

# 浙江力玄运动科技股份有限公司

## 和华泰联合证券有限责任公司

### 《关于浙江力玄运动科技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》之回复报告

#### 上海证券交易所：

浙江力玄运动科技股份有限公司（以下简称“公司”、“发行人”或“力玄运动”）收到贵所于 2023 年 3 月 17 日下发的《关于浙江力玄运动科技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）207 号）（以下简称“《问询函》”），公司已会同华泰联合证券有限责任公司（以下简称“华泰联合证券”、“保荐机构”）、浙江天册律师事务所（以下简称“律师”）、天健会计师事务所（特殊普通合伙）（以下简称“会计师”）进行了认真研究和落实，并按照问询函的要求对所涉及的事项进行了资料补充和问题回复，现提交贵所，请予以审核。

除非文义另有所指，本问询函回复中的简称与《浙江力玄运动科技股份有限公司首次公开发行股票并在主板上市招股说明书（申报稿）》（以下简称“招股说明书”）中的释义具有相同涵义。

本问询函回复的字体说明如下：

问询函所列问题	黑体
对问询函所列问题的回复	宋体
对招股说明书的补充披露、修改	楷体、加粗

本问询函回复部分表格中单项数据加总数与表格合计数可能存在微小差异，均因计算过程中的四舍五入所形成。

## 目录

问题 1、关于力玄健康、宁波昌隆.....	3
问题 2、关于对赌协议.....	30
问题 3、关于客户集中及诺德士.....	38
问题 4、关于经营业绩波动.....	84
问题 5、关于关联交易.....	101
问题 6、关于外协加工情况.....	122
问题 7、关于收入确认.....	129
问题 8、关于股份支付.....	140
问题 9、关于财务内控不规范情形.....	147
问题 10、其他事项.....	160

## 问题 1、关于力玄健康、宁波昌隆

### 1.1 关于合规性

根据申报材料，（1）在发行人设立前，实际控制人控制的业务及资产主要分布于力玄健康和宁波昌隆，实际控制人吴银昌、吴彬境外投资设立银座国际和萨摩亚银座，分别持有宁波昌隆 100%股权、力玄健康 49%股权；（2）实际控制人之所以选择新设公司作为拟上市主体而非选择原业务经营主体，主要系投资设立银座国际和萨摩亚银座时，未办理自然人境外投资外汇登记手续，而后在《国家外汇管理局关于境内居民通过特殊目的公司境外投融资及返程投资外汇管理有关问题的通知》（以下简称“37 号文”）生效后，仍未补办自然人境外投资外汇登记手续；公开信息显示，力玄健康和宁波昌隆涉及多起诉讼案件。

请发行人说明：（1）吴银昌、吴彬在未办理自然人境外投资外汇登记手续的情形下，向银座国际和萨摩亚银座出资以及进行返程投资的合法合规性，是否违反《中华人民共和国外汇管理条例》《外国投资者境内直接投资外汇管理规定》《国家外汇管理局关于进一步简化和改进直接投资外汇管理政策的通知》《资本项目外汇业务指引》等外汇管理规定；（2）37 号文生效后，吴银昌、吴彬仍未补办自然人境外投资外汇登记手续的原因、合法合规性、是否存在补办障碍；未办理自然人境外投资外汇登记手续事项是否对于原经营主体股权转让造成重大障碍；（3）力玄健康和宁波昌隆所涉及案件具体情况、目前进展、是否涉及重大违法违规行为、是否存在纠纷或潜在纠纷、发行人是否需承担法律责任。

请保荐机构、发行人律师、申报会计师说明核查依据、过程，并发表明确核查意见。

回复：

一、吴银昌、吴彬在未办理自然人境外投资外汇登记手续的情形下，向银座国际和萨摩亚银座出资以及进行返程投资的合法合规性，是否违反《中华人民共和国外汇管理条例》《外国投资者境内直接投资外汇管理规定》《国家外

汇管理局关于进一步简化和改进直接投资外汇管理政策的通知》《资本项目外汇业务指引》等外汇管理规定

(一) 吴银昌、吴彬投资银座国际和萨摩亚银座以及进行返程投资未违反《外商投资企业外汇登记管理暂行办法》《外国投资者境内直接投资外汇管理规定》《国家外汇管理局关于进一步简化和改进直接投资外汇管理政策的通知》等对外国投资者境内直接投资外汇登记管理的相关规定

根据吴银昌、吴彬投资银座国际和萨摩亚银座以及返程投资宁波昌隆、力玄健康期间所适用的《外商投资企业外汇登记管理暂行办法》（1996年7月生效，2013年5月废止）、《外国投资者境内直接投资外汇管理规定》（2013年5月生效）、《国家外汇管理局关于进一步简化和改进直接投资外汇管理政策的通知》（以下简称“13号文”，2015年6月生效）的相关规定，宁波昌隆作为外资企业、力玄健康作为中外合资经营企业，设立后应在注册地外汇局办理外汇登记手续并取得外汇登记证，领取外汇登记证后发生转让、增资等情况，应当在办理工商登记后及时将有关材料送外汇局备案并申请更换外汇登记证，宁波昌隆和力玄健康应就外国投资者的出资及权益情况在外汇局办理登记（13号文生效后，取消境内外直接投资项下外汇登记核准，改由银行按照13号文及其附件直接审核办理境内外直接投资项下外汇登记，外汇局通过银行对直接投资外汇登记实施间接监管）。

吴银昌投资银座国际以及返程投资宁波昌隆涉及的外汇管理部门批准或确认的情况如下：

时间	具体情况	外国投资者对宁波昌隆出资资金来源	外汇管理部门的批准或确认情况
2002.9.18	利顺达电子（香港）有限公司（以下简称“香港利顺达”）独资设立宁波昌隆，注册资本200万美元，实缴出资0元 <sup>注</sup>	/	宁波昌隆已在国家外汇管理局慈溪市支局办理外汇登记手续并取得了证号为330282020044的外汇登记证
2002.9.27	香港利顺达对宁波昌隆实缴出资72万美元，合计实缴出资72万美元	通过境外借款筹措，并以宁波昌隆	慈溪弘正会计师事务所有限公司对本次实缴出资进行审验时获得国家外汇管理局慈溪市支局出具的X330282020045《外方出资情况询证函回函》，确认外方股东出资情况

时间	具体情况	外国投资者对宁波昌隆出资资金来源	外汇管理部门的批准或确认情况
2003.7.22	香港利顺达对宁波昌隆实缴出资 78 万美元，合计实缴出资 150 万美元	分红归还该等借款	慈溪弘正会计师事务所有限公司对本次实缴出资进行审验时获得国家外汇管理局慈溪市支局出具的 X330282030097《外方出资情况询证函回函》，确认外方股东出资情况
2004.9.16	香港利顺达对宁波昌隆实缴出资 50 万美元，合计实缴出资 200 万美元		由于年代久远且宁波昌隆已注销，未能提供本次实缴的外管批准或确认文件，但 2007 年国家外汇管理局慈溪市支局批准宁波昌隆股权转让时的相关文件上写明宁波昌隆股东对宁波昌隆的现汇出资额为 200 万美元
2004.10.18	吴银昌独资设立银座国际	/	吴银昌于 2007 年 5 月 24 日在国家外汇管理局慈溪市支局办理了自然人境外投资外汇登记
2007.4.17	香港利顺达将其持有的宁波昌隆 100% 股权转让给银座国际	/	2007 年 5 月 24 日，宁波昌隆就本次股权转让在国家外汇管理局慈溪市支局办理了备案并取得了更新后的外汇登记证

注：香港利顺达持有的宁波昌隆股权系代吴银昌持有。2002 年，吴银昌拟在慈溪当地设立企业生产塑胶件，委托其远表亲张日明控制的香港利顺达代其设立并持有宁波昌隆股权。2007 年，香港利顺达受吴银昌委托将其替吴银昌持有的宁波昌隆股权转让给吴银昌全资控股的银座国际，双方之间解除代持安排。各方就前述代持行为及解除代持安排均予以认可，确认不存在任何争议或潜在纠纷。

吴彬投资萨摩亚银座以及返程投资力玄健康涉及的外汇管理部门批准或确认的情况如下：

时间	具体情况	外国投资者对力玄健康出资资金来源	外汇管理部门的批准或确认情况
2012.10.31	吴彬独资设立萨摩亚银座	/	吴彬设立萨摩亚银座及返程投资力玄健康未办理自然人境外投资外汇登记手续
2012.11.27	宁波昌隆与萨摩亚银座合资设立力玄健康，萨摩亚银座持股 49%，萨摩亚银座实缴出资 0 元	/	力玄健康已在国家外汇管理局慈溪市支局办理外汇登记手续并取得了外汇登记证
2012.12.25、 2012.12.27	萨摩亚银座对力玄健康实缴出资 5,865.9954 万元，萨摩亚银座合计实缴出资 5,865.9954 万元	一部分为宁波昌隆向银座国际分红后，萨摩亚银座从银座国际的借款；一部分为	慈溪弘正会计师事务所有限公司对本次实缴出资进行审验时获得国家外汇管理局慈溪市支局出具的 3302822012000087《询证回函》，确认萨摩亚银座出资情况。
2013.12	力玄健康股东同比例增资，萨摩亚银座对力玄健康实缴出资	通过境外借款筹措，并归还至境外出借人指定的境内收	力玄健康就本次增资在国家外汇管理局慈溪市支局办理了备案。根据慈溪弘正会计师事务所有限公司出具的慈弘会验字（2013）第 516 号《验资报告》，慈

时间	具体情况	外国投资者对力玄健康出资资金来源	外汇管理部门的批准或确认情况
	3,042.2046 万元，萨摩亚银座合计实缴出资 8,908.20 万元	款人	溪弘正会计师事务所有限公司已就萨摩亚银座本次出资情况向国家外汇管理局慈溪市支局发函询证，并于 2013 年 12 月 19 日收到该局确认函。

如上表所示，吴银昌、吴彬设立的银座国际、萨摩亚银座作为外国投资者对宁波昌隆和力玄健康的设立、历次出资、股权转让或增资均已取得注册地的国家外汇管理局慈溪市支局的批准或确认，未违反《外商投资企业外汇登记管理暂行办法》《外国投资者境内直接投资外汇管理规定》《国家外汇管理局关于进一步简化和改进直接投资外汇管理政策的通知》等外汇法律、法规和规范性文件对外国投资者境内直接投资外汇登记管理的相关规定。

## （二）吴彬在 37 号文生效后未补办自然人境外投资外汇登记手续等情形不符合 37 号文等外汇管理规定

吴银昌于 2004 年境外投资设立银座国际时，《关于境内居民通过境外特殊目的公司融资及返程投资外汇管理有关问题的通知》（以下简称“75 号文”，2005 年 11 月 1 日起实施，2014 年 7 月 4 日废止）、《国家外汇管理局关于境内居民通过特殊目的公司境外投融资及返程投资外汇管理有关问题的通知》（以下简称“37 号文”，2014 年 7 月 4 日起实施）尚未生效。75 号文生效后，银座国际不属于 75 号文中定义的“特殊目的公司”（根据 75 号文，“特殊目的公司”是指境内居民法人或境内居民自然人以其持有的境内企业资产或权益在境外进行股权融资（包括可转换债融资）为目的而直接设立或间接控制的境外企业），因此吴银昌无需根据 75 号文第八条的规定“本通知实施前，境内居民已在境外设立或控制特殊目的公司并已完成返程投资，但未按规定办理境外投资外汇登记的，应按照本通知规定于 2006 年 3 月 31 日前到所在地外汇局补办境外投资外汇登记”补办自然人境外投资外汇登记手续。

经保荐机构及发行人律师提供《问询函》并告知《问询函》中涉及的外汇登记相关问题，国家外汇管理局慈溪市支局同意调取相关企业及自然人纸质外汇登记文件，保荐机构及发行人律师据此调取了纸质的《境内居民个人境外投资外汇登记表》并向国家外汇管理局慈溪市支局确认，确认 2007 年 4 月香港利

顺达将其持有的宁波昌隆 100%股权转让给银座国际后，在办理与本次股权转让有关的外汇手续时，吴银昌同步办理了境内居民个人境外投资外汇登记手续，但由于该事项发生较早，国家外汇管理机构系统中未能查到吴银昌就其投资银座国际以及进行返程投资办理自然人境外投资外汇登记手续的电子记录。由于上述办理自然人境外投资外汇登记事项时间太过久远，吴银昌忘记其办理过该外汇登记手续，因此之前接受中介机构访谈时告知其境外投资设立银座国际以及进行返程投资未办理过自然人境外投资外汇登记手续，非故意隐瞒。

吴彬于 2012 年境外投资设立萨摩亚银座时，37 号文尚未生效，萨摩亚银座不属于 75 号文中定义的“特殊目的公司”，吴彬无需根据 75 号文办理自然人境外投资外汇登记手续。吴彬在 37 号文生效后至今未补办自然人境外投资外汇登记手续，且其投资萨摩亚银座以及返程投资力玄健康期间存在境外借款及境内人民币还款，不符合 37 号文、《中华人民共和国外汇管理条例》以及《资本项目外汇业务指引》等外汇管理规定。

**（三）主管机构已对吴彬、吴银昌设立境外企业并返程投资相关外汇问题予以确认，上述行为不属于重大违法违规行为，不会对发行人本次发行上市构成实质性障碍**

慈溪市人民政府召集慈溪市商务局、慈溪市金融发展服务中心、国家外汇管理局慈溪市支局等单位有关负责人就发行人实际控制人有关外汇事项召开了协调会议（以下简称“协调会议”），并于 2023 年 3 月 31 日形成《浙江力玄运动科技股份有限公司有关外汇事项的协调会议纪要》（“《会议纪要》”）。根据《会议纪要》，吴彬设立境外企业萨摩亚银座并返程投资未办理境内自然人境外投资外汇登记手续，相关资金涉及境外外汇借款、境内人民币还款，鉴于目前萨摩亚银座、力玄健康均已注销，吴彬境外投资及返程投资行为目前无法补办自然人境外投资外汇登记手续，上述境外投资及返程投资行为距今已近十年，相关行为未造成严重后果，根据《行政处罚法》及《国家外汇管理局行政处罚办法》相关规定，上述境外投资、返程投资及外汇相关问题不构成重大违法违规行为，且时间间隔较长，市级相关部门不对上述企业及自然人予以处罚及追究。

鉴于：（1）截至本回复报告出具日，萨摩亚银座、力玄健康均已注销；

(2) 根据《会议纪要》并经咨询当地国家外汇管理机构，吴彬投资萨摩亚银座及返程投资的该类事项目前暂不予补办自然人境外投资外汇登记手续；(3) 上述境外投资及返程投资事宜距今已近十年且相关行为未造成严重后果；(4) 吴彬、力玄健康未因境外投资及返程投资事宜受到行政处罚；(5) 《会议纪要》已确认吴彬境外投资及返程投资未办理境内自然人境外投资外汇登记手续及相关资金涉及境外外汇借款境内人民币还款事项不构成重大违法违规行为，主管部门不对上述企业及自然人予以处罚及追究。

因此，吴彬在未办理自然人境外投资外汇登记手续的情形下，投资萨摩亚银座以及进行返程投资，不符合 37 号文、《中华人民共和国外汇管理条例》《资本项目外汇业务指引》等外汇管理规定，但不属于重大违法违规行为，不会对发行人本次发行上市构成实质性障碍。

综上所述，(1) 吴银昌、吴彬投资银座国际和萨摩亚银座以及进行返程投资，未违反《外商投资企业外汇登记管理暂行办法》《外国投资者境内直接投资外汇管理规定》《国家外汇管理局关于进一步简化和改进直接投资外汇管理政策的通知》等外汇法律、法规和规范性文件对外国投资者境内直接投资外汇登记管理的相关规定；(2) 吴银昌投资银座国际以及进行返程投资已办理自然人境外投资外汇登记手续，吴彬在未办理自然人境外投资外汇登记手续的情形下，投资萨摩亚银座以及进行返程投资，违反 37 号文、《中华人民共和国外汇管理条例》《资本项目外汇业务指引》等外汇管理规定，但不属于重大违法违规行为，不会对发行人本次发行上市构成实质性障碍。

**二、37 号文生效后，吴银昌、吴彬仍未补办自然人境外投资外汇登记手续的原因、合法合规性、是否存在补办障碍；未办理自然人境外投资外汇登记手续事项是否对于原经营主体股权转让造成重大障碍**

**(一) 37 号文生效后，吴银昌、吴彬仍未补办自然人境外投资外汇登记手续的原因、合法合规性、是否存在补办障碍**

如上所述，吴银昌已于2007年银座国际收购香港利顺达持有的宁波昌隆100%股权时办理了自然人境外投资外汇登记手续。为吴银昌办理境外投资外汇登记手续的受托人（为宁波昌隆员工）在萨摩亚银座和力玄健康设立时已退休，而



吴彬及其他人当时对外汇登记相关法律、法规和规范性文件缺乏了解，因此37号文生效后吴彬未意识到需要就其境外投资萨摩亚银座的行为向外汇局办理补登记，未立刻补办自然人境外投资外汇登记手续非故意所为。待吴彬了解到需要就其境外投资行为补办外汇登记手续并向外汇局咨询时，该等情形暂时已无法补办自然人境外投资外汇登记手续。

37号文生效后吴彬仍未补办自然人境外投资外汇登记手续不符合37号文的相关规定，但不属于重大违法违规行为，不会对发行人本次发行上市构成实质性障碍。具体分析详见本回复报告上文第一小题回复。

根据《会议纪要》并经咨询当地国家外汇管理机构，目前该类自然人境外投资事宜暂不予补办自然人境外投资外汇登记手续，吴彬境外投资事宜暂时无法补办自然人境外投资外汇登记手续。

## **（二）未办理自然人境外投资外汇登记手续事项是否对于原经营主体股权转让造成重大障碍**

力玄健康存续期间未发生过股权转让，宁波昌隆存续期间发生过一次股权转让，系2007年4月17日香港利顺达将其持有的宁波昌隆100%股权转让给银座国际。在办理与本次股权转让有关的外汇手续时，吴银昌同时办理了自然人境外投资外汇登记手续。本次股权转让已根据当时生效的法律、法规和规范性文件办理了相关手续，不存在因未办理自然人境外投资外汇登记手续事项而受到重大障碍的情形。

## **三、力玄健康和宁波昌隆所涉及案件具体情况、目前进展、是否涉及重大违法违规行为、是否存在纠纷或潜在纠纷、发行人是否需承担法律责任**

### **（一）力玄健康和宁波昌隆所涉及案件具体情况、目前进展**

宁波昌隆于2002年9月18日设立并于2021年9月1日注销，力玄健康于2012年11月27日设立并于2021年7月7日注销。由于宁波昌隆、力玄健康存续期间较长且截至目前已经注销，目前已无法提供其存续期间所涉及案件的全部信息和资料。根据力玄健康和宁波昌隆所在地的慈溪市人民法院和宁波市中级人民法院的查证结果和在中国裁判文书网（<https://wenshu.court.gov.cn/>）、中国执行信息公开网（<http://zxgk.court.gov.cn/>）、中国庭审公开网

(<http://tingshen.court.gov.cn/>)、人民法院公告网 (<https://rmfygg.court.gov.cn/>)、企查查 (<https://www.qcc.com/>) 等网站进行网络核查记录并结合两家公司原管理人员提供的资料, 两家公司涉及的作为诉讼当事人的案件具体情况及目前进展如下:

### 1、力玄健康

序号	案由	案号	诉讼当事人	背景与诉讼请求	诉讼结果	目前进展
1	侵权纠纷	(2016)浙0282民初3849号	原告: 刘正兴; 被告: 力玄健康、刘玉洋; 第三人: 常州市神猴焊丝有限公司	原告系货运公司驾驶员, 将第三人货物运至力玄健康厂区后协助卸货过程中因力玄健康员工操作不慎受伤, 起诉要求力玄健康赔偿原告医疗费、住院伙食补助费、护理费、营养费、误工费、后续治疗费、鉴定费等合计 87,083.2 元并承担诉讼费用。若法院认为应由被告刘玉洋或第三人承担赔偿责任, 则要求第三人承担上述赔偿责任	慈溪市人民法院于 2016 年 9 月 22 日作出 (2016) 浙 0282 民初 3849 号《民事判决书》, 判决: 1) 力玄健康赔偿原告医疗费、误工费、护理费、营养费、住院伙食补助费等合计 48,841.55 元的 20%, 计 9,768.31 元; 2) 第三人赔偿原告医疗费、误工费、护理费、营养费、住院伙食补助费等合计 48,841.55 元的 50%, 计 24,420.78 元; 3) 驳回原告其余诉讼请求; 4) 受理费 1,977 元, 力玄健康承担 199 元, 鉴定费 1,170 元, 力玄健康承担 118 元	已结案
2	民间借贷纠纷	(2016)浙0282民初6666号	原告: 力玄健康; 被告: 应国浩	被告向力玄健康借款到期未还, 力玄健康起诉要求被告立即归还借款 25 万元, 支付年利率 6% 的利息并承担诉讼费用	慈溪市人民法院于 2016 年 8 月 10 日作出 (2016) 浙 0282 民初 6666 号《民事判决书》, 判决: 1) 被告归还力玄健康借款 25 万元, 并支付年利率 6% 的利息损失; 2) 诉讼费用由被告承担	已结案
3	不当得利纠纷	(2017)浙0282民初3227号	原告: 力玄健康; 被告: 陈杰	被告是力玄健康的员工, 力玄健康在向案外人支付另一案的执行款时误将该款项打入了被告账户, 起诉要求被告返还款项 7,050 元、支付相应利息并承担诉讼费用	慈溪市人民法院于 2017 年 4 月 12 日作出 (2017) 浙 0282 民初 3227 号《民事裁定书》, 准许力玄健康撤回起诉	已结案
4	提供劳务者受害责任纠纷	(2018)浙0282民初13908号	原告: 强国华; 被告: 力玄健康、陈焕挺	原告受被告陈焕挺雇佣到力玄健康厂房进行拆除高空风机作业不幸受伤, 起诉要求两被告共同赔偿医疗费、误工费等各项费用共计 153,769 元并承担诉讼费用	慈溪市人民法院于 2018 年 12 月 27 日作出 (2018) 浙 0282 民初 13908 号《民事调解书》, 当事人经调解达成如下协议: 1) 原告同意力玄健康赔偿医疗费、误工费等各项损失合计 95,500 元 (不包括已支付的 29,000 元); 2) 原告自	已结案

序号	案由	案号	诉讼当事人	背景与诉讼请求	诉讼结果	目前进展
					愿放弃其余诉讼请求；3) 上述款项履行完毕后原告与被告就本次事故再无其他争议；4) 诉讼费用由力玄健康承担	
5	不服行政行为	(2018)浙0282行初43号、(2018)浙02行终277号	一审原告、二审上诉人：力玄健康；一审被告、二审被上诉人：慈溪市人力资源和社会保障局；第三人：孙月洪	力玄健康不服被告作出的认定第三人事故为工伤的决定，起诉请求判令撤销被告作出的编号为慈人社工认080468568号《认定工伤决定书》	慈溪市人民法院于2018年6月28日作出(2018)浙0282行初43号《行政判决书》，判决驳回力玄健康的诉讼请求。力玄健康不服上述判决，向宁波市中级人民法院提起上诉。宁波市中级人民法院于2018年9月20日作出(2018)浙02行终277号《行政判决书》，判决驳回上诉，维持原判	已结案
6	不服行政行为	(2019)浙0282行初1号	原告：力玄健康；被告：慈溪市人力资源和社会保障局；第三人：邱银川	力玄健康不服被告作出的认定第三人伤残事故为工伤的决定，起诉请求判令撤销被告于2018年9月20日作出编号为5833912096《认定工伤决定书》	慈溪市人民法院于2019年2月11日作出(2019)浙0282行初1号《行政判决书》，判决驳回力玄健康的诉讼请求	已结案

## 2、宁波昌隆

序号	案由	案号	诉讼当事人	背景与诉讼请求	诉讼结果	目前进展
1	申请公示催告	(2005)慈催字第15号	申请人：宁波昌隆	申请对相关汇票向有关单位发出停止支付通知书并公告，期间转让该票据权利的行为无效	慈溪市人民法院于2005年5月31日作出(2005)慈催字第15号《民事判决书》，宣告号码为03479531的银行承兑汇票无效，自判决公告之日起宁波昌隆有权向支付人请求支付	已结案
2	人身损害赔偿纠纷	2006慈民一初字第03222号	原告：李辉；被告：宁波昌隆	原告从上海为宁波昌隆运送钢管，在宁波昌隆处在车上帮助吊车作业时受伤，起诉要求宁波昌隆赔偿原告医疗费、误工费、护理费、车旅费等合计9,763.4元并承担诉讼费用	当事人经慈溪市人民法院调解达成如下协议：1) 宁波昌隆赔偿原告医疗费、误工费等经济损失共计5,000元(款当庭履行)；2) 其余请求原告自愿放弃；3) 诉讼费由宁波昌隆负担	已结案
3	买卖合同货款纠纷	(2008)慈民二初字第394号	原告：南通亚科电子有限公司；被告：宁波昌隆	原告与宁波昌隆之间存在原告供宁波昌隆健身器材配件的业务关系，原告起诉要求宁波昌隆支付货款308,401元并承担诉讼费用	慈溪市人民法院于2008年4月7日出具(2008)慈民二初字第394号《民事调解书》，当事人经调解达成如下协议：1) 宁波昌隆支付原告货款308,401元，原告同意宁波昌隆于2008年4月22日前一次性支付原告293,000元，余款15,401元原告自愿放弃；2) 诉讼费由原告负担	已结案

序号	案由	案号	诉讼当事人	背景与诉讼请求	诉讼结果	目前进展
4	进出口代理合同纠纷	(2009)浙甬商外初字第130号、(2010)浙商外终字第23号	一审原告、二审上诉人：凯旋体育有限公司；一审被告、二审被上诉人：宁波昌隆	原告向宁波昌隆销售了跑步机及跑步机零部件若干，原告以宁波昌隆未给付货款余款为由，起诉请求判令宁波昌隆向原告支付跑步机和跑步机零部件货款136,500美元并承担诉讼费用	宁波市中级人民法院于2010年1月8日作出(2009)浙甬商外初字第130号《民事判决书》，判决驳回原告的诉讼请求。原告不服上述判决，向浙江省高级人民法院提起上诉。浙江省高级人民法院于2010年6月17日作出(2010)浙商外终字第23号《民事判决书》，判决驳回上诉，维持原判	已结案
5	承揽合同纠纷	(2009)浙甬商外初字第131号	原告：凯旋体育有限公司；被告：宁波昌隆	原告向宁波昌隆定作跑步机模具和力量型器械塑胶模具以后续合作生产和销售相关类型跑步机，后因双方无法继续合作，原告起诉请求判决宁波昌隆返还跑步机模具和力量型器械塑胶模具或者赔偿损失、返还原告模具及塑料产品21类或者赔偿损失	宁波市中级人民法院于2009年7月23日作出(2009)浙甬商外初字第131号《民事调解书》，双方经调解达成如下协议：1)原告向宁波昌隆支付模具开发费用14.8万元人民币；2)原告履行上述义务后宁波昌隆应返还原告相应跑步机模具和力量型器械塑胶模具，宁波昌隆负责将上述模具调试至正常使用；3)案件受理费由双方各半负担	已结案
6	委托合同纠纷	(2009)浙甬商外初字第132号	原告：凯旋体育有限公司；被告：宁波昌隆	原告与宁波昌隆达成协议，由宁波昌隆为原告客户提供维修，原告因此向被告发出了一套运动器材零部件并支付了港口税费，原告以宁波昌隆未履行约定为由，起诉请求判决宁波昌隆返还原告为客户提供售后服务所用的一套运动器材零部件或者赔偿损失、返还原告运动器材61类或者赔偿损失、赔偿通关税金6万元并承担诉讼费用	宁波市中级人民法院于2009年7月23日作出(2009)浙甬商外初字第132号《民事调解书》，双方经调解达成如下协议：1)宁波昌隆应返还原告凯旋运动器材61类(包括11类力量型机械，具体见被告进口报关材料中的货物型号和数量)；2)原告支付宁波昌隆垫付报关费用3,965.5元；3)案件受理费由双方各半负担	已结案
7	定作合同纠纷	2011甬慈商外初字第00032号	原告：宁波昌隆；被告：浙江恒耀实业有限公司	被告委托宁波昌隆制作椭圆机塑料件模具并加工生产产品给被告，宁波昌隆起诉要求被告支付模具定作报酬72.2万元并承担诉讼费用	当事人经慈溪市人民法院调解达成如下协议：1)被告给付宁波昌隆款项28万元(当庭履行)；2)本案讼争模具归被告所有(当庭履行)；3)宁波昌隆放弃其余诉讼请求；4)诉讼费用双方各半负担	已结案
8	劳动争议纠纷	(2013)甬慈民初字第1379号	原告：刘振泉；被告：宁波昌隆	原告是宁波昌隆的员工，在下班途中发生交通事故，起诉要求宁波昌隆支付一次性伤残补助金、工伤医疗补助金、伤残就业补助金、鉴定费、停工留	慈溪市人民法院于2014年2月10日作出(2013)甬慈民初字第1379号《民事判决书》，判决：1)宁波昌隆支付原告一次性伤残补助金等共计57,328.10元，并出具解除劳动合同的证明及失业	已结案

序号	案由	案号	诉讼当事人	背景与诉讼请求	诉讼结果	目前进展
				薪期工资、工伤医疗费、经济赔偿金 83,894 元、补缴 2012 年 12 月至 2013 年 5 月的社会保险、为原告出具解除劳动关系证明、社保终止单、失业人员登记证明书	人员登记证明书；2) 驳回原告的其余诉讼请求	
9	申请公示催告	(2014)甬慈催字第 235 号	申请人：宁波昌隆	申请宣告票据无效	慈溪市人民法院于 2014 年 9 月 24 日作出 (2014)甬慈催字第 235 号《民事判决书》，宣告号码为 10400052/24996838 的银行承兑汇票无效，自判决公告之日起宁波昌隆有权向支付人请求支付	已结案
10	网络购物合同纠纷	(2016)鲁 1602 民初 3037 号	原告：张娜娜；被告：宁波昌隆	网络购物合同纠纷	山东省滨州市滨城区人民法院于 2016 年 6 月 6 日作出 (2016)鲁 1602 民初 3037 号《民事裁定书》，准予原告撤回起诉	已结案
11	劳动争议纠纷	(2017)浙 0282 民初 12926 号	原告：候先碧；被告：宁波昌隆	原告是宁波昌隆的员工，在上班途中发生交通事故，起诉要求宁波昌隆赔偿一次性伤残补助金、一次性就业补助金、一次性医疗补助金、停工留薪期工资、鉴定费、医疗费、交通费、拖欠工资等合计 182,151.56 元并承担诉讼费用	慈溪市人民法院于 2017 年 12 月 12 日作出 (2017)浙 0282 民初 12926 号《民事调解书》，当事人经调解达成如下协议：1) 确认原告与宁波昌隆的劳动关系于 2017 年 6 月 30 日解除；2) 宁波昌隆赔偿原告一次性伤残补助金等共计 10 万元；3) 原告放弃其余诉讼请求	已结案

注：除上述诉讼案件外，宁波昌隆、力玄健康还涉及部分劳动仲裁争议案件，均已结案。

## (二) 是否存在纠纷或潜在纠纷、发行人是否需承担法律责任

如上表所示，上述诉讼案件涉及的金额较小且均已结案，不存在纠纷或潜在纠纷。发行人与宁波昌隆、力玄健康均为独立的法人主体，依法独立承担民事责任。上述案件为宁波昌隆、力玄健康与相关诉讼当事人之间的纠纷，相关法律责任由宁波昌隆、力玄健康自行承担且均已结案，发行人无需因上述诉讼案件承担任何法律责任。

## (三) 是否涉及重大违法违规行为

因宁波昌隆存在发布虚假广告和生产销售不符合保障人体健康和人身、财产安全的国家标准的产品的行为，慈溪市市场监督管理局于 2018 年 6 月 15 日作出《行政处罚决定书》（慈市监处〔2018〕2321 号），对宁波昌隆责令停止

销售不符合保障人体健康和人身、财产安全的国家标准的产品、没收产品 2 台、没收违法所得 9,222 元并处以罚款 40,128 元。根据慈溪市市场监督管理局出具的《行政证明》，宁波昌隆已按期缴纳上述罚款，该案件不属于重大违法、违规行政处罚。除上述处罚外，宁波昌隆在存续期间无其他被该局行政处罚的记录。根据国家税务总局慈溪市税务局出具的《涉税信息查询结果告知书》，宁波昌隆自 2011 年 1 月 1 日（税收管理系统有宁波昌隆涉税信息之日起）起至其注销之日无重大违法违章查处记录。

根据慈溪市市场监督管理局出具的《行政证明》，力玄健康自 2012 年 12 月 27 日至 2021 年 6 月 23 日无被该局行政处罚的记录。根据国家税务总局慈溪市税务局出具的《涉税信息查询结果告知书》，力玄健康在存续期间无重大违法违章查处记录。

根据宁波昌隆、力玄健康所涉案件资料及其主管工商、税务部门出具的上述证明，并经中介机构对宁波昌隆、力玄健康的合规情况进行网络核查，宁波昌隆和力玄健康所涉诉讼案件的金额较小且均已结案，不存在纠纷或潜在纠纷，不涉及宁波昌隆和力玄健康的重大违法违规行为，宁波昌隆和力玄健康不存在因重大违法违规行为受到重大行政处罚的情形。

#### **四、请保荐机构、发行人律师、申报会计师说明核查依据、过程，并发表明确核查意见**

##### **（一）核查过程与依据**

保荐机构、发行人律师及申报会计师履行了如下核查程序：

1、审阅了宁波昌隆、力玄健康设立至注销的全套工商登记文件、报告期内的银行流水、历史上出资的《验资报告》以及出资凭证，对其基本情况进行了网络核查；

2、审阅了外汇局就宁波昌隆、力玄健康设立、外方股东历次出资、股权转让或增资出具的批准或确认文件；

3、审阅了银座国际、萨摩亚银座的相关资料及注销证明文件；

4、审阅了吴银昌办理自然人境外投资外汇登记手续的相关文件；

- 5、审阅了《浙江力玄运动科技股份有限公司有关外汇事项的协调会议纪要》；
- 6、向当地国家外汇管理机构咨询了吴彬自然人境外投资外汇登记手续补办的可行性；
- 7、访谈了吴银昌、吴彬、其筹措境外资金用以对宁波昌隆和力玄健康实缴出资的境外出借相关人、香港利顺达实际控制人张日明；
- 8、向宁波昌隆、力玄健康所在地的慈溪市人民法院和宁波市中级人民法院查证宁波昌隆、力玄健康存续期间诉讼案件情况并调取相关诉讼资料；
- 9、审阅了宁波昌隆、力玄健康存续期间诉讼、仲裁案件的相关资料；
- 10、登录中国裁判文书网、中国执行信息公开网、中国庭审公开网、人民法院公告网、企查查等网站对宁波昌隆、力玄健康存续期间诉讼案件情况进行检索；
- 11、审阅了宁波昌隆、力玄健康行政处罚相关资料，审阅了宁波昌隆、力玄健康主管工商和税务部门出具的合规证明文件，审阅了公安机关出具的关于发行人实际控制人的无犯罪记录证明，对宁波昌隆、力玄健康、吴银昌、吴彬合法合规情况进行了网络核查。

## （二）核查意见

经核查，保荐机构、发行人律师及申报会计师认为：

- 1、吴银昌、吴彬投资银座国际和萨摩亚银座以及进行返程投资，未违反《外商投资企业外汇登记管理暂行办法》《外国投资者境内直接投资外汇管理规定》《国家外汇管理局关于进一步简化和改进直接投资外汇管理政策的通知》等外汇法律、法规和规范性文件对外国投资者境内直接投资外汇登记管理的相关规定。吴银昌投资银座国际以及进行返程投资已办理自然人境外投资外汇登记手续，吴彬在未办理自然人境外投资外汇登记手续的情形下，投资萨摩亚银座以及进行返程投资，违反 37 号文、《中华人民共和国外汇管理条例》《资本项目外汇业务指引》等外汇管理规定，但不属于重大违法违规行为，不会对发行人本次发行上市构成实质性障碍。

2、37号文生效后，吴彬仍未补办自然人境外投资外汇登记手续有其合理原因，目前该类情形暂不予补办自然人境外投资外汇登记手续。该事项不符合37号文的相关规定，但不属于重大违法违规行为，不会对发行人本次发行上市构成实质性障碍。力玄健康存续期间未发生过股权转让，吴银昌已于宁波昌隆股权转让办理外汇手续的同时办理了自然人境外投资外汇登记手续，不存在因未办理自然人境外投资外汇登记手续事项对宁波昌隆股权转让造成重大障碍的情形。

3、经核查发现的力玄健康和宁波昌隆存续期间所涉及的诉讼案件均已结案，不涉及宁波昌隆和力玄健康的重大违法违规行为，不存在纠纷或潜在纠纷，发行人无需因上述诉讼案件承担任何法律责任。

## 1.2 关于资产收购

根据申报及回复材料，（1）慈溪保元成立于2018年10月，力玄健康共计出资19,800万元，持有其100%股权，出资方式包括以实物（房屋）认缴出资13,383.29万元，以土地使用权认缴出资5,448.68万元，剩余系货币出资；2019年7月，力玄健康将慈溪保元100%的股权以出资额19,800万元转让给发行人；（2）发行人收购力玄健康和宁波昌隆资产时，存货类资产及设备类资产均有明显增值，回复称原因主要包括含税价格差异以及市场价格与成本价格差异；（3）发行人因资产重组产生的应付力玄健康款项合计51,756.87万元，其中直接支付38,811.58万元，以应收款（主要来源于发行人对力玄健康销售而产生的应收账款）抵减12,945.29万元；（4）关于宁波昌隆将经营性资产转让给发行人后，未将相关土地房产转让给发行人的原因，回复中解释包括相关地块存在动迁的可能、该地块距离发行人主要生产基地较远，目前发行人采用租赁形式使用该用地。

请发行人说明：（1）力玄健康成立慈溪保元、注入资产并将慈溪保元股权转让给发行人，而非直接将相关土地使用权及房屋建筑物转让给发行人的背景、原因、合理性，是否存在利益输送或其他利益安排；力玄健康以实物（房屋）、土地使用权出资是否履行评估作价和决策程序的具体情况，并说明作价依据和公允性；（2）发行人收购的力玄健康和宁波昌隆设备类资产是否为发行人生产



经营所必需、收购的存货类资产期后销售情况，是否存在较评估价值减值或未能实现销售的情况；对存货类及设备类资产含税差异因素占评估增值的具体差异部分；综合上述情况，进一步说明关联收购定价的公允性；（3）发行人因上述资产重组应付款项直接抵减对交易对方的应收账款，是否符合《企业会计准则》等规定的条件；（4）宁波昌隆所拥有地块对应发行人产能及收入占比情况，目前该地块动迁的最新进展，动迁后是否会影响发行人产能和销售；结合该地块周边同类型地块租金水平，说明关联方租赁定价的公允性。

请发行人提供《关于业务及资产转移之框架协议书》备查。

请保荐机构、发行人律师就（1）说明核查依据、过程，请保荐机构及申报会计师就（1）-（4）说明核查依据、过程，并发表明确核查意见。

回复：

一、力玄健康成立慈溪保元、注入资产并将慈溪保元股权转让给发行人，而非直接将相关土地使用权及房屋建筑物转让给发行人的背景、原因、合理性，是否存在利益输送或其他利益安排；力玄健康以实物（房屋）、土地使用权出资是否履行评估作价和决策程序的具体情况，并说明作价依据和公允性

（一）力玄健康成立慈溪保元、注入资产并将慈溪保元股权转让给发行人，而非直接将相关土地使用权及房屋建筑物转让给发行人的背景、原因、合理性，是否存在利益输送或其他利益安排

力玄健康成立慈溪保元、以不动产出资方式向慈溪保元增资，并将慈溪保元 100%股权转让予发行人，上述事项是力玄健康将健身器材研发、生产和销售相关业务及其配套资产转让给发行人的重组方案的组成部分，主要是为了将新兴大道 618 号不动产（含土地使用权及房屋建筑物）转让予发行人供其日常生产经营使用，同时出于降低税务成本的考虑，通过上述方案依法合规降低交易成本。

根据财政部、国家税务总局发布的《关于继续实施企业改制重组有关土地增值税政策的通知》（财税[2018]57 号，以下简称“57 号文”，执行期限为 2018 年 1 月 1 日至 2020 年 12 月 31 日）的规定：“单位、个人在改制重组时以房地产作价入股进行投资，对其将房地产转移、变更到被投资的企业，暂不征

土地增值税。”2019年1月，力玄健康以货币、实物（房屋）、土地使用权向慈溪保元认缴出资，其中土地使用权及房屋资产属于力玄健康以房地产作价入股进行投资，根据57号文的规定，暂不征收土地增值税。2022年3月18日，国家税务总局慈溪市税务局出具《不征税事项的证明》，确认力玄健康以新兴大道618号不动产作价入股慈溪保元事项暂不征收土地增值税。

根据《中华人民共和国土地增值税暂行条例》（以下简称“《暂行条例》”）第二条的规定：“转让国有土地使用权、地上的建筑物及其附着物（以下简称“转让房地产”）并取得收入的单位和个人，为土地增值税的纳税义务人（以下简称“纳税人”），应当依照本条例缴纳土地增值税。”2019年8月力玄健康将持有的慈溪保元100%股权转让给力玄运动，鉴于该次力玄健康转让慈溪保元股权事项为股权交易，不动产权利人未发生变更，不属于《暂行条例》规定的转让不动产的行为，不涉及缴纳土地增值税。2023年3月21日，国家税务总局慈溪市税务局宗汉税务所出具《证明》，确认力玄健康转让慈溪保元股权交易已按规定办理了相关纳税手续。

力玄健康已向主管税务机关申报纳税，缴纳不动产出资入股产生的增值税，同时已就上述交易完成企业所得税汇算清缴。2021年5月31日，国家税务总局慈溪市税务局出具《清税证明》，确认力玄健康所有税务事项均已结清。2021年7月7日，力玄健康办理完成工商注销手续。2022年6月28日，国家税务总局慈溪市税务局出具《涉税信息查询结果告知书》，确认力玄健康在存续期间无重大违法违章查处记录。

综上所述，力玄健康成立慈溪保元、注入资产并将慈溪保元股权转让给发行人的事项具有合理性，不存在利益输送或其他利益安排。

## **（二）力玄健康以实物（房屋）、土地使用权出资是否履行评估作价和决策程序的具体情况，并说明作价依据和公允性**

力玄健康以实物（房屋）、土地使用权向慈溪保元出资，已履行评估作价及决策程序，具体情况如下：

2018年12月12日，北京北方亚事资产评估事务所（特殊普通合伙）出具《浙江力玄健康科技有限公司拟以自有资产出资涉及的房屋建筑物、构筑物及

土地使用权项目资产评估报告》（北方亚事评报字[2018]第 01-599 号），对力玄健康拟以自有资产出资涉及的土地使用权、地上建筑物及构筑物以 2018 年 10 月 31 日为评估基准日进行评估，评估价值为 19,773.56 万元，增值 625.90 万元，增值率 3.27%，其中地上建筑物及构筑物评估价值为 14,052.45 万元、土地使用权评估价值为 5,721.11 万元。

2018 年 12 月 14 日和 2019 年 1 月 11 日，慈溪保元唯一股东力玄健康作出股东决定，同意慈溪保元增加注册资本，由原 10 万元人民币增加至 19,800 万元人民币，力玄健康以货币认缴出资人民币 968.04 万元，以实物（房屋）认缴出资 13,383.29 万元，以土地使用权认缴出资 5,448.68 万元。增资后，慈溪保元注册资本为 19,800 万元。因此，力玄健康系基于上述评估报告的评估价值（不含税）向慈溪保元进行出资。

2019 年 8 月 6 日，天健会计师事务所（特殊普通合伙）出具天健验[2019]265 号《验资报告》。根据该《验资报告》，截至 2019 年 6 月 29 日止，慈溪保元已收到力玄健康缴纳的注册资本（实收资本）合计人民币 19,800 万元，力玄健康以货币出资 968.04 万元，实物（房屋）出资 13,383.29 万元，土地使用权出资 5,448.68 万元。

综上所述，力玄健康以实物（房屋）、土地使用权向慈溪保元出资，已履行评估作价和决策程序，其出资作价系根据用作出资的实物（房屋）及土地使用权的评估价值确定，作价具有公允性。

**二、发行人收购的力玄健康和宁波昌隆设备类资产是否为发行人生产经营所必需、收购的存货类资产期后销售情况，是否存在较评估价值减值或未能实现销售的情况；对存货类及设备类资产含税差异因素占评估增值的具体差异部分；综合上述情况，进一步说明关联收购定价的公允性**

**（一）发行人收购力玄健康和宁波昌隆设备类资产是否为发行人生产经营所必需，是否存在较评估价值减值的情况**

### **1、发行人收购设备类资产为生产经营所必需**

发行人设立于 2018 年 11 月，公司控股股东和实际控制人拟以其作为健身器材业务的唯一经营平台，故将同一控制下企业力玄健康的健身器材研发、生

产和销售相关业务及其配套资产、宁波昌隆塑胶件生产业务及其配套资产整合重组进发行人主体。塑胶件生产是健身器材生产环节的重要组成部分，因此发行人实际承接了力玄健康及宁波昌隆的健身器材研发、生产和销售的整体业务。

其中，力玄健康与宁波昌隆通过资产清点，将与健身器材及塑胶件生产经营相关的设备均转让予发行人，因此发行人收购力玄健康和宁波昌隆的设备类资产是发行人生产经营所必需的。发行人所收购的设备类资产以机器设备为主，另包括少量运输工具、通用设备等，具体如下：

类别	资产价值（万元）	构成
专用设备	7,320.69	主要为生产环节所需使用的焊接机、切割机、注塑机、车床等机器设备
运输工具	319.74	主要为货车、小汽车等车辆
通用设备	162.93	主要为空调、笔记本等设备
合计	<b>7,803.35</b>	

发行人收购上述设备类资产后直接投入使用并相应获得生产能力，为公司在设立初期开展生产活动提供了必要的设备条件。以焊接产能为例，由收购力玄健康和宁波昌隆设备提供的产能（焊接工时）占公司各期产能（焊接工时）的比例如下：

期间	公司总焊接产能（工时）	收购设备提供的焊接产能（工时）	收购设备提供产能占比
<b>2023年1-9月</b>	<b>257,230.40</b>	<b>122,617.60</b>	<b>47.67%</b>
2022年	392,407.60	187,054.40	47.67%
2021年	764,483.20	374,108.80	48.94%
2020年	522,620.80	374,108.80	71.58%
2019年	374,108.80	374,108.80	100.00%

注：焊接产能（工时）=焊接工位数\*每天设计工作小时\*工作天数\*设备利用率

从上表可见，公司以焊接工时为口径核算的2019年度产能均由上述收购设备所提供，并在报告期内持续使用；根据生产需要，公司亦从2020年起逐步购置新的焊接设备以增加产能，收购设备提供产能占比逐年有所下降。

## 2、发行人收购设备类资产在报告期内的减值或处置、报废情况

公司收购力玄健康、宁波昌隆相关资产参照《企业会计准则第20号——企业合并》中关于同一控制下企业合并的相关要求进行处理，即公司按照评估值

收购相关资产，在公司个体报表上按照力玄健康、宁波昌隆相关资产的账面价值入账，收购价款和账面价值之间的差额计入资本公积或留存收益。因此，上述收购资产的入账价值为资产在力玄健康、宁波昌隆的账面价值，与评估价值无直接相关性。

公司所收购设备类资产在报告期内使用状态良好，为公司带来了持续的经济利益，不存在减值迹象，未计提减值准备。

2019年以来，公司所收购设备类资产中，因设备老旧、产线更新需要或意外损毁等原因，少量设备存在处置或报废的情形，具体如下：

单位：万元

项目		2023年1-9月	2022年	2021年	2020年	2019年
处置或 报废原 值	专用设备	222.04	42.43	813.31	58.16	17.65
	通用设备	-	-	5.01	-	0.11
	运输工具	-	36.80	12.80	-	2.99
	小计	222.04	79.23	831.12	58.16	20.74
处置或 报废累 计折旧	专用设备	109.47	28.56	326.94	15.78	2.44
	通用设备	-	-	4.76	-	0.09
	运输工具	-	34.85	10.54	-	1.93
	小计	109.47	63.41	342.24	15.78	4.47

由上表可见，2019年至2023年1-9月公司处置或报废设备的原值分别为20.74万元、58.16万元、831.12万元、79.23万元和222.04万元，分别占收购设备原值总额的0.27%、0.75%、10.65%、1.02%和2.85%。

上述处置及报废设备主要系专用设备，根据处置或报废原因对专用设备原值区分如下：

单位：万元

项目	2023年1-9月	2022年	2021年	2020年	2019年
设备老旧、使用价值低而正常报废	23.99	42.43	470.68	10.78	17.65
更新需要出售旧设备	198.05	-	155.05	47.38	-
意外损毁报废设备	-	-	187.59	-	-
合计	222.04	42.43	813.31	58.16	17.65

如上表所示，专用设备主要是由于设备老旧、使用价值低而正常报废。其

中，2021 年公司处置及报废专用设备对应原值金额较大，一方面是由于自 2019 年以来公司订单增加、产量快速增长，2021 年生产规模达到峰值，而公司收购的一部分设备使用年限较长，部分设备已达到使用年限或性能无法满足高负荷生产需要，故为优化生产线配置、淘汰低使用价值的旧设备而处置、报废了较多机器设备，另一方面当年度存在意外毁损而报废设备原值 187.59 万元。整体而言，发行人所收购设备已通过投入生产使用的方式为公司产生相当的经济利益，设备的处置及报废率较低且符合设备实际使用情况及公司生产实际需要。

综上所述，公司收购的力玄健康和宁波昌隆设备类资产为公司生产经营所必需，除部分设备已正常处置或报废外，其余设备账面价值不存在减值迹象。

## （二）发行人收购的力玄健康和宁波昌隆存货类资产的期后销售情况，是否存在未能实现销售的情况

公司收购的力玄健康和宁波昌隆存货类资产分为库存商品、发出商品、原材料以及在产品，其中库存商品可直接出售、发出商品已实现销售发货，原材料及在产品需进一步加工为成品后进行销售。上述存货资产在收购后的销售情况如下：

### 1、库存商品及发出商品

2018 年至 2021 年，公司收购的库存商品及发出商品变动情况如下：

单位：万元

项目	2021 年	2020 年	2019 年	2018 年
期初结存 (a)	11.17	18.64	4,144.98	-
收购入库 (b)	-	-	-	4,278.20
销售出库 (c)	2.94	6.86	3,932.70	133.22
其他出库 (d)	8.23	0.61	193.64	-
期末结存 (a+b-c-d)	-	11.17	18.64	4,144.98
截至期末累计已出库比例	100.00%	99.74%	99.56%	3.11%

注：上表中的存货金额=对应存货数量\*收购时点入库的平均单位成本；其他出库包括公司研发领用等

公司收购的库存商品及发出商品类存货资产中，截至 2019 年末收购入库金额的 99.56% 已实现销售或其他出库，剩余少量库存商品已在 2020 年及 2021 年出库完毕。

## 2、原材料及在产品

公司收购的原材料及在产品均已完全领用，主要用于生产产品并最终实现销售。其中收购的在产品存货均在 2019 年完成生产并随成品入库结转完工成本；原材料各年度变动情况具体如下：

单位：万元

项目	2021 年	2020 年	2019 年	2018 年
期初结存 (a)	0.84	5.37	3,272.29	-
收购入库 (b)	-	-	-	3,272.29
生产领用 (c)	0.65	3.97	3,257.70	-
其他出库 (d)	0.19	0.56	9.23	-
期末结存 (a+b-c-d)	-	0.84	5.37	3,272.29
截至期末累计已出库比例	100.00%	99.97%	99.84%	-

注：上表中的存货金额=对应存货数量\*收购时点入库的平均单位成本；其他出库包括公司研发领用等

由上表可见，公司所收购原材料主要用于投入生产，2019 年至 2021 年生产领用金额分别为 3,257.70 万元、3.97 万元、0.65 万元。截至 2019 年末收购入库金额的 99.84% 已实现生产领用或其他出库，剩余少量原材料已在 2020 年及 2021 年出库完毕。

综上所述，公司收购的力玄健康和宁波昌隆存货类资产均已实现销售或继续投入生产研发等，不存在未能实现销售的情形。

### (三) 存货类及设备类资产含税差异因素占评估增值的具体差异情况

公司收购的力玄健康和宁波昌隆设备类及存货类资产的评估价值均为含税价，评估增值金额中含税差异因素的影响金额如下：

单位：万元

转让方	资产类别	评估报告	账面价值	评估价值(含税)	评估增值额	评估增值原因		
						①含税差异因素	②其他因素	
力玄健康	存货类资产	[2018]第 01-682-2 号	8,069.39	10,060.66	1,991.26	1,387.68	603.59	库存商品的账面价值为成本价而评估值为市场价值
	设备类资产	[2018]第 01-682-1 号	6,427.55	7,324.33	896.78	1,010.25	-113.48	设备类资产使用重置成本法或市场法进行评估，评估值与账面价值之间存在少量差异
	部分实物资产	[2018]第 01-684 号	219.80	221.24	1.44	30.52	-29.08	
宁波昌隆	存货类资产	[2018]第 01-683-2 号	994.47	1,153.58	159.11	159.11	-	-

转让方	资产类别	评估报告	账面价值	评估价值 (含税)	评估增值额	评估增值原因		
						①含税差异因素	②其他因素	
	设备类资产	[2018]第01-683-1号	958.06	1,193.88	235.82	148.96	86.86	设备类资产通常使用重置成本法或市场法进行评估, 评估值与账面价值之间存在少量差异
	部分实物资产	[2018]第01-685号	171.86	197.40	25.54	27.23	-1.69	
合计			<b>16,841.13</b>	<b>20,151.09</b>	<b>3,309.95</b>	<b>2,763.75</b>	<b>546.20</b>	

注：不同资产的适用增值税率为 16% 或 3%

如上表所示，存货类及设备类资产的评估增值主要是由于含税差异因素所造成，该部分增值税额系根据评估后的不含税价值及适用税率计算得到，均已由力玄健康及宁波昌隆开具增值税专用发票并由发行人进行进项抵扣；部分库存商品的评估增值原因是由于评估值为市场价格，因而高于账面价值；设备类资产通常使用重置成本法或市场法进行评估，使得评估值与账面价值之间存在少量差异。

若剔除含税差异因素影响，上述资产的增值金额合计 546.20 万元，较账面价值的增值率为 3.24%，不存在明显增值的情形。

#### （四）关联收购定价的公允性

发行人收购力玄健康及宁波昌隆的设备类资产、存货类资产，其定价具有公允性，具体说明如下：

（1）收购资产定价主要系基于资产评估价值确定，其中评估增值主要是由于含税差异因素所致，剔除该因素影响，不存在资产评估价值较账面价值有明显增值的情形。

在资产收购时点，力玄健康、宁波昌隆聘请北京北方亚事资产评估事务所（特殊普通合伙）就拟转让设备类资产、存货类资产及部分实物资产出具了资产评估报告（北方亚事评报字[2018]第 01-682-1 号、[2018]第 01-682-2 号、[2018]第 01-683-1 号、[2018]第 01-683-2 号、[2018]第 01-684 号、[2018]第 01-685 号），对应资产账面价值为 16,841.13 万元，资产的增值金额合计 546.20 万元（剔除含税差异因素影响），因此资产增值率整体较低。对于评估价值中的增值税额部分，公司已收到关联方开具的增值税专用发票并实现进项抵扣。

（2）公司收购的力玄健康和宁波昌隆设备类资产为公司生产经营所必需，



通过投入生产使用而为公司带来持续的经济利益流入，除少部分设备已正常处置或报废外，其余设备账面价值不存在减值迹象。

(3) 公司收购的力玄健康和宁波昌隆存货类资产均已实现销售或由公司继续投入生产研发等，上述存货主要通过成品对外销售而为公司带来持续的经济利益流入，不存在未能实现销售的情形。

综上所述，公司收购的力玄健康及宁波昌隆的资产定价具有公允性。

**三、发行人因上述资产重组应付款项直接抵减对交易对方的应收账款，是否符合《企业会计准则》等规定的条件**

《企业会计准则第 37 号——金融工具列报》（2017 年修订）第二十八条规定，金融资产和金融负债应当在资产负债表内分别列示，不得相互抵销；但同时满足下列条件的，应当以相互抵销后的净额在资产负债表内列示：（一）企业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；（二）企业计划以净额结算，或同时变现该金融资产和清偿该金融负债。

《企业会计准则第 37 号——金融工具列报》（2017 年修订）第二十九条规定，抵销权是债务人根据合同或其他协议，以应收债权人的金额全部或部分抵销应付债权人的金额的法定权利。

《企业会计准则第 37 号——金融工具列报》（2017 年修订）第三十条规定，抵销权应当不取决于未来事项，而且在企业和所有交易对手方的正常经营过程中，或在出现违约、无力偿债或破产等各种情形下，企业均可执行该法定权利。

综上，根据公司与力玄健康、宁波昌隆签订的《关于业务及资产转移之框架协议》，公司具有抵销已确认金额的法定权利，该种法定权利是当前可执行的，且双方均计划以净额结算，亦不属于准则规定的不可抵消的情形，故公司将应收应付款相互抵消的会计处理符合企业会计准则的规定。

**四、宁波昌隆所拥有地块对应发行人产能及收入占比情况，目前该地块动迁的最新进展，动迁后是否会影响发行人产能和销售；结合该地块周边同类型地块租金水平，说明关联方租赁定价的公允性**

(一) 宁波昌隆所拥有地块对应发行人产能及收入占比情况，目前该地块动迁的最新进展，动迁后是否会影响发行人产能和销售

资产重组时点，宁波昌隆所拥有的不动产为慈溪市宗汉街道宗庵公路 168 号、政通路 618 号相关土地房产。2020 年，宁波昌隆将上述两处不动产分别转让予慈溪承士、宁波承士。

报告期内公司自有土地房屋无法满足日常经营需求，基于便利性因素考虑，发行人租赁上述两处不动产的部分厂房并用于日常使用，其具体租赁用途以及对对应发行人产能、收入或生产成本比例如下：

不动产地址	发行人租赁用途	对应发行人产能、收入或生产成本比例
宗庵公路 168 号	宁波尚勇用于生产哑铃产品	报告期各期公司哑铃产品销售金额占主营业务收入的比例分别为 0.58%、6.94%、9.00% <b>和 8.30%</b> ，并非公司的核心产品； 该处不动产系公司生产哑铃的场所，对应哑铃产品的全部产能；
	力玄运动用于部分在产品的冲压、焊接工序生产	冲压及焊接均系公司健身器材产品生产的中间工序之一，无法直接计算对应产成品的销售收入，报告期各期该处不动产对应冲压及焊接工序所归集生产成本占公司主营业务成本的比例为 3.93%、2.83%、1.51% <b>和 0.94%</b> ； 健身器材的生产工序较为复杂，健身车、椭圆机等主要产品（除哑铃外）的产能计算系采用焊接工时作为核算标准，报告期各期该处不动产的焊接产能占公司焊接总产能的比例为 25.51%、27.66%、26.94% <b>和 26.94%</b> ，但无法计算占公司全部工序生产规模的比例；
政通路 618 号	力玄运动用于生产部分注塑件	注塑系公司健身器材产品生产的中间工序之一，无法直接计算对应产成品的销售收入，报告期各期该处不动产对应注塑工序所归集生产成本占公司主营业务成本的比例为 1.70%、1.11%、1.04% <b>和 1.40%</b> ；
	力玄运动用于电子研发部门的办公	其租赁用途不涉及公司的产能、收入或生产成本

从上表可见，宗庵公路 168 号、政通路 618 号不动产并非发行人的主要生产经营地点，其生产产品哑铃的收入占比未超过 10%，而冲压焊接、注塑等中间工序所对应生产成本占公司主营业务成本的比例较低。

根据慈溪市人民政府《关于同意慈溪市中心城区宗汉街道分区规划及慈溪市中心城区宗汉街道控制性详细规划的批复》，慈溪承士所拥有的宗庵公路 168 号土地所处区域根据慈溪当地的城区规划预计将调整为居住用地，相关地

块存在动迁的可能。截至本回复报告出具日，慈溪承士尚未获取政府部门下发的关于该地块动迁计划的最新文件。

考虑到宗庵公路 168 号尚无明确的动迁计划，短期内发行人不存在无法继续租赁厂房的风险。截至本回复报告出具日，发行人租赁宗庵公路 168 号厂房的面积为 16,912.25 平方米，占公司所有自有及承租房屋建筑物面积的比例为 7.19%，因此该处租赁面积的占比较小。由于慈溪当地经济较为发达、周边地区具备同等条件的替代厂房较多，未来若由于政府动迁等原因导致发行人无法继续租赁，则发行人预计能够在较短时间内寻找到合适的生产厂房并进行搬迁，相关设备搬迁时间较快，不会影响发行人的正常生产经营及产能、销售情况。

综上所述，发行人所租赁的宗庵公路 168 号、政通路 618 号不动产并非发行人的主要生产经营地点；目前宗庵公路 168 号地块动迁尚无最新进展，短期内发行人不存在无法继续租赁厂房的风险；未来若发行人无法继续租赁，预计能够在较短时间内寻找到合适的生产厂房并进行搬迁，不会影响发行人的正常生产经营及产能、销售情况。

**（二）结合该地块周边同类型地块租金水平，说明关联方租赁定价的公允性**

报告期内，公司承租上述两处不动产的单位租金情况如下：

单位：m<sup>2</sup>、元/m<sup>2</sup>/月

租赁地址	承租方	出租方	租赁时间	租赁面积	单位租金	主要用途
慈溪市宗汉街道宗庵公路 168 号	力玄运动	宁波昌隆	2020 年 1 月	23,978.00	13.00	厂房
	力玄运动	慈溪承士	2020 年 2 月至报告期末	23,968.69 /14,627.77 / <b>8,219.45</b>	14.50	厂房
	宁波尚勇	慈溪承士	2020 年 7 月至报告期末	9,340.92 / <b>8,692.80</b>	14.50	厂房
慈溪市宗汉街道政通路 618 号	力玄运动	宁波昌隆	2020 年 1 月	7,000.00	13.00	厂房
	力玄运动	宁波承士	2020 年 2 月至报告期末	7,000.00 / <b>9,409.00</b>	14.50	厂房

经检索租赁地址周边的厂房租赁信息，可比租金信息如下：

单位：m<sup>2</sup>、元/m<sup>2</sup>/月

租赁地址	编号	周边地址	类型	建筑面积	市场租金
慈溪市宗汉街道宗庵公路 168 号	1	宗汉街道潮塘工业园区	厂房	1,100	15.00
	2	慈溪市余慈大道	厂房	1,000	12.60

租赁地址	编号	周边地址	类型	建筑面积	市场租金
	3	慈溪市嘉利西路	厂房	500	12.00
慈溪市宗汉街道 政通路 618 号	1	慈溪市顺泰路	厂房	2,000	9.00
	2	慈溪市顺泰路	厂房	700	18.00

不同房屋的租赁价格与具体地理位置、厂房装修程度、面积、租赁时间等因素相关，发行人租赁面积较大且租赁期较长，整体来看关联租赁价格与周边地段市场价格较为接近。

综上所述，发行人向关联方租赁价格具有公允性。

## 五、请发行人提供《关于业务及资产转移之框架协议书》备查

发行人已提供《关于业务及资产转移之框架协议书》作为备查文件。

## 六、请保荐机构、发行人律师就（1）说明核查依据、过程，请保荐机构及申报会计师就（1）-（4）说明核查依据、过程，并发表明确核查意见

### （一）针对（1）事项

#### 1、核查过程与依据

保荐机构、发行人律师及申报会计师履行了如下核查程序：

（1）审阅慈溪保元设立至今的全套工商登记文件；

（2）审阅力玄健康以实物（房屋）、土地使用权对慈溪保元出资时的评估报告、验资报告，审阅慈溪保元就力玄健康对其出资的实物（房屋）、土地使用权取得的《不动产权证书》；

（3）向发行人和力玄健康相关负责人询问了解力玄健康成立慈溪保元、注入资产并将慈溪保元股权转让给发行人事项的背景、原因；

（4）审阅发行人收购力玄健康相关业务及资产的框架协议；

（5）审阅税务部门向力玄健康出具的《不征税事项的证明》《证明》《清税证明》《涉税信息查询结果告知书》。

#### 2、核查意见

经核查，保荐机构、发行人律师及申报会计师认为：

(1) 力玄健康成立慈溪保元、注入资产并将慈溪保元股权转让给发行人的事项具有合理性，不存在利益输送或其他利益安排；

(2) 力玄健康以实物（房屋）、土地使用权对慈溪保元出资，已履行评估作价和决策程序，其出资作价系根据用作出资的实物（房屋）及土地使用权的评估价值确定，作价具有公允性。

## **(二) 针对 (2) - (4) 事项**

### **1、核查过程与依据**

保荐机构及申报会计师履行了如下核查程序：

(1) 查阅公司与力玄健康及宁波昌隆签署的《关于业务及资产转移之框架协议》、公司收购力玄健康及宁波昌隆资产明细、相关资产评估报告，获取并检查公司收购力玄健康及宁波昌隆资产的记账凭证及后附原始单据，向公司实际控制人、财务负责人询问了解收购资产的定价依据；

(2) 取得公司收购力玄健康及宁波昌隆设备类资产对应的固定资产清单，检查报告期内对收购的固定资产处置或毁损报废情况；了解公司固定资产减值测算方法，结合收购设备的实际使用情况，判断收购设备是否存在减值迹象；

(3) 取得公司收购力玄健康及宁波昌隆存货类资产的进销存记录，检查报告期内相关存货的领用、销售等情况，核实是否存在大规模未实现销售的情况；

(4) 查阅《企业会计准则第 37 号——金融工具列报》等相关规定，评价公司将应收应付款相互抵消的会计处理是否符合企业会计准则的规定；

(5) 获取发行人关联租赁合同、慈溪市人民政府相关批复文件，测算租赁厂房对应产品销售收入、产能或生产成本比例，向发行人管理层询问了解具体租赁用途以及宗庵公路 168 号动迁的应对措施；

(6) 网络核查发行人关联租赁地址周边地区房屋的租赁价格，比较发行人关联租赁定价公允性。

### **2、核查意见**

经核查，保荐机构及申报会计师认为：

(1) 公司收购的力玄健康和宁波昌隆设备类资产为公司生产经营所必需，除部分设备已正常处置或报废外，其余设备账面价值不存在减值迹象；公司收购的力玄健康和宁波昌隆存货类资产均已实现销售或继续投入生产研发等，不存在未能实现销售的情形；存货类及设备类资产的评估增值主要是由于含税差异因素所造成，若剔除该因素影响，资产不存在明显增值的情形；公司收购的力玄健康及宁波昌隆的资产定价具有公允性；

(2) 公司将应收应付款相互抵消的会计处理符合企业会计准则的规定；

(3) 发行人所租赁的宗庵公路 168 号、政通路 618 号不动产并非发行人的主要生产经营地点；目前宗庵公路 168 号地块动迁尚无最新进展，短期内发行人不存在无法继续租赁厂房的风险；未来若发行人无法继续租赁，预计能够在较短时间内寻找到合适的生产厂房并进行搬迁，不会影响发行人的正常生产经营及产能、销售情况；发行人向关联方租赁价格具有公允性。

## 问题 2、关于对赌协议

根据招股说明书披露，(1) 瀚星投资与发行人、实际控制人吴银昌等方签订《投资协议》，明确对赌义务方为吴银昌，约定 IPO 申报期间对赌条款自动终止，如果发行人撤回 IPO 申请，或相关申请未获注册，则对赌条款恢复；

(2) 瀚星投资与发行人、实际控制人吴银昌等方签订《投资协议之补充协议（二）》，确认瀚星投资的特殊权利在 IPO 申报期间自动终止；(3) 瀚星投资与吴银昌签订《投资协议之补充协议（三）》，约定瀚星投资有权要求吴银昌履行回购义务。

请发行人说明：(1) 结合《投资协议》涉及当事人、对赌条款解除情况、是否附恢复条款、是否约定对赌条款自始无效等，说明招股说明书中关于“发行人《投资协议》中的特殊权利安排已终止”相关表述是否准确、依据是否充分，并进一步说明发行人是否为对赌协议当事人；(2) 吴银昌预计回购资金来源，相关事项是否可能导致公司控制权变化、是否存在严重影响发行人持续经营能力或者其他严重影响投资者权益的情形；(3) 结合前述 (1) (2)，说明对赌协议是否符合《监管规则适用指引——发行类第 4 号》4-3 相关规定；(4)

结合《投资协议之补充协议（二）》较《投资协议》补充约定事项，说明签订《投资协议之补充协议（二）》的背景、原因。

请发行人提供《投资协议》《确认函》《投资协议之补充协议（二）》《投资协议之补充协议（三）》备查。

请保荐机构、发行人律师、申报会计师说明核查依据、过程，并发表明确核查意见。

回复：

一、结合《投资协议》涉及当事人、对赌条款解除情况、是否附恢复条款、是否约定对赌条款自始无效等，说明招股说明书中关于“发行人《投资协议》中的特殊权利安排已终止”相关表述是否准确、依据是否充分，并进一步说明发行人是否为对赌协议当事人

#### （一）《投资协议》及其补充协议中关于对赌的具体约定

2021年12月13日，瀚星投资、宁波驰腾、宁波先捷、宁波强慎、吴银昌与力玄运动等签订《投资协议》，约定力玄运动增加注册资本人民币450万元，并同意该等增资全部由瀚星投资认购，增资价格为24,750万元，其中450万元进入注册资本，其余24,300万元计入资本公积。

《投资协议》第8.5条约定，如果力玄运动未能在2025年12月31日前实现合格IPO，在上述情形发生后的12个月内或各方另行协商的合理期限内，受限于《投资协议》的约定，瀚星投资有权要求吴银昌或其指定的第三方以《投资协议》约定的回购价格回购瀚星投资所持有的全部或部分力玄运动股权。

《投资协议》第9.1条约定，在力玄运动向证券监督管理部门或证券交易所递交申报IPO文件时，任何股东在《投资协议》项下享有的任何特殊权利（包括上述第8.5条）自动终止。

《投资协议》第9.2.1条约定，若瀚星投资在《投资协议》第8.5条项下享有的权利根据《投资协议》第9.1条（权利的终止）的相关规定自动终止，则该等权利应在下述任一情形发生之日起恢复效力：力玄运动公开发行股票并上市的申请主动撤回，或相关申请未获得中国证监会/相关证券交易所核准或注册。

尽管有上述约定，如果第 9.2.1 条的约定或《投资协议》其他条款成为力玄运动合格 IPO 的法律障碍或影响合格 IPO 进程（由力玄运动的 IPO 中介机构判断），各方同意第 9.2.1 条自动终止。如有需要，各方应无条件配合签署确认终止的文件。《投资协议》第 9.2.2 条约定，根据第 9.2.1 条约定重新生效的条款在力玄运动重新向中国证监会和/或相关证券交易所提交申报文件之日起自动终止，并且仍将适用上述约定。

2021 年 12 月 30 日，吴银昌签署《确认函》，确认不会指定发行人或其子公司履行《投资协议》第 8.5 条约定的回购义务。

2023 年 2 月 20 日，瀚星投资、宁波驰腾、宁波先捷、宁波强慎、吴银昌与力玄运动等签订《投资协议之补充协议（二）》，确认《投资协议》项下的特殊权利安排（包括第 8.5 条）已于发行人向中国证监会递交申报 IPO 文件时（即 2022 年 4 月 29 日）自动终止，并一致同意终止《投资协议》第 9.2 条，即瀚星投资在《投资协议》第 8.5 条项下享有的回购权不因任何情形发生而得以恢复效力。各方确认其与发行人之间不存在关于对赌、股份回购等可能对发行人股权结构产生不利影响的有效的或将生效的特殊协议或其他利益安排。

2023 年 2 月 20 日，瀚星投资与吴银昌签订《投资协议之补充协议（三）》，约定如果力玄运动公开发行股票并上市的应用主动撤回，或相关申请未获得中国证监会/相关证券交易所核准或注册，则瀚星投资应在上述情形发生之日起享有以下权利：如果力玄运动未能在 2025 年 12 月 31 日前实现合格 IPO，在该情形发生后的 12 个月内或双方另行协商的合理期限内，瀚星投资有权要求吴银昌以该补充协议约定的回购价格购买瀚星投资所持有的全部或部分力玄运动股权。如果上述约定成为力玄运动合格 IPO 的法律障碍或影响合格 IPO 进程（由力玄运动的 IPO 中介机构判断），双方同意《投资协议之补充协议（三）》自动终止。如有需要，双方应无条件配合签署确认终止的文件。双方确认，除《投资协议之补充协议（三）》约定外，双方之间不存在关于其他可能对发行人股权结构产生实质性影响的有效的或将生效的特殊协议或其他利益安排。

根据《投资协议》及其补充协议，除上述《投资协议》及其补充协议、《确认函》外，发行人股东之间、发行人股东与发行人之间不存在其他对赌或股份回购安排。



**（二）招股说明书中关于“发行人《投资协议》中的特殊权利安排已终止”相关表述是否准确、依据充分，说明发行人是否为对赌协议当事人**

**1、发行人不是承担回购义务的当事人**

虽然《投资协议》的签署主体包含发行人，但根据该协议第 8.5 条以及《确认函》，承担回购义务的当事人为发行人实际控制人吴银昌或其指定的第三方，且吴银昌已确认不会指定发行人或其子公司履行《投资协议》第 8.5 条约定的回购义务；根据吴银昌与瀚星投资签订的《投资协议之补充协议（三）》，发行人不作为该协议当事人，该协议不涉及发行人的回购义务。

**2、《投资协议》中的对赌条款等特殊权利安排已终止**

根据《投资协议之补充协议（二）》，《投资协议》中的特殊权利安排（包括第 8.5 条）已于 2022 年 4 月 29 日自动终止。

**3、《投资协议》中的恢复条款已终止**

根据《投资协议之补充协议（二）》，《投资协议》第 9.2 条的恢复条款已终止。

**4、其他**

虽然《投资协议》及其补充协议未约定对赌条款自始无效，但发行人自始至终不是对赌条款的当事人，故不承担任何回购义务。

综上所述，《招股说明书》中关于“发行人《投资协议》中的特殊权利安排已终止”的相关表述准确、依据充分；发行人是曾含有对赌条款的《投资协议》的当事人，但不是该等对赌条款规定的承担回购义务的当事人，且《投资协议》中的对赌安排已终止；就吴银昌与瀚星投资签订的《投资协议之补充协议（三）》，发行人不是该对赌协议的当事人。

**二、吴银昌预计回购资金来源，相关事项不可能导致公司控制权变化、不存在严重影响发行人持续经营能力或者其他严重影响投资者权益的情形**

**（一）吴银昌的预计回购资金来源合法、回购资金充分**

根据《投资协议之补充协议（三）》，如果力玄运动公开发行股票并上市的申请主动撤回，或相关申请未获得中国证监会/相关证券交易所核准或注册，

则瀚星投资应在上述情形发生之日起享有以下权利：如果力玄运动未能在 2025 年 12 月 31 日前实现合格 IPO，在该情形发生后的 12 个月内或双方另行协商的合理期限内，瀚星投资有权要求吴银昌以“本轮回购价格”购买瀚星投资所持有的全部或部分力玄运动股权。“本轮回购价格”指按照下列公式计算的价格：

回购价格=瀚星投资的每股购买价格\*瀚星投资所要求回购的股权数额\*(1+8%\*N)-历年分红（如有）。其中，N=瀚星投资要求回购的股权对应的投资金额实际支付之日起至瀚星投资发出书面回购通知之日的天数/365。

瀚星投资增资发行人时的每股购买价格为 55.00 元，认购的股权数额为 450.00 万股，合计支付增资认购款为 24,750.00 万元。发行人自设立之日起至本回复报告出具日未发生分红。

如果力玄运动公开发行股票并上市的申请主动撤回，或相关申请未获得上海证券交易所核准或中国证监会注册且力玄运动未能在 2025 年 12 月 31 日前实现合格 IPO，根据上述约定，假设瀚星投资根据《投资协议之补充协议（三）》要求吴银昌履行回购义务，经合理测算得出吴银昌需要支付的回购金额最大不超过 34,704.25 万元（假设瀚星投资于《投资协议之补充协议（三）》约定的瀚星投资行使回购权的最晚期限 2026 年 12 月 31 日发出书面回购通知，要求吴银昌回购其持有的全部力玄运动股权，且力玄运动自本回复报告出具日至 2026 年 12 月 31 日未分红）。

根据天健会计师出具的《审计报告》（天健审[2023]9859 号），发行人截至 2020 年末、2021 年末、2022 年末、**2023 年 9 月 30 日**的未分配利润金额分别为 45,999.18 万元、**86,130.20 万元**、**109,402.39 万元**和 **118,918.44 万元**，货币资金余额分别为 50,666.25 万元、113,863.68 万元、115,799.98 万元和 **105,907.61 万元**。据此合理测算，假设发行人未按约定期限实现合格 IPO 且吴银昌被要求回购，力玄运动未分配利润最终分配至吴银昌的金额已经能覆盖吴银昌履行回购义务时需要支付的回购金额最大值，回购资金来源合法、回购资金充分。

因此，假设发行人未按约定期限实现合格 IPO 且吴银昌被要求回购，吴银昌以发行人利润分配金额作为回购资金来源能够覆盖回购金额最大值，吴银昌的预计回购资金来源合法、回购资金充分。

**（二）相关事项不可能导致公司控制权变化、不存在严重影响发行人持续经营能力或者其他严重影响投资者权益的情形**

截至本回复报告出具日，力玄运动的股权结构如下：

序号	股东姓名/名称	股份数（万股）	持股比例
1	宁波驰腾	6,400.00	70.41%
2	宁波强慎	1,310.00	14.41%
3	宁波先捷	530.00	5.83%
4	瀚星投资	450.00	4.95%
5	吴银昌	400.00	4.40%
总计		<b>9,090.00</b>	<b>100.00%</b>

截至本回复报告出具日，吴银昌家族（吴银昌、赵婉浓夫妇及其子吴彬）为公司实际控制人，合计控制公司 74.81% 的股份，处于控制地位。若瀚星投资要求吴银昌履行回购义务，发行人实际控制人对发行人的持股比例将得以增加。因此，相关事项不会导致发行人控制权变化，不存在严重影响发行人持续经营能力或者其他严重影响投资者权益的情形。

**三、对赌协议符合《监管规则适用指引——发行类第 4 号》4-3 相关规定**

综合前文所述，截至本回复报告出具日，发行人《投资协议》中的特殊权利安排已终止。就吴银昌与瀚星投资签订的《投资协议之补充协议（三）》，发行人不作为该协议当事人，该协议不涉及发行人的回购义务，不存在可能导致发行人控制权变化的约定，不与市值挂钩，不存在严重影响发行人持续经营能力或者其他严重影响投资者权益的情形。发行人已在《招股说明书》第四节“发行人基本情况”之“二、发行人设立情况和报告期内的股本、股东变化情况”之“（六）关于对赌协议的情况”中披露对赌协议的具体内容，并在《招股说明书》第三节“风险因素”之“三、其他风险”之“（一）对赌义务的风险”中就可能存在的影响等进行风险提示，符合《监管规则适用指引——发行类第 4 号》4-3 相关规定。

#### 四、结合《投资协议之补充协议（二）》较《投资协议》补充约定事项，说明签订《投资协议之补充协议（二）》的背景、原因

《投资协议之补充协议（二）》对《投资协议》修改、补充及其背景、原因如下：

##### （一）确认对赌条款等特殊权利安排条款已终止

根据《投资协议》第 9.1 条，《投资协议》项下第八条（包括第 8.5 条）已于 2022 年 4 月 29 日自动终止，因此《投资协议》的签署主体签订《投资协议之补充协议（二）》，就上述终止事宜进行了书面确认。

##### （二）确认恢复条款已终止

虽然《投资协议》第 8.5 条约定的承担回购义务的主体不包括发行人且该条款已于 2022 年 4 月 29 日自动终止，但考虑到《投资协议》第 9.2 条“权利的恢复”条款对第 8.5 条恢复效力的条件进行了约定，且发行人虽然不是对赌条款的当事人，但是为含有对赌条款（且虽然终止但附恢复条款）的《投资协议》的签署主体，基于进一步合规考虑，《投资协议》的签署主体同意签订《投资协议之补充协议（二）》，确认第 8.5 条已于 2022 年 4 月 29 日自动终止并同意终止《投资协议》第 9.2 条“权利的恢复”条款，确认《投资协议》第 8.5 条不因任何情形发生而得以恢复效力。

##### （三）确认发行人未对其股东承担任何对赌义务

《投资协议》的签署主体（包括发行人及其全体股东）签订《投资协议之补充协议（二）》，确认发行人股东与发行人之间不存在关于对赌、股份回购等可能对发行人股权结构产生不利影响的有效的或将生效的特殊协议或其他利益安排。

综上所述，《投资协议之补充协议（二）》的签订具有合理的背景和原因。

#### 五、请发行人提供《投资协议》《确认函》《投资协议之补充协议（二）》《投资协议之补充协议（三）》备查

发行人已在本次申请文件中增加《投资协议》《确认函》《投资协议之补充协议（二）》和《投资协议之补充协议（三）》以供备查。

## 六、请保荐机构、发行人律师、申报会计师说明核查依据、过程，并发表明确核查意见

### （一）核查过程与依据

保荐机构、发行人律师及申报会计师主要履行了如下核查程序：

- 1、审阅了瀚星投资入股时发行人与股东签署的《投资协议》及其补充协议，以及发行人实际控制人吴银昌出具的《确认函》；
- 2、审阅了发行人历次股东大会的会议资料；
- 3、审阅了发行人自设立至今的全套工商登记文件；
- 4、审阅了天健会计师为发行人出具的《审计报告》；
- 5、审阅了发行人在本次发行上市《招股说明书》中披露的对赌协议的具体内容以及就可能存在的影响作出的风险提示；
- 6、访谈了发行人实际控制人吴银昌。

### （二）核查意见

经核查，保荐机构、发行人律师及申报会计师认为：

1、《招股说明书》中关于“发行人《投资协议》中的特殊权利安排已终止”的相关表述准确、依据充分，发行人是曾含有对赌条款的《投资协议》的当事人，但不是该等对赌条款规定的承担回购义务的当事人，且《投资协议》中的对赌安排已终止；就吴银昌与瀚星投资签订的《投资协议之补充协议（三）》，发行人不是该对赌协议的当事人。

2、若瀚星投资根据《投资协议之补充协议（三）》要求吴银昌履行回购义务，吴银昌预计回购资金来源合法、回购资金充分，该等事项不会导致发行人控制权变化，不存在严重影响发行人持续经营能力或者其他严重影响投资者权益的情形。

3、吴银昌与瀚星投资签订的《投资协议之补充协议（三）》符合《监管规则适用指引——发行类第4号》4-3相关规定。

4、《投资协议之补充协议（二）》的签订具有合理的背景和原因。

### 问题 3、关于客户集中及诺德士

根据申报及回复材料，（1）报告期内，发行人对前五大客户的销售收入占营业收入总额的比例均在 84%以上，其中对前两大客户诺德士和迪卡依的销售收入占比合计超过 70%，发行人对上述两大客户的采购金额在 2020 及 2021 年出现大幅增长；发行人对诺德士和迪卡依同时存在外销和内销两种收入确认方式；（2）2022 年上半年发行人境外、境内健身车类别下第一大客户分别为诺德士、迪卡依（其收入占比均为 48%左右），而诺德士健身车销售价格大幅高于迪卡依；发行人 2022 年 4 月 15 日对诺德士销售降价调整 0.54%-4.00%，公司于报告期后与客户迪卡依进行了一次价格调整；（3）公开资料显示，发行人报告期内第一大客户诺德士，在纽交所上市市值约 0.5 亿美元，2021 年及 2022 年财务已经出现大幅亏损，销售收入明显下滑；截至 2022 年 3 月 31 日，账面存货达 11.12 亿美元；发行人与诺德士合同终止时间为 2022 年 11 月 15 日（到期自动续期 1 年）；（4）关于客户集中度较高具有行业普遍性，发行人未完整披露同行业可比公司（包括金陵体育、舒华体育）情况，且列示的英派斯 2021 年前五大客户收入占比显著低于披露的 2016 年数据。

请发行人披露：（1）客户集中度与同行业可比公司的比较情况及差异原因；（2）各期末对诺德士、迪卡依等主要客户的在手订单情况及变动原因、与客户经营情况是否匹配，前述客户报告期内及期后是否存在对发行人采购比重下降、拓展其他主要供应商的情形；（3）健身器材产业是否存在向成本更低的其他国家地区转移的趋势；（4）发行人报告期内新客户开发的具体措施和效果、相关收入贡献情况；（5）结合前述情况完善客户集中度高的相关风险披露；（6）针对主要客户诺德士市值规模较小、经营业绩下滑等情况，完善招股说明书风险披露。

请发行人说明：（1）报告期内诺德士、迪卡依销售收入中内销、外销的金额及占比情况，内外销间货物流、资金流、单据流的差异情况，结合差异说明其相互间的匹配情况；（2）针对诺德士，汇总报告期内发行人对其销售产品类型、数量、单价、成本、毛利/毛利率、终端使用客户，以及报告期各期末在手订单情况，对变动较大的数据进行简要分析；2022 年上半年发行人对诺德士

健身车销售价格大幅高于迪卡侬销售价格的具体原因及合理性；报告期内是否存在销售同类型、同品质产品对不同客户定价出现大幅差异的情况，如有请具体说明情况及原因；（3）上述两家客户向发行人采购产品后的终端销售/使用情况，是否存在发往境外商品重新销往境内的情形，如有，请说明产品销售数量及金额；（4）列示第一大客户诺德士报告期内公开的主要财务经营数据，并结合其市值、资产等，说明该客户采购规模是否与其市值经营规模相匹配，是否具备同发行人持续开展业务的能力，其是否匹配发行人第一大客户的规模和水平，发行人是否存在与诺德士合作终止或合作规模大幅缩减的风险；（5）报告期内诺德士、迪卡侬的收入波动情况，两家客户其他境内供应商的收入波动情况，与发行人收入变动趋势和幅度的差异情况及原因；（6）诺德士的股权结构及实际控制人情况，发行人及控股股东、董监高及其相关方是否与诺德士股东或经营管理层存在利益关系，包括但不限于非经营性资金往来、共同投资、相互持股等利益安排；（7）结合主要客户诺德士当前营收业绩下滑、存货水平较高等情况，进一步说明发行人对其后续销售、经营业绩的可持续性及其合理性。

请保荐机构、申报会计师：（1）按照《监管规则适用指引-发行类第五号》5-17 客户集中的要求，核实发行人是否存在客户集中或单一客户重大依赖问题，并补充披露相关核查内容；（2）说明对发行人主要客户诺德士和迪卡侬收入核查采取的主要程序，是否实地走访境内外销售物流、仓储并获取相应影像资料，是否获取商品流转销售终端使用的凭证、依据，核查数据及对应占比情况；针对诺德士市值及经营业绩下滑、存货较高的情况，保荐机构对诺德士是否执行了额外核查程序及具体情况；（3）结合保险、税务及外汇管理局相关数据与销售收入对比测算情况，补充说明对境外销售收入的核查内容是否充分；（4）核查发行人及其控股股东、实际控制人、发行人主要关联方、董事、监事、高管、关键岗位人员与发行人主要客户及相关方之间的资金往来。如发现异常情况，应适当扩大资金流水核查范围；（5）核查公司是否存在通过境内外主要客户囤货进行收入调节，期后是否存在退换货风险，并发表明确核查意见。

回复：

一、请发行人披露客户集中度与同行业可比公司的比较情况及差异原因

发行人已在《招股说明书》之“第五节 业务和技术”之“三、销售情况和

主要客户”之“（二）报告期各期主要客户情况”之“3、客户集中度与同行业可比公司的比较情况及差异原因”披露如下：

“报告期各期，公司对前五大客户的销售收入占营业收入总额的比例分别为 86.99%、84.78%、82.54%和 **84.18%**，对第一大客户的销售收入占比分别为 43.01%、44.13%、32.53%和 **29.84%**，报告期内客户集中度呈下降趋势。

公司客户较为集中，主要与公司以 ODM/OEM 为主的业务模式相关。报告期各期公司 ODM/OEM 业务销售占比分别为 99.60%、98.41%、97.74%和 **98.67%**，而自有品牌业务收入占比较低。公司作为专业健身器材制造商，与运动健身领域的知名企业诺德士、迪卡侬等建立了长期业务合作关系，客户关系较为稳定，因此对此类运动健身品牌企业的销售占比较高。

同行业可比公司中，部分公司的客户集中度情况与发行人具有相似性，包括三柏硕、康力源、力山以及英派斯的 ODM/OEM 业务；部分公司与发行人存在一定差异，主要与各公司的业务模式、产品结构、客户开发策略等因素相关，导致客户集中度不具有可比性。由于同行业公司 2023 年三季度报告均未披露客户集中度数据，下文就 2020 年至 2022 年同行业公司客户集中度情况具体说明如下：

#### （1）三柏硕

2020 年、2021 年及 2022 年，三柏硕前五大客户销售占比分别为 71.18%、78.05%、72.51%。该公司于 2020 年收购主要境外客户思凯沃克（该公司系其 2018 年第一大客户、2019 年第二大客户），以前年度以 ODM/OEM 业务为主，2019 年前五大客户的销售占比为 88.89%，略高于报告期内发行人前五大客户销售占比。

三柏硕于 2020 年收购主要客户思凯沃克后自有品牌业务占比大幅提升，且由于思凯沃克的下游客户包括知名零售商及终端消费者，其客户相对分散，使得整体客户集中度有所下降。2019 年至 2022 年 1-6 月，三柏硕 ODM/OEM 业务销售收入占主营业务收入的比例分别为 99.21%、61.01%、60.09%和 60.80%（2022 年年报中未披露相关数据），其中 2019 年 ODM/OEM 业务销售收入占



比与发行人报告期内 ODM/OEM 业务占比相近，2020 年以来 ODM/OEM 业务销售占比下降至约六成。

根据三柏硕招股说明书，2020 年、2021 年及 2022 年 1-6 月其 ODM/OEM 业务销售收入中前三大客户占比分别为 72.89%、77.50%、84.20%，第一大客户占比分别为 45.53%、57.12%、69.84%，因此其 ODM/OEM 业务的客户集中度较高：

各期 ODM/OE M业务前 三大客户 及其销售 占比	2022年1-6月		2021年		2020年	
	迪卡侬	69.84%	迪卡侬	57.12%	迪卡侬	45.53%
荷兰玩具	9.43%	荷兰玩具	9.04%	爱康	16.14%	
阿威罗	4.94%	爱康	11.34%	Sportspower	11.22%	
合计	<b>84.20%</b>	合计	<b>77.50%</b>	合计	<b>72.89%</b>	

综上，2020 年、2021 年及 2022 年三柏硕前五大客户销售占比超过 70%，略低于发行人，是由于三柏硕 2020 年收购其主要境外客户后自有品牌业务占比上升，客户集中度有所下降；2019 年三柏硕 ODM/OEM 业务销售收入占比与发行人相近，当年度前五大客户销售占比为 88.89%，略高于报告期内发行人前五大客户销售占比；从三柏硕 ODM/OEM 业务来看，2020 年、2021 年及 2022 年 1-6 月其客户集中度仍然较高。

## (2) 康力源

2020 年、2021 年及 2022 年，康力源前五大客户销售占比分别为 58.43%、57.86%、57.02%，其中对第一大客户的销售占比分别为 40.18%、39.76% 和 49.35%，集中度较高。

从品牌模式来看，康力源采用“ODM/OEM+自主品牌”方式开展业务，其自有品牌业务占比高于发行人。2020 年、2021 年及 2022 年，康力源 ODM/OEM 销售占比分别为 69.01%、71.19% 和 64.61%，自主品牌销售占比分别为 29.09%、27.52% 和 33.62%，高于发行人自主品牌销售占比（报告期各期均未超过 2.5%）。在自主品牌模式下，康力源下游销售客户主要为终端消费者、区域性经销商等，客户相对分散，黏性不强；在 ODM/OEM 模式下，下游销售客户主要为大型健身器材品牌商，该类客户具有销售渠道广、销量大等特点，

且定制化属性强、验厂等程序繁多，一旦建立深度合作，便呈现交易量较大、合作黏性较强的特点。

根据康力源审核问询函回复，2020年、2021年及2022年1-6月，康力源ODM/OEM收入总额中，前五大境外客户的主要品牌收入金额（未涵盖客户名下所有品牌）的占比分别为82.49%、79.26%、86.31%，因此其ODM/OEM业务模式的客户集中度较高。

综上，2020年、2021年及2022年康力源客户集中度较高，其前五大客户集中度低于发行人是由于自主品牌销售占比相对较高；康力源ODM/OEM业务模式下，前五大境外客户的主要品牌收入占比接近或超过八成，与发行人较为相近。

### （3）力山

力山是一家中国台湾体育健身器材上市公司，主营产品为家用健身器材及电动工具机，报告期内健身器材占比约为65%-90%。其中，力山健身器材产品以OEM品牌代工为主，客户主要为各大健身器材品牌。根据力山年度报告披露，2020年-2022年其销售收入占比超过10%的客户如下：

项目	2022年	2021年	2020年
第一大客户	47%	88%	71%
第二大客户	14%	未披露	未披露
第三大客户	14%	未披露	未披露
合计	75%	88%	71%

从上表可见，力山的客户较为集中，各期对第一大客户的销售占比均较高。

### （4）英派斯

2020年、2021年及2022年，英派斯前五大客户的销售占比分别为43.99%、35.76%、42.77%，其客户集中度低于发行人，主要因英派斯聚焦于自有品牌商用器材销售，主要客户群为健身俱乐部、星级酒店、专业竞技训练队、军警部队、企事业单位等商用客户，亦向体育局、教育局等单位销售公司各类产品，因此英派斯商用产品的销售渠道较为广泛、下游客户具有一定地域性特征且分布较为分散，导致其客户集中度相对较低。

根据英派斯《2022 年非公开发行股票申请文件反馈意见回复》，公司在国外销售的直销模式下存在 ODM/OEM 业务且“客户主要为国际领先的健身器材品牌商，单个客户采购规模较大，客户集中度较高”，但未具体披露客户集中度数据。而根据英派斯招股说明书，2014 年至 2016 年 ODM/OEM 业务的收入占比为 29.90%、24.49%、35.07%，该业务模式下前五大客户销售占比分别为 86.44%、89.46%、88.17%：

2016 年		2015 年		2014 年	
客户名称	销售占比	客户名称	销售占比	客户名称	销售占比
HOIST	34.97%	HOIST	44.84%	HOIST	37.77%
PRECOR	31.41%	PRECOR	18.01%	PRECOR	22.99%
Tuffstuff	9.76%	Tuffstuff	12.55%	Tuffstuff	10.97%
BH	7.44%	BH	10.11%	BH	8.00%
TRUE FITNESS TECHNOLOGIES	4.59%	LANDICE,INC.	3.95%	COYOTE	6.71%
合计	<b>88.17%</b>	合计	<b>89.46%</b>	合计	<b>86.44%</b>

综上，2020 年至 2022 年英派斯前五大客户的销售占比低于发行人，与英派斯以自有品牌商用器材销售为主相关；根据英派斯招股说明书披露，2014 年至 2016 年其 ODM/OEM 业务前五大客户销售占比均超过 85%，客户集中度较高。

#### （5）金陵体育

2020 年、2021 年及 2022 年，金陵体育前五大客户的销售占比分别为 18.07%、19.20%、16.86%。由于金陵体育在业务模式、客户结构等方面与发行人差异较大，其客户集中度不具备可比性。

金陵体育是一家高端体育装备和体育设施系统集成服务商，业务范围包括器材销售、场馆建设、赛事服务等，客户结构包括学校、政府事业性单位、体育赛事组织及经销商等，且该公司均为自有品牌销售，不存在 ODM/OEM 业务模式。金陵体育采取直销为主、经销为辅的销售模式，其中直销模式是指直接销售予终端使用者，因此其下游客户较为分散。

根据金陵体育招股说明书，2014 年至 2016 年前五大客户销售情况如下：

2016年		2015年		2014年	
客户名称	销售占比	客户名称	销售占比	客户名称	销售占比
南京延明体育实业有限公司	3.75%	北京奥实体育计时服务有限公司	6.35%	江苏省第十八届运动会徐州赛区组织委员会	5.81%
中国人民武装警察部队政治部文化工作和网络宣传教育中心	2.69%	中建海峡建设发展有限公司	3.69%	第二届夏季青年奥林匹克运动会组织委员会	4.91%
苏州高新文体集团有限公司	2.67%	第一届全国青年运动会福州市执行委员会	3.17%	北京奥实体育计时服务有限公司	3.38%
张家港市体育局	2.58%	北京泛华新兴体育产业股份有限公司	3.15%	中国石油天然气股份有限公司塔里木油田分公司塔西南勘探开发公司	2.21%
淮安金茂体育器材有限公司	2.23%	上海市教育技术装备服务中心	2.52%	绍兴市柯桥区体育中心投资开发经营有限公司	2.01%
<b>合计</b>	<b>13.92%</b>	<b>合计</b>	<b>18.88%</b>	<b>合计</b>	<b>18.32%</b>

从上表可见，金陵体育的主要销售客户多为行政事业性单位、体育赛事组织等且各期前五大客户基本未重叠，而发行人以 ODM/OEM 业务为主，下游主要客户为大型健身器材品牌商且合作关系较为稳定，金陵体育与发行人的客户集中度均与各自的业务模式、客户结构相匹配。

#### (6) 舒华体育

2020 年至 2022 年，舒华体育前五大客户的销售占比分别为 22.55%、22.24%、26.10%，其客户集中度低于发行人，主要是由于舒华体育发展策略以自有品牌销售为主，侧重于经销及电商平台渠道，其下游客户主要为个人消费者（电商平台）、企事业单位、各地体育局及经销商等，因此客户集中度数据与发行人不具有可比性。

舒华体育的 ODM/OEM 业务模式占比较低，根据其招股说明书披露信息测算，2017-2019 年 ODM/OEM 业务占其收入总额的比例分别为 6.07%、7.04%、7.53%。2017 年至 2020 年 1-6 月，舒华体育健身器材业务前五名客户如下：

2020年1-6月		2019年		2018年		2017年	
客户名称	销售占比	客户名称	销售占比	客户名称	销售占比	客户名称	销售占比
Paradigm Health & Wellness, Inc.	2.94%	Paradigm Health & Wellness, Inc.	1.46%	云南云健体育用品有限公司	2.43%	福建省体育局	3.95%
北京京东世纪贸易有限公司	2.26%	福建省体育局	1.42%	福建省体育局	2.28%	云南云健体育用品有限公司	3.52%
青岛市体育局	1.83%	济南锐强体育用品有限公司	1.12%	青岛市体育局	1.56%	黑龙江省体育局	2.64%
Sunny Health & Fitness	1.58%	云南云健体育用品有限公司	1.11%	Paradigm Health & Wellness, Inc.	1.50%	广州市舒华体育用品有限公司	1.56%

2020年1-6月		2019年		2018年		2017年	
客户名称	销售占比	客户名称	销售占比	客户名称	销售占比	客户名称	销售占比
合肥市体育局	1.44%	北京京东世纪贸易有限公司	1.11%	河北云雀体育用品销售有限公司	1.25%	Paradigm Health & Wellness, Inc.	1.32%
合计	10.05%	合计	6.22%	合计	9.02%	合计	12.99%

从上表可见，舒华体育客户主要包括经销商、电商代销平台、政府采购客户以及少量境外 ODM/OEM 客户，单个客户的销售占比均较低。

综上所述，发行人客户较为集中，主要与公司以 ODM/OEM 为主的业务模式相关；同行业可比公司中，部分公司的客户集中度情况与发行人具有相似性，包括三柏硕、康力源、力山以及英派斯的 ODM/OEM 业务；部分公司与发行人存在一定差异，主要与各公司的业务模式、产品结构、客户开发策略等因素相关，导致客户集中度不具有可比性。”

**二、各期末对诺德士、迪卡侬等主要客户的在手订单情况及变动原因、与客户经营情况是否匹配，前述客户报告期内及期后是否存在对发行人采购比重下降、拓展其他主要供应商的情形**

发行人已在《招股说明书》之“第五节 业务和技术”之“三、销售情况和主要客户”之“（十二）公司对诺德士、迪卡侬等主要客户的在手订单情况及变动原因、与客户经营情况的匹配性，前述客户报告期内及期后不存在对发行人采购比重下降或拓展其他主要供应商的情形”披露如下：

**“1、各期末对诺德士、迪卡侬等主要客户的在手订单情况及变动原因、与客户经营情况是否匹配**

（1）在手订单情况及变动原因

2019 年末至 2023 年 9 月末，公司对主要客户迪卡侬、诺德士、爱康、艾琳克的在手订单金额如下：

单位：万元

客户	2023 年 9 月末	2022 年末	2021 年末	2020 年末	2019 年末
迪卡侬	10,261.17	5,892.12	18,791.27	56,048.92	9,887.91
诺德士	8,711.61	1,149.55	15,301.50	58,544.79	7,851.09
爱康	7,647.15	6,328.65	7,189.95	-	-

客户	2023年9月末	2022年末	2021年末	2020年末	2019年末
艾琳克	80.75	624.45	1,162.84	3,093.72	1,369.55
小计	26,700.68	13,994.76	42,445.56	117,687.43	19,108.54
公司在手订单总额	37,857.93	21,626.42	56,525.98	145,415.51	23,651.74
上述客户占公司 在手订单总额的比例	70.53%	64.71%	75.09%	80.93%	80.79%

注：上表列示报告期内发行人对其累计销售额超过 2 亿元人民币的客户，各家客户均曾公开披露其经营数据

2020 年，全球家用健身器材终端市场需求受欧美地区新冠疫情爆发影响而大幅增长，同时叠加跨境航运紧张、海运价格大幅上涨等因素，使得境外客户备货需求快速增加，2020 年末迪卡侬、诺德士、艾琳克在手订单规模同比增长 4.67 倍、6.46 倍、1.26 倍。

自 2021 年下半年开始，基于公司主要市场，即欧美地区疫情管控政策的逐步取消，欧美地区终端市场对于家用健身器材的需求恢复到疫情前（2019 年）的水平，同时下游健身器材品牌客户优先消耗其库存，因此 2021 年末公司取得的迪卡侬、诺德士、艾琳克在手订单金额相应有所减少。同时，爱康与公司建立正式合作关系，向公司下达订单金额为 7,189.95 万元。

2022 年末，家用健身器材市场在经历短期波动后正逐步恢复疫情前较为平稳发展的局面，公司在手订单总额为 21,626.42 万元，已逐步恢复到接近疫情前（2019 年末）的水平。其中，迪卡侬、诺德士、艾琳克受前期库存消化的影响，其在手订单金额减少较多；爱康在手订单金额降幅较小，主要是由于该客户系欧美地区疫情放开后与公司正式确立合作关系并开始供货；上述客户占公司在手订单总额的比例下降至 64.71%，公司其他规模相对较小客户及新开发客户的在手订单占比有所上升。

2023 年 9 月末，随着下游市场需求提升且天气寒冷的冬季通常为欧美地区健身器材销售旺季，公司对迪卡侬、诺德士、爱康的在手订单金额较 2022 年末均有所增加；上述四家客户占公司在手订单总额的比例上升至 70.53%，公司在手订单总额达到 37,857.93 万元，较 2022 年末金额呈增长态势。

综上，受客户需求变动影响，公司对主要客户的在手订单金额存在波动。

## （2）与客户经营情况的匹配性

迪卡侬、诺德士、爱康、艾琳克在公开信息中披露其销售收入规模如下：

单位：万元

公司名称	2023年1-9月	2022年	2021年	2020年
迪卡侬	-	10,891,034.00	10,528,434.00	8,978,070.00
诺德士	<b>114,035.33</b>	235,457.80	434,954.82	360,539.87
爱康	-	-	1,111,286.56	607,384.11
艾琳克	<b>209,354.10</b>	311,580.45	294,840.68	318,796.72

注 1：迪卡侬为非上市公司，收入数据来源于其公告的社会责任报告，**未披露 2023 年 1-9 月收入**；诺德士于 2021 年将财务报表基准日由 12 月 31 日调整为 3 月 31 日，为数据可比，表中列示的诺德士 2021 年度收入为 2021 财年前三季度和 2021 年 1-3 月收入的合计数，2022 年、**2023 年 1-9 月**采取相同的方式；爱康收入数据来源于其 2021 年公告的招股文件，2020 年、2021 年财务报表基准日均为截至 5 月 31 日，其未披露 2022 年、**2023 年 1-9 月**收入；艾琳克的财务报表基准日为 3 月 20 日，为数据可比，表中艾琳克数据对应区间为上一年度 12 月 21 日至本年度 12 月 20 日**或 9 月 20 日**。

注 2：为便于比较，上表数据系以外币金额按汇率折算为人民币金额。

2021 年迪卡侬销售收入同比上升，迪卡侬在其 2021 年社会责任报告中披露：“尤其是受到登山产品和健身器材突出表现的影响，尽管有较多困难（新冠疫情），公司得以实现销售收入的重大提升”。2020 年末公司取得的迪卡侬在手订单金额为 56,048.92 万元，较上一年末呈增长趋势，与迪卡侬 2021 年度健身器材收入同比提升相匹配。

2021 年诺德士销售收入为 434,954.82 万元，同比增速达 20.64%，2022 年和 **2023 年 1-9 月**受下游市场需求变动的的影响，诺德士营业收入同比下降 45.87% 和 **33.82%**。报告期内，公司取得的诺德士在手订单金额**整体**呈现先升后降趋势，与诺德士自身销售规模具有匹配性。

爱康 2020 财年、2021 财年销售收入为 607,384.11 万元、1,111,286.56 万元（以 5 月 31 日为财务报表基准日），2021 财年销售规模同比大幅增长，根据其招股文件披露，2020 财年最后一个季度以及 2021 财年期间，全球疫情大流行以及交互式家用健身器材的快速普及使得其健身器材（尤其是触屏式健身产品）的销售量超过预期。爱康 2021 财年销售规模体现了家用健身器材终端市场需求的增长，与发行人的销售规模变动趋势一致。爱康为非上市公司，未披露其 2022 财年的相关经营数据，因此暂无法与其 2022 年下达给发行人的订单进行匹配。2021 年末、2022 年末及 **2023 年 9 月末**，公司取得的爱康在手订单金额分别为 7,189.95 万元、6,328.65 万元、**7,647.15 万元**，整体较为稳定。

艾琳克旗下共有四个核心业务部门，其中健身设备占其整体销售规模的比例较低。以日元计，艾琳克 2020 和 2021 财年家用设备事业部销售收入分别为 169.25 亿元和 150.70 亿元，2021 财年（指 2021.3.21-2022.3.20）同比下降的主要原因在于健身设备收入的下滑，艾琳克在 2021 财年年报中披露：“健身设备的销售额大幅下降主要原因为，在居家需求和受疫情影响新健身器材开发延迟等因素的影响下，上一财年（2020 年 3 月 21 日-2021 年 3 月 20 日）的销售额创历史新高”。报告期内公司取得的艾琳克在手订单金额先升后降，与艾琳克披露的健身设备销售额创历史新高后大幅下降的趋势相匹配。根据艾琳克披露信息，2023 年二季报（指 2023.3.21-2023.9.20），艾琳克家用设备事业部销售收入 69.39 亿日元，同比增长 1.6%，主要系除健身器材领域以外的其他家用设备（如铝制起重设备、工作平台等）销售收入的增加，健身产品销售“依然稳健”，主要系“塑身枪等新产品和具有实惠感的新品牌‘MIVIOs’（主要为瑜伽垫等产品）的积极导入”，由此可推断出，和该事业部的其他产品相比，艾琳克的健身器械销售并非驱动其收入保持稳定的主要因素，与发行人对其销售额及在手订单金额有所下降的情况相匹配。

综上，基于客户公开披露信息，公司主要客户的在手订单变动情况与客户经营情况具有一定匹配性。

## 2、前述客户报告期内及期后是否存在对发行人采购比重下降、拓展其他主要供应商的情形

### （1）诺德士

根据诺德士 2020 财年至 2022 财年年报披露，诺德士的产品制造商基本都位于亚洲，主要是在中国。

根据 2023 年 3 月中介机构对诺德士的现场访谈，诺德士确认：（1）2019 年至 2022 年向发行人采购健身器材占同类产品采购比例不低于 75%，2023 年以来向发行人采购比例和以前年度相比基本保持稳定；（2）诺德士不存在其他采购占比超过 20%的主要供应商，现阶段也没有计划开拓其他主要供应商。

### （2）迪卡侬



根据 2021 年 11 月中介机构对迪卡侬的访谈，发行人系迪卡侬在健身器材领域唯一的全球战略合作伙伴，2019 年以来发行人占迪卡侬健身器材同类产品采购金额的比重约为八成以上，其他供应商处采购规模较小。

根据 2023 年 4 月中介机构对迪卡侬的补充访谈，迪卡侬确认：（1）报告期内向发行人采购有氧健身产品占同类产品采购比例逐年提高，2023 年起迪卡侬向发行人采购健身器材产品的比例预计稳定在八成以上；（2）自 2019 年以来迪卡侬在有氧健身器材领域未新增其他重要供应商，对其他供应商的采购份额有所减少。

### （3）爱康

发行人于 2022 年开始向爱康进行销售，主要销售跑步机产品。根据 2023 年 3 月及 4 月中介机构对爱康的访谈，爱康确认：（1）目前发行人在爱康供应商中排名靠前，2022 年爱康向发行人的采购规模占其外购健身器材产品的比例约为 30%，2023 年一季度向发行人的采购占比已上升至约 50%；（2）爱康 2019 年以来新增的重要供应商仅为发行人，目前不存在开拓其他重要供应商的计划。

### （4）艾琳克

根据 2021 年 11 月中介机构对艾琳克的访谈，2019 年以来艾琳克对发行人的采购额占其健身器材类采购额的 35% 左右。根据 2023 年 4 月艾琳克的确认，2023 年客户向发行人采购健身器材产品的比例与 2019-2022 年相比保持稳定。

综上所述，根据发行人前述主要客户的确认，上述主要客户报告期内及期后不存在对发行人采购比重下降、拓展其他主要供应商的情形。”

## 三、健身器材产业是否存在向成本更低的其他国家地区转移的趋势

发行人已在《招股说明书》之“第五节 业务和技术”之“三、销售情况和主要客户”之“（十三）现阶段健身器材产业向成本更低的其他国家地区转移的风险较低”披露如下：

“从健身器材的供给端来看，中国目前是全球最大的健身器材生产制造国。我国健身器材行业的发展晚于欧美发达国家，此后凭借成本及供应链等方面的优势在产业链转移的过程中占据先机，目前在健身器材制造领域占据主要份额。

全球产业分工格局是一个长期持续调整的过程，近年来部分制造业存在向东南亚等生产制造成本更低的国家地区转移的情形。但由于健身器材行业的自身特征，该行业向东南亚国家快速转移的风险相对较低，不会对发行人的持续经营能力构成重大不利影响，具体分析如下：

1、中国在生产制造产业方面具有较为深厚的基础，与低成本国家地区相比具有明显的比较优势。经过多年的快速发展，中国已形成具有优势的生产产业链，而目前越南、柬埔寨等东南亚国家仍处于低附加值的组装阶段，缺乏完整高效的生产链条，其产业配套、基础设施、人员素质、劳动效率等普遍与中国存在较大差距，短期内无法替代中国的传统优势产业。

由于健身器材产品的种类及规格繁多，通常要求制造商周边具有完整配套的零部件供应链。目前东南亚国家工业体系的完善程度相对较低，当地供应商可能出现生产工期、产品质量不能满足客户需求的情形。

2、健身器材行业具有一定的进入壁垒，供应商考核周期较长。全球知名健身器材品牌企业在选择合作的专业制造商时设定了较高的标准，会对供应商的设计开发能力、响应速度、批量生产能力、产品的质量稳定性、生产交期等进行全方位考核。品牌企业在首次对制造商进行评估时会进行全面的考察和验厂，此后制造商与品牌企业在产品设计开发、生产安排等方面深度合作，此类合作磨合周期较长，导致品牌企业若要更换供应商，其效率损失与沉没成本通常较高。因此，以发行人为代表的长期合作供应商在品牌企业的供应链中具有相对稳定性，品牌企业对于更换供应商通常持谨慎态度。

3、经过多年的发展，我国企业在研发创新等方面持续投入，具有较强的市场竞争力。由于东南亚国家普遍缺少生产制造经验，目前产业链转移多为中国制造商到海外建厂的方式，通过部分生产环节外移方式与国内形成良性互补，继续为主要客户提供生产制造服务。

发行人在健身器材制造领域具备较强的生产能力优势、研发和技术优势、质量优势和供应链优势等。因此，即使部分产业逐步转移至成本更低的国家地区，发行人依然可以凭借优秀的生产制造能力、综合服务客户能力维持自身的竞争地位，同时发行人正在不断提升自身的研发创新能力和生产制造能力，以向高附加值产品领域延伸。发行人作为国内领先的专业制造商，亦在持续关注及评估海外建厂对成本及客户关系的影响，将积极应对市场的潜在变动。

综上，现阶段健身器材产业向成本更低的其他国家地区转移的风险较低，该事项不会对发行人产生重大不利影响。”

#### **四、发行人报告期内新客户开发的具体措施和效果、相关收入贡献情况**

发行人已在《招股说明书》之“第五节 业务和技术”之“三、销售情况和主要客户”之“（十四）报告期内公司新客户开发的具体措施和效果、相关收入贡献情况”披露如下：

##### **“1、报告期内新客户开发的具体措施和效果**

###### **（1）新客户开发的措施**

公司自设立以来一直专注于健身器材的研发、生产及销售，与健身器材行业的诸多知名品牌企业建立了深入合作的关系。报告期内，公司凭借研发和技术优势、生产优势和供应链优势形成了良好的市场口碑，在维系长期客户的同时，公司还通过公司主动拜访、新客户主动寻求合作、参加行业展会等方式积极开拓新客户。

①主动拜访：健身器材市场广阔，除部分跨国企业具备全球范围内知名度外，另外有较多品牌企业在区域市场内具有较强的影响力，因此发行人会通过各种渠道与一些知名的品牌企业建立联系，开展拜访交流活动以获取业务机会；

②新客户主动寻求合作：基于公司多年以来良好的市场口碑，且公司与行业龙头已经建立了深入的合作关系，部分健身器材品牌企业基于对供应链上下游的了解主动与发行人联系接洽；

③参加行业展会：全球范围内，主要消费市场欧美、主要制造市场中国会定期举办健身器材领域的展会，部分展会具备较强的行业影响力及知名度，公司通过参展扩大市场影响力，实现市场营销目的，开发潜在客户。

除新客户的开发外，公司高度重视对现有客户的深入服务，基于健身器材的消费品属性，品牌企业需要持续向市场推出新产品、新机型以满足消费者的需求，故公司通过深入服务现有客户，不断拓宽与客户之间合作的范围、加深合作关系。

## （2）新客户开发的效果

报告期内，公司新增的累计销售收入在 100 万元以上客户达 **24 家**，相关客户涵盖境内外的健身器材品牌企业，为各地用户提供各不同品类的健身器材产品，包括全球知名的健身器材品牌企业爱康（iFIT）、国内领先的智能健身品牌企业北京金史密斯科技股份有限公司、攀爬机的发明企业 CLMBR LLC、小型健身器材领域领先的品牌企业 Fitness Cubed Inc.等。随着公司与新增客户合作关系的加深，公司对新增客户的销售收入占各期主营业务收入的比重快速增加。

2023 年以来，基于公司在客户开发方面的不断推进，公司新增客户持续落地，公司已与全球知名的在线骑行平台 Zwift 达成合作意向，**相关机型已经完成测试并建立正式合作关系**，将为其提供自行车训练车架等新型健身器材；与互联健身领域的知名企业 Echelon Fitness 建立业务合作关系，**已开始**为其提供椭圆机等健身器材。

综上所述，公司新客户开发效果良好，为公司的持续发展提供了有力的支撑，为公司业绩提供了新的增长点。

## 2、相关收入贡献情况

报告期内，公司对上述新客户所实现主营业务收入情况如下：

单位：万元

项目	2023年1-9月	2022年	2021年	2020年
报告期内新增客户在各期的收入	<b>23,424.74</b>	<b>33,894.89</b>	<b>23,969.40</b>	<b>5,946.81</b>
公司主营业务收入	<b>84,591.64</b>	161,279.44	347,359.95	243,898.04

项目	2023年1-9月	2022年	2021年	2020年
占比	27.69%	21.02%	6.90%	2.44%

由上表可见，报告期内新增客户贡献的收入规模及占公司主营业务收入的比重呈上升趋势，为公司的持续发展提供了有力支撑，显示公司良好的市场竞争力。”

#### 五、结合前述情况完善客户集中度高的相关风险披露

发行人已在《招股说明书》“第二节 概览”之“一、重大事项提示”之“（二）重大风险提示”以及“第三节 风险因素”中就“客户集中度较高的风险”进行完善，具体披露如下：

“公司经过多年的努力，已经进入了迪卡侬（Decathlon）、诺德士（Nautilus）、爱康（iFIT）等跨国企业的全球供应链体系，并与这些企业建立了稳定的合作关系。报告期内，公司对前五大客户的销售收入占营业收入总额的比例分别为 86.99%、84.78%、82.54% 和 **84.18%**，客户集中度较高，经营风险较为集中。

公司客户集中度较高主要是由于公司以 ODM/OEM 业务模式为主，多年来已与主要客户建立了长期稳定的业务合作关系，因而对其销售占比较高；同行业公司中，ODM/OEM 业务占比较高的三柏硕、康力源、力山的客户集中情况与公司具有相似性，公司不存在与行业惯例背离的情形。关于客户集中度的具体分析详见本招股说明书“第五节 业务和技术”之“三、销售情况和主要客户”之“（二）报告期各期主要客户情况”之“2、发行人客户集中的原因及合理性”。

由于公司客户集中度较高，公司的经营业绩及未来发展与迪卡侬、诺德士等主要客户的自身经营状况密切相关。如果主要客户出现经营困难导致采购需求降低或者不能及时履行付款责任，或者将订单转向其他供应商而减少对公司的采购，或者因公司产品质量、交期及新品开发等方面不能满足需求导致采购规模下降，或者公司开拓新客户及新业务的效果不及预期，都可能导致公司的营业收入减少，进而对公司的经营业绩和盈利能力造成重大不利影响。”

## 六、针对主要客户诺德士市值规模较小、经营业绩下滑等情况，完善招股说明书风险披露

发行人已在招股说明书“第二节 概览”之“一、重大事项提示”之“（二）重大风险提示”以及“第三节 风险因素”之“一、与发行人相关的风险”之“（一）经营风险”补充披露如下：

### “公司客户经营稳定性的风险

诺德士（Nautilus）是公司的主要客户，公司自 2010 年开始与其建立业务关系，并不断深化与其的合作关系。报告期内，公司对其销售收入占营业收入的比重分别为 43.01%、44.13%、30.91%和 27.24%。

诺德士是一家总部位于北美的跨国健身器材企业，成立以来专注于提供优质健身器材，该公司于 1999 年在纽约证券交易所上市，是北美地区知名的家用健身器材品牌企业。由于欧美市场自 2021 年下半年以来家用健身器材需求自峰值逐步恢复至疫情前水平，且该公司近年来基于战略规划加强互联网健身业务领域的投入，导致该公司的经营业绩及市值下降。若未来诺德士的业务发展遭遇市场竞争加剧、产品开发无法获得消费者认可等不利情形，或终端市场需求出现进一步下降，则可能导致其经营业绩不佳，进而减少对发行人的采购规模。同时，鉴于诺德士当前的市值规模较小，若未来该公司出现外部投资人的敌意收购、公司股东对外转让股权导致公司出现控股股东变更等情形，可能会导致诺德士的管理架构、经营理念出现重大变化，进而对该公司的经营稳定性产生不利影响。”

## 七、请发行人说明报告期内诺德士、迪卡侬销售收入中内销、外销的金额及占比情况，内外销间货物流、资金流、单据流的差异情况，结合差异说明其相互间的匹配情况

### （一）报告期内诺德士、迪卡侬销售收入中内销、外销的金额及占比情况

报告期各期，发行人对诺德士、迪卡侬的主营业务收入中境内销售及境外销售金额及占比如下：

单位：万元

客户名称	类别	2023年1-9月		2022年		2021年		2020年	
		金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
诺德士	境外销售	23,336.19	99.49%	50,253.98	99.59%	154,628.71	99.78%	104,897.78	99.61%
	境内销售	120.06	0.51%	205.75	0.41%	344.67	0.22%	410.70	0.39%
	小计	23,456.25	100.00%	50,459.73	100.00%	154,973.38	100.00%	105,308.48	100.00%
迪卡侬	境外销售	22,872.44	89.34%	46,462.01	87.66%	106,309.04	92.53%	77,185.17	86.37%
	境内销售	2,728.23	10.66%	6,537.90	12.34%	8,588.44	7.47%	12,182.73	13.63%
	小计	25,600.67	100.00%	52,999.92	100.00%	114,897.49	100.00%	89,367.90	100.00%

从上表可见，报告期各期公司对诺德士、迪卡侬的主营业务收入均以境外销售为主。

## （二）内外销间货物流、资金流、单据流的差异情况，结合差异说明其相互间的匹配情况

报告期内，公司对诺德士境外销售的合作主体为 Nautilus, Inc.，对诺德士境内销售的合作主体为 Nautilus, Inc.设在中国境内的下属企业纳特莱斯（上海）健身器材有限公司（以下简称“纳特莱斯”）；公司对迪卡侬境外销售的合作主体为 Desipro Pte. Ltd.，对迪卡侬境内销售的合作主体为迪卡侬设在中国境内的下属企业上海莘威运动品有限公司（以下简称“上海莘威”）。

公司对诺德士和迪卡侬内外销之间的货物流、资金流和单据流的差异情况如下：

客户名称	项目	内外销	业务描述	货物流	资金流	单据流
诺德士	销售订单	外销	Nautilus, Inc.自行下发 PO（采购订单）	/	/	PO（采购订单）
		内销	纳特莱斯自行下发 PO（采购订单）	/	/	PO（采购订单）
	备货发货	外销	订单生产完成后，由公司委托物流公司将货物运送至海关装船并办理报关出口手续	货物报关出口，主要通过海运运输	/	出库单、报关单、提单
		内销	订单生产完成后，由纳特莱斯自行或其指定的提货人至公司厂区提货，装运完成后由提货人在内销签收确认单签字确认提货产品、数量信息	由纳特莱斯或其指定的提货人提货	/	出库单、内销签收确认单

客户名称	项目	内外销	业务描述	货物流	资金流	单据流
	开票收款	外销	公司将提单、形式发票发送给 Nautilus, Inc.	/	Nautilus, Inc 使用其境外账户回款	形式发票、银行回单
		内销	公司将增值税专用发票发送给纳特莱斯	/	纳特莱斯使用其境内账户回款	增值税专用发票、银行回单
迪卡侬	销售订单	外销	Desipro Pte Ltd. 自行通过系统 PO（采购订单）下达具体产品订单	/	/	PO（采购订单）
		内销	上海莘威自行通过系统 PO（采购订单）下达具体产品订单	/	/	PO（采购订单）
	备货发货	外销	订单生产完成后，由 Desipro Pte Ltd. 指定的货代公司至公司厂区提货并运送至海关，由其完成报关出口手续	货物报关出口，主要通过海运运输	/	出库单、报关单、提单
		内销	订单生产完成后，由上海莘威或其指定的提货人至公司厂区提货，并由上海莘威员工在内销签收确认单签字确认提货产品、数量信息	由上海莘威或其指定的提货人提货后运输至迪卡侬位于江苏花桥的国内仓储中心	/	出库单、内销签收确认单
	开票收款	外销	公司将形式发票发送给 Desipro Pte Ltd.	/	Desipro Pte Ltd. 使用其境外账户回款	形式发票、银行回单
		内销	公司将增值税专用发票发送给上海莘威	/	上海莘威使用其境内账户回款	增值税专用发票、银行回单

从上表可见，（1）诺德士和迪卡侬境内外销售业务均由独立的主体分别下达销售订单，公司按照销售订单进行生产备货；

（2）诺德士境外销售按照 FOB 贸易模式执行，货物主要通过海运方式运往境外，公司委托物流公司将货物运送至海关装船并办理报关出口手续，从而完成订单交货，涉及的单据流主要为出库单、报关单和提单；诺德士境内销售则由纳特莱斯或其指定的提货人前往公司提货，完成订单交货后由相应的提货人员在内销签收确认单签字确认；

（3）迪卡侬境外销售按照 FCA 贸易模式执行，由 Desipro Pte Ltd. 指定的货代公司提货并运送至海关装船，由其完成报关出口手续，货物报关出口后主



要通过海运运输，涉及的单据流主要为出库单、报关单和提单；迪卡侬境内销售则由上海莘威或其指定提货人自行前往公司提货，完成订单交货后由上海莘威工作人员在内销签收确认单签字确认；

(4) 完成订单交货后，公司向两家客户的境外主体提供形式发票，向境内主体提供增值税专用发票，并由境外主体和境内主体分别通过银行转账方式独立回款。

综上所述，公司对诺德士和迪卡侬境内境外销售的货物流、资金流、票据流相互独立，因销售订单下发主体、运输方式等不同而有所差异；对于诺德士和迪卡侬两家客户的境内或境外销售，其货物流转、货款回款和相关单据之间相互匹配。

八、针对诺德士，汇总报告期内发行人对其销售产品类型、数量、单价、成本、毛利/毛利率、终端使用客户，以及报告期各期末在手订单情况，对变动较大的数据进行简要分析；2022年上半年发行人对诺德士健身车销售价格大幅高于迪卡侬销售价格的具体原因及合理性；报告期内是否存在销售同类型、同品质产品对不同客户定价出现大幅差异的情况，如有请具体说明情况及原因

(一) 报告期内发行人对诺德士销售产品类型、数量、单价、成本、毛利/毛利率、终端使用客户，以及报告期各期末在手订单情况，对变动较大的数据进行简要分析

报告期内，公司对诺德士销售的主要产品类别包括健身车、椭圆机、跑步机、哑铃及划船机，各期具体销售明细及期末在手订单情况如下：

2023年1-9月						
产品类型	销量 (万台)	单价 (元/台)	单位成本 (元/台)	毛利 (万元)	毛利率 (%)	期末在手订单 (万元)
健身车	4.94	1,620.52	1,252.09	1,820.97	22.74	3,375.87
椭圆机	2.08	2,490.89	1,983.44	1,057.52	20.37	1,639.66
跑步机	0.91	2,628.61	2,064.85	510.20	21.45	914.07
哑铃	19.69	356.77	235.91	2,379.25	33.88	2,651.84
2022年						
产品类型	销量 (万台)	单价 (元/台)	单位成本 (元/台)	毛利 (万元)	毛利率 (%)	期末在手订单 (万元)

健身车	11.72	1,760.79	1,329.33	5,057.78	24.50	413.28
椭圆机	3.83	2,701.02	2,084.51	2,363.75	22.83	237.90
跑步机	1.52	2,659.87	1,989.58	1,018.11	25.20	31.73
哑铃	39.08	371.58	253.07	4,631.25	31.89	435.96
<b>2021 年</b>						
<b>产品类型</b>	<b>销量 (万台)</b>	<b>单价 (元/台)</b>	<b>单位成本 (元/台)</b>	<b>毛利 (万元)</b>	<b>毛利率 (%)</b>	<b>期末在手订单 (万元)</b>
健身车	45.12	1,599.50	1,259.89	15,322.86	21.23	4,900.14
椭圆机	15.33	2,141.84	1,567.77	8,799.75	26.80	2,810.65
跑步机	7.10	3,145.64	2,458.55	4,876.31	21.84	466.93
划船机	0.70	1,062.31	815.41	172.88	23.24	-
哑铃	66.17	364.50	273.07	6,050.74	25.09	7,118.17
<b>2020 年</b>						
<b>产品类型</b>	<b>销量 (万台)</b>	<b>单价 (元/台)</b>	<b>单位成本 (元/台)</b>	<b>毛利 (万元)</b>	<b>毛利率 (%)</b>	<b>期末在手订单 (万元)</b>
健身车	46.29	1,332.64	1,002.96	15,262.03	24.74	29,455.72
椭圆机	13.11	1,809.54	1,304.43	6,619.81	27.91	15,217.82
跑步机	5.29	2,937.76	2,206.54	3,866.43	24.89	10,004.49
划船机	0.90	1,028.90	735.83	263.55	28.48	250.27
哑铃	4.12	344.03	261.33	340.40	24.04	3,614.25

注：上表中各期毛利/毛利率计算时均已在成本中剔除相关运费报关费

上述健身器材产品的终端使用用户为健身器材个人消费者，诺德士采购公司健身器材后主要通过直接销售渠道（公司自有网站等）及零售渠道（亚马逊等电商网站以及 Dick's Sporting Goods 等线下门店）销售给终端消费者。

2020 年至 2021 年，受下游家用健身器材市场需求大幅增长的影响，公司对诺德士的主营业务收入分别为 105,308.48 万元、154,973.38 万元，各类别产品的销量处于高位，其中 2020 年末公司对诺德士在手订单规模较高。2021 年下半年以来，随着全球疫情（尤其是欧美地区）管控措施的逐步取消，家用健身器材市场的需求逐步恢复至疫情前的水平，诺德士根据市场需求变化调整订单，因此 2022 年和 2023 年 1-9 月公司对诺德士的主营业务收入分别减少至 50,459.73 万元和 23,456.25 万元。随着家用健身器材市场回暖，2023 年 9 月末公司对诺德士在手订单金额较 2022 年末有所回升。

相较于 2020 年，2021 年公司向诺德士销售的各类产品均价呈增长趋势，

单价变动的主要原因是受原材料涨价影响后公司与诺德士协商上调销售价格以及销售产品结构有所变动，因此各品类的平均销售单价同比有所上升。由于公司与诺德士协商调价具有滞后性，2021年除哑铃外其他产品的毛利率均较2020年下降。

2022年健身车、椭圆机和哑铃均价略高于2021年，主要是受主要产品售价曾于2021年年中上调以及销售产品结构变动等因素影响；由于2022年跑步机销售机型中高价位产品占比有所下降，当年度跑步机销售均价低于2021年度。2022年公司向诺德士销售毛利率整体高于2021年，主要因原材料采购成本有所下降等因素所致。

2023年1-9月，发行人向诺德士销售各类别产品的均价较上一年度有所下降，主要受到客户协商下调产品单价及销售产品结构变动等因素影响。此外，由于哑铃产品受钢材采购成本下降影响较大，2023年1-9月哑铃单位成本下降幅度高于产品售价下调幅度，故当期哑铃毛利率高于2022年。

**(二) 2022年上半年发行人对诺德士健身车销售价格大幅高于迪卡侬销售价格的具体原因及合理性**

2022年上半年，公司对诺德士销售健身车产品类别的平均单价为1,745.29元/台，对迪卡侬销售健身车产品类别的平均单价为598.42元/台，前者高于后者。诺德士及迪卡侬的自身经营定位不同，因此其所采购不同型号健身车的大小、重量、性能、配置等存在较大差异。诺德士健身器材产品主要在美国销售且定位于中高端或高端市场，其产品定价通常相对较高，而迪卡侬主要在全球从事综合体育用品连锁零售业务，其产品更为注重性价比，因此公司对两家客户的具体销售产品型号不同，平均销售价格亦存在较大差异。

2022年上半年公司向诺德士和迪卡侬销售健身车中，销售额位居前五的健身车型号如下：

诺德士				迪卡侬			
健身车型号	销售额(万元)	占销售予该客户健身车收入比例	单价(元/台)	健身车型号	销售额(万元)	占销售予该客户健身车收入比例	单价(元/台)
API10	2,672.67	24.64%	1,801.96	APV9	1,724.83	21.93%	1,316.46

诺德士				迪卡侬			
健身车 型号	销售额 (万元)	占销售予 该客户健 身车收入 比例	单价 (元/台)	健身车 型号	销售额 (万元)	占销售予 该客户健 身车收入 比例	单价 (元/台)
API7	2,539.18	23.41%	1,362.80	APM6	1,501.20	19.08%	438.81
API5	1,267.99	11.69%	4,245.04	APM7	1,171.60	14.89%	740.02
API3	1,025.54	9.45%	1,034.64	APM8	1,155.56	14.69%	590.20
API6	1,018.06	9.39%	3,396.93	APB9	608.73	7.74%	1,193.83
<b>合计</b>	<b>8,523.44</b>	<b>78.58%</b>	-	<b>合计</b>	<b>6,161.92</b>	<b>78.33%</b>	-

从上表可见，公司销售给诺德士和迪卡侬的主要健身车产品的单价差异较大。一方面，销售给诺德士的健身车产品单价均超过千元，其中 API10、API7 两款健身车产品销售额占公司向诺德士销售健身车收入比例的 48.05%。API10 和 API7 均为定位中高端的智能健身车，重量分别为 48.1kg/台和 39.3kg/台，在功能上均具备 USB 端口、蓝牙连接功能，且均配有显示屏和控制台。此外，公司向诺德士所销售的 API5、API6 型号为配备有大型显示屏的高端智能健身车产品，其销售价格均较高。另一方面，销售给迪卡侬的健身车产品则集中于 APM6、APM7 和 APM8 三款百元级健身车，占公司向迪卡侬销售健身车收入比例的 48.67%。这三款百元级别的健身车重量均未超过 30kg/台，轻便且占地面积小，不支持 USB 端口、蓝牙连接功能，属于简单入门款健身车。

综上，2022 年上半年公司向诺德士和迪卡侬销售健身车的平均单价存在差异，主要是由于销售具体型号不同，与客户的自身经营定位相匹配，具有合理性。

### （三）报告期内是否存在销售同类型、同品质产品对不同客户定价出现大幅差异的情况

报告期内，公司销售模式以 ODM/OEM 为主，此业务模式下健身器材产品具有定制化特点，不存在向不同客户销售完全相同产品的情形。由此，公司向不同客户销售同类型健身器材产品的具体型号、性能配置等存在差异，难以对产品品质进行量化对比，其销售均价亦无法直接进行比较。

从定价策略来看，在 ODM/OEM 业务模式下，公司通过向客户报价并由双方协商的方式确定产品价格，公司在定价时主要是基于产品的直接材料、人工、

制造费用等各项成本，并结合各类因素考虑，在进行合理的成本加成后确认报价。因此，不同健身器材类别乃至同一类别下不同型号产品的销售均价通常存在差异，是与该产品的具体成本、利润加成率、销售时点、批次规模、客户需求等因素相关，但基于公司正常商业经营考虑，不存在产品定价严重偏离合理值的情形。

综上，报告期内公司不存在向不同客户销售同类型和同品质产品定价出现大幅差异的情况。

九、上述两家客户向发行人采购产品后的终端销售/使用情况，是否存在发往境外商品重新销往境内的情形，如有，请说明产品销售数量及金额

(一) 两家客户向发行人采购产品后的终端销售/使用情况

报告期各期，发行人向诺德士和迪卡依的主营业务收入金额、诺德士和迪卡依的销售渠道及终端销售情况如下：

项目	诺德士 (Nautilus)				迪卡依 (Decathlon)			
	2023年1-9月	2022年	2021年	2020年	2023年1-9月	2022年	2021年	2020年
主营业务收入 (万元)	23,456.25	50,459.73	154,973.38	105,308.48	25,600.67	52,999.92	114,897.49	89,367.90
销售渠道	零售渠道：向Dick's Sporting Goods等线下门店或者亚马逊等电商网站销售并由其销售给终端消费者；直接销售渠道：通过自有网站等渠道销售给终端消费者				通过自有连锁门店、官网等渠道销售给终端消费者			
终端销售/使用情况	诺德士为纽约证券交易所上市公司，受内幕信息监管规定影响且涉及商业机密，其未向发行人透露采购产品实现对外销售的具体数据；根据中介机构对客户的访谈及诺德士公告披露，截至2022年末其存货规模已下降至0.77亿美元，其中向发行人采购产品占其存货规模的比例约为60%-70%（诺德士的存货价值构成包括向供应商支付采购成本、进口关税、海运费及陆地运费等），诺德士认为其正常的库存水平约为3个月左右；根据诺德士最新季报披露，截至2023年9月末其存货规模下降至0.66亿美元				由于涉及商业机密，迪卡依未向发行人透露采购产品实现对外销售的具体数据；根据中介机构对客户的访谈，迪卡依说明其目前有氧健身器材的库存周转天数约为100天			

报告期内，发行人通过 ODM/OEM 模式向诺德士和迪卡依销售健身器材产品，客户向发行人采购产品后通过自身销售渠道进行对外销售，其产品的终端销售对象为健身器材消费者。其中，诺德士的产品主要通过直接销售渠道（公司自有网站等）及零售渠道（亚马逊等电商网站以及 Dick's Sporting Goods 等线下门店）等方式销售给终端消费者，迪卡依主要通过自有连锁门店线下渠道、官网线上渠道等方式销售给终端消费者。

## （二）是否存在发往境外商品重新销往境内的情形

发行人向诺德士和迪卡侬销售过程中，销往境外商品不存在重新销往境内的情形，具体说明如下：

诺德士和迪卡侬境内外销售业务均由独立主体分别下达订单，公司独立完成备货发货及开票收款工作。发行人销往境外的商品由诺德士和迪卡侬在境外设立的公司下达销售订单，公司根据相应的外销订单进行生产排期并通过海关出口，主要销往北美、欧洲等境外国家和地区，销往境外的健身器材产品配备的电源线和插头需适配境外不同国家、地区的电压标准。发行人销往境内的商品由诺德士和迪卡侬在境内设立的子公司下达销售订单，公司完成订单生产后，由两家客户境内子公司自提或指定提货人提货，并通过境内销售渠道实现终端销售，销往境内的健身器材产品需适配国内的电压标准。

考虑到销往境外的商品已发生高额的运输费用，其返销境内仍需持续产生运输成本，且境内外产品适用配置不同，因此销往境外的商品重新销往境内不符合正常的商业逻辑。

此外，根据中介机构对诺德士和迪卡侬的访谈，两家客户均明确说明公司销售予诺德士和迪卡侬的境外商品不存在重新销往境内的情形。

十、列示第一大客户诺德士报告期内公开的主要财务经营数据，并结合其市值、资产等，说明该客户采购规模是否与其市值经营规模相匹配，是否具备同发行人持续开展业务的能力，其是否匹配发行人第一大客户的规模和水平，发行人是否存在与诺德士合作终止或合作规模大幅缩减的风险

（一）列示第一大客户诺德士报告期内公开的主要财务经营数据，并结合其市值、资产等，说明该客户采购规模是否与其市值经营规模相匹配

2020年-2023年9月，诺德士在各自然年度的主要财务数据情况以及发行人对诺德士的销售收入情况如下：

单位：万元人民币

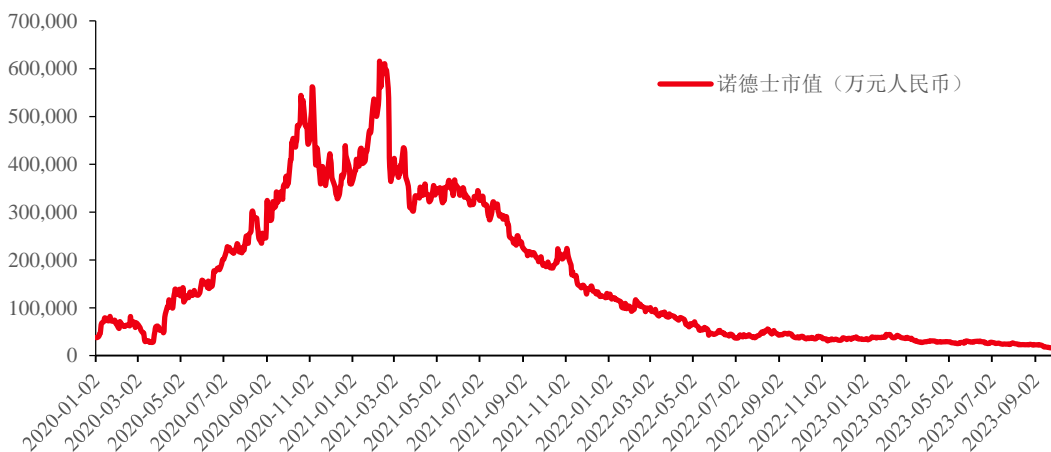
项目	2023年1-9月 2023/9/30	2022年度 2022/12/31	2021年度 2021/12/31	2020年度 2020/12/31
营业收入	114,035.33	235,457.80	434,954.82	360,539.87
净利润	-27,574.02	-71,509.03	16,696.05	39,050.22

项目	2023年1-9月 2023/9/30	2022年度 2022/12/31	2021年度 2021/12/31	2020年度 2020/12/31
存货	47,441.96	53,846.80	81,681.01	33,368.34
资产总计	120,389.45	156,768.27	233,965.88	207,568.16
股东权益合计	33,833.37	57,801.30	115,199.34	99,958.21
经营活动产生的现金流量净额	16,294.56	9,219.04	-42,574.37	46,757.43
发行人对诺德士销售收入	23,509.75	50,488.88	155,344.50	105,337.10

注：诺德士于2021年将财务报表基准日由12月31日调整为3月31日，为数据可比，表中列示的诺德士2021年度营业收入、净利润、存货、经营活动产生的现金流量净额等数据为2021财年前三季度和2021年1-3月收入的合计数，2022年、2023年1-9月采取相同的方式，2020年财务报表基准日为12月31日。上表数据系以外币金额按汇率折算为人民币金额。

由上表可见，2020年至2021年，诺德士销售收入快速增长，2021年同比增速达20.64%；同期，公司对诺德士的销售收入呈增长趋势，与诺德士自身销售规模具有匹配性。2022年和2023年1-9月，受下游市场需求变动的影响，诺德士营业收入为235,457.80万元和114,035.33万元，同比分别下降45.87%和33.82%，与公司收入波动情况具有匹配性。

2020年-2023年9月，诺德士的市值变动情况如下：



注：诺德士发行股票数量由于股权激励等原因存在小幅波动，上图简单采用各期末发行股票数量计算市值。上图数据系以外币金额按汇率折算为人民币金额。

受公司财务指标以及美国货币政策等因素影响，报告期内，诺德士市值呈现出先快速增长后逐步回落的态势，与诺德士营业收入、公司向其销售规模等指标的变动相匹配。

因此，整体来看，诺德士向公司的采购规模与其市值经营规模具有匹配性。

(二) 客户是否具备同发行人持续开展业务的能力，其是否匹配发行人第一大客户的规模和水平，发行人是否存在与诺德士合作终止或合作规模大幅缩减的风险

诺德士是一家总部位于北美地区的跨国健身器材企业，成立以来专注于提供优质健身器材。该公司于 1999 年在纽约证券交易所上市，是北美地区知名的家用健身器材品牌企业，旗下有 Bowflex、Schwinn、JRNY 等知名健身器材品牌，根据官网披露，公司产品曾多次荣获国际消费类电子产品展览会（CES）创新奖、国际体育用品博览会（ISPO）年度产品奖、iF 国际论坛设计大奖、红点奖（RedDot）、美国国家设计大奖（IDA）、德国设计奖、芝加哥雅典娜建筑设计博物馆设计奖等国际知名健身器材产品类和设计类奖项，截至 2023 年 9 月 30 日，其数字化健身订阅平台 JRNY 拥有 59.60 万用户，同比增加逾 51%。

家用健身器材市场在经历短期波动后正逐步恢复 2020 年以前较为平稳发展的局面，为适应市场变化，报告期内诺德士调整了自身经营策略，因此财务经营指标和市值呈现相应的波动，但不存在影响公司持续经营的重大不利因素，诺德士具备同发行人持续开展业务的能力，其采购规模与其经营规模相匹配，其与发行人建立了长期稳定的合作关系，发行人不存在与诺德士合作终止的风险，其向发行人采购规模在 2022 年以来出现较大幅度减少主要是由于欧美市场需求变化及诺德士的经营策略变化所导致，关于采购规模下降的原因及后续合作前景的具体分析可参见本问题回复“十三、结合主要客户诺德士当前营收业绩下滑、存货水平较高等情况，进一步说明发行人对其后续销售、经营业绩的可持续性及其合理性”之“（一）诺德士当前营收业绩及存货情况”的相关内容。

十一、报告期内诺德士、迪卡侬的收入波动情况，两家客户其他境内供应商的收入波动情况，与发行人收入变动趋势和幅度的差异情况及原因

(一) 与诺德士、迪卡侬的收入波动匹配情况

报告期内，诺德士、迪卡侬与发行人在各自然年度的营业收入如下：

单位：万元

公司名称	2023 年 1-9 月	同比增长	2022 年度	同比增长	2021 年度	同比增长	2020 年度	同比增长
迪卡侬	-	-	10,891,034.00	3.44%	10,528,434.00	17.27%	8,978,070.00	-6.28%
诺德士	114,035.33	-33.82%	235,457.80	-45.87%	434,954.82	20.64%	360,539.87	67.10%



公司名称	2023年1-9月	同比增长	2022年度	同比增长	2021年度	同比增长	2020年度	同比增长
发行人	84,591.64	-28.31%	163,343.49	-53.60%	352,037.61	43.74%	244,914.24	58.64%

注：1、诺德士于2021年将财务报表基准日由12月31日调整为3月31日，为数据可比，表中列示的诺德士2021年度收入为2021财年前三季度和2021年1-3月收入的合计数，2022年、2023年1-9月采取相同的方式；2、上表数据系以外币金额按汇率折算为人民币金额；3、发行人2023年1-9月收入数据口径系主营业务收入。

2020年、2021年，诺德士销售规模快速增长，营业收入同比增速分别为67.10%和20.64%，与发行人当年快速增长的收入规模相匹配。2022年及2023年1-9月，受下游市场需求变动的的影响，诺德士营业收入为235,457.80万元及114,035.33万元，同比下降45.87%、33.82%，与发行人2022年及2023年1-9月的收入波动情况具有匹配性。

迪卡侬为一家跨国体育用品巨头，其销售的产品包括健身器材、运动服装、自行车、滑雪装备、登山产品等多种类型。因此，报告期内迪卡侬的收入波动主要受到终端销售渠道展业情况以及各品类收入波动等因素的综合影响。迪卡侬在其2020年社会责任报告中披露，2020年收入下降主要是因新冠疫情期间室外运动需求下滑、多个线下门店被迫关闭所致；迪卡侬在其2021年社会责任报告中披露：“尤其是受到登山产品和健身器材突出表现的影响，尽管有较多困难（新冠疫情），公司得以实现销售收入的重大提升”；2022年，虽然受到管控政策取消导致健身器材产品市场需求下降的冲击，但迪卡侬作为综合性体育用品企业，凭借产品品类丰富的优势，如户外产品的景气销售使公司整体营业收入仍然保持一定增长。因此，虽然因迪卡侬产品业务线类型丰富，导致其整体营业收入波动与发行人存在差异，但迪卡侬健身器材产品销售情况与发行人收入波动情况相匹配。

## （二）与两家客户其他境内供应商的收入波动匹配情况

2019年以来，向诺德士、迪卡侬主要销售运动健身器材类产品的公司情况如下：

单位：万元

公司名称	销售客户	营业收入				对两家客户销售额			
		2022年度	2021年度	2020年度	2019年度	2022年度	2021年度	2020年度	2019年度
康力源	诺德士	60,662.08	70,218.85	67,473.14	38,185.20	1,390.46	3,312.25	3,051.70	1,080.46
三柏硕	迪卡侬	56,713.32	120,691.24	95,130.68	57,379.89	23,744.30 <sup>注</sup>	41,262.11	26,353.27	18,295.14

公司名称	销售客户	营业收入				对两家客户销售额			
		2022年度	2021年度	2020年度	2019年度	2022年度	2021年度	2020年度	2019年度
力玄运动	诺德士、迪卡侬	163,343.49	352,037.61	244,914.24	154,379.92	103,617.40	270,440.04	194,724.49	102,821.58

注：根据招股说明书等材料，三柏硕在2022年1-6月对迪卡侬实现收入约1.70亿元；同时三柏硕2022年度报告中披露的前五大客户中仅客户一实现收入超过1.70亿元，据此推测迪卡侬即客户一；康力源及三柏硕2023年定期报告中未披露对诺德士或迪卡侬的销售收入。

如上表所示，2019年至2022年，向诺德士、迪卡侬销售健身器材领域相关产品的上市公司的营业收入以及对诺德士、迪卡侬的销售额均在2021年度得到提升、在2022年度出现下滑，与发行人的收入变动趋势保持一致。

因此，诺德士与迪卡侬其他境内供应商的来自同一客户的收入波动情况与发行人相匹配。

十二、诺德士的股权结构及实际控制人情况，发行人及控股股东、董监高及其相关方是否与诺德士股东或经营管理层存在利益关系，包括但不限于非经营性资金往来、共同投资、相互持股等利益安排

根据公开资料整理，诺德士主要股东情况如下：

股东名称	股东性质	持股数（万股）	持股比例
Namdar Family Holding LLC / Namdar Realty LLC / Igal Namdar	投资管理公司/个人	317.88	9.98%
Safe Asset Group, Limited Partnership	投资管理公司	176.04	5.53%
Quinn Opportunity Partners LLC	投资管理公司	157.57	4.95%
The Vanguard Group	投资管理公司	147.66	4.64%
James Barr, IV	董事、CEO	82.86	2.60%
BlackRock, Inc.	投资管理公司	52.30	1.64%

注1：上述股东信息来自于公司公开披露的股东大会委托投票说明书（DEF 14A）、股权变动书（SC 13G、SC 13G/A）等文件，持股比例采用报告期末发行股票数量简单计算。

注2：包括 James Barr, IV 在内的公司全体董事和高管合计持股数量 124.03 万股（截至 2023 年 5 月 31 日），持股比例为 3.89%。

由上表可知，诺德士主要股东主要为投资管理公司等财务投资人和管理层，不存在控股股东和实际控制人。

根据中介机构对诺德士的访谈、诺德士出具的无关联关系声明、公司董监高提供的访谈问卷，并核查发行人及控股股东、董监高银行流水，发行人及控

股股东、董监高与诺德士主要股东或经营管理层不存在非经营性资金往来、共同投资、相互持股等利益安排。

十三、结合主要客户诺德士当前营收业绩下滑、存货水平较高等情况，进一步说明发行人对其后续销售、经营业绩的可持续性及其合理性

#### （一）诺德士当前营收业绩及存货情况

##### 1、诺德士 2022 年营收业绩及期末存货余额

诺德士是一家在北美地区具有较高知名度的跨国健身器材企业，其成立时间悠久，已在纽约证券交易所上市超过 20 余年，其财务数据公开透明。根据诺德士定期报告数据显示，其 2022 年度实现营业收入 3.38 亿美元，**2023 年 1-9 月实现营业收入 1.59 亿美元**（由于其财务年度截止日为 3 月 31 日，此处简单按照其季报披露数据相加测算），截至 2022 年 12 月 31 日的存货余额为 0.77 亿美元，截至 2023 年 9 月末其存货余额为 **0.66 亿美元**，诺德士期末存货余额**维持在较低水平**。

##### 2、诺德士期末存货余额下降

根据诺德士的定期报告披露，其自 2021 年下半年以来，各季度末（即 2021 年三季度末至 2023 年三季度末）存货余额分别为 1.63 亿美元、1.28 亿美元、1.11 亿美元、1.04 亿美元、0.99 亿美元、0.77 亿美元、0.47 亿美元、**0.40 亿美元和 0.66 亿美元**，诺德士基于市场需求的变化，主动调整经营策略，有效降低库存规模、提高其存货周转率，随着其正常经营周转，**自 2023 年 3 季度开始逐步增加对供应商的采购规模以补充库存为旺季进行备货，故截至 2023 年 9 月末存货余额有所增加**。

#### （二）发行人对诺德士的后续销售及经营业绩的可持续性、合理性

发行人对诺德士的销售前景主要受终端市场需求及诺德士库存水平双重因素的影响，针对两大主要因素的后续影响分析如下：

##### 1、终端市场需求的情况

根据诺德士定期报告（于 2023 年 11 月披露的半年报）的披露，其预测在接下来两个季度将实现营业收入约 **1.25 亿美元-1.50 亿美元**，终端市场需求仍

然保持在较高水平。随着下游客户库存水平的下降，其需求将逐步转化为对发行人等健身器材专业制造商的订单。

## 2、库存水平的情况

根据前文分析，诺德士自 2021 年下半年至 2023 年 9 月末存货余额大幅下降，已从峰值 1.63 亿美元削减至 0.66 亿美元，诺德士基于市场需求的变化调整了其采购策略，相应导致发行人对其出货规模减少。

根据保荐机构及会计师对诺德士的访谈了解，诺德士认为其正常的库存水平约为 3 个月左右，同时结合其当前的低库存水平，诺德士继续大幅降低库存的可能性较小。考虑到诺德士正常经营的需要，其后续采购需求仍将保持在一定的水平。

综上，基于终端市场的需求仍保持在较高水平，且诺德士期末库存规模已实现大幅度削减，未来公司对其销售收入将会逐步趋于稳定，公司与其业务合作具有可持续性、公司与其持续开展业务具有合理性。

**十四、请保荐机构、申报会计师按照《监管规则适用指引-发行类第五号》5-17 客户集中的要求，核实发行人是否存在客户集中或单一客户重大依赖问题，并补充披露相关核查内容**

### （一）发行人不存在单一客户重大依赖问题

按照《监管规则适用指引——发行类第五号》5-17 客户集中的要求，“发行人来自单一客户主营业务收入或毛利贡献占比超过 50%的，一般认为发行人对该客户存在重大依赖。”

报告期各期，公司第一大客户的主营业务收入及主营业务毛利占比如下：

	2023 年 1-9 月	2022 年	2021 年	2020 年
第一大客户	迪卡侬	迪卡侬	诺德士	诺德士
主营业务收入占比	30.26%	32.86%	44.61%	43.18%
主营业务毛利占比	33.47%	35.39%	44.99%	43.25%

从上表可见，报告期内发行人不存在来自单一客户主营业务收入或毛利贡献占比超过 50%的情形，不存在对单一客户的重大依赖，且 2022 年及 2023 年 1-9 月第一大客户的收入及毛利占比相较于前两年度呈下降趋势。

## （二）保荐机构、申报会计师对发行人客户集中情形的核查情况

报告期内，发行人对前五大客户营业收入占营业收入总额的比例分别为86.99%、84.78%、82.54%、**84.18%**，其中对诺德士、迪卡依的营业收入占营业收入总额的比例分别为79.51%、76.82%、63.44%、**57.08%**，因此发行人存在客户集中的情形。

发行人已在《招股说明书》之“第五节 业务和技术”之“三、销售情况和主要客户”之“（二）报告期各期主要客户情况”之“4、保荐机构和申报会计师对发行人客户集中情形的核查情况”披露如下：

“按照《监管规则适用指引——发行类第五号》5-17 客户集中的要求，保荐机构、申报会计师对发行人客户集中情形的核查内容包括：

### （1）发行人客户集中的原因及合理性

保荐机构、申报会计师获取报告期内发行人按客户列示的销售明细清单并进行复核，查阅发行人与主要客户签订的销售框架协议，向发行人管理层询问了解健身器材 ODM/OEM 业务特点、公司与主要客户的合作历史，查阅同行业公司的公开披露资料。

经核查，保荐机构、申报会计师认为：发行人客户集中度较高主要是由于公司以 ODM/OEM 业务模式为主，公司多年来已与主要客户建立了长期稳定的战略合作关系，因而对其销售占比较高，其原因具有合理性。

### （2）发行人客户在行业中的地位、透明度与经营状况，是否存在重大不确定性风险

保荐机构、申报会计师查阅迪卡依、诺德士等发行人主要客户的公开资料、客户官网及中信保海外资信报告，梳理主要客户的市场地位及经营状况，对主要客户进行访谈，并查阅行业研究报告以了解健身器材行业的竞争格局。

经核查，保荐机构、申报会计师认为：发行人主要客户均为全球运动健身领域的知名企业，具有一定的行业地位和品牌知名度；诺德士和艾琳克分别为美国及日本上市公司，每年度接受会计师事务所的审计，在证券交易所公开发布公告文件并受到各国证券监管机构的监督，迪卡依、爱康均为全球知名运动

健身器材品牌企业，其中迪卡侬定期发布年度社会责任报告、爱康曾于 2021 年发布招股文件，因此上述客户信息均具有一定透明度；基于现有资料，上述客户自身经营状况不存在重大不确定性风险。

(3) 发行人与客户合作的历史、业务稳定性及可持续性，相关交易的定价原则及公允性

保荐机构、申报会计师向发行人管理层询问了解公司与主要客户的合作历史、定价策略及原则，获取报告期各期公司对主要客户的销售额及在手订单情况，分析公司向不同客户销售不同类别产品的价格及毛利率情况，并对主要客户进行访谈。

经核查，保荐机构、申报会计师认为：发行人与迪卡侬、诺德士、艾琳克等主要客户的合作历史较长，并于报告期内开拓了爱康等其他重要客户；公司业务以 ODM/OEM 模式为主，主要通过向客户报价并由双方协商的方式确定产品价格，定价具有公允性；发行人与主要客户合作具有稳定性和可持续性，在客户稳定性和业务持续性方面不存在重大风险。

(4) 发行人与重大客户是否存在关联关系，发行人的业务获取方式是否影响独立性，发行人是否具备独立面向市场获取业务的能力

保荐机构、申报会计师向发行人管理层询问了解公司获取业务的主要方式，查阅发行人与主要客户签订的销售框架协议，查阅部分客户公开披露的定期报告、招股说明书等公开披露资料，对主要客户进行访谈以了解客户与发行人之间是否存在关联关系或其他影响业务独立性的因素。

经核查，保荐机构、申报会计师认为：发行人与报告期各期前五大客户之间均不存在关联关系；发行人的业务获取方式包括发行人主动接洽、客户主动联系、展销会接洽等，不存在影响业务独立性的因素；发行人具备独立面向市场获取业务的能力。

(5) 对于因行业因素导致发行人客户集中度高的，通常还应关注发行人客户集中与行业经营特点是否一致，是否存在下游行业较为分散而发行人自身客户较为集中的情形。对于非因行业因素导致发行人客户集中度偏高的，通常还

应关注该客户是否为异常新增客户，客户集中是否可能导致发行人未来持续经营能力存在重大不确定性

保荐机构、申报会计师查阅健身器材行业研究报告，向主要客户进行访谈，并查阅同行业公司及其主要客户的公开披露资料，了解报告期内新增主要客户的背景及原因。

经核查，保荐机构、申报会计师认为：中国目前是全球最大的健身器材生产制造国，而欧美市场是健身器材主要消费地区，发行人作为国内知名健身器材制造厂商，向欧美品牌商的销售比例较高，与健身器材行业的全球分工格局、经营特点具有一致性，不存在健身器材知名品牌商较为分散而发行人自身客户较为集中的情形；同行业公司中 ODM/OEM 业务占比较高的三柏硕、康力源、力山的客户集中度情况与发行人具有相似性，发行人不存在与行业惯例背离的情形；报告期各期公司前五大客户并非异常新增客户，客户集中不会导致发行人未来持续经营能力存在重大不确定性。

(6) 发行人应在招股说明书中披露上述情况，充分揭示客户集中度较高可能带来的风险

发行人已在本招股说明书“第五节 业务和技术”之“三、销售情况和主要客户”之“(二) 报告期各期主要客户情况”之“2、发行人客户集中的原因及合理性”中就客户集中情况进行具体分析，并在“第二节 概览”之“一、重大事项提示”之“(二) 重大风险提示”以及“第三节 风险因素”中充分披露“客户集中度较高的风险”。

综上，保荐机构、申报会计师已按照《监管规则适用指引——发行类第五号》5-17 的要求对发行人客户集中情形进行核查，发行人存在客户集中度较高的情形且具有合理性，但不存在单一客户重大依赖风险，发行人已在招股说明书中披露相关情况并充分揭示客户集中度较高可能带来的风险。”

十五、说明对发行人主要客户诺德士和迪卡侬收入核查采取的主要程序，是否实地走访境内外销售物流、仓储并获取相应影像资料，是否获取商品流转销售终端使用的凭证、依据，核查数据及对应占比情况；针对诺德士市值及经

营业绩下滑、存货较高的情况，保荐机构对诺德士是否执行了额外核查程序及具体情况

**（一）对主要客户诺德士和迪卡侬收入核查采取的主要程序**

针对发行人主要客户诺德士和迪卡侬，保荐机构、申报会计师主要执行了以下收入核查程序：

1、对公司报告期内销售收入的内部控制制度执行了解、穿行测试、控制测试程序，包括获取公司与收入相关的内部控制制度文件，对财务人员和销售人员进行访谈，并选取样本进行穿行测试，以了解相关内部控制制度的设计和执行情况；

2、获取并检查公司与诺德士和迪卡侬签订的销售合同，判断合同条款及实际执行情况的一致性，评价收入确认方法是否适当、报告期内收入确认政策执行一贯性，是否符合《企业会计准则》的规定；

3、对诺德士和迪卡侬的销售收入、毛利率按照季度、产品类别等实施实质性分析程序，识别是否存在重大或异常波动，并分析波动原因；获取报告期内公司与诺德士和迪卡侬的调价明细，比对主要原材料钢材和塑料粒子的采购均价走势，分析产品售价调整与原材料采购价格波动时滞长度对毛利率的影响；

4、检查公司与诺德士和迪卡侬的销售合同、销售订单、出库单、报关单、提单或内销签收确认单，核查两大客户销售收入的真实性，对诺德士和迪卡侬执行销售收入细节测试情况如下：

项目	2023年1-9月	2022年	2021年	2020年
测试诺德士销售额金额（万元）	<b>22,353.63</b>	43,999.20	124,093.39	91,604.62
占诺德士主营业务收入比例	<b>95.30%</b>	87.20%	80.07%	86.99%
测试迪卡侬销售额金额（万元）	<b>21,279.59</b>	37,688.94	96,721.20	76,128.24
占迪卡侬主营业务收入比例	<b>83.12%</b>	71.11%	84.18%	85.19%

5、获取并检查公司银行流水和收款银行回单，核查诺德士和迪卡侬的大额银行流水、期后回款情况，关注是否存在第三方回款，对诺德士和迪卡侬执行回款测试情况如下：



项目	2023年1-9月	2022年	2021年	2020年
测试诺德士回款金额（万元）	<b>12,795.23</b>	58,679.91	170,780.67	97,456.61
占诺德士应收账款贷方发生额比例	<b>100.00%</b>	99.79%	99.89%	99.74%
测试迪卡侬回款金额（万元）	<b>30,547.44</b>	69,800.46	125,089.65	83,072.84
占迪卡侬应收账款贷方发生额比例	<b>100.00%</b>	100.00%	100.00%	99.74%

6、就公司确认的营业收入金额、期末往来余额对诺德士和迪卡侬执行独立发函程序，并获取其书面确认回复的询证函；

7、通过网络核查方式查看诺德士和迪卡侬的官方网站、诺德士在纽交所上市的公开资料、迪卡侬公开披露的社会责任报告等，就客户官网展示主要健身器材产品与公司所售产品进行比对，验证销售收入的真实性；查阅诺德士公开信息、迪卡侬社会责任报告，对比公司报告期内收入与两大客户销售规模、收入波动趋势的匹配性；

8、保荐机构、会计师对诺德士和迪卡侬执行了实地走访的核查程序，了解其基本情况和经营状况、与公司之间的交易情况、定价原则、合作模式等，了解诺德士和迪卡侬与公司及其股东、董事、监事、高级管理人员之间是否存在关联关系，获取客户书面确认的访谈记录；

9、保荐机构、会计师向公司销售人员询问了解诺德士和迪卡侬境内外销售的货物流转、仓储情况，执行如下程序并获取相应影像资料：

（1）针对境外销售物流、仓储情况：保荐机构、会计师实地走访了诺德士和迪卡侬相关的物流服务商，确认其将货物运至港口的物流运输责任、报告期各期货运变动情况，并就两大客户境外销售物流执行穿行程序，分别追踪诺德士和迪卡侬的物流服务商在公司提货、运输至港口后卸货、装箱的货物流转过程，并抽查相关报关、提单单据；此外，保荐机构、会计师走访了诺德士位于美国加利福尼亚州的仓库，实地查看公司向诺德士销售的9款主要健身产品机型在诺德士境外仓库储存情况。

（2）针对境内销售物流、仓储情况：报告期内诺德士境内销售额分别为410.70万元、344.67万元、205.75万元和**120.06万元**，迪卡侬境内销售额分别为12,182.73万元、8,588.44万元、6,537.90万元和**2,728.23万元**，诺德士境内销售额相对较小。结合诺德士和迪卡侬内销发货模式，保荐机构、会计师对迪

卡依境内销售物流执行穿行程序，追踪上海莘威指定提货人在公司厂区提货、并运输至国内仓库的货物流转过程，并抽查相关内销签收确认单；同时保荐机构、会计师实地走访了迪卡依位于江苏花桥的国内仓储中心，查看公司向迪卡依境内销售的主要健身产品机型仓储情况。

10、诺德士作为纽约证券交易所上市公司，受内幕信息监管规定影响且涉及商业机密，其未透露诺德士向力玄运动采购产品实现终端销售的具体数据。因此，保荐机构及会计师未能获取发行人销售予诺德士的商品流转终端销售的具体数据。

针对商品流转销售终端的情况，保荐机构、会计师执行补充核查程序如下：

(1) 分析诺德士的销售渠道，诺德士直接销售渠道所实现的终端销售比例较高且零售渠道主要客户多为知名零售企业

根据保荐机构及会计师对诺德士的访谈，诺德士健身器材产品的下游销售渠道包括：直接销售渠道，即通过自有网站等直接销售给终端消费者；零售渠道，即向 Dick's Sporting Goods 等线下门店或亚马逊等电商网站进行销售，并由其销售给终端消费者。

根据诺德士定期报告披露，诺德士各财年销售额中对应两类销售渠道的占比如下：

	2023 财年	2022 财年	2021 财年	2020 财年
直接销售渠道	49%	38%	45%	44%
零售渠道	51%	62%	55%	56%

注：诺德士于 2021 年将财务报表基准日由 12 月 31 日调整为 3 月 31 日，例如上表中 2023 年财年的基准日为 2023 年 3 月 31 日；上表统计口径未包含授权业务等非产品销售收入

其中，①诺德士相关产品约有 38%-49%系通过直接销售渠道销售，对应销售客户即为终端消费者，因此各财年诺德士的终端销售比例较高；②诺德士零售渠道的主要客户包括亚马逊（Amazon.com，全球最大的互联网公司及电子商务公司之一，纳斯达克上市公司）、Dick's Sporting Goods（美国领先的全渠道运动商品零售超市，纽约证券交易所上市公司）、Best Buy（全球领先的家电及其他产品零售企业，纽约证券交易所上市公司）等知名的大型零售企业，诺德士以卖断形式将产品销售予此类客户，并由其通过线上或线下方式销售予终

端销售者，以 2022 财年为例，诺德士对亚马逊、Best Buy 销售额分别占其零售渠道销售收入的 27.03%、21.88%。

(2) 了解诺德士的库存周转情况，诺德士目前正常库存水平约为 3 个月销量，发行人向诺德士销售产品中诺德士尚未实现销售部分占比较低

根据保荐机构及会计师对诺德士的访谈，诺德士正常库存水平约为 3 个月销量左右，截至 2022 年末其存货规模已下降至 0.77 亿美元。根据诺德士**最新季报**披露，截至 2023 年 9 月末其存货规模已下降至 0.66 亿美元。

2019 年至 2023 年 9 月发行人对诺德士实现主营业务收入金额合计为 38.27 亿元，2023 年 9 月末诺德士库存规模按当日人民币对美元汇率中间价折算约为 4.74 亿元人民币，同时假设诺德士库存中发行人产品规模占比约为 70%、存货价值中向供应商支付采购成本占比大致处于 70%-85% 区间内（其余为诺德士承担的进口关税、海运费及陆地运费等），则截至 2023 年 9 月末，诺德士就 2019 年至 2023 年 9 月向发行人采购产品中尚未实现销售（即仍属于库存产品）的比例约为 6.07%-7.38%，占比较低。

因此，基于诺德士的库存周转情况，客户向力玄运动采购产品中大部分已实现对外销售，客户仅留有部分存货以维持安全库存水平及用于下游销售周转。

(3) 分渠道查看公司销售予诺德士的商品流转终端销售情况

① 诺德士在美国的主要线下销售渠道是美国知名运动商品超市 Dick's Sporting Goods，保荐机构、会计师实地走访了 Dick's Sporting Goods 位于美国俄勒冈州和犹他州的各一家门店，查看公司销售予诺德士产品在门店的陈列状况、销售情况、销售价格；

② 浏览诺德士官网、亚马逊、沃尔玛等境外线上销售渠道，查看公司销售予诺德士产品的具体型号、销售价格，对境外线上销售渠道的评论数和评分情况进行记录（由于境外线上平台不显示销量，评论数和评分情况可以侧面反映产品的销量）；

③ 浏览诺德士的天猫旗舰店和京东旗舰店等境内线上销售渠道，查看公司销售予诺德士产品的具体型号、销售价格、销量、评论数据。

11、由于涉及商业机密，迪卡侬未透露公司所售产品实现终端销售的具体数据。针对商品流转销售终端的情况，保荐机构、会计师执行补充核查程序如下：

(1) 访谈了解迪卡侬的库存周转情况

根据保荐机构及会计师对迪卡侬的访谈，迪卡侬主要通过自有连锁门店、官网等渠道直接销售向公司所采购产品，迪卡侬有氧健身器材库存周转天数目前约为 100 天。因此，基于迪卡侬的库存周转情况，报告期内客户向公司采购产品中大部分已实现对外销售，客户仅留有部分存货以维持安全库存水平及用于下游销售周转。

(2) 分渠道查看公司销售予迪卡侬的商品流转终端销售情况

①保荐机构、会计师实地走访了迪卡侬位于上海、杭州的 17 家连锁门店，查看公司销售予迪卡侬产品在门店的陈列状况、销售情况、销售价格；

②浏览迪卡侬法国、英国、美国官网、亚马逊等境外线上销售渠道，查看公司销售予迪卡侬产品的具体型号、销售价格，对境外线上销售渠道的评论数和评分情况进行记录；

③浏览迪卡侬的天猫旗舰店和京东旗舰店等境内线上销售渠道，查看公司销售予迪卡侬产品的具体型号、销售价格、销量、评论数据。

(二) 针对诺德士执行的额外核查程序及具体情况

诺德士作为北美运动健身领域的知名企业，与公司（及业务前身）自 2010 年开始建立业务关系以来已连续合作多年。针对公司对诺德士的销售收入并结合诺德士的市值、经营业绩、存货情况，保荐机构及会计师执行了如下额外核查程序：

1、保荐机构、会计师前往美国实地走访，实地查看诺德士办公场所，并对诺德士的供应链总监进行了现场访谈，详细了解诺德士采购情况、销售渠道和区域、产品定位、品牌及市场影响力、下游需求和销售变化、经营业绩及库存规模变动等信息；

2、保荐机构、会计师实地走访了诺德士在美国加利福尼亚州的仓库，比对报告期内公司向诺德士主要销售产品机型在仓库内的库存情况，确认不存在大规模压货的情形；

3、在诺德士仓库，保荐机构、会计师询问现场仓库人员发货情况并查看了诺德士向下游客户发货过程；

4、诺德士在美国的主要线下销售渠道是美国知名运动商品超市 Dick's Sporting Goods，保荐机构、会计师实地走访了 Dick's Sporting Goods 位于美国俄勒冈州和犹他州的各一家门店，查看公司销售予诺德士产品在门店的陈列状况、销售情况、销售价格，验证终端销售的真实性；

5、与部分美国家用健身器材品牌企业的管理人员进行交流，了解其对于美国家用健身器材市场及诺德士的看法；

6、核查诺德士的线上销售渠道，验证终端销售的真实性，包括：浏览诺德士官网、亚马逊、沃尔玛等境外线上销售渠道，查看公司销售予诺德士产品的具体型号、销售价格，对境外线上销售渠道的评论数和评分情况进行核查；浏览诺德士的天猫旗舰店和京东旗舰店等境内线上销售渠道，查看公司销售予诺德士产品的具体型号、销售价格、销量、评论数据；

7、查阅诺德士日度收盘价等股票交易数据以及市值变动数据，查阅公司定期报告等公开资料并整理公司主要财务数据以及存货数据，梳理分析诺德士股票市值、经营业绩及存货规模变动原因。

综上，保荐机构、申报会计师核查了主要客户诺德士和迪卡侬销售内控流程，检查并测试了销售流程涉及的相关单据，穿行跟踪两大客户销售物流过程并实地查看相关仓库，查阅记录两大客户境内外线上销售渠道终端销售记录，实地查看上海、杭州两地 17 家迪卡侬门店中公司产品陈列、销售情况；此外，保荐机构、会计师前往美国实地核查诺德士仓库的库存情况，实地查看诺德士主要线下销售渠道 Dick's Sporting Goods 门店中公司产品陈列、销售情况，根据公开资料查阅并分析诺德士市值、财务数据及存货规模等情况。由此，保荐机构及申报会计师已针对发行人主要客户诺德士和迪卡侬履行了充分必要的收入核查程序，并对诺德士执行了额外的核查程序。

十六、结合保险、税务及外汇管理局相关数据与销售收入对比测算情况，补充说明对境外销售收入的核查内容是否充分

(一) 与出口信用保险数据进行对比

公司境外销售收入与出口信用保险（中信保）投保金额比对如下：

项目	2023年1-9月	2022年	2021年	2020年
(1) 公司以人民币结算的境外收入（万元）	<b>46,050.90</b>	98,878.01	263,759.90	185,207.35
中信保投保金额-人民币结算（万元）	<b>45,903.82</b>	97,471.29	241,276.29	182,594.29
中信保投保占比-人民币结算	<b>99.68%</b>	98.58%	91.48%	98.59%
(2) 公司以美元结算的境外收入（万美元）	<b>4,525.62</b>	7,230.05	9,449.00	5,537.79
中信保投保金额-美元结算（万美元）	<b>4,335.94</b>	4,039.94	8,857.84	4,849.69
中信保投保占比-美元结算	<b>95.81%</b>	55.88%	93.74%	87.57%

从上表可见：

(1) 报告期各期，公司以人民币结算的境外收入在中信保投保比例分别为 98.59%、91.48%、98.58% 和 **99.68%**，其中 2021 年以人民币结算的境外收入在中信保投保占比低于其他年度，主要系 2021 年公司境外收入大幅增加，因中信保对公司客户存在投保限额，在销售收入大幅增长的前提下部分客户超过投保限额的销售收入未予成功投保。

(2) 报告期各期，公司以美元结算的境外收入在中信保投保比例分别为 87.57%、93.74%、55.88% 和 **95.81%**，其中 2022 年以美元结算的境外收入在中信保投保占比低于其他年度，主要系当年度公司新增主要客户爱康，实现对爱康的境外销售收入 3,472.57 万美元，由于对新增客户投保需由中信保审核其信用资质并经过投保额度批准程序，故 2022 年公司对爱康收入未完全通过中信保投保。

除此以外，受中信保责任生效时点与外销收入确认时点有所差异、部分客户预收货款无需投保、部分小额客户未投保等因素影响，中信保投保金额与公司外销收入会存在一定差异，差异原因具有合理性。

(二) 与出口退税数据进行对比

公司境外销售收入与出口退税数据比对如下：

单位：万元

项目	2023年1-9月	2022年	2021年	2020年
公司境外收入 (a)	<b>78,013.00</b>	147,352.01	324,789.26	223,273.24
本期申报的免抵退税出口货物销售额 (b)	<b>118,336.02</b>	118,052.99	310,179.96	228,546.20
加：上期收入本期申报 (注) (c)	<b>55,922.53</b>	16,799.14	2,400.72	7,415.18
减：本期收入下期申报 (注) (d)	<b>22,872.29</b>	55,922.53	16,799.14	2,400.72
加：进料加工复出口净额确认收入 (e)	<b>7,261.91</b>	9,912.82	226.80	256.13
差异 (f=a-b+c-d+e)	<b>-10.87</b>	88.45	437.68	-2.38
差异率 (f/a)	<b>-0.01%</b>	0.06%	0.13%	0.00%

报告期各期，公司当期境外销售收入于下期申报出口退税的金额分别为2,400.72万元、16,799.14万元、55,922.53万元和**22,872.29万元**，主要原因系申请出口退税涉及收集齐全的单证资料、出口销售收汇资料，与外销收入确认时点存在时间差，根据《国家税务总局关于出口企业申报出口货物退（免）税提供收汇资料有关问题的公告》（国家税务总局2013年第30号）、《国家税务总局关于进一步便利出口退税办理促进外贸平稳发展有关事项的公告》（国家税务总局公告2022年第9号）相关规定，纳税人申报出口退税须在出口退（免）税申报截止之日前完成收汇或提供《出口货物收汇情况表》及举证材料作为视同收汇依据。结合上述税务规定，公司部分境外销售收入通常会于次年收齐单证、收汇资料后进行出口退税申报。由于2023年春节假期较早，2022年部分境外销售收入于节后收齐单证和收汇资料并集中进行出口退税申报，跨期申报金额高于其他年度。因此，受单证资料传递时效性、收汇账期与税务机关审核等因素影响，公司外销收入确认时点与出口退税申报时间存在一定差异。

除上述原因以及进料加工复出口净额确认收入的影响外，报告期内公司出口退税申报销售额调整后金额与境外销售收入差异率分别为0.00%、0.13%、0.06%和**-0.01%**，公司出口退税数据与境外销售收入相匹配，差异原因具有合理性。

### （三）与外汇管理局相关数据进行对比

#### 1、与外汇管理局出口数据进行对比

项目	2023年1-9月	2022年	2021年	2020年
(1) 公司以人民币结算的境外收入 (万元)	<b>46,050.90</b>	98,878.01	263,759.90	185,207.35

项目	2023年1-9月	2022年	2021年	2020年
外汇管理局出口额（万元）	<b>46,060.64</b>	98,945.34	265,796.64	183,261.69
差异（万元）	<b>-9.74</b>	-67.33	-2,036.74	1,945.66
差异率	<b>-0.02%</b>	-0.07%	-0.77%	1.05%
（2）公司以美元结算的境外收入（万美元）	<b>4,525.62</b>	7,230.05	9,449.00	5,537.79
外汇管理局出口额（万美元）（注）	<b>4,608.80</b>	7,130.01	9,550.23	5,533.64
差异（万美元）	<b>-83.18</b>	100.04	-101.23	4.15
差异率	<b>-1.84%</b>	1.38%	-1.07%	0.07%

注：数据来源国家外汇管理局数字外管平台，下同；2023年1-9月、2022年外汇管理局出口额（万美元）中剔除了力玄运动母公司向积本国际进口材料复出口数据

从上表可见，报告期各期，公司以人民币结算的境外收入与外汇管理局中人民币出口额差异率分别为 1.05%、-0.77%、-0.07% 和 **-0.02%**，以美元结算的境外收入与外汇管理局中美元出口额差异率分别为 0.07%、-1.07%、1.38% 和 **-1.84%**。上述差异形成的主要原因系外汇管理局统计时点和公司收入确认时点不同所致，公司境外收入与外汇管理局出口额基本匹配。

## 2、与外汇管理局收汇数据进行对比

项目	2023年1-9月	2022年	2021年	2020年
（1）公司收到人民币结算的货款（万元）	<b>43,069.43</b>	121,335.06	289,355.04	167,318.31
外汇管理局收汇额（万元）	<b>43,055.86</b>	121,335.53	289,459.30	167,419.07
差异（万元）	<b>13.56</b>	-0.47	-104.26	-100.76
差异率	<b>0.03%</b>	0.00%	-0.04%	-0.06%
（2）公司收到美元结算的货款（万美元）	<b>1,088.83</b>	4,115.26	9,513.46	5,558.16
外汇管理局收汇额（万美元）	<b>1,087.79</b>	4,124.87	9,461.15	5,524.25
差异（万美元）	<b>1.04</b>	-9.61	52.31	33.91
差异率	<b>0.10%</b>	-0.23%	0.55%	0.61%

注：因积本国际在中国香港成立，其收取境外货款的数据未体现在外汇管理局收汇额中，上表统计公司收到美元结算的货款（万美元）及 2023年1-9月、2022年外汇管理局收汇额（万美元）时均剔除了积本国际向力玄运动母公司支付的美元货款

从上表可见，报告期各期，公司收到以人民币结算的境外销售货款与外汇管理局中人民币收汇金额差异率分别为-0.06%、-0.04%、0.00% 和 **0.03%**，公司收到以美元结算的境外销售与外汇管理局中美元收汇金额差异率分别为 0.61%、0.55%、-0.23% 和 **0.10%**。上述差异形成的原因主要包括：外汇管理局统计的收



汇数据取整到元，存在统计尾差；收汇过程中银行收取的手续费等。整体来看，外汇管理局收汇金额与公司外销回款金额基本匹配。

综上，保荐机构及申报会计师认为：报告期内公司境外收入与中信保、出口退税数据和外汇管理局相关数据基本匹配，差异情况存在合理原因，公司境外销售收入真实，保荐机构、申报会计师对境外销售收入的核查充分。

**十七、发行人及其控股股东、实际控制人、发行人主要关联方、董事、监事、高管、关键岗位人员与发行人主要客户及相关方之间的资金往来情况。如发现异常情况，应适当扩大资金流水核查范围**

#### **（一）与发行人主要客户及相关方之间不存在异常资金往来**

通过调取发行人及其控股股东、实际控制人、实际控制人及其近亲属控制的企业、非独立董事、监事、高管、关键岗位人员报告期内全部资金流水，将其与发行人主要客户及其主要股东、董监高名单进行匹配，报告期内发生的资金往来主要为发行人与客户之间正常购销业务的交易款项；除此之外，不存在其他非经营性资金往来情况，不存在异常情形。

#### **（二）核查手段和核查意见**

##### **1、核查过程与依据**

保荐机构及申报会计师履行了如下核查程序：

（1）获取发行人、控股股东、实际控制人及其近亲属控制的企业《已开立银行结算账户清单》以及在报告期内的所有银行对账单，将《已开立银行结算账户清单》与发行人账面银行账户情况进行核对，将银行对账单与账面银行存款期末余额、银行存款明细账进行核对；

（2）获取发行人企业信用报告，检查有无未披露的使用受限的货币资金；

（3）通过银行函证程序核实发行人报告期内所有银行账户（含期末余额为0的账户、报告期内开立或销户的账户等）的期末余额、是否受限、理财购买情况、贷款情况、银行承兑汇票开立情况、销户情况等信息；

（4）抽查发行人大额货币资金收支的原始凭证，检查原始凭证是否齐全、记账凭证与原始凭证是否相符；

(5) 查阅发行人《财务管理制度》《货币资金管理控制制度》《融资管理制度》等资金管理内部控制制度；

(6) 访谈发行人财务总监、总经理等相关人员，了解、评估与货币资金相关的管理制度和内部控制制度，了解资金管理活动情况，识别并测试内部控制制度中关键控制点运行的有效性，并对公司的货币资金循环执行穿行测试；

(7) 陪同发行人实际控制人、非独立董事、监事、高级管理人员、关键岗位人员（以下简称“相关关键个人”）赴当地主要银行的营业网点查询、询问开户情况，如有账户（含报告期内注销），则打印报告期内的银行流水对账单；

(8) 对发行人及相关关键个人、控股股东、实际控制人及其近亲属控制企业的银行账户间转账记录进行交叉核对，核查账户的完整性，并取得由相关关键个人签署的关于银行账户完整性的承诺函；

(9) 获取发行人关联方、主要客户和供应商名单，复核公司名称、股东、董监高等信息；

(10) 将所调取的全部银行对账单与上述名单、发行人报告期内员工名册逐笔核对，核查是否存在重叠情形，将存在重叠的全部银行流水、以及其他单笔或连续多笔金额在 5 万元以上（法人核查对象为 10 万元以上）的银行流水进行录入并形成核查表；

(11) 访谈核查对象，了解资金流水的发生背景、是否与公司业务相关，录入核查表并取得核查对象签字确认；

(12) 验证分析核查表中流水往来发生的背景原因及其合理性，通过包括但不限于取得相关协议、借条、聊天记录、公司凭证、天眼查等第三方网站查询截图、访谈交易对方并取得身份证明文件等方式，对交易原因或资金用途等进行核实；

(13) 将银行流水中与公司相关的记录与公司账面记录进行比对、与公司凭证后附的发票等原始单据进行比对，确认相关业务已经入账、业务的合理性及与流水的匹配性；

(14) 走访发行人报告期内主要客户和供应商，了解其是否在报告期内与发行人及其关联方存在非经营性资金往来、其他交易往来或利益安排，并取得访谈记录。

## **2、核查意见**

经核查，保荐机构及申报会计师认为：

报告期内，发行人及其控股股东、实际控制人、发行人主要关联方、非独立董事、监事、高管、关键岗位人员与发行人主要客户及相关方之间的往来主要为发行人与客户之间正常业务开展的资金往来，不存在异常情形。

**十八、核查公司是否存在通过境内外主要客户囤货进行收入调节，期后是否存在退换货风险，并发表明确核查意见**

公司不存在通过境内外主要客户囤货进行收入调节的情形，期后不存在大规模退换货风险，具体说明如下：

**(一) 公司下游主要客户为大型健身器材品牌商，不存在协助公司囤货并进行收入调节的动机**

公司作为国内领先的健身器材生产制造厂商，下游客户多为运动健身领域的知名企业。报告期各期，公司前两大客户为诺德士及迪卡侬。其中诺德士是一家纽交所上市公司，每年度需接受会计师事务所的审计，在证券交易所公开发布公告文件并受到美国证券监管机构的监督；迪卡侬为全球知名运动健身用品连锁企业，近年来年度营收均超过百亿欧元，且迪卡侬定期发布年度社会责任报告，信息具有一定透明度。

因此，公司下游主要客户为大型健身器材品牌商，在运动健身领域具有相当的知名度，客户对采购政策及安全库存量的经营决策具有自主性与独立性，且客户自身需对外履行信息披露义务，不存在协助公司囤货并进行收入调节的动机。

**(二) 期末诺德士及迪卡侬不存在大规模囤货的情形**

2023年3月底，保荐机构、会计师实地走访了主要客户诺德士在美国加利福尼亚州的仓库、迪卡侬在国内江苏花桥的仓储中心，客户仓储处于正常水平，

未发现受访客户仓库大规模积压公司存货的情况。同时，保荐机构、会计师对诺德士、迪卡侬进行了访谈，确认诺德士一般预留三个月的销量作为安全库存量，迪卡侬目前有氧健身器材的库存周转天数约为 100 天。因此，基于诺德士及迪卡侬的库存周转情况，报告期内客户向公司采购产品中大部分已实现对外销售，不存在大规模囤货的情形，符合诺德士和迪卡侬的经营现状。

### **（三）报告期内公司退换货情形较少、回款良好，期后不存在大规模退换货风险**

若公司主要客户在报告期内协助公司囤货，则其基于自身利益考虑，较大可能存在延迟付款或期后大规模退换货的情形。基于公司如下情况，客户协助公司囤货进行收入调节的可能性较低：

（1）报告期各期，公司因向客户提供产品质量保证、与客户约定退换货政策而产生的销售退回、返厂维修及质量扣款的金额占营业收入的比例分别为 0.03%、0.21%、0.16% 和 **0.79%**，比例较低。各期前五大客户中，仅诺德士于 2022 年发生当年度所销售配件退货 29.29 万元，退回金额较小且退回原因是由供应商品质缺陷引起。因此，公司报告期内出现退换货情形较少。截至 2023 年 11 月末，除电商销售正常退货外，公司不存在报告期内销售产品期后退回的情形。

（2）报告期各期末，公司应收账款余额中账龄在 1 年以内的比例分别为 99.80%、100.00%、99.95% 和 **99.97%**，应收账款账龄普遍较短且回款情况良好，回款风险较低，未出现大额长账龄应收款项。

综上所述，经核查，保荐机构及会计师认为：报告期内公司不存在通过境内外主要客户囤货进行收入调节的情形，期后不存在大规模退换货风险。

#### **问题 4、关于经营业绩波动**

根据申报及回复材料，（1）发行人报告期内业绩出现明显波动，其中 2022 年上半年实现营业收入和归母净利润分别为 84,501.09 万元、10,615.37 万元，分别同比下滑 57%、51%；（2）报告期各期末，公司在手订单金额分别为 23,651.74 万元、145,415.51 万元、56,525.98 万元，其中 2021 年在手订单下

降幅度 61.13%；（3）招股说明书显示，发行人健身器材产品的传统销售旺季在第四季度，2021 年第四季度销售收入 7.22 亿元，低于全年其他季度销售水平。

请发行人披露：发行人收入的季节性分布与同行业可比公司的对比情况，是否符合行业整体情况。

请发行人说明：（1）下游需求及主要订单变化情况，分析导致发行人 2022 年经营业绩出现大幅下滑的因素，审计截止日后下滑趋势是否延续，是否符合同行业可比公司经营业绩变化趋势；（2）发行人未来业务规划、发展重点、预计业绩增长点，业绩新增长点能否抵销主要产品收入下滑的影响，发行人所处行业是否具备成长性或稳定性，发行人是否具备持续经营能力。

请保荐机构及申报会计师说明核查依据、过程，并对发行人收入确认的准确性、截止性测试情况发表明确核查意见。

回复：

一、请发行人披露发行人收入的季节性分布与同行业可比公司的对比情况，是否符合行业整体情况

发行人已在《招股说明书》之“第六节 财务会计信息与管理层分析”之“六、经营成果分析”之“（一）营业收入分析”之“4、主营业务收入按季度构成分类”披露如下：

“（3）与同行业可比公司季节性分布的对比情况

报告期内，发行人及同行业可比公司各季度收入的构成情况如下：

时间	同行业可比公司季度收入结构							发行人	
	金陵体育	英派斯	舒华体育	康力源	三柏硕	力山	平均值		
2020 年	第一季度	9.17%	16.22%	14.63%	18.37%	15.01%	12.44%	14.31%	10.48%
	第二季度	29.80%	24.29%	26.69%	23.20%	25.91%	16.55%	24.41%	22.44%
	第三季度	27.95%	25.12%	23.96%	27.65%	28.66%	31.28%	27.44%	27.86%
	第四季度	33.09%	34.37%	34.72%	30.79%	30.43%	39.73%	33.86%	39.22%
2021 年	第一季度	12.03%	25.98%	20.60%	29.67%	28.48%	21.99%	23.13%	25.31%
	第二季度	19.36%	25.50%	26.00%	23.72%	30.04%	27.14%	25.29%	29.99%
	第三季度	23.68%	21.15%	23.14%	22.48%	24.15%	23.17%	22.96%	23.90%
	第四季度	44.94%	27.38%	30.26%	24.13%	17.33%	27.70%	28.62%	20.80%

时间		同行业可比公司季度收入结构							发行人
		金陵体育	英派斯	舒华体育	康力源	三柏硕	力山	平均值	
2022年	第一季度	17.84%	23.55%	20.54%	30.49%	44.57%	35.94%	28.82%	30.01%
	第二季度	18.03%	22.17%	25.32%	22.89%	26.64%	20.75%	22.63%	21.65%
	第三季度	30.89%	23.05%	22.93%	23.84%	21.80%	23.59%	24.35%	21.51%
	第四季度	33.24%	31.22%	31.21%	22.77%	6.99%	19.72%	24.19%	26.84%
2023年 1-9月	第一季度	23.00%	30.20%	27.58%	37.81%	35.39%	14.92%	28.15%	19.33%
	第二季度	32.04%	29.80%	37.01%	31.67%	29.39%	25.90%	30.97%	30.30%
	第三季度	44.96%	40.00%	35.41%	30.52%	35.22%	59.19%	40.88%	50.37%

注：发行人披露口径为主营业务收入，康力源 2020 年至 2022 年披露口径为主营业务收入、2023 年 1-9 月为营业收入，其余同行业可比公司披露口径为营业收入。

①2020 年，发行人收入集中于第四季度，主要由于：第四季度为海外健身器材的传统销售旺季，同时 2020 年第四季度叠加了海外疫情影响对家用健身器材的正向驱动因素，因此自 2020 年第二季度起，发行人保持销售收入持续增长状态。发行人的上述季节性收入分布情况与同行业可比公司整体具有可比性。

②2021 年，发行人在传统淡旺季的收入占比相对较为均衡，主要由于：延续 2020 年末市场需求持续增长的态势，发行人继续在第一、第二季度保持较高的交付效率；2021 年下半年以来，随着全球疫情（尤其是欧美地区）管控措施的逐步取消，人员流动的限制政策逐步取消，家用健身器材市场的需求回落、下游健身器材品牌企业降低库存水平，客户根据市场变化对订单进行调整，导致发行人在传统旺季的收入有所下滑。发行人的上述季节性收入分布情况与康力源、三柏硕和力山整体具有可比性。

③2022 年，发行人在一季度的收入占比较高，主要由于：延续 2021 年下半年终端市场需求回落和下游客户优先消化库存的经营决策，发行人当年度销售规模同比有所下降，销售额及季节性分布逐步回归至疫情前水平。发行人一季度主营业务收入为 48,393.99 万元，相较于 2021 年四季度减少 33.01%但高于 2019 年一季度水平，其销售额构成中约 90%来源于客户上一年度已下达订单。发行人的上述季节性收入分布情况与康力源、三柏硕和力山整体具有可比性。

④2023 年 1-9 月，发行人在三季度收入占比较高，主要由于：公司的下游客户基于市场需求的变动，从 2022 年开始积极降低其库存水平，2023 年上半年部分客户基于其经营目标仍在进行采购调整，三季度开始下游客户基于市场

需求的预测、自身库存已经显著下降、旺季备货等因素，其采购规模增加，因此三季度公司收入增长。发行人的上述季节性收入分布情况与力山具有可比性。

由此可见，报告期内，发行人收入的季节性分布情况与康力源、三柏硕和力山较为相似；与金陵体育、英派斯、舒华体育存在差异，主要是由于业务模式、产品类型、销售区域等因素不同，具有合理性。存在差异的原因如下：金陵体育面向的主要客户为政府及事业单位、学校及体育赛事组织单位等，相关单位一般在上半年根据年度预算制定采购计划并在下半年执行，使得其体育器材行业收入下半年收入实现通常高于上半年。英派斯以销售商用产品为主且主要经营自主品牌，通过 ODM/OEM 模式生产健身器材占比较低，与发行人的业务模式、产品类型和销售区域存在较大差异。舒华体育以国内市场销售自主品牌产品为主，且 ODM/OEM 业务模式及境外销售业务占比较小，其收入均集中于第二季度和第四季度，主要由于政府采购项目收入多于第四季度或次年二季度验收合格后进行确认，同时，对自有品牌的电商销售渠道而言 618 和双十一通常为电商大促节点。

2023 年 1-9 月发行人收入的季节性分布情况与康力源、三柏硕存在一定差异，康力源及三柏硕的收入季度分布较为平均，结合两家同行业公司的披露信息进行分析，其自主品牌收入占比相对较高，其通过收购境外品牌企业或跨境电商等方式直接面向终端消费市场，而境外家用健身器材的销售旺季一般为天气较为寒冷的四季度及一季度，该种情况一定程度上会导致两家公司收入在前三季度分布较发行人更平均。

综上所述，整体而言，发行人收入的季节性分布符合行业整体情况。”

**二、下游需求及主要订单变化情况，分析导致发行人 2022 年经营业绩出现大幅下滑的因素，审计截止日后下滑趋势是否延续，是否符合同行业可比公司经营业绩变化趋势**

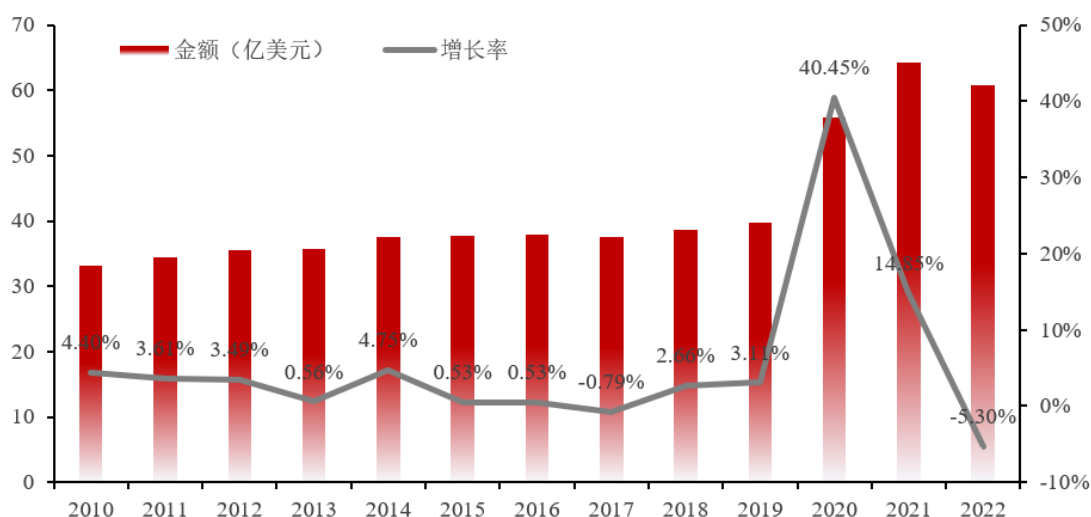
**（一）发行人 2022 年经营业绩出现大幅下滑的因素**

公司经营业绩在 2022 年出现下滑的情况，主要原因是：2020 年初新冠疫情在全球蔓延，令欧美地区消费者居家健身需求大幅增加，叠加航运紧张等因素，导致 2020 年、2021 年欧美地区家用健身器材市场需求出现井喷，而随着

疫情管控措施的取消，欧美地区的市场需求逐步恢复疫情前的水平。具体分析如下：

### 1、疫情爆发影响终端市场需求

2020 年新冠疫情的爆发在一定期间内导致各国推行人员流动限制政策，人们居家办公的时间及意愿增加，令家用健身器材消费需求出现大幅增长。以全球最主要的健身器材消费市场美国为例，2020 年家用健身器材市场规模较 2019 年增长 40.45% 至 55.90 亿美元，2021 年家用健身器材市场规模较 2020 年增长 14.85% 至 64.20 亿美元，而在 2010 年至 2019 年的 10 年间，美国家用健身器材呈较为稳定但低速的增长态势，从 2010 年的 33.20 亿美元增长至 2019 年的 39.80 亿美元，新冠疫情对市场需求产生了较为显著的短期刺激作用。

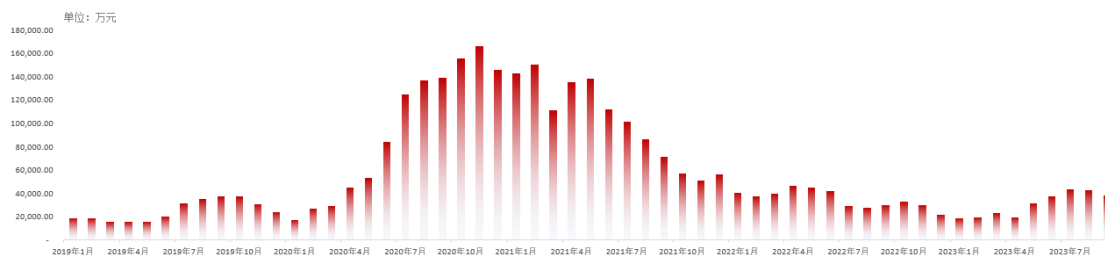


数据来源：Statista, SFIA

### 2、疫情爆发后（2020 年-2021 年），下游客户基于乐观预期及航运紧张的市场环境增加采购规模

受疫情等因素的影响，公司的订单规模及收入规模于 2020 年、2021 年实现高速增长，公司营业收入从疫情前（2019 年）的 154,379.92 万元增长至 2021 年的 352,037.61 万元。从公司的在手订单规模可以看到，2020 年 4 月开始，下游健身器材品牌客户基于对市场的乐观预期、航运紧张的市场环境下补充安全库存的需求，相应增加下单规模，公司在手订单呈现快速增长的趋势。





### 3、随着疫情管控措施的取消，市场需求逐步恢复正常水平

自 2021 年下半年开始，基于公司主要市场，即欧美地区疫情管控政策的逐步取消，欧美地区终端市场对于家用健身器材的需求恢复到疫情前（2019 年）的水平，同时下游健身器材品牌客户优先消耗其库存，因此减少下单规模，公司在手订单数量呈下降趋势。由上图可见，2022 年上半年开始公司在手订单逐步恢复到接近疫情前（2019 年）的水平，其中 2019 年末及 2022 年末在手订单金额分别为 23,651.74 万元、21,626.42 万元。

同时，根据美国海关的进口统计数据，其 2019 年至 2022 年健身器材类产品的进口规模分别为 52.40 亿美元、71.11 亿美元、111.38 亿美元和 60.08 亿美元，其 2020 年、2021 年和 2022 年进口规模同比变动比例分别为 35.70%、56.63%和-46.06%，在 2020 年及 2021 年美国进口健身器材类产品的规模出现了大幅增长，而 2022 年随着市场需求逐步恢复至疫情前水平，当期进口规模出现较大幅度的下降。

综上，2022 年公司收入下降主要是由于市场需求出现波动所导致，公司业绩变化情况与下游市场需求变化趋势匹配。

## （二）审计截止日后下滑趋势是否延续，是否符合同行业可比公司经营业绩变化趋势

### 1、公司审计截止日后经营业绩概况

2023 年 10-11 月，根据未经审计的财务报表，公司累计实现营业收入 3.21 亿元，仍保持在较高水平。

公司的下游客户基于市场需求的变动，从 2022 年开始积极降低其库存水平，2023 年上半年部分客户基于其经营目标仍在进行采购调整，对公司同期销售情况产生了不利影响，2023 年 3 季度开始下游客户基于对市场需求的预测、

其自身库存水平、旺季备货等因素，逐步增加对发行人的采购规模，下半年以来公司收入增长，审计基准日后公司销售继续保持在较高水平。

## 2、公司经营业绩呈现较好的恢复态势

### (1) 公司在手订单金额实现增长

基于公司在研发设计及生产制造等方面的优势，以及多年来积累的良好市场口碑，公司在新客户、新产品方面持续开发、逐步落地，公司的在手订单及经营业绩逐步趋于稳定，具体情况如下：

2023 年以来，公司在手订单规模实现增长，截至 2023 年 9 月末在手订单金额为 37,857.93 万元（2022 年同期为 29,885.33 万元），截至 2023 年 12 月 21 日在手订单金额为 30,357.46 万元且高于上年同期金额 25,197.72 万元，较期初金额 21,626.42 万元亦显著上升。发行人在手订单规模较大，对公司后续业绩形成支撑。

### (2) 公司经营业绩自下半年以来呈现增长趋势

2023 年初，受季节性因素及客户降低库存等因素的影响，期初公司实现的收入规模相对较低，但从在手订单及季度经营数据来看，公司收入出现企稳迹象。2023 年 1-9 月，公司一季度、二季度、三季度分别实现主营业务收入金额 1.63 亿元、2.56 亿元、4.26 亿元，根据未经审计的财务报表公司 10-11 月份实现营业收入 3.21 亿元，由此可见，公司经营业绩自下半年以来呈现增长趋势，审计基准日后在手订单仍保持较高水平，对后续经营业绩形成了支撑。

## 3、发行人 2022 年以来经营业绩变化符合行业可比公司的变化趋势

2020 年至 2023 年 1-9 月，同行业可比公司的主营业务收入变动情况如下：

单位：万元、万台币

公司名称	2023 年 1-9 月		2022 年		2021 年		2020 年	
	金额	增长率	金额	增长率	金额	增长率	金额	增长率
金陵体育	32,014.25	1.08%	45,356.33	-14.89%	53,290.13	21.10%	44,003.43	-10.69%
英派斯	65,856.05	16.11%	82,239.10	-4.61%	86,215.22	-0.36%	86,529.25	-7.45%
舒华体育	91,755.06	-1.31%	132,408.73	-13.02%	152,221.89	4.51%	145,652.08	11.32%
康力源	44,250.51	-6.01%	60,454.43	-13.47%	69,861.49	3.77%	67,320.85	77.42%
三柏硕	29,046.29	-44.94%	56,191.26	-53.25%	120,201.99	26.69%	94,880.32	65.99%

公司名称	2023年1-9月		2022年		2021年		2020年	
	金额	增长率	金额	增长率	金额	增长率	金额	增长率
力山	394,682.40	8.06%	454,930.80	-75.23%	1,836,682.30	61.48%	1,137,420.70	43.94%
发行人	84,591.64	-28.31%	161,279.44	-53.57%	347,359.95	42.42%	243,898.04	58.57%

注：上表中力山的收入数据单位为万台币；同行业可比公司2023年1-9月金额为营业收入金额（季报未披露主营业务收入金额），增长率为相较于2022年1-9月同期营业收入增长率

从上表可见，（1）2020年及2021年，发行人主营业务收入连续增长，与舒华体育、康力源、三柏硕、力山的收入波动趋势一致，其中2020年收入增长率低于康力源及三柏硕、高于其他公司；金陵体育、英派斯存在2020年收入同比下降的情形，其收入波动趋势与发行人具有差异；（2）2022年发行人与同行业可比公司的收入金额均同比下降，各家公司的收入变动趋势一致，其中发行人收入下降幅度与三柏硕、力山较为接近；（3）2023年1-9月，发行人主营业务收入同比下降，与舒华体育、康力源和三柏硕变化趋势一致，其中收入下降幅度低于三柏硕。

上表列示的同行业可比公司中，金陵体育、英派斯两家企业主要从事户外健身器材及商用健身器材相关业务。2020年及2021年发行人与舒华体育、康力源、三柏硕、力山的收入波动趋势一致，与金陵体育、英派斯存在的差异主要与业务模式、产品定位、销售区域等因素相关，具有合理性。

2022年，同行业公司的收入金额均同比下降。2022年全年，发行人收入下降幅度为53.57%，与三柏硕收入下降幅度（-53.25%）一致，低于力山收入下降幅度（-75.23%）。舒华体育2022年收入同比下降13.02%，但根据舒华体育2022年度报告，其当年度外销收入较2021年下降46.65%，主要受国外经济下滑、市场单一及局部战争影响，而发行人收入结构以外销为主，2022年外销收入同比下降54.63%，其下降幅度与舒华体育较为接近。康力源2022年收入同比下降13.47%，根据康力源招股说明书披露，2022年受海运价格上半年仍处于高位、海外放开人员流动导致居家健身需求有所回落、地缘政治冲突等导致欧洲需求下滑等因素影响，其境外线下业务收入下降21.10%。

**4、公司经营业绩复苏，下半年以来呈现增长趋势，经营业绩符合同行业可比公司变化趋势**

根据前述分析：

(1) 2023 年下半年以来公司经营业绩呈现增长趋势，公司在手订单规模在审计截止日后仍保持较高水平，对公司后续业绩形成了支撑。

(2) 2022 年以来，发行人经营业绩变化情况符合同行业可比公司的变化趋势。

**三、发行人未来业务规划、发展重点、预计业绩增长点，业绩新增长点能否抵销主要产品收入下滑的影响，发行人所处行业是否具备成长性或稳定性，发行人是否具备持续经营能力**

#### **(一) 发行人未来业务规划、发展重点、预计业绩增长点**

公司是国内领先的健身器材专业制造商，面向未来的持续发展，公司将不断提升核心竞争力，通过打造更高效的生产制造体系、领先的技术研发能力、灵活的供应链体系巩固竞争优势。在业务规划方面，一方面在现有业务基础上，公司将通过丰富产品体系，更全面地满足下游客户的多样化需求，实现业务范围的拓展；另一方面，公司将充分发挥竞争优势，在加强老客户服务粘性、拓宽老客户服务深度的同时，积极开拓新客户、新市场，进一步优化公司的客户结构。

#### **1、丰富公司的产品体系**

##### **(1) 在家用产品基础上，完善商用业务的布局**

公司是家用健身器材细分领域的领先企业，但在商用领域仍处于发展的初期。通过二十余年的经营发展，公司在技术储备、人才资源方面实现丰富的积累，打造了高效、柔性的生产制造体系，在行业内具有良好的市场口碑。基于此，报告期内公司加大了商用领域的投入力度，公司已投建独立的商用器材生产线、组建专业的团队，以满足商用业务产品型号多批量小、产品耐用要求高等的特点。

凭借良好的研发设计能力和生产质量，公司商用业务已实现初步发展，目前已向部分国内外客户小批量供货，公司正逐步加大商用业务的投入力度，以

实现家用及商用业务协同发展的布局，降低终端市场需求波动对公司业绩的影响。

## （2）持续拓展公司的产品品类

过往发展中，公司在有氧健身器材领域重点布局，公司在跑步机、健身车、椭圆机、划船机四大主要产品类别下开发了上千款型号的产品，能够满足不同区域、不同定位的用户需求，同时公司也在工业设计、结构设计、电子控制、人体工程学等领域实现了丰富的技术积累。在巩固有氧健身器材领域优势的同时，公司正逐步加强力量器械领域的投入，报告期内公司完成了可调节哑铃产品的生产及大批量出货，已完成可调节杠铃等力量器械的产品定型，后续将逐步进入批量供货的阶段；此外，公司依托在电子控制方面的技术储备，已开发多款磁阻力量器械，区别于传统配重块方式的器械，该产品使用的控制精度较高，生产中具备产品重量小、生产成本相对较低的优势，目前相关产品已进入下游客户送样测试的阶段。

与此同时，在公司具备竞争优势的有氧健身业务领域，公司持续开展业务创新，不断丰富公司的产品类别，2019年以来公司开发各类新型号健身器材逾四百款。同时，依托公司高效的研发能力，公司完成开发打样的部分新型健身或训练器械，如攀爬机、自行车骑行台、自行车训练车架等产品已小批量出货或通过客户测试要求。

## （3）提升公司产品智能化水平

传统家用健身器材在健身过程中缺乏与专业人士的互动和反馈、缺乏社区交流等特点，对产品普及率的进一步提升产生了影响。随着互联网技术的成熟，提高了健身器材的智能化水平，为消费者提供更好的使用体验和效果。基于对市场的研判，公司认为智能化是健身器材重要发展趋势，因此报告期内公司在原有体系的基础上扩充人员规模并组建了独立的电子业务团队，投资建设了电控生产线。公司具备对接下游品牌客户智能化方案的研发设计及生产能力，**并已经逐步实现业务落地**，能够更好地把握终端市场的需求。

## 2、深入服务老客户，积极拓展新客户

公司与迪卡侬（Decathlon）、诺德士（Nautilus）、爱康（iFIT）等跨国运动健身品牌企业建立了稳定的合作关系，通过与行业龙头客户的深入合作，进一步提升公司的综合竞争力。一方面，下游知名健身器材品牌企业具备良好的市场影响力，公司通过高效的新品开发及优良的生产品质满足其采购需求，不断加强、加深与老客户的关系，提升客户的服务粘性。另一方面，公司重视新客户的开发，凭借着长期积累的良好市场口碑、高效的新品设计及开发能力，公司在新客户开发方面取得了显著的成效，报告期内公司新增的累计销售收入在 100 万元以上客户达 **24 家**；同时公司正与多家国内外知名运动健身领域的品牌企业开展业务接洽、进行新品开发及送样测试，将实现新客户的持续开发及落地。

## （二）发行人业绩新增长点能否抵销主要产品收入下滑的影响

### 1、公司经营业绩跟随市场波动恢复常态

根据前文分析，报告期内发行人业绩出现波动，主要是由于欧美地区自 2020 年以来市场需求出现异常高增长，而后自 2021 年下半年开始市场需求逐步恢复常态所致。从财务数据来看，公司 **2023 年下半年以来实现收入情况良好，经营业绩较上年同期实现增长，截至本回复报告出具日，公司在手订单仍保持较高水平，对后续经营业绩形成了支撑。**

### 2、公司经营业绩具有长期增长潜力

公司经营业绩有望恢复平稳增长，主要原因如下：

随着欧美地区的终端市场需求已逐步企稳，下游品牌客户的库存已明显下降，公司的下游需求正在逐步恢复正常。一方面，随着消费者健康意识的提高，其对于健身锻炼的需求仍将上升，推动全球范围内健身器材行业的规模持续扩大；另一方面，近年来健身器材智能化发展的趋势，激发用户对家用健身的需求，促进了市场的发展。公司作为家用健身器材行业领先的专业制造商，随着新产品的持续推出、新客户的不断拓展将贡献新的业绩增长，同时公司正在商用业务等新领域进行布局，随着新业务的逐步成熟也将进一步提升公司的经营业绩。

### 3、公司在新产品、新客户方面加大投入，培育新的业绩增长点

结合本题第三小题第 1 小问“（一）发行人未来业务规划、发展重点、预计业绩增长点”的回复说明，公司积极开展新业务、新产品、新客户的拓展，

公司在力量器械等新产品领域实现一定的收入规模，在新客户方面亦持续实现落地。

在新业务方面，公司在家用业务的基础上，已投入资源致力于商用业务并取得了初步发展，目前已向部分国内外客户小批量供货；

在新产品方面，一方面公司继续丰富有氧器械的品类满足客户的需求，并在传统产品的基础上进行新型器械的开发，进而推动新客户的开发落地，拓宽加深老客户的合作范围；另一方面公司凭借客户优势、研发优势进行力量器械的开发及推广，报告期内力量器械收入增长。

在新客户方面，公司凭借着多年积累的良好市场口碑以及产品研发设计优势，持续进行市场开发，报告期内公司大力推动新客户的开发及合作，为公司的持续发展提供了有力的支撑，为公司业绩提供了新的增长点。

综上所述，2022 年公司收入减少系终端市场需求变化所导致。近年来，公司在新业务、新产品、新客户方面持续拓展，培育了新的业绩增长点，同时终端市场需求已逐步企稳，且健身器材市场长期来看具有良好的发展前景，为公司经营业绩恢复平稳增长提供了重要支撑。

### **（三）发行人所处行业具备成长性、稳定性，发行人具备持续经营能力**

#### **1、发行人所处行业具有成长性、稳定性**

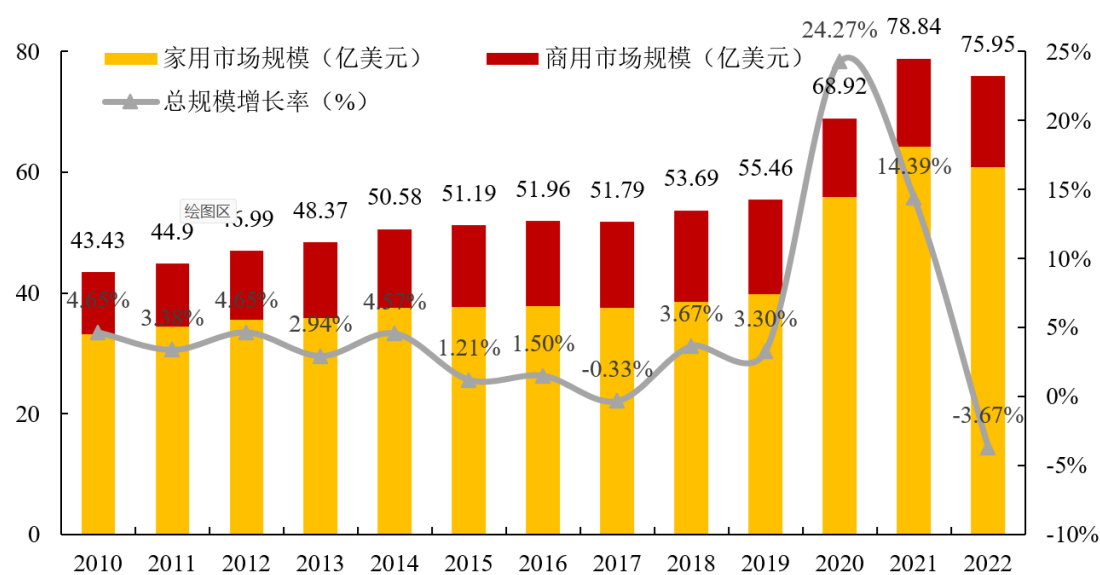
公司的主营业务是健身器材及相关配件的设计、研发、生产和销售，公司产品主要应用于家用健身领域，少量产品用于商用健身领域。作为健身器材专业制造商，公司主要客户为健身器材品牌企业，公司产品的终端市场为各地区的健身消费人群，因此公司所处健身器材制造行业的发展前景与健身器材消费市场紧密相关。公司所处行业具有良好的发展前景，具体情况如下：

##### **（1）健身需求增加，市场规模增长较为稳定**

从全球范围来看，健身需求随着群众健康意识和收入水平的提高而不断扩大。居家健身不受时间、地点等因素限制的优势令其获得越来越多健身爱好者的青睐，此外疫情期间限制人员流动等的政策一定程度加速了消费者居家健身习惯的培育。根据 Fortune Business Insights 《2021-2028 年家庭健身设备市场》

报告显示，2020年全球家用健身器材市场规模为101.8亿美元，预计2028年其规模为147.4亿美元，复合年增长率为4.74%。

全球来看，欧美发达国家人均收入高，运动健身意识强，故相关地区健身器材的销售规模较大。以全球最重要的健身器材消费市场美国为例，根据美国体育健身产业协会（SFIA）统计，美国家用/商用健身器材市场在疫情前的十多年内发展一直较为平稳，自2020年开始受到疫情期间限制人员流动等政策的影响，家用市场需求出现了较快增长，同期商用健身器材市场出现一定程度的下滑。家用市场方面，自2021年下半年以来，随着疫情管控措施的取消，美国市场需求逐步恢复至疫情前的水平，终端健身器材品牌企业基于市场需求的变化相应降低库存水平，市场在经历短期波动后正逐步恢复疫情前较为平稳发展的局面；商用市场方面，随着疫情管控措施的取消，美国市场需求在2021年实现了复苏，市场亦在恢复疫情前较为平稳的发展局面。美国市场的具体情况请参见下图：



数据来源：Statista, SFIA

与此同时，根据诺德士、派乐腾（Peloton）等美国家用健身器材上市公司最新一期定期报告的披露，其均认为消费者对于家用健身器材产品的需求将保持在高于欧美地区疫情前的水平。

## （2）健身器材智能化，加速行业发展

传统家用健身器材令消费者可以不受时间、空间限制参与运动，但是健身



过程中缺乏与专业人士的互动和反馈、缺乏社区交流等缺点，一定程度上对产品普及率的提高产生影响。

近年来，随着互联网、物联网技术的发展，健身器材智能化水平不断提高，相配套的人体机能监测和运动记录的可穿戴设备在技术层面也日渐趋于成熟，健身器材智能化水平和互联网健身平台普及率均呈现不断提升的态势。家用智能化健身器材通过搭建智能健身平台，不仅具备健身计划制定、运动数据采集、用户场景转换等功能，还能实现用户间的游戏互动、运动竞技、社交分享等功能，线上健身教学 APP 的不断完善，提升居家健身的安全性及高效性，激发用户对家用健身设备的需求，促进了家用健身行业市场的发展。

随着技术的快速发展和各地产业政策的推动，智能化技术将得到广泛应用，家庭将成为具有巨大增量的运动健身产品消费场景。

### （3）国家产业政策的支持

我国作为全球人口大国，近年来健身市场的规模已实现较快增长，但市场总量与欧美国家相比仍然较小。

我国为提高居民健康水平，近年来出台多项政策提升国民健身意识，改善国民健身环境，相关政策的推进落地，将持续提升居民的健身意识，对于中国健身器材市场产生积极的作用。2016 年，《全民健身计划（2016-2020 年）》《体育发展“十三五”规划》《“健康中国 2030”规划纲要》等政策面世。2020 年，国家印发了《关于大力推广居家科学健身方法的通知》，鼓励居民居家健身，助力居家健身、互联网健身等行业的发展。2021 年，为给国民提供更好的健身环境，国家发布《“十四五”时期全民健身设施补短板工程实施方案》等政策。2021 年 8 月，国务院印发《全民健身计划（2021—2025 年）》，就“后一个时期促进全民健身更高水平发展，更好满足人民群众健身和健康需求”作出部署。

综上所述，从行业整体来看，伴随居民运动健康意识的提高、行业技术水平的进步、国家产业政策的鼓励，健身器材产业具备较大成长空间，市场有望保持平稳发展的局面。

## 2、发行人具备持续经营能力

公司是国内领先的健身器材专业制造商，具备良好持续经营能力，具体分析如下：

**(1) 健身器材消费市场具备稳定发展的前景**

伴随居民运动健康意识的提高、行业技术水平的进步、国家产业政策的鼓励，健身器材产业长期具备较大成长空间，市场有望保持平稳发展的局面。具体分析请参见上文回复“1、发行人所处行业具有成长性、稳定性”。

**(2) 公司具备良好的市场竞争力**

公司是国内领先的健身器材专业制造商，公司通过精益化生产管理、提升生产自动化水平等方式构建了一套兼具生产效率及柔性生产能力的体系，有效控制产品质量和交期，高效响应客户需求，具备较强的生产优势；公司自设立以来高度重视技术研发投入，始终坚持技术驱动的发展理念，具备研发和技术优势；公司依托自身在技术方面较强的研发能力，通过与供应商的不断磨合，建立了兼具灵活性及安全性的供应链体系。

公司将始终秉承构建高效率、高品质的生产体系，坚持技术驱动企业发展的理念，打造灵活、安全的供应链体系，不断提升公司的竞争力。

**(3) 公司主要客户系市场领先的品牌企业**

公司是迪卡侬（Decathlon）、诺德士（Nautilus）、爱康（iFIT）等国内外知名运动健身品牌企业的主要供应商，与之建立了稳定的合作关系，促进公司的持续发展。该类品牌客户系市场领先的企业，其规模较大、能相对更好地应对市场波动，其具备较为敏锐的市场研判能力、能更好地抓住市场机遇，公司伴随优质客户共同成长，为自身可持续发展奠定基础。

综上，基于健身器材消费市场稳定发展的前景、公司良好的市场竞争力及主要客户系市场领先的品牌企业，发行人有良好的发展前景，具备持续经营能力。

**四、请保荐机构及申报会计师说明核查依据、过程，并对发行人收入确认的准确性、截止性测试情况发表明确核查意见**

**(一) 核查过程与依据**

针对上述事项，保荐机构及申报会计师主要履行了如下核查程序：

1、取得并查阅同行业可比公司的公开资料，对其财务数据进行分析核查，了解其经营业绩变化情况及发展趋势；

2、查阅健身器材行业研究报告、对主要客户进行访谈，了解健身器材行业的发展前景、了解公司主要客户的经营情况；

3、查阅发行人期后财务数据及在手订单资料、与发行人管理层进行沟通，了解公司期后的经营情况；

4、与发行人管理层进行沟通，了解公司未来业务规划及发展重点。

经核查，保荐机构及申报会计师认为：

1、经与同行业公司的比对，报告期内，发行人季度收入占比波动趋势与康力源、三柏硕和力山较为相似，与金陵体育、英派斯、舒华体育存在差异，差异原因主要系业务模式、产品类型、销售区域等因素不同，具有合理性；

2、2022 年以来公司收入下降主要是由于市场需求出现波动所导致，公司业绩变化情况与下游市场需求变化趋势匹配；2023 年上半年，部分客户基于其经营目标继续降低库存水平，对公司同期销售情况产生了不利影响，2023 年 3 季度开始下游客户基于对市场需求的预测等因素，逐步增加对发行人的采购规模，下半年以来公司收入增长，审计基准日后公司销售继续保持在较高水平；截至 2023 年 12 月 21 日公司在手订单金额为 30,357.46 万元且高于上年同期金额，较期初金额亦显著上升，发行人在手订单规模较大，对公司后续业绩形成支撑；发行人 2022 年以来经营业绩变化符合同行业可比公司的变化趋势；

3、2022 年以来公司收入减少系终端市场需求变化所导致。近年来，公司在新业务、新产品、新客户方面持续拓展，培育了新的业绩增长点，同时终端市场需求已逐步企稳，且健身器材市场长期来看具有良好的发展前景，为公司经营业绩恢复提供了重要支撑；

4、伴随居民运动健康意识的提高、行业技术水平的进步、国家产业政策的鼓励，健身器材产业具备较大成长空间，市场有望保持平稳发展的局面；同时，基于健身器材消费市场稳定发展的前景、公司良好的市场竞争力及主要客户系市场领先的品牌企业，发行人有良好的发展前景，具备持续经营能力。

## （二）对发行人收入确认的准确性、截止性测试情况发表明确核查意见

针对发行人收入确认的准确性、截止性测试情况，保荐机构及申报会计师主要履行了如下核查程序：

1、与公司管理层、业务部门、财务部门进行访谈，并查阅公司的各项业务制度、规定等，了解公司销售与收款活动相关的内部控制，对相关内部控制的有效性进行了测试；根据获得的《管理手册》《财务管理制度》《货币资金管理控制制度》《应收账款管理制度》等销售与收款活动相关的内部控制制度及控制活动执行单据等，公司销售与收款活动相关的内部控制设计不存在重大缺陷，控制活动运行有效；

2、取得报告期各期客户销售收入明细表，对于报告期内主要客户，通过查阅或获取国家企业信用信息公示系统、企业官网、境外客户的中信保海外资信报告等渠道，了解主要客户的背景信息、行业地位；

3、查阅公司主要客户的销售框架协议、合同或订单等，检查商品控制权转移时点、售价、运费承担方式、支付条款等信息；

4、梳理公司报告期各期的销售明细表，选取样本执行收入细节测试，检查相关的销售合同/订单、出库单、报关单、提单、销售发票、发货确认单或客户签收记录等原始单据，以确定报告期内境内外销售收入的真实性和准确性；

5、对报告期各期末前后的大额销售收入执行截止性测试，检查提单、发货单、内销签收确认单等原始单据日期，截止测试不存在重大跨期情况，截止测试结果汇总如下：

单位：万元

项目	2023年1-9月		2022年		2021年		2020年	
	截止日前	截止日后	截止日前	截止日后	截止日前	截止日后	截止日前	截止日后
抽查金额	8,640.70	2,764.19	7,012.70	2,603.51	7,437.16	6,445.01	6,793.48	6,482.40

6、针对境外销售收入，获取报告期各期海关电子口岸数据、中信保投保数据、免抵退税申报汇总数据和外汇管理局相关数据，与公司外销收入金额进行核对，并分析差异原因；

7、对报告期内各年度收入实施分析程序，关注销售收入的产品结构、不同客户构成变动、销售地区、价格及销售数量变动、季度收入波动等，分析销售收入波动的原因、与客户合作变化的原因；

8、与公司实际控制人、销售业务负责人进行访谈，了解公司销售模式、收入规模变动原因、业务拓展方式、主要客户合作情况、公司产品技术和核心竞争力、主要出口国贸易条款和贸易政策等；

9、对公司报告期内的主要客户进行函证，核实公司与客户之间的交易金额、年末往来余额等，针对回函差异原因予以核实，未回函则执行替代核查程序；

10、对公司重要客户进行实地走访或视频/电话访谈，访谈客户与公司之间交易系存在真实需求，采购规模与其自身经营规模相匹配，与公司不存在关联方关系及利益安排等；

11、获取公司和公司主要客户的关联关系声明，对公司控股股东、实际控制人、董事、监事及高级管理人员进行访谈、检查银行流水等，确认是否与客户存在关联关系。

经核查，保荐机构及申报会计师认为：

发行人报告期内收入确认准确，不存在重大跨期确认收入情况，收入已计入恰当的会计期间。

## **问题 5、关于关联交易**

### **5.1 关于关联交易定价**

根据招股说明书及回复材料，（1）2019 年及 2020 年，公司向宁波诸元、宁波昌隆、宁波力驾等三家关联方销售的毛利率低于发行人主营业务毛利率，类别为商品；（2）2019 年，公司向力玄健康销售收入为 16,129.42 万元，并由力玄健康销售至国内外客户，信用结算政策为业务过渡期后结清。

请发行人说明：（1）报告期内向宁波诸元、宁波昌隆、宁波力驾关联购销的商品及服务内容，2019 及 2020 年毛利率低于发行人主营业务毛利率的原因及合理性，定价是否公允；报告期内是否有其他关联购销交易存在毛利率/定价

异于同其他可比第三方交易毛利率/定价的情形，如有，请具体说明；（2）2019 年发行人销售给力玄健康货款的具体结算周期，是否显著长于给可比第三方的信用结算周期。如是，请说明原因及合理性。

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。

回复：

一、报告期内向宁波诸元、宁波昌隆、宁波力驾关联购销的商品及服务内容，2019 及 2020 年毛利率低于发行人主营业务毛利率的原因及合理性，定价是否公允；报告期内是否有其他关联购销交易存在毛利率/定价异于同其他可比第三方交易毛利率/定价的情形，如有，请具体说明

（一）报告期内向宁波诸元、宁波昌隆、宁波力驾关联购销的商品及服务内容，2019 及 2020 年毛利率低于发行人主营业务毛利率的原因及合理性，定价是否公允

2019 年至 2023 年 9 月，发行人与宁波诸元、宁波昌隆、宁波力驾关联购销的明细如下：

单位：万元

事项	关联方	2023 年 1-9 月	2022 年	2021 年	2020 年	2019 年	购销商品或服务的具体内容
关联采购	宁波昌隆	-	-	-	127.82	227.63	公司因承租宁波昌隆厂房，向其采购水电费用
	宁波诸元	-	-	0.42	0.73	-	公司偶发性向宁波诸元采购健身器材
	上述关联采购金额占当期营业成本的比例	-	-	0.00%	0.07%	0.20%	
关联销售	宁波诸元	-	-	156.65	617.16	1,115.91	公司向关联方销售健身车、跑步机等健身器材
	宁波昌隆	-	-	-	112.61	483.13	
	宁波力驾	-	-	-	0.27	90.57	
	上述关联销售金额占当期销售总额的比例	-	-	0.04%	0.30%	1.09%	

其中，2019 年至 2021 年发行人曾向宁波诸元、宁波昌隆、宁波力驾三家关联方销售健身器材产品，其销售金额及占比均较低且逐年下降，对应销售毛利率如下：

类别	2021 年	2020 年	2019 年
公司向宁波诸元等三家关联方销售毛利率	20.65%	19.98%	21.68%
公司主营业务毛利率	21.45%	23.61%	27.42%

2019 年至 2021 年公司对关联方的销售毛利率较为稳定，不存在异常波动，其中 2019 年及 2020 年略低于公司主营业务毛利率，主要与公司对关联方的销售定价原则相关。具体说明如下：

报告期内发行人曾向宁波诸元、宁波昌隆、宁波力驾销售，主要是基于实际控制人对业务规划的安排，在发行人主力发展 ODM/OEM 业务的同时，由宁波诸元等关联方尝试在国内开拓销售渠道以发展自有品牌健身器材销售业务，即类似于发行人为关联方提供 ODM/OEM 产品，关联方采购后自行拓展销售渠道并销售产品。

公司向关联方销售时，主要基于成本加成原则由双方协商确定价格。历年来公司 ODM/OEM 产品业务毛利率通常处于 20%-25% 区间范围内，因此发行人与关联方在初始定价时，系参考公司其他 ODM/OEM 产品业务的成本加成水平确定毛利率，并根据预计的单位产品生产成本确定销售价格。但在实际生产销售过程中，由于自有品牌健身器材销售渠道开拓难度较大，自有品牌各型号产品的产销量较小，单位产品分摊的固定成本偏高，对应产品实际生产成本略高于预期，进而导致关联销售毛利率相较于当期主营业务毛利率偏低。

综上，2019 及 2020 年发行人对宁波诸元等三家关联方的销售毛利率低于主营业务毛利率具有合理性，定价具有公允性。

**（二）报告期内是否有其他关联购销交易存在毛利率/定价异于同其他可比第三方交易毛利率/定价的情形，如有，请具体说明**

发行人已在《关于<浙江力玄运动科技股份有限公司首次公开发行股票申请文件反馈意见函>之回复报告》中披露了报告期内其他关联购销交易的定价公允性分析，简要汇总如下：

交易类型	定价原则	备注
关联采购		
(1) 纸箱加工及采购	公司对关联方及非关联方供应商执行相同的定价原则：（1）公司与贯元包装等外协厂商结算的加工费，系依据纸箱面积、箱型等因素并参考市场加工价格后进行协商确定；（2）公司向展阳包装等其他供应商直接采购完工纸箱，其定价方式是在加工费基础上增加原材料纸板价格	-
(2) 金属加工件采购	发行人在采购时通常会根据各供应商的报价单进行比价，选择合适的供应商进行采购，一般定价原则为：采购价=（材料费+加工费）*（税费率+合理利润率+1），即金属加工件产品的定价一般是结合材料成本、使用工艺复杂度、生产使用机器型号等因素进行综合考虑	选取关联方和非关联方相同型号的产品进行比较，其中少量型号存在价格差异，主要原因包括原材料备货价格差异、具体采购时间不同等
(3) 电子类零部件采购	发行人主要根据比价情况确认采购定价	部分产品因规格要求、质量要求不同，具体采购价格存在一定差别
(4) 浸塑加工服务	关联及非关联委外厂商的加工费定价原则一致，为每克浸塑液 0.0372 元	-
(5) 塑胶件加工及采购	公司对塑胶件供应商制定了统一的采购定价方案，塑胶件产品单价=产品重量（嵌件重量除外）*材料当月均价*105%（5%为材料损耗）+加工费（所有机台型号加工费/产品产量）+嵌件单价*用量*102%（2%为嵌件损耗）再加 5%费用及利润，注塑加工业务则仅结算加工费	-
(6) 水电费、燃气费、零星商品采购	公司向关联方支付租赁房屋的水电费、燃气费，是按照关联方与水电燃气公司的实际结算价格；公司按照市场价格向宁波诸元零星采购少量商品	-
(7) 展会服务费用	公司按照市场价格采购展会服务费用	-
关联销售		
销售零星库存材料	公司按照市场价格零星销售材料	-

从上表可见，报告期内发行人其他关联购销交易中，通常对关联方及非关联方供应商执行相同的定价原则或按照市场价格进行采购或销售，其中少量型号产品的定价差异已进行充分分析，其原因具有合理性。

**二、2019 年发行人销售给力玄健康货款的具体结算周期，是否显著长于给可比第三方的信用结算周期。如是，请说明原因及合理性**

根据本回复报告第 1.2 题“三、发行人因上述资产重组应付款项直接抵减对交易对方的应收账款，是否符合《企业会计准则》等规定的条件”的说明，



发行人以资产重组应付款项抵减对力玄健康的应收账款。其中，发行人因资产重组产生的应付力玄健康款项合计 51,756.87 万元，其中直接支付 38,811.58 万元，以应收款（主要来源于发行人对力玄健康销售而产生的应收账款）抵减 12,945.29 万元。

2019 年发行人对力玄健康的销售额为 16,129.42 万元，由此产生发行人应收力玄健康的货款。上述关联销售产生原因是 2018 年底发行人通过重组方式将力玄健康相关业务及其配套资产注入到体内，为保证业务延续性和平稳过渡，业务过渡期内部分执行中的客户订单继续由力玄健康执行，因此部分产品系通过力玄健康销售予客户。上述业务过渡期安排在 2019 年度已结束，2020 年起发行人未再向力玄健康进行销售。

同时，2019 年发行人存在因资产收购产生的应付力玄健康款项 51,756.87 万元，综合考虑双方的资金状况后，发行人应收力玄健康的货款中，部分由力玄健康于 2019 年上半年陆续支付，部分与发行人应付力玄健康的款项抵减。由此，截至 2019 年末发行人对力玄健康的应收账款余额为零、其他应付款余额为 17,080.87 万元，即应收账款已于当年度全部结清。

综上，2019 年发行人应收力玄健康货款中部分由力玄健康支付、部分与资产重组交易产生的应付款项抵减，截至当年末发行人应收力玄健康货款已全部结清，不存在显著长于给第三方的信用结算周期的情形。

### **三、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）核查过程与依据**

保荐机构及申报会计师主要履行了如下核查程序：

1、获取报告期内发行人向宁波诸元、宁波昌隆、宁波力驾的销售明细数据，向发行人销售负责人询问了解发行人对上述关联方的销售定价原则；

2、审阅发行人会计账簿、销售及采购台账、相关交易合同、采购报价记录等资料，走访发行人主要客户及供应商，向发行人管理层询问了解关联采购及销售定价原则，梳理确认发行人关联交易定价的公允性；

3、获取发行人 2019 年向力玄健康的销售明细，向发行人销售负责人询问了解关联销售产生的原因、背景；

4、获取发行人及力玄健康 2019 年的会计账簿、银行流水，梳理双方应收应付款项往来明细情况；

## （二）核查意见

经核查，保荐机构及申报会计师认为：

1、2019 及 2020 年发行人对宁波诸元等三家关联方的销售毛利率低于主营业务毛利率具有合理性，定价具有公允性；报告期内发行人其他关联购销交易中，通常对关联方及非关联方供应商执行相同的定价原则或按照市场价格进行采购或销售，其中少量型号产品的定价差异的原因具有合理性；

2、2019 年发行人销售给力玄健康货款已于当年全部结清，不存在显著长于给第三方的信用结算周期的情形。

## 5.2 关于艺唯科技

根据申报及回复材料，（1）报告期内发行人第一大供应商艺唯科技股份有限公司，报告期各期采购占比约 15%左右；发行人是艺唯科技的主要客户，2021 年向艺唯科技采购金额占其收入规模约 53%；（2）发行人董事、副总经理杨立辉在报告期内曾任艺唯科技全资子公司宁波恒佑经理并持股 30%，并曾参与设立艺唯科技实际控制人控制的慈溪昌艺，持有 30%股份且担任监事；同时杨立辉是持股发行人 14.41%股东宁波强慎的执行事务合伙人，与吴银昌系表兄弟关系；（3）发行人未认定艺唯科技为发行人关联方。

请发行人说明：（1）报告期内发行人与艺唯科技及其关联方发生的经营性和非经营性往来情况，包括购销产品类型、购销金额数量、与向第三方购销同类商品定价对比情况等，进一步说明上述交易定价是否公允、交易往来是否合理，是否存在显著偏离市场价格、体外资金循环、利益输送等不当情形；（2）艺唯科技主要股东及董监高等相关方与发行人、董监高及相关方是否存在相互持股、相互任职情形，与发行人、控股股东、董监高及相关方是否存在其他共同投资行为；请发行人对照《监管规则适用指引——发行类第 4 号》4-11 关联

交易的相关要求，进一步论证报告期内未认定艺唯科技为发行人关联方的合理性、合规性，是否存在规避关联交易认定、关联交易非关联化的情形。

请保荐机构、发行人律师、申报会计师说明核查依据、过程及结论。此外，请保荐机构、发行人律师就发行人的关联方认定、关联交易信息披露的完整性发表明确核查意见；请保荐机构、申报会计师：（1）详细说明履行的资金核查程序及核查结论，分析发行人及其控股股东、实际控制人、董事、监事、高管等相关人员与艺唯科技及其相关方之间是否存在异常资金往来，是否存在体外资金循环风险；（2）进一步核查并说明发行人及其控股股东、实际控制人、董事、监事、高管等相关人员与报告期前五大客户、供应商之间是否存在异常资金往来。

回复：

一、报告期内发行人与艺唯科技及其关联方发生的经营性和非经营性往来情况，包括购销产品类型、购销金额数量、与向第三方购销同类商品定价对比情况等，进一步说明上述交易定价是否公允、交易往来是否合理，是否存在显著偏离市场价格、体外资金循环、利益输送等不当情形

（一）报告期内发行人与艺唯科技及其关联方发生的经营性和非经营性往来情况，包括购销产品类型、购销金额数量等

#### 1、发行人与艺唯科技的往来情况

报告期内，发行人与艺唯科技（包括其控股子公司）的往来均为经营性往来。报告期各期，公司与艺唯科技之间的交易金额、数量及占比情况如下：

单位：万元/万件

类别	项目	2023年1-9月	2022年	2021年	2020年
材料采购	采购金额	7,134.31	11,435.36	35,167.41	31,628.51
	采购数量	236.01	434.52	1,461.34	1,424.95
	采购金额占比	12.30%	13.01%	15.84%	18.15%
外协加工	采购金额	269.69	799.14	1,461.49	122.77
	采购数量	0.99	3.88	3.96	0.29
	采购金额占比	21.21%	41.30%	18.68%	2.05%
销售产品	销售金额	252.61	23.02	95.48	-

类别	项目	2023年1-9月	2022年	2021年	2020年
	销售数量	16.14	7.04	145.85	-
	销售金额占比	0.29%	0.01%	0.03%	-

艺唯科技为公司主要供应商，报告期内公司向其采购材料或委托其外协加工，双方合作稳定。报告期各期，公司向艺唯科技的材料采购金额分别为31,628.51万元、35,167.41万元、11,435.36万元和**7,134.31万元**，采购材料主要包括电子表和控制器等电子类零部件、马达以及线材和辅材等，采购定价系依据市场行情、材料成本、客户需求等因素；公司委托艺唯科技外协加工金额分别为122.77万元、1,461.49万元、799.14万元和**269.69万元**，整体发生金额较小，此类业务主要是根据部分生产订单的需要，由艺唯科技对大屏电子控制器进行组装及测试，双方根据组装测试所需时间及材料消耗情况等确定加工价格。

2021年、2022年及**2023年1-9月**，艺唯科技根据其生产需求向公司采购零星材料，金额合计95.48万元、23.02万元和**252.61万元**，占公司营业收入总额的0.03%、0.01%和**0.29%**。该部分销售金额较小。

## 2、发行人与艺唯科技关联方的往来情况

根据艺唯科技的公开资料，其独立董事丁宇斌在南德认证检测（中国）有限公司上海分公司任业务总监，因此该公司作为艺唯科技的关联方披露。报告期内，该公司与发行人存在经营性往来，主要系为力玄运动提供健身器材出口的安规检测认证服务，报告期各期交易金额分别为13.71万元、21.24万元、14.59万元和**9.89万元**，交易金额较小。

除此之外，报告期内，发行人与艺唯科技其他关联方不存在经营性或非经营性往来。

**（二）与向第三方购销同类商品定价对比情况，进一步说明上述交易定价是否公允、交易往来是否合理，是否存在显著偏离市场价格、体外资金循环、利益输送等不当情形**

报告期内，发行人与艺唯科技的经营性往来主要为材料采购，采购产品主要包括电子表、马达、控制器，以及线材和辅材等，其中线材和辅材受尺寸规

格影响较大，且单价较低，缺乏可比性。针对电子表、马达和控制器等产品，价格一般根据材料成本、工艺难度和工作量等因素协商确定，发行人向艺唯科技和其他第三方采购同类产品的比价情况如下：

## 1、电子表类产品

发行人向电子表类产品主要供应商艺唯科技、东莞市柏群电子科技有限公司（以下简称“柏群电子”）采购同规格电子表类产品的采购价格比较情况如下：

单位：万元、元/件

项目	供应商	型号	塑壳成本 (元/件) <sup>1</sup>	2023年1-9月		2022年		2021年		2020年	
				采购金额	采购均价	采购金额	采购均价	采购金额	采购均价	采购金额	采购均价
可比型号1	艺唯科技	YM6735 <sup>2</sup>	-	180.74	83.11	301.40	81.88	723.35	83.24	643.94	82.96
	柏群电子	SM3587/SM3588	6.71	-	-	-	-	-	-	33.42	84.82
可比型号2	艺唯科技	YM6735 <sup>3</sup>	-	32.12	69.20	143.58	69.33	444.16	69.83	450.32	70.00
	柏群电子	SM3585/SM3586	7.71	-	-	-	-	-	-	22.82	69.76
可比型号3	艺唯科技	YT8399	-	37.17	14.51	115.84	14.46	232.97	14.59	167.54	14.60
	柏群电子	ST3992	2.51/4.51	-	-	-	-	-	-	68.68	16.47
可比型号4	艺唯科技	YM6938	-	119.66	131.52	221.73	132.25	222.84	133.03	33.87	133.76
	柏群电子	SM3505/SM3506	8.99	-	-	-	-	329.80	141.78	257.07	143.05

注1：发行人向艺唯科技采购的上述电子表类产品价格不含塑壳成本，而柏群电子的采购价格包含塑壳成本，为便于比较，假设柏群电子采购单价=采购金额/采购数量-塑壳成本；

注2：此处YM6735配套机型为APB4和APB5；

注3：此处YM6735配套机型为APE3。

如上表所示，公司向艺唯科技、柏群电子采购同规格电子表类产品价格不存在重大差异。

## 2、马达类产品

相同功率的马达类产品一般在产品设计和技术参数方面具有相似性，可比性较强。发行人向艺唯科技子公司宁波恒佑采购马达类产品，采购价格与发行人向第三方可比马达类供应商采购同一功率段马达的采购价格比较情况如下：

单位：万元、元/件

功率	供应商	2023年1-9月		2022年		2021年		2020年	
		采购金额	采购均价	采购金额	采购均价	采购金额	采购均价	采购金额	采购均价
1.0HP	宁波恒佑	190.04	155.91	486.26	159.27	612.26	155.13	648.95	152.95

功率	供应商	2023年1-9月		2022年		2021年		2020年	
		采购金额	采购均价	采购金额	采购均价	采购金额	采购均价	采购金额	采购均价
	第三方供应商 1	-	-	0.03	165.37	0.23	165.36	91.96	157.62
	第三方供应商 2	-	-	-	-	1.19	160.57	169.67	161.86
1.25HP	宁波恒佑	<b>62.98</b>	<b>172.35</b>	192.47	176.95	917.07	172.29	8.81	162.20
	第三方供应商 1	<b>7.26</b>	<b>177.09</b>	13.30	178.34	46.24	181.62	180.89	174.57
	第三方供应商 2	<b>326.43</b>	<b>194.31</b>	241.27	204.10	1,543.27	200.28	1,963.08	188.39
1.5HP	宁波恒佑	<b>0.19</b>	<b>194.14</b>	12.23	192.62	22.67	191.18	17.73	186.84
	第三方供应商 1	<b>40.16</b>	<b>187.23</b>	103.50	180.19	256.05	187.25	205.56	181.18
1.75HP	宁波恒佑	-	-	20.75	216.32	54.58	214.29	-	-
	第三方供应商 2	<b>207.56</b>	<b>237.70</b>	273.51	234.93	740.51	233.35	835.51	225.76
2.0HP	宁波恒佑	-	-	0.13	222.71	3.09	237.70	-	-
	第三方供应商 1	<b>4.93</b>	<b>217.18</b>	14.56	222.02	98.23	223.51	138.81	217.23
	第三方供应商 2	<b>147.61</b>	<b>239.74</b>	200.29	241.03	611.33	244.05	704.65	231.81

对于相同功率的马达类产品，宁波恒佑与其他供应商相比报价一般较低，因此报告期内公司向宁波恒佑采购马达类产品的金额占比有所增加。

### 3、控制器类产品

控制器类产品的价格受功率大小、蓝牙 Wifi 等通讯模组、材料费用等各类因素影响，缺乏可比性。报告期内，公司主要向艺唯科技采购控制器类产品，2022年和2023年1-9月，根据特定健身器材机型的需要，公司向艺唯科技和一家第三方供应商采购相同料号控制器，采购价格比较情况如下：

单位：万元、元/件

料号	公司	2023年1-9月		2022年	
		采购金额	采购均价	采购金额	采购均价
4.03.005.0149	艺唯科技	<b>243.48</b>	<b>88.57</b>	617.55	90.48
	第三方供应商	<b>49.12</b>	<b>82.30</b>	60.02	85.87
4.03.005.0152	艺唯科技	<b>315.98</b>	<b>70.82</b>	518.15	75.45
	第三方供应商	<b>122.32</b>	<b>69.66</b>	117.77	72.57
4.03.005.0153	艺唯科技	<b>31.37</b>	<b>145.16</b>	27.98	146.86
	第三方供应商	-	-	0.06	146.14

如上表所示，公司向艺唯科技和第三方供应商采购同规格零部件价格不存在重大差异。

此外，公司向艺唯科技销售零星材料，向艺唯科技关联方南德认证检测（中国）有限公司上海分公司采购安规检测认证服务等，交易金额较小，且产品及服务高度定制化，价格主要参考产品或服务成本经过双方协商确定，定价公允。公司委托艺唯科技外协加工的定制化程度较高，双方根据组装测试所需的时间及材料消耗情况等协商确定加工价格，价格具有公允性。

综上所述，公司和艺唯科技及其关联方之间交易定价公允，交易往来合理，不存在显著偏离市场价格、体外资金循环、利益输送等不当情形。

二、艺唯科技主要股东及董监高等相关方与发行人、董监高及相关方是否存在相互持股、相互任职情形，与发行人、控股股东、董监高及相关方是否存在其他共同投资行为；请发行人对照《监管规则适用指引——发行类第4号》4-11 关联交易的相关要求，进一步论证报告期内未认定艺唯科技为发行人关联方的合理性、合规性，是否存在规避关联交易认定、关联交易非关联化的情形

（一）艺唯科技主要股东及董监高等相关方与发行人、董监高及相关方是否存在相互持股、相互任职情形，与发行人、控股股东、董监高及相关方是否存在其他共同投资行为

自 2019 年 1 月 1 日（发行人 2022 年 4 月 29 日向中国证监会递交申报 IPO 文件中的报告期起始日）起至本回复报告出具日，艺唯科技主要股东（持股 5% 以上的股东）及董监高的情况如下：

类别	持股期间	持股5%以上股东情况
主要 股东	2019.1.1-2020.12.7	文建波
	2020.12.7-2020.12.25	文建波、昆山海艺企业管理有限公司
	2020.12.25-2020.12.28	文建波、昆山海艺企业管理有限公司、江苏中小企业发展基金（有限合伙）、苏州高投毅达创业投资合伙企业（有限合伙）、江苏高投毅达宁海创业投资基金（有限合伙） <sup>注1</sup>
	2020.12.28-至今	文建波、昆山海艺企业管理有限公司、江苏中小企业发展基金（有限合伙）、苏州高投毅达创业投资合伙企业（有限合伙）、江苏高投毅达宁海创业投资基金（有限合伙）、上海千控企业管理合伙企业（有限合伙）
董监 高	任职期间	任职情况
	2019.1-2020.12	执行董事：文建波；监事：侯桂莲；高管：文建波（经理）
	2020.12-2021.5	执行董事：文建波；监事：刘文斌；高管：文建波（经理）
	2021.5-2021.10	董事：文建波、侯桂莲、孙晓伟、高嘉阳、丁宇斌、尚玮、张泽传；监事：程灵辉、顾汉宽、曹明山；高管：文建波

类别	持股期间	持股5%以上股东情况
		(总经理)、刘文斌(副总经理)、乔洪江(财务总监)、但敏(董事会秘书)
	2021.10-2023.5	董事:文建波、侯桂莲、孙晓伟、高嘉阳、丁宇斌、尚玮、张泽传;监事:程灵辉、顾汉宽、曹明山;高管:文建波(总经理)、刘文斌(副总经理)、蒋晓萌(财务总监)、但敏(董事会秘书)
	2023.5-至今	董事:文建波、侯桂莲、孙晓伟、高嘉阳、丁宇斌、尚玮、张泽传;监事:程灵辉、顾汉宽、曹明山;高管:文建波(总经理)、刘文斌(副总经理)、顾成昌(财务总监)、但敏(董事会秘书)

注 1: 根据艺唯科技招股说明书, 江苏中小企业发展基金(有限合伙)的执行事务合伙人间接控制苏州高投毅达创业投资合伙企业(有限合伙)和江苏高投毅达宁海创业投资基金(有限合伙)的执行事务合伙人, 上述三家合伙企业均已办理私募基金备案, 合计持有艺唯科技 5% 以上股权。

注 2: 上述信息来自于艺唯科技招股说明书和公开资料检索。

发行人控股股东、董监高及发行人其他关联方参见招股说明书“第八节 公司治理与独立性”之“七、关联方及关联交易”之“(一) 关联方及关联关系”。

艺唯科技主要股东及董监高与发行人、控股股东、董监高及发行人其他关联方自 2019 年 1 月 1 日起至本回复报告出具日相互持股、相互任职及共同投资的情形如下:

公司名称	相互持股、相互任职、共同投资情形
慈溪市昌艺电子有限公司 (“慈溪昌艺”)	1、2019 年 1 月 1 日至 2019 年 1 月 15 日, 艺唯科技当时持股 5% 以上的股东及执行董事文建波持有慈溪昌艺 50% 股权并担任慈溪昌艺执行董事; 2019 年 1 月 15 日, 文建波将其持有的慈溪昌艺 50% 股权转让给其配偶、时任艺唯科技监事的侯桂莲, 同时慈溪昌艺执行董事变更为侯桂莲, 直至 2019 年 9 月 29 日 (慈溪昌艺注销日)。 2、2019 年 1 月 1 日至 2019 年 9 月 29 日, 力玄运动董事兼副总经理杨立辉持有慈溪昌艺 30% 股权并担任慈溪昌艺监事。
宁波恒佑电机有限公司 (“宁波恒佑”)	1、2019 年 1 月 1 日至本回复报告出具日, 宁波恒佑系艺唯科技实际控制人文建波和侯桂莲控制的公司。2020 年 12 月 31 日起, 文建波担任宁波恒佑执行董事兼经理, 侯桂莲担任宁波恒佑监事。 2、2019 年 1 月 1 日至 2019 年 1 月 23 日, 力玄运动董事兼副总经理杨立辉担任宁波恒佑经理, 已于 2019 年 1 月 23 日退出。

注: 发行人独立董事罗杰担任董事的牧高笛户外用品股份有限公司 (“牧高笛”) 为发行人关联方。因牧高笛为上市公司 (603908.SH), 无法全面核查艺唯科技主要股东及董监高是否持有牧高笛股份。根据牧高笛公开披露的信息, 其截至 2023 年 9 月 30 日前十大股东中不存在艺唯科技主要股东或董监高。

除上表中披露的情形外, 自 2019 年 1 月 1 日起至本回复报告出具日, 艺唯科技主要股东及董监高与发行人、董监高及发行人其他关联方不存在相互持股、



相互任职情形，与发行人、控股股东、董监高及发行人其他关联方不存在其他共同投资行为。

**（二）请对照《监管规则适用指引——发行类第 4 号》4-11 关联交易的相关要求，进一步论证报告期内未认定艺唯科技为发行人关联方的合理性、合规性，是否存在规避关联交易认定、关联交易非关联化的情形**

根据《监管规则适用指引——发行类第 4 号》4-11 关联交易：“……（1）关于关联方认定。发行人应当按照《公司法》《企业会计准则》和中国证监会、证券交易所的相关规定认定并披露关联方……”发行人报告期内未认定艺唯科技为发行人关联方的主要原因如下：

**1、艺唯科技不属于《公司法》《企业会计准则》和中国证监会、证券交易所相关规定所界定的发行人关联方**

根据《公司法》第二百一十六条：“关联关系，是指公司控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员与其直接或者间接控制的企业之间的关系，以及可能导致公司利益转移的其他关系。”

根据《企业会计准则第 36 号——关联方披露》第三条：“一方控制、共同控制另一方或对另一方施加重大影响，以及两方或两方以上同受一方控制、共同控制或重大影响的，构成关联方。”第四条：“下列各方构成企业的关联方：（一）该企业的母公司。（二）该企业的子公司。（三）与该企业受同一母公司控制的其他企业。（四）对该企业实施共同控制的投资方。（五）对该企业施加重大影响的投资方。（六）该企业的合营企业。（七）该企业的联营企业。（八）该企业的主要投资者个人及与其关系密切的家庭成员。（九）该企业或其母公司的关键管理人员及与其关系密切的家庭成员。（十）该企业主要投资者个人、关键管理人员或与其关系密切的家庭成员控制、共同控制或施加重大影响的其他企业。”

根据《上市公司信息披露管理办法》第六十二条：“关联人包括关联法人（或者其他组织）和关联自然人。具有以下情形之一的法人（或者其他组织），为上市公司的关联法人（或者其他组织）：1.直接或者间接地控制上市公司的法人（或者其他组织）；2.由前项所述法人（或者其他组织）直接或者间接控

制的除上市公司及其控股子公司以外的法人（或者其他组织）；3.关联自然人直接或者间接控制的、或者担任董事、高级管理人员的，除上市公司及其控股子公司以外的法人（或者其他组织）；4.持有上市公司百分之五以上股份的法人（或者其他组织）及其一致行动人；5.在过去十二个月内或者根据相关协议安排在未来十二月内，存在上述情形之一的；6.中国证监会、证券交易所或者上市公司根据实质重于形式的原则认定的其他与上市公司有特殊关系，可能或者已经造成上市公司对其利益倾斜的法人（或者其他组织）。具有以下情形之一的自然人，为上市公司的关联自然人：1.直接或者间接持有上市公司百分之五以上股份的自然人；2.上市公司董事、监事及高级管理人员；3.直接或者间接地控制上市公司的法人的董事、监事及高级管理人员；4.上述第1、2项所述人士的关系密切的家庭成员，包括配偶、父母、年满十八周岁的子女及其配偶、兄弟姐妹及其配偶，配偶的父母、兄弟姐妹，子女配偶的父母；5.在过去十二个月内或者根据相关协议安排在未来十二月内，存在上述情形之一的；6.中国证监会、证券交易所或者上市公司根据实质重于形式的原则认定的其他与上市公司有特殊关系，可能或者已经造成上市公司对其利益倾斜的自然人。”

根据《上海证券交易所股票上市规则（2023年2月修订）》第6.3.3条：“上市公司的关联人包括关联法人（或者其他组织）和关联自然人。具有以下情形之一的法人（或者其他组织），为上市公司的关联法人（或者其他组织）：（一）直接或者间接控制上市公司的法人（或者其他组织）；（二）由前项所述法人（或者其他组织）直接或者间接控制的除上市公司、控股子公司及控制的其他主体以外的法人（或者其他组织）；（三）关联自然人直接或者间接控制的、或者担任董事（不含同为双方的独立董事）、高级管理人员的，除上市公司、控股子公司及控制的其他主体以外的法人（或者其他组织）；（四）持有上市公司5%以上股份的法人（或者其他组织）及其一致行动人；具有以下情形之一的自然人，为上市公司的关联自然人：（一）直接或者间接持有上市公司5%以上股份的自然人；（二）上市公司董事、监事和高级管理人员；（三）直接或者间接地控制上市公司的法人（或者其他组织）的董事、监事和高级管理人员；（四）本款第（一）项、第（二）项所述人士的关系密切的家庭成员。在过去12个月内或者相关协议或者安排生效后的12个月内，存在本条第二款、

第三款所述情形之一的法人（或者其他组织）、自然人，为上市公司的关联人。中国证监会、本所或者上市公司可以根据实质重于形式的原则，认定其他与上市公司有特殊关系，可能或者已经造成上市公司对其利益倾斜的法人（或者其他组织）或者自然人为上市公司的关联人。”

根据艺唯科技的公开资料，发行人提供的相关资料，经访谈艺唯科技实际控制人文建波、发行人穿透后的自然人股东、董事、监事、高级管理人员、发行人控股股东的董事、监事、高级管理人员，并经网络核查，发行人与艺唯科技不存在前述法律、法规和规范性文件所列的关联关系，艺唯科技不属于发行人关联方。

## **2、发行人与艺唯科技的交易定价公允、交易往来合理**

如本回复报告问题 5.2 关于艺唯科技“一、报告期内发行人与艺唯科技及其关联方发生的经营性和非经营性往来情况……”所述，发行人与艺唯科技的交易定价公允、交易往来合理，不存在显著偏离市场价格、体外资金循环、利益输送等不当情形。

## **3、发行人已将慈溪昌艺、宁波恒佑认定为其关联方并相应披露关联交易**

由于艺唯科技子公司宁波恒佑为发行人董事、副总经理杨立辉于 2019 年 1 月 1 日至 2019 年 1 月 23 日期间担任经理的公司，发行人根据《上市公司信息披露管理办法》《上海证券交易所股票上市规则》等规定将宁波恒佑认定为发行人关联方并将发行人与宁波恒佑自 2019 年 1 月至 2020 年 1 月（杨立辉 2019 年 1 月 23 日不再担任宁波恒佑经理后 1 年）的交易作为关联交易进行披露；由于发行人董事、副总经理杨立辉于 2019 年 1 月 1 日至 2019 年 9 月 29 日期间持有慈溪昌艺 30% 股权并担任慈溪昌艺监事，虽然慈溪昌艺不属于《公司法》《企业会计准则》和中国证监会、证券交易所相关规定中明确列举的关联方，发行人基于审慎性原则并根据《上市公司信息披露管理办法》《上海证券交易所股票上市规则》规定的“实质重于形式的原则”，将慈溪昌艺认定为发行人关联方并将发行人与慈溪昌艺自 2019 年 1 月 1 日至 2019 年 9 月 29 日（慈溪昌艺注销日）的交易作为关联交易进行披露。

综上所述，发行人报告期内未认定艺唯科技为发行人关联方合理、合规，不存在规避关联交易认定、关联交易非关联化的情形。

**三、请保荐机构、发行人律师、申报会计师说明核查依据、过程及结论。请保荐机构、发行人律师就发行人的关联方认定、关联交易信息披露的完整性发表明确核查意见**

#### **（一）核查过程与依据**

保荐机构、发行人律师、申报会计师主要履行了如下核查程序：

1、审阅了艺唯科技的公开资料，对艺唯科技及其主要股东、董监高的情况进行了网络核查；

2、审阅了发行人及其非自然人关联方的营业执照、章程、合伙协议、工商登记文件、公开披露文件等资料，并登陆全国企业信用信息公示系统对其情况进行查询；

3、查阅了发行人自然人关联方的身份证件；

4、查阅了发行人审计报告、相关交易合同、凭证及发票等资料；

5、审阅了发行人采购台账、销售台账、采购报价记录等资料；

6、访谈了发行人穿透后的自然人股东、董事、监事、高级管理人员，发行人控股股东的董事、监事、高级管理人员；

7、访谈了艺唯科技实际控制人文建波。

#### **（二）核查结论**

经核查，保荐机构、发行人律师、申报会计师认为：

1、发行人和艺唯科技及其关联方之间的交易定价公允，交易往来合理，不存在显著偏离市场价格、体外资金循环、利益输送等不当情形。

2、除已披露的情形外，自 2019 年 1 月 1 日起至本回复报告出具日，艺唯科技主要股东及董监高与发行人、董监高及发行人其他关联方不存在相互持股、相互任职情形，与发行人、控股股东、董监高及发行人其他关联方不存在其他

共同投资行为；发行人报告期内未认定艺唯科技为发行人关联方合理、合规，不存在规避关联交易认定、关联交易非关联化的情形。

此外，经核查，保荐机构、发行人律师认为：发行人对其报告期内的关联方认定准确，关联交易信息披露完整。

#### **四、详细说明履行的资金核查程序及核查结论，分析发行人及其控股股东、实际控制人、董事、监事、高管等相关人员与艺唯科技及其相关方之间是否存在异常资金往来，是否存在体外资金循环风险**

##### **（一）核查程序**

保荐机构及申报会计师履行了如下核查程序：

1、获取发行人、控股股东、实际控制人及其近亲属控制的企业《已开立银行结算账户清单》以及在报告期内的所有银行对账单，将《已开立银行结算账户清单》与发行人账面银行账户情况进行核对，将银行对账单与账面银行存款期末余额、银行存款明细账进行核对；

2、获取发行人企业信用报告，检查有无未披露的使用受限的货币资金；

3、通过银行函证程序核实发行人报告期内所有银行账户（含期末余额为 0 的账户、报告期内开立或销户的账户等）的期末余额、是否受限、理财购买情况、贷款情况、银行承兑汇票开立情况、销户情况等信息；

4、抽查发行人大额货币资金收支的原始凭证，检查原始凭证是否齐全、记账凭证与原始凭证是否相符；

5、查阅发行人《财务管理制度》《货币资金管理控制制度》《融资管理制度》等资金管理内部控制制度；

6、访谈发行人财务总监、总经理等相关人员，了解、评估与货币资金相关的管理制度和内部控制制度，了解资金管理活动情况，识别并测试内部控制制度中关键控制点运行的有效性，并对公司的货币资金循环执行穿行测试；

7、陪同发行人实际控制人、非独立董事、监事、高级管理人员、关键岗位人员（以下简称“相关关键个人”）赴当地主要银行的营业网点查询、询问开户情况，如有账户（含报告期内注销），则打印报告期内的银行流水对账单；

8、对发行人及相关关键个人、控股股东、实际控制人及其近亲属控制企业的银行账户间转账记录进行交叉核对，核查账户的完整性，并取得由相关关键个人签署的关于银行账户完整性的承诺函；

9、根据公开资料获取艺唯科技及其相关方名单，复核公司名称、股东、董监高等信息；

10、将所调取的全部银行对账单与上述名单、发行人报告期内员工名册逐笔核对，核查是否存在重叠情形，将存在重叠的全部银行流水、以及其他单笔或连续多笔金额在 5 万元以上（法人核查对象为 10 万元以上）的银行流水进行录入并形成核查表；

11、访谈核查对象，了解资金流水的发生背景、是否与公司业务相关，录入核查表并取得核查对象签字确认；

12、验证分析核查表中流水往来发生的背景原因及其合理性，通过包括但不限于取得相关协议、借条、聊天记录、公司凭证、天眼查等第三方网站查询截图、访谈交易对方并取得身份证明文件等方式，对交易原因或资金用途等进行核实；

13、将银行流水中与公司相关的记录与公司账面记录进行比对、与公司凭证后附的发票等原始单据进行比对，确认相关业务已经入账、业务的合理性及与流水的匹配性；

14、走访发行人报告期内主要客户和供应商，了解其是否在报告期内与发行人及其关联方存在非经营性资金往来、其他交易往来或利益安排，并取得访谈记录。

## **（二）核查结论**

根据前述核查程序，报告期内，除发行人与艺唯科技之间存在日常购销业务涉及的经营性资金往来外，发行人及其控股股东、实际控制人、非独立董事、监事、高管等相关人员与艺唯科技及其相关方之间存在的非经营性资金往来对应的银行流水情况如下：

序号	户主	账号/卡号	日期	收入（元）	支出（元）	附言	交易对方名称
1	丁伦	***0926	2019/12/27	200,000.00 (注)	-	借	侯桂莲
2	丁伦	***0926	2019/12/27	500,000.00 (注)	-	借	侯桂莲
3	丁伦	***5057	2021/09/14	-	762,700.00	-	侯桂莲
4	吴银昌	***0964	2022/04/22	1,024,704.00	-	-	浙江恒巨电子有限公司
5	吴银昌	***0964	2023/02/22	175,784.00	-	-	浙江恒巨电子有限公司

注：序号1-2交易发生在报告期外，为方便阅读故予以列示。

序号 1-3：2021 年 9 月 14 日，发行人董事兼销售总监丁伦先生对艺唯科技实际控制人侯桂莲转出 76.27 万元，系用于偿还其 2019 年因个人资金周转需要自侯桂莲所借 70.00 万元款项的本金及利息。往来双方已确认借款原因及用途，不存在其他业务或资金往来，不存在体外资金循环的情形。

序号 4-5：发行人实际控制人吴银昌与艺唯科技的全资子公司浙江恒巨电子有限公司（以下简称“浙江恒巨”）之间存在资金往来共计 120.05 万元，主要原因为：浙江恒巨出于在发行人生产场所周边进行配套供应、及时响应服务的考虑，曾于 2018 至 2019 年租赁吴银昌控制的宁波昌隆部分厂房和宿舍。由于 2020 年宁波昌隆将相关不动产转让予宁波承士，资产转让后双方未及时对账，至宁波昌隆注销未结清剩余租金，故由宁波昌隆的实际控制人吴银昌个人代收该笔款项。因此，本次交易具有真实的业务背景，系实际控制人控制的企业开展不动产出租业务的收益往来。

经核查，保荐机构及申报会计师认为：

除个人资金周转以及实际控制人代其曾控制的已注销企业代收余款外，发行人及其控股股东、实际控制人、非独立董事、监事、高管等相关人员与艺唯科技及其相关方之间不存在除正常经营业务往来外的其他资金往来，不存在异常情形和体外资金循环风险。

**五、进一步核查并说明发行人及其控股股东、实际控制人、董事、监事、高管等相关人员与报告期前五大客户、供应商之间是否存在异常资金往来**

#### （一）核查程序

保荐机构及申报会计师履行了如下核查程序：

1、获取发行人、控股股东、实际控制人及其近亲属控制的企业的《已开立银行结算账户清单》以及在报告期内的所有银行对账单，将《已开立银行结算账户清单》与发行人账面银行账户情况进行核对，将银行对账单与账面银行存款期末余额、银行存款明细账进行核对；

2、获取发行人企业信用报告，检查有无未披露的使用受限的货币资金；

3、通过银行函证程序核实发行人报告期内所有银行账户（含期末余额为 0 的账户、报告期内开立或销户的账户等）的期末余额、是否受限、理财购买情况、贷款情况、银行承兑汇票开立情况、销户情况等信息；

4、抽查发行人大额货币资金收支的原始凭证，检查原始凭证是否齐全、记账凭证与原始凭证是否相符；

5、查阅发行人《财务管理制度》《货币资金管理控制制度》《融资管理制度》等资金管理内部控制制度；

6、访谈发行人财务总监、总经理等相关人员，了解、评估与货币资金相关的管理制度和内部控制制度，了解资金管理活动情况，识别并测试内部控制制度中关键控制点运行的有效性，并对公司的货币资金循环执行穿行测试；

7、陪同发行人实际控制人、非独立董事、监事、高级管理人员、关键岗位人员（以下简称“相关关键个人”）赴当地主要银行的营业网点查询、询问开户情况，如有账户（含报告期内注销），则打印报告期内的银行流水对账单；

8、对发行人及相关关键个人、控股股东、实际控制人及其近亲属控制企业的银行账户间转账记录进行交叉核对，核查账户的完整性，并取得由相关关键个人签署的关于银行账户完整性的承诺函；

9、获取发行人报告期内前五大客户、供应商名单，复核公司名称、股东、董监高等信息；

10、将所调取的全部银行对账单与上述名单、发行人报告期内员工名册逐笔核对，核查是否存在重叠情形，将存在重叠的全部银行流水、以及其他单笔或连续多笔金额在 5 万元以上（法人核查对象为 10 万元以上）的银行流水进行录入并形成核查表；



11、访谈核查对象，了解资金流水的发生背景、是否与公司业务相关，录入核查表并取得核查对象签字确认；

12、验证分析核查表中流水往来发生的背景原因及其合理性，通过包括但不限于取得相关协议、借条、聊天记录、公司凭证、天眼查等第三方网站查询截图、访谈交易对方并取得身份证明文件等方式，对交易原因或资金用途等进行核实；

13、将银行流水中与公司相关的记录与公司账面记录进行比对、与公司凭证后附的发票等原始单据进行比对，确认相关业务已经入账、业务的合理性及与流水的匹配性；

14、走访发行人报告期内主要客户和供应商，了解其是否在报告期内与发行人及其关联方存在非经营性资金往来、其他交易往来或利益安排，并取得访谈记录。

## （二）核查结论

根据前述核查程序，报告期内，除发行人与报告期前五大客户、供应商之间存在日常购销业务涉及的经营性资金往来外，发行人及其控股股东、实际控制人、非独立董事、监事、高管等相关人员与报告期前五大客户、供应商之间的资金往来对应的银行流水情况如下：

序号	户主	账号/卡号	日期	收入（元）	支出（元）	交易对方名称
1	丁伦	***5057	2021/09/14	-	762,700.00	侯桂莲
2	吴银昌	***0964	2022/04/22	1,024,704.00	-	浙江恒巨电子有限公司
3	吴银昌	***0964	2022/04/22	178,956.48	-	陆雪峰
4	吴银昌	***0964	2023/02/22	175,784.00	-	浙江恒巨电子有限公司

序号 1，发行人董事兼销售总监丁伦与艺唯科技实际控制人侯桂莲之间的资金往来主要为偿还个人借款，具体情况参见本题之上一小题回复。

序号 2、**序号 4**，吴银昌作为已注销企业宁波昌隆实际控制人而代收浙江恒巨房租余款，具体情况参见本题之上一小题回复。

序号 3，发行人实际控制人吴银昌与 2020 年度前五大供应商慈溪市华吉电器有限公司（以下简称“华吉电器”）实际控制人陆雪峰之间存在资金往来

178,956.48 元，主要原因为：华吉电器曾于 2019 年租赁吴银昌控制的宁波展望部分厂房，由于 2020 年宁波展望将相关不动产转让予慈溪超祥，资产转让后双方未及时对账，至宁波展望注销未结清剩余租金，故于 2022 年由宁波展望的实际控制人吴银昌个人代收该笔款项。因此，本次交易具有真实的业务背景，系实际控制人控制的企业开展不动产出租业务的收益往来。

因此，除正常经营业务发生的资金往来外，发行人及其控股股东、实际控制人、非独立董事、监事、高管等相关人员与报告期前五大客户之间不存在资金往来，与前五大供应商中个别供应商或其实际控制人之间存在少量资金往来，主要为个人资金周转以及实际控制人代其曾控制的已注销企业代收余款，具有合理原因和真实交易背景，不涉及发行人业务，不属于异常资金往来的情形。

经核查，保荐机构及申报会计师认为：

除个人资金周转以及实际控制人代其曾控制的已注销企业代收余款外，发行人及其控股股东、实际控制人、非独立董事、监事、高管等相关人员与报告期前五大客户、供应商之间不存在其他除正常经营业务之外发生的资金往来，不存在异常资金往来。

#### **问题 6、关于外协加工情况**

根据申报及回复材料，（1）发行人以自主生产为主，外协生产为辅，主要外协工序包括表面处理（电镀/电泳等）、浸塑、注塑、车冲焊等，其中包括车冲焊、注塑等工序是重要环节；各期外协加工金额分别为 2,423.18 万元、5,974.67 万元和 7,824.62 万元；（2）报告期内前五大外协厂商包括慈溪市宗汉建坡金属制品厂、慈溪市周巷旭金五金配件厂等专为发行人提供服务的供应商，同时包括部分关联方；回复材料中未具体说明外协加工费用定价情况；（3）慈溪市周巷旭金五金配件厂和慈溪市贯元包装材料有限公司自 2021 年起不再与发行人开展合作，慈溪市宗汉展宏纸箱厂自 2020 年起不再与发行人开展合作，其中部分为发行人披露的关联方，2020 年发行人外协需求量较大。

请发行人说明：（1）发行人财务核算系统是否与外协厂商相对接，结合外协中原材料的耗用登记等，说明成本核算及销售时成本结转的过程；（2）列示

发行人与报告期前五大外协加工商的外协服务内容和定价情况，对比市场第三方定价，说明外协加工费用的定价依据，定价是否具有公允性；对于关联方外协厂商，分析关联交易的必要性、合理性；（3）核实并说明部分外协厂商自2020年终止与发行人合作的原因及背景，该部分外协产能的替代厂商情况，是否与发行人及控股股东、董监高等相关方存在关联关系。

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。

回复：

一、发行人财务核算系统是否与外协厂商相对接，结合外协中原材料的耗用登记等，说明成本核算及销售时成本结转的过程

公司财务核算系统不与外协厂商对接，原材料采购入库、外协加工领料出库、外协完工产品入库均通过公司的财务核算系统独立进行，因此外协原材料耗用已在公司财务核算系统中反映。

公司外协业务涉及原材料耗用的成本核算及销售时成本结转的过程如下：

（1）公司根据生产计划，生成委外订单并下达给委外加工商，将所需材料备齐后发往委外加工商，并在账务上作如下处理：

借：委托加工物资

贷：原材料

（2）外协工序完成，经验收合格，对加工费进行结算或暂估，在账务上作如下处理：

借：委托加工物资

应交税费-应交增值税-进项税额

贷：应付账款

（3）将验收合格的委外加工件办理入库，在账务上作如下处理：

借：原材料

贷：委托加工物资

（4）生产过程中领用回收的加工物资并加工至完工产品时，公司将实际耗

用的材料成本等结转产成品成本。当产品实现销售时，确认销售收入并同时结转营业成本，营业成本的结转单价采用月末一次加权平均法进行计价。

二、列示发行人与报告期前五大外协加工商的外协服务内容和定价情况，对比市场第三方定价，说明外协加工费用的定价依据，定价是否具有公允性；对于关联方外协厂商，分析关联交易的必要性、合理性

(一) 列示发行人与报告期前五大外协加工商的外协服务内容和定价情况，对比市场第三方定价，说明外协加工费用的定价依据，定价是否具有公允性

发行人与报告期内前五大外协加工商外协服务类型主要包括电镀、浸塑、零件组装、车冲焊、水披覆和弹簧盒加工。上述前五大外协加工商的外协服务内容和定价情况如下：

前五大外协加工商	外协服务加工费用定价依据
慈溪市瑞科金属制品有限公司	涉及外协工序为车冲焊，依据单次冲压、切管、弯管、焊接等加工的定价，并根据所需加工次数计算相关部件的加工费
慈溪市通赢汽车零部件有限公司/ 慈溪市周巷旭五金配件厂/慈溪 至简五金配件厂	
余姚市低塘昊跃五金加工厂	
<b>慈溪市华吉电器有限公司</b>	
慈溪市宗汉建坡金属制品厂	涉及外协工序为浸塑，加工费定价原则均为每克浸塑液 0.0372 元
慈溪市宗汉致强塑料制品厂	
余姚市宏丹交通设施厂	
慈溪市彩花喷涂有限公司	涉及外协工序为水披覆，该工艺仅在少量机型中用于产品的表面装饰，由于该工艺的使用范围较小，相关产品的定价系双方协商确定
慈溪市海港电镀有限公司	该公司主要从事电镀中的镀铬加工服务（镍铬合金），报告期内发行人只与此一家供应商采购镀铬加工服务，加工费按照加工面积以及单位面积加工费确定，报告期内，电镀价格随着镍价格波动有小幅变化，目前加工费定价原则为每平方米 113 元
艺唯科技	涉及外协工序为零件组装，根据不同电子控制器组装测试所需的时间、工艺、材料消耗情况以及测试费用等确定不同型号产品的加工价格
宁波宗大电器发条有限公司	涉及工序为弹簧盒加工，该工艺用于部分划船机的零部件加工，系高度定制化的生产工艺且使用范围较小，基于成本考虑公司报告期内只与一家供应商开展相关业务，系考虑原材料成本及加工费后由双方协商确定

上述外协加工不属于高度标准化的工序，不存在公开市场定价相关信息，对于前五大外协厂商和第三方外协厂商的定价比较情况如下：

### 1、车冲焊

报告期内，公司车冲焊外协服务包含诸多细分工序，如切管下料、切弧、冲压冲孔、弯管缩管、攻丝、焊接、激光切割等，经比较公司与前五大外协厂

商和其他厂商的询价记录，上述细分工序的定价方式遵循统一的标准，目前上述工序的定价情况如下：

工序	定价基础	定价原则
切管下料	切管次数	根据材料厚度 0.08 元/次或 0.15 元/次
切弧	切弧次数	0.3 元/次
冲压冲孔	冲孔次数	0.15 元/次
弯管缩管	弯管或缩管次数	根据材料厚度和直径大小 0.2 元/次或 0.25 元/次
攻丝	攻丝次数	根据材料厚度 0.08 元/次或 0.15 元/次
焊接	焊缝长度（米）	7 元/米
激光切割	横截面积（平方米）	1.15 元/平方米

报告期内，前五大外协厂商和其他外协厂商采用同样的定价模式，单位价格基本保持一致，不存在较大差异，车冲焊外协服务定价公允。

## 2、浸塑

报告期内，公司浸塑服务主要由慈溪市宗汉建坡金属制品厂、慈溪市宗汉致强塑料制品厂、余姚市宏丹交通设施厂三家供应商提供，价格由加工产品所耗用浸塑液的重量确定，定价原则均为每克浸塑液 0.0372 元，定价公允。

## 3、水披覆

报告期内，公司水披覆外协服务主要由慈溪市彩花喷涂有限公司一家外协厂商提供，2020-2021 年该类业务交易金额较小，2022 年根据特定产品需要，公司水披覆外协加工需求快速增加。2022 年末起，基于业务需要公司新增了供应商余姚市诚辉水转印厂。2022 年和 2023 年 1-9 月，针对相同型号零件的水披覆外协服务的比价情况如下：

产品型号	外协厂商	2023年1-9月		2022年	
		金额（元）	单价（元/件）	金额（元）	单价（元/件）
E3202M-09 支架盖板委外水披覆	慈溪市彩花喷涂有限公司	-	-	6,073.90	3.10
	余姚市诚辉水转印厂	<b>3,586.72</b>	<b>2.65</b>	11,068.14	2.65
E3202M-07 支架盖板委外水披覆	慈溪市彩花喷涂有限公司	-	-	6,194.69	3.10
	余姚市诚辉水转印厂	-	-	3,193.80	2.65
EL540P 转盘	慈溪市彩花喷涂有限公司	-	-	59,128.40	24.23
	余姚市诚辉水转印厂	<b>111,674.31</b>	<b>19.47</b>	15,769.89	19.47

产品型号	外协厂商	2023年1-9月		2022年	
		金额（元）	单价（元/件）	金额（元）	单价（元/件）
MEH3202塑 胶转盘左委外 水披覆	慈溪市彩花喷涂有限公司	-	-	113,947.95	14.97
	余姚市诚辉水转印厂	26,484.96	12.83	55,767.28	12.83
MEH3202塑 胶转盘右委外 水披覆	慈溪市彩花喷涂有限公司	-	-	113,918.03	14.97
	余姚市诚辉水转印厂	26,459.28	12.83	55,715.93	12.83

由上表可知，余姚市诚辉水转印厂在单价方面具备一定的相对优势，因此公司将水披覆外协服务的采购逐步切换至该公司。

#### 4、电镀、零件组装和弹簧盒加工

报告期内，电镀中镀铬加工服务仅由慈溪市海港电镀有限公司提供，目前加工费定价原则为每平方米 113 元，与其他材质电镀工序定价原则保持一致，加工费均按照加工面积以及电镀材料单位面积加工费确定，定价方式合理，定价基于协商确定，具有公允性。零件组装和弹簧盒加工两项外协服务分别主要由艺唯科技和宁波宗大电器发条有限公司提供，由于该两类加工高度定制化、定价因素影响较多，缺乏可比性，外协加工定价充分考虑了成本、工艺及各类费用，并由双方协商最终确定，具有公允性。

综上所述，公司外协加工费用定价公允。

#### （二）对于关联方外协厂商，分析关联交易的必要性、合理性

报告期内前五大外协厂商中，发行人关联方如下：

序号	关联方	关联关系
1	慈溪市宗汉致强塑料制品厂	蒋志康（董事蒋臻父亲）控制的个体工商户
2	慈溪市宗汉建坡金属制品厂 （2021年10月19日注销）	

慈溪市宗汉致强塑料制品厂和慈溪市宗汉建坡金属制品厂（以下简称“宗汉致强”、“宗汉建坡”）均为蒋志康（公司董事蒋臻父亲）控制的个体工商户。报告期内公司新增较多需要浸塑工艺的新产品订单，原委外浸塑厂商的产能瓶颈受限，为避免影响公司的交货周期，考虑到宗汉建坡具有浸塑技术能力，公司开始委托其进行浸塑加工；2021年，由于宗汉致强承接宗汉建坡相关业务，公司开始委托宗汉致强加工。和其他当地浸塑厂商相比，上述外协厂商的工厂规模较大，设备采用全自动流水线，浸塑服务质量较高，可以满足公司产品规

格型号多、采购批次频繁的需求，且该厂商距离发行人较近，具备一定的运输成本优势，因此，双方建立了稳固的合作关系，双方交易具备必要性、合理性。

**三、核实并说明部分外协厂商自 2020 年终止与发行人合作的原因及背景，该部分外协产能的替代厂商情况，是否与发行人及控股股东、董监高等相关方存在关联关系**

2020 年以来，公司与 2019 年至 2023 年 1-9 月各期部分前五大外协厂商不再合作的情况主要如下：

外协厂商名称	合作情况	终止合作原因和背景	外协产能替代厂商情况	替代厂商是否存在关联关系
余姚市宏丹交通设施厂	2022 年起不再合作	2022 年公司浸塑加工需求量下降，结合供应商产能、质量等方面的评估及便利性因素考虑，公司集中委托一家主要外协厂商进行加工，对于业务量较小的余姚市宏丹交通设施厂未再合作	2022 年公司委外浸塑加工规模大幅减少，因此实际不存在余姚市宏丹交通设施厂的外协产能由其他厂商替代的情形	
慈溪市宗汉建坡金属制品厂	2022 年起不再合作	该主体注销并新设主体承接业务	同一控制下的慈溪市宗汉致强塑料制品厂	蒋志康（董事蒋臻父亲）控制的个体工商户
慈溪市周巷旭金五金配件厂	2021 年起不再合作	供应商变更合作主体	同一控制下的慈溪市通赢汽车零部件有限公司	不存在关联关系
慈溪市贯元包装材料有限公司	2021 年起不再合作	公司将纸箱外协加工业务模式变更为直接向供应商采购纸箱的模式，供应商由此变更合作主体	同一控制下的慈溪市展阳包装材料有限公司（变更为直接采购）	张稚展（实际控制人吴银昌姐姐之子）控制的企业
慈溪市宗汉展宏纸箱厂	2020 年起不再合作			
慈溪市通赢汽车零部件有限公司/慈溪至简五金配件厂	2023 年起不再合作	报告期初，由于业务规模增长较快，发行人在车冲焊的部分工序的产能出现瓶颈，因此通过外协加工方式解决产能不足的问题，2022 年以来随着业务规模趋于稳定，公司逐步将相关车冲焊外协加工的模式调整为自行生产，因此 2023 年未再合作	2023 年 1-9 月，公司相关车冲焊改为自行生产，因此实际不存在相关外协产能由其他厂商替代的情形	

注：慈溪市贯元包装材料有限公司和慈溪市宗汉展宏纸箱厂系发行人 2019 年度前五大外协厂商。

从上表可见，公司与部分外协厂商终止合作，主要包括两种原因：（1）外协厂商自身新设主体或变更合作主体，相关业务均由外协厂商的同一控制下企业承接；（2）由于 2022 年公司委外浸塑加工需求大幅下降，公司一方面缩减对主要外协厂商慈溪市宗汉致强塑料制品厂的委外业务，另一方面结合供应商产能、质量等方面的评估及便利性因素考虑，当年度未再与业务量较小的余姚

市宏丹交通设施厂开展合作，因此实际不存在余姚市宏丹交通设施厂外协产能由其他厂商替代的情形；（3）由于 2022 年以来，部分车冲焊工序改为公司自行生产，因此公司不再与慈溪市通赢汽车零部件有限公司和慈溪至简五金配件厂开展合作，实际不存在两家公司外协产能由其他厂商替代的情形。综上，公司上述终止合作原因具有合理的业务背景。

#### 四、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）核查过程与依据

针对上述事项，保荐机构及申报会计师主要实施了以下核查程序：

1、访谈公司外协业务相关负责人，了解公司外协加工模式、主要外协加工工序、外协流程、定价模式及定价原则、和前五大外协厂商之间合作情况、合作是否终止等；

2、取得外协费用明细、销售成本分拆表等，检查外协加工合同或协议、委外订单、入库单、发票、付款凭证等支持性文件，复核外协加工成本核算的准确性；

3、询问公司生产、财务部门的相关人员，了解外协业务、存货、生产成本管理流程，了解公司财务核算系统是否与外协厂商相对接，关注成本核算归集，关注相关会计处理是否合规；

4、通过对报告期内主要外协厂商进行现场走访、网络检索、比对外协加工报价单等方式，了解发行人与主要外协厂商业务合作模式、关联关系以及业务定价等相关情况。

##### （二）核查意见

经核查，保荐机构及申报会计师认为：

1、公司财务核算系统未与外协厂商建立信息系统对接，公司成本核算及销售时的成本结转过程及相关会计处理准确、合理；

2、发行人与报告期前五大外协加工商定价具有公允性，与关联方外协厂商的交易具有必要性、合理性；

3、2020 年以来，公司和 2019 年至 2023 年 1-9 月各期部分前五大外协厂



商不再合作，主要系供应商自身新设或变更业务主体、发行人根据业务需要切换供应商等，其原因具有合理的业务背景。

#### **问题 7、关于收入确认**

根据招股说明书及回复材料，（1）发行人对以 FOB、FCA 方式的外销出口销售，以完成报关手续、合同产品装船、并取得提单后作为控制权转移时点，公司根据报关单、提单确认销售收入；对内销收入的线下销售，根据合同约定的交货方式，于客户（或客户指定的承运人）提货时或公司将产品运送至客户指定交货地点并经客户签收后确认收入；（2）发行人对内销电商产品有具体质保期限，对其他内外直销商品未明确质保期限。

请发行人披露：（1）上述境内外不同具体收入确认方式下涉及的报告期收入金额，收入确认的主要凭据；（2）同行业可比公司关于产品质保、退换货政策的会计处理情况，与发行人是否存在显著差异。

请发行人说明：（1）报告期内销售健身器材产品是否涉及为客户调试安装、客户验收等环节；如存在，请具体说明以送达、交付产品作为收入确认时点是否准确、恰当；（2）发行人关于产品质保、退换货政策的会计处理情况；说明健身器材产品提供质保等售后服务的产品数量金额及占比情况；（3）OEM/ODM 主要客户产品质量保证、退换货政策的具体规定，是否存在时间期限，是否存在主要客户期后大范围退换货的风险。

请保荐机构及申报会计师说明核查依据、过程，并发表明确核查意见。

回复：

一、上述境内外不同具体收入确认方式下涉及的报告期收入金额，收入确认的主要凭据

发行人已在《招股说明书》之“第六节 财务会计信息与管理层分析”之“六、经营成果分析”之“（一）营业收入分析”之“10、境内外不同具体收入确认方式下涉及的报告期收入金额，收入确认的主要凭据”披露如下：

“报告期各期，境内外不同具体收入确认方式下涉及的主营业务收入金额

以及收入确认主要凭据如下：

单位：万元、%

项目	方式	2023年1-9月		2022年		2021年		2020年		收入确认主要凭据
		金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比	
境外销售	FOB、FCA	78,013.00	92.22	147,352.01	91.36	324,789.26	93.50	223,273.24	91.54	报关单、提单
境内销售	线下销售	5,954.69	7.04	11,107.50	6.89	18,115.73	5.22	20,621.78	8.46	内销签收确认单
	电商直销	623.96	0.74	2,813.77	1.74	4,342.38	1.25	3.02	0.00	电商平台系统确认收货记录
	电商代销	-	-	6.15	0.00	112.58	0.03	-	-	平台提供的销售结算单
合计		84,591.64	100.00	161,279.44	100.00	347,359.95	100.00	243,898.04	100.00	

从上表可见，公司主营业务收入以境外销售为主，其收入占比超过 90%，境内销售以线下销售为主而电商直销及代销占比相对较低；对以 FOB、FCA 方式实现的境外销售收入，收入确认主要凭据为报关单、提单；对以线下销售方式实现的境内销售收入，收入确认主要凭据为内销签收确认单；对以电商直销方式实现的境内销售收入，收入确认主要凭据为电商平台系统确认收货记录；对以电商代销方式实现的境内销售收入，收入确认主要凭据为平台提供的销售结算单。”

## 二、同行业可比公司关于产品质保、退换货政策的会计处理情况，与发行人是否存在显著差异

发行人已在《招股说明书》之“第六节 财务会计信息与管理层分析”之“六、经营成果分析”之“（一）营业收入分析”之“11、同行业可比公司关于产品质保、退换货政策的会计处理情况，与发行人的差异情况”披露如下：

“报告期内，公司向客户提供一定的产品质量保证，若公司产品出现质量问题，通常通过退货、返修和质量扣款的方式处理。报告期内，公司发生退货、返修和质量扣款的情况具有偶发性，基本都能在当年度得到及时解决，且公司历年来产品质量稳定，退货金额、返修支出、质量扣款对收入影响较小，因此公司未对产品质量保证责任、退换货情况计提预计负债，在质量保证义务发生时将相关费用计入相应期间损益或是在销售退货、质量扣款实际发生时冲减相应期间的销售收入和成本。

根据年度报告、招股说明书等公开资料，同行业可比公司关于产品质保、退换货政策的披露信息及会计处理情况如下：

公司名称	主营业务	产品质保	退换货政策	会计处理	说明
金陵体育	体育器材和场馆设施的研 发、生 产、销 售以 及体 育赛 事服 务	对于建设安装项目，与客户的销售合同中一般会约定 5%至 10%的质量保证金，质保期限一般为 2 年以上；除此外未披露其他产品质保信息	未披露	未对产品质保、退换货计提预计负债	(1) 金陵体育主营业务之一为体育场馆建设中的体育器材销售及安装、看台座椅销售及安装等建设安装项目，与客户约定质保金，相应确认合同资产；其他业务不涉及质保金 (2) 对于质保或退换货风险，金陵体育未计提预计负债
英派斯	全品类、多系列健身器材开发制造及销售、品牌化运营	对于国内全民健身采购业务，主要客户为各地地方政府、教育局、体育局等，该等业务客户一般需要预留 5%-10%采购款作为质保金，质保期一般为 1-3 年；除此外未披露其他产品质保信息	英派斯与国外经销商均系买断式的销售关系；与国内经销商均系买断式的销售关系，合同约定除质量原因外不得退货	未对产品质保、退换货计提预计负债	(1) 英派斯主营业务之一为国内全民健身采购业务，与客户约定质保金，相应确认合同资产；其他业务不涉及质保金 (2) 对于质保或退换货风险，英派斯未计提预计负债
舒华体育	健身器材及展示架等产品销售	对于政府采购的室外路径项目，存在质保期；除此外未披露其他产品质保信息	未披露	未对产品质保、退换货计提预计负债	(1) 舒华体育主营业务之一为政府采购的室外路径项目，与客户约定质保金，相应确认合同资产；其他业务不涉及质保金 (2) 对于质保或退换货风险，舒华体育未计提预计负债
康力源	多系列、差异化、定制化健身器材研发、制造与销售	对于境内全民健身器材业务，其采购客户主要为各地教育局、体育局、房地产开发企业，该等业务客户一般需要预留 5%-10%采购款作为质保金；除此外未披露其他产品质保信息	①境内外贸易商模式和经销商模式下非质量问题不得退换货，因质量问题的退换货须经康力源准予；②跨境电商业务下亚马逊平台退换货政策：不影响二次销售情况下，收货 30 天内无理由退货政策	跨境电商直销业务下根据历史退货情况计提预计负债，除此外未对产品质保、退换货计提预计负债	(1) 康力源的境内全民健身器材业务与客户约定质保金，相应确认合同资产；其他业务不涉及质保金 (2) 对于跨境电商业务，康力源计提预计负债，其他业务不涉及计提预计负债
三柏硕	休闲运动和健身器材系列产品研发、设计、生产和销售	未披露	未披露	未对产品质保、退换货计提预计负债	三柏硕未进行相关会计处理

从上表可见：

(1) 金陵体育等公司存在建设安装项目或政府采购项目，通常会与项目施工方、政府部门等客户约定质保金条款，并在合同资产科目中核算。而发行人主要业务模式为 ODM/OEM，未与客户约定质保金，不涉及合同资产核算。

(2) 对于质保或退换货风险，同行业可比公司均未计提预计负债，仅康力源在自有品牌跨境电商业务中计提。舒华体育、三柏硕、康力源均存在电商业务，其中舒华体育主要线上销售渠道为天猫、淘宝等境内平台，三柏硕的电商业务通过境外子公司的自有网站和境内电商平台等渠道销售，也存在境内电商平台代销业务，而康力源的电商业务中存在跨境电商直销业务、国内电商平台直销及代销业务。其中，仅康力源针对跨境电商业务下亚马逊平台存在 30 天内无理由退货政策计提预计负债，其余公司均未计提预计负债。

综上，公司关于产品质保、退换货政策的会计处理方式符合自身业务模式，与同行业可比公司不存在显著差异。”

### 三、报告期内销售健身器材产品是否涉及为客户调试安装、客户验收等环节；如存在，请具体说明以送达、交付产品作为收入确认时点是否准确、恰当

报告期内，公司主要为国内外健身器材品牌企业提供 ODM/OEM 生产业务，各期销售占比均超过 97%。同时，公司在国内逐步推进自主品牌的建设及推广，其中线上业务系通过天猫、京东等电商渠道向终端消费者进行销售，线下业务主要向贸易商或其他酒店、事业单位等终端消费客户进行销售。

因此，公司销售健身器材面向的客户群体主要可分为 ODM/OEM 业务模式下以迪卡侬、诺德士、爱康等为代表的健身器材品牌客户，以及自有品牌销售业务模式下通过自身渠道对外销售的贸易商客户和直接购买用于满足个人或集体健身需求的终端消费者：

业务模式	客户群体	销售额占比	是否涉及调试安装、客户验收等环节
ODM/OEM 业务	健身器材品牌客户	各期收入占比分别为 99.60%、98.41%、97.74% 和 <b>98.67%</b> ，均超过 97%	否
自有品牌业务	贸易商客户	各期收入占比分别为 0.39%、0.28%、0.43% 和 <b>0.53%</b>	否
	终端消费者	线上电商销售的各期收入占比分别为 0.00%、1.25%、1.74% 和 <b>0.74%</b> ，其他线下销售（如酒店、事业单位等）的各期收入占比均未超过 0.1%	是

## 1、ODM/OEM 业务模式下健身器材品牌客户

根据公司与客户约定的销售条款，此类销售业务不涉及为客户安装调试、客户验收等环节，主要原因为：

(1) ODM/OEM 模式下客户一般通过线下大型商超、连锁门店及线上电商平台等销售渠道直接面向终端消费者销售其健身器材品牌产品，因此健身器材产品的安装、调试等售后服务均由客户自行负责，公司不参与此环节。

(2) 考虑到公司产品质量稳定，客户通常与公司约定以报关出口（境外销售）或签收（境内销售）作为货物控制权转移时点。公司产品质量保障体现在如下方面：产品销售前，在生产期间和入库前均会由公司进行严格的品质检测，只有合格产品方可入库及出库销售；部分产品在批量生产前，如客户提出提前质量检测要求，公司会提供产前样品以供检测；公司 ODM/OEM 模式下客户主要为知名健身器材品牌企业，通常会定期对公司进行验厂评估，部分客户也会派遣驻厂人员以及时解决生产中发生的问题。由此，在 ODM/OEM 模式下，公司销售健身器材产品一般不会出现严重质量问题。

因此，公司 ODM/OEM 业务模式下无需涉及安装调试、客户验收环节。

## 2、自有品牌业务模式下贸易商客户

报告期各期，公司自有品牌业务模式下存在少量贸易商客户。贸易商客户购买健身器材产品后需通过其自身销售渠道再对外销售，由其自行负责为终端消费者提供安装、调试等服务，贸易商客户亦不会直接对公司产品进行验收。因此，公司自有品牌业务模式下向贸易商客户销售的健身器材产品无需涉及安装调试、客户验收环节。

## 3、自有品牌业务模式下终端消费者

线上电商销售模式下，公司在天猫、京东等电商平台建立了线上销售渠道，直接面向终端消费者进行销售。公司向终端消费者提供送装一体服务，在完成送装一体服务后，终端消费者可在电商平台点击“确认收货”或电商平台自动确认收货后，公司方可确认收入。因此，此类业务收入确认时点与上述业务流程相符。

此外，公司存在少量线下销售客户，各期收入占比均未超过 0.1%，主要面向公司周边的酒店和事业单位等客户，这部分客户通常由公司自行送货上门并完成安装，送装通常在同一天，因此公司以送装完成时点确认收入。因此，此类业务收入确认时点与上述业务流程相符。

综上所述，发行人 ODM/OEM 业务模式下健身器材品牌客户、自有品牌业务模式下贸易商客户不涉及调试安装、客户验收环节；自有品牌业务模式下向终端消费者的销售涉及调试安装、客户验收环节，其收入确认时点准确、恰当。

#### 四、发行人关于产品质保、退换货政策的会计处理情况；说明健身器材产品提供质保等售后服务的产品数量金额及占比情况

##### （一）报告期内产品质保、退换货政策的会计处理情况

报告期内，根据公司与客户之间的产品质量保证条款、退换货政策，通常而言除质量问题外不允许退换货，当产品涉及的质量问题需返回公司进行返修处理的，由公司修理完成后再重新发货回客户；对于无需返厂维修的质量问题，则主要采用质量扣款形式解决。

此外，2021 年、2022 年和 2023 年 1-9 月上海益步开展国内电商平台零售业务时存在退货情形，主要是由七天无理由退货所引起，七天无理由退货是电商平台提供给消费者的保护性权利，不需要协商即可直接退回给销售方。

公司所销售产品质量整体较为稳定，报告期内出现质量问题的情形较少。对于退货、返修和质量扣款，公司采取的会计处理方式不同，具体包括：①退货：公司收到退货产品时，冲减相应期间的销售收入和成本；②返厂维修：返修通常发生人工安装调试支出和配件更换支出，由于其金额较小，一并计入生产成本核算，未予以单独区分；③质量扣款：冲减当期销售收入。

##### （二）健身器材产品提供质保等售后服务的产品数量金额及占比情况

报告期各期，公司因向客户提供产品质量保证、与客户约定退换货政策而产生的销售退回、返厂维修及质量扣款情况如下表所示：

单位：万台、万元

项目	时间	数量	金额	营收占比	主要原因
销售退回	2023 年 1-9 月	0.02	34.58	0.04%	主要为电商业务七天无理由退货及物流配送破损形成的退货

项目	时间	数量	金额	营收占比	主要原因
	2022年	0.04	204.62	0.13%	主要为电商业务七天无理由退货，以及因产品质量等原因导致的退货
	2021年	0.08	290.60	0.08%	电商平台业务中，因七天无理由退货以及因产品质量、物流配送破损等原因导致的退货
	2020年	-	-	-	-
返厂维修	2023年1-9月	0.07	335.80	0.39%	攀爬机螺丝、线材尺寸错误、滚珠粘连、扶手无法调节高度、健身车曲柄和座背垫歪斜等原因
	2022年	0.04	42.28	0.03%	铁圈不平、马达线路接触不良等原因
	2021年	0.26	304.29	0.09%	线圈松动、天心尺寸错误等原因
	2020年	0.05	83.48	0.03%	天心尺寸错误、跑板安装等原因
质量扣款	2023年1-9月	-	309.73	0.36%	主要为部件损坏、飞轮跳动等问题
	2022年	-	15.46	0.01%	-
	2021年	-	148.06	0.04%	主要为滚筒质量问题扣款
	2020年	-	0.28	0.00%	-
合计	2023年1-9月	0.08	680.10	0.79%	-
	2022年	0.08	262.36	0.16%	-
	2021年	0.33	742.95	0.21%	-
	2020年	0.05	83.76	0.03%	-

注：上表所统计产品数量仅指成品，不包含配件数量

报告期各期，公司上述情形对应成品数量、金额及占营业收入的比例均较小。公司的产品质量较为稳定，报告期内出现问题的情形较少，鉴于产品为批量生产的原因，若零部件或安装等问题导致的质量问题往往会在一个批次内出现。2021年，公司存在一批健身车及一批跑步机产品分别出现零部件尺寸和滚筒质量问题，由于批次产量较大，导致当年度相关产品分别进行返厂维修、质量扣款的金额相对较高。2023年1-9月公司返厂维修金额相对较高，主要系2022年四季度开始公司逐步向客户 CLMBR LLC 销售新产品攀爬机并于2023年1-9月进行大规模量产，由于新产品生产工艺成熟需要一定时间，攀爬机前序销售批次中因部件材质问题、安装操作失误较多导致存在返厂维修的情形。2023年1-9月公司质量扣款金额较高，主要系当期部分产品由于海运路途较远导致在送往客户处时破损，从而产生相应的质量扣款。

上表所示产品质量瑕疵主要包括零部件质量瑕疵或者安装瑕疵等，具有偶发性，对此公司加强生产质量控制，杜绝类似问题再次发生。

**五、OEM/ODM 主要客户产品质量保证、退换货政策的具体规定，是否存在时间期限，是否存在主要客户期后大范围退换货的风险**



报告期各期，公司 ODM/OEM 模式前五大客户关于产品质量保证、退换货政策、时间期限的具体约定及期后退货情况如下：

客户名称 (注 1)	产品质量保证	退换货政策	时间期限	期后是否退货 (注 2)
迪卡侬 (Decathlon)	公司需保证所有生产的产品符合客户的指示和规范，如因公司责任造成产品瑕疵或不合格，所产生的一切费用由公司承担且补偿损失。	任何瑕疵或不合格产品，公司将自担费用收回并销毁产品，或者按照相同的条款，用相同的合格品替换不合格的产品，或按照客户支付的价格对该等产品做出补偿。	在发现瑕疵或不合格产品后的合理时间内	否
诺德士 (Nautilus)	供应商向 NAUTILUS 保证，交付的所有产品符合规范、执行的设计、一切材料和工艺在保修期内均无缺陷，相应产品附件中规定的 NAUTILUS 设计责任和 NAUTILUS 公司设计责任除外。	如果 NAUTILUS 在保修期内发现任何不合格保修产品，则针对包含不合格保修产品的整个制造批次，NAUTILUS 或其指定人员有权对包含不合格保修产品的整个制造批次进行分拣和检查。在产品保修期内 NAUTILUS 可将任何不合格保修产品退还给供应商，NAUTILUS 有权获得被退还产品的全部产品价格、运费、关税和税费，以及其他合理及常规成本。	产品的保修期为制造之日起至少十三个月，此期限可通过相应的产品附件进行修改。	否
Fitness Cubed Inc.	制造商生产的产品应符合销售协议中约定的制造规范，满足相关法规标准、并通过质量测试。制造商需保证产品在交付后的 18 个月内不存在重大缺陷。	对于缺陷产品，Fitness Cubed Inc. 有权退回，制造商应进行换货或按照购买价格退款，并承担退换货所发生的所有费用。	交付后 18 个月内	否
艾琳克 (Alinco)	对于瑕疵商品，双方约定如下处理方式：①艾琳克在日本国内修理；②公司到日本修理；③送回公司修理；④交换替代品；⑤货款抵扣等处理方法，具体由双方协商解决。在日本国内修理的运费、场地费、材料、人工费由艾琳克承担，委托外部修理的人工费由公司承担。送回公司修理的情况下，来回运费由公司承担，各自的国内运费则自行承担。此外，如果故障商品需弃置在日本，相应费用由艾琳克承担。	产品存在由制造或结构所产生的毁损或故障，在艾琳克能够修理的情况下，公司必须免费提供相应的零件。如果艾琳克无法修理，公司需提供相同价值的替代品或者退款给艾琳克。	客户使用一年内	否
Trisport AG	供应商有义务向 TRISPORT 提供无瑕疵以及无所有权缺陷的货物和服务。	如果因供应商提供缺陷商品而造成损害、损失、损伤或伤害的，供应商有义务承担此类	交货之日起 2 年	否

客户名称 (注 1)	产品质量保证	退换货政策	时间期限	期后是否退货 (注 2)
		缺陷产生的费用，特别是运费、材料费、运输及处理费用。		
Aspiria Nonfood GmbH	销售协议未约定产品质保和退换货政策			否
旭凯国际股份有限公司	销售协议未约定产品质保和退换货政策			否
上海小莫	力玄运动交付的货物自所有权转移后 12 个月以内，应保证不良率不超过 3%，在此 3% 以内的不良按售后协议处理，超出 3% 的部分，全权由力玄运动负责。小莫发现有品质不良或其他隐蔽瑕疵时（因力玄运动产品本身原因），小莫应立即将不良情况通知力玄运动，并要求更换、整修，以减轻小莫损失。力玄运动应立即采取回收、返修、更换等所有相关措施解决质量问题，制定相关更正和预防措施，以保证相关质量问题第一时间解决并在未来供货中避免。经双方界定属于力玄运动责任产生的产品品质问题致使乙方必须再次出货时，其有关的各项费用均由力玄运动负担。小莫若因力玄运动责任造成的产品质量问题而蒙受损失，可向力玄运动要求赔偿。	因力玄运动产品质量原因而需要从小莫仓库产生批量退换货时（此处不良品为未销售前发现的不良品），力玄运动自行运回不合格品；力玄运动的不合格品，小莫最多代力玄运动保存一个月，超出一个月力玄运动不自行运回的，小莫将直接做废品清除。小莫以当月实际收到力玄运动送货数量扣除不合格品数量后的实际合格数量通知力玄运动开具发票，按照约定付款期付款。若发生不合格品，力玄运动若要求小莫代为挑选合格品，发生的实际挑选人工费用按双方协商计算，小莫质量部门出具索赔通知单，采购部门通知供应商，据以开具索赔发票给力玄运动，并从货款中直接扣除。	交付的货物自所有权转移后 12 个月以内	否
英诺华 (Sportstech)	若产品存在缺陷时，买方应说明受影响的批次号，并详细描述产品缺陷。如果买方选择修复缺陷产品而不是替换产品，买方应在发出产品缺陷通知后立即执行维修措施。买方可以要求卖方支付预付款用于支付维修所需的费用。卖方应根据买方需求提供维修所需更换的部件，相关费用由卖方自行承担。双方也可根据产品缺陷的具体情况采取补救措施，相关补救措施应签署书面协议。	双方也可根据产品缺陷的具体情况采取补救措施，相关补救措施应签署书面协议。	未明确约定	否

注：1、爱康（iFIT）为公司 2022 年新增客户，发行人与该客户的销售协议尚在签署中；

2、期后退换货截至 2023 年 11 月末

报告期各期，公司 ODM/OEM 业务模式下前五大客户主营业务收入金额分别为 212,882.91 万元、297,851.74 万元、134,609.61 万元和 **72,438.47 万元**，占该模式收入总额的比例分别为 87.63%、87.13%、85.40%和 **86.78%**。公司深耕运动健身器材行业，凭借多年培育的成熟供应链体系、长期积累的生产工艺以及丰富的行业经验在市场上赢得了良好的口碑，深得国内外众多知名品牌客户认可。各期 ODM/OEM 模式前五大客户中，仅诺德士于 2022 年发生当年度所销售配件退货 29.29 万元，退货金额较小，且退回原因是由供应商品质缺陷引起，公司向供应商退回问题配件。因此公司产品质量稳定可靠，报告期内未出现主要客户期后销售退回情况，截至 2023 年 11 月末公司亦未出现主要客户期后退货的情形。

公司主要客户对健身器材产品供应商的生产环境、生产过程、质量控制均有严格的要求。公司产品销售前，在生产期间和入库前均会由公司进行严格的品质检测，只有合格产品方可入库及出库销售；部分产品在批量生产前，如客户提出提前质量检测要求，公司会提供产前样品以供检测；公司客户主要为知名健身器材品牌企业，通常会定期对公司进行验厂评估，部分客户也会派遣驻厂人员以及时解决生产中发生的问题。少数情况下，客户可能因部分零部件或运输包装存在划痕、破损等微小质量瑕疵问题提出售后服务等要求，鉴于健身器材产品体积较大且客户退换货产生的运输成本较高，公司一般会根据实际情况与客户协商。报告期内，公司因向客户提供产品质量保证、与客户约定退换货政策而产生的销售退回、返厂维修及质量扣款金额及占营业收入比例均较小。

综上，结合公司与主要客户的具体约定、公司产品质量保障方式、公司质保实际发生情况等因素来看，公司不存在主要客户期后大范围退换货的风险。

## **六、请保荐机构及申报会计师说明核查依据、过程，并发表明确核查意见**

### **（一）核查过程与依据**

针对上述事项，保荐机构及申报会计师主要实施了以下核查程序：

1、查阅公司主要客户的销售框架协议、合同或订单等，检查商品控制权转移时点、退换货政策、产品质量保证等信息；

2、对公司销售负责人、财务总监进行访谈，了解公司不同销售模式下相应

收入确认的基本原则和具体政策、报告期内产品质量保证条款执行情况，评价相应的会计处理是否合规、评价收入确认方法是否适当，评价报告期内收入确认政策执行一贯性；

3、获取报告期内产品退换货明细及会计处理方式，检查会计处理是否符合《企业会计准则》要求；

4、通过公开渠道查询同行业上市公司年报、招股说明书等相关资料，了解同行业可比公司销售模式、收入确认政策、产品质量保证、退换货情况以及相应的会计处理，评价公司收入确认、产品质保和退换货的会计处理是否符合行业惯例。

## （二）核查意见

经核查，保荐机构及申报会计师认为：

1、发行人已披露境内外不同具体收入确认方式下涉及的报告期收入金额以及收入确认的主要凭据；

2、公司关于产品质保、退换货政策的会计处理方式与同行业可比公司不存在显著差异；

3、公司 ODM/OEM 业务模式下健身器材品牌客户、自有品牌业务模式下贸易商客户不涉及调试安装、客户验收环节；自有品牌业务模式下向终端消费者的销售涉及调试安装、客户验收环节，收入确认时点准确、恰当；

4、对于退货、返修和质量扣款，公司相应采取不同的会计处理方式；报告期内公司销售退回、返厂维修及质量扣款情形对应成品数量、金额及占营业收入的比例均较小；

5、公司不存在主要客户期后大范围退换货的风险。

## 问题 8、关于股份支付

根据申报及回复材料，（1）2019 年至 2021 年期间，发行人确认了 8 次股份支付情形，合计测算股份支付费用 24,663.28 万元，目前合计确认 8,609.31 万元；其中 7 次员工股权激励股份支付存在服务期，发行人设定至 2026 年 6 月；

（2）关于测算股份支付，发行人使用的股份支付公允价值为 25.61 元/股、41.16

元/股以及 55.00 元/股，分别为 2019 年度 2020 年度扣除非经常性损益及股权激励费用后计算的每股收益乘以 10 倍确定以及参考瀚星投资入股价格 55.00 元/股确定；公允价值 25.61 元/股下，员工入股价格分别为 4 元/股以及 5.50 元/股，公允价值 41.16 元/股下，员工入股价格为 7 元/股、7.50 元/股以及 9.00 元/股。

请发行人说明：（1）员工股权激励股份支付服务期设定为 2026 年 6 月的判断依据，是否匹配设定时点对发行人成功完成首次公开募股时间的最佳估计；如股份支付服务期发生变化，对发行人经营业绩的敏感性测试影响情况；（2）股份支付公允价值以 2019 年度 2020 年扣非经营业绩乘以 10 倍的设定标准合理性；同一设定的公允价值下员工入股价格存在差异的原因；结合上述情况说明股份支付设定的公允价值是否恰当准确。

请保荐机构及申报会计师说明核查依据、过程，并结合《监管规则适用指引——发行类第 5 号》5-1 增资或转让股份形成的股份支付相关要求发表明确核查意见。

回复：

一、员工股权激励股份支付服务期设定为 2026 年 6 月的判断依据，是否匹配设定时点对发行人成功完成首次公开募股时间的最佳估计；如股份支付服务期发生变化，对发行人经营业绩的敏感性测试影响情况

（一）员工股权激励股份支付服务期设定为 2026 年 6 月的判断依据，是否匹配设定时点对发行人成功完成首次公开募股时间的最佳估计

#### 1、公司股权激励关于服务期的安排

根据员工持股平台的《合伙协议之补充协议》，合伙人合伙企业财产份额的锁定期约定为自有限合伙人经工商行政管理部门登记成为合伙企业合伙人之日起至力玄运动首次公开发行股票并上市后三年内（“锁定期”），有限合伙人原则上不得通过任何方式（包括但不限于转让、交换、用于担保或偿还债务、要求退伙等）处置其持有的合伙份额，本补充协议另有约定的除外。锁定期满后有限合伙人持有合伙份额的转让，由力玄运动董事会决定。

上述对员工实施的股权激励相关的服务期均约定至公司完成首次公开发行股票并上市后三年。

## 2、员工股权激励股份支付服务期设定为 2026 年 6 月的判断依据

公司在首次申报前，根据《企业会计准则》《股份支付准则应用案例》相关规定，结合自身申报工作计划、审核时间相关规定等合理估计成功完成首次公开募股的完成时点为 2023 年 6 月，并以此推算锁定期至 2026 年 6 月，并确定公司各批次股权激励计划中的离职条款估计等待期。截至 2023 年 9 月末，公司根据申报工作的实际情况，并根据《股份支付准则应用案例——以首次公开募股成功为可行权条件》《企业会计准则第 28 号——会计政策、会计估计变更和差错更正》的相关规定，对首次公开募股成功的时点进行重新估计，即由 2023 年 6 月重新估计为 2024 年 6 月，并以此推算锁定期至 2027 年 6 月，并重新确定公司各批次股权激励计划中的离职条款估计等待期。

## 3、是否匹配设定时点对发行人成功完成首次公开募股时间的最佳估计

根据财政部发布的《股份支付准则应用案例——以首次公开募股成功为可行权条件》，等待期内公司估计其成功完成首次公开募股的时点发生变化的，应当根据重估时点确定等待期，截至当期累计应确认的股权激励费用扣减前期累计已确认金额，作为当期应确认的股权激励费用。

公司于 2022 年 5 月初完成首次申报工作，并于 2022 年 6 月中旬收到中国证监会出具的《中国证监会行政许可项目审查一次反馈意见通知书》（220901 号，以下简称“反馈意见”），公司已完成相关的反馈意见回复并更新相关财务数据至 2022 年。全面注册制开启后，公司 IPO 相关申报材料已于 2023 年 3 月 2 日由上海证券交易所受理。

基于上述 IPO 申报工作的关键时间节点和实际情况，公司认为，原预计的 2023 年 6 月完成首次公开募股工作已无法实现，公司根据申报工作的进展情况，对首次公开募股成功的时点进行重新估计，并以此推算锁定期至 2027 年 6 月，并重新确定公司各批次股权激励计划中的离职条款估计等待期。

### （二）若股份支付服务期发生变化，对公司经营业绩的敏感性测试影响情况

公司基于实际情况对首次公开募股时间进行重新估计，由 2023 年 6 月更改为 2024 年 6 月（即服务期延长至 2027 年 6 月），同时假设公司估计的首次公开募股时间变更至 2024 年 9 月或 2024 年 12 月（即服务期变更至 2027 年 9

月或 2027 年 12 月)，测算对公司经营业绩的敏感性影响如下：

单位：万元

项目	服务期至 2027 年 6 月计算金额	服务期至 2027 年 9 月		服务期至 2027 年 12 月	
		重新计算摊销金额	影响数	重新计算摊销金额	影响数
需分摊股份支付费用总额	20,270.83	20,270.83	-	20,270.83	-
截至 2023 年 9 月 30 日已摊销	10,816.06	10,716.02	-100.03	10,626.07	-189.99
2023 年 1-9 月应摊销金额	1,696.91	1,596.87	-100.03	1,506.92	-189.99
2023 年度应摊销金额	2,332.29	2,198.55	-133.75	2,078.28	-254.01

如上所示，假设公司估计的首次公开募股时间变更至 2024 年 9 月或 2024 年 12 月，相应 2023 年 1-9 月摊销的股份支付费用金额将分别减少 100.03 万元或 189.99 万元，相对于公司 2023 年 1-9 月归属母公司所有者净利润及扣除非经常性损益后的归属母公司所有者净利润的影响如下：

单位：万元

项目	服务期至 2027 年 9 月	服务期至 2027 年 12 月
2023 年 1-9 月归属母公司所有者净利润	9,516.05	9,516.05
2023 年 1-9 月扣除非经常性损益后的归属母公司所有者净利润	8,764.61	8,764.61
股份支付费用 2023 年 1-9 月摊销金额影响数	-100.03	-189.99
假设调整首次公开募股预计时间 2023 年 1-9 月归属母公司所有者净利润	9,616.09	9,706.04
假设调整首次公开募股预计时间 2023 年 1-9 月扣除非经常性损益后的归属母公司所有者净利润	8,864.64	8,954.60

综上，若公司预计首次公开募股时间推迟至 2024 年 9 月或 2024 年 12 月，公司 2023 年 1-9 月分摊确认的股份支付费用将有所减少，相应的公司 2023 年 1-9 月扣非前后归属母公司所有者的净利润将有所增加，但不会对公司经营业绩造成重大影响。

二、股份支付公允价值以 2019 年度 2020 年扣非经营业绩乘以 10 倍的设定标准合理性；同一设定的公允价值下员工入股价格存在差异的原因；结合上述情况说明股份支付设定的公允价值是否恰当准确

(一) 股份支付公允价值以 2019 年度 2020 年扣非经营业绩乘以 10 倍的设定标准合理性

根据《监管规则适用指引——发行类第 5 号》5-1 增资或转让股份形成的股

份支付规定，“确定公允价值，应综合考虑以下因素：（1）入股时期，业绩基础与变动预期，市场环境变化；（2）行业特点，同行业并购重组市盈率、市净率水平；（3）股份支付实施或发生当年市盈率、市净率等指标；（4）熟悉情况并按公平原则自愿交易的各方最近达成的入股价格或股权转让价格，如近期合理的外部投资者入股价，但要避免采用难以证明公允性的外部投资者入股价；（5）采用恰当的估值技术确定公允价值，但要避免采取有争议的、结果显失公平的估值技术或公允价值确定方法，如明显增长预期下按照成本法评估的净资产或账面净资产。判断价格是否公允应考虑与某次交易价格是否一致,是否处于股权公允价值的合理区间范围内。”

由于公司为非公众公司，不存在公开活跃的股份转让市场，无法取得活跃交易的股份市场价格，且 2019 年和 2020 年并无外部投资者的入股价格可供参照。因此，公司 2019 年和 2020 年股份支付事项确定权益工具公允价值，以公司上述期间每股收益（剔除非经常性损益及股份支付影响数）乘以市场可参考交易市盈率的公司股价估值为基础，并考虑行业特点、入股时间、前后一年内股权交易价格等因素确定。市场可参考交易市盈率主要参考同行业可比公司未上市期间实施股权激励权益工具公允价值估值情况，与公司后续外部投资者入股市盈率倍数对比不存在重大偏差。

### 1、参考同行业可比公司未上市期间实施股权激励权益工具公允价值估值情况

可比公司名称	股权激励时间	股份支付公允价格的确定依据
三柏硕	2018年12月	参考2018年净利润（不考虑股份支付影响）的 8 倍市盈率（计算股份支付后对应 10 倍市盈率）

### 2、对比 2021 年末外部投资者入股价格

投资者名称	瀚星创业投资有限公司
入股时间	2021年12月
入股价格	55元/股
2021年度每股收益（注）	5.24元
市盈率（倍）	10.49

注：剔除非经常性损益及股份支付影响数

综上，公司股份支付公允价值以 2019 年度、2020 年度扣非经营业绩乘以



10 倍的设定标准具有合理性。

## (二) 同一设定的公允价值下员工入股价格存在差异的原因

公司根据与《合伙协议》或《合伙份额转让协议》签订时间相近时点的母公司每股净资产设定员工入股价格，具体如下：

单位：万元、元/股

序号	入股时间	激励对象	持股平台	公允价值	入股价格
1	2019 年 12 月	杨立辉等 24 人	宁波强慎	25.61	4.00
2	2020 年 4 月	张春生等 38 人	宁波先捷		4.00
3	2020 年 9 月	严先发等 3 人及实际控制人吴银昌	宁波先捷		5.50
4	2020 年 12 月	李红石	宁波先捷	41.16	7.00
5	2021 年 2 月	陆建益	宁波先捷		7.50
6	2021 年 7 月	汪强	宁波先捷		9.00

(续上表)

序号	合伙协议/转让协议签署时间	参考定价基准日	基准日股本金额	基准日母公司账面净资产	基准日每股净资产
1	2019/12/25	2019 年 12 月 31 日	8,110.00	30,563.94	3.77
2	2020/01/03	2019 年 12 月 31 日	8,110.00	30,563.94	3.77
3	2020/07/30	2020 年 7 月 31 日	8,218.50	45,440.02	5.53
4	2020/11/30	2020 年 11 月 30 日	8,640.00	62,144.74	7.19
5	2020/12/30	2020 年 12 月 31 日	8,640.00	68,062.70	7.88
6	2021/03/30	2021 年 3 月 31 日	8,640.00	79,812.06	9.24

注：1、上述时点的净资产数据均系审前数；

2、2021 年 12 月龚慕强等 7 人入股价格系参照 2021 年 11 月末母公司每股净资产确定，股份支付公允价值系参考外部投资者瀚星投资入股的公允价值确定，同一设定的公允价值下员工入股价格不存在差异。

如上所示，公司在历次员工入股时，均参照相关协议签订相近时点的每股净资产确定，不存在重大偏差。

## (三) 股份支付设定的公允价值恰当、准确

### 1、2019 年至 2021 年 7 月入股对应的股份支付公允价值

此期间公司无外部投资者的入股价格可供参照，公司基于相关协议签署时相近期间每股收益（剔除非经常性损益及股份支付影响数）乘以市场可参考交

易市盈率的公司股价估值为基础确定公允价值，市场可参考交易市盈率主要参考同行业可比公司未上市期间实施股权激励权益工具公允价值估值情况，与2021年末公司接受外部投资者投资入股市盈率倍数相匹配。

## **2、2021年12月入股对应的股份支付公允价值**

公司2021年12月员工入股设定的股份支付公允价值，系参照外部投资者瀚星投资入股价格55元/股确定，相关价格具有公允性。

综上，公司在员工入股时，若有外部投资者投资入股，则股份支付公允价值参照外部投资者投资价格确定，若无外部投资者投资价格作参考，则以上述期间每股收益（剔除非经常性损益及股份支付影响数）乘以市场可参考交易市盈率10倍为基础确定，同一公允价值下员工入股价格存在差异主要系员工入股时间不同，相应参照的定价基准即每股净资产金额不同所致，公司股份支付设定的公允价值恰当、准确。

**三、请保荐机构及申报会计师说明核查依据、过程，并结合《监管规则适用指引——发行类第5号》5-1增资或转让股份形成的股份支付相关要求发表明确核查意见**

### **（一）核查依据及过程**

针对上述事项，保荐机构及申报会计师主要履行了如下核查程序：

1、查阅公司及各持股平台历史沿革相关资料，包括历次工商变更相关的档案、内部决策程序、增资协议、股份转让协议等，查阅员工持股平台合伙协议及补充协议，了解公司股权激励中服务期的规定；

2、与公司管理层沟通，了解公司预计成功完成首次公开募股的时间，获取并复核公司针对股份支付服务期发生变化对公司经营业绩的敏感性影响测试；

3、与公司财务总监沟通，了解公司股份支付公允价值设定原则，并复核相关的公允价值计算结果；查阅同行业可比公司招股说明书，了解可比公司未上市期间实施股权激励权益工具公允价值估值情况；

4、与公司实际控制人、财务总监沟通，与股权激励对象进行访谈，了解历次股权激励的背景和定价依据及相关股权激励实施情况；

5、查阅公司关于上述股份支付相应的计算过程及会计凭证，复核公司确认的股份支付金额的准确性和合规性；

6、根据《监管规则适用指引——发行类第 5 号》5-1 增资或转让股份形成的股份支付相关要求，对公司股份支付情况进行对照梳理。

## **（二）核查意见**

经核查，保荐机构及申报会计师认为：

1、公司基于实际情况对预计成功完成首次公开募股时间进行重新估计，由 2023 年 6 月改为 2024 年 6 月，员工股权激励股份支付服务期相应推迟至 2027 年 6 月，系结合公司预计成功完成首次公开募股时间与股权激励关于服务期的要求确定，该设定时点与公司成功完成首次公开募股时间的最佳估计相匹配；上述股份支付服务期的变化，相应股份支付费用变动对公司经营业绩的影响较小；

2、公司股份支付公允价值以 2019 年度、2020 年度扣非经营业绩乘以 10 倍的设定标准，系以市场可参考交易市盈率 10 倍为基础确定，且与公司接受外部投资者入股市盈率相匹配，具有合理性；同一设定的公允价值下员工入股价格存在差异系员工入股时间不同，相应参照的定价基准即每股净资产金额不同所致，公司股份支付设定的公允价值恰当、准确；

3、保荐机构及申报会计师已对照《监管规则适用指引——发行类第 5 号》5-1 增资或转让股份形成的股份支付相关要求进行了核查，发行人股份支付相关安排具有商业合理性，股份支付相关权益工具公允价值的计量方法及结果合理，《合伙协议之补充协议》相关约定构成员工服务期，股份支付等待期的判断准确，等待期各期确认的职工服务成本或费用准确，发行人股份支付相关会计处理符合规定。

## **问题 9、关于财务内控不规范情形**

根据申报及回复材料，（1）报告期内，公司实际控制人存在代公司收取废料销售款、收取供应商贴息回款、支出公司费用的情形，上述资金往来包括通过其个人银行卡、通过其所控制的员工银行卡、通过其所控制的企业银行账户

户、现金收支等方式；（2）部分供应商与发行人商议，由发行人直接以银行转账方式向供应商支付货款，同时供应商向发行人实际控制人支付利息，双方实际未通过银行承兑汇票结算；（3）保荐机构对发行人相关关键个人报告期 80% 以上流水总额核查，除披露的已整改事项外，发行人已建立健全财务相关的内部控制。

请发行人说明：（1）发行人报告期内通过银行承兑汇票、商业承兑汇票进行支付交易的金额及占比情况；供应商与发行人实际未通过银行承兑汇票结算，向发行人实际控制人支付利息的资金流水与利息金额是否匹配、结算时点是否准确；（2）上述发行人关联方资金往来不规范情形是否已经在发行人及关键自然人资金流水核查中予以完整核查并披露；发行人资金流水核查是否完整、充分。

请保荐机构及申报会计师对照《监管规则适用指引-发行类第五号》5-8 财务内控不规范情形等规定要求核查并发表明确意见。

回复：

一、发行人报告期内通过银行承兑汇票、商业承兑汇票进行支付交易的金额及占比情况；供应商与发行人实际未通过银行承兑汇票结算，向发行人实际控制人支付利息的资金流水与利息金额是否匹配、结算时点是否准确

（一）发行人报告期内通过银行承兑汇票、商业承兑汇票进行支付交易的金额及占比情况

报告期内，公司不存在通过商业承兑汇票进行支付交易的情况。

报告期内，公司通过自行开立银行承兑汇票及应收票据背书进行支付交易情况如下：

单位：万元

项目	2023年1-9月	2022年	2021年	2020年	合计
开立银行承兑汇票支付	33,255.17	68,581.99	172,298.87	120,673.98	394,810.01
应收票据背书支付	81.08	145.87	257.90	343.94	828.79
小计	33,336.26	68,727.86	172,556.78	121,017.92	395,638.82

其中，公司通过自行开立银行承兑汇票及应收票据背书来支付原材料采购款或外协加工费的金额及占比情况如下：

单位：万元

项目	2023年1-9月	2022年	2021年	2020年	合计
开立银行承兑汇票支付	<b>33,102.94</b>	68,450.29	166,654.76	115,130.01	<b>383,338.00</b>
应收票据背书支付	-	45.87	64.35	6.89	<b>117.11</b>
小计(a)	<b>33,102.94</b>	68,496.16	166,719.11	115,136.91	<b>383,455.12</b>
原材料采购总额	<b>57,999.77</b>	87,883.94	222,058.19	174,299.88	<b>542,241.78</b>
外协加工费	<b>1,271.63</b>	1,934.78	7,824.62	5,974.67	<b>17,005.70</b>
交易金额小计(b)	<b>59,271.40</b>	89,818.72	229,882.81	180,274.55	<b>559,247.48</b>
银行承兑汇票支付占比(a/b)	<b>55.85%</b>	76.26%	72.52%	63.87%	<b>68.57%</b>

从上表可见，公司日常生产经营中使用银行承兑汇票方式进行支付交易的占比较高。

## (二) 供应商与发行人实际未通过银行承兑汇票结算，向发行人实际控制人支付利息的资金流水与利息金额匹配、结算时点准确

报告期前期，部分供应商与公司商议，将部分货款由银行承兑汇票方式支付改为由公司直接以银行转账方式向供应商支付，同时供应商向发行人实际控制人支付利息，双方实际未通过银行承兑汇票结算。该部分具体结算金额、结算时间如下：

期间	贴息回款金额(万元)	账面支付金额(万元)	贴息比例
2020年1月	9.03	531.13	1.70%
2020年2月	22.29	1,311.23	1.70%
2020年3月	48.94	2,883.74	1.70%
2020年4月	10.01	588.77	1.70%
2020年5月	0.20	11.94	1.70%
2020年6月	17.20	1,244.52	1.38%
2020年7月	26.30	1,764.30	1.49%
2020年8月	21.30	1,331.51	1.60%
2020年9月	0.18	11.11	1.60%
合计	<b>155.46</b>	<b>9,678.25</b>	<b>1.61%</b>

报告期内，公司与供应商实际未通过银行承兑汇票结算，而是通过直接银行转账方式支付货款产生的贴息回款金额为 155.46 万元。公司一般在采购入账时即根据供应商要求登记排款台账，并结合供应商的需求与供应商商议确定后续的付款方式，并按当月执行的贴息比例确定贴息金额，在实际付款时由供应商或其关联人员将贴息回款返还至公司实际控制人所控制的员工银行卡。2020 年 10 月以来，上述情形未再发生。2021 年 6 月，公司实际控制人将代为收取的票据贴现利息转入公司账户。

上表中，各月贴息比例存在一定波动，主要系各月执行的贴息比例有所调整及个别供应商款项的支付时间与原计划时间存在偏差所致。整体来看，贴息比例基本保持在 1.6% 左右。

综上，向公司实际控制人支付利息的资金流水与利息金额以及公司支付给供应商的款项匹配，结算时点准确。

**二、上述发行人关联方资金往来不规范情形是否已经在发行人及关键自然人资金流水核查中予以完整核查并披露；发行人资金流水核查是否完整、充分**

**（一）发行人关联方资金往来不规范情形已在发行人及关键自然人资金流水核查中完整核查并披露**

为确保对发行人关联方资金往来不规范情形进行完整核查，保荐机构及申报会计师获取了发行人报告期内关联方、主要客户和供应商名单（含公司名称、股东、董监高等信息），将所调取的发行人及关键自然人全部银行对账单与上述名单、发行人报告期内员工名册逐笔核对，将存在重叠的全部银行流水、以及其他单笔或连续多笔金额在 5 万元以上（法人核查对象为 10 万元以上）的银行流水进行录入核查。

经核查发行人、非独立董事、监事、高级管理人员、关键岗位人员、控股股东、实际控制人、实际控制人及其近亲属控制的企业银行账户，发行人报告期内存在的资金往来不规范情形包括：

2020 年及 2021 年上半年，公司在销售废料时，部分款项由实际控制人通过其所控制的员工银行卡或现金方式收取，金额分别为 778.59 万元、388.67 万元。2020 年发行人实际控制人通过其所控制的员工银行卡，向供应商收取的票

据贴现利息为 155.46 万元。2020 年及 2021 年，公司实际控制人存在代垫公司费用的情形，主要通过其所控制的员工银行卡、其所控制的企业银行账户或以现金方式等支付相关费用，金额分别为 334.56 万元、135.56 万元。

发行人加强内部控制管理后，截至 2021 年末实际控制人已与公司结清代收代付往来款项，报告期内公司已完整记录了相关业务明细，发行人未再发生关联方资金往来不规范情形。

上述资金往来不规范情形中涉及的企业及自然人属于发行人报告期内资金流水核查对象，保荐机构及申报会计师已取得资金流水核查对象的全部银行账户，并将涉及不规范情形的全部流水录入核查。此外，相关不规范情形已在《招股说明书》之“第八节 公司治理与独立性”之“二、发行人内部控制情况”之“（四）发行人报告期内财务内控不规范情形”之“4、实际控制人代收公司款项及代为支出公司费用”进行披露。

因此，发行人关联方资金往来不规范情形已完整核查并披露。

## （二）发行人资金流水核查完整、充分

### 1、对资金流水核查完整性采取的核查程序

（1）获取发行人、控股股东、实际控制人及其近亲属控制的企业的《已开立银行结算账户清单》以及在报告期内的所有银行对账单，将清单与发行人账面银行账户情况进行核对；

（2）通过银行函证程序核实发行人报告期内所有银行账户（含期末余额为 0 的账户、报告期内开立或销户的账户等）的期末余额、是否受限、理财购买情况、贷款情况、银行承兑汇票开立情况、销户情况等信息；

（3）陪同发行人实际控制人、非独立董事、监事、高级管理人员、关键岗位人员（以下简称“相关关键个人”）赴当地主要银行的营业网点查询、询问开户情况，如有账户（含报告期内注销），则打印报告期内的银行流水对账单；

（4）对发行人及相关关键个人、控股股东、实际控制人及其近亲属控制企业的银行账户间转账记录进行交叉核对，核查账户的完整性；

（5）取得由相关关键个人签署的关于银行账户完整性的承诺函。

## 2、对资金流水核查充分性采取的核查程序

### (1) 针对发行人账户

①查阅公司《财务管理制度》《货币资金管理控制制度》《融资管理制度》等资金管理内部控制制度；

②访谈公司财务总监、总经理等相关人员，了解、评估与货币资金相关的管理制度和内部控制制度，了解资金管理活动情况，识别并测试内部控制制度中关键控制点运行的有效性，并对公司的货币资金循环执行穿行测试；

③将公司银行对账单与账面银行存款期末余额进行核对；

④检查主要银行账户对账单的发生额与银行存款明细账的发生额是否一致，对报告期内的各银行账户执行大额流水双向核查；

⑤抽查大额货币资金收支的原始凭证，检查原始凭证是否齐全、记账凭证与原始凭证是否相符；

⑥获取公司企业信用报告，检查有无未披露的核查程序使用受限的货币资金。

### (2) 针对发行人相关关键个人、实际控制人及其近亲属控制的企业账户

①获取发行人关联方、主要客户和供应商名单，复核公司名称、股东、董监高等信息；

②将所调取的全部银行对账单与上述名单、发行人报告期内员工名册逐笔核对，核查是否存在重叠情形，将存在重叠的全部银行流水、以及其他单笔或连续多笔金额在 5 万元以上（法人核查对象为 10 万元以上）的银行流水进行录入并形成核查表；

③访谈核查对象，了解资金流水的发生背景、是否与公司业务相关，录入核查表并取得核查对象签字确认；

④验证分析核查表中流水往来发生的背景原因及其合理性，通过包括但不限于取得相关协议、借条、聊天记录、公司凭证、天眼查等第三方网站查询截图、访谈交易对方并取得身份证明文件等方式，对交易原因或资金用途等进行核实；



⑤将银行流水中与公司相关的记录与公司账面记录进行比对，确认相关业务已经入账；与公司凭证后附的发票等原始单据进行比对，核查业务的合理性及与流水的匹配性；

⑥走访发行人报告期内主要客户和供应商，了解其是否在报告期内与发行人及其关联方存在非经营性资金往来、其他交易往来或利益安排，并取得访谈记录。

综上所述，发行人资金流水核查完整、充分。

### 三、请保荐机构及申报会计师对照《监管规则适用指引-发行类第五号》5-8 财务内控不规范情形等规定要求核查并发表明确意见

#### （一）报告期内发行人财务内控不规范情形

保荐机构及申报会计师对照《监管规则适用指引——发行类第五号》“5-8 财务内控不规范情形”的相关规定，将其中列举的财务内控不规范情形与发行人情况对照如下：

《监管规则适用指引-发行类第五号》中列示的财务内控不规范情形	报告期内发行人是否存在前述不规范情形
①无真实业务支持情况下，通过供应商等取得银行贷款或为客户提供银行贷款资金走账通道（简称“转贷”行为）	报告期内发行人不存在转贷的情形
②向关联方或供应商开具无真实交易背景的商业票据，通过票据贴现获取银行融资	报告期内发行人不存在开具无真实交易背景的商业票据的情形
③与关联方或第三方直接进行资金拆借	报告期内，发行人子公司慈溪保元因资金周转需求，存在向关联方力玄健康拆入少量资金的情形并于 2021 年偿还；除此之外，发行人不存在与关联方或第三方直接进行资金拆借的其他情形
④频繁通过关联方或第三方收付款项，金额较大且缺乏商业合理性	发行人存在由实际控制人代为收取废料销售款及供应商贴息回款、代为支出公司费用的情形，具体如本题第一小题及第二小题所述，上述收付款金额占发行人整体经营活动现金流入或流出的比例较低，不属于本条规定的“金额较大且缺乏商业合理性”的情形。 此外，报告期内发行人存在基于真实业务背景的客户第三方回款情形，主要由客户的关联方或其他合作伙伴代为付款至发行人银行账户，不属于本条规定的“频繁通过关联方或第三方收付款项”的情形
⑤利用个人账户对外收付款项	如上所述，报告期内发行人曾通过实际控制人收付款项，其中部分资金系通过实际控制人个人银行卡及其所控制的员工银行卡，因此发行人存在利用个人账户对外收付款项的情形

《监管规则适用指引-发行类第五号》中列示的财务内控不规范情形	报告期内发行人是否存在前述不规范情形
⑥出借公司账户为他人收付款项	报告期内发行人不存在出借公司账户为他人收付款项的情形
⑦违反内部资金管理规定对外支付大额款项、大额现金收支、挪用资金	报告期内发行人存在使用现金支付的情形，主要包括零星采购及费用支出、零星向员工支付工资等；2022年发行人存在零星收取现金货款的情形。上述现金收付未违反当时时点的内部资金管理规定且金额不高，具备真实交易背景，不属于本条规定的“违反内部资金管理规定对外支付大额款项、大额现金收支、挪用资金”的情形
⑧被关联方以借款、代偿债务、代垫款项或者其他方式占用资金	除上文所述的发行人实际控制人代发行人收取款项及代为支出费用的情况外，报告期内发行人不存在其他被关联方以借款、代偿债务、代垫款项或者其他方式占用资金的情形
⑨存在账外账	报告期内发行人不存在账外账的情形
⑩在销售、采购、研发、存货管理等重要业务循环中存在内控重大缺陷	报告期内发行人销售、采购、研发、存货管理等重要业务循环中不存在内控重大缺陷

发行人报告期内曾存在部分财务内控不规范情形，后续已完成整改并进一步加强内部控制力度与规范运作程度。截至首次申报财务基准日（2021年12月31日），天健会计师出具了《关于浙江力玄运动科技股份有限公司内部控制的鉴证报告》（天健审〔2022〕2039号），其鉴证结论为：力玄运动按照《企业内部控制基本规范》及相关规定于2021年12月31日在所有重大方面保持了有效的内部控制。因此，截至首次申报财务基准日，公司已建立健全财务相关的内部控制，财务内控健全有效。

发行人已在《招股说明书》“第八节 公司治理与独立性”之“二、发行人内部控制情况”之“（四）发行人报告期内财务内控不规范情形”以及“第八节 公司治理与独立性”之“七、关联方及关联交易”之“（二）关联交易”中披露涉及上述财务内控不规范行为的具体情况。

## （二）核查内容

按照《监管规则适用指引——发行类第五号》5-8的要求，保荐机构、申报会计师的核查内容如下：

**1、中介机构应根据有关情形发生的原因及性质、时间及频率、金额及比例等因素，综合判断是否对内控制度有效性构成重大不利影响**

报告期内发行人存在的财务内控不规范情况具体分析如下：

事项	原因及性质	时间及频率	金额及比例
关联方资金拆借	慈溪保元向力玄健康拆入资金用于临时资金周转，不存在向关联方输送利益的情形	报告期内仅发生一笔关联方资金拆借，即2020年拆入资金并于2021年偿还，系偶发性事件	2020年慈溪保元拆入218万元并于2021年偿还余额219万元，上述金额占2020年末、2021年末发行人货币资金总额的比例约为0.43%、0.19%，占比均较小
现金支付（注）	发行人存在使用现金支付的情形，主要基于结算习惯及便捷性考虑，具备真实交易背景	发行人现金支付对应偶发性小额交易，自2021年以来公司严格规范现金管理，大幅减少非必要现金使用的情形	报告期内发行人不存在使用现金支付大额供应商货款的情形，各期现金支付金额分别为761.61万元、323.44万元、28.25万元、 <b>13.78万元</b> ，占当期经营活动现金流出额比例为0.40%、0.09%、0.02%、 <b>0.02%</b> ，占比均较小
实际控制人代收公司款项及代为支出公司费用	此类情形发生的原因主要是由于报告期前期实际控制人规范意识不强以及出于收付款便利性考虑，并非主观故意或恶意行为，未侵害发行人利益	代收公司款项及代为支出公司费用主要发生在报告期第一年或第二年，发行人已于2021年完成整改。2022年以来，发行人未再出现上述情形	2020年及2021年代为收取废料销售款占公司营业收入比例为0.32%、0.11%，代为收取供应商贴息回款金额及代垫公司费用金额合计数占当期营业成本及期间费用合计数的比例为0.24%、0.04%，占比均较小

注：根据上文分析，发行人现金支付情形不属于“违反内部资金管理规定对外支付大额款项、大额现金收支、挪用资金”的情形，但本题仍参照财务内控不规范行为进行核查

综上，结合原因及性质、时间及频率、金额及比例等因素，报告期内发行人曾发生的财务内控不规范情形不会对内控制度有效性构成重大不利影响。

**2、中介机构应对发行人有关行为违反法律法规、规章制度情况进行认定，判断是否属于舞弊行为，是否构成重大违法违规，是否存在被处罚情形或风险，是否满足相关发行条件**

报告期内，慈溪保元与力玄健康之间的资金拆借不符合《贷款通则》关于“企业之间不得违反国家规定办理借贷或者变相借贷融资业务”的规定，但未超出人民法院支持借贷合同有效的范围，报告期末已整改完毕且发行人未因此而受到监管部门的处罚。此外，发行人现金支付以及实际控制人代收公司款项及代为支出公司费用事项具有真实交易背景，并非公司管理层舞弊行为，按照法律法规规定不构成重大违法违规行为。

报告期内，发行人及其合并报表范围内各级子公司仅杭州积本因未按期申报个人所得税而曾受到税务行政处罚250元、发行人因申报商品编码与实际商品编码不符而曾受到海关行政处罚1,000元，不存在其他受到行政处罚的情形。

综上，报告期内发行人曾发生的财务内控不规范情形不属于舞弊行为、不构成重大违法违规，发行人未因上述行为而受到监管部门的处罚，发行人满足相关发行条件。

**3、中介机构应对发行人有关行为进行完整核查，验证相关资金来源或去向，充分关注相关会计核算是否真实、准确，与相关方资金往来的实际流向和使用情况，判断是否通过体外资金循环粉饰业绩或虚构业绩**

保荐机构及申报会计师查阅了报告期内发行人银行流水及关键自然人的银行流水，对内控不规范行为对应的资金流水进行重点核查，同时梳理发行人会计核算情况，具体说明如下：

事项	相关资金来源或去向、与相关方资金往来的实际流向和使用情况	相关会计核算的真实、准确
关联方资金拆借	慈溪保元向力玄健康拆入资金主要用于向政府部门缴纳房产税及土地使用税等临时周转使用	慈溪保元将向力玄健康拆入资金计入其他应付款科目进行核算，2021年慈溪保元结清拆入款后对力玄健康的其他应付款金额减少为零
现金支付	发行人现金支付主要包括零星采购及费用支出、零星向员工支付工资等款项，单笔支出均对应偶发性小额交易，资金去向主要为公司员工及零星供应商，支付对象较为分散且单笔金额较小	发行人会计核算中均已包含现金支出相关事项，计入成本或费用科目
实际控制人代收公司款项及代为支出公司费用	代收废料销售款的资金来源为收废品废料的自然人、代收供应商贴息回款的资金来源为供应商，代付费用的资金来源于上述代收款项以及实际控制人或其所控制账户的自有资金。截至2021年末，上述代收或代付款项均已结清，不存在发行人体外尚有资金的情形	实际控制人代收付款项已纳入发行人核算范围并计入相应的收入或费用科目，会计核算真实、准确

综上，发行人上述行为相关会计核算真实、准确，能够验证相关资金来源或去向，与相关方资金往来的实际流向和使用情况与发行人实际经营情况相匹配，发行人不存在通过体外资金循环粉饰业绩或虚构业绩的情形。

**4、中介机构应关注发行人是否已通过收回资金、纠正不当行为、改进制度、加强内控等方式积极整改，是否已针对性建立内控制度并有效执行，且未发生新的不合规行为；有关行为是否存在后续影响，是否存在重大风险隐患。发行人已完成整改的，中介机构应结合对此前不规范情形的轻重或影响程度的判断，**

全面核查、测试，说明测试样本量是否足够支撑其意见，并确认发行人整改后的内控制度是否已合理、正常运行并持续有效，不存在影响发行条件的情形。

发行人已通过收回资金、纠正不当行为、改进制度、加强内控等方式积极整改，具体如下：（1）针对关联方资金拆借，公司于 2021 年归还拆借款，此后上述情况未再发生；（2）针对现金支付，公司建立《货币资金管理控制制度》等制度，健全货币资金使用相关内部控制流程并严格执行，自 2021 年以来已大幅减少非必要现金使用情形；（3）针对实际控制人代收公司款项及代为支出公司费用，公司于 2021 年完成整改并结清与实际控制人之间的资金往来款，自 2022 年以来公司未再发生此类情形。

完成整改后，发行人已建立针对性内控制度，明确了资金管理及相关交易方面的决策权限和程序，从制度上禁止相关不规范情形的持续发生，并在日常经营中有效执行。由于报告期内相关不规范行为所涉金额及占比较低，非主观故意或恶意行为，且未发生新的不合规行为，故不存在后续影响和重大风险隐患。发行人完成整改后，中介机构对财务报表相关的关键内部控制的运行有效性进行测试，确认发行人整改后的内控制度是否合理、正常运行并持续有效。

截至首次申报财务基准日（2021 年 12 月 31 日），公司已建立健全财务相关的内部控制体系，相关制度执行有效，公司不存在财务内控不规范的情况，并通过进一步加强内部控制力度与规范运作程度以杜绝不规范事项发生。首次申报审计截止日后，发行人不存在内控不规范和不能有效执行的情形。

综上，发行人已就报告期内曾存在的财务内控不规范行为进行积极整改，已针对性建立内控制度并有效执行，后续未再发生新的不合规行为；报告期内曾存在的财务内控不规范行为不会对发行人后续正常经营产生重大不利影响，不存在重大风险隐患；发行人完成整改后中介机构已对关键内部控制的运行有效性进行测试，确认发行人整改后的内控制度已合理、正常运行并持续有效，不存在影响发行条件的情形。

**5、中介机构应关注发行人的财务内控是否持续符合规范要求，能够合理保证公司运行效率、合法合规和财务报告的可靠性，不影响发行条件及信息披露质量**

整改完成后，发行人未再发生关联方资金拆借、实际控制人代收公司款项及代为支出公司费用等情形，非必要的现金使用已大幅减少，发行人能严格遵守相关内部控制制度要求。根据申报会计师出具的《关于浙江力玄运动科技股份有限公司内部控制的鉴证报告》（天健审〔2022〕2039号、天健审〔2023〕209号、**天健审〔2023〕9860号**），力玄运动已按照《企业内部控制基本规范》及相关规定于2021年12月31日、2022年12月31日、**2023年9月30日**在所有重大方面保持了有效的内部控制。

综上，截至财务基准日，发行人的财务内控持续符合规范要求，能够合理保证公司运行效率、合法合规和财务报告的可靠性，不影响发行条件及信息披露质量。

### （三）主要核查程序

保荐机构及申报会计师针对发行人报告期内的财务内控不规范情形，主要执行了如下核查程序：

1、了解发行人与财务相关的内控制度，查阅《公司章程》《关联交易管理制度》《对外担保管理制度》《投资和融资决策管理制度》《财务管理制度》《成本费用管理制度》《货币资金管理控制制度》等内部控制制度文件；

2、查阅《监管规则适用指引——发行类第5号》，并对照“5-8 财务内控不规范情形”进行逐项核查；

3、对与财务报表相关的关键内部控制的运行有效性进行测试，查看相关的内控是否建立，已建立的控制是否得到有效执行；

4、访谈发行人财务负责人和内审负责人，了解、评估公司内控执行情况以及与货币资金相关的管理制度和内部控制制度，查阅发行人出具的《关于内部会计控制制度有关事项的说明》，了解公司内部控制制度的建立情况及报告期内公司内部控制制度执行情况；

5、了解发行人销售与收款循环、采购与付款循环的内部控制程序，核查公司财务管理系统的独立性、流程设计的有效性，并通过穿行测试等程序核查内控流程执行的有效性；针对银行存款、应收账款、主营业务收入、管理费用、

销售费用、财务费用等主要会计科目通过抽样检查，执行分析、细节测试以及截止性测试等程序，并走访发行人的主要客户和供应商；

6、查阅发行人银行开户清单、征信报告，核查发行人银行流水、银行日记账和现金日记账，核查发行人实际控制人、非独立董事、监事、高级管理人员、关键岗位人员等自然人的银行流水，了解大额流水的发生背景、相关流水是否与发行人业务相关；

7、查阅发行人取得的当地政府主管部门出具的合规证明，并查阅《公司法》《贷款通则》等相关法律法规；

8、取得发行人报告期内关联资金拆借、关联方收付款等财务内控不规范的明细资料，向发行人财务负责人询问了解财务内控不规范的发生背景以及公司采取的整改措施。

#### （四）核查结论

经核查，保荐机构和申报会计师认为：

1、对照《监管规则适用指引——发行类第 5 号》之“5-8 财务内控不规范情形”，报告期内发行人曾存在财务内控不规范情形，经整改，截至首次申报财务基准日，公司已建立健全财务相关的内部控制，财务内控健全有效，首次申报审计截止日后发行人不存在内控不规范和不能有效执行的情形；

2、发行人报告期内存在的财务内控不规范行为具有商业合理性，金额占比较小，非主观故意或恶意行为，且经积极整改后未再发生，因此不会对发行人内控制度有效性构成重大不利影响；上述行为不属于舞弊行为，不构成重大违法违规，发行人未因上述行为而受到监管部门的处罚，满足相关发行条件；上述行为相关会计核算真实、准确，能够验证相关资金来源或去向，与相关方资金往来的实际流向和使用情况与发行人实际经营情况相匹配，发行人不存在通过体外资金循环粉饰业绩或虚构业绩的情形；

3、发行人已通过收回资金、纠正不当行为、改进制度、加强内控等方式积极整改，已针对性建立内控制度并有效执行，后续未再发生新的不合规行为；有关行为不会对发行人后续正常经营产生重大不利影响，不存在重大风险隐患；发行人完成整改后中介机构已对关键内部控制的运行有效性进行测试，确认发

行人整改后的内控制度已合理、正常运行并持续有效，不存在影响发行条件的情形；

4、经整改后，发行人的财务内控持续符合规范要求，能够合理保证公司运行效率、合法合规和财务报告的可靠性，不影响发行条件及信息披露质量。

5、发行人已根据相关要求对报告期内的财务内控不规范情形进行披露。

## **问题 10、其他事项**

**10.1 根据申报材料，2019 年，发行人为员工缴纳社会保险的比例较低、未为员工缴纳住房公积金，经测算，若发行人足额缴纳社会保险和住房公积金，报告期各期需补缴金额占发行人净利润比重分别为 6.03%、4.02%、0.25%和 0.20%。请发行人在招股说明书中对该事项补充作重大事项提示。**

**请保荐机构、发行人律师对于发行人报告期内存在应缴未缴社会保险和住房公积金事项是否属于重大违法行为进行核查，说明核查依据、过程，并发表明确核查意见。**

回复：

### **一、补充重大事项提示**

发行人已在《招股说明书》“第二节 概览”之“一、重大事项提示”之“（二）重大风险提示”中披露如下：

#### **“8、社保及公积金缴纳情况的相关风险**

报告期初，公司部分员工未缴纳社保和住房公积金。虽然报告期内发行人已进行规范，截至报告期末公司按照法律、法规要求为员工缴纳了社保和住房公积金，但公司仍存在被相关社会保险和公积金部门处罚或追缴的风险。”

### **二、发行人报告期内应缴未缴社会保险和住房公积金事项不属于重大违法行为**

发行人报告期内存在应缴未缴社会保险和住房公积金事项不属于重大违法行为，具体原因如下：



### （一）应缴未缴员工占比较小，且发行人已积极整改

2019年-2023年9月，发行人存在未为全体员工缴纳社保和住房公积金的情况，2019年末、2020年末、2021年末、2022年末和2023年9月末的社保实缴比例分别为57.42%、97.00%、98.64%、99.75%和99.05%，公积金缴纳比例分别为0.00%、97.71%、94.71%、99.69%和84.75%。应缴未缴的主要原因包括：由于员工计划近期离职、即将退休、综合自身需求和缴纳提取政策等因素，自愿放弃缴纳；因当月新入职、资料未递交等原因，导致入职后未能及时办理转入手续；因在原单位缴纳时信息登记错误，未及时变更相关信息而导致无法缴纳。

针对报告期初未充分缴纳社会保险和住房公积金的情形，发行人已进行整改规范，鼓励员工积极参与缴纳社保和住房公积金，同时为保障员工的居住条件，公司为全体有住宿需求的员工免费提供了员工宿舍，报告期内未缴纳金额和占比下降。截至报告期末，发行人为员工缴纳社会保险和住房公积金的比例分别达到99.05%和84.75%，除个别自愿放弃缴纳、未及时办理转入手续或系统信息错误无法缴纳的员工外，发行人已为全体符合缴纳条件且愿意缴纳的员工办理了社保和公积金缴纳手续。2023年三季度，由于公司生产规模大幅增加，因而临时招募较多生产员工，该部分员工未能及时办理公积金转入手续，截至本回复报告出具日，公司已按规定为相关人员缴纳公积金。

### （二）经补缴金额测算，若足额缴纳不会对公司经营业绩产生重大影响

2019年-2023年9月，若发行人足额缴纳社会保险和住房公积金，需补缴金额的具体测算情况如下：

单位：万元

项目	2023年1-9月	2022年	2021年	2020年	2019年
需补缴社会保险金额	19.79	30.96	115.11	1,210.21	1,236.15
需补缴住房公积金金额	6.97	3.31	20.09	258.25	233.20
扣除所得税影响后的需补缴总额①	22.37	28.77	112.49	1,246.38	1,248.95
归属于公司普通股股东的净利润②	9,516.05	23,272.18	44,252.58	31,037.16	20,700.11
假设完成补缴后归属于公司普通股股东的净利润③=②-①	9,493.68	23,243.41	44,140.09	29,790.78	19,451.16

项目	2023年1-9月	2022年	2021年	2020年	2019年
需补缴总额占比④=①/②	0.24%	0.12%	0.25%	4.02%	6.03%

注：当月需补缴社会保险/住房公积金金额=当月应缴未缴员工人数\*当月执行缴纳基数\*当月执行缴纳比例；扣除所得税影响后的需补缴总额=（当年需补缴社会保险金额+当年需补缴住房公积金金额）\*（1-各公司适用的所得税税率）。

如上表所示，若发行人足额缴纳社会保险和住房公积金，需补缴金额占发行人净利润的比例较低，且截至报告期末已为全体符合缴纳条件且愿意缴纳的员工办理了社保和公积金缴纳手续，若足额缴纳对发行人的经营业绩不会产生重大影响。

### （三）主管机关确认相关情形不属于重大违法行为

2019年-2023年9月，发行人及其子公司不存在社会保险和住房公积金相关事宜而受到所在地社会保险及住房公积金管理部门行政处罚的情形；就报告期内部分员工未缴纳社保和住房公积金的事项，主管部门已出具文件确认不属于重大违法行为，具体情况如下：根据慈溪市人力资源和社会保障局、慈溪市医疗保障局、宁波市住房公积金管理中心慈溪分中心、上海市社会保险事业管理中心和上海市公积金管理中心出具的证明，发行人及其子公司自2019年1月1日以来不存在因违反劳动和社会保障管理、医保、住房公积金法律法规和规范性文件被主管机关处罚的情形。

慈溪市人力资源和社会保障局于2023年12月21日出具《证明》，力玄运动自2019年1月1日以来存在的部分员工应缴未缴社会保险事项不属于重大违法行为，该局未因上述事项对力玄运动进行处罚。宁波市住房公积金管理中心慈溪分中心于2023年12月21日出具《证明》，力玄运动自2019年1月1日以来存在的应缴未缴住房公积金事项不属于重大违法行为，该中心未对力玄运动进行处罚。

### （四）控股股东和实际控制人已出具兜底承诺

根据《中华人民共和国社会保险法》第八十六条：“用人单位未按时足额缴纳社会保险费的，由社会保险费征收机构责令限期缴纳或者补足，并自欠缴之日起，按日加收万分之五的滞纳金；逾期仍不缴纳的，由有关行政部门处欠缴数额一倍以上三倍以下的罚款。”根据《住房公积金管理条例》第三十八条：

“违反本条例的规定，单位逾期不缴或者少缴住房公积金的，由住房公积金管理中心责令限期缴存；逾期仍不缴存的，可以申请人民法院强制执行。”

针对发行人存在应缴未缴社会保险和住房公积金的情形，发行人控股股东宁波驰腾和实际控制人吴银昌、赵婉浓、吴彬出具书面承诺：“如果发行人及其控股子公司因发行前执行社会保险和住房公积金政策事宜而被有权机关要求发行人及控股子公司补缴社会保险或住房公积金，或者对发行人及控股子公司进行处罚，或者有关人员向发行人或其子公司追索，本人/本公司将全额承担该部分补缴、被处罚或被追索的支出及费用，且在承担后不向发行人或控股子公司追偿，保证发行人及其控股子公司不会因此遭受任何损失。”

根据《中华人民共和国社会保险法》和《住房公积金管理条例》相关规定，如发行人因报告期内存在应缴未缴社会保险和住房公积金事项需要承担相应法律责任的，首先会由社会保险费征收机构责令限期缴纳或者补足、由住房公积金管理中心责令限期缴存，而不会直接被处以罚款以上行政处罚。由于存在应缴未缴情形不属于发行人主观故意、未造成严重不良后果，且发行人控股股东和实际控制人已出具关于社会保险和住房公积金补缴的兜底承诺，因此上述事项不会对发行人造成重大不利影响。

因此，发行人报告期内存在应缴未缴社会保险和住房公积金事项不属于重大违法行为。

### **三、核查依据、过程及核查意见**

#### **（一）核查过程与依据**

保荐机构及发行人律师履行了如下核查程序：

1、查阅了发行人报告期内的员工名册、工资表、社会保险参保凭证、住房公积金缴费凭证、社会保险和住房公积金缴纳台账；

2、查阅了发行人所在地社会保险和住房公积金缴纳政策；

3、查阅了发行人控股股东和实际控制人出具的关于发行人社会保险及住房公积金缴纳事宜的承诺；

4、查阅了发行人所在地社会保险和住房公积金主管部门出具的合规文件；

5、查阅了发行人的《审计报告》；

6、访谈了发行人人事负责人，了解发行人报告期内部分员工应缴未缴社会保险和住房公积金的原因。

## （二）核查意见

经核查，保荐机构及发行人律师认为：发行人报告期内应缴未缴社会保险和住房公积金事项不属于重大违法行为。

**10.2 根据申报材料，2022年1-6月，健身车、椭圆机、划船机产销率分别为122.40%、157.64%、115.67%，请发行人在招股说明书中补充披露产销率远高于100%的原因、合理性。**

回复：

2020年、2021年、2022年1-6月及全年，公司各产品类别中健身车、椭圆机、划船机的产销率如下：

单位：万台、万件

产品类别	项目	2022年	2022年1-6月	2021年	2020年
健身车	产量	41.47	20.73	126.98	124.36
	销量	47.68	25.37	130.40	117.34
	产销率	114.97%	122.40%	102.69%	94.35%
椭圆机	产量	24.13	14.63	75.31	54.09
	销量	32.84	23.06	69.60	51.02
	产销率	136.06%	157.64%	92.41%	94.32%
划船机	产量	6.24	3.11	19.49	13.33
	销量	6.36	3.60	19.65	12.79
	产销率	101.96%	115.67%	100.81%	95.92%

发行人已在《招股说明书》“第五节 业务和技术”之“三、销售情况和主要客户”之“（一）报告期各期主要产品或服务的规模、销售收入、产品或服务的主要客户群体、销售价格的总体变动情况”之“2、主要产品的产销量”披露如下：

“2022 年 1-6 月，公司各产品类别中健身车、椭圆机、划船机产销率分别为 122.40%、157.64%、115.67%，超过 100%，主要是由于：（1）2020 年至 2021 年期间公司下游销售旺盛，为尽快完成在手订单的交货，公司健身车、椭圆机、划船机的生产数量高于销售数量，期末库存商品及发出商品的库存量较高；（2）2022 年 1-6 月公司在手订单减少，综合考虑上述产品的动态库存水平及订单交期，其生产数量有所减少，库存量亦大幅下降，对应上半年产品销量均高于产量，因此产销率超过 100%。2022 年全年，健身车、椭圆机、划船机产销率分别为 114.97%、136.06%、101.96%，产销情况较为平稳。”

**10.3 根据申报材料，（1）发行人与诺德士的合同已于 2022 年 11 月 15 日终止；（2）发行人与爱康的框架协议尚在签署中。**

**请发行人披露：（1）截至目前与诺德士合同续签情况，是否存在续签障碍；（2）截至目前与爱康合同签署情况，包括签署及终止时间、签署主体、合同名称、客户单方终止合同、责任及赔偿义务情形。**

回复：

发行人已在《招股说明书》“第五节 业务和技术”之“三、销售情况和主要客户”之“（五）公司与主要客户签订交易框架合同或中长期合同的情形”中披露如下：

“注：1、爱康（iFIT）自 2022 年新进入公司前五大客户，截至本招股说明书签署日，双方正在就框架协议的具体条款进行磋商和审核，因此尚未正式签署框架协议。目前双方的业务合作主要通过交易系统约定单笔订单的形式开展，逐笔订单就业务主体、产品规格、日期、金额数量、交付进度等进行详细约定，各项业务正在有序开展，尚未签署框架协议不影响各项业务的正常执行；

2、根据发行人与诺德士签订的《Master Supply Agreement for Fitness Products》（“《健身产品主供应协议》”），双方框架协议的生效日期为 2021 年 11 月 15 日，其中“1.0 协议期限和范围”约定：“本协议的初始期限为生效日期起一（1）年，此后除非任何一方在初始期限或任何续约期限到期前（90）天发出不续约通知，否则将在期满时自动续约一（1）年”。截至本招股

说明书签署日，发行人与诺德士合作关系稳定，任何一方并未发出不续约通知，因此该框架协议报告期内自动续期。根据诺德士公司公告，2023年11月1日起，公司由 Nautilus, Inc. 更名为 BowFlex Inc.，2023年11月16日，力玄运动与更名后的 BowFlex Inc. 重新签署了销售合同《Master Supply Agreement for Fitness Products》，该合同自2023年11月16日生效，有效期1年（到期无限自动续期1年），原2021年11月15日签署的销售合同截至报告期末仍在履行，现双方已变更为履行新合同，主要条款与原合同一致。目前协议有效期为2023年11月15日-2024年11月14日，无需再次续签且不存在续签障碍。”

**10.4 请发行人调整招股说明书“业务和技术”章节信息披露：（1）细分行业发展态势相关信息披露应聚焦于发行人所处的家用健身器材 ODM/OEM 行业，详细披露该细分行业发展历程、现状、在报告期内的变化和未来可预见的变化趋势，适当删减关于体育产业、商用健身器材、品牌运营商相关信息披露；（2）补充披露发行人所属细分行业在产业链中的地位和作用，与上、下游行业之间的关联性；（3）细分行业竞争格局相关信息披露应聚焦于家用健身器材 ODM/OEM 行业，测算细分行业集中度并说明测算依据、合理性，分析细分行业竞争程度，并补充披露发行人在细分行业的市场地位；（4）补充披露衡量细分行业核心竞争力的关键指标、选取依据，以及发行人和同行业可比公司相关指标的对比情况。**

回复：

一、细分行业发展态势相关信息披露应聚焦于发行人所处的家用健身器材 ODM/OEM 行业，详细披露该细分行业发展历程、现状、在报告期内的变化和未来可预见的变化趋势，适当删减关于体育产业、商用健身器材、品牌运营商相关信息披露

发行人已适当删减关于体育产业、商用健身器材、品牌运营商相关信息披露，并在招股说明书“第五节 业务和技术”之“二、发行人所处行业的基本情况和竞争状况”之“（三）所属细分行业的技术水平及特点、进入本行业主要壁垒、行业发展态势、面临机遇与风险、行业周期性特征，以及在产业链中的

地位和作用，与上、下游行业之间的关联性”之“1、行业发展态势”之“（5）家用健身器材发展概况及趋势”披露如下：

“居家健身具有不受地点及时间限制等优势，是长期以来群众主要的健身方式，随着 20 世纪 70 年代以来各类健身器材的成功研制开发和推广，以及人们对于专业化和针对性训练等要求的逐步提高，家用健身器材逐渐成为居家健身重要的组成部分，需求量近年来也快速增加。欧美地区由于人均收入较高、运动意识较强，成为家用健身器材的主要消费地区，中国厂商凭借着成本和产业链等方面优势掌握家用健身器材的生产制造环节。报告期内，因新冠疫情爆发各国推行人员流动限制政策，全球尤其是欧美地区的家用健身器材需求大幅增长，而随着疫情管控措施的取消，需求逐步恢复疫情前的水平。近年来，家用健身器材的主要发展趋势如下：

①健身需求增加，家用市场规模扩大

从全球范围来看，健身需求随着人均收入和群众健康意识的提高而不断扩大。居家健身不受时间、地点等因素限制的优势令其获得越来越多健身爱好者的青睐，此外疫情期间限制人员流动等的政策一定程度加速了消费者居家健身习惯的培育。……

②健身器材智能化，加速行业发展

传统家用健身器材令消费者可以不受时间、空间限制参与运动，但是健身过程中缺乏与专业人士的互动和反馈、缺乏社区交流等缺点，一定程度上对产品普及率的提高产生影响；而健身房在内容和专业服务方面具有优势，但在健身的便利性、花费的成本等方面存在明显的不足。……

”

**二、补充披露发行人所属细分行业在产业链中的地位和作用，与上、下游行业之间的关联性**

发行人已在招股说明书“第五节 业务和技术”之“二、发行人所处行业的基本情况和竞争状况”之“（四）行业竞争格局、行业内主要企业，发行人及产品的市场地位、竞争优势与劣势，发行人与同行业可比公司的比较情况”之

“8、发行人所属细分行业在产业链中的地位和作用，与上、下游行业之间的关联性”披露如下：

“（1）行业与上下游行业之间的关联性

公司的主营业务是健身器材及相关配件的设计、研发、生产和销售，细分行业来看属于健身器材制造业。产业链的上游主要是电子部件、钢材、塑料等原材料的制造商，中游是以力玄运动为代表的健身器材制造商，下游主要是品牌运营商及终端消费者。本行业与上下游产业的关联度较高，上游行业的供给较充分，合作供应商一般较为稳定，下游行业发展直接影响到本行业的技术水平发展状况和市场需求情况，对本行业具有较大的牵引和驱动作用。

（2）上游产业发展对行业发展的影响

在上游原材料供应方面，家用健身器材主要原材料包括电子部件、钢材、塑料等，上述原材料价格变动会直接影响专业健身器材制造商的产品生产成本，相关原材料的品质会对公司产品的质量产生直接影响。

（3）下游产业发展对行业发展的影响

在健身器材产业链中，下游的需求将直接拉动本行业的发展。一方面由于下游对产品的安全性、耐用性要求较高，而健身器材涉及机加工、焊接、喷涂、表面处理、注塑和装配等众多生产工序，对于本行业形成了一定的门槛，优秀健身器材制造商必须具备稳定可靠的生产工艺、高效的生产效率以满足下游对产品品质稳定性和一致性的高要求；另一方面，健身器材作为消费品，面向下游需要持续进行产品的设计开发以满足市场的需求，因此对健身器材制造商的设计开发能力提出了较高的需求，要求企业开展技术创新，提供符合市场需求的产品；同时，在下游需求方面，消费者健康意识和收入水平的提升、运动健身习惯的强化等因素驱动健身器材需求量的变动。”

**三、细分行业竞争格局相关信息披露应聚焦于家用健身器材 ODM/OEM 行业，测算细分行业集中度并说明测算依据、合理性，分析细分行业竞争程度，并补充披露发行人在细分行业的市场地位**

发行人已在招股说明书“第五节 业务和技术”之“二、发行人所处行业的基本情况和竞争状况”之“（四）行业竞争格局、行业内主要企业，发行人及



产品的市场地位、竞争优势与劣势，发行人与同行业可比公司的比较情况”补充披露如下：

#### “1、行业竞争格局

.....

综上所述，在专业化分工的大趋势中，健身器材行业呈现制造与品牌运营分离的趋势，欧美地区作为家用健身器材的主要消费地区，其厂商多为品牌运营商，而健身器材的生产制造商主要位于中国大陆和中国台湾。其中，中国大陆的家用健身器材专业制造商主要有有力玄运动、康力源等，中国台湾的家用健身器材专业制造商主要有有力山等，同时有部分企业以自有品牌产品的生产销售为主。随着专业化分工趋势的稳定、行业技术水平的提升、下游用户对产品性能要求的提高，家用健身器材制造行业呈现出集中度向优势企业集聚的趋势。”

#### “4、发行人及产品的市场地位

.....

2022 年度，公司营业收入达 163,343.49 万元，主营业务收入中境外销售规模达到 147,352.01 万元，其中跑步机外销规模为 42,702.15 万元，是国内领先的健身器材专业制造商。根据中国海关总署数据统计，2022 年我国跑步机、其他健身及康复器械的出口总额为 47.42 亿美元，其中跑步机出口额为 8.58 亿美元，简单按照 2022 年各月末平均汇率（1 美元兑人民币 6.7573 元）折算为人民币 320.43 亿元和 57.98 亿元，则公司占我国 2022 年健身器材行业出口总额和跑步机出口额的比例分别达 4.60% 和 7.37%。家用健身器材是健身器材行业细分子行业，根据美国体育健身产业协会（SFIA）的数据，近 10 余年来，美国家用健身器材市场规模占整体规模的比例平均为 70% 左右，简单以此比例测算，则 2022 年公司占我国家用健身器材行业出口总额和家用跑步机出口额的比例分别达 6.57% 和 10.53%，公司具备较强的市场竞争力。2023 年 1-9 月，公司营业收入为 86,301.94 万元，主营业务收入中境外销售规模为 78,013.00 万元，其中跑步机外销收入为 29,763.30 万元，仍保持较高的销售规模。

在行业集中度方面，发行人所属的细分行业为健身器材制造业，行业的整体规模尚无权威统计，基于目前的行业分工格局，中国的健身器材出口以

ODM/OEM 为主，因此健身器材行业出口规模可以作为细分行业规模的重要参考。根据上文测算，力玄运动作为行业内领先的健身器材专业制造商，市占率仅为 6.57%，可见市场集中度较低，其他披露了外销规模的健身器材企业中，2022 年康力源外销收入为 46,958.59 万元，英派斯为 61,348.99 万元，规模均远小于力玄运动。因此，整体来看目前我国健身器材专业制造行业市场集中度仍然较低，随着大企业竞争优势的持续提升，行业集中度将呈现进一步向头部优势企业集聚的趋势。”

#### 四、补充披露衡量细分行业核心竞争力的关键指标、选取依据，以及发行人和同行业可比公司相关指标的对比情况

发行人已在招股说明书“第五节 业务和技术”之“二、发行人所处行业的基本情况和竞争状况”之“（四）行业竞争格局、行业内主要企业，发行人及产品的市场地位、竞争优势与劣势，发行人与同行业可比公司的比较情况”之“7、衡量细分行业核心竞争力的关键指标、选取依据，以及发行人和同行业可比公司相关指标的对比情况”披露如下：

##### “（1）衡量细分行业核心竞争力的关键指标及选取依据

发行人主营业务是健身器材及相关配件的设计、研发、生产和销售，因此选取衡量细分行业核心竞争力的关键指标具体为：①经营情况层面指标：主营业务及主要产品/服务、主要应用领域、营业收入规模及 ODM/OEM 业务收入；②市场地位层面指标：主要客户构成、市场份额情况；③技术实力层面指标：研发投入金额及其占营收的比例、研发技术人员数量及其占比、专利获取情况、核心技术。

选取依据为：①经营情况层面指标：主营业务及主要应用领域可以体现公司当前及未来的发展方向，营业收入规模及 ODM/OEM 业务收入可以体现公司当前的经营情况；②市场地位层面指标：主要客户构成、市场份额可以体现公司的销售实力；③技术实力层面指标：研发投入金额及其占营收比例、研发技术人员占比可以体现公司对技术研发的重视程度以及发展方向，专利获取情况、核心技术可以体现公司当前的技术能力水平。

##### （2）发行人及同行业可比公司相关指标的对比情况

根据可获得公开渠道信息，发行人与同行业可比公司在经营情况、市场地位、技术实力的指标比较情况如下：

单位：万元

内容		发行人	金陵体育	英派斯	舒华体育	康力源	三柏硕
经营情况	主营业务及主要产品/服务	以家用健身器材产品为主的健身器材及相关配件的设计、研发、生产和销售	体育器材和场馆设施的研发、生产、销售以及体育赛事服务	全品类、多系列健身器材开发制造及销售、品牌化运营	为家庭用户、政府及企事业单位等提供健身器材、为知名品牌企业提供展示架等产品	多系列、差异化、定制化健身器材研发、制造与销售	休闲运动和健身器材系列产品研发、设计、生产和销售
	主要应用领域	家用健身器材市场	体育装备、场馆设施集成、运动健康、体育信息与赛事服务	以商用产品市场及户外产品市场为主	包括室内健身器材、室外路径产品、展示架等多个领域	以无氧健身器材市场为主	以蹦床为主的休闲运动器材市场
	2022 年营业收入规模	163,343.49	47,443.83	82,469.67	135,160.56	60,662.08	56,713.32
	<b>2023 年 1-9 月营业收入规模</b>	<b>86,301.94</b>	<b>32,014.25</b>	<b>65,856.05</b>	<b>91,755.06</b>	<b>44,250.51</b>	<b>29,046.29</b>
	2022 年 ODM/OEM 业务收入（注 1）	157,628.44	不存在 ODM/OEM 业务	以自有品牌销售为主，未披露 ODM/OEM 业务规模	以自有品牌销售为主，未披露 ODM/OEM 业务规模	39,055.93	48,701.06
市场地位	主要客户构成	迪卡侬、诺德士、爱康等国内外知名运动健身品牌企业	主要客户为学校、政府事业性单位、体育赛事组织及经销商等	主要客户为健身俱乐部、星级酒店、专业竞技训练队、军警部队、企事业单位等商用客户，及体育局、教育局等单位	主要客户为个人消费者、企事业单位、各地体育局及经销商等	ODM/OEM 业务模式的主要客户为知名健身器材企业，自有品牌业务客户主要为电商终端消费者、经销商等	ODM/OEM 业务主要客户为迪卡侬和爱康等知名运动品牌商，自有品牌业务主要客户为沃尔玛、亚马逊等知名零售商及终端消费者
	市场份额情况（2021 年）（注 2）	0.26%	0.04%	0.06%	0.12%	0.05%	0.09%
技术	2022 年研发投入	5,685.33	1,901.63	3,989.12	3,092.91	1,858.87	2,357.51

内容		发行人	金陵体育	英派斯	舒华体育	康力源	三柏硕
实力	2022 年研发投入占营收的比例	3.48%	4.01%	4.84%	2.29%	3.06%	4.16%
	2023 年 1-9 月研发投入	2,955.11	1,407.62	2,864.72	1,963.95	1,351.82	1,578.05
	2023 年 1-9 月研发投入占营收的比例	3.42%	4.40%	4.35%	2.14%	3.05%	5.43%
	2022 年研发技术人员数量 (人)	212	90	164	129	89	90
	2022 年研发技术人员占比	11.99%	11.14%	11.37%	5.94%	10.11%	8.38%
	专利获取情况	截至发行人招股说明书签署日, 共拥有 180 项专利, 其中发明专利 33 项、实用新型专利 94 项	截至 2023 年 6 月末, 共获得专利 158 个, 其中发明专利 25 个、实用新型专利 63 个	截至 2023 年 6 月末, 拥有各项有效国内专利 312 项, 其中发明专利 28 项, 实用新型专利 207 项, 外观设计专利 77 项, 国外专利 2 项	截至 2023 年 6 月末, 拥有 3 项发明专利、实用新型和外观专利 326 项	截至 2022 年 12 月 31 日, 拥有 8 项发明专利、58 项实用新型专利	截至 2023 年 6 月末, 共拥有 178 项专利, 包括 9 项发明专利
	核心技术 (注 3)	焊接夹具设计与制造技术等生产工艺相关的 6 项核心技术, 以及立柱折叠结构等产品工艺相关的 6 项核心技术	带有液压多向传动全自动系统的篮球架技术、新型田径 110M 栏装备技术、中空吹塑椅技术等 6 项核心技术	气动阻力力量型训练设备开发、曲柄联动踏步机的设计、多功能熊爬机的设计等 11 项核心技术	智能健身房管理系统、磁悬浮减震装置、智能路径系统、智能围网电控系统等 42 项核心技术	杠铃挡圈成型技术、链式磁铁固定技术、健身车阻尼制动技术等 6 项核心技术	方型蹦床边框的大小端部插接技术、儿童蹦床发声音乐盒技术、一种蹦床框架强度加强技术等多项主要产品生产技术

注 1: 三柏硕 2022 年年报未披露 ODM/OEM 业务收入, 故为 2022 年 1-6 月数据经年化得到; 同行业公司均未披露 2023 年 1-9 月 ODM/OEM 业务收入, 故上表未与发行人比较;

注 2: 市场份额情况以各公司 2021 年营业收入占国家体育总局公布的 2021 年我国体育用品及相关产品制造总产出 (13,572 亿元) 计算得到;

注 3: 同行业可比公司核心技术来源于其最新披露的招股说明书或募集说明书。

### ①经营情况对比分析

在主营业务及主要应用领域方面，发行人专注于以家用健身器材产品为主的健身器材及相关配件的设计、研发、生产和销售，产品主要适用于家用健身器材领域，与大部分同行业可比公司的主营业务、细分应用领域并不完全重叠。

在营业收入方面，发行人 2022 年及 2023 年 1-9 月营业收入为 163,343.49 万元、**86,301.94 万元**，高于其他同行业可比公司营业收入**平均水平**，处于行业的上游水平。此外，发行人以 ODM/OEM 业务模式为主，康力源及三柏硕的收入占比中 ODM/OEM 业务模式亦相对较高，而金陵体育不存在 ODM/OEM 业务、英派斯及舒华体育以自有品牌为主。2022 年发行人主营业务收入中 ODM/OEM 业务为 157,628.44 万元，高于康力源及三柏硕（经年化处理）ODM/OEM 业务收入。综合来看，发行人经营规模具有一定的优势，在健身器材制造行业内规模居于前列，具有较强的竞争力。

### ②市场地位对比分析

发行人的主要客户为迪卡侬（Decathlon）、诺德士（Nautilus）、爱康（iFIT）等国内外知名运动健身品牌企业。发行人作为专业健身器材制造商，通过长期的研发投入、持续的工艺改进、大量的生产经验积累，公司在核心技术、关键工艺及供应链方面构建了一套成熟体系，并随着经营规模的扩大在相关领域持续保持、巩固相关竞争优势，逐步成为国内领先的健身器材生产制造厂商，并依靠良好的市场口碑及客户评价，成为运动健身领域的知名企业的重要合作伙伴。同行业可比公司的主要客户还涉及到企事业单位、国内外零售商、终端消费者等，发行人与其他公司的客户重合空间有限。

在市场份额方面，根据国家体育总局公布的 2021 年我国体育用品及相关产品制造总产出规模，发行人所占市场份额高于同行业可比公司，居于行业上游水平。

### ③技术实力对比分析

在研发投入方面，发行人 2022 年及 2023 年 1-9 月研发投入规模高于各同行业可比公司，研发投入占营收的比例处于行业中等水平。此外，发行人研发

技术人员数量及占比均超过各同行业可比公司，且专利获得数量较多，其中发明专利数量高于其他公司。

发行人高度重视技术研发，多年来积累形成了焊接夹具设计与制造技术等生产工艺相关的 6 项核心技术以及立柱折叠结构等产品工艺相关的 6 项核心技术，核心技术均为自主研发形成。同行业可比公司的核心技术还覆盖了户外健身器材、力量型健身器材等相关产品，与发行人存在一定区别。

综上所述，与同行业可比公司相比，发行人在经营情况、市场地位、技术实力等方面均具有较强的竞争力。”

**10.5 请发行人补充披露发行人及子公司建设项目环评批复及环评验收情况。请保荐机构、发行人律师说明核查依据、过程，并发表明确核查意见。**

回复：

**一、发行人及子公司建设项目环评批复及环评验收情况**

发行人已在《招股说明书》“第五节 业务和技术”之“九、发行人环境保护和安全生产情况”之“（一）污染物处理情况”之“4、建设项目环评批复及环评验收情况”披露如下：

“发行人及其子公司报告期内需进行环境影响评价的已建项目和在建项目已取得的环境影响评价批复及办理的环评验收情况如下：

序号	主体	项目名称	环评批复		环评验收	
			审批/备案文号	审批/备案部门	验收文号	验收主体
1	发行人	年产 15 万套电子信息控制系统及 10 万台康复技术装置生产线项目	慈环建[2013]56 号、 慈环建[2015]42 号	慈溪市环境保护局	慈环验[2015]95 号 <sup>注1</sup>	慈溪市环境保护局
2		年产 25 万套康复器材配件生产线技改项目	慈环建[2015]56 号、 慈环建[2016]2 号	慈溪市环境保护局	慈环验[2016]26 号	慈溪市环境保护局
3		年产 60 万台康复健身器材生产线项目	慈环建[2018]264 号	慈溪市环境保护局	注 2	
4		年产 30 万套康复器材、170 万套健身器材生产线改扩建项目	慈环建[2020]194 号	宁波市生态环境局慈溪分局	已根据《建设项目竣工环境保护验收暂行办法》完成自主验收	

序号	主体	项目名称	环评批复		环评验收	
			审批/备案文号	审批/备案部门	验收文号	验收主体
5		年产 30 万套康复器材、170 万套健身器材塑料配件生产线建设项目	《关于浙江力玄运动科技股份有限公司<年产 30 万套康复器材、170 万套健身器材塑料配件生产线建设项目环境影响报告表>的批复》	宁波市生态环境局慈溪分局	已根据《建设项目竣工环境保护验收暂行办法》完成自主验收	
6		年产 30 万套康复器材及 150 万套健身器材生产线扩建项目	慈环建[2022]58 号	宁波市生态环境局慈溪分局	正处于自主验收流程中	
7		年产 150 万台健身器材、60 万件哑铃生产基地项目（募投项目）	慈环建[2022]68 号	宁波市生态环境局慈溪分局	尚未建设完成	
8		年产 45 万台健身器材技术改造项目（募投项目）	慈环建[2022]67 号	宁波市生态环境局慈溪分局	尚未建设完成	
9	宁波尚勇	年产 20 万台智能健身器材生产项目	慈环建[2022]293 号	宁波市生态环境局慈溪分局	已根据《建设项目竣工环境保护验收暂行办法》完成自主验收	

注 1：慈环验[2015]95 号为序号 1 项目第一阶段竣工环保验收文件文号，序号 1 项目第二阶段亦经慈溪市环境保护局于 2016 年 2 月 1 日同意通过环保竣工验收，但验收文件没有文号。

注 2：序号 3 项目的原实施主体为力玄健康，2019 年 1 月 9 日该项目经慈溪市环境保护局批准转至力玄运动。该项目在建设过程中情况发生变化，发行人重新进行了环保评价（序号 4 项目）并办理了自主验收，序号 3 项目原环评批复文件废止，因此无环评验收文件。具体情况见下文。

其中，序号 1-3 建设项目的原实施主体为力玄健康。因力玄运动设立后收购力玄健康相关业务及资产，该等建设项目同步转至力玄运动。2019 年 1 月 9 日，慈溪市环境保护局出具慈环建[2019]9 号文件，同意力玄健康序号 1-3 建设项目在生产地点、生产内容、生产工艺、生产规模等均不变情况下转至力玄运动，该等项目的环保审批、验收等相关手续继续适用于力玄运动。

序号 4 建设项目是对序号 1-3 建设项目的升级改造。根据浙江仁欣环科院有限责任公司就序号 4 建设项目编制的《环境影响报告书》，因发行人设备淘汰更新，现有项目设备数量及生产规模与序号 1-3 建设项目原环评相比发生了重大变化，根据《中华人民共和国环境影响评价法》第 24 条，就发行人全厂进行重新评价。2020 年 12 月 14 日，宁波市生态环境局慈溪分局出具慈环建[2020]194 号《关于浙江力玄运动科技股份有限公司<年产 30 万套康复器材、



170 万套健身器材生产线改扩建项目环境影响报告书>的批复》，原则同意《环境影响报告书》中所列建设项目的性质、规模、地点、采用的生产工艺和采取的环境保护措施，并确认其就序号 1-3 建设项目原审批的环评批复及环评验收文件、慈环建[2019]9 号文件同时废止。

截至本招股说明书签署日，发行人及其子公司需进行环境影响评价的已建项目和在建项目为上表中序号 4-9 建设项目，且均已取得环评批复，其中已建项目均已完成环评验收或正处于环保自主验收流程中。

根据发行人及宁波尚勇所在地的宁波市生态环境局慈溪分局出具的证明文件，发行人及宁波尚勇报告期内无因环境违法行为受到该局行政处罚。

综上所述，发行人及其子公司报告期内需进行环境影响评价的已建项目和在建项目均已取得环评批复，其中已建项目均已完成环评验收或正处于环保自主验收流程中。”

## **二、核查程序及核查意见**

### **（一）核查过程与依据**

针对上述事项，保荐机构及发行人律师主要实施了以下核查程序：

- 1、审阅了发行人《审计报告》；
- 2、审阅了发行人及其子公司报告期内需进行环境影响评价的已建项目和在建项目已取得的备案、环评批复和环保验收文件、慈环建[2019]9 号文件；
- 3、审阅了发行人及其子公司报告期内需进行环境影响评价的已建项目、在建项目已编制的环境影响报告文件；
- 4、审阅了发行人及其子公司宁波尚勇所在地环境保护主管部门就发行人及宁波尚勇环保合规情况出具的证明文件；
- 5、对发行人及其子公司的环保合规情况进行了网络核查；

### **（二）核查意见**

经核查，保荐机构及发行人律师认为：发行人及其子公司报告期内需进行环境影响评价的已建项目和在建项目均已取得环评批复，其中已建项目均已完

成环评验收或正处于环保自主验收流程中。

**10.6 请保荐机构自查与发行人本次公开发行相关的重大媒体质疑情况，并就相关媒体质疑发表明确核查意见。**

回复：

**一、保荐机构自查与发行人本次公开发行相关的媒体质疑情况**

自发行人首次公开发行股票并上市的申请于 2022 年 5 月 8 日获受理并公开披露相关信息以来，保荐机构对媒体的相关报道进行了持续关注。经核查，媒体主要关注要点如下：

序号	时间	媒体名称	文章标题	主要关注点
1	2022.5.13	蓝鲸财经	力玄运动闯关 A 股：毛利率连年下滑，超 8 成收入来自前五大客户	毛利率下滑、客户集中度高
2	2022.5.16	界面	迪卡侬、诺德士供应商力玄运动拟上市，近三年毛利逐年下降	毛利率下滑等问题
3	2022.5.18	企业上市	一家三口带领年收入 35 亿元企业 IPO 了！2 位高中和 1 位本科肄业！	员工学历等问题
4	2022.5.23	IPO 日报	小米突击入股，力玄运动报告期内多家关联方注销	瀚星投资入股、关联方注销等问题
5	2022.5.26	投资者网	力玄运动两大客户撑起 75% 收入拟 IPO 20 亿能否扭转“靠代工”局面	客户集中度高、自主品牌转型等问题
6	2022.6.3	证券市场红周刊	力玄运动关联方认定存疑，大客户“依赖症”下，盈利能力下滑	关联方认定、客户集中度高、毛利率下滑等问题
7	2022.6.4	界面	与小米系对赌的力玄运动：家族系关联交易频繁，自主品牌有“挂羊头卖狗肉”之嫌	瀚星投资入股、关联交易频繁、自主品牌转型等问题
8	2022.6.5	蓝海亿观网	健身大卖力玄要上市：涨价 300，卖出 130 万台，80% 员工高中学历	自主品牌转型、员工学历等问题
9	2022.6.21	36 氪	小米突击入股，闷声发大财的健身大卖冲上市	瀚星投资入股等问题
10	2022.6.27	新浪财经	力玄运动：年入 35 亿毛利率仅剩两成深度依赖大客户与 ODM/OEM 代工	毛利率下滑、客户集中度高、自主品牌转型等问题
11	2022.6.30	中国科技新闻网	力玄运动 IPO：定价话语权成代工企业难以抚平的痛	自主品牌转型等问题
12	2022.7.7	钛媒体	力玄运动闯关 IPO：迪卡侬、诺德士两大客户撑起 75% 营收，自主品牌转型艰难	客户集中度高、自主品牌转型等问题
13	2022.7.8	投资时报	力玄运动 IPO：诺德士迪卡侬撑起 7 成营收毛利率较同业低 8 个百分点	客户集中度高、毛利率下滑等问题
14	2022.7.12	跨健通	力玄运动 IPO 引发的思考	自主品牌转型、瀚星投资入股等问题
15	2022.7.13	懒熊体育	半年多第三家健身器材公司要 IPO，代工厂转型并不容易	自主品牌转型等问题
16	2022.8.7	新浪财经	力玄运动劳务派遣占比超 30% 上市前骤降为上市合规还是为隐匿成本	劳务派遣占比变化等问题
17	2022.9.21	资本圈大佬	银行存款激增 7 亿元，超低毛利率的力玄运动要上市补充营运资金？	银行存款较高、毛利率下滑等问题
18	2022.9.23	资本圈大佬	关联交易多，小米突击入股签对赌协议，	关联交易频繁、瀚星投资入

序号	时间	媒体名称	文章标题	主要关注点
			家族企业力玄运动闯主板？	股等问题
19	2022.9.27	野马财经	又一家迪卡依代工厂冲击 A 股，甬商家族企业关联交易扎眼	关联交易频繁等问题
20	2022.9.27	金融界	迪卡依供应商力玄运动闯关 A 股，成立四年获四轮增资代工收入超 98%	自主品牌转型等问题
21	2022.9.30	机会宝投研社	力玄运动成立 4 年冲刺 IPO：九成以上收入来自代工，与小米签上市对赌协议	自主品牌转型、瀚星投资入股等问题
22	2022.10.9	中国基金报	力玄运动成立 4 年冲刺 IPO：九成以上收入来自代工与小米签上市对赌协议	自主品牌转型、瀚星投资入股等问题
23	2022.10.12	投资者网	力玄运动海外需求减弱：研发不足收入依赖代工	自主品牌转型等问题
24	2022.10.13	斑马消费	力玄运动、三柏硕和康力源的漫漫归途	自主品牌转型等问题
25	2022.10.17	雷递网	小米投的力玄运动冲刺上交所：拟募资 20 亿吴银昌家族色彩浓厚	控制权集中、关联交易频繁等问题
26	2022.10.19	上兵资本情报局	力玄运动科技，ODM/OEM 代工业务，困境难破？	自主品牌转型等问题
27	2022.11.2	乐居财经	力玄运动招股书更新，收入 77% 来自两个客户	客户集中度高等问题
28	2022.12.22	证券市场红周刊	缺乏自主品牌、依赖境外大客户，力玄运动持续盈利能力存隐忧	自主品牌转型、客户集中度高等问题
29	2023.1.6	证券市场红周刊	力玄运动抛掉“外资”身份启动 IPO，新设公司提升资产价值做法蹊跷	公司资产重组等问题
30	2023.2.3	和讯网	力玄运动：家族系代工厂能走多远？	控制权集中、关联交易定价、自有品牌竞争力等问题
31	2023.2.28	中国经济网	力玄运动业绩升客户集中度高依赖代工关联交易受关注	客户集中度高、关联交易频繁等问题
32	2023.2.22	每日经济新闻	健身器材“老大”力玄运动 IPO：被“偏爱”的供应商力驾金属是什么来头？	供应商力驾金属背景等问题
33	2023.3.10	蓝鲸财经	力玄运动 IPO 募资扩产，经营业绩回落在手订单额下滑	经营业绩和在手订单下滑等问题
34	2023.4.21	小财米儿	力玄运动 IPO：规则意识有缺位	关联交易合理性、员工学历、劳务派遣比例等问题
35	2023. 8. 7	钛媒体	力玄运动：还未上市，营收大幅缩水，供应商存蹊跷	客户集中度高、经营业绩下滑、关联交易合理性等问题
36	2023. 8. 24	估值之家	力玄运动 IPO：“三高”若不降“身体”运转有损伤，上市之路恐多忙	客户集中度高、控制权集中、公司资产重组、关联交易合理性、瀚星投资入股等问题

## 二、保荐机构相关核查意见

### （一）主要说明及核查情况

针对上述媒体的普遍关注点，保荐机构的主要说明及核查情况如下：

#### 1、客户集中度高

报告期内，公司对前五大客户营业收入占营业收入总额的比例分别为 86.99%、84.78%、82.54% 和 **84.18%**，公司对诺德士、迪卡依的营业收入占营业收入总额的比例分别为 79.51%、76.82%、63.44% 和 **57.08%**，发行人客户较为

集中，但报告期内客户集中度呈下降趋势，发行人客户集中不会对其持续经营能力构成重大不利影响。发行人已在招股说明书“第二节 概览”之“一、重大事项提示”之“（二）重大风险提示”之“4、客户集中度较高的风险”中披露了客户集中度高的风险。

## 2、关联交易问题

报告期内，公司关联交易呈现逐步降低的趋势，其中报告期各期关联采购金额分别为 15,002.92 万元、18,258.03 万元、7,157.98 万元和 **4,022.74 万元**，关联销售金额分别为 730.04 万元、166.37 万元、0 万元和 **0 万元**。发行人已制定了关联交易决策程序，已发生关联交易的决策过程与发行人内部制度相符。发行人对关联交易情况的披露参见本招股说明书“第八节 公司治理与独立性”之“七、关联方及关联交易”之“（二）关联交易”。

## 3、自主品牌转型问题

报告期内，公司在国内逐步推进自主品牌的建设及推广，公司采用线上为主、线下为辅的直销模式开展业务，其中线上业务通过天猫、京东等电商渠道对终端消费者进行推广，线下业务主要针对酒店和事业单位等客户进行推广。报告期内，公司自主品牌业务仍处于初步发展阶段。

## 4、员工学历较低问题

公司产品以客户需求为导向，具有较强的实用性，公司积极开展研发投入，研发团队在样机开发设计、模具研制加工、工艺技术改良等领域形成了丰富的技术储备，对公司从新品开发、样机试制到产品稳定交付的全流程提供了有效的支撑，能够对客户的需求快速响应，学历并非考察发行人生产经营能力和研发能力的唯一因素。

## 5、毛利率下滑的问题

报告期各期，公司主营业务毛利率分别为 23.61%、21.45%、23.22%和 **21.19%**。2021 年及 **2023 年 1-9 月**，公司相关产品的毛利率有所下降，主要与原材料成本影响相关。发行人已在招股说明书“第三节 风险因素”之“二、与行业相关的风险”之“（二）原材料价格波动的风险”中披露了原材料价格波动带来的毛利率变动风险。

## 6、瀚星投资入股和对赌协议问题

因看好公司在健身器材行业的经营优势和发展前景，瀚星投资于 2021 年 12 月 23 日入股发行人，截至本回复报告出具日，瀚星投资与发行人其他股东、董事、监事、高级管理人员不存在关联关系，与本次发行的中介机构及其负责人、高级管理人员、经办人员不存在关联关系，其持有的发行人股份不存在股份代持情形。

根据瀚星投资与发行人、吴银昌等方签署《投资协议》及补充协议，发行人《投资协议》中的特殊权利安排已终止。就吴银昌与瀚星投资签订的《投资协议之补充协议（三）》，发行人不作为该协议当事人，该协议不涉及发行人的回购义务，不存在可能导致发行人控制权变化的约定，不与市值挂钩，不存在严重影响发行人持续经营能力或者其他严重影响投资者权益的情形；除《投资协议之补充协议（三）》所述股权回购承诺外，发行人股东与发行人实际控制人之间不存在其他对赌安排；截至本回复报告出具日，公司已披露对赌条款的具体内容，并就可能存在的影响在《招股说明书》“第三节 风险因素”之“三、其他风险”之“（一）对赌义务的风险”进行风险揭示。

## 7、劳务派遣比例等问题

报告期各期末，公司劳务派遣人数分别为 1,348 人、249 人、110 人和 182 人，占公司员工总人数的比例为 32.42%、8.47%、5.86%和 8.18%。公司在报告期内存在劳务派遣用工人数占比超过其用工总量的 10%的情形，系公司业务规模快速扩张，用工需求大幅提高，由于疫情等因素公司直接招工未达预期，为满足快速增加的用工需求故采取了补充用工方式，从而导致公司在报告期内存在劳务派遣用工人数占比违反《劳务派遣暂行规定》的情形。截至报告期末，公司劳务派遣用工人数占用工总量的比例低于 10%，符合《劳务派遣暂行规定》的用工比例要求。慈溪市人力资源和社会保障局已出具相关无违法违规证明，公司实际控制人及控股股东已就劳务派遣事项出具承诺。报告期内，公司劳务派遣相关情况详见招股说明书“第四节 发行人基本情况”之“十九、发行人员工情况”之“（三）劳务派遣情况”。

## 8、供应商力驾金属背景等问题

报告期内，公司的预付款项主要系预付货款，年末公司根据生产排期及原材料价格上涨情况向供应商预付货款以购买钢材等原材料，因而形成一定的预付货款。在日常经营中，公司与慈溪市力驾金属制品有限公司、江苏省常熟环通实业有限公司及其股东苏州安可苏健康科技有限公司（为便于下文表述，以下分别简称“力驾金属”、“常熟环通”）两大供应商均会签署采购合同，并按照双方合同约定的支付条款进行付款。报告期各期，钢管类主要供应商的采购均价对比如下：

期间	供应商名称 (注)	采购额 (万元)	采购量(吨)	采购均价 (元/吨)
2023年 1-9月	力驾金属	2,372.51	4,978.78	4,765.25
	常熟环通	3,128.14	6,488.15	4,821.32
	常熟市盈博钢管 有限公司	330.82	709.23	4,664.43
2022年	力驾金属	4,963.15	9,775.82	5,076.96
	常熟环通	4,455.98	8,825.79	5,048.81
2021年	力驾金属	12,271.89	20,837.78	5,889.25
	常熟环通	10,484.66	17,478.56	5,998.58
2020年	力驾金属	10,223.04	22,301.39	4,584.04
	常熟环通	9,395.51	20,280.57	4,632.76

注：发行人向上述供应商采购金额占各期钢管采购总额的比例超过97%，其他供应商采购金额较小且分布较为分散。

从上表可见，报告期各期，力驾金属、常熟环通的采购均价不存在重大差异。慈溪市力驾金属制品有限公司为力玄运动供应商，与力玄运动无关联关系。公司具有完善的原材料供应商评估体系，组织供应商筛选、评审工作等，挑选合格供应商，以保证原材料质量满足客户要求。

## 9、业绩下滑等问题

报告期内，公司营业收入分别为 244,914.24 万元、352,037.61 万元、163,343.49 万元和 **86,301.94 万元**，归属于公司普通股股东的净利润分别为 31,037.16 万元、**44,252.58 万元**、**23,272.18 万元**和 **9,516.05 万元**，扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润分别为 31,495.28 万元、**41,823.70 万元**、**21,862.18 万元**和 **8,764.61 万元**。

2020 年和 2021 年，新冠疫情的爆发令欧美地区的家用健身器材消费需求出现大幅增长，公司业绩相应快速增长。但自 2021 年下半年以来，随着全球疫情（尤其是欧美地区）进入常态化等原因导致家用健身器材市场需求回落，下游客户降低库存水平故减少了下单规模，公司经营业绩回落。

公司已就业绩下滑情况在招股说明书“第三节 风险因素”之“一、与发行人相关的风险”之“（一）经营风险”之“3、经营业绩下滑的风险”进行风险提示。

## **10、控制权集中等问题**

发行人的实际控制人为吴银昌、赵婉浓及吴彬，本次发行前实际控制人合计控制公司 74.81%的股份，处于控制地位。本次发行后，实际控制人合计将控制不低于 56.11%的股份，仍处于控制地位。公司已就控制权集中问题在招股说明书“第二节 概览”之“一、重大事项提示”之“（二）重大风险提示”之“7、实际控制人不当控制的风险”进行风险提示。

### **（二）核查意见**

经核查，保荐机构认为：发行人相关媒体关注问题主要集中在客户集中度高、关联交易频繁、自主品牌转型、员工学历较低、毛利率下滑、瀚星投资入股和对赌协议、劳务派遣比例、供应商力驾金属背景、业绩下滑、控制权集中等方面。媒体文章多为对招股书的简单摘录及评论，未涉及本次公开发行相关信息披露的真实性、准确性、完整性的质疑，保荐机构针对媒体关注问题现已做了相应合理解释。

（本页无正文，为《关于浙江力玄运动科技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的回复》之签章页）

浙江力玄运动科技股份有限公司





## 发行人董事长声明

本人已认真阅读《关于浙江力玄运动科技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的回复》的全部内容，确认回复的内容真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性承担相应法律责任。

发行人董事长：

吴银昌

吴银昌

浙江力玄运动科技股份有限公司

2023年12月26日



（本页无正文，为华泰联合证券有限责任公司《关于浙江力玄运动科技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的回复》之签章页）

保荐代表人：

  
夏俊峰

  
汪怡

华泰联合证券有限责任公司

2023年12月26日

## 保荐人法定代表人声明

本人已认真阅读浙江力玄运动科技股份有限公司本次问询意见回复报告的全部内容，了解报告涉及问题的核查过程、本公司的内核和风险控制流程，确认本公司按照勤勉尽责原则履行核查程序，问询意见回复报告不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对上述文件的真实性、准确性、完整性、及时性承担相应法律责任。

保荐人法定代表人：

  
江禹

华泰联合证券有限责任公司

2023年12月26日