

BIYI 比依

关于浙江比依电器股份有限公司
向特定对象发行股票申请文件的
审核问询函的回复报告

保荐人（主承销商）



中信证券股份有限公司
CITIC Securities Company Limited

广东省深圳市福田区中心三路8号卓越时代广场（二期）北座

二〇二五年九月

上海证券交易所：

浙江比依电器股份有限公司（以下简称“发行人”、“公司”或“比依股份”）于2025年8月9日收到上海证券交易所（以下简称“上交所”）出具的《关于浙江比依电器股份有限公司向特定对象发行股票申请文件的审核问询函》（上证上审（再融资）〔2025〕241号）（以下简称“问询函”），中信证券股份有限公司（以下简称“保荐人”）作为公司本次向特定对象发行股票的保荐人（主承销商），会同发行人及发行人律师北京市君合律师事务所（以下简称“发行人律师”）、申报会计师中汇会计师事务所（特殊普通合伙）（以下简称“申报会计师”）等相关方，本着勤勉尽责、诚实守信的原则，就问询函所列问题逐项进行了核查、落实和认真讨论，现回复如下，请予审核。

说明：

一、如无特别说明，本回复报告中的简称或名词的释义与募集说明书中的相同。

二、本回复报告的字体代表以下含义：

黑体（不加粗）	问询函所列问题
宋体（不加粗）	对问询函所列问题的回复
楷体（加粗）	对募集说明书及问询函回复的修改
楷体（不加粗）	对募集说明书的引用

本回复报告中若出现总数与各分项数值之和尾数不符的情况，为四舍五入原因造成。

目 录

1.关于本次募投项目及融资必要性.....	3
2.关于前次募投项目	25
3.关于公司业务与经营情况	37
4.其他	73

1. 关于本次募投项目及融资必要性

根据申报文件，1) 本次募投项目“中意产业园智能厨房家电建设项目（二期）”拟建设自动化生产线及立体仓库，新增年产1,500万台空气炸锅、空气烤箱、环境电器等；其中，空气炸锅、空气烤箱以升级智能款为主，环境电器、奶泡机等报告期内销量数量相对较低。

2) 公司本次拟募集资金不超过62,437.49万元（含），主要投向土地费用、建筑工程投资、购置设备和安装等方面，本项目整体建设周期为3年，第6年全部达产，预计年均营业收入为161,845.77万元，年均实现净利润为16,619.06万元，毛利率为17.91%。

请发行人：（1）结合募投产品的市场空间、竞争格局、同行业可比公司扩产情况、公司境内外已有及在建产能、产能利用率变动情况等，说明“中意产业园智能厨房家电建设项目”一二期规划产能的依据及合理性，与在手订单、市场需求变化等是否匹配，本次募投项目新增产能是否存在产能消化的风险，相关风险揭示是否充分；（2）结合募投产品报告期内产销情况及收入规模、本次拟升级的具体领域及功能等，说明是否属于现有成熟业务，是否已完成技术研发，募投项目实施是否存在较大不确定性；（3）说明本次募投项目土地、建筑工程、装备购置等具体内容及测算依据，建筑工程面积、设备购置数量等与新增产能的匹配关系，资金用途及单位投资产值与前次募投项目存在差异的原因及合理性，是否可能出现资金闲置或大额结余等情形；（4）结合募投产品预计销量、售价、产能爬坡情况等，说明本次募投项目效益测算中关键参数确定依据，与公司或同行业类似项目对比情况，是否审慎、合理；（5）结合公司现有资金余额、未来资金流入及流出、各项资本性支出、资金缺口等，说明本次融资规模合理性。

请保荐机构对上述问题进行核查并发表明确意见，请保荐机构及申报会计师根据《证券期货法律适用意见第18号》第5条、《监管规则适用指引—发行类第7号》第5条对问题（4）（5）进行核查并发表明确意见。

回复：

（一）结合募投产品的市场空间、竞争格局、同行业可比公司扩产情况、公司境内外已有及在建产能、产能利用率变动情况等，说明“中意产业园智能厨房家电建设项目”一二期规划产能的依据及合理性，与在手订单、市场需求变化等是否匹配，本次募投项目新增产能是否存在产能消化的风险，相关风险揭示是否充分

中意产业园智能厨房家电建设项目包括一期项目和二期项目，中意产业园智能厨房

家电建设项目整体新增相关产品的产能情况如下：

单位：万台

序号	产品类型	两期项目合计产能	一期项目产能	二期项目产能
1	咖啡机	500	500	-
2	油炸锅	100	100	-
3	空气炸锅/空气烤箱	1,250	400	850
4	环境电器	400	-	400
5	奶泡机、制冰机及其他	250	-	250
合计		2,500	1,000	1,500

如上表所示，中意产业园智能厨房家电建设项目整体产能2,500万台，一期项目和二期项目的产能主要系满足不同产品的产能需求。其中，空气炸锅/空气烤箱在一期项目主要系由谭家岭厂区搬迁过去的基础款空气炸锅/空气烤箱产能，二期项目则主要为升级款的空气炸锅/空气烤箱产能。本次募投项目系中意产业园智能厨房家电建设项目（二期），涉及产品为空气炸锅/空气烤箱、环境电器、奶泡机、制冰机及其他。

1、募投产品的市场空间情况

根据Statista统计数据，2022年全球小家电市场规模为2,433.10亿美元，预计2028年全球小家电市场规模将达到3,236.6亿美元，行业整体处于稳步增长状态。随着消费个性化、智能化的趋势，小家电细分品类持续丰富，优质细分市场呈现增长态势。具体到本次募投项目相关产品而言：

（1）空气炸锅/空气烤箱：空气炸锅/空气烤箱以其少油健康、使用便捷等特征，从2018年以来迅速受到年轻消费群体的青睐。根据WISE GUY REPORTS《全球空气炸锅烤箱市场研究报告》，2024年空气炸锅/空气烤箱的市场规模为37.1亿美元，预计2032年将增长至100亿美元，年均复合增长率为13.18%。以2024年度空气炸锅/空气烤箱全球市场规模为37.1亿美元，以200元/台的平均价格测算，空气炸锅/空气烤箱全球需求量为12,985万台左右；

（2）环境电器：随着消费者对健康、舒适生活环境的追求以及智能家居的普及，以暖风机、塔扇等为代表的环境电器的市场需求将持续增长。根据《2025-2030中国暖风机行业市场发展趋势与前景展望战略研究报告》，2025年至2030年间，中国暖风机行业市场规模预计将以年均复合增长率10.59%的速度增长，到2030年，市场规模将达到185亿元人民币；根据QY Research调研团队最新报告，预计2029年全球家用塔扇市场规模将达到29.2亿美元，未来几年年复合增长率CAGR为3.8%；

(3) 奶泡机：根据《2025至2030牛奶泡沫机行业项目调研及市场前景预测评估报告》，2018年全球牛奶泡沫机市场规模为12.8亿美元，到2023年已攀升至23.5亿美元，年均复合增长率达到12.9%。其中中国市场2018年市场规模为15.3亿元人民币，2023年突破40亿大关至42.7亿元，年复合增长率高达22.8%。随着亚太地区新兴市场潜力释放、咖啡文化在全球范围内的持续普及以及消费者对于在家自制高品质咖啡饮品需求的增加，全球牛奶泡沫机市场规模将在2025年突破30亿美元，2030年达到48-52亿美元区间，2023-2030年复合增长率预计维持9%-11%；

(4) 制冰机：根据《制冰机市场进入快速发展期，“网红爆款”静待花开》数据，全球制冰机行业市场规模从2019年的144.8亿元增长至2024年的212.9亿元。未来，随着如亚太等新兴市场的经济水平持续上升，预计至2028年，全球制冰机市场规模将达到272亿元，2024-2028年期间的年均复合增长率为6.3%。

综上所述，公司本次募投项目涉及的产品均为市场认可度高且持续扩容的小家电品类，本次募投项目产品具有广阔的市场空间。

2、募投产品的市场竞争格局

小家电市场整体属于充分竞争市场，本次募投项目相关产品的细分领域竞争格局如下：

空气炸锅/空气烤箱细分行业的ODM/OEM代工企业主要包括比依股份、嘉乐智能、天喜厨电、兆丰电器等生产企业。比依股份为国内空气炸锅代工领域的龙头企业，从全球的空气炸锅代工市场来看，比依股份位居行业前列。根据国信证券研究报告《空气炸锅出口代工龙头，咖啡机有望拉动二次增长》，比依股份2022年空气炸锅销量市占率达到8.0%，随着规模化、高端化发展，市场集中度有望提升，公司市占率存在较大的提升空间。

环境电器、奶泡机、制冰机等产品制造端竞争格局未有公开数据，从品牌端而言：

环境电器产品主要包括暖风机和塔扇，其中暖风机细分行业的市场参与者主要包括美的、格力、艾美特、小熊电器等，根据奥维云网的数据，美的和格力占据国内市场的主要份额，2023年市场份额合计超过40%。塔扇细分行业，高端市场以戴森为代表，中低端市场参与者包括美的、格力、小熊电器、小米等。根据奥维云网2023年线上销售数据，戴森占据高端市场超过80%份额，而在中低端市场，美的市场份额为30%左右，格力、小熊电器、小米的市场份额均在20%左右。

奶泡机细分行业的市场参与者主要包括德龙/De'Longhi、奈斯派索/Nespresso、飞利浦/Versuni等国际品牌商和小熊电器、九阳、小米等国内品牌商，德龙/De'Longhi和奈斯派索/Nespresso占据了全球市场较大份额，份额占比分别为31%和25%。在制冰机细分行业，主要市场参与者主要包括惠而浦/Whirlpool、美的、海尔、奥克斯、小米、惠康科技等企业，惠而浦和美的合计市场份额超40%。

公司拥有飞利浦/Versuni、德龙/De'Longhi、小米、和生科技等全球优质的品牌客户，上述客户已经成为上述细分产品市场的主要参与者，凭借优异的技术创新、制造经验和交付能力，公司在上述细分市场中具有竞争优势。

3、同行业可比公司扩产情况

随着小家电产品不断向智能化、多样化、场景化、健康化、个性化等方向发展，技术创新、新品开拓、提高智能化及数字化生产能力以及“走出去”等成为同行业可比公司的发展方向。

近年来，主要同行业可比公司投资的生产建设项目情况如下：

序号	公司名称及 证券代码	项目	总投资 (万元)	预计可使用状态时间/完工时间	对应产能	对应产品
1	利仁科技 (001259)	小家电技改扩产项目	36,408.23	项目已变更	382.50万台	小家电产品
		年产910万台智能厨房小家电、220万台智能家居小家电生产基地建设项目	100,000.00	2026年3月	1,130万台	电饼铛、空气炸锅、多功能锅、除螨仪、封口机等
2	小熊电器 (002959)	小熊电器创意小家电生产建设(大良五沙)项目	52,729.18	2021年12月	1,275万台 ^注	创意小家电
		小熊电器智能小家电制造基地项目	31,313.02	2021年12月	765万台	智能小家电
		小熊电器创意小家电生产建设(均安)项目	15,877.96	2022年12月	420万台	创意小家电
		创意小家电(勒流)基地项目	35,907.62	2024年12月	1,000万台 ^注	创意小家电
		广东小熊精品电器有限公司新建智能小家电制造基地(二期)项目	61,011.96	2025年3月	1,311万台	电动类家电、电热类家电、西式类家电、生活类家电、壶类家

序号	公司名称及 证券代码	项目	总投资 (万元)	预计可使用状 态时间/完工 时间	对应产能	对应产品
						电、锅煲类家电、个人护理类家电
3	新宝股份 (002705)	智能家居电器项目	35,000.00	2022年7月	300万台	物联智能面包机、智能烤箱等厨房家电、空气净化器、净水器等
		健康美容电器项目	20,000.00	2022年7月	500万台	电动牙刷类、美容仪器类、个人健康(准医疗)类产品
		高端家用电动类厨房电器项目	15,000.00	2018年12月	300万台	高端食物处理器、强力搅拌机、研磨机等
		自动化升级改造项目	30,000.00	2024年9月	-	-
		压铸类小家电建设项目	36,200.00	2025年12月	480万台	三文治机、烤板、多功能锅、煎饼机、蒸汽刷等
		创意小家电建设项目	30,000.00	2025年12月	315万台	创意类小家电

如上表所示，在传统制造不断向智能制造升级转型的背景下，利仁科技、小熊电器及新宝股份等小家电上市公司在产能扩张及提高智能化、数字化生产水平方面纷纷布局。

4、公司境内外已有及在建产能

截至本回复报告出具日，公司境内外已有及在建产能情况如下：

单位：万台

地域	序号	项目	进展	主要产品	产能
境内	1	2024年末已有产能合计	-	空气炸锅/空气烤箱、油炸锅等	1,088.00 ^注
	2	中意产业园智能厨房家电建设项目（一期）（以下简称“中意产业园一期项目”）	预期2025年10月达到预定可使用状态，产能爬坡期为6年（含建设期2年），预计2029年10月满产	咖啡机、空气炸锅/空气烤箱、油炸锅等	1,000.00
	3	中意产业园智能厨房家电建设项目（二期）（以下简称“中意产业园二期项目”）	预期2026年10月达到预定可使用状态，产能爬坡期为6年（含建设期3年），预计2029年10月满产	空气炸锅/空气烤箱、环境电器、奶泡机、制冰机及其他小家电	1,500.00
	4	扣减：内部产能搬迁等	-	-	600.00
境外	4	泰国年产700万台厨房家电工厂项目	一期项目已于2025年4月部分投产，投产月产能10万台；项目整体预期2026年6月达到预定可使用状态，产能爬坡期为8年（含建设期2年），预计2032年6月满产	空气炸锅/空气烤箱、油炸锅、咖啡机等	700.00

地域	序号	项目	进展	主要产品	产能
	5	卓利达（泰国）有限公司合作项目	预期2026年10月达到预定可使用状态，产能爬坡期为3年（含建设期15个月），预计2028年7月满产	搅拌机、榨汁机及咖啡机等	190.00
		合计	-	-	3,878.00

注：2024年末已有产能中已包含已达预定可使用状态的前次募集资金投资项目“年产250万台空气炸锅生产线技术改造项目”和“年产1000万台厨房小家电建设扩产项目”的产能；合计产能中已剔除将由“年产1000万台厨房小家电建设扩产项目”中搬迁至中意产业园一期项目及委外外购转自制的600万台产能。

如上表所示，公司境内外已有及在建小家电产能合计3,878.00万台，其中境内产能合计2,988万台，主要满产年份在2030年左右；境外产能合计890万台，主要满产年份在2032年左右。

5、产能利用率变动情况

报告期内，公司产能及产能利用率情况如下：

单位：万台

项目	2025年1-6月	2024年度	2023年度	2022年度
产量 A	492.75	1,045.68	816.67	728.38
产能 B	517.40	1,088.23	822.25	735.02
产能利用率 C=A/B	95.24%	96.09%	99.32%	99.10%

注：上表产量数据未包含委外产量。

如上表所示，报告期内公司产能利用较为充分，产能利用率均在95%以上。

6、公司在手订单及市场需求变化情况

公司与主要客户采取“年度框架协议+订单下单”的下单模式，客户下单通常采取“多次少量”的特征，主要按周或按月。截至本回复报告出具日，公司中意产业园智能厨房家电建设项目主要产品的在手订单及市场需求变化情况如下：

序号	产品类型	在手订单 ^注 (万台)	预期收入 (万元)	市场需求
1	空气炸锅/空气烤箱	127.86	28,940.90	空气炸锅/空气烤箱以其少油健康、使用便捷等特征，从2018年以来迅速受到年轻消费群体的青睐。2024年空气炸锅/空气烤箱的市场规模为37.1亿美元，预计2032年将增长至100亿美元，年均复合增长率为13.18%。

序号	产品类型	在手订单 ^注 (万台)	预期收入 (万元)	市场需求
2	咖啡机	9.49	3,320.05	随着咖啡文化的普及和消费者对咖啡品质的追求，咖啡机市场得到了快速发展。2023年全球咖啡机市场规模达122.9亿美元，预计2028年将达到139.9亿美元。目前我国咖啡机处于成长早期，中国咖啡机市场增长态势较为稳健，市场规模从2017年的6.5亿元增至2023年的24.1亿元，对应CAGR为24.4%。
3	环境电器	11.44	1,832.39	随着消费者对健康、舒适生活环境的追求以及智能家居的普及，以暖风机、塔扇等为代表的环境电器的市场需求将持续增长。中国暖风机行业市场规模预计将以年均复合增长率10.59%的速度增长，到2030年，市场规模将达到185亿元人民币；家用塔扇全球市场规模预计2029年将达到29.2亿美元，年复合增长率CAGR为3.8%。
4	油炸锅	17.75	1,891.39	传统油炸锅逐步被少油健康的空气炸锅/空气烤箱等新型产品取代，2022年全球油炸锅市场规模为41.17亿元，预计2028年将达到51.53亿元，年均复合增长率为3.81%。
5	奶泡机、制冰机及其他	7.46	1,817.20	随着亚太地区新兴市场潜力释放、咖啡文化在全球范围内的持续普及以及消费者对于在家自制高品质咖啡饮品需求的增加，全球牛奶泡沫机市场规模将在2025年突破30亿美元，2030年达到48-52亿美元区间，2023-2030年复合增长率预计9%-11%；全球制冰机行业市场规模从2019年的144.8亿元增长至2024年的212.9亿元。随着如亚太等新兴市场的经济水平持续上升，预计至2028年全球制冰机市场规模将达到272亿元，2024-2028年期间的年均复合增长率为6.3%。
合计		174.00	37,801.93	-

注：在手订单数据为截至2025年8月12日在手订单数据。

如上所述，公司空气炸锅/空气烤箱、咖啡机、环境电器、油炸锅、奶泡机、制冰机及其他产品合计在手订单174.00万台，预期收入为37,801.93万元，通常一个月左右完成出货，公司在手订单充裕。

综上所述，小家电市场规模达千亿美元且处于稳步增长状态，其中本次募投项目产品空气炸锅/空气烤箱、环境电器、奶泡机及制冰机的市场规模均达到百亿元级别，市场容量较大。小家电市场竞争较为充分，供应链效率、大客户资源、技术迭代为小家电制造企业的核心竞争力。公司是空气炸锅制造领域的行业龙头，随着规模化、高端化发展，公司市占率有进一步提升的空间。公司拥有众多全球优质品牌客户，凭借优异的技术创新、制造经验和交付能

力，在环境电器等细分市场具有竞争优势。报告期内，公司产能利用率高，在手订单充裕。因此，本次募投项目新增产能预期不会出现重大闲置的情形。

关于本次募投项目新增产能的消化风险，公司已于《募集说明书》“重大事项提示”之“二、重大风险因素”之“（一）产能消化的风险”以及“第五节 本次发行相关的风险因素”之“一、经营风险”之“（三）产能消化的风险”中作出如下披露：“公司在建项目投产后将形成较大产能，虽然相关产能将在未来6年内逐步释放，但鉴于未来新增产能消化主要来源于小家电行业整体增长、公司咖啡机及环境电器等产品的逐步起量等，如果未来出现下游市场需求放缓、市场竞争加剧或咖啡机及环境电器等品类销量不及预期等情形，公司将出现产能闲置的情形，进而导致公司可能出现业绩波动的风险。”

（二）结合募投产品报告期内产销情况及收入规模、本次拟升级的具体领域及功能等，说明是否属于现有成熟业务，是否已完成技术研发，募投项目实施是否存在较大不确定性

报告期内，公司本次募投项目相关产品的产量、销量及收入规模情况如下：

募投产品	项目	2025年1-6月	2024年度	2023年度	2022年度
空气炸锅/空气烤箱	产量（万台）	414.97	910.19	672.14	604.50
	销量（万台）	430.61	895.11	681.61	674.52
	收入（万元）	98,398.02	181,344.72	137,672.58	132,619.91
环境电器	产量（万台）	17.11	22.29	-	-
	销量（万台）	8.04	19.38	-	-
	收入（万元）	1,190.62	2,701.87	-	-
奶泡机、制冰机及其他	产量（万台）	2.87	3.28	-	-
	销量（万台）	2.27	2.30	-	-
	收入（万元）	324.32	419.00	-	-

注：上表产量数据未包含委外产量。

其中，本次募投项目产品空气炸锅/空气烤箱主要为升级款空气炸锅/空气烤箱，升级方向主要为AI智能款、双锅款以及多功能款等，相关产品已实现销售。报告期内，升级款空气炸锅/空气烤箱的相关产量、销量及收入情况如下：

募投产品	项目	2025年1-6月	2024年度	2023年度	2022年度
升级款空气炸锅/空气烤箱	产量（万台）	159.90	207.70	73.22	39.54
	销量（万台）	160.22	206.18	74.66	37.11
	收入（万元）	52,237.49	61,730.35	20,144.61	10,419.41

如上所述，本次募投项目相关产品空气炸锅/空气烤箱、环境电器、奶泡机及制冰机均为公司基于精细化的生产管理能力和客户需求的快速响应能力，在现有工艺、原料及客户的基础上拓展的主业相关品类，均已实现批量生产和销售。其中，空气炸锅/空气烤箱、环境电器营业收入规模较大，为成熟产品；奶泡机、制冰机及其他产品在手订单充足，随着下半年主要客户采购放量，预期销售收入将快速提升，同时其与空气炸锅/空气烤箱等小家电产品在原材料采购、产品生产、客户拓展等方面具有较高的协同性，其生产、销售不存在重大不确定性。具体情况如下：

序号	环节	协同性
1	原材料采购	奶泡机及制冰机的主要原料与空气炸锅/空气烤箱等小家电产品基本一致，主要为注塑使用的塑料粒子、冲压使用的钢材以及外购的功能件，其中塑料粒子、钢材等原材料基本相同，核心区别在于外购的功能件存在差异。奶泡机及制冰机的核心外购件主要系压缩机、蒸发器等，相关产品为相对成熟的外购功能件。
2	产品生产	奶泡机及制冰机等产品的生产主要工序与空气炸锅/空气烤箱等公司现有主要产品的生产工序相同，主要工序均为注塑、冲压、丝印、喷涂、装配五大环节，不同产品的注塑、冲压、丝印、喷涂工序基本一致，装配工序略有差异但主要依赖于人工装配，不同产品的核心区别在于外购功能件以及装配复杂程度方面。
3	客户拓展	奶泡机及制冰机的主要应用场景与公司未来主要产品咖啡机的协同性较高。奶泡机通过快速旋转使牛奶中的蛋白质变性形成泡沫，用于制作卡布奇诺、拿铁等含奶泡的咖啡饮品，可以提升饮品的口感和美观度，亦可用于甜品制作及烹饪调味等；制冰机通过高效制冷系统和循环技术，批量生产质地坚硬、形状规则的冰块，用于保持饮品低温或食材保鲜。奶泡机及制冰机的客户拓展预期将与咖啡机客户较为一致，以 SharkNinja、和生科技等为主。

综上所述，本次募投项目以空气炸锅/空气烤箱、环境电器、奶泡机及制冰机产品为主，均属于小家电品类，系公司基于精细化的生产管理能力和客户需求的快速响应能力，在现有工艺、原料及客户的基础上拓展的主业相关品类。相关产品均已实现批量生产和销售，本次募投项目符合募投项目投资主业的要求。

(三) 说明本次募投项目土地、建筑工程、装备购置等具体内容及测算依据，建筑工程面积、设备购置数量等与新增产能的匹配关系，资金用途及单位投资产值与前次募投项目存在差异的原因及合理性，是否可能出现资金闲置或大额结余等情形

1、本次募投项目土地、建筑工程、装备购置等具体内容及测算依据

(1) 项目投资概况

本次中意产业园二期项目建设总投资金额80,672.14万元，具体投资概况如下表所示：

序号	项目名称	投资金额（万元）	占总投资额的比例
1	土地费用	4,382.38	5.43%
2	建筑工程投资	40,175.99	49.80%
3	设备购置及安装	33,477.60	41.50%
4	铺底流动资金	2,636.18	3.27%
合计		80,672.14	100.00%

(2) 土地费用

公司中意产业园智能厨房家电建设项目总用地面积238亩，土地款项8,330.00万元，总建筑面积366,198.52平方米，其中一期建筑面积173,543.13平方米，二期建筑面积192,655.39平方米。本次募投项目为二期项目，土地费用按二期项目建筑面积占总建筑面积比例进行测算，即4,382.38万元。

(3) 建筑工程费用

本项目建筑工程总投资为40,175.99万元，费用依据主要参考工程合同及项目设计规划要求，具体明细如下：

序号	项目名称	建筑面积（平方米）	投资金额（万元）
1	6-9 号楼主体厂房	190,850.39	33,400.11
2	配套用房	1,805.00	487.88
3	室外附属工程	-	1,898.00
4	室外景观及绿化工程	-	1,800.00
5	供电工程	-	1,600.00
6	其他附属工程	-	990.00
合计		-	40,175.99

(4) 软硬件购置及安装

本项目设备购置及安装投资共计33,477.60万元，价格依据公司同类设备历史采购单价及市场询价，具体投资明细如下：

序号	软硬件名称	金额（万元）
1	注塑机	6,900.00
2	自动冲压线体	4,784.00
3	仓库及配套设施	4,253.94
4	总装半自动线体	4,200.00

序号	软硬件名称	金额（万元）
5	注塑辅助装备	3,072.80
6	配电房、空调系统及环保设备	5,680.00
7	喷涂线体	1,972.00
8	物流搬运载具	627.60
9	连续冲压模线体	483.00
10	模立库	290.23
11	打砂机	253.00
12	冲压辅助设备	195.50
13	行车	189.75
14	丝印设备	164.91
15	模具搬运台车	127.97
16	其他设备	282.90
	合计	33,477.60

(5) 铺底流动资金

流动资金估算采用分项详细估算法，按建设项目投产后流动资产和流动负债各项构成分别详细估算，本项目铺底流动资金为2,636.18万元。

2、建筑工程面积、设备购置数量等与新增产能的匹配关系，资金用途及单位投资产值与前次募投项目存在差异的原因及合理性，是否可能出现资金闲置或大额结余等情形

本次募投项目建筑工程面积与新增产能匹配关系与前次募投项目对比如下：

项目名称	新增产能（万台）	建筑面积（平米）	单位产能对应建筑面积（平米/万台）
年产 1000 万台厨房小家电建设扩产项目 （以下简称“前募扩产项目”）	400.00	35,225.88	88.06
中意产业园一期项目	1,000.00	113,082.81	113.08
本项目	1,500.00	192,655.39	128.44

注：中意产业园一期项目建筑面积已剔除办公楼、食堂、展厅及研发中心等合计60,460.32平米。

如上表所示，本次募投项目单位产能对应建筑面积为128.44平米/万台，与中意产业园一期项目的113.08平米/万台较为接近，但高于前次募投项目的88.06平米/万台，存在差异主要系相关产品存在差异且前募扩产项目的场地布局较为紧凑，即前募扩产项目的产品相对简单，单位产能所需面积较小；随着空气炸锅/空气烤箱等产品的智能化、多功能化等的发展趋势，

本次募投项目相关产品的复杂程度有所提升，单位产能所需面积有所提升，因此单位产能所需的场地面积相对更大。

公司生产环节主要包括注塑、冲压、喷涂、丝印、装配五大生产环节，设备品种多，与成品数量最直接相关的设备为装配设备。其中，装配设备因自动化程度不同，效率存在较大差异。如前募扩产项目的装配线产能为1.30万台/月-1.82万台/月之间，而中意产业园一期项目和本次募投项目规划的最新装配线产能则达到2.98万台/月。本次募投项目设备购置数量与新增产能匹配关系与前次募投项目对比如下：

项目名称	新增产能（万台）	设备数量（条）	平均单位设备对应产能（万台/条）
前募扩产项目	400.00	19	21.05
中意产业园一期项目	1,000.00	38	26.32
本项目	1,500.00	42	35.71

注：装配环节为限制产能工序，因此选择装配生产线数量作为对比。

如上表所示，本次募投项目单位设备对应产能高于前募扩产项目和中意产业园一期项目，主要系前募扩产项目的装配产线投资较早，产线效率低于目前最新的半自动装配线效率。本次募投项目单位设备对应产能略高于中意产业园一期项目，主要系中意产业园一期项目中部分产线将由前募扩产项目搬迁所致。

公司本次募投项目与前次募投项目的单位场地投资产值及单位设备投资产出的对比情况如下：

单位：万元

项目名称	满产产值	投资金额合计	单位投资产值
前募扩产项目	66,320.00	19,560.35	3.39
中意产业园一期项目	255,183.68	62,071.25	4.11
本次募集资金投资项目	238,395.28	78,035.96	3.05

注：投资金额合计中包含场地投资和设备投资；为保持可比性，前募扩产项目的满产产值已根据最初规划的1000万台满产产值*40%予以折算；中意产业园一期项目投资金额中已包含将从前募扩产项目搬迁的机器设备原值。

如上表所示，本次募投项目单位投资产值与前募扩产项目、中意产业园一期项目不存在重大差异。

本次募投项目与同行业可比公司同类募投项目的单位投资产出不存在重大差异，具体对比情况如下：

单位：万元

公司名称	年份	项目名称	满产产值	投资金额合计	单位投资产值
利仁科技 (001259)	2022年	小家电技改扩产项目	66,536.82	33,340.87	2.00
	2023年	年产910万台智能厨房小家电、220万台智能家居小家电生产基地建设项目	150,870.00	57,500.00	2.62
小熊电器 (002959)	2019年	小熊电器创意小家电生产建设(大良五沙)项目	99,223.50	44,563.37	2.23
		小熊电器智能小家电制造基地项目	59,534.10	26,428.99	2.25
		小熊电器创意小家电生产建设(均安)项目	32,664.08	13,260.32	2.46
		创意小家电(勒流)基地项目	78,375.84	29,543.26	2.65
	2022年	广东小熊精品电器有限公司新建智能小家电制造基地(二期)项目	112,009.21	50,641.12	2.21
新宝股份 (002705)	2017年	智能家居电器项目	105,000.00	31,100.00	3.38
		健康美容电器项目	50,000.00	17,500.00	2.86
		高端家用电动类厨房电器项目	45,000.00	12,700.00	3.54
	2020年	压铸类小家电建设项目	74,700.00	30,200.00	2.47
		创意小家电建设项目	51,600.00	25,050.00	2.06
		区间			2.00~3.54
		平均值			2.56
		本项目	238,395.28	78,035.96	3.05

注：投资金额合计为场地投资和设备投资金额合计。

如上表所示，同行业上市公司同类项目单位投资产值区间为2.00-3.54，本次募投项目为3.05，处于行业中等偏上水平，与行业平均水平不存在较大差异，具有合理性。

综上所述，本次募投项目土地、建筑工程、装备购置等内容测算合理；建筑工程面积、设备购置数量与新增产能相匹配，本次募投项目与前次募投项目及同行业可比公司的单位投资产值不存在重大差异，本次募投项目不存在资金闲置或大额结余等情形。

(四) 结合募投产品预计销量、售价、产能爬坡情况等，说明本次募投项目效益测算中关键参数确定依据，与公司或同行业类似项目对比情况，是否审慎、合理

1、关键参数确定依据、与公司或同行业类似项目对比情况

本次募投项目收益测算明细如下：

单位：万元

项目	T+1	T+2	T+3	T+4	T+5	T+6	T+7	T+8	T+9	T+10	T+11	T+12
一、营业收入	-	14,200.00	56,800.00	133,480.00	200,753.92	238,395.28	226,475.52	219,681.25	213,090.81	213,090.81	213,090.81	213,090.81
减：主营业务成本	-	12,322.35	49,920.04	115,442.27	171,679.86	203,146.12	193,181.81	187,502.15	181,992.87	181,992.87	181,992.87	181,992.87
二、毛利	-	2,366.44	8,835.09	22,632.30	35,984.29	43,455.06	41,089.31	39,740.84	38,432.82	38,432.82	38,432.82	38,432.82
营业税金及附加	-	-	-	28.21	872.26	1,035.81	984.02	954.50	925.86	925.86	925.86	925.86
销售费用	-	175.55	702.21	1,650.19	2,481.88	2,947.23	2,799.87	2,715.88	2,634.40	2,634.40	2,634.40	2,634.40
管理费用	-	337.90	1,351.60	3,176.26	4,777.09	5,672.80	5,389.16	5,227.48	5,070.66	5,070.66	5,070.66	5,070.66
研发费用	-	448.15	1,792.61	4,212.63	6,335.80	7,523.76	7,147.58	6,933.15	6,725.15	6,725.15	6,725.15	6,725.15
三、利润总额	-	1,404.83	4,988.67	13,565.01	21,517.25	26,275.45	24,768.69	23,909.83	23,076.74	23,076.74	23,076.74	23,076.74
减：所得税	-	239.17	799.02	2,338.09	2,277.22	2,812.75	2,643.17	2,546.50	2,452.74	2,452.74	2,452.74	2,452.74
四、净利润	-	1,165.66	4,189.66	11,226.91	19,240.04	23,462.69	22,125.52	21,363.33	20,624.01	20,624.01	20,624.01	20,624.01

上表效益测算中关键指标测算依据如下：

(1) 预计销量及产能爬坡情况

本项目建设期3年，规划产能1500万台/年，项目建设期第2年开始投产，并于第6年全部达产，预计销量及产能爬坡数据如下：

单位：万台

序号	产品类别	T+1	T+2	T+3	T+4	T+5	T+6-T+12
1	空气炸锅/空气烤箱	-	42.50	170.00	425.00	680.00	850.00
2	环境电器	-	20.00	80.00	200.00	320.00	400.00
3	奶泡机、制冰机及其他	-	12.50	50.00	125.00	200.00	250.00
	合计	-	75.00	300.00	750.00	1,200.00	1,500.00

(2) 销售单价

本项目产品单价遵循“成本+利润”的成本加成定价模式。本项目主要生产智能小家电产品，主要以产品制造成本（直接材料、直接人工、制造费用等）为基础，叠加目标毛利率确定价格。综合考虑产品成本、市场竞争等因素，本次募投产品空气炸锅/空气烤箱、环境电器、奶泡机和制冰机及其他平均售价分别为208.24元/台、145.00元/台和196.00元/台。同时考虑市场竞争持续加剧，产品单价在投产第三年（T+4年）开始下降，其中T+4、T+5年分别降低6%、T+6、T+7分别下降5%，T+8、T+9分别下降3%，随后保持平稳。

(3) 成本费用

项目在运营期内各个年度的总成本费用如下表所示：

单位：万元

项目	T+1	T+2	T+3	T+4	T+5	T+6	T+7	T+8	T+9	T+10	T+11	T+12
主营业务成本合计	-	12,322.35	49,920.04	115,442.27	171,679.86	203,146.12	193,181.81	187,502.15	181,992.87	181,992.87	181,992.87	181,992.87
直接材料	-	8,807.68	35,230.73	82,792.22	124,519.50	147,866.91	140,473.56	136,259.35	132,171.57	132,171.57	132,171.57	132,171.57
直接人工	-	1,625.48	6,501.92	15,279.50	22,980.37	27,289.19	25,924.73	25,146.99	24,392.58	24,392.58	24,392.58	24,392.58
制造费用	-	1,437.32	5,749.27	13,510.78	20,320.22	24,130.26	22,923.75	22,236.04	21,568.95	21,568.95	21,568.95	21,568.95
折旧摊销	-	451.87	2,438.13	3,859.77	3,859.77	3,859.77	3,859.77	3,859.77	3,859.77	3,859.77	3,859.77	3,859.77
税金及附加	-	-	-	28.21	872.26	1,035.81	984.02	954.50	925.86	925.86	925.86	925.86
销售费用	-	175.55	702.21	1,650.19	2,481.88	2,947.23	2,799.87	2,715.88	2,634.40	2,634.40	2,634.40	2,634.40
管理费用	-	337.90	1,351.60	3,176.26	4,777.09	5,672.80	5,389.16	5,227.48	5,070.66	5,070.66	5,070.66	5,070.66
研发费用	-	448.15	1,792.61	4,212.63	6,335.80	7,523.76	7,147.58	6,933.15	6,725.15	6,725.15	6,725.15	6,725.15
财务费用	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
总成本	-	13,283.95	53,766.46	124,509.56	186,146.90	220,325.73	209,502.44	203,333.16	197,348.95	197,348.95	197,348.95	197,348.95
固定成本	-	1,413.47	6,284.54	12,927.06	18,326.81	21,039.38	20,180.40	19,690.78	19,215.85	19,215.85	19,215.85	19,215.85
变动成本	-	11,870.48	47,481.92	111,582.51	167,820.09	199,286.36	189,322.04	183,642.38	178,133.11	178,133.11	178,133.11	178,133.11
付现成本	-	12,832.08	51,328.34	120,649.80	182,287.13	216,465.97	205,642.67	199,473.39	193,489.19	193,489.19	193,489.19	193,489.19

注：制造费用中不含折旧摊销，折旧摊销单独列示。

本项目的营业成本包括直接材料费、直接人工费和制造费用。其中，直接材料费基于各规划产品的主要原材料构成，参考历史生产经验取值，以产品预期销售收入乘以原材料占收入比例计算；直接人工参考历史人工费用占销售收入比例进行计算；制造费用包括燃料动力费、运输费和其他制造费用，参考历史制造费用占销售收入比例进行测算（剔除折旧摊销）；折旧摊销费用根据项目拟投入的资产规模进行计算，折旧摊销年限和残值等参数均按照公司现行的会计核算方法执行，土地使用权摊销年限为 50 年，残值为 0，房屋建筑物折旧年限为 30 年，残值为 10%，机器设备折旧年限为 10 年，残值率为 10%，按直线折旧法计提折旧摊销。

本项目的期间费用包括销售费用、管理费用、研发费用，综合考虑公司报告期内期间费用率水平，募投项目实施后的收入规模，销售人员、行政管理人员与研发人员数量，出于谨慎性考虑，相关费用率参考 2022-2024 年公司期间费用率，同时考虑收入规模增长对期间费用率的摊薄影响进行测算，本项目销售费用率、管理费用率、研发费用率分别取 1.24%、2.38%及 3.16%。

2、与公司或同行业类似项目对比情况，是否审慎、合理

(1) 与公司业务对比情况

本次募投项目与公司现有业务对比情况如下：

项目	本项目	2022年	2023年	2024年	2022-2024年平均
综合毛利率	18.23%	19.55%	21.21%	15.55%	18.77%

注：本项目毛利率取值为项目全部达产年，即 T+6 年

公司专注于智能小家电产品的设计、制造和销售，主要产品包括空气炸锅、空气烤箱、油炸锅、环境电器等，凭借突出的产品设计开发能力和稳定的产品质量，公司已成为 Versuni、晨北科技、Chefman/厨曼、Asda/阿斯达、Newell/纽威品牌、SharkNinja/尚科宁家及 SEB/法国赛博集团等国内外知名企业的重要供应商，赢得了全球客户和广大消费者的认可。2022年至2024年，公司平均综合毛利率为18.77%，本次募投项目中意产业园二期项目考虑到6年的产能爬坡周期、升级款等产品带来更高的附加值等因素，达产年综合毛利率为18.23%，具有谨慎性、合理性。

本次中意产业园二期项目与前募扩产项目、中意产业园一期项目对比情况如下：

项目	本项目	前募扩产项目	中意产业园一期项目
产能	1,500万台	1,000万台	1,000万台
建设期	36个月	24个月	24个月
产能爬坡周期	6年	5年	6年
内部收益率（税后）	16.49%	27.45%	22.09%
投资回收期（税后）	7.75	6.27	6.31

注：上表前募扩产项目为最初规划时相关数据。

如上表所示，本项目内部收益率、投资回收期低于前募扩产项目和中意产业园一期项目，主要系综合考虑项目投入强度较大，建设及产能爬坡周期较长，市场竞争加剧等因素审慎测算所致，项目具有谨慎性、合理性。

(2) 与同行业类似项目对比情况

本项目与同行业可比公司募投项目情况比较如下：

公司名称	项目名称	项目时间	建设期	内部收益率	投资回收期（年）
利仁科技 (001259)	小家电技改扩产项目	2022年	24个月	14.49%	6.98
	年产910万台智能厨房小家电、220万台智能家居小家电生产基地建设项目	2023年	24个月	14.87%	7.00

公司名称	项目名称	项目时间	建设期	内部收益率	投资回收期(年)
小熊电器 (002959)	小熊电器创意小家电生产建设(大良五沙)项目	2019年	24个月	19.92%	5.65
	小熊电器智能小家电制造基地项目		24个月	18.99%	5.89
	小熊电器创意小家电生产建设(均安)项目		24个月	21.10%	5.58
	创意小家电(勒流)基地项目	2021年	36个月	18.94%	7.01
	广东小熊精品电器有限公司新建智能小家电制造基地(二期)项目	2022年	30个月	18.73%	6.51
新宝股份 (002705)	智能家居电器项目	2017年	36个月	15.93%	7.50
	健康美容电器项目		36个月	16.27%	7.44
	高端家用电动类厨房电器项目		24个月	19.61%	6.24
	压铸类小家电建设项目	2020年	36个月	17.03%	7.14
	创意小家电建设项目		36个月	19.02%	6.68
	区间			14.49%-21.10%	5.58-7.50
	平均值			17.91%	6.64
	本项目	2024年	36个月	16.49%	7.75

如上表所示,本项目经济效益与同行业可比公司建设项目相比测算较为审慎,具有合理性。

综上所述,本项目在进行效益测算时,综合考虑了产品成本构成、市场竞争环境等因素,对于产品销量、销售单价及毛利率、产能爬坡及成本费用的预测具有合理性及谨慎性。效益测算方面则综合考虑了投入强度和投产爬坡周期,低于过往募投相关数据,且低于近年来行业可比公司募投项目情况,项目总体测算较为审慎,具有合理性。

(五)结合公司现有资金余额、未来资金流入及流出、各项资本性支出、资金缺口等,说明本次融资规模合理性

截至报告期末,公司货币资金余额、经营性现金流、资本性支出规划等情况如下:

单位:万元

名称	金额
报告期末货币资金余额(1)	41,791.60
报告期末易变现的各类金融资产余额(2)	658.18
报告期末受限的货币资金(3)	4,311.10
报告期末前次募投项目未使用资金(4)	3,976.74
可自由支配资金(5) = (1) + (2) - (3) - (4)	34,161.93

名称	金额
未来三年经营性现金流入净额 (6)	69,241.09
最低现金保有量需求 (7)	20,598.88
未来三年新增最低现金保有量需求 (8)	14,995.98
未来三年现金分红 (9)	38,042.29
未来三年拟偿还债务的利息 (10)	6,011.06
已审议的投资项目资金需求 (11)	99,551.61
未来期间资金需求合计 (12) = (7) + (8) + (9) + (10) + (11)	179,199.82
总体资金缺口 (13) = (12) - (5) - (6)	75,796.80

注：报告期末易变现的各类金融资产余额为交易性金融资产。

1、未来三年经营性现金流入净额

2022-2024 年度，公司经营活动现金流量净额占营业收入的比例分别为 13.09%、28.41%和 7.70%。鉴于 2024 年度公司业绩增长较快且主要客户账期有所延长，与未来三年预期情况较为相符，为审慎测算，预计 2025 年-2027 年经营活动现金流量净额占营业收入比重为 7.70%。假设未来三年公司营业收入的增长率为 20%，经测算，未来三年预计日常经营积累为 69,241.09 万元，具体情况如下：

单位：万元

项目	2025 年	2026 年	2027 年
营业收入	247,042.57	296,451.09	355,741.30
经营活动现金流量净额/营业收入	7.70%	7.70%	7.70%
经营活动现金流量净额	19,022.28	22,826.73	27,392.08

注：该数据仅为测算总体资金缺口所用，不代表公司对未来年度经营情况及财务状况的判断，亦不构成盈利预测，下同。

2、最低现金保有量需求

最低现金保有量是公司维持其日常营运所需要的最低货币资金。根据 2024 年度财务数据测算，公司在现行运营规模下日常经营需要保有的最低货币资金为 20,598.88 万元，具体测算过程如下：

单位：万元

财务指标	计算公式	计算结果
最低现金保有量 (万元)	(1) = (2) / (3)	20,598.88
2024 年付现成本总额 (万元)	(2) = (4) + (5) - (6)	181,846.34
2024 年营业成本 (万元)	(4)	173,865.17

财务指标	计算公式	计算结果
2024 年期间费用总额（万元）	(5)	14,468.87
2024 年非付现成本总额（万元）	(6)	6,487.70
货币资金周转次数（现金周转率）（次）	(3) = 360 / (7)	8.83
2024 年现金周转期（天）	(7) = (8) + (9) - (10)	40.78
2024 年存货周转期（天）	(8)	47.51
2024 年经营性应收项目周转期（天）	(9)	86.68
2024 年经营性应付项目周转期（天）	(10)	93.42

注 1：期间费用包括管理费用、销售费用、研发费用以及财务费用；

注 2：非付现成本总额包括当期固定资产折旧、使用权资产摊销、无形资产摊销以及长期待摊费用摊销；

注 3：存货周转期=360/存货周转率；

注 4：经营性应收项目周转期=360×平均应收账款账面余额/营业收入；

注 5：经营性应付项目周转期=360×平均应付账款账面余额/营业成本。

3、未来三年新增最低现金保有量需求

假设公司最低现金保有量增长需求与公司营业收入的增长速度保持一致，根据前述对未来三年公司营业收入的预测，公司 2027 年末最低现金保有量需求将达到 35,594.86 万元，即未来三年公司新增最低现金保有量为 14,995.98 万元，具体测算如下：

单位：万元

项目	计算公式	计算结果
2024 年度营业收入	①	205,868.81
报告期末最低现金保有量（基于 2024 年度测算）	②	20,598.88
2027 年度营业收入	③	355,741.30
2027 年末最低现金保有量（基于 2027 年度测算）	④=②×(③/①)	35,594.86
未来期间新增最低现金保有量	⑤=④-②	14,995.98

4、未来三年预计现金分红金额

2022-2024 年度，公司现金分红金额分别为 8,959.68 万元、7,002.22 万元和 5,583.16 万元，占当年度归属于母公司股东的净利润的比例分别为 50.33%、34.70%和 40.01%，平均占比 41.68%；同期，公司归属于母公司股东的净利润占营业收入的平均比例为 10.15%。假设 2025-2027 年度公司归属于母公司股东的净利润占营业收入的比例同样为 10.15%，现金分红占当年度归属于母公司股东的净利润的比例为 41.68%，则未来三年的现金分红金额合计为 38,042.29 万元，具体如下：

单位：万元

项目	2027年	2026年	2025年
营业收入①	355,741.30	296,451.09	247,042.57
2022-2024年平均归母净利率②	10.15%		
2022-2024年平均现金分红占归母净利润的比例③	41.68%		
现金分红④=①*②*③	15,049.70	12,541.41	10,451.18

5、未来三年拟偿还债务的利息

假设未来三年平均利率为 2.5%，公司报告期末 80,147.40 万元的短期借款及长期借款未来三年需支付的利息费用为 6,011.06 万元。

6、已审议的投资项目资金需求

截至报告期末，公司已审议的重大投资项目主要系卓利达（泰国）有限公司合作项目、泰国年产 700 万台厨房家电工厂项目、中意产业园一期项目及中意产业园二期项目，相关项目的投资总额、已投资金额及剩余需投资金额如下：

单位：万元

项目	未来三年仍需投入金额	董事会审议时间
卓利达（泰国）有限公司合作项目	1,428.00	2025-03-17
泰国年产 700 万台厨房家电工厂项目	21,069.47	2024-04-03
中意产业园一期项目	28,894.48	2024-12-20
中意产业园二期项目	48,159.66	2024-12-20
合计	99,551.61	-

注：美元金额按 7.00 汇率折算。

综上所述，公司未来三年货币资金缺口为 75,796.80 万元，本次拟募集资金 62,437.49 万元，剩余部分资金需求将由公司通过银行贷款等自筹方式予以满足。本次募集资金融资规模具有合理性。

（六）保荐机构及申报会计师核查程序及核查意见

1、核查程序

保荐机构和申报会计师执行了以下核查程序：

（1）查阅小家电行业市场研究报告及可比公司定期报告等公开资料，了解本次募投产品的市场空间、竞争格局、同行业可比公司扩产情况；

(2) 访谈发行人主要管理人员并查阅定期报告等相关资料，了解发行人境内外已有及在建产能、产能利用率变动情况、本次募投产品与公司现有产品的联系及区别、本次募投项目产品报告期内产销情况及收入规模、在手订单及市场需求变化情况、本次募投项目产能消化风险；

(3) 查阅发行人本次募投项目相关的可行性研究报告及可比公司定期报告等公开资料，了解本次募投项目募投土地、建筑工程及装备购置等具体投资内容及测算依据，分析发行人本次募投项目建筑工程面积、设备购置数量等与新增产能的匹配关系、资金用途及单位投资产值的合理性；

(4) 查阅发行人本次募投项目相关的可行性研究报告及可比公司定期报告等公开资料，了解本次募投项目效益测算的关键参数及确定依据，比较发行人与同行业类似项目的相关数据；

(5) 访谈发行人主要管理人员并查阅发行人报告期内审计报告，了解发行人现有资金余额、未来资金流入及流出、资本性支出及资金缺口等，分析本次融资规模的合理性。

2、核查意见

经核查，保荐机构和申报会计师认为：

(1) 发行人中意产业园一期项目和二期项目规划产能系基于发行人业务发展的考量，具备合理性；发行人本次募投项目与在手订单、市场需求变化情况匹配，本次募投项目新增产能不存在重大产能消化的风险，相关风险已在募集说明书中充分揭示；

(2) 发行人本次募投项目相关产品系发行人基于精细化的生产管理能力和客户需求的快速响应能力，在现有工艺、原料及客户的基础上拓展的主业相关品类，属于现有成熟业务，已具备相关技术，本次募投项目的实施不存在较大不确定性；

(3) 发行人本次募投项目土地、建筑工程、装备购置等内容测算合理；建筑工程面积、设备购置数量与新增产能相匹配，本次募投项目与前次募投项目及同行业可比公司的单位投资产值不存在重大差异，本次募投项目不存在资金闲置或大额结余等情形；

(4) 根据《证券期货法律适用意见第18号》第5条、《监管规则适用指引—发行类第7号》第5条对问题（4）（5）进行核查并发表明确意见

1) 根据《证券期货法律适用意见第18号》第5条对问题（4）（5）进行核查并发表明确意见

保荐机构和申报会计师根据《证券期货法律适用意见第18号》之“五、关于募集资金用于补流还贷如何适用第四十条‘主要投向主业’的理解与适用”，进行逐项核查并发表核查意见，具体如下：

序号	《证券期货法律适用意见第18号》第5条具体规定	核查意见
1	（一）通过配股、发行优先股或者董事会确定发行对象的向特定对象发行股票方式募集资金的，可以将募集资金全部用于补充流动资金和偿还债务。通过其他方式募集资金的，用于补充流动资金和偿还债务的比例不得超过募集资金总额的百分之三十。对于具有轻资产、高研发投入特点的企业，补充流动资金和偿还债务超过上述比例的，应当充分论证其合理性，且超过部分原则上应当用于主营业务相关的研发投入。	经核查，保荐机构和申报会计师认为：发行人本次募集资金总额 62,437.49 万元，其中视同补流的金额为 2,636.18 万元，占本次募集资金总额比例为 4.22%，未超过 30%。
2	（二）金融类企业可以将募集资金全部用于补充资本金。	经核查，保荐机构和申报会计师认为：发行人不属于金融类企业，不适用上述规定，且不存在将募集资金全部用于补充资本金的情形。
3	（三）募集资金用于支付人员工资、货款、预备费、市场推广费、铺底流动资金等非资本性支出的，视为补充流动资金。资本化阶段的研发支出不视为补充流动资金。工程施工类项目建设期超过一年的，视为资本性支出。	经核查，保荐机构和申报会计师认为：除已视同资本性支出的铺底流动资金之外，发行人本次募投项目拟使用募集资金不存在将募集资金用于支付人员工资、货款、预备费、市场推广费等非资本性支出的情形。
4	（四）募集资金用于收购资产的，如本次发行董事会前已完成资产过户登记，本次募集资金用途视为补充流动资金；如本次发行董事会前尚未完成资产过户登记，本次募集资金用途视为收购资产。	经核查，保荐机构和申报会计师认为：本次募集资金未用于收购资产，不适用前述规定。
5	（五）上市公司应当披露本次募集资金中资本性支出、非资本性支出构成以及补充流动资金占募集资金的比例，并结合公司业务规模、业务增长情况、现金流状况、资产构成及资金占用情况，论证说明本次补充流动资金的原因及规模的合理性。	经核查，保荐机构和申报会计师认为：发行人已于募集说明书中披露本次募集资金中资本性支出、非资本性支出构成以及补充流动资金占募集资金的比例，已充分考虑公司业务规模、业务增长情况、现金流状况、资产构成及资金占用情况等因素，公司本次补充流动资金（包含视为补充流动资金）的原因及规模具有合理性。

(2) 根据《监管规则适用指引—发行类第七号》第五条进行核查并发表明确意见

保荐机构和申报会计师根据《监管规则适用指引—发行类第 7 号》之“7-5募投项目预计效益披露要求”，进行逐项核查并发表核查意见，具体如下：

序号	《监管规则适用指引—发行类第 7 号》 第 5 条具体规定	核查意见
1	一、对于披露预计效益的募投项目，上市公司应结合可研报告、内部决策文件或其他同类文件的内容，披露效益预测的假设条件、计算基础及计算过程。发行前可研报告超过一年的，上市公司应就预计效益的计算基础是否发生变化、变化的具体内容及对效益测算的影响进行补充说明。	经核查，保荐机构和申报会计师认为：发行人已结合可研报告、内部决策文件披露了效益预测的假设条件、计算基础及计算过程。发行人本次募投项目可研报告出具时间为 2025 年 5 月，截至本反馈意见回复出具日未超过 1 年。
2	二、发行人披露的效益指标为内部收益率或投资回收期的，应明确内部收益率或投资回收期的测算过程以及所使用的收益数据，并说明募投项目实施后对公司经营的预计影响。	经核查，保荐机构和申报会计师认为：发行人本次募投项目内部收益率及投资回收期的测算过程以及所使用的收益数据合理，发行人已在募集说明书中披露本次发行对公司经营管理和财务状况的预计影响。
3	三、上市公司应在预计效益测算的基础上，与现有业务的经营情况进行纵向对比，说明增长率、毛利率、预测净利率等收益指标的合理性，或与同行业可比公司的经营情况进行横向比较，说明增长率、毛利率等收益指标的合理性。	经核查，保荐机构和申报会计师认为：发行人已在预计效益测算的基础上，与现有业务的经营情况进行了纵向对比，与同行业可比公司的经营情况进行了横向对比。本次募投项目的收入增长率、毛利率等收益指标具有合理性。
4	四、保荐机构应结合现有业务或同行业上市公司业务开展情况，对效益预测的计算方式、计算基础进行核查，并就效益预测的谨慎性、合理性发表意见。效益预测基础或经营环境发生变化的，保荐机构应督促公司在发行前更新披露本次募投项目的预计效益。	经核查，保荐机构和申报会计师认为：发行人本次募投项目效益预测具备谨慎性、合理性。发行人已在募集说明书中披露募投项目预计效益情况、效益测算的计算方式及计算基础，并对募投项目的风险进行了揭示。

2. 关于前次募投项目

根据申报材料，1) 公司2022年首发募投项目包括“年产1,000万台厨房小家电建设扩产项目”“年产250万台空气炸锅生产线技术改造项目”“浙江比依电器股份有限公司研发中心建设项目”“浙江比依电器股份有限公司信息化系统升级建设项目”等。2) 因规划用地性质变更等原因，首发募投项目存在结余资金，公司变更募集资金投向“中意产业园智能厨房家电建设项目”，预计2025年10月达到预定可使用状态。3) 2024年12月，公司董事会审议通过拟对中意项目实施分期建设，并调增投资规模及新增产能。4) 首发募投项目中“年产1,000万台厨房小家电建设扩产项目”“年产250万台空气炸锅生产线技术改造项目”已达到预计效益，其余项目为不适用。

请发行人说明：（1）前次募投项目变更投资金额或结余资金的具体内容及依据，前期项目筹划及测算是否审慎；公司将结余资金投入“中意产业园智能厨房家电建设项目”的原因及主要考虑，该项目分期建设的必要性、最新建设进展，能否在规定期限内达到预定可使用状态；（2）结合“中意产业园智能厨房家电建设项目”与本次募投项目的联系及区别，进一步说明前次募投项目尚未达产且未实现效益情况下，实施本次募投项目的主要考虑及必要性，是否重复投资，是否存在将本次募集资金变相投入前次募投项目的情形；（3）前次募投项目实现效益情况，与前期信息披露是否一致，主要参数是否发生变化；前次募投项目变更前后实际用于非资本性支出情况，占募集资金总额的比例情况。

请保荐机构对上述问题进行核查并发表明确意见，请申报会计师根据《监管规则适用指引—发行类第7号》第6条对问题（1）（3）进行核查并发表明确意见。

回复：

（一）前次募投项目变更投资金额或结余资金的具体内容及依据，前期项目筹划及测算是否审慎；公司将结余资金投入“中意产业园智能厨房家电建设项目”的原因及主要考虑，该项目分期建设的必要性、最新建设进展，能否在规定期限内达到预定可使用状态

1、前次募投项目变更投资金额或结余资金的具体内容及依据，前期项目筹划及测算是否审慎

2024年2月，公司公告《关于变更募集资金投资项目的公告》和《关于变更募集资金投资项目的补充公告》，将“年产1000万台厨房小家电建设扩产项目”、“年产250万台空气炸锅生产线技术改造项目”、“研发中心建设项目”和“信息化系统升级建设项目”合计剩余/结余的23,201.07万元变更投入至中意产业园一期项目的工业用房项目（1#2#3#楼及附属房、展示车间）和（4#5#楼）的土建工程投入、研发及信息化软件及硬件购置，变更投资金额及结余资金的具体内容如下：

单位：万元

项目	投资内容	承诺投资金额	累计已投资金额	变更投资金额/结余资金
前募扩产项目	建设投资	6,368.95	3,010.88	3,358.07
	设备购置	15,427.73	5,076.59	10,351.14
	基本预备费	1,089.46	1,068.93	20.53
	铺底流动资金	2,158.88	1,390.82	768.06
	项目总投资	25,045.01	10,547.22	15,255.80

项目	投资内容	承诺投资金额	累计已投资金额	变更投资金额/结余资金
前募技改项目	设备购置	8,928.15	6,084.01	2,844.14
	基本预备费	446.41	215.30	231.11
	铺底流动资金	969.90	-	969.90
	项目总投资	10,344.46	6,299.31	4,194.36
研发中心建设项目	场地投入	265.59	-	265.59
	设备购置及安装	1,474.19	1,465.23	8.95
	实施费用	1,350.10	-	1,350.10
	基本预备费	86.99	-	86.99
	项目总投资	3,176.87	1,465.23	1,741.03
信息化系统升级建设项目	设备购置及安装	1,474.49	1,200.85	273.63
	基本预备费	73.72	-	73.72
	实施费用	1,742.13	156.13	1,586
	项目总投资	3,290.35	1,356.98	2,009.88
补充流动资金	-	10,000.00	10,000.00	-

注：变更投资金额/结余资金中包含利息收入扣除手续费后的净额、理财收益及待支付尾款；累计已投资金额中包含尚未支付的合同尾款。

如上表所示，前募扩产项目变更投资金额为15,255.80万元，变更投资金额的来源包括建设投资及设备购置等项目的资金结余，主要原因系在分批建设前募扩产项目的过程中，当地政府拟变更前募扩产项目所在土地的规划用地性质为商住混合用地，且厂区西侧部分位于规划道路内，导致公司继续建设受限，同步导致生产设备的购置和进场也相应受到影响。前述变更系当地政府对于相关地块的规划用途调整所致，公司在2020年筹划项目时客观上难以预计到相关情形，但公司最终实际投资金额与实际产能的匹配、计划投资金额与计划产能的匹配情况如下：

项目	计划投入	实际投入
投资金额（万元）	25,045.01	10,547.22
预期产能（万台）	1,000	400
投资金额/预期产能（元/台）	25.05	26.37

如上表所示，前募扩产项目的实际投资金额/实际产能、计划投资金额/计划产能基本匹配，变更投资金额主要系所在地块规划用途变更所致。

前募技改项目结余资金为4,194.36万元，结余资金的来源包括设备购置等项目的资金结余，主要原因系公司在项目后续实施过程中通过合理利用现有设备加强部分工序生产效率、利用

产线工艺改良减少了设备购置需求结余2,844.14万元，且未使用铺底流动资金和部分基本预备费结余资金1,201.01万元所致。设备购置资金结余主要集中在总装车间，其中，因仓储物流系统WMS与机器人调度系统LCS打通，使得原规划的部分机器人配套集成应用系统免于投入，节约资金约1,100万元；因外箱SKU型号过多、机型切换降低产线效率，使得前期规划纸箱由机器人包装方案在投入10%之后替换回人工方案，节约设备资金约540万元；因电源线接线闭端子工艺优化，改为接插端子工艺，节约手持式扎带机设备投入约280万元等。

2、公司将结余资金投入“中意产业园智能厨房家电建设项目”的原因及主要考虑，该项目分期建设的必要性、最新建设进展，能否在规定期限内达到预定可使用状态

公司将结余资金投入中意产业园一期项目的主要原因系为了提高募集资金的使用效率，避免将募集资金用于补充流动资金，同时中意产业园智能厨房家电建设项目作为公司未来主要生产基地，其资金投入金额较大，结余资金投入中意产业园一期项目可有效提高公司资金整体使用效率。

“中意产业园智能厨房家电建设项目”分为一期项目和二期项目，分期建设主要系新品规划及资金安排等因素所致。2024年2月，公司公告中意产业园智能厨房家电建设项目产能规划为2,200万台，项目总投资额为108,330.00万元；2024年10月，随着SharkNinja等客户的咖啡机项目进度加快，深圳市和生星云科技有限公司等环境电器的客户需求增加，以及项目实际建设过程中部分建筑布局调整、机器设备升级等，公司将中意产业园智能厨房家电建设项目产能调整至2,500万台，项目总投资额增加至138,454.09万元。由于中意产业园智能厨房家电建设项目投资总额增加较大，SharkNinja等咖啡机客户对相关产品的需求较为急迫，公司将项目整体分为一期项目和二期项目，加快推进一期项目中咖啡机等相关产品的产能建设进度以满足客户需求，并筹划通过向特定对象发行股票方式筹集部分资金用于二期项目，通过对投资建设内容、合同签署及款项支付、入账登记等方面的明确区分，防范资金混同。

截至本回复报告出具日，“中意产业园智能厨房家电建设项目”正常推进。其中，中意产业园智能厨房家电建设项目（一期）主体工程已基本完成，咖啡机等部分产品机器设备正在陆续安装调试，预期将在2025年10月达到预定可使用状态；中意产业园智能厨房家电建设项目（二期）主体工程进度已达75%左右，预期将在2026年10月达到预定可使用状态。

（二）结合“中意产业园智能厨房家电建设项目”与本次募投项目的联系及区别，进一步说明前次募投项目尚未达产且未实现效益情况下，实施本次募投项目的主要考虑及必要性，是否重复投资，是否存在将本次募集资金变相投入前次募投项目的情形

1、“中意产业园智能厨房家电建设项目”与本次募投项目的联系及区别

中意产业园智能厨房家电建设项目分为一期项目和二期项目，其中一期项目系前次募集资金变更用途并与自有资金共同投资的中意产业园一期项目，二期项目系本次募集资金与自有资金共同投资的中意产业园二期项目，虽然一期项目和二期项目均属于中意产业园智能厨房家电建设项目，且位于中意产业园内，但二者投资内容及产能规划可显著区分。两期项目的相关情况具体如下：

项目	一期项目	二期项目（本次募投项目）
项目名称	中意产业园智能厨房家电建设项目（一期）	中意产业园智能厨房家电建设项目（二期）
产能情况	年产 1000 万台智能小家电产品	年产 1500 万台智能小家电产品
项目投资规模（万元）	57,781.95	80,672.14
项目建设周期	24 个月	36 个月
主要建设内容	1-5 号楼以及研发信息化工程 ^注	6-9 号楼工程及独立配套辅助设施
具体产品	咖啡机、空气炸锅/空气烤箱、油炸锅	空气炸锅/空气烤箱、环境电器、奶泡机、制冰机等

注：根据公司 2024 年 2 月 8 日召开的第二届董事会第八次会议以及 2024 年 2 月 27 日召开的 2024 年第一次临时股东大会决议审议通过的《关于变更募集资金投资项目的议案》，公司已将首次公开发行股票募集资金的节余部分 2.34 亿元转投至中意项目 1-5 号楼工业用房土建工程投入及研发信息化投入，即为上表中的中意产业园智能厨房家电建设项目（一期）。具体内容详见公司于 2024 年 2 月 9 日和 2 月 27 日在上海证券交易所网站（<http://www.sse.com.cn>）披露的相关公告（公告编号 2024-001 至 003 和 2024-005）。

相关项目的建设示意图如下：



此外，一期项目与二期项目的产能规划存在区别，一期项目主要承接现有产能搬迁整合及新增咖啡机产线，二期项目则主要用于扩产需要。具体而言，一期项目 1,000 万台小家电的产能规划为 500 万台咖啡机、400 万台空气炸锅/空气烤箱和 100 万台油炸锅；二期项目 1,500 万台小家电的产能规划为 850 万台空气炸锅/空气烤箱、400 万台环境电器以及 250 万台奶泡机及制冰机等其他小家电。其中，一期项目 400 万台的空气炸锅/空气烤箱产能主要由发行人现有生产场地搬迁过去，产品型号为基础款；二期项目 850 万台的空气炸锅/空气烤箱则主要为新增产能，产品型号以升级款为主，升级方向主要为 AI 智能款、双锅款以及多功能款。

2、前次募投项目尚未达产且未实现效益情况下，实施本次募投项目的主要考虑及必要性，是否重复投资，是否存在将本次募集资金变相投入前次募投项目的情形

公司在前次募投项目尚未达产且未实现效益情况下，实施本次募投项目的主要原因系：

1、一期项目的净新增产能难以满足发行人业务发展的需求。一期项目主要搬迁整合了现有产能，折合约600万台产能将由现有厂区搬迁及委外外购转自制；净新增产能约为400万台，难以满足发行人未来业务发展的需求；2、一期项目和二期项目的产品存在差异。一期项目的1,000万台的产能构成为500万台咖啡机、400万台基础款空气炸锅/空气烤箱和100万台油炸锅产能；二期项目的1,500万台的产能构成为850万台空气炸锅/空气烤箱、400万台塔扇及暖风机等环境电器、250万台奶泡机及制冰机等其他产品。其中，一期项目400万台的空气炸锅/空气

烤箱产能主要由发行人现有生产场地搬迁过去，型号为基础型；二期项目850万台的空气炸锅/空气烤箱则以升级款为主。本次募投项目与前次募投项目虽然都属于中意产业园智能厨房家电建设项目，且位于中意产业园内，但二者投资内容及产能规划可显著区分。

同时，为了进一步区分前次募投项目和本次募投项目的资金使用，确保募集资金使用的规范性，公司在用地、设备、建设投入、建设供应商等方面的划分情况如下：

序号	类型	区分方式	募集资金投入
1	用地投资	由于相关地块系整体拍卖取得，两期项目根据建设面积分摊土地投入金额	不涉及
2	设备投资	一期项目的生产设备为注塑设备及装配设备，二期项目的生产设备为注塑设备、冲压设备、喷涂设备及装配设备等。为了显著区分，发行人在采购相关设备时，在签署合同、款项支付等相关单据上明确区分设备所属项目，同时财务部门入账时根据不同项目分别入账	一期项目：生产设备不涉及前次募集资金投资，研发/信息化设备前次募集资金投资0.38亿元； 二期项目：不涉及研发/信息化设备投入，生产设备本次募集资金投资3.35亿元
3	建设投入	一期项目的建设内容为1-5号楼以及研发信息化工程，二期项目的建设内容为6-9号楼工程及独立配套辅助设施，建设内容存在地理位置区隔。发行人在签署合同、款项支付等单据上明确区分建设内容所属项目，财务部门入账时根据不同项目分别入账	一期项目：前次募集资金投资1.95亿元； 二期项目：本次募集资金投资2.63亿元
4	合同签署及款项支付	为明确区分两期项目，发行人在签署合同、款项支付等单据上明确区分建设内容所属项目，财务部门入账时根据不同项目分别入账	-

综上所述，公司已在合同签署、款项支付等单据上明确区分建设内容所属项目，财务部门在入账时根据不同项目分别入账，公司已建立了有效内控明确区分前次募投项目和本次募投项目的投入支出。

（三）前次募投项目实现效益情况，与前期信息披露是否一致，主要参数是否发生变化；前次募投项目变更前后实际用于非资本性支出情况，占募集资金总额的比例情况

1、前次募投项目实现效益情况，与前期信息披露是否一致，主要参数是否发生变化

公司在《比依股份首次公开发行股票招股说明书》中披露“年产1,000万台厨房小家电建设扩产项目”建设达产后新增加热类厨房小家电产能1,000万台，“年产250万台空气炸锅生产线技术改造项目”达产后新增加热类厨房小家电产能250万台；2024年2月公司在《关于变更

募集资金投资项目的公告》和《关于变更募集资金投资项目的补充公告》中披露“年产1,000万台厨房小家电建设扩产项目”因所在地块用地性质变更导致继续扩建受到限制，项目已建成的部分折合年规划产能400万台；“年产250万台空气炸锅生产线技术改造项目”于2023年8月15日达到预定可使用状态，可实现250万台常规款空气炸锅产能或 200 万台双锅/大锅等特殊款空气炸锅产能。

报告期内，前次募投项目效益实现情况如下：

实际投资项目		截止日投资项目累计产能利用率 ^{注4}	承诺年效益	最近三年一期实际效益				截止日累计实现效益	是否达到预计效益
序号	项目名称			2022年度	2023年度	2024年度	2025年1-6月		
1	浙江比依电器股份有限公司年产 1,000 万台厨房小家电建设扩产项目	95.34%	注 1	不适用	5,883.49	6,296.67	2,059.84	14,240.00	注 1
2	年产 250 万台空气炸锅生产线技术改造项目	100.00%	实现年产 250 万台常规款空气炸锅或 200 万台双锅/大锅等特殊款空气炸锅	不适用	1,585.33	1,957.00	1,250.97	4,793.30	是
3	浙江比依电器股份有限公司研发中心建设项目	不适用	不适用	不适用	不适用	不适用	不适用	不适用	不适用 [注 2]
4	浙江比依电器股份有限公司信息化系统升级建设项目	不适用	不适用	不适用	不适用	不适用	不适用	不适用	不适用 [注 2]
5	补充流动资金	不适用	不适用	不适用	不适用	不适用	不适用	不适用	不适用 [注 2]
6	中意产业园智能厨房家电建设项目（一期）	不适用	实现年产 1000 万台智能小家电产品	不适用	不适用	不适用	不适用	不适用	不适用 [注 3]

注 1：该项目原规划建设实现年产 1000 万台厨房小家电，后因地块规划用地性质变更为商住混合用地，且厂区西侧部分位于规划道路内，继续扩建受到限制，同步导致生产设备的购置和进场也相应受到影响。公司于 2024 年 1 月收到规划部门出具《证明》，最终确认扩产项目无法继续扩建。公司根据实际订单预期及经营情况分批建设扩产项目，已建成注塑车间、总装车间、小部分丝印车间、相关配套仓储及办公区域，并购入注塑机、丝印机、精益线等机器设备，折合年规划产能为 400 万台。

注 2：“浙江比依电器股份有限公司研发中心建设项目”、“浙江比依电器股份有限公司信息化系统升级建设项目”和“补充流动资金”无法单独核算其效益。

注 3：“中意产业园智能厨房家电建设项目（一期）”尚处在建设期，尚未达产，该项目预计于 2025 年 10 月达到预定可使用状态。

注 4：截止日投资项目累计产能利用率为 2023 年至 2025 年 6 月末期间的累计产能利用率。

如上表所示，公司“年产 1,000 万台厨房小家电建设扩产项目”截至 2023 年末实现折合年规划产能为 400 万台。鉴于公司未在前期信息披露中披露相关项目的预计效益及测算依据，以公司首次公开发行股票的可行性研究报告测算（为剔除产能减小导致爬坡期缩短的影响，选择 T+60 的满产状态折算），按 400 万台折算的效益和 2024 年度实际实现的效益分别为 6,003.51 万元和 6,296.67 万元，达到预计效益。在主要参数方面，首次公开发行股票的可行性研究报告测算参数和实际效益实现情况的测算参数如下：

项目	预计效益的测算参数	实际效益的测算参数
数量（万台）	400.00	386.88
平均单价（元/台）	165.80	178.35
营业收入（万元）	66,320.00	68,998.40
毛利率	21.79%	26.13%
净利率	9.05%	9.13%
净利润（万元）	6,003.51	6,296.67

注：为剔除产能减小导致爬坡期缩短的影响，首次公开发行股票的可行性研究报告测算参数选择 T+60 的满产状态折算，通过乘以 40%（400 万台/1000 万台）进行换算；实际效益实现情况的营业收入已包括“年产 1,000 万台厨房小家电建设扩产项目”向公司其他项目供应的注塑零部件部分折算的收入。

“年产 250 万台空气炸锅生产线技术改造项目”项目于 2023 年 8 月 15 日达到预定可使用状态，折合产能为年产 250 万台常规款空气炸锅或 200 万台双锅/大锅等特殊款空气炸锅，2024 年度可研报告测算效益（T+36）和 2024 年度实际实现的效益分别为 1,606.13 万元和 1,957.00 万元，达到预计效益。在主要参数方面，首次公开发行股票的可行性研究报告测算参数和实际效益实现情况的测算参数如下：

项目	预计效益的测算参数	实际效益的测算参数
数量（万台）	250 万台常规款空气炸锅或 200 万台双锅/大锅等特殊款空气炸锅	241.86
平均单价（元/台）	82.90（250 万台测算）或 103.63（200 万台测算）	156.50
营业收入（万元）	20,725.00	37,851.19
毛利率	20.55%	14.53%
净利率	7.75%	5.17%
净利润（万元）	1,606.13	1,957.00

如上表所示，年产250万台空气炸锅生产线技术改造项目的预计效益和实际效益测算参数基本一致，其中平均单价差异相对较大主要系预计效益时系选择当时基础款空气炸锅的平均价格进行的测算，随着空气炸锅产品的迭代升级，实际销售时双锅升级款等空气炸锅占比提升使得产品平均单价提高。

综上所述，公司前次募投项目实现效益达到预计效益，与前期信息披露一致，实际效益的主要参数与预计效益的主要参数不存在重大差异。

2、前次募投项目变更前后实际用于非资本性支出情况，占募集资金总额的比例情况

2024年2月，公司公告《关于变更募集资金投资项目的公告》和《关于变更募集资金投资项目的补充公告》，将“年产1000万台厨房小家电建设扩产项目”、“年产250万台空气炸锅生产线技术改造项目”、“研发中心建设项目”和“信息化系统升级建设项目”合计剩余/节余的23,201.07万元变更投入至中意产业园一期项目的工业用房项目（1#2#3#楼及附属房、展示车间）和（4#5#楼）的土建工程投入、研发及信息化软件及硬件购置。前次募投项目变更之后，前次募集资金拟使用情况如下：

单位：万元

序号	募投项目	具体内容	项目投资总额	拟使用前次募集资金金额	其中：非资本性支出金额
1	年产1,000万台厨房小家电建设扩产项目	建设投资	6,368.95	3,010.88	-
		设备购置	15,427.73	5,076.59	-
		基本预备费	1,089.46	1,068.93	1,068.93
		铺底流动资金	2,158.88	1,390.82	1,390.82
		项目总投资	25,045.01	10,547.22	2,459.75
2	年产250万台空气炸锅生产线技术改造项目	设备购置	8,928.15	6,084.01	-
		基本预备费	446.41	215.30	215.30
		铺底流动资金	969.90	-	-
		项目总投资	10,344.46	6,299.32	215.30
3	研发中心建设项目	场地投入	265.59	-	-
		设备购置及安装	1,474.19	1,465.23	-
		实施费用	1,350.10	-	-
		基本预备费	86.99	-	-
		项目总投资	3,176.87	1,465.23	-

序号	募投项目	具体内容	项目投资总额	拟使用前次募集资金金额	其中：非资本性支出金额
4	信息化系统升级建设项目	设备购置及安装	1,474.49	1,200.85	-
		基本预备费	73.72	-	-
		实施费用	1,742.13	156.13	156.13
		项目总投资	3,290.35	1,356.98	156.13
5	补充流动资金	-	10,000.00	10,000.00	10,000.00
6	中意产业园一期项目	土地费用	3,947.62	-	-
		建筑工程投资	37,517.84	19,450.16	-
		设备购置及安装	14,952.67	3,750.92	-
		铺底流动资金	1,363.82	-	-
		合计	57,781.95	23,201.07	-

如上表所示，前次募投项目变更之前和变更之后的非资本性支出金额均为12,831.18万元，占前次募集资金总额的24.74%，前次募投项目变更未增加非资本性支出金额。

综上所述，前次募投项目变更前后的非资本性支出金额均为12,831.18万元，占前次募集资金总额的比例为24.74%，未增加非资本性支出金额。

(四) 保荐机构及申报会计师核查程序及核查意见

1、核查程序

保荐机构和申报会计师执行了以下核查程序：

(1) 查阅发行人公开披露信息、访谈发行人主要管理人员并查阅余姚市自然资源和规划局出具的《说明》，了解前次募投项目变更的具体内容及依据，前次项目筹划及测算的审慎性，发行人将结余资金投入“中意产业园智能厨房家电建设项目”的原因及主要考虑，项目分期建设的必要性及建设进展、在规定期限内达到预定可使用状态的可行性；

(2) 查阅中意产业园一期项目与本次募投项目的可行性研究报告、访谈发行人主要管理人员并查阅发行人前次募投项目和本次募投项目已投资部分的合同及付款凭证等相关资料，了解中意产业园一期项目与本次募投项目的联系和区别，本次募投

项目尚未达产且未实现效益情况下，实施本次募投项目的主要考虑及必要性，本次募集资金使用与前次募投项目的独立性；

(3) 查阅前次募投项目可行性研究报告及发行人公开资料，访谈发行人主要管理人员，了解前次募投项目效益实现情况及其主要参数，了解前次募投项目变更后实际用于非资本性支出情况。

2、核查意见

经核查，保荐机构和申报会计师认为：

(1) 前募扩产项目变更投资金额的主要原因系所在地块规划变更，变更投资金额的来源包括建设投资及设备购置等项目的资金结余；前募技改项目结余资金的来源包括设备购置等项目的资金结余，主要原因系通过合理利用现有设备加强部分工序生产效率、利用产线工艺改良减少了设备购置需求，且未使用铺底流动资金和部分基本预备费；发行人系基于2020年项目筹划及测算时的市场及公司情况进行的筹划及测算，具备审慎性；发行人将结余资金投入中意产业园一期项目主要系为了提高募集资金使用效率，将其投入公司未来主要生产基地的投资建设；该项目分期建设系产品规划和资金安排等因素，具备必要性；该项目正常推进中，预期能够在规定期限内达到预定可使用状态；

(2) 发行人在前次募投项目尚未达产且未实现效益情况下，实施本次募投项目的主要原因系前次募投项目的净新增产能难以满足发行人业务发展的需求，且前次募投项目和本次募投项目的产品存在差异，不存在重复投资，不存在将本次募集资金变相投入前次募投项目的情形；

(3) 发行人前次募投项目实现效益达到前次募投项目设计时的预期效益，与前期信息披露一致，主要参数不存在重大差异；前次募投项目变更前后实际用于非资本性支出的金额均为12,831.18万元，占前次募集资金总额的比例为24.74%，前次募投项目的变更未增加非资本性支出金额。

3. 关于公司业务与经营情况

3.1 根据申报材料，1) 报告期内，公司营业收入分别为149,920.70万元、155,951.77万元、205,868.81万元和53,033.79万元，归母净利润分别为17,803.08万元、20,178.15万元、13,955.69万元和1,501.15万元。2) 报告期内，公司主营业务毛利率分别为19.48%、

20.81%、15.41%和13.07%，部分产品毛利率波动较大。3) 公司以ODM/OEM业务为主，报告期内自主品牌收入占比在1%以内；业务销售以直接销售为主，部分产品通过电商渠道销售；公司前五大客户销售金额合计占营业收入比例均在60%以上，第一大客户的收入占比在报告期内由35%增长至45%以上。4) 报告期内，公司的外销业务增长较快，境外销售收入占当期收入比例均在90%左右。

请发行人说明：（1）结合小家电行业发展趋势及供需情况，ODM/OEM业务开展情况，公司主要产品销售价格、销量，成本费用等，说明公司收入、净利润、毛利率波动的原因及合理性，公司业绩变动趋势与同行业可比公司是否存在较大差异，相关风险提示是否充分；（2）结合公司产品竞争优势、下游客户调价原因、最终产品售价对公司产品价格的影响情况、各销售渠道销售情况及价格差异等，说明公司空气炸锅、空气烤箱、环境电器产品的毛利率是否将持续下降，以及公司采取的应对措施和预计效果，咖啡机等产品毛利率波动较大的原因及合理性；（3）报告期内公司主要客户销售规模变化的原因及背景，相关合作是否稳定及具体依据，公司关于大客户依赖性的风险提示是否充分；（4）结合公司业务规划、海外销售的具体区域、对应产品或业务分布情况等，说明近期国际贸易政策和税收制度变动对公司业务的具体影响，是否影响已取得或预计取得的海外订单，以及公司应对措施，相关风险提示是否充分；（5）报告期内公司报关数据、出口退税金额、信保数据等与公司外销业务规模是否匹配。

回复：

（一）结合小家电行业发展趋势及供需情况，ODM/OEM业务开展情况，公司主要产品销售价格、销量，成本费用等，说明公司收入、净利润、毛利率波动的原因及合理性，公司业绩变动趋势与同行业可比公司是否存在较大差异，相关风险提示是否充分；

1、小家电行业发展趋势及供需情况

小家电行业是家电行业中具有长期成长性的子品类，在消费升级的大趋势下，行业发展仍处于需求层级不断提升的阶段。随着居民收入水平的提升，消费者对提升生活品质的需求增加，产品的更新频率及品类的迭代速度也相对加快，消费者对智能小家电产品亦提出了新的需求。

（1）智能化趋势

2025年AWE展会，各家电企业均展示出了不同程度的AI智能技术与小家电产品的联动，AI智能控制和物联网（IoT）技术的广泛应用成为小家电行业的新亮点。随着科技不断进步，小家电行业产品必将进行全面升级。未来，通过APP互联、自动控制、远程操控、模拟体验、家居互联等一系列智能化的升级，小家电的各类产品将在智能化的赛道上角逐锋芒。公司持续产品科技创新，已推出多款智能款空气炸锅等产品，并时刻关注AI等前沿技术发展，储备相关产品研发。

（2）绿色消费趋势

根据商务部的数据，2024年以旧换新一级能效产品销售额占比达到90%以上，这不光是政策的推动效果，也是市场未来的消费趋势。在中国实施“双碳”战略目标的引领下，可持续发展已渗透到方方面面，全面落实绿色低碳转型成为家电行业高质量发展的内在要求，小家电产品也将进行节能减排的思考。如能将水校或能效标准更好的运用到小家电产品，或将抢占市场先机。公司产品定位高端，能效高、能耗低，符合全球高标准客户的SEG要求。

（3）品牌营销趋势

从整体来看，大家电行业或已呈现头部品牌分层局面，而小家电行业目前仍未出现行业集中度较为明显的代表性企业。同时，随着产业链和供应链的加快重塑，家电行业的经营也不再局限于单纯的贸易，在众多家电企业持续扩大自有品牌宣传力度，并积极利用跨境电商进行自主品牌产品B2C出口业务开拓的背景下，海内外客户及消费者已然看到了众多具有中国基因的家电品牌。公司时刻关注国内外新兴品牌客户，抓住增量业务机会，并加大自有品牌推广，提高品牌知名度。

小家电行业市场规模稳定增长，竞争较为充分，具体如下：

（1）小家电市场庞大且增长迅速，多样化的产品线推动了销量的攀升

2023年，全球小家电市场规模达到1,938.3亿美元，预计到2032年市场规模有望达到3,012.4亿美元，预测期内复合年增长率为5.07%。当前，小家电的应用范围已经从家庭环境延伸至办公场所和旅行途中，全球小家电品类的销量呈现持续增长趋势。技术的持续革新不断催生小家电的创新。如智能化、多功能性以及节能环保等特性，这些都使得小家电更加贴合现代消费者的需求。

（2）技术革新促进了高端小家电市场的扩张，产品单价逐年上涨

数据显示，小家电市场的细分品类平均单价普遍呈显著上升趋势，其中吸尘器细分市场预计到2029年产品单价将达到191,47美元，领先于其他细分市场。预计到2026年全球家电平均价格将达到158.3美元。随着智能家居技术的普及和消费者对能效和便利性的追求，高端家电产品的需求预计将持续增长，进一步推动家电市场的平均价格上升。同时，全球供应链的优化和生产效率的提升也可能在一定程度上缓解成本压力，影响最终的零售价格。

(3) 高端化与高性价比并存，小家电行业品牌竞争加剧

近年来，随着消费者对于小家电认知和需求的不断提升，小家电新兴品类不断涌现，而产品本身是否品质卓越、颜值是否够高、价格是否实惠仍是用户产生购买行为前最主要的考虑因素，根据库润数据，有97%的受访者倾向于选购质量、外观、功能更为优秀的小家电产品，而产品的低价/折扣等因素同样吸引了84%的受访者“剁手”下单。现代人在兼顾性价比的同时越来越愿意为真正科技便捷、功能实用的智能小家电买单，高端化与高性价比并存将在未来加剧小家电品牌竞争与营销内卷。

(4) 政策、需求分化、渠道多重驱动下，小家电市场增量可期

政策层面，随着“以旧换新”“家电下乡”等政策落地，刺激需求端迭代升级，有望拉动存量家电市场需求释放。需求层面，随着我国经济持续发展、人均可支配收入不断提升，人们的生活观念正不断演变，“一人经济”“颜值经济”“银发经济”等热度居高不下，带动小家电需求场景进一步细分，“悦己”“创新”属性更强的小家电产品层出不穷，有效满足消费者对个性化、高品质生活方式的追求，进而实现消费扩容升级。渠道层面，社交电商平台的崛起拓宽了小家电销售渠道，供需咬合之下将会有更多的小家电产品进入国内消费者家庭，市场规模增长空间广阔。

综上，公司产品定位高端、高效能，并积极推进智能化和品牌化，符合小家电行业产品智能化、绿色消费和品牌化的发展趋势。基于深厚的大客户资源、高效的供应链交付能力和创新的产品研发设计能力，有助于在优势细分产品市场（空气炸锅、油炸锅等）竞争中保持领先，并持续通过上述资源能力拓展新的产品领域（咖啡机、环境电器等），拓宽市场空间。

2、ODM/OEM业务开展情况

报告期内，公司以ODM/OEM业务为主，约占全部收入的95%以上。OBM模式则为公司自有品牌产品的生产与销售。

报告期内，公司各期主营业务收入按照ODM/OEM、OBM及其他等业务模式分类如下：

单位：万元

业务模式	2025年1-6月		2024年		2023年		2022年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
ODM/OEM	109,310.76	95.75%	201,543.46	98.68%	153,667.86	99.47%	147,660.42	99.14%
OBM及其他	4,846.04	4.25%	2,701.51	1.32%	811.33	0.53%	1,281.58	0.86%
合计	114,156.80	100.00%	204,244.97	100.00%	154,479.19	100.00%	148,942.00	100.00%

如上表所示，报告期内公司以ODM/OEM业务模式为主，收入占比在95%以上。其中，2025年1-6月OBM及其他业务模式收入同比增长相对较大，主要系咖啡机及桌面饮水机等自主品牌产品销售增加所致。

3、公司主要产品销售价格、销量，成本费用

报告期内，公司各期营业收入构成情况如下：

单位：万元

项目	2025年1-6月		2024年度		2023年度		2022年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
主营业务收入	114,156.80	98.63%	204,244.97	99.21%	154,479.19	99.06%	148,942.00	99.35%
其他业务收入	1,586.88	1.37%	1,623.84	0.79%	1,472.58	0.94%	978.70	0.65%
合计	115,743.68	100.00%	205,868.81	100.00%	155,951.77	100.00%	149,920.70	100.00%

报告期内，公司各期主营业务突出，占公司营业收入的99%以上，为公司利润主要来源。主营业务收入主要由空气炸锅、空气烤箱、油炸锅、咖啡机等产品收入构成。

报告期内，公司各期主营业务收入按产品构成情况如下：

单位：万元

项目	2025年1-6月		2024年度		2023年度		2022年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
空气烤箱、空气炸锅	98,519.74	86.30%	181,344.72	88.79%	137,672.58	89.12%	132,619.91	89.04%
油炸锅	5,123.54	4.49%	12,524.92	6.13%	13,034.06	8.44%	11,595.71	7.79%
咖啡机及其他	9,322.89	8.17%	7,673.46	3.76%	3,772.55	2.44%	4,726.39	3.17%
环境电器	1,190.62	1.04%	2,701.87	1.32%	-	-	-	-

项目	2025年1-6月		2024年度		2023年度		2022年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
合计	114,156.80	100.00%	204,244.97	100.00%	154,479.19	100.00%	148,942.00	100.00%

报告期内，公司空气炸锅、空气烤箱、油炸锅收入合计金额分别为144,215.62万元、150,706.64万元、193,869.64万元和103,643.29万元，占公司各期主营业务收入的比例分别为96.83%、97.56%、94.92%和90.79%，为公司主营业务收入的主要组成部分。

报告期内，公司各期主要产品销售价格、销量情况如下：

产品类型	项目	2025年1-6月	2024年度	2023年度	2022年度
空气烤箱、空气炸锅	销量（万台）	430.61	895.11	681.61	674.52
	销售额（万元）	98,519.74	181,344.72	137,672.58	132,619.91
	销售单价（元/台）	228.79	202.59	201.98	196.61
油炸锅	销量（万台）	47.79	120.36	120.11	115.75
	销售额（万元）	5,123.54	12,524.92	13,034.06	11,595.71
	销售单价（元/台）	107.21	104.07	108.52	100.18
咖啡机及其他	销量（万台）	29.75	21.57	26.14	37.32
	销售额（万元）	9,322.89	7,673.46	3,772.55	4,726.39
	销售单价（元/台）	313.37	355.75	144.32	126.64
环境电器	销量（万台）	8.04	19.38	-	-
	销售额（万元）	1,190.62	2,701.87	-	-
	销售单价（元/台）	148.01	139.42	-	-

如上表所示，受益于公司的优质客户及不断增强的综合竞争力，报告期各期公司主要产品销量呈现增长态势，主要产品空气炸锅/空气烤箱的销量分别为674.52万台、681.61万台、895.11万台和430.61万台。

报告期内，公司主要产品空气炸锅/空气烤箱平均单价有所增长，2025年1-6月增长显著，主要系随着空气炸锅/空气烤箱的升级迭代，产品平均单价有所增长所致；油炸锅产品单价较为稳定；咖啡机及其他产品平均单价2024年以来变动较为显著，主要系2024年单位价值较高的咖啡机开始销售所致，咖啡机产品在2024年和2025年1-6月的平均单价分别为727.48元/台和400.89元/台，2025年1-6月平均单价有所下降主要系小型咖啡机产品销售占比提升所致；环境电器产品价格较为稳定。

报告期内，公司成本费用的构成情况如下：

单位：万元

项目	2025年1-6月		2024年度		2023年度		2022年度	
	金额	占营业收入的比例	金额	占营业收入的比例	金额	占营业收入的比例	金额	占营业收入的比例
营业成本	99,127.87	85.64%	173,865.17	84.45%	122,872.67	78.79%	120,612.18	80.45%
销售费用	3,241.66	2.80%	2,999.48	1.46%	1,726.70	1.11%	1,716.08	1.14%
管理费用	3,998.40	3.45%	6,430.74	3.12%	4,928.23	3.16%	3,957.32	2.64%
研发费用	3,159.11	2.73%	6,945.32	3.37%	6,490.33	4.16%	6,445.98	4.30%
财务费用	-191.01	-0.17%	-1,906.67	-0.93%	-2,888.29	-1.85%	-3,258.14	-2.17%
合计	109,336.04	94.46%	188,334.04	91.47%	133,129.64	85.37%	129,473.42	86.36%

如上表所示，报告期内公司营业成本占收入的比例变动相对较大，销售费用和管理费用2024年以来同比变动相对较大，研发费用较为稳定，财务费用报告期内变动相对较大，具体情况如下：

(1) 营业成本

报告期内，公司营业成本以主营业务成本为主，主营业务成本构成情况如下：

单位：万元

项目	2025年1-6月		2024年度		2023年度		2022年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
直接材料	71,890.48	73.50%	127,238.16	73.65%	93,401.61	76.35%	86,164.13	71.85%
直接人工	13,210.29	13.51%	24,761.75	14.33%	16,687.69	13.64%	16,034.55	13.37%
制造费用	12,708.93	12.99%	20,771.64	12.02%	12,239.49	10.01%	17,728.17	14.78%
合计	97,809.71	100.00%	172,771.56	100.00%	122,328.80	100.00%	119,926.84	100.00%

如上表所示，报告期内公司直接材料、直接人工和制造费用的比例较为稳定。

(2) 销售费用

报告期内，公司销售费用具体如下：

单位：万元

项目	2025年1-6月		2024年度		2023年度		2022年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
职工薪酬	771.72	23.81%	1,059.74	35.33%	795.79	46.09%	759.88	44.28%
广告宣传费	88.00	2.71%	239.94	8.00%	268.64	15.56%	19.45	1.13%
电商平台推广服务费	1,957.41	60.38%	1,279.62	42.66%	239.20	13.85%	593.84	34.60%
业务招待费	47.00	1.45%	71.93	2.40%	46.45	2.69%	23.70	1.38%

项目	2025年1-6月		2024年度		2023年度		2022年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
办公费	170.48	5.26%	164.96	5.50%	211.19	12.23%	274.69	16.01%
差旅费	36.28	1.12%	43.26	1.44%	56.53	3.27%	20.01	1.17%
股份支付	9.55	0.29%	22.30	0.74%	50.74	2.94%	-	-
其他	161.22	4.97%	117.74	3.93%	58.16	3.37%	24.50	1.43%
合计	3,241.66	100.00%	2,999.48	100.00%	1,726.70	100.00%	1,716.08	100.00%

如上表所示，报告期内公司销售费用分别为1,716.08万元、1,726.70万元、2,999.48万元和3,241.66万元，占营业收入的比例分别为1.14%、1.11%、1.46%和2.80%，主要为销售人员工资及电商平台推广服务费。2024年度，销售费用与去年相比增长1,272.78万元，主要系公司加大主要通过线上销售的自主品牌产品推广力度，电商推广服务费增加所致。2025年1-6月，电商推广费随着公司自主品牌产品推广力度的进一步加强而继续增加。

（3）管理费用

报告期内，公司管理费用具体如下：

单位：万元

项目	2025年1-6月		2024年度		2023年度		2022年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
职工薪酬	2,220.53	55.54%	3,658.41	56.89%	2,133.10	43.28%	1,933.88	48.87%
业务招待费	193.66	4.84%	289.41	4.50%	296.38	6.01%	431.86	10.91%
差旅费	73.95	1.85%	153.59	2.39%	111.12	2.25%	67.76	1.71%
中介服务费	381.93	9.55%	680.24	10.58%	675.62	13.71%	532.12	13.45%
办公费	190.26	4.76%	388.37	6.04%	273.64	5.55%	214.82	5.43%
折旧与摊销	416.03	10.40%	671.94	10.45%	782.86	15.89%	595.85	15.06%
股份支付	36.89	0.92%	86.17	1.34%	196.08	3.98%	-	-
其他	485.16	12.13%	502.62	7.82%	459.43	9.32%	181.03	4.57%
合计	3,998.40	100.00%	6,430.74	100.00%	4,928.23	100.00%	3,957.32	100.00%

如上表所示，报告期内公司各期管理费用分别为3,957.32万元、4,928.23万元、6,430.74万元和3,998.40万元，占营业收入的比例分别为2.64%、3.16%、3.12%和3.45%，主要包括职工薪酬、中介服务费、折旧与摊销。报告期内，管理费用随公司营业收入

规模的增加略有上升，2024年度管理费用中职工薪酬增长较多主要系公司于2024年下半年成立多家子公司，子公司管理人员薪酬增加所致。

(4) 研发费用

报告期内，公司研发费用具体如下：

单位：万元

项目	2025年1-6月		2024年度		2023年度		2022年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
职工薪酬	2,002.45	63.39%	4,135.73	59.55%	3,568.70	54.98%	3,184.94	49.41%
直接投入	685.31	21.69%	1,930.91	27.80%	1,998.07	30.79%	2,758.10	42.79%
股份支付	42.07	1.33%	98.28	1.42%	271.6	4.18%	-	-
其他	429.28	13.59%	780.41	11.24%	651.97	10.05%	502.94	7.80%
合计	3,159.11	100.00%	6,945.32	100.00%	6,490.33	100.00%	6,445.98	100.00%

如上表所示，报告期内公司研发费用分别为6,445.98万元、6,490.33万元、6,945.32万元和3,159.11万元，占营业收入比例分别为4.30%、4.16%、3.37%和2.73%，基本保持稳定。

(5) 财务费用

报告期内，公司财务费用具体如下：

单位：万元

项目	2025年1-6月	2024年度	2023年度	2022年度
利息费用	424.23	623.40	29.83	121.46
减：贷款贴息	-	-	-	50.83
减：利息收入	737.47	1,089.20	904.61	333.06
汇兑损益	87.01	-1,522.66	-2,080.28	-3,051.51
手续费支出	35.22	81.78	66.78	55.80
合计	-191.01	-1,906.67	-2,888.29	-3,258.14

如上表所示，报告期内公司财务费用分别为-3,258.14万元、-2,888.29万元、-1,906.67万元和-191.01万元，变化较大主要系汇率变动产生了较大金额的汇兑收益所致

4、公司收入、净利润、毛利率波动的原因及合理性

(1) 收入波动的原因及合理性

报告期内，公司营业收入分别为149,920.70万元、155,951.77万元、205,868.81万元和115,743.68万元，呈现逐年增长的趋势，主要系产品销售数量增长所致。报告期内，公司主要产品的收入及销售数量情况如下：

单位：万元

产品类型	项目	2025年1-6月	2024年度	2023年度	2022年度
空气炸锅/空气烤箱	销量（万台）	430.61	895.11	681.61	674.52
	销售额（万元）	98,519.74	181,344.72	137,672.58	132,619.91
	销售单价（元/台）	228.79	202.59	201.98	196.61
油炸锅	销量（万台）	47.79	120.36	120.11	115.75
	销售额（万元）	5,123.54	12,524.92	13,034.06	11,595.71
	销售单价（元/台）	107.21	104.07	108.52	100.18
咖啡机及其他	销量（万台）	29.75	21.57	26.14	37.32
	销售额（万元）	9,322.89	7,673.46	3,772.55	4,726.39
	销售单价（元/台）	313.37	355.75	144.32	126.64
环境电器	销量（万台）	8.04	19.38	-	-
	销售额（万元）	1,190.62	2,701.87	-	-
	销售单价（元/台）	148.01	139.42	-	-

如上表所示，报告期内公司营业收入的增长主要来源于空气炸锅/空气烤箱的销售数量增长，其中2024年度公司主营业务收入20.42亿元，较2023年度的15.45亿元增加4.98亿元，同比增长32.22%，主要系空气炸锅/空气烤箱的销售增加4.37亿元所致。2023年度和2024年度，空气炸锅/空气烤箱销售数量、销售单价和销售金额的具体情况如下：

年份	销售数量（万台）	营业收入（万元）	平均单价（元/台）
2023年度	681.61	137,672.58	201.98
2024年度	895.11	181,344.72	202.59

如上表所示，2024年度和2023年度的空气炸锅/空气烤箱营业收入增长主要系销量增长所致，产品平均单价不存在较大差异。

2023年度和2024年度，空气炸锅/空气烤箱的主要客户收入情况如下：

单位：万元

公司	2024年度营业收入	2023年度营业收入	同比变动金额
Versuni/飞利浦	90,639.85	62,898.41	27,741.43
晨北科技	15,756.37	4,659.18	11,097.20
Chefman	8,571.30	1,181.11	7,390.19

公司	2024年度营业收入	2023年度营业收入	同比变动金额
ASDA STORESL IMITED	7,244.97	10,886.13	-3,641.16
NEWELL集团	6,459.54	3,574.95	2,884.59
合计	128,672.03	83,199.79	45,472.24

如上表所示，2024年度空气炸锅/空气烤箱营业收入同比增加4.37亿元，主要Versuni和晨北科技销售同比增加所致。其中，Versuni向公司新增采购空气炸锅/空气烤箱双锅系列产品，产品类型有所拓展所致，销售数量增长导致收入增长；公司向晨北科技销售收入增长的主要原因系2020年合作以来获取更多份额使得销售数量增长显著、销售的产品升级迭代使得售价有所增长所致。

综上所述，报告期内公司营业收入呈现增长态势，主要系空气炸锅/空气烤箱产品向Versuni和晨北科技的销售品类扩展、获取更多份额及产品升级迭代所致，具备合理性。

(2) 净利润波动的原因及合理性

报告期内，公司净利润、收入及主要成本费用的具体情况如下：

单位：万元

项目	2025年1-6月		2024年度		2023年度		2022年度
	金额	变动	金额	变动	金额	变动	金额
营业收入	115,743.68	-	205,868.81	32.01%	155,951.77	4.02%	149,920.70
营业成本	99,127.87	-	173,865.17	41.50%	122,872.67	1.87%	120,612.18
毛利率	14.36%	-	15.55%	-5.67%	21.21%	1.66%	19.55%
期间费用	10,208.17	-	13,487.25	2.60%	13,145.26	8.46%	12,119.38
归属于母公司的净利润	5,371.22	-	13,955.69	30.84%	20,178.15	13.34%	17,803.08

如上表所示，报告期内公司净利润分别为17,803.08万元、20,178.15万元、13,955.69万元和5,371.22万元。其中，2024年度营业收入同比增长32.01%但净利润同比下降30.84%，主要系毛利率下降导致毛利减少、电商平台推广费用增加导致销售费用同比增加、成立多家子公司导致管理费用中的人员薪酬增加、应收账款账面余额增加导致信用减值损失增加所致。具体情况如下：

项目	2024年度	2023年度	同比变动
营业收入	205,868.81	155,951.77	49,917.03
营业成本	173,865.17	122,872.67	50,992.50

项目	2024 年度	2023 年度	同比变动
毛利	32,003.64	33,079.10	-1,075.46
销售费用	2,999.48	1,726.70	1,272.78
其中：电商平台推广服务费	1,279.62	239.20	1,040.42
管理费用	6,430.74	4,928.23	1,502.51
其中：管理人员薪酬	3,658.41	2,133.10	1,525.31
信用减值损失	-1,724.80	515.13	-2,239.93
净利润	13,955.69	20,178.15	-6,222.46

综上所述，公司2024年度净利润下降的主要原因系毛利率下降导致毛利减少、电商平台推广费用增加导致销售费用同比增加、成立多家子公司导致管理费用中的人员薪酬增加、应收账款账面余额增加导致信用减值损失增加所致。报告期内公司净利润波动具备合理性。

(3) 毛利率波动的原因及合理性

报告期内，公司主营业务分产品毛利率的具体情况如下：

项目	2025年1-6月		2024年度		2023年度		2022年度	
	占主营业务收入比重	毛利率	占主营业务收入比重	毛利率	占主营业务收入比重	毛利率	占主营业务收入比重	毛利率
空气炸锅/空气烤箱	86.30%	12.60%	88.79%	15.04%	89.12%	20.95%	89.04%	19.88%
油炸锅	4.49%	16.88%	6.13%	17.61%	8.44%	19.53%	7.79%	16.72%
咖啡机及其他	8.17%	31.58%	3.76%	22.36%	2.44%	20.18%	3.17%	14.94%
环境电器	1.04%	10.15%	1.32%	10.03%	-	-	-	-
合计	100.00%	14.32%	100.00%	15.41%	100.00%	20.81%	100.00%	19.48%

报告期内，公司空气烤箱、空气炸锅毛利率分别为19.88%、20.95%、15.04%和14.36%。公司2023年度毛利率较2022年度上升1.07个百分点，变动较小。2024年以来公司毛利率下降主要系个别大客户毛利率较低所致，其根本原因系在面对市场竞争，公司采用“以价换量”策略，抢占市场份额。

5、公司业绩变动趋势与同行业可比公司是否存在较大差异

2022-2024年，公司与同行业可比公司的业绩变动情况如下：

单位：万元

公司简称	主要产品	业务模式	指标	2024年度		2023年度		2022年度
				金额	变动	金额	变动	金额
新宝股份 (002705.SZ)	电热水壶、电热咖啡机、面包机、空气炸锅、电烤箱等厨房电器，电熨斗、挂烫机等家具电器，其他产品	ODM/OEM 模式收入占比80%左右，其余为自主品牌	营业收入	1,682,104.95	14.84%	1,464,675.27	6.94%	1,369,633.53
			毛利率	20.91%	-1.83%	22.74%	1.62%	21.12%
			净利润	105,283.88	7.75%	97,714.03	1.64%	96,139.20
德昌股份 (605555.SH)	吸尘器、小家电、汽车电机等	ODM/OEM 模式为主	营业收入	409,493.45	47.56%	277,512.64	43.19%	193,803.01
			毛利率	17.36%	-1.75%	19.11%	1.32%	17.79%
			净利润	41,082.60	27.51%	32,218.09	7.92%	29,854.89
富佳股份 (603219.SH)	吸尘器等清洁小家电，储能业务，机器人业务	ODM/OEM 模式为主	营业收入	270,200.91	0.34%	269,297.52	-1.87%	274,440.60
			毛利率	15.93%	-4.28%	20.21%	0.10%	20.11%
			净利润	18,128.01	-30.59%	26,119.05	24.73%	34,699.58
北鼎股份 (300824.SZ)	养生壶、饮水机、空气炸锅等	自主品牌收入占比80%左右，其余为ODM/OEM	营业收入	75,362.21	13.28%	66,528.38	17.33%	80,474.31
			毛利率	46.90%	-3.85%	50.75%	2.01%	48.74%
			净利润	6,950.87	-2.59%	7,135.73	51.92%	4,697.02
利仁科技 (001259.SZ)	电饼铛、空气炸锅、多功能锅等	自主品牌为主	营业收入	38,140.25	-11.09%	42,898.09	34.69%	65,686.22
			毛利率	25.47%	-0.37%	25.84%	-5.11%	30.95%
			净利润	1,083.22	-48.67%	2,110.42	59.03%	5,151.59
行业平均	-	-	营业收入	-	12.99%	-	-0.75%	-
			毛利率	25.31%	-2.42%	27.73%	-0.01%	27.74%
			净利润	-	-9.32%	-	-4.46%	-
剔除北鼎股份、利仁科技的平均	-	-	营业收入	-	20.91%	-	16.09%	-
			毛利率	18.07%	-2.62%	20.69%	1.01%	19.67%
			净利润	-	1.56%	-	-5.06%	-
公司	空气炸锅/空气烤箱、环境电器等	ODM/OEM 模式为主	营业收入	205,868.81	32.01%	155,951.77	4.02%	149,920.70
			毛利率	15.55%	-5.67%	21.21%	1.66%	19.55%
			净利润	13,955.69	-30.84%	20,178.15	13.34%	17,803.08

如上表所示，2023年、2024年公司营业收入较上年度变动率分别为4.02%、32.01%，同行业可比公司（剔除以自主品牌为主的北鼎股份、利仁科技，下同）营业收入较上年度变动率分别为16.09%、20.91%，公司与同行业可比公司均呈现增长态势。其中，2023年同行业可比公司营业收入增幅较大，主要系德昌股份收入增幅较大，拉高了行业平均值所致；剔除德昌股份的影响，行业可比公司的平均增幅为2.54%，与公司变动基本一致。

2023年、2024年公司净利润较上年度变动率分别为13.34%和-30.84%，同行业可比公司净利润较上年度变动率分别为-5.06%和1.56%，其中2023年度同行业可比公司净利润同比变动为负数，主要系富佳股份影响所致，剔除富佳股份的影响，同行业可比公司的平均变动为4.78%，与公司变动较为一致；2024年度公司净利润同比变动下降显著，与同行业可比公司同比增长1.56%的情形存在一定差异，主要系公司毛利率下降导致毛利减少、电商平台推广费用增加导致销售费用同比增加、成立多家子公司导致管理费用中的人员薪酬增加、应收账款账面余额增加导致信用减值损失增加所致。

报告期内，公司与同行业可比公司的毛利率变化情况如下：

公司代码	公司名称	客户集中度	2025年 1-6月	2024年度	2023年度	2022年度
002705.SZ	新宝股份	2024年前五大客户收入占比24.49%	22.08%	20.91%	22.74%	21.12%
605555.SH	德昌股份	2024年前五大客户收入占比94.74%	14.02%	17.36%	19.11%	17.79%
603219.SH	富佳股份	2024年前五大客户收入占比93.47%，第一大客户收入占比78.45%	15.03%	15.93%	20.21%	20.11%
300824.SZ	北鼎股份	2024年前五大客户收入占比32.89%	49.71%	46.90%	50.75%	48.74%
001259.SZ	利仁科技	2024年前五大客户收入占比37.78%	26.17%	25.47%	25.84%	30.95%
	平均	-	25.40%	25.31%	27.73%	27.74%
	剔除北鼎股份、利仁科技的平均	-	17.04%	18.07%	20.69%	19.67%
	公司	2024年前五大客户收入占比64.01%，第一大客户收入占比47.23%	14.36%	15.55%	21.21%	19.55%

如上表所示，报告期内公司毛利率分别为19.55%、21.21%、15.55%和14.36%，同行业可比公司（剔除以自主品牌为主的北鼎股份、利仁科技，下同）平均毛利率分别为19.67%、20.69%、18.07%和17.04%，公司2022年度和2023年度平均毛利率与同行业可比公司平均值接近；2024年度和2025年1-6月公司毛利率变化趋势与同行业可比公司相同，均呈现下降的特征，但公司下降幅度更大，主要原因系：

(1) 可比公司新宝股份2024年度营业收入168.21亿元，规模较大且为小家电ODM/OEM类型的龙头企业，客户相对分散，虽受行业整体竞争加剧的影响2024年度和2025年1-6月毛利率同比有所下降，但其行业龙头地位及相对分散的客户使得其具备更大的客户选择空间，因此毛利率下降幅度较小。其中，新宝股份厨房电器业务板块报告期内的毛利率分别为21.72%、24.25%、21.82%和22.83%，2024年度同比下降2.43个百分点，2025年1-6月同比下降0.16个百分点；(2) 可比公司德昌股份业务包括吸尘器、小家电、汽车电机三大部分，其中小家电业务2022-2024年度的毛利率分别为17.89%、23.00%和17.80%，2024年度同比下降5.20个百分点；(3) 富佳股份的主营业务包括吸尘器等清洁小家电、储能业务和机器人业务三大板块，与公司以空气炸锅等为主的厨房小家电产品存在差异，其报告期内毛利率分别为20.11%、20.21%、15.93%和15.03%，2024年度毛利率同比下降4.28个百分点，2025年1-6月毛利率同比下降4.72个百分点，同样呈现较大下降幅度；(4) 公司2024年度毛利率同比下降5.66个百分点，下降幅度与德昌股份小家电业务的5.20个百分点、富佳股份4.28个百分点较为接近；2025年1-6月毛利率同比下降2.48个百分点，略低于富佳股份。

综上所述，报告期内公司业绩变动趋势与同行业可比公司变动趋势不存在重大差异。

6、相关风险提示是否充分

公司已于募集说明书“重大事项提示”之“二、重大风险因素”之“(四) 业绩波动的风险”和“第五节 本次发行相关的风险因素”之“二、财务风险”之“(一) 业绩波动的风险”中披露“报告期内，公司营业收入分别为149,920.70万元、155,951.77万元、205,868.81万元和115,743.68万元，归属于母公司股东的净利润分别为17,803.08万元、20,178.15万元、13,955.69万元和5,371.22万元。由于公司业绩受空气炸锅、空气烤箱及咖啡机等产品的市场需求、市场竞争以及主要原材料价格和各项成本等因素直接影响。未来若出现下游市场消费需求放缓、国际形势急剧变化、行业竞争日益激烈等导致产品价格下降、主要原材料及人工成本上涨等挑战，则将会对公司经营产生不利影响，导致公司可能出现业绩波动甚至亏损的风险。”

(二) 结合公司产品竞争优势、下游客户调价原因、最终产品售价对公司产品价格的影响情况、各销售渠道销售情况及价格差异等，说明公司空气炸锅、空气烤箱、

环境电器产品的毛利率是否将持续下降，以及公司采取的应对措施和预计效果，咖啡机等产品毛利率波动较大的原因及合理性

1、公司产品竞争优势

公司相比于行业竞争对手而言的核心竞争优势包括：基于全球诸多知名品牌客户的客户资源、持续创新的技术优势和供应链优势。

面对大客户，公司产品和服务的优势主要体现在：第一、持续产品创新优势，诸如公司空气炸锅独特的塑料涡流式离心风叶冷却系统，有效解决腔内冷凝水失控问题的蒸汽空气炸锅，双背吹风热风道的上下双锅空气炸锅等，公司具备协助大客户开发创新性产品的能力。第二、规模化、自动化生产能力，公司行业领先的自动化生产设备，保障客户供应链稳定（个别大客户要求专线）和交付及时，随着公司海外生产基地的陆续投产，具备全球供货能力；第三、高标准品控和绿色制造能力，完备的全球认证体系和绿色制造理念，满足客户关于小家电产品安全可靠的性能要求及ESG要求。

竞争劣势方面，公司以ODM/OEM模式为主的业务模式，使得公司相关产品的技术储备在被客户选择之后方可形成收入的状态。

2、下游客户调价原因、最终产品售价对公司产品价格的影响

报告期内，公司主要采取成本加成并参考市场价格的方式进行产品报价，与主要客户的合同签订方式基本可分为“框架合同+具体订单”或“具体订单”两类。定价方式中，初次定价方式包括“客户要求供应商报价并多家竞价中标”和“公司直接提供初始报价并协商确定”两类；后续价格变动则不同客户区别较大，如部分客户根据具体型号的产品签约时即约定年度降价，并根据市场环境不定期重新议价；部分客户会定期统一重新议价；部分客户则主要根据市场情况或物料变化不定期重新议价。

报告期内，公司部分客户的平均销售单价有所下降，主要系产品物料变化导致重新议价、客户基于终端市场竞争情况要求降价等所致。小家电产品属于准快速消费品，品类丰富、使用频繁且更新周期较短。随着消费个性化、智能化的趋势，小家电细分品类持续丰富，优质细分市场呈现增长态势。但与此同时，小家电市场整体属于充分竞争市场，行业加速洗牌，2024年以来小家电企业平均毛利率同比下降。公司将通过高附加值新品开发、工艺优化等方式来抵消上述调价影响，且随着行业洗牌完成，头

部企业更有机会获得盈利恢复。但是如未来市场竞争进一步加剧，公司相关产品的最终产品售价下降，公司产品价格将存在下降可能性。

3、各销售渠道销售情况及价格差异

报告期内，公司主要销售渠道可分为线上渠道和线下渠道。其中，线上渠道以通过淘宝、京东等电商品牌的自主品牌销售为主，线下渠道以ODM/OEM模式为主，不同渠道的销售情况如下：

项目	2025年1-6月		2024年度		2023年度		2022年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
线下渠道销售	109,857.10	96.23%	202,157.68	98.98%	154,199.42	99.82%	148,259.34	99.54%
线上渠道销售	4,299.70	3.77%	2,087.29	1.02%	279.77	0.18%	682.66	0.46%
合计	114,156.80	100.00%	204,244.97	100.00%	154,479.19	100.00%	148,942.00	100.00%

如上表所示，报告期内公司主要销售渠道为线下销售渠道，收入占比在96%以上。

报告期内，公司不同渠道销售的产品类型存在较大差异，线下渠道主要以ODM/OEM的空气炸锅/空气烤箱等产品为主，线上渠道则以咖啡机等产品为主。以咖啡机产品为例，线上渠道和线下渠道销售的产品价格如下：

单位：万元；元/台

项目	2025年1-6月		2024年度		2023年度		2022年度	
	收入	单价	收入	单价	收入	单价	收入	单价
线下渠道销售	2,698.16	226.89	1,419.67	485.82	94.90	450.43	-	-
线上渠道销售	2,825.06	1,498.47	1,422.32	1,444.86	-	-	-	-
合计	5,523.22	400.89	2,841.99	727.48	94.90	450.43	-	-

如上表所示，报告期内公司不同销售渠道的产品类型和产品售价存在较大差异，主要系线上销售以自主品牌为主，具有品牌溢价，而线下渠道销售以ODM/OEM等模式为主所致。其中，2025年1-6月公司线下渠道销售的咖啡机平均单价同比下降较为显著，主要系小型咖啡机产品销售占比提升所致。

4、公司空气炸锅、空气烤箱、环境电器产品的毛利率是否将持续下降

如上所述，报告期内，公司毛利率下滑，主要与大客户降价（基于市场环境、物料调整的重新议价）、公司“以价换量”的市场策略等多重因素有关。公司已采取加推高附加值新品、客户多元化、降本等多种方式降低上述毛利率下降影响。2026年第

二季度，公司毛利率回升至15.76%，相比一季度的12.70%，回升2.94个百分点，恢复至2024年度水平。

但如未来市场竞争进一步加剧，公司空气炸锅、空气烤箱、环境电器等产品的毛利率还是存在进一步下降的可能性。

5、公司采取的应对措施和预计效果

为了应对毛利率下滑风险，公司积极加强与主要客户的沟通，以稳定产品售价；开拓毛利率相对较高的客户，避免收入过于集中导致整体毛利率受部分客户影响较大的情形。同时，公司不断加强附加值相对较高的新品开拓；加快推进中意产业园智能厨房家电建设项目，通过自动化及智能化升级，以更高的生产效率及更强的规模效应降低产品单位成本，增强市场竞争力。2025年1-6月，公司毛利率已从2025年1-3月的12.70%回升至14.36%，二季度单季度毛利率已恢复至15.76%，公司采取的应对措施已逐步展现成效。

6、咖啡机等产品毛利率波动较大的原因及合理性

报告期内公司分类为咖啡机及其他的具体产品构成如下：

单位：万元

项目	2025年1-6月			2024年度			2023年度			2022年度		
	收入	成本	毛利率	收入	成本	毛利率	收入	成本	毛利率	收入	成本	毛利率
咖啡机及其他	9,322.89	6,378.85	31.58%	7,673.46	5,957.91	22.36%	3,772.55	3,011.09	20.18%	4,726.39	3,870.54	18.11%
其中：咖啡机	5,523.22	4,189.35	24.15%	2,841.99	2,819.68	0.79%	-	-	-	-	-	-

如上表所示，2024年度和2025年1-6月咖啡机的毛利率分别为0.79%和24.15%，主要系2024年咖啡机业务规模较小，基于规模效应，2025年上半年毛利率回升；同时公司通过优化产品结构、部件及工艺布局等方式降低成本。2024年度和2025年1-6月，咖啡机不同销售渠道收入及毛利率情况如下：

单位：万元

项目	2025年1-6月			2024年度		
	收入	占比	毛利率	收入	占比	毛利率
电商	2,825.06	51.15%	61.30%	1,422.70	50.06%	41.19%
非电商	2,698.16	48.85%	-14.75%	1,419.29	49.94%	-39.71%

剔除电商销售部分的咖啡机后，2024年度和2025年1-6月咖啡机的毛利率分别为-39.71%和-14.75%。剔除电商销售部分的咖啡机毛利率为负数，主要原因系

公司咖啡机产品目前产量较低，使用材料价格偏高，使得产品整体毛利偏低。当前，公司已取得小米、SharkNinja等大客户的咖啡机订单，随着产品产量大幅度增加，规模效应及材料结构优化，非电商咖啡机毛利率水平预期将快速回升。

(三) 报告期内公司主要客户销售规模变化的原因及背景，相关合作是否稳定及具体依据，公司关于大客户依赖性的风险提示是否充分；

报告期内，公司主要客户营业收入及变化情况如下：

单位：万元

序号	客户名称	合作起始年份	主要产品	营业收入（万元）			
				2025年1-6月	2024年度	2023年度	2022年度
1	Versuni	2020年	空气炸锅/空气烤箱	46,337.65	92,207.58	63,244.02	53,463.89
2	晨北科技	2020年	空气炸锅/空气烤箱	22,750.04	15,775.78	4,662.27	892.94
3	Chefman	2023年	空气炸锅/空气烤箱	5,877.81	8,571.30	1,181.11	-
4	DE' LONGHI APPLIANCE s.r.l.	2019年	空气炸锅/空气烤箱	5,656.08	3,770.70	1,818.91	1,297.37
5	Groupe SEB	2020年	空气炸锅/空气烤箱	4,206.77	4,947.34	6,286.47	15,004.51
合计				84,828.35	125,272.70	77,192.78	70,658.71
占比				73.29%	60.85%	49.50%	47.13%

如上表所示，报告期内公司向Versuni、晨北科技、Chefman及DE' LONGHI APPLIANCE s.r.l.的营业收入呈现快速增长态势，主要系产品品类拓展及依托产品质量及客户服务能力获取更多客户份额所致。如Versuni向公司新增采购空气炸锅/空气烤箱双锅系列产品使得产品类型有所拓展，以及2020年与晨北科技合作以来，因公司产品品质更优且供货稳定获取更多份额。其中，公司向Groupe SEB收入于2023年和2024年同比下降较大，主要系2022年之后苏泊尔（Groupe SEB子公司）推出的爆款产品销量骤减，导致其向公司的采购同样减少所致；随着2024年下半年开始合作的新款增加，2025年1-6月公司对Groupe SEB的收入有所回升。

根据小家电行业惯例，全球性品牌客户对于产品安全性、质量稳定性、ESG能耗等要求高，进入全球大客户供应链体系需要较长（一年以上）的验证周期（公司历史上进入Versuni供应链经历2年验证），从而形成了较高的客户壁垒。同时，每一款新产品开发一般需要6-8个月开发周期，公司及客户共同参与开发和验证过程，鉴于前期投入较大，批量供货以后，客户一般不会更换供应商。

公司的主要客户均为全球知名小家电品牌商，合作年限较长，随着公司的产品创新能力、精细化生产管理能力和快速响应能力不断被客户认可，全球化供货能力加速实现，公司的竞争优势将持续加强，与上述大客户的合作稳定具有合理性。

关于大客户依赖性的风险提示，公司已于《募集说明书》“重大事项提示”之“二、重大风险因素”之“（二）客户集中的风险”和“第五节 本次发行相关的风险因素”之“一、经营风险”之“（四）客户集中的风险”中披露如下内容：“报告期内，公司前五大客户的销售金额合计占营业收入比例均在60%以上，第一大客户的收入占比在报告期内由35%增长至45%以上，客户集中度相对较高。虽然公司已与下游主要客户建立了较为稳定的业务合作关系，但若公司主要客户的经营状况变化或公司与主要客户的合作关系发生变化等，将可能导致公司业绩下降及回款减缓等不利影响。”

（四）结合公司业务规划、海外销售的具体区域、对应产品或业务分布情况等，说明近期国际贸易政策和税收制度变动对公司业务的具体影响，是否影响已取得或预计取得的海外订单，以及公司应对措施，相关风险提示是否充分

1、公司业务规划

未来，公司的主要业务规划为包括：（1）立足高品质小家电领域，结合市场调研、持续挖掘存量客户的新增量，加快项目孵化落地；在保持存量客户稳定增速的同时，通过德国柏林展、美国芝加哥展、广交会等各大展会，持续开拓新客户，不断拓宽区域市场和客户梯队；（2）积极开拓新品类，打造多元化产品矩阵。把握消费趋势和机遇，积极布局咖啡机、制冰机、环境电器等潜力赛道，满足客户与市场的多元化需求；

（3）推进海内外产能建设，打开增量空间。积极推进中意产业园智能厨房家电建设项目等境内产能建设，提高自动化和信息化程度，通过构建高效、节能、绿色、环保、舒适的智能工厂，推动效率提升，有效降低成本；与此同时，加快泰国年产700万台厨房家电工厂项目等海外产能建设，构建多元化海外产能网络，深化全球化战略，系统性提升应对国际贸易政策风险能力；（4）发力自主品牌建设，加快多品牌战略布局。着力开展自主品牌建设，加快咖啡机新品牌等多品牌战略布局，坚持“无言陪伴、安心质选”的品牌价值核心，在自主品牌产品领域创造新增量。

2、海外销售的具体区域

报告期内，公司各期外销收入按国家、地区分类的情况如下：

单位：万元

国家	2025年1-6月		2024年度		2023年度		2022年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
荷兰	14,635.96	12.82%	29,320.05	14.36%	17,332.56	11.22%	14,006.68	9.40%
美国	8,838.37	7.74%	28,431.84	13.92%	16,014.29	10.37%	17,612.44	11.83%
法国	9,740.32	8.53%	20,901.31	10.23%	10,113.77	6.55%	6,575.19	4.41%
英国	4,595.54	4.03%	18,747.93	9.18%	25,806.66	16.71%	24,145.51	16.21%
德国	8,180.84	7.17%	9,680.17	4.74%	4,353.14	2.82%	6,379.99	4.28%
阿联酋	4,741.10	4.15%	7,470.26	3.66%	10,851.28	7.02%	7,984.41	5.36%
匈牙利	7,647.39	6.70%	7,449.77	3.65%	3,616.12	2.34%	1,909.43	1.28%
巴西	2,811.47	2.46%	5,758.25	2.82%	3,843.70	2.49%	3,380.78	2.27%
西班牙	1,963.22	1.72%	4,311.41	2.11%	6,398.26	4.14%	2,752.59	1.85%
意大利	3,900.76	3.42%	2,934.75	1.44%	2,023.97	1.31%	1,872.56	1.26%
其他国家/地区	47,101.83	41.26%	69,239.24	33.90%	54,125.46	35.04%	62,322.42	41.84%
合计	114,156.80	100.00%	204,244.97	100.00%	154,479.20	100.00%	148,942.01	100.00%

如上表所示，报告期内公司外销收入相对分散，销售国家/地区占比在5%以上的系荷兰、美国、法国、英国、德国、匈牙利、阿联酋。其中，报告期内向受国际贸易政策和税收制度影响较大的美国地区的销售金额占外销金额比例分别为11.83%、10.37%、13.92%和7.74%，占外销金额的比例在15%以下。

3、对应产品或业务分布情况

报告期内，公司以ODM/OEM业务模式为主，以空气炸锅/空气烤箱、油炸锅等小家电产品为主要产品，其中空气炸锅/空气烤箱、油炸锅等产品的收入占比在90%以上，面向全球销售，不存在显著的地域集中性。

未来，公司预期主要新增产品为咖啡机、环境电器、奶泡机、智能扫地机器人、桌面饮水机等，相关产品的主要业务模式预期仍将以ODM/OEM模式为主，通过SharkNinja、Versuni、晨北科技等业内知名客户面向全球销售，同时公司正在积极推动咖啡机、桌面饮水机等产品的自主品牌销售，预期不存在显著的地域集中性。

鉴于国际贸易政策及税收制度等变动导致近年来国际贸易存在较大的不确定性，为降低相关事项的影响程度，公司已积极推进泰国年产700万台厨房家电工厂项目及卓利达（泰国）有限公司合作项目，加快海外产能布局。

4、近期国际贸易政策和税收制度变动对公司业务的具体情况，是否影响已取得或预计取得的海外订单

2025年2月起至今，美国总统特朗普签署多项行政命令调整美国对外贸易政策，其核心是对美国进口产品加征关税。以发布时间先后顺序排列，2025年2月起至今美国进口产品加征关税措施的部分政策如下：

序号	发布时间	政策概要
1	2025-2-4	美国对中国进口商品加征10%关税；加征之后，公司主要产品空气炸锅/空气烤箱的关税税率为35%
2	2025-3-4	美国将中国输美商品的额外关税由10%上调至20%，加征之后，公司主要产品空气炸锅/空气烤箱的关税税率为45%
3	2025-4-5	美国对全球180多国实施“对等关税”，对中国商品加征34%“对等关税”，对华加征关税税率提升至54%。加征之后，公司主要产品空气炸锅/空气烤箱的关税税率为79%
4	2025-4-9	美国进一步提高对中国“对等关税”50%至84%。加征之后，公司主要产品空气炸锅/空气烤箱从国内向美国销售的关税税率为129% 美国对泰国等贸易逆差较大的经济体加征更高关税，公司从泰国向美国销售空气炸锅/空气烤箱的关税税率为36%
5	2025-4-12	美国进一步提高对中国“对等关税”至125%，对中国关税普遍提升至145%，公司主要产品空气炸锅/空气烤箱从国内向美国销售的关税税率为170%
6	2025-5-12	中美在日内瓦关于贸易问题达成阶段性协议，从5月14日起将对等关税及报复性关税税率大幅下调至34%，并在90天内暂按10%税率执行。调整之后，公司主要产品空气炸锅/空气烤箱从国内向美国销售的关税税率为55%
7	2025-8-1	美国政府宣布对泰国商品的关税税率调整为19%。调整之后，公司从泰国向美国销售空气炸锅/空气烤箱的关税税率为19%
8	2025-8-12	中美确认继续执行关税缓和措施，从8月12日起再次对中国暂停对等关税90天，此次延期将暂停期延长至2025年11月10日；即，美国对华关税保留10%的基础关税。调整之后，公司主要产品空气炸锅/空气烤箱的关税税率为55%

如上表所示，截至目前，公司从中国国内向美国出口的空气炸锅/空气烤箱关税税率为55%，对从泰国向美国销售的关税税率为19%。2025年以来，上述政策变化导致公司部分订单短期内延期出货，但在1-2个月内已恢复出货，目前出货正常，未发生大额订单取消导致损失的情形。随着公司泰国工厂的产能释放，公司在承接美国订单方面将增加竞争优势。

如上所述，报告期内公司向受国际贸易政策和税收制度影响较大的美国地区的销售金额占外销金额比例分别为11.83%、10.37%、13.92%和7.74%，占外销金额的比例在15%以下，影响相对较小。同时，公司已加快推进泰国年产700万台厨房家电工厂项目及卓利达（泰国）有限公司合作项目，以避免国际贸易政策和税收制度变动对公司业务的不利影响。

5、公司应对措施

如上所述，报告期内公司向受国际贸易政策和税收制度影响较大的美国地区的销售金额占外销金额比例在15%以下，影响程度相对较小。为降低相关事项的影响程度，公司已积极推进泰国年产700万台厨房家电工厂项目及卓利达（泰国）有限公司合作项目，加快海外产能布局。

6、相关风险提示

公司已于募集说明书“重大事项提示”之“二、重大风险因素”之“（三）国际政治格局变化的风险”和“第五节 本次发行相关的风险因素”之“一、经营风险”之“（五）国际政治格局变化的风险”中披露“近年来，国际贸易摩擦给全球商业环境带来了不确定性，部分国家通过加征关税、技术禁令等方式，对国际贸易的正常发展造成了一定阻碍。同时，地缘政治风险加大，局部冲突时有发生，全球经济发展面临着诸多不确定因素。报告期内，公司境外收入金额占比分别为84.30%、92.77%、92.25%和79.25%，其中美国地区收入占比在10%-15%左右。虽然目前国际政治形势尚未对公司的正常经营造成较大影响，但国际政治形势发展趋势存在其复杂性，未来如果出现重大变化，可能对公司下游市场需求等造成不利影响，进而导致公司出现业绩波动风险。”

（五）报告期内公司报关数据、出口退税金额、信保数据等与公司外销业务规模是否匹配

1、公司报关数据与公司外销业务规模的匹配性

报告期内，公司各期报关数据与公司外销收入的匹配如下：

单位：万元

项目	2025年1-6月	2024年度	2023年度	2022年度
公司外销收入①	91,323.34	189,904.33	143,307.11	125,561.67
海关报关金额②	91,700.29	190,918.47	142,539.34	126,479.71
差异③=②-①	376.95	1,014.14	-767.76	918.03
差异率④=③/①	0.41%	0.53%	-0.54%	0.73%

报告期内，公司各期外销收入与海关报关数据差异率分别为0.73%、-0.54%、0.53%和0.41%，整体较为匹配，产生差异的原因主要为：①报关金额按照人民币中间汇率折算产生的汇兑差异；②收入确认时点与海关出口统计数据存在时间性差异。

2、公司出口退税金额与公司外销业务规模的匹配性

公司外销收入与免抵退申报表中免抵退出口销售额在统计口径方面存在一定差异，主要包括：（1）根据国家税务总局关于发布《出口货物劳务增值税和消费税管理办法》相关规定，企业应在货物报关出口之日次月起至次年4月30日前的各增值税纳税申报期内收齐有关凭证，向主管税务机关申报办理出口货物增值税免抵退税及消费税退税。公司申请退税时间与外销收入确认时间会存在一定的时间差；（2）公司免抵退申报表中免抵退出口销售额包含公司发货至海外仓库的报关数据，与公司境外销售收入数据存在统计口径差异；（3）公司少量境外销售收入不满足出口退税标准，相关外销收入未计入申请免退税收入金额。

报告期内，公司各期增值税出口退税数据与外销收入的匹配如下：

单位：万元

项目	2025年1-6月	2024年度	2023年度	2022年度
免抵退申报表免抵退出口销售额①	92,398.28	174,763.62	145,755.08	124,470.83
本期申报上期金额②	51,845.16	35,690.31	38,906.05	36,897.17
下期申报本期金额③	47,398.21	51,845.16	35,690.31	38,906.05
内部调仓金额④	3,748.96	-	-	-
调整后出口退税数据⑤=①-②+③+④	91,700.29	190,918.47	142,539.34	126,479.71
公司外销收入⑥	91,323.34	189,904.33	143,307.11	125,561.67
不满足退税条件的外销收入⑦	43.04	0.50	26.88	0.24
调整后外销收入⑧=⑥-⑦	91,280.30	189,903.82	143,280.23	125,561.43
差异⑨=⑧-⑤	-419.99	-1,014.64	740.88	-918.28
差异率⑩=⑨/⑥	-0.46%	-0.53%	0.52%	-0.73%

报告期内，经调整后的公司各期外销收入与增值税出口退税数据的差异率分别是-0.73%、0.52%、-0.53%和-0.46%，差异率较小，整体较为匹配。

3、公司信保数据与公司外销业务规模的匹配性

报告期内，公司各期中信保数据与外销收入的匹配如下：

单位：万元

项目	2025年1-6月	2024年度	2023年度	2022年度
公司外销收入①	91,323.34	189,904.33	143,307.11	125,561.67

项目	2025年1-6月	2024年度	2023年度	2022年度
企业申报中信保金额②	76,684.93	151,357.85	123,615.85	109,457.86
投保覆盖率③=②/①	83.97%	79.70%	86.26%	87.17%

报告期内，经调整后的公司各期中信保的投保率分别为87.17%、86.26%、79.70%和83.97%，总体而言，公司投保金额占境外销售收入的比例较高，投保覆盖率充足，出口信用保险数据与境外销售收入具有匹配性。

（六）保荐机构及申报会计师核查程序及核查意见

1、核查程序

保荐机构及申报会计师履行了如下核查程序：

（1）查阅小家电行业研究报告，了解小家电行业发展趋势及供需情况；访谈发行人主要管理人员、查阅发行人定期报告和收入成本明细表并查阅同行业可比公司定期报告，了解发行人收入、净利润、毛利率波动的原因及合理性，发行人业绩变动趋势与同行业可比公司的比较情况；

（2）访谈发行人主要管理人员并查阅发行人收入成本明细表，了解发行人产品竞争优势、下游客户调价情况、最终产品售价对发行人产品价格的影响情况、不同销售渠道的销售及价格情况，分析发行人主要产品毛利率的未来变化情况，了解发行人采取的应对措施和预计效果，咖啡机毛利率波动的原因及合理性；

（3）查阅发行人审计报告及定期报告等公开信息并访谈发行人主要管理人员，了解报告期内发行人主要客户销售规模变化的原因及背景，相关客户合作的稳定情况；

（4）访谈发行人主要管理人员并查阅发行人收入成本明细表，了解发行人业务规划、海外销售区域、对应产品或业务分布、国际贸易政策和税收制度变动对发行人业务的影响情况，以及发行人采取的应对措施；

（5）查阅发行人海关出口数据、出口退税数据、信保数据，分析相关数据与发行人外销业务规模的匹配性。

2、核查意见

经核查，保荐机构及申报会计师认为：

(1) 小家电行业属于家电行业中具有长期成长性的子品类，随着居民收入水平的提升，消费者对提升生活品质的需求增加，产品的更新频率及品类的迭代速度也相对加快，消费者对智能小家电产品亦提出了新的需求；报告期内公司以ODM/OEM业务模式为主，主要产品销售价格未发生大幅波动；收入增长主要来源于Versuni等客户的销量增长；成本费用的变动具有合理性；净利润变动具有合理性，其中2024年度同比下降幅度较大主要系毛利率下降、电商平台推广费用增加导致销售费用同比增加、成立多家子公司导致管理费用中的人员薪酬增加、应收账款账面余额增加导致信用减值损失增加所致；毛利率波动主要系个别大客户毛利率较低所致，其根本原因系厨房小家电市场竞争加剧以及公司采取“以价换量”的市场策略，具有合理性；公司业绩变动趋势与同行业可比公司不存在重大差异；公司已充分披露相关风险。

(2) 公司相比于行业竞争对手而言的核心竞争优势包括基于全球诸多知名品牌客户的客户资源、持续创新的技术优势和供应链优势。下游客户调价主要系小家电市场整体竞争加剧所致，最终产品售价将通过公司与主要客户的价格调整机制传导至公司产品价格；公司不同销售渠道的销售价格存在差异，线上销售渠道的售价高于线下渠道，主要系线上销售以自主品牌产品为主，具有品牌溢价；如未来市场竞争进一步加剧，公司空气炸锅、空气烤箱、环境电器等产品的毛利率将存在进一步下降的可能性；为了应对毛利率下滑风险，公司积极加强与主要客户的沟通，以稳定产品售价；开拓毛利率相对较高的客户，避免收入过于集中导致整体毛利率受部分客户影响较大的情形。同时，公司不断加强附加值相对较高的新品开拓；加快推进中意产业园智能厨房家电建设项目，通过自动化及智能化升级，以更高的生产效率及更强的规模效应降低产品单位成本，增强市场竞争力。2025年1-6月，公司毛利率已从2025年1-3月的12.70%回升至14.36%，公司采取的应对措施已逐步展现成效；公司咖啡机等产品毛利率波动较大主要系规模效应及优化产品结构、部件及工艺布局等方式降低成本，具有合理性。

(3) 报告期内发行人主要客户销售规模变化的主要原因系发行人的精细化的生产管理能力和客户需求的快速响应能力不断被市场认可，使得发行人向主要客户的产品品类有所拓展及获取更多份额；公司的主要客户均为全球知名小家电品牌商，合作年限较长，随着公司的产品创新能力、精细化生产管理能力和快速响应能力不断被

客户认可，全球化供货能力加速实现，公司的竞争优势将逐步加强，与上述大客户的合作稳定具有合理性。发行人已充分披露关于大客户依赖性的风险。

(4) 公司未来将在客户开拓、品类拓展、智能制造及自主品牌等领域持续发力，打开新的增量空间，推动提效降本，增强核心竞争力；公司海外销售的国家/地区较为分散，其中占比在5%以上的系荷兰、美国、法国、英国、德国、匈牙利、阿联酋。报告期内向受国际贸易政策和税收制度影响较大的美国地区的销售金额占外销金额比例在15%以下；公司海外销售的产品以空气炸锅/空气烤箱、油炸锅等小家电产品为主，其中空气炸锅/空气烤箱、油炸锅等产品的收入占比在90%以上，面向全球销售，不存在显著的地域集中性；鉴于国际贸易政策及税收制度等变动导致近年来国际贸易存在较大的不确定性，为降低相关事项的影响程度，公司已积极推进泰国年产700万台厨房家电工厂项目及卓利达（泰国）有限公司合作项目，加快海外产能布局；因此，国际贸易政策和税收制度变动对公司影响较为有限，未对公司已取得或预计取得的海外订单造成重大影响；公司已采取加快海外产能布局等应对措施，已充分提示相关风险。

(5) 报告期内公司报关数据、出口退税金额、信保数据与公司外销业务规模具备匹配性。

3.2根据申报材料，1) 报告期各期末，公司应收账款账面价值分别为42,371.91万元、30,198.97万元、63,314.94万元和69,608.14万元。2) 报告期各期末，公司固定资产账面价值分别为24,512.62万元、26,471.59万元、38,227.44万元和38,797.19万元；在建工程余额分别为0万元、6,757.12万元、47,742.76万元和53,822.44万元。3) 报告期各期末，公司预付账款分别为1,308.59万元、1,921.61万元、2,482.70万元、6,076.94万元，

请发行人说明：(1) 结合主要客户信用政策变化情况、境内外销售情况等，说明公司应收账款增长的原因，结合坏账准备计提政策、应收账款账龄、境内外客户期后回款情况、同行业可比公司计提情况等，说明公司坏账计提是否充分；(2) 报告期内公司在建工程及固定资产等长期资产余额大幅增长的原因及合理性；列示各报告期末在建工程主要项目、开始建设时间及建设周期、目前建设进度、预计转固时点，说明是否存在建设周期较长、未及时转固情形，在建工程减值准备计提的充分性；(3) 报告期内公司预付账款增长的原因及合理性，是否符合行业惯例，采购内容、规模与对应业务规模是否匹配，预付相关方情况，是否存在长期未收到货物情形。

请保荐机构及申报会计师对问题3.1、3.2进行核查并发表明确意见。

回复：

（一）结合主要客户信用政策变化情况、境内外销售情况等，说明公司应收账款增长的原因，结合坏账准备计提政策、应收账款账龄、境内外客户期后回款情况、同行业可比公司计提情况等，说明公司坏账计提是否充分

1、结合主要客户信用政策变化情况、境内外销售情况等，说明公司应收账款增长的原因

报告期内公司应收账款账面余额变动比例和营业收入变动具体情况如下：

单位：万元

项目	2025年1-6月	2024年度	2023年度	2022年度
应收账款账面余额	78,895.17	66,674.36	31,798.22	44,644.96
应收账款变动	12,220.81	34,876.14	-12,846.74	-
其中：境内应收账款	13,922.27	6,077.91	1,615.87	4,701.37
境内应收账款变动	7,844.36	4,462.04	-3,085.50	-
境外应收账款	64,972.90	60,596.45	30,182.35	39,943.60
境外应收账款变动	4,376.44	30,414.10	-9,761.25	-
营业收入	115,743.68	205,868.81	155,951.77	149,920.70
变动	-	49,917.03	6,031.07	-
其中：境内营业收入	24,420.34	15,964.48	12,644.67	24,359.03
境内营业收入变动	-	3,319.82	-11,714.36	-
境外营业收入	91,323.34	189,904.33	143,307.11	125,561.67
境外营业收入变动	-	46,597.22	17,745.44	-
应收账款占收入的比例	34.08%	32.39%	20.39%	29.78%
境内	28.51%	38.07%	12.78%	19.30%
境外	35.57%	31.91%	21.06%	31.81%

注：2025年1-6月应收账款占收入的比例已年化处理。

2024年末和2025年末应收账款增加系销售增加和货款回收变慢两方面的结果。

2024年末内销产生的应收账款同比增加4,462.04万元,主要第四季度开始向晨北（国内）销售增加，因账期的存在导致国内应收账款增加；外销产生的应收账款同比增加30,414.04万元，主要原因包括:新老客户拓展推动外销收入大幅增长46,597.22万元,

相应应收账款增加；2023年末个别大客户因备货策略调整导致四季度出货较少，相应2023年末应收账款余额较低；2024年个别客户信用期推迟，导致期末相应增加货款。

2025年6月末，应收账款较年初进一步增加12,220.81万元，其中国内应收账款增加7,844.36万元，主要系晨北销售进一步增加所致；外销应收账款4,376.44万元，主要系个别客户账期进一步延长所致。

公司一般根据与客户的合作时间、客户规模、未来合作情况等，给客户不同信用期，客户信用期通常为2-6个月。报告期内，为应对下游市场竞争的加剧，个别客户要求供应商延长信用期，相应公司对其账期延长导致应收账款余额增加较快。

综上所述，报告期内，公司应收账款增长主要系收入增长且个别主要客户信用期延长所致。

2、坏账准备计提政策、应收账款账龄、境内外客户期后回款情况、同行业可比公司计提情况等

报告期内，公司各期末应收账款账龄明细情况如下：

单位：万元

账龄	2025年6月30日		2024年12月31日		2023年12月31日		2022年12月31日	
	余额	占比	余额	占比	余额	占比	余额	占比
1年以内	78,772.52	99.84%	66,565.29	99.84%	31,734.08	99.80%	44,395.86	99.44%
1-2年	33.31	0.04%	47.31	0.07%	19.46	0.06%	199.74	0.45%
2-3年	39.15	0.05%	19.46	0.03%	41.9	0.13%	0.78	0.00%
3-4年	47.42	0.06%	39.53	0.06%	-	-	19.11	0.04%
4-5年	-	-	-	-	2.78	0.01%	29.47	0.07%
5年以上	2.78	0.00%	2.78	0.00%	-	-	-	-
合计	78,895.17	100.00%	66,674.36	100.00%	31,798.22	100.00%	44,644.96	100.00%

如上表所示，报告期各期末公司应收账款主要集中于一年以内，占比99%以上，整体账龄结构稳定，情况良好。

公司应收账款坏账准备计提政策与同行业可比公司的比较情况如下：

账龄	新宝股份	德昌股份	富佳股份	北鼎股份	利仁科技	公司
1年以内(含)	未逾期应收账款计提坏账准备比例1.5%；	1.0-3.0%	5.00%	2.00%	5.00%	5.00%
1-2年		30.00%	30.00%	8.00%	10.00%	10.00%

账龄	新宝股份	德昌股份	富佳股份	北鼎股份	利仁科技	公司
2-3 年	逾期 1-6 个月 计提 10.0%； 逾期 6-12 个月 计提 50.0%； 逾期 1-2 年计 提 80.0%；逾 期 2 年以上计 提 100%	60.00%	60.00%	15.00%	30.00%	20.00%
3-4 年		100.00%	100.00%	50.00%	50.00%	50.00%
4-5 年		100.00%	100.00%	-	80.00%	80.00%
5 年以上		100.00%	100.00%	-	100.00%	100.00%

可见，公司应收账款坏账准备计提政策与同行业可比公司不存在重大差异。

报告期内，公司各期末应收账款坏账准备计提比例与同行业可比公司的比较情况如下：

公司	2025 年 6 月 30 日	2024 年 12 月 31 日	2023 年 12 月 31 日	2022 年 12 月 31 日
新宝股份	-	2.61%	3.17%	4.98%
德昌股份	-	1.35%	1.64%	1.75%
富佳股份	-	5.22%	5.16%	5.11%
北鼎股份	-	2.04%	2.00%	3.85%
利仁科技	-	7.36%	8.30%	6.75%
平均值	-	3.72%	4.05%	4.49%
公司	5.04%	5.04%	5.03%	5.09%

可见，报告期内，公司各期末应收账款坏账准备计提比例与同行业可比公司不存在重大差异，公司应收账款坏账准备计提充分。

报告期内，公司各期末境内外客户期后回款情况如下：

内/外销	2025 年 1-6 月			2024 年度		
	应收账款账面余额	截至 2025 年 7 月 31 日回款金额	回款比例	应收账款账面余额	截至 2025 年 7 月 31 日回款金额	回款比例
内销	13,922.27	4,953.57	35.58%	6,077.91	5,961.79	98.09%
外销	64,972.90	16,609.68	25.56%	60,596.45	60,338.25	99.57%
合计	78,895.17	21,563.25	27.33%	66,674.36	66,225.41	99.33%

截至2025年7月31日，公司2024年末应收账款期后回款率为99%以上，2025年6月30日的应收账款期后回款率为27.33%，主要系主要客户信用期较在60-185天，尚未到回款时间。

综上所述，公司应收账款整体账龄情况良好，一年以内账龄的应收账款占比99%以上，客户信用及回款能力较好，公司坏账准备坏账计提政策及坏账准备计提比例与同行业可比公司基本一致，坏账准备计提充分。

(二) 报告期内公司在建工程及固定资产等长期资产余额大幅增长的原因及合理性；列示各报告期末在建工程主要项目、开始建设时间及建设周期、目前建设进度、预计转固时点，说明是否存在建设周期较长、未及时转固情形，在建工程减值准备计提的充分性

1、报告期内公司在建工程及固定资产等长期资产余额大幅增长的原因及合理性

报告期各期末，公司固定资产构成情况具体如下：

项目	2025年6月30日		2024年12月31日		2023年12月31日		2022年12月31日	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
房屋及建筑物	23,135.37	33.37%	17,398.09	31.35%	13,352.37	34.74%	10,801.52	33.12%
机器设备	37,749.04	54.45%	30,270.80	54.55%	22,412.96	58.31%	19,708.09	60.42%
运输工具	1,007.32	1.45%	828.45	1.49%	1,008.97	2.62%	915.47	2.81%
房屋装修	742.25	1.07%	742.25	1.34%	742.25	1.93%	540.04	1.66%
电子及其他设备	1,988.07	2.87%	1,702.40	3.07%	922.61	2.40%	651.23	2.00%
境外永久产权土地	4,704.62	6.79%	4,553.76	8.21%	-	-	-	-
账面原值合计	69,326.67	100.00%	55,495.75	100.00%	38,439.16	100.00%	32,616.34	100.00%
减：累计折旧	20,573.69	-	17,268.31	-	11,967.57	-	8,103.72	-
账面价值合计	48,752.98	-	38,227.44	-	26,471.59	-	24,512.62	-

报告期内，公司各期末固定资产主要由房屋及建筑物和机器设备构成，占比超过80%。报告期内，公司各期末房屋及建筑物和机器设备逐年增加，主要系公司持续产能扩张和技术升级，新增生产基地及自动化生产线逐步投入使用所致，其中：2023年度房屋及建筑物增加主要系新购入杭州管理用办公房产，机器设备增加主要系新增咖啡机流水线及其他生产设备；2024年度房屋及建筑物增加主要系厂房扩建转固及新购入员工宿舍，机器设备增加主要系新增空气炸锅生产线及其他生产设备；新增境外子公司永久产权土地；2025年1-6月房屋及建筑物增加主要系泰国年产700万台厨房家电工厂项目（一期）转固；机器设备增加主要系新增泰国子公司新增生产线设备等。报告期内，公司固定资产余额大幅增长与公司经营情况相匹配。

报告期内，公司各期末在建工程明细情况具体如下：

单位：万元

项目	2025年6月30日	2024年12月31日	2023年12月31日	2022年12月31日
中意产业园智能厨房家电建设项目	54,482.25	42,484.29	6,013.87	-
泰国年产700万台厨房家电工厂项目	2,366.40	4,983.30	-	-
软件	191.32	275.17	-	-
厂房建造工程	-	-	743.25	-
合计	57,039.97	47,742.76	6,757.12	-

报告期内，公司先后推动实施中意产业园智能厨房家电建设项目和泰国年产700万台厨房家电工厂项目。其中，中意产业园智能厨房家电建设项目（一期）项目从2023年9月开始建设，预计2025年10月达到预定可使用状态，中意产业园智能厨房家电建设项目（二期）项目从2023年9月开始建设，预期2026年10月达到预定可使用状态；泰国年产700万台厨房家电工厂项目，一期项目已于2025年4月部分达到预定可使用状态，投产月产能10万。项目整体预期2026年6月达到预定可使用状态。报告期内，公司各期末在建工程余额变动与公司经营情况相匹配。

2、列示各报告期末在建工程主要项目、开始建设时间及建设周期、目前建设进度、预计转固时点，说明是否存在建设周期较长、未及时转固情形，在建工程减值准备计提的充分性

报告期内，公司各期末在建工程主要项目情况如下：

(1) 2025年1-6月

工程名称	预算数(万元)	期初余额	本期增加	本期转入固定资产	期末余额	工程进度(%)	开始建设时间	建设周期	预计转固时点
中意产业园智能厨房家电建设项目	138,454.09	42,484.29	11,997.96	-	54,482.25	39.35	2023年9月	一期：2年； 二期：3年	一期：2025年10月； 二期：2026年10月
泰国年产700万台厨房家电工厂项目	35,942.00	4,983.30	3,120.37	5,737.27	2,366.40	22.55	2024年3月	2年	一期：2025年4月； 二期：2026年6月
小计	174,396.09	47,467.59	15,118.33	5,737.27	56,848.65	-			

(2) 2024年度

工程名称	预算数(万元)	期初余额	本期增加	本期转入固定资产	期末余额	工程进度(%)	开始建设时间	建设周期	预计转固时点
中意产业园智能厨房家电建设项目	138,454.09	6,013.87	36,470.41	-	42,484.29	30.68	2023年9月	一期：2年； 二期：3年	一期：2025年10月； 二期：2026年10月
泰国年产700万台厨房家电工厂项目	35,942.00	-	4,983.30	-	4,983.30	13.86	2024年3月	2年	一期：2025年4月； 二期：2026年6月
厂房建设	1,519.80	743.25	776.56	1,519.80	-	100	2023年6月	1年	2024年8月
小计	175,915.89	6,013.87	41,453.72	1,519.80	47,467.59	-			

(3) 2023年度

工程名称	预算数(万元)	期初余额	本期增加	本期转入固定资产	期末余额	工程进度(%)	开始建设时间	建设周期	预计转固时点
中意产业园智能厨房家电建设项目	60,000.00	-	6,013.87	-	6,013.87	10.02	2023年9月	一期：2年； 二期：3年	一期：2025年10月； 二期：2026年10月
厂房建设	1,250.68	-	909.74	166.49	743.25	95.01	2023年6月	1年	2024年8月

工程名称	预算数(万元)	期初余额	本期增加	本期转入固定资产	期末余额	工程进度(%)	开始建设时间	建设周期	预计转固时点
小计	61,250.68	-	6,013.87	166.49	6,013.87	-			

报告期内，公司各期末在建工程主要为中意产业园智能厨房家电建设项目和泰国年产700万台厨房家电工厂项目。其中，中意产业园智能厨房家电建设项目（一期）的预期投产时间为2025年10月，中意产业园智能厨房家电建设项目（二期）系本次募投项目，建设周期36个月，预期投产时间为2026年10月；泰国年产700万台厨房家电工厂项目分为两期建设，其中一期已于2025年4月份投产，相关在建工程已于2025年4月转为固定资产，转固时点为项目达到预定可使用状态，转固时间准确；二期目前尚在建设过程中，预期投产时间为2026年6月。公司在建工程不存在建设周期较长、未及时转固情形，不存在减值迹象，无需计提减值准备。

(三) 报告期内公司预付账款增长的原因及合理性，是否符合行业惯例，采购内容、规模与对应业务规模是否匹配，预付相关方情况，是否存在长期未收到货物情形

1、报告期内公司预付账款增长的原因及合理性，是否符合行业惯例，采购内容、规模与对应业务规模是否匹配

报告期内，公司各期末预付账款情况如下：

单位：万元

款项性质	2025年6月末		2024年末		2023年末		2022年末	
	余额	占比	余额	占比	余额	占比	余额	占比
模具	2,106.06	83.87%	2,098.24	84.51%	1,139.06	59.28%	388.03	29.65%
材料	404.93	16.13%	384.46	15.49%	782.55	40.72%	920.56	70.35%
合计	2,510.99	100.00%	2,482.70	100.00%	1,921.61	100.00%	1,308.59	100.00%
收入金额	114,830.99	1.09%	205,868.81	1.21%	155,951.77	1.23%	149,920.70	0.87%

报告期内，公司各期末预付款项金额逐年增加，主要原因主要系随着公司业务开展，各年销售业务收入逐年上涨，采购相关材料及相关模具费用同步增加。

报告期内，公司各期末主要预付款项对象为模具供应商宁波市鼎捷模塑制造有限公司、余姚市精能塑模有限公司、慈溪市英宇模具有限公司等，以及PCB板组件材料供应商广州视琨电子科技有限公司。公司与该些供应商在合同约定款到发货、预付订金等条款，各期期末预付账款金额与签署合同约定相符。公司预付账款增长符合行业惯例，采购内容、规模与对应业务规模相匹配。

2、预付相关方情况，是否存在长期未收到货物情形

报告期内，公司各期末预付账款余额账龄构成情况如下：

单位：万元

账龄	2025年6月30日		2024年12月31日		2023年12月31日		2022年12月31日	
	余额	占比	余额	占比	余额	占比	余额	占比
1年以内	2,251.18	89.65%	2,477.87	99.81%	1,850.61	96.31%	1,307.59	99.92%
1-2年	255.15	10.16%	4.83	0.19%	70.00	3.64%	1.00	0.08%
2-3年	4.66	0.19%	-	0.00%	1.00	0.05%	-	0.00%
3年以上	-	0.00%	-	0.00%	-	0.00%	-	0.00%
合计	2,510.99	100.00%	2,482.70	100.00%	1,921.61	100.00%	1,308.59	100.00%

可见，报告期内，公司各期末预付款项账龄主要集中在一年以内。2025年6月30日，公司一年以上预付账款主要系预付广州视琨电子科技有限公司PCB采购款249.36万元，因公司预付采购款后，公司使用该材料生产的成品停产，相应原材料不再采购。报告期内，公司各期末预付款项账龄合理，不存在长期未收到货物情形。

（四）保荐机构及申报会计师核查程序及核查意见

1、核查程序

保荐机构和申报会计师执行了以下核查程序：

（1）获取公司报告期各期末应收账款明细表，了解公司应收账款余额的客户结构、账龄情况；

（2）访谈发行人管理层及有关客户，获取并查阅公司对主要客户的销售合同，了解公司的主要销售政策和信用期；分析应收账款规模是否与信用期内的销售规模相匹配；核查报告期内公司与主要客户的信用政策是否存在显著变化；

（3）查阅银行流水，了解报告期各期末公司应收账款期后回款情况；

（4）检索同行业可比公司的公开披露资料，了解并对比公司与同行业可比公司的坏账计提政策、坏账计提比例，分析应收账款的坏账计提是否充分；

（5）获取报告期内公司固定资产明细，了解固定资产的类型、规模及结构；

（6）获取报告期公司在建工程明细、主要工程/设备合同、竣工结算报告或设备安装调试报告、发票等，检查入账价值、转固时点、使用寿命等，并判断其转固依据是否合理充分；

（7）结合在建工程盘点并访谈相关项目人员，了解是否存在建设周期较长、未及时转固情形，判断在建工程是否存在减值迹象；

（8）获取公司报告期各期末预付账款明细表，按供应商进行分析性程序，向管理层询问、了解大额预付款的形成背景、支付对象等情况；

（9）获取公司报告期各期末预付账款账龄明细表，分析长账龄预付款的合理性；

（10）获取并查阅公司对主要供应商的采购合同，了解公司向主要供应商采购的采购内容及采购规模。

2、核查意见

经核查，保荐机构和申报会计师认为：

（1）报告期内，公司各期末应收账款增长主要系收入增长且个别主要客户信用期延长所致。报告期内，公司各期末应收账款整体账龄情况良好，一年以内账龄的应收账款占比99%以上，期后回款比例较高，公司坏账准备计提政策与同行业可比公司不存在较大差异，期末坏账准备计提充分；

（2）报告期内，公司各期末在建工程及固定资产等长期资产余额大幅增长主要系公司持续产能扩张和技术升级，新增中意产业园智能厨房家电建设项目和泰国年产700万台厨房家电工厂项目所致。报告期内，公司各期末在建工程不存在建设周期较长、未及时转固情形，未发现公司期末在建工程存在减值迹象，在建工程减值准备计提充分；

（3）报告期内，公司各期末预付账款增长主要系随着公司业务开展，各年销售业务收入逐年上涨，采购相关材料及相关模具费用同步增加，符合行业惯例，采购内容、规模与对应业务规模相匹配。报告期内，公司各期末预付款项的账龄主要在一年以内，不存在长期未收到货物的情形。

4. 其他

4.1根据申报材料，1) 报告期内，公司与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业间存在佛山锐依、云晖比依、理湃光晶等多笔关联方共同投资。2) 公司于2024年12月20日召开董事会审议本次发行的相关议案，自本次发行的董事会决议日前六个月起至今，存在对比晖创业、天数智芯、云晖比依等已实施或拟实施的投资。3) 截至2025年3月末，公司长期股权投资金额为1,537.83万元，其他权益工具投资金额为6,052.91万元。

请发行人说明：（1）报告期内公司与关联方共同投资的必要性，定价是否公允，相关决策程序和信息披露情况，对外投资标的公司的经营情况，是否存在业务竞争，以及对公司生产经营的具体影响；（2）本次发行董事会决议日前六个月至本次发行前新投入的和拟投入的财务性投资情况，是否从本次募集资金总额中扣除；（3）结合相关投资情况分析公司是否满足最近一期末不存在金额较大财务性投资的要求。

请保荐机构及发行人律师根据《监管规则适用指引—发行类第6号》第2条对问题（1）进行核查并发表明确意见。请保荐机构及申报会计师根据《证券期货法律适用意见第18号》第1条对问题（2）和问题（3）进行核查并发表明确意见。

回复：

（一）报告期内公司与关联方共同投资的必要性，定价是否公允，相关决策程序和信息披露情况，对外投资标的公司的经营情况，是否存在业务竞争，以及对公司生产经营的具体影响

报告期内，公司与关联方共同投资的企业包括佛山锐依、云晖比依、理湃光晶。具体情况如下：

1、佛山锐依

佛山锐依由发行人全资子公司广东特依创新技术有限公司（“特依创新”）与佛山匠依智能科技有限公司（“佛山匠依”）于2024年11月20日共同设立，其中特依创新持股80%，佛山匠依持股20%。佛山匠依由吴江水持股73%，李信深持股27%。李信深为执行董事及总经理，吴江水为监事。

（1）共同投资的必要性

佛山锐依然主要经营“白朗”品牌，从事小家电运营销售相关业务。吴江水及李信深看好佛山锐依发展希望进行投资，且佛山锐依主要由李信深负责日常业务经营，吴江水亦共同参与，吴江水参与共同投资可以加强绑定并起到更好的激励作用，故发行人与关联方共同投资设立佛山锐依。因此，本次与关联方共同投资具有必要性。

（2）定价是否公允

公司本次与关联方共同新设公司佛山锐依，佛山锐依注册资本500万元，由特依创新持股80%对应400万元注册资本，关联方佛山匠依持股20%对应100万元注册资本，均按照1元/注册资本价格平价出资，价格公允。

（3）决策程序与信息披露情况

公司于2024年11月5日召开总经理办公会2024年第四次会议，审议通过《关于全资子公司与关联方合资设立新公司的议案》，同意由特依创新与佛山匠依合资设立新公司用于小家电销售和研发。

公司已在2024年年度报告“(三)共同对外投资的重大关联交易/3.临时公告未披露的事项”中披露前述与关联方共同投资事项。

(4) 经营情况及是否存在业务竞争

主要经营“白朗”品牌，从事小家电品牌运营销售相关业务。公司系发行人子公司，不存在业务竞争。

(5) 对公司生产经营的具体影响

佛山锐依24年度暂未开展业务，2025年起有部分产品出售，2025年上半年收入为19.12万元，利润为-128.63万元。目前对公司生产经营无重大影响。

2、云晖比依

2025年5月9日，公司与控股股东比依集团有限公司（“比依集团”），其余合伙人东台云畅投资管理合伙企业（有限合伙）、浙江余姚工业园区开发建设投资有限公司等合计9名合伙人共同投资成立余姚云晖比依创业投资基金合伙企业（有限合伙）（“云晖比依”）。

云晖比依总认缴出资额为50,000万元人民币。其中公司认缴8,000万元人民币，占合伙企业16%的份额，担任有限合伙人；比依集团拟认缴2,000万元人民币，占合伙企业4%的份额，担任有限合伙人；其余7名合伙人合计占合伙企业80%的份额。

(1) 共同投资的必要性

鉴于公司与控股股东及各合伙人在新兴产业发展前景方面的共识，为了进一步拓宽公司产业投资渠道，并为公司的多元化发展奠定基础，在市政府相关部门的牵头下，公司组建了包括浙江余姚工业园区开发建设投资有限公司（系余姚市国有资产管理中心100%间接控股）、余姚市舜欣投资有限公司（系余姚市国有资产管理中心间接控股，中意宁波生态园管理委员会等间接持股）在内的国资企业作为有限合伙人，并将借助管理人北京云晖私募基金管理有限公司、普通合伙人东台云畅投资管理合伙企业（有限合伙）作为专业投资机构的优势，合作成立私募基金。该私募基金将重点投资境内外具有前沿技术的战略性新兴产业，包括但不限于人工智能、人形机器人、智能制造及与前述领域相关的上下游产业链。前

沿领域投资有利于公司探索未来技术产品升级和多元化发展，但投资不确定性高，与大股东共同投资可分散风险，避免上市公司单独承担试错成本，发挥资本杠杆效应。因此，本次与关联方共同投资具有必要性。

(2) 定价是否公允

云晖比依总认缴出资额为50,000万元人民币，其中公司认缴8,000万元人民币，占合伙企业16%的份额，担任有限合伙人；比依集团拟认缴2,000万元人民币，占合伙企业4%的份额，担任有限合伙人，认缴价格均为1元/元财产份额，定价公允。

(3) 决策程序与信息披露情况

2025年4月22日，公司召开了第二届董事会第二十一次会议，审议通过了《关于与控股股东共同投资参与设立私募基金的关联交易的议案》，关联董事闻继望、汤雪玲、闻超和张淼君子回避表决。

2025年4月22日，公司召开了第二届监事会第十四次会议，审议通过了《关于与控股股东共同投资参与设立私募基金的关联交易的议案》。

2025年5月8日，发行人召开2025年第二次临时股东会，审议通过了《关于与控股股东共同投资参与设立私募基金的关联交易的议案》，关联股东比依集团、比依香港回避表决。

2025年4月23日，公司公布《浙江比依电器股份有限公司关于与控股股东共同投资参与设立私募基金的关联交易的公告》，就本次与关联方共同投资事项临时公告予以披露。

(4) 经营情况及是否存在业务竞争

根据投资协议中“7.1 投资范围及投资策略”，本合伙企业将采用股权投资或其他适用法律允许的投资方式对未上市企业进行投资，主要投资于境内外具有颠覆性技术和前沿技术的战略性新兴产业，包括但不限于人工智能、人形机器人、智能制造及与前述领域相关的上下游产业链等；本合伙企业侧重于初创期、早中期及成长期投资项目，与公司不存业务竞争。云晖比依目前正常经营中，2025年上半年对外投资金额为2000万元。

(5) 对公司生产经营的具体影响

云晖比依目前正常经营中，对公司生产经营无重大影响。

3、理湃光晶

2024年3月1日，公司签署《关于上海理湃光晶技术有限公司的增资协议》，向理湃光晶投资3000万元以认购理湃光晶9.2066万元注册资本，取得增资完成后5.3764%的股权。

理湃光晶原股东上海凯风开泰创业投资合伙企业（有限合伙）（以下简称“凯风”），拟将其持有的理湃光晶1.9091万元注册资本，对应1.0314%股权转让给本次交易主体。其中，比依集团出资255.3191万元，受让其中的1.2186万元注册资本。同时，理湃光晶拟同步进行新一轮融资，由比依集团、振一和联优共同向理湃光晶增资4,300万元，共计认购注册资本9.9267万元。其中，比依集团出资2,744.6809万元，认购新增的注册资本6.3362万元。本次增资后，理湃光晶注册资本变更为人民币195.0196万元，比依集团合计持有理湃光晶3.8739%股份。

本次交易完后，公司将形成与控股股东比依集团共同投资理湃光晶的情形。

（1）共同投资的必要性

因理湃光晶的现有股东要求及其自身发展需要，拟进行股权转让和增资。同时，为进一步促成比依股份与理湃光晶就AR眼镜前道工序及组装生产线在公司的产业落地，充分发挥公司的生产优势，在兼具公司综合盈利能力的考量基础上，基于公司目前自身实际经营重心和整体盈利能力的综合考虑，此次由公司控股股东比依集团作为交易主体参与本次交易。因此，本次与关联方共同投资具有必要性。

（2）定价是否公允

本次交易以理湃光晶2024年12月完成的B+轮融资估值为基础，由交易各方协商确定，定价公允、合理，定价方式符合相关法律法规及规范性文件的要求，公司未参与定价。

（3）决策程序与信息披露情况

2024年2月29日，公司召开了总经理办公会2024年第二次会议，审议通过了《关于对上海理湃光晶技术有限公司进行股权投资的议案》

2025年6月17日，公司召开了第二届董事会第二十三次会议，审议通过了《关于放弃对参股公司的优先受让权和优先认购权暨关联交易的议案》，关联董事闻继望、汤雪玲、闻超和张淼君子回避表决。

2025年6月17日，公司召开了第二届监事会第十六次会议，审议通过了《关于放弃对参股公司的优先受让权和优先认购权暨关联交易的议案》。

2025年6月18日，公司公布《比依电器股份有限公司关于放弃对参股公司的优先受让权和优先认购权暨关联交易的公告》，就本次与关联方共同投资事项临时公告予以披露。

(4) 经营情况及是否存在业务竞争

理湃光晶从事AR近眼显示和光波导技术领域业务，与公司不存在业务竞争。根据2024年度审计报告，理湃光晶收入约860.21万元，净利润-1,072.88万元。

(5) 对公司生产经营的具体影响

公司目前合计持有理湃光晶4.97%股份，占比较低，对公司生产经营无重大影响。

(二) 本次发行董事会决议日前六个月至本次发行前新投入的和拟投入的财务性投资情况，是否从本次募集资金总额中扣除

公司于2024年12月20日召开董事会审议本次发行的相关议案，自本次发行的董事会决议日前六个月（2024年6月20日）起至今，公司新投入或拟投入财务性投资情况如下：

序号	分类	投资项目	投资金额 (万元)	是否从本次募集资金总额中扣除
1	董事会前六个月至发行前已投入	理湃光晶	3,000	是
		共青城比晖	448	是
		天数智芯	2,350	是
		云晖比依	2,000	是
2	拟投入 ^注	共青城比晖	392	是
		云晖比依	6,000	是

注：公司已承诺上述未投入的6,392万元在本次发行完成前将不再继续投入。

基于以上投资情形，公司拟从本次募集资金总额中扣除 14,190 万元，扣除后，本次募投资金总额调整为 48,247.49 万元。

(三) 结合相关投资情况分析公司是否满足最近一期末不存在金额较大财务性投资的要求

截至 2025 年 6 月 30 日，公司资产负债表中可能与财务性投资（包括类金融）相关的科目情况如下：

单位：万元

序号	项目	账面价值	纳入财务性投资 计算口径金额	财务性投资占归属于 母公司净资产比例
1	货币资金	41,791.60	-	-
2	交易性金融资产	658.18	-	-
3	其他应收款	1,238.94	-	-
4	其他流动资产	6,638.33	-	-
5	长期股权投资	1,567.33	1,567.33	1.33%
6	其他权益工具投资	8,052.91	8,005.91	6.79%
7	其他非流动资产	8,793.53	-	-
合计		68,740.80	9,573.23	8.04%

1、货币资金

截至 2025 年 6 月 30 日，公司货币资金金额为 41,791.60 万元，具体如下：

单位：万元

项目	金额	比例
库存现金	6.86	0.02%
银行存款	37,121.99	88.83%
其他货币资金	4,662.74	11.16%
合计	41,791.60	100.00%

其中，其他货币资金为票据保证金、保函保证金及电商平台账户资金，具体如下：

单位：万元

项目	机构名称	金额	比例
票据保证金	宁波银行	2,251.27	48.28%
票据保证金	农业银行	1,643.28	35.24%
保函保证金	宁波银行	416.55	8.93%
电商平台账户	-	351.64	7.54%
合计		4,662.74	100.00%

2、交易性金融资产

截至 2025 年 6 月 30 日，公司交易性金融资产金额为 658.18 万元，主要为公司购买的中低风险理财产品，不属于收益波动大且风险较高的金融产品，不属于财务性投资，具体情况如下：

序号	银行	产品类型	账面价值 (万元)	期限	年化收益率	风险等级
1	中信银行	公募、固定收益类、开放式净值型	500.73	滚动持有	业绩比较基准：中国人民银行公布的同期 7 天通知存款利率	PR1
2	农业银行	公募、固定收益类、开放式净值型	157.44	滚动持有	业绩比较基准：中国人民银行公布的 7 天通知存款利率	R1
合计			658.18			

3、其他应收款

截至 2025 年 6 月 30 日，公司其他应收款金额为 1,238.94 万元，主要包括出口退税和押金保证金等其他应收款，不属于财务性投资。

4、其他流动资产

截至 2025 年 6 月 30 日，公司其他流动资产金额为 6,638.33 万元，主要包括待抵扣进项税、预付费用款、预缴税费等，不属于财务性投资，具体如下：

单位：万元

项目	2025 年 6 月末
待抵扣进项税	5,826.99
预付费用款	810.37
预缴税费	0.97
合计	6,638.33

5、长期股权投资

截至 2025 年 6 月 30 日，公司长期股权投资账面金额为 1,567.33 万元，为对共青城比晖创业投资合伙企业（有限合伙）的投资，属于财务性投资。

单位：万元

被投资单位	主营业务	持股比例	账面金额	占比
共青城比晖	资本市场服务	47.6190%	1,567.33	100.00%
合计	-	-	1,567.33	100.00%

6、其他权益工具投资

截至 2025 年 6 月 30 日，公司其他权益工具投资金额为 8,052.91 万元，主要

为对宁波坤林、理湃光晶、天数智芯、云晖比依的股权投资，具体情况如下：

项目	账面金额 (万元)	投资比例	业务性质	是否属于财务性投资
宁波坤林	47.00	7.5200%	软件和信息技术服务业	主要从事咖啡机业务，公司新品类与其已经在合作，系围绕产业链上下游以获取技术、原料或渠道为目的的产业投资，不属于财务性投资
理湃光晶	3,655.91	54.9740%	专业技术服务业	从事 AR 眼镜等业务，系财务性投资
天数智芯	2,350.00	0.2943%	半导体及通讯领域行业	从事半导体相关业务，系财务性投资
云晖比依	2,000.00	16.0000%	创业投资基金	从事创业投资相关业务，系财务性投资
合计	8,052.91	-	-	-

7、其他非流动资产

截至 2025 年 6 月 30 日，公司其他非流动资产金额为 8,793.53 万元，均为预付长期资产款，不属于财务性投资。

综上所述，截至 2025 年 6 月 30 日，公司累计投入财务性投资总额为 9,573.23 万元，占归属于母公司净资产比例为 8.04%，公司不存在持有金额较大、期限较长的财务性投资（包括类金融）的情形。

（四）保荐机构及申报会计师核查程序及核查意见

1、核查程序

（1）查阅《证券期货法律适用意见第 18 号》中关于财务性投资的要求，查阅发行人财务报表，了解发行人相关报表科目构成、性质，逐项对照核查发行人对外投资，并核实其属于财务性投资的情况；

（2）获取发行人报告期内对外投资的科目明细，向发行人了解对外投资的具体情况以及投资标的和与发行人的协同关系；

（3）查阅共青城比晖、理湃光晶、天数智芯、云晖比依的投资协议、支付凭证等资料；

(4) 查阅发行人相关审议和信息披露文件，向发行人管理层了解自本次发行相关董事会决议日前六个月至本次发行前，发行人新投入和拟投入的财务性投资的情况。

2、核查意见

(1) 报告期内公司与关联方共同投资佛山锐依、云晖比依、理湃光晶有，定价是否公允，已履行相应的决策程序并完整披露。目前外投资标的公司经营情况正常，与发行人不存在业务竞争，对公司经营情况无重大影响；

(2) 发行人本次发行董事会决议日为2024年12月20日，本次发行董事会决议日前六个月新增及拟新增的财务投资合计14,190万元，发行人拟将前述资金本次募集资金总额中调减。

(3) 截至最近一期末，公司累计投入财务性投资总额为 9,573.23 万元，占归属于母公司净资产比例为 8.04%，满足最近一期末不存在金额较大财务性投资的要求。

4. 2根据申报材料，前次募集资金投向变更主要受谭家岭相关地块政府规划变化等影响。

请发行人结合首发申请时点、已建产能的建设完成时点、前募相关地块用地规划变更的具体过程、最新进展和时限要求等，说明相关土地性质变更及后续搬迁计划对公司生产经营的具体影响，是否存在合规风险，相关风险揭示是否充分。

请保荐机构及发行人律师进行核查并发表明确意见。

回复：

(一) 对公司生产经营的影响

1、前募扩产项目主要时间节点

前募扩产项目的主要时间节点如下：

时间	项目进展	中介机构核查
2020年6月	购入谭家岭厂区（已存在厂房 26,931.9平方米）	访谈发行人、查阅会计凭证
2020年9月	董事会审议通过《关于首次公开发行股票并上市方案的议案》	董事会决议

2020年11月	第一次扩建, 新增厂房6,926.26平米	访谈发行人、查阅变更公告
2021年4月	项目开始投产, 产能逐步释放	访谈发行人、查阅会计凭证
2022年2月	首发上市	-
2023年5月	第二次扩建, 新建厂房1,367.72平米	访谈发行人、查阅变更公告
2023年9月-12月	与当地规划部口头沟通申请第三次扩建, 被告知该地块用地性质规划有变, 无法实施扩建	访谈发行人、查阅变更公告
2024年1月	规划局出具书面《证明》, 确认土地规划性质拟变更, 改扩建将受到限制	查阅余姚市自然资源和规划局出具的《证明》
2024年2月	项目结项并变更剩余募集资金用途至中意产业园一期项目	查阅董事会文件、股东会文件
2025年4月	余姚市人民政府发布《余姚市远东单元控制性详细规划修编草案批前公示》, 公示时间为2025年4月18日至2025年5月17日	查阅公示文件
2025年8月	《余姚市远东单元控制性详细规划修编草案批前公示》获得余姚市人民政府批复	查阅余姚市自然资源和规划局出具的《说明》

2、首发申请时间及已建产能的建设完成时点

公司拥有坐落于余姚市城区谭家岭东路9号的土地使用权及地上建筑物（不动产权证书浙（2021）余姚市不动产权第0066353号），占地面积44,790.43平米，于购置初期已存在厂房 26,931.9平米。公司于2020年9月召开董事会决定在前述区域实施前募扩产项目，对原有建筑物改扩建及新增建筑面积43,790平米，即原计划项目建成后可达70,721.9平米。

公司后续根据实际订单预期及经营情况分批建设前募扩产项目，并分别于2020年11月，2023年5月申请工业厂房扩建,分别新增厂房6,926.26平米、1,367.72平米，对既存厂房26,931.9平米进行改建，改扩建后总建筑面积为35,225.88平米。项目于2021年4月投产，并逐步释放产能，截至2023年12月31日，公司已建成注塑车间、总装车间、小部分丝印车间、相关配套仓储及办公区域，并购入注塑机、丝印机、精益线等机器设备，折合年规划产能为400万台。

3、相关用地规划变更的具体过程及最新进展等

前募扩产项目投资金额发生变更的原因系公司在分批建设前募扩产项目的过程中，当地政府变更前募扩产项目所在土地的规划用地性质拟变更为商住混合用地，且厂区西侧部分位于规划道路内，导致公司继续建设受限，同步导致生产设备的购置和进场也相应受到影响。

2023年9月，因对部分大客户未来订单预期较高，公司向规划部门沟通继续扩建剩余建设工程，但被告知该地块用地性质规划可能有变，未对扩建事宜给出明确答复，公司在持续与规划部门保持沟通的同时，同步寻求该项目剩余募集资金后续使用的备选方案。2023年12月，鉴于扩产项目即将到期，同时结合公司全资子公司中意项目已开始建设，为提高募集资金使用效率，公司将扩产项目剩余募集资金变更至中意产业园一期项目的工业用房项目（1#2#3#楼及附属房、展示车间）和（4#5#楼）的土建工程投入，遂再次与规划部门沟通确认扩建事宜和该地块用地规划定性事宜。直至2024年1月，余姚市自然资源和规划局出具的《证明》，确认前述土地位于远东编制单元控制性详细规划，规划性质为商住混合用地，西侧部分地块位于规划道路内，改扩建将受到限制。

2025年4月18日，余姚市人民政府发布《余姚市远东单元控制性详细规划修编草案批前公示》，拟将“余姚市梨洲街道东至城东路、南至南环路、西起中山河、北到谭家岭东路”规划为“余姚市重要的城南综合门户片区；都市工业示范区；产城融合样板区”，公示时间为2025年4月18日至2025年5月17日。公司前募扩产项目属于上述规划地块范围内，所在地块规划拟调整为“二类城镇住宅与商业混合用地”。

2025年8月21日，余姚市自然资源和规划局出具《说明》，《余姚市远东单元控制性详细规划修编》已获余姚市人民政府批复，批文为余政发（2025）21号，前募扩产项目所在地的规划用地性质在《余姚市远东单元控制性详细规划修编》为二类城镇住宅与商业混合用地。

4、对公司生产经营的影响

截至报告期末，公司主要生产基地为围绕余姚市俞赵江路88号的688万台/年的生产基地和位于谭家岭厂区的400万台/年的生产基地，其他在建产能主要为1000万台/年的中意产业园一期项目、1500万台/年的中意产业园二期项目、700万台/年的泰国厨房家电工厂项目以及190万台/年的卓力达合作项目。

其中，谭家岭厂区生产基地的产能为400万台/年，占公司现有1088万台/年生产能力的比重约为35%。公司将按照相关部门要求、结合中意产业园建设和投产进度，在不影响生产的前提下，于2025年底前启动搬迁工作。前募扩产项目的账面价值及后续计划情况如下：

单位：万元

资产项目	期末金额	拟采取的处置措施
土地使用权	7,394.24	政府征用
房屋建筑物	3,598.99	政府征用
机器设备	3,180.32	主要搬迁至中意产业园一期
电子设备等其他资产	495.75	主要搬迁至中意产业园一期
合计	14,669.30	-

如上表所示，截至报告期末，相关地块上的资产主要系土地使用权、房屋建筑物及机器设备，其中土地使用权及房屋建筑物后续将由政府征用并给予补偿，机器设备主要将搬迁至中意产业园一期。

同时，公司已加快推进中意产业园一期项目等产能建设和分步式投产进度，且位于俞赵江路88号的厂区具备相关产能可在前述机器设备及产能搬迁过程中满足客户需求，相关搬迁不会对公司生产经营造成重大影响，不会影响公司持续经营能力。

（二）是否存在合规风险及风险揭示

1、募集资金变更涉及的合规风险

公司已就前述募集资金变更履行下述程序：

2024年2月5日，独立董事召开第二届独立董事专门会议第一次会议，审议通过《关于变更募集资金投资项目的议案》，认为“本次公司将“年产250万台空气炸锅生产线技术改造项目”和“年产1000万台厨房小家电建设扩产项目”尚未使用完毕的募集资金扣除待支付尾款后的剩余募集资金专项用于新项目中工业用房项目（1#2#3#楼及附属房、展示车间）和（4#5#楼）的土建工程投入；将“研发中心建设项目”和“信息化系统升级建设项目”尚未使用完毕的募集资金扣除待支付尾款后的剩余募集资金分别专项用于新项目的研发和信息化投入；以及相应募集资金专户开立事项，相关决策程序符合《上市公司监管指引第2号——上市公司募集资金管理和使用的监管要求》《上海证券交易所上市公司自律监管指引第1号——规范运作》《上海证券交易所股票上市规则》等相关法律、法规和规范性文件的规定，不存在损害公司和全体股东合法权益的情况。”

2024年2月8日，公司召开的第二届董事会第八次会议审议通过《关于变更募集资金投资项目的议案》，公司根据募投项目的实际情况及资金需求，同意将“年产250万台空气炸锅生产线技术改造项目”和“年产1000万台厨房小家电建设扩产项目”尚未

使用完毕的募集资金扣除待支付尾款后的剩余募集资金专项用于新项目中工业用房项目（1#2#3#楼及附属房、展示车间）和（4#5#楼）的土建工程投入；同意将“研发中心建设项目”和“信息化系统升级建设项目”尚未使用完毕的募集资金扣除待支付尾款后的剩余募集资金分别专项用于新项目的研发和信息化投入。

2024年2月8日，公司召开第二届监事会第六次会议，审议通过《关于变更募集资金投资项目的议案》，认为“年产250万台空气炸锅生产线技术改造项目”和“年产1000万台厨房小家电建设扩产项目”因客观原因继续实施受到限制，“研发中心建设项目”和“信息化系统升级建设项目”同步受到影响，继续按原计划实施不利于募集资金的有效运转。本次将“年产250万台空气炸锅生产线技术改造项目”和“年产1000万台厨房小家电建设扩产项目”尚未使用完毕的募集资金扣除待支付尾款后的剩余募集资金专项用于新项目中工业用房项目（1#2#3#楼及附属房、展示车间）和（4#5#楼）的土建工程投入；将“研发中心建设项目”和“信息化系统升级建设项目”尚未使用完毕的募集资金扣除待支付尾款后的剩余募集资金分别专项用于新项目的研发和信息化投入，以及相应募集资金专户开立事项，符合相关法律、行政法规及规范性文件的规定，有利于提高公司的募集资金使用效率，不存在变相改变募集资金投向的情形，亦不存在损害公司及中小股东利益的情形。

2024年2月27日，公司召开2024年第一次临时股东大会，审议通过《关于变更募集资金投资项目的议案》。

2024年2月9日及2024年2月27日，公司在信息披露平台分别披露《浙江比依电器股份有限公司关于变更募集资金投资项目的公告》及《关于变更募集资金投资项目的补充公告》。

基于上述，公司前次募集资金变更已履行相应内部决策程序及披露要求，不存在合规风险，公司已在《募集说明书》中披露前次募集资金变更的相关情况及原因。

2、土地规划性质变更涉及的合规风险

如前所述，公司在前募扩产项目实施过程中，持续与规划部门沟通确认扩建事宜，直至2025年8月，余姚市自然资源和规划局出具《说明》，确认《余姚市远东单元控制性详细规划修编》已获余姚市人民政府批复，前募扩产项目所在地的规划用地性质在《余姚市远东单元控制性详细规划修编》为二类城镇住宅与商业混合用地。

截至本回复报告出具日，公司所有的谭家岭东路9号的土地使用权用途为“工业用地/工业”。《余姚市远东单元控制性详细规划修编》批准生效前，公司在谭家岭东路9号从事的生产经营活动符合土地使用权用途。《余姚市远东单元控制性详细规划修编》批准生效后，公司将根据中意产业园建设和投产进度，在不影响生产的前提下于2025年底前启动搬迁工作，届时将按照相关部门要求配合履行程序，不存在合规风险。

综上所述，相关土地性质变更及后续搬迁计划对公司生产经营不存在重大影响，公司前次募集资金变更已履行相应内部决策程序，《余姚市远东单元控制性详细规划修编》批准生效后公司将按照相关部门要求配合履行程序，不存在合规风险，公司已在《募集说明书》中披露前次募集资金变更的相关情况及原因。

（三）保荐机构及发行人律师核查程序及核查意见

1、核查程序

保荐机构和发行人律师执行了以下核查程序：

（1）查阅前次募投项目可行性研究报告及发行人公开资料查阅，访谈发行人主要管理人员，了解前募扩产项目首发申请时间及已建产能的建设完成时点。

（2）查阅发行人公开披露信息、访谈发行人主要管理人员并查阅余姚市自然资源和规划局出具的《证明》/《说明》，了解前募扩产项目相关地块上的资产情况及初步拟采取的处置措施，了解前次募投扩产项目相关用地规划变更的具体过程及对发行人生产经营的影响。

（3）查阅发行人相关董事会、股东大会/股东会文件及公告文件，了解发行人对前募扩产项目变更履行的相应内部决策程序及披露情况。

（4）查阅发行人不动产权证书及查档证明，了解前募扩产项目所在土地目前的用地性质。

2、核查意见

经核查，保荐机构和发行人律师认为：

（1）前募扩产项目变更投资金额的主要原因系当地政府变更前募扩产项目所在土地的规划用地性质为商住混合用地，导致发行人继续建设受限，为提高募集资金使

用效率，发行人将前次募投扩产项目剩余募集资金变更至中意产业园一期项目的工业用房项目（1#2#3#楼及附属房、展示车间）和（4#5#楼）的土建工程投入。剩余相关资产的征用预期能够得到补偿，对发行人的生产经营并无重大影响。相关土地性质变更及后续搬迁计划不会影响发行人持续经营能力。

（2）发行人前次募集资金变更已履行相应内部决策程序及披露要求，《余姚市远东单元控制性详细规划修编》批准生效后发行人将按照相关部门要求配合履行政程序，不存在合规风险，发行人已在《募集说明书》中披露前次募集资金变更的相关情况及原因。

4.3 请发行人说明：（1）公司报告期内罚款金额1万元以上的行政处罚及对应整改情况，是否存在严重损害投资者合法权益或者社会公共利益的重大违法行为；（2）公司作为被告的未决诉讼进展情况，是否可能对公司日常经营、财务状况产生重大不利影响，公司是否存在其他对外担保事项。请保荐机构及发行人律师核查并发表明确意见。

回复：

（一）公司及其控股子公司的行政处罚情况

报告期内，公司及其控股子公司不存在罚款金额在 1 万元以上的行政处罚。

根据《适用意见》第二条，“重大违法行为”是指违反法律、行政法规或者规章，受到刑事处罚或者情节严重行政处罚的行为。在国家安全、公共安全、生态安全、生产安全、公众健康安全等领域存在重大违法行为的，原则上构成严重损害社会公共利益的违法行为。上市公司及其控股股东、实际控制人存在欺诈发行、虚假陈述、内幕交易、操纵市场等行为的，原则上构成严重损害上市公司利益和投资者合法权益的违法行为。

报告期内，公司及其控股子公司不存在严重损害投资者合法权益或者社会公共利益的重大违法行为。

（二）公司及其控股子公司涉及诉讼情况

截至本报告出具日，公司存在一项尚未了结的作为被告的诉讼，具体情况如下：

余姚市人民法院于 2025 年 2 月 6 日立案并向发行人发出《应诉通知书》，中信银行股份有限公司宁波余姚支行（“中信银行”）以发行人为被告向余姚市人民法院提起诉讼，要求发行人在最高额保证担保范围内对浙江金源电气科技有限公司在（2020）浙 0281 民初 1829 号判决书判决确定的第一项债务承担连带清偿责任，暂计至 2024 年 6 月 15 日债权金额为 15,973,797.83 元。

2025 年 8 月 6 日，余姚市人民法院已就本案出具一审判决书，驳回原告中信银行的诉讼请求。

2025 年 8 月 10 日，中信银行向宁波市中级人民法院提起上诉，截至本回复报告出具日，本案尚未进行二审开庭审理。

根据公司 2024 年年度报告披露，公司实际控制人已经出具承诺函，就发行人对于浙江金源电气科技有限公司的担保或其他或有事项，承诺实际控制人代替发行人承担担保责任，或在发行人必须承担担保责任时由实际控制人补偿发行人的一切损失，故发行人预计不会产生其他财务损失。

基于上述，上述诉讼不会对公司日常经营、财务状况产生重大不利影响，对本次发行不构成实质障碍。

截至本报告出具日，公司及其控股子公司不存在其他作为被告的未决诉讼情况。

（三）发行人及其控股子公司的对外担保情况

报告期内，除公司及其控股子公司为其自身与银行之间发生的债务提供质押及抵押担保的情形外公司及其控股子公司不存在提供对外担保的情形。

综上所述，报告期内，公司及其控股子公司不存在罚款金额在 1 万元以上的行政处罚，不存在严重损害投资者合法权益或者社会公共利益的重大违法行为；公司与中信银行的未决诉讼不会对公司日常经营、财务状况产生重大不利影响，对本次发行不构成实质障碍；报告期内，除公司及其控股子公司为其自身与银行之间发生的债务提供质押及抵押担保的情形外，公司及其控股子公司不存在提供对外担保的情形。

（四）保荐机构及发行人律师核查程序及核查意见

1、核查程序

保荐机构和发行人律师执行了以下核查程序：

（1）取得发行人的说明，了解发行人及其控股子公司报告期内是否存在罚款金额在1万元以上的行政处罚情况；发行人及其控股子公司报告期内是否存在严重损害投资者合法权益或者社会公共利益的重大违法行为；发行人及其控股子公司尚未了结的作为被告的诉讼情况；发行人及其控股子公司报告期内是否存在对外担保情况；

（2）取得发行人及其控股子公司的企业信用报告，确认发行人及其控股子公司是否存在行政处罚情况及重大违法行为；

（3）取得海关等主管部门出具的证明，确认发行人及其控股子公司是否在相应领域存在行政处罚情况及重大违法行为；

（4）在证券期货市场失信记录查询平台、国家企业信用信息公示系统、信用中国网站、中国裁判文书网、中国执行信息公开网、中国证监会网站、上交所网站等公开渠道进行网络核查，了解发行人及其控股子公司是否存在行政处罚及重大违法行为；

（5）在中国裁判文书网、中国执行信息公开网等公开渠道进行网络核查，了解发行人及其控股子公司的涉诉情况；

（6）查阅发行人作为被告的（2025）浙0281民初2046号案件的相关文件，包括但不限于起诉状、应诉通知书、一审判决书等，了解发行人的诉讼案件具体情况；

（7）查阅发行人最近三年年度报告、2025年半年报、最近三年审计报告、最近一期审阅报告，了解发行人及其控股子公司报告期内是否存在对外担保情况；

（8）查阅发行人提供的担保合同，确认发行人及其控股子公司正在履行的担保合同的担保范围、是否涉及对外担保。

2、核查结论

经核查，保荐机构和发行人律师认为：

（1）报告期内，发行人及其控股子公司不存在罚款金额在1万元以上的行政处罚，不存在严重损害投资者合法权益或者社会公共利益的重大违法行为；

(2) 发行人与中信银行的未决诉讼不会对公司日常经营、财务状况产生重大不利影响，对本次发行不构成实质障碍；

(3) 报告期内，除发行人及其控股子公司为其自身与银行之间发生的债务提供质押及抵押担保的情形外，发行人及其控股子公司不存在提供对外担保的情形。

4.4 发行人是否存在传媒、广告、互联网（包括公众号、小程序、互联网平台）等业务，是否取得相应资质，经营是否合法合规。请保荐机构及发行人律师核查并发表明确意见。

（一）公司不存在传媒、广告业务

公司的主营业务为智能小家电产品的研发、设计、制造和销售，不涉及文化传媒及广告业务。截至本报告出具日，公司部分控股子公司的经营范围中存在“广告设计、代理”“组织文化艺术交流活动”“会议及展览服务”等可能涉及传媒及广告业务的表述，相关控股子公司并未实际开展前述业务。具体情况如下：

控股子公司	涉及的经营范围描述	控股子公司实际业务	是否实际开展文化传媒及广告业务
比依科技	市场营销策划	智能小家电产品的研发、设计、制造和销售	否
广东悦觉	广告设计、代理；市场营销策划、	咖啡机产品销售及运营	否
宁波卓朗	会议及展览服务；广告设计、代理	即热即冷桌面饮水机等的销售及运营	否
比依跳动	组织文化艺术交流活动；广告设计、代理；市场营销策划	曾通过员工线上直播销售自有或第三方产品，目前该公司已停止开展业务	否
卓朗科技	会议及展览服务；广告设计、代理	即热即冷桌面饮水机等的销售及运营	否

基于上述，截至本报告出具日，公司及控股子公司未开展传媒及广告业务。

（二）发行人是否存在互联网业务

1、公司通过互联网开展业务情况

截至本报告出具日，公司及控股子公司通过互联网开展业务情况主要如下：

（1）正在使用的自有网站/域名

公司名称	域名	ICP 备案号	主要功能	是否涉及销售商品	是否涉及经营性互联网业务	是否属于互联网平台
比依股份	www.nb-biyi.com	浙 ICP 备 11027412 号-1	公司介绍、宣传及信息发布	不涉及	不涉及	不属于
广东悦觉	https://www.lumosbari.com/	粤 ICP 备 2023156278 号-1	公司介绍、宣传及信息发布	不涉及	不涉及	不属于

注：根据《国务院反垄断委员会关于平台经济领域的反垄断指南》，互联网平台，是指通过网络信息技术，使相互依赖的双边或者多边主体在特定载体提供的规则下交互，以此共同创造价值的商业组织形态，下同。

(2) 正在使用的微信公众号/服务号、小程序

公司名称	名称	类型	主要功能	是否涉及销售产品	是否属于互联网平台
比依股份	比依之家	公众号	公司介绍、宣传及信息发布	不涉及	不属于
比依股份	BIYI比依	服务号	公司介绍、宣传及信息发布	不涉及	不属于
比依股份	智能比依	服务号	公司内部使用	不涉及	不属于
比依股份	比依饭卡消费	服务号	公司内部使用	不涉及	不属于
比依股份	比依OA	服务号	公司内部使用	不涉及	不属于
广东悦觉	LumosBari 露茉咖啡	小程序	公司介绍、宣传及信息发布；供已购咖啡机用户登记信息领取咖啡豆	不涉及	不属于
广东悦觉	LumosBari 露茉咖啡	服务号	公司介绍、宣传及信息发布	不涉及	不属于

(3) APP

截至本报告出具日，公司及控股子公司未涉及APP相关业务。

(4) 第三方店铺

截至报告出具日，公司及控股子公司在淘宝、京东、抖音、小红书等主要第三方平台开设第三方店铺的情况如下：

运营主体	店铺名称	平台	主要功能	状态
比依股份	比依旗舰店	淘宝	销售小家电产品	运营中

运营主体	店铺名称	平台	主要功能	状态
	比依电器	抖音	销售小家电产品	运营中
	BIYI比依旗舰店	小红书	销售小家电产品	运营中
	比依官方旗舰店	京东	销售小家电产品	运营中
	浙江比依电器股份有限公司	阿 里 巴 巴 (1688)	销售小家电产品及贴牌服务	运营中
广东悦觉	露茉官方旗舰店	拼多多	销售小家电产品	运营中
	露茉京东自营旗舰店	京东	销售小家电产品	运营中
	露茉旗舰店	天猫	销售小家电产品	运营中
	露茉旗舰店	小红书	销售小家电产品	运营中
	广东悦觉科技有限公司	得物	销售小家电产品	运营中
	Lumosbari-US	亚马逊	销售小家电产品	运营中
	露茉	微信小店	销售小家电产品	运营中
佛山锐依	brandt 咖啡机旗舰店	天猫	销售小家电产品	运营中
	Brandt 白朗官方旗舰店	京东	销售小家电产品	运营中
	Brandt 厨房电器旗舰店	小红书	销售小家电产品	运营中
	Brandt 锐依厨房电器	微信小店	销售小家电产品	运营中
佛山优振利	Brandt 优振利专卖店	天猫	销售小家电产品	运营中
	Brandt 厨房电器旗舰店	抖音	销售小家电产品	运营中
宁波卓朗	卓朗官方旗舰店	天猫	销售小家电产品	运营中
	卓朗京东自营旗舰店	京东	销售小家电产品	运营中
	卓朗官方旗舰店	拼多多	销售小家电产品	运营中
	卓朗官方旗舰店	抖音	销售小家电产品	运营中
	卓朗旗舰店	小红书	销售小家电产品	运营中
	卓朗旗舰店	快手	销售小家电产品	运营中
卓朗科技	卓朗厨房小家电旗舰店	天猫	销售小家电产品	运营中

2、公司通过互联网开展业务是否取得资质

根据《中华人民共和国电信条例》，电信业务分为基础电信业务和增值电信业务。经营增值电信业务，业务覆盖范围在两个以上省、自治区、直辖市的，须经国务院信息产业主管部门审查批准，取得《跨地区增值电信业务经营许可证》；业务覆盖范围

在一个省、自治区、直辖市行政区域内的，须经省、自治区、直辖市电信管理机构审查批准，取得《增值电信业务经营许可证》。增值电信业务包括：（一）电子邮件；（二）语音信箱；（三）在线信息库存储和检索；（四）电子数据交换；（五）在线数据处理与交易处理；（六）增值传真；（七）互联网接入服务；（八）互联网信息服务；（九）可视电话会议服务。

根据《互联网信息服务管理办法》，互联网信息服务分为经营性和非经营性两类。经营性互联网信息服务，是指通过互联网向上网用户有偿提供信息或者网页制作等服务活动。非经营性互联网信息服务，是指通过互联网向上网用户无偿提供具有公开性、共享性信息的服务活动。国家对经营性互联网信息服务实行许可制度；对非经营性互联网信息服务实行备案制度。未取得许可或者未履行备案手续的，不得从事互联网信息服务。

公司及其控股子公司通过自有网站、公众号、小程序等进行介绍、宣传，向用户无偿提供具有公开性、共享性信息的服务，属于从事非经营性互联网信息服务，不涉及经营性信息服务，公司自有网站域名及小程序均已在工信部完成了ICP备案。

根据《中华人民共和国电子商务法》，平台内经营者，是指通过电子商务平台销售商品或者提供服务的电子商务经营者。电子商务平台经营者应当要求申请进入平台销售商品或者提供服务的经营者提交其身份、地址、联系方式、行政许可等真实信息，进行核验、登记，建立登记档案，并定期核验更新。因此，公司及其控股子公司在第三方电商平台开设店铺销售产品仅需遵守电商平台制定的平台规则，无需另行取得特殊资质。

3、公司通过互联网开展业务的合法合规性

(1) 个人信息收集合规情况

公司及控股子公司在通过互联网开展业务的过程中存在收集、存储个人数据的情况，但不为客户提供个人数据存储及运营的相关服务，不存在对相关数据挖掘及提供服务的情况，主要包括：

1) 公司控股子公司广东悦觉“LumosBari露莱咖啡”小程序可供在其他平台已购咖啡机的用户自行登记信息领取咖啡豆，登记信息中的个人信息涉及下单地址、收件人姓名/昵称、手机号，用于咖啡豆发货；

2) 公司及子公司通过入驻其他第三方电商平台的方式提供线上下单服务时, 个人消费者在第三方电商平台进行注册并提供个人信息数据, 除获取订单生成后的用户姓名/昵称、手机号码、产品信息以及住址等信息外, 不进行其他个人数据的收集和存储。

基于上述, 公司及控股子公司在通过互联网开展业务的过程中存在收集、存储个人数据的情况, 收集相关数据系实现互联网销售服务的必要环节, 数据范围未超过合理且必要的限度, 不存在为客户提供个人数据存储及运营的相关服务, 不存在对相关数据挖掘及提供服务的情, 不存在违反《中华人民共和国个人信息保护法》《中华人民共和国网络安全法》《中华人民共和国数据安全法》等相关法律法规规定的情形。

(2) 反垄断合规情况

根据《国务院反垄断委员会关于平台经济领域的反垄断指南》(国反垄发〔2021〕1号, 以下简称“《反垄断指南》”) 第二条的规定, “(一) 平台, 本指南所称平台为互联网平台, 是指通过网络信息技术, 使相互依赖的双边或者多边主体在特定载体提供的规则下交互, 以此共同创造价值的商业组织形态。(二) 平台经营者, 是指向自然人、法人及其他市场主体提供经营场所、交易撮合、信息交流等互联网平台服务的经营者。(三) 平台内经营者, 是指在互联网平台内提供商品或者服务(以下统称商品)的经营者。平台经营者在运营平台的同时, 也可能直接通过平台提供商品。(四) 平台经济领域经营者, 包括平台经营者、平台内经营者以及其他参与平台经济的经营者。”

如前所述, 公司及控股子公司正在运营的网站、公众号、小程序主要为宣传展示使用, 不属于《反垄断指南》中规定的“互联网平台”; 公司及控股子公司通过入驻第三方电商平台的方式进行线上销售, 属于《反垄断指南》中规定的“平台内经营者”, 仅涉及在上述平台内提供商品或服务, 不属于《反垄断指南》中规定的“互联网平台”或“平台经营者”。

公司报告期内销售以外销收入为主, 线上销售非主要销售渠道, 占比较低。

公司及控股子公司不存在违反《中华人民共和国反垄断法》《反垄断指南》等反垄断相关法律法规的情况。

此外，截至本报告出具日，公司及其控股子公司不存在因开展互联网业务而受到主管部门相关行政处罚的情形。

基于上述，公司及控股子公司从事互联网业务已取得必要资质，经营合法合规。

综上所述，公司及控股子公司不涉及从事传媒及广告业务，公司从事互联网业务已取得必要资质，经营合法合规。

（三）保荐机构及发行人律师核查程序及核查意见

1、核查程序

保荐机构和发行人律师执行了以下核查程序：

（1）查阅《国民经济行业分类（GB/T4754—2017）》《市场准入负面清单（2022年版）》《中华人民共和国电子商务法》《国务院反垄断委员会关于平台经济领域的反垄断指南》《中华人民共和国个人信息保护法》《中华人民共和国网络安全法》《中华人民共和国数据安全法》等相关法律法规及规范性文件；

（2）登录国家企业信用信息公示系统进行查询，了解发行人及其控股子公司经营范围及主营业务等，判断是否开展传媒及广告业务、互联网及互联网平台业务；

（3）取得发行人的说明，了解发行人及其控股子公司是否实际开展文化传媒及广告业务、互联网及互联网平台业务，以及相关业务的经营模式；发行人互联网平台业务载体的情况及运行情况以及销售收入占比；个人信息收集及储存情况；

（4）在工信部网站登录查看发行人及其控股子公司自有网站、小程序的备案情况，登录该等网站、小程序、公众号了解其功能及运行情况、个人信息收集情况；

（5）查看发行人最近三年年度报告、2025年半年报、最近三年审计报告及最近一期审阅报告，确认发行人销售渠道分布及线上销售模式占比情况；

（6）取得发行人《企业信用报告》确认发行人及控股子公司是否存在经营互联网业务被处罚的情形。

2、核查结论

经核查，保荐机构和发行人律师认为：

（1）截至本回复报告出具日，发行人及控股子公司不涉及从事传媒及广告业务；

(2) 截至本回复报告出具日，发行人及控股子公司存在涉及从事互联网及互联网平台业务的情形，包括经营自有网站、公众号，小程序以及在第三方平台开设店铺销售产品等；

(3) 发行人及控股子公司从事前述互联网业务已取得必要资质；发行人及控股子公司在通过互联网开展业务的过程中存在收集、存储个人数据的情况，收集相关数据系实现互联网销售服务的必要环节，数据范围未超过合理且必要的限度，不存在为客户提供个人数据存储及运营的相关服务，不存在对相关数据挖掘及提供服务的情，不存在违反《中华人民共和国个人信息保护法》《中华人民共和国网络安全法》《中华人民共和国数据安全法》等相关法律法规规定的情形；发行人及控股子公司不存在违反《中华人民共和国反垄断法》《反垄断指南》等相关法律法规规定的情况；发行人及其控股子公司不存在因开展互联网业务而受到主管部门相关行政处罚的情形，经营合法合规。

（此页无正文，为浙江比依电器股份有限公司《关于浙江比依电器股份有限公司向特定对象发行股票申请文件的审核问询函的回复报告》之盖章页）

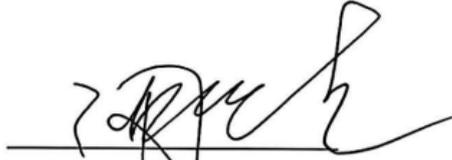


2025年 9 月 8 日

发行人董事长声明

本人已认真阅读《关于浙江比依电器股份有限公司向特定对象发行股票申请文件的审核问询函的回复报告》的全部内容，确认回复报告内容真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担相应的法律责任。

董事长：

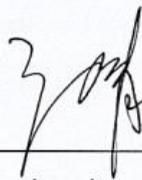


闻继望

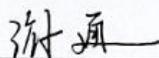


(本页无正文，为中信证券股份有限公司《关于浙江比依电器股份有限公司向特定对象发行股票申请文件的审核问询函的回复报告》之签章页)

保荐代表人：



唐青



游通



保荐人法定代表人、董事长声明

本人已认真阅读《关于浙江比依电器股份有限公司向特定对象发行股票申请文件的审核问询函的回复报告》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，审核问询函回复报告不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，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。

法定代表人、董事长：


张佑君

中信证券股份有限公司

2025年9月8日