金飞春曾向发行人拆借资金，相关情况见本节“四、内部控制制度情况”之“（三）报告期内公司的内控运行情况”之“1、关联方资金拆借”。

(三) 关联交易履行程序的情况

2016年9月14日，发行人召开2016年第二次临时股东大会，审议通过《关于确认偶发性关联交易的议案》；2018年5月14日，发行人召开2017年年度股东大会，审议通过《关于偶发性关联交易的议案》、《关于预计2018年日常

性关联交易的议案》；2019年2月22日，发行人召开2018年年度股东大会，审议通过《关于预计2019年日常性关联交易的议案》；2020年5月11日，发行人召开2019年年度股东大会，审议通过《关于预计2020年日常性关联交易的议案》；2020年11月5日，发行人召开2020年第六次临时股东大会，审议通过了《关于对公司2017、2018、2019年度及2020年1-6月关联交易予以确认的议案》。2021年1月26日，发行人召开第二届董事会第十五次会议，审议通过了《关于公司2020年度日常关联交易确认及2021年度日常关联交易预计的议案》。发行人独立董事对发行人报告期内发生的关联交易发表独立意见，认定发行人报告期内关联交易内容真实，为发行人正常经营所需，按照等价有偿、公允的原则定价，履行程序符合法律法规及相关制度的规定，没有对发行人经营活动产生不利影响，不存在损害公司及全体股东特别是中小股东利益的情形，遵循了公开、公平、公正的原则。

（四）规范和减少关联交易的措施和承诺

为规范和减少关联交易，发行人将严格执行《公司法》、《公司章程》、《关联交易管理制度》、《独立董事工作制度》等法律法规及规章制度中关于关联交易的相关规定。

此外，发行人控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员出具了《关于减少和规范关联交易的承诺函》，承诺内容见本招股说明书“第十三节附件”之“三、与投资者保护相关的承诺函”之“（八）其他承诺”之“2、减少和规范关联交易的承诺”。

发行人已参照《深圳证券交易所创业板股票首次公开发行上市审核问答》的相关内容及关联交易的相关规则，完整认定关联方，不存在应披露未披露的关联交易。

第八节 财务会计信息与管理层分析

本节引用的财务会计数据，非经特别说明，均引自经天健出具的“天健审[2021]9198号”《审计报告》。投资者欲对本公司的财务状况、经营成果和会计政策进行详细了解，应当认真阅读公司经审计的财务报表及审计报告。

一、财务报表

(一) 合并资产负债表

单位：元

项目	2021/6/30	2020/12/31	2019/12/31	2018/12/31
流动资产：				
货币资金	28,004,726.46	31,454,030.43	10,510,492.64	64,107,041.77
交易性金融资产	28,300,000.00	25,000,000.00	40,700,000.00	
应收账款	119,014,068.08	82,614,375.03	28,425,132.19	35,950,379.29
预付款项	669,598.94	466,919.60	290,787.67	90,474.98
其他应收款	3,985,240.13	2,411,195.77	2,728,230.59	3,837,413.19
存货	42,812,222.09	29,520,089.56	22,182,752.51	18,362,275.17
其他流动资产	11,993,333.62	11,086,650.39	2,547,412.92	2,556,260.53
流动资产合计	234,779,189.32	182,553,260.78	107,384,808.52	124,903,844.93
非流动资产：				
投资性房地产	17,079.73	17,875.78	19,467.88	21,059.99
固定资产	39,080,947.77	35,484,342.79	25,104,380.36	25,729,174.56
在建工程			1,115,000.00	227,810.34
无形资产	6,683,499.95	6,756,973.00	6,993,610.44	7,227,776.28
递延所得税资产	1,626,480.23	1,174,993.92	446,544.43	610,247.75
其他非流动资产	204,625.00		160,500.00	
非流动资产合计	47,612,632.68	43,434,185.49	33,839,503.11	33,816,068.92
资产总计	282,391,822.00	225,987,446.27	141,224,311.63	158,719,913.85
流动负债：				
短期借款				
应付票据	11,873,037.49	13,874,343.71	8,847,152.64	9,333,997.47
应付账款	39,714,177.04	33,735,172.96	14,539,329.63	13,376,890.79
预收款项			401,019.95	711,572.73

项目	2021/6/30	2020/12/31	2019/12/31	2018/12/31
合同负债	4,771,567.74	3,229,835.57		
应付职工薪酬	6,376,823.72	7,327,738.02	3,280,118.70	2,587,975.05
应交税费	8,721,025.08	7,241,682.21	471,143.13	4,549,147.57
其他应付款	44,001.70	46,867.11		2,700.00
其他流动负债	70,839.41	99,776.06		
流动负债合计	71,571,472.18	65,555,415.64	27,538,764.05	30,562,283.61
非流动负债：				
其他非流动负债				
非流动负债合计				
负债合计	71,571,472.18	65,555,415.64	27,538,764.05	30,562,283.61
所有者权益(或股东权益)：				
实收资本(或股本)	52,500,000.00	52,500,000.00	52,500,000.00	52,500,000.00
资本公积	16,214,434.05	16,214,434.05	16,214,434.05	16,214,434.05
盈余公积	16,427,628.98	16,427,628.98	11,998,030.89	8,154,779.63
未分配利润	125,678,286.79	75,289,967.60	32,973,082.64	51,288,416.56
归属于母公司所有者权益合计	210,820,349.82	160,432,030.63	113,685,547.58	128,157,630.24
少数股东权益				
所有者权益合计	210,820,349.82	160,432,030.63	113,685,547.58	128,157,630.24
负债和所有者权益总计	282,391,822.00	225,987,446.27	141,224,311.63	158,719,913.85

(二) 合并利润表

单位：元

项目	2021年1-6月	2020年度	2019年度	2018年度
一、营业收入	230,048,680.01	320,935,997.19	150,852,208.18	138,415,092.26
减：营业成本	148,460,086.30	181,205,583.46	81,805,956.95	86,357,928.71
税金及附加	791,666.56	1,407,500.74	885,958.32	749,453.91
销售费用	4,246,785.92	8,103,927.27	13,517,368.06	13,912,325.30
管理费用	5,475,200.71	10,036,209.63	5,963,745.63	6,714,437.24
研发费用	6,199,008.80	9,002,803.24	4,880,559.62	4,323,606.13
财务费用	1,162,749.10	6,518,234.11	-940,898.74	-1,303,569.55
其中：利息费用				

项目	2021年1-6月	2020年度	2019年度	2018年度
利息收入	157,014.35	660,527.39	191,295.67	155,076.08
加：其他收益	1,735,100.74	3,634,394.91	710,230.33	5,575,295.13
投资收益 (损失以“-”号填列)	438,100.91	878,797.25	717,791.42	1,474,514.96
信用减值损失 (损失以“-”号填列)	-1,998,617.76	-2,685,551.18	320,723.04	
资产减值损失 (损失以“-”号填列)		-9,935.80	-66,941.48	-338,849.20
资产处置收益 (损失以“-”号填列)	35,711.60	9,762.06		
二、营业利润（ 亏损以“-”号填列）	63,923,478.11	106,489,205.98	46,421,321.65	34,371,871.41
加：营业外收入				151,456.13
减：营业外支出	122,819.40	802,558.72	144,953.94	69,220.55
三、利润总额 （亏损总额以“-”号填 列）	63,800,658.71	105,686,647.26	46,276,367.71	34,454,106.99
减：所得税费用	13,412,339.52	21,140,164.21	10,348,450.37	7,713,713.77
四、净利润（ 净亏损以“-”号填列）	50,388,319.19	84,546,483.05	35,927,917.34	26,740,393.22
（一）按经营持续性 分类：				
1.持续经营净利润 （净亏损以“-”号填 列）	50,388,319.19	84,546,483.05	35,927,917.34	26,657,201.46
2.终止经营净利润 （净亏损以“-”号填 列）				83,191.76
（二）按所有权归属 分类：				
1.归属于母公司所有者 的净利润 （净亏损以“-”号填 列）	50,388,319.19	84,546,483.05	35,927,917.34	26,740,393.22
2.少数股东损益 （净亏损以“-”号填 列）				
五、其他综合收益的 税后净额				
六、综合收益总额	50,388,319.19	84,546,483.05	35,927,917.34	26,740,393.22
归属于母公司所有者 的综合收益总额	50,388,319.19	84,546,483.05	35,927,917.34	26,740,393.22
归属于少数股东的综 合收益总额				
七、每股收益：				

项目	2021年1-6月	2020年度	2019年度	2018年度
(一) 基本每股收益	0.96	1.61	0.68	0.51
(二) 稀释每股收益	0.96	1.61	0.68	0.51

(三) 合并现金流量表

单位：元

项目	2021年1-6月	2020年度	2019年度	2018年度
一、经营活动产生的现金流量：				
销售商品、提供劳务收到的现金	189,011,653.08	263,219,960.70	159,070,181.82	132,147,938.48
收到的税费返还	18,910,359.60	22,691,044.27	15,214,819.68	11,474,308.41
收到其他与经营活动有关的现金	15,768,839.75	21,225,921.87	16,816,180.97	19,723,773.85
经营活动现金流入小计	223,690,852.43	307,136,926.84	191,101,182.47	163,346,020.74
购买商品、接受劳务支付的现金	151,624,071.74	160,535,083.29	80,079,690.29	76,597,471.29
支付给职工以及为职工支付的现金	28,419,265.13	31,256,984.52	19,906,504.74	18,493,440.57
支付的各项税费	19,025,698.34	27,872,943.29	21,339,532.88	13,792,117.71
支付其他与经营活动有关的现金	18,450,461.25	31,360,613.87	30,158,591.90	31,937,287.06
经营活动现金流出小计	217,519,496.46	251,025,624.97	151,484,319.81	140,820,316.63
经营活动产生的现金流量净额	6,171,355.97	56,111,301.87	39,616,862.66	22,525,704.11
二、投资活动产生的现金流量：				
收回投资收到的现金				
取得投资收益收到的现金	438,100.91	878,797.25	717,791.42	1,474,514.96
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	58,000.00	76,000.00	14,000.00	
处置子公司及其他营业单位收到的现金净额				
收到其他与投资活动有关的现金	175,400,000.00	301,040,477.05	106,664,893.35	97,575,806.65
投资活动现金流入小计	175,896,100.91	301,995,274.30	107,396,684.77	99,050,321.61
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	4,102,171.76	15,044,884.00	3,401,794.31	1,851,067.51
支付其他与投资活动有关的现金	178,700,000.00	285,300,000.00	146,540,700.00	76,400,000.00
投资活动现金流出小计	182,802,171.76	300,344,884.00	149,942,494.31	78,251,067.51
投资活动产生的现金流量净额	-6,906,070.85	1,650,390.30	-42,545,809.54	20,799,254.10
三、筹资活动产生的现金流量：				
吸收投资收到的现金				
分配股利、利润或偿付利息支付的现金		37,800,000.00	50,400,000.00	

项目	2021年1-6月	2020年度	2019年度	2018年度
支付其他与筹资活动有关的现金	330,000.00	2,341,000.00		
筹资活动现金流出小计	330,000.00	40,141,000.00	50,400,000.00	
筹资活动产生的现金流量净额	-330,000.00	-40,141,000.00	-50,400,000.00	
四、汇率变动对现金及现金等价物的影响	-383,282.87	-1,704,345.45	219,242.58	101,593.37
五、现金及现金等价物净增加额	-1,447,997.75	15,916,346.72	-53,109,704.30	43,426,551.58
加：期初现金及现金等价物余额	17,579,686.72	1,663,340.00	54,773,044.30	11,346,492.72
六、期末现金及现金等价物余额	16,131,688.97	17,579,686.72	1,663,340.00	54,773,044.30

(四) 母公司资产负债表

单位：元

项目	2021/6/30	2020/12/31	2019/12/31	2018/12/31
流动资产：				
货币资金	11,495,822.58	16,880,509.62	1,527,720.21	54,322,978.73
交易性金融资产	-	-	-	-
应收账款	119,014,068.08	82,607,804.83	28,425,132.19	35,950,379.29
预付款项	149,891.40	101,271.24	232,213.64	
其他应收款	3,985,240.13	2,411,195.77	2,022,431.11	2,855,328.39
存货	1,305,275.84	2,055,061.98	2,191,112.22	820,140.92
其他流动资产	11,993,333.62	11,086,650.39	2,547,412.92	2,511,884.86
流动资产合计	147,943,631.65	115,142,493.83	77,646,022.29	96,460,712.19
非流动资产：				
长期股权投资	13,100,000.00	13,100,000.00	13,100,000.00	13,100,000.00
投资性房地产	19,147,067.48	19,823,843.34	21,177,395.01	19,455,826.55
固定资产	3,946,641.92	1,308,235.07	1,026,637.60	3,510,709.12
无形资产	383,399.48	393,134.97	412,605.94	1,347,396.28
递延所得税资产	1,565,974.58	1,086,944.80	374,014.90	594,957.66
非流动资产合计	38,143,083.46	35,712,158.18	36,090,653.45	38,008,889.61
资产总计	186,086,715.11	150,854,652.01	113,736,675.74	134,469,601.80
流动负债：				
短期借款	-	-	-	-
应付账款	33,069,840.46	34,041,019.63	10,817,733.96	15,515,967.01
预收款项			313,998.45	498,301.73
合同负债	4,226,649.19	2,462,327.38		

项目	2021/6/30	2020/12/31	2019/12/31	2018/12/31
应付职工薪酬	937,076.04	1,754,353.10	800,118.70	511,992.58
应交税费	7,091,733.87	4,347,279.95	51,133.61	4,222,162.08
流动负债合计	45,325,299.56	42,604,980.06	11,982,984.72	20,748,423.40
非流动负债：				
其他非流动负债	-	-	-	-
非流动负债合计	-	-	-	-
负债合计	45,325,299.56	42,604,980.06	11,982,984.72	20,748,423.40
所有者权益 (或股东权益)：				
实收资本(或股本)	52,500,000.00	52,500,000.00	52,500,000.00	52,500,000.00
资本公积	12,858,863.66	12,858,863.66	12,858,863.66	12,858,863.66
盈余公积	16,427,628.98	16,427,628.98	11,998,030.89	8,154,779.63
未分配利润	58,974,922.91	26,463,179.31	24,396,796.47	40,207,535.11
所有者权益合计	140,761,415.55	108,249,671.95	101,753,691.02	113,721,178.40
负债和所有者权益总计	186,086,715.11	150,854,652.01	113,736,675.74	134,469,601.80

(五) 母公司利润表

单位：元

项目	2021年1-6月	2020年度	2019年度	2018年度
一、营业收入	226,701,527.20	316,935,077.22	151,347,445.30	138,383,872.11
减：营业成本	174,230,891.72	237,732,121.07	101,946,409.89	97,855,614.28
税金及附加	151,493.32	273,460.85	314,363.62	279,373.93
销售费用	4,244,537.44	8,088,233.35	13,449,685.74	13,835,045.21
管理费用	2,730,660.30	6,211,375.02	3,373,889.57	4,454,128.63
研发费用				
财务费用	1,303,252.60	6,852,517.56	-764,012.93	-1,172,218.98
其中：利息费用				
利息收入	13,930.29	319,606.09	11,581.36	9,364.51
加：其他收益	1,426,493.24	3,445,953.40	353,371.49	4,898,248.13
投资收益 (损失以“-”号填列)		745,937.63	13,697,638.52	3,999,227.09
信用减值损失 (损失以“-”号填列)	-1,998,963.56	-2,704,674.94	292,048.87	
资产减值损失 (损失以“-”号填列)				-288,022.27
资产处置收益	35,711.60			

项目	2021年1-6月	2020年度	2019年度	2018年度
(损失以“-”号填列)				
二、营业利润 (亏损以“-”号填列)	43,503,933.10	59,264,585.46	47,370,168.29	31,741,381.99
加: 营业外收入				9,128.53
减: 营业外支出		47,706.27	86,073.11	26,150.58
三、利润总额 (亏损总额以“-”号填列)	43,503,933.10	59,216,879.19	47,284,095.18	31,724,359.94
减: 所得税费用	10,992,189.50	14,920,898.26	8,851,582.56	7,342,125.03
四、净利润 (净亏损以“-”号填列)	32,511,743.60	44,295,980.93	38,432,512.62	24,382,234.91
(一) 按经营持续性分类:				
1.持续经营净利润 (净亏损以“-”号填列)	32,511,743.60	44,295,980.93	38,432,512.62	24,382,234.91
2.终止经营净利润 (净亏损以“-”号填列)				
(二) 按所有权归属分类:				
1.归属于母公司所有者的净利润 (净亏损以“-”号填列)				
2.少数股东损益 (净亏损以“-”号填列)				
五、其他综合收益的税后净额				
六、综合收益总额	32,511,743.60	44,295,980.93	38,432,512.62	24,382,234.91

(六) 母公司现金流量表

单位: 元

项目	2021年1-6月	2020年度	2019年度	2018年度
一、经营活动产生的现金流量:				
销售商品、提供劳务收到的现金	185,981,103.58	256,913,061.24	159,896,541.80	133,069,541.06
收到的税费返还	18,910,359.60	22,691,044.27	14,761,680.42	10,993,392.59
收到其他与经营活动有关的现金	2,973,728.78	4,132,155.46	371,577.85	12,667,470.35
经营活动现金流入小计	207,865,191.96	283,736,260.97	175,029,800.07	156,730,404.00
购买商品、接受劳务支付的现金	193,576,000.32	244,101,336.83	121,916,551.25	102,799,269.66
支付给职工以及为职工支付的现金	2,557,676.29	2,328,684.26	1,998,298.66	2,626,153.69
支付的各项税费	8,953,958.34	12,368,665.54	13,354,622.58	7,814,860.55
支付其他与经营活动有关的现金	5,390,010.17	8,690,204.63	13,329,062.40	15,760,165.83

项目	2021年1-6月	2020年度	2019年度	2018年度
经营活动现金流出小计	210,477,645.12	267,488,891.26	150,598,534.89	129,000,449.73
经营活动产生的现金流量净额	-2,612,453.16	16,247,369.71	24,431,265.18	27,729,954.27
二、投资活动产生的现金流量：				
收回投资收到的现金				
取得投资收益收到的现金		745,937.63	13,697,638.52	1,474,514.96
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	58,000.00			
收到其他与投资活动有关的现金		175,900,000.00	104,640,700.00	96,600,000.00
投资活动现金流入小计	58,000.00	176,645,937.63	118,338,338.52	98,074,514.96
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	2,116,951.01	495,172.48	43,404.80	70,918.17
支付其他与投资活动有关的现金		135,200,000.00	145,340,700.00	74,600,000.00
投资活动现金流出小计	2,116,951.01	135,695,172.48	145,384,104.80	74,670,918.17
投资活动产生的现金流量净额	-2,058,951.01	40,950,765.15	-27,045,766.28	23,403,596.79
三、筹资活动产生的现金流量：				
吸收投资收到的现金				
筹资活动现金流入小计				
分配股利、利润或偿付利息支付的现金		37,800,000.00	50,400,000.00	
支付其他与筹资活动有关的现金	330,000.00	2,341,000.00		
筹资活动现金流出小计	330,000.00	40,141,000.00	50,400,000.00	
筹资活动产生的现金流量净额	-330,000.00	-40,141,000.00	-50,400,000.00	
四、汇率变动对现金及现金等价物的影响	-383,282.87	-1,704,345.45	219,242.58	101,593.37
五、现金及现金等价物净增加额	-5,384,687.04	15,352,789.41	-52,795,258.52	51,235,144.43
加：期初现金及现金等价物余额	16,880,509.62	1,527,720.21	54,322,978.73	3,087,834.30
六、期末现金及现金等价物余额	11,495,822.58	16,880,509.62	1,527,720.21	54,322,978.73

二、财务报表的审计意见及重要性水平的判断标准

（一）审计意见

发行人已委托天健会计师事务所对公司 2018 年 12 月 31 日、2019 年 12 月 31 日、2020 年 12 月 31 日和 2021 年 6 月 30 日的资产负债表，2018 年度、2019 年度、2020 年度和 2021 年 1-6 月的利润表、现金流量表、所有者权益变动表以及财务报表附注进行了审计。

天健对上述财务报表出具了标准无保留意见的《审计报告》（天健审[2021]9198号）。

（二）重要性水平

公司根据自身所处的行业和发展阶段，从财务会计信息相关事项的性质和金额两方面判断其重要性。在判断相关事项的性质重要性时，公司主要考虑该事项在性质上是否属于日常活动、是否显著影响公司的财务状况、经营成果和现金流量等因素；在判断事项金额大小的重要性时，基于对公司业务性质及规模的考虑，公司选取了税前利润总额为基准确定可接受的重要性水平，以影响税前利润总额5%以上事项为公司重要性水平判断标准。

三、关键审计事项

关键审计事项是天健会计师所根据职业判断，认为对2018年度、2019年度、2020年度和2021年1-6月财务报表审计最为重要的事项。这些事项的应对以对财务报表整体进行审计并形成审计意见为背景，天健会计师不对这些事项单独发表意见。

天健会计师在审计中识别出的关键审计事项汇总如下：

（一）收入确认

1、事项描述

雅艺科技公司的营业收入主要来自于火盆、气炉等产品的生产和销售。2021年1-6月、2020年度、2019年度、2018年度，雅艺科技营业收入金额分别为人民币230,048,680.01元、320,935,997.19元、150,852,208.18元和138,415,092.26元。

根据雅艺科技公司与其客户的合同约定，内销收入在公司将产品运送至合同约定交货地点并由客户确认接受、已收取价款或取得收款权利且相关的经济利益很可能流入时确认。外销收入分别按以下时点确认：采用FOB（船上交货）条款的，公司已根据合同约定将产品报关，取得提单，已收取价款或取得收款权利且相关的经济利益很可能流入时确认；采用FCA（货交承运人）条款的，公司已根据合同约定将产品交承运人，已收取价款或取得收款权利且相关的经

济利益很可能流入时确认；采用 DDP（完税后交货）条款的，公司已根据合同约定将产品报关，取得提单，并交付于客户指定收货地点，已收取价款或取得收款权利且相关的经济利益很可能流入时确认。由于营业收入是雅艺科技关键业绩指标之一，可能存在雅艺科技公司管理层（以下简称管理层）通过不恰当的收入确认以达到特定目标。因此，天健会计师将收入确认确定为关键审计事项。

2、审计应对

针对收入确认执行的审计程序主要包括：

- （1）了解与收入确认相关的关键内部控制，评价其设计和执行是否有效，并测试相关内部控制的运行有效性；
- （2）检查销售合同，了解主要合同条款或条件，评价收入确认方法是否适当；
- （3）对营业收入及毛利率按月度、产品、客户等实施实质性分析程序，识别是否存在重大或异常波动，并查明波动原因；
- （4）对于内销收入，以抽样方式检查与收入确认相关的支持性文件，包括销售合同、订单、销售发票、出库单、发货单及客户确认单等；对于外销收入，获取电子口岸信息并与账面记录核对，并以抽样方式检查销售合同、出口报关单、货运提单、销售发票、客户签收单等支持性文件；
- （5）结合应收账款函证，以抽样方式向主要客户函证本期销售额；
- （6）选取样本对重要客户执行走访和询问程序；
- （7）以抽样方式对资产负债表日前后确认的营业收入核对至出库单、发货单、客户确认单、货运提单、客户签收单等支持性文件，评价营业收入是否在恰当期间确认；
- （8）检查与营业收入相关的信息是否已在财务报表中作出恰当列报。

（二）应收账款减值

1、相关会计期间：2021年1-6月、2020年度、2019年度

（1）事项描述

截至2021年6月30日，雅艺科技应收账款账面余额为人民币125,277,966.40元，坏账准备为人民币6,263,898.32元，账面价值为人民币119,014,068.08元；截至2020年12月31日，雅艺科技应收账款账面余额为人民币86,962,500.03元，坏账准备为人民币4,348,125.00元，账面价值为人民币82,614,375.03元；截至2019年12月31日，雅艺科技公司应收账款账面余额为人民币29,921,191.78元，坏账准备为人民币1,496,059.59元，账面价值为人民币28,425,132.19元。

管理层根据各项应收账款的信用风险特征，以单项应收账款或应收账款组合为基础，按照相当于整个存续期内的预期信用损失金额计量其损失准备。对于以单项为基础计量预期信用损失的应收账款，管理层综合考虑有关过去事项、当前状况以及未来经济状况预测的合理且有依据的信息，估计预期收取的现金流量，据此确定应计提的坏账准备；对于以组合为基础计量预期信用损失的应收账款，管理层以账龄为依据划分组合，参照历史信用损失经验，并根据前瞻性估计予以调整，编制应收账款账龄与整个存续期预期信用损失率对照表，据此确定应计提的坏账准备。

由于应收账款金额重大，且应收账款减值涉及重大管理层判断，天健会计师将应收账款减值确定为关键审计事项。

（2）审计应对

针对应收账款减值实施的审计程序主要包括：

1) 了解与应收账款减值相关的关键内部控制，评价其设计和执行是否有效，并测试相关内部控制的运行有效性；

2) 复核以前年度已计提坏账准备的应收账款的后续实际核销或转回情况，评价管理层过往预测的准确性；

3) 复核管理层对应收账款进行信用风险评估的相关考虑和客观证据，评价

管理层是否恰当识别各项应收账款的信用风险特征；；

4) 对于以单项为基础计量预期信用损失的应收账款，获取并检查管理层对预期收取现金流量的预测，评价在预测中使用的关键假设的合理性和数据的准确性，并与获取的外部证据进行核对；

5) 对于以组合为基础计量预期信用损失的应收账款，评价管理层按信用风险特征划分组合的合理性；根据具有类似信用风险特征组合的历史信用损失经验及前瞻性估计，评价管理层编制的应收账款账龄与违约损失率对照表的合理性；测试管理层使用数据（包括应收账款账龄、历史损失率、迁徙率等）的准确性和完整性以及对坏账准备的计算是否准确；

6) 检查应收账款的期后回款情况，评价管理层计提应收账款坏账准备的合理性；

7) 检查与应收账款减值相关的信息是否已在财务报表中作出恰当列报和披露。

2、相关会计期间：2018 年度

(1) 事项描述

截至 2018 年 12 月 31 日，雅艺科技应收账款账面余额为人民币 38,330,209.94 元，坏账准备为人民币 2,379,830.65 元，账面价值为人民币 35,950,379.29 元。

对于单独进行减值测试的应收账款，当存在客观证据表明其发生减值时，管理层综合考虑债务人的行业状况、经营情况、财务状况、涉诉情况、还款记录等因素，估计未来现金流量现值，并确定应计提的坏账准备；对于采用组合方式进行减值测试的应收账款，管理层根据账龄依据划分组合，以与该组合具有类似信用风险特征组合的历史损失率为基础，结合现实情况进行调整，估计未来现金流量现值，并确定应计提的坏账准备。

由于应收账款金额重大，且应收账款减值测试涉及重大管理层判断，天健会计师将应收账款减值确定为关键审计事项。

（2）审计应对

针对应收账款减值实施的审计程序主要包括：

1) 了解与应收账款减值相关的关键内部控制，评价其设计和执行是否有效，并测试相关内部控制的运行有效性；

2) 复核以前年度已计提坏账准备的应收账款的后续实际核销或转回情况，评价管理层过往预测的准确性；

3) 复核管理层对应收账款进行减值测试的相关考虑和客观证据，评价管理层是否充分识别已发生减值的应收账款；

4) 对于单独进行减值测试的应收账款，获取并检查管理层对未来现金流量现值的预测，评价在预测中使用的关键假设的合理性和数据的准确性，并与获取的外部证据进行核对；

5) 对于采用组合方式进行减值测试的应收账款，评价管理层按信用风险特征划分组合的合理性；评价管理层减值测试方法（包括根据历史损失率及反映当前情况的相关可观察数据等确定的各项组合坏账准备计提比例）的合理性；测试管理层使用数据（包括应收账款账龄等）的准确性和完整性以及对坏账准备的计算是否准确；

6) 检查应收账款的期后回款情况，评价管理层计提应收账款坏账准备的合理性；

7) 检查与应收账款减值相关的信息是否已在财务报表中作出恰当列报和披露。

四、财务报表的编制基础和合并财务报表范围及变化情况

（一）财务报表的编制基础

1、编制基础

本公司财务报表以持续经营假设为编制基础。

2、持续经营能力评价

本公司不存在导致对报告期末起 12 个月内的持续经营能力产生重大疑虑的

事项或情况。

（二）合并财务报表范围及变化情况

1、合并财务报表的范围

截至 2021 年 6 月 30 日，公司纳入合并范围内的子公司情况如下：

序号	子公司名称	注册地	业务性质	取得方式	持股比例（%）	
					直接	间接
1	勤艺金属	武义	制造业	投资设立	100	-

2、合并财务报表范围的变化

报告期内，公司子公司龙游蓝蝶金属制造有限公司于 2018 年 2 月注销。

五、主要会计政策和会计估计

（一）遵循企业会计准则的声明

本公司所编制的财务报表符合企业会计准则的要求，真实、完整地反映了公司的财务状况、经营成果和现金流量等有关信息。

（二）会计期间

会计年度自公历 1 月 1 日起至 12 月 31 日止。本财务报表所载财务信息的会计期间为 2018 年 1 月 1 日起至 2021 年 6 月 30 日止。

（三）营业周期

公司经营业务的营业周期较短，以 12 个月作为资产和负债的流动性划分标准。

（四）记账本位币

采用人民币为记账本位币。

（五）金融工具

1、2019 年度、2020 年度和 2021 年 1-6 月

（1）金融资产和金融负债的分类

金融资产在初始确认时划分为以下三类：1）以摊余成本计量的金融资产；

2) 以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产；3) 以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产。

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

（2）金融资产和金融负债的确认依据、计量方法和终止确认条件

1) 金融资产和金融负债的确认依据和初始计量方法

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

2) 金融资产的后续计量方法

①以摊余成本计量的金融资产

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

②以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的债务工具投资

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

③以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的权益工具投资

采用公允价值进行后续计量。获得的股利（属于投资成本收回部分的除外）

计入当期损益，其他利得或损失计入其他综合收益。终止确认时，将之前计入其他综合收益的累计利得或损失从其他综合收益中转出，计入留存收益。

④以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产

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

3) 金融负债的后续计量方法

①以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债

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

②金融资产转移不符合终止确认条件或继续涉入被转移金融资产所形成的金融负债

按照《企业会计准则第 23 号——金融资产转移》相关规定进行计量。

③不属于上述①或②的财务担保合同，以及不属于上述①并以低于市场利率贷款的贷款承诺

在初始确认后按照下列两项金额之中的较高者进行后续计量：A.按照金融工具的减值规定确定的损失准备金额；B.初始确认金额扣除按照相关规定所确定的累计摊销额后的余额。

④以摊余成本计量的金融负债

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

4) 金融资产和金融负债的终止确认

①当满足下列条件之一时，终止确认金融资产：

A.收取金融资产现金流量的合同权利已终止；

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

②当金融负债（或其一部分）的现时义务已经解除时，相应终止确认该金融负债（或该部分金融负债）。

(3) 金融资产转移的确认依据和计量方法

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

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

(4) 金融资产和金融负债的公允价值确定方法

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

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

2) 第二层次输入值是除第一层次输入值外相关资产或负债直接或间接可观察的输入值，包括：活跃市场中类似资产或负债的报价；非活跃市场中相同或类似资产或负债的报价；除报价以外的其他可观察输入值，如在正常报价间隔期间可观察的利率和收益率曲线等；市场验证的输入值等；

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

(5) 金融工具减值

1) 金融工具减值计量和会计处理

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

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

对于购买或源生的已发生信用减值的金融资产，公司在资产负债表日仅将

自初始确认后整个存续期内预期信用损失的累计变动确认为损失准备。

对于不含重大融资成分或者公司不考虑不超过一年的合同中的融资成分的应收账款，公司运用简化计量方法，按照相当于整个存续期内的预期信用损失金额计量损失准备。

对于租赁应收款、由《企业会计准则第 14 号——收入》规范的交易形成且包含重大融资成分的应收款项及合同资产，公司运用简化计量方法，按照相当于整个存续期内的预期信用损失金额计量损失准备。

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

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

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

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

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

2) 按组合评估预期信用风险和计量预期信用损失的金融工具

项目	确定组合的依据	计量预期信用损失的方法
其他应收款——账龄组合	账龄	参考历史信用损失经验，结合当前状况以及对未来经济状况的预测，通过违约风险敞口和未来12个月内或整个存续期预期信用损失率，计算预期信用损失
其他应收款——公司合并范围内款项组合	款项性质	

3) 按组合计量预期信用损失的应收款项

①具体组合及计量预期信用损失的方法

项目	确定组合的依据	计量预期信用损失的方法
应收账款——账龄组合	账龄	参考历史信用损失经验，结合当前状况以及对未来经济状况的预测，编制应收账款账龄与整个存续期预期信用损失率对照表，计算预期信用损失
应收账款——公司合并范围内款项组合	款项性质	参考历史信用损失经验，结合当前状况以及对未来经济状况的预测，通过违约风险敞口和整个存续期预期信用损失率，计算预期信用损失

②应收账款——账龄组合的账龄与整个存续期预期信用损失率对照表

账龄	应收账款预期信用损失率(%)
1年以内(含,下同)	5
1-2年	10
2-3年	50
3年以上	100

(6) 金融资产和金融负债的抵销

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

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

2、2018年度

(1) 金融资产和金融负债的分类

金融资产在初始确认时划分为以下四类：以公允价值计量且其变动计入当

期损益的金融资产（包括交易性金融资产和在初始确认时指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产）、持有至到期投资、贷款和应收款项、可供出售金融资产。

金融负债在初始确认时划分为以下两类：以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债（包括交易性金融负债和在初始确认时指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债）、其他金融负债。

（2）金融资产和金融负债的确认依据、计量方法和终止确认条件

公司成为金融工具合同的一方时，确认一项金融资产或金融负债。初始确认金融资产或金融负债时，按照公允价值计量；对于以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产和金融负债，相关交易费用直接计入当期损益；对于其他类别的金融资产或金融负债，相关交易费用计入初始确认金额。

公司按照公允价值对金融资产进行后续计量，且不扣除将来处置该金融资产时可能发生的交易费用，但下列情况除外：1）持有至到期投资以及贷款和应收款项采用实际利率法，按摊余成本计量；2）在活跃市场中没有报价且其公允价值不能可靠计量的权益工具投资，以及与该权益工具挂钩并须通过交付该权益工具结算的衍生金融资产，按照成本计量。

公司采用实际利率法，按摊余成本对金融负债进行后续计量，但下列情况除外：1）以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债，按照公允价值计量，且不扣除将来结清金融负债时可能发生的交易费用；2）与在活跃市场中没有报价、公允价值不能可靠计量的权益工具挂钩并须通过交付该权益工具结算的衍生金融负债，按照成本计量；3）不属于指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债的财务担保合同，或没有指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益并将以低于市场利率贷款的贷款承诺，在初始确认后按照下列两项金额之中的较高者进行后续计量：①按照《企业会计准则第 13 号——或有事项》确定的金额；②初始确认金额扣除按照《企业会计准则第 14 号——收入》的原则确定的累积摊销额后的余额。

金融资产或金融负债公允价值变动形成的利得或损失，除与套期保值有关外，按照如下方法处理：1）以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产

或金融负债公允价值变动形成的利得或损失，计入公允价值变动收益；在资产持有期间所取得的利息或现金股利，确认为投资收益；处置时，将实际收到的金额与初始入账金额之间的差额确认为投资收益，同时调整公允价值变动收益。

2) 可供出售金融资产的公允价值变动计入其他综合收益；持有期间按实际利率法计算的利息，计入投资收益；可供出售权益工具投资的现金股利，于被投资单位宣告发放股利时计入投资收益；处置时，将实际收到的金额与账面价值扣除原直接计入其他综合收益的公允价值变动累计额之后的差额确认为投资收益。

当收取某项金融资产现金流量的合同权利已终止或该金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬已转移时，终止确认该金融资产；当金融负债的现时义务全部或部分解除时，相应终止确认该金融负债或其一部分。

(3) 金融资产转移的确认依据和计量方法

公司已将金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬转移给了转入方的，终止确认该金融资产；保留了金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬的，继续确认所转移的金融资产，并将收到的对价确认为一项金融负债。公司既没有转移也没有保留金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬的，分别下列情况处理：1) 放弃了对该金融资产控制的，终止确认该金融资产；2) 未放弃对该金融资产控制的，按照继续涉入所转移金融资产的程度确认有关金融资产，并相应确认有关负债。

金融资产整体转移满足终止确认条件的，将下列两项金额的差额计入当期损益：1) 所转移金融资产的账面价值；2) 因转移而收到的对价，与原直接计入所有者权益的公允价值变动累计额之和。金融资产部分转移满足终止确认条件的，将所转移金融资产整体的账面价值，在终止确认部分和未终止确认部分之间，按照各自的相对公允价值进行分摊，并将下列两项金额的差额计入当期损益：1) 终止确认部分的账面价值；2) 终止确认部分的对价，与原直接计入所有者权益的公允价值变动累计额中对应终止确认部分的金额之和。

(4) 金融资产和金融负债的公允价值确定方法

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

分以下层级，并依次使用：

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

2) 第二层次输入值是除第一层次输入值外相关资产或负债直接或间接可观察的输入值，包括：活跃市场中类似资产或负债的报价；非活跃市场中相同或类似资产或负债的报价；除报价以外的其他可观察输入值，如在正常报价间隔期间可观察的利率和收益率曲线等；市场验证的输入值等；

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

(5) 金融资产的减值测试和减值准备计提方法

1) 资产负债表日对以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产以外的金融资产的账面价值进行检查，如有客观证据表明该金融资产发生减值的，计提减值准备。

2) 对于持有至到期投资、贷款和应收款，先将单项金额重大的金融资产区分开来，单独进行减值测试；对单项金额不重大的金融资产，可以单独进行减值测试，或包括在具有类似信用风险特征的金融资产组合中进行减值测试；单独测试未发生减值的金融资产（包括单项金额重大和不重大的金融资产），包括在具有类似信用风险特征的金融资产组合中再进行减值测试。测试结果表明其发生了减值的，根据其账面价值高于预计未来现金流量现值的差额确认减值损失。

3) 可供出售金融资产

①表明可供出售债务工具投资发生减值的客观证据包括：

A. 债务人发生严重财务困难；

B. 债务人违反了合同条款，如偿付利息或本金发生违约或逾期；

C. 公司出于经济或法律等方面因素的考虑，对发生财务困难的债务人作出让步；

- D. 债务人很可能倒闭或进行其他财务重组；
- E. 因债务人发生重大财务困难，该债务工具无法在活跃市场继续交易；
- F. 其他表明可供出售债务工具已经发生减值的情况。

②表明可供出售权益工具投资发生减值的客观证据包括权益工具投资的公允价值发生严重或非暂时性下跌，以及被投资单位经营所处的技术、市场、经济或法律环境等发生重大不利变化使公司可能无法收回投资成本。

本公司于资产负债表日对各项可供出售权益工具投资单独进行检查。对于以公允价值计量的权益工具投资，若其于资产负债表日的公允价值低于其成本超过 50%（含 50%）或低于其成本持续时间超过 12 个月（含 12 个月）的，则表明其发生减值；若其于资产负债表日的公允价值低于其成本超过 20%（含 20%）但尚未达到 50%的，或低于其成本持续时间超过 6 个月（含 6 个月）但未超过 12 个月的，本公司会综合考虑其他相关因素，诸如价格波动率等，判断该权益工具投资是否发生减值。对于以成本计量的权益工具投资，公司综合考虑被投资单位经营所处的技术、市场、经济或法律环境等是否发生重大不利变化，判断该权益工具是否发生减值。

以公允价值计量的可供出售金融资产发生减值时，原直接计入其他综合收益的因公允价值下降形成的累计损失予以转出并计入减值损失。对已确认减值损失的可供出售债务工具投资，在期后公允价值回升且客观上与确认原减值损失后发生的事项有关的，原确认的减值损失予以转回并计入当期损益。对已确认减值损失的可供出售权益工具投资，期后公允价值回升直接计入其他综合收益。

以成本计量的可供出售权益工具发生减值时，将该权益工具投资的账面价值，与按照类似金融资产当时市场收益率对未来现金流量折现确定的现值之间的差额，确认为减值损失，计入当期损益，发生的减值损失一经确认，不予转回。

（六）应收款项

1、2019 年度、2020 年度和 2021 年 1-6 月

详见本节之“五、主要会计政策和会计估计”之“（五）金融工具”之“1、

2019年度、2020年度和2021年1-6月”。

2、2018年度

(1) 单项金额重大并单项计提坏账准备的应收款项

单项金额重大的判断依据或金额标准	占应收款项账面余额 10%以上的款项。
单项金额重大并单项计提坏账准备的计提方法	单独进行减值测试，根据其未来现金流量现值低于其账面价值的差额计提坏账准备。

(2) 按信用风险特征组合计提坏账准备的应收款项

1) 具体组合及坏账准备的计提方法

按信用风险特征组合计提坏账准备的计提方法

确定组合的依据	
账龄组合	相同账龄的应收款项具有类似信用风险特征。
其他组合	受本公司控制的子公司之间的款项。
按组合计提坏账准备的计提方法	
账龄分析法组合	账龄分析法。
其他组合	一般情况下，合并范围内往来款可收回性具有可控性，若经减值测试后未发生减值，则不计提坏账准备。对有确凿证据表明可收回性存在明显差异的应收款项，单独进行减值测试，并根据其未来现金流量现值低于其账面价值的差额计提坏账准备。

2) 账龄分析法

账龄	应收账款计提比例 (%)	其他应收款计提比例 (%)
1年以内 (含, 下同)	5	5
1-2年	10	10
2-3年	50	50
3年以上	100	100

(3) 单项金额不重大但单项计提坏账准备的应收款项

单项计提坏账准备的理由	有确凿证据表明可收回性存在明显差异的应收款项。
坏账准备的计提方法	单独进行减值测试，根据其未来现金流量现值低于其账面价值的差额计提坏账准备。

对应收票据、应收利息、长期应收款等其他应收款项，根据其未来现金流量现值低于其账面价值的差额计提坏账准备。

(七) 存货

1、存货的分类

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

2、发出存货的计价方法

发出存货采用月末一次加权平均法。

3、存货可变现净值的确定依据

资产负债表日，存货采用成本与可变现净值孰低计量，按照单个存货成本高于可变现净值的差额计提存货跌价准备。直接用于出售的存货，在正常生产经营过程中以该存货的估计售价减去估计的销售费用和相关税费后的金额确定其可变现净值；需要经过加工的存货，在正常生产经营过程中以所生产的产成品的估计售价减去至完工时估计将要发生的成本、估计的销售费用和相关税费后的金额确定其可变现净值；资产负债表日，同一项存货中一部分有合同价格约定、其他部分不存在合同价格的，分别确定其可变现净值，并与其对应的成本进行比较，分别确定存货跌价准备的计提或转回的金额。

4、存货的盘存制度

存货的盘存制度为永续盘存制。

5、低值易耗品和包装物的摊销方法

(1) 低值易耗品

按照一次转销法进行摊销。

(2) 包装物

按照一次转销法进行摊销。

(八) 投资性房地产

1、投资性房地产包括已出租的土地使用权、持有并准备增值后转让的土地使用权和已出租的建筑物。

2、投资性房地产按照成本进行初始计量，采用成本模式进行后续计量，并

采用与固定资产和无形资产相同的方法计提折旧或进行摊销。

（九）固定资产

1、固定资产确认条件

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

2、各类固定资产的折旧方法

类别	折旧方法	折旧年限 (年)	残值率 (%)	年折旧率 (%)
房屋及建筑物	年限平均法	20	5	4.75
机器设备	年限平均法	4-10	5	9.50-23.75
运输工具	年限平均法	4	5	23.75
电子设备	年限平均法	3	5	31.67

（十）无形资产

1、无形资产包括土地使用权、专利权及非专利技术等，按成本进行初始计量。

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

项目	摊销年限 (年)
土地使用权	50
软件	10
排污权	5

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

以完成该无形资产的开发，并有能力使用或出售该无形资产；（5）归属于该无形资产开发阶段的支出能够可靠地计量。

（十一）收入

1、2020 年度、2021 年 1-6 月

（1）收入确认原则

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

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

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

（2）收入计量原则

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

2）合同中存在可变对价的，公司按照期望值或最可能发生金额确定可变对

价的最佳估计数，但包含可变对价的交易价格，不超过在相关不确定性消除时累计已确认收入极可能不会发生重大转回的金额。

3) 合同中存在重大融资成分的，公司按照假定客户在取得商品或服务控制权时即以现金支付的应付金额确定交易价格。该交易价格与合同对价之间的差额，在合同期间内采用实际利率法摊销。合同开始日，公司预计客户取得商品或服务控制权与客户支付价款间隔不超过一年的，不考虑合同中存在的重大融资成分。

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

(3) 收入确认的具体方法

收入类别		收入确认政策的具体时点	收入确认相关的单据
内销		根据合同约定将产品交付给客户且客户已接受该商品，以客户签收的日期确认收入	合同订单、出库单、签收单、销售发票
外销	FOB	公司完成报关手续、取得提单或货运代理人收讫货物证明，合同产品发运离境后作为控制权转移的时点确认收入	合同订单、装箱单、提单、货运代理人收讫货物证明
	FCA	货物交付给承运人后，取得货运代理人收讫货物证明确认收入	合同订单、装箱单、货运代理人收讫货物证明
	DDP	公司将货物交付至境外客户指定地点，办理报关手续并缴清进口税费后，经客户方签收后确认销售收入	合同订单、装箱单、物流签收单

(4) 执行新收入准则的具体影响

1) 新旧收入准则对比

项目	旧收入准则	新收入准则
收入确认类型	商品销售收入	销售合同包含的履约义务属于在某一时点履行履约义务
收入确认时点	商品所有权上的主要风险和报酬转移	商品的控制权转移
具体条件	①公司已将商品所有权上的主要风险和报酬转移给购买方； ②公司既没有保留与所有权相联系的继续管理权，也没有对已售出的商品实施有效控制； ③收入的金额能够可靠地计量； ④相关的经济利益很可能流入企业； ⑤相关的已发生或将发生的成本能够可靠地计量时	①公司就该商品或服务享有现时收款权利，即客户就该商品负有现时付款义务； ②公司已将该商品的法定所有权转移给客户，即客户已拥有该商品的法定所有权； ③公司已将该商品实物转移给客户，即客户已实物占有该商品； ④公司已将该商品所有权上的主要风险和报酬转移给客户，即客户已取得该商品所有权上的主要风险和报酬；

项 目	旧收入准则	新收入准则
		⑤客户已接受该商品； ⑥其他表明客户已取得商品控制权的迹象

2) 适用新收入准则影响的报告期间

2017年7月5日，财政部发布了《关于修订印发<企业会计准则第14号—收入>的通知》（财会〔2017〕22号），要求在境内外同时上市的企业以及在境外上市并采用国际财务报告准则或企业会计准则编制财务报表的企业，自2018年1月1日起施行；其他境内上市企业，自2020年1月1日起施行；执行企业会计准则的非上市公司，自2021年1月1日起施行。公司作为新三板挂牌公司及同时申报创业板IPO公司，按照规定自2020年1月1日起适用新收入准则，因此执行新收入准则对公司相关业务处理的影响体现在2020年度。

3) 执行新收入准则的具体影响

①新收入准则未对公司收入确认时点产生影响

新收入准则下，公司与客户签订的合同，属于某一时点的履约义务，其控制权的转移时点与旧收入准则下，风险报酬转移时点是一致的。因此，新收入准则变化之处未对公司收入确认时点产生实质影响。

公司执行新收入准则后对于收入确认时点，仍以客户签收单，提单，货运代理人收讫货物证明等作为确认收入的依据，具体原因如下：

A、内销收入

公司根据合同约定将产品交付给客户，商品的控制权已经发生转移，表明公司已履行相应的义务，客户就收到的货物进行了确认，公司就该服务享有现时收款权利，客户就负有现时付款义务，可以确认销售收入。

B、外销收入

a、FOB 模式

公司完成报关手续、取得提单或货运代理人收讫货物证明，在商品发运离境后，根据报关单、提单日期，货运代理人收讫货物证明的开船日期作为控制权转移的时点。

b、FCA 模式

公司于其所在地将货物交付给客户指定的货运代理人，根据货运代理人收讫货物证明的收货日期作为控制权转移的时点。

c、DDP 模式

公司将货物交付至境外客户指定地点，办理报关手续并缴清进口税费后，经客户方签收确认作为产品控制权转移的时点。

②新收入准则对运输费用的处理

根据《企业会计准则第 14 号-收入》应用指南 2018 中的规定：“在企业向客户销售商品的同时，约定企业需要将商品运送至客户指定的地点的情况下，企业需要根据相关商品的控制权转移时点判断该运输活动是否构成单项履约义务。通常情况下，控制权转移给客户之前发生的运输活动不构成单项履约义务，而只是企业为了履行合同而从事的活动，相关成本应当作为合同履约成本；相反，控制权转移给客户之后发生的运输活动则可能表明企业向客户提供了一项运输服务，企业应当考虑该项服务是否构成单项履约义务。”

公司销售产品支付的运杂费，均系在控制权转移给客户之前发生的运输活动，是履行合同而从事的活动，相关成本应当作为合同履约成本。2020 年度，据新收入准则将原计入销售费用的运杂费重分类至营业成本。

③执行新收入准则对公司 2020 年 1 月 1 日财务报表的影响

公司自 2020 年 1 月 1 日起执行财政部修订后的《企业会计准则第 14 号——收入》。根据相关新旧准则衔接规定，对可比期间信息不予调整，首次执行日执行新准则的累积影响数追溯调整 2020 年 1 月 1 日的留存收益及财务报表其他相关项目金额。

A、执行新收入准则对公司 2020 年 1 月 1 日财务报表的主要影响如下：

单位：元

项目	资产负债表		
	2019 年 12 月 31 日	新收入准则调整影响	2020 年 1 月 1 日
预收款项	401,019.95	-401,019.95	
合同负债		401,019.95	401,019.95

B、对 2020 年 1 月 1 日之前发生的合同变更，公司采用简化处理方法，对所有合同根据合同变更的最终安排，识别已履行的和尚未履行的履约义务、确定交易价格以及在已履行的和尚未履行的履约义务之间分摊交易价格。采用该简化方法对公司财务报表无重大影响。

综上所述，执行新收入准则对公司经营业绩无重大影响，公司收入确认实际情况与披露的标准一致。

2、2018 年度和 2019 年度

（1）收入确认原则

1) 销售商品

销售商品收入在同时满足下列条件时予以确认：① 将商品所有权上的主要风险和报酬转移给购货方；② 公司不再保留通常与所有权相联系的继续管理权，也不再对已售出的商品实施有效控制；③ 收入的金额能够可靠地计量；④ 相关的经济利益很可能流入；⑤ 相关的已发生或将发生的成本能够可靠地计量。

2) 提供劳务

提供劳务交易的结果在资产负债表日能够可靠估计的（同时满足收入的金额能够可靠地计量、相关经济利益很可能流入、交易的完工进度能够可靠地确定、交易中已发生和将发生的成本能够可靠地计量），采用完工百分比法确认提供劳务的收入，并按已经发生的成本占估计总成本的比例确定提供劳务交易的完工进度。提供劳务交易的结果在资产负债表日不能够可靠估计的，若已经发生的劳务成本预计能够得到补偿，按已经发生的劳务成本金额确认提供劳务收入，并按相同金额结转劳务成本；若已经发生的劳务成本预计不能够得到补偿，将已经发生的劳务成本计入当期损益，不确认劳务收入。

3) 让渡资产使用权

让渡资产使用权在同时满足相关的经济利益很可能流入、收入金额能够可靠计量时，确认让渡资产使用权的收入。利息收入按照他人使用本公司货币资金的时间和实际利率计算确定；使用费收入按有关合同或协议约定的收费时间和方法计算确定。

(2) 收入确认的具体方法

公司主要自营各类商品的出口业务。

(1) 国内销售：公司在同时满足下列条件后确认收入：1) 根据约定的交货方式将货物交付给客户，获取客户的确认信息；2) 产品销售收入货款金额已确定，销售发票已开具，或款项已收讫，或预计可以收回；3) 销售产品的成本能够合理计算。

(2) 国外销售：采用 FOB（船上交货）条款的，货物出口装船离岸时确认收入；采用 FCA（货交承运人）条款的，货物交承运人时确认收入；采用 DDP（完税后交货）条款的，产品交付于客户指定收货地点时确认收入。

(十二) 政府补助

1、政府补助在同时满足下列条件时予以确认：

(1) 公司能够满足政府补助所附的条件；

(2) 公司能够收到政府补助。政府补助为货币性资产的，按照收到或应收的金额计量。政府补助为非货币性资产的，按照公允价值计量；公允价值不能可靠取得的，按照名义金额计量。

2、与资产相关的政府补助判断依据及会计处理方法

政府文件规定用于购建或以其他方式形成长期资产的政府补助划分为与资产相关的政府补助。政府文件不明确的，以取得该补助必须具备的基本条件为基础进行判断，以购建或以其他方式形成长期资产为基本条件的作为与资产相关的政府补助。与资产相关的政府补助，冲减相关资产的账面价值或确认为递延收益。与资产相关的政府补助确认为递延收益的，在相关资产使用寿命内按照合理、系统的方法分期计入损益。按照名义金额计量的政府补助，直接计入当期损益。相关资产在使用寿命结束前被出售、转让、报废或发生毁损的，将尚未分配的相关递延收益余额转入资产处置当期的损益。

3、与收益相关的政府补助判断依据及会计处理方法

除与资产相关的政府补助之外的政府补助划分为与收益相关的政府补助。对于同时包含与资产相关部分和与收益相关部分的政府补助，难以区分与资产

相关或与收益相关的，整体归类为与收益相关的政府补助。与收益相关的政府补助，用于补偿以后期间的相关成本费用或损失的，确认为递延收益，在确认相关成本费用或损失的期间，计入当期损益或冲减相关成本；用于补偿已发生的相关成本费用或损失的，直接计入当期损益或冲减相关成本。

4、与公司日常经营活动相关的政府补助

按照经济业务实质，计入其他收益或冲减相关成本费用。与公司日常活动无关的政府补助，计入营业外收支。

(十三) 重要会计政策和会计估计变更以及前期差错更正的说明

1、执行新金融工具准则的影响

公司自 2019 年 1 月 1 日起执行财政部修订后的《企业会计准则第 22 号——金融工具确认和计量》《企业会计准则第 23 号——金融资产转移》《企业会计准则第 24 号——套期保值》以及《企业会计准则第 37 号——金融工具列报》（以下简称新金融工具准则）。根据相关新旧准则衔接规定，对可比期间信息不予调整，首次执行日执行新准则与原准则的差异追溯调整 2019 年 1 月 1 日的留存收益或其他综合收益。

新金融工具准则改变了金融资产的分类和计量方式，确定了三个计量类别：摊余成本；以公允价值计量且其变动计入其他综合收益；以公允价值计量且其变动计入当期损益。公司考虑自身业务模式，以及金融资产的合同现金流特征进行上述分类。权益类投资需按公允价值计量且其变动计入当期损益，但非交易性权益类投资在初始确认时可选择按公允价值计量且其变动计入其他综合收益（处置时的利得或损失不能回转到损益，但股利收入计入当期损益），且该选择不可撤销。

新金融工具准则要求金融资产减值计量由“已发生损失模型”改为“预期信用损失模型”，适用于以摊余成本计量的金融资产、以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产、租赁应收款。

(1) 2019 年 1 月 1 日，公司金融资产和金融负债按照新金融工具准则和按原金融工具准则的规定进行分类和计量结果对比如下表：

单位：元

项目	原金融工具准则		新金融工具准则	
	计量类别	账面价值	计量类别	账面价值
货币资金	贷款和应收项	64,107,041.77	以摊余成本计量的金融资产	64,107,041.77
应收账款	贷款和应收项	35,950,379.29	以摊余成本计量的金融资产	35,950,379.29
其他应收款	贷款和应收项	3,837,413.19	以摊余成本计量的金融资产	3,837,413.19
应付票据	其他金融负债	9,333,997.47	以摊余成本计量的金融负债	9,333,997.47
应付账款	其他金融负债	13,376,890.79	以摊余成本计量的金融负债	13,376,890.79
其他应付款	其他金融负债	2,700.00	以摊余成本计量的金融负债	2,700.00

(2) 2019年1月1日，公司原金融资产和金融负债账面价值调整为按照新金融工具准则的规定进行分类和计量的新金融资产和金融负债账面价值的调节表如下：

单位：元

项目	按原金融工具准则列示的账面价值(2018年12月31日)	重分类	重新计量	按新金融工具准则列示的账面价值(2019年1月1日)
1) 金融资产				
①摊余成本				
货币资金				
按原 CAS22 列示的余额和按新 CAS22 列示的余额	64,107,041.77			64,107,041.77
应收账款				
按原 CAS22 列示的余额和按新 CAS22 列示的余额	35,950,379.29			35,950,379.29
其他应收款				
按原 CAS22 列示的余额和按新 CAS22 列示的余额	3,837,413.19			3,837,413.19
以摊余成本计量的总金融资产	103,894,834.25			103,894,834.25
2) 金融负债				
①摊余成本				
应付票据				
按原 CAS22 列示的余额和按新 CAS22 列示的余额	9,333,997.47			9,333,997.47
应付账款				

项目	按原金融工具准则列示的账面价值 (2018年12月31日)	重分类	重新计量	按新金融工具准则列示的账面价值 (2019年1月1日)
按原 CAS22 列示的余额和按新 CAS22 列示的余额	13,376,890.79			13,376,890.79
其他应付款				
按原 CAS22 列示的余额和按新 CAS22 列示的余额	2,700.00			2,700.00
以摊余成本计量的总金融负债	22,713,588.26			22,713,588.26

(3) 2019年1月1日,公司原金融资产减值准备期末金额调整为按照新金融工具准则的规定进行分类和计量的新损失准备的调节表如下:

单位:元

项目	按原金融工具准则计提损失准备/ 按或有事项准则确认的预计负债 (2018年12月31日)	重分类	重新计量	按新金融工具准则 计提损失准备 (2019年1月1日)
应收账款	2,379,830.65			2,379,830.65
其他应收款	218,076.67			218,076.67

2、执行新收入准则的影响

公司自2020年1月1日起执行财政部修订后的《企业会计准则第14号——收入》(以下简称新收入准则)。根据相关新旧准则衔接规定,对可比期间信息不予调整,首次执行日执行新准则的累积影响数追溯调整2020年1月1日的留存收益及财务报表其他相关项目金额。

(1) 执行新收入准则对公司2020年1月1日财务报表的主要影响如下:

单位:元

项目	资产负债表		
	2019年12月31日	新收入准则调整影响	2020年1月1日
预收款项	401,019.95	-401,019.95	
合同负债		401,019.95	401,019.95

(2) 对2020年1月1日之前发生的合同变更,公司采用简化处理方法,对所有合同根据合同变更的最终安排,识别已履行的和尚未履行的履约义务、确定交易价格以及在已履行的和尚未履行的履约义务之间分摊交易价格。采用该简化方法对公司财务报表无重大影响。

3、前期差错更正

为更加客观、准确地反映发行人的财务状况与经营成果，有利于进一步规范企业财务报表列报，提高会计信息质量，2020年11月5日，公司2020年第六次临时股东大会对前期差错更正相关事项进行了审议，审议通过了《关于前期会计差错更正的议案》等相关议案。

前期会计差错对2018年度以及2019年度的累积影响数如下：

单位：元

项目	2018年12月31日和2018年度			
	调整前(A)	影响数(B)	调整后(C)	影响比例(B/C)
资产总计	158,495,810.33	224,103.52	158,719,913.85	0.14%
负债合计	29,600,379.74	961,903.87	30,562,283.61	3.15%
未分配利润	51,944,978.31	-656,561.75	51,288,416.56	-1.28%
归属于母公司所有者权益合计	128,895,430.59	-737,800.35	128,157,630.24	-0.58%
所有者权益合计	128,895,430.59	-737,800.35	128,157,630.24	-0.58%
营业收入	137,562,853.22	852,239.04	138,415,092.26	0.62%
净利润	26,185,818.51	554,574.71	26,740,393.22	2.07%
项目	2019年12月31日和2019年度			
	调整前(A)	影响数(B)	调整后(C)	影响比例(B/C)
资产总计	141,420,872.69	-196,561.06	141,224,311.63	-0.14%
负债合计	27,311,770.15	226,993.90	27,538,764.05	0.82%
未分配利润	33,305,332.28	-332,249.64	32,973,082.64	-1.01%
归属于母公司所有者权益合计	114,109,102.54	-423,554.96	113,685,547.58	-0.37%
所有者权益合计	114,109,102.54	-423,554.96	113,685,547.58	-0.37%
营业收入	151,252,975.04	-400,766.86	150,852,208.18	-0.27%
净利润	35,613,671.95	314,245.39	35,927,917.34	0.87%

此次会计差错更正已经履行了相应的审批程序，对公司财务状况、经营情况无重大影响。

六、主要税项情况

(一) 主要税种及税率

税种	计税依据	税率
增值税 (注 1、注 2、注 3)	以按税法规定计算的销售货物和应税劳务收入为基础计算销项税额，扣除当期允许抵扣的进项税额后，差额部分为应交增值税	17%、16%、13%
房产税	从价计征的，按房产原值一次减除 30% 后余值的 1.2% 计缴；从租计征的，按租金收入的 12% 计缴	1.2%、12%
城市维护建设税	实际缴纳的流转税税额	5.00%
教育费附加	实际缴纳的流转税税额	3.00%
地方教育费附加	实际缴纳的流转税税额	2.00%
企业所得税	应纳税所得额	按应纳税所得额的一定比例计缴，详见下表

注 1：根据财政部、国家税务总局颁布的《关于调整增值税税率的通知》（财税[2018]32 号）及相关规定，自 2018 年 5 月 1 日起，纳税人发生增值税应税销售行为或者进口货物，原适用 17% 和 11% 税率的，税率分别调整为 16%、10%。本公司根据规定对相关业务适用的增值税税率进行了相应调整。

注 2：财政部、税务总局、海关总署公告 2019 年第 39 号《财政部、税务总局、海关总署关于深化增值税改革有关政策的公告》及相关规定，自 2019 年 4 月 1 日起，增值税一般纳税人发生增值税应税销售行为或者进口货物，原适用 16% 税率的，税率调整为 13%；原适用 10% 税率的，税率调整为 9%。本公司根据规定对相关业务适用的增值税税率进行了相应调整。

注 3：公司出口货物实行“免、退”办法申报退税，2018 年 1-10 月出口退税率为 9%、15%，2018 年 11 月-12 月、2019 年 1 月-3 月出口退税率为 10%、13%、16%，2019 年 4-12 月、2020 年 1-3 月度出口退税率为 10%、13%，2020 年 4-12 月出口退税率为 13%

不同税率的纳税主体企业所得税税率说明：

纳税主体名称	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
雅艺科技	25.00%	25.00%	25.00%	25.00%
勤艺金属	15.00%	15.00%	15.00%	15.00%
蓝蝶金属	-	-	-	25.00%

(二) 税收优惠

1、高新技术企业税收优惠政策

根据《国家税务总局关于实施高新技术企业所得税优惠有关问题的通知》（国税函[2009]203 号）和全国高新技术企业认定管理工作领导小组办公室下发的《关于公示浙江省 2018 年拟认定高新技术企业名单的通知》，勤艺金属属于

2018年11月30日取得编号为GR201833000351的高新技术企业证书，通过高新技术企业认定（有效期三年），2018年至2020年减按15%的税率征收企业所得税。

(1) 勤艺金属通过高新技术企业企业复审预计不存在障碍

勤艺金属已于2021年6月提交高新技术企业复审，根据《高新技术企业认定管理办法》中的高新技术企业认定条件进行自评如下：

认定条件	自评说明	是否满足
(一) 企业申请认定时须注册成立一年以上	勤艺金属成立于2016年4月	是
(二) 企业通过自主研发、受让、受赠、并购等方式，获得对其主要产品（服务）在技术上发挥核心支持作用的知识产权的所有权	截至本招股说明书出具日，勤艺金属拥有专利数量33件，其中发明专利1件、实用新型专利32件；软件著作权2件；	是
(三) 对企业主要产品（服务）发挥核心支持作用的技术属于《国家重点支持的高新技术领域》规定的范围	公司产品适用的具体范围：“四、新材料（一）金属材料1.精品钢材制备技术/高附加值、特殊性能钢材、合金及制品的先进制备加工技术等”	是
(四) 企业从事研发和相关技术创新活动的科技人员占企业当年职工总数的比例不低于10%	2018年度，勤艺金属月平均职工总数241人；其中直接从事研发活动和相关技术创新活动的科技人员月平均人数33人，占职工总数的13.69%； 2019年度，勤艺金属月平均职工总数259人；其中直接从事研发活动和相关技术创新活动的科技人员月平均人数30人，占职工总数的11.58%； 2020年度，勤艺金属月平均职工总数372人；其中直接从事研发活动和相关技术创新活动的科技人员月平均人数38人，占职工总数的10.22%。	是
(五) 企业近三个会计年度（实际经营期不满三年的按实际经营时间计算，下同）的研究开发费用总额占同期销售收入总额的比例符合如下要求： 1. 最近一年销售收入小于5,000万元（含）的企业，比例不低于5% 2. 最近一年销售收入在5,000万元至2亿元（含）的企业，比例不低于4% 3. 最近一年销售收入在2亿元以上的企业，比例不低于3% 其中，企业在中国境内发生的研究开发费用总额占全部研究开发费用总额的比例不低于60%	2018-2020年度，勤艺金属研究开发费用总额1,820.70万元，销售收入总额43,039.98万元（其中最近一年销售收入23,100.81万元），研发开发费用占同期销售收入总额的比例为4.23%，其中，在中国境内发生的研究开发费用总额占全部研究开发费用总额的比例为100%	是

认定条件	自评说明	是否满足
(六) 近一年高新技术产品(服务)收入占企业同期总收入的比例不低于60%;	2020年度, 勤艺金属高新技术产品收入21,418.44万元, 总收入为23,100.81万元, 高新技术产品收入占同期总收入的92.72%	是
(七) 企业创新能力评价应达到相应要求;	勤艺金属现拥有有效的自主知识产权数量为35项, 其中发明专利1件, 实用新型专利32件, 软件著作权2件; 2018-2020年度, 公司累计完成科技成果转化24项; 勤艺金属建有企业研发中心, 建立了较为完善的研究开发与技术创新组织管理体系与制度, 并与湖州中科院应用技术研究产业化中心签订了产学研合作协议; 2019-2020年度, 公司净资产增长率为158.10%, 销售收入增长率为120.01%。因此, 勤艺金属企业创新能力(知识产权、科技成果转化能力、研究开发组织管理水平、企业成长性等四项指标)符合《高新技术企业认定管理工作指引》的要求	是
(八) 企业申请认定前一年内未发生重大安全、重大质量事故或严重环境违法行为。	2020年度, 公司未发生重大安全、重大质量事故或严重环境违法行为	是

根据《高新技术企业认定管理办法》及《高新技术企业认定管理工作指引》的规定, 勤艺金属通过高新技术企业复审预计不存在障碍。

(2) 高新技术企业所得税优惠对公司净利润的影响

报告期各期, 高新技术企业所得税税收优惠对公司净利润的影响测算如下:

单位: 万元

项目	2021年1-6月	2020年度	2019年度	2018年度
勤艺金属应纳税所得额 A	1,686.82	4,150.08	974.10	251.37
当期所得税费用税率差影响 $B=A*(25\%-15\%)$	168.68	415.01	97.41	25.14
勤艺金属期初可抵扣暂时性差异 C	1.01	6.69	-	-
勤艺金属期末可抵扣暂时性差异 D	0.93	1.01	6.69	-
递延所得税费用税率差影响 $E=(C-D)*(25\%-15\%)$	0.01	0.57	-0.67	-
对当期净利润的影响 $F=-(B+E)$	-168.69	-415.58	-96.74	-25.14
归属于母公司所有者的净利润 G	5,038.83	8,454.65	3,592.79	2,674.04
影响金额占净利润比例(%) $H=F/G$	-3.35	-4.92	-2.69	-0.94

2018至2021年1-6月，高新技术企业所得税税收优惠对公司净利润影响金额分别为25.14万元、96.74万元、415.58万元和168.69万元，占各期归属于母公司所有者的净利润比例较低，无重大影响。

2、出口退税

(1) 报告期出口退税金额的计算过程

公司收入主要为外销收入，产品出口退税执行国家的出口产品增值税“免、退”政策。报告期内公司出口退税金额计算过程如下：

单位：万元

项目	2021年1-6月	2020年度	2019年度	2018年度
出口货物进货金额	15,820.96	17,529.33	10,497.39	8,656.80
本期应退税额=出口货物 进货金额*退税率	2,056.72	2,268.34	1,406.02	930.25

(2) 出口退税政策变化对公司净利润的影响

报告期内，出口退税政策变化主要表现为出口退税率提高以及增值税应税销售行为适用的税率降低，具体政策变化详见本招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十一、经营成果分析”之“（三）营业成本分析”之“2、主营业务成本按成本要素构成分析”之“（4）不能抵扣的进项税”之“2）不能抵扣的进项税波动的原因及合理性”。

出口退税政策变化对公司净利润的影响，主要表现为出口货物的征退税率差形成的不可抵扣进项税额转出至主营业务成本进而影响公司净利润。报告期内各期，公司不可抵扣进项税额对公司净利润的影响测算如下：

单位：万元

项目	2021年1-6月	2020年度	2019年度	2018年度
不可抵扣进项税额 A	-	9.16	51.85	496.43
扣除企业所得税影响 B=A*(1-25%)	-	6.87	38.89	372.32
归属于母公司所有者的净利润 C	5,038.83	8,454.65	3,592.79	2,674.04
影响金额占净利润比例(%)D=B/C	/	0.08	1.08	13.92

报告期内随着出口货物征退税率差的减小，各期不可抵扣进项税额逐年降低，其对净利润的影响金额占当期净利润的比例降低。出口退税政策的变化在一定程度上使得公司的净利润增长，但公司的经营业绩对出口退税政策不会构

成重大依赖，主要原因系：A、出口退税是国际上较为通行的政策，对于提升本国企业在国际市场上的竞争力、促进出口贸易有重要作用，在可预见的未来政策发生变化的可能性较低；B、增值税属于价外税，增值税免退税额并不直接影响企业损益，但其中不予抵扣部分会作为增值税进项税额转出而增加企业的营业成本；报告期内不可抵扣的进项税额转出金额分别为 496.43 万元、51.85 万元、9.16 万元和 0 万元，占各期主营业务成本比分别为 5.85%、0.64%、0.05%和 0.00%，占比较低。

3、其他税收优惠

根据浙江省武义县人民政府 2017 年 5 月 21 日发布的《武义县调整城镇土地使用税政策促进土地集约节约利用工作实施方案》，公司享有工业企业城镇土地使用税及房产税税收优惠，各年度优惠情况如下：

项目	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
土地使用税减免幅度	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%
房产税减免幅度	50.00%	50.00%	50.00%	50.00%

报告期内，发行人税收政策未发生重大变化，发行人对税收优惠不存在严重依赖，未来的主要税收优惠具有可持续性

七、分部信息

本公司按产品、按经营区域的主营业务收入明细详见本节之“十一、经营成果分析”之“(二) 营业收入分析”。

八、经注册会计师核验的非经常性损益明细表

天健对本公司报告期内非经常性损益情况进行了审核，并出具了“天健审[2021]9201 号”《关于浙江雅艺金属科技股份有限公司最近三年及一期非经常性损益的鉴证报告》。报告期内，公司经会计师核验的非经常性损益明细表如下：

单位：万元

项目	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
非流动资产处置损益，包括已计提资产减值准备的冲销部分	-8.69	-73.28	-6.38	-3.43
越权审批，或无正式批准文件，或偶发性的税收返还、减免	-	-	-	49.53

项目	2021年 1-6月	2020年度	2019年度	2018年度
计入当期损益的政府补助（与公司正常经营业务密切相关，符合国家政策规定、按照一定标准定额或定量持续享受的政府补助除外）	172.36	363.44	70.79	508.00
计入当期损益的对非金融企业收取的资金占用费	-	-	3.26	0.79
除同公司正常经营业务相关的有效套期保值业务外，持有以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产、金融负债产生的公允价值变动收益，以及处置以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产、金融负债和可供出售金融资产取得的投资收益	43.81	87.88	71.78	147.45
除上述各项之外的其他营业外收入和支出	1.13	-6.00	-7.88	11.66
小计	208.61	372.04	131.57	713.99
减：所得税费用（所得税费用减少以“-”表示）	45.91	98.59	31.12	171.80
少数股东损益	-	-	-	-
归属于母公司股东的非经常性损益净额	162.70	273.45	100.45	542.19

九、主要财务指标

（一）主要财务指标

财务指标	2021/6/30	2020/12/31	2019/12/31	2018/12/31
流动比率（倍）	3.28	2.78	3.90	4.09
速动比率（倍）	2.68	2.33	3.09	3.49
资产负债率（母公司%）	24.36	28.24	10.54	15.43
资产负债率（合并%）	25.34	29.01	19.50	19.26
财务指标	2021年1-6月	2020年度	2019年度	2018年度
应收账款周转率（次）	2.28	5.78	4.69	4.22
存货周转率（次）	4.10	7.01	4.04	4.80
息税折旧摊销前利润（万元）	6,587.52	10,894.03	4,916.66	3,741.50
利息保障倍数（倍）	-	-	-	-
每股经营活动产生的现金流量（元/股）	0.12	1.07	0.75	0.43
每股净现金流量（元/股）	-0.03	0.30	-1.01	0.83
总资产周转率（次）	0.91	1.75	1.01	0.96
归属于母公司所有者的净利润（万元）	5,038.83	8,454.65	3,592.79	2,674.04
扣非归母净利润（万元）	4,876.14	8,181.20	3,492.34	2,131.85
现金分红（万元）	-	3,780.00	5,040.00	-
研发投入占营业收入的比例（%）	2.69	2.81	3.24	3.12

注：流动比率=流动资产/流动负债

速动比率=速动资产 / 流动负债=(流动资产-存货) / 流动负债

资产负债率=(负债总额 / 资产总额) × 100%

应收账款周转率=营业收入/应收账款净额平均值

存货周转率=营业成本 / 存货净额平均值

息税折旧摊销前利润=利润总额+利息净支出+固定资产折旧+无形资产摊销+长期待摊费用摊销

利息保障倍数=(利润总额+利息支出) / 利息支出

每股经营活动现金流量净额=经营活动现金净流量/期末总股本

每股净现金流量=现金及现金等价物净增加额/期末股本总数

总资产周转率=营业收入/(期初资产总额+期末资产总额) × 2

研发投入占营业收入的比例=研发费用/营业收入

(二) 加权平均净资产收益率和每股收益指标

根据中国证监会《公开发行证券的公司信息披露编报规则第 9 号—净资产收益率和每股收益的计算及披露》(2010 修订) 的规定, 本公司加权平均计算的净资产收益率及基本每股收益和稀释每股收益如下:

报告期利润	报告期间	加权平均净资产收益率 (%)	每股收益 (元)	
			基本每股收益	稀释每股收益
归属于公司普通股股东的净利润	2021 年 1-6 月	27.15	0.96	0.96
	2020 年度	61.06	1.61	1.61
	2019 年度	32.38	0.68	0.68
	2018 年度	23.30	0.51	0.51
扣除非经常损益后归属于普通股股东的净利润	2021 年 1-6 月	26.27	0.93	0.93
	2020 年度	59.09	1.56	1.56
	2019 年度	31.48	0.67	0.67
	2018 年度	18.57	0.41	0.41

十、发行人盈利预测报告披露情况

公司未编制盈利预测报告。

十一、经营成果分析

(一) 总体盈利情况

报告期内, 公司利润表主要构成及其变动情况如下表所示:

单位: 万元

项目	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
营业收入	23,004.87	32,093.60	15,085.22	13,841.51

项目	2021年1-6月	2020年度	2019年度	2018年度
营业利润	6,392.35	10,648.92	4,642.13	3,437.19
利润总额	6,380.07	10,568.66	4,627.64	3,445.41
净利润	5,038.83	8,454.65	3,592.79	2,674.04
扣除非经常性损益后的净利润	4,876.14	8,181.20	3,492.34	2,131.85

报告期内，公司的净利润主要来源于营业利润，随着公司业务规模的扩大及新产品的推出，公司的盈利能力整体呈上升趋势。

报告期内，公司的主营业务收入持续增长，其中2020年、2021年1-6月公司业绩增幅较大，具体原因及分析见本招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十一、经营成果分析”之“（二）营业收入分析”之“2、主营业务收入变动分析”之“（4）2020年度主营业务收入大幅增长且增速远高于同行业可比公司的原因及合理性”及“（5）2021年1-6月主营业务收入大幅增长且增速远高于同行业可比公司的原因及合理性”。

（二）营业收入分析

1、营业收入的构成情况

报告期内，公司营业收入结构如下表所示：

单位：万元

项目	2021年1-6月		2020年度		2019年度		2018年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
主营业务收入	22,926.54	99.66%	31,878.77	99.33%	14,952.16	99.12%	13,685.88	98.88%
其他业务收入	78.33	0.34%	214.83	0.67%	133.06	0.88%	155.63	1.12%
营业收入合计	23,004.87	100.00%	32,093.60	100.00%	15,085.22	100.00%	13,841.51	100.00%

公司主营业务火盆、火炉等户外休闲用品的研发设计、生产和销售。报告期内公司主营业务收入的金额分别为13,685.88万元、14,952.16万元、31,878.77万元和22,926.54万元，占当期营业收入的比例分别为98.88%、99.12%、99.33%和99.66%，占比均在98%以上，主营业务突出。其他业务收入主要为废品废料的销售收入，占营业收入的比重以及对公司业绩影响均较小。

经比较发行人与同行业可比公司2020年上半年经营数据，发行人业绩变动

趋势与同行业较为一致，具体情况如下：

单位：万元

公司	项目	金额	较上年同期变动金额	较上年同期变动比例
浙江永强	营业收入	294,447.24	17,541.93	6.33%
	净利润	60,632.48	25,241.91	71.32%
永艺股份	营业收入	122,119.01	8,009.06	7.02%
	净利润	10,747.92	1,543.94	16.77%
中源家居	营业收入	49,865.40	992.70	2.03%
	净利润	2,104.67	-1,476.56	-41.23%
恒林股份	营业收入	178,736.22	60,412.63	51.06%
	净利润	16,272.29	3,677.83	29.20%
发行人	营业收入	10,863.96	5,350.09	97.03%
	净利润	3,261.92	1,861.51	132.93%

2020年上半年，除同行业可比公司中源家居外，发行人及可比公司浙江永强、永艺股份、恒林股份的营业收入、净利润的变动趋势一致，均呈增长趋势，其中发行人的营业收入及净利润增长幅度高于同行业可比公司，主要原因系公司的业绩规模相对较小，从营业收入和净利润增加的绝对值来看，发行人仍小于同行业可比公司。

报告期内，公司的主营业务收入持续增长，其中2020年公司业绩增幅较大，主要系以下因素的影响：

(1) 在户外家具市场需求量稳定增长的背景下，公司近年来着力推广的气炉桌产品逐渐得到了市场的认可，并在2020年迎来了订单的爆发。

(2) 受美国新冠肺炎疫情的影响，人们更多的选择居家生活，长时间地居家活动改变了其消费习惯，刺激了对公司产品的消费需求；同时，为了更好的进行防疫，美国多地的餐厅、酒吧等商业场所采取户外用餐，亦增强了对公司产品的商用需求，进一步的刺激了户外休闲家具的销售量。

(3) 由于公司在春节后积极采取各种措施开展复工复产，确保了产能的恢复，并通过购置自动化生产设备、招聘员工等方法提高产能，使得公司在疫情期间仍然能够满足客户日益增长的订单需求，强大的生产能力和及时交付能力使得公司主要客户对公司的订单数量和金额也有所增加。

报告期内发行人所处的户外休闲家具行业市场规模呈增长状态，同行业上市公司的收入规模也持续增长，发行人自身的收入规模及产品销量也呈明显增长趋势，发行人主营业务收入的增加符合行业的发展情况，与同行业可比公司趋势一致，具有合理性。

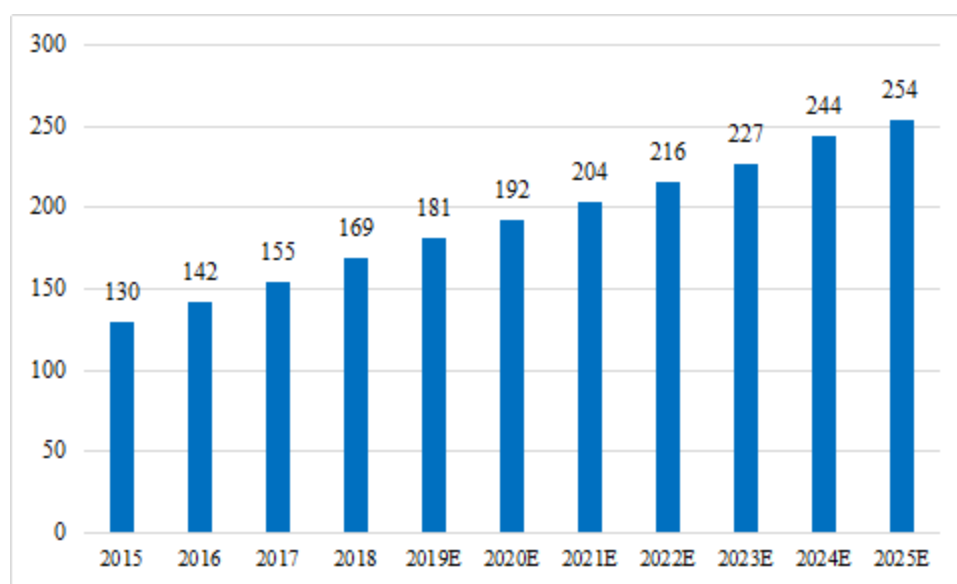
2、主营业务收入变动分析

（1）公司所处行业发展情况

1) 全球消费情况

近年来，户外休闲家具及用品市场向个性化、时尚化发展。个性化与时尚化的需求加快了产品的更新换代，提高了户外休闲家具及用品的更新速度，促进了行业需求的增长。根据 Statista 数据，预计 2015-2025 年全球户外休闲家具市场规模呈上升趋势，由 2015 年全球户外休闲家具市场规模为 130 亿美元上涨到 2025 年的 254 亿美元，复合增长率为 6.93%。

2015-2025 年全球户外休闲家具市场规模（单位：亿美元）



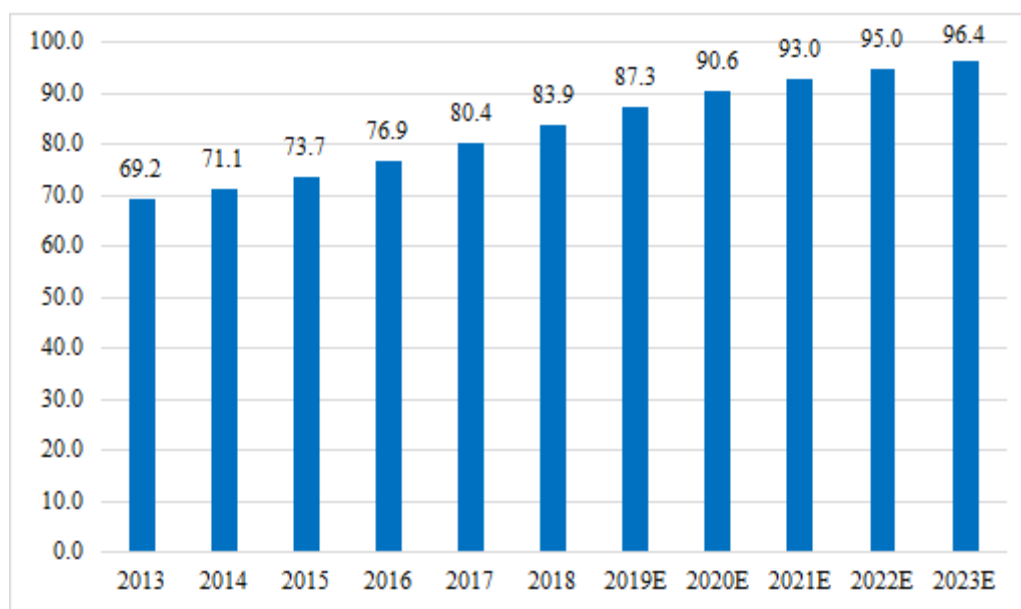
数据来源：Statista

2) 北美市场

北美是户外休闲家具及用品的主要消费地区之一，其中美国是世界最大的单一国家市场。根据 Statista 数据，2013-2023 年美国户外休闲家具市场规模呈上升趋势，2013 年美国户外休闲家具市场规模为 69.2 亿美元，预计 2023 年达

到 96.4 亿美元，复合增长率为 3.37%。美国户外休闲家具市场规模约为全球的一半，美国市场对户外休闲家具的需求程度高于其他国家，全球市场受美国市场影响较大。

2013-2023 年美国户外休闲家具市场规模（单位：亿美元）

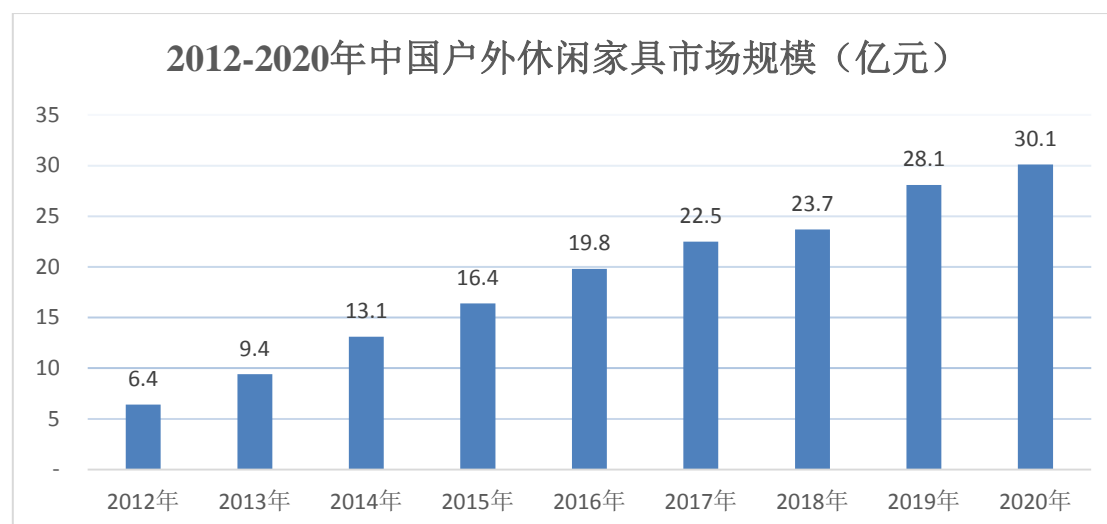


数据来源：Statista

3) 国内市场

中国户外休闲家具行业起点低、起步晚，消费市场规模受经济水平发展低、消费观念等因素的限制，市场推广难度大。目前，户外休闲家具及用品主要集中在商业领域，如旅游景点、酒店、酒吧、别墅等户外休闲区域。近年来，随着国内居民的休闲时间增加，国内市场对户外休闲用品的需求也逐步增加。2012 年国内户外家具市场规模 6.4 亿元，到 2020 年我国户外家具市场规模达到了 30.1 亿元。

近几年我国户外家具市场规模走势如下图所示：



数据来源：智研咨询

（2）同行业可比公司收入增长情况

报告期内，同行业可比公司收入增长情况如下：

单位：万元

同行业可比公司	2021年1-6月		2020年度		2019年度		2018年度
	营业收入	增幅	营业收入	增幅	营业收入	增幅	营业收入
浙江永强	420,639.99	42.86%	495,463.47	5.75%	468,520.63	6.82%	438,610.35
永艺股份	240,400.55	96.86%	343,372.15	40.12%	245,047.54	1.63%	241,108.34
中源家居	51,495.12	3.27%	116,241.86	8.67%	106,971.18	20.45%	88,806.58
恒林股份	240,822.96	34.74%	474,309.37	63.34%	290,373.70	25.28%	231,781.11
平均值	238,339.65	47.77%	357,346.72	28.67%	277,728.26	13.55%	250,076.59
发行人	23,004.87	111.75%	32,093.60	112.75%	15,085.22	8.99%	13,841.51

数据来源：wind 资讯，2021 年 1-6 月为较上年同期增幅。

报告期内，公司的营业收入同比均实现增长，与同行业上市公司平均营业收入变动趋势一致。

2020 年公司的营业收入较上年增幅为 112.75%，增长幅度较大，一方面原因系新冠肺炎疫情导致人们长时间的居家生活，相应的增加了终端客户对发行人产品的需求；另一方面系下游客户自身的业务增长，发行人凭借自身的优秀的供货能力获取了客户更多的订单，最后公司火盆、气炉桌的主打产品市场开拓顺利，不断的开发新的市场潜在用户。

2021 年 1-6 月公司仍保持了较高的收入增幅，一方面系 2020 年同期在手订

单相对较少，生产能力也相对较低，因此实现收入较少，另一方面 2021 年 1-6 月公司在手订单较上年同期也较为充足，同时公司通过引进自动化设备及增加生产人员等方式提高生产能力，增强供货保障。

2020 年、2021 年 1-6 月公司营业收入变动的原因为见本节“十一、经营成果分析”之“（二）营业收入分析”之“2、主营业务收入变动分析”之“（4）2020 年度主营业务收入大幅增长且增速远高于同行业可比公司的原因及合理性”及“（5）2021 年 1-6 月年度主营业务收入大幅增长且增速远高于同行业可比公司的原因及合理性”。

（3）公司主要产品量价变动情况

报告期内，公司主要产品的销量、单价情况如下：

产品类别	项目	2021 年 1-6 月	2020 年	2019 年	2018 年
火盆	收入（万元）	11,266.56	18,051.09	7,599.43	7,722.97
	占主营业务收入比	49.14%	56.62%	50.82%	56.43%
	单价（元）	187.81	189.87	195.31	188.75
	销量（万套）	59.99	95.07	38.91	40.92
火盆桌	收入（万元）	539.41	1,504.66	1,843.65	2,241.70
	占主营业务收入比	2.35%	4.72%	12.33%	16.38%
	单价（元）	395.78	458.68	434.10	406.33
	销量（万套）	1.36	3.28	4.25	5.52
气炉	收入（万元）	43.28	546.89	1,149.40	794.24
	占主营业务收入比	0.19%	1.72%	7.69%	5.80%
	单价（元）	224.48	207.63	207.13	203.29
	销量（万套）	0.19	2.63	5.55	3.91
气炉桌	收入（万元）	10,477.93	11,045.19	4,133.35	1,880.18
	占主营业务收入比	45.70%	34.65%	27.64%	13.74%
	单价（元）	631.67	644.88	710.01	755.88
	销量（万套）	16.59	17.13	5.82	2.49
其他	收入（万元）	599.36	730.95	226.34	1,046.79
	占主营业务收入比	2.61%	2.29%	1.51%	7.65%
合计	主营业务收入 （万元）	22,926.54	31,878.77	14,952.16	13,685.88

报告期内，公司火盆、气炉桌等核心产品的销售数量呈逐年增长趋势。

1) 2019 年量价变动情况

2019 年火盆销量较上年减少 2.01 万套，下降幅度为 4.91%，平均售价略有降低，主要系公司在 2018 年秋季沃尔玛选样会上获得了欧文系列的订单，该款产品属于火盆中的基础款式，定价相对较低。

2019 年火盆桌的销售数量较上年减少了 1.27 万套，下降比例为 23.02%，主要原因系 ACE HARDWARE INTERNATIONAL HOLDINGS,LTD 2018 年定制的爱丁堡、莱斯特火盆桌数量较多，2019 年客户根据自身的销售情况未再下单；2019 年火盆桌的平均售价较高，主要原因系本年销量最多的朗廷火盆桌尺寸较大（该产品为 36 寸，一般的火盆桌为 30-34 寸）、制造成本较高，因此定价较高，从而拉高了火盆桌的平均售价。

2019 年气炉销量较上年增加 1.64 万套，增长幅度为 42.04%，主要原因系公司在沃尔玛 2018 年秋季选样会上获得了奥芬小气炉、奥悦小气炉两款新产品的订单，上述产品在 2019 年实现销售；2019 年气炉的平均售价相对保持稳定；

2019 年气炉桌销量较上年增加 3.33 万套，增长幅度为 134.04%，气炉桌是近几年来公司着力推广的产品，由于前期处于市场培育期，定价相对较高，随着气炉桌的市场培育逐渐成熟，受众越来越多，销量大幅增加，单价有所下降。

2) 2020 年量价变动情况

2020 年火盆销量较上年增加 56.16 万套，增长幅度为 144.33%，平均售价与上年基本持平，2020 年火盆销售量大幅增加主要系沃尔玛对公司的火盆采购量较大，且主要采购的是较为畅销的中低端基础款式，因此销售量较大，价格也相对稳定。

2020 年火盆桌的销售数量较上年减少了 0.97 万套，下降比例为 22.76%，主要原因系近两年气炉桌的销量逐渐受到消费者的青睐，相应的减少了火盆桌的采购数量。

2020 年气炉销量较上年减少 2.92 万套，下降幅度为 52.54%，主要原因系公司客户沃尔玛根据该产品的市场反应酌情减少了订单，增加了气炉桌的采购

量。

2020年气炉桌销量较上年增加11.31万套，增长幅度为194.21%，气炉桌是近几年来公司着力推广的产品，由于其使用时无烟尘、无气味，更为清洁、美观并适合商业经营场所，因此逐渐得到了客户和终端消费者的广泛认可，在2020年迎来了市场订单的爆发。2020年气炉桌平均售价有所下降，主要原因系王者气炉桌已推出多年，进入产品成熟期，产品销售量较高，相应的对售价进行了调整。

3) 2021年1-6月量价变动情况

2021年1-6月火盆销量较上年同期增加27.22万套，增长幅度为83.04%，平均售价与上年基本持平，2021年1-6月火盆销售量继续大幅增加，一方面系去年推出的中低端基础款式火盆销量仍保持在较高水平，另一方面，公司的惠特洛克火盆、八边形火盆等相对高端的产品销售数量也较上年同期大幅增加。

2021年1-6月火盆桌的销售数量较上年同期增加了0.37万套，增长比例为37.61%，远小于火盆增幅，主要系火盆桌与气炉桌外观接近，使用功能及场景亦接近，但气炉桌使用天然气，使用更方便，且能避免传统火盆类产品使用时易产生烟尘、异味等缺点，因此同样的需求情况下客户更倾向于购买气炉桌。

2021年1-6月气炉销量较上年同期减少了1.95万套，下降幅度为91.01%，主要原因系公司客户沃尔玛根据该产品的市场销售情况减少了订单，转而增加了气炉桌的采购量。

2021年1-6月气炉桌的销售数量较上年同期增加了11.88万套，增长比例为252.75%，增幅较高，主要原因系气炉桌是近几年来公司着力推广的产品，由于其使用时无烟尘、无气味，更为清洁、美观并适合商业经营场所，因此得到了越来越多的客户和终端消费者认可，在2020年迎来了市场订单的爆发。由于公司产能有限，为了满足大客户的需求，2021年1-6月公司在产能安排上对气炉桌产品进行了适当的倾斜，因此2021年1-6月份气炉桌的销售数量大幅上升。2021年1-6月气炉桌平均售价略有下降，主要原因系2021年1-6月美元对人民币的汇率有所下降，导致折算为人民币的单价有所下降。

(4) 2020年度主营业务收入大幅增长且增速远高于同行业可比公司的原

因及合理性

2020年发行人与同行业可比公司的营业收入变动额及变动比例情况如下：

单位：万元

同行业可比公司	营业收入	较上年增加额	增幅
浙江永强	495,463.47	26,942.84	5.75%
永艺股份	343,372.15	98,324.61	40.12%
中源家居	116,241.86	9,270.69	8.67%
恒林股份	474,309.37	183,935.67	63.34%
平均值	357,346.72	79,618.45	28.67%
发行人	32,093.60	17,008.38	112.75%

数据来源：wind 资讯

由上表可知，2020年公司的收入大幅增长且增速远高于同行业可比公司平均增幅，但增长额低于同行业，具体分析如下：

1) 2020年火盆类产品终端市场需求大幅增长

2020年度蔓延的新冠疫情，对全世界各地人们的生活和消费习惯均有所影响，进而刺激了公司产品的销量。上述新冠疫情带来的衍生影响包括：

①受新冠肺炎疫情的影响，美国当地的人们也更多的选择居家生活，家庭、朋友聚会的地点改为家中庭院内，而公司产品具有取暖、装饰庭院、烘托气氛等效果，在聚会时使用较多，因此增加了对公司产品的消费需求。

长时间的居家生活，使得人们有了更多的闲暇时间，这大大刺激了人们对用于消磨时间的居家休闲用品的需求，通过查询中国海关的出口统计数据，2020年以下几类家用休闲产品对美国的出口金额也有大幅上升，具体如下：

单位：亿元

项目		2020 年度			2019 年度
产品名称	海关编码	金额	增加额	增长比例	金额
健身及康复器械	95069119	142.43	78.41	122.48%	64.02
跑步机	95069111	32.72	16.14	97.38%	16.58
家用自动面包机	85167210	2.39	1.72	252.90%	0.68

数据来源：海关统计数据

由上表可知，2020年因疫情影响，美国人民居家的时间大幅增加，直接的

刺激了终端客户对居家休闲相关产品的需求，导致公司的产品销量也相应的大幅增加。

②公司产品在户外使用，日常风吹雨打会使公司产品出现生锈等现象，更换频率约为1-2年，人们居家时间变长后更倾向于打理家中、庭院内的家具，因此也会增加对公司产品的消费需求。

③为了更好的进行防疫，美国多地的餐厅、酒吧等商业场所倡导采取户外用餐，亦增强了对公司产品的商用需求，进一步地刺激了公司产品户外火盆、气炉的销售量。

④受新冠疫情的影响，2020年3月美股暴跌，为了避免经济衰退，美国政府推出总额超万亿美元的财政刺激计划，以刺激美国民众的消费，其中2020年4月向美国家庭发放总额5000亿美元的现金支票。上述经济刺激计划亦增强了终端消费群体的购买力和购买意愿。

2020年新冠疫情普遍增加了人们对家居用品的消费需求，普遍影响了我国国内其他从事家居用品出口的企业，除了发行人同行业公司外，经查询同为外销为主、从事家居用品及休闲用品的上市公司2020年业绩，其2020年的业绩也取得了较大幅度的增长，具体情况如下：

单位：万元

公司	主要产品	2020年收入	增长额	增长幅度	外销收入比重	备注
乐歌股份 (SZ:300729)	包括健身车、升降桌、笔记本支架等智慧家居、健康办公用品	194,066.43	96,259.50	98.42%	2020年外销占比 89.98%	第四季度营业收入 7.22 亿元，同比增长 163%。
梦百合 (SH:603313)	记忆绵床垫、记忆绵枕等家居制品	653,013.43	269,854.59	70.43%	2020年外销占比 84.91%	-
发行人	火盆、火盆桌、气炉、气炉桌等休闲家具用品	32,093.60	17,008.38	112.75%	2020年外销占比 98.42%	-

数据来源：上市公司披露的定期报告

由上表可知，乐歌股份、梦百合等以外销为主的日常家居用品公司2020年亦实现了高速的收入增长，发行人收入增长趋势与行业相近且以外销为主的上市公司不存在重大差异。

就发行人产品类别来看，根据中信保查询的2020年美国进口火盆类产品数据，2020年美国进口的“fire pit”产品（包含火盆、火盆桌、气炉、气炉桌等

产品) 数量大幅增加, 较2019年美国进口该类产品数量的增长比例高达90.98%。2020年美国进口火盆类产品数量与发行人2020年销售到美国的情况对比如下:

单位: 万个

项目	2020 年度			2019 年度
	数量	增加额	增长比例	数量
美国火盆类产品总进口数量	912.13	434.53	90.98%	477.60
美国从中国进口的火盆类产品数量	852.69	400.94	88.75%	451.74
发行人销往美国的产品数量	115.14	63.34	122.26%	51.80

数据来源: 中信保

由上表可知, 2020年因美国国内终端消费者对火盆类产品的需求较为旺盛, 美国进口的fire pit类产品数量增加了434.53万个, 较2019年增长90.98%; 其中美国2020年从中国进口的fire pit类产品数量增加了400.94万个, 较2019年增长88.75%, 而发行人销往美国的产品也增长了122.26%, 与行业增长趋势较为一致, 表明2020年美国火盆类产品的终端消费市场的需求增长带动了中国国内从事火盆类产品生产销售的行业出口量, 包括发行人产品的生产和销售。2020年公司销往美国的产品数量增长幅度高于行业整体增幅, 主要原因系公司凭借自身出色的产品设计能力和供货保障, 公司主要客户加大了对公司的订单数量。

2) 下游客户自身的业务增长

2018年至2020年, 公司的主要客户为沃尔玛、家得宝, 二者占公司销售收入总额的比例分别为57.07%、67.77%和72.06%, 呈逐年上升趋势, 其中2020年公司向沃尔玛、家得宝的销售收入增幅及增长额情况如下:

单位: 万元

公司	营业收入	较上年增加额	增幅
沃尔玛	12,324.13	7,978.03	183.57%
家得宝	10,801.41	4,923.57	83.76%
合计	23,125.54	12,901.60	126.19%

由上表可知, 2020年沃尔玛、家得宝对公司的收入贡献较上年增加了

12,901.60万元，占2020年收入增长额的75.85%，是公司收入增长的主要来源，主要原因系上述客户根据自身的业务情况加大了对公司的采购。

根据沃尔玛、家得宝披露的年报数据，2020年沃尔玛、家得宝的销售收入均较上年有所上升，具体如下：

单位：亿美元

公司	营业收入	较上年增加额	增幅
沃尔玛	5,591.51	351.87	6.72%
家得宝	1,321.10	218.85	19.85%

数据来源：wind

由上表可知，2020年沃尔玛、家得宝的营业收入较上年分别增长了351.87亿美元和218.85亿美元，增幅分别为6.72%和19.85%，增长较为明显。由于公司与上述客户合作较为稳定，供货保障、售后服务、产品质量等各方面工作较为出色，公司获得了更多的客户订单。

沃尔玛、家得宝对其供应商有专门的数据系统平台，发行人可以定期的获取发行人产品在其门店销售的数据，通过获取上述客户的平台原始数据并与报告期内发行人对其销售数量进行比较，具体情况如下：

①公司向沃尔玛销售数量与公司产品在沃尔玛销售数量情况

报告期内，公司向沃尔玛各个渠道销售的数量情况如下：

单位：万套

项目	2020年度		2019年度		2018年度		合计数	
	数量	占比	数量	占比	数量	占比	数量	占比
公司向沃尔玛销售数量	70.80	100.00%	20.78	100.00%	10.29	100.00%	101.87	100.00%
其中：公司向沃尔玛门店销售数量	66.98	94.59%	18.00	86.61%	7.63	74.20%	92.61	90.91%
公司向沃尔玛网店销售数量	2.75	3.88%	1.36	6.55%	0.95	9.25%	5.06	4.96%
其他（山姆会员店及加拿大沃尔玛）	1.08	1.53%	1.42	6.84%	1.70	16.55%	4.21	4.13%

由上表可知，报告期内公司产品主要是销售给美国沃尔玛门店及沃尔玛网店，二者占报告期内向沃尔玛销售总数量的95.87%。

由于发行人对沃尔玛的贸易模式为FOB，从发行人确认收入至产品在沃尔

玛门店开始销售一般需要2-3个月时间，因此为保持比较口径一致，以下各年度公司向沃尔玛销售数量口径按照上年11月至本年10月对沃尔玛的销售数量统计，具体情况如下：

单位：万套

项目	2020年度		2019年度		2018年度		合计数	
	数量	占比	数量	占比	数量	占比	数量	占比
公司向沃尔玛销售数量	58.91	100.00%	18.11	100.00%	10.34	100.00%	87.36	100.00%
其中：公司产品在沃尔玛门店销售数量	55.45	94.13%	15.49	85.54%	7.35	71.06%	78.29	89.62%
公司产品在沃尔玛网店销售数量	2.45	4.16%	1.31	7.23%	1.25	12.13%	5.01	5.74%
其他（山姆会员店及加拿大沃尔玛）	1.01	1.71%	1.31	7.23%	1.74	16.81%	4.06	4.64%

由于发行人从沃尔玛供应商系统只能获取到沃尔玛门店和网店中对发行人产品的终端销售数据，故对比了公司向沃尔玛（门店加网店）销售数量与沃尔玛（门店加网店）销售数量如下：

单位：万套

项目	2018-2020年合计数			
	公司销售数量 A	沃尔玛销售数量 B	差异数量 C	差异率 D=C/A
火盆	74.36	67.93	6.43	8.65%
火盆桌	0.25	0.18	0.07	27.41%
气炉	6.89	6.53	0.36	5.20%
气炉桌	0.52	0.52	0.0005	0.10%
其他	1.29	1.71	-0.42	-32.39%
合计	83.31	76.87	6.44	7.73%
项目	2020年度			
	公司销售数量 A	沃尔玛销售数量 B	差异数量 C	差异率 D=C/A
火盆	54.66	50.01	4.65	8.51%
火盆桌	0.09	-	0.09	100.00%
气炉	1.92	2.26	-0.34	-17.63%
气炉桌	0.52	0.52	0.0004	0.08%
其他	0.72	0.92	-0.20	-27.91%
合计	57.90	53.71	4.20	7.25%

项目	2019 年度			
	公司销售数量 A	沃尔玛销售数量 B	差异数量 C	差异率 D=C/A
火盆	11.56	9.00	2.56	22.15%
火盆桌	0.05	0.08	-0.03	-47.34%
气炉	4.97	4.18	0.79	15.90%
气炉桌	0.0001	-	0.0001	100.00%
其他	0.22	0.52	-0.30	-132.05%
合计	16.80	13.78	3.03	18.02%
项目	2018 年度			
	公司销售数量 A	沃尔玛销售数量 B	差异数量 C	差异率 D=C/A
火盆	8.14	8.92	-0.78	-9.54%
火盆桌	0.11	0.10	0.01	6.67%
气炉	-	0.09	-0.09	-
气炉桌	-	-	-	-
其他	0.35	0.27	0.08	22.32%
合计	8.60	9.39	-0.78	-9.11%

2018年至2020年公司向沃尔玛（门店加网店）累计销售83.31万套，占报告期内公司对沃尔玛总销售数量的95.36%；2018年至2020年沃尔玛（门店加网店）累计销售数量76.87万套，略低于公司向沃尔玛门店销售数量，差异原因一是沃尔玛根据自身产品销售情况进行产品备货导致；二是沃尔玛门店及网店的销售数量是当年1-12月的销售数量，而基于发行人确认销售收入至发行人产品在沃尔玛门店销售需要2-3个月的物流运输时间进行预估，上表中发行人每年向沃尔玛销售数量是上年11月至当年10月的销售数量，但实际上发行人产品在沃尔玛门店及网店的具体销售周期和销售情况视各个门店/网店的营销策略和运营情况而定，沃尔玛门店/网店当年1-12月的销售数量与上述预估的发行人产品自上年11月至当年10月向沃尔玛的销售数量可能存在一定的时间性差异。

由上表可知，2020年度沃尔玛（门店加网店）销售数量达53.71万套，较2019年度、2018年度的增长幅度分别为289.87%和472.20%，增长幅度较大，因此沃尔玛自身销售数量的大幅增加使得其对发行人产品采购量的大幅增加。

综上所述，报告期内发行人向沃尔玛（门店加网店）销售的产品数量与发

行人对其销售的数量不存在明显差异，表明沃尔玛向发行人采购的产品均已形成了终端销售。

②公司向家得宝销售数量与公司产品在家得宝销售数量情况

报告期内，公司向家得宝各个渠道销售的数量情况如下：

单位：万套

项目	2020年度		2019年度		2018年度		合计数	
	数量	占比	数量	占比	数量	占比	数量	占比
公司向家得宝销售数量	29.00	100.00%	19.63	100.00%	26.27	100.00%	74.89	100.00%
其中：公司向家得宝门店销售数量	25.16	86.77%	18.63	94.91%	25.32	96.37%	69.11	92.27%
公司向家得宝网店销售数量	3.83	13.23%	1.00	5.09%	0.95	3.63%	5.79	7.73%

由上表可知，报告期内公司向家得宝门店的销售数量占公司在家得宝销售总数量的92.27%。

由于发行人对家得宝的贸易模式为FCA，从发行人确认收入至产品在家得宝门店开始销售一般需要2-3个月时间，因此为保持比较口径一致，以下各年度公司向家得宝销售数量口径按照上年11月至本年10月对家得宝的销售数量统计，具体比较情况如下：

单位：万套

项目	2020年度		2019年度		2018年度		合计数	
	数量	占比	数量	占比	数量	占比	数量	占比
公司向家得宝销售数量	22.19	100.00%	24.37	100.00%	23.39	100.00%	69.94	100.00%
其中：公司产品在家得宝门店销售数量	19.86	89.52%	23.21	95.25%	22.68	96.99%	65.76	94.01%
公司产品销售给家得宝网店数量	2.33	10.48%	1.16	4.75%	0.71	3.01%	4.19	5.99%

A.由于发行人从家得宝供应商系统只能获取到家得宝门店中对发行人产品的终端销售数据，故对比了公司向家得宝门店销售的产品数量与公司产品在家得宝门店销售数量情况如下：

单位：万套

项目	2018-2020年合计			
	公司销售数量 A	门店销售数量 B	差异数量 C	差异率 D=C/A
火盆	47.30	52.65	-5.35	-11.31%
火盆桌	-	0.49	-0.49	-
气炉	4.48	2.51	1.97	43.91%
气炉桌	11.94	13.44	-1.50	-12.58%
其他	2.04	3.61	-1.58	-77.49%
合计	65.76	72.71	-6.95	-10.57%
项目	2020年度			
	公司销售数量 A	门店销售数量 B	差异数量 C	差异率 D=C/A
火盆	12.71	19.13	-6.42	-50.46%
火盆桌	-	0.01	-0.01	-
气炉	-	0.59	-0.59	-
气炉桌	6.67	7.64	-0.97	-14.54%
其他	0.48	0.95	-0.47	-99.20%
合计	19.86	28.32	-8.46	-42.59%
项目	2019年度			
	公司销售数量 A	门店销售数量 B	差异数量 C	差异率 D=C/A
火盆	17.42	17.32	0.10	0.55%
火盆桌	-	0.02	-0.02	-
气炉	1.46	1.03	0.43	29.56%
气炉桌	4.34	3.86	0.48	11.05%
其他	-	1.09	-1.09	-
合计	23.21	23.31	-0.10	-0.42%
项目	2018年度			
	公司销售数量 A	门店销售数量 B	差异数量 C	差异率 D=C/A
火盆	17.17	16.20	0.97	5.64%
火盆桌	-	0.46	-0.46	-
气炉	3.02	0.89	2.13	70.45%
气炉桌	0.93	1.95	-1.01	-108.32%
其他	1.56	1.58	-0.02	-1.08%
合计	22.68	21.08	1.61	7.08%

注：火盆桌产品公司 2017 年曾向家得宝销售 0.54 万套，因此门店销售全部为历史库存。

2018年至2020年，公司向家得宝门店销售数量65.76万套，占公司对家得宝总销售数量的94.02%，家得宝门店销售数量72.71万套，高于公司对其的销售数量，主要原因一是2020年发行人因自身产能受限，未能充分满足家得宝的订单需求，差额主要系家得宝原有库存的消耗；二是家得宝门店的销售数量是当年1-12月的销售数量，而基于发行人确认销售收入至发行人产品在家得宝门店销售需要2-3个月的物流运输时间进行预估，上表中发行人每年向家得宝销售数量是上年11月至当年10月的销售数量，但实际上发行人产品在家得宝门店的具体销售周期和销售情况视各个门店的营销策略和运营情况而有所不同，家得宝门店当年1-12月的销售数量与上述预估的发行人产品自上年11月至当年10月向家得宝的销售数量存在一定的时间性差异。

B.家得宝2020年销售数量下降但销售金额上升的原因

按照每年11月至次年10月口径，2019年、2020年公司向家得宝销售的产品数量及金额情况如下：

单位：金额：万元；数量：万套

项目	2020年度				2019年度			
	金额	占比	数量	占比	金额	占比	数量	占比
火盆	3,078.24	39.48%	14.47	65.21%	3,211.21	46.55%	18.16	74.50%
火盆桌	-	-	-	-	97.12	1.41%	0.25	1.02%
气炉	-	-	-	-	463.32	6.72%	1.46	6.00%
气炉桌	4,472.72	57.37%	7.09	31.95%	3,109.62	45.07%	4.46	18.31%
其他	245.92	3.15%	0.63	2.85%	17.58	0.25%	0.04	0.16%
合计	7,796.88	100.00%	22.19	100.00%	6,898.85	100.00%	24.37	100.00%

由上表可知，2019年、2020年发行人向家得宝的销售金额分别为6,898.85万元和7,796.88万元，销售数量分别为24.37万套和22.19万套，销售数量下降但销售金额有所上升，主要原因系2020年销售给家得宝的产品中气炉桌的数量较上年上升2.62万套，数量占比由原来的18.31%上升至31.95%，由于气炉桌单价较高（约600-700元），远高于火盆单价（约180元），因此导致2020年销售数量下降但销售金额有所上升。

综上所述，报告期内发行人向家得宝销售的产品数量与公司产品在其门店销售的数量不存在明显差异，各年度间产生数量差异同样是由家得宝自身期初

库存数量及当期期初库存消耗量变动以及时间性差异引起的。发行人对家得宝的销售增长源自于终端消费的需求增加。

因此，公司下游客户业务规模增长带动了公司销售收入的增长。

3) 公司火盆、气炉桌的主打产品市场开拓顺利

2020年公司火盆、气炉桌产品收入合计增长额达到17,363.50万元，是发行人2020年收入增长的主要产品来源。其中火盆类产品中的基础款欧文火盆、莱恩火盆自2019年下半年推出，以其造型小巧、价格低廉等特点受到终端消费者的青睐，成功开拓了中低端火盆市场，销量大幅增加；而近年来着力推广的气炉桌产品逐渐得到了市场的认可，并在2020年迎来了订单的爆发。

公司2020年火盆、气炉桌产品销售收入增幅及增长额情况如下：

单位：万元

项目	2020年收入	增长额	增长幅度
火盆	18,051.09	10,451.66	137.53%
其中：欧文火盆	6,180.34	5,087.87	465.72%
莱恩火盆	2,214.79	1,862.62	528.90%
气炉桌	11,045.19	6,911.84	167.22%
其中：王者气炉桌	5,790.99	2,655.09	84.67%
王朝气炉桌	988.46	988.38	-
波尔多气炉桌	864.58	839.27	3316.31%
科罗气炉桌	721.99	721.99	-

注：由于王朝气炉桌2019年仅销售了一个样品，故不再列示增长比例。

由上表可知，2020年公司火盆产品较上年增加137.53%，主要原因系欧文火盆、莱恩火盆等产品销售收入增长幅度大幅增加，导致火盆整体的收入增长较大；气炉桌产品的收入增长幅度达167.22%，主要原因系除了原有的王者气炉桌随着市场的认可度越来越高，客户下单较多之外，公司新开发的王朝气炉桌、波尔多气炉桌以及科罗气炉桌等产品也入围了客户的采购目录，上述产品的销售收入大幅增加，相应的提升了公司整体收入的增长比例。

综上所述，2020年主营业务收入大幅增长且增速远高于同行业可比公司具有合理性。

(5) 2021年1-6月主营业务收入大幅增长且增速远高于同行业可比公司的

原因及合理性

2021年1-6月发行人与同行业可比公司的营业收入变动额及变动比例情况如下：

单位：万元

同行业可比公司	营业收入	较上年同期增加额	增幅
浙江永强	420,639.99	126,192.75	42.86%
永艺股份	240,400.55	118,281.55	96.86%
中源家居	51,495.12	1,629.72	3.27%
恒林股份	240,822.96	62,086.74	34.74%
平均值	238,339.65	77,047.69	47.77%
发行人	23,004.87	12,140.91	111.75%

数据来源：wind

由上表可知，2021年1-6月公司的收入大幅增长，增幅与永艺股份接近，但增速远高于同行业可比公司平均增幅，具体分析如下：

1) 自2020年以来火盆类产品终端市场需求仍在持续扩大

就发行人产品类别来看，根据中信保查询的2021年1-6月美国进口火盆类产品数据，2021年1-6月美国进口的“fire pit”产品（包含火盆、火盆桌、气炉、气炉桌等产品）数量大幅增加，较上年同期美国进口该类产品数量的增长比例高达101.34%。2021年1-6月美国进口火盆类产品数量与发行人2021年1-6月年销售到美国的情况对比如下：

单位：万个

项目	2021年1-6月			2020年1-6月
	数量	增加额	增长比例	数量
美国火盆类产品总进口数量	581.15	292.51	101.34%	288.64
美国从中国进口的火盆类产品数量	547.11	280.34	105.08%	266.77
发行人销往美国的产品数量	73.04	33.59	85.13%	39.46

数据来源：中信保

由上表可知，2021年1-6月美国国内终端消费者对火盆类产品的需求仍较为旺盛，美国进口的fire pit类产品数量较上年同期增加了292.51万个，较2020年1-6月增长101.34%；其中美国2021年1-6月从中国进口的fire pit类产品数量增加了280.34万个，较上年同期增长105.08%，而发行人销往美国的产品也增长了

85.13%，与行业增长趋势较为一致，表明2021年1-6月美国火盆类产品的终端消费市场的需求增长带动了中国国内从事火盆类产品生产销售的行业出口量，包括发行人产品的生产和销售。

2) 2021年1-6月产品结构较上年同期有所变化

2021年1-6月、2020年1-6月公司产品结构及销售占比情况如下：

单位：金额：万元；数量：万套

项目	2021年1-6月				2020年1-6月			
	金额	占比	数量	占比	金额	占比	数量	占比
火盆	11,266.56	49.14%	59.99	75.08%	6,436.90	59.67%	32.77	79.20%
火盆桌	539.41	2.35%	1.36	1.71%	483.80	4.48%	0.99	2.39%
气炉	43.28	0.19%	0.19	0.24%	452.85	4.20%	2.15	5.18%
气炉桌	10,477.93	45.70%	16.59	20.76%	3,197.23	29.64%	4.70	11.36%
其他	599.36	2.61%	1.77	2.21%	216.96	2.01%	0.77	1.86%
合计	22,926.54	100.00%	79.90	100.00%	10,787.75	100.00%	41.38	100.00%

由上表可知，2021年1-6月发行人销售金额较上年同期增长12,138.79万元，增长幅度为112.52%，销售数量较上年同期增加38.52万套，增幅为93.09%，销售金额增幅大于销售数量增幅，主要原因系产品结构变化导致。

2021年1-6月销售的产品中气炉桌的数量较上年同期上升11.89万套，数量占比由原来的11.36%上升至20.76%，销售金额占比由原来的29.64%上升至45.70%，由于气炉桌单价较高（约600-700元），远高于火盆单价（约180元），因此，产品结构的变化也导致2021年1-6月销售金额有所增长。

3) 公司产品在客户终端销售情况良好

由于公司在行业内深耕多年，凭借自身过硬的产品设计、研发及生产交货能力，已经在行业细分领域内形成了一定的口碑，公司主要客户沃尔玛、家得宝对公司产品的需求持续上升。

沃尔玛、家得宝对其供应商有专门的数据系统平台，发行人可以定期的获取发行人产品在其门店销售的数据，通过获取上述客户的平台原始数据并与报告期内发行人对其销售数量进行比较，具体情况如下：

①公司向沃尔玛销售数量与公司产品在沃尔玛销售数量情况

报告期内，公司向沃尔玛各个渠道销售的数量情况如下：

单位：万套

项目	2021年1-6月	
	数量	占比
公司向沃尔玛销售数量	36.32	100.00%
其中：公司向沃尔玛门店及网店销售数量	34.83	95.89%
其他（山姆会员店及加拿大沃尔玛）	1.49	4.11%

由上表可知，报告期内公司产品主要是销售给美国沃尔玛门店及沃尔玛网店，二者占2021年1-6月向沃尔玛销售总数量的95.89%。

由于发行人对沃尔玛的贸易模式为FOB，从发行人确认收入至产品在沃尔玛门店开始销售一般需要2-3个月时间，因此为保持比较口径一致，2021年1-6月公司向沃尔玛销售数量口径按照2020年11月至本年4月对沃尔玛的销售数量统计，由于发行人从沃尔玛供应商系统只能获取到沃尔玛门店和网店中对发行人产品的终端销售数据，故对比了公司向沃尔玛（门店加网店）销售数量与沃尔玛（门店加网店）销售数量如下：

单位：万套

项目	2021年1-6月			
	公司销售数量 A	沃尔玛销售数量 B	差异数量 C	差异率 D=C/A
火盆	32.81	27.82	4.98	15.20%
火盆桌	0.11	0.01	0.10	88.51%
气炉	0.03	0.03	-0.0044	-14.52%
气炉桌	3.39	2.27	1.12	33.08%
其他	0.45	0.49	-0.04	-9.04%
合计	36.79	30.63	6.16	16.75%

由上表可知，2021年1-6月，发行人向沃尔玛（门店加网店）累计销售36.79万套，2021年1-6月沃尔玛（门店加网店）累计销售数量30.63万套，发行人销售数量高于沃尔玛门店销售数量，差异原因一是沃尔玛根据自身产品销售情况进行产品备货导致；二是沃尔玛门店及网店的销售数量是当年1-6月的销售数量，而基于发行人确认销售收入至发行人产品在沃尔玛门店销售需要2-3个月的物流运输时间进行预估，上表中发行人每年向沃尔玛销售数量是2020年11月至2021

年4月的销售数量，但实际上发行人产品在沃尔玛门店及网店的具体销售周期和销售情况视各个门店/网店的营销策略和运营情况而定，沃尔玛门店/网店2021年1-6月的销售数量与上述预估的发行人产品自2020年11月至2021年4月向沃尔玛的销售数量可能存在一定的时间性差异。

由上表可知，2021年1-6月沃尔玛（门店加网店）销售数量达30.63万套，与公司对其销售的数量不存在重大差异，因此沃尔玛自身销售数量的大幅增加使得其对发行人产品采购量的大幅增加。

综上所述，报告期内发行人向沃尔玛（门店加网店）销售的产品数量与发行人对其销售的数量不存在明显差异，表明沃尔玛向发行人采购的产品基本上已形成了终端销售。

②公司向家得宝销售数量与公司产品在家得宝销售数量情况

报告期内，公司向家得宝各个渠道销售的数量情况如下：

单位：万套

项目	2021年1-6月	
	数量	占比
公司向家得宝销售数量	27.51	100.00%
其中：公司向家得宝门店销售数量	26.31	95.62%
公司向家得宝网店销售数量	1.21	4.38%

由上表可知，2021年1-6月公司向家得宝门店的销售数量占公司家得宝销售总数量的95.62%。

由于发行人对家得宝的贸易模式为FCA，从发行人确认收入至产品在家得宝门店开始销售一般需要2-3个月时间，因此为保持比较口径一致，2021年1-6月公司向家得宝的销售数量口径按照2020年11月至本年4月的销售数量统计；由于发行人从家得宝供应商系统只能获取到家得宝门店中对发行人产品的终端销售数据，故对比了公司向家得宝门店销售的产品数量与公司产品在家得宝门店销售数量情况如下：

单位：万套

项目	2021年1-6月度			
	公司销售数量 A	门店销售数量 B	差异数量 C	差异率 D=C/A
火盆	10.66	12.79	-2.12	-19.93%
火盆桌	-	-	-	
气炉	0.36	0.41	-0.05	-15.21%
气炉桌	8.50	8.81	-0.31	-3.64%
其他	1.02	0.75	0.27	26.29%
合计	20.54	22.76	-2.22	-10.80%

2021年1-6月，公司向家得宝门店销售数量20.54万套，家得宝门店销售数量22.76万套，高于公司对其的销售数量，一方面原因是2020年发行人因自身产能受限，未能充分满足家得宝的订单需求，差额主要系家得宝原有库存的消耗，2021年二季度公司已加大对家得宝的供货量；二是家得宝门店的销售数量是2020年11月至2021年4月的销售数量，而基于发行人确认销售收入至发行人产品在家得宝门店销售需要2-3个月的物流运输时间进行预估，上表中发行人向家得宝销售数量是上年11月至当年4月的销售数量，但实际上发行人产品在家得宝门店的具体销售周期和销售情况视各个门店的营销策略和运营情况而有所不同，家得宝门店1-6月的销售数量与上述预估的发行人产品自2020年11月至2021年4月向家得宝的销售数量存在一定的时间性差异。

综上所述，2021年1-6月发行人向家得宝销售的产品数量与公司产品在其门店销售的数量不存在明显差异，产生数量差异系家得宝自身期初库存数量及当期期初库存消耗量变动以及时间性差异引起的。家得宝对发行人的采购已基本上形成了终端销售。

综上所述，公司2021年1-6月份收入大幅增长具有合理性。

(6) 主营业务收入按照按产品分类的构成分析

报告期内，公司主营业务收入中各类产品构成及变动情况如下：

单位：万元

收入类别	2021年1-6月			2020年度		
	金额	收入占比	变动	金额	收入占比	变动
火盆	11,266.56	49.14%	-10.53%	18,051.09	56.62%	5.80%

火盆桌	539.41	2.35%	-2.13%	1,504.66	4.72%	-7.61%
气炉	43.28	0.19%	-4.01%	546.89	1.72%	-5.97%
气炉桌	10,477.93	45.70%	16.06%	11,045.19	34.65%	7.01%
其他	599.36	2.61%	0.60%	730.95	2.29%	0.78%
总计	22,926.54	100.00%	-	31,878.77	100.00%	-
收入	2019 年度			2018 年度		
类别	金额	收入占比	变动	金额	收入占比	
火盆	7,599.43	50.82%	-5.61%	7,722.97	56.43%	
火盆桌	1,843.65	12.33%	-4.05%	2,241.70	16.38%	
气炉	1,149.40	7.69%	1.89%	794.24	5.80%	
气炉桌	4,133.35	27.64%	13.90%	1,880.18	13.74%	
其他	226.34	1.51%	-6.14%	1,046.79	7.65%	
总计	14,952.16	100.00%	-	13,685.88	100.00%	

注：2021年1-6月变动系相较于上年同期变动数；

报告期内，公司的主要产品包括火盆、火盆桌、气炉、气炉桌等，其中火盆和气炉桌是公司的核心产品，报告期内公司这两类产品占主营业务收入的比重分别为70.17%、78.46%、91.27%和94.84%，是公司主要收入构成。

2019年度公司的气炉桌的收入占比较上年增加13.90%，主要原因系气炉桌是公司着力推广的产品，随着大众对气炉类产品的接受程度越来越高，受众越来越多，因此销量有所增加。

2020年度公司火盆的收入占比较上年增加5.80%，主要原因系2020年系沃尔玛根据自身的销售情况，加大了对公司的火盆采购量；气炉桌的收入占比较上年增加7.01%，主要原因系气炉桌产品通过近年来的市场培育，逐渐得到了市场的认可，并在2020年迎来了订单的爆发。

2021年1-6月公司气炉桌产品的收入占比较上年同期增长16.06%，主要原因系随着气炉桌产品的市场培育逐渐成熟，公司主要客户家得宝对气炉桌的订单金额较高，为了满足客户需求，本期增加了气炉桌的生产能力，相应的其他产品的占比有所下降。

(7) 报告期内，火盆、火盆桌、气炉、气炉桌各产品按不同材质的销售收入构成

单位：万元

类别	材质	2021年1-6月		2020年度	
		金额	占比	金额	占比
火盆	铁质火盆	11,146.48	48.62%	17,970.48	56.37%
	铜制火盆	120.08	0.52%	80.61	0.25%
火盆小计		11,266.56	49.14%	18,051.09	56.62%
火盆桌	板岩火盆桌	526.4	2.30%	1,355.05	4.25%
	瓷砖火盆桌	-	-	30	0.09%
	铁质火盆桌	13.01	0.06%	119.61	0.38%
火盆桌小计		539.41	2.35%	1,504.66	4.72%
气炉	铁质气炉	43.28	0.19%	546.89	1.72%
气炉小计		43.28	0.19%	546.89	1.72%
气炉桌	板岩气炉桌	5,338.11	23.28%	6,221.75	19.52%
	瓷砖气炉桌	2,996.91	13.07%	2,385.84	7.48%
	铝制气炉桌	261.51	1.14%	388.31	1.22%
	铁质气炉桌	1,881.40	8.21%	2,049.29	6.43%
气炉桌小计		10,477.93	45.70%	11,045.19	34.65%
其他		599.36	2.61%	730.95	2.29%
其他小计		599.36	2.61%	730.95	2.29%
合计		22,926.54	100.00%	31,878.77	100.00%
类别	材质	2019年度		2018年度	
		金额	占比	金额	占比
火盆	铁质火盆	7,548.14	50.48%	7,722.97	56.43%
	铜制火盆	51.29	0.34%	-	-
火盆小计		7,599.43	50.82%	7,722.97	56.43%
火盆桌	板岩火盆桌	1,806.11	12.08%	2,181.74	15.94%
	瓷砖火盆桌	-	-	-	-
	铁质火盆桌	37.54	0.25%	59.96	0.44%
火盆桌小计		1,843.65	12.33%	2,241.70	16.38%
气炉	铁质气炉	1,149.40	7.69%	794.24	5.80%
气炉小计		1,149.40	7.69%	794.24	5.80%

气炉桌	板岩气炉桌	3,612.76	24.16%	1,215.68	8.88%
	瓷砖气炉桌	148.87	1.00%	256.46	1.87%
	铝制气炉桌	243.38	1.63%	304	2.22%
	铁质气炉桌	128.34	0.86%	104.05	0.76%
气炉桌小计		4,133.35	27.64%	1,880.18	13.74%
其他		226.34	1.51%	1,046.79	7.65%
其他小计		226.34	1.51%	1,046.79	7.65%
合计		14,952.16	100.00%	13,685.88	100.00%

由上表可知，报告期内公司火盆、气炉等产品以铁质为主，火盆桌、气炉桌等产品桌面材质的使用以板岩、瓷砖为主，并根据客户的订单需求生产少量其他材质产品。

报告期内，各产品不同材质的数量和销售平均价格如下：

单位：数量：万套；单价：元/套

品名	材质	2021年1-6月		2020年度	
		数量	单价	数量	单价
火盆	铁质火盆	59.72	186.65	94.92	189.32
	铜制火盆	0.27	441.63	0.15	550.63
	小计	59.99	187.81	95.07	189.87
火盆桌	板岩火盆桌	1.33	395.82	3.03	447.74
	瓷砖火盆桌	-	-	0.05	599.99
	铁质火盆桌	0.03	394.15	0.20	586.33
	小计	1.36	395.78	3.28	458.68
气炉	铁质气炉	0.19	224.48	2.63	207.63
	小计	0.19	224.48	2.63	207.63
气炉桌	板岩气炉桌	9.11	586.07	9.84	632.47
	瓷砖气炉桌	4.11	729.76	3.32	718.04
	铝制气炉桌	0.21	1,258.47	0.29	1,339.92
	铁质气炉桌	3.16	594.49	3.68	557.21
	小计	16.59	631.67	17.13	644.88
其他	其他	1.77	339.20	2.32	314.67
	小计	1.77	339.20	2.32	314.67
总计		79.90	286.94	120.43	264.70

品名	材质	2019年度		2018年度	
		数量	单价	数量	单价
火盆	铁质火盆	38.82	194.43	40.92	188.75
	铜制火盆	0.09	581.56	-	-
	小计	38.91	195.31	40.92	188.75
火盆桌	板岩火盆桌	4.18	431.92	5.44	401.17
	瓷砖火盆桌	-	-	-	-
	铁质火盆桌	0.07	573.13	0.08	763.88
	小计	4.25	434.10	5.52	406.33
气炉	铁质气炉	5.55	207.13	3.91	203.29
	小计	5.55	207.13	3.91	203.29
气炉桌	板岩气炉桌	5.24	689.90	1.72	708.07
	瓷砖气炉桌	0.17	860.54	0.33	779.99
	铝制气炉桌	0.18	1,316.30	0.24	1,256.18
	铁质气炉桌	0.23	565.35	0.20	521.02
	小计	5.82	710.01	2.49	755.88
其他	其他	0.87	260.22	3.76	278.71
	小计	0.87	260.22	3.76	278.71
总计		55.40	269.91	56.58	241.87

由上表可知，公司各类产品的材质主要是以铁质为主，不同年度间的单价波动系产品款式不同导致。

各产品类别的单价、数量的变动原因详见本节之“十一、经营成果分析”之“（二）营业收入分析”之“2、主营业务收入变动分析”之“（3）公司主要产品量价变动情况”。

3、主营业务收入按地区划分

报告期内，公司主营业务收入内销、外销的具体情况如下：

单位：万元

项目	2021年1-6月		2020年度		2019年度		2018年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
外销	22,478.77	98.05%	31,375.37	98.42%	14,828.08	99.17%	13,598.00	99.36%
内销	447.77	1.95%	503.40	1.58%	124.08	0.83%	87.88	0.64%

项目	2021年1-6月		2020年度		2019年度		2018年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
合计	22,926.54	100.00%	31,878.77	100.00%	14,952.16	100.00%	13,685.88	100.00%

报告期内，公司销售以出口销售为主，出口销售收入占主营业务收入的比例均超过98%，出口产品主要销往北美地区。

报告期内，公司主要产品出口销售的具体国家及地区分布情况如下：

单位：万元

国家	2021年1-6月		2020年		2019年		2018年	
	金额	占外销比例	金额	占外销比例	金额	占外销比例	金额	占外销比例
美国	21,138.29	94.04%	29,544.75	94.17%	13,443.03	90.66%	11,265.62	82.85%
加拿大	756.64	3.37%	805.58	2.57%	631.63	4.26%	541.91	3.99%
英国	371.03	1.65%	202.50	0.65%	88.48	0.60%	80.74	0.59%
沙特	-	-	550.55	1.75%	451.94	3.05%	1,579.97	11.62%
其他	212.80	0.95%	271.99	0.87%	213.00	1.44%	129.75	0.95%
合计	22,478.77	100.00%	31,375.37	100.00%	14,828.08	100.00%	13,598.00	100.00%

由上表可知，公司产品主要出口至美国、加拿大等国家。

美国为公司产品最主要的出口国家，报告期内公司产品发往美国各个港口的分布情况如下：

单位：万元

目的港	2021年1-6月		2020年		2019年		2018年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
萨凡纳	3,304.35	15.63%	4,493.07	15.21%	1,801.08	13.40%	1,171.65	10.40%
休斯敦	2,242.56	10.61%	2,807.68	9.50%	1,157.40	8.61%	655.14	5.82%
纽约	2,099.89	9.93%	2,784.60	9.43%	1,136.22	8.45%	1,263.60	11.22%
萨福克	1,342.49	6.35%	2,218.37	7.51%	757.99	5.64%	374.08	3.32%
长滩	1,323.97	6.26%	1,892.80	6.41%	655.36	4.88%	678.76	6.03%
南盖特港	1,220.53	5.77%	1,882.09	6.37%	688.94	5.12%	388.16	3.45%
洛杉矶	975.85	4.62%	1,841.71	6.23%	961.70	7.15%	766.85	6.81%
芝加哥	965.80	4.57%	1,793.19	6.07%	1,097.59	8.16%	610.90	5.42%
莫比尔	859.30	4.07%	1,596.51	5.40%	444.92	3.31%	74.70	0.66%
埃尔伍德	829.22	3.92%	1,549.69	5.25%	442.20	3.29%	292.58	2.60%

目的港	2021年1-6月		2020年		2019年		2018年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
达拉斯	696.79	3.30%	840.59	2.85%	510.24	3.80%	472.54	4.19%
塔科马	592.56	2.80%	801.07	2.71%	253.75	1.89%	83.03	0.74%
奥克兰	495.52	2.34%	653.76	2.21%	342.46	2.55%	378.20	3.36%
皇家前线	457.88	2.17%	467.02	1.58%	29.57	0.22%	507.87	4.51%
斯泰茨伯勒	270.59	1.28%	318.75	1.08%	270.78	2.01%	310.53	2.76%
诺福克	251.29	1.19%	317.86	1.08%	434.06	3.23%	130.00	1.15%
西雅图	-	-	277.27	0.94%	558.77	4.16%	505.83	4.49%
其他	3,209.69	15.18%	3,008.70	10.18%	1,900.00	14.13%	2,601.21	23.09%
合计	21,138.29	100.00%	29,544.75	100.00%	13,443.03	100.00%	11,265.62	100.00%

公司与同行业可比公司的外销收入占营业收入的比重情况如下：

公司简称	2021年1-6月	2020年度	2019年度	2018年度
永艺股份	79.88%	78.67%	76.00%	75.86%
恒林股份	87.82%	87.29%	83.34%	84.16%
中源家居	97.84%	97.84%	98.68%	99.34%
浙江永强	93.75%	93.76%	92.88%	89.74%
发行人	98.05%	98.42%	99.17%	99.36%

注：同行业可比公司的外销收入占比根据其披露的定期报告计算而得

由上表可知，公司以及同行业可比上市公司的外销收入占营业收入的比重都比较高，不同公司外销收入占比不同系业务结构以及客户结构不同导致。

4、主营业务收入的季节性分析

报告期内，公司主营业务收入按照季节构成情况如下：

单位：万元

项目	2021年1-6月		2020年度		2019年度		2018年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
第一季度	8,170.44	35.64%	4,865.33	15.26%	3,578.33	23.93%	2,450.82	17.91%
第二季度	14,756.10	64.36%	5,922.42	18.58%	1,895.98	12.68%	2,028.15	14.82%
第三季度			9,253.05	29.03%	5,653.09	37.81%	4,270.39	31.20%
第四季度			11,837.98	37.13%	3,824.77	25.58%	4,936.52	36.07%

项目	2021年1-6月		2020年度		2019年度		2018年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
合计	22,926.54	100.00%	31,878.77	100.00%	14,952.16	100.00%	13,685.88	100.00%

整体来看，公司的销售具有一定的季节性，下半年的销售占比相对较高，主要原因系公司的产品使用时间集中在秋季、冬季以及春季。

(1) 同行业可比公司各个季度销售收入、毛利、毛利率的变动情况

1) 各个季度销售收入情况

报告期内，发行人及同行业可比公司营业收入季度分布情况如下：

单位：万元

年份	季度	发行人		浙江永强		永艺股份		中源家居		恒林股份	
		主营业务收入	占比	营业收入	占比	营业收入	占比	营业收入	占比	营业收入	占比
2021年 1-6月	一季度	8,170.44	35.64%	273,682.37	65.06%	106,645.15	44.36%	25,709.26	49.93%	103,307.61	42.90%
	二季度	14,756.10	64.36%	146,957.62	34.94%	133,755.41	55.64%	25,785.86	50.07%	137,515.35	57.10%
	三季度	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	四季度	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	合计	22,926.54	100.00%	420,639.99	100.00%	240,400.55	100.00%	51,495.12	100.00%	240,822.96	100.00%
2020年	一季度	4,865.33	15.26%	202,185.64	40.81%	42,958.45	12.51%	23,765.43	20.44%	62,743.15	13.23%
	二季度	5,922.42	18.58%	92,261.60	18.62%	79,160.55	23.05%	26,099.97	22.45%	115,993.07	24.46%
	三季度	9,253.05	29.03%	34,114.31	6.89%	110,137.02	32.08%	31,054.64	26.72%	143,823.70	30.32%
	四季度	11,837.98	37.13%	166,901.93	33.69%	111,116.12	32.36%	35,321.82	30.39%	151,749.45	31.99%
	合计	31,878.77	100.00%	495,463.47	100.00%	343,372.15	100.00%	116,241.86	100.00%	474,309.37	100.00%
2019年	一季度	3,578.33	23.93%	187,423.54	40.00%	53,064.77	21.65%	23,715.00	22.17%	58,366.11	20.10%
	二季度	1,895.98	12.68%	89,481.77	19.10%	61,045.18	24.91%	25,157.70	23.52%	59,957.48	20.65%
	三季度	5,653.09	37.81%	26,752.93	5.71%	63,043.86	25.73%	27,106.65	25.34%	76,886.78	26.48%
	四季度	3,824.77	25.58%	164,862.39	35.19%	67,893.73	27.71%	30,991.83	28.97%	95,163.34	32.77%
	合计	14,952.16	100.00%	468,520.63	100.00%	245,047.54	100.00%	106,971.18	100.00%	290,373.71	100.00%
2018年	一季度	2,450.82	17.91%	166,307.85	37.92%	48,859.77	20.26%	17,103.61	19.26%	44,405.80	19.16%
	二季度	2,028.15	14.82%	65,314.82	14.89%	61,452.68	25.49%	22,921.07	25.81%	56,904.84	24.55%
	三季度	4,270.39	31.20%	31,160.43	7.10%	59,301.29	24.60%	23,018.99	25.92%	66,897.90	28.86%
	四季度	4,936.52	36.07%	175,827.24	40.09%	71,494.59	29.65%	25,762.91	29.01%	63,572.56	27.43%
	合计	13,685.88	100.00%	438,610.34	100.00%	241,108.33	100.00%	88,806.58	100.00%	231,781.10	100.00%

数据来源：wind 资讯。同行业可比公司未披露各季度的主营业务收入，故取其营业收入。

2018年至2020年，发行人的销售具有一定的季节性，下半年的销售占比相对较高，主要原因系公司的产品使用时间集中在秋季、冬季以及春季，因此公司的销售集中在三季度和四季度。2021年二季度，发行人销售占比较高，一方面原因系公司2021年1-6月的在手订单较其他年度更为充足；另一方面，公司主要客户家得宝对气炉桌的需求较大，受制于自身产能，公司在2020年未能充分满足其供货需求。公司通过调配产能的方式，在2021年二季度加大了对其气炉桌产品的供应。

报告期内，同行业可比公司中源家居、恒林股份、永艺股份等主要产品为室内家具，因此其销售的季节性相对不明显。浙江永强的收入具有明显的季节性，收入集中在四季度和一季度。

浙江永强与发行人同属于户外休闲家具行业，收入均具有明显的季节性，发行人的销售集中在三季度、四季度，而浙江永强的销售集中在四季度和一季度，上述差异原因系产品的应用季节不同，浙江永强的主要产品包括户外休闲家具、遮阳伞、帐篷等，产品的应用季节与公司有所不同，因此其销售的季节性与公司存在一定差异。

综上所述，报告期内公司的收入季节性分布与同行业可比公司存在一定差异，主要系产品的定位及应用场景、应用时间不同导致，上述差异具有合理性，符合公司所处的行业特征。

2) 各个季度毛利情况

报告期内，发行人及同行业可比公司毛利季度分布情况如下：

单位：万元

年份	季度	发行人		浙江永强		永艺股份		中源家居		恒林股份	
		毛利	占比	毛利	占比	毛利	占比	毛利	占比	毛利	占比
2021年	一季度	2,709.04	33.20%	56,734.77	79.37%	15,950.66	46.02%	4,335.80	48.61%	28,255.82	55.30%
	二季度	5,449.58	66.80%	14,743.04	22.73%	18,711.44	53.98%	4,583.16	51.39%	22,838.31	44.70%
	三季度	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	四季度	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	合计	8,158.62	100.00%	71,477.81	100.00%	34,662.10	100.00%	8,918.96	100.00%	51,094.14	100.00%
2020年	一季度	2,198.73	15.74%	64,852.62	46.23%	9,137.33	13.87%	6,539.06	27.44%	15,707.67	11.23%

年份	季度	发行人		浙江永强		永艺股份		中源家居		恒林股份	
		毛利	占比	毛利	占比	毛利	占比	毛利	占比	毛利	占比
	二季度	2,722.27	19.48%	27,867.34	19.87%	18,976.94	28.81%	10,822.57	45.42%	39,072.50	27.94%
	三季度	4,227.58	30.26%	9,083.94	6.48%	26,326.47	39.97%	10,165.76	42.67%	44,433.45	31.77%
	四季度	4,823.25	34.52%	38,463.71	27.42%	11,417.16	17.34%	-3,700.62	-15.53%	40,647.65	29.06%
	合计	13,971.84	100.00%	140,267.62	100.00%	65,857.91	100.00%	23,826.78	100.00%	139,861.27	100.00%
	2019年	一季度	1,702.68	24.66%	54,897.07	41.39%	9,952.35	20.32%	6,959.69	22.43%	12,733.47
	二季度	861.76	12.48%	23,789.84	17.94%	11,886.31	24.27%	6,741.11	21.73%	15,278.74	21.07%
	三季度	2,700.73	39.12%	6,054.64	4.56%	12,527.93	25.58%	7,993.15	25.76%	22,297.92	30.75%
	四季度	1,639.15	23.74%	47,895.11	36.11%	14,601.03	29.82%	9,334.43	30.08%	22,207.75	30.62%
	合计	6,904.31	100.00%	132,636.66	100.00%	48,967.62	100.00%	31,028.38	100.00%	72,517.88	100.00%
2018年	一季度	970.88	18.65%	36,759.24	41.37%	6,560.94	17.40%	4,197.19	17.36%	8,303.93	18.28%
	二季度	702.55	13.50%	2,284.47	2.57%	9,440.02	25.03%	5,099.02	21.09%	8,892.45	19.58%
	三季度	1,556.20	29.90%	2,387.03	2.69%	9,730.85	25.80%	6,799.24	28.12%	13,318.52	29.32%
	四季度	1,975.67	37.95%	47,418.34	53.37%	11,978.40	31.76%	8,081.32	33.43%	14,908.79	32.82%
	合计	5,205.30	100.00%	88,849.08	100.00%	37,710.21	100.00%	24,176.77	100.00%	45,423.69	100.00%

数据来源：wind 资讯。可比公司未披露各季度的主营业务毛利，故取其营业毛利

报告期内，发行人的主营业务毛利分布具有一定波动性，主要集中在三季度、四季度，与公司的收入季节性分布相匹配，符合公司的业务特征及实际经营情况。2021 年二季度发行人收入占比较高，相应的毛利占比也较高。

报告期内，中源家居、恒林股份、永艺股份等公司的营业毛利存在一定波动但不具有典型的季节性特征，浙江永强的毛利分布主要集中在一季度和四季度，同行业公司各个季度的毛利波动与各季度收入及毛利率波动情况相关。

3) 各个季度毛利率情况

报告期内，发行人与同行业可比公司毛利率季度分布情况如下：

年份	季度	浙江永强	永艺股份	中源家居	恒林股份	平均值	发行人
2021年	一季度	20.73%	14.96%	16.86%	27.35%	19.98%	33.16%
	二季度	10.03%	13.99%	17.77%	16.61%	14.60%	36.93%
	三季度	-	-	-	-	-	-
	四季度	-	-	-	-	-	-
	合计	16.99%	14.42%	17.32%	21.22%	17.49%	35.59%

年份	季度	浙江永强	永艺股份	中源家居	恒林股份	平均值	发行人
2020年	一季度	32.08%	21.27%	27.52%	25.03%	26.47%	45.19%
	二季度	30.20%	23.97%	41.47%	33.69%	32.33%	45.97%
	三季度	26.63%	23.90%	32.74%	30.89%	28.54%	45.69%
	四季度	23.05%	10.27%	-10.48%	26.79%	12.41%	40.74%
	合计	28.40%	19.20%	20.52%	29.85%	24.49%	43.83%
2019年	一季度	29.29%	18.76%	29.35%	21.82%	24.80%	47.58%
	二季度	26.59%	19.47%	26.80%	25.48%	24.58%	45.45%
	三季度	22.63%	19.87%	29.49%	29.00%	25.25%	47.77%
	四季度	29.05%	21.51%	30.12%	23.34%	26.00%	42.86%
	合计	28.31%	19.98%	29.01%	24.97%	25.57%	46.18%
2018年	一季度	22.10%	13.43%	24.54%	18.70%	19.69%	39.61%
	二季度	3.50%	15.36%	22.25%	15.63%	14.18%	34.64%
	三季度	7.66%	16.41%	29.54%	19.91%	18.38%	36.44%
	四季度	26.97%	16.75%	31.37%	23.45%	24.64%	40.02%
	合计	20.26%	15.64%	27.22%	19.60%	20.68%	38.03%

数据来源：wind 资讯。可比公司未披露各季度的主营业务毛利率，故取其营业毛利率。

由上表可知，报告期内，公司及同行业可比公司各个季度的毛利率均存在一定的波动，由于公司及同行业可比公司均为家具行业且以出口为主，因此各个季度的毛利率均受汇率波动、原材料价格波动、产品价格以及当期收入的产品结构构成等多种因素的影响，因此各个季度间存在一定的差异。

发行人毛利率亦存在一定的季节性波动，整体波动趋势与行业平均值较为相近，符合行业特征。

(2) 报告期内主营业务收入的月度分布情况

报告期内，公司主营业务收入的月度分布情况如下：

单位：万元

月份	2021年1-6月		2020年		2019年		2018年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
1月	2,846.48	12.42%	1,660.87	5.21%	1,285.50	8.60%	783.00	5.72%
2月	2,368.18	10.33%	1,055.24	3.31%	882.37	5.90%	760.19	5.55%
3月	2,955.78	12.89%	2,149.22	6.74%	1,410.45	9.43%	907.64	6.63%
4月	4,592.07	20.03%	1,798.70	5.64%	704.78	4.71%	851.78	6.22%

月份	2021年1-6月		2020年		2019年		2018年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
5月	4,426.31	19.31%	1,292.15	4.05%	716.71	4.79%	632.68	4.62%
6月	5,737.72	25.03%	2,831.57	8.88%	474.48	3.17%	543.69	3.97%
7月			3,726.38	11.69%	1,561.46	10.44%	1,110.44	8.11%
8月			2,680.76	8.41%	2,335.43	15.62%	1,256.64	9.18%
9月			2,845.91	8.93%	1,756.19	11.75%	1,903.31	13.91%
10月			2,695.76	8.46%	1,237.01	8.27%	1,448.02	10.58%
11月			4,287.09	13.45%	1,156.27	7.73%	2,023.46	14.79%
12月			4,855.13	15.23%	1,431.49	9.57%	1,465.04	10.70%
合计:	22,926.54	100.00%	31,878.77	100.00%	14,952.16	100.00%	13,685.88	100.00%

由上表可知，2018年至2020年公司4-6月份的销售占比较小，2020年2月份占比较低系受春节放假及新冠肺炎导致节后复工时间有所延误所致。

其中，2020年11月、12月份销售金额合计为9,142.22万元，占全年收入比例为28.68%，占比相对较高，具体情况分析如下：

1) 2020年11月、12月气炉桌销售数量占比较高导致上述月份收入增长

2020年11月、12月公司主营业务收入产品构成情况如下：

类别	金额 (万元)	数量 (万套)	金额占该类 产品全年比	数量占该类 产品全年比	11、12月平均 单价(元/套)
火盆	4,109.48	22.44	22.77%	23.61%	183.12
火盆桌	329.23	0.89	21.88%	27.26%	368.11
气炉	91.51	0.48	16.73%	18.14%	191.57
气炉桌	4,373.41	6.91	39.60%	40.35%	632.84
其他	238.58	0.78	32.64%	33.75%	304.31
总计	9,142.22	31.51	28.68%	26.16%	290.15

由上表可知，2020年11月、12月的产品销售构成中，气炉桌的销售数量占气炉桌全年销售数量的40.35%，远高于其他类别产品占对应全年数量的比重，主要原因系2020年前期因发行人自身产能受限，而气炉桌产品因工艺复杂、单位产品消耗产能较其他类别产品较多，发行人从整体生产效率考虑未能充分满足公司客户家得宝的气炉桌产品的订单需求。为了满足客户2020年快速增长的订单需求，公司通过采购生产设备、扩大员工人数等方法逐步提升产能。随着

2020年下半年公司产能的逐步增加，公司也具备了承接更多订单的能力。家得宝在其自身库存消耗较大的情况下加大了对公司的气炉桌产品的订单数量，由于气炉桌单价较高，相应的销售金额较高，因此导致11月、12月的收入金额及占比较高。

2) 期后销售收入较为稳定，不存在2020年底集中确认收入的情况

2021年1月、2月销售情况及较上年同期的变动情况如下：

单位:万元

月份	2021年			2020年
	金额	增长额	增长比	金额
1月	2,848.27	1,187.40	71.49%	1,660.87
2月	2,366.39	1,311.15	124.25%	1,055.24
合计	5,214.66	2,498.55	91.99%	2,716.11

注：2021年数据未经审计。

由上表可知，2021年1月、2月公司销售收入较上年同期仍保持了较高的增长速度，表明公司的业绩仍保持持续增长状态。2021年1月、2月销售金额较2020年11月、12月有所下降，主要原因系受春节假期因素影响，由于公司生产人员主要为云贵川等地的外来务工人员，一般在春节前一个月左右即开始陆续返乡过年，2021年春节为2月11日，因此从1月中旬开始生产人员开始陆续返乡过年，公司的生产能力及发货能力逐渐开始下降。

综上所述，公司2021年1月、2月的销售收入较上年同期仍保持较高的增长状态；2021年1月、2月的销售收入低于2020年11月、12月主要受春节假期影响，公司不存在2020年底集中确认收入的情况。

3) 2020年11月、12月不存在向某个客户集中突击销售的情况

2020年11月、12月公司主营业务收入客户前五名情况如下：

单位：万元

序号	客户名称	金额	占比
1	家得宝	3,608.63	39.47%
2	沃尔玛	3,249.87	35.55%
3	TRACTOR SUPPLY COMPANY	629.87	6.89%

序号	客户名称	金额	占比
4	傲基科技	609.93	6.67%
5	ACE HARDWARE INTERNATIONAL HOLDING,LTD	264.36	2.89%
合计		8,362.65	91.47%

由上表可知，2020年11月、12月公司向家得宝、沃尔玛销售金额合计6,858.49万元，占比75.02%，上述客户2020年销售占比合计为72.06%，与11月、12月的销售占比基本一致，因此不存在向主要客户集中销售的情况。

同时，TRACTOR SUPPLY COMPANY、傲基科技等客户根据自身产品上半年的销售情况，在下半年对公司追加订单，导致11月、12月对上述客户的销售收入有所增加。

综上所述，11月、12月公司销售收入占比相对较高，一方面系随着公司产能的不断扩大，公司对客户气炉桌产品的供货能力逐步增强，故满足了客户对气炉桌产品的订单需求，该产品销售单价较高，因此气炉桌出货量增多也导致了相关月份销售收入增加；另一方面系部分客户根据自上半年的产品销售情况对公司增加订单，导致11月、12月对上述客户的销售收入有所增加。公司2021年1月、2月的销售收入较上年同期仍保持了较高的增长比例，表明公司不存在12月份集中确认收入的情况。

2021年二季度主营业务收入14,756.10万元，占上半年的64.36%，销售金额较大、占比较高，具体分析如下：

4) 2021年二季度公司产量及销量较高

2021年二季度公司主营业务收入产品构成情况如下：

类别	金额 (万元)	数量 (万套)	金额占该类产 品 1-6 月比例	数量占该类产 品 1-6 月比	二季度平均单 价 (元/套)
火盆	7,070.58	36.66	62.76%	61.10%	192.88
火盆桌	327.77	0.76	60.76%	56.12%	428.56
气炉	18.63	0.08	43.05%	42.79%	225.83
气炉桌	6,949.97	10.69	66.33%	64.47%	649.92
其他	389.15	1.12	64.93%	63.54%	346.59
总计	14,756.10	49.32	64.36%	61.73%	299.19

由上表可知，2021年二季度公司销售金额及数量占上半年的比例均超60%，主要原因系2021年以来公司在手订单较为充足，春节假期结束后，员工陆续返工，公司产能逐渐恢复，并通过增加生产人员、添加自动化设备等方式扩大生产能力，并将产能适当的向单价较高的气炉桌产品倾斜，因此导致二季度的销售规模较高。

5) 2021年二季度不存在向某个客户集中突击销售的情况

2021年二季度公司主营业务收入客户前五名情况如下：

单位：万元

序号	客户名称	金额	占比
1	家得宝 (Home Depot)	8,193.65	55.53%
2	沃尔玛 (Wal-Mart)	3,073.62	20.83%
3	TRACTOR SUPPLY COMPANY	1,096.82	7.43%
4	4348125 CANADA INC	483.46	3.28%
5	傲基科技	272.04	1.84%
合计		13,119.57	88.91%

由上表可知，2021年二季度公司向家得宝（Home Depot）、沃尔玛（Wal-Mart）销售金额合计11,267.27万元，占比76.36%，上述客户2021年1-6月销售占比合计为72.94%，与2021年二季度销售占比基本一致，因此不存在向主要客户集中销售的情况。

2021年二季度向家得宝（Home Depot）销售金额及占比较高，主要原因系2020年以来，由于公司自身产能有限，未能充分满足家得宝（Home Depot）的订单需求，家得宝（Home Depot）自身的原有库存的消耗较大，因此，2021年二季度公司加大了对家得宝（Home Depot）的供货量。

综上所述，公司2021年二季度销售收入占比相对较高，一方面系公司2021年以来，在手订单较为充足；另一方面随着公司产能的不断扩大，公司加大了气炉桌产品生产，以满足客户的订单需求，因此导致公司二季度销售收入较高。

(3) 发行人产品主要销售地区各月份平均气温

报告期内，公司产品主要发往美国纽约、萨福克（近波士顿）、休斯顿、萨凡纳（近亚特兰大）、洛杉矶等几个主要港口及城市，再通过上述几个港口转运至周边城市的门店或者仓库。

通过查询纽约、波士顿、休斯顿、亚特兰大、洛杉矶等主要城市地区（上述城市及附近的港口占公司2020年出口至美国各个港口总金额的60%以上）2020年的月平均气温如下：

单位：摄氏度

月份	纽约	波士顿	休斯顿	亚特兰大	洛杉矶
1	4.12	3.47	14.44	10.42	14.72
2	4.67	3.22	13.67	9.56	16.44
3	9.03	5.69	21.81	16.11	15.42
4	10.33	6.67	21.25	16.67	16.94
5	15.84	12.67	25.11	19.67	18.89
6	23.24	20.28	27.78	24.58	19.86
7	26.81	23.06	30.56	27.78	19.86
8	25.09	24.11	30.00	27.33	21.33
9	20.59	18.33	28.06	23.89	21.11
10	14.48	13.44	22.22	19.44	20.89
11	11.76	8.75	19.58	15.28	15.56
12	4.11	2.64	12.08	7.78	15.28

数据来源：wind，数据源为华氏温度已按照标准折算为摄氏温度。

由上表可知，上述主要地区6-9月份温度相对较高，每年的12月份至次年的3月份气温相对较低。

(4) 发行人销售与终端消费者实际购买使用的间隔周期

发行人从厂区发货到运输至目的港口大约需要一个月左右时间，客户从港口提货至仓库一般需要15-30日不等，考虑客户将产品从仓库调配到门店及消费者购买时间等因素，综合下来从公司发货到终端消费者在当地门店能够购买到商品需要2-3个月时间。具体的产品则销售周期根据客户各个门店的促销策略及运营策略不同而有所差异。

(5) 主要销售地区各月份平均气温、发行人销售与终端消费者实际购买使用的间隔周期与主营业务收入月度分布特征的匹配性分析

公司产品从发货到终端消费者购买到商品大约需要2-3个月的时间，主要销售地区6-9月份温度较高，相应的公司在4-6月份的收入较低；主要销售地区约在每年的10月份开始降温，相应的公司自每年7月份起每月收入开始增加；主要销售地区每年的12月至次年的3月温度较低，相应的公司在10-12月份的收入较高。因此，公司的主营业务收入月度分布特征与主要销售地区各月份平均气温及发行人销售与终端消费者实际购买使用的间隔周期相匹配。

(6) 是否存在12月份集中确认收入的情形

根据月度收入明细表及分季度收入明细表可知，公司的销售收入随着主要销售地区的温度变化存在季节性的波动，四季度一般都是公司的销售旺季，每年10-12月的销售占比均相对较高。但单月销售占比最高存在一定偶然性，受客户下单及交期需求的影响，报告期内各年单月销售占比最高的分别是2018年11月、2019年8月和2020年12月，主要系根据当时客户交期需求当月确认收入的金额较高所致。发行人的主营业务收入月度分布特征与主要销售地区各月份平均气温及发行人销售与终端消费者实际购买使用的间隔周期相匹配，不存在12月份集中确认收入的情形。

(7) 报告期内是否存在提前确认收入或平滑收入情形

报告期内，公司严格按照《企业会计准则》及与客户的合同约定情况，制定了合理的收入确认政策并保持稳定，报告期内收入确认时点严格按照已制定的收入确认政策执行，不存在提前确认收入或平滑收入的情形。

5、主营业务收入按收入确认政策划分

报告期内，各类收入确认政策对应的销售额及占主营业务收入的比例如下：

单位：万元

收入类别	2021年1-6月		2020年度		2019年度		2018年度	
	金额	占比(%)	金额	占比(%)	金额	占比(%)	金额	占比(%)
内销	447.77	1.95	503.40	1.58	124.08	0.83	87.88	0.64
外 FOB	10,952.24	47.77	19,613.96	61.53	8,293.41	55.47	7,659.24	55.96

收入类别	2021年1-6月		2020年度		2019年度		2018年度		
	金额	占比(%)	金额	占比(%)	金额	占比(%)	金额	占比(%)	
销	FCA	11,013.94	48.04	10,801.41	33.88	5,877.84	39.31	5,156.46	37.68
	DDP	512.59	2.24	960.00	3.01	656.83	4.39	782.30	5.72
合计	22,926.54	100.00	31,878.77	100.00	14,952.16	100.00	13,685.88	100.00	

报告期内，公司各类收入确认政策对应的销售额占主营业务收入的比例较为稳定。公司主要以外销为主，内销金额相对较小。外销收入中贸易模式以FOB和FCA为主，相应销售收入占比达93.00%以上。

报告期内，FOB和FCA贸易模式销售收入逐年增加。其中，2020年度较2019年度有较大幅度增长，主要系2020年度公司整体营业收入规模大幅增长（2020年营业收入大幅增长的原因见本招股书“十一、经营成果分析”之“（二）营业收入分析”之“2、主营业务收入变动分析”之“（4）2020年度主营业务收入大幅增长且增速远高于同行业可比公司的原因及合理性”），FOB和FCA贸易模式销售金额随之大幅增加。2021年1-6月FCA贸易模式的销售占比与报告期以前年度相比有所上升，主要原因系客户家得宝（Home Depot）本期的销售收入有较大幅度的上升。

报告期内，DDP贸易模式销售收入较为稳定，采用DDP贸易模式的客户主要系MENAEDS INC.；此外，2020年度BJ'S WHOLESALE CLUB,INC在原有FOB贸易模式下，新增了DDP贸易模式，导致了2020年该模式下收入金额较2019年度有所增加。

报告期内，外销收入不同贸易模式下主要客户的销售额情况如下：

单位：万元

贸易模式	客户名称	2021年1-6月销售额	2020年销售额	2019年销售额	2018年销售额
FOB	沃尔玛	5,766.08	12,324.13	4,346.10	2,743.56
	傲基科技	517.52	1,337.40	-	-
	TRACTOR SUPPLY COMPANY	1,476.59	2,115.46	264.79	-
	ACE HARDWARE INTERNATIONAL HOLDINGS,LTD	-	550.55	451.94	1,455.29
	LI&FUNG (TRADING) LIMITED	56.69	170.32	700.11	683.06

贸易模式	客户名称	2021年1-6月销售额	2020年销售额	2019年销售额	2018年销售额
	4348125 CANADA INC.	760.61	515.76	372.27	299.12
FOB 小计		8,577.49	17,013.62	6,135.21	5,181.03
FCA	家得宝	11,013.94	10,801.41	5,877.84	5,156.46
FCA 小计		11,013.94	10,801.41	5,877.84	5,156.46
DDP	MENARD INC.	485.55	855.39	656.83	782.30
	BJ'S WHOLESALE CLUB, INC	27.04	104.61	-	-
DDP 小计		512.59	960.00	656.83	782.30

注1: 沃尔玛包括 WALMART INC.、WAL-MART CANADA CORP.、WAL MART BRASIL LTDA、ASDA STORES LIMITED、WMB SUPERMERCADOS DO BRASIL LTDA 和 CMA MEXICO-SAMS, 下同;

注2: 傲基科技包括傲基科技股份有限公司和 AUKEY INTERNATIONAL LIMITED, 下同。

注3: ACE HARDWARE INTERNATIONAL HOLDINGS,LTD主要集中在下半年出货, 因此上半年无销售收入;

注4: 4348125 CANADA INC.包括167986 CANADA INC.、4348125 CANADA INC.和 JAY TRENDS MERCHANDISING INC, 下同。

6、报告期内第三方回款情况

报告期内, 公司第三方回款的情况如下:

单位: 万元

项目	2021年1-6月	2020年度	2019年	2018年
第三方回款金额	331.30	722.52	804.17	1,839.41
其中: 集团统一付款	331.30	722.52	804.17	1,834.54
贸易商代客户付款		-	-	4.87
占营业收入比	1.45%	2.25%	5.33%	13.29%

报告期内, 公司的第三方回款主要由客户所属集团统一付款安排导致, 符合行业的经营特征, 相关交易真实, 具有合理性和必要性。

经核查, 保荐机构和申报会计师认为, 报告期内发行人第三方回款均基于真实的交易背景, 符合发行人的实际业务情况, 具有商业合理性。

7、外销收入与海关出口金额及增值税出口退税申报的出口金额的比较

(1) 外销收入与海关出口金额的比较

报告期内, 发行人外销收入与海关出口金额比较如下:

单位：万美元

项目	2021年1-6月	2020年度	2019年度	2018年度
海关出口金额(A)	3,491.95	4,472.00	2,166.84	2,042.28
发行人外销收入金额(B)	3,475.89	4,557.30	2,154.72	2,039.62
差异金额(C=A-B)	16.06	-85.30	12.12	2.67
差异率%(C/A)	0.46	-1.91	0.56	0.13

注：海关出口金额来自金华海关统计数据。

由上表对比可知，报告期内公司外销收入与海关报关出口金额的差异较小，主要系公司账面外销收入确认的时点与海关结关日期差异所致。

(2) 外销收入与增值税出口退税申报的出口金额的比较

报告期内，发行人外销收入与增值税出口退税申报的出口金额比较如下：

单位：万美元

项目	2021年1-6月	2020年度	2019年度	2018年度
出口退税申报的出口金额(A)	2,974.52	3,564.28	2,293.41	1,931.89
账面外销收入(B)	3,475.89	4,557.30	2,154.72	2,039.62
差异(C=A-B)	-501.37	-993.02	138.70	-107.73
出口单证不齐全导致：				
其中：本年申报的上年出口金额(D)	1,379.09	383.38	516.53	401.53
下年申报的本年出口金额(E)	1,888.42	1,379.09	383.38	516.53
调整后差异(F=C-D+E)	7.95	2.69	5.55	7.26
调整后差异率%(F/A)	0.27	0.08	0.24	0.38

由于出口退税需要在收齐出口货物退（免）税所需的有关单证后才能进行申报，因此出口退税申报的出口金额统计存在滞后性，剔除该影响后出口退税申报金额与外销收入差异较小，主要系外贸企业出口退税出口明细申报表中列示的出口日期与公司账面外销收入确认时点存在时间性差异。

8、外销收入与出库单、物流运输单、出口单证及资金划款凭证等数据的比较

(1) 与出库单核对

报告期内，发行人产品出库数量与销售数量比较情况如下：

单位：万套

产品类别	2021年1-6月			2020年度		
	出库数量	销量	差异	出库数量	销量	差异
火盆	59.37	59.99	-0.62	96.65	95.07	1.58
火盆桌	1.49	1.36	0.13	3.16	3.28	-0.13
气炉	0.18	0.19	-0.02	2.55	2.63	-0.08
气炉桌	16.08	16.59	-0.51	17.52	17.13	0.39
其他	1.88	1.77	0.11	2.32	2.32	-
合计	79.00	79.90	-0.90	122.2	120.43	1.76
产品类别	2019年度			2018年度		
	出库数量	销量	差异	出库数量	销量	差异
火盆	39.61	38.91	0.70	41.11	40.92	0.19
火盆桌	4.08	4.25	-0.16	5.76	5.52	0.24
气炉	5.30	5.55	-0.25	4.11	3.91	0.21
气炉桌	5.95	5.82	0.13	2.49	2.49	0.01
其他	0.85	0.87	-0.02	3.76	3.76	0.01
合计	55.80	55.40	0.40	57.23	56.58	0.65

报告期内公司确认收入数量与出库数量整体差异较小，差异原因主要为产品出库日期与确认收入时点之间存在时间性差异。其中，2020年度差异较报告期其他年度偏大，主要系2020年发出商品的数量较报告期其他年度大。

(2) 与物流运输单核对

报告期内发行人的外销收入涉及提单、货运代理人收讫货物证明、装箱单等相关物流运输凭证。保荐人及申报会计师采取抽样的方式对外销收入进行测试，获取了相应的物流运输单据进行核查匹配；并在货运代理公司的官网根据货运跟踪单号查询货物的相关物流信息，进一步核实物流信息的准确性。

报告期内，公司境外销售数量与物流运输单据的配比情况如下：

单位：万套

项目	2021年1-6月	2020年度	2019年度	2018年度
境外销售数量	78.54	118.24	55.52	56.15
物流运输单据显示的数量	78.40	119.04	54.96	56.15
差异	0.14	-0.80	0.55	0.01

项目	2021年1-6月	2020年度	2019年度	2018年度
差异率(%)	0.17	-0.68	0.99	0.01

注：差异率=差异/境外销售数量

公司境外销售数量与物流运输单据的差异主要系公司账面外销收入确认时点与物流单据时间性差异，差异较小。公司的物流运输单据与境外销售的数量具有匹配性。

(3) 与出口单证核对

报告期内，发行人外销收入与海关出口金额的比较见本节“十一、经营成果分析”之“(二) 营业收入分析”之“7、外销收入与海关出口金额及增值税出口退税申报的出口金额的比较”。

(4) 与资金划款凭证核对

截至本招股说明书签署日，发行人外销收入及当期外销回款情况对比分析如下：

单位：万美元

项目	2021年1-6月	2020年度	2019年度	2018年度
外销收入金额	3,475.89	4,557.30	2,154.72	2,039.62
当期外销回款金额	2,943.77	3,777.85	2,101.45	2,002.76
当期外销回款金额占外销收入比例(%)	84.69	82.90	97.53	98.19

报告期内，2018年与2019年当期外销回款金额占外销收入比例超过97.00%，外销的资金收款情况良好。2020年当期外销回款金额占外销收入比例较往年偏低，主要系2020销售收入较前两年有大幅增长，并且2020年11月至12月销售收入1,358.72万美元对应的应收款信用期尚未结束，截至2021年6月末已回款1,344.27万美元。2021年1-6月当期外销回款金额占外销收入比例与2020年度大致持平，其中2021年5月和6月销售金额1,561.70万美元，尚在信用期内，预计将在2021年7-10月回款。

保荐机构经核查后认为：发行人海关出口数据、出口退税金额、境外客户应收账款函证情况与发行人境外销售收入匹配，发行人境外销售实现真实销售、最终销售。

9、发行人产品的退换货政策及售后服务情况

(1) 公司《销售与收款的管理制度》中关于退换货的政策

1) 对客户提出的退货情况编制退货通知单，业务员应及时提交给业务部进行审批，确定是否退货。对在交付或开始使用后发现的合格情况，销售部应针对合格情况造成的后果采取适当的补救措施，及时与顾客协商，采取退回、调换或修理等处理办法，以满足顾客的正当要求；

2) 对经批准同意退货的商品没有开具过发票的退货，由业务部通知仓库安排运输公司进行运回公司，对运回公司的退货商品由仓库管理员进行清点验收入库，开具红字出库单，并传递至财务部进行发出商品的账务处理。若仓库管理员在清点过程中发现退货数量与退货清单不相符的，应反馈给业务员，由业务员与客户进行协调，并根据协调结果进行账务处理；

3) 对经批准同意退货的商品已开具过发票的退货，由业务部通知仓库安排运输公司进行运回公司，对运回公司的退货商品由仓库管理员进行清点验收入库，开具红字出库单，并传递至财务部进行发出商品的账务处理。财务部同时根据发票是否可退回分别进行处理，若发票可退回的，要求客户将发票邮寄至公司财务部进行冲账，若客户已抵扣增值税的增值税发票，则需客户提供主管税务机关出具的退货、折让证明单，用于开具红字的增值税发票，并进行账务处理。

(2) 报告期内主要客户的退换货条款及售后服务情况

客户名称	客户框架合同关于退换货条款规定
家得宝 (Home Depot)	退货商品不发给发行人，由家得宝的门店负责处理相关的缺陷退货商品，终端消费者退货率超过采购金额 1% 的，一切费用均应由发行人承担
沃尔玛 (Wal-Mart)	沃尔玛将在各门店监测终端消费者的退货情况，发行人授权沃尔玛管理退货商品，退货商品一般不发给发行人，如沃尔玛实际收到的终端客户退货量超过向发行人采购金额 1.5%，将就超出金额向发行人进行索赔
MENARDS	不主动退货，质量问题通常以质量扣款的形式解决，若发行人要求退货，则需要承担相应的费用
TRACTOR SUPPLY COMPANY	发行人应对有缺陷的货物进行补偿，或进行退货并及时提供售后服务，如果要求退货，发行人需要承担相应的运费以及其他费用
LI&FUNG (TRADING) LIMITED	发行人应该承担由于产品不合格或存在缺陷导致的所有损失，包括但不限于运费（海运、空运或内陆运输）、

客户名称	客户框架合同关于退换货条款规定
	关税、银行手续费、检查和修理费用，自买方发出退货通知之日起，发行人应对所有退货货物负责
ACE HARDWARE INTERNATIONAL HOLDINGS,LTD	买方可保留任何不合格货物，费用由公司承担，可向发行人收取运输、装运、拆箱、检查、重新包装、重新装运或其他类似费用
傲基科技	买方发现发行人提供的产品不符合合同相关约定的，应以书面形式提出异议，发行人应按照买方的指示妥善处理，处理及消除产品缺陷的费用由发行人承担；已经发送至国外的货物，如果在销售过程中因产品质量问题导致客诉比例达到或者超过 3%，按 3 倍采购价*客诉数量扣除发行人相应的采购款，如无欠款，发行人应当进行赔偿

报告期内，公司未发生退换货的情况。

由上表可知，与主要客户的框架合同中规定的退换货条款约定产品一般不退回发行人，发行人可以选择退货方式进行售后服务，但是需要承担退货形成的相关成本费用。由于公司的外销收入占比 98.00%以上，公司产品单位价格相对不高，但产品体积相对较大，产品从客户所在地区（主要是境外地区）退回公司形成的退换货成本较高，因此发行人通常不选择退货，而是选择以下三种方式进行售后处理：

1) 以质量扣款的方式抵减客户的应收款，公司的会计处理是作为销售折扣冲减当期营业收入；

2) 直接向客户支付质量赔款，公司根据客户提供的质量扣款结算单通过银行转账汇款支付相应的赔款，公司的会计处理是计入销售费用-售后服务费；

3) 聘请境外当地的第三方售后服务机构为公司向客户提供售后服务，包括接听终端消费者的售后服务电话、寄送配件等。公司根据第三方机构开具的发票和结算单等原始凭据支付相应的售后服务费，公司的会计处理是记入销售费用-售后服务费。

报告期内，质量扣款和售后服务费占主营业务收入的比例如下：

单位：万元

项目	2021年1-6月	2020年度	2019年度	2018年度
质量扣款	61.81	107.51	78.69	261.03
销售费用-售后服务费	21.22	36.18	41.77	113.91

项目	2021年1-6月	2020年度	2019年度	2018年度
主营业务收入	22,926.54	31,878.77	14,952.16	13,685.88
占比(%)	0.36	0.45	0.81	2.75

报告期内，2018年度质量扣款与售后服务费金额相对较高，主要原因系2018年公司向家得宝销售的部分批次气炉桌发生质量问题，由此产生了质量扣款和售后服务费。从报告期内后续两年家得宝向公司采购金额不断增加可知，家得宝对公司处理该质量问题的结果较为满意，并且该质量问题对双方后续的合作没有造成影响。2019年度至2021年6月，质量扣款与售后服务费金额占主营业务收入的比例呈下降趋势，一方面是公司主营业务收入规模进一步扩大，另一方面是公司严把质量关、提升产品品质，从根源上减少了质量扣款和售后服务费的支出。其中，2020年度售后服务费发生额较少，主要是2020年1-4月，受新冠疫情影响，第三方服务机构无法为公司提供售后服务，为及时解决客户的售后问题，公司将售后服务转移至发行人自身的销售部门并以邮件回复、电话售后服务及寄送配件服务等方式自行解决售后问题；直至2020年5月第三方服务机构恢复提供售后服务后发行人继续使用第三方服务机构为客户提供售后服务。

除上述售后服务处理方案之外，公司还从产品生产的源头着手减少可能产生的质量问题。公司制定了《生产质量管理手册》，提出了质量第一、顾客至上、务实创新、和谐共进质量方针，建立了相应的质量管理体系，并提出了3个具体的质量目标：（1）产品一次交验合格率96%；（2）顾客满意率90%以上；（3）顾客投诉处置率100%。根据公司的生产流程，在产品发货前，需要经过公司质检部门的检验。此外，公司的主要客户在产品出货前会由客户方或者委托专业的第三方机构发起验货申请，在产品验收合格之后才能正式发货，一定程度上也能减少产品的质量问题的。

（3）以质量扣款方式或以质量赔款方式向客户进行售后服务的选择依据及质量扣款和质量赔款的区别

1) 质量扣款和质量赔款的选择依据

质量扣款和质量赔款方式向客户进行售后服务并非公司的主动选择，而是根据客户的具体要求做出的行为。

2) 质量扣款和质量赔款的区别

质量扣款系根据客户反馈的相关质量扣款明细，经公司确认无误，客户在支付货款时按照扣除质量扣款后金额支付相应货款。

质量赔款系根据客户反馈的质量赔款明细及标明的支付期限、支付方式等相关信息，公司将相关质量赔款支付至客户指定的银行账户。

(4) 选择不同会计处理方法的原因及合理性

质量扣款，因直接抵减客户的应收账款，该部分经济利益不会流入企业，在旧收入准则下，企业应当按很可能流入企业的经济利益确认收入；在新收入准则下，相当于可变对价，企业应当按照期望值或最可能发生金额确定可变对价的最佳估计数确认收入。因此公司的会计处理作为销售折扣冲减当期营业收入，具有合理性。

质量赔款，因根据客户反馈的质量赔款明细及标明的支付期限、支付方式等相关信息，公司将相关质量赔款支付至客户指定的银行账户，更接近于一种需要公司支付的销售费用售后服务费，本质与公司自己聘请第三方售后服务机构为公司提供售后服务无差别，公司的会计处理是计入销售费用售后服务费，具有合理性。

选择不同的会计处理方式均在客户提出反馈当期冲减当期损益，不会对各期损益产生重大影响。

(5) 计提缺陷补贴的具体金额、明细以及相应的会计处理

报告期内公司账面不计提缺陷补贴，公司的会计处理为在销售发生的当期按照扣除缺陷补贴之后的金额确认销售收入。

2018-2019年度，公司适用《企业会计准则第14号——收入》（财会〔2006〕3号）规定：销售商品收入同时满足下列条件的，才能予以确认：企业已将商品所有权上的主要风险和报酬转移给购货方；企业既没有保留通常与所有权相联系的继续管理权，也没有对已售出的商品实施有效控制；收入的金额能够可靠地计量；相关的经济利益很可能流入企业；相关的已发生或将发生的成本能够可靠地计量。由于公司销售给沃尔玛和家得宝的产品无论最终是否发

生质量问题，都必须承担相应比例的缺陷补贴，在客户提供的销售订单中，缺陷补贴部分的金额可以可靠计量，与缺陷补贴相关的经济利益也不会流入企业，因此公司在满足收入确认的时点条件时按照扣除缺陷补贴之后的金额确认销售收入。

公司自2020年1月1日起执行《企业会计准则第14号——收入》（财会〔2017〕22号）相关规定（以下简称“新收入准则”）。新收入准则第十四条：“企业应当按照分摊至各单项履约义务的交易价格计量收入。交易价格，是指企业因向客户转让商品而预期有权收取的对价金额。”第十五条：“企业应当根据合同条款，并结合其以往的习惯做法确定交易价格。在确定交易价格时，企业应当考虑可变对价、合同中存在的重大融资成分、非现金对价、应付客户对价等因素的影响。”第十六条：“合同中存在可变对价的，企业应当按照期望值或最可能发生金额确定可变对价的最佳估计数，但包含可变对价的交易价格，应当不超过在相关不确定性消除时累计已确认收入极可能不会发生重大转回的金额。”由于公司销售给沃尔玛和家得宝的产品无论最终是否发生质量问题，都必须承担相应比例的缺陷补贴，公司向客户转让商品而预期有权收取的对价金额需要扣除相应比例的缺陷补贴，因此公司在满足收入确认的时点条件时按照扣除缺陷补贴之后的金额确认收入。

新旧会计政策的变化，对与缺陷补贴相关的收入确认无实质影响，公司的会计处理符合《企业会计准则》的相关规定，相关收入确认准确。

10、报告期内各主要种类产品收入占比不同的原因及合理性，针对各类产品的终端客户实际需求以及公司的经营策略

公司各类产品的具体使用图例如下：

产品类别	图示
火盆	
火盆桌	

产品类别	图示
气炉	
气炉桌	

(1) 报告期内火盆收入占比高但火盆桌收入占比低、气炉收入占比低但气炉桌收入占比高的原因

1) 火盆收入占比高但火盆桌收入占比低的原因

火盆产品款式多样且基础款式的单位价格相对较低，不同规格产品之间的价格弹性较大，产品覆盖的消费者层面较广，因此订单量比较大，收入占比较高。

火盆桌近年来销售规模逐渐减少，主要系火盆桌与气炉桌外观接近，使用

功能及场景亦接近，但气炉桌使用天然气，使用更方便，且能避免传统火盆类产品使用时易产生烟尘、异味等缺点，因此火盆桌逐渐被气炉桌替代，火盆桌销售收入占比较低。

2) 气炉收入占比低但气炉桌收入占比高的原因

公司的气炉产品是配套在户外餐桌上使用的桌面气炉，主要系大客户在有其他户外休闲家具产品整体采购计划时向发行人附带采购的产品，因此该产品面向客户群体及产品需求相对较小，客户采购规模相对较小，收入占比较低。

报告期内，公司气炉桌的收入规模及占比逐年上升，主要原因系气炉桌为公司近年来着力推广的产品，销售对象主要是经济条件较好的家庭以及部分商业经营场所，包括餐厅、酒吧等休闲娱乐的场所，上述消费群体对产品的使用品质要求较高，公司对该类产品的销售定价也高，相应的收入占比较高。

(2) 针对火盆、火盆桌、气炉、气炉桌等各类产品的终端客户实际需求以及公司的经营策略

产品类别	终端客户实际需求特点	经营策略
火盆	主要用于一些热闹的家庭聚会，增加活动氛围。 客户主要关注产品尺寸、价格、外观等。	火盆为公司的传统优势产品，公司凭借自身的丰富的产品设计能力和产能优势，以获取核心客户更多订单为目标，研发了多种款式的火盆产品满足客户对不同价格档次火盆的需求，以充分实现效益最大化。
火盆桌	与火盆的客户需求类似，由于火盆桌的盆体容量较小，只适用于小规模聚会。 客户主要关注外观、价格。	火盆桌为火盆类的补充产品，公司凭借能够自身的研发和设计能力，满足部分客户一站式的采购需求。
气炉	气炉用于户外用餐时使用，起到烘托出类似于烛光晚餐的气氛。 客户主要关注外观、价格。	气炉产品是根据客户的需求在气炉桌产品成功推广的基础上进行的衍生，是其他户外家具产品的配套使用产品，置于户外餐桌的桌面使用，公司对该类产品以客户的采购需要为导向，主要销售给沃尔玛、家得宝等核心客户，满足部分客户一站式的采购需求。
气炉桌	气炉桌用于小型的较为安静的聚会场景，户外用餐、喝酒、聊天等。 客户主要关注外观、价格。	气炉桌为公司近年来着力推广的产品，公司凭借自身多年的行业经验，精准把握市场的动向及用户消费趋势，推出气炉桌产品，以避免传统火盆类产品使用时易产生烟尘、异味等缺点，由于气炉桌产品单价及毛利率较高，公司着重获取核心客户对气炉桌产品的订单量。

(三) 营业成本分析

1、营业成本的构成情况

报告期内，公司营业成本构成情况如下：

单位：万元

项目	2021年1-6月		2020年度		2019年度		2018年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
主营业务成本	14,767.92	99.47%	17,906.93	98.82%	8,047.85	98.38%	8,480.58	98.20%
其他业务成本	78.09	0.53%	213.62	1.18%	132.74	1.62%	155.21	1.80%
合计	14,846.01	100.00%	18,120.56	100.00%	8,180.60	100.00%	8,635.79	100.00%

报告期内，公司营业成本结构基本保持稳定，主营业务成本占营业成本的比例分别为 98.20%、98.38%、98.82%和 99.47%，其他业务成本占比较小，与主营业务收入构成相匹配。

(1) 各类产品营业成本变动与营业收入变动的一致性

报告期内，公司各类产品的主营业务收入与主营业务成本变动情况如下：

单位：万元

产品类别	项目	2021年1-6月			2020年度			2019年度			2018年度
		金额	变动额	变动率(%)	金额	变动额	变动率(%)	金额	变动额	变动率(%)	金额
火盆	主营业务收入	11,266.56	4,829.65	75.03	18,051.09	10,451.66	137.53	7,599.43	-123.53	-1.60	7,722.97
	主营业务成本	7,417.38	3,936.01	113.06	10,102.77	5,812.97	135.51	4,289.80	-658.66	-13.31	4,948.46
火盆桌	主营业务收入	539.41	55.60	11.49	1,504.66	-338.99	-18.39	1,843.65	-398.06	-17.76	2,241.70
	主营业务成本	356.88	78.36	28.14	864.25	-181.09	-17.32	1,045.34	-281.17	-21.20	1,326.52
气炉	主营业务收入	43.28	-409.57	-90.44	546.89	-602.51	-52.42	1,149.40	355.16	44.72	794.24
	主营业务成本	24.34	-269.42	-91.72	359.69	-255.76	-41.56	615.45	124.81	25.44	490.64
气炉桌	主营业务收入	10,477.93	7,280.70	227.72	11,045.19	6,911.84	167.22	4,133.35	2,253.16	119.84	1,880.18
	主营业务成本	6,568.91	4,888.51	290.91	6,133.16	4,170.15	212.44	1,963.01	917.59	87.77	1,045.41
其他	主营业务收入	599.36	382.40	176.25	730.95	504.62	222.95	226.34	-820.45	-78.38	1,046.79
	主营业务成本	400.41	267.71	201.73	447.06	312.81	233.00	134.25	-535.31	-79.95	669.56
合计	主营业务收入	22,926.54	12,138.79	112.52	31,878.77	16,926.61	113.21	14,952.16	1,266.28	9.25	13,685.88
	主营业务成本	14,767.92	8,901.18	151.72	17,906.93	9,859.08	122.51	8,047.85	-432.73	-5.10	8,480.58

注：2021年1-6月变动额及变动率为相对去年同期数；

报告期内，公司各类产品的主营业务收入与主营业务成本变动趋势较为一致。

(2) 2019 年营业收入保持增长而营业成本下降的原因

2019 年度营业收入增长而营业成本下降主要系两方面原因，一方面是产品结构变化，分析如下：

2018 年与 2019 年主营业务收入与主营业务成本占比变动情况如下：

产品类别	2019 年度				2018 年度	
	主营业务收入占比 (%)	主营业务收入占比变动 (%)	主营业务成本占比 (%)	主营业务成本占比变动 (%)	主营业务收入占比 (%)	主营业务成本占比 (%)
火盆	50.82	-5.61	53.30	-5.05	56.43	58.35
火盆桌	12.33	-4.05	12.99	-2.65	16.38	15.64
气炉	7.69	1.88	7.65	1.86	5.80	5.79
气炉桌	27.64	13.91	24.39	12.06	13.74	12.33
其他	1.51	-6.13	1.67	-6.23	7.65	7.90
合计	100.00	-	100.00	-	100.00	100.00

2019 年度公司各类产品的主营业务收入与主营业务成本变动趋势一致，且占比变动趋势一致，火盆和火盆桌占比下降，而气炉和气炉桌占比上升，特别是气炉桌的占比上升较大。气炉桌的产品附加值最高，相应其毛利率也是各产品类别中最高的，高毛利率产品的销售额大幅增加，但相应成本增加低于销售额的增加。

另一方面是 2019 年度整体毛利率的提高，使得 2019 年度各产品类别整体的主营业务收入上升，而成本反而下降。2019 年度毛利率上升的量化分析见本节“十一 经营成果分析”之“（四）毛利及毛利率变动分析”之“2、主营业务毛利率变动分析”

2、主营业务成本按成本要素构成分析

报告期内，公司主营业务成本按成本要素划分如下：

单位：万元

项目	2021 年 1-6 月		2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
直接材料	11,054.91	74.86%	12,873.54	71.89%	6,148.77	76.40%	6,343.70	74.80%
直接人工	1,719.93	11.65%	2,386.85	13.33%	1,147.36	14.26%	993.90	11.72%

项目	2021年1-6月		2020年度		2019年度		2018年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
制造费用	1,066.46	7.22%	1,369.37	7.65%	699.87	8.70%	646.55	7.62%
不能抵扣进项税			9.16	0.05%	51.85	0.64%	496.43	5.85%
运杂费	926.62	6.27%	1,268.02	7.08%	-	-	-	-
合计	14,767.92	100.00%	17,906.93	100.00%	8,047.85	100.00%	8,480.58	100.00%

公司主营业务成本主要由直接材料构成，占比分别为 74.80%、76.40%、71.89%和 74.86%，各期占比略有波动，主要系不同年度间不能抵扣的进项税波动及按照新收入准则将控制权转移前发生的运杂费计入成本所致。

(1) 直接材料

1) 各类产品原材料成本构成及其变动的合理性

报告期内，公司主营业务成本直接材料中各类产品原材料成本的构成情况如下：

单位：万元

产品类别	原材料类别	2021年1-6月		2020年度	
		原材料成本金额	占比(%)	原材料成本金额	占比(%)
火盆	金属材料	2,228.38	42.44	2,863.19	40.47
	外购配件	980.30	18.67	1,335.13	18.87
	包装材料	1,343.12	25.58	1,996.01	28.21
	其他	698.86	13.31	880.65	12.45
	小计	5,250.67	100.00	7,074.98	100.00
火盆桌	金属材料	153.92	44.29	231.60	42.52
	外购配件	76.28	21.95	126.91	23.30
	包装材料	73.60	21.18	118.02	21.67
	其他	43.72	12.58	68.16	12.51
	小计	347.52	100.00	544.68	100.00
气炉	金属材料	2.21	13.94	11.20	12.78
	外购配件	9.76	61.53	54.54	62.20
	包装材料	2.94	18.50	15.05	17.17
	其他	0.96	6.03	6.89	7.86
	小计	15.87	100.00	87.69	100.00

气炉桌	金属材料	1,863.81	36.58	1,612.86	33.42
	外购配件	1,860.24	36.51	1,815.93	37.63
	包装材料	1,046.04	20.53	1,067.48	22.12
	其他	325.07	6.38	329.64	6.83
	小计	5,095.16	100.00	4,825.91	100.00
其他	金属材料	119.06	34.44	104.83	30.81
	外购配件	124.63	36.05	119.69	35.17
	包装材料	68.35	19.77	75.46	22.17
	其他	33.67	9.74	40.31	11.85
	小计	345.70	100.00	340.29	100.00
合计	金属材料	4,367.38	39.50	4,823.68	37.47
	外购配件	3,051.21	27.60	3,452.21	26.82
	包装材料	2,534.04	22.92	3,272.01	25.42
	其他	1,102.28	9.98	1,325.64	10.30
	合计	11,054.91	100.00	12,873.54	100.00
产品类别	原材料类别	2019年度		2018年度	
		原材料成本金额	占比(%)	原材料成本金额	占比(%)
火盆	金属材料	1,276.07	38.60	1,571.20	45.05
	外购配件	453.37	13.71	440.52	12.63
	包装材料	1,010.65	30.57	903.74	25.91
	其他	565.87	17.12	572.15	16.41
	小计	3,305.96	100.00	3,487.61	100.00
火盆桌	金属材料	363.48	47.20	438.93	41.46
	外购配件	162.18	21.06	277.21	26.19
	包装材料	175.29	22.77	210.02	19.84
	其他	69.06	8.97	132.50	12.52
	小计	770.02	100.00	1,058.66	100.00
气炉	金属材料	57.12	12.42	62.29	11.93
	外购配件	285.64	62.11	312.56	59.87
	包装材料	90.84	19.75	73.62	14.10
	其他	26.32	5.72	73.56	14.09
	小计	459.93	100.00	522.03	100.00
气炉桌	金属材料	571.37	38.03	295.79	36.57

	外购配件	620.10	41.27	296.08	36.61
	包装材料	216.89	14.44	129.89	16.06
	其他	94.12	6.26	86.98	10.75
	小计	1,502.48	100.00	808.73	100.00
其他	金属材料	40.25	36.46	156.07	33.44
	外购配件	33.60	30.44	162.70	34.86
	包装材料	24.44	22.14	100.75	21.59
	其他	12.11	10.97	47.16	10.11
	小计	110.39	100.00	466.68	100.00
合计	金属材料	2,308.28	37.54	2,524.27	39.79
	外购配件	1,554.89	25.29	1,489.06	23.47
	包装材料	1,518.11	24.69	1,418.02	22.35
	其他	767.48	12.48	912.35	14.38
	合计	6,148.77	100.00	6,343.70	100.00

注：其他主要系高温油漆、塑粉等。

报告期内，主要直接材料系金属材料，占直接材料成本的比例分别为39.79%、37.54%、37.47%和39.50%，产品整体直接材料成本构成相对稳定，2019年较2018年直接材料成本金额的小幅波动主要系金属材料采购成本的变动，2020年相比2019年直接材料成本增长较多主要系发行人生产规模扩大，材料采购规模整体扩大，2021年1-6月相比2020年度直接材料增长主要系原材料采购单价上涨。

2019年度相比2018年度金属材料成本占直接材料成本比例有小幅下降，主要系2019年度金属材料大宗商品市场单价相比2018年度整体下降，2019年度火盆产品金属材料占直接材料比例下降，与总体趋势一致，其他类别的产品对应金属材料占直接材料比例均上升，其中火盆桌、气炉桌产品对应金属材料占直接材料比例上升幅度较高，火盆桌、气炉桌产品金属材料占直接材料比例不降反升，主要系火盆桌和气炉桌的产品结构变动所致

2018年度与2019年度生产的主要火盆桌明细及相关金属材料耗用比例如下：

火盆桌明细	2019 年度		2018 年度	
	金属材料占原材料成本比例 (%)	销量占总销量比例 (%)	金属材料占原材料成本比例 (%)	销量占总销量比例 (%)
爱丁堡火盆桌	32.19	8.31	32.86	27.19
莱斯特火盆桌	-	-	30.99	27.19
朗廷火盆桌	60.26	24.14	-	-
洲际火盆桌	45.78	13.55	46.70	0.72
小 计		46.00		55.10

2018 年度火盆桌销售的产品主要为爱丁堡火盆桌与莱斯特火盆桌，金属材料成本占其原材料成本比例分别为 32.86%、30.99%，略低于整体火盆桌金属材料成本比例 41.46%；2019 年度火盆桌销售产品结构变化，爱丁堡火盆桌销售下降，火盆桌主要产品为朗廷火盆桌和洲际火盆桌，其金属材料成本占直接材料成本比例分别为 60.26%、45.78%，接近于 2019 年度整体火盆桌金属材料成本比例 47.20%。因此 2019 年度火盆桌金属材料成本占直接材料成本比例增加。

气炉桌产品王者气炉桌 2018 年度与 2019 年度金属材料成本占其直接材料成本比例分别为 42.64%、40.77%，高于 2018 年度与 2019 年度气炉桌整体金属材料成本比重 36.57%、38.03%，2018 年度与 2019 年度王者气炉桌销量占气炉桌总销量分别为 44.65%、79.26%，随着王者气炉桌销量比重增加，整体气炉桌金属材料成本占其直接材料成本比例呈上升趋势。

公司为订单生产型企业，产品结构的变化因客户订单需求不同而变化，因此原材料成本构成随之变化。

2020年度相比2019年度各类原材料构成比例相对稳定，2021年1-6月相比2020年度金属材料占比增长主要系采购单价上涨。

2) 各类产品主要原材料采购、领用量、产品的产量、销售收入的配比情况及合理性

①采购主要原材料金额与领用量、产品的产量的配比情况

报告期内原材料具体种类较多，计量单位不一致，主要耗用材料为冷轧板、钢管和纸箱，采购金额平均占原材料总采购金额比例分别为26.88%、6.98%、7.22%，选取主要原材料冷轧板、钢管和纸箱进行配比分析。

冷轧板、钢管和纸箱的采购额、耗用额与产量的配比情况如下：

单位：万元

年份	产量 A (万套)	主要 原材料	采购金额 B	耗用金额 C	耗用率 D=C/B(%)	单位产量原 材料耗用额 E=C/A (元/套)
2021年 1-6月	79.10	冷轧板	3,528.75	3,222.87	91.33	40.75
		钢管	1,051.86	1,032.60	98.17	13.06
		纸箱	800.41	800.41	100.00	10.12
		小计	5,381.02	5,055.89	93.96	63.92
2020 年度	117.20	冷轧板	3,964.21	3,668.11	92.53	31.30
		钢管	976.04	921.58	94.42	7.86
		纸箱	1,212.37	1,212.37	100.00	10.34
		小计	6,152.62	5,802.05	94.30	49.51
2019 年度	58.11	冷轧板	1,755.95	1,833.67	104.43	31.55
		钢管	427.44	470.49	110.07	8.10
		纸箱	488.50	488.50	100.00	8.41
		小计	2,671.89	2,792.66	104.52	48.06
2018 年度	58.54	冷轧板	1,783.06	1,630.46	91.44	27.85
		钢管	408.92	387.07	94.66	6.61
		纸箱	460.53	460.53	100.00	7.87
		小计	2,652.51	2,478.06	93.42	42.33

报告期内主要原材料冷轧板、钢管和纸箱的耗用占采购比例分别为93.42%、104.52%、94.30%和93.96%，耗用率和单位产量原材料耗用额波动主要系产品结构变动所致。

报告期内，各类产品单位产量主要原材料耗用额情况如下：

年份	产品类别	产量 (万套)	单位产量耗用 冷轧板额(元/ 套)	单位产量耗用 钢管额 (元/套)	单位产量耗用 纸箱额 (元/套)
2021年 1-6月	火盆	58.75	32.23	6.05	7.54
	火盆桌	1.71	75.35	18.20	6.10
	气炉	0.18	14.40	-	3.27
	气炉桌	16.50	65.87	39.06	20.05
	其他	1.96	56.89	0.73	8.00

年份	产品类别	产量 (万套)	单位产量耗用 冷轧板额 (元/ 套)	单位产量耗用 钢管额 (元/套)	单位产量耗用 纸箱额 (元/套)
	合计	79.10	40.75	13.06	10.12
2020 年度	火盆	93.73	25.63	4.02	8.25
	火盆桌	2.85	67.34	15.78	7.37
	气炉	0.91	13.75	-	3.71
	气炉桌	17.48	55.26	28.51	22.69
	其他	2.23	43.03	0.81	7.96
	合计	117.20	31.30	7.86	10.34
2019 年度	火盆	41.91	26.88	4.03	7.69
	火盆桌	4.04	78.36	20.36	9.52
	气炉	5.28	12.21	-	5.18
	气炉桌	5.95	47.72	36.62	15.71
	其他	0.93	44.11	1.18	7.49
	合计	58.11	31.55	8.10	8.41
2018 年度	火盆	40.69	25.88	4.87	7.29
	火盆桌	6.03	47.23	15.55	9.43
	气炉	5.65	9.98	-	3.92
	气炉桌	2.49	47.28	36.38	19.77
	其他	3.68	31.74	1.00	9.67
	合计	58.54	27.85	6.61	7.87

2019 年度相比 2018 年度，单位产量耗用冷轧板、钢管、纸箱分别增加 3.70 元/套、1.49 元/套、0.54 元/套。2019 年度单位产品冷轧板耗用额增加，主要系火盆桌产品单位产量冷轧板耗用额的增加，2019 年度相比 2018 年度火盆桌产品单位产量冷轧板耗用额增加 31.13 元/套。2018 年度与 2019 年度主要火盆桌产量占比与单位产量冷轧板耗用额如下：

火盆桌明细	2019 年度		2018 年度	
	单位产量冷轧板 耗用额 (元/套)	产量占总产量 比例 (%)	单位产量冷轧板耗 用额 (元/套)	产量占总产量 比例 (%)
爱丁堡火盆桌	33.56	8.68	33.56	24.54
莱斯特火盆桌	-	-	23.42	24.54
朗廷火盆桌	78.25	25.23	-	-
洲际火盆桌	47.61	7.79	47.61	4.89

火盆桌明细	2019 年度		2018 年度	
	单位产量冷轧板耗用额 (元/套)	产量占总产量比例 (%)	单位产量冷轧板耗用额 (元/套)	产量占总产量比例 (%)
合计		41.70		53.97

2018 年度与 2019 年度火盆桌单位产量冷轧板耗用额分别为 47.23 元/套、78.36 元/套。2018 年度火盆桌生产的产品主要为爱丁堡火盆桌与莱斯特火盆桌，单位产品冷轧板耗用额分别为 33.56 元/套、23.42 元/套，略低于整体火盆桌单位产量冷轧板耗用额 47.23 元/套；2019 年度火盆桌生产产品结构变化，爱丁堡火盆桌产量占比下降，主要产品为朗廷火盆桌，其单位产品冷轧板耗用额为 78.25 元/套，与 2019 年整体气炉桌金属材料成本比例 78.36 元/套基本一致。因此 2019 年度火盆桌产品结构的变化，导致火盆桌单位产品冷轧板耗用额增加。

2020 年度相比 2019 年度，单位产量耗用冷轧板、钢管、纸箱分别下降 0.25 元/套、下降 0.24 元/套、增加 1.93 元/套，年度间原材料耗用相对稳定。

2021年1-6月相比2020年度，单位产量耗用冷轧板、钢管、纸箱分别上升 9.45元/套、上升5.20元/套、下降0.22元/套，2021年1-6月单位产量耗用冷轧板与钢管额增加，各类产品耗用额均有增长，主要系2021年1-6月冷轧板与钢管采购单价上涨，导致单位耗用成本上升。

②采购金额与销售收入的配比情况

报告期内采购总额与销售收入配比情况如下：

单位：万元

项目	2021 年 1-6 月		2020 年度		2019 年度		2018 年度
	金额	变动比例	金额	变动比例	金额	变动比例	金额
采购总额 A	14,127.08	189.63%	17,246.80	134.32%	7,360.49	4.09%	7,071.28
销售收入 B	23,004.87	111.75%	32,093.60	112.75%	15,085.22	8.99%	13,841.51
购销比(%)C=A/B	61.41	-	53.74	-	48.79	-	51.09

注：2021 年 1-6 月变动比例为较上年同期数

报告期内，公司采购总额与销售收入波动趋势一致，2018年至2020年购销比稳定，2021年1-6月购销比例增长，一方面系2021年主要原材料冷轧板采购单价上涨，另一方面因业务规模扩大而增加采购备货。

综上所述，报告期内，各类产品采购主要原材料金额与领用量、产品的产

量、销售收入配比合理。

3) 报告期内各类产品所耗用的金属材料、外购配件、包装材料的明细构成及数量、金额情况

公司金属材料主要包括冷轧板、钢管、不锈钢带、铁丝网及其他金属材料，外购配件主要包括火盆及火盆桌类配件、火炉及气炉桌类配件及其他配件，包装材料主要包括纸质类包装材料、泡沫及其他保护物、及其他包装材料。报告期内各期，各类产品所领用的金属材料、外购配件、包装材料的明细构成及数量、金额情况如下：

项目		2021年1-6月		2020年度	
		数量	金额 (万元)	数量	金额 (万元)
火盆	冷轧板	3,572.85	1,891.65	5,773.48	2,399.38
	钢管	628.85	355.14	854.22	374.86
	不锈钢带	24.04	19.29	27.03	20.53
	铁丝网	304.26	230.66	430.84	302.89
	其他金属材料	53.11	89.95	51.65	127.81
	金属材料小计	4,583.11	2,586.69	7,137.22	3,225.47
	火盆及火盆桌类配件	467.88	1,908.03	523.05	1,945.29
	其他配件	77.06	28.63	132.87	79.96
	外购配件小计	544.94	1,936.66	655.92	2,025.25
	纸质类包装材料	446.60	893.16	734.80	1,205.40
	泡沫及其他保护物	117.52	164.80	178.21	269.60
	其他包装材料	330.55	48.54	590.67	102.81
	包装材料小计	894.67	1,106.50	1,503.68	1,577.81
火盆桌	冷轧板	247.82	131.21	453.70	188.55
	钢管	56.10	31.68	100.29	44.01
	不锈钢带	0.87	0.70	11.79	8.95
	铁丝网	17.08	12.95	15.99	11.24
	其他金属材料	1.68	2.84	1.06	2.63
	金属材料小计	323.55	179.38	582.83	255.38
	火盆及火盆桌类配件	37.11	151.32	48.87	181.75
	其他配件	6.11	2.27	12.41	7.47

	外购配件小计	43.22	153.59	61.28	189.22
	纸质类包装材料	10.72	21.44	19.61	32.16
	泡沫及其他保护物	39.60	55.53	75.73	114.57
	其他包装材料	21.08	3.10	34.33	5.97
	包装材料小计	71.40	80.07	129.67	152.70
气炉	冷轧板	4.98	2.63	28.71	11.93
	不锈钢带	0.01	-	1.16	0.88
	金属材料小计	4.99	2.63	29.87	12.81
	火炉及气炉桌类配件	1.14	8.11	6.33	46.93
	其他配件	0.77	0.29	5.16	3.11
	外购配件小计	1.91	8.40	11.49	50.04
	纸质类包装材料	0.60	1.21	3.06	5.02
	泡沫及其他保护物	1.12	1.58	7.54	11.41
	其他包装材料	0.45	0.07	4.24	0.74
	包装材料小计	2.17	2.86	14.84	17.17
气炉桌	冷轧板	2,053.19	1,087.06	2,345.23	974.65
	钢管	1,140.99	644.37	1,141.53	500.95
	不锈钢带	455.31	365.35	549.37	417.34
	铁丝网	16.20	12.28	26.07	18.32
	其他金属材料	-	-	-	-
	金属材料小计	3,665.69	2,109.06	4,062.19	1,911.26
	火炉及气炉桌类配件	216.41	1,545.08	223.89	1,658.79
	其他配件	146.40	54.39	182.57	109.87
项目	2019年度		2018年度		
	数量	金额 (万元)	数量	金额 (万元)	
火盆	冷轧板	2,717.15	1,128.59	2,466.90	1,056.79
	钢管	376.28	169.59	430.48	199.82
	不锈钢带	15.46	13.91	11.02	10.79
	铁丝网	242.37	182.32	182.57	132.01
	其他金属材料	38.32	78.10	62.20	122.66
	金属材料小计	3,389.58	1,572.51	3,153.17	1,522.07
	火盆及火盆桌类配件	169.50	602.19	168.07	543.74
	其他配件	31.10	28.88	19.35	24.85

	外购配件小计	200.60	631.07	187.42	568.59
	纸质类包装材料	299.80	684.68	218.66	658.32
	泡沫及其他保护物	144.38	277.46	164.14	291.66
	其他包装材料	326.09	60.08	255.02	55.46
	包装材料小计	770.27	1,022.22	637.82	1,005.44
火盆桌	冷轧板	773.22	321.16	664.95	284.86
	钢管	185.27	83.50	202.99	94.22
	不锈钢带	11.02	9.91	13.51	13.23
	铁丝网	34.04	25.61	23.34	16.88
	其他金属材料	5.38	10.97	2.54	5.02
	金属材料小计	1,008.93	451.15	907.33	414.21
	火盆及火盆桌类配件	61.96	220.12	103.89	336.08
	其他配件	11.37	10.56	11.96	15.36
	外购配件小计	73.33	230.68	115.85	351.44
	纸质类包装材料	36.35	83.01	41.79	125.83
	泡沫及其他保护物	36.79	70.71	45.39	80.66
	其他包装材料	57.79	10.65	58.21	12.66
		包装材料小计	130.93	164.37	145.39
气炉	冷轧板	151.62	62.98	136.68	58.55
	不锈钢带	8.12	7.30	3.40	3.33
	金属材料小计	159.74	70.28	140.08	61.88
	火炉及气炉桌类配件	29.72	244.64	48.02	283.49
	其他配件	19.20	17.82	13.97	17.95
	外购配件小计	48.92	262.46	61.99	301.44
	纸质类包装材料	24.82	56.68	16.91	50.90
	泡沫及其他保护物	13.77	26.45	14.80	26.30
	其他包装材料	28.71	5.29	21.14	4.60
		包装材料小计	67.30	88.42	52.85
气炉桌	冷轧板	677.11	281.24	269.83	115.59
	钢管	479.98	216.33	192.55	89.38
	不锈钢带	200.65	180.52	80.63	78.98
	铁丝网	0.74	0.56	0.54	0.39
	其他金属材料	0.12	0.24	2.10	4.15
		金属材料小计	1,358.60	678.89	545.66

	火炉及气炉桌类配件	66.71	549.17	44.57	263.13
	其他配件	43.09	40.01	12.97	16.66

注:金属材料单位为吨; 外购配件及包装材料单位为万件

4) 原材料各明细构成的领用量与各产品产量的配比情况

报告期内, 各产品的产量如下所示:

单位: 万套

项目	2021年1-6月	2020年度	2019年度	2018年度
火盆	58.75	93.73	41.91	40.69
火盆桌	1.71	2.85	4.04	6.03
气炉	0.18	0.91	5.28	5.65
气炉桌	16.50	17.48	5.95	2.49
其他	1.96	2.23	0.93	3.68
合计	79.10	117.20	58.11	58.54

原材料各明细构成的领用数量与领用金额与各产品产量的配比情况如下所示:

项目	2021年度1-6月		2020年度		
	单位产量耗用量	单位产量耗用额	单位产量耗用量	单位产量耗用额	
火盆	冷轧板	60.81	32.20	61.60	25.60
	钢管	10.70	6.04	9.11	4.00
	不锈钢带	0.41	0.33	0.29	0.22
	铁丝网	5.18	3.93	4.60	3.23
	其他金属材料	0.90	1.53	0.55	1.36
	金属材料小计	78.01	44.03	76.15	34.41
	火盆及火盆桌类配件	7.96	32.48	5.58	20.75
	其他配件	1.31	0.49	1.42	0.85
	外购配件小计	9.28	32.96	7.00	21.61
	纸质类包装材料	7.60	15.20	7.84	12.86
	泡沫及其他保护物	2.00	2.81	1.90	2.88
	其他包装材料	5.63	0.83	6.30	1.10
	包装材料小计	15.23	18.83	16.04	16.83
火盆桌	冷轧板	144.89	76.71	159.19	66.16
	钢管	32.80	18.52	35.19	15.44

	不锈钢带	0.51	0.41	4.14	3.14
	铁丝网	9.99	7.57	5.61	3.94
	其他金属材料	0.98	1.66	0.37	0.92
	金属材料小计	189.17	104.88	204.50	89.61
	火盆及火盆桌类配件	21.70	88.47	17.15	63.77
	其他配件	3.57	1.33	4.35	2.62
	外购配件小计	25.27	89.80	21.50	66.39
	纸质类包装材料	6.27	12.54	6.88	11.28
	泡沫及其他保护物	23.15	32.47	26.57	40.20
	其他包装材料	12.32	1.81	12.05	2.09
	包装材料小计	41.74	46.81	45.50	53.58
气炉	冷轧板	27.23	14.38	31.55	13.11
	不锈钢带	0.03	0.02	1.27	0.97
项目		2019年度		2018年度	
		单位产量 耗用量	单位产量耗 用额	单位产量 耗用量	单位产量耗 用额
火盆	冷轧板	64.83	26.93	60.63	25.97
	钢管	8.98	4.05	10.58	4.91
	不锈钢带	0.37	0.33	0.27	0.27
	铁丝网	5.78	4.35	4.49	3.24
	其他金属材料	0.91	1.86	1.53	3.01
	金属材料小计	80.88	37.52	77.49	37.41
	火盆及火盆桌类配件	4.04	14.37	4.13	13.36
	其他配件	0.74	0.69	0.48	0.61
	外购配件小计	4.79	15.06	4.61	13.97
	纸质类包装材料	7.15	16.34	5.37	16.18
	泡沫及其他保护物	3.45	6.62	4.03	7.17
	其他包装材料	7.78	1.43	6.27	1.36
	包装材料小计	18.38	24.39	15.68	24.71
火盆桌	冷轧板	191.39	79.50	110.27	47.24
	钢管	45.86	20.67	33.66	15.63
	不锈钢带	2.73	2.45	2.24	2.19
	铁丝网	8.43	6.34	3.87	2.80
	其他金属材料	1.33	2.72	0.42	0.83

	金属材料小计	249.74	111.67	150.47	68.69
	火盆及火盆桌类配件	15.34	54.49	17.23	55.73
	其他配件	2.81	2.61	1.98	2.55
	外购配件小计	18.15	57.10	19.21	58.28
	纸质类包装材料	9.00	20.55	6.93	20.87
	泡沫及其他保护物	9.11	17.50	7.53	13.38
	其他包装材料	14.30	2.64	9.65	2.10
	包装材料小计	32.41	40.69	24.11	36.34
气炉	冷轧板	28.72	11.93	24.19	10.36
	不锈钢带	1.54	1.38	0.60	0.59

注 1：金属材料单位产量耗用量单位为吨/万套；外购配件及包装材料单位产量耗用量为件/套；

注 2：各类别原材料单位产量耗用额单位为元/套

如上表所示，火盆、火炉主要金属材料为冷轧板，火盆桌、气炉桌主要金属材料为冷轧板及钢管。报告期内，各类产品所耗用的各类金属材料的耗用数量与耗用金额基本维持在同一水平但各期之间存在波动，主要原因系公司根据客户需求不断推出新产品，各期生产的产品存在一定变化，受不同产品构造、体积等因素影响，所耗用的材料数量不同。

外购配件主要为各类产品的零星部件，火盆由于产品构造较为简单，故外购配件耗用数量及金额较其他产品相比较少。火盆桌、气炉及气炉桌由于销售时需要烤盘、减压阀、炉头等配件，故其外购配件耗用数量及金额相对较多。同一类别产品各期单位产量耗用的外购配件数量与金额较为稳定，无异常波动。产品体积较大的火盆桌、气炉桌等产品所耗用的包装材料较多，各类产品之间包装材料的耗用量各期相比略有波动，主要原因有：1) 各产品大类下的细分产品各期存在变动，不同产品受产品构造、体积等因素影响，对包装材料的要求不同；2) 自 2019 年度起，客户出于对环境保护的考虑，要求在包装过程中减少泡沫类保护性包装材料的使用，以纸板、棉质保护性材料替代，包装成本略微下降。

公司为订单生产型企业，产品结构的变化因客户订单需求不同而变化，因此单位产量各类原材料的耗用也会存在一定变动，但总体上各类产品的单位产量耗用量报告期内各期处于同一区间。

综上所述，报告期内各类原材料明细构成的领用量与各产品产量配比较为合理，不存在异常。

（2）制造费用

1) 制造费用归集、分配的具体方法

公司生产相关部门发生的间接费用，发生时计入制造费用科目，包含不能直接归集到具体产品的各间接费用，如辅料消耗、车间管理人员薪酬、折旧、水电费等。制造费用按各生产线进行归集，每月根据生产车间提供的各完工产品产量计算分配系数分别分配至完工产品，在产品仅核算直接材料成本，考虑公司产品直接材料占比基本在 75%左右，该方法具有合理性。

制造费用在完工产品实现销售、确认收入时随完工产品成本结转至主营业务成本。

2) 报告期内制造费用发生额的明细构成

报告期内各期，发行人制造费用归集的发生额分别为742.65万元、763.34万元、1,332.36万元、1,039.21万元，其明细构成如下：

单位：万元

项目	2021年1-6月		2020年度		2019年度		2018年度	
	金额	占比(%)	金额	占比(%)	金额	占比(%)	金额	占比(%)
辅料	224.50	21.60	334.98	25.14	178.81	23.42	169.05	22.76
职工薪酬	238.45	22.95	114.24	8.57	133.92	17.54	139.04	18.72
水电费	172.00	16.55	197.80	14.85	112.61	14.75	103.09	13.88
折旧	176.00	16.94	262.40	19.69	213.65	27.99	206.45	27.80
加工费	161.64	15.55	332.22	24.93	78.11	10.23	56.41	7.60
其他	66.62	6.41	90.73	6.81	46.24	6.06	68.61	9.24
合计	1,039.21	100.00	1,332.36	100.00	763.34	100.00	742.65	100.00

报告期内制造费用发生额持续增长，2019年度相比2018年度变动较小，明细构成比例较为稳定；2020年度相比2019年度制造费用增长较多，一方面系随着业务规模扩大，发行人购置了新的生产线设备，固定资产折旧与辅料增长，另一方面系2020年度随着销量增长，布罩等需求量增加，布罩加工费有所增长，2020年度整体制造费用增长。2021年1-6月随着业务规模的扩大，制造

费用整体上涨，新冠疫情减免社保政策取消后职工薪酬占制造费用比例增加。

3) 制造费用的职工薪酬的人员构成及变动情况

公司计入制造费用的职工薪酬主要为生产管理人员、质检员以及其他制造人员（主要为机修人员）的薪酬。各类别人员于报告期各期末的人数及各报告期各期平均人数如下所示：

单位：人

类别	2021年6月30日 /2021年1-6月		2020年12月31日 /2020年度	
	年末人数	全年平均数	年末人数	全年平均数
生产管理人员	15	10	3	3.16
质检员	18	12	5	3.25
其他制造人员	10	6.5	5	3.92
合计	43	28.5	13	10.33
类别	2019年12月31日 /2019年度		2018年12月31日 /2018年度	
	年末人数	全年平均数	年末人数	全年平均数
生产管理人员	4	3.25	3	2.83
质检员	3	3.08	5	4.33
其他制造人员	6	6.08	2	4.58
合计	13	12.42	10	11.75

报告期内，计入制造费用的职工薪酬的人数存在略微变动。2019年度与2018年度相比，计入制造费用的职工薪酬的平均人数增加1人左右，主要系其他制造人员的增加；2020年度与2019年度相比，计入制造费用的职工薪酬的平均人数减少2人左右，主要系其他制造人员的减少。2021年1-6月与2020年度相比，计入制造费用的职工薪酬的平均人数增加18人左右，其中质检员与生产管理人员平均增加分别8人、6人左右，主要系质检员与生产管理人员的增加。

4) 在业务规模逐年扩大的背景下计入制造费用的职工薪酬逐年减少的原因及合理性

报告期内各期，计入制造费用的职工薪酬及制造人员人均年薪酬如下所示：

项目	2021年1-6月	2020年度	2019年度	2018年度
制造费用-职工薪酬(万元)	238.45	114.24	133.92	139.04
全年平均人数(人)	28.50	10.33	12.42	11.75
人均薪酬(万元/年)	16.73	11.06	10.79	11.92

2021年1-6月与2020年度相比，制造费用-职工薪酬增加较多，制造人员人数与制造员工平均薪酬均增加。从人员构成出发，本期人员增加主要系薪酬相对较高的生产管理人员与质检员，整体平均薪酬提高，本期制造费用-职工薪酬有所增长。

2020年度与2019年度相比，制造费用-职工薪酬减少19.68万元，主要原因系人数的减少。从上述人员构成看，减少的主要为其他制造人员，原因系公司2020年来加大了自动化设备的投入，在购置了新设备的同时淘汰了部分传统的老旧设备，因此相应的日常维护需求有所下降，对应的修理维护人员有所减少，故制造费用-职工薪酬有所减少。

2019年度与2018年度相比，制造费用-职工薪酬略微下降，主要系受人员构成的影响，2019年度计入制造费用-职工薪酬的人数较2018年度相比增加，但增加的为薪酬相对较低的机修员等其他制造人员，而薪酬相对较高的质检员人数减少，该人员结构的变化拉低了平均薪酬。

综上所述，2018年至2020年计入制造费用-职工薪酬逐年减少、2021年1-6月薪酬增长具有合理性。

5) 报告期内制造费用中加工费用的明细构成情况

公司制造费用中加工费用由布罩加工费、工序加工费和模具及其他加工费构成。布罩加工为公司主要的外协生产。由于部分产品需要配置布罩，用于产品的日常遮盖、防尘等功能，出于自身加工的成本及加工效率的考虑，公司选择将布罩的缝纫加工环节委托给外部供应商。工序加工主要在公司订单交货较为紧急、内部产能无法满足需求时，将电泳、焊接、喷涂等部分工序外发加工，提升生产效率。报告期内各期加工费用的构成如下所示：

单位：万元

类别	2021年1-6月	2020年度	2019年度	2018年度
布罩加工	27.99	182.23	45.94	30.82

类别	2021年1-6月	2020年度	2019年度	2018年度
工序加工	101.06	131.70	6.78	-
模具及其他加工	32.58	18.29	25.39	25.59
合计	161.64	332.22	78.11	56.41

6) 加工费用变动与相关产品产量变动的匹配情况

报告期内，公司加工费主要系布罩加工费和工序加工费，2018至2020年度以布罩加工为公司主要的外协生产，2021年1-6月以工序加工为公司主要的外协生产。布罩可用于产品的日常遮盖、防尘等功能，系客户根据终端消费者需求，对部分产品推出含布罩款和不含布罩款2种选择。公司出于自身加工的成本及加工效率的考虑，选择将布罩的缝纫加工环节委托给外部供应商。2021年开始由于生产规模进一步扩大，公司减少布罩委托加工业务，通过购进布罩成品投入生产以此加快生产效率，因此导致2021年1-6月布罩加工费用下降。

工序加工主要在公司订单交货较为紧急、内部产能无法满足需求时，将电泳、焊接、喷涂等部分工序外发加工，提升生产效率，报告期内工序加工费用因产量增长而增加。

报告期内，布罩加工费发生额与所需布罩的产品产量情况如下：

项目	2021年1-6月	2020年度			2019年度			2018年度
	金额	金额	变动额	变动比	金额	变动额	变动比	金额
布罩加工费（万元）	27.99	182.23	136.29	296.67%	45.94	15.12	49.06%	30.82
所需布罩产品产量（万套）	12.37	79.37	60.26	315.33%	19.11	6.84	55.75%	12.27
单价（元/套）	2.26	2.30	-0.11	-4.49%	2.4	-0.11	-4.29%	2.51

由上表可知，2018年度至2020年度布罩加工费金额逐年增加，主要系客户出于对环境保护的考虑，泡沫、塑料保护膜等包装物的使用减少，产品配置布罩的需求性增加，报告期内所需布罩产品的产量快速增长，使得布罩加工费增长较大。2021年1-6月公司出于生产效率的考虑，减少布罩委托加工增加成品布罩采购量。布罩加工费单价因产品体积所需布罩大小及工艺复杂程度而有所不同，报告期内布罩加工费单价存在小幅波动。

报告期内，工序加工费发生额与产量的变动情况如下所示：

项目	2021年 1-6月	2020年度			2019年度			2018 年度
	金额	金额	变动 额	变动比	金额	变动 额	变动比	金额
工序加工费 (万元)	101.06	131.70	124.92	1842.48%	6.78	6.78	100.00%	-
产量(万套)	79.10	117.20	59.09	101.69%	58.11	-0.43	-0.73%	58.54
单位产量加工费 (元/套)	1.28	1.12	1.00	833.33%	0.12	0.12	100.00%	-
产能利用率	142.25%	140.91%			102.85%			99.36%

由上表可知，报告期内工序加工费金额逐年增加，主要系报告期内随着公司产能利用率逐年提高，2019年度达到产能的瓶颈，部分产品的部分工序开始外发加工。2020年开始订单需求量增长较大，公司现有产能无法满足需求，电泳、焊接、喷涂等部分工序外发加工，需要工序加工的占比有所提升，导致工序加工费用及单位产量加工费增长。产能利用率的变动与工序加工费的变动趋势一致。

综上所述，报告期内加工费用变动与产品产量变动相匹配，具有合理性。

(3) 直接人工

1) 直接人工的数量变动情况及人均薪酬

报告期内直接人工的数量变动情况及人均薪酬如下：

单位：万元

项目	2021年 1-6月	2020年度			2019年度			2018年度			2017 年度
		金额	变动额	变动 幅度 (%)	金额	变动额	变动 幅度 (%)	金额	变动额	变动 幅度 (%)	金额
直接人工	1,719.93	2,386.85	1,239.49	108.03	1,147.36	153.46	15.44	993.90	-116.71	-10.51	1,110.61
年平均人数(人)	437.33	286.67	97.83	51.81	188.83	25.83	15.85	163.00	-32.92	-16.80	195.92
年平均工资(万元/人)	3.93	8.33	2.25	37.01	6.08	-0.02	-0.33	6.10	0.43	7.58	5.67

2018年度直接人工下降幅度为10.51%，主要系公司2018年度生产人员数量减少16.80%，同时随着公司工资水平的调整，生产人员人均工资增长。2019年度直接人工增长幅度为15.44%，主要系2019年度生产人员的人数增长15.85%，生产人员人均工资保持稳定。2020年度直接人工增长幅度为108.03%，

主要系本年扩大产能，较上年新招聘了近百名生产工人，生产人员的人数增长 51.81%，与此同时，本年上调了薪资水平，生产人员人均工资增长 37.01%。2021 年 1-6 月年平均人数增长较多，主要系随着公司订单量和产能的增长，新招聘了部分生产人员。

2) 与当地人均薪酬的比较

单位：万元/人

项目	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
公司直接人工年平均工资	3.93	8.33	6.08	6.10
金华市年平均工资	-	-	6.59	5.94

注：金华市平均工资系金华市统计局公布的全社会单位就业人员年平均工资，2020 年度未公布平均工资，下同。

公司生产人员薪酬主要以计件工资核算，同时根据社会劳动力供需状况、产品生产工艺的难易程度及工作能力表现等因素浮动。2019 年度直接人工平均工资低于金华市年平均工资，主要系新增的生产人员为基础操作工人，工资水平较低。结合金华市平均工资水平，报告期内公司直接人工的年平均工资与当地人均薪酬不存在较大差异，薪酬水平具有合理性。

3) 2018 年直接人工成本下降的具体原因及合理性

2018 年度直接人工下降幅度为 10.51%，主要系 2018 年度公司生产人员的数量减少 16.80%。生产人员减少的原因具体如下：

①产品结构的变化。公司 2018 年度产量虽较 2017 年度上升，但营业收入较 2017 年度下降。产量的增长主要系生产工艺较为简单的气炉、火盆的产量增加所致，而生产工艺较为复杂的气炉桌的产量较少，故所需的生产人员数量减少，直接人工下降。2017 年度和 2018 年度，各类产品的产量如下表所示：

单位：万套

项目	2018 年度			2017 年度
	产量	变动额	变动幅度(%)	产量
火盆	40.69	4.13	11.30	36.56
火盆桌	6.03	0.56	10.24	5.47
气炉	5.65	4.50	391.30	1.15
气炉桌	2.49	-1.73	-41.00	4.22

项目	2018 年度			2017 年度
	产量	变动额	变动幅度(%)	产量
其他	3.68	0.91	32.85	2.77
合计	58.54	8.37	16.68	50.17

②购置自动化生产设备提升生产效率。

2017 年 10-12 月，公司陆续购入机器人焊接系统等设备十余套。相较于原有的人工焊接，该部分设备的投入，大大提升了生产效率，减少了生产人员的需求。

综上所述，2018 年度直接人工成本的下降具有合理性。

(4) 不能抵扣的进项税

1) 不能抵扣的进项税的形成原因

报告期内，不能抵扣的进项税金额如下：

单位：万元

项目	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
不能抵扣的进项税	-	9.16	51.85	496.43

报告期内，公司出口退税实行“免、退”政策，因出口退税率低于法定征税税率的差异导致形成不能抵扣的进项税。

2) 不能抵扣的进项税波动的原因及合理性

报告期内，按出口退税申报商品代码统计的法定征税税率及退税率如下：

①2021 年 1-6 月

出口退税率、法定征税税率均为 13%，当期未形成不能抵扣的进项税。

②2020 年度

申报商品 代码	商品类别	出口金额 占比 (%)	出口退税率		法定征税 税率
			2020 年 1-3 月	2020 年 4-12 月	
7321890000	火盆等	65.02	13%		13%
9403899000	火盆桌、气炉 桌	30.80	13%		

申报商品代码	商品类别	出口金额占比 (%)	出口退税率		法定征税税率
			2020年1-3月	2020年4-12月	
9403200000	气炉桌	2.05	13%		
7321810000	气炉	2.04	10%	13%	
7326909000	火盆展示架	0.08	10%	13%	
7321900000	火盆配件	0.01	13%		

③ 2019年度

申报商品代码	商品类别	出口金额占比 (%)	出口退税率		法定征税税率	
			2019年1-3月	2019年4-12月	2019年1-3月	2019年4-12月
7321890000	火盆等	59.02	13%		16%	13%
9403200000	火盆桌、气炉桌	24.01	16%	13%		
9403899000	火盆桌、气炉桌	16.32	13%			
7321810000	气炉	0.55	10%			
7321900000	火盆配件	0.06	13%			
7326909000	火盆展示架	0.04	10%			

④ 2018年度

申报商品代码	商品类别	出口金额占比 (%)	出口退税率		法定征税税率	
			2018年1-10月	2018年11-12月	2018年1-4月	2018年5-12月
7321890000	火盆等	70.80	9%	13%	17%	16%
9403200000	火盆桌、气炉桌	29.10	15%	16%		
7321900000	火盆配件	0.03	9%	13%		
7326909000	火盆展示架	0.07	9%	10%		

由上表可知，出口退税政策变化主要表现为出口退税率的提高以及增值税应税销售行为适用的税率降低。

A、出口退税率的提高

根据财政部、税务总局《关于调整部分产品出口退税率的通知》（财税〔2018〕123号）的规定：自2018年11月1日起原出口退税率为15%的产品，出口退税率提高至16%；原出口退税率为9%的产品，出口退税率提高至10%；

将部分金属制品等产品出口退税率提高至 13%。公司产品适用的出口退税率提高。

根据财政部、税务总局《关于提高部分产品出口退税率的公告》（财政部税务总局公告 2020 年第 15 号）的规定：自 2020 年 3 月 20 日起（以出口货物报关单上注明的出口日期界定），将瓷制卫生器具等 1,084 项产品出口退税率提高至 13%。公司产品适用的出口退税率提高。

B、增值税应税销售行为适用的税率降低

根据财政部、税务总局《关于调整增值税税率的通知》（财税〔2018〕32 号）的规定：自 2018 年 5 月 1 日起，纳税人发生增值税应税销售行为或者进口货物，原适用 17%和 11%税率的，税率分别调整为 16%、10%。

根据财政部、税务总局、海关总署《关于深化增值税改革有关政策的公告》（财政部、税务总局、海关总署公告 2019 年第 39 号）的规定：自 2019 年 4 月 1 日起，增值税一般纳税人发生增值税应税销售行为或者进口货物，原适用 16%税率的，税率调整为 13%。原适用 16%税率且出口退税率为 16%的出口货物劳务，出口退税率调整为 13%。

报告期内，公司出口商品主要系火盆类产品。火盆类产品征退税差额税率 2018 年 1 月至 4 月为 8%，2018 年 5 月至 10 月为 7%，2018 年 11 月至 2019 年 3 月为 3%，2019 年 4 月至 2021 年 6 月为 0%，在报告期内征退税差额税率呈持续下降趋势。

综上所述，不能抵扣的进项税在报告期内持续下降主要原因系出口退税率的提高以及增值税应税销售行为适用的税率降低，征退税差额税率呈持续下降趋势。

3、报告期内业务系统与财务系统运行情况及成本核算准确性的说明

报告期内发行人使用的业务系统与财务系统未实现数据对接，主要是由于报告期内发行人的关键业务单据主要以纸质单据形式留存，财务系统入账不依赖于业务系统的数据，因此上述系统未实现数据对接不影响发行人成本核算的真实、准确、完整。

报告期内，发行人在原材料出入库环节、产成品出入库环节均设置了控制节点，存货管理部门通过纸质出入库单据记录审核；每月末存货管理部门进行原材料、半成品、产成品的盘点，财务部对原材料、产成品的盘点进行监盘，存货管理部门根据盘点结果及当月出入库单据汇总形成存货台账。每月末存货管理部门将当月原材料及产成品出入库单据、存货台账提交至财务部，由财务部再次核对出入库单据和存货台账、产成品出库汇总数据后进行存货收发存入账及成本结转。

报告期内发行人业务系统使用情况为：在销售业务流程中，发行人购买了北京勤哲软件技术有限公司专为发行人定制开发的销售系统“勤哲 EXCEL 服务器”，记录销售订单、出口商品订舱、收款等相关信息。该系统是根据发行人销售业务流程和需求所定制开发的系统，能较好地满足发行人销售业务运行需要。在采购业务流程中，发行人使用金蝶 K3 系统作为采购业务系统，记录采购订单相关信息。

因此，报告期内发行人的关键业务单据包括原材料出入库单据、产成品出入库单据、采购发票、销售发票、收款银行凭证等均以纸质单据留存，财务部据此核对后进行财务系统的入账而不依赖业务系统的数据，可以真实、准确、完整地核算成本，故报告期内发行人业务系统与财务系统未实现数据对接，但这并不影响发行人成本核算，发行人可真实、准确、完整地核算成本，财务内部控制制度健全。

截至本招股说明书签署日，发行人加强了信息技术系统的建设和升级，进一步完善了业务系统和财务系统的使用及对接性，原采购业务系统停止使用，在财务系统金蝶 KIS 系统开设更多模块，将采购订单、采购发票、原材料出入库单据、销售订单、产成品出入库单据等原以纸质单据留存的信息录入金蝶 KIS 系统，进而简化了财务部核对纸质单据的工作，同时由于销售业务系统更满足发行人销售业务流程需要、发行人需要使用该销售业务系统记录更多与销售业务相关的信息，销售业务系统继续使用。

(四) 毛利及毛利率变动分析

1、毛利的构成分析

报告期内，公司的毛利情况如下：

单位：万元

项目	2021年1-6月		2020年度		2019年度		2018年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
主营业务毛利	8,158.62	100.00%	13,971.84	99.99%	6,904.31	100.00%	5,205.30	99.99%
其他业务毛利	0.24	0.00%	1.20	0.01%	0.32	0.00%	0.42	0.01%
合计	8,158.86	100.00%	13,973.04	100.00%	6,904.63	100.00%	5,205.72	100.00%

报告期各期，公司的毛利分别为 5,205.72 万元、6,904.63 万元、13,973.04 万元和 8,158.86 万元。公司的毛利主要来源于主营业务毛利，报告期各期，主营业务毛利占比均在 99%以上，基本保持稳定。

报告期各期，公司主营业务毛利按产品类别情况如下：

单位：万元

产品类别	2021年1-6月		2020年度		2019年度		2018年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
火盆	3,849.17	47.18%	7,948.32	56.89%	3,309.64	47.94%	2,774.51	53.30%
火盆桌	182.53	2.24%	640.40	4.58%	798.30	11.56%	915.19	17.58%
气炉	18.94	0.23%	187.19	1.34%	533.94	7.73%	303.60	5.83%
气炉桌	3,909.03	47.91%	4,912.03	35.16%	2,170.34	31.43%	834.77	16.04%
其他	198.95	2.44%	283.89	2.03%	92.09	1.33%	377.23	7.25%
总计	8,158.62	100.00%	13,971.84	100.00%	6,904.31	100.00%	5,205.30	100.00%

报告期内，公司主营业务毛利主要由火盆、气炉桌两类产品构成，二者占比分别为 69.34%、79.37%、92.04%和 95.09%，呈逐年上升趋势。

2、主营业务毛利率变动分析

报告期内，公司主营业务毛利率及变动情况如下：

项目	2021年1-6月		2020年		2019年度		2018年度
	毛利率	毛利率变动	毛利率	毛利率变动	毛利率	毛利率变动	毛利率
主营业务毛利率	35.59%	-10.03%	43.83%	-2.35%	46.18%	8.15%	38.03%

注：2021年1-6月毛利率变动为较上年同期变动数，下同。

(1) 2019 年主营业务毛利率变动原因分析

2019 年度，公司主营业务毛利率较上年增加了 8.15%，主要由以下几方面原因引起：

1) 汇率波动影响

报告期内，公司外销收入占比 98%以上，产品主要销往北美地区，产品定价及结算以美元为主，因此美元兑人民币汇率的波动对公司主营业务收入产生直接影响，进而影响主营业务毛利率。

2019 年，汇率波动对毛利率的影响具体测算如下：

项目	2019 年度
美元结算的销售收入（万美元）A	2,154.72
2019 年平均汇率 B	6.8817
2018 年平均汇率 C	6.6669
汇率影响毛利金额（万元） $D=A*(B-C)$	462.83
2019 年主营业务收入（万元）E	14,952.16
汇率影响 2019 年毛利率 $F=D/E$	3.09%

2) 不可抵扣进项税波动影响

根据财政部、税务总局、海关总署公告 2019 年第 39 号《财政部、税务总局、海关总署关于深化增值税改革有关政策的公告》及相关规定，自 2019 年 4 月 1 日起，增值税一般纳税人发生增值税应税销售行为或者进口货物，原适用 16%税率的，税率调整为 13%，原适用 10%税率的，税率调整为 9%。

报告期内，公司的出口货物实行“免、退”办法申报退税，2019 年由于增值税税率调整，相应的出口退税税率也发生变动，进而对公司因征退税差额导致的不可抵扣进项税额产生影响，影响公司的主营业务毛利率。

2019 年不可抵扣进项税波动对公司毛利率的影响具体测算如下：

项目	2019 年度
2019 年征退税差导致的不可抵扣进项税（万元）A	51.85
2018 年征退税差导致的不可抵扣进项税（万元）B	496.43
不可抵扣进项税波动影响毛利金额（万元） $C=B-A$	444.58

项目	2019 年度
2019 年主营业务收入 (万元) D	14,952.16
不可抵扣进项税波动影响 2019 年毛利率 E=C/D	2.97%

3) 主要原材料价格波动的影响

2019 年公司原材料采购价格整体呈下降趋势，其对发行人毛利率的影响如下（影响金额测算详见本招股说明书“第六节 业务与技术”之“四、发行人的采购情况和主要供应商”之“（四）各类原材料价格波动的敏感性分析、原材料价格波动对利润的影响及应对措施”）：

项目	2019 年
原材料价格波动对毛利的影响合计 (万元) A	209.57
2019 年主营业务收入 (万元) B	14,952.16
原材料价格对毛利率的影响 C=A/B	1.40%

4) 产品结构变化的影响

2018 年、2019 年公司主营业务收入结构及毛利率情况如下：

产品类别	2019 年		2018 年	
	主营业务收入占比	毛利率	主营业务收入占比	毛利率
火盆	50.82%	43.55%	56.43%	35.93%
火盆桌	12.33%	43.30%	16.38%	40.83%
气炉	7.69%	46.45%	5.80%	38.23%
气炉桌	27.64%	52.51%	13.74%	44.40%
其他	1.51%	40.69%	7.65%	36.04%

由于不同类别的产品毛利率也有所不同，因此各年度的主营业毛利率也受当年的产品收入结构变动的影响。

假设本年度的各类产品收入占比与上年保持一致，产品结构变化对主营业务毛利率影响的具体测算如下：

项目	2019 年
按照假设测算 2019 年主营业务毛利率 A	44.69%
2019 年实际主营业务毛利率 B	46.18%
产品结构变化对 2019 年毛利率的影响 C=B-A	1.49%

注：按照假设测算 2019 年主营业务毛利率= Σ （当年各产品类别毛利率 \times 上年度该产品收入占比）

根据上述各项因素，对发行人 2019 年毛利率影响值汇总如下：

项目	2019 年
1、汇率波动影响当期毛利率	3.09%
2、不可抵扣进项税波动影响当期毛利率	2.97%
3、原材料价格波动影响	1.40%
4、产品结构变化对毛利率的影响	1.49%
测算毛利率影响合计	8.95%
主营业务毛利率实际变动幅度	8.15%

综上所述，发行人 2019 年毛利率保持增长是多重因素共同作用的结果，由于测算假设与实际存在一定的差异，因此测算的毛利率变动幅度与实际变动幅度存在差异具有其合理性，符合公司的实际经营情况。

（2）2020 年主营业务毛利率变动原因分析

2020 年度，公司主营业务毛利率较上年减少了 2.35%，主要由以下几方面原因引起：

1) 运杂费计入成本的影响

2020 年 1 月 1 日起，公司适用新收入准则，根据新收入准则及财政部《收入准则应用案例——运输服务》，公司 2020 年度将控制权转移前发生的运杂费作为合同履行成本计入营业成本（金额），因此运杂费计入成本对公司主营业务收入产生直接影响，进而影响主营业务毛利率。

2020 年，运杂费对毛利率的影响具体测算如下：

项目	2020 年度
2020 年运杂费对毛利影响金额（万元）A	-1,268.02
2020 年主营业务收入（万元）B	31,878.77
运杂费影响 2020 年毛利率 C=A/B	-3.98%

2) 主要原材料价格波动的影响

2020 年公司原材料采购价格整体呈下降趋势，其对发行人毛利率的影响如下（影响金额测算详见本招股说明书“第六节 业务与技术”之“四、发行人的

采购情况和主要供应商”之“（四）各类原材料价格波动的敏感性分析、原材料价格波动对利润的影响及应对措施”）：

项目	2020年
原材料价格波动对毛利的影响合计（万元）A	117.97
2020年主营业务收入（万元）B	31,878.77
原材料价格对毛利率的影响 C=A/B	0.37%

3) 产品结构变化的影响

2020年、2019年公司主营业务收入结构及毛利率情况如下：

产品类别	2020年		2019年	
	主营业务收入占比	毛利率	主营业务收入占比	毛利率
火盆	56.62%	44.03%	50.82%	43.55%
火盆桌	4.72%	42.56%	12.33%	43.30%
气炉	1.72%	34.23%	7.69%	46.45%
气炉桌	34.65%	44.47%	27.64%	52.51%
其他	2.29%	38.84%	1.51%	40.69%

由于不同类别的产品毛利率也有所不同，因此各年度的主营业毛利率也受当年的产品收入结构变动的影响。

假设本年度的各类产品收入占比与上年保持一致，产品结构变化对主营业务毛利率影响的具体测算如下：

项目	2020年
按照假设测算 2020年主营业务毛利率 A	43.14%
2020年实际主营业务毛利率 B	43.83%
产品结构变化对 2020年毛利率的影响 C=B-A	0.69%

注：按照假设测算 2020年主营业务毛利率=Σ（当年各产品类别毛利率×上年度该产品收入占比）

4) 不可抵扣进项税波动影响

2020年因出口退税率调整对公司毛利率的影响具体测算如下：

项目	2020年度
2020年征退税差导致的不可抵扣进项税（万元）A	9.16
2019年征退税差导致的不可抵扣进项税（万元）B	51.85

项目	2020 年度
不可抵扣进项税波动影响毛利金额（万元） $C=B-A$	42.69
2020 年主营业务收入（万元）D	31,878.77
不可抵扣进项税波动影响 2019 年毛利率 $E=C/D$	0.13%

5) 汇率波动的影响

2020 年、2019 年平均结算汇率如下：

项目	2020 年度
美元结算的销售收入（万美元）A	4,557.30
2020 年平均汇率 B	6.8846
2019 年平均汇率 C	6.8817
汇率影响毛利金额（万元） $D=A*(B-C)$	13.22
2020 年主营业务收入（万元）E	31,878.77
汇率影响 2020 年毛利率 $F=D/E$	0.04%

根据上述各项因素，对发行人 2020 年毛利率影响值汇总如下：

项目	2020 年
1、运杂费影响当期毛利率	-3.98%
2、原材料价格波动影响	0.37%
3、产品结构变化对毛利率的影响	0.69%
4、不可抵扣进项税波动的影响	0.13%
5、汇率波动的影响	0.04%
测算毛利率影响合计	-2.75%
主营业务毛利率实际变动幅度	-2.35%

综上所述，发行人 2020 年毛利率下降主要原因系根据新收入准则将控制权转移前的运杂费计入成本导致，另外原材料价格波动、产品结构变化、不可抵扣进项税波动及汇率波动对毛利率也有一定的影响，由于测算假设与实际存在一定的差异，因此测算的毛利率变动幅度与实际变动幅度存在差异具有其合理性，符合公司的实际经营情况。

(3) 2021年1-6月主营业务毛利率变动原因分析

2021年1-6月，公司主营业务毛利率较上年同期下降了10.03%，主要由以下几方面原因引起：

1) 汇率波动的影响

2021年1-6月，汇率波动对毛利率的影响具体测算如下：

项目	2021年1-6月
美元结算的销售收入（万美元）A	3,475.89
2021年1-6月平均汇率B	6.4671
2020年1-6月平均汇率C	7.0282
汇率影响毛利金额（万元） $D=A*(B-C)$	-1,950.44
2021年1-6月主营业务收入（万元）E	22,926.54
汇率影响2020年毛利率 $F=D/E$	-8.51%

2) 主要原材料价格波动的影响

2021年1-6月公司原材料采购价格较上年同期大幅上升，其对发行人毛利率的影响如下（影响金额测算详见本招股说明书“第六节 业务与技术”之“四、发行人的采购情况和主要供应商”之“（四）各类原材料价格波动的敏感性分析、原材料价格波动对利润的影响及应对措施”）：

项目	2021年1-6月
原材料价格波动对毛利的影响合计（万元）A	-1,437.21
2021年1-6月主营业务收入（万元）B	22,926.54
原材料价格对毛利率的影响 $C=A/B$	-6.27%

3) 自制成本降低的影响

2020年以来，公司通过购入自动化设备、喷涂流水线等方式不断提高生产效率、降低单位制造成本，2020年公司购置各类生产设备近1500万元，随着自动化设备在生产环节中的应用不断扩大、生产效率不断提高，公司单位产品制造成本（制造费用+直接人工）有所下降，对公司毛利率影响测算如下：

2021年1-6月、2020年1-6月单位产品的制造成本如下：

项目	2021年1-6月	2020年1-6月
制造费用及直接人工A（万元）	2,786.39	1,343.20
当期折算产量B（万套）	113.80	46.73
单位制造成本 $C=A/B$ （元/套）	24.48	28.74

注：当期折算产量为按照各类产品的实际产量乘以折算系数。以火盆作为标准产品测算，其耗用产能为标准系数1，则火盆桌的耗用产能系数为2，气炉的耗用产能系数为1，气炉

桌的耗用产能系数为3，其他产品的耗用产能系数为1；

2021年1-6月单位制造成本下降对毛利率的影响测算如下：

项目	2021年1-6月
2021年1-6月折算产量A（万套）	113.80
2021年1-6月单位制造成本B（元/套）	24.48
2020年1-6月单位制造成本C（元/套）	28.74
单位制造成本影响毛利金额（万元） $D=A*(C-B)$	484.60
2021年1-6月主营业务收入（万元）E	22,926.54
单位制造成本影响2021年1-6月毛利率 $F=D/E$	2.11%

4) 产品结构变化的影响

2020年1-6月、2021年1-6月公司主营业务收入结构及毛利率情况如下：

产品类别	2021年1-6月		2020年1-6月	
	主营业务收入占比	毛利率	主营业务收入占比	毛利率
火盆	49.14%	34.16%	59.67%	45.92%
火盆桌	2.35%	33.84%	4.48%	42.43%
气炉	0.19%	43.77%	4.20%	35.13%
气炉桌	45.70%	37.31%	29.64%	47.44%
其他	2.61%	33.19%	2.01%	38.83%

由于不同类别的产品毛利率也有所不同，因此各年度的主营业毛利率也受当年的产品收入结构变动的的影响。

假设本年度的各类产品收入占比与上年保持一致，产品结构变化对主营业务毛利率影响的具体测算如下：

项目	2021年1-6月
按照假设测算2021年1-6月主营业务毛利率A	35.47%
2021年1-6月实际主营业务毛利率B	35.59%
产品结构变化对2021年1-6月毛利率的影响 $C=B-A$	0.12%

注：按照假设测算2021年1-6月主营业务毛利率 $=\sum$ （本期各产品类别毛利率 \times 上年同期该产品收入占比）

根据上述各项因素，对发行人2021年1-6月毛利率影响值汇总如下：

项目	2021年1-6月
1、汇率波动影响当期毛利率	-8.51%
2、原材料价格波动影响	-6.27%
3、单位成本降低对毛利率的影响	2.11%
4、产品结构变化对毛利率的影响	0.12%
测算毛利率影响合计	-12.54%
主营业务毛利率实际变动幅度	-10.03%

综上所述，发行人 2021 年 1-6 月毛利率下降主要原因系汇率波动以及原材料价格波动导致，公司也积极通过提升生产效率、降低单位制造成本、优化产品结构等方式来减少毛利率下降的影响。由于测算假设与实际存在一定的差异，因此测算的毛利率变动幅度与实际变动幅度存在差异具有其合理性，符合公司的实际经营情况。

3、各类产品毛利率的变动分析

报告期内，公司主营业务毛利率及毛利率变动情况如下：

项目	2021年1-6月		2020年度		2019年度		2018年度
	毛利率	变动额	毛利率	变动额	毛利率	变动额	毛利率
火盆	34.16%	-11.76%	44.03%	0.48%	43.55%	7.62%	35.93%
火盆桌	33.84%	-8.59%	42.56%	-0.74%	43.30%	2.47%	40.83%
气炉	43.77%	8.64%	34.23%	-12.22%	46.45%	8.22%	38.23%
气炉桌	37.31%	-10.13%	44.47%	-8.04%	52.51%	8.11%	44.40%
其他	33.19%	-5.64%	38.84%	-1.85%	40.69%	4.65%	36.04%
主营业务	35.59%	-10.03%	43.83%	-2.35%	46.18%	8.15%	38.03%

报告期内，公司主营业务毛利率受到汇率波动、不可抵扣进项税波动、原材料价格波动、产品结构变化以及运杂费计入成本等多种因素的影响，上述因素对各年度主营业务毛利率变动的的影响本节“十一、经营成果分析”之“（四）毛利及毛利率变动分析”之“2、主营业务毛利率变动分析”。

具体到各产品类别的毛利率，除上述因素外，还受各年度具体的产品款式不同的影响，其毛利率变动情况分析如下：

(1) 火盆毛利率变动分析

报告期内，火盆的毛利率及毛利率变动情况如下：

项目	2021年1-6月		2020年		2019年度		2018年度
	毛利率	变动额	毛利率	变动额	毛利率	变动额	毛利率
毛利率	34.16%	-11.76%	44.03%	0.48%	43.55%	7.62%	35.93%

2019年，火盆产品毛利率较2018年上升7.62%，主要系当年新推出的津布森火盆、安吉拉火盆、德勒火盆、德克萨斯火盆、宫廷火盆等多款新设计产品，销售额达1,114.22万元，占比14.66%，上述几款产品的毛利率平均在50%以上，导致2019年的毛利率水平有所上升。

2020年，火盆产品毛利率与2019年相比基本保持稳定。

2021年1-6月，火盆产品毛利率较上年下降11.76%，与整体毛利率下降幅度基本一致，产品结构变化对毛利率的影响较小。

(2) 火盆桌毛利率变动分析

报告期内，火盆桌的毛利率及毛利率变动情况如下：

项目	2021年1-6月		2020年		2019年度		2018年度
	毛利率	变动额	毛利率	变动额	毛利率	变动额	毛利率
毛利率	33.84%	-8.59%	42.56%	-0.74%	43.30%	2.47%	40.83%

2019年火盆桌的毛利率较上年增加2.47%，原因系本年销量最多的朗廷火盆桌尺寸较大（该产品为36寸，一般的火盆桌为30-34寸），因此定价及毛利率较高，从而拉高了火盆桌的整体毛利率。

2020年火盆桌的毛利率较上年下降0.74%，原因系本年销量最多的爱丁堡火盆桌毛利率低于火盆桌平均毛利率，从而拉低了火盆桌的整体毛利率。

2021年1-6月，火盆桌产品毛利率较上年下降8.59%，与整体毛利率下降幅度基本一致，产品结构变化对毛利率的影响较小。

(3) 气炉毛利率变动分析

报告期内，气炉的毛利率及毛利率变动情况如下：

项目	2021年1-6月		2020年		2019年度		2018年度
	毛利率	变动额	毛利率	变动额	毛利率	变动额	毛利率
毛利率	43.77%	8.64%	34.23%	-12.22%	46.45%	8.22%	38.23%

2019年公司气炉的毛利率较2018年上升了8.22%，原因系2019年公司主要生产的气炉为奥悦小气炉，该款产品根据客户要求未在四周安装玻璃罩，因此导致2019年该产品成本明显下降，而2018年销售的气炉则主要都是含玻璃罩的款式，因此成本相对较高；而两款产品的定价相近，因此2019年气炉的毛利率相对较高。

2020年公司气炉的毛利率较上年下降12.22%，主要原因系CSA（加拿大标准协会）对该类产品标准要求有所改变，需要增加自动熄火装置，导致该产品成本增加，毛利率下降。

2021年1-6月，气炉产品毛利率较上年升8.64%，一方面原因系2021年1-6月销售气炉主要为毛利率相对较高的奥悦小气炉，另一方面2021年1-6月销售的气炉主要为上年的库存，相应的成本较低。

（4）气炉桌毛利率变动分析

报告期内，气炉桌的毛利率及毛利率变动情况如下：

项目	2021年1-6月		2020年		2019年度		2018年度
	毛利率	变动额	毛利率	变动额	毛利率	变动额	毛利率
毛利率	37.31%	-10.13%	44.47%	-8.04%	52.51%	8.11%	44.40%

2019年气炉桌的毛利率较2018年上升8.11%，主要原因系产品结构不同导致，2019年销售的气炉桌中以王者气炉桌为主，该款产品毛利率较高，2019年销售该款产品3,135.90万元，占气炉桌销售额的75.87%，导致了2019年的毛利率上升。

2020年气炉桌的毛利率较2019年下降了8.04%，主要原因系2020年气炉桌平均售价有所下降，由于王者气炉桌产品逐渐进入成熟期，产品销售量较高，相应的对售价进行了调整，导致2020年气炉桌的毛利率下降。

2021年1-6月，气炉桌产品毛利率较上年下降10.13%，与整体毛利率下降幅度基本一致，产品结构变化对毛利率的影响较小。

4、各类产品前五大客户毛利及毛利率变动分析

报告期内各类产品前五大客户毛利及毛利率、各类产品前五大客户各年度毛利率变动较大的主要原因情况已申请豁免披露。

5、各类产品中不同类型或规格的产品毛利率及变动分析

(1) 报告期内火盆、火盆桌、气炉、气炉桌等各类产品中不同类型或规格的产品毛利率及变动原因已申请豁免披露。

(2) 不同类型或规格的产品之间毛利率存在差异的原因及合理性

由于公司的产品均为非标定制化产品，公司在向客户报价时会考虑客户下单产品的设计难度、材质、加工工艺的复杂程度等因素，因此同类产品不同类型或规格的定价及毛利率有所差别。同时，公司也会综合考虑客户的产品采购数量、售后服务要求、付款条件等因素，对产品的价格进行灵活调整，以获取利润总额最大化。

因此，不同类型或规格的产品之间毛利率存在差异，符合公司的实际经营状况，具有商业合理性。

6、公司与同行业可比公司的毛利率比较

公司主要产品为火盆、火盆桌、气炉和气炉桌等，属于户外休闲家具行业，目前国内上市公司中没有以生产上述产品为主的企业，在该类细分产品领域无具体的可比公司。为了更好的进行比较，选取了从事户外休闲家具或室内家具生产销售且出口收入占比较高的上市公司作为同行业可比公司，同行业可比上市公司的选取标准及可比性分析详见本招股说明书“第六节 业务与技术”之“二、发行人所处行业的基本情况与竞争状况”之“(六) 行业内的主要企业”之“2、可比上市公司及选取标准”。

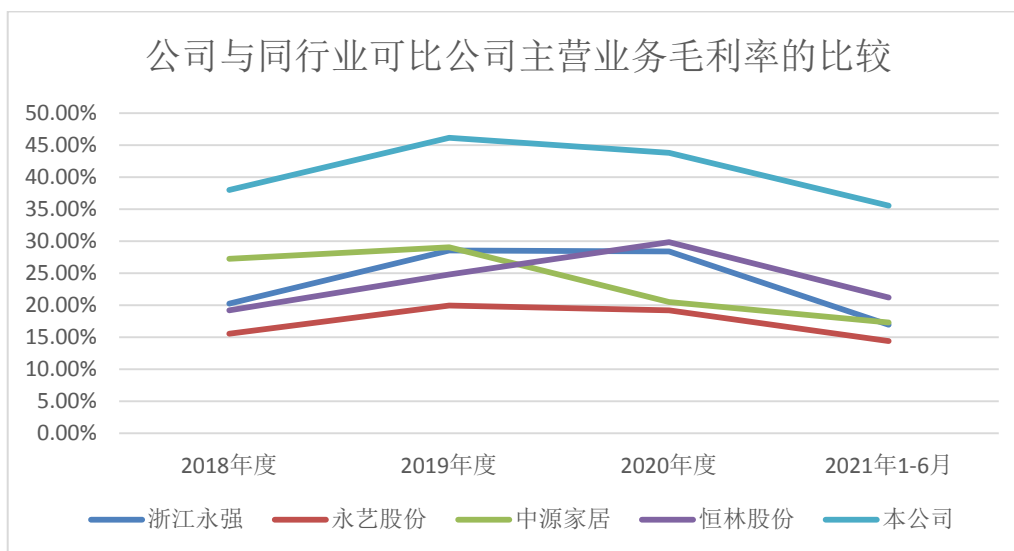
(1) 公司与同行业可比公司主营业务毛利率情况

报告期内，公司与同行业可比公司主营业务毛利率情况比较如下：

公司名称	2021年1-6月	2020年度	2019年度	2018年度
浙江永强	16.99%	28.40%	28.55%	20.26%
永艺股份	14.42%	19.20%	19.95%	15.55%

中源家居	17.32%	20.52%	29.05%	27.26%
恒林股份	21.22%	29.85%	24.81%	19.21%
平均值	17.49%	24.49%	25.59%	20.57%
本公司	35.59%	43.83%	46.18%	38.03%

数据来源：WIND、上市公司披露的定期报告；



由上图可知，2019年度公司与同行业可比公司毛利率均明显上升；2020年发行人毛利率较上年有所下降，主要原因系根据新收入准则将控制权转移前的运杂费计入成本导致。同行业公司中，浙江永强、永艺股份、中源家居2020年主营业务毛利率均因新收入准则的影响导致2020年毛利率呈下降趋势，恒林股份未披露其2020年毛利率上升的具体原因。

2021年1-6月，受原材料价格上涨以及美元对人民币折算汇率下降等因素的影响，同行业上市公司的毛利率均有不同程度的下降，发行人毛利率的变动趋势与同行业公司一致。

（2）公司毛利率高于同行业可比公司的原因

由于永艺股份、中源家居以及恒林股份等公司以室内办公家具及休闲家具为主，其产品定位、终端消费人群以及产品类型均不相同，因此毛利率可比性不高。

公司与浙江永强所处行业均为户外休闲家具及用品行业，但所属行业的细分领域、公司的经营发展方向和经营策略等存在差异，产品定位、定价模式以

及目标消费群体等也都也有差别，因此毛利率存在一定的差异。两者毛利率水平的差异主要系以下因素导致：

首先，户外休闲家具及用品品类繁多，其细分产品构成及、产品定位、原材料的差异亦会导致细分产品毛利率的差异，公司与浙江永强的产品类别便存在差异。公司主营产品为火盆、火盆桌、气炉、气炉桌等户外休闲家具，而浙江永强主营产品主要包括休闲家具及遮阳制品，近年来还逐步增加了金属制品、机票旅游服务等业务。与其他户外休闲家具相比，公司产品除了取暖等实用价值外，更具备装饰庭院、营造氛围等功能，消费者更看重产品设计和质量，发行人在行业内口碑较好，具有较强的定价能力，故整体盈利能力较强。

其次，浙江永强部分产品为外购后再向客户销售，根据其披露的 2020 年年报数据，户外休闲家具及用品外购量占当年销售量的 30.19%，而公司产品全部为自产，不存在外部采购直接对外销售的情况，因此公司毛利率也相应较高。

公司的毛利率较高主要系公司通过突出的自身产品设计与服务优势获得较强的定价权所致，具体分析如下：

1) 发行人主要产品为户外火盆、火炉产品，该行业是户外休闲家居行业的细分领域，专门从事户外火盆、火炉产品研发、设计与生产的成规模企业较少，而发行人具备独立的研发设计能力、完整的原材料供应链、强大的产品生产能力和优质的售后服务能力，与行业内其他供应商相比，发行人的产品与服务均较为突出，进而能获得优质零售客户的长期信赖，并愿意接受稍高的溢价。

2) 基于户外火盆、火炉产品具有的观赏性、装饰性的特点，终端用户在消费该产品时会更看重产品的设计。因此，发行人的零售客户在向发行人采购时，考量因素除了包括产品的生产成本外，更注重产品的设计是否符合消费者的审美趋势，并会结合消费者的心理价位进行零售端价格的确定。

公司产品的具体定价过程及王者气炉桌的具体定价过程示例已申请豁免披露。

因此，公司毛利率较高主要系发行人通过突出的产品设计与服务优势获得较强的定价权所致，具有合理性。

(3) 其他家居产品行业公司及细分领域公司的毛利率情况

通过查询家居产品行业中其他公司及细分领域的上市公司毛利率情况，部分家居产品行业公司及细分领域的上市公司毛利率也比较高，具体情况如下：

公司	主营业务	证监会 细分行业	2021年 1-6月	2020 年	2019 年	2018 年
曲美家居 (SH: 603818)	中高档民用家具的设计、生产和销售，主营木质家具	制造业-家具制造业	41.36%	43.59%	43.81%	42.43%
乐歌股份 (SZ:300729)	包括健身车、升降桌、笔记本支架等智慧家居、健康办公用品	制造业-家具制造业	40.00%	47.66%	46.89%	45.27%
好太太 (SH.603848)	智能晾衣架、智能锁为代表的智能家居产品	制造业-金属制品业	45.21%	48.97%	49.47%	42.64%
发行人	火盆、火盆桌、气炉、气炉桌等休闲家具用品	制造业-家具制造业（细分为金属家具制造）	35.59%	43.83%	46.18%	38.03%

数据来源：WIND、上市公司披露的定期报告。

由上表可知，曲美家居、乐歌股份及好太太等家居行业及其细分领域的上市公司毛利率也比较高，并显著高于家居行业可比公司的毛利率水平，发行人同为家居行业细分领域及金属制品领域的公司，毛利率水平与上述公司不存在重大差异。2021年1-6月，受大宗商品及原材料价格上涨影响，毛利均有不同程度的下降。

综上所述，发行人毛利率水平较高具有合理性。

7、各类产品的定价策略、发行人控制产品毛利率的措施及主营产品毛利率的稳定性

(1) 报告期内，公司各类产品的定价策略或依据如下：

产品类别	销售定价策略/依据	影响产品定价的关键要素
火盆	公司主要客户为大型连锁超市，根据公司多年来对市场数据的收集，公司能大致推算出各类产品消费者愿意购买的心理价位和主要客户火盆、气炉类产品的利润空间，因此公司在推出新款产品时会参考市场价格、过往产品零售价格推算客户的零售价，并在此基础上扣除预留给客户的利润空间及产品成本后确定报价。	影响产品定价的关键要素为外观设计、尺寸、材质等，公司根据上述几个要素的情况并综合考虑客户订单量、付款条件、售后要求等确定报价；若同行业竞争对手有款式、功能相近的具有可比性的产品，则主要考虑产品成本、利润空间及自身产能情况后确定报价。
火盆桌		
气炉		
气炉桌		

(2) 发行人控制产品毛利率的措施

发行人控制产品毛利率的措施包括：

1) 加大研发投入、定期推出优质新产品

公司每年均会推出多款新产品，在推出新产品之前，公司会参考市场价格、过往产品零售价格推算客户的零售价，并在此基础上扣除预留给客户的利润空间及产品成本后确定报价。

在新产品定价方面，公司具有较强的自主性，因此能较好地保证产品的毛利率。未来，公司将继续加大对研发设计的投入，持续推出设计新颖、质量优异的新产品，以获取较高的利润水平。

2) 成本控制

报告期内，公司通过多种渠道筛选合格供应商并进行比价，从产品质量、产品价格及交货周期等多方面对供应商进行考察，并根据市场价格波动情况进行库存调整等一系列措施，有效控制材料的采购成本；同时，通过增加自动化设备提高生产效率、引进专业人才提升管理效率等方式，进一步提高材料的利用率，降低成本波动。

(3) 主营产品毛利率预计将稳定、持续

报告期内，公司主营业务毛利率分别为38.03%、46.18%、43.83%和35.59%，毛利率水平相对较高，不同年度间存在一定的波动，主要是受汇率波动、不可抵扣进项税波动、原材料价格波动、产品结构变化以及运杂费计入成本等多种因素的影响。2021年1-6月毛利率有所下降，主要原因系上半年原材料价格大幅上涨及汇率波动导致。

随着行业竞争的不断加剧，新进入者或者竞争对手可能会采取低价策略增加其市场份额，或者推出类似的产品来抢占公司的市场份额，从而造成公司产品报价及毛利率水平的下降。

公司将采取积极的应对措施以降低毛利率可能下降的影响，具体包括但不限于：①持续加大产品研发、设计能力，不断推出毛利率较高的新产品，提高公司整体毛利率水平；②努力开拓新的大型零售商客户，扩大营业收入规模，增强公司抗风险能力和盈利规模，提升公司持续经营能力；③持续优化生产管理，不断提高自动化水平，进一步提高生产效率和经营效率。

因此，根据公司现有的研发设计生产能力、客户结构及产品种类，预计公司毛利率在未来期间仍能维持在一个相对稳定的水平。

（五）期间费用分析

报告期内，期间费用及其占营业收入的比例变动情况如下：

单位：万元

项目	2021年1-6月		2020年度		2019年度		2018年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
销售费用	424.68	1.85%	810.39	2.53%	1,351.74	8.96%	1,391.23	10.05%
管理费用	547.52	2.38%	1,003.62	3.13%	596.37	3.95%	671.44	4.85%
研发费用	619.90	2.69%	900.28	2.81%	488.06	3.24%	432.36	3.12%
财务费用	116.27	0.51%	651.82	2.03%	-94.09	-0.62%	-130.36	-0.94%
合计	1,708.37	7.43%	3,366.12	10.49%	2,342.08	15.53%	2,364.68	17.08%

报告期各期，公司期间费用合计金额分别为 2,364.68 万元、2,342.08 万元、3,366.12 万元和 1,708.37 万元，占营业收入的比例分别为 17.08%、15.53%、10.49%和 7.43%。

1、销售费用分析

报告期内，公司的销售费用明细情况如下：

单位：万元

项目	2021年1-6月	2020年度	2019年度	2018年度
运杂费	-	-	636.93	698.70
佣金	247.22	495.32	387.35	286.36
职工薪酬	61.35	125.06	93.52	93.51
售后服务费	21.22	36.18	41.77	113.91
广告宣传费	2.47	10.73	43.75	52.19
差旅费	30.28	27.36	48.30	46.40
折旧摊销费	5.02	10.98	15.90	19.15
商业保险费	24.26	17.89	18.62	22.39
其他	32.87	86.86	65.60	58.62
合计	424.68	810.39	1,351.74	1,391.23

公司销售费用主要由运杂费、售后服务费以及销售佣金构成。报告期各期，公司销售费用分别为 1,391.23 万元、1,351.74 万元、810.39 万元和 424.68 万元，销售费用率分别为 10.05%、8.96%、2.53%和 1.85%，2018 年、2019 年整体波动较小。2020 年度、2021 年 1-6 月销售费用占收入比重减少至 2.53%、1.85%，

主要原因系根据新收入准则，公司将控制权转移前发生的运杂费用 1,268.02 万元、935.91 万元计入营业成本。若考虑将运杂费还原至销售费用，则 2020 年度、2021 年 1-6 销售费用占收入比为 6.48%、5.91%。

(1) 运杂费

报告期内，公司的运杂费分别为 698.70 万元、636.93 万元、1,268.02 万元和 935.91 万元，占营业收入的比重分别为 5.05%、4.22%、3.95%和 4.07%。

1) 报告期内运杂费构成明细

报告期内各期，运杂费的构成情况如下：

单位：万元

项目	2021年 1-6月	占比(%)	2020年度	占比 (%)	2019 年度	占比 (%)	2018 年度	占比 (%)
订舱费	379.47	40.55	506.48	39.94	274.29	43.06	295.55	42.30
拖 运 装 卸 费	519.37	55.49	688.08	54.26	343.14	53.88	358.04	51.24
其他	37.07	3.96	73.46	5.79	19.49	3.06	45.11	6.46
合 计	935.91	100.00	1,268.02	100.00	636.93	100.00	698.70	100.00

[注]根据新收入准则及财政部《收入准则应用案例——运输服务》，公司 2020 年度、2021 年 1-6 月将控制权转移前发生的运杂费作为合同履行成本计入营业成本，金额分别为 1,268.02 万元、935.91 万元，为便于增强数据的可比性，本招股说明书仍将运杂费作为销售费用进行比较。

公司运杂费主要由订舱费及拖运装卸费构成，与公司以外销为主的销售结构一致,运杂费构成符合行业惯例。

2019 年度运杂费下降主要系 2019 年度年销量有所下降。2020 年度运杂费较 2019 年度成倍增长，主要系 2020 年度销量翻倍增长所致。

2) 量化分析运杂费与营业收入匹配情况

报告期内公司运杂费与营业收入具有匹配性，分析如下：

单位：万元

项 目	2021年 1-6月	2020年度	2019年度	2018年度
运杂费 A	935.91	1,268.02	636.93	698.70
营业收入 B	23,004.87	32,093.60	15,085.22	13,841.51
运杂费率(%)C=A/B	4.07	3.95	4.22	5.05
销售数量(万套)D	79.90	120.43	55.40	56.58

项目	2021年1-6月	2020年度	2019年度	2018年度
单位运杂费(万元/套)E=A/D	11.71	10.53	11.50	12.35

报告期内，公司营业收入保持增长，运杂费占营业收入比有所下降，单位运杂费也有所下降，运杂费主要由订舱费及拖运装卸费构成，由于公司不同规格型号的产品体积差异较大，因此运杂费与实际装运的货柜数量具有更直接的配比关系，运杂费与货柜数量的匹配情况如下：

单位：万元

项目	2021年1-6月	2020年度	2019年度	2018年度
订舱费 A	379.47	506.48	274.29	295.55
拖运装卸费 B	519.37	688.08	343.14	358.04
货柜数量(个)C	1,703	2,496	1,158	1,269
单位订舱费(万元/个)D=A/C	0.22	0.20	0.24	0.23
单位拖运装卸费(万元/个)E=B/C	0.30	0.28	0.30	0.28

报告期内，单位订舱费及单位拖运装卸费运费基本稳定，2020年度单位订舱费有所下降主要系订舱费包括订舱费、文件费、港口操作费和其他杂项费等，文件费和港口操作费与订舱次数有关，随着销售规模的进一步扩大，公司能更加合理地安排订舱，节约文件费和港口操作费，使得单位货柜的单位订舱费下降。

综上所述，报告期内公司运杂费与营业收入波动匹配。

3) 报告期与客户约定运杂费承担方式的变化情况及运杂费的会计处理方式。

报告期内，公司与主要客户运费承担方式及公司对运杂费的会计处理方式如下：

客户名称	贸易模式	合同约定运费承担方式	会计处理
沃尔玛 (Wal-Mart)	FOB	境内运费由公司承担， 海运费由客户承担	旧收入准则下：境内 运费计入销售费用； 新收入准则下：境内 运费计入营业成本；
家得宝 (HomeDepot)	FCA		
LI&FUNG (TRADING) LIMITED	FOB		
ACE HARDWARE INTERNATIONAL HOLDINGS,LTD	FOB		

客户名称	贸易模式	合同约定运费承担方式	会计处理
TRACTOR SUPPLY COMPANY	FOB		
4348125 CANADA INC.	FOB		
傲基科技	FOB		
MENARDS	DDP	境内运费由公司承担，海运费由客户承担	旧收入准则下：境内运费计入销售费用；新收入准则下：境内运费计入营业成本，海运费冲减收入

报告期内，公司与主要客户约定的运费承担方式未发生变化,运杂费的相关会计处理合理。

4) 报告期内主要物流供应商付款金额及占比

单位：万元

物流供应商	2021年1-6月		2020年度		2019年度		2018年度	
	金额	占比(%)	金额	占比(%)	金额	占比(%)	金额	占比(%)
宁波友特国际物流有限公司	205.75	32.17	370.20	32.38	165.23	31.09	205.31	35.75
北京康捷空国际货运代理有限公司	135.07	21.12	286.36	25.05	82.39	15.50	65.92	11.48
丹马士环球物流(上海)有限公司	84.86	13.27	200.48	17.54	104.81	19.72	97.15	16.92
浙江新洋国际货运代理有限公司	164.56	25.73	146.35	12.80	93.73	17.64	110.94	19.32
合计	590.25	92.28	1,003.40	87.76	446.17	83.96	479.32	83.47

报告期内各物流供应商支付金额占比总体较稳定，北京康捷空国际货运代理有限公司系客户指定货运公司，主要客户有沃尔玛和TRACTOR SUPPLY COMPANY等，2020年北京康捷空国际货运代理有限公司物流运输费用占比上涨主要系2020年该部分客户销量翻倍上涨所致。

5) 报告期内主要物流供应商基本情况如下：

物流供应商	成立日期	注册地	注册资本	是否存在关联关系	主营业务
宁波友特国际物流有限公司	2017-05-18	宁波市	500万人民币	否	海上、陆路、航空国际货运代理，国内陆路货运代理，道路货物运输，普通货物仓储，代理报关等

物流供应商	成立日期	注册地	注册资本	是否存在 关联关系	主营业务
北京康捷空国际 货运代理有限公司	1993-08-30	北京市	232万 美元	否	承办国内外货物的空运、 海运国际运输代理业务
丹马士环球物流 (上海)有限公司	1998-11-30	上海市	344万 美元	否	承办海运、陆运、空运进 出口货物、国际展品、私 人物品及过境货物的国际 运输代理业务
浙江新洋国际货 运代理有限公司	2015-07-23	永康市	1,000万 元人民币	否	海上、航空、陆路国际货 运代理、仓储服务

(2) 佣金

1) 销售佣金的具体内容

公司主要客户为沃尔玛、家得宝等美国商超，业务合作过程中客户由美国总部进行产品选样、下单等工作，为了及时、高效地与客户沟通，公司聘请了在美国、加拿大的销售代理专职为公司提供服务，消除时差、语言障碍和文化差异，让公司与客户的沟通更为顺畅。销售代理的工作内容包括：1) 负责维护公司分配的现有境外客户，包括但不限于与客户进行日常的联系、参加客户会议；2) 在客户下单前负责送样、选样、确定产品款式、数量、交期等沟通工作；3) 为公司设计及研发新产品提供前期数据支持工作，包括但不限于对公司产品在境外市场的需求进行调研并反馈调研结果；4) 及时与公司沟通境外销售情况及市场动态。

根据双方签署的《销售代理协议》，公司按销售代理负责对接的客户当年收回货款的订单金额的 2% 支付佣金，并约定了最低销售金额，若未达到最低销售金额则只支付保底费用。支付方式上，公司每季度支付固定的保底费用，次年年初根据上年回款订单金额的 2% 支付佣金。

2) 报告期内主要佣金支付对象及计算方式

报告期内，发行人的主要佣金支付对象是发行人聘请的 4 名专职销售代理，分别是 3 位美国人及 1 位长期生活在加拿大的中国人，在为发行人提供服务前的工作单位与发行人现有客户、供应商不存在重叠的情况。4 名销售代理的情况如下：

佣金支付对象	与发行人是否存在关联关系	主要负责的客户	区域	结算依据	最低销售额及保底佣金
RICH BOZEK	否	家得宝 (HomeDepot) 等	美国	按其负责对接客户当年实际收到货款金额的1.5%-2%结算佣金, 若未完成最低销售额则只支付保底佣金	每年最低销售额为 360 万美元, 保底佣金为 7.20 万美元
ERIC HARRISON	否	沃尔玛 (Wal-Mart) 等	美国		每年最低销售额 540 万美元, 保底佣金 10.80 万美元
MENGXIN XU	否	加拿大区域客户	加拿大		每年最低销售额 400 万加币, 保底佣金 8 万加币
MATTEW HILL	否	家得宝 (HomeDepot) 等	美国		每年最低销售额为 800 万美元, 保底佣金为 12.00 万美元

注: 2021 年 3 月, RICH BOZEK 已超正常退休年龄, 主动提出终止合作, 公司改聘 MATTEW HILL 承接 THE HOME DEPOT USA INC 等客户的代理服务。

公司与相关佣金支付方不存在关联关系, 报告期内佣金均系第三方为公司开拓境外业务而发生的佣金, 相关活动符合行业惯例, 销售佣金支付均真实准确, 费用真实合理, 不存在违反相关法律法规向相关方直接或变相进行商业贿赂的情况。

(3) 职工薪酬

1) 销售部门设置情况

公司销售部门主要负责客户开拓与维系、日常销售客服工作等。销售部门设置于境内, 销售人员均在金华市武义县办公。为便于获取实时市场信息, 及时接受客户反馈, 提高服务水平, 公司销售人员按照职能分工紧密配合, 共同服务公司客户。报告期内各期末, 公司销售人员按职能分工的人数情况如下:

单位: 人

职位	职能分工	2021.6.30	2020.12.31	2019.12.31	2018.12.31
销售经理	负责市场及客户开拓, 拟订销售政策, 洽谈贸易条款, 管理日常销售工作	1	1	1	1

职 位	职能分工	2021.6.30	2020.12.31	2019.12.31	2018.12.31
销售业务助理	负责从接受订单、制定生产计划、货物物流跟踪、客户维护等具体销售业务全流程支持	6	6	5	6
单证员	负责制作销售单证，安排订单物流事宜、报关事宜。	1	1	1	1
装柜员	负责货物装柜	-	-	5	-
合 计		8	8	12	8

2) 销售人员人均薪酬

报告期内各期销售人员的职工薪酬、人员数量及人均工资的变动情况如下：

单位：万元

项目	2021年1-6月	2020年度			2019年度			2018年度
	金额	金额	变动额	变动幅度(%)	金额	变动额	变动幅度(%)	金额
销售人员工资	61.35	125.06	31.54	33.73	93.52	0.01	0.01	93.51
平均人数(人)	8.00	8.00	-1.00	-11.11	9.00	1.75	24.14	7.25
平均工资(万元/人)	7.67	15.63	5.24	50.44	10.39	-2.51	-19.44	12.90

2019年度公司销售人员工资总额较2018年度增加0.01%，销售人员数量较2018年相比增加24.14%，平均工资较2018年相比下降19.44%，主要系受销售部门结构调整影响所致，主要原因如下：①2019年9月起，为降低装卸费用成本，公司自聘装柜人员，该部分人员的工资较销售部门其他岗位低，拉低了平均水平；由于公司销售规模的进一步扩大，原聘的装柜人员无法满足出货需求，同时考虑销售淡旺季等影响成本效益，2020年1月起，仍改为外聘专业的装卸公司；②2019年销售业务助理较2018年减少，销售业务助理工资较单证员、装柜员高，故人均薪酬较低。

2020年度销售人员工资总额较2019年增加33.73%，销售人员数量较2019年减少1人，平均工资较2019年相比上升50.44%，主要系本年业绩大幅增长，销售人员薪资与业绩挂钩，故整体薪资增幅明显。

综上，销售人员职工薪酬与销售人员变动、人均工资的变动相吻合。

3) 与当地平均薪酬水平的对比情况

报告期内，公司销售人员的平均工资与金华市平均工资对比情况如下：

单位：万元

项 目	2021年1-6月	2020年度	2019年度	2018年度
公司销售人员年平均工资	7.67	15.63	10.39	12.90
金华市年平均工资		/	6.59	5.94

注：金华市统计局尚未公布金华市2020年平均工资。

报告期内，公司销售人员平均薪酬高于当地平均薪酬水平。

(4) 售后服务费

1) 售后服务第三方机构的基本情况及合同约定内容

报告期内，发行人曾先后聘请三家第三方机构为公司提供售后服务，其基本情况及合同约定内容如下：

服务机构	注册地	基本情况	与发行人是否存在关联关系	合同约定内容
AMERICAN CUSTOMER SERVICE LLC	美国	位于亚特兰大，是一家专注于服务的企业，致力于为从事北美零售市场的公司提供优质的客户服务	否	接售后电话、打包和寄配件、仓储配件
FLEMING SALES COMPANY INC	美国	位于美国印第安纳州，主要提供卓越的客户服务、技术支持和期间和售后服务	否	接售后电话、打包和寄小配件
CUSTOMER FIRST SERVICE, INC	美国	位于美国密苏里州，主要为沃尔玛等供应商提供市场领先的客户管理服务	否	接售后电话、打包和寄配件、仓储配件

2) 报告期支付售后服务费情况及2020年度售后服务情况

报告期内，发行人支付售后服务费情况如下：

单位：万元

服务机构	2021年1-6月	2020年度	2019年度	2018年度
AMERICAN CUSTOMER SERVICE LLC	-	-	25.82	97.62
FLEMING SALES COMPANY INC	-	5.65	0.89	-
CUSTOMER FIRST SERVICE, INC	14.18	15.05	-	-
其他	7.04	15.48	15.06	16.29
合计	21.22	36.18	41.77	113.91

注：“其他”是指发行人直接支付给客户的售后服务费用，包括质量赔款、配件等支出。

2018年度，支付给 AMERICAN CUSTOMER SERVICE LLC 售后服务费较高主要系：①当年公司销售给家得宝部分批次产品配件出现质量问题，公司额外支出了一笔 35.53 万元的后续服务费用；2) 2019 年 10 月因对方服务机构考虑自身业务发展不再对外承接售后服务业务改做电商服务业务，故公司终止与其合作，导致 2019 年度向其支付售后服务费降低。

2020年1-4月，受新冠疫情影响，第三方服务机构 FLEMING SALES COMPANY INC 无法为公司提供售后服务，为及时解决客户的售后问题，公司将售后服务转移至发行人自身的销售部门并主要以邮件回复为主，此外，销售部还提供电话售后服务及寄送配件服务以解决售后问题；2020年5月开始 FLEMING SALES COMPANY INC 恢复提供服务。同时随着公司销售规模的扩大，结合 FLEMING SALES COMPANY INC 在疫情期间的服务质量，公司终止了与其合作，公司于2020年8月新聘请了 CUSTORMER FIRST SERVICE, INC 作为售后服务合作商开始合作。

报告期内，发行人的售后服务费用是准确、完整的。

3) 售后服务政策和同行业可比公司售后服务费预提情况

由于公司的外销收入占比 98.00%以上，公司产品单位价格相对不高，但产品体积相对较大，产品从客户所在地区（主要是境外地区）退回公司形成的退换货成本较高，因此发行人通常不选择退货，而是选择以下三种方式进行售后处理：

①以质量扣款的方式抵减客户的应收款，公司的会计处理是作为销售折扣冲减当期营业收入；

②直接向客户支付质量赔款，公司根据客户提供的质量扣款结算单通过银行转账汇款支付相应的赔款，公司的会计处理是计入销售费用-售后服务费；

③聘请境外当地的第三方售后服务机构为公司向客户提供售后服务，包括接听终端消费者的售后服务电话、寄送配件等。公司根据第三方机构开具的发票和结算单等原始凭据支付相应的售后服务费，公司的会计处理是记入销售费用-售后服务费。

报告期公司售后服务费占收入比情况：

单位：万元

项目	2021年1-6月	2020年度	2019年度	2018年度
售后服务费 A	21.22	36.18	41.77	113.91
营业收入 B	23,004.87	32,093.60	15,085.22	13,841.51
售后服务费率 C=A/B(%)	0.09	0.11	0.28	0.82

公司售后相关费用占营业收入比重较低，影响利润金额较小，不预提售后服务费；经查询同行业可比公司公开数据，不存在预提售后服务费情况。经查询同行业可比公司公开数据，不存在预提售后服务费情况，测算公司售后服务费占营业收入比重较低，影响利润金额较小，公司暂不预提售后服务费，公司售后服务费核算方法符合自身业务情况与行业惯例，具有合理性。

4) 报告期内维修配件耗用情况及管理情况

①报告期内维修配件的耗用量、耗用金额

项目	2021年1-6月		2020年		2019年		2018年	
	耗用量 (件)	耗用金额 (万元)	耗用量 (件)	耗用金额 (万元)	耗用量 (件)	耗用金额 (万元)	耗用量 (件)	耗用金额 (万元)
气炉类配件	2,230	2.56	3,161	3.69	2,098	2.43	33,368	10.65
火盆类配件	456	0.22	577	0.35	982	0.38	613	0.37
其他配件	175	0.31	90	0.07	195	0.34	202	0.21
合计	2,861	3.09	3,828	4.11	3,275	3.15	34,183	11.23

2018年维修配件领用量及领用金额偏高主要系解决销售给家得宝的部分批次产品出现质量问题领用隔热板数量增加所致，2018年隔热板领用32,100.00件，合计金额9.63万元。

②维修配件的存放地点及管理方式、领用方式

公司维修配件主要存放于公司的五金仓库，公司领用出库主要分两种情况：

A. 第三方售后服务机构根据客户要求（电话或邮件）提出需求申请，公司收到申请审核无误后安排专人负责收发维修配件，仓库人员根据需求领取维修配件，做好领料出库单，收发人员将领用出库的维修配件通过快递方式寄送给第三方售后服务机构，由第三方售后服务机构统一将维修配件分别寄送给终端消费者或为客户更换配件。

B. 公司根据往年销售情况预估需耗用的维修配件，将配件领取出库寄往第三方售后服务机构仓库存放，当客户有需求申请时，由第三方售后服务机构从其仓库中领取出库寄送客户，并及时登记台帐信息，月底公司与第三方售后服务机构核对当月库存明细。

期末，公司对仓库进行全面盘点，及时将经批准的库存盘盈盘亏情况提交给财务进行账务处理。

5) 2018年度销售给家得宝部分批次产品配件出现质量问题的具体情况

2018年，第三方售后服务公司AMERICAN CUSTOMER SERVICE LLC（以下简称ACS）接到三名终端客户的售后电话，称其在家得宝购买的王者气炉桌盆底温度过高。截至客户反映质量问题为止，公司已销售王者气炉桌约5.8万套，该情况引起公司高度重视，为有效解决该问题，公司与家得宝及时沟通商议解决方案，最终与家得宝达成一致：通过在盆底增加隔热板的措施有效解决盆底温度过高问题，为此公司提出以下解决方案：

①对于家得宝已销售出去的产品，公司在家得宝门店张贴公告，在公司网站首页发出通知，可以免费为终端消费者寄送隔热板，对于已反馈的终端消费者，公司将隔热板直接寄给第三方售后服务机构公司ACS，由售后服务公司ACS机构统一寄送给终端消费者。

②对于家得宝尚未销售出去的产品，公司将全部免费提供隔热板，由第三方服务公司ACS机构赴家得宝各仓储地将隔热板放入包装箱。其中，存放在家得宝各家门店且尚未销售的产品，退回至第三方服务公司ACS机构，由第三方服务公司ACS机构将隔热板放入包装箱后再运送至家得宝仓库，由此产生的运输费用第三方服务公司ASC与公司结算了额外35.53万元的后续服务费用。

(5) 广告宣传费

报告期内发行人的广告宣传费构成明细情况如下：

单位：万元

项目	2021年1-6月	2020年度	2019年度	2018年度
广告服务费	2.47	7.68	3.12	11.90
展会费	-	3.05	40.63	40.29

项目	2021年1-6月	2020年度	2019年度	2018年度
合计	2.47	10.73	43.75	52.19

公司广告宣传费主要由广告服务费及展会费构成，其中展会费占比较高。2018年度，广告服务费偏高主要系公司为开拓更多客户，制作宣传册费用较多。2018-2019年度，公司展会费基本稳定；2020年度，因受国内外新冠疫情影响，当年未参加各类展会，2020年账面展会费支出系上年预付的展会费对方扣除部分前期费用。

报告期内发行人广告宣传费主要支付对象及金额如下：

单位：万元

项目	2021年1-6月	2020年度	2019年度	2018年度
RELX Inc.dba Reed Exhinitions	-	-	10.94	11.92
福建省新瑞会展有限公司	-	-	-	20.11
北京环球博亚国际展览有限公司	-	-	15.86	-
武义县机关会计核算中心	-	-	7.84	8.06
ONEKREATE 3850 N 29TH TERRACF SUITE 107	-	-	-	9.00
北京泰莱特展览有限责任公司	-	-	4.00	-
浙江远大国际会展有限公司	-	3.06	-	-
其他	2.47	7.68	5.11	3.10
合计	2.47	10.73	43.75	52.19

以上支付方系 NHS 美国拉斯五金展、进出口商品交易会、德国科隆园艺及户外用品展、广交会等相关展会主办方或展厅及仓库出租方。

报告期内支付给武义县机关会计核算中心广告宣传费，主要为公司参加中国进出口商品交易会（广交会）的摊位费。2018年和2019年分别支付8.06万元和7.84万元，2020年因疫情影响未参加展会。

中国进出口商品交易会，创办于1957年4月25日，每年春秋两季在广州举办，由商务部和广东省人民政府联合主办，中国对外贸易中心承办。参展企业需根据中国进出口商品交易会官网通知进行申请登记，经中国进出口商品交易会审核通过后，参展单位与其所属交易团联系办理后续事宜。公司在中国进

出口商品交易会申请登记后，由公司所属交易团武义县商务局统一组织参加展会，并由其统一收取摊位费。

(6) 折旧摊销费、商业保险费

报告期内折旧摊销费、商业保险费明细如下：

单位：万元

项目	2021年1-6月	2020年度	2019年度	2018年度
折旧摊销费	5.02	10.98	15.90	19.15
商业保险费	24.26	17.89	18.62	22.39
小计	29.28	28.87	34.52	41.54

销售费用折旧摊销费主要系销售部门办公设备等折旧，报告期内折旧摊销费下降主要系销售部门部分设备折旧年限逐渐到期所致。

销售费用商业保险费主要系购买产品责任险及出口信用险。产品责任险及出口信用险系公司选取部分理赔风险较高或信用风险较高的客户，根据产品出口销售额按一定比例计算保险费，不同客户保险费率不同，报告期内，因投保客户不同及销售额波动导致商业保险费出现波动。

综上所述，报告期内折旧摊销费、商业保险费下降具有合理性。

(7) 与同行业公司比较

1) 发行人销售费用率与同行业可比公司比较情况

报告期内，发行人销售费用占销售收入比重与同行业可比公司比较情况如下：

项目	2021年1-6月	2020年度	2020年1-6月	2019年度	2018年度
浙江永强	3.81%	8.54%	6.86%	9.76%	8.99%
永艺股份	3.53%	2.89%	5.66%	4.53%	3.86%
中源家居	8.11%	10.02%	23.27%	18.26%	12.66%
恒林股份	5.54%	11.60%	12.31%	6.72%	5.34%
行业平均值	5.25%	8.26%	12.02%	9.82%	7.71%
剔除中源家居并还原运输费后的行业平均	6.36%	8.65%	8.28%	7.00%	6.06%
发行人	1.85%	2.53%	2.96%	8.96%	10.05%

项目	2021年 1-6月	2020 年度	2020年 1-6月	2019 年度	2018 年度
还原运杂费后发行人销售费用率	5.91%	6.48%	6.90%	8.96%	10.05%

注：根据同行业可比公司 2020 年 1-6 月及 2020 年报，恒林股份、浙江永强的运输相关费用均仍在销售费用中列报，2020 年度数据永艺股份、中源家居已根据新收入准则，将所销售产品控制权转移给客户之前发生的运输费计入营业成本。2021 年 1-6 月同行业可比公司均已根据新收入准则，将所销售产品控制权转移给客户之前发生的运输费计入营业成本，但仅永艺股份披露了计入营业成本的运输费，其余公司均未披露。

由上表可见，考虑将运杂费还原至销售费用后，2018年度、2019年度、2020年1-6月、2020年度及2021年1-6月，发行人的销售费用率分别为10.05%、8.96%、6.90%、6.48%、5.91%，处于行业中间水平。2020年度数据永艺股份、中源家居已根据新收入准则，将所销售产品控制权转移给客户之前发生的运输费计入营业成本。

报告期内中源家居的销售费用率明显偏高，主要系中源家居因开展跨境电商平台建设及运杂费较高（销售产品中沙发类产品销量占比达到95%以上，运输成本相应较高）导致销售费用偏高。恒林股份2020年开始销售费用率明显提高主要系其拓展跨境电商业务，跨境电商的销售渠道搭建运营费用，导致销售费用职工薪酬、销售业务费急剧增加。除2020年度外公司销售费用率稍高于行业平均值，2020年度受同行业可比公司恒林股份拓展跨境电商业务，导致其拉高了行业平均销售费用率。2021年1-6月，公司营业收入大幅增长，增长幅度超过销售费用增长幅度，导致销售费率下降。

2) 2019 年销售费用率较低、2020 年上半年销售费用率显著偏低的原因及合理性

考虑将运杂费还原至销售费用，2019 年度、2020 年 1-6 月和 2020 年度公司销售费用率分别为 8.96%、6.90%和 6.48%，低于 2018 年度的 10.05%。2019 年销售费用率较 2018 年度低，主要系：一方面，2018 年度公司销售给家得宝（HomeDepot）部分批次产品配件出现质量问题，使得售后服务费增长较大；另一方面 2018 年火盆类产品销售占比更高，火盆类产品相较于气炉类产品体积更大，单位运费更高，因此运杂费较高；从而导致 2018 年度销售费用率偏高，2019 年销售费用率不存在较低情况。

2020 年 1-6 月和 2020 年度销售费用率有所下降，主要系当年售后服务费、

展会费、差旅费均有较大幅度的下降。2020 年度受新冠疫情影响，第三方服务机构在 2020 年 1-4 月未能为公司提供售后服务，售后服务费下降，且因疫情原因公司未参加国内外展会，展会费及销售人员的差旅费大幅下降。此外，2020 年度发行人营业收入大幅增长亦会使销售费用率有所下降。

综上所述，2020 年上半年运杂费增长与营业收入增长匹配，售后服务费、展会费、差旅费的大幅下降及营业收入的增长导致销售费率下降，具备合理性。

2、管理费用分析

报告期内，公司的管理费用明细及与收入占比情况如下：

单位：万元

项目	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
职工薪酬	327.17	526.94	317.08	351.25
中介机构费	35.95	203.23	66.86	108.78
业务招待费	98.84	95.24	56.08	45.73
办公费	33.83	78.79	41.72	34.93
折旧摊销费	8.04	12.17	27.42	42.94
差旅费	0.74	3.15	11.03	21.45
其他	42.95	84.10	76.18	66.37
合计	547.52	1,003.62	596.37	671.44
营业收入	23,004.87	32,093.60	15,085.22	13,841.51
管理费用率 (%)	2.38	3.13	3.95	4.85

公司管理费用主要由职工薪酬、中介机构费、业务招待费等项目构成。报告期各期，公司管理费用分别 671.44 万元、596.37 万元、1,003.62 万元和 547.52 万元，管理费用率分别为 4.85%、3.95%、3.13%和 2.38%。

(1) 报告期内管理费用率持续下降的原因及合理性

报告期内管理费用率持续下降，主要系管理费用构成中部分系固定成本支出，而随着公司销售规模的逐渐扩大，导致管理费用率有所下降。

2019 年度虽较 2018 年度收入增长，但销量基本稳定，2019 年度管理费用金额变动较小，因此随着 2019 年度销售收入的增长，2019 年度管理费用率下降。2019 年度管理费用有所下降，主要系职工薪酬、中介机构费、折旧摊销费、

差旅费下降较多，其中职工薪酬下降主要系公司持续优化内部管理，提升管理工作的效率，进而适当精简管理部门人员所致，中介机构费下降主要系 2019 年度聘请中介机构服务减少所致；折旧摊销费下降主要系部分管理部门使用车辆及办公设备等折旧年限逐渐到期所致；差旅费下降主要系管理人员外出参加会议减少，差旅费下降。

2020 年度管理费用率有所下降，主要系 2020 年整体收入较上年同期保持高速增长，管理费用金额虽亦有较大幅度增长，但增幅低于营业收入增幅，导致管理费用率下降。管理费用 2020 年度较 2019 年度有较大增长，主要系职工薪酬、中介机构费增长较多，其中职工薪酬增长主要系本期业务规模扩大，公司新聘用了十多名管理人员，同时公司整体上调了管理人员薪酬；中介机构费增长主要系本期申报 IPO，相应聘请中介机构服务增加所致。2020 年度差旅费较低主要系受国内外疫情影响，员工减少外出，差旅费降低。

2021年1-6月管理费用率有所下降，主要系2021年1-6月收入增幅较大，部分固定成本支出随着公司销售规模的逐渐扩大被摊薄，导致管理费用率有所下降。

(2) 管理费用率与同行业可比公司的对比

报告期内管理费用率变动及与同行业可比公司对比分析见下：

项 目	2021年1-6月	2020年度	2019年度	2018年度
浙江永强	3.40%	4.60%	4.84%	5.58%
永艺股份	2.73%	3.20%	3.66%	3.68%
中源家居	3.28%	2.95%	3.81%	2.76%
恒林股份	4.72%	4.67%	5.62%	3.33%
行业平均	3.53%	4.15%	4.48%	3.84%
公 司	2.38%	3.13%	3.95%	4.85%

由上表可见，2018 年度、2019 年度公司管理费用率位于行业中位数，2020 年度及 2021 年 1-6 月管理费用率略低于行业平均水平，主要系营业收入快速增长，固定费用摊薄造成，与公司经营情况相匹配，具备合理性。

(3) 职工薪酬

1) 管理人员变动情况及与公司经营水平的一致性

报告期内，公司管理人员薪酬及人员变动情况如下：

单位：万元

项目	2021年 1-6月	2020年度			2019年度			2018 年度
	金额	金额	变动额	变动 幅度 (%)	金额	变动额	变动 幅度 (%)	金额
管理人员工资	327.17	526.94	209.86	66.19	317.08	-34.17	-9.73	351.25
平均人数(人)	66.50	49.42	9.92	25.11	39.50	-5.92	-13.03	45.42
平均工资(万元/人)	4.92	10.66	2.63	32.84	8.03	0.30	3.88	7.73
营业收入	23,004.87	32,093.60	17,008.38	112.75	15,085.22	1,243.71	8.99	13,841.51

2018-2019年度，公司营业收入基本保持稳定，未出现大幅波动，管理人员数量下降，主要由于公司持续优化内部管理，提升管理工作的效率，进而适当精简管理部门人员。

2020年度公司整体上调了管理人员薪酬，较2019年管理人员平均工资增长32.84%。

综上，报告期内，管理人员的变动情况与公司经营管理水平的提高、业务规模的扩大情况匹配，管理人员人均薪酬逐年增长，与公司经营水平一致。

2) 管理人员薪酬与同行业可比公司平均薪酬水平的对比情况、与当地平均薪酬水平的对比情况

报告期内，公司管理人员平均薪酬与同行业可比公司及当地平均薪酬对比如下：

单位：万元

项目	2021年1-6月	2020年度	2019年度	2018年度
浙江永强	-	16.34	17.17	14.81
永艺股份	-	16.25	22.56	22.61
中源家居	-	5.55	20.87	11.75
恒林股份	-	17.98	19.18	6.04
行业平均	-	14.03	19.95	13.80

项目	2021年1-6月	2020年度	2019年度	2018年度
本公司	4.92	10.66	8.03	7.73
金华市年平均工资	-	-	6.59	5.94

注 1：同行业上市公司人均薪酬=定期报告披露的管理费用（职工薪酬）/定期报告披露的财务和行政管理人员人数；

注 2：2020 年金华市全社会单位就业人员年平均工资尚未公布。

注 3：中源家居 2018-2020 年度管理人员人均薪酬波动较大。根据其公告的年度报告，2019 年度相较 2018 年度，管理人员人数基本稳定，计入管理费用-职工薪酬的金额增长 72.29%，增长主要系大力引进人才，员工薪酬支出较去年同期增长所致；2020 年度相较 2019 年度，管理人员人数增长 2.67 倍，而计入管理费用-职工薪酬的金额下降 2.24%，未披露具体变动原因；

注 4：恒林股份 2018 年度管理人员人均薪酬较低。根据其公告的年度报告，2018 年度管理人员人数远高于 2019 年度，未披露具体变动原因；

注 5:2021 年 1-6 月同行业公司未披露管理人员数量。

公司管理人员人均薪酬与同行业上市公司相比较低，主要系公司业务规模较同行业上市公司相比较小，且组织架构扁平化。报告期内各期，公司管理人员人均薪酬呈上升趋势，与当地的平均薪酬变动趋势一致且高于当地平均薪酬。

（4）办公费、其他管理费

办公费主要系购买办公用品等，报告期内，办公费保持稳定增长，2018 年至 2020 年分别为 34.93 万元、41.72 万元及 78.79 万元。2020 年办公费上涨主要系公司购买办公用品和小额办公器械增加。

其他管理费主要系修理费、排污费和水电费等，报告期内，其他管理费保持稳定增长。

3、研发费用分析

鉴于原研发费用明细分类归集中“其他”费用归集额逐年增大，发行人对 2017 年-2021 年 1-6 月研发费用的明细分类进行了进一步细分和调整，增设了“模具费”明细分类。调整后报告期内研发费用的明细构成如下：

单位：万元

项目	2021年1-6月	2020年度	2019年度	2018年度	2017年度
职工薪酬	340.51	433.78	273.66	261.63	218.86
直接材料投入	196.87	342.67	131.18	96.26	204.48
模具费	56.42	78.89	40.03	34.22	44.87
折旧费	10.03	17.93	15.31	13.11	9.18
其他	16.07	27.01	27.88	27.13	19.60

项目	2021年1-6月	2020年度	2019年度	2018年度	2017年度
合计	619.91	900.28	488.06	432.36	496.99

公司的研发费用主要由职工薪酬、直接材料投入、折旧费及其他费用构成。报告期内，公司研发费用投入整体较为稳定。

(1) 职工薪酬

1) 研发团队的构成及研发人员的职务

截至2021年6月30日，公司研发团队由姚成、张伟、熊新球等64名研发人员组成，占员工总数比例为10.46%，研发团队的具体构成及职能如下：

单位：人

岗位	职能	人员数量
研发技术部经理	自动皮膜生产线的研发和设计	1
结构设计组	产品结构设计、绘图、组装验证等工作	19
外观设计组	产品外观美化、设计	4
机电一体设计组	负责机电一体设计、研发	3
研发产品生产制造组	研发产品性能测试工作；产品成型研究；样品开发、打样；产品自动化工艺设计、设备的改进研究等	37

2) 研发人员变动及人均薪酬变动的原因及合理性

报告期内，公司研发人员的薪酬、人数及人均薪酬变动情况如下：

单位：万元

项目	2021年1-6月	2020年度			2019年度			2018年度		
	金额	金额	变动额	变动幅度(%)	金额	变动额	变动幅度(%)	金额	变动额	变动幅度(%)
研发人员工资	340.51	433.78	160.12	58.51	273.66	12.03	4.60	261.63	42.77	19.54
平均人数(人)	57.33	37.50	7.25	23.97	30.25	-3.08	-9.24	33.33	-0.92	-2.68
平均工资(万元/人)	5.94	11.57	2.52	27.85	9.05	1.20	15.29	7.85	1.46	22.83

2019年度研发人员工资较2018年度相比增长4.60%，原因系平均工资提高15.29%。2020年度研发人员工资较2019年度相比增长58.51%，主要系平均工资上涨27.85%及平均人数增加23.97%。

研发人员的变动主要与公司的研发项目数量有关。报告期内各期新增的研

发项目数量分别为 6 个、5 个、7 个、7 个，研发人员人数的变动与研发项目数量变动的趋势相匹配。报告期内研发人员的人均薪酬逐年增加，主要系公司为保持产品的竞争力，保留和吸引高端研发人才，逐步提高了研发人员的薪酬待遇。

综上，研发人员变动及人均薪酬变动合理。

3) 与同行业可比公司、当地平均薪酬水平的对比情况

报告期内，公司研发人员人均薪酬与同行业可比公司、当地平均薪酬对比情况如下：

单位：万元

项目	2021年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
浙江永强	-	11.34	11.05	9.11
永艺股份	-	10.08	9.92	9.85
中源家居	-	10.42	11.57	10.30
恒林股份	-	13.66	11.84	10.01
行业平均	-	11.37	11.09	9.82
本公司	5.94	11.57	9.05	7.85
金华市年平均工资	-	-	6.59	5.94

[注]同行业可比公司人均薪酬=定期报告披露的研发费用-职工薪酬/定期报告披露的研发人员人数；金华市统计局尚未公布 2020 年度金华市平均工资。

注 2:2021 年 1-6 月同行业公司未披露研发人员数量。

公司研发人员的人均薪酬较同行业可比公司相比略低但高于当地平均薪酬，主要原因为相较同行业可比公司发行人业务规模较小，且公司所处金华市武义县，当地薪酬水平相对较低，相应研发人员工资较低。报告期内各期，公司进一步提升了薪酬水平，公司研发人员的人均薪酬呈上升趋势，与行业平均水平的差距缩小，与当地的平均薪酬变动趋势一致且高于当地平均薪酬。

(2) 直接材料投入

1) 报告期内直接材料投入波动的原因及合理性

报告期内各年度直接材料投入有所波动主要系不同研发项目对材料需求不同，2017 年度研发项目主要系“自动化切压工艺”、“金属板材落料节材系统设计开发”等，2018-2019 年度研发项目主要系“户外燃气火炉/火盆的设计开

发”、“便携式户外烧烤火盆的设计开发”、“多用途户外烧烤桌的设计开发”，2017年度研发项目相较于2018-2019年度领用冷轧板量更高，导致2017年度研发费用直接材料投入量较高。2020年直接材料投入加大主要系2020年销售订单大幅增长，公司生产需求增多，新产品研发需求增长，研发项目投入加大。

2) 研发领料及材料投入研发活动过程的会计核算方法

公司研发过程中研发领料流程如下：各研发小组根据项目实际研发需求提出领料申请，仓库根据研发部门及研发项目领用物料单据做研发出库，并将其中一联物料领用单交财务部，财务部根据领料单记录按研发项目对研发领料作为研发费用归集，计入当期损益。同时，定期对研发领料形成的废料收入相应冲减研发支出。

研发领料与其他领料严格区分，报告期内不存在将其他费用混入研发费用的情形。

(3) 模具费

模具费2017-2019年度较为稳定，2020年度较高，主要系模具费根据研发项目性质和进度不同，具有波动性，一般新产品研发对于模具费的需求更大。2018-2020年度新增的新产品研发项目数量分别为1个、2个、3个，因此模具费金额有一定波动。

(4) 其他研发费用

调整后报告期内其他费用的明细构成如下：

单位：万元

项目	2021年1-6月	2020年度	2019年度	2018年度	2017年度
测试费用	12.89	20.39	19.00	19.77	12.83
其他费用	3.18	6.62	8.88	7.37	6.77
小计	16.07	27.01	27.88	27.13	19.60

研发费用中其他费用主要系测试费及其他费用，细分后报告期内研发费用其他费用较为稳定。

(5) 报告期各期在研项目情况

报告期各期研发项目情况如下：

单位：万元

项目	项目 预算	项目时间	是否 完成	投入金额			
				2021年 1-6月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
火炉/火盆管材加工岛的生产工艺研究	160.00	2021.01-2021.12	否	83.63			
火炉/火盆超厚材料拉伸余料切除设备工艺研究	100.00	2021.01-2021.07	否	83.76			
摇臂式单轴自动锁螺丝设备设计研发	80.00	2021.01-2021.07	否	62.89			
火炉/火盆超大板料切割圆片设备研发	180.00	2021.01-2021.12	否	96.31			
多机联动旋转工位焊接工艺设备研究	160.00	2021.01-2021.12	否	85.43			
智能休闲燃气炉设计开发	120.00	2021.01-2021.12	否	71.97			
3D雾化火炉设计开发	100.00	2021.04-2021.12	否	51.29			
多用途户外燃气炉的设计开发	180.00	2020.07-2021.06	是	84.62	98.67		
火炉/火盆部件自动吸塑包装工艺研究	90.00	2020.08-2020.12	是		100.63		
火盆/火炉圆形盆体冲压焊接一体自动化流水线生产工艺的研究	90.00	2020.07-2020.12	是		105.90		
火炉/火盆成品自动打托绕膜工艺研究	90.00	2020.07-2020.12	是		102.18		
火炉/火盆管材自动切割下料装置的设计开发	90.00	2020.01-2020.06	是		55.39		
八边形休闲烧烤火盆的设计开发	170.00	2020.01-2020.12	是		181.08		
环保型颗粒炉的设计开发	150.00	2020.01-2020.12	是		166.03		
火炉/火盆自动化生产关键技术研究	160.00	2019.07-2020.07	是		90.40	77.28	
便携式户外烧烤火盆的设计开发	100.00	2019.01-2019.12	是			120.98	
多用途户外烧烤桌的设计开发	100.00	2019.01-2019.12	是			129.91	
火炉/火盆一次成型钻孔装置的设计开发	60.00	2019.01-2019.06	是			45.09	

项目	项目 预算	项目时间	是否 完成	投入金额			
				2021年 1-6月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
火炉/火盆油漆雾气净化处理装置的设计开发	60.00	2019.07-2019.12	是			65.18	
燃气泄露自动检测与控制系统的的设计开发	80.00	2018.09-2019.06	是			49.61	29.65
火炉/火盆自动保护膜线的设计开发	80.00	2018.01-2018.06	是				68.78
火炉/火盆自动喷漆装置的设计开发	60.00	2018.01-2018.06	是				47.49
户外燃气火炉/火盆的设计开发	120.00	2018.01-2018.12	是				116.72
火炉/火盆自动点火装置的设计开发	50.00	2018.06-2018.12	是				46.44
烟气自动收集、净化处理装置的设计开发	80.00	2018.06-2018.12	是				123.28
合计				619.90	900.28	488.06	432.36

报告期内，不存在研发费用资本化的情形。

(6) 报告期各期研发费用中可以加计扣除的金额

报告期研发费用可以加计扣除金额情况如下：

单位：万元

项目	2021年1-6月	2020年度	2019年度	2018年度
研发费用	619.90	900.28	488.06	432.36
允许扣除的研发费用金额	480.25	701.56	359.92	297.59
差异	139.65	198.72	128.14	134.77

公司研发费用金额和研发费用中可以加计扣除的金额的差异原因主要为：

1) 根据科技部、财政部、国家税务总局《关于修订印发〈高新技术企业认定管理工作指引〉的通知》（国科发火〔2016〕195号）规定，对于公司各期实际工作不满183天研发人员的工资不予加计扣除；

2) 根据科技部、财政部、国家税务总局《关于完善研究开发费用税前加计扣除政策的通知》（财税〔2015〕119号），公司委托外部机构或个人进行研发活动所发生的费用，按照费用实际发生额的80%计入委托方研发费用并计算加计扣除；

3) 根据财政部、国家税务总局、科技部《关于完善研究开发费用税前加计扣除政策的通知》(财税〔2015〕119号), 允许加计扣除的其他费用范围为“与研发活动直接相关的其他费用, 如技术图书资料费、资料翻译费、专家咨询费、高新科技研发保险费, 研发成果的检索、分析、评议、论证、鉴定、评审、评估、验收费用, 知识产权的申请费、注册费、代理费, 差旅费、会议费, 职工福利费、补充养老保险费、补充医疗保险费。此项费用总额不得超过可加计扣除研发费用总额的10%。”

2018年度至2020年度, 公司研发费用及其加计扣除金额已经武义信达税务师事务所有限责任公司审核并出具报告, 并向武义县税务局申报完成汇算清缴, 2021年可加计扣除的研发费用金额系根据国科发火〔2016〕195号及财税〔2015〕119号等文件所规定的加计扣除政策进行测算所得。

4、财务费用分析

报告期内, 公司的财务费用明细情况如下:

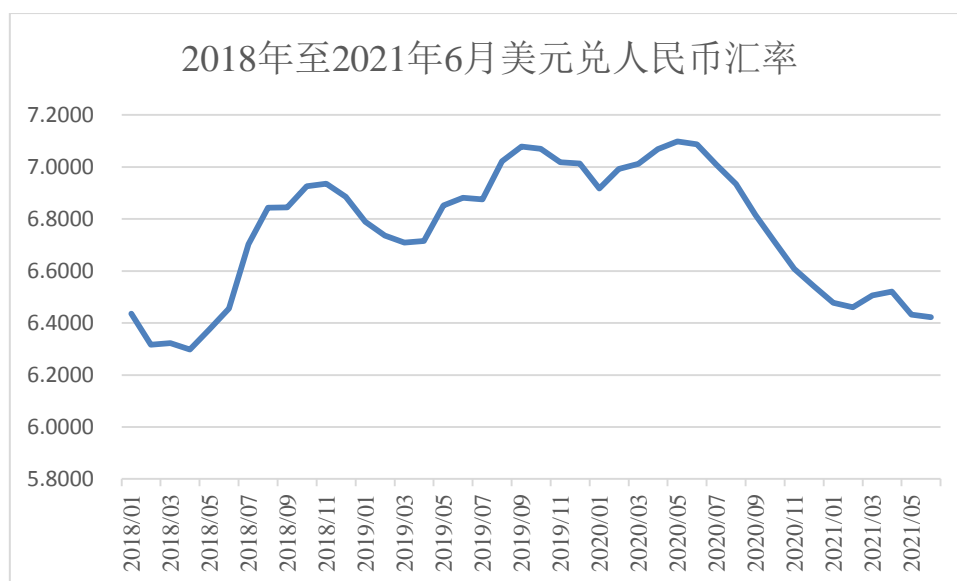
单位: 万元

项目	2021年1-6月	2020年度	2019年度	2018年度
利息收入	-15.70	-66.05	-19.13	-15.51
汇兑损益	118.65	700.13	-87.63	-127.25
手续费	13.33	17.75	12.67	12.40
合计	116.27	651.82	-94.09	-130.36

公司的财务费用主要汇兑损益、利息收入、银行手续费等项目构成。报告期各期, 公司财务费用分别为-130.36万元、-94.09万元、651.82万元和116.27万元。报告期内, 受汇兑收益波动影响, 公司财务费用波动较大。

(1) 汇率波动对发行人财务数据的影响

报告期内, 美元兑人民币汇率走势如下表所示:



数据来源：wind

1) 对营业收入的影响

发行人外销收入占比达到 98.00%以上，外销产品的价格均以美元结算，在确认销售收入时，采用交易发生日即期汇率的近似汇率折算为人民币金额，因此人民币贬值或升值时，公司以人民币体现的销售收入随之上升或下降。

汇率波动对发行人外销收入的影响测算如下：

项目	2021年1-6月	2020年度	2019年度	2018年度
外销收入（万美元）	3,475.89	4,557.30	2,154.72	2,039.62
外销收入（万人民币）	22,478.77	31,375.37	14,828.08	13,598.00
平均汇率	6.4671	6.8846	6.8817	6.6669
汇率影响收入金额（万元）	-1,451.35	13.22	462.83	-115.85

注 1：平均汇率=外销收入人民币金额/外销收入美元金额,2017 年度平均汇率为 6.7237；

注 2：汇率影响收入金额=当期美元结算外销收入*（当期平均汇率-上期平均汇率）。

报告期内人民币汇率的波动对公司业绩产生了一定影响。2018年度，人民币整体升值导致公司以美元计价的外销收入折算为人民币后金额下降，对2018年营业收入和毛利带来反向影响；2019年度，人民币整体贬值导致以美元计价的外销收入折算为人民币后金额上升，对2019年营业收入和毛利带来正向影响；2020年度，人民币呈现先贬后升趋势，对2020年营业收入和毛利整体呈正向影响。2019年与2020年的平均汇率变化不大，因此汇率影响收入的金额较小。2021年1-6月的平均汇率较2020年下降了6.06%，根据测算同等美元金额折

算成人民币后，对营业收入的影响减少了1,451.35万元，对2021年1-6月的营业收入产生了一定影响。

2) 对财务费用-汇兑损益的影响

报告期内，发行人汇兑损益包括已实现汇兑损益和未实现汇兑损益。已实现汇兑损益是指产生汇兑损益的外币业务在本期内已经全部完成所产生的汇兑损益，对于公司而言，主要是外币结汇形成的净损益；未实现汇兑损益是指产生汇兑损益的外币业务尚未完成，对于公司而言主要是银行存款、应收账款等外币货币性项目因资产负债表日即期汇率与初始确认汇率不同产生的汇兑损益。

报告期内，发行人汇兑损益及对净利润的影响如下：

单位：万元

项目	2021年1-6月	2020年度	2019年度	2018年度
财务费用-汇兑损益 (a)	118.65	700.13	-87.63	-127.25
净利润(b)	5,038.83	8,454.65	3,592.79	2,674.04
汇兑损益/净利润(%) (=-a/b)	2.35	-8.28	2.44	4.76

注：财务费用-汇兑损益为负数代表当期汇兑损益为收益，对净利润是正向影响；反之亦反。

2018年度和2019年度，美元兑人民币汇率呈波动上升趋势，财务费用汇兑损益对公司的利润呈正向影响，2020年度，财务费用汇兑损益对公司的利润呈反向影响，主要原因系2020年下半年人民币持续升值，美元兑人民币金额下跌导致。2021年1-6月，美元兑人民币汇率呈现先上升后下跌的趋势。

综上所述，2018年、2019年和2021年1-6月汇率波动对公司财务数据影响较小。2020年汇率在短时间内有较大幅度变动，对财务数据产生一定影响。

(2) 发行人对冲外汇汇率的具体措施

报告期内，公司未采用套期保值工具，其对冲外汇汇率波动的具体措施如下：

1) 实时关注国际贸易局势及时分析外汇市场波动及走势进行相关结汇策略选择，当人民币处贬值通道时，适度减少或延迟外币结汇，尽量多持有外汇头寸；当人民币处升值通道时，适度增加或加快外币结汇，尽量降低持有外汇头寸，从而合理规避汇率波动的风险；

2) 比较不同银行的美元结汇价格, 选择结汇价格更加优惠的银行进行结汇;

3) 通过新产品的开发, 增加产品的溢价能力提高毛利率, 来降低汇率波动的影响。

鉴于当前所处的人民币汇率双向波动及利率市场化的金融经济环境, 为了防范和控制外汇汇率波动风险, 降低其给公司经营业绩带来的不确定性影响, 同时为了提高公司外汇资金使用效率, 合理降低财务费用, 公司在未来期间会根据实际业务发展需要, 在适当的时间开展与日常经营相关的外汇套期保值业务。

(3) 利息收入

2020年, 公司的利息收入较上年增长较大, 一方面公司业务规模快速增长, 销售回款良好, 账面的货币资金余额较大, 另一方面为了提高资金的使用效率, 公司购买了一些结构性定期存款。

(4) 报告期内汇兑损益的计算过程及准确性

报告期内汇兑损益的计算过程如下:

$$\text{当月汇兑损益金额} = \Sigma (\square * \text{Er1} - (\square * \text{Er2} + (\square - \square) * \text{Er3}))$$

其中:

项目	适用汇率 (Er)
① 某外币货币性项目月末原币金额	Er1 月末资产负债表日即期汇率, 取当月最后一个交易日中国人民银行公布的人民币汇率中间价
② 该外币货币性项目月初原币金额	Er2 月初资产负债表日即期汇率, 取上月最后一个交易日中国人民银行公布的人民币汇率中间价
③ 该外币货币性项目当月新增的原币金额	Er3 交易发生日即期汇率的近似汇率, 取当月第一个工作日中国人民银行公布的人民币汇率中间价
④ 该外币货币性项目当月减少的原币金额	

报告期内公司按照上述方法每月计算汇兑损益, 并计入财务费用-汇兑损益, 计算结果具有准确性。

(5) 汇率波动敏感性分析

公司主要以外销为主, 美元是公司销售业务的主要结算货币。报告期内, 人民币汇率波动对公司经营业绩存在一定影响。

期末汇率变动对各期汇兑损益及利润总额的影响情况如下：

汇率波动	2021年1-6月		2020年	
	对汇兑损益的影响（万元）	对利润总额的影响比例	对汇兑损益的影响（万元）	对利润总额的影响比例
-1%	-133.25	-2.08%	-86.96	-0.82%
-5%	-666.23	-10.38%	-434.78	-4.11%
1%	133.25	2.08%	86.96	0.82%
5%	666.23	10.38%	434.78	4.11%
汇率波动	2019年		2018年	
	对汇兑损益的影响（万元）	对利润总额的影响比例	对汇兑损益的影响（万元）	对利润总额的影响比例
-1%	-30.29	-0.65%	-40.88	-1.19%
-5%	-151.43	-3.27%	-204.42	-5.93%
1%	30.29	0.65%	40.88	1.19%
5%	151.43	3.27%	204.42	5.93%

期末汇率变动对报告期内各期营业收入及利润总额的影响情况如下：

汇率波动	2021年1-6月		2020年	
	对收入的影响（万元）	对利润总额的影响比例	对收入的影响（万元）	对利润总额的影响比例
-1%	-224.79	-3.50%	-313.75	-2.97%
-5%	-1123.95	-17.51%	-1,568.76	-14.84%
1%	224.79	3.50%	313.75	2.97%
5%	1123.95	17.51%	1,568.76	14.84%
汇率波动	2019年		2018年	
	对收入的影响（万元）	对利润总额的影响比例	对收入的影响（万元）	对利润总额的影响比例
-1%	-148.28	-3.20%	-135.98	-3.95%
-5%	-741.41	-16.02%	-679.9	-19.73%
1%	148.28	3.20%	135.98	3.95%
5%	741.41	16.02%	679.9	19.73%

由上表可知，人民币兑换美元汇率波动对经营业绩存在一定的影响，但影响程度有限，汇率波动不会对公司持续经营能力造成重大不利影响。

（六）利润表其他项目分析

1、信用减值损失/资产减值损失

报告期内，公司信用减值损失/资产减值损失（损失以“-”列示）情况如下：

单位：万元

项目	类型	2021年1-6月	2020年度	2019年度	2018年度
信用减值损失	坏账损失	-199.86	-268.56	32.07	-
资产减值损失	坏账损失	-		-	-33.88
	存货跌价准备	-	-0.99	-6.69	-
合计		-199.86	-269.55	25.38	-33.88

报告期内，公司资产减值损失信用减值损失合计分别为-33.88万元、25.38万元、-269.55万元和-199.86万元，系由坏账损失和存货跌价准备构成。

其中，根据新金融工具准则及《财政部关于修订印发2019年度一般企业财务报表格式的通知》（财会[2019]6号）等相关规定，公司对财务报表格式进行修订，坏账损失由原来的“资产减值损失”科目调整为“信用减值损失”科目进行核算。关于坏账准备、存货跌价准备的分析详见本节之“十二、财务状况分析”之“（一）资产构成分析”。

2、其他收益

报告期内，公司其他收益具体情况如下：

单位：万元

项目	2021年1-6月	2020年度	2019年度	2018年度
与收益相关的政府补助	172.36	363.44	70.79	557.53
代扣个人所得税手续费返还	1.15	-	0.24	-
合计	173.51	363.44	71.02	557.53

报告期内，公司其他收益核算的主要系与公司日常活动相关的政府补助，其中，当期计入其他收益的政府补助明细如下：

单位：万元

2021年1-6月		
序号	项目	金额
1	进一步扩大开放促进外贸发展奖励	141.84

2	企业标准化奖励	15.00
3	企业研发投入奖励	13.76
4	其他	1.76
合计		172.36
2020 年度		
序号	项目	金额
1	多层次资本市场奖励	300.00
2	进一步扩大开放促进外贸发展奖励	39.25
3	社保稳岗补助	15.19
4	服务业发展扶持奖励	5.00
5	专利补助	4.00
合计		363.44
2019 年度		
序号	项目	金额
1	进一步扩大开放促进外贸发展奖励	35.31
2	2019 年武义县第一批技术创新资金	15.00
3	深入实施“科创兴县”战略推动高质量发展的奖励	13.87
4	2018 年武义县第五批技术创新资金	5.00
5	其他	1.60
合计		70.79
2018 年度		
序号	项目	金额
1	2016 年度大企强企奖励	383.53
2	税收返还	49.53
3	2018 年省工业与信息化发展财政专项资金	38.82
4	进一步加快工业经济发展奖励	38.67
5	2017 年度企业研发投入奖励	15.48
6	2018 年省商务促进财政专项资金	14.10
7	2017 年度企业品牌建设奖励	4.00
8	2017 年度工业企业创新、机器人示范奖励	3.00
9	2018 年武义县第三批技术创新资金	1.40
10	其他	9.00
合计		557.53

3、投资收益

报告期内，公司投资收益具体情况如下：

单位：万元

项目	2021年1-6月	2020年度	2019年度	2018年度
理财产品投资收益	43.81	87.88	71.78	147.45
合计	43.81	87.88	71.78	147.45

2018年公司的投资收益相对较高，一方面公司当年购买的理财产品金额较大，另一方面公司在2017年下半年购买的理财产品在2018陆续到期赎回，因此导致当年的投资收益金额相对较高。

4、营业外收入

报告期内，公司营业外收入具体构成如下：

单位：万元

项目	2021年1-6月	2020年度	2019年度	2018年度
无需支付款项	-	-	-	0.10
赔款收入	-	-	-	13.00
其他	-	-	-	2.05
合计	-	-	-	15.15

报告期内，公司营业外收入金额较小，主要为个别长期挂账无法偿付的应付款项以及收到的设备质量赔偿款。

5、营业外支出

报告期内，公司营业外支出具体构成如下：

单位：万元

项目	2021年1-6月	2020年度	2019年度	2018年度
对外捐赠	-	2.50	2.00	2.88
非流动资产毁损报废损失	12.27	74.25	6.38	3.43
滞纳金及罚款支出	-	3.50	6.12	0.61
其他	0.01	-	-	-
合计	12.28	80.26	14.50	6.92

(1) 非流动资产毁损报废损失情况

发行人报告期内非流动资产毁损报废金额及对应资产情况如下：

项目	2021年1-6月	2020年度	2019年度	2018年度
非流动资产毁损报废损失金额（万元）	12.27	74.25	6.38	3.43
对应资产	喷涂流水线一条	封口机、切割机、叉车、压力机、液压机、喷枪、双回收粉房、拉伸机、对焊机、空调、电脑等	抛丸机、切割机、空调、电脑等	压力机、手机等

报告期内发行人产生毁损报废的非流动资产均为发行人及其子公司生产过程中的正常损耗、报废的固定设备，包括机器设备、电子设备、办公设备、车辆等。2020年报废金额较大系发行人为满足快速增长的订单量而对原有旧设备的更新换代，发行人已购置新设备替代原有报废设备，相关资产报废未对发行人主营业务产生影响，未对发行人持续经营构成重大不利影响。

(2) 滞纳金情况

发行人及其子公司报告期内滞纳金的情况如下：

年度	金额（万元）	内容	产生背景
2018年	0.09	2018年龙游蓝蝶注销清算的滞纳金	龙游蓝蝶已停止经营，公司清算时根据税务核算补缴
	0.24	雅艺科技房产税滞纳金	2017年雅艺开始将厂房租赁给勤艺金属，公司一直按照从价申报房产税，未对租赁的部分按照从租申报，后续申报时补缴房产税并交纳滞纳金
2019年	6.12	勤艺金属增值税及其附加税的滞纳金	2015年部分供应商发票抵扣后发生退货，未及时进项税转出
2020年	3.50	雅艺科技和勤艺金属补缴部分员工个人所得税的滞纳金	补缴使用个人卡发放部分员工的工资、奖金对应的个人所得税而产生的滞纳金
合计	9.95	-	-

针对2019年发行人缴纳的增值税滞纳金的对应事项，国家税务总局金华市税务局第三稽查局已于2019年5月22日出具了《不予税务行政处罚决定书》（金税稽三不罚[2019]2号）、《税务处理决定书》（金税稽三处[2019]46号），税务部门对发行人2015年期间涉票情况的检查，认为发行人已采取了自查自纠整

改、未影响国家税收，作出补缴滞纳金不予行政处罚的决定。

综上所述，发行人及其子公司支付的滞纳金均不涉及行政处罚，且发行人及其子公司已足额缴纳滞纳金，该等税款缴纳方面的瑕疵情形已经消除，上述支付滞纳金情形不属于重大违法违规行为，不会对发行人主营业务产生重大影响，不会对发行人持续经营构成重大不利影响。

6、所得税费用

报告期内，公司的所得税费用情况如下：

单位：万元

项目	2021年1-6月	2020年度	2019年度	2018年度
当期所得税费用	1,386.38	2,186.86	1,018.47	779.04
递延所得税费用	-45.15	-72.84	16.37	-7.67
合计	1,341.23	2,114.02	1,034.85	771.37

(七) 非经常性损益对经营成果的影响

报告期内，非经常性损益及其占净利润的比例情况如下：

单位：万元

项目	2021年1-6月	2020年度	2019年度	2018年度
归属于公司普通股股东的净利润	5,038.83	8,454.65	3,592.79	2,674.04
非经常性损益	162.70	273.45	100.45	542.19
扣除非经常性损益后的归属于公司普通股股东的净利润	4,876.14	8,181.20	3,492.34	2,131.85
归属于母公司股东的非经常性损益净额占归母净利润的比例	3.23%	3.23%	2.80%	20.28%

关于非经常性损益明细详见本节之“八、经注册会计师核验的非经常性损益明细表”。报告期内，主要系计入当期损益的政府补助和银行理财收益，公司净利润来源不依赖非经常性损益。

扣除非经常性损益影响后，公司各期归属于母公司所有者的净利润分别为2,131.85万元、3,492.34万元、8,181.20万元和4,876.14万元，整体呈增长趋势，非经常性损益对公司盈利能力的稳定性影响较小。

（八）新冠肺炎疫情影响分析

1、新冠肺炎疫情对公司供应商、原材料采购的影响

2020年初，我国发生新冠肺炎疫情。为应对疫情，我国各地政府采取了降低人员流动频率、相关人员隔离、推迟复工日期等举措，发行人供应商在2020年第一季度受到一定影响，造成了发行人部分采购的原材料延迟到货的情况，但总体上未对发行人生产造成重大不利影响。2020年第二季度以来，随着国内疫情逐步得到控制，各地管控措施相应降级，国内供应链厂商逐步恢复正常运行，公司原材料采购基本恢复正常。

2、新冠肺炎疫情对公司生产及产能的影响

发行人员工中较大比例是外来务工人员，在2020年春节后复工复产阶段新冠肺炎疫情造成了发行人恢复生产的时间较原定计划推迟了约一周，但总体来看对公司生产及产能影响较小。

3、新冠肺炎疫情对公司客户、销量的影响

2020年3月以来，新冠肺炎疫情在美国等地蔓延。受疫情影响，美国政府要求美国人民更多地居家生活，并倡导餐厅增设户外用餐区域。一方面，美国人民长时间地居家活动使得他们有更多时间与家人朋友在庭院中相聚、更关注庭院装饰，改变了其消费习惯，刺激了对公司产品的消费需求；另一方面，户外用餐亦增强了对公司产品的商用需求，餐厅通过增设户外火盆、气炉等营造氛围、供客户取暖。因此，新冠肺炎疫情增加了客户对发行人产品的需求，2020年度发行人产品销量较往年有较大幅度的上升。

4、发行人的具体应对措施

在原材料采购方面，公司与供应商保持密切沟通，在防疫的大前提下尽快恢复了原材料的供应，同时优化了备货备料的安排。

在生产保障方面，公司积极配合当地政府的助力复工复产的措施，为外地员工提供返程补贴，顺利完成复工复产。同时公司严格落实各级政府的防控要求，在员工排查、诊断隔离、卫生消毒、宣传教育、物资保障、餐饮安全等方面采取了严格的防疫措施，尽量降低疫情对公司生产的影响，尽快恢复正常的

生产经营。

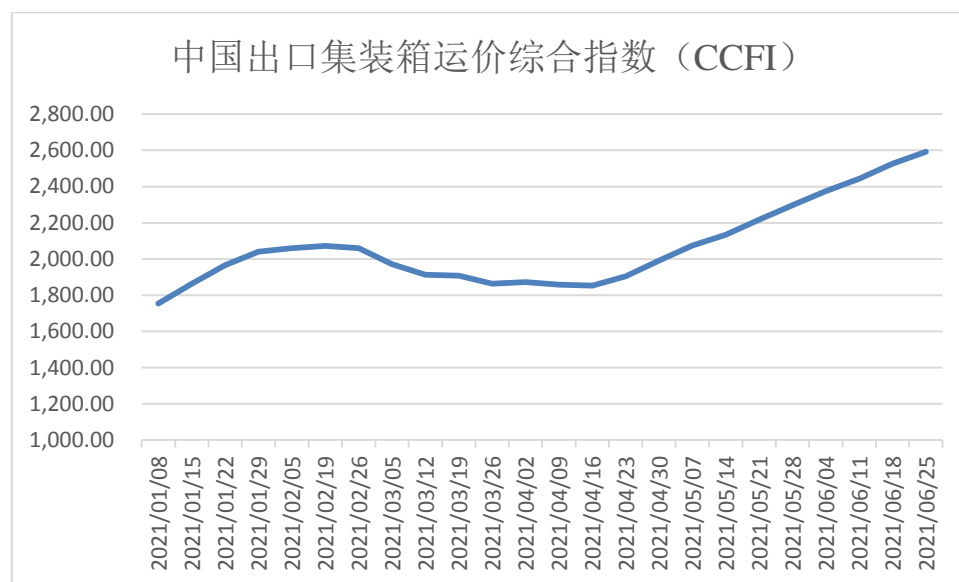
在客户和销售方面，公司竭尽全力满足客户快速增长的订单需求，通过扩招员工、购置新型自动化生产设备、提升生产管理质量等方式扩大公司产能、提高生产效率，从而实现了 2020 年度销售规模的快速增长。

（九）国际海运舱位紧张及运费上涨情况的影响分析

1、国际海运舱位紧张及运费上涨对发行人履行在手订单及 2021 年经营业绩的具体影响

2021 年春季开始，受境外疫情反复的影响，国内外贸产业订单大幅上升，从而推动了中国进出口贸易数据的快速增长，集装箱需求随之大增；另一方面，除中国境内的港口外，全球其他地区的港口受疫情影响出现了集装箱运输卸载需要排队、空箱回流较慢等问题，上述因素叠加使得 2021 年春季出现了集运舱位“一箱难求”的局面。

通过 wind 查询 2021 年 1-6 月中国出口集装箱运价综合指数（CCFI，是指反映中国出口集装箱运输市场价格变化趋势的一种航运价格指数，由上海航运交易所编制发布），其变动情况如下：



数据来源：wind、上海航运交易所

由上表可知，2021 年年初至 6 月末，中国出口集装箱运价综合指数出现了大幅上涨，但上述价格上涨对发行人的经营业绩影响较小，主要有以下几方面原因，具体如下：

(1) 发行人下游主要客户较为优质

公司主要外销客户为沃尔玛、家得宝等国际零售巨头，公司对上述客户的销售模式分别为 FOB 和 FCA，因此海运舱位的预定由客户负责安排，海运费也由客户承担。

上述客户的业务规模较大且遍布全球，与国际大型船运公司的合作时间较久且船运需求量较大，因此上述客户在订舱及海运安排上相对其他小公司具有一定的优势，国际船运公司一般也都会优先安排上述大客户的货运舱位及海运需求。

(2) 发行人基本上不需要承担海运费

公司主要外销模式为 FOB、FCA，报告期内上述两类贸易收入占外销收入的比重分别为 94.25%、95.57%、96.94%和 97.72%，在上述贸易模式下海运费均为客户承担，发行人仅需承担由公司至港口的内陆运费，因此海运费大幅上涨不涉及公司承担部分，主要靠下游客户通过自身调整终端零售价格进行吸收消化，对公司的影响较小。

(3) 2021 年公司 1-6 月收入情况良好

经天健会计师审计，2021 年 1-6 月公司实现营业收入 23,004.87 万元，较 2020 年同期增长 111.75%，公司 2021 年 1-6 月营业收入较 2020 年同期出现了大幅增长，一方面系 2020 年同期受新冠肺炎疫情因素影响实现收入较少，另一方面公司在手订单较为充足，客户较为优质，未因海运舱位紧张以及运费上涨等因素导致不能按时发货。

2、发行人的应对措施

公司在行业内深耕多年，已经在行业细分领域内具有一定的知名度和口碑，并对客户具有一定的议价能力。公司的目标客户多为大型的跨国零售商超，其货运需求量较大，国际船运公司一般也都会优先安排上述大客户的货运舱位及海运需求。

因此，未来公司在承接新的客户时会优先选择大型的跨国零售客户，也会要求客户负责海运舱位安排并承担海运费或者通过价格调整等方式转移海运费

用大幅上涨可能给公司带来的不利影响。

十二、财务状况分析

（一）资产构成分析

1、总资产构成与变动分析

报告期内，公司总资产结构如下：

单位：万元

项目	2021年6月30日		2020年12月31日		2019年12月31日		2018年12月31日	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
流动资产	23,477.92	83.14%	18,255.33	80.78%	10,738.48	76.04%	12,490.38	78.69%
非流动资产	4,761.26	16.86%	4,343.42	19.22%	3,383.95	23.96%	3,381.61	21.31%
资产总额	28,239.18	100.00%	22,598.74	100.00%	14,122.43	100.00%	15,871.99	100.00%

报告期内，公司资产总额整体呈上升趋势，报告期各期末，公司资产总额分别为 15,871.99 万元、14,122.43 万元、22,598.74 万元和 28,239.18 万元。随着公司业务规模不断扩大、盈利能力持续增强，公司的总体资产规模相应增长。

报告期各期末，流动资产占资产总额的比例均在 70%以上，反映出公司资产良好的流动性和较强的变现能力，公司的资产构成情况与公司业务经营情况相符。

2、流动资产的构成及变动分析

报告期内，公司流动资产构成如下表所示：

单位：万元

项目	2021年6月30日		2020年12月31日		2019年12月31日		2018年12月31日	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
货币资金	2,800.47	11.93%	3,145.40	17.23%	1,051.05	9.79%	6,410.70	51.33%
交易性金融资产	2,830.00	12.05%	2,500.00	13.69%	4,070.00	37.90%	-	-
应收账款	11,901.41	50.69%	8,261.44	45.25%	2,842.51	26.47%	3,595.04	28.78%
预付款项	66.96	0.29%	46.69	0.26%	29.08	0.27%	9.05	0.07%
其他应收款	398.52	1.70%	241.12	1.32%	272.82	2.54%	383.74	3.07%
存货	4,281.22	18.24%	2,952.01	16.17%	2,218.28	20.66%	1,836.23	14.70%

项目	2021年6月30日		2020年12月31日		2019年12月31日		2018年12月31日	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
其他流动资产	1,199.33	5.11%	1,108.67	6.07%	254.74	2.37%	255.63	2.05%
流动资产合计	23,477.92	100.00%	18,255.33	100.00%	10,738.48	100.00%	12,490.38	100.00%

报告期内，公司流动资产主要由货币资金、交易性金融资产、应收账款和存货等构成，结构相对合理。报告期各期末，上述流动资产合计占流动资产的比重分别为 94.81%、94.82%、92.35%和 92.91%。

(1) 货币资金

1) 货币资金构成明细

报告期内，公司货币资金构成明细如下：

单位：万元

项目	2021年6月30日		2020年12月31日		2019年12月31日		2018年12月31日	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
库存现金	0.41	0.01%	2.31	0.07%	0.69	0.07%	0.09	0.00%
银行存款	1,612.76	57.59%	1,755.65	55.82%	165.34	15.73%	2,357.81	36.78%
其他货币资金	1,187.30	42.40%	1,387.43	44.11%	885.02	84.20%	4,052.81	63.22%
合计	2,800.47	100.00%	3,145.40	100.00%	1,051.05	100.00%	6,410.70	100.00%

公司的货币资金主要由银行存款及其他货币资金组成。其中，其他货币资金主要是银行承兑汇票保证金和存出投资款。

报告期各期末，公司货币资金余额分别 6,410.70 万元、1,051.05 万元、3,145.40 万元和 2,800.47 万元，占流动资产的比例为 51.33%、9.79%、17.23% 和 11.93%。

2018 年末，公司货币资金余额较 2017 年末增加 4,440.87 万元，主要原因系公司在期末将持有的理财产品赎回，相关款项在期末作为其他货币资金-存出投资款核算。

2020 年 12 月末，公司货币资金余额较 2019 年末增加 2,094.35 万元，主要原因系 2020 年末公司持有的结构性存款余额较上年有所下降。

截至 2021 年 6 月 30 日，公司其他货币资金账面余额为 1,187.30 万元，均

为银行承兑汇票保证金。

除上述情况外，公司期末货币资金中无质押、冻结等使用受到限制的情况。

2) 现金交易情况

报告期内，公司现金科目的增减情况如下所示：

单位：万元

项目	2021年1-6月	2020年度	2019年度	2018年度
现金增加	3.00	19.80	6.00	8.04
现金减少	4.90	18.18	5.40	7.96

报告期内，公司现金科目的发生额较小，主要系银行存款提现和零星费用的报销，公司产品销售和材料采购不存在现金交易情况。公司制定并遵守相应《货币资金管理制度》，明确了现金收支的范围、财务处理、存取流程及其他方面的要求。

3) 货币资金管理政策

公司货币资金主要包括现金、银行存款及其他货币资金。为了加强对公司货币资金的管理和控制，确保货币资金安全，防止出现重大差错、舞弊、欺诈等行为，提高货币资金的使用效率，公司修定了《资金管理制度》和《财务管理制度》。管理制度涵盖了货币资金的各个主要流程，包括现金管理、资金预算管理、资金支出管理、支票管理、印鉴管理及对外投资管理等方面。公司对货币资金管理采取统一调度，集中管理政策，确保资金安全、规范收支、高效周转。

4) 货币资金的存放、金额及受限情况

报告期各期末，公司货币资金主要存放地、开户行及金额情况如下：

单位：万元

项目	存放地点	2021.6.30	2020.12.31	2019.12.31	2018.12.31	性质	是否受限
现金	武义	0.41	2.31	0.69	0.09	活期	否
银行存款	-	1,612.76	1,755.65	165.34	2,357.81	-	-
其中：工商银行武义支行	武义	226.61	425.93	8.35	47.59	活期	否
中国银行武义支行	武义	1,084.52	1,323.09	154.32	2,306.65	活期	否

项目	存放地点	2021.6.30	2020.12.31	2019.12.31	2018.12.31	性质	是否受限
台州银行武义支行	武义	0.09	2.39	2.55	3.56	活期	否
浙江武义农村商业银行茆道支行	武义	300.05	0.01	0.11	-	活期	否
中信银行武义支行	武义	1.48	4.23	-	-	活期	否
招商银行永康支行	永康	0.0003	-	-	-	活期	否
其他货币资金	-	1,187.30	1,387.43	885.02	4,052.81	-	-
其中：平安证券公司	金华	-	0.0006	0.31	3,119.41	活期	否
台州银行武义支行	武义	1,187.30	1,387.43	884.72	933.40	银行承兑汇票保证金	是
合计		2,800.47	3,145.40	1,051.05	6,410.70		

报告期各期末，除银行承兑汇票保证金使用受限外，其余均不受限。

5) 2018 年末，其他货币资金构成及资金来源

2018 年末，其他货币资金构成如下：

单位：万元

项目	金额
存出投资款	3,119.41
银行承兑汇票保证金	933.40
合计	4,052.81

2018 年末，其他货币资金主要系存出投资款及银行承兑汇票保证金，其中存出投资款金额较大，主要系存放在平安证券股份有限公司账户用于购买理财投资款项，2019 年 12 月末已赎回。

截至 2018 年 12 月 31 日，公司盈余公积科目和未分配利润科目余额分别为 815.48 万元和 5,128.84 万元，期末其他货币资金的资金来源主要系公司历年经营利润的留存收益，具有合理性。

6) 境外资金的使用审批流程及境外账户的管理制度

报告期内，公司货币资金均系存放在境内的资金，无境外资金和境外账户。

报告期内发行人在进出口业务开展、外汇使用方面遵守国家相关法律法规的规定，不存在受到相关政府主管部门行政处罚的情况。

公司持有《海关报关单位注册登记证书》，办理了与开展进出口业务相关的登记备案手续，取得了必要的资质。报告期内，公司委托具有国际货运代理资质的企业办理相关进出口业务，向境外采购、销售均依法履行了进出口相关手续。

报告期内，公司通过外销业务取得外汇收入，公司在规定时间通过“数字外管”平台对每笔涉外收入进行申报，申报后公司将大部分外汇资金及时进行结汇；因业务需要，公司需要向境外销售代理、售后服务机构支付佣金、售后服务费等相关费用，公司均已按规定办理涉外付款申报、向境内银行提交境外汇款申请书及相关凭证。公司的结汇及付汇均已履行了涉外收付款的申报要求。

国家外汇管理局官方网站查询的结果显示，公司报告期内不存在外汇违规行政处罚的记录，公司的外汇使用情况合法合规。

7) 报告期内利息收入与银行存款金额、银行存款利率的匹配性

公司的利息收入主要包括活期存款、保证金存款、结构性存款的利息收入，分别对不同性质的银行存款利息收入测算如下：

A. 活期存款

单位：万元

项 目	2021年 1-6月	2020年度	2019年度	2018年度
年平均余额	2,022.92	670.19	475.27	441.37
活期利率(%)	0.35	0.35	0.35	0.35
测算利息收入	3.54	2.35	1.66	1.54

注：年平均余额=月平均存款余额之和/12

B. 保证金存款

单位：万元

项 目	2021年 1-6月	2020年度	2019年度	2018年度
年平均余额	1,390.06	948.26	813.66	697.95
活期利率(%)	1.80	1.80	1.80	1.80
测算利息收入	12.51	17.07	14.65	12.56

注：年平均余额=月平均存款余额之和/12

C. 结构性存款

单位：万元

项 目	2021年 1-6月	2020年度	2019年度	2018年度
年平均存款规模	-	1,509.58	-	-

项目	2021年1-6月	2020年度	2019年度	2018年度
加权平均收益率(%)	-	3.08	-	-
测算利息收入	-	46.50	-	-

注:年平均存款规模= $\sum(\text{每笔本金金额} \times \text{持有天数} / 360)$, 加权平均收益率= $\sum(\text{每笔存款年化收益率} \times \text{每笔存款持有天数} / \text{所有结构性存款持有天数之和})$

综合上述测算过程, 公司银行存款利息收入测算数与申报数比较如下:

单位: 万元

项目	2021年1-6月	2020年度	2019年度	2018年度
活期存款利息测算	3.54	2.35	1.66	1.54
保证金存款利息测算	12.51	17.07	14.65	12.56
结构性存款利息测算	-	46.50	-	-
利息测算合计	16.05	65.92	16.31	14.10
财务费用-利息收入	15.70	66.05	19.13	15.51
差异	0.35	-0.13	-2.82	-1.41

报告期内, 利息测算合计与实际利息收入差异主要系加权平均匡算导致, 整体差异不大。

综上所述, 银行存款利息收入与银行存款金额、银行存款利率具有匹配性。

(2) 交易性金融资产

报告期内, 公司的交易性金融资产构成明细如下:

单位: 万元

项目	2021年 6月30日	2020年 12月31日	2019年 12月31日	2018年 12月31日
理财产品	2,830.00	2,500.00	4,070.00	-
合计	2,830.00	2,500.00	4,070.00	-

报告期内, 为了提高资金使用效率, 公司购买了银行非保本浮动收益理财产品。

根据财政部于 2017 年 3 月 31 日修订发布的《企业会计准则第 22 号-金融工具确认和计量》, 公司自 2019 年起将购买的非保本浮动收益银行理财产品作为交易性金融资产核算。

(3) 应收账款

报告期各期末, 公司应收账款基本情况如下:

单位：万元

项目	2021年 6月30日	2020年 12月31日	2019年 12月31日	2018年 12月31日
应收账款账面余额	12,527.80	8,696.25	2,992.12	3,833.02
减：坏账准备	626.39	434.81	149.61	237.98
应收账款账面价值	11,901.41	8,261.44	2,842.51	3,595.04

1) 应收账款总体分析

报告期各期末，公司应收账款账面价值分别为 3,595.04 万元、2,842.51 万元、8,261.44 万元和 11,901.41 万元，占流动资产的比例分别为 28.78%、26.47%、45.25%和 50.69%，占比总体较高。

报告期内，应收账款余额占当期营业收入的比重如下：

单位：万元

项目	2021年6月 30/2021年1-6月	2020年12月 31日/2020年度	2019年12月31 日/2019年度	2018年12月31 日/2018年度
应收账款账面余额	12,527.80	8,696.25	2,992.12	3,833.02
营业收入	23,004.87	32,093.60	15,085.22	13,841.51
应收账款账面余额 占营业收入比值	54.46%	27.10%	19.83%	27.69%

2019年末应收账款账面余额较2018年末减少840.90万元，降幅为21.94%，主要原因系2018年四季度公司收入规模较上年同期有所增加。

2020年12月末应收账款账面余额较2019年末增加5,704.13万元，增幅为190.64%，主要原因系2020年公司的销售收入较上年同期大幅增长，而四季度又是公司销售旺季，因此期末应收账款增长较多。

2021年6月末应收账款账面余额较2020年末增加3,831.55万元，增幅为44.06%，主要原因系2021年公司在手订单较为充足，二季度公司的销售收入较上年同期大幅增长，因此期末应收账款增长较多。

2) 应收账款账龄结构分析

报告期各期末，公司应收账款余额按组合计提坏账准备对应的账龄情况如下：

单位：万元

账龄	2021年6月30日		2020年12月31日		2019年12月31日		2018年12月31日	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
1年以内	12,527.80	100.00%	8,696.25	100.00%	2,992.12	100.00%	3,784.25	98.73%
1-2年	-	-	-	-	-	-	-	-
2-3年	-	-	-	-	-	-	-	-
3年以上	-	-	-	-	-	-	48.77	1.27%
总计	12,527.80	100.00%	8,696.25	100.00%	2,992.12	100.00%	3,833.02	100.00%

报告期各期末，按账龄组合计提坏账准备的应收账款中，一年以内账龄的应收账款所占比例均在 98%以上，应收账款账龄结构合理，不存在金额较大、账龄较长的应收账款。

3) 应收账款集中度分析

报告期各期末，公司应收账款前五名的情况如下：

单位：万元

2021年6月末应收账款前五名			
序号	单位名称	账面余额	占比(%)
1	家得宝	7,664.33	61.18
2	沃尔玛	2,521.83	20.13
3	TRACTOR SUPPLY COMPANY	1,181.36	9.43
4	MENARD INC.	811.12	6.47
5	REAL FLAME COMPANY INC	132.98	1.06
合计		12,311.62	98.27
2020年末应收账款前五名			
序号	单位名称	账面余额	占比(%)
1	家得宝	3,851.62	44.29
2	沃尔玛	3,340.30	38.41
3	TRACTOR SUPPLY COMPANY	933.85	10.74
4	MENARDS	174.98	2.01
5	4348125 CANADA INC.	160.11	1.84
合计		8,460.87	97.29

2019 年末应收账款前五名情况			
序号	单位名称	账面余额	占比 (%)
1	沃尔玛	1,199.82	40.10
2	家得宝	1,165.59	38.96
3	TRUE VALUE COMPANY	239.41	8.00
4	LI&FUNG (TRADING) LIMITED	188.74	6.31
5	AT HOME PROCUREMENT INC	66.69	2.23
合计		2,860.25	95.60
2018 年末应收账款前五名情况			
序号	单位名称	账面余额	占比 (%)
1	家得宝	2,405.61	62.76
2	沃尔玛	838.03	21.86
3	LI&FUNG (TRADING) LIMITED	193.08	5.04
4	BJS WHOLE SALE CLUB	115.00	3.00
5	AT HOME PROCUREMENT INC	70.77	1.85
合计		3,622.49	94.51

报告期内，公司应收账款余额较大的客户为沃尔玛（Wal-Mart）、家得宝（Home Depot）等大型知名企业，且与公司保持长年合作，报告期内上述客户订单需求较为稳定，回款情况良好，应收账款无法回收的可能性很小。

报告期内，公司主营业务收入稳中有升，公司应收账款的变化符合公司业务实际情况，具有合理性。

4) 应收账款坏账准备计提比例与同行业可比上市公司对比情况

公司与同行业可比上市公司的坏账准备计提比例如下：

公司简称	1年以内	1-2年	2-3年	3年以上		
				3-4年	4-5年	5年以上
浙江永强	10%	20%	30%	100%		
永艺股份	5%	10%	30%	100%		
中源家居	5%	10%	30%	100%		
恒林股份	5%	10%	20%	50%	80%	100%
发行人	5%	10%	50%	100%		

与同行业及相近行业的上市公司相比，公司目前的坏账准备计提比例不存

在重大差异，整体较为合理、谨慎。

5) 主要客户信用政策、坏账准备及回款情况

①2021年1-6月

单位：万元

客户名称	信用期	销售额	当期回款金额	占比 (%)	应收账款余额	坏账准备	期后3个月回款金额	期后3个月回款比例 (%)	期后6个月回款合计	期后6个月回款比例 (%)	
家得宝 (Home Depot)	见 FCR 单正本后 60 天	11,013.94	7,370.33	66.92	7,664.33	383.22	7,664.33	100.00	7,664.33	100.00	
沃尔玛 (Wal-Mart)	WALMART INC.,	开船后 75 天	5,364.33	6,482.60	120.85	2,136.88	106.84	2,136.88	100.00	2,136.88	100.00
	WAL-MART CANADA CORP.		372.92	87.78	23.54	370.41	18.52	/	/	/	/
	WMB SUPERMERCADOS DO BRASIL LTDA		28.84	14.74	51.11	14.54	0.73	14.54	100.00	14.54	100.00
	CMA MEXICO-SAMS		-	66.45	/	-	-	/	/	/	/
	沃尔玛 (Wal-Mart) 小计		5,766.08	6,651.57	115.36	2,521.83	126.09	2,151.42	85.31	2,151.42	85.31
TRACTOR SUPPLY COMPANY	开船后 90 天	1,476.59	1,253.28	84.88	1,181.36	59.07	827.20	70.02	1,181.36	100.00	
4348125 CANADA INC	167986 CANADA INC	即期信用证	277.16	286.62	103.41	-	-	/	/	/	/
	4348125 CANADA INC	30%定金, 70%见提单	483.46	586.63	121.34	-	-	/	/	/	/
	4348125 CANADA INC 小计	-	760.61	873.24	114.81	-	-	/	/	/	/
傲基科技	AUKEY INTERNATIONAL	预付 30%, 尾款发货后	517.52	420.33	81.22	61.19	3.06	61.19	100.00	61.19	100.00

客户名称	信用期	销售额	当期回款金额	占比 (%)	应收账款余额	坏账准备	期后3个月回款金额	期后3个月回款比例 (%)	期后6个月回款合计	期后6个月回款比例 (%)
L LIMITED	30天									
傲基科技股份有限公司	预付30%， 发货前70%	-	-	-	-	-	/	/	/	/
傲基科技小计	-	517.52	420.33	81.22	61.19	3.06	61.19	100.00	61.19	100.00
小计	-	19,534.75	16,568.75	84.82	11,428.71	571.44	10,704.14	93.66	11,058.30	96.76

注1：占比指当期回款金额占当期对其销售金额比例，下同

注2：期后6个月回款金额统计至2021年10月26日

②2020年度

单位：万元

客户名称	信用期	销售额	当期回款金额	当期回款金额占销售金额的比例 (%)	应收账款余额	坏账准备	期后3个月回款金额	期后3个月回款比例 (%)	期后6个月回款合计	期后6个月回款比例 (%)	
沃尔玛 (Wal-Mart)	开船后 75天	WALMARTINC.,	12,020.28	10,075.10	83.82	3,195.44	159.77	3,195.44	100.00	3,195.44	100.00
		WAL-MARTCANADACORP.	218.21	167.13	76.59	78.45	3.92	78.45	100.00	78.45	100.00
		WMBSUPERMERCADOS DOBRASILTDA	15.16	15.47	102.03	-	-	-	/	-	/
		COMERCIALIZADORA MEXICOAMERICANASR LDECV	70.48	4.08	5.78	66.41	3.32	66.41	100.00	66.41	100.00
		沃尔玛 (Wal-Mart) 小计	12,324.13	10,261.78	83.27	3,340.30	167.01	3,340.30	100.00	3,340.30	100.00

客户名称	信用期	销售额	当期回款 金额	当期回款 金额占销 售额的比 例 (%)	应收账款 余额	坏账 准备	期后 3 个月回 款金额	期后 3 个 月回款比 例 (%)	期后 6 个 月回款 合计	期后 6 个 月回款比 例 (%)
家得宝 (Home Depot)	见 FCR 单 正本后 60 天	10,801.41	8,143.35	75.39	3,851.62	192.58	3,071.67	79.75	3,851.62	100.00
TRACTORSUPPLYCOMPANY	开船后 90 天	2,115.46	1,187.87	56.15	933.85	46.69	884.91	94.76	933.85	100.00
傲基科技	AUKEYINTERNATIONAL LIMITED 预付 30%，尾款 发货后 30 天	1,337.40	1,376.15	102.90	-	-	/	/	/	/
	傲基科技股份有限公司 预付 30%，发货 前 70%	193.55	218.02	112.64	0.69	0.03	0.69	100.00	0.69	100.00
	傲基科技小计	1,530.95	1,594.17	104.13	0.69	0.03	0.69	100.00	0.69	100.00
MENARDS	90% 货到 10 天， 10% 货到 120 天	855.39	1,027.64	120.14	174.98	8.75	106.67	60.96	174.98	100.00
小计		27,627.33	22,214.81	80.41	8,301.44	415.07	7,404.24	89.20	8,301.44	100.00

③2019 年度

单位：万元

客户名称	信用期	销售额	当期回款 金额	当期回款 金额占销 售额的比 例 (%)	应收账 款余额	坏账 准备	期后 3 个 月回款 金额	期后 3 个月回 款比例 (%)	期后 6 个 月回款 合计	期后 6 个月回 款比例 (%)
家得宝 (Home Depot)	见 FCR 单 正本后 60 天	5,877.84	7,232.70	123.05	1,165.59	58.28	1,023.41	87.80	1,165.59	100.00
沃尔玛 (Wal- Mart)	WALMART INC.,	4,216.86	3,860.80	91.56	1,175.86	58.79	1,175.86	100.00	1,175.86	100.00
	WAL-MART CANADA CORP.	129.25	130.41	100.90	23.96	1.20	23.96	100.00	23.96	100.00
	沃尔玛 (Wal- Mart) 小计	4,346.10	3,991.21	91.83	1,199.82	59.99	1,199.82	100.00	1,199.82	100.00
LI&FUNG (TRADING) LIMITED	开船后 90 天	700.11	708.77	101.24	188.74	9.44	188.74	100.00	188.74	100.00
MENARDS	90%货到 10 天, 10%货到 120 天	656.83	915.02	139.31	-	-	/	/	/	/
ACE HARDWARE INTERNATIONAL HOLDINGS,LTD	见提单复 印件付款	451.94	451.94	100.00	-	-	/	/	/	/
小 计		12,032.82	13,299.64	110.53	2,554.15	127.71	2,411.97	94.43	2,554.15	100.00

④2018 年度

单位：万元

客户名称	信用期	销售额	当期回款 金额	当期回款 金额占销 售额的比 例 (%)	应收账 款余额	坏账 准备	期后 3 个 月回款 金额	期后 3 个月回 款比例 (%)	期后 6 个 月回款 合计	期后 6 个月回 款比例 (%)	
家得宝 (Home Depot)	见 FCR 单 正本后 60 天	5,156.46	4,857.35	94.20	2,405.61	120.28	2,094.09	87.05	2,405.61	100.00	
沃尔玛 (Wal- Mart)	开船后 75 天	WALMART INC.,	2,545.86	2,847.21	111.84	752.59	37.63	752.59	100.00	752.59	100.00
		WAL-MART CANADA CORP.	108.68	90.54	83.31	24.59	1.23	24.59	100.00	24.59	100.00
		ASDA STORES LIMITED	89.02	42.34	47.56	60.85	3.04	60.85	100.00	60.85	100.00
		沃尔玛 (Wal- Mart) 小计	2,743.56	2,980.10	108.62	838.03	41.90	838.03	100.00	838.03	100.00
ACE HARDWARE INTERNATIONAL HOLDINGS,LTD	见提单复 印件付款	1,455.29	1,459.83	100.31	-	-	/	/	/	/	
MENARDS	90% 货到 10 天, 10% 货到 120 天	782.30	1,021.38	130.56	34.74	1.74	32.89	94.70	34.74	100.00	
LI&FUNG (TRADING) LIMITED	开船后 90 天	683.06	621.34	90.96	193.08	9.65	193.08	100.00	193.08	100.00	
小 计		10,820.68	10,939.99	101.10	3,471.46	173.57	3,158.09	90.97	3,471.46	100.00	

6) 2020年6月末家得宝应收账款大幅增长的原因及合理性

报告期各期末家得宝应收账款余额情况如下：

单位：万元

客户名称	2020年度/2020.12.31			2020年1-6月/2020.6.30		
	销售额	应收账款余额	应收账款周转率(次)	销售额	应收账款余额	应收账款周转率(次)
家得宝 (Home Depot)	10,801.41	3,851.62	3.53	3,206.80	2,264.34	3.74
	2019年度/2019.12.31			2018年度/2018.12.31		
	销售额	应收账款余额	应收账款周转率(次)	销售额	应收账款余额	应收账款周转率(次)
	5,877.84	1,165.59	3.29	5,156.46	2,405.61	2.37

注：2020年1-6月应收账款周转率为年化数据。

2020年末和2020年6月末家得宝应收账款余额大幅增长主要系2020年度向其销售额大幅增加所致，应收账款期末余额分别系2020年10月中下旬至2020年12月和2020年4月中下旬至2020年6月的销售形成的余额。

2021年6月末家得宝应收账款余额大幅增长的原因及合理性

单位：万元

客户名称	2021年1-6月/2021.6.30		
	销售额	应收账款余额	应收账款周转率(次)
家得宝 (Home Depot)	11,013.94	7,664.33	3.83

注：2021年1-6月应收账款周转率为年化数据。

由上表可知，2021年6月末家得宝应收账款余额较2020年末增幅较大，主要原因系2021年二季度公司对家得宝的销售规模较大，截至6月末尚未回款所致。

报告期内，家得宝信用期保持稳定，均系开船后60天；从报告期各期家得宝的应收账款周转率来看，周转率呈逐年上升趋势，说明报告期内相应应收账款的实际回款天数有所下降，不存在放宽信用政策扩大销售情形

7) 应收账款周转率对比分析

报告期内，公司与同行业可比公司应收账款周转率比较如下：

单位：次/年

公司名称	2021年1-6月	2020年度	2019年度	2018年度
浙江永强	3.22	4.00	3.89	3.94
永艺股份	3.72	6.44	6.41	8.13
中源家居	3.10	7.39	9.66	12.97
恒林股份	3.76	7.52	5.77	6.67
平均值	3.45	6.34	6.43	7.93
公司	2.28	5.78	4.69	4.22

2018-2020年，公司应收账款周转率呈现逐年上升趋势，平均周转天数逐年下降，但低于平均值，主要系室内家具行业的永艺股份、中源家居以及恒林股份的应收账款周转率较高，导致平均值较高。永艺股份存在较大比例的境内销售，境内客户回款周期一般短于境外客户，因此其应收账款周转率高于公司。中源家居和恒林股份其客户群体不同，其客户群体不同，中源家居对于内销客户基本采取款到发货的销售模式，对于外销客户的信用期一般为15天至60天；恒林股份对于内销客户主要实行款到发货或月结的信用政策，对于外销客户公司一般实行装船后15-60日内付款的信用政策，且其第一大客户宜家家居的信用期为一般为一个月。因此中源家居和恒林股份的应收账款周转率高于公司。

公司与浙江永强同属于户外休闲家具行业，报告期内公司应收账款周转率与浙江永强差异不大。同时，由于公司产品火盆、气炉使用时间集中在秋季、冬季以及春季，因此公司的销售集中在下半年，有明显的季节性特征，因此导致各期末未到结算期的应收账款较大。而同属于户外休闲家具行业的同行业可比公司浙江永强，其产品主要为户外休闲家具、遮阳伞、帐篷等，其消费旺季是每年的3-9月，因此其产品销售旺季一般集中在当年11月至次年5月，与公司存在一定的区别。

综上，公司应收账款周转率与细分行业更为相似的浙江永强接近，略低于同行业平均水平，具备商业合理性。

8) 报告期内主要客户的信用账期变化情况

报告期内，主要客户的信用账期未发生变化，具体如下：

客户	2021年 1-6月	2020 年度	2019 年度	2018 年度	是否 变化
家得宝 (Home Depot)	见 FCR 单正本后 60 天				否
沃尔玛 (Wal-Mart)	开船后 75 天				否
LI&FUNG (TRADING) LIMITED	开船后 90 天				否
MENARDS	90%货到 10 天, 10%货到 120 天				否
ACE HARDWARE INTERNATIONAL HOLDINGS,LTD	见提单复印件付款				否
TRACTOR SUPPLY COMPANY	开船后 90 天			/	否
傲基科技	AUKEY INTERNATIONAL LIMITED	预付 30%，尾款发货后 30 天	/	/	否
	傲基科技股份有限公司	预付 30%，发货前 70%		/	否
4348125 CANADA INC	JAY TRENDS MERCHANDISING,INC.	/	/	10%订金+90%见提单付款	否
	167986 CANADA INC	即期信用证		/	否
	4348125 CANADA INC	20%定金, 80%见提单付款	/	/	否

注 1: TRACTOR SUPPLY COMPANY 和傲基科技股份有限公司系 2019 年度新增客户, AUKEY INTERNATIONAL LIMITED 系 2020 年度新增客户。

注 2: 4348125 CANADA INC 其前身为 JAY TRENDS MERCHANDISING INC, 2018-2019 年度以 JAY TRENDS MERCHANDISING INC 下单, 2020 年开始以 167986 CANADA INC 和 4348125 CANADA INC 下单; 4348125 CANADA INC 元结算政策为 30%定金, 70%见提单付款, 2020 年 11 月开始, 因国际海运舱位紧张等原因导致交期延长, 经协商双方将定金比例从 30%下降到 20%

报告期内, 公司主要客户信用账期保持稳定, 公司不存在通过放宽信用政策扩大销售的情况。

9) 2020 年末应收账款在信用期内和信用期外的分布情况及回款情况

单位: 万元

项目	金额
应收账款余额	8,696.25
其中: 信用期内应收账款余额	8,662.76
其中: 信用期外应收账款余额	33.49
信用期外应收账款余额占比 (%)	0.39
截至 2021.6.30 回款金额	8,642.63
截至 2021.6.30 回款比例(%)	99.38
截至 2021.8.31 回款金额	8,642.63
截至 2021.8.31 回款比例(%)	99.38

2020 年末应收账款绝大部分都在信用期内，仅有少数客户存在部分尾款超过信用期尚未收回情况，期后回款情况良好，不存在无法收回的风险。

10) 2021 年 6 月末应收账款回款情况

单位：万元

项目	金额	期后回款金额	期后回款比例 (%)
应收账款余额	12,527.80	11,909.98	95.07

注：期后回款截至 2021 年 10 月 26 日。

2021 年 6 月末应收账款期后回款情况良好，不存在无法收回的风险。

(4) 预付款项

报告期各期末，公司预付款项余额分别 9.05 万元、29.08 万元、46.69 万元、66.96 万元，占流动资产的比例分别为 0.07%、0.27%、0.26%和 0.29%，主要为的材料款。

报告期各期末，公司预付款项账面余额及账龄情况如下：

单位：万元

账龄	2021/6/30		2020/12/31		2019/12/31		2018/12/31/	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
1 年以内	66.96	100.00	46.69	100.00%	29.08	100.00%	9.05	100.00%
总计	66.96	100.00	46.69	100.00%	29.08	100.00%	9.05	100.00%

报告期内，公司的预付款项账龄均在一年以内，预付款项余额规模较小。

截至 2021 年 6 月 30 日，公司预付款项余额中无持有本公司 5%（含 5%）以上表决权股份的股东单位欠款。

(5) 其他应收款

报告期各期末，公司其他应收款账面价值分别为 383.74 万元、272.82 万元、241.12 万元和 398.52 万元，占流动资产的比例为 3.07%、2.54%、1.32%和 1.70%。

1) 其他应收款的款项性质

报告期各期末，公司其他应收款按性质列示如下：

单位：万元

款项性质	2021/6/30		2020/12/31		2019/12/31		2018/12/31/	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
暂付款	-	-	-	-	105.14	34.80%	59.22	14.60%
出口退税	419.50	100.00%	253.81	100.00%	192.98	63.87%	263.13	64.88%
其他	-	-	-	-	4.05	1.34%	83.21	20.52%
总计	419.50	100.00%	253.81	100.00%	302.16	100.00%	405.55	100.00%

报告期内，公司的其他应收款主要为出口退税款及暂付款，其中不同年度间应收的出口退税余额有所波动，主要受公司出口收入规模以及税务局办理退税的进度影响。

报告期内其他应收款中涉及关联交易的情况详见本招股说明书“第七节 公司治理与独立性”之“九、关联方与关联交易情况”之“（二）关联交易情况”。

2) 其他应收款前五名单位的情况

截至2021年6月30日，公司其他应收款主要构成单位如下：

单位：万元

单位名称	款项性质	金额	占比（%）	账龄
武义县国税局	出口退税	419.50	100.00	1年以内
合计	-	419.50	100.00	-

（6）存货

报告期各期末，公司存货账面价值分别为 1,836.23 万元、2,218.28 万元、2,952.01 万元和 4,281.22 万元，占流动资产的比例分别为 14.70%、20.66%、16.17%和 18.24%。

1) 存货明细情况

报告期各期末，公司存货的构成情况如下表所示：

单位：万元

项目	2021/6/30		2020/12/31		2019/12/31		2018/12/31	
	账面价值	占比	账面价值	占比	账面价值	占比	账面价值	占比
原材料	2,084.99	48.70%	1,348.49	45.68%	702.63	31.67%	842.52	45.88%

项目	2021/6/30		2020/12/31		2019/12/31		2018/12/31	
	账面价值	占比	账面价值	占比	账面价值	占比	账面价值	占比
在产品	1,395.02	32.58%	858.52	29.08%	220.04	9.92%	208.62	11.36%
库存商品	426.39	9.96%	310.83	10.53%	1,010.99	45.58%	597.95	32.56%
发出商品	374.83	8.76%	434.16	14.71%	284.62	12.83%	187.14	10.19%
合计	4,281.22	100.00%	2,952.01	100.00%	2,218.28	100.00%	1,836.23	100.00%

报告期各期末，公司存货以原材料、库存商品及在产品为主。

2) 存货余额构成情况分析

①原材料

报告期各期末，公司原材料的金额分别为 842.52 万元、702.63 万元、1,348.49 万元和 2,084.99 万元，公司期末的原材料主要为生产所需而采购，库存余额符合公司的生产经营情况，不存在大量积压、无法使用的情形。

2021 年 6 月末原材料余额有所上升，一方面原因系原材料价格上涨，另一方面系本期产量增加，相应的原材料规模有所上升。

②库存商品

报告期各期末，公司库存商品的账面价值分别为 597.95 万元、1,010.99 万元、310.83 万元、426.39 万元，其中 2019 年末的金额相对较高，主要原因系 2020 年春节假期较上年有所提前，公司为了满足客户交货需求而在 2019 年末加大备货量，相关的库存商品在 2020 年初才发货所致。

2018 年末和 2019 年末，各类产品库存商品及期后销售情况如下：

单位：万元

日期	产品类别	数量 (万套)	期末余额	期后销售 金额	期后销售 比例 (%)
2019 年 12 月 31 日	火盆	4.73	605.23	584.31	96.54
	火盆桌	0.37	103.87	101.94	98.15
	气炉	1.67	212.95	212.95	100.00
	气炉桌	0.16	67.15	67.15	100.00
	其他	0.13	28.47	25.57	89.82
	小计	7.06	1,017.68	991.93	97.47

日期	产品类别	数量 (万套)	期末余额	期后销售 金额	期后销售 比例 (%)
2018年12月31日	火盆	2.49	262.57	247.62	94.31
	火盆桌	0.39	94.43	89.76	95.05
	气炉	1.67	168.54	168.54	100.00
	气炉桌	0.16	61.86	36.54	59.07
	其他	0.05	10.56	9.49	89.82
	小计	4.76	597.95	551.94	92.30

注：期后销售金额统计截至次年3月31日。

由上表可知，报告期内各类产品期后销售比例较高。2019年末库存商品相比2018年末，产品数量增加，期末金额增长。库存商品中主要系期末火盆产品增长较多，火盆产品增长金额占总体库存商品增长金额的81.64%。结合火盆产品期后96.54%的销售比例与2020年销售持续增长的趋势，期末火盆产品的增长是为了2020年初的订单备货，具有合理性。

③在产品

报告期各期末，公司在产品的账面价值分别为208.62万元、220.04万元、858.52万元、1,395.02万元，其中2020年末在产品较上年增长较多，主要原因系2020年公司订单大幅增加，公司通过增加人员、购置设备等方式增加生产能力，导致期末在产品余额较大。

2021年6月末在产品余额有所增加，主要原因系2021年公司在手订单较为充足，公司通过增加人员、购置自动化设备等方式提高生产能力，相应的期末的在产品余额有所增加。

④发出商品

报告期各期末，公司发出商品的金额分别为187.14万元、284.62万元、434.16万元、374.83万元，整体金额较小。

公司主要采用“以销定产”的生产模式，因此公司存货大多有订单支持。公司根据相关内部管理制度安排订单接收、生产、发货管理。公司根据销售订单、交货期合理安排生产任务，并据此下达原材料的采购计划，确保生产的连续性。

A、发出商品构成、发出时间、期后结转及收入确认情况

报告期内，发出商品的具体构成、发出时间、期后结转及收入确认情况如下：

单位：万元

日期	发出商品类别	期末金额	期后结转金额	期后结转率(%)	发出时间
2021年6月30日	火盆	265.84	265.84	100.00	2021年4-6月
	火盆桌	34.85	34.85	100.00	2021年6月
	气炉	2.69	2.69	100.00	2021年6月
	气炉桌	48.20	48.20	100.00	2021年6月
	其他	23.24	23.24	100.00	2021年6月
	小计	374.83	374.83	100.00	
2020年12月31日	火盆	233.27	233.27	100.00	2020年11-12月
	火盆桌	1.83	1.83	100.00	2020年12月
	气炉	4.32	4.32	100.00	2020年12月
	气炉桌	194.74	194.74	100.00	2020年12月
	小计	434.16	434.16	100.00	
2019年12月31日	火盆	152.14	152.14	100.00	2019年12月
	火盆桌	53.06	53.06	100.00	2019年12月
	气炉	15.85	15.85	100.00	2019年12月
	气炉桌	63.57	63.57	100.00	2019年12月
	小计	284.62	284.62	100.00	
2018年12月31日	火盆	61.07	61.07	100.00	2018年12月
	火盆桌	54.73	54.73	100.00	2018年12月
	气炉	52.94	52.94	100.00	2018年12月
	气炉桌	11.79	11.79	100.00	2018年12月
	其他	6.61	6.61	100.00	2018年12月
	小计	187.14	187.14	100.00	

注：2018年12月31日、2019年12月31日和2020年12月31日期后结转金额统计截至次2月末，2021年6月30日期后结转金额统计截至2021年8月31日

由上表可知，2018年和2019年期末发出商品的发出时间均在期末前1个月以内，2020年除少量采用DDP贸易模式销售的火盆于2020年11月份发出，其余发出商品发出时间均在期末前1个月以内。2021年除少量采用DDP贸易模式销售的火盆于2021年4-5月份发出，其余发出商品发出时间均在期末前1个月

以内。各期末发出商品基本在期后 2 个月以内结转销售收入，与公司的销售周期相匹配。

B、报告期内发出商品的对应客户及合同情况

报告期各期末发出商品及对应前五大客户情况如下：

单位：万元

日期	发出商品对应客户	期末余额
2021年6月30日	MENARD,INC	126.41
	沃尔玛 (Wal-Mart)	100.38
	家得宝 (Home Depot)	29.44
	TRACTOR SUPPLY COMPANY	28.86
	DO IT BEST CORP.	24.79
	小计	309.88
2020年12月31日	沃尔玛 (Wal-Mart)	290.07
	AUKEYINTERNATIONALLIMITED	52.54
	DO IT BEST CORP.	30.15
	MENARDS	27.58
	TRUE VALUE COMPANY	17.12
	小计	417.46
2019年12月31日	沃尔玛 (Wal-Mart)	143.29
	MENARDS	131.66
	傲森电子商务股份有限公司	5.67
	LAHACIENDALIMITED	3.99
	小计	284.62
2018年12月31日	沃尔玛 (Wal-Mart)	55.70
	TRUEVALUECOMPANY	49.77
	LI&FUNG(TRADING)LIMITED	36.67
	MENARDS	31.92
	SOUNDBESTINTERNATIONALSOURCINGINC.	5.29
	小计	179.34

注：2019年末发出商品共对应四家客户，无前五大客户。

C、是否存在长期未结转的发出商品、发出商品是否均有订单支持

报告期各期末发出商品均在期后 2 个月内结转收入，不存在长期未结转的

发出商品；公司期末根据正在执行的订单发货，所有的发出商品均有订单支持。

D、发出商品变动的的原因及合理性

a、报告期各期末发出商品数量金额变动情况如下：

项目	2021.6.30			2020.12.31			2019.12.31			2018.12.31
	金额/数量	变动额	变动率(%)	金额/数量	变动额	变动率(%)	金额/数量	变动额	变动率(%)	金额/数量
发出商品金额(万元)	374.83	-59.33	-13.67	434.16	149.54	52.54	284.62	97.48	52.09	187.14
发出商品数量(万套)	2.61	-0.91	-25.93	3.52	1.83	108.28	1.69	0.40	31.21	1.29
发出商品单位成本(元/套)	143.76	20.42	16.56	123.34	-45.18	-26.80	168.41	23.14	15.91	145.45

2019年12月31日，发出商品比2018年12月31日数量增加0.40万套，金额增加97.48万元，主要系产品结构变动影响导致发出商品单位成本有所增长。2020年12月31日，发出商品相比2019年12月31日数量增加1.83万套，金额增加149.54万元，2020年末发出商品增长主要系发出数量的增长。2021年6月30日，发出商品相比2020年12月31日数量减少0.91万套，金额减少59.33万元，主要系发出数量的减少。

b、报告期内各期末分产品类别的发出商品数量金额情况如下：

产品类别	2021年1-6月			2020年度		
	数量(万套)	单位成本(元/套)	金额(万元)	数量(万套)	单位成本(元/套)	金额(万元)
火盆	2.23	119.38	265.84	2.85	81.85	233.27
火盆桌	0.14	255.16	34.85	0.01	183.00	1.83
气炉	0.03	107.73	2.69	0.04	108.00	4.32
气炉桌	0.11	443.03	48.20	0.62	314.10	194.74
其他	0.11	211.25	23.24	-	-	-
合计	2.61	143.76	374.83	3.52	123.34	434.16
产品类别	2019年度			2018年度		
	数量(万套)	单位成本	金额(万元)	数量(万套)	单位成本	金额(万元)
火盆	1.27	119.80	152.14	0.55	111.03	61.07
火盆桌	0.14	379.00	53.06	0.28	195.45	54.73
气炉	0.12	132.08	15.85	0.39	135.75	52.94

气炉桌	0.16	397.31	63.57	0.03	392.98	11.79
其他	-	-	-	0.03	220.44	6.61
合计	1.69	168.41	284.62	1.28	146.20	187.14

报告期各期末，发出商品整体结存数量持续增长，主要系火盆、气炉桌产品各期末发出数量增长。2021年6月30日相比2020年度期末发出商品数量减少，主要系火盆产品期末发出数量减少。报告期各期末发出商品单位成本分别为146.20元/套、168.41元/套、123.34元/套和143.76元/套，发出商品单位成本变动主要系火盆桌产品单位成本变动。

2019年末较2018年末，发出商品金额增长较多，一方面是发出商品数量增长（主要系火盆发出商品数量增长），另一方面是发出商品单位成本有所增长，主要系火盆桌单位成本增长。2019年末火盆桌产品结构较2018年末有所变动，导致单位成本增长。2019年末火盆桌产品发出商品均系帕拉斯火盆桌，单位成本为387.02元/套；2018年12月31日火盆桌产品发出商品主要系洲际火盆桌，占比约90.04%，单位成本为192.31元/套。

2020年末较2019年末发出商品金额有所增加，主要系2020年度订单量及客户需求量较大，导致期末发出的火盆及气炉桌数量增加较多。2020年末较2019年末发出商品单位成本下降，主要系气炉桌产品结构变动导致单位成本下降。2019年12月31日气炉桌发出商品均系卡尔顿气炉桌，单位成本为400.34元/套；2020年12月31日气炉桌产品发出商品主要系王朝气炉桌，占比约51.93%，单位成本为387.76元/套，波尔多气炉桌与娇兰气炉桌分别占比21.32%、21.09%，单位成本分别为234.62元/套、295.91元/套。

2021年6月30日较2020年末，发出商品金额下降，主要系2021年1-6月订单量较大，存货周转率提高，导致产品出库量增长，期末发出火盆及气炉桌数量下降。2021年6月30日较2020年末发出商品单位成本上升，除气炉发出数量较少成本稳定外，其他产品单位成本均有上升，主要系原材料冷轧板价格上升，整体产品单位成本有所上升。

综上所述，报告期各期末发出商品金额变动主要系期末正执行订单数量变动和产品结构变化导致，具有合理性。

3) 存货跌价准备情况

①存货减值测试的方法及过程

A.存货减值测试的方法

资产负债表日，存货采用成本与可变现净值孰低计量，按照单个存货成本高于可变现净值的差额计提存货跌价准备。

a. 直接用于出售的存货，在正常生产经营过程中以该存货的估计售价减去估计的销售费用和相关税费后的金额确定其可变现净值；

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

c. 资产负债表日，同一项存货中一部分有合同价格约定、其他部分不存在合同价格的，分别确定其可变现净值，并与其对应的成本进行比较，分别确定存货跌价准备的计提或转回的金额。

②存货减值测试的过程

公司于报告期各期末进行存货的减值测试。具体测算过程如下：

A.原材料及在产品

公司采用“以销定产”的生产模式，根据销售订单情况安排生产计划，并遵循“以产定购”的模式进行原材料采购。公司大部分原材料都属于需要经过加工的存货，由于产品销售订单均有毛利，所生产的产成品可变现净值高于存货成本；在产品属于需要经过加工的存货，由于产品销售订单均有毛利，所生产的产成品可变现净值高于账面价值。原材料及在产品无需计提存货跌价准备。

B.库存商品

库存商品中存在销售订单部分，由于产品销售订单均有毛利，该类产品的可变现净值高于账面价值，无需计提存货跌价准备；对应客户因故取消订单等产生的存货，若1年以上尚未形成销售的，公司预计其未来实现销售的可能性极低，谨慎起见对该类产品全额计提存货跌价准备。报告期各期，公司库龄1年以上的存货及其存货跌价计提的情况如下：

单位：万元

项目	2021-6-30	2020-12-31	2019-12-31	2018-12-31
库龄1年以上库存商品	0.94	1.01	6.69	-
计提存货跌价准备	0.93	1.01	6.69	-
计提比例	98.71%	100.00%	100.00%	-

C.发出商品

发出商品属于为执行销售订单而持有的存货，由于相应的销售订单均有毛利，存货可变现净值均大于发出商品的账面价值，故无需计提存货跌价准备。

4) 存货库存水平的合理性分析

① 各类存货与公司业务规模变化的匹配情况

报告期各期末，公司各类存货账面价值与主营业务收入对比如下：

单位：万元

项目	2021年6月30日		2020年12月31日	
	存货账面价值	存货收入比(%)	存货账面价值	存货收入比(%)
原材料	2,084.99	9.09	1,348.49	4.23
库存商品	426.39	1.86	310.83	0.98
在产品	1,395.02	6.08	858.52	2.69
发出商品	374.83	1.63	434.16	1.36
合计	4,281.22	18.67	2,952.01	9.26
主营业务收入	22,926.54	-	31,878.77	-
项目	2019年12月31日		2018年12月31日	
	存货账面价值	存货收入比(%)	存货账面价值	存货收入比(%)
原材料	702.63	4.70	842.52	6.16
库存商品	1,010.99	6.76	597.95	4.37
在产品	220.04	1.47	208.62	1.52
发出商品	284.62	1.90	187.14	1.37
合计	2,218.28	14.84	1,836.23	13.42
主营业务收入	14,952.16	-	13,685.88	-

注：存货收入比=各类存货账面价值/主营业务收入

公司的生产销售模式为以销定产，期末存货中原材料、库存商品占比较高，期末存货基本存在订单支持。报告期内，随着公司业务规模扩大，期末订单增

加，期末存货整体增长。

报告期内各期末的存货占当期主营业务收入比例分别为13.42%、14.84%、9.26%、18.67%。2019年度相比2018年度期末存货占当期收入比例稳定，与业务规模具有匹配性。2020年度存货收入比下降，主要系期末库存商品降低。2020年度业务规模扩大，期末订单处于饱和状态，产成品完工至出库及结转收入的销售周期缩短，期末库存商品结存下降，整体存货收入比下降。2021年6月30日存货收入比上升，主要系期末原材料与在产品增加，一方面原因系2021年主要原材料冷轧板钢管等市场价格上升，导致期末结存金额上升，另一方面原因系期末公司在手订单较为充足，相应的存货数量增长，原材料与在产品价值均上升，导致整体存货收入比上升。

②各类存货的采购周期、备货标准、产品生产周期及销售周期

A、原材料的采购周期、备货标准

公司各类原材料的采购周期如下：

原材料类别	采购周期（备货周期）
金属材料	10-20 天
外购配件	15-25 天
包装材料	7-10 天

公司一般根据仓库容量、存储成本、原材料使用频率及周转程度、原材料市场价格等多方面因素综合考虑何时采购及采购量。根据公司的生产计划，计算安全库存周期水平，确保安全库存周期内原材料耗用量，一般安全库存周期为 30-35 天。

B、产品的生产周期及销售周期

产品类别	生产周期	销售周期
火盆	10-15 天	FCA:约 7 天 FOB:约 15 天 DDP:约 30-60 天
火盆桌		
气炉		
气炉桌		

注：产品销售周期以产成品入库之日起算至确认收入时点之间的周期

③存货库存水平的合理性

根据前述产销周期，公司存货流转天数（安全库存周期、生产周期、销售周期合计）在 50 天-100 天之间。

2018-2020 年度，公司的存货周转天数分别为 75.00 天、89.11 天和 51.36 天。

2019 年度相比 2018 年度存货周转天数增加，主要系 2019 年 12 月 31 日相比 2018 年 12 月 31 日存货增加，2020 年第一季度订单出货需求较 2019 年第一季度大幅增加，2019 年期末库存商品备货量增长，导致 2019 年存货周转天数增加。

2020 年度相比 2018 年与 2019 年度存货周转天数减少，主要系公司 2020 年度业务规模扩大，订单量增长，销售周期因客户持续增长的产品需求缩短，同时发行人 2020 年通过新增生产设备、扩大生产产能，等方式尽量缩短生产周期以满足客户需求，导致 2020 年度整体存货周转天数减少。

5) 各类存货的期后结转率和期后销售比例

报告期各期末存货的期后结转或销售情况如表所示：

单位：万元

日期	存货类别	期末余额	期后结转/销售金额	期后结转/销售率(%)
2021年6月30日	原材料	2,084.99	2,044.55	98.06
	库存商品	427.32	333.39	78.02
	在产品	1,395.02	1,395.02	100.00
	发出商品	374.83	374.83	100.00
2020年12月31日	原材料	1,348.49	1,327.35	98.43
	库存商品	311.84	298.37	95.68
	在产品	858.52	858.52	100.00
	发出商品	434.16	434.16	100.00
2019年12月31日	原材料	702.63	579.98	82.54
	库存商品	1,017.68	991.93	97.47
	在产品	220.04	220.04	100.00
	发出商品	284.62	284.62	100.00
2018年12月31日	原材料	842.52	677.50	80.41
	库存商品	597.95	551.94	92.30

日期	存货类别	期末余额	期后结转/销售金额	期后结转/销售率(%)
	在产品	208.62	208.62	100.00
	发出商品	187.14	187.14	100.00

注：2018年至2020年期末存货期后结转/销售金额统计截至次年3月31日，2021年6月30日期后结转/销售金额统计截至2021年9月30日。

由上表可知，报告期内各期末的存货期后结转或销售情况较好。各期在产品及发出商品的期后结转/销售率均为100.00%，原材料及库存商品的期后结转/销售率逐年提升，公司存货周转情况良好，无存货的积压，存货跌价准备计提充分。

报告期内存货的订单支持率情况如下：

日期	订单支持率(%)
2021年1-6月	435.82
2020年12月31日	484.11
2019年12月31日	168.00
2018年12月31日	124.76

注：期末存货订单支持率=期末在手订单对应成本金额/期末存货账面金额

报告期内，存货的订单支持率随着业务规模扩大而持续增长。2020年度业务规模扩大，期末在手订单量增加，在手订单金额增长。因销售周期缩短，2020年末存货库存水平与2018年末、2019年末呈小幅度增长趋势，期末存货订单支持率较往年有较大幅度增加。

6) 存货管理的相关内控制度及执行有效性

①关于存货的采购管理：公司制定了《采购与付款流程制度》《财务存货管理制度》等规范公司的采购业务。通过同类供应商询价比对、合格供应商管理、供应物料品质检查等措施，确保采购价格合理、供货及时、材料质量符合要求。

②关于存货的生产管理：公司建立了《安全生产管理制度》《生产质量管理制度》等规范公司的生产业务。生产管理人员下达生产计划后，根据其对应的BOM测算出相应的材料需求，并编制生产领料单，仓储部根据生产领料单进行严格发料；生产车间内不同批次产品分别摆放，并做好标识，根据生产工艺流程进行流转；生产完成后，由品质部进行质量检测，经检测合格后入库仓储部，

未通过检测的送回生产车间返工。

③关于存货的销售管理：公司制定了《销售与收款管理制度》等对销售发货进行管理，公司销售部门根据批准后的销售合同/订单，交由生产部组织生产、安排发货。公司仓储部对销售发货单据进行审核，严格按照销售发货单据所列的发货品种和规格、发货数量、发货时间、发货方式组织出库，并建立货物出库、发运等环节的岗位责任制，确保货物的安全发运。

④关于存货的库存管理：公司制定了《财务存货管理制度》等规范公司的库存管理业务。报告期内，发行人在原材料出入库环节、产成品出入库环节均设置了控制节点，存货管理部门通过纸质出入库单据记录审核；每月末存货管理部门进行原材料、半成品、产成品的盘点，财务部对原材料、产成品的盘点进行监盘，存货管理部门根据盘点结果及当月出入库单据汇总形成存货台账。每月末存货管理部门将当月原材料及产成品出入库单据、存货台账提交至财务部，由财务部再次核对出入库单据和存货台账、产成品出库汇总数据后进行存货收发入账及成本结转。针对盘点中发现的盘盈、盘亏、毁损以及存在减值情形的存货，由财务部提出处置意见，经过相关部门复核后，报财务总监、总经理审批，并据以做出账务处理，实物与账面记录不存在重大差异。

报告期内，2017-2020 年度公司采用金蝶 K3 系统，并于 2021 年开始运行金蝶 KIS 系统进行各类存货的收发存核算。报告期内，公司存货管理的相关内控制度设计合理，且执行情况良好。

(7) 其他流动资产

报告期内，公司其他流动资产明细情况如下：

单位：万元

项目	2021/6/30	2020/12/31	2019/12/31	2018/12/31/
待抵扣增值税进项税	932.23	874.57	254.74	251.19
预缴企业所得税	-	-	-	4.44
预付中介发行费用	267.10	234.10	-	-
合计	1,199.33	1,108.67	254.74	255.63

报告期各期末，公司其他流动资产分别为 255.63 万元、254.74 万元、1,108.67 万元、1,199.33 万元，占流动资产比例分别为 2.05%、2.37%、6.07%、

5.11%。

报告期内，公司其他流动资产主要由待抵扣进项税和预付中介发行费用构成。

3、非流动资产构成及变动分析

报告期各期末，公司非流动资产的构成情况如下：

单位：万元

项目	2021年6月30日		2020年12月31日	
	金额	占比	金额	占比
投资性房地产	1.71	0.04%	1.79	0.04%
固定资产	3,908.09	82.08%	3,548.43	81.70%
在建工程	-	-	-	0.00%
无形资产	668.35	14.04%	675.70	15.56%
递延所得税资产	162.65	3.42%	117.50	2.71%
其他非流动资产	20.46	0.43%	-	-
非流动资产合计	4,761.26	100.00%	4,343.42	100.00%
项目	2019年12月31日		2018年12月31日	
	金额	占比	金额	占比
投资性房地产	1.95	0.06%	2.11	0.06%
固定资产	2,510.44	74.19%	2,572.92	76.09%
在建工程	111.50	3.29%	22.78	0.67%
无形资产	699.36	20.67%	722.78	21.37%
递延所得税资产	44.65	1.32%	61.02	1.80%
其他非流动资产	16.05	0.47%	-	-
非流动资产合计	3,383.95	100.00%	3,381.61	100.00%

报告期内，公司非流动资产主要由固定资产和无形资产构成。报告期各期末，上述资产合计占非流动资产的比重分别为 97.46%、94.86%、97.26%、96.12%，整体保持对稳定。

(1) 固定资产

报告期各期末，公司固定资产账面价值分别为 2,572.92 万元、2,510.44 万元、3,548.43 万元、3,908.09 万元，占非流动资产比重分别为 76.09%、74.19%、81.70%、82.08%，占比较大，是公司非流动资产中最主要的构成部分。

报告期内，公司固定资产构成及占比情况如下：

单位：万元

项目	2021/6/30		2020/12/31		2019/12/31		2018/12/31/	
	账面价值	占比(%)	账面价值	占比(%)	账面价值	占比(%)	账面价值	占比(%)
房屋及建筑物	1,604.78	41.06	1,399.22	39.43	1,524.02	60.71	1,666.22	64.76
机器设备	2,183.28	55.87	2,046.38	57.67	914.02	36.41	829.20	32.23
运输工具	89.46	2.29	77.61	2.19	56.54	2.25	54.43	2.12
电子设备	30.57	0.78	25.23	0.71	15.87	0.63	23.07	0.90
合计	3,908.09	100.00	3,548.43	100.00	2,510.44	100.00	2,572.92	100.00

公司固定资产由房屋及建筑物、机器设备、运输工具、电子设备等构成，其中房屋及建筑物和机器设备占固定资产的比例较高，合计超过 96%。

随着公司业务规模的增长，为了满足生产需要，相应的增加了机器设备的采购，因此报告期内的固定资产账面价值也在有所上升。

报告期各期末，公司固定资产原值及折旧情况如下：

单位：万元

2021年6月30日					
固定资产类别	原值	累计折旧	减值准备	净值	折旧年限
房屋及建筑物	2,844.97	1,240.19	-	1,604.78	20年
机器设备	2,999.88	816.60	-	2,183.28	4-10年
运输工具	563.66	474.21	-	89.46	4年
电子设备	157.98	127.41	-	30.57	3年
合计	6,566.50	2,658.41	-	3,908.09	-
2020年12月31日					
固定资产类别	原值	累计折旧	减值准备	净值	折旧年限
房屋及建筑物	2,577.01	1,177.79	-	1,399.22	20年
机器设备	2,753.56	707.19	-	2,046.38	4-10年
运输工具	571.82	494.22	-	77.61	4年
电子设备	147.41	122.17	-	25.23	3年
合计	6,049.80	2,501.37	-	3,548.43	-

2019年12月31日					
固定资产类别	原值	累计折旧	减值准备	净值	折旧年限
房屋及建筑物	2,577.01	1,052.99	-	1,524.02	20年
机器设备	1,506.65	592.63	-	914.02	4-10年
运输工具	531.42	474.89	-	56.54	4年
电子设备	142.81	126.95	-	15.87	3年
合计	4,757.89	2,247.45	-	2,510.44	-
2018年12月31日					
固定资产类别	原值	累计折旧	减值准备	净值	折旧年限
房屋及建筑物	2,577.01	910.79	-	1,666.22	20年
机器设备	1,321.90	492.70	-	829.20	4-10年
运输工具	520.80	466.38	-	54.43	4年
电子设备	148.22	125.15	-	23.07	3年
合计	4,567.93	1,995.02	-	2,572.92	-

报告期内，2018年末公司固定资产中房屋及建筑物处于抵押状态，系以前年度借款向银行抵押。

报告期内，公司固定资产状况良好，不存在减值迹象，未计提减值准备。

(2) 在建工程

报告期各期末，公司在建工程账面价值分别为 22.78 万元、111.50 万元、0 万元、0 万元，占非流动资产的比重分别为 0.67%、3.29%、0.00%、0.00%。

报告期内，公司在建工程主要是待安装调试的设备及其他零星工程。

(3) 无形资产

公司无形资产主要为土地使用权、软件和排污权。报告期各期末，公司无形资产账面价值分别为 722.78 万元、699.36 万元、675.70 万元、668.35 万元，占非流动资产的比例分别 21.37%、20.67%、15.56%、14.04%。

报告期各期末，公司无形资产账面价值情况如下：

单位：万元

项目	2021/6/30	2020/12/31	2019/12/31	2018/12/31/
土地使用权	873.41	873.41	873.41	873.41

项目	2021/6/30	2020/12/31	2019/12/31	2018/12/31/
软件	15.23	10.64	10.64	10.64
排污权	25.46	25.46	25.46	25.26
账面原值合计	914.10	909.50	909.50	909.30
土地使用权	222.14	213.41	195.94	178.47
软件	5.35	4.71	3.64	2.58
排污权	18.26	15.69	10.56	5.47
累计摊销合计	245.75	233.80	210.14	186.52
土地使用权	-	-	-	-
软件	-	-	-	-
排污权	-	-	-	-
减值准备合计	-	-	-	-
土地使用权	651.27	660.00	677.47	694.94
软件	9.88	5.93	6.99	8.06
排污权	7.20	9.77	14.90	19.79
账面价值合计	668.35	675.70	699.36	722.78

报告期内，2018 年末公司无形资产中土地使用权处于抵押状态，系以前年度借款向银行抵押。

公司的无形资产均为日常生产经营所需，截至 2021 年 6 月 30 日不存在减值情形。

（二）负债结构分析

1、总负债构成与变动分析

报告期各期末，公司的负债结构如下表所示：

单位：万元

项目	2021/6/30		2020/12/31		2019/12/31		2018/12/31/	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
流动负债	7,157.15	100.00%	6,555.54	100.00%	2,753.88	100.00%	3,056.23	100.00%
非流动负债	-				-	-	-	-
负债总额	7,157.15	100.00%	6,555.54	100.00%	2,753.88	100.00%	3,056.23	100.00%

报告期各期末，公司负债总额分别为 3,056.23 万元、2,753.88 万元、6,555.54 万元、7,157.15 万元。报告期内，随着公司业务规模的快速增长，公司

的负债总额整体呈增长趋势。

报告期内，公司的负债全部为流动负债，主要由应付票据、应付账款、应付职工薪酬及应交税费等构成。

2、流动负债的构成及变动分析

报告期内，公司流动负债结构如下：

单位：万元

项目	2021/6/30		2020/12/31		2019/12/31		2018/12/31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
应付票据	1,187.30	16.59%	1,387.43	21.16%	884.72	32.13%	933.40	30.54%
应付账款	3,971.42	55.49%	3,373.52	51.46%	1,453.93	52.80%	1,337.69	43.77%
预收款项	-	-	-	0.00%	40.10	1.46%	71.16	2.33%
合同负债	477.16	6.67%	322.98	4.93%	-	-	-	-
应付职工薪酬	637.68	8.91%	732.77	11.18%	328.01	11.91%	258.80	8.47%
应交税费	872.10	12.19%	724.17	11.05%	47.11	1.71%	454.91	14.88%
其他应付款	4.40	0.06%	4.69	0.07%	-	-	0.27	0.01%
其他流动负债	7.08	0.10%	9.98	0.15%	-	-	-	-
流动负债合计	7,157.15	100.00%	6,555.54	100.00%	2,753.88	100.00%	3,056.23	100.00%

报告期内，公司的流动负债主要由应付票据、应付账款、应付职工薪酬和应交税费构成。报告期各期末，上述几项负债合计占流动负债的比例分别为97.66%、98.55%、94.85%、93.17%，保持相对稳定。

(1) 应付票据

报告期各期末，应付票据明细情况如下：

单位：万元

项目	2021/6/30		2020/12/31		2019/12/31		2018/12/31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
银行承兑汇票	1,187.30	100.00%	1,387.43	100.00%	884.72	100.00%	933.40	100.00%
合计	1,187.30	100.00%	1,387.43	100.00%	884.72	100.00%	933.40	100.00%

报告期内，公司应付票据系向供应商开具的银行承兑汇票。

报告期内，公司不存在承兑汇票到期未支付的情形。

(2) 应付账款

报告期各期末，公司应付账款余额分别为 1,337.69 万元、1,453.93 万元、3,373.52 万元、3,971.42 万元，占流动负债的比重分别为 43.77%、52.80%、51.46%、55.49%。

报告期各期末，公司应付账款明细如下：

单位：万元

项目	2021/6/30		2020/12/31		2019/12/31		2018/12/31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
货款	3,266.69	82.26%	2,889.15	85.64%	1,184.93	81.50%	1,192.33	89.13%
费用款	476.26	11.99%	478.08	14.17%	269.01	18.50%	145.35	10.87%
设备及工程款	228.47	5.75%	6.29	0.19%	-	-	-	-
总计	3,971.42	100.00%	3,373.52	100.00%	1,453.93	100.00%	1,337.69	100.00%

公司应付账款主要包括应付的材料以及费用款。报告期内，随着公司业务规模的不断扩大，公司应付账款余额逐年增长。

截至 2021 年 6 月 30 日，公司应付账款余额中无持有公司 5%以上（含 5%）表决权股份的股东单位款项。

1) 应付账款余额持续增长的合理性

报告期各期末，公司应付账款余额变动如下：

项目	2021 年 6 月 30 日			2020 年 12 月 31 日			2019 年 12 月 31 日			2018 年 12 月 31 日
	金额 (万元)	变动额 (万元)	变动比 例(%)	金额 (万元)	变动额 (万元)	变动比 例(%)	金额 (万元)	变动额 (万元)	变动比 例(%)	金额 (万元)
货款	3,266.69	377.55	13.07	2,889.15	1,704.22	143.82	1,184.93	-7.40	-0.62	1,192.33
费用款	476.26	-1.83	-0.38	478.08	209.07	77.72	269.01	123.66	85.08	145.35
设备及工程款	228.47	222.18	3535.11	6.29	6.29	-	-	-	-	-
合计	3,971.42	597.90	17.72	3,373.52	1,919.59	132.03	1,453.93	116.24	8.69	1,337.69

2019 年 12 月 31 日公司应付账款余额 1,453.93 万元，较 2018 年 12 月 31 日增长 8.69%，主要系应付费用款增长 85.08%。应付费用款增加的原因系：一是 2019 年度营业收入较 2018 年度增长 8.99%，收入增加导致当期销售回款增加，应付销售代理佣金相应增加；二是 2019 年 12 月销售出库数量较上年同期增加，

应付运杂费增加。

2020年12月31日公司应付账款余额3,373.52万元，较2019年12月31日增长132.03%，主要系应付货款增长，应付货款增加主要系公司业务规模的扩大。

2021年6月30日公司应付账款余额3,971.42万元，较2020年12月31日增长17.72%，主要系应付货款和应付设备及工程款增长，应付货款增加主要系公司业务规模的扩大。

报告期各期末应付账款与各期营业成本匹配情况如下：

单位：万元

项目	2021年6月30日 /2021年1-6月	2020年12月31日 /2020年度	2019年12月31日 /2019年度	2018年12月31日 /2018年
应付货款	3,266.69	2,889.15	1,184.93	1,192.33
营业成本	14,846.01	18,120.56	8,180.60	8,635.79
占比	22.00%	15.94%	14.48%	13.81%

综上，报告期各期末应付账款余额持续增长与公司的业务规模及实际经营情况相匹配，具有合理性。

2) 应付账款前五大供应商的结算政策、结算周期及结算方式

截至2021年6月30日，应付账款前五大供应商结算政策、结算周期及结算方式如下：

序号	供应商名称	账面金额 (万元)	结算政策	结算方式	结算周期
1	浙江武义张氏包装实业有限公司	419.67	产品交付完毕且经验收合格后，按月对账开票结算	银行承兑、电汇方式	月结30天
2	宁波友特国际物流有限公司	209.46	柜子作业完毕后二天内确定运价，按照月度运费对账单结算	未约定	月结30天
3	永康市云葵工贸有限公司	206.95	产品交付完毕且经验收合格后，按月对账开票结算	银行承兑、电汇方式	月结30天
4	吉安浩燃实业有限公司	155.03	产品交付完毕且经验收合格后，按月对账开票结算	银行承兑、电汇方式	月结30天

序号	供应商名称	账面金额 (万元)	结算政策	结算方式	结算周期
5	浙江新洋国际货运代理有限公司	114.03	柜子作业完毕后二天内确定运价, 按照月度运费对账单结算	未约定	月结 30 天
小 计		1,105.14			

截至 2020 年 12 月 31 日, 应付账款前五大供应商结算政策、结算周期及结算方式如下:

序号	供应商名称	应付账款 金额 (万元)	结算政策	结算方式	结算周期
1	浙江武义张氏包装实业有限公司	266.30	产品交付完毕且验收合格后, 按月对账开票结算	银行承兑、电汇方式	月结 30 天
2	宁波朝阳家用燃气具有限公司	192.36	产品交付完毕且验收合格后, 按月对账开票结算	银行承兑、电汇方式	月结 30 天
3	ERIC HARRISON	177.79	为发行人聘请的专职销售代理, 每年年底根据当年该代理负责对接客户的回款金额的 2% 结算佣金, 若未完成最低销售额则只支付保底佣金	电汇方式	每季度固定支付 27,000 美元, 全年的佣金结算金额减去每季度已支付部分于次年 4 月前支付
4	永康市云葵工贸有限公司	166.84	产品交付完毕且验收合格后, 按月对账开票结算	银行承兑、电汇方式	月结 30 天
5	永康市天丰和宝金属制品有限公司	155.84	产品交付完毕且验收合格后, 按月对账开票结算	银行承兑、电汇方式	月结 30 天
合 计		959.13			

截至 2019 年 12 月 31 日, 应付账款前五大供应商结算政策、结算周期及结算方式如下:

序号	供应商名称	应付账款 金额 (万元)	结算政策	结算方式	结算周期
1	RICH BOZEK	135.75	为发行人聘请的专职销售代理, 每年年底根据当年该代理负责对接客户的回款金额的 2% 结算佣金, 若未完成最低	电汇方式	每季度固定支付 18,000 美元, 全年的佣金结算金额减去每季度已支付部分于次年 4 月前支付

序号	供应商名称	应付账款 金额 (万元)	结算政策	结算方式	结算周期
			销售额则只支付保 底佣金		
2	永康市云葵工 贸有限公司	119.70	产品交付完毕且经 验收合格后, 按月 对账开票结算	银行承 兑、电汇 方式	月结 30 天
3	浙江上峰包装 有限公司	114.03	产品交付完毕且经 验收合格后, 按月 对账开票结算	银行承 兑、电汇 方式	月结 30 天
4	永康市天丰和 宝金属制品有 限公司	109.73	产品交付完毕且经 验收合格后, 按月 对账开票结算	银行承 兑、电汇 方式	月结 30 天
5	宁波来特燃气 具有限公司	81.15	产品交付完毕且经 验收合格后开票结 算	银行承 兑、电汇 方式	月结 30 天
合计		560.36			

截至 2018 年 12 月 31 日, 应付账款前五大供应商结算政策、结算周期及结
算方式如下:

序号	供应商名称	应付账款 金额 (万元)	结算政策	结算方式	结算周期
1	武义成红泡沫 包装厂	137.67	产品交付完毕且经 验收合格后, 按月 对账开票结算	银行承 兑、电汇 方式	月结 30 天
2	永康市天丰和 宝金属制品有 限公司	137.04	产品交付完毕且经 验收合格后, 按月 对账开票结算	银行承 兑、电汇 方式	月结 30 天
3	RICH BOZEK	108.11	为发行人聘请的专 职销售代理, 每年 底根据当年该代理 负责对接客户的回 款金额的 2% 结算佣 金, 若未完成最低 销售额则只支付保 底佣金	电汇方式	每季度固定支付 18,000 美元, 全 年的佣金结算金 额减去每季度已 支付部分于次年 4 月前支付
4	广东金尚智能 电气有限公司	82.15	产品交付完毕且经 验收合格后, 按月 对账开票结算	银行承 兑、电汇 方式	月结 60 天
5	永康市海霖金 属制品有限公 司	77.25	产品交付完毕且经 验收合格后开票结 算	银行承 兑、电汇 方式	月结 30 天
合计		542.22			

3) 费用款的具体构成及报告期内波动分析

报告期各期末，发行人应付费用款的具体构成如下：

项目	2021年6月30日		2020年12月31日		2019年12月31日		2018年12月31日	
	金额 (万元)	占比	金额 (万元)	占比	金额 (万元)	占比	金额 (万元)	占比
佣金	103.13	21.65%	344.74	72.11%	188.19	69.96%	108.10	74.37%
运杂费	358.77	75.33%	125.06	26.16%	75.64	28.12%	31.30	21.53%
零星费用	14.35	3.01%	8.28	1.73%	5.18	1.93%	5.95	4.09%
小计	476.26	100.00%	478.08	100.00%	269.01	100.00%	145.35	100.00%

报告期各期末公司的应付费用款主要以尚未结算的佣金及运杂费为主，除2021年6月末应付佣金余额下降，其余各期末的余额呈增长趋势。

应付费用款-佣金主要系发行人应付给各销售代理的佣金，发行人每季度支付销售代理保底佣金并于次年4月前结算上一年佣金金额，报告期各期末公司根据各年应结算金额与当期已支付佣金的差额进行佣金暂估。由于按季度支付的金额为固定金额，故随着报告期各期公司营业收入的增长，销售回款对应增加，2018-2020年末应付费用款-佣金也相应增加，2021年6月末因已于当年4月结清上年差额部分，因此余额较小。

应付费用款-运杂费主要系各期尚未结算的订舱费、拖运装卸费等，四季度是公司的销售旺季，随着公司销售规模的扩大，各季度的销售数量也逐年增加，与报告期各期末应付费用款-运杂费增长趋势一致。2021年6月末余额增长较大，主要系2021年二季度销售额大幅增长所致。

综上，应付费用款的增加主要是由于佣金、运杂费增加所致，与公司实际经营情况相匹配，具有合理性

(3) 应付职工薪酬

报告期各期末，公司应付职工薪酬金额分别为258.80万元、328.01万元、732.77万元、637.68万元，占流动负债的比例分别为8.47%、11.91%、11.18%、8.91%。

报告期内，公司应付职工薪酬明细情况如下：

单位：万元

项目	2021/6/30		2020/12/31		2019/12/31		2018/12/31/	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
短期薪酬	637.68	100.00%	732.77	100.00%	328.01	100.00%	258.80	100.00%
离职后福利—设定提存计划	-	-	-	-	-	-	-	-
总计	637.68	100.00%	732.77	100.00%	328.01	100.00%	258.80	100.00%

公司应付职工薪酬主要为应付工资及奖金，报告期内公司应付职工薪酬整体呈上升趋势。2020年12月末，公司应付职工薪酬余额较高，主要原因系2020年公司业绩大幅增长，相应的计提员工奖金也有所增加。

(4) 应交税费

报告期各期末，公司应交税费余额分别为454.91万元、47.11万元、724.17万元、872.10万元，占流动负债的比例分别为14.88%、1.71%、11.05%、12.19%。报告期各期末，公司应交税费明细如下：

单位：万元

项目	2021/6/30	2020/12/31	2019/12/31	2018/12/31
增值税	128.60	165.15	31.34	28.78
企业所得税	715.29	516.86	12.46	419.32
代扣代缴个人所得税	3.02	3.90	0.59	1.36
城市维护建设税	6.49	8.32	0.96	1.48
房产税	9.60	19.18	-	1.47
教育费附加	3.90	4.99	0.58	0.89
地方教育附加	2.60	3.33	0.39	0.59
印花税	2.50	2.28	0.80	0.74
环保税	0.11	0.15	-	0.06
残疾人就业保障金	-	-	-	0.23
合计	872.10	724.17	47.11	454.91

报告期内，公司的应交税费余额主要由应交增值税和应交企业所得税构成。2019年末公司应交税费余额相对较小，主要原因系2019年公司预缴的企业所得税金额较大，导致当期期末应交税费-企业所得税余额大幅下降。

（三）偿债能力分析

1、公司偿债能力指标分析

报告期内，公司主要偿债能力指标如下：

财务指标	2021-6-30	2020/12/31	2019/12/31	2018/12/31
流动比率（倍）	3.28	2.78	3.90	4.09
速动比率（倍）	2.68	2.33	3.09	3.49
资产负债率（合并%）	25.34	29.01	19.50	19.26
财务指标	2021年1-6月	2020年度	2019年度	2018年度
息税折旧摊销前利润（万元）	6,587.52	10,894.03	4,916.66	3,741.50
利息保障倍数（倍）	-	-	-	-

报告期内公司的流动比率、速动比率较高，主要系报告期内公司经营活动产生的现金流量较多，期末货币资金余额较高，短期偿债能力较好。

报告期内，公司流动比率、速动比率有所下降，资产负债率有所上升，主要原因系报告期内公司进行现金分红所致。

报告期内，公司息税折旧摊销前利润持续增长，说明公司业务盈利状况较好，偿债能力较强。

2、与同行业可比公司偿债指标的比较分析

报告期内，公司与同行业可比公司偿债指标如下：

项目	公司名称	2021.6.30	2020.12.31	2019.12.31	2018.12.31
流动比率 （倍）	浙江永强	1.56	1.47	1.32	1.17
	永艺股份	1.14	1.21	1.93	2.09
	中源家居	1.29	1.51	1.65	1.97
	恒林股份	1.31	1.55	2.26	4.09
	平均值	1.32	1.43	1.79	2.33
	发行人	3.28	2.78	3.90	4.09
速动比率 （倍）	浙江永强	1.56	0.99	0.89	0.84
	永艺股份	1.14	0.78	1.48	1.64
	中源家居	1.29	1.12	1.36	1.75
	恒林股份	1.31	1.12	1.77	3.63

项目	公司名称	2021.6.30	2020.12.31	2019.12.31	2018.12.31
	平均值	1.32	1.00	1.37	1.97
	发行人	2.68	2.33	3.09	3.49
资产负债率 (合并%)	浙江永强	43.56	46.95	44.66	52.17
	永艺股份	59.85	56.16	34.51	32.64
	中源家居	38.10	40.80	40.50	34.77
	恒林股份	52.70	45.04	30.55	20.01
	平均值	48.55	47.24	37.56	34.90
	发行人	25.34	29.01	19.50	19.26

报告期内，公司流动比率和速动比率高于同行业可比公司平均水平，偿债能力较强，主要原因系公司整体的资产负债规模相对较小，且报告期内销售回款情况良好，因此整体的流动比率、速动比率优于同行业公司。

报告期内，公司资产负债率低于同行业可比公司，主要原因系公司报告期内未通过负债方式进行扩产投资，因此资产负债率相对较低。

综上所述，公司的经营状况良好，有较充足的资金清偿到期债务，具有较强的偿债能力。随着公司盈利能力的提高，公司偿债能力将不断增强。

（四）资产周转能力分析

1、公司报告期内资产周转能力指标

报告期内，公司主要资产周转能力指标如下：

财务指标	2021年1-6月	2020年度	2019年度	2018年度
应收账款周转率（次）	2.28	5.78	4.69	4.22
应收账款周转天数（天）	157.76	62.28	76.76	85.31
存货周转率（次）	4.10	7.01	4.04	4.80
存货周转天数（天）	87.70	51.36	89.11	75.00
总资产周转率（次）	0.91	1.75	1.01	0.96

报告期内，公司应收账款周转率分别为 4.22、4.69、5.78、2.28，整体有所上升，主要原因系公司的客户信用情况较好，能够及时收回货款。

报告期内，公司存货周转率分别为 4.80、4.04、7.01、4.10，公司的存货周转率水平保持在合理范围内。

报告期内，公司总资产周转率良好，说明公司资产创造收入的能力较强。

2、本公司与同行业可比公司资产周转能力指标的比较分析

报告期内，公司与国内同行业可比公司资产周转能力指标的比较如下：

项目	公司名称	2021年1-6月	2020年度	2019年度	2018年度
应收账款周转率（次）	浙江永强	3.22	4.00	3.89	3.94
	永艺股份	3.72	6.44	6.41	8.13
	中源家居	3.10	7.39	9.66	12.97
	恒林股份	3.76	7.52	5.77	6.67
	平均值	3.45	6.34	6.43	7.93
	发行人	2.28	5.78	4.69	4.22
存货周转率（次）	浙江永强	2.67	2.45	2.70	2.91
	永艺股份	2.58	5.22	7.14	8.26
	中源家居	2.41	6.30	7.99	11.16
	恒林股份	1.85	5.26	6.49	8.42
	平均值	2.38	4.81	6.08	7.69
	发行人	4.10	7.01	4.04	4.80
总资产周转率（次）	浙江永强	0.59	0.70	0.69	0.58
	永艺股份	0.71	1.35	1.34	1.68
	中源家居	0.49	1.10	1.10	1.29
	恒林股份	0.43	1.05	0.88	0.84
	平均值	0.55	1.05	1.00	1.10
	发行人	0.91	1.75	1.01	0.96

2018年、2019年，公司应收账款周转率、存货周转率低于平均值，主要原因系室内家具行业的永艺股份、中源家居以及恒林股份的应收账款周转率、存货周转率较高，导致平均值较高。随着公司的业务规模快速增长，公司的应收账款周转率、存货周转率及总资产周转率也有所提高。

公司与浙江永强同属于户外休闲家具行业，2018年、2019年公司应收账款周转率与浙江永强差异不大。2020年随着公司业务规模的快速增长，公司的应收账款周转率明显提高。

2018年至2020年，公司的存货周转率高于浙江永强，主要原因系公司整体的业务规模相对较小，相应的存货余额较少。

2018年至2020年，公司总资产周转率与平均值相近，高于浙江永强，公司资产总体运营能力较强。

（五）财务性投资情况

截至2021年6月30日，公司不存在金额较大的交易性金融资产、借与他人款项、委托理财等财务性投资情况。

（六）报告期股利分配情况

1、2019年2月22日，公司召开2018年年度股东大会，决定以总股本5,250.00万股为基数，向实施利润分配方案时权益登记日在册的全体股东每10股派发现金红利7.00元（含税），共计分配利润3,675.00万元。

2、2019年8月13日，公司召开2019年第二次临时股东大会决议，决定以总股本5,250.00万股为基数，向实施利润分配方案时权益登记日在册的全体股东每10股派发现金红利2.60元（含税），共计分配利润1,365.00万元。

3、2020年5月11日，公司召开2019年年度股东大会，决定以总股本5,250.00万股为基数，向实施利润分配方案时权益登记日在册的全体股东每10股派发现金红利4.60元（含税），共计分配利润2,415.00万元。

4、2020年09月11日，公司召开2020年第四次临时股东大会，决定以总股本5,250.00万股为基数，向实施利润分配方案时权益登记日在册的全体股东每10股派发现金红利2.60元（含税），共计分配利润1,365.00万元。

十三、现金流量分析

（一）经营活动产生的现金流量分析

1、报告期内，公司经营活动产生的现金流量情况如下：

单位：万元

项目	2021年1-6月	2020年度	2019年度	2018年度
销售商品、提供劳务收到的现金	18,901.17	26,322.00	15,907.02	13,214.79
收到的税费返还	1,891.04	2,269.10	1,521.48	1,147.43
收到其他与经营活动有关的现金	1,576.88	2,122.59	1,681.62	1,972.38
经营活动现金流入小计	22,369.09	30,713.69	19,110.12	16,334.60

项目	2021年1-6月	2020年度	2019年度	2018年度
购买商品、接受劳务支付的现金	15,162.41	16,053.51	8,007.97	7,659.75
支付给职工以及为职工支付的现金	2,841.93	3,125.70	1,990.65	1,849.34
支付的各项税费	1,902.57	2,787.29	2,133.95	1,379.21
支付其他与经营活动有关的现金	1,845.05	3,136.06	3,015.86	3,193.73
经营活动现金流出小计	21,751.95	25,102.56	15,148.43	14,082.03
经营活动产生的现金流量净额	617.14	5,611.13	3,961.69	2,252.57

报告期内，公司经营活动产生的现金流量净额分别为 2,252.57 万元、3,961.69 万元、5,611.13 万元、617.14 万元，累计金额为 12,442.53 万元，公司经营活动现金流量状况良好。

2、经营活动现金流量与净利润分析

报告期内，公司经营活动现金流量净额与净利润对比情况如下：

单位：万元

项目	2021年1-6月	2020年度	2019年度	2018年度
经营活动产生的现金流量净额	617.14	5,611.13	3,961.69	2,252.57
净利润	5,038.83	8,454.65	3,592.79	2,674.04
经营活动产生的现金流量净额/净利润	0.12	0.66	1.10	0.84

报告期内，由上表所示，公司营应收账款的回款情况良好，公司净利润收益质量较高，经营性现金流量情况良好。

2021年1-6月，公司经营活动产生的现金流量净额较与净利润差额较大，一方面原因系上半年原材料价格大幅上涨，导致公司购买商品、接受劳务支付的现金较多，另一方面公司二季度收入占比较高，截至6月末主要客户的应收款项尚在信用期内。

(二) 投资活动产生的现金流量分析

报告期内，公司投资活动产生的现金流量具体情况如下

单位：万元

项目	2021年1-6月	2020年度	2019年度	2018年度
收回投资收到的现金	-	-	-	-

项目	2021年 1-6月	2020年度	2019年度	2018年度
取得投资收益收到的现金	43.81	87.88	71.78	147.45
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	5.80	7.60	1.40	-
处置子公司及其他营业单位收到的现金净额	-	-	-	-
收到其他与投资活动有关的现金	17,540.00	30,104.05	10,666.49	9,757.58
投资活动现金流入小计	17,589.61	30,199.53	10,739.67	9,905.03
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	410.22	1,504.49	340.18	185.11
投资支付的现金	-	-	-	-
取得子公司及其他营业单位支付的现金净额	-	-	-	-
支付其他与投资活动有关的现金	17,870.00	28,530.00	14,654.07	7,640.00
投资活动现金流出小计	18,280.22	30,034.49	14,994.25	7,825.11
投资活动产生的现金流量净额	-690.61	165.04	-4,254.58	2,079.93

报告期各期，公司投资活动现金流量净额分别为 2,079.93 万元、-4,254.58 万元、165.04 万元、-690.61 万元，不同年度间投资活动产生的现金流量净额差异较大，主要是由于报告期期末购买的理财产品在次年赎回导致。

（三）筹资活动产生的现金流量分析

报告期内，公司筹资活动产生的现金流量具体情况如下：

单位：万元

项目	2021年 1-6月	2020年度	2019年度	2018年度
吸收投资收到的现金	-	-	-	-
取得借款收到的现金	-	-	-	-
收到其他与筹资活动有关的现金	-	-	-	-
筹资活动现金流入小计	-	-	-	-
偿还债务支付的现金	-	-	-	-
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	-	3,780.00	5,040.00	-
支付其他与筹资活动有关的现金	33.00	234.10	-	-
筹资活动现金流出小计	33.00	4,014.10	5,040.00	-
筹资活动产生的现金流量净额	-33.00	-4,014.10	-5,040.00	-

报告期内，公司筹资活动现金流量净额分别为 0.00 万元、-5,040.00 万元、-

4,014.10 万元、-33.00 万元。报告期内公司的公司筹资活动现金流量净额为负数主要系现金分红所致。

十四、资本性支出分析

（一）报告期内重大资本性支出情况及影响

报告期各期，公司购建固定资产、无形资产及其他长期资产的支出分别为 185.11 万元、340.18 万元、1,504.49 万元、410.22 万元，主要用于购建生产相关的资产。

（二）未来可预见的重大资本性支出计划及资金需要量

本次公开发行股票募集资金拟投资项目包括年产 120 万套火盆系列、气炉系列生产线及厂房建设项目、研发中心建设项目和补充流动资金。如本次募集资金不能满足投资项目的资金需求，公司将全部自筹解决资金缺口。具体内容详见本招股说明书“第九节 募集资金运用与未来发展规划”相关内容。

十五、资产负债表日后事项、或有事项及其他重要事项

（一）资产负债表日后事项披露情况

截至本招股说明书签署日，公司不存在需要披露的资产负债表日后事项。

（二）或有事项

截至本招股说明书签署日，公司无需要披露的或有事项。

（三）其他重要事项

截至本招股说明书签署日，公司不存在应披露而未披露的其他重要事项。

十六、财务报告审计基准日后的主要财务信息及经营状况

（一）申报会计师审阅意见

公司财务报告审计截止日为 2021 年 6 月 30 日。根据《关于首次公开发行股票并上市公司招股说明书财务报告审计基准日后主要财务信息及经营状况信息披露指引（2020 年修订）》，天健会计师对公司 2021 年 9 月 30 日的合并及母公司资产负债表、2021 年 1-9 月的合并及母公司利润表、合并及母公司现金流

量表以及财务报表附注进行了审阅，并出具了《审阅报告》（天健审[2021]9893号）。

审阅意见如下：“我们没有注意到任何事项使我们相信雅艺科技财务报表没有按照企业会计准则的规定编制，未能在所有重大方面公允反映雅艺科技的合并及母公司财务状况、经营成果和现金流量。”

（二）发行人专项说明

公司董事会、监事会及其董事、监事、高级管理人员已对公司 2021 年 1 月 1 日至 2021 年 9 月 30 日期间未经审计的财务报表进行了认真审阅并出具了专项说明，保证该等财务报表所载资料不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对其内容的真实性、准确性及完整性承担个别及连带责任。公司负责人、主管会计工作负责人及会计机构负责人已对公司 2021 年 1 月 1 日至 2021 年 9 月 30 日期间未经审计的财务报表进行了认真审阅并出具了专项说明，保证该等财务报表的真实、准确、完整。

（三）财务报告审计截止日后主要财务信息

发行人 2021 年 1-9 月财务报表（未经审计，但已经天健会计师审阅）主要财务数据如下：

1、合并资产负债表主要数据

单位：万元

项目	2021年9月30日	2020年12月31日	变动比例
资产总计	29,954.96	22,598.74	32.55%
负债合计	6,449.60	6,555.54	-1.62%
所有者权益合计	23,505.36	16,043.20	46.51%
其中：归属于母公司所有者权益合计	23,505.36	16,043.20	46.51%

截至 2021 年 9 月末，公司的资产总计为 29,954.96 万元，负债合计为 6,449.60 万元，资产总额较上年末增加 32.55%，负债总额较上年末下降 1.62%，资产总计上升系本期盈利增加导致，负债总额与上期末基本持平；公司所有者权益合计为 23,505.36 万元，较上年末增加 46.51%，主要系 2021 年 1-9 月盈利导致未分配利润增加所致。

2、合并利润表主要数据

单位：万元

项目	2021年1-9月	2020年1-9月	变动比例
营业收入	34,406.83	20,177.70	70.52%
营业利润	9,449.61	7,065.19	33.75%
利润总额	9,437.33	7,019.24	34.45%
净利润	7,462.16	5,627.31	32.61%
归属于母公司股东的净利润	7,462.16	5,627.31	32.61%
扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润	7,288.37	5,484.67	32.89%

2021年1-9月，公司营业收入较去2020年同期相比大幅增长70.52%，主要原因系2021年终端需求仍持续旺盛，公司在手订单较上年同期也较为充足，同时公司通过引进自动化设备及增加生产人员等方式提高生产能力，增强供货保障；归母净利润较上年同期的增幅为32.61%，低于营业收入增幅，一方面原因系2021年1-9月大宗商品原材料价格大幅上升，导致公司的生产成本提高，另一方面较上年同期相比，人民币相对于美元升值较多，导致公司折算为人民币的收入金额下降，相应的利润率有所下降。

3、合并现金流量表主要数据

单位：万元

项目	2021年1-9月	2020年1-9月	变动比例
经营活动产生的现金流量净额	4,918.51	3,716.00	32.36%
投资活动产生的现金流量净额	-3,513.75	1,094.37	-421.08%
筹资活动产生的现金流量净额	-39.90	-3,800.19	-98.95%
现金及现金等价物净增加额	1,320.98	953.44	38.55%

2021年1-9月，公司经营活动产生的现金流量净额较去年同期相比上升32.36%，与净利润增幅基本一致，表明公司应收账款回款情况良好，客户信用度较高；投资活动产生的现金流量净额较上年同期下降421.08%，主要原因上年同期购买理财产品较多导致；筹资活动产生的现金流量净额较上年同期下降98.95%，主要原因系上年同期进行现金分红所致；2021年1-9月公司的现金及现金等价物净增加额较上年同期上升38.55%，与公司净利润的增幅接近，表明公司的回款情况较好。

4、非经常损益情况

单位：万元

项目	2021年1-9月
非流动性资产处置损益，包括已计提资产减值准备的冲销部分	-8.69
计入当期损益的政府补助（与公司正常经营业务密切相关，符合国家政策规定、按照一定标准定额或定量持续享受的政府补助除外）	172.56
除同公司正常经营业务相关的有效套期保值业务外，持有以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产、金融负债产生的公允价值变动收益，以及处置以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产、金融负债和可供出售金融资产取得的投资收益	56.66
除上述各项之外的其他营业外收入和支出	1.13
小计	221.66
减：企业所得税影响数（所得税减少以“-”表示）	47.87
少数股东权益影响额(税后)	-
归属于母公司所有者的非经常性损益净额	173.79

2021年1-9月公司收到的非经常性损益金额整体规模较小。

5、审计截止日后主要经营状况

公司财务报告审计截止日后至本招股说明书签署日，公司主要经营状况正常，经营业绩继续保持持续增长，公司所处行业的产业政策等未发生重大变化，公司业务经营模式、采购规模、销售模式、主要客户及供应商构成、税收政策以及其他可能影响投资者判断的重大事项等均未发生重大变化。

6、2021年1至9月主要会计报表项目与上年年末或同期相比的变动情况

针对2021年9月30日余额超过资产总额5%且变动幅度达到30%以上的资产负债表项目，2021年1-9月发生额超过利润总额10%且变动幅度达到30%以上的利润表项目进行分析，具体如下：

单位：万元

资产负债表项目	2021年9月30日	2020年12月31日	变动比例
货币资金	4,451.90	3,145.40	41.54%
交易性金融资产	5,400.00	2,500.00	116.00%
存货	5,558.29	2,952.01	88.29%
未分配利润	14,991.16	7,529.00	99.11%

利润表项目	2021年1-9月	2020年1-9月	变动比例
营业收入	34,406.83	20,177.70	70.52%
营业成本	22,381.76	11,027.91	102.96%
研发费用	952.39	546.58	74.25%
营业利润	9,449.61	7,065.19	33.75%
利润总额	9,437.33	7,019.24	34.45%
所得税费用	1,975.17	1,391.93	41.90%
净利润	7,462.16	5,627.31	32.61%

(1) 货币资金：主要系 2021 年 1-9 月公司盈利且应收账款回款较好，导致公司账面货币资金增加；

(2) 交易所金融资产：主要系本期购买理财产品有所增加；

(3) 存货：主要系 2021 年 1-9 月销售规模扩大，相应的原材料储备和产品备货数量有所增加；

(4) 未分配利润：本期盈利情况较好，相应的转入未分配利润金额较高；

(5) 营业收入：主要原因系 2021 年终端需求仍持续旺盛，公司在手订单较上年同期也较为充足，同时公司通过引进自动化设备及增加生产人员等方式提高生产能力，增强供货保障；

(6) 营业成本：主要系销售规模扩大相应的成本增加，且本期材料价格也有所上涨导致；

(7) 研发费用：主要系销售规模扩大，研发投入相应的有所增加所致；

(8) 营业利润、利润总额、所得税费用、净利润：主要系本期盈利规模增加，相应的导致当期各项利润及所得税费用增加。

7、财务报告审计基准日后业绩预计情况

经初步测算，公司预计 2021 年全年实现营业收入约 45,000 万元至 47,500 万元，同比增长约 40.21%至 48.00%；预计实现归属于母公司股东的净利润约 9,000 万元至 10,000 万元，同比增长约 6.45%至 18.28%，预计实现扣除非经常损益后归属于母公司股东的净利润约 8,600 万元至 9,600.00 万元，同比增长约 5.12%至 17.34%。上述 2021 年全年财务数据为公司初步测算数据，未经会计师审计或审阅，不构成公司的盈利预测或业绩承诺。

第九节 募集资金运用与未来发展规划

一、本次发行募集资金运用概况

(一) 募集资金投资概况

本次募集资金投资项目经 2020 年第六次股东大会审议通过。本次发行所募集资金扣除发行费用后，将按轻重缓急顺序投资于以下项目：

单位：万元

序号	项目名称	项目总投资金额	募集资金拟投入金额
1	年产 120 万套火盆系列、气炉系列生产线及厂房建设项目	25,554.50	25,554.50
2	研发中心建设项目	5,057.03	5,057.03
3	补充流动资金	9,638.47	9,638.47
	合计	40,250.00	40,250.00

上述募集资金投资项目均围绕发行人主营业务进行，旨在进一步增强发行人的竞争优势，提升行业地位，进一步提高盈利能力，确保发行人的持续发展。

本次股票发行后，若本次发行实际募集资金量小于上述投资项目的资金需求，公司将通过自筹方式解决资金缺口；根据市场情况，本次发行募集资金到位前，公司可根据募集资金投资项目的实际进度，以自筹资金先行投入，待募集资金到位后予以置换。同时，以上募集资金投资项目的投资进度受募集资金到账时间影响。

如本次发行实际募集资金超过上述投资项目所需，公司将按照资金状况和募集资金管理制度，将多余部分用于与主营业务相关的营运资金项目，继续加大生产、研发等方面的投入。超募资金不得用于持有交易性金融资产和可供出售的金融资产、借予他人、委托理财（现金管理除外）等财务性投资或者开展衍生品投资、证券投资等高风险投资，不直接或者间接投资于以买卖有价证券为主要业务的公司。

(二) 本次募集资金投资项目的备案和环评批复情况

序号	项目名称	项目备案号	环评
1	年产 120 万套火盆系列、气炉系列生产线及厂房建设项目	2020-330723-21-03-148298	金环建武（2020）95 号

序号	项目名称	项目备案号	环评
2	研发中心建设项目	2020-330723-21-03-158647	金环建武备 2020189

本次募集资金已经取得了相关部门的备案和环评批复，具体情况如下：

（三）本次募集资金投资项目对发行人主营业务发展的贡献、对发行人未来经营战略的影响、对发行人业务创新、创造创意性的支持作用

公司主要从事户外火盆、气炉等户外休闲家具的研发、设计、生产和销售。

凭借优秀的设计研发、优良的产品品质和可靠的售后服务，公司已与沃尔玛（Wal-Mart）、家得宝（Home Depot）等国际知名大型零售商建立了良好的长期业务合作关系。

本次募集资金均围绕公司主营业务开展，主要将投向年产 120 万套火盆系列、气炉系列生产线及厂房建设项目和研发中心建设项目。

年产 120 万套火盆系列、气炉系列生产线及厂房建设项目拟通过新建厂房、购置先进生产设备，扩建现有生产基地规模。该项目体现了公司经营战略的发展方向，与公司主营业务相关，是对公司现有业务的拓展与延伸，是公司未来业务发展目标的重要组成部分。

研发中心建设项目拟通过租赁场地，购置研发测试产品，吸引相关创新人才，提高现有研发实力。该项目有利于提高企业核心技术含量，不断促进产品更新换代，满足客户多样的需求，体现了公司经营战略发展方向，促进主营业务的良好发展，对公司创新、创意有着重要支持作用。

本次募集资金投资项目基于公司优秀的设计能力、稳定优质的客户资源、丰富的生产经验和企业管理经验，可以满足不断增长的海外市场需求，增加公司整体营业收入，巩固公司的行业领先地位。

（四）募集资金使用管理制度

公司根据《公司法》、《证券法》、《深圳证券交易所创业板股票上市规则》等法律法规制定了《募集资金管理办法》，公司本次发行募集资金将存放于董事会决定的专项账户集中管理。公司将严格遵守有关法律法规，合理使用本次发行募集资金。

（五）募集资金投资项目实施后同业竞争情况及对发行人独立性的影响

本次募集资金投资项目主要围绕发行人的主营业务展开，发行人主营业务与发行人控股股东、实际控制人及其控制的其他企业不存在同业竞争关系，本次募投项目实施后不会产生新的同业竞争的关系。

本次募投资金投资项目的实施主体均为发行人，不会对发行人的资产完整性、人员独立性、财务独立性、机构独立性和业务独立性产生不利影响。

二、募集资金投资项目的具体情况

（一）年产 120 万套火盆系列、气炉系列生产线及厂房建设项目

1、项目建设内容及其与发行人现有业务、核心技术之间的关系

本项目拟在浙江省武义县茭道镇（二期）工业功能区进行年产 120 万套火盆系列、气炉系列生产线及厂房建设，总用地面积 17,242.70 平方米，新建总建筑面积为 75,874.97 平方米。

本项目建设后将大幅提升公司产能，一方面有利于解决公司现有场地不足、产能瓶颈等问题；另一方面符合公司未来发展规划，在增强公司盈利能力的同时，促进公司可持续发展。本项目计划总投资 25,554.50 万元。

2、项目投资概算

序号	总投资构成	投资额（万元）	比例
1	建筑工程费	15,884.84	62.16%
2	设备购置费	6,520.00	25.51%
3	安装工程费	326.00	1.28%
4	工程建设其他费用	990.64	3.88%
5	预备费	711.64	2.78%
6	铺底流动资金	1,121.38	4.39%
合计		25,554.50	100.00%

3、项目建设的可行性

本项目拟在浙江省武义县茭道镇（二期）工业功能区进行火盆系列、气炉系列生产基地建设，新增生产线进行火盆系列、气炉系列的生产，项目建成后可形成年产 120 万套火盆系列、气炉系列的生产能力。其建设的可行性分析如下。

(1) 公司产品质量优异、设计新颖，客户优质稳定

公司主要客户为海外大型零售商，因此产品质量和设计是公司海外市场成功的致胜关键。自成立以来，一方面公司始终高度重视产品的品质管理，在总结和挖掘传统工艺技术优势的基础上，认真汲取国内外优秀的加工制造技术，建立了严格的产品质量控制体系，并通过质量管理体系的实施，提高公司产品和服务质量；另一方面，公司对创新设计高度重视，每年打样新品超过 200 款，设计图库已完成设计的款式超过 5,000 款且每年新增设计款式超过 1,000 款。公司打样和设计图库的款式涵盖公司的各类产品和多种设计风格，开发出多款深受消费者喜爱的产品，赢得了市场的赞誉和客户的满意度。

公司在技术创新和产品应用领域与下游客户形成长期互动，重视户外家具产品市场需求，谋求与客户建立长期伙伴关系，共同推动产业链良性可持续发展。公司已经构建了沃尔玛（Wal-Mart）、家得宝（Home Depot）等大型零售商为主的稳定客户体系，客户对公司的满意度较高，有较大的粘性。这些客户群体奠定了公司持续发展的重要基础，是公司核心竞争力的重要组成部分，这些客户资源同时也为公司的销售业务奠定良好的基础。上述公司的订单需求为该募投项目的产能消化提供了重要保障。

(2) 公司具有成熟的技术优势

公司的成熟技术优势主要表现在以下几个方面：

1) 产品精度方面，公司产品为火盆系列、气炉系列，客户通过配件组装才能使用，因此对产品尺寸、位置精度要求高，公司采用了自动下料机等高精度、自动机械化高的机器设备来处理、生产关键部件；

2) 拉伸技术方面，公司使用先进的拉伸技术，采用的是 700 吨的拉伸机，拉伸的部件无褶皱，表面光滑整洁，工艺尺寸极其精确；

3) 在模具制造方面，为保证产品部件尺寸精度达到较高水平，公司在模具制造方面进行大力改进，采购数控切割技术，提高模具精确度；

4) 表面处理方面，针对产品表面，经过数百次的实验，表面处理配比液达到最合理的要求，使产品耐酸淋、抗氧化、防表面涂层脱落；

5) 产品检测方面, 公司采用质量检测手段、质量控制等措施以保证产品质量。

公司依靠在火盆、气炉等系列产品上的技术优势, 将有效推动本次募投项目的快速实施落地。

(3) 公司具有优越的产业集聚、地理位置等区位优势

浙江金华是跨境电商产业集群地区之一, 具有众多跨境电商企业和坚实的物流基础保障, 在国内有较高知名度。

同时, 金华作为全国“五纵五横”综合运输大通道中“一横”(上海—瑞丽)的重要节点, 有 8 条国家运输线路过境而过, 是长三角重要陆路枢纽和“一带一路”倡议支点, 地理位置优越、基础设施完善、交通条件便利, 区位优势明显。金华独特的区位优势, 吸引了大量的物流资源集聚, 形成了规模效应, 物流承载功能越来越强, 已成为全国性区域物资中转集散地。

上述区位优势使得该募投项目的货物运输得到有力保证。

4、项目的进度安排

本项目建设期为 2 年, 具体内容包括项目前期准备、厂房建造、设备采购及安装调试、项目试运行等。主要时间进度如下表所示:

序号	建设内容	月份											
		2	4	6	8	10	12	14	16	18	20	22	24
1	项目前期准备	*											
2	项目总体规划		*	*									
3	厂房建造			*	*	*	*	*					
4	生产设备采购、安装 (分批)					*	*	*	*				
5	人员招聘							*	*				
6	人员培训							*	*	*			
7	系统调试								*	*			
8	竣工验收、试运营									*	*	*	*

5、项目的环保情况及措施

本项目建设期间各项施工活动、运输将不可避免地产生噪声、粉尘、废水、

固体废弃物等，对周围的环境会产生一定的影响。建设期产生污染的环节主要是配制混凝土及水泥砂浆、土建施工等。主要污染物质是施工人员生活污水、施工废水、作业粉尘、固体废弃物以及施工机械排放的烟尘和噪声等。项目运营期的生产活动将产生废水、废气、固体废弃物等，对环境造成一定的影响。废水主要工作人员产生的生活污水；废气主要包括焊接烟尘、喷塑粉尘、天然气燃烧烟尘；固废主要是生产过程中固废和工作人员的生活垃圾。

以下是对各类污染的防治措施：

（1）针对噪声污染

在项目建设期，对施工现场的强噪声设备须合理布局，远离边界和敏感区，并采取封闭隔声措施，确保噪声达标排放，减少噪声扰民。对车辆装卸、敲击等人为噪声须加强管理，最大限度降低噪声影响。另外严格控制建设施工作业时间，尽量采用低噪声的施工工具降低噪声分贝，同时加强对运输车辆的管理，严格控制工区车辆数量和行车密度，控制汽车鸣笛，严禁汽车夜间鸣笛。

在项目运营期，对厂房内的工艺设备进行合理布局，厂房的所有运转设备均采用减振基础进行减振；在建筑设计上采用吸音材料加以解决；选择低噪声新增设备以满足《工业企业厂界环境噪声排放标准》（GB12348-2008）2类及3类标准。

（2）针对大气污染

在项目建设期，合理安排实施现场，运输车辆装载物不得超出厢板高度，并采取遮盖密封措施避免沿途抛洒。施工现场由专人定期清洗路面和运输车辆使其保持一定的湿度，防止道路扬尘。实施现场实行封闭施工，外围加设一定高度的防护网罩，尽可能的缩小粉尘的扩散范围。实时关注天气信息，当出现不利于施工且会造成扬尘现象的天气，要及时遮盖施工现场的建筑材料。在装修、防水等施工中涉及化学品使用的，必须采取措施做好由此而产生的挥发性废气的控制工作。

在项目运营期，焊接烟尘执行《大气污染物综合排放标准》GB16297-1996）新污染源二级标准；喷塑粉尘执行《工业涂装工序大气污染物排放标准》（DB33/2146-2018）标准；天然气燃烧，烟气排放执行《锅炉大气污染物排放

标准》(GB13271-2014)标准,其中氮氧化物执行《金华市打赢蓝天保卫战2019年工作计划》中开展燃气锅炉低氮改造要求。

(3) 针对废水污染

在项目建设期,施工现场因地制宜,建造沉淀池、隔油池等污水临时处理设施,对含油量高的施工机械冲洗水或悬浮物含量高的其它施工废水需经处理后方可排放,砂浆、石灰等废液宜集中处理,干燥后与固体废物一起处置。水泥、黄砂、石灰类的建筑材料需集中堆放,并采取一定的防雨措施,及时清扫施工运输过程中抛洒的上述建筑材料,以免这些物质随雨水冲刷污染附近水体。加强污水处理和清运管理,指定专人负责,建立污水处理和清运情况的记录台账,规范污水处理的排放和清运。建设工地生活污水、施工废水等通过单独铺设污水收集管道和收集池,做到雨污分流。

在项目运营期,本项目污水主要为生活废水。生活废水经化粪池预处理,达《污水综合排放标准》(GB8978-1996)三级标准后,纳管入武义县城市污水处理厂处理。

(4) 针对固体废弃物

在项目建设期,施工现场要及时进行清理,建筑垃圾及时清运,按城管要求定时运送到指定地点或加以利用,防止因长期堆放而产生扬尘。运输建筑垃圾的车辆需按照指定的时间和路线行驶,并将垃圾倾倒入指定场所。施工人员产生的生活垃圾由专职的环卫人员定期清理清运。

在项目运营期,一般固废贮存、处置过程中执行《一般工业废物贮存、处置场污染控制标准》(GB18599-2001)及环保部【2013】第36号关于该标准的修改单。危险废物贮存过程执行《危险废物贮存污染控制标准》(GB18597-2001)及环保部【2013】第36号关于该标准的修改单。

本项目已取得金华市生态环境局的环境影响报告批复(金环建武(2020)95号)。

6、项目用地

本项目建设地为公司已有土地,位于浙江省金华市武义县茆道镇(二期)

工业功能区。

(1) 报告期内发行人的产量、产能及产能利用情况

报告期内发行人产品的产量情况如下：

单位：套

产品	2021年1-6月 产量	2020年产量	2019年产量	2018年产量
火盆	587,460	937,269	419,106	406,943
火盆桌	17,104	28,514	40,424	60,336
气炉	1,829	9,125	52,799	56,512
气炉桌	164,982	174,766	59,480	24,880
其他	19,583	22,319	9,317	36,776
合计	790,958	1,171,993	581,126	585,447

发行人生产线既能生产火盆系列产品，也能生产气炉系列产品，可根据订单需求柔性调配生产，但不同类别的产品因生产工艺不同所耗用的产能也有所不同。以火盆作为标准产品测算，其耗用产能为标准系数1，则火盆桌的耗用产能系数为2，气炉的耗用产能系数为1，气炉桌的耗用产能系数为3，其他产品的耗用产能系数为1。以上述耗用产能系数将报告期内所有类别产品的产量折算成标准产品火盆，并以此计算标准产能（按照一天8小时的标准工作时间计算）、折算后产量和产能利用率如下：

单位：套

项目	2021年1-6月	2020年度	2019年	2018年
折算后产量	1,138,026	1,550,039	740,510	695,543
标准产能	800,000	1,100,000	720,000	700,000
产能利用率	142.25%	140.91%	102.85%	99.36%

(2) 发行人新建厂房的合理性及募投项目的可行性

截至本招股说明书签署之日，发行人拥有的房屋建筑物如下：

序号	产权证号	座落地址	面积 (平方米)	用途	层数
1	房权证武字第 201506709号	茭道镇胡宅堍村	30,955.83	厂房	4层
2	浙(2019)武义县不动 产权第0003473号	武义县茭道镇胡 宅堍工业区	6,122.73	厂房	1-2层
3	浙(2019)武义县不动	武义县茭道镇胡	8,992.40	厂房	2层

序号	产权证号	座落地址	面积 (平方米)	用途	层数
	产权第 0003474 号	宅垄工业区			
4	浙(2019)武义县不动产权第 0003475 号	武义县茭道镇胡宅垄工业区	6,532.51	宿舍楼	4 层
5	浙(2019)武义县不动产权第 0003476 号	武义县茭道镇胡宅垄工业区	5,085.82	厂房	2 层

截至 2021 年 6 月 30 日，公司现有标准产能为 160 万套/年，主要是在房权证武字第 201506709 号、浙(2019)武义县不动产权第 0003473 号、浙(2019)武义县不动产权第 0003474 号、浙(2019)武义县不动产权第 0003476 号房屋建筑物内进行研发、生产及办公。

公司目前产能紧张，2021 年 1-6 月产能利用率已超过 100%，现有厂房已无法满足公司日益增长的生产需求。除房权证武字第 201506709 号、浙(2019)武义县不动产权第 0003475 号建筑物外，现有土地上建造的厂房均为一层或二层建筑，对土地利用率较低，故本次募投项目计划将在原有土地上，将浙(2019)武义县不动产权第 0003473 号、浙(2019)武义县不动产权第 0003474 号、浙(2019)武义县不动产权第 0003476 号建筑物（合计面积为 20,200.95 平方米）拆除，并在相应土地上重建成 7 幢建筑物（其中 2 幢建筑物为 6 层、4 幢建筑物为 4 层、1 幢建筑物为 3 层），该部分房屋建筑物面积将增加至 75,874.97 平方米，进而实现扩充产能。

发行人在募投项目建设过程中将通过以下方式降低对发行人正常生产运营和产能的影响：

(1) 在建设方式上，发行人计划通过逐幢重建、逐幢投入使用的方式实施募投项目，一幢厂房重建并投入使用后再重建另一幢厂房；

(2) 在建设顺序上，发行人将优先利用现有空置场地建设新厂房，新厂房投入使用后再逐步拆除建设旧厂房；

(3) 此外，在建设期间中，不排除发行人会根据实际需要就近租赁外部仓库用于仓储原材料、半成品和产成品等，以保障生产所用场地不受影响。

因此发行人在现有土地上新建厂房具有合理性，现有土地及新增厂房预计可有效承接该项目新增产能，该募投项目具有可行性。

发行人未能新获土地新建厂房承接发行人募投项目，主要是当地工业用地较为紧缺，发行人尚未找到合适的用地实施发行人的募投项目，但发行人现有厂房已经无法满足发行人现有生产需求，亟需扩充产能，且现有厂房建设对土地利用效率较低，通过重建厂房能有效承接该项目新增产能，因此计划在现有土地上实施发行人募投项目。

（二）研发中心建设项目

1、项目建设内容及其与发行人现有业务、核心技术之间的关系

本项目拟在拟于浙江省金华市武义县白洋街道武江大道 316 号武义科技城孵化区租赁场地建设研发中心，租赁 4,190 平方米场地同时进行适应性改造装修。

本项目建设后将专注于火盆、气炉等户外家具的设计，大幅提升公司研发实力，对现有产品进行优化升级，提升用户体验；结合现在市场需求开发功能多元化、使用便捷化的产品；购置先进设备，吸引人才，使公司成为突出的拥有可持续研发能力的综合型户外家具设计制造企业。

2、项目投资概算

序号	项目	投资额（万元）	比例
1	建筑工程费	628.50	12.43%
2	设备购置费	3,796.00	75.06%
3	安装工程费	188.50	3.73%
4	工程建设其他费用	296.74	5.87%
5	预备费	147.29	2.91%
总投资金额		5,057.03	100.00%

3、项目建设的可行性

本项目拟于浙江省金华市武义县白洋街道武江大道 316 号武义科技城孵化区租赁场地建设研发中心，租赁 4,190 平方米场地同时进行适应性改造装修。本项目建设后将大幅提升公司研发实力。其建设的可行性分析如下：

（1）公司拥有良好的研发团队与完善的激励政策

公司的研发技术部具有较强的研发、创新、设计能力，研发设计能力在行

业中处于较高水平。火盆、气炉、火盆桌、气炉桌等每个类别的产品均有各自产品结构、外观、使用功能和消费者的消费习惯和偏好的区别，因此公司对每一个类别的产品均设置了研发设计团队，以确保研发人员对市场喜好的把握和研发产品的质量。公司核心技术人员均长期从事火盆、气炉等产品的研发，具有丰富的理论基础和实践经验，是公司在专业产品研发及提高研发水平方面的中坚力量。

公司还致力于打造世界先进的研发环境，拟购买 3D 打印机、激光数控机床、塔式数控机床等先进设备，为项目人员的研究开发工作提供支持。在激励政策上，公司注重研发的激励模式，核心研发人员均持有公司股份。良好的研发环境和人才激励体制对于研发与设计人员的招揽与保留起了巨大作用，为本次募投项目奠定了良好的人力基础。

（2）公司拥有完善的开发设计和检验流程

新产品项目的流程包含从市场调研、项目规划、产品设计、制造样品到样品检测、再设计、试量产等一系列流程，这些流程是对公司完整供应链的挑战。公司的产品均为自主研发，具有多项专利，公司拥有丰富的新产品研究开发经验及完整的研发设计体系，可以确保新产品开发设计的有条不紊地进行。

公司依据设计图纸通过数控切割技术可制造出高精确度的模具，同时通过采用先进的材料表面处理系统和 700 吨级拉伸机加工制造出尺寸精确且具有抗腐蚀、抗氧化、防脱落等品质的关键零件。通过激光切割、数控机床等自动化机械能够完成配件组装等工艺。最后采用质量检测，保证每一个设计在量产后都可以经得起质量的考验。

（3）公司拥有长期稳定的客户合作优势

公司在技术创新和产品应用领域与下游客户厂商形成长期合作关系，已经构建了沃尔玛（Wal-Mart）、家得宝（Home Depot）等大型超市为主的稳定客户体系。公司与上述客户建立起良好的合作关系，不仅可以通过客户订单了解到客户对产品需求变化，还可以通过客户的退货信息等了解到客户对产品的反馈，完成整个产品的设计信息闭环。

在与沃尔玛（Wal-Mart）、家得宝（Home Depot）等零售商的长期合作中能

够熟悉大型超市的目标客户群体和产品需求特点，快速获取顾客对于产品的反馈信息。根据这些宝贵的客户反馈信息，不仅能够了解客户的喜爱风格及趋势，也能够支撑公司未来的新产品的设计及研发。

4、项目的进度安排

本项目建设期为 2 年，具体内容包括项目立项及编制可研报告及审批等。

主要时间进度如下表所示：

序号	内容	月进度											
		2	4	6	8	10	12	14	16	18	20	22	24
1	项目立项及编制可研报告及审批	*											
2	装修施工		*	*	*								
3	设备考察、商务谈判、设备订货制造				*	*	*						
4	样机鉴定、研发设备安装调试							*	*	*			
5	人员培训								*	*	*	*	
6	试运营											*	*

5、项目的环保情况及措施

本项目主要污染源污染物为研发及产品研发过程中产生的噪声、生活废水和生活垃圾。以下为采取的措施：

(1) 噪声源主要是小试机械设备、通风排风设备。公司将从声源处抑制噪声，通过改进设备结构、提高设备精度、选用新型设备方法等一系列措施降低声源噪声，风机安装减振装置。在噪声传播途径上降低噪声，采取吸声、隔声、消声、阻压减振等措施有效降低噪声，粘贴吸声材料。

(2) 生活废水经化粪池处理后排入污水管网，由污水处理厂进一步处理。实验废液由实验室设置专门的废液缸，交由有资质的单位统一处理。

(3) 生活垃圾交由环卫部门定期清运。

本项目已取得金华市环境生态管理局的环境影响报告备案（金环建武备2020189）。

6、项目用地

本项目拟租赁浙江省金华市武义县白洋街道武江大道 316 号武义科技城孵化区场地作为项目用地。2020 年 8 月 6 日，公司已与武义科技城发展有限公司就该场地签订了租赁意向协议。

(三) 补充流动资金

1、项目概况

本项拟投入 9,638.47 万元用于补充流动资金，以保障公司未来因业务规模快速扩张而不断增加的流动资金需求，降低公司财务风险。

2、补充流动资金的管理

对于该部分流动资金，公司将严格按照中国证监会、深圳证券交易所有关规定及公司募集资金管理制度进行管理，根据公司业务发展需要合理使用。公司已建立募集资金专项存储制度，上述流动资金将存放于董事会指定的专项账户。公司使用上述流动资金时，将严格按照公司募集资金管理制度履行必要的审批程序。

3、对公司财务状况及经营成果的影响

本次募集资金补充流动资金后，并不直接产生经济效益，因此在短期内存在净资产收益率下降的风险。但从长期看，补充流动资金有利于改善公司的流动比率，降低财务风险，促进公司主营业务持续健康发展，从而提升公司盈利能力。

4、对提升公司核心竞争力的作用

本次募集资金补充流动资金到位后，将为公司业务发展提供必要的资金支持，有利于持续扩大经营规模，降低财务风险，进一步强化公司行业地位。

三、发展战略及具体措施

(一) 公司发展战略

公司秉承诚信经营的企业宗旨，致力于为客户提供优质的户外家具产品，不断提升户外休闲生活质量。公司未来将仍然着眼于客户需求，专注于技术研

发、创意设计、生产销售，打造品牌，扩大经营规模，拓展全球市场，全面提升核心竞争力，力争成为户外休闲家具用品行业领军企业。

（二）报告期内为实现战略目标已采取的措施及实施效果

1、新三板挂牌，优化公司治理结构

公司通过整体变更设立股份公司并在 2016 年 3 月 16 日完成新三板挂牌。在此期间，公司建立和完善了以股东大会、董事会、监事会为基础的现代化公司治理机制，并制定了公司章程及一系列公司治理规章制度。

公司治理机制的完善，保障了公司的规范运作，提升了公司的治理水平和运作效率，有助于公司更好的提升技术研发实力、生产与品质管理能力以及对人才的吸引力。

2、重视研发投入，提升研发设计能力

公司自 2015 年以来加大研发投入，持续投入人力、物力相关资源。公司子公司勤艺金属为高新技术企业，近年来拥有专利数量不断攀升，研发实力不断增强。

凭借优秀的研发与设计实力，公司产品在市场上获得了消费者的青睐。

（三）未来三年发展规划

1、产能扩张计划

公司未来计划扩大生产规模，引进先进的自动化生产、检测、仓储设备，扩大产能，提高市场占有率。同时，公司将不断提升产品质量、产品功能，培育新的利润增长点，不断优化产品结构、拓展产品类别，提升持续发展能力。

公司将通过重组生产线、更新工艺制造流程，实现产品生产过程从人工主控向信息智能化、自动化方向的发展。新建和改造后的生产线将通过各工序激光扫码、大数据采集、大数据上网技术，实现生产现场运行参数集中管理、生产指令统一发布、产品质量可追溯。新生产线将大幅提高生产效率，进一步提高产品质量稳定性，减少操作人员，节能节材。

2、市场拓展规划

公司将继续深耕国内外市场，在巩固与沃尔玛（Wal-Mart）、家得宝（Home Depot）等现有主要客户的基础上，通过加强行业发展变化及目标客户需求的研究，深入的了解细分行业及客户的需求及技术更新，进一步提升公司对行业及客户需求变化的反应速度，努力提升对现有客户的销量，不断开拓新客户、新的细分市场，保持公司在相关细分领域的市场领先地位。同时，公司将继续以现有直销模式为基础，根据行业发展变化及客户需求，积极探索适合公司业务经营模式的其他营销渠道，加强国外市场开拓，进一步提升公司在行业内的知名度。

公司将在美国市场稳步发展的基础上，充分借助现有客户的全球网络资源，同时积极拓展欧洲、澳洲等非美国市场客户，实现对英国、德国、法国、澳大利亚等国家的进军，降低对美国单一市场的依赖风险。

3、建立海外电商直销网络

随着经济和技术发展，欧美发达国家网络购物普及率不断提升。公司将牢牢抓住这一机遇，进一步拓展电子商务等新兴销售渠道，通过线上销售助力自主品牌产品的推广与销售，加深对零售客户市场的渗透。

公司将通过线上与线下相结合的模式，自营与经销相结合的模式，以相对较低的成本，着力打造国外优质销售渠道。公司将主要依托 Amazon 的销售渠道，加之阿里巴巴速卖通以及一些大型零售商对外开放的电商平台。租用合适的海外仓库为直销网络服务，通过直销网络打造自主品牌。

4、人才队伍建设

推动研发、营销、管理及制造团队的本地化。以团队建设为基础，通过构建工作学习化、学习工作化的学习型组织文化，逐渐培养一支能带队、会带队、有责任、有担当的干部队伍；一支能够攻坚克难、引领质量、设备、技术不断革新的师级骨干队伍；一支执行有力、标准为先、目标明确、质量意识突出的员工队伍。围绕招、育、用、留、改进管理机制，开展一系列人力资源管活动。通过科学的人力资源规划与招聘，优化当前人力资源配置，提高组织效率；通过培训管理与培训开发，促进全员素质能力提升；通过卓越绩效和薪酬管理，

有效承接企业战略目标，并将目标层层分解，充分调动组织和个人的工作积极性，最终实现“庸者下，能者上，能者多劳，劳者多得”的良性薪酬绩效生态。随着公司全球化布局的推进，公司将加快人才国际化建设步伐。一方面增加境外人才引进渠道，加大复合型人才 招聘投入，吸引全球化人才加入团队，建立起具有国际竞争力的人才队伍。另一方面加大公司总部和海外人才培养机制对接、企业文化的相互融合、互补和提升，打造一线基层员工多功能化，中层管理人才、技术人才专业化，高层管理人才国际化的人才梯队。

5、拓宽产品线

公司将加大研发投入，坚持产品技术创新、提升产品品质、丰富产品品类，拓展新的产品生产线。持续完善公司具有自主知识产权的核心技术体系，进而运用新技术、新工艺、新材料，不断开发适应市场需求的新产品。

根据目前市场情况和客户群体，公司未来将积极拓宽产品线，开发新的客户群体，增加产品类型，增加新的销售增长点。

6、加大研发投入计划

公司将继续加大技术开发和自主创新力度，在现有研发技术部门的基础上，升级技术研发中心，积极引进研发设备和研发人才，以国际知名潜在客户的需求为研发导向，进行新产品、新技术的研发，增强公司的自主创新能力。

第十节 投资者保护

一、投资者关系的主要安排

为进一步完善公司治理结构，规范公司投资者关系工作，加强公司与投资者和潜在投资者之间的沟通，加深投资者对公司的了解和认同，保护公司、股东、债权人及其他利益相关人员的合法权益，根据《中华人民共和国公司法》、《中华人民共和国证券法》、《公司章程》及其他有关法律法规的规定，公司建立并完善了信息披露制度和投资者关系管理制度，体现了公司公开、公平、公正对待公司股东的原则。

（一）信息披露制度和流程

根据《信息披露制度》的规定，公司信息披露工作由董事会统一领导和管理。董事长是公司信息披露的第一责任人；董事会秘书是信息披露的主要责任人，负责管理公司信息披露事务；证券事务代表协助董事会秘书工作。

证券部是公司信息披露事务的日常工作部门，在董事会秘书直接领导下，统一负责公司的信息披露事务。董事会秘书负责组织和协调公司信息披露事务，汇集公司应予披露的信息并报告董事会，持续关注媒体对公司的报道并主动求证报道的真实情况。

（二）投资者沟通渠道的建立情况

公司设置了证券部作为信息披露和投资者关系的负责部门，董事会秘书负责信息披露事务及投资者关系工作，包括与中国证监会、深圳证券交易所、有关证券经营机构、新闻机构等联系，通过信息披露与交流，加强与投资者及潜在投资者之间的沟通，增进投资者对公司的了解和认同，提升公司治理水平。

联系人：潘红星

电话：0579-87603887

传真：0579-87603891

电子邮箱：info@china-yayi.com

（三）未来开展投资者关系管理的规划

公司未来将积极开展多种投资者关系管理活动，增强投资者对公司的认知，提升公司形象，方式包括但不限于公告，股东大会，分析师会议，业绩说明会，电话咨询，广告、媒体、报刊或者其他宣传材料，路演，现场参观，网络等。

二、本次发行上市后的股利分配政策及决策程序

（一）发行后的股利分配政策

根据发行后适用的《公司章程（草案）》，本次发行后的股利分配政策如下：

1、利润分配原则

公司利润分配政策的基本原则为：

（1）公司的利润分配应重视对社会公众股东的合理投资回报，根据分红规划，每年按当年实现可供分配利润的规定比例向股东进行分配；

（2）公司的利润分配政策尤其是现金分红政策应保持一致性、合理性和稳定性，同时兼顾公司的长远利益、全体股东的整体利益和公司的可持续发展，并符合法律、法规的相关规定。

2、利润分配的形式

公司采用现金、股票、现金与股票相结合或者法律许可的其他方式分配股利。凡具备现金分红条件的，应优先采用现金分红方式进行利润分配；如以现金方式分配利润后，公司仍留有可供分配的利润，并且董事会认为发放股票股利有利于公司全体股东整体利益时，公司可以采用股票股利方式进行利润分配。

3、利润分配的期间间隔

在有可供分配的利润的前提下，原则上公司应至少每年进行一次利润分配；公司可以根据生产经营及资金需求状况实施中期现金利润分配。

4、利润分配的条件和比例

（1）现金分配的条件：1）公司当年盈利且累计未分配利润为正值；2）审计机构对公司的该年度财务报告出具标准无保留意见的审计报告。

（2）实施股票分红的条件：若公司经营情况良好，营业收入和净利润持续

增长，且董事会认为公司股本规模与净资产规模不匹配时，可以提出股票股利分配方案。

(3) 现金分红的比例：

公司未来 12 个月内若无重大资金支出安排的且满足现金分红条件，公司应当首先采用现金方式进行利润分配，每年以现金方式累计分配的利润不少于当年实现的可分配利润的 10%。若有重大资金支出安排的，则公司在进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 20%，且应保证公司最近三年以现金方式累计分配的利润不少于最近三年实现的年均可分配利润的 30%。公司董事会应当综合考虑所处行业特点、发展阶段、自身经营模式、盈利水平以及是否有重大资金支出安排等因素，区分下列情形，在年度利润分配时提出差异化现金分红预案：

(1) 公司发展阶段属成熟期且无重大资金支出安排的，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 80%；

(2) 公司发展阶段属成熟期且有重大资金支出安排的，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 40%；

(3) 公司发展阶段属成长期且有重大资金支出安排的，或公司发展阶段不易区分但有重大资金支出安排的，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应到 20%。

上述重大资金支出安排是指以下任一情形：

(1) 公司未来 12 个月内拟对外投资、收购资产或购买设备累计支出达到或超过公司最近一期经审计净资产的 50%，且超过 5,000 万元；

(2) 公司未来 12 个月内拟对外投资、收购资产或购买设备累计支出达到或超过公司最近一期经审计总资产的 30%。

5、利润分配的程序和机制

1、公司的利润分配方案由公司董事会、监事会审议。董事会就利润分配方案的合理性进行充分讨论，认真研究和论证公司现金分红的时机、条件和比例、调整的条件及其决策程序要求等事宜，形成专项决议后提交股东大会审议。独

立董事应当就利润分配方案发表明确意见。独立董事可以征集中小股东意见，提出分红提案，并直接提交董事会审议。

2、若公司实施的利润分配方案中现金分红比例不符合本条第（二）款规定的，董事会应就现金分红比例调整的具体原因、公司留存收益的确切用途及预计投资收益等事项进行专项说明，经独立董事发表意见后提交股东大会审议，并在公司指定媒体上予以披露。

3、公司董事会审议通过的公司利润分配方案，应当提交公司股东大会进行审议。公司股东大会对现金分红具体方案进行审议前，应通过多种渠道（包括但不限于开通专线电话、董事会秘书信箱及通过上海证券交易所投资者关系平台等）主动与股东特别是中小股东进行沟通和交流，充分听取中小股东的意见和诉求，及时答复中小股东关心的问题。公司股东大会审议利润分配方案时，公司应当为股东提供网络投票方式。

6、利润分配政策的变更

如遇到战争、自然灾害等不可抗力或者公司外部经营环境变化并对公司生产经营造成重大影响，或公司自身经营发生重大变化时，公司可对利润分配政策进行调整。公司修改利润分配政策时应当以股东利益为出发点，注重对投资者利益的保护；调整后的利润分配政策不得违反中国证监会和证券交易所的有关规定。

公司调整利润分配政策应由董事会做出专题论述，详细论证调整理由，形成书面论证报告，并经独立董事审议同意后提交股东大会特别决议通过。利润分配政策调整应在提交股东大会的议案中详细说明原因，审议利润分配政策变更事项时，公司提供网络投票方式为社会公众股东参加股东大会提供便利。

（二）发行前后股利分配政策的差异情况

发行人原为新三板挂牌的公众公司，发行前后股利分配政策不存在重大差异。

（三）发行前公司滚存未分配利润的安排

为兼顾新老股东的利益，公司首次公开发行股票前滚存的未分配利润，由

公司首次公开发行股票并上市后的新老股东共同享有。

三、发行人股东投票机制的建立情况

（一）采取累积投票制选举公司董事

根据《公司章程（草案）》的相关规定，股东大会就选举董事、监事进行表决时，可以实行累积投票制。股东大会选举董事或者监事时，每一股份拥有与应选董事或者监事人数相同的表决权，股东拥有的表决权可以集中使用。

（二）中小投资者单独计票机制

根据《公司章程（草案）》的相关规定，股东大会审议影响中小投资者利益的重大事项时，对中小投资者表决应当单独计票。单独计票结果应当及时公开披露。

（三）采取网络投票方式召开股东大会

根据《公司章程（草案）》的相关规定，股东大会将设置会场，以现场会议形式召开。公司还将提供网络方式为股东参加股东大会提供便利。股东通过上述方式参加股东大会的，视为出席。

（四）征集投票权的相关安排

根据《公司章程（草案）》的相关规定，公司董事会、独立董事和符合相关规定条件的股东可以征集股东投票权。征集股东投票权应当向被征集人充分披露具体投票意向等信息。禁止以有偿或者变相有偿的方式征集股东投票权。公司不得对征集投票权提出最低持股比例限制。

第十一节 其他重要事项

一、重要合同

(一) 销售合同

发行人与主要客户签订了合作框架合同，对双方的合作关系、权利义务等做了基本的规定。基于上述框架合同的约定及发行人产品特性、客户采购习惯等，发行人与主要客户的交易以小金额的、经常性的销售订单为主。

截至本招股说明书签署日，发行人与主要客户正在履行的重大销售合同均为框架协议，具体如下：

序号	客户名称	框架协议名称	合同期限
1	沃尔玛	《直接进口供应商协议》	自 2016 年 1 月起生效，无固定期限。
2	家得宝	《供应商采购协议》	自 2018 年 1 月起生效，持续有效。

(二) 采购合同

发行人与主要供应商签订了合作框架合同，对双方的合作关系、权利义务等做了基本的规定。基于上述框架合同的约定，发行人与主要供应商的交易以小金额的经常性采购订单为主。截至本招股说明书签署日，发行人与主要供应商正在履行的重大采购合同如下：

序号	供应商名称	采购标的	框架协议名称	合同期限
1	永康市贵贸金属材料有限公司	冷轧板、钢管	《采购合同》	2021 年 1 月 1 日至 2021 年 12 月 31 日，期满前，如任何一方未提出书面终止要求，则视为双方同意本合同自动顺延壹年。
2	上海缔皇实业有限公司	冷轧板		2021 年 1 月 1 日至 2021 年 12 月 31 日，期满前，如任何一方未提出书面终止要求，则视为双方同意本合同自动顺延壹年。
3	浙江武义张氏包装实业有限公司	纸箱		2021 年 1 月 1 日至 2021 年 12 月 31 日，期满前，如任何一方未提出书面终止要求，则视为双方同意本合同自动顺延壹年。
4	吉安浩燃实业有限公司	配件		2021 年 1 月 1 日至 2021 年 12 月 31 日，期满前，如任何一方未提出书面终止要求，则视为双方同意本合同自动顺延壹年。

序号	供应商名称	采购标的	框架协议名称	合同期限
5	浙江昌明新材料科技股份有限公司	油漆塑粉		2021年1月1日至2021年12月31日，期满前，如任何一方未提出书面终止要求，则视为双方同意本合同自动顺延壹年。

二、对外担保情况

截至本招股说明书签署之日，发行人不存在对外担保事项。

三、诉讼、仲裁或违法违规情况

截至本招股说明书签署之日，发行人不存在对财务状况、经营成果、声誉、业务活动、未来前景等可能产生较大影响的诉讼或仲裁事项。

截至本招股说明书签署之日，发行人控股股东或实际控制人、控股子公司，发行人董事、监事、高级管理人员和其他核心人员不存在作为一方当事人的可能对发行人产生影响的刑事诉讼、重大诉讼或仲裁事项。

截至本招股说明书签署之日，发行人董事、监事、高级管理人员和其他核心人员最近3年未涉及行政处罚、被司法机关立案侦查、被中国证监会立案调查的情况。


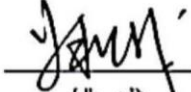
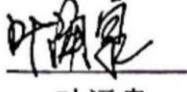
截至本招股说明书签署之日，发行人控股股东、实际控制人报告期内不存在重大违法行为。

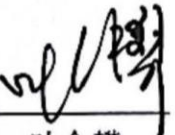
第十二节 声明

一、全体董事、监事、高级管理人员声明

本公司及全体董事、监事、高级管理人员承诺本招股说明书的内容真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，按照诚信原则履行承诺，并承担相应的法律责任。

全体董事签名：
  
 叶跃庭 叶金攀 潘红星
 
 冷军 芮鹏

全体监事签名：
  
 王明春 姚成 叶涌泉

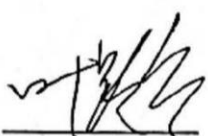
高级管理人员签名：
  
 叶金攀 宣杭娟 程丽英

 潘红星


 浙江雅艺金属科技股份有限公司
 2021年12月8日

二、发行人控股股东、实际控制人声明

本公司或本人承诺本招股说明书的内容真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，按照诚信原则履行承诺，并承担相应的法律责任。

控股股东：
叶跃庭

实际控制人：  
叶跃庭 金飞春 叶金攀

浙江雅艺金属科技股份有限公司

2021年12月8日

三、保荐人（主承销商）声明

本公司已对招股说明书进行了核查，确认招股说明书的内容真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担相应的法律责任。

项目协办人： 张鹏
张鹏

保荐代表人： 李圣莹 尹涵
李圣莹 尹涵

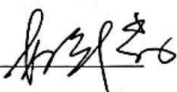
法定代表人： 杨华辉
杨华辉



保荐机构（主承销商）董事长声明

本人已认真阅读浙江雅艺金属科技股份有限公司招股说明书的全部内容，确认招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对招股说明书真实性、准确性、完整性、及时性承担相应法律责任。

董事长：


杨华辉



2021年12月8日

保荐机构（主承销商）总经理声明

本人已认真阅读浙江雅艺金属科技股份有限公司招股说明书的全部内容，确认招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对招股说明书真实性、准确性、完整性、及时性承担相应法律责任。

总经理：



刘志辉

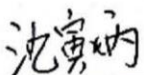


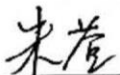
2021年12月8日

发行人律师声明

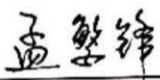
本所及经办律师已阅读招股说明书，确认招股说明书与本所出具的法律意见书和律师工作报告无矛盾之处。本所及经办律师对发行人在招股说明书中引用的法律意见书和律师工作报告的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性承担相应的法律责任。

经办律师：


沈寅炳


朱 莹

律师事务所负责人：


孟繁锋



2021年12月8日



地址：杭州市钱江路1366号
 邮编：310020
 电话：(0571) 8821 6888
 传真：(0571) 8821 6999

审计机构声明

本所及签字注册会计师已阅读《浙江雅艺金属科技股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市招股说明书》（以下简称招股说明书），确认招股说明书与本所出具的《审计报告》（天健审（2021）9198号）、《内部控制鉴证报告》（天健审（2021）9199号）及经本所鉴证的非经常性损益明细表的内容无矛盾之处。本所及签字注册会计师对浙江雅艺金属科技股份有限公司在招股说明书中引用的上述审计报告、内部控制鉴证报告及经本所鉴证的非经常性损益明细表的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担相应的法律责任。

签字注册会计师：





 沈维华 沈晓燕

天健会计师事务所负责人：



 郑启华

天健会计师事务所（特殊普通合伙）

二〇二一年十二月八日

（特殊普通合伙）

银信资产评估有限公司

关于资产评估相关情况说明

银信资产评估有限公司就浙江雅艺金属科技股份有限公司股份制改制事项，于2015年9月11日出具了“银信资评报[2015]沪第0466号”《浙江雅艺金属制造有限公司股份制改制净资产公允价值评估报告》，经办资产评估师为嘉宁、白晶，现将资产评估相关情况说明如下：

经办资产评估师嘉宁已离职，故浙江雅艺金属科技股份有限公司本次发行申请文件中资产评估机构声明中仅有资产评估师白晶的签字。上述人员的离职不影响本机构出具的上述报告的法律效力。

特此说明。

资产评估机构负责人：



梅惠民



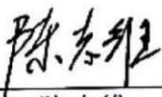

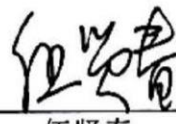

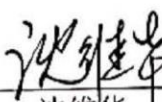





地址：杭州市钱江路1366号
邮编：310020
电话：(0571) 8821 6888
传真：(0571) 8821 6999

验资机构声明

本所及签字注册会计师已阅读《浙江雅艺金属科技股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市招股说明书》（以下简称招股说明书），确认招股说明书与本所出具的《验资报告》（天健验（2017）478号）、《验资报告》（天健验（2020）466号）的内容无矛盾之处。本所及签字注册会计师对浙江雅艺金属科技股份有限公司在招股说明书中引用的上述报告的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担相应的法律责任。

签字注册会计师：

 陈志维		 伍贤春	
 沈维华		 沈晓燕	

天健会计师事务所负责人：

 郑启华	
--	---

天健会计师事务所（特殊普通合伙）

二〇二〇年十二月八日

第十三节 附件

一、备查文件

投资者可查阅与本次发行有关的所有正式法律文件，具体如下：

- （一）发行保荐书；
- （二）上市保荐书；
- （三）法律意见书；
- （四）财务报告及审计报告；
- （五）公司章程（草案）；
- （六）与投资者保护相关的承诺；
- （七）公司及其他责任主体作出的与发行人本次发行上市相关的其他承诺；
- （八）内部控制鉴证报告；
- （九）经注册会计师鉴证的非经常性损益明细表；
- （十）中国证监会同意发行人本次公开发行注册的文件；
- （十一）其他与本次发行有关的重要文件。

二、文件查阅地址和时间

每周一至周五上午 9:30-11:30，下午 1:30-3:30，可在以下地址查阅上述文件：

（一）发行人：浙江雅艺金属科技股份有限公司

住所：浙江省武义县茆道镇（二期）工业功能区

电话：0579-87603887

联系人：潘红星

（二）保荐机构（主承销商）：兴业证券股份有限公司

住所：福建省福州市湖东路 268 号

电话：021-20370631

联系人：李圣莹、尹涵

除以上查阅地点及时间外，投资者可登陆深圳证券交易所指定网站查阅本招股说明书等电子文件。

三、与投资者保护相关的承诺函

（一）股份限售安排、自愿锁定、持股及减持意向等承诺

1、公司控股股东叶跃庭、实际控制人叶跃庭、金飞春及叶金攀的承诺

（1）如果证券监管部门核准发行人本次公开发行股票并上市事项，自发行人股票上市之日起 36 个月内，本人不转让或者委托他人管理本人直接或间接持有的发行人公开发行股票前已发行的股份，也不由发行人回购该部分股份。

（2）在发行人上市后 6 个月内，如公司股票连续 20 个交易日的收盘价均低于发行价，或者上市后 6 个月期末收盘价低于发行价的，本人所持有的发行人股票锁定期限在上述锁定期的基础上自动延长 6 个月。上述收盘价、发行价应考虑除权除息等因素作相应调整。

（3）上述锁定期满后，本人在担任发行人董事/监事/高级管理人员期间每年转让的股份不超过本人直接或间接所持发行人股份总数的 25%。在本人离职后半年内不转让所持发行人的股份。

（4）在股票锁定期满后，本人拟减持直接或间接持有发行人股份的，将认真遵守中国证券监督管理委员会、深圳证券交易所关于股东减持的相关规定，结合发行人稳定股价、生产经营和资本运作的需要，审慎制定减持计划，在锁定期满后逐步减持。本人在限售期满后减持本人在本次公开发行前持有的发行人股份的，应当明确并披露发行人的控制权安排，保证发行人持续稳定经营。本人自锁定期满之日起两年内减持股份的具体安排如下：

1) 减持价格不低于首次公开发行股票时发行价（如在此期间除权、除息的，将相应调整发行价）。

2) 减持数量：每年减持股票数量不超过本人在本次发行前直接或间接持有发行人股份总数的 25%。

3) 减持方式：具体方式包括但不限于交易所集中竞价交易方式、大宗交易方式、协议转让方式等。

4) 信息披露：减持发行人股份将根据相关法律、法规的规定，及时履行信息披露义务。若通过集中竞价交易方式减持直接或间接持有的发行人股份，将在首次减持前 15 个交易日预先披露减持计划公告，并履行事中、事后披露义务；通过其他方式减持直接或间接持有的发行人股份的，将在减持前 3 个交易日公告减持计划。

5) 若中国证券监督管理委员会或其他监管机构对本人所直接或间接持有的发行人股份的减持操作另有要求，同意按照中国证券监督管理委员会或其他监管机构的有关规定进行相应调整。

(5) 本人持有的发行人股票在买入后六个月内卖出，或者在卖出后六个月内买入，由此所得收益归公司所有，公司董事会应当收回本人所得收益。

(6) 本人将严格遵守本人所持发行人股票锁定期及转让的有关法律法规及相关承诺，将遵守中国证监会《上市公司股东、董监高减持股份的若干规定》、《深圳证券交易所创业板股票上市规则》《深圳证券交易所上市公司股东及董事、监事、高级管理人员减持股份实施细则》的相关规定。如法律、行政法规、部门规章或中国证券监督管理委员会、证券交易所规定要求股份锁定期长于本承诺，则本人直接和间接所持公司股份锁定期和限售条件自动按该等规定和要求执行。

(7) 以上承诺在发行人上市后承诺期限内持续有效，不因本人职务变更或离职等原因而放弃履行。

(8) 如果本人违反上述承诺内容的，本人将在发行人股东大会及中国证监会指定报刊上公开说明未履行承诺的具体原因并向发行人的其他股东和社会公众投资者道歉。因违反承诺出售股份所取得的收益无条件归发行人所有，如本人未将违规减持所得收益缴纳至发行人，则发行人有权扣留应付本人现金分红中与本人应上交至发行人的违规减持所得金额相等的现金分红。发行人或其他股东均有权代表发行人直接向发行人所在地人民法院起诉，本人将无条件按上述所承诺内容承担法律责任。

(9) 如发行人存在《深圳证券交易所创业板股票上市规则》规定的重大违法情形，触及退市标准的，自相关行政处罚决定或者司法裁判作出之日起至发行人股票终止上市前，本人承诺不减持发行人股份。

(10) 如果未履行上述承诺事项，致使投资者在证券交易中遭受损失的，本人将依法赔偿投资者损失。

(11) 承诺函一经签署，即刻生效。以上承诺为不可撤销之承诺。

2、公司股东勤艺投资的承诺

(1) 如果证券监管部门核准发行人本次公开发行股票并上市事项，自发行人股票上市之日起 36 个月内，本企业不转让或者委托他人管理本企业直接或间接持有的发行人公开发行股票前已发行的股份，也不由发行人回购该部分股份。

(2) 上述承诺期限届满后，若本企业的自然人股东存在担任发行人董事、监事或高级管理人员情形的，在该等自然人股东担任发行人董事、监事或高级管理人员期间，本企业每年转让的发行人股份不超过本企业持有发行人股份总数的 25%。

(3) 本企业持有的发行人股票在买入后六个月内卖出，或者在卖出后六个月内买入，由此所得收益归发行人所有，发行人董事会应当收回本企业所得收益。

(4) 本企业并将遵守中国证监会《上市公司股东、董监高减持股份的若干规定》、《深圳证券交易所创业板股票上市规则》、《深圳证券交易所上市公司股东及董事、监事、高级管理人员减持股份实施细则》的相关规定。如法律、行政法规、部门规章或中国证券监督管理委员会、证券交易所规定要求股份锁定期长于本承诺，则本企业直接和间接所持公司股份锁定期和限售条件自动按该等规定和要求执行。

(5) 如果本企业违反上述承诺内容的，本企业将在发行人股东大会及中国证监会指定报刊上公开说明未履行承诺的具体原因并向发行人的其他股东和社会公众投资者道歉。因违反承诺出售股份所取得的收益无条件归发行人所有，如本企业未将违规减持所得收益缴纳至发行人，则发行人有权扣留应付本人现金分红中与本企业应上交至发行人的违规减持所得金额相等的现金分红。发行

人或其他股东均有权代表发行人直接向发行人所在地人民法院起诉，本企业将无条件按上述所承诺内容承担法律责任。

(6) 本承诺函一经签署，即刻生效。以上承诺为不可撤销之承诺。

3、公司股东金新军、王绍明的承诺

(1) 自发行人首次公开发行的股票在证券交易所上市之日起 36 个月内，不转让或者委托他人管理其直接或间接持有的发行人首次公开发行股票前已发行的股份，也不由发行人回购该部分股份。

(2) 本人并将遵守中国证监会《上市公司股东、董监高减持股份的若干规定》、《深圳证券交易所创业板股票上市规则》、《深圳证券交易所上市公司股东及董事、监事、高级管理人员减持股份实施细则》的相关规定。如法律、行政法规、部门规章或中国证券监督管理委员会、证券交易所规定要求股份锁定期长于本承诺，则本人直接和间接所持公司股份锁定期和限售条件自动按该等规定和要求执行。

(3) 如果本人违反上述承诺内容的，因违反承诺出售股份所取得的收益无条件归公司所有，发行人或其他符合法定条件的股东均有权代表公司直接向公司所在地人民法院起诉，本人将无条件按上述所承诺内容承担相应的法律责任。

(4) 本承诺函一经签署，即刻生效。以上承诺为不可撤销之承诺。

4、担任公司董事、监事或高级管理人员的公司股东宣杭娟、程丽英、叶涌泉的承诺

(1) 如果证券监管部门核准发行人本次公开发行股票并上市事项，自发行人股票上市之日起 12 个月内，本人不转让或者委托他人管理本人直接或间接持有的发行人公开发行股票前已发行的股份，也不由发行人回购该部分股份。

(2) 在发行人上市后 6 个月内，如公司股票连续 20 个交易日的收盘价均低于发行价，或者上市后 6 个月期末收盘价低于发行价的，本人所持有的发行人股票锁定期限在上述锁定期的基础上自动延长 6 个月。上述收盘价、发行价应考虑除权除息等因素作相应调整。

(3) 上述锁定期满后，本人在担任发行人董事/监事/高级管理人员期间每

年转让的股份不超过本人直接或间接所持发行人股份总数的 25%。在本人离职后半年内不转让所持发行人的股份。

(4) 本人所持有的股票在上述锁定期满后两年内减持的，减持价格不低于发行价（如在此期间除权、除息的，将相应调整发行价）。

(5) 本人持有的发行人股票在买入后六个月内卖出，或者在卖出后六个月内买入，由此所得收益归公司所有，公司董事会应当收回本人所得收益；

(6) 本人将严格遵守本人所持发行人股票锁定期及转让的有关法律法规及相关承诺，将遵守中国证监会《上市公司股东、董监高减持股份的若干规定》、《深圳证券交易所创业板股票上市规则》、《深圳证券交易所上市公司股东及董事、监事、高级管理人员减持股份实施细则》的相关规定。如法律、行政法规、部门规章或中国证券监督管理委员会、证券交易所规定要求股份锁定期长于本承诺，则本人直接和间接所持公司股份锁定期和限售条件自动按该等规定和要求执行。

(7) 以上承诺在发行人上市后承诺期限内持续有效，不因本人职务变更或离职等原因而放弃履行。

(8) 如果本人违反上述承诺内容的，本人将在发行人股东大会及中国证监会指定报刊上公开说明未履行承诺的具体原因并向发行人的其他股东和社会公众投资者道歉。因违反承诺出售股份所取得的收益无条件归发行人所有，如本人未将违规减持所得收益缴纳至发行人，则发行人有权扣留应付本人现金分红中与本人应上交至发行人的违规减持所得金额相等的现金分红。发行人或其他股东均有权代表发行人直接向发行人所在地人民法院起诉，本人将无条件按上述所承诺内容承担法律责任。

(9) 承诺函一经签署，即刻生效。以上承诺为不可撤销之承诺。

5、公司股东黄跃军、金新胜、吴世锋、胡胜利、王明春、应丽珍的承诺

(1) 自发行人首次公开发行的股票在证券交易所上市之日起 12 个月内，不转让或者委托他人管理其直接或间接持有的发行人首次公开发行股票前已发行的股份，也不由发行人回购该部分股份。

(2) 本人并将遵守中国证监会《上市公司股东、董监高减持股份的若干规定》、《深圳证券交易所创业板股票上市规则》、《深圳证券交易所上市公司股东及董事、监事、高级管理人员减持股份实施细则》的相关规定。如法律、行政法规、部门规章或中国证券监督管理委员会、证券交易所规定要求股份锁定期长于本承诺，则本人直接和间接所持公司股份锁定期和限售条件自动按该等规定和要求执行。

(3) 如果本人违反上述承诺内容的，因违反承诺出售股份所取得的收益无条件归公司所有，发行人或其他符合法定条件的股东均有权代表公司直接向公司所在地人民法院起诉，本人将无条件按上述所承诺内容承担相应的法律责任。

(4) 本承诺函一经签署，即刻生效。以上承诺为不可撤销之承诺。

6、间接持有公司股份的董事、监事人员潘红星、姚成的承诺

(1) 自发行人股票上市之日起 36 个月内，本人不转让或者委托他人管理本人通过勤艺投资间接持有的发行人首次公开发行股票前已发行股份，也不由发行人回购该部分股份。

(2) 本人在担任发行人董事/监事/高级管理人员职务期间，将向发行人申报所持有的发行人股份及其变动情况，每年转让的股份不超过本人所持有发行人股份总数的百分之二十五。若本人申报离职，在离职后六个月内不转让本人所持有的公司股份。若本人在担任公司董事、监事和高级管理人员的任职届满前离职的，本人承诺在原任职期内和原任职期满后 6 个月内，仍遵守上述规定。

(3) 本人所持公司股份在锁定期满后两年内依法减持的，其减持价格不低于发行价；公司上市后六个月内如公司股票价格连续 20 个交易日的收盘价均低于发行价，或者上市后六个月期末收盘价低于发行价，本人持有公司股份的锁定期自动延长六个月，本人不会因职务变更、离职等原因，而放弃履行上述承诺。如期间公司发生过派发股利、送股、转增股本等除权除息事项，则上述减持价格及减持股份数量作相应调整。

(4) 本承诺函一经签署，即刻生效。

（二）稳定股价的措施和承诺

本次公开发行上市后三年内，若公司股价持续低于每股净资产，公司将通过回购公司股票或公司控股股东、实际控制人、董事（独立董事除外）、高级管理人员增持公司股票等方式稳定股价，同时保证回购或增持结果不会导致公司的股权分布不符合上市条件，公司及上述人员在启动股价稳定措施时将提前公告具体实施方案。

1、启动股价稳定措施的条件

本次公开发行上市后三年内，公司股票价格连续 20 个交易日的收盘价均低于公司最近一期经审计的每股净资产。若公司最近一期审计基准日后有资本公积转增股本、派送股票或现金红利、增发、配股或缩股等事项导致公司净资产或股份总数发生变化的，每股净资产需相应进行调整。

2、稳定股价的措施

一旦触发启动稳定股价措施的条件，公司及相关责任主体可以视公司实际情况、股票市场情况，选择单独实施或综合采取以下措施：

- （1）公司回购股票；
- （2）控股股东及实际控制人及其一致行动人增持公司股票；
- （3）董事（独立董事除外）、高级管理人员增持公司股票；
- （4）法律、行政法规、规范性文件规定以及证券监管部门认可的其他方式。

公司董事会应在启动稳定股价措施的条件成就之日起 5 个交易日内根据当时有效的法律法规和本股价稳定预案，提出稳定公司股价的具体方案，并在履行完毕相关决策程序后实施，且按照上市公司信息披露要求予以公告。

公司稳定股价措施实施完毕及承诺履行完毕后，如公司股票价格再度触发启动股价稳定措施的条件，则公司、控股股东、实际控制人、董事（独立董事除外）、高级管理人员等相关责任主体将继续按照上述承诺履行相关义务。自股价稳定方案公告后 120 个自然日内，若股价稳定方案终止的条件未能实现，则公司董事会制订的股价稳定方案自第 121 日起自动重新生效，公司、控股股东、实际控制人、董事（独立董事除外）、高级管理人员等相关主体继续按照前述承

诺继续履行股价稳定措施，或董事会需另行提出并实施新的股价稳定方案，直至股价稳定方案终止的条件出现。

3、稳定股价措施的具体安排

(1) 公司回购股份

若公司董事会制订的稳定公司股价措施涉及公司回购股份，公司将自股价稳定方案公告之日起 120 个自然日内通过集中竞价交易方式、要约方式或证券监督管理部门认可的其他方式回购公司社会公众股份，回购股份的价格不超过最近一期经审计的每股净资产，回购股份数量不超过公司股份总数的 2%。公司为稳定股价之目的回购股份，应符合《上市公司回购社会公众股份管理办法》及《关于上市公司以集中竞价交易方式回购股份的补充规定》等相关法律法规的规定，且不应导致公司股权分布不符合上市条件。公司股东大会对回购股份作出决议，须经出席会议的股东所持表决权的三分之二以上通过。

公司董事（独立董事除外）承诺，在公司就回购股份事宜召开的董事会上，对公司的回购股份方案的相关决议投赞成票。

公司控股股东、实际控制人承诺，在公司就回购股份事宜召开的股东大会上，对公司的回购股份方案的相关决议投赞成票。

(2) 控股股东、实际控制人及其一致行动人增持公司股票

若公司董事会制订的稳定公司股价措施涉及公司控股股东、实际控制人及其一致行动人增持公司股票，公司控股股东、实际控制人将自股价稳定方案公告之日起 120 个自然日内通过集中竞价交易方式增持公司社会公众股份，增持股份的价格不超过最近一期经审计的每股净资产，增持股份的数量不超过公司股份总数的 2%，增持计划完成后的六个月内将不出售所增持的股份，增持后公司的股权分布应当符合上市条件，增持行为及信息披露应符合相关法律法规的规定。

(3) 董事（独立董事除外）、高级管理人员增持公司股票

若公司董事会制订的稳定公司股价措施涉及公司董事（独立董事除外）、高级管理人员增持公司股票，其将自股价稳定方案公告之日起 120 个自然日内通

过集中竞价交易方式增持公司社会公众股份，增持股份的价格不超过最近一期经审计的每股净资产，其用于增持公司股份的货币资金不少于该等董事、高级管理人员上年度从公司领取的税后薪酬总和的 20%，但不超过该等董事、高级管理人员上年度从公司领取的税后薪酬总和的 50%；单一年度用以稳定股价的增持资金总额不超过该等董事、高级管理人员上年度从公司领取的税后薪酬总和的 100%。公司董事（独立董事除外）、高级管理人员对该等增持义务的履行承担连带责任。

在董事（独立董事除外）、高级管理人员实施增持方案前，公司将按照相关规定披露其股份增持计划。公司董事（独立董事除外）、高级管理人员应在符合《上市公司收购管理办法》及《上市公司董事、监事和高级管理人员所持本公司股份及其变动管理规则》等法律法规的条件下对公司股票进行增持，增持计划完成后的六个月内将不出售所增持的股份。

对于未来新聘的董事（独立董事除外）、高级管理人员，公司将促使该新聘任的董事、高级管理人员根据本预案的规定签署相关承诺。

（4）法律、行政法规、规范性文件规定以及证券监管部门认可的其他方式公司可采取削减开支、限制高级管理人员薪酬、暂停股权激励计划以及其他证券监管部门认可的方式提升公司业绩、稳定公司股价。公司将在条件成就时及时召开董事会、股东大会审议并及时实施。

4、稳定股价方案的终止

自股价稳定方案公告后起 120 个自然日内，若出现以下任一情形，则视为本次稳定股价措施实施完毕及承诺履行完毕，已公告的稳定股价方案终止执行：

（1）公司股票连续 15 个交易日的收盘价均高于本公司最近一期经审计的每股净资产；

（2）继续回购或增持公司股份将导致公司股权分布不符合上市条件。

5、未履行稳定股价方案的约束措施

本公司就稳定股价相关事项的履行，愿意接受主管部门的监督，并承担相应的法律责任。

(1) 若公司董事会制订的稳定公司股价方案涉及公司控股股东、实际控制人及其一致行动人增持公司股票，如控股股东、实际控制人及其一致行动人未履行上述稳定股价具体措施的，则公司有权自股价稳定方案公告之日起 120 个自然日届满后将对其从公司领取的薪酬和现金分红予以扣留，直至其履行增持义务。

(2) 若公司董事会制订的稳定公司股价方案涉及公司董事（独立董事除外）、高级管理人员增持公司股票，如公司董事（独立董事除外）、高级管理人员未履行上述稳定股价具体措施的，则公司有权自股价稳定方案公告之日起 120 个自然日届满后将对其从公司领取的薪酬和现金分红予以扣留，直至其履行增持义务。

(三) 对欺诈发行上市的股份回购承诺

1、发行人承诺

(1) 保证公司本次发行公开发行股票并在创业板上市不存在任何欺诈发行的情形。

(2) 如本次发行不符合上市条件，以欺骗手段骗取发行注册并已经发行上市的，发行人将在中国证监会或人民法院等有权部门作出发行人存在上述事实的最终认定或生效判决后五个工作日内启动与股份回购有关的程序，回购发行人本次公开发行的全部新股，具体的股份回购方案将依据所适用的法律、法规、规范性文件及发行人章程等规定履行发行人内部审批程序和外部审批程序。回购价格不低于发行人股票发行价加股票发行后至回购时相关期间银行同期活期存款利息。如发行人本次公开发行后有利润分配、资本公积金转增股本、增发、配股等情况，回购的股份包括本次公开发行的全部新股及其派生股份，上述股票发行价相应进行除权除息调整。

(3) 如本次发行不符合上市条件，以欺骗手段骗取发行注册并已经发行上市的，发行人将根据中国证监会或人民法院等有权部门的最终处理决定或生效判决，依法及时足额赔偿投资者损失。

(4) 发行人若未能履行上述承诺，将按照有关法律、法规、规范性文件的规定及监管部门的要求承担相应的责任。

2、控股股东叶跃庭及实际控制人叶跃庭、金飞春、叶金攀承诺

(1) 保证发行人本次发行公开发行股票并在创业板上市不存在任何欺诈发行的情形。

(2) 如本次发行不符合上市条件，以欺骗手段骗取发行注册并已经发行上市的，在中国证监会或人民法院等有权部门作出发行人存在上述事实的最终认定或生效判决后五个工作日内，本人将督促发行人依法回购本次发行的全部新股，且本人将购回已转让的原限售股份。回购价格不低于发行人股票发行价加股票发行后至回购时相关期间银行同期活期存款利息。如发行人本次公开发行后有利润分配、资本公积金转增股本、增发、配股等情况，回购的股份包括本次公开发行的全部新股及其派生股份，上述股票发行价相应进行除权除息调整。

(3) 如本次发行不符合上市条件，以欺骗手段骗取发行注册并已经发行上市的，致使投资者在证券交易中遭受损失的，本人将根据中国证监会或人民法院等有权部门的最终处理决定或生效判决，依法及时足额赔偿投资者损失。

(4) 本人若未能履行上述承诺，将按照有关法律、法规、规范性文件的规定及监管部门的要求承担相应的责任。

3、董事、监事、高级管理人员承诺

(1) 保证浙江雅艺金属科技股份有限公司本次公开发行股票并在创业板上市不存在任何欺诈发行的情形。

(2) 如本次发行不符合上市条件，以欺骗手段骗取发行注册并已经发行上市的，致使投资者在证券交易中遭受损失，本人将依法赔偿投资者损失。

(3) 本人不因职务变更、离职等原因而放弃已作出的承诺。

(四) 填补被摊薄即期回报的措施及承诺

1、公司对防范本次发行摊薄即期回报拟采取的措施

(1) 加强经营管理和内部控制，提升经营效率

公司不断完善治理结构，加强企业内部控制，不断完善法人治理结构，确保股东能够充分行使权利，确保董事会能够按照法律、法规和公司章程的规定行使职权。公司将完善日常经营管理，通过优化人力资源配置、完善业务流程

等手段，充分挖掘内部潜能，提升各部门协同运作效率。加强费用的预算管理，严格按照公司薪酬制度计提和发放员工薪酬，提高公司运营效率，在全面有效的控制公司经营风险和管理风险的前提下提升利润水平。

(2) 强化募集资金管理，积极推进募集资金投资项目建设

公司已制定《募集资金管理办法》，对募集资金的存储及使用、募集资金管理与监督等进行了详细规定。本次发行募集资金到位后，公司募集资金应当存放于董事会批准设立的专项账户集中管理。公司将定期检查募集资金使用情况，从而加强对募投项目的监管，保证募集资金得到合理、合法的使用。

本次募集资金投资项目紧紧围绕公司主营业务，符合国家产业政策，将提高公司的研发、生产、运营能力，有利于提高长期回报，符合上市公司股东的长期利益。公司将积极调配资源，加快募集资金投资项目的开发和实施进度，尽早实现项目收益、取得研发成果。

(3) 增强对股东的其他回报措施

除上述涉及经营的具体措施之外，公司已根据中国证券监督管理委员会《关于进一步落实上市公司现金分红有关事项的通知》、《上市公司监管指引第3号——上市公司现金分红》等有关规定和要求，在《公司章程（草案）》中明确规定了利润分配政策的具体内容及分配条件，以及利润分配政策调整的决策程序和机制，并已制定了上市后三年股东分红回报的具体计划。公司将按照上述规定实施持续、稳定、科学的利润分配政策，以实现股东的合理回报，保护投资者的合法权益。

2、公司控股股东、实际控制人对公司填补被摊薄即期回报措施能够得到切实履行作出的承诺

(1) 不越权干预发行人经营管理活动，不侵占发行人利益。

(2) 督促发行人切实履行填补回报措施。

(3) 本承诺出具日后至发行人本次发行完毕前，若中国证监会作出关于填补回报措施及其承诺的其他新的监管规定的，且上述承诺不能满足中国证监会该等规定时，本人承诺届时将按照中国证监会的最新规定出具补充承诺。

(4) 本人承诺切实履行发行人制定的有关填补回报措施以及本人对此作出的任何有关填补回报措施的承诺，若本人违反该等承诺并给发行人或者投资者造成损失的，本人愿意依法承担对发行人或者投资者的补偿责任。

3、公司董事、高级管理人员对公司填补被摊薄即期回报措施能够得到切实履行作出的承诺

(1) 不无偿或以不公平条件向其他单位或者个人输送利益，也不采用其他方式损害公司利益；

(2) 对本人及公司其他董事和高级管理人员的职务消费行为进行约束；

(3) 不动用公司资产从事与其履行职责无关的投资、消费活动；

(4) 由董事会或薪酬与考核委员会制定的薪酬制度与公司填补回报措施的执行情况相挂钩；

(5) 如公司上市后拟公布股权激励计划，则股权激励计划的行权条件与公司填补回报措施的执行情况相挂钩。

(6) 若本人违反上述承诺或拒不履行上述承诺，本人将在股东大会及中国证监会指定报刊公开作出解释并道歉，并接受中国证监会和证券交易所对本人作出相关处罚或采取相关管理措施；对公司或其他股东造成损失的，本人将依法给予补偿。

(7) 若上述承诺适用的法律、法规、规范性文件、政策及证券监管机构的要求发生变化，则本人愿意自动适用变更后的法律、法规、规范性文件、政策及证券监管机构的要求。

(五) 利润分配政策的承诺

发行人承诺：将遵守并执行届时有效的《公司章程》、《浙江雅艺金属科技股份有限公司股东未来分红回报规划》中相关利润分配政策。

(六) 依法承担赔偿责任的承诺

1、发行人承诺

(1) 保证招股说明书不存在任何虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对

其真实性、准确性和完整性承担个别和连带的法律责任。

(2) 发行人招股说明书如有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，对判断发行人是否符合法律规定的发行条件构成重大、实质影响的，发行人将在中国证监会或人民法院等有权部门作出发行人存在上述事实的最终认定或生效判决后五个交易日内启动与股份回购有关的程序，回购发行人本次公开发行的全部新股，具体的股份回购方案将依据所适用的法律、法规、规范性文件及发行人章程等规定履行发行人内部审批程序和外部审批程序。回购价格不低于发行人股票发行价加股票发行后至回购时相关期间银行同期活期存款利息。如发行人本次公开发行后有利润分配、资本公积金转增股本、增发、配股等情况，回购的股份包括本次公开发行的全部新股及其派生股份，上述股票发行价相应进行除权除息调整。

(3) 发行人招股说明书如有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券交易中遭受损失的，发行人将根据中国证监会或人民法院等有权部门的最终处理决定或生效判决，依法及时足额赔偿投资者损失。

(4) 发行人若未能履行上述承诺，将按照有关法律、法规、规范性文件的规定及监管部门的要求承担相应的责任。

2、控股股东叶跃庭及实际控制人叶跃庭、金飞春及叶金攀承诺

(1) 保证招股说明书不存在任何虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性和完整性承担个别和连带的法律责任。

(2) 发行人招股说明书如有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，对判断发行人是否符合法律规定的发行条件构成重大、实质影响的，在中国证监会或人民法院等有权部门作出发行人存在上述事实的最终认定或生效判决后五个交易日内，本人将督促发行人依法回购本次发行的全部新股，且本人将购回已转让的原限售股份。回购价格不低于发行人股票发行价加股票发行后至回购时相关期间银行同期活期存款利息。如发行人本次公开发行后有利润分配、资本公积金转增股本、增发、配股等情况，回购的股份包括本次公开发行的全部新股及其派生股份，上述股票发行价相应进行除权除息调整。

(3) 发行人招股说明书如有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投

投资者在证券交易中遭受损失的，本人将根据中国证监会或人民法院等有权部门的最终处理决定或生效判决，依法及时足额赔偿投资者损失。

(4) 本人若未能履行上述承诺，将按照有关法律、法规、规范性文件的规定及监管部门的要求承担相应的责任。

3、董事、监事、高级管理人员承诺

(1) 保证招股说明书不存在任何虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性和完整性承担个别和连带的法律责任。

(2) 如招股说明书有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券交易中遭受损失，本人将依法赔偿投资者损失。

(3) 本人不因职务变更、离职等原因而放弃已作出的承诺。

4、中介机构承诺

兴业证券股份有限公司承诺：若因本公司为发行人首次公开发行并在创业板上市制作、出具的文件存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给投资者造成损失的，本公司将依法赔偿投资者的损失。

上海市广发律师事务所承诺：(1) 本所为发行人本次发行上市制作、出具的相关法律文件不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏。如因上述文件存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并因此给投资者造成实际损失的，本所将按照有管辖权的人民法院依照法律程序作出的有效司法裁决，依法赔偿投资者损失。(2) 如本所已经按照律师行业公认的业务标准、道德规范和勤勉尽责精神履行了职责，但因发行人或其股东、董事、监事、高级管理人员向本所提供虚假材料或陈述，提供的材料或信息在真实性、准确性和完整性方面存在缺陷，或者存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，本所在依法履行上述对投资者赔偿责任后，保留向发行人及其股东、董事、监事、高级管理人员进行追偿的权利。

天健会计师事务所（特殊普通合伙）承诺：因本所为浙江雅艺金属科技股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市制作、出具的文件存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给投资者造成损失的，将依法赔偿投资者的损失。

银信资产评估有限公司承诺：若因本所为发行人首次公开发行并上市制作、出具的文件存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给投资者造成损失的，本所将依法赔偿投资者损失。

（七）未履行承诺的约束措施

发行人及其控股股东、实际控制人、其他主要股东、董事、监事、高级管理人员关于本次发行上市出具了相关承诺，如本次发行上市出具的相关承诺文件未能履行、确已无法履行或无法按期履行的（因相关法律法规、政策变化、自然灾害及其他不可抗力等发行人/本企业/本人无法控制的客观原因导致的除外），发行人/本企业/本人将采取以下措施：

1、及时、充分披露相关承诺未能履行、确已无法履行或无法按期履行的具体原因；

2、在股东大会及中国证券监督管理委员会指定报刊上公开说明未履行承诺的具体原因并向股东和社会公众投资者道歉；

3、向投资者提出补充承诺或其替代承诺，以尽可能保护投资者的权益；并同意将上述补充承诺或替代承诺提交股东大会审议；

4、如违反上述承诺的，将依法赔偿由于违反上述承诺而给投资者造成的损失；

5、发行人控股股东、实际控制人、其他主要股东、董事、监事、高级管理人员因未履行上述承诺而获得相关收益的，所得的收益全部将归公司所有；若因未履行上述承诺事项给公司或者其他投资者造成损失的，将依法向公司或者其他投资者赔偿损失。

若因相关法律法规、政策变化、自然灾害及其他不可抗力等发行人/本企业/本人无法控制的客观原因导致承诺无法履行或无法按期履行的，发行人/本企业/本人将及时披露相关信息，并积极采取变更承诺、补充承诺等方式维护投资者的利益。

（八）其他承诺

1、避免同业竞争的承诺

发行人控股股东叶跃庭及实际控制人叶跃庭、金飞春及叶金攀承诺：

（1）截至本承诺函出具之日，承诺人及其控制的其他企业与发行人及其子公司之间不存在同业竞争的情形。

（2）在今后的业务中，承诺人及其控制的其他企业不与发行人及其子公司业务产生同业竞争，即承诺人及其控制的其他企业（包括承诺人及其控制的全资、控股公司及承诺人及其控制的其他企业对其具有实际控制权的公司）不会以任何形式直接或间接的从事与发行人及其子公司业务相同或相似的业务。

（3）如发行人或其子公司认定承诺人及其控制的其他企业现有业务或将来产生的业务与发行人及其子公司业务存在同业竞争，则承诺人及其控制的其他企业将在发行人或其子公司提出异议后及时转让或终止该业务。

（4）在发行人或其子公司认定是否与承诺人及其控制的其他企业存在同业竞争的董事会或股东大会上，承诺人及其控制的其他企业有关的董事、股东代表将按公司章程规定回避，不参与表决。

（5）承诺人保证严格遵守公司章程的规定，不利用控股股东、实际控制人的地位谋求不当利益，不损害发行人和其他股东的合法权益。

（6）本承诺函自出具之日起生效，直至发生下列情形之一时终止：（1）本人不再是发行人的控股股东/实际控制人；（2）发行人的股票终止在任何证券交易所上市（但发行人的股票因任何原因暂停买卖除外）；（3）国家规定对某项承诺的内容无要求时，相应部分自行终止。

（7）本承诺函自生效之日起，构成对承诺人及其控制的其他企业具有法律约束力的法律文件，如有违反并给公司或其子公司造成损失，承诺人承诺将承担相应的法律责任。

2、减少和规范关联交易的承诺

发行人控股股东、实际控制人就减少和规范关联交易承诺如下：

（1）在不对公司及其他股东的利益构成不利影响的前提下，本人及关联企

业将采取措施规范并尽量减少与公司发生关联交易。

(2) 对于正常经营范围内、或存在其他合理原因无法避免的关联交易，本人及关联企业将与公司依法签订规范的关联交易协议，并按照有关法律、法规、规范性文件和公司章程的规定履行批准程序，并保证该等关联交易均将基于公允定价的原则实施。

(3) 本人及本人关系密切的近亲属及其控制的其他企业将严格按照相关规定履行必要的关联方回避表决等义务，履行关联交易的法定审批程序和信息披露义务。

(4) 保证不利用关联交易非法转移公司的资金、利润或从事其他损害公司及股东利益的行为，不利用关联交易损害公司及其他股东的利益。

(5) 本人保证按照法律法规及公司章程的规定，不越权干预公司经营管理活动、不非法侵占公司利益。

(6) 本人保证不利用自身的地位及控制性影响谋求公司及其控制的其他企业在业务合作等方面给予本人及本人控制的其他企业优于市场第三方的权利。

(7) 本人愿意承担由于违反上述承诺给公司造成的直接、间接的经济损失及产生的法律责任。

发行人董事、监事、高级管理人员就减少和规范关联交易承诺如下：

(1) 在不对公司及股东的利益构成不利影响的前提下，本人及关联企业将采取措施规范并尽量减少与公司发生关联交易。

(2) 对于正常经营范围内、或存在其他合理原因无法避免的关联交易，本人及关联企业将与公司依法签订规范的关联交易协议，并按照有关法律、法规、规范性文件和公司章程的规定履行批准程序，并保证该等关联交易均将基于公允定价的原则实施。

(3) 本人及本人关系密切的近亲属及其控制的其他企业将严格按照相关规定履行必要的关联方回避表决等义务，履行关联交易的法定审批程序和信息披露义务。

(4) 保证不利用关联交易非法转移公司的资金、利润或从事其他损害公司

及股东利益的行为，不利用关联交易损害公司及股东的利益。

(5) 承诺人保证严格遵守公司章程的规定，不利用其董事、监事、高级管理人员的地位谋求不当利益，不损害发行人及股东的合法权益。

(6) 本人保证不利用自身的地位及控制性影响谋求公司及其控制的其他企业在业务合作等方面给予本人及本人控制的其他企业优于市场第三方的权利。

(7) 本人愿意承担由于违反上述承诺给公司造成的直接、间接的经济损失及产生的法律责任。

3、关于社会保险、住房公积金的承诺

发行人实际控制人叶跃庭、金飞春及叶金攀承诺：如应有权部门要求或决定，发行人需要为公司员工补缴社保、住房公积金或因未缴纳社保、住房公积金而承担罚款或损失，本人愿无条件代发行人承担上述所有补缴金额、承担任何罚款或损失赔偿责任，保证发行人不因此受到损失。