



小熊电器股份有限公司

BEAR ELECTRIC APPLIANCE CO., LTD.

(住所：佛山市顺德区勒流街道富裕村委会富安集约工业区 5-2-1 号地)



首次公开发行股票 招股意向书

保荐机构暨主承销商



(住所：广东省东莞市莞城区可园南路一号)

本次发行概况

发行股票类型：	人民币普通股（A股）
发行股数：	本次公司拟公开发行股份不超过 3,000 万股，占发行后公司总股本的比例不低于 25.00%。本次发行原股东不公开发售老股。
每股面值：	1.00 元
每股发行价格：	【】元
预计发行日期：	2019 年 7 月 24 日
拟上市的证券交易所：	深圳证券交易所
发行后总股本：	不超过 12,000 万股
本次发行前股东股份锁定承诺及减持意向的承诺： 公司控股股东兆峰投资承诺：（1）自发行人股票上市之日起三十六个月内，本公司不转让或者委托他人管理本次发行前本公司直接或间接持有的发行人股份，也不由发行人回购该部分股份；（2）发行人上市后六个月内如发行人股票连续二十个交易日的收盘价均低于发行价，或者上市后六个月期末收盘价低于发行价，本公司持有发行人股票的锁定期自动延长六个月；（3）上述股份锁定承诺期限届满后两年内，本公司第一年减持发行人股份数量不超过本公司持有发行人股份总数的 15%，第二年减持发行人股份数量不超过本公司持有发行人股份总数的 15%；拟减持发行人股票的，将提前三个交易日通知发行人并予以公告，并按照《中华人民共和国公司法》、《中华人民共和国证券法》、中国证监会及深圳证券交易所相关规定办理；（4）本公司持有发行人股票在锁定期满后两年内减持的，减持价格不低于发行价；（5）如有派息、送股、公积金转增股本、配股等情况的，则发行价格将根据除权除息情况进行相应调整。 公司实际控制人李一峰承诺：（1）自发行人股票上市之日起三十六个月内，本人不转让或者委托他人管理本次发行前本人通过兆峰投资、永新吉顺持有的发行人股份，也不由发行人回购该部分股份；（2）发行人上市后六个月内如发行人股票连续二十个交易日的收盘价均低于发行价，或者上市后六个月期末收盘价	

低于发行价，本人通过兆峰投资、永新吉顺间接持有发行人股票的锁定期限自动延长六个月；（3）上述股份锁定承诺期限届满后两年内，本人第一年通过兆峰投资、永新吉顺减持发行人股份数量不超过本人间接持有发行人股份总数的 15%，第二年通过兆峰投资、永新吉顺减持发行人股份数量不超过本人间接持有发行人股份总数的 15%；拟减持发行人股票的，将提前三个交易日通知发行人并予以公告，并按照《中华人民共和国公司法》、《中华人民共和国证券法》、中国证监会及证券交易所相关规定办理；（4）本人通过兆峰投资、永新吉顺持有的发行人股票在锁定期满后两年内减持的，减持价格不低于发行价；（5）在遵守前述承诺的前提下，本人在担任董事、高级管理人员职务期间，将向发行人申报所持有的发行人股份及其变动情况；在任职期间每年转让的股份不超过本人所持有发行人股份总数的 25%；本人作为董事、高级管理人员在离职后半年内，不转让本人所持有的发行人股份。（6）本人在任期届满前离职的，在本人就任时确定的任期内和任期届满后六个月内每年转让的股份不超过本人所持有发行人股份总数的 25%；（7）如有派息、送股、公积金转增股本、配股等情况的，则发行价格将根据除权除息情况进行相应调整；（8）本人不会因职务变更、离职等原因而拒绝履行上述承诺；（9）如中国证监会、深圳证券交易所届时对于本人锁定股份及/或减持事项有更严格规定或要求，本人将按照相关规定或要求执行。

公司实际控制人张红承诺：（1）自发行人股票上市之日起三十六个月内，本人不转让或者委托他人管理本次发行前本人通过兆峰投资持有的发行人股份，也不由发行人回购该部分股份；（2）发行人上市后六个月内如发行人股票连续二十个交易日的收盘价均低于发行价，或者上市后六个月期末收盘价低于发行价，本人通过兆峰投资间接持有发行人股票的锁定期限自动延长六个月；（3）上述股份锁定承诺期限届满后两年内，本人第一年通过兆峰投资减持发行人股份数量不超过本人间接持有发行人股份总数的 15%，第二年通过兆峰投资减持发行人股份数量不超过本人间接持有发行人股份总数的 15%；拟减持发行人股票的，将提前三个交易日通知发行人并予以公告，并按照《中华人民共和国公司法》、《中华人民共和国证券法》、中国证监会及证券交易所相关规定办理；（4）本人通过兆峰投资持有的发行人股票在锁定期满后两年内减持的，减持价格不低于

发行价；（5）如有派息、送股、公积金转增股本、配股等情况的，则发行价格将根据除权除息情况进行相应调整；（6）如中国证监会、深圳证券交易所届时对于本人锁定股份及/或减持事项有更严格规定或要求，本人将按照相关规定或要求执行。

公司股东永新吉顺承诺：（1）自发行人股票上市之日起三十六个月内，本企业不转让或者委托他人管理本次发行前已持有的发行人股份，也不由发行人回购该部分股份；（2）上述股份锁定承诺期限届满后两年内，本企业第一年减持发行人股份数量不超过本企业持有发行人股份总数的 15%，第二年减持发行人股份数量不超过本企业持有发行人股份总数的 15%；拟减持发行人股票的，将提前三个交易日通知发行人并予以公告，并按照《中华人民共和国公司法》、《中华人民共和国证券法》、中国证监会及证券交易所相关规定办理；（3）本企业持有发行人股票在锁定期满后两年内减持的，减持价格不低于发行价；（4）如有派息、送股、公积金转增股本、配股等情况的，则发行价格将根据除权除息情况进行相应调整。

公司股东龙少宏承诺：（1）自发行人股票上市之日起三十六个月内，本人不转让或者委托他人管理本次发行前已持有的发行人股份，也不由发行人回购该部分股份；（2）发行人上市后六个月内如发行人股票连续二十个交易日的收盘价均低于发行价，或者上市后六个月期末收盘价低于发行价，本人持有发行人股票的锁定期限自动延长六个月；（3）上述股份锁定承诺期限届满后两年内，本人第一年减持所持股份数量不超过本人持有发行人股份总数的 15%，第二年减持所持股份数量不超过本人持有发行人股份总数的 15%。拟减持发行人股票的，将提前三个交易日通知发行人并予以公告，并按照《中华人民共和国公司法》、《中华人民共和国证券法》、中国证监会及证券交易所相关规定办理；（4）本人持有发行人股票在锁定期满后两年内减持的，减持价格不低于发行价；（5）如有派息、送股、公积金转增股本、配股等情况的，则发行价格将根据除权除息情况进行相应调整；（6）如中国证监会、深圳证券交易所届时对于本人锁定股份及/或减持事项有更严格规定或要求，本人将按照相关规定或要求执行。

公司股东施明泰、龙少柔、龙少静承诺：（1）自发行人股票上市之日起十二个月内，本人不转让或者委托他人管理本次发行前已持有的发行人股份，也不

由发行人回购该部分股份；（2）上述股份锁定承诺期限届满后两年内，本人第一年减持所持股份数量不超过本人持有发行人股份总数的 25%，第二年减持所持股份数量不超过本人持有发行人股份总数的 25%。拟减持发行人股票的，将提前三个交易日通知发行人并予以公告，并按照《中华人民共和国公司法》、《中华人民共和国证券法》、中国证监会及证券交易所相关规定办理；（3）本人持有公司股票在锁定期满后两年内减持的，减持价格不低于发行价。（4）如有派息、送股、公积金转增股本、配股等情况的，则发行价格将根据除权除息情况进行相应调整；（5）如中国证监会、深圳证券交易所届时对于本人锁定股份及/或减持事项有更严格规定或要求，本人将按照相关规定或要求执行。

董事欧阳桂蓉、监事赵国洪、黎志斌、周志树和高级管理人员刘奎、邹勇辉承诺：（1）自发行人股票上市之日起三十六个月内，本人不转让或者委托他人管理本次发行前已直接或间接持有的发行人股份，也不由发行人回购该部分股份；（2）在发行人任职期间，向发行人申报所直接或间接持有的发行人的股份及其变动情况，在任职期间每年转让的股份不超过本人直接或间接所持发行人股份总数的 25%；从发行人离职后六个月内，不转让本人直接或间接所持有的发行人股份；本人在任期届满前离职的，在本人就任时确定的任期内和任期届满后六个月内每年转让的股份不超过本人所持有发行人股份总数的 25%；（3）本人在上述锁定期满后两年内减持所持发行人股票的，减持价格不低于发行价；（4）公司上市后 6 个月内如公司股票连续 20 个交易日的收盘价低于发行价，或者上市后 6 个月期末收盘价低于发行价，本人持有的发行人股票锁定期自动延长 6 个月；（5）如有派息、送股、公积金转增股本、配股等情况的，则发行价格将根据除权除息情况进行相应调整；（6）本人不因职务变更、离职等原因，而放弃履行上述承诺；（7）如中国证监会、深圳证券交易所届时对于本人锁定股份及/或减持事项有更严格规定或要求，本人将按照相关规定或要求执行。

公司股东兆峰投资、永新吉顺除遵守上述承诺外，还作出如下承诺：本企业所持发行人股票在锁定期满后两年内减持的，减持股份应符合相关法律法规及深圳证券交易所规则要求，减持方式包括二级市场集中竞价交易、大宗交易等深圳证券交易所认可的合法方式；本企业通过深圳证券交易所集中竞价交易减持所持有的发行人股份前，将在首次卖出的 15 个交易日前预先通知发行人并向深圳

证券交易所报告减持计划，同时向深圳证券交易所备案并予以公告，按照深圳证券交易所的规则及时、准确、完整地履行信息披露义务。

公司股东施明泰、龙少柔、龙少静、龙少宏及实际控制人李一峰和张红夫妇除遵守上述承诺外，还作出如下承诺：本人所持发行人股票在锁定期满后两年内减持的，减持股份应符合相关法律法规及深圳证券交易所规则要求，减持方式包括二级市场集中竞价交易、大宗交易等深圳证券交易所认可的合法方式；本人通过深圳证券交易所集中竞价交易减持所持有的发行人股份前，将在首次卖出的15个交易日前预先通知发行人并向深圳证券交易所报告减持计划，同时向深圳证券交易所备案并予以公告，按照深圳证券交易所的规则及时、准确、完整地履行信息披露义务。

保荐机构（主承销商）：	东莞证券股份有限公司
招股意向书签署日期：	2019年7月15日

发行人声明

发行人及全体董事、监事、高级管理人员承诺招股意向书及其摘要不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性、及时性承担个别和连带的法律责任。

公司负责人和主管会计工作的负责人、会计机构负责人保证招股意向书及其摘要中财务会计资料真实、完整。

保荐人承诺因其为发行人首次公开发行股票制作、出具的文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给投资者造成损失的，将先行赔偿投资者损失。保荐机构董事长、总经理已认真阅读发行人招股意向书的全部内容，确认招股意向书不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对招股意向书真实性、准确性、完整性、及时性承担相应法律责任。

中国证监会、其他政府部门对本次发行所做的任何决定或意见，均不表明其对发行人股票的价值或投资者的收益作出实质性判断或者保证。任何与之相反的声明均属虚假不实陈述。

根据《证券法》的规定，股票依法发行后，发行人经营与收益的变化，由发行人自行负责，由此变化引致的投资风险，由投资者自行负责。

投资者若对本招股意向书及其摘要存在疑问，应咨询自己的股票经纪人、律师、专业会计师或其他专业顾问。

重大事项提示

公司经营发展面临诸多风险。公司特别提请投资者注意，在作出投资决策之前，务必仔细阅读本招股意向书“风险因素”章节的全部内容，并特别关注以下重要事项及公司风险：

一、本次发行前股东股份限售安排、自愿锁定及减持意向承诺

1、**公司控股股东兆峰投资承诺：**（1）自发行人股票上市之日起三十六个月内，本公司不转让或者委托他人管理本次发行前本公司直接或间接持有的发行人股份，也不由发行人回购该部分股份；（2）发行人上市后六个月内如发行人股票连续二十个交易日的收盘价均低于发行价，或者上市后六个月期末收盘价低于发行价，本公司持有发行人股票的锁定期限自动延长六个月；（3）上述股份锁定承诺期限届满后两年内，本公司第一年减持发行人股份数量不超过本公司持有发行人股份总数的 15%，第二年减持发行人股份数量不超过本公司持有发行人股份总数的 15%；拟减持发行人股票的，将提前三个交易日通知发行人并予以公告，并按照《中华人民共和国公司法》、《中华人民共和国证券法》、中国证监会及深圳证券交易所相关规定办理；（4）本公司持有发行人股票在锁定期满后两年内减持的，减持价格不低于发行价；（5）如有派息、送股、公积金转增股本、配股等情况的，则发行价格将根据除权除息情况进行相应调整。

2、**公司实际控制人李一峰承诺：**（1）自发行人股票上市之日起三十六个月内，本人不转让或者委托他人管理本次发行前本人通过兆峰投资、永新吉顺持有的发行人股份，也不由发行人回购该部分股份；（2）发行人上市后六个月内如发行人股票连续二十个交易日的收盘价均低于发行价，或者上市后六个月期末收盘价低于发行价，本人通过兆峰投资、永新吉顺间接持有发行人股票的锁定期限自动延长六个月；（3）上述股份锁定承诺期限届满后两年内，本人第一年通过兆峰投资、永新吉顺减持发行人股份数量不超过本人间接持有发行人股份总数的 15%，第二年通过兆峰投资、永新吉顺减持发行人股份数量不超过本人间接持有发行人股份总数的 15%；拟减持发行人股票的，将提前三个交易日通知发行人并予以公告，并按照《中华人民共和国公司法》、《中华人民共和国证券法》、中

国证监会及证券交易所相关规定办理；（4）本人通过兆峰投资、永新吉顺持有的发行人股票在锁定期满后两年内减持的，减持价格不低于发行价；（5）在遵守前述承诺的前提下，本人在担任董事、高级管理人员职务期间，将向发行人申报所持有的发行人股份及其变动情况；在任职期间每年转让的股份不超过本人所持有发行人股份总数的 25%；本人作为董事、高级管理人员在离职后半年内，不转让本人所持有的发行人股份。（6）本人在任期届满前离职的，在本人就任时确定的任期内和任期届满后六个月内每年转让的股份不超过本人所持有发行人股份总数的 25%；（7）如有派息、送股、公积金转增股本、配股等情况的，则发行价格将根据除权除息情况进行相应调整；（8）本人不会因职务变更、离职等原因而拒绝履行上述承诺；（9）如中国证监会、深圳证券交易所届时对于本人锁定股份及/或减持事项有更严格规定或要求，本人将按照相关规定或要求执行。

3、公司实际控制人张红承诺：（1）自发行人股票上市之日起三十六个月内，本人不转让或者委托他人管理本次发行前本人通过兆峰投资持有的发行人股份，也不由发行人回购该部分股份；（2）发行人上市后六个月内如发行人股票连续二十个交易日的收盘价均低于发行价，或者上市后六个月期末收盘价低于发行价，本人通过兆峰投资间接持有发行人股票的锁定期自动延长六个月；（3）上述股份锁定承诺期限届满后两年内，本人第一年通过兆峰投资减持发行人股份数量不超过本人间接持有发行人股份总数的 15%，第二年通过兆峰投资减持发行人股份数量不超过本人间接持有发行人股份总数的 15%；拟减持发行人股票的，将提前三个交易日通知发行人并予以公告，并按照《中华人民共和国公司法》、《中华人民共和国证券法》、中国证监会及证券交易所相关规定办理；（4）本人通过兆峰投资持有的发行人股票在锁定期满后两年内减持的，减持价格不低于发行价；（5）如有派息、送股、公积金转增股本、配股等情况的，则发行价格将根据除权除息情况进行相应调整；（6）如中国证监会、深圳证券交易所届时对于本人锁定股份及/或减持事项有更严格规定或要求，本人将按照相关规定或要求执行。

4、公司股东永新吉顺承诺：（1）自发行人股票上市之日起三十六个月内，本企业不转让或者委托他人管理本次发行前已持有的发行人股份，也不由发行人

回购该部分股份；（2）上述股份锁定承诺期限届满后两年内，本企业第一年减持发行人股份数量不超过本企业持有发行人股份总数的 15%，第二年减持发行人股份数量不超过本企业持有发行人股份总数的 15%；拟减持发行人股票的，将提前三个交易日通知发行人并予以公告，并按照《中华人民共和国公司法》、《中华人民共和国证券法》、中国证监会及证券交易所相关规定办理；（3）本企业持有发行人股票在锁定期满后两年内减持的，减持价格不低于发行价；（4）如有派息、送股、公积金转增股本、配股等情况的，则发行价格将根据除权除息情况进行相应调整。

5、公司股东龙少宏承诺：（1）自发行人股票上市之日起三十六个月内，本人不转让或者委托他人管理本次发行前已持有的发行人股份，也不由发行人回购该部分股份；（2）发行人上市后六个月内如发行人股票连续二十个交易日的收盘价均低于发行价，或者上市后六个月期末收盘价低于发行价，本人持有发行人股票的锁定期限自动延长六个月；（3）上述股份锁定承诺期限届满后两年内，本人第一年减持所持股份数量不超过本人持有发行人股份总数的 15%，第二年减持所持股份数量不超过本人持有发行人股份总数的 15%。拟减持发行人股票的，将提前三个交易日通知发行人并予以公告，并按照《中华人民共和国公司法》、《中华人民共和国证券法》、中国证监会及证券交易所相关规定办理；（4）本人持有发行人股票在锁定期满后两年内减持的，减持价格不低于发行价；（5）如有派息、送股、公积金转增股本、配股等情况的，则发行价格将根据除权除息情况进行相应调整；（6）如中国证监会、深圳证券交易所届时对于本人锁定股份及/或减持事项有更严格规定或要求，本人将按照相关规定或要求执行。

6、公司股东施明泰、龙少柔、龙少静承诺：（1）自发行人股票上市之日起十二个月内，本人不转让或者委托他人管理本次发行前已持有的发行人股份，也不由发行人回购该部分股份；（2）上述股份锁定承诺期限届满后两年内，本人第一年减持所持股份数量不超过本人持有发行人股份总数的 25%，第二年减持所持股份数量不超过本人持有发行人股份总数的 25%。拟减持发行人股票的，将提前三个交易日通知发行人并予以公告，并按照《中华人民共和国公司法》、《中华人民共和国证券法》、中国证监会及证券交易所相关规定办理；（3）本人持有发行人股票在锁定期满后两年内减持的，减持价格不低于发行价。（4）如有派息、

送股、公积金转增股本、配股等情况的，则发行价格将根据除权除息情况进行相应调整；（5）如中国证监会、深圳证券交易所届时对于本人锁定股份及/或减持事项有更严格规定或要求，本人将按照相关规定或要求执行。

7、董事欧阳桂蓉、监事赵国洪、黎志斌、周志树和高级管理人员刘奎、邹勇辉承诺：（1）自发行人股票上市之日起三十六个月内，本人不转让或者委托他人管理本次发行前已直接或间接持有的发行人股份，也不由发行人回购该部分股份；（2）在发行人任职期间，向发行人申报所直接或间接持有的发行人的股份及其变动情况，在任职期间每年转让的股份不超过本人直接或间接所持发行人股份总数的 25%；从发行人离职后六个月内，不转让本人直接或间接所持有的发行人股份；本人在任期届满前离职的，在本人就任时确定的任期内和任期届满后六个月内每年转让的股份不超过本人所持有发行人股份总数的 25%；（3）本人在上述锁定期满后两年内减持所持发行人股票的，减持价格不低于发行价；（4）公司上市后 6 个月内如公司股票连续 20 个交易日的收盘价低于发行价，或者上市后 6 个月期末收盘价低于发行价，本人持有的发行人股票锁定期自动延长 6 个月；（5）如有派息、送股、公积金转增股本、配股等情况的，则发行价格将根据除权除息情况进行相应调整；（6）本人不因职务变更、离职等原因，而放弃履行上述承诺；（7）如中国证监会、深圳证券交易所届时对于本人锁定股份及/或减持事项有更严格规定或要求，本人将按照相关规定或要求执行。

8、公司股东兆峰投资、永新吉顺除遵守上述承诺外，还作出如下承诺：本企业所持发行人股票在锁定期满后两年内减持的，减持股份应符合相关法律法规及深圳证券交易所规则要求，减持方式包括二级市场集中竞价交易、大宗交易等深圳证券交易所认可的合法方式；本企业通过深圳证券交易所集中竞价交易减持所持有的发行人股份前，将在首次卖出的 15 个交易日前预先通知发行人并向深圳证券交易所报告减持计划，同时向深圳证券交易所备案并予以公告，按照深圳证券交易所的规则及时、准确、完整地履行信息披露义务。

9、公司股东施明泰、龙少柔、龙少静、龙少宏及实际控制人李一峰和张红夫妇除遵守上述承诺外，还作出如下承诺：本人所持发行人股票在锁定期满后两年内减持的，减持股份应符合相关法律法规及深圳证券交易所规则要求，减持方式包括二级市场集中竞价交易、大宗交易等深圳证券交易所认可的合法方式；本

人通过深圳证券交易所集中竞价交易减持所持有的发行人股份前，将在首次卖出的 15 个交易日前预先通知发行人并向深圳证券交易所报告减持计划，同时向深圳证券交易所备案并予以公告，按照深圳证券交易所的规则及时、准确、完整地履行信息披露义务。

二、稳定股价预案

（一）启动与终止股价稳定措施的具体条件

1、启动条件：公司首次公开发行人民币普通股（A 股）并上市后三年内公司股票连续 20 个交易日的收盘价均低于公司最近一期经审计的每股净资产时（指公司最近一期经审计的每股净资产，如果公司因派发现金红利、送股、转增股本、增发新股等原因进行除权、除息的，则相关的计算对比方法按照深圳证券交易所的有关规定作除权除息处理，下同），公司即启动稳定股价措施。

2、终止条件：自股价稳定方案公告之日起，若出现以下任一情形，则视为本次稳定股价措施实施完毕及承诺履行完毕，已公告的稳定股价方案终止执行：

（1）公司股票连续 10 个交易日的收盘价均高于公司最近一期经审计的每股净资产；（2）继续回购或增持公司股份将导致公司股权不符合上市条件；（3）继续增持股票将导致控股股东及/或董事及/或高级管理人员需要履行要约收购义务且其未计划实施要约收购。

（二）稳定股价措施的启动程序

1、公司回购股票：（1）公司董事会应在上述公司回购启动条件触发之日起的 5 个工作日内作出回购股份的决议；（2）公司董事会应当在做出回购股份决议后的 2 个工作日内公告董事会决议、回购股份预案，并发布召开股东大会的通知；（3）公司应在股东大会做出决议之次日起开始启动回购，并应在履行相关法定手续后的 30 个交易日内实施完毕；（4）公司回购方案实施完毕后，应在 2 个工作日内公告公司股份变动报告，并在 10 日内依法注销所回购的股份，办理工商变更登记手续。

2、控股股东及董事、高级管理人员增持股票：（1）公司董事会应在控股股东及董事、高级管理人员增持条件触发之日起 2 个交易日内做出增持公告；（2）

控股股东及董事、高级管理人员应在增持公告作出之次日起开始启动增持，并应在履行相关法定手续后的 15 个交易日内实施完毕。

（三）稳定股价的具体措施

当启动条件成就时，公司及相关主体将按下列顺序及时采取相应措施稳定股价：

1、公司回购股票

（1）公司为稳定股价之目的回购股份，应符合相关法律、法规及规范性文件的规定，且不应导致公司股权分布不符合上市条件。

（2）公司董事会对回购股份作出决议，公司董事承诺就该等回购事宜在董事会中投赞成票。公司股东大会对回购股份做出决议，该决议须经出席会议的股东所持表决权的三分之二以上通过，公司股东兆峰投资、施明泰、龙少柔、永新吉顺、龙少静、龙少宏承诺就该等回购事宜在股东大会中投赞成票。

（3）公司为稳定股价进行股份回购时，除应符合相关法律法规及规范性文件的要求之外，还应符合下列各项条件：1）公司单次用于回购股份的资金不低于上一会计年度经审计的归属于母公司股东净利润的 20%；2）单一会计年度用以稳定股价的回购资金累计不超过上一会计年度经审计的归属于母公司股东净利润的 50%。

2、控股股东增持股票

当下列任一条件发生时，公司控股股东兆峰投资应在符合相关法律法规及规范性文件的条件和要求的前提下，对公司股票进行增持：（1）公司回购股份方案实施完毕之次日起的连续 10 个交易日每日股票收盘价均低于最近一期经审计的每股净资产（审计基准日后发生权益分派、公积金转增股本、配股等情况的，应做除权除息处理）；（2）公司回购股份方案实施完毕之次日起的 3 个月内启动条件被再次触发。

控股股东为稳定股价增持股票时，除应符合相关法律法规及规范性文件的要求之外，还应符合下列各项条件：（1）控股股东单次用于增持股份的资金金额不低于其上一会计年度自发行人所获得的税后现金分红金额的 20%；（2）控股股

东单一会计年度用于增持股份的资金金额不超过其上一会计年度自发行人所获得的税后现金分红金额的 50%。

控股股东承诺在增持计划完成后的 6 个月内将不出售所增持的股份。

3、董事、高级管理人员增持股票

当下列任一条件发生时,在公司领取薪酬且届时在任的公司董事(不包括独立董事)、高级管理人员应在符合相关法律法规及规范性文件的条件和要求的的前提下,对公司股票进行增持:(1)控股股东增持股份方案实施完毕之次日起的连续 10 个交易日每日股票收盘价均低于最近一期经审计的每股净资产(审计基准日后发生权益分派、公积金转增股本、配股等情况的,应做除权除息处理);(2)控股股东增持股份方案实施完毕之次日起的 3 个月内启动条件被再次触发。

有增持义务的公司董事、高级管理人员为稳定股价增持股票时,除应符合相关法律法规及规范性文件的要求之外,还应符合下列各项条件:(1)单次用于增持股份的资金不低于上一年度从公司获取的税后薪酬及税后现金分红总额的 20%;(2)单一会计年度用于增持股份的资金不超过董事、高级管理人员上年度税后薪酬及税后现金分红总额的 50%。

有增持义务的公司董事、高级管理人员承诺,在增持计划完成后的 6 个月内将不出售所增持的股份。

公司未来若有新聘的董事(不包括独立董事)、高级管理人员且其从公司领取薪酬,均应当履行公司发行上市时董事、高级管理人员已作出的相应承诺。公司将促使该等新聘任的董事和高级管理人员根据本预案及相关约束措施出具承诺书。

三、关于招股意向书无虚假记载、误导性陈述或重大遗漏方面的承诺

1、**公司承诺:**若本公司在投资者缴纳股票申购款后且股票尚未上市流通前,因本公司首次公开发行股票并上市的招股意向书有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏,对判断本公司是否符合法律规定的发行条件构成重大、实质影响,在该等违法事实被中国证监会、证券交易所或司法机关等有权机关认定后,对于本公司首次公开发行的全部新股,本公司将按照投资者所缴纳股票申购款加算该期间

内银行同期存款利息，对已缴纳股票申购款的投资者进行退款。

若本公司首次公开发行的股票上市流通后，因本公司首次公开发行股票并上市的招股意向书有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，导致对判断本公司是否符合法律规定的发行条件构成重大、实质影响，本公司将在该等违法事实被中国证监会、证券交易所或司法机关等有权机关认定之日起10个交易日内召开董事会并提议尽快召开股东大会，并将按照董事会、股东大会审议通过的股份回购具体方案回购本公司首次公开发行的全部新股，回购价格不低于届时本公司股票二级市场价格。

本公司同时承诺，如本公司首次公开发行股票并上市的招股意向书有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券交易中遭受损失，本公司将依法赔偿投资者损失。有权获得赔偿的投资者资格、投资者损失的范围认定、赔偿主体之间的责任划分和免责事由按照《中华人民共和国证券法》、《最高人民法院关于审理证券市场因虚假陈述引发的民事赔偿案件的若干规定》（法释[2003]2号）等相关法律法规的规定执行，如相关法律法规相应修订，则按届时有效的法律法规执行。

2、公司控股股东承诺：若发行人在投资者缴纳股票申购款后且股票尚未上市流通前，因发行人首次公开发行股票并上市的招股意向书有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，对判断发行人是否符合法律规定的发行条件构成重大、实质影响，在该等违法事实被中国证监会、证券交易所或司法机关等有权机关认定后，本公司将督促发行人就其首次公开发行的全部新股对已缴纳股票申购款的投资者进行退款。

若发行人首次公开发行的股票上市流通后，因发行人首次公开发行股票并上市的招股意向书有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，导致对判断发行人是否符合法律规定的发行条件构成重大、实质影响，在该等违法事实被中国证监会、证券交易所或司法机关等有权机关认定后，本公司将依法回购已转让的原限售股份，回购价格不低于届时发行人股票二级市场价格并按照相关法律法规规定的程序实施。同时，本公司将督促发行人依法回购其首次公开发行股票时发行的全部新股。

本公司同时承诺，如发行人首次公开发行股票并上市的招股意向书有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券交易中遭受损失，本公司将依法赔偿投资者损失。有权获得赔偿的投资者资格、投资者损失的范围认定、赔偿主体之间的责任划分和免责事由按照《中华人民共和国证券法》、《最高人民法院关于审理证券市场因虚假陈述引发的民事赔偿案件的若干规定》（法释[2003]2号）等相关法律法规的规定执行，如相关法律法规相应修订，则按届时有效的法律法规执行。

3、公司实际控制人李一峰和张红夫妇承诺：若发行人在投资者缴纳股票申购款后且股票尚未上市流通前，因发行人首次公开发行股票并上市的招股意向书有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，对判断发行人是否符合法律规定的发行条件构成重大、实质影响，在该等违法事实被中国证监会、证券交易所或司法机关等有权机关认定后，本人将督促发行人就其首次公开发行的全部新股对已缴纳股票申购款的投资者进行退款。

若发行人首次公开发行的股票上市流通后，因发行人首次公开发行股票并上市的招股意向书有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，导致对判断发行人是否符合法律规定的发行条件构成重大、实质影响，在该等违法事实被中国证监会、证券交易所或司法机关等有权机关认定后，本人将通过佛山市兆峰投资有限公司依法回购已转让的原限售股份，回购价格不低于届时发行人股票二级市场价格并按照相关法律法规规定的程序实施。同时，本人将督促发行人依法回购其首次公开发行股票时发行的全部新股。

本人同时承诺，如发行人首次公开发行股票并上市的招股意向书有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券交易中遭受损失，本人将依法赔偿投资者损失。有权获得赔偿的投资者资格、投资者损失的范围认定、赔偿主体之间的责任划分和免责事由按照《中华人民共和国证券法》、《最高人民法院关于审理证券市场因虚假陈述引发的民事赔偿案件的若干规定》（法释[2003]2号）等相关法律法规的规定执行，如相关法律法规相应修订，则按届时有效的法律法规执行。

4、公司全体董事、监事、高级管理人员承诺：发行人首次公开发行股票并上市招股意向书内容真实、准确、完整，如有虚假记载、误导性陈述或重大遗漏

致使投资者在证券交易中遭受损失的，本人将依法赔偿投资者损失；有权获得赔偿的投资者资格、投资者损失的范围认定、赔偿主体之间的责任划分和免责事由按照《中华人民共和国证券法》、《最高人民法院关于审理证券市场因虚假陈述引发的民事赔偿案件的若干规定》（法释[2003]2号）等相关法律法规的规定执行，如相关法律法规相应修订，则按届时有效的法律法规执行。

四、证券服务机构依法赔偿投资者损失的承诺

保荐机构东莞证券承诺：本公司因其为发行人首次公开发行股票制作、出具的文件如有虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，给投资者造成损失的，将先行赔偿投资者损失。

发行人律师北京国枫承诺：本所为本项目制作、出具的申请文件真实、准确、完整、及时，无虚假记载、误导性陈述或重大遗漏；若因本所未能勤勉尽责，为本项目制作、出具的申请文件有虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，给投资者造成损失的，本所将依法赔偿投资者损失。

发行人会计师、验资机构信永中和承诺：若因本机构为发行人首次公开发行股票制作、出具的文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给投资者造成损失的，将依法按照相关监管机构或司法机关认定的金额赔偿投资者损失，如能证明本机构没有过错的除外。

发行人评估机构联信评估承诺：为发行人首次公开发行制作、出具的文件如有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给投资者造成损失的，本机构将依法赔偿投资者损失。

五、强化对相关责任主体承诺事项的约束措施

（一）关于所持股份流通限制和自愿锁定股份承诺以及持有公司5%以上股份股东减持意向的约束措施

1、公司控股股东兆峰投资若未能履行相关承诺：本公司将在符合法律、法规及规范性文件规定的情况下十个交易日内回购违规卖出的股票，且自回购完成之日起自动延长持有全部股份的锁定期三个月。如果本公司因未履行上述承诺事

项而获得收益的，所得的收益归发行人所有，本公司将在获得收益的五日内将前述收益支付给发行人指定账户；如果因本公司未履行上述承诺事项给发行人或者其他投资者造成损失的，本公司将向发行人或者其他投资者依法承担赔偿责任。

2、公司实际控制人李一峰和张红夫妇若未能履行相关承诺：本人将在符合法律、法规及规范性文件规定的情况下十个交易日内回购违规卖出的股票，且自回购完成之日起自动延长持有全部股份的锁定期三个月。如果本人因未履行上述承诺事项而获得收益的，所得的收益归发行人所有，本人将在获得收益的五日内将前述收益支付给发行人指定账户；如果因本人未履行上述承诺事项给发行人或者其他投资者造成损失的，本人将向发行人或者其他投资者依法承担赔偿责任。

3、公司股东施明泰、龙少柔、龙少静、龙少宏若未能履行相关承诺：本人将在符合法律、法规及规范性文件规定的情况下十个交易日内回购违规卖出的股票，且自回购完成之日起自动延长持有全部股份的锁定期三个月。如果本人因未履行上述承诺事项而获得收益的，所得的收益归发行人所有，本人将在获得收益的五日内将前述收益支付给发行人指定账户；如果因本人未履行上述承诺事项给发行人或者其他投资者造成损失的，本人将向发行人或者其他投资者依法承担赔偿责任。

4、公司股东永新吉顺若未能履行相关承诺：若本企业未履行上述承诺，本企业将在符合法律、法规及规范性文件规定的情况下十个交易日内回购违规卖出的股票，且自回购完成之日起自动延长持有全部股份的锁定期三个月。如果本企业因未履行上述承诺事项而获得收益的，所得的收益归发行人所有，本企业将在获得收益的五日内将前述收益支付给发行人指定账户；如果因本企业未履行上述承诺事项给发行人或者其他投资者造成损失的，本企业将向发行人或者其他投资者依法承担赔偿责任。

5、间接持有公司股份的董事、监事、高级管理人员若未能履行相关承诺：若本人未履行上述承诺，本人将在符合法律、法规及规范性文件规定的情况下十个交易日内回购违规卖出的股票，且自回购完成之日起自动延长持有全部股份的锁定期三个月。如果本人因未履行上述承诺事项而获得收益的，所得的收益归发行人所有，本人将在获得收益的五日内将前述收益支付给发行人指定账户；如果因本人未履行上述承诺事项给发行人或者其他投资者造成损失的，本人将向发行

人或者其他投资者依法承担赔偿责任。

（二）关于稳定股价预案的约束措施

1、若公司违背上市后三年内稳定股价的承诺，公司在股东大会及中国证监会指定媒体上公开说明未履行承诺的具体原因并向其他股东和社会公众投资者道歉，并提出补充承诺或替代承诺，以尽可能保护投资者的权益。因未能履行该项承诺造成投资者损失的，本公司将依法向投资者进行赔偿。

2、若控股股东兆峰投资违背上市后三年内稳定股价的承诺：（1）控股股东将在股东大会及中国证监会指定媒体上公开说明未履行承诺的具体原因并向其他股东和社会公众投资者道歉，并提出补充承诺或替代承诺，以尽可能保护投资者的权益；（2）控股股东所持限售股锁定期自期满后延长六个月，并将最近一个会计年度从公司分得的现金股利返还公司。如未按期返还，发行人可以采取从之后发放现金股利中扣发，直至扣减金额累计达到应履行稳定股价义务的最近一个会计年度从公司已分得的现金股利总额。

3、若有增持义务的公司董事、高级管理人员违背上市后三年内稳定股价的承诺：（1）有增持义务的公司董事、高级管理人员将在股东大会及中国证监会指定媒体上公开说明未履行承诺的具体原因并向股东和社会公众投资者道歉，并提出补充承诺或替代承诺，以尽可能保护投资者的权益；（2）公司应当自相关当事人未能履行稳定股价承诺当月起，扣减其每月税后薪酬的 20%，直至累计扣减金额达到应履行稳定股价义务的最近一个会计年度从公司已获得税后薪酬及税后现金分红总额的 50%。

（三）关于招股意向书不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏承诺的约束措施

1、**公司若未能履行相关承诺：**公司将在股东大会及中国证监会指定报刊上公开说明未履行的具体原因并向股东和社会公众投资者道歉，同时及时进行公告，并将在定期报告中披露公司、控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员关于公司回购新股、控股股东及实际控制人购回股份、赔偿损失等承诺的履行情况以及未履行承诺时的补救及改正情况。

2、公司控股股东、实际控制人若未能履行相关承诺：若本公司/本人违反上述承诺，在违反上述承诺发生之日起 5 个工作日内，暂停在发行人处领取薪酬/津贴（如有）及股东分红（如有），同时本公司/本人持有的发行人股份将不得转让，直至本公司/本人按上述承诺采取相应的回购或赔偿措施并实施完毕时为止。

3、公司董事、监事、高级管理人员若未能履行相关承诺：若本人违反上述承诺，则将在发行人股东大会及中国证监会指定报刊上公开就未履行上述赔偿措施向发行人股东和社会公众投资者道歉；并在违反上述赔偿措施发生之日起 5 个工作日内，停止在发行人处领取薪酬/津贴（如有）及股东分红（如有），同时本人持有的发行人股份（如有）不得转让，直至本人按上述承诺采取相应的赔偿措施并实施完毕时为止。

（四）关于填补被摊薄即期回报承诺的约束措施

1、公司董事（不含独立董事）、高级管理人员若未能履行相关承诺：本人若违反本人所作出的承诺或拒不履行承诺，承诺人将按照相关规定履行解释、道歉等相应义务，并同意中国证监会、深圳证券交易所等依法作出的监管措施或自律监管措施；给公司或者股东造成损失的，承诺人愿意依法承担相应补偿责任。

2、公司控股股东、实际控制人若未能履行相关承诺：本公司/本人将在发行人股东大会及中国证监会指定报刊上公开作出解释并道歉，并同意中国证监会和深圳证券交易所等证券监管机构按照其制定或发布的有关规定、规则，对本公司/本人作出相关处罚或采取相关监管措施。如本公司/本人违反上述承诺给发行人或者发行人股东造成损失，本公司/本人将依法承担补偿责任。

（五）关于避免同业竞争承诺的约束措施

控股股东兆峰投资、实际控制人李一峰、张红夫妇若未能履行相关承诺：若本公司/本人未履行避免同业竞争承诺而给发行人或其他投资者造成损失的，本公司/本人将向发行人或其他投资者依法承担赔偿责任。

（六）关于减少和规范关联交易承诺的约束措施

控股股东、实际控制人若未能履行相关承诺：如因本公司/本人违反上述承诺给发行人及股东造成利益损害的，本公司/本人将在发行人股东大会及中国证

券监督管理委员会指定报刊上公开向发行人股东和社会公众投资者道歉，并将承担由此造成的全额赔偿责任。

（七）其他承诺的约束措施

发行人、发行人控股股东及实际控制人、发行人股东、董事、监事、高级管理人员将严格履行招股意向书中公开披露的承诺事项，同时提出如下未能履行承诺的约束措施：

1、如果本企业/本人未履行招股意向书披露的公开承诺事项，本企业/本人将在股东大会及中国证券监督管理委员会指定报刊上公开说明未履行的具体原因并向股东和社会公众投资者道歉。

2、如果本企业/本人因未履行承诺而获得收入的，所得收入归发行人所有，本企业/本人将在获得收入的5日内将前述收入支付给发行人指定账户。

3、如果因本企业/本人未履行承诺事项给发行人或者其他投资者造成损失的，本企业/本人将向发行人或者其他投资者依法承担赔偿责任。

发行人董事、监事、高级管理人员承诺不因职务变更、离职等原因而放弃履行已作出的承诺。

六、发行前滚存利润分配安排

公司首次公开发行股票并上市前滚存的未分配利润在公司首次公开发行股票并上市后由公司首次公开发行股票后的新老股东按照持股比例共同享有。

七、发行后的利润分配政策和分红回报规划

（一）发行后的利润分配政策

根据公司2017年度第二次临时股东大会审议通过的《公司章程（草案）》，公司发行后的股利分配政策主要内容如下：

1、利润分配的原则

公司实施积极的利润分配政策，重视对投资者的合理投资回报，兼顾公司的长远利益及公司的可持续发展，并保持利润分配的连续性和稳定性。公司利润分

配不得超过累计可供分配利润的范围，不得损害公司持续经营能力。

2、利润分配形式及期间间隔

公司采取现金、股票或二者相结合的方式分配股利，但优先采用现金分红的利润分配方式；在符合利润分配条件的前提下，公司每年度进行一次利润分配，也可以根据盈利情况和资金需求状况进行中期现金分红或发放股票股利。

3、利润分配条件和比例

公司原则上每年进行一次利润分配。满足如下条件时，公司当年应当采取现金方式分配股利，且每年以现金方式分配的利润不少于当年度实现的可分配利润的 10%，具体分红比例依据公司现金流、财务状况、未来发展规划和投资项目等确定。

（一）公司当年盈利、累计未分配利润为正值；

（二）审计机构对公司该年度财务报告出具标准无保留意见的审计报告；

（三）公司无重大投资计划或重大现金支出等事项发生（募集资金投资项目除外）。

存在股东违规占用公司资金情况的，公司应当扣减该股东所分配的现金红利，以偿还其占用的资金。

4、差异化的现金分红政策

公司董事会制定利润分配方案时，综合考虑所处行业特点、发展阶段、自身经营模式、盈利水平以及是否有重大资金支出安排等因素，区分下列情形，并按照本章程规定的程序，提出差异化的现金分红政策：

（一）公司发展阶段属成熟期且无重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 80%；

（二）公司发展阶段属成熟期且有重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 40%；

（三）公司发展阶段属成长期且有重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 20%；

公司发展阶段不易区分但有重大资金支出安排的，按照前项规定处理。

5、利润分配政策的调整

公司对规定的既定利润分配政策尤其是现金分红政策作出调整的，调整后的利润分配政策不得违反中国证监会和证券交易所的有关规定，且有关调整利润分配政策的议案，需事先征求独立董事及监事会的意见，经公司董事会审议通过后，方可提交公司股东大会审议，该事项须经出席股东大会股东所持表决权 2/3 以上通过。为充分听取中小股东意见，公司应通过提供网络投票等方式为社会公众股东参加股东大会提供便利，必要时独立董事可公开征集中小股东投票权。

（二）公司未来分红回报规划

为进一步明确公司首次公开发行股票并上市后对利润分配工作的规划安排，细化《公司章程（草案）》中关于利润分配政策的条款，增加利润分配决策的透明度，从公司实际情况和未来发展规划出发，公司根据《关于进一步落实上市公司现金分红有关事项的通知》、《上市公司监管指引第 3 号—上市公司现金分红》的要求制定了《小熊电器股份有限公司上市后未来分红回报规划》，具体情况参见本招股意向书“第十四节 股利分配政策”之“四、发行后的利润分配政策和分红回报规划”之“（二）公司未来分红回报规划”。

八、填补被摊薄即期回报的相关措施及承诺

（一）公司应当对本次公开发行摊薄即期回报采取的措施

公司对即期回报摊薄的影响进行了认真分析，采取以下措施保证此次募集资金有效使用，有效防范即期回报被摊薄风险，提高未来回报能力：

1、加强募集资金管理，保证募集资金合理合法使用

为规范发行人募集资金的使用与管理，确保募集资金的使用规范、安全、高效，发行人制定了《募集资金管理办法》、《信息披露管理办法》、《投资者关系管理办法》等管理制度。这些制度对发行人募集资金的存放、使用、管理以及相关信息的披露进行了规范，保证了发行人募集资金的存放和使用的安全，防止募集资金被控股股东、实际控制人等关联方占用或挪用。本次公开发行股票结束后，募集资金将存放于董事会指定的专项账户中，专户专储，专款专用，切实保证募集资金的合理合法使用。

2、完善利润分配制度，强化投资者回报制度

为了明确本次发行后对投资者的回报,《小熊电器股份有限公司章程(草案)》明确了有关利润分配政策的决策制度和程序的相关条款;为更好的保障全体股东的合理回报,进一步细化发行人章程中有关利润分配政策的相关条款,制定了《小熊电器股份有限公司上市后未来分红回报规划》。

发行人上市后将严格按照章程的规定,完善对利润分配事项的决策机制,重视对投资者的合理回报,积极采取现金分红等方式分配股利,吸引投资者并提升发行人投资价值。

3、加快募投项目投资进度,争取早日实现项目预期收益

本次募集资金紧密围绕发行人主营业务,符合发行人未来发展战略,有利于提高发行人持续盈利能力。发行人对募集资金投资项目进行了充分论证,在募集资金到位前,以自有、自筹资金先期投入建设,以争取尽早产生收益,增加以后年度的股东回报,降低本次发行导致的即期回报摊薄的风险。

4、着力提升经营业绩,积极推进发行人业务发展

公司将健全和完善技术创新机制,努力实现公司产品技术含量和质量性能的突破,有效提升产品附加值;通过进一步巩固在优势领域的产品以及新产品的开发,奠定长期稳定发展的基础。在充分把握行业发展趋势的基础上,公司将采取各种措施保证合理整合内外部资源,加大研发管理创新力度,提升公司的核心竞争能力和整体盈利水平。

5、关于后续事项的承诺

公司承诺将根据中国证监会、深圳证券交易所后续出台的实施细则,持续完善填补被摊薄即期回报的各项措施。

(二) 公司的控股股东、实际控制人、董事、高级管理人员对公司填补被摊薄即期回报措施切实履行的承诺

1、公司董事、高级管理人员根据中国证监会相关规定,对公司填补回报措施能够得到切实履行做出如下承诺的保证:

(1) 本人承诺不无偿或以不公平条件向其他单位或者个人输送利益,也不采用其他方式损害发行人利益。

(2) 本人承诺对本人的职务消费行为进行约束。

(3) 本人承诺不动用发行人资产从事与其履行职责无关的投资、消费活动。

(4) 本人承诺由董事会或薪酬考核委员会制定的薪酬制度与发行人填补回报措施的执行情况相挂钩。

(5) 本人承诺拟公布的发行人股权激励的行权条件与发行人填补回报措施的执行情况相挂钩。

2、公司控股股东、实际控制人根据中国证监会相关规定，对公司填补回报措施能够得到切实履行做出如下承诺：

本公司/本人承诺不越权干预发行人经营管理活动，不侵占发行人利益。

九、主要风险因素

（一）原材料价格波动风险

公司主营业务为创意小家电研发、设计、生产和销售。公司采购的原材料和零部件规格型号众多，按类别划分主要包括塑料原料、五金制品、电机、陶瓷、玻璃、电子电器和包材等。报告期内，公司直接材料成本占主营业务成本的比例分别为 71.62%、75.66%和 75.25%，占比较高。受宏观经济环境和需求影响，公司主要原材料采购价格存在一定的波动，例如，报告期内塑料原料平均采购价格分别为 10.23 元/千克、12.06 元/千克和 11.80 元/千克。近三年中国塑料价格指数如下图所示：



注：数据来源于 wind 资讯

公司拥有基于规模优势的原材料采购议价能力，能够消化原材料价格波动带来的部分风险。但如果未来主要原材料价格出现大幅波动，公司仍将面临着主要原材料价格波动对公司经营业绩带来不利影响的风险。

（二）存货余额较大的风险

报告期各期末，公司存货账面价值分别为 16,595.16 万元、25,065.14 万元和 31,331.99 万元，占当期总资产的比重分别为 38.41%、34.39%和 29.58%，存货账面余额保持较高水平。

公司创意小家电的生产采取“预测销售量+安全库存”的存货管理模式，同时针对“双十一”“双十二”以及农历春节等促销活动带来的销售高峰期，一般均会提前备货，以应对短期的大批量供货需求。如果对于促销活动带来的销量预测不够准确，则可能出现产品备货较多，导致占用较多营运资金，影响经营性现金流，增加财务风险，降低盈利质量；同时计提存货跌价准备的增长亦对经营业绩产生一定影响。

（三）线上销售占比较高的风险

报告期内，公司产品主要通过线上经销、电商平台入仓和线上直销方式在天

猫商城、京东商城、唯品会、苏宁易购等主流电商平台和拼多多、平安好医生等新兴电商平台进行销售。报告期内，公司线上销售收入分别为 95,954.45 万元、150,919.63 万元和 183,333.88 万元，占主营业务收入的比例分别为 91.60%、91.93%和 90.41%，具有较高的集中度。

目前，天猫商城、京东商城、唯品会等第三方渠道已逐渐发展成为成熟的开放电商平台，并促进社会消费品零售快速增长。如果公司未来无法与上述电商平台保持良好的合作关系，或上述电商平台的销售政策、收费标准等发生重大不利变化，亦或公司在上述电商平台的经营情况不及预期，且未能及时拓展其他新兴销售渠道，将对公司的经营业绩产生不利影响。

（四）税收优惠政策变动的风险

根据《高新技术企业认定管理工作指引》规定，发行人于 2015 年 10 月 10 日取得了广东省科学技术厅、广东省财政厅、广东省国家税务总局和广东省地方税务局颁发的《高新技术企业证书》，该证书于 2018 年 10 月到期。截至本招股意向书签署之日，公司已经获取证书编号为 GR201844002871 的高新技术企业证书，该证书有效期为 2018 年至 2020 年。若未来税务机关对高新技术企业认定作出调整，或者公司不能够通过高新技术企业复审，公司将不能申请享受税收优惠，则可能对公司经营业绩和盈利产生不利影响。

十、财务报告审计截止日后主要财务信息及经营状况

信永中和审阅了公司 2019 年 1-3 月的财务报告。公司 2019 年 1-3 月营业收入、归属于母公司所有者净利润和扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润分别为 63,039.68 万元、5,611.40 万元和 5,646.00 万元，较上年同期分别增加 16,213.80 万元、1,354.16 万元和 1,461.01 万元，增幅分别为 34.63%、31.81%和 34.91%。

2019 年 1-6 月，公司营业收入、归属于母公司所有者的净利润和扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润预计区间分别为 111,785.62 万元-131,226.60 万元、10,269.16 万元-12,055.10 万元和 10,191.26 万元-11,977.20 万元，较上年同期增长分别为 21.77%-42.95%、20.42%-41.36%和

19.86%-40.86%（该业绩预计未经注册会计师审计，不构成本公司对 2019 年 1-6 月的业绩承诺）。

公司及其董事、监事、高级管理人员保证本公司 2019 年 1-6 月业绩预计是根据报告期相关数据和公司实际经营情况进行预计，预计谨慎、合理。公司财务报告审计截止日（2018 年 12 月 31 日）至本招股意向书签署日，公司主营业务、主要产品和经营模式未发生重大不利变化。公司主要原材料采购、产品生产及销售等各项业务运转正常，主要客户和供应商结构较为稳定，公司经营情况以及其他可能影响投资者判断的重大事项方面均未发生重大变化。

十一、收购珠海恒韬涉及会计差错更正事项

发行人于 2018 年 4 月受让珠海恒韬 100.00%股权，按照业务合并进行处理，并适用《企业会计准则第 20 号—企业合并》的相关会计处理，对合并成本大于合并中取得的被购买方可辨认净资产公允价值份额的差额确认为商誉。

现经过对本次收购交易实质的再次论证并查询相关案例，考虑到发行人获取珠海恒韬股权，其主要目的是为了获取土地厂房以扩大生产，从交易实质上判断为资产收购，因此对原确认的商誉进行会计差错更正。上述会计差错更正对公司财务报表影响如下：

单位：万元

项 目	2018 年度/2018 年 12 月 31 日
固定资产	438.36
无形资产	858.52
商誉	-3,468.27
递延所得税负债	-1,948.41
未分配利润	-222.98
管理费用	92.99
所得税费用	129.99
归属于母公司所有者的净利润	-222.98

上述差错更正的具体内容详见本招股意向书“第十节 财务会计信息”之“四、报告期内采用的主要会计政策和会计估计”之“（二十四）前期会计差错更正的说明”。

十二、2018 年度企业所得税税率变更会计差错更正事宜

发行人于 2019 年 3 月 11 日披露了 2016 年-2018 年度 IPO 申报审计报告，因原报告日未取得高新技术企业证书，故原报告中 2018 年度企业所得税率仍沿用 25%税率。2019 年 5 月 6 日发行人取得了高新技术企业证书（证书编号为 GR201844002871），依据相关规定，发行人可自 2018 年起连续三年（2018 年至 2020 年）享受国家高新技术企业所得税优惠政策，即企业所得税按 15%的税率执行，发行人已向税务主管机关申请享受 2018 年度所得税税收优惠。基于上述所得税税收优惠对原 2018 年度财务报表产生差异，影响所得税费用-647.75 万元，其中：影响当期所得税费用-805.83 万元，递延所得税费用 158.08 万元，发行人采用追溯重述法更正 2018 年度财务数据。

上述差错更正的具体内容详见本招股意向书“第十节 财务会计信息”之“四、报告期内采用的主要会计政策和会计估计”之“（二十四）前期会计差错更正的说明”。

目 录

重大事项提示	7
一、本次发行前股东股份限售安排、自愿锁定及减持意向承诺	7
二、稳定股价预案	11
三、关于招股意向书无虚假记载、误导性陈述或重大遗漏方面的承诺	13
四、证券服务机构依法赔偿投资者损失的承诺	16
五、强化对相关责任主体承诺事项的约束措施	16
六、发行前滚存利润分配安排	20
七、发行后的利润分配政策和分红回报规划	20
八、填补被摊薄即期回报的相关措施及承诺	22
九、主要风险因素	24
十、财务报告审计截止日后主要财务信息及经营状况	26
十一、收购珠海恒韬涉及会计差错更正事项	27
十二、2018 年度企业所得税税率变更会计差错更正事宜	27
目 录	29
第一节 释义	40
一、普通术语	35
二、专业术语	37
第二节 概览	40
一、发行人简介	40
二、控股股东及实际控制人	41
三、发行人主要财务数据及财务指标	42
四、本次发行情况	43
五、募集资金投资项目	44
第三节 本次发行概况	46
一、本次发行基本情况	46
二、本次发行有关机构	47
三、发行人与本次发行有关中介机构的关系	49

四、本次发行的有关重要日期	49
第四节 风险因素	50
一、原材料价格波动风险	50
二、存货余额较大的风险	51
三、线上销售占比较高的风险	51
四、税收优惠政策变动的风险	51
五、市场推广不及预期的风险	52
六、研发设计风险	52
七、产品质量控制的风险	52
八、市场竞争激烈风险	53
九、电子商务市场增速下滑的风险	53
十、线下渠道拓展风险	53
十一、新零售开拓的风险	54
十二、业务规模扩张带来的管理风险	54
十三、募集资金投资项目实施风险	54
十四、固定资产折旧增加而导致利润下滑风险	55
十五、租赁房产搬迁风险	55
十六、销售季节性波动风险	55
十七、宏观经济波动风险	55
十八、实际控制人控制风险	56
十九、净资产收益率下降风险	56
第五节 发行人基本情况	57
一、发行人基本信息	57
二、发行人改制重组情况	57
三、发行人股本形成及变化和资产重组情况	59
四、发行人历次验资情况和发起人投入资产的计量属性	78
五、发行人组织结构	80
六、发行人全资子公司、分公司及参股公司情况	82
七、发起人、主要股东及实际控制人的基本情况	90
八、发行人股本情况	96

九、稳定股价的预案	98
十、发行人的职工及社会保障情况	98
十一、发行人股东及作为股东的董事、监事、高级管理人员作出的重要承诺及其履行情况	106
第六节 业务和技术	108
一、发行人的主营业务、主要产品	108
二、发行人所处行业基本情况	191
三、发行人在行业中的竞争地位	212
四、与发行人业务相关的主要固定资产和无形资产情况	227
五、发行人拥有的特许经营权	270
六、发行人业务经营资质	271
七、发行人技术研究开发情况	271
八、研发机构设置与技术创新机制	273
九、发行人质量控制情况	275
十、境外经营情况及境外拥有资产情况	277
第七节 同业竞争与关联交易	278
一、发行人独立运营情况	278
二、同业竞争情况	279
三、关联方情况	283
四、关联交易情况	294
五、规范关联交易的制度安排	304
六、发行人报告期内关联交易执行情况及独立董事意见	307
七、减少或避免关联交易的措施	308
第八节 董事、监事、高级管理人员与核心技术人员	309
一、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员简历	309
二、公司董事、监事、高级管理人员与核心技术人员及其近亲属持有发行人股份情况	314
三、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员的其他对外投资情况	316
四、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员薪酬情况	316
五、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员兼职情况	317

六、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员相互之间的亲属关系.....	318
七、发行人与董事、监事、高级管理人员及核心技术人员签订的协议及履行情况..	318
八、董事、监事、高级管理人员、核心技术人员作出的重要承诺.....	318
九、董事、监事、高级管理人员的任职资格.....	318
十、董事、监事、高级管理人员近三年变动情况.....	319
第九节 公司治理.....	321
一、股东大会、董事会、监事会、独立董事、董事会秘书制度的建立健全及运行情况.....	321
二、最近三年违法违规情况.....	337
三、最近三年关联方资金占用及担保情况.....	337
四、发行人内部控制的建立和健全情况.....	337
第十节 财务会计信息.....	340
一、财务报表.....	340
二、审计意见.....	347
三、财务报表的编制基础、合并财务报表范围及变化情况.....	352
四、报告期内采用的主要会计政策和会计估计.....	354
五、税项.....	373
六、经注册会计师核验的非经常性损益明细表.....	374
七、最近一期末主要资产情况.....	375
八、最近一期末主要债项.....	376
九、所有者权益.....	377
十、现金流量.....	378
十一、期后事项、或有事项及其他重要事项.....	378
十二、报告期主要财务指标.....	378
十三、历次资产评估情况.....	380
十四、历次验资情况.....	380
第十一节 管理层讨论与分析.....	381
一、财务状况分析.....	381
二、盈利能力分析.....	420
三、现金流量分析.....	487

四、资本性支出分析	491
五、主要财务优势和困难及未来趋势分析	491
六、本次募集资金到位后即期回报被摊薄的相关情况	493
七、财务报告审计基准日至本招股意向书签署之日经营状况	502
第十二节 业务发展目标	511
一、公司未来发展计划及目标	511
二、本次募集资金运用对实现上述目标的作用	513
三、拟定上述计划所依据的假设条件及可能面临的主要困难	514
四、发展计划与现有业务的关系	515
第十三节 募集资金运用	516
一、募集资金运用概况	516
二、募集资金专户存储安排	518
三、募集资金运用对同业竞争和独立性的影响	518
四、募集资金投资项目的必要性及可行性分析	518
五、募集资金投资项目具体情况	525
六、募投项目固定资产投入合理性分析	537
七、募集资金运用对财务状况和经营成果的影响	538
第十四节 股利分配政策	540
一、股利分配政策	540
二、报告期内股利分配情况	540
三、发行前滚存利润分配安排	540
四、发行后的利润分配政策和分红回报规划	541
五、保荐机构关于利润分配的核查意见	546
第十五节 其他重要事项	548
一、信息披露制度相关情况	548
二、发行人重大合同情况	549
三、发行人对外担保有关情况	558
四、可能对发行人产生较大影响的诉讼或仲裁事项	558
五、董事、监事、高级管理人员和核心技术人员涉及刑事诉讼的情况	560

第十六节 董事、监事、高级管理人员及有关中介机构声明	561
第十七节 备查文件	568
一、备查文件	568
二、查阅时间及地点	568

第一节 释义

本招股意向书中，除非另有说明，下列简称具有如下特定含义：

一、普通术语

发行人、小熊电器、公司、本公司	指	小熊电器股份有限公司
小熊有限	指	佛山市小熊电器有限公司/广东小熊电器有限公司，本公司前身
兆峰投资	指	佛山市兆峰投资有限公司，本公司控股股东
永新吉顺	指	永新县吉顺资产管理合伙企业（有限合伙），公司股东
小熊厨房	指	佛山市小熊厨房电器有限公司，本公司全资子公司
小熊生活	指	佛山市小熊生活电器有限公司，本公司全资子公司
小熊环境	指	佛山市小熊环境电器有限公司，本公司全资子公司
小熊营销	指	佛山市小熊营销管理有限公司，本公司全资子公司，曾用名“佛山市妙可营销管理有限公司”
小熊智能	指	佛山市小熊智能电器有限公司，本公司全资子公司
小熊健康	指	佛山市小熊健康电器有限公司，本公司全资子公司
悦享电商	指	佛山市悦享电子商务有限公司，本公司全资子公司
悠想电商	指	佛山市悠想电子商务有限公司，本公司全资子公司
艾萌电商	指	佛山市艾萌电子商务有限公司，本公司全资子公司
瑞翌电商	指	佛山市瑞翌电子商务有限公司，本公司全资子公司
珠海桓韬	指	珠海桓韬商务咨询有限公司，本公司全资子公司
龙牌电器	指	佛山市顺德区龙牌电器有限公司，本公司全资孙公司
泽源公司	指	佛山市顺德区泽源服装洗水有限公司，本公司实际控制人曾经控制的企业
贝奥烘焙	指	佛山市贝奥电器有限公司/广东顺德贝奥烘焙管理有限公司，本公司参股公司
勒流富安分公司	指	佛山市小熊厨房电器有限公司勒流富安分公司，本公司子公司小熊厨房之分公司
大良五沙分公司	指	佛山市小熊环境电器有限公司大良五沙分公司，本公司子公司小熊环境之分公司
勒流第一分公司	指	广东小熊电器有限公司勒流第一分公司，小熊有限曾经的分公司
桃园房地产	指	梅州市梅县区桃园房地产开发有限公司，本公司控股股东控制的企业
万年山	指	永新县万年山农业开发有限公司，本公司实际控制人控制的企业
微乾企管	指	三明沙县微乾企业管理服务合伙企业（有限合伙），曾用名福州闽清微乾企业管理服务合伙企业（有限合伙），本公司子公司珠海桓韬曾经的股东

微坤企管	指	三明沙县微坤企业管理服务合伙企业（有限合伙），曾用名福州闽清微坤企业管理服务合伙企业（有限合伙），本公司子公司珠海恒韬曾经的股东
知识城	指	广东知识城运营服务有限公司，本公司曾经参股的公司
厦门亿力	指	厦门亿力吉奥信息科技有限公司，公司持股 5%以上股东施明泰曾担任董事的企业
国网埃森哲	指	北京国网信通埃森哲信息技术有限公司，本公司持股 5%以上股东施明泰担任董事长的企业
裕丰餐饮	指	佛山市裕丰餐饮管理有限公司，本公司实际控制人近亲属控制的企业
尚川生物	指	广东顺德尚川生物科技有限公司，本公司董事、副总经理欧阳桂蓉近亲属控制的企业，曾用名“佛山市乐伴贸易有限公司”
尚米贸易	指	广东顺德尚米贸易有限公司，本公司董事、副总经理欧阳桂蓉近亲属控制的企业
悠品电商	指	佛山市悠品电子商务有限公司，本公司实际控制人曾经控制的企业
申珀贸易	指	佛山市申珀贸易有限公司，本公司董事会秘书、副总经理刘奎近亲属持有 50%股权并担任执行董事的企业
方川电器	指	佛山市方川电器有限公司，本公司曾经的参股公司
泰欣电子	指	佛山市泰欣电子有限公司，本公司曾经的参股公司
顺德晟容	指	广东顺德晟容不锈钢制品有限公司，本公司曾经的参股公司
宝盈陶瓷	指	梅州市宝盈陶瓷有限公司，本公司曾经的参股公司
斯慧包装	指	惠城区斯慧堡包装材料制品厂，本公司实际控制人亲属控制的个体工商户
百试通	指	珠海百试通生物科技有限公司，本公司独立董事郭礼龙担任董事的企业
科沃斯	指	科沃斯机器人股份有限公司
飞科电器	指	上海飞科电器股份有限公司
中怡康	指	北京中怡康时代市场研究有限公司，成立于 2001 年 12 月，专注于家电零售监测领域、家电行业研究领域、家电专项研究领域，是中国家用电器市场研究领域的权威市场调研机构
中国证监会	指	中国证券监督管理委员会
《公司法》	指	《中华人民共和国公司法》
《证券法》	指	《中华人民共和国证券法》
《公司章程》	指	《小熊电器股份有限公司章程》
《公司章程（草案）》	指	《小熊电器股份有限公司章程（草案）》，即发行人上市后将实施的章程
本次发行	指	本次公司拟公开发行股份不超过 3,000 万股人民币普通股（A 股）的行为
报告期、最近三年	指	2016 年度、2017 年度和 2018 年度

元、万元	指	人民币元、人民币万元
保荐机构、主承销商、东莞证券	指	东莞证券股份有限公司
发行人律师、北京国枫	指	北京国枫律师事务所
会计师、信永中和	指	信永中和会计师事务所（特殊普通合伙）
新祥和	指	广东新祥和会计事务所有限公司
评估机构、联信评估	指	广东联信资产评估土地房地产估价有限公司

二、专业术语

CCC	指	China Compulsory Certification, 中国强制性产品认证, 是由中国国家认证认可监督管理委员会颁发的认证, 是中国政府为保护消费者人身安全和国家安全、加强产品质量管理、依照法律法规实施的一种产品合格评定制度。
CB	指	Certification Bodies' Scheme, IECEE 各成员国认证机构以 IEC 标准为基础对电工产品安全性能进行测试, 其测试结果即 CB 测试报告和 CB 测试证书在 IECEE 各成员国得到相互认可的体系。
CE	指	Conformite Europeenne, 是电器产品进入欧洲市场的强制性产品安全认证标志。
PSE	指	Product Safety of Electrical Appliance & Materials, 是日本强制性安全认证, 用以证明电机电子产品已通过日本电气和原料安全法或国际 IEC 标准的安全标准测试。
KC	指	Korea Certification, 属于强制性产品中的所有电子类产品必须获得 KCMark 认证后才可以韩国市场上销售。
支付宝	指	蚂蚁金服旗下全球领先的独立第三方支付平台, 致力于为中国电子商务提供“简单、安全、快速”的在线支付解决方案。
新媒体	指	新媒体涵盖了所有数字化的媒体形式。包括所有数字化的传统媒体、网络媒体、移动端媒体、数字电视、数字报刊杂志等。
新零售	指	企业以互联网为依托, 通过运用大数据、人工智能等先进技术手段, 对商品的生产、流通与销售过程进行升级改造, 进而重塑业态结构与生态圈, 并对线上服务、线下体验以及现代物流进行深度融合的零售新模式。
淘宝/淘宝网	指	阿里巴巴集团在 2003 年 5 月创立的网购零售平台 (www.taobao.com)。
天猫/天猫商城	指	浙江天猫技术有限公司及其关联公司。原淘宝商城, 英文简称 Tmall, 为阿里巴巴旗下综合品牌零售平台, 提供包括网站 (www.tmall.com) 及移动客户端等多种用户接入方式。
淘宝天下	指	阿里巴巴集团旗下的媒体。
京东/京东商城	指	北京京东世纪贸易有限公司及其关联公司。其下设 3C、家电、消费品、生鲜等多个事业部, 用户可通过网站 (www.jd.com) 及移动客户端等渠道进行在线购物。

京东 POP	指	京东旗下的第三方 B2C 平台,POP 全称为 Point Of Purchase; 与京东自营不同,在 POP 店模式下是由第三方卖家通过京东平台销售商品。
唯品会	指	唯品会(中国)有限公司及其关联公司。以“精选品牌正品+深度折扣+限时限量”的特卖模式为用户提供小家电、时装、配饰等多个品类的在线购物服务,网站域名为 www.vip.com。
苏宁易购	指	苏宁旗下 B2C 网上购物平台(www.suning.com),销售产品品类覆盖家电、3C 电器、日用百货等。
拼多多	指	拼多多成立于 2015 年 9 月,是一家专注于 C2B 拼团的第三方社交电商平台。
平安好医生	指	平安好医生,原名平安健康管家,是在线健康咨询及健康管理 app,其内含健康商城,提供电子商务平台服务。
富润系统	指	珠海富润科技有限公司开发的富润分销管理系统,可实现从企业物流、资金流、信息流的进行全面管理。
代发货	指	消费者在公司线上经销商的网络店铺下单,公司通过富润系统获取订单信息,并根据该订单信息直接发货给最终消费者的销售模式。
京东 618	指	每年 6 月是京东的店庆月,每年 6 月 18 日是京东店庆日。在店庆月京东都会推出一系列的大型促销活动。
双十一	指	每年 11 月 11 日的网络购物促销日。
双十二	指	每年 12 月 12 日的网络购物促销日。
年货节	指	每年春节期间的网络购物促销日。
生意参谋	指	阿里巴巴商家端统一数据产品平台。
市场渗透率	指	一个品牌(或者品类、或者子品牌)的产品,使用(拥有)者的比例。
注塑加工	指	一种工业产品生产造型的方法,将热塑性塑料或热固性塑料利用塑料成型模具制成各种形状的塑料制品。
印刷加工	指	通过烫金、激光打标、移印等方式在产品上印刷上文字、图形和图象。
金麦奖	指	由浙江日报报业集团与阿里巴巴集团旗下的淘宝天下在 2013 年发起主办,是引入国际评奖标准的电商营销奖项,被誉为“电商奥斯卡”。
艾奇奖	指	国际数字商业创新大奖(ECI Awards),是定位于数字商业领域并以“创新(Innovation)”为评估标准的创新奖项。
红星奖	指	由北京市科委支持的专业设计奖项,于 2006 年由中国工业设计协会、北京工业设计促进中心和国务院发展研究中心《新经济导刊》杂志社共同发起创立。
普拉格奖	指	由慧聪家电网和 HCR(慧聪研究)于 2014 年创办,因英文“plug”(电插头)译音得名,是国内家电行业最具盛名的奖项之一。
金投赏	指	金投赏是商业创意奖项,旨在奖赏最具创意的品牌和企业,鼓励在商业创意领域中各公司用最有限的预算获得最高效

		的商业回报。
AWE 艾普兰奖	指	艾普兰奖发起于 2012 年中国家电博览会，是国内最具影响力的家电产品评选活动之一。
TopDigital Awards	指	TopDigital Awards 是数字经济和互联网领域的专业奖项，表彰每一年度内为数字创新和品牌创意作出杰出贡献的企业及品牌。
ORACLE-ERP 系统	指	甲骨文（中国）软件系统有限公司开发的组织用于管理日常业务活动的系统和软件。
毛利保护	指	当电商平台销售公司产品时，当期实现的毛利率未达到电商平台预期，对于差额部分公司以销售折扣的方式给予补足。

注：除特别说明外，本招股意向书所有数值保留 2 位小数，若出现总数与各分项数值之和尾数不符的情况，均为四舍五入原因造成。

第二节 概览

本概览仅对招股意向书全文做扼要提示。投资者作出投资决策前，应认真阅读招股意向书全文。

一、发行人简介

（一）基本情况

中文名称：	小熊电器股份有限公司
英文名称：	BEAR ELECTRIC APPLIANCE CO., LTD.
注册资本：	人民币 9,000 万元
法定代表人：	李一峰
有限公司成立日期：	2006 年 3 月 16 日
股份公司成立日期：	2017 年 7 月 21 日
住所：	佛山市顺德区勒流街道富裕村委会富安集约工业区 5-2-1 号地
经营范围：	研发、设计、加工、制造、销售：家用电器、电子产品及其配件，妇婴童用品，日用品；国内商业、物资供销业；货物或技术进出口业务（国家禁止或涉及行政审批的货物和技术进出口除外）；信息服务业务。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）

（二）主营业务

小熊电器成立于 2006 年 3 月，是一家以自主品牌“小熊”为核心，运用互联网大数据进行创意小家电研发、设计、生产和销售，并在产品销售渠道与互联网深度融合的“创意小家电+互联网”企业。

公司秉承“创意让生活更美好”的核心价值观，不断进行产品及品类创新，向消费者推出精致、创新、智能、健康的产品即创意小家电。自成立以来，公司坚持互联网思维、优异产品质量以及优质售后服务，把握行业快速增长的发展机

遇及主流电商平台汇集的巨大用户流量，充分运用互联网高效率、低成本以及仓储物流技术发展迅速等特点，快速布局线上渠道，经过 12 年的发展，成为“创意小家电+互联网”领先企业之一，公司或产品分别荣获“中国工业设计十佳创新型设计企业”、“中国设计红星奖”、“普拉格奖”、“AWE 艾普兰奖-产品奖”等国内知名奖项。

公司产品主要通过线上经销、电商平台入仓和线上直销方式在天猫商城、京东商城、唯品会和苏宁易购等主流电商平台和拼多多、平安好医生等新兴电商平台进行销售；同时，公司布局线下销售渠道以及出口销售，充分利用经销商或海外客户的资源和经验优势，将产品渗透至线下流通渠道，实施全渠道运营的销售模式，加速线上线下融合发展。

随着近十年来电子商务的快速发展，互联网对企业生产经营的影响不断加强。公司运用互联网信息，深入研究消费者的生活方式及市场需求变化，精准把握小家电用户需求，快速响应并进行新品研发、设计；通过运用较强的技术创新实力、完善的采购管理体系实现产品量产；利用成熟的互联网销售体系快速推广产品，并及时获取线上消费者产品体验反馈信息，对产品进行优化升级，提升用户生活品质，以实现公司生产经营的良性循环。

公司创意小家电产品包括厨房小家电、生活小家电及其他小家电，其中细分产品酸奶机、电动打蛋器、电热饭盒、加湿器、多士炉、煮蛋器/蒸蛋器等产品 2017 年、2018 年在天猫商城热销品牌榜排名第一。2017 年，公司荣获浙江日报报业集团和淘宝天下联合颁发的“金麦奖-2017 年度品质类大奖-家电类”和“金麦奖-最佳跨界合作品牌”；同年，公司获得了人民日报社颁发的“中国品牌奖”，此外，“小熊”注册商标被国家工商行政管理总局认定为驰名商标。

二、控股股东及实际控制人

截至本招股意向书签署日，兆峰投资持有公司股份 5,329.80 万股，占本次发行前公司总股本的 59.22%，系公司的控股股东。

李一峰、张红夫妇通过兆峰投资控制公司 5,329.80 万股股份，李一峰先生通过永新吉顺控制公司 540.00 万股股份，李一峰、张红夫妇合计控制公司 5,869.80 万股股份，占公司总股本的 65.22%。李一峰、张红夫妇为本公司实际

控制人。

实际控制人李一峰先生基本情况如下：

李一峰先生，1970 年出生，中国国籍，具有澳大利亚永久居留权，本科毕业于哈尔滨工业大学电器专业，2002 年 7 月获得四川大学 MBA 学位。1993 年 7 月至 1995 年 4 月任万宝电器集团公司家用电器工业公司生产技术员；1995 年 5 月至 2004 年 10 月历任广东天际电器股份有限公司工程师、品质部经理、副总经理；2005 年 5 月至 2006 年 3 月任广州宝尔电器有限公司总经理；2006 年 3 月至今在本公司工作。现任公司董事长、总经理。

实际控制人张红女士基本情况如下：

张红女士，1974 年出生，澳大利亚国籍，大专学历。1993 年 7 月至 2006 年 5 月，在汕头市第三人民医院担任护士；2006 年 6 月至 2011 年 5 月，任小熊有限出纳；2011 年 6 月至今，待业。

三、发行人主要财务数据及财务指标

公司报告期内财务数据业经信永中和会计师审计，公司主要财务数据及财务指标如下：

（一）合并资产负债表主要数据

单位：万元

项目	2018 年末	2017 年末	2016 年末
总资产	105,908.78	72,889.74	43,200.27
总负债	59,937.93	45,469.08	31,106.61
所有者权益	45,970.85	27,420.66	12,093.67
归属于母公司所有者权益	45,970.85	27,420.66	12,093.67

（二）合并利润表主要数据

单位：万元

项目	2018 年度	2017 年度	2016 年度
营业收入	204,103.51	164,653.36	105,430.41
营业利润	23,891.08	19,719.69	10,622.88
利润总额	23,872.08	19,970.75	10,902.91
净利润	18,550.19	14,656.29	7,153.59
归属于母公司所有者的净利润	18,550.19	14,656.29	7,153.59

扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润	17,881.14	14,394.84	7,153.59
------------------------	-----------	-----------	----------

（三）合并现金流量表主要数据

单位：万元

项 目	2018 年度	2017 年度	2016 年度
经营活动产生的现金流量净额	30,970.68	23,068.73	9,345.03
投资活动产生的现金流量净额	-17,130.82	-14,005.66	-4,068.84
筹资活动产生的现金流量净额	-8,693.41	729.57	-6,626.06
现金及现金等价物净增加额	5,082.78	9,797.31	-1,313.37

（四）主要财务指标

主要财务指标	2018.12.31	2017.12.31	2016.12.31
流动比率（倍）	1.17	1.20	0.93
速动比率（倍）	0.63	0.60	0.39
资产负债率（母公司）	56.04%	69.25%	48.17%
归属于公司普通股股东的每股净资产（元/股）	5.11	3.05	10.83
无形资产（土地使用权除外）占净资产的比例	0.14%	0.09%	0.19%
主要财务指标	2018 年度	2017 年度	2016 年度
应收账款周转率（次）	37.26	36.82	30.99
存货周转率（次）	4.74	5.09	4.72
息税折旧摊销前利润（万元）	27,810.16	22,032.48	12,333.30
利息保障倍数（倍）	123.77	64.02	121.16
每股经营活动现金流量（元/股）	3.44	2.56	8.37
每股净现金流量（元/股）	0.56	1.09	-1.18
加权平均净资产收益率	50.55%	75.77%	130.31%
基本每股收益（元/股）	2.06	2.30	7.08
稀释每股收益（元/股）	2.06	2.30	7.08

四、本次发行情况

（一）本次发行概况

股票种类	人民币普通股（A 股）
每股面值	人民币 1.00 元
发行股数	本次公司拟公开发行股份不超过 3,000 万股，占发行后公司总股本的比例不低于 25.00%。本次发行原股东不公开发售老股。

每股发行价格	【】元
发行方式	采用网下向网下投资者询价配售与网上向社会公众投资者定价发行相结合的方式或中国证监会核准的其他方式
发行对象	符合资格的询价对象和在深圳证券交易所开立 A 股股票账户的中华人民共和国境内自然人和机构投资者（国家法律、法规禁止购买者除外）
承销方式	余额包销

（二）发行前后股本结构

本次发行前公司总股本为 9,000 万股，本次公司拟公开发行股份不超过 3,000 万股，全部为公开发行新股，占发行后公司总股本的 25%。以公开发行 A 股 3,000 万股、现有股东不公开发售股份计算，本次发行前后公司的股权结构如下：

股东名称	本次发行前		本次发行后		限售期
	股数（万股）	比例	股数（万股）	比例	
1、有限售条件的流通股	9,000.00	100.00%	9,000.00	75.00%	-
兆峰投资	5,329.80	59.22%	5,329.80	44.42%	36 个月
施明泰	1,269.00	14.10%	1,269.00	10.58%	12 个月
龙少柔	1,107.90	12.31%	1,107.90	9.23%	12 个月
永新吉顺	540.00	6.00%	540.00	4.50%	36 个月
龙少静	486.90	5.41%	486.90	4.06%	12 个月
龙少宏	266.40	2.96%	266.40	2.22%	36 个月
2、本次发行流通股	-	-	3,000.00	25.00%	-
社会公众股	-	-	3,000.00	25.00%	-
总计	9,000.00	100.00%	12,000.00	100.00%	-

五、募集资金投资项目

根据公司 2017 年度第二次临时股东大会审议通过的发行方案，本次公司拟公开发行股份不超过 3,000 万股，实际募集资金扣除发行费用后，全部用于公司主营业务相关的项目，具体使用计划如下：

单位：万元

序号	项目类型	项目名称	投资总额	募集资金投资金额	建设期（月）	实施主体
1	生产建设项目	小熊电器创意小家电生产建设（大良五沙）项目	52,729.18	40,484.87	24	小熊营销
2		小熊电器智能小家电制造基地项目	31,313.02	31,313.02	24	小熊智能

3		小熊电器创意小家电生产建设（均安）项目	15,877.96	15,877.96	24	小熊电器
4	研发中心建设项目	小熊电器研发中心建设项目	3,679.92	3,679.92	24	小熊智能
5	信息化建设项目	小熊电器信息化建设项目	4,325.42	2,325.42	36	小熊电器
合 计			107,925.50	93,681.19	-	-

募集资金到位前，公司将根据各项目的实际进度，通过自有资金先期投入。公司首次公开发行股票募集资金扣除发行费用后，将用于支付项目剩余款项及置换先期投入。如本次募集资金不能满足拟投资项目的全部资金需求，不足部分将由公司自筹解决。

第三节 本次发行概况

一、本次发行基本情况

股票种类:	人民币普通股（A股）
每股面值:	人民币 1.00 元
发行股数及比例:	本次公司拟公开发行股份不超过 3,000 万股，占发行后公司总股本的比例不低于 25.00%。本次发行原股东不公开发售老股。
每股发行价格:	【】元/股
发行市盈率:	【】倍（每股发行价格/每股收益，每股收益按发行前一年经审计的扣除非经常性损益前后孰低的归属于母公司所有者净利润除以本次发行后总股本计算）
发行前每股净资产:	5.11 元/股（经审计的截至 2018 年 12 月 31 日归属于母公司所有者权益除以发行前总股本计算）
发行后每股净资产:	【】元/股（经审计的截至 2018 年 12 月 31 日归属于母公司所有者权益加上本次发行募集资金净额之和除以本次发行后总股本计算）
发行市净率:	【】倍（每股发行价格除以发行后每股净资产计算）
发行方式:	采用网下向网下投资者询价配售与网上向社会公众投资者定价发行相结合的方式或中国证监会核准的其他方式
发行对象:	符合资格的询价对象和在深圳证券交易所开立 A 股股票账户的中华人民共和国境内自然人和机构投资者（国家法律、法规禁止购买者除外）
发行地点:	深圳证券交易所
承销方式:	余额包销
预计募集资金总额:	【】万元

预计募集资金净额： **【】** 万元

发行费用概算： 总额 9,068.81 万元（不含税），其中：承销及保荐费 7,089.75 万元；审计、验资及评估费 483.02 万元；律师费 949.06 万元；用于本次发行的信息披露费用 479.25 万元；发行手续费及其他 67.74 万元

二、本次发行有关机构

（一）发行人： 小熊电器股份有限公司

法定代表人： 李一峰

住所： 佛山市顺德区勒流街道富裕村委会富安集约工业区
5-2-1 号地

联系电话： 0757-29390865

传真： 0757-23663298

联系人： 刘奎

（二）保荐机构（主承销商）： 东莞证券股份有限公司

法定代表人： 陈照星

住所： 东莞市莞城区可园南路一号

联系电话： 0769-22119285

传真： 0769-22119285

保荐代表人： 杨娜、姚根发

项目协办人： 何流闻

项目组其他成员： 文斌、王辉、谭星、杨雄辉、张倩、萧廷锋、钱啸
啸

（三）律师事务所： 北京国枫律师事务所

负责人： 张利国

住所： 北京市东城区建国门内大街 26 号新闻大厦 7 层

联系电话： 010-88004488

传真：010-66090016

经办律师：周涛、黄泽涛

(四) 会计师事务所：信永中和会计师事务所（特殊普通合伙）

法定代表人：叶韶勋

住所：北京市东城区朝阳门北大街 8 号富华大厦 A 座 9 层

联系电话：020-28309500

传真：020-28309530

经办注册会计师：贺春海、文娜杰

(五) 资产评估师事务所：广东联信资产评估土地房地产估价有限公司

法定代表人：陈喜佟

住所：广州市越秀区越秀北路 222 号 16 楼

联系电话：020-83642123

传真：020-83642103

经办注册资产评估师：李小忠、晏帆

(六) 股票登记机构：中国证券登记结算有限责任公司深圳分公司

住所：深圳市福田区莲花街道深南大道 2012 号深圳证券交易所广场 22-28 楼

联系电话：0755-21899999

传真号码：0755-21899000

(七) 申请上市证券交易所：深圳证券交易所

住所：深圳市福田区深南大道 2012 号

联系电话：0755-88668888

传真号码：0755-82083667

(八) 收款银行：中国工商银行股份有限公司东莞分行

账户名称：东莞证券股份有限公司

账户账号：2010021319900008088

三、发行人与本次发行有关中介机构的关系

发行人和与本次发行有关的中介机构及其负责人、高级管理人员及经办人员之间不存在任何直接或间接的股权关系或其它权益关系。

四、本次发行的有关重要日期

询价推介时间：	2019 年 7 月 17 日、2019 年 7 月 18 日
发行公告刊登日期：	2019 年 7 月 23 日
申购日期：	2019 年 7 月 24 日
缴款日期：	2019 年 7 月 26 日
预计股票上市日期：	本次发行结束后将尽快申请在深圳证券交易所 挂牌交易

第四节 风险因素

投资者在评价公司本次发行的股票时，除本招股意向书提供的其他各项资料外，应特别认真地考虑下述各项风险因素。下述风险是根据重要性原则或可能影响投资者决策的程度大小排序，但该排序并不表示风险因素会依次发生。敬请投资者在购买本公司股票前逐项仔细阅读。

一、原材料价格波动风险

公司主营业务为创意小家电研发、设计、生产和销售。公司采购的原材料和零部件规格型号众多，按类别划分主要包括塑料原料、五金制品、电机、陶瓷、玻璃、电子电器和包材等。报告期内，公司直接材料成本占主营业务成本的比例分别为 71.62%、75.66%和 75.25%，占比较高。受宏观经济环境和需求影响，公司主要原材料采购价格存在一定的波动，例如，报告期内塑料原料平均采购价格分别为 10.23 元/千克、12.06 元/千克和 11.80 元/千克。近三年中国塑料价格指数如下图所示：



注：数据来源于 wind 资讯

公司拥有基于规模优势的原材料采购议价能力，能够消化原材料价格波动带

来的部分风险。但如果未来主要原材料价格出现大幅波动，公司仍将面临着主要原材料价格波动对公司经营业绩带来不利影响的风险。

二、存货余额较大的风险

报告期各期末，公司存货账面价值分别为 16,595.16 万元、25,065.14 万元和 31,331.99 万元，占当期总资产的比重分别为 38.41%、34.39%和 29.58%，存货账面余额保持较高水平。

公司创意小家电的生产采取“预测销售量+安全库存”的存货管理模式，同时针对“双十一”“双十二”以及农历春节等促销活动带来的销售高峰期，一般均会提前备货，以应对短期的大批量供货需求。如果对于促销活动带来的销量预测不够准确，则可能出现产品备货较多，导致占用较多营运资金，影响经营性现金流，增加财务风险，降低盈利质量；同时计提存货跌价准备的增长亦对经营业绩产生一定影响。

三、线上销售占比较高的风险

报告期内，公司产品主要通过线上经销、电商平台入仓和线上直销方式在天猫商城、京东商城、唯品会、苏宁易购等主流电商平台和拼多多、平安好医生等新兴电商平台进行销售。报告期内，公司线上销售收入分别为 95,954.45 万元、150,919.63 万元和 183,333.88 万元，占主营业务收入的比例分别为 91.60%、91.93%和 90.41%，具有较高的集中度。

目前，天猫商城、京东商城、唯品会等第三方渠道已逐渐发展成为成熟的开放电商平台，并促进社会消费品零售快速增长。如果公司未来无法与上述电商平台保持良好的合作关系，或上述电商平台的销售政策、收费标准等发生重大不利变化，亦或公司在上述电商平台的经营情况不及预期，且未能及时拓展其他新兴销售渠道，将对公司的经营业绩产生不利影响。

四、税收优惠政策变动的风险

根据《高新技术企业认定管理工作指引》规定，发行人于 2015 年 10 月 10 日取得了广东省科学技术厅、广东省财政厅、广东省国家税务局和广东省地方

税务局颁发的《高新技术企业证书》，该证书于 2018 年 10 月到期。截至本招股意向书签署之日，公司已经获取证书编号为 GR201844002871 的高新技术企业证书，该证书有效期为 2018 年至 2020 年。若未来税务机关对高新技术企业认定作出调整，或者公司不能够通过高新技术企业复审，公司将不能申请享受税收优惠，则可能对公司经营业绩和盈利产生不利影响。

五、市场推广不及预期的风险

报告期内公司为提升品牌形象，增强产品识别度，品牌宣传费用逐年递增。报告期内，公司品牌宣传费用分别为 3,386.38 万元、8,675.91 万元和 7,103.59 万元，占营业收入的比例分别为 3.21%、5.27%和 3.48%。

随着公司销售渠道的不断扩展，未来公司将进一步加强“小熊”品牌宣传力度，品牌和产品推广的范围与方式也会增加。公司将通过户外广告、明星代言、互联网新媒体等推广方式推广“小熊”品牌，如若公司市场推广费用增长超过销售收入的增长幅度，将可能对公司的经营业绩存在一定影响。

此外，尽管品牌宣传、渠道推广对提升公司销售收入有较大帮助，但若未来其效果不及预期，品牌宣传、渠道推广投入未能带来新增利润的贡献，将会对公司盈利能力造成不利影响。

六、研发设计风险

随着消费水平及对生活舒适度要求的不断提高，消费者对产品的美观度、时尚性和产品质量的要求也不断提高；同时行业的竞争对手也在不断提升自身产品设计水平和工艺流程。公司的技术研发能力直接影响消费者的需求，若公司未来研发投入不足、技术人才储备不足及创新机制不灵活，公司研发设计能力不能及时跟进市场消费者需求变化，将可能导致公司在市场竞争中处于落后地位，无法快速、及时推出满足客户及市场需求的新产品，将对公司市场份额和盈利水平产生不利影响。

七、产品质量控制的风险

公司一贯重视产品安全和产品质量，由品质管理中心专门负责产品品质的管

理，并建立了严格的产品质量控制制度。在产品的设计阶段采取多种质量控制措施来确保产品安全和功能正常，产品量产前通过国家的强制性认证，产品出厂前经过公司品质部门的质量检验，公司具有较为完善的售后产品质量保证措施和售后服务措施。随着公司规模扩大和产品种类的不断丰富，如果未来公司质量管理不能保持持续改进，将可能导致产品质量问题，对公司品牌和声誉造成损害，并对公司经营产生不利影响。

八、市场竞争激烈风险

近年来，随着我国居民收入水平的不断提高，创意小家电作为一种创造消费需求的升级产品，市场空间巨大，然而伴随着众多家电厂商的纷纷进入，该市场竞争亦变得激烈。

一方面，在当前小家电行业处于充分竞争的背景下，公司可能面临竞争对手通过价格战、广告战、专利战等挤占公司的市场份额。另一方面，互联网时代小家电企业纷纷加强线上销售渠道建设，公司作为线上销售占比较高的企业，线上销售渠道面临更为严峻的挑战。未来如果公司不能采取有效措施应对激烈市场竞争，例如不能准确把握目标客户的消费升级需求，不能及时开发出适销对路的产品，公司将可能面临市场份额和盈利能力下滑的风险。

九、电子商务市场增速下滑的风险

根据中国电子商务研究中心出具的《2017 中国网络零售市场数据监测报告》，2014 年度-2017 年度，中国网络零售市场交易规模分别为 2.79 万亿、3.88 万亿、5.16 万亿、7.18 万亿，分别较上年同期上涨了 50.00%、39.07%、32.99%、39.15%；2018 年预测数为 9.39 万亿元，较同期上涨 30.78%。我国网络零售交易额增速依然大幅高于同期社会消费品零售整体增速，但不排除未来电商市场出现增速放缓或下滑的情形。公司销售主要以线上销售为主，若未来线上电商市场增速下滑，则公司可能面临销售增速放缓或收入下滑的风险。

十、线下渠道拓展风险

报告期内，公司逐步开拓线下销售渠道，发展线下经销商。由于公司对线下

渠道正处于拓展过程中，能否有效发展经销商以及对经销商能否持续有效管理，是公司面临的经营风险之一。若公司不能有效发展线下经销商并随着其业务扩张而提供相应的管理支持，则可能出现线下渠道拓展滞后、部分经销商销售业绩不佳或其经营活动有悖于公司品牌宗旨等问题，这些均可能会对公司的品牌形象和未来发展造成不利影响。

十一、新零售开拓的风险

公司高度关注新零售发展趋势，依托长期线上运营积累形成的产品口碑、自有品牌和知识产权，与主流电商平台渠道开展合作，促成小熊品牌跟随电商平台渠道下沉战略延伸三、四线城市用户覆盖，并加强线下销售渠道拓展，使线上和线下渠道融合发展。

由于公司对新零售正处于开拓过程中，若未来未能及时准确判断新零售发展趋势，并匹配相应的人力物力，可能出现新零售拓展滞后，导致公司销售业绩下滑的风险。

十二、业务规模扩张带来的管理风险

公司近年来一直以较快的速度发展，生产和销售规模不断扩大，组织架构和管理体系日益复杂，随着本次发行募集资金的到位和投资项目的实施，公司的经营规模将进一步扩大，导致公司的经营决策、实施和风险控制难度进一步加大。上述因素对公司的管理层提出了更高要求，如果公司的管理层未能及时跟进现有的运营管理体系和经营模式，在本次发行上市后迅速建立起适应资本市场要求和公司业务发展需要的运作机制并有效运行，将直接影响公司的经营效率、发展速度和业绩水平。

十三、募集资金投资项目实施风险

本次募集资金投资项目均围绕公司主营业务展开，用于扩大公司生产规模和提高公司研发能力和信息化能力。根据现有技术水平、国家现行产业政策及产品市场现状，本公司对本次募集资金投资项目进行了充分论证。本次募集资金投资项目如能顺利实施，则可增强公司盈利能力、保证公司持续快速发展。

本次募集资金投资项目建设计划的完成时间和实施效果等存在一定不确定性,如果市场环境发生不利变化或由于行业技术进步使得项目技术水平不再具备竞争优势,则本次募集资金投资项目可能存在无法实现预期收益的风险,同时,如果这些项目不能如期建成投产,将给本公司的生产经营带来不利影响。

十四、固定资产折旧增加而导致利润下滑风险

公司本次募集资金投资项目建成后,将新增固定资产 87,345.84 万元,每年产生固定资产折旧 9,749.21 万元,相当于 2018 年公司利润总额的 40.84%。如果市场环境发生重大不利变化,募集资金投资项目不能产生预期收益,则公司存在因固定资产折旧增加而导致利润下滑的风险。

十五、租赁房产搬迁风险

截至本招股意向书签署之日,公司承租的 13 处租赁物业中,共有 5 处合计面积 2,908.80 平方米的租赁物业尚未取得房产证等权属证明文件,产权存在瑕疵,该 5 处物业主要用于公司的员工宿舍;有 1 处物业房屋所在的土地使用权为划拨取得,主要用于办公用途。对于该等存在产权瑕疵的租赁房产,公司或将面临在租赁合同有效期内无法继续取得该等租赁物业使用权而搬迁的风险。租赁产权存在瑕疵房产的具体情况,请详见本招股意向书之“第六节 业务和技术”之“四、与发行人业务相关的主要固定资产和无形资产情况”之“(一)主要固定资产情况”之“3、房屋租赁情况”。

十六、销售季节性波动风险

公司主要从事创意小家电的研发、设计、生产和销售。公司产品主要通过线上电商渠道进行销售,受电商平台促销活动影响较大,国内主要电商促销活动一般在下半年开展,如“双十一”、“双十二”等,因此公司销售收入在第四季度金额较大,占比较高,公司收入及利润存在季节性波动,经营业绩存在一定的季节性波动风险。

十七、宏观经济波动风险

作为国内领先的“创意小家电+互联网”企业，公司业务发展与国民人均可支配收入及消费升级密切相关，而人均可支配收入变化及消费升级进程均受到国家宏观调控、经济运行周期的综合影响。如果国内外宏观经济发生重大变化、经济增长速度放缓或出现周期性波动，而公司未能及时对行业需求进行合理预期并调整公司的经营策略，将可能对公司未来的发展产生一定的负面影响，导致业务增速放缓，产品市场需求下滑。

十八、实际控制人控制风险

本公司实际控制人为李一峰、张红夫妇。截至本招股意向书签署日，李一峰、张红夫妇通过兆峰投资控制公司 5,329.80 万股股份，李一峰先生通过永新吉顺控制公司 540.00 万股股份，李一峰、张红夫妇合计控制公司 5,869.80 万股股份，占公司总股本的 65.22%。本次股票发行成功后，李一峰、张红夫妇仍为本公司实际控制人。

虽然公司已经建立了较为完善的法人治理结构，但仍不能完全排除实际控制人利用其控制地位，通过行使表决权及其他直接或间接方式对本公司的发展战略、生产经营、利润分配决策等重大事项进行控制，从而影响公司决策的科学性和合理性，并有可能损害本公司及本公司其他股东的利益。

十九、净资产收益率下降风险

公司报告期内扣除非经常性损益后加权平均净资产收益率分别为 198.71%、74.42%和 48.73%。预计本次发行募集资金到位后，公司净资产规模会较发行前有较大幅度增长，公司净资产收益率将下降。此外，公司本次募集资金从资金投入到产生效益需要一定的时间，因此尽管公司业务和收入保持良好的成长性，但仍存在因利润无法与净资产同步增长而导致净资产收益率下降的风险。

第五节 发行人基本情况

一、发行人基本信息

中文名称： 小熊电器股份有限公司

英文名称： BEAR ELECTRIC APPLIANCE CO., LTD.

注册资本： 9,000 万元

法定代表人： 李一峰

有限公司成立日期： 2006 年 3 月 16 日

股份公司成立日期： 2017 年 7 月 21 日

公司住所： 佛山市顺德区勒流街道富裕村委会富安集约工业区 5-2-1 号地

邮政编码： 528300

电话号码： 0757-29390865

传真号码： 0757-23663298

互联网网址： <http://www.bears.com.cn>

电子邮箱： xxdq01@bears.com.cn

经营范围： 研发、设计、加工、制造、销售：家用电器、电子产品及其配件，
妇婴童用品，日用品；国内商业、物资供销业；货物或技术进出口业务（国家禁止或涉及行政审批的货物和技术进出口除外）；
信息服务业务。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）

二、发行人改制重组情况

（一）设立方式

本公司是由小熊有限整体变更设立的股份有限公司。小熊有限以经信永中和“XYZH/2017GZA10603”号《广东小熊电器有限公司 2017 年 1-4 月、2016 年度、2015 年度审计报告》审定的、截至 2017 年 4 月 30 日的净资产 129,599,799.00 元为基础，按照 1.439998:1 折合股本 9,000 万股，每股面值 1 元，折股后剩余 39,599,799.00 元计入资本公积。

2017年7月10日，信永中和出具“XYZH/2017GZA10619”号《验资报告》，验证发行人本次变更设立的注册资本已由各发起人足额缴纳。2017年7月21日，小熊电器在佛山市顺德区市场监督管理局办理了工商变更登记，取得统一社会信用代码为91440606786454927J的《营业执照》，注册资本为9,000万元。

（二）发起人

本公司发起人为法人兆峰投资、有限合伙企业永新吉顺以及施明泰、龙少柔、龙少静、龙少宏4名自然人。

整体变更时，各发起人持股情况如下：

序号	发起人	持股数量（万股）	持股比例
1	兆峰投资	5,329.80	59.22%
2	施明泰	1,269.00	14.10%
3	龙少柔	1,107.90	12.31%
4	永新吉顺	540.00	6.00%
5	龙少静	486.90	5.41%
6	龙少宏	266.40	2.96%
合计		9,000.00	100.00%

（三）发行人改制设立前后，主要发起人拥有的主要资产和实际从事的主要业务

发行人改制设立前，主要发起人兆峰投资、永新吉顺、施明泰、龙少柔、龙少静和龙少宏拥有的主要资产为小熊有限的股权，具体情况如下：

序号	公司名称	兆峰投资	施明泰	龙少柔	永新吉顺	龙少静	龙少宏
1	小熊有限	59.22%	14.10%	12.31%	6.00%	5.41%	2.96%

本公司为有限责任公司整体变更设立的股份有限公司，主要发起人拥有的主要资产和实际从事的主要业务未因本公司改制而发生变化。

（四）发行人成立时拥有的主要资产和实际从事的主要业务

本公司由小熊有限整体变更设立而来，承继了原小熊有限的全部业务和生产经营体系，原小熊有限与生产经营相关的全部资产、负债及人员均进入本公司。公司改制成立前后拥有的主要资产和从事的主要业务均未发生变化。

（五）改制前原企业的业务流程、改制后发行人的业务流程、原

企业和发行人业务流程间的联系

改制前后，本公司业务流程未发生变化，具体内容详见本招股意向书“第六节 业务和技术”之“一、发行人的主营业务、主要产品”之“（三）主要业务模式”。

（六）发行人成立以来在生产经营方面与主要发起人的关联关系

公司成立以来，与主要发起人之间的关联关系与关联交易情况详见本招股意向书“第七节 同业竞争与关联交易”之“三、关联方情况”。报告期内，公司除存在向实际控制人李一峰拆借资金、受让股权、商标和专利外，与主要发起人之间未发生关联交易。

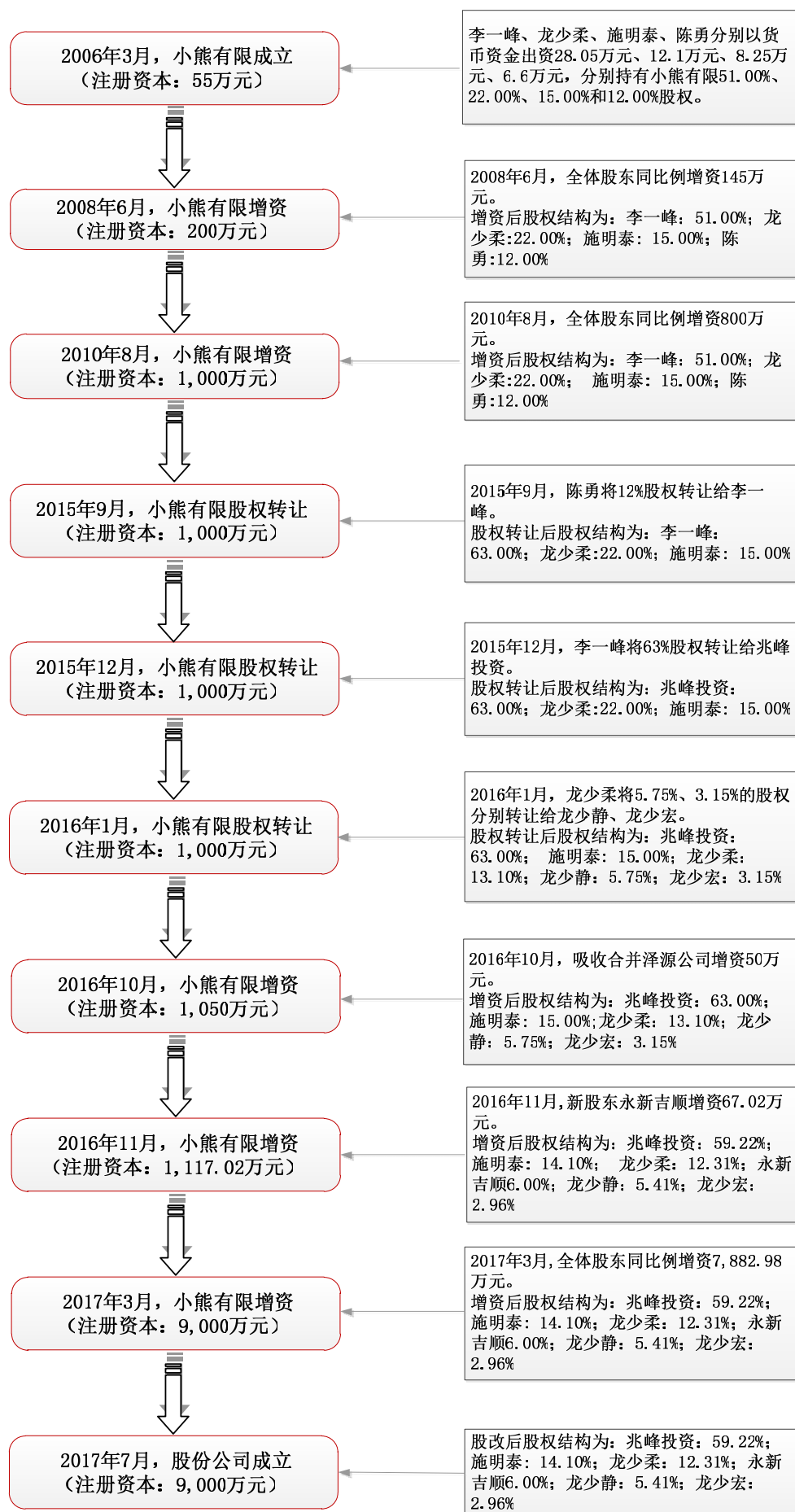
（七）发起人出资资产的产权变更手续办理情况

本公司由小熊有限整体变更设立而来，小熊有限所有资产、债务全部进入公司，并已办理完毕土地、房屋建筑物、专利等主要资产的产权变更登记手续。

三、发行人股本形成及变化和资产重组情况

（一）发行人股本形成及变化情况

小熊电器由小熊有限整体变更设立，股本形成及变化情况如下：



1、有限公司设立及注册资本形成情况

(1) 2006 年 3 月，发行人前身小熊有限成立

小熊有限系由李一峰、施明泰、龙少柔、陈勇共同出资设立的有限责任公司。设立时名称为“佛山市小熊电器有限公司”，住所为佛山市顺德区勒流镇富安工业区连安路 1 号，法定代表人为李一峰，注册资本为 55 万元，其中李一峰以货币资金出资 28.05 万元，龙少柔以货币资金出资 12.1 万元，施明泰以货币资金出资 8.25 万元，陈勇以货币资金出资 6.6 万元。

2006 年 3 月 8 日，佛山市顺德区祥友和会计师事务所出具“祥会所验字（2006）055 号”《验资报告》，验证本次出资到位。

2006 年 3 月 16 日，小熊有限在佛山市工商行政管理局办理注册登记，并领取了注册号为 4406062002633 的《营业执照》。

小熊有限设立时的股权结构如下：

序号	股东名称	出资额（万元）	出资比例
1	李一峰	28.05	51.00%
2	龙少柔	12.10	22.00%
3	施明泰	8.25	15.00%
4	陈勇	6.60	12.00%
合计		55.00	100.00%

根据相关资金收据、持股协议并经对龙少柔、龙少静、龙少宏的访谈确认，小熊有限设立时，龙少柔向小熊有限支付的 12.10 万元出资款中，分别有 3.1625 万元、1.7325 万元系来源于龙少柔的姐妹龙少静、龙少宏，由龙少柔代龙少静、龙少宏对小熊有限进行出资并代为持有小熊有限 5.75%、3.15% 的股权。故小熊有限设立时实际的股东及股权结构如下：

序号	股东名称	出资额（万元）	出资比例
1	李一峰	28.05	51.00%
2	施明泰	8.25	15.00%
3	龙少柔	7.205	13.10%
4	陈勇	6.60	12.00%
5	龙少静	3.1625	5.75%
6	龙少宏	1.7325	3.15%
合计		55.00	100.00%

(2) 2008 年 6 月，小熊有限增资

2008年5月27日，小熊有限股东会决议同意注册资本由原来的55万元增加至200万元，其中李一峰以货币资金增资73.95万元，施明泰以货币资金增资21.75万元，龙少柔以货币资金增资31.90万元，陈勇以货币资金增资17.40万元。本次增资定价均为1元/注册资本，增资价款已全部支付。

2008年5月29日，广东祥和会计师事务所有限公司出具“粤祥会验字[2008]第1197号”《验资报告》，验证本次增资到位。

2008年6月18日，小熊有限在佛山市顺德区工商行政管理局办理工商变更登记，并换领了变更后《营业执照》。

本次增资完成后，小熊有限的股权结构如下：

序号	股东名称	出资额（万元）	出资比例
1	李一峰	102.00	51.00%
2	龙少柔	44.00	22.00%
3	施明泰	30.00	15.00%
4	陈勇	24.00	12.00%
合计		200.00	100.00%

根据相关资金收据、持股协议并经对龙少柔、龙少静、龙少宏的访谈确认，该次增资过程中，龙少柔向小熊有限支付的31.90万元增资款中，分别按照龙少柔、龙少静、龙少宏持有小熊有限13.1%、5.75%、3.15%的股权比例由龙少柔、龙少静、龙少宏实际出资，并继续由龙少柔代龙少静、龙少宏持有小熊有限增资后5.75%、3.15%的股权。故该次增资完成后，小熊有限实际的股东及股权结构如下：

序号	股东名称	出资额（万元）	出资比例
1	李一峰	102.00	51.00%
2	施明泰	30.00	15.00%
3	龙少柔	26.20	13.10%
4	陈勇	24.00	12.00%
5	龙少静	11.50	5.75%
6	龙少宏	6.30	3.15%
合计		200.00	100.00%

（3）2010年8月，小熊有限增资

2010年8月3日，小熊有限股东会决议同意注册资本由原来的200万元增加至1,000万元，其中李一峰以货币资金增资408万元，龙少柔以货币资金增资

176 万元，施明泰以货币资金增资 120 万元，陈勇以货币资金增资 96 万元。本次增资定价均为 1 元/注册资本，增资价款已全部支付。

2010 年 8 月 11 日，广东新祥和会计师事务所有限公司出具“粤祥会验字[2010]第 1946 号”《验资报告》，验证本次增资到位。

2010 年 8 月 12 日，小熊有限在佛山市顺德区市场安全监管局办理工商变更登记，并换领了变更后《营业执照》。

本次增资完成后，小熊有限的股权结构如下：

序号	股东名称	出资额（万元）	出资比例
1	李一峰	510.00	51.00%
2	龙少柔	220.00	22.00%
3	施明泰	150.00	15.00%
4	陈勇	120.00	12.00%
合计		1,000.00	100.00%

根据相关资金收据、持股协议并经对龙少柔、龙少静、龙少宏的访谈确认，该次增资过程中，龙少柔向小熊有限支付的 176 万元增资款中，分别按照龙少柔、龙少静、龙少宏持有小熊有限 13.10%、5.75%、3.15%的股权比例由龙少柔、龙少静、龙少宏实际出资，并继续由龙少柔代龙少静、龙少宏持有小熊有限增资后 5.75%、3.15%的股权。故该次增资完成后，小熊有限实际的股东及股权结构如下：

序号	股东名称	出资额（万元）	出资比例
1	李一峰	510.00	51.00%
2	施明泰	150.00	15.00%
3	龙少柔	131.00	13.10%
4	陈勇	120.00	12.00%
5	龙少静	57.50	5.75%
6	龙少宏	31.50	3.15%
合计		1,000.00	100.00%

（4）2015 年 9 月，小熊有限第一次股权转让

2015 年 6 月 25 日，陈勇与李一峰签订《关于广东小熊电器有限公司之股权转让协议》。根据该协议，陈勇将其持有的小熊有限 12%股权作价 700 万元转让给李一峰。2015 年 9 月 9 日，小熊有限召开股东会，审议通过陈勇将其持有的小熊有限 12%的股权转让给李一峰。本次股权转让价格为 5.83 元/注册资本，李一峰已付清全部转让价款。

2015年9月16日，小熊有限在佛山市顺德区市场监督管理局办理工商变更登记，并换领了变更后《营业执照》。

本次股权转让后，陈勇不再持有小熊有限的股权，小熊有限的股权结构如下：

序号	股东名称	出资额（万元）	出资比例
1	李一峰	630.00	63.00%
2	龙少柔	220.00	22.00%
3	施明泰	150.00	15.00%
合计		1,000.00	100.00%

注：根据相关资金收据、持股协议并经对龙少柔、龙少静、龙少宏的访谈确认，上表所列龙少柔持有小熊有限22%股权中，由龙少柔代龙少静、龙少宏持有小熊有限5.75%、3.15%的股权。

（5）2015年12月，小熊有限第二次股权转让

2015年12月16日，小熊有限召开股东会，审议通过李一峰将其持有的小熊有限63%的股权作价1,245万元转让给兆峰投资。同日，李一峰与兆峰投资签订了《广东小熊电器有限公司股权转让合同》。本次股权转让价格为1.98元/注册资本，兆峰投资已付清全部转让价款。

2015年12月22日，小熊有限在佛山市顺德区市场监督管理局办理工商变更登记，并换领了变更后《营业执照》。

本次股权转让后，小熊有限的股权结构如下：

序号	股东名称	出资额（万元）	出资比例
1	兆峰投资	630.00	63.00%
2	龙少柔	220.00	22.00%
3	施明泰	150.00	15.00%
合计		1,000.00	100.00%

注：根据相关资金收据、持股协议并经对龙少柔、龙少静、龙少宏的访谈确认，上表所列龙少柔持有小熊有限22%股权中，由龙少柔代龙少静、龙少宏持有小熊有限5.75%、3.15%的股权。

（6）2016年1月，小熊有限第三次股权转让

2016年1月22日，小熊有限召开股东会，审议通过龙少柔将其持有的小熊有限5.75%、3.15%的股权分别转让给龙少静和龙少宏。同日，龙少柔分别与龙少静和龙少宏签订《广东小熊电器有限公司股权转让合同》。

本次股权转让系股权代持还原。龙少柔、龙少静与龙少宏均为小熊有限成立

时的实际出资人，因龙少静、龙少宏与龙少柔分别居住在不同地区，出于小熊有限工商等相关文件签署便利性的考虑，龙少静、龙少宏分别与龙少柔约定由龙少柔代持其二人在小熊有限的出资，因三人是亲姐妹关系，当时未签署股权代持协议，三人后于 2015 年 8 月 3 日签署了《广东小熊电器有限公司持股协议》，对代持情况进行了确认。2008 年 6 月和 2010 年 8 月小熊有限增资时，亦由龙少静、龙少宏按照 5.75% 和 3.15% 的比例实际缴纳出资款，由龙少柔代为持有。因此次股权转让为代持还原，龙少静和龙少宏未向龙少柔实际支付股权转让款。

龙少柔曾为龙少静、龙少宏分别代持小熊有限 5.75%、3.15% 股权，是其考虑到其所居住地相距较远、文件传签不便的客观情况，并非因为龙少宏、龙少静不具备作为小熊有限的股东资格或相关股东为规避法律规定；而选择股权代持当时小熊有限尚未有上市计划、亦未变更为股份有限公司，龙少静、龙少宏选择股权代持并非为了规避锁定期、股份减持等法律法规对拟上市公司、上市公司股东的规定。

2016 年 1 月 28 日，小熊有限在佛山市顺德区市场监督管理局办理工商变更登记，并换领了变更后《营业执照》。

本次股权转让后，小熊有限的股权结构如下：

序号	股东名称	出资额（万元）	出资比例
1	兆峰投资	630.00	63.00%
2	施明泰	150.00	15.00%
3	龙少柔	131.00	13.10%
4	龙少静	57.50	5.75%
5	龙少宏	31.50	3.15%
合计		1,000.00	100.00%

（7）2016 年 10 月，小熊有限吸收合并泽源公司增资

小熊有限出于业务发展、整合场地资源的需要，决定吸收合并实际控制人李一峰、张红控制下的泽源公司。

①泽源公司的基本情况

泽源公司成立于 2003 年 8 月 13 日，统一社会信用代码为 91440606754527589N，法定代表人为李一峰，注册资本为 50 万元，经营范围为针织、梳织加工、产销，服装洗水；制造：家用电器、电子产品及配件。（依法须经批准的项目，

经相关部门批准后方可开展经营活动)。

本次吸收合并前，泽源公司除租赁土地及厂房给小熊电器控股子公司小熊生活使用外，无其他实际经营业务。

吸收合并前泽源公司的股权结构如下：

序号	股东名称	出资额（万元）	出资比例
1	兆峰投资	31.50	63.00%
2	施明泰	7.50	15.00%
3	龙少柔	6.55	13.10%
4	龙少静	2.875	5.75%
5	龙少宏	1.575	3.15%
合计		50.00	100.00%

②吸收合并增资过程

2016年4月13日，小熊有限召开股东会审议通过小熊有限吸收合并泽源公司，并同意小熊有限注册资本由原来的1,000万元增加至1,050万元。同日，泽源公司召开股东会，同意泽源公司并入小熊有限并于合并后注销。

2016年4月14日，小熊有限及泽源公司在《珠江商报》刊登了吸收合并公告，且自吸收合并公告之日起45日内，无债权人提出要求清偿债务、提供担保，无债权人提出异议。

2016年10月8日，小熊有限与泽源公司签署《吸收合并协议》，约定以2016年7月31日为合并基准日，以小熊有限为主体，吸收合并泽源公司，合并后泽源公司解散。合并前小熊有限注册资本为1,000万元，泽源公司的注册资本为50万元，合并后的注册资本为小熊有限和泽源公司的注册资本之和，并按照截至合并基准日小熊有限的注册资本与泽源公司的注册资本进行股东相关权益换算。本次合并完成后，小熊有限将继续存续，泽源公司的资产、债权、债务均由小熊有限承继。

2016年10月31日，小熊有限在佛山市顺德区市场监督管理局办理工商变更登记，并换领了变更后的《营业执照》。

2016年11月21日，信永中和出具“XYZH/2016GZA10523”号《验资报告》，验证本次增资到位。

本次吸收合并后，小熊有限的股权结构如下：

序号	股东名称	出资额（万元）	出资比例
1	兆峰投资	661.50	63.00%
2	施明泰	157.50	15.00%
3	龙少柔	137.55	13.10%
4	龙少静	60.375	5.75%
5	龙少宏	33.075	3.15%
合计		1,050.00	100.00%

（8）2016 年 11 月，小熊有限增资

2016 年 10 月 31 日，小熊有限股东会决议同意注册资本由原来的 1,050 万元增加至 1,117.02 万元，新股东永新吉顺系公司员工持股平台，其以货币资金缴纳新增出资 700 万元，其中 67.02 万元计入注册资本，超出部分计入资本公积。本次增资定价 10.44 元/注册资本，增资价款已全部支付。

2016 年 11 月 18 日，小熊有限在佛山市顺德区市场监督管理局办理工商变更登记，并换领了变更后的《营业执照》。

2016 年 11 月 24 日，信永中和出具“XYZH/2016GZA10524”号《验资报告》，验证本次增资到位。

本次增资完成后，小熊有限的股权结构如下：

序号	股东名称	出资额（万元）	出资比例
1	兆峰投资	661.50	59.22%
2	施明泰	157.50	14.10%
3	龙少柔	137.55	12.31%
4	永新吉顺	67.02	6.00%
5	龙少静	60.375	5.41%
6	龙少宏	33.075	2.96%
合计		1,117.02	100.00%

（9）2017 年 3 月，小熊有限增资

2017 年 3 月 7 日，小熊有限股东会决议同意注册资本由原来的 1,117.02 万元增加至 9,000 万元，其中兆峰投资以货币资金增资 4,668.30 万元，施明泰以货币资金增资 1,111.50 万元，永新吉顺以货币资金增资 472.98 万元，龙少柔以货币资金增资 970.35 万元，龙少静以货币资金增资 426.525 万元，龙少宏以货币增资 233.325 万元。本次为全体股东同比例增资，定价均为 1 元/注册资本，增资价款已全部支付。

2017年3月10日，小熊有限在佛山市顺德区市场监督管理局办理工商变更登记，并换领了变更后的《营业执照》。

2017年4月27日，信永中和出具“XYZH/2017GZA10527”号《验资报告》，验证本次增资到位。

本次增资完成后，小熊有限的股权结构如下：

序号	股东名称	出资额（万元）	出资比例
1	兆峰投资	5,329.80	59.22%
2	施明泰	1,269.00	14.10%
3	龙少柔	1,107.90	12.31%
4	永新吉顺	540.00	6.00%
5	龙少静	486.90	5.41%
6	龙少宏	266.40	2.96%
合计		9,000.00	100.00%

龙少静初始投资及后续追加投资发行人/小熊有限的资金来源为其自有资金及家庭积蓄，主要包括其本人及家庭成员的工资和奖金收入、小熊有限分红；龙少宏初始投资及后续追加投资发行人/小熊有限的资金来源为其自有资金及家庭积蓄，主要包括其本人及家庭成员的工资和奖金收入、出售房产收入、出租房产收入、小熊有限分红。

2、整体变更为股份公司的情况

2017年6月23日，信永中和出具“XYZH/2017GZA10603”号《广东小熊电器有限公司2017年1-4月、2016年度、2015年度审计报告》，以2017年4月30日为基准日对小熊有限进行了审计。根据该报告，小熊有限截至2017年4月30日经审计的母公司净资产值为129,599,799.00元。

2017年6月25日，联信评估出具“联信（证）评报字[2017]第A0335号”《广东小熊电器有限公司拟整体变更设立股份有限公司事宜所涉及其经审计后资产和负债资产评估报告》，评估基准日为2017年4月30日。评估后资产总额为37,553.64万元，负债总额为9,695.43万元，净资产为27,858.21万元，净资产评估增值14,898.23万元，增幅为114.96%。

2017年6月25日，小熊有限召开股东会审议同意小熊有限整体变更为股份有限公司，以截至2017年4月30日经审计的净资产129,599,799.00元为基础，

按照 1.439998:1 折合为 9,000 万股,折股后剩余金额计入股份公司资本公积。同日,兆峰投资、施明泰、龙少柔、永新吉顺、龙少静和龙少宏作为发起人共同签署了《小熊电器股份有限公司发起人协议书》。

2017 年 7 月 10 日,信永中和出具“XYZH/2017GZA10619”号《验资报告》,验证本次整体变更设立股份公司的出资到位。

2017 年 7 月 10 日,小熊电器召开创立大会。

2017 年 7 月 21 日,小熊电器在佛山市顺德区市场监督管理局办理了工商变更登记,取得统一社会信用代码为 91440606786454927J 的《营业执照》。

整体变更为股份有限公司后,小熊电器的股权结构如下:

序号	股东名称	股份数量(万股)	持股比例
1	兆峰投资	5,329.80	59.22%
2	施明泰	1,269.00	14.10%
3	龙少柔	1,107.90	12.31%
4	永新吉顺	540.00	6.00%
5	龙少静	486.90	5.41%
6	龙少宏	266.40	2.96%
合计		9,000.00	100.00%

2016 年 10 月,公司通过增资方式引入相关高管及员工持股。公司以最近一期经评估的净资产 22,503.81 万元作为公允价值标准,在 2016 年度计提了股份支付费用 650.45 万元。经参考已发行并上市公司市盈率情况,认定的公允价值偏低,公司对上述股份支付进行了会计差错更正,确认股份支付费用为 4,047.86 万元。股份支付差错更正的具体情况详见本招股意向书之“第十节 财务会计信息”之“四、报告期内采用的主要会计政策和会计估计”之“(二十四)前期会计差错更正的说明”。

本次会计差错更正前,小熊有限截至 2017 年 4 月 30 日经审计的母公司净资产值为 12,959.98 万元,以该净资产折股 9,000 万元,余额 3,959.98 万元计入资本公积;会计差错更正后,小熊有限截至 2017 年 4 月 30 日经审计的母公司净资产值为 14,502.22 万元,以该净资产折股 9,000 万元,余额 5,502.22 万元计入资本公积。

2019 年 2 月 21 日,发行人召开第一届董事会第十一次会议,审议通过《关

于公司前期会计差错更正及追溯调整的议案》、《关于确认公司股改基准日净资产调整等股改相关事项的议案》。2019年3月8日，发行人召开2019年第一次临时股东大会，审议通过上述议案，发行人全体股东一致同意上述会计差错更正，并对调整后的股改基准日净资产、净资产折股比例、发起人对股改时拥有的净资产份额及实缴出资等事项进行确认。

发行人上述会计差错更正和确认整体变更设立股份有限公司相关事项已经发行人董事会、股东大会审议同意，履行了必要的程序，会计差错更正未导致小熊有限截至股改基准日的净资产低于发行人成立时的注册资本而造成出资不实，各发起人于股份公司成立时的持股比例没有因前述事项发生变更，前述事项没有实质损害各发起人在发行人的权益。

（二）发行人历次增资及股份转让的原因、价格、定价依据

发行人设立以来历次增资及股权转让的原因、价格、定价依据情况如下表所示：

序号	事项	增资/转让原因	价格	定价依据
1	2008年6月第一次增资	充实资本	1元/注册资本	股东同比例增资，股东之间协商以等额注册资本定价
2	2010年8月第二次增资	充实资本	1元/注册资本	股东同比例增资，股东之间协商以等额注册资本定价
3	2015年9月第一次股权转让	转让方陈勇因个人有自主创业计划且创业需要资金，遂从小熊有限离职并转让股权	5.83元/注册资本	参考转让当时公司的账面净资产值，并经转让受让双方协商有所溢价
4	2015年12月第二次股权转让	实际控制人李一峰、张红夫妇搭建控股平台，由直接持股调整为间接持股	1.98元/注册资本	交易双方属同一实际控制人，参考转让方取得相关股权的历史成本
5	2016年1月第三次股权转让	股权代持还原	-	该次股权转让为还原龙少柔、龙少静、龙少宏的真实出资情况，故受让方未实际支付对价

6	2016年10月 吸收合并泽源公司暨第三次增资	通过吸收合并泽源公司取得其名下坐落于佛山市顺德区均安镇畅兴大道的土地房产，整合相关资源	1元/注册资本	吸收合并前，公司、泽源公司的股权结构一致，吸收合并前后公司的股权结构亦未变更，故股东之间协商以等额注册资本定价
7	2016年11月 第四次增资	搭建管理层员工持股平台	10.44元/注册资本	考虑到公司未来经营发展的成长性及对管理层员工的激励，参考公司当时的账面净资产值并有所溢价
8	2017年3月 第五次增资	充实资本	1元/注册资本	股东同比例增资，股东之间协商以等额注册资本定价

（三）发行人资产重组情况

报告期初至本招股意向书签署日，公司共发生过5次资产重组，均不构成重大资产重组，具体情况如下：

1、收购瑞翌电商、艾萌电商和悠想电商

瑞翌电商、艾萌电商和悠想电商为小熊电器实际控制人李一峰控制的公司，分别成立于2014年5月、2015年8月和2015年8月，因天猫和京东规定一个法人主体只能开设一个网店销售同品牌或同类产品，为增强“小熊”品牌的市场曝光率和占有率，小熊电器实际控制人李一峰开设了多家“电商”字号的公司对接天猫和京东等平台。同时，李一峰与郭鑫（李一峰外甥）、欧阳桂蓉（李一峰表妹）和李潮颂（公司员工）约定由该三人代其持有瑞翌电商、艾萌电商或悠想电商的股权。为解决同业竞争问题，小熊电器于2016年5月收购了上述三家公司。

（1）收购瑞翌电商

①瑞翌电商基本情况

瑞翌电商成立于2014年5月19日，其被收购前的注册资本为100万元，法定代表人为欧阳桂蓉，住所为佛山市顺德区勒流街道富裕村委会富安集约工业区5-2-1号地之二，经营范围为“网上销售：家用电器；国内商业、物资供销业；信息技术服务”。瑞翌电商被收购前的股权结构如下：

序号	股东名称	出资额（万元）	实缴额（万元）	出资比例
1	郭鑫	70.00	70.00	70.00%

2	欧阳桂蓉	30.00	30.00	30.00%
合计		100.00	100.00	100.00%

根据相关资金收据并经对李一峰、郭鑫、欧阳桂蓉的访谈确认，瑞翌电商设立时，郭鑫、欧阳桂蓉的出资款来源于李一峰。故瑞翌电商被收购前实际的股东及股权结构如下：

序号	股东名称	出资额（万元）	实缴额（万元）	出资比例
1	李一峰	100.00	100.00	100.00%
合计		100.00	100.00	100.00%

②瑞翌电商主要经营情况

被收购前，瑞翌电商主要从事小家电的销售业务。被收购前一年，瑞翌电商的主要财务数据如下：

单位：万元

序号	公司名称	总资产	净资产	净利润
		2015.12.31	2015.12.31	2015 年度
1	瑞翌电商	86.67	84.39	-6.43

注：以上财务数据经信永中和审计。

③本次资产重组履行的法定程序

2016 年 5 月 10 日，小熊有限作出执行董事决定，同意小熊有限以 70 万元、30 万元受让郭鑫、欧阳桂蓉分别持有的瑞翌电商 70%、30%的股权。

2016 年 5 月 10 日，瑞翌电商召开股东会，审议通过郭鑫将其持有的瑞翌电商 70%的股权作价 70 万元转让给小熊有限、欧阳桂蓉将其持有的瑞翌电商 30%的股权作价 30 万元转让给小熊有限。同日，郭鑫、欧阳桂蓉分别与小熊有限签订了《股权转让合同》。本次股权转让按照注册资本定价。

2016 年 5 月 26 日，瑞翌电商在佛山市顺德区市场监督管理局办理工商变更登记，并换领了变更后《营业执照》。

④本次资产重组对发行人业务、管理层、实际控制人和经营业绩的影响

本次资产重组完成后发行人主营业务、管理层、实际控制人均未发生变化。本次资产重组有利于整合资源，消除同业竞争，减少关联交易。

（2）收购艾萌电商

①艾萌电商基本情况

艾萌电商成立于 2015 年 8 月 14 日，其被收购前的注册资本为 100 万元，法定代表人为李潮颂，住所为佛山市顺德区勒流街道富裕村委会富安集约工业区 5-2-1 号地之六，经营范围为“网上销售：家用电器；国内商业、物资供销业；信息技术服务”。艾萌电商被收购前的股权结构如下：

序号	股东名称	出资额（万元）	实缴额（万元）	出资比例
1	郭鑫	70.00	0	70.00%
2	李潮颂	30.00	0	30.00%
合计		100.00	0	100.00%

根据对李一峰、郭鑫、李潮颂的访谈确认，艾萌电商设立时，郭鑫、李潮颂系代李一峰持有艾萌电商的股权。故艾萌电商设立时实际的股东及股权结构如下：

序号	股东名称	出资额（万元）	实缴额（万元）	出资比例
1	李一峰	100.00	0	100.00%
合计		100.00	0	100.00%

②艾萌电商主要经营情况

被收购前，艾萌电商主要从事小家电的销售业务。被收购前一年，艾萌电商的主要财务数据如下：

单位：万元

序号	公司名称	总资产	净资产	净利润
		2015.12.31	2015.12.31	2015 年度
1	艾萌电商	55.31	-38.34	-38.34

注：以上财务数据经信永中和审计。

③本次资产重组履行的法定程序

2016 年 5 月 10 日，小熊有限作出执行董事决定，同意小熊有限受让郭鑫、李潮颂分别持有的艾萌电商 70%、30%的股权。

2016 年 5 月 10 日，艾萌电商召开股东会，审议通过郭鑫将其持有的艾萌电商 70%的股权转让给小熊有限、李潮颂将其持有的艾萌电商 30%的股权转让给小熊有限。同日，郭鑫、李潮颂分别与小熊有限签订了《股权转让合同》。本次股权转让按照注册资本定价，因艾萌电商的实收资本为 0 元，故小熊有限无偿受让了郭鑫、李潮颂代李一峰持有的艾萌电商的股权。

2016 年 5 月 25 日，艾萌电商在佛山市顺德区市场监督管理局办理工商变更

登记，并换领了变更后《营业执照》。

④本次资产重组对发行人业务、管理层、实际控制人和经营业绩的影响

本次资产重组完成后发行人主营业务、管理层、实际控制人均未发生变化。本次资产重组有利于整合资源，消除同业竞争，减少关联交易。

(3) 收购悠想电商

①悠想电商基本情况

悠想电商成立于 2015 年 8 月 14 日，其被收购前的注册资本为 100 万元，法定代表人为李潮颂，住所为佛山市顺德区勒流街道富裕村委会富安集约工业区 5-2-1 号地之五，经营范围为“网上销售：家用电器；国内商业、物资供销业；信息技术服务”。悠想电商被收购前的股权结构如下：

序号	股东名称	出资额（万元）	实缴额（万元）	出资比例
1	郭鑫	70.00	0	70.00%
2	李潮颂	30.00	0	30.00%
合计		100.00	0	100.00%

根据对李一峰、郭鑫、李潮颂的访谈确认，悠想电商设立时，郭鑫、李潮颂系代李一峰持有悠想电商的股权。故悠想电商设立时实际的股东及股权结构如下：

序号	股东名称	出资额（万元）	实缴额（万元）	出资比例
1	李一峰	100.00	0	100.00%
合计		100.00	0	100.00%

②悠想电商主要经营情况

被收购前，悠想电商未实际经营。被收购前一年，悠想电商的主要财务数据均为 0。

③本次资产重组履行的法定程序

2016 年 5 月 10 日，小熊有限作出执行董事决定，同意小熊有限以 70 万元、30 万元受让郭鑫、李潮颂分别持有的悠想电商 70%、30%的股权。

2016 年 5 月 10 日，悠想电商召开股东会，审议通过郭鑫将其持有的悠想电商 70%的股权转让给小熊有限、李潮颂将其持有的悠想电商 30%的股权转让给小熊有限。同日，郭鑫、李潮颂分别与小熊有限签订了《股权转让合同》。本次股

权转让按照注册资本定价，因悠想电商的实收资本为 0 元，故小熊有限无偿受让了郭鑫、李潮颂代李一峰持有的悠想电商的股权。

2016 年 5 月 26 日，悠想电商在佛山市顺德区市场监督管理局办理工商变更登记，并换领了变更后《营业执照》。

④本次资产重组对发行人业务、管理层、实际控制人和经营业绩的影响

本次资产重组完成后发行人主营业务、管理层、实际控制人均未发生变化。本次资产重组有利于整合资源，消除同业竞争，减少关联交易。

2、吸收合并泽源公司

泽源公司原为实际控制人李一峰、张红控制的企业，吸收合并前泽源公司把土地及厂房租赁给小熊电器子公司小熊生活使用，除此之外，无其他实际经营业务。为减少关联交易，整合小熊有限与泽源公司的土地厂房资源，小熊有限决定对泽源公司进行吸收合并。

（1）泽源公司基本情况

泽源公司的成立日期为 2003 年 8 月 13 日，其被吸收合并前的注册资本为 50 万元，法定代表人为李一峰，住所为佛山市顺德区均安镇畅兴大道西 5 号，经营范围为“针织、梳织加工、产销，服装洗水；制造：家用电器、电子产品及配件”。泽源公司被吸收合并前的股权结构如下：

序号	股东名称	出资额（万元）	出资比例
1	兆峰投资	31.50	63.00%
2	施明泰	7.50	15.00%
3	龙少柔	6.55	13.10%
4	龙少静	2.875	5.75%
5	龙少宏	1.575	3.15%
合计		50.00	100.00%

（2）泽源公司主要经营情况

泽源公司自 2003 年 8 月设立以来，主营业务为制造针织、梳织服装，服装洗水，后因服装行业市场低迷，泽源公司连年亏损。2014 年 8 月，泽源公司开始将其土地及厂房租赁给小熊生活使用。截至被吸收合并前，泽源公司无其他实际经营业务。

被吸收合并前一年，泽源公司的主要财务数据如下：

单位：万元

序号	公司名称	总资产	净资产	净利润
		2015.12.31	2015.12.31	2015 年度
1	泽源公司	924.38	-1,645.60	-180.13

注：以上财务数据经信永中和审计。

（3）本次资产重组履行的法定程序

①小熊有限吸收合并增资程序

小熊有限吸收合并增资程序参见本招股意向书之“第五节 发行人基本情况”之“三、发行人股本形成及变化情况和资产重组情况”之“（一）发行人股本形成及变化情况”。

②泽源公司注销程序

2016 年 4 月 13 日，泽源公司召开股东会，同意解散泽源公司。

2016 年 4 月 14 日，小熊有限在《珠江商报》刊登了吸收合并公告，且自吸收合并公告之日起 45 日内，无债权人提出要求清偿债务、提供担保，无债权人提出异议。

2016 年 10 月 20 日，佛山市顺德区国家税务局均安税务分局核发“均安国税税通[2016]5260 号”《佛山市顺德区国家税务局均安税务分局税务事项通知书》，核准泽源公司国税注销登记事项。

2016 年 10 月 24 日，佛山市顺德区地方税务局均安税务分局核发“顺地税均税通[2016]2817 号”《佛山市顺德区地方税务局均安税务分局税务事项通知书》，核准泽源公司地税注销登记事项。

2016 年 10 月 31 日，佛山市顺德区市场监督管理局核发“顺监核注通内字[2016]第 1681176383 号”《核准注销登记通知书》，核准泽源公司注销登记。

（4）本次资产重组对发行人业务、管理层、实际控制人和经营业绩的影响

本次资产重组完成后发行人主营业务、管理层、实际控制人均未发生变化。本次资产重组有利于整合资源，增强发行人的盈利能力，对发行人经营业绩产生积极的影响。

3、收购珠海恒韬

珠海恒韬持有龙牌电器 100%股权，收购前龙牌电器把土地及厂房租赁给小熊电器使用。出于生产规模扩大对厂房、用地的需要，小熊电器决定受让珠海恒韬 100%股权。

(1) 珠海恒韬基本情况

珠海恒韬的成立日期为 2017 年 10 月 13 日，其被收购前的注册资本为 100 万元，法定代表人为周锦新，住所为珠海市横琴新区宝华路 6 号 105 室-37293（集中办公区），经营范围为“商务信息咨询；企业管理咨询；信息技术咨询服务”。珠海恒韬被收购前的股权结构如下：

序号	股东名称	出资额（万元）	出资比例
1	微乾企管	50.00	50.00%
2	微坤企管	50.00	50.00%
合计		100.00	100.00%

(2) 珠海恒韬主要经营情况

珠海恒韬除对龙牌电器的投资外，并未实际经营。截至被收购前，龙牌电器除将其自有土地及厂房租赁给小熊电器使用外，无其他实际经营业务。

被收购前一年，珠海恒韬无实际经营业务，主要财务数据均为 0。

(3) 本次资产重组履行的法定程序

2018 年 1 月 4 日，小熊电器第一届董事会第五次会议审议通过《关于受让珠海恒韬商务咨询有限公司 100%股权的议案》。同意小熊电器以自有或自筹资金，收购微乾企管、微坤企管所合计持有的珠海恒韬 100%股权。最终交易价格参考评估机构对交易标的以 2018 年 1 月 31 日为评估基准日出具的资产评估报告的净资产评估值，并经发行人与交易对方协商确定。

2018 年 1 月 22 日，小熊电器 2018 年度第一次临时股东大会审议通过《关于受让珠海恒韬商务咨询有限公司 100%股权的议案》。

2018 年 1 月 31 日，小熊电器、龙牌电器、微乾企管、微坤企管、周锦新、张勇帆（注：微乾企管、微坤企管的合伙人均为周锦新及张勇帆）签订收购协议，约定小熊电器收购珠海恒韬 100%股权，交易价格根据相关收购资产的审计、评

估结果，由各方友好协商确定。

2018年2月2日，信永中和出具了编号为“XYZH/2018GZA10045”号的《珠海恒韬商务咨询有限公司2018年1月审计报告》，对珠海恒韬2018年1月的财务状况进行了审计。

2018年2月6日，联信评估出具“联信（证）评报字[2018]第A0071号”《小熊电器股份有限公司拟收购股权事宜所涉及珠海恒韬商务咨询有限公司股东全部权益价值资产评估报告》，确定珠海恒韬净资产在评估基准日2018年1月31日的评估值为8,912.59万元。

2018年2月8日，珠海恒韬召开股东会，审议通过微乾企管、微坤企管分别将其持有的50%股权转让给小熊电器。

2018年2月12日，珠海恒韬在珠海市横琴新区工商行政管理局办理工商变更登记，并换领了变更后《营业执照》。

2018年4月8日，交易各方签订补充协议，确定珠海恒韬100%股权的转让价格为102,040,288元。

（4）本次资产重组对发行人业务、管理层、实际控制人和经营业绩的影响

本次资产重组完成后发行人主营业务、管理层、实际控制人均未发生变化。本次资产重组有利于整合资源，增强发行人的盈利能力，对发行人经营业绩产生积极的影响。

四、发行人历次验资情况和发起人投入资产的计量属性

（一）历次验资情况

公司自设立以来，共进行了7次验资，具体情况如下：

1、2006年3月，发行人前身小熊有限成立

2006年3月8日，佛山市顺德区祥友和会计师事务所对小熊有限设立出资进行了审验，并出具了“祥会所验字（2006）055号”《验资报告》。经审验，截至2006年3月8日，小熊有限注册资本55万元足额到位，出资方式为货币资金，其中：李一峰、龙少柔、施明泰和陈勇分别出资28.05万元、12.10万元、8.25

万元和 6.60 万元。

2、2008 年 6 月，小熊有限增资

2008 年 5 月 29 日，广东祥和会计师事务所有限公司对小熊有限增资情况进行了审验，并出具了“粤祥会验字[2008]第 1197 号”《验资报告》。经审验，小熊有限注册资本由 55 万元增至 200 万元。

3、2010 年 8 月，小熊有限增资

2010 年 8 月 11 日，广东新祥和会计师事务所有限公司对小熊有限增资情况进行了审验，并出具了“粤祥会验字[2010]第 1946 号”《验资报告》。经审验，小熊有限注册资本由 200 万元增至 1,000 万元。

4、2016 年 10 月，小熊有限增资

2016 年 11 月 21 日，信永中和对小熊有限增资情况进行了审验，并出具了“XYZH/2016GZA10523”号《验资报告》。经审验，小熊有限注册资本由 1,000 万元增至 1,050 万元。

5、2016 年 11 月，小熊有限增资

2016 年 11 月 24 日，信永中和对小熊有限增资情况进行了审验，并出具了“XYZH/2016GZA10524”号《验资报告》。经审验，小熊有限注册资本由 1,050 万元增至 1,117.02 万元。

6、2017 年 3 月，小熊有限增资

2017 年 4 月 27 日，信永中和对小熊有限增资情况进行了审验，并出具了“XYZH/2017GZA10527”号《验资报告》。经审验，小熊有限注册资本由 1,117.02 万元增至 9,000 万元。

7、2017 年 7 月，小熊有限整体变更为股份有限公司

2017 年 7 月 10 日，信永中和对小熊有限整体变更为小熊电器股份有限公司（筹）申请变更登记的注册资本实收情况进行了审验，并出具了“XYZH/2017GZA10619”号《验资报告》。经审验，截至 2017 年 7 月 10 日，公司已收到全体股东缴纳的注册资本 9,000 万元。

2019 年 3 月 8 日，信永中和出具《关于小熊电器股份有限公司 2017 年 4 月

30 日净资产审计调整对股改验资报告影响的说明》，对股份支付费用会计差错更正事宜导致股改净资产发生变化进行说明，主要内容如下：

2016 年 10 月，小熊有限通过增资方式引入相关高管及员工持股，其以最近一期经评估的净资产 22,503.81 万元作为公允价值标准，在 2016 年度计提了股份支付费用 650.45 万元。经参考已发行并上市公司市盈率情况，认定的公允价值偏低，公司对上述股份支付进行了会计差错更正，确认股份支付费用为 4,047.86 万元。上述股份支付差错更正事项的调整，已于 2019 年经公司第一届董事会第十一次会议和 2019 年度第一次临时股东大会审议通过。

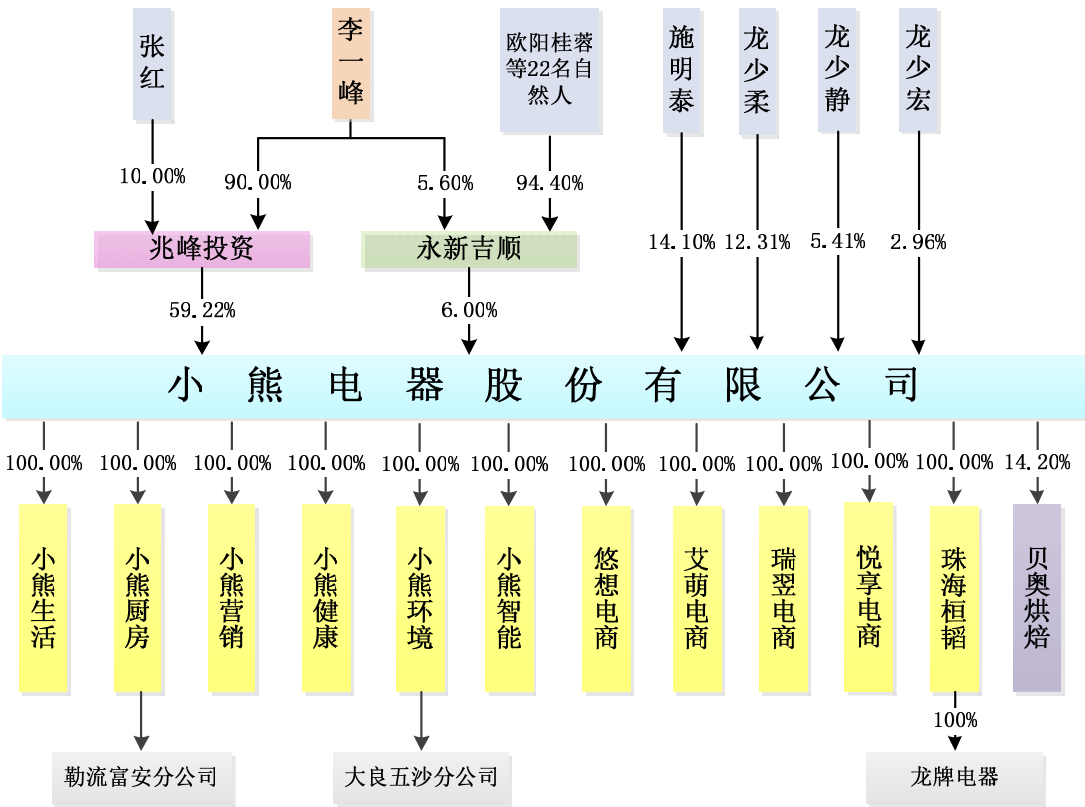
本次差错更正前，小熊有限截至 2017 年 4 月 30 日经审计的母公司净资产值为 12,959.98 万元，以该净资产折股 9,000 万元，余额 3,959.98 万元计入资本公积；本次差错更正后，小熊有限整体变更为股份公司时净资产为 14,502.22 万元，折合为公司股本 9,000 万元，余额 5,502.22 万元计入资本公积，不存在出资不足。

（二）发起人投入资产的计量属性

本公司系由小熊有限整体变更设立，发起人投入的资产为小熊有限全部资产及负债。

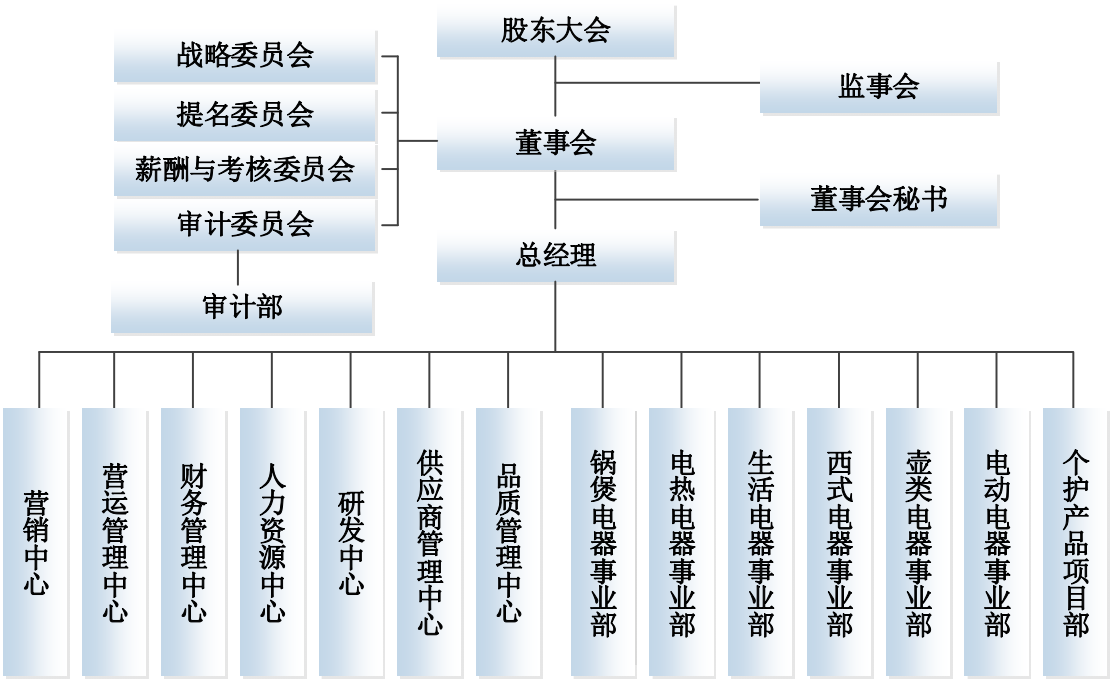
五、发行人组织结构

（一）股权结构图



(二) 发行人内部组织结构

1、内部组织结构图



2、各部门主要职责

部门	主要职责
----	------

营销中心	构建公司营销策略、市场策略、产品策略、销售渠道策略体系，推动电商平台及线下终端的渠道的规划及建设，提升品牌形象和市场推广，扩大市场份额和品类行业排名，对公司总体销售目标负责。
营运管理中心	负责公司战略管理，经营计划和目标管理的建立与推动，根据公司战略规划与年度经营目标的要求，借助信息化手段搭建综合管理体系框架，全面提升公司管理水平和资源整合能力。
财务管理中心	建立公司财务战略管理体系，组织建立及实施公司经营目标管理、会计核算、财务管理、投融资管理、资金管理、价格管理等体系，为各业务部门提供财务支持。
人力资源中心	构建公司人力资源战略规划与人力资源管理体系，负责公司发展的人才供给保障、人力资源效能提升、员工培养与发展体系建设以及员工薪酬福利管理，为各业务职能提供全面的人力资源支持。
研发中心	根据公司中长期战略规划与经营目标的要求进行全新品类创新技术的研究、应用和产品研发，组织解决技术研究开发过程中遇到的问题，不断推出满足市场的新品，实现公司行业技术领先。
供应商管理中心	负责公司供应链体系的搭建，供应商引入、评价、管理和退出等全生命周期管理，保障物料供应资源、采购成本的控制管理。
品质管理中心	建立质量管理规划和品质管控体系，规划企业品质管控目标，品质文化的塑造和推动，内部品质运作体系的监控、改善、推动，市场客诉和品质问题的统筹管理，为客户提供品质卓越的产品。
锅煲电器事业部	负责锅煲电器品类经营管理，市场定位的梳理，公司年度经营任务达成及内部组织管理，确保全面完成责任目标和年度方针目标，下设技术部、PMC 部、制造部、品管部、来料仓。
电热电器事业部	全面负责电热电器品类经营管理，从产品开发到产品实现、产品供给等全价值链管理，对品类产品品质、产销衔接、整机成本和制造效率负责。
生活电器事业部	全面负责生活电器品类经营管理，从产品开发到产品实现、产品供给等全价值链管理，对品类产品品质、产销衔接、整机成本和制造效率负责。
西式电器事业部	全面负责西式电器品类经营管理，从产品开发到产品实现、产品供给等全价值链管理，对品类产品品质、产销衔接、整机成本和制造效率负责。
壶类电器事业部	全面负责壶类电器品类经营管理，从产品开发到产品实现、产品供给等全价值链管理，对品类产品品质、产销衔接、整机成本和制造效率负责。
电动电器事业部	全面负责电动电器品类经营管理，从产品开发到产品实现、产品供给等全价值链管理，对品类产品品质、产销衔接、整机成本和制造效率负责。
个护产品项目部	全面负责个护类产品经营管理，产品研发、创新技术的应用研究和上市产品线的规划，实现公司在新品类项目中的突破和发展。

六、发行人全资子公司、分公司及参股公司情况

截至本招股意向书签署日，发行人共拥有 11 家子公司，均为全资子公司；发行人拥有 1 家孙公司，为全资孙公司；发行人子公司小熊厨房和小熊环境各有一家分公司；发行人参股一家公司。

（一）控股公司情况

截至本招股意向书签署日，发行人共控股 12 家公司，其中 11 家为全资子公司，1 家为全资孙公司。

1、控股公司基本情况

（1）悦享电商

企业名称	佛山市悦享电子商务有限公司
统一社会信用代码	91440606084467635X
成立日期	2013 年 11 月 25 日
住所	佛山市顺德区勒流街道富裕村委会富安集约工业区 5-2-1 号地之一
主要生产经营地	佛山市顺德区勒流街道办事处勒流社区居民委员会富安工业区连安路 3 号
注册资本/实收资本	300 万元/100 万元
法定代表人	李一峰
经营范围	网上销售:家用电器、电子产品及其配件, 妇婴童用品, 日用品; 信息技术服务; 国内商业、物资供销业; 经营和代理各类商品及技术的进出口业务。(依法须经批准的项目, 经相关部门批准后方可开展经营活动)
公司类型	有限责任公司(法人独资)
股权结构	小熊电器持有 100% 股权
主营业务	创意小家电销售

（2）瑞翌电商

企业名称	佛山市瑞翌电子商务有限公司
统一社会信用代码	91440606304073786X
成立日期	2014 年 5 月 19 日
住所	佛山市顺德区勒流街道富裕村委会富安集约工业区 5-2-1 号地之二
主要生产经营地	佛山市顺德区勒流街道办事处勒流社区居民委员会富安工业区连安路 3 号
注册资本/实收资本	100 万元/100 万元
法定代表人	李一峰
经营范围	网上销售:家用电器、电子产品及其配件, 妇婴童用品, 日用品; 国内商业、物资供销业; 信息技术服务; 货物或技术进出口(国家禁止或涉及行政审批的货物和技术进出口除外)。(依法须经批准的项目, 经相关部门批准后方可开展经营活动)
公司类型	有限责任公司(法人独资)
股权结构	小熊电器持有 100% 股权
主营业务	创意小家电销售

(3) 小熊生活

企业名称	佛山市小熊生活电器有限公司
统一社会信用代码	914406063981340833
成立日期	2014 年 7 月 9 日
住所	佛山市顺德区均安镇均安居委会畅兴大道西 5 号二层
主要生产经营地	佛山市顺德区均安镇均安居委会畅兴大道西 5 号二层
注册资本/实收资本	1,000 万元/1,000 万元
法定代表人	周志树
经营范围	研发、设计、加工、制造、销售:家用电器、电子产品及配件, 妇婴童用品, 日用品; 国内商业、物资供销业; 经营和代理各类商品及技术的进出口业务(国家限定经营或禁止进出口的商品及技术除外); 电子商务服务。(依法须经批准的项目, 经相关部门批准后方可开展经营活动)
公司类型	有限责任公司(法人独资)
股权结构	小熊电器持有 100%股权
主营业务	创意小家电生产

(4) 小熊厨房

企业名称	佛山市小熊厨房电器有限公司
统一社会信用代码	91440606324867268K
成立日期	2014 年 12 月 4 日
住所	佛山市顺德区勒流街道富裕村委会富安集约工业区 5-2-1 号地之四
主要生产经营地	佛山市顺德区勒流街道富裕村委会富安集约工业区 5-2-1 号地之四
注册资本/实收资本	1,000 万元/1,000 万元
法定代表人	吴光锦
经营范围	研发、设计、加工、制造、销售:家用电器、电子产品及其配件, 妇婴童用品, 日用品; 国内商业、物资供销业; 经营和代理各类商品及技术的进出口业务。(依法须经批准的项目, 经相关部门批准后方可开展经营活动)
公司类型	有限责任公司(法人独资)
股权结构	小熊电器持有 100%股权
主营业务	创意小家电生产

(5) 小熊营销

企业名称	佛山市小熊营销管理有限公司
统一社会信用代码	91440606351994860L
成立日期	2015 年 8 月 14 日
住所	佛山市顺德区勒流街道富裕村委会富安集约工业区 5-2-1 号地之七
主要生产经营地	佛山市顺德区勒流街道办事处勒流社区居民委员会富安工业

	区连安路3号
注册资本/实收资本	1,000 万元/1,000 万元
法定代表人	李一峰
经营范围	企业营销策划,企业形象策划;广告设计、制作、发布、代理;文化传播;企业管理咨询;市场调研;制造、销售:家用电器、电子产品及其配件,妇婴童用品、日用品;信息技术服务;国内商业、物资供销业;物业租赁;物业管理;经营和代理各类商品及技术的进出口业务。(依法须经批准的项目,经相关部门批准后方可开展经营活动)
公司类型	有限责任公司(法人独资)
股权结构	小熊电器持有 100%股权
主营业务	创意小家电销售

(6) 悠想电商

企业名称	佛山市悠想电子商务有限公司
统一社会信用代码	914406063519948364
成立日期	2015 年 8 月 14 日
住所	佛山市顺德区勒流街道富裕村委会富安集约工业区 5-2-1 号地之五
主要生产经营地	佛山市顺德区勒流街道办事处勒流社区居民委员会富安工业区连安路 3 号
注册资本/实收资本	100 万元/100 万元
法定代表人	李一峰
经营范围	网上销售:家用电器、电子产品及其配件,妇婴童用品,日用品;国内商业、物资供销业;信息技术服务;货物或技术进出口(国家禁止或涉及行政审批的货物和技术进出口除外)。(依法须经批准的项目,经相关部门批准后方可开展经营活动)
公司类型	有限责任公司(法人独资)
股权结构	小熊电器持有 100%股权
主营业务	创意小家电销售

(7) 艾萌电商

企业名称	佛山市艾萌电子商务有限公司
统一社会信用代码	914406063519947726
成立日期	2015 年 8 月 14 日
住所	佛山市顺德区勒流街道富裕村委会富安集约工业区 5-2-1 号地之六
主要生产经营地	佛山市顺德区勒流街道办事处勒流社区居民委员会富安工业区连安路 3 号
注册资本/实收资本	100 万元/100 万元
法定代表人	李一峰
经营范围	网上销售:家用电器、电子产品及其配件,妇婴童用品,日用品;国内商业、物资供销业;信息技术服务;货物或技术进出口

	口（国家禁止或涉及行政审批的货物和技术进出口除外）。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）
公司类型	有限责任公司（法人独资）
股权结构	小熊电器持有 100%股权
主营业务	创意小家电销售

(8) 小熊环境

企业名称	佛山市小熊环境电器有限公司
统一社会信用代码	91440606MA4W3FEXXK
成立日期	2016 年 12 月 21 日
住所	佛山市顺德区大良街道红岗居委会展业路 3 号之 1 号厂房
主要生产经营地	佛山市顺德区大良街道红岗居委会展业路 3 号之 1 号厂房
注册资本/实收资本	1,000 万元/1,000 万元
法定代表人	邓财科
经营范围	制造：家用电器、环境电器、电子产品及其配件；国内商业、物资供销业；经营和代理各类商品及技术进出口业务。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）
公司类型	有限责任公司（法人独资）
股权结构	小熊电器持有 100%股权
主营业务	创意小家电生产

(9) 小熊健康

企业名称	佛山市小熊健康电器有限公司
统一社会信用代码	91440606MA4X21FW5K
成立日期	2017 年 8 月 28 日
住所	佛山市顺德区勒流街道办事处勒流社区居民委员会富安工业区连安路 3 号之 1 号厂房
主要生产经营地	佛山市顺德区勒流街道办事处勒流社区居民委员会富安工业区连安路 3 号之 1 号厂房
注册资本/实收资本	1,000 万元/0 万元
法定代表人	黄艺明
经营范围	制造：健康电器、家用电器、电子产品及其配件；国内商业、物资供销业；经营和代理各类商品及技术的进出口业务。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）
公司类型	有限责任公司（法人独资）
股权结构	小熊电器持有 100%股权
主营业务	拟从事创意小家电生产，尚未实际经营

(10) 小熊智能

企业名称	佛山市小熊智能电器有限公司
统一社会信用代码	91440606MA4X8HXD06
成立日期	2017 年 10 月 23 日

住所	佛山市顺德区勒流街道富裕村委会富安集约工业区 5-2-1 号地之九
主要生产经营地	佛山市顺德区勒流街道富裕村委会富安集约工业区 5-2-1 号地之九
注册资本/实收资本	1,000 万元/1,000 万元
法定代表人	邓财科
经营范围	制造：智能电器、家用电器、电子产品及其配件；国内商业、物资供销业；经营和代理各类商品及技术进出口业务。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）
公司类型	有限责任公司（法人独资）
股权结构	小熊电器持有 100%股权
主营业务	拟从事创意小家电生产，尚未实际经营

(11) 珠海桓韬

企业名称	珠海桓韬商务咨询有限公司
统一社会信用代码	91440400MA4X7H1A71
成立日期	2017 年 10 月 13 日
住所	珠海市横琴新区宝华路 6 号 105 室-37293（集中办公区）
主要生产经营地	珠海市横琴新区宝华路 6 号 105 室-37293（集中办公区）
注册资本/实收资本	100 万元/100 万元
法定代表人	周志树
经营范围	商务信息咨询；企业管理咨询；信息技术咨询服务。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）
公司类型	有限责任公司（法人独资）
股权结构	小熊电器持有 100%股权
主营业务	对龙牌电器投资

(12) 龙牌电器

企业名称	佛山市顺德区龙牌电器有限公司
统一社会信用代码	914406067408197165
成立日期	2002 年 7 月 3 日
住所	佛山市顺德区勒流镇富安工业区
主要生产经营地	佛山市顺德区勒流镇富安工业区
注册资本/实收资本	1,000 万元/1,000 万元
法定代表人	周志树
经营范围	制造：家用电器，塑料件，五金件，模具；经营本企业自产产品及技术的出口业务和本企业所需的机械设备、零配件、原辅材料及技术的进口业务（国家限定公司经营或禁止进出口的商品和技术除外）。
公司类型	有限责任公司（法人独资）
股权结构	珠海桓韬持有 100%股权
主营业务	拟从事创意小家电生产

2、控股公司财务情况

单位：万元

序号	公司名称	总资产	净资产	净利润
		2018.12.31	2018.12.31	2018 年度
1	小熊厨房	29,081.08	7,800.28	1,574.48
2	小熊生活	8,238.87	2,613.00	917.38
3	小熊营销	43,254.66	13,017.98	10,076.02
4	悦享电商	3,059.15	-1,328.21	-570.69
5	小熊环境	13,398.96	1,891.61	17.51
6	悠想电商	380.17	251.14	138.24
7	艾萌电商	1,085.40	-224.91	-169.58
8	瑞翌电商	1,416.55	-438.92	-377.26
9	小熊健康	8.15	-7.36	-7.36
10	小熊智能	5,397.89	871.08	-119.06
11	珠海桓韬	1,557.26	561.94	61.39
12	龙牌电器	1,549.49	1,544.23	61.24

注：以上财务数据经信永中和审计。

(二) 分公司情况

截至本招股意向书签署日，发行人子公司小熊厨房和小熊环境各有一家分公司。报告期内，发行人有一家分公司勒流第一分公司，已于 2015 年 3 月 12 日注销。

(1) 勒流富安分公司

企业名称	佛山市小熊厨房电器有限公司勒流富安分公司
统一社会信用代码	91440606MA4X68WR3M
成立日期	2017 年 9 月 28 日
住所	佛山市顺德区勒流街道办事处勒流社区居民委员会富安工业区连安路 3 号之 4 号厂房
主要生产经营地	佛山市顺德区勒流街道办事处勒流社区居民委员会富安工业区连安路 3 号之 4 号厂房
负责人	吴光锦
经营范围	制造：家用电器、电子产品及其配件；国内商业、物资供销业；经营和代理各类商品及技术的进出口业务。
公司类型	有限责任公司分公司（非自然人投资或控股的法人独资）
主营业务	创意小家电生产

(2) 大良五沙分公司

企业名称	佛山市小熊环境电器有限公司大良五沙分公司
统一社会信用代码	91440606MA4X7LHF02

成立日期	2017 年 10 月 16 日
住所	佛山市顺德区大良街道办事处五沙社区居民委员会顺番公路五沙段 26 号
主要生产经营地	佛山市顺德区大良街道办事处五沙社区居民委员会顺番公路五沙段 26 号
负责人	邓财科
经营范围	制造：家用电器、环境电器、电子产品及其配件；国内商业、物资供销业；经营和代理各类商品及技术的进出口业务。
公司类型	其他有限责任公司分公司
主营业务	拟从事创意小家电生产

(3) 勒流第一分公司（已注销）

企业名称	广东小熊电器有限公司勒流第一分公司
注册号	440681000287812
成立日期	2011 年 4 月 27 日
住所	佛山市顺德区勒流街道办事处富裕村委会富安工业区同兴路 5 号之二
主要生产经营地	佛山市顺德区勒流街道办事处富裕村委会富安工业区同兴路 5 号之二
负责人	李一峰
经营范围	制造：家用电器、电子产品及其配件；国内商业、物资供销业（不含法律、行政法规和国务院决定禁止或应经许可的项目）；经营和代理各类商品及技术的进出口业务（国家限定经营或禁止进出口的商品及技术除外，涉及许可证的必须凭有效许可证经营）
公司类型	有限责任公司分公司
主营业务	创意小家电生产
注销日期	2015 年 3 月 12 日

(三) 参股公司情况

截至本招股意向书签署日，发行人有一家参股公司贝奥烘焙。贝奥烘焙主要从事烘焙产品销售、烘焙培训及体验服务和烘焙文化品牌运营。小熊有限看好贝奥烘焙产品销售及烘焙培训等一体化的商业模式及未来行业发展前景，且该行业与公司产品定位存在一定契合，2016 年 10 月 13 日，小熊有限与贝奥烘焙签署《增资协议》，约定小熊有限出资 1,000 万元认购贝奥烘焙 87.93 万元的新增注册资本，其余部分计入资本公积。增资后，贝奥烘焙注册资本为 619.18 万元，小熊有限出资比例为 14.20%。2016 年 11 月 4 日，佛山市顺德区市场监督管理局核准贝奥烘焙此次变更。

贝奥烘焙的基本情况如下：

企业名称	广东顺德贝奥烘焙管理有限公司
统一社会信用代码	91440606068454076A
成立日期	2013 年 5 月 7 日
住所	佛山市顺德区容桂街道办事处幸福居委会立新南路 30 号 10 栋二层之 3
注册资本/实收资本	619.18 万元/619.18 万元
法定代表人	孙建军
经营范围	研发、制造、销售：家用电器及其配件、厨房电器、生活电器、电子电器、厨卫制品、五金交电、烘焙器具、塑料制品；烘焙管理；企业管理及咨询服务；食品及饮料专门零售（凭有效许可证经营）；销售：日用百货、文化用品、工艺礼品；经营和代理各类商品及技术的进出口业务。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）
公司类型	有限责任公司（自然人投资或控股）

截至本招股意向书签署日，贝奥烘焙股权结构如下：

序号	股东名称	出资额（万元）	持股比例
1	孙建军	260.10	42.01%
2	林海莲	237.66	38.38%
3	小熊电器	87.93	14.20%
4	佛山市梦巴客企业管理有限公司	33.49	5.41%
合计		619.18	100.00%

贝奥烘焙的财务情况如下：

单位：万元

序号	公司名称	总资产	净资产	净利润
		2018.12.31	2018.12.31	2018 年度
1	贝奥烘焙	1,462.78	1,333.60	-181.68

注：以上财务数据未经审计。

七、发起人、主要股东及实际控制人的基本情况

（一）发起人基本情况

公司设立时的发起人为法人兆峰投资、有限合伙企业永新吉顺以及施明泰、龙少柔、龙少静、龙少宏 4 名自然人。

1、兆峰投资

企业名称	佛山市兆峰投资有限公司
统一社会信用代码	91440606MA4UK7RM1J

成立日期	2015 年 11 月 26 日
注册地	佛山市顺德区大良德和社区居民委员会国泰南路 2 号保利中汇花园 100 号商业
主要生产经营地	佛山市顺德区大良德和社区居民委员会国泰南路 2 号保利中汇花园 100 号商业
注册资本	500 万元
法定代表人	李一峰
经营范围	对工业、商业进行投资。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）
公司类型	有限责任公司（自然人投资或控股）
股权结构	李一峰持有 90% 股权，张红持有 10% 股权
主营业务	投资管理

兆峰投资自设立以来未发生股权变动。

兆峰投资主营业务为投资管理，不属于《证券投资基金法》《私募投资基金监督管理暂行办法》和《私募投资基金管理人登记和基金备案办法（试行）》规范的私募投资基金，不需要履行私募投资基金备案程序。

2、永新吉顺

企业名称	永新县吉顺资产管理合伙企业（有限合伙）
统一社会信用代码	91360830MA35KRBC86
成立日期	2016 年 10 月 10 日
住所	江西省吉安市永新县禾川镇湘赣大道时代广场 114 号
主要生产经营地	江西省吉安市永新县禾川镇湘赣大道时代广场 114 号
注册资本	100 万元
执行事务合伙人	李一峰
经营范围	股权投资；投资管理；投资咨询。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）
公司类型	有限合伙企业
股权结构	李一峰持有 5.60% 出资额，欧阳桂蓉、刘奎、杨欢、胡学祥等人持有 94.40% 出资额
主营业务	投资管理

截至本招股意向书签署日，永新吉顺出资结构如下：

序号	合伙人姓名	合伙人类型	出资额（万元）	出资比例	在小熊电器任职情况
1	李一峰	普通合伙人	5.60	5.60%	董事长、总经理
2	欧阳桂蓉	有限合伙人	45.80	45.80%	董事、副总经理、小熊营销总经理
3	刘奎	有限合伙人	5.00	5.00%	董事会秘书、副总经理、营运管理中心总监
4	杨欢	有限合伙人	5.00	5.00%	营销中心市场部设计组

					总监
5	胡学祥	有限合伙人	5.00	5.00%	营销中心电商事业部总经理
6	周志树	有限合伙人	3.40	3.40%	监事、小熊生活、珠海桓韬、龙牌电器总经理
7	邓财科	有限合伙人	3.40	3.40%	小熊环境总经理、研发中心总监
8	黎志斌	有限合伙人	3.40	3.40%	监事会主席
9	贾乐	有限合伙人	2.50	2.50%	电热电器事业部负责人
10	梁春霞	有限合伙人	2.00	2.00%	营销中心市场部总监
11	李广静	有限合伙人	2.00	2.00%	营销中心电商事业部新电商营销总监
12	黄艺明	有限合伙人	2.00	2.00%	大良五沙分公司总经理
13	曾平	有限合伙人	2.00	2.00%	个护产品项目部总监
14	吴光锦	有限合伙人	2.00	2.00%	小熊厨房、勒流富安分公司总经理
15	邹勇辉	有限合伙人	2.00	2.00%	财务负责人
16	吴妙	有限合伙人	1.70	1.70%	营销中心电商事业部运营二部营销总监
17	黄志锦	有限合伙人	1.70	1.70%	营销中心电商事业部运营一部营销总监
18	何小莲	有限合伙人	1.00	1.00%	曾任发行人财务经理
19	陈普群	有限合伙人	1.00	1.00%	营销中心电商事业部自营一部营销总监
20	彭梅清	有限合伙人	1.00	1.00%	供应商管理中心总监
21	杜亚东	有限合伙人	1.00	1.00%	营销中心新零售事业部大客户部业务总监
22	刘建明	有限合伙人	1.00	1.00%	曾任个护产品项目部总监
23	李家林	有限合伙人	0.50	0.50%	品质管理中心总监
合计		-	100.00	100.00%	-

永新吉顺为公司员工持股平台，除已离职员工何小莲、刘建明系经普通合伙人根据合伙协议约定同意其继续作为有限合伙人外，其他合伙人均系公司在册员工。永新吉顺成立至今仅对公司进行投资，不属于《证券投资基金法》《私募投资基金监督管理暂行办法》和《私募投资基金管理人登记和基金备案办法(试行)》规范的私募投资基金，不需要履行私募投资基金备案程序。

3、自然人发起人股东

序号	姓名	国籍	境外居留权	身份证号码	住所
----	----	----	-------	-------	----

1	施明泰	中国	无	51021219690709XXXX	北京市海淀区学院南路
2	龙少柔	中国	无	36243019731013XXXX	广东省增城市荔城街继枚路
3	龙少静	中国	无	32011119761106XXXX	广东省深圳市南山区万象新园
4	龙少宏	中国	无	36243019690901XXXX	江西省吉安市青原区河东街道大桥东路

自然人股东基本情况如下：

施明泰先生，1969 年出生，中国国籍，无永久境外居留权，工商管理硕士。1991 年 7 月至 2001 年 3 月，在福建漳平火电厂工作，历任车间班组技术员、班长，安全工程师，产业部投资主管；2001 年 3 月至 2009 年 7 月，在福建省亿力电力科技股份有限公司工作，历任投资部主管、投资部经理、行政中心主任兼董事会秘书；2007 年 12 月至 2010 年 12 月，任阳光城集团股份有限公司副总经理；2009 年 7 月至 2011 年 10 月，任厦门亿力吉奥信息科技有限公司副总经理；2011 年 10 月至 2012 年 10 月任国网信通亿力科技有限责任公司北京分公司总经理；2012 年 10 月至 2017 年 4 月任厦门亿力吉奥信息科技有限公司总经理，兼任国网信通亿力科技有限责任公司副总经理；2017 年 4 月至今，任北京国网信通埃森哲信息技术有限公司董事长。

龙少柔女士，1973 年出生，中国国籍，无永久境外居留权，大专学历。1995 年 12 月至 2007 年 5 月在中粮东洲粮油工业（广州）有限公司工作，历任业务部文员、物流部主任、物流部经理；2007 年 5 月至今在中粮新沙粮油工业（东莞）有限公司工作，历任物流部经理、物流部总监、总经理助理、副总经理兼任物流部总监。

龙少静女士，1976 年出生，中国国籍，无永久境外居留权，本科学历。1998 年 7 月至 2003 年 5 月任海能达通信股份有限公司工程师；2003 年 5 月至 2005 年 6 月任赛尔康技术（深圳）有限公司工程师；现任小熊厨房、小熊生活、小熊环境监事。

龙少宏女士，1969 年出生，中国国籍，无永久境外居留权，大专学历。1988 年 8 月至 2000 年 12 月，任江西永新农机厂仓库保管员；2001 年 1 月至 2002 年 12 月任江西省永新县环保局办公室科员；2003 年 1 月至 2015 年 6 月任江西省吉安市煤炭行业办公室会计；2015 年 6 月至今，任江西省吉安市安全生产监察支

队科员(江西省吉安市安全生产监察支队未列入参照《中华人民共和国公务员法》法管理单位,龙少宏不属于参照《中华人民共和国公务员法》管理的事业单位编制人员)。

(二) 持有发起人 5%以上股份的主要股东

截至本招股意向书签署日,持有公司 5%以上股份的主要股东为兆峰投资、永新吉顺、龙少柔和龙少静,分别持有公司 59.22%、6.00%、12.31%和 5.41%的股权,兆峰投资、永新吉顺、龙少柔和龙少静的基本情况详见本招股意向书“第五节 发行人基本情况”之“七、发起人、主要股东及实际控制人的基本情况”之“(一) 发起人基本情况”。

(三) 控股股东和实际控制人的基本情况

截至本招股意向书签署日,兆峰投资持有公司 5,329.80 万股股份,占公司总股本的 59.22%,为公司控股股东。公司控股股东基本情况参见本招股意向书“第五节 发行人基本情况”之“七、发起人、主要股东及实际控制人的基本情况”之“(一) 发起人基本情况”。

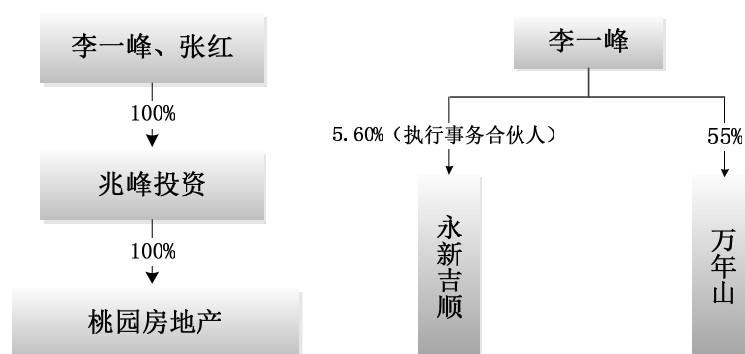
本公司实际控制人为李一峰、张红夫妇。截至本招股意向书签署日,李一峰、张红夫妇通过兆峰投资控制公司 5,329.80 万股股份,李一峰先生通过永新吉顺控制公司 540.00 万股股份,李一峰、张红夫妇合计控制公司 5,869.80 万股股份,占公司总股本的 65.22%。公司实际控制人李一峰先生基本情况参见本招股意向书“第八节 董事、监事、高级管理人员与核心技术人员”之“一、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员简历”。

公司实际控制人张红女士基本情况如下:

张红女士,1974 年出生,澳大利亚国籍,大专学历。1993 年 7 月至 2006 年 5 月,任汕头市第三人民医院护士;2006 年 6 月至 2011 年 5 月,任小熊有限出纳;2011 年 6 月至今,待业。

(四) 控股股东和实际控制人控制的其他企业基本情况

截至本招股意向书签署日,除本公司外,公司控股股东、实际控制人控制其他企业如下:



1、桃园房地产

企业名称	梅州市梅县区桃园房地产开发有限公司
统一社会信用代码	91441403079565054J
成立日期	2013 年 10 月 11 日
住所	梅县华侨城程江居委十五队锅形新村 126 号
主要生产经营地	梅县华侨城程江居委十五队锅形新村 126 号
注册资本/实收资本	100 万元/100 万元
法定代表人	李一峰
经营范围	房地产开发经营。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）
公司类型	有限责任公司
股权结构	兆峰投资持有 100% 股权
主营业务	房地产开发

截至 2018 年末，桃园房地产总资产为 4,447.55 万元，净资产为 77.35 万元，2018 年度净利润为 38.11 万元（上述财务数据未经审计）。

2、兆峰投资

兆峰投资基本情况参见本招股意向书之“第五节 发行人基本情况”之“七、发起人、主要股东及实际控制人的基本情况”之“（一）发起人基本情况”。

截至 2018 年末，兆峰投资总资产为 6,654.23 万元，净资产为 6,646.88 万元，2018 年度净利润为 20.69 万元（上述财务数据经信永中和审计）。

3、万年山

企业名称	永新县万年山农业开发有限公司
统一社会信用代码	91360830058842091J
成立日期	2012 年 12 月 24 日
住所	江西省吉安市永新县龙源口镇四教村老仙组
主要生产经营地	江西省吉安市永新县龙源口镇四教村老仙组
注册资本/实收资本	10 万元/0 万元

法定代表人	郭发开
经营范围	牲畜、家禽养殖、销售；油茶、水果、花卉苗木种植；水力发电
公司类型	有限责任公司
股权结构	李一峰持有 55% 股权，龙兴涛持有 15% 股权，郭发开持有 15% 股权，龙少宏持有 15% 股权
主营业务	农业种植

注：万年山尚未实际经营，故最近一年主要财务数据均为 0。

4、永新吉顺

永新吉顺基本情况参见本招股意向书之“第五节 发行人基本情况”之“七、发起人、主要股东及实际控制人的基本情况”之“（一）发起人基本情况”。

截至 2018 年末，永新吉顺总资产为 1,177.93 万元，净资产为 97.93 万元，2018 年度净利润为-0.08 万元（上述财务数据未经审计）。

（五）控股股东、实际控制人直接或间接持有发行人股份不存在质押或其他有争议的情况

截至本招股意向书签署日，本公司控股股东及实际控制人所直接或间接持有的公司股份产权清晰完整，不存在产权争议情况，亦不存在股份质押情况。

八、发行人股本情况

（一）发行人本次发行前后股本情况

本次发行前公司总股本为 9,000 万股，本次公司拟公开发行股份不超过 3,000 万股，占发行完成后总股本的比例为 25.00%。以公开发行 A 股 3,000 万股、现有股东不公开发售股份计算，本次发行前后公司的股权结构如下：

股东名称	本次发行前		本次发行后		限售期
	股数（万股）	比例	股数（万股）	比例	
1、有限售条件的流通股	9,000.00	100.00%	9,000.00	75.00%	-
兆峰投资	5,329.80	59.22%	5,329.80	44.42%	36 个月
施明泰	1,269.00	14.10%	1,269.00	10.58%	12 个月
龙少柔	1,107.90	12.31%	1,107.90	9.23%	12 个月
永新吉顺	540.00	6.00%	540.00	4.50%	36 个月
龙少静	486.90	5.41%	486.90	4.06%	12 个月

龙少宏	266.40	2.96%	266.40	2.22%	36 个月
2、本次发行流通股	-	-	3,000.00	25.00%	-
社会公众股	-	-	3,000.00	25.00%	-
总计	9,000.00	100.00%	12,000.00	100.00%	-

注：股东除需遵守本表格中限售期的规定外，还需遵守本招股意向书“重大事项提示”之“一、本次发行前股东股份限售安排、自愿锁定及减持意向承诺”。

（二）本次发行前公司前十名股东

序号	股东姓名	持股数量（万股）	持股比例
1	兆峰投资	5,329.80	59.22%
2	施明泰	1,269.00	14.10%
3	龙少柔	1,107.90	12.31%
4	永新吉顺	540.00	6.00%
5	龙少静	486.90	5.41%
6	龙少宏	266.40	2.96%
合计		9,000.00	100.00%

（三）前十名自然人股东持股及任职情况

序号	股东姓名	持股数（万股）	持股比例	在公司任职情况
1	施明泰	1,269.00	14.10%	无
2	龙少柔	1,107.90	12.31%	无
3	龙少静	486.90	5.41%	小熊环境监事、小熊厨房监事、小熊生活监事
4	龙少宏	266.40	2.96%	无
合计		3,130.20	34.78%	-

（四）发行人股份中的国有股份或外资股份情况

本次发行前，公司的股东中不存在国家股股东、国有法人股东和外资股东的情况。

（五）发行人股东中的战略投资者持股情况

本次发行前，公司的股东中不存在战略投资者持股的情况。

（六）本次发行前各股东间的关联关系及关联股东各自持股比例

本次发行前，实际控制人李一峰、张红夫妇通过兆峰投资控制公司 5,329.80 万股股份；公司实际控制人李一峰系永新吉顺执行事务合伙人，通过永新吉顺控制公司 540.00 万股股份，李一峰、张红夫妇合计控制公司 5,869.80 万股股份，

占公司总股本的 65.22%；兆峰投资股东李一峰、张红为夫妻关系；永新吉顺合伙人欧阳桂蓉与李一峰为表兄妹关系；公司股东龙少柔、龙少静和龙少宏三人为姐妹关系；龙少宏系李一峰兄弟之配偶，龙少宏与李一峰控制的兆峰投资、永新吉顺构成一致行动关系。除此之外，公司现有股东之间不存在其他关联关系。

公司关联股东各自的持股比例如下：

序号	股东名称	股份数量（万股）	持股比例
1	兆峰投资	5,329.80	59.22%
2	龙少柔	1,107.90	12.31%
3	永新吉顺	540.00	6.00%
4	龙少静	486.90	5.41%
5	龙少宏	266.40	2.96%
合计		7,731.00	85.90%

（七）本次发行前股东所持股份的流通限制、自愿锁定股份承诺和公开发行前持股 5%以上股东的持股意向及减持意向

详见本招股意向书重大事项提示之“一、本次发行前股东股份限售安排、自愿锁定及减持意向承诺”。

（八）其他情况

报告期内，公司曾经存在股权代持，详见本招股意向书之“第五节 发行人基本情况”之“三、发行人股本形成及变化和资产重组情况”之“（一）发行人股本形成及变化情况”。除此之外，公司未发行过内部职工股，亦不存在工会持股、职工持股会持股、信托持股或股东数量超过 200 人的情况。

九、稳定股价的预案

参见本招股意向书之“重大事项提示”之“二、稳定股价预案”。

十、发行人的职工及社会保障情况

（一）员工基本情况

1、员工人数及变化情况

报告期各期末，公司员工人数情况如下：

时间	2018.12.31	2017.12.31	2016.12.31
员工人数（人）	2,564	2,281	1,530

2、员工结构情况

截至 2018 年 12 月 31 日，公司共有员工 2,564 人，按专业、年龄、学历构成划分的员工人数如下表：

项 目	结构	人数（人）	所占比例
按专业分类	管理及行政人员	141	5.50%
	技术人员	138	5.38%
	生产人员	1,804	70.36%
	销售人员	437	17.04%
	财务人员	44	1.72%
	合计	2,564	100.00%
按学历分类	硕士以上	11	0.43%
	大学（含大专）	737	28.74%
	中专（含高中）	460	17.94%
	中专以下	1,356	52.89%
	合计	2,564	100.00%
按年龄分类	40 岁以上	309	12.05%
	31—40 岁	720	28.08%
	30 岁以下	1,535	59.87%
	合计	2,564	100.00%

（二）劳务派遣情况

1、基本情况

报告期内，发行人及其子公司曾通过与劳务派遣公司签订协议以劳务派遣的方式用工。

报告期内，公司劳务派遣用工的情况具体如下：

项目	2018.12.31	2017.12.31	2016.12.31
劳务派遣工人数（人）	0	0	130
员工总数（人）	2,564	2,281	1,530
劳务派遣工占比	0	0	7.83%

截至 2018 年 12 月 31 日，发行人及其子公司不存在劳务派遣方式用工情形。报告期内发行人及其子公司不存在劳务派遣人员超过其用工总量的 10%的情形。

报告期内，发行人及子公司曾存在的劳务派遣员工主要为生产线辅助人员等，工作的岗位为临时性、辅助性或者替代性岗位，该类岗位流动性较大，对操

作技术要求较低。

报告期内，发行人及其子公司均与劳务派遣公司签署了相关的劳务派遣协议。

2、发行人及其子公司所属劳动管理部门出具证明情况

佛山市顺德区民政和人力资源社会保障局出具证明，确认发行人及其子公司、分公司均不存在因违反劳动保障法律法规而被行政处罚的记录。

（三）员工社会保障情况

本公司实行全员劳动合同制，员工按照与公司签订的劳动合同承担义务和享受权利。

截至本招股意向书签署日，本公司按国家规定为员工购买社会保险，包括养老保险、医疗保险、失业保险、工伤保险和生育保险等，并由公司定期向社会保险统筹部门缴纳各项保险基金。同时，公司建立了住房公积金制度，为员工缴纳住房公积金，报告期内公司未受到劳动与社会保障部门及住房公积金管理中心的处罚。

1、社保及住房公积金缴纳情况

（1）2018 年社保及住房公积金缴纳情况

项目		养老保险	工伤保险	失业保险	生育保险	医疗保险	住房公积金
员工人数（人）		2,564					
已缴纳人数（人）		2,505	2,505	2,505	2,505	2,505	2,341
未缴纳人数（人）		59	59	59	59	59	223
未缴纳原因	在其他公司缴纳、个人身份参保	11	11	11	11	11	2
	信息有误不能办理	0	0	0	0	0	2
	自愿放弃	2	2	2	2	2	173
	当月新入职员工，正在办理（注②）	37	37	37	37	37	37
	已退休	9	9	9	9	9	9

注：①上述员工人数为截至 2018 年 12 月 31 日在册员工人数；②发行人通常在每月 20 日为员工缴存当月社保、公积金，由于部分新入职员工的入职时间在月底或员工开户/账户变更手续未及时办理等原因，该部分员工未能自入职当月起开始缴存，而是从下月开始缴存。以下各年度当月新入职员工，正在办理均属于该种情况；③信息有误系申办公积金时因其身份信息有误未办理成功，待身份信息修改后才可办理。

(2) 2017 年社保及住房公积金缴纳情况

项目		养老保险	工伤保险	失业保险	生育保险	医疗保险	住房公积金
员工人数(人)		2,281					
已缴纳人数(人)		2,222	2,222	2,222	2,222	2,222	943
未缴纳人数(人)		59	59	59	59	59	1,338
未缴纳原因	在其他公司缴纳、个人身份参保	5	5	5	5	5	0
	信息有误不能办理	8	8	8	8	8	0
	自愿放弃	13	13	13	13	13	1,324
	当月新入职员工,正在办理	32	32	32	32	32	13
	已退休	1	1	1	1	1	1

注:①上述员工人数为截至 2017 年 12 月 31 日在册员工人数;②信息有误系申办社保时因其身份信息有误未办理成功,待身份信息修改后才可办理。

(3) 2016 年社保及住房公积金缴纳情况

项目		养老保险	工伤保险	失业保险	生育保险	医疗保险	住房公积金
员工人数(人)		1,530					
已缴纳人数(人)		606	606	606	606	606	12
未缴纳人数(人)		924	924	924	924	924	1,518
未缴纳原因	在其他公司缴纳、个人身份参保	1	1	1	1	1	0
	自愿放弃	911	911	911	911	911	1,518
	当月新入职员工,正在办理	12	12	12	12	12	0

注:上述员工人数为截至 2016 年 12 月 31 日在册员工人数

2、截至 2018 年 12 月 31 日发行人缴纳社会保险和住房公积金的缴费比例及缴费起始时间

公司	项目类别	缴纳起始时间	公司缴纳费率	个人缴纳费率
小熊电器	企业养老保险	2010-11	13%	8%
	生育保险	2010-11	0.5%	0
	工伤保险	2010-11	0.3%	0
	失业保险	2010-11	0.5%	0.2%
	医疗保险	2010-11	(二档) 4%	(二档) 1.5%
	住房公积金	2016-5	5%、12%	5%、12%
悦享电商	企业养老保险	2016-5	13%	8%
	生育保险	2016-5	0.5%	0

	工伤保险	2016-5	0.2%	0
	失业保险	2016-5	0.5%	0.2%
	医疗保险	2016-5	(二档) 4%	(二档) 1.5%
	住房公积金	2017-8	5%、12%	5%、12%
瑞翌电商	企业养老保险	2016-5	13%	8%
	生育保险	2016-5	0.5%	0
	工伤保险	2016-5	0.2%	0
	失业保险	2016-5	0.5%	0.2%
	医疗保险	2016-5	(二档) 4%	(二档) 1.5%
	住房公积金	2017-8	5%、12%	5%、12%
小熊生活	企业养老保险	2014-9	13%	8%
	生育保险	2014-9	0.5%	0
	工伤保险	2014-9	0.6%	0
	失业保险	2014-9	0.5%	0.2%
	医疗保险	2014-9	(二档) 4%	(二档) 1.5%
	住房公积金	2016-5	5%、12%	5%、12%
小熊厨房	企业养老保险	2016-4	13%	8%
	生育保险	2016-4	0.5%	0
	工伤保险	2016-4	0.3%	0
	失业保险	2016-4	0.5%	0.2%
	医疗保险	2016-4	(二档) 4%	(二档) 1.5%
	住房公积金	2016-5	5%、12%	5%、12%
小熊营销	企业养老保险	2017-7	13%	8%
	生育保险	2017-7	0.5%	0
	工伤保险	2017-7	0.4%	0
	失业保险	2017-7	0.5%	0.2%
	医疗保险	2017-7	(二档) 4%	(二档) 1.5%
	住房公积金	2017-8	5%、12%	5%、12%
悠想电商	企业养老保险	2018-1	13%	8%
	生育保险	2018-1	0.5%	0
	工伤保险	2018-1	0.4%	0
	失业保险	2018-1	0.5%	0.2%
	医疗保险	2018-1	(二档) 4%	(二档) 1.5%
	住房公积金	2017-12	5%	5%
艾萌电商	企业养老保险	2016-5	13%	8%
	生育保险	2016-5	0.5%	0
	工伤保险	2016-5	0.2%	0
	失业保险	2016-5	0.5%	0.2%
	医疗保险	2016-5	(二档) 4%	(二档) 1.5%
	住房公积金	2017-8	5%、12%	5%、12%
小熊环境	企业养老保险	2017-7	13%	8%
	生育保险	2017-7	0.5%	0

	工伤保险	2017-7	0.9%	0
	失业保险	2017-7	0.5%	0.2%
	医疗保险	2017-7	(二档) 4%	(二档) 1.5%
	住房公积金	2017-8	5%、12%	5%、12%
小熊健康	企业养老保险	2018-1	13%	8%
	生育保险	2018-1	0.5%	0
	工伤保险	2018-1	0.9%	0
	失业保险	2018-1	0.5%	0.2%
	医疗保险	2018-1	(二档) 4%	(二档) 1.5%
	住房公积金	2017-12	5%	5%
小熊智能	企业养老保险	2018-1	13%	8%
	生育保险	2018-1	0.5%	0
	工伤保险	2018-1	0.9%	0
	失业保险	2018-1	0.5%	0.2%
	医疗保险	2018-1	(二档) 4%	(二档) 1.5%
	住房公积金	2017-12	5%	5%
大良五沙分公司	企业养老保险	2018-2	13%	8%
	生育保险	2018-2	0.5%	0
	工伤保险	2018-2	0.9%	0
	失业保险	2018-2	0.5%	0.2%
	医疗保险	2018-2	(二档) 4%	(二档) 1.5%
	住房公积金	2017-12	5%	5%
勒流富安分公司	企业养老保险	2018-1	13%	8%
	生育保险	2018-1	0.5%	0
	工伤保险	2018-1	0.9%	0
	失业保险	2018-1	0.5%	0.2%
	医疗保险	2018-1	(二档) 4%	(二档) 1.5%
	住房公积金	2017-12	5%	5%

注：根据《佛山市基本医疗保险管理办法》，基本医疗保险根据筹资及待遇水平分为一档（不建个人账户）和二档（含个人账户）两个档次。由用人单位为整体统一选择参加基本医保一档或二档，在每个自然年度结束之前选择下一自然年度参保档次，选定后一个自然年度内不得调档。

3、缴存差额、对公司经营业绩的影响及补救措施

假设发行人及子公司为应缴员工全部缴纳社保和住房公积金，其对发行人利润总额的影响情况如下：

单位：万元

项目	2018 年度	2017 年度	2016 年度
社保及住房公积金缴存差额	176.03	694.25	706.74
利润总额	23,872.08	19,970.75	10,902.91
占比	0.74%	3.48%	6.48%

报告期内，公司社会保险、公积金缴存差额占当年利润总额比例较小，对当期经营业绩影响较小。若政府主管部门要求补缴社会保险、公积金费用，公司控股股东兆峰投资已出具书面承诺：“如发生主管部门认定发行人未按照国家相关规定为全部员工办理社会保险及住房公积金缴存登记并按规定缴纳相关款项，或者由此发生诉讼、仲裁及有关主管部门的行政处罚，则本公司无条件地全额承担该等应当补缴的费用并承担相应的赔偿责任，保证发行人不会因此遭受任何损失。本公司与发行人实际控制人李一峰、张红夫妇就上述事项承担连带责任。”

实际控制人李一峰、张红已出具书面承诺：“如发生主管部门认定发行人未按照国家相关规定为全部员工办理社会保险及住房公积金缴存登记并按规定缴纳相关款项，或者由此发生诉讼、仲裁及有关主管部门的行政处罚，则本人无条件地全额承担该等应当补缴的费用并承担相应的赔偿责任，保证发行人不会因此遭受任何损失。本人与佛山市兆峰投资有限公司就上述事项承担连带责任。”

4、发行人及其子公司所属社会保障、住房公积金管理部门出具证明情况

佛山市顺德区社会保险基金管理局出具证明，确认报告期内发行人及其子公司、分公司均不存在因违反社会保险法律法规而被行政处罚的记录。

佛山市住房公积金管理中心出具证明，确认报告期内发行人及其子公司、分公司未发生被追缴住房公积金的行政强制或行政处罚的情况。

（四）员工薪酬情况

1、员工薪酬制度

公司根据《中华人民共和国劳动合同法》等有关法律法规，在公司发展的前提下，发行人建立和完善了现代企业制度下的工资分配办法，明确内部各类人员的岗位职责，实行以绩效工资制为主要分配方式的工资分配办法。坚持效益优先的原则，在效益增长的前提下，实现员工收入的逐步增加。员工薪酬由基础工资、岗位津贴、加班与绩效工资、业务提成、年终奖金、各类补贴等组成。

2、发行人各级别、各类岗位员工收入水平，发行人未来薪酬制度及水平变化趋势

报告期内，发行人各级别、各岗位员工人均收入如下：

单位：元

结构	2018 年度	2017 年度	2016 年度
管理及行政人员	118,788.43	115,793.49	130,631.21
技术人员	189,541.87	152,888.40	109,200.17
生产人员	69,298.24	55,847.96	49,039.09
销售人员	87,043.67	86,476.80	70,468.06
财务人员	108,168.29	104,932.57	86,318.39
平均工资	81,101.66	66,980.51	59,537.45

2016-2018 年度，发行人平均工资持续增长，2017 年和 2018 年，发行人人均收入同比分别增长 12.50%和 21.08%。发行人将保持现有薪酬制度稳定，同时根据公司经营效益、收入正常增长以及物价上涨等因素调整员工收入。

3、发行人员工收入水平与当地平均工资水平比较情况

公司平均薪酬与佛山及全国平均工资比较如下：

单位：元

项目	2018 年度	2017 年度	2016 年度
全国城镇私营单位就业人员平均工资	49,575.00	45,761.00	42,833.00
全国城镇私营单位月平均工资-制造业	49,275.00	44,991.00	42,115.00
佛山市城镇私营单位就业人员平均工资	57,297.00	52,804.00	51,290.00
小熊电器	81,101.66	66,980.51	59,537.45

注：上述佛山市平均工资数据来自于佛山市统计局，全国平均工资数据来自于国家统计局。

报告期内，发行人平均工资水平平均呈上涨趋势。报告期内，发行人的员工工资水平整体高于当地私营企业平均工资水平，高于全国城镇私营单位工资水平，无压低员工工资的情况。整体而言，发行人薪酬基本保持稳定增长，薪酬水平高于当地和全国平均工资水平。

4、公司未来薪酬制度及水平变化趋势

公司未来将根据有关法律法规和规范性文件、行业薪酬水平以及公司经营情况，将进一步健全薪酬制度，为员工提供适合长远发展的工作环境，保证关键岗位员工稳定，实现人力资源可持续发展。公司将综合考虑当地经济水平的发展，公司经营状况，为员工提供具有竞争力的薪酬，从而提升员工的归属感和对公司的认同感；公司将通过制定科学化、可量化以及多元化的福利激励体制，优化工资结构，实行合理的定级和调薪制度，充分调动员工的工作积极性；公司将逐步丰富员工的福利，为员工提供更多保障，增强员工幸福感和忠诚度。

十一、发行人股东及作为股东的董事、监事、高级管理人员作出的重要承诺及其履行情况

（一）本次发行前股东所持股份的限售安排、自愿锁定股份、延长锁定期限以及相关股东持有及减持意向等承诺

具体内容参见本招股意向书之“重大事项提示”之“一、本次发行前股东股份限售安排、自愿锁定及减持意向承诺”。

（二）稳定股价的承诺

具体内容参见本招股意向书之“重大事项提示”之“二、稳定股价预案”。

（三）关于招股意向书有虚假记载、误导性陈述或重大遗漏方面的承诺

具体内容参见本招股意向书之“重大事项提示”之“三、关于招股意向书无虚假记载、误导性陈述或重大遗漏方面的承诺”。

（四）关于避免同业竞争的承诺

公司控股股东、实际控制人分别对避免同业竞争事项作出了相关承诺，详见本招股意向书“第七节同业竞争与关联交易”之“二、同业竞争情况”之“（二）避免同业竞争的承诺”。

（五）关于规范和减少关联交易的承诺

本公司控股股东、实际控制人对规范关联交易相关事宜作出了承诺，详见本招股意向书“第七节同业竞争与关联交易”之“七、减少或避免关联交易的措施”。

（六）关于社会保险和住房公积金的承诺

本公司控股股东、实际控制人对公司社会保险和住房公积金作了相关承诺，详见本节中“十、发行人的职工及社会保障情况”之“（三）员工社会保障情况”。

（七）填补被摊薄即期回报的措施及承诺

详见本招股意向书之“第十一节管理层讨论与分析”之“六、公开发行股票摊薄即期回报及填补措施”。

第六节 业务和技术

一、发行人的主营业务、主要产品

（一）发行人主营业务情况

小熊电器成立于 2006 年 3 月，是一家以自主品牌“小熊”为核心，运用互联网大数据进行创意小家电研发、设计、生产和销售，并在产品销售渠道与互联网深度融合的“创意小家电+互联网”企业。

公司秉承“创意让生活更美好”的核心价值观，不断进行产品及品类创新，向消费者推出精致、创新、智能、健康的产品即创意小家电。自成立以来，公司坚持互联网思维、优异产品质量以及优质售后服务，把握行业快速增长的发展机遇及主流电商平台汇集的巨大用户流量，充分运用互联网高效率、低成本以及仓储物流技术发展迅速等特点，快速布局线上渠道，经过 12 年的发展，成为“创意小家电+互联网”领先企业之一，公司或产品分别荣获“中国工业设计十佳创新型设计企业”、“中国设计红星奖”、“普拉格奖”、“AWE 艾普兰奖-产品奖”等国内知名奖项。

公司产品主要通过线上经销、电商平台入仓和线上直销方式在天猫商城、京东商城、唯品会和苏宁易购等主流电商平台和拼多多、平安好医生等新兴电商平台进行销售；同时，公司布局线下销售渠道以及出口销售，充分利用经销商或海外客户的资源和经验优势，将产品渗透至线下流通渠道，实施全渠道运营的销售模式，加速线上线下融合发展。

随着近十年来电子商务的快速发展，互联网对企业生产经营的影响不断加强。公司运用互联网信息，深入研究消费者的生活方式及市场需求变化，精准把握小家电用户需求，快速响应并进行新品研发、设计；通过运用较强的技术创新实力、完善的采购管理体系实现产品量产；利用成熟的互联网销售体系快速推广产品，并及时获取线上消费者产品体验反馈信息，对产品进行优化升级，提升用户生活品质，以实现公司生产经营的良性循环。

公司创意小家电产品包括厨房小家电、生活小家电及其他小家电，其中细分

产品酸奶机、电动打蛋器、电热饭盒、加湿器、多士炉、煮蛋器/蒸蛋器等产品 2017 年和 2018 年在天猫商城热销品牌榜排名第一¹。2017 年，公司荣获浙江日报报业集团和淘宝天下联合颁发的“金麦奖-2017 年度品质类大奖-家电类”和“金麦奖-最佳跨界合作品牌”；同年，公司获得了人民日报社颁发的“中国品牌奖”，此外，“小熊”注册商标被国家工商行政管理总局认定为驰名商标。

（二）发行人业务发展过程及原因

1、公司业务发展历程分为三个阶段：

（1）初创阶段（2006 年-2008 年）

2006 年 3 月，公司创始人李一峰创办小熊有限开展小家电生产销售，产品定位为创意小家电，品类包括酸奶机、煮蛋器、电蒸锅、电炖盅等。

初创阶段公司产品在线上 and 线下同时开展销售，其中线上发展势头较线下强劲，故公司开始重点通过互联网线上推广销售产品。

（2）发展创新阶段（2008 年-2013 年）

2008 年以后我国电子商务市场初具雏形，网民和物流快递数量均飞速增长。公司亦坚持互联网思维、优异产品质量以及优质售后服务，把握行业快速增长的发展机遇及主流电商平台汇集的巨大用户流量，充分运用互联网高效率、低成本以及仓储物流技术发展迅速等特点，快速布局线上渠道。

公司在前期的互联网销售摸索中，在行业内较早地提出“网络授权分销”的线上电商销售模式，对公司指定的经销商实行“线上授权”，并提供“线上授权防伪证书”。消费者在小熊官方网站上可进行授权网店的查询，通过官方直接授权、供货的线上渠道管理方式，成为淘宝上最早实行网络授权销售模式的小家电厂商之一，此后公司线上市场需求迅速扩大，销售份额大幅提升。

随着经销商数量的增加，为减轻经销商资金压力、公司新品上市产能不足及长尾产品推广不足的问题，同时减少产品流通过程和物流成本。2013 年，公司开始实施线上经销代发模式，即消费者在公司线上经销商的网络店铺下单，公司通过富润系统获取订单信息，并根据该订单信息直接发货给最终消费者的销售

¹ 排名数据来源于生意参谋。

模式。通过该模式的实施，使线上消费者订单由经销商发货改为公司直接发货给最终消费者，让其集中精力于销售优势产品，并解决传统经销模式下小众产品推广不足的问题。

本阶段公司建立起了较为完善的销售体系，同时产能和销售规模也得到极大提升。

（3）巩固提升阶段（2013 年至今）

本阶段，公司优化品牌形象。从品牌标志、品牌名、吉祥物等进行规范优化，并融入市场推广活动及产品外观设计中，给消费者留下可爱、体贴和温馨的品牌印象，提升品牌辨识度。

同时，公司高度重视产品技术的研发工作。截至本招股意向书签署日，公司已获得 486 项专利，其中 11 项发明专利，技术领先优势明显。同时，公司作为主要起草单位制定多项家电行业联盟标准。

同时，经过多年的发展，公司已拥有了一支经验丰富的电商运营团队，该团队在品牌推广、营销策划、仓储物流、售后客服等方面具备出色的开拓创新、组织决策和执行能力，带领公司不断适应电子商务市场变化，巩固线上渠道优势。公司通过多年积累的客户网购数据，对客户进行人群属性、生活方式和产品属性偏好等多维度分析，有效指导公司新品研发、产品推广和改进，不断推出深受消费者喜爱的产品。

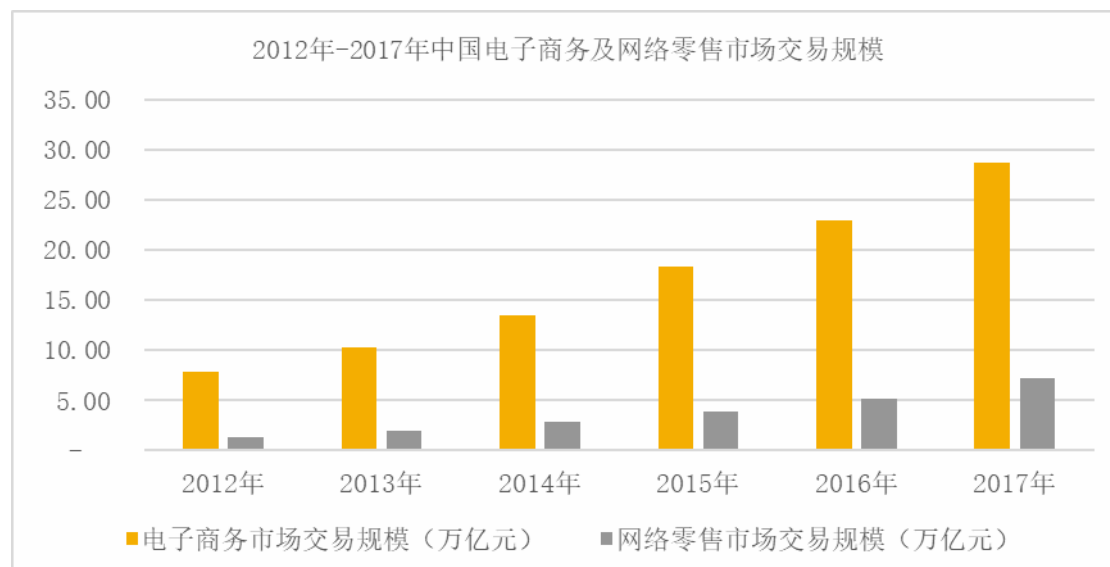
本阶段公司树立了鲜明的品牌形象，技术、生产、质量管理和销售服务体系得到了进一步完善，奠定了公司持续创新和巩固发展的基础。同时确定线上销售为主、线下销售为辅，全渠道运营的销售模式，建立了完善有效的销售体系。

2、公司业务迅速发展的原因

（1）互联网及网络购物的快速发展

随着互联网渗透社会生活的每个角落，中国网民数量每年都以较快的速度增长，电子商务在中国得以迅猛发展，同时第三方支付平台及网络支付安全性的完善，网络购物行为已经由一种网络时尚逐步成为大众消费模式，渗透到各个阶层，并引发网民消费行为和消费理念的转变。中国电子商务研究中心（CECRC）发布《2017 年度中国电子商务市场数据监测报告》显示，2017 年中国电子商务交易

额 28.66 万亿元，同比增长 24.77%。其中，2017 年中国网络零售市场交易规模达 7.18 万亿元，相比 2016 年的 5.16 万亿元，同比增长 39.15%，预测 2018 年中国网络零售市场交易规模将达到 9.39 万亿元。



数据来源：中国电子商务研究中心（CECRC）

随着消费者网购习惯的养成，中国消费者在网上购买小家电产品已较为普遍。小家电的消费群体具有年轻化的特征，具有此类特征的消费者往往愿意选择电商进行购物。

（2）公司紧抓消费升级，实施多品类发展战略

在“供给侧结构性改革”的背景下，消费升级推动我国小家电企业销售份额快速提升。公司秉承“创意让生活更美好”的核心价值观，坚持“品质为基础、服务为保证、创新为动力”的经营理念，准确把握客户消费升级需求，提升消费者生活品质，带来了公司收入的快速增长。

一方面人们对于现有小家电产生更新换代的需求，购买意愿逐渐向高价格、高品质倾斜。以养生壶为例，养生壶满足时下消费者养生、健康和消费升级的需求，相较于传统电热水壶，养生壶的价格普遍更高，市场份额逐步扩大。其他品类也表现为类似发展趋势。

另一方面，公司品类齐全，创新功能类的小家电层出不穷，如电炖盅、电动打蛋器、电热饭盒、多士炉、酸奶机和加湿器等，此类小家电满足了人们对生活品质的追求，成为公司销售收入持续增长的动力。

（3）公司以消费者为导向不断研发新产品

公司运用互联网信息，深入研究消费者的生活方式以及小家电产品市场需求变化情况，精准把握小家电用户需求，并快速响应进行新品研发、设计。同时，通过较强的技术创新实力、完善的采购管理体系实现产品量产，利用成熟的互联网销售体系在各个渠道快速推广产品。

此外，公司通过及时获取线上消费者产品体验反馈信息，对产品进行优化升级，提升用户生活品质，最终实现公司生产经营的良性循环，增强公司的盈利能力和收入规模。

公司在产品研发方面投入了较多的人力和资金，公司设立了研发中心，配备了先进的研发设备和强大的研发队伍，具备较强的开发能力。2018年12月末公司研发技术人员共有138人，具有较强的小家电产品研发经验，掌握多项生产工艺技术，在核心技术研发方面取得了丰富成果。目前公司在售产品型号有400款以上，拥有专利486项。

（4）品牌形象的成功塑造带动产品销量及收入增长

小熊电器成立于2006年3月，是一家以自主品牌“小熊”为核心，运用互联网大数据进行小家电研发、设计、生产和销售，并在产品销售渠道与互联网深度融合的“创意小家电+互联网”企业。

“小熊”品牌产品质量优良、品类丰富，近年公司或产品分别荣获“中国工业设计十佳创新型企业”、“中国设计红星奖”、“普拉格奖”、“AWE艾普兰奖-产品奖”等国内知名奖项。

公司创意小家电产品包括厨房、生活及其他三大类别，其中酸奶机、电动打蛋器、电热饭盒、加湿器、多士炉、煮蛋器/蒸蛋器等产品2017年和2018年在天猫商城热销品牌榜排名第一。2017年，公司荣获浙江日报报业集团和淘宝天下联合颁发的“金麦奖-2017年度品质类大奖-家电类”和“金麦奖-最佳跨界合作品牌”；同年，公司“小熊”注册商标被国家工商行政管理总局认定为驰名商标，获得了人民日报社颁发的“中国品牌奖”。

成功的品牌塑造，使公司避免陷入行业低价竞争；同时培养了小熊产品的忠实客户，在创意小家电领域获得了客户的高度认可，带动产品销量和收入的持续

增长。

(5) 不断开拓并完善销售渠道

自成立以来，公司坚持互联网思维、卓越产品质量以及完善售后服务，把握行业高速增长的发展机遇及主流电商平台汇集的巨大用户流量，并充分运用互联网大数据、高效率、低沟通成本等优势，以及仓配物流技术发展的优势，快速进行线上渠道布局，发展成为创意小家电的互联网电商领先企业之一。

公司产品主要通过线上经销、电商平台入仓和线上直销方式在天猫商城、京东商城、唯品会、苏宁易购等主流电商平台和拼多多、平安好医生等新兴电商平台进行销售。同时，公司布局线下销售渠道以及出口销售，充分利用经销商或海外客户资源及经验优势，将产品渗透至线下流通渠道，实施全渠道运营的销售模式，加速线上线下融合发展。

报告期内，公司通过线上销售的收入分别为 95,954.45 万元、150,919.63 万元和 183,333.88 万元，2016-2018 年度增长率分别为 57.28%和 21.48%。

(6) 产能提升保障产品销售

报告期内公司产品销售量达 1,420.90 万台、2,024.30 万台和 2,468.76 万台，实现主营业务收入分别为 104,753.40 万元、164,161.79 万元和 202,775.42 万元。公司销量的快速增长主要基于近年公司不断扩充产能，提升制造水平、产品技术含量及自动化生产水平，以满足公司多品种且高速增长的销售规模需求。

未来公司将在保持现有产量规模良好发展势头的基础上，通过募集资金投资项目的建成达产，继续扩大公司业务规模，为市场提供更多高技术含量、高附加值的产品，公司收入规模有望继续快速增长。

(三) 发行人主要产品及其用途

公司产品按应用方向分为厨房小家电、生活小家电和其他小家电，其中厨房小家电根据功能进一步划分为锅煲类、电热类、壶类、西式类和电动类五类产品。自公司设立以来，主营业务未发生重大变化。产品分类示例如下：

1、厨房小家电

(1) 锅煲类



(2) 电热类



(3) 壶类



(4) 西式类



(5) 电动类



2、生活小家电



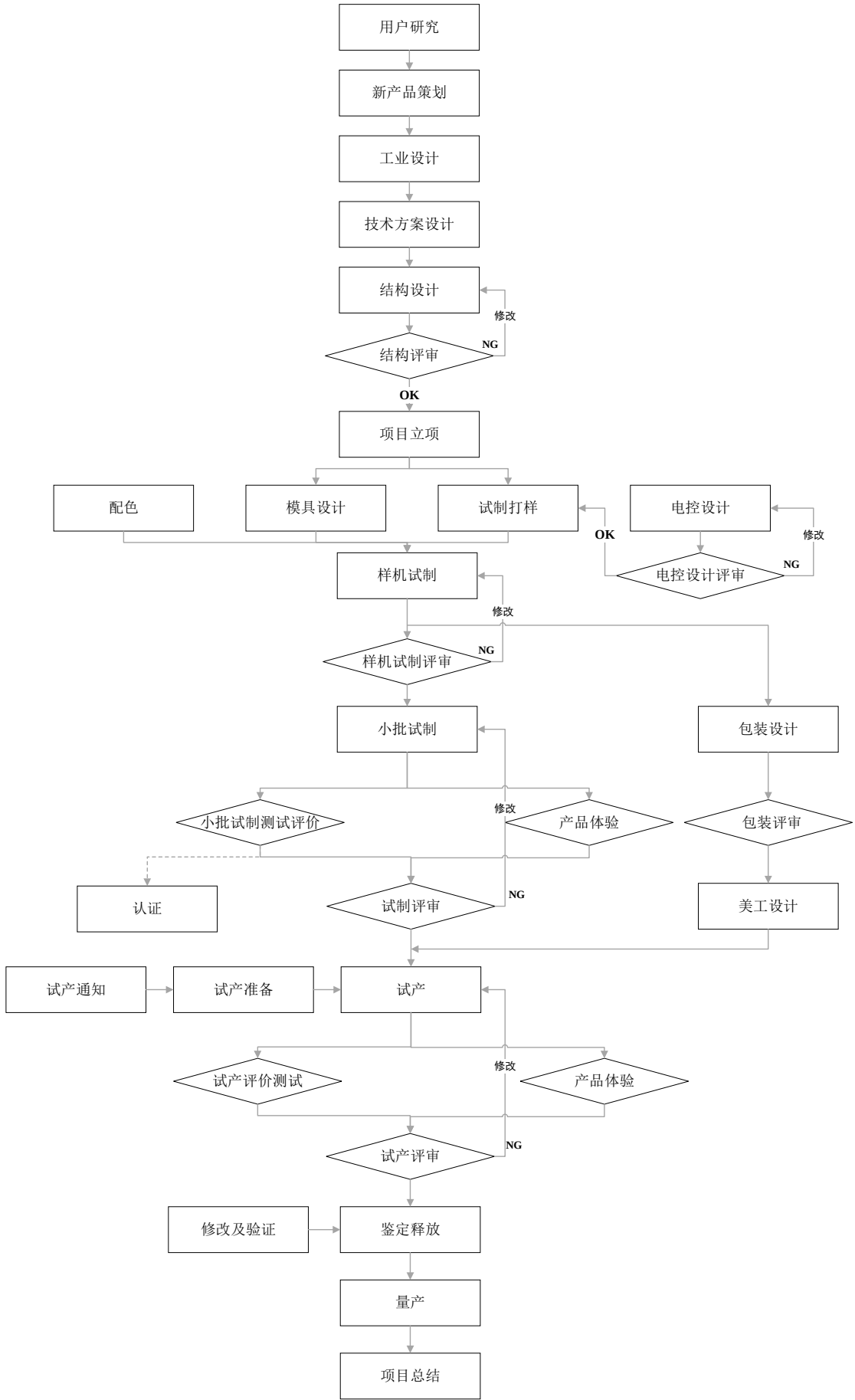
3、其他小家电



（四）主要业务模式

1、研发模式

公司研发主要以市场需求为导向，满足消费者在不同生活场景、工作场景中对小家电的使用需求。公司利用多年积累的客户网购数据，对客户人群属性、生活方式和产品属性偏好等进行多维度分析，有效指导公司进行需求调研、市场分析、新产品研发、产品推广和改进，不断推出深受消费者喜爱的产品。公司研发由研发中心负责，研发中心下设前期开发组、基础研究组、用户研究组、技术支持组和各品类研发部门。研发流程具体如下：



2、采购模式

公司设立供应商管理中心，负责建立采购管理制度与流程标准，根据市场行情变化适时调整原材料库存，编制年度物料采购计划，制定重要物资的采购战略，安排采购合同谈判，开发新增供应商并考核管理。公司通过 ORACLE-ERP 系统管理采购计划、订单拆解，并进行供应商流程管理。

公司生产所需的主要原材料均由公司按企业质量标准和对供应商的订单要求进行自主采购。主要原材料包括：塑料原料、五金制品、电子电器、电机、陶瓷、玻璃、包材等。

上述原材料供应商资源丰富，为了保证产品质量、有效控制采购成本，公司在采购方面建立了严格的采购流程和供应商甄选制度。由供应商管理中心负责对供应商进行调查、评估和甄选，对合格供应商列入《合格供应商名录》进行管理，同时进行严格的供货情况考核，确保主要原材料的品质持续符合公司的质量要求。

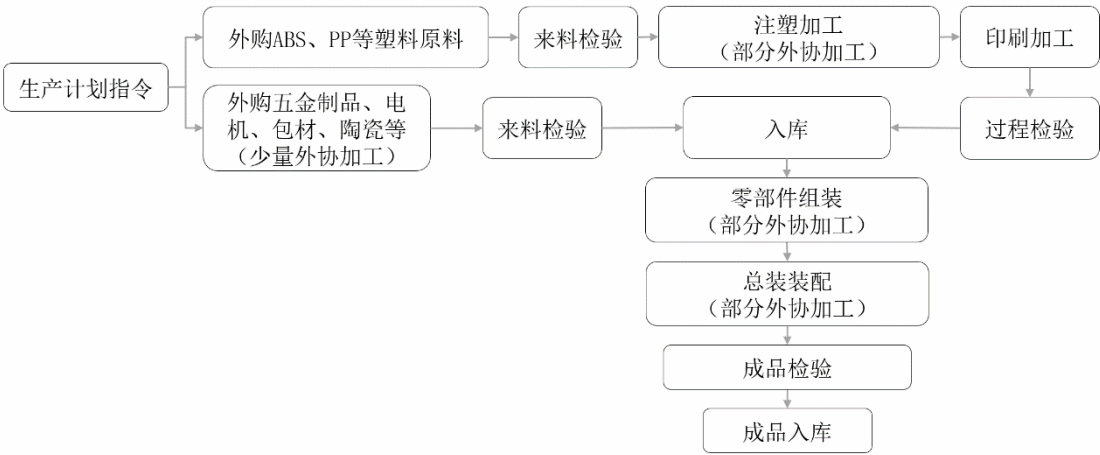
3、生产模式

公司采取自主生产为主、外协生产和外协加工为辅的生产模式。目前厨房小家电和生活小家电的大部分产品由公司自主生产。部分电烤箱、养生壶和咖啡机产品由第三方外协生产；部分注塑加工、零部件组装、总装装配等工序由第三方外协加工。

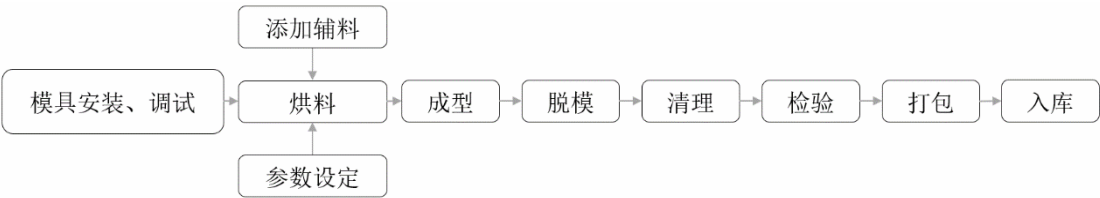
（1）自主生产

公司营销中心各销售渠道部门每周根据销售预测将各品类产品需求转达计划物流部，计划物流部将需求汇总评审后转化为 T+13 周的需求预测。各制造部门根据 T+13 周需求预测进行产能评估预排 T+3 周生产计划，并与计划物流部共同评审确定生产计划。各制造部门根据确定后的生产计划组织对应的原材料采购及生产，品质管理中心负责原材料及成品检验。

自主生产环节包括部分零部件的前置加工（注塑加工、印刷加工等）和整机总装装配工序。公司根据主要品类划分生产部门，根据生产订单排班生产。公司生产流程如下：



①注塑加工工艺流程



序号	工序	工艺内容	主要设备
1	模具安装、调试	安装模具到机台上并进行调试	注塑机、模具
2	参数设定	调整设定注塑机压力、速度、温度等参数	注塑机
3	烘料	温度设定和原材料添加	干燥机
4	成型	按设置参数将原材料注塑成型	注塑机
5	脱模	塑胶部件从模具中顶出	模具、注塑机
6	清理	清剪塑胶部件多余的进胶并擦除表面油污	-
7	检验	检查是否有色差、缺胶等不良情况	测量工具
8	打包	检验通过的部件装袋、装箱、装板	-
9	入库	打包完毕的部件入库并进行信息录入	叉车

②印刷加工工艺流程



序号	工序	工艺内容	主要设备
1	调机	安装油墨盒及移印头，确认油墨颜色并按规定进行调配，安装定位治具并调整位置及移印参数	移印机/激光机/烫金机
2	移印/激光打标/烫金	移印机/激光机/烫金机依照调好的参数，在产品上印刷文字、图形和图像	移印机/激光机/烫金机
3	检验	对印刷完毕的部件进行检验	-
4	半成品	将外观检验合格的部件放置到标准容器内	标准容器

③总装装配工艺流程



序号	工序	工艺内容	主要设备
1	上料	将产品零部件从标准容器内取出，放置至加工位置	-
2	组装	将零部件组装成成品	装配生产线、自动螺丝批等
3	功能、安规检测	将安装好的产品接入到功率测试仪、安规测试仪上，并读取数值，对照产品规格判定产品是否合格	功率测试仪、安规检测仪
4	外观检验	对产品进行外部检验，并确保产品外观合格	-
5	包装	将合格的产品装入指定箱内，并使用封箱机对其进行封箱	封箱机
6	成品检验	将产线生产的产品放置到检测台进行检测，并确保产品合格	检测台

(2) 外协生产

随着公司销售规模不断增长，自有产能增长相对不足。基于产品战略布局及弥补自有产能的需要，公司通过选择优秀的外协生产供应商生产电烤箱等产品并主要贴“小熊”品牌进行销售。报告期内，公司外协生产小家电产品数量分别为105.07万台、150.30万台和178.68万台。

公司制定了外协生产相关内控制度，外协生产供应商需通过资料及生产能力评审，并每月对外协生产供应商的质量、交期、售后服务等方面进行评价。公司供应商管理中心从《合格供应商名录》选取多家外协生产商并取得其对产品的整体报价，然后综合考虑产品的物料成本、目标市场价格、毛利率水平等因素确定外协生产产品的采购价格。

报告期内，公司主营业务成本中外协生产金额情况如下：

单位：万元

项目	2018 年度	2017 年度	2016 年度
外协生产金额	12,709.06	11,495.12	8,764.22
主营业务成本	137,336.24	109,728.23	69,170.13
占比	9.25%	10.48%	12.67%

公司报告期内前五名外协生产供应商采购金额及占比情况如下：

时间	序号	外协生产供应商名称	主要项目	外协生产金额（万元）	占当期外协生产总金额
----	----	-----------	------	------------	------------

					比例
2018 年度	1	中山市新高路华电器有限公司	电饼铛	2,979.13	21.60%
	2	中山市韩立电器有限公司	电烤箱	2,624.71	19.03%
	3	佛山市华希电器有限公司	电烤箱	2,368.48	17.18%
	4	中山市象田电器有限公司	电饭煲	1,459.98	10.59%
	5	佛山市顺德区华申电器制造有限公司	咖啡机	573.10	4.16%
	前 5 名外协生产供应商采购合计			10,005.40	72.55%
2017 年度	1	中山市韩立电器有限公司	电烤箱	2,292.74	19.67%
	2	中山市欧美特电器有限公司	养生壶	1,344.74	11.54%
	3	广东家好美电器制造有限公司	电烤箱	1,195.88	10.26%
	4	中山市象田电器有限公司	电饭煲	908.05	7.79%
	5	中山市新高路华电器有限公司	电饼铛	663.76	5.69%
	前 5 名外协生产供应商采购合计			6,405.18	54.95%
2016 年度	1	中山市欧美特电器有限公司	养生壶	1,452.25	16.42%
	2	东莞市金鸿盛电器有限公司	除湿机	814.42	9.21%
	3	中山市韩立电器有限公司	电烤箱	696.06	7.87%
	4	广东嘉威电器实业有限公司	多士炉	542.15	6.13%
	5	江门市康百事电器有限公司	面包机	508.73	5.75%
	前 5 名外协生产供应商采购合计			4,013.61	45.38%

上述外协生产厂商与公司、持有公司 5%以上股份的股东、董事、监事、高级管理人员之间不存在关联关系。

(3) 外协加工

公司销量受电商平台节日如“京东 618”、“双十一”、“双十二”、“年货节”等影响较大。在现有生产场地上，难以满足销售旺季对注塑加工、零部件组装、总装装配等工序的需求，故公司通过外协加工厂商来完成上述工序，以满足生产高峰期产能需求。

公司对外协加工厂商设置了严格的筛选程序，并纳入供应商管理体系，制定了《委外管理办法》，与外协加工厂商签有质保协议。公司对外协加工商的引入、监督、业绩评价作出严格的规定。新供应商的引入需经过公司的供应商信息调查、现场核实、样品确认、现场评审、试用等过程通过后方可成为公司的合格供应商。公司对供应商进行季度和年度的业绩评价，对评审不合格的供应商停止采购，并限期整改，复审合格后恢复供货，复审不合格或整改无效的，过渡三个月淘汰。公司各类主要外协加工工序中，由公司提供的主要材料、外协加工的成品如下：

序号	外协加工工序	公司提供的主要材料	外协加工成品
1	注塑加工/五金加工	ABS、PP 等塑料/铝板、不锈钢等	注塑件/五金件
2	零部件组装	塑料件、电路板、发热组件等	底座、面板组件
3	总装装配	小家电零部件	产成品

公司综合考虑外协加工商的加工能力、工艺水平及质量等因素，综合比价确定外协加工商，并考虑其成本后协商核定最终的外协加工费用标准。

报告期内，公司主营业务成本中外协加工费用情况如下：

单位：万元

项目	2018 年度	2017 年度	2016 年度
外协加工费	6,891.91	5,438.10	4,195.33
主营业务成本	137,336.24	109,728.23	69,170.13
占比	5.02%	4.96%	6.07%

报告期内公司与外协加工商的交易情况如下：

时间	序号	外协加工企业名称	外协加工费 (万元)	占当期外协总加工费的比例
2018 年度	1	佛山市天驭塑料制品有限公司	728.16	8.98%
	2	佛山市宇一电器科技有限公司	716.31	8.83%
	3	广东顺德泉海实业有限公司	506.47	6.24%
	4	广东顺德申毅塑胶实业有限公司	385.66	4.75%
	5	中山市南头镇越顺塑料五金电器厂	374.12	4.61%
	合计		2,710.72	33.41%
2017 年度	1	佛山市天驭塑料制品有限公司	622.13	9.29%
	2	广东顺德申毅塑胶实业有限公司	560.66	8.37%
	3	中山市南头镇越顺塑料五金电器厂	459.40	6.86%
	4	佛山市宇一电器科技有限公司	433.25	6.47%
	5	广东顺德泉海实业有限公司	418.08	6.24%
	合计		2,493.52	37.22%
2016 年度	1	广东顺德申毅塑胶实业有限公司	553.21	12.48%
	2	佛山市天驭塑料制品有限公司	422.56	9.53%
	3	顺德区容桂立信塑料五金制品厂	407.48	9.19%
	4	佛山卢国辉电器实业有限公司	396.82	8.95%
	5	中山市南头镇越顺塑料五金电器厂	376.29	8.49%
	合计		2,156.36	48.65%

上述外协加工厂商与公司、持有公司 5%以上股份的股东、董事、监事、高级管理人员之间不存在关联关系。

4、销售模式

公司产品通过线上和线下对外销售。“小熊”品牌创意小家电已形成了由线上渠道和线下渠道组成的多元化销售体系。线上渠道包括线上经销、电商平台入仓、线上直销，线下渠道主要为线下经销、出口销售。

(1) 销售模式情况说明

①线上经销

线上经销模式指公司授权经销商在约定的电商平台开设店铺销售公司产品。线上经销主要分为两种：

经销商发货模式：公司将产品销售给经销商，再由经销商通过网店销售给最终消费者，最后由经销商将产品快递至消费者，该方式为线上经销的主要方式；

经销代发模式：以天猫商城为例，消费者在线上经销商的天猫商城网店下单后，公司通过富润系统获取订单信息，并根据该订单信息由公司直接发货给最终消费者。

②电商平台入仓

公司与京东、唯品会、苏宁易购等电商平台的合作主要属于电商平台入仓模式。在电商平台入仓模式下，公司与电商平台对接，不直接面对终端消费者。

电商平台入仓主要流程为：公司委托第三方物流公司将商品发往上述电商平台的仓库，由电商平台负责订单管理及后续的物流配送。消费者直接在上述电商平台下单并付款，平台在收到消费者款项后通过其自有物流或第三方物流向消费者直接发货，或在货到付款等形式下先行发货。售后服务一般由电商平台负责，公司则按照与电商平台签署合同约定的义务为平台提供相关产品的售后服务。

③线上直销

线上直销模式下，公司直接面向消费者，委托第三方物流向其提供配送及退换货等服务。公司主要通过第三方 B2C 平台（天猫商城、京东 POP 店等）开设自营店铺进行直接销售。公司以“店铺入驻”的形式与上述平台开展合作，利用第三方平台运营成熟、流量资源丰富等优势与公司品牌优势和专业化营销优势互补，形成良好的营销生态环境。

同时，基于第三方 B2C 平台信息技术优势，公司可以通过对消费行为数据分

析，了解用户需求和产品存在的不足，及时进行新产品开发或产品改进，为用户提供更优质的产品和服务。

④线下经销

公司对经销商进行授权代理销售，经销商向公司采购产品，再由经销商直接对接大型企业团体或在商超、药店等经营场所对公司产品进行最终销售。报告期内，线下经销占营业收入比例较小。线下经销按最终客户去向具体可细分为礼品积分渠道、传统经销授权渠道、特色行业销售渠道（母婴、药店等）。

A、礼品积分渠道

公司的创意小家电产品普遍具有精致、创新、智能、健康特点，富有生活气息且单价不高，故适合航空公司、银行、通信、地产等行业的大型企业作为礼品或积分兑换产品。

报告期内公司主要礼品积分客户的销售去向情况如下：

序号	客户名称	最终主要销售去向
1	上海赉珂博工业设备有限公司	交通银行积分商城
2	北京利特倍尔科贸有限公司	中信银行积分商城、国航积分平台及北京礼品渠道
3	上海玉莎商贸有限公司	如家积分商城、企事业单位礼品团购
4	深圳市美华联电子有限公司	平安银行、广发银行、中信银行等银行平台
5	上海品库商贸有限公司	招商银行邮购

B、传统经销授权渠道

公司通过对经销商进行区域或者系统授权代理销售，区域授权主要以地级市为单位，目标为区域内商超、电器专营店、百货以及县乡镇分销渠道；系统授权为授权公司产品进入大型连锁超市，如大润发、沃尔玛、百佳超市等。基于小熊产品多年经营积累的口碑及品牌影响力，在上述渠道进行产品展示及销售，并定期举办活动，提供与客户互动场所，提高品牌曝光度。

C、特色行业销售渠道

公司基于产品特性，通过经销商进入药店、母婴等行业的连锁渠道，如煎药壶在连锁药店进行展示销售、母婴产品在各大型连锁母婴品牌的连锁店进行展示及销售。

D、未来拓展情况

a、继续加强线下销售团队

线下销售主要分为礼品积分渠道、传统经销授权渠道、特色行业销售渠道。目前线下经销团队主要大区经理均为多年家电或快消从业人员。此外，公司通过与经销商共建导购员体系，具体分为专职导购员和兼职导购，设定终端管理专职人员，对导购员进行培训，收集导购反馈收据并分析，进一步提升线下销售份额。

b、扩大销售区域布局

公司在传统经销授权渠道体系覆盖区域或核心网点的基础上，进一步加强与全国连锁超市开展线下零售模式的探索，如构建线下销售网络，并在部分城市设立形象专区（省会城市优先），形象专区单独设计，主要体现小熊品牌特性，以品牌推广为主，重点打造核心网点的终端形象，推动销售发展。

c、拓展特色行业销售渠道

基于小熊产品功能特性，深入与母婴、药店等行业知名连锁企业合作，拓展相关销售。

⑤出口销售

公司出口销售主要为 ODM/OEM 模式。公司根据国外品牌运营商的产品规划和订单需求，按客户提供的设计方案进行生产，或自主进行产品前期设计和开发，形成产品设计开发方案并经客户认可后，按照双方约定的方案进行模具开发和生产制造，公司负责提供符合方案要求的样品，通过客户确认后组织批量生产，并发货至客户指定地点。公司出口业务主要合作客户有 Texton International Ltd（品牌：Polaris）、Ohyama CO., LTD（品牌：Ohyama、Iris）、Black&Decker Global Holdings SARL 和 Black&Decker Do Brasil Ltda（品牌：Black&Decker）等。

公司出口销售业务仍处于起步阶段，占公司营业收入的比例小。随着公司外销业务的不断拓展，公司将进一步开拓欧美及南美市场；其中美国市场以跨境电商 OEM 为主，公司主要通过傲基国际有限公司（AUKEY INTERNATIONAL LIMITED）在亚马逊平台实现对外销售，同时积极与深圳市环球易购电子商务有限公司等国内知名跨境电商沟通，拟进一步拓展相关区域市场；欧洲市场，公司已与欧洲知名的小家电渠道商 Clatronic International GmbH 开展业务往来，同时公司与法国小家电巨头 SEB 开展洽谈，目前已处于供应商审核阶段。南美市场方面，公

司与巴西知名小家电商 MK Eletrodomesticos Mondial S.A 已开展业务往来，与智利知名小家电商 Cencosud S.A 的具体业务在进一步洽谈中。

(2) 线上销售方式下的主要平台、结算方式、发出商品权属、收入确认时点和依据、电商推广费用的承担方式及其会计核算情况

①线上销售方式下的主要平台

公司线上销售模式包括线上经销、电商平台入仓和线上直销，公司线上主要销售平台如下：

销售模式	主要电商平台
线上经销	   
线上直销	
电商平台入仓	  

②线上销售方式下的结算方式

销售模式	涉及主要客户	结算方式
线上经销	广东哥登网络科技有限公司、广东易积网络股份有限公司等	款到发货，公司按本期应付经销商返利额度，审批经销商申请的临时信用额度
线上经销代发		消费者确认收货或系统默认收货后，系统即时回款
电商平台入仓模式	京东商城	京东商城：收到发票后 7 个工作日结算
	唯品会	收到发票后 5 个工作日结算
	苏宁易购	收到发票后 30 个工作日结算
	1 号店	收到发票后 45 个工作日结算
	平安好医生	平安好医生：收到发票后 30 个工作日结算
线上直销	淘宝、天猫等平台的最终网络客户	消费者确认收货或系统默认收货后，系统即时回款

③线上销售方式下发出商品的权属

销售模式	发出商品余额产生原因	发出商品的权属
线上经销	公司发货后客户尚未签收或者在运输途中	公司
线上经销代发货	商品发出，消费者尚未确认收货	公司
电商平台入仓模式	公司发货后尚未到结算账期，未对账结算	公司
线上直销	商品发出，消费者尚未确认收货	公司

④各线上销售方式下收入确认时点和依据

销售模式	收入确认时点	收入确认依据
线上经销	货物已经发出并经线上经销商签收确认或者交付给客户指定的物流公司后确认收入。	客户签收单或委托物流公司签收单、增值税发票
线上经销(代发货)	公司在发货后 10 天,消费者确认收到货物或系统默认收货，公司收到货款时确认收入。	消费者签收及付款记录、增值税发票
电商平台入仓模式	根据合同约定的对账时间，收到电商平台的确认清单核对无误后确认收入。	对账单、增值税发票
线上直销	公司在发货后 10 天,消费者确认收到货物或系统默认收货，公司收到货款时确认收入。	消费者签收及付款记录、增值税发票

(3) 公司对经销商的准入及考核管理情况

公司对线上经销商和线下经销商分别进行准入及考核管理。公司目前对经销商主要进行如下管理：

①经销商准入制度

公司与经销商开始合作前，会对经销商进行全方位的考察，通用要求包括：

序号	经销商引入的通用要求	适用范围
1	具备合法经营资格	线上经销和线下经销
2	拥有专业销售队伍人数 5 人以上，团队中必须有客户服务岗位人员	
3	具有 2 年以上小家电或其他关联产品经销经验，运作过相关的产品品牌	

此外线上经销额外要求如下：

序号	线上经销引入的额外要求
1	必须具有一年以上网络销售经验，在电子商务平台上注册网店
2	淘宝集市店铺需加入淘宝消保协议的七天退换和假一赔三服务
3	店铺客服人员需具有优秀的服务意识，能维护公司的声誉和形象
4	旗舰店及专卖店需有良好的店铺装修能力，能规范使用品牌商标及其他形象标志物
5	所有公司授权销售的产品，需在电商供销平台与公司建立关联

②经销商的维护

市场推广支持：公司为经销商提供宣传资料及产品图片，并对其市场推广工作给予一定的费用支持；

授权验证服务：公司给予授权经销商唯一代码的书面及电子格式的授权书，消费者可根据该代码在公司官方网站查询线上经销商真伪，由此提升授权店铺的可信度；

业务培训服务：公司为经销商提供免费的在线或线下业务培训，培训内容包括产品知识、营销经验、线上网店的图片展示及宣传等。

③经销商的管理

项目	具体内容
价格管理	1、公司统一制定终端零售指导价，经销商未经公司许可不得降价，不得低于公司规定的最低限价在网上标价出售或线下对外零售；
	2、公司有权根据市场行情调整产品限价，经销商收到公司的最新调价后，必须在规定的时间内按公司要求调整价格。
促销管理	1、经销商必须积极配合公司组织的促销活动并及时在授权店铺内创建或更新促销信息，按公司规定的方案统一促销，否则视为经销商放弃公司本年度内组织的促销活动；
	2、经销商单独举行的促销活动，必须取得公司同意，否则视为违约低价销售行为。
信息管理	关系公司和经销商双方利益、合作方向及合作原则的重要事项须通过授权邮箱进行沟通和确认，除授权邮箱外，其他形式如口头承诺、QQ 聊天记录等均不具有效力。
授权管理	1、未经公司许可，经销商不得将公司授予的经销权以任何形式转让给第三方，也不得将公司产品以批发或其他方式转卖给其他非授权渠道；
	2、经销商不得销售授权产品以外的公司其他产品；经销商不得在店铺任何页面出现“独家授权”、“淘宝总代”等显示获得公司排他授权的字样；未经公司同意，经销商不得销售其他品牌的同类产品。
财务管理	1、公司对经销商不设信用额度，如销售过程中出现特殊情况需要给予信用额度时，按《应收账款管理办法》规定执行；
	2、经销商需按时核对公司发送的对账单。

(4) 公司与经销商约定的全年进货额、返利及市场推广补贴等相关奖励措施

公司对经销商的奖励政策主要包括销售返利、售后补贴及奖励和市场推广补贴。

①销售返利

公司每年初与经销商签订年度经销协议，约定年度销售目标及销售返利比例。经销商完成公司当年下达的销售目标后，公司给予其一定比例的销售返利，返利在经销商后续进货中以销售折扣方式给予兑现。

公司会根据市场状况、渠道战略、渠道运营成本差异、产品周期策略调整年度销售目标和返利比例。

具体会计处理为：

A、公司于资产负债表日针对已考核完成应兑现的返利予以预提（以 2017 年末为例）：

a. 2017 年 12 月末针对已考核完成应兑现的返利予以预提

借：主营业务收入（2017 年度）

贷：其他流动负债-预提返利

b. 2018 年 1 月一次性红冲该笔分录

借：其他流动负债-预提返利

贷：主营业务收入（2018 年度）

B、返利系在经销商后续进货中以销售折扣方式给予兑现，2018 年日常与客户结算时按直接核减返利后净额结算，并确认主营业务收入。

借：预收账款

贷：主营业务收入（扣减返利后）

C、资产负债表日，针对已考核完成应兑现而尚未兑现的返利予以预提。

借：主营业务收入（2018 年度）

贷：其他流动负债-预提返利

②售后补贴及奖励

经销商年度退货率在一定范围内，公司给予其一定的售后补贴及售后奖励。售后补贴和售后奖励按年度结算，于年度结束对账确认后以销售折扣方式给予兑现。

具体会计处理为：公司在日常与客户结算时按直接核减售后补贴及奖励后净额结算，并确认主营业务收入。

借：预收账款

贷：主营业务收入

③经销商市场推广补贴

公司根据销售策略，对经销商部分市场推广活动给予补贴。经销商进行市场推广活动，须提前向公司申请；对审批通过的市场推广活动，公司在经销商后续进货中以销售折扣方式给予支持。

线上渠道推广主要为淘宝直通车、淘宝钻石展位、淘宝客、京东京准通等；线下渠道推广费用主要为产品上架、导购支持、卖场进驻、线下广告牌等。对于公司主推产品，公司会适时加大推广补贴力度。

具体会计处理为：公司在日常与客户结算时按直接核减推广补贴后净额结算，并确认主营业务收入。

借：预收账款

贷：主营业务收入

具体政策如下：

经销模式	项目	毛利保护	销售返利	售后补贴及奖励	市场推广补贴
线上	线上经销	无	公司每年初与经销商签订年度经销协议，约定年度销售目标及销售返利比例。经销商完成公司当年下达的销售目标后，公司给予其一定比例的销售返利，返利在经销商后续进货中以销售折扣方式给予兑现。	经销商退货率在一定范围内，公司给予其一定的售后补贴及售后奖励。	公司根据销售策略，对经销商部分市场推广活动给予补贴，对于公司主推产品，公司会适时加大推广补贴力度，市场推广补贴在经销商后续进货中以销售折扣方式给予支持。
	电商平台入仓	当电商平台销售公司产品时，当期实现的毛利率未达到电商平台预期，对于差额部分公司以销售折扣的方式给予补足。	无	无	无
线下	线下经销	无	与线上经销一致	与线上经销一致	与线上经销一致

报告期内，公司各销售模式下返利及补贴金额如下：

单位：万元

返利类型	2018 年度		2017 年度		2016 年度	
	金额	占营业收入比	金额	占营业收入比	金额	占营业收入比
电商平台入仓毛利保护	9,361.55	4.59%	6,689.62	4.06%	6,564.93	6.23%
销售返利及售后补贴费	2,294.91	1.12%	2,559.84	1.55%	1,032.41	0.98%
经销商推广补贴	2,688.72	1.32%	1,266.19	0.77%	894.22	0.85%
合计	14,345.18	7.03%	10,515.65	6.38%	8,491.56	8.06%

报告期内各期的经销商销售返利、售后补贴及奖励、市场推广补贴的发生额、占经销商收入的比例如下：

单位：万元

返利类型	2018 年度		2017 年度		2016 年度	
	金额	占经销收入比例	金额	占经销收入比例	金额	占经销收入比例
销售返利	1,357.25	1.20%	1,909.96	2.03%	684.90	1.24%
售后补贴及奖励	937.66	0.83%	649.88	0.69%	347.51	0.63%
经销商推广补贴	2,688.72	2.39%	1,266.19	1.35%	894.22	1.62%
合计	4,983.63	4.42%	3,826.03	4.07%	1,926.63	3.49%

注：以上经销收入为线上经销和线下经销收入合计，未包括电商平台入仓收入。

报告期内，公司对经销商无财务支持。

（5）发行人给予经销商的信用政策与其他销售方式下信用政策的差异情况

报告期内公司给予经销商的信用政策与其他销售方式下信用政策对比情况：

销售模式	涉及主要客户	主要客户信用期	执行情况
线上经销	广东哥登网络科技有限公司、广东易积网络股份有限公司等	款到发货，公司按本期应付经销商返利额度，审批经销商申请的临时信用额度	按照约定执行
线上经销代发		消费者确认收货或系统默认收货后，系统即时回款	按照约定执行
电商平台入仓模式	京东商城	京东商城：收到发票后 7 个工作日结算	按照约定执行
	唯品会	收到发票后 5 个工作日结算	按照约定执行
	苏宁易购	收到发票后 30 个工作日结算	按照约定执行
	1 号店	收到发票后 45 个工作日结算	按照约定执行
	平安好医生	平安好医生：收到发票后 30 个工作日结算	按照约定执行
线下经销	北京利特倍尔科贸有限公司，上海赉珂博工业设备有限公司等	款到发货，公司按本期应付经销商返利额度，审批经销商申请的临时信用额度	按照约定执行

线上直销	淘宝、天猫等平台的最 终网络客户	消费者确认收货或系统默认收货后， 系统即时回款	按照约定执行
出口销售	Texton International Ltd 、 Black&Decker Global Holdings SARL、 I.R.M.C.等	多种结算方式，主要是预付一定比例 定金，余款于出货前付清或货物到目 的港前 7 天付清，见提单 60 天或 120 天付清等。	按照约定执行

从上表可以看出，报告期内公司给予经销商的信用政策主要是根据销售特点或者合同约定的情况制定的，公司给予经销商的信用政策与其他销售模式的信用政策有所差异。其中经销代发货的信用政策与公司线上直销模式的信用政策相同，主要依托网络面对终端消费者。线上经销非代发货和线下经销模式主要是款到发货（以及公司按当期应付经销商返利额度，审批经销商申请的临时信用额度），相较于其他销售模式的信用政策更加严格。电商平台入仓模式下的信用政策主要是依据合同约定执行。公司出口销售客户属于海外客户，因客户自身情况不同及海运等因素，其信用政策存在差异。

综上，报告期内发行人给予经销商的信用政策均根据其销售特点或者合同约定制定，未发生重大变化。

（6）发行人与经销商的退换货政策及退换货情况

①发行人经销商退换货的政策

公司经销模式下的主要退换货政策如下：

经销模式	项目	退换货政策
线上销售	线上经销	1、经销商自行维修的，公司向经销商提供一定比例的不退货奖励和易损配件支持； 2、公司对退回产品按情况进行打折回收，折算的金额以销售折扣方式给予兑现； 3、公司不接受经销商积压超过 180 天以上的售后产品退货。
	电商平台入仓	以京东商城为例，京东商城设置一定的入库期限，在入库期内仍未出售的货物及退货均会退回公司。
线下销售	线下经销	线下经销与线上经销退换货政策一致。

②报告期各期经销商销售退换货具体情况如下：

单位：万元

项目	2018 年度	2017 年度	2016 年度
A：平台入仓退换货金额	4,463.55	2,754.35	1,913.42
B：经销商（仅包括线上经销和线下经销）退换货金额	1,587.60	1,496.29	1,136.76
A+B=C:经销退换货金额合计	6,051.15	4,250.64	3,050.18
D：营业收入	204,103.51	164,653.36	105,430.41
C/D=E：退换货金额合计占比	2.96%	2.58%	2.89%

报告期内公司经销退换货金额占营业收入比例分别为 2.89%、2.58%和 2.96%。

③经销商模式和电商平台入仓模式下的退换货情况

报告期内经销商模式和电商平台入仓模式下的退换货情况如下：

单位：万元

销售渠道模式	2018 年度		2017 年度		2016 年度	
	退换货金额	退换货占各渠道当期收入比例	退换货金额	退换货占各渠道当期收入比例	退换货金额	退换货占各渠道当期收入比例
经销商（线上经销+线下经销）	1,587.60	1.41%	1,496.29	1.59%	1,136.76	2.06%
电商平台入仓	4,463.55	6.78%	2,754.35	5.25%	1,913.42	4.96%

报告期经销商退换货占收入比例分别是 2.06%、1.59%和 1.41%，公司与经销商约定当退货率小于 2%时，公司给予经销商回款额的 0.5%作为售后补贴，故经销商的退换货占收入比例相对较低；电商平台入仓退换货占当期收入比例分别是 4.96%、5.25%和 6.78%，电商平台入仓退换货比例相对较高，主要是因为电商平台入仓退换货包含了收入确认之前的退换货金额。

（7）经销商的分级情况

公司制定了《经销商管理办法》《网络经销商行为管理规则》《市场规范管理制度》等制度对经销商进行管理。目前公司对经销商实施扁平化管理，对经销商未进行分级。

（8）经销商保证金的缴纳情况

经销商保证金的缴纳分为两种情形：

①经销模式

公司根据《经销商管理办法》对所有签订销售合同的经销商要求签订经销协议后一个月内完成经销商保证金缴纳。销售合同签约保证金的缴纳标准：每家经销商收取销售履约保证金 2 万元。

②电商平台入仓

在电商平台入仓模式下，公司根据合约向主要电商平台客户缴纳相关保证金，具体约定如下：

客户	保证金缴纳条款
京东商城	公司自签订本协议 7 个工作日内，需以电汇方式向京东商城缴纳保证金；若公司未按约定时间支付保证金的，公司认可京东商城有权自结账款中扣除相应金额作为保证金，京东商城扣除后保证金后应向公司出具保证金收据。
唯品会	公司按合同约定向唯品会缴纳保证金 5 万元。
苏宁易购	质量保证金收取标准为 1 万元，公司质量保证金的支付方式为现汇，应于合同签订后 15 个工作日内电汇至苏宁指定账户，如公司未按规定支付，苏宁易购可按应支付金额的全额在最近一个账期直接账扣。
1 号店	公司同意在协议签订后 7 个工作日内以银行转账方式向一号店支付人民币 5 万元作为保证金至一号店指定账户，如到期未付，一号店有权选择在任意一笔或多笔未结款项中扣除或暂停本合同项下的全部或者部分合作。
平安好医生	经双方协商一致，为保证公司向平安好医生提供的产品质量与售后服务符合国家法律法规及合同约定，公司应于合同签订 7 个工作日内以银行转账方式向平安好医生缴纳质量保证金 3 万元。

(9) 经销商中法人单位和非法人单位数量和收入情况

报告期内，公司经销商中法人单位和非法人单位的数量、收入金额及占比情况如下：

项目	2018 年度		
	数量（个）	金额（万元）	占比
法人单位	621	177,570.77	99.47%
非法人单位	52	949.85	0.53%
合计	673	178,520.62	100.00%
项目	2017 年度		
	数量（个）	金额（万元）	占比
法人单位	554	145,863.27	99.55%
非法人单位	40	653.92	0.45%
合计	594	146,517.19	100.00%
项目	2016 年度		
	数量（个）	金额（万元）	占比
法人单位	414	93,387.69	99.55%
非法人单位	39	424.78	0.45%
合计	453	93,812.47	100.00%

公司经销商中的非法人单位主要为个人或个体工商户客户，其在淘宝网等电商平台开设个人网店或线下实体店铺销售公司的产品。

(10) 经销商现金回款情况说明

①经销商现金回款情况

单位：万元

项目	2018 年度		2017 年度		2016 年度	
	金额	占营业收入比例	金额	占营业收入比例	金额	占营业收入比例
现金回款	0.00	0.00%	17.80	0.01%	24.25	0.02%

报告期内，公司经销商现金回款金额分别为 24.25 万元、17.80 万元和 0.00 万元，占营业收入比例分别为 0.02%、0.01%和 0.00%，经销商现金回款总金额较小，且占当期营业收入比例逐年下降，2018 年度已不存在经销商现金回款情况。

②经销商现金回款原因和合理性

经销商通过现金回款的主要原因是：一般情况下，经销商按照“先款后货”的方式进行结算。基于提货结算方便，部分经销商在提货金额较小时直接支付现金。报告期内，公司建立了《资金管理办法》并予以严格执行，在现金管理方面，原则上不得使用现金收款与付款，如有特殊情况需使用现金的需经总经理审批。2018 年度公司经销商现金回款金额为 0 万元。

(11) 经销商第三方回款情况说明

①第三方回款情况

报告期内，公司经销商第三方回款情况如下表：

单位：万元

项目	2018 年度		2017 年度		2016 年度	
	金额	占营业收入比例	金额	占营业收入比例	金额	占营业收入比例
经销商实际控制人、股东、亲属或具有关联关系的公司等关联方回款	0	0.00%	280.24	0.17%	12,522.03	11.88%
其他关联方回款	0	0.00%	20.04	0.01%	335.75	0.32%
合计	0.00	0.00%	300.28	0.18%	12,857.78	12.20%

2016-2017 年度，公司经销商第三方回款金额分别为 12,857.78 万元、300.28 万元，占营业收入比例分别为 12.20%和 0.18%，公司经销商第三方回款金额占当期营业收入比例呈下降趋势。2018 年度，公司不存在第三方回款情况。

②经销商第三方回款原因和合理性

a. 经销商第三方回款原因、合理性

报告期内公司通过第三方回款主要原因是：公司前期的客户结算制度不够规范，同时客户基于结算方便、资金临时性周转等因素的考虑，部分客户货款由该客户的实际控制人、股东、亲属或具有关联关系的公司支付货款。

报告期内，公司对经销商回款逐步进行规范，第三方回款金额及其占营业收入比例逐年下降，2018 年度无第三方回款情况。

b. 第三方回款的内部控制措施

针对报告期内第三方回款，发行人制定了内控制度，具体内容如下：

在与客户建立合作关系后，发行人要求其提供营业执照、开票信息等相关资料，对其设立客户档案，在系统中为其分配核算编码，并将开票信息中列示的银行账号录入系统作为其主要结算账户进行管理。

财务部每日对银行汇款明细进行逐笔核对，应收会计人员将对应的收款录入事先在系统设置的客户档案账户下，若发现收款主体与系统档案主体不一致时，要求业务员与客户沟通，同时将不符合汇款主体的款项退回客户，要求客户重新汇入。

发行人与经销商进行定期对账：发行人每月与经销商就回款情况进行对账，核对上月的往来款发生额，就差异情况进行沟通，寻找原因并对账务进行调整，同时发行人核查是否存在第三方回款情况。

（12）经销商销售发行人产品情况

经销模式下，公司与经销商签订年度框架合同时，与经销商约定授权产品、授权销售渠道或授权的网店 ID，经销商未经公司同意不得销售其他品牌的同类产品（如：酸奶机、煮蛋器、电炖锅、电热饭盒、豆芽机、打蛋器、加湿器等公司核心产品）；但和部分经销商在签订合同时，在遵循上述规定的前提下，并未约束同一法人主体只能专门销售公司产品，故存在部分经销商开设其他专营店或其他网店销售其他品牌或类型的电器产品。

电商平台入仓模式下，公司未与电商平台约定专门销售公司产品。

报告期内各期前十名的主要经销商是否专门销售公司产品情况如下：

序号	经销商名称	是否专门销售公司产品
1	北京京东世纪贸易有限公司	否
	上海智奥一号店信息技术有限公司	否
2	广东哥登网络科技有限公司	否
	佛山市汇歌电子商务有限公司	否
	佛山市明朗电子商务有限公司	否
	佛山宝卡网络科技有限公司	是
	眉山市浪漫岛电子商务有限公司	否
3	广东易积网络股份有限公司	否
4	唯品会（中国）有限公司	否

5	石家庄库巴商贸有限公司	是
	石家庄米淘网络科技有限公司	是
6	上海荣裕贸易有限公司	否
	永康市奥趣贸易有限公司	否
	武汉宜家宜居商贸有限公司	是
7	广东顺德思遥电子商务有限公司	是
	广东顺德慕齐电子商务有限公司	是
8	浙江曼琦贸易有限公司	否
	嘉兴永维贸易有限公司	是
	嘉兴慕熙电器有限公司	是
9	佛山市悠品电子商务有限公司	否
	佛山市爱贝比网络科技有限公司	否
10	苍南县百洋贸易有限公司	是
11	苏宁易购集团股份有限公司苏宁采购中心	否
12	北京佳盼商贸有限公司	是

(13) 发行人对经销商的出厂价以及市场零售价的具体制定方法、经销商经销价差的制定标准

发行人对经销商的出厂价以及市场零售价(终端零售指导价)的具体制定方法、经销商经销价差的制定标准具体原则如下:

价格类型	具体定价规则
终端零售指导价	常规产品采用需求导向定价法, 进口产品采用竞争导向定价法 1、需求导向定价法: 根据产品定位、用户需求匹配满足度等, 综合判断用户愿意支付的价格, 控制整体销售价不高于用户心理预期, 转化用户购买动机制定终端零售指导价。 2、竞争导向定价法: 根据市场竞争状况, 以竞争对手同类商品售价为参考, 根据产品目标预期, 综合考虑性价比制定终端零售指导价。
经销出厂价制定	1、常规产品: 在终端零售指导价的基础上, 根据产品成本、费用率、公司毛利空间、经销商毛利空间等因素, 综合制定经销出厂价。 2、进口产品: 在终端零售指导价的基础上, 根据市场竞争激烈程度, 优先考虑经销商毛利空间, 再推算经销价, 制定进口产品经销出厂价。
经销代发价制定	经销代发价是经销出厂价加上运费、管理费用。
平台供货价制定	在终端零售指导价的基础上, 根据平台政策、费用、推广等成本, 推算公司平台供货价。

5、品牌推广模式

公司重视品牌和产品市场营销工作, 专设市场部负责品牌维护和推广, 通过多种方式加强品牌宣传推广。

(1) 电商平台广告投放

公司在天猫商城、京东商城、唯品会等电商平台直接投放广告, 如淘宝直通

车、京东京准通等，让客户通过关键词搜索或点击广告，引导客户浏览网络店铺。

具体情况如下：

销售模式	推广方式
线上经销	以天猫商城为例，天猫商城主要有钻石展位和直通车等推广方式。 1、钻石展位是以图片展示为基础，精准定向为核心，面向全网精准流量实时竞价的展示推广平台； 2、直通车产品是通过卖家设置与推广商品相关的关键词和出价，在买家搜索相应关键词时，推广商品获得展现和流量，实现精准营销。
线上直销	
电商平台入仓	以京东商城为例，公司在京东的推广投放主要分为框架广告以及京准通。 1、框架广告投放是指公司与京东签订框架性广告合同，约定按销售额的一定比例展示广告的最低限额，并由京东负责进行投放。 2、京准通投放与在天猫商城投放的钻石展位和直通车业务相似，公司享有投放自主权。

电商推广费用的承担方式及其会计核算情况如下：

销售模式	推广方式	承担方式	会计核算
线上直销	公司通过充值或直接银行转账方式自主选择天猫平台钻石展位、直通车以及京东平台的框架广告、京准通等推广工具进行线上推广。	由公司承担	公司在钻石展位、直通车、京准通等线上推广产品账户中充值金额计入其他应收款或预付账款；在平台实际发生推广行为后，根据平台提供的推广结算单据确认费用发生，借记销售费用，贷记其他应付款；在收到平台提供的发票时，借记其他应付款，贷记其他应收款或预付账款。
线上经销	公司根据销售策略，对经销商部分市场推广活动如淘宝直通车、淘宝钻石展位、淘宝客、京东京准通等给予补贴。经销商进行市场推广活动，须提前向公司申请；对审批通过的市场推广活动，公司在经销商后续进货中以销售折扣方式给予支持，对于公司主推产品，公司会适时加大推广补贴力度。	根据公司推广策略与经销商按一定比例分摊	公司在审批经销商申请的市场推广费后，预提应付市场推广费，会计处理为：借记营业收入，贷记其他流动负债；在经销商下订单实际兑现已审批的市场推广费时，先冲减预提的市场推广费，然后按照订单金额扣减本次兑现的市场推广费后的金额确认收入，会计处理为借记预收账款，贷：营业收入（扣减市场推广费后收入）；应交税费。

（2）影视剧与综艺节目广告植入

公司与影视公司、电视台开展合作，通过影视剧和综艺节目的广告植入进行品牌宣传。已植入的影视剧主要包括《我是证人》《穿越吧厨房》《时尚男人帮》《醉玲珑》等。以《醉玲珑》为例，公司根据剧中人物关系变化及剧情发展，在剧内不同阶段分别插入酸奶机、煮蛋器、电炖盅和养生壶产品广告，将产品与剧情结合起来，提升品牌认知度。公司通过影视剧与综艺节目广告植入的宣传方式，使产品获得了用户的喜爱，提升了品牌影响力。

（3）明星宣传

2017 年 3 月公司与黄小厨推出联名产品“熊醒醒”早餐系列和“熊暖暖”炖养系列。同时通过参与黄小厨社群活动如亲子烹饪大赛、黄小厨 noob 市集、小厨直播和美食教学视频等，以此宣扬美好生活理念；2017 年 8 月以“熊抱张艺兴²，共创生日礼”活动主题宣告张艺兴为小熊电器代言。公司通过与明星宣传合作，将其形象巧妙嵌入活动推广图中，达到了良好的推广效果。



（4）新媒体营销

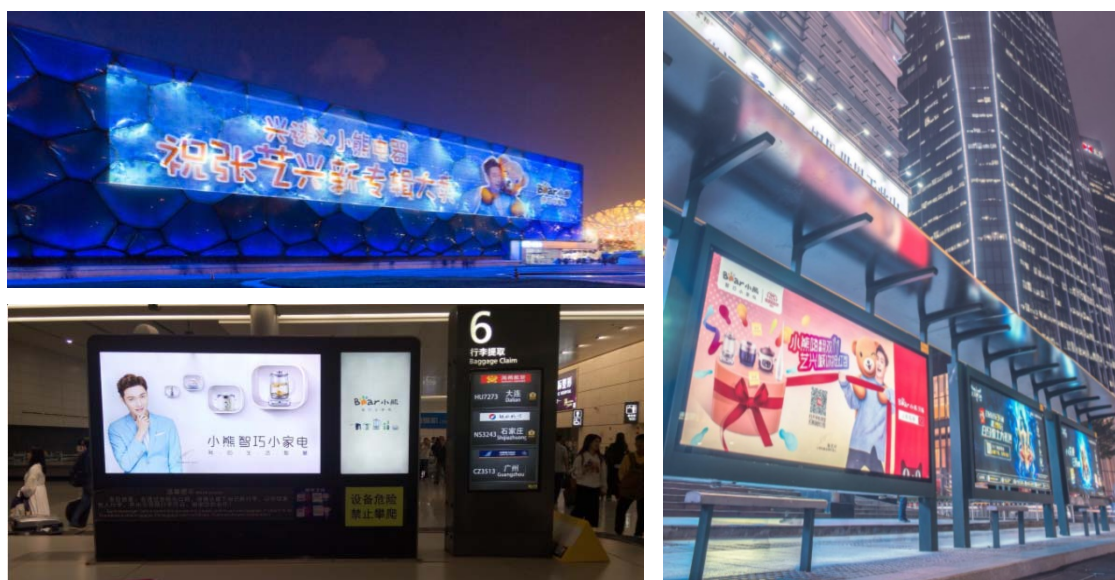
公司通过优酷、土豆、微信、微博、百度和美拍等新媒体进行产品营销推广。在庆祝品牌成立 9 周年活动中，公司推出双屏观看的微电影《爱不停炖 5》。《爱不停炖 5》采用双屏观看模式，在一部手机点击视频链接生成二维码，另一部手机进行扫描后，两部手机合并一起才能观看完整视频，把“爱 9 在一起”的传播主题从标题转化成了互动方式。

² 张艺兴（LAY），1991 年 10 月 7 日出生于湖南省长沙市，内地流行男歌手、影视演员。



(5) 户外广告投放

在北方进入冬季并供暖开始时，公司加湿器进入销售旺季。2015 年公司针对北方城市特点，以电梯框架广告形式，在各楼宇社区中进行广告投放，提高了加湿器在北方的品牌知名度；2017 年国庆到“双十一”期间，公司通过在北京、广州、上海、成都和武汉等机场的 LED 大屏、独立式刷屏和行李转盘刷屏中投放广告；同时，在北京、广州、深圳等城市的候车亭投放广告。通过户外广告投放的方式提高了公司品牌知名度。



(6) 论坛展会

2017 年公司参加了中国家电及消费电子博览会（AWE），并获得“AWE 艾普兰奖-产品奖”；同年，公司参加人民日报社主办的“新时代，新供给，新动力”为

主题的第三届中国品牌论坛，并获得了“中国品牌奖”。公司通过参与行业论坛及展会，为品牌带来积极正面的宣传。

6、仓储物流模式

（1）采购环节的仓储物流

公司生产所需的原材料由供应商负责运输至公司指定仓库。

（2）销售环节的仓储物流

①线上经销模式

线上经销代发货模式下，消费者在线上经销商的网店下单后，公司通过富润系统获取订单信息，并根据该订单信息直接发货给最终消费者。

在经销商发货模式下，由线上经销商向公司提货并运到其指定的仓库，消费者在经销商网店下单后由其将产品邮寄给消费者。

②电商平台入仓

在电商平台入仓模式下，公司将产品运到电商平台仓库，由电商平台统一向消费者发货。

③线上直销

在线上直销模式下，消费者在公司开设的直销网店下单后，由公司直接邮寄发货给消费者或将产品发往第三方仓库，再从第三方仓库调取产品运送给消费者。

④线下经销

在线下经销模式下，由线下经销商向公司提货或由公司交付给经销商指定的第三方物流。

⑤出口销售

在出口销售模式下，公司将产品运输到约定的港口并交托于客户指定的船运公司。

（3）经销模式下运输费用的承担方式

报告期内，公司主要的经销模式为：线上经销、电商平台入仓、线下经销。各经销模式下运费承担方式如下：

经销模式	项目	运费承担方式
线上	线上经销代发	由公司直接发货给最终消费者，运费由公司承担。
	线上经销非代发	运输费由经销商承担。
	电商平台入仓	公司承担发货至京东商城、唯品会、苏宁易购等电商平台的物流费用，电商平台承担发货至最终消费者的物流费用。
线下	线下经销	运输费由经销商承担。

上述运输费用承担方式在报告期内未发生重大变化。

(4) 代发货模式的货款结算流程、返利补贴计算及兑现方式与其他经销模式的差异

代发货模式的货款结算流程与其他经销模式的差异如下表：

销售模式	货款结算流程
线上经销代发	消费者确认收货或系统默认收货后，系统收款自动分账给公司。
线上经销自发货	先款后货
电商平台入仓模式	根据结算单结算
线下经销	先款后货

综上，代发货模式与线上经销自发货、电商平台入仓、线下经销模式的货款结算流程不一致。

代发货模式的返利补贴计算及兑现方式与其他经销模式的差异如下表：

经销模式	项目	毛利保护	销售返利	售后补贴及奖励	市场推广补贴
线上	线上经销（包括自发货和代发）	无	经销商完成公司当年下达的销售目标后，公司给予其一定比例的销售返利，返利在经销商后续进货中以销售折扣方式给予兑现	经销商退货率在一定范围内，公司给予其一定的售后补贴及售后奖励	公司根据销售策略，对经销商部分市场推广活动给予补贴，市场推广补贴在经销商后续进货中以销售折扣方式给予支持
	电商平台入仓	当电商平台销售公司产品时，当期实现的毛利率未达到平台预期，对于差额部分公司以销售折扣的方式给予补足。	无	无	无
线下	线下经销	无	与线上经销一致	与线上经销一致	与线上经销一致

综上，线上经销（包括自发货和代发）的返利和补贴计算及兑现方式与线下经销一致，与电商平台入仓模式不一致。

(5) 代发货模式与直销模式收款和核算不存在混同从而导致收入多计、返

利及补贴少记的情形

公司代发货模式与直销模式在核算主体、收款方式方面不同，不存在收款与核算混同，具体差异如下：

①核算主体的差异

报告期内代发货在小熊电器、小熊营销和小熊厨电核算；直销模式在瑞翌电商、悦享电商、艾萌电商、悠想电商核算，核算主体不存在混同情形。

②收款方式的差异

代发货模式下公司主要通过支付宝自动分账方式收款，即消费者确认收货或系统默认收货后，货款结算至经销商支付宝账户后随即分账到公司支付宝账户，收款的对方单位为经销商；直销模式下在消费者确认收货或系统默认收货后，公司平台账户直接收款，收款的对方单位为终端消费者。

综上所述，公司代发货模式与直销模式在核算主体、收款方式方面不同，不存在收入多计、返利及补贴少记的情形。

7、富润系统管理模式

（1）富润系统的管理模式、管理内容及流程，该信息系统与财务核算系统的关系

①富润系统管理模式

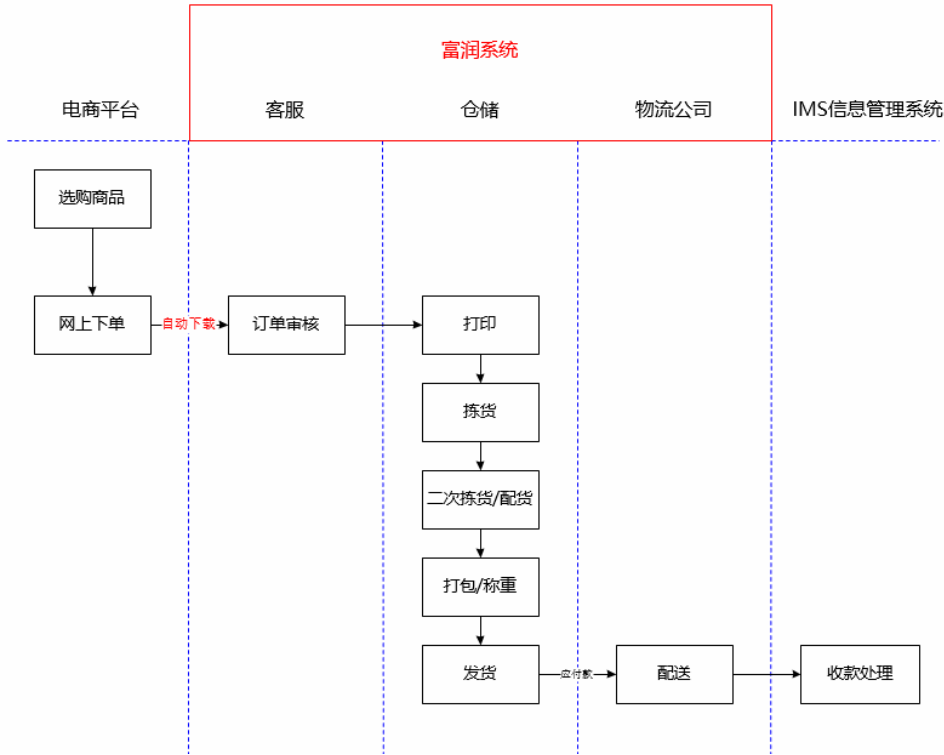
富润系统为小熊电器委托珠海富润科技有限公司（以下简称“富润公司”）承建，于2012年上线运行，小熊电器委托富润公司租用阿里云RDS服务供小熊电器内部使用，双方签订合作及保密协议，小熊电器具有完整的系统使用权和数据所有权，富润公司负责系统运维。

②管理内容

小熊电器使用富润系统进行电商业务的开展，对直销和线上代发货两种模式的订单进行管理：包括：网上订单号、商品数量、价格、销售渠道、买家信息、物流发货、出库等信息的记录。

③富润系统流程

富润系统的整体流程及与电商平台和公司的IMS信息管理系统的衔接情况如下：



④与财务系统关系

富润系统与IMS信息管理系统接口直联，生成IMS销售订单后，接口传送到ORACLE-ERP系统，生成ORACLE-ERP的销售订单，ORACLE-ERP系统内部流转至财务核算模块进行核算。

⑤利用该系统是否能实现对所有经销商订单、物流和信息流的管理

富润系统只对线上直销和经销商一代发货销售模式的订单、物流和信息流进行管理，这也是该系统开发的主要目的，无法利用该系统实现对所有经销商订单、物流和信息流的管理。

(2) 系统内部控制

①富润系统内控整体情况

富润系统在公司整体战略管理框架内正常运转，富润系统整体符合内部控制要求，审计期间内未发现明显异常。

②IT一般控制

- a、组织与管理控制：权责的划分和职能的分离有效。
- b、操作控制：富润系统采用授权用户和权限分配的方式登陆系统，公司业

务人员、财务人员，按角色进入系统并实施操作，操作行为符合角色要求，操作内容不允许更改业务数据，操作记录可以存档并审计，公司的操作人员不具备系统管理员权限。

c、系统安全控制：公司制订有《信息安全办法》、《系统数据风险管理办法》等制度，富润系统部署在阿里云上，阿里云 RDS 服务能够提供较为安全的运行环境，系统为 CS 架构，系统配置管理规范，变更有内部控制流程管理。

d、系统数据在阿里云 RDS，有数据备份策略，提供数据完整性保障。

(3) 富润系统上显示的代发货模式和直销模式下的发货量、营业收入与申请人账面记载存在显著差异的原因，富润系统内显示代发货模式下 2017-2018 年销售收入持平、但账面记载营业收入却持续上升的原因及合理性

①富润系统上显示的代发货模式和直销模式下的营业收入与申请人账面记载差异如下：

单位：万元

销售模式	项目	2018 年度	2017 年度	2016 年度
线上经销 代发货	账面记载数据	25,092.93	22,891.50	16,810.43
	富润系统数据	28,871.71	28,798.27	18,997.48
	差异	-3,778.78	-5,906.77	-2,187.05
线上直销	账面记载数据	18,101.54	13,550.57	8,470.84
	富润系统已取数数据	20,137.19	15,785.92	9,890.35
	富润系统未取数数据（注）	2,517.72	0.00	0.00
	差异	-4,553.37	-2,235.35	-1,419.51

注：富润系统未取数数据产生的原因是：2018 年度获取线上直销模式的富润系统数据时，由于取数设置字段问题，字段为“空值”的数据未获取。经查看线上直销模式的富润系统该字段数据、发货单等内容，确认该部分数据金额为 2,517.72 万元。

②造成差异原因如下：

a、收入核算口径的差异

富润系统上显示的发货量、营业收入是以发货口径为依据，而账面记载的发货量、营业收入是以企业会计准则收入确认条件为依据确认的数据，两者口径不一致。一般情况下，存在富润系统已发货但未达到收入确认条件而未确认收入的情形。

b、增值税的差异

富润系统上显示的收入是订单收入，为含税口径，账面记载的收入是不含税收入。

c、退换货数据的差异

富润系统上显示的发货量、营业收入包含了全部发货数据，财务收入确认时，会因退货原因冲减销售收入。

以上差异造成富润系统上显示的代发货模式和直销模式下的发货量、营业收入与发行人账面记载存在显著差异，剔除以上影响后报告期内差异合计较小：

模式	项目	2018 年度	2017 年度	2016 年度
线上经销 代发货	账面收入（万元）	25,092.93	22,891.50	16,810.43
	调整后富润系统收入（万元）	24,981.60	22,582.73	17,204.74
	差异（万元）	111.33	308.77	-394.31
	线上经销代发货差异/账面收入	0.44%	1.35%	-2.35%
线上直销	账面收入（万元）	18,101.54	13,550.57	8,470.84
	调整后富润系统收入（万元）	18,573.26	13,140.64	8,453.29
	线上直销（万元）	-471.72	409.93	17.55
	线上直销差异/账面收入	-2.61%	3.03%	0.21%

③代发货模式下 2017-2018 年销售收入持平、但账面记载营业收入却持续上升的原因及合理性

剔除影响因素后富润系统代发货模式下的销售收入与账面记载如下：

单位：万元

项目	2018 年度		2017 年度	
	收入	增长比例	收入	增长比例
剔除影响因素后富润系统销售收入	24,981.60	10.62%	22,582.73	31.26%
账面记载收入	25,092.93	9.62%	22,891.50	36.17%

如上，剔除影响因素后，代发货模式下 2017-2018 年富润系统销售收入与账面记载收入变动趋势一致。

（五）发行人主要产品生产和销售情况

1、主要产品收入情况

（1）公司分产品的收入情况

单位：万元

大类	产品结构	2018 年度		2017 年度		2016 年度	
		金额	占比	金额	占比	金额	占比
厨房小家电	锅煲类	43,909.20	21.65%	34,568.80	21.06%	22,919.04	21.88%
	电热类	27,926.27	13.77%	27,393.96	16.69%	25,630.34	24.47%
	壶类	40,563.43	20.00%	31,666.52	19.29%	14,885.69	14.21%
	西式类	21,594.24	10.65%	14,843.70	9.04%	7,128.92	6.81%
	电动类	39,151.39	19.31%	29,487.79	17.96%	16,663.97	15.91%
	小计	173,144.52	85.39%	137,960.78	84.04%	87,227.96	83.27%

生活小家电	29,309.85	14.45%	25,987.58	15.83%	17,297.44	16.51%
其他小家电	321.06	0.16%	213.44	0.13%	227.99	0.22%
合计	202,775.42	100%	164,161.79	100%	104,753.40	100%

(2) 主要产品按销售渠道划分的收入情况

公司线上销售和线下销售实现收入情况如下：

单位：万元

销售渠道	2018 年度		2017 年度		2016 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
线上销售						
线上经销	99,444.09	49.04%	84,887.64	51.71%	48,927.33	46.71%
其中：代发货	25,092.93	12.37%	22,891.50	13.94%	16,810.43	16.05%
电商平台入仓	65,788.24	32.44%	52,481.42	31.97%	38,556.28	36.81%
线上直销	18,101.54	8.93%	13,550.57	8.25%	8,470.84	8.09%
小计	183,333.88	90.41%	150,919.63	91.93%	95,954.45	91.60%
线下销售						
线下经销	13,288.29	6.55%	9,148.13	5.57%	6,328.86	6.04%
出口销售	6,153.26	3.03%	4,094.03	2.49%	2,470.08	2.36%
小计	19,441.55	9.59%	13,242.16	8.07%	8,798.94	8.40%
合计	202,775.42	100%	164,161.79	100%	104,753.40	100%

线上销售是公司的主要销售模式，报告期内公司线上销售收入占比分别为 91.60%、91.93%和 90.41%。

2、主要产品销售价格变动情况

产品分类		2018 年度		2017 年度		2016 年度	
		销量 (万台)	均价 (元/台)	销量 (万台)	均价 (元/台)	销量 (万台)	均价 (元/台)
厨房小家电	锅煲类	468.93	93.64	355.64	97.20	239.04	95.88
	电热类	472.15	59.15	465.48	58.85	452.83	56.60
	壶类	425.42	95.35	325.12	97.40	159.47	93.34
	西式类	217.60	99.24	145.31	102.15	76.29	93.45
	电动类	510.48	76.70	393.79	74.88	240.38	69.32
	小计	2,094.58	82.66	1,685.35	81.86	1,168.01	74.68
生活小家电		370.06	79.20	337.13	77.09	249.32	69.38
其他小家电		4.12	77.91	1.83	116.89	3.57	63.91
合 计		2,468.76	82.14	2,024.30	81.10	1,420.90	73.72

报告期内，公司产品均价呈逐步上升趋势。公司各类产品的销售均价与产品结构以及生产成本等因素相关。报告期内，各细分产品随着新品的不断推出，产品结构发生较大变化，对销售均价产生较大影响。

3、主要产品产销情况

报告期内，公司产能、产量和销量情况如下：

单位：万台

类别	细分品类	项目	2018 年度	2017 年度	2016 年度
厨房小家电	锅煲类	产能	510.30	344.40	256.20
		产量	474.60	381.98	257.74
		其中：外协总装	8.50	40.05	31.46
		销量	456.50	348.70	236.43
		产能利用率	91.34%	99.28%	88.32%
		产销率	96.19%	91.29%	91.73%
	电热类	产能	493.50	426.30	504.00
		产量	451.67	446.93	461.31
		其中：外协总装	-	23.13	15.32
		销量	459.06	448.12	445.50
		产能利用率	91.52%	99.41%	88.49%
		产销率	101.64%	100.27%	96.57%
	壶类	产能	448.23	325.27	176.52
		产量	427.27	323.83	156.45
		其中：外协总装	17.84	-	-
		销量	410.32	291.90	137.34
		产能利用率	91.34%	99.56%	88.63%
		产销率	96.03%	90.14%	87.79%
	西式类	产能	98.82	73.15	38.50
		产量	92.04	76.35	33.96
		其中：外协总装	1.83	3.33	0.27
		销量	90.40	66.64	31.56
		产能利用率	91.29%	99.82%	87.51%
		产销率	98.22%	87.28%	92.93%
	电动类	产能	581.70	405.30	256.20
		产量	532.23	424.93	237.61
		其中：外协总装	-	21.23	11.21
		销量	506.35	387.95	226.70
		产能利用率	91.50%	99.61%	88.37%
		产销率	95.14%	91.30%	95.41%
生活小家电	产能	457.80	346.50	277.20	
	产量	419.36	344.46	246.51	
	其中：外协总装	-	-	-	
	销量	366.95	334.48	240.88	
	产能利用率	91.60%	99.41%	88.93%	
	产销率	87.50%	97.10%	97.72%	
其他小家电	产能	6.30	2.10	3.15	
	产量	5.57	1.19	2.35	
	其中：外协总装	-	-	-	
	销量	3.39	0.99	3.27	
	产能利用率	88.41%	56.67%	74.60%	
	产销率	60.86%	83.19%	139.15%	

注：上表中销量不包括外协生产销量；产能利用率计算公式为：产能利用率=（产量-外协总装）/产能；上表中其他小家电主要为个护类小家电，不包含赠品和套装。

此外，公司外协生产部分的采购与销售情况如下：

单位：万台

类别	细分品类	项目	2018 年度	2017 年度	2016 年度
厨房小家电	锅煲类	采购量	13.54	8.33	3.26
		销量	12.43	6.94	2.61
		采销率	91.80%	83.31%	80.06%
	电热类	采购量	13.00	17.59	8.21
		销量	13.09	17.36	7.33
		采销率	100.69%	98.69%	89.28%
	壶类	采购量	14.30	31.96	26.74
		销量	15.10	33.22	22.13
		采销率	105.59%	103.94%	82.76%
	西式类	采购量	127.86	82.58	45.15
		销量	127.20	78.67	44.72
		采销率	99.48%	95.27%	99.05%
	电动类	采购量	3.90	6.27	12.76
		销量	4.12	5.84	13.68
		采销率	105.64%	93.14%	107.21%
生活小家电		采购量	5.87	2.87	8.65
		销量	3.11	2.65	8.44
		采销率	52.98%	92.33%	97.57%
其他小家电		采购量	0.20	0.70	0.30
		销量	0.44	0.61	0.19
		采销率	220.00%	87.14%	63.33%

注：采销率=销量/采购量；上表中其他小家电主要为个护类小家电，不包含赠品和套装。

4、报告期内向前五名客户销售情况

期间	排名	客户名称	金额（万元）	占营业收入比重
2018 年度	1	北京京东世纪贸易有限公司	51,512.07	25.24%
	2	广东哥登网络科技有限公司	11,611.34	5.69%
		佛山市汇歌电子商务有限公司	5,395.29	2.64%
		佛山市明朗电子商务有限公司	3,566.47	1.75%
		眉山市浪漫岛电子商务有限公司	158.26	0.08%
		佛山宝卡网络科技有限公司	77.63	0.04%
		小计	20,808.99	10.20%
	3	广东易积网络股份有限公司	13,161.51	6.45%
	4	唯品会（中国）有限公司	8,183.82	4.01%
	5	佛山市悠品电子商务有限公司	3,255.12	1.59%
		佛山市爱贝比网络科技有限公司	2,422.57	1.19%
		小计	5,677.70	2.78%
前 5 名客户销售合计			99,344.08	48.67%
2017 年度	1	北京京东世纪贸易有限公司	40,721.42	24.73%
		上海智奥一号店信息技术有限公司	264.08	0.16%
		小计	40,985.51	24.89%
	2	广东哥登网络科技有限公司	18,479.28	11.22%

2016 年度		佛山市汇歌电子商务有限公司	3,260.73	1.98%
		佛山宝卡网络科技有限公司	1,163.03	0.71%
		佛山市明朗电子商务有限公司	649.83	0.39%
		眉山市浪漫岛电子商务有限公司	51.32	0.03%
		小计	23,604.19	14.34%
	3	广东易积网络股份有限公司	10,300.43	6.26%
	4	唯品会（中国）有限公司	7,220.44	4.39%
	5	石家庄米淘网络科技有限公司	5,494.01	3.34%
		石家庄库巴商贸有限公司	410.11	0.25%
		小计	5,904.12	3.59%
	前 5 名客户销售合计		88,014.69	53.45%
	1	北京京东世纪贸易有限公司	29,865.88	28.33%
	2	广东哥登网络科技有限公司	11,366.62	10.78%
		佛山市明朗电子商务有限公司	631.70	0.60%
		佛山宝卡网络科技有限公司	560.49	0.53%
		佛山市汇歌电子商务有限公司	180.43	0.17%
		小计	12,739.24	12.08%
	3	广东易积网络股份有限公司	6,674.40	6.33%
	4	唯品会（中国）有限公司	6,060.05	5.75%
	5	石家庄米淘网络科技有限公司	4,089.09	3.88%
		石家庄库巴商贸有限公司	392.86	0.37%
		小计	4,481.95	4.25%
	前 5 名客户销售合计		59,821.52	56.74%

注：上海智奥一号店信息技术有限公司为北京京东世纪贸易有限公司全资子公司；广东哥登网络科技有限公司、佛山市汇歌电子商务有限公司、佛山市明朗电子商务有限公司、眉山市浪漫岛电子商务有限公司、佛山宝卡网络科技有限公司为白天轮及其近亲属控制的企业；石家庄米淘网络科技有限公司和石家庄库巴商贸有限公司为董军控制的企业；佛山市悠品电子商务有限公司、佛山市爱贝比网络科技有限公司为周勇成及其近亲属控制的企业。

公司不存在向单个客户的销售比例超过总额的 50%或严重依赖于少数客户的情形。

5、不同销售方式下主要客户情况

报告期内，公司销售方式主要包括线上经销、电商平台入仓、线上直销、线下经销和出口销售，按照销售方式区分的前五大客户情况如下：

（1）线上经销方式下客户情况

①线上经销前五大客户情况

单位：万元

2018 年度			
序号	客户名称	金额	占营业收入比例
1	广东哥登网络科技有限公司	11,487.04	5.63%

	佛山市汇歌电子商务有限公司	5,395.29	2.64%
	佛山市明朗电子商务有限公司	3,566.47	1.75%
	眉山市浪漫岛电子商务有限公司	158.26	0.08%
	佛山宝卡网络科技有限公司	77.63	0.04%
	小计	20,684.69	10.13%
2	广东易积网络股份有限公司	13,132.19	6.43%
3	佛山市悠品电子商务有限公司	3,231.08	1.58%
	佛山市爱贝比网络科技有限公司	2,422.44	1.19%
	小计	5,653.52	2.77%
4	广东顺德思遥电子商务有限公司	4,180.45	2.05%
	广东顺德慕齐电子商务有限公司	1,350.40	0.66%
	小计	5,530.85	2.71%
5	武汉宜家宜居商贸有限公司	5,299.90	2.60%
合计		50,301.15	24.64%
2017 年度			
序号	客户名称	金额	占营业收入比例
1	广东哥登网络科技有限公司	18,360.61	11.15%
	佛山市汇歌电子商务有限公司	3,260.22	1.98%
	佛山宝卡网络科技有限公司	1,161.76	0.71%
	佛山市明朗电子商务有限公司	649.83	0.39%
	眉山市浪漫岛电子商务有限公司	51.32	0.03%
	合计	23,483.74	14.26%
2	广东易积网络股份有限公司	10,282.47	6.24%
3	石家庄米淘网络科技有限公司	5,463.77	3.32%
	石家庄库巴商贸有限公司	410.11	0.25%
	小计	5,873.88	3.57%
4	上海荣裕贸易有限公司	4,222.87	2.56%
	永康市奥趣贸易有限公司	1,314.90	0.80%
	小计	5,537.77	3.36%
5	武汉宜家宜居商贸有限公司	4,773.69	2.90%
合计		49,951.55	30.34%
2016 年度			
序号	客户名称	金额	占营业收入比例
1	广东哥登网络科技有限公司	11,337.72	10.75%
	佛山市明朗电子商务有限公司	631.28	0.60%
	佛山宝卡网络科技有限公司	559.92	0.53%
	佛山市汇歌电子商务有限公司	180.43	0.17%
	小计	12,709.35	12.05%
2	广东易积网络股份有限公司	6,670.98	6.33%
3	石家庄米淘网络科技有限公司	4,075.74	3.87%
	石家庄库巴商贸有限公司	383.59	0.36%
	小计	4,459.33	4.23%
4	上海荣裕贸易有限公司	3,030.64	2.87%
	永康市奥趣贸易有限公司	1,053.05	1.00%
	小计	4,083.69	3.87%
5	武汉宜家宜居商贸有限公司	2,837.13	2.69%

合计	30,760.48	29.18%
----	-----------	--------

注：上表金额为客户在线上经销模式下实现的收入，不含客户在其他销售模式下及销售配件实现的收入。

②报告期各期公司线上经销前五大客户变动情况

2018 年度比 2017 年度		
变动情况	客户名称	变动原因
进入前五的客户	佛山市悠品电子商务有限公司、佛山市爱贝比网络科技有限公司	2018 年度，该客户和公司交易金额上升，成为发行人第三大线上经销客户，2017 年度为公司线上经销模式第八大客户。
	广东顺德思遥电子商务有限公司、广东顺德慕齐电子商务有限公司	2018 年度，该客户和公司交易金额上升，成为发行人第四大线上经销客户，2017 年度为公司线上经销模式第六大客户。
退出前五的客户	石家庄米淘网络科技有限公司、石家庄库巴商贸有限公司	2018 年度，其他客户与公司的交易金额增长相对较快，该公司本年度成为线上经销模式下第十大客户。
	上海荣裕贸易有限公司、永康市奥趣贸易有限公司	2018 年度，其他客户与公司的交易金额增长相对较快，该公司本年度成为线上经销模式下第八大客户。
2017 年度比 2016 年度未发生变化		

报告期内，公司线上经销前五大客户未发生重大变动，前五大线上经销客户占当期营业收入比例分别为 29.18%、30.34%和 24.64%，占比较为稳定。

③报告期各期公司线上经销前五大客户基本情况

A、广东哥登网络科技有限公司及其关联公司

广东哥登网络科技有限公司、佛山市汇歌电子商务有限公司、佛山市明朗电子商务有限公司、眉山市浪漫岛电子商务有限公司、佛山宝卡网络科技有限公司为白天轮及其近亲属控制的企业。

a. 广东哥登网络科技有限公司

成立时间	2011 年 09 月 09 日	
运营历史	7 年以上	
合作年限	4 年以上	
股权结构	股东	股权比例
	白天轮	90%
	谢秋银	10%
注册资本	1,000 万元人民币	
董事、监事、高级管理人员	白天轮、谢秋银	
经营范围	网络科技开发与服务；销售：日用电器、日用百货、宠物用品；除以上项目外的国内商业、物资供销业；食品经营（凭有效许可证经营）。	
注册地址	佛山市顺德区大良北区环城路 250 号三层之三	

b. 佛山市明朗电子商务有限公司

成立时间	2014 年 04 月 14 日	
运营历史	4 年以上	
合作年限	4 年以上	
股权结构	股东	股权比例
	白小玲	75%
	白天轮	25%
注册资本	10 万元人民币	
董事、监事、高级管理人员	白天轮、白小玲	
经营范围	销售:日用电器;国内商业、物资供销业;食品经营(凭有效许可证经营)。(依法须经批准的项目,经相关部门批准后方可开展经营活动)	
注册地址	佛山市顺德区大良北区环城路 250 号三层之二	

c. 佛山市汇歌电子商务有限公司

成立时间	2014 年 06 月 12 日	
运营历史	4 年以上	
合作年限	4 年以上	
股权结构	股东	股权比例
	郑全	90%
	吴浩贤	10%
注册资本	10 万元人民币	
董事、监事、高级管理人员	郑全、吴浩贤	
经营范围	电子商务运营策划及推广;销售:日用电器;国内商业,物资供销业;食品经营(凭有效许可证经营)。	
注册地址	佛山市顺德区大良北区环城路 250 号三层之五	

d. 眉山市浪漫岛电子商务有限公司

成立时间	2014 年 04 月 21 日	
运营历史	4 年以上	
合作年限	4 年以上	
股权结构	股东	股权比例
	白天轮	100%
注册资本	500 万元人民币	
董事、监事、高级管理人员	白天轮、郑全	
经营范围	在互联网上批发、零售:宠物用品、宠物食品、水族器材、渔具、水族箱、鱼缸、家用电器	
注册地址	眉山市东坡区金山中路	

e. 佛山宝卡网络科技有限公司

成立时间	2012 年 07 月 02 日	
运营历史	6 年以上	
合作年限	4 年以上	
股权结构	股东	股权比例
	黄建习	45%

	杨帆	35%
	胡洪斌	20%
注册资本	100 万元人民币	
董事、监事、高级管理人员	胡洪斌、黄建习	
经营范围	网络科技领域内的技术研发、技术转让、技术咨询、技术服务；销售、网上销售：家用电器、数码产品及其配件等。	
注册地址	佛山市顺德区容桂容里居委会昌宝西路 3 号创和大厦 2 座 701 之二	

上述白天轮及其近亲属控制的企业中，广东哥登网络科技有限公司、佛山宝卡网络科技有限公司已有较长的运营历史，后续新设佛山市明朗电子商务有限公司、佛山市汇歌电子商务有限公司、眉山市浪漫岛电子商务有限公司与公司开展业务往来。具体销售产品情况如下：

公司名称	成立时间	运营历史	合作年限	主要销售公司产品	销售其他公司品牌产品情况
广东哥登网络科技有限公司	2011 年 09 月 09 日	7 年以上	4 年以上	加湿器、养生壶	美的空调、冰箱等、海氏 hauswirt 电烤箱、厨师机等
佛山市明朗电子商务有限公司	2014 年 04 月 14 日	4 年以上	4 年以上	加湿器、切碎机	-
佛山市汇歌电子商务有限公司	2014 年 06 月 12 日	4 年以上	4 年以上	养生壶、加湿器	-
眉山市浪漫岛电子商务有限公司	2014 年 04 月 21 日	4 年以上	4 年以上	切碎机	-
佛山宝卡网络科技有限公司	2012 年 07 月 02 日	6 年以上	4 年以上	煮茶器、养生壶	-

B、广东易积网络股份有限公司

成立时间	2008 年 04 月 25 日	
运营历史	10 年以上	
合作年限	4 年以上	
股权结构	股东	股权比例
	季攀	34.31%
	TEAM GRAND LIMITED	25.65%
	TBP YIJI ELECTRONICS HOLDINGS (HK) LIMITED	14.42%

	苗建防	6.61%
	张谨	4.83%
	深圳市易合投资发展企业(有限合伙)	3.63%
	广州市启赋创业投资合伙企业(有限合伙)	3.33%
	冯 演 祥 (FUNG YIN CHEUNG)	3.20%
	深圳市拉芳投资管理有限公司	2.22%
	广州市启赋聚通创业投资合伙企业(有限合伙)	1.80%
注册资本	3,000 万元人民币	
董事、监事、高级管理人员	季攀、曾峥、张逸、王珍、张谨、连萌、苗建防、王坤、陈碧容、皮汨源、朱桂龙、张强	
经营范围	化妆品及卫生用品批发;化妆品及卫生用品零售;婴儿用品批发;婴儿用品零售;厨房用具及日用杂品零售;清扫、清洗日用品零售;电子产品批发;电子产品零售;通讯设备及配套设备批发;软件零售;计算机零配件批发;计算机零配件零售;汽车零配件零售;汽车销售;汽车零配件批发;汽车充电模块销售;汽车零售;宠物专用品制造;生物防治技术推广服务;宠物美容服务(不含寄养、销售);电子商务信息咨询;互联网商品销售(许可审批类商品除外);宠物用品批发;供应链管理;无人机软硬件的技术开发、应用;环保设备批发;体育用品及器材批发;体育用品及器材零售;玩具批发;玩具零售;饲料零售;网络技术的研究、开发;计算机技术开发、技术服务;软件产品开发、生产;软件服务;广告业;美术图案设计服务;多媒体设计服务;仓储咨询服务;物流代理服务;运输货物打包服务;装卸搬运;场地租赁(不含仓储);婴儿推车及其零件制造;货物进出口(涉及外资准入特别管理规定和许可审批的商品除外);技术进出口;非许可类医疗器械经营;医疗用品及器材零售(不含药品及医疗器械);医疗设备租赁服务;生物医疗技术研究(人体干细胞、基因诊断与治疗技术除外);医疗技术推广服务;医疗技术咨询、交流服务;医疗设备维修;为医疗器械、设备、医疗卫生材料及用品提供专业清洗、消毒和灭菌;百货零售(食品、烟草制品零售除外);宠物用品零售;为电动汽车提供电池充电服务;能源技术研究、技术开发服务;可再生能源领域技术咨询、技术服务;智能机器系统技术服务;智能机器系统生产;智能机器系统销售;智能机器销售;市场营销策划服务;无人机的销售;物联网服务(电信公司除外);预包装食品批发;预包装食品零售;乳制品批发;乳制品零售;许可类医疗器械经营;保健食品零售(具体经营项目以《食品经营许可证》为准)(依法须经批准的项目,经相关部门批准后方可开展经营活动)	
注册地址	广州市天河区建中路 48-50 号第三层之一	

C、石家庄米淘网络科技有限公司及其关联公司

石家庄米淘网络科技有限公司和石家庄库巴商贸有限公司为董军控制的企业。

a. 石家庄米淘网络科技有限公司

成立时间	2014 年 7 月 28 日	
运营历史	4 年以上	
合作年限	4 年以上	
股权结构	股东	股权比例
	董军	60%
	马绍雨	40%
注册资本	300 万元人民币	
董事、监事、高级管理人员	董军、马绍雨	
经营范围	网络技术咨询;计算机软件的研发及服务;电子产品的技术研发及咨询;计算机软硬件、办公设备、电器、五金交电、日用百货、服装鞋帽、办公用品、预包装食品批发零售。(依法须经批准的项目,经相关部门批准后方可开展经营活动)	
注册地址	河北省石家庄市长安区沿西小区 19-5-101	

b. 石家庄库巴商贸有限公司

成立时间	2011 年 5 月 20 日	
运营历史	7 年以上	
合作年限	4 年以上	
股权结构	股东	股权比例
	董军	60%
	马绍雨	40%
注册资本	10 万元人民币	
董事、监事、高级管理人员	董军、马绍雨	
经营范围	家用电器、五金交电、日用百货、服装鞋帽、办公用品的销售。(法律法规规定需专项审批的,在未批准前不得开展经营活动)	
注册地址	河北省石家庄市长安区丰收路 9 号沿西小区 18 号楼 5 单元 101 室	

董军最初通过石家庄库巴商贸有限公司与公司业务往来,后来新设石家庄米淘网络科技有限公司继续在电商平台开设店铺销售发行人产品。具体销售产品情况如下:

公司名称	成立时间	运营历史	合作年限	主要销售公司产品
石家庄米淘网络科技有限公司	2014 年 7 月 28 日	4 年以上	4 年以上	切碎机、煮蛋器
石家庄库巴商贸有限公司	2011 年 5 月 20 日	7 年以上	4 年以上	切碎机、煮蛋器

D、永康市奥趣贸易有限公司及其关联公司

永康市奥趣贸易有限公司、上海荣裕贸易有限公司和金华西谷电子商务有限公司为黄飞荣和徐昭君夫妻控制的企业。

a. 永康市奥趣贸易有限公司

成立时间	2012 年 10 月 24 日	
运营历史	6 年以上	
合作年限	4 年以上	
股权结构	股东	股权比例
	黄飞荣	90%
	徐昭君	10%
注册资本	20 万元人民币	
董事、监事、高级管理人员	徐昭君、黄飞荣	
经营范围	家用电器、户外休闲用品、家居用具、日用五金制品、杯、健身器材、按摩器材(不含医疗器械)、日用百货(不含烟花爆竹)销售	
注册地址	浙江省永康市经济开发区曹园村北湖路 158 号	

b. 上海荣裕贸易有限公司

成立时间	2010 年 7 月 16 日	
运营历史	8 年以上	
合作年限	4 年以上	
股权结构	股东	股权比例
	徐昭君	51%
	黄飞荣	49%
注册资本	20 万元人民币	
董事、监事、高级管理人员	徐昭君、黄飞荣	
经营范围	销售家用电器, 健身器材, 工艺礼品, 体育用品。【依法须经批准的项目, 经相关部门批准后方可开展经营活动】	
注册地址	上海市虹口区临平路 8 号 502 室	

c. 金华西谷电子商务有限公司

成立时间	2015 年 7 月 21 日	
运营历史	3 年以上	
合作年限	3 年以上	
股权结构	股东	股权比例
	黄飞荣	50%
	徐昭君	50%
注册资本	120 万元人民币	
董事、监事、高级管理人员	徐昭君、黄飞荣	
经营范围	家用电器、家居用品、日用品百货、工艺品(除文物)网上批发和零售。	
注册地址	浙江省金华市婺城区八一北街 118 号汇金国际商务公寓 1 幢 2007 室	

黄飞荣和徐昭君夫妻控制的企业中, 永康市奥趣贸易有限公司、上海荣裕贸易有限公司已有较长的运营历史, 后续新设金华西谷电子商务有限公司与公司业务往来。具体销售产品情况如下:

公司名称	成立时间	运营历史	合作年限	主要销售公司产品	销售其他公司品牌产品情况
永康市奥趣贸易有限公司	2012年10月24日	6年以上	4年以上	打蛋器、豆芽机	-
上海荣裕贸易有限公司	2010年7月16日	8年以上	4年以上	打蛋器、电热水壶	-
金华西谷电子商务有限公司	2015年7月21日	3年以上	3年以上	打蛋器、电热水壶	志高取暖器、制冰机等

E、武汉宜家宜居商贸有限公司

成立时间	2011年1月7日	
运营历史	8年以上	
合作年限	4年以上	
股权结构	股东	股权比例
	张兴菊	50%
	谢冰芬	50%
注册资本	3万元人民币	
董事、监事、高级管理人员	谢冰芬、张兴菊	
经营范围	网上批零兼营家居用品、小家电、厨房用品、日用品、儿童玩具及服装。(依法须经批准的项目,经相关部门批准后方可开展经营活动)	
注册地址	武昌区宝通寺路39号百瑞景中央生活区二期(东区)第1幢31层2号房	

F、广东顺德思遥电子商务有限公司及其关联企业

广东顺德思遥电子商务有限公司和广东顺德慕齐电子商务有限公司为徐仁华及其亲属控制的企业。

a. 广东顺德思遥电子商务有限公司

成立时间	2014年04月14日	
运营历史	4年以上	
合作年限	4年以上	
股权结构	股东	股权比例
	徐仁华	75%
	朱明艺	25%
注册资本	50万元人民币	
董事、监事、高级管理人员	朱明艺、徐仁华	
经营范围	电子商务运营及策划;销售:日用电器;国内商业、物资供销业;网络科技开发与服务;上门安装;智能设备、五金产品。(依法须经批准的项目,经相关部门批准后方可开展经营活动)	
注册地址	佛山市顺德区大良北区环城路250号三层之一	

b. 广东顺德慕齐电子商务有限公司

成立时间	2017年02月27日
运营历史	1年以上

合作年限	1 年以上	
股权结构	股东	股权比例
	朱明艺	80%
	徐仁华	20%
注册资本	50 万元人民币	
董事、监事、高级管理人员	朱明艺、徐仁华	
经营范围	销售:日用电器;国内商业、物资供销业。	
注册地址	佛山市顺德区大良近良社区居民委员会延年路顺德雅居乐花园 35 座 1 梯 711	

徐仁华及其亲属控制的企业中,广东顺德思遥电子商务有限公司已有较长的运营历史,后续新设广东顺德慕齐电子商务有限公司与公司业务往来。具体销售产品情况如下:

公司名称	成立时间	运营历史	合作年限	主要销售公司产品
广东顺德思遥电子商务有限公司	2014 年 04 月 14 日	4 年以上	4 年以上	蒸煮饭盒、养生壶、电炖盅
广东顺德慕齐电子商务有限公司	2017 年 02 月 27 日	1 年以上	1 年以上	电炖盅、蒸煮饭盒、和面机

G、佛山市悠品电子商务有限公司及其关联企业

佛山市悠品电子商务有限公司和佛山市爱贝比网络科技有限公司为周勇成及其亲属控制的企业。

a. 佛山市悠品电子商务有限公司

成立时间	2014 年 05 月 19 日	
运营历史	4 年以上	
合作年限	4 年以上	
股权结构	股东	股权比例
	周勇成	70%
	周春成	30%
注册资本	100 万元人民币	
董事、监事、高级管理人员	周勇成、周春成	
经营范围	网上销售:家用电器;国内商业、物资供销业;信息技术服务;食品经营(凭有效许可证经营)。(依法须经批准的项目,经相关部门批准后方可开展经营活动)	
注册地址	佛山市顺德区大良近良鉴海南路美食城(后面)六福苑二层 B31 号	

b. 佛山市爱贝比网络科技有限公司

成立时间	2012 年 07 月 16 日	
运营历史	6 年以上	
合作年限	3 年以上	
股权结构	股东	股权比例

	张春梅	60%
	周勇成	40%
注册资本	100 万元人民币	
董事、监事、高级管理人员	张春梅、周勇成	
经营范围	主营:科学研究和技术服务业,互联网和相关服务,批发和零售业。经营范围涉及法律、行政法规和国务院决定禁止的,不得经营;应经许可的,凭有效许可证或批准文件经营。法律、行政法规和国务院决定未规定许可的,自主选择经营项目。	
注册地址	佛山市顺德区大良近良鉴海南路美食城(后面)六福苑首层 A05 号	

线上经销商主要通过天猫商城和京东 POP 等电商平台进行销售,最终销售去向为各大电商平台上的线上客户,销售区域集中在珠三角、长三角等经济发达地区。根据线上经销中的代发货模式最终客户数据,报告期内广东、江苏、浙江为各期销售地区的前三名。

④交易的背景和合理性

公司线上经销商的主营业务为小家电的销售,运营时间大部分超过 3 年,具有丰富电子商务运营经验,且主要通过天猫商城、京东商城等电商平台开设店铺销售公司产品。线上经销是发行人主要销售模式之一,公司通过充分利用经销商资源及经验优势,快速拓展线上销售渠道。随着电子商务在中国的迅猛发展,再加上第三方支付平台及网络支付安全性的完善,我国网络零售交易额增速大幅高于同期社会消费品零售整体增速,同期发行人线上经销收入亦呈上升趋势。

(2) 电商平台入仓模式下客户情况

①电商平台入仓前五大客户情况

报告期内公司电商平台入仓前五大客户情况如下:

单位: 万元

2018 年度			
序号	客户名称	金额	占营业收入比例
1	北京京东世纪贸易有限公司	51,511.61	25.24%
2	唯品会(中国)有限公司	8,183.82	4.01%
3	苏宁易购集团股份有限公司苏宁采购中心	4,525.10	2.22%
	重庆猫宁电子商务有限公司	91.52	0.04%
	小计	4,616.62	2.26%
4	平安健康互联网股份有限公司上海分公司	1,299.76	0.64%
5	杭州昊超电子商务有限公司	81.21	0.04%
	深圳市一达通跨境电商服务有限公司	33.11	0.02%
	天津天猫电子商务有限公司	21.92	0.01%
	浙江天猫供应链管理有限公司	20.80	0.01%

	小计	157.04	0.08%
	合计	65,768.85	32.22%
2017 年度			
序号	客户名称	金额	占营业收入比例
1	北京京东世纪贸易有限公司	40,684.61	24.71%
	上海智奥一号店信息技术有限公司	264.08	0.16%
	小计	40,948.69	24.87%
2	唯品会（中国）有限公司	7,220.44	4.39%
3	苏宁易购集团股份有限公司苏宁采购中心	3,177.14	1.93%
4	平安健康互联网股份有限公司上海分公司	790.77	0.48%
5	纽海信息技术（上海）有限公司	344.39	0.21%
	合计	52,481.42	31.87%
2016 年度			
序号	客户名称	金额	占营业收入比例
1	北京京东世纪贸易有限公司	29,854.51	28.32%
2	唯品会（中国）有限公司	6,060.05	5.75%
3	苏宁易购集团股份有限公司苏宁采购中心	1,473.84	1.40%
4	纽海信息技术（上海）有限公司	1,007.20	0.96%
5	平安健康互联网股份有限公司上海分公司	160.68	0.15%
	合计	38,556.28	36.57%

注：上表金额为客户在电商平台入仓模式下实现的收入，不含客户在其他销售模式下及销售配件实现的收入。

②电商平台入仓前五大客户变动情况

报告期内，公司电商平台主要客户 2017 年度和 2016 年度相比，未发生变化；2018 年度相比 2017 年度，公司新增电商平台入仓客户杭州昊超电子商务有限公司、深圳市一达通跨境电商服务有限公司、天津天猫电子商务有限公司和浙江天猫供应链管理有限公司，上述企业均为淘宝中国控股有限公司控制的企业，相应的电商平台分别为天猫精灵智能生活店、天猫全球官方店、天猫优品店和天猫超市。

③报告期各期公司电商平台入仓前五大客户及对应电商平台情况

报告期各期公司主要电商平台客户及对应平台如下：

序号	公司名称	电商平台
1	北京京东世纪贸易有限公司及其关联公司	京东商城
2	上海智奥一号店信息技术有限公司	1 号店
3	唯品会（中国）有限公司	唯品会
4	苏宁易购集团股份有限公司苏宁采购中心、重庆猫宁电子商务有限公司	苏宁易购
5	纽海信息技术（上海）有限公司	1 号店
6	平安健康互联网股份有限公司上海分公司	平安好医生
7	杭州昊超电子商务有限公司、深圳市一达通跨境电	天猫精灵智能生活店、天猫全

	商服务有限公司、天津天猫电子商务有限公司、浙江天猫供应链管理有限公司	球官方店、天猫优品店、天猫超市
--	------------------------------------	-----------------

注：1 号店在被京东收购之前的运营主体为纽海信息技术（上海）有限公司，收购后业务运营主体为上海智奥一号店信息技术有限公司。

电商平台入仓模式下，公司将产品直接销售给京东、唯品会、苏宁易购等，由该等电商在自身平台上销售公司的产品，最终销售去向为各平台的线上客户，具体分布与各平台的活跃用户群体的分布地区相关。

④交易的背景和合理性

电商平台入仓模式下，各公司通过其自有电商平台销售公司产品，如北京京东世纪贸易有限公司其电商平台为“京东商城”、唯品会（中国）有限公司其电商平台为“唯品会”等。该模式下，公司与电商平台对接销售及物流，但不直接面对终端消费者。上述电商平台都是国内主要电商平台或新兴且有影响力的平台，具有流量、营销方面等优势，因此公司选择上述电商平台以电商平台入仓模式进行销售。

（3）线上直销模式下客户情况

线上直销模式下，公司直接面向最终消费者，并委托第三方物流向其提供配送及退换货等服务。公司主要通过第三方 B2C 平台（天猫商城、京东 POP 店、拼多多等）开设自营店铺进行直接销售。线上直销主要客户情况详见本节之“一、发行人的主营业务、主要产品”之“（五）发行人主要产品生产和销售情况”之“6、不同线上销售方式下（线上直销和线上经销-代发）的电商客户情况”。

（4）线下经销模式下客户情况

①线下经销前五大客户情况

报告期各期公司线下经销前五大客户情况如下：

单位：万元

2018 年度			
序号	客户名称	金额	占营业收入比例
1	上海赉珂博工业设备有限公司	1,182.02	0.58%
2	北京利特倍尔科贸有限公司	581.85	0.29%
3	郑州泓炎翔商贸有限公司	464.20	0.23%
4	石家庄奥世圣华商贸有限公司	315.62	0.15%
5	深圳市美华联电子有限公司	305.30	0.15%
合计		2,848.99	1.40%
2017 年度			

序号	客户名称	金额	占营业收入比例
1	北京利特倍尔科贸有限公司	896.52	0.54%
2	上海赉珂博工业设备有限公司	475.07	0.29%
3	上海品库商贸有限公司	398.73	0.24%
4	上海玉莎商贸有限公司	289.11	0.18%
5	济南晟德万佳商贸有限公司	271.83	0.17%
合计		2,331.26	1.42%
2016 年度			
序号	客户名称	金额	占营业收入比例
1	北京利特倍尔科贸有限公司	732.77	0.70%
2	上海玉莎商贸有限公司	304.65	0.29%
3	石家庄自留地带商贸有限公司	275.19	0.26%
4	上海品库商贸有限公司	232.74	0.22%
5	郑州泓炎翔商贸有限公司	219.52	0.21%
合计		1,764.87	1.67%

注：上表金额为客户在线下经销模式下实现的收入，不含客户在其他销售模式下及销售配件实现的收入。

②线下经销前五大客户变动情况

2018 年度比 2017 年度		
变动情况	客户名称	变动原因
进入前五的客户	郑州泓炎翔商贸有限公司	2018 年度，该客户和公司交易金额上升，成为发行人第三大线下经销客户，2017 年度为公司线下经销模式第九大客户。
	石家庄奥世圣华商贸有限公司	该客户为 2018 年度公司新增线下经销商。
	深圳市美华联电子有限公司	2018 年度，该客户和公司交易金额上升，成为发行人第五大线下经销客户，2017 年度为公司线下经销模式第二十四大客户。
退出前五的客户	上海品库商贸有限公司	2018 年度，其他客户与公司的交易金额增长相对较快，该公司退出线下经销前五排名。
	上海玉莎商贸有限公司	2018 年度，其他客户与公司的交易金额增长相对较快，该公司本期为线下经销模式下第七大客户。
	济南晟德万佳商贸有限公司	2018 年度，其他客户与公司的交易金额增长相对较快，该公司本期排名下降。
2017 年度比 2016 年度		
变动情况	客户名称	变动原因
进入前五的客户	上海赉珂博工业设备有限公司	2017 年度，该客户和公司交易金额上升，再次成为发行人前五大线下经销客户。
	济南晟德万佳商贸有限公司	2017 年度，该客户和公司交易金额上升，成为发行人第五大线下经销客户，2016 年度为公司线下经销模式第十大客户。
退出前五的客户	石家庄自留地带商贸有限公司	2017 年度，其他客户与公司的交易金额增长相对较快，该公司本年度成为线下经销模式下第六大客户。
	郑州泓炎翔商贸有限公司	2017 年度，其他客户与公司的交易金额增长相对较快，该公司本年度成为线下经销模式下第九大客户。

③交易的背景和合理性

上述线下经销商主营业务为小家电的销售。线下经销是公司销售渠道的重要

补充，多年来公司不断加强线下经销网络的覆盖，开发出一批在礼品渠道、积分渠道、商超、药店等线下渠道具有资源和经验优势的经销商。在线下经销模式下，经销商向公司采购产品，利用其自身资源和经验优势在商超、药店等经营场所或通过大型企业的积分或礼品渠道对公司产品进行最终销售。公司通过线下经销将产品渗透至线下流通渠道，加速线上线下融合发展。

(5) 出口销售模式下客户情况

①出口销售前五大客户情况

报告期各期公司出口销售前五大客户情况如下：

单位：万元

2018 年度			
序号	客户名称	金额	占营业收入比例
1	Black&Decker Do Brasil Ltda	355.21	0.17%
	Black&Decker Global Holdings SARL	327.61	0.16%
	小计	682.82	0.33%
2	Texton International Ltd	483.65	0.24%
3	IRMC LLC	439.79	0.22%
4	NAMYANG KITCHEN FLOWER CO.,LTD	387.44	0.19%
5	JOONGSAN INDUSTRIAL CO.,LTD	362.48	0.18%
合计		2,356.18	1.15%
2017 年度			
序号	客户名称	金额	占营业收入比例
1	Texton International Ltd	847.64	0.51%
2	Black&Decker Global Holdings SARL	292.66	0.18%
	Black&Decker Do Brasil Ltda	168.18	0.10%
	小计	460.84	0.28%
3	IRMC LLC	290.71	0.18%
4	OHYAMA CO., LTD	249.21	0.15%
5	JOONGSAN INDUSTRIAL CO.,LTD	137.42	0.08%
合计		1,985.82	1.21%
2016 年度			
序号	客户名称	金额	占营业收入比例
1	Texton International Ltd	583.60	0.55%
2	Black&Decker Global Holdings SARL	190.04	0.18%
	Black&Decker Do Brasil Ltda	79.49	0.08%
	小计	269.53	0.26%
3	E.P.S.A Corporation Ltd	159.18	0.15%
4	JOONGSAN INDUSTRIAL CO.,LTD	141.77	0.13%
5	IRMC LLC	101.44	0.10%
合计		1,255.52	1.19%

注：上表金额为客户在出口销售模式下实现的收入，不含客户在其他销售模式下及销售配件实现的收入。

②出口销售前五大客户变动情况

2018 年度比 2017 年度		
变动情况	客户名称	变动原因
进入前五的客户	NAMYANG KITCHEN FLOWER CO.,LTD	2018 年度，该客户和公司交易金额上升，成为发行人第四大出口客户，该公司为公司 2017 年度出口销售模式下第二十五大客户。
退出前五的客户	OHYAMA CO., LTD	2018 年度，其他客户与公司的交易金额增长相对较快，该公司 2018 年度为出口销售模式下第二十二大客户。
2017 年度比 2016 年度		
变动情况	客户名称	变动原因
进入前五的客户	OHYAMA CO., LTD	2017 年度，该客户和公司交易金额上升，成为发行人第四大出口客户。2016 年度，该公司为发行人第六大出口销售客户。
退出前五的客户	E.P.S.A Corporation Ltd	2017 年度，其他客户与公司的交易金额增长相对较快，该公司本年度成为出口销售模式下第八大客户。

③交易的背景和合理性

上述出口销售客户主营业务之一为商品进出口销售，其通过选择优秀的产品生产商为其贴牌生产。公司通过参加广交会等展会以及查询跨境电商名录对优秀的海外小家电商或小家电渠道商进行开发，目前已形成一定的销售规模。公司出口销售主要为 ODM/OEM 模式，在出口销售模式下，公司按照国外品牌运营商要求进行产品生产，并发货至客户指定地点进行产品出口销售。公司出口销售是实施全渠道运营的重要补充，目前公司出口销售业务仍处于起步阶段，占公司营业收入的比例小。随着公司外销业务的不断拓展，预计未来销售规模会逐步扩大。

6、不同线上销售方式下（线上直销和线上经销-代发）的电商客户情况

（1）报告期内发行人不同线上销售方式下电商客户的人均消费、地区分布、发货分布情况

①报告期内发行人不同线上销售方式下的电商客户的人均消费情况

a. 线上直销

项目	2018 年度		2017 年度		2016 年度
	金额/个数	增速	金额/个数	增速	金额/个数
销售收入（万元）	20,137.19	27.56%	15,785.92	59.61%	9,890.35
销售量（台）	2,179,595	30.39%	1,671,568	67.88%	995,673
客户数（个）	1,785,466	47.61%	1,209,553	64.51%	735,225
人均消费金额（元/人）	112.78	-13.59%	130.51	-2.98%	134.52
人均消费台数（台/人）	1.22	-11.59%	1.38	2.22%	1.35

注：“不同线上销售方式下（线上直销和线上经销-代发）的电商客户情况”该部分数据均为含税金额，且为未经审计运营数据。数据取自于公司富润系统的运营数据，其中包含

两种线上销售模式（线上直销和线上经销-代发货），下同。

b. 线上经销-代发货

项目	2018 年度		2017 年度		2016 年度
	金额/个数	增速	金额/个数	增速	金额/个数
销售收入（万元）	28,871.71	0.26%	28,798.27	51.59%	18,997.48
销售量（台）	2,286,983	-5.51%	2,420,404	43.85%	1,682,638
客户数（个）	1,906,184	-5.54%	2,018,048	46.17%	1,380,570
人均消费金额（元/人）	151.46	6.14%	142.70	3.70%	137.61
人均消费台数（台/人）	1.20	0.00%	1.20	-1.64%	1.22

根据上表可知，公司主要销售方式为线上经销-代发货从销售收入、销量、客户数量、人均消费金额均高于直销方式。公司主打产品价格区间为 0-200 元，两种方式人均消费金额都在此价格区间。

②报告期内发行人不同线上销售模式下电商客户的地区分布情况

根据收货分布统计，不同线上销售模式下电商客户的地区分布情况如下：

a. 线上直销

单位：万元

地区分布	2018 年度	
	金额	占比
广东	2,748.66	13.65%
江苏	1,671.19	8.30%
浙江	1,420.67	7.05%
山东	1,072.12	5.32%
北京	1,070.39	5.32%
上海	908.08	4.51%
四川	864.50	4.29%
河南	854.26	4.24%
湖北	798.02	3.96%
湖南	722.91	3.59%
其他	8,006.37	39.76%
合计	20,137.19	100.00%
地区分布	2017 年度	
	金额	占比
广东	2,258.00	14.30%
江苏	1,245.60	7.89%
浙江	1,026.34	6.50%
河南	814.58	5.16%
山东	701.93	4.45%
上海	696.75	4.41%
四川	685.06	4.34%
北京	670.41	4.25%

湖北	645.88	4.09%
湖南	608.11	3.85%
其他	6,433.25	40.75%
合计	15,785.92	100.00%
地区分布	2016 年度	
	金额	占比
广东	1,822.86	18.43%
江苏	806.65	8.16%
浙江	622.09	6.29%
北京	603.56	6.10%
上海	554.81	5.61%
山东	462.28	4.67%
福建	417.64	4.22%
湖南	406.99	4.12%
四川	405.71	4.10%
湖北	390.10	3.94%
其他	3,397.65	34.35%
合计	9,890.35	100.00%

b. 线上经销-代发货

单位：万元

地区分布	2018年度	
	金额	占比
广东	4,010.96	13.89%
江苏	2,567.20	8.89%
浙江	2,248.25	7.79%
上海	1,649.09	5.71%
山东	1,634.27	5.66%
北京	1,340.60	4.64%
河南	1,305.47	4.52%
福建	1,220.50	4.23%
湖北	1,065.02	3.69%
湖南	1,037.00	3.59%
其他	10,793.36	37.38%
合计	28,871.71	100.00%
地区分布	2017 年度	
	金额	占比
广东	4,005.59	13.91%
江苏	2,606.36	9.05%
浙江	2,227.87	7.74%
山东	1,738.96	6.04%
上海	1,608.30	5.58%
北京	1,319.24	4.58%
河南	1,226.99	4.26%
福建	1,220.63	4.24%
四川	1,052.80	3.66%

湖南	1,029.34	3.57%
其他	10,762.18	37.37%
合计	28,798.27	100.00%
地区分布	2016 年度	
	金额	占比
广东	2,630.47	13.85%
江苏	1,782.00	9.38%
浙江	1,506.84	7.93%
上海	1,067.41	5.62%
山东	1,030.55	5.42%
北京	814.34	4.29%
福建	796.45	4.19%
河南	759.35	4.00%
湖南	752.38	3.96%
四川	686.10	3.61%
其他	7,171.59	37.75%
合计	18,997.48	100.00%

根据上表可知，发行人小家电产品主要销售区域集中在长三角、珠三角等经济发达地区。报告期内广东、江苏、浙江稳定在销售地区的前三名。

线上直销模式下，报告期内，上述三个地区销售金额占比分别为 32.88%、28.69%和 29.00%；线上经销-代发货模式下，上述三个地区销售金额占比较为稳定，报告期内分别为 31.16%、30.70%和 30.57%，上述地区未见明显异常。

综上所述，报告期内，公司不同线上销售模式下电商客户的人均消费金额、地区分布情况与主打产品价格区间、区域购买能力等信息一致，未见异常情况。

（2）不同线上销售方式下电商客户按消费金额分层列示消费购买习惯情况

通过将线上直销和线上经销-代发货两种销售方式下的电商客户按照订单金额进行划分，可显示公司主要客户群的消费行为与消费习惯。下表列示了报告期内公司线上电商客户按 0-100 元、100-200 元、200-300 元、300-400 元、400-500、500 元以上进行分层的消费情况。公司主打产品主要为电炖盅、养生壶、加湿器、电热饭盒、煮蛋器等，含税售价区间主要为 0-100 和 100-200 元，价格在 200 元以上的产品亦较少，主要为多功能电炖锅、烘干机、加湿器、电烤箱、多功能料理机等产品。

①分层披露客户数量及占比

a. 线上直销

单位：个

层级（元）	2018 年度		2017 年度		2016 年度	
	人数	占比	人数	占比	人数	占比
0-100	895,587.00	50.16%	598,700	49.50%	389,310	52.95%
100-200	771,166.00	43.19%	484,719	40.07%	269,458	36.65%
200-300	82,975.00	4.65%	91,792	7.59%	50,727	6.90%
300-400	19,671.00	1.10%	18,954	1.57%	13,052	1.78%
400-500	6,303.00	0.35%	6,510	0.54%	4,595	0.62%
500 以上	9,764.00	0.55%	8,878	0.73%	8,083	1.10%
合计	1,785,466.00	100.00%	1,209,553	100.00%	735,225	100.00%

b. 线上经销-代发

单位：个

层级（元）	2018 年度		2017 年度		2016 年度	
	人数	占比	人数	占比	人数	占比
0-100	671,495	35.23%	867,599	42.99%	665,521	48.21%
100-200	904,630	47.46%	856,291	42.43%	532,379	38.56%
200-300	233,000	12.22%	199,423	9.88%	113,607	8.23%
300-400	50,676	2.66%	50,542	2.50%	37,351	2.71%
400-500	18,686	0.98%	18,221	0.90%	12,880	0.93%
500 以上	27,697	1.45%	25,972	1.29%	18,832	1.36%
合计	1,906,184	100.00%	2,018,048	100.00%	1,380,570	100.00%

公司线上直销的电商客户全年消费金额区间主要为 0-100 元，其次为 100-200 元，线上经销-代发发货的电商客户全年消费金额区间主要为 100-200 元，其次为 0-100 元。

报告期内，线上直销的电商客户消费金额位于 0-100 元区间的客户数占总客户数比例分别为 52.95%、49.50%和 50.16%，100-200 元区间的客户数占总客户数比例分别为 36.65%、40.07%和 43.19%；

报告期内，线上经销-代发发货的电商客户消费金额位于 0-100 元区间的客户数占总客户数比例分别为 48.21%、42.99%和 35.23%，100-200 元区间的客户数占总客户数比例分别为 38.56%、42.43%和 47.46%；

消费金额位于 0-100 元区间客户数量占比呈逐年下降趋势，消费金额位于 100-200 元区间客户数量占比呈逐年上升趋势。两种线上销售方式电商客户全年消费金额区间与公司主要产品价格区间基本一致。

②分层披露购买次数情况

a. 线上直销

单位：次

层级（元）	2018 年度		2017 年度		2016 年度	
	次数	占比	次数	占比	次数	占比
0-100	951,895	47.56%	730,338	49.39%	428,274	47.27%
100-200	827,599	41.35%	532,333	36.00%	335,539	37.03%
200-300	126,448	6.32%	132,063	8.93%	78,832	8.70%
300-400	39,525	1.97%	37,306	2.52%	25,942	2.86%
400-500	15,977	0.80%	15,797	1.07%	11,001	1.21%
500 以上	39,868	1.99%	31,024	2.10%	26,453	2.92%
合计	2,001,312	100.00%	1,478,861	100.00%	906,041	100.00%

b. 线上经销-代发

单位：次

层级（元）	2018 年度		2017 年度		2016 年度	
	次数	占比	次数	占比	次数	占比
0-100	672,688	31.52%	869,061	38.31%	667,599	43.07%
100-200	940,983	44.10%	905,503	39.92%	573,875	37.02%
200-300	298,972	14.01%	274,857	12.12%	159,733	10.31%
300-400	90,217	4.23%	91,701	4.04%	63,047	4.07%
400-500	41,648	1.95%	42,110	1.86%	27,813	1.79%
500 以上	89,323	4.19%	85,095	3.75%	57,984	3.74%
合计	2,133,831	100.00%	2,268,327	100.00%	1,550,051	100.00%

购买次数（订单数）的占比分布和客户数量的占比分布基本一致。其中，报告期内，线上直销方式下全年消费金额在 0-100 元的购买次数最多；线上经销-代发方式下 2017 年和 2018 年度，全年消费金额在 100-200 元之间的客户购买次数最多。

③分层披露购买间隔情况

a. 线上直销

单位：月

层级（元）	2018 年度	2017 年度	2016 年度
0-100	11.29	9.84	10.91
100-200	11.18	10.93	9.64
200-300	7.87	8.34	7.72
300-400	5.97	6.10	6.04
400-500	4.73	4.95	5.01
500 以上	2.94	3.43	3.67
加权平均	10.71	9.81	9.74

b. 线上经销-代发

单位：月

层级（元）	2018 年度	2017 年度	2016 年度
0-100	11.98	11.98	11.96
100-200	11.54	11.35	11.13
200-300	9.35	8.71	8.53
300-400	6.74	6.61	7.11
400-500	5.38	5.19	5.56
500 以上	3.72	3.66	3.79
加权平均	10.72	10.68	10.68

注：购买间隔=12/（订单数/客户数），此处客户数（ID 数）与上文口径一致，即本年度发生购买行为的客户数

消费者购买产品的间隔较长，符合小家用电器的消费习惯，且年度消费金额在各层级的客户其购买频率基本相同。线上直销方式的购买间隔与线上经销-代发方式的购买间隔基本一致。

④分层次均消费额情况

a. 线上直销

单位：元

层级（元）	2018 年度		2017 年度		2016 年度
	金额	变动率	金额	变动率	金额
0-100	67.87	3.37%	65.66	-9.12%	72.25
100-200	136.83	4.68%	130.71	14.55%	114.11
200-300	163.68	-6.89%	175.80	8.44%	162.12
300-400	172.05	-2.40%	176.28	-0.15%	176.54
400-500	177.10	-3.92%	184.33	-2.56%	189.17
500 以上	342.95	-3.33%	354.77	-8.26%	386.73
总次均购买金额	110.85	1.72%	108.98	-0.16%	109.16

b. 线上经销-代发

单位：元

层级（元）	2018 年度		2017 年度		2016 年度
	金额	变动率	金额	变动率	金额
0-100	76.78	-1.17%	77.69	5.76%	73.46
100-200	130.97	0.61%	130.17	1.32%	128.48
200-300	187.67	7.37%	174.78	1.20%	172.71
300-400	194.37	2.70%	189.26	-6.15%	201.66
400-500	202.30	4.76%	193.10	-6.95%	207.53
500 以上	355.53	4.06%	341.66	-6.25%	364.42
总次均购买金额	135.30	6.57%	126.96	-0.65%	127.79

两种销售方式下相同层级的消费者次均消费金额在报告期内基本保持稳定，不同层级的消费者，线上直销和线上经销-代发两种方式均和公司主打价格区间一致。

(3) 线上直销门店开店情况、单店收入、购买数量、消费次数、客单量、消费金额等，单个客户单次消费金额较高以及消费频次较高的原因及合理性，是否存在平台刷单、虚构销售等情形

①线上直销门店开店情况、单店收入、购买数量、消费次数

报告期内，发行人分别开设了 53 家、48 家和 22 家店铺，其中主要收入来源于公司在天猫商城和京东商城开设的店铺，天猫商城主要开设了小熊艾萌专卖店、小熊悦享专卖店和小熊瑞翌专卖店 3 家店铺，京东商城主要开设了小熊瑞翌专卖店、小熊官方旗舰店和小熊艾萌专卖店 3 家店铺；其他平台的店铺数量较多，但实现收入较少，主要原因是：近几年随着新兴电商平台的快速发展，公司积极布局新兴电商平台，充分将公司产品渗透到各个渠道进行销售推广，实现全渠道运营的销售模式，但新兴电商平台的流量相比传统电商平台渠道存在一定差距，经营稳定性较差，规模较小。

报告期内，发行人线上直销门店开店情况、单店收入、购买数量和消费次数具体情况如下：

2018 年度				
电商平台	店铺名称	单店收入/消费金额（万元）	购买数量（台）	消费次数（次）
天猫商城	小熊艾萌专卖店	1,114.72	105,456	95,020
	小熊悦享专卖店	3,940.03	401,111	347,740
	小熊瑞翌专卖店	6,910.76	627,359	598,917
京东商城	小熊瑞翌专卖店	297.35	24,624	20,170
	小熊官方旗舰店	4,762.75	367,164	300,688
	小熊艾萌专卖店	302.25	29,994	24,924
拼多多	小熊电器官方旗舰店	974.66	178,319	171,828
苏宁易购	苏宁旗舰店	170.79	15,472	14,370
其他	贝店、华为商城等 14 家	825.23	241,442.00	172,720.00
2017 年度				
电商平台	店铺名称	单店收入/消费金额（万元）	购买数量（台）	消费次数（次）
天猫商城	小熊艾萌专卖店	479.30	40,365	37,744
	小熊悦享专卖店	2,282.08	220,832	163,363
	小熊瑞翌专卖店	7,232.54	721,274	565,103
京东商城	小熊瑞翌专卖店	291.29	28,446	20,012
	小熊官方旗舰店	2,783.10	276,863	178,282
	小熊艾萌专卖店	6.83	438	323
拼多多	小熊电器官方旗舰店	1,729.02	225,059	217,828
苏宁易购	苏宁旗舰店	405.71	35,324	28,275
其他	贝店、华为商城等 40 家	478.57	44,543.00	37,099.00

2016 年度				
电商平台	店铺名称	单店收入/消费金额（万元）	购买数量（台）	消费次数（次）
天猫商城	小熊艾萌专卖店	341.39	31,472	29,036
	小熊悦享专卖店	1,676.46	177,298	147,368
	小熊瑞翌专卖店	2,481.81	262,787	197,257
京东商城	小熊瑞翌专卖店	200.15	15,486	13,349
	小熊官方旗舰店	2,501.55	247,821	161,281
	小熊艾萌专卖店	196.02	11,539	9,613
拼多多	小熊电器官方旗舰店	911.84	111,123	106,564
苏宁易购	苏宁旗舰店	428.91	34,686	26,613
其他	贝店、华为商城等 45 家	1,205.72	108,586.00	95,520.00

②客单量分布情况

报告期内，发行人客单量分层分布数量及占比情况如下：

客单量层级（台）	2018 年度		2017 年度		2016 年度	
	数量（个）	占比	数量（个）	占比	数量（个）	占比
0-20	3,804,725	99.98%	3,441,397	99.99%	2,301,578	99.99%
20-50	370	0.01%	162	0.00%	150	0.01%
50-100	196	0.01%	22	0.00%	35	0.00%
100 以上	66	0.00%	15	0.00%	7	0.00%
合计	3,805,357	100.00%	3,441,596	100.00%	2,301,770	100.00%

从上表可知，发行人线上直销客单量集中在 0-20 台的区间，报告期内占比分别为 99.99%、99.99%和 99.98%，客单量数据未见明显异常的客户。对客单量较大的客户抽样回访，确认为正常采购订单，多数为员工福利，礼品，赠品等用途，未见明显的异常订单。

③单个客户单次消费金额分布情况

报告期内，发行人单个客户单次消费金额分层客户数及占比情况如下：

单个客户 单次消费 金额层级 （元）	2018 年度		2017 年度		2016 年度	
	客户数（个）	占比	客户数（个）	占比	客户数（个）	占比
0-100	1,741,755	46.75%	1,642,638	48.35%	1,214,958	53.05%
100-200	1,652,100	44.34%	1,455,014	42.83%	886,499	38.71%
200-300	267,828	7.19%	239,240	7.04%	133,023	5.81%
300-400	35,026	0.94%	34,835	1.03%	31,733	1.39%
400-500	8,224	0.22%	7,808	0.23%	7,669	0.33%
500 以上	21,010	0.56%	17,622	0.52%	16,292	0.71%
合计	3,725,943	100.00%	3,397,157	100.00%	2,290,174	100.00%

报告期内，线上直销的电商客户单次消费金额位于 0-200 元区间的客户数占

总客户数比例分别为 91.76%、91.18%和 91.09%，线上直销的电商客户全年消费金额区间与公司主要产品价格区间基本一致；单次消费 200 元以上区间的客户数占总客户数的比例分别为 8.24%、8.82%和 8.91%，占比较低，与公司高价产品数量较少一致。

从上表可知，发行人单个客户单次消费金额分散，未见明显异常客户。不存在平台刷单、虚构销售等情形。

④单个客户消费频次分布情况

报告期内，发行人单个客户消费频次及占比情况如下：

单个客户消费频次层级 (次)	2018 年度		2017 年度		2016 年度	
	客户数 (个)	占比	客户数 (个)	占比	客户数(个)	占比
0-20	3,455,884	99.99%	3,109,357	99.99%	2,106,146	99.99%
20-50	300	0.01%	195	0.01%	170	0.01%
50-100	79	0.00%	32	0.00%	26	0.00%
100 以上	27	0.00%	11	0.00%	6	0.00%
合计	3,456,290	100.00%	3,109,595	100.00%	2,106,348	100.00%

从上表可知，发行人线上直销客单量集中在 0-20 次的区间，报告期内占比为 99.99%、99.99%和 99.99%，发行人电商客户单个客户消费次数合理，符合产品使用特性，未见明显异常的客户，不存在平台刷单、虚构销售等情形。

少量客户消费次数较高的主要原因是企业客户通过线上渠道批量采购，用于礼品、赠品用途，购买数量较多，当部分平台（例如拼多多）推出满减促销优惠活动时，该类客户为了多次享受满减促销优惠，选择将一个大订单分成多个小订单下单。

7、线上经销自发货模式前二十大经销商以及新增前十大经销商、线下经销前十大经销商的发货情况、期末库存情况、执行先款后货政策情况、期后退换货情况

(1) 线上经销自发货模式前二十大经销商

报告期内公司自发货模式前二十大经销商发货情况、期末库存如下：

单位：万元

序号	经销商名称	2018.12.31			2017.12.31			2016.12.31		
		库存金额	发货金额	占比	库存金额	发货金额	占比	库存金额	发货金额	占比
1	广东哥登网络科技有限公司及其关联公司	1,338.78	19,561.08	6.84%	1,495.35	22,134.76	6.76%	1,030.58	11,193.21	9.21%
2	广东易积网络股份有限公司	1,134.24	5,207.93	21.78%	697.47	2,595.98	26.87%	256.24	2,270.50	11.29%
3	石家庄米淘网络科技有限公司及其关联公司	353.45	2,653.32	13.32%	220.00	4,794.39	4.59%	127.00	3,544.78	3.58%
4	武汉宜家宜居商贸有限公司	431.03	4,607.31	9.36%	405.85	4,068.90	9.97%	612.78	2,057.93	29.78%
5	广东顺德思遥电子商务有限公司及其关联公司	329.31	4,676.83	7.04%	12.50	2,851.79	0.44%	5.00	1,341.02	0.37%
6	佛山市飞神贸易有限公司	10.10	1,448.13	0.70%	41.13	546.21	7.53%	0.44	6.09	7.22%
7	温州市尚拓贸易有限公司	69.35	1,027.46	6.75%	56.23	772.01	7.28%	39.66	537.77	7.37%
8	湖州立雷电器有限公司	31.88	752.53	4.24%	51.72	839.19	6.16%	38.79	449.11	8.64%
9	广东顺德乐品科技发展有限公司	1.66	66.28	2.50%	48.85	144.84	33.73%	115.61	571.17	20.24%
10	永康市奥趣贸易有限公司及其关联公司	217.24	3,172.84	6.85%	-	4,535.39	-	-	3,177.11	-
11	佛山市悠品电子商务有限公司及其关联公司	549.13	5,174.09	10.61%	-	2,930.99	-	-	779.16	-
12	浙江曼琦电子商务有限公司及其关联公司	356.81	4,789.61	7.45%	-	3,010.36	-	-	1,168.61	-
13	石家庄两只老虎电子商务有限公司及其关联公司	456.90	3,864.47	11.82%	17.24	858.64	2.01%	-	-	-
14	苍南县百洋贸易有限公司	182.73	3,020.38	6.05%	-	2,265.07	-	-	1,231.68	-
15	成都英百瑞诚科技有限公司及其关联公司	-	1,610.13	-	-	1,369.62	-	-	317.75	-

16	上海清致电子商务有限公司	39.31	1,490.58	2.64%	-	254.32	-	-	-	-
17	河南威酷商贸有限公司	259.12	1,531.90	16.91%	-	179.15	-	-	-	-
18	南京凯元电器贸易有限公司	135.49	1,163.98	11.64%	-	958.62	-	-	583.59	-
19	深圳市北领科技物流有限公司上海分公司	97.03	1,096.56	8.85%	-	-	-	-	-	-
20	芜湖市千鸟电子商务有限公司	-	811.92	-	-	1,323.56	-	-	233.53	-
21	武汉荆天电子商务有限公司	78.03	740.45	10.54%	-	155.02	-	-	-	-
22	广东天物新材料科技有限公司	-	37.20	-	-	1,574.08	-	-	-	-
23	盐城悦尚商贸有限公司	9.79	601.12	1.63%	-	795.88	-	-	637.31	-
24	北京佳盼商贸有限公司	-	698.05	-	-	689.65	-	-	365.92	-
25	安徽妙想商贸有限公司及其关联公司	51.72	678.21	7.63%	-	598.47	-	-	-	-
26	南京瑞之雪百货贸易有限公司	-	312.01	-	-	437.61	-	-	345.57	-
27	合肥怀恩商贸有限公司	-	1.55	-	-	14.43	-	-	202.22	-
合计		6,133.10	70,795.92	8.66%	3,046.34	60,698.93	5.02%	2,226.10	31,014.03	7.18%

上述客户回函情况如下：

单位：万元

项 目	2018 年度	2017 年度	2016 年度
发货金额	70,795.92	60,698.93	31,014.03
回函确认金额（库存回函经销商的发货金额）	67,325.06	39,606.71	21,971.58
回函占发函比例	95.10%	65.25%	70.84%

由上述表格可知，2016 年度、2017 年度库存回函占发货金额比例较低的主要原因是：经销商与公司 2016 年度和 2017 年度发生交易，时间较长，客户未对库存函证进行回函，导致回函率较低；但 2016 年和 2017 年上述经销商期后退换货率分别为 1.41%和 1.38%，退换货比例较低，不存在利用允许退货期向经销商囤货、压货以提前确认收入的情形。

2018 年度经销商回函占发函比例较高，库存金额占发货金额比例为 8.66%，相比 2016 年度和 2017 年度比例较高的主要原因是：2018 年度公司和经销商交易时间较近，回函比例为 95.10%，导致库存占比较高，但 2018 年度期后 2019 年 1-4 月退换货率 2.19%，退换货率较低，且公司对年度退换货率超过 2%后的退换货按出厂价的 3 折回收，因此经销商一般不会进行退换货，公司不存在利用允许退货期向经销商囤货、压货以提前确认收入的情形。

（2）线上经销自发货模式新增前十大经销商

报告期内公司线上经销自发货模式新增前十大经销商发货情况、期末库存如下：

单位：万元

序号	经销商名称	2018.12.31			2017.12.31			2016.12.31		
		库存金额	发货金额	占比	库存金额	发货金额	占比	库存金额	发货金额	占比
1	深圳市北领科技物流有限公司上海分公司	97.03	1,096.56	8.85%	-	-	-	-	-	-
2	杭州舒韵网络科技有限公司	19.45	305.18	6.37%	-	-	-	-	-	-
3	佛山市顺德区成飞电器有限公司	25.64	266.23	9.63%	-	-	-	-	-	-
4	芜湖市晶玺电子商务有限责任公司	22.04	218.50	10.09%	-	-	-	-	-	-
5	佛山市兴为思信息有限公司	8.55	172.80	4.95%	-	-	-	-	-	-
6	东阳微谷网络科技有限公司	11.18	147.37	7.59%	-	-	-	-	-	-
7	诺客骑行(北京)科技有限公司	-	74.21	-	-	-	-	-	-	-
8	北京京源信科技有限公司	-	72.50	-	-	-	-	-	-	-
9	佛山方信网络科技有限公司	-	67.34	-	-	-	-	-	-	-
10	武汉奥德森商贸有限公司	-	59.48	-	-	-	-	-	-	-
11	广东天物新材料科技有限公司	-	37.20	-	-	1,574.08	-	-	-	-
12	石家庄两只老虎电子商务有限公司及其关联公司	456.90	3,864.47	11.82%	17.24	858.64	2.01%	-	-	-

13	上海清致电子商务有限公司	38.97	1,490.58	2.61%	17.09	254.32	6.72%	-	-	-
14	河南威酷商贸有限公司	259.12	1,531.90	16.91%	-	179.15	-	-	-	-
15	武汉荆天电子商务有限公司	77.36	740.45	10.45%	-	155.02	-	-	-	-
16	佛山智豆电子商务有限公司	-	13.55	-	-	57.30	-	-	-	-
17	中山市青藤电器科技有限公司	-	37.68	-	-	55.35	-	-	-	-
18	佛山普梦科技有限公司	-	23.16	-	-	23.71	-	-	-	-
19	深圳市富嘉德科技有限公司	-	-	-	-	5.81	-	-	-	-
20	北京中恒通泰商贸有限公司	-	205.37	-	-	2.51	-	-	-	-
21	芜湖市千鸟电子商务有限公司	-	811.92	-	-	1,323.56	-	-	233.53	-
22	合肥怀恩商贸有限公司	-	1.55	-	-	14.43	-	-	202.22	-
23	重庆农禾电子商务有限公司	-	0.14	-	-	5.51	-	-	37.99	-
24	广东顺德尚川生物科技有限公司	-	-	-	-	78.15	-	-	20.94	-
25	佛山市乐伴贸易有限公司	-	-	-	-	-	-	-	10.47	-
26	佛山市飞神贸易有限公司	10.10	1,448.13	0.70%	-	546.21	-	-	6.09	-
27	佛山市合派电子商务有限公司	-	0.03	-	-	-	-	-	1.88	-
28	义乌集盟贸易有限公司	-	-	-	-	-	-	-	1.74	-
29	佛山市希腾贸易有限公司	-	-	-	-	1.81	-	-	1.46	-
30	深圳市优讯信息技术有限公司	-	-	-	-	-	-	-	0.70	-
合计		1,026.34	12,686.30	8.09%	34.33	5,135.56	0.67%	-	517.02	-

上述客户回函情况如下：

单位：万元

项 目	2018 年度	2017 年度	2016 年度
发货金额	12,686.30	5,135.56	517.02

回函确认金额（库存回函经销商的发货金额）	11,282.17	1,112.96	-
回函占发函比例	88.93%	21.67%	-

上表中序号 1-10、11-20 和 21-30 的经销商分别为 2018 年度、2017 年度和 2016 年度新增前十大线上经销自发货经销商。

上表序号 21-30 的线上经销自发货经销商与公司 2016 年度发生交易，金额仅为 517.02 万元，数量较少，且交易时间较长等原因该等经销商未进行库存回函，故 2016 年期末无库存占比数据；2017 年度库存回函比例为 21.67%，回函比例低的原因和 2016 年度相同。2016 年度和 2017 年度库存回函比例较低，但 2016 年和 2017 年上述经销商期后退换货率分别为 0.48% 和 0.89%，退换货比例较低，不存在利用允许退货期向经销商囤货、压货以提前确认收入的情形。

2018 年度经销商回函占发函比例较高，库存金额占发货金额比例为 8.09%，相比 2016 年度和 2017 年度比例较高的主要原因是：2018 年度公司和经销商交易时间较近，回函比例为 88.93%，导致库存占比较高，但 2018 年度期后 2019 年 1-4 月退换货率 1.58%，退换货率较低，且公司对年度退换货率超过 2% 后的退换货按出厂价的 3 折回收，因此经销商一般不会进行退换货，公司不存在利用允许退货期向经销商囤货、压货以提前确认收入的情形。

（3）线下经销前十大经销商

报告期内公司线下经销前十大经销商发货情况、期末库存如下：

单位：万元

序号	经销商名称	2018.12.31			2017.12.31			2016.12.31		
		库存金额	发货金额	占比	库存金额	发货金额	占比	库存金额	发货金额	占比
1	上海赉珂博工业设备有限公司	5.00	1,182.02	0.42%	0	475.07	0.00%	0	55.08	0.00%
2	北京利特倍尔科贸有限公司	0	581.85	0.00%	0	896.52	0.00%	0	732.77	0.00%
3	郑州泓炎翔商贸有限公司	0	464.20	0.00%	0	213.71	0.00%	0	219.52	0.00%

4	湖北厘金贸易有限公司	18.10	257.07	7.04%	-	141.64	-	-	60.97	-
5	福州和讯电子商务有限公司	0	235.01	0.00%	5.00	88.37	5.66%	0	10.36	0.00%
6	上海品库商贸有限公司	-	-	-	-	398.73	-	-	232.74	-
7	上海玉莎商贸有限公司	-	284.81	-	-	289.11	-	-	304.65	-
8	济南晟德万佳商贸有限公司	-	8.84	-	-	271.83	-	-	159.46	-
9	石家庄自留地带商贸有限公司	-	63.14	-	0	266.52	0.00%	0	275.19	0.00%
10	石家庄奥世圣华商贸有限公司	51.26	315.62	16.24%	-	-	-	-	-	-
11	深圳市美华联电子有限公司	0	305.30	0.00%	-	79.06	-	-	0.41	-
12	邯郸市淘气猴电器有限公司	2.99	286.05	1.05%	-	136.51	-	-	20.84	-
13	东营迈思泰测控技术有限公司	13.79	277.43	4.97%	-	160.94	-	-	20.14	-
14	西安送到家商贸有限公司	0	266.68	0.00%	-	219.29	-	-	0.58	-
15	金华进货无忧信息技术有限公司	15.51	253.74	6.11%	-	219.21	-	-	147.26	-
16	郑州格来德商贸有限公司	0	188.79	0.00%	-	191.55	-	-	137.37	-
17	义乌市金拓日用品有限公司	9.93	160.94	6.17%	-	165.01	-	-	215.24	-
18	广东省顺德五金矿产进出口有限公司	0	49.98	0.00%	0	181.16	0.00%	0	197.22	0.00%
19	深圳市德弗科技有限公司	0	25.66	0.00%	-	158.65	-	-	192.05	-
20	上海唯室得实业有限公司	-	0.00	-	-	42.28	-	-	184.69	-
合计		116.58	5,207.13	2.24%	5.00	4,595.16	0.11%	0	3,166.13	0.00%

报告期各期末，公司线下经销前十大经销商库存占比分别为 0.00%、0.11%和 2.24%，各期末库存占比较低的主要原因是：礼品积分渠道等线下经销商进行产品销售时一般按其项目需求进行采购，一般不会准备一定的库存，故线下经销商库存占比较低。

上述客户回函情况如下：

单位：万元

发货金额	2018 年度	2017 年度	2016 年度
------	---------	---------	---------

发货金额	5,207.13	4,595.16	3,166.13
回函确认金额（库存回函经销商的发货金额）	4,850.34	2,121.35	1,490.14
回函占发函比例	93.15%	46.16%	47.07%

2016 年度和 2017 年度回函率较低的主要原因是：经销商与公司 2016 年度和 2017 年度发生交易金额较小，且时间较长，因此部分经销商未进行库存回函。2016 年、2017 年期后退换货率和 2018 年期后 2019 年 1-4 月期后退换货率分别为 0.17%、0.11%、0.03%，退换货率较低，同时公司对经销商退换货率超过 2%后的退换货按出厂价的 3 折回收，一般不会进行退换货。综上，发行人不存在向线下经销前十大经销商囤货、压货以提前确认收入的情形。

(4) 线上经销自发货模式前二十大经销商的期后退换货情况

单位：万元

序号	经销商名称	2019 年 1-4 月	2018 年度	2017 年度	2016 年度
1	广东哥登网络科技有限公司及其关联公司	32.38	164.45	183.80	164.47
2	广东易积网络股份有限公司	69.62	260.04	73.53	64.23
3	石家庄米淘网络科技有限公司及其关联公司	1.76	21.58	58.26	14.40
4	永康市奥趣贸易有限公司及其关联公司	23.39	56.02	97.99	68.08
5	武汉宜家宜居商贸有限公司	116.38	102.84	104.41	46.42
6	广东顺德思遥电子商务有限公司及其关联公司	34.13	52.38	78.19	25.52
7	佛山市悠品电子商务有限公司及其关联公司	29.91	85.71	97.28	11.99
8	浙江曼琦电子商务有限公司及其关联公司	3.63	13.01	68.74	-
9	石家庄两只老虎电子商务有限公司及其关联公司	1.34	30.71	0.27	22.51
10	苍南县百洋贸易有限公司	0.81	2.87	4.05	0.40
11	成都英百瑞诚科技有限公司及其关联公司	0.16	15.64	14.74	-
12	上海清致电子商务有限公司	4.01	6.59	1.16	-
13	河南威酷商贸有限公司	13.24	27.28	3.13	-
14	佛山市飞神贸易有限公司	0.07	15.52	1.46	10.46
15	南京凯元电器贸易有限公司	6.28	22.70	14.80	-
16	深圳市北领科技物流有限公司上海分公司	9.56	8.27	-	15.20
17	温州市尚拓贸易有限公司	0.06	0.68	0.91	-
18	芜湖市千鸟电子商务有限公司	1.60	25.27	14.15	-
19	湖州立雷电器有限公司	4.23	9.41	6.55	0.04
20	武汉荆天电子商务有限公司	0.13	0.90	2.24	-
21	广东天物新材料科技有限公司	-	-	-	0.02
22	盐城悦尚商贸有限公司	0.15	15.64	4.78	8.23
23	北京佳盼商贸有限公司	8.75	10.92	5.59	-
24	安徽妙想商贸有限公司及其关联公司	0.08	17.09	7.90	-
25	广东顺德乐品科技发展有限公司	2.27	8.81	5.54	0.12
26	南京瑞之雪百货贸易有限公司	6.15	4.19	5.73	0.03
27	合肥怀恩商贸有限公司	-	-	0.12	7.84
合计		370.09	978.53	855.33	459.96
当期收入		16,905.48	70,795.92	60,698.93	31,014.03

占发货当期收入的比例	2.19%	1.38%	1.41%	1.48%
------------	-------	-------	-------	-------

(5) 新增前十大经销商的期后退换货情况

单位：万元

序号	经销商名称	2019 年 1-4 月	2018 年度	2017 年度	2016 年度
1	深圳市北领科技物流有限公司上海分公司	9.56	8.27	-	-
2	杭州舒韵网络科技有限公司	8.01	0.10	-	-
3	佛山市顺德区成飞电器有限公司	-	0.30	-	-
4	芜湖市晶玺电子商务有限责任公司	-	0.03	-	-
5	佛山市兴为思信息有限公司	0.63	0.79	-	-
6	东阳微谷网络科技有限公司	10.28	0.32	-	-
7	诺客骑行(北京)科技有限公司	-	1.33	-	-
8	北京京源信科技有限公司	0.01	0.79	-	-
9	佛山方信网络科技有限公司	-	-	-	-
10	武汉奥德森商贸有限公司				
11	广东天物新材料科技有限公司	-	-	-	-
12	石家庄两只老虎电子商务有限公司及其关联公司	0.05	24.51	0.27	-
13	上海清致电子商务有限公司	4.01	6.59	1.16	-
14	河南威酷商贸有限公司	13.12	26.62	1.89	-
15	武汉荆天电子商务有限公司	0.13	0.90	2.24	-
16	佛山智豆电子商务有限公司	0.30	0.52	1.48	-
17	中山市青藤电器科技有限公司	-	0.17	-	-
18	佛山普梦科技有限公司	1.30	1.07	0.82	-
19	深圳市富嘉德科技有限公司	-	-	0.06	-
20	北京中恒通泰商贸有限公司	-	0.10	-	-
21	芜湖市千鸟电子商务有限公司	1.60	25.27	14.15	0.03
22	合肥怀恩商贸有限公司	-	-	0.12	0.06
23	重庆农禾电子商务有限公司	-	-	0.08	0.11
24	广东顺德尚川生物科技有限公司	-	-	0.01	-
25	佛山市乐伴贸易有限公司	-	-	-	-
26	佛山市飞神贸易有限公司	0.07	15.52	1.46	0.02
27	佛山市合派电子商务有限公司	-	-	-	0.03
28	义乌集盟贸易有限公司	-	-	0.87	0.10
29	佛山市希腾贸易有限公司	-	-	0.01	-
30	深圳市优讯信息技术有限公司				
合计		49.08	113.18	24.62	0.35

当期收入	3,100.51	12,686.30	5,135.56	517.02
占发货当期收入的比例	1.58%	0.89%	0.48%	0.07%

(6) 线下经销前十大经销商的期后退换货情况

单位：万元

序号	经销商名称	2019 年 1-4 月	2018 年度	2017 年度	2016 年度
1	上海赉珂博工业设备有限公司	0.06	0.01	0.05	-
2	北京利特倍尔科贸有限公司	-	0.88	0.01	0.34
3	郑州泓炎翔商贸有限公司	-	0.33	0.56	0.05
4	湖北厘金贸易有限公司	-	-	-	-
5	福州和讯电子商务有限公司	-	-	-	-
6	上海品库商贸有限公司	-	1.38	3.18	5.48
7	上海玉莎商贸有限公司	-	0.09	1.67	4.09
8	济南晟德万佳商贸有限公司	-	-	0.04	-
9	石家庄自留地带商贸有限公司	-	-	0.39	-
10	石家庄奥世圣华商贸有限公司	-	1.74	-	-
11	深圳市美华联电子有限公司	0.38	0.30	-	-
12	邯郸市淘气猴电器有限公司	-	-	-	-
13	东营迈思泰测控技术有限公司	-	0.23	0.01	0.11
14	西安送到家商贸有限公司	0.01	0.42	0.03	-
15	金华进货无忧信息技术有限公司	-	0.06	0.85	0.01
16	郑州格来德商贸有限公司	-	-	0.08	-
17	义乌市金拓日用品有限公司	0.02	0.04	0.02	0.00
18	广东省顺德五金矿产进出口有限公司	-	-	-	0.76
19	深圳市德弗科技有限公司	-	0.02	0.93	-
20	上海唯室得实业有限公司	-	-	-	0.06
合计		0.45	5.50	7.80	10.88
发货当年的收入		1,397.64	5,207.13	4,595.16	3,166.13
占发货当年收入的比例		0.03%	0.11%	0.17%	0.34%

由上表可知，报告期内，公司线上经销自发货模式前二十经销商、新增前十大经销商、线下经销前十大经销商的退货比例均较小。

(7) 线上经销自发货模式前二十大经销商以及新增前十大经销商、线下经销前十大经销商的先款后货政策情况

除了深圳市北领科技物流有限公司上海分公司（信用期为 7 天），其他线上经销自发货模式前二十大经销商以及新增前十大经销商、线下经销前十大经销商

均执行先款后货政策。

(8) 发行人是否存在利用上述允许退货期向经销商囤货、压货以提前确认收入的情形；富润系统对线上经销商是否可进行统一管理

线上经销自发货模式前二十大经销商以及新增前十大经销商、线下经销前十大经销商期末库存量较小，占当期发货金额的比例较小，期后退换货金额较小，因此，发行人不存在利用上述允许退货期向经销商囤货、压货以提前确认收入的情形。

此外，富润系统未能对线上经销商进行统一管理。

(六) 主要原材料和能源供应情况

1、报告期内公司向前五名供应商采购情况

时间	序号	供应商名称	主要采购原材料	金额 (万元)	占采购 总额的 比例
2018 年度	1	佛山市汉毅电子科技有限公司	电子电器	6,080.90	5.48%
	2	深圳市长锦成电器有限公司	电机	3,998.64	3.60%
	3	中山市君创电子科技有限公司	电子电器	3,607.99	3.25%
	4	中国石化化工销售有限公司华南分公司	塑料原料	3,400.23	3.06%
	5	佛山市泰欣电子有限公司	电子电器	3,377.14	3.04%
	前 5 名供应商采购合计			20,464.90	18.44%
2017 年度	1	佛山市泰欣电子有限公司	电子电器	4,308.36	4.67%
	2	佛山市汉毅电子科技有限公司	电子电器	4,211.10	4.56%
	3	广东嘉和微特电机股份有限公司	电机	3,934.59	4.27%
	4	佛山市康顺发纸品有限公司	包材	2,645.21	2.87%
	5	中国石化化工销售有限公司华南分公司	塑料原料	2,509.81	2.72%
	前 5 名供应商采购合计			17,609.07	19.09%
2016 年度	1	佛山市泰欣电子有限公司	电子电器	2,767.52	4.85%
	2	佛山市汉毅电子科技有限公司	电子电器	2,565.78	4.50%
	3	佛山市顺德区金塑威贸易有限公司	塑料原料	2,324.54	4.08%
	4	广东嘉和微特电机股份有限公司	电机	2,062.11	3.62%
	5	佛山市柏利莱电器有限公司	五金制品	1,630.38	2.86%
	前 5 名供应商采购合计			11,350.33	19.91%

公司不存在向单个供应商的采购比例超过总额的 50%或严重依赖于少数供应商的情形。

2、主要原材料采购情况

公司采购的原材料和零部件规格型号众多，主要包括塑料原料、五金制品、电子电器、电机、陶瓷、玻璃、包材等。公司设立了供应商管理中心对供应商进行管理，且与原材料供应商建立了稳定的合作关系，保证了原材料的稳定供应。

（1）主要原材料采购金额

时间	序号	类别	金额（万元）	占原材料采购总额比重
2018年度	1	塑料原料	15,280.99	13.75%
	2	五金制品	24,645.53	22.18%
	3	电子电器	28,438.52	25.60%
	4	电机	8,589.74	7.73%
	5	陶瓷	6,039.48	5.44%
	6	玻璃	6,129.42	5.52%
	7	包材	10,395.19	9.36%
	合计		99,518.87	89.57%
2017年度	1	塑料原料	13,176.83	14.28%
	2	五金制品	19,671.28	21.32%
	3	电子电器	22,005.87	23.86%
	4	电机	6,890.64	7.47%
	5	陶瓷	6,207.70	6.73%
	6	玻璃	4,653.64	5.05%
	7	包材	9,342.91	10.13%
	合计		81,948.86	88.84%
2016年度	1	塑料原料	8,538.22	14.98%
	2	五金制品	12,010.17	21.07%
	3	电子电器	14,454.61	25.35%
	4	电机	3,643.96	6.39%
	5	陶瓷	4,639.93	8.14%
	6	玻璃	2,029.88	3.56%
	7	包材	4,873.07	8.55%
	合计		50,189.84	88.03%

（2）主要原材料价格变动情况

报告期内公司采购的主要原材料各期平均的采购单价变动如下：

序号	类别	单位	2018 年度		2017 年度		2016 年度
			均价（元）	涨跌幅	均价（元）	涨跌幅	均价（元）
1	塑料原料	千克	11.80	-2.16%	12.06	17.89%	10.23
2	五金制品	个/件	0.52	1.96%	0.51	15.91%	0.44
3	电子电器	个/件	2.14	-0.47%	2.15	10.82%	1.94
4	电机	个/件	15.79	-1.93%	16.10	13.22%	14.22
5	陶瓷	个/件	4.59	11.41%	4.12	18.39%	3.48

6	玻璃	个/件	4.66	-5.48%	4.93	2.28%	4.82
7	包材	个/件	1.11	-5.13%	1.17	37.65%	0.85

公司原材料采购价格和上游原材料价格、产品结构等因素密切相关；且公司产品种类繁多，采购原材料的具体型号和规格不同，导致平均价格出现波动。具体分析详见本招股意向书“第十一节 管理层讨论与分析”之“二、盈利能力分析”之“（二）主营业务成本分析”之“4、原材料成本构成及价格变动”。

3、主要能源供应情况

（1）能源使用情况

报告期内，公司能源主要是电力和水，具体金额和均价情况如下：

能源	2018 年度		2017 年度		2016 年度	
	金额 (万元)	均价 (元/千瓦时)	金额 (万元)	均价 (元/千瓦时)	金额 (万元)	均价 (元/千瓦时)
电	705.79	0.73	498.37	0.71	241.46	0.75
能源	金额 (万元)	均价 (元/立方米)	金额 (万元)	均价 (元/立方米)	金额 (万元)	均价 (元/立方米)
水	91.87	4.71	59.64	4.46	21.70	4.47

公司经营活动中使用的水主要为生活用水，生产过程中使用能源以电力为主。公司 2017 年度电费较 2016 年度增加 256.91 万元，增幅 106.40%的原因主要是：2017 年 4 月和 5 月，公司新增小熊环境生产基地、勒流富安分公司办公场所，带动能源耗用量增加；公司 2018 年度电费较 2017 年度增加 207.42 万元，增幅 41.62%的主要原因同 2017 年相同；同时 2018 年度勒流富安分公司开始进行产品生产，增加了能源消耗量。

（2）能源消耗与生产情况的匹配性

能源	2018 年度		2017 年度		2016 年度
	项目	增幅	项目	增幅	项目
电耗用量（万千瓦时）	963.44	38.12%	697.55	117.56%	320.63
自主生产产量（万台）	2,374.57	24.20%	1,911.93	42.93%	1,337.67
单位耗用量（千瓦时/台）	0.41	13.89%	0.36	50.00%	0.24

公司电耗用量 2017 年度较 2016 年度增加 376.92 万千瓦时，增幅 117.56%，主要原因是：2017 年 4 月公司新增小熊环境的注塑生产车间，增加自主注塑加工规模；注塑工序不直接增加公司产量，但该工序的增加导致单位产能的能耗有

所增加，故 2017 年能源耗用量的增幅大于产量的增幅。2018 年度，公司单位耗用量增加的主要原因与 2017 年相同。

剔除小熊环境注塑生产车间能源耗用后，公司单位能耗情况如下：

能源	2018 年度	2017 年度	2016 年度
电耗用量（万千瓦时）	716.61	504.04	320.63
自主生产产量（万台）	2,374.57	1,911.93	1,337.67
单位耗用量（千瓦时/台）	0.30	0.26	0.24

剔除小熊环境注塑生产车间能源耗用后，报告期内公司单位耗用量（千瓦时/台）分别为 0.24 千瓦时/台、0.26 千瓦时/台和 0.30 千瓦时/台，公司单位产品的能耗较为稳定，能源消耗的情况与生产情况匹配。

（3）能源消耗价格波动的原因

报告期内，公司使用能源价格情况如下：

能源	2018 年度	2017 年度	2016 年度
	均价（元/千瓦时）	均价（元/千瓦时）	均价（元/千瓦时）
电	0.73	0.71	0.75
能源	均价（元/立方米）	均价（元/立方米）	均价（元/立方米）
	水	4.71	4.46
			4.47

①电价波动分析

2017 年公司用电均价为 0.71 元/千瓦时，较 2016 年下降 0.04 元/千瓦时，主要原因是：根据《广东省发展改革委关于调整销售电价等有关问题的通知（粤发改价格[2017]498 号）》，“从 2017 年 1 月 1 日起，全省除深圳市外的大工业电度电价和一般工商业电度电价每千瓦时统一降低 2.33 分（含税）”。

2018 年度，公司用电均价为 0.73 元/千瓦时，较 2017 年上涨 0.02 元/千瓦时，增幅 2.82%，主要原因是：2017 年 11 月，公司为提高用电承载量，增加用电变压器，导致每月用电固定费用支出增加；同时根据《关于再次降低我省一般工商业电价有关事项的通知（粤发改价格〔2018〕390 号）》，“从 2018 年 7 月 1 日起，全省除深圳市外一般工商业电度电价每千瓦时统一降低 5.7 分（含税）”，综合影响下导致 2018 年度用电均价较 2017 年度有所上升。

②水价波动分析

2016-2018 年度，公司用水均价分别为 4.47 元/立方米、4.46 元/立方米和 4.71 元/立方米，用水均价较为稳定。

2017 年度和 2016 年度相比，公司用水均价波动较小。

2018 年度，公司用水均价为 4.71 元/立方米，较 2017 年增加 0.25 元/立方米，增幅 5.61%，主要原因是：根据佛山水务局“顺发统通[2017]75 号”，自 2017 年 9 月起公司用水均价每立方米上涨 0.42 元，带动 2018 年度用水均价上升。

（七）发行人及其关联方在上述供应商或客户中所占权益的说明

除佛山市泰欣电子有限公司为报告期内曾经的关联方外，公司、持有发行人 5%以上股份的股东、董事、监事、高级管理人员，在上述供应商和客户中均未拥有权益。

（八）主营业务变化情况

报告期内，公司各类产品销售收入分类占比情况具体如下：

单位：万元

大类	产品结构	2018 年度		2017 年度		2016 年度	
		金额	占比	金额	占比	金额	占比
厨房小家电	锅煲类	43,909.20	21.65%	34,568.80	21.06%	22,919.04	21.88%
	电热类	27,926.27	13.77%	27,393.96	16.69%	25,630.34	24.47%
	壶类	40,563.43	20.00%	31,666.52	19.29%	14,885.69	14.21%
	西式类	21,594.24	10.65%	14,843.70	9.04%	7,128.92	6.81%
	电动类	39,151.39	19.31%	29,487.79	17.96%	16,663.97	15.91%
	小计	173,144.52	85.39%	137,960.78	84.04%	87,227.96	83.27%
生活小家电		29,309.85	14.45%	25,987.58	15.83%	17,297.44	16.51%
其他小家电		321.06	0.16%	213.44	0.13%	227.99	0.22%
合计		202,775.42	100%	164,161.79	100%	104,753.40	100%

报告期内，公司分产品毛利率情况和销售收入占比情况如下：

产品分类		具体品类	2018 年度		2017 年度		2016 年度	
			毛利率	占比	毛利率	占比	毛利率	占比
厨房小家电	锅煲类	电炖盅/锅	35.82%	14.53%	39.01%	15.65%	39.68%	15.92%
		电蒸锅	36.43%	1.55%	35.20%	1.49%	37.65%	2.20%
		电热/火锅	32.13%	4.65%	35.49%	3.31%	31.83%	3.39%
		其他	25.57%	0.93%	25.89%	0.60%	22.81%	0.37%

	小计	34.63%	21.65%	37.81%	21.06%	37.98%	21.88%
电热类	酸奶机	39.03%	2.12%	40.98%	3.88%	43.38%	7.76%
	电热饭盒	30.81%	4.69%	33.71%	4.89%	36.74%	6.39%
	煎/煮蛋器	31.94%	6.44%	35.06%	6.92%	36.59%	8.12%
	豆芽机	36.53%	0.41%	35.11%	0.68%	36.25%	1.78%
	其他	30.06%	0.11%	28.39%	0.32%	28.89%	0.41%
	小计	32.77%	13.77%	35.92%	16.69%	38.63%	24.47%
壶类	养生壶	34.36%	16.32%	32.09%	15.02%	27.77%	8.80%
	电热水壶	27.68%	1.79%	32.37%	2.23%	35.92%	3.09%
	煎药壶	40.26%	1.89%	46.97%	2.05%	49.11%	2.32%
	小计	34.32%	20.00%	33.70%	19.29%	33.02%	14.21%
西式类	电饼铛	29.68%	3.79%	35.28%	1.92%	32.87%	1.13%
	电烤箱	15.31%	3.10%	15.94%	2.66%	19.03%	1.72%
	多士炉	29.33%	3.06%	29.41%	3.72%	29.40%	2.58%
	咖啡机	39.08%	0.47%	38.53%	0.51%	34.34%	0.67%
	其他	25.35%	0.23%	14.47%	0.23%	7.77%	0.70%
	小计	25.72%	10.65%	26.83%	9.04%	25.61%	6.81%
电动类	切碎机/绞肉机	34.43%	8.30%	33.36%	6.87%	32.26%	2.95%
	打蛋器	24.94%	3.16%	23.38%	3.63%	25.42%	4.48%
	粉碎机/磨豆机	36.13%	1.11%	40.78%	1.43%	46.77%	2.42%
	和面机/厨师机	36.72%	1.31%	38.71%	1.33%	34.67%	1.25%
	料理机/榨汁机/手持搅拌器	34.44%	5.40%	35.24%	4.68%	31.90%	4.60%
	其他	39.15%	0.02%	41.99%	0.02%	10.99%	0.20%
	小计	33.14%	19.31%	32.83%	17.96%	32.36%	15.91%
	合计	32.81%	85.39%	34.25%	84.04%	35.24%	83.27%
生活小家电	加湿器	28.63%	13.34%	27.44%	15.01%	27.57%	14.86%
	烘干机	32.63%	0.75%	27.67%	0.42%	38.84%	0.39%
	除湿机	18.22%	0.13%	22.67%	0.37%	25.77%	1.18%
	其他	43.69%	0.24%	30.22%	0.03%	11.82%	0.09%
	小计	28.99%	14.45%	27.34%	15.83%	27.63%	16.51%
	其他小家电	43.14%	0.16%	38.02%	0.13%	29.75%	0.22%
	总计	32.27%	100%	33.16%	100%	33.97%	100%

报告期内，公司主营业务未发生重大变化。

二、发行人所处行业基本情况

（一）行业属性

公司行业划分为家电行业，细分行业为小家电行业。根据国家统计局修订的国家标准 GB/T4754-2017《国民经济行业分类》，公司隶属于家用电力器具制造

业(C385)下属的家用厨房电器具制造业(C3854)和家用空气调节器制造(C3852)。根据中国证监会《上市公司行业分类指引》(2012年修订),本公司隶属于制造业(C)下属的电气机械和器材制造业(C38)。同时,公司产品主要通过互联网进行线上销售,受电子商务行业影响较大。

(二) 行业主管部门、监管体制和主要法律法规及政策

1、行业主管部门及监管体制

小家电行业市场化程度较高,各企业面向市场自主经营,政府职能部门主要进行产业宏观调控,行业协会进行自律规范管理。目前公司所处的小家电行业的宏观管理职能由国家发展和改革委员会和工业和信息化部承担。

国家发展和改革委员会主要负责行业的宏观管理,具体职责包括根据下游产业情况研究拟订并组织实施国民经济和社会发展战略、中长期规划和年度计划;拟订并组织实施产业政策和价格政策;推进产业结构战略性调整和升级;提出国民经济重要产业的发展战略和规划;制定工业行业规划,指导行业技术法规和行业标准的拟订等事项。

工业和信息化部主要负责拟订并组织实施行业规划,拟订行业技术规范和标准并组织实施,指导行业质量管理工作,提出优化产业布局、结构的政策建议,组织拟订重大技术装备发展和自主创新规划、政策,推动重大技术装备改造和技术创新,推进重大技术装备国产化,指导引进重大技术装备的消化创新。

中国家用电器协会(CHEAA)作为目前家电行业唯一的全国性组织,其由国内生产家用电器企业及相关企事业单位组成。协会主要协助政府实施行业管理,负责企业与政府的沟通,协助编制行业发展规划和经济技术政策,参与制定和修订行业产品标准等。

2、行业主要法律法规及政策

小家电在生产过程中需遵循的法律法规主要涉及产品执行标准、产品认证、环保和食品安全等,如《中华人民共和国食品安全法》《中华人民共和国产品质量法》和《强制性产品认证管理规定》等;公司产品在网络销售过程中主要涉及电子商务行业相关法律法规。

小家电行业				
序号	相关标准	发布机构	发布日期	主要内容
1	《家用和类似用途电器的安全第 1 部分：通用要求》（GB 4706.1-2005）	国家质检总局、中国国家标准化委员会	2005 年 8 月	对家用和类似用途电器的安全作出通用要求。
2	《强制性产品认证规定》（即“CCC 认证”）	国家质检总局	2009 年 7 月	凡列入强制性产品认证目录的产品，必须经国家指定的认证机构认证合格，取得相关证书并加施认证标识后，方能出厂、进口、销售和在经营服务场所使用。
3	《中华人民共和国食品安全法》	全国人民代表大会常务委员会	2015 年 4 月	提出食品相关产品中的致病性微生物、农药残留、兽药残留、生物毒素、重金属等污染物质以及其他危害人体健康物质应符合限量规定，包括纸、竹、木、金属、搪瓷、陶瓷，塑料等用于食品的包装材料和容器。
4	《电器电子产品有害物质限制使用管理办法》	工信部、发改委、科技部、财政部、环境保护部、商务部、海关总署、质检总局	2016 年 1 月	对电器电子产品有害物质限制使用，包括设计、生产过程中，通过改变设计方案、调整工艺流程、更换使用材料、革新制造方式等限制使用电器电子产品中的有害物质的技术措施等。
5	《中华人民共和国认证认可条例（2016 年修正）》	国务院	2016 年 2 月	规范认证认可活动，提高产品、服务的质量和管理水平，促进经济和社会的发展，制定本条例。
电子商务行业				
序号	相关标准	发布机构	发布日期	主要内容
1	《电子支付指引（第一号）》	中国人民银行	2005 年 10 月	规范电子支付业务，规范支付风险，保证资金安全，维护银行及其客户在电子支付活动中的合法权益。
2	《电子认证服务密码管理办法（2009 年修订）》	国家密码管理局	2009 年 12 月	规范电子认证服务提供者使用密码的行为。提供电子认证服务，应当申请《电子认证服务使用密码许可证》。采用密码技术为社会公众提供第三方电子认证服务的系统使用商用密码。电子认证服务系统应当由具有商用密码产品生产资质的单位承建。
3	《非金融机构支付服	中国人民银行	2010 年 6	规范非金融机构支付服务行为，防

	务管理办法》		月	范支付风险。要求非金融机构提供支付服务，虽按规定取得《支付业务许可证》。
4	《互联网信息服务管理办法（2011年修订）》	国务院办公厅	2011年1月	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，不得从事互联网信息服务。
5	《网络交易管理办法》	工商行政管理总局	2014年1月	对从事网络商品交易及有关服务的经营者工商登记、许可等进行规范；对消费者七天无理由退换货的权力进行制度保护。
6	《网络零售第三方平台交易规则制定程序规定（试行）》	商务部	2014年12月	对网络零售第三方平台经营者制定、修改、实施交易等行为进行规范。
7	《中华人民共和国电子签名法（2015年修正）》	工信部	2015年4月	首次赋予可靠电子签名与手写签名或盖章具有同等的法律效力，并明确了电子认证服务的市场准入制度

3、主要产业政策

目前，对本行业产生影响的政策主要有：

小家电行业				
序号	产业政策名称	发布机构	发布时间	涉及相关内容
1	《轻工业调整和振兴规划》	国务院	2009年5月	提出加快家电行业技术改造步伐，淘汰高耗能、高耗水、污染大、效率低的落后工艺和设备，严格控制新增产能；完善家电行业的安全标准、基础通用标准、重点产品标准和检测方法标准。
2	《关于加快我国家用电器行业转型升级的指导意见》	工业和信息化部	2009年12月	提出目标：到2015年，行业平均研发投入在销售收入中的比重达到3%；拥有20个以上的国家认定企业技术中心；自主品牌产品在国际市场中比重达30%；培育5个左右具有综合竞争实力的国际化企业集团；
3	《关于加快我国家用电器行业自主品牌建设的指导意见》	工业和信息化部	2011年1月	提出总体目标：到2015年，行业80%以上企业制定实施明确的品牌战略；研发投入强度不低于3%，实现核心技术的创新突破，及时形成自主知识产权，加快产业化速度；扩大品牌在全球市场的影响力，自主品牌出口比

				例不低于 30%；培育一批在国内市场具有较强竞争优势的自主品牌。
4	《广东省“十二五”规划纲要》	广东省政府	2011 年 4 月	提出改造提升传统制造业，以建设行业共性技术开发平台为先导，围绕家用电器等优势传统产业打造一批集聚区，优化家电产品结构，打造自主品牌和区域品牌。
5	《中国家用电器工业“十二五”发展规划的建议》	中国家用电器协会	2011 年 5 月	提出通过 10 年的努力,实现由家电大国成为家电强国的目标，在全球家电业中居引导地位，在国际标准的制定上具有广泛的参与度与话语权，掌握核心技术，具备关键零部件和关键设备的研发和制造能力等。
6	《中国家电产业技术路线图》	中国家用电器协会	2011 年 11 月	对社会和市场需求、产业目标、技术瓶颈进行分析，从节能、低碳环保、性能及可靠性、智能化等方面编制了家电产业技术路线图。
7	《轻工业“十二五”发展规划》	国家工业与信息化部	2012 年 1 月	明确将提高智能化家电、健康环保家具、安全清洁燃气具等耐用消费品的供给能力作为“十二五”期间的重点任务，提高小家电产品的工业设计和制造工艺水平，在家电行业培育 3-5 个拥有较强技术创新能力、在国际市场具有较高影响力和竞争力的优势品牌。
8	《中国制造 2025》	国务院	2015 年 5 月	提出加快发展智能制造装备和产品，统筹布局和推动智能交通工具、智能工程机械、智能家电等产品研发和产业化。
9	《广东省国民经济和社会发展规划“十三五”规划纲要》	广东省政府	2016 年 4 月	将新型、节能、智能化家电产品作为重点发展目标,到 2020 年预计产业产值达 1 万亿元，积极支持智能家电、智能移动终端等智能产品研发和产业化。
10	《轻工业发展规划（2016-2020 年）》	工信部	2016 年 8 月	推动家用电器工业向智能、绿色、健康方向发展。加强质量品牌建设，进一步提高家电产品性能、可靠性和工业设计水平，提高中国家电产品美誉度。
11	《消费品标准和质量提升规划（2016-2020）》	国务院	2016 年 9 月	适应家用电器高端化、智能化发展趋势，加大团队标准和高水平企业标准的供给力度；开展家用电器产品分等分级和评价标准化工作等。
电子商务行业				

序号	产业政策名称	发布机构	发布时间	涉及相关内容
1	《关于加快电子商务发展的若干意见》	国务院办公厅	2005 年 1 月	充分认识电子商务对国民经济和社会发展的作用,完善政策法规环境,发挥企业的主体作用,提升电子商务技术和服务水平,推动相关产业发展,同时要参与国际竞争。
2	《2006-2020 年国家信息化发展战略》	中共中央办公厅、国务院办公厅	2006 年 3 月	提出了电子商务行动计划,营造环境、完善政策,发挥企业主体作用,大力推进电子商务。以企业信息化为基础,以大型重点企业为龙头,通过供应链、客户关系管理等,引导中小企业积极参与,形成完整的电子商务价值链。
3	《商务部关于促进电子商务规范发展的意见》	商务部	2007 年 12 月	意见提出,要优化网络交易环境,采取多种措施规范电子商务信息传播行为、交易行为、支付行为和配送行为。
4	《关于推进线上线下互动加快商贸流通创新发展转型升级的意见》	国务院办公厅	2015 年 9 月	要在移动互联网等技术驱动下,使线上线下互动成为最具活力的经济形态之一,成为促进消费的新途径和商贸流通创新发展的新亮点。
5	《电子商务“十三五”发展规划》	商务部、中共中央网络安全和信息化领导小组办公室、发改委	2016 年 12 月	以新理念引领发展,激发电子商务市场活力,不断拓宽电子商务创新发展领域,积极营造宽松的电子商务创业环境,大力发展电子商务产业。坚持通过创新监管方式规范发展,加快建立开发、公平、诚信的电子商务市场秩序。
6	《商务部关于进一步推进国家电子商务示范基地建设工作的指导意见》	商务部	2017 年 1 月	提出发挥市场主导作用,进一步完善基础设施和服务体系,推动电子商务与生产制造、商贸流通、民生服务、文化娱乐等产业的深度融合。

（三）行业发展概况

1、小家电的含义

小家电是一般指功率和体积都较小的家电,是提高人们生活质量的家电产品。小家电按应用方向可划分厨房小家电、生活小家电等。其中厨房小家电包括电热饭盒、煮蛋器、电热水壶、豆芽机、酸奶机、电磁炉、豆浆机、电饭煲和电饼铛等,生活小家电包括加湿器、除湿器、电暖器和空气清新器等。

2、中国小家电行业发展历程

20 世纪 80 年代中期，我国小家电产品开始进入普通消费者家庭，初期的产品包含电风扇、电饭锅、电熨斗等。到 20 世纪 90 年代初，一些新兴小家电作为时尚、高收入、现代化的象征走进部分城市居民家庭的生活；自 1999 年以来，我国逐渐进入了小家电发展的黄金阶段，以方便生活和节约时间为特点的小家电产品获得了越来越多消费者的认可，小家电产品在人们的日常生活中扮演着越来越重要的角色，同时也发展出一些将中国传统饮食文化和烹饪习惯与现代电器制造技术相结合并面向国内消费者的创新型产品，如豆浆机、电压力锅、电炖锅等。

自 20 世纪 90 年代以来，我国已具备庞大的家电产品生产能力，成为全球小家电产品的重要生产基地，产品除满足国内需求外，还大量出口到国外其他国家。我国部分小家电产品的产量已位居世界首位。目前，我国已经成为小家电生产大国，小家电制造企业众多，且主要集中在珠三角和江浙沿海地区。

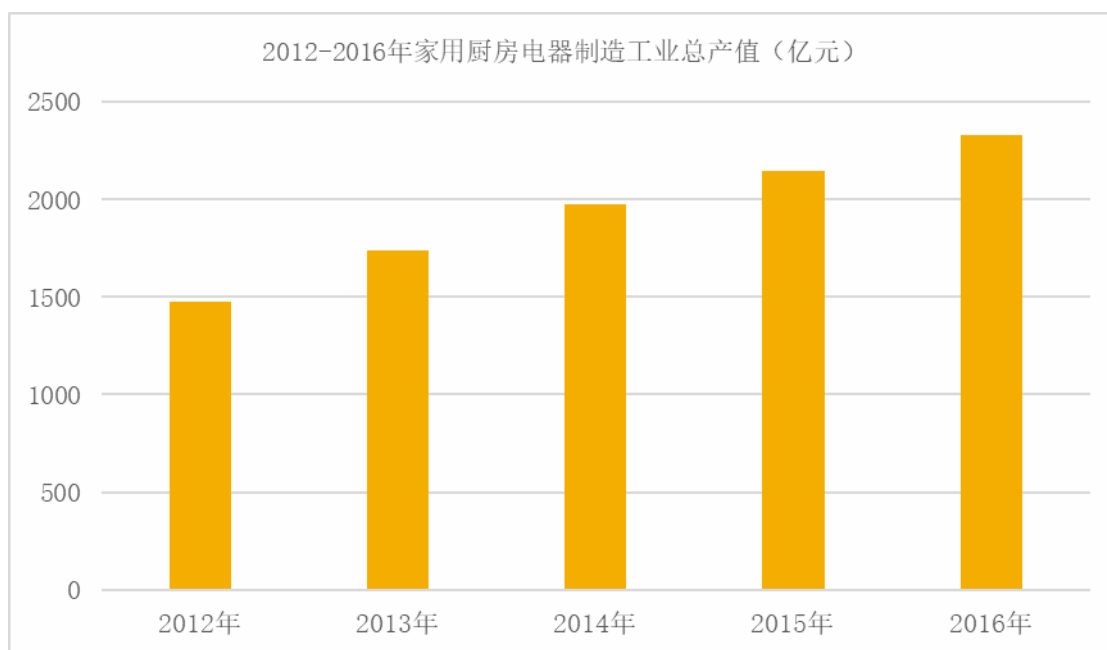
近年来，我国厨房、生活小家电产品在产品质量和稳定性上都获得了稳步提升，产品技术含量也得到加强。在需求方面，消费者对健康、节能、便捷、智能和养生等需求逐渐提高。小家电有助于提升人们生活品质，同时也使得人们越来越离不开小家电；在品牌建设上，小家电领域涌现出以美的、九阳、苏泊尔、飞科电器、科沃斯、小熊电器等为代表的一大批知名品牌。其中科沃斯和小熊电器等专注线上渠道的新兴小家电品牌，凭借着高性价比和口碑效应迅速崛起，该类专注线上渠道销售的小家电品牌在天猫商城、京东商城、唯品会和苏宁易购等主流电商平台中占据了重要地位。

3、小家电行业市场状况

（1）我国小家电市场规模稳健增长

随着我国经济发展小家电产品作为高生活品质的象征，迅速进入消费者家庭。我国的小家电行业迈入了茁壮成长期，行业迅速扩张。

小家电越来越受到中国消费者的喜爱，随着消费升级步伐不断加快以及互联网电子商务平台的蓬勃发展，小家电市场体量不断扩张。中国小家电市场仍然处于较高的增长阶段，市场对小家电产品的需求始终维持在良性、稳定的水平上，整体增长态势稳健。



数据来源：中国工业统计年鉴

目前，消费升级正在成为小家电行业增长的内驱动力，而消费者对小家电产品品质及服务水平的要求也越来越高。随着物质生活水平的提高，消费观念日新月异，尤其伴随互联网成长起来的消费群体，追求时尚、注重个性与品质，而新兴品类的小家电满足了精致与创新的生活方式，符合当下的消费潮流。另外，随着国内消费市场不断升级，在小型家用电器领域，出现了淘汰率高、更新换代快、价格战严重等现象，小家电领域正面临着从粗放到精细的转型。

（2）我国小家电普及率仍然偏低，未来发展空间广阔

近年来，我国小家电产品的需求旺盛，整个行业迅猛发展，小家电产品在国内的普及率得到较大的提升。目前，中国家庭的小家电以厨房小家电为主，厨房小家电是小家电中普及度最高的子行业，厨房小家电市场规模占整体小家电的比例近 80%。我国与海外市场，如日本、韩国、欧美等发达国家和地区相比，除厨房小家电（电饭锅、电磁炉、电压力锅、电热水壶、豆浆机）以外，其他类别小家电渗透率仍然处于较低的水平。

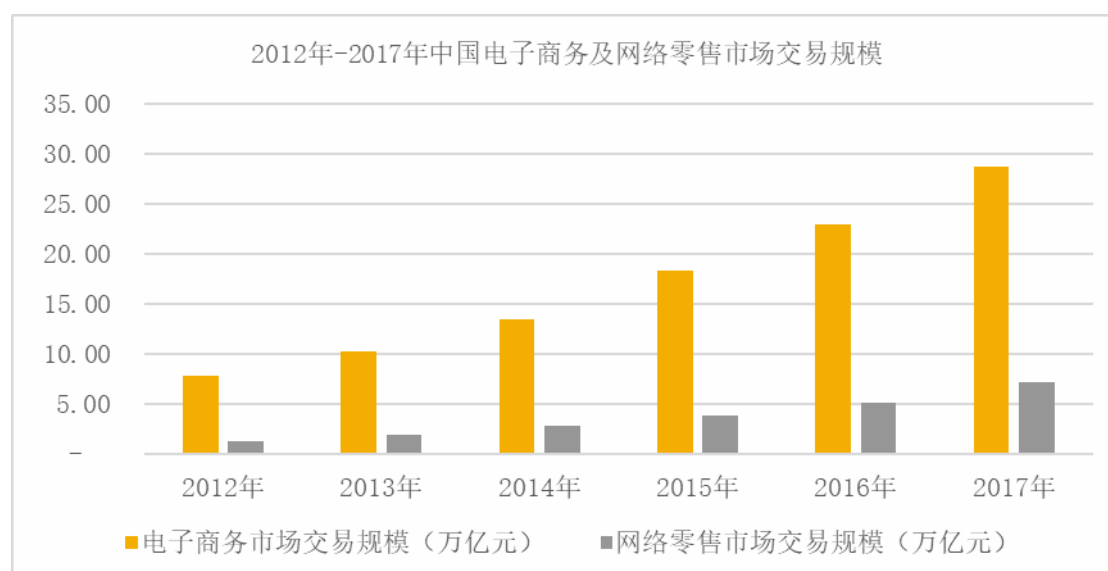
目前，中国市场上小家电无论是消费者可选择的品类还是消费者实际拥有情况，都和发达国家有较大的差距，市场研究机构欧睿国际（Euromonitor）数据显示，中国家庭小家电保有量每户 10 种以下，远不及欧美等发达国家每户 30 种的保有量水平，中国小家电市场有较大的增长空间。

根据发达国家的市场经验，人均 GDP 突破 3,000 美元后，小家电的消费将出现快速增长，而我国人均 GDP 早在 2008 年便已步入这个阶段，2017 年我国人均 GDP 达 8,836 美元。人群生活习惯以及消费习惯逐渐发生改变，作为提升生活品质的小家电市场，将迎来更加广阔的市场空间。另外，随着市场经济的发展，科学技术不断更新，机电一体化技术、数字化技术和智能家电技术的普遍应用，小家电在新的时代背景下将迎来发展的新契机。

（3）小家电电商市场发展快速

①我国电子商务市场迅猛发展

随着互联网渗透社会生活的每个角落，中国的网民数量每年都以较快的速度增长，电子商务在中国得以迅猛发展，再加上第三方支付平台及网络支付安全性的完善，网络购物行为已经由一种网络时尚逐步成为大众消费模式，渗透到各个阶层，并引发网民消费行为和消费理念的转变。中国电子商务研究中心（CECRC）发布《2017 年度中国电子商务市场数据监测报告》显示，2017 年中国电子商务交易额 28.66 万亿元，同比增长 24.77%。其中，2017 年中国网络零售市场交易规模达 7.18 万亿元，相比 2016 年的 5.16 万亿元，同比增长 39.15%，预测 2018 年中国网络零售市场交易规模将达到 9.39 万亿元。



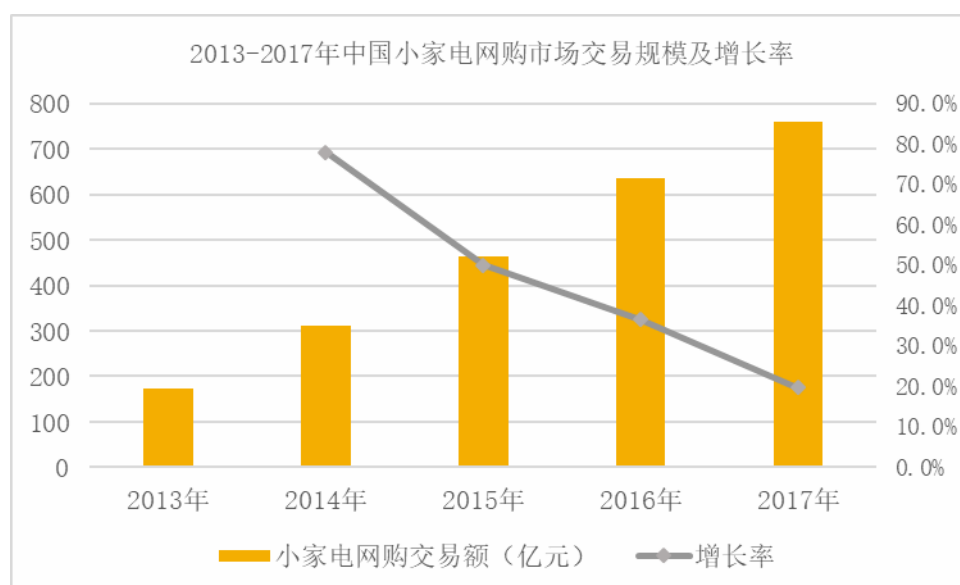
数据来源：中国电子商务研究中心（CECRC）

②小家电网购市场规模不断扩张

随着消费者网购习惯的养成，中国消费者在网上购买小家电产品已较为普

遍。小家电的消费群体具有年轻化的特征，具有此类特征的消费者往往愿意选择电商进行购物。另外，小家电本身具有精巧性，其用途独特，在电商平台上可以用丰富多彩的图文形式展示，吸引消费者关注。近年来，中国小家电网购的市场规模逐渐扩大，销售量和销售额都实现了较快增长，网购的产品档次、营销手法以及物流售后取得长足发展。

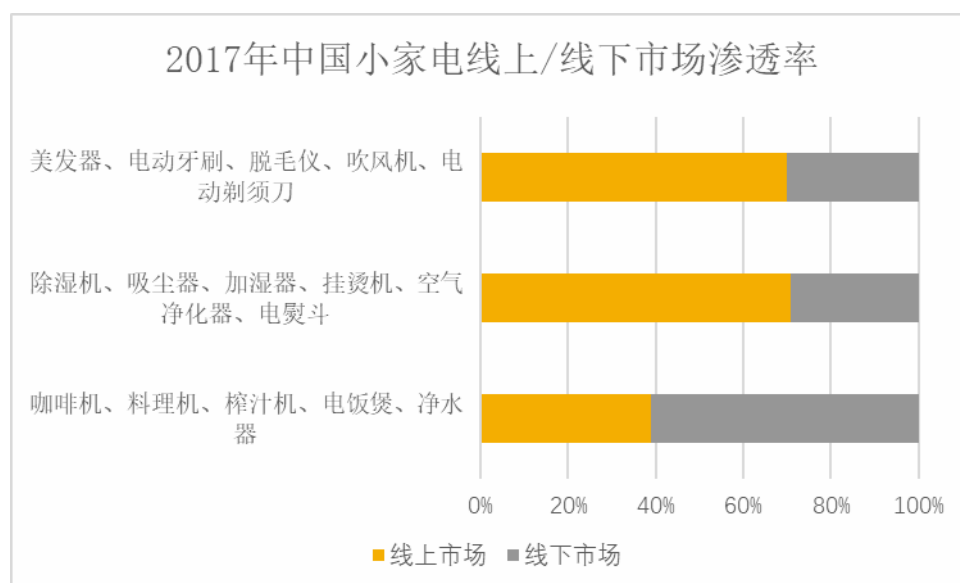
中国电子信息产业发展研究院（赛迪集团）发布的《中国家电网购分析报告》显示，2016 年，小家电产品网上零售额达 635 亿元，线上小家电销售额占小家电整体销售额的比重达到 35%。2017 年，小家电产品网上零售额达 760 亿元，同比增长 19.69%。



数据来源：中国电子信息产业发展研究院（赛迪集团）

③主要小家电产品线上渗透率

互联网从生产、销售和服务等多角度推进了电商与小家电产业的进一步融合，促使小家电产品市场各细分品类线上份额持续走高。根据捷孚凯(GfK 中国)数据，2017 年我国主要小家电产品市场线上市场渗透率如下：



数据来源：捷孚凯(GfK 中国)

目前，多数小家电厂商都能实现“线上+线下”的传统渠道销售和互联网平台销售结合的销售方式。随着“互联网+”的迅猛发展，很多优秀的电商网站如京东商城、天猫商城、唯品会等，都为小家电的垂直销售实现了扁平化，如京东甚至实现了物流和仓储的一体化，使得销售渠道更加顺畅。

随着互联网销售的快速渗透，中国小家电市场“互联网+”呈现多样化、创新化的快速发展进程。目前来看，小家电企业在互联网利用方面存在差异性，部分企业已在集团战略层面推进企业组织、创新和生产等各方面与互联网生态的融合，大多数小家电企业也对呈现的新型渠道、传播和产品原型等方向逐步深入。在未来，随着互联网与家电产业的进一步融合，将继续带动行业竞争系统化、消费结构持续升级，小家电行业将迎来新的发展。

(4) 创意小家电市场兴起

创意小家电是指以满足产品实用性为基础，在用途上有所突破或外观设计上融入时尚化、个性化，具有自身特色的小功率、可手持且便于移动的小型家用电器。近年来，在国内小家电市场竞争越发激烈的情况下，产品同质化现象明显，国内小家电企业开始转向于重技术创新、重设计、重质量的发展之路，从厨房小家电到生活小家电、个人护理小家电，技术创新、外形创意都在逐渐改变市场上消费者的消费倾向。具体如下：

①性价比取胜

创意小家电产品一般价格适中，如酸奶机、养生壶和电热饭盒等，这类产品性价比高、实用性强，在价格方面亦较有优势，市场空间较大。

②以品牌取胜

越来越多的企业意识到，要想企业长久立于市场中，就必须建立品牌并向消费者传达品牌理念。因此，越来越多的家电企业进入创意小家电行业，以品牌的力量抢夺市场份额。

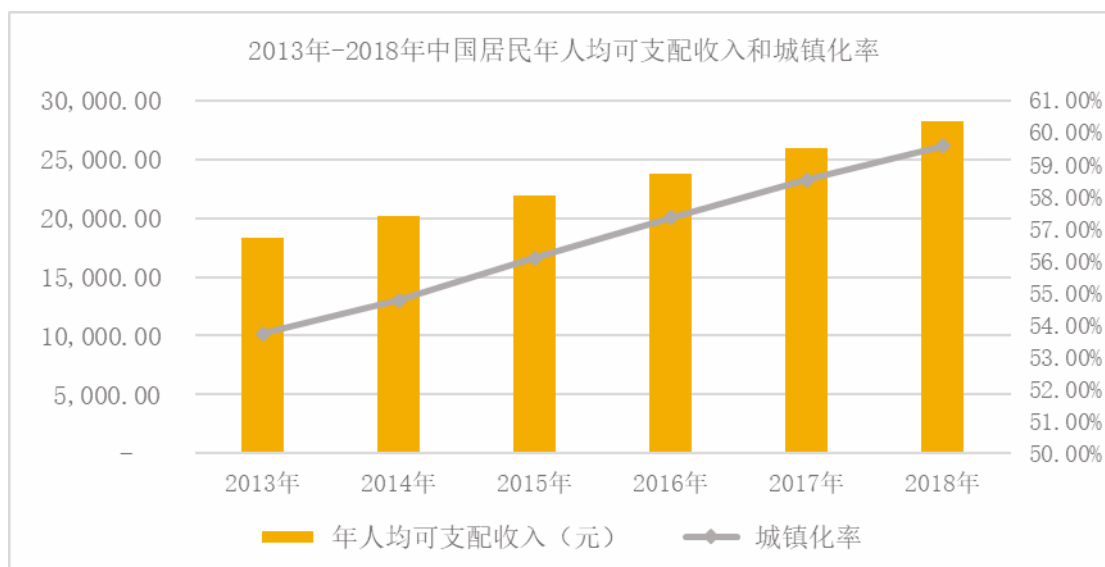
③以创意的外观及功能取胜

在小家电市场中，国内大品牌已占据市场主导地位，其他品牌要从市场中占有一定的市场份额，不仅需从产品价格或品牌上进行战略布局，更需要加强产品研发投入。外观的创意很容易抓住消费者眼球，让消费者在众多的小家电中选择此种产品。同时，创意小家电功能亦是吸引消费者购买的重要因素。人们生活中常有的小家电为电饭煲、电热水壶等，而推陈出新的酸奶机、养生壶、豆芽机、空炸机、智能蒸锅等以全新的功能引领消费需求。

创意小家电产品种类繁多，市场潜力巨大。现阶段创意小家电在国内逐渐为人们所接受，但大多数家庭仍以传统小家电为主，因此其市场潜力巨大。

4、小家电行业发展趋势

2018 年我国居民年人均可支配收入 28,228 元，随着国民经济的快速发展，我国城镇化水平也随之不断提升，全国常住人口城镇化率由 2005 年的 42.99% 提升至 2018 年的 59.58%。未来随着我国居民收入的持续增长及城镇化率的进一步提升，人们对生活品质会有更进一步的追求并促进小家电行业的扩张。



数据来源：国家统计局

(1) 时尚与健康成为小家电发展的新趋势

随着消费者对于小家电产品的需求不断增加和变化,小家电产品也进一步细分,产品结构升级趋势明显,高端、智能和健康的小家电产品市场占有率提升,成为拉动市场增长的主要动力。此外,伴随着互联网成长起来的年轻一代逐渐成为小家电市场消费主力军,这类消费群体更加追求时尚,对于产品选择更倾向于健康类型,使得时尚与健康成为了小家电发展的新趋势。

(2) 产品将更具人性化和智能化

当前小家电消费市场,消费者对产品的智能化、环保性、功能性和个性化的需求较以往大大提高,迫使企业淘汰落后的设计理念和生产方式。未来小家电产品的研发生产方向,将从单一实用主义逐渐向个性化、可定制化发展,使得其成为带有消费者个性的家居用品,而非简单的家电产品。随着互联网技术的发展,小家电产品将会更多地嵌入具有互联网功能的模块,实现 WIFI 联网控制等功能。

(3) 产品营销能力将成为小家电企业的重要经营能力

随着产品同质化现象的加剧,营销能力将成为小家电企业的核心竞争力之一。无论是线上互联网平台的销售还是线下“经销+直销+代销”的传统销售模式,企业都需要在营销手段、广告推广和消费者引导等方面进行研究投入和资金投入。近年来部分家电企业充分利用目前互联网的火热发展势头,提高网络曝光度,

加强网络销售渠道建设，塑造优秀的品牌形象，充分利用其更了解市场和消费者心理的比较优势，抢占更多市场份额。

（4）新型小家电不断涌现

居民消费能力的提升，消费人群更迭，促进了小家电消费升级，人们对新型小家电的需求也日渐增长。

一方面人们对于现有的小家电产生了更新换代的需求，购买意愿逐渐向高价格、高品质倾斜。以养生壶为例，养生壶满足时下消费者养生、健康和消费升级的需求，相较于传统电热水壶，养生壶的价格普遍更高，但市场份额逐步扩大。消费者购买意愿逐渐向高价格、高品质倾斜，其他各大传统品类也表现为类似的升级趋势。

另一方面，创新功能类的小家电层出不穷，如电炖盅、电动打蛋器、电热饭盒、多士炉、酸奶机和加湿器等，此类小家电满足了人们对生活品质的追求，成为小家电企业的新竞争领域。

（5）线上电商销售的变化

《2017 年度中国电子商务市场数据监测报告》显示，2017 年中国电子商务交易额 28.66 万亿元，同比增长 24.77%。其中，2017 年中国网络零售市场交易规模达 7.18 万亿元，相比 2016 年的 5.16 万亿元，同比增长 39.15%，预测 2018 年中国网络零售市场交易规模将达到 9.39 万亿元。我国网络零售交易额增速依然大幅高于同期社会消费品零售整体增速。

相比以往，小家电网购市场增长率有所放缓，但整体销售规模仍处于增长态势，故电商销售尚未出现线上小家电销售规模下降的拐点。但预计未来随着国内互联网流量红利的衰退，线上销售模式的边际获客成本将持续上涨，获客成本压力促使同行业公司加大线下销售模式的发展。

5、小家电行业竞争格局

我国小家电制造企业经过多年的发展，已从简单的装配转变成由研发、生产、检测等环节组成的比较完整的工业体系，具备了一定的生产规模和技术水平。目前，中国的小家电行业正处于快速成长阶段，市场潜力巨大，一大批国内优秀的小家电品牌正快速发展，逐渐成为中国乃至世界小家电行业中的翘楚。同时，由

于小家电行业的技术和资金门槛较低，与大家电产品相比，存在一定的利润空间，越来越多企业涉足该领域。

随着大家电市场日趋饱和，大企业大品牌稳坐市场龙头，为了抢占市场，大家电价格日趋压低，利润水平也逐渐降低。为了寻找新的利润增长点，我国大家电生产企业纷纷将目光转向正处于高速成长阶段的小家电市场。

一方面，跨国小家电企业纷纷进入中国小家电市场，以美的、海尔为代表的大家电企业也利用自身的品牌优势进军小家电领域；另一方面，中型小家电企业为了突破自身发展规模的瓶颈，也不断延伸扩大相关的产品线，因此，国内小家电行业竞争越来越剧烈。目前，我国小家电市场产品、品牌杂乱众多，随着大品牌和国际品牌的介入，小家电市场将会更趋于专业、规模化、统一化，品牌集中度将会越来越高。

厨房小家电和个人护理小家电是中国小家电市场中渗透率最高的两个领域，在这两个市场上，已经形成稳定的竞争格局。在传统的厨房小家电市场，主要有美的集团、苏泊尔、九阳股份等品牌；在个人护理小家电市场，主要有飞科电器与飞利浦。

6、小家电行业进入壁垒

（1）品牌壁垒

小家电企业对品牌的依赖程度非常高，其品牌集中体现了产品质量、档次和市场地位，是行业竞争的重要因素。

品牌是企业发展过程中逐步积累形成的，新进入企业很难在短时间内树立良好的品牌效应，因此品牌知名度成为制约新企业进入行业的壁垒之一。

（2）技术壁垒

随着新技术、新工艺和新材料在小家电生产中的应用，消费者对材质、外观、功能、环保等方面不断提出新的需求，并对小家电制造商的研发设计能力和生产制造水平提出了较高要求。生产企业必须具备较高的研发和设计技术水平，才能获得市场认可。

（3）人才壁垒

小家电行业影响新进企业发展的重要因素在于市场渠道的推广和新型产品的研发设计及生产能力，其很大程度上都取决于企业团队的人才构建。

销售渠道方面，传统销售渠道主要竞争对手为小家电龙头企业，市场竞争难度大；而新型线上电商渠道的开拓则需要市场团队的不懈努力与创新能力，对市场人才有较高要求。

产品研发方面，新进企业由于缺少行业技术积淀及对消费者了解，对比传统龙头企业有明显的研发差距，研发团队的构建是行业的人才壁垒之一。

生产工艺方面，新技术和工艺的运用需要企业在长期生产过程中不断积累经验，且需要企业具有大量熟练掌握技术、工艺的工人。新进入的企业很难在短期内迅速掌握大量的新生产技术和工艺，也难以在短期内储备生产所需的熟练工人。

（4）生产规模壁垒

小家电行业生产规模效应较为明显，企业需要达到一定的生产规模才能有效降低综合生产成本，保证企业合理利润空间。规模较小的企业由于本身抗风险能力较小，又容易受到原材料涨价、人民币升值等经营环境变化对生产成本带来的不利影响，难以有效控制成本，很容易陷入经营困境。只有具备较强成本控制能力和规模优势的企业才能在激烈的市场竞争中生存下去。

7、小家电行业利润水平及变动趋势

小家电行业产品类别很多，同一类别下，产品也体现出系列化特征，即便功能完全相同，也因结构、外形、产品体积大小、色彩搭配不同衍生出很多规格型号。产品利润高低，关键取决于家电企业对消费者需求的把握程度，品牌知名度高、技术含量高、功能或设计新颖的小家电产品更易获得消费者青睐从而获得更高的利润率。因此，品牌知名度高的企业以及新产品的利润水平高于行业的平均水平。

（四）影响行业发展的有利和不利因素

1、影响行业发展有利因素

（1）技术创新推动行业发展

目前我国小家电产品质量及技术日渐成熟，部分小家电企业通过引进国外先进技术装备提高自动化程度，生产线已接近或基本达到国际同类先进技术水平。随着规模化生产的发展，部分小家电龙头企业自主掌握生产核心技术及关键生产环节，在专利技术、工业设计方面拥有自主创新能力，实现产业的不断升级。

(2) 人口基数庞大，市场前景广阔

国内市场庞大的人口基数、较低的户均厨房小家电拥有量、小家电产品更新换代频率加快的趋势，以及居民可支配收入的增长，将给小家电行业在未来较长时期的快速发展提供充沛动力。

(3) 产品质量监督不断加强，有利于行业良好发展

国家质检总局制定的《缺陷消费品召回管理办法》经通报世界贸易组织(WTO)后正式颁布，并自2016年1月1日起实施。中国国家认证认可监督管理委员会于2016年2月对《中华人民共和国认证认可条例》进行修正，对认证认可活动进行规范，有利于加强小家电行业产品的质量管理。这些规定对保证行业产品质量，对维护小家电生产企业整体利益起到了有效监管和积极促进作用，利于行业良性发展。

(4) 小家电消费升级，消费周期缩短

在“供给侧结构性改革”的背景下，消费升级推动我国小家电企业内销份额稳步提升。同时基于小家电企业的技术和制造实力不断提升，加快了新品问世速度。未来小家电消费档次将不断提升，消费周期不断缩短，消费升级步伐不断加快。

2、影响行业发展不利因素

(1) 行业竞争激烈

小家电行业属于充分竞争的行业。随着小家电行业的快速发展，行业竞争加剧，部分小型家电制造商将在激烈的市场竞争中被逐步淘汰，行业集中度将进一步提高。

(2) 高端复合型人才欠缺

小家电属于人才密集和技术密集型行业，经过多年的发展，中国已成为全球

不容忽视的小家电生产大国，与此同时，人才欠缺愈发明显，特别是专业产品研究与销售复合型人才。在传统行业与互联网资源整合的时代背景下，尤其需要既了解小家电产品又精通电子商务营销推广的人才。尽管目前有不少高校开设相关专业课程培训人才，但国内较少高校能够大规模的培养此类高端复合型人才。

（3）产品同质化严重

众多小家电企业对于产品研发、技术研发等方面实力不济、后劲不足。目前在市场上的产品，无论是国际品牌还是国内品牌，其产品的款式与功能技术大同小异，甚至出现直接抄袭竞争对手的行为。只有少数小家电企业坚持核心技术研发，不断开发小家电细分品类产品或对产品进行升级，在市场上与其他品牌区别开来，形成一定的竞争优势。

（五）行业技术水平及技术特点

1、行业技术水平

小家电行业的主要技术包括制造技术、功能和外观结构设计技术、节能环保技术等。经过多年的发展，国内小家电行业在产品制造和工艺技术方面已处于成熟阶段，在工艺流程、设备、质量控制及检测手段等方面基本达到国际同类企业的水平，故小家电的技术含量差异主要体现在新产品的研发和设计。近年来，创意的小家电产品，往往功能多样化、结构复杂化、外观新颖时尚化，有的产品为实现高度智能化应用了热敏、温敏、气敏等前沿技术，有的产品为实现环保、健康进行了材料替代或应用了新材料。因此，新材料应用技术、功能和外观结构设计、节能环保技术才是小家电企业的核心技术，并完全取决于企业的研发实力以及研发投入，国内小家电企业在核心技术水平上差异较大，有创新能力、研发投入较大的企业较少。

2、行业的技术特点

（1）材料选择方面

对于小家电来说，材质选择是重要的环节之一。目前小家电产品制作材料正朝着优质、环保和安全等方面发展。特别与食品相关的小家电产品，材料的食品安全性至关重要，也是人们最重视的问题。另外，降低材料消耗，节约成本是当前小家电企业共同追求的目标，各类小家电产品的厚度普遍出现减薄趋势。为适

应这种趋势，小家电生产企业对原材料强度的要求也越来越高。

（2）功能外观方面

在小家电的外观设计上，人们更趋向于新颖化、卡通型和亲和型的设计。随着科技发展，人们越来越注重小家电产品的智能化，将小家电产品实用性结合到现代智能化科技上，呈现出功能多样化、操作简单化、显示详尽但又简洁的发展趋势。同时，小家电产品更加注重新技术的开发利用，逐步引入触摸屏和无线WIFI、功能预约等技术，实现小家电产品的智能化操作，从而提高了小家电产品的科技感，给消费者更舒适便捷的体验。

（3）节能环保方面

对于小家电产品，节能省电是产品的一大优势。随着新能源技术的发展，小家电产品在能源上有了更优的节能选择。另外，人们环境保护意识已经越来越强，小家电企业也在环保方面加大了投入力度。在开发新产品时，越来越多的小家电生产企业以减少环境污染、保护人体健康为研究方向，制造出健康环保的产品。

（六）行业经营模式、行业的周期性、区域性或季节性特征

1、行业经营模式

小家电行业主要的经营模式分为 OEM、ODM 和 OBM 三种，具体情况如下：

（1）OEM 模式

OEM（Original Equipment Manufacturing）即原始设备制造，也叫“贴牌生产”或“外协生产”，是一种特殊形式的合同安排，它是指委托方利用自己所具备的核心专长设计产品、制定产品规范和标准，甚至指定产品生产的原材料或零部件，代工企业根据委托方的标准和要求生产产品，再冠以委托方的品牌进行销售的一种生产合同安排。

（2）ODM 模式

ODM（Original Design Manufacturing）即原始设计制造，是一种特殊形式的合同安排，委托方利用自己的核心专长，特别是品牌和渠道方面的独特优势，将产品的部分或全部设计活动移交给代工企业负责，代工企业根据委托方的要求设计并生产精准的产品，再冠以委托方的品牌进行销售的生产合同安排。

（3）OBM 模式

OBM（Own Brand Manufacturing）即自主品牌制造，它是指产品制造企业除了负责产品的生产外，还创建独立的品牌，并通过自己构建的渠道参与市场竞争，这样的企业称为 OBM 企业。与前两种企业相比，OBM 企业除了生产产品外，还负责研发和销售，占据价值链的重要环节，因而利润回报较高。

2、周期性特征

小家电行业受国家宏观经济环境影响，与国民可支配收入水平呈正相关。随着我国国民可支配收入水平的提高，小家电产品的需求量将同步提高，主要原因在于人们对于生活品质的要求不断提高和小家电普及性的进一步加强，没有表现出明显的周期性特征。

此外，小家电行业属于制造业，技术革新和新兴品类的研发和细分，加快了产品或者品类的更新换代，部分品类的市场份额逐渐被新兴品类替代，导致老品类产品市场份额下降。技术革新和新兴品类的出现亦没有明显的周期性，小家电行业的周期性特征不明显。

3、区域性特征

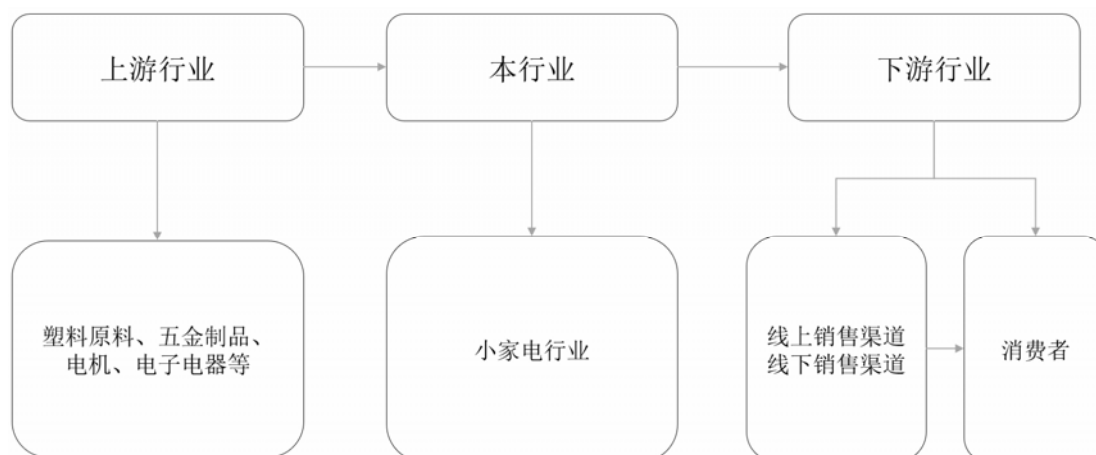
随着经济全球化及国际分工体系的日益深化，国外小家电品牌商根据各自的比较优势逐渐集中于市场调研、新产品设计和品牌营销业务，逐步将开发、生产制造、装配、物流等业务链向具有劳动力优势的国家转移。伴随中国小家电产业集群的成长、产业链的日益完善以及技术的创新和成熟，竞争优势进一步凸现，中国成为全球最主要的小家电产品生产基地。目前，我国小家电生产企业地区分布不均衡，大部分小家电企业集中在经济比较发达的华南和华东地区，尤其是广东及浙江地区。

4、季节性特征

小家电行业的线上销售受电商平台活动影响较大，故存在一定的季节性。国内主要的电商促销活动一般在下半年开展，如“双十一”和“双十二”等。一般而言小家电的销售旺季在下半年。

此外，部分小家电受季节性天气影响较大，如抽湿机和干衣机在多雨季节，加湿器在冬天天气干燥时，市场需求较大。

（七）发行人所处行业与上、下游行业之间的关系



小家电的上游行业主要包括塑料原料、五金制品、电机、电子电器等生产企业。下游行业涉及流通渠道和终端消费者，流通渠道分为线上渠道和线下渠道，线上渠道主要为各大电商平台如天猫商城、京东商城、唯品会和苏宁易购等，线下渠道包括家电经销商、家电连锁卖场和综合商超等。

1、与上游行业的关联性

塑料原料、五金制品和电子电器等是小家电总成本的主要组成部分，对小家电行业的影响主要体现为原材料价格波动导致的本行业生产成本上涨，影响企业的盈利情况。小家电行业主要原材料均为充分竞争行业，且各种原材料的替代性较强，不存在对某种原材料的高度依赖，上游原材料的局部波动不会对本行业造成重大影响。

2、与下游行业的关联性

小家电行业的下游行业涉及销售渠道和终端消费者，小家电企业通过各类销售渠道进入终端消费者，销售渠道对于本行业有重大影响。首先，小家电企业销售渠道的布局和发展将会直接对产品的销售产生影响。其次，销售渠道会影响生产企业和流通企业的利益分配，对企业销售成本产生直接影响。销售渠道是小家电企业参与竞争的关键因素。

（八）出口业务情况

公司产品主要出口至俄罗斯、日本、韩国、东南亚、中东等国家或地区。产

品进入上述出口地区需要一系列的安全认证和环保指令如欧洲 CE 认证、日本 PSE 认证、韩国 KC 认证和 CB 认证等。全球发达地区的家用电器生产大部分已转移至发展中国家，目前中国已成为全球主要的制造基地之一。

三、发行人在行业中的竞争地位

（一）公司的综合实力和行业地位

1、综合实力

公司成立至今专注于创意小家电的研发、设计、生产及销售，精准把握小家电用户需求变化，实施产品差异化战略。公司利用技术及质量优势对创意小家电市场进行开发，引导市场消费需求。

研发设计方面，公司建立了较为完备的研发体系，形成了较多的研发成果。目前公司有 400 款以上型号产品对外销售，拥有专利 486 项，其中发明专利 11 项、实用新型 194 项以及外观设计 281 项。近年公司或产品荣获“中国工业设计十佳创新型企业”、“中国设计红星奖”、“普拉格奖”、“AWE 艾普兰奖-产品奖”等国内知名设计奖项。

序号	荣获称号	颁发机构	年度
1	2012-2013 年度中国家电行业外观设计奖	广东家电产业公共信息服务平台、慧聪网	2013
2	中国工业设计十佳创新型企业	中国工业设计协会	2013
3	中国设计红星奖	中国设计红星奖委员会	2013
4	广东厨卫电器产品技术创新奖	广东省家电商会	2015
5	金麦奖-2017 年度品质类大奖-家电类	浙江日报报业集团、淘宝天下	2017
6	AWE 艾普兰奖-产品奖	中国家用电器协会	2017
7	全国质量检验稳定合格产品	中国质量检验协会	2018
8	计量体系合格证	佛山市顺德区市场监督管理局	2018
9	中国设计红星奖	中国设计红星奖委员会	2018
10	第九届“省长杯”工业设计大赛优胜奖	广东省工业设计协会	2018
11	中国外观设计优秀奖	国家知识产权局	2018

销售渠道方面，公司实行线上销售为主、线下销售为辅，全渠道运营的销售模式。目前产品已入驻天猫商城、京东商城、唯品会和苏宁易购等主流电商平台；同时公司积极布局新兴电商平台及线下销售渠道，充分将公司产品渗透各个渠道

进行销售推广，实现全渠道运营的销售模式。此外，公司国外市场通过 ODM/OEM 方式实现境外销售。作为行业领先的创意小家电生产企业，公司在线上销售渠道方面具备突出优势，通过线上销售渠道布局及其他渠道的配合，实现了对各类消费者群体的深度覆盖。

经过多年发展，公司目前已成为国内研发设计实力强、产品类型丰富、产品质量优良的创意小家电供应商，具备较强的市场竞争力和品牌知名度，以及良好的市场地位。报告期内公司产品销售量达 1,420.90 万台、2,024.30 万台和 2,468.76 万台，实现主营业务收入分别为 104,753.40 万元、164,161.79 万元和 202,775.42 万元。

未来，随着募集资金投资项目的建成达产，公司业务规模将不断扩大，研发能力将继续增强，行业地位将逐步提高，市场份额有望持续提升。

2、公司市场排名情况

公司是一家以自主品牌“小熊”为核心，依托互联网电子商务进行销售的“创意小家电+互联网”企业。在电子商务市场良好的发展趋势下，公司销售额保持较高增长。2018 年 11 月 11 日（双十一），公司“小熊”品牌在天猫商城酸奶机、电动打蛋器、电炖/煮粥锅、豆芽机、电热饭盒、多士炉、煮蛋器/蒸蛋器、绞肉/碎肉机和加湿器等细分品类位列热销品牌榜排名第一³。2017 年和 2018 年公司主要品类在天猫商城热销品牌榜分月排名情况如下：

产品名称	2017 年度	2018 年度
电热饭盒	全年各月均排名第一	全年各月均排名第一
酸奶机	全年各月均排名第一	全年各月均排名第一
煮蛋器/蒸蛋器	全年各月均排名第一	全年各月均排名第一
多士炉	全年各月均排名第一	全年各月均排名第一
电动打蛋器	全年各月均排名第一	全年各月均排名第一
加湿器	全年各月均排名第一	1-3 月排名第一、4 月排名第二、5-6 月排名第一、7-8 月排名第二、9-11 月排名第一、12 月排名第二
电炖/煮粥锅	1-7 月排名第二、8 月排名第一、9-12 月排名第二	1 月排名第二、2-12 月排名第一
养生/煎药壶	1-10 月排名第一、11 月排名第二、12 月排名第一	全年各月均排名第一
绞肉/碎肉机	1-2 月排名第三、3-6 月排名	1-7 月排名第一、8 月排名第二、9-12 月排

³ 排名数据来源于生意参谋。

	第二、7-12月排名第一	名第一
--	--------------	-----

（二）发行人的主要竞争对手

公司产品主要以“小熊”为自主核心品牌在国内市场进行销售，竞争对手包括美的集团、九阳股份、苏泊尔、天际股份和新宝股份等。

1、美的集团（000333）

美的集团股份有限公司成立于2000年4月，总部位于广东省佛山市，是一家销售家用电器、暖通空调、机器人及自动化系统产品的全球化科技集团，提供多元化的产品种类，包括以厨房家电、冰箱、洗衣机及各类小家电为核心的消费电器业务；以家用空调、中央空调、供暖及通风系统为核心的暖通空调业务；以库卡集团、安川机器人合资公司等为核心的机器人及自动化系统业务。2018年度，美的集团实现营业收入2,596.65亿元，实现净利润216.50亿元。

2、九阳股份（002242）

九阳股份成立于2002年7月，总部位于山东济南，该公司主要从事厨房小家电系列产品的研发、生产和销售，产品包括豆浆机、料理机、榨汁机、面条机、原汁机、开水煲等。2018年度，九阳股份实现营业收入81.69亿元，实现净利润7.42亿元。

3、苏泊尔（002032）

苏泊尔成立于1998年7月，总部位于浙江省。主要产品为压力锅、炒锅和汤锅等明火炊具，电饭煲、电压力锅和电磁炉等厨房小家电，油烟机、燃气灶和消毒柜等厨卫电器以及空气净化器、挂烫机和吸尘器等环境家居电器。2018年度，苏泊尔实现营业收入178.51亿元，实现净利润16.69亿元。

4、天际股份（002759）

天际股份成立于1996年3月，总部位于广东省汕头市，主要从事陶瓷隔水炖、陶瓷电炖盅和陶瓷电炖锅等陶瓷烹饪电器，电热水瓶、电水壶和电茶具等电热水壶系列产品及榨汁机、豆浆机和酸奶机等其他小家电的研发、生产和销售。2016年，天际股份通过并购向“家电+锂离子电池材料”双主业模式发展。2018年度，天际股份实现营业收入8.61亿元，实现净利润0.84亿元。

5、新宝股份（002705）

新宝股份成立于 1995 年 12 月，总部位于广东省佛山市，是国内较早从事设计研发、生产、销售小家电产品的企业之一，产品主要以出口为主。产品有电热咖啡机、电热水壶、多士炉等电热类厨房电器，打蛋器、搅拌机和果汁机等电动类厨房电器，吸尘器、电熨斗等家居电器。2018 年度，新宝股份实现营业收入 84.44 亿元，实现净利润 5.04 亿元。

（三）发行人的竞争优势

1、品牌优势

公司秉承“创意让生活更美好”的核心价值观，坚持“品质为基础、服务为保证、创新为动力”的经营理念，准确把握客户消费升级需求，提升消费者生活品质。同时，公司通过电商平台、影视及综艺节目、新媒体营销、明星代言、户外投放等途径积极推广“小熊”自主品牌，倡导精致、创意、智能和健康的消费生活方式，使“小熊”品牌在小家电领域有较强的影响力和知名度。

通过多年的发展，公司凭借创新的产品研发设计、优质的产品品质和良好的产品体验，以及优秀的品牌建设和完善的营销网络，品牌知名度和美誉度逐年提升，“小熊”品牌被广大消费者熟知及认可，拥有一大批忠实用户。

公司多个细分产品如酸奶机、电动打蛋器、电热饭盒、多士炉、加湿器等产品 2017 年和 2018 年在天猫商城热销品牌榜排名第一⁴。

近年来，公司获得业内的主要品牌荣誉如下：

序号	荣获称号	颁发机构	年度
1	广东省著名商标	广东省著名商标评审委员会	2014
2	普拉格奖	慧聪家电网、HCR（慧聪研究）	2014
3	广东省名牌产品	广东省名牌产品推进委员会	2015
4	广东省电子商务 100 强企业	广东省电子商务协会、华南电子商务联盟	2015
5	最受俄罗斯消费者欢迎的“中国十大创新明星产品”	工业和信息化部国际经济技术合作中心、中国国际贸易促进委员会电子信息行业分会	2015
6	网购消费者喜欢的广货品牌	广东省网商协会、IEBE（广州）国际电子商务博览会	2016

⁴ 排名数据来源于生意参谋。

7	广东省名牌产品“网络人气之星”	广东卓越质量品牌研究院	2016
8	广东省最佳自主品牌	广东省企业联合会、广东省企业家协会	2016
9	广东省制造业 100 强	广东省企业联合会、广东省企业家协会	2016
10	广东省企业 500 强	广东省企业联合会、广东省企业家协会	2016
11	广东省著名商标	广东省著名商标评审委员会	2017
12	2017 年度中国品牌奖	人民日报社	2017
13	驰名商标	国家工商行政管理总局	2017
14	全国产品和服务质量诚信示范企业	中国质量检验协会	2018
15	全国小家电行业质量领军企业	中国质量检验协会	2018
16	全国百佳质量诚信标杆示范企业	国家质量监督检验检疫总局产品质量申诉处理中心	2018
17	网购消费者信赖的广货品牌	广东省网商协会、IEBE 国际电商展组委会	2018
18	连续三年（2015-2017）广东省守合同重信用企业	广东省工商行政管理局	2018
19	广东制造业 100 强	广东省企业联合会、广东省企业家协会	2018
20	广东企业 500 强	广东省企业联合会、广东省企业家协会	2018
21	广东省优秀自主品牌	广东省企业联合会、广东省企业家协会	2018

2、销售渠道优势

自成立以来，线上电商渠道一直是公司最主要的销售渠道。公司坚持互联网思维、优异产品质量以及优质售后服务，把握行业快速增长的发展机遇及主流电商平台汇集的巨大用户流量，充分运用互联网高效率、低成本以及仓储物流技术发展迅速等特点，快速布局线上渠道，经过 12 年的发展，成为“创意小家电+互联网”领先企业之一。

公司是行业内较早地提出“网络授权”线上电商销售模式的小家电企业之一。通过对指定的经销商实行“线上授权”，并提供“线上授权防伪证书”，消费者在小熊官方网站上可查询授权网店，通过官方直接授权、供货的线上渠道管理方式，对线上渠道进行有效管控。

2013 年，公司开始实施线上经销代发模式，即消费者在公司线上经销商的网络店铺下单，公司通过富润系统获取订单信息，并根据该订单信息直接发货给最终消费者的销售模式。通过该模式的实施，使线上消费者订单由经销商发货改为公司直接发货给最终消费者，减少流通过程和物流成本，减轻经销商进货资金压力，使其集中精力于销售优势产品，并解决传统经销模式下小众产品推广不

足的问题。

目前公司与天猫商城、京东商城、唯品会和苏宁易购等主流电商平台均建立了良好的合作关系。同时，经过多年的发展，公司已打造了一支经验丰富的电商运营团队，该团队在品牌推广、营销策划、仓储物流、售后客服等方面具备出色的开拓创新、组织决策和执行能力，带领公司不断适应电子商务市场变化，巩固线上渠道优势。

公司通过多年积累的客户网购数据，对客户进行人群属性、生活方式和产品属性偏好等多维度分析，有效指导公司新品研发、产品推广和改进，不断推出深受消费者喜爱的产品。

近年来，公司获得的营销荣誉主要如下：

序号	荣获称号	颁发机构	年度
1	第四届中国经典传播虎啸奖·家电及地产家居类·银奖	中国经典传播虎啸奖评审委员会	2013
2	2015 年金投赏金奖	金投赏组委会	2015
3	第六届金鼠标数字营销大赛金奖	中国商务广告协会、北京大学新闻与传播学院、北京智捷天成公关咨询有限公司、《国际品牌观察》杂志社有限公司	2015
4	艾奇奖-银奖及铜奖	国际数字商业创新协会（IECIA）	2015
5	广东省电子商务示范企业	广东省商务厅	2015
6	艾奇奖-中国电子商务创新品牌	国际数字商业创新协会（IECIA）	2016
7	金水滴银奖	金水滴奖广告大赛组委会	2016
8	2016 年度中国互动营销学院奖传播类·金奖	中国传媒大学广告学院、国家广告研究院、《媒介》杂志	2016
9	金麦奖-最佳跨界合作品牌	浙江日报报业集团、淘宝天下	2017
10	TopDigital Awards 整合营销服务银奖	TopDigital	2017
11	2017 年度中国互动营销学院奖案例奖[创意类]优秀奖	中国传媒大学广告学院、国家广告研究院、《媒介》杂志	2017
12	第九届金鼠标-大剧联合营销类铜奖	北京大学新媒体营销传播（CCM）研究中心、网赢天下网	2018
13	第十八届 IAI 国际广告奖-铜奖	中国传媒大学广告学院、IAI 国际广告研究所	2018
14	AWE2018 艾普兰金口碑奖	中国家用电器协会	2018

3、研发设计优势

用户对创意小家电外观及功能需求千差万别，其产品种类繁多、更新换代快，

具有很强的潮流性和多变性，故要求企业不断加大科研投入研发新品，以满足客户对外观、功能的需求。公司作为国内创意小家电行业最具竞争力和成长性的企业之一，在研发设计方面具有较强优势，具体表现如下：

（1）设计创新实力

经过持续的技术创新以及经验积累，公司小家电产品设计创新实力不断获得业界认可。近年公司及产品荣获“中国工业设计十佳创新型企业”、“中国设计红星奖”、“普拉格奖”、“AWE 艾普兰奖-产品奖”等国内知名设计奖项。

序号	荣获称号	颁发机构	年度
1	2012-2013 年度中国家电行业外观设计奖	广东家电产业公共信息服务平台、慧聪网	2013
2	中国工业设计十佳创新型企业	中国工业设计协会	2013
3	中国设计红星奖	中国设计红星奖委员会	2013
4	广东厨卫电器产品技术创新奖	广东省家电商会	2015
5	金麦奖-2017 年度品质类大奖-家电类	浙江日报报业集团、淘宝天下	2017
6	AWE 艾普兰奖-产品奖	中国家用电器协会	2017
7	全国质量检验稳定合格产品	中国质量检验协会	2018
8	计量体系合格证	佛山市顺德区市场监督管理局	2018
9	中国设计红星奖	中国设计红星奖委员会	2018
10	第九届“省长杯”工业设计大赛优胜奖	广东省工业设计协会	2018
11	中国外观设计优秀奖	国家知识产权局	2018

（2）参与行业标准制定

公司除内部制定多项企业产品标准外，还作为主要起草单位制定了多个小家电技术标准。2016 年 7 月，公司成为佛山市家用电器产业技术标准联盟起草单位。公司作为主要起草单位之一制定的佛山市家用电器产业技术联盟《家用和类似用途破壁搅拌机》（T/FSAS 2-2016）和广东省家用电器产业技术联盟标准《养生壶》（T/SDBX 001-2017）分别于 2016 年 9 月 20 日和 2017 年 5 月 25 日正式实施。

（3）研发设计持续投入

技术创新、科技进步是公司生存和发展的驱动力，近年来公司持续加大研发投入，以保证公司技术创新能力的持续提高。报告期内公司研发投入占营业收入的比例如下：

单位：万元

项目	2018 年度	2017 年度	2016 年度
研发投入	4,739.25	2,507.68	1,653.33
营业收入	204,103.51	164,653.36	105,430.41
研发投入占营业收入比重	2.32%	1.52%	1.57%

4、产品质量优势

自成立以来，公司一直专业从事创意小家电产品的研发、设计、生产及销售，依托公司较强的技术研发能力，严格的产品质量控制体系，生产出的创意小家电产品性能稳定、品质卓越，深受消费者喜爱。2017 年蒸蛋器、电炖锅、空气加湿器产品荣获浙江日报报业集团和淘宝天下颁发的“金麦奖-2017 年度品质类大奖-家电类”，公司产品具有较强质量优势。

公司于 2011 年 12 月即通过 ISO9001:2008 国际质量管理体系认证，2018 年 2 月通过 ISO9001:2015 国际质量管理体系认证。公司建立了完善的质量控制制度和有效的运行体系；同时，公司产品通过多项国内和国外的产品测试和认证，如欧洲 CE 认证、日本 PSE 认证、韩国 KC 认证和 CB 认证等，产品可销往全球多个国家和地区。

公司高度重视产品质量控制，严格执行公司内部标准及国家标准，生产中采用先进的设备及控制流程，使产品各项技术性能指标得到可靠保证；公司通过制定《供应商控制程序》《来料检验管理办法》《制程检验管理办法》《成品检验管理办法》《零部件评价管理办法》《整机评价管理办法》《产品一致性管理办法》等一系列保证品质的相关管理制度及程序文件，从产品研发、生产制造和成品入库各个环节设置了严格的品质检查，对产品材料、技术安全、制造工艺等均有严格标准，确保产品质量。

5、用户体验优势

产品能否获得消费者认可，与用户体验密切相关。公司高度重视用户体验，始终贯彻以用户为中心的宗旨，在选材用料、智能操控、人体工学设计、多功能使用等方面，均对产品作出严格的要求，使产品功能更契合用户使用习惯，提高用户满意度。如微电脑式产品实现烹饪智能预约和自动断电；设计上置式面板实现用户免弯腰操作；开发可进行煮茶、甜品、火锅、煲粥功能的多功能养生壶；同时实现煎蛋、烤面包功能的多士炉等。

公司制定了《用户体验管理办法》，对用户体验工作进行规范管理。研发中心设有产品体验专员负责新品体验研究，具体包括产品开箱、外观体验、操作交互、场景模拟、产品运行和使用维护等。此外，公司根据新品在主流电商平台的用户反馈，及时进行产品改进优化。公司对产品体验重视，具备较强的用户体验优势，具有良好的口碑。

6、产品多样化优势

公司从用户需求出发，结合公司研发设计优势，根据消费者成长轨迹和生活工作场景的变化，不断丰富产品品类，持续深耕细分产品，满足消费者在不同阶段或场景对创意小家电的需求。

公司产品品类丰富，目前有 400 款以上型号产品对外销售，产品适用对象涵盖婴幼儿、青年、中老年人群及其生活与工作的不同场景。公司凭借较强研发设计优势不断丰富产品品类，各类产品的销售订单相互带动，提高了客户复购率和销售额，扩大了公司行业影响力。此外，产品品类多样化有利于提高公司的市场抗风险能力，避免了因单一细分品类市场萎缩而造成经营业绩下滑的风险。

公司多年来坚持实施产品多样化战略，积累了丰富的品类开拓经验，提升了公司竞争优势。

7、管理团队优势

公司拥有一支稳健、务实、高效的管理团队，核心管理成员稳定，对公司企业文化有高度的认同感。其中公司创始人、总经理李一峰先生拥有多年的小家电行业研发、设计、生产及管理经验，公司副总经理欧阳桂蓉女士拥有多年的小家电互联网营销经验。

公司管理团队对互联网购物消费人群和互联网传播特点有着深刻理解，能够有效把握目标消费群体不断变化的消费习惯和喜好，通过产品创新、渠道创新等方式推出适时畅销产品，为消费者创造美好生活体验。

公司通过实施股权激励，实现公司核心管理人员、技术骨干持有公司股权，有效保障管理团队稳定；公司致力于学习型管理团队的建设，开展形式多样的培训活动，提高管理团队的综合素质；同时，公司致力于管理团队的持续优化，通过“小熊”品牌的影响力和企业文化感召力，不断引进优秀人才，为公司持续发

展注入活力。

公司管理团队对公司发展及行业前景有着共同愿景，形成了稳健、高效、务实的经营管理理念，为公司在创意小家电运营方面积累了较强的竞争优势。

（四）发行人的竞争劣势

1、融资渠道受限

公司融资渠道较为单一，根据公司未来几年的业务发展规划，营运资金及资本性支出将大幅增加。因此，公司希望通过本次发行募集资金，满足不断扩大的资本性支出需要，保持公司在创意小家电行业中的领先地位，并进一步扩大公司的领先优势，使公司迈上新的发展台阶。

2、线下渠道开发不足

公司虽然建立了覆盖全国的销售网络，拥有较好的创意小家电市场基础，但销售渠道以线上销售为主，线下渠道开发不足。公司需要进一步加大对线下渠道的开发力度，以加快线上与线下融合发展。

（五）安全生产和环境保护情况

1、安全生产情况

公司一直重视安全生产，实行安全生产责任制，将责任分解落实到部门和个人。公司目前对生产的各个环节进行控制，定期进行安全生产检查 and 安全教育培训，并对负责人进行安全生产管理考核，确保员工的人身安全，避免因安全事故导致停工停产而对企业的正常生产经营带来不利影响。报告期内，公司未发生重大安全生产事故。

2、环境保护情况

公司在生产过程中严格遵守国家和地方的法律法规，能较好地执行建设项目环境评价和“三同时”制度，各生产基地已取得佛山市顺德区环境运输和城市管理局发放的《广东省污染物排放许可证》。具体情况如下：

序号	单位名称	证书编号	有效期至
1	小熊厨房	4406062018000153	2021.03.13
2	勒流富安分公司	4406062018000154	2021.03.13
3	小熊环境	4406062018000024	2023.01.16

4	小熊生活	4406062017000626	2022.07.23
---	------	------------------	------------

发行人及分、子公司在生产过程中严格遵守国家和地方的环保法规，报告期内未受到过环保部门的行政处罚。

3、主要排放污染物、环保设施及其处理能力和实际运行情况

(1) 主要排放污染物、排放量及防治措施

发行人及其子公司不属于《企业环境信用评价办法（试行）》规定的火电、钢铁、水泥、电解铝、煤炭、冶金、化工、石化、建材、造纸、酿造、制药、发酵、纺织、制革和采矿业等 16 类重污染行业企业，在生产经营中产生的污染物数量较少。

报告期内，公司从事生产的包括小熊生活、小熊环境、小熊厨房和小熊厨房勒流富安分公司，根据《广东省污染物排放许可证》《建设项目环境影响报告表》和广东顺德环境科学研究院有限公司每季度出具的《检测报告》等资料，公司生产经营中主要排放污染物、排放量、防治措施及检测结果情况如下表所示：

项目	排放物	排放源	污染物名称	防治措施	排放浓度 (mg/m³)	排放速率 (kg/h)	检测结果
小熊生活	大气污染物	焊锡烟尘	锡及其化合物	加强车间通风换气	-	-	-
	水污染物	生活污水	COD _{cr} 、BOD ₅ 、SS、氨氮	生活污水三级化粪池处理后排入均安生活污水处理厂	-	-	-
		检测废水	COD _{cr} 、BOD ₅ 、氨氮	可直接排放	-	-	-
	固体废物	员工生活	生活垃圾	由环卫部门统一收集处理	-	-	-
	噪声	生产设备		墙体隔音、距离衰减	-	-	-
小熊环境	大气污染物	注塑工艺	非甲烷总烃	在注塑机上方加装集气罩收集注塑过程中产生的非甲烷总烃，再经“低温等离子+活性炭吸附”废气处理设施进行处理，最后通过不低于 15 米高的排气筒	1.89	0.048	符合《合成树脂工业污染物排放标准》（GB31572-2015）大气污染物排放限值

				排放			
		丝印、固话和洗机工艺	VOC _s	在移印机、曲面转印机和 UV 光固化机上方加装集气罩收集丝印、固化和洗机过程中产生的 VOC _s ，再经“低温等离子+活性炭吸附”废气处理设施进行处理，最后通过不低于 15 米高的排气筒排放	2.03	0.0375	符合广东省《印刷行业挥发性有机化合物排放标准》（DB44/815-2010）排气筒 VOC _s 排放限值&II 时段&平板印刷（不含以金属、陶瓷、玻璃为承印物的平板印刷）
		厨房	油烟	经静电油烟处理设施处理后，通过不低于 15 米高的排气筒排放	1.81	-	符合《饮食业油烟排放标准》（GB18483-2001）最高允许排放浓度
		液化石油气燃烧	NO _x 、CO	通过厨房的换气系统无组织排放到外界	-	-	-
	水 污 染 物	综合污水	COD _{cr} 、BOD ₅ 、氨氮、总磷、动植物油、LAS	经独立的污水处理设施处理后排入附近内河涌	-	-	-
	固 体 废 物	注塑过程中产生的次品及边角料		经破碎机破碎后回用到生产	-	-	-
	固 体 废 物	厨房	餐厨垃圾	定期交由有严控废物处理资质的单位进行处理	-	-	-
		员工生活	生活垃圾	由环卫部门统一收集处理	-	-	-
		危险废物	含机油的废抹布、废机油、废液压油、含油墨废抹布、油墨包装桶和废活性炭	交由具有相应危险废物处理资质的单位进行处理	-	-	-
小熊厨房	水 污 染 物	生活污水	COD _{cr} 、NH ₃ -N	生活污水经三级化粪池处理后排入勒流污水处理厂处理，尾水排入顺德支流	-	-	-

			BOD ₅ 、TP				
	大 气 污 染 物	破碎粉尘	粉尘	通过车间内排气扇无组织排放至外界	<20	<0.445	符合广东省《大气污染物排放限值》（DB44/27-2001）第二时段二级排放标准
		焊接	锡及其化学物	收集后引至高空排放	3×10^{-4}	7.24×10^{-6}	
		注塑	非甲烷总烃	经集气罩收集后，引至 18m 高的排气筒排放	3.21	0.071	符合《合成树脂工业污染物排放标准》（GB31572-2015）
		丝印	VOC _s	经集气罩收集后经过 UV 光解+活性炭二级废气处理设施进行处理再引至 15m 高排气筒排放	10.5	0.0581	符合广东省《印刷行业挥发性有机化合物排放标准》（DB44/815-2010）
	噪声	生产过程	噪声	通过距离的衰减和厂房的声屏障效应	-	-	-
	一 般 固 体 废 物	次品及边角料		破碎后回用于生产	-	-	-
		锡渣		定期外卖回收商	-	-	-
		生活垃圾		交由环卫部门集中处理	-	-	-
	危 险 废 物	含油废抹布、废机油、废活性炭等		交给有危险废物处理资质单位处理	-	-	-
勒流富安分公司	大 气 污 染 物	丝印、固化和洗机工艺	VOC _s	在移印机、曲面转印机和 UV 光固化机上方加装集气罩收集丝印、固化和洗机过程中产生的 VOC _s ，再经“UV 光解+活性炭吸附”废气处理设施进行处理，最后通过一个 15m 高的排气筒排放	14.7	0.0567	符合广东省《印刷行业挥发性有机化合物排放标准》（DB44/815-2010）排气筒 VOC _s 排放限值第二时段凹版印刷标准
		厨房	油烟	经静电油烟处理设施处理后，通过一个 15 米高的排气筒排放	1.93	-	符合《饮食业油烟排放标准》（GB18483-2001）最高允许排放浓度
		液化石油气燃烧	NO _x 、SO ₂	通过厨房的换气系统无组织排放到外界	-	-	-
	水 污 染 物	综合污水	COD _{cr} 、BOD ₅ 、氨氮、总磷、动植物油、SS	餐厨废水经过隔油隔渣处理后，与三级化粪池处理后的生活污水一并排入市政工程管网进入勒流污水处理厂处理	-	-	-
	固体	厨房	餐厨垃圾	由环卫部门统一收集处理	-	-	-

	废物	员工生活	生活垃圾	由环卫部门统一收集处理	-	-	-
		危险废物	含机油的废抹布、废机油、含油墨废抹布、油墨包装桶和废活性炭	交由具有相应危险废物处理资质的单位进行处理	-	-	-

注：小熊生活生产基地以产品组装为主，生产过程中产生的污染物较少。根据佛山市顺德区环境运输和城市管理局发放的佛山市小熊生活电器有限公司《广东省污染物排放许可证》，小熊生活生产基地产生的废气可无组织排放。

（2）主要环保设施、处理能力及实际运行情况

截至本招股意向书签署之日，发行人拥有的主要环保设备、处理能力以及实际运行情况如下：

序号	设施名称	存放厂区	处理能力	用途	实际运行情况
1	静电式餐饮油烟净化设备	小熊环境	20,000m³/h	处理食堂油烟	运行正常
2	低温等离子净化器		36,000m³/h	处理丝印废气	运行正常
3	低温等离子净化器		36,000m³/h	处理注塑废气	运行正常
4	静电式油烟净化器	勒流富安分公司	32,000m³/h	处理食堂油烟	运行正常
5	UV 光解环保设备		16,000m³/h	处理丝印废气	运行正常
6	UV 光解环保设备	小熊厨房	38,000m³/h	处理注塑及焊锡废气	运行正常
7	UV 光解环保设备		16,000m³/h	处理丝印废气	运行正常
8	静电油烟净化器	小熊生活	16,000m³/h	处理食堂油烟	运行正常

（3）报告期各年环保投入和相关费用支出情况

报告期内，公司环保投入及费用情况如下：

单位：万元

项目	2018 年度	2017 年度	2016 年度
环保投入及费用	287.29	149.55	33.89

2017 年度公司环保投入及费用金额为 149.55 万元，较 2016 年增加 115.66 万元，环保投入较高的主要原因是：2017 年 4 月和 5 月，公司分别新增了小熊环境和勒流富安分公司生产基地，并对小熊厨房等原生产基地进行扩建，编制了相关的建设项目环境影响报告表，并按照环境影响报告表的要求增加废气处理设备，导致环保投入相应增加。2018 年度公司环保投入及费用金额较 2017 年度增加 137.74 万元，主要原因和 2017 年度相同，同时公司生产规模扩大，环保运行费用相应增加，此外随着募投项目的实施，增加了相关环保投入。

四、与发行人业务相关的主要固定资产和无形资产情况

（一）主要固定资产情况

公司主要固定资产为房屋建筑物、机器设备、运输设备、办公设备和生产模具。截至 2018 年 12 月 31 日，公司的固定资产状况如下表所示：

单位：万元

类 别	固定资产原值	折旧年限（年）	累计折旧	账面价值	成新率
房屋建筑物	7,225.39	20	2,317.84	4,907.54	67.92%
机器设备	3,862.95	3-5	1,306.75	2,556.21	66.17%
运输设备	507.85	5	215.64	292.21	57.54%
办公设备	915.91	3	581.23	334.68	36.54%
生产模具	7,060.38	3-5	3,921.55	3,138.83	44.46%
合 计	19,572.48	-	8,343.01	11,229.47	57.37%

1、主要机器设备情况

截至 2018 年 12 月 31 日，公司主要机器设备情况如下：

序号	设备名称	数量（台）	原值（万元）	成新率	取得方式
1	注塑机	96	1,327.52	68.14%	购入
2	机械手	97	174.26	60.72%	购入
3	货架	572	213.93	48.86%	购入
4	工作台	135	102.91	56.68%	购入
5	测试设备	102	119.20	67.07%	购入
6	检测设备	22	65.25	51.99%	购入
7	封箱机	106	81.84	54.50%	购入
8	激光打标机	25	105.42	76.35%	购入
9	螺丝机	42	82.63	50.04%	购入
10	超声波焊接机	35	66.14	44.63%	购入
11	起重机	5	52.47	48.29%	购入
12	搬运车	20	47.58	44.81%	购入
13	全电动堆高车	6	26.18	38.20%	购入
14	吸料机	28	27.59	71.95%	购入
15	变频电源	38	35.56	71.20%	购入
16	烫金机	41	32.99	67.44%	购入
17	输送机	60	28.52	70.34%	购入
18	移印机	37	24.50	49.18%	购入
19	电动叉车	13	12.60	74.03%	购入
20	空压机	5	11.21	57.64%	购入
21	热转印机	4	8.49	57.10%	购入
合计			2,646.79	62.71%	-

2、房产情况

截至本招股意向书出具日，公司及下属子公司拥有的房产情况具体情况如

下:

序号	权属	房屋产权证号	坐落	建筑面积 (m²)	取得 方式	土地使用权 终止日期	他项权利
1	小熊电器	粤(2017)顺德区不动产权第1117122128号	佛山市顺德区勒流街道办事处富裕村委会富安集约工业区5-2-1号地	16,637.91	购买/自建	2055.10.27	抵押
2	小熊电器	粤(2017)顺德区不动产权第1117127111号	佛山市顺德区均安镇均安社区居民委员会畅兴大道西5号	13,354.80	自建	2054.06.24	抵押
3	小熊营销	粤(2017)顺德区不动产权第1117101963号	佛山市顺德区大良街道办事处五沙社区居民委员会新耀路3号	5,676.00	法院竞拍	2055.08.31	抵押
4	小熊营销	粤(2017)顺德区不动产权第1117101965号	佛山市顺德区大良街道办事处五沙社区居民委员会顺番公路五沙段26号	12,523.34	法院竞拍	2055.08.31	抵押
5	小熊电器	粤(2017)顺德区不动产权第1117141690号	佛山市顺德区大良街道办事处德和社区居民委员会国泰南路保利中宇花园3座2801号	140.25	购买	2080.09.15	无
6	小熊电器	粤(2017)顺德区不动产权第1117141691号	佛山市顺德区大良街道办事处德和社区居民委员会国泰南路保利中宇花园3座2901号	140.25	购买	2080.09.15	无
7	小熊电器	粤(2018)顺德区不动产权第1118030748号	佛山市顺德区大良街道办事处德和社区居民委员会国泰南路保利中宇	140.25	购买	2080.09.15	无

			花园 3 座 3001 号				
8	小熊电器	粤（2017）顺德区不动产权第 1117141686 号	佛山市顺德区大良街道办事处德和社区居委会国泰南路保利中宇花园车位 672 号	26.73	购买	2080.09.15	无
9	小熊电器	粤（2017）顺德区不动产权第 1117143704 号	佛山市顺德区大良街道办事处德和社区居委会国泰南路保利中宇花园车位 691 号	26.62	购买	2080.09.15	无
10	小熊电器	粤（2017）顺德区不动产权第 1117141688 号	佛山市顺德区大良街道办事处德和社区居委会国泰南路保利中宇花园车位 753 号	28.22	购买	2080.09.15	无
11	龙牌电器	粤（2016）顺德区不动产权第 1116026116 号	佛山市顺德区勒流街道办事处勒流社区居民委员会富安工业区连安路 3 号	36,517.41	自建	2052.11.14	无

注：上述房产具体抵押情况详见本招股意向书“第十五节 其他重要事项”之“二、发行人重大合同情况”之“（一）授信合同、借款合同、担保合同”之“3、担保合同”。

3、房屋租赁情况

截至本招股意向书签署日，公司及子公司租赁房屋的具体情况如下：

序号	承租人	出租人	房屋用途	坐落	使用面积（m²）	租赁期限	房产证编号
1	小熊环境	广东宏的投资有限公司	厂房、宿舍等	佛山市顺德区大良街道办事处红岗社区居民委员会工业开发区	厂房、宿舍等房屋：48,946.38；空地道路：24,989.34	2018.12.01-2019.11.30	粤房地权证佛字第 0315057814 号、粤房地权证佛字第 0315057815 号、粤房地权证佛字第 0315057816 号、粤房地权证佛字第

							0315057820 号、粤房地权证佛字第 0315057821 号、粤房地权证佛字第 0315052437 号
2	小熊厨房	佛山市顺德区宏亮物业管理有限公司	宿舍	佛山市顺德区勒流街道办事处富裕村委会富安工业区 5-1-3 号地块	2,070.00	2019.05.01-2020.04.30	粤房地权证佛字第 0300029888 号
3	小熊电器	黄斯斯	宿舍	佛山市顺德区大良南国西路 38 号日高新天地广场 17 座 701 号	76.26	2019.06.01-2020.05.31	粤（2018）顺德区不动产权第 1118034376 号
4	小熊电器	王义平	宿舍	佛山市顺德区大良南国西路 38 号日高新天地广场 22 座 1802 号	71.43	2019.01.08-2020.01.07	粤房地权证佛字第 0313022424 号
5	小熊电器	李咏崧	宿舍	佛山市顺德区大良南国西路 38 号日高新天地广场 20 栋 102 号	71.70	2017.07.01-2019.06.30	粤房地权证佛字第 0314037333 号
6	小熊电器	曹健萍	宿舍	佛山市顺德区勒流街道新安村石桥街十二巷 2 号	400.00	2017.09.01-2019.08.31	无
7	小熊电器	汤瑞欢	宿舍	佛山市顺德区勒流街道新安村石桥街六巷四号	500.00	2017.09.01-2019.08.31	无
8	小熊厨房	李祥贤	宿舍	佛山市顺德区勒流街道新安村石桥街八巷 7 号	700.00	2017.12.01-2019.11.30	无
9	小熊电器	苏兆邦	宿舍	佛山市顺德区勒流街道富裕村同安叁巷 19 号	788.80	2017.03.01-2020.02.28	无
10	小熊电器	潘挽成	宿舍	佛山市顺德区勒流镇富裕工	520.00	2016.03.01-2020.02.28	无

				业区同安大路 5 号			
11	小熊厨房	肖康舜	宿舍	佛山市顺德区 大良南国西路 38 号日高新天 地广场 23 座 1304 号	69.00	2018.03.15- 2020.03.14	粤房地权证佛字第 0313054009 号
12	小熊环境	广东宏 的投资 有限公 司	宿舍	佛山市顺德区 大良街道办事处 红岗社区居 民委员会工业 开发区	宿舍: 1,920.36; 空地:520.35	2018.12.01- 2020.2.29	粤房地权证佛字第 0315052437 号
13	小熊电 器、小熊 营销	佛 山 市 顺 德 区 大 良 德 良 物 业 管 理 有 限 公 司	办公	佛山市顺德区 大良街道办事处 南华居委会 沿江西路 22 号	13,867.40	2018.10.20- 2038.10.19	粤房地证字第 C3577615 号

注：上述租赁房屋均已办理租赁备案登记。

(1) 公司租赁的上述 6-10 项房屋情况

公司租赁的上述第 6-10 项房屋所在的土地为集体用地，由于地方政策原因，出租方尚未取得相关的土地使用权和房屋产权权属证书。根据顺德区勒流街道富裕村、新安村村民委员会出具的《证明》、部分出租方与集体经济组织签订的用地协议文件、上述房屋取得的租赁备案文件，当地村民委员会确认出租方将上述房屋出租给发行人的事实情况，并未提出异议。

公司租赁上述第 6-10 项房屋均系用于员工宿舍，不会对公司的持续生产经营构成重大不利影响。公司已通过向员工发放租房补贴等方式鼓励员工自主租房，以逐步减少瑕疵房屋的使用；且公司控股股东兆峰投资作出承诺，如公司因租赁上述第 6-10 项房屋存在瑕疵而在租赁合同约定的租赁期限内无法继续使用上述房屋，控股股东将承担宿舍转移和员工安置事项给公司造成的经济损失。

(2) 公司租赁的上述第 13 项房屋情况

公司租赁上述第 13 项房屋所在的土地使用权为划拨取得，该租赁物业已取得“粤房地证字第 C3577615 号”《房地产权证》，建筑面积为 13,867.40 平方米。关于该租赁事项，出租方佛山市顺德区大良德良物业管理有限公司的上级主管单位佛山市顺德区大良街道办事处已出具《证明》，认为该事项已履行了必要的审

批程序，出租收益由国有资产授权管理单位收取，暂未发现有损害国家土地权益等有关违反法律法规规定的情况，该单位确认并同意前述租赁事项。国土城建主管部门佛山市顺德区国土城建和水利局亦出具《证明》，认为该租赁行为至今未发现存在违反有关法律法规规定的情况，该局对此无异议。根据《租赁合同》约定，如发行人无法继续使用上述租赁物业，出租方应退回履约保证金和租赁押金并且按经出租方确认的承租方实际建设、装修投入除以租赁总天数再乘以剩余可使用天数进行补偿。同时，发行人控股股东兆峰投资已作出承诺，如出租方根据租赁合同的补偿无法弥补发行人或小熊营销全部损失的，不足部分将由兆峰投资予以承担。

上述租赁事项已经相关主管及上级部门认可，且对于潜在风险亦有合理安排，不构成本次发行上市的障碍。

（二）主要无形资产情况

1、土地使用权情况

截至本招股意向书签署日，公司共拥有 12 宗土地使用权，具体情况如下：

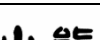
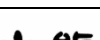
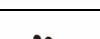
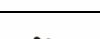
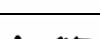
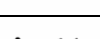
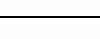
序号	土地使用证号	权利人	面积 (平方米)	用途	使用权类型	权利 终止日
1	粤（2017）顺德区不动产权第1117122128号	小熊电器	12,000.01	工业	国有建设用地使用权	2055.10.27
2	粤（2017）顺德区不动产权第1117127111号	小熊电器	25,027.94	工业	国有建设用地使用权	2054.06.24
3	粤（2017）顺德区不动产权第2217001719号	小熊智能	37,225.10	工业	国有建设用地使用权	2067.12.09
4	粤（2017）顺德区不动产权第1117101963号	小熊营销	30,000.10	工业	国有建设用地使用权	2055.08.31
5	粤（2017）顺德区不动产权第1117101965号	小熊营销	17,190.00	工业	国有建设用地使用权	2055.08.31
6	粤（2017）顺德区不动产权第1117141690号	小熊电器	30.07	住宅	城镇住宅用地	2080.09.15
7	粤（2017）顺德区不动产权第1117141691号	小熊电器	30.07	住宅	城镇住宅用地	2080.09.15
8	粤（2018）顺德区不动产权第1118030748号	小熊电器	30.07	住宅	城镇住宅用地	2080.09.15
9	粤（2017）顺德区不动产权第1117141686号	小熊电器	3.22	住宅	城镇住宅用地	2080.09.15
10	粤（2017）顺德区不动产权第	小熊	3.21	住	城镇住宅用	2080.09.15

	1117143704 号	电器		宅	地	
11	粤（2017）顺德区不动产权第 1117141688 号	小熊电器	3.40	住宅	城镇住宅用地	2080.09.15
12	粤（2016）顺德区不动产权第 1116026116 号	龙牌电器	55,261.34	工业	国有建设用地使用权	2052.11.14

2、商标权

截至本招股意向书签署日，公司已取得的注册商标情况如下：

序号	注册商标	注册证号	商标权人	申请国家/地区	有效期限	注册类别
1		17630236	发行人	中国	2016.9.28-2026.9.27	7
2		16113668	发行人	中国	2016.3.14-2026.3.13	11
3		16113616	发行人	中国	2016.3.14-2026.3.13	11
4		15367685	发行人	中国	2015.10.28-2025.10.27	1
5		15367684	发行人	中国	2016.1.14-2026.1.13	6
6		15367683	发行人	中国	2016.1.14-2026.1.13	9
7		15367682	发行人	中国	2016.1.14-2026.1.13	10
8		15367681	发行人	中国	2016.1.14-2026.1.13	12
9		15367679	发行人	中国	2016.1.21-2026.1.20	16
10		15367678	发行人	中国	2016.1.14-2026.1.13	18
11		15367676	发行人	中国	2015.10.28-2025.10.27	22
12		15367675	发行人	中国	2016.1.14-2026.1.13	28
13		15367674	发行人	中国	2016.1.14-2026.1.13	30
14		15367672	发行人	中国	2015.12.14-2025.12.13	1
15		15367671	发行人	中国	2016.2.28-2026.2.27	6
16		15367670	发行人	中国	2016.2.28-2026.2.27	9
17		15367664	发行人	中国	2016.2.28-2026.2.27	20

18		15367660	发行人	中国	2016.2.14-2026.2.13	28
19		15367659	发行人	中国	2015.12.7-2025.12.6	30
20		15073607	发行人	中国	2015.9.21-2025.9.20	8
21		15073606	发行人	中国	2015.11.14-2025.11.13	21
22		15073605	发行人	中国	2015.11.14-2025.11.13	8
23		15073604	发行人	中国	2015.11.21-2025.11.20	21
24		14712801A	发行人	中国	2015.9.7-2025.9.6	7
25		14712801	发行人	中国	2016.6.28-2026.6.27	7
26		14712800	发行人	中国	2015.8.28-2025.8.27	7
27		14712799	发行人	中国	2015.9.7-2025.9.6	11
28		14712798	发行人	中国	2015.10.7-2025.10.6	11
29		14674471	发行人	中国	2015.10.14-2025.10.13	11
30		14674459	发行人	中国	2015.6.21-2025.6.20	7
31		11187787	发行人	中国	2013.11.28-2023.11.27	11
32		11187786	发行人	中国	2013.11.28-2023.11.27	11
33		11187785	发行人	中国	2013.11.28-2023.11.27	1
34		11187784	发行人	中国	2013.11.28-2023.11.27	1
35		11183221	发行人	中国	2013.11.28-2023.11.27	30
36		11182495	发行人	中国	2013.12.28-2023.12.27	30
37		10987413	发行人	中国	2014.4.7-2024.4.6	7
38		10987412	发行人	中国	2014.3.14-2024.3.13	7

39		10698402	发行人	中国	2013.5.28-2023.5.27	21
40		10698347	发行人	中国	2013.5.28-2023.5.27	11
41		10698301	发行人	中国	2013.11.28-2023.11.27	10
42		10698202	发行人	中国	2013.7.21-2023.7.20	8
43		10698157	发行人	中国	2013.6.7-2023.6.6	7
44	妙想熊	10648009	发行人	中国	2013.6.7-2023.6.6	11
45	妙想熊	10647940	发行人	中国	2013.6.7-2023.6.6	7
46	妙想熊	10647917	发行人	中国	2013.6.7-2023.6.6	10
47	妙想熊	10647902	发行人	中国	2013.6.7-2023.6.6	21
48	妙想熊	10647823	发行人	中国	2013.6.7-2023.6.6	8
49	i 炖	9876710	发行人	中国	2014.2.14-2024.2.13	11
50	BBhon	9135816	发行人	中国	2012.2.28-2022.2.27	9
51	比比熊	9135741	发行人	中国	2012.2.28-2022.2.27	9
52	BBhon	9135513	发行人	中国	2012.2.28-2022.2.27	8
53	比比熊	9135464	发行人	中国	2012.2.28-2022.2.27	8
54	Bäar	9135382	发行人	中国	2012.6.21-2022.6.20	21
55	比比熊	9135357	发行人	中国	2012.6.21-2022.6.20	21
56	BBhon	9135324	发行人	中国	2012.6.21-2022.6.20	21
57	BBhon	9135264	发行人	中国	2012.2.28-2022.2.27	10
58	比比熊	9135237	发行人	中国	2012.2.28-2022.2.27	10
59	小熊	9130716	发行人	中国	2012.3.28-2022.3.27	10

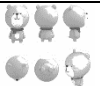
60		9130696	发行人	中国	2012.3.14-2022.3.13	9
61		9130683	发行人	中国	2012.2.28-2022.2.27	9
62		9130652	发行人	中国	2012.4.28-2022.4.27	8
63		9130631	发行人	中国	2012.2.28-2022.2.27	8
64		9130531	发行人	中国	2012.2.28-2022.2.27	37
65		9130508	发行人	中国	2012.2.28-2022.2.27	32
66		9130442	发行人	中国	2012.3.14-2022.3.13	43
67		9127765	发行人	中国	2012.2.28-2022.2.27	30
68		9127728	发行人	中国	2012.2.21-2022.2.20	35
69		9127712	发行人	中国	2012.4.14-2022.4.13	29
70		9127667	发行人	中国	2012.3.14-2022.3.13	27
71		9127649	发行人	中国	2012.2.28-2022.2.27	26
72		9127562	发行人	中国	2012.3.14-2022.3.13	24
73		9127540	发行人	中国	2012.8.28-2022.8.27	21
74		9125548	发行人	中国	2012.2.21-2022.2.20	18
75		9125500	发行人	中国	2012.2.21-2022.2.20	10
76		9125486	发行人	中国	2012.2.21-2022.2.20	9
77		9125480	发行人	中国	2012.2.28-2022.2.27	8
78		9125471	发行人	中国	2012.2.21-2022.2.20	6
79		9125457	发行人	中国	2012.5.21-2022.5.20	3
80		9061551	发行人	中国	2012.1.28-2022.1.27	11

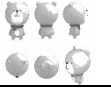
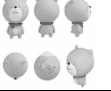
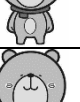
81		9061523	发行人	中国	2012.1.28-2022.1.27	7
82		7968128	发行人	中国	2011.4.21-2021.4.20	11
83		7967765	发行人	中国	2011.2.21-2021.2.20	7
84		7748322	发行人	中国	2011.3.21-2021.3.20	11
85		7562282	发行人	中国	2013.4.14-2023.4.13	11
86		7562167	发行人	中国	2010.11.7-2020.11.6	7
87		7279368	发行人	中国	2010.9.7-2020.9.6	1
88		7244745	发行人	中国	2010.10.14-2020.10.13	7
89		7078919	发行人	中国	2010.7.7-2020.7.6	7
90		7078918	发行人	中国	2010.10.14-2020.10.13	11
91		7078917	发行人	中国	2010.7.7-2020.7.6	7
92		7078912	发行人	中国	2010.10.14-2020.10.13	11
93		7078911	发行人	中国	2010.7.7-2020.7.6	7
94		7078910	发行人	中国	2010.7.7-2020.7.6	7
95		7078909	发行人	中国	2010.10.14-2020.10.13	11
96		6412158	发行人	中国	2010.3.7-2020.3.6	7
97		6412097	发行人	中国	2010.3.28-2020.3.27	11
98		6412096	发行人	中国	2010.3.28-2020.3.27	11
99		6412095	发行人	中国	2010.3.7-2020.3.6	7
100		6412094	发行人	中国	2010.3.28-2020.3.27	11
101		4669163	发行人	中国	2018.5.21-2028.5.20	11

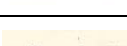
102		15367663	发行人	中国	2016.2.28-2026.2.27	22
103	智巧小	26262029	发行人	中国	2018.8.28-2028.8.27	7
104		28382603	发行人	中国	2018.12.7-2028.12.6	13
105		28384027	发行人	中国	2018.12.7-2028.12.6	40
106		28385594	发行人	中国	2018.12.7-2028.12.6	45
107		28388030	发行人	中国	2018.12.7-2028.12.6	2
108		28390911	发行人	中国	2018.12.7-2028.12.6	4
109		28391326	发行人	中国	2018.12.7-2028.12.6	31
110		28394557	发行人	中国	2018.12.7-2028.12.6	19
111		28397938	发行人	中国	2018.12.7-2028.12.6	27
112		28405210	发行人	中国	2018.12.7-2028.12.6	25
113	小熊萌仔	29201785	发行人	中国	2018.12.28-2028.12.27	45
114	小熊萌仔	29214969	发行人	中国	2018.12.28-2028.12.27	44
115	小熊萌仔	29204174	发行人	中国	2018.12.28-2028.12.27	43
116	小熊萌仔	29214958	发行人	中国	2018.12.28-2028.12.27	42
117	小熊萌仔	29204162	发行人	中国	2018.12.28-2028.12.27	41
118	小熊萌仔	29219982	发行人	中国	2018.12.28-2028.12.27	38
119	小熊萌仔	29225601	发行人	中国	2018.12.28-2028.12.27	37
120	小熊萌仔	29219631	发行人	中国	2018.12.28-2028.12.27	35
121	小熊萌仔	29213791	发行人	中国	2018.12.28-2028.12.27	30
122	小熊萌仔	29201886	发行人	中国	2018.12.28-2028.12.27	28
123	小熊萌仔	29206684	发行人	中国	2018.12.28-2028.12.27	26
124	小熊萌仔	29214617	发行人	中国	2018.12.28-2028.12.27	23
125	小熊萌仔	29214607	发行人	中国	2018.12.28-2028.12.27	21
126	小熊萌仔	29201828	发行人	中国	2018.12.28-2028.12.27	20
127	小熊萌仔	29205061	发行人	中国	2018.12.28-2028.12.27	19
128	小熊萌仔	29205049	发行人	中国	2018.12.28-2028.12.27	18
129	小熊萌仔	29214577	发行人	中国	2018.12.28-2028.12.27	16
130	小熊萌仔	29220877	发行人	中国	2018.12.28-2028.12.27	15
131	小熊萌仔	29205030	发行人	中国	2018.12.28-2028.12.27	14
132	小熊萌仔	29206621	发行人	中国	2018.12.28-2028.12.27	6
133	小熊萌仔	29205380	发行人	中国	2018.12.28-2028.12.27	2

134		28379587A	发行人	中国	2018.12.28-2028.12.27	43
135		28402071	发行人	中国	2018.12.28-2028.12.27	37
136		28386199A	发行人	中国	2018.12.28-2028.12.27	36
137		28401430	发行人	中国	2018.12.28-2028.12.27	6
138		28379356	发行人	中国	2018.12.28-2028.12.27	34
139		28386199A	发行人	中国	2018.12.28-2028.12.27	36
140		28398502	发行人	中国	2019.1.7-2029.1.6	22
141	小熊萌家	29206188	发行人	中国	2018.12.28-2028.12.27	40
142	小熊萌家	29219607	发行人	中国	2018.12.28-2028.12.27	33
143	小熊萌家	29219984	发行人	中国	2018.12.28-2028.12.27	38
144	小熊萌家	29219277	发行人	中国	2018.12.28-2028.12.27	13
145	小熊萌家	29213765	发行人	中国	2018.12.28-2028.12.27	22
146	小熊萌家	29215849	发行人	中国	2018.12.28-2028.12.27	4
147	小熊萌家	29213782	发行人	中国	2018.12.28-2028.12.27	6
148	小熊萌家	29201651	发行人	中国	2018.12.28-2028.12.27	8
149	小熊萌家	29223314	发行人	中国	2018.12.28-2028.12.27	9
150		28551236	发行人	中国	2018.12.14-2028.12.13	1
151	小熊萌仔	29206657	发行人	中国	2018.12.28-2028.12.27	8
152	小熊萌仔	29216647	发行人	中国	2018.12.28-2028.12.27	9
153	智巧创意	26268042	发行人	中国	2019.1.14-2029.1.13	11
154	智巧创意	26267987	发行人	中国	2019.1.21-2029.1.20	7
155	智巧小	26259052	发行人	中国	2019.1.21-2029.1.20	11
156	小熊萌仔	29209509	发行人	中国	2019.1.7-2029.1.6	40
157	小熊萌仔	29209466	发行人	中国	2019.1.7-2029.1.6	34
158	小熊萌仔	29209427	发行人	中国	2019.1.7-2029.1.6	4
159	小熊萌仔	29208765	发行人	中国	2019.1.7-2029.1.6	13
160	小熊萌仔	29222531	发行人	中国	2019.1.7-2029.1.6	10
161	小熊萌仔	29219597	发行人	中国	2019.1.7-2029.1.6	32
162	小熊萌仔	29216258	发行人	中国	2019.1.7-2029.1.6	39
163	小熊萌仔	29213766	发行人	中国	2019.1.7-2029.1.6	22
164	小熊萌仔	29213724	发行人	中国	2019.1.7-2029.1.6	36
165	小熊萌仔	29213402	发行人	中国	2019.1.7-2029.1.6	17
166	小熊萌仔	29223267	发行人	中国	2019.1.7-2029.1.6	33
167	小熊萌仔	29294004	发行人	中国	2019.1.7-2029.1.6	1
168	小熊萌仔	29294003	发行人	中国	2019.1.21-2029.1.20	7
169	小熊萌仔	29294002	发行人	中国	2019.1.21-2029.1.20	11
170	小熊萌仔	29224464A	发行人	中国	2019.1.21-2029.1.20	5
171	小熊萌仔	29219268A	发行人	中国	2019.1.21-2029.1.20	12
172	小熊萌仔	29210798A	发行人	中国	2019.1.21-2029.1.20	25
173	小熊萌仔	29224086	发行人	中国	2019.3.28-2029.3.27	3
174	小熊萌仔	29221327	发行人	中国	2019.1.21-2029.1.20	24

175	小熊萌家	29205045	发行人	中国	2019.1.14-2019.1.13	17
176	小熊萌家	29222534	发行人	中国	2019.1.7-2019.1.6	10
177	小熊萌家	29221318	发行人	中国	2019.1.7-2019.1.6	23
178	小熊萌家	29220878	发行人	中国	2019.1.7-2019.1.6	15
179	小熊萌家	29216231	发行人	中国	2019.1.7-2019.1.6	32
180	小熊萌家	29215892	发行人	中国	2019.1.7-2019.1.6	34
181	小熊萌家	29211355	发行人	中国	2019.1.14-2019.1.13	26
182	小熊萌家	29223346	发行人	中国	2019.1.7-2019.1.6	14
183	小熊萌家	29294007	发行人	中国	2019.1.21-2019.1.20	1
184	小熊萌家	29294006	发行人	中国	2019.1.21-2019.1.20	7
185	小熊萌家	29294005	发行人	中国	2019.1.21-2019.1.20	11
186	小熊萌家	29201829A	发行人	中国	2019.2.21-2019.2.20	20
187	小熊萌家	29205070A	发行人	中国	2019.2.21-2019.2.20	21
188	小熊萌家	29211344A	发行人	中国	2019.2.21-2019.2.20	24
189	小熊萌家	29210800A	发行人	中国	2019.2.21-2019.2.20	25
190	小熊萌家	29207063A	发行人	中国	2019.2.21-2019.2.20	28
191	小熊萌家	29222939	发行人	中国	2019.3.21-2019.3.20	41
192	小熊萌家	29214598	发行人	中国	2019.3.28-2019.3.27	19
193	小熊萌家	29210808	发行人	中国	2019.3.28-2019.3.27	27
194	小熊萌家	29206176	发行人	中国	2019.3.21-2019.3.20	37
195	小熊萌家	29204169	发行人	中国	2019.3.28-2019.3.27	42
196	小熊萌家	29201717	发行人	中国	2019.3.28-2019.3.27	39
197		29717884	发行人	中国	2019.1.21-2019.1.20	33
198		29712267	发行人	中国	2019.1.21-2019.1.20	40
199		29711787	发行人	中国	2019.1.21-2019.1.20	10
200		29711197	发行人	中国	2019.1.21-2019.1.20	45
201		29709266	发行人	中国	2019.1.21-2019.1.20	15
202		29708772	发行人	中国	2019.1.21-2019.1.20	23
203		29708760	发行人	中国	2019.1.21-2019.1.20	22
204		29708692	发行人	中国	2019.1.21-2019.1.20	19
205		29708382	发行人	中国	2019.1.21-2019.1.20	4
206		29706223	发行人	中国	2019.1.21-2019.1.20	44

207		29704651	发行人	中国	2019.1.21-2029.1.20	37
208		29701902	发行人	中国	2019.1.21-2029.1.20	17
209		29701595	发行人	中国	2019.1.21-2029.1.20	31
210		29701556	发行人	中国	2019.1.21-2029.1.20	13
211		29700595	发行人	中国	2019.1.21-2029.1.20	2
212		29699384	发行人	中国	2019.1.21-2029.1.20	39
213		29699023	发行人	中国	2019.1.21-2029.1.20	12
214		29698836	发行人	中国	2019.1.21-2029.1.20	27
215		29698029	发行人	中国	2019.1.21-2029.1.20	34
216		29696298	发行人	中国	2019.1.21-2029.1.20	42
217		29699596A	发行人	中国	2019.2.21-2029.2.20	5
218		29694705A	发行人	中国	2019.2.21-2029.2.20	9
219		29717593A	发行人	中国	2019.2.21-2029.2.20	20
220		29703005A	发行人	中国	2019.2.21-2029.2.20	21
221		29694882A	发行人	中国	2019.2.21-2029.2.20	24
222		29709485A	发行人	中国	2019.2.21-2029.2.20	25
223		29713621A	发行人	中国	2019.2.21-2029.2.20	28
224		29805394	发行人	中国	2019.2.7-2029.2.6	1
225		29805393	发行人	中国	2019.2.7-2029.2.6	7
226		29709730	发行人	中国	2019.2.21-2029.2.20	10

227		29719050	发行人	中国	2019.2.21-2019.2.20	12
228	爱上萌生活	29704676	发行人	中国	2019.1.21-2019.1.20	11
229	爱上萌生活	29711489	发行人	中国	2019.3.21-2019.3.20	7
230	bear	28407240	发行人	中国	2019.3.7-2019.3.6	29
231	bear	28399463	发行人	中国	2019.3.7-2019.3.6	30
232	bear	28397978A	发行人	中国	2019.2.14-2019.2.13	8
233	bear	28402066A	发行人	中国	2019.2.14-2019.2.13	3
234	bear	28379570	发行人	中国	2019.3.28-2019.3.27	42
235		29805391	发行人	中国	2019.3.28-2019.3.27	7
236		29707870A	发行人	中国	2019.3.21-2019.3.20	20
237		29805392A	发行人	中国	2019.3.21-2019.3.20	11
238		29715551	发行人	中国	2019.3.28-2019.3.27	29
239		29715487	发行人	中国	2019.3.28-2019.3.27	43
240		29715309	发行人	中国	2019.3.28-2019.3.27	41
241		29711483	发行人	中国	2019.3.28-2019.3.27	36
242		29699052	发行人	中国	2019.3.28-2019.3.27	30
243		29694775	发行人	中国	2019.3.28-2019.3.27	14
244		29718284	发行人	中国	2019.3.28-2019.3.27	6
245	Bear小熊	2013052106	发行人	马来西亚	2013.3.11-2023.3.11	7
246	Bear小熊	2013052103	发行人	马来西亚	2013.3.11-2023.3.11	11
247	小熊	Kor410867	发行人	泰国	2013.3.7-2023.3.6	11
248	小熊	Kor409190	发行人	泰国	2013.3.7-2023.3.6	7

249		01596263	发行人	台湾	2013.9.1-2023.8.31	7
250		01596262	发行人	台湾	2013.9.1-2023.8.31	7
251		01606247	发行人	台湾	2013.11.1-2023.10.31	11
252		01596600	发行人	台湾	2013.9.1-2023.8.31	11
253		302504871	发行人	香港	2013.1.24-2023.1.23	7
254		T1301559F	发行人	新加坡	2013.1.25-2023.1.25	7、11

3、专利技术情况

(1) 公司取得的专利

截至本招股意向书签署日，公司共拥有 486 项专利，其中 11 项为发明专利，具体情况如下：

序号	专利名称	专利号	类别	申请时间	有效期
1	一种上压式镶套型家用豆芽机	2011101792269	发明专利	2011.6.29	20 年
2	一种上压式家用豆芽机	2011101792042	发明专利	2011.6.29	20 年
3	一种家用和面机	201110451219X	发明专利	2011.12.28	20 年
4	一种浸泡式家用芽菜机及其控制方法	2012101097467	发明专利	2012.4.13	20 年
5	一种根据豆芽发育情况调整育苗空间的豆芽机	2012102834954	发明专利	2012.8.10	20 年
6	一种升降式豆芽机及其控制方法	2012103325805	发明专利	2012.9.10	20 年
7	一种具有可收纳手柄的煎烤器	2014103495877	发明专利	2014.7.22	20 年
8	一种电热水壶	2015102230943	发明专利	2015.5.5	20 年
9	一种壶盖及壶	2017106546164	发明专利	2017.8.3	20 年
10	一种婴儿辅食机	2016104531206	发明专利	2016.6.20	20 年
11	蒸脸器的蒸发器组件	2016109182339	发明专利	2016.10.21	20 年
12	温度梯度改进的酸奶机	2009202373909	实用新型	2009.10.19	10 年
13	一种和面醒面机	2011205380507	实用新型	2011.12.19	10 年
14	一种家用小型爆米花机	201120537911X	实用新型	2011.12.19	10 年
15	一种具有手动复位功能的煮蛋机	2012201070455	实用新型	2012.3.20	10 年
16	一种具有手动控制通电及自动断电功能的煮蛋机	2012201063485	实用新型	2012.3.20	10 年
17	一种家用压苗豆芽机	2012201586986	实用新型	2012.4.13	10 年

18	一种隔水电炖盅	2013200040156	实用新型	2013.1.5	10 年
19	一种可调层数的电饭盒	2013200776761	实用新型	2013.2.19	10 年
20	一种电蒸锅	2013200776691	实用新型	2013.2.19	10 年
21	一种豆芽机的防溢水育苗箱	2013201204030	实用新型	2013.3.15	10 年
22	一种混合加热方式的面包机	2013204616494	实用新型	2013.7.30	10 年
23	一种带有加水装置的电蒸锅	2013205206209	实用新型	2013.8.23	10 年
24	一种蒸汽烹饪器具的蒸汽发生装置	2013205274723	实用新型	2013.8.27	10 年
25	一种电炖锅	2013207127324	实用新型	2013.11.12	10 年
26	一种防溢水的煎煮壶	2014201525943	实用新型	2014.4.1	10 年
27	一种碎肉机的切碎机构	2014202252055	实用新型	2014.5.5	10 年
28	一种组合式蒸煮饭盒	2014204067330	实用新型	2014.7.23	10 年
29	一种家用超声波加湿器	2014204109865	实用新型	2014.7.24	10 年
30	一种带风道结构的加湿器	2014204109795	实用新型	2014.7.24	10 年
31	一种便携式加湿器	2014204109780	实用新型	2014.7.24	10 年
32	一种新型液体加热器皿	201520876913X	实用新型	2015.11.3	10 年
33	一种具有重力保护开关装置的液体加热壶	2015208766521	实用新型	2015.11.3	10 年
34	一种自动水循环上压式家用豆芽机	2011202251307	实用新型	2011.6.29	10 年
35	一种电陶炉	2013205476566	实用新型	2013.9.4	10 年
36	智能恒温豆芽机	2014204053944	实用新型	2014.7.22	10 年
37	一种煎蛋器的加热控制装置	2014204052744	实用新型	2014.7.22	10 年
38	一种带废水收集装置的电热壶	2014204052689	实用新型	2014.7.22	10 年
39	一种和面机	2014204498187	实用新型	2014.8.11	10 年
40	一种易清洗的原汁机	2014204749448	实用新型	2014.8.21	10 年
41	一种防止鸡蛋棒烧焦及掉出至机器外部的柱形煎蛋器	2014205894538	实用新型	2014.10.13	10 年
42	一种养生壶	2014206127285	实用新型	2014.10.22	10 年
43	一种家用豆芽机	2014206126992	实用新型	2014.10.22	10 年
44	一种防溢水砂锅	2014207759189	实用新型	2014.12.11	10 年
45	一种具有安全传动机构的食物料理机	2015200540828	实用新型	2015.1.27	10 年
46	一种加湿器	2015202347280	实用新型	2015.4.16	10 年
47	一种带可拆卸防溢流槽的煎药壶	2015202585908	实用新型	2015.4.27	10 年
48	一种多功能烤架	2015202796044	实用新型	2015.5.4	10 年
49	一种可加热黄油的多功能和面机	2015202795287	实用新型	2015.5.4	10 年
50	一种电热水壶开关装置	2015202833522	实用新型	2015.5.5	10 年
51	一种电热水壶排气装置	2015202833240	实用新型	2015.5.5	10 年
52	一种电热水壶嵌入式壶盖提手	2015202830929	实用新型	2015.5.5	10 年

	装置				
53	一种具环绕加热的蒸盘	2015203815841	实用新型	2015.6.4	10 年
54	一种多功能烘干机	2015203815555	实用新型	2015.6.4	10 年
55	一种防油防水且容易清洁的煎锅	2015203815127	实用新型	2015.6.4	10 年
56	一种带扰流罩的手持搅拌机	2015203779116	实用新型	2015.6.5	10 年
57	一种新型煎药壶	2015204057193	实用新型	2015.6.14	10 年
58	一种带手动复位功能的柱形煎蛋器	2015205336127	实用新型	2015.7.22	10 年
59	一种安全料理机	2015205780052	实用新型	2015.8.4	10 年
60	一种多功能料理机	2015205780048	实用新型	2015.8.4	10 年
61	用于延长记忆体寿命的电路系统	2015205779801	实用新型	2015.8.4	10 年
62	一种新型电加热电器的底座电路结构	2015205776502	实用新型	2015.8.4	10 年
63	一种适用于加湿器的干簧管安装结构	2015205776131	实用新型	2015.8.4	10 年
64	一种烹饪装置	2015207904115	实用新型	2015.10.13	10 年
65	一种方便液体舀出的器皿	201520892887X	实用新型	2015.11.9	10 年
66	一种家用粉碎机	2015208922638	实用新型	2015.11.9	10 年
67	一种双层家用粉碎机	2015208922479	实用新型	2015.11.9	10 年
68	一种抬头式食物料理机	2015208911309	实用新型	2015.11.9	10 年
69	一种具有水尺的加湿器	201520915786X	实用新型	2015.11.17	10 年
70	一种具有集雾管密封结构的加湿器	2015209397613	实用新型	2015.11.20	10 年
71	一种食物料理机的传动机构	201520948708X	实用新型	2015.11.24	10 年
72	一种带排水结构的加湿器	2015209688888	实用新型	2015.11.27	10 年
73	一种包含内悬挂件的高效电热锅	2015210875832	实用新型	2015.12.22	10 年
74	一种打蛋结构	201620105849X	实用新型	2016.2.1	10 年
75	一种水果发酵密封容器	2016201053636	实用新型	2016.2.1	10 年
76	水果发酵密封容器	2016201054709	实用新型	2016.2.2	10 年
77	一种酸奶机	201620150881X	实用新型	2016.2.29	10 年
78	一种固定 PTC 发热体的结构	2016201508608	实用新型	2016.2.29	10 年
79	一种养生壶滤杯安装结构	2016203259402	实用新型	2016.4.18	10 年
80	一种过滤杯及其养生壶	2016203251699	实用新型	2016.4.18	10 年
81	可拆洗的煎蛋器	2016203489283	实用新型	2016.4.21	10 年
82	一种可拆洗的煎蛋器	2016203488420	实用新型	2016.4.21	10 年
83	一种婴儿辅食机	2016206239985	实用新型	2016.6.20	10 年
84	一种可快速出蒸汽的婴儿辅食机	2016206181912	实用新型	2016.6.20	10 年
85	一种电加热底座	2016206258011	实用新型	2016.6.21	10 年

86	一种加湿器	2016206314312	实用新型	2016.6.22	10 年
87	一种绞肉机	201620758158X	实用新型	2016.7.15	10 年
88	一种加湿器的出雾结构	2016207964267	实用新型	2016.7.26	10 年
89	一种和面装置	2016208151451	实用新型	2016.7.28	10 年
90	料理机的杯座结构	2016209256484	实用新型	2016.8.23	10 年
91	电饼铛	2016209235488	实用新型	2016.8.23	10 年
92	加热容器及养生壶	201621085936X	实用新型	2016.9.27	10 年
93	蒸脸器	2016211463603	实用新型	2016.10.21	10 年
94	蒸脸器的出雾管组件旋转结构	2016211463393	实用新型	2016.10.21	10 年
95	一种具有提手支架的煮蛋器	2016214905738	实用新型	2016.12.30	10 年
96	一种具有过热保护结构的发热装置	2017203469369	实用新型	2017.4.5	10 年
97	烘干机及使用卡扣式装配的烘干机外壳	2017204041029	实用新型	2017.4.17	10 年
98	加湿器及雾化增强装置	2017204451714	实用新型	2017.4.25	10 年
99	一种加湿器	201720474306X	实用新型	2017.4.28	10 年
100	一种加湿器	2017204742936	实用新型	2017.4.28	10 年
101	一种超声波加湿器	2017204797695	实用新型	2017.5.2	10 年
102	一种上加水超声波加湿器	2017204797680	实用新型	2017.5.2	10 年
103	一种加湿器的磁簧管固定结构	2017205512611	实用新型	2017.5.17	10 年
104	兼具挡水与出风的罩体及具有该罩体的烘干机	2017206398613	实用新型	2017.6.1	10 年
105	灯光显示结构、具有灯光显示结构的旋钮开关及加湿器	2017206398505	实用新型	2017.6.1	10 年
106	连接可靠的开关接头及锅具	2017207353639	实用新型	2017.6.21	10 年
107	接头开关及具有该接头开关的锅具	201720731494X	实用新型	2017.6.21	10 年
108	一种可浮动调节的洁脸仪	2017211536789	实用新型	2017.9.8	10 年
109	电饭盒	2017211275223	实用新型	2017.9.4	10 年
110	一种电饭盒	2017211276870	实用新型	2017.9.4	10 年
111	一种改善电路板结构的电饭盒	2017211277248	实用新型	2017.9.4	10 年
112	电饭盒的开关组件及一种电饭盒	2017211282848	实用新型	2017.9.4	10 年
113	一种暖奶器及传感检测装置	2017215034438	实用新型	2017.11.9	10 年
114	一种上加水加湿器及下水控制装置	2017214207529	实用新型	2017.10.30	10 年
115	一种上加水加湿器	2017214230578	实用新型	2017.10.30	10 年
116	一种方便装配的切碎机	2017214172303	实用新型	2017.10.27	10 年
117	切碎机及其传动装置	2017212065487	实用新型	2017.9.19	10 年
118	一种养生壶的底座组件	2017207358806	实用新型	2017.6.22	10 年
119	多士炉及顶盖装配结构	2017207027837	实用新型	2017.6.15	10 年
120	防烫提手及具有防烫提手的煮	2017206396209	实用新型	2017.6.2	10 年

	蛋器				
121	一种两用电饼铛	2017205511712	实用新型	2017.5.17	10 年
122	杯盖组件	2017205512382	实用新型	2017.5.17	10 年
123	一种厨师机	2017205050491	实用新型	2017.5.8	10 年
124	一种盖组件及炖锅	2017203166991	实用新型	2017.3.28	10 年
125	一种电炖盅	2017203168677	实用新型	2017.3.28	10 年
126	带提手的电炖盅	2017203168696	实用新型	2017.3.28	10 年
127	一种电炖盅内胆的提手组件及电炖盅	201720788325X	实用新型	2017.6.30	10 年
128	电炖盅内胆的提手组件及电炖盅	2017207882967	实用新型	2017.6.30	10 年
129	一种立放式电饼铛及电源线的安装结构	201721577223X	实用新型	2017.11.21	10 年
130	具有接油装置的电烤炉	2017207868527	实用新型	2017.6.29	10 年
131	一种电烤炉	2017207868156	实用新型	2017.6.29	10 年
132	电烤炉及烤盘的把手结构	2017207869248	实用新型	2017.6.29	10 年
133	一种带香薰功能的烘干机	2017219259587	实用新型	2017.12.29	10 年
134	玻璃电热水壶及其灯罩固定结构	2017209295479	实用新型	2017.7.27	10 年
135	一种玻璃电热水壶	201720929538X	实用新型	2017.7.27	10 年
136	一种补水仪及开关装置	2017218767977	实用新型	2017.12.27	10 年
137	一种感温装置及具有感温装置的电烤炉	2017207869619	实用新型	2017.6.29	10 年
138	一种补水仪	201721876840X	实用新型	2017.12.27	10 年
139	玻璃电热水壶	201720929550	实用新型	2017.7.27	10 年
140	便携式榨汁杯	201720761341X	实用新型	2017.6.27	10 年
141	一种防渗漏的炖盅内胆	2017207881606	实用新型	2017.6.30	10 年
142	一种洁面仪的刷洗机构及洁面仪	2017211556015	实用新型	2017.9.8	10 年
143	洁面仪的刷洗机构及洁面仪	2017211537599	实用新型	2017.9.8	10 年
144	一种传动机构及洁脸仪	2017211536524	实用新型	2017.9.8	10 年
145	用于调节咖啡研磨粗细的调节装置及咖啡磨豆机	2017211689017	实用新型	2017.9.12	10 年
146	一种暖奶器及电源线安装结构	2017214904602	实用新型	2017.11.9	10 年
147	一种立放式电热铛	2017215722936	实用新型	2017.11.21	10 年
148	一种电热铛	2017215722940	实用新型	2017.11.21	10 年
149	电热铛、带灯光指示的电热铛提手	2017215771307	实用新型	2017.11.21	10 年
150	具有灯光效果的补水仪	2017218768819	实用新型	2017.12.27	10 年
151	一种自锁开关装置及具有自锁开关装置的补水仪	2017218769031	实用新型	2017.12.27	10 年
152	电热锅及电源盒	2017219259604	实用新型	2017.12.29	10 年

153	一种玻璃养生壶	2017219259591	实用新型	2017.12.29	10 年
154	料理机	2017219259286	实用新型	2017.12.29	10 年
155	一种加湿器	2018203327926	实用新型	2018.3.9	10 年
156	一种雾化增强的静音型上加水加湿器	2018203327428	实用新型	2018.3.9	10 年
157	雾化增强装置及上加水加湿器	2018203327606	实用新型	2018.3.9	10 年
158	一种出雾稳定的上加水加湿器	2018203328149	实用新型	2018.3.9	10 年
159	一种电饭盒	2018203303141	实用新型	2018.3.9	10 年
160	电饭盒	2018203303349	实用新型	2018.3.9	10 年
161	一种加湿器	2018205333974	实用新型	2018.4.13	10 年
162	多士炉及易清洁的安全发热装置	2018206965581	实用新型	2018.5.9	10 年
163	一种水壶盖体组件	201720926833X	实用新型	2017.7.27	10 年
164	一种电动美甲装置	201820780565X	实用新型	2018.5.23	10 年
165	加湿器	2018205332933	实用新型	2018.4.13	10 年
166	蒸汽发生器及挂烫机	2018207807231	实用新型	2018.5.23	10 年
167	一种加湿器	2018207806332	实用新型	2018.5.23	10 年
168	加湿器及风机的消振降噪音结构	2018207806328	实用新型	2018.5.23	10 年
169	一种便于操作使用的电动美甲装置	2018207805630	实用新型	2018.5.23	10 年
170	壶体气密性检测装置	2018210043670	实用新型	2018.6.27	10 年
171	一种可浮动的洁面仪刷洗机构及洁面仪	2017211560010	实用新型	2017.9.8	10 年
172	一种壶盖及壶	2017209660449	实用新型	2017.8.3	10 年
173	一种便于拆卸的切碎机	2017212037716	实用新型	2017.9.19	10 年
174	一种开关按钮的弹性开关支架及电动美甲装置	2018207805626	实用新型	2018.5.23	10 年
175	一种电热锅	201720925967X	实用新型	2017.7.27	10 年
176	改良电路板装配结构的切碎机上盖组件	2017212037449	实用新型	2017.9.19	10 年
177	一种烤盘可拆式电饼铛的发热组件	2017216005593	实用新型	2017.11.24	10 年
178	一种烤盘可拆式电饼铛	2017216005606	实用新型	2017.11.24	10 年
179	烤盘可拆式电饼铛	2017216019469	实用新型	2017.11.24	10 年
180	一种电饼铛上盖组件	2017216020112	实用新型	2017.11.24	10 年
181	用于电饼铛的一次性盘及电饼铛	201721602137X	实用新型	2017.11.24	10 年
182	自动化装箱设备	2018210043365	实用新型	2018.6.27	10 年
183	一种说明书投放装置	2018210043562	实用新型	2018.6.27	10 年
184	提供热雾的上加水加湿器	2018210046467	实用新型	2018.6.27	10 年
185	一种可控硅的负载控制电路	2018210973519	实用新型	2018.7.11	10 年

186	指示灯安装结构、煎蛋器及其外壳	2018211451446	实用新型	2018.7.18	10 年
187	一种切碎机的上盖组件及切碎机	2017212037415	实用新型	2017.9.19	10 年
188	一种上加水加湿器	2018210072442	实用新型	2018.6.27	10 年
189	一种上加水的热雾加湿器	2018210090648	实用新型	2018.6.27	10 年
190	上加水加湿器及导雾装置	2018210093152	实用新型	2018.6.27	10 年
191	一种可更换提手的锅	2017209260588	实用新型	2017.7.27	10 年
192	一种香薰机	2017211603849	实用新型	2017.9.11	10 年
193	煮茶器喷嘴及煮茶器喷洒组件	2017214056675	实用新型	2017.10.27	10 年
194	一种厨师机	2017214057396	实用新型	2017.10.27	10 年
195	烹饪电器的防水开关结构及小煎锅	2017214098786	实用新型	2017.10.27	10 年
196	一种蒸笼	2018203741574	实用新型	2018.3.19	10 年
197	电蒸锅的控制板支架	2018203894673	实用新型	2018.3.21	10 年
198	一种煮蛋器	2018203498807	实用新型	2018.3.14	10 年
199	一种便于装拆的切碎机	201820338317X	实用新型	2018.3.12	10 年
200	便于装配的电烤箱	2018206907410	实用新型	2018.5.19	10 年
201	热风循环装置及烤箱	2018206912847	实用新型	2018.5.9	10 年
202	一种烤箱	2018206966692	实用新型	2018.5.9	10 年
203	易散热的烤箱	2018206906530	实用新型	2018.5.9	10 年
204	一种分体组装式手柄	2018208412624	实用新型	2018.5.31	10 年
205	一种家用豆芽机	2018212616499	实用新型	2018.8.6	10 年
206	煮蛋器（ZDQ2-209）	2009306810089	外观设计	2009.12.23	10 年
207	酸奶机（SNJ-531）	2010301201392	外观设计	2010.3.11	10 年
208	电煎锅（DJG-C301）	2010306625042	外观设计	2010.12.7	10 年
209	电热饭盒（DFH-S201）	2010306989000	外观设计	2010.12.27	10 年
210	煮蛋器（ZDQ-215）	2010306998480	外观设计	2010.12.28	10 年
211	酸奶机（SNJ-533）	2011300015682	外观设计	2011.1.6	10 年
212	酸奶机（SNJ-534-1）	2011300109425	外观设计	2011.1.20	10 年
213	电炖盅（DDZ-109）	2011300817683	外观设计	2011.4.20	10 年
214	搅拌棒（JBB-1209）	2011302108499	外观设计	2011.7.5	10 年
215	煮蛋器（ZDQ-220）	2011302203493	外观设计	2011.7.12	10 年
216	和面机（HMJ-D301/D302）	2011304151597	外观设计	2011.11.12	10 年
217	多士炉（DSL-601）	2011304151493	外观设计	2011.11.12	10 年
218	磨豆机（MDJ-D4072）	2011304849433	外观设计	2011.12.17	10 年
219	豆芽机	2011304944226	外观设计	2011.12.22	10 年
220	酸奶机（SNJ-551）	201230024809X	外观设计	2012.2.9	10 年
221	电热锅（DRG-C135）	2012302029133	外观设计	2012.5.28	10 年
222	蒸煮饭盒（DFH-S231）	2012302685931	外观设计	2012.6.22	10 年
223	电热饭盒（DFH-S205）	2012303198393	外观设计	2012.7.17	10 年
224	电陶炉（DTL-C501）	201230355932X	外观设计	2012.7.31	10 年

225	电炖盅 (DDZ-152)	2012304233962	外观设计	2012.9.5	10 年
226	豆芽机 (DYJ-S666)	201230502008X	外观设计	2012.10.20	10 年
227	蛋糕机 (DGJ-C601)	201230579022X	外观设计	2012.11.27	10 年
228	豆芽机 (DYJ-S671)	201230613041X	外观设计	2012.12.10	10 年
229	豆芽机 (DYJ-S651)	2012306130176	外观设计	2012.12.10	10 年
230	酸奶机 (SNJ-588)	2012306242241	外观设计	2012.12.13	10 年
231	酸奶机 (SNJ-580)	2013300086418	外观设计	2013.1.12	10 年
232	手持式搅拌器 (JBQ-D131)	2013300393948	外观设计	2013.2.8	10 年
233	酸奶机 (SNJ-567)	2013300393806	外观设计	2013.2.8	10 年
234	陶瓷锅 (0.5L)	2013300500121	外观设计	2013.3.1	10 年
235	陶瓷锅 (1.2L/3.5L)	2013300512400	外观设计	2013.3.2	10 年
236	电蒸锅(DZG-240PA)	2013300986248	外观设计	2013.4.3	10 年
237	多功能蛋糕机 (DGJ-C632)	2013300986233	外观设计	2013.4.3	10 年
238	电热锅	2013302242181	外观设计	2013.6.1	10 年
239	加湿器 (JSQ-230WA1)	2013302242177	外观设计	2013.6.1	10 年
240	电炖盅	2013302241988	外观设计	2013.6.1	10 年
241	加湿器	2013303559540	外观设计	2013.7.26	10 年
242	电炖盅	2013303554886	外观设计	2013.7.26	10 年
243	煮蛋器	2013304207619	外观设计	2013.8.31	10 年
244	煮蛋器	2013305161792	外观设计	2013.10.30	10 年
245	真空泵	2013305935401	外观设计	2013.12.2	10 年
246	酸奶机	2014300122230	外观设计	2014.1.16	10 年
247	打蛋机	2014300122226	外观设计	2014.1.16	10 年
248	打蛋器	2014300246163	外观设计	2014.1.29	10 年
249	煎药壶	2014300246125	外观设计	2014.1.29	10 年
250	便携加湿器	201430046814X	外观设计	2014.3.11	10 年
251	电饭盒	2014300642428	外观设计	2014.3.26	10 年
252	切碎机	2014300955390	外观设计	2014.4.19	10 年
253	切碎机	2014300955386	外观设计	2014.4.19	10 年
254	加湿器	2014300955371	外观设计	2014.4.19	10 年
255	加湿器	2014300955352	外观设计	2014.4.19	10 年
256	电蒸锅	2014301131805	外观设计	2014.4.30	10 年
257	电饭盒	201430233679X	外观设计	2014.7.11	10 年
258	电炖盅 (DDZ-A12A1)	2014302786664	外观设计	2014.8.8	10 年
259	电饭盒 (DFH-C13D1)	201430291334X	外观设计	2014.8.16	10 年
260	和面机 (HMJ-A35A1)	2014302913299	外观设计	2014.8.16	10 年
261	电水壶 (ZDH-A15D1/A15G2)	201430402516X	外观设计	2014.10.22	10 年
262	电水壶 (ZDH-A17J1/A17M2)	2014304024665	外观设计	2014.10.22	10 年
263	电水壶 (ZDH-A17A1/A17D2/A17G5)	2014304023554	外观设计	2014.10.22	10 年
264	磨豆机 (MDJ-A01Y1)	2014304090243	外观设计	2014.10.25	10 年
265	粉碎机 (FSJ-A05B1/E2/H5/K3)	2014304090239	外观设计	2014.10.25	10 年

266	料理机 (LLJ-A12A1/D2/J3/G5)	2014304090192	外观设计	2014.10.25	10 年
267	多士炉 (DSL-A02G1/J2/M5/Q3)	2015300486157	外观设计	2015.2.17	10 年
268	酸奶机 (SNJ-A10C1/F2)	2015300486138	外观设计	2015.2.17	10 年
269	酸奶机 (SNJ-A15E1/A15H2/A10K5/A10N3)	2015300486119	外观设计	2015.2.17	10 年
270	煮蛋器 (ZDQ-A07M1/A07Q2)	2015300486104	外观设计	2015.2.17	10 年
271	电饭盒 (DFH-S2012)	2015300538838	外观设计	2015.3.5	10 年
272	加湿器 (JSQ-A20B1/A20E2/A20H5)	2015300868344	外观设计	2015.4.4	10 年
273	酸奶机 (SNJ-A20T1/A20W2)	201530086833X	外观设计	2015.4.4	10 年
274	豆芽机 (DYJ-B03T1)	2015300868325	外观设计	2015.4.4	10 年
275	豆芽机 (DYJ-A03C1)	2015300868306	外观设计	2015.4.4	10 年
276	电饭盒 (DFH-S205)	2015300868293	外观设计	2015.4.4	10 年
277	电饭盒 (DFH-S2016/S2116)	2015300868289	外观设计	2015.4.4	10 年
278	加湿器 (JSQ-A30Q1/A30T2/A30W5)	2015300868274	外观设计	2015.4.4	10 年
279	搅拌器 (JBQ-D05)	201530126678X	外观设计	2015.5.4	10 年
280	电砂锅 (DSG-A30)	2015301266667	外观设计	2015.5.4	10 年
281	煮蛋器 (ZDQ-A14T1/A14W2)	2015301343555	外观设计	2015.5.9	10 年
282	手持搅拌器 (JBQ-A12D1)	2015301343540	外观设计	2015.5.9	10 年
283	料理机 (LLJ-A05H1/A05K2/A05N5)	2015301343451	外观设计	2015.5.9	10 年
284	榨汁机 (E04-A1)	2015301939243	外观设计	2015.6.14	10 年
285	料理机搅拌杯 (LLJ-A12G1/J2/M5/Q3)	2015302286047	外观设计	2015.6.27	10 年
286	料理机料理杯 (LLJ-A12G1/J2/M5/Q3)	201530228197X	外观设计	2015.6.27	10 年
287	料理机主机 (LLJ-A12G1/J2/M5/Q3)	201530228165X	外观设计	2015.6.27	10 年
288	多士炉 (DSL-A02)	2015304167644	外观设计	2015.10.26	10 年
289	电热水壶 (ZDH-A12)	2015304167381	外观设计	2015.10.26	10 年
290	电热锅 (DRG-C18)	2015304198337	外观设计	2015.10.27	10 年
291	养生壶 (YSH-A03)	2015304197599	外观设计	2015.10.27	10 年
292	煮蛋器 (ZDQ-2151)	2015304197442	外观设计	2015.10.27	10 年
293	养生壶 (YSH-A15)	2015304197160	外观设计	2015.10.27	10 年
294	煮蛋器 (ZDQ-206)	2015304195038	外观设计	2015.10.27	10 年
295	打蛋器 (DDQ-A01T1)	2015305099517	外观设计	2015.12.8	10 年
296	电火锅 (DHG-B40N1)	2015305091163	外观设计	2015.12.8	10 年
297	电火锅 (DHG-B40E1)	2015305091093	外观设计	2015.12.8	10 年
298	电火锅 (DHG-B40K5)	2015305091089	外观设计	2015.12.8	10 年

299	粉碎机(FSJ-A03D1)	2015305091074	外观设计	2015.12.8	10 年
300	打蛋器 (DDQ-A40A1)	201530509106X	外观设计	2015.12.8	10 年
301	电炖盅 (DDZ-A08D1/A08G2)	2015305091040	外观设计	2015.12.8	10 年
302	加湿器 (JSQ-A10U1)	2015305090546	外观设计	2015.12.8	10 年
303	养生壶 (YSH-A08H1)	2015305159575	外观设计	2015.12.9	10 年
304	料理机 (LLJ-B12A1)	2015305158233	外观设计	2015.12.9	10 年
305	料理机 (LLJ-B12K1)	2015305158089	外观设计	2015.12.9	10 年
306	蒸脸器 (ZLQ-A01K1)	2015305158074	外观设计	2015.12.9	10 年
307	电砂锅 (DSG-A30R5)	2015305157298	外观设计	2015.12.9	10 年
308	加湿器 (JSQ-A40A2)	2015305130401	外观设计	2015.12.9	10 年
309	加湿器(JSQ-C40E1)	2015305128492	外观设计	2015.12.9	10 年
310	加湿器 (JSQ-A40H1/A40K1)	201530512812X	外观设计	2015.12.9	10 年
311	烘干机 (HGJ-A08A1/A08D2)	2015305128083	外观设计	2015.12.9	10 年
312	煮蛋器 (ZDQ-A14)	2015305495241	外观设计	2015.12.22	10 年
313	电炖锅 (DDG-D10G1/D10J2)	2016300225518	外观设计	2016.1.21	10 年
314	煮蛋器 (ZDQ-C14A1)	2016300225503	外观设计	2016.1.21	10 年
315	电炖锅 (DDG-D40B1)	2016300225490	外观设计	2016.1.21	10 年
316	煎蛋器 (JDQ-B01D1)	2016300225486	外观设计	2016.1.21	10 年
317	煮蛋器 (ZDQ-A06W1)	2016300225471	外观设计	2016.1.21	10 年
318	煎蛋器 (JDQ-C3011)	2016300225467	外观设计	2016.1.21	10 年
319	电饼铛 (DBC-B13A1)	2016300225255	外观设计	2016.1.21	10 年
320	料理机 (LLJ-B08D1)	2016300225240	外观设计	2016.1.21	10 年
321	纳豆容器	2016300545643	外观设计	2016.2.29	10 年
322	酸奶机 (SNJ-A15K1)	2016300763934	外观设计	2016.3.17	10 年
323	粉碎机 (FSJ-A05N6)	201630076392X	外观设计	2016.3.17	10 年
324	养生壶 (YSH-A15E1)	2016300763915	外观设计	2016.3.17	10 年
325	养生壶 (YSH-A08G1)	2016301633497	外观设计	2016.5.6	10 年
326	加湿器 (JSQ-B40P1)	2016301633463	外观设计	2016.5.6	10 年
327	蒸脸器 (ZLQ-B01D1)	2016301633459	外观设计	2016.5.6	10 年
328	电饼铛 (DBC-B10D1)	201630163343X	外观设计	2016.5.6	10 年
329	电饭盒 (DFH-B14J1)	2016302053554	外观设计	2016.5.27	10 年
330	加湿器 (JSQ-F40C1)	2016302053535	外观设计	2016.5.27	10 年
331	双层煎蛋器 (JDQ-C3011)	2016302053520	外观设计	2016.5.27	10 年
332	切碎机 (QSJ-B03E1)	201630310558X	外观设计	2016.7.8	10 年
333	香薰器 (JSQ-D02A1)	2016303105128	外观设计	2016.7.8	10 年
334	打蛋器 (DDQ-B01K1)	2016303104958	外观设计	2016.7.8	10 年
335	电砂锅 (DSG-B40A1)	2016303104553	外观设计	2016.7.8	10 年
336	加湿器 (JSQ-B30A1)	2016303104498	外观设计	2016.7.8	10 年
337	煮蛋器 (ZDQ-A14R1)	2016305371281	外观设计	2016.11.4	10 年
338	酸奶机 (SNJ-B15D1)	2016305336220	外观设计	2016.11.4	10 年
339	电热锅 (DRG-C12J1)	2016305336216	外观设计	2016.11.4	10 年
340	电热锅 (DRG-C12K1)	2016305335552	外观设计	2016.11.4	10 年

341	煮蛋器 (ZDQ-C14E1)	2016305323413	外观设计	2016.11.4	10 年
342	加湿器 (JSQ-A40U6/A40E1/A40N3)	201630532324X	外观设计	2016.11.4	10 年
343	酸奶机 (SNJ-B10K1)	2016305966808	外观设计	2016.12.7	10 年
344	电饼铛 (DBC-B13E1)	2016305966795	外观设计	2016.12.7	10 年
345	电热锅 (DRG-C12J1)	2016305966780	外观设计	2016.12.7	10 年
346	电热锅 (DRG-C18Q6)	2016306458386	外观设计	2016.12.26	10 年
347	香薰机 (JSQ-D02E1)	2016306458371	外观设计	2016.12.26	10 年
348	打蛋器 (DDQ-B02F1)	2016306458140	外观设计	2016.12.26	10 年
349	打蛋器 (DDQ-B02L1)	2016306458136	外观设计	2016.12.26	10 年
350	煮蛋器 (ZDQ-A07U1)	2017300382000	外观设计	2017.2.14	10 年
351	电热锅 (DRG-C12T1)	2017300381991	外观设计	2017.2.14	10 年
352	烘干机 (HGJ-A12R1)	2017300381987	外观设计	2017.2.14	10 年
353	厨师机 (SJJ-B10Q1)	2017300381972	外观设计	2017.2.14	10 年
354	料理机 (LLJ-D06A1)	2017300597820	外观设计	2017.3.4	10 年
355	杯子(LLJ-D05J1/D06A1)	2017300597816	外观设计	2017.3.4	10 年
356	料理机 (LLJ-D05J1)	2017300597784	外观设计	2017.3.4	10 年
357	养生壶 (YSH-A18R1)	201730059777X	外观设计	2017.3.4	10 年
358	多士炉 (DSL-A02V1)	201730087419X	外观设计	2017.3.23	10 年
359	电炖盅 (DDZ-B08E1)	2017300874185	外观设计	2017.3.23	10 年
360	加湿器 (JSQ-C50Q1/C50T2)	2017300874170	外观设计	2017.3.23	10 年
361	电炖盅 (DDZ-B08C1)	2017300874147	外观设计	2017.3.23	10 年
362	料理机 (LLJ-D05E1)	2017301074596	外观设计	2017.4.5	10 年
363	煮蛋器 (ZDQ-B14J1)	2017301074581	外观设计	2017.4.5	10 年
364	切碎机 (Q SJ-B02R1)	2017301074488	外观设计	2017.4.5	10 年
365	酸奶机 (SNJ-C10T1)	2017301074473	外观设计	2017.4.5	10 年
366	电热水壶 (ZDH-A15F1)	2017301493443	外观设计	2017.4.28	10 年
367	养生壶 (YSH-C18E1)	2017301493439	外观设计	2017.4.28	10 年
368	养生壶 (YSH-B18P1/B15R1)	2017301493424	外观设计	2017.4.28	10 年
369	电热水壶 (ZDH-A17L1)	2017301493301	外观设计	2017.4.28	10 年
370	电炖盅 (DDZ-B06R1)	2017301756063	外观设计	2017.5.13	10 年
371	电炖盅 (DDZ-B45Z1)	2017301756059	外观设计	2017.5.13	10 年
372	煎药壶 (JYH-C30R2)	2017301756044	外观设计	2017.5.13	10 年
373	煎药壶 (JYH-C30N1)	2017301756006	外观设计	2017.5.13	10 年
374	加湿器 (JSQ-C50R1)	2017301755997	外观设计	2017.5.13	10 年
375	加湿器 (JSQ-E50D1)	2017301755982	外观设计	2017.5.13	10 年
376	遥控器 (JSQ-E50D1)	201730175593X	外观设计	2017.5.13	10 年
377	电炖盅 (DDZ-B18F1)	2017302864065	外观设计	2017.7.3	10 年
378	加湿器 (JSQ-C50U2)	2017302863772	外观设计	2017.7.3	10 年
379	多士炉 (DSL-C02A1)	2017302861334	外观设计	2017.7.3	10 年
380	加湿器 (JSQ-E50G1)	2017302859245	外观设计	2017.7.3	10 年
381	电热锅 (DRG-C12U1)	2017304194068	外观设计	2017.9.6	10 年

382	煮蛋器 (ZDQ-C08B1)	2017304194000	外观设计	2017.9.6	10 年
383	电火锅 (DHG-B60D1)	2017304193559	外观设计	2017.9.6	10 年
384	电饭盒 (DFH-B20J1/B20Q5)	2017304193370	外观设计	2017.9.6	10 年
385	切碎机 (QSJ-B03L5/B03F1)	2017304292713	外观设计	2017.9.12	10 年
386	电砂锅 (DSG-B08K1)	2017304292681	外观设计	2017.9.12	10 年
387	烘干机 (HGJ-A08Q1)	2017304292605	外观设计	2017.9.12	10 年
388	烘干机 (HGJ-A12R1)	2017304292520	外观设计	2017.9.12	10 年
389	切碎机 (QSJ-B02Q1)	2017304492156	外观设计	2017.9.21	10 年
390	电烤炉 (DKL-D15A1)	2017304492141	外观设计	2017.9.21	10 年
391	养生壶 (YSH-A08F1)	2017304492086	外观设计	2017.9.21	10 年
392	电炖盅 (DDZ-B18H1)	2017304491897	外观设计	2017.9.21	10 年
393	煮蛋器 (ZDQ-A14E6)	2017304919490	外观设计	2017.10.17	10 年
394	电饼档 (DBC-C14G1)	2017304919486	外观设计	2017.10.17	10 年
395	面糊盘 (DBC-A06D1)	2017304919467	外观设计	2017.10.17	10 年
396	薄饼机 (DBC-A06D1)	2017304919397	外观设计	2017.10.17	10 年
397	电炖锅 (DDG-D40F1)	2017305552510	外观设计	2017.11.13	10 年
398	电炖锅 (DDG-D20N1)	2017305552402	外观设计	2017.11.13	10 年
399	电炖锅 (DDG-D30A1)	201730555239X	外观设计	2017.11.13	10 年
400	电炖锅 (DDG-D10B1)	2017305552258	外观设计	2017.11.13	10 年
401	电炖锅 (DDG-D30C1)	2017306722788	外观设计	2017.12.27	10 年
402	多士炉 (DSL-A02W1)	2017306722769	外观设计	2017.12.27	10 年
403	切碎机 (QSJ-A01C1)	2017306722627	外观设计	2017.12.27	10 年
404	切碎机 (QSJ-A02S1)	2017306722504	外观设计	2017.12.27	10 年
405	酸奶机 (SNJ-C10H1)	2017306722491	外观设计	2017.12.27	10 年
406	酸奶机 (SNJ-C10L1)	2018300322729	外观设计	2018.01.24	10 年
407	电蒸锅 (DZG-D40A1)	2018300322714	外观设计	2018.1.24	10 年
408	调奶器 (TNQ-A08C1)	201830032270X	外观设计	2018.1.24	10 年
409	电饼铛 (DBC-B12Q1)	2018300322697	外观设计	2018.1.24	10 年
410	加湿器 (JSQ-E45H1)	2018300322644	外观设计	2018.1.24	10 年
411	切碎机 (QSJ-B03N1)	201830032263X	外观设计	2018.1.24	10 年
412	煮蛋器 (ZDQ-C18Q2)	2018300322625	外观设计	2018.1.24	10 年
413	煎药壶 (JYH-B30E1)	2018300820673	外观设计	2018.3.6	10 年
414	养生壶 (YSH-B04J1)	2018300821233	外观设计	2018.3.6	10 年
415	酸奶机 (SNJ-L10A1)	2018300821248	外观设计	2018.3.6	10 年
416	电饭盒 (DFH-B10G1)	2018300821286	外观设计	2018.3.6	10 年
417	蒸脸器 (ZLQ-3001)	2009306819632	外观设计	2009.12.31	10 年
418	原汁机 (YZJ-A02D1)	2014304090205	外观设计	2014.10.25	10 年
419	打蛋器 (DDQ-B03R1)	2018302445899	外观设计	2018.5.24	10 年
420	电炖锅 (DDG-D05B1)	2018302446035	外观设计	2018.5.24	10 年
421	电热锅 (DRG-C12P1)	201830244604X	外观设计	2018.5.24	10 年
422	电汽锅 (DQG-A30C1)	2018302446124	外观设计	2018.5.24	10 年
423	加湿器 (JSQ-B15H1)	201830216994X	外观设计	2018.5.14	10 年

424	加湿器 (JSQ-B20L1)	2018302169954	外观设计	2018.5.14	10 年
425	煮茶器保温杯 (ZCQ-A08E1)	2018301817108	外观设计	2018.4.27	10 年
426	煮茶器 (ZCQ-A08E1)	2018301817428	外观设计	2018.4.27	10 年
427	加湿器 (JSQ-B10H1)	2018301471877	外观设计	2018.4.12	10 年
428	加湿器 (JSQ-B20H1)	2018301471896	外观设计	2018.4.12	10 年
429	加湿器 (JSQ-C30Q1)	2018301472418	外观设计	2018.4.12	10 年
430	加湿器 (JSQ-B20K2)	2018301472422	外观设计	2018.4.12	10 年
431	补水仪	2017306722754	外观设计	2017.12.27	10 年
432	打蛋器 (DDQ-B03V1)	2018303032554	外观设计	2018.6.14	10 年
433	打蛋器 (DDQ-B03W1)	2018303031903	外观设计	2018.6.14	10 年
434	打蛋器主机 (DDQ-B03W1)	2018303032662	外观设计	2018.6.14	10 年
435	电烤箱 (DKX-D02A1)	2018303032821	外观设计	2018.6.14	10 年
436	打蛋器 (DDQ-B03V1)	201830303180X	外观设计	2018.6.14	10 年
437	美甲器 (MJQ-A02C1)	2017306722735	外观设计	2017.12.27	10 年
438	电热水壶 (ZDH-A12N1)	201830104509X	外观设计	2018.3.21	10 年
439	电蒸锅 (DZG-C60A1)	2018301045085	外观设计	2018.3.21	10 年
440	电热水壶 (ZDH-A15R1)	201830104516X	外观设计	2018.3.21	10 年
441	煮茶器 (ZCQ-A10Q1)	2018301044646	外观设计	2018.3.21	10 年
442	煮茶器壶身 (ZCQ-A08E1)	2018301817220	外观设计	2018.4.27	10 年
443	电饭煲 (DFB-B15C1)	201830216987X	外观设计	2018.5.14	10 年
444	电饭煲 (DFB-B20A1)	2018302169884	外观设计	2018.5.14	10 年
445	料理机 (LLJ-D04B1)	2018303032817	外观设计	2018.6.14	10 年
446	蒸脸器 (ZLQ-B02C1)	2018303032855	外观设计	2018.6.14	10 年
447	料理机杯子 (LLJ-D04B1)	2018303031922	外观设计	2018.6.14	10 年
448	养生壶 (YSH-C18R1)	2018303737466	外观设计	2018.7.12	10 年
449	电炖盅 (DDZ-C25E1)	2018303737470	外观设计	2018.7.12	10 年
450	早餐机 (DSL-C02B1)	2018303737485	外观设计	2018.7.12	10 年
451	料理机 (LLJ-C04A1)	2018303737451	外观设计	2018.7.12	10 年
452	电火锅 (DHG-B45A1)	2018303737447	外观设计	2018.7.12	10 年
453	和面机 (HMJ-A50B1)	201830373756X	外观设计	2018.7.12	10 年
454	煎蛋器 (JDQ-B02G1)	2018303737574	外观设计	2018.7.12	10 年
455	理发剪 (LFQ-A02E1)	2018303737108	外观设计	2018.7.12	10 年
456	黑蒜机 (HSJ-A30F1)	2018304561432	外观设计	2018.8.17	10 年
457	和面机 (HMJ-A35M1)	2018304561413	外观设计	2018.8.17	10 年
458	煮蛋器 (ZDQ-B05C1)	2018305169852	外观设计	2018.9.14	10 年
459	养生壶 (YSH-C12B1)	2018305169848	外观设计	2018.9.14	10 年
460	料理机 (LLJ-B04G1)	2018304561199	外观设计	2018.8.17	10 年
461	破壁机 (PBJ—B10N1)	2018304561339	外观设计	2018.8.17	10 年
462	豆芽机 (DYJ-B01C1)	2018305170008	外观设计	2018.9.14	10 年
463	消毒锅 (XDG-A06B1/A06C1)	2018305170099	外观设计	2018.9.14	10 年
464	面糊盆 (DHC-C06E1)	2018305728372	外观设计	2018.10.15	10 年
465	加湿器 (JSQ-C60B1)	201830602550X	外观设计	2018.10.27	10 年

466	电炖盅机身 (DDZ-C06A1)	201830602896X	外观设计	2018.10.27	10 年
467	煮蛋器 (ZDQ-B07T2)	2019300039039	外观设计	2019.1.4	10 年
468	煮蛋器 (ZDQ-B06R2)	2019300039043	外观设计	2019.1.4	10 年
469	电饼铛 (DBC-C12K3)	2019300039217	外观设计	2019.1.4	10 年
470	料理机 (LLJ-B12S1)	2019300040426	外观设计	2019.1.4	10 年
471	电热锅 (DRG-C12S1)	2019300040430	外观设计	2019.1.4	10 年
472	电暖器 (DNQ-C05B1)	201930004045X	外观设计	2019.1.4	10 年
473	电火锅 (DHG-C18H1)	2019300040479	外观设计	2019.1.4	10 年
474	加湿器 (JSQ-C40L1)	2018304561428	外观设计	2018.8.17	10 年
475	电炖盅 (DDZ-C25F1)	2018305169994	外观设计	2018.9.14	10 年
476	电饼铛 (DBC-C13E2)	2019300039151	外观设计	2019.1.4	10 年
477	加湿器 (JSQ-C40F1)	201930062769X	外观设计	2019.2.13	10 年
478	切碎机 (QSJ-C03B1)	2019300627774	外观设计	2019.2.13	10 年
479	养生壶 (YSH-C06B1)	2019300627793	外观设计	2019.2.13	10 年
480	切碎机 (QSJ-C03A1)	2019300627789	外观设计	2019.2.13	10 年
481	加湿器 (JSQ-C45U1)	2019300627755	外观设计	2019.2.13	10 年
482	料理机 (LLJ-C04F1)	2019300634829	外观设计	2019.2.14	10 年
483	电烤箱 (DKX-D11B1-D11C1)	2019300627740	外观设计	2019.2.13	10 年
484	切碎机 (QSJ-C03F1)	2019300627810	外观设计	2019.2.13	10 年
485	加湿器 (JSQ-C45H1)	2019300627806	外观设计	2019.2.13	10 年
486	加湿器 (JSQ-B03A1)	2019300627702	外观设计	2019.2.13	10 年

(2) 主要产品对应的专利情况

报告期内，发行人主要产品对应的专利情况如下：

序号	产品类别	专利名称	专利号	专利类型	专利来源	取得方式	专利状态	专利有效期
1	电炖盅/锅	一种隔水电炖盅	201320004015.6	实用新型	自主研发	原始取得	专利权维持	2013.01.05-2023.01.04
		一种电炖锅	201320712732.4	实用新型	自主研发	原始取得	专利权维持	2013.11.12-2023.11.11
		一种电炖盅	201720316867.7	实用新型	自主研发	原始取得	专利权维持	2017.03.28-2027.03.27
		带提手的电炖盅	201720316869.6	实用新型	自主研发	原始取得	专利权维持	2017.03.28-2027.03.27
		一种盖组件及炖锅	201720316699.1	实用新型	自主研发	原始取得	专利权维持	2017.03.28-2027.03.27
		接头开关及具有该接头开关的锅具	201720731494.X	实用新型	自主研发	原始取得	专利权维持	2017.06.21-2027.06.20
		连接可靠的开关接头及锅具	201720735363.9	实用新型	自主研发	原始取得	专利权维持	2017.06.21-2027.06.20
		一种炖盅内胆的提手组件及电炖盅	201720788325.X	实用新型	自主研发	原始取得	专利权维持	2017.06.30-2027.06.29
		炖盅内胆的提手组件及电炖盅	201720788296.7	实用新型	自主研发	原始取得	专利权维持	2017.06.30-2027.06.29
		一种防渗漏的炖盅内胆	201720788160.6	实用新型	自主研发	原始取得	专利权维持	2017.06.30-2027.06.29

2	电蒸锅	一种电蒸锅	201320077669.1	实用新型	自主研发	原始取得	专利权维持	2013.02.19-2023.02.18
		一种带有加水装置的电蒸锅	201320520620.9	实用新型	自主研发	原始取得	专利权维持	2013.08.23-2023.08.22
		一种蒸汽烹饪器具的蒸汽发生装置	201320527472.3	实用新型	自主研发	原始取得	专利权维持	2013.08.27-2023.08.26
		一种具环绕加热的蒸盘	201520381584.1	实用新型	自主研发	原始取得	专利权维持	2015.06.04-2025.06.03
3	电热/ 火锅	一种包含内悬挂件的高效电热锅	201521087583.2	实用新型	自主研发	原始取得	专利权维持	2015.12.22-2025.12.21
		一种新型电加热电器的底座电路结构	201520577650.2	实用新型	自主研发	原始取得	专利权维持	2015.08.04-2025.08.03
		电热锅及电源盒	201721925960.4	实用新型	自主研发	原始取得	专利权维持	2017.12.29-2027.12.28
4	酸奶机	温度梯度改进的酸奶机	200920237390.9	实用新型	自主研发	原始取得	专利权维持	2009.10.19-2019.10.18
		一种水果发酵密封容器	201620105363.6	实用新型	自主研发	原始取得	专利权维持	2016.02.01-2026.01.31
		水果发酵密封容器	201620105470.9	实用新型	自主研发	原始取得	专利权维持	2016.02.01-2026.01.31
		一种酸奶机	201620150881.X	实用新型	自主研发	原始取得	专利权维持	2016.02.29-2026.02.28
		一种固定 PTC 发热体的结构	201620150860.8	实用新型	自主研发	原始取得	专利权维持	2016.02.29-2026.02.28
5	电热饭盒	一种可调层数的电饭盒	201320077676.1	实用	自主	原始取得	专利权维持	2013.02.19-2023.02.18

				新型	研发			
		一种组合式蒸煮饭盒	201420406733.0	实用新型	自主研发	原始取得	专利权维持	2014.07.23-2024.07.22
		一种电饭盒	201721127687.0	实用新型	自主研发	原始取得	专利权维持	2017.09.04-2027.09.03
		电饭盒	201721127522.3	实用新型	自主研发	原始取得	专利权维持	2017.09.04-2027.09.03
		一种改善电路板结构的电饭盒	201721127724.8	实用新型	自主研发	原始取得	专利权维持	2017.09.04-2027.09.03
		电饭盒的开关组件及一种电饭盒	201721128284.8	实用新型	自主研发	原始取得	专利权维持	2017.09.04-2027.09.03
		一种电饭盒	201820330314.1	实用新型	自主研发	原始取得	专利权维持	2018.03.09-2028.03.08
		电饭盒	201820330334.9	实用新型	自主研发	原始取得	专利权维持	2018.03.09-2028.03.08
6	煎/煮蛋器	一种具有手动控制通电及自动断电功能的煮蛋机	201220106348.5	实用新型	自主研发	原始取得	专利权维持	2012.03.20-2022.03.19
		一种具有手动复位功能的煮蛋机	201220107045.5	实用新型	自主研发	原始取得	专利权维持	2012.03.20-2022.03.19
		一种煎蛋器的加热控制装置	201420405274.4	实用新型	自主研发	原始取得	专利权维持	2014.07.22-2024.07.21
		一种防止鸡蛋棒烧焦及掉出至机器外部的柱形煎蛋器	201420589453.8	实用新型	自主研发	原始取得	专利权维持	2014.10.13-2024.10.12
		一种带手动复位功能的柱形煎蛋器	201520533612.7	实用新型	自主研发	原始取得	专利权维持	2015.07.22-2025.07.21

		一种可拆洗的煎蛋器	201620348842.0	实用新型	自主研发	原始取得	专利权维持	2016.04.21-2026.04.20
		可拆洗的煎蛋器	201620348928.3	实用新型	自主研发	原始取得	专利权维持	2016.04.21-2026.04.20
		一种具有提手支架的煮蛋器	201621490573.8	实用新型	自主研发	原始取得	专利权维持	2016.12.30-2026.12.29
		防烫提手及具有防烫提手的煮蛋器	201720639620.9	实用新型	自主研发	原始取得	专利权维持	2017.06.02-2027.06.01
7	豆芽机	一种上压式镶套型家用豆芽机	201110179226.9	发明	自主研发	原始取得	专利权维持	2011.06.29-2031.06.29
		一种上压式家用豆芽机	201110179204.2	发明	自主研发	原始取得	专利权维持	2011.06.29-2031.06.29
		一种浸泡式家用芽菜机及其控制方法	201210109746.7	发明	自主研发	原始取得	专利权维持	2012.04.13-2033.04.12
		一种根据豆芽发育情况调整育苗空间的豆芽机	201210283495.4	发明	自主研发	原始取得	专利权维持	2012.08.10-2032.08.09
		一种升降式豆芽机及其控制方法	201210332580.5	发明	自主研发	原始取得	专利权维持	2012.09.10-2032.09.09
		一种自动水循环上压式家用豆芽机	201120225130.7	实用新型	自主研发	原始取得	专利权维持	2011.06.29-2021.06.29
		一种家用压苗豆芽机	201220158698.6	实用新型	自主研发	原始取得	专利权维持	2012.04.13-2022.04.12
		一种豆芽机的防溢水育苗箱	201320120403.0	实用新型	自主研发	原始取得	专利权维持	2013.03.15-2023.03.14
		智能恒温豆芽机	201420405394.4	实用	自主	原始取得	专利权维持	2014.07.22-2024.07.21

				新型	研发			
		一种家用豆芽机	201420612699.2	实用新型	自主研发	原始取得	专利权维持	2014.12.22-2024.12.21
8	养生壶	一种壶盖及壶	201710654616.4	发明	自主研发	原始取得	专利权维持	2017.08.03-2037.08.02
		一种养生壶	201420612728.5	实用新型	自主研发	原始取得	专利权维持	2014.12.22-2024.12.21
		一种具有重力保护开关装置的液体加热壶	201520876652.1	实用新型	自主研发	原始取得	专利权维持	2015.11.03-2025.11.02
		一种过滤杯及其养生壶	201620325169.9	实用新型	自主研发	原始取得	专利权维持	2016.04.18-2026.04.17
		一种养生壶滤杯安装结构	201620325940.2	实用新型	自主研发	原始取得	专利权维持	2016.04.18-2026.04.17
		一种电加热底座	201620625801.1	实用新型	自主研发	原始取得	专利权维持	2016.06.21-2026.06.20
		一种养生壶的底座组件	201720735880.6	实用新型	自主研发	原始取得	专利权维持	2017.06.22-2027.06.21
		一种壶盖及壶	201720966044.9	实用新型	自主研发	原始取得	专利权维持	2017.08.03-2027.08.02
		一种玻璃养生壶	201721925959.1	实用新型	自主研发	原始取得	专利权维持	2017.12.29-2027.12.28
9	电热水壶	一种电热水壶	201510223094.3	发明	自主研发	原始取得	专利权维持	2015.05.05-2035.05.04
		一种电热水壶嵌入式壶盖提手装置	201520283092.9	实用新型	自主研发	原始取得	专利权维持	2015.05.05-2025.05.04

		一种电热水壶排气装置	201520283352.2	实用新型	自主研发	原始取得	专利权维持	2015.05.05-2025.05.04
		一种电热水壶开关装置	201520283324.0	实用新型	自主研发	原始取得	专利权维持	2015.05.05-2025.05.04
		一种玻璃电热水壶	201720929538.X	实用新型	自主研发	原始取得	专利权维持	2017.07.27-2027.07.26
		玻璃电热水壶及其灯罩固定结构	201720929547.9	实用新型	自主研发	原始取得	专利权维持	2017.07.27-2027.07.26
		玻璃电热水壶	201720929550.0	实用新型	自主研发	原始取得	专利权维持	2017.07.27-2027.07.26
		一种水壶盖体组件	201720926833.X	实用新型	自主研发	原始取得	专利权维持	2017.07.27-2027.07.26
10	煎药壶	一种新型煎药壶	201520405719.3	实用新型	自主研发	原始取得	专利权维持	2015.06.14-2025.06.13
		一种带可拆卸防溢流槽的煎药壶	201520258590.8	实用新型	自主研发	原始取得	专利权维持	2015.04.27-2025.04.26
		一种带废水收集装置的电热壶	201420405268.9	实用新型	自主研发	原始取得	专利权维持	2014.07.22-2024.07.21
		一种防溢水的煎煮壶	201420152594.3	实用新型	自主研发	原始取得	专利权维持	2014.04.01-2024.03.31
11	电饼铛	电饼铛	201620923548.8	实用新型	自主研发	原始取得	专利权维持	2016.08.23-2026.08.22
		一种两用电饼铛	201720551171.2	实用新型	自主研发	原始取得	专利权维持	2017.05.17-2027.05.16
		一种立放式电热铛及电源线的	201721577223.X	实用	自主	原始取得	专利权维持	2017.11.21-2027.11.20

		安装结构		新型	研发			
		电热铛、带灯光指示的电热铛提手	201721577130.7	实用新型	自主研发	原始取得	专利权维持	2017.11.21-2027.11.20
		一种电热铛	201721572294.0	实用新型	自主研发	原始取得	专利权维持	2017.11.21-2027.11.20
		一种立放式电热铛	201721572293.6	实用新型	自主研发	原始取得	专利权维持	2017.11.21-2027.11.20
12	多士炉	一种烹饪装置	201520790411.5	实用新型	自主研发	原始取得	专利权维持	2015.10.13-2025.10.12
		多士炉及顶盖装配结构	201720702783.7	实用新型	自主研发	原始取得	专利权维持	2017.06.15-2027.06.14
		多士炉及易清洁的安全发热装置	201820696558.1	实用新型	自主研发	原始取得	专利权维持	2018.05.09-2028.05.08
13	切碎机/绞肉机	一种碎肉机的切碎机构	201420225205.5	实用新型	自主研发	原始取得	专利权维持	2014.05.05-2024.05.04
		一种绞肉机	201620758158.X	实用新型	自主研发	原始取得	专利权维持	2016.07.15-2026.07.14
		切碎机及其传动装置	201721206548.7	实用新型	自主研发	原始取得	专利权维持	2017.09.19-2027.09.18
		一种方便装配的切碎机	201721417230.3	实用新型	自主研发	原始取得	专利权维持	2017.10.27-2027.10.26
		一种便于拆卸的切碎机	201721203771.6	实用新型	自主研发	原始取得	专利权维持	2017.07.19-2027.07.18
14	粉碎机/磨豆机	一种双层家用粉碎机	201520892247.9	实用新型	自主研发	原始取得	专利权维持	2015.11.09-2025.11.08

		一种家用粉碎机	201520892263.8	实用新型	自主研发	原始取得	专利权维持	2015.11.09-2025.11.08
15	和面机/厨师机	一种家用和面机	201110451219.X	发明	自主研发	原始取得	专利权维持	2011.12.28-2031.12.27
		一种和面醒面机	201120538050.7	实用新型	自主研发	原始取得	专利权维持	2011.12.19-2021.12.18
		一种和面机	201420449818.7	实用新型	自主研发	原始取得	专利权维持	2014.08.11-2024.08.10
		一种可加热黄油的多功能和面机	201520279528.7	实用新型	自主研发	原始取得	专利权维持	2015.05.04-2015.05.03
		一种厨师机	201720505049.1	实用新型	自主研发	原始取得	专利权维持	2017.05.08-2027.05.07
		一种抬头式食物料理机	201520891130.9	实用新型	自主研发	原始取得	专利权维持	2015.11.09-2025.11.08
		一种食物料理机的传动机构	201520948708.X	实用新型	自主研发	原始取得	专利权维持	2014.11.24-2024.11.23
16	料理机/榨汁机/手持搅拌器	一种带扰流罩的手持搅拌机	201520377911.6	实用新型	自主研发	原始取得	专利权维持	2015.06.05-2025.06.04
		一种安全料理机	201520578005.2	实用新型	自主研发	原始取得	专利权维持	2015.08.04-2025.08.03
		一种具有安全传动机构的食物料理机	201520054082.8	实用新型	自主研发	原始取得	专利权维持	2015.01.27-2025.01.26
		料理机的杯座结构	201620925648.4	实用新型	自主研发	原始取得	专利权维持	2016.08.23-2026.08.22
		一种打蛋结构	201620105849.X	实用	自主	原始取得	专利权维持	2016.02.01-2026.01.31

				新型	研发			
		一种多功能料理机	201520578004.8	实用新型	自主研发	原始取得	专利权维持	2015.08.04-2025.08.03
		料理机	201721925928.6	实用新型	自主研发	原始取得	专利权维持	2017.12.29-2027.12.28
17	加湿器	一种便携式加湿器	201420410978.0	实用新型	自主研发	原始取得	专利权维持	2014.07.24-2024.07.23
		一种带风道结构的加湿器	201420410979.5	实用新型	自主研发	原始取得	专利权维持	2014.07.24-2024.07.23
		一种家用超声波加湿器	201420410986.5	实用新型	自主研发	原始取得	专利权维持	2014.07.24-2024.07.23
		一种加湿器	201520234728.0	实用新型	自主研发	原始取得	专利权维持	2015.04.16-2025.04.15
		一种适用于加湿器的干簧管安装结构	201520577613.1	实用新型	自主研发	原始取得	专利权维持	2015.08.04-2025.08.03
		一种具有水尺的加湿器	201520915786.X	实用新型	自主研发	原始取得	专利权维持	2015.11.17-2025.11.16
		一种具有集雾管密封结构的加湿器	201520939761.3	实用新型	自主研发	原始取得	专利权维持	2015.11.20-2025.11.19
		一种带排水结构的加湿器	201520968888.8	实用新型	自主研发	原始取得	专利权维持	2015.11.17-2025.11.16
		一种加湿器	201620631431.2	实用新型	自主研发	原始取得	专利权维持	2016.06.22-2026.06.21
		一种加湿器的出雾结构	201620796426.7	实用新型	自主研发	原始取得	专利权维持	2016.07.26-2026.07.25

		加湿器及雾化增强装置	201720445171.4	实用新型	自主研发	原始取得	专利权维持	2017.04.25-2027.04.24
		一种加湿器	201720474306.X	实用新型	自主研发	原始取得	专利权维持	2017.04.28-2027.04.27
		一种加湿器	201720474293.6	实用新型	自主研发	原始取得	专利权维持	2017.04.28-2027.04.27
		一种超声波加湿器	201720479769.5	实用新型	自主研发	原始取得	专利权维持	2017.05.02-2027.05.01
		一种上加水超声波加湿器	201720479768.0	实用新型	自主研发	原始取得	专利权维持	2017.05.02-2027.05.01
		一种加湿器的磁簧管固定结构	201720551261.1	实用新型	自主研发	原始取得	专利权维持	2017.05.17-2027.05.16
		灯光显示结构、具有灯光显示结构的旋钮开关及加湿器	201720639850.5	实用新型	自主研发	原始取得	专利权维持	2017.06.01-2027.05.31
		一种上加水加湿器	201721423057.8	实用新型	自主研发	原始取得	专利权维持	2017.10.30-2027.10.29
		一种上加水加湿器及下水控制装置	201721420752.9	实用新型	自主研发	原始取得	专利权维持	2017.10.30-2027.10.29
		一种加湿器	201820780633.2	实用新型	自主研发	原始取得	专利权维持	2018.05.23-2028.05.22
		加湿器	201820533293.3	实用新型	自主研发	原始取得	专利权维持	2018.04.13-2028.04.12
		一种加湿器	201820533397.4	实用新型	自主研发	原始取得	专利权维持	2018.04.13-2028.04.12
		一种雾化增强的静音型上加水	201820332742.8	实用	自主	原始取得	专利权维持	2018.03.29-2028.03.28

		加湿器		新型	研发			
		雾化增强装置及上加水加湿器	201820332760.6	实用新型	自主研发	原始取得	专利权维持	2018.03.09-2028.03.08
		一种出雾稳定的上加水加湿器	201820332814.9	实用新型	自主研发	原始取得	专利权维持	2018.03.09-2028.03.08
		一种加湿器	201820332792.6	实用新型	自主研发	原始取得	专利权维持	2018.03.09-2028.03.08

上述主要产品专利对发行人生产经营具有重要意义。

4、作品著作权

截至本招股意向书签署日，公司拥有的作品著作权情况如下：

序号	作品/制品名称	著作权人	登记号	作品类别	首次出版/制作日期	登记日期
1	唤醒	发行人	粤作登字 -2018-F-00000947	F 美术	2017.4.17	2018.1.25
2	小熊卡通吉祥物系列	发行人	粤作登字 -2018-F-00000946	F 美术	2013.6.2	2018.1.25
3	小熊系列	发行人	粤作登字 -2018-F-00000952	F 美术	2011.10.1	2018.1.25
4	小熊紫砂描述系列（一）	发行人	粤作登字 -2018-F-00000939	F 美术	2015.7.25	2018.1.25
5	小熊紫砂描述系列（二）	发行人	粤作登字 -2018-L-00000035	L 其他作品	2015.7.25	2018.1.25
6	小熊紫砂丝印	发行人	粤作登字 -2018-F-00000953	F 美术	2016.1.13	2018.1.25
7	小熊紫砂左右印丝	发行人	粤作登字 -2018-F-00000963	F 美术	2016.1.13	2018.1.25
8	熊暖暖、熊醒醒系列	发行人	粤作登字 -2018-F-00000944	F 美术	2017.4.22	2018.1.25
9	Bear 系列	发行人	粤作登字 -2018-F-00000951	F 美术	2011.10.1	2018.1.25
10	Inspired life 妙想生活	发行人	粤作登字 -2018-F-00000957	F 美术	2015.3.1	2018.1.25
11	小熊 logo 系列	发行人	粤作登字 -2018-F-00008889	F 美术	-	2018.5.16
12	小熊电器 logo 升级（萌家电）	发行人	粤作登字 -2018-F-00010413	F 美术	2018.3.30	2018.5.29
13	“小熊萌家电”歌曲乐谱	发行人	粤作登字 -2018-B-00000231	B 音乐	2018.3.26	2018.3.10
14	“小熊萌家电”宣传词	发行人	粤作登字 -2018-A-00000821	A 文字	2018.3.26	2018.5.29
15	“小熊萌家电”之歌	发行人	粤作登字 -2018-B-00000230	B 音乐	2018.3.26	2018.5.29
16	小熊萌仔卡通吉祥物	发行人	粤作登字 -2018-F-00008887	F 美术	-	2018.5.16
17	小熊萌仔	发行人	粤作登字 -2018-F-00031277	F 美术	2018.6.29	2018.11.28
18	小熊紫砂描述系列（三）	发行人	粤作登字 -2018-L-00002557	L 其他作	2018.8.13	2018.11.28

				品		
19	小熊紫砂描述系列（四）	发行人	粤作登字 -2018-L-00002558	L 其他作品	2018.8.13	2018.11.28
20	小熊紫砂描述系列（五）	发行人	粤作登字 -2018-L-00002559	L 其他作品	2018.8.13	2018.11.28
21	小熊紫砂描述系列（六）	发行人	粤作登字 -2018-L-00002560	L 其他作品	2018.8.13	2018.11.28
22	小熊紫砂描述系列（七）	发行人	粤作登字 -2018-L-00002561	L 其他作品	2018.8.13	2018.11.28
23	小熊紫砂描述系列（八）	发行人	粤作登字 -2018-L-00002562	L 其他作品	2018.8.13	2018.11.28
24	小熊紫砂描述系列（九）	发行人	粤作登字 -2018-L-00002563	L 其他作品	2018.8.13	2018.11.28

5、高新技术企业证书

2015 年 10 月，发行人取得广东省科学技术厅、广东省财政厅、广东省国家税务局、广东省地方税务局联合核发的《高新技术企业证书》（证书编号：GF201544000228），该证书有效期为三年，已于 2018 年 10 月到期。截至本招股意向书签署之日，公司已经获取证书编号为 GR201844002871 的高新技术企业证书，该证书有效期为 2018 年至 2020 年。

（三）资产许可情况

2018 年 12 月 30 日，发行人与珠海格力电器股份有限公司（以下称“格力电器”）签署《专利许可协议》。根据该协议约定，格力电器将其名下专利号为 ZL201120420649.0 的“一种豆芽催粗用重压水盒及使用该重压水盒的豆芽机”专利许可给发行人使用，许可方式为普通许可，许可期限为 2018 年 12 月 30 日至 2021 年 10 月 27 日，专利许可使用费为 45 万元。

五、发行人拥有的特许经营权

截至本招股意向书签署日，公司及下属子公司未拥有特许经营许可权。

六、发行人业务经营资质

截至本招股意向书签署日，本公司及子公司拥有的业务资质情况如下：

序号	权利人	证书名称	证书编号	许可范围	发证机关	证书有效期限
1	小熊电器	中华人民共和国海关报关单位注册登记证书	4422962118	进出口货物收发货人	中华人民共和国佛山海关	长期
2	小熊电器	出入境检验检疫报检企业备案表	4404601256	备案类别：自理企业	中华人民共和国广东出入境检验检疫局	-
3	小熊电器	对外贸易经营者备案登记表	03654396	-	-	-
4	小熊电器	中华人民共和国增值电信业务经营许可证	粤 B2-20130643	第二类增值电信业务中的信息服务业务（仅限互联网信息服务）	广东省通信管理局	2023.11.08

七、发行人技术研发开发情况

（一）发行人的核心技术情况

公司始终把技术创新作为提高公司核心竞争力的重要举措。经过多年的不断投入和潜心研发，公司已掌握了小家电产品的设计、研发和生产的各项核心技术。公司掌握的技术主要体现在各项专利技术中，具体情况如下：

产品类别	核心技术	技术来源	技术成熟度	技术水平或功效
粉碎机	双层精细研磨技术	自有技术	大批量生产	本技术能有效完整地保护杯壁，降低噪音，大大提高了粉碎机的搅拌效果。本项核心技术获得实用新型授权，专利号为 2015208922479。
料理机	一刀多用技术	自有技术	大批量生产	本项技术实现了料理机一刀多用，可满足用户对食物切丝切片的多功能需求。本项核心技术获得实用新型专利授权，专利号为 2015205780048。
	研磨安全技术	自有技术	大批量生产	本技术解决了料理机集体壁容易刮花、掉粉的问题，提升食品安全。本项核心技术获得实用新型专利授权，专利号为

				2015205780052。
	安全传动技术	自有技术	大批量生产	公司通过运用本项技术在降低生产成本的同时解决料理机工作中容易错位的问题，提高产品的安全性。本项核心技术获得实用新型专利授权，专利号为2015200540828。
打蛋器	高效率打蛋结构	自有技术	大批量生产	公司通过对本项技术的应用使得打蛋器便于清洗、工作效率提高。本项核心技术获得实用新型专利授权，专利号为201620105849X。
养生壶	分体式养生壶结构	自有技术	大批量生产	公司通过对本项技术的应用使养生壶分离清洗更加方便，同时用户可根据自身需求调节茶味浓度。本项核心技术获得实用新型专利授权，专利号为2014206127285。
加湿器	加湿器密封技术	自有技术	大批量生产	该项技术的应用使集雾管模具制作更加简易，同时提高了加湿器的密封性能。本项技术获得实用新型授权，专利号为2015209397613。
切碎机	高效均匀切碎技术	自有技术	大批量生产	公司通对本项技术的运用提供了一种能够实现快速、均匀切碎效果且不需要用户进行预处理的切碎结构。本核心技术获得实用新型专利授权，专利号为2014202252055。
电热锅	电热锅安全技术	自有技术	大批量生产	公司通过对该技术的运用使用户操作电热锅更加简便、安全，无需蒸架等其他用具支持，降低成本。本项核心技术获得实用新型授权，专利号为2015210875832。
电蒸锅	双注水口聚能速热电蒸锅	自有技术	大批量生产	公司通过对该项技术的运用方便了电蒸锅的注水，同时降低设备能耗，提高热能利用效率和安全性。本项核心技术获得实用新型授权，专利号为2013205206209。
酸奶机	酸奶机节能技术	自有技术	大批量生产	此技术提供了一种装配简单、效率高且成本低的固定 PTC 发热体结构。本项核心技术获得实用新型专利授权，专利号为2016201508608。
蒸煮饭盒	单双层蒸煮饭盒便携结构	自有技术	大批量生产	公司通过对该项技术的运用使蒸煮饭盒更可靠实用、结构简单且无需增加卡扣数量便能实现使用层数变化。本项核心技术获得实用新型专利授权，专利号为2014204067330。
加湿器	环型快速	自有技术	大批量生产	公司通过本技术的运用使雾化增强装置

	加湿技术			水雾扩散更远、更均匀，从而提高雾化（加湿）能力，同时具有结构简单、成本较低通用性强等优点。本项核心技术获得实用新型专利授权，专利号为2017204451714。
--	------	--	--	--

（二）在研项目情况

公司正在研究开发的项目均围绕着小家电的新品类开发及已有产品的功能升级，具体项目研发情况如下：

序号	项目名称	开发内容	项目进展情况
1	DFS-A04K1 电风扇研发项目	迷你小型桌面式电风扇	研发中
2	HMJ-A70C1 和面机研发项目	仿人工专业揉面和面机	研发中
3	PBJ-B10N1 破壁机研发项目	多功能破壁料理豆浆机	研发中
4	BSY-A18C2 补水仪研发项目	保湿喷雾补水仪	研发中
5	SNJ-B20T1 酸奶机研发项目	多功能定温恒温酸奶机	研发中
6	DDQ-B01L1 打蛋器研发项目	小型打蛋器	研发中
7	DSG-A50E1 电砂锅研发项目	智能静音免看管炖炒煮电砂锅	研发中
8	DHG-B50C1 电火锅研发项目	多功能电火锅	研发中
9	XDG-A06J1 消毒锅研发项目	低噪音多功能消毒锅	研发中
10	JSQ-C60B1 加湿器研发项目	节能静音空气加湿器	研发中
11	DNQ-C20B1 电暖气研发项目	节能静音空气取暖器	研发中
12	ZCQ-A08L1 煮茶器研发项目	全自动多功能一体养生煮茶器	研发中

（三）研发投入情况

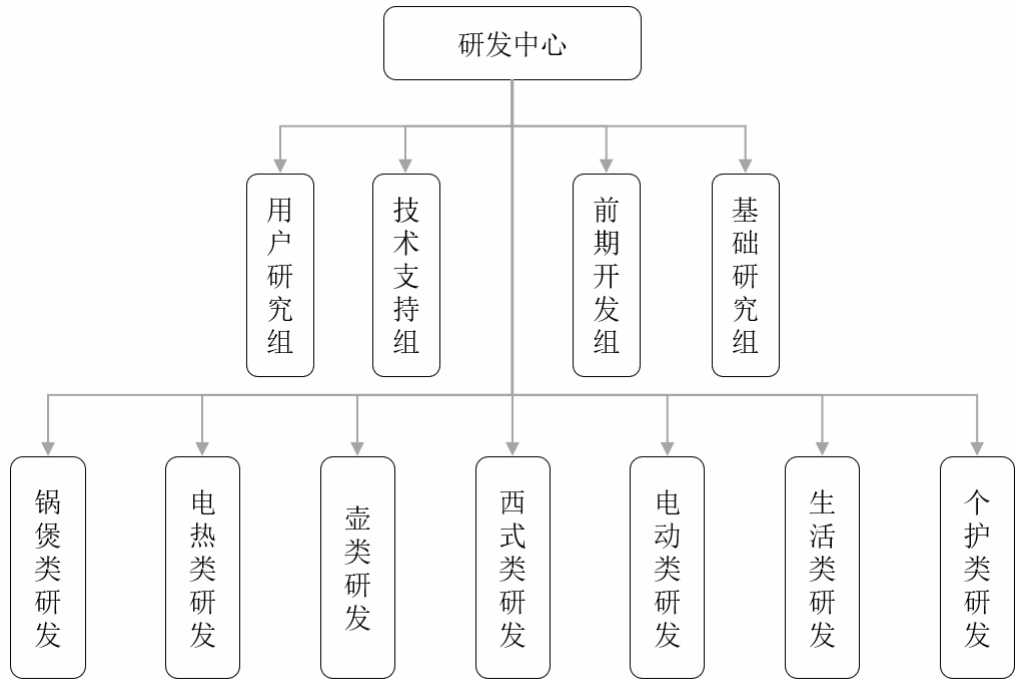
公司高度重视新技术、新工艺和新产品的研发工作，投入专门的研发经费支持研发工作，报告期内公司的研发投入金额逐年增加，具体情况如下：

单位：万元

项目	2018 年度	2017 年度	2016 年度
研发投入	4,739.25	2,507.68	1,653.33
营业收入	204,103.51	164,653.36	105,430.41
研发投入占营业收入比重	2.32%	1.52%	1.57%

八、研发机构设置与技术创新机制

（一）研发机构设置



公司设立了研发中心，其根据公司战略规划与年度经营目标的要求，负责产品创新技术的应用、研究和常规产品研发，不断推出满足市场的新品，实现公司行业技术领先。从研发中心组成来看，研发中心下设前期开发组、基础研究组、用户研究组、技术支持组和各品类研发部门。其中用户研究组负责建立以用户为中心的研究体系，提出具有创新性和前瞻性的产品概念并评估其市场价值，通过技术与设计转化实现创新产品开发，快速抓住市场机会，为公司长远发展持续注入“动力”，是研发中心的核心部门；技术支持组主要为研发体系提供综合服务，包括项目管理、专利管理和文控管理等；前期开发组主要负责内部技术创新或外部技术合作，为公司开发具有综合竞争力的新品类产品；基础研究组主要负责对新材料、新工艺、新技术原理的研究突破，使产品达到功能创新、结构优化、性能提高和成本降低，提升产品竞争力和更好的用户体验感；各细分品类研发部门分别负责具体产品研发工作。

（二）研发创新机制

为了保持公司技术领先地位，公司在研发机制创新方面做了大量工作，主要体现在以下几个方面：

1、持续的研发投入和高效的创新激励机制

为了保障公司的技术研发创新，公司每年年终制定下年度的科研投入计划，每年研发投入不断增加。此外，持续的研发投入在保障技术创新的同时，公司还注重个人激励与公司利益的结合，以充分调动研发技术人员积极性，提高其凝聚力和向心力。公司制定了《开发项目奖励管理办法》和《专利管理办法》，将研发奖励与开发成果、项目效益直接挂钩。

2、加强核心技术的保护

在公司的发展壮大过程中，公司产品的核心技术对公司的快速发展起到非常重要的作用，因此公司十分重视核心技术的保护工作。一方面公司通过申请国家专利保护公司的知识产权；另一方面，公司与技术研发相关员工签署了保密和竞业限制协议，通过法律手段保护公司的核心技术。

公司为保证核心技术安全制定了全面的知识产权保护措施，包括员工专利管理制度、技术文件管理制度、信息安全控制程序等并严格按照制度执行。

为稳定核心人员、保护核心技术及保证公司管理体系稳定，公司采取了一定的措施。包括创建良好的工作平台和企业文化，积极为核心技术人员和关键管理人员提供良好的科研条件和施展能力的平台，建立良好的管理体系和人才培养机制等。另外，公司与技术研发相关员工签署了保密和竞业限制协议，重点对绩效评估与考核、研究成果归属、保密事项等内容进行约定，最大限度降低因核心技术人员或核心技术流失对公司生产经营造成的不良影响。

同时，本公司还对部分适合申请专利保护的核心技术申请了专利；对未申报专利的核心技术，通过加强核心技术成果电子化、书面化、标准化及保密化制度建设，注重技术档案的整理与归档，防止核心技术的流失。

九、发行人质量控制情况

（一）质量控制标准

公司产品均已获得国内 CCC 认证，出口产品均获得销售地区所需的欧洲 CE 认证、日本 PSE 认证、韩国 KC 认证或 CB 认证等国际认证。公司产品安全主要执行国家标准及公司自制标准，公司通过自身多年的生产经营实践，制定了自己的企业生产规程和产品质量标准，并不断加以更新。此外，公司作为主要起草单位

制定了多个家电方面的技术标准，相关产品标准的具体情况如下：

序号	标准名称及标准号	文件名称	标准类型
1	GB 4706.1-2005	《家用和类似用途电器的安全第1部分:通用要求》	国家标准
2	GB 4706.19-2008	《家用和类似用途电器的安全液体加热器的特殊要求》	国家标准
3	GB 4706.14-2008	《家用和类似用途电器的安全烤架、面包片烘烤器及类似用途便携式烹饪器具的特殊要求》	国家标准
4	GB 4706.48-2009	《家用和类似用途电器的安全加湿器的特殊要求》	国家标准
5	GB 4706.15-2008	《家用和类似用途电器的安全皮肤及毛发护理器具的特殊要求》	国家标准
6	GB 17625.1-2012	《电磁兼容限值谐波电流发射限值(设备每相输入电流≤16A)》	国家标准
7	GB 4343.1-2009	《家用电器、电动工具和类似器具的电磁兼容要求第1部分：发射》	国家标准
8	GB 4706.60-2008	《家用和类似用途电器的安全衣物干燥机和毛巾架的特殊要求》	国家标准
9	GB4706.23-2007	《家用和类似用途电器的安全第2部分：室内加热器的特殊要求》	国家标准
10	GB4706.32-2012	《家用和类似用途电器的安全热泵、空调器和除湿机的特殊要求》	国家标准
11	GB 4706.30-2008	《家用和类似用途电器的安全厨房机械的特殊要求》	国家标准
12	Q/GDXX J03.006-2015A	广东小熊电器有限公司企业标准-电炖盅	企业标准
13	Q/GDXX J03.011-2016A	广东小熊电器有限公司企业标准-电蒸锅	企业标准
14	Q/GDXX J03.007-2015A	广东小熊电器有限公司企业标准-酸奶机	企业标准
15	Q/GDXX J03.001-2016	广东小熊电器有限公司企业标准-蒸煮饭盒	企业标准
16	Q/GDXX J03.008-2015A	广东小熊电器有限公司企业标准-煮蛋器	企业标准
17	Q/GDXX J03.010-2016A	广东小熊电器有限公司企业标准-豆芽机	企业标准
18	Q/GDXX J03.009-2016(第2版)	广东小熊电器有限公司企业标准-加湿器	企业标准
19	Q/GDXX J03.004-2016	广东小熊电器有限公司企业标准-电饼铛（煎烤机）	企业标准
20	Q/GDXX	广东小熊电器有限公司企业标准-打蛋器	企业标准

	J03.012-2016A		标准
21	T/FSAS 2-2016	家用和类似用途破壁搅拌机（佛山市家用电器产业技术联盟）	联盟标准
22	T/SDBX 001-2017	养生壶（广东省家用电器产业技术联盟）	联盟标准

（二）质量控制措施

公司于 2011 年 12 月即通过 ISO9001:2008 国际质量管理体系认证，2018 年 2 月通过 ISO9001:2015 国际质量管理体系认证。公司对于生产过程实行全方位的质量控制，每一个生产环节均有质量控制人员监督生产，以确保生产过程质量。

公司把质量视为企业生存和发展的基础，按国际质量标准要求，建立有效的质量体系，实施全面质量管理。公司在生产经营活动中按上述 ISO9001 质量管理体系标准的要求，在材料采购、设计生产、生产控制、出入库检验、设备养护以及合同评审方面不断优化配置并强化管理，不断地完善质量管理体系和制度。

公司以品质管理中心为主导，多部门共同协助推行全面、全员、全过程的质量管理，从产品设计开发、供应商选择、进货、生产设备养护、生产首件检验和巡检、成品检验、入仓前检验、入仓后抽查以及售后反馈检验等各个环节都有检验人员严格把关，对产品质量的形成过程实现全过程追溯，对不合格品由质量控制部门按规定进行处理，并采取预防纠正措施，避免不合格产品的重复发生，防止不合格品的非预期使用及交付，保证了产品的高质量。

（三）产品质量纠纷情况

由于公司建立了较完善的质量管理体系，生产过程和产品检验过程均严格按照技术标准执行，报告期内公司未发生重大质量纠纷，未受到质量管理部门的处罚。

十、境外经营情况及境外拥有资产情况

截至本招股意向书签署日，公司未拥有境外资产。

第七节 同业竞争与关联交易

一、发行人独立运营情况

公司成立以来，严格按照《公司法》和《公司章程》等法律法规和相关规章制度的要求规范运作，建立健全了公司法人治理结构，在资产、人员、财务、机构、业务等方面与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业相互独立，具有完整的业务体系及面向市场独立经营的能力，具体情况如下：

（一）资产完整情况

发行人作为生产型企业，拥有与生产经营有关的生产系统、辅助生产系统和配套设施，合法拥有与生产经营有关的土地、房屋、机器设备、运输工具、办公设备、商标、专利权、作品著作权等资产的所有权或者使用权，具有独立的原材料采购和产品销售系统，公司资产完整。

（二）人员独立情况

发行人董事、监事及高级管理人员按照《公司法》、《公司章程》等有关规定选举或聘任产生，公司总经理、副总经理、财务负责人、董事会秘书等高级管理人员未在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业中担任除董事、监事以外的其他职务，未在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业领薪。公司的财务人员专职在本公司工作并领取薪酬，未在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业中兼职。

发行人建立了独立的人事档案、人事聘用和任免制度以及考核、奖惩制度，与公司员工签订了劳动合同，建立了独立的工资管理、福利保障体系。

（三）财务独立情况

公司设立了独立的财务部门并拥有专门的财务人员，财务运作独立于控股股东、实际控制人及其控制的其他企业；建立了独立的财务核算体系，独立作出财务决策。公司开立了独立的银行账户，银行账户、税务申报均独立于控股股东、实际控制人及其控制的其他企业，不存在与控股股东、实际控制人及其控制的其

他企业共用银行账户，混合纳税情形。

（四）机构独立情况

公司设立了股东大会、董事会、监事会、经理层及生产经营必需的职能部门，明确了各机构的职权范围。根据《公司法》、《证券法》等法律法规制订了《公司章程》、《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》、《监事会议事规则》等内部管理制度，构建了决策制度有效、职权范围明确的法人治理结构和制衡机制。公司决策体系和职能机构独立完整，不存在与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业之间机构混同、合署办公的情形，亦不存在股东单位干预公司生产经营活动的情况。

（五）业务独立情况

公司设立了独立的研发、生产、采购、销售等职能部门，其研发、生产、采购及销售均由公司独立完成，不存在依靠控股股东、实际控制人及其控制的其他企业的情形。公司具有完全独立的业务运作系统，公司的业务独立于控股股东、实际控制人及其控制的其他企业，与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业间不存在同业竞争和显失公允的关联交易。

（六）保荐机构核查意见

保荐机构认为：发行人成立以来，严格按照《公司法》、《证券法》等有关法律、法规和《公司章程》的要求规范运作、独立经营，在资产、人员、财务、机构、业务等方面独立于控股股东、实际控制人及其控制的其他企业，具有独立完整的经营资产、业务体系及面向市场自主经营的能力。发行人在招股意向书中关于自身独立经营情况的表述内容真实、准确、完整、及时。

二、同业竞争情况

（一）公司控股股东、实际控制人及其控制的企业与本公司的同业竞争情况

兆峰投资持有公司 59.22%股份，为公司控股股东；李一峰、张红夫妇通过

兆峰投资控制公司 5,329.80 万股股份，李一峰先生通过永新吉顺控制公司 540.00 万股股份，李一峰、张红夫妇合计控制公司 5,869.80 万股股份，占公司总股本的 65.22%，李一峰和张红夫妇为本公司实际控制人。报告期内，控股股东、实际控制人及其控制的企业基本情况如下：

序号	公司名称	主营业务	控制关系	备注
1	兆峰投资	投资管理	李一峰、张红夫妇控制的企业、公司控股股东	存续
2	桃园房地产	房地产开发	兆峰投资的全资子公司	存续
3	万年山	农业种植	李一峰控制的企业	存续
4	永新吉顺	投资管理	李一峰控制的企业	存续
5	泽源公司	无实际经营	李一峰曾经控制的企业	注销
6	悠品电商	小家电网络销售	李一峰曾经控制的企业	存续
7	悠想电商	创意小家电销售	李一峰曾经控制的企业	存续
8	艾萌电商	创意小家电销售	李一峰曾经控制的企业	存续
9	瑞翌电商	创意小家电销售	李一峰曾经控制的企业	存续

由上表可知，除悠品电商、悠想电商、艾萌电商和瑞翌电商与发行人业务存在相同或相似情形外，兆峰投资、桃园房地产、万年山和泽源公司均与发行人不存在相同或相似的情形。李一峰于 2015 年 10 月 12 日转让悠品电商股权予无关联的第三方，于 2016 年 5 月 26 日将悠想电商、艾萌电商和瑞翌电商的股权转予发行人。至此，发行人与实际控制人控制的企业业务不存在相同或相似的情形。

泽源公司基本情况详见“第五节 发行人基本情况”之“三、发行人股本形成及变化情况和资产重组情况”之“（二）发行人资产重组情况”之“2、吸收合并泽源公司”。

悠品电商基本情况详见“第七节 同业竞争与关联交易”之“三、关联方情况”之“（三）报告期内转让或注销的关联方”之“2、董事、监事、高级管理人员及其关系密切家庭成员曾经的关联方”。

悠想电商、艾萌电商、瑞翌电商基本情况详见“第五节 发行人基本情况”之“六、发行人全资子公司、分公司及参股公司情况”之“（一）控股公司情况”。

截至本招股意向书签署之日，发行人控股股东、实际控制人及其控制的企业均不存在与本公司经营相同或相似业务情况。

（二）避免同业竞争的承诺

为避免与公司之间可能出现的同业竞争，维护公司的利益和保证公司的长期稳定发展，公司控股股东、实际控制人和主要股东分别出具了《关于避免同业竞争的承诺函》，主要内容如下：

1、控股股东关于避免同业竞争的承诺

公司控股股东兆峰投资承诺如下：

“1、本公司及本公司控股或参股的子公司（以下简称“附属公司”）目前并没有直接或间接地从事任何与发行人营业执照上列明或实际从事的业务存在竞争的业务活动，本公司与发行人不存在同业竞争。

2、本公司在作为发行人控股股东期间和不担任发行人控股股东后六个月内，本公司将采取有效措施，保证本公司及附属公司不会在中国境内或境外，以任何方式（包括但不限于独资、合资、合作经营或者承包、租赁经营）直接或者间接从事与发行人的生产经营活动构成或可能构成竞争的业务或活动。凡本公司及附属公司有任何商业机会可从事、参与或入股任何可能会与发行人生产经营构成竞争的业务，本公司会安排将上述商业机会让予发行人。

3、本公司将善意履行作为发行人控股股东的义务，不利用该地位，就发行人与本公司或附属公司相关的任何关联交易采取任何行动，故意促使发行人的股东大会或董事会作出侵犯其他股东合法权益的决议。如果发行人必须与本公司或附属公司发生任何关联交易，则本公司承诺将促使上述交易按照公平合理的和正常商业交易条件进行。本公司及附属公司将不会要求或接受发行人给予比在任何一项市场公平交易中第三者更优惠的条件。

4、本公司及附属公司将严格和善意地履行与发行人签订的各种关联交易协议（如有）。本公司承诺将不会向发行人谋求任何超出上述协议规定以外的利益或收益。

5、本公司保证不利用控股股东的身份，从事或参与从事有损发行人及发行人股东利益的行为。

6、本声明、承诺与保证将持续有效，直至本公司不再处于发行人的控股股

东地位后的六个月为止。

7、若本公司未履行避免同业竞争承诺而给发行人或其他投资者造成损失的，本公司将向发行人或其他投资者依法承担赔偿责任。”

2、实际控制人关于避免同业竞争的承诺

公司实际控制人李一峰和张红夫妇承诺如下：

“1、本人及本人直接或间接控制的企业目前均未经经营、委托他人经营或受托经营与发行人相同或相似的业务，也未投资于任何与发行人相同或类似业务的公司、企业或其他经营实体。本人及本人控制或投资的企业与发行人不存在同业竞争。

2、本人在作为发行人实际控制人期间和不担任发行人实际控制人后六个月内，本人将采取有效措施，保证本人及本人直接或间接控制的企业不会在中国境内或境外，以任何方式（包括但不限于独资、合资、合作经营或者承包、租赁经营）直接或者间接从事与发行人的生产经营活动构成或可能构成竞争的业务或活动。凡本人及本人直接或间接控制的企业有任何商业机会可从事、参与或入股任何可能会与发行人生产经营构成竞争的业务，本人会安排将上述商业机会让予发行人。

3、本人将善意履行作为发行人实际控制人的义务，不利用该地位，就发行人与本人或本人直接或间接控制的企业相关的任何关联交易采取任何行动，故意促使发行人的股东大会或董事会作出侵犯其他股东合法权益的决议。如果发行人必须与本人或本人直接或间接控制的企业发生任何关联交易，则本人承诺将促使上述交易按照公平合理的和正常商业交易条件进行。本人或本人直接或间接控制的企业将不会要求或接受发行人给予比在任何一项市场公平交易中第三者更优惠的条件。

4、本人或本人直接或间接控制的企业将严格和善意地履行与发行人签订的各种关联交易协议（如有）。本人承诺将不会向发行人谋求任何超出上述协议规定以外的利益或收益。

5、本人保证不利用对发行人的控制关系，从事或参与从事有损发行人及发行人股东利益的行为。

6、本声明、承诺与保证将持续有效，直至本人不再处于发行人的实际控制人地位后的六个月为止。

7、若本人未履行避免同业竞争承诺而给发行人或其他投资者造成损失的，本人将向发行人或其他投资者依法承担赔偿责任。”

三、关联方情况

根据《公司法》、《企业会计准则第 36 号—关联方披露》和《深圳证券交易所股票上市规则》等相关规定，公司关联方及关联关系情况如下：

（一）存在控制关系的关联方

1、发行人控股股东、实际控制人

公司控股股东为兆峰投资，实际控制人为李一峰、张红夫妇，其基本情况参见本招股意向书“第五节 发行人基本情况”之“七、发起人、主要股东及实际控制人的基本情况”之“（三）控股股东和实际控制人的基本情况”。

2、发行人控股股东、实际控制人控制或参股的其他企业

发行人控股股东、实际控制人控制或参股的其他企业参见本节之“二、同业竞争情况”之“（一）公司控股股东、实际控制人及其控制的企业与本公司的同业竞争情况”。

3、发行人直接或间接控制的子公司

序号	关联方名称	关联关系
1	小熊厨房	公司全资子公司
2	小熊生活	公司全资子公司
3	小熊营销	公司全资子公司
4	悦享电商	公司全资子公司
5	小熊环境	公司全资子公司
6	悠想电商	公司全资子公司
7	艾萌电商	公司全资子公司
8	瑞翌电商	公司全资子公司
9	小熊健康	公司全资子公司
10	小熊智能	公司全资子公司
11	珠海桓韬	公司全资子公司
12	龙牌电器	公司全资孙公司

发行人控制的企业具体情况详见本招股意向书“第五节 发行人基本情况”之“六、发行人全资子公司、分公司及参股公司情况”之“（一）控股公司情况”。

4、发行人参股公司

序号	关联方名称	关联关系
1	贝奥烘焙	公司持股14.20%

发行人参股的企业具体情况详见本招股意向书“第五节 发行人基本情况”之“六、发行人全资子公司、分公司及参股公司情况”之“（三）参股公司情况”。

（二）存在非控制关系的关联方

1、持有发行人 5%以上股份的股东

股东名称	股份数（万股）	股份比例
施明泰	1,269.00	14.10%
龙少柔	1,107.90	12.31%
永新吉顺	540.00	6.00%
龙少静	486.90	5.41%

上述股东基本情况参见本招股意向书“第五节 发行人基本情况”之“七、发起人、主要股东及实际控制人的基本情况”之“（一）发起人基本情况”。

2、发行人董事、监事、高级管理人员

序号	姓名	职位	任期
1	李一峰	董事长、总经理	2017.7.10-2020.7.9
2	欧阳桂蓉	董事、副总经理	2017.7.10-2020.7.9
3	郭礼龙	独立董事	2017.7.10-2020.7.9
4	杨斌	独立董事	2017.7.10-2020.7.9
5	郭莹	独立董事	2017.7.10-2020.7.9
6	黎志斌	监事会主席/职工代表监事	2017.7.10-2020.7.9
7	周志树	职工代表监事	2017.7.10-2020.7.9
8	赵国洪	监事	2017.7.10-2020.7.9
9	刘奎	副总经理、董事会秘书	2017.7.10-2020.7.9
10	邹勇辉	财务负责人	2017.8.25-2020.7.9

公司董事、监事、高级管理人员情况，详见本招股意向书“第八节 董事、监事、高级管理人员与核心技术人员”之“一、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员简历”。

3、发行人实际控制人、持股 5%以上自然人股东、董事、监事、高级管理人员的关系密切的家庭成员

实际控制人李一峰和张红夫妇、5%以上自然人股东以及董事、监事、高级管理人员关系密切的家庭成员均构成公司的关联方。

4、控股股东的董事、监事和高级管理人员及其关系密切的家庭成员

公司控股股东兆峰投资监事张玉红女士、经理张红女士及其关系密切的家庭成员构成公司的关联方。

5、关联自然人及其关系密切的家庭成员直接或间接控制的，或者担任董事、高级管理人员的其他企业或主体

除上述已披露的关联方外，关联自然人及其关系密切的家庭成员直接或者间接控制的，或者担任董事、高级管理人员的其他企业或主体也是公司的关联方，主要如下表所示：

序号	关联方名称	关联关系
1	佛山市裕丰餐饮管理有限公司	公司实际控制人李一峰姐夫郭发开持有 100%股权并担任执行董事、总经理的企业
2	惠城区斯慧堡包装材料制品厂	公司实际控制人李一峰堂兄弟李启强所经营的个体工商户
3	广东顺德尚川生物科技有限公司	公司董事、副总经理欧阳桂蓉弟弟欧阳绍炳配偶王米福持有 70%股权、欧阳桂蓉的母亲郭富连持有 30%股权，欧阳绍炳担任执行董事、经理的企业
4	广东顺德尚米贸易有限公司	公司董事、副总经理欧阳桂蓉弟弟欧阳绍炳持有 90%股权，欧阳邵炳配偶王米福持有 10%股权并担任执行董事、经理的企业
5	佛山市俏时光生物科技有限公司	公司董事、副总经理欧阳桂蓉弟弟欧阳绍炳配偶王米福持有 60%股权、欧阳绍炳持有 40%股权，王米福担任执行董事、经理的企业
6	佛山市申珀贸易有限公司	公司副总经理、董事会秘书刘奎兄弟刘勇持有 50%股权并担任执行董事的企业
7	广州快吉物流有限公司	公司财务负责人邹勇辉兄弟邹勇清持有 60%股权并担任执行董事、总经理的企业
8	深圳市丰美达绝缘制品有限公司	公司财务负责人邹勇辉兄弟邹勇清持有 40%股权、邹勇辉妹夫占开丰持有 30%股权，占开丰担任执行董事、总经理的企业
9	深圳市赛可斯贸易有限公司	公司财务负责人邹勇辉妹夫占开丰持有 100%股权并担任执行董事、经理的企业
10	北京国网信通埃森哲信息技术有	公司持股 5%以上股东施明泰担任董事长的企业

序号	关联方名称	关联关系
	限公司	
11	厦门先创物联科技网络有限公司	公司持股 5%以上股东施明泰配偶兄弟缪小铮持有 70%股权的企业
12	成都狮勇投资咨询有限公司	公司持股 5%以上股东施明泰妹夫陈勇持有 60%股权，施明泰的兄弟施碰狮持有 40%股权，陈勇担任执行董事、经理的企业
13	惠州市小金口镇房地产开发公司	公司持股 5%以上股东龙少静配偶的兄弟刘春江担任经理的企业
14	珠海百试通生物科技有限公司	公司独立董事郭礼龙担任董事的企业
15	广东顺德拼客旅游策划服务有限公司	公司副总经理、董事会秘书刘奎兄弟刘勇及其配偶持有 100%股权并担任执行董事的企业

上述主体的基本情况如下：

（1）佛山市裕丰餐饮管理有限公司

裕丰餐饮成立于 2016 年 3 月 25 日，统一社会信用代码为 91440606MA4UMY8W7H，住所为佛山市顺德区大良新滘居委会凤翔路 51 号顺雅名筑 2 座 715 号，法定代表人为郭发开，注册资本为 100 万元，郭发开持股 100%；经营范围：“餐饮管理；销售：农副产品”。

（2）惠城区斯慧堡包装材料制品厂（个体工商户）

斯慧包装成立于 2012 年 11 月 20 日，统一社会信用代码为 92441302L557294676，住所为惠州市惠城区小金口柏岗村尾北一路 17 号，法定代表人为李启强，经营范围：“包装材料制品加工、批发、零售”。

（3）广东顺德尚川生物科技有限公司

尚川生物成立于 2013 年 9 月 18 日，统一社会信用代码为 91440606079512681B，住所为佛山市顺德区大良近良延年路顺德雅居乐花园 35 座 1 梯 709 号之一，法定代表人为欧阳绍炳，注册资本为 100 万元，经营范围为：“生物技术的研发；食品销售经营者（食品贸易商）：预包装食品（含冷藏冷冻食品）销售（凭有效许可证经营）；销售：烘焙用品、玩具、户外运动用品；国内商业、物资供销业；货物或技术进出口（国家禁止或涉及行政审批的货物和技术进出口除外）；电子商务运营策划；商品信息咨询服务”。

（4）广东顺德尚米贸易有限公司

尚米贸易成立于 2015 年 12 月 10 日，统一社会信用代码为 91440606MA4UKJCN7U，住所为佛山市顺德区大良近良居委会延年路顺德雅居乐花园 35 座 1 梯雅居乐都荟广场 7 层 709 号，法定代表人为王米福，注册资本为 100 万元，经营范围：“食品经营（凭有效许可证经营）；销售：烘焙用品、玩具、户外运动用品；国内商业、物资供销业；货物或技术进出口（国家禁止或涉及行政审批的货物和技术进出口除外）；电子商务运营策划；商品信息咨询服务”。

（5）佛山市俏时光生物科技有限公司

佛山市俏时光生物科技有限公司成立于 2017 年 9 月 30 日，统一社会信用代码为 91440606MA4X6M2MXC，住所为佛山市顺德区大良近良社区居民委员会延年路顺德雅居乐花园 35 座 1 梯 710 之一（仅限办公用途），法定代表人为王米福，注册资本为 100.00 万元，经营范围：“生物技术研发；食品经营（凭有效许可证经营）；销售：烘焙用品、玩具、户外运动用品；国内商业，物资供销业；货物或技术进出口（国家禁止或涉及行政审批的货物和技术进出口除外）；电子商务运营及策划；商品信息咨询服务”。

（6）佛山市申珀贸易有限公司

申珀贸易成立于 2015 年 3 月 27 日，统一社会信用代码为 91440606334909521F，住所为佛山市顺德区容桂上佳市居委会青龙南路 9 号五楼 506 室，法定代表人为刘勇，注册资本为 100 万元，经营范围：“为国内商业、物资供销业；经营和代理各类商品及技术的进口业务”。

（7）广州快吉物流有限公司

广州快吉物流有限公司成立于 2005 年 3 月 9 日，统一社会信用代码为 914401117711845303，住所为广州市白云区太和镇大源村茶山路段广州丰和货运市场 D2 座 302 商铺，法定代表人为邹勇清，注册资本为 50 万元，经营范围：“装卸搬运，联合运输代理服务，仓储代理服务，物流代理服务，道路货物运输”。

（8）深圳市丰美达绝缘制品有限公司

深圳市丰美达绝缘制品有限公司成立于 2010 年 11 月 22 日，统一社会信用代码为 91440300565700901T，住所为深圳市龙华新区大浪办事处同胜社区三合一新村 6 号 A 栋 8 楼，法定代表人为占开丰，注册资本为 10 万元，经营范围：

“绝缘制品的生产与销售，包装制品的销售，国内贸易，货物及技术进出口”。

（9）深圳市赛可斯贸易有限公司

深圳市赛可斯贸易有限公司成立于 2015 年 12 月 10 日，统一社会信用代码为 914403003595059535，住所为深圳市龙华区民治街道梅龙路西侧深物业新华城美花园 1 栋 B 座天盛阁 905，法定代表人为占开丰，注册资本为 10 万元，经营范围：国内贸易，货物及技术进出口。

（10）北京国网信通埃森哲信息技术有限公司

国网埃森哲成立于 2013 年 10 月 25 日，统一社会信用代码为 911101080612758926，住所为北京市海淀区中关村软件园东北旺西路 8 号 29 号楼 1 层 B209 室，法定代表人为施明泰，注册资本为 2000 万元，经营范围：“技术开发、技术转让、技术咨询、技术服务、技术推广；计算机技术培训（不得面向全国招生）；基础软件服务；应用软件开发；软件开发；软件咨询；企业管理咨询；数据处理（数据处理中的银行卡中心、PUE 值在 1.5 以上的云计算数据中心除外）；计算机系统服务；销售五金交电（不从事实体店铺经营）、计算机、软件及辅助设备；工程勘察设计”。

（11）厦门先创物联科技网络有限公司

厦门先创物联科技网络有限公司成立于 2010 年 6 月 30 日，统一社会信用代码为 91350203556212113M，住所为厦门市思明区湖滨南路 81 号 16A，法定代表人为赖添强，注册资本为 400 万元；经营范围：“物联网应用系统的研发；网络建设、调试与推广；信息技术咨询与服务”。

（12）成都狮勇投资咨询有限公司

成都狮勇投资咨询有限公司成立于 2010 年 3 月 23 日，统一社会信用代码为 510108000079896，住所为成都市成华区东三环路二段龙潭工业园，法定代表人为陈勇，注册资本为 50 万元；经营范围：“投资信息咨询、国内商务信息咨询”。

（13）惠州市小金口镇房地产开发公司

惠州市小金口镇房地产开发公司成立于 1992 年 2 月 17 日，统一社会信用代码为 91441302196026236N，住所为惠州市小金口镇内，法定代表人为刘春江，注册资本为 500 万元；经营范围：“土地开发，商品房销售、市场开发及管理”。

（14）珠海百试通生物科技有限公司

百试通成立于2017年11月9日，统一社会信用代码为91440400MA510BN11Q，住所为珠海市金湾区三灶镇机场西路628号珠海国际健康港一期办公楼501，法定代表人为唐小江，注册资本为1000万元；经营范围：“自然科学研究和试验发展；技术检测；技术咨询与服务；人体科学的研究、开发；干细胞技术的研究、开发；医学研究和试验发展；生物技术推广服务；新材料技术推广服务；科技中介服务；职业技能培训（不包括需要取得许可审批方可经营的职业技能培训项目）；昆虫养殖；其他畜牧养殖（猪、牛、羊除外）；饲料批发；饲料添加剂批发；货物进出口（专营专控商品除外）；技术进出口；商品批发贸易（许可审批类商品除外）”。

（15）广东顺德拼客旅游策划服务有限公司

广东顺德拼客旅游策划有限公司成立于2017年1月17日，统一社会信用代码91440606MA4W61B09Q，住所为佛山市顺德区容桂小黄圃居委会外环路14号东逸湾倚湖居108号商铺，法定代表人为刘勇，注册资本为50万元；经营范围：“旅游项目策划服务；旅游信息咨询服务；旅游景点开发；销售：工艺美术品；票务代理服务；会议服务；职业技能培训服务；文化活动组织策划服务；展览展示服务”。

（三）报告期内转让或注销的关联方

1、公司转让的关联方

序号	关联方名称	曾经的关联关系	转让日期
1	佛山市方川电器有限公司	报告期初，发行人曾持有方川电器20%的股权	2016年9月21日
2	佛山市泰欣电子有限公司	报告期初，发行人曾持有泰欣电子20%的股权	2016年11月25日
3	广东顺德晟容不锈钢制品有限公司	报告期初，发行人曾持有顺德晟容20%的股权	2016年10月10日
4	梅州市宝盈陶瓷有限公司	报告期初，发行人曾持有宝盈陶瓷20%的股权	2016年10月10日
5	广东知识城运营服务有限公司	报告期初，发行人曾持有知识城40%的股权	2016年2月16日

上述主体的基本情况如下：

(1) 佛山市方川电器有限公司（已转让）

方川电器成立于 2008 年 7 月 15 日，统一社会信用代码为 91440606677112418U，住所为佛山市顺德区勒流富安工业区连安路 1 号 63 号厂房，法定代表人为刘东明，注册资本为 200 万元，经营范围：“研发、制造：家用电器及配件、发热元件、电子产品；国内商业、物资供销业；经营和代理各类商品及技术的进出口业务”。2016 年 9 月 14 日，小熊有限与刘东明签订股权转让协议，将其持有的 20% 股权按注册资本转让给刘东明，于 2016 年 9 月 21 日完成工商变更登记。

(2) 佛山市泰欣电子有限公司（已转让）

泰欣电子成立于 2013 年 12 月 6 日，统一社会信用代码为 91440606086754187K，住所为佛山市顺德区勒流冲鹤村富安工业区 29-2 号三楼，法定代表人为钟慧斌，注册资本为 100 万元，经营范围：“制造：家用电器、电子产品及其配件；国内商业、物资供销业；经营和代理各类商品及技术进出口业务”。2016 年 11 月 21 日，小熊有限与黄艳签订股权转让协议，将其持有的 20% 的股权按注册资本转让给黄艳，于 2016 年 11 月 25 日完成工商变更登记。

(3) 广东顺德晟容不锈钢制品有限公司（已转让）

顺德晟容成立于 2015 年 1 月 14 日，统一社会信用代码为 91440606325028589K，住所为佛山市顺德区勒流众涌众裕北路一街东二巷 5 号之七，法定代表人为史文，注册资本为 150 万元，经营范围：“制造：不锈钢制品，五金配件，模具”。2016 年 9 月 24 日，小熊有限与史文签订股权转让协议，将其持有 20% 的股权转让给史文，于 2016 年 10 月 10 日完成工商变更登记。

(4) 梅州市宝盈陶瓷有限公司（已转让）

宝盈陶瓷成立于 2014 年 12 月 22 日，统一社会信用代码为 9144142332479621XJ，住所为丰顺县潭江镇溪西村层石下，法定代表人为张伟华，注册资本为 200 万元，经营范围：“制造、销售（含电子商务）：日用陶瓷、工艺陶瓷及其配件”。2016 年 9 月 22 日，小熊有限与赖惠新签订股权转让协议，将其持有 20% 的股权转让给赖惠新，于 2016 年 10 月 10 日完成工商变更登记。

(5) 广东知识城运营服务有限公司（已转让）

知识城成立于 2014 年 11 月 17 日，统一社会信用代码为 91440606323286162X，住所为佛山市顺德区容桂街道小黄圃社区居委会朝桂南路 1 号高骏科技创新中心 4 座 7 楼 702 号之五，法定代表人为卢本喜，注册资本为 1,000 万元，经营范围：“产业园区运营管理与租赁；高科技产业投资、高科技成果商业化的组织实施、高科技产品的开发与应用；为中小科技企业或创业者项目孵化提供综合配套服务；知识产权代理、专利代理、交易、专利咨询服务、信息咨询服务、商标代理、版权代理，知识产权运营服务；房地产经纪与代理；营销策划服务、企业管理服务、企业培训服务、企业咨询服务”。2016 年 2 月 4 日，小熊有限分别与卢本喜、广大顺德天地行房地产顾问有限公司签订转让协议，将其持有 5%股权以 10 万元转让给卢本喜，将其持有 35%股权以 70 万元转让给天地行房地产，于 2016 年 2 月 16 日完成工商变更登记。

2、董事、监事、高级管理人员及其关系密切家庭成员曾经的关联方

序号	关联方名称	曾经的关联关系	备注
1	佛山市悠品电子商务有限公司	李一峰曾经委托欧阳绍炳、欧阳桂蓉分别持有悠品电商 70%、30%股权，欧阳绍炳曾经担任悠品电商执行董事、经理的企业	李一峰已于 2015 年 10 月委托欧阳绍炳、欧阳桂蓉分别转让悠品电商 70%、30%股权给无关联第三方，同时欧阳绍炳不再担任悠品电商执行董事、经理职务。
2	厦门亿力吉奥信息科技有限公司	公司持股 5%以上股东施明泰曾担任董事的企业	施明泰自 2017 年 4 月不再担任该公司董事、总经理，并于 2018 年 1 月办理完毕工商变更登记。
3	佛山市心飞扬文化传播有限公司	发行人财务负责人邹勇辉曾持有该公司 40%股权并担任执行董事、经理的企业	邹勇辉已于 2017 年 10 月对外转让该公司 40%股权，同时邹勇辉不再担任该公司执行董事、经理职务。
4	深圳市铭远财务管理咨询有限公司	发行人财务负责人邹勇辉及其妹夫占开丰曾经合计持有 100%股权，邹勇辉曾经担任执行董事、总经理的企业	邹勇辉、占开丰已于 2017 年 9 月对外转让该公司 100%股权，同时邹勇辉不再担任该公司执行董事、总经理职务。
5	广州腾茂信贸易有限公司	发行人股东龙少宏、龙少柔、龙少静的兄弟龙信威及其配偶肖陆贞曾经合计持有该公司 100%股权，龙信威曾经担任执行董事、经理的企业	龙信威、肖陆贞已于 2016 年 3 月转让广州腾茂信 100%股权给无关联第三方，同时龙信威不再担任广州腾茂信执行董事、经理职务。

6	上海穗石国际贸易有限公司	独立董事郭莹原配偶王海斌持有该公司 50%股权并担任执行董事	-
---	--------------	--------------------------------	---

上述主体的基本情况如下：

（1）佛山市悠品电子商务有限公司（已转让）

悠品电商成立于 2014 年 5 月 19 日，统一社会信用代码为 91440606304073831Y，住所为佛山市顺德区大良近良居委会鉴海南路美食城（后面）六福苑首层 A04 号，法定代表人为周勇成，注册资本为 100 万元，经营范围：“网上销售：家用电器；国内商业、物资供销业；信息技术服务；食品销售经营者（食品贸易商）；预包装食品（含冷藏冷冻食品）销售（凭有效许可证经营）”。2015 年 9 月 29 日，欧阳绍炳与周勇成签订股权转让协议，将其持有的 70% 的股权转让给周勇成；欧阳桂蓉与周春成签订股权转让协议，将其持有的 30% 股权转让给周春成，于 2015 年 10 月 12 日完成工商变更登记。

（2）厦门亿力吉奥信息科技有限公司

厦门亿力成立于 2002 年 12 月 27 日，统一社会信用代码为 91350200737874941R，住所为厦门市软件园观日路 28 号 404-406 单元，法定代表人为许元斌，注册资本为 5,000 万元，经营范围：“软件开发；信息系统集成服务；信息技术咨询服务；数据处理和存储服务；集成电路设计；其他未列明信息技术服务业（不含需经许可审批的项目）；互联网信息服务（不含药品信息服务和网吧）；其他互联网服务（不含需经许可审批的项目）；测绘服务；工程管理服务；建设工程勘察设计；承装、承修、承试电力设施；电气安装；提供施工设备服务；架线及设备工程建筑；安全技术防范；安全系统监控服务（不含报警运营服务）；其他安全保护服务（不含须经审批许可的项目）；合同能源管理；电力供应；计算机整机制造（仅限有资质的商事主体代为加工）；计算机外围设备制造（仅限有资质的商事主体代为加工）；其他计算机制造（仅限有资质的商事主体代为加工）；通信系统设备制造（仅限有资质的商事主体代为加工）；通信终端设备制造（仅限有资质的商事主体代为加工）；其他输配电及控制设备制造（仅限有资质的商事主体代为加工）；其他未列明电力电子元器件制造（仅限有资质的商事主体代为加工）；管道工程建筑；管道和设备安装；规划管理；市政设施

管理；其他未列明专业技术服务业（不含需经许可审批的事项）；节能技术推广服务；其他技术推广服务；其他未列明科技推广和应用服务业；固定电信服务；其他未列明电信业务；移动电信服务；其他卫星传输服务；科技中介服务；认证服务；工程和技术研究和试验发展；其他未列明服务业（不含需经许可审批的项目）；计算机及通讯设备租赁；汽车租赁（不含营运）；其他未列明的机械与设备租赁（不含需经许可审批的项目）；计算机、软件及辅助设备批发；电气设备批发；汽车批发；汽车零售；其他机械设备及电子产品批发。”

（3）佛山市心飞扬文化传播有限公司（已转让）

佛山市心飞扬文化传播有限公司成立于 2011 年 8 月 24 日，统一社会信用代码为 914406065814334870，住所为佛山市顺德区大良街道办事处南华居委会清晖路 12 号顺港大厦五楼 510 室，法定代表人为吴必容，注册资本为 490.00 万元，经营范围：“文化艺术交流及策划；影视策划咨询；设计，制作，代理及发布：国内各类广告；会务服务；企业形象策划；展览会布置策划；摄影服务；庆典婚庆服务；企业管理咨询服务；商品信息咨询服务；网上销售日用品”。2017 年 10 月 23 日，邹勇辉与吴必容签订股权转让协议，将其持有的 40%股权转让给吴必容，于 2017 年 10 月 30 日完成工商变更登记。

（4）深圳市铭远财务管理咨询有限公司（已转让）

铭远财务成立于 2015 年 11 月 18 日，统一社会信用代码为 91440300359379897X，住所为深圳市龙华新区大浪街道同胜社区三合一新村 6 号 A 栋 8 楼，法定代表人为邹君，注册资本为 10 万元，经营范围：“商务信息咨询，企业管理咨询，企业形象策划，市场营销策划、礼仪策划，会务策划，公关策划，展览展示策划，文化活动策划，房地产信息咨询，房地产中介，投资信息咨询，投资项目策划，财务管理咨询，经济信息咨询，翻译”。2017 年 9 月 30 日，邹勇辉与邹君签订股权转让协议，将其持有铭远财务的 90%股份转让给邹君，并于 2017 年 9 月 30 日完成工商变更登记。

（5）广州腾茂信贸易有限公司（已转让）

广州腾茂信贸易有限公司成立于 2010 年 7 月 12 日，统一社会信用代码为 91440112558379419P，住所为广州市增城区新塘镇新塘大道西 385 号 403 房，法

定代表人为刘品，注册资本为 100 万元，经营范围：“商品批发贸易（许可审批类商品除外）；商品零售贸易（许可审批类商品除外）”。2016 年 3 月，发行人股东的近亲属龙信威（龙少宏、龙少柔、龙少静的兄弟）及其配偶肖陆贞将其持有广州腾茂信的 50%、50%股权转让给曾程。

（6）上海穗石国际贸易有限公司

上海穗石国际贸易有限公司成立于 2014 年 1 月 9 日，统一社会信用代码为 91310000090099269J，住所为中国（上海）自由贸易试验区英伦路 38 号四层 425 室，法定代表人为王海斌，注册资本为 500 万元，经营范围：“从事货物及技术的进出口”。

四、关联交易情况

（一）经常性关联交易

1、关联采购

报告期内，公司向关联方采购的内容主要为产品零配件、塑胶原料、包装材料、酸奶菌粉和餐饮服务，具体关联交易金额如下：

单位：万元

关联方名称	关联交易主要内容	2018年度		2017年度		2016年度	
		金额	占营业成本比例	金额	占营业成本比例	金额	占营业成本比例
泰欣电子	电路板及控制板组件	3,379.00	2.46%	4,310.77	3.92%	2,767.52	3.96%
				1-11 月： 4,101.63	3.73%		
方川电器	PTC 加热器配件	820.93	0.60%	1,047.52	0.95%	1,090.04	1.56%
				1-9 月： 782.83	0.71%		
顺德晟容	不锈钢蒸碗、菜盘组件等	1,145.08	0.84%	1,018.93	0.93%	940.50	1.35%
				1-10 月： 714.17	0.65%		
宝盈陶瓷	陶瓷锅配件	966.03	0.70%	1,520.41	1.38%	607.78	0.87%
				1-10 月： 1,179.80	1.07%		
申珀贸易	塑胶原料	-	-	23.55	0.02%	107.00	0.15%
						7-12 月： 103.00	0.15%

斯慧包装	包装材料	92.01	0.07%	216.20	0.20%	139.50	0.20%
尚川生物	酸奶菌粉	20.53	0.01%	93.21	0.08%	66.95	0.10%
李素华及裕丰餐饮	餐饮服务	5.54	-	616.50	0.56%	391.92	0.56%
合计		6,429.14	4.69%	8,847.09	8.04%	6,111.22	8.74%

注 1：根据《深圳证券交易所股票上市规则》的相关规定，泰欣电子、方川电器、顺德晟容和宝盈陶瓷在有关股权转让满 12 个月后不再视为发行人关联方。故 2017 年 12 月 1 日起，泰欣电子不再构成发行人的关联方；2017 年 10 月 1 日起，方川电器不再构成发行人的关联方；2017 年 11 月 1 日起，顺德晟容和宝盈陶瓷不再构成发行人的关联方。

注 2：2017 年 7 月，刘奎被任命为公司副总经理兼董事会秘书，2016 年 7 月 1 日起，公司与申珀贸易的交易被认定为关联交易。

注 3：2018 年度，公司与李素华及裕丰餐饮交易的 5.54 万元系 2017 年度提供餐饮服务的尾款。

注 4：2018 年度公司与泰欣电子、方川电器、顺德晟容和宝盈陶瓷的交易为非关联交易。

（1）报告期内公司关联采购的情况说明

报告期内公司关联采购主要为五种类型：

①采购零配件

公司主营业务为创意小家电的研发、设计、生产和销售，销售渠道主要为互联网线上销售，生产到最终销售周期较短，故要求生产环节具备快速响应能力，以满足消费者不断变化的需求。在发行人发展前期，发行人采购规模相比行业内其他知名小家电企业较小，议价能力较弱，部分零部件在生产旺季的采购较为紧张。为确保上游部分零配件的供应，保证产品生产能及时满足销售需求，并维护产品质量的稳定，公司先后投资泰欣电子、方川电器、顺德晟容和宝盈陶瓷，并向其采购零部件产品。上述四家公司情况如下：

序号	名称	主营业务	关联采购内容
1	泰欣电子	生产、销售电路板及控制板组件	电路板及控制板组件
2	方川电器	生产销售发热器配件	PTC 加热器配件
3	顺德晟容	生产销售不锈钢容器组件	不锈钢蒸碗、菜盘组件等
4	宝盈陶瓷	生产销售陶瓷锅、锅盖等配件	陶瓷锅等配件

综上所述，发行人投资上述四家公司的行为在特定发展阶段保证了发行人零配件及产品原料采购的稳定性和质量可靠性，具有商业合理性和一定的必要性。随着公司生产经营规模逐年扩大，“小熊”品牌在小家电行业的影响力和知名度不断增强，公司对上游供应商在交货时间、品质保证、价格等方面有相对较多的选择空间，为公司提供零配件供应商的厂家不断增多，产品质量和快速响应市场

均得到保障。在此背景下，基于为减少和规范关联交易的需要，公司将上述股权对外转让。

发行人转让上述公司股权后，基于长期形成的商业合作基础而仍继续与上述公司存在交易，但已在不同程度上引入了其他供应商以扩大供应商选择范围。报告期内，公司向泰欣电子、方川电器、顺德晟容、宝盈陶瓷等 4 家企业采购的零配件总金额分别为 5,405.84 万元、7,897.63 万元和 6,311.04 万元，占各期营业成本的比例分别为 7.73%、7.17%和 4.60%，占比较小，对公司财务经营状况不构成重大影响。

②采购塑胶原料

佛山市申珀贸易有限公司系公司副总经理、董事会秘书刘奎兄弟刘勇投资的企业，其于 2016 年开始向公司供应塑胶原料，彼时刘奎先生尚未在小熊电器任职，刘奎及申珀贸易与发行人均不存在关联关系。2017 年 7 月 10 日，刘奎被任命为小熊电器副总经理兼董事会秘书，根据《上市规则》，申珀贸易自 2016 年 7 月起视为发行人的关联方，申珀贸易与公司的交易构成关联交易。

2016 年度和 2017 年度，公司向申珀贸易采购金额分别为 107.00 万元和 23.55 万元，占当期营业成本的比例分别为 0.15%和 0.02%，占比较小，对公司财务经营状况不构成重大影响。为规范和减少关联交易，公司已停止向申珀贸易采购塑胶原料。

③采购包装材料

报告期内，公司存在向斯慧包装采购包装材料的情形，定价原则为根据市场价格确定，并依照发行人物料定价机制履行供应商询价核价程序，具有商业合理性和公允性。

报告期内，公司向斯慧包装采购金额分别为 139.50 万元、216.20 万元和 92.01 万元，占营业成本的比例分别为 0.20%、0.20%和 0.07%，占比较小，对公司财务状况不构成重大影响。2018 年 4 月起，公司已停止向斯慧包装采购包装材料。

④采购酸奶菌粉

酸奶机为公司销售的主要产品之一。报告期内，公司酸奶机销售额分别为

8,128.95 万元、6,372.04 万元和 4,290.81 万元，占公司营业收入比例分别为 7.76%、3.88%和 2.12%。酸奶菌粉是消费者自制酸奶原料，通常作为公司销售酸奶机的配套赠品。

2016 年度、2017 年度和 2018 年度公司向尚川生物采购酸奶菌粉的金额分别为 66.95 万元、93.21 万元和 20.53 万元，占营业成本的比例分别为 0.10%、0.08%和 0.01%，占比较小，对公司财务经营状况不构成重大成影响。公司已于 2018 年 2 月始停止向尚川贸易采购酸奶菌粉。

⑤采购食堂餐饮服务

由于公司及分公司、子公司所在位置均为顺德区各镇的工业区，交通相对偏僻，员工外出就餐不便且食品卫生安全难以保证。为解决员工用餐问题及保证员工餐饮的卫生安全，公司前期将自身及下属分公司、子公司的食堂承包给关联方李素华及其控制的裕丰餐饮经营管理。

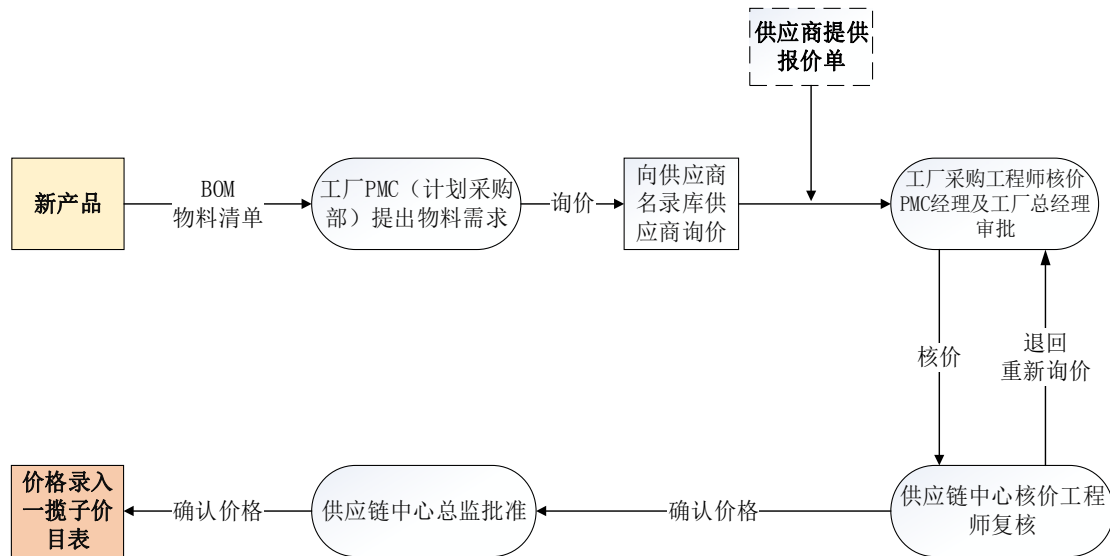
裕丰餐饮于 2016 年 3 月成立，在此之前公司部分餐饮服务由李素华个人承包。裕丰餐饮成立后，公司食堂转由裕丰餐饮承包。2018 年 1 月 1 日起，公司自行经营员工食堂。

(2) 关联采购价格对比分析

公司与关联方采购交易价格由交易双方遵循公开、公平、公正和自愿、平等、互利的原则，依据一般商业条款而制定。具体分析如下：

①公司和泰欣电子、方川电器、顺德晟容和宝盈陶瓷交易公允性说明

报告期内，公司制定了严格的物料定价决策机制。通常，公司各工厂采购组会根据物料 BOM 表向相应的物料供应商进行询价，取得合格供应商出具的报价单。工厂物料采购组会根据合格供应商提供的报价制作报价单并提供总部供应商管理中心核价工程师进行核价，最终确定采购价格。



公司向泰欣电子、方川电器、顺德晟容和宝盈陶瓷采购零配件的定价机制和无关联第三方相同。针对同类型号物料，公司向上述供应商采购价格与向无关联第三方供应商采购价格差异较小，采购价格具有公允性。

②公司与裕丰餐饮交易价格之公允性分析

报告期内，公司存在向李素华及裕丰餐饮采购餐饮服务的情形，2016 年度、2017 年度和 2018 年度交易金额分别为 391.92 万元、616.50 万元和 5.54 万元。定价依据主要系参考当地基本用餐标准。

2、关联销售

报告期内，公司向关联方销售的内容主要为酸奶机、养生壶、电炖锅、打蛋器等小家电产品，具体关联销售金额如下：

单位：万元

关联方	关联交易内容	2018年度		2017年度		2016年度	
		金额 (万元)	占主营业务收入	金额 (万元)	占主营业务收入	金额 (万元)	占主营业务收入
悠品电商	电炖锅、打蛋器、咖啡机等	-	-	-	-	881.18	0.84%
						1-10月： 290.00	0.28%
尚川生物	酸奶机、养生壶、杯盖等	-	-	81.33	0.05%	22.82	0.02%
尚米贸易	酸奶机	-	-	1.32	-	-	-
肖陆贞及广州腾茂	加湿器、多士炉、电蒸锅等	-	-	0.85	-	3.38	-
贝奥烘焙	咖啡机、多士炉、酸奶机等	-	-	0.19	-	-	-

关联方	关联交易内容	2018年度		2017年度		2016年度	
		金额 (万元)	占主营业 务收入	金额 (万元)	占主营业 务收入	金额 (万元)	占主营业 务收入
合计		-	-	83.69	0.05%	907.38	0.87%

注：根据《深圳证券交易所股票上市规则》的相关规定，悠品电商在有关股权转让满12个月後，不再视为发行人之关联方。故2016年11月1日起，悠品电商不再构成发行人的关联方；

（1）向悠品电商销售的情况说明

2016年度，公司向悠品电商关联销售金额为881.18万元（全年度金额），占各期营业收入的比例为0.84%，占比较小，对公司财务状况不构成重大影响。

报告期内，公司向悠品电商销售的产品价格与同期其他无关联客户基本一致，定价公允。

（2）向尚川生物、尚米贸易、广州腾贸和贝奥烘焙销售的情况说明

尚川生物、尚米贸易主营业务为酸奶菌粉的销售，其向公司采购酸奶机主要作为销售酸奶菌粉的赠品。此外，尚川生物、尚米贸易还向公司采购少量的养生壶、切碎机等产品，采购金额较小；广州腾贸主要从事淘宝店铺经营销售，采购产品用于淘宝销售；贝奥烘焙采购的少量咖啡机、多士炉、酸奶机等主要用于作为其烘焙店的展示品。

报告期内，公司向关联方销售产品金额较小。为规范和减少关联交易，公司已停止向尚川生物、尚米贸易、广州腾贸和贝奥烘焙销售公司产品。

（3）关联销售价格对比分析

①向悠品电商、广州腾贸销售价格公允性分析

报告期内，公司制定了标准的产品售价定价机制。通常，公司对线上经销商销售产品的定价机制如下：

$$\text{新产品出厂价} \approx \text{成本} + \text{费用} + \text{税} + \text{公司留存利润}$$

报告期内，公司向悠品电商、广州腾贸和无关联第三方石家庄米淘网络科技有限公司（以下简称“石家庄米淘”）、武汉宜家宜居商贸有限公司（以下简称“武汉宜家宜居”）、广州易积网络股份有限公司（以下简称“广州易积”）、上海荣裕贸易有限公司（以下简称“上海荣裕”）销售同类产品价格对比分析如下：

单位：元

序号	产品名称	客户名称名称	交易价格	交易日期
1	加湿器 JSQ-A20A1	悠品电商	150	2016.3
		武汉宜家宜居	150	2016.3
2	煮蛋器 ZDQ-207GA	悠品电商	108	2015.9
		广州腾贸	108	2016.3
		广州易积	108	2016.3
		上海荣裕	108	2016.3
		武汉宜家宜居	108	2016.3

由上表可知，报告期内公司向悠品电商、广州腾贸的销售价格与向关联第三方销售价格无差异，公司对悠品电商、广州腾贸销售价格具有公允性。

②向尚川生物、尚米贸易销售价格说明

尚川生物、尚米贸易主营业务为酸奶菌粉的销售。通常，其向公司采购酸奶机（定制机）主要作为销售酸奶菌粉的赠品。报告期内，公司向尚川生物销售金额合计 104.15 万元、向尚米贸易的销售金额合计 1.32 万元，销售价格主要参照公司 OEM 模式产品的定价方式（成本加成方式），即价格=单位成本+单位成本×成本利润率，定价公允。

3、向关键管理人员支付薪酬

报告期内，公司向关键管理人员支付薪酬情况如下：

单位：万元

项目名称	2018 年度	2017 年度	2016 年度
关键管理人员薪酬	357.10	282.09	105.37

（二）偶发性关联交易

1、关联担保

报告期内，公司发生的关联担保情况如下：

借款银行	担保合同名称及编号	担保方	被担保方	担保合同金额（万元）	担保期间	担保方式	是否已履行完毕
广东顺德农村商业银行股份有限公司勒流支行	《保证担保合同》 SB106030201700004	李一峰	小熊电器	7,500.00	2017.09.21- 2020.09.20	保证	合同更新，已失效
	《保证担保合同》 SB106030201500007	李一峰	小熊有限	2,200.00	2015.07.09- 2018.07.08	保证	是
	《保证担保合同》 SB106030201600010	李一峰	小熊有限	2,900.00	2016.06.13- 2019.06.13	保证	是

汇丰银行（中国）有限公司顺德容桂支行	《个人保证书》	李一峰	小熊电器	6,600.00	2017.08.20 起 60 个月	保证	合同更新，已失效
汇丰银行（中国）有限公司顺德容桂支行	《个人保证书》	李一峰	小熊电器	8,250.00	2018.04.25- 2023.04.24	保证	否
广东顺德农村商业银行股份有限公司勒流支行	《保证担保合同》 SB106030201800005	李一峰	小熊电器	10,000.00	2018.05.22- 2026.10.17	保证	否
	《保证担保合同》 SB106030201800006	李一峰	小熊厨房	5,000.00	2018.05.22- 2021.05.21	保证	否
中国农业银行股份有限公司顺德勒流支行	《最高额保证合同》 44100520180006172	李一峰	小熊环境	4,500.00	2018.12.21- 2021.12.20	保证	否
招商银行股份有限公司佛山分行	《最高额不可撤销保证书》 757XY201801318901	李一峰	小熊电器	3,000.00	2018.05.30- 2019.05.06	保证	否
	《最高额不可撤销保证书》 757XY201803811603	李一峰	小熊营销	1500.00	2018.12.21- 2021.12.20	保证	否

注：履行完毕是指公司已偿还该笔贷款。

2、关联方资金往来

报告期内，公司存在向实际控制人李一峰拆借资金的情形，具体情况如下：

单位：万元

科目名称	关联方名称	期初欠款	本期提供资金	本期归还资金	期末欠款数
2018 年度					
其他应付款	李一峰	0.00	0.00	0.00	0.00
2017 年度					
其他应付款	李一峰	4.00	0.00	4.00	0.00
2016 年度					
其他应付款	李一峰	2,195.11	301.00	2,492.11	4.00

3、其他偶发性关联交易

（1）受让专利

报告期内，公司实际控制人李一峰先生将其名下的专利无偿转让给小熊有限。具体转让情况如下：

序号	专利名称	转让方	受让方	完成时间
----	------	-----	-----	------

1	专利-煮蛋器（ZDQ-101）	李一峰	小熊有限	2016.7.20
2	专利-煮蛋器（ZDQ-103）	李一峰	小熊有限	2016.7.20
3	专利-煮蛋器（ZDQ-204）	李一峰	小熊有限	2016.7.25
4	专利-煮蛋器（ZDQ2-209）	李一峰	小熊有限	2016.7.21
5	专利-煮蛋器（ZDQ-215）	李一峰	小熊有限	2016.7.20
6	专利-煮蛋器（ZDQ-216）	李一峰	小熊有限	2016.7.21
7	专利-蒸蛋器（ZLQ-3001）	李一峰	小熊有限	2016.7.21
8	专利-加热器（II）	李一峰	小熊有限	2016.7.20
9	专利-电煎锅（DJG-C301）	李一峰	小熊有限	2016.7.25
10	专利-电热饭盒（DFH-S201）	李一峰	小熊有限	2016.7.20
11	专利-酸奶机（SNJ-533）	李一峰	小熊有限	2016.7.20
12	专利-酸奶机（SNJ-531）	李一峰	小熊有限	2016.7.21
13	专利-酸奶机（SNJ-534-1）	李一峰	小熊有限	2016.7.21
14	专利-电蒸锅（DZG-312）	李一峰	小熊有限	2016.8.8
15	专利-电炖盅（DDZ-109）	李一峰	小熊有限	2016.8.9
16	专利-电蒸锅（2）	李一峰	小熊有限	2016.8.9

（3）同一控制下吸收合并泽源公司

2016 年 10 月公司吸收合并泽源公司，具体情况详见“第五节 发行人基本情况”之“三、发行人股本形成及变化和资产重组情况”之“（二）发行人资产重组情况”之“2、吸收合并泽源公司”。

（4）股权收购

2014 年、2015 年李一峰采用委托他人代为持股的形式，先后分别设立了瑞翌电商、悠想电商和艾萌电商 3 家电子商务公司，以作为“小熊”品牌小家电的网店经营主体。为解决同业竞争关系，2016 年 5 月发行人完成了对悠想电商、艾萌电商和瑞翌电商收购。具体收购情况详见本招股意向书之“第五节 发行人基本情况”之“三、发行人股本形成及变化和资产重组情况”之“（三）发行人资产重组情况”之“1、收购瑞翌电商、艾萌电商和悠想电商”。

（三）关联方应收应付款项情况

1、应付账款

报告期内，公司应付关联方供应商的款项主要是应付的货款，具体如下：

单位：万元

关联方名称	2018 年 12 月 31 日	2017 年 12 月 31 日	2016 年 12 月 31 日
方川电器	-	-	147.69

泰欣电子	-	-	307.93
顺德晟容	-	-	105.42
宝盈陶瓷	-	-	83.64
申珀贸易	-	-	5.20
尚川生物	-	10.61	-
裕丰餐饮	-	1.16	-
合计	-	11.77	649.88

注：截至 2017 年 12 月 31 日，方川电器、泰欣电子、顺德晟容和宝盈陶瓷不再为公司关联方，因此未列示期末应付金额。

2、预收款项

报告期内，公司预收款项主要是预收客户的货款，具体如下：

单位：万元

关联方名称	2018 年 12 月 31 日	2017 年 12 月 31 日	2016 年 12 月 31 日
悠品电商	-	-	-
尚川生物	-	-	0.00
合计	-	-	0.00

注：2016 年期末预收尚川生物 10.25 元，由于四舍五入原因，导致上述表格中出现 0.00 万元。

3、其他应付款

报告期内，公司其他应付李一峰的款项为向其拆借的款项；其他应付泰欣电子、申珀贸易和方川电器的款项为供应商质量保证金，具体金额如下：

单位：万元

关联方名称	2018 年 12 月 31 日	2017 年 12 月 31 日	2016 年 12 月 31 日
李一峰	-	-	4.00
泰欣电子	-	-	10.00
申珀贸易	-	1.00	1.00
方川电器	-	-	10.00
黎志斌	-	0.38	0.38
合计	-	1.38	25.38

注：截至 2017 年末，泰欣电子、方川电器不再为公司关联方，因此未列示相关款项。

4、应收账款

报告期内，公司应收尚川生物的款项主要为应收的货款，具体如下表：

单位：万元

关联方名称	2018 年 12 月 31 日	2017 年 12 月 31 日	2016 年 12 月 31 日
尚川生物	-	0.02	-
合计	-	0.02	-

5、其他应收款

2015 年末、2016 年末公司其他应收宝盈陶瓷和顺德晟容的款项主要为可收回模具款，具体金额如下：

单位：万元

关联方名称	2018 年 12 月 31 日	2017 年 12 月 31 日	2016 年 12 月 31 日
宝盈陶瓷	-	-	5.04
顺德晟容	-	-	15.20
周志树	-	-	0.57
合计	-	-	20.81

注：截至 2017 年 12 月 31 日，顺德晟容和宝盈陶瓷不再作为公司关联方，因此未列示相关款项。

（四）尚存的关联交易是否对发行人独立性构成不利影响

截至本招股意向书签署之日，除关联担保外，发行人已停止向关联方采购物品和销售产品，发行人无与关联方新发生的关联交易，对发行人独立性不构成影响。公司和关联方关联交易终止情况如下：

序号	企业名称	终止方式	关联交易终止时间
1	泰欣电子	转让股权予无关联第三方	2017 年 11 月
2	方川电器	转让股权予无关联第三方	2017 年 9 月
3	顺德晟容	转让股权予无关联第三方	2017 年 10 月
4	宝盈陶瓷	转让股权予无关联第三方	2017 年 10 月
5	申珀贸易	停止交易	2017 年 5 月
6	斯慧包装	停止交易	2018 年 4 月
7	尚川生物	停止交易	2018 年 2 月
8	李素华及裕丰餐饮	停止交易	2018 年 1 月
9	悠品电商	转让股权无关联第三方	2016 年 10 月
10	尚米贸易	停止交易	2017 年 11 月
11	广州腾茂	停止交易	2017 年 6 月

（五）报告期内关联交易对发行人财务状况和经营成果的影响

报告期内，公司与关联方发生的关联交易，未对公司的财务状况和经营成果产生不利影响，不存在损害公司及其他非关联股东利益的情况，不存在利用关联交易转移利润的情形。

五、规范关联交易的制度安排

本公司已在《公司章程（草案）》中对关联交易决策权力与程序作出了规定，《公司章程（草案）》已规定关联股东或利益冲突的董事在关联交易表决中的回避制度。同时，公司在《关联交易管理制度》《独立董事工作细则》中对关联交易决策权力与程序作了更加详尽的规定。

（一）《公司章程（草案）》

《公司章程》第七十四条规定：“股东大会审议有关关联交易事项时，关联股东不应当参与该关联事项的投票表决，其所代表的有表决权的股份数不计入有效表决总数；股东大会决议应当充分披露非关联股东的表决情况。

在股东大会对关联交易事项审议完毕且进行表决前，关联股东应向会议主持人提出回避申请并由会议主持人向大会宣布。在对关联交易事项进行表决时，关联股东不得就该事项进行投票，并且由出席会议的监事予以监督。在股东大会对关联交易事项审议完毕且进行表决前，出席会议的非关联股东（包括代理人）、出席会议监事有权向会议主持人提出关联股东回避该项表决的要求并说明理由，被要求回避的关联股东对回避要求无异议的，在该项表决时不得进行投票；如被要求回避的股东认为其不是关联股东不需履行回避程序的，应向股东大会说明理由，被要求回避的股东被确定为关联股东的，在该项表决时不得进行投票。如有上述情形的，股东大会会议记录人员应在会议记录中详细记录上述情形。”

《公司章程》第一百零九条规定：“董事与董事会会议决议事项所涉及的企业有关联关系的，不得对该项决议行使表决权，也不得代理其他董事行使表决权。该董事会会议由过半数的无关联关系董事出席即可举行，董事会会议所作决议须经无关联关系董事过半数通过。出席董事会的无关联董事人数不足3人的，应将该事项提交股东大会审议。”

（二）《关联交易管理制度》

2017年7月10日，公司创立大会审议通过了《关联交易管理制度》，对关联方、决策程序、信息披露等进行了详细的规定。具体规定如下：

“第五条 公司与关联自然人发生的交易金额在30万元以上的关联交易（公司提供担保除外），应当提交董事会审议并及时披露。

公司不得直接或者通过子公司向董事、监事、高级管理人员提供借款。

第六条 公司与关联法人发生的交易金额在 300 万元以上，且占公司最近一期经审计净资产绝对值 0.5%以上的关联交易（公司提供担保除外），应当提交董事会审议并及时披露。

第七条 公司与关联人发生的交易（公司提供担保、获赠现金资产、单纯减免上市公司义务的债务除外）金额在 3000 万元以上，且占公司最近一期经审计净资产绝对值 5%以上的关联交易，除应当及时披露外，还应当提供具有执行证券、期货相关业务资格的证券服务机构，对交易标的出具的评估或审计报告，并将该交易提交董事会、股东大会审议。

本制度第四条所述与日常经营相关的关联交易所涉及的交易标的，可以不进行审计或评估。

公司拟与关联人达成的总额高于 300 万元或高于公司最近经审计净资产值的 5%的关联交易应由独立董事认可后，提交董事会讨论。

第八条 公司为关联人提供担保的，不论数额大小，均应当在董事会审议通过后提交股东大会审议。

第九条 公司发生的关联交易涉及“提供财务资助”和“委托理财”等事项时，应当以发生额作为计算标准，并按交易事项的类型在连续十二个月内累计计算，经累计计算的发生额达到第五条、第六条或者第七条规定标准的，分别适用以上各条的规定。

已经按照第五条、第六条或者第七条履行相关义务的，不再纳入相关的累计计算范围。

第十条 公司在连续十二个月内发生的以下关联交易，应当按照累计计算的原则适用第五条、第六条或者第七条的规定：

- （一）与同一关联人进行的交易；
- （二）与不同关联人进行的交易标的类别相关的交易。

上述同一关联人，包括与该关联人受同一法人或其他组织或者自然人直接或间接控制的，或相互存在股权控制关系；以及由同一关联自然人担任董事或高级

管理人员的法人或其他组织。

已经按照第五条、第六条或者第七条履行相关义务的,不再纳入相关的累计计算范围。”

（三）《独立董事工作细则》

《独立董事工作细则》具体规定如下：

“第十七条 独立董事除具有法律、法规、规范性文件及公司章程赋予董事的职权外，还具有以下特别职权：

（一）重大关联交易（公司拟与关联人达成的总额高于 3,000 万元或高于公司最近经审计净资产值的 5%的关联交易）应由独立董事认可后，提交董事会讨论；独立董事做出判断前，可以聘请中介机构出具独立财务顾问报告，作为其判断的依据；

（二）向董事会提议聘用或解聘会计师事务所；

（三）向董事会提请召开临时股东大会；

（四）征集中小股东的意见，提出利润分配提案，并直接提交董事会审议；

（五）提议召开董事会会议；

（六）独立聘请外部审计机构和咨询机构；

（七）在股东大会召开前公开向股东征集投票权，但不得采取有偿或者变相有偿方式进行征集。”

六、发行人报告期内关联交易执行情况及独立董事意见

除有限公司阶段外，公司报告期内发生的关联交易均按《公司章程》《关联交易管理制度》以及《独立董事工作细则》等文件的要求履行了必要的决策程序，关联董事及关联股东回避了表决。

公司第一届董事会第二次会议及 2017 年度第一次临时股东大会通过《关于确认公司 2015 年度、2016 年度、2017 年 1 月至 6 月关联交易暨预计 2017 年 7 月至 12 月日常关联交易的议案》，对 2015 年度、2016 年度、2017 年 1 月至 6 月发生的关联交易进行了追认。公司第一届董事会第六次会议及 2018 年度第二

次临时股东大会通过《关于确认公司 2017 年 7 月至 12 月日常关联交易并预计 2018 年度日常关联交易的议案》，对 2017 年 7 月至 12 月发生的关联交易进行了确认。

公司独立董事对上述关联交易履行的审议程序的合法性和交易价格的公允性发表如下意见：发行人发生的关联交易是根据发行人业务的实际需要发生的，具有其必要性；关联交易均履行了法律、法规、其他规范性文件及《公司章程》规定的程序，审议程序合法有效；关联交易均建立在双方友好、平等、互利的基础上，体现了诚信、公平、公正的原则，交易价格公允，不存在损害公司及股东利益的情况。

七、减少或避免关联交易的措施

对于正常的、不可避免的且有利于公司发展的关联交易，公司将继续遵循公开、公平、公正的市场原则，严格按照有关法律、法规、规范性文件及《公司章程》《关联交易管理制度》《独立董事工作细则》《融资与对外担保管理制度》等有关规定，严格执行关联交易基本原则、决策程序、回避制度、信息披露等措施来规范该等关联交易。

发行人控股股东兆峰投资及实际控制人李一峰和张红夫妇已向发行人出具《关于减少及规范与小熊电器股份有限公司发生关联交易的承诺函》，承诺在其属于发行人的控股股东或者实际控制人或者直接或间接持有发行人 5%以上股份的股东期间，将避免与发行人及其子公司发生不必要的关联交易，规范必要的关联交易。对于必要的关联交易，控股股东及实际控制人将督促发行人严格按照发行人《公司章程》及《关联交易管理制度》规定的权限和程序进行决策，同时，发行人控股股东及实际控制人承诺在关联交易决策时履行相应的回避程序，确保与发行人发生的必要的关联交易，不损害发行人及其子公司的合法权益。

第八节 董事、监事、高级管理人员与核心技术人员

一、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员简历

（一）董事

发行人董事会由 5 名董事组成，其中包括 3 名独立董事。公司董事会名单如下：

序号	姓名	职位	提名人	任期
1	李一峰	董事长、总经理	兆峰投资	2017.7.10-2020.7.9
2	欧阳桂蓉	董事、副总经理	兆峰投资	2017.7.10-2020.7.9
3	郭礼龙	独立董事	兆峰投资	2017.7.10-2020.7.9
4	杨斌	独立董事	兆峰投资	2017.7.10-2020.7.9
5	郭莹	独立董事	兆峰投资	2017.7.10-2020.7.9

公司董事简历如下：

1、李一峰先生

1970 年出生，中国国籍，具有澳大利亚永久居留权，本科毕业于哈尔滨工业大学电器专业，2002 年 7 月获得四川大学 MBA 学位。1993 年 7 月至 1995 年 4 月任万宝电器集团公司家用电器工业公司生产技术员；1995 年 5 月至 2004 年 10 月历任广东天际电器股份有限公司工程师、品质部经理、副总经理；2005 年 5 月至 2006 年 3 月任广州宝尔电器有限公司总经理；2006 年 3 月至今在本公司工作。现任公司董事长、总经理。

2、欧阳桂蓉女士

1980 年出生，中国国籍，无境外永久居留权，毕业于广东省科技干部学院计算机应用与维护专业，大专学历。2002 年 3 月至 2004 年 3 月历任中国联合网络通信股份有限公司番禺分公司技术部助理、区域经理；2005 年 6 月至 2006 年 3 月任广州宝尔电器有限公司销售经理；2006 年 3 月至今在本公司工作。现任公司董事、副总经理，艾萌电商总经理、小熊营销总经理、悠想电商总经理、瑞翌电商总经理、悦享电商总经理。

3、郭礼龙先生

1965 年出生，中国国籍，无境外永久居留权，毕业于厦门大学会计专业，大专学历，高级会计师。1982 年 2 月至 1985 年 8 月任江西省副食品公司永新县公司会计员；1987 年 7 月至 1989 年 5 月任中山大学助理会计师、科员；1989 年 5 月至 1993 年 5 月任广州粮油食品进出口公司会计师、副科长；1993 年 5 月至 1996 年 5 月任广东天河城（集团）股份有限公司会计师、经理；1996 年 6 月至 2007 年 6 月，历任中国联合网络通信有限公司广东分公司财务副总监、审计部经理、高级会计师；2007 年 7 月至今任广州市希力电子科技有限公司副总经理、财务总监；2017 年 11 月至今任珠海百试通生物科技有限公司董事。现任公司独立董事。

4、杨斌先生

1968 年出生，中国国籍，无境外永久居留权，毕业于江西师范大学计算机软件专业，本科学历。1991 年 9 月至 1993 年 9 月任江西机械工业学校（现江西机电职业技术学院）教师；1993 年 9 月至 2004 年 8 月任汕头电视大学教师；2004 年 8 月至今历任顺德职业技术学院讲师、教授；2005 年 12 月至 2010 年 7 月任华南家电研究院智能家电研发中心工程师；2010 年 7 月至 2013 年 12 月任顺德职业技术学院信息中心副主任。现任公司独立董事。

5、郭莹女士

1974 年出生，中国国籍，无境外永久居住权，毕业于南京大学，本科学历。1996 年 7 月至 2000 年 8 月任广州宝洁有限公司区域物流经理；2000 年 8 月至 2002 年 8 月任马士基物流（中国）有限公司大客户经理；2002 年 9 月至 2004 年 12 月任当纳利（中国）投资有限公司供应链管理高级经理；2005 年 1 月至 2011 年 8 月任百胜餐饮（中国）有限公司物流及生产总监；2011 年 8 月至 2015 年 8 月任英格索兰（中国）投资有限公司亚太区物流和非直材采购总监；2015 年 8 月至今任泰科电子（上海）有限公司亚太区物流总监。现任公司独立董事。

（二）监事

公司监事会由 3 名人员组成，其中包括 2 名职工代表监事。具体情况如下：

序号	姓名	职位	提名人	任职时间
1	黎志斌	监事会主席	职工代表大会	2017.7.10-2020.7.9

2	周志树	监事	职工代表大会	2017.7.10-2020.7.9
3	赵国洪	监事	兆峰投资	2017.7.10-2020.7.9

公司监事详细简历如下：

1、黎志斌先生

1976 年出生，中国国籍，无境外永久居留权，毕业于北京科技大学，大专学历。1997 年 7 月至 1998 年 7 月任顺德大福电子厂技术员；1998 年 7 月至 2000 年 9 月任广东顺德威和电器有限公司品质组长；2000 年 9 月至 2008 年 1 月任佛山市顺德区俐兴电器有限公司经理；2008 年 3 月至今在本公司工作。现任公司监事会主席。

2、周志树先生

1985 年出生，中国国籍，无境外永久居留权，毕业于江西农业大学，本科学历。2006 年 6 月至今在本公司工作。现任公司监事、小熊生活总经理、珠海桓韬总经理、龙牌电器总经理。

3、赵国洪先生

1971 年出生，中国国籍，无境外永久居留权，毕业于中山大学，博士研究生学历。1993 年 7 月至 1994 年 7 月任广州汽车制造厂翻译；1994 年 11 月至 1996 年 11 月任广州飞机维修工程有限公司翻译；1997 年 3 月至 2003 年 8 月任香港生产力促进局广州办事处翻译、营业主任；2004 年 1 月至 2006 年 7 月任广东珠江投资股份有限公司高级主管；2006 年 7 月至今历任华南农业大学讲师、副教授。现任公司监事。

（三）高级管理人员

截至本招股意向书签署日，公司共有 4 名高级管理人员，名单如下表：

序号	姓名	职位	提名人	任职时间
1	李一峰	总经理	李一峰	2017.7.10-2020.7.9
2	欧阳桂蓉	副总经理	李一峰	2017.7.10-2020.7.9
3	刘奎	副总经理、董事会秘书	李一峰	2017.7.10-2020.7.9
4	邹勇辉	财务负责人	提名委员会	2017.8.25-2020.7.9

公司高级管理人员简历如下：

1、李一峰先生

李一峰简历详见本节“一、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员简历”之“(一) 董事”。

2、欧阳桂蓉女士

欧阳桂蓉简历详见本节“一、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员简历”之“(一) 董事”。

3、刘奎先生

1978 年出生，中国国籍，无境外永久居住权，毕业于华南师范大学，本科学历。1998 年 7 月至 2000 年 2 月任教于梁季彝纪念中学；2000 年 3 月至 2003 年 3 月在佛山市顺德区中旅国际旅行社有限公司任职导游和国际领队；2003 年 5 月至 2005 年 12 月，历任佛山市顺德区高新技术产业开发总公司项目经理、招商部主任；2005 年 12 月至 2012 年 10 月，任佛山市顺德海尔电器有限公司副董事长兼副总经理；2012 年 11 月至 2015 年 2 月，任佛山市顺德海尔电器有限公司副董事长；2013 年 1 月至 2017 年 1 月任顺德区产业服务创新中心常务副总裁；2017 年 2 月至今在本公司工作，现任公司副总经理、董事会秘书、珠海恒韬监事、龙牌电器监事、小熊智能监事、小熊健康监事、艾萌电商监事、小熊营销监事、悠想电商监事、瑞翌电商监事、悦享电商监事。

4、邹勇辉先生

1978 年出生，中国国籍，无境外永久居住权，毕业于江西财经大学，本科学历。2003 年 7 月至 2004 年 1 月任双林集团股份有限公司成本会计；2004 年 3 月至 2005 年 7 月任广州广日电梯工业有限公司成本会计；2005 年 7 月至 2007 年 9 月任广东美的生活电器制造有限公司总账会计；2007 年 9 月至 2012 年 3 月任广东美的制冷设备有限公司会计与资金经理；2012 年 3 月至 2013 年 10 月任宁波三星医疗电气股份有限公司财务部经理；2013 年 10 月至 2014 年 10 月任广州万居隆科技有限公司财务经理；2014 年 10 月至 2015 年 2 月任佛山市顺德区澳互企业管理咨询有限公司顾问；2015 年 3 月至 2015 年 8 月任南昌欧菲光科技有限公司高级财务经理；2015 年 8 月至 2017 年 8 月任深圳万生堂实业有限公司财务负责人；2017 年 8 月至今在本公司工作。现任公司财务负责人。

(四) 核心技术人员

核心技术人员简历如下：

1、李一峰先生

1970 年出生，中国国籍，具有澳大利亚永久居留权，本科毕业于哈尔滨工业大学电器专业，2002 年 7 月获得四川大学 MBA 学位。1993 年 7 月至 1995 年 4 月任万宝电器集团公司家用电器工业公司生产技术员；1995 年 5 月至 2004 年 10 月历任广东天际电器股份有限公司工程师、品质部经理、副总经理；2005 年 5 月至 2006 年 3 月任广州宝尔电器有限公司总经理；2006 年 3 月至今在本公司工作。现任公司董事长、总经理。李一峰先生 2006 年创立“小熊”品牌并带领研发团队开发出公司首款酸奶机、首款煮蛋器、首款分杯酸奶机、首款豆芽机等产品。

2、何致勇先生

1980 年出生，中国国籍，无永久境外居留权，毕业于湖南工业职业技术学院，大专学历。2003 年 3 月至 2007 年 6 月任广东顺德威和电器有限公司结构工程师；2007 年 7 月至今在本公司工作。现任公司技术经理。何致勇先生主持了公司多款微电脑分杯酸奶机、PTC 加热煮蛋器、电热饭盒、双层保温电热水壶、电炖锅、泡菜酸奶机、酵素酸奶机、电脑电热饭盒、可变层数豆芽机等产品的研发工作。

3、陈明先生

1982 年出生，中国国籍，无永久境外居留权，毕业于十堰职业技术学院，大专学历。2006 年 7 月至 2008 年 9 月任佛山市顺德区宏泽电器制造有限公司助理工程师；2009 年 2 月至 2010 年 5 月任广东新宝电器股份有限公司项目工程师；2010 年 8 月至 2012 年 6 月任佛山市顺德区威迅家用电器有限公司项目工程师；2012 年 6 月至今在本公司工作。现任公司技术经理。陈明先生设计研发出公司多款电炖盅、养生壶、酸奶机、电热锅、豆芽机、电蒸锅产品。

（五）董事、监事的提名和选聘情况

1、董事的提名和选聘情况

2017 年 7 月 10 日，公司召开创立大会，审议通过《关于选举小熊电器股份

有限公司董事并组成公司第一届董事会的议案》，同意根据发起人提名，选举产生李一峰、欧阳桂蓉、郭礼龙、杨斌、郭莹为公司第一届董事会董事，组成公司第一届董事会，任期三年。

2、监事的提名和选聘情况

2017年5月31日，小熊有限召开职工代表大会，同意根据职工代表大会提名，选举黎志斌、周志树为公司第一届监事会职工代表监事。

2017年7月10日，公司召开创立大会，审议通过《关于选举小熊电器股份有限公司股东代表监事并组成公司第一届监事会的议案》，同意根据发起人提名，选举赵国洪为公司第一届监事会股东代表监事，该名股东代表监事与由公司职工民主选举产生的职工代表监事黎志斌、周志树共同组成公司第一届监事会。

二、公司董事、监事、高级管理人员与核心技术人员及其近亲属持有发行人股份情况

（一）董事、监事、高级管理人员及核心技术人员持股情况及近三年变动情况

截至本招股意向书签署日，本公司董事、监事、高级管理人员与核心技术人员持股情况如下：

姓名	现任公司职务/核心技术人员	持股方式	持股数 (万股)	持股比例
李一峰	董事长、总经理、核心技术人员	通过兆峰投资、永新吉顺间接持股	4,827.06	53.63%
欧阳桂蓉	董事、副总经理	通过永新吉顺间接持股	247.32	2.75%
郭礼龙	独立董事	-	-	-
杨斌	独立董事	-	-	-
郭莹	独立董事	-	-	-
黎志斌	监事会主席	通过永新吉顺间接持股	18.36	0.20%
周志树	监事	通过永新吉顺间接持股	18.36	0.20%
赵国洪	监事	-	-	-
刘奎	副总经理兼董事会秘书	通过永新吉顺间接持股	27.00	0.30%
邹勇辉	财务负责人	通过永新吉顺间接持股	10.80	0.12%
何致勇	核心技术人员	-	-	-
陈明	核心技术人员	-	-	-

合计	-	5,148.90	57.20%
----	---	----------	--------

注：持股比例=自然人持有股东单位的股权比例*股东单位持有本公司的股份比例

报告期内，公司董事、监事、高级管理人员及核心技术人员通过直接和间接持股方式持有本公司股份比例的变动情况如下：

姓名	2018 年末	2017 年末	2016 年末
	比例	比例	比例
李一峰	53.60%	53.60%	53.60%
欧阳桂蓉	2.75%	2.75%	5.70%
郭礼龙	-	-	-
杨斌	-	-	-
郭莹	-	-	-
黎志斌	0.20%	0.20%	-
周志树	0.20%	0.20%	-
赵国洪	-	-	-
刘奎	0.30%	0.30%	-
邹勇辉	0.12%	0.12%	-
何致勇	-	-	-
陈明	-	-	-
合计	57.17%	57.17%	59.30%

（二）董事、监事、高级管理人员及核心技术人员的近亲属持股情况及近三年变动情况

张红系董事长兼总经理李一峰之配偶，通过兆峰投资间接持有公司股份；龙少宏系董事长兼总经理李一峰兄弟之配偶，上述人员具体持股比例变化如下：

姓名	2018 年末	2017 年末	2016 年末
张红	5.92%	5.92%	5.92%
龙少宏	2.96%	2.96%	2.96%
合计	8.88%	8.88%	8.88%

注：2015 年末龙少宏所持公司股份为龙少柔代为持有。

除上述情形外，截至本招股意向书签署日，本公司董事、监事、高级管理人员与核心技术人员的近亲属不存在其他直接或间接持有本公司股份的情况。

（三）董事、监事、高级管理人员、核心技术人员及其近亲属所持股份质押和冻结情况

截至本招股意向书签署日，公司董事、监事、高级管理人员、核心技术人员

及其近亲属所持股份不存在质押或其他权利争议的情况。

三、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员的其他对外投资情况

姓名	现任公司职务	对外投资公司名称	出资额（万元）	股权比例
李一峰	董事长、总经理	万年山	5.50	55.00%
		桃园房地产	100.00	100.00%
		永新吉顺	5.60	5.60%
		兆峰投资	450.00	90.00%
欧阳桂蓉	董事、副总经理	永新吉顺	45.80	45.80%
黎志斌	监事会主席/职工代表监事	永新吉顺	3.40	3.40%
周志树	职工代表监事	永新吉顺	3.40	3.40%
赵国洪	监事	-	-	-
刘奎	副总经理兼董事会秘书	永新吉顺	5.00	5.00%
		佛山市淘力科技投资有限公司	1.00	5.00%
邹勇辉	财务负责人	永新吉顺	2.00	2.00%

上述人员对外投资与本公司不存在利益冲突，除上表所列投资外，董事、监事、高级管理人员及核心技术人员不存在其他对外投资情况。

四、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员薪酬情况

本公司董事、监事、高级管理人员及核心技术人员最近一年在本公司及其关联企业领取薪酬的情况如下：

序号	姓名	现任公司职务/核心技术人员	2018 年度薪酬（万元）	是否在关联企业领薪	备注
1	李一峰	董事长、总经理、核心技术人员	107.10	否	-
2	欧阳桂蓉	董事、副总经理	53.39	否	-
3	郭礼龙	独立董事	6.00	否	-
4	杨斌	独立董事	6.00	否	-
5	郭莹	独立董事	6.00	否	-
6	黎志斌	监事会主席/职工代表监事	42.34	在子公司小熊环境领薪	-
7	周志树	职工代表监事	40.65	在子公司小熊环境领薪	-
8	赵国洪	监事	6.00	否	-
9	刘奎	副总经理、董事会秘书	49.86	否	-
10	邹勇辉	财务负责人	39.76	否	-

11	何致勇	核心技术人员	31.28	否	-
12	陈明	核心技术人员	27.82	否	-
合计			416.20	-	-

董事、监事、高级管理人员及核心技术人员除以上披露外，均未在公司及公司的关联方享受其他待遇和退休金计划。

五、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员兼职情况

姓名	现任公司职务	兼职情况		
		任职单位	职务	与公司关联关系
李一峰	董事长、总经理	兆峰投资	执行董事	公司控股股东，公司实际控制人控制的企业
		永新吉顺	普通合伙人	公司股东，公司实际控制人控制的企业
		小熊营销	执行董事	公司全资子公司
		小熊厨房	执行董事	公司全资子公司
		小熊生活	执行董事	公司全资子公司
		小熊环境	执行董事	公司全资子公司
		小熊健康	执行董事	公司全资子公司
		小熊智能	执行董事	公司全资子公司
		悦享电商	执行董事	公司全资子公司
		悠想电商	执行董事	公司全资子公司
		艾萌电商	执行董事	公司全资子公司
		瑞翌电商	执行董事	公司全资子公司
		珠海恒韬	执行董事	公司全资子公司
		龙牌电器	执行董事	公司全资孙公司
		桃园房地产	执行董事	公司实际控制人控制的企业
欧阳桂蓉	董事、副总经理	艾萌电商	总经理	公司全资子公司
		小熊营销	总经理	公司全资子公司
		悠想电商	总经理	公司全资子公司
		瑞翌电商	总经理	公司全资子公司
		悦享电商	总经理	公司全资子公司
郭礼龙	独立董事	广州市希力电子科技有限公司	副总经理兼财务负责人	无
		珠海百试通生物科技有限公司	董事	无
杨斌	独立董事	顺德职业技术学院	教授	无
郭莹	独立董事	泰科电子（上海）有限公司	亚太区物流总监	无
周志树	职工代表监事	小熊生活	总经理	公司全资子公司

		龙牌电器	总经理	公司全资孙公司
		珠海桓韬	总经理	公司全资子公司
赵国洪	监事	华南农业大学	副教授	无
刘奎	副总经理兼董事会秘书	珠海桓韬	监事	公司全资子公司
		龙牌电器	监事	公司全资孙公司
		小熊智能	监事	公司全资子公司
		小熊健康	监事	公司全资子公司
		艾萌电商	监事	公司全资子公司
		小熊营销	监事	公司全资子公司
		悠想电商	监事	公司全资子公司
		瑞翌电商	监事	公司全资子公司
		悦享电商	监事	公司全资子公司

除上述表中所示的兼职情况外，公司董监高人员无其他对外兼职情况。

六、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员相互之间的亲属关系

截至本招股意向书签署日，公司董事长、总经理李一峰与董事兼副总经理欧阳桂蓉为表兄妹关系。除上述亲属关系外，公司董事、监事、高级管理人员及核心技术人员之间不存在亲属关系。

七、发行人与董事、监事、高级管理人员及核心技术人员签订的协议及履行情况

截至本招股意向书签署日，在本公司全职任职的董事、监事、高级管理人员和核心技术人员，均与公司签订了《劳动合同》和《保密协议》。

自上述协议签署之日起，上述人员均能按照相关协议履行，未出现违反相关协议的情况。

八、董事、监事、高级管理人员、核心技术人员作出的重要承诺

董事、监事、高级管理人员和核心技术人员作出的重要承诺，详见本招股意向书“第五节发行人基本情况”之“十一、发行人股东及作为股东的董事、监事、高级管理人员作出的重要承诺及其履行情况”。

九、董事、监事、高级管理人员的任职资格

公司所有董事、监事、高级管理人员均不存在《公司法》一百四十七条不得担任公司董事、监事、高级管理人员的情形，且不存在《首次公开发行股票并上市管理办法》（中国证监会令第32号）第十六条规定之情形。

截至本招股意向书签署日，公司董事、监事及高级管理人员均符合相关法律法规、规范性文件及《公司章程》的规定。

十、董事、监事、高级管理人员近三年变动情况

报告期内，公司董事、监事、高级管理人员的变动主要系公司进行股份制改造，或者公司根据业务发展需要相应选聘，均履行了必要的程序，具体情况如下：

（一）近三年发行人董事变动情况及原因

时间	姓名	变动情况	审议程序
2015.1.1-2017.7.9	执行董事：李一峰	-	小熊有限股东会
2017.7.10-至今	董事长：李一峰	设立董事会	创立大会
	董事：欧阳桂蓉		
	独立董事：郭礼龙、杨斌、郭莹		

2017年7月，小熊有限整体变更为股份公司，新增董事和独立董事均系根据完善公司治理结构需要设立董事会所致，且上述董事的变动均履行了必要的法律程序，符合相关法律、法规和《公司章程》的规定。最近三年，公司董事会组成人员未发生对公司的持续经营造成不利影响的重大变化。

（二）近三年发行人监事变动情况及原因

时间	姓名	变动情况	审议程序
2015.1.1-2016.8.4	监事：施明泰	-	小熊有限股东会
2016.8.4-2017.7.9	监事：龙少静	新增	小熊有限股东会
	监事：施明泰	辞任	
2017.7.10 至今	监事会主席/职工监事：黎志斌	设立监事会	职工代表大会
	职工监事：周志树		职工代表大会
	监事：赵国洪		创立大会

2016年8月，小熊有限监事施明泰因个人原因辞任监事；2017年7月，小熊有限整体变更为股份公司，新增监事系根据完善公司治理结构的需要设立监事会所致，且上述监事的变动均履行了必要的法律程序，符合相关法律、法规和《公司章程》的规定。最近三年，公司监事会成员变动未对公司持续经营造成不利影

响。

（三）近三年发行人高级管理人员变动情况及原因

时间	姓名	变动情况	审议程序
2015.1.1-2017.7.9	总经理：李一峰	-	小熊有限股东会
2017.7.10 至今	副总经理兼董事会秘书：刘奎	新增	第一届董事会第一次会议
2017.8.25 至今	财务负责人：邹勇辉	新增	第一届董事会第三次会议

2017 年 7 月，小熊有限整体变更为股份公司，新增高级管理人员系完善公司治理结构需要。上述高级管理人员的变动均履行了必要的法律程序，符合相关法律、法规和《公司章程》的规定。因此近三年公司高级管理人员变动未对公司的持续经营造成不利影响。

第九节 公司治理

本公司按照《公司法》《证券法》《证券公司监督管理条例》《上市公司治理准则》等法律法规的要求，建立了由股东大会、董事会、监事会和管理层组成的公司治理结构，形成了权力机构、决策机构、监督机构和管理层之间权责明确、运作规范的公司法人治理结构。

公司制订了《股东大会议事规则》《董事会议事规则》《监事会议事规则》《独立董事工作细则》《董事会秘书工作制度》《总经理工作细则》等相应配套的规章制度，明确了股东大会、董事会、监事会、经营管理层之间的权责范围和工作程序，规范和完善了公司的治理结构。董事会设立了战略委员会、薪酬与考核委员会、审计委员会和提名委员会等专门工作机构，并制定了相应的议事规则和管理制度，有效增强了董事会决策的客观性、科学性。

一、股东大会、董事会、监事会、独立董事、董事会秘书制度的建立健全及运行情况

公司法人治理结构相关制度制定以来，公司股东大会、董事会、监事会、独立董事、董事会秘书、董事会各专门委员会依法规范运作和履行职责，未出现违法违规现象，公司法人治理结构的功能不断得到完善。

（一）股东大会制度的建立健全及运行情况

1、股东大会制度建立时间

2017年7月10日，公司创立大会审议通过了《公司章程》，对公司股东大会的职责、权限等做出了规定，建立了股东大会制度。同日，公司创立大会审议并通过了《股东大会议事规则》，对公司股东大会的具体召开、表决程序等做出规定。根据《公司法》及有关规定，历次股东大会在召集方式、议事程序、表决方式和决议内容等方面均符合有关法律、法规和《公司章程》的规定，对公司重大事项作出了有效决议。公司关于股东大会的各项内部制度，符合《公司法》《证券法》等有关上市公司治理的规范性文件及深圳证券交易所上市规则等的要求，不存在差异。

2、股东权利和义务

（1）股东享有的权利

- ①依照其持有的股份份额获得股利和其他形式的利益分配；
- ②依法请求、召集、主持、参加或者委派股东代理人参加股东大会，并行使相应的表决权；
- ③对公司的经营进行监督，提出建议或者质询；
- ④依照法律、行政法规及本章程的规定转让、赠与或质押其所持有的股份；
- ⑤查阅本章程、股东名册、公司债券存根、股东大会会议记录、董事会会议决议、监事会会议决议、财务会计报告；
- ⑥公司终止或者清算时，按其所持有的股份份额参加公司剩余财产的分配；
- ⑦对股东大会做出的公司合并、分立决议持异议的股东，要求公司收购其股份；
- ⑧法律、行政法规、部门规章或本章程规定的其他权利。

（2）股东承担的义务

- ①遵守法律、行政法规和本章程；
- ②依其所认购的股份和入股方式缴纳股金；
- ③除法律、法规规定的情形外，不得退股；
- ④不得滥用股东权利损害公司或者其他股东的利益；不得滥用公司法人独立地位和股东有限责任损害公司债权人的利益；

公司股东滥用股东权利给公司或者其他股东造成损失的，应当依法承担赔偿责任。

公司股东滥用公司法人独立地位和股东有限责任，逃避债务，严重损害公司债权人利益的，应当对公司债务承担连带责任。

- ⑤法律、行政法规及本章程规定应当承担的其他义务。

3、股东大会职权

- （1）决定公司的经营方针和投资计划；

(2) 选举和更换非由职工代表担任的董事、监事，决定有关董事、监事的报酬事项；

(3) 审议批准董事会的报告；

(4) 审议批准监事会报告；

(5) 审议批准公司的年度财务预算方案、决算方案；

(6) 审议批准公司的利润分配方案和弥补亏损方案；

(7) 对公司增加或者减少注册资本作出决议；

(8) 对发行公司债券作出决议；

(9) 对公司合并、分立、解散、清算或者变更公司形式作出决议；

(10) 修改公司章程；

(11) 审议批准公司章程第三十八条规定的担保事项；

(12) 审议批准重大担保事项；

(13) 审议公司在一年内购买、出售重大资产超过公司最近一期经审计总资产 30% 的事项；

(14) 审议批准变更募集资金用途事项；

(15) 审议股权激励计划；

(16) 审议法律、行政法规、部门规章或本章程规定应当由股东大会决定的其他事项。

股东大会的职权还包括审议通过以下担保事项：

(1) 单笔担保额超过最近一期经审计净资产 10% 的担保；

(2) 本公司及本公司控股子公司的对外担保总额，超过最近一期经审计净资产的 50% 以后提供的任何担保；

(3) 为资产负债率超过 70% 的担保对象提供的担保；

(4) 连续十二个月内担保金额超过公司最近一期经审计总资产的 30%；

(5) 连续十二个月内担保金额超过公司最近一期经审计净资产的 50% 且绝对金额超过 5,000 万元；

(6) 对股东、实际控制人及其关联方提供的担保。

4、股东大会的决策程序

股东大会分为年度股东大会和临时股东大会。年度股东大会每年召开 1 次，应当于上一会计年度结束后的 6 个月内举行。召开年度股东大会，董事会应当在会议召开 20 日以前向全体股东发出股东大会召集通知。召开临时股东大会，董事会应当在会议召开 15 日以前向全体股东发出股东大会召集通知。

公司召开股东大会，董事会、监事会、单独或者合并持有公司 3%以上股份的股东有权向公司提出提案。单独或者合计持有公司 3%以上股份的股东，可以在股东大会召开 10 日以前提出临时提案并书面提交召集人。召集人应当在收到提案后 2 日内发出股东大会补充通知，并附临时提案的内容。

股东大会决议分为普通决议和特别决议。股东大会作出普通决议，应当由出席股东大会的股东（包括股东代理人）所持表决权的二分之一以上通过。股东大会作出特别决议，应当由出席股东大会的股东（包括股东代理人）所持表决权的三分之二以上通过。

5、股东大会的运行情况

股份公司成立以来，股东大会一直按照《公司法》《公司章程》和《股东大会议事规则》规范运作。截至本招股意向书签署日，股份公司累计召开 11 次股东大会，具体情况如下：

序号	会议届次	召开时间	主要内容
1	创立大会	2017.7.10	审议通过《关于小熊电器股份有限公司筹备工作情况的报告》等议案
2	2017 年度第一次临时股东大会	2017.8.9	审议通过《关于拟定公司第一届董事会独立董事津贴的议案》等议案
3	2017 年度第二次临时股东大会	2017.10.9	审议通过《关于公司申请首次公开发行股票并上市的议案》等议案
4	2018 年度第一次临时股东大会	2018.1.22	审议通过《关于受让珠海恒韬商务咨询有限公司 100%股权的议案》等议案
5	2018 年度第二次临时股东大会	2018.4.11	审议通过《关于拟定公司 2018 年度董事、高级管理人员薪酬的议案》等议案
6	2017 年度股东大会	2018.5.30	审议通过《关于公司 2017 年度董事会工作报告的议案》等议案
7	2018 年度第三次临时股东大会	2018.8.10	审议通过《关于修改<小熊电器股份有限公司上市后未来分红回报规划>的议案》等议案

8	2018 年度第四次临时股东大会	2018.12.3	审议通过《关于公司向银行申请授信额度及相关担保的议案》等议案
9	2019 年度第一次临时股东大会	2019.3.8	审议通过《关于公司前期会计差错更正及追溯调整的议案》
10	2019 年度第二次临时股东大会	2019.5.29	审议通过《关于公司前期会计差错更正及追溯调整的议案》
11	2018 年度股东大会	2019.6.30	审议通过《关于公司 2018 年度董事会工作报告的议案》等议案

本公司历次股东大会均按照《公司章程》《股东大会议事规则》及其他相关法律法规规定的程序召集、召开，严格按照相关规定进行表决并形成决议；历次股东大会普通决议已经出席股东大会的股东（包括股东代理人）所持表决权的 1/2 以上通过，特别决议已经出席股东大会的股东（包括股东代理人）所持表决权的 2/3 以上通过；历次股东大会决议已经出席会议的股东分别签署；会议决议内容符合法律规定的职权范围，决议的签署合法、有效。股东大会依法履行职责，主要对《公司章程》修订，董事、监事任免等事项作出相关决议，切实发挥了股东大会的作用。股东大会对《公司章程》的制定和修改、公司的增资方案、重大投资计划、公开发行股票方案、募集资金投向、董事会和监事会成员的选举等事项作出了有效决议，不存在管理层、董事会等违反《公司法》《公司章程》及相关制度等要求行使职权的行为。

（二）董事会制度的建立健全及运行情况

1、董事会制度建立时间

2017 年 7 月 10 日，公司创立大会审议通过了《公司章程》，对董事会的职责、权限等做出了规定，建立了董事会制度，选举并确定了公司第一届董事会成员。同日，公司创立大会审议并通过了《董事会议事规则》，对公司董事会的具体召开、表决程序等做出规定。公司董事严格按照《公司章程》和《董事会议事规则》的规定行使权利和履行义务。公司关于董事会的各项内部制度，符合《公司法》《证券法》等有关上市公司治理的规范性文件及深圳证券交易所上市规则等的要求，不存在差异。

2、董事会构成

公司设立董事会，对股东大会负责。董事会由 5 名董事组成，设董事长 1

名，独立董事 3 名。

3、董事会职权

根据公司章程，董事会的职权包括：

- (1) 负责召集股东大会，并向股东大会报告工作；
- (2) 执行股东大会的决议；
- (3) 决定公司的经营计划和投资方案；
- (4) 制订公司的年度财务预算方案、决算方案；
- (5) 制订公司的利润分配方案和弥补亏损方案；
- (6) 制订公司增加或减少注册资本、发行股票、债券或其他证券及上市方案；
- (7) 拟订公司重大收购、收购本公司股票或者合并、分立、解散及变更公司形式的方案；
- (8) 在股东大会授权范围内，决定公司对外投资、收购出售资产、资产抵押、对外担保事项、委托理财、关联交易等事项；
- (9) 决定公司内部管理机构的设置、分支机构的设置（包括全资子公司、分公司）；
- (10) 聘任或者解聘公司经理、董事会秘书；根据经理的提名，聘任或者解聘公司副总经理、财务负责人及其他高级管理人员，并决定其报酬事项和奖惩事项；拟订并向股东大会提交有关董事报酬的数额及方式的方案；
- (11) 制订公司的基本管理制度；
- (12) 制订本章程的修改方案；
- (13) 向股东大会提请聘请或更换为公司审计的会计师事务所；
- (14) 听取公司经理的工作汇报并检查经理的工作；
- (15) 审议对外担保事项并且按本章程规定提交股东大会审议；
- (16) 管理公司信息披露事项；
- (17) 法律、行政法规、部门规章或本章程授予的其他职权。

4、董事会的决策程序

董事会每年至少召开两次会议，由董事长召集，于会议召开 10 日以前书面通知全体董事和监事。董事会会议应有过半数的董事出席方可举行。董事会作出决议，必须经全体董事的过半数通过。由董事会审议的对外担保事项，必须经出席董事会的 2/3 以上董事审议同意。董事会决议的表决，实行一人一票制。董事与董事会会议决议事项所涉及的企业有关联关系的，不得对该项决议行使表决权，也不得代理其他董事行使表决权。该董事会会议由过半数的无关联关系董事出席即可举行，董事会会议所作决议须经无关联关系董事过半数通过。出席董事会的无关联董事人数不足 3 人的，应将该事项提交股东大会审议。

5、董事会的运行情况

股份公司成立以来，董事会按照《公司法》《公司章程》和《董事会议事规则》规范运作。截至本招股意向书签署日，公司累计召开 16 次董事会，具体情况如下：

序号	会议届次	召开时间	主要内容
1	第一届董事会第一次会议	2017.7.10	审议通过《关于选举董事长的议案》等议案
2	第一届董事会第二次会议	2017.7.25	审议通过《关于拟定公司第一届董事会独立董事津贴的议案》等议案
3	第一届董事会第三次会议	2017.8.25	审议通过《关于聘任公司财务负责人的议案》
4	第一届董事会第四次会议	2017.9.22	审议通过《关于公司申请首次公开发行股票并上市的议案》等议案
5	第一届董事会第五次会议	2018.1.4	审议通过《关于受让珠海恒韬商务咨询有限公司 100%股权的议案》等议案
6	第一届董事会第六次会议	2018.3.27	审议通过《关于拟定公司 2018 年度董事、高级管理人员薪酬的议案》等议案
7	第一届董事会第七次会议	2018.5.10	审议通过《关于公司 2017 年度总经理工作报告的议案》等议案
8	第一届董事会第八次会议	2018.7.25	审议通过《关于修改<小熊电器股份有限公司上市后未来分红回报规划>的议案》等议案
9	第一届董事会第九次会议	2018.8.24	审议通过《关于批准公司报出 2015 年度、2016 年度、2017 年度、2018 年 1-6 月的财务会计报告（财务会计报表及其附注）的议案》的议案
10	第一届董事会第十次会议	2018.11.17	审议通过《关于公司向银行申请授信额度及相关担保的议案》等议案

11	第一届董事会第十一次会议	2019.2.21	审议通过《关于公司前期会计差错更正及追溯调整的议案》等议案
12	第一届董事会第十二次会议	2019.3.11	审议通过《关于批准公司报出 2016 年度、2017 年度、2018 年度的财务会计报告（财务会计报表及其附注）的议案》
13	第一届董事会第十三次会议	2019.5.6	审议通过《关于批准公司报出 2019 年第一季度审阅财务报告的议案》
14	第一届董事会第十四次会议	2019.5.14	审议通过《关于公司前期会计差错更正及追溯调整的议案》等议案
15	第一届董事会第十五次会议	2019.6.5	审议通过《关于批准公司报出 2018 年度财务会计报告（财务会计报表及其附注）、2019 年第一季度审阅财务报告的议案》
16	第一届董事会第十六次会议	2019.6.10	审议通过《关于公司 2018 年度总经理工作报告的议案》等议案

本公司历次董事会会议召集、召开程序符合《公司章程》《董事会议事规则》及其他相关法律法规规定，不存在导致会议决议无效的情况；历次出席董事会会议的董事人数达到《公司章程》规定的最低人数，历次董事会会议决议已经出席会议的董事分别签署。会议决议经全体董事的过半数通过；会议决议内容符合《公司章程》及其他相关法律法规规定的职权范围，决议的签署合法、有效。本公司董事会依法履行职责，不存在违反《公司法》《公司章程》及相关制度等要求行使职权的行为。董事会主要对高级管理人员的任免、公司经营计划、提交股东大会讨论的重大事项等作出相关决议，切实发挥了董事会的作用。

（三）监事会制度的建立健全及运行情况

1、监事会制度建立时间

2017 年 7 月 10 日，公司创立大会审议通过了《公司章程》，对监事会的职责、权限等做出了规定，建立了监事会制度，选举并确定了公司第一届监事会股东监事成员。同日，公司创立大会审议并通过了《监事会议事规则》，对公司监事会的具体召开、表决程序等做出规定。公司监事严格按照《公司章程》和《监事会议事规则》的规定行使权利和履行义务。公司关于监事会的各项内部制度，符合《公司法》《证券法》等有关上市公司治理的规范性文件及深圳证券交易所上市规则等的要求，不存在差异。

2、监事会构成

公司依法设立监事会，由三名监事组成，其中一名由股东代表出任，由股东大会选举和罢免；两名由公司职工代表出任，由公司职工通过职工代表大会民主选举产生。监事的任期每届为3年，监事任期届满，连选可以连任。

3、监事会职权

- (1) 应当对董事会编制的公司定期报告进行审核并提出书面审核意见；
- (2) 检查公司财务；
- (3) 对董事、高级管理人员执行公司职务的行为进行监督，对违反法律、行政法规、本章程或者股东大会决议的董事、高级管理人员提出罢免的建议；
- (4) 当董事、高级管理人员的行为损害公司的利益时，要求其予以纠正；
- (5) 对法律、行政法规和公司章程规定的监事会职权范围内的事项享有知情权；
- (6) 提议召开临时股东大会，在董事会不履行《公司法》规定的召集和主持股东大会职责时召集和主持股东大会；
- (7) 向股东大会提出提案；
- (8) 列席董事会会议；
- (9) 依照《公司法》第一百五十一条的规定，对董事、高级管理人员提起诉讼；
- (10) 发现公司经营情况异常，可以进行调查；必要时，可以聘请会计师事务所、律师事务所等专业机构协助其工作，费用由公司承担；
- (11) 本章程规定或股东大会授予的其他职权。

4、监事会的决策程序

监事会每6个月至少召开一次会议。监事可以提议召开临时监事会会议。监事会会议应当由二分之一以上的监事出席方可举行。监事会会议对所议事项以记名或举手方式投票表决，每名监事有一票表决权。监事会决议应当经半数以上监事通过。

5、监事会运行情况

股份公司成立以来，监事会按照《公司法》《公司章程》和《监事会议事规则》规范运作。截至本招股意向书签署日，公司共召开 8 次监事会，具体情况如下：

序号	会议届次	召开时间	主要内容
1	第一届监事会第一次会议	2017.7.10	审议通过《关于选举公司监事会主席的议案》
2	第一届监事会第二次会议	2017.7.25	审议通过《关于拟定公司第一届监事会外部监事津贴的议案》
3	第一届监事会第三次会议	2018.1.4	审议通过《关于受让珠海恒韬商务咨询有限公司 100%股权的议案》
4	第一届监事会第四次会议	2018.3.27	审议通过《关于拟定公司 2018 年度监事薪酬的议案》
5	第一届监事会第五次会议	2018.5.10	审议通过《关于公司 2017 年度监事会工作报告的议案》等议案
6	第一届监事会第六次会议	2019.2.21	审议通过《关于公司前期会计差错更正及追溯调整的议案》
7	第一届监事会第七次会议	2019.5.14	审议通过《关于公司前期会计差错更正及追溯调整的议案》
8	第一届监事会第八次会议	2019.6.10	审议通过《关于公司 2018 年度监事会工作报告的议案》等议案

本公司历次监事会会议召集、召开程序符合《公司章程》《监事会议事规则》及其他相关法律法规规定，不存在导致会议决议无效的情况；历次出席监事会会议的监事人数达到《公司章程》规定的最低人数，会议决议经半数以上监事通过；历次监事会会议决议已经出席会议的监事分别签署；会议决议内容符合《公司章程》及其他相关法律法规规定的职权范围，决议的签署合法、有效。监事会依法履行职责，不存在违反《公司法》《公司章程》及相关制度等要求行使职权的行为。监事会主要对公司董事会、高级管理人员工作、公司财务、经营状况等事项实施有效监督，切实发挥了监事会的作用。

公司第一届监事会有一名外部监事，自股份公司设立以来，发行人共计召开 8 次监事会，外部监事均亲自出席全部会议，没有缺席情况；自股份公司设立以来，发行人共计召开股东大会 11 次，外部监事均亲自列席全部会议，没有缺席情况。外部监事对公司历次监事会会议议案以及公司其他事项均未提出异议。

（四）独立董事制度的建立健全及运行情况

1、独立董事聘任情况及独立董事制度建立时间

2017年7月10日，公司召开创立大会选举郭礼龙、杨斌和郭莹为第一届董事会独立董事，并审议通过《独立董事工作细则》，独立董事达到公司董事总人数的三分之一，其中独立董事郭礼龙为会计专业人士，其提名和任职符合《公司章程》和《关于在上市公司建立独立董事制度的指导意见》的规定。公司关于独立董事制度的各项内部制度，符合《公司法》《证券法》等有关上市公司治理的规范性文件及深圳证券交易所上市规则等的要求，不存在差异。

2、独立董事职权

独立董事除应当具有《公司法》和其他相关法律、法规赋予董事的职权外，还拥有以下特别职权：

（1）重大关联交易（公司拟与关联人达成的总额高于3,000万元或高于公司最近经审计净资产值的5%的关联交易）应由独立董事认可后，提交董事会讨论；独立董事做出判断前，可以聘请中介机构出具独立财务顾问报告，作为其判断的依据；

（2）向董事会提议聘用或解聘会计师事务所；

（3）向董事会提请召开临时股东大会；

（4）征集中小股东的意见，提出利润分配提案，并直接提交董事会审议；

（5）提议召开董事会会议；

（6）独立聘请外部审计机构和咨询机构；

（7）在股东大会召开前公开向股东征集投票权，但不得采取有偿或者变相有偿方式进行征集。

独立董事除履行上述职责外，还应当对以下事项向董事会或股东大会发表独立意见：

（1）提名、任免董事；

（2）聘任或解聘高级管理人员；

（3）董事、高级管理人员的薪酬；

（4）公司现金分红政策的制定、调整、决策程序、执行情况及信息披露，

以及利润分配政策是否损害中小投资者合法权益；

(5) 需要披露的关联交易、对外担保（不含对合并报表范围内子公司提供担保）、委托理财、对外提供财务资助、变更募集资金用途、上市公司自主变更会计政策、股票及其衍生品种投资等重大事项；

(6) 公司股东、实际控制人及其关联企业对公司现有或者新发生的总额高于 300 万元且高于公司最近一期经审计净资产的 5% 的借款或者其他资金往来，以及公司是否采取有效措施回收欠款；

(7) 重大资产重组方案、股权激励计划；

(8) 独立董事认为可能损害中小股东权益的事项。

(9) 有关法律、行政法规、部门规章、规范性文件、公司章程规定的其他事项。

3、独立董事发挥作用的情况

自股份公司设立以来，发行人共计召开 16 次董事会，独立董事均亲自出席全部会议，没有缺席情况。

自股份公司设立以来，发行人共计召开股东大会 11 次，独立董事均亲自列席全部会议，没有缺席情况。

自股份公司设立以来，发行人审计委员会共召开 7 次会议；提名委员会共召开 1 次会议；薪酬与考核委员会共召开 3 次会议；战略委员会共召开 1 次会议。独立董事均亲自出席会议，没有缺席情况。

本公司独立董事自聘任以来，依照有关法律法规、《公司章程》和《独立董事工作细则》勤勉尽责地履行职权，积极参与公司决策，对本公司的风险管理、内部控制、公司治理以及本公司的发展提出了重要意见与建议，并对公司的关联交易发表独立意见，对完善本公司的法人治理结构和规范本公司运作发挥了积极的作用。

（五）董事会秘书制度的建立健全及运行情况

1、董事会秘书设置情况及董事会秘书制度建立时间

2017 年 7 月 10 日，公司召开第一届董事会第一次会议聘任刘奎为董事会秘

书，并审议通过《董事会秘书工作细则》，对公司董事会秘书的任职资格、任免程序、职责等做出明确规定。董事会秘书为公司高级管理人员，由董事长提名，经董事会聘任或解聘。公司关于董事会秘书制度的各项内部制度，符合《公司法》《证券法》等有关上市公司治理的规范性文件及深圳证券交易所上市规则等的要求，不存在差异。

2、董事会秘书职责

董事会秘书的主要职责如下：

（1）负责公司和证券监管部门、证券交易所、各中介机构、投资者、证券服务机构、媒体及其他相关机构之间的沟通和联络；

（2）负责具体的协调和组织信息披露事宜，督促公司及相关信息披露义务人遵守信息披露相关规定；

（3）按照法定程序筹备股东大会和董事会会议，准备和提交有关会议文件和资料；

（4）参加股东大会、董事会会议、监事会会议及高级管理人员相关会议，负责董事会会议记录工作并签字确认；

（5）负责保管公司股东名册、董事和监事及高级管理人员名册，控股股东及董事、监事和高级管理人员持有本公司股份的资料，股东大会、董事会会议文件和会议记录以及其他与信息披露相关的文件、资料等；

（6）促使董事会依法行使职权；在董事会拟作出的决议违反法律、法规、规章、规范性文件或者《公司章程》时，应提醒与会董事，并提请列席会议的监事就此发表意见；如果董事会坚持作出上述决议，董事会秘书应将有关监事和其个人的意见记载于会议记录；

（7）其他依法应由董事会秘书履行的职责。

3、董事会秘书发挥的作用

公司董事会秘书自聘任以来，按照《公司章程》和《董事会秘书工作制度》的有关规定开展工作，董事会秘书在公司法人治理结构的完善、与中介机构的配合协调、与监管部门的沟通协调、公司重大生产经营决策、主要管理制度的制定

等方面亦发挥了重大作用。

（六）董事会专门委员会建立健全情况

2017年7月10日，根据公司创立大会决议，公司设立了审计、提名、薪酬与考核、战略四个专门委员会。

专门委员会成员全部由董事组成，其中审计委员会、提名委员会、薪酬与考核委员会中独立董事占多数并担任召集人，审计委员会中有一名独立董事是会计专业人士。各专门委员会自设立以后，按照相关规定履行职责，对完善公司的治理结构起到良好的促进作用。公司各委员会的人员构成情况如下表：

委员会	召集人	委员会委员
审计委员会	郭礼龙	郭礼龙、杨斌、欧阳桂蓉
提名委员会	杨斌	杨斌、郭莹、欧阳桂蓉
薪酬与考核委员会	郭礼龙	郭莹、郭礼龙、李一峰
战略委员会	李一峰	李一峰、欧阳桂蓉、郭莹

1、审计委员会

为强化董事会决策功能，做到有效审计监督，确保董事会对经理层的有效监督，完善公司治理结构，根据《中华人民共和国公司法》《上市公司治理准则》《小熊电器股份有限公司章程》及其它有关规定，公司设立审计委员会。独立董事占审计委员会成员的二分之一以上。

审计委员会的主要职责：提议聘请或更换外部审计机构；监督公司的内部审计制度及其实施；负责内部审计与外部审计之间的沟通；审核公司的财务信息及其披露；审查公司的内部控制制度，对重大关联交易进行审计；公司董事会授予的其它职权。

截至本招股意向书签署日，董事会审计委员会累计召开7次会议，具体情况如下：

序号	会议届次	召开时间	主要内容
1	第一届董事会审计委员会第一次会议	2017.10.13	审议通过《关于审阅2017年第三季度财务报告的议案》
2	第一届董事会审计委员会第二次会议	2018.1.12	审议通过《关于审阅2017年第四季度财务报告的议案》
3	第一届董事会审计委员会第三次会议	2018.6.3	审议通过《关于审阅2018年第一季度财务报告的议案》

4	第一届董事会审计委员会第四次会议	2018.7.25	审议通过《关于审阅 2018 年第二季度财务报告的议案》
5	第一届董事会审计委员会第五次会议	2018.11.17	审议通过《关于审阅 2018 年第三季度财务报告的议案》
6	第一届董事会审计委员会第六次会议	2019.1.15	审议通过《关于审阅 2018 年第四季度财务报告的议案》
7	第一届董事会审计委员会第七次会议	2019.4.30	审议通过《关于审阅 2019 年第一季度财务报告的议案》

2、提名委员会

为规范公司领导人员的产生，优化董事会组成，完善公司治理结构，根据《中华人民共和国公司法》《上市公司治理准则》《小熊电器股份有限公司章程》及其它有关规定，公司设立董事会提名委员会。独立董事占提名委员会成员的二分之一以上。

提名委员会的主要职责：根据公司经营活动情况、资产规模和股权结构对董事会的规模和构成向董事会提出建议；研究董事、总经理和其他高级管理人员的选择标准和程序，并向董事会提出建议；广泛搜寻合格的董事、总经理和其他高级管理人员的人选；对董事候选人和总经理人选进行审查并向董事会提出书面建议；对须提请董事会聘任的其他高级管理人员进行审查并提出书面建议；公司董事会授予的其它职权。

截至本招股意向书签署日，董事会提名委员会累计召开 1 次会议，具体情况如下：

序号	会议届次	召开时间	主要内容
1	第一届董事会提名委员会第一次会议	2017.8.11	审议通过《关于聘任公司财务负责人的议案》

3、薪酬与考核委员会

为进一步健全公司董事及高级管理人员的考核和薪酬管理制度，完善公司治理结构，根据《中华人民共和国公司法》《上市公司治理准则》《小熊电器股份有限公司章程》及其它有关规定，公司设立董事会薪酬与考核委员会。独立董事占薪酬与考核委员会成员的二分之一以上。

薪酬与考核委员会的主要职责：根据董事及高级管理人员管理岗位的主要范围、职责、重要性以及其它相关企业相关岗位的薪酬水平制定薪酬计划或方案；

薪酬计划或方案主要包括但不限于绩效评价标准、程序及主要评价体系，奖励和惩罚的主要方案和制度等；审查公司董事及高级管理人员的履行职责情况并对其进行年度绩效考评；负责对公司薪酬制度执行情况进行监督；公司董事会授予的其它职权。

截至本招股意向书签署日，董事会薪酬与考核委员会累计召开 3 次会议，具体情况如下：

序号	会议届次	召开时间	主要内容
1	第一届董事会薪酬与考核委员会第一次会议	2017.7.22	审议通过《关于拟定公司第一届董事会独立董事津贴的议案》
2	第一届董事会薪酬与考核委员会第二次会议	2018.2.7	审议通过《关于拟定公司 2018 年度董事、高级管理人员薪酬的议案》
3	第一届董事会薪酬与考核委员会第三次会议	2019.6.7	审议通过《关于拟定公司 2019 年度董事、高级管理人员薪酬的议案》

4、战略委员会

为适应公司战略发展需要，增强公司核心竞争力，确定公司发展规划，提高业务发展水平与能力，健全投资决策程序，加强决策科学性，提高重大决策的效益和决策的质量，完善公司治理结构，根据《中华人民共和国公司法》《上市公司治理准则》《小熊电器股份有限公司章程》及其它有关规定，公司设立董事会战略委员会。

战略委员会的主要职责：对公司长期发展战略规划进行研究并提出建议；对公司章程规定须经董事会批准的重大投资融资方案进行研究并提出建议；对公司章程规定须经董事会批准的重大资本运作、资产经营项目进行研究并提出建议；对其它影响公司发展的重大事项进行研究并提出建议；对以上事项的实施进行检查；公司董事会授予的其它职权。

截至本招股意向书签署日，董事会战略委员会累计召开 1 次会议，具体情况如下：

序号	会议届次	召开时间	主要内容
1	第一届董事会战略委员会第一次会议	2018.2.7	审议通过《关于〈公司发展战略及未来三年的发展目标〉的议案》

报告期内，公司董事会专门委员会委员均亲自出席其所属专门委员会会议，能依据其职责积极参与公司的各项决策，对公司重大关联交易事项、募集资金投

资项目、董事提名、内部控制、高级管理人员任命、经营管理、发展战略的选择均发挥了积极的作用。

二、最近三年违法违规情况

公司已依法健全了股东大会、董事会、监事会、独立董事制度，自成立至今，公司及董事、监事和高级管理人员严格按照《公司章程》及相关法律法规的规定开展经营，报告期内，公司不存在重大违法违规行为。

三、最近三年关联方资金占用及担保情况

截至本招股意向书签署日，不存在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业占用本公司资金的情形。本公司已在《公司章程》中明确对外担保的审批权限和审议程序，报告期内不存在为控股股东、实际控制人及其控制的其他企业进行担保的情形。

四、发行人内部控制的建立和健全情况

（一）公司采取的保证内控制度完整合理有效的措施

公司针对其股权结构、行业特点，为增强公司治理的有效性，保证公司内控制度完整合理有效，采取了如下措施完善公司治理：

1、根据《公司法》和《证券法》等法律、法规并参照《上市公司章程指引》等规范性文件，逐步建立健全了股东大会、董事会、监事会、独立董事、董事会秘书制度，制定了《公司章程》《股东大会议事规则》《董事会议事规则》《监事会议事规则》《独立董事工作细则》《董事会秘书工作制度》《总经理工作细则》等内部规章制度，对公司股东大会、董事会、监事会及管理层的职责权限作出明确规定，公司股东大会、董事会、监事会和管理层之间形成了相互协调和相互制衡的机制。

2、为强化对公司内部董事及管理层的约束和激励机制，保护中小股东投资者的利益，促进公司规范运行，公司于2017年7月10日召开的创立大会选举三名独立董事，并于当日审议通过了《独立董事工作细则》，建立了独立董事制度。公司建立的各项制度对独立董事的权利、义务进行明确规定，进一步完善了公司

的法人治理结构。

3、本次发行前，李一峰、张红夫妇通过兆峰投资控制公司 5,329.80 万股股份，李一峰先生通过永新吉顺控制公司 540.00 万股股份，李一峰、张红夫妇合计控制公司 5,869.80 万股股份，占公司总股本的 65.22%，为公司实际控制人。针对发行人股权集中的特点，为了维护中小股东的利益，公司制定了严格的投资者权益保护制度。公司董事会成员中包含 3 名独立董事；公司监事会成员中包含 2 名职工代表监事及 1 名外部监事。

4、针对公司的行业特点，公司设立了营销中心、营运管理中心、财务管理中心、人力资源中心、研发中心、供应商管理中心、品质管理中心等职能部门，以及锅煲电器事业部、电热电器事业部、生活电器事业部、西式电器事业部、壶类电器事业部、电动电器事业部、个护产品项目部等多个业务部门。根据经营环境需要公司设置了内部经营管理机构，覆盖了生产、产品研发、物资采购、产品销售、财务核算、对外投资、内部审计、人事管理等经营管理环节，公司对大额固定资产投资、对外融资、财务管理、关联交易、对外担保等事项重点控制，形成了规范的内部管理体系

5、为保障公司内控制度的有效执行，公司设立了审计部负责对公司内部控制制度的监督和检查。审计部门定期检查公司内部控制制度缺陷，评估其执行的效果和效率。

6、公司聘请会计师事务所进行年度审计，每年度要求会计师事务所对公司内部控制设计与运行的有效性进行审计，公司在所有重大方面已建立健全合理的内部控制制度，并已得到有效遵循。

（二）公司管理层对内部控制完整性、合理性及有效性的评价

公司管理层认为：本公司根据自身的经营特点逐步完善公司的采购及费用支出管理、固定资产管理、存货管理、生产管理等内部控制制度，并且严格遵守执行。本公司管理层认为，报告期内，内部控制制度是健全、合理和有效的，在所有重大方面，不存在由于内部控制制度失控而使本公司财产受到重大损失、或对财务报表产生重大影响并令其失真的情况。

（三）注册会计师对公司内部控制的鉴证意见

2019 年 6 月 5 日，信永中和对公司的内部控制的有效性出具了编号为 XYZH/2019GZA10621 的《小熊电器股份有限公司 2018 年 12 月 31 日内部控制鉴证报告》，认为：小熊电器按照《企业内部控制基本规范》及相关规定于 2018 年 12 月 31 日在所有重大方面保持了与财务报表相关的有效的内部控制。

第十节 财务会计信息

公司聘请信永中和对本公司截至 2016 年 12 月 31 日、2017 年 12 月 31 日和 2018 年 12 月 31 日的合并及母公司资产负债表，2016 年度、2017 年度和 2018 年度的合并及母公司利润表、合并及母公司现金流量表、合并及母公司股东权益变动表以及财务报表附注进行了审计，出具了标准无保留意见的“XYZH/2019GZA10620”审计报告。

本节的财务会计数据及有关分析说明反映了公司最近三年经审计的财务状况和经营业绩。公司董事会提请投资者注意，本节分析与讨论应结合公司经审计的财务报表及报表附注，以及本招股意向书揭示的其他信息一并阅读。以下分析所涉及的数据及口径若无特别说明，均依据公司最近三年经信永中和审计的财务会计资料，按合并报表口径披露。

一、财务报表

（一）合并资产负债表

单位：万元

项 目	2018.12.31	2017.12.31	2016.12.31
流动资产：			
货币资金	25,931.22	15,798.67	3,836.26
应收票据及应收账款	6,922.97	3,798.62	5,145.13
预付款项	883.47	1,168.58	853.67
其他应收款	301.31	464.38	541.83
存货	31,331.99	25,065.14	16,595.16
其他流动资产	3,017.39	3,693.02	1,690.48
流动资产合计	68,388.34	49,988.41	28,662.53
非流动资产：			
可供出售金融资产	1,000.00	1,000.00	400.00
长期股权投资	-	-	-
固定资产	11,229.47	6,186.70	4,137.31
在建工程	3,125.05	331.27	-
无形资产	20,014.12	13,328.35	8,965.09
长期待摊费用	814.75	691.99	216.98
递延所得税资产	1,167.70	1,363.02	818.37
其他非流动资产	169.35	-	-

非流动资产合计	37,520.44	22,901.33	14,537.74
资产总计	105,908.78	72,889.74	43,200.27
流动负债：			
短期借款	-	-	700.00
应付票据及应付账款	42,446.92	24,800.32	18,188.57
预收款项	2,335.83	2,070.11	1,260.83
应付职工薪酬	3,244.45	2,584.99	1,498.55
应交税费	3,571.83	3,720.16	4,218.64
其他应付款	2,358.30	1,324.12	898.37
一年内到期的非流动负债	-	587.50	-
其他流动负债	4,622.15	6,591.78	4,166.76
流动负债合计	58,579.48	41,678.98	30,931.72
非流动负债：			
长期借款	1,112.13	3,573.96	-
预计负债	246.32	216.14	174.89
递延所得税负债	-	-	-
非流动负债合计	1,358.46	3,790.10	174.89
负债合计	59,937.93	45,469.08	31,106.61
所有者权益：			
股本	9,000.00	9,000.00	1,117.02
资本公积	6,289.95	6,289.95	4,680.84
盈余公积	1,585.93	84.38	558.51
未分配利润	29,094.97	12,046.34	5,737.29
归属于母公司股东权益合计	45,970.85	27,420.66	12,093.67
少数股东权益	-	-	-
股东权益合计	45,970.85	27,420.66	12,093.67
负债和股东权益总计	105,908.78	72,889.74	43,200.27

（二）合并利润表

单位：万元

项 目	2018 年度	2017 年度	2016 年度
一、营业总收入	204,103.51	164,653.36	105,430.41
其中：营业收入	204,103.51	164,653.36	105,430.41
二、营业总成本	181,046.17	145,049.77	94,859.08
其中：营业成本	137,758.89	110,092.13	69,892.75
税金及附加	1,493.63	1,148.30	814.95
销售费用	28,579.70	24,693.25	14,540.06
管理费用	7,213.71	5,695.75	6,840.64
研发费用	4,739.25	2,507.68	1,653.33
财务费用	251.67	358.97	2.21

其中：利息费用	194.44	316.87	90.74
利息收入	44.30	57.73	64.81
资产减值损失	1,009.33	553.69	1,115.14
加：其他收益	757.83	65.11	-
投资收益（损失以“－”号填列）	77.76	50.52	51.54
其中：对联营企业和合营企业的投资收益	-	-	-
公允价值变动损益	-	-	-
汇兑收益	-	-	-
资产处置收益（损失以“－”号填列）	-1.85	0.47	-
三、营业利润	23,891.08	19,719.69	10,622.88
加：营业外收入	240.01	267.22	308.06
减：营业外支出	259.01	16.16	28.02
四、利润总额	23,872.08	19,970.75	10,902.91
减：所得税费用	5,321.89	5,314.46	3,749.33
五、净利润	18,550.19	14,656.29	7,153.59
（一）按经营持续性分类	18,550.19	14,656.29	7,153.59
（一）持续经营净利润（净亏损以“－”号填列）	18,550.19	14,656.29	7,153.59
（二）终止经营净利润（净亏损以“－”号填列）	-	-	-
（二）按所有权归属分类	18,550.19	14,656.29	7,153.59
归属于母公司所有者的净利润	18,550.19	14,656.29	7,153.59
少数股东损益	-	-	-
六、其他综合收益的税后净额	-	-	-
七、综合收益总额	18,550.19	14,656.29	7,153.59
归属于母公司所有者的综合收益总额	18,550.19	14,656.29	7,153.59
归属于少数股东的综合收益总额	-	-	-
八、每股收益			
（一）基本每股收益（元/股）	2.06	2.30	7.08
（二）稀释每股收益（元/股）	2.06	2.30	7.08

（三）合并现金流量表

单位：万元

项 目	2018 年度	2017 年度	2016 年度
一、经营活动产生的现金流量：			
销售商品、提供劳务收到的现金	226,308.92	194,875.38	119,107.61
收到其他与经营活动有关的现金	1,214.85	590.47	567.53
经营活动现金流入小计	227,523.77	195,465.84	119,675.13
购买商品、接受劳务支付的现金	132,711.37	119,801.41	73,332.16
支付给职工及为职工支付的现金	19,602.77	12,835.47	8,155.28
支付的各项税费	14,952.06	15,456.32	10,746.35
支付其他与经营活动有关的现金	29,286.88	24,303.92	18,096.31
经营活动现金流出小计	196,553.09	172,397.12	110,330.10
经营活动产生的现金流量净额	30,970.68	23,068.73	9,345.03
二、投资活动产生的现金流量：			
收回投资收到的现金	-	-	160.48
取得投资收益收到的现金	77.76	50.52	27.40
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	2.24	247.05	4.60
收到其他与投资活动有关的现金	73,737.96	70,402.00	68,436.00
投资活动现金流入小计	73,817.96	70,699.57	68,628.48
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	7,016.51	13,703.22	4,505.32
投资支付的现金	-	600.00	400.00
取得子公司及其他营业单位支付的现金净额	10,194.31	-	-
支付其他与投资活动有关的现金	73,737.96	70,402.00	67,792.00
投资活动现金流出小计	90,948.78	84,705.22	72,697.32
投资活动产生的现金流量净额	-17,130.82	-14,005.66	-4,068.84
三、筹资活动产生的现金流量：			
吸收投资所收到的现金	-	7,882.98	700.00
取得借款所收到的现金	3,112.13	6,720.00	700.00
收到其他与筹资活动有关	8,290.75	400.00	-

的现金			
筹资活动现金流入小计	11,402.88	15,002.98	1,400.00
偿还债务所支付的现金	6,161.46	3,258.54	2,483.32
分配股利、利润和偿付利息支付的现金	194.44	8,464.87	5,142.74
支付其他与筹资活动有关的现金	13,740.40	2,550.00	400.00
筹资活动现金流出小计	20,096.30	14,273.41	8,026.06
筹资活动产生的现金流量净额	-8,693.41	729.57	-6,626.06
四、汇率变动对现金及现金等价物的影响	-63.67	4.67	36.50
五、现金及现金等价物净增加额	5,082.78	9,797.31	-1,313.37
加：期初现金及现金等价物余额	13,170.47	3,373.16	4,686.53
六、期末现金及现金等价物余额	18,253.25	13,170.47	3,373.16

（四）母公司资产负债表

单位：万元

项 目	2018.12.31	2017.12.31	2016.12.31
流动资产：			
货币资金	10,669.25	10,609.48	803.28
应收票据及应收账款	4,651.77	3,789.80	4,281.70
预付款项	1,208.85	648.60	619.97
其他应收款	6,047.86	7,106.61	1,092.26
存货	15,963.13	10,456.02	7,709.67
其他流动资产	2,252.21	2,321.75	1,474.28
流动资产合计	40,793.08	34,932.25	15,981.16
非流动资产：			
可供出售金融资产	1,000.00	1,000.00	400.00
长期股权投资	17,018.45	6,814.42	2,014.42
固定资产	5,332.06	4,137.65	3,480.22
在建工程	2,191.10	331.27	-
无形资产	1,050.33	1,019.67	1,044.91
长期待摊费用	612.89	550.05	177.32
递延所得税资产	237.12	171.17	179.85
其他非流动资产	169.35	-	-
非流动资产合计	27,611.30	14,024.24	7,296.71
资产总计	68,404.38	48,956.48	23,277.88
流动负债：			

短期借款	-	-	700.00
应付票据及应付账款	33,541.54	18,990.87	7,037.58
预收款项	606.23	240.18	333.87
应付职工薪酬	1,002.57	973.74	458.39
应交税费	40.02	207.13	536.24
其他应付款	283.64	11,827.89	73.33
其他流动负债	1,649.57	1,649.61	2,064.94
流动负债合计	37,123.56	33,889.41	11,204.34
非流动负债：	-		
长期借款	1,112.13	-	-
预计负债	99.18	13.05	8.84
非流动负债合计	1,211.31	13.05	8.84
负债合计	38,334.87	33,902.46	11,213.18
所有者权益：	-		
股本	9,000.00	9,000.00	1,117.02
资本公积	5,006.51	5,006.51	3,397.41
盈余公积	1,585.93	84.38	558.51
未分配利润	14,477.07	963.13	6,991.75
股东权益合计	30,069.51	15,054.02	12,064.70
负债和股东权益总计	68,404.38	48,956.48	23,277.88

（五）母公司利润表

单位：万元

项 目	2018 年度	2017 年度	2016 年度
一、营业收入	102,725.65	57,727.86	74,187.22
减：营业成本	75,536.54	39,874.37	51,212.49
税金及附加	250.09	259.67	408.13
销售费用	8,446.48	9,071.73	10,050.59
管理费用	4,271.64	3,936.27	4,803.48
研发费用	4,723.06	2,496.95	1,621.30
财务费用	48.07	156.14	-2.23
其中：利息费用	1.00	103.27	83.04
利息收入	29.57	44.59	59.86
资产减值损失	751.53	217.88	461.58
加：其他收益	659.26	31.11	-
投资收益（损失以“—”号填列）	7,042.56	1,050.52	3,051.54
其中：对联营企业和合营企业的投资收益	-	-	-
公允价值变动损益	-	-	-

资产处置收益（损失以“-”号填列）	-0.35	0.47	-
二、营业利润	16,399.71	2,796.94	8,683.44
加：营业外收入	0.18	40.95	221.45
减：营业外支出	241.61	10.05	25.55
三、利润总额	16,158.28	2,827.84	8,879.33
减：所得税费用	1,142.79	509.22	2,057.28
四、净利润	15,015.49	2,318.62	6,822.05
（一）持续经营净利润（净亏损以“-”号填列）	15,015.49	2,318.62	6,822.05
（二）终止经营净利润（净亏损以“-”号填列）	-	-	-
五、其他综合收益的税后净额	-	-	-
六、综合收益总额	15,015.49	2,318.62	6,822.05
七、每股收益			
（一）基本每股收益	-	-	-
（二）稀释每股收益	-	-	-

（六）母公司现金流量表

单位：万元

项 目	2018 年度	2017 年度	2016 年度
一、经营活动产生的现金流量：			
销售商品、提供劳务收到的现金	114,500.59	66,406.94	75,434.19
收到的税费返还	-	-	-
收到其他与经营活动有关的现金	1,019.07	22,274.06	2,245.05
经营活动现金流入小计	115,519.66	88,681.00	77,679.24
购买商品、接受劳务支付的现金	73,588.35	36,566.94	50,468.82
支付给职工及为职工支付的现金	4,282.63	3,116.89	2,866.66
支付的各项税费	2,278.90	2,642.58	8,077.28
支付其他与经营活动有关的现金	28,500.97	26,304.24	15,231.40
经营活动现金流出小计	108,650.85	68,630.65	76,644.16
经营活动产生的现金流量净额	6,868.81	20,050.34	1,035.08
二、投资活动产生的现金流量：	-		
收回投资收到的现金	-	-	160.48
取得投资收益收到的现金	8,042.56	50.52	3,027.40
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	6.20	0.47	4.60
收到其他与投资活动有关的现金	40,300.00	70,402.00	68,437.06
投资活动现金流入小计	48,348.76	70,452.99	71,629.55
购建固定资产、无形资产和其他长期	5,309.93	3,831.52	1,837.94

资产支付的现金			
投资支付的现金	10,204.03	5,400.00	500.00
支付其他与投资活动有关的现金	40,300.00	70,402.00	67,792.00
投资活动现金流出小计	55,813.96	79,633.52	70,129.94
投资活动产生的现金流量净额	-7,465.20	-9,180.53	1,499.61
三、筹资活动产生的现金流量：			
吸收投资所收到的现金	-	7,882.98	700.00
取得借款所收到的现金	3,112.13	2,000.00	700.00
收到其他与筹资活动有关的现金	6,214.75	400.00	-
筹资活动现金流入小计	9,326.88	10,282.98	1,400.00
偿还债务所支付的现金	2,000.00	2,700.00	2,200.00
分配股利、利润和偿付利息支付的现金	1.00	8,251.27	5,135.04
支付其他与筹资活动有关的现金	7,539.89	2,550.00	400.00
筹资活动现金流出小计	9,540.89	13,501.27	7,735.04
筹资活动产生的现金流量净额	-214.00	-3,218.29	-6,335.04
四、汇率变动对现金及现金等价物的影响	-63.67	4.67	36.50
五、现金及现金等价物净增加额	-874.06	7,656.19	-3,763.85
加：期初现金及现金等价物余额	8,054.48	398.28	4,162.13
六、期末现金及现金等价物余额	7,180.41	8,054.48	398.28

二、审计意见

（一）2018 年度、2017 年度、2016 年度审计报告

信永中和受小熊电器委托，对小熊电器 2018 年 12 月 31 日、2017 年 12 月 31 日和 2016 年 12 月 31 日的合并及母公司资产负债表，2018 年度、2017 年度、2016 年度的合并及母公司利润表、合并及母公司现金流量表、合并及母公司股东权益变动表，以及相关财务报表附注进行了审计，并出具了标准无保留意见的审计报告：

“我们认为，后附的财务报表在所有重大方面按照企业会计准则的规定编制，公允反映了小熊电器公司 2018 年 12 月 31 日、2017 年 12 月 31 日、2016 年 12 月 31 日的合并及母公司财务状况以及 2018 年度、2017 年度、2016 年度的合并及母公司经营成果和现金流量。”

（二）关键审计事项

关键审计事项如下：

1、收入确认	
关键审计事项	审计中的应对
2017 年、2018 年小熊电器公司合并口径主营业务收入分别为 16.42 亿元和 20.28 亿元，为小熊电器公司合并利润表重要组成项目，且各销售模式下的收入确认存在差异化，为此我们确定主营业务收入的真实性和完整性为关键审计事项。 根据小熊电器公司会计政策，公司收入主要来源于创意小家电的线上销售，不同销售模式下，收入确认时点存在不同：其中线上 B2C 模式以发货后 10 天，消费者收到货物或系统默认收货，公司收到货款时为收入确认时点；电商平台入仓模式以根据合同约定的对账时间，收到电商平台的确认清单核对无误后为收入确认时点；直接发货给经销商的线上经销模式，以货物发出并经线上经销商签收确认或者交付给客户指定的物流公司为收入确认时点；公司代发模式的线上经销模式，由公司发货后 10 天，消费者收到货物或系统默认收货，公司收到货款时为收入确认时点；线下经销模式以客户签收确认或者交付给客户指定的物流公司为收入确认时点；出口模式以货物已报关出口，且已取得装船的提单或货运运单为收入确认时点。	我们针对主营业务收入真实性、完整性所实施的主要审计程序包括但不限于： （1）了解、测试小熊电器公司与销售、发货、收款相关的内部控制制度、财务核算制度的设计和执行； （2）区别销售模式及结合产品特征、行业发展和小熊电器公司实际情况，执行分析性复核程序，判断销售收入和毛利变动的合理性； （3）执行细节测试，抽样检查经销商经销合同或其他销售合同、存货的收发记录、客户确认的结算单据等外部证据，抽样检查了销售过程的结算对账、开票、收款记录； （4）对报告期内销售收入及期末应收账款、预收款项进行了函证，核实与客户销售收入的真实性； （5）就资产负债表日前后记录的收入交易，选取样本，核对发货单及其他支持性文件，以评价收入是否被记录于恰当的会计期间。 （6）对小熊电器公司主要客户及负责公司货物运输的物流公司或快递公司，按照证监会相关要求和指引进行了充分的财务核查； （7）鉴于线上销售业务的特殊性，我们对小熊电器公司 IT 信息系统实施了 IT 审计，包括对公司 IT 信息系统进行一般的风险评估及公司自营、代发货模式下数据进行必要穿透测试分析； （8）获取京东供应商协同平台、淘宝系生意参谋、唯品会魔方罗盘等第三方平台上有关小熊品牌销售数据，分析性测试和验算报告期相关销售数据的合理性及真实性； （9）对于出口业务，我们获取了装船单等外部证据，并从全国海关信息中心获取小熊电器公司海关出口数据以证实出口收入的真实性和完整性；
2、存货减值	
关键审计事项	审计中的应对

小熊电器公司主要产品为创意小家电。2018 年 12 月 31 日存货账面余额 321,292,728.12 元，已计提跌价准备 7,972,823.87 元，账面净值 313,319,904.25 元；2017 年 12 月 31 日存货账面余额 258,403,038.41 元，已计提跌价准备 7,751,621.97 元，账面净值 250,651,416.44 元。公司存货按成本与可变现净值孰低原则计价，对于存货因遭受毁损、全部或部分陈旧过时或销售价格低于成本等原因，预计其成本不可收回的部分，提取存货跌价准备。库存商品及大宗原材料的存货跌价准备按单个存货项目的成本高于其可变现净值的差额提取；其他数量繁多、单价较低的原辅材料按类别提取存货跌价准备。库存商品、在产品和用于出售的材料等直接用于出售的商品存货，其可变现净值按该存货的估计售价减去估计的销售费用和相关税费后的金额确定；用于生产而持有的材料存货，其可变现净值按所生产的产成品的估计售价减去至完工时估计将要发生的成本、估计的销售费用和相关税费后的金额确定。 管理层在确定预计售价时需要运用判断，并综合历史售价以及未来市场变化趋势。由于该项目涉及金额重大且需要管理层作出判断，我们将其作为关键审计事项。	我们针对原材料、库存商品等存货跌价准备所实施的主要审计程序包括但不限于： （1）评估并测试了与原材料、库存商品等存货跌价准备相关的关键内部控制； （2）对小熊电器公司的原材料、库存商品等存货实施了监盘程序，检查原材料、库存商品等存货的数量及状况，并重点对长库龄库存商品等存货进行了检查； （3）获取了小熊电器公司存货跌价准备计算表，抽取部分存货比较其在该表中记载的状态和库龄与通过监盘获知的情况是否相符； （4）通过比较同状态原材料、库存商品历史售价，以及根据季节性和周期性特征对存货未来售价变动趋势的复核，对管理层估计的预计售价进行了评估，并与资产负债表日后的实际售价进行了核对； （5）通过比较同类原材料、库存商品的历史销售费用和相关税费，对管理层估计的销售费用和相关税费进行了评估，并与资产负债表日后的实际发生额进行了核对； （6）选择部分原材料、库存商品项目，对其可收回金额和跌价准备期末余额进行了复核测算。
--	---

（三）信息系统审计报告

1、IT 审计的开展情况、审计范围及审计方法

信永中和对小熊电器生产运营所依赖的核心信息系统及其产生的数据执行了相应的 IT 审计程序，并出具了编号为和“XYZH/2019BJMI10012”和“XYZH/2019BJMI10013”《信息系统审计报告》。

IT 审计的时间范围为 2015 年 1 月 1 日至 2018 年 12 月 31 日，系统范围为小熊电器主要信息系统，包括富润分销平台系统、PLM 产品全生命周期管理平台、IMS 内销管理系统和 Oracle ERP 系统等。

IT 审计主要通过询问、观察、检查、重新执行等方法来进行，通过对小熊电器 IT 负责人、操作系统管理员、数据库管理员、应用系统管理员的现场访谈、询问和观察，了解信息系统业务处理流程、数据库及数据安全性、服务器运行维

护等情况。

2、IT 审计发现的问题、改进措施及效果

(1) IT 一般控制

项目	发现的问题	问题的影响	改进措施	改进效果
逻辑访问控制	ERP、IMS、PLM 操作系统和数据库层面，密码强制策略未规范设置，只设置了最小长度为 5，没有对复杂度、密码有效期，登陆错误次数锁定等进行配置；现场查看操作系统和数据库管理员的登陆密码，复杂度和长度等是遵循《信息安全控制程序》要求进行设置的，但是未见定期修改相关记录存档。	影响信息系统安全性	公司 IT 部门对 ERP/IMS/PLM 密码策略设置整改。	已对系统设置高复杂度密码策略，系统定期自动提醒更新密码，保障了信息系统安全性。
特权用户管理	目前公司没有配置堡垒机、跳板机等补偿控制手段，记录、监控操作系统管理员、数据库管理员，应用系统管理员的操作行为；对外包公司的运维操作、系统更新、数据修改等操作行为无法记录和监控。	影响信息系统安全性	IT 部门部署堡垒机，进行内部 IT 系统管理员和外包软件公司技术人员运维操作行为的监控留痕；控制外包软件公司管理员账号的申请、使用、监控、失效。	已部署堡垒机，操作行为的监控痕迹可得到可靠记录。
备份管理	公司异地备份机制不规范，富润系统的数据有云备份，ERP 系统为本地备份和移动存储介质离线备份；公司未建立完整、有效的备份数据恢复测试计划并定期执行测试。	影响业务数据连续性	短期计划：目前已使用移动存储进行定期拷贝； 中期计划：异地机房需要安排运维管理和硬件投入成本，可以考虑将异地灾备托管到第三方云服务器中（如移动、联通、电信等云托管）。	已对数据进行备份，保证业务数据的连续性
安全管理	防火墙安全策略和特征库（入侵防护、病毒、应用、恶意站点、URL 分类）未及时更新。	影响安全性和业务连续性	进行防火墙维保升级，并保障后期升级的及时性和连续性。	已对防火墙更新升级，有效提高系统安全性
第三方管理	公司聘请广州赛意信息科技有限公司、珠海富润科技有限公司对 OracleERP 系统、PLM 系统、富润系统进行运维管理，每季度对第三方服务水平进行评估，但对评估内容较为简单，评估体系不够完善。	影响系统可靠性	每季度对第三方运维服务满意度调查问卷方式展开；将服务满意度将评估维度细化，增加用户对第三方服务质量的评价，提高服务质	有效提高系统供应商服务质量，提高系统可靠性

			量。	
防病毒管理	公司要求安装使用杀毒软件进行防病毒管理，实际并没有强制要求安装，缺少监督实施，存在被病毒攻击的可能。	影响安全性和业务连续性	公司部署企业版杀毒软件。并定期升级。	已部署杀毒软件并定期升级，有效防止病毒攻击带来的影响

由上表可知，发行人已针对 IT 一般控制发现的问题采取了有效的改进措施，发行人信息系统数据不存在其他错误或问题。

(2) 数据分析

①发现的问题

A、富润系统内没有直接标识进行区分线上直销和分销代发货模式；

B、线上直销和代发货店铺名称规则不统一，标准规则为：店铺名称包含“105”、“106”、“107”、“悠想”等字段的店铺为线上直销店铺，实际进行数据分析时发现系统中隶属于线上直销的不止为名称带有以上字段的店铺，线上直销店铺的名称没有统一规律；

C、直销方式下，收入取值逻辑不一致，不同店铺不同发货仓库要分别取“含税金额”或“下游买家价格”；

D、部分订单明细“付款日期”存在空值，“单据日期”和“过账日期”存在差异；

E、富润系统内存在“平安好医生”、“唯品会”、“苏宁云商集团股份有限公司苏宁采购中心”等本应属于平台入仓销售方式的交易明细，需要用逻辑公式判断去除。

②改进措施及效果

A、建立规范的数据标准，统一规则，订单明细予以补充完善；建立标识区分直销和分销的业务销售模式。有效提高了数据的可分析性。

B、归属平台入仓客户的业务数据，转移到 IMS 系统，或者因业务需要留存交易记录的情况，建立业务类型标识进行区分。有效提高了业务数据可分析性。

发行人已针对数据分析发现的问题采取了有效的改进措施，提高了业务数据可分析性，发行人信息系统数据不存在其他错误或问题。

(3) IT 审计发现问题对财务核算的影响

上述问题在对线上直销和分销代发货进行具体业务分析时,会导致工作量相对加大;但不影响公司线上直销和分销代发货模式下收入的真实性、完整性和准确性,少量付款日期为空值的,可以通过替代方式予以确定,不会影响收入确认的准确性。IT 审计发现问题对公司财务核算的无重大影响。

3、IT 审计结论

综合评价,公司信息系统处理能力与业务发展基本匹配,信息系统关键控制点设计/运行不存在重大缺陷,控制基本可以依赖。

鉴于公司在逻辑访问、备份管理、安全管理、第三方管理、防病毒管理等一般控制方面,内部控制存在部分不足。因此,评估信息系统控制风险为:低。

通过数据分析与核对,未发现经营数据存在重大缺失或者舞弊行为。

4、IT 审计发现的问题对发行人业务可验证性的影响。

公司已针对 IT 审计发现的问题进行整改,根据《信息系统审计报告》,评估信息系统控制风险为低,通过数据分析与核对,未发现经营数据存在重大缺失或者舞弊行为,因此,IT 审计发现的问题对发行人业务可验证性未产生重大影响。

三、财务报表的编制基础、合并财务报表范围及变化情况

(一) 财务报表的编制基础

公司以持续经营为基础,根据实际发生的交易和事项,按照财政部 2006 年颁布的《企业会计准则》、2014 年新颁布或修订的相关会计准则和中国证监会发布的 2014 年修订的《公开发行证券的公司信息披露编报规则第 15 号—财务报告的一般规定》有关财务报表及其附注的披露要求。

(二) 合并财务报表范围及变化情况

1、合并财务报表的编制方法

(1) 同一控制下企业合并的会计处理方法

参与合并的企业在合并前后均受同一方或相同的多方最终控制,且该控制并

非暂时性的，为同一控制下的企业合并。在合并日取得对其他参与合并企业控制权的一方为合并方，参与合并的其他企业为被合并方。

同一控制下的企业合并，并以支付现金、转让非现金资产或承担债务方式作为合并对价的，在合并日按照取得被合并方所有者权益账面价值的份额作为长期股权投资的投资成本，为企业合并发生的直接相关费用计入当期损益。长期股权投资投资成本与支付的现金、转让的非现金资产以及所承担债务账面价值之间的差额，应当调整资本公积；资本公积不足冲减的，调整留存收益。

(2) 非同一控制下企业合并的会计处理方法

参与合并的企业在合并前后不受同一方或相同的多方最终控制，为非同一控制下的企业合并。在合并日取得对其他参与合并企业控制权的一方为合并方，参与合并的其他企业为被合并方。

非同一控制下的企业合并，一次交换交易实现合并的，投资成本为公司在购买日为取得对方的控制权而付出的资产、发生或承担的负债以及发行的权益性证券的公允价值，为进行企业合并发生的各项直接相关费用计入当期损益。通过多次交换交易分步实现的企业合并的，投资成本为每一单项交易成本之和。公司为进行企业合并发生的各项直接相关费用计入当期损益。在合并合同或协议中对可能影响合并成本的未来事项作出约定的，购买日如果估计未来事项很可能发生并且对合并成本的影响金额能够可靠计量的，公司将其计入投资成本；购买成本超过按股权比例享有的被购买方可辨认资产、负债的公允价值中所占份额的部分，确认为商誉。如果公司取得的在被购买方可辨认资产、负债的公允价值中所占的份额超过购买成本，则超出的金额直接计入当期损益。

(3) 合并财务报表的编制方法

公司将所有控制的子公司及结构化主体纳入合并财务报表范围。

公司合并财务报表按照《企业会计准则第 33 号-合并财务报表》及相关规定的要求编制，合并时合并范围内的所有重大内部交易和往来业已抵销。子公司的股东权益中不属于母公司所拥有的部分作为少数股东权益在合并财务报表中股东权益项下单独列示。

子公司与公司采用的会计政策或会计期间不一致的，在编制合并财务报表

时，按照公司的会计政策或会计期间对子公司财务报表进行必要的调整。

对于非同一控制下企业合并取得的子公司，在编制合并财务报表时，以购买日可辨认净资产公允价值为基础对其个别财务报表进行调整；对于同一控制下企业合并取得的子公司，视同该企业合并于合并当期的年初已经发生，从合并当期的年初起将其资产、负债、经营成果和现金流量纳入合并财务报表。

2、合并财务报表的范围及变化情况

报告期内，纳入合并范围的子公司如下表所示：

公司名称	注册资本（万元）	实际投资额（万元）	期末权益比例	合并期间
悦享电商	300.00	100.00	100%	报告期
小熊生活	1,000.00	1,000.00	100%	报告期
小熊厨房	1,000.00	1,000.00	100%	报告期
小熊营销	1,000.00	1,000.00	100%	报告期
艾萌电商	100.00	100.00	100%	报告期
瑞翌电商	100.00	100.00	100%	报告期
悠想电商	100.00	100.00	100%	报告期
小熊环境	1,000.00	1,000.00	100%	2016.12.21 至今
小熊健康	1,000.00	0.00	100%	2017.08.28 至今
小熊智能	1,000.00	1,000.00	100%	2017.10.23 至今
珠海恒韬	100.00	100.00	100%	2018.04.01 至今
龙牌电器	1,000.00	1,000.00	100%	2018.04.01 至今

四、报告期内采用的主要会计政策和会计估计

（一）遵循企业会计准则的声明

公司所编制的财务报表符合企业会计准则的要求，真实、完整地反映了公司的财务状况、经营成果和现金流量等有关信息。

（二）会计期间

会计年度自公历 1 月 1 日起至 12 月 31 日止。财务报表所载财务信息的会计期间为 2016 年 1 月 1 日起至 2018 年 12 月 31 日止。

（三）营业周期

公司的营业周期为公历 1 月 1 日至 12 月 31 日。

（四）记账本位币

采用人民币为记账本位币。

（五）现金及现金等价物的确定标准

公司现金流量表之现金指库存现金以及可以随时用于支付的存款。现金流量表之现金等价物指持有期限不超过 3 个月、流动性强、易于转换为已知金额现金且价值变动风险很小的投资。

（六）外币业务

公司外币交易按交易发生日的所在月份的期初汇率将外币金额折算为人民币金额。于资产负债表日，外币货币性项目采用资产负债表日的即期汇率折算为人民币，所产生的折算差额除了为购建或生产符合资本化条件的资产而借入的外币专门借款产生的汇兑差额按资本化的原则处理外，直接计入当期损益。

（七）金融资产和金融负债

1、金融资产

（1）金融资产分类、确认依据和计量方法

公司按投资目的和经济实质对拥有的金融资产分类为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产、持有至到期投资、应收款项及可供出售金融资产。

以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产，包括交易性金融资产和在初始确认时指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产。公司将满足下列条件之一的金融资产归类为交易性金融资产：取得该金融资产的目的是为了在短期内出售；属于进行集中管理的可辨认金融工具组合的一部分，且有客观证据表明公司近期采用短期获利方式对该组合进行管理；属于衍生工具，但是，被指定且为有效套期工具的衍生工具、属于财务担保合同的衍生工具、与在活跃市场中没有报价且其公允价值不能可靠计量的权益工具投资挂钩并须通过交付该权益工具结算的衍生工具除外。公司将只有符合下列条件之一的金融工具，才可在初始确认时指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产：该指

定可以消除或明显减少由于该金融工具的计量基础不同所导致的相关利得或损失在确认或计量方面不一致的情况；公司风险管理或投资策略的正式书面文件已载明，该金融工具组合以公允价值为基础进行管理、评价并向关键管理人员报告；包含一项或多项嵌入衍生工具的混合工具，除非嵌入衍生工具对混合工具的现金流量没有重大改变，或所嵌入的衍生工具明显不应当从相关混合工具中分拆；包含需要分拆但无法在取得时或后续的资产负债表日对其进行单独计量的嵌入衍生工具的混合工具。对此类金融资产，采用公允价值进行后续计量。公允价值变动计入公允价值变动损益；在资产持有期间所取得的利息或现金股利，确认为投资收益；处置时，其公允价值与初始入账金额之间的差额确认为投资损益，同时调整公允价值变动损益。

持有至到期投资，是指到期日固定、回收金额固定或可确定，且公司有明确意图和能力持有至到期的非衍生金融资产。持有至到期投资采用实际利率法，按照摊余成本进行后续计量，其摊销或减值以及终止确认产生的利得或损失，均计入当期损益。

应收款项，是指在活跃市场中没有报价，回收金额固定或可确定的非衍生金融资产。采用实际利率法，按照摊余成本进行后续计量，其摊销或减值以及终止确认产生的利得或损失，均计入当期损益。

可供出售金融资产，是指初始确认时即被指定为可供出售的非衍生金融资产，以及未被划分为其他类的金融资产。这类资产中，在活跃市场中没有报价且其公允价值不能可靠计量的权益工具投资以及与该权益工具挂钩并须通过交付该权益工具结算的衍生金融资产，按成本进行后续计量；其他存在活跃市场报价或虽没有活跃市场报价但公允价值能够可靠计量的，按公允价值计量，公允价值变动计入其他综合收益。对于此类金融资产采用公允价值进行后续计量，除减值损失及外币货币性金融资产形成的汇兑损益外，可供出售金融资产公允价值变动直接计入股东权益，待该金融资产终止确认时，原直接计入权益的公允价值变动累计额转入当期损益。可供出售债务工具投资在持有期间按实际利率法计算的利息，以及被投资单位宣告发放的与可供出售权益工具投资相关的现金股利，作为投资收益计入当期损益。对于在活跃市场中没有报价且其公允价值不能可靠计量的权益工具投资，按成本计量。

（2）金融资产转移的确认依据和计量方法

金融资产满足下列条件之一的，予以终止确认：①收取该金融资产现金流量的合同权利终止；②该金融资产已转移，且公司将金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬转移给转入方；③该金融资产已转移，虽然公司既没有转移也没有保留金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬，但是放弃了对该金融资产控制。

企业既没有转移也没有保留金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬，且未放弃对该金融资产控制的，则按照其继续涉入所转移金融资产的程度确认有关金融资产，并相应确认有关负债。

金融资产整体转移满足终止确认条件的，将所转移金融资产的账面价值，与因转移而收到的对价及原计入其他综合收益的公允价值变动累计额之和的差额计入当期损益。

金融资产部分转移满足终止确认条件的，将所转移金融资产整体的账面价值，在终止确认部分和未终止确认部分之间，按照各自的相对公允价值进行分摊，并将因转移而收到的对价及应分摊至终止确认部分的原计入其他综合收益的公允价值变动累计额之和，与分摊的前述账面金额的差额计入当期损益。

（3）金融资产减值的测试方法及会计处理方法

除以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产外，公司于资产负债表日对其他金融资产的账面价值进行检查，如果有客观证据表明某项金融资产发生减值的，计提减值准备。

以摊余成本计量的金融资产发生减值时，按预计未来现金流量（不包括尚未发生的未来信用损失）现值低于账面价值的差额，计提减值准备。如果有客观证据表明该金融资产价值已恢复，且客观上与确认该损失后发生的事项有关，原确认的减值损失予以转回，计入当期损益。

当可供出售金融资产发生减值，原直接计入所有者权益的因公允价值下降形成的累计损失予以转出并计入减值损失。对已确认减值损失的可供出售债务工具投资，在期后公允价值上升且客观上与确认原减值损失后发生的事项有关的，原确认的减值损失予以转回并计入当期损益。对已确认减值损失的可供出售权益工具投资，期后公允价值上升直接计入所有者权益。

2、金融负债

(1) 金融负债分类、确认依据和计量方法

公司的金融负债于初始确认时分类为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债和其他金融负债。

以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债，包括交易性金融负债和初始确认时指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债。按照公允价值进行后续计量，公允价值变动形成的利得或损失以及与该金融负债相关的股利和利息支出计入当期损益。

其他金融负债主要包括银行借款、应付款项和其他应付款项。采用实际利率法，按照摊余成本进行后续计量。

(2) 金融负债终止确认条件

当金融负债的现时义务全部或部分已经解除时，终止确认该金融负债或义务已解除的部分。公司与债权人之间签订协议，以承担新金融负债方式替换现存金融负债，且新金融负债与现存金融负债的合同条款实质上不同的，终止确认现存金融负债，并同时确认新金融负债。公司对现存金融负债全部或部分的合同条款作出实质性修改的，终止确认现存金融负债或其一部分，同时将修改条款后的金融负债确认为一项新金融负债。终止确认部分的账面价值与支付的对价之间的差额，计入当期损益。

(3) 金融资产和金融负债的公允价值确定方法

公司以主要市场的价格计量金融资产和金融负债的公允价值，不存在主要市场的，以最有利市场的价格计量金融资产和金融负债的公允价值，并且采用当时适用并且有足够可利用数据和其他信息支持的估值技术。公允价值计量所使用的输入值分为三个层次，即第一层次输入值是计量日能够取得的相同资产或负债在活跃市场上未经调整的报价；第二层次输入值是除第一层次输入值外相关资产或负债直接或间接可观察的输入值；第三层次输入值是相关资产或负债的不可观察输入值。公司优先使用第一层次输入值，最后再使用第三层次输入值。公允价值计量结果所属的层次，由对公允价值计量整体而言具有重大意义的输入值所属的最低层次决定。

（八）应收款项坏账准备

1、单项金额重大并单项计提坏账准备的应收款项

单项金额重大的判断依据或金额标准	除对列入合并范围内母子公司之间应收款项或有确凿证据表明不存在减值的应收款项不计提坏账准备之外，公司将单项金额超 300 万元（含 300 万元）的应收款项视为重大应收款项。
单项金额重大并单项计提坏账准备的计提方法	期末如果有客观证据表明应收款项发生减值，根据其未来现金流量现值低于其账面价值的差额，单独进行减值测试，计提坏账准备。单独测试未发生减值的单项金额重大的应收款项，以账龄为信用风险组合计提坏账准备。

2、按组合计提坏账准备应收款项

公司根据以往款项回收状况、债务单位的财务状况、现金流量等情况以及其他相关信息，对一般应收款项确定坏账准备提取比例如下：

账龄	风险特征			
	1 年以内	1-2 年	2-3 年	3 年以上
合并范围内应收款项	—	—	—	—
销售货物	5%	20%	50%	100%
其他	5%	20%	50%	100%

3、单项金额虽不重大但单项计提坏账准备的应收款项

单项计提坏账准备的理由	单项金额不重大且按照组合计提坏账准备不能反映其风险特征的应收款项
坏账准备的计提方法	根据其未来现金流量现值低于其账面价值的差额，计提坏账准备

（九）存货

公司存货主要包括原材料、包装物、低值易耗品、委托加工物资、在产品、自制半成品、库存商品、发出商品等。

存货实行永续盘存制，存货在取得和发出时，按标准成本法进行日常核算，月末对实际成本和标准成本之间的差异进行分配，将标准成本调整为实际成本。低值易耗品和包装物采用一次转销法进行摊销。

期末存货按成本与可变现净值孰低原则计价，对于存货因遭受毁损、全部或部分陈旧过时或销售价格低于成本等原因，预计其成本不可收回的部分，提取存货跌价准备。库存商品及大宗原材料的存货跌价准备按单个存货项目的成本高于

其可变现净值的差额提取；其他数量繁多、单价较低的原辅材料按类别提取存货跌价准备。

库存商品、在产品和用于出售的材料等直接用于出售的商品存货，其可变现净值按该存货的估计售价减去估计的销售费用和相关税费后的金额确定；用于生产而持有的材料存货，其可变现净值按所生产的产成品的估计售价减去至完工时估计将要发生的成本、估计的销售费用和相关税费后的金额确定。

（十）长期股权投资

公司的长期股权投资包括对子公司的投资和对合营企业、联营企业的投资。

公司对共同控制的判断依据是所有参与方或参与方组合集体控制该安排，并且该安排相关活动的政策必须经过这些集体控制该安排的参与方一致同意。

公司直接或通过子公司间接拥有被投资单位（20%含）以上但低于 50%的表决权时，通常认为对被投资单位具有重大影响。持有被投资单位 20%以下表决权的，还需要综合考虑在被投资单位的董事会或类似权力机构中派有代表、或参与被投资单位财务和经营政策制定过程、或与被投资单位之间发生重要交易、或向被投资单位派出管理人员、或向被投资单位提供关键技术资料等事实和情况判断对被投资单位具有重大影响。

对被投资单位形成控制的，为公司的子公司。通过同一控制下的企业合并取得的长期股权投资，在合并日按照取得被合并方在最终控制方合并报表中净资产的账面价值的份额作为长期股权投资的初始投资成本。被合并方在合并日的净资产账面价值为负数的，长期股权投资成本按零确定。

通过多次交易分步取得同一控制下被投资单位的股权，最终形成企业合并，属于一揽子交易的，公司将各项交易作为一项取得控制权的交易进行会计处理。不属于一揽子交易的，在合并日，根据合并后享有被合并方净资产在最终控制方合并财务报表中的账面价值的份额作为长期股权投资的初始投资成本。初始投资成本与达到合并前的长期股权投资账面价值加上合并日进一步取得股份新支付对价的账面价值之和的差额，调整资本公积，资本公积不足冲减的，冲减留存收益。

通过非同一控制下的企业合并取得的长期股权投资，以合并成本作为初始投

资成本。

通过多次交易分步取得非同一控制下被投资单位的股权，最终形成企业合并，属于一揽子交易的，公司将各项交易作为一项取得控制权的交易进行会计处理。不属于一揽子交易的，按照原持有的股权投资账面价值加上新增投资成本之和，作为改按成本法核算的初始投资成本。购买日之前持有的股权采用权益法核算的，原权益法核算的相关其他综合收益暂不做调整，在处置该项投资时采用与被投资单位直接处置相关资产或负债相同的基础进行会计处理。购买日之前持有的股权在可供出售金融资产中采用公允价值核算的，原计入其他综合收益的累计公允价值变动在合并日转入当期投资损益。

除上述通过企业合并取得的长期股权投资外，以支付现金取得的长期股权投资，按照实际支付的购买价款作为投资成本；以发行权益性证券取得的长期股权投资，按照发行权益性证券的公允价值作为投资成本；投资者投入的长期股权投资，按照投资合同或协议约定的价值作为投资成本。

公司对子公司投资采用成本法核算，对合营企业及联营企业投资采用权益法核算。

后续计量采用成本法核算的长期股权投资，在追加投资时，按照追加投资支付的成本额公允价值及发生的相关交易费用增加长期股权投资成本的账面价值。被投资单位宣告分派的现金股利或利润，按照应享有的金额确认为当期投资收益。

后续计量采用权益法核算的长期股权投资，随着被他投资单位所有者权益的变动相应调整增加或减少长期股权投资的账面价值。其中在确认应享有被投资单位净损益的份额时，以取得投资时被投资单位各项可辨认资产等的公允价值为基础，按照公司的会计政策及会计期间，并抵销与联营企业及合营企业之间发生的内部交易损益按照持股比例计算归属于投资企业的部分，对被投资单位的净利润进行调整后确认。

处置长期股权投资，其账面价值与实际取得价款的差额，计入当期投资收益。采用权益法核算的长期股权投资，因被投资单位除净损益以外所有者权益的其他变动而计入所有者权益的，处置该项投资时将原计入所有者权益的部分按相应比

例转入当期投资损益。

因处置部分股权投资等原因丧失了对被投资单位的共同控制或重大影响的，处置后的剩余股权改按可供出售金融资产核算，剩余股权在丧失共同控制或重大影响之日的公允价值与账面价值之间的差额计入当期损益。原股权投资因采用权益法核算而确认的其他综合收益，在终止采用权益法核算时采用与被投资单位直接处置相关资产或负债相同的基础进行会计处理。

因处置部分长期股权投资丧失了对被投资单位控制的，处置后的剩余股权能够对被投资单位实施共同控制或施加重大影响的，改按权益法核算，处置股权账面价值和处置对价的差额计入投资收益，并对该剩余股权视同自取得时即采用权益法核算进行调整；处置后的剩余股权不能对被投资单位实施共同控制或施加重大影响的，改按可供出售金融资产的有关规定进行会计处理，处置股权账面价值和处置对价的差额计入投资收益，剩余股权在丧失控制之日的公允价值与账面价值间的差额计入当期投资损益。

公司对于分步处置股权至丧失控股股权的各项交易不属于一揽子交易的，对每一项交易分别进行会计处理。属于“一揽子交易”的，将各项交易作为一项处置子公司并丧失控制权的交易进行会计处理，但是，在丧失控制权之前每一次交易处置价款与所处置的股权对应的长期股权投资账面价值之间的差额，确认为其他综合收益，到丧失控制权时再一并转入丧失控制权的当期损益。

（十一）固定资产

公司固定资产是指同时具有以下特征，即为生产商品、提供劳务、出租或经营管理而持有的，使用年限超过一年的有形资产。

固定资产在与其有关的经济利益很可能流入公司、且其成本能够可靠计量时予以确认。公司固定资产包括房屋建筑物、运输设备、机器设备、办公设备、生产模具等。

除已提足折旧仍继续使用的固定资产和单独计价入账的土地外，公司对所有固定资产计提折旧。计提折旧时采用平均年限法。公司固定资产的分类折旧年限、预计净残值率、折旧率如下：

类 别	折旧年限（年）	预计残值率（%）	年折旧率（%）
-----	---------	----------	---------

房屋建筑物	20	3	4.85
运输设备	5	3	19.40
机器设备	3-5	3	19.40-32.33
办公设备	3	3	32.33
生产模具	3-5	3	19.40-32.33

公司于每年年度终了，对固定资产的预计使用寿命、预计净残值和折旧方法进行复核，如发生改变，则作为会计估计变更处理。

（十二）在建工程

在建工程在达到预定可使用状态之日起，根据工程预算、造价或工程实际成本等，按估计的价值结转固定资产，次月起开始计提折旧，待办理了竣工决算手续后再对固定资产原值差异进行调整。

（十三）无形资产

公司无形资产包括土地使用权、财务软件等，按取得时的实际成本计量，其中，购入的无形资产，按实际支付的价款和相关的其他支出作为实际成本；投资者投入的无形资产，按投资合同或协议约定的价值确定实际成本，但合同或协议约定价值不公允的，按公允价值确定实际成本。

土地使用权从出让起始日起，按其出让年限平均摊销；财务软件无形资产按预计使用年限、合同规定的受益年限和法律规定的有效年限三者中最短者分期平均摊销。摊销金额按其受益对象计入相关资产成本和当期损益。对使用寿命有限的无形资产的预计使用寿命及摊销方法于每年年度终了进行复核，如发生改变，则作为会计估计变更处理。

（十四）长期资产减值

公司于每一资产负债表日对长期股权投资、固定资产、在建工程、使用寿命有限的无形资产等项目进行检查，当存在减值迹象时，公司进行减值测试。对商誉和使用寿命不确定的无形资产，无论是否存在减值迹象，每年末均进行减值测试。难以对单项资产的可收回金额进行测试的，以该资产所属的资产组或资产组组合为基础测试。

减值测试后，若该资产的账面价值超过其可收回金额，其差额确认为减值损

失，上述资产的减值损失一经确认，在以后会计期间不予转回。资产的可收回金额是指资产的公允价值减去处置费用后的净额与资产预计未来现金流量的现值两者之间的较高者。

出现减值的迹象如下：

1、资产的市价当期大幅度下跌，其跌幅明显高于因时间的推移或者正常使用而预计的下跌；

2、企业经营所处的经济、技术或者法律等环境以及资产所处的市场在当期或者将在近期发生重大变化，从而对企业产生不利影响；

3、市场利率或者其他市场投资报酬率在当期已经提高，从而影响企业计算资产预计未来现金流量现值的折现率，导致资产可收回金额大幅度降低；

4、有证据表明资产已经陈旧过时或者其实体已经损坏；

5、资产已经或者将被闲置、终止使用或者计划提前处置；

6、企业内部报告的证据表明资产的经济绩效已经低于或者将低于预期，如资产所创造的净现金流量或者实现的营业利润（或者亏损）远远低于（或者高于）预计金额等；

7、其他表明资产可能已经发生减值的迹象。

（十五）长期待摊费用

公司的长期待摊费用包括房屋装修费用。该等费用在受益期内平均摊销，如果长期待摊费用项目不能使以后会计期间受益，则将尚未摊销的该项目的摊余价值全部转入当期损益。房屋装修费用的摊销年限为 3 年。

（十六）职工薪酬

公司职工薪酬包括短期薪酬、离职后福利、辞退福利和其他长期福利。

短期薪酬主要包括职工工资、奖金、津贴和补贴、职工福利费、医疗保险费、工伤保险费、生育保险费及住房公积金、工会经费和职工教育经费、短期带薪缺勤、短期利润分享计划等，在职工提供服务的会计期间，将实际发生的短期薪酬确认为负债，并按照受益对象计入当期损益或相关资产成本。

离职后福利主要包括基本养老保险费、失业保险费等，按照公司承担的风险和义务，分类为设定提存计划。对于设定提存计划在根据在资产负债表日为换取职工在会计期间提供的服务而向单独主体缴存的提存金确认为负债，并按照受益对象计入当期损益或相关资产成本。

辞退福利是由于企业在职工劳动合同到期之前解除与职工的劳动关系，或者为鼓励职工自愿接受裁减而给予职工的补偿产生，在解除与职工的劳动关系日确认辞退福利产生的职工薪酬负债，并计入当期损益。

（十七）预计负债

当与对外担保、商业承兑汇票贴现、未决诉讼或仲裁、产品质量保证等或有事项相关的业务同时符合以下条件时，公司将其确认为负债：该义务是公司承担的现时义务；该义务的履行很可能导致经济利益流出企业；该义务的金额能够可靠地计量。

预计负债按照履行相关现时义务所需支出的最佳估计数进行初始计量，并综合考虑与或有事项有关的风险、不确定性和货币时间价值等因素。货币时间价值影响重大的，通过对相关未来现金流出进行折现后确定最佳估计数。每个资产负债表日对预计负债的账面价值进行复核，如有改变则对账面价值进行调整以反映当前最佳估计数。

（十八）股份支付

用以换取职工提供服务的以权益结算的股份支付，以授予职工权益工具在授予日的公允价值计量。该公允价值的金额在完成等待期内的服务或达到规定业绩条件才可行权的情况下，在等待期内以对可行权权益工具数量的最佳估计为基础，按直线法计算计入相关成本或费用，相应增加资本公积。

以现金结算的股份支付，按照公司承担的以股份或其他权益工具为基础确定的负债的公允价值计量。如授予后立即可行权，在授予日以承担负债的公允价值计入相关成本或费用，相应增加负债；如需完成等待期内的服务或达到规定业绩条件以后才可行权，在等待期的每个资产负债表日，以对可行权情况的最佳估计为基础，按照公司承担负债的公允价值金额，将当期取得的服务计入成本或费用，

相应调整负债。

在相关负债结算前的每个资产负债表日以及结算日，对负债的公允价值重新计量，其变动计入当期损益。

公司在等待期内取消所授予权益工具的（因未满足可行权条件而被取消的除外），作为加速行权处理，即视同剩余等待期内的股权支付计划已经全部满足可行权条件，在取消所授予权益工具的当期确认剩余等待期内的所有费用。

（十九）收入

1、收入确认原则

公司的营业收入主要包括销售商品收入、提供劳务收入、让渡资产使用权收入，收入确认原则如下：

（1）销售商品收入：公司在已将商品所有权上的主要风险和报酬转移给购货方、公司既没有保留通常与所有权相联系的继续管理权、也没有对已售出的商品实施有效控制、收入的金额能够可靠地计量、相关的经济利益很可能流入企业、相关的已发生或将发生的成本能够可靠地计量时，确认销售商品收入的实现。

（2）提供劳务收入：公司在劳务总收入和总成本能够可靠地计量、与劳务相关的经济利益很可能流入公司、劳务的完成进度能够可靠地确定时，确认劳务收入的实现。

（3）让渡资产收入：与交易相关的经济利益很可能流入公司、收入的金额能够可靠地计量时，确认让渡资产使用权收入的实现。

2、收入确认具体政策：

公司不同销售模式下的收入确认政策具体如下：

（1）线上直销模式

在线上直销模式下，公司的直接客户是产品的最终消费者。公司通过网上电子商务平台或公司官网实现对外销售，公司收到客户订单后发货，根据发货及交付客户的快递数据计算平均到货期为3天，考虑7天无理由退货，公司在发货后10天，消费者收到货物或系统默认收货，公司收到货款时确认收入。

（2）电商平台入仓模式

电商平台入仓模式下，公司委托第三方物流公司将商品发往电商平台的仓库，由电商平台负责产品推广、订单管理及后续的物流配送。消费者直接向电商平台下单并付款，电商平台在收到消费者款项后通过其自有物流或第三方物流向消费者发货（或在货到付款等形式下先行发货）。具体收入确认时点为：根据合同约定的对账时间，收到电商平台的确认清单核对无误后确认收入。

（3）线上经销模式

线上经销模式主要分为两种：①公司将产品通过线下渠道销售给线上经销商，在货物已经发出并经线上经销商签收确认或者交付给客户指定的物流公司后确认收入；②由线上经销商接受消费者订单，公司发货，根据发货及交付消费者的快递数据计算平均到货期为3天，考虑7天无理由退货，公司在发货后10天，消费者收到货物或系统默认收货，公司收到货款时确认收入。

（4）线下经销模式

公司在货物已经发出并经客户签收确认或者交付给客户指定的物流公司后确认收入。

（5）出口模式

公司主要采用FOB（离岸价格）销售方式，在货物已经发出并报关，在装运港口装运并取得已装船的提单或货运运单时确认收入。

（二十）借款费用

发生的可直接归属于需要经过1年以上的购建或者生产活动才能达到预定可使用或者可销售状态的固定资产、投资性房地产和存货等的借款费用，在资产支出已经发生、借款费用已经发生、为使资产达到预定可使用或可销售状态所必要的购建或生产活动已经开始时，开始资本化；当购建或生产符合资本化条件的资产达到预定可使用或可销售状态时，停止资本化，其后发生的借款费用计入当期损益。如果符合资本化条件的资产在购建或者生产过程中发生非正常中断、且中断时间连续超过3个月，暂停借款费用的资本化，直至资产的购建或生产活动重新开始。

专门借款当期实际发生的利息费用，扣除尚未动用的借款资金存入银行取得的利息收入或进行暂时性投资取得的投资收益后的金额予以资本化；一般借款根据累计资产支出超过专门借款部分的资产支出加权平均数乘以所占用一般借款的资本化率，确定资本化金额。资本化率根据一般借款加权平均利率计算确定。

（二十一）政府补助

公司的政府补助包括与资产相关的政府补助和与收益相关的政府补助。其中，与资产相关的政府补助，是指本公司取得的、用于购建或以其他方式形成长期资产的政府补助；与收益相关的政府补助，是指除与资产相关的政府补助之外的政府补助。如果政府文件中未明确规定补助对象，公司按照上述区分原则进行判断，难以区分的，整体归类为与收益相关的政府补助。

政府补助为货币性资产的，按照实际收到的金额计量，对于按照固定的定额标准拨付的补助，或对年末有确凿证据表明能够符合财政扶持政策规定的相关条件且预计能够收到财政扶持资金时，按照应收的金额计量；政府补助为非货币性资产的，按照公允价值计量，公允价值不能可靠取得的，按照名义金额（1 元）计量。

与资产相关的政府补助确认为递延收益，在相关资产使用寿命内平均分配计入当期损益。

相关资产在使用寿命结束前被出售、转让、报废或发生毁损的，将尚未分配的相关递延收益余额转入资产处置当期的损益。

与收益相关的政府补助，用于补偿以后期间的相关费用或损失的，确认为递延收益，并在确认相关成本费用或损失的期间计入当期损益，用于补偿企业已发生的相关成本费用或损失的，直接计入当期损益或冲减相关成本。与日常活动相关的政府补助，按照经济业务实质，计入其他收益。与日常活动无关的政府补助，计入营业外收支。

公司已确认的政府补助需要退回的，在需要退回的当期分情况按照以下规定进行会计处理：

- 1、存在相关递延收益的，冲减相关递延收益账面余额，超出部分计入当期损益。

2、属于其他情况的，直接计入当期损益。

（二十二）递延所得税资产和递延所得税负债

公司递延所得税资产和递延所得税负债根据资产和负债的计税基础与其账面价值的差额（暂时性差异）计算确认。对于按照税法规定能够于以后年度抵减应纳税所得额的可抵扣亏损，确认相应的递延所得税资产。对于商誉的初始确认产生的暂时性差异，不确认相应的递延所得税负债。对于既不影响会计利润也不影响应纳税所得额（或可抵扣亏损）的非企业合并的交易中产生的资产或负债的初始确认形成的暂时性差异，不确认相应的递延所得税资产和递延所得税负债。于资产负债表日，递延所得税资产和递延所得税负债，按照预期收回该资产或清偿该负债期间的适用税率计量。

公司以很可能取得用来抵扣可抵扣暂时性差异、可抵扣亏损和税款抵减的未来应纳税所得额为限，确认递延所得税资产。

（二十三）主要会计政策、会计估计变更的说明

1、重要会计政策变更

根据财政部于 2016 年 12 月 3 日发布了《增值税会计处理规定》的通知（财会〔2016〕22 号），公司将自 2016 年 5 月 1 日起企业经营活动发生的房产税、土地使用税、车船使用税和印花税等从“管理费用”项目重分类至“税金及附加”项目，2016 年 5 月 1 日之前发生的税费不予调整，比较数据不予调整。

2017 年 4 月 28 日，财政部颁布了财会〔2017〕13 号文《关于印发〈企业会计准则第 42 号——持有待售的非流动资产、处置组和终止经营〉的通知》，自 2017 年 5 月 28 日起施行，要求企业对本准则施行日存在的持有待售的非流动资产、处置组和终止经营，采用未来适用法处理。

2017 年 5 月 10 日，财政部颁布了财会〔2017〕15 号文《关于印发修订〈企业会计准则第 16 号—政府补助〉的通知》，自 2017 年 6 月 12 日起施行，要求企业对 2017 年 1 月 1 日存在的政府补助采用未来适用法处理，对 2017 年 1 月 1 日至本准则施行日之间新增的政府补助根据本准则进行调整。2017 年 12 月 25 日，财政部颁布了财会〔2017〕30 号文《关于修订印发一般企业财务报表格式

的通知》，针对上述两项新颁布的会计准则，对一般企业财务报表格式进行了修订。

2018年6月15日，财政部颁布了财会〔2018〕15号文《关于修订印发2018年度一般企业财务报表格式的通知》，对一般企业财务报表格式进行了修订，2017年12月25日发布的《关于修订印发一般企业财务报表格式的通知》（财会〔2017〕30号）同时废止。

此外，报告期内未发生其他会计政策的变更。

2、重要会计估计变更

无

（二十四）前期会计差错更正的说明

1、股份支付涉及会计差错更正

2016年10月，公司通过增资方式引入相关高管及员工持股。公司以最近一期经评估的净资产22,503.81万元作为公允价值标准，在2016年计提股份支付费用650.45万元。

公司对上述股份支付按公允价值进行了会计差错更正，本次更正所采用的股权激励股份授予日公司公允价值为79,132.49万元，对应每股公允价值为70.84元，公司应确认的股份支付费用为4,047.86万元。本次会计差错更正导致2016年补提股份支付费用3,397.41万元（其中：母公司补提股份支付费用1,855.18万元，增加资本公积1,855.18万元，减少未分配利润1,855.18万元；子公司合计补提股份支付费用1,542.24万元，增加资本公积1,542.24万元，减少未分配利润1,542.24万元）。

本次会计差错更正已于2019年经发行人第一届董事会第十一次会议和2019年度第一次临时股东大会审议通过。

上述会计差错更正对发行人财务报表主要影响如下：

单位：万元

项目	2017年度/2017年12月31日		
	更正前	更正数	更正后
资本公积	4,747.71	1,542.24	6,289.95

未分配利润	13,588.57	-1,542.24	12,046.34
净资产	27,420.66	-	27,420.66
管理费用	5,695.75	-	5,695.75
归属于母公司所有者的净利润	14,656.29	-	14,656.29
项目	2016 年度/2016 年 12 月 31 日		
	更正前	更正数	更正后
资本公积	1,283.43	3,397.41	4,680.84
未分配利润	9,134.70	-3,397.41	5,737.29
净资产	12,093.67	-	12,093.67
管理费用	3,443.23	3,397.41	6,840.64
归属于母公司所有者的净利润	10,551.00	-3,397.41	7,153.59

2、收购珠海恒韬涉及会计差错更正

公司于 2018 年 4 月受让珠海恒韬 100.00%股权，对于该交易事项公司原考虑到该收购系收购股权，引起报告主体变化，且收购前珠海恒韬子公司龙牌电器主要是提供厂房租赁及配套物业服务，构成了基本业务，因此原判断为业务合并，并适用了《企业会计准则第 20 号—企业合并》的相关会计处理，对合并成本大于合并中取得的被购买方可辨认净资产公允价值份额的差额确认为商誉。

现经过对本次收购交易实质的再次论证并查询相关案例，考虑到公司获取珠海恒韬股权，其主要目的是为了获取土地厂房以扩大生产，从交易实质上判断为资产收购，根据《企业会计准则讲解 2010》之企业合并章节规定，如果一个企业取得了对另一个或多个企业的控制权，而被购买方（或被合并方）并不构成业务，则该交易或事项不形成企业合并。企业取得了不构成业务的一组资产或是净资产时，应将购买成本按购买日所取得各项可辨认资产、负债的相对公允价值基础进行分配，不按照企业合并准则进行处理，因此对原确认的商誉进行会计差错更正。本次收购珠海恒韬相关会计差错更正事项已经发行人第一届董事会第十四次会议和 2019 年度第二次临时股东大会审议通过，履行了必要的内部决策程序。

本次会计差错更正对合并日后资产负债表日（2018 年 12 月 31 日）合并层面会计差错更正前后报表数据影响具体如下：

（1）合并资产负债表项目

单位：万元

报表项目	2018 年 12 月 31 日更正后	2018 年 12 月 31 日更正前	差异
固定资产	11,229.47	10,791.11	438.36

报表项目	2018年12月31 日更正后	2018年12月31日 更正前	差异
无形资产	20,014.12	19,155.60	858.52
商誉	-	3,468.27	-3,468.27
资产总计	105,756.52	107,927.91	-2,171.39
递延所得税负债	-	1,948.41	-1,948.41
未分配利润	28,512.00	28,734.98	-222.98
归属于母公司股东权益合计	45,323.10	45,546.08	-222.98

(2) 合并利润表项目

单位：万元

报表项目	2018年更正后	2018年更正前	差异
管理费用	7,213.71	7,120.72	92.99
其中：本次交易事项涉及的合并层面固定资产折旧	476.80	402.84	73.96
本次交易事项涉及的合并层面无形资产摊销	136.16	117.13	19.03
所得税费用	5,969.64	5,839.65	129.99
归属于母公司所有者的净利润	17,902.44	18,125.42	-222.98

3、企业所得税税率变更涉及会计差错更正

发行人于2019年3月11日披露了2016年-2018年度IPO申报审计报告，因原报告日未取得高新技术企业证书，故原报告中2018年度企业所得税率仍沿用25%税率。2019年5月6日发行人取得了高新技术企业证书（证书编号为GR201844002871），依据相关规定，发行人可自2018年起连续三年（2018年至2020年）享受国家高新技术企业所得税优惠政策，即企业所得税按15%的税率执行，发行人已向税务主管机关申请享受2018年度所得税税收优惠。基于上述所得税税收优惠对原2018年度财务报表产生差异，影响所得税费用-647.75万元，其中：影响当期所得税费用-805.83万元，递延所得税费用158.08万元，发行人采用追溯重述法更正2018年度财务数据。

上述会计差错更正对公司财务报表影响如下：

单位：万元

项目	2018年度/2018年12月31日
其他流动资产	310.34
递延所得税资产	-158.08
应交税费	-495.49
盈余公积	64.77

未分配利润	582.97
所得税费用	-647.75
归属于母公司所有者的净利润	647.75

五、税项

（一）主要税种及税率

公司适用的主要税种及其税率如下表所示：

税 种	计算依据	税 率（%）
增值税	商品销售收入、材料销售收入	17.00/16.00
城市维护建设税	应缴流转税	7.00
教育费附加	应缴流转税	3.00
地方教育费附加	应缴流转税	2.00
企业所得税	应纳税所得额	15.00/20.00/25.00
房产税	自用房屋按照房产原值的 70%	1.20
土地使用税	土地面积	1-5 元/平米
堤围防护费	商品销售收入、材料销售收入	0.0864/0.0778

报告期内，公司及下属子公司所得税税率情况如下：

纳税主体名称	2018 年度	2017 年度	2016 年度
小熊电器	15.00%	25.00%	25.00%
悦享电商	25.00%	25.00%	20.00%
小熊生活	25.00%	25.00%	25.00%
小熊厨房	25.00%	25.00%	25.00%
小熊营销	25.00%	25.00%	25.00%
艾萌电商	20.00%	25.00%	20.00%
瑞翌电商	25.00%	25.00%	20.00%
悠想电商	25.00%	20.00%	20.00%
小熊环境	25.00%	25.00%	无
小熊健康	20.00%	25.00%	无
小熊智能	25.00%	25.00%	无
珠海恒韬	25.00%	无	无
龙牌电器	25.00%	无	无

（二）税收优惠

根据财政部、国家税务总局《财政部国家税务总局关于小型微利企业所得税优惠政策的通知》（财税〔2015〕34 号）、《财政部国家税务总局关于进一步扩大小型微利企业所得税优惠政策范围的通知》（财税〔2015〕99 号）和《财政部税务总局关于扩大小型微利企业所得税优惠政策范围的通知》（财税〔2017〕

43 号)和《财政部、税务总局关于进一步扩大小型微利企业所得税优惠政策范围的通知》(财税〔2018〕77 号)规定,报告期内,2016 年度悦享电商、艾萌电商、瑞翌电商和悠想电商符合小型微利企业条件、2017 年度悠想电商符合小型微利企业条件,2018 年度艾萌电商和小熊健康均符合小型微利企业条件,其所得减按 50%计入应纳税所得额,按 20%的税率缴纳企业所得税。

2019 年 5 月 6 日发行人取得了高新技术企业证书(证书编号为 GR201844002871),有效期三年,2018 年度享受按 15%税率征收企业所得税的税收优惠。

六、经注册会计师核验的非经常性损益明细表

根据中国证监会发布的《公开发行证券的公司信息披露解释性公告第 1 号—非经常性损益(2008)》的规定,公司报告期内发生的非经常性损益明细如下表:

单位:万元

项 目	2018 年度	2017 年度	2016 年度
非流动资产处置损益	-1.95	0.47	11.30
计入当期损益的政府补助	757.83	65.11	97.73
同一控制下企业合并产生的子公司期初至合并日的当期净损益	-	-	-124.84
除同公司正常经营业务相关的有效套期保值业务外,持有交易性金融资产、交易性金融负债产生的公允价值变动损益,以及处置交易性金融资产、交易性金融负债和可供出售金融资产取得的投资收益	-	-	-
除上述各项之外的其他营业外收入和支出	-18.90	217.80	161.62
其他符合非经常性损益定义的损益项目	77.76	50.52	-4,020.46
小计	814.74	333.90	-3,874.66
所得税影响额	145.69	72.45	-119.41
少数股东权益影响额	-	-	-
合计	669.04	261.45	-3,755.26
归属于母公司股东的非经常性损益	669.04	261.45	-3,755.26
扣除非经常性损益后的净利润	17,881.14	14,394.84	10,908.84
其中:归属于母公司股东	17,881.14	14,394.84	10,908.84
归属于少数股东	-	-	-
非经常性损益占归属于母公司所有者的净利润的比例	3.61%	1.78%	-52.49%

报告期内,归属于母公司股东的非经常性损益分别为-3,755.26 万元、

261.45 万元和 669.04 万元，占各期归属于母公司所有者的净利润比例分别为 -52.49%、1.78%和 3.61%，除 2016 年度外占比较小，不构成公司盈利主要来源，整体来看对公司盈利能力的持续性和稳定性不产生影响。

七、最近一期末主要资产情况

截至 2018 年 12 月 31 日，公司资产总计 105,908.78 万元，公司主要资产如下：

（一）存货

截至 2018 年 12 月 31 日，存货构成如下表所示：

单位：万元

项目	2018 年 12 月 31 日	
	金额	占比
原材料	2,683.14	8.35%
库存商品	14,751.78	45.91%
在产品	615.94	1.92%
半成品	773.94	2.41%
发出商品	12,540.27	39.03%
委托加工物资	764.20	2.38%
存货合计	32,129.27	100.00%
存货跌价准备	797.28	-
存货账面价值合计	31,331.99	-

（二）固定资产

截至 2018 年 12 月 31 日，公司固定资产账面原值、累计折旧、账面价值及折旧年限情况如下表：

单位：万元

类 别	固定资产原值	累计折旧	账面价值	折旧年限
房屋建筑物	7,225.39	2,317.84	4,907.54	20 年
机器设备	3,862.95	1,306.75	2,556.21	3-5 年
运输设备	507.85	215.64	292.21	5 年
办公设备	915.91	581.23	334.68	3 年
生产模具	7,060.38	3,921.55	3,138.83	3-5 年
合 计	19,572.48	8,343.01	11,229.47	

截至 2018 年 12 月 31 日，公司不存在闲置固定资产，不存在固定资产账面

价值高于可收回金额的情形。

（三）对外投资

截至 2018 年 12 月 31 日，公司对外投资情况如下：

单位：万元

被投资单位名称	投资期限	初始投资额	投资比例	期末余额	会计核算方法
贝奥烘焙	2016.10至今	400.00	14.20%	1,000.00	可供出售金融资产（成本法核算）

（四）无形资产

截至 2018 年 12 月 31 日，公司无形资产原值、累计摊销、账面价值情况如下表：

单位：万元

类 别	取得方式	账面原值	累计摊销	摊余价值	摊销年限及确定依据
土地使用权	购入	21,303.48	1,355.62	19,947.86	从出让起始日起，按其出让年限平均摊销
软件	购入	192.40	126.14	66.26	按预计使用年限、合同规定的受益年限和法律规定的有效年限三者中最短者分期平均摊销
合 计	-	21,495.88	1,481.76	20,014.12	-

截至 2018 年 12 月 31 日，公司无形资产无账面价值高于可收回金额的情况，故未计提无形资产减值准备。公司无形资产不存在以评估值入账的情况。

八、最近一期末主要债项

（一）银行借款

截至 2018 年 12 月 31 日，公司短期借款金额为 0.00 万元，长期借款金额为 1,112.13 万元，具体情况参见“第十五节 其他重要事项”之“二、发行人重大合同情况”。

（二）对内部人员和关联方的负债

公司对内部人员的负债主要是应付职工薪酬，包括工资、奖金、津贴和补贴，

以及社会保险费、住房公积金。截至 2018 年 12 月 31 日，公司应付职工薪酬账面价值为 3,244.45 万元。

（三）应付账款

截至 2018 年 12 月 31 日，公司的应付账款如下表所示：

单位：万元

项目	2018 年 12 月 31 日
1 年以内	21,241.98
1-2 年	22.90
2-3 年	93.27
合计	21,358.15

公司应付账款期末余额为 21,358.15 万元，主要是应付采购及工程款。

（四）应付票据

截至 2018 年 12 月 31 日，公司的应付票据如下表所示：

单位：万元

项 目	2018 年 12 月 31 日
银行承兑汇票	21,088.77
合 计	21,088.77

（五）或有负债或逾期负债

截至 2018 年 12 月 31 日，公司无影响正常经营活动需披露的或有负债或逾期负债。

九、所有者权益

报告期内，公司所有者权益情况如下：

单位：万元

项 目	2018.12.31	2017.12.31	2016.12.31
股本	9,000.00	9,000.00	1,117.02
资本公积	6,289.95	6,289.95	4,680.84
盈余公积	1,585.93	84.38	558.51
未分配利润	29,094.97	12,046.34	5,737.29
归属于母公司股东权益小计	45,970.85	27,420.66	12,093.67
少数股东权益	-	-	-

股东权益合计	45,970.85	27,420.66	12,093.67
--------	-----------	-----------	-----------

十、现金流量

报告期内，公司现金流量情况如下：

单位：万元

项 目	2018年度	2017年度	2016年度
经营活动产生的现金流量净额	30,970.68	23,068.73	9,345.03
投资活动产生的现金流量净额	-17,130.82	-14,005.66	-4,068.84
筹资活动产生的现金流量净额	-8,693.41	729.57	-6,626.06
现金及现金等价物净增加额	5,082.78	9,797.31	-1,313.37

报告期内，公司不存在不涉及现金收支的重大投资和筹资活动。

十一、期后事项、或有事项及其他重要事项

（一）资产负债表日后事项

截至本招股意向书签署日，公司不存在需要披露的重大资产负债表日后事项。

（二）或有事项

截至本招股意向书签署日，公司无影响正常经营活动需披露的或有事项。

（三）其他重要事项

截至本招股意向书签署日，公司无影响正常经营活动需作披露的其他重大事项。

十二、报告期主要财务指标

（一）主要财务指标

主要财务指标	2018.12.31	2017.12.31	2016.12.31
流动比率（倍）	1.17	1.20	0.93
速动比率（倍）	0.63	0.60	0.39
资产负债率（母公司）	56.04%	69.25%	48.17%
归属于公司普通股股东的每股净资产（元/股）	5.11	3.05	10.83
无形资产（土地使用权除外）占净资产的比例	0.14%	0.09%	0.19%

主要财务指标	2018 年度	2017 年度	2016 年度
应收账款周转率（次）	37.26	36.82	30.99
存货周转率（次）	4.74	5.09	4.72
息税折旧摊销前利润（万元）	27,810.16	22,032.48	12,333.30
利息保障倍数（倍）	123.77	64.02	121.16
每股经营活动现金流量（元/股）	3.44	2.56	8.37
每股净现金流量（元/股）	0.56	1.09	-1.18

注：

上述财务指标的计算方法如下：

- （1）流动比率=流动资产/流动负债
- （2）速动比率=（流动资产-存货）/流动负债
- （3）资产负债率=（负债总额/资产总额）×100%（以母公司数据为基础）
- （4）每股净资产=归属于母公司所有者权益/期末股本总额
- （5）无形资产（土地使用权除外）占净资产的比例=无形资产（土地使用权除外）/净资产
- （6）应收账款周转率=主营业务收入/应收账款平均余额
- （7）存货周转率=主营业务成本/存货平均余额
- （8）息税折旧摊销前利润=合并利润总额+利息支出+计提折旧+摊销
- （9）利息保障倍数=（合并利润总额+财务费用中利息支出）/利息支出
- （10）每股经营活动现金流量=经营活动产生的现金流量净额/期末股本总额
- （11）每股净现金流量=现金及现金等价物净增加（减少）额/期末股本总额

（二）净资产收益率和每股收益

按照中国证监会《公开发行证券的公司信息披露编报规则第 9 号-净资产收益率和每股收益的计算及披露（2010 年修订）》的要求，公司报告期内加权平均计算的净资产收益率及基本每股收益和稀释每股收益如下：

计算利润	报告期间	加权平均净资产收益率	每股收益（元/股）	
			基本每股收益	稀释每股收益
归属于公司普通股股东的净利润	2018 年度	50.55%	2.06	2.06
	2017 年度	75.77%	2.30	2.30
	2016 年度	130.31%	7.08	7.08
扣除非经常性损益后归属于普通股股东的净利润	2018 年度	48.73%	1.99	1.99
	2017 年度	74.42%	2.26	2.26
	2016 年度	198.71%	10.80	10.80

注：上述指标的计算公式如下：

1、加权平均净资产收益率= $P_0 / (E_0 + NP \div 2 + E_i \times M_i \div M_0 - E_j \times M_j \div M_0 \pm E_k \times M_k \div M_0)$

其中：P₀ 分别对应于归属于公司普通股股东的净利润、扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润；NP 为归属于公司普通股股东的净利润；E₀ 为归属于公司普通股股东的期初净资产；E_i 为报告期发行新股或债转股等新增的、归属于公司普通股股东的净资产；E_j 为报告期回购或现金分红等减少的、归属于公司普通股股东的净资产；M₀ 为报告期月份数；M_i 为新增净资产次月起至报告期期末的累计月数；M_j 为减少净资产次月起至报告

期期末的累计月数； E_k 为因其他交易或事项引起的、归属于公司普通股股东的净资产增减变动； M_k 为发生其他净资产增减变动次月起至报告期期末的累计月数。

2、基本每股收益= $P_0 \div S$

$S = S_0 + S_1 + S_i \times M_i \div M_0 - S_j \times M_j \div M_0 - S_k$

其中： P_0 为归属于公司普通股股东的净利润或扣除非经常性损益后归属于普通股股东的净利润； S 为发行在外的普通股加权平均数； S_0 为期初股份总数； S_1 为报告期因公积金转增股本或股票股利分配等增加股份数； S_i 为报告期因发行新股或债转股等增加股份数； S_j 为报告期因回购等减少股份数； S_k 为报告期缩股数； M_0 报告期月份数； M_i 为增加股份次月起至报告期期末的累计月数； M_j 为减少股份次月起至报告期期末的累计月数。

3、稀释每股收益= $P_1 / (S_0 + S_1 + S_i \times M_i \div M_0 - S_j \times M_j \div M_0 - S_k + \text{认股权证、股份期权、可转换债券等增加的普通股加权平均数})$

其中， P_1 为归属于公司普通股股东的净利润或扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润，并考虑稀释性潜在普通股对其影响，按《企业会计准则》及有关规定进行调整。公司在计算稀释每股收益时，应考虑所有稀释性潜在普通股对归属于公司普通股股东的净利润或扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润和加权平均股数的影响，按照其稀释程度从大到小的顺序计入稀释每股收益，直至稀释每股收益达到最小值。

十三、历次资产评估情况

公司在整体变更为股份有限公司时，聘请广东联信资产评估土地房地产估价有限公司，以 2017 年 4 月 30 日作为基准日对公司整体资产和负债的价值进行了评估，出具“联信（证）评报字[2017]第 A0335 号”《广东小熊电器有限公司拟整体变更设立股份有限公司事宜所涉及其经审计后资产和负债资产评估报告》。

本次资产评估主要采用资产基础法进行评估。经评估，截至 2017 年 4 月 30 日小熊电器评估前账面资产总额为 22,655.41 万元，负债总额为 9,695.43 万元，净资产为 12,959.98 万元；评估后资产总额为 37,553.64 万元，负债总额为 9,695.43 万元，净资产为 27,858.21 万元，净资产评估增值 14,898.23 万元，增幅为 114.96%。此次评估目的仅作为公司股份改制时衡量企业价值的参考，没有依据评估结果进行调账。

十四、历次验资情况

验资情况详见本招股意向书之“第五节 发行人基本情况”之“四、发行人历次验资情况和发起人投入资产的计量属性”之“（一）历次验资情况”。

第十一节 管理层讨论与分析

一、财务状况分析

（一）资产状况分析

1、资产构成分析

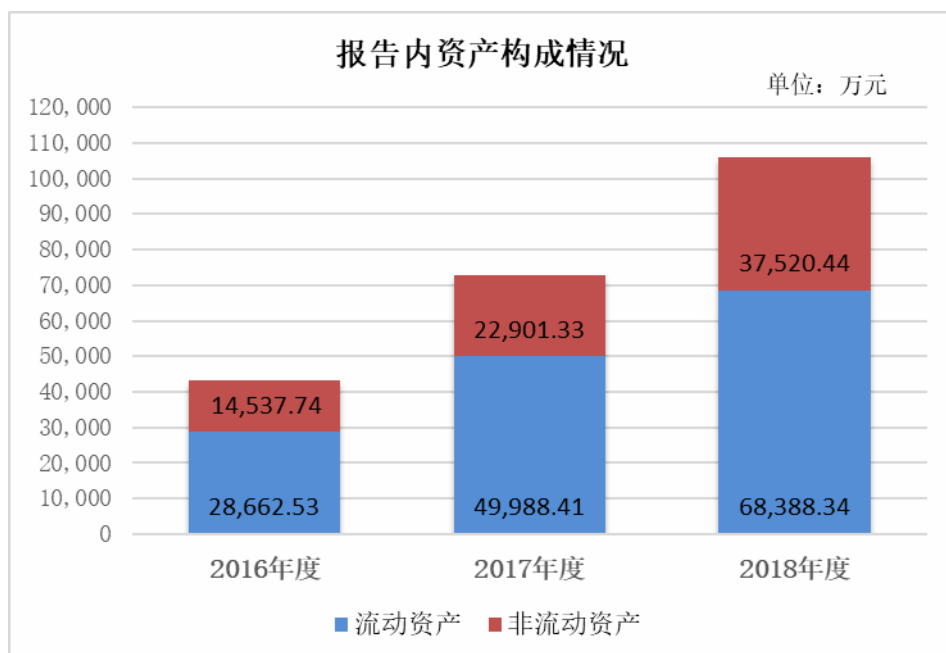
报告期各期末，公司资产结构如下：

单位：万元

项 目	2018.12.31		2017.12.31		2016.12.31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
流动资产	68,388.34	64.57%	49,988.41	68.58%	28,662.53	66.35%
非流动资产	37,520.44	35.43%	22,901.33	31.42%	14,537.74	33.65%
资产总计	105,908.78	100%	72,889.74	100%	43,200.27	100%

报告期内，公司资产总额分别为 43,200.27 万元、72,889.74 万元和 105,908.78 万元，公司资产规模逐年增长。公司流动资产占资产总额比重分别为 66.35%、68.58%和 64.57%，主要由货币资金、应收票据及应收账款、存货和其他流动资产组成。非流动资产占总资产比重分别为 33.65%、31.42%和 35.43%，以固定资产和无形资产为主。

报告期内，公司资产构成及变动情况如下图所示：



报告期内，公司资产总额呈快速增长态势，2017 年末较 2016 年末增加 29,689.47 万元，增幅 68.73%，2018 年末较 2017 年末增加 33,019.04 万元，增幅 45.30%，主要原因是：

第一，公司经营稳定、产品竞争力优势明显，主营业务收入持续增长，净利润增加，期末未分配利润增加；

第二，报告期内，公司业务规模持续增长，公司品牌影响力和信誉逐渐提高，经营活动产生的现金流量净额增加，货币资金随之增加，同时随着业务规模的扩大，公司固定资产、在建工程 and 无形资产投入增加。

2、流动资产构成分析

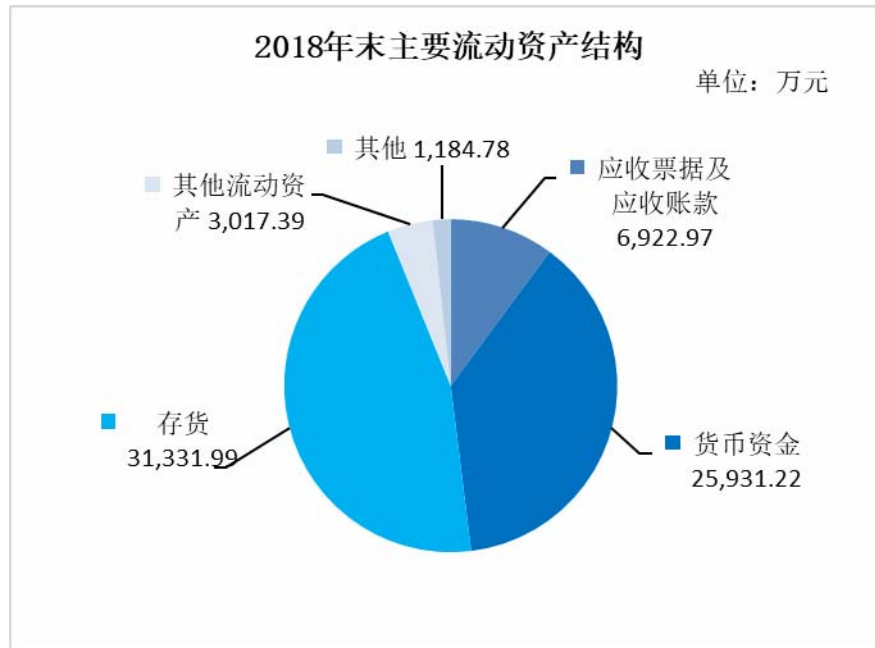
报告期各期末，公司流动资产结构如下：

单位：万元

项 目	2018.12.31		2017.12.31		2016.12.31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
货币资金	25,931.22	37.92%	15,798.67	31.60%	3,836.26	13.38%
应收票据及应收账款	6,922.97	10.12%	3,798.62	7.60%	5,145.13	17.95%
预付款项	883.47	1.29%	1,168.58	2.34%	853.67	2.98%
其他应收款	301.31	0.44%	464.38	0.93%	541.83	1.89%
存货	31,331.99	45.81%	25,065.14	50.14%	16,595.16	57.90%
其他流动资产	3,017.39	4.41%	3,693.02	7.39%	1,690.48	5.90%
流动资产合计	68,388.34	100.00%	49,988.41	100%	28,662.53	100%

报告期内，公司流动资产主要包括存货、货币资金、应收票据及应收账款和其他流动资产，报告期各期末上述资产合计占流动资产比重分别为 95.13%、96.73%和 98.27%。随着公司生产规模的扩张，2016 年末-2018 年末公司流动资产呈上升趋势。

截至 2018 年 12 月 31 日，公司流动资产构成情况如下图所示：



(1) 货币资金

报告期各期末，公司货币资金构成情况如下：

单位：万元

项目	2018.12.31		2017.12.31		2016.12.31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
库存现金	0.00	0.00%	4.83	0.03%	31.50	0.82%
银行存款	16,556.92	63.85%	12,087.06	76.51%	2,577.58	67.19%
其他货币资金	9,374.29	36.15%	3,706.78	23.46%	1,227.17	31.99%
合计	25,931.22	100.00%	15,798.67	100%	3,836.26	100%

公司货币资金包括库存现金、银行存款和其他货币资金。报告期内，货币资金占流动资产的比例分别为 13.38%、31.60%和 37.92%。

2017 年末，公司货币资金余额为 15,798.67 万元，较上年末增加 11,962.41 万元，增幅 311.82%，2018 年末，公司货币资金余额为 25,931.22 万元，较上年末增加 10,132.55 万元，增幅 64.14%，主要原因是：随着公司品牌影响力和信誉的提高，更多的供应商接受应付票据付款方式，公司应付票据金额较上年末分别增加 8,170.00 万元和 12,018.77 万元，导致经营活动产生的现金流量净额增加，货币资金相应增加。

报告期各期末，公司使用受限的货币资金分别为 463.10 万元、2,628.20 万元和 7,677.96 万元，主要为银行承兑汇票保证金、电费保证金和支付宝保证金。公司其他货币资金增长较快，主要是随着公司生产规模扩大，公司通过应付票据

支付货款的金额增加，应付票据的保证金增加。

（2）应收票据及应收账款

报告期内，发行人应收票据及应收账款的明细如下：

单位：万元

项目	2018.12.31	2017.12.31	2016.12.31
应收票据	100.00	294.19	179.59
应收账款	6,822.97	3,504.42	4,965.54
合计	6,922.97	3,798.62	5,145.13

①应收票据

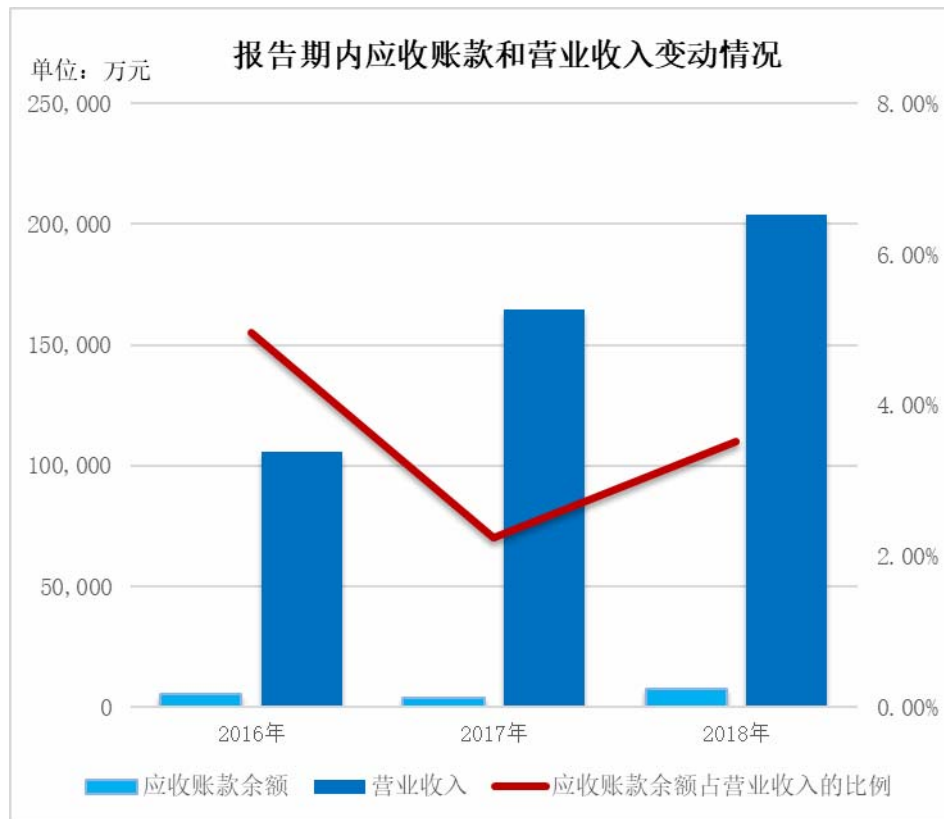
报告期各期末，公司应收票据余额分别为 179.59 万元、294.19 万元和 100.00 万元，应收票据金额较小且均为银行承兑汇票。截至 2018 年 12 月 31 日，公司已经背书尚未到期的应收票据金额为 1,386.13 万元，无用于质押和贴现的应收票据，无因出票人未履约而将其转为应收账款的票据。

②应收账款

a、应收账款基本情况

公司应收账款主要是应收客户货款。报告期内，公司应收账款账面价值分别为 4,965.54 万元、3,504.42 万元和 6,822.97 万元，占流动资产比例分别为 17.32%、7.01%和 9.98%，占总资产比例分别为 11.49%、4.81%和 6.44%。

报告期各期内，公司应收账款与营业收入的变动趋势如下图所示：



b、应收账款金额变动原因分析

报告期各期末，公司应收账款余额与营业收入情况对比如下：

单位：万元

项目	2018年末/2018年度		2017年末/2017年度		2016年末/2016年度
	金额	增长率	金额	增长率	金额
应收账款余额	7,194.73	94.97%	3,690.20	-29.40%	5,226.90
营业收入	204,103.51	23.96%	164,653.36	56.17%	105,430.41
占营业收入比例	3.53%		2.24%		4.96%

报告期内，公司应收账款余额增长率分别为-29.40%和 94.97%，2017 年度和 2018 年度营业收入同期增长率分别为 56.17%和 23.96%，应收账款余额占营业收入的比例分别为 4.96%、2.24%和 3.53%，占比较小。

2017 年末应收账款余额比 2016 年末降低 1,536.70 万元，降幅为 29.40%，主要原因是：本年度持续加强应收账款管理，应收账款回款较好。

2018 年末应收账款余额比 2017 年末增加 3,504.53 万元，增幅 94.97%的主要原因是：公司与京东约定的应收账款付款日为 2018 年 12 月 30 日，为非工作日，该笔款项于 2019 年 1 月 4 日收回，导致 2018 年末京东的应收账款较去年增加 3,535.87 万元。

c、应收账款明细情况

报告期内，应收账款按种类计提坏账准备如下：

单位：万元

类别	2018 年 12 月 31 日				
	账面余额		坏账准备		账面价值
	金额	比例 (%)	金额	计提比例 (%)	
单项金额重大并单项计提坏账准备的应收账款	-	-	-	-	-
按信用风险特征组合计提坏账准备的应收账款	7,194.73	100.00	371.77	5.17	6,822.97
单项金额不重大但单项计提坏账准备的应收账款	-	-	-	-	-
合计	7,194.73	100.00	371.77	5.17	6,822.97
类别	2017 年 12 月 31 日				
	账面余额		坏账准备		账面价值
	金额	比例 (%)	金额	计提比例 (%)	
单项金额重大并单项计提坏账准备的应收账款	-	-	-	-	-
按信用风险特征组合计提坏账准备的应收账款	3,690.20	100.00	185.78	5.03	3,504.42
单项金额不重大但单项计提坏账准备的应收账款	-	-	-	-	-
合计	3,690.20	100.00	185.78	5.03	3,504.42
类别	2016 年 12 月 31 日				
	账面余额		坏账准备		账面价值
	金额	比例 (%)	金额	计提比例 (%)	
单项金额重大并单项计提坏账准备的应收账款	-	-	-	-	-
按信用风险特征组合计提坏账准备的应收账款	5,226.90	100.00	261.36	5.00	4,965.54
单项金额不重大但单项计提坏账准备的应收账款	-	-	-	-	-
合计	5,226.90	100.00	261.36	5.00	4,965.54

报告期内，应收账款按账龄分析法计提坏账准备如下：

单位：万元

项目	2018.12.31		2017.12.31		2016.12.31	
	账面余额	坏账	账面	坏账	账面	坏账

		准备	余额	准备	余额	准备
1 年以内	7,130.57	356.53	3,681.75	184.09	5,226.78	261.34
1-2 年	56.15	11.23	8.45	1.69	0.13	0.03
2-3 年	8.02	4.01	-	-	-	-
合计	7,194.73	371.77	3,690.20	185.78	5,226.90	261.36

从应收账款账龄来看，报告期内公司 1 年以内应收账款比例较高，占应收账款余额比例分别为 99.99%、99.77%和 99.11%，公司应收账款账龄较短，无法回收风险小。报告期内公司实际核销的应收账款分别为 2.85 万元、115.52 万元和 26.42 万元，金额较小。

d、应收账款前五名情况

报告期各期末，公司应收账款前五名情况如下：

单位：万元

2018.12.31			
序号	客户名称	金额	占应收账款余额的比例
1	北京京东世纪贸易有限公司	3,535.87	49.15%
2	苏宁易购集团股份有限公司苏宁采购中心	1,376.75	19.14%
3	唯品会（中国）有限公司	774.71	10.77%
4	上海寻梦信息技术有限公司	122.20	1.70%
5	UP Global Sourcing UK (Ltd)	120.83	1.68%
合计		5,930.36	82.44%
2017.12.31			
序号	客户名称	金额	占应收账款余额的比例
1	苏宁易购集团股份有限公司苏宁采购中心	1,823.98	49.43%
2	唯品会（中国）有限公司	653.81	17.72%
3	平安健康互联网股份有限公司上海分公司	201.76	5.47%
4	上海智奥一号店信息技术有限公司	178.90	4.85%
5	BLACK&DECKER DO BRASIL LTDA	160.83	4.36%
合计		3,019.29	81.83%
2016.12.31			
序号	客户名称	金额	占应收账款余额的比例
1	北京京东世纪贸易有限公司	2,526.69	48.34%
2	唯品会（中国）有限公司	550.10	10.52%
3	苏宁易购集团股份有限公司苏宁采购中心	455.63	8.72%
4	广东哥登网络科技有限公司	381.60	7.30%
5	纽海信息技术（上海）有限公司	117.64	2.25%
合 计		4,031.65	77.13%

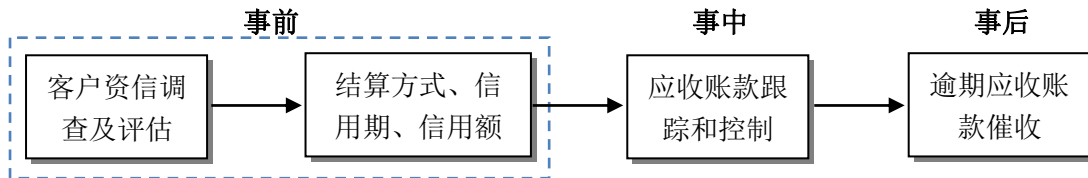
注：苏宁云商集团股份有限公司苏宁采购中心已更名为苏宁易购集团股份有限公司苏宁采购中心，佛山市顺德区哥登电器有限公司已更名为广东哥登网络科技有限公司。

应收账款前五名客户中无持有公司 5%以上股份的股东。报告期各期末，前五名客户应收账款余额占应收账款的比例分别为 77.13%、81.83%和 82.44%，上述客户均为公司重点客户，与公司合作时间较长，合作以来信誉良好，发生坏账可能性较小。

e、公司应收账款管理政策

公司制定了严格的应收账款管理制度，对客户资信风险进行评级并设定授信额度和信用期限，指定专人对客户的账龄和授信额度进行动态跟踪；建立了专项清欠管理和应收账款回收责任制，将应收款项的回收与各业务部门的绩效考核及其奖惩挂钩。

公司建立了有效的“事前信用政策审批，事中应收账款跟踪和控制，事后逾期应收账款催收”的监控体系，具体情况如下：



f、应收账款周转能力分析

报告期内，公司应收账款周转率如下：

财务指标	2018 年度	2017 年度	2016 年度
应收账款周转率（次）	37.26	36.82	30.99

报告期内，公司应收账款周转率分别为 30.99 次、36.82 次和 37.26 次，周转情况良好。

g、公司与同行业可比上市公司应收账款周转能力对比情况

公司应收账款周转指标与同行业可比上市公司比较情况如下：

单位：次

企业名称	2018 年度	2017 年度	2016 年度
美的集团	14.07	15.54	13.35
九阳股份	54.66	67.80	84.03

苏泊尔	11.43	11.11	10.78
天际股份	7.22	8.88	11.38
新宝股份	8.79	10.93	9.85
平均值	19.23	22.85	25.88
公司	37.26	36.82	30.99

注：数据来源于 wind 资讯。

报告期内，公司应收账款周转率水平高于同行业上市公司平均水平，主要原因是：公司以线上销售为主，电商平台入仓销售模式的各电商平台分别按照合同结算条款执行，其他经销客户的结算方式以款到发货为主，应收账款余额较小，应收账款周转率较高。

h、各销售模式下的应收账款余额情况，应收账款产生的原因，是否符合发行人的信用政策和内部控制制度，是否存在放宽信用政策促进销售的情形

发行人的收入确认时点、信用政策如下表：

销售模式	收入确认时点	信用政策
线上经销 自发货	货物已经发出并经线上经销商签收确认或者交付给客户指定的物流公司后确认收入	一般情况下款到发货，特殊情况下在返利额度之内给予临时信用额度
线上经销 代发	在发货后 10 天,消费者收到货物或系统默认收货，且公司收到货款时确认收入	消费者确认收货或系统默认收货后，公司与经销商通过支付宝自动分账分别收取货款。
电商平台 入仓	根据合同约定的对账时间，收到电商平台的确认清单核对无误后确认收入	对账并收到发票后在约定期限内付款
线下经销	在货物已经发出并经客户签收确认或者交付给客户指定的物流公司后确认收入	一般情况下款到发货，特殊情况下在返利额度之内给予临时信用额度
线上直销	在发货后 10 天,消费者收到货物或系统默认收货，且公司收到货款时确认收入	消费者确认收货或系统默认收货后，款项即时从第三方支付平台结算至公司账户；但“拼多多砍价助力免单业务”除外，具体详见本题目“应收账款产生的原因”说明。
出口销售	货物已经发出并报关，在装运港口装运并取得已装船的提单或货运运单时确认收入	多种结算方式，主要是预付一定比例定金，余款于出货前支付或货物到目的港前 7 天支付或收取信用证。

各销售模式下的应收账款余额情况如下表：

单位：万元

销售模式	2018 年 12 月 31 日	2017 年 12 月 31 日	2016 年 12 月 31 日
线上经销	424.92	293.91	1,011.40
电商平台入仓	6,014.97	2,858.45	3,736.88
线下经销	132.41	106.57	83.26
线上直销	128.13	34.38	88.86
出口销售	494.30	396.89	306.50

合计	7,194.73	3,690.20	5,226.90
----	----------	----------	----------

根据公司的销售政策，公司应收账款主要来自电商平台入仓销售模式和出口销售。具体说明如下：

电商平台入仓模式下，公司根据合同约定的对账时间，收到电商平台的确认清单核对无误后确认收入时产生应收账款，电商平台于收到发票一定工作日后结算。

出口销售模式下，在货物已经发出并报关，在装运港口装运并取得已装船的提单或货运运单时确认收入同时产生应收账款，余款于出货前支付或货物到目的港前 7 天支付或收取信用证。

经销商一般执行先款后货的收款政策，但在大型节假日等特殊情况下，公司会对线上经销商在未兑现的返利额度内给予临时授信，则产生应收账款。

线上直销模式下公司于收款后确认收入，一般情况下不产生应收账款，但部分平台存在一些对账结算的业务，例如“拼多多砍价助力免单业务”，公司在拼多多平台上参加免单活动，消费者通过“砍价”方式在拼多多平台以优惠价购买公司产品，拼多多依据砍价金额和公司核对账目，公司收到结算单核对无误后确认收入，故产生应收账款，该部分业务销售金额小。

公司信用额度统一在 IMS 系统进行审批和设置，经销商的固定授信为零，当经销商新建档案时，根据销售合同在 IMS 系统设置客户的信用额度为零，当客户没有货款余额时，系统禁止向经销商发货；若经销商申请临时信用额度，由业务部门做出信用评估后在 IMS 系统提交“信用额度申请”，信用申请的内容包含客户名称，申请信用的金额，授信的起止时间等，按照《分权手册》的要求审批后，系统将自动增加客户的发货额度，信用申请的时间到期时，系统自动终止客户的授信，销售财务会计会及时通知业务部门追收客户欠款。

一般在大型节假日等特殊情况下，公司会对线上经销商给予临时授信，临时授信额度一般不高于其尚未抵扣的返利金额，由于返利一般在年度末结算，且公司规定了每次销售返利使用的比例，故会有一定额度的尚未抵扣返利。经销商申请临时信用额度，公司在根据当期应付返利金额审批其临时信用额度，不属于放宽信用政策的范围。

公司或关联方不存在为经销商融资提供担保情况，亦不存在给予经销商买方信贷支持或其他利益安排的情形。

(3) 预付款项

公司预付款项情况如下：

单位：万元

账龄	2018.12.31		2017.12.31		2016.12.31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
1 年以内	808.46	91.51%	1,162.58	99.49%	852.40	99.85%
1 年以上	75.01	8.49%	6.00	0.51%	1.26	0.15%
合 计	883.47	100.00%	1,168.58	100.00%	853.67	100.00%

公司预付款项主要为预付生产模具采购款、电费保证金、原材料采购款等。

报告期各期末，公司预付款项余额分别为 853.67 万元、1,168.58 万元和 883.47 万元，占流动资产的比例分别为 2.98%、2.34%和 1.29%，且账龄基本为 1 年以内。

2017 年末预付款项比 2016 年末增加 314.92 万元，增幅 36.89%，主要为本年度新增预付广东电网有限责任公司佛山供电局的电费保证金 193.39 万元，同时本年度营业收入较上年增加 59,222.95 万元，预付生产模具采购款和原材料采购款也相应增加。

2018 年末预付款项比 2017 年末减少 285.11 万元，降幅 24.40%的主要原因：上年末预付的广东电网有限责任公司佛山供电局的电费保证金 193.39 万元已抵扣电费。

截至 2018 年 12 月 31 日，预付款项余额中无预付持公司 5%（含 5%）以上表决权股份的股东单位款项。预付款项前五名合计 411.03 万元，占预付款项账面余额的 46.53%，具体情况如下表所示：

单位：万元

序号	单位名称	金额	与公司关系	年限	占预付款项 账面余额的 比例（%）
1	东莞市晔森塑胶模具有限公司	149.27	非关联方	1 年以内	16.90
2	东莞市丰瑞模具有限公司	71.76	非关联方	1 年以内	8.12
3	广东西江电梯有限公司	71.27	非关联方	1 年以内	8.07
4	东莞市雉北精密模具塑胶有限公司	64.47	非关联方	1 年以内	7.30

5	重庆京东海嘉电子商务有限公司	54.27	非关联方	1年以内	6.14
合计		411.03			46.53

(4) 其他应收款

公司其他应收款主要为租赁押金、质保金等。报告期内，公司其他应收款期末账面价值分别为 541.83 万元、464.38 万元和 301.31 万元，具体明细如下：

单位：万元

项目	2018.12.31	2017.12.31	2016.12.31
应收利息	-	-	-
应收股利	-	-	-
其他应收款	301.31	464.38	541.83
合计	301.31	464.38	541.83

报告期内，公司其他应收款按账龄分析法计提坏账准备如下：

单位：万元

项 目	2018.12.31		2017.12.31		2016.12.31	
	账面余额	坏账准备	账面余额	坏账准备	账面余额	坏账准备
1年以内	221.51	11.08	310.02	15.50	370.07	18.50
1至2年	14.93	2.99	183.86	36.77	214.17	42.83
2至3年	157.86	78.93	45.56	22.78	37.85	18.92
3年以上	36.73	36.73	14.51	14.51	33.79	33.79
合 计	431.03	129.72	553.94	89.56	655.88	114.05

报告期末单项金额不重大但单项计提坏账准备情况如下：公司应收佛山市晨宇印染机械有限公司 24.87 万元，因终止合作预计无法收回而全额计提坏账准备。

2017 年末其他应收款余额比 2016 年末减少 101.94 万元，降幅 15.54%，主要原因是本年末员工备用金减少 38.55 万元。

2018 年末其他应收款余额比 2017 年末减少 98.04 万元，降幅 17.70%，主要原因是：2017 年末重复扣款的 46.93 万元社保费退回，同时龙牌电器本年度成为公司的全资子公司，去年应收的 38.35 万元因合并抵消减少，上述综合因素导致其他应收款减少。

截至 2018 年 12 月 31 日，其他应收款前五名情况如下表所示：

单位：万元

序号	单位名称	金额	账龄	占总额的比例（%）
----	------	----	----	-----------

1	广东宏的投资有限公司	136.35	2-3 年	29.91
2	北京市磐华律师事务所	100.00	1 年以内	21.93
3	北京京东世纪贸易有限公司	60.00	4 年以内	13.16
4	佛山市晨宇印染机械有限公司	24.87	3 年以内	5.45
5	王艳珍	15.00	1 年以内	3.29
合计		336.22	-	73.74

截至 2018 年 12 月末，公司其他应收款不存在持有公司 5%（含 5%）以上表决权股份的股东单位及其他关联方的欠款。

（5）存货

①存货构成分析

公司存货随生产经营规模的扩大逐年增长。报告期各期末，公司存货账面价值分别为 16,595.16 万元、25,065.14 万元和 31,331.99 万元，占流动资产的比例分别为 57.90%、50.14%和 45.81%。报告期各期末，公司存货账面价值构成情况如下：

单位：万元

项目	2018.12.31		2017.12.31		2016.12.31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
原材料	2,683.14	8.35%	2,959.46	11.45%	2,143.51	12.42%
库存商品	14,751.78	45.91%	12,290.16	47.56%	6,619.95	38.36%
在产品	615.94	1.92%	745.61	2.89%	598.85	3.47%
半成品	773.94	2.41%	811.16	3.14%	526.45	3.05%
发出商品	12,540.27	39.03%	8,680.23	33.59%	6,732.71	39.01%
委托加工物资	764.20	2.38%	353.69	1.37%	636.49	3.69%
存货合计	32,129.27	100.00%	25,840.30	100%	17,257.95	100%
存货跌价准备	797.28	-	775.16	-	662.79	-
存货账面价值合计	31,331.99	-	25,065.14	-	16,595.16	-
流动资产合计	68,388.34	-	49,988.41	-	28,662.53	-
存货净额占流动资产比重	-	45.81%	-	50.14%	-	57.90%

公司对于产品备货的总体原则为：一般采用“预测销售量+安全库存”的存货管理模式，安全库存每月会滚动进行调整，根据产品类型及销售淡旺季的不同，一般设置在 20-30 天左右。

公司存货结构中，库存商品和发出商品金额较大，两者合计占存货总额比例较高，分别为 77.37%、81.15%和 84.94%，主要原因是：公司的主要产品为创意

小家电，且以线上销售为主，网络销售促销活动主要是双十一、双十二，因此第四季度为全年销售的旺季，加上次年的年货节，公司需提前从 10 月份开始持续储备库存直至 12 月底，以避免销售旺季出货延迟的风险，且公司电商平台入仓销售模式从发货到对账的周期长；同时，还需准备适当的安全库存以满足生产经营的需求；上述因素共同导致库存商品和发出商品金额较大，占比较高。

②存货变动情况分析

报告期各期末，公司存货具体变动情况如下：

单位：万元

项目	2018.12.31		2017.12.31		2016.12.31
	金额	增长率	金额	增长率	金额
原材料	2,683.14	-9.34%	2,959.46	38.07%	2,143.51
库存商品	14,751.78	20.03%	12,290.16	85.65%	6,619.95
在产品	615.94	-17.39%	745.61	24.51%	598.85
半成品	773.94	-4.59%	811.16	54.08%	526.45
发出商品	12,540.27	44.47%	8,680.23	28.93%	6,732.71
委托加工物资	764.20	116.06%	353.69	-44.43%	636.49
存货合计	32,129.27	24.34%	25,840.30	49.73%	17,257.95

a、原材料

公司产品所需的原材料种类较多，主要为塑料原料、五金制品、电机、陶瓷、玻璃、电子电器和包材等。报告期各期末，公司原材料金额分别为 2,143.51 万元、2,959.46 万元和 2,683.14 万元，占存货总额的比重分别为 12.42%、11.45% 和 8.35%。

为保证公司生产的连续性，根据各类原材料的采购特点，公司在保持一定数量库存原材料的同时，要求上游供应商快速响应公司需求，故原材料占存货的比例较低。

公司原材料 2017 年末较 2016 年末，增加 815.95 万元，增幅 38.07%，主要是随公司生产规模的扩大而增加，2017 年营业收入较上年增加 59,222.95 万元，增幅为 56.17%。2018 年末较 2017 年末减少 276.32 万元，降幅 9.34%，主要原因是：因市场需求的增加，2018 年 11-12 月锅煲类产品产量 116.14 万台，较去年同期产量 54.00 万台提高 115.07%，超过预计的生产计划，而锅煲类产品的主要原材料为陶瓷，导致期末陶瓷库存减少 335.82 万元。

b、库存商品

报告期各期末，公司库存商品余额分别为 6,619.95 万元、12,290.16 万元和 14,751.78 万元，占存货总额的比例分别为 38.36%、47.56%和 45.91%。

2017 年末较 2016 年末增加 5,670.21 万元，增幅 85.65%的主要原因是：报告期内，公司销售规模不断扩大，2017 年度营业收入较上年同期增加 59,222.95 万元，库存商品金额随之增加。

2018 年末较 2017 年末增加 2,461.62 万元，增幅 20.03%，主要原因是：公司销售规模不断扩大，2018 年度营业收入较上年同期增加 39,450.15 万元，库存商品金额随之增加。

c、在产品

报告期各期末，公司在产品金额分别为 598.85 万元、745.61 万元和 615.94 万元，占存货总额的比例分别为 3.47%、2.89%和 1.92%，占比较小。

d、半成品

公司半成品主要是注塑件、五金组件、陶瓷玻璃组件等。报告期各期末，公司半成品金额分别为 526.45 万元、811.16 万元和 773.94 万元，占存货总额的比例分别为 3.05%、3.14%和 2.41%，占比较小。2017 年末较 2016 年末公司半成品金额增加 284.71 万元，增幅 54.08%，主要是半成品随收入规模扩大而增加。2018 年末较 2017 年末公司半成品金额减少 37.22 万元，降幅 4.59%，波动较小。

e、发出商品

报告期各期末，公司发出商品金额分别为 6,732.71 万元、8,680.23 万元和 12,540.27 万元，占存货总额的比例分别为 39.01%、33.59%和 39.03%。

公司发出商品 2017 年末较 2016 年末增加 1,947.51 万元，增幅 28.93%，主要原因是：2017 年度电商平台入仓销售模式营业收入较上年增加 13,925.14 万元，导致期末发出商品增加。2018 年末较 2017 年末增加 3,860.05 万元，增幅 44.47%，主要原因是：2018 年 11 月和 12 月公司产品在京东自营店铺的成交金额合计为 23,355.55 万元，较上年同比增长 113.56%，导致 2018 年末京东发出商品较上年增加 4,580.18 万元。

f、委托加工物资

报告期各期末，公司委托加工物资金额分别为 636.49 万元、353.69 万元和 764.20 万元，占存货总额的比例分别为 3.69%、1.37%和 2.38%。公司委托加工物资占比较小，委托加工物资的增减主要是公司结合市场需求和公司产能，协调安排委外加工生产所致。

③发行人各类存货数量、金额增长和存货结构的合理性

A、库存商品和发出商品变动原因和合理性分析

报告期内，发行人库存商品的数量、金额及增长情况如下：

单位：万元、万台

产品分类	2018 年末			2017 年末			2016 年末	
	数量	金额	金额增长率	数量	金额	金额增长率	数量	金额
厨房小家电	166.56	10,962.10	3.06%	178.28	10,636.49	103.72%	94.51	5,221.16
生活小家电	48.20	3,418.78	147.02%	20.26	1,383.99	0.53%	23.12	1,376.69
其他小家电及其他	112.51	370.90	37.53%	90.05	269.68	1120.10%	0.93	22.10
合 计	327.27	14,751.78	20.03%	288.59	12,290.16	85.65%	118.56	6,619.95

报告期各期末，公司库存商品账面原值分别为 6,619.95 万元、12,290.16 万元和 14,751.78 万元，占存货总额的比例分别为 38.36%、47.56%和 45.91%。

报告期内，发行人发出商品的数量、金额情况如下：

单位：万元、万台

产品分类	2018 年末			2017 年末			2016 年末	
	数量	金额	金额增长率	数量	金额	金额增长率	数量	金额
厨房小家电	149.88	9,354.47	45.98%	85.38	6,408.05	28.27%	85.97	4,995.70
生活小家电	53.38	3,137.89	40.05%	34.75	2,240.57	29.49%	28.42	1,730.32
其他小家电及其他	8.53	47.92	51.60%	18.53	31.61	372.30%	2.55	6.69
合 计	211.80	12,540.27	44.47%	138.66	8,680.23	28.93%	116.93	6,732.71

报告期各期末，公司发出商品金额分别为 6,732.71 万元、8,680.23 万元和 12,540.27 万元，占存货总额的比例分别为 39.01%、33.59%和 39.03%。

公司库存商品、发出商品和公司备货原则、订单覆盖率等相匹配，具体分析如下：

a、备货情况

报告期内各期末，库存商品和发出商品与对应产品营业成本比例如下表：

单位：万元

项目	2018 年末/2018 年度	2017 年末/2017 年度	2016 年末/2016 年度
期初期末平均余额	24,131.22	17,161.52	11,939.55
主营业务成本（含外购成品）	137,336.24	109,728.23	69,170.13
占比	17.57%	15.64%	17.26%
对应销售周期（月）	2.11	1.88	2.07

报告期内，公司产品主要通过线上销售渠道进行销售，一般根据预测未来的市场需求量进行生产备货。公司对于产品备货的总体原则为：除“双十一”、“年货节”等销售高峰期之前提前 1-2 个月备货外，一般采用“预测销售量+安全库存”的存货管理模式，安全库存每月会进行调整，报告期各期末库存商品主要为根据未来一段期间预测的销售量提前进行的备货。

报告期内，公司库存商品和发出商品的销售周期为 2.07 个月、1.88 个月和 2.11 个月，与公司的备货政策基本相符，公司报告期内各期末库存商品及发出商品库存水平具有合理性。

b、订单覆盖率

公司发出商品为按照实际订单发货，故订单支持率均为 100%，报告期内，公司发出商品订单支持率情况如下表：

单位：万元

项目	2018 年末	2017 年末	2016 年末
发出商品订单对应成本金额	12,540.27	8,680.23	6,732.71
发出商品期末余额	12,540.27	8,680.23	6,732.71
发出商品订单支持率	100.00%	100.00%	100.00%

公司根据预测订单进行生产，期末存货除发出商品外，大部分都没有当月订单支持，故选取期末未出库订单及后一个月的订单来估算期末的存货的合理性，

公司库存商品订单支持率情况如下：

单位：万元

项目	2018 年末	2017 年末	2016 年末
期末未出库订单及后一个月订单对应成本金额	9,626.24	9,729.39	5,394.45
库存商品	14,751.78	12,290.16	6,619.95
库存商品订单支持率	65.25%	79.16%	81.49%

假设期末未出库订单及期后一个月订单优先对应库存商品，将公司期末库存情况与期末未出库订单及期后一个月订单进行匹配后得出库存商品订单支持率。报告期内，公司库存商品订单支持率分别为 81.49%、79.16%和 65.25%，公司产品品类繁多，目前在售产品 400 款以上，每款产品都要预留一定库存，且型号越多销售预测难度越高，整体来看公司期末库存商品储备合理。

B、原材料变动原因及合理性分析

委托加工物资与原材料性质相同，故合并一起分析，报告期内，发行人原材料和委托加工物资的数量、金额及增长情况如下：

类别	2018 年末			2017 年末			2016 年末	
	数量	金额（万元）	金额增长率	数量	金额（万元）	金额增长率	数量	金额（万元）
塑料原料（kg）	553,144.50	597.94	-1.70%	481,363.40	608.27	236.23%	146,690.36	180.91
五金制品（万件）	2,029.45	363.94	20.99%	1,704.64	300.80	-22.82%	2,115.90	389.74
电子电器（万件）	820.22	857.48	3.73%	283.82	826.65	-2.56%	311.57	848.39
陶瓷、玻璃（万件）	65.78	370.49	-48.42%	136.17	718.32	81.67%	81.79	395.40
其他	-	493.29	-2.40%	-	505.42	53.59%	-	329.07
小计	-	2,683.14	-9.34%	-	2,959.46	38.07%	-	2,143.51
委托加工物资	-	764.20	116.06%	-	353.69	-44.43%	-	636.49
合计	-	3,447.34	4.05%	-	3,313.15	19.18%	-	2,780.00

注：其他和委托加工物资的单位有 kg、万件，故未统计其数量

公司产品所需的原材料种类较多，主要为塑料原料、五金制品、电机、陶瓷、玻璃、电子电器和包材等。报告期各期末，公司原材料金额分别为 2,143.51 万元、2,959.46 万元和 2,683.14 万元，占存货总额的比重分别为 12.42%、11.45%和 8.35%。报告期各期末，公司委托加工物资金额分别为 636.49 万元、353.69

万元和 764.20 万元，占存货总额的比例分别为 3.69%、1.37%和 2.38%。公司委托加工物资占比较小。

公司原材料和公司备货原则、订单覆盖率等相匹配，具体分析如下：

a、备货情况

公司原材料采购主要采取“以产定购”的模式。根据不同业务模式需求以及不同原材料特点，结合生产计划的需求，公司会确定不同原材料的库存水平，并结合原材料采购周期进行采购与储备，公司原材料备货周期最长的是塑料原料，备货周期是 15 天，其他产品平均备货周期在 10 天以内。

报告期内各期末，公司原材料（包含委托加工物资）账面余额与公司营业成本中直接材料金额比例如下所示：

单位：万元

项目	2018 年末/2018 年度	2017 年末/2017 年度	2016 年末/2016 年度
期初期末原材料账面余额平均值	3,380.25	3,046.58	1,875.44
营业成本中直接材料金额	103,743.84	83,368.50	49,862.21
占比	3.26%	3.65%	3.76%
对应原材料备货周期（天）	11.73	13.16	13.54

注：由于委托加工物资主要是原材料，故委托加工作为原材料合并计算

公司通常需要在库存中保有用于满足对应时间生产销售的原材料库存量，报告期内发行人原材料对应备货周期为 13.54 天、13.16 天和 11.73 天，公司报告期内各期末原材料库存水平具有合理性。

b、订单覆盖率

原材料的订单支持率选取的是期末未执行订单（少量）及期后一个月的订单，期末库存商品未对应的订单对应原材料、委托加工物资、在产品和半成品的消耗。

报告期内，公司直接材料（包含委托加工物资）及在产品和半成品订单支持率情况如下表：

单位：万元

项目	2018 年末	2017 年末	2016 年末
原材料占主营成本比①	75.25%	75.66%	71.62%
期末未出库订单及期后一个月订单对应成本金额②	6,269.11	5,830.68	3,780.01

估算所需原材料价值=①×②	4,717.65	4,411.49	2,707.24
公司直接材料（含委托加工物资）及在产品 and 半成品期末余额	4,837.22	4,869.92	3,905.29
直接材料（含委托加工物资）及在产品 and 半成品订单支持率	97.53%	90.59%	69.32%

注：公司委托加工物资、在产品 and 半成品主要是原材料，且金额较小，故与原材料一同计算订单支持率

C、在产品 and 半成品

公司在在产品 and 半成品的数量和金额如下：

产品分类	2018 年末			2017 年末			2016 年末	
	数量（万台）	金额（万元）	金额增长率	数量（万台）	金额（万元）	金额增长率	数量（万台）	金额（万元）
在产品	1,892.46	615.94	-17.39%	23,836.40	745.61	24.51%	549.65	598.85
半成品	1,207.21	773.94	-4.59%	1,184.14	811.16	54.08%	1,079.93	526.45

报告期各期末，公司在产品金额分别为 598.85 万元、745.61 万元和 615.94 万元，占存货总额的比例分别为 3.47%、2.89%和 1.92%，占比较小。报告期各期末，公司半成品金额分别为 526.45 万元、811.16 万元和 773.94 万元，占存货总额的比例分别为 3.05%、3.14%和 2.41%，占比较小。

公司半成品和在产品主要是生产过程中已进入生产线但尚未制造完成的在产品，金额相对较小。在生产所需材料备好的情况下，公司小家电产品生产周期大约为 3-5 天。

报告期内各期末，公司半成品和在产品账面余额与公司营业成本比例如下所示：

单位：万元

项目	2018 年末/2018 年度	2017 年末/2017 年度	2016 年末/2016 年度
期初期末半成品和在产品账面余额平均值	1,473.32	1,341.03	840.36
营业成本扣除外购成品成本	125,070.18	98,638.26	60,769.53
占比	1.18%	1.36%	1.38%
对应生产周期（天）	4.24	4.89	4.98

结合上述公司主要生产产品的生产周期，公司报告期内各期末半成品和在产品库存水平具有合理性。

④京东商城各期末库存量的变化情况及周转情况

发行人对京东商城的销售模式是：①京东商城向公司下订单，公司将商品发往京东商城仓库，公司根据合同约定的时间与京东商城对账并结算；②消费者在京东商城下单，京东商城将产品快递给消费者并收款。

发行人对京东商城的收入确认原则是：公司收到京东商城的结算单核对无误后确认收入。公司与京东的结算规则：1) 公司交付产品，京东验收入库 45 天或 50 天（2016 年为 45 天，2017 年和 2018 年为 50 天）后，京东开始和公司结算；2) 对于公司产品，京东可以无理由退货。京东无理由退货主要系销售退货，形成原因主要为京东商城对消费者承诺的 7 天无理由退货。京东收到公司产品后用于其平台销售（时间一般为一个月左右），京东平台消费者退回的产品会及时退货给公司，导致对账结算前会产生一定数量的退货，即京东商城虽为无理由退货，但在对账结算时公司对京东商城销售数量和金额基本可以确定，京东销售退货该退回的已基本退回，公司收到京东商城结算单核对无误后确认收入符合企业会计准则规定。

发行人京东商城发出商品产生的原因是：公司发货后尚未到合同约定的结算账期，尚未与京东商城对账结算。因此，相关存货所有权上的主要风险和报酬尚未转移给京东商城，发行人京东商城发出商品所有权属于公司。

京东商城各期末库存量的变化情况及周转情况如下：

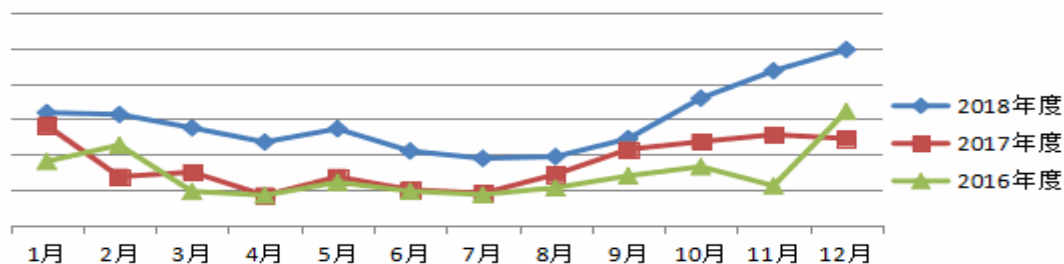
项目	2018 年 12 月 31 日/2018 年度		2017 年 12 月 31 日/2017 年度		2016 年 12 月 31 日/2016 年度
	库存金额	增长比例	库存金额	增长比例	库存金额
京东商城(万元)	9,519.76	48.90%	6,393.60	16.96%	5,466.62
周转天数(天)	92.17		83.02		86.29

报告期各期末京东商城发出商品为 5,466.62 万元、6,393.60 万元、9,519.76 万元，期末发出商品金额随着收入的增长而增长。

公司京东商城期末库存周转天数大于结算天数，主要原因是：①京东会对公司一段时间内的送货进行分次对账结算；②各期末处于销售旺季，销量较大，发出商品相对当年其他月份较大导致周转天数较高。

报告期内各月京东商城发出商品波动情况如下：

京东发出商品



根据各月京东商城平均发出商品余额计算的 2016-2018 年的库存周转天数分别为 53.65 天、49.14 天和 66.64 天，较为合理。

综上，期末库存金额与公司收入变动相匹配，京东商城库存周转情况是符合公司与京东实际的结算规则的，电商入仓模式下商品入仓结算是真实、准确的。

⑤存货周转率分析

报告期内，公司存货周转率如下：

财务指标	2018 年度	2017 年度	2016 年度
存货周转率（次）	4.74	5.09	4.72

报告期内，公司存货周转率分别为 4.72 次、5.09 次和 4.74 次，报告期各期存货周转率较为稳定。

报告期，公司存货周转能力与同行业可比上市公司比较情况如下：

企业名称	2018 年度	2017 年度	2016 年度
美的集团	6.37	8.01	8.87
九阳股份	8.77	10.50	10.40
苏泊尔	5.43	5.15	5.31
天际股份	3.71	3.99	3.90
新宝股份	6.10	6.70	6.55
平均值	6.08	6.87	7.01
公司	4.74	5.09	4.72

注：数据来源于 wind 资讯。

与同行业可比上市公司相比，公司存货周转率与天际股份和苏泊尔相近，低于行业平均水平，主要原因为：公司主要以线上销售为主，且第四季度为销售旺季，公司为满足线上销售第四季度及次年春节推出的促销活动，需在年末进行备货，且公司电商平台入仓销售模式从发货对账的周期长，导致期末存货余额较大，存货周转率低于行业平均水平。

(6) 其他流动资产

报告期各期末，公司其他流动资产分别为 1,690.48 万元、3,693.02 万元和 3,017.39 万元。其他流动资产 2017 年末较上年末增加 2,002.53 万元，增幅 118.46%的主要原因是随着生产规模的扩大，公司采购金额增加，期末待抵扣进项税额增加。其他流动资产 2018 年末较上年末减少 675.63 万元，降幅 18.29%，主要因为本年度增值税进项税发票认证较及时，待认证的进项税额减少，导致本年度待抵扣进项税额减少 921.47 万元。

其他流动资产具体情况如下：

单位：万元

企业名称	2018 年末	2017 年末	2016 年末
待扣进项税额	1,856.70	2,778.17	1,664.87
待退回税费	321.11	329.94	25.61
待摊销广告费	441.46	584.91	-
上市费用	398.11	-	-
合计	3,017.39	3,693.02	1,690.48

3、非流动资产分析

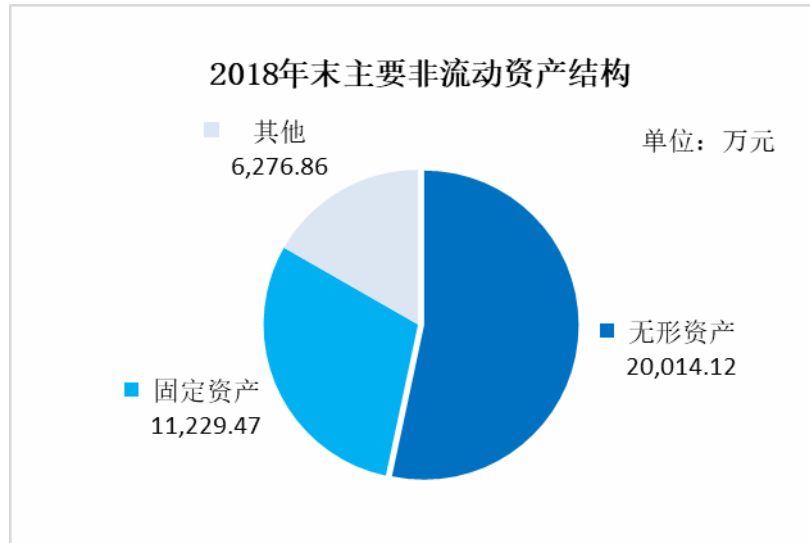
报告期内，公司非流动资产构成情况如下：

单位：万元

项目	2018.12.31		2017.12.31		2016.12.31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
可供出售金融资产	1,000.00	2.67%	1,000.00	4.37%	400.00	2.75%
长期股权投资	-	-	-	-	-	-
固定资产	11,229.47	29.93%	6,186.70	27.01%	4,137.31	28.46%
在建工程	3,125.05	8.33%	331.27	1.45%	0.00	0.00%
无形资产	20,014.12	53.34%	13,328.35	58.20%	8,965.09	61.67%
长期待摊费用	814.75	2.17%	691.99	3.02%	216.98	1.49%
递延所得税资产	1,167.70	3.11%	1,363.02	5.95%	818.37	5.63%
其他非流动资产	169.35	0.45%	-	-	-	-
非流动资产合计	37,520.44	100.00%	22,901.33	100%	14,537.74	100%

公司非流动资产主要以固定资产和无形资产为主，报告期各期末二者合计占非流动资产比重分别为 90.13%、85.21%和 83.27%。

截至报告期末，公司非流动资产构成如下：



(1) 可供出售金融资产

报告期各期末，公司可供出售金融资产账面价值分别为 400.00 万元、1,000.00 万元和 1,000.00 万元，占公司非流动资产的比重分别为 2.75%、4.37% 和 2.67%，公司的可供出售金融资产主要是持有广东顺德贝奥烘焙管理有限公司 14.20%的股权，2016 年 10 月初始投资额为 400.00 万元，2017 年投资 600.00 万元。

(2) 固定资产

报告期内，发行人固定资产构成如下：

单位：万元

项目	2018.12.31	2017.12.31	2016.12.31
固定资产	11,229.47	6,186.70	4,137.31
固定资产清理	-	-	-
合计	11,229.47	6,186.70	4,137.31

公司固定资产主要包括生产所需的房屋建筑物、机器设备、运输设备、办公设备及生产模具等，具体构成情况如下：

单位：万元

项目	2018.12.31		2017.12.31		2016.12.31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
房屋建筑物	4,907.54	43.70%	1,414.55	22.86%	1,508.63	36.46%
机器设备	2,556.21	22.76%	2,106.06	34.04%	730.69	17.66%
运输设备	292.21	2.60%	340.37	5.50%	359.14	8.68%

办公设备	334.68	2.98%	233.19	3.77%	184.75	4.47%
生产模具	3,138.83	27.95%	2,092.52	33.82%	1,354.09	32.73%
合计	11,229.47	100%	6,186.70	100%	4,137.31	100%

报告期各期末，公司固定资产账面价值分别为 4,137.31 万元、6,186.70 万元和 11,229.47 万元，呈逐年增长趋势，占公司非流动资产的比重分别为 28.46%、27.01%和 29.93%。

固定资产 2017 年末较 2016 年末增加 2,049.39 万元，增幅 49.53%。主要原因是：公司生产规模扩大，机器设备账面价值增加 1,375.37 万元，生产模具账面价值增加 738.43 万元。

固定资产 2018 年末较 2017 年末增加 5,042.77 万元，增幅 81.51%。主要原因是：公司收购珠海桓韬，其子公司龙牌电器名下的厂房使合并报表房屋建筑物增加 3,492.99 万元；随着公司生产规模的扩大，公司机器设备和生产模具较上年增加 1,496.45 万元。

截至报告期末，公司固定资产账面原值、累计折旧、账面价值及成新率情况如下表：

单位：万元

类 别	固定资产原值	累计折旧	账面价值	成新率
房屋建筑物	7,225.39	2,317.84	4,907.54	67.92%
机器设备	3,862.95	1,306.75	2,556.21	66.17%
运输设备	507.85	215.64	292.21	57.54%
办公设备	915.91	581.23	334.68	36.54%
生产模具	7,060.38	3,921.55	3,138.83	44.46%
合 计	19,572.48	8,343.01	11,229.47	57.37%

截至报告期末，公司不存在闲置固定资产，也不存在固定资产账面价值高于可收回金额的情形。

(3) 在建工程

报告期内，发行人在建工程构成如下：

单位：万元

项目	2018.12.31	2017.12.31	2016.12.31
在建工程	3,125.05	331.27	-
工程物资	-	-	-
合计	3,125.05	331.27	-

报告期内，公司在建工程期末账面价值分别为 0 万元、331.27 万元和 3,125.05 万元，占非流动资产的比例分别为 0%、1.45%和 8.33%。2017 年末和 2018 年末公司的在建工程主要是部分募投项目先行实施。

截至 2018 年末，公司在建工程明细如下：

工程名称	金额（万元）
小熊电器创意小家电生产建设（均安）项目-土建	2,143.11
小熊电器创意小家电生产建设（均安）项目-待安装设备	31.20
环境电器待安装设备	16.80
小熊电器智能小家电制造基地项目-土建	761.16
小熊电器创意小家电生产建设（大良五沙）项目-土建	172.79
合 计	3,125.05

截至报告期末，公司在建工程无账面价值高于可收回金额的情形，无需计提在建工程减值准备。

（4）无形资产

公司无形资产包括土地使用权和软件。报告期内，公司无形资产期末账面价值分别为 8,965.09 万元、13,328.35 万元和 20,014.12 万元，占非流动资产的比例分别为 61.67%、58.20%和 53.34%。

公司无形资产构成情况如下：

单位：万元

项目	2018.12.31		2017.12.31		2016.12.31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
土地使用权	19,947.86	99.67%	13,304.61	99.82%	8,941.75	99.74%
软件	66.26	0.33%	23.74	0.18%	23.34	0.26%
合计	20,014.12	100.00%	13,328.35	100%	8,965.09	100%

2017 年末无形资产较上年末增加了 4,363.26 万元，主要是小熊智能 2017 年购买的勒流厂区土地金额为 4,601.01 万元。2018 年末无形资产较上年末增加了 6,685.77 万元，主要原因是公司收购珠海恒韬，其子公司龙牌电器名下的土地使用权使合并报表土地使用权增加 6,643.25 万元。报告期内，公司无内部研发形成的无形资产。

截至报告期末，公司无形资产无账面价值高于可收回金额的情况。

（5）长期待摊费用

公司长期待摊费用主要为自有房屋装修费和租赁房屋的修缮改造支出等费用支出。报告期内，公司长期待摊费用期末账面价值分别为 216.98 万元、691.99 万元和 814.75 万元，占非流动资产的比例分别为 1.49%、3.02%和 2.17%，公司长期待摊费用 2017 年末较 2016 年末增加 475.01 万元，增幅 218.92%的主要原因是小熊电器租赁龙牌电器厂房和小熊环境租赁红岗厂房的修缮改造支出增加；2018 年末较上年末增加 122.76 万元，增幅 17.74%的主要原因是：本年度对小熊电器厂房办公楼装修及增加消防环保设施，同时对 ERP 系统进行优化。

（6）递延所得税资产

公司递延所得税资产主要由计提资产减值准备、预提经销商返利等形成。报告期各期末，公司递延所得税资产分别为 818.37 万元、1,363.02 万元和 1,167.70 万元。公司递延所得税资产 2017 年末较上年年末增加 544.65 万元，增幅 66.55%，主要原因是公司销售规模增长，且经销商年度任务完成率较高，预提经销商返利相应增加。公司递延所得税资产 2018 年末较上年末减少 195.32 万元，降幅 14.33%，主要原因是本年度经销商销售任务完成情况不及预期，导致预提经销商返利较上年减少。公司递延所得税资产具体构成情况如下：

单位：万元

项 目	2018.12.31		2017.12.31		2016.12.31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
资产减值准备	221.00	18.93%	247.59	18.16%	338.50	41.36%
预提经销商返利	517.71	44.34%	799.75	58.67%	289.94	35.43%
预计负债（产品质量保证金）	51.66	4.42%	54.03	3.96%	43.72	5.34%
可抵扣亏损	-	-	-	-	36.22	4.43%
未实现内部交易损益	377.32	32.31%	261.65	19.20%	109.99	13.44%
合计	1,167.70	100.00%	1,363.02	100%	818.37	100%

（7）其他非流动资产

报告期各期末，公司其他非流动资产分别为 0 万元、0 万元和 169.35 万元。公司其他非流动资产 2018 年末较上年末增加 169.35 万元，主要是小熊电器信息化建设项目购入的软件尚未达到预计可使用状态。

4、主要资产减值准备提取情况

报告期内，公司主要资产减值准备提取情况如下：

单位：万元

项 目	2018.12.31	2017.12.31	2016.12.31
坏账准备	526.35	275.34	375.42
存货跌价准备	797.28	775.16	662.79
固定资产减值准备	-	-	344.03
合 计	1,323.64	1,050.50	1,382.24

公司已按《企业会计准则》的规定制定了计提资产减值准备的会计政策，该政策符合稳健性和公允性的要求；报告期内，公司已按上述会计政策足额计提了相应的减值准备，各项资产减值准备情况与资产的实际情况相符，不存在利用资产减值准备调节利润的情况，不存在影响公司持续经营能力的情况。

（二）负债状况分析

1、负债构成分析

报告期各期末，公司负债结构情况如下：

单位：万元

项 目	2018. 12. 31		2017.12.31		2016.12.31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
流动负债	58,579.48	97.73%	41,678.98	91.66%	30,931.72	99.44%
非流动负债	1,358.46	2.27%	3,790.10	8.34%	174.89	0.56%
负债合计	59,937.93	100.00%	45,469.08	100%	31,106.61	100%

报告期内，公司负债以流动负债为主，非流动负债规模较小。报告期各期末，公司流动负债占负债总额的比例分别为 99.44%、91.66%和 97.73%，主要由应付票据、应付账款、应交税费和其他应付款组成；非流动负债主要是长期借款和预计负债，占比较小。

2、流动负债分析

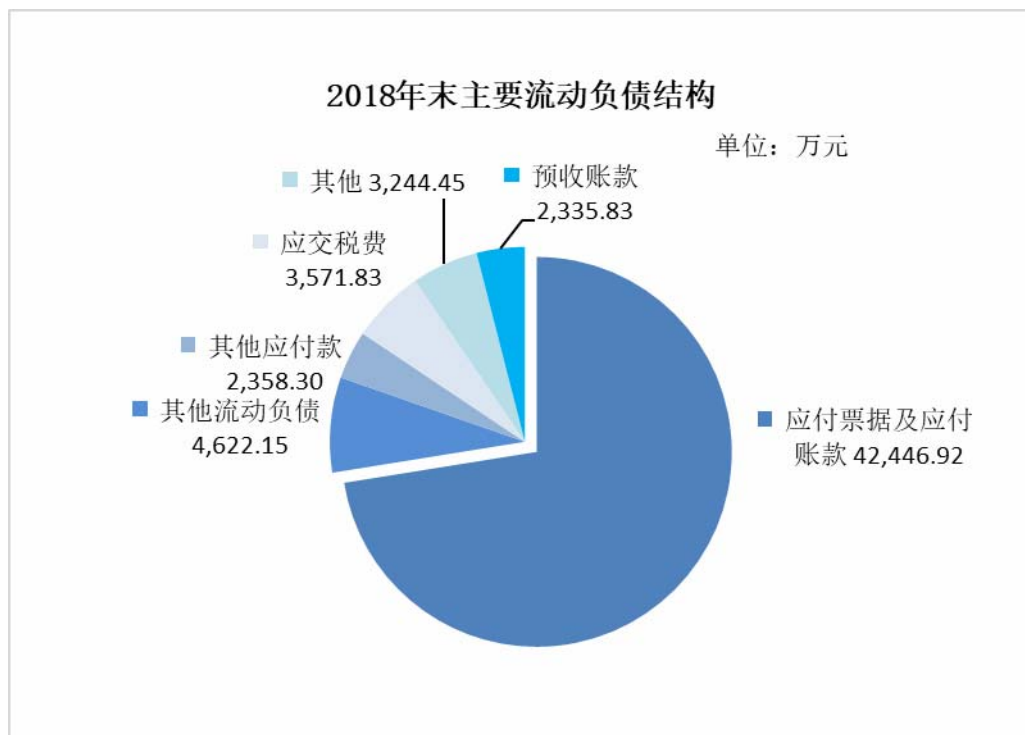
报告期各期末，公司流动负债构成情况如下表：

单位：万元

项 目	2018.12.31		2017.12.31		2016.12.31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
短期借款	-	-	-	-	700.00	2.26%
应付票据及应付账款	42,446.92	72.46%	24,800.32	59.50%	18,188.57	58.80%
预收款项	2,335.83	3.99%	2,070.11	4.97%	1,260.83	4.08%
应付职工薪酬	3,244.45	5.54%	2,584.99	6.20%	1,498.55	4.84%

应交税费	3,571.83	6.10%	3,720.16	8.93%	4,218.64	13.64%
其他应付款	2,358.30	4.03%	1,324.12	3.18%	898.37	2.90%
一年内到期的非流动负债	-	-	587.50	1.41%	-	-
其他流动负债	4,622.15	7.89%	6,591.78	15.82%	4,166.76	13.47%
流动负债合计	58,579.48	100.00%	41,678.98	100%	30,931.72	100%

报告期内，公司流动负债主要为应付票据及应付账款、预收款项、其他应付款、应交税费和其他流动负债。截至报告期末，公司流动负债的结构如下：



(1) 短期借款

公司短期借款主要为向银行借入的款项，主要用于满足公司流动资金需求。报告期内，公司短期借款余额分别为 700.00 万元、0 万元和 0 万元，主要为抵押借款，占流动负债的比重为 2.26%、0.00%和 0.00%。

报告期内，公司不存在银行贷款本金或利息逾期支付的情形，公司信用记录良好。

(2) 应付票据及应付账款

报告期内，发行人应付票据及应付账款的明细如下：

单位：万元

项目	2018.12.31	2017.12.31	2016.12.31
应付票据	21,088.77	9,070.00	900.00
应付账款	21,358.15	15,730.32	17,288.57
合计	42,446.92	24,800.32	18,188.57

①应付票据

公司应付票据主要用于支付原材料采购款。报告期内，公司应付票据期末余额分别为 900.00 万元、9,070.00 万元和 21,088.77 万元，2016 年末-2018 年末呈逐年快速增长趋势，主要原因是：随着公司销售规模扩大，原材料采购金额快速上升，且由于公司信誉良好，供应商对银行承兑汇票付款接受程度逐渐提高，带动应付票据增加。报告期内，公司应付票据均为银行承兑汇票，不存在到期未支付情形。

②应付账款

公司应付账款主要为应付原材料采购款和购买长期资产款项。报告期各期末，公司应付账款余额分别为 17,288.57 万元、15,730.32 万元和 21,358.15 万元，占流动负债的比重分别为 55.89%、37.74%和 36.46%。

2017 年末较 2016 年末减少 1,558.25 万元，降幅 9.01%，主要原因是：上年末应付佛山市顺德区人民法院的五沙房产及土地拍卖款 5,669.60 万元已完成支付；扣除厂房拍卖款影响，公司应付账款较上年实际增长 4,111.35 万元，主要原因是：2017 年度营业收入为 164,653.36 万元，较同期增加 59,222.95 万元，增幅为 56.17%，随着营业收入增长期末应付原材料采购款相应增加。

2018 年末较 2017 年末增加 5,627.83 万元，增幅 35.78%的主要原因是：公司营业收入从 2017 年度的 164,653.36 万元增长至 2018 年度的 204,103.51 万元，增幅 23.96%，原材料采购金额随业绩提高而增加，应付账款相应增加。

报告期内各期末，应付账款的账龄情况如下：

单位：万元

项目	2018.12.31	2017.12.31	2016.12.31
1 年以内	21,241.98	15,605.60	17,273.49
1-2 年	22.90	109.64	15.08
2-3 年	93.27	15.08	-
合 计	21,358.15	15,730.32	17,288.57

截至报告期末，公司应付账款前五名情况如下表：

单位：万元

序号	名称	金额	占应付账款总额比例
1	佛山市汉毅电子技术有限公司	826.80	3.87%
2	深圳市长锦成电器有限公司	646.18	3.03%
3	中山市君创电子科技有限公司	560.76	2.63%
4	佛山市柏利莱电器有限公司	549.34	2.57%
5	佛山市泰欣电子有限公司	489.68	2.29%
合 计		3,072.76	14.39%

截至报告期末，公司应付账款中无欠持公司 5%（含 5%）以上表决权的股东单位及其他关联方的款项。

（3）预收款项

公司预收款项主要是客户预付的货款。报告期各期末，公司预收款项金额分别为 1,260.83 万元、2,070.11 万元和 2,335.83 万元，占流动负债比例为 4.08%、4.97%和 3.99%。公司预收款项 2017 年末较上年增加 809.28 万元，增幅为 64.19%，2018 年末较上年增加 265.72 万元，增幅为 12.84%，主要原因是：随营业收入增长，公司预收客户的款项增加。

报告期内各期末，预收款项的账龄情况如下：

单位：万元

项 目	2018.12.31	2017.12.31	2016.12.31
1 年以内	2,328.21	2,064.28	1,244.67
1-2 年	7.62	5.83	16.17
合 计	2,335.83	2,070.11	1,260.83

截至报告期末，公司预收款项前五名情况如下表：

单位：万元

序号	名称	金额	占预收款项总额比例
1	济南科来信息技术有限公司	115.20	4.93%
2	NAMYANG KITCHEN FLOWER CO.,LTD	92.31	3.95%
3	广东易积网络股份有限公司	83.54	3.58%
4	广东顺德思遥电子商务有限公司	64.35	2.75%
5	邯郸市淘气猴电器有限公司	56.93	2.44%
合 计		412.33	17.65%

截至报告期末，公司不存在持有公司 5%（含 5%）以上表决权的股东单位的

预收款项。

(4) 应付职工薪酬

报告期各期末，公司应付职工薪酬余额分别为 1,498.55 万元、2,584.99 万元和 3,244.45 万元。公司员工薪酬包括员工工资和奖金、社会保险费、职工福利费和住房公积金等。

公司应付职工薪酬 2017 年末较 2016 年末增加 1,086.44 万元，增幅 72.50%。主要原因是：一是 2017 年度公司营业收入增加 59,222.95 万元，增幅 56.17%；二是同期末员工增加 751 人，增幅为 49.08%，同时人均薪酬有所增加。

公司应付职工薪酬 2018 年末较 2017 年末增加 659.46 万元，增幅 25.51%。主要原因是：一是 2018 年度公司营业收入增加 39,450.15 万元，增幅 23.96%；二是同期末员工增加 283 人，增幅为 12.41%，同时人均薪酬有所增加。

(5) 应交税费

报告期内，公司应交税费主要为应缴增值税和企业所得税，期末余额分别为 4,218.64 万元、3,720.16 万元和 3,571.83 万元。

报告期各期末，应交税费构成如下：

单位：万元

税种	2018.12.31	2017.12.31	2016.12.31
增值税	2,064.22	943.77	1,828.46
企业所得税	1,287.60	2,629.25	2,006.16
个人所得税	3.77	19.45	156.06
城市维护建设税	113.48	64.71	132.11
房产税	2.40	2.24	1.10
教育费附加	48.63	27.73	56.62
地方教育费附加	32.42	18.49	37.75
印花税	19.29	14.53	0.38
环境保护税	0.02	-	-
合计	3,571.83	3,720.16	4,218.64

应交税费 2017 年末较 2016 年末减少 498.47 万元，降幅 11.82%。主要原因是：2017 年末留抵进项税较上年增加，导致当期已缴增值税增加，应缴增值税减少 884.70 万元。

应交税费 2018 年末较 2017 年末减少 148.33 万元，降幅 3.99%，主要原因

是：本年度销售收入增加，而本年度实际预缴的增值税较上年减少，从而导致应交增值税较上年增加 1,120.46 万元；同时，本年度高新技术企业资格复审通过，所得税税率按 15% 缴纳，以及公司加大研发投入，研发费用加计扣除金额增加，从而导致本年度应交企业所得税减少 1,341.65 万元。

（6）其他应付款

报告期内，发行人其他应付款构成如下：

单位：万元

项目	2018.12.31	2017.12.31	2016.12.31
应付利息	-	-	-
应付股利	-	-	-
其他应付款	2,358.30	1,324.12	898.37
合计	2,358.30	1,324.12	898.37

报告期末，公司无应付利息和应付股利，其他应付款期末余额分别为 898.37 万元、1,324.12 万元和 2,358.30 万元，主要为供应商质量保证金和经销商合作质保金。

公司其他应付款 2017 年末较 2016 年末增加 425.75 万元，增幅 47.39%。主要原因是：随着公司销售规模的增加，收取的供应商质量保证金和经销商合作质保金增加 312.43 万元。

公司其他应付款 2018 年末较 2017 年末增加 1,034.18 万元，增幅 78.10%。主要原因是：公司加强供应商管理，梳理供应商的保证金缴纳情况，根据上一年度的采购金额，计算保证金的缴纳金额，带动本年供应商保证金增加；同时，本年度保证金政策调整，达到保证金缴纳标准的供应商增加，从而导致本年供应商保证金增加。

报告期各期末，其他应付款构成情况如下：

单位：万元

款项性质	2018.12.31	2017.12.31	2016.12.31
供应商质量保证金	1,800.51	610.57	557.66
经销商合作保证金	420.16	564.08	304.56
代扣代缴水电费、餐费等	26.86	94.76	4.08
押金	38.27	28.49	15.00
其他	72.50	26.21	17.07
合计	2,358.30	1,324.12	898.37

截至报告期末，公司其他应付款无欠持公司 5%（含 5%）以上股份的股东单位及其他关联方的款项。

（7）一年内到期的非流动负债

报告期内，公司一年到期的非流动负债期末余额分别为 0 万元、587.50 万元和 0 万元，2017 年末一年内到期非流动负债主要是一年内到期的长期借款，2018 年末一年到期的非流动负债较上年末减少 587.50 万元，主要是公司相应的长期借款已经偿还。

（8）其他流动负债

①其他流动负债波动分析

公司其他流动负债主要为预提经销商返利、预提毛利保护、运费及仓储费和广告及市场推广费等。报告期内，公司其他流动负债期末余额分别为 4,166.76 万元、6,591.78 万元和 4,622.15 万元，构成情况如下：

单位：万元

项目	2018.12.31	2017.12.31	2016.12.31
预提经销商返利	2,294.91	3,199.01	1,159.76
预提毛利保护	252.94	791.56	1,141.54
运费及仓储费	1,040.99	1,454.95	949.64
广告及市场推广费	856.11	982.60	648.85
其他	177.20	163.66	266.98
合计	4,622.15	6,591.78	4,166.76

公司其他流动负债 2017 年末较 2016 年末增加 2,425.01 万元，增幅 58.20%。主要原因是：随着公司经营规模扩大，本年度销售情况较好，较多的经销商完成了年初制定的年度销售目标，预提经销商返利较上期增加 2,039.25 万元。

公司其他流动负债 2018 年末较 2017 年末减少 1,969.63 万元，降幅 29.88%。主要原因是：①本年度经销商销售任务完成情况不及预期，导致预提经销商返利较上年减少 904.09 万元；②2017 年度，京东商城与公司约定，部分品类产品如在京东商城年度销售收入未达到一定规模，则应调高毛利保护比例，2017 年度公司未达到约定销售规模，因此年末根据约定，京东毛利保护计提比例提高，导致 2017 年度补提毛利保护 365.35 万元；而 2018 年无上述约定，预提毛利保护较上年减少 538.62 万元；③公司引进新的物流供应商，优化并降低了运输费的

单位成本，导致 2018 年度运费及仓储费较 2017 年度下降 413.96 万元。

②其他流动负债科目核算的各项费用的具体性质、发生的原因和主要交易对象

其他流动负债科目核算的各项费用的具体性质、发生的原因和主要交易对象如下：

项目	具体性质	发生的原因	主要交易对象	
预提经销商返利	公司按照与经销商的合同约定预先提取但尚未支付的返利，在销售发票中直接扣减	按照合同约定，经销商的返利在年度合同结束且对账后兑现，一般年度返利在第二年上半年进行兑现，但属于公司应承担的现时义务	签订销售合同并约定给予返利的经销商，主要为线上经销、线下经销渠道的客户	
预提毛利保护	公司按照与平台的合同约定承诺给予平台的利润保证金额，平台在当月或次月货款中以账扣方式扣收	年底对于应结的 12 月份毛利保护，属于公司应承担的现实义务，故公司予以预提并冲减当年度主营业务收入。	京东自营	
运费及仓储费	公司在经营过程中发生的干线运输费，快递费及仓储服务费，按照与物流及仓储管理供应商的对账进行结算并支付，在账务处理中计入销售费用	公司与物流及仓储供应商采取账期结算方式付款，报告期各期末，公司尚未与供应商结算的干线运输费、快递费及仓储服务费用，属于公司应承担的现实义务，因此对此部分费用进行预提	仓储服务	佛山天仁威通物流设备有限公司 阜南县王家坝淮粤物流有限公司
			仓储服务及干线物流	江海区黑哥搬运队 上海今日合理储运有限公司
			干线物流	佛山市存真物流有限公司 佛山市远博物流有限公司 江门宝新物流有限公司 广东顺德路吉物流有限公司 中山市德华物流有限公司 佛山市顺德区程希物流有限公司
				佛山顺丰速运有限公司 佛山市顺德区中睿通快递有限公司 佛山市顺德区捷派速递有限公司 佛山市顺德区韵达速递服务有限公司 中国邮政集团公司佛山市顺德区分公司 中国邮政速递物流股份有限公司佛山市分公司
广告及市场推广费	公司在经营过程中为品牌宣传或产品促销	公司当期完成广告制作并投放市场，项目已经完	广州市麦天广告有限公司 广州网道营销广告有限公司	

	推广而投入的费用，在账务处理中计入销售费用	成，但费用尚未支付，属于公司应承担的现实义务，故对此部分费用进行预提	东莞市圣采实业有限公司
			广州集和品牌管理顾问股份有限公司
			佛山市顺德区纯映文化传播有限公司
			下厨房（天津）科技有限公司
			重庆京东海嘉电子商务有限公司

3、非流动负债分析

公司非流动负债为长期借款、预计负债和递延所得税负债，报告期内，公司长期借款余额分别为 0 万元、3,573.96 万元和 1,112.13 万元。2017 年末，公司 3,573.96 万元长期借款主要是用于支付购买五沙房产及土地的拍卖款。2018 年末公司长期借款减少 2,461.83 万元，主要是本年偿还的本息金额；具体情况参见本招股意向书“第十五节 其他重要事项”之“二、发行人重大合同情况”之“（一）授信合同、借款合同、担保合同”。

报告期内，公司预计负债期末余额分别为 174.89 万元、216.14 万元和 246.32 万元，主要是按照与客户签订的销售合同中质量保证金条款予以计提。

报告期内，公司递延所得税负债期末余额分别为 0 万元、0 万元和 1,948.41 万元，主要是 2018 年度非同一控制下企业合并收购珠海恒韬及其子公司龙牌电器，购买日可辨认净资产公允价值变动确认递延所得税负债及后续摊销结转所致。

综合以上分析，公司管理层认为：公司秉持稳健财务政策，资产负债率保持在合理水平。报告期内公司负债增长较快，主要为业务的快速发展导致应付供应商货款增加，负债增长速度与公司业务及营业收入增长速度吻合。

（三）偿债能力分析

报告期内，公司主要偿债能力指标如下：

项 目	2018 年 12 月 31 日	2017 年 12 月 31 日	2016 年 12 月 31 日
流动比率（倍）	1.17	1.20	0.93
速动比率（倍）	0.63	0.60	0.39
资产负债率（母公司）	56.04%	69.25%	48.17%
项 目	2018 年度	2017 年度	2016 年度
息税折旧摊销前利润（万元）	27,810.16	22,032.48	12,333.30
利息保障倍数（倍）	123.77	64.02	121.16

每股经营活动现金流量 (元/股)	3.44	2.56	8.37
---------------------	------	------	------

公司流动比率、速动比率稳定，资产负债率（母公司）处于合理区间，利息保障倍数高，银行资信状况良好，具有较强、稳定的偿债能力。

1、盈利能力强

报告期内，公司实现的息税折旧摊销前利润和经营性现金净流量随公司经营业绩增长而增长。报告期内，公司经营活动产生的现金流量净额分别为 9,345.03 万元、23,068.73 万元和 30,970.68 万元；息税折旧摊销前利润分别为 12,333.30 万元、22,032.48 万元和 27,810.16 万元，公司利润有较强的现金流支持，收益质量较高。

报告期内，公司利息保障倍数保持较高水平，分别达到 121.16 倍、64.02 倍和 123.77 倍，能够保障公司如期偿还到期债务。

2、短期偿债能力分析

报告期内，公司流动比率分别为 0.93 倍、1.20 倍和 1.17 倍，2017 年末和 2018 年末均大于 1，短期偿债能力良好。

公司速动比率分别为 0.39 倍、0.60 倍和 0.63 倍。公司速动比率较低，主要原因是公司年末集中备货导致应付账款和应付票据上升，年末速动比率处于较低水平。

截至报告期末，公司短期借款为 0 万元；公司应付票据 21,088.77 万元，其中 7,577.65 万元有货币资金保证金做担保；公司应付账款 21,358.15 万元，均处于正常商业信用周期之内。报告期内，公司经营状况正常，盈利能力良好，短期偿债风险较小。

3、长期偿债能力分析

报告期内，母公司资产负债率分别为 48.17%、69.25%和 56.04%。2017 年末该指标较上年末上升主要原因是：公司生产规模扩大，且公司信誉良好，票据安全性高，母公司应付票据较上年增加了 8,600 万元。2018 年末该指标较上年末降低的主要原因是：本年度母公司盈利能力增强，同时子公司向母公司分红 7,042.56 万元，母公司实现净利润 15,015.49 万元，导致母公司未分配利润较

上年末增加 13,513.94 万元。

报告期内，公司息税折旧摊销前利润分别为 12,333.30 万元、22,032.48 万元和 27,810.16 万元，利息保障倍数分别为 121.16 倍、64.02 倍和 123.77 倍；公司盈利规模快速增长，息税折旧摊销前利润逐年提高，利息保障倍数保持在较高水平，公司长期偿债能力较强。

4、公司银行资信良好

报告期内，公司能按时偿还银行贷款本息，及时支付供应商款项，资信良好。良好的资信使公司拥有持续债务融资能力，能够满足公司日常经营的资金需求。

5、可比上市公司

报告期内，公司与同行业上市公司偿债能力指标的比较情况如下：

流动比率（倍）			
企业名称	2018 年 12 月 31 日	2017 年 12 月 31 日	2016 年 12 月 31 日
美的集团	1.40	1.43	1.35
九阳股份	1.70	2.04	1.84
苏泊尔	1.91	1.95	1.99
天际股份	2.23	2.06	3.07
新宝股份	1.37	1.49	1.26
平均值	1.72	1.79	1.90
公司	1.17	1.20	0.93
速动比率（倍）			
企业名称	2018 年 12 月 31 日	2017 年 12 月 31 日	2016 年 12 月 31 日
美的集团	1.18	1.18	1.18
九阳股份	1.44	1.74	1.64
苏泊尔	1.41	1.40	1.47
天际股份	1.91	1.63	2.54
新宝股份	1.01	1.14	0.91
平均值	1.39	1.42	1.55
公司	0.63	0.60	0.39
母公司资产负债率			
企业名称	2018 年 12 月 31 日	2017 年 12 月 31 日	2016 年 12 月 31 日
美的集团	67.35%	62.95%	66.19%
九阳股份	27.53%	12.09%	14.34%
苏泊尔	53.81%	47.80%	40.80%
天际股份	10.26%	4.02%	1.86%
新宝股份	44.33%	42.46%	50.38%
平均值	40.66%	33.86%	34.71%

公司	56.04%	69.25%	48.17%
----	--------	--------	--------

注：数据来源于wind资讯。

从上表可以看出，公司流动比率和速动比率低于行业平均水平，主要原因是：公司线上销售为主，各电商平台网络销售的促销活动较多集中在第四季度和次年的年货节，年末集中备货导致存货、应付账款和应付票据增加，从而流动资产和流动负债均大幅上升，因此流动比率、速动比率在年末较低，而同行业上市公司销售模式并非线上销售为主，销售模式的不同导致公司流动比率和速动比例低于同行业可比上市公司平均水平。公司母公司资产负债率高于可比上市公司平均水平，原因详见本招股意向书本节之“一、财务状况分析”之“（三）偿债能力分析”之“3、长期偿债能力分析”。

综合以上分析，公司管理层认为：公司整体财务状况稳定，盈利能力较强，具有较强的短期和长期偿债能力。

（四）资产周转能力分析

报告期内，公司应收账款周转率、存货周转率指标如下：

单位：次

财务指标	2018 年度	2017 年度	2016 年度
应收账款周转率	37.26	36.82	30.99
存货周转率	4.74	5.09	4.72

应收账款周转率分析详见本招股意向书本节之“一、财务状况分析”之“2、流动资产构成分析”之“（3）应收账款”；存货周转率分析详见本招股意向书本节之“一、财务状况分析”之“（一）资产状况分析”之“2、流动资产构成分析”之“（6）存货”。

综合以上分析，公司管理层认为：公司对应收账款和存货等资产的管理能力较强，资产运营效率较高，为公司长期稳定发展奠定了良好的基础。

（五）所有者权益变动情况

报告期各期末，公司所有者权益各项目的变动情况如下：

单位：万元

项 目	2018.12.31	2017.12.31	2016.12.31
股本	9,000.00	9,000.00	1,117.02

资本公积	6,289.95	6,289.95	4,680.84
盈余公积	1,585.93	84.38	558.51
未分配利润	29,094.97	12,046.34	5,737.29
归属于母公司股东权益合计	45,970.85	27,420.66	12,093.67
少数股东权益	-	-	-
股东权益合计	45,970.85	27,420.66	12,093.67

1、股本变动情况

2017 年末股本变动系股东货币增资 7,882.98 万元，全部计入注册资本。

2、资本公积变动情况

2017 年末，公司资本公积增加 1,609.10 万元，主要原因是：公司 2017 年 7 月整体变更为股份有限公司，以截至 2017 年 4 月 30 日经审计的净资产折股后剩余金额计入资本公积。

3、盈余公积变动说明

公司盈余公积变动原因主要为每年以净利润为基数提取 10%法定盈余公积。2017 年盈余公积下降的主要原因为：2017 年 7 月公司股改后以前年度盈余公积转入资本公积。

4、未分配利润变动说明

报告期内，公司未分配利润金额分别为 5,737.29 万元、12,046.34 万元和 29,094.97 万元，逐年增加的原因主要是公司盈利增加。

二、盈利能力分析

（一）营业收入分析

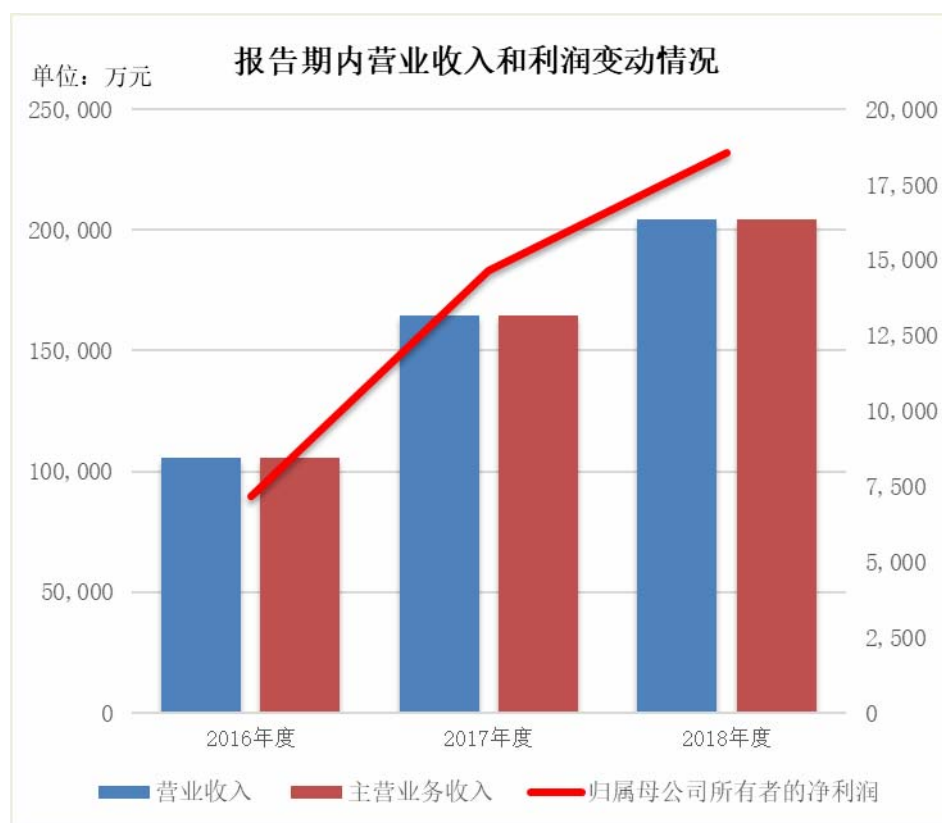
报告期内，公司经营成果如下表所示：

单位：万元

项 目	2018 年度		2017 年度		2016 年度
	金额	增长率	金额	增长率	金额
营业收入	204,103.51	23.96%	164,653.36	56.17%	105,430.41
其中：主营业务收入	202,775.42	23.52%	164,161.79	56.71%	104,753.40
其他业务收入	1,328.08	170.17%	491.57	-27.39%	677.02
归属于母公司所有者净利润	18,550.19	26.57%	14,656.29	104.88%	7,153.59

报告期内，公司业务规模不断扩大，经营业绩持续增长，营业收入分别较同

期增长 56.17%和 23.96%。主营业务收入主要来源于厨房小家电和生活小家电产品的销售，其他业务收入主要是配件收入，金额较小，占比较低。报告期内，公司经营情况如下图所示：



1、主营业务收入构成

（1）按产品类别划分

单位：万元

大类	产品结构	2018 年度		2017 年度		2016 年度	
		金额	占比	金额	占比	金额	占比
厨房小家电	锅煲类	43,909.20	21.65%	34,568.80	21.06%	22,919.04	21.88%
	电热类	27,926.27	13.77%	27,393.96	16.69%	25,630.34	24.47%
	壶类	40,563.43	20.00%	31,666.52	19.29%	14,885.69	14.21%
	西式类	21,594.24	10.65%	14,843.70	9.04%	7,128.92	6.81%
	电动类	39,151.39	19.31%	29,487.79	17.96%	16,663.97	15.91%
	小计	173,144.52	85.39%	137,960.78	84.04%	87,227.96	83.27%
生活小家电		29,309.85	14.45%	25,987.58	15.83%	17,297.44	16.51%

其他小家电	321.06	0.16%	213.44	0.13%	227.99	0.22%
合计	202,775.42	100%	164,161.79	100%	104,753.40	100%

报告期内，公司主营业务收入主要来源于厨房小家电和生活小家电，二者合计占主营业务收入的比重分别为 99.78%、99.87%和 99.84%；其他小家电产品销售收入占主营业务收入比重分别为 0.22%、0.13%和 0.16%，占比较小。

（2）按销售渠道划分

报告期内，公司主营业务收入按销售渠道划分情况如下：

单位：万元

销售渠道	2018 年度		2017 年度		2016 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
线上销售						
线上经销	99,444.09	49.04%	84,887.64	51.71%	48,927.33	46.71%
其中：代发 货	25,092.93	12.37%	22,891.50	13.94%	16,810.43	16.05%
电商平台 入仓	65,788.24	32.44%	52,481.42	31.97%	38,556.28	36.81%
线上直销	18,101.54	8.93%	13,550.57	8.25%	8,470.84	8.09%
小计	183,333.88	90.41%	150,919.63	91.93%	95,954.45	91.60%
线下销售						
线下经销	13,288.29	6.55%	9,148.13	5.57%	6,328.86	6.04%
出口销售	6,153.26	3.03%	4,094.03	2.49%	2,470.08	2.36%
小计	19,441.55	9.59%	13,242.16	8.07%	8,798.94	8.40%
合计	202,775.42	100%	164,161.79	100%	104,753.40	100%

报告期内，线上销售占比分别为 91.60%、91.93%和 90.41%，是公司的主要销售渠道；线下销售占比分别为 8.40%、8.07%和 9.59%，占比较小。

2016 年-2017 年度，公司线上销售占比上升，主要原因是：随着近十年电子商务的快速发展，互联网信息对于企业生产经营的影响加强，互联网销售渠道逐渐成为小家电生产企业的重要销售方式。公司从设立初期即采用以线上销售为主、线下销售为辅的销售模式。随着公司生产规模的不断扩大，线上销售金额和占比逐年上升。2018 年度，线上销售占比下降的主要原因是：一是本期公司加强了线下销售团队的建设，同时公司进一步扩大销售区域布局，带动线下经销销售占比提升 0.98 个百分点，二是公司出口销售业务处于起步阶段，随着公司外销业务的不断拓展，出口销售规模逐步扩大，本期出口销售占比较上年度提升

0.54 个百分点。

(3) 按区域划分

报告期内，公司主营业务收入按区域划分情况如下：

单位：万元

项目	2018 年度		2017 年度		2016 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
国内	196,622.16	96.97%	160,067.76	97.51%	102,283.31	97.64%
国外	6,153.26	3.03%	4,094.03	2.49%	2,470.08	2.36%
合计	202,775.42	100.00%	164,161.79	100%	104,753.40	100%

报告期内，公司主营业务收入以国内市场为主，占比分别为 97.64%、97.51% 和 96.97%；随着国外市场的不断开拓，公司的国外销售收入逐年增加，分别为 2,470.08 万元、4,094.03 万元和 6,153.26 万元，占比分别为 2.36%、2.49% 和 3.03%。目前，公司海外客户主要集中在俄罗斯和韩国等地。

(4) 按季度划分

报告期各期，公司主营业务收入按季度划分情况如下表所示：

单位：万元

季度	2018 年度		2017 年度		2016 年度	
	金额	比重	金额	比重	金额	比重
一季度	46,825.88	23.09%	38,853.21	23.67%	21,374.52	20.40%
二季度	44,974.18	22.18%	28,819.40	17.56%	18,844.69	17.99%
三季度	39,222.88	19.34%	36,751.73	22.39%	21,606.03	20.63%
四季度	71,752.48	35.39%	59,737.45	36.39%	42,928.15	40.98%
合计	202,775.42	100.00%	164,161.79	100.00%	104,753.40	100.00%

由上表可知，公司主营业务收入呈现一定的季节性特征。

① 报告期各种经销模式各季度的销售情况

发行人的经销模式主要包括平台入仓、线上经销和线下经销，报告期各销售模式各季度的销售情况如下表：

单位：万元

2018 年度										
项目	平台入仓		线上经销		线下经销		其他销售模式		合计	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
第一季度	15,977.51	24.29%	23,410.02	23.54%	2,744.96	20.66%	4,693.39	19.35%	46,825.88	23.09%
第二季度	15,000.23	22.80%	20,775.56	20.89%	2,889.42	21.74%	6,308.97	26.01%	44,974.18	22.18%

第三季度	11,549.17	17.56%	19,718.16	19.83%	2,738.08	20.61%	5,217.47	21.51%	39,222.88	19.34%
第四季度	23,261.34	35.36%	35,540.35	35.74%	4,915.82	36.99%	8,034.97	33.13%	71,752.48	35.39%
合计	65,788.24	100%	99,444.09	100%	13,288.29	100%	24,254.80	100%	202,775.42	100%
2017 年度										
项目	平台入仓		线上经销		线下经销		其他销售模式		合计	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
第一季度	16,375.04	31.20%	16,727.93	19.71%	1,321.77	14.45%	4,428.47	25.10%	38,853.21	23.67%
第二季度	9,779.52	18.63%	12,866.93	15.16%	1,827.83	19.98%	4,345.12	24.63%	28,819.40	17.56%
第三季度	7,527.26	14.34%	23,563.10	27.76%	2,095.52	22.91%	3,565.85	20.21%	36,751.73	22.39%
第四季度	18,799.60	35.82%	31,729.68	37.38%	3,903.01	42.66%	5,305.16	30.07%	59,737.45	36.39%
合计	52,481.42	100%	84,887.64	100%	9,148.13	100%	17,644.60	100%	164,161.79	100%
2016 年度										
项目	平台入仓		线上经销		线下经销		其他销售模式		合计	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
第一季度	10,952.30	28.41%	7,272.06	14.86%	1,812.94	28.65%	1,337.22	12.22%	21,374.52	20.40%
第二季度	8,188.16	21.24%	7,603.02	15.54%	763.87	12.07%	2,289.64	20.93%	18,844.69	17.99%
第三季度	5,925.15	15.37%	11,581.20	23.67%	1,455.37	23.00%	2,644.31	24.17%	21,606.03	20.63%
第四季度	13,490.67	34.99%	22,471.05	45.93%	2,296.67	36.29%	4,669.76	42.68%	42,928.15	40.98%
合计	38,556.28	100%	48,927.33	100%	6,328.86	100%	10,940.93	100%	104,753.40	100%

由上表可知，公司主营业务收入呈现一定的季节性特征。报告期内，公司各经销模式第四季度的收入占比均较高，平台入仓模式第四季度销售占比分别为 34.99%、35.82%和 35.36%，线上经销模式第四季度销售占比为 45.93%、37.38%和 35.74%，线下经销模式第四季度销售占比为 36.29%、42.66%和 36.99%。呈现该特征的主要原因：一是公司产品销售以线上销售为主，各主要电商平台在每年的第四季度都会开展全年大型促销活动，即“双十一”、“双十二”等；二是公司部分小家电存在一定的季节性特征，例如加湿器在冬天天气干燥时市场需求较大，养生壶和电炖盅由于消费者习惯选择秋冬季进补导致第四季度市场需求增加。

②发行人季度销售情况是否与同行业可比公司一致，是否符合行业惯例，是否存在突击销售的情形

a、同行业可比公司按季度销售情况

同行业可比公司未披露各种销售模式各季度的销售情况，但披露了各季度的销售情况，具体如下表：

单位：万元

公司	季度	2018 年度		2017 年度		2016 年度	
		金额	比重	金额	比重	金额	比重
美的集团	一季度	6,973,752.80	26.86%	5,975,591.40	24.82%	3,834,162.40	24.11%
	二季度	7,288,630.90	28.07%	6,469,415.10	26.88%	3,918,066.30	24.64%
	三季度	6,313,281.60	24.31%	6,249,880.10	25.96%	3,885,613.00	24.43%
	四季度	5,390,816.70	20.76%	5,376,343.50	22.34%	4,266,562.40	26.83%
	合计	25,966,482.00	100.00%	24,071,230.10	100%	15,904,404.10	100%
九阳股份	一季度	156,811.57	19.20%	148,544.83	20.50%	164,278.08	22.46%
	二季度	207,147.34	25.36%	178,336.57	24.61%	166,722.36	22.79%
	三季度	179,854.37	22.02%	179,706.92	24.80%	172,428.52	23.57%
	四季度	273,057.59	33.43%	218,164.17	30.10%	228,051.49	31.18%
	合计	816,870.87	100.00%	724,752.49	100%	731,480.46	100%
苏泊尔	一季度	488,700.25	27.38%	394,655.77	27.82%	313,316.18	26.23%
	二季度	396,215.70	22.20%	296,290.89	20.88%	261,875.90	21.92%
	三季度	454,442.26	25.46%	358,717.17	25.28%	307,966.91	25.78%
	四季度	445,768.27	24.97%	369,070.91	26.01%	311,553.33	26.08%
	合计	1,785,126.48	100.00%	1,418,734.74	100%	1,194,712.32	100%
天际股份	一季度	17,533.56	20.37%	25,466.25	29.84%	11,333.11	22.72%
	二季度	23,101.67	26.84%	20,638.97	24.19%	9,554.66	19.15%
	三季度	20,924.86	24.31%	18,263.47	21.40%	9,117.13	18.28%
	四季度	24,503.67	28.47%	20,968.49	24.57%	19,883.42	39.86%
	合计	86,063.76	100.00%	85,337.18	100%	49,888.31	100%
新宝股份	一季度	181,802.34	21.53%	174,934.30	21.28%	138,569.18	19.84%
	二季度	194,539.08	23.04%	204,764.62	24.90%	163,114.25	23.35%
	三季度	248,864.22	29.47%	237,904.48	28.93%	218,659.98	31.30%
	四季度	219,227.66	25.96%	204,626.80	24.89%	178,190.66	25.51%
	合计	844,433.30	100.00%	822,230.20	100%	698,534.07	100%

同行业可比上市公司中,美的集团的销售收入除小家电外还包括冰箱、空调、洗衣机等大家电以及机器人及自动化系统等,苏泊尔的销售收入除小家电外还包括炊具产品,与发行人业务类型有一定差异,美的集团、苏泊尔的销售收入季节性不明显。

新宝股份的小家电产品主要出口欧美等国家和地区,欧美的主要节日相对集

中在下半年，因而行业生产销售旺季也表现在下半年，比如 7~10 月的夏季销售期、圣诞节销售期等，导致新宝股份下半年销售占比明显高于上半年。

报告期内，九阳股份产品结构与公司接近，且主要为内销；天际股份 2016 年度尚未涉足新能源业务，产品结构和公司相似，该两家公司在可比年度第四季度销售收入占比最高，和公司情况一致，公司不存在突击销售的情形。

b、同行业销售模式类似公司的季度销售情况

以线上销售模式为主的上市公司主要有科沃斯机器人股份有限公司（以下简称“科沃斯”）和御家汇股份有限公司（以下简称“御家汇”）等公司，其收入受传统电商节日如“双十一”、“双十二”影响较大，故科沃斯和御家汇第四季度销售均明显高于其他季度，具体情况如下：

单位：万元

公司	季度	2018 年度		2017 年度		2016 年度	
		金额	比重	金额	比重	金额	比重
科沃斯	一季度	121,041.19	21.26%	94,623.95	20.79%	67,883.79	20.72%
	二季度	131,286.46	23.06%	102,010.53	22.41%	67,348.99	20.55%
	三季度	122,817.66	21.57%	99,732.49	21.91%	79,676.77	24.32%
	四季度	194,220.30	34.11%	158,735.59	34.88%	112,765.15	34.41%
	合计	569,365.61	100.00%	455,102.56	100.00%	327,674.70	100.00%
御家汇	一季度	38,180.15	17.00%	26,858.02	16.38%	23,188.79	19.83%
	二季度	59,894.77	26.68%	35,255.36	21.50%	29,313.86	25.07%
	三季度	62,534.81	27.85%	47,433.15	28.92%	28,951.63	24.76%
	四季度	63,924.11	28.47%	54,461.94	33.21%	35,461.10	30.33%
	合计	224,533.83	100.00%	164,008.48	100.00%	116,915.37	100.00%

根据和同行业上市公司、销售模式类似的上市公司季度销售收入进行比较，公司主营业务收入第四季度占比较高，与产品结构类似的九阳股份、天际股份以及线上销售为主的科沃斯和御家汇是一致的，符合行业及公司业务实际情况，公司不存在突击销售的情形。

2、主营业务收入增长分析概述

报告期内，公司主营业务收入分别为 104,753.40 万元、164,161.79 万元和 202,775.42 万元。2017 年度和 2018 年度分别较上年同期增长 56.71%和 23.52%。报告期内公司主营业务收入增长的主要原因是：

（1）公司紧抓消费升级，实施多品类发展战略

在“供给侧结构性改革”的背景下，消费升级推动我国小家电企业销售份额

快速提升。公司秉承“创意让生活更美好”的核心价值观，坚持“品质为基础、服务为保证、创新为动力”的经营理念，准确把握客户消费升级需求，提升消费者生活品质，带来了公司收入的快速增长。

一方面人们对于现有小家电产生更新换代的需求，购买意愿逐渐向高价格、高品质倾斜。以养生壶为例，养生壶满足时下消费者养生、健康和消费升级的需求，相较于传统电热水壶，养生壶的价格普遍更高，市场份额逐步扩大。其他品类也表现为类似发展趋势。

另一方面，公司品类齐全，创新功能类的小家电层出不穷，如电炖盅、电动打蛋器、电热饭盒、多士炉、酸奶机和加湿器等，此类小家电满足了人们对生活品质的追求，成为公司销售收入持续增长的动力。

（2）公司以消费者为导向不断研发新产品

公司运用互联网信息，深入研究消费者的生活方式以及小家电产品市场需求变化情况，精准把握小家电用户需求，并快速响应进行新品研发、设计。同时，通过较强的技术创新实力、完善的采购管理体系实现产品量产，利用成熟的互联网销售体系在各个渠道快速推广产品。

此外，公司通过及时获取线上消费者产品体验反馈信息，对产品进行优化升级，提升用户生活品质，最终实现公司生产经营的良性循环，增强公司的盈利能力和收入规模。

公司在产品研发方面投入了较多的人力和资金，公司设立了研发中心，配备了先进的研发设备和强大的研发队伍，具备较强的开发能力。2018 年末公司研发技术人员共有 138 人，具有较强的小家电产品研发经验，掌握多项生产工艺技术，在核心技术研发方面取得了丰富成果。目前公司有 400 款以上型号产品在售，拥有专利 486 项。

（3）品牌形象的成功塑造带动产品销量及收入增长

小熊电器成立于 2006 年 3 月，是一家以自主品牌“小熊”为核心，运用互联网大数据进行小家电研发、设计、生产和销售，并在产品销售渠道与互联网深度融合的“创意小家电+互联网”企业。

“小熊”品牌产品质量优良、品类丰富，近年公司或产品分别荣获“中国工

业设计十佳创新型企业”、“中国设计红星奖”、“普拉格奖”、“AWE 艾普兰奖-产品奖”等国内知名奖项。

公司创意小家电产品包括厨房、生活及其他三大类别，其中酸奶机、电动打蛋器、电热饭盒、加湿器、多士炉、煮蛋器/蒸蛋器等产品 2017 年、2018 年在天猫商城热销品牌榜排名第一。2017 年，公司荣获浙江日报报业集团和淘宝天下联合颁发的“金麦奖-2017 年度品质类大奖-家电类”和“金麦奖-最佳跨界合作品牌”；同年，公司获得了人民日报社颁发的“中国品牌奖”，此外，“小熊”注册商标被国家工商行政管理总局认定为驰名商标。

成功的品牌塑造，使公司避免陷入行业低价竞争；同时培养了小熊产品的忠实客户，在创意小家电领域获得了客户的高度认可，带动产品销量和收入的持续增长。

(4) 不断开拓并完善销售渠道

自成立以来，公司坚持互联网思维、卓越产品质量以及完善售后服务，把握行业高速增长的发展机遇及主流电商平台汇集的巨大用户流量，并充分运用互联网大数据、高效率、低沟通成本等优势，以及仓配物流技术发展的优势，快速进行线上渠道布局，发展成为创意小家电的互联网电商领先企业之一。

公司产品主要通过线上经销、电商平台入仓和线上直销方式在天猫商城、京东商城、唯品会、苏宁易购等主流电商平台和拼多多、平安好医生等新兴电商平台进行销售。同时，公司布局线下销售渠道以及出口销售，充分利用经销商或海外客户资源及经验优势，将产品渗透至线下流通渠道，实施全渠道运营的销售模式，加速线上线下融合发展。

报告期内，公司通过线上销售的收入分别为 95,954.45 万元、150,919.63 万元和 183,333.88 万元，2017 年度和 2018 年度较上年增长率分别为 57.28%和 21.48%。

(5) 我国网络零售交易额快速增长

随着互联网渗透社会生活的每个角落，中国的网民数量每年都以较快的速度增长，电子商务在中国得以迅猛发展，再加上第三方支付平台及网络支付安全性的完善，网络购物行为已经由一种网络时尚逐步成为大众消费模式，渗透到各个

阶层，并引发网民消费行为和消费理念的转变。

根据中国电子商务研究中心出具的《2017 中国网络零售市场数据监测报告》，2014 年度-2017 年度，中国网络零售市场交易规模分别为 2.79 万亿元、3.88 万亿、5.16 万亿、7.18 万亿，分别较上年同期上涨了 50.00%、39.07%、32.99%、39.15%；2018 年预测数为 9.39 万亿元，较同期上涨 30.78%。我国网络零售交易额增速依然大幅高于同期社会消费品零售整体增速。

3、主营业务收入变动原因分析

报告期内，公司主营业务收入变动情况如下：

单位：万元

产品分类		2018 年度		2017 年度		2016 年度
		金额	增长率	金额	增长率	金额
厨房小家电	锅煲类	43,909.20	27.02%	34,568.80	50.83%	22,919.04
	电热类	27,926.27	1.94%	27,393.96	6.88%	25,630.34
	壶类	40,563.43	28.10%	31,666.52	112.73%	14,885.69
	西式类	21,594.24	45.48%	14,843.70	108.22%	7,128.92
	电动类	39,151.39	32.77%	29,487.79	76.96%	16,663.97
	小计	173,144.52	25.50%	137,960.78	58.16%	87,227.96
生活小家电		29,309.85	12.78%	25,987.58	50.24%	17,297.44
其他小家电		321.06	50.42%	213.44	-6.39%	227.99
合 计		202,775.42	23.52%	164,161.79	56.71%	104,753.40

由上表可知，2017 年度，公司主营业务收入较同期增加 59,408.39 万元，增幅 56.71%。主要原因是：本年度厨房小家电产品较同期增加 50,732.81 万元，增幅 58.16%；生活小家电产品较同期增加 8,690.14 万元，增幅 50.24%。

2018 年度，公司主营业务收入较同期增加 38,613.63 万元，增幅 23.52%。主要原因是：本年度厨房小家电产品较同期增加 35,183.75 万元，增幅 25.50%；生活小家电产品较同期增加 3,322.27 万元，增幅 12.78%。

按产品类型具体分析如下：

(1) 锅煲类产品收入变动分析

锅煲类产品主要包括电炖盅/锅、电蒸锅和电热/火锅。

锅煲类产品 2017 年度较 2016 年度增加 11,649.76 万元，增幅 50.83%。主要原因为：陶瓷系列产品的深化推广带动电炖盅/锅销售收入增长 9,019.32 万

元；同时电热/火锅增加五款新产品，带动电热/火锅销售收入增长 1,877.70 万元。

锅煲类产品 2018 年度较 2017 年度增加 9,340.40 万元，增幅 27.02%。主要原因是：受益于生活水平的提高及健康饮食理念的普及，电炖盅/锅的消费需求增加，且本年度市场促销力度加大的同时新产品不断推出，本年度推出 16 款新产品，带动销售收入较同期增加 3,756.83 万元；同时，电热/火锅开拓市场促销力度加大，同时推出 12 款新产品，带动销售收入增长 3,997.97 万元。

（2）电热类产品收入变动分析

电热类产品主要包括酸奶机、电热饭盒、煎/煮蛋器。

电热类产品 2017 年度较 2016 年度增加 1,763.62 万元，增幅 6.88%。主要原因是：本年度煎/煮蛋器推出七款新产品，销售均价和销售量均有所提升，带动煎/煮蛋器销售收入较同期增长 2,855.36 万元。

电热类产品 2018 年度较 2017 年度增加 532.31 万元，增幅 1.94%，变动较小，主要原因是产品收入结构发生变化，其中电热饭盒和煎/煮蛋器销售收入增加 3,184.71 万元，而酸奶机销售规模下滑 2,081.23 万元。酸奶机销售下滑的原因是酸奶消费市场发生变化，近几年市场推出的盒装酸奶口味多样、享用方便快捷，取代了酸奶机部分人群需求选择。

（3）壶类产品收入变动分析

壶类产品主要包括养生壶、电热水壶、煎药壶。

壶类产品 2017 年度较 2016 年度增加 16,780.83 万元，增幅 112.73%。主要原因：2017 年度公司推出了具有隔水燕窝炖功能的高端养生壶，受到消费者认可，同时，公司养生壶产品 2015 年才开始市场导入，品类不多，销售收入不高，经过 2 年的市场开拓，取得一定成效，且公司在该年度共推出十一款养生壶新产品，上述因素带动养生壶销售收入较同期增加 15,428.71 万元。

壶类产品 2018 年度较 2017 年度增加 8,896.91 万元，增幅 28.10%。主要原因是：本年度推出十一款新产品，且本年度公司进一步丰富养生壶在京东销售渠道的产品型号，带动京东商城养生壶销售大幅增长，上述因素带动养生壶销售收入增长 8,442.70 万元。

（4）西式类产品收入变动分析

西式类产品主要包括电饼铛、电烤箱、多士炉、咖啡机。

西式类产品 2017 年度较 2016 年度增加 7,714.78 万元，增幅 108.22%。主要原因是：细分产品电饼铛、电烤箱和多士炉各增加四款新产品，带动上述三类产品销售收入分别较同期增加 1,968.58 万元、2,559.86 万元和 3,405.41 万元。

西式类产品 2018 年度较 2017 年度增加 6,750.53 万元，增幅 45.48%。主要原因是：电饼铛推出八款新产品，带动了电饼铛较同期增长 4,533.36 万元；电烤箱推出八款新产品，同时本年度公司进一步丰富电烤箱在京东渠道的产品型号，带动电烤箱销售收入增长 1,924.27 万元。

（5）电动类产品收入变动分析

电动类产品主要包括切碎机/绞肉机、打蛋器、粉碎机/磨豆机、和面机/厨师机、料理机/榨汁机/手持搅拌器。

电动类产品 2017 年度较 2016 年度增加 12,823.82 万元，增幅 76.96%。主要原因是：一是公司切碎机/绞肉机增加了针对母婴市场的新产品，并新增八款新品，实现了切碎机销量的快速增长，带动销售收入增加 8,180.90 万元；二是随着国内烘焙行业的快速发展，打蛋器销售收入较同期增加 1,261.84 万元；三是料理机/榨汁机/手持搅拌器品类推出便携式料理杯新产品，便捷性受到消费者喜爱，带动销售收入增长 2,857.28 万元。

电动类产品 2018 年度较 2017 年度增加 9,663.60 万元，增幅 32.77%。主要原因是：一是切碎机/绞肉机注重品质和体验，得到消费者认可，同时本年度新增十二款新产品，带动销售收入增加 5,565.34 万元；二是料理机/榨汁机/手持搅拌器品类本年度推出七款料理杯新产品，受到消费者认可，带动销售收入增长 3,268.55 万元。

（6）生活小家电收入变动分析

生活小家电产品主要包括加湿器、烘干机和除湿机。

2017 年度较 2016 年度增加 8,690.14 万元，增幅 50.24%。主要原因是：本年度加湿器推出十五款新产品，同时恒湿和落地式加湿器产品得到消费者认可，销售规模大幅增加，带动了加湿器销售收入增加 9,073.90 万元。

2018 年度较 2017 年度增加 3,322.27 万元，增幅 12.78%。主要原因是：一是本年度加湿器推出十一款新产品，带动了加湿器销售收入增加 2,412.85 万元；二是烘干机本年度推出四款新产品，尤其是两款衣物护理机，受到消费者认可，带动烘干机销售收入增长 828.09 万元。

4、各类产品收入金额、占比、单价和销量的情况

(1) 各类产品收入金额、占比情况

报告期内，发行人产品品类较多，各类主要产品收入金额和占比情况具体如下：

单位：万元

大类	产品小类	具体品类	2018 年度		2017 年度		2016 年度	
			收入	占比	收入	占比	收入	占比
厨房小家电	锅煲类	电炖盅/锅	29,454.19	14.53%	25,697.35	15.65%	16,678.04	15.92%
		电蒸锅	3,134.31	1.55%	2,446.89	1.49%	2,302.12	2.20%
		电热/火锅	9,429.63	4.65%	5,431.66	3.31%	3,553.95	3.39%
		小计	42,018.12	20.72%	33,575.90	20.45%	22,534.12	21.51%
	电热类	酸奶机	4,290.81	2.12%	6,372.04	3.88%	8,128.95	7.76%
		电热饭盒	9,512.53	4.69%	8,027.44	4.89%	6,697.99	6.39%
		煎/煮蛋器	13,063.16	6.44%	11,363.54	6.92%	8,508.19	8.12%
		豆芽机	832.19	0.41%	1,109.73	0.68%	1,866.70	1.78%
		小计	27,698.69	13.66%	26,872.75	16.37%	25,201.83	24.06%
	壶类	养生壶	33,094.68	16.32%	24,651.98	15.02%	9,223.27	8.80%
		电热水壶	3,629.40	1.79%	3,654.62	2.23%	3,234.20	3.09%
		煎药壶	3,839.35	1.89%	3,359.92	2.05%	2,428.23	2.32%
		小计	40,563.43	20.00%	31,666.52	19.29%	14,885.69	14.21%
	西式类	电饼铛	7,685.06	3.79%	3,151.70	1.92%	1,183.12	1.13%
		电烤箱	6,290.01	3.10%	4,365.75	2.66%	1,805.89	1.72%
		多士炉	6,202.95	3.06%	6,111.78	3.72%	2,706.36	2.58%
		咖啡机	954.50	0.47%	838.12	0.51%	699.52	0.67%
		小计	21,132.53	10.42%	14,467.34	8.81%	6,394.89	6.10%
	电动类	切碎机/绞肉机	16,840.47	8.30%	11,275.12	6.87%	3,094.23	2.95%
		打蛋器	6,410.52	3.16%	5,958.72	3.63%	4,696.88	4.48%
		粉碎机/磨豆机	2,252.63	1.11%	2,350.09	1.43%	2,531.53	2.42%
		和面机/厨师机	2,658.33	1.31%	2,191.18	1.33%	1,314.15	1.25%
		料理机/榨汁机/手持搅拌器	10,945.75	5.40%	7,677.20	4.68%	4,819.92	4.60%
		小计	39,107.70	19.29%	29,452.30	17.94%	16,456.71	15.71%
	合计		170,520.47	84.09%	136,034.82	82.87%	85,473.23	81.59%

生活小家电	加湿器	27,052.51	13.34%	24,639.66	15.01%	15,565.76	14.86%
总 计		197,572.97	97.43%	160,674.47	97.88%	101,038.99	96.45%

(2) 各类产品销售数量、单价情况

报告期内，发行人各类主要产品销售数量和单价情况具体如下：

大类	产品小类	具体品类	2018 年度		2017 年度		2016 年度	
			数量(万台)	单价(元/台)	数量(万台)	单价(元/台)	数量(万台)	单价(元/台)
厨房小家电	锅煲类	电炖盅/锅	299.65	98.30	255.82	100.45	165.70	100.65
		电蒸锅	24.87	126.02	22.27	109.87	22.08	104.27
		电热/火锅	132.12	71.37	70.49	77.05	48.46	73.34
	电热类	酸奶机	57.54	74.57	88.00	72.41	131.53	61.80
		电热饭盒	140.55	67.68	123.86	64.81	102.08	65.61
		煎/煮蛋器	260.25	50.19	231.82	49.02	187.51	45.37
		豆芽机	10.72	77.63	14.63	75.88	25.86	72.20
	壶类	养生壶	352.87	93.79	259.26	95.09	106.07	86.95
		电热水壶	50.23	72.26	47.41	77.09	40.50	79.85
		煎药壶	22.33	171.93	18.46	182.06	12.90	188.25
	西式类	电饼铛	81.49	94.31	29.37	107.32	13.57	87.16
		电烤箱	59.65	105.44	39.96	109.25	13.47	134.03
		多士炉	58.53	105.98	58.68	104.15	33.83	80.01
		咖啡机	15.05	63.42	15.18	55.23	11.11	62.94
	电动类	切碎机/绞肉机	200.59	83.95	134.04	84.12	40.12	77.12
		打蛋器	155.44	41.24	147.71	40.34	115.88	40.53
		粉碎机/磨豆机	25.45	88.51	24.65	95.35	23.64	107.07
		和面机/厨师机	12.36	215.08	11.19	195.83	7.47	175.99
		料理机/榨汁机/手持搅拌器	116.54	93.92	76.12	100.85	52.49	91.83
生活小家电	加湿器		357.80	75.61	331.85	74.25	245.35	63.44

(3) 报告期内，发行人各类产品销售均价情况

报告期内，发行人各类产品销售均价、销售占比和销售均价波动情况具体如下：

产品分类	2018 年度			2017 年度			2016 年度	
	均价(元/台)	销售占比	均价波动幅度	均价(元/台)	销售占比	均价波动幅度	均价(元/台)	销售占比

厨房小家电	锅煲类	93.64	21.65%	-3.66%	97.20	21.06%	1.38%	95.88	21.88%
	电热类	59.15	13.77%	0.51%	58.85	16.69%	3.98%	56.60	24.47%
	壶类	95.35	20.00%	-2.10%	97.40	19.29%	4.35%	93.34	14.21%
	西式类	99.24	10.65%	-2.85%	102.15	9.04%	9.31%	93.45	6.81%
	电动类	76.70	19.31%	2.43%	74.88	17.96%	8.02%	69.32	15.91%
	小计	82.66	85.39%	0.98%	81.86	84.04%	9.61%	74.68	83.27%
生活小家电		79.20	14.45%	2.74%	77.09	15.83%	11.11%	69.38	16.51%
其他小家电		77.91	0.16%	-33.35%	116.89	0.13%	82.90%	63.91	0.22%
合 计		82.14	100%	1.28%	81.10	100%	10.01%	73.72	100%

由上表可知，报告期内，发行人整体销售均价分别为 73.72 元/台，81.10 元/台和 82.14 元/台，呈逐年上升趋势。

报告期内产品销售均价波动的主要原因是产品结构调整，高价或低价的产品销售占比变动，导致销售均价变动；各期波动的具体分析如下：

发行人产品销售均价 2017 年度较 2016 年度增加 7.38 元/台，增幅 10.01% 的主要原因是：一是本年度开发较多新品并投入市场，其中厨房小家电有 91 种，生活小家电有 20 种，从而带动整体销售均价上升；二是产品结构发生变动，本年度高于整体销售均价的品类有锅煲类、西式类和壶类，价格分别为 97.20 元/台、102.15 元/台和 97.40 元/台，锅煲类销售占比稳定，西式类和壶类产品销售占比分别上升 2.23 个百分点和 5.08 个百分点，从而带动整体销售均价上升。

发行人产品销售均价 2018 年度较 2017 年度增加 1.04 元/台，增幅 1.28% 的主要原因是厨房小家电和生活小家电的销售均价均上升，其中厨房小家电的各品类销售均价有升有降，但整体销售均价上升，主要原因是：一是销售结构调整，高于厨房小家电整体销售均价的品类有锅煲类、壶类和西式类，价格分别为 93.64 元/台、95.35 元/台和 99.24 元/台，销售占比分别上升 0.59 个百分点、0.71 个百分点和 1.61 个百分点，从而带动整体销售均价上升。二是电动类产品销售均价较上年上升 1.82 元/台，也将带动厨房小家电销售均价上升。

①报告期内产品销售均价波动原因分析

a、锅煲类

报告期内，锅煲类产品主要细分品类单价和销售占比情况如下：

单位：元/台

具体品类	2018 年度			2017 年度			2016 年度	
	单价	销售占	价格波	单价	销售占	价格波	单价	销售占比

		比	动幅度		比	动幅度		
电炖盅/锅	98.30	14.53%	-2.14%	100.45	15.65%	-0.20%	100.65	15.92%
电蒸锅	126.02	1.55%	14.70%	109.87	1.49%	5.37%	104.27	2.20%
电热/火锅	71.37	4.65%	-7.37%	77.05	3.31%	5.06%	73.34	3.39%
其他	153.80	0.93%	9.21%	140.83	0.60%	2.74%	137.08	0.37%
锅煲类小计	93.64	21.65%	-3.66%	97.20	21.06%	1.38%	95.88	21.88%

锅煲类产品 2017 年度销售均价为 97.20 元/台，较上年上涨 1.32 元/台，涨幅为 1.38%，波动较小。

锅煲类产品 2018 年度销售均价为 93.64 元/台，较上年下降 3.56 元/台，降幅为 3.66%，主要是电炖盅/锅和电热/火锅因促销力度加大导致销售均价分别下降 2.14%和 7.37%，且合计销售占比变动不大。

b、电热类

报告期内，电热类产品主要细分品类单价和销售占比情况如下：

具体品类	2018 年度			2017 年度			2016 年度	
	单价 (元/ 台)	销售占 比	价格 波动 幅度	单价 (元/ 台)	销售占比	价格波 动幅度	单价 (元/ 台)	销售占比
酸奶机	74.57	2.12%	2.98%	72.41	3.88%	17.17%	61.80	7.76%
电热饭盒	67.68	4.69%	4.43%	64.81	4.89%	-1.22%	65.61	6.39%
煎/煮蛋器	50.19	6.44%	2.39%	49.02	6.92%	8.04%	45.37	8.12%
豆芽机	77.63	0.41%	2.31%	75.88	0.68%	5.10%	72.20	1.78%
其他	73.67	0.11%	1.50%	72.58	0.32%	-0.95%	73.28	0.41%
电热类小计	59.15	13.77%	0.51%	58.85	16.69%	3.98%	56.60	24.47%

电热类产品 2017 年度销售均价为 58.85 元/台，较上年上涨 2.25 元/台，涨幅为 3.98%，主要是销售占比较高的酸奶机、煎/煮蛋器产品销售结构调整导致其销售价格分别上涨 17.17%和 8.04%，从而导致电热类产品均价上涨。

电热类产品 2018 年度销售均价为 59.15 元/台，较上年上涨 0.30 元/台，涨幅为 0.51%，波动较小。

c、壶类

报告期内，壶类产品主要细分品类单价和销售占比情况如下：

具体品类	2018 年度			2017 年度			2016 年度	
	单价(元)	销售占	价格波	单价(元)	销售占	价格波	单价(元)	销售占

	/台)	比	动幅度	/台)	比	动幅度	/台)	比
养生壶	93.79	16.32%	-1.37%	95.09	15.02%	9.36%	86.95	8.80%
电热水壶	72.26	1.79%	-6.27%	77.09	2.23%	-3.46%	79.85	3.09%
煎药壶	171.93	1.89%	-5.56%	182.06	2.05%	-3.29%	188.25	2.32%
壶类小计	95.35	20.00%	-2.10%	97.40	19.29%	4.35%	93.34	14.21%

壶类产品 2017 年度销售均价为 97.40 元/台，较上年上涨 4.06 元/台，涨幅 4.35%，主要是引入十一款新品导致销售占比较高的养生壶价格上涨，从而带动壶类产品均价上涨 4.35%。

壶类产品 2018 年度销售均价为 95.35 元/台，较上年下降 2.05 元/台，降幅为 2.10%，主要原因是本年度市场促销力度加大，养生壶、电热水壶和煎药壶的销售价格均下降，从而带动壶类产品均价下降。

d、西式类

报告期内，西式类产品主要细分品类单价和销售占比情况如下：

具体品类	2018 年度			2017 年度			2016 年度	
	单价 (元/ 台)	销售占 比	价格波 动幅度	单价 (元/ 台)	销售占 比	价格波 动幅度	单价 (元/ 台)	销售占比
电饼铛	94.31	3.79%	-12.12%	107.32	1.92%	23.13%	87.16	1.13%
电烤箱	105.44	3.10%	-3.49%	109.25	2.66%	-18.49%	134.03	1.72%
多士炉	105.98	3.06%	1.76%	104.15	3.72%	30.17%	80.01	2.58%
咖啡机	63.42	0.47%	14.83%	55.23	0.51%	-12.25%	62.94	0.67%
其他	160.03	0.23%	-9.78%	177.38	0.23%	3.92%	170.69	0.70%
西式类小计	99.24	10.65%	-2.85%	102.15	9.04%	9.31%	93.45	6.81%

西式类产品 2017 年度销售均价为 102.15 元/台，较上年上涨 8.70 元/台，涨幅为 9.31%，主要是引入多功能早餐机系列新品导致销售占比较高的多士炉价格上涨 30.17%，同时电饼铛引入自主开发的新品导致其销售价格上涨 23.13%，综合带动西式类产品均价上涨。

西式类产品 2018 年度销售均价为 99.24 元/台，较上年下降 2.91 元/台，降幅为 2.85%，主要原因是本年度市场促销力度加大，销售占比较高的电饼铛和电烤箱的销售价格均下降，从而带动西式类产品均价下降。

e、电动类

报告期内，电动类产品主要细分品类单价和销售占比情况如下：

具体品类	2018 年度			2017 年度			2016 年度	
	单价（元/台）	销售占比	价格波动幅度	单价（元/台）	销售占比	价格波动幅度	单价（元/台）	销售占比
切碎机/绞肉机	83.95	8.30%	-0.20%	84.12	6.87%	9.08%	77.12	2.95%
打蛋器	41.24	3.16%	2.23%	40.34	3.63%	-0.47%	40.53	4.48%
粉碎机/磨豆机	88.51	1.11%	-7.17%	95.35	1.43%	-10.95%	107.07	2.42%
和面机/厨师机	215.08	1.31%	9.83%	195.83	1.33%	11.27%	175.99	1.25%
料理机/榨汁机/手持搅拌器	93.92	5.40%	-6.87%	100.85	4.68%	9.82%	91.83	4.60%
其他	459.43	0.02%	355.56%	100.85	0.02%	-62.15%	266.47	0.20%
电动类小计	76.70	19.31%	2.43%	74.88	17.96%	8.02%	69.32	15.91%

电动类产品 2017 年度销售均价为 74.88 元/台，较上年上涨 5.56 元/台，涨幅为 8.02%，主要是引入新品导致销售占比较高的切碎机/绞肉机和料理机/榨汁机/手持搅拌器价格分别上涨 9.08%、9.82%，从而带动电动类产品均价上涨。

电动类产品 2018 年度销售均价为 76.70 元/台，较上年上涨 1.82 元/台，涨幅 2.43% 的主要原因是：本年度销售价格相对较高的切碎机/绞肉机和料理机/榨汁机/手持搅拌器的销售占比上升，该两类产品的销售价格均高于电动类产品的均价，从而带动电动类产品销售均价的上涨。

f、生活小家电

报告期内，生活小家电产品主要细分品类单价和销售占比情况如下：

具体品类	2018 年度			2017 年度			2016 年度	
	单价（元/台）	销售占比	价格波动幅度	单价（元/台）	销售占比	价格波动幅度	单价（元/台）	销售占比
加湿器	75.61	13.34%	1.83%	74.25	15.01%	17.04%	63.44	14.86%
烘干机	219.89	0.75%	-0.16%	220.25	0.42%	-32.41%	325.83	0.39%
除湿机	535.89	0.13%	7.00%	500.83	0.37%	-8.82%	549.26	1.18%
其他	98.24	0.24%	82.68%	53.78	0.03%	-71.29%	187.32	0.09%
生活小家电小计	79.20	14.45%	2.74%	77.09	15.83%	11.11%	69.38	16.51%

生活小家电产品 2017 年度销售均价为 77.09 元/台，较上年上涨 7.71 元/台，涨幅为 11.11%，2018 年度销售均价为 79.20 元/台，较上年上涨 2.11 元/台，涨幅为 2.74%，主要原因是销售占比较高的加湿器因 2016 年度引入的恒湿

和落地式加湿器产品，在 2017 年度和 2018 年度销售逐渐放量，该产品销售价格较高导致加湿器产品销售价格逐年上涨，从而带动生活小家电产品均价上涨。

g、其他小家电

其他小家电产品整体销售金额和销售量较少，报告期内，其他小家电销售金额分别为 227.99 万元、213.44 万元和 321.06 万元，占主营业务收入比例分别为 0.22%、0.13%和 0.16%，主要为个护类产品，主销产品为蒸脸器和洁面仪，产品销售处于开拓市场时期，各期产品销售结构变动较大，故不同年度销售均价波动较大。

5、报告期内产品单价和销量变动对主营业务收入的影响分析

(1) 报告期内产品销售单价和销量变动对主营业务收入的影响

报告期内，公司主要产品销量及均价情况如下：

产品分类		2018 年度		2017 年度		2016 年度	
		销量 (万台)	均价 (元/台)	销量 (万台)	均价 (元/台)	销量 (万台)	均价 (元/台)
厨房小家电	电饭煲类	468.93	93.64	355.64	97.20	239.04	95.88
	电热类	472.15	59.15	465.48	58.85	452.83	56.60
	壶类	425.42	95.35	325.12	97.40	159.47	93.34
	西式类	217.60	99.24	145.31	102.15	76.29	93.45
	电动类	510.48	76.70	393.79	74.88	240.38	69.32
	小计	2,094.58	82.66	1,685.35	81.86	1,168.01	74.68
生活小家电		370.06	79.20	337.13	77.09	249.32	69.38
其他小家电		4.12	77.91	1.83	116.89	3.57	63.91
合 计		2,468.76	82.14	2,024.30	81.10	1,420.90	73.72

公司主要产品为厨房小家电和生活小家电，2017 年度上述两类产品销量合计为 2,022.48 万台，较 2016 年度增加 605.15 万台，增幅 42.70%，同时厨房小家电均价较同期增加 7.18 元/台，增幅为 9.61%，生活小家电均价较同期增加 7.71 元/台，增幅为 11.11%，因此 2017 年度产品销量和平均单价的上升带动销售收入的大幅增加。

2018 年度上述两类产品销量合计为 2,464.64 万台，较 2017 年度增加 442.16 万台，增幅 21.86%，厨房小家电均价较同期增加 0.80 元/台，增幅为 0.98%，生活小家电均价较同期增加 2.12 元/台，增幅为 2.75%，波动较小，因此 2018 年度产品销量和平均单价的上升带动销售收入的大幅增加，其中主导因素是销量的

增加。

(2) 报告期内细分产品销售单价和销量变动对主营业务收入的影响

报告期内细分产品销售单价和销量变动对主营业务收入的影响情况如下：

单位：万元

大类	产品小类	具体品类	2018 年度相比 2017 年度相比主营业务收入增长因素分析			2017 年度相比 2016 年度相比主营业务收入增长因素分析		
			单价变动对销售收入的影响	产品销量变动对销售收入的影响	合计	单价变动对销售收入的影响	产品销量变动对销售收入的影响	合计
厨房小家电	锅煲类	电炖盅/锅	-550.66	4,307.49	3,756.83	-33.83	9,053.14	9,019.32
		电蒸锅	359.79	327.63	687.42	123.56	21.20	144.76
		电热/火锅	-400.20	4,398.17	3,997.97	179.85	1,697.85	1,877.70
		其他	91.41	806.77	898.18	10.53	597.45	607.98
	电热类	酸奶机	189.64	-2,270.87	-2,081.23	1,395.20	-3,152.11	-1,756.91
		电热饭盒	355.80	1,129.29	1,485.09	-81.95	1,411.39	1,329.45
		煎/煮蛋器	272.56	1,427.05	1,699.61	683.36	2,172.00	2,855.36
		豆芽机	25.56	-303.10	-277.54	95.18	-852.15	-756.97
		其他	7.80	-301.43	-293.63	-4.07	96.76	92.69
	壶类	养生壶	-336.64	8,779.34	8,442.70	862.57	14,566.14	15,428.71
		电热水壶	-228.97	203.74	-25.23	-111.91	532.33	420.43
		煎药壶	-186.85	666.28	479.43	-79.83	1,011.53	931.69
	西式类	电饼铛	-382.04	4,915.40	4,533.36	273.65	1,694.94	1,968.58
		电烤箱	-151.96	2,076.23	1,924.27	-333.89	2,893.75	2,559.86
		多士炉	107.79	-16.61	91.18	816.51	2,588.90	3,405.41
		咖啡机	124.38	-7.99	116.38	-85.74	224.33	138.59
		其他	-36.82	122.16	85.34	28.80	-386.47	-357.67

	电 动 类	切碎机/绞肉机	-21.77	5,587.11	5,565.34	280.55	7,900.34	8,180.90
		打蛋器	132.94	318.86	451.80	-22.06	1,283.90	1,261.84
		粉碎机/磨豆机	-168.57	71.12	-97.46	-277.12	95.68	-181.44
		和面机/厨师机	215.44	251.71	467.15	148.16	728.86	877.02
		料理机/榨汁机/手持搅拌器	-527.48	3,796.03	3,268.55	473.37	2,383.91	2,857.28
		其他	2.08	6.12	8.20	130.28	-302.06	-171.77
生 活 小 家 电	加湿器		450.75	1,962.10	2,412.85	2,650.86	6,423.04	9,073.90
	其他		-376.49	1,285.91	909.42	-63.58	24.22	-39.36
其他小家电			-71.17	178.79	107.62	189.00	-203.56	-14.56

注：上述产品单价和产品销量对销售收入的影响是运用连环替代法计算得出，替代顺序为产品单价和产品销量。

发行人主营业务收入 2017 年度相比 2016 年度增长，销量增长为主要因素，其中销量变动对收入影响是 48,933.39 万元，单价变动对收入影响是 10,475.00 万元；发行人主营业务收入 2018 年度相比 2017 年度增长的主要因素为销量增长。

报告期内，销量增长的主要原因分析详见本节之“二、盈利能力分析”之“（一）营业收入分析”之“2、主营业务收入增长分析概述”；2017 年度单价增长的主要原因是：公司在 2017 年度通过产品结构调整战略提升了公司产品的平均单价。

发行人 2018 年度相比 2017 年度部分产品价格下降的主要原因：一是市场竞争加剧，公司增加部分产品促销力度带动价格下降；二是产品结构调整，部分销售价格低的产品销售占比增加，导致销售均价下降。销售价格下降的产品主要包括电炖锅、电热/火锅、养生壶、电饼铛、料理机/榨汁机/手持搅拌器，其销售均价分别较同期下降 2.14%、7.37%、1.37%、12.12%和 6.87%，对销售收入影响

分别为-550.66万元、-400.20万元、-336.64万元、-382.04万元和-527.48万元。

6、主要产品销售价格对公司利润总额影响的敏感性分析

以公司2018年度主营业务收入、产品销量、产品价格为基准，公司主要产品销售价格变动对利润总额的敏感性分析如下：

产品分类		产品销售价格变动对利润总额的影响			
		-10%	-5%	5%	10%
厨房小家电	锅煲类	-18.32%	-9.16%	9.16%	18.32%
	电热类	-11.65%	-5.83%	5.83%	11.65%
	壶类	-16.93%	-8.46%	8.46%	16.93%
	西式类	-9.01%	-4.51%	4.51%	9.01%
	电动类	-16.34%	-8.17%	8.17%	16.34%
生活小家电		-12.23%	-6.12%	6.12%	12.23%
其他小家电		-0.13%	-0.07%	0.07%	0.13%

产品销售价格变动对公司利润总额影响较大的主要有锅煲类、电热类、壶类、电动类小家电和生活小家电，主要是由公司各产品的销售规模及盈利能力决定。

7、报告期发行人零售价和出厂价呈总体上升趋势，不存在业绩下滑的趋势

报告期内发行人零售价和出厂价总体呈上升趋势，部分品类在某个平台呈下降趋势主要跟市场环境、销售政策等因素有关，发行人六大品类的产品零售价与出厂价对比如下：

单位：元/台

产品/分类		2018 年度				2017 年度				2016 年度	
		出厂价 (销售 均价)	增长幅 度	零售价 (均 价)	增长幅 度	出厂价 (销售 均价)	增长幅 度	零售价 (均 价)	增长幅 度	出厂 价(销 售均 价)	零售价 (均 价)
厨房小家电	锅煲类	93.64	-3.66%	153.43	-0.77%	97.20	1.38%	154.62	9.27%	95.88	141.50
	电热类	59.15	0.51%	118.76	16.94%	58.85	3.98%	101.56	13.80%	56.60	89.25
	壶类	95.35	-2.10%	164.20	2.41%	97.40	4.35%	160.34	21.20%	93.34	132.29
	西式类	99.24	-2.85%	160.03	-0.61%	102.15	9.31%	161.02	11.82%	93.45	144.00
	电动类	76.70	2.43%	129.38	1.51%	74.88	8.02%	127.46	3.52%	69.32	123.13
	小计	82.66	0.98%	144.78	7.03%	81.86	9.61%	135.27	14.89%	74.68	117.74
生活小家电		79.20	2.74%	125.83	0.86%	77.09	11.11%	124.76	5.63%	69.38	118.12
合 计		82.14	1.28%	141.00	6.07%	81.10	10.01%	132.93	13.18%	73.72	117.45

注：出厂价(销售均价)选取的是公司全渠道的销售均价，零售价(均价)选取的发行人

产品主要销售平台即京东商城、天猫平台的含税销售均价。

从上表可以看出，2016 年度、2017 年度总体零售价和出厂价属于上升趋势，2018 年部分品类受公司促销力度、产品结构等因素的影响，零售价和出厂价格略有下降，但不影响总体上升趋势。

综上，报告期发行人零售价和出厂价总体未出现下降趋势，不存在业绩下滑的趋势。

（二）主营业务成本分析

1、按产品类别划分

报告期内，公司主营业务成本按产品类别划分如下：

单位：万元

产品分类		2018 年度		2017 年度		2016 年度	
		金额	占比	金额	占比	金额	占比
厨房小家电	锅煲类	28,704.65	20.90%	21,497.43	19.59%	14,215.39	20.55%
	电热类	18,775.87	13.67%	17,554.96	16.00%	15,730.33	22.74%
	壶类	26,643.41	19.40%	20,993.70	19.13%	9,970.59	14.41%
	西式类	16,040.69	11.68%	10,861.06	9.90%	5,303.55	7.67%
	电动类	26,177.49	19.06%	19,805.92	18.05%	11,271.77	16.30%
	小计	116,342.10	84.71%	90,713.06	82.67%	56,491.62	81.67%
生活小家电		20,811.60	15.15%	18,882.87	17.21%	12,518.34	18.10%
其他小家电		182.54	0.13%	132.29	0.12%	160.17	0.23%
合计		137,336.24	100.00%	109,728.23	100%	69,170.13	100%

报告期内，主营业务成本构成稳定，且与主营业务收入构成相匹配，主要由厨房小家电和生活小家电产品的营业成本构成，合计占主营业务成本的比重分别为 99.77%、99.88%和 99.87%。

2、按成本类别构成分析

公司的主营业务成本可以划分为自产成本和外协生产成本，报告期内，具体构成情况如下：

单位：万元

项目	2018 年度		2017 年度		2016 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
自产成本	124,627.18	90.75%	98,233.11	89.52%	60,405.91	87.33%
外协生产成本	12,709.06	9.25%	11,495.12	10.48%	8,764.22	12.67%
合计	137,336.24	100%	109,728.23	100%	69,170.13	100%

报告期内，公司主营业务成本以自产成本为主，自产成本占主营业务成本的比例分别为 87.33%、89.52%、90.75%，呈逐年上升趋势。外协生产成本占主营业务成本的比例分别为 12.67%、10.48%和 9.25%，呈逐年下降趋势。

部分产品选择外协生产，主要是考虑以下因素：随着公司销售规模不断增长，自有产能增长相对不足，基于产品战略布局及弥补自有产能的需要，公司通过选择优秀的外协生产供应商生产部分产品。

报告期内，公司自产主营业务成本按要素构成情况如下：

单位：万元

项目	2018 年度		2017 年度		2016 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
原材料	103,348.72	82.93%	83,019.21	84.51%	49,538.86	82.01%
人工成本	6,993.09	5.61%	5,008.53	5.10%	3,030.02	5.02%
制造费用	7,393.46	5.93%	4,767.27	4.85%	3,641.70	6.03%
外协加工费	6,891.91	5.53%	5,438.10	5.54%	4,195.33	6.95%
合计	124,627.18	100.00%	98,233.11	100%	60,405.91	100%

报告期内，公司自产成本主要由原材料构成，原材料占自产成本比例分别为 82.01%、84.51%和 82.93%，平均为 83.15%。

2017 年度和 2016 年度相比，原材料占比上升的主要原因是：2017 年度原材料采购均价较同期上涨，主要原材料塑料原料、五金制品和电子电器较同期上涨 17.89%、15.91%和 10.82%。

2018 年度和 2017 年度相比，主营业务成本各要素占比较为稳定。

3、发行人各业务成本波动以及成本结构变化的原因及是否与发行人业务收入匹配

（1）锅煲类主营业务成本变动分析及与收入匹配分析

A、主营业务成本构成分析

a、自产主营业务成本构成分析

报告期内，公司锅煲类产品主营业务成本的构成情况如下：

单位：万元

项目	2018 年度		2017 年度		2016 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
原材料	23,151.35	84.86%	18,161.01	87.47%	12,108.67	86.82%

人工成本	1,423.02	5.22%	912.18	4.39%	572.16	4.10%
制造费用	1,504.49	5.51%	868.24	4.18%	687.67	4.93%
外协加工费	1,201.76	4.41%	820.27	3.95%	577.98	4.14%
合计	27,280.63	100%	20,761.70	100%	13,946.48	100%

由上表可知，报告期内，公司锅煲类产品主营业务成本主要是原材料成本，占比分别为 86.82%、87.47%和 84.86%。具体分析如下：

2017 年度较 2016 年度相比，主营业务成本结构较为稳定。

2018 年度和 2017 年度相比，主营业务成本结构中人工成本、制造费用和外协加工费占比较为稳定；原材料占比较上年下降 2.61 个百分点的主要原因是：2018 年度相比上年主要原材料采购均价下降，导致原材料占比下降。

b、外协生产成本分析

报告期内，锅煲类产品外协生产具体情况如下：

项 目	2018 年度	2017 年度	2016 年度
外协生产成本（万元）	1,424.02	735.73	268.91
外协生产的销量（万台）	12.43	6.94	2.61
外协生产均价（元/台）	114.58	106.01	103.03
外协生产金额占该类产品总成本比例	4.96%	3.42%	1.89%
外协生产销量占该类产品总销量比例	2.65%	1.95%	1.09%

报告期内，锅煲类产品外协生产金额分别为 268.91 万元、735.73 万元和 1,424.02 万元，外协生产金额占该类产品总成本比例分别为 1.89%、3.42%和 4.96%。

报告期内，公司锅煲类产品外协生产的产品主要为电饭煲，随着电饭煲的销量逐年增加，锅煲类产品外协生产量和外协生产金额逐年增加。

2018 年度和 2017 年度相比，外协均价上升 8.57 元/台，主要原因是外协生产产品结构发生变化，2017 年度外协生产的主要是小容量电饭煲，本年度转为大容量电饭煲，从而导致锅煲类外协生产均价上升。

B、主营业务成本波动分析

2016 年度-2018 年度，公司锅煲类产品主营业务成本波动情况如下：

单位：万元

项目	2018 年度		2017 年度		2016 年度
	金额	增长率	金额	增长率	金额

主营业务收入	43,909.20	27.02%	34,568.80	50.83%	22,919.04
主营业务成本	28,704.65	33.53%	21,497.43	51.23%	14,215.39

2016 年度-2018 年度,公司锅煲类产品主营业务收入的增长率分别为 50.83% 和 27.02%, 主营业务成本的增长率分别为 51.23%和 33.53%, 主营业务收入和主营业务成本的增长基本匹配。

(2) 电热类主营业务成本变动分析及与收入匹配分析

A、主营业务成本构成分析

a、自产主营业务成本构成分析

报告期内, 公司该类产品主营业务成本的构成情况如下:

单位: 万元

项目	2018 年度		2017 年度		2016 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
原材料	14,708.74	80.16%	13,890.26	82.33%	12,430.43	80.99%
人工成本	1,058.57	5.77%	942.3	5.58%	855.56	5.57%
制造费用	1,119.18	6.10%	896.91	5.32%	1,028.28	6.70%
外协加工费	1,463.31	7.97%	1,142.53	6.77%	1,033.84	6.74%
合计	18,349.80	100%	16,872.00	100%	15,348.11	100%

报告期内, 公司电热类产品主营业务成本结构较为稳定且原材料占比较稳定, 报告期内原材料占比分别为 80.99%、82.33%和 80.16%; 且报告期内主营业务成本结构较为稳定。

b、外协生产成本分析

报告期内, 电热类产品外协生产具体情况如下:

项目	2018 年度	2017 年度	2016 年度
外协生产成本 (万元)	426.06	682.96	382.22
外协生产的销量 (万台)	13.09	17.36	7.33
外协生产均价 (元/台)	32.54	39.34	52.14
外协生产金额占该类产品总成本比例	2.27%	3.89%	2.43%
外协生产销量占该类产品总销量比例	2.77%	3.73%	1.62%

报告期内, 电热类产品外协生产金额分别为 382.22 万元、682.96 万元和 426.06 万元, 外协生产金额占该类产品总成本比例分别为 2.43%、3.89%和 2.27%。

报告期内, 公司电热类产品中外协生产的产品主要为冰淇淋机和煎蛋器。

2017 年度和 2016 年度相比，外协销量增加 10.03 万台，均价下降 12.80 元/台，主要原因是：价格相对较低的部分煎蛋器产品外协生产增加。

2018 年度和 2017 年度相比，外协销量减少 4.27 万台，均价下降 6.80 元/台，主要原因是：和 2017 年相比，2018 年度冰淇淋机销量下降，导致电热类外协生产整体销量下降；同时价格相对较低的煎蛋器产品外协生产销售占比增加，导致电热类产品外协生产均价下降。

B、主营业务成本波动分析

2016 年度-2018 年度，公司电热类产品的主营业务成本波动情况如下：

单位：万元

项目	2018 年度		2017 年度		2016 年度
	金额	增长率	金额	增长率	金额
主营业务收入	27,926.27	1.94%	27,393.96	6.88%	25,630.34
主营业务成本	18,775.87	6.95%	17,554.96	11.60%	15,730.33

2016 年度-2018 年度，公司电热类产品主营业务收入的增长率分别为 6.88% 和 1.94%，主营业务成本的增长率分别为 11.60% 和 6.95%，主营业务成本和主营业务收入变动趋势基本一致。

(3) 壶类主营业务成本变动分析及与收入匹配分析

A、主营业务成本构成分析

a、自产主营业务成本构成分析

报告期内，公司壶类产品主营业务成本的构成情况如下：

单位：万元

项目	2018 年度		2017 年度		2016 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
原材料	21,526.83	84.10%	15,659.37	84.35%	6,660.16	81.26%
人工成本	1,433.09	5.60%	942.66	5.08%	447.77	5.46%
制造费用	1,515.14	5.92%	897.26	4.83%	538.17	6.57%
外协加工费	1,121.15	4.38%	1,065.90	5.74%	550.19	6.71%
合计	25,596.21	100%	18,565.19	100%	8,196.29	100%

报告期内，公司壶类产品主营业务成本结构主要是原材料，占比分别为 81.26%、84.35% 和 84.10%；且报告期内主营业务成本结构占比较为稳定。

b、外协生产成本分析

报告期内，壶类产品外协生产具体情况如下：

项目	2018 年度	2017 年度	2016 年度
外协生产成本（万元）	1,047.20	2,428.51	1,774.30
外协生产销量（万台）	15.10	33.22	22.13
外协生产均价（元/台）	69.35	73.10	80.18
外协生产金额占该类产品总成本比例	3.93%	11.57%	17.80%
外协生产销量占该类产品总销量比例	3.55%	10.22%	13.88%

报告期内，壶类产品外协生产金额分别为 1,774.30 万元、2,428.51 万元和 1,047.20 万元，外协生产金额占该类产品总成本比例分别为 17.80%、11.57%和 3.93%。

报告期内，公司壶类产品中外协生产的产品主要为电热水壶和养生壶。

2017 年度和 2016 年度相比，外协生产销量增加 11.09 万台，外协生产均价下降 7.08 元/台，主要原因是：2017 年度随着养生壶销售规模的增加，外协生产的养生壶因规模化采购，单位外协生产成本下降，从而导致外协生产均价下降。

2018 年度和 2017 年度相比，外协生产销量减少 18.12 万台，外协生产均价下降 3.76 元/台，主要原因是：本年度主推的养生壶型号为自主生产，从而导致外协生产的养生壶产品销量下降；同时，外协生产成本较低的电热水壶销售占比增加，从而导致外协生产均价下降。

B、主营业务成本波动分析

2016 年度-2018 年度，公司壶类产品的主营业务成本波动情况如下：

单位：万元

项目	2018 年度		2017 年度		2016 年度
	金额	增长率	金额	增长率	金额
主营业务收入	40,563.43	28.10%	31,666.52	112.73%	14,885.69
主营业务成本	26,643.41	26.91%	20,993.70	110.56%	9,970.59

2016 年度-2018 年度，公司壶类产品主营业务收入的增长率分别为 112.73% 和 28.10%，主营业务成本的增长率分别为 110.56%和 26.91%，主营业务成本的增长和主营业务收入的增长基本匹配。

（4）西式类主营业务成本变动分析及与收入匹配分析

A、主营业务成本构成分析

a、自产主营业务成本构成分析

报告期内，公司西式类产品主营业务成本的构成情况如下：

单位：万元

项目	2018 年度		2017 年度		2016 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
原材料	6,012.11	81.36%	3,938.08	83.26%	1,475.01	80.24%
人工成本	499.77	6.76%	254.39	5.38%	100.72	5.48%
制造费用	528.38	7.15%	242.13	5.12%	121.05	6.58%
外协加工费	349.56	4.73%	295.41	6.25%	141.52	7.70%
合计	7,389.83	100%	4,730.01	100%	1,838.30	100%

报告期内，公司西式类产品主营业务成本主要是原材料，其占比分别为 80.24%、83.26%和 81.36%。

2017 年度和 2016 年度相比，主营业务成本结构中人工成本、制造费用、外协加工费波动较小；原材料占比上升 3.02 个百分点的主要原因是：2017 年度原材料采购均价较同期上涨。

2018 年度和 2017 年度相比，主营业务成本结构占比较为稳定。

b、外协生产成本分析

报告期内，公司西式类产品外协生产具体情况如下表：

项目	2018 年度	2017 年度	2016 年度
外协生产成本（万元）	8,650.86	6,131.05	3,465.25
外协生产的销量（万台）	127.20	78.67	44.72
外协生产均价（元/台）	68.01	77.93	77.49
外协生产金额占该类产品总成本比例	53.93%	56.45%	65.34%
外协生产销量占该类产品总销量比例	58.46%	54.14%	58.62%

公司西式类产品以外协生产为主，报告期内，西式类产品外协生产金额分别为 3,465.25 万元、6,131.05 万元和 8,650.86 万元，外协生产金额占该类产品总成本比例分别为 65.34%、56.45%和 53.93%。随着西式类产品销售规模的逐渐扩大及公司产能的逐渐增加，为保证该类产品供应的稳定，公司逐渐加大了自主生产的比例，导致公司外协生产比例呈逐年下降趋势。

报告期内，公司西式类产品外协销量逐年增加的主要原因是：随着销售规模的扩大，西式类产品收入逐年增长，外协生产销量随之增加。

2016 年度-2017 年度，外协生产均价较为稳定。

2018 年度和 2017 年度相比，外协生产均价下降 9.92 元/台，主要原因是：本年度电饼铛销售额较同期增长 143.84%，电饼铛的采购规模相应增加，因规模化采购，单位外协生产成本下降，从而导致 2018 年度西式类产品外协生产均价下降。

B、主营业务成本波动分析

2016 年度-2018 年度，公司西式类产品主营业务成本波动情况如下：

单位：万元

项目	2018 年度		2017 年度		2016 年度
	金额	增长率	金额	增长率	金额
主营业务收入	21,594.24	45.48%	14,843.70	108.22%	7,128.92
主营业务成本	16,040.69	47.69%	10,861.06	104.79%	5,303.55

2016 年度-2018 年度，公司西式类产品主营业务收入的增长率分别为 108.22%和 45.48%，西式类产品主营业务成本的增长率分别为 104.79%和 47.69%，主营业务成本的增长和主营业务收入的增长基本匹配。

(5) 电动类主营业务成本变动分析及与收入匹配分析

A、主营业务成本构成分析

a、自产主营业务成本构成分析

报告期内，公司电动类产品主营业务成本的构成情况如下：

单位：万元

项目	2018 年度		2017 年度		2016 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
原材料	21,578.23	84.15%	16,073.63	84.66%	8,184.49	82.08%
人工成本	1,495.63	5.83%	1,081.36	5.70%	518.04	5.19%
制造费用	1,581.25	6.17%	1,029.28	5.42%	622.63	6.24%
外协加工费	988.67	3.86%	801.23	4.22%	646.79	6.49%
合计	25,643.78	100%	18,985.50	100%	9,971.95	100%

报告期内，公司电动类产品主营业务成本结构主要以原材料为主，报告期内占比分别为 82.08%、84.66%和 84.15%。

2017 年度和 2016 年度相比，主营业务成本结构中原材料占比上升 2.58 个百分点的主要原因是：2017 年度原材料采购均价较同期上涨；人工成本和制造费用占比波动较小；外协加工费占比下降 2.27 个百分点的主要原因是：2017 年公司新增了注塑车间，外协加工环节减少，导致外协加工费占比下降。

2018 年度和 2017 年度相比，主营业务成本结构占比较为稳定。

b、外协生产成本分析

报告期内，公司电动类外协生产产品具体情况如下表：

项目	2018 年度	2017 年度	2016 年度
外协生产成本（万元）	533.71	820.42	1,299.82
外协生产的销量（万台）	4.12	5.84	13.68
外协生产均价（元/台）	129.54	140.48	95.02
外协生产金额占该类产品总成本比例	2.04%	4.14%	11.53%
外协生产销量占该类产品总销量比例	0.81%	1.48%	5.69%

报告期内，电动类产品外协生产金额分别为 1,299.82 万元、820.42 万元和 533.71 万元，外协生产金额占该类产品总成本比例分别为 11.53%、4.14%和 2.04%。

报告期内，电动类产品外协生产的品类主要有绞肉机、料理机/榨汁机/手持搅拌器、和面机/厨师机等。

报告期内外协生产的销量逐渐下降，同时外协生产占主营业务成本比例呈逐年下降趋势，主要原因是：随着公司电动类产品销售规模的逐渐扩大及公司产能的增加，为保证该类产品供应的稳定，公司电动类产品的主销品类料理机由外协生产逐渐改为自主生产。

2017 年度和 2016 年度相比，外协生产均价上升 45.47 元/台，主要原因是外协生产产品结构发生变化，具体分析如下：①料理机由外协生产逐渐改为自制生产，其价格相对较低；②绞肉机、破壁机、厨师机等价格较高的产品外协生产增加。

2018 年度和 2017 年度相比，外协生产均价下降 10.94 元/台，主要是外协生产成本较高的和面机/厨师机销售占比下降导致。

B、主营业务成本波动分析

2016 年度-2018 年度，公司电动类产品主营业务成本波动情况如下：

单位：万元

项目	2018 年度		2017 年度		2016 年度
	金额	增长率	金额	增长率	金额
主营业务收入	39,151.39	32.77%	29,487.79	76.96%	16,663.97
主营业务成本	26,177.49	32.17%	19,805.92	75.71%	11,271.77

2016 年度-2018 年度,公司电动类产品主营业务收入的增长率分别为 76.96% 和 32.77%,电动类产品主营业务成本的增长率分别为 75.71%和 32.17%,主营业务成本的增长和主营业务收入的增长基本匹配。

(6) 生活小家电类主营业务成本变动分析及与收入匹配分析

A、主营业务成本构成分析

a、自产主营业务成本构成分析

报告期内,公司该类产品主营业务成本的构成情况如下:

单位:万元

项目	2018 年度		2017 年度		2016 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
原材料	16,249.59	80.40%	15,240.53	83.52%	8,610.09	78.53%
人工成本	1,070.16	5.29%	870.42	4.77%	526.1	4.80%
制造费用	1,131.42	5.60%	828.49	4.54%	632.3	5.77%
外协加工费	1,759.92	8.71%	1,307.58	7.17%	1,195.35	10.90%
合计	20,211.09	100%	18,247.02	100%	10,963.84	100%

报告期内,生活小家电主营业务成本结构较为稳定,主要以原材料和外协加工费为主,二者合计占比分别为 89.43%、90.69%和 89.11%。

2017 年度和 2016 年度相比,主营业务成本结构中原材料占比上升 4.99 个百分点的主要原因是:2017 年度主要原材料采购均价较同期上涨;人工成本和制造费用占比较为稳定;外协加工费占比下降 3.73 个百分点。外协加工费占比下降的主要原因是:2017 年度,公司新增了注塑车间,外协加工环节减少,导致外协加工费占比下降。

2018 年度和 2017 年度相比,主营业务成本结构中原材料占比下降 3.12 个百分点的主要原因是:2018 年度主要原材料采购均价较同期下降;同时由于人均薪酬的增加,人工成本、制造费用和外协加工费占比略有上升。

b、外协生产成本分析

报告期内,公司生活类小家电外协生产产品具体情况如下表:

项目	2018 年度	2017 年度	2016 年度
外协生产成本(万元)	600.50	635.85	1,554.49
外协生产的销量(万台)	3.11	2.65	8.44
外协生产均价(元/台)	193.01	239.94	184.18

外协生产金额占该类产品总成本比例	2.89%	3.37%	12.42%
外协生产销量占该类产品总销量比例	0.84%	0.79%	3.39%

报告期内，生活类产品外协生产金额分别为 1,554.49 万元、635.85 万元和 600.50 万元，外协生产金额占该类产品总成本比例分别为 12.42%、3.37% 和 2.89%。

报告期内，生活类产品外协生产的品类主要有除湿机、加湿器等。

2017 年度和 2016 年度相比，外协生产销量占该类产品总销量比例下降，主要原因是：随着公司该类产品销售规模扩大及公司产能的增加，公司加大了自主生产的比例；2018 年度和 2017 年度相比，外协生产销量占该类产品总销量比例略有上升，主要是本年度新增干衣机、挂烫机等新型号小家电产品。

2017 年度和 2016 年度相比，外协生产均价上升 55.76 元/台，主要原因是：外协生产产品结构发生变化，外协生产价格较高的除湿机占比大幅上升，价格较低的加湿器占比下降，且加湿器产品从 2016 年开始外协逐渐转为自制生产，上述因素带动外协生产均价上升；2018 年度和 2017 年度相比，外协生产均价下降 46.94 元/台，主要是外协生产成本较高的除湿机销售占比下降导致。

B、主营业务成本波动分析

2016 年度-2018 年度，公司该类产品主营业务成本波动情况如下：

单位：万元

项目	2018 年度		2017 年度		2016 年度
	金额	增长率	金额	增长率	金额
主营业务收入	29,309.85	12.78%	25,987.58	50.24%	17,297.44
主营业务成本	20,811.60	10.21%	18,882.87	50.84%	12,518.34

2016 年度-2018 年度，公司该类产品主营业务收入的增长率分别为 50.24% 和 12.78%，主营业务成本的增长率分别为 50.84% 和 10.21%，主营业务成本和主营业务收入变动趋势一致。

(7) 其他小家电类主营业务成本变动分析及与收入匹配分析

报告期内，公司该类产品主营业务成本的构成情况如下：

单位：万元

项目	2018 年度		2017 年度		2016 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例

原材料	121.86	66.76%	56.33	42.58%	70.01	43.71%
外协生产	26.70	14.63%	60.60	45.80%	19.25	12.02%
人工成本	12.86	7.04%	5.22	3.95%	9.65	6.03%
制造费用	13.59	7.45%	4.97	3.76%	11.60	7.24%
外协加工费	7.53	4.13%	5.18	3.91%	49.66	31.01%
合计	182.54	100.00%	132.29	100.00%	160.17	100.00%

报告期内，其他小家电产品销售收入分别为 227.99 万元、213.44 万元和 321.06 万元，占主营业务收入比例分别为 0.22%、0.13%和 0.16%，占比较小。

4、原材料成本构成及价格变动

报告期内，公司原材料采购总额分别为 57,012.85 万元、92,247.95 万元和 111,105.80 万元，主要为塑料原料、五金制品、电机、陶瓷、玻璃、电子电器和包材等，主要原材料采购情况如下：

时间	序号	类别	金额（万元）	占原材料采购总额比重
2018 年度	1	塑料原料	15,280.99	13.75%
	2	五金制品	24,645.53	22.18%
	3	电子电器	28,438.52	25.60%
	4	电机	8,589.74	7.73%
	5	陶瓷	6,039.48	5.44%
	6	玻璃	6,129.42	5.52%
	7	包材	10,395.19	9.36%
	合计		99,518.87	89.57%
2017 年度	1	塑料原料	13,176.83	14.28%
	2	五金制品	19,671.28	21.32%
	3	电子电器	22,005.87	23.86%
	4	电机	6,890.64	7.47%
	5	陶瓷	6,207.70	6.73%
	6	玻璃	4,653.64	5.05%
	7	包材	9,342.91	10.13%
	合计		81,948.86	88.84%
2016 年度	1	塑料原料	8,538.22	14.98%
	2	五金制品	12,010.17	21.07%
	3	电子电器	14,454.61	25.35%
	4	电机	3,643.96	6.39%
	5	陶瓷	4,639.93	8.14%
	6	玻璃	2,029.88	3.56%
	7	包材	4,873.07	8.55%
	合计		50,189.84	88.03%

各期的采购平均单价变动如下：

序号	类别	单位	2018 年度		2017 年度		2016 年度
			均价 (元)	涨跌幅	均价 (元)	涨跌幅	均价 (元)
1	塑料原料	千克	11.80	-2.16%	12.06	17.89%	10.23
2	五金制品	个/件	0.52	1.96%	0.51	15.91%	0.44
3	电子电器	个/件	2.14	-0.47%	2.15	10.82%	1.94
4	电机	个/件	15.79	-1.93%	16.10	13.22%	14.22
5	陶瓷	个/件	4.59	11.41%	4.12	18.39%	3.48
6	玻璃	个/件	4.66	-5.48%	4.93	2.28%	4.82
7	包材	个/件	1.11	-5.13%	1.17	37.65%	0.85

公司主要原材料占比较大的是塑料原料、五金制品、电子电器和包材，其采购均价的涨跌主要受原材料市场价格影响，同时随着采购规模的增加，规模化采购可以降低单位采购成本。

报告期内，由于公司产品类别及型号较多，且不断更新升级，因此公司采购的原材料五金制品、电子电器、电机、陶瓷、玻璃等种类繁多且规格、型号、品牌均有所不同，导致各大类原材料的平均价格存在波动，如细分到具体型号，变动差异则相对较小。

(1) 塑料原料

报告期内，中国塑料价格指数波动情况如下图所示：



注：数据来源于 wind 资讯

塑料原料的市场价格主要受石油价格波动的影响。2017 年度公司塑料原料采购均价较上年上升 17.89%，2018 年度公司塑料原料采购均价较上年下降 2.16%，与市场价格波动趋势基本一致。

（2）五金制品和电子电器

报告期内，公司采购金额排名前三型号的五金制品、电子电器平均价格如下：

单位：元/件

类别	规格	2018 年度		2017 年度		2016 年度
		单价	增幅	单价	增幅	单价
五金制品	不锈钢碗组件 ZDQ-206 不锈钢碗+PE 袋+提示卡	2.74	-0.36%	2.75	4.17%	2.64
	饭盒容器 DFH-S262 $\delta=0.4$ SUS304 底外表面激光刻 小熊“LOGO”和 SUS304	4.91	-2.96%	5.06	4.55%	4.84
	不锈钢子饭盒 DFH-S262 SUS304 $\delta=0.4$ 表面抛光底 面激光刻小熊 Logo 和 304 牌号	3.67	-1.87%	3.74	5.06%	3.56
电子电器	电源板 JSQ-A30Y1 $\Phi 3$ 红 绿光 V0 级带 VH 端子 1.6 CCC 防辐射	6.03	0.33%	6.01	-0.66%	6.05
	电路板 YSH-B18T1 升级 款数码显示板 V0 级 16 大 功能阻容降压	12.15	-2.33%	12.44	-2.89%	12.81
	电源线 YSH-A18D1 250V 10A 3 $\times$ 0.75mm ² 白 色 外露 800 无卡位 CCC	2.26	3.67%	2.18	10.66%	1.97

由上表可知，五金制品和电子电器原材料细分到具体型号，报告期内变动差异相对较小。

（3）包材

报告期，公司包材的主要成分瓦楞纸的市场价格波动情况如下图所示：



注：数据来源于 wind 资讯

瓦楞纸生产企业受废纸价格上涨和环保监管力度加大等因素影响，从 2016 年第四季度开始瓦楞纸的市场价格大幅上升，2017 年度进一步上升，2018 年度先升后降，导致公司 2017 年度包材的采购均价较同期上涨了 37.65%，2018 年度包材的采购均价较上年下降 5.13%。

5、主要产品原材料采购价格对公司利润总额影响的敏感性分析

以公司 2018 年度采购成本、采购数量、原材料采购价格为基准，公司主要原材料采购价格变动对利润总额的敏感性分析如下：

序号	原材料	原材料采购均价变动对利润总额的影响			
		-10%	-5%	5%	10%
1	塑料原料	6.38%	3.19%	-3.19%	-6.38%
2	五金制品	10.28%	5.14%	-5.14%	-10.28%
3	电子电器	11.87%	5.93%	-5.93%	-11.87%
4	电机	3.58%	1.79%	-1.79%	-3.58%
5	陶瓷	2.52%	1.26%	-1.26%	-2.52%
6	玻璃	2.56%	1.28%	-1.28%	-2.56%
7	包材	4.34%	2.17%	-2.17%	-4.34%

原材料采购价格变动对公司利润总额影响较大的有塑料原料、五金制品和电子电器等，主要是由公司各原材料采购金额占采购总额的比例决定的。

(三) 主营业务毛利及毛利率分析

1、主营业务毛利构成分析

报告期内公司主要产品毛利如下表：

单位：万元

大类	产品小类	具体品类	2018 年度		2017 年度		2016 年度	
			毛利	占比	毛利	占比	毛利	占比
厨房小家电	锅煲类	电炖盅/锅	10,549.64	16.12%	10,025.42	18.42%	6,617.90	18.60%
		电蒸锅	1,141.68	1.74%	861.19	1.58%	866.71	2.44%
		电热/火锅	3,029.74	4.63%	1,927.68	3.54%	1,131.24	3.18%
		其他	483.50	0.74%	257.07	0.47%	87.80	0.25%
		小计	15,204.55	23.23%	13,071.37	24.01%	8,703.65	24.46%
	电热类	酸奶机	1,674.76	2.56%	2,611.07	4.80%	3,526.02	9.91%
		电热饭盒	2,931.27	4.48%	2,706.38	4.97%	2,460.78	6.92%
		煎/煮蛋器	4,172.00	6.38%	3,983.99	7.32%	3,112.75	8.75%
		豆芽机	303.97	0.46%	389.60	0.72%	676.68	1.90%
		其他	68.40	0.10%	147.95	0.27%	123.78	0.35%
		小计	9,150.40	13.98%	9,838.99	18.08%	9,900.01	27.82%
	壶类	养生壶	11,369.86	17.37%	7,911.91	14.53%	2,560.84	7.20%
		电热水壶	1,004.52	1.54%	1,182.88	2.17%	1,161.79	3.26%
		煎药壶	1,545.64	2.36%	1,578.04	2.90%	1,192.47	3.35%
		小计	13,920.02	21.27%	10,672.83	19.61%	4,915.10	13.81%
	西式类	电饼铛	2,280.71	3.49%	1,112.00	2.04%	388.85	1.09%
		电烤箱	963.24	1.47%	695.91	1.28%	343.59	0.97%
		多士炉	1,819.58	2.78%	1,797.31	3.30%	795.66	2.24%
		咖啡机	372.98	0.57%	322.97	0.59%	240.22	0.68%
		其他	117.03	0.18%	54.47	0.10%	57.06	0.16%
		小计	5,553.55	8.49%	3,982.65	7.32%	1,825.38	5.13%
	电动类	切碎机/绞肉机	5,798.10	8.86%	3,761.76	6.91%	998.35	2.81%
		打蛋器	1,598.99	2.44%	1,393.16	2.56%	1,193.97	3.36%
		粉碎机/磨豆机	813.93	1.24%	958.44	1.76%	1,184.03	3.33%
		和面机/厨师机	976.27	1.49%	848.31	1.56%	455.57	1.28%
		料理机/榨汁机/手持搅拌器	3,769.50	5.76%	2,705.30	4.97%	1,537.50	4.32%
		其他	17.11	0.03%	14.90	0.03%	22.78	0.06%
		小计	12,973.90	19.83%	9,681.87	17.79%	5,392.20	15.15%
		合计	56,802.42	86.80%	47,247.71	86.80%	30,736.34	86.38%

生活小家电	加湿器	7,746.45	11.84%	6,760.83	12.42%	4,291.84	12.06%
	烘干机	495.42	0.76%	190.96	0.35%	158.81	0.45%
	除湿机	47.67	0.07%	137.87	0.25%	317.90	0.89%
	其他	208.70	0.32%	15.05	0.03%	10.54	0.03%
	小计	8,498.25	12.99%	7,104.71	13.05%	4,779.10	13.43%
其他小家电		138.51	0.21%	81.14	0.15%	67.82	0.19%
总 计		65,439.18	100.00%	54,433.56	100%	35,583.27	100%

报告期内，公司主营业务毛利分别为 35,583.27 万元、54,433.56 万元和 65,439.18 万元，呈逐年上升趋势；主要由厨房小家电、生活小家电的毛利构成，报告期内二者合计占公司主营业务毛利的比例分别为 99.81%、99.85%和 99.79%，是公司的主要盈利来源。

2、毛利率情况及变动分析

(1) 主营业务毛利率分析

公司主要产品分为厨房小家电、生活小家电和其他小家电，其中厨房小家电根据功能划分为锅煲类、电热类、壶类、西式类和电动类五大系列。报告期内，公司主营业务毛利率分别为 33.97%、33.16%和 32.27%，整体波动较小，但各类产品毛利率存在一定差异。公司产品毛利率主要受产品结构、原材料价格波动与产品价格调整、市场竞争状况与营销策略、销售渠道变化、生产规模与生产模式和毛利率管理模式等因素的影响，具体分析如下：

①主要产品结构及毛利率变动

公司主要产品分为厨房小家电、生活小家电和其他小家电三大系列，七个品类，不同品类产品毛利率不同；同时为了更好的满足客户需求，增强产品市场竞争力，公司研发团队通过优化产品性能和用户体验，不断向消费者推出精致、创新、健康的产品，新品类的不断推出，以及现有产品结构调整，对产品毛利率的变动产生影响。

报告期，公司厨房类小家电的毛利率分别为 35.24%、34.25%和 32.81%，销售收入占比分别为 83.27%、84.04%和 85.39%；生活小家电毛利率分别为 27.63%、27.34%和 28.99%，销售收入占比分别为 16.51%、15.83%和 14.45%；其他小家电的毛利率分别为 29.75%、38.02%和 43.14%，销售收入占比分别为 0.22%、0.13%和 0.16%。

公司厨房小家电和生活小家电产品收入占比较高,合计占主营业务收入的比例为 99.78%、99.87%和 99.84%,其变动决定了公司主营业务毛利率的整体变动趋势。其他类产品收入对公司主营业务毛利率影响较小。

报告期内,公司分产品毛利率情况和销售收入占比情况如下:

产品分类		具体品类	2018 年度		2017 年度		2016 年度	
			毛利率	占比	毛利率	占比	毛利率	占比
厨房小家电	锅煲类	电炖盅/锅	35.82%	14.53%	39.01%	15.65%	39.68%	15.92%
		电蒸锅	36.43%	1.55%	35.20%	1.49%	37.65%	2.20%
		电热/火锅	32.13%	4.65%	35.49%	3.31%	31.83%	3.39%
		其他	25.57%	0.93%	25.89%	0.60%	22.81%	0.37%
		小计	34.63%	21.65%	37.81%	21.06%	37.98%	21.88%
	电热类	酸奶机	39.03%	2.12%	40.98%	3.88%	43.38%	7.76%
		电热饭盒	30.81%	4.69%	33.71%	4.89%	36.74%	6.39%
		煎/煮蛋器	31.94%	6.44%	35.06%	6.92%	36.59%	8.12%
		豆芽机	36.53%	0.41%	35.11%	0.68%	36.25%	1.78%
		其他	30.06%	0.11%	28.39%	0.32%	28.89%	0.41%
		小计	32.77%	13.77%	35.92%	16.69%	38.63%	24.47%
	壶类	养生壶	34.36%	16.32%	32.09%	15.02%	27.77%	8.80%
		电热水壶	27.68%	1.79%	32.37%	2.23%	35.92%	3.09%
		煎药壶	40.26%	1.89%	46.97%	2.05%	49.11%	2.32%
		小计	34.32%	20.00%	33.70%	19.29%	33.02%	14.21%
	西式类	电饼铛	29.68%	3.79%	35.28%	1.92%	32.87%	1.13%
		电烤箱	15.31%	3.10%	15.94%	2.66%	19.03%	1.72%
		多士炉	29.33%	3.06%	29.41%	3.72%	29.40%	2.58%
		咖啡机	39.08%	0.47%	38.53%	0.51%	34.34%	0.67%
		其他	25.35%	0.23%	14.47%	0.23%	7.77%	0.70%
		小计	25.72%	10.65%	26.83%	9.04%	25.61%	6.81%
	电动类	切碎机/绞肉机	34.43%	8.30%	33.36%	6.87%	32.26%	2.95%
		打蛋器	24.94%	3.16%	23.38%	3.63%	25.42%	4.48%
		粉碎机/磨豆机	36.13%	1.11%	40.78%	1.43%	46.77%	2.42%
		和面机/厨师机	36.72%	1.31%	38.71%	1.33%	34.67%	1.25%
		料理机/榨汁机/手持搅拌器	34.44%	5.40%	35.24%	4.68%	31.90%	4.60%
		其他	39.15%	0.02%	41.99%	0.02%	10.99%	0.20%
		小计	33.14%	19.31%	32.83%	17.96%	32.36%	15.91%

	合计	32.81%	85.39%	34.25%	84.04%	35.24%	83.27%
生活 小家 电	加湿器	28.63%	13.34%	27.44%	15.01%	27.57%	14.86%
	烘干机	32.63%	0.75%	27.67%	0.42%	38.84%	0.39%
	除湿机	18.22%	0.13%	22.67%	0.37%	25.77%	1.18%
	其他	43.69%	0.24%	30.22%	0.03%	11.82%	0.09%
	小计	28.99%	14.45%	27.34%	15.83%	27.63%	16.51%
其他小家电		43.14%	0.16%	38.02%	0.13%	29.75%	0.22%
总 计		32.27%	100.00%	33.16%	100%	33.97%	100%

报告期内公司主营业务毛利率分别为 33.97%、33.16%和 32.27%，整体波动不大。公司产品种类繁多，包括厨房小家电、生活小家电、其他小家电三大类产品，进一步根据产品功能划分，厨房小家电可分为五大类、二十三小类，生活小家电分为四小类，每类产品毛利率水平均不同。公司根据市场竞争状况、原材料采购价格、营销渠道等因素，每年均会调整不同品类中产品的销售规模结构和毛利率水平，报告期内有些品类产品毛利率虽然下滑，但另外一些毛利率较高产品销售占比提升，不同品类毛利率和销售收入占比的波动产生相互作用，导致产品综合毛利率波动较小。

例如公司七大系列产品中，电热类小家电报告期内毛利率分别为 38.63%、35.92%和 32.77%，销售占比分别为 24.47%、16.69%和 13.77%，其毛利率逐年下滑，销售占比也逐年下降。同时，壶类小家电报告期内毛利率分别为 33.02%、33.70%和 34.32%，销售占比分别为 14.21%、19.29%和 20.00%，其毛利率波动不大，但销售占比逐年上升。上述因素相互作用，导致公司综合毛利率波动较小。

公司七大系列产品中，除电热和其他小家电毛利率波动相对较大外，其他类产品毛利率波动不大，主要原因是公司细分二十八种产品之间毛利率不同，不同种类产品毛利率和销售占比的波动产生相互作用，导致其毛利率波动较小。

以厨房小家电中的电动类产品为例，电动类产品报告期内毛利率分别为 32.36%、32.83%和 33.14%，整体波动较小，该品类包括切碎机/绞肉机、打蛋器、粉碎机/磨豆机、和面机/厨师机、料理机/榨汁机/手持搅拌器和其他，报告期内，不同产品毛利率有升有降，销售占比也有升有降，存在较大差异，不同产品相互之间毛利率和收入占比波动产生相互作用，导致电动类产品毛利率波动较小。

报告期内，公司主要产品毛利率波动原因分析详见本节“二、盈利能力分析”

之“（三）主营业务毛利及毛利率分析”之“2、毛利率情况及变动分析”之“（2）各分类产品毛利率变动原因分析”。

②原材料价格波动与产品价格调整

报告期内公司生产所需的主要原材料是塑料原料、五金制品、电机、陶瓷、玻璃、电子电器和包材等。随着公司生产和销售规模的增加，规模化采购带来的单位采购成本的下降、主要原材料的市场价格波动等均使产品单位生产成本发生变化。

公司原材料占成本的比重较大，因此其变化情况对毛利率的影响较大。但发行人因为主要是线上销售，且公司经过多年的发展，品牌在创意小家电行业具有较高的知名度，可以根据原材料价格的变化及时推出新品或对现有产品调整价格传导成本压力。

③市场竞争状况与营销策略

根据市场竞争情况、产品特性、消费者需求等特点，公司会制定差异化的营销策略。公司面对不同的细分市场，提供针对性的产品、服务以及相应的销售措施；同时根据细分市场的特点和竞争状况，分别制定与公司品牌形象相适应的价格策略及促销策略并予以实施，从而影响公司的主营业务毛利率。

当某类产品市场竞争较激烈，公司可能会采取通过主推性价比比较高的产品，同时配合加大促销力度或降低销售价格等营销策略来抢占市场份额；当某类产品市场竞争不太激烈，或者公司某个产品具有明显的品牌优势时，公司可能主推高端产品，通过提升品牌影响力的营销策略来获取市场份额。

④销售渠道变化

公司销售渠道以线上销售为主，报告期内，线上销售占主营业务收入比例分别为 91.60%、91.93%和 90.41%。线上销售可划分为电商平台入仓、线上直销和线上经销三种模式，电商平台入仓模式和线上直销模式均是直接销售给客户或终端消费者，毛利率相对较高；同时线上经销模式，存在由公司代经销商发货和由经销商直接发货两种情况，考虑到代发货模式需公司承担仓储和运费，销售价格和毛利率相对较高。因此，同一品类产品因不同销售渠道占销售收入比例的变动，对其毛利率也会产生影响。报告期内，公司不同渠道的销售占比基本稳定，也导

致公司综合毛利率变动较小。

⑤生产规模与生产模式

公司产品规格型号多样，随着销售规模的逐步扩大，与之对应原材料的规模化采购带来单位采购成本下降；同时公司会根据产品市场情况、消费者需求、公司自身产能等因素，调整生产模式，部分产品会调整自主生产和外协生产的比例，自主生产效率高，生产工艺更加优化，单位成本相对较低，从而对公司毛利率产生影响。

⑥毛利率管理模式

公司制定了较完善的毛利率管理策略，从事前、事中和事后多方面进行管理。具体说明如下：

事前：年初召开预算会议，在考虑以前年度产品毛利率情况、未来市场竞争情况等因素后，制定全年的总体毛利率目标，并且将该毛利率目标分解到各细分品类。

事中：每个月召开月度经营分析会，对比实际毛利率与预算毛利率的差距，如果存在不利变化，具体分析原因，并通过营销策略、产品结构调整、采购供应商调整、销售渠道调整、价格调整以及生产模式调整等手段，使毛利率保持在合理水平；同时，公司通过严格控制新产品的定价以及原有产品的促销审批，使公司毛利率处于一个合理的水平。

事后：公司分产品设立产品经理，全方位监控毛利率指标，并将毛利率指标作为 KPI 考核指标之一。

由于上述因素的综合作用，公司报告期内产品毛利率较为稳定。

(2) 各分类产品毛利率变动原因分析

报告期内，公司注重研发，不断推出新产品，产品种类繁多，包括厨房小家电、生活小家电、其他小家电三大类产品，根据产品功能划分，厨房小家电可分为五大类、二十三小类；生活小家电分为四小类，每类产品由于市场竞争状况、原材料价格波动、营销策略、销售渠道和生产模式等不同，毛利率存在差异，公司主要产品毛利率分析如下：

①电炖盅/锅毛利率变动分析

项 目		2018 年度	2017 年度	2016 年度
毛利率		35.82%	39.01%	39.68%
毛利率增减变动		-3.20%	-0.67%	1.56%
价格变动因素	销售均价（元/台）	98.30	100.45	100.65
	价格变动比例	-2.14%	-0.20%	5.81%
成本变动因素	单位成本（元/台）	63.09	61.26	60.71
	成本变动比例	2.99%	0.90%	3.14%

报告期内，单位价格波动及单位成本变动使该类产品毛利率提高的幅度：

项 目	2018 年度	2017 年度	2016 年度
单位价格波动使毛利率提高的幅度①	-1.38%	-0.12%	-
单位成本变动使毛利率提高的幅度②	-1.82%	-0.54%	-
毛利率较上年提高幅度	-3.20%	-0.67%	-

注：①=（本年单位价格-本年单位成本）/本年单位价格-（上年单位价格-本年单位成本）/上年单位价格；②=（上年单位成本-本年单位成本）/上年单位价格，以下表格计算公式相同。

2017 年度该类产品毛利率为 39.01%，较同期下降 0.67 个百分点，波动较小。

2018 年度该类产品毛利率为 35.82%，较上年下降 3.20 个百分点，主要原因是：2018 年度该类产品补充了十六款新产品，新产品的性能提升带动单位成本较上年上升 2.99%；但由于电炖锅市场竞争加剧，公司增加促销力度，带动销售均价下降 2.14%，最终导致毛利率下降。

②电蒸锅产品毛利率变动分析

项 目		2018 年度	2017 年度	2016 年度
毛利率		36.43%	35.20%	37.65%
毛利率增减变动		1.23%	-2.45%	2.11%
价格变动因素	销售均价（元/台）	126.02	109.87	104.27
	价格变动比例	14.70%	5.37%	5.12%
成本变动因素	单位成本（元/台）	80.12	71.20	65.02
	成本变动比例	12.53%	9.51%	1.67%

报告期内，单位价格波动及单位成本变动使该类产品毛利率提高的幅度：

项 目	2018 年度	2017 年度	2016 年度
单位价格波动使毛利率提高的幅度①	9.35%	3.48%	-
单位成本变动使毛利率提高的幅度②	-8.12%	-5.93%	-
毛利率较上年提高幅度	1.23%	-2.45%	-

2017 年度该类产品毛利率为 35.20%，较同期下降 2.45 个百分点，主要原因

是：2017 年度主要原材料价格上涨，带动单位成本较同期上升 9.51%；同时公司适当调整了产品结构，停止销售部分单价和毛利率较低的产品，带动销售均价较同期上升 5.37%；价格上升幅度小于成本上升幅度，导致毛利率下降。

2018 年度该类产品毛利率为 36.43%，较上年上升 1.23 个百分点，主要原因是：本年度推出两款新品，销售占比 28.57%，销售价格和单位成本均较高，带动电蒸锅销售均价和单位成本分别较同期上升 14.70%和 12.53%，销售均价上升的幅度大于单位成本上升的幅度，毛利率上升。

③电热/火锅产品毛利率变动分析

项 目		2018 年度	2017 年度	2016 年度
毛利率		32.13%	35.49%	31.83%
毛利率增减变动		-3.36%	3.66%	-0.52%
价格变动因素	销售均价（元/台）	71.37	77.05	73.34
	价格变动比例	-7.37%	5.06%	15.23%
成本变动因素	单位成本（元/台）	48.44	49.71	49.99
	成本变动比例	-2.54%	-0.58%	16.12%

报告期内，单位价格波动及单位成本变动使该类产品毛利率提高的幅度：

项 目	2018 年度	2017 年度	2016 年度
单位价格波动使毛利率提高的幅度①	-5.00%	3.26%	-
单位成本变动使毛利率提高的幅度②	1.64%	0.39%	-
毛利率较上年提高幅度	-3.36%	3.66%	-

2017 年度该类产品毛利率为 35.49%，较同期增加 3.66 个百分点，主要原因是：本年度推出包含微电脑控制电热/火锅在内的五款新产品，新产品毛利率相对较高，新产品销售收入为 1,547.83 万元，占该类产品销售比例为 28.50%，拉升该类产品整体毛利率。

2018 年度该类产品毛利率为 32.13%，较同期下降 3.36 个百分点，主要原因是：本年度加大了主推产品的促销力度，促销力度加大带动销售均价较同期下降 7.37%，主推产品单位成本较低，带动单位成本较同期下降 2.54%，销售均价下降的幅度大于单位成本下降的幅度，毛利率下降。

④酸奶机产品毛利率变动分析

项 目	2018 年度	2017 年度	2016 年度
毛利率	39.03%	40.98%	43.38%
毛利率增减变动	-1.95%	-2.40%	-1.52%

价格变动因素	销售均价（元/台）	74.57	72.41	61.80
	价格变动比例	2.98%	17.16%	-1.46%
成本变动因素	单位成本（元/台）	45.46	42.74	35.00
	成本变动比例	6.37%	22.13%	1.26%

报告期内，单位价格波动及单位成本变动使该类产品毛利率提高的幅度：

项 目	2018 年度	2017 年度	2016 年度
单位价格波动使毛利率提高的幅度①	1.81%	10.13%	-
单位成本变动使毛利率提高的幅度②	-3.76%	-12.53%	-
毛利率较上年提高幅度	-1.95%	-2.40%	-

公司酸奶机毛利率较高，主要原因是：公司从设立之初就推出酸奶机产品，在市场上具有先发优势，并不断推出新产品，且小熊品牌具有较好的品牌知名度和影响力，产品定价较高，毛利率高。

2017 年度该类产品毛利率为 40.98%，较同期下降 2.40 个百分点，主要原因是：本年度公司调整产品结构，主要销售价格较高的产品，带动销售均价较同期上升 17.16%；该类产品主要原材料价格上涨，带动单位成本较同期上升 22.13%，单位成本上升幅度大于单位价格上升幅度，毛利率下降。

2018 年度该类产品毛利率为 39.03%，较同期下降 1.95 个百分点，波动较小。

⑤电热饭盒产品毛利率变动分析

项 目	2018 年度	2017 年度	2016 年度
毛利率	30.81%	33.71%	36.74%
毛利率增减变动	-2.90%	-3.03%	2.97%
价格变动因素	销售均价（元/台）	67.68	64.81
	价格变动比例	4.43%	-1.22%
成本变动因素	单位成本（元/台）	46.83	42.96
	成本变动比例	9.00%	3.50%

报告期内，单位价格波动及单位成本变动使该类产品毛利率提高的幅度：

项 目	2018 年度	2017 年度	2016 年度
单位价格波动使毛利率提高的幅度①	3.07%	-0.81%	-
单位成本变动使毛利率提高的幅度②	-5.97%	-2.21%	-
毛利率较上年提高幅度	-2.90%	-3.03%	-

2017 年度该类产品毛利率为 33.71%，较同期下降 3.03 个百分点。主要原因是：该类产品主要原材料价格上涨，带动单位成本较同期上升 3.50%，同时销售结构变化，导致本年度该产品销售均价下降 1.22%，上述因素综合作用导致产品

毛利率下降。

2018 年度该类产品毛利率为 30.81%，较同期减少 2.90 个百分点，主要原因是：本年度推出的两款新品及全钢饭盒系列销售较好，该类产品销售单价和单位成本均较高，带动电热饭盒销售均价和单位成本分别较同期上升；同时本年度加大了产品的促销力度，抵消了新品价格对销售均价上升的影响；综合因素带动电热饭盒销售均价和单位成本分别较同期上升 4.43% 和 9.00%，单位成本上升幅度大于单位价格上升幅度，导致毛利率下降。

⑥煎/煮蛋器产品毛利率变动分析

项 目		2018 年度	2017 年度	2016 年度
毛利率		31.94%	35.06%	36.59%
毛利率增减变动		-3.12%	-1.53%	-1.38%
价格变动因素	销售均价（元/台）	50.19	49.02	45.37
	价格变动比例	2.40%	8.03%	7.50%
成本变动因素	单位成本（元/台）	34.16	31.83	28.77
	成本变动比例	7.32%	10.63%	9.89%

报告期内，单位价格波动及单位成本变动使该类产品毛利率提高的幅度：

项 目	2018 年度	2017 年度	2016 年度
单位价格波动使毛利率提高的幅度①	1.63%	5.22%	-
单位成本变动使毛利率提高的幅度②	-4.75%	-6.74%	-
毛利率较上年提高幅度	-3.12%	-1.53%	-

2017 年度该类产品毛利率为 35.06%，较同期下降 1.53 个百分点，波动较小。

2018 年度该类产品毛利率为 31.94%，较同期下降 3.12 个百分点，主要原因是：2018 年度该品类部分产品进行了蒸盘和发热盘材料升级，带动单位成本较上年上升 7.32%；同时，根据市场需求变化，公司调整了产品结构，销售价格较高产品销售占比上升，带动销售均价较上年上升 2.40%；但单位成本上升幅度大于单位价格上升幅度，毛利率下降。

⑦养生壶产品毛利率变动分析

项 目	2018 年度	2017 年度	2016 年度
毛利率	34.36%	32.09%	27.77%
毛利率增减变动	2.26%	4.33%	-0.18%

价格变动因素	销售均价（元/台）	93.79	95.09	86.95
	价格变动比例	-1.37%	9.35%	-7.73%
成本变动因素	单位成本（元/台）	61.57	64.57	62.81
	成本变动比例	-4.65%	2.80%	-7.51%

报告期内，单位价格波动及单位成本变动使该类产品毛利率提高的幅度：

项目	2018 年度	2017 年度	2016 年度
单位价格波动使毛利率提高的幅度①	-0.90%	6.35%	-
单位成本变动使毛利率提高的幅度②	3.16%	-2.02%	-
毛利率较上年提高幅度	2.26%	4.33%	-

2017 年度该类产品毛利率为 32.09%，较同期增加 4.33 个百分点的主要原因是：本年度推出包含隔水燕窝炖功能的价格较高养生壶产品和玻璃壶体养生壶在内的十一款新产品，毛利率较高，新产品销售收入为 4,390.72 万元，占比 17.81%，提升该类产品整体毛利率。

2018 年度该类产品毛利率为 34.36%，较同期增长 2.26 个百分点，主要原因是：养生壶类产品市场竞争加剧，本年度对几款产品进行了定价策略调整，带动销售均价下降 1.37%；但养生壶销售规模较大且供应链较为成熟，本年度公司分别对电路板、注塑原材料、发热盘等核心组件进行优化并降低其采购成本，带动单位成本下降 4.65%；销售均价下降幅度小于单位成本下降幅度，毛利率上升。

⑧电热水壶产品毛利率变动分析

项 目	2018 年度	2017 年度	2016 年度
毛利率	27.68%	32.37%	35.92%
毛利率增减变动	-4.69%	-3.56%	11.35%
价格变动因素	销售均价（元/台）	72.26	77.09
	价格变动比例	-6.27%	-3.46%
成本变动因素	单位成本（元/台）	52.26	52.14
	成本变动比例	0.23%	1.90%

报告期内，单位价格波动及单位成本变动使该类产品毛利率提高的幅度：

项 目	2018 年度	2017 年度	2016 年度
单位价格波动使毛利率提高的幅度①	-4.53%	-2.34%	-
单位成本变动使毛利率提高的幅度②	-0.16%	-1.22%	-
毛利率较上年提高幅度	-4.69%	-3.56%	-

2017 年度该类产品毛利率为 32.37%，较同期下降 3.56 个百分点。主要原因是：公司自主生产的玻璃壶体电热水壶，受到市场认可，且公司为进一步抢占市

场份额，适度调低了价格，带动销售均价较同期下降 3.46%；同时，因产品结构调整，该类产品单位成本较同期上升 1.90%，毛利率下降。

2018 年度该类产品毛利率为 27.68%，较同期减少 4.69 个百分点，主要原因是：本年度公司加大了促销力度，导致销售均价下降；同时，本年度推出的两款新品，销售规模较小，对价格的提升有限，综合因素导致电热水壶销售均价下降 6.27%，单位成本上升 0.23%，毛利率下降。

⑨煎药壶产品毛利率变动分析

项 目		2018 年度	2017 年度	2016 年度
毛利率		40.26%	46.97%	49.11%
毛利率增减变动		-6.71%	-2.14%	-3.10%
价格变动因素	销售均价（元/台）	171.93	182.06	188.25
	价格变动比例	-5.56%	-3.29%	11.19%
成本变动因素	单位成本（元/台）	102.72	96.55	95.80
	成本变动比例	6.39%	0.78%	18.39%

报告期内，单位价格波动及单位成本变动使该类产品毛利率提高的幅度：

项 目	2018 年度	2017 年度	2016 年度
单位价格波动使毛利率提高的幅度①	-3.32%	-1.74%	-
单位成本变动使毛利率提高的幅度②	-3.39%	-0.40%	-
毛利率较上年提高幅度	-6.71%	-2.14%	-

煎药壶毛利率相对较高的主要原因是：公司产品具有较高的品牌影响力，产品品质优良，定价较高，因此毛利率高。

2017 年度该类产品毛利率为 46.97%，较同期下降 2.14 个百分点，主要原因是：随着市场竞争加剧，公司为保持现有市场份额，公司加大了促销力度，导致销售均价下降；同时，对现有产品品质进一步做了改善，带动单位成本上升，单位均价下降但单位成本上升，导致毛利率下降。

2018 年度该类产品毛利率为 40.26%，较同期下降 6.71 个百分点，主要原因是：公司加大了促销力度，导致销售均价下降 5.56%；同时，煎药壶的主要原材料陶瓷价格上涨，带动单位成本上升 6.39%，单位均价下降但单位成本上升，导致毛利率下降。

⑩电饼铛产品毛利率变动分析

项 目	2018 年度	2017 年度	2016 年度
-----	---------	---------	---------

毛利率		29.68%	35.28%	32.87%
毛利率增减变动		-5.61%	2.42%	4.26%
价格变动因素	销售均价（元/台）	94.31	107.32	87.16
	价格变动比例	-12.12%	23.13%	17.52%
成本变动因素	单位成本（元/台）	66.32	69.45	58.51
	成本变动比例	-4.51%	18.70%	10.50%

报告期内，单位价格波动及单位成本变动使该类产品毛利率提高的幅度：

项 目	2018 年度	2017 年度	2016 年度
单位价格波动使毛利率提高的幅度①	-8.52%	14.97%	-
单位成本变动使毛利率提高的幅度②	2.92%	-12.55%	-
毛利率较上年提高幅度	-5.61%	2.42%	-

2017 年度该类产品毛利率为 35.28%，较同期增加 2.42 个百分点，主要原因是：该类产品 2017 年开始由原来的外协生产转为自主开发和生产，公司自主开发和生产的新产品主要为价格较高的产品，本年度新产品销售额为 1,403.31 万元，占该类产品销售比例为 44.53%。自主开发和生产的新产品毛利率较高，带动该类产品毛利率上升。

2018 年度该类产品毛利率为 29.68%，较同期下降 5.61 个百分点，主要原因是：2018 年度市场竞争激烈，公司促销力度加大，带动销售均价较上年下降 12.12%；同时，该品类部分产品在不改变产品性能的情况下通过调整烤盘型号和产品工艺等方式降低成本，带动单位成本较上年下降 4.51%；但销售均价下降幅度大于单位成本下降幅度，毛利率下降。

⑪电烤箱产品毛利率变动分析

项 目	2018 年度	2017 年度	2016 年度
毛利率	15.31%	15.94%	19.03%
毛利率增减变动	-0.63%	-3.09%	2.42%
价格变动因素	销售均价（元/台）	105.44	109.25
	价格变动比例	-3.48%	-18.49%
成本变动因素	单位成本（元/台）	89.30	91.83
	成本变动比例	-2.76%	-15.38%

报告期内，单位价格波动及单位成本变动使该类产品毛利率提高的幅度：

项 目	2018 年度	2017 年度	2016 年度
单位价格波动使毛利率提高的幅度①	-2.95%	-15.54%	-
单位成本变动使毛利率提高的幅度②	2.32%	12.46%	-
毛利率较上年提高幅度	-0.63%	-3.09%	-

电烤箱毛利率相对较低的原因：该类产品仍处于市场导入期，公司主要采取外协生产的方式，毛利率较低。

2017 年度该类产品毛利率为 15.94%，较同期下降 3.09 个百分点的主要原因是：2016 年度两款竞争力较强的产品销售规模进一步扩大，销售收入为 3,563.84 万元，占该类产品的销售比例为 81.63%，带动销售均价较同期下降 18.49%，产品单位成本较同期下降 15.38%；但同时由于本年度该类产品主要原材料价格上涨，故产品单位成本下降的幅度小于销售均价下降幅度，最终导致毛利率降低。

2018 年度该类产品毛利率为 15.31%，较同期下降 0.63 个百分点，波动较小。

⑫多士炉产品毛利率变动分析

项 目		2018 年度	2017 年度	2016 年度
毛利率		29.33%	29.41%	29.40%
毛利率增减变动		-0.07%	0.01%	-0.45%
价格变动因素	销售均价（元/台）	105.98	104.15	80.01
	价格变动比例	1.76%	30.17%	30.73%
成本变动因素	单位成本（元/台）	74.89	73.52	56.49
	成本变动比例	1.87%	30.16%	31.57%

报告期内，单位价格波动及单位成本变动使该类产品毛利率提高的幅度：

项 目	2018 年度	2017 年度	2016 年度
单位价格波动使毛利率提高的幅度①	1.25%	21.30%	-
单位成本变动使毛利率提高的幅度②	-1.32%	-21.29%	-
毛利率较上年提高幅度	-0.07%	0.01%	-

该类产品销售均价和单位成本波动较大，主要原因是：2016 年 8 月推出的多功能多士炉销售额和销售占比逐渐增加，2016 年度和 2017 年度该款多士炉的销售收入分别为 981.24 万元和 4,625.72 万元，占该类产品的销售比例分别为 36.26%和 75.69%，该款产品由于功能较齐全，产品售价和单位成本均较高。

2018 年度该类产品毛利率为 29.33%，较同期下降 0.07 个百分点，波动较小。

⑬咖啡机产品毛利率变动分析

项 目		2018 年度	2017 年度	2016 年度
毛利率		39.08%	38.53%	34.34%
毛利率增减变动		0.54%	4.19%	1.19%
价格变动因素	销售均价（元/台）	63.42	55.23	62.94
	价格变动比例	14.84%	-12.26%	-13.45%

成本变动因素	单位成本（元/台）	38.64	33.95	41.33
	成本变动比例	13.83%	-17.86%	-14.99%

报告期内，单位价格波动及单位成本变动使该类产品毛利率提高的幅度：

项 目	2018 年度	2017 年度	2016 年度
单位价格波动使毛利率提高的幅度①	9.04%	-7.53%	-
单位成本变动使毛利率提高的幅度②	-8.50%	11.73%	-
毛利率较上年提高幅度	0.54%	4.19%	-

2017 年度该类产品毛利率为 38.53%，较同期增加 4.19 个百分点。主要原因是：公司本年度调整产品结构，主要销售性价比高的滴漏式咖啡机，该类产品价格和单位成本相对较低，带动单位成本较同期下降 17.86%，销售均价较同期下降 12.26%，单位成本下降幅度高于销售均价下降幅度，毛利率上升。

2018 年度该类产品毛利率为 39.08%，较同期增长 0.54 个百分点，波动较小。

⑭切碎机/绞肉机产品毛利率变动分析

项 目	2018 年度	2017 年度	2016 年度
毛利率	34.43%	33.36%	32.26%
毛利率增减变动	1.07%	1.10%	5.71%
价格变动因素	销售均价（元/台）	83.95	84.12
	价格变动比例	-0.19%	9.07%
成本变动因素	单位成本（元/台）	55.05	56.05
	成本变动比例	-1.79%	7.30%

报告期内，单位价格波动及单位成本变动使该类产品毛利率提高的幅度：

项 目	2018 年度	2017 年度	2016 年度
单位价格波动使毛利率提高的幅度①	-0.13%	6.04%	-
单位成本变动使毛利率提高的幅度②	1.19%	-4.94%	-
毛利率较上年提高幅度	1.07%	1.10%	-

2017 年度该类产品毛利率为 33.36%，较同期增加 1.10 个百分点，波动较小。

2018 年度该类产品毛利率为 34.43%，较同期增长 1.07 个百分点，波动较小。

⑮打蛋器产品毛利率变动分析

项 目	2018 年度	2017 年度	2016 年度
毛利率	24.94%	23.38%	25.42%
毛利率增减变动	1.56%	-2.04%	-2.74%
价格变动因素	销售均价（元/台）	41.24	40.34
	价格变动比例	2.23%	-0.47%

成本变动因素	单位成本（元/台）	30.95	30.91	30.23
	成本变动比例	0.15%	2.25%	-0.49%

报告期内，单位价格波动及单位成本变动使该类产品毛利率提高的幅度：

项 目	2018 年度	2017 年度	2016 年度
单位价格波动使毛利率提高的幅度①	1.67%	-0.36%	-
单位成本变动使毛利率提高的幅度②	-0.11%	-1.68%	-
毛利率较上年提高幅度	1.56%	-2.04%	-

2017 年度该类产品毛利率为 23.38%，较同期下降 2.04 个百分点，主要原因是：该类产品主要原材料涨价及产品结构调整，带动单位成本较同期上升 2.25%；同时，打蛋器产品本年度加强了电商平台的渠道推广，带动销售均价较同期下降 0.47%，综合因素导致毛利率下降。

2018 年度该类产品毛利率为 24.94%，较同期增长 1.56 个百分点，波动较小。

⑩粉碎机/磨豆机产品毛利率变动分析

项 目	2018 年度	2017 年度	2016 年度
毛利率	36.13%	40.78%	46.77%
毛利率增减变动	-4.65%	-5.99%	6.44%
价格变动因素	销售均价（元/米）	88.51	95.35
	价格变动比例	-7.17%	-10.95%
成本变动因素	单位成本（元/米）	56.53	56.46
	成本变动比例	0.12%	-0.93%
			14.99%

报告期内，单位价格波动及单位成本变动使该类产品毛利率提高的幅度：

项 目	2018 年度	2017 年度	2016 年度
单位价格波动使毛利率提高的幅度①	-4.58%	-6.48%	-
单位成本变动使毛利率提高的幅度②	-0.07%	0.49%	-
毛利率较上年提高幅度	-4.65%	-5.99%	-

2017 年度该类产品毛利率为 40.78%，较同期下降 5.99 个百分点，主要原因是：市场竞争加剧，公司主推一款性价比较高的产品，其销售收入为 689.82 万元，占该类产品销售比例为 29.35%，其单位成本和销售均价均较低，但本年该类产品主要原材料采购均价较同期上涨，上述综合因素带动该类产品销售均价较同期下降 10.95%，而单位成本较同期仅下降 0.93%，销售均价下降幅度大于单位成本下降幅度，毛利率降低。

2018 年度该类产品毛利率为 36.13%，较同期下降 4.65 个百分点，主要原因

是：本年度该类产品市场竞争激烈，主销产品价格下调，带动销售均价较上年下降 7.17%；同时，单位成本上升 0.12%；销售均价下降而单位成本上升，毛利率下降。

⑰和面机/厨师机产品毛利率变动分析

项 目		2018 年度	2017 年度	2016 年度
毛利率		36.72%	38.71%	34.67%
毛利率增减变动		-1.99%	4.05%	-4.40%
价格变动因素	销售均价（元/米）	215.08	195.83	175.99
	价格变动比例	9.83%	11.27%	-0.46%
成本变动因素	单位成本（元/米）	136.09	120.01	114.98
	成本变动比例	13.40%	4.38%	6.73%

报告期内，单位价格波动及单位成本变动使该类产品毛利率提高的幅度：

项 目	2018 年度	2017 年度	2016 年度
单位价格波动使毛利率提高的幅度①	6.22%	6.91%	-
单位成本变动使毛利率提高的幅度②	-8.21%	-2.86%	-
毛利率较上年提高幅度	-1.99%	4.05%	-

2017 年度该类产品毛利率为 38.71%，较同期增加 4.05 个百分点，主要原因是：本年度销售价格较高产品厨师机的销售占比增加，销售收入为 618.95 万元，占该类产品销售比例为 28.25%，其销售单价较高，带动销售均价较同期上升 11.27%，而单位成本仅上升 4.38%，销售均价上升幅度大于单位成本上升幅度，毛利率上升。

2018 年度该类产品毛利率为 36.72%，较同期下降 1.99 个百分点，主要原因是：本年度销售价格和成本较高的厨师机销售占比增加，销售收入为 811.25 万元，占该类产品销售比例为 30.52%；同时由于市场竞争加剧，本年度公司加大了和面机/厨师机的促销力度，上述因素带动销售均价和单位成本分别上升 9.83%、13.40%，且销售均价上升幅度小于单位成本上升的幅度，毛利率下降。

⑱料理机/榨汁机/手持搅拌器产品毛利率变动分析

项 目		2018 年度	2017 年度	2016 年度
毛利率		34.44%	35.24%	31.90%
毛利率增减变动		-0.80%	3.34%	2.50%
价格变动因素	销售均价（元/米）	93.92	100.85	91.83
	价格变动比例	-6.87%	9.82%	6.96%
成本变动因素	单位成本（元/米）	61.58	65.31	62.54

	成本变动比例	-5.72%	4.44%	3.17%
--	--------	--------	-------	-------

报告期内，单位价格波动及单位成本变动使该类产品毛利率提高的幅度：

项 目	2018 年度	2017 年度	2016 年度
单位价格波动使毛利率提高的幅度①	-4.50%	6.36%	-
单位成本变动使毛利率提高的幅度②	3.70%	-3.02%	-
毛利率较上年提高幅度	-0.80%	3.34%	-

2017 年度该类产品毛利率为 35.24%，较同期增加 3.34 个百分点，主要原因是：本年度推出便携式料理杯，其销售收入为 2,156.86 万元，占该类产品销售比例为 28.06%，该产品毛利率较高，销售均价和单位成本也较高，带动该类产品单位成本上升 4.44%，销售均价上升 9.82%，销售均价上升的幅度大于单位成本上升的幅度，毛利率上升。

2018 年度该类产品毛利率为 34.44%，较同期下降 0.80 个百分点，波动较小。

⑩加湿器产品毛利率变动分析

项 目	2018 年度	2017 年度	2016 年度
毛利率	28.63%	27.44%	27.57%
毛利率增减变动	1.20%	-0.13%	-4.22%
价格变动因素	销售均价（元/米）	75.61	74.25
	价格变动比例	1.83%	17.03%
成本变动因素	单位成本（元/米）	53.96	53.88
	成本变动比例	0.15%	17.25%

报告期内，单位价格波动及单位成本变动使该类产品毛利率提高的幅度：

项 目	2018 年度	2017 年度	2016 年度
单位价格波动使毛利率提高的幅度①	1.31%	12.36%	-
单位成本变动使毛利率提高的幅度②	-0.11%	-12.49%	-
毛利率较上年提高幅度	1.20%	-0.13%	-

2017 年度该类产品毛利率为 27.44%，较同期下降 0.13 个百分点，波动较小。

2018 年度该类产品毛利率为 28.63%，较同期增长 1.20 个百分点，波动较小。

3、发行人不同销售模式下毛利率的差异及差异的原因和合理性

报告期内，公司不同销售模式下毛利率及销售占比情况具体如下表：

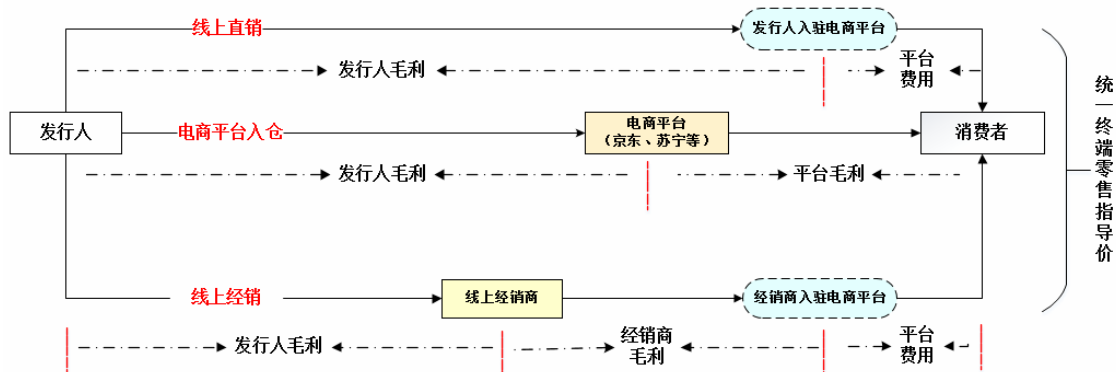
项目	2018 年度		2017 年度		2016 年度	
	毛利率	销售占比	毛利率	销售占比	毛利率	销售占比
线上						

线上经销	28.80%	49.04%	29.13%	51.71%	30.05%	46.71%
电商平台入仓	37.32%	32.44%	37.17%	31.97%	36.04%	36.81%
线上直销	38.90%	8.93%	47.07%	8.25%	48.14%	8.09%
小计	32.86%	90.41%	33.54%	91.93%	34.05%	91.60%
线下						
线下经销	27.42%	6.55%	31.24%	5.57%	34.09%	6.04%
出口销售	25.37%	3.03%	23.46%	2.49%	30.41%	2.36%
小计	26.77%	9.59%	28.83%	8.07%	33.06%	8.40%
合计	32.27%	100.00%	33.16%	100.00%	33.97%	100.00%

由上表可知，公司不同销售模式下毛利率水平存在一定差异，其中线上直销毛利率最高，其次是电商平台入仓，然后是线上经销和线下经销，出口销售毛利率最低，具体说明如下：

（1）公司线上销售的三种销售模式毛利率情况

发行人线上销售模式主要为线上直销、电商平台入仓和线上经销，毛利及毛利率情况如下：



①线上直销模式毛利率最高主要原因

线上直销公司通过在第三方 B2C 平台（天猫商城、京东 POP 店等）开设自营店铺进行直接销售。公司直接面向最终消费者，销售价格为终端零售价格，无其他中间销售环节，不用支付给经销商及平台毛利，故毛利率最高；

②电商平台入仓模式毛利率低于线上直销模式毛利率的主要原因

电商平台入仓是公司将产品直接销售给京东、唯品会、苏宁易购、平安好医生等，由该等电商在自身平台上进行销售，根据各电商平台约定的毛利率和返点情况确定结算价格，增加了平台毛利的扣除环节故毛利率低于线上直销。

③线上经销模式毛利率低于电商平台入仓模式毛利率的主要原因

线上经销模式下,经销商从公司购买产品后,仍需通过各电商平台进行销售,中间销售环节增加,且经销商为推广销售产品需维持一定的运营开支和平台费用,为保证其盈利空间,增加了经销商毛利和平台费用的扣除环节,故线上经销毛利率低于电商平台入仓模式下毛利率。

(2) 线下销售模式毛利率情况

发行人线下销售模式毛利率主要为线下经销和出口销售,毛利率情况如下:

①线下经销模式下毛利率和线上经销模式下的毛利率相近。主要是线上经销和线下经销模式下公司一般采用统一的出厂价出售,线下经销模式下和线上经销模式下的毛利率存在差异的主要原因:一是两种模式下销售的产品结构不同,各产品的毛利率存在差异;二是公司不同年度在特殊的销售期间(例如“京东 618”,“双十一”等)给予不同渠道经销商的促销政策不一样,促销期间会在产品价格上给予经销商一定折扣,故导致两种模式下毛利率存在差异。

②出口销售模式毛利率最低,主要原因是:发行人主要是贴牌销售,故毛利率相对较低。

4、同行业公司主营业务毛利率比较

公司及相关公司的主营业务毛利率如下:

公司名称	2018 年度	2017 年度	2016 年度
美的集团	28.84%	26.26%	28.59%
九阳股份	32.16%	32.97%	32.65%
苏泊尔	31.08%	29.77%	30.83%
天际股份	26.14%	39.74%	35.94%
新宝股份	20.31%	19.14%	20.04%
平均	27.71%	29.58%	29.61%
公司	32.27%	33.16%	33.97%

注:2016 年 11 月开始,天际股份转型为“家电+锂离子电池材料”双主业模式,小家电产品销售收入占比下降。

小熊电器和可比公司的毛利率相比有一定差异,主要原因为公司的经营模式和主要产品类型与可比公司存在差异,具体分析如下:公司产品综合毛利率与九阳股份、苏泊尔、天际股份的毛利率相近,主要原因是:该三家公司产品类别和公司相似,九阳股份主要经营厨房小家电、家居小家电和个人护理小家电,2016-2018 年度,小家电占销售收入比例分别为 100%、100%和 100%,是其主要

收入来源；苏泊尔的产品包含明火炊具、厨房小家电、厨卫电器、环境家居电器四大领域，其中电器产品销售收入占营业收入的比例分别为 63.03%、64.57%和 66.47%；天际股份 2016 年度主要产品为陶瓷烹饪电器、电热水壶系类产品和其
他厨房小家电（例如电蒸锅、榨汁机、豆浆机和酸奶机等），2016 年 11 月开始，天际股份转型为“家电+锂离子电池材料”双主业模式，小家电产品销售收入占比下降，2017 年度毛利率大幅上升，2018 年度毛利率大幅下降，和公司差异较大。

美的集团产品种类较多，其业务涵盖消费电器、暖通空调、机器人及自动化系统、电机等领域，其中机器人及自动化系统和电机业务的毛利率会相对偏低，综合因素导致美的集团毛利率低于公司。

新宝电器以生产出口小家电产品为主，贴牌产品比例较高，毛利率相对较低。

和公司可比性较强的九阳股份、苏泊尔、天际股份毛利率情况如下：

公司名称	2018 年度		2017 年度		2016 年度
	毛利率	增减变动	毛利率	增减变动	毛利率
九阳股份	32.16%	-0.81%	32.97%	0.32%	32.65%
苏泊尔	31.08%	1.31%	29.77%	-1.06%	30.83%
天际股份	26.14%	-13.60%	39.74%	3.80%	35.94%
平均	29.79%	-4.37%	34.16%	1.02%	33.14%
公司	32.27%	-0.89%	33.16%	-0.81%	33.97%

报告期内，九阳股份、苏泊尔毛利率较为稳定，波动较小，和公司报告期内毛利率较为稳定一致；天际股份毛利率 2017 年度较 2016 年度增加 3.80 个百分点，2018 年度较 2017 年度下降 13.60 个百分点，主要原因是该公司 2016 年度开始从事六氟磷酸锂产品的生产和销售，该类产品的毛利率波动较大，2017 年度为 55.11%，2018 年度为 24.89%，导致天际股份的毛利率波动较大。

5、在不考虑经销商返利、补贴情况下，报告期内对经销商的出厂价是否存在变化、线上和线下所有经销商是否执行统一的出厂价，是否存在利用出厂价变化突击销售或者暂时提升毛利的情形

（1）报告期内经销商出厂价情况

报告期内，发行人价格体系稳定并且一贯执行，在不考虑经销商返利、补贴情况下，报告期内经销商的出厂价未发生重大变化。以公司销量较大养生壶

YSH-A15E1、电炖盅 DDZ-A25Z1、煎药壶 JYH-B40Q1 为例，在不考虑经销商返利、补贴情况下发行人对经销商各销售模式下的出厂价如下表：

单位：元/台

销售模式	养生壶 YSH-A15E1			电炖盅 DDZ-A25Z1			煎药壶 JYH-B40Q1		
	2018 年度	2017 年度	2016 年度	2018 年度	2017 年度	2016 年度	2018 年度	2017 年度	2016 年度
线上经销自发货	125	125	125	160	160	160	215	215	215
线上经销代发货	140	140	140	182	182	182	245	245	245
电商平台入仓	152	152	152	212	212	212	288	288	288
线下经销	125	125	125	160	160	160	215	215	215

由上表可知，报告期内，线上经销自发货和线下经销商执行统一出厂价。

此外，根据市场状况、产品周期、产品零售价等状况，公司会统一调整出厂价，导致部分产品在报告期内出厂价发生变化，以电热锅 DRG-B10E1、煮蛋器 ZDQ-A14T1 产品为例，报告期内，上述两类产品不同经销模式下价格如下表：

单位：元/台

销售模式	电热锅 DRG-B10E1			煮蛋器 ZDQ-A14T1		
	2018 年度	2017 年度	2016 年度	2018 年度	2017 年度	2016 年度
线上经销自发货	100	108	108	105	115	115
线上经销代发货	112	120	120	120	126	126
电商平台入仓	135	135	135	125	143	143
线下经销	100	108	108	105	115	115

从上表可以看出，在不考虑经销商返利、补贴情况下，发行人报告期内同一产品经销商的出厂价出现小幅下降趋势，出厂价变化和零售价变化、市场状况、产品周期等因素相关，但由于公司产品种类较多，且不断推出新产品，报告期内公司产品销售均价呈上升趋势，因此上述变化不具有持续性，且线上经销自发货和线下所有经销商执行统一的出厂价。

（2）发行人不存在利用出厂价变化突击销售或提升毛利的情况

由上述价格可知，公司线上经销商自发货和线下经销商执行统一的出厂价，同时报告期内发行人分产品销售均价及毛利率情况如下：

产品分类		2018 年度		2017 年度		2016 年度	
		均价 (元/台)	毛利率	均价 (元/台)	毛利率	均价 (元/台)	毛利率
厨房	锅煲类	93.64	34.63%	97.20	37.81%	95.88	37.98%

小家电	电热类	59.15	32.77%	58.85	35.92%	56.60	38.63%
	壶类	95.35	34.32%	97.40	33.70%	93.34	33.02%
	西式类	99.24	25.72%	102.15	26.83%	93.45	25.61%
	电动类	76.70	33.14%	74.88	32.83%	69.32	32.36%
	小计	82.66	32.81%	81.86	34.25%	74.68	35.24%
生活小家电		79.20	28.99%	77.09	27.34%	69.38	27.63%
其他小家电		77.91	43.14%	116.89	38.02%	63.91	29.75%
合 计		82.14	32.27%	81.10	33.16%	73.72	33.97%

从上表可以看出,发行人报告期内各品类的毛利率小幅下降,基本保持稳定,同时公司对同一产品执行统一的出厂价,产品销售均价呈上升趋势主要是因为公司调整产品结构不断推出新产品,因此公司不存在利用出厂价变化突击销售或者暂时提升毛利率的情形。

（四）期间费用

报告期内,公司期间费用情况如下:

单位:万元

项 目	2018 年度		2017 年度		2016 年度	
	金额	比重	金额	比重	金额	比重
期间费用	40,784.33	100%	33,255.65	100%	23,036.25	100%
其中:销售费用	28,579.70	70.08%	24,693.25	74.25%	14,540.06	63.12%
管理费用	7,213.71	17.69%	5,695.75	17.13%	6,840.64	29.70%
研发费用	4,739.25	11.62%	2,507.68	7.54%	1,653.33	7.18%
财务费用	251.67	0.62%	358.97	1.08%	2.21	0.01%
主营业务收入	202,775.42		164,161.79		104,753.40	
期间费用占主营业务收入的 比例	20.11%		20.26%		21.99%	

与公司业务规模持续扩大相对应,报告期内公司期间费用逐年上升,期间费用占主营业务收入的比例分别为 21.99%、20.26%和 20.11%,占比稳定。

1、销售费用

公司销售费用主要为品牌宣传费、市场促销费、运输费、职工薪酬、售后服务费和租赁及仓储费等。报告期内,公司销售费用明细情况如下:

单位:万元

项 目	2018 年度		2017 年度		2016 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
品牌宣传费	7,103.59	24.86%	8,675.91	35.13%	3,386.38	23.29%
市场促销费	6,969.70	24.39%	3,525.68	14.28%	3,073.78	21.14%
运输费	5,801.31	20.30%	5,343.91	21.64%	3,209.69	22.07%
职工薪酬	3,700.81	12.95%	2,845.09	11.52%	1,691.23	11.63%
售后服务费	2,845.39	9.96%	2,260.19	9.15%	1,453.03	9.99%
租赁及仓储费	1,244.97	4.36%	1,277.08	5.17%	992.61	6.83%
办公费	66.20	0.23%	136.83	0.55%	179.43	1.23%
差旅费	260.20	0.91%	139.12	0.56%	108.58	0.75%
产品质量保证	30.18	0.11%	41.25	0.17%	9.85	0.07%
其他	557.36	1.95%	448.19	1.82%	435.49	3.00%
合 计	28,579.70	100%	24,693.25	100%	14,540.06	100%

报告期内，公司销售费用分别为 14,540.06 万元、24,693.25 万和 28,579.70 万元，占主营业务收入的比重分别为 13.88%、15.04%和 14.09%。

2017 年度销售费用较 2016 年度增长 10,153.19 万元，增幅为 69.83%，主要原因：一是公司为加强自有品牌的推广力度，加大了明星宣传、户外投放广告投放以及电商平台广告投放等投入，品牌宣传费相应增加了 5,289.53 万元；二是 2017 年度主营业务收入较同期增加 59,408.39 万元，带动运输费、职工薪酬、售后服务费分别较同期增加 2,134.23 万元、1,153.85 万元和 807.16 万元，增幅分别为 66.49%、68.23%和 55.55%。

2018 年度销售费用较 2017 年度增长 3,886.45 万元，增幅为 15.74%，主要原因：一是本年度重点加强了市场促销，带动市场促销费较同期增加 3,444.02 万元，增幅 97.68%；二是 2018 年度主营业务收入较同期增加 38,613.63 万元，增幅 23.52%，带动职工薪酬、售后服务费分别较同期增加 855.72 万元和 585.20 万元，增幅分别为 30.08%和 25.89%。

发行人与同行业上市公司销售费用率对比情况如下：

公司名称	2018 年度	2017 年度	2016 年度
美的集团	12.90%	11.96%	12.01%
九阳股份	17.04%	15.18%	15.17%
苏泊尔	15.89%	15.74%	15.97%
天际股份	6.87%	6.80%	9.51%
新宝股份	4.02%	4.06%	4.34%
行业平均值	11.34%	10.75%	11.40%
公司	14.09%	15.04%	13.88%

由上表可知，公司报告期内销售费用率略高于行业平均水平，主要原因是新宝股份以出口为主，销售费用率较低，公司与九阳股份和苏泊尔的销售费用率相当。

2、管理费用

公司管理费用主要为职工薪酬、房租/物业费、折旧与摊销费等。报告期内，公司管理费用明细情况如下：

单位：万元

项 目	2018 年度		2017 年度		2016 年度	
	金额	比重	金额	比重	金额	比重
职工薪酬	2,504.46	34.72%	1,370.69	24.07%	1,108.29	16.20%
房租/物业费	1,018.58	14.12%	1,216.13	21.35%	222.33	3.25%
折旧与摊销	1,737.79	24.09%	650.19	11.42%	421.25	6.16%
办公、水电、招待、差旅费等	670.90	9.30%	562.12	9.87%	374.09	5.47%
维修费	222.78	3.09%	507.38	8.91%	47.43	0.69%
咨询服务费	505.12	7.00%	422.76	7.42%	152.25	2.23%
软件服务费	72.77	1.01%	346.04	6.08%	137.34	2.01%
中介费	67.58	0.94%	144.79	2.54%	31.67	0.46%
税费	-	-	-	-	50.21	0.73%
股份支付	-	-	-	-	4,047.86	59.17%
管理损耗	63.04	0.87%	68.67	1.21%	54.50	0.80%
其他	350.71	4.86%	406.99	7.15%	193.42	2.83%
合 计	7,213.71	100%	5,695.75	100%	6,840.64	100%

报告期内，公司管理费用分别为 6,840.64 万元、5,695.75 万元和 7,213.71 万元，占主营业务收入的比例分别为 6.53%、3.47%和 3.56%，管理费用随公司销售规模的扩大而增加，占公司营业收入的比重较为稳定。

2017 年管理费用较上年减少 1,144.89 万元，降幅为 16.74%，主要原因是股份支付费用较上年减少 4,047.86 万元的同时房租/物业费和维修费相应增加，具体如下：一是 2016 年 12 月小熊环境新增租赁红岗厂房和 2017 年小熊电器新增租赁龙牌电器厂房，导致本年度房租/物业费较同期增加 993.80 万元；二是小熊电器租赁龙牌电器厂房和小熊环境租赁红岗厂房的装修和修缮，导致维修费较同期增加 459.94 万元。

2018 年管理费用较上年增加 1,517.96 万元，增幅为 26.65%，主要原因：一是随着公司销售收入的增长和管理人员的增加，应付职工薪酬较同期增长

1,133.77 万元，增幅 82.71%；二是本年度公司固定资产和无形资产增加，折旧和摊销较同期增长 1,087.59 万元，增幅 167.27%。

发行人与同行业上市公司管理费用率对比情况如下：

公司名称	2018 年度	2017 年度	2016 年度
美的集团	3.97%	2.81%	2.43%
九阳股份	3.84%	3.98%	3.87%
苏泊尔	1.95%	1.81%	2.18%
天际股份	3.84%	3.40%	4.14%
新宝股份	5.47%	5.15%	5.59%
行业平均值	3.81%	3.43%	3.64%
公司	3.56%	3.47%	6.53%

从上表可以看出，与同行业可比上市公司相比，除 2016 年度因确认股份支付影响外，公司管理费用率与行业平均水平基本一致。

3、研发费用

报告期内，公司研发费用的具体构成如下：

单位：万元

序号	项目	2018 年度	2017 年度	2016 年度
1	人员人工	1,971.24	993.77	546.00
2	直接投入	1,504.62	700.05	486.15
3	折旧与摊销	1,263.38	813.85	621.18
合计		4,739.25	2,507.68	1,653.33

如上表所示，发行人研发项目主要由人员人工、直接投入、折旧与摊销构成。报告期内，研发费用分别为 1,653.33 万元、2,507.68 万元和 4,739.25 万元。其中 2017 年度较 2016 年度增加 854.35 万元，增幅 51.67%，2018 年度较 2017 年度增加 2,231.58 万元，增幅 88.99%，主要原因是：公司为了提高核心竞争力，推动产品创新技术的应用，不断推出满足市场的新品而增加了研发投入。

4、财务费用

报告期内，公司财务费用构成如下：

单位：万元

项 目	2018 年度		2017 年度		2016 年度
	金额	增长率	金额	增长率	金额
利息费用	194.44	-38.64%	316.87	249.22%	90.74
减：利息收入	44.30	-23.26%	57.73	-10.92%	64.81

加：汇兑损失	32.34	-57.99%	76.97	-286.27%	-41.32
加：其他支出	69.20	202.84%	22.85	29.82%	17.60
合 计	251.67	-29.89%	358.97	16,156.55%	2.21

报告期内，公司财务费用分别为 2.21 万元、358.97 万元和 251.67 万元，占主营业务收入比重分别为 0.00%、0.22%和 0.12%，占比较小，主要为银行借款利息支出。

财务费用 2017 年度较上年增加 356.76 万元，2018 年度较上年减少 107.30 万元，主要是利息支出因银行借款的增减而变动，报告期末公司银行借款分别为 700.00 万元、4,161.46 万元和 1,112.13 万元。

发行人与同行业上市公司财务费用率对比情况如下：

公司名称	2018 年度	2017 年度	2016 年度
美的集团	-0.76%	0.37%	-0.68%
九阳股份	-0.13%	-0.01%	-0.12%
苏泊尔	-0.03%	0.00%	-0.18%
天际股份	1.07%	0.50%	0.27%
新宝股份	-0.41%	0.94%	-1.04%
行业平均值	-0.05%	0.36%	-0.35%
公 司	0.12%	0.22%	0.00%

报告期，公司财务费用率与同行业相比，2016 年度高于行业平均水平，2017 年度略低于行业平均水平，整体来看，与同行业可比上市公司的财务费用率基本保持一致。

（五）资产减值损失

报告期内资产减值损失主要是坏账准备、存货跌价准备和固定资产减值准备的计提而产生，金额分别为 1,115.14 万元、553.69 万元和 1,009.33 万元。具体情况详见本招股意向书“第十一节 管理层讨论与分析”之“一、财务状况分析”之“（一）资产状况分析”之“4、主要资产减值准备提取情况”。

（六）经营成果其他项目变动分析

1、税金及附加

报告期内，公司税金及附加变化情况如下表所示：

单位：万元

项 目	2018年度	2017年度	2016 年度
城市维护建设税	641.07	584.35	450.43
教育费附加	274.74	250.43	193.03
地方教育费附加	183.16	166.96	128.69
堤围防护费	-	-	0.34
印花税	132.90	109.94	27.28
房产税	183.89	28.71	13.07
土地使用税	77.82	7.91	2.10
环境保护税	0.04	-	-
合 计	1,493.63	1,148.30	814.95

报告期内，公司税金及附加分别为 814.95 万元、1,148.30 万元和 1,493.63 万元。

2017 年度较上年增加了 333.36 万元，增幅为 40.91%，主要原因是 2017 年度比 2016 年度营业收入增长 59,222.95 万元，缴纳的增值税增加，从而导致城市维护建设税、教育费附加、地方教育费附加合计增加 229.58 万元；同时，原计入管理费用的印花税由于会计科目列报调整，较同期增加 82.66 万元。

2018 年度较上年增加了 345.32 万元，增幅为 30.07%，主要原因：一是公司收购龙牌电器后，厂房和土地相应增加，房产税和土地使用税较上年增加 225.08 万元；二是 2018 年度比 2017 年度营业收入增长 39,450.15 万元，缴纳的增值税增加，从而导致城市维护建设税、教育费附加、地方教育费附加合计增加 97.24 万元。

2、其他收益

报告期内，公司其他收益金额为 0 万元、65.11 万元和 757.83 万元，2017 年度其他收益增加 65.11 万元，系公司根据财政部印发的《企业会计准则第 16 号——政府补助》（财会〔2017〕15 号）将原计入营业外收入的与企业日常活动相关的政府补助计入其他收益，2018 年度其他收益较上年增加 692.72 万元，主要是本年新增顺德区促进企业利用资本市场扶持资金 300 万元，顺德政府质量奖专项资金 100 万元以及其他小额政府补助，导致本年度取得的政府补助较同期增加 692.72 万元。

3、营业外收入

单位：万元

项 目	2018 年度	2017 年度	2016 年度
罚款收入	215.08	212.39	163.98
政府补助	-	-	97.73
其他	24.93	54.83	46.34
合 计	240.01	267.22	308.06

公司营业外收入主要为因供应商未按合同约定供货而收取的罚款收入、废品收入和政府补助，报告期内营业外收入金额分别为 308.06 万元、267.22 万元和 240.01 万元，波动较小，2017 年度较上年减少 40.84 万元，主要是 2017 年度政府补助收入 65.11 万元计入其他收益。2018 年度较上年减少 27.21 万元，波动较小。

4、营业外支出

报告期内，公司营业外支出金额为 28.02 万元、16.16 万元和 259.01 万元，主要为对外捐赠和其他，2018 年度金额较大，主要是支付给施特利克斯有限公司的补偿金，具体构成如下：

单位：万元

项 目	2018 年度	2017 年度	2016 年度
固定资产报废损失	0.10	-	12.85
对外捐赠支出	7.00	0.60	0.30
其他	251.91	15.56	14.87
合 计	259.01	16.16	28.02

（七）所得税费用

报告期内，公司所得税费用明细如下：

单位：万元

项 目	2018年度	2017年度	2016年度
当期所得税费用	5,126.55	5,859.11	4,198.20
递延所得税费用	195.34	-544.65	-448.88
合 计	5,321.89	5,314.46	3,749.33

报告期内公司所得税费用分别为 3,749.33 万元、5,314.46 万元和 5,321.89 万元。2017 年度较上年增加 1,565.13 万元，增幅为 41.74%，2018 年度较上年增加 7.43 万元，增幅 0.14%，主要原因是：各年度利润总额较上年增加所致，公司 2017 年度、2018 年度利润总额分别较上年增长 83.17%和 19.54%，所得税费用相应增长；同时，2018 年度因享受高新技术企业优惠税率 15%的企业所得税，

综合因素导致 2018 年度所得税费用增加较少。

（八）非经常性损益及投资收益对净利润的影响

报告期内，公司非经常性损益及投资收益情况如下：

单位：万元

项 目	2018 年度		2017 年度		2016 年度	
	金额	比重	金额	比重	金额	比重
非经常性损益	669.04	3.61%	261.45	1.78%	-3,755.26	-52.49%
投资收益	77.76	0.42%	50.52	0.34%	51.54	0.72%
归属于母公司所有者的净利润	18,550.19	100.00%	14,656.29	100%	7,153.59	100.00%

公司非经常性损益主要来自政府补助、非流动资产处置收益等。除 2016 年度因股份支付事项导致非经常性损益金额占归属于母公司所有者的净利润比较大外，报告期内其他年度非经常性损益和投资收益占归属于母公司所有者的净利润比重较小。由上表可见，报告期内存在的非经常性损益未对发行人归属于母公司所有者的净利润产生重大影响。非经常损益具体内容详见本招股意向书“第十节 财务会计信息”之“六、经注册会计师核验的非经常性损益明细表”。

（九）净利润分析

报告期内，公司合并利润表主要项目及综合毛利率情况如下表所示：

单位：万元

项 目	2018 年度		2017 年度		2016 年度
	金额	增长率	金额	增长率	金额
营业收入	204,103.51	23.96%	164,653.36	56.17%	105,430.41
营业成本	137,758.89	25.13%	110,092.13	57.52%	69,892.75
营业利润	23,891.08	21.15%	19,719.69	85.63%	10,622.88
利润总额	23,872.08	19.54%	19,970.75	83.17%	10,902.91
归属于母公司所有者的净利润	18,550.19	26.57%	14,656.29	104.88%	7,153.59
综合毛利率	32.51%	-0.63%	33.14%	-0.57%	33.71%

2017 年度，营业利润、利润总额、归属于母公司所有者的净利润分别为 19,719.69 万元、19,970.75 万元和 14,656.29 万元，较上年分别增长 85.63%、83.17%和 104.88%。2018 年度，公司营业利润、利润总额、归属于母公司所有者的净利润分别为 23,891.08 万元、23,872.08 万元和 18,550.19 万元，较上年分

别增长 21.15%、19.54%和 26.57%。公司归属于母公司所有者的净利润与营业利润、利润总额趋势保持一致。

（十）管理层对主要利润来源分析

公司管理层认为：公司利润主要来源于主营业务利润，其他业务收入、公允价值变动收益、投资收益和营业外收支净额对公司利润影响较小，公司的主营业务具有良好的盈利能力和持续发展能力。

（十一）可能影响公司盈利能力连续性和稳定性的主要因素

报告期内，发行人经营状况良好，销售收入和盈利能力保持稳定增长态势，不存在对盈利能力连续性和稳定性构成重大不利影响的因素，但公司经营过程中面临一定风险，具体情况详见本招股意向书“第四节 风险因素”。

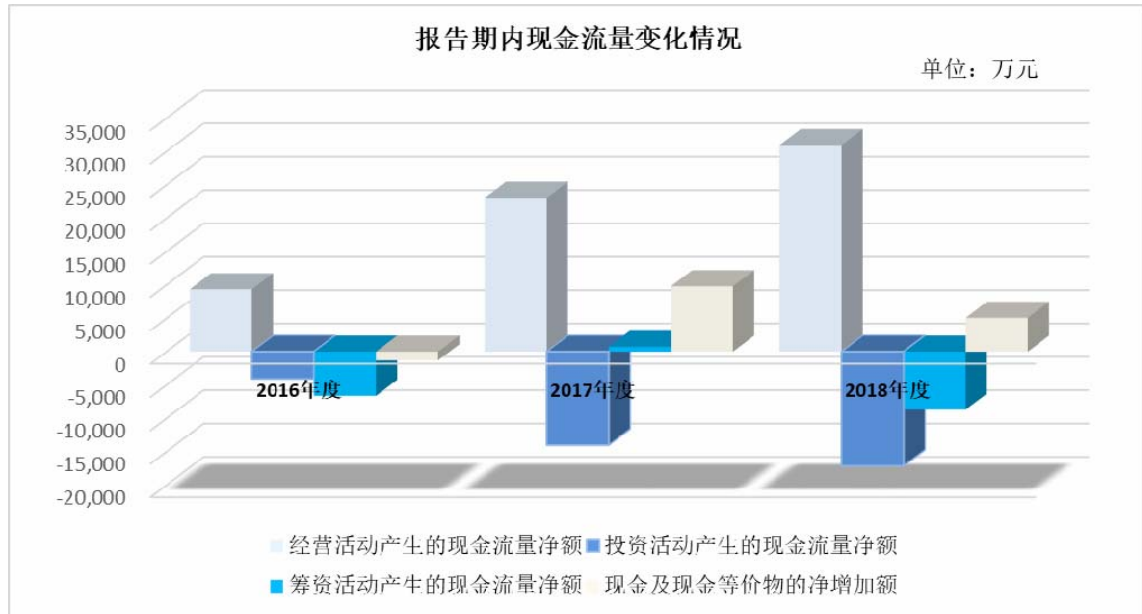
三、现金流量分析

报告期内，公司现金流量构成情况如下表：

单位：万元

项 目	2018 年度	2017 年度	2016 年度
经营活动产生的现金流量净额	30,970.68	23,068.73	9,345.03
投资活动产生的现金流量净额	-17,130.82	-14,005.66	-4,068.84
筹资活动产生的现金流量净额	-8,693.41	729.57	-6,626.06
现金及现金等价物净增加额	5,082.78	9,797.31	-1,313.37

报告期内，公司营业收入和净利润快速增长，报告期内经营活动产生的现金流量净额为正且呈上升趋势；投资活动产生的现金流量净额为负主要是投资固定资产、在建工程、无形资产的现金支出较多所致；筹资活动产生的现金流量净额为负主要是分配股利所致。报告期内，公司现金流量变动情况如下图所示：



(一) 经营活动产生的现金流量

单位：万元

项 目	2018 年度	2017 年度	2016 年度
经营活动产生的现金流入	227,523.77	195,465.84	119,675.13
其中：销售商品、提供劳务收到现金	226,308.92	194,875.38	119,107.61
经营活动产生的现金流出	196,553.09	172,397.12	110,330.10
其中：购买商品、接受劳务支付的现金	132,711.37	119,801.41	73,332.16
营业收入	204,103.51	164,653.36	105,430.41
销售商品、提供劳务收到现金/营业收入	1.11	1.18	1.13
营业成本	137,758.89	110,092.13	69,892.75
购买商品、接受劳务支付现金/营业成本	0.96	1.09	1.05
经营活动产生的现金流量净额	30,970.68	23,068.73	9,345.03

公司经营活动现金与生产经营相匹配，报告期内的销售收现比分别为 1.13、1.18 和 1.11，表明公司收益质量较高、主营业务收入获取现金的能力较强，销售回收现金情况良好；公司购买商品、接受劳务支付的现金与公司营业成本之比为 1.05、1.09 和 0.96，经营性支付现金与营业成本相匹配，表明公司信誉较好。

2017 年度公司经营活动产生的现金流量净额较上年增加 13,723.70 万元，主要原因是：本年度随着销售规模的增加经营活动产生的现金流入较上年增加 75,790.71 万元，同时，随着公司品牌影响力和信誉的提高，更多的供应商接受银行承兑汇票付款方式，公司应付票据金额较上年末增加 8,170.00 万元，导致经营活动产生的现金流出较上年仅增加 62,067.01 万元。

2018 年度公司经营活动产生的现金流量净额较上年增加 7,901.95 万元，主

要原因是：本年度随着销售规模的增加经营活动产生的现金流入较上年增加 32,057.92 万元，同时，随着公司品牌影响力和信誉的提高，更多的供应商接受银行承兑汇票付款方式，公司应付票据金额较上年末增加 12,018.77 万元，导致经营活动产生的现金流出较上年仅增加 24,155.97 万元。

报告期内，经营活动产生的现金流量净额与净利润的勾稽关系如下：

单位：万元

项 目	2018 年度	2017 年度	2016 年度
净利润	18,550.19	14,656.29	7,153.59
加：资产减值准备	1,009.33	553.69	1,115.14
固定资产折旧、油气资产折耗、生产性生物资产折旧	2,765.43	1,308.89	1,152.95
无形资产摊销	565.95	256.55	57.28
长期待摊费用摊销	412.26	179.43	129.41
处置固定资产、无形资产和其他长期资产的损失（收益以“-”填列）	1.85	-0.47	0.00
固定资产报废损失（收益以“-”填列）	0.10	-	12.85
公允价值变动损益（收益以“-”填列）	-	-	-
财务费用（收益以“-”填列）	194.44	316.87	90.74
投资损失（收益以“-”填列）	-77.76	-50.52	-51.54
递延所得税资产的减少（增加以“-”填列）	195.34	-544.65	-448.88
递延所得税负债的增加（减少以“-”填列）	-	-	-
存货的减少（增加以“-”填列）	-6,996.16	-8,582.35	-5,205.20
经营性应收项目的减少（增加以“-”填列）	-2,750.08	-765.08	-3,995.34
经营性应付项目的增加（减少以“-”填列）	17,099.79	15,740.09	5,286.17
其他	-	-	4,047.86
经营活动产生的现金流量净额	30,970.68	23,068.73	9,345.03
差 异	12,420.49	8,412.44	2,191.44

注：差异=经营活动产生的现金流量净额-净利润。

报告期内，公司经营活动现金流量净额分别为 9,345.03 万元、23,068.73 万元和 30,970.68 万元，占当期净利润的比重分别为 130.63%、157.40%和 166.96%，报告期内，公司经营活动现金流量净额均高于同期净利润。

（二）投资活动产生的现金流量

报告期内，投资活动产生的现金流量净额如下：

单位：万元

项 目	2018 年度	2017 年度	2016 年度
投资活动产生的现金流量：			

收回投资收到的现金	-	-	160.48
取得投资收益收到的现金	77.76	50.52	27.40
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	2.24	247.05	4.60
收到其他与投资活动有关的现金	73,737.96	70,402.00	68,436.00
投资活动现金流入小计	73,817.96	70,699.57	68,628.48
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	7,016.51	13,703.22	4,505.32
投资支付的现金	-	600.00	400.00
取得子公司及其他营业单位支付的现金净额	10,194.31	-	-
支付其他与投资活动有关的现金	73,737.96	70,402.00	67,792.00
投资活动现金流出小计	90,948.78	84,705.22	72,697.32
投资活动产生的现金流量净额	-17,130.82	-14,005.66	-4,068.84

报告期内，公司投资活动产生的现金流入主要为短期理财产品赎回而形成的收到的其他与投资活动有关的现金，报告期内金额分别为 68,436.00 万元、70,402.00 万元和 73,737.96 万元。

投资活动产生的现金流出主要是购建固定资产、无形资产、在建工程的支出，2016 年度-2018 年度随着公司销售规模的增长，购建固定资产、无形资产、在建工程的支出金额分别为 4,505.32 万元、13,703.22 万元和 7,016.51 万元。2018 年度投资活动产生的现金流出主要是取得子公司及其他营业单位支付的现金净额，金额为 10,194.31 万元。

（三）筹资活动产生的现金流量

报告期内，公司筹资活动产生的现金流入主要是股东增资投入资金及取得银行借款收到现金；筹资活动产生的现金流出主要是偿还银行借款及分配股利和偿还利息支付的现金。具体情况如下表：

单位：万元

项 目	2018 年度	2017 年度	2016 年度
筹资活动产生的现金流量：			
吸收投资所收到的现金	-	7,882.98	700.00
取得借款所收到的现金	3,112.13	6,720.00	700.00
收到其他与筹资活动有关的现金	8,290.75	400.00	-
筹资活动现金流入小计	11,402.88	15,002.98	1,400.00
偿还债务所支付的现金	6,161.46	3,258.54	2,483.32
分配股利、利润和偿付利息支付的现金	194.44	8,464.87	5,142.74
支付其他与筹资活动有关的现金	13,740.40	2,550.00	400.00

筹资活动现金流出小计	20,096.30	14,273.41	8,026.06
筹资活动产生的现金流量净额	-8,693.41	729.57	-6,626.06

报告期各期，公司筹资活动产生的现金流量中吸收投资收到的现金分别为 700.00 万元、7,882.98 万元和 0 万元，主要为公司增资扩股收到的投资者投入的现金。

报告期各期，公司取得借款收到的现金分别为 700 万元、6,720 万元和 3,112.13 万元。偿还债务支付的现金分别为 2,483.32 万元、3,258.54 万元和 6,161.46 万元；分配股利、利润和偿付利息支付的现金分别为 5,142.74 万元、8,464.87 万元和 194.44 万元。

四、资本性支出分析

（一）报告期内重大资本性支出情况

公司的重大资本性支出均围绕主营业务进行，包括厂房建设、采购设备、支付土地款、生产线的技改扩能及其辅助设施的工程建设。报告期内，公司用于购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金分别 4,505.32 万元、13,703.22 万元和 7,016.51 万元。通过上述资本性支出，公司有效把握了市场时机，满足了业务增长的需要。

（二）未来可预见的重大资本性支出计划及资金需要量

公司本次公开发行股票募集资金拟投资的项目为未来两年可预见的重大资本性支出。具体内容详见本招股意向书“第十三节 募集资金运用”有关内容。

五、主要财务优势和困难及未来趋势分析

（一）主要财务优势

1、流动资产质量较好，资产运营能力较强

公司流动资产中主要是货币资金、应收账款和存货，应收账款账龄主要在 1 年以内。报告期内公司的应收账款周转率和存货周转率均保持较高水平，表明公司资产运营能力较强。

2、营业收入和净利润快速增长，盈利能力较强

报告期内公司营业收入和净利润持续快速增长，2017 年和 2018 年公司营业收入较上年分别增长 56.17%和 23.96%，三年复合增长率为 39.14%，净利润分别较上年增长 104.88%和 26.57%，三年复合增长率为 61.03%。报告期内，公司主要产品销售形势良好，公司综合毛利率分别为 33.71%、33.14%和 32.51%，保持在较高水平，盈利能力较强。

3、偿债能力较强

报告期内，公司流动比率和速动比率处于合理区间，息税折旧摊销前利润持续增长，利息保障倍数较大，公司偿债能力较强。

（二）主要财务困难

目前公司主要产品产能相对不足，同时为增强公司持续创新能力，保持并加强公司的技术优势，公司需在产能扩充、研究开发等方面增加投入。公司目前的融资方式单一，完全依靠自身积累和银行贷款不能满足公司快速发展的需要。如果通过公开发行股票并上市直接融资将有效解决资本金不足的问题，可以改善公司资本结构、降低经营风险，最终实现股东利益的最大化。

（三）财务状况和盈利能力的未来趋势

未来几年，公司财务状况和盈利能力将出现以下变化趋势：

1、募集资金到位后，将增加公司的资产规模，资产负债率短期内将有一定的下降，公司的抗风险能力将得到提升。

2、募集资金到位后，公司募集资金投资项目若顺利实施推进，公司的生产规模将得到扩大，研发能力将进一步提升，公司的信息化管理得到改进和完善。公司可以更好的满足客户需要，进一步增强公司的核心竞争力，营业收入和利润水平也将持续快速增长。

3、募集资金到位后，公司净资产将大幅增加。由于投资效益的实现需要一定时间，公司净资产收益率将出现下降，待募集资金投资项目效益开始显现后，公司净资产收益率将明显上升。

4、公司本次募集资金投资项目建成后，每年产生固定资产折旧额将增加，

短期内会导致公司存在利润下滑的风险，不过募集资金投资项目产生预期收益后，公司盈利能力会大幅增加。

六、本次募集资金到位后即期回报被摊薄的相关情况

（一）本次公开发行股票完成当年公司每股收益相对上年每股收益的变动趋势

报告期内，公司扣除非经常性损益后基本每股收益分别为10.80元/股、2.26元/股和1.99元/股。

本次发行前，公司总股本为 9,000 万股。本次发行不超过 3,000 万股，发行完成后公司总股本不超过 12,000 万股。本次发行后公司总股本会有较大幅度增加。由于募集资金投资项目存在建设周期，募集资金投资项目短期内产生的效益较小，上述因素可能导致公司发行当年利润增长幅度低于股本的扩张幅度，公司每股收益和净资产收益率等指标在发行后的一定期间内将会被摊薄，公司存在由于本次发行新增加的股份而使发行当年每股收益低于上一年度的风险。

（二）董事会选择本次发行股票的必要性和合理性

公司本次发行募集资金拟投资项目均围绕公司的主营业务展开，着眼于对现有产能的扩张以及公司研发能力和信息化管理能力的提升。其中“小熊电器创意小家电生产建设（大良五沙）项目”、“小熊电器智能小家电制造基地项目”、“小熊电器创意小家电生产建设（均安）项目”的实施将较大幅度增加公司产能，解决目前公司产能瓶颈问题；“小熊电器研发中心建设项目”的实施能进一步提升公司研发能力，增强自主创新能力；“小熊电器信息化建设项目”的实施使公司信息化管理得到改进和完善。公司董事会对于本次公开发行股票的必要性和可行性进行了详细论证，具体如下：

1、生产建设项目的必要性

（1）扩充产能满足不断增长的市场需求

公司专注于创意小家电的研发、设计、生产与销售，积累了丰富的小家电生产技术经验，并建立了相对完善的线上线下营销网络。2016 年度-2018 年度，公

司实现主营业务收入分别为 104,753.40 万元、164,161.79 万元和 202,775.42 万元，2016 年度-2018 年度年均复合增长 39.13%，已发展成为国内产销规模较大的创意小家电生产商。同时，随着生产规模的不断扩大，产能不足逐步显现，报告期内公司平均产能利用率为 93.12%，产品仍供不应求，生产能力不足将制约公司未来业务增长。

同时，公司与行业实力较强的企业如美的集团、九阳股份、苏泊尔等相比，在生产规模方面存在一定差距。公司需要进一步提升产品的生产规模、技术含量及自动化生产水平，提高产品竞争力。通过上述生产项目的建设，公司将在保持现有产品良好发展势头的基础上，为市场提供更多高技术含量、高附加值的产品，提升核心竞争力。

(2) 提高产品市场占有率，巩固公司行业地位

消费者选购小家电时倾向于兼具时尚和实用特性，小家电产品已经从单一功能产品转化为更加智能、节能及健康的创意型产品。因此，公司必须不断升级工艺技术，紧跟行业技术发展步伐，优化公司产品结构，丰富公司产品类型，以提高产品市场占有率，保持公司在行业内的相对领先地位。

(3) 提升生产自动化程度并完善生产环节

本次生产建设项目在现有的生产模式基础上，增加了全自动化生产设备投入，达产后新建成的各生产基地整机组装生产线的自动化程度将得到显著提升。生产自动化程度的显著提升，有利于公司提高生产效率、降低人工成本和保障产品质量。

2、研发中心扩建项目的必要性

(1) 提升公司研发实力，满足经营规模扩大的需要

目前公司在国内创意小家电领域处于较领先的地位，但随着行业竞争的加剧，以及人才流动和技术的相互传播，原有的技术和产品将逐渐趋于同质化。为了避免低价同质竞争，必须不断加强研发能力建设，开发新产品和新技术以确保公司的核心竞争力。本项目的建设有利于公司增强研发实力，研发符合市场需要的产品，增强公司的核心竞争力。

(2) 适应行业技术发展特征，保持和增强技术优势

企业作为技术创新的主体，研发中心建设是提升企业技术创新能力的关键，是提升核心竞争力的重要途径之一。多年来公司坚持以科技创新为导向，深入研究消费者的生活方式及市场需求变化，不断研发精致、创新、智能、健康的创意小家电。本次研发中心募投项目的实施，有助于公司提升研发技术水平，实现企业可持续发展。

3、信息化建设项目的必要性

（1）改善企业信息化决策效率

公司通过数据信息分析，高效地进行营销业务处理、产品数据管理、供应链业务管理、财务管理等，提升公司的管理水平与效率。同时通过信息化的应用提高信息准确性，从而筛选出更有价值的市场、技术和政策等信息，从而使企业决策具有全局性和前瞻性，引导企业发展的正确方向。

（2）提升企业信息化管理水平

在经济全球化和信息网络化的社会中，企业需要不断获取新的信息和知识，提升响应速度和创新能力，以确保在激烈竞争环境中不断发展。企业信息化建设可以更好地实现内部协调沟通，解决好企业与供应商、客户、合作伙伴之间的关系。公司作为一家专注于创意小家电的研发、设计、生产与销售的企业，企业信息化建设是提高公司管理水平的重要因素。

（3）优化企业内部组织结构体系

为确保企业内部信息在传递过程中做到快速且精准，从金字塔型向扁平型进行转变是大势所趋。借助于信息化网络的发展，企业各部门间的障碍被打破，部门内部的沟通与合作也变得便捷，员工的主动性和工作热情得到最大限度的发挥。

4、合理性分析

（1）本次发行股票募集资金投资项目围绕公司主营业务展开，符合公司的发展战略，有利于提高公司主营业务盈利能力，增强公司持续发展能力和核心竞争力。由于募投项目建成投产并逐步释放需要一定的时间，短期会对公司的每股收益形成摊薄，但从长远来看将会增厚公司收益。

（2）近年来受益于国民经济的持续快速发展，居民收入不断提升，消费能

力不断增强。2016 年居民消费支出占 GDP 比例达到 39.33%，相比欧美等发达国家还有很大差距，未来居民消费支出占比有望进一步提升。根据智研咨询发布的《2017-2022 年中国小家电市场分析调研及发展趋势研究报告》指出未来五年小家电的市场规模预计在 2000-3000 亿之间，增速有望保持在 10%-15%之间。因此，本次发行股票募集资金投资项目具有广阔的市场前景。

(3) 公司的核心竞争力之一体现为产品自主研发与创新，技术研发中心的建设有利于公司增强研发力量，紧跟市场需求，加大对高端技术的研发投入，研发符合市场需要的创意小家电产品，增强公司的核心竞争力。

(三) 本次募投项目与公司现有业务的关系以及公司在人员、技术、市场等方面的储备情况

1、本次募集资金投资项目与公司现有业务的关系

本次募集资金将用于生产建设项目、研发中心扩建项目和信息化建设项目。其中，生产建设项目包括小熊电器创意小家电生产建设项目（大良五沙）、小熊电器智能小家电制造基地项目、小熊电器创意小家电建设项目（均安）。生产建设项目投产后，公司将进一步扩大产能，有效解决公司现有产能不足的问题，增强公司市场地位，显著提升公司的主营业务规模和综合竞争实力。

研发中心扩建项目将通过配备一系列先进研发和检测设备，进一步完善和提升公司的技术研发实力。该项目建成后将成为公司新技术的储备基地和量产测试基地，以及引进技术的消化吸收和创新基地，其效益将最终体现在公司研发实力增强，生产技术水平提高、工艺流程改进、新产品快速投放所带来的生产成本降低与盈利水平的提升，巩固和提升公司行业地位。

信息化建设项目旨在改进和完善公司的信息化管理系统。通过本项目的建设，公司将实现物流、资金流、信息流在各功能模块间的实时交换与共享，提高信息传递的有效性，增强公司市场反应速度，优化公司资源配置，建立科学决策体系，为公司长期、可持续发展提供信息化支撑。

综上，本次募集资金投资项目紧紧围绕公司主营业务，符合公司业务的发展目标和战略规划，项目的实施不会改变公司现有的生产经营和商业模式，将

进一步提升公司的盈利能力和抗风险能力。

2、公司从事募集资金项目在人员、技术、市场等方面的储备情况

本次募集资金投资项目均围绕公司现有主营业务展开。公司作为国内知名创意小家电生产企业，在人员、技术、市场等方面均有充分的准备与积累，能够保证本次募集资金投资项目的顺利开展。

（1）人员储备

近年来随着公司业务发展，公司培养了一批运作经验丰富、市场开拓能力较强的业务骨干和管理者，公司的核心团队成员具有长期从事小家电生产营运经验。截至 2018 年 12 月 31 日，公司共有员工 2,564 人，其中大学（含大专）及大专以上文凭的占比为 29.17%，年龄在 40 岁以下占比为 87.95%，上述人员为公司的后续发展提供人才保障和支撑。

（2）技术储备

小熊电器作为行业知名创意小家电企业，在发展历程中，公司高度重视技术研发与创新，已在产品制造、技术研发、品质管控等方面形成一定技术积累及优势。截至目前，公司已获得专利 486 项，其中发明专利 11 项、实用新型 194 项以及外观设计 281 项。

本次募集资金投资项目实施具有技术储备基础，募集资金投资项目建设所需机器设备、生产工序、仓库管理等与公司现有生产经营模式基本类似，经过多年的技术改进和管理提升，公司已掌握项目所需的核心技术。

（3）市场储备

公司高度重视市场的开拓和储备工作。公司产品主要通过线上经销、电商平台入仓和线上直销方式在天猫商城、京东商城、唯品会、苏宁易购等主流电商平台和拼多多、平安好医生等新兴电商平台进行销售。同时，公司布局线下销售渠道以及出口销售，充分利用经销商或海外客户资源及经验优势，将产品渗透至线下流通渠道，实施全渠道运营的销售模式，加速线上线下融合发展。公司已建立一套科学、高效的销售管理体系，保证产品在各个渠道快速实现销售。

（四）关于本次发行股票摊薄即期回报的填补措施

1、公司现有业务的运营状况及发展态势

公司主营业务为创意小家电的研发、生产和销售，主要产品包括厨房小家电、生活小家电和其他小家电三大类。2016 年度-2018 年度，公司业务呈现快速发展态势，公司营业收入分别为 105,430.41 万元、164,653.36 万元和 204,103.51 万元，年均复合增长率 39.14%。

2、公司主营业务面临的主要风险及改进措施

公司主营业务面临的主要风险包括原材料价格波动风险、存货跌价风险、线上销售占比较高风险、募集资金投资项目未达预期收益风险等。相关风险因素详见招股意向书“第四节 风险因素”。

（1）主要风险

①原材料价格波动风险

公司主营业务为创意小家电研发、设计、生产和销售。公司采购的原材料和零部件规格型号众多，按类别划分主要包括塑料原料、五金制品、电机、陶瓷、玻璃、电子电器和包材等。报告期内，公司直接材料成本占主营业务成本的比例分别为 71.62%、75.66%和 75.25%，占比较高。受宏观经济环境和需求影响，公司主要原材料采购价格存在一定的波动，例如，报告期内塑料原料平均采购价格分别为 10.23 元/千克、12.06 元/千克和 11.80 元/千克。近三年中国塑料价格指数如下图所示：



注：数据来源于 wind 资讯

公司拥有基于规模优势的原材料采购议价能力，能够消化原材料价格波动带来的部分风险。但如果未来主要原材料价格出现大幅波动，公司仍将面临着主要原材料价格波动对公司经营业绩带来不利影响的风险。

②业务规模扩张带来的管理风险

公司近年一直以较快的速度发展，生产和销售规模不断扩大，组织架构和管理体系日益复杂，随着本次发行募集资金的到位和投资项目的实施，公司的经营规模将进一步扩大，导致公司的经营决策、实施和风险控制难度进一步加大。上述因素对公司的管理层提出了更高要求，如果公司的管理层未能及时跟进现有的运营管理体系和经营模式，在本次发行上市后迅速建立起适应资本市场要求和公司业务发展需要的运作机制并有效运行，将直接影响公司的经营效率、发展速度和业绩水平。

（2）公司主要改进措施

①适时调整采购，降低采购成本

公司时刻关注原材料价格走势，适时调整采购和库存量，以最大限度降低采购成本，并通过调整产品售价来保证公司的利润空间。

②完善线下营销网络，建设营销队伍

经过多年的发展，公司已建立了较为完整的线上电商营销网络。随着募投项目的投产，公司将在巩固现有目标客户的基础上，继续提高现有营销效率。

线下营销方面，公司将继续加强营销队伍建设，引进有丰富经验的销售人员，并通过培训等措施提高销售人员和售后服务人员的整体素质，增强相关人员的市场意识和服务意识，打造专业高效的营销服务团队。

3、公司应对本次发行摊薄即期回报采取的填补措施

（1）加强募集资金管理，保证募集资金合理合法使用

为规范发行人募集资金的使用与管理，确保募集资金的使用规范、安全、高效，发行人制定了《募集资金管理办法》、《信息披露管理办法》、《投资者关系管理办法》等管理制度。这些制度对发行人募集资金的存放、使用、管理以及相关信息的披露进行了规范，保证了发行人募集资金的存放和使用的安全，防止募集资金被控股股东、实际控制人等关联方占用或挪用。本次公开发行股票结束后，募集资金将存放于董事会指定的专项账户中，专户专储，专款专用，切实保证募集资金的合理合法使用。

（2）完善利润分配制度，强化投资者回报制度

为了明确本次发行后对投资者的回报，《小熊电器股份有限公司章程(草案)》明确了有关利润分配政策的决策制度和程序的相关条款；为更好的保障全体股东的合理回报，进一步细化发行人章程中有关利润分配政策的相关条款，制定了《小熊电器股份有限公司上市后未来分红回报规划》。

发行人上市后将严格按照章程的规定，完善对利润分配事项的决策机制，重视对投资者的合理回报，积极采取现金分红等方式分配股利，吸引投资者并提升发行人投资价值。

（3）加快募投项目投资进度，争取早日实现项目预期收益

本次募集资金紧密围绕发行人主营业务，符合发行人未来发展战略，有利于提高发行人持续盈利能力。发行人对募集资金投资项目进行了充分论证，在募集资金到位前，以自有、自筹资金先期投入建设，以争取尽早产生收益，增加以后年度的股东回报，降低本次发行导致的即期回报摊薄的风险。

（4）着力提升经营业绩，积极推进发行人业务发展

公司将健全和完善技术创新机制，努力实现公司产品技术含量和质量性能的突破，有效提升产品附加值；通过进一步巩固在优势领域的产品以及新产品的开发，奠定长期稳定发展的基础。在充分把握行业发展趋势的基础上，公司将采取各种措施保证合理整合内外部资源，加大研发管理创新力度，提升公司的核心竞争能力和整体盈利水平。

（5）关于后续事项的承诺

公司承诺将根据中国证监会、深圳证券交易所后续出台的实施细则，持续完善填补被摊薄即期回报的各项措施。

（五）公司控股股东、实际控制人、董事、高级管理人员关于公司首次公开发行股票摊薄即期回报采取填补措施的承诺

1、公司董事、高级管理人员根据中国证监会相关规定，对公司填补回报措施能够得到切实履行作出如下承诺：

（1）本人承诺不无偿或以不公平条件向其他单位或者个人输送利益，也不采用其他方式损害公司利益；

（2）本人承诺对本人的职务消费行为进行约束；

（3）本人承诺不动用公司资产从事与履行职责无关的投资、消费活动；

（4）本人承诺由董事会或薪酬委员会制定的薪酬制度与公司填补回报措施的执行情况相挂钩；

（5）本人承诺如公司拟实施股权激励，拟公布的公司股权激励的行权条件与公司填补回报措施的执行情况相挂钩。

作为填补回报措施相关责任主体之一，本人若违反上述承诺或拒不履行上述承诺，本人同意中国证监会和上海证券交易所等证券监管机构按照其制定或发布的有关规定、规则，对本人作出相关处罚或采取相关监管措施。

2、公司的控股股东、实际控制人根据中国证监会相关规定，对公司填补回报措施能够得到切实履行作出如下承诺：

本公司/本人承诺不越权干预公司经营管理活动，不侵占公司利益。

（六）保荐机构核查意见

保荐机构认为：公司已结合自身经营情况，基于客观假设，对即期回报摊薄情况进行了合理预计。同时，考虑到本次公开发行时间的不可预测性和未来市场竞争环境变化的可能性，公司已披露了本次公开发行的必要性和合理性、本次募集资金投资项目与公司现有业务的关系、公司从事募投项目在人员、技术、市场等方面的储备情况，制订了切实可行的填补即期回报措施，董事、高级管理人员作出了相应承诺，符合《国务院办公厅关于进一步加强资本市场中小投资者合法权益保护工作的意见》中关于保护中小投资者合法权益的精神。

七、财务报告审计基准日至本招股意向书签署之日经营状况

（一）会计师的审阅意见

信永中和对公司截至 2019 年 3 月 31 日的合并及母公司资产负债表，2019 年 1-3 月的合并及母公司利润表、合并及母公司现金流量表、合并及母公司股东权益变动表以及财务报表附注进行了审阅，出具了无保留结论的“XYZH/2019GZA10605”审阅报告。审阅意见如下：“根据我们的审阅，我们没有注意到任何事项使我们相信财务报表在所有重大方面没有按照企业会计准则的规定编制，未能公允反映小熊电器公司 2019 年 3 月 31 日的合并及母公司财务状况以及 2019 年 1-3 月的合并及母公司经营成果和现金流量。”

（二）财务报表

1、合并资产负债表

单位：万元

项 目	2019.3.31	2018.12.31
流动资产：		
货币资金	24,266.58	25,931.22
应收票据及应收账款	14,045.86	6,922.97
预付款项	1,759.27	883.47
其他应收款	390.42	301.31
存货	29,755.26	31,331.99
其他流动资产	1,984.22	3,017.39
流动资产合计	72,201.60	68,388.34

非流动资产：	-	
可供出售金融资产	1,000.00	1,000.00
长期股权投资	-	-
固定资产	10,659.19	11,229.47
在建工程	3,665.48	3,125.05
无形资产	19,885.37	20,014.12
商誉	-	-
长期待摊费用	694.55	814.75
递延所得税资产	1,204.05	1,167.70
其他非流动资产	169.35	169.35
非流动资产合计	37,277.99	37,520.44
资产总计	109,479.60	105,908.78
流动负债：	-	
短期借款	-	-
应付票据及应付账款	42,119.36	42,446.92
预收款项	2,951.71	2,335.83
应付职工薪酬	1,941.22	3,244.45
应交税费	2,952.59	3,571.83
其他应付款	2,484.33	2,358.30
一年内到期的非流动负债	-	-
其他流动负债	3,981.54	4,622.15
流动负债合计	56,430.75	58,579.48
非流动负债：	-	
长期借款	1,293.13	1,112.13
预计负债	173.46	246.32
递延所得税负债	-	-
非流动负债合计	1,466.59	1,358.46
负债合计	57,897.35	59,937.93
所有者权益：	-	
股本	9,000.00	9,000.00
资本公积	6,289.95	6,289.95
盈余公积	1,817.59	1,585.93
未分配利润	34,474.72	29,094.97
归属于母公司股东权益合计	51,582.25	45,970.85
少数股东权益	-	-
股东权益合计	51,582.25	45,970.85
负债和股东权益总计	109,479.60	105,908.78

2、合并利润表

单位：万元

项 目	2019 年 1-3 月	2018 年 1-3 月
一、营业总收入	63,039.68	46,825.88
其中：营业收入	63,039.68	46,825.88
二、营业总成本	55,472.22	41,178.38
其中：营业成本	41,421.86	31,116.17
税金及附加	450.23	427.16
销售费用	8,739.53	6,164.09
管理费用	1,995.11	1,728.57
研发费用	1,625.71	714.29
财务费用	23.33	179.05
其中：利息费用	16.69	55.44
利息收入	28.35	9.88
资产减值损失	1,216.46	849.06
加：其他收益	12.32	17.76
投资收益（损失以“-”号填列）	91.65	7.54
其中：对联营企业和合营企业的投资收益	-	-
公允价值变动损益	-	-
汇兑收益	-	-
资产处置收益（损失以“-”号填列）	-	-
三、营业利润	7,671.43	5,672.80
加：营业外收入	71.01	82.07
减：营业外支出	202.30	22.37
四、利润总额	7,540.14	5,732.50
减：所得税费用	1,928.74	1,475.26
五、净利润	5,611.40	4,257.24
（一）按经营持续性分类	5,611.40	4,257.24
（一）持续经营净利润（净亏损以“-”号填列）	5,611.40	4,257.24
（二）终止经营净利润（净亏损以“-”号填列）	-	-
（二）按所有权归属分类	-	-
归属于母公司所有者的净利润	5,611.40	4,257.24
少数股东损益	5,611.40	4,257.24
六、其他综合收益的税后净额	-	-
七、综合收益总额	5,611.40	4,257.24
归属于母公司所有者的综合收益总额	5,611.40	4,257.24
归属于少数股东的综合收益总额	-	-
八、每股收益		

(一) 基本每股收益 (元/股)	0.62	0.47
(二) 稀释每股收益 (元/股)	0.62	0.47

3、合并现金流量表

单位：万元

项 目	2019 年 1-3 月	2018 年 1-3 月
一、经营活动产生的现金流量：		
销售商品、提供劳务收到的现金	65,416.67	51,195.58
收到其他与经营活动有关的现金	166.71	139.18
经营活动现金流入小计	65,583.38	51,334.76
购买商品、接受劳务支付的现金	43,987.44	30,652.10
支付给职工及为职工支付的现金	6,906.48	4,157.05
支付的各项税费	5,524.10	5,271.98
支付其他与经营活动有关的现金	9,530.82	6,577.72
经营活动现金流出小计	65,948.84	46,658.86
经营活动产生的现金流量净额	-365.46	4,675.90
二、投资活动产生的现金流量：	-	
收回投资收到的现金	-	-
取得投资收益收到的现金	91.65	7.54
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	-	-
收到其他与投资活动有关的现金	42,450.00	5,000.00
投资活动现金流入小计	42,541.65	5,007.54
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	1,536.28	1,213.23
投资支付的现金	-	6,400.00
取得子公司及其他营业单位支付的现金净额	-	-
支付其他与投资活动有关的现金	42,450.00	5,000.00
投资活动现金流出小计	43,986.28	12,613.23
投资活动产生的现金流量净额	-1,444.63	-7,605.70
三、筹资活动产生的现金流量：	-	
吸收投资所收到的现金	-	-
取得借款所收到的现金	181.00	-
收到其他与筹资活动有关的现金	5,531.88	1,710.00
筹资活动现金流入小计	5,712.88	1,710.00
偿还债务所支付的现金	-	146.87
分配股利、利润和偿付利息支付的现金	16.69	55.44
支付其他与筹资活动有关的现金	5,456.57	1,105.75
筹资活动现金流出小计	5,473.26	1,308.06
筹资活动产生的现金流量净额	239.61	401.94

四、汇率变动对现金及现金等价物的影响	16.84	19.61
五、现金及现金等价物净增加额	-1,553.63	-2,508.25
加：期初现金及现金等价物余额	18,253.25	13,170.47
六、期末现金及现金等价物余额	16,699.62	10,662.22

4、母公司资产负债表

单位：万元

项 目	2019.3.31	2018.12.31
流动资产：		
货币资金	12,361.92	10,669.25
应收票据及应收账款	9,026.53	4,651.77
预付款项	2,051.30	1,208.85
其他应收款	5,061.60	6,047.86
存货	13,192.28	15,963.13
其他流动资产	398.11	2,252.21
流动资产合计	42,091.75	40,793.08
非流动资产：	-	
可供出售金融资产	1,000.00	1,000.00
长期股权投资	17,018.45	17,018.45
固定资产	5,061.63	5,332.06
在建工程	2,338.40	2,191.10
无形资产	1,047.16	1,050.33
长期待摊费用	516.25	612.89
递延所得税资产	257.13	237.12
其他非流动资产	169.35	169.35
非流动资产合计	27,408.37	27,611.30
资产总计	69,500.12	68,404.38
流动负债：	-	
短期借款	-	-
应付票据及应付账款	32,316.21	33,541.54
预收款项	934.64	606.23
应付职工薪酬	431.86	1,002.57
应交税费	249.33	40.02
其他应付款	341.32	283.64
其他流动负债	1,467.59	1,649.57
流动负债合计	35,740.95	37,123.56
非流动负债：	-	
长期借款	1,293.13	1,112.13
预计负债	79.97	99.18
非流动负债合计	1,373.10	1,211.31

负债合计	37,114.06	38,334.87
所有者权益：	-	
股本	9,000.00	9,000.00
资本公积	5,006.51	5,006.51
盈余公积	1,817.59	1,585.93
未分配利润	16,561.96	14,477.07
股东权益合计	32,386.06	30,069.51
负债和股东权益总计	69,500.12	68,404.38

5、母公司利润表

单位：万元

项 目	2019 年 1-3 月	2018 年 1-3 月
一、营业收入	36,148.50	17,754.40
减：营业成本	25,750.10	12,363.56
税金及附加	116.93	67.33
销售费用	4,131.40	1,613.42
管理费用	978.80	1,175.27
研发费用	1,455.72	713.86
财务费用	31.20	124.83
其中：利息费用	16.69	-
利息收入	13.60	22.04
资产减值损失	802.66	583.94
加：其他收益	12.32	17.76
投资收益（损失以“-”号填列）	35.77	7.54
其中：对联营企业和合营企业的投资收益	-	-
公允价值变动损益	-	-
资产处置收益（损失以“-”号填列）	-	-
二、营业利润	2,929.78	1,137.49
加：营业外收入	-	36.24
减：营业外支出	202.30	14.21
三、利润总额	2,727.48	1,159.51
减：所得税费用	410.93	398.39
四、净利润	2,316.55	761.12
（一）持续经营净利润（净亏损以“-”号填列）	2,316.55	761.12
（二）终止经营净利润（净亏损以“-”号填列）	-	-

五、其他综合收益的税后净额	-	
六、综合收益总额	2,316.55	761.12
七、每股收益		
（一）基本每股收益		-
（二）稀释每股收益		-

6、母公司现金流量表

单位：万元

项 目	2019 年 1-3 月	2018 年 1-3 月
一、经营活动产生的现金流量：		
销售商品、提供劳务收到的现金	37,570.78	18,797.49
收到的税费返还	-	-
收到其他与经营活动有关的现金	1,069.17	6,847.81
经营活动现金流入小计	38,639.95	25,645.31
购买商品、接受劳务支付的现金	28,952.33	17,142.72
支付给职工及为职工支付的现金	1,716.34	1,362.57
支付的各项税费	471.95	740.23
支付其他与经营活动有关的现金	4,967.59	2,596.38
经营活动现金流出小计	36,108.22	21,841.90
经营活动产生的现金流量净额	2,531.74	3,803.41
二、投资活动产生的现金流量：	-	
收回投资收到的现金	-	-
取得投资收益收到的现金	35.77	7.54
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	-	4.64
收到其他与投资活动有关的现金	19,600.00	5,000.00
投资活动现金流入小计	19,635.77	5,012.17
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	1,020.29	1,058.23
投资支付的现金	-	6,400.00
支付其他与投资活动有关的现金	19,600.00	5,000.00
投资活动现金流出小计	20,620.29	12,458.23
投资活动产生的现金流量净额	-984.52	-7,446.05
三、筹资活动产生的现金流量：	-	
吸收投资所收到的现金	-	-
取得借款所收到的现金	181.00	-
收到其他与筹资活动有关的现金	2,729.59	5,000.00
筹资活动现金流入小计	2,910.59	5,000.00
偿还债务所支付的现金	-	-
分配股利、利润和偿付利息支付的现金	16.69	-

支付其他与筹资活动有关的现金	3,124.57	1,105.75
筹资活动现金流出小计	3,141.26	1,105.75
筹资活动产生的现金流量净额	-230.68	3,894.25
四、汇率变动对现金及现金等价物的影响	16.84	19.61
五、现金及现金等价物净增加额	1,333.38	271.21
加：期初现金及现金等价物余额	7,180.41	8,054.48
六、期末现金及现金等价物余额	8,513.79	8,325.69

（三）2019 年 1-3 月经营业绩分析

公司 2018 年 1-3 月和 2019 年 1-3 月数据对比分析如下：

单位：万元

项目	2019 年 1-3 月		2018 年 1-3 月
	金额	增幅	金额
营业收入	63,039.68	34.63%	46,825.88
归属于母公司所有者净利润	5,611.40	31.81%	4,257.24
扣除非经常性损益后归属于母公司所有者净利润	5,646.00	34.91%	4,184.99

公司 2019 年 1-3 月营业收入、归属于母公司所有者净利润和扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润分别为 63,039.68 万元、5,611.40 万元和 5,646.00 万元,较上年同期分别增加 16,213.80 万元、1,354.16 万元和 1,461.01 万元,增幅分别为 34.63%、31.81%和 34.91%,2019 年 1-3 月份快速增长,主要原因是:近年来我国网络零售交易额快速增长,各主要电子商务平台快速发展,同时公司紧抓消费升级,实施多品类发展战略,以消费者为导向不断研发新产品,并不断开拓及完善销售渠道,2019 年 1-3 月,公司来自京东平台、公司直营店铺、苏宁云商的收入分别较同期增加 9,566.15 万元、2,508.39 万元和 2,265.51 万元,增幅分别为 74.47%、60.43%和 372.60%。

（四）2019 年 1-6 月业绩预计情况

1、2019 年 1-6 月预计经营情况

公司 2019 年 1-6 月预计数据与 2018 年 1-6 月对比情况如下：

单位：万元

项目	2019 年 1-6 月（预计区间）		2018 年 1-6 月
	金额	增幅	金额
营业收入	111,785.62-131,226.60	21.77%-42.95%	91,800.06
归属于母公司所有者净利润	10,269.16-12,055.10	20.42%-41.36%	8,528.06

扣除非经常性损益后归属于 母公司所有者净利润	10,191.26-11,977.20	19.86%-40.86%	8,502.96
---------------------------	---------------------	---------------	----------

公司预计 2019 年 1-6 月实现营业收入区间为 111,785.62 万元-131,226.60 万元，相比去年同期增长区间为 21.77%-42.95%；归属于母公司所有者的净利润区间为 10,269.16 万元-12,055.10 万元，相比去年同期增长区间为 20.42%-41.36%；扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润区间为 10,191.26 万元-11,977.20 万元，相比去年同期增长区间为 19.86%-40.86%。

2、预计依据

(1) 2019 年 1-6 月公司营业收入预计依据是：公司 2019 年 1-3 月营业收入情况，4 月份的出货情况，结合公司 2015 年度-2018 年度增长率平均值，基于谨慎性原则考虑营业收入的一定变动，按照上下浮动 8%计算出营业收入的变动区间；

(2) 2019 年 1-6 月成本率、管理费用率、销售费用率的预计依据是：公司 2015 年度-2018 年度成本率、管理费用率、销售费用率平均值，2019 年 1-3 月成本率、管理费用率、销售费用率数据；

(3) 2019 年 1-6 月研发费用率预计依据是：选取公司 2015 年度-2018 年度、2019 年 1-3 月研发费用率最高值；

(4) 2019 年 1-6 月税金及附加预计依据是：2015 年度-2018 年度税金及附加率的范围，2019 年 1-3 月实际税金及附加情况。

综上所述，公司 2019 年 1-6 月业绩预计是根据报告期相关数据和公司实际经营情况进行预计，预计谨慎、合理。公司财务报告审计截止日（2018 年 12 月 31 日）至本招股意向书签署日，公司主营业务、主要产品和经营模式未发生重大不利变化。公司主要原材料采购、产品生产及销售等各项业务运转正常，主要客户和供应商结构较为稳定，公司经营情况以及其他可能影响投资者判断的重大事项方面均未发生重大变化。

第十二节 业务发展目标

一、公司未来发展规划及目标

公司秉承“创意让生活更美好”的核心价值观，坚持“品质为基础、服务为保证、创新为动力”的经营理念，树立了“妙想生活、妙想世界”的发展思路，致力于成为国内外杰出的“创意小家电+互联网”企业。

（一）未来三年主要发展目标

公司将充分利用已有的综合优势，加大技术研发的投入力度，实施差异化竞争策略；同时，公司将借助资本市场的融资平台，加强对市场需求挖掘，增强产品设计能力，优化现有产品结构，提升公司优势产品的产能。公司将在提升研发、制造能力的同时，不断完善和改进现有产品种类及渠道布局，力争未来三年继续扩大在国内外市场的占有率，提升公司品牌影响力。

（二）具体发展规划

1、产能扩充计划

本次公开发行募集资金到位后，公司将在保证和提升产品质量的基础上，加快募集资金投资项目的建设进度，力争项目早日投产、早日实现经济效益。项目建成后，公司创意小家电的产能扩大将有助于充分发挥公司的综合优势，提高公司市场占有率，创造更高的经济效益。

2、产品创新计划

公司将在技术开发和产品创新方面持续加大投入，为公司长期稳定发展提供持久动力。产品开发计划将继续以行业发展和客户需求为导向，顺应节能、环保、健康、养生的市场发展趋势，在公开发行募集资金到位后，公司将利用新增产能及新研发中心适时推出新产品，不断赋予产品更多更新颖的功能。

3、市场推广计划

公司一贯秉承“以客户为中心”的营销理念，坚持线上销售和线下销售相结合的销售模式，力争未来继续扩大在国内外市场的占有率，提升公司品牌影响力。

为实现上述市场目标，公司将采取如下措施：

（1）巩固现有线上销售市场优势，拓展海外市场

公司将继续巩固在线上主流电商渠道的市场优势，与长期合作的电商平台加强战略合作伙伴关系，提高与现有客户的合作深度。为专注重点目标客户的维护与开发，公司深入研究了线上不同渠道类型的目标客户特质，并制定了有针对性的开发措施，如成立相应的市场营销团队，专注不同特质客户群体的推广。

同时公司还将通过销售部的产品推广、参加国内外展览、深化与代理商合作等途径积极开拓海外市场。

（2）完善线下营销网络，建设营销队伍

经过多年的发展，公司已建立了较为完整的线上电商营销网络。随着募投项目的投产，公司将在巩固现有目标客户的基础上，继续提高现有营销效率，适时加强线下营销网络的覆盖面。

同时，公司将继续加强营销队伍建设，引进有丰富经验的管理、销售及技术服务人员，并通过培训等措施提高销售人员和技术服务人员的整体素质，增强相关人员的市场意识和服务意识，打造专业高效的营销服务团队。

4、人才培养、引进和扩充计划

公司长期推行“员工的个人价值与公司共同发展”的用人理念，始终坚持企业与员工互利双赢的用人模式，建立起了以人才为导向的分配激励机制。随着业务的不断发展，为满足企业未来发展的需要，公司从战略高度对人才队伍建设进行规划，实施系统的人才队伍建设计划。

（1）强化内部培训

公司通过强化员工岗位培训和后续培训，提高公司员工整体素质，重点加强公司中层领导和后备干部的管理技能培训、技术研发人员的专业技能培训、市场营销人员的营销能力培训，建立了一套科学、规范、系统的人力资源培训体系。

（2）不断引进外部人才

随着公司经营规模的扩大，按照提高效率、优化结构和保证发展相结合的原则，公司将积极调整人员结构，重点引进高端专业技术人才、高级管理人才和高

级市场营销人才，充实公司研发、设计、生产、管理以及营销等部门的人力资源配备，满足企业可持续发展需求。

（3）完善激励机制

公司建立并完善了绩效评价体系以及业绩激励基金制度、股权激励、岗位晋升、荣誉表彰等多种激励制度和方式。未来，公司将致力于加强企业文化建设，积极探索人才激励机制，形成对高级管理人员和核心技术人员更为有效的激励约束体制，逐步建立起短期激励与长期激励相结合的激励约束机制，实现管理层与公司、股东利益的紧密结合。

5、内部管理提升计划

面对公司未来快速发展的趋势，公司人员的扩张、新市场领域的拓展，都需要较高的管理能力。为进一步提高公司治理的有效性，公司将采取如下措施：

第一，公司将严格按照《公司法》、《公司章程》的规定，董事、监事选任实施累积投票制。公司任何股东单独均不能通过实际支配公司股份表决权决定公司董事会半数以上成员选任，从而确保公司治理的有效性。

第二，发挥董事会决策中心作用。公司董事会按照《公司章程》、《董事会议事规则》的规定进行运作，进一步完善独立董事、审计委员会、薪酬与考核委员会的职能作用，更好的发挥董事会在公司战略方向、重大决策、选择管理层等方面的决策中心作用，确保公司的经营战略目标的实现。

第三，充分发挥管理层的指挥中心作用。公司管理层根据董事会授权实施公司的经营管理计划和投资方案，按照职能清晰、信息畅通、机制灵活、运作高效的要求，提高经营管理效率，提升总经理工作班子的整体运作水平。

二、本次募集资金运用对实现上述目标的作用

本次募集资金投资项目的成功实施并有效运转对于本公司实现未来发展目标特别是在增强公司成长性和提高自主创新能力方面有重要的意义，主要体现在：

（一）募集资金运用项目将有效扩大产能，扩大产品市场规模

本次募集资金投资项目建设投产后将大大提升公司的产能，能够有力弥补目前公司生产能力不足对市场开拓和销售增长所形成的制约，预计将能在未来 3 年内推动公司销售量与销售收入同步快速增长，公司的国内市场份额将进一步提高。

（二）募集资金运用项目有利于增强公司自主创新和信息化建设

研发中心建设项目的实施是为了适应企业发展，整合科技优势资源，增强公司设计研发能力，确保公司产品的技术优势得以保持，是公司实现可持续发展的基础保障。此外，公司通过信息化建设项目，提升公司信息化管理能力，降低企业生产经营成本，增强市场竞争能力。

三、拟定上述计划所依据的假设条件及可能面临的主要困难

（一）拟定上述计划所依据的假设条件

- 1、公司所处的宏观经济、政治和社会环境处于正常发展状态，没有出现对公司发展有重大影响的不可抗力因素的发生；
- 2、公司所遵循的现行法律、法规和行业政策无重大变化；涉及的信贷利率、外汇汇率无重大突变情形；
- 3、公司产品的市场需求、原材料供应无重大的突发性变化，所需原材料及销售的产品价格在合理范围内波动；
- 4、本次公开发行股票能够成功实施，募集资金及时到位，投资项目能按计划组织实施并如期完工。

（二）实施上述计划所面临的困难

- 1、目前公司融资渠道单一，依赖于银行的借款融资，导致公司流动资金规模难以随主营业务规模的扩张而同步扩大，且致使产能扩张所需的资本性支出资金短缺，将影响到上述战略和计划的实施。
- 2、公司在较大资金规模运用和经营规模迅速扩大情况下，将在战略规划、营销策略、资源配置、内部控制和客户资信认证等方面面临新的挑战。
- 3、公司对于复合型管理、技术、营销人才的需求迫切，人才的引进、培训、

和衔接问题将日益成为影响公司持续性发展的重要因素。

4、募集资金如不能如期到位，将影响公司的投资计划、市场拓展计划和引进人才计划，使公司失去快速发展的机会。

（三）实现上述计划拟采用的方式、方法或途径

1、本次公开发行股票为实现上述业务目标提供了资金支持，公司将认真组织项目的实施，争取募投项目按计划达产，进一步增强公司竞争力。

2、公司将严格按照上市公司的要求规范运作，进一步规范公司法人治理结构、加强风险管理和财务管理的能力。

3、公司将依托现有的技术研发中心，增加研发投入，加强对新工艺、新产品的研究开发，进一步降低生产成本、提高生产效率和产品质量。

4、公司将按照人员扩充计划，加快对专业技术人才、管理人才、营销人才的引进和培养，提高公司的人才竞争优势。

四、发展计划与现有业务的关系

公司发展计划是在现有业务的基础上，充分利用现有人员、技术、管理经验、客户资源和销售网络，按照规模化、产业化等发展策略制定的。公司发展计划扩大生产规模，增强产品研发设计能力，以更贴近市场需求。因此，公司现有业务是发展规划的基础，发展规划是现有业务的深化和延伸，将进一步推动现有业务的发展，实现公司的业务发展目标。

第十三节 募集资金运用

一、募集资金运用概况

（一）募集资金具体用途

根据公司 2017 年度第二次临时股东大会审议通过的发行方案，本次公司拟公开发行股份不超过 3,000 万股，实际募集资金扣除发行费用后，全部用于公司主营业务相关的项目，具体使用计划如下：

单位：万元

序号	项目类型	项目名称	投资总额	募集资金投资金额	建设期（月）	实施主体
1	生产建设项目	小熊电器创意小家电生产建设（大良五沙）项目	52,729.18	40,484.87	24	小熊营销
2		小熊电器智能小家电制造基地项目	31,313.02	31,313.02	24	小熊智能
3		小熊电器创意小家电生产建设（均安）项目	15,877.96	15,877.96	24	小熊电器
4	研发中心建设项目	小熊电器研发中心建设项目	3,679.92	3,679.92	24	小熊智能
5	信息化建设项目	小熊电器信息化建设项目	4,325.42	2,325.42	36	小熊电器
合 计			107,925.50	93,681.19	-	-

募集资金到位前，公司将根据各项目的实际进度，通过自有资金先期投入。公司首次公开发行股票募集资金扣除发行费用后，将用于支付项目剩余款项及置换先期投入。如本次募集资金不能满足拟投资项目的全部资金需求，不足部分将由公司自筹解决。

截至 2018 年 12 月 31 日，公司募集资金投资项目累计已投入 4,462.78 万元。

（二）募集资金投资项目的备案和环评情况

公司募集资金投资项目的备案和环评情况如下：

序号	项目类型	项目名称	项目备案号	项目环评批复
1	生产建设项目	小熊电器创意小家电生产建设	2017-440606-38-03-014174、 2017-440606-38-03-014172	顺管良环审[2018]第 0045 号、顺管

		（大良五沙）项目		良 环 审 [2018] 第 0046 号
2		小熊电器智能小家电制造基地项目	2017-440606-38-03-012523	顺管（勒）环审 [2018]第 0063 号
3		小熊电器创意小家电生产建设（均安）项目	2017-440606-38-03-014176	顺 管 均 环 审 [2018]0030 号
4	研发中心建设项目	小熊电器研发中心建设项目	2017-440606-38-03-818761	顺管（勒）环审 [2018]第 0062 号
5	信息化建设项目	小熊电器信息化建设项目	2017-440606-38-03-014178	-

注：小熊电器创意小家电生产建设（大良五沙）项目分两期进行。

发行人已经按照《国务院关于投资体制改革的决定》（国发[2004]20 号）及《国家发展改革委关于实行企业投资项目备案制指导意见的通知》（发改投资[2004]2656 号）的规定，办理了本次募集资金投资项目的备案手续，并处于有效期内，合法有效。

经核查，保荐机构认为：发行人募集资金投资项目符合国家产业政策、投资管理、环境保护、土地管理及其他法律、法规和规章的规定。

（三）募投项目与公司主营业务的关系

本次募集资金用于主营业务，使用用途明确，符合《首次公开发行股票并上市管理办法》的规定。本次募集资金投资项目均是根据公司发展战略需要，在充分的市场研究基础上提出的，项目实施后，公司生产规模将得到扩大，研发能力将进一步提升，公司的信息化管理得到改进和完善，可以更好的满足客户需要，进一步增强公司的核心竞争力，加快公司战略目标的实现。

（四）募集资金项目实施后公司的生产模式变化情况

目前，发行人采取自主生产为主、外协生产和外协加工为辅的生产模式。主要产品中厨房小家电和生活小家电的大部分产品由公司自主生产，部分电烤箱、养生壶和咖啡机产品由第三方外协生产；部分注塑加工、零部件组装、总装装配等工序由第三方外协加工。

发行人本次募集资金投资项目均是根据公司发展战略需要，在充分的市场研

究基础上提出的，项目实施后，公司生产规模将得到扩大，制造能力和研发能力将进一步提升，公司的信息化管理得到改进和完善，可以更好地满足客户需求，进一步增强公司的核心竞争力，加快公司战略目标的实现。

发行人本次募集资金投资项目实施后，预计将新增 2,460 万台小家电产能，自主生产能力会增加。但基于产品战略布局以及公司销售规模的不断扩张，公司仍会部分采取外协生产和外协加工方式进行生产，生产模式不会发生重大变化。

二、募集资金专户存储安排

为了规范募集资金的管理和使用，最大限度保护投资者权益，公司召开第一届董事会第四次会议及 2017 年度第二次临时股东大会，审议通过了《募集资金管理办法》，本次发行募集的资金将存放于董事会决定的专项账户。

该制度明确了募集资金使用的分级审批权限、决策程序、风险控制措施及信息披露程序，对募集资金的存储、使用、变更、管理与监督等内容进行了明确规定。根据《募集资金管理办法》的要求，公司对募集资金采用专户存储制度，对募集资金实行严格的审批制度，便于对募集资金使用情况进行监督，以保证募集资金专款专用。本次发行所涉及的募集资金将以该制度为基础，进行规范化的管理和使用，以切实防范相关风险、提高使用效益。

三、募集资金运用对同业竞争和独立性的影响

公司本次募集资金拟投资项目不会导致同业竞争，也不会对公司的独立性产生不利影响。

四、募集资金投资项目的必要性及可行性分析

公司本次发行募集资金拟投资项目均围绕公司的主营业务展开，着眼于提高生产产能以及生产自动化与智能化程度，同时提升公司研发能力和信息化管理水平。其中创意小家电生产建设（大良五沙）项目、智能小家电制造基地项目和创意小家电生产建设（均安）项目的实施，将有效提升公司产能及生产效率，解决目前产能瓶颈问题；研发中心建设项目的实施进一步提升公司研发能力，增强自主创新能力；信息化建设项目的实施使公司信息化管理得到改进和完善。

公司本次募集资金投资项目建设的必要性和可行性分析如下：

（一）本次募集资金投资项目的必要性和可行性分析

1、生产建设项目

（1）项目建设的必要性分析

①扩充产能满足不断增长的市场需求

公司专注于创意小家电的研发、设计、生产与销售，积累了丰富的小家电生产技术经验，并建立了相对完善的线上线下营销网络。报告期内，公司实现主营业务收入分别为 104,753.40 万元、164,161.79 万元和 202,775.42 万元，年均复合增长 39.13%，已发展成为国内产销规模较大的创意小家电生产商。同时，随着生产规模的不断扩大，产能不足逐步显现，2016 年-2018 年公司平均产能利用率为 93.12%，产品仍供不应求，生产能力不足已制约公司未来业务增长。

同时，公司与行业实力较强的企业如美的集团、九阳股份、苏泊尔等相比，在生产规模方面存在一定差距。公司需要进一步提升产品的生产规模、技术含量及自动化生产水平，提高产品竞争力。通过上述生产项目的建设，公司将在保持现有产品良好发展势头的基础上，为市场提供更多高技术含量、高附加值的产品，提升核心竞争力。

②提高产品市场占有率，巩固公司行业地位

消费者选购小家电时倾向于兼具时尚和实用特性，小家电产品已经从单一功能产品转化为更加智能、节能及健康的创意型产品。因此，公司必须不断升级工艺技术，紧跟行业技术发展步伐，优化公司产品结构，丰富公司产品类型，以提高产品市场占有率，保持公司在行业内的相对领先地位。

③提升生产自动化程度并完善生产环节

本次生产建设项目在现有的生产模式基础上，增加了全自动化生产设备投入，达产后新建成的各生产基地整机组装生产线的自动化程度将得到显著提升。生产自动化程度的显著提升，有利于公司提高生产效率、降低人工成本和保障产品质量。

（2）项目建设的可行性分析

①项目建设符合国家及地方的产业政策导向

近年政府出台一系列相关产业政策，推动家电产业向智能、绿色节能、高端及健康的方向发展，实现产业消费升级。《轻工业发展规划（2016-2020年）》提出推动家用电器工业向智能、绿色、健康方向发展；《广东省国民经济和社会发展规划“十三五”规划纲要》提出将新型、节能、智能化家电产品作为重点发展目标。详细的产业政策情况可参见“第六节 业务和技术”之“二、发行人所处行业基本情况”。

本次募投项目主要为扩大产能、优化产品结构，符合国家及地方的产业政策导向。

②项目实施具有广阔的市场前景

近年来受益于国民经济的持续发展，创意小家电作为提高生活品质的产品，越来越受到消费者的喜爱。随着消费群体的不断壮大以及互联网电子商务平台的蓬勃发展，创意小家电市场规模不断扩张，呈快速增长态势。

同时，随着消费者网购普遍化，小家电网购市场规模不断扩张。中国电子信息产业发展研究院（赛迪集团）发布的《中国家电网购分析报告》显示，2016年，小家电产品网上零售额达635亿元，线上小家电销售额占小家电整体销售额的比重达到35%。2017年，小家电产品网上零售额达760亿元，同比增长19.69%。详细的市场状况可参见“第六节 业务和技术”之“二、发行人所处行业基本情况”。

③公司销售规模不断扩大可以消化新增产能

公司始终坚持技术领先、差异化、创新性的发展战略，通过规范化、规模化生产，不断提高产品质量，打造品牌优势，并将现代化的研发和工艺技术应用到生产过程中，不断推出具有行业代表性的产品，如养生壶、电炖盅、电动打蛋器、电热饭盒、多士炉、酸奶机和加湿器等产品一直占据市场领先地位。2017年度公司产品销售量达2,024.30万台，2018年度上升到2,468.76万台，复合增长21.96%，销量规模增长迅速。公司生产的小家电具有技术先进、质量可靠、外观时尚、功能多样和智能化等优势，占据了较大的小家电市场份额。目前，公司的客户与订单不断增加，预计未来企业的业务收入仍将保持快速增长的态势，为公

司创意小家电产品扩产项目的消化提供了坚实的基础。

④公司拥有完善的销售渠道资源

公司结合创意小家电产品特性，以线上销售为主、线下销售为辅，全渠道运营的销售模式，与天猫商城、京东商城、唯品会和苏宁易购等主流电商平台及拼多多、平安好医生等新兴电商平台建立了良好的合作关系；同时公司设有完善的经销商管理体系，对经销商实施有效的管控。未来公司将适时加强线下营销网络的覆盖，进一步拓宽公司销售渠道，扩大国内市场份额。逐步完善的营销网络建设为项目提供了市场资源支撑。

2、研发中心建设项目

（1）项目建设的必要性分析

①提升公司研发实力，满足经营规模扩大的需要

目前公司在国内创意小家电领域处于较领先的地位，但随着行业竞争的加剧，以及人才流动和技术的相互传播，原有的技术和产品将逐渐趋于同质化。为了避免低价同质竞争，必须不断加强研发能力建设，开发新产品和新技术以确保公司的核心竞争力。本项目的建设有利于公司增强研发实力，研发符合市场需要的产品，增强公司的核心竞争力。

②适应行业技术发展特征，保持和增强技术优势

企业作为技术创新的主体，研发中心建设是提升企业技术创新能力的关键，是提升核心竞争力的重要途径之一。多年来公司坚持以科技创新为导向，深入研究消费者的生活方式及市场需求变化，不断研发精致、创新、智能、健康的创意小家电。本次研发中心募投项目的实施，有助于公司提升研发技术水平，实现企业可持续发展。

（2）项目建设的可行性分析

①公司积累了丰富的技术开发经验

公司始终重视技术研发与创新，经过多年的发展与积累，在小家电研发、设计和生产等方面形成了明显优势。公司多项产品取得广东省高新技术产品认定，产品拥有核心自主技术，并获得了专利证书。公司现拥有 486 项专利，其中发明

专利 11 项、实用新型 194 项以及外观设计 281 项。

公司已掌握募集资金投资项目所涉及的生产工艺和技术，具有自主知识产权。丰富的技术开发经验积累，有利于本公司研发体系在保持当前技术开发优势的基础上，更加有效地完成新项目开发，并迅速转化为生产能力与产品优势，使得本项目充分达到预定目标。

②公司建立了完善的技术开发体系

公司研发主要以市场需求为导向，满足消费者在不同生活场景、工作场景中对小家电的使用需求。公司利用多年积累的客户网购数据，对客户人群属性、生活方式和产品属性偏好等进行多维度分析，有效指导公司进行需求调研、市场分析、新产品研发、产品推广和改进，不断推出深受消费者喜爱的产品。

公司设立了研发中心，其根据公司战略规划与年度经营目标的要求，负责产品创新技术的应用、研究和常规产品研发，不断推出满足市场的新品，实现公司行业技术领先。研发中心下设前期开发组、基础研究组、用户研究组、技术支持组和各品类研发部门，各部门之间协调运作。

完善的技术开发体系，有利于本项目实施后研发体系的良好运转，并加快技术成果的产业化转化速度。

③公司拥有一支经验丰富的研发团队

公司重视技术研发团队建设，经过多年研发队伍建设，拥有一支技术过硬、经验丰富的技术研发人才队伍。截至 2018 年 12 月 31 日，公司技术人员共有 138 人，其中本科及硕士以上学历员工 81 人，研发人员大部分拥有丰富的家电研发经验，具备较强的创新能力，对家电行业发展趋势有较好的研判能力。经验丰富的研发团队有助于本项目实施后能够更有效的开发新的小家电产品。

3、信息化建设项目

（1）项目建设的必要性

①改善企业信息化决策效率

公司通过数据信息分析，高效地进行营销业务处理、产品数据管理、供应链业务管理、财务管理等，提升公司的管理水平与效率。同时通过信息化的应用提

高信息准确性，从而筛选出更有价值的市场、技术和政策等信息，从而使企业决策具有全局性和前瞻性，引导企业发展的正确方向。

②提升企业信息化管理水平

在经济全球化和信息网络化的社会中，企业需要不断获取新的信息和知识，提升响应速度和创新能力，以确保在激烈竞争环境中不断发展。企业信息化建设可以更好地实现内部协调沟通，解决好企业与供应商、客户、合作伙伴之间的关系。公司作为一家专注于创意小家电的研发、设计、生产与销售的企业，企业信息化建设是提高公司管理水平的重要因素。

③优化企业内部组织结构体系

为确保企业内部信息在传递过程中做到快速且精准，从金字塔型向扁平型进行转变是大势所趋。借助于信息化网络的发展，企业各部门间的障碍被打破，部门内部的沟通与合作也变得便捷，员工的主动性和工作热情得到最大限度的发挥。

(2) 项目建设的可行性分析

①公司成熟的管理体系为信息化建设奠定了基础

公司经过多年的发展，在内部管理的流程标准方面基本形成了比较成熟的模式，这将为信息化项目的设计和实施提供管理层面的保障。2018 年 2 月公司通过了 ISO9001:2015 国际质量管理体系认证，管理制度完善。

目前，公司在生产管理、供应商管理、营销业务管理、财务管理、人力资源管理、物流管理、售后服务管理等方面都形成了比较成熟的规范和制度，相关工作人员对工作流程、工作权限、工作标准熟悉。这些有助于帮助信息化建设项目在设计上更加规范、准确、适用，使相关人员较快地适应公司的信息化管理，从而使信息化系统更快、更好地发挥作用。

②公司积累了丰富的信息化建设的经验

公司从成立至今一直专注于创意小家电产品的研发、设计、生产与销售，在生产管理方面积累了丰富的经验。同时，目前公司现有 ORACLE-ERP 系统，建立了包括采购管理、生产管理、销售管理、库存管理、财务管理等信息化系统子模块，将产品研发平台、供应商管理平台、生产管理平台、营销管理平台连接起来，取

得了生产高效、品质卓越、流程科学的成效。公司现有的信息技术基础和信息化建设经验为项目的建设提供有力支持。

（二）董事会对实施募投项目可行性的结论性意见

公司董事会对本次募集资金投资项目的可行性进行了充分的论证和分析，董事会认为，本次发行股票募集资金投资项目围绕公司主营业务展开，符合公司的发展战略，有利于提高公司主营业务盈利能力，增强公司持续发展能力和核心竞争力。本次发行股票募集资金数额和投资项目根据公司现有生产经营规模、财务状况、技术水平和管理能力测算得出，具有可行性。

公司本次募集资金数额和投资项目与公司现有经营规模、财务状况、技术水平和管理能力等相适应，具体分析如下：

1、经营规模

目前受制于公司产能水平，产品销售规模受限，业务拓展的速度未能跟上相应市场的扩张进程。募集资金投资项目的实施可以增加公司现有产品的生产能力，从而满足公司市场战略的需求、提升公司的市场份额。

2、财务状况

报告期内，公司主营业务收入分别为 104,753.40 万元、164,161.79 万元和 202,775.42 万元，净利润分别为 7,153.59 万元、14,656.29 万元和 18,550.19 万元。公司资产质量良好，经营性现金流量正常，资产负债结构合理，具有持续盈利能力，有能力支撑本次募集资金投资项目的实施及后续运营，并进一步增强公司的盈利能力及市场竞争能力。

3、技术水平

公司一直非常重视新产品和新技术的自主研发。经过多年自主研发，公司目前已掌握了一系列小家电生产的关键技术，拥有 11 项发明专利和 194 项实用新型专利。公司建立了自己的技术优势，与国内其他小家电产品在产品种类、功能和外观等方面实现了较为明显的差异化竞争，并形成了公司核心竞争力，为本次募集资金投资项目的实施奠定了技术基础。

4、管理能力

多年来公司通过自主培养和人才引进建立起了一支稳健、务实、高效的管理团队，管理团队具有多年的小家电行业从业经验。公司建立了健全的内部控制体系，形成权责明确、相互制衡、科学规范的决策体系和制度框架，能够支撑本次募集资金投资项目的实施与运营。

五、募集资金投资项目具体情况

（一）小熊电器创意小家电生产建设（大良五沙）项目

1、项目概况

本项目通过扩大生产场地、增加生产设备来提高公司创意小家电产能，解决现有产能瓶颈。本项目建设周期为 24 个月，项目预计总投资为 52,729.18 万元。项目达产后，预计将新增 1,275 万台小家电产能，可实现年销售收入 99,223.50 万元。

2、项目投资概算

（1）项目投资估算

本项目总投资 52,729.18 万元，其中建设投资 46,791.54 万元、铺底流动资金 5,937.64 万元。具体投资概算如下表所示：

序号	项目	投资额（万元）	占总投资的比例
1	建设投资	46,791.54	88.74%
1.1	建筑工程费	22,750.06	43.15%
1.2	设备购置费	20,774.58	39.40%
1.3	设备安装费	1,038.73	1.97%
1.4	预备费	2,228.17	4.23%
2	铺底流动资金	5,937.64	11.26%
项目投资总额		52,729.18	100%

（2）项目设备购置

根据项目方案，为满足项目设计规模和质量，拟购进主要生产设备情况如下：

序号	车间	设备名称	数量（套）	单价（万元）	金额（万元）
1	总装	总装线	25	200	5,000
2		物流输送线	8	50	400
3	注塑	注塑机	64	20	1,280

4		机械手	64	15	960
5		辅助设备	1	300	300
6	冲压	冲床/油压机	58	20	1,160
7		机械手	58	20	1,160
8		焊机	5	50	250
9		抛光设备	13	40	520
10		辅助设备	1	200	200
11	电子	印刷机	8	400	3,200
12		插件机			
13		插件线			
14		贴片机			
15		回流焊			
16		老化线			
17		辅助设备	1	200	200
合计					14,630

(3) 项目经济效益概算

本项目达产后新增年销售收入 99,223.50 万元，净利润 11,909.33 万元，税后项目内部收益率为 19.92%，税后静态投资回收期为 5.65 年，净现值为 14,033.77 万元。

3、项目技术和工艺情况

本项目采取的工艺技术均是本公司自主创新的专利和非专利技术，处于行业较先进水平。

本项目产品工艺流程与公司目前小家电生产的工艺流程大致相同，详见本招股意向书“第六节 业务和技术”之“一、发行人的主营业务、主要产品”之“（三）主要业务模式”。

4、项目选址及用地

本项目选址于佛山市顺德区大良街道办事处五沙社区居民委员会新耀路 3 号和顺番公路五沙段 26 号，项目总用地面积为 47,190.10 平方米，规划总建筑面积为 136,851.29 平方米。已取得编号为“粤（2017）顺德区不动产权第 1117101963 号”《不动产权证书》和粤（2017）顺德区不动产权第 1117101965 号《不动产权证书》。

5、项目组织方式和实施进展情况

本项目建设期为 24 个月。

进度阶段（月）	2	4	6	8	10	12	14	16	18	20	22	24
清理场地												
工程及设备招标												
基础建设及装修工程												
设备采购及安装调试												
人员招聘及培训												
试生产												
竣工验收												

6、项目环境保护情况

本项目不属于国家禁止和限制类产业，符合国家当前的产业政策和环保政策。本项目采取有效的治理措施，生产过程中产生的废水、废料和噪声均经过相应的环保设施处理，对周围环境影响小，符合我国环保法规所规定的污染物经处理后的排放标准。

本项目于 2018 年 3 月 15 日获得佛山市顺德区环境运输和城市管理局出具的“顺管良环审[2018]第 0045 号”《顺德区环境运输和城市管理局关于小熊电器创意小家电生产建设（大良五沙）项目一期环境影响报告表的批复》和“顺管良环审[2018]第 0046 号”《顺德区环境运输和城市管理局关于小熊电器创意小家电生产建设（大良五沙）项目二期环境影响报告表的批复》，同意项目建设。

（二）小熊电器智能小家电制造基地项目

1、项目概况

本项目通过扩大生产场地、增加生产设备来提高公司小家电产能，解决现有产能瓶颈。本项目建设周期为 24 个月，项目预计总投资为 31,313.02 万元。项目达产后，预计将新增 765 万台小家电的产能，可实现年销售收入 59,534.10 万元。

2、项目投资概算

（1）项目投资估算

本项目总投资 31,313.02 万元，其中建设投资 27,750.43 万元、铺底流动资金 3,562.59 万元。具体投资概算如下表所示：

序号	项目	投资额（万元）	占总投资的比例
1	建设投资	27,750.43	88.62%
1.1	建筑工程费	17,931.81	57.27%
1.2	设备购置费	8,092.55	25.84%
1.3	设备安装费	404.63	1.29%
1.4	预备费	1,321.45	4.22%
2	铺底流动资金	3,562.59	11.38%
项目投资总额		31,313.02	100%

（2）项目设备购置

根据项目方案，为满足项目设计规模和质量，拟购进主要生产设备情况如下：

序号	车间	设备名称	数量（套）	单价（万元）	金额（万元）
1	总装	总装线	15	200	3,000
2		物流输送线	4	50	200
3	注塑	注塑机	39	20	780
4		机械手	39	15	585
5		集中收料系统	2	60	120
6		辅助设备	1	300	300
合 计					4,985

（3）项目经济效益概算

本项目达产后新增年销售收入 59,534.10 万元，净利润 7,145.60 万元，税后项目内部收益率为 18.99%，税后静态投资回收期为 5.89 年，净现值为 7,808.94 万元。

3、项目技术水平及工艺流程

本项目采取的工艺技术均是本公司自主创新的专利和非专利技术，处于行业较先进水平。

本项目产品工艺流程与公司目前小家电生产的工艺流程大致相同，详见本招股意向书“第六节 业务和技术”之“一、发行人的主营业务、主要产品”之“（三）主要业务模式”。

4、项目选址及用地

本项目选址于广东省佛山市顺德区勒流街道富安工业区（顺德支流北案片）D-XB-03-02-06-08 地块，项目总用地面积为 37,225.10 平方米，规划总建筑面积为 102,952.79 平方米。已取得编号为“粤(2017)顺德区不动产权第 2217001719

号”《不动产权证书》。

5、项目组织方式和实施进展情况

本项目建设期为 24 个月。

进度阶段（月）	2	4	6	8	10	12	14	16	18	20	22	24
清理场地												
工程及设备招标												
基础建设及装修工程												
设备采购及安装调试												
人员招聘及培训												
试生产												
竣工验收												

6、项目环境保护情况

本项目不属于国家禁止和限制类产业，符合国家当前的产业政策和环保政策。本项目采取有效的治理措施，生产过程中产生的废水、废料和噪声均经过相应的环保设施处理，对周围环境影响小，符合我国环保法规所规定的污染物经处理后的排放标准。

本项目于 2018 年 3 月 23 日获得佛山市顺德区环境运输和城市管理局出具的“顺管（勒）环审[2018]第 0063 号”《关于小熊电器智能小家电制造基地项目环境影响报告表的批复》，同意项目建设。

（三）小熊电器创意小家电生产建设（均安）项目

1、项目概况

本项目通过扩大生产场地、增加生产设备来提高公司小家电产能，解决现有产能瓶颈。项目建设周期为 24 个月，项目预计总投资为 15,877.96 万元。项目达产后，预计将新增 420 万台小家电的产能，可实现年销售收入 32,664.08 万元。

2、项目投资概算

（1）项目投资估算

本项目总投资 15,877.96 万元，其中建设投资 13,923.33 万元、铺底流动资金 1,954.63 万元。具体投资概算如下表所示：

序号	项目	投资额（万元）	占总投资的比例
----	----	---------	---------

1	建设投资	13,923.33	87.69%
1.1	建筑工程费	7,439.40	46.85%
1.2	设备购置费	5,543.73	34.91%
1.3	设备安装费	277.19	1.75%
1.4	预备费	663.02	4.18%
2	铺底流动资金	1,954.63	12.31%
项目投资总额		15,877.96	100%

(2) 项目设备购置

根据项目方案,为满足项目设计规模和质量,拟购进主要生产设备情况如下:

序号	车间	设备名称	数量（套）	单价（万元）	金额（万元）
1	总装	总装线	9	200	1800
2		物流输送线	3	50	150
3	注塑	注塑机	22	20	440
4		机械手	22	15	330
5		集中收料系统	2	60	120
6		辅助设备	1	300	300
合 计					3,140

(3) 项目经济效益概算

本项目达产后新增年销售收入 32,664.08 万元,净利润 3,920.93 万元,税后项目内部收益率为 21.10%,税后静态投资回收期为 5.58 年,净现值为 5,018.42 万元。

3、项目技术水平及工艺流程

本项目采取的工艺技术均是本公司自主创新的专利和非专利技术,处于行业较先进水平。

本项目产品工艺流程与公司目前小家电生产的工艺流程大致相同,详见本招股意向书“第六节 业务和技术”之“一、发行人的主营业务、主要产品”之“(三)主要业务模式”。

4、项目选址及用地

本项目选址于佛山市顺德区均安社区居民委员会畅兴大道西 5 号,项目总用地面积为 25,027.94 平方米,规划总建筑面积为 45,120.00 平方米。已取得编号为“粤(2017)顺德区不动产权第 1117127111 号”《不动产权证书》。

5、项目组织方式和实施进展情况

本项目建设期为 24 个月。

进度阶段（月）	2	4	6	8	10	12	14	16	18	20	22	24
清理场地												
工程及设备招标												
基础建设及装修工程												
设备采购及安装调试												
人员招聘及培训												
试生产												
竣工验收												

6、项目环境保护情况

本项目不属于国家禁止和限制类产业，符合国家当前的产业政策和环保政策。本项目采取有效的治理措施，生产过程中产生的废水、废料和噪声均经过相应的环保设施处理，对周围环境影响小，符合我国环保法规所规定的污染物经处理后的排放标准。

本项目于 2018 年 3 月 16 日获得佛山市顺德区环境运输和城市管理局出具的“顺管均环审[2018]0030 号《顺德区环境运输和城市管理局均安分局关于小熊电器创意小家电生产建设（均安）项目环境影响报告表的批复》，同意项目建设。

（四）小熊电器研发中心建设项目

1、项目概况

本项目通过配备一系列先进研发和检测设备，并引进一批高级技术人员，进一步完善和提升公司的技术研发实力。项目建成后将成为公司新技术的储备基地和量产测试基地，以及引进技术的消化吸收和创新基地。公司将利用新研发条件重点开展多项新产品和技术的研发。

2、项目投资概算

（1）项目投资估算

本项目总投资 3,679.92 万元。具体项目投资概算如下：

序号	项目	投资额（万元）	占总投资的比例
1	建筑工程费	1,335.00	36.28%
2	设备购置费	1,829.50	49.72%
2.1	硬件设备	1,089.50	29.61%
2.2	软件系统	740.00	20.11%

3	安装工程费	54.47	1.48%
4	预备费	160.95	4.37%
5	铺底流动资金	300.00	8.15%
项目投资总额		3,679.92	100%

（2）项目设备购置

根据项目方案，研发中心设备主要是研发设备仪器、研发工具软件。其中主要研发硬件设备情况如下：

项目	设备名称	数量（套）	金额（万元）
研发设备	频谱分析仪	1	20.00
	电快速瞬变-脉冲串发生器	1	15.00
	浪涌测试设备	1	20.00
	金属成分分析	1	13.00
	RoHS 测试仪/荧光光谱	1	64.00
	普通微生物实验室	1	20.00
	无菌室	2	20.00
	屏蔽测试室	1	40.00
	静音测试室	1	40.00
	3D 打印机	1	35.00
	快速成型机	1	35.00
	二次元精密影像测量仪	1	30.00
	三次元精密影响检定仪	1	65.00
	工具显微镜	1	25.00
	CNC 加工中心	1	65.00
	铣床（数显）	2	12.00
	精雕机	1	20.00
软件系统	PROE	50	400.00
	Protel99SE	15	120.00
	平面、工业设计	15	120.00
	Pro/ENGINEER Mechanical	10	100.00
合计			1,279.00

（3）投资项目的效益分析

本项目建设不产生直接经济效益。但本项目的建设将较大幅度的提升公司研发实力，为公司提高产品品质、优化产品结构、提高新产品开发能力创造条件。同时有利于提高公司的核心竞争力，为公司长期稳定发展奠定坚实基础。

3、研发中心的定位和研发目标

(1) 研发中心的定位

研发中心将建设成为公司新技术的储备基地，新产品量产测试基地，以及引进技术的消化吸收和创新基地，项目建成后将具备国内先进的研发和测试水平。

从服务对象看，本项目拟建的新研发中心主要为公司及下属分支机构业务的快速发展提供研发服务和技术解决方案。

从研发领域看，本项目按照长短结合、领域延伸的原则，紧密结合主营业务，重点对小家电的新材料应用、工业设计、智能化进行改进与创新；并将依托现有技术基础，逐步考察其他小家电研发项目，向其他小家电品类更广泛领域的新研发适度延伸，为公司发展提供技术储备和项目储备，为公司完善产品结构提供技术支持。

(2) 研发目标

本研发中心的建设，拟在产品设计、工艺技术上、新材料开发应用、成本控制等方面为公司提供高效的技术创新平台，使生产和技术不断优化创新，从而有效提升公司的综合竞争力。

本项目建成后将达成以下成果：培养一批专业的研发团队，为公司的持续创新奠定人员基础；形成一批专利或核心技术，在市场竞争中保持技术优势；为公司的产品结构优化提供不断创新的产品线；研发中心形成的技术成果将增强服务客户的能力，提高客户满意度。

4、项目选址及用地

本项目选址于广东省佛山市顺德区勒流街道富安工业区（顺德支流北案片）D-XB-03-02-06-08 地块，本项目的实施需新增场地 5,000 平方米，与小熊电器智能小家电制造基地项目共同在该地块合建约 102,952.79 平方米的物业。已取得编号为“粤（2017）顺德区不动产权第 2217001719 号”《不动产权证书》。

5、项目的组织方式和实施进展情况

本项目建设期为 24 个月。

进度阶段（月）	2	4	6	8	10	12	14	16	18	20	22	24
清理场地												
工程及设备招标												

基础建设及装修工程												
设备采购及安装调试												
人员招聘及培训												
竣工验收												

6、项目环境保护情况

本项目不属于国家禁止和限制类产业，符合国家当前的产业政策和环保政策。本项目于 2018 年 3 月 23 日获得佛山市顺德区环境运输和城市管理局出具的“顺管（勒）环审[2018]第 0062 号”《关于佛山市小熊电器研发中心建设项目环境影响报告表的批复》，同意项目建设。

（五）小熊电器信息化建设项目

1、项目概况

本项目的建设旨在改进和完善公司的信息化管理系统。通过升级公司现有信息管理系统，增加信息管理设备，提高公司信息化管理能力和各部门之间的信息共享能力，整合公司业务体系，通过搭建营销业务处理中心（CRM）、产品数据管理中心（PLM）、数据中枢/业务流向管理者系统（ERP）、供应链业务处理中心（SRM）、财务管控平台（FMS）、人力/营运管控平台（HRMS）、决策支持平台（BI&大数据）等，打造公司信息化 PC 端和移动端门户系统。通过本项目建设，实现物流、资金流、信息流在各功能模块间的实时交换与共享，提高信息传递的有效性，增强企业市场反应速度，优化公司资源配置，建立科学决策体系，为公司长期、可持续发展提供信息化支撑。

2、项目投资概算

（1）项目投资估算

本项目总投资 4,325.42 万元。具体项目投资概算如下：

序号	项目	投资额（万元）	占总投资的比例
1	硬件购置费	614.20	14.20%
2	软件购置费	1,615.25	37.34%
3	项目实施费	1,890.00	43.70%
4	预备费	205.97	4.76%
项目投资总额		4,325.42	100.00%

（2）项目设备购置

项目	设备名称	数量（套）	金额（万元）
硬件设备	生产服务器	8	96.00
	生产服务器	4	32.00
	开发测试服务器	2	24.00
	存储服务器	6	120.00
	UPS 电池	50	10.00
	网络工程	-	300.00
软件	PLM（产品生命周期管理系统）	1	150.00
	SRM（供应商寻源管理系统）	1	60.00
	客服呼叫中心管理系统	1	50.00
	售后管理系统	1	60.00
	费用报销系统	1	80.00
	资金管理系统	1	80.00
	人力资源管理系统	1	60.00
	电商 ERP 系统	1	40.00
	MES（生产制造执行系统）	1	150.00
	WMS（仓储管理系统）	1	100.00
	网络安全系统	-	180.00
	办公软件系统	-	605.25
合计			2,197.25

（3）投资项目的效益分析

本项目投入运行后不直接产生经济效益，但本项目实施后产生的间接效益将在公司的利润中体现。本项目的实施将改进公司现有信息系统，提高公司综合管理水平，从而在整体上提高公司的盈利能力，增强公司在行业中的竞争力。

3、项目建设内容

（1）项目建设范围

本项目建设包括应用投资和基础设施（硬件设备）投资两部分。

应用系统投资包括 PC 端门户和移动端门户两部分。PC 端门户包括营销业务处理中心(CRM)、产品数据管理中心(PLM)、数据中枢/业务流向管理者系统(ERP)、供应链业务处理中心(SRM)的建设和升级；移动端门户包括财务管控平台(FMS)、人力/营运管控平台(HRMS)、决策支持平台(BI&大数据)的建设和升级。每个应用平台和功能模块相对独立，并具备较好的互联互通性。

基础设施（硬件设备）投资包括“机房（数据中心）改造建设”和“信息化

硬件设备”的购买和安装。

(2) 项目总体构架



4、项目选址及用地

本项目的服务系统设在顺德区勒流街道富裕村委会富安集约工业区 5-2-1 号地块。项目所在地信息服务设施完善，各类配套设施齐全，交通便利。

5、项目的组织方式和实施进展情况

本项目建设期为 36 个月。

进度阶段（月）	3	6	9	12	15	18	21	24	27	30	33	36
机房设备												
营销业务处理中心（CRM）												
产品数据管理中心（PLM）												
数据中枢、业外流向管理者（ERP）												
供应链业务处理中心（SRM）												
财务管控平台（FMS）												
人力、营运管控平台（HRMS）												
决策支持平台（BI&大数据）												

(六) 募投项目所采取的环保措施及相应的资金来源和金额

本次募投项目环保设施建设投资共计 181 万元，均来自于募集资金，具体说明如下：

募投项目	治理类别	环保措施名称	投资金额（万元）
------	------	--------	----------

小熊电器创意小家电生产建设(大良五沙)项目一期	污水处理工程	三级化粪池、管网、隔油隔渣池等	15
	废气控制工程	“UV 光解+活性炭”处理设施、简易布袋除尘器、风机、排气筒	30
	固废	固废委外处理、贮存间	3
	环境风险	围堰等	2
小熊电器创意小家电生产建设(大良五沙)项目二期	污水处理工程	三级化粪池、管网等	15
	废气控制工程	“UV 光解+活性炭”处理设施、简易布袋除尘器、风机、排气筒	30
	固废	固废委外处理、贮存间	3
	环境风险	围堰等	2
小熊电器创意小家电生产建设(均安)项目	废气控制工程	风机、排气筒等	20
	污水处理工程	生化污水处理设施	20
	固废	固废委外处理、贮存间	5
	环境风险	围堰	5
小熊电器智能小家电制造基地项目	污水处理工程	生化污水处理设施	20
	废气控制工程	风机、排气筒等	5
	固废	固废委外处理、贮存间	2
	环境风险	围堰	3
小熊电器研发中心建设项目	废气控制功能	风机、排气扇等	1
合计			181

六、募投项目固定资产投入合理性分析

本次募集资金投资项目的固定资产投资较大，主要用于新建厂房及生产、研发设备的购置。募集资金投资项目固定资产投资总额为 87,345.84 万元，其中机器设备投资 37,889.57 万元。

（一）固定资产投资的必要性分析

1、突破产能瓶颈，满足日益增长的市场需求

随着消费升级步伐不断加快以及互联网电子商务平台的蓬勃发展，小家电市场体量不断扩张。随着公司业务规模的扩大以及客户对新产品需求的不断增加，公司生产能力不足、技术装备相对缺乏的矛盾日益凸显，这也成为公司进一步发展的瓶颈。因此，为了有效缓解上述矛盾，必须加大固定资产生产设备的投入以增加产能。

2、引进自动化生产设备，提高生产效率和产品品质

随着公司业务规模的不断扩大和客户对产品质量要求的不断提高，公司对先进工艺设备的需求越来越迫切。本次生产建设项目将在现有的生产模式基础上，增加全自动化生产设备投入，达产后新建成的各生产基地整机组装生产线的自动化程度将得到显著提升，在生产效率提高的同时也有利于保证产品质量。

3、建立自主研发环境，提高公司核心竞争力

随着新技术、新工艺和新材料在小家电生产中的应用，消费者对材质、外观、功能、环保等方面不断提出新的需求，并对小家电制造商的研发设计能力和生产制造水平提出了较高要求。为了适应市场需要，公司将建立研发中心，建立各种功能的实验室，创造自主研发环境，提高研发效率和技术实力，最终达到提高公司核心竞争力的目的。

（二）固定资产折旧对公司未来经营成果的影响

按照公司的会计政策（机器设备折旧年限为 5 年，房屋建筑折旧年限为 20 年），本次募集资金投资项目全部投入完成后，每年将新增折旧费用 9,749.21 万元。

目前发行人处于快速发展阶段，盈利能力较强。公司本次募集资金投资项目均经过严格论证，新增产能盈利能力较强。2018 年度公司利润总额为 23,872.08 万元，按照其他经营条件不变进行测算，公司募投项目建成后，维持现有利润总额水平即可覆盖每年新增折旧费用；以 2018 年度公司营业收入 204,103.51 万元为基础，假设其他经营条件不变，以报告期内简单算术平均毛利率 33.12% 进行测算，公司募投项目建成后年营业收入增加 29,436.02 万元，即较 2018 年度相比增长 14.42%，即可保证公司营业利润不会下降。报告期内，公司生产经营规模稳定增长，报告期内主营业务收入年均复合增长率达 39.13%，营业收入增长可充分覆盖新增固定资产折旧。

七、募集资金运用对财务状况和经营成果的影响

（一）对净资产总额及每股净资产的影响

本次募集资金到位后，公司净资产总额及每股净资产将大幅增加，这将增强公司抗风险能力和间接融资能力。

（二）对净资产收益率的影响

本次股票发行后，由于净资产在短期内迅速增加，公司净资产收益率将会被摊薄，每股收益也将出现一定程度的下降。但本次募集资金投资项目除小熊电器信息化建设项目建设周期为 36 个月，其他项目均在 24 个月，项目周期较短，收效较快。随着募集资金投资项目的逐步达产，预计公司的盈利能力将会快速增长，净资产收益率也将逐步提高。

（三）对财务结构的影响

本次募集资金到位后，公司资产负债率将会显著下降，资产流动性将明显提高，偿债风险将大为降低，财务结构将显著改善。

（四）对公司经营发展的影响

本次募集资金投资项目将有效地推动公司产业结构调整，跨越公司发展的产能瓶颈，同时提升公司的研发和创新能力，促使公司产品的技术含量、工艺水平、产品质量进一步升级，拓展公司未来发展的市场空间，此外可大幅提高自动化办公水平，显著地提高公司各部门的工作效率。通过本次募集资金投资项目的实施，将最终提升公司的核心竞争能力，巩固公司现有的行业地位，进一步提高市场占有率。

第十四节 股利分配政策

一、股利分配政策

本公司股利分配政策遵循同股同利的原则，按股东持有的股份数额，采取现金或股票的形式，或同时采用两种形式派发红利。根据公司章程及相关法律法规，本公司在交纳所得税后的利润将按以下顺序分配：

- （1）弥补以前年度的亏损；
- （2）提取法定公积金 10%；
- （3）提取任意公积金；
- （4）支付股东股利；

股利分配方案由本公司董事会根据公司经营业绩和业务发展计划提出，经公司股东大会审议批准后实施，公司董事会将在股东大会对利润分配方案作出决议后两个月内完成股利或股份派发事宜。发行后本公司派发股利时，以公告形式通知股东。本公司在分配股利时，将按照有关法律和法规的规定代扣代缴应纳税金。

二、报告期内股利分配情况

2016 年 9 月，小熊有限召开股东会，审议通过根据小熊有限截至 2016 年 9 月 28 日的未分配利润向在册的全体股东派发现金红利 2,000 万元，于 2016 年 12 月派发完毕。2017 年 1 月 22 日，国家税务总局佛山市税务局出具了中华人民共和国税收完税证明。

2017 年 4 月，小熊有限召开股东会，审议通过根据小熊有限截至 2016 年 12 月 31 日的未分配利润向在册的全体股东派发现金股利 8,000 万元，于 2017 年 4 月派发完毕。2017 年 5 月 15 日，国家税务总局佛山市税务局出具了中华人民共和国税收完税证明。

三、发行前滚存利润分配安排

公司首次公开发行股票并上市前滚存的未分配利润在公司首次公开发行股票并上市后由公司首次公开发行股票后的新老股东按照持股比例共同享有。

四、发行后的利润分配政策和分红回报规划

（一）发行后的利润分配政策

根据公司 2017 年度第二次临时股东大会审议通过的《公司章程（草案）》，公司发行后的股利分配政策主要内容如下：

1、利润分配的原则

公司实施积极的利润分配政策，重视对投资者的合理投资回报，兼顾公司的长远利益及公司的可持续发展，并保持利润分配的连续性和稳定性。公司利润分配不得超过累计可供分配利润的范围，不得损害公司持续经营能力。

2、利润分配形式及期间间隔

公司采取现金、股票或二者相结合的方式分配股利，但优先采用现金分红的利润分配方式；在符合利润分配条件的前提下，公司每年度进行一次利润分配，也可以根据盈利情况和资金需求状况进行中期现金分红或发放股票股利。

3、利润分配条件和比例

公司原则上每年进行一次利润分配。满足如下条件时，公司当年应当采取现金方式分配股利，且每年以现金方式分配的利润不少于当年度实现的可分配利润的 10%，具体分红比例依据公司现金流、财务状况、未来发展规划和投资项目等确定。

（一）公司当年盈利、累计未分配利润为正值；

（二）审计机构对公司该年度财务报告出具标准无保留意见的审计报告；

（三）公司无重大投资计划或重大现金支出等事项发生（募集资金投资项目除外）。

存在股东违规占用公司资金情况的，公司应当扣减该股东所分配的现金红利，以偿还其占用的资金。

4、差异化的现金分红政策

公司采用股票股利进行利润分配的，应当具有公司成长性、每股净资产的摊薄等真实合理因素。公司董事会应当综合考虑所处行业特点、发展阶段、自身经

营模式、盈利水平以及是否有重大资金支出安排等因素，区分下列情形，并按照《公司章程（草案）》规定的程序，提出差异化的现金分红政策：

（一）公司发展阶段属成熟期且无重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 80%；

（二）公司发展阶段属成熟期且有重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 40%；

（三）公司发展阶段属成长期且有重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 20%；

公司发展阶段不易区分但有重大资金支出安排的，按照前项规定处理。

5、利润分配政策的调整

公司对规定的既定利润分配政策尤其是现金分红政策作出调整的，调整后的利润分配政策不得违反中国证监会和证券交易所的有关规定，且有关调整利润分配政策的议案，需事先征求独立董事及监事会的意见，经公司董事会审议通过后，方可提交公司股东大会审议，该事项须经出席股东大会股东所持表决权 2/3 以上通过。为充分听取中小股东意见，公司应通过提供网络投票等方式为社会公众股东参加股东大会提供便利，必要时独立董事可公开征集中小股东投票权。

（二）公司未来分红回报规划

1、股东回报规划制定考虑的因素

公司将着眼于长远和可持续发展，在综合考虑公司实际经营情况、发展目标、股东要求和意愿，尤其是中小投资者的合理回报需要、公司外部融资环境、社会资金成本等因素的基础上，建立对投资者持续、稳定、科学的回报规划与机制，从而对利润分配作出制度性安排，以保持未来公司利润分配政策的连续性和稳定性。

2、股东回报规划的制定原则

在满足正常经营所需资金的前提下，公司实行持续、稳定的利润分配政策，重视对投资者的合理投资回报并兼顾公司的可持续发展。公司的股东分红回报规划充分考虑和听取股东（特别是公众投资者和中小投资者）、独立董事和监事的

意见,在保证公司正常经营业务发展的前提下,坚持现金分红为主这一基本原则,每年现金分红不低于当年度实现可供分配利润的百分之十。在确保最低现金分红比例的前提下,公司在经营状况良好,并且董事会认为发放股票股利有利于公司全体股东整体利益时,可以在确保最低现金分红比例的前提下,提出股票股利分配预案。

3、股东分红回报规划的制定周期

原则上,董事会需确保每三年重新审阅一次规划,根据公司现状、股东特别是社会公众股东、独立董事和监事的意见,对公司正在实施的利润分配政策作出适当且必要的调整,以明确相应年度的股东回报规划,确保其提议修改的规划内容不违反《公司章程(草案)》确定的利润分配政策。

4、公司上市后三年股东分红回报具体规划

(1) 利润分配形式

公司在足额预留法定公积金、任意公积金以后进行利润分配。在保证公司正常经营的前提下,优先采用现金分红的利润分配方式。在具备现金分红的条件下,公司应当采用现金分红方式进行利润分配。采用股票股利进行利润分配的,应当具有公司成长性、每股净资产的摊薄等合理因素。

利润分配不得超过累计可分配利润的范围,不得损害公司持续经营能力。

(2) 现金分红条件及比例

在公司当年盈利、累计未分配利润为正数,保证公司能够持续经营和长期发展的前提下,如公司无重大投资计划或重大现金支出安排,且审计机构对公司该年度财务报告出具标准无保留意见的审计报告的条件下,公司应当采取现金方式分配股利。

重大投资计划、重大现金支出是指以下情形之一:

①公司未来十二个月内拟对外投资、收购资产或购买设备累计支出达到或超过公司最近一期经审计净资产的 50%,且金额超过 5,000 万元;

②公司未来十二个月内拟对外投资、收购资产或购买设备累计支出达到或超过公司最近一期经审计总资产 30%。

该等重大投资计划或者重大现金支出须经董事会批准，报股东大会审议通过后方可实施。

公司每年以现金方式分配的利润不少于当年实现的可分配利润的百分之十，具体每个年度的分红比例由董事会根据公司年度盈利状况和未来资金使用计划提出预案，并按照《公司章程（草案）》、本规划规定的决策程序审议后提交公司股东大会审议。

公司董事会应当综合考虑所处行业特点、发展阶段、自身经营模式、盈利水平以及是否有重大资金支出安排等因素，区分下列情形，并按照《公司章程（草案）》规定的程序，提出差异化的现金分红政策：

①公司发展阶段属成熟期且无重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 80%；

②公司发展阶段属成熟期且有重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 40%；

③公司发展阶段属成长期且有重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 20%；

公司发展阶段不易区分但有重大资金支出安排的，可以按照前项规定处理。

（3）股票股利分配的条件

在确保最低现金分红比例的条件下，公司在经营状况良好，并且董事会认为发放股票股利有利于公司全体股东整体利益时，可以在确保最低现金分红比例的条件下，提出股票股利分配预案。

（4）利润分配间隔

在满足利润分配的条件下，公司每年度进行一次利润分配，公司可以根据盈利情况和资金需求状况进行中期分红或发放股票股利，具体形式和分配比例由董事会根据公司经营情况和有关规定拟定，提交股东大会审议决定。

5、利润分配的决策机制

（1）利润分配方案的制定

公司管理层、董事会应结合公司盈利情况、资金需求和股东回报规划合理提

出分红建议和预案。公司董事会在利润分配预案论证过程中，需与独立董事、监事充分讨论，根据公司的盈利情况、资金需求和股东回报规划并结合《公司章程（草案）》的有关规定，并通过多种渠道充分听取中小股东意见，在考虑对全体股东持续、稳定、科学的回报基础上制定利润分配预案。独立董事可以征集中小股东的意见，提出分红提案，并直接提交董事会审议。

（2）利润分配方案的决策程序

公司董事会审议通过利润分配预案后，利润分配事项方能提交股东大会审议。董事会在审议利润分配预案时，需经全体董事过半数同意，并且经二分之一以上独立董事同意方可通过。

监事会对董事会拟定的利润分配具体方案进行审议，并经监事会全体监事过半数同意。

公司利润分配方案的制订提交股东大会审议时，应当由出席股东大会的股东（包括股东代理人）所持表决权的二分之一以上通过。公司股东大会审议利润分配方案事项时，应当安排通过网络投票系统等方式为中小股东参加股东大会提供便利。

6、利润分配的监督机制

董事会在审议利润分配预案时，独立董事应当对利润分配具体方案发表独立意见。

监事会应对董事会和管理层执行公司分红方案和股东回报规划的情况及决策程序进行监督。

股东大会对现金分红具体方案进行审议前，应当通过多种渠道（电话、传真、电子邮件、投资者关系互动平台），充分听取中小股东的意见和诉求，并即时答复中小股东关心的问题。董事会、独立董事和符合一定条件的股东可以向公司股东征集其在股东大会上的投票权。

在当年满足现金分红条件情况下，董事会未提出以现金方式进行利润分配预案的，应在定期报告中披露原因，独立董事应当对此发表独立意见。同时公司在召开股东大会时除现场会议投票外，还应当向股东提供股东大会网络投票系统，进行网络投票。

7、利润分配政策的调整

公司根据生产经营情况、投资规划和长期发展的需要，需调整利润分配政策的，调整利润分配政策的提案中应详细论证并说明原因，调整后的利润分配政策不得违反中国证券监督管理委员会和深圳证券交易所的有关规定。

有关调整利润分配政策的议案需提交董事会及监事会审议，经全体董事过半数同意、二分之一以上独立董事同意及监事会全体监事过半数同意后，方能提交公司股东大会审议，独立董事应当就调整利润分配政策发表独立意见。有关调整利润分配政策的议案应经出席股东大会的股东所持表决权的三分之二以上通过，该次股东大会应同时应当向股东提供股东大会网络投票系统，进行网络投票。

8、利润分配的信息披露

公司应当在年度报告中详细披露现金分红政策的制定及执行情况，说明是否符合《公司章程（草案）》的规定或者股东大会决议的要求，分红标准和比例是否明确和清晰，相关的决策程序和机制是否完备，独立董事是否尽职履责并发挥了应有的作用，中小股东是否有充分表达意见和诉求的机会，中小股东的合法权益是否得到充分维护等。对现金分红政策进行调整或变更的，还要详细说明调整或变更的条件和程序是否合规和透明等。

在当年满足现金分红条件情况下公司董事会未作出现金分配预案或现金分红水平较低的，应当在定期报告中披露原因、未用于分红的资金留存公司的用途，独立董事应当对此发表独立意见并公开披露。

9、发放股票股利的具体条件

在确保最低现金分红比例的前提下，公司在经营状况良好，并且董事会认为发放股票股利有利于公司全体股东整体利益时，可以在确保最低现金分红比例的前提下，提出股票股利分配预案。

10、利润分配方案的实施

公司股东大会对利润分配方案作出决议后，公司董事会须在股东大会召开后二个月内完成股利（或股份）的派发事项。

五、保荐机构关于利润分配的核查意见

经核查，保荐机构认为：发行人上市后适用的《公司章程（草案）》中关于利润分配的相关政策注重给予投资者稳定分红回报，有利于保护投资者的合法权益；发行人《公司章程（草案）》及招股意向书中对利润分配事项的规定和相关信息披露符合有关法律、法规、规范性文件的规定；发行人股利分配决策机制健全、有效，并有利于保护公众股东的合法权益。

第十五节 其他重要事项

一、信息披露制度相关情况

为加强本公司的信息管理，确保对外信息披露工作的真实性、准确性与及时性，保护公司、股东、债权人及其他利益相关者的合法权益，公司根据相关法律法规的要求，制定了《信息披露管理办法》、《投资者关系管理办法》等相关的信息披露制度和工作细则。主要内容如下：

（一）责任人

负责信息披露和投资者关系维护人：董事会秘书刘奎

电话：0757-29390865

传真：0757-23663298

电子邮箱：xxdq01@bears.com.cn

地址：佛山市顺德区勒流街道富裕村委会富安集约工业区 5-2-1 号地

邮编：528300

（二）信息披露制度

公司按照《公司法》等相关法律法规及公司章程的有关规定，结合公司实际情况，制订了《信息披露管理办法》。

公司上市后将严格按照证监会等有关证券监管机构的相关法律法规要求披露信息，确保披露信息真实、准确、完整、及时，无虚假记载、误导性陈述或重大遗漏。

（三）投资者服务计划

公司按照相关法律法规及公司章程的有关规定，结合公司实际情况，制订了《投资者关系管理办法》。

1、公司将通过电话、电子邮件、传真、接待来访等方式回答投资者的咨询，并在公司网站中设立公司公告及定期报告等投资者关系管理专栏，网上披露信

息，方便投资者查询。

2、公司将设董事会办公室作为投资者关系的日常管理部门，在董事会秘书的领导下具体承办投资者关系日常管理工作，并指定专人负责公司的投资者关系管理日常事务。

3、公司将根据法律、法规和证券监管部门、深交所的相关规定应进行披露的信息，第一时间在中国证券监督管理委员会指定报纸和指定网站公布。

二、发行人重大合同情况

截至本招股意向书签署之日，本公司正在履行或将要履行的以及其他对公司生产经营活动、未来发展或财务状况有重大影响的主要合同情况如下：

（一）授信合同、借款合同、担保合同

截至本招股意向书签署之日，本公司正在履行的银行授信、借款、担保合同情况如下：

1、授信合同

序号	合同名称及编号	融资方	融资银行	签订日期	合同期限	合同金额（万元）
1	《抵押授信额度协议》 DS106030201600011	小熊营销	顺德农村商业银行勒流支行	2016.12.19	2016.12.19-2025.6.19	6,827.00
2	《抵押授信额度协议》 DS106030201700003	小熊电器	顺德农村商业银行勒流支行	2017.9.21	2017.9.21-2022.9.20	10,627.00
3	《银行授信（授信函 号 码:CN11119002368-180523）》	小熊电器	汇丰银行顺德容桂支行	2018.6.1	I 段授信于 2018 年 4 月 25 日签订，银行至少每年审查一次该授信	I 段授信,不超过 7,500 万元的非承诺性组合循环授信（贷款最高不超过 2,000 万元，银行承兑汇票最高不超过 7,500 万元）

		小熊厨房				
4	《集团综合授信业务合作协议书》757XY201803811608	小熊电器	招商银行佛山分行	2018.12.21	以小熊电器或其下属企业与银行另签《授信协议》等具体业务协议为准	4,500.00（其中小熊电器3,000万元授信额度，小熊营销1,500万元授信额度）
5	《授信额度协议》PX10603020180003	小熊电器	顺德农村商业银行勒流支行	2018.5.22	2018.5.22-2026.5.2	10,000.00（其中短期贷款不超过6,400万元、中长期贷款不超过1,900万元、银行承兑汇票不超过8,100万元、商业承兑汇票不超过3,000万元）
6	《抵押授信额度协议》DS10603020180004	小熊电器	顺德农村商业银行勒流支行	2018.4.18	2017.9.21-2026.10.17	14,264.00
7	《授信额度合同》（2019）佛银综授额字第000049号	小熊厨房	广发银行佛山分行	2019.2.21	2019.2.21-2020.2.20	16,000.00
8	《关于佛山市小熊环境电器有限公司的授信批复》	小熊环境	中国农业银行顺德勒流支行	2019.1.7	2019.1.7-2020.1.6	3,000.00（根据双方签署的具体承兑合同确定）
9	《集团综合授信业务合作协议书》757XY201900676203	小熊电器	招商银行佛山分行	2019.4.2	以小熊电器或其下属企业与银行另签《授信协议》等具体业务协议为准	20,000.00（其中小熊电器10,000万元授信额度，小熊营销10,000万元授信额度）
10	《授信协议》757XY2019006762	小熊电器	招商银行佛山分行	2019.4.2	2019.3.27-2020.3.26	10,000.00
11	《授信协议》757XY201900671	小熊营销	招商银行佛山分行	2019.4.2	2019.3.27-2020.3.26	10,000.00

	0					
12	《抵押授信额度协议》 DS106030201900002	小熊营销	顺德农村商业银行勒流支行	2019.3.13	2019.3.13-2027.9.12	20,000.00
13	《授信额度协议》 PX106030201900003	小熊营销	顺德农村商业银行勒流支行	2019.3.13	2019.3.13-2027.3.10	20,000.00

注 1：中国农业银行顺德勒流支行已出具《关于佛山市小熊环境电器有限公司的授信批复》，核定小熊环境增量授信额度 3,000 万元，由小熊电器和李一峰提供连带责任保证担保，小熊环境提供保证金担保。

2、借款合同

序号	合同名称及编号	融资方	融资银行	签订日期	合同期限	合同金额（万元）
1	《借款合同》 PG106030201600001	小熊营销	顺德农村商业银行勒流支行	2016.12.19	2016.12.19-2024.12.19	4,700.00
2	《借款合同》 PG106030201800001	小熊电器	顺德农村商业银行勒流支行	2018.5.22	2018.5.22-2026.5.2	1,900.00
3	《借款合同》 PG106030201900001	小熊营销	顺德农村商业银行勒流支行	2019.3.13	2019.3.13-2027.3.10	11,000.00
4	《借款合同》 PG106030201900002				2019.3.13-2027.3.10	5,000.00
5	《借款合同》 PJ106030201900003				2019.3.13-2021.3.10	5,000.00

3、担保合同

（1）发行人及其子公司报告期内正在履行的担保合同

序号	合同名称及编号	担保人	担保权人	签约日期	担保事项	担保物	担保方式
1	《保证担保合同》 SB106030201600016	小熊电器	顺德农村商业银行勒流支行	2016.12.19	为确保小熊营销自 2016 年 12 月 19 日至 2025 年 6 月 19 日期间与债权人签订的一系列主合同所形成的债务，担保的债	-	连带保证

					务本金余额最高限 额 为 4,700.00 万元		
2	《抵押担保合 同 》 SD1060302 01600015	小熊 营销		2016.12.19	为确保小熊营销自 2016 年 12 月 19 日至 2025 年 6 月 19 日期间与债权人签订的一系列主合同所形成的债务,担保的债务本金余额最高限 额 为 6,827.00 万元	粤 (2017) 顺德区不动 产 权 第 1117101963 号 、 粤 (2017) 顺 德 区 不 动 产 权 第 1117101965 号	抵押 担保
3	《抵押担保合 同 》 SD1060302 01700004	小熊 电器	顺德农 村商业 银行勒 流支行	2017.9.21	为确保小熊电器自 2017 年 9 月 21 日至 2022 年 9 月 20 日期间与债权人签订的一系列主合同所形成的债务,担保的债务本金余额最高限 额 为 10,627.00 万元	粤 (2017) 顺德区不动 产 权 第 1117127111 号	抵押 担保
		小熊 营销				粤 (2017) 顺德区不动 产 权 第 1117101963 号 、 粤 (2017) 顺 德 区 不 动 产 权 第 1117101965 号	
4	《应收账款 质押协议》	小熊 电器	汇丰银 行顺德 容桂支 行	2019.1.7	为小熊电器与银行自 2018 年 4 月 20 日至 2023 年 4 月 20 日形成的相关债务提供担保,最 高 债 务 金 额 8,250.00 万元	根据 2018 年 12 月 10 日签订的《商品销售 合同》 (HT-J000 906-C1-633 10), 小熊 电 器 对 唯 品 会 (中 国) 有 限 公 司 的 所 有 应 收 账 款	应收 账款 质押
5	《应收账款 质押协议》	小熊 电器		2019.1.7	为小熊厨房与银行自 2018 年 4 月 9 日至 2023 年 6 月 1 日形成的相关债务提供担保,最 高 债 务 金 额 8,250.00 万元		
6	《房地产抵 押 协 议 》	小熊 电器	汇丰银 行顺德	2018.7.20	为小熊电器、小熊 厨 房 与 银 行 自	粤 (2017) 顺德区不动	抵押 担保

	(2018) 汇顺抵字第 CN11119002368-180323 号		容桂支行		2017 年 5 月 25 日至 2027 年 5 月 25 日形成的相关债务提供担保, 最高债务金额 9,000.00 万元	产权第 1117122128 号	
7	《公司保证书》	小熊电器 小熊厨房	汇丰银行顺德容桂支行	2018.4.25	为小熊电器、小熊厨房与银行 2018 年 6 月 1 日签订的银行授信提供保证担保, 最高债务金额 8,250.00 万元	-	保证担保
8	《保证金质押》	小熊电器	汇丰银行佛山分行	根据每笔《银行承兑汇票承兑申请书》及保证金质押的相关约定签署	为汇丰银行承兑的每笔银行承兑汇票提供保证金担保	按承兑申请书支付保证金	质押担保
9	《保证金质押》	小熊厨房			为汇丰银行承兑的每笔银行承兑汇票提供保证金担保	按承兑申请书支付保证金	质押担保
10	《最高额不可撤销担保书》 757XY201801318902	小熊营销	招商银行佛山分行	2018.5.30	为小熊电器与银行 2018 年 5 月 30 日签订的《授信协议》(757XY2018013189) 提供连带保证	-	连带担保
11	《最高额不可撤销担保书》 757XY201801318903	小熊环境	招商银行佛山分行	2018.5.30			
12	《最高额不可撤销担保书》 757XY201801318904	小熊生活	招商银行佛山分行	2018.5.30			
13	《最高额不可撤销担保书》 757XY201801318905	小熊厨房	招商银行佛山分行	2018.5.30			
14	《最高额抵押合同》	小熊电器	招商银行佛山	2018.5.30	为小熊电器与银行 2018 年 5 月 30	佛山市顺德区大良街道	抵押担保

	757XY201801318906		分行		日签订的《授信协议》 (757XY2018013189) 提供抵押保证	红岗居委会展业路3号之1号厂房仓库内、佛山市顺德区大良街道五沙社区顺番公路五沙段26号仓库内价值约11,000万元的存货	
15	《抵押担保合同》 SD106030201800004	小熊电器 小熊营销	顺德农村商业银行勒流支行	2018.4.18	为小熊电器与银行自2017年9月21日至2026年10月17日形成的相关债务提供担保,最高债务金额14,264.00万元	粤2017顺德区不动产权第1117127111号 粤2017顺德区不动产权第1117101963号、粤2017顺德区不动产权第1117101965号	抵押担保
16	《最高额不可撤销担保书》 757XY201803811604	小熊电器	招商银行佛山分行	2018.12.21	为小熊营销与银行2018年12月21日签订的《授信协议》 (757XY2018038116) 提供连带保证	-	连带担保
17	《最高额不可撤销担保书》 757XY201803811605	小熊环境					
18	《最高额不可撤销担保书》 757XY201803811606	小熊生活					
19	《最高额不可撤销担保书》	小熊厨房					

	757XY2018 03811607						
20	《最高额保 证 合 同 》 4410052018 0006172	小熊 电器/ 李一 峰	中国农 业银行 顺德勒 流支行	2018.12.21	为小熊环境与银 行签订的一系列 业务合同提供最 高额保证担保	-	保证 担保
21	《最高额保 证合同》 (2019)佛 银综授额字 第000049号 -担保01	小熊 电器	广发银 行佛山 分行	2019.2.21	为小熊厨房和银 行于 2019 年 2 月 21 日至 2020 年 2 月 20 日期间签订 的一系列合同提 供担保,担保最高 债权金额为 6,000.00 万元	-	保证 担保
22	《最高额保 证合同》 (2019)佛 银综授额字 第000049号 -担保02	李一 峰					
23	《集团授信 最高额不可 撤销担保 书》 757XY2019 00676204	小熊 电器	招商银 行佛山 分行	2019.4.2	为小熊电器与银 行 2019 年 4 月 2 日签订的《集团综 合授信业务合作 协议书》 757XY201900676 203 提供连带保证 责任	-	连带 担保
24	《最高额不 可撤销担保 书》 757XY2019 00676202	李一 峰			为小熊电器与银 行 2019 年 4 月 2 日签订的《授信协 议》 757XY201900676 2 项下所有债务承 担连带保证责任	-	连带 担保
25	《最高额不 可撤销担保 书》 757XY2019 00671003	小熊 电器	招商银 行佛山 分行	2019.4.2	为小熊营销与银 行 2019 年 4 月 2 日签订的《授信协 议》 (757XY2019006 710) 提供连带担 保	-	连带 担保
26	《最高额不 可撤销担保 书》 757XY2019	李一 峰					

	00671002						
27	《最高额抵押担保合同》 SD1060302 01900002	小熊电器	顺德农村商业银行勒流支行	2019.3.13	为小熊营销与银行自 2019 年 3 月 13 日至 2027 年 9 月 12 日期间形成的相关债务提供担保,最高债务金额 20,000.00 万元	粤 2017 顺德区不动产权第 1117127111 号	抵押担保
		小熊营销				粤 2017 顺德区不动产权第 1117101963 号、粤 2017 顺德区不动产权第 1117101965 号	
28	《最高额保证担保合同》 SB1060302 01900002	小熊电器	顺德农村商业银行勒流支行	2019.3.13		-	保证担保

(2) 报告期内正在履行的关联担保合同

具体情况参见本招股意向书“第七节 同业竞争与关联交易”之“四、关联交易情况”之“(二) 偶发性关联交易”之“1、关联担保”。

4、承兑合同

发行人及其子公司报告期内正在履行的银行承兑合同如下:

序号	合同名称及编号	出票人	承兑人	承兑额度(万元)	签署日期	汇票期限
1	《银行承兑合作协议》 757XY201900676 201	小熊电器	招商银行佛山分行	未约定具体承兑金额或额度	2019.4.2	2019.4.2-2020.4.1
2	《银行承兑合作协议》 757XY201900671 001	小熊营销	招商银行佛山分行	未约定具体承兑金额或额度	2019.4.2	2019.4.2-2020.4.1
3	《汇票承兑合同》 PC106030201900 002	小熊营销	顺德农村商业银行勒流支行	5,000.00	2019.3.13	2019.3.13-2021.3.10

(二) 销售合同

公司与客户签署的销售合同主要为框架合同，具体交易金额以实际发生订单为准。截至本招股意向书签署之日，发行人正在履行或将要履行的重大销售合同如下：

序号	合同主体	合同相对方	合同名称	合同主要内容	合同期限
1	小熊营销/小熊电器	广东易积网络股份有限公司	2019年小熊（生活电器）网络渠道经（分）销协议 2019年小熊（厨房电器）网络渠道经（分）销协议	小熊电器授权合同对方作为网络经销商，销售“小熊”品牌系列产品	2019.1.1-2019.12.31

（三）采购合同

公司与供应商签署的合同主要为框架性采购协议，合同期限内公司根据具体采购需求下订单给供应商。截至本招股意向书签署之日，公司与主要供应商签署的重大采购框架协议如下：

序号	采购方	供应商名称	合同名称	采购标的	合同总价款	合同期限
1	小熊电器	佛山市泰欣电子有限公司	采购合同	电路板	依据该合同下具体采购订单为准	2019.1.1-2019.12.31
2	小熊电器	佛山市汉毅电子技术有限公司	采购合同	电路板	依据该合同下具体采购订单为准	2019.1.1-2019.12.31

（四）股权收购协议

2018年1月31日，小熊电器、龙牌电器、微乾企管、微坤企管、周锦新、张勇帆（注：微乾企管、微坤企管的合伙人均为周锦新及张勇帆）签订《关于佛山市顺德区龙牌电器有限公司100%股权之收购协议》，约定小熊电器收购珠海桓韬100%股权相关事宜，交易价格根据相关收购资产的审计、评估结果，由各方友好协商确定。具体情况参见“第五节 发行人基本情况”之“三、发行人股本形成及变化情况和资产重组情况”之“（二）发行人资产重组情况”之“3、收购珠海桓韬”。

2018年4月8日，交易各方签订补充协议，确定珠海桓韬100%股权的转让价格为102,040,288元。2018年2月12日，珠海桓韬已完成办理股东变更的工

商登记。发行人已向微乾企管、微坤企管合计支付股权收购款 6,400 万元，剩余款项将根据补充协议约定应于 2018 年 8 月 12 日前支付完毕。

截至本招股意向书签署日，发行人已按照相关收购协议及补充协议约定，向转让方支付完毕全部股权转让款。

（五）其他重大合同

截至本招股意向书签署日，公司正在履行的或将要履行的其他主要重大合同如下：

1、主承销协议

公司与东莞证券股份有限公司于 2018 年 4 月 20 日签署了《小熊电器股份有限公司与东莞证券股份有限公司关于小熊电器股份有限公司首次公开发行人民币普通股（A 股）并上市之主承销协议》，委托东莞证券股份有限公司作为公司本次发行的主承销商。

2、保荐协议

公司与东莞证券股份有限公司于 2018 年 4 月 20 日签署了《小熊电器股份有限公司与东莞证券股份有限公司关于小熊电器股份有限公司首次公开发行人民币普通股（A 股）并上市之保荐协议》，公司委托东莞证券股份有限公司担任本次发行、上市的保荐机构；在本次公开发行结束后，东莞证券股份有限公司继续担任公司的保荐人，负责公司督导期内的持续督导工作。

三、发行人对外担保有关情况

截至本招股意向书签署日，公司及控股子公司不存在为合并报表范围外主体提供担保的情形。

四、可能对发行人产生较大影响的诉讼或仲裁事项

（一）公司和施特里克斯有限公司的诉讼事项

2018 年 2 月，公司收到上海知识产权法院《传票》，施特里克斯有限公司（以下简称“Strix”）对公司在中华人民共和国制造、销售安装有 Strix 认为侵犯

Strix 第 00802943.1 号中国专利的控制器和连接器的电子壶（养生壶）器具提起专利侵权诉讼。经友好协商，于 2018 年 4 月 24 日双方达成和解，公司与 Strix 签订协议，公司在协议中承诺将在其电子壶（养生壶）器具中安装 Strix 的控制器和连接器，并不再向其他供应商采购侵犯 Strix 专利的控制器和连接器。并且，公司承诺向 Strix 支付补偿金，Strix 据此向中华人民共和国上海知识产权法院撤回（2018）沪 73 民初 43 号案件的起诉。

2018 年 5 月 11 日，上海知识产权法院出具“（2018）沪 73 民初 43 号之一”的《民事裁定书》，裁定 Strix 撤回相关诉讼请求。

（二）公司和中山市永安宝电器有限公司的诉讼事项

2019 年 7 月 1 日，因中山市永安宝电器有限公司（以下简称“永安宝电器”）就其与发行人及发行人经销商苍南县百洋贸易有限公司侵害发明专利权纠纷提起诉讼，广州知识产权法院向发行人出具案号为“（2019）粤 73 知民初 653-654 号”的《传票》。永安宝电器诉称，发行人生产、销售的两款产品侵害了永安宝电器拥有的专利号为“ZL201210026354.4”的“多功能早餐机”发明专利相关权利，永安宝电器分别作出两份《民事起诉状》，请求判令发行人及苍南县百洋贸易有限公司停止侵权行为、赔偿永安宝电器经济损失人民币 100 万元以及承担公证费、律师费、诉讼费 6.37 万元。截至目前，该案件仍处于审理阶段。

针对永安宝电器的上述诉讼，发行人已积极准备该案件的应诉工作，发行人内部已组织研发部门专利工程师与法务专员联合开展分析应诉方案、准备证据资料、履行诉讼程序。同时，发行人亦与专业的第三方知识产权服务机构讨论分析相关工作方案、全面制定处理计划。

2016 年-2018 年度，发行人涉诉产品多士炉占各期营业收入的比例分别为 0.91%、2.78%、1.68%，占各期利润总额的比例分别为 0.60%、2.04%、1.31%，占比均较低；永安宝电器提出要求的 100 万元赔偿占发行人 2018 年度归属于母公司股东的净利润比例为 0.54%，占比极小，不会对发行人的持续盈利构成重大不利影响；且发行人经营的小家电产品种类丰富，目前有 400 款以上型号产品对外销售，具体分为厨房小家电、生活小家电、其他小家电三大品类，厨房小家电可再细分为五大类、二十三小类，生活小家电可分为四小类。即使发行人在上述

诉讼中未来可能被判决停止生产、销售相关多士炉产品，对发行人整体生产经营的影响极小。

发行人控股股东佛山市兆峰投资有限公司、实际控制人李一峰、张红夫妇已作出承诺，若发行人因在与永安宝电器上述诉讼中被认定为侵权而受到任何损失，则兆峰投资、李一峰、张红夫妇将对发行人所受损失予以补偿。

综上所述，永安宝电器的上述诉讼不会对发行人的生产经营产生重大不利影响，不构成本次发行上市的法律障碍。

除上述事项外，截至本招股意向书签署日，本公司不存在对财务状况、经营成果、声誉、业务活动、未来前景等可能产生较大影响的诉讼或仲裁事项，不存在公司控股股东或实际控制人、控股子公司，公司董事、监事、高级管理人员和核心技术人员作为一方当事人的重大诉讼或仲裁事项。

五、董事、监事、高级管理人员和核心技术人员涉及刑事诉讼的情况

截至本招股意向书签署日，未发生公司董事、监事、高级管理人员和核心技术人员涉及刑事诉讼的情况。

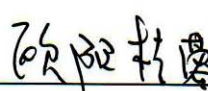
第十六节 董事、监事、高级管理人员及有关中介机构声明

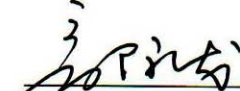
发行人全体董事、监事、高级管理人员声明

本公司全体董事、监事、高级管理人员承诺本招股意向书及其摘要不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性承担个别和连带的法律责任；为发行人首次公开发行制作、出具的文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给投资者造成损失的，将依法赔偿投资者损失。

全体董事签字：


李一峰

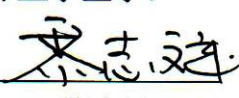

欧阳桂蓉


郭礼龙


杨斌


郭莹

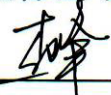
全体监事签字：


黎志斌


周志树

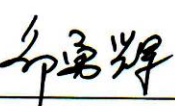

赵国洪

全体高级管理人员签字：


李一峰


欧阳桂蓉


刘奎

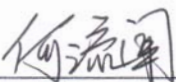

邵勇辉



保荐机构（主承销商）声明

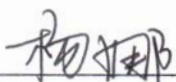
本公司已对招股意向书及其摘要进行了核查，确认不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性、及时性承担相应的法律责任。

项目协办人：

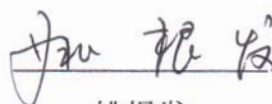


何流闻

保荐代表人：

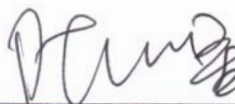


杨娜



姚根发

法定代表人：



陈照星

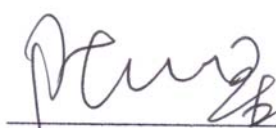


2019 年 7 月 15 日

保荐机构（主承销商）董事长及总经理声明

本人已认真阅读小熊电器股份有限公司招股意向书的全部内容，确认招股意向书不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对招股意向书真实性、准确性、完整性、及时性承担相应法律责任。

董事长及总经理签名：


陈照星



发行人律师声明

本所及经办律师已阅读招股意向书及其摘要，确认招股意向书及其摘要与本所出具的法律意见书和律师工作报告无矛盾之处。本所及经办律师对发行人在招股意向书及其摘要中引用的法律意见书和律师工作报告的内容无异议，确认招股意向书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。

律师事务所负责人：


张利国

经办律师：


周 涛
黄泽涛

审计机构声明

本所及签字注册会计师已阅读小熊电器股份有限公司招股意向书及其摘要，确认招股意向书及其摘要与本所出具的《审计报告》、《内部控制鉴证报告》及经本所鉴证的非经常性损益明细表的内容无矛盾之处。本所及签字注册会计师对发行人在招股意向书及其摘要中引用的上述审计报告、内部控制鉴证报告及经本所鉴证的非经常性损益明细表的内容无异议，确认招股意向书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性、及时性承担相应的法律责任。

经办注册会计师签名：

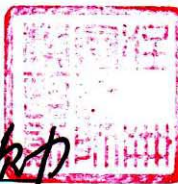


贺春海



文娜杰

会计师事务所负责人签名：




叶韶勋

信永中和会计师事务所（特殊普通合伙）



2019年7月15日

验资机构声明

本机构及签字注册会计师已阅读小熊电器股份有限公司招股意向书及其摘要，确认招股意向书及其摘要与本机构出具的验资报告无矛盾之处。本机构及签字注册会计师对发行人在招股意向书及其摘要中引用的验资报告的内容无异议，确认招股意向书不致因验资报告内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性和及时性承担相应的法律责任。

经办注册会计师签名：



贺春海



文娜杰

会计师事务所负责人签名：



叶韶勋

信永中和会计师事务所（特殊普通合伙）



2019年7月15日

资产评估机构声明

本机构及签字资产评估师已阅读小熊电器股份有限公司招股意向书及其摘要，确认招股意向书及其摘要与本机构出具的评估报告无矛盾之处。本机构及签字资产评估师对发行人在招股意向书及其摘要中引用的资产评估报告的内容无异议，确认招股意向书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性及时性承担相应的法律责任。

签字资产评估师签名：

资产评估师
李小忠
44000034
李小忠

资产评估师
晏帆
44000063
晏帆

资产评估机构负责人签名：

陈喜佟
陈喜佟

广东联信资产评估土地房地产估价有限公司



2019年7月15日

第十七节 备查文件

一、备查文件

在本次发行承销期内，下列文件均可在本公司和保荐机构（主承销商）办公场所查阅：

- （一）发行保荐书及发行保荐工作报告；
- （二）财务报表及审计报告；
- （三）内部控制鉴证报告；
- （四）经注册会计师核验的非经常性损益明细表；
- （五）法律意见书及律师工作报告；
- （六）公司章程（草案）；
- （七）中国证监会核准本次发行的文件；
- （八）其他与本次发行有关的重要文件。

二、查阅时间及地点

上述备查文件将置备于下列场所，投资者可于发行期间的周一至周五上午9:00-11:00、下午3:00-5:00前往查阅。

发行人：小熊电器股份有限公司

住所：佛山市顺德区勒流街道富裕村委会富安集约工业区 5-2-1 号地
电话：0757-29390865
传真：0757-23663298
联系人：刘奎

保荐机构（主承销商）：东莞证券股份有限公司

住所：东莞市莞城区可园南路一号
电话：0769-22119285
传真：0769-22119285
联系人：杨娜、文斌