

目 录

一、关于业绩下滑·····	第 1—19 页
二、关于外销与应收账款保理·····	第 19—26 页
三、关于存货与原材料采购·····	第 26—40 页
四、关于期间费用·····	第 40—55 页
五、关于商誉减值·····	第 55—58 页
六、关于越正机电·····	第 58—62 页
七、关于其他·····	第 62—95 页

关于星德胜科技（苏州）股份有限公司 IPO 审核问询函中有关财务事项的说明

天健函〔2023〕502 号

上海证券交易所：

由海通证券股份有限公司转来的《关于星德胜科技（苏州）股份有限公司首次公开发行股票并在沪市主板上市申请文件的审核问询函》（上证上审〔2023〕238 号，以下简称审核问询函）奉悉。我们已对审核问询函所提及的星德胜科技（苏州）股份有限公司（以下简称星德胜公司或公司）财务事项进行了审慎核查，现汇报如下。

一、关于业绩下滑（审核问询函问题 1）

根据申报材料：（1）公司报表显示 2022 年收入及扣非归母净利润都有下滑，主要系全球地缘政治动荡、通货膨胀、新冠疫情等多方面因素影响；（2）报告期内，发行人主要客户未出现大面积停工情况，其经营业绩保持稳步增长，所在地新冠疫情情况未对其造成重大不利影响。

请发行人说明：（1）公司业绩下滑情况与行业整体趋势的对比，同行业公司下游客户是否出现业绩下滑的情形，是否存在市场份额被竞争对手获取的情形，并相应完善招股说明书中关于业绩下滑因素的分析；（2）结合 2022 年对主要客户收入变化、主要产品销量和平均售价变化等，量化分析业绩下滑的具体情况；（3）结合下游市场、同行业情况、在手订单变化情况等，分析导致公司业绩下滑的趋势是否有所遏制，分析未来持续下滑的风险，必要时充分揭示相关风险，并做重大事项提示。

请保荐机构、申报会计师说明核查依据、过程，并发表明确核查意见。

（一）公司业绩下滑情况与行业整体趋势的对比，同行业公司及下游客户是否出现业绩下滑的情形，是否存在市场份额被竞争对手获取的情形，并相应完善招股说明书中关于业绩下滑因素的分析

1. 公司业绩下滑情况与行业整体趋势的对比，同行业公司及下游客户的业绩情况

（1）公司业绩下滑情况与行业整体趋势的对比

公司主要从事微特电机及相关产品的研发、生产及销售，产品主要应用于以吸尘器为代表的清洁电器领域。2022 年度，公司主营业务收入为 177,719.97 万元，较上年度同比下滑 21.89%，主要系：受益于终端消费者居家时间增长、卫生健康意识的不断增强等因素，2020 年下半年以来，清洁电器市场需求大幅上涨，主要吸尘器类产品制造商集中出现“爆单”等现象，导致公司 2021 年度收入大幅增加，2022 年度，受地缘政治动荡、全球通胀等因素影响，吸尘器类清洁电器产品市场需求相比 2021 年高基数有所回落。公司业绩变动与行业整体趋势基本相符。

根据欧睿国际统计数据，2022 年全球吸尘器市场销量为 1.47 亿台，同比下降 2.13%；亚太地区吸尘器市场销量为 3,728.25 万台，同比下降 5.12%，中国大陆吸尘器销量为 1,985.47 万台，同比下降 11.32%，且低于 2020 年度的销量水平。此外，国内吸尘器企业莱克电气、富佳股份、德昌股份等相关业务同样出现增速放缓或下滑情形，具体情况如下：

公司简称	具体内容
莱克电气	2022 年度，受外部环境冲击，居民收入预期走弱、消费意愿降低。莱克电气 2022 年度清洁健康家电与园艺工具业务销售收入同比下降 7.90%，产量同比下降 24.42%，销量同比下降 19.49%
富佳股份	2022 年，受欧美通胀、国际局势等多重因素影响，家电行业波折重重，家电市场经历低谷期。2022 年度，富佳股份吸尘器产品产量约 481.63 万台，同比下降约 13.5%
德昌股份	2022 年，受需求萎缩及国际形势变动的影响，国内外政治经济环境更为错综复杂，同时上游供应链紧张，铜、铝等大宗原材料价格高位震荡。德昌股份 2022 年度吸尘器业务实现营业收入 138,262.13 万元，同比下降 36.42%；吸尘器产量同比下降 26.13%，销量同比下降 19.03%

资料来源：上市公司公告

综上所述，2022 年度吸尘器行业的景气度相比 2021 年出现一定程度的回落，公司业绩下滑情况与行业整体趋势基本一致。

(2) 同行业公司及下游客户的业绩情况

1) 同行业公司业绩情况

家用电器大行业同样出现需求增速放缓或下滑的趋势。全国家用电器工业信息中心发布的《2022 年中国家电行业年度报告》数据显示，2022 年家用电器内销零售额为 7,307.2 亿元，同比下滑 9.5%；家电出口受到全球通胀、俄乌冲突及同期高基数等因素影响，据海关总署数据，2022 年家用电器出口约 33.66 亿台，同比下降 13.0%；出口额为 5,681.6 亿元，同比下降 10.9%。

2022 年度，公司与同行业可比上市公司业绩情况具体如下：

单位：万元

公司简称	2022 年度				2021 年度	
	营业收入	同比增长率	归属母公司股东的净利润	同比增长率	营业收入	归属母公司股东的净利润
江苏雷利	289,994.37	-0.65%	25,871.63	5.96%	291,892.34	24,415.77
科力尔	118,343.30	-17.50%	7,325.47	-28.57%	143,453.85	10,255.00
祥明智能	64,268.06	-12.54%	6,474.30	3.45%	73,485.75	6,258.26
公司	180,786.93	-21.77%	18,666.79	8.25%	231,086.80	17,244.30

注：同行业可比上市公司财务数据来自公司定期报告

2022 年度，同行业可比公司营业收入呈现下滑的趋势，收入下降幅度低于星德胜公司，主要系产品结构与业务收入结构存在差异，一方面，同行业可比公司的电机产品所应用的终端市场相比吸尘器市场刚性相对较强；另一方面，部分可比公司多元化的产品结构，例如江苏雷利的汽车零部件业务、工控电机组件业务，科力尔的工业自动化、机器人及 3D 打印业务也为自身的业绩提供了一定的支撑。

同行业可比公司产品应用领域及业绩下滑的原因具体如下：

公司简称	产品应用领域	业绩下滑原因
江苏雷利	空调、洗衣机和电冰箱等领域	受房地产调控影响，江苏雷利家电板块收入有所下降
科力尔	烤箱、冰箱等智能家居、办公自动化等领域	受公共卫生事件和发达国家超发货币引起全球经济通货膨胀等因素的影响，科力尔营业收入、归属母公司股东的净利润均产生下滑；2022 年度，科力尔智能家居类产品收入同比下降 11.87%，健康与护理类产品收入同比下降 63.01%
祥明智能	制冷、交通车辆等领域	受经济下行影响，部分相关行业低迷，祥明智能在 HVACR 及健康医疗等领域销售额下降；由于经济下行影响，在相关市场受到影响的同时，公司产能也因供应商保障能力减弱与员

		工不能正常出勤而受到制约
--	--	--------------

资料来源：上市公司公告

由上表可知，同行业可比上市公司业绩下滑主要可归集于宏观经济环境、地缘政治冲突等原因，与导致公司业绩下滑的主要因素存在一定共性。

2) 下游客户的业绩情况

公司主要下游客户业绩情况具体如下：

客户类型	客户名称	经营业绩情况
上市公司	伟创力	2022 财年集团实现营业收入 260.41 亿美元，同比增长 7.9%；其中敏捷性解决方案板块（包括家电、消费电子、通讯等）收入为 6.05 亿美元，同比增长 4.3%
	VS Industry	2022 财年集团实现营业收入 39.14 亿马来西亚林吉特（折合人民币约 59.82 亿元），同比下降 2.2%
	广东德尔玛科技股份有限公司（以下简称德尔玛）	2022 年度实现营业收入 33.07 亿元，其中吸尘清洁类业务收入达 10.57 亿元，同比下降 3.32%；吸尘清洁类产品自有产量为 597.42 万台，同比下降约 18.71%
	创科实业（TTI）	2022 财年集团实现营业收入 132.54 亿美元，同比增长 0.4%，其中地板护理及清洁业务收入同比下降 25.6%
	广东新宝电器股份有限公司（以下简称新宝股份）	2022 年度公司实现营业收入 136.96 亿元，同比下降 8.15%
非上市公司	苏州市春菊电器有限公司（以下简称春菊电器）、爱普电器、天佑电器（苏州）有限公司（以下简称天佑电器）、卓力电器集团有限公司（以下简称卓力电器）	2022 年因全球通胀、地缘政治动荡、物流受阻等因素影响，终端需求下降，导致公司销售额均有不同程度的下滑
	深圳市比亚迪供应链管理有限公司（以下简称深圳比亚迪）	未披露，系终端品牌商 iRobot 指定采购。2022 财年 iRobot 实现营业收入 11.83 亿美元，同比下降 24.38%

注：上表列示公司为报告期公司 2021 年度前十大客户（受同一集团控制的客户按合并口径计算），相关信息来自上市公司公告、官网公开资料、招股说明书及访谈记录。

2022 年度，公司大部分下游客户同样出现收入增速放缓或下滑的情况，与公司及同行业公司业绩变动趋势基本相符，主要影响因素为地缘政治冲突、全球通胀、世界贸易形势和物流受阻等，与公司存在一定共性。

综上所述，2022 年度，公司同行业公司及部分下游客户均出现收入下滑或增速放缓等情况，与公司业绩变动情况基本一致。

2. 是否存在市场份额被竞争对手获取的情形

公司目前的微特电机产品主要应用于以吸尘器为代表的清洁电器领域。经过多年的研发创新，公司所生产的产品在该细分领域已具备极高的竞争水平，市场占有率较高，不存在市场份额被竞争对手获取的情况，具体分析如下：

(1) 受多重因素影响，吸尘器行业景气度总体有所下降

2022 年度，受地缘政治动荡、全球经济增速放缓、海外高通胀及 2021 年高基数等因素的影响，吸尘器行业市场需求有所下降，相应传导至公司所处的吸尘器电机制造领域，产品订单减少，公司业绩随行业趋势产生波动，不存在市场份额被竞争对手获取的情形。

(2) 主要客户库存充足，吸尘器产品产量下降

2021 年度，吸尘器行业整体表现较为强劲，下游终端客户普遍对市场保持良好的预期，加大了吸尘器类产品的生产力度，产品备货较为充足。而受全球通胀、地缘政治动荡等前述不利因素影响，2022 年度吸尘器行业景气度下降，终端需求增长未达预期，在 2021 年备货较多、库存充足的情况下，下游客户普遍削减了吸尘器类产品的产量，从而相应减少了对上游吸尘器电机的采购量，导致公司产品订单数量减少，业绩有所下滑。2022 年度公司在主要客户处的采购占比基本保持稳定，不存在市场份额被竞争对手获取的情形。

(3) 公司市场占有率整体较高，核心竞争力较强

公司通过规模化生产大幅降低单位产品成本，凭借着强劲的技术实力、出众的产品质量、突出的性价比以及快速响应的服务能力，逐步建立起良好的行业口碑和品牌优势，拥有稳定的客户基础。公司市场占有率整体较高，市场份额稳固。

根据公司家用吸尘器主吸力电机内销出货量进行测算，公司生产的微特电机产品在吸尘器细分领域中市场份额较高。国家统计局、智研咨询的统计数据显示，2021 年中国家用吸尘器产量达到 14,413.70 万台。根据公司 2021 年相关产品内销出货量测算，全国家用吸尘器年产量中 25%以上的吸尘器产品使用了公司生产的微特电机。根据弗若斯特沙利文数据，2022 年全球家用吸尘器主吸力电机销量达到 14,034.71 万台。根据公司相关产品的出货量测算，2022 年度公司在全球的市场占有率达到 27.01%。报告期内，公司相关市场占有率变化情况如下表所示：

单位：万台

项目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
内销家用吸尘器主吸力电机销量	3,028.78	4,094.20	3,605.37
全国家用吸尘器产量[注 1]	/	14,413.70	13,382.90
国内市场占有率	/	28.40%	26.94%
公司家用吸尘器主吸力电机销量	3,790.08	5,403.69	4,425.09
全球家用吸尘器主吸力电机销量 [注 2]	14,034.71	17,267.74	15,810.59
全球市场占有率	27.01%	31.29%	27.99%

[注 1]全国家用吸尘器产量数据来自国家统计局、智研咨询；2022 年度统计数据公开渠道未查询到

[注 2]全球家用吸尘器主吸力电机销量数据来自弗若斯特沙利文

2020-2021 年度，公司家用吸尘器主吸力电机销量呈现上涨趋势，2022 年度有所回落，市场占有率保持稳定。随着清洁电器产品更新迭代不断加快，无绳化、智能化、使用场景多元化已成为未来吸尘器的主流发展趋势，公司已开始针对性布局并逐步优化产品结构。从上述市场规模及公司市场占有率、行业内竞争状况来看，公司在吸尘器电机细分领域处于行业领先地位且市场份额较为稳定，市场份额被竞争对手获取的可能性较小。

综上所述，受终端需求减少、2021 年度客户预期良好、备货充足等因素影响，下游主要客户对公司的采购量在 2022 年度有所下降，但公司在主要客户处的采购占比基本保持稳定，公司市场份额较为稳固，不存在市场份额被竞争对手获取的情形。

3. 完善招股说明书中关于业绩下滑因素的分析

2022 年度，公司销售收入较去年同期减少 49,815.86 万元，降幅为 21.89%，主要系：（1）欧美国家系吸尘器类清洁产品最大的消费市场，2022 年以来，受全球地缘政治动荡、通货膨胀等因素影响，消费者购买力下降，清洁电器类产品的市场需求有所回落，叠加 2021 年度下游客户对市场需求预期良好，提前备货，库存较为充足等因素影响，2022 年度公司以交流串激为代表的电机产品订单需求萎缩；（2）2020 年下半年以来，受益于终端消费者居家时间增长、卫生健康意识的不断增强等因素，清洁电器市场需求大幅上涨，导致公司 2021 年度收入大幅增加，该等因素的出现及其对行业造成的影响具有特殊性和不可持续性，并

在 2022 年度已趋于平稳；(3) 2022 年上半年，上海、江苏等地区出现出行限制、道路管制及物流受阻的情况，对公司正常的采购、生产、销售、物流运输等经营活动造成了一定不利影响。

2022 年度，公司业绩变动趋势与行业整体趋势基本一致，公司市场份额基本保持稳固，具体分析如下：

(1) 受多重因素影响，2022 年度公司业绩有所下滑，与行业整体趋势基本一致

受益于终端消费者居家时间增长、卫生健康意识的不断增强等因素，2020 年下半年以来，清洁电器市场需求大幅上涨，主要吸尘器类产品制造商集中出现“爆单”等现象，导致公司 2021 年收入大幅增加，2022 年度，受地缘政治动荡、全球通胀等因素的影响，吸尘器类清洁电器产品市场需求相比 2021 年的高基数有所回落。公司业绩变动与行业整体趋势基本相符。

根据欧睿国际统计数据，2022 年全球吸尘器市场销量为 1.47 亿台，同比下降 2.13%；亚太地区吸尘器市场销量为 3,728.25 万台，同比下降 5.12%；中国大陆吸尘器销量为 1,985.47 万台，同比下降 11.32%，且低于 2020 年度的销量水平。此外，国内吸尘器企业莱克电气、富佳股份、德昌股份等相关业务同样出现增速放缓或下滑情形，具体情况如下：

公司简称	具体内容
莱克电气	2022 年度，受外部环境冲击，居民收入预期走弱、消费意愿降低。莱克电气 2022 年度清洁健康家电与园艺工具业务销售收入同比下降 7.90%，产量同比下降 24.42%，销量同比下降 19.49%
富佳股份	2022 年，受欧美通胀、国际局势等多重因素影响，家电行业波折重重，家电市场经历低谷期。2022 年度，富佳股份吸尘器产品产量约 481.63 万台，同比下降约 13.5%
德昌股份	2022 年，受需求萎缩及国际形势变动的影响，国内外政治经济环境更为错综复杂，同时上游供应链紧张，铜、铝等大宗原材料价格高位震荡。德昌股份 2022 年度吸尘器业务实现营业收入 138,262.13 万元，同比下降 36.42%；吸尘器产量同比下降 26.13%，销量同比下降 19.03%

资料来源：上市公司公告

2022 年度，受地缘政治动荡、全球经济增速放缓、海外高通胀及 2021 年高基数等因素的影响，吸尘器行业市场需求有所下降，相应传导至公司所处的吸尘器电机制造领域，产品订单减少，公司业绩随行业趋势产生波动，与行业整体变动情况基本一致。

(2) 公司同行业可比上市公司同样出现收入下滑情况

家用电器大行业同样出现需求增速放缓或下滑的趋势。全国家用电器工业信息中心发布的《2022 年中国家电行业年度报告》数据显示，2022 年家用电器内销零售额为 7,307.2 亿元，同比下滑 9.5%；家电出口受到全球通胀、俄乌冲突及同期高基数等因素影响，据海关总署数据，2022 年家用电器出口约 33.66 亿台，同比下降 13.0%；出口额为 5,681.6 亿元，同比下降 10.9%。

2022 年度，星德胜公司与同行业可比上市公司业绩情况具体如下：

单位：万元

公司简称	2022 年度				2021 年度	
	营业收入	同比增长率	归属母公司股东的净利润	同比增长率	营业收入	归属母公司股东的净利润
江苏雷利	289,994.37	-0.65%	25,871.63	5.96%	291,892.34	24,415.77
科力尔	118,343.30	-17.50%	7,325.47	-28.57%	143,453.85	10,255.00
祥明智能	64,268.06	-12.54%	6,474.30	3.45%	73,485.75	6,258.26
公司	180,786.93	-21.77%	18,666.79	8.25%	231,086.80	17,244.30

注：同行业可比上市公司财务数据来自公司定期报告

2022 年度，公司同行业可比公司营业收入呈现下滑的趋势，收入下降幅度低于公司，主要系产品结构与业务收入结构存在差异，一方面，同行业可比公司的电机产品所应用的终端市场相比吸尘器市场刚性相对较强；另一方面，部分可比公司多元化的产品结构，例如江苏雷利的汽车零部件业务、工控电机组件业务，科力尔的工业自动化、机器人及 3D 打印业务也为自身的业绩提供了一定的支撑。

同行业可比公司产品应用领域及收入下滑或增速放缓的原因具体如下：

公司简称	产品应用领域	收入下滑或增速放缓原因
江苏雷利	空调、洗衣机和电冰箱等领域	受房地产调控影响，江苏雷利家电板块收入有所下降
科力尔	烤箱、冰箱等智能家居、办公自动化等领域	受公共卫生事件和发达国家超发货币引起全球经济通货膨胀等因素的影响，科力尔营业收入、归属母公司股东的净利润均产生下滑；2022 年度，科力尔智能家居类产品收入同比下降 11.87%，健康与护理类产品收入同比下降 63.01%
祥明智能	制冷、交通车辆等领域	受经济下行影响，部分相关行业低迷，祥明智能在 HVACR 及健康医疗等领域销售额下降；由于经济下行影响，在相关市场受到影响的同时，公司产能也因供应商保障能力减弱与员工不能正常出勤而受到制约

资料来源：上市公司公告

由上表可知，同行业可比上市公司收入下滑主要可归集于宏观经济环境、地缘政治冲突等原因，与导致公司业绩下滑的主要因素存在一定共性。

(3) 公司主要下游客户普遍出现收入增速放缓或下滑的情形

公司主要下游客户 2022 年度业绩情况具体如下：

客户名称	经营业绩情况
伟创力	2022 财年集团实现营业收入 260.41 亿美元，同比增长 7.9%；其中敏捷性解决方案板块（包括家电、消费电子、通讯等）收入为 6.05 亿美元，同比增长 4.3%
VS Industry	2022 财年集团实现营业收入 39.14 亿马来西亚林吉特（折合人民币约 59.82 亿元），同比下降 2.2%
德尔玛	2022 年度实现营业收入 33.07 亿元，其中吸尘清洁类业务收入达 10.57 亿元，同比下降 3.32%；吸尘清洁类产品自有产量为 597.42 万台，同比下降约 18.71%
创科实业（TTI）	2022 财年集团实现营业收入 132.54 亿美元，同比增长 0.4%，其中地板护理及清洁业务收入同比下降 25.6%
新宝股份	2022 年度公司实现营业收入 136.96 亿元，同比下降 8.15%
深圳比亚迪	未披露，系终端品牌商 iRobot 指定采购。2022 财年 iRobot 实现营业收入 11.83 亿美元，同比下降 24.38%

注：上表列示公司为报告期公司 2021 年度前十大客户（受同一集团控制的客户按合并口径计算），相关信息来自上市公司公告、官网公开资料及招股说明书

公司下游客户春菊电器、爱普电器、天佑电器及卓力电器等非上市公司 2022 年度同样由于全球通胀、地缘政治动荡、物流受阻等不利因素影响，销售额有不同程度的下滑。

2022 年度，公司主要下游客户同样出现收入增速放缓或下滑的情况，与公司及同行业公司业绩变动趋势基本相符，主要影响因素为地缘政治冲突、全球通胀、世界贸易形势和物流受阻等，与公司存在一定共性。

(4) 主要客户库存充足，吸尘器产品产量下降

2021 年度，吸尘器行业整体表现较为强劲，下游终端客户在 2021 年度普遍对市场保持了良好的预期，加大了吸尘器类产品的生产力度，产品备货较为充足。而受全球通胀、地缘政治动荡等前述不利因素影响，2022 年度吸尘器行业景气度下降，终端需求增长未达预期，在 2021 年备货较多、库存充足的情况下，下游客户普遍削减了吸尘器类产品的产量，从而相应减少了对上游吸尘器电机的采购量，导致公司产品订单数量减少，业绩有所下滑。2022 年度公司在主要客户

处的采购占比基本保持稳定。

(5) 公司市场占有率整体较高，核心竞争力较强

2022 年度，在前述不利因素的冲击下，公司的市场份额仍然较为稳定，产品市场占有率保持在 25%以上。

(二) 结合 2022 年对主要客户收入变化、主要产品销量和平均售价变化等，量化分析业绩下滑的具体情况

1. 主要客户收入变化情况

报告期内，公司对主要 OEM/ODM 厂商、品牌商客户的收入变化情况如下：

单位：万元

客户类型	客户名称	2022 年度		2021 年度		2020 年度
		金额	变动幅度	金额	变动幅度	金额
OEM/ODM 厂商	伟创力	11,856.01	-43.75%	21,078.67	36.74%	15,415.02
	深圳比亚迪	5,866.51	-24.13%	7,732.62	88.36%	4,105.21
	苏州尚腾科技制造有限公司（以下简称尚腾科技）	5,096.48	726.71%	616.48		
	爱普电器	4,406.34	-51.97%	9,173.29	2.90%	8,914.93
	春菊电器	4,392.48	-44.85%	7,964.24	114.12%	3,719.55
	VS Industry	3,919.15	-67.85%	12,189.91	102.45%	6,021.15
	苏州斯卫浦电器有限公司（以下简称斯卫浦电器）	2,051.54	-54.30%	4,488.70	-16.36%	5,366.92
	臻宝电器	4,080.37	-10.47%	4,557.46	-14.73%	5,344.76
	合计	41,668.88	-38.54%	67,801.37	38.69%	48,887.54
品牌商	科沃斯机器人股份有限公司（以下简称科沃斯）	8,167.39	87.86%	4,347.65	349.79%	966.59
	广东德尔玛	8,006.54	-26.43%	10,882.33	205.67%	3,560.19
	北京石头世纪科技股份有限公司（以下简称石头科技）	5,220.41	381.87%	1,083.36	433,244.00%	0.25
	松下电器	4,954.98	0.70%	4,920.67	6.06%	4,639.50
	CER Cleaning Equipment S.R.L.	3,508.33	34.68%	2,604.92	824.02%	281.91
	创科集团（TTI）	2,831.84	-59.20%	6,941.10	1.95%	6,808.53
	史丹利百得	3,026.68	-45.48%	5,551.93	40.26%	3,958.38

	伊莱克斯 (Electrolux)	985.64	-72.06%	3,528.32	-3.15%	3,643.25
	合计	36,701.81	-7.92%	39,860.28	67.07%	23,858.60

2022 年度，公司对主要 OEM/ODM 厂商客户以及部分品牌商客户的收入出现明显下滑的趋势，具体分析如下：

(1) OEM/ODM 厂商

2022 年度，公司主要 OEM/ODM 厂商类客户中，伟创力、VS Industry、爱普电器、春菊电器、深圳比亚迪、斯卫浦电器等客户下降幅度较大，一方面系受 2021 年度市场需求旺盛，吸尘器类产品制造商集中出现“爆单”的情况，公司业绩迅速上升，随着 2022 年度市场需求逐步回归平稳，公司营业收入有所回落；另一方面系公司同上述客户的业务模式大部分为终端客户指定，其中伟创力、VS Industry、爱普电器主要受品牌商必胜（Bissell）指定，春菊电器主要受伊莱克斯（Electrolux）、鲨客（Shark）等品牌商指定，深圳比亚迪主要受品牌商 iRobot 指定，上述品牌商均为欧美地区知名品牌，2022 年度，受国际局势动荡，欧美地区通货膨胀影响，消费者购买力下降，欧美地区终端市场需求有所回落，该等品牌商库存充足，当年度采购需求有所减弱，导致公司业绩出现下滑。

(2) 品牌商

整体而言，2022 年度公司对主要品牌商客户的总收入未出现明显下滑。部分客户如创科集团（TTI）、史丹利百得和伊莱克斯（Electrolux）等欧美知名品牌下降幅度较大，主要系受欧美地区通货膨胀影响，消费者购买力下降，终端市场需求回落影响所致。

为应对宏观经济下行压力加大、国际贸易环境紧张、行业竞争加剧的影响，公司积极调整业务布局，挖掘扫地机器人及集灰桶组件这一增量市场，重点开发了如石头科技、科沃斯等知名扫地机器人品牌商并进行深度合作，迅速抢占市场。2022 年度，公司对科沃斯和石头科技的主营业务收入上涨迅猛，分别上涨了 87.86%和 381.87%。

(3) 主要产品销量和平均售价变化情况

对比 2021 年度，2022 年主要产品的收入、销量和平均售价情况如下：

产品类别	项目	2022 年度		2021 年度		2020 年度
		数值	变动幅度	数值	变动幅度	数值

交流串激电机	销售收入（万元）	107,730.52	-28.12%	149,865.18	48.28%	101,067.38
	销售数量（万台）	2,999.91	-30.29%	4,303.66	29.06%	3,334.58
	平均单价（元/台）	35.91	3.13%	34.82	14.89%	30.31
直流无刷电机	销售收入（万元）	46,337.44	-5.16%	48,858.71	23.24%	39,645.57
	销售数量（万台）	695.05	-2.02%	709.41	29.20%	549.09
	平均单价（元/台）	66.67	-3.20%	68.87	-4.61%	72.20
直流有刷电机	销售收入（万元）	12,653.38	-24.58%	16,778.21	23.66%	13,568.26
	销售数量（万台）	775.14	-30.00%	1,107.26	10.88%	998.66
	平均单价（元/台）	16.32	7.73%	15.15	11.53%	13.59

2022 年度各类产品销售数量、销售单价变动对收入的影响情况量化分析如下：

单位：万元

产品类别	2022 年度		
	销量变动对收入的影响	单价变动对收入的影响	合计影响
交流串激电机	-46,819.29	4,684.63	-42,134.66
直流无刷电机	-957.26	-1,564.01	-2,521.27
直流有刷电机	-5,421.59	1,296.75	-4,124.83

注：销量变动对收入的影响=（本期销量-上期销量）*本期单价；单价变动对收入的影响=（本期单价-上期单价）*上期销量

由上表可知，公司三类电机产品的销售收入均出现不同程度的下滑，其中交流串激电机的收入下降是公司业绩下滑最主要的原因，具体分析如下：

1) 交流串激电机

2022 年度，交流串激电机收入较 2021 年度下降 42,134.66 万元，降幅为 28.12%，该类电机收入下滑主要系销量下降所致。

2022 年度交流串激电机销量为 2,999.91 万台，较 2021 年度下降 30.29%，是收入下降的主因。一方面，受 2021 年度消费者卫生意识加强，居家时间变长导致 2021 年度终端市场需求旺盛，客户纷纷加大采购力度，导致 2021 年度公司业绩迅速上升；另一方面，受 2022 年度全球地缘政治动荡、通货膨胀等宏观因

素影响，清洁电器类产品的市场需求回落，部分客户库存充足，导致公司交流串激电机的市场需求下降，销量有所下滑。

2) 直流无刷电机

2022 年度，公司直流无刷电机收入较 2021 年下降 2,521.27 万元，降幅为 5.16%，下降幅度较小，其中因销量下降导致收入下滑 957.26 万元，因价格下降导致收入下滑 1,564.01 万元。销量下降主要系受 2022 年上半年上海、江苏等地区出现出行限制、道路管制及物流受阻等影响，公司采购、生产、销售、物流运输等日常经营活动在一定程度上受阻，导致上半年直流无刷电机销量相对较低。2022 年下半年，公司直流无刷电机业务逐渐回暖，销量回升。直流无刷电机价格下降一方面系该类电机所应用的清洁电器迭代速度较快，为应对市场需求变化，公司持续调整产品设计方案，优化生产工艺，不断推出价格更具竞争力的电机产品，以获取更高的市场份额；另一方面系随着生产规模的扩大，单位制造成本下降，为了保持公司产品市场竞争力，公司主动下调部分产品的销售价格。

直流无刷电机具有效率高、转速高、体积小、重量轻、噪音低、维护成本低等特点，是清洁电器电机市场的主流产品，虽然 2022 年度宏观经济环境整体下行，全球地缘政治动荡，国内外诸多不利因素持续冲击，直流无刷电机的市场需求依然强劲，报告期内，公司直流无刷电机收入整体呈现稳步上升的趋势。

3) 直流有刷电机

2022 年度，直流有刷电机收入较 2021 年度下降 4,124.83 万元，主要系销量下滑所致。2022 年度直流有刷电机销量 775.14 万台，较 2021 年度下降 332.12 万台，降幅达 30%，因销量因素导致收入下降 5,421.59 万元。直流有刷电机主要应用于手持式吸尘器、车载吸尘器等强调灵活性、便携性的清洁电器。该类清洁电器重点凸显“随手吸”功能，适合多场景小范围内的灰尘处理，优势胜在小巧轻便，但受制于吸力和电池续航能力等因素，在全屋清理的应用场景上相对受限，因此其需求刚性相对较弱。2022 年度，受全球地缘政治动荡、通货膨胀等因素影响，国内外消费者购买力下降，清洁电器类产品的市场需求有所回落，导致公司直流有刷电机销量下滑。

综上所述，2022 年度公司业绩出现下滑主要系 2021 年度终端市场需求旺盛，主要吸尘器类产品制造商集中出现“爆单”等现象，公司营业收入迅速上升所致，

受 2022 年度宏观经济整体下行，全球地缘政治动荡，通货膨胀等不利因素影响，终端消费市场需求出现回落，公司各类产品收入均出现不同程度下滑。在此大背景下，公司积极调整战略布局，通过开发新客户、新产品、挖掘新市场等方式，寻找了新的业绩增长点，业绩下滑趋势属暂时性影响，长期来看不会影响公司持续盈利能力。

（三）结合下游市场、同行业情况、在手订单变化情况等，分析导致公司业绩下滑的趋势是否有所遏制，分析未来持续下滑的风险，必要时充分揭示相关风险，并做重大事项提示

1. 结合下游市场、同行业情况、在手订单变化情况等，分析导致公司业绩下滑的趋势是否有所遏制

公司下游清洁电器行业长期向好的趋势未发生重大变化，市场渗透率存在较大的提升空间；公司行业地位稳固，所处行业前景较好；2023 年以来，公司积极开拓市场，一季度订单数量相比 2022 年同期呈现增长趋势，各项业务整体恢复较快，新产品成功打入下游市场；公司 2023 年一季度收入降幅已有所收窄，预计上半年经营业绩同比保持稳定，公司业绩下滑趋势有所遏制，具体分析如下：

（1）清洁电器行业发展空间仍然较大

在终端消费者居家时间增长、卫生健康意识的不断增强等因素的影响下，吸尘器类清洁电器的市场需求大幅提高，2021 年吸尘器行业景气度大幅提高。2022 年度，受全球地缘政治动荡、通货膨胀、欧美等地居民生活恢复正常等因素影响，消费者购买力下降，叠加 2021 年同期高基数因素，清洁电器类产品的市场需求较上年出现明显回落。但从长期来看，清洁电器行业仍然处于持续发展的阶段，清洁电器市场渗透率不断提高，多元化、高性能化的趋势未发生实质性变化。此外，随着电机、电池等相关技术的深入发展，清洁电器产品的性能不断提高，同时，扫地机器人、洗地机、除螨仪等适用于不同使用场景的多元化产品也在持续更新迭代。目前，全球扫地机器人渗透率尚处于较低水平，2021 年美国、德国、日本等发达经济体扫地机器人渗透率均低于 15%，行业仍处于早期发展阶段，市场空间较大。

除此之外，随着人们对卫生健康和环境的关注度不断提高，清洁电器产品的需求量也相应增加。尤其是以中国为代表的新兴市场，由于人口基数大、市场潜

力大，清洁电器渗透率仍存在较大的提升空间，这将成为清洁电器市场新的增长点。根据欧睿国际的预测，2023 年全球吸尘器市场销量可达 1.51 亿台，预计同比增长 2.72%；中国大陆吸尘器市场销量可达 2,169.0 万台，预计同比增长 9.25%，将呈现强劲的反弹趋势，行业景气度整体将有所回升。根据弗若斯特沙利文预测，2023-2027 年全球家用吸尘器市场规模将保持 7.4%的年复合增长率，2027 年预计市场规模将增长至 406.9 亿美元，约为 2022 年的 1.5 倍，行业市场空间较大。

(2) 公司行业地位稳固，所处行业前景较好

公司所处的清洁电器微特电机制造领域参与者众多，从全球范围内看，同行业细分市场的主要参与者包括日本电产、德昌电机控股、多麦机电及莱克电气等业内领先企业。其中，日本电产、德昌电机控股和多麦机电的电机类产品应用领域较为广泛，莱克电气生产的电机部分用于搭载自身生产的清洁电器整机产品。公司对标前述业内领先企业，积极参与国际市场竞争，获得了众多清洁电器行业知名品牌客户的认可，报告期内公司市场占有率稳定保持在 25%以上，行业地位稳固。

此外，公司所处的清洁电器微特电机制造行业发展状况主要受行业整体的技术进步及下游市场需求影响。一方面，随着新技术、新材料的出现和工艺水平的不断提高，电机产品整体将朝高转速、无刷化、智能化、高效节能化等方向发展，作为下游整机类产品最核心的零部件之一，其应用场景也将不断拓宽，新的行业增长点有望出现。另一方面，长期来看，清洁电器类产品市场需求未来仍有较大增长空间，发展潜力较大，并将不断带动相关微特电机的生产需求。

(3) 公司一季度产品订单呈现增长态势

2023 年第一季度，公司累计获取的电机类产品的订单数量达 1,281.09 万台，较 2022 年第一季度同比增长 37.24%，较 2022 年第四季度环比增长 14.69%，产品订单数量整体实现稳步增长。

随着居民生活恢复常态，经济发展活力和内生动力进一步增强，消费者信心提升，部分积压的消费者需求得以释放，公司在持续稳固已有市场份额的基础上，积极拓展新的优质客户，业绩下滑趋势有所遏制。

(4) 公司的前瞻性布局将为未来业绩提供坚实的基础

尽管 2022 年度公司收入相比 2021 年同期高基数出现一定程度的下滑，但持续盈利能力并未受到重大影响，公司的前瞻性布局为公司业绩提供了一定的支撑。

1) 直流无刷电机业绩持续保持较高水平

随着吸尘器终端消费市场需求进一步向洗地机、扫地机器人等无绳化、智能化高性能产品转向，直流无刷电机逐渐成为吸尘器电机市场主流产品之一，在下游客户对微特电机的需求占比中进一步提升。公司持续在直流无刷电机产品方面加强技术投入与创新，凭借丰富的研发与生产制造经验，不断丰富各型号的直流无刷电机以满足市场需求。报告期内，虽然在全球通胀、地缘政治动荡以及物流受阻的影响下，公司整体营业收入有所下滑，但就直流无刷电机产品而言，在下游需求端、公司供给端的双重推动下，2022 年度直流无刷电机销售收入占比持续上升，维持较高销售水平的同时逐渐成为公司销售业绩的中坚力量。

2) 扫地机器人集灰桶、吹风机电机业务带来收入增量

随着终端消费者对清洁电器智能化、自动化的需求日趋提升，带有自动集尘功能的大容量集尘站逐渐成为扫地机器人产品的标准化配件，公司凭借丰富的交流串激电机研发与制造经验，重点开发高真空度交流串激电机产品，迅速抢占了扫地机器人集灰桶这一新兴市场，产品被广泛应用于知名扫地机器人品牌如 iRobot、科沃斯、石头科技等，公司在该增量市场持续保持较高的收入增长水平。此外，公司积极与全球大型清洁电器品牌商开展业务合作，不断挖掘符合下游市场需求的新产品，并于 2022 年下半年成功进入吹风机电机市场，相关产品已在 2022 年第三季度实现销售，为公司收入带来增量。

3) “三电一体”系统化解方案有望成为业绩新增长点

基于前期在直流无刷电机领域积极布局形成的技术优势与客户基础，公司进一步拓展产品范围，重点打造电机、电控系统和电池包“三电一体”系统化解方案，为客户提供一站式服务。公司已具备成熟的方案设计和制造能力，目前与苏泊尔、创科集团（TTI）等知名客户达成合作，并已在 2022 年第三季度形成销售，相关产品单价和利润率较高，未来该产品有望进一步扩大公司的销售收入和盈利能力。

2022 年度，公司出现了暂时性的收入波动、业绩下滑，主要系同期高基数影响，属于行业回调的暂时性影响，依托强大的技术优势和丰富的生产制造经验，公司迅速调整产品布局，积极拓展更符合未来市场需求且盈利能力较强的产品类型，终端市场需求的暂时性波动未对公司持续经营能力构成重大不利影响。

(5) 公司一季度收入降幅收窄，上半年经营业绩较为稳定

2023 年第一季度，公司实现营业收入 36,103.97 万元，同比下降 10.19%，收入降幅已有所收窄。结合宏观经济环境、下游市场需求及自身经营情况，公司预计 2023 年上半年可实现营业收入 87,000.00 万元至 92,000.00 万元，较上年同期变动幅度约为-2.85%至 2.73%；预计实现净利润 7,800.00 至 8,400.00 万元，较上年同期变动幅度约为-2.33%至 5.18%；扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润预计为 7,700.00 至 8,300.00 万元，较上年同期变动幅度约为-3.65%至 3.86%。公司 2023 年上半年经营业绩较上年同期预计保持稳定，业绩下滑趋势已得到遏制。

综上所述，公司下游市场及所处行业发展前景良好，2023 年一季度产品订单呈现增长态势，并已针对下游市场进行前瞻性布局。公司一季度营业收入降幅已有所收窄，预计 2023 年上半年经营业绩与上年同期基本持平，长期来看公司业务发展态势良好，业绩下滑趋势有所遏制。

2. 分析未来持续下滑的风险，必要时充分揭示相关风险，并做重大事项提示

(1) 未来持续下滑的风险

公司业绩未来持续下滑的风险较小，具体分析如下：

一方面，随着影响公司所处行业及下游市场的不利因素逐渐走弱，终端消费者需求回升使得清洁电器市场有所回暖；另一方面，公司依托多年深耕形成的技术优势、完整的产品体系和快速响应的服务能力，在保持原有市场份额的基础上，加大力度开拓下游行业的优质客户，持续提升订单获取能力。2023 年第一季度，公司各类业务获取的订单数量较 2022 年同期整体实现大幅上涨，公司一季度收入降幅已收窄，上半年经营业绩较去年同期预计保持稳定，业绩下滑趋势有所遏制。此外，公司还积极拓展新的业绩增长点，成功进入吹风机电机市场，相关产品已在 2022 年第三季度实现销售；此外，公司于 2022 年成立车用电机事业部及

工业风机事业部，拟利用公司在直流无刷电机领域积累的经验和技術、整体成本优势，进军车用电机、工业风机市场。

(2) 充分揭示相关风险，并做重大事项提示

2020 年下半年以来，受益于全球消费者的卫生意识不断加强、居家时间增长等因素，清洁电器的使用需求大幅上涨，主要吸尘器类产品制造商集中出现“爆单”等现象，公司 2021 年度经营业绩随之大幅增长。前述行业驱动因素具有特殊性与不可持续性，随着其对清洁电器市场需求造成的影响趋于平稳，行业需求逐步回归正常水平，2022 年度公司微特电机及相关产品的销售规模出现下降。此外，2022 年度，受全球地缘政治动荡、通货膨胀等宏观因素影响，消费者购买力下降，清洁电器类产品的市场需求有所回落，公司业绩同样出现下滑。如果影响公司业绩的上述有利因素持续走弱、不利因素未得到改善，下游市场持续低迷，或因公司客户开拓、新产品研发不及预期、行业竞争加剧等因素导致公司市场份额萎缩，公司面临经营业绩未来持续波动的风险。

(四) 核查程序和核查意见

1. 核查程序

针对上述情况，我们执行了如下核查程序：

1) 查阅吸尘器及家用电器行业相关的产业政策、发展趋势、行业数据，分析公司所处行业的发展状况；

2) 查阅公司同行业可比上市公司、细分市场主要竞争对手、下游主要客户及相关终端客户定期报告等公开资料，了解其 2022 年度的经营业绩情况及驱动因素，分析其业绩变动原因与公司业绩变动的关系；

3) 访谈公司下游主要客户，了解公司在主要客户处的销售占比及占比变动情况，对公司报告期内的市场份额变动情况进行分析；

4) 查阅吸尘器电机行业研究报告，了解公司所处行业的发展态势和市场容量，分析公司的市场份额情况；

5) 取得公司报告期内销售收入明细表，统计公司对各类型主要客户的收入变化情况、公司各类产品的销售单价、销售数量及销售收入变动的变化情况，分析变动的具体原因，并量化分析客户、单价、销量等因素变化对公司业绩的影响程度；

6) 获取公司 2023 年一季度销售订单统计表，分析产品订单变动情况；

7) 访谈公司实际控制人、相关业务负责人，了解公司所处行业情况、竞争对手情况、公司市场占有率、近三年变化情况及未来变化趋势；了解公司业务布局情况；

8) 审阅公司一季度财务报表；

9) 访谈公司实际控制人、财务负责人，了解公司 2023 年上半年经营业绩预计情况。

2. 核查意见

经核查，我们认为：

1) 2022 年度，吸尘器行业的景气度相比 2021 年呈现一定程度的回落，公司业绩下滑情况与行业整体趋势基本一致；公司同行业公司及部分下游客户均出现收入下滑或增速放缓等情况，与公司业绩变动情况基本一致；公司市场份额较为稳固，不存在市场份额被竞争对手获取的情形；

2) 受 2021 年度市场需求旺盛，客户备货充分，以及 2022 年度宏观经济下行、全球地缘政治动荡、欧美地区通货膨胀影响，公司 2022 年度对主要 OEM/ODM 厂商客户以及部分品牌商客户的收入出现明显下滑的趋势；公司各类产品收入均出现不同程度下滑，尤其是交流串激电机的销量下滑对公司业绩的影响最大。在此大背景下，公司积极调整战略布局，通过开发新客户、新产品、挖掘新市场等方式，寻找了新的业绩增长点，业绩下滑趋势属暂时性影响，长期来看不会影响公司持续盈利能力；

3) 公司下游市场及所处行业发展前景良好，2023 年一季度产品订单呈现增长态势，并已针对下游市场进行前瞻性布局。公司 2023 年一季度收入降幅已有所收窄，预计 2023 年上半年经营业绩较上年同期基本持平，长期来看公司业务发展态势良好，业绩下滑趋势有所遏制。

二、关于外销与应收账款保理（审核问询函问题 6）

根据申报材料：（1）2019 年至 2022 年 6 月，公司外销收入占主营业务收入比重分别为 20.04%、20.95%、25.69%、22.74%，而实际公司相当比例内销客户为 OEM/ODM 厂商，产品最终用于境外市场或品牌；（2）针对伊莱克斯

(Electrolux)、史丹利百得等境外客户，公司与德意志银行、花旗银行等相关合作银行签订了不附追索权的应收账款保理业务合作协议，货款由相关银行扣除融资费用后提前支付给公司；（3）公司财务报表显示现金流情况良好，融资情况较少；（4）公司对主要客户的账期主要为月结 30-90 天，应收账款账龄也主要集中在 90 天以内，期后回款良好。

请发行人披露：报告期各期，公司主营业务收入中实际产品最终用于境外市场或品牌的比重，对应的主要市场情况，充分揭示国际局势对公司业务的影响，并作重大事项提示。

请发行人说明：（1）办理应收账款保理的主要客户，各期交易额情况，保理业务的费率情况，结合日常经营对于融资的需求等，分析办理应收账款保理的必要性；（2）期末办理保理业务应收账款最终结算情况，报告期内是否存在与相关金融机构因保理业务发生纠纷的情形。

请保荐机构、申报会计师对上述事项进行核查，发表明确核查意见，并说明对保理业务相关客户交易真实性的核查情况，包括核查依据、过程、比例和结论。

（一）报告期各期，公司主营业务收入中实际产品最终用于境外市场或品牌的比重，对应的主要市场情况，充分揭示国际局势对公司业务的影响，并作重大事项提示

1. 报告期各期，公司主营业务收入中实际产品最终用于境外市场或品牌的比重，对应的主要市场情况

（1）公司主营业务收入中实际产品最终用于境外市场或品牌的比重

公司主营业务收入中实际产品最终用于境外市场或品牌的比重具体如下：

单位：万元			
项目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
电机类产品外销	36,949.11	56,419.44	32,195.53
内销中最终用于境外市场或品牌的电机类产品	97,989.02	132,460.64	106,570.64
小计	134,938.14	188,880.08	138,766.17
主营业务收入	177,719.97	227,535.84	163,060.03
占比	75.93%	83.01%	85.10%

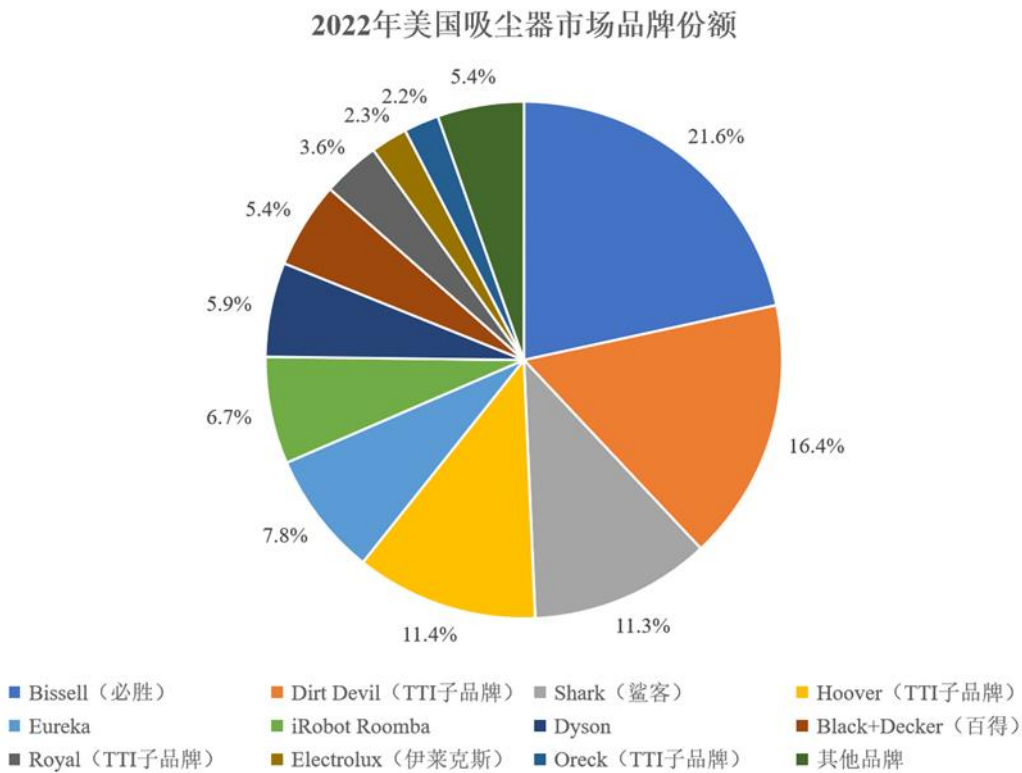
如上表所示，报告期内公司实际产品最终用于境外市场或品牌的收入占主营

业务收入的比重分别为 85.10%、83.01%和 75.93%，占比较高，对应的主要市场为美国、西欧和日本市场。

(2) 对应的主要市场情况

1) 美国市场

根据欧睿国际的统计数据，2022 年美国吸尘器销量达到 3,886 万台，2017-2022 年间年均复合增长率为 1.76%。美国吸尘器市场呈现充分竞争的形态，主要龙头企业市场份额占比较高。其中，创科集团（TTI）市场份额占比合计达到 33.6%，其旗下品牌如 Dirt Devil、Hoover、Royal、Oreck 等皆占据较大份额，分别达到 16.4%、11.4%、3.6%以及 2.2%。其他主要吸尘器销售企业如必胜（Bissell）、鲨客（Shark）市场份额占比分别约为 21.6%、11.3%。



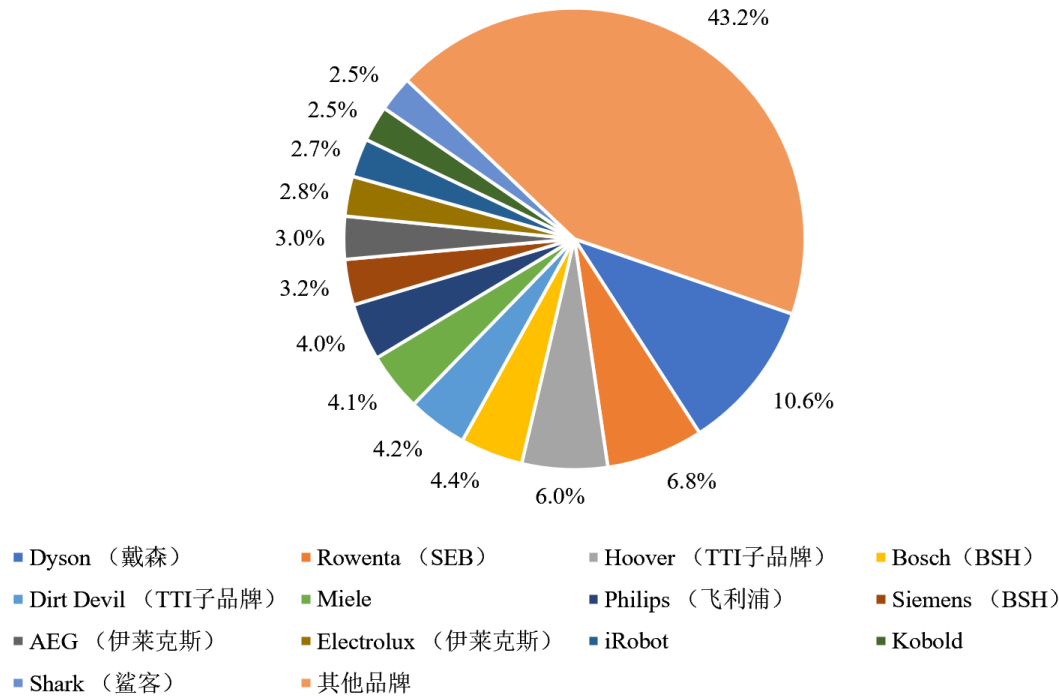
数据来源：欧睿国际

作为公司产品的主要终端销售市场之一，美国吸尘器市场需求较为稳定且主要依赖于中国进口。公司电机产品在美国吸尘器市场中应用的主要终端品牌包括必胜（Bissell）、鲨客（Shark）、创科集团（TTI）、伊莱克斯（Electrolux）等，市场份额均名列前茅。

2) 西欧市场

根据欧睿国际的统计数据，2022 年西欧吸尘器的销量达到 3,678 万台。西欧市场整体竞争程度较为激烈，市场集中度较低，戴森、创科集团（TTI）和赛博（SEB）的市场占有率分别达到 10.6%、10.2%和 6.8%；其他品牌如博世、Miele、飞利浦等品牌份额占比分别为 4.4%、4.1%以及 4.0%。

2022年西欧吸尘器市场品牌份额



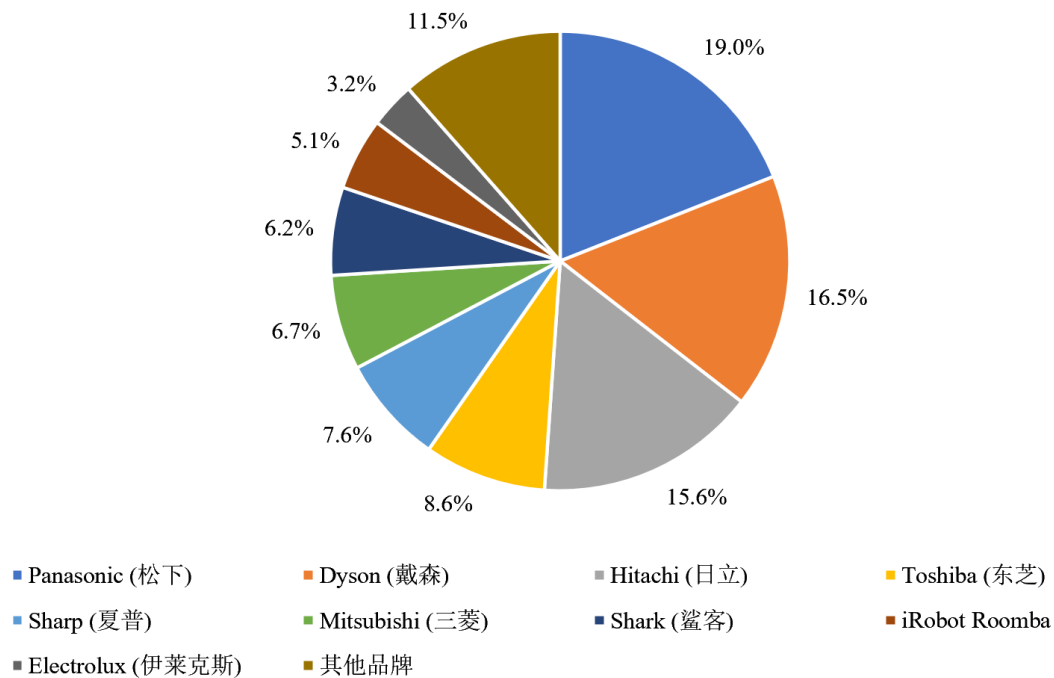
数据来源：欧睿国际

公司电机产品在西欧吸尘器市场中应用的主要终端品牌包括创科集团（TTI）、赛博（SEB）、伊莱克斯（Electrolux）和飞利浦等，在西欧市场的竞争格局中均占据重要地位。

2) 日本市场

根据欧睿国际的统计数据，2022 年日本吸尘器销量达到 718 万台。日本本土品牌市场占有率较高，其中，松下、日立、东芝、夏普、三菱等品牌皆占据较大份额，分别达到 19.0%、15.6%、8.6%、7.6%以及 6.7%。其他主要吸尘器销售企业如戴森、鲨客（Shark）市场份额占比分别约为 16.5%、6.2%。

2022年日本吸尘器市场品牌份额



数据来源：欧睿国际

日本市场同样是公司电机类产品重要的终端销售市场。整体来看，日本吸尘器市场需求较为稳定。公司电机产品在日本吸尘器市场中应用的主要终端品牌包括松下、日立、鲨客（Shark）、伊莱克斯（Electrolux）等。

2. 充分揭示国际局势对公司业务的影响，并作重大事项提示

报告期内，公司境外收入占主营业务收入比例分别为 20.95%、25.69%和 21.49%，境外销售收入占比整体呈上升趋势。公司主要境外销售区域包括马来西亚、美国、印度尼西亚、巴西、越南等，上述国家或地区的贸易政策对公司的产品出口销售具有一定影响。此外，公司部分内销客户为境外知名品牌的 ODM/OEM 厂商，考虑上述因素，实际产品最终用于境外市场或品牌的比重为 85.10%、83.01%和 75.93%，占比较高。

国际局势复杂多变，国际贸易存在诸多不确定因素，如各国政治局势、经济政策等变动均会影响该国的国际贸易政策。如未来相应国家或地区政治局势发生动荡、改变进口关税政策、或实行贸易保护主义政策，可能给公司经营业绩的稳定性带来一定不利影响，从而影响公司业务规模及盈利能力。

（二）办理应收账款保理的主要客户，各期交易额情况，保理业务的费率情况，结合日常经营对于融资的需求等，分析办理应收账款保理的必要性

报告期内，公司办理应收账款保理的主要客户各期交易额及费率情况如下：

单位：万元

客户名称	2022 年度		2021 年度		2020 年度		费率(%) [注]
	交易额	融资贴现费用占交易额的比例	交易额	融资贴现费用占交易额的比例	交易额	融资贴现费用占交易额的比例	
伊莱克斯	985.64	2.79%	3,528.32	1.47%	3,643.25	2.22%	3.54-6.88
百得	2,579.58	0.45%	4,844.22	0.45%	2,552.45	0.52%	1.65-6.41
赛博	667.98	0.88%	530.44	0.38%	15.59	0.06%	0.82-5.38
合 计	4,233.21	1.06%	8,902.98	0.85%	6,211.29	1.52%	

[注]费率已根据合同相关约定年化处理，融资费率系浮动费率，不同期间的变化主要受美国联邦基金利率和 LIBOR 的变动、银行资金成本、协议约定的固定加成利率等因素的影响

供应链金融（对于公司为“应收账款保理业务”）系银行将核心企业与上下游企业联系在一起提供灵活运用的金融产品和服务的一种成熟的融资模式，该模式下，公司通常与客户指定的银行签订供应链金融协议，由银行基于客户自身的商业信用，在扣减一定的利息费用后提前支付货款给公司；货款的信用期到期后，再由客户直接支付货款给银行，从而实现银企互利共赢。公司客户出于延长付款期限、银企合作关系等自身原因向本公司提出开展保理业务，该业务模式对交易各方的有利影响主要系：1. 客户可以充分利用自身商业信用，延长付款期限，有助于减少资金管理成本及银行费用；2. 银行提供融资服务，赚取利息费用；3. 公司能够在信用期之前收取货款，降低回款风险，提高资金使用效率。上述业务模式有助于提高供应链资金运作的效力，降低供应链整体的管理成本，已成为一种商业惯例，具有合理性。

因此，公司开展应收账款保理业务，可以满足客户需求，维护客户关系，同时缩短回款周期，具有必要性。

（二）期末办理保理业务应收账款最终结算情况，报告期内是否存在与相关金融机构因保理业务发生纠纷的情形

报告期各期末，公司已办理保理业务但尚未到客户信用期的应收账款情况如下：

单位：万元

项 目	2022 年 12 月 31 日	2021 年 12 月 31 日	2020 年 12 月 31 日
伊莱克斯	467.13	1,091.50	987.95
百得	459.53	1,058.81	681.98
赛博	8.97	405.09	
合 计	935.63	2,555.40	1,669.93

根据公司与德意志银行、花旗银行的相关协议约定，银行对于公司已出售的应收账款无追索权，公司办理应收账款保理业务并收到银行支付款项后，即将相关应收账款予以终止确认，银行与客户之间就已办理保理的应收账款的最终结算无需告知公司，亦无权以是否最终结算为由向公司追索。

报告期内，公司与银行的应收账款保理业务均正常结算，不存在与相关金融机构因保理业务发生纠纷的情形。

（三）对保理业务相关客户交易真实性的核查情况

针对保理业务相关客户交易真实性，我们实施了以下核查程序：

1. 访谈销售人员并对客户类型、下游应用领域、实际产品最终用于境外市场或品牌等情况进行统计；
2. 查阅吸尘器行业研究报告，了解公司主要终端市场的吸尘器行业概况及品牌商竞争情况；
3. 对保理业务相关客户实施函证程序；
4. 通过银行系统查询公司应收账款保理交易明细，并与财务账记录进行核对；
5. 对保理业务的主要客户实施询问程序，了解客户基本情况、交易主要内容、合作背景、是否存在关联关系或其他利益安排等；
6. 对保理业务相关客户的销售实施细节测试，检查订单、出口报关单、货运提单、销售发票、银行回单、记账凭证等支持性文件，报告期内，对保理业务相关客户的交易核查占当年交易额比例分别为 86.57%、87.90%、83.84%。

（四）核查意见

经核查，我们认为：

1. 报告期内公司实际产品最终用于境外市场或品牌的收入占主营业务收入的比重分别为 85.10%、83.01%和 75.93%，占比较高，对应的主要市场为美国、

西欧和日本市场，公司已在招股说明书中充分揭示国际局势对公司业务的影响，并作重大事项提示；

2. 公司开展应收账款保理业务，可以满足客户需求，维护客户关系，同时缩短回款周期，具有必要性；

3. 报告期内，公司与相关银行的应收账款保理业务均正常结算，不存在与相关金融机构因保理业务发生纠纷的情形；

4. 报告期内，公司与保理业务的相关客户交易真实有效。

三、关于存货与原材料采购（审核问询函问题 7）

根据申报材料：（1）公司以表格形式列示了漆包线、硅钢与公开市场年均价格的对比情况；（2）交流串激电机等主要产品采用中使用较多的漆包线、硅钢等材料，受相关材料价格波动影响较大，该等材料报告期内市场价格波动较大；（3）公司为订单驱动为主的生产模式；（4）报告期内存货跌价余额逐年上升，至 2022 年 6 月末为 1,874.63 万元；（5）报告期各期末，公司原材料 MOS 管库存金额呈上升趋势，同时库龄一年以上金额增加较快，至 2022 年末，库存一年以上金额占比已超过 50%；（6）公司发出商品规模较大，中介机构核查时对发出商品部分进行了函证，部分执行了替代测试程序，未说明替代测试的具体方式。

请发行人说明：（1）以折线图或分月表格数据形式，列示报告期各期，漆包线-铜、漆包线-铝、硅钢等与铜、铝和硅钢公开市场报价趋势对比情况，存在明显差异的，分析合理性及采购价格公允性；（2）就交流串激电机等产品成本和毛利率对铜、铝、硅钢等大宗材料价格敏感性进行分析，是否构成重大影响，充分揭示对公司生产经营的风险，必要时作重大事项提示；（3）公司提前备货生产的原则，报告期各期末存货备货的具体情况；（4）报告期末，在手订单对存货的覆盖情况，各类型存货期后结转情况，长库龄存货消化及处置情况；（5）MOS 管长库龄不断积压的原因，采购与生产需求是否相符，是否存在采购受限而囤货的情况，分析相关风险；（6）结合各类型存货期后消化情况，分析各期末存货跌价计提的依据及充分性。

请保荐机构、申报会计师对上述事项进行核查，发表明确核查意见，并说

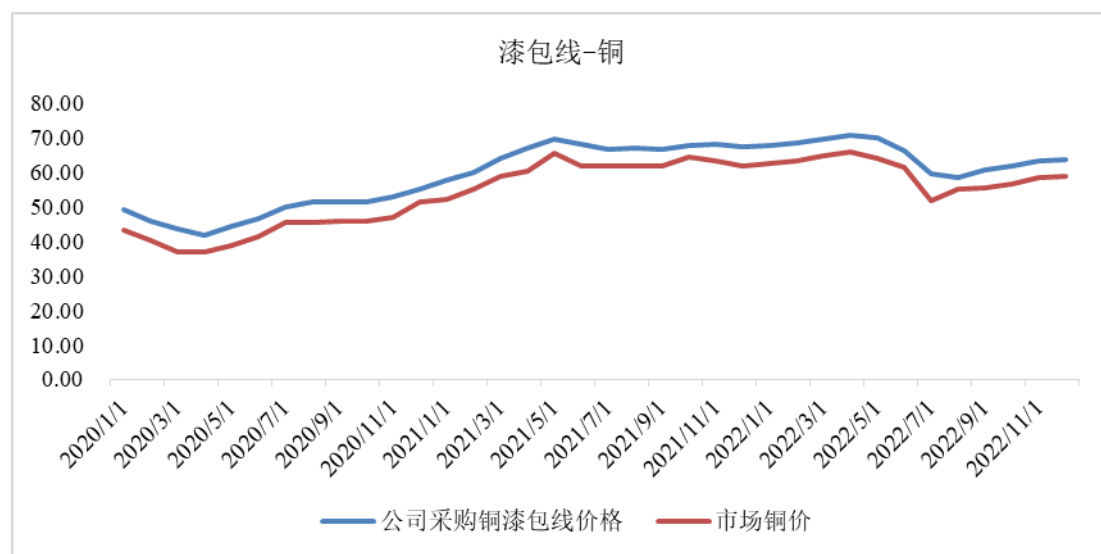
明对发出商品存在性核查的方式、过程及结论，结论认定依据的充分性。

(一) 以折线图或分月表格数据形式，列示报告期各期，漆包线-铜、漆包线-铝、硅钢等与铜、铝和硅钢公开市场报价趋势对比情况，存在明显差异的，分析合理性及采购价格公允性

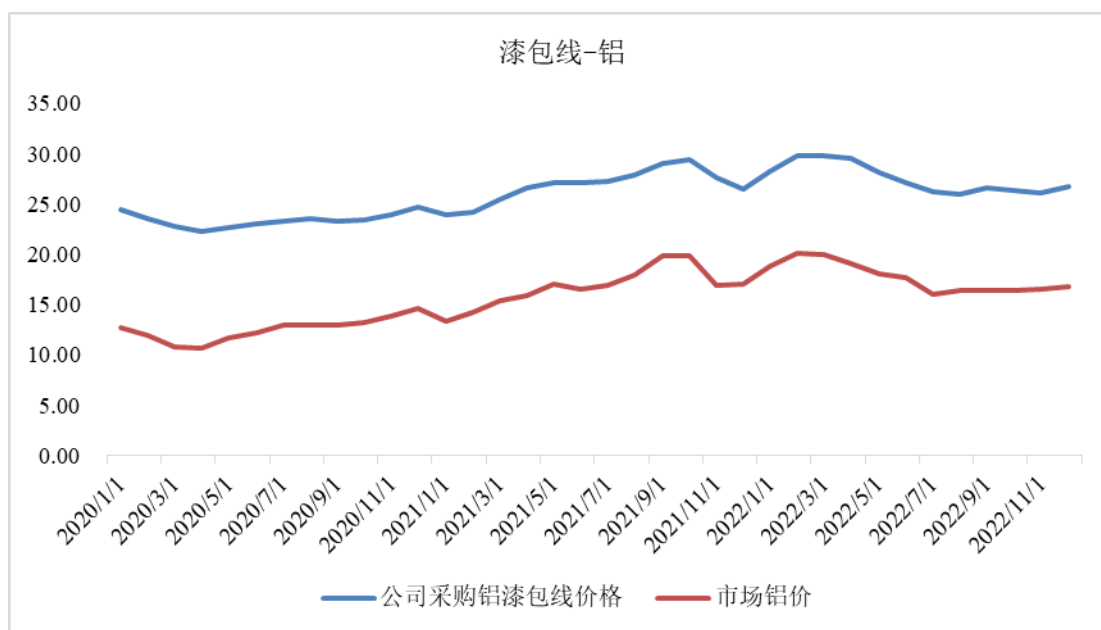
1. 漆包线-铜、漆包线-铝

报告期内，公司采购铜、铝漆包线的价格与铜、铝的市场价格对比折线图如下图所示：

单位：元/kg



单位：元/kg



由上图可知，公司铜、铝漆包线采购价格与铜、铝市场价格变动趋势基本一致，各月的铜、铝漆包线的采购价格略高于裸铜、铝的市场价格，差异主要为加工费。报告期内公司采购漆包线的定价依据为裸铜、铝浮动价加上加工费，加工费取决于漆包线线径大小，线径越小加工费越高。报告期内，公司采购的铜、铝漆包线以 0.5mm 以上线径的规格为主，加工费分别在每公斤 6 元左右和每公斤 11 元左右，各月加工费金额较为稳定。整体而言，考虑加工费后，报告期内各月份铜、铝漆包线的采购价格与裸铜、铝公开市场报价趋势对比不存在明显差异，公司采购价格公允。

2. 硅钢

报告期内，公司采购硅钢的价格与公司使用的主要牌号的无取向硅钢市场价格对比折线图如下图所示：



报告期内，整体而言公司采购硅钢的价格以及变动趋势与硅钢市场价格基本一致，部分月份采购价格与市场价格有所差异，具体情况如下：

单位：元/吨

月度	2022 年度			2021 年度			2020 年度		
	采购均价	市场价格	差异	采购均价	市场价格	差异	采购均价	市场价格	差异
1 月	5,353.98	5,632.74	-278.76	7,238.05	7,196.46	41.59	4,524.65	4,522.12	2.53
2 月	6,072.55	6,098.23	-25.68	7,315.64	7,294.69	20.95	4,537.22	4,557.52	-20.30

3 月	6,246.73	6,199.56	47.17	7,503.54	7,393.81	109.73	4,290.10	4,474.34	-184.24
4 月	6,310.44	6,432.30	-121.86	7,061.91	7,000.88	61.03	3,976.42	4,144.25	-167.82
5 月	6,874.40	6,264.16	610.24	7,873.72	7,345.13	528.59	3,950.55	3,923.01	27.54
6 月	5,829.95	5,735.84	94.11	7,680.35	7,548.67	131.68	4,190.45	4,164.60	25.85
7 月	5,334.33	4,913.86	420.46	7,185.17	7,216.81	-31.65	4,574.30	4,258.41	315.89
8 月	4,185.66	4,308.41	-122.74	7,029.99	7,306.19	-276.20	4,543.35	4,426.55	116.80
9 月	4,586.82	4,678.76	-91.95	6,863.51	7,076.11	-212.60	5,944.00	4,735.40	1,208.60
10 月	4,524.83	4,698.23	-173.40	7,070.05	6,846.02	224.03	5,657.03	4,867.26	789.77
11 月	4,703.30	4,702.36	0.94	6,442.38	6,544.25	-101.87	5,199.52	4,877.88	321.64
12 月	4,447.23	4,922.12	-474.90	6,165.38	5,717.70	447.68	5,705.28	5,805.31	-100.03

注：主要硅钢市场价格系依据“我的钢铁网”列示的硅钢价格，根据公司使用的主要牌号硅钢去税后每月均价的算术平均数计算得出

公司采购的硅钢牌号种类较多，不同牌号的硅钢价格差异较大，如武钢 20WTG1500、太钢 20TWVG1500 牌号的价格可达沙钢 SG50W800 牌号价格的 3-4 倍，但因其耗用量相对较少，公司不会每月进行高牌号硅钢的采购，因上表市场价格系根据公司每月均有采购的几种公司主要使用的硅钢牌号计算得出，当某月公司采购了部分高牌号硅钢时，会导致当月采购均价与市场价格差异较大。如 2020 年 9 月、10 月，2021 年 5 月、12 月，2022 年 5 月等月份公司采购价格均高于市场价格，系当月公司采购硅钢产品结构有所变化，采购了部分武钢 20WTG1500、太钢 20TWVG1500 牌号硅钢卷导致采购均价较高，剔除高牌号硅钢采购影响后，公司采购均价与市场价格不存在重大差异，采购价格公允。

（二）就交流串激电机等产品成本和毛利率对铜、铝、硅钢等大宗材料价格敏感性进行分析，是否构成重大影响，充分揭示对公司生产经营的风险，必要时作重大事项提示

报告期内，假设铜铝漆包线、硅钢等原材料价格分别上涨 10%，同时其他因素不变的情况下，对各类电机产品成本和毛利率的影响情况如下：

单位：万元							
原材料	产品	2022 年度		2021 年度		2020 年度	
		成本变动	毛利率变动	成本变动	毛利率变动	成本变动	毛利率变动

漆包线-铜	交流串激电机	1,428.39	-1.33%	2,145.47	-1.43%	1,175.86	-1.16%
	直流无刷电机	56.03	-0.12%	64.12	-0.13%	34.57	-0.09%
	直流有刷电机	63.90	-0.50%	82.93	-0.49%	63.14	-0.47%
漆包线-铝	交流串激电机	184.30	-0.17%	227.03	-0.15%	142.50	-0.14%
	直流无刷电机						
	直流有刷电机						
硅钢	交流串激电机	1,006.68	-0.93%	1,861.15	-1.24%	958.28	-0.95%
	直流无刷电机	98.56	-0.21%	104.27	-0.21%	72.07	-0.18%
	直流有刷电机	97.72	-0.77%	151.02	-0.90%	113.01	-0.83%

注：直流无刷电机、直流有刷电机生产不耗用铝漆包线，因此铝价变动对其无影响

从原材料种类来看，对公司产品成本和毛利率影响最大的因素主要为铜和硅钢，而公司铝漆包线的应用产品较单一，耗用量相对较小，因此铝价变动对公司的成本和毛利的影响程度较为有限；从产品类型来看，公司交流串激电机对铜、铝、硅钢等原材料的耗用量最大，因此该等原材料价格波动对交流串激电机的成本和毛利率的影响程度最大，其次为直流有刷电机，而直流无刷电机制造工艺流程相对复杂，生产所需原材料种类较多，除了漆包线、硅钢以外，其主要原材料还包括稀土永磁材料及 MOS 管、芯片等半导体材料，因此铜、铝、硅钢等原材料价格波动对其影响程度相对较小。

整体而言，铜、铝、硅钢等大宗材料价格上涨会对公司的产品成本和毛利率造成一定程度的负面影响。同时，针对铜、铝、硅钢等大宗材料占比较高的交流串激电机，公司对部分客户采用铜联动或铜铁联动的定价方式，及时转移原材料价格上涨的风险；对于其他产品类型，当原材料价格波动较大时，公司亦会及时同客户协商调整产品价格，以减少铜、铝、硅钢等大宗材料价格波动对公司的生产经营的不利影响。公司已在招股说明书中充分揭示了原材料价格波动对公司生产经营的风险，并作重大事项提示。

（三）公司提前备货生产的原则，报告期各期末存货备货的具体情况

公司主要采取“以销定采”的采购模式，根据客户订单，由计划调达科向供应商下达采购订单。但对于材料价格波动较大或者供应周期较长的材料，公司在保留适当安全库存的情况下，结合生产需求、库存水平及市场价格波动情况等因素进行提前备货采购。采取提前备货采购的原材料主要有硅钢、MOS 管、芯片和碳素，报告期各期末相关存货的结存情况如下：

单位：万元

原材料名称	2022 年 12 月 31 日		2021 年 12 月 31 日		2020 年 12 月 31 日	
	数量	金额	数量	金额	数量	金额
硅钢（吨）	1,166.80	578.41	1,335.10	909.50	1,014.34	544.11
MOS 管（万个）	2,591.88	2,067.19	4,438.86	3,427.76	2,906.79	2,496.37
芯片（万个）	468.16	820.11	715.97	1,147.82	985.19	1,263.47
碳素（万个）	825.86	642.42	942.40	628.82	1,668.29	1,023.75
合计		4,108.13		6,113.89		5,327.71
期末存货余额		25,253.75		36,276.86		32,093.96
占期末存货余额的比例（%）		16.27		16.85		16.60

（四）报告期末，在手订单对存货的覆盖情况，各类型存货期后结转情况，长库龄存货消化及处置情况

1. 报告期各期末，在手订单对存货的覆盖情况

单位：万元

项 目	2022 年 12 月 31 日	2021 年 12 月 31 日	2020 年 12 月 31 日
存货余额	25,253.75	36,276.86	32,093.96
在手订单金额（不含税）	34,209.73	53,919.78	64,679.85
在手订单覆盖率[注]	135.46%	148.63%	201.53%

[注] 在手订单覆盖率=在手订单金额（不含税）/存货余额

报告期各期末，公司在手订单覆盖率分别为 201.53%、148.63%和 135.46%，总体在手订单覆盖率较高，2020 年末在手订单覆盖率达到 201.53%，主要系下游产品需求旺盛，在手订单大幅上涨所致。

2. 各类型存货期后结转情况

单位：万元、%

项 目	2022 年 12 月 31 日	2021 年 12 月 31 日
-----	------------------	------------------

	期末金额	期后 结转金额	期后结 转比例	期末金额	期后 结转金额	期后结 转比例
原材料	9,634.37	4,942.73	51.30	11,597.93	9,799.59	84.49
库存商品	6,387.82	4,903.06	76.76	9,709.89	9,349.17	96.29
发出商品	6,799.52	6,704.82	98.61	11,076.87	11,076.44	100.00
委托加工物资	1,329.24	895.83	67.39	1,872.58	1,757.63	93.86
半成品	135.92	57.73	42.47	287.55	287.55	100.00
在产品	966.88	869.14	89.89	1,732.03	1,713.63	98.94
合 计	25,253.75	18,373.32	72.75	36,276.86	33,984.02	93.68

(续上表)

项 目	2020 年 12 月 31 日		
	期末金额	期后 结转金额	期后结 转比例
原材料	11,281.15	10,724.00	95.06
库存商品	6,557.16	6,399.20	97.59
发出商品	9,895.69	9,895.69	100.00
委托加工物资	2,009.32	1,967.39	97.91
半成品	394.06	394.06	100.00
在产品	1,956.59	1,945.99	99.46
合 计	32,093.96	31,326.32	97.61

注：期后结转情况统计至 2023 年 3 月 31 日

由上表可知，公司整体存货的期后结转比例较高，2022 年末存货期后结转比例相对较低系统统计期间较短所致。

3. 长库龄存货消化及处置情况

截至 2023 年 3 月 31 日，长库龄存货的消化及处置情况如下：

单位：万元

项目	2022. 12. 31			2021. 12. 31		
	1 年以上的 存货余额	消化及处 理金额	消化及处 理比例	1 年以上的 存货余额	消化及处 理金额	消化及处 理比例
原材料	2,197.00	755.82	34.40%	1,386.08	828.94	59.80%
库存商品	411.79	75.24	18.27%	366.36	208.40	56.88%
发出商品	0.43			0.02	0.02	100.00%

委托加工物资	126.66	11.71	9.25%	60.64	18.71	30.85%
在产品	21.14	2.74	12.98%	18.97	8.37	44.12%
合计	2,757.02	845.52	30.67%	1,832.07	1,064.43	58.10%

(续上表)

项目	2020.12.31		
	1年以上的 存货余额	消化及处 理金额	消化及处 理比例
原材料	757.50	499.49	65.94%
库存商品	282.23	223.46	79.18%
发出商品	28.58	28.58	100.00%
委托加工物资	42.53	17.75	41.74%
在产品	23.59	16.12	68.30%
合计	1,134.44	785.41	69.23%

报告期各期末，公司1年以上的原材料金额呈增长趋势，主要系：2020-2021年度，受公司直流无刷电机业务发展迅速、半导体材料供应较为紧俏以及采购周期较长的影响，公司加大了对半导体材料的采购力度，提前进行原材料备货，导致1年以上的半导体材料余额增加。

针对长库龄存货，公司已制定相关的消化方案：加强销售订单追踪，积极消化呆滞成品库存；加强采购管理和生产管理，提高长库龄原材料的利用率，逐步消化长库龄存货。

(五) MOS 管长库龄不断积压的原因，采购与生产需求是否相符，是否存在采购受限而囤货的情况，分析相关风险

报告期各期末，公司原材料 MOS 管库龄情况如下：

项目	2022 年 12 月 31 日	2021 年 12 月 31 日	2020 年 12 月 31 日
数量（万个）	2,558.12	4,326.49	2,649.86
金额（万元）	2,039.84	3,318.80	2,271.53
库龄：一年以内（万元）	1,043.82	2,816.09	2,099.82
一年以上（万元）	996.02	502.71	171.71

报告期内，公司原材料 MOS 管余额呈先升后降趋势，其中库龄在一年以上的原材料 MOS 管余额持续上升，主要系 2020-2021 年度公司对半导体材料进行备货，

采购数量大于耗用数量所致，2022 年度，公司放缓了采购，原材料 MOS 管库存有所下降。

报告期各期，公司 MOS 管的采购和耗用的具体情况如下：

单位：万个

项目	期初结存数量	采购数量	消耗数量	期末结存数量
2022 年度	4,688.14	3,036.88	4,956.36	2,768.66
2021 年度	3,138.10	7,085.55	5,535.50	4,688.14
2020 年度	893.97	6,960.16	4,716.03	3,138.10
报告期内合计	893.97	17,082.58	15,207.90	2,768.66

注：结存数量包含在产品、PCBA 板等存货中 MOS 管的数量

由上表可知，2020-2021 年度，公司 MOS 管采购数量均大于耗用数量，导致 MOS 管长库龄余额持续上升，具体分析如下：

供给端方面，2020 年以来，全球半导体材料市场供应短缺，且相较其他原材料，MOS 管、芯片等半导体材料供货周期较长，通常在 6 个月以上，为保证直流无刷电机生产稳定性，公司加大了对 MOS 管的采购力度，提前进行备货。

需求端方面，2019-2021 年度，公司直流无刷电机销量分别为 224.01 万台、549.09 万台和 709.41 万台，呈快速上升趋势。基于直流无刷电机销量持续上涨的预期，公司于 2020-2021 年度持续加大 MOS 管等半导体材料采购力度。2022 年度，受全球地缘政治动荡、通货膨胀等因素影响，直流无刷电机的市场需求增速放缓，2022 年度销量为 695.05 万台，较 2021 年度基本持平，导致前期采购的 MOS 管库存有所积压。

综上所述，公司 MOS 管长库龄不断积压的原因主要系受 2020-2021 年度半导体材料供应较为紧俏、公司直流无刷电机业务发展迅速等因素影响，2020-2021 年度 MOS 管采购量高于耗用量，具有商业合理性。结合报告期内整体采购和耗用情况来看，2020-2022 年度公司 MOS 管合计采购数量 17,082.58 万个，合计耗用数量 15,207.90 万个，采购与耗用数量不存在重大差异，整体而言公司对 MOS 管的采购与生产需求较为符合。

报告期内，公司采购 MOS 管的主要供应商情况如下：

单位：万元

主要供应商名称	采购额	占比
2022 年度		
江苏卓捷电子有限公司	882.27	34.80%
苏州敦特智能科技有限公司	378.38	14.92%
无锡美偌科微电子有限公司	342.18	13.50%
合计	1,602.82	63.22%
2021 年度		
江苏卓捷电子有限公司	1,800.44	32.70%
上海珈引电子有限公司	1,097.35	19.93%
无锡美偌科微电子有限公司	738.14	13.41%
合计	3,635.93	66.05%
2020 年度		
上海珈引电子有限公司	1,734.27	30.05%
无锡美偌科微电子有限公司	1,519.16	26.33%
江苏卓捷电子有限公司	1,106.39	19.17%
合计	4,359.82	75.55%

报告期内，公司向 MOS 管前三大供应商的采购额分别为 4,359.82 万元、3,635.93 万元和 1,602.82 万元，占比分别为 75.55%、66.05%和 63.22%，报告期各期公司对第一大供应商的采购额占比均未超过 35%，不存在重大依赖特定供应商的情况。此外，公司与各主要供应商的合作较为稳定，报告期各期合作的主要供应商未发生重大变化。除上表所列示的主要供应商外，报告期各期同公司发生业务合作的 MOS 管供应商均超过 20 家，供货渠道较多，不存在因采购受限而囤货的情况。

目前，公司通过加强采购管理和生产管理，提高长库龄原材料的利用率，逐步对长库龄 MOS 管原材料进行消化，如果未来市场需求发生变化，可能导致公司上述对长库龄 MOS 管的消化方案受到限制，无法及时耗用或变卖，相关原材料可能出现进一步减值风险。

(六) 结合各类型存货期后消化情况，分析各期末存货跌价计提的依据及充分性

1. 各期末存货跌价计提的依据

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。

可变现净值的具体确认依据如下：

(1) 库存商品和发出商品

在计提存货减值准备时，公司依据订单情况等信息确定库存商品和发出商品能否正常实现销售。对于能正常实现销售的产成品，公司以预计售价减去估计的销售费用和相关税费后的金额作为可变现净值；对于无法正常实现销售的产成品，公司按预计最优的处置方式（包括但不限于作废料处置）确定其可变现净值。

(2) 原材料、半成品、委托加工物资和在产品

原材料、半成品、委托加工物资、在产品主要目的为用于产成品的生产，在计提存货减值准备时，公司依据订单情况等信息确定原材料、半成品、委托加工物资、在产品能否用于正常生产。对于用于正常生产的存货，公司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、估计的销售费用以及相关税费的金额确定其可变现净值；对于因未有销售订单、现有工艺改进困难等因素而没有销售可能性的存货，公司按预计最优的处置方式（包括但不限于作废料处置）确定其可变现净值。

2. 结合各类型存货期后消化情况，分析各期末存货跌价计提的充分性

(1) 2022 年末

单位：万元				
项 目	账面余额	存货跌价准备	期后消化金额	结存金额
原材料	9,634.37	985.45	4,942.73	4,691.64
库存商品	6,387.82	504.01	4,903.06	1,484.76

发出商品	6,799.52	6.15	6,704.82	94.69
委托加工物资	1,329.24	85.72	895.83	433.41
半成品	135.92		57.73	78.19
在产品	966.88		869.14	97.74
合 计	25,253.75	1,581.33	18,373.32	6,880.43

(2) 2021 年末

单位：万元

项 目	账面余额	存货跌价准备	期后消化金额	结存金额
原材料	11,597.93	1,064.35	9,799.59	1,798.35
库存商品	9,709.89	392.68	9,349.17	360.72
发出商品	11,076.87	73.17	11,076.44	0.43
委托加工物资	1,872.58		1,757.63	114.95
半成品	287.55		287.55	
在产品	1,732.03		1,713.63	18.40
合 计	36,276.86	1,530.20	33,984.02	2,292.84

(3) 2020 年末

单位：万元

项 目	账面余额	存货跌价准备	期后消化金额	结存金额
原材料	11,281.15	622.51	10,724.00	557.15
库存商品	6,557.16	303.29	6,399.20	157.96
发出商品	9,895.69	50.55	9,895.69	
委托加工物资	2,009.32		1,967.39	41.93
半成品	394.06		394.06	
在产品	1,956.59		1,945.99	10.60
合 计	32,093.96	976.35	31,326.32	767.64

注：期后消化金额统计至 2023 年 3 月 31 日

库存商品、发出商品期后消化的方式主要为正常销售，原材料、委托加工物资、半成品、在产品期后消化的方式主要为生产耗用，和公司关于可变现净值的确定依据一致。

公司 2020 年末及 2021 年末的存货期后消化情况较好，期后未消化的存货主

要为原材料和库存商品，其中，2020 年末存货余额中尚未消化的金额较小；2021 年末存货余额中尚未消化的主要系原材料，系 2021 年度 MOS 管、芯片等半导体材料供应紧俏，公司大量备货导致 2021 年末 MOS 管、芯片等半导体材料余额较高，公司已结合客户订单及生产计划，优化库存管理，逐步消化前期采购的半导体材料，半导体材料余额整体已呈逐步下降趋势；截至 2022 年末，公司存货余额较 2021 年末大幅下降，存货跌价准备计提比例相对较高，期末尚未消化的存货金额较高主要系期后统计期间较短所致。

综上所述，公司各期末按照《企业会计准则》的规定计提存货跌价准备，存货跌价计提的依据恰当，存货跌价计提充分。

（七）核查程序和核查意见

1. 核查程序

针对上述情况，我们实施了以下核查程序：

（1）通过长江有色金属网、我的钢铁网等公开渠道查询报告期内公司主要原材料的市场价格数据，并与公司实际采购价格进行对比分析；

（2）统计公司主营业务成本中铜、铝漆包线、硅钢等金属材料的金额及占比，并进行敏感性分析；

（3）获取并查阅公司与采购管理、生产管理相关的内部控制文件，了解并评价与采购管理、生产管理相关的内部控制的设计及运行有效性；

（4）了解公司的采购模式和生产模式，获取采购明细表、完工明细表和库存明细表，检查期末存货备货的具体情况；

（5）获取公司各报告期末的在手订单，分析在手订单对存货的覆盖情况及合理性；

（6）访谈公司电控开发部负责人以及采购部负责人，了解 MOS 管的采购流程、长库龄不断积压的原因，统计报告期末长库龄 MOS 管的消化情况，并了解公司后续的消化方案；

（7）访谈公司 MOS 管主要供应商，询问双方的合作历史，核实采购数据，分析采购受限的风险；

（8）了解公司的存货跌价准备计提政策，获取公司的存货跌价准备明细表，复核计提的合理性；结合期后存货的消化情况，分析存货跌价计提的充分性；

(9) 针对发出商品，我们实施了以下核查程序：

1) 获取报告期各期末的发出商品清单，将发出商品清单金额与公司账面金额进行核对；检查发出商品对应的销售订单、发货单记录是否完整；对发出商品执行计价测试，检查发出商品的发出计价是否存在异常；检查是否存在大额长库龄的发出商品，并对发出商品执行减值测试；

2) 走访主要客户时查看客户的相关仓库，查看公司商品在客户处的存放情况；

3) 对发出商品抽样执行函证程序，函证回函确认情况如下：

单位：万元

项 目	2022 年末	2021 年末	2020 年末
发出商品余额	6,799.52	11,076.87	9,895.69
函证确认金额	4,494.00	8,838.11	6,882.51
函证确认比例	66.09%	79.79%	69.55%

4) 对函证无法确认的发出商品，检查发出商品期后与客户对账确认并开具增值税专用发票情况及货款回收情况，确认期末发出商品的存在性，具体情况如下：

单位：万元

项 目	2022 年末	2021 年末	2020 年末
发出商品余额	6,799.52	11,076.87	9,895.69
替代测试确认金额	2,202.22	2,206.46	2,976.54
替代测试确认比例	32.39%	19.92%	30.08%
函证+替代测试确认比例	98.48%	99.71%	99.63%

2. 核查意见

经核查，我们认为：

(1) 公司铜、铝漆包线、硅钢等原材料的采购价格与铜、铝、硅钢等金属材料的公开市场报价不存在明显差异，公司采购价格公允；

(2) 铜、铝、硅钢等大宗材料价格上涨会对公司的产品成本和毛利率造成一定程度的负面影响，相关风险已在招股说明书作重大事项提示；

(3) 对于材料价格波动较大或者供应周期较长的材料如硅钢、MOS 管、芯片和碳素等，公司在保留适当安全库存的情况下，结合生产需求、库存水平及市场

价格波动情况等因素进行提前备货采购；

(4) 公司总体在手订单充足；各类型存货期后结转比例较高；针对长库龄存货，公司已制定相关的消化方案：加强销售订单追踪，积极消化呆滞成品库存，加强采购管理和生产管理，提高长库龄原材料的利用率，逐步消化长库龄存货；

(5) 公司 MOS 管出现积压具有商业合理性，报告期内其采购与生产需求不存在重大差异，不存在因采购受限而囤货的情况，公司通过加强采购管理和生产管理，提高长库龄原材料的利用率，逐步对长库龄 MOS 管原材料进行消化，如果未来市场需求发生变化，可能导致长库龄 MOS 管进一步减值；

(6) 公司各期末按照《企业会计准则》的规定计提存货跌价准备，存货跌价计提的依据恰当，存货跌价计提充分；

(7) 报告期各期末发出商品真实存在，相关的认定依据充分。

四、关于期间费用（审核问询函问题 8）

根据申报材料：（1）报告期内收入呈快速增长趋势，而销售费用总体未见明显增长，其中销售费用业务招待费逐年下降；（2）公司管理费率、销售费率都低于同行业公司水平；（3）2019 年至 2022 年 6 月，公司研发领用材料费用金额分别为 1,426.50 万元、2,607.41 万元、2,864.86 万元、944.44 万元，职工薪酬分别为 1,256.63 万元、1,794.67 万元、3,162.95 万元和 1,756.84 万元；（4）研发人员包括专职研发人员和兼职研发人员；（5）公司研发会形成样机，并存在销售样机的情况。

请发行人说明：（1）销售费用变动与业务规模是否相符，业务招待费逐年下降的原因及合理性；（2）分项目列示管理费用、销售费用与同行业差异的具体情况，结合同行业公司与公司管理模式、销售模式的具体差异，分析公司相关费率较低的原因及合理性，并完善招股说明书相关披露；（3）报告期各期研发费用与申报及税务部门实际认定加计扣除金额的对比情况，分析差异原因及合理性；（4）分项目列示研发领料的主要构成，包括名称、数量、用途，分析研发领用耗用量与研发实际需求的匹配性；（5）研发领料规模与同行业公司对比情况，分析研发大量领料是否符合行业惯例；（6）专职研发人员是否从事非研发活动，专职及非专职研发人员薪酬在研发与非研发活动之间划分的具体标

准、依据及划分的准确性；（7）对外销售样机形成过程，是否研发形成，相关成本归集情况，会计处理是否符合《企业会计准则解释 15 号》相关要求。

请保荐机构、申报会计师对上述相关期间费用归集的完整性、准确性及是否存在体外支付费用的情况进行核查，说明核查依据、过程、比例并发表明确核查意见。

（一）销售费用变动与业务规模是否相符，业务招待费逐年下降的原因及合理性

1. 销售费用变动与业务规模是否相符

报告期内，公司销售费用构成及销售费用率情况如下：

单位：万元

项目	2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
职工薪酬	913.82	63.59%	859.45	58.08%	599.34	49.23%
车辆费用	149.68	10.42%	159.66	10.79%	136.15	11.18%
业务招待费	95.97	6.68%	134.18	9.07%	151.67	12.46%
销售服务费	63.93	4.45%	76.91	5.20%	71.37	5.86%
股份支付费用	47.35	3.30%	81.03	5.48%	6.75	0.55%
样机费	37.74	2.63%	74.37	5.03%	47.72	3.92%
其他	128.48	8.94%	94.17	6.36%	204.32	16.78%
销售费用合计	1,436.97	100.00%	1,479.77	100.00%	1,217.32	100.00%
营业收入	180,786.93		231,086.80		165,167.20	
销售费用占比	0.79%		0.64%		0.74%	

报告期内，公司销售费用率呈现先降后升的趋势，主要系 2021 年度营业收入大幅增长，规模效应显现，导致 2021 年度销售费用率相对较低。

报告期内，公司销售费用主要构成包括职工薪酬、车辆费用和业务招待费，合计占销售费用的比例分别为 72.88%、77.94%和 80.69%，其中职工薪酬分别为 599.34 万元、859.45 万元和 913.82 万元，呈逐年上涨的趋势，主要系报告期各期的销售人员领薪人数上升所致，具体情况如下：

单位：万元、人

项目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
----	---------	---------	---------

项目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
职工薪酬	913.82	859.45	599.34
平均人数	58	52	44
人均薪酬	15.76	16.53	13.62

注：平均人数=Σ（各月销售人员人数）/12

除职工薪酬外，公司销售费用中车辆费用分别为 136.15 万元、159.66 万元和 149.68 万元，主要为公司销售人员用车以及公司自备车辆进行内部货物调拨产生的油费等，变动趋势与营业收入一致；业务招待费分别为 151.67 万元、134.18 万元和 95.97 万元，呈逐年下降趋势，主要系公司加强成本管控以及出行限制影响所致。

综上所述，公司销售费用变化与业务规模相匹配。

2. 业务招待费逐年下降的原因及合理性

报告期内，公司业务招待费分别为 151.67 万元、134.18 万元和 95.97 万元，呈逐年下降趋势，具体原因系：（1）报告期内，公司注重以产品质量作为客户拓展的核心，强调产品和技术优势，公司生产的微特电机产品定制化程度高，使得公司与客户的粘性较高。随着在微特电机行业内多年来的精耕细作，公司核心终端客户群体逐步覆盖大部分国内外大型知名清洁电器品牌商，且相当一部分 OEM/ODM 厂商客户同公司的业务合作为终端品牌商指定，公司业务发展与市场开拓对于业务招待的依赖性较小，主要依仗于公司优良的质量口碑与出众的品牌形象，因此公司业务招待活动相对自主可控，而随着报告期内公司逐渐加强成本管控，避免铺张招待，公司业务招待费呈逐年下降趋势；（2）受 2022 年上半年上海、江苏等地区出行限制影响，公司业务招待费进一步下降。

综上，报告期内公司业务招待费逐年下降具有合理性。

（二）分项目列示管理费用、销售费用与同行业差异的具体情况，结合同行业公司与公司管理模式、销售模式的具体差异，分析公司相关费率较低的原因及合理性，并完善招股说明书相关披露

1. 销售费用

报告期内公司各项销售费用与同行业差异的具体情况如下：

单位：万元

科目明细	科力尔	江苏雷利	祥明智能	公司
------	-----	------	------	----

	金额	销售费用率	金额	销售费用率	金额	销售费用率	金额	销售费用率
2022 年度								
职工薪酬	1,494.10	1.26%	3,029.90	1.04%	511.56	0.80%	913.82	0.51%
车辆费用							149.68	0.08%
业务招待费	553.98	0.47%	883.04	0.30%	112.64	0.18%	95.97	0.05%
销售及代理服务 费			1,922.72	0.66%	68.45	0.11%	63.93	0.04%
股份支付费用	50.19	0.04%					47.35	0.03%
运输费及仓储 费					114.25	0.18%		
样机费					85.02	0.13%	37.74	0.02%
广告费及展 览费	24.13	0.02%	206.90	0.07%	43.92	0.07%		
出口保险费	193.53	0.16%						
产品质量保 证金			731.82	0.25%				
其他	514.14	0.43%	1,032.16	0.36%	109.79	0.17%	128.48	0.07%
合计	2,830.07	2.39%	7,806.53	2.69%	1,045.62	1.63%	1,436.97	0.79%
2021 年度								
职工薪酬	1,175.36	0.82%	2,456.69	0.84%	508.01	0.69%	859.45	0.37%
车辆费用							159.66	0.07%
业务招待费	488.64	0.34%	738.53	0.25%	212.34	0.29%	134.18	0.06%
销售及代理 服务费			1,441.97	0.49%	127.29	0.17%	76.91	0.03%
股份支付费用	87.67	0.06%					81.03	0.04%
运输费及仓 储费					226.58	0.31%		
样机费					13.86	0.02%	74.37	0.03%
广告费及展 览费	132.01	0.09%	175.52	0.06%	52.60	0.07%		
出口保险费	140.26	0.10%						
产品质量保 证金			717.89	0.25%				
其他	317.23	0.22%	921.48	0.32%	75.43	0.10%	94.17	0.04%
合计	2,341.17	1.63%	6,452.07	2.21%	1,216.11	1.65%	1,479.77	0.64%

2020 年度								
职工薪酬	821.75	0.83%	1,778.87	0.73%	471.44	0.86%	599.34	0.36%
车辆费用							136.15	0.08%
业务招待费	260.71	0.26%	520.69	0.21%	128.89	0.23%	151.67	0.09%
销售及代理服务 费			1,644.24	0.68%	129.84	0.24%	71.37	0.04%
股份支付费用							6.75	0.00%
运输费及仓储 费					153.21	0.28%		
样机费					72.41	0.13%	47.72	0.03%
广告费及展览 费	40.43	0.04%	139.66	0.06%	47.16	0.09%		
出口保险费	143.72	0.14%						
产品质量保 证金			583.42	0.24%				
其他	274.13	0.28%	416.45	0.17%	87.07	0.16%	204.32	0.12%
合计	1,540.73	1.55%	5,083.33	2.10%	1,090.02	1.98%	1,217.32	0.74%

从费用构成情况来看，公司销售费用中职工薪酬的销售费用率相对较低，报告期内分别为 0.36%、0.37% 和 0.51%，远低于同行业可比公司该项费用的费用率，主要系公司产品定制化程度高，客户群体稳定、客户粘性较高，因此无需大量销售人员进行新客户开拓，公司销售人员人数相对较少。

报告期内，公司与同行业可比上市公司销售人员数量具体如下：

单位：人

公司简称	2022.12.31	2021.12.31	2020.12.31
科力尔	114	83	64
江苏雷利	118	94	116
祥明智能	24	25	25
行业平均	85.33	67.33	68.33
公司	53	59	45

此外，因业务模式不同，导致公司与同行业可比公司的销售费用构成存在一定差异，如江苏雷利和祥明智能均为直销、经销及其他模式相结合的销售模式，销售费用中均存在较高比例的代理服务费，而公司业务主要为直销，不存在支付代理服务费的情况，因此公司整体销售费用率较低。

2. 管理费用

报告期内公司各项管理费用与同行业差异的具体情况如下：

单位：万元

科目明细	科力尔		江苏雷利		祥明智能		公司	
	金额	管理费用率	金额	管理费用率	金额	管理费用率	金额	管理费用率
2022 年度								
职工薪酬	3,205.80	2.71%	11,010.45	3.80%	1,975.46	3.07%	2,335.65	1.29%
股份支付费用/股权激励费用	100.55	0.08%	3,185.38	1.10%			482.61	0.27%
维修费	402.28	0.34%	445.90	0.15%	28.71	0.04%	529.49	0.29%
租赁费	140.11	0.12%						
中介机构服务费/咨询服务费	160.64	0.14%	803.99	0.28%	202.85	0.32%	497.79	0.28%
安全生产费							549.46	0.30%
折旧及摊销	858.58	0.73%	4,183.12	1.44%	294.66	0.46%	332.84	0.18%
办公费	119.79	0.10%	1,090.55	0.38%	261.87	0.41%	162.06	0.09%
业务招待费	531.66	0.45%	1,189.43	0.41%	170.63	0.27%	175.62	0.10%
水电费					41.00	0.06%	50.48	0.03%
残保金					35.29	0.05%	88.98	0.05%
其他	743.64	0.63%	2,992.10	1.03%	291.66	0.45%	225.21	0.12%
合计	6,263.04	5.29%	24,900.91	8.59%	3,302.12	5.14%	5,430.22	3.00%
2021 年度								
职工薪酬	3,404.12	2.37%	8,973.71	3.07%	1,349.34	1.84%	2,396.46	1.04%
股份支付费用/股权激励费用	154.22	0.11%	3,519.61	1.21%			1,317.05	0.57%
维修费	316.75	0.22%	1,097.78	0.38%	17.43	0.02%	808.46	0.35%
租赁费	132.49	0.09%						
中介机构服务费/咨询服务费	156.68	0.11%	667.48	0.23%	76.95	0.10%	613.59	0.27%
安全生产费							434.60	0.19%

折旧及摊销	504.86	0.35%	3,668.20	1.26%	340.31	0.46%	268.07	0.12%
办公费	120.66	0.08%	1,002.84	0.34%	171.65	0.23%	266.01	0.12%
业务招待费	419.64	0.29%	937.62	0.32%	251.55	0.34%	157.18	0.07%
水电费					63.80	0.09%	82.03	0.04%
残保金					32.22	0.04%	48.98	0.02%
其他	761.43	0.53%	3,200.59	1.10%	177.41	0.24%	246.67	0.11%
合计	5,970.87	4.16%	23,067.82	7.90%	2,480.65	3.38%	6,639.09	2.87%

2020 年度

职工薪酬	1,844.64	1.86%	7,109.34	2.93%	1,058.40	1.92%	1,640.90	0.99%
股份支付 费用/股权 激励费用			1,186.49	0.49%			22.99	0.01%
维修费	232.78	0.23%	1,530.34	0.63%	24.86	0.05%	888.46	0.54%
租赁费	174.46	0.18%						
中介机构 服务费/咨 询服务费	141.21	0.14%	950.85	0.39%	42.32	0.08%	190.22	0.12%
安全生产费							361.41	0.22%
折旧及摊 销	257.80	0.26%	2,692.50	1.11%	162.78	0.30%	170.91	0.10%
办公费	95.47	0.10%	605.86	0.25%	196.96	0.36%	224.28	0.14%
业务招待费	237.94	0.24%	659.02	0.27%	137.62	0.25%	33.14	0.02%
水电费					51.33	0.09%	59.89	0.04%
残保金					30.50	0.06%	15.23	0.01%
其他	502.71	0.51%	2,275.85	0.94%	176.59	0.32%	307.42	0.19%
合计	3,487.01	3.51%	17,010.23	7.02%	1,881.35	3.42%	3,914.84	2.37%

报告期内，公司管理费用率分别为 2.37%、2.87%和 3.00%，低于同行业可比公司，一方面系公司营业收入规模相对较大，报告期内均高于同行业可比公司科力尔与祥明智能，规模效应明显；另一方面系管理模式差异导致费用构成不同，从费用构成情况来看，公司费用率低于同行业可比公司的主要项目包括职工薪酬、折旧及摊销等，具体分析如下：

报告期内，公司管理费用中职工薪酬分别为 1,640.90 万元、2,396.46 万元

和 2,335.65 万元，费用率分别为 0.99%、1.04%和 1.29%，折旧及摊销费用分别为 170.91 万元、268.07 万元和 332.84 万元，费用率分别为 0.10%、0.12%和 0.18%，均大幅低于同行业可比公司的费用率水平，主要系公司实行扁平化管理模式，组织结构较为精简，运行高效，管理人员尤其是管理层人员人数较少，相应配套管理部门使用的固定资产亦相对较少，导致职工薪酬、折旧及摊销费用率相对较低。

（三）报告期各期研发费用与申报及税务部门实际认定加计扣除金额的对比情况，分析差异原因及合理性

报告期内，公司研发费用与税务部门实际认定加计扣除金额差异情况如下：

单位：万元

项 目	2021 年度	2020 年度
研发费用	6,915.41	5,183.93
允许扣除的研发费用	6,465.54	4,736.97
差 异	449.87	446.95

注：公司 2022 年度尚未向税务机关申报加计扣除的研发费用金额，因此未统计差异

2020 年度，公司账面研发费用金额高于允许扣除的研发费用 446.95 万元，主要系：按税务加计扣除口径调减 2020 年度因未能及时取得发票的费用、研发用车间厂房折旧费用等不得加计扣除的金额共计 308.71 万元；子公司泰兴星德胜已发生但未申请研发加计扣除的研发费用金额 87.49 万元；公司在编制申报财务报表时，对研发费用进行了调整，调增 2020 年度研发费用金额 50.75 万元，未予以申报加计扣除。

2021 年度，公司账面研发费用金额高于允许扣除的研发费用 449.87 万元，主要系：按税务加计扣除口径不得加计扣除的股份支付费用 241.16 万元、委托研究开发费用 65.08 万元，未能及时取得发票等不得加计扣除的研发费用 143.63 万元。

公司财务报表中所列示的研发费用金额系依据《企业会计准则》《财政部关于企业加强研发费用财务管理的若干意见》（财企〔2007〕194 号）及对公司研发项目实际情况的判断，对研发过程中发生的各项费用按照研发项目进行归集核算。公司纳税申报时加计扣除的研发费用则是按照《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）、《关于企业研究开发费用税前加计扣除政策有关问题的公告》（国家税务总局公告2015年第97号）、《关于研发费用税前加计扣除归集范围有关问题的公告》（国家税务总局公告2017年第40号公告）等规范编制。研发费用归集与纳税申报时的加计扣除分别属于会计核算和税务范畴，二者存在一定口径差异。

综上所述，报告期各期经审计的研发费用与申报及税务部门实际认定加计扣除金额存在差异的原因具有合理性。

（四）分项目列示研发领料的主要构成，包括名称、数量、用途，分析研发领用耗用量与研发实际需求的匹配性

1. 分项目列示研发领料的主要构成

公司研发领料的内容种类较多，数量单位较难统一，且单一原材料占比较低，因此按存货类别及属性进行归类，其中电机类主要为成品电机，金属类主要包括漆包线、定转子铁芯、风罩、机壳等金属材料，电器元件类主要包括MOS管、芯片、PCBA板等半导体材料，塑胶类主要包括定叶轮、端盖、支架等，具体情况如下：

项 目	2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
电机类	207.32	9.41	285.53	9.97	291.01	11.16
金属类	347.58	15.78	526.23	18.37	370.55	14.21
电器元件类	344.48	15.64	378.63	13.22	253.68	9.73
塑胶类	99.50	4.52	150.86	5.27	122.23	4.69
模具类	743.70	33.76	900.36	31.43	955.31	36.64
设备零件类	198.33	9.00	245.23	8.56	269.63	10.34
低值易耗品类	190.23	8.63	283.26	9.89	290.58	11.14
其他类	71.88	3.26	94.78	3.31	54.42	2.09
合 计	2,203.02	100.00	2,864.86	100.00	2,607.41	100.00

报告期内，公司研发领料的构成因研发项目的变化有小幅波动，总体较为稳定。

研发领料项目的主要用途如下：

领料内容	研发用途
成品电机	产品测试
金属类、电器元件类、塑胶类	部件测试、样机试产
模具	制作样品，验证和测试研发成果
设备零部件	研发设备的调试及改造升级
低值易耗品	辅助研发测试及生产

2. 研发领用耗用量与研发实际需求的匹配性

报告期内，公司研发领料均为研发活动的正常需求。公司的研发活动主要分为设计调研与方案论证、试制、性能测试、开模、试生产及批量生产等阶段，其中设计调研与方案论证阶段主要为前期数据收集、设计评估以及可行性研究等工作，对材料领用的需求相对较低。公司研发领料耗用主要集中在试制、测试，以及部件定型后续开模、试生产及批量生产等研发阶段。

报告期内，公司在持续深挖交流串激电机、直流无刷电机、直流有刷电机和电池包等公司已实现产业化之领域，开发更高性能产品的同时，进一步扩展了研发覆盖范围，新增了工业风机、车用电机等多项新领域项目的研究与开发，研发项目数量持续增加，报告期内，公司在研的研发项目数量分别为 19 个、22 个和 30 个，研发项目数量较多，且以新产品的全流程研发为主，因此研发领用材料金额相对较高。

2022 年度研发项目数量增加的同时研发领用材料金额有所下降，主要系年初部分前期的研发项目已结项，同时新增的部分研发项目尚处于前期设计调研与方案论证阶段，材料领用需求较小，整体而言，公司研发领用耗用量与研发实际需求相匹配。

（五）研发领料规模与同行业公司对比情况，分析研发大量领料是否符合行业惯例

单位：万元

公司简称	2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	材料金额	材料费用率	材料金额	材料费用率	材料金额	材料费用率
科力尔	936.42	0.79%	1,027.08	0.72%	793.73	0.80%
祥明智能	1,009.57	1.57%	1,725.07	2.35%	942.16	1.71%

江苏雷利	4,749.20	1.64%	4,733.73	1.62%	3,697.63	1.53%
平均值	2,231.73	1.33%	2,495.30	1.56%	1,811.17	1.35%
星德胜	2,203.02	1.22%	2,864.86	1.24%	2,607.41	1.58%

注：材料费用率=研发领料费用/营业收入

如上表所示，公司研发领料费用率与同行业可比公司平均水平较为接近，不存在重大差异，报告期各期，公司研发领料规模整体较为稳定，与公司业务发展规划相匹配，公司研发大量领料符合行业惯例。

（六）专职研发人员是否从事非研发活动，专职及非专职研发人员薪酬在研发与非研发活动之间划分的具体标准、依据及划分的准确性

公司根据工作内容和职能将研发人员分为专职研发人员和辅助研发人员，专职研发人员主要负责制定新产品开发计划、开发设计和样机的制作与测试，解决客户对新产品的的问题；辅助研发人员主要负责新产品应用性能效果测试、制定量产工艺流程文件等样机到量产机的转产衔接活动和为研发工作提供基础设施建设服务，两类研发人员职责清晰，同时为新产品的开发、新工艺的设计测试等研发活动服务，均全职从事研发活动，不从事非研发活动。公司不存在非全职研发人员。因此，公司研发人员的工资薪酬均计入研发费用，无需在研发与非研发活动之间区分。

（七）对外销售样机形成过程，是否研发形成，相关成本归集情况，会计处理是否符合《企业会计准则解释 15 号》相关要求

1. 样机形成过程，相关成本归集情况

公司研发形成的样机，主要可分为对外销售的样机、对外赠送的样机和公司研发部门为了产品改良、整机性能测试等研发自用需求制作的样机三大类。

公司对外销售的样机，主要源自客户定制化需求或公司新产品、新工艺的推广形成，样机工单由公司开发部门根据客户需求或产品研发需求制定，研发项目组成员根据样机工单提起领料申请，经研发部门负责人审批后，研发项目组成员根据经审批的领料单前往仓库领料，经仓管人员签字确认后，办理材料出库，样机试制完成并检测合格后办理完工入库手续，样机成品仓管员核对数量一致后确认样机成品入库，财务部按照样机对应的 BOM 清单和按工时分摊的工费归集样机成本，形成存货，销售部门随后根据销售订单生成发货单，仓库按照发货单进行

发货。此类销售的样机主要系开发部门为满足客户或行业发展中对产品性能参数提升、产品设计改良等要求进行的研发活动。

对于此类具有销售意图的研发样机，公司在样机试制过程中按成本核算制度归集相应的原材料费用、人工费及制造费用，完成后形成样机成本，在样机销售当期确认营业收入，同时将相应存货的成本结转至营业成本。报告期内，此类样机销售收入分别为 61.85 万元、92.16 万元和 72.23 万元，金额较小。

《企业会计准则解释第 15 号》规定：企业将固定资产达到预定可使用状态前或者研发过程中产出的产品或副产品对外销售（以下统称试运行销售）的，应当按照《企业会计准则第 14 号——收入》、《企业会计准则第 1 号——存货》等规定，对试运行销售相关的收入和成本分别进行会计处理，计入当期损益，不应将试运行销售相关收入抵销相关成本后的净额冲减固定资产成本或者研发支出。试运行产出的有关产品或副产品在对外销售前，符合《企业会计准则第 1 号——存货》规定的应当确认为存货，符合其他相关企业会计准则中有关资产确认条件的应当确认为相关资产。

公司研发试制形成的样机实现销售时，分别结转收入和成本，会计处理符合《企业会计准则解释第 15 号》的要求。

报告期内，公司样机除销售给客户外，也有部分样机会直接赠送给客户，该情况下样机的成本在发出至客户当月计入销售费用，并视同销售确认增值税。报告期内，直接赠送给客户的样机成本分别为 47.72 万元、74.37 万元和 37.74 万元，金额较小。

上述研发活动试制样机过程中所形成的研发成果通常具有通用性，如新的产品结构和设计等后续往往可以适用于多个产品和客户，因此公司可以控制相关的研发成果，但出于谨慎性，公司在财务核算上未通过研发费用核算对外销售和赠送的样机成本，对外销售的样机在实现销售当期确认收入，相应样机成本从存货结转至营业成本，赠送样机在赠送当期从营业成本结转至销售费用，并视同销售确认增值税，上述会计处理的结果与先通过研发费用归集样机材料费用、人工费用和制造费用后冲减研发费用转入其他成本费用方式的结果一致，符合《企业会计准则解释第 15 号》中对样机销售的会计处理的规定。

除此之外，公司研发部门为了产品改良、整机性能测试等研发自用需求也会

试制部分样机，报告期内，研发部门自用需求形成的样机分别为 2.10 万台、1.39 万台和 2.15 万台，该等自用样机在经过各类测试后，内部结构或外观会存在一定程度的破损，因此通常做报废处理。

2. 研发活动形成样机规模低于公司研发领料规模的原因

整体而言，报告期内公司研发活动形成样机的规模较小，大幅低于公司研发领料的规模，主要系部分材料的领用消耗不直接涉及样机制作，如模具主要用于样品部件的制作，验证和测试研发成果，设备零部件主要用于研发设备的调试及改造升级，低值易耗品主要用于辅助研发测试和生产，均不会形成样机。其他如金属类、电器元件类和塑胶类等原材料中，大部分材料耗用在研发部门试制样机前的部件测试活动中，如轴承的结合性测试、定转子线圈的耐压测试、盐浴测试、磁石的退出力测试等，该等部件测试通常具有破坏性，相关原材料在测试后即做报废处理，亦未形成样机，因此公司研发领料规模大幅高于形成样机规模具有合理性。该情况下公司研发领料具体流程如下：市场部收集市场需求后，提出开发申请，开发申请经公司审批通过后，形成研发项目，研发项目小组根据可行性分析、成本预算、时程安排，进行研发立项，形成项目立项书。研发人员根据研发项目的实际要求，填写采购申请单，申购所需的材料、模具和设备零部件等，按照研发项目提起领料申请单（领料申请单和研发项目相对应），到仓库部门进行领料，仓管员核对无误后发料，生成其他出库单-研发领用，财务部门根据研发领料单和研发项目的对应关系归集研发费用，计入相应的研发项目。

综上所述，公司样机均为研发活动形成，对外销售的样机会计处理符合《企业会计准则解释第 15 号》的要求，研发领料相关内控流程健全且运行有效，成本归集真实、准确、完整。

（八）对上述相关期间费用归集的完整性、准确性及是否存在体外支付费用的情况进行核查

我们通过细节测试、合理性测试等方式，对上述管理费用、销售费用以及研发费用的真实性、准确性进行了核查，报告期各期，核查金额占上述期间费用总额的比例分别为 84.45%、87.00%和 86.95%。

此外，对于期间费用归集的完整性以及是否存在体外支付费用的情况，我们核查了公司实际控制人及其近亲属、董事、监事、高管、关键岗位人员等相关自

然人的银行流水。经核查，报告期内，出于操作便利性以及避税考虑，公司曾经存在利用实际控制人朱云舫控制的个人卡收取废品废料款、发放奖金、支付经营成本费用等情形，具体情况如下：

单位：万元

项目	收入	支出
2020 年度		
收取废品废料款等	4.63	
往来款	144.02	
支付奖金		41.00
支付经营成本费用		207.30
合计	148.65	248.30
2021 年度		
支付经营成本费用		5.00
合计		5.00

除上述情形外，公司不存在体外支付费用的情况。针对上述情况，公司管理层于 2021 年 2 月开展内部自查、整改，公司已根据上述个人账户的交易记录、业务性质，进行了账务处理，并组织董事、监事、高级管理人员及财务人员等集中培训，深入学习《公司法》《企业内部控制基本规范》及其配套指引等相关法律法规，树立规范公司运行和财务管理的意识。2021 年 2 月至今，公司不存在利用个人账户收付公司款项的情形，相关内控制度运行有效。

（九）核查程序和核查意见

1. 核查程序

针对上述情况，我们实施了如下核查程序：

（1）取得公司报告期内销售费用明细表，并将各类费用与公司经营规模进行对比，分析其匹配性；

（2）访谈公司管理层以及销售人员，分析业务招待费下降的原因及合理性；

（3）查询同行业可比公司年报，了解其业务模式和管理模式，并将其各项管理费用和销售费用与公司进行对比，分析公司相关费用率较低的原因及合理性；

（4）获取公司报告期内企业所得税汇算清缴申报资料和研究开发费加计扣除审核报告，对公司实际发生的研发费用与加计扣除金额明细进行比较，了解差

异原因及合理性；

(5) 对公司管理层、研发人员和财务人员进行了访谈，了解公司研发样机形成过程，与研发样机相关的会计处理以及管理层判断的依据，检查与研发样机的相关会计处理是否符合企业会计准则的要求；

(6) 获取报告期内研发费用明细表，检查研发领料单、员工花名册、工资表等，核实研发费用归集、分配的合理性和准确性，结合公司的研发活动流程分析其领料内容与研发实际需求的匹配性；

(7) 对报告期内各期间费用执行细节测试、合理性测试，确认费用归集的真实性、准确性；

(8) 对公司实际控制人及其近亲属、董事、监事、高管、关键岗位人员等相关自然人的银行流水进行核查。

2. 核查意见

经核查，我们认为：

(1) 报告期内，公司销售费用变动与业务规模相匹配，业务招待费逐年下降具有合理性；

(2) 报告期内，公司管理费用率、销售费用率较同行业可比公司低，主要系公司间管理模式、人员结构、销售模式等不同所致，具有合理性；

(3) 报告期各期研发费用与申报及税务部门实际认定加计扣除金额存在的差异具有合理性；

(4) 公司研发领料内容主要包括成品电机，金属类、电器元件类、塑胶类，模具，设备零部件，低值易耗品，研发领用耗用量符合实际研发需求；

(5) 公司研发领料费用率与同行业可比公司平均水平较为接近，不存在重大差异，报告期各期，公司研发领料规模整体较为稳定，与公司业务发展规模相匹配，公司研发大量领料符合行业惯例；

(6) 公司专职研发人员与辅助研发人员均专职从事研发活动，不从事非研发活动，研发人员的工资薪酬均计入研发费用，无需在研发与非研发活动之间区分；

(7) 公司对外销售的样机系研发形成，会计处理符合《企业会计准则解释15号》相关要求；

(8) 报告期内，公司曾经存在利用实际控制人朱云舫控制的个人卡收取废品

废料款、发放奖金、支付经营成本费用等情形，相关事项已整改完毕，除此之外，公司期间费用归集完整、准确，不存在体外支付费用的情况。

五、关于商誉减值（审核问询函问题 9）

根据申报材料：（1）2019 年度，公司对子公司英诺威商誉全额计提减值损失 696.72 万元，该公司系公司 2018 年 12 月并购取得；（2）原始报表与申报报表差异显示，原始报表中未计提该笔减值。

请公司说明：（1）公司收购英诺威的背景与原因，相关业务与公司的关联，定价过程及公允性，相关交易对手的背景，除本次收购外与公司及实控人是否存在其他利益关系；（2）2019 年以来，英诺威的经营情况，减值迹象的具体体现，商誉减值测试的具体过程，收购后短期便出现大额商誉减值的合理性。

请保荐机构、申报会计师说明核查依据、过程，并发表明确核查意见。

（一）公司收购英诺威的背景与原因，相关业务与公司的关联，定价过程及公允性，相关交易对手的背景，除本次收购外与发行人及实控人是否存在其他利益关系

1. 公司收购英诺威的背景与原因，相关业务与公司的关联

英诺威成立于 2014 年 4 月，主要从事电池包的研发、生产和销售，收购前，产品应用领域包括吸尘器、园林工具、运输工具、交通工具等，相对较为广泛，与公司电机产品的应用领域存在重合，存在一定的业务关联，且电机、电池包均为吸尘器产品的核心部件。随着微特电机行业的持续发展和下游产品的更新迭代，公司已于 2015 年前瞻性地布局直流无刷电机相关产品领域，且致力于成为电机、电机控制器以及锂电池“三电一体”的智能电机系统方案提供商，因此，计划向电机控制器、锂电池领域进行拓展。2018 年 9 月，经朋友介绍，认识时任英诺威总经理的江束林，了解到英诺威实际控制人王瑞平由于持续亏损的原因，有意将英诺威对外转让。经过双方沟通、谈判，2018 年 12 月，星德胜完成了英诺威的收购工作。

2. 定价过程及公允性

截至 2018 年 11 月末，英诺威注册资本 1,000 万元，未经审计账面净资产 203.28 万元，2018 年 1-11 月，未经审计营业收入 1,645.21 万元。本次收购前，

英诺威处于亏损状态，考虑到本次收购可以丰富公司产品线，实现公司战略目标，经双方协商，按照 900 万元进行定价，具有商业合理性，定价依据合理，作价公允。

3. 相关交易对手的背景

本次收购前，英诺威股东为王瑞平、江束林、王永、蔡月涛，分别持有英诺威 64.50%、30.00%、5.00%、0.50%的股权，系本次交易的对手方，其中，王瑞平系英诺威实际控制人。2000 年以来，王瑞平一直担任潍坊天瑞化工有限公司总经理。2014 年，江束林辞职创业，王瑞平、蔡月涛作为江束林好友，出于同样看好电池包行业的发展，决定参与投资，英诺威的实际生产经营管理由江束林负责，王瑞平、蔡月涛不负责实际生产经营管理。王永于 2015 年 12 月入职英诺威，担任开发总监。

4. 除本次收购外与发行人及实控人是否存在其他利益关系

本次收购完成后，王永仍旧在英诺威任职，后于 2020 年 5 月从英诺威离职。江束林出于继续创业的想法，于 2019 年 2 月从英诺威离职，2019 年 3 月至 2019 年 8 月，担任英诺威顾问；2021 年 12 月，由于其创业公司遇到经营困难，重新入职至英诺威，2022 年 5 月，从星德胜公司实控人朱云舫处受让持股平台合伙份额成为宁波七晶的有限合伙人，2022 年 8 月，由于个人原因，再次从英诺威离职，根据宁波七晶合伙协议的约定，将其持有的合伙份额转让给实控人朱云舫。除上述情形外，本次收购的交易对手王瑞平、江束林、王永、蔡月涛与星德胜公司及实控人不存在其他利益关系。

(二) 2019 年以来，英诺威的经营情况，减值迹象的具体体现，商誉减值测试的具体过程，收购后短期便出现大额商誉减值的合理性

1. 2019 年以来，英诺威的经营情况

2019 年以来，英诺威主要从事电池包的研发、生产和销售，为了配合公司发展战略，产品应用领域聚焦至吸尘器领域。2019-2022 年度，英诺威营业收入分别为 2,107.65 万元、4,079.30 万元、6,939.65 万元和 9,664.52 万元，呈稳步上升趋势。

2. 减值迹象的具体体现，商誉减值测试的具体过程，收购后短期便出现大额商誉减值的合理性

2018 年 12 月，公司收购英诺威形成非同一控制下企业合并，收购价款 900.00 万元与被收购主体购买日可辨认净资产公允价值之间的差额 696.72 万元确认为商誉。

公司于 2018 年 12 月对英诺威完成收购后，其电池包业务开展未达预期，2019 年度，英诺威业绩继续出现亏损，净利润为-658.74 万元。公司认为收购英诺威形成的商誉已存在明显的商誉减值迹象，并在编制 2018 年度合并财务报表时对商誉全额计提减值准备。在编制申报财务报表时，经重新判断，公司于 2018 年 12 月完成收购时，对英诺威电池包业务的开展和盈利能力的预期较高，英诺威包含商誉的资产组的账面价值与预计未来现金流的现值相当，而 2019 年度英诺威在经营过程中出现的电池包业务开展不达预期及业绩持续亏损事项，不应对公司编制 2018 年度的合并财务报表产生影响，因此在编制申报财务报表时，公司对截至 2019 年 12 月 31 日的英诺威商誉重新进行减值测试，根据减值测试的结果，将原计入 2018 年度合并财务报表的商誉减值损失 696.72 万元，调整计入 2019 年合并财务报表。

2020 年度，英诺威销售额虽有所增长但仍持续亏损；2021 年度，随着下游行业发展和英诺威电池包业务市场的持续开拓，英诺威销售额保持增长，并实现扭亏为盈，英诺威后续经营情况的逐步转好主要受益于行业发展，公司基于 2019 年度英诺威的经营情况作出的商誉减值的判断具有合理性。

截至 2019 年 12 月 31 日，公司商誉减值测试具体过程如下：

单位：万元	
商誉账面余额①	696.72
商誉减值准备②	
商誉的账面价值③=①-②	696.72
未确认归属于少数股东权益的商誉价值④	
调整后整体商誉的账面价值⑤=④+③	696.72
资产组的账面价值⑥	1,020.79
包含整体商誉的资产组的账面价值⑦=⑤+⑥	1,717.51
资产组预计未来现金流量的现值（可回收金额）⑧	249.00
商誉减值损失（大于 0 时）⑨=⑦-⑧	1,468.51

商誉是否需要计提减值损失	全额计提减值损失
--------------	----------

根据《企业会计准则》的规定，交易形成的商誉不作摊销处理，但需在未来每年年度终了进行减值测试。公司根据被收购企业英诺威的实际经营情况并在保持谨慎性的原则下对商誉进行减值测试，根据减值测试结果，对发生减值的商誉计提减值准备，具备合理性。

（三）核查程序和核查意见

1. 核查程序

针对上述情况，我们实施了如下核查程序：

（1）访谈实际控制人朱云舫，了解公司收购英诺威的背景与原因，相关业务与公司的关联情况，交易定价过程等；

（2）访谈英诺威原股东，了解其背景情况及其交易背景、定价过程等，了解原股东的背景、与实际控制人朱云舫的关系等；

（3）查阅英诺威 2018 年 11 月以及 2019 年度的财务报表；

（4）获取英诺威商誉形成以及减值所依据的历史数据等相关资料，复核商誉形成以及商誉减值测试的具体过程及结果的合理性。

2. 核查意见

经核查，我们认为：

（1）公司收购英诺威系基于业务发展战略规划，具有商业合理性，且定价依据合理，作价公允；

（2）英诺威原股东王永、江束林曾为英诺威员工或顾问，其中江束林曾为星德胜公司员工持股平台宁波七晶的有限合伙人，从实控人朱云舫处受让持股平台合伙份额并在离职后根据合伙协议的约定转给朱云舫，除上述情形外，本次收购的交易对手王瑞平、江束林、王永、蔡月涛与星德胜公司及实控人不存在其他利益关系；

（3）2019 年以来，英诺威的经营情况不佳，相关商誉出现减值迹象，公司根据被收购企业英诺威的实际经营情况并在保持谨慎性的原则下对商誉进行减值测试，根据减值测试结果，对发生减值的商誉计提减值准备，具备合理性。

六、关于越正机电（审核问询函问题 10）

根据申报材料：（1）公司 2019 年 5 月出售越正机电股权后，于 2019 年 12 月便重新购回，交易对手方为侯传英（实控人母亲）与朱云波（实控人兄长），两次交易价格都基于账面净资产，分别为 133.51 万元（5 月末）、195.72 万元（12 月末），交易时未进行审计；（2）越正机电 2018 年末资产总额 3,094.97 万元，净资产 2,680.86 万元，2018 年实现营业收入 2,140.14 万元，利润总额 436.88 万元。

请发行人说明：（1）2019 年末，越正机电经审计净资产情况，与当时成交价值的差异，前后两次交易决策程序，是否符合企业公司内控及公司治理相关规范要求；（2）2019 年越正机电实际经营情况，期间财务报表科目的对比情况，是否存在分红等安排等，净资产大幅减少的原因；（3）结合上述情况分析，越正机电股权交易中是否存在发行人利益受损的情况。

请保荐机构、申报会计师说明核查依据、过程，并发表明确核查意见。

（一）2019 年末，越正机电经审计净资产情况，与当时成交价值的差异，前后两次交易决策程序，是否符合企业公司内控及公司治理相关规范要求

1. 2019 年末，越正机电经审计净资产情况，与当时成交价值的差异

2019 年 5 月，星德胜将其持有的越正机电 21%、49%股权分别转让给侯传英、朱云波，截至 2019 年 5 月末，越正机电经审计净资产 224.47 万元，本次成交价值 133.51 万元，差异 90.97 万元；2019 年 12 月，星德胜收购侯传英、朱云波分别持有的越正机电 51%、49%股权。截至 2019 年末，越正机电经审计净资产 286.69 万元，本次成交价值 195.72 万元，差异 90.97 万元。经审计净资产与当时成交价值的差异主要系对 2018 年度处置固定资产损益的调整所致。

2. 前后两次交易决策程序，是否符合企业公司内控及公司治理相关规范要求

前后两次交易具体决策程序如下：

（1）公司将其持有的苏州越正股权转让给侯传英、朱云波

2019 年 5 月，星德胜公司股东作出决定，同意将公司持有的苏州越正 21%、49%股权分别转让给侯传英、朱云波。同月，星德胜公司与侯传英、朱云波分别签署《股权转让协议书》，将持有的苏州越正 21%、49%股权分别转让给侯传英、朱云波。同月，苏州越正股东会作出决议，同意上述股权转让，2019 年 6 月，

苏州越正办理完成上述交易的工商变更登记手续。

(2) 公司收购侯传英、朱云波持有的苏州越正股权

2019 年 12 月，星德胜公司股东作出决定，同意收购侯传英、朱云波分别持有的苏州越正 51%、49%股权。同月，侯传英、朱云波与公司分别签署《股权转让协议书》，分别将其持有的苏州越正 51%、49%股权转让给星德胜公司。2020 年 1 月，苏州越正股东会作出决议，同意上述股权转让，同月，苏州越正办理完成上述交易的工商变更登记手续。

(3) 关联交易履行的程序

公司第一届董事会第六次会议、2022 年第一次临时股东大会对报告期内的关联交易予以确认，包括上述关于苏州越正股权转让的事项。

2022 年 3 月 12 日，公司 3 名独立董事发表《关于第一届董事会第六次会议审议相关事宜的独立意见》，认为：公司 2019-2021 年期间的关联交易事项真实、完整；关联交易事项是公司生产经营过程中正常发生的，不存在通过关联交易调节公司利润的情形，不存在损害公司和股东利益的情形。

综上，前后两次交易决策程序符合公司内控及公司治理相关规范要求。

(二) 2019 年越正机电实际经营情况，期间财务报表科目的对比情况，是否存在分红等安排等，净资产大幅减少的原因

1. 2019 年越正机电实际经营情况

苏州越正成立于 2000 年 12 月，主要从事电机、电器的绝缘配件的研发、生产及销售，主要产品有转子槽楔盘带、转子槽绝缘纸、转子端板、定子槽绝缘纸、一体式端板纸管等。2019 年度，苏州越正营业收入 2,572.26 万元，净利润 205.83 万元。

2. 期间财务报表科目的对比情况，是否存在分红等安排等，净资产大幅减少的原因

期间财务报表科目的对比情况如下：

单位：万元		
资产负债表项目	2019 年 12 月 31 日	2018 年 12 月 31 日
货币资金	801.79	394.30
应收账款	673.13	715.66

预付款项	36.78	100.13
其他应收款	230.19	1,035.18
存货	759.87	687.96
固定资产	154.67	101.21
资产总计	2,752.91	3,094.97
应付账款	260.31	379.05
应付职工薪酬	94.30	44.65
应交税费	272.65	69.49
其他应付款	1,836.34	21.14
负债合计	2,466.22	514.33
实收资本	50.00	50.00
盈余公积	25.00	25.00
未分配利润	211.69	2,505.64
所有者权益合计	286.69	2,580.64
利润表项目	2019 年度	2018 年度
营业收入	2,572.26	2,140.14
营业成本	1,855.58	1,334.32
销售费用	72.51	36.57
管理费用	378.18	324.26
所得税费用	69.64	113.44
净利润	205.83	323.44

注：上述 2018 年数据未经审计

2019 年末对比 2018 年末净资产主要变动原因系：2019 年 5 月，苏州越正股东会作出决议，分配 2,600.00 万元给投资者，其中星德胜公司持有 70%股权分得 1,820.00 万元，侯传英持有 30%股权分得 780.00 万元，导致 2019 年末苏州越正的净资产大幅减少。

（三）结合上述情况分析，越正机电股权交易中是否存在发行人利益受损的情况

公司将持有的苏州越正的股权转让给侯传英和朱云波前，苏州越正已进行了

大额分红，获得了相应的经营成果；之后公司受让侯传英和朱云波转让的苏州越正股权，转让价格经双方协商同样参照苏州越正账面净资产，并履行了相关必要的程序，转让价格公平、合理，且经审计净资产不低于当时成交价值，因此，苏州越正股权交易中不存在星德胜公司利益受损的情况。

（四）核查程序和核查意见

1. 核查程序

针对上述情况，我们实施了如下核查程序：

（1）查阅苏州越正前后两次交易的股东会决议、股权转让协议、工商登记资料、付款凭证等；

（2）查阅苏州越正 2018 年度和 2019 年度的财务报表；

（3）查阅公司第一届董事会第六次会议、2022 年第一次临时股东大会相关会议文件以及独立董事发表的独立意见。

2. 核查意见

经核查，我们认为：

（1）截至 2019 年末，苏州越正经审计净资产 286.69 万元，成交价值 195.72 万元，差异 90.97 万元，主要系对 2018 年度处置固定资产损益的调整所致；苏州越正 2019 年前后两次交易符合企业公司内控及公司治理相关规范要求；

（2）2019 年度，苏州越正营业收入 2,572.26 万元，净利润 205.83 万元，2019 年净资产大幅减少主要系分红所致；

（3）苏州越正股权交易中不存在公司利益受损的情况。

七、关于其他（审核问询函问题 11）

根据申报材料：（1）公司营业外支出中包括大额滞纳金；（2）公司现金流量表中收到和支付的其他与经营活动相关的现金中，包括了大额的硅钢委外加工材料款；（3）现金流量表补充资料中，其他项目金额较大；（4）公司列示了前五大客户的情况，2019 年至 2022 年 6 月，前五大客户收入占比分别为 29.41%、26.08%、26.94%和 22.22%，集中度不高；（5）发行人向实控人控制的香港 CDS 销售的微特电机产品以市场价格的九折进行销售，主要是拓展境外销售，考虑了经营本身的合理费用；（6）发行人对乐生智能交易比照关联交易

进行披露，2019 年产品售价较高主要系采购样机，价格较高；（7）公司装修费同时在固定资产和长期待摊费用中核算，固定资产装修费摊销年限为 5 年，而其他类型固定资产折旧年限在 3 至 20 年不等。

请发行人说明：（1）大额滞纳金支付的相关背景；（2）硅钢委外加工材料款相关业务的具体情况；（3）现金流量表补充资料中其他项目的具体构成；（4）报告期各期客户收入的分布情况，并列示除前五大客户以外主要客户的具体情况，包括成立时间、注册资本、主营业务、经营规模、股权结构、与发行人的合作历史，对发行人采购量占其实际总采购量的比例，与发行人及其关联方、关键岗位人员、员工、前员工等是否存在关联关系、其他交易和资金往来、其他利益安排；（5）结合香港 CDS 经营情况，其产品最终销售的毛利率情况，该业务占其本身业务的比重等，量化分析交易的公允性；（6）采购样机与普通产品的差异，价格较高的合理性；（7）计入长期待摊费用和固定资产的装修费差异，装修费计入固定资产核算是否符合《企业会计准则》的要求；（8）计入固定资产的装修费对应的固定资产类型，装修费与对应固定资产使用年限是否对应，按 5 年摊销依据的充分性；（9）装修费的主要构成，涉及的供应商情况，是否存在将费用化支出资本化的情况。

请保荐机构、申报会计师说明核查依据、过程，并发表明确核查意见。

（一）大额滞纳金支付的相关背景

报告期内，公司分别于 2021 年度、2022 年度产生 96.03 万元、11.48 万元滞纳金，其中，2021 年度滞纳金形成原因主要系：1. 公司通过自查，主动向主管税务部门补缴以前年度企业所得税 228.85 万元，缴纳所得税滞纳金 47.49 万元；2. 公司主动向主管税务部门补申报 2017 年-2020 年员工工资和奖金个人所得税，缴纳滞纳金 47.20 万元；2022 年度滞纳金形成原因主要系公司子公司星德胜电气通过自查主动向主管税务部门补缴以前年度企业所得税 56.90 万元，缴纳所得税滞纳金 11.43 万元。

（二）硅钢委外加工材料款相关业务的具体情况

2020 年-2022 年 5 月，对于硅钢外协加工定转子铁芯业务，公司采用互开票且全额进行货款结算的方式，即公司将硅钢发至外协加工商时开具硅钢材料销售发票并收取硅钢材料款，外协加工商完成加工交付定转子铁芯时向公司开具定转

子铁芯材料销售发票（金额包含硅钢材料费），公司按照正常的采购账期向其支付货款。上述业务的实质为委托加工业务，主要判断依据如下：1. 公司与外协加工商的定价依据为加工费，与原材料价格无关；2. 外协加工商不承担硅钢材料价格波动的风险，其收取的加工费主要根据加工工艺确定，不随原材料价格波动；3. 实际业务合作过程中，外协加工商对公司销售的硅钢进行单独存放管理，且仅用于加工公司的定转子铁芯，公司不定期对外协加工商的硅钢进行盘点；4. 外协加工商不存在对最终产品的完整销售定价权；5. 硅钢加工成定转子铁芯的加工工序主要为简单的分卷、冲片工序。根据《企业会计准则第 14 号——收入》第三十四条，企业应当根据其在向客户转让商品前是否拥有对该商品的控制权，来判断其从事交易时的身份是主要责任人还是代理人，相应按照总额法或净额法确认收入，根据上述判断依据，外协加工商向公司转让商品前并不拥有对硅钢材料的控制权，应当按照净额法以加工费确认收入，相应地，公司以净额法核算委外加工成本，符合委托加工业务实质和《企业会计准则》的规定。

报告期内，公司销售和购回硅钢的数据如下：

项目	本期销售			本期购回			
	硅钢数量 (吨)	硅钢 单价 (万 元/ 吨)	硅钢金额 (万元)	定转子铁 芯数量 (万套)	折算硅钢 数量 (吨)	硅钢 单价 (万 元/ 吨)	硅钢金额 (万元)
2022 年度	6,208.15	0.77	4,760.65	1,287.61	7,293.88	0.76	5,566.38
2021 年度	23,014.41	0.71	16,271.11	4,031.12	22,442.99	0.70	15,718.09
2020 年度	17,112.08	0.47	8,016.26	3,025.25	17,651.63	0.47	8,248.49

注：公司购回材料为定转子铁芯，本期购回折算硅钢数量系按照每套定转子铁芯耗用的硅钢重量换算

2020-2022 年度，公司的销售硅钢数量与购回数量差异系 2020 年初存在已销售未购回的硅钢 1,053.83 吨，考虑销售和购回的时间差后，硅钢销售数量与购回数量一致。

公司参考市场价格确定硅钢销售单价，市场价格小幅波动时，公司通常不调整该单价，市场价格波动较大时，公司同步调整销售单价。2021 年度硅钢市场价格大幅上涨，因此硅钢销售单价随之上涨。购回定转子铁芯时硅钢材料单价与

硅钢销售单价定价一致，各年度的销售和购回单价有微小差异主要系不同材质及不同批次硅钢的销售单价不同，当年销售的硅钢次年购回所致。

公司按照外协加工的实质还原了上述业务相关的资产负债表和利润表科目，但现金流量表中公司遵循“现金流量应当分别按照现金流入和现金流出总额列报”原则进行总额列报，将上述业务中收到外协加工商的硅钢材料款作为收到其他与经营活动有关的现金，将支付外协加工商的定转子铁芯材料款中的硅钢材料费作为支付其他与经营活动有关的现金。

2022年6月起，公司不再采用互开票的方式，公司将硅钢发至外协加工厂，外协供应商完成加工后开具硅钢加工定转子铁芯对应的加工费发票，公司向其支付加工费。

（三）现金流量表补充资料中其他项目的具体构成

现金流量表补充资料中其他项目的具体构成如下：

单位：万元			
项 目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
以权益结算的股份支付费用	602.32	1,639.23	49.84
专项储备本期增减变动金额	197.54	240.70	215.40
房屋租金减免		-27.19	
合 计	799.86	1,852.75	265.24

（四）报告期各期客户收入的分布情况，并列示除前五大客户以外主要客户的具体情况，包括成立时间、注册资本、主营业务、经营规模、股权结构、与发行人的合作历史，对发行人采购量占其实际总采购量的比例，与发行人及其关联方、关键岗位人员、员工、前员工等是否存在关联关系、其他交易和资金往来、其他利益安排

1. 报告期各期客户收入的分布情况

（1）客户总体分布情况

报告期内，公司按主营业务收入区间分层的客户分布情况如下：

单位：万元、%									
收入区间	2022 年度			2021 年度			2020 年度		
	客户数量	主营业务收入	主营业务收入占比	客户数量	主营业务收入	主营业务收入占比	客户数量	主营业务收入	主营业务收入占比

收入区间	2022 年度			2021 年度			2020 年度		
	客户数量	主营业务收入	主营业务收入占比	客户数量	主营业务收入	主营业务收入占比	客户数量	主营业务收入	主营业务收入占比
8,000 万元以上	3	28,029.94	15.77	4	53,324.20	23.44	2	24,329.95	14.92
4,000-8,000 万元	10	46,973.22	26.43	13	75,162.69	33.03	9	46,206.38	28.34
2,000-4,000 万元	15	43,535.00	24.50	13	36,478.67	16.03	15	45,381.84	27.83
1,000-2,000 万元	17	24,331.22	13.69	14	20,747.60	9.12	11	14,739.86	9.04
500-1,000 万元	21	15,962.41	8.98	30	20,969.94	9.22	23	16,014.58	9.82
500 万元以下	394	18,888.17	10.63	390	20,852.74	9.16	363	16,387.43	10.05
合计	460	177,719.97	100.00	464	227,535.84	100.00	423	163,060.03	100.00

由上表可知，受 2021 年度市场需求旺盛，吸尘器类产品制造商集中出现“爆单”情况的影响，2021 年度公司对主要客户的交易额较高，当年度交易额在 4,000 万元以上的客户数量、收入及占比均相对较高。除此之外，整体上公司客户在报告期内的分布相对较为稳定，并呈现出一定的集中度：报告期各期，公司交易额在 1,000 万元以上的客户分别有 37 家、44 家和 45 家，产生的主营业务收入分别为 130,658.03 万元、185,713.15 万元和 142,869.39 万元，占公司主营业务收入的比例均在 80%以上。

报告期各期，交易额在 1,000 万元以上的主要客户数量分布较为分散，未出现明显集中的情况。

(2) 主要客户情况

报告期各期，交易额在 2,000 万元以上的客户汇总情况如下：

序号	客户名称	2022 年度		2021 年度		2020 年度	
		金额	占比	金额	占比	金额	占比
1	伟创力	11,856.01	6.67%	21,078.67	9.26%	15,415.02	9.45%
2	科沃斯	8,167.39	4.60%	4,347.65	1.91%	966.59	0.59%
3	广东德尔玛	8,006.54	4.51%	10,882.33	4.78%	3,560.19	2.18%
4	深圳比亚迪	5,866.51	3.30%	7,732.62	3.40%	4,105.21	2.52%
5	石头科技	5,220.41	2.94%	1,083.36	0.48%	0.25	0.00%
6	尚腾科技	5,096.48	2.87%	616.48	0.27%		
7	松下电器	4,954.98	2.79%	4,920.67	2.16%	4,639.50	2.85%
8	爱普电器	4,406.34	2.48%	9,173.29	4.03%	8,914.93	5.47%

9	春菊电器	4,392.48	2.47%	7,964.24	3.50%	3,719.55	2.28%
10	卓力电器	4,357.90	2.45%	5,977.13	2.63%	4,662.45	2.86%
11	苏州克林威尔电器有限公司	4,325.82	2.43%	4,022.35	1.77%	2,624.60	1.61%
12	新宝股份	4,271.94	2.40%	6,885.78	3.03%	4,626.36	2.84%
13	臻宝电器	4,080.37	2.30%	4,557.46	2.00%	5,344.76	3.28%
14	VS Industry	3,919.15	2.21%	12,189.91	5.36%	6,021.15	3.69%
15	苏州德易仕清洁科技有限公司	3,738.19	2.10%	335.54	0.15%	258.42	0.16%
16	天佑电器	3,728.69	2.10%	7,248.46	3.19%	4,631.50	2.84%
17	CER Cleaning Equipment S. R. L.	3,508.33	1.97%	2,604.92	1.14%	281.91	0.17%
18	苏州普发科技有限公司	3,121.84	1.76%	3,948.78	1.74%	1,224.12	0.75%
19	GRACO INC & SUBSIDIARIES	3,037.40	1.71%	3,849.86	1.69%	2,707.19	1.66%
20	史丹利百得	3,026.68	1.70%	5,551.93	2.44%	3,958.38	2.43%
21	杭州巨星科技股份有限公司	2,853.55	1.61%				
22	创科实业 (TTI)	2,831.84	1.59%	6,941.10	3.05%	6,808.53	4.18%
23	浙江绍兴苏泊尔生活电器有限公司	2,509.79	1.41%	2,314.20	1.02%	734.48	0.45%
24	苏州新生代电器有限公司	2,442.36	1.37%	2,525.33	1.11%	2,517.62	1.54%
25	苏州日新电器科技有限公司	2,321.30	1.31%	4,524.60	1.99%	3,010.71	1.85%
26	富佳股份	2,269.25	1.28%	2,236.93	0.98%	3,947.56	2.42%
27	杭州乐秀电子科技有限公司	2,175.08	1.22%	0.71	0.00%		
28	斯卫浦电器	2,051.54	1.15%	4,488.70	1.97%	5,366.92	3.29%
29	江苏美的	1,968.26	1.11%	3,212.21	1.41%	3,613.19	2.22%
30	LG Electronics Vietnam Co Ltd	1,835.66	1.03%	2,388.49	1.05%	1,452.55	0.89%
31	PT Selaras Donlim Indonesia	1,541.08	0.87%	2,058.57	0.90%	23.59	0.01%
32	永康市杰诺工贸有限公司	1,321.84	0.74%	1,772.42	0.78%	2,070.17	1.27%
33	乐生智能	1,185.52	0.67%	3,006.31	1.32%	900.30	0.55%
34	宁波沃尔电器有限公司	1,130.39	0.64%	2,486.00	1.09%	1,513.67	0.93%

35	伊莱克斯 (Electrolux)	985.64	0.55%	3,528.32	1.55%	3,643.25	2.23%
36	东莞翌荣电器有限公司	937.50	0.53%	1,768.86	0.78%	2,040.41	1.25%
37	江苏亿美电器有限公司	382.60	0.22%	2,318.75	1.02%	2,245.35	1.38%
38	无锡睿澜智能科技有限公司	226.39	0.13%	1,593.73	0.70%	2,681.50	1.64%
39	苏州地贝电器科技有限公司	35.18	0.02%	579.70	0.25%	3,042.16	1.87%
合计		130,088.23	73.20%	172,716.36	75.91%	123,274.05	75.60%

注：受同一集团控制的客户已合并计算

2. 列示主要客户的具体情况

报告期各期交易额在 2,000 万元以上的主要客户的具体情况如下：

(1) 伟创力

公司名称	FLEX LTD. (NASDAQ: FLEX)
成立时间	1990 年
注册资本	公开渠道未查询到
主营业务	电子产品的生产与销售
经营规模	2020 财年至 2022 财年各期营业收入为 241.10 亿美元、241.24 亿美元、260.41 亿美元
股权结构	上市公司，股权结构较为分散
是否与公司及其关联方、关键岗位人员、员工、前员工等是否存在关联关系、其他交易和资金往来、其他利益安排	否

注：相关信息来源于公开信息及访谈记录

报告期内，公司与伟创力主要交易主体包括伟创力技术（长沙）有限公司、PT. Flextronics Technology Indonesia、伟创力电子设备（深圳）有限公司，其基本情况如下：

1) 伟创力技术（长沙）有限公司

公司名称	伟创力技术（长沙）有限公司
成立时间	2018 年
注册资本	1,000 万美元
主营业务	电子产品的生产及销售

主要股东	Flex Asia Investment Limited 持股 100%
与公司合作历史	自 2020 年起开始合作
对公司采购量占其实际总采购量的比例	70%以上

注：相关信息来源于公开信息及访谈记录

2) PT. Flextronics Technology Indonesia

公司名称	PT. Flextronics Technology Indonesia
成立时间	1981 年
注册资本	45,500 万美元
主营业务	吸尘器、PCBA 板的生产制造
股权结构	控 股 股 东 为 Flextronics Investment Holding (Singapore) PTE. LTD
与公司合作历史	自 2020 年起开始合作
对公司采购量占其实际总采购量的比例	100%

注：相关信息来源于公开信息及访谈记录

3) 伟创力电子设备（深圳）有限公司

公司名称	伟创力电子设备（深圳）有限公司
成立时间	1994 年
注册资本	3,803.3 万美元
主营业务	电子产品的生产与销售
股权结构	FLEXTRONICS MANUFACTURING (SINGAPORE) PTE LTD 持有 100%股权
与公司合作历史	自 2016 年起开始合作
对公司采购量占其实际总采购量的比例	未透露

注：相关信息来源于公开信息

(2) 深圳比亚迪

公司名称	深圳市比亚迪供应链管理有限公司
成立时间	2013 年
注册资本	350,000 万元
主营业务	电子产品的研发、生产与销售
经营规模	2020 年度至 2022 年度比亚迪股份有限公司各期营业收入分别为 1,565.98 亿元、2,161.42 亿元、4,240.61 亿元；深圳比亚迪相关数据公开渠道未查询到
股权结构	比亚迪股份有限公司（002594.SZ）持有 100%股权

与公司合作历史	自 2019 年起开始合作
对公司采购量占其实际总采购量的比例	出于保密原因未透露
是否与公司及其关联方、关键岗位人员、员工、前员工等是否存在关联关系、其他交易和资金往来、其他利益安排	否

注：相关信息来源于公开信息及访谈记录
(3) 爱普电器

公司名称	苏州爱普电器有限公司
成立时间	1994 年
注册资本	5,600 万美元
主营业务	吸尘器为主的小家电的研发、生产与销售
经营规模	年销售收入 1.4 亿美元左右
股权结构	香港爱普家电有限公司持有 100.00% 股权
与公司合作历史	自 2008 年起开始合作
对公司采购量占其实际总采购量的比例	约 99%
是否与公司及其关联方、关键岗位人员、员工、前员工等是否存在关联关系、其他交易和资金往来、其他利益安排	否

注：相关信息来源于公开信息及访谈记录

报告期内，公司与苏州爱普电器有限公司主要交易主体还包括同一控制下的苏州德莱电器有限公司、苏州诚河清洁设备有限公司，其基本情况如下：

1) 苏州德莱电器有限公司

公司名称	苏州德莱电器有限公司
成立时间	2002 年
注册资本	1,000 万美元
主营业务	吸尘器等清洁类产品的生产与销售
经营规模	年收入约 4 亿元
股权结构	香港精艺实业（中国）有限公司持股 100.00%
与公司合作历史	自 2012 年开始合作

对公司采购量占其实际总采购量的比例	约 60-70%
是否与公司及其关联方、关键岗位人员、员工、前员工等是否存在关联关系、其他交易和资金往来、其他利益安排	否

注：相关信息来源于公开信息及访谈记录

2) 苏州诚河清洁设备有限公司

公司名称	苏州诚河清洁设备有限公司
成立时间	2003 年
注册资本	1,000 万美元
主营业务	吸尘器等清洁类产品的生产与销售
经营规模	年收入约 1.6 亿美元
股权结构	新益信电业电器有限公司持股 55.00%、苏州德莱电器有限公司持股 45.00%
与公司合作历史	自 2013 年起开始合作
对公司采购量占其实际总采购量的比例	逐年上升，2021 年约占 70%-80%
是否与公司及其关联方、关键岗位人员、员工、前员工等是否存在关联关系、其他交易和资金往来、其他利益安排	否

注：相关信息来源于公开信息及访谈记录

(4) 春菊电器

公司名称	苏州市春菊电器有限公司
成立时间	1999 年
注册资本	20,000 万元
主营业务	吸尘器等清洁类产品的生产与销售
经营规模	2022 年营业收入约 25 亿元
股权结构	李菊坤持有 60%股权、金玉珍持有 40%股权
与公司合作历史	自 2016 年起开始合作
对公司采购量占其实际总采购量的比例	约 30%
是否与公司及其关联	否

方、关键岗位人员、员工、前员工等是否存在关联关系、其他交易和资金往来、其他利益安排	
---	--

注：相关信息来源于公开信息及访谈记录

(5) VS Industry

公司名称	V. S. Industry Berhad (KLSE: VS)
成立时间	1982 年
注册资本	公开渠道未查询到
主营业务	吸尘器的生产制造
经营规模	2020 年度营业收入约合人民币 50.15 亿元，2021 年度营业收入约合人民币 61.21 亿元，2022 年度营业收入约合人民币 59.82 亿元
股权结构	上市公司，股权结构较为分散
与公司合作历史	自 2019 年起开始合作
对公司采购量占其实际总采购量的比例	约 90%
是否与公司及其关联方、关键岗位人员、员工、前员工等是否存在关联关系、其他交易和资金往来、其他利益安排	2019 年 12 月-2020 年 5 月，VS Industry 曾向公司关联方香港 CDS 支付购买电机产品货款合计 47.42 万美元。除此之外，VS Industry 与公司及其关联方、关键岗位人员、员工、前员工等不存在关联关系、其他交易和资金往来、其他利益安排

注：相关信息来源于公开信息及访谈记录

(6) 斯卫浦电器

公司名称	苏州斯卫浦电器有限公司
成立时间	2019 年
注册资本	100 万元
主营业务	吸尘器等清洁类产品的生产与销售
经营规模	2019 年营业收入 3,000 万元、2020 年营业收入 2 亿元、2021 年 1-9 月营业收入约 2 亿元
股权结构	徐冬亮、陈军付分别持股 50%
与公司合作历史	自 2019 年起开始合作
对公司采购量占其实际总采购量的比例	95%以上
是否与公司及其关联方、关键岗位人员、员	否

工、前员工等是否存在关联关系、其他交易和资金往来、其他利益安排	
---------------------------------	--

注：相关信息来源于公开信息及访谈记录
(7) 臻宝电器

公司名称	惠州市臻宝电器制造有限公司
成立时间	2007 年
注册资本	5,768.25 万元
主营业务	家用电器的生产与销售
经营规模	2020 至 2022 年营业收入约为 2-3 亿元
股权结构	深圳市浩景丰实业发展有限公司持有 100%股权
与公司合作历史	自 2018 年起开始合作
对公司采购量占其实际总采购量的比例	100%
是否与公司及其关联方、关键岗位人员、员工、前员工等是否存在关联关系、其他交易和资金往来、其他利益安排	否

注：相关信息来源于公开信息及访谈记录
(8) 尚腾科技

公司名称	苏州尚腾科技制造有限公司
成立时间	2020 年
注册资本	3,813.359 万元
主营业务	家用电器的生产销售
经营规模	2021 年度营业收入为 3.33 亿元, 2022 年度营业收入为 11.49 亿元
股权结构	春光科技(603657.SH) 持有 55%股权, 唐靖一持有 45%股权
与公司合作历史	自 2021 年起开始合作
对公司采购量占其实际总采购量的比例	约 70%-80%
是否与公司及其关联方、关键岗位人员、员工、前员工等是否存在关联关系、其他交易和	否

资金往来、其他利益安排	
注：相关信息来源于公开信息及访谈记录 (9) 广东德尔玛	
公司名称	广东德尔玛科技股份有限公司
成立时间	2011 年
注册资本	36,925 万元
主营业务	吸尘器、加湿器类产品的生产及销售
经营规模	2020-2022 年各期营业收入为 22.28 亿元、30.38 亿元、33.07 亿元
股权结构	截至 2023 年 2 月 28 日,佛山市飞鱼电器科技有限公司持有 36.97%股权,磐茂(上海)投资中心(有限合伙)持有 23.70%股权、蔡演强持有 8.65%股权
与公司合作历史	自 2017 年起开始合作
对公司采购量占其实际总采购量的比例	约 70%
是否与公司及其关联方、关键岗位人员、员工、前员工等是否存在关联关系、其他交易和资金往来、其他利益安排	否
注：相关信息来源于公开信息及访谈记录 (10) 科沃斯	
公司名称	科沃斯机器人股份有限公司(603486.SH)
成立时间	1998 年
注册资本	57,392.19 万元
主营业务	吸尘器等清洁类产品的研发、生产与销售
经营规模	2020-2022 年度各期营业收入为 72.34 亿元、130.86 亿元、153.25 亿元
股权结构	截至 2023 年 3 月 31 日,苏州创领智慧投资管理有限公司持有 41.79%股权,EVER GROUP CORPORATION LIMITED 持有 12.31%股权,苏州创袖投资中心(有限合伙)持有 10.42%股权
与公司合作历史	自 2007 年起开始合作
对公司采购量占其实际总采购量的比例	占比较高,未透露实际比例
是否与公司及其关联方、关键岗位人员、员	否

工、前员工等是否存在关联关系、其他交易和资金往来、其他利益安排	
---------------------------------	--

注：相关信息来源于公开信息及访谈记录
(11) 松下电器

公司名称	PANASONIC CORPORATION (TSE: 6752)
成立时间	1918 年
注册资本	2,591.68 亿日元
主营业务	家电、电子零件、电工零件与电子产品的生产制造
经营规模	2020 至 2022 财年营业收入分别为 692.95 亿美元、607.09 亿美元、604.83 亿美元
股权结构	上市公司，股权结构较为分散
是否与公司及其关联方、关键岗位人员、员工、前员工等是否存在关联关系、其他交易和资金往来、其他利益安排	否

注：相关信息来源于公开信息及访谈记录
报告期内，公司与松下电器集团主要交易主体包括松下家电（中国）有限公司、Panasonic Procurement Malaysia Sdn Bhd，其基本情况如下：

1) 松下家电（中国）有限公司

公司名称	松下家电（中国）有限公司
成立时间	2004 年
注册资本	1,409,900 万日元
主营业务	吸尘器等家用电器的生产与销售
股权结构	松下电器（中国）有限公司持股 100.00%
与公司合作历史	与 2008 年起开始合作
对公司采购量占其实际总采购量的比例	约 60%-70%

注：相关信息来源于公开信息及访谈记录

2) Panasonic Procurement Malaysia Sdn Bhd

公司名称	Panasonic Procurement Malaysia Sdn Bhd
成立时间	2002 年
注册资本	500 万马来西亚林吉特

主营业务	松下集团在马来西亚的供应商采购管理公司,主要负责供应商管理以及分配采购物资;主要生产空调、电视机等小家电产品
股权结构	控股股东为 Panasonic Asia Pacific Pte.Ltd
与公司合作历史	自 2009 年起开始合作
对公司采购量占其实际总采购量的比例	80%以上

注:相关信息来源于公开信息及访谈记录
(12) 石头科技

公司名称	北京石头世纪科技股份有限公司 (688169. SH)
成立时间	2014 年
注册资本	6,679.04 万元
主营业务	吸尘器等清洁类产品的生产与销售
经营规模	2020-2022 年度的营业收入分别为 45.30 亿元、58.37 亿元、66.29 亿元
股权结构	截至 2023 年 3 月 31 日,昌敬持有 23.05%股权,Shunwei VenturesIII (HongKong) Limited 持有 7.73%股权,天津金米投资合伙企业(有限合伙)持有 6.23%股权,丁迪持有 5.49%股权
与公司合作历史	自 2020 年起开始合作
对公司采购量占其实际总采购量的比例	出于保密原因未透露
是否与公司及其关联方、关键岗位人员、员工、前员工等是否存在关联关系、其他交易和资金往来、其他利益安排	否

注:相关信息来源于公开信息及访谈记录
(13) 创科集团 (TTI)

公司名称	Techtronic Industries Company Limited (0669. HK)
成立时间	1985 年
注册资本	公开渠道未查询到
主营业务	电动工具、配件、手动工具、户外电动设备、自动手(DIY)/消费者地板护理和清洁领域设备的生产与销售
经营规模	2020-2022 年度营业收入分别为 98.12 亿美元、132.03 亿美元和 132.54 亿美元
股权结构	上市公司,股权结构较为分散

是否与公司及其关联方、关键岗位人员、员工、前员工等是否存在关联关系、其他交易和资金往来、其他利益安排	否
--	---

注：相关信息来源于公开信息及访谈记录

报告期内，公司与创科集团（TTI）主要交易主体包括 Royal Appliance Mfg、Co、Techtronic Cordless GP，其基本情况如下：

1) Royal Appliance Mfg. Co.

公司名称	Royal Appliance Mfg. Co.
成立时间	1905 年
注册资本	1 美元
主营业务	家用电器的生产制造
股权结构	创科集团（TTI）持有 100%股权
与公司合作历史	自 2014 年起开始合作
对公司采购量占其实际总采购量的比例	出于保密原因未透露

注：相关信息来源于公开信息

2) Techtronic Cordless GP

公司名称	Techtronic Cordless GP
成立时间	2019 年
注册资本	200 美元
主营业务	家用电器的生产制造
股权结构	创科集团（TTI）持有 100%股权
与公司合作历史	自 2019 年起开始合作
对公司采购量占其实际总采购量的比例	出于保密原因未透露

注：相关信息来源于公开信息

(14) 史丹利百得

公司名称	Stanley Black & Decker, Inc. (NYSE: SWK)
成立时间	1843 年
注册资本	75,000 万美元
主营业务	主要提供工具和存储、商业电子安全与工程紧固系统
经营规模	2020 年度至 2022 年度营业收入分别为 145.35 亿美元、156.17 亿美元和 169.47 亿美元

股权结构	上市公司，股权结构较为分散
是否与公司及其关联方、关键岗位人员、员工、前员工等是否存在关联关系、其他交易和资金往来、其他利益安排	否

注：相关信息来源于公开信息及访谈记录

报告期内，公司与史丹利百得集团主要交易主体包括百得（苏州）精密制造有限公司、百得（苏州）科技有限公司，其基本情况如下：

1) 百得（苏州）精密制造有限公司

公司名称	百得（苏州）精密制造有限公司
成立时间	2006 年
注册资本	2,000 万美元
主营业务	电动工具及户外园林工具的研发、生产与销售
股权结构	BD PRECISION (HONG KONG) LIMITED 持股 100.00%
与公司合作历史	自 2006 年起开始合作
对公司采购量占其实际总采购量的比例	约 10%

注：相关信息来源于公开信息及访谈记录

2) 百得（苏州）科技有限公司

公司名称	百得（苏州）科技有限公司
成立时间	2002 年
注册资本	1,200 万美元
主营业务	电动工具及户外园林工具的研发、生产与销售
股权结构	BD SUZHOU (HONG KONG) LIMITED 持股 100.00%
与公司合作历史	自 2018 年起开始合作
对公司采购量占其实际总采购量的比例	约 10%

注：相关信息来源于公开信息及访谈记录

(15) 伊莱克斯 (Electrolux)

公司名称	AB Electrolux (OMX: ELUX B)
成立时间	1901 年
注册资本	公开渠道未查询到
主营业务	家用电器的生产制造

经营规模	2020 年度至 2022 年度各期营业收入为 141.51 亿美元、138.92 亿美元和 128.96 亿美元
股权结构	上市公司，股权结构较为分散
是否与公司及其关联方、关键岗位人员、员工、前员工等是否存在关联关系、其他交易和资金往来、其他利益安排	否

注：相关信息来源于公开信息

报告期内，公司与伊莱克斯(Electrolux)集团主要交易主体包括 ELECTROLUX DO BRASIL SA、ELECTROLUX LEHEL KFT，其基本情况如下：

1) ELECTROLUX DO BRASIL SA

公司名称	ELECTROLUX DO BRASIL SA
成立时间	1972 年
注册资本	63.70 万美元
主营业务	家用电器的生产制造
股权结构	Electrolux Canada Corp 持股 99.99%
与公司合作历史	自 2013 年起开始合作
对公司采购量占其实际总采购量的比例	100%

注：相关信息来源于公开信息及访谈记录

2) ELECTROLUX LEHEL KFT

公司名称	ELECTROLUX LEHEL KFT
成立时间	1991 年
注册资本	160.24 亿福林
主营业务	家用电器的生产制造
股权结构	伊莱克斯 (Electrolux) 集团持股 100.00%
与公司合作历史	自 2012 年起开始合作
对公司采购量占其实际总采购量的比例	未透露

注：相关信息来源于公开信息

(16) CER Cleaning Equipment S.R.L.

公司名称	CER Cleaning Equipment S.R.L.
成立时间	2006 年
注册资本	7,357.88 万罗马尼亚列伊

主营业务	家用电器的生产制造
经营规模	2021 年营业收入约合人民币 8.73 亿元
股权结构	Karcher Beteiligungs - Gmbh 持股 99.94%
与公司合作历史	自 2018 年起开始合作
对公司采购量占其实际总采购量的比例	未透露
是否与公司及其关联方、关键岗位人员、员工、前员工等是否存在关联关系、其他交易和资金往来、其他利益安排	否

注：相关信息来源于公开信息、中信保出具的资信调查报告及访谈记录

(17) 卓力电器

公司名称	卓力电器集团有限公司
成立时间	1996 年
注册资本	10,800 万元
主营业务	电子产品的研发、生产与销售
经营规模	2022 年销售收入约 28 亿元
股权结构	张卓凡持有 99.5% 股权，严丽娟持有 0.5% 股权
与公司合作历史	自 2018 年起开始合作
对公司采购量占其实际总采购量的比例	约 80%
是否与公司及其关联方、关键岗位人员、员工、前员工等是否存在关联关系、其他交易和资金往来、其他利益安排	否

注：相关信息来源于公开信息及访谈记录

(18) 天佑电器

公司名称	天佑电器（苏州）有限公司
成立时间	2006 年
注册资本	5,000 万美元
主营业务	吸尘器和园林工具的研发、生产与销售
经营规模	出于保密原因未透露

股权结构	天佑国际贸易有限公司持有 100%股权
与公司合作历史	自 2016 年起开始合作
对公司采购量占其实际总采购量的比例	约 60%-70%
是否与公司及其关联方、关键岗位人员、员工、前员工等是否存在关联关系、其他交易和资金往来、其他利益安排	否

注：相关信息来源于公开信息及访谈记录
(19) 新宝股份

公司名称	广东新宝电器股份有限公司
成立时间	1995 年
注册资本	82,672.778 万元
主营业务	家用电器的生产
经营规模	2022 年集团营业总收入约 136.96 亿元
股权结构	截至 2023 年 3 月 31 日,广东东菱凯琴集团有限公司持有 41.75%股权, 东菱电器集团有限公司持有 22.23%股权
与公司合作历史	自 2009 年起开始合作
对公司采购量占其实际总采购量的比例	约 90%
是否与公司及其关联方、关键岗位人员、员工、前员工等是否存在关联关系、其他交易和资金往来、其他利益安排	否

注：相关信息来源于公开信息及访谈记录
(20) 苏州克林威尔电器有限公司

公司名称	苏州克林威尔电器有限公司
成立时间	2010 年
注册资本	200 万元
主营业务	吸尘器的生产和销售
经营规模	2022 年销售收入约 3 亿元
股权结构	王松华持有 90%股权, 朱敏持有 10%股权
与公司的合作历史	自 2010 年起开始合作

对公司采购量占其实际总采购量的比例	约 100%
与公司及其关联方、关键岗位人员、员工、前员工等是否存在关联关系、其他交易和资金往来、其他利益安排	否

注：相关信息来源于公开信息及访谈记录
(21) 苏州德易仕清洁科技有限公司

公司名称	苏州德易仕清洁科技有限公司
成立时间	2013 年
注册资本	1,000 万元
主营业务	清洁电器的研发、生产和销售
经营规模	2022 年营业收入约 2-2.5 亿元
股权结构	张媛媛持有 33.33%股权，戴明卫持有 33.33%股权，沈惠芳持有 33.33%股权
与公司的合作历史	自 2013 年起开始合作
对公司采购量占其实际总采购量的比例	约 70%
与公司及其关联方、关键岗位人员、员工、前员工等是否存在关联关系、其他交易和资金往来、其他利益安排	否

注：相关信息来源于公开信息及访谈记录
(22) 苏州普发科技有限公司

公司名称	苏州普发科技有限公司
成立时间	2010 年
注册资本	10,000 万元
主营业务	吸尘器的研发、生产和销售
经营规模	2022 年度销售收入约 15 亿元
股权结构	苏州普发电器有限公司持有 80.00%股权，汪伟持有 13.40%股权
与公司的合作历史	自 2010 年起开始合作
对公司采购量占其实际总采购量的比例	约 70%
与公司及其关联方、关键岗位人员、员工、前员工	否

等是否存在关联关系、其他交易和资金往来、其他利益安排	
----------------------------	--

注：相关信息来源于公开信息及访谈记录

(23) GRACO INC

公司名称	GRACO INC
成立时间	1926 年
注册资本	公开渠道未查询到
主营业务	喷涂、涂敷等流体设备的研发、生产和销售
经营规模	2022 年集团营业收入约 21.44 亿美元
股权结构	上市公司，股权结构较为分散
与公司的合作历史	自 2015 年起开始合作
对公司采购量占其实际总采购量的比例	约 100%
与公司及其关联方、关键岗位人员、员工、前员工等是否存在关联关系、其他交易和资金往来、其他利益安排	2019 年 10 月-2020 年 2 月，GRACO INC 曾向公司关联方香港 CDS 支付购买电机产品货款合计 80.14 万美元。除此之外，GRACO INC 与公司及其关联方、关键岗位人员、员工、前员工等不存在关联关系、其他交易和资金往来、其他利益安排

注：相关信息来源于公开信息及访谈记录

(24) 杭州巨星科技股份有限公司

公司名称	杭州巨星科技股份有限公司
成立时间	2001 年
注册资本	120,250.1992 万元
主营业务	中高档手工具、电动工具等五金产品的研发、生产和销售
经营规模	2022 年营业收入约 126.10 亿元
股权结构	截至 2023 年 3 月 31 日，巨星控股集团有限公司持有 37.61% 股权，仇建平持有 4.24% 股权，股权较为分散
与公司的合作历史	自 2021 年起开始合作
对公司采购量占其实际总采购量的比例	约 100%
与公司及其关联方、关键岗位人员、员工、前员工等是否存在关联关系、其他交易和资金往来、其他利益安排	否

注：相关信息来源于公开信息及访谈记录

(25) 浙江绍兴苏泊尔生活电器有限公司

公司名称	浙江绍兴苏泊尔生活电器有限公司
成立时间	2006 年
注册资本	61,000 万元
主营业务	小家电、厨卫家电的生产和销售
经营规模	2022 年度集团实现营业收入 201.71 亿元
股权结构	浙江苏泊尔股份有限公司持有 100%股权
与公司的合作历史	自 2020 年起开始合作
对公司采购量占其实际总采购量的比例	约 70%
与公司及其关联方、关键岗位人员、员工、前员工等是否存在关联关系、其他交易和资金往来、其他利益安排	否

注：相关信息来源于公开信息及访谈记录

(26) 苏州新生代电器有限公司

公司名称	苏州新生代电器有限公司
成立时间	2012 年
注册资本	50 万元
主营业务	吸尘器产品的生产、销售
经营规模	2022 年度营业收入为 2 亿元
股权结构	周梅珍、周琴保各持有 50%股权
与公司的合作历史	自 2018 年起开始合作
对公司采购量占其实际总采购量的比例	约 100%
与公司及其关联方、关键岗位人员、员工、前员工等是否存在关联关系、其他交易和资金往来、其他利益安排	否

注：相关信息来源于公开信息及访谈记录

(27) 苏州日新电器科技有限公司

公司名称	苏州日新电器科技有限公司
成立时间	2011 年
注册资本	1,000 万元

主营业务	吸尘器产品的生产和销售
经营规模	2022 年度营业收入约 3 亿元
股权结构	俞伟持有 50%股权，张涛持有 40%股权，鲍家凯持有 10%股权
与公司的合作历史	自 2011 年起开始合作
对公司采购量占其实际总采购量的比例	约 100%
与公司及其关联方、关键岗位人员、员工、前员工等是否存在关联关系、其他交易和资金往来、其他利益安排	否

注：相关信息来源于公开信息及访谈记录

(28) 富佳股份

公司名称	宁波富佳实业股份有限公司
成立时间	2002 年
注册资本	40,100 万元
主营业务	吸尘器等清洁产品的生产、销售
经营规模	2022 年度营业收入为 27.44 亿元
股权结构	截至 2023 年 3 月 31 日，宁波富佳控股有限公司持有 41.90%股权，王跃旦持有 26.56%股权，俞世国持有 7.76%股权
与公司的合作历史	自 2018 年起开始合作
对公司采购量占其实际总采购量的比例	约 5%
与公司及其关联方、关键岗位人员、员工、前员工等是否存在关联关系、其他交易和资金往来、其他利益安排	否

注：相关信息来源于公开信息及访谈记录

(29) 杭州乐秀电子科技有限公司

公司名称	杭州乐秀电子科技有限公司
成立时间	2017 年
注册资本	313.275605 万元
主营业务	家用电器的设计、研发、生产和销售
经营规模	2022 年度销售收入 8 亿元
股权结构	喻金明持有 40.83%股权，天津金米投资合伙企业（有

	限合伙)、Shunwei Ventures III(Hong Kong)Limited 各持有 9.14%股权
与公司的合作历史	自 2022 年起开始合作
对公司采购量占其实际总 采购量的比例	约 50%
与公司及其关联方、关键 岗位人员、员工、前员工 等是否存在关联关系、其 他交易和资金往来、其他 利益安排	否

注：相关信息来源于公开信息及访谈记录
(30) 江苏美的

公司名称	江苏美的清洁电器股份有限公司
成立时间	1994 年
注册资本	5,726.4 万元
主营业务	清洁类电器的研发、生产和销售
经营规模	2022 年度集团实现营业收入 3,457.09 亿元
股权结构	美的集团(000333.SZ)持有 99.58%股权
与公司合作历史	自 2010 年起开始合作
对公司采购量占其实际 总采购量的比例	约 50%
是否与公司及其关联 方、关键岗位人员、员 工、前员工等是否存在 关联关系、其他交易和 资金往来、其他利益安 排	否

注：相关信息来源于公开信息及访谈记录
(31) 乐生智能

公司名称	广东乐生智能科技有限公司
成立时间	2017 年
注册资本	1,172.03 万元
主营业务	智能扫地机器人、吸尘器的生产和制造
经营规模	2022 年度营业收入约为 8 亿元
股权结构	陈金义持股 46.93%，陈逢元持股 16.11%，夏建雄持股 12.87%，达晨创鸿持股 8.61%、财智创赢持股 0.18%
与公司合作历史	自 2019 年起开始合作
对公司采购量占其同类	90%以上

产品实际总采购量的比例	
是否与公司及其关联方、关键岗位人员、员工、前员工等是否存在关联关系、其他交易和资金往来、其他利益安排	否

注：相关信息来源于公开信息及访谈记录

(32) 宁波沃尔电器有限公司

公司名称	宁波沃尔电器有限公司
成立时间	2004 年
注册资本	200 万元
主营业务	吸尘器等清洁产品的生产、销售
经营规模	2022 年营业收入约 1 亿元
股权结构	宁波远东制模有限公司持有 36.00%股权，唐建明持有 30.00%股权、陈天游持有 18.00%股权、唐厅持有 6.00%股权、章新耀持有 5.00%股权、胡奕冰持有 5.00%股权
与公司合作历史	自 2012 年起开始合作
对公司采购量占其实际总采购量的比例	约 90%
是否与公司及其关联方、关键岗位人员、员工、前员工等是否存在关联关系、其他交易和资金往来、其他利益安排	否

注：相关信息来源于公开信息及访谈记录

(33) LG Electronics Vietnam Co Ltd

公司名称	LG Electronics Vietnam Co Ltd
成立时间	2013 年
注册资本	公开渠道未查询到
主营业务	电子产品、洗衣机、真空吸尘器和汽车设备的生产制造
经营规模	2022 财年集团实现营业收入 83.47 万亿韩元（折合人民币约 4,351.34 亿元）
股权结构	LG Electronics Inc. 持有 100%股权
与公司合作历史	自 2013 年起开始合作
对公司采购量占其实际	约 100%

总采购量的比例	
是否与公司及其关联方、关键岗位人员、员工、前员工等是否存在关联关系、其他交易和资金往来、其他利益安排	否

注：相关信息来源于公开信息及访谈记录
(34) 江苏亿美电器有限公司

公司名称	江苏亿美电器有限公司
成立时间	2011 年
注册资本	10,800 万元
主营业务	气泵、水泵等产品的生产和销售
经营规模	2022 年销售收入约 3 亿元
股权结构	刘应安持有 51.00%股权，刘应家持有 49.00%股权
与公司合作历史	自 2016 年起开始合作
对公司采购量占其实际总采购量的比例	约 80-90%
是否与公司及其关联方、关键岗位人员、员工、前员工等是否存在关联关系、其他交易和资金往来、其他利益安排	否

注：相关信息来源于公开信息及访谈记录
(35) PT Selaras Donlim Indonesia

公司名称	PT Selaras Donlim Indonesia
成立时间	2019 年
注册资本	公开渠道未查询到
主营业务	研发、设计、生产、销售家用电器
经营规模	2022 年度营业收入为 3,179.12 亿印尼卢比（折合人民币约为 1.44 亿元）
股权结构	新宝股份持有 45%股权，PT SELARAS CITRA NUSANTARA PERKASA 持有 55%股权
与公司合作历史	自 2020 年起开始合作
对公司采购量占其实际总采购量的比例	约 90%
是否与公司及其关联	否

方、关键岗位人员、员工、前员工等是否存在关联关系、其他交易和资金往来、其他利益安排	
---	--

注：相关信息来源于公开信息、中信保出具的资信调查报告及访谈记录
(36) 苏州地贝电器科技有限公司

公司名称	苏州地贝电器科技有限公司
成立时间	2007 年
注册资本	2,500 万元
主营业务	吸尘器的生产和销售
经营规模	2022 年度实现营业收入约 2.2 亿元
股权结构	陈海永持有 51% 股权，陈海涛持有 49% 股权
与公司合作历史	自 2018 年起开始合作
对公司采购量占其实际总采购量的比例	约 100%
是否与公司及其关联方、关键岗位人员、员工、前员工等是否存在关联关系、其他交易和资金往来、其他利益安排	否

注：相关信息来源于公开信息及访谈记录
(37) 无锡睿澜智能科技有限公司

公司名称	无锡睿澜智能科技有限公司（曾用名：无锡睿米信息技术有限公司）
成立时间	2015 年
注册资本	1,000 万元
主营业务	清洁家电的研发、生产和销售
经营规模	2022 年实现营业收入约 6 亿元
股权结构	王志强持有 60.04% 股权，无锡睿赢股权投资合伙企业（有限合伙）持有 15% 股权
与公司合作历史	自 2017 年起开始合作
对公司采购量占其实际总采购量的比例	约 100%
是否与公司及其关联方、关键岗位人员、员工、前员工等是否存在	否

关联关系、其他交易和资金往来、其他利益安排	
-----------------------	--

注：相关信息来源于公开信息及访谈记录
(38) 永康市杰诺工贸有限公司

公司名称	永康市杰诺工贸有限公司
成立时间	2005 年
注册资本	10,000 万元
主营业务	吸尘器等清洁电器产品的生产和销售
经营规模	2022 年度实现营业收入约 2 亿元
股权结构	杭州所罗巴伯科技有限公司持有 90%股权
与公司合作历史	自 2014 年起开始合作
对公司采购量占其实际总采购量的比例	约 70%
是否与公司及其关联方、关键岗位人员、员工、前员工等是否存在关联关系、其他交易和资金往来、其他利益安排	否

注：相关信息来源于公开信息及访谈记录
(39) 东莞翌荣电器有限公司

公司名称	东莞翌荣电器有限公司
成立时间	2018 年
注册资本	300 万美元
主营业务	吸尘器、咖啡机等清扫厨用小家电的生产和销售
经营规模	2022 年度实现销售收入约 4 亿元
股权结构	光荣电业有限公司持有 100%股权
与公司合作历史	自 2020 年起开始合作
对公司采购量占其实际总采购量的比例	交流串激电机产品约 100%，直流无刷电机产品约 50%
是否与公司及其关联方、关键岗位人员、员工、前员工等是否存在关联关系、其他交易和资金往来、其他利益安排	否

注：相关信息来源于公开信息及访谈记录

(五) 结合香港 CDS 经营情况，其产品最终销售的毛利率情况，该业务占其本身业务的比重等，量化分析交易的公允性

香港 CDS 成立于 2018 年 12 月，系实际控制人朱云舫控制的企业，原计划作为公司境外销售平台，从事境外业务拓展。存续期间，主要业务为从公司处采购电机产品，并向境外客户销售。香港 CDS 存续期间，仅在 2019 年 9 月-12 月期间开展业务，累计销售电机 20.23 万台，销售收入 132.55 万美元，销售成本 119.29 万美元，毛利 13.27 万美元，毛利率 10.01%，由于实际运营时间较短，存续期间运营费用约 0.42 万美元，产品最终销售的毛利率为 9.69%。

香港 CDS 存续期间，除上述业务外，不存在其他实质性业务，上述业务占其本身业务的比重为 100.00%。

综上，香港 CDS 电机销售业务占其本身业务的比重为 100.00%，且全部从公司处采购，对公司存在一定的依赖。公司向其销售的微特电机产品以市场价格的九折进行销售，主要系考虑其境外经营的合理费用，价格公允。为了规范和减少关联交易，2020 年开始，双方已不再发生交易，香港 CDS 已于 2021 年 7 月 2 日完成注销手续。

(六) 采购样机与普通产品的差异，价格较高的合理性

样机一般是开发部门为满足客户对产品性能参数提升、产品设计改良等要求而制作，可以用以检查和评估产品的设计、工艺和性能等，能够帮助客户公司在正式下单前及时发现和解决问题，减少后期成本和风险。样机产品具有小批量的特点，单个订单的数量一般较少。而普通产品由于已通过客户测试，具备批量生产的条件，单个订单的数量较高。

样机与普通产品的定价方式存在一定的差异，具体如下：1. 对于交流串激电机、直流有刷电机，该类产品生产工艺相对成熟，对于已经与公司长时间合作、关系较为稳定的老客户，在样机下单数量较少的情况下，公司一般不收取费用，在样机下单数量较多的情况下，参照同类普通产品的定价方式确定样机价格；对于刚开始进行合作的新客户，公司一般参照同类普通产品的定价方式确定样机价格；2. 对于直流无刷电机，该类产品生产工艺相对复杂，制造成本相对较高，样机价格一般要高于同类普通产品的价格；3. 由于公司电机产品具有定制化的

特征，部分样机产品需要单独制作手板，且手板制作成本相对较高，导致样机价格较高。

2019 年度，公司与乐生智能开始合作，向其销售直流无刷电机样机 49 个，单价 200 元（含税），定价方式与公司样机定价政策一致，价格较高具有合理性。

（七）计入长期待摊费用和固定资产的装修费差异，装修费计入固定资产核算是否符合《企业会计准则》的要求

1. 计入长期待摊费用和固定资产的装修费差异

报告期内，公司计入长期待摊费用和固定资产的装修费金额如下：

单位：万元			
项 目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
长期待摊费用-装修费	519.84	435.61	199.16
固定资产-装修费账面余额	182.52	182.52	182.52

公司计入长期待摊费用的装修费系因生产需求租入厂房发生的装修费用，而计入固定资产的装修费为自有房产的装修费用。

2. 装修费计入固定资产核算是否符合《企业会计准则》的要求

报告期内，公司计入固定资产核算的装修费主要为 PCBA 板车间静电防尘需要而发生的更新改造支出，PCBA 板生产车间的装修在 PCBA 板的生产过程中保持其原有形态，与其他固定资产协同创造经济利益的流入且该装修费的成本能够可靠计量。根据《企业会计准则第 4 号—固定资产》规定：与固定资产有关的后续支出，符合本准则第四条规定的确认条件的（与该固定资产有关的经济利益很可能流入企业且该固定资产的成本能够可靠地计量），应当计入固定资产成本，故公司装修费计入固定资产核算符合《企业会计准则》的要求。

（八）计入固定资产的装修费对应的固定资产类型，装修费与对应固定资产使用年限是否对应，按 5 年摊销依据的充分性

报告期内，公司计入固定资产的装修费对应的固定资产类型为房屋建筑物。

公司房屋建筑物的折旧年限为 20 年，装修费按照 5 年摊销系公司基于车间装修的可受益年限以及预计业务规模扩大后更新改造进行的合理估计，按 5 年摊销依据充分。

（九）装修费的主要构成，涉及的供应商情况，是否存在将费用化支出资本化的情况

1. 计入固定资产的装修费

计入固定资产的装修费的主要构成及供应商情况如下：

单位：万元

供应商	金额	用途
苏州亨达洋静电技术有限公司	146.56	车间静电防尘

2. 计入长期待摊费用的装修费

报告期内，计入长期待摊费用的装修费主要构成及供应商情况如下：

(1) 2022 年度

单位：万元

供应商	金额	用途
姑苏区昌平装饰经营部	109.05	地坪施工等工程
苏州市北桥锅炉设备安装有限公司	63.99	水电气等安装工程

(2) 2021 年度

单位：万元

供应商	金额	用途
苏州市北桥锅炉设备安装有限公司	163.87	水电气等安装工程
南通市雄旭装饰工程有限公司	87.91	厂区布局改造和维修等工程
昆山天享成建材有限公司	80.98	地坪施工等工程

(3) 2020 年度

单位：万元

供应商	金额	用途
苏州亨达洋静电技术有限公司	207.34	车间静电空调及加湿工程
苏州三堂装饰工程有限公司	206.92	消防改造工程
南通市雄旭装饰工程有限公司	54.28	厂区布局改造和维修等工程

公司装修费主要为自有房产和租赁房产的装修改造支出，符合资本化条件，不存在将费用化支出资本化的情况。

(十) 核查程序和核查意见

1. 核查程序

针对上述情况，我们实施了如下核查程序：

- (1) 查阅公司向税务部门缴纳滞纳金资料；
- (2) 访谈公司采购业务负责人，了解公司硅钢外协加工定转子铁芯的业务流

程，检查相应的会计处理和资金流转等；

(3) 对现金流量表补充资料项目进行检查和复核；

(4) 获取报告期内公司的收入明细表，了解客户总体分布情况；

(5) 访谈公司除前五大客户之外的其他主要客户，了解其成立时间、注册资本、主营业务、经营规模、股权结构、与公司的合作历史，对公司采购量占其实际总采购量的比例，与公司及其关联方、关键岗位人员、员工、前员工等是否存在关联关系、其他交易和资金往来、其他利益安排等信息；

(6) 获取公司对香港 CDS 的销售明细以及香港 CDS 实现终端销售的销售明细，查阅客户订单、发票、报关单、装箱单等单据，核实交易的真实性，并分析香港 CDS 的毛利情况及业务比重；

(7) 访谈公司开发部相关人员，了解样机的生产过程、定价原则及其与普通产品的差异；

(8) 获取公司样机销售清单，对比分析样机销售单价与普通产品销售单价的差异情况；

(9) 获取固定资产盘点表，实地检查重要固定资产，关注固定资产的使用状态；

(10) 检查资产相关的采购合同、发票等资料，抽查测试其入账价值及会计处理是否正确。

2. 核查意见

经核查，我们认为：

(1) 公司滞纳金主要系自查补缴的企业所得税、个人所得税所形成的；

(2) 对于硅钢外协加工定转子铁芯业务，公司采用互开票且全额进行货款结算的方式，公司按照外协加工的实质还原了相关的资产负债表和利润表科目，但现金流量表中公司遵循“现金流量应当分别按照现金流入和现金流出总额列报”原则进行总额列报；

(3) 现金流量表补充资料中其他项目系股份支付费用、专项储备余额变动和房租减免；

(4) 报告期各期前十大客户与公司及其关联方、关键岗位人员、员工、前员工等不存在关联关系、其他交易和资金往来、其他利益安排；

(5) 香港 CDS 存续期间, 仅在 2019 年 9 月-12 月期间开展业务, 累计销售电机 20.23 万台, 销售收入 132.55 万美元, 销售成本 119.29 万美元, 毛利 13.27 万美元, 毛利率 10.01%, 由于实际运营时间较短, 存续期间运营费用约 0.42 万美元, 产品最终销售的毛利率为 9.69%, 该业务占香港 CDS 的经营比例为 100.00%, 考虑其境外经营费用, 该项业务交易定价公允;

(6) 样机与普通产品的定价方式存在一定的差异, 公司销售样机价格较高具有合理性;

(7) 报告期内, 公司自有房产装修费用计入固定资产核算符合《企业会计准则》的要求;

(8) 报告期内, 公司计入固定资产的装修费按 5 年摊销依据充分;

(9) 报告期内, 公司装修费主要为自有房产和租赁房产的装修改造支出, 符合资本化条件, 不存在将费用化支出资本化的情况。

专此说明, 请予察核。

天健会计师事务所(特殊普通合伙)



中国注册会计师:

钱仲



中国注册会计师:

曹毅



二〇二三年五月二十四日