

### 创业板投资风险提示

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



## 久祺股份有限公司

JOY KIE CORPORATION LIMITED.

(浙江省杭州市上城区清泰街 509 号富春大厦 8 楼)

# 首次公开发行股票并在创业板上市 之 招股说明书

(保荐机构/主承销商)



**东兴证券股份有限公司**  
DONGXING SECURITIES CO., LTD.

(住所：北京市西城区金融大街 5 号（新盛大厦）12、15 层)

## 发行人声明

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

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

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

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

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

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

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

## 本次发行概况

发行股票类型	人民币普通股（A股）
发行股数	4,856.00 万股，本次发行不涉及股东公开发售股份的情形，发行完成后公开发行股份数占发行后总股数的比例为 25%。
每股面值	人民币 1.00 元
每股发行价格	人民币 11.90 元
发行日期	2021 年 7 月 29 日
拟上市的证券交易所和板块	深圳证券交易所创业板
发行后总股本	19,424.00 万股
保荐人、主承销商	东兴证券股份有限公司
招股说明书签署日期	2021 年 8 月 4 日

## 重大事项提示

公司特别提请投资者注意，在作出投资决策之前，务必仔细阅读本招股说明书正文、财务报告及审计报告全文的全部内容，并特别关注以下重要事项。

### 一、公司特别提醒投资者注意有关风险因素

本公司提醒投资者认真阅读本招股说明书的“风险因素”部分，并特别注意下列事项。

#### （一）国际宏观经济与市场环境变化风险

公司主要为海外客户提供自行车及相关配套产品，收入主要来源于海外市场。报告期内，公司来自境外的主营业务收入分别为 178,164.73 万元、176,632.56 万元和 223,361.25 万元，占同期主营业务收入的比例分别为 97.90%、98.50% 和 97.78%，占比较高，且在未来对海外市场的依存度依然较高。如果国际宏观经济和市场环境出现大幅波动，特别是欧洲、美洲国家的政治、经济、社会形势等发生重大不利变化，或与我国的政治、经济、外交合作关系发生不利变化，将对公司的生产经营产生不利影响，进而导致公司业绩下滑的风险。

#### （二）国际贸易政策风险

报告期内，公司产品主要销售到欧洲、美洲等海外国家和地区。国际贸易存在诸多不稳定因素，如各国政治局势会因为政府的换届产生重大变化，进而影响该国的国际贸易；另外随着国际贸易市场摩擦不断，产品进口国的贸易保护主义倾向有日益加重的趋势。如果主要产品进口国改变进口关税政策，或实行更加严重贸易保护主义政策，则会影响公司产品在境外的销售，将对公司的经营业绩产生较大的不利影响。

#### （三）汇率波动风险

公司销售主要集中于境外，并主要以美元进行结算。报告期内，公司来自境外的主营业务收入分别为 178,164.73 万元、176,632.56 万元和 223,361.25 万元，占同期主营业务收入的比例分别为 97.90%、98.50% 和 97.78%；汇兑损益分别为 -325.13 万元、-584.55 万元和 3,436.74 万元。

公司销售的产品大部分采用向外包供应厂商采购的方式完成，从获取订单、确定供应商、组织生产、交付货物到完成销售需要一定周期，在此期间内，如果人民币汇率出现大幅波动将直接影响公司的经营业绩。如人民币持续升值，则将对公司的出口业务产生不利影响，具体表现为：1、导致公司产生汇兑损失；2、以人民币折算的销售收入减少，影响公司毛利率水平；3、在一定程度上降低公司出口产品的价格竞争力。

2018 年以来，美元兑人民币汇率波动情况如下：



数据来源：国家外汇管理局

#### （四）新型冠状病毒疫情可能造成的经营风险

2020 年 1 月至今，新型冠状病毒疫情在中国和全球多个国家爆发。爆发初期，国内各行业均遭受了不同程度的影响。国内延期复工、交通管制等疫情防控措施对于公司原材料的采购、产品的生产和交付、客户的订单产生了一定的不利影响，相比正常进度有所延后。随着疫情在全球范围内逐步爆发，疫情持续时间目前尚无法明确预计，对公司所在的自行车行业的整体影响难以准确估计。如果疫情短期内不能有效缓解，各主要国家和地区不能及时恢复正常生产经营秩序，出入境管控等防控措施持续加强，由此可能会对包括跨境商务交流、物流运输、旅游休闲、户外运动及体育比赛等活动及相关产业产生冲击，将会给公司的经营状况造成不利影响。

### （五）业绩下滑风险

公司主营业务为自行车等相关产品的研发、设计、生产和销售，报告期内，公司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 5,210.35 万元、9,785.69 万元和 14,061.84 万元，增长较快，如未来出现订单大幅萎缩、新冠疫情严重加剧、汇率大幅不利波动及招股说明书“第四节 风险因素”所述行业、市场及公司自身不利因素，以及公司未预料到的风险或因不可抗力导致的风险，可能导致公司营业收入、毛利率等财务指标大幅下滑，从而大幅减少公司盈利；相关不利因素或风险在个别极端情况下或者多个风险叠加的情况下，有可能导致公司上市当年营业利润较上年下滑 50% 以上，甚至亏损的风险。

### （六）公司在产业链条中作用被削弱的风险

公司基于自行车行业的客观现状，主要专注于自行车产业链前端的设计开发和后端的销售渠道两个环节，集中力量开拓国际市场，并不断强化产品的设计开发能力，而将生产环节主要以外包生产的方式完成，形成了以 ODM 模式为主，OBM 模式为辅的经营模式。自成立以来，与主要客户和供应商保持了稳定的合作关系，但公司产品的生产环节主要通过外包生产的方式完成，未来如公司整车产品的设计开发不能持续满足不同市场客户的多样化、个性化需求；不能持续与众多自行车零配件供应商保持良好的合作关系，进行集中式比价与批量式采购，有效控制采购成本，提升产品的价格优势；不能持续满足主要客户对产品质量、价格、配置、交期等方面的需求，公司主要客户存在直接与供应商合作，公司在产业链条中的作用存在被削弱的风险。

## 二、本次发行的重要承诺事项

本公司提示投资者认真阅读本公司、股东、董事、监事、高级管理人员以及本次发行的证券服务机构等作出的重要承诺以及相关主体未履行承诺时的约束措施。

### 三、财务报告审计截止日后主要财务信息及经营状况

#### (一) 2021 年 1-3 月主要财务信息及经营状况

天健会计师对公司 2021 年 3 月 31 日的合并及母公司资产负债表，2021 年 1-3 月的合并及母公司利润表，2021 年 1-3 月的合并及母公司现金流量表以及财务报表附注进行了审阅，并出具了《审阅报告》(天健审〔2021〕5301 号)，主要财务数据如下：

单位：万元

项目	2021 年 3 月 31 日	2020 年 12 月 31 日	变动率
资产合计	112,605.36	106,628.21	5.61%
负债合计	65,442.38	62,888.95	4.06%
所有者权益合计	47,162.98	43,739.27	7.83%
项目	2021 年 1-3 月	2020 年 1-3 月	变动率
营业收入	74,946.01	33,650.29	122.72%
营业利润	4,134.12	2,953.78	39.96%
利润总额	4,142.24	2,967.37	39.59%
净利润	3,334.39	2,320.52	43.69%
归属于母公司股东的净利润	3,334.39	2,320.52	43.69%
扣非后归属于母公司股东的净利润	3,257.68	2,274.38	30.18%
经营活动产生的现金流量净额	-16,004.14	-5,713.35	180.12%

2021 年 1-3 月，发行人营业收入及净利润均较上年同期出现较大幅度的增长，主要原因为：受新冠疫情影响，海外消费者更多地选择自行车、助力电动自行车出行，对自行车、助力电动自行车需求增长，海外订单量大幅增加。

审计截止日后财务信息及经营状况情况详见本招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十五、财务报告审计截止日后主要财务信息及经营状况”。

#### (二) 2021 年 1-6 月业绩预告信息

根据公司目前的在手订单、经营状况以及市场环境，公司预计 2021 年 1-6 月营业收入约为 134,549.85 万元至 149,450.81 万元，比 2020 年 1-6 月增长 65.33% 至 83.64%；预计实现归属于母公司净利润约为 6,409.46 万元至 7,432.47 万元，

比 2020 年 1-6 月增长 6.51%至 23.51%；预计实现扣除非经常性损益后归属于母  
公司股东的净利润约为 6,285.74 万元至 7,308.75 万元,比 2020 年 1-6 月增长 6.59%  
至 23.94%。上述 2021 年 1-6 月预计财务数据为公司初步核算数据, 未经天健会  
计师审计或审阅, 且不构成盈利预测或业绩承诺。



## 目 录

<b>第一节 释义</b>	<b>12</b>
一、普通术语	12
二、专业术语	13
<b>第二节 概览</b>	<b>15</b>
一、发行人及本次发行的中介机构基本情况	15
二、本次发行概况	15
三、发行人主要财务数据和财务指标	17
四、发行人主营业务经营情况	17
五、发行人的创新特征、科技创新和新旧产业融合情况	18
六、发行人选择的具体上市标准	24
七、发行人公司治理特殊安排	25
八、募集资金运用	25
<b>第三节 本次发行概况</b>	<b>26</b>
一、本次发行基本情况	26
二、本次发行有关机构	26
三、发行人与有关中介机构的股权关系或其他权益关系	28
四、本次发行上市重要日期	28
<b>第四节 风险因素</b>	<b>29</b>
一、创新风险	29
二、技术风险	29
三、市场风险	30
四、经营风险	32
五、财务风险	34
六、内控风险	36
七、法律风险	37
八、发行失败风险	37
九、募集资金投资项目风险	38
十、其他风险	39

<b>第五节 发行人基本情况 .....</b>	<b>40</b>
一、发行人基本情况.....	40
二、发行人设立情况.....	40
三、报告期内发行人的股本和股东变化情况.....	42
四、报告期内重大资产重组情况.....	46
五、发行人股权结构.....	46
六、发行人控股子公司情况.....	46
七、持有发行人 5%以上股份或表决权的主要股东及实际控制人的基本情况.....	55
八、发行人股本情况.....	64
九、董事、监事、高级管理人员与其他核心人员概况.....	82
十、发行人已经制定或实施的股权激励情况及相关安排.....	92
十一、发行人员工情况.....	95
<b>第六节 业务和技术 .....</b>	<b>111</b>
一、公司主营业务、主要产品及设立以来的变化情况.....	111
二、公司所处行业的基本情况.....	131
三、公司在行业中的竞争地位.....	170
四、公司主营业务情况.....	178
五、公司主要固定资产、无形资产等资源要素.....	251
六、公司特许经营权情况.....	287
七、公司技术与研发情况.....	288
八、公司境外经营情况.....	295
<b>第七节 公司治理与独立性 .....</b>	<b>296</b>
一、发行人股东大会、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，以及战略、审计、提名、薪酬与考核等各专门委员会的设置情况.....	296
二、公司内部控制制度情况.....	302
三、发行人报告期内违法违规行为情况.....	302
四、发行人报告期内资金占用和对外担保的情况.....	302
五、发行人直接面向市场独立持续经营的能力.....	302

六、同业竞争情况.....	304
七、关联方及关联关系.....	333
八、关联交易.....	343
九、报告期关联交易的履行程序情况及独立董事意见.....	347
十、公司规范和减少关联交易的措施.....	347
<b>第八节 财务会计信息与管理层分析 .....</b>	<b>349</b>
一、未来影响公司盈利和财务状况的主要因素.....	349
二、财务报表.....	350
三、财务报表的编制基础、合并财务报表范围及变化情况.....	363
四、报告期采用的主要会计政策和会计估计.....	364
五、非经常性损益.....	396
六、公司适用的税种、税率及享受的税收优惠政策.....	397
七、主要财务指标.....	399
八、分部信息以及同行业公司选择.....	401
九、经营成果分析.....	403
十、资产质量分析.....	473
十一、偿债能力、流动性与持续经营能力分析.....	507
十二、发行人报告期内的重大资本性支出情况.....	525
十三、资产负债表日后事项、或有事项、其他重要事项以及重大担保、诉讼等 等项.....	525
十四、盈利预测.....	527
十五、财务报告审计截止日后主要财务信息及经营状况.....	527
<b>第九节 募集资金运用与未来发展规划 .....</b>	<b>532</b>
一、募集资金项目概况.....	532
二、募集资金投资项目具体情况.....	534
三、未来发展规划.....	553
<b>第十节 投资者保护 .....</b>	<b>558</b>
一、投资者关系管理的主要安排.....	558
二、本次发行后公司的利润分配政策.....	559
三、本次发行完成前滚存利润的分配安排和决策程序.....	561

四、股东投票机制的建立情况.....	561
五、特别表决权股份、协议控制架构或类似特殊安排.....	562
六、本次发行相关各方作出的重要承诺及承诺履行情况.....	562
<b>第十一节 其他重要事项 .....</b>	<b>584</b>
一、重要合同.....	584
二、对外担保情况.....	586
三、重大诉讼或仲裁事项.....	586
四、控股股东、实际控制人报告期内违法违规行情况.....	587
<b>第十二节 声明 .....</b>	<b>588</b>
全体董事、监事、高级管理人员声明.....	588
控股股东、实际控制人声明.....	589
保荐人（主承销商）声明.....	590
保荐人（主承销商）董事长、总经理声明.....	591
发行人律师声明.....	592
审计机构声明.....	593
验资机构声明.....	594
资产评估机构声明.....	595
<b>第十三节 附件 .....</b>	<b>596</b>
一、附件.....	596
二、查阅时间.....	596
三、查阅地点.....	596

## 第一节 释义

在本招股说明书中，除非文中另有说明，下列词语或简称具有如下含义：

### 一、普通术语

发行人、公司、本公司、久祺股份	指	久祺股份有限公司
久祺有限	指	杭州久祺工贸有限公司，本公司前身
发起人	指	本公司各发起人
德清久胜	指	浙江德清久胜车业有限公司，本公司全资控股子公司
杭州久祥	指	杭州久祥进出口有限公司，本公司全资控股子公司
杭州久趣	指	杭州久趣贸易有限公司，曾用名杭州久亿车业有限公司，本公司全资控股子公司
香港久祺	指	久祺科技有限公司，英文名：JOY KIE TECHNOLOGY CO.,LIMITED，本公司全资控股子公司
香港久祥	指	久祥发展有限公司，英文名：JOY SHINE SPORT DEVELOPMENT CO., LIMITED，杭州久祥全资控股子公司，本公司全资二级子公司
控股股东、实际控制人	指	李政、卢志勇、李宇光
永焱合伙	指	宁波梅山保税港区永焱企业管理合伙企业（有限合伙），本公司股东
永忻合伙	指	宁波梅山保税港区永忻企业管理合伙企业（有限合伙），本公司股东
永峒合伙	指	宁波梅山保税港区永峒企业管理合伙企业（有限合伙），本公司股东
永桑合伙	指	宁波梅山保税港区永桑企业管理合伙企业（有限合伙），本公司股东
广沣投资	指	上海广沣投资管理有限公司，本公司股东
久祺控股	指	浙江久祺控股有限公司，本公司实际控制人控制的企业
久祺集团	指	久祺集团有限公司，英文名：JOY KIE GROUP CO.,LTD. 本公司曾经的子公司，已于 2018 年 3 月 2 日解散
久祺国际	指	久祺国际有限公司，英文名：JOY KIE INTERNATIONAL CO.,LTD. 本公司实际控制人控制的企业，已于 2017 年 12 月 18 日解散
久祺运动	指	浙江久祺运动发展有限公司
久祺进出口	指	浙江久祺进出口有限公司，本公司实际控制人控制的企业
久恒能源	指	浙江久恒能源工程有限公司，已于 2020 年 5 月 19 日注销
中国信保	指	中国出口信用保险公司，是由国家出资设立、支持中国对外经济贸易发展与合作、具有独立法人地位的国有政策性保险公司
本次发行、本次公开发行	指	发行人本次申请在境内首次公开发行不超过 4,856.00 万股人民币普通股（A 股）的行为

元、万元	指	人民币元、万元
A股	指	人民币普通股
中国证监会、证监会	指	中国证券监督管理委员会
深交所	指	深圳证券交易所
保荐人、保荐机构、主承销商、东兴证券	指	东兴证券股份有限公司
发行人律师、锦天城律师	指	上海市锦天城律师事务所
审计机构、验资机构、天健会计师	指	天健会计师事务所（特殊普通合伙）
资产评估机构、坤元评估	指	坤元资产评估有限公司
招股说明书	指	《久祺股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市招股说明书》
《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》
《企业会计准则》	指	财政部颁布的《企业会计准则》及其应用指南和其他相关规定
《公司章程》	指	《久祺股份有限公司章程》
《公司章程（草案）》	指	《久祺股份有限公司章程（草案）》，公司本次发行上市后将适用的章程
股东大会	指	久祺股份有限公司股东大会
董事会	指	久祺股份有限公司董事会
监事会	指	久祺股份有限公司监事会
最近三年/报告期	指	2018年度、2019年度和2020年度

## 二、专业术语

自行车	指	英语 bicycle，又称脚踏车或单车，通常是二轮的小型陆上车辆，人骑上车后，以脚踏踏板为动力，可以作为绿色环保的交通工具，用来代步出行、运动健身、户外旅游及体育比赛。
助力电动自行车	指	英语 Pedal Electric Cycle，是在自行车的基础上添加动力辅助系统（英语 Power Assist System）而来，采用“人力+电力”的混合运行模式，有效保证了骑行的安全性和可靠性，并且大大增加了一次充电的续航里程，同时有效避免了整车重量的增加，还起到代步和健身的双重效果，让用户在保留骑行体验的同时骑得轻松、骑得更远。
电动车、电动自行车	指	是指以蓄电池作为辅助能源在普通自行车的基础上，安装了电机、控制器、蓄电池、转把闸把等操纵部件和显示仪表系统的机电一体化的个人交通工具。与助力电动自行车最本质的区别在于，助力电动自行车是为了解决骑行累的问题而出现，因此它依然需要骑行者去蹬脚踏，然后让电力介入使骑行变得省力而轻松；而国内大多数电动自行车主要使用电力作为动力。
儿童自行车	指	儿童自行车是儿童车之中的一大门类，是根据儿童身体特点进行设计的，安全性是第一要素，通常鞍座高度在 635mm 以下。
公路自行车	指	又称“跑车”，主要特征有：可减低风阻的下弯把手、一体式刹变把、较窄的高气压低阻力公路车胎、无避害振器、专用公路车变速系统，

		在公路上骑行时效率很高，被认为是最优美的自行车。
山地自行车	指	山地自行车设计为骑乘于山区的车种，为骑乘于山区的路况而设计，常规结实的钻石型车架。山地自行车轮胎花纹粗且宽，能更好地体现其抓地力，适合越野，稳定性好，胎压较低，确保其在山地骑行时安全整体强度较大、抗冲击能力强，相比普通自行车强力骑行时更不易损坏。
CKD	指	全散件组装（Completely Knock Down），贸易专用名词，是以全散件形式作为整车出口的一种方式，出口至目的国后，将全部零部件在当地装配为整车。
SKD	指	半散件组装（Semi-Knocked Down），贸易专用名词，是以半成品形式作为整车出口的一种方式，出口至目的国后，将半成品与少量零部件在当地装配为整车。
ODM	指	英语 Own Design Manufacturing 的缩写，自主设计制造：指产品的结构、外观、工艺等均由公司根据客户的需求进行开发和设计，公司根据客户的订单情况自行生产或外包生产，产品生产完成后贴客户的品牌出售。
OEM	指	英语 Original Equipment Manufacturing 的缩写，原始设备生产：指公司生产的产品工艺、设计、品质等要求全部由客户提供，公司只需按照客户的图纸生产即可，产品贴客户的品牌出售。
OBM	指	英语 Own Brand Manufacturing 的缩写，自有品牌制造：指公司拥有自主产品开发权，且自主决定产品市场定位、价格区间、行销策略等，产品以自有品牌的方式销售。
FOB	指	英语 Free On Board 的缩写，“船上交货价”，按离岸价进行的交易。买方负责派船接运货物，卖方在合同规定的装运港和规定的期限内将货物装上买方指定的船只，并及时通知买方。货物在装运港被装上指定船时，风险即由卖方转移至买方。
CIF	指	英语 Cost, Insurance and Freight 的缩写，“成本加保险费加运费”，按到岸价进行的交易。货价的构成因素中包括从装运港至约定目的地的运费和约定的保险费。
DDP	指	英语 Delivered Duty Paid 的缩写，“完税后交货（指定目的地）”，是指卖方在指定的目的地，办理完进口清关手续，将在交货运输工具上尚未卸下的货物交与买方，完成交货。卖方必须承担将货物运至指定的目的地的一切风险和费用，包括在需要办理海关手续时在目的地应交纳的任何“税费”（包括办理海关手续的责任和风险，以及交纳手续费、关税、税款和其他费用）。
T/T（国际电汇付款方式）	指	英语 Telegraphic Transfer，电汇，是指汇出行应汇款人申请，拍发加押电报\电传或 SWIFT 给在另一国家的分行或代理行（即汇入行）指示解付一定金额给收款人的一种汇款方式。
L/C（信用证）	指	Letter of Credit，信用证，是指开证银行应申请人（买方）的要求并按其指示向受益人开立的载有一定金额的、在一定的期限内凭符合规定的单据付款的书面保证文件。

注：本招股说明书中，部分合计数与各加数直接相加之和在尾数上有差异，这些差异是由于四舍五入造成的。

## 第二节 概览

本概览仅对本招股说明书全文作扼要提示。投资者作出投资决策前，应认真阅读本招股说明书全文。

### 一、发行人及本次发行的中介机构基本情况

#### (一) 发行人基本情况

发行人名称	久祺股份有限公司	成立日期	2000年10月6日
注册资本	14,568万元	法定代表人	李政
注册地址	浙江省杭州市上城区清泰街509号富春大厦8楼	主要生产经营地址	浙江省杭州市上城区清泰街509号富春大厦8楼
控股股东	李政、卢志勇、李宇光	实际控制人	李政、卢志勇、李宇光
行业分类	C37铁路、船舶、航空航天和其他运输设备制造业	在其他交易场所（申请）挂牌或上市的情况	无

#### (二) 本次发行的有关中介机构

保荐人	东兴证券股份有限公司	主承销商	东兴证券股份有限公司
发行人律师	上海市锦天城律师事务所	其他承销机构	无
审计机构	天健会计师事务所（特殊普通合伙）	评估机构	坤元资产评估有限公司

### 二、本次发行概况

#### (一) 本次发行的基本情况

股票种类	人民币普通股（A股）		
每股面值	人民币1.00元		
发行股数	4,856.00万股	占发行后总股本比例	25%
其中：发行新股数量	4,856.00万股	占发行后总股本比例	25%
股东公开发售股份数量	不适用	占发行后总股本比例	不适用
发行后总股本	19,424.00万股		
每股发行价格	11.90元		
发行市盈率	16.44 倍（每股收益按 2020 年经审计的扣除非经常性损益前后孰低的归属于母公司股东的净利润除以发行后总股本计算）		
发行前每股净资产	3.00 元/股（以截至 2020 年 12 月 31 日经审计的归属于母公司股东的净资产除以本次发行前总股本计算）		
发行后每股净资产	4.87 元/股（以截至 2020 年 12 月 31 日经审计的归属于母公司股东的净资产加上本次募集资金净额除以本次发行后总股本计算）		



发行前每股收益	0.97元/股（以2020年经审计扣除非经常性损益前后孰低的归属于母公司所有者的净利润除以发行前总股本计算）
发行后每股收益	0.72元/股（以2020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的净利润除以发行后总股本计算）
发行市净率	3.96倍（按本次每股发行价格除以发行前每股净资产计算）
	2.45倍（按本次每股发行价格除以发行后每股净资产计算）
发行方式	采取网下向询价对象配售和网上向社会公众投资者定价发行相结合的方式，或按中国证监会、深圳证券交易所规定的其他方式发行
发行对象	符合国家法律法规和监管机构规定条件的询价对象和已开立深圳证券交易所股票交易账户并开通创业板交易权限的境内自然人、法人等投资者（国家法律、法规和规范性文件禁止购买者除外）
承销方式	由主承销商以余额包销的方式承销
拟公开发售股份股东名称	不适用
发行费用的分摊原则	本次发行的承销费、保荐费、审计及验资费、律师费、信息披露费、发行手续费等发行相关费用由发行人承担
募集资金总额	57,786.40万元
募集资金净额	50,760.79万元
募集资金投资项目	年产100万辆成人自行车项目
	研发设计中心项目
	供应链体系升级项目
	补充流动资金项目
发行费用概算	合计7,025.61万元，其中，保荐与承销费：4,560.36万元，律师费：716.98万元，审计及验资费：1,287.74万元，用于本次发行上市的信息披露费：438.68万元，发行人发行上市手续费：21.86万元。以上费用均不含对应的相关税费。

注：如文中合计数与各加数直接相加之和在尾数上存在差异，均系计算中四舍五入造成。

## （二）本次发行上市的重要日期

刊登初步询价公告日期	2021年7月16日
询价日期	2021年7月23日
刊登发行公告日期	2021年7月28日
申购日期	2021年7月29日
缴款日期	2021年8月2日
股票上市日期	本次股票发行结束后公司将尽快申请在深圳证券交易所创业板上市

### 三、发行人主要财务数据和财务指标

经天健会计师审计，公司报告期的合并财务报表主要财务数据和财务指标情况如下：

项目	2020.12.31 /2020 年度	2019.12.31 /2019 年度	2018.12.31 /2018 年度
资产总额（万元）	106,628.21	75,888.61	63,694.73
归属于母公司所有者权益（万元）	43,739.27	33,878.20	17,067.21
资产负债率（母公司）	39.31%	40.03%	52.45%
营业收入（万元）	228,555.87	179,543.14	182,049.33
净利润（万元）	15,675.14	10,198.72	5,162.19
归属于母公司所有者的净利润（万元）	15,675.14	10,198.72	5,162.19
扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润（万元）	14,061.84	9,785.69	5,210.35
基本每股收益（元）	1.08	0.97	0.77
稀释每股收益（元）	1.08	0.97	0.77
加权平均净资产收益率	40.84%	46.90%	33.25%
经营活动产生的现金流量净额（万元）	20,311.88	3,606.34	663.76
现金分红（万元）	-	3,800.00	3,748.41
研发投入占营业收入的比例	0.65%	0.66%	0.60%

### 四、发行人主营业务经营情况

#### （一）主营业务及产品

公司主要从事自行车整车及其零部件和相关衍生产品的设计、研发、生产和销售。经过二十余年的发展，公司成为国内主要的自行车产品出口商之一，产品远销全球五大洲 80 多个主要国家和地区，致力于将自行车产品的“中国制造”遍布世界各地，为全球客户“一站式”提供全尺寸、多系列的自行车及相关产品。

报告期内，公司主营业务收入分别为 181,980.72 万元、179,324.66 万元和 228,421.73 万元。

#### （二）主要经营模式

经过多年的发展，依托公司自主设计与研发、产品多样化、自主品牌、销售渠道建设等方面的积累，公司形成了以 ODM 模式为主，OBM 模式为辅，少量 OEM 模式的经营模式。由于公司产品主要系出口，且出口客户大多为当地的自

行车品牌商，考虑其自有品牌在当地具有较强的市场知名度，该等客户通常会考虑选择依托其自有品牌经营。因而，公司经营业务主要以 ODM 模式为主，即公司根据客户对于产品的结构与外观、工艺与材质、功能与定位等需求进行开发和设计，生成相应订单后选择供应商生产或自主生产，产品生产完成后贴客户的品牌出售。

### （三）市场竞争地位

经过二十年的发展和积累，公司不断提升自主研发设计能力和市场拓展能力，并始终紧跟自行车的国际主流发展趋势，为全球市场提供时尚休闲、运动健身、长途越野、缤纷童趣等多样化的自行车产品，公司注重提升产品品质、优化产品系列，扩大自有品牌知名度，增加中高档产品的销售份额，已在自行车领域具有较强的竞争优势和市场竞争能力。

根据中国海关总署发布的统计数据，2020 年 1-12 月间，我国自行车整车出口金额累计超过 252.18 亿元，公司 2020 年度自行车整车销售收入达到 11.62 亿元，据此估算，公司自行车整车出口市场占有率约为 4.61%。随着公司大力提高中高端自行车品类的生产能力、积极拓展海外市场业务，尤其是需求增长较快、产品附加值较高的助力电动自行车领域，公司的市场份额将有望得到进一步提升，从而巩固公司在行业中的竞争地位。

## 五、发行人的创新特征、科技创新和新旧产业融合情况

### （一）发行人的创新特征

自行车行业属于相对传统、成熟的行业，发行人自 2000 年 10 月成立以来一直专注自行车及相关产品的研发、设计、生产及销售，在对自行车行业多年深耕的基础上，将自行车行业与新技术、新模式进行融合，形成了一系列创新、创造及创意，具体情况如下：

#### 1、业务模式的创新

公司立足国内自行车产业链，致力于将自行车产品的“中国制造”销往世界各地，为全球客户“一站式”提供全尺寸、多系列的多样化自行车及相关产品。从世界范围来看，目前自行车品牌众多，其中高端市场以欧美大型品牌商为主，

同时各个地区存在众多区域性品牌；从产业链来看，中国形成了成熟、完整的自行车全产业链，生产厂商众多、制造能力较强，拥有全球一半以上的生产能力。

公司基于自行车市场的客观现状，主要专注于自行车产业链前端的设计开发和后端的销售渠道两个环节，集中力量开拓国际国内市场，并不断打造、强化研发设计团队，提升公司的整体市场竞争力，而将生产环节主要以外包生产的方式完成，因此逐步形成了面向全球市场并重点发展欧洲、美洲地区的市场定位，同时依托自身丰富的海外销售网络和较强的研发设计能力形成以 ODM 模式为主并主要通过外包生产的业务模式。

此外，公司逐步构建一套自行车专业版块互联网业务体系，创新 ODM 具体操作模式，通过 3D 技术、虚拟设计、创意设计以及工业设计等，提升数字化管理和研发设计水平，将传统营销模式和互联网技术融合，积极发展电子商务。在实现客户自主下单、产品实景展示等功能的基础上，客户可通过该系统自定义产品构建，预设标准产品的个性化方案，让客户自身直观地在系统中展现模拟产品的样式；公司在收到客户的产品需求后，系统直接同已设定好的设计资料库串联，高效实现零部件配置、颜色搭配、贴花设计等，快速形成整车产品样式，并可与客户实时在线互动，根据客户需求优化调整，取代目前产品线下确认、调整设计的费时费力过程。系统设计图例如下：

**HILAND-MTB** ▼  
车辆定制服务系统

**定制流程**

- 车架系统
- 转向系统
- 轮组系统
- 变速系统
- 配件系统

→ 下一步  
↻ 返回

MTB SYSTEM  
当前款式: JK2000-2



颜色选择



可选方案



同时，公司基于对自行车行业多年的积累和理解，逐步建立更加完善的自行车标准技术体系。由于世界各地对于自行车车架的标准不尽相同，目前行业内企业尚无完整的全球各地区车架的几何标准，公司已着手建立对于车架的标准规范，使得自行车产品更加符合全球各地区尺寸、功能等方面的差异化需求；此外，公司亦在建立自行车零件标准生产规范，依据现有的检测标准，拟定出达到良品生产条件的各项条件，通过设备、人员、标准、原材料、生产环境等进行源头控制，使得验货、生产、交货均可达到稳定性及一致性。

**2、研发设计的创新**

由于全球各国家和地区的文化差异、宗教差异以及经济发展差异，各国家和地区适合的产品也有差别，例如欧洲适合的产品设计更加简洁，产品细节要求更高，东南亚的产品设计较为复杂，更注重实用性等等。因此，公司研发部门需持续根据客户的具体需求对产品进行设计或调整。

公司在长期的设计研发工作中积累了大量的知识产权，截至本招股说明书签署日，公司及子公司共拥有研发设计人员 76 人，共获得 66 项专利，包括 12 项发明专利、34 项实用新型专利和 20 项外观设计专利，获 14 项浙江省科技厅颁发的“浙江省科学技术成果”证书，并获得“浙江专利示范企业”、“市级企业技术

中心”、“省级高新技术企业研究开发中心”、“浙江省科技型企业”、“湖州市科技成果转化二等奖”等荣誉称号。较强的研发设计能力，使得公司可向全球客户持续提供深度契合其需求的时尚化、多元化、个性化的产品，以便更好的满足不同消费层次、不同户外场景客户的需求。

公司销售面向全球市场，研发设计的自行车及相关产品远销全球 80 多个国家和地区，在 20 年的发展过程中，积累了上万个设计版型，能够针对不同国家/地区的质量标准、市场潮流、消费者喜好等因素研发设计出深受不同国家/地区自行车品牌商及消费者喜爱的自行车产品，甚至能够与当地自行车品牌商共同引导当地市场潮流；另一方面，公司积极参与全球各大自行车展会、论坛，在自行车制造工艺、零部件迭代、新材料应用等方面紧跟世界潮流，形成了一系列创新、创造和创意的亮点。部分产品示例如下：

序号	产品名称	图例			
1	儿童自行车				
		采用镁合金等材质，重量减轻的同时强度得到加强；采用独特一体化成型设计，车架无缝衔接，产品更加美观、时尚。公司设计开发的小趣儿童自行车，采用自润滑转动设计，改变传统童车传动及转动方式，常规自行车使用的是钢珠转动系统，其使用寿命较短，磨损之后自行车的传动变得极为费力，设计优化之后有效解决此类问题，并提高了童车使用寿命；此外，公司小童车采用全封闭系统设计，整车全包覆无尖锐突出物，使自行车变得更简洁美观的同时，更保障了儿童的骑行安全。			
2	成人自行车				

序号	产品名称	图例
		<p>车架整体采用铝合金、镁合金、碳纤维等轻量化材料制造，整车以清新的色调突显“轻”的设计，外观造型设计大胆前卫；不断追求轻量化的同时也追求简洁化，整合式设计的全内走线，包括配套一体把技术等，使得整车造型极其简约美观，更能大大提高整车的空气动力学性能；</p> <p>山地自行车：公司推出的大轮径、宽胎的山地自行车，抓地力更强，操控性更好；同时，对山地自行车进行几何调整，拥有更长的前三角前伸量（Reach值）、更低五通高度（BB值）和更斜的头管（更小的头管角度），给骑行者带来更好的稳定性和操控性。电子变速器的应用，让换挡更精准、更快速，链条磨损减少，变速的设置也更加丰富；此外，电子避震前叉、避震检测器、电子避震控制系统，使得自行车专业化的同时具备智能化；</p> <p>公路自行车：公司设计开发的适应多地形、地貌的全地形公路自行车，更窄的外胎获得更小的滚阻（更高的速度）；此外，碟刹公路自行车让骑行者骑得更自由畅快，碟刹的应用能给予骑行者更稳定的刹车能力和更精细的刹车控制，更好的适应天气变化、颠簸石板路下坡、急弯山路等情形。</p>
3	电动助力自行车	<div style="display: flex; justify-content: space-around;">  </div> <p>采用极简美学设计，造型前卫、现代，使用镁合金等新材料，折叠设计更轻便，平叉虚拟受力点结构更新颖、柔韧性更强劲有力，该几何造型更具有优秀的冲击力分散效果，装配、拆卸维护更便捷，部件不易受损；目前正在开发上管内嵌式指纹解锁一体屏，可以通过指纹解锁车辆启动，并且可连接手机APP检查车况以及车主的运动情况；可智能切换山地运动模式、休闲骑行模式；在传统自行车与电子元器件有机结合的基础上，通过5G移动通信技术，可以实时分享骑行路线与信息、记录与上传车手的运动数据、通过互联网对车辆信息进行实时监控与检测等，实现更好的人机交互；整车前后的内嵌式大灯设计，适合骑行者在夜间以及雨雾天骑行，提高了出行安全性，采用镶嵌隐藏式头尾灯设计，呈现出设计美感；此外，产品配备USB充电模块，在骑行过程中能够兼顾电子产品充电需求等。</p>

### 3、供应链整合的创新

公司在多年自行车行业领域的经营管理过程中不断完善供应链体系，与众多自行车零配件供应商、全球 80 多个主要国家和地区的采购商建立了良好的合作关系，能够高效整合自行车产业链上下游资源，快速响应客户多样化的订单需求。

在销售端，公司坚持“走出去”发展战略，在国家“一带一路”战略的推动下，公司产品销售遍布全球五大洲 80 多个主要国家和地区。公司熟悉进口国家和地区的贸易及关税政策、技术标准、当地自行车市场行情、本土自行车品牌商及消费者的偏好。经过多年的积累，公司与海外主要客户经过长时间的合作，建立了良好和稳定的合作关系，与世界各地自行车品牌商建立了密切的上下游产业纽带

关系，培养了一批联系紧密、实力较强的客户群体，并不断满足全球各地区客户个性化、时尚化、功能化、智能化和网联化等方面的需求。

在采购端，公司立足国内自行车产业链，对自行车整车及零部件生产厂家的资质、生产能力、技术能力有着良好的理解和掌控能力。由于自行车的零部件种类繁多，包括车架系统、传动系统、车轮系统、制动系统和导向系统等，因此公司以客户需求为导向，根据产能、工艺、质量和价格等方面的要求，对供应商进行严格审核，建立合格供应商目录并定期进行考核。公司利用较强的供应链体系，一方面可以进行集中式比价与批量式采购，有效控制采购成本，提升产品的价格优势；另一方面能为客户提供定制化的选型、设计及试产试样等服务，根据客户特定要求快速响应，缩短交货周期，从而不断提高客户的满意程度，维持良好的客户关系。

此外，公司在浙江德清工厂自建数千平米的自行车展厅，每年均邀请全球不同国家、地区的自行车采购商参展，同时通过参与全球主要自行车展览会，公司能够针对全球 80 多个主要国家和地区的客户规划出性价比高、质量优良、款式新颖、交期合适的供应解决方案，以满足不同国家、地区客户的实际需求，实现与客户、供应商共同发展的良性循环。

#### 4、生产技术的创新

为顺应智能制造的趋势、实现生产流程标准化、自动化，发行人全资子公司德清久胜引进数十条自动化焊接机器人，一方面减少了对焊接工人的依赖，降低人工成本，并且易于实现焊接产品质量的稳定性和一致性；另一方面，可 24 小时连续生产，提高了生产效率，并减少工人在有害环境的工作时间。

同时，公司采用真空镀膜技术，真空镀膜的薄膜和基体选材广泛，以制备具有各种不同功能的功能性薄膜，镀膜的厚度可以控制，具有纯度高、密实性好、表面光亮等特点，提高产品品质的同时，在生产过程中对环境不产生污染。

此外，子公司德清久胜将喷漆的工艺由传统的溶剂油漆转化为更加环保、安全的水性油漆，并相应改造了喷漆工艺及车间设备，环保型水性漆生产线和环保设备及废气排放技术的应用，从源头解决了 VOCs 排放问题，符合大气污染防治



要求，严格执行了环保要求，在促进循环经济保护生态环境的同时，环境治理成本亦明显下降。

## （二）发行人的科技创新和新旧产业融合情况

随着科技的进步和新兴产业的崛起，发行人充分挖掘自行车行业科技创新的趋势与潜力，努力实现与新技术的融合。

自行车及助力电动自行车的生产制造环节综合应用了机械、材料、设计、电子、自动化等多学科技术，具有产品种类繁多、更新较快的特点，产品设计、生产工艺以及生产流程管控等水平的高低直接影响公司产品的质量。在生产环节，发行人的全资子公司德清久胜以自动化、智能化、安全环保为目标，引进数十条自动化焊接机器人，实现焊接工序的自动化，降低生产成本，提高生产效率；同时采用水性漆烤漆工艺、真空镀膜技术，降低了废弃物的排放量，实现绿色环保及安全生产。

在产品方面，发行人在生产经营过程中保持科技创新，注重新材料、新技术的应用，重点研究镁合金、铝合金、碳纤维等新材料在自行车生产过程中的应用，逐步开发新产品以满足市场的需求；同时将计速器等智能化电子设备应用到助力电动自行车上，提升骑乘体验。此外发行人对自行车的智能化、网联化趋势进行立项研究，为产品未来的技术迭代更新奠定坚实的基础。

在销售方面，发行人立足全球市场，在传统的销售渠道、销售模式的基础上，组建专业团队，充分利用互联网技术，打造电商销售、直播销售的新模式，逐步形成“线上+线下”的销售模式，为公司发展注入新动力。

## 六、发行人选择的具体上市标准

根据天健会计师出具的《审计报告》（天健审〔2021〕378号），发行人2019年、2020年归属母公司股东的净利润（扣除非经常性损益前后孰低）分别为9,785.69万元、14,061.84万元，最近两年累计净利润为23,847.53万元。

根据《深圳证券交易所创业板股票发行上市审核规则》的相关规定，结合公司的经营状况，本次发行人选择的上市标准为：最近两年净利润均为正，且累计净利润不低于人民币5,000万元。

## 七、发行人公司治理特殊安排

发行人未针对公司治理建立特殊安排。

## 八、募集资金运用

公司实际募集资金扣除发行费用后将全部用于公司主营业务相关的项目，具体如下：

单位：万元

序号	项目名称	项目计划投资	募集资金使用
1	年产 100 万辆成人自行车项目	25,389.69	25,389.69
2	研发设计中心项目	10,382.01	10,382.01
3	供应链体系升级项目	4,397.98	4,397.98
4	补充流动资金项目	10,000.00	10,000.00
<b>合计</b>		<b>50,169.68</b>	<b>50,169.68</b>

公司将严格按照有关管理制度使用本次募集资金，若募集资金少于项目资金需求，资金缺口由公司自筹方式解决；募集资金到位后，将按照项目实施进度及轻重缓急安排使用；如募集资金到位时间与项目进度要求不一致，则根据实际需要以其他资金先行投入，待募集资金到位后予以置换。

## 第三节 本次发行概况

### 一、本次发行基本情况

发行股票种类	人民币普通股（A股）
每股面值	人民币 1.00 元
发行股数	4,856.00 万股，本次发行不涉及股东公开发售股份的情形，发行完成后公开发行股份数占发行后总股本的比例为 25%。
发行后总股本	19,424.00 万股
每股发行价格	11.90 元
发行人高管、员工拟参与战略配售情况	无
保荐人相关子公司拟参与战略配售情况	无
发行市盈率	16.44 倍（每股收益按照 2020 年经审计的扣除非经常性损益前后孰低的归属于母公司股东的净利润除以本次发行后总股本计算）
发行后每股收益	0.72 元/股（以 2020 年经审计扣除非经常性损益前后孰低的归属于母公司所有者的净利润除以发行后总股本计算）
发行前每股净资产	3.00 元/股（以截至 2020 年 12 月 31 日经审计的归属于母公司股东的净资产除以本次发行前总股本计算）
发行后每股净资产	4.87 元/股（以截至 2020 年 12 月 31 日经审计的归属于母公司股东的净资产加上本次募集资金净额除以本次发行后总股本计算）
发行市净率	2.45 倍（按本次每股发行价格除以发行后每股净资产计算）
发行方式	采取网下向询价对象配售和网上向社会公众投资者定价发行相结合的方式，或按中国证监会、深圳证券交易所规定的其他方式发行
发行对象	符合国家法律法规和监管机构规定条件的询价对象和已开立深圳证券交易所股票交易账户并开通创业板交易权限的境内自然人、法人等投资者（国家法律、法规和规范性文件禁止购买者除外）
承销方式	由主承销商以余额包销的方式承销
发行费用概算	合计 7,025.61 万元，其中，保荐与承销费：4,560.36 万元，律师费：716.98 万元，审计及验资费：1,287.74 万元，用于本次发行上市的信息披露费：438.68 万元，发行人发行上市手续费：21.86 万元。以上费用均不含对应的相关税费。

注：如文中合计数与各加数直接相加之和在尾数上存在差异，均系计算中四舍五入造成。

### 二、本次发行有关机构

#### （一）保荐人、主承销商：东兴证券股份有限公司

法定代表人	魏庆华
住所	北京市西城区金融大街 5 号（新盛大厦）12、15 层
联系电话	010-66555196
传真号码	010-66555103
保荐代表人	王华、姚浩杰

项目协办人	郭丽蕾
项目组成员	曾冠、邹成凤、刘鹏、李浩麒、林苏钦

**(二) 发行人律师：上海市锦天城律师事务所**

机构负责人	顾功耘
联系地址	上海市浦东新区银城中路 501 号上海中心大厦 9、11、12 层
联系电话	021-20511000
传真号码	021-20511999
经办律师	劳正中、孙雨顺、万俊

**(三) 会计师事务所：天健会计师事务所（特殊普通合伙）**

机构负责人	郑启华
联系地址	浙江省杭州市西湖区西溪路 128 号 6 楼
联系电话	0571-88216888
传真号码	0571-88216999
经办注册会计师	陈中江、叶怀敏

**(四) 资产评估机构：坤元资产评估有限公司**

机构负责人	俞华开
联系地址	浙江省杭州市西溪路 128 号 901 室
联系电话	0571-88216950
传真号码	0571-87178826
经办注册评估师	周敏、傅小英

**(五) 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 25 楼
联系电话	0755-21899999
传真	0755-21899000

**(六) 收款银行：中国银行北京金融中心支行**

户名	东兴证券股份有限公司
账号	322056023692

**(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	0755-82083164
----	---------------

### 三、发行人与有关中介机构的股权关系或其他权益关系

发行人与本次发行的中介机构之间不存在直接或间接的股权关系或其他利益关系，各中介机构负责人、高级管理人员及经办人员未持有发行人股份，与发行人也不存在其他权益关系。

### 四、本次发行上市重要日期

刊登初步询价公告日期	2021年7月16日
询价日期	2021年7月23日
刊登发行公告日期	2021年7月28日
申购日期	2021年7月29日
缴款日期	2021年8月2日
股票上市日期	本次股票发行结束后公司将尽快申请在深圳证券交易所创业板上市

## 第四节 风险因素

投资者在考虑投资公司本次发行的股票时，除本招股说明书提供的各项资料外，应特别认真地考虑下述各项风险因素。以下风险因素可能直接或间接对公司经营状况、财务状况和持续经营能力产生不利影响。公司提请投资者仔细阅读本节全文。

### 一、创新风险

#### （一）科技创新风险

公司的主要产品为自行车、助力电动自行车，综合应用了机械、材料、设计、电子、自动化等多学科技术，新材料、新技术的创新应用也在逐步改变自行车、助力电动自行车的生产工艺、应用功能及骑乘体验。公司在生产经营过程中需要持续投入对新型材料、新技术的应用、生产工艺的提升进行研发，以保持产品的技术先进性、功能前瞻性。如公司未来对科技创新投入不足，或投入方向偏离科技创新发展趋势或未能符合下游厂商、消费者需求的变化，将会损害公司的市场竞争力，从而给公司的市场竞争地位和经营业绩带来不利影响。

#### （二）新旧产业融合风险

公司所处的自行车行业属于相对传统、成熟的行业，为适应科技进步对传统产业的变革，公司在生产层面为实现自动化制造逐步引进自动焊接机器人、自动喷漆线等自动化生产设备，在产品线加大对新材料、新技术应用的研究，在销售方面充分利用互联网技术逐步打造电商销售、直播销售的新模式。未来如公司现有业务与工业自动化、新材料应用、互联网技术等新产业、新技术不能较好地实现融合发展，公司的产品及销售模式将面临被市场淘汰的风险，从而给公司的市场竞争地位和经营业绩带来不利影响。

### 二、技术风险

公司的主要产品自行车、助力电动自行车具有产品种类繁多、更新较快的特点，产品设计、生产工艺以及生产流程管控等水平的高低直接影响公司产品的质量。因此，如未来公司因研发设计投入不足、生产工艺不能及时完善，无法保证研发设计、技术、工艺的及时创新，无法保证生产流程的有效管控，或者不能及

时满足客户在产品更新换代和及时响应方面的要求,可能导致公司失去现有的客户资源,从而给公司的经营业绩带来不利影响。

### 三、市场风险

#### (一) 国际宏观经济与市场环境变化风险

公司主要为海外客户提供自行车及相关配套产品,收入主要来源于海外市场。报告期内,公司来自境外的主营业务收入分别为 178,164.73 万元、176,632.56 万元和 223,361.25 万元,占同期主营业务收入的比例分别为 97.90%、98.50%和 97.78%,占比较高,且在未来对海外市场的依存度依然较高。如果国际宏观经济和市场环境出现大幅波动,特别是欧洲、美洲国家的政治、经济、社会形势等发生重大不利变化,或与我国的政治、经济、外交合作关系发生不利变化,将对公司的生产经营产生不利影响,进而导致公司业绩下滑的风险。

#### (二) 国际贸易政策风险

报告期内,公司产品主要销售到欧洲、美洲等海外国家和地区。国际贸易存在诸多不稳定因素,如各国政治局势会因为政府的换届产生重大变化,进而影响该国的国际贸易;另外随着国际贸易市场摩擦不断,产品进口国的贸易保护主义倾向有日益加重的趋势。如果主要产品进口国改变进口关税政策,或实行更加严重的贸易保护主义政策,则会影响公司产品在境外的销售,将对公司的经营业绩产生较大的不利影响。

#### (三) 汇率波动风险

公司销售主要集中于境外,并主要以美元进行结算。报告期内,公司来自境外的主营业务收入分别为 178,164.73 万元、176,632.56 万元和 223,361.25 万元,占同期主营业务收入的比例分别为 97.90%、98.50%和 97.78%;汇兑损益分别为 -325.13 万元、-584.55 万元和 3,436.74 万元。

公司销售的产品大部分采用向外包供应厂商采购的方式完成,从获取订单、确定供应商、组织生产、交付货物到完成销售需要一定周期,在此期间内,如果人民币汇率出现大幅波动将直接影响公司的经营业绩;如人民币持续升值,则将对公司的出口业务产生不利影响,具体表现为:1、导致公司产生汇兑损失;2、以人民币折算的销售收入减少,影响公司毛利率水平;3、在一定程度上降低公

司出口产品的价格竞争力。

2018 年以来，美元兑人民币汇率波动情况如下：



#### （四）市场竞争风险

自行车行业进入门槛相对较低，市场处于完全竞争和高度开放状态，企业竞争比较激烈。但随着以铝合金、镁合金、碳纤维新材料为代表的轻量化、以智能硬件为代表的智能化等新技术驱动行业的产品革新升级，使得消费者对自行车产品满足其骑乘舒适、个性化、高性价比等方面的要求提高，自行车行业企业的竞争也将进一步的加剧。行业间竞争的加剧，一方面能促进技术进步、产品优化，另一方面也可能导致行业内企业的盈利能力下降等经营性风险。如果公司不能持续提高研发设计、产品质量、服务水平或及时开发出满足客户需求的新产品，激烈的市场竞争可能导致公司面临市场份额与市场地位下降的风险，进而对公司的经营业绩产生较大的不利影响。

#### （五）市场开拓风险

随着市场需求的变化，公司业务部门的管理、产品的开发设计等方面可能存在不能适应新的市场竞争状况的风险。如果公司不能很好适应不断变化的市场需求，或者在市场推广、运营成本控制等方面发生不利变化，都将对公司的盈利水平和未来发展产生不利影响。



## 四、经营风险

### （一）新型冠状病毒疫情可能造成的经营风险

2020年1月至今，新型冠状病毒疫情在中国和全球多个国家爆发。爆发初期，国内各行业均遭受了不同程度的影响。国内延期复工、交通管制等疫情防控措施对于公司原材料的采购、产品的生产和交付、客户的订单产生了一定的不利影响，相比正常进度有所延后。随着疫情在全球范围内逐步爆发，疫情持续时间目前尚无法明确预计，对公司所在的自行车行业的整体影响难以准确估计。如果疫情短期内不能有效缓解，各主要国家和地区不能及时恢复正常生产经营秩序，出入境管控等防控措施持续加强，由此可能会对包括跨境商务交流、物流运输、旅游休闲、户外运动及体育比赛等活动及相关产业产生冲击，将会给公司的经营状况造成不利影响。

### （二）供应商较为集中的风险

报告期内，公司销售的产品及生产所需的原材料主要通过外部采购。报告期内，公司向前五名供应商的采购金额分别为64,117.38万元、65,013.52万元和67,726.58万元，占同期采购总额的比例分别为42.29%、44.75%和36.36%；报告期内，公司向第一大供应商金轮体系内企业的采购金额分别为48,461.06万元、50,930.63万元和47,321.83万元，占同期采购总额的比例分别为31.96%、35.06%和25.40%，采购金额较大且集中度相对较高。

若公司主要供应商在产品、供应及时性或服务质量等方面发生不利变化，不能满足公司的业务需求，或产品、服务价格提高，则会对公司的产品质量、客户满意度和盈利水平等造成不利影响。

### （三）经营季节性风险

公司产品主要销售区域为境外，下游客户分布全球，公司销售业绩具有一定的季节性特点，主要呈现为上半年销售占比相对较少，下半年进入销售旺季。在销售旺季，如果因公司自身生产能力受限或者供应商不能及时供应导致无法满足市场需求，或因外部环境变化导致市场需求减少，都将对公司销售产生不利影响。

### （四）研发设计开发风险

公司产品销售遍布全球，不同国家和地区的文化、宗教以及经济发展存在差

异，设计和功能等市场需求方面各异，需要公司持续保持创新能力，不断推出新的产品系列，才能满足不同市场客户的多样化、个性化需求。若公司新产品开发未能适应市场需求变化，研发、设计人员离职或研发设计能力不能持续提升，可能导致产品不能适应市场需求，销售和市场占有率下降的风险，从而对公司的经营成果及未来发展战略造成不利影响。

#### （五）环境保护风险

公司下属子公司德清久胜生产过程涉及到电焊、喷漆等工序，会产生废水、废气及固体废弃物等污染物和噪声。公司在生产经营过程中，无法完全排除因管理疏忽或者不可抗力事件导致出现的环保事故，可能会给公司周围环境造成污染及触犯环保相关的法规，对公司经营造成不利影响。同时，随着人类社会对环境保护问题的日益关注，国家和地方政府有关环境保护的法律法规愈发严格，公司的环境保护方面的投入可能会随着新政策的出台而加大，这在一定程度上会增加公司的经营成本，进而对公司的经营业绩产生不利影响。

#### （六）安全生产风险

公司下属子公司德清久胜生产过程涉及到电焊、喷漆等工序，有一定的危险性，对该等工序的生产人员操作水平和安全操作意识要求较高。如果公司安全管理某个环节发生疏忽，或员工操作不当，或使用设备时发生意外等原因，均可能导致发生安全事故，影响公司的生产经营，并可能造成较大的经济损失。

#### （七）人力资源风险

随着行业竞争加剧，业内企业之间对优秀人才的激烈争夺将对公司的人力资源构成威胁。如果未来公司在人员管理、业务培训、人才梯队建设等方面不能满足公司经营发展的需要，公司生产经营的进一步发展将受到不利影响。

#### （八）公司在产业链条中作用被削弱的风险

公司基于自行车行业的客观现状，主要专注于自行车产业链前端的设计开发和后端的销售渠道两个环节，集中力量开拓国际市场，并不断强化产品的设计开发能力，而将生产环节主要以外包生产的方式完成，形成了以 ODM 模式为主，OBM 模式为辅的经营模式。自成立以来，与主要客户和供应商保持了稳定的合作关系，但公司产品的生产环节主要通过外包生产的方式完成，未来如公司整车

产品的设计开发不能持续满足不同市场客户的多样化、个性化需求；不能持续与众多自行车零配件供应商保持良好的合作关系，进行集中式比价与批量式采购，有效控制采购成本，提升产品的价格优势；不能持续满足主要客户对产品质量、价格、配置、交期等方面的需求，公司主要客户存在直接与供应商合作，公司在产业链条中的作用存在被削弱的风险。

## 五、财务风险

### （一）应收账款回收风险

报告期各期末，公司应收账款账面余额分别为 31,968.91 万元、35,731.48 万元和 43,243.08 万元，应收账款账面余额占营业收入的比例分别为 17.56%、19.90%和 18.92%。由于中国信保的赔付比例一般为 90%，且中国信保根据海外客户的资信等级确定相应的信用限额，超过该客户信用额度部分的应收款项不能获得索赔，另外，中国信保对古巴、伊朗、叙利亚、阿富汗、伊拉克、委内瑞拉等风险较高的国家和地区不予承保。公司销售分布境外 80 多个主要国家和地区，部分国家和地区政治和经济不稳定，如客户所在国家政治和经济或自身经营情况等发生重大不利变化，公司存在由于上述因素导致应收账款无法全额收回的风险。

### （二）存货减值风险

报告期各期末，公司存货账面价值分别为 3,496.55 万元、4,358.49 万元和 11,570.37 万元，占同期流动资产的比例分别为 6.51%、6.55%和 11.85%。如果公司产品价格在短期内大幅下降，可能存在存货的可变现净值低于其账面价值的情形，公司将面临存货减值的风险，从而对生产经营业绩产生不利影响。

### （三）毛利率波动风险

报告期内，公司主营业务毛利率分别为 13.30%、17.31%和 20.16%，呈逐年上升趋势，主要是受汇率波动、电商销售占比增加和产品销售结构变动的的影响。假设汇率不发生波动，按照签订订单时的汇率模拟计算的主营业务毛利率及其影响如下：

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
模拟毛利率	21.39%	16.86%	12.30%

账面毛利率	20.16%	17.31%	13.30%
毛利率影响	1.23%	-0.45%	-1.00%

如果未来因行业竞争不断加剧导致公司销售价格下降，或者市场需求发生不利变化而公司不能及时设计开发符合市场需求的产品；以及美元兑人民币汇率持续下降，或者原材料成本和人工成本进一步提高等，则发行人将面临产品毛利率下降的风险，进而对公司盈利水平产生不利影响。

#### （四）企业所得税优惠政策风险

公司全资子公司德清久胜于 2020 年 12 月 1 日取得国家高新技术企业证书（证书编号：GR202033008429，有效期三年），根据《中华人民共和国企业所得税法》，上述国家高新技术企业证书有效期内，德清久胜按 15% 的优惠税率缴纳企业所得税。若未来国家的所得税政策发生变化或德清久胜不能保持高新技术企业资格，公司将无法享受高新技术企业的税收优惠政策，进而对公司的经营业绩和利润水平产生不利影响。

#### （五）出口退税政策变动的风险

报告期内，根据财政部、国家税务总局于 2018 年 4 月 4 日颁布的财税[2018]32 号《关于调整增值税税率的通知》文件的规定：“原适用 17% 税率且出口退税率为 17% 的出口货物，出口退税率调整至 16%；原适用 11% 税率且出口退税率为 11% 的出口货物、跨境应税行为，出口退税率调整至 10%”。根据财政部、税务总局、海关总署 2019 年 3 月 20 日颁布的《关于深化增值税改革有关政策的公告》（财政部税务总局海关总署[2019]39 号）规定：“纳税人发生增值税应税销售行为，自 2019 年 4 月 1 日起，原适用于 16% 税率且退税率为 16% 的出口货物，出口退税率调整至 13%；原适用 10% 税率且出口退税率为 10% 的出口货物、跨境应税行为，出口退税率调整为 9%。”

报告期内，公司出口产品享受增值税退税优惠政策，根据出口商品类别适用 17%、16%、13%、11%、10%、9% 不等的出口退税率。报告期内，公司收到出口退税金额为 22,175.79 万元、18,018.61 万元和 18,727.28 万元，金额较大。如果未来国家根据国内外宏观经济发展和产业政策调整的需要，调低公司产品的出口退税率，将会对公司未来经营业绩产生不利影响。

## （六）业绩下滑风险

公司主营业务为自行车等相关产品的研发、设计、生产和销售，报告期内，公司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 5,210.35 万元、9,785.69 万元和 14,061.84 万元，增长较快，如未来出现订单大幅萎缩、新冠疫情严重加剧、汇率大幅不利波动及本招股说明书“第四节 风险因素”所述行业、市场及公司自身等不利因素，以及公司未预料到的风险或因不可抗力导致的风险，可能导致公司营业收入、毛利率等财务指标大幅下滑，从而大幅减少公司盈利；相关不利因素或风险在极端情况下或者多个风险叠加的情况下，有可能导致公司上市当年营业利润较上年下滑 50% 以上，甚至亏损的风险。

## 六、内控风险

### （一）规模扩张引发的管理风险

随着本次发行募集资金的到位和投资项目的实施，公司经营规模将进一步扩大，需要公司不断完善现代企业管理制度，加大人才引进的力度，完善激励机制。因此，公司在战略规划、制度建设、组织设置、运营管理、资金管理和内部控制等方面将面临更大的挑战。如果公司不能在规模扩张的同时根据变化进一步健全、完善管理制度，不能有效管理和控制公司的资产和业务，将会对公司未来经营业绩产生不利影响。

### （二）供应链管理不当的风险

目前公司产品自产的比例较低，主要由供应商根据公司的产品设计方案或图纸生产。由于公司产品远销全球 80 多个国家和地区，需要满足不同国家和地区的不同产品标准和认证，如公司对供应商的管理不当，或供应商自身的原因，将导致公司产品存在无法及时、稳定、按期交货的风险；此外，向供应厂商提供必要的生产相关技术文件或设计方案也会使公司信息存在潜在的外泄风险，进而对公司的经营业绩产生较大的不利影响。

### （三）实际控制人控制不当风险

本次发行前，公司总股本为 14,568.00 万股，李政、卢志勇、李宇光通过直接、间接方式合计持有公司 89.08% 的股份，是公司的实际控制人；本次发行后，公司总股本将增加至 19,424.00 万股，李政、卢志勇、李宇光通过直接、间接方

式合计持有公司 66.81% 股份，仍处于绝对控股地位。根据《公司法》《公司章程》等规定，李政、卢志勇、李宇光能够通过股东大会和董事会行使表决权对公司实施控制和重大影响，有能力按照其意愿决定公司发展战略、生产经营决策、人事安排、关联交易及利润分配等重大事宜，从而影响公司决策的科学性和合理性，并有可能损害公司其他股东的利益。

## 七、法律风险

### （一）产品质量控制风险

公司自行车及相关产品的质量关系到消费者的体验及安全，在当今竞争激烈的市场环境中，产品质量是公司赖以生存和发展的基础。由于公司产品遍布全球多个国家和地区，且产品种类不断丰富。报告期内，公司存在产品质量未决诉讼和“铅超标”事件，如果未来公司和供应商质量管理体系不能随之进一步完善或公司和供应商执行产品质量控制措施出现偏差，将可能出现产品质量问题以及因消费者使用不当等被客户起诉、索赔及监管部门处罚的风险，对公司声誉和品牌形象造成损害，进而对公司未来的经营业绩产生不利影响。

### （二）产品被仿冒风险

公司经营业务主要以 ODM 模式为主，即公司根据客户对于产品的结构与外观、工艺与材质、功能与定位等需求进行开发和设计；如果公司设计的自行车款式、功能等被同行业公司大量仿冒，将会影响公司的品牌形象及相关利益，可能对公司的产品销售、市场声誉及经营业绩产生不利影响。

### （三）境外子公司合规风险

发行人在香港设立子公司从事跨境电商及外贸业务，且香港子公司收入、利润均来自于香港境外。由于香港法律与中国内地存在一定差异，香港子公司日常经营中，除要遵守香港当地法律规定，还要遵守包括中国内地在内的具体业务所在地区法律规定，若香港子公司未来不能持续遵守中国内地和香港法律规定，出现违法违规等情形，则可能导致香港子公司受到监管处罚的风险，从而对发行人的经营带来不利影响。

## 八、发行失败风险

根据《证券发行与承销管理办法》《创业板首次公开发行股票注册管理办法

（试行）》《创业板首次公开发行证券发行与承销特别规定》等规定，如果发行人在发行过程中，出现网下投资者申购数量低于网下初始发行量的等情形，应当中止发行，如果发行人中止发行上市审核程序超过交易所规定的时限或者中止发行注册程序超过 3 个月仍未恢复，则发行人将面临发行失败的风险。

## 九、募集资金投资项目风险

### （一）募投项目实施后短期内财务指标下滑风险

本次募集资金投资项目建设完工后，新增固定资产及相应折旧将有所增加。若在募集资金投资项目建成后不能尽快达产或者不能通过产能消化增加营业收入等方式提高募投项目的盈利能力，则公司存在固定资产折旧增加而导致相关业务整体毛利率和净利润下降的风险；同时，本次发行后公司的净资产将显著增加，而募集资金拟投资项目难以在短时期内产生效益，公司净资产收益率短期内存在下降的风险。

### （二）募集资金投资项目不能顺利实施的风险

本次发行募集资金项目主要围绕公司主业，拟投资于“年产 100 万辆成人自行车项目”、“研发设计中心项目”和“供应链体系升级项目”并补充流动资金。如果项目实施因市场环境发生重大变化、组织管理不力等原因不能按计划进行，将对公司经营计划的实现和持续发展产生不利影响。

### （三）产能不能及时消化的风险

本次募集资金投资项目达产后，公司将新增成人自行车 100 万辆产能，本次募集资金投资项目需要一定的建设期和达产期，项目实施过程中和建成后，如果市场环境、技术、相关政策等方面出现重大不利变化，可能导致公司本次募集资金投资项目新增产能不能全部消化，将给公司经营带来不利影响。

### （四）新增固定资产折旧风险

本次募集资金投资项目建设后，公司新增固定资产合计 32,186.75 万元，按照现有的固定资产折旧政策，在上述资产的会计折旧年限内，公司每年将新增折旧费用预计 2,199.20 万元。若市场环境发生重大变化，募集资金投资项目的预期收益不能实现，则公司存在因折旧费用大量增加而导致利润下滑的风险。

### （五）本次发行导致即期回报被摊薄风险

报告期内，公司扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润为计算基础的加权平均净资产收益率分别为 33.56%、45.00% 和 36.63%。本次发行后，公司净资产将大幅增加，公司净资产收益率短期内存在被摊薄的风险；报告期内，公司扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润为计算基础的基本每股收益分别为 0.77 元/股、0.93 元/股和 0.97 元/股。本次发行后，公司股本扩大，而募集资金投资项目尚未达产的情况下，公司每股收益短期内存在被摊薄的风险。

## 十、其他风险

### （一）股票价格波动风险

影响股票价格的因素非常复杂，除了受公司本身的经营状况、盈利能力、发展前景和股利分配政策等因素影响之外，公司所处的行业，公司发生并购、重组等事项，宏观经济水平和国家政策、制度层面也会影响股价。我国资本市场属于新兴市场，股票价格波动性较大。因此，公司提醒投资者，在购买本公司股票前，对股市的风险应有充分的认识。

### （二）不可抗力风险

公司不排除因政治、政策、经济、自然灾害、战争以及突发性事件等其他不可控因素给公司经营带来不利影响。



## 第五节 发行人基本情况

### 一、发行人基本情况

中文名称	久祺股份有限公司
统一社会信用代码	913301007043789098
英文名称	JOY KIE CORPORATION LIMITED.
注册资本	14,568 万元人民币
法定代表人	李政
成立日期	2000 年 10 月 6 日
公司住所	浙江省杭州市上城区清泰街 509 号富春大厦 8 楼
邮政编码	310002
联系电话	0571-87809605
传真号码	0571-87803855
互联网网址	www.joykie.com
电子信箱	jqbikehz@joykie.com
负责信息披露和投资者关系的部门	信息披露部门：公司董事会办公室、证券事务部 负责人：董事会秘书雍嫵 联系方式：0571-87809605

### 二、发行人设立情况

#### （一）有限责任公司设立

发行人前身杭州久祺工贸有限公司系由李政、韩利娅、李宇光和卢志勇共同出资设立，设立时注册资本为 50 万元，其中：李政以货币出资 25 万元，占注册资本的 50%；韩利娅以货币出资 12.5 万元，占注册资本的 25%；卢志勇以货币出资 7.5 万元，占注册资本的 15%；李宇光以货币出资 5 万元，占注册资本的 10%。

2000 年 10 月 10 日，浙江东方会计师事务所出具《验资报告》（浙东会验—（2000）字第 193 号），确认截至 2000 年 10 月 10 日止，久祺有限已收到股东缴纳的出资合计人民币 50 万元，占注册资本总额的 100%。

2000 年 10 月 6 日，公司在杭州市工商行政管理局注册成立，注册号为 3301002003559，住所为杭州市江干区机场路里街 41 号，法定代表人为李政，注册资本为 50 万元，企业类型为有限责任公司，经营范围为批发、零售：普通机械，电器机械及配件，化工产品及原料（除化学危险品及易制毒化学品），五金

交电，针纺织品，建筑材料，装饰材料，金属材料，汽车配件；加工：玩具、童车及婴儿车的组装。

公司设立时的股权结构如下：

序号	股东姓名	认缴出资额(万元)	实缴出资额(万元)	出资比例(%)
1	李政	25.00	25.00	50.00
2	韩利娅	12.50	12.50	25.00
3	卢志勇	7.50	7.50	15.00
4	李宇光	5.00	5.00	10.00
合计		<b>50.00</b>	<b>50.00</b>	<b>100.00</b>

## (二) 股份有限公司设立

发行人系由久祺有限整体变更设立。

2018年11月28日，久祺有限召开股东会并通过决议，全体股东一致同意将公司类型由有限责任公司整体变更为股份有限公司，确认以2018年11月30日为审计及评估基准日，委托天健会计师事务所为本次变更审计机构、坤元资产评估有限公司为本次变更评估机构。

2018年12月20日，天健会计师事务所出具《审计报告》（天健审（2018）第8356号），经审计，截至2018年11月30日，久祺有限的净资产为165,999,061.93元。

2018年12月25日，坤元资产评估有限公司出具《资产评估报告》（坤元评报[2018]697号），经评估，截至2018年11月30日，久祺有限经评估后的资产净额的评估价值为258,521,117.78元。

2018年12月26日，久祺有限召开股东会并通过决议，全体股东确认审计、评估结果，同意以公司截至2018年11月30日经审计的净资产165,999,061.93元为基础折算股份公司股本，其中100,000,000元按照1:1的比例折为股份公司股本10,000万股，每股面值为1元，净资产余额中的65,999,061.93元计入股份公司的资本公积。

2019年5月16日，久祺控股、李政、卢志勇、李宇光签署了《久祺股份有限公司发起人协议书》，约定以2018年11月30日经审计的账面净资产折股整体变更为股份有限公司，并对各发起人以净资产折股的数额、发起人的权利和义务

等做出了约定。

2019年5月16日，发行人召开公司创立大会暨第一次股东大会，会议审议通过了《公司章程》等议案，并选举产生了第一届董事会成员、第一届监事会股东代表监事。2019年5月16日，发行人召开第一届董事会第一次会议，会议选举产生了董事长并聘任了总经理及其他高级管理人员。2019年5月16日，发行人召开职工代表大会选举产生了职工监事；同日，发行人第一届监事会第一次会议选举产生了监事会主席。

2019年6月18日，天健会计师事务所出具《验资报告》（天健验[2019]274号），经审验，截至2019年5月16日，公司已收到全体出资者所拥有的截至2018年11月30日久祺有限经审计的净资产165,999,061.93元，根据《公司法》的规定，按照公司的折股方案，上述净资产折合实收股本100,000,000.00元，资本公积65,999,061.93元。

2019年6月18日，杭州市市场监督管理局对上述事项准予变更登记。同日，杭州市市场监督管理局向发行人核发变更为股份有限公司后的《营业执照》。

发行人设立时的股本结构如下：

序号	发起人名称	持股数（万股）	持股比例（%）
1	久祺控股	6,500.00	65.00
2	李政	1,750.00	17.50
3	卢志勇	962.50	9.625
4	李宇光	787.50	7.875
合计		10,000.00	100.00

### 三、报告期内发行人的股本和股东变化情况

报告期内，公司的股本及股东变化情况如下：

#### （一）2017年8月，有限公司第一次增加实收资本

2018年12月6日，天健会计师事务所出具《验资报告》（天健验[2018]490号），经审验，截至2017年8月31日，公司已收到久祺控股以货币缴纳的新增注册资本9,285,700.00元。

此次增资完成后，公司股权结构如下：

序号	股东名称	认缴出资额（万元）	实缴出资额（万元）	出资比例（%）
1	久祺控股	6,500.00	928.57	65.00
2	李政	1,750.00	250.00	17.50
3	卢志勇	962.50	75.00	9.625
4	李宇光	787.50	175.00	7.875
合计		<b>10,000.00</b>	<b>1,428.57</b>	<b>100.00</b>

## （二）2018年11月，有限公司第二次增加实收资本

2018年12月10日，天健会计师事务所出具《验资报告》（天健验[2018]491号），经审验，截至2018年11月26日，公司已收到久祺控股、李政和卢志勇以货币缴纳的新增注册资本7,936,600元，其中久祺控股缴纳5,158,800元，李政缴纳1,388,900元，卢志勇缴纳1,388,900元。

本次增资完成后，公司股权结构如下：

序号	股东名称	认缴出资额（万元）	实缴出资额（万元）	出资比例（%）
1	久祺控股	6,500.00	1,444.45	65.00
2	李政	1,750.00	388.89	17.50
3	卢志勇	962.50	213.89	9.625
4	李宇光	787.50	175.00	7.875
合计		<b>10,000.00</b>	<b>2,222.23</b>	<b>100.00</b>

## （三）2018年11月，有限公司第三次增加实收资本

2018年11月27日，久祺有限召开股东会，审议通过以利润分配转增股本9,871,123.26元，以资本公积转增股本67,906,576.74元。

2018年12月11日，天健会计师事务所出具《验资报告》（天健验[2018]492号），经审验，截至2018年11月27日，公司已将未分配利润9,871,123.26元、资本公积67,906,576.74元转增实收资本77,777,700.00元。

本次增资完成后，公司股权结构如下：

序号	股东名称	认缴出资额（万元）	实缴出资额（万元）	出资比例（%）
1	久祺控股	6,500.00	6,500.00	65.00
2	李政	1,750.00	1,750.00	17.50
3	卢志勇	962.50	962.50	9.625

序号	股东名称	认缴出资额（万元）	实缴出资额（万元）	出资比例（%）
4	李宇光	787.50	787.50	7.875
合计		<b>10,000.00</b>	<b>10,000.00</b>	<b>100.00</b>

#### （四）2019年9月，股份公司第一次增资

2019年9月9日，公司召开股东大会并通过决议，同意公司股本增加2,936.00万股，其中：李政以货币追加认缴1,436.00万股，卢志勇以货币追加认缴825.00万股，李宇光以货币追加认缴675.00万股。

2020年3月12日，天健会计师事务所出具《验资报告》（天健验[2020]103号），截至2019年10月31日止，公司已收到上述股东缴纳的新增注册资本（实收股本）合计29,360,000.00元。

2019年9月9日，公司于杭州市市场监督管理局办理相关变更登记。

本次增资完成后，公司股权结构如下：

序号	股东姓名/名称	持股数（万股）	持股比例（%）
1	久祺控股	6,500.00	50.25
2	李政	3,186.00	24.63
3	卢志勇	1,787.50	13.82
4	李宇光	1,462.50	11.30
合计		<b>12,936.00</b>	<b>100.00</b>

#### （五）2019年12月，股份公司第二次增资

2019年12月20日，公司召开股东大会并通过决议，同意公司股本增加1,632.00万股。同意接受宁波梅山保税港区永焱企业管理合伙企业（有限合伙）为公司新股东，认缴出资536.00万股，占注册资本的3.68%；同意接受宁波梅山保税港区永忻企业管理合伙企业（有限合伙）为公司新股东，认缴出资453.00万股，占注册资本的3.11%；同意接受宁波梅山保税港区永峒企业管理合伙企业（有限合伙）为公司新股东，认缴出资214.00万股，占注册资本的1.47%；同意接受宁波梅山保税港区永桑企业管理合伙企业（有限合伙）为公司新股东，认缴出资129.00万股，占注册资本的0.89%；同意接受上海广沣投资管理有限公司为公司新股东，认缴出资300万股，占注册资本的2.06%。

2020年3月13日，天健会计师事务所出具《验资报告》（天健验[2020]104号），截至2019年12月31日止，公司已收到上述增资股东缴纳的出资73,929,600.00元，其中计入新增注册资本（实收股本）合计人民币16,320,000.00元，计入资本公积（股本溢价）57,609,600.00元。

2019年12月25日，公司于杭州市市场监督管理局办理相关变更登记。

本次增资完成后，公司股权结构如下：

序号	股东姓名/名称	持股数量（万股）	持股比例（%）
1	久祺控股	6,500.00	44.62
2	李政	3,186.00	21.87
3	卢志勇	1,787.50	12.27
4	李宇光	1,462.50	10.04
5	宁波梅山保税港区永焱企业管理合伙企业（有限合伙）	536.00	3.68
6	宁波梅山保税港区永忻企业管理合伙企业（有限合伙）	453.00	3.11
7	宁波梅山保税港区永峒企业管理合伙企业（有限合伙）	214.00	1.47
8	宁波梅山保税港区永燊企业管理合伙企业（有限合伙）	129.00	0.89
9	上海广洋投资管理有限公司	300.00	2.06
<b>合计</b>		<b>14,568.00</b>	<b>100.00</b>

#### （六）2020年6月，股份公司第一次股权转让

2020年6月29日，久祺控股与李政、卢志勇、李宇光分别签订了《股份转让协议》，约定久祺控股将其持有的久祺股份32,821,782股转让给李政；久祺控股将其持有的久祺股份17,698,020股转让给卢志勇；久祺控股将其持有的久祺股份14,480,198股转让给李宇光。

本次股权转让目的为公司实际控制人变更持股方式，将通过久祺控股间接持股变更为直接持股。

本次股权转让后，公司股权结构如下：

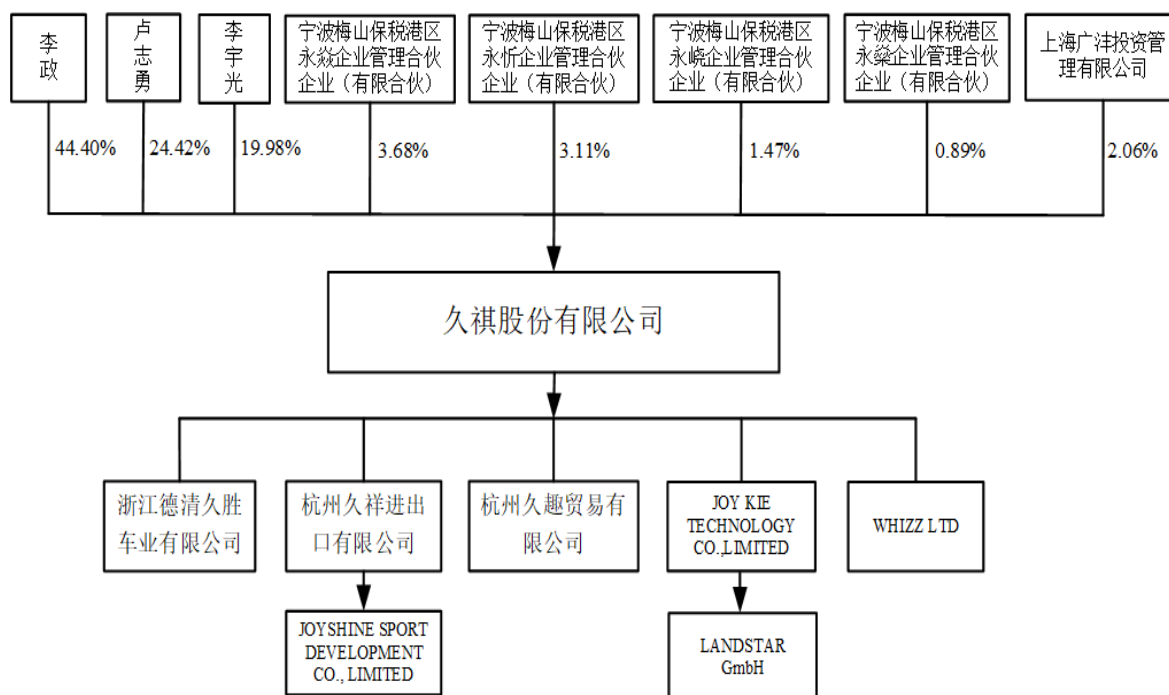
序号	股东姓名/名称	持股数量（万股）	持股比例（%）
1	李政	6,468.18	44.40
2	卢志勇	3,557.30	24.42

序号	股东姓名/名称	持股数量（万股）	持股比例（%）
3	李宇光	2,910.52	19.98
4	宁波梅山保税港区永焱企业管理合伙企业（有限合伙）	536.00	3.68
5	宁波梅山保税港区永忻企业管理合伙企业（有限合伙）	453.00	3.11
6	宁波梅山保税港区永峒企业管理合伙企业（有限合伙）	214.00	1.47
7	宁波梅山保税港区永燊企业管理合伙企业（有限合伙）	129.00	0.89
8	上海广洋投资管理有限公司	300.00	2.06
合计		<b>14,568.00</b>	<b>100.00</b>

#### 四、报告期内重大资产重组情况

报告期内，发行人无重大资产重组情况。

#### 五、发行人股权结构



#### 六、发行人控股子公司情况

截至本招股说明书签署日，公司拥有五家全资子公司、二家二级子公司，具体情况如下：

##### （一）德清久胜

德清久胜的基本情况如下：

单位名称	浙江德清久胜车业有限公司			
成立时间	2003年7月10日			
注册资本、实收资本	5,297.1418 万元人民币			
统一社会信用代码	913305007511975106			
法定代表人	李政			
注册地和主要生产经营地	浙江省湖州市德清县阜溪街道中兴北路 1117 号			
主营业务及其与发行人主营业务的关系	主要从事自行车的研发设计、生产及销售业务			
股权结构	久祺股份持股 100%			
最近一年财务数据（万元）	审计机构	天健会计师事务所（特殊普通合伙）		
	项目	总资产	净资产	净利润
	2020.12.31/ 2020 年度	19,834.78	7,116.43	1,335.89

## （二）杭州久祥

杭州久祥的基本情况如下：

单位名称	杭州久祥进出口有限公司			
成立时间	2008年1月21日			
注册资本、实收资本	2,000.00 万元			
统一社会信用代码	913301006706152746			
法定代表人	李政			
注册地和主要生产经营地	浙江省杭州市上城区郭东园巷 8 号 808 室			
主营业务及其与发行人主营业务的关系	主要从事自行车及相关产品的境外销售业务			
股权结构	久祺股份持股 100%			
最近一年财务数据（万元）	审计机构	天健会计师事务所（特殊普通合伙）		
	项目	总资产	净资产	净利润
	2020.12.31/ 2020 年度	41,214.02	8,890.79	4,546.24

## （三）杭州久趣

杭州久趣的基本情况如下：

单位名称	杭州久趣贸易有限公司			
成立时间	2009年4月20日			
注册资本、实收资本	400 万元			



统一社会信用代码	913301026858410041			
法定代表人	李丽			
注册地和主要生产经营地	浙江省杭州市上城区金隆花园北区底层 B 室商场			
主营业务及其与发行人主营业务的关系	主要从事自行车及相关产品的销售业务			
股权结构	久祺股份持股 100%			
最近一年财务数据(万元)	审计机构	天健会计师事务所(特殊普通合伙)		
	项目	总资产	净资产	净利润
	2020.12.31/ 2020 年度	1,921.09	-1,628.49	260.54

#### (四) 香港久祺

香港久祺的基本情况如下:

公司名称	久祺科技有限公司			
英文名称	JOY KIE TECHNOLOGY CO., LIMITED			
公司编号	2338017			
注册地	香港特别行政区			
公司住址	Unit 2,LG 1,Mirror Tower,61 Mody Road,Tsim Sha Tsui,Kowloon,Hong Kong.			
董事	李宇光			
已发行股份	200,000 股, 每股面值美金 1 元			
股权结构	久祺股份持股 100%			
主营业务及其与发行人主营业务的关系	自行车、电动自行车等产品的进出口贸易			
成立日期	2016 年 2 月 3 日			
最近一年财务数据(万元)	审计机构	天健会计师事务所(特殊普通合伙)		
	项目	总资产	净资产	净利润
	2020.12.31/ 2020 年度	11,473.22	5,951.19	4,227.73

#### (五) 香港久祥

香港久祥的基本情况如下:

公司名称	久祥发展有限公司			
英文名称	JOYSHINE SPORT DEVELOPMENT CO., LIMITED			
公司编号	2348971			
注册地	香港特别行政区			

公司住址	Unit 2,LG1,Mirror Tower,61 Mody Road,Tsim Sha Tsui,Kowloon,Hong Kong			
董事	卢志勇			
已发行股份	150,000 股，每股面值美金 1 元			
股权结构	杭州久祥持股 100%			
主营业务及其与发行人主营业务的关系	自行车、电动自行车等产品的进出口贸易			
成立日期	2016 年 3 月 15 日			
最近一年财务数据（万元）	审计机构	天健会计师事务所（特殊普通合伙）		
	项目	总资产	净资产	净利润
	2020.12.31/ 2020 年度	10,937.63	4,735.48	1,248.85

#### （六）WHIZZ LTD

WHIZZ LTD 的基本情况如下：

英文名称	WHIZZ LTD			
注册地	美国			
公司住址	3113 GLENDFIELD AVE,DALLAS TX 75233			
董事	李政			
股权结构	久祺股份持股 100%			
主营业务及其与发行人主营业务的关系	贸易			
成立日期	2019 年 6 月 5 日			
最近一年财务数据（万元）	审计机构	天健会计师事务所（特殊普通合伙）		
	项目	总资产	净资产	净利润
	2020.12.31/ 2020 年度	292.92	152.96	163.11

#### （七）LANDSTAR GmbH

LANDSTAR GmbH 的基本情况如下：

英文名称	LANDSTAR GmbH			
注册地	德国			
公司住址	Rather Straße 25 40476 Düsseldorf			
董事	Yan Fang			
股权结构	香港久祺持股 100%			
主营业务及其与发行人主营业务的关系	进出口贸易			

成立日期	2020年12月1日
------	------------

#### (八) 发行人报告期内注销子公司的基本情况

报告期内，发行人注销了1家子公司，除此之外，发行人不存在其他转让或注销子公司的情形。发行人已注销的子公司具体情况如下：

公司名称	久祺集团有限公司
英文名称	Joy Kie Group Co., Limited
公司编号	1232181
注册地	香港特别行政区
公司住址	Room 2103, Tung Chiu Commercial Center, 193 Lochart Road, Wan Chai, Hong Kong
董事	李政、久祺有限
已发行股份	1,560,000 股
股权结构	久祺有限持股 100%
主要业务	自行车，电动自行车等产品的进出口贸易业务
成立日期	2008年4月28日
解散日期	2018年3月2日

报告期内，因久祺集团有限公司未实际开展业务经营，因此发行人将其进行注销。根据赵、司徒、郑律师事务所于2020年7月23日出具的法律意见书，久祺集团在存续期间不存在违法违规情形，且于2018年3月2日合法解散；久祺集团在存续期间在香港未拥有任何资产，未以任何形式雇佣过任何雇员，因此注销时不涉及相关资产、人员及债务的处置。

#### (九) 不同子公司人均创收情况及差异较大的原因和合理性

报告期内，香港久祺由久祺股份进行日常业务操作及管理，香港久祥由杭州久祥进行日常业务操作及管理，因此将久祺股份与香港久祺、杭州久祥与香港久祥合并考虑：

单位：万元

年度	项目	久祥[注]	杭州久趣	德清久胜	久祺[注]
2020年度	营业收入	117,503.58	3,973.96	25,408.94	99,445.10
	年平均人数	86	4	433	134
	人均创收	1,366.32	993.49	58.68	742.13
2019年度	营业收入	92,407.46	669.76	22,251.09	79,711.99

年度	项目	久祥[注]	杭州久趣	德清久胜	久祺[注]
	年平均人数	85	15	534	116
	人均创收	1,087.15	44.65	41.67	687.17
2018 年度	营业收入	92,771.66	2,485.67	22,044.81	73,955.83
	年平均人数	88	58	582	106
	人均创收	1,054.22	42.86	37.88	697.70

注 1: 久祥数据为杭州久祥、香港久祥合并统计金额; 久祺数据为久祺股份、香港久祺合并统计金额;

注 2: 上表中的营业收入未进行内部抵消。

报告期内, 杭州久祥、德清久胜、久祺股份等各年人均创收未出现较大波动的情况; 其中杭州久趣与德清久胜的人均创收偏低, 其中 2020 年杭州久趣人均创收大幅上升, 主要系由于新增境外童车销售所致, 杭州久祥、久祺股份人均创收较高, 主要系各公司定位不同: (1) 杭州久祥、久祺股份主要从事出口销售业务, 无生产人员, 人均创收较高; (2) 德清久胜以生产为主, 生产人员较多, 因此人均创收偏低; (3) 杭州久趣 2019 年以前主要从事国内市场的自行车线下销售业务, 由于共享单车及电商的冲击, 国内市场的销售并不理想, 人员创收偏低。

从不同子公司人均创收情况来看, 各子公司的人均创收存在差异, 主要系受各公司从事的具体业务影响, 符合对应子公司的定位。

#### (十) 发行人从事贸易业务的境内子公司与两家香港子公司的业务定位差异

报告期内, 发行人从事贸易业务的境内子公司与香港子公司的业务定位如下:

子公司	业务定位
杭州久祥	主要从事以自营报关的外销业务
杭州久趣	主要从事内销业务
香港久祺	主要从事跨境电商业务及部分需要供应商报关的外销业务
香港久祥	主要从事部分需要供应商报关的外销业务

发行人从事贸易业务公司定位存在差异的主要原因在于部分外贸出口业务需由供应商履行报关义务, 比如公司无摩托车等产品出口权, 需由供应商报关出口, 该类业务通常由香港子公司向供应商采购并销售给境外客户; 杭州久祥主要负责工厂型直销客户, 销售的产品包括童车、成车、摩托车及配件类等, 主要以大客户为主; 久祺股份母公司除从事自行车及相关产品的出口销售业务外, 主要

承担产品的设计开发职责。

### 1、香港久祺和香港久祥存在大额营业收入但不存在员工的原因和合理性

香港两家子公司因主要从事跨境电商及外贸业务，实际业务并未发生在香港当地，且当地雇佣或派驻员工成本较高，因而发行人日常经营管理中，香港久祺由久祺股份进行日常业务操作及管理，香港久祥由杭州久祥进行日常业务操作及管理，符合行业惯例。因此，报告期内两家香港子公司存在大额营业收入但不存在员工具有合理性。

### 2、香港久祺和香港久祥报告期内的业务经营情况

报告期内，香港久祺、香港久祥主要从事自行车、助力电动自行车等产品的进出口贸易，经营情况如下：

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
<b>营业收入</b>			
香港久祺	20,758.72	8,874.17	5,493.29
香港久祥	12,748.50	10,574.81	6,455.03
<b>营业利润</b>			
香港久祺	4,242.09	787.98	417.49
香港久祥	1,226.56	1,093.01	-208.52

### 3、香港久祺、香港久祥报告期内报税情况

报告期内，香港久祺、香港久祥的收入、利润均来自于香港境外，由于香港采用地域来源征税原则，因此香港久祺、香港久祥无需在香港缴纳利得税。报告期内，香港久祺、香港久祥严格按照香港法律规定，委聘香港执业会计师为公司每年度账目进行审计，并向香港税务机关进行纳税申报。根据区伟耀会计师事务所、西域会计师行分别出具的 2018 年度、2019 年度审计报告以及香港久祺、香港久祥每年填报的纳税申报表，香港久祺、香港久祥报告期内无应缴利得税。香港税务机关未对香港久祺、香港久祥上述税务处理提出异议。截至本招股说明书签署日，香港久祺、香港久祥 2020 年度的审计报告尚未出具，纳税申报表尚未完成申报。

西域会计师行于 2020 年 9 月 4 日分别对香港久祺、香港久祥出具了税务鉴

证文件，香港久祺、香港久祥没有在审查期间涉及明显有关税务之重大法律诉讼。

#### **4、经营活动合法合规，符合大陆及香港特别行政区法律法规，未将经营业务实质转移**

##### **(1) 符合香港特别行政区法律法规**

根据赵、司徒、郑律师事务所于 2020 年 10 月 14 日就香港久祺、香港久祥分别出具的法律意见书，香港久祺、香港久祥自成立主要在香港境外从事自行车、电动自行车等产品的进出口贸易业务，公司合法存续，至查册日（2020 年 10 月 14 日）不存在任何香港法院刑事及民事诉讼之记录；没有记录显示公司自成立至该法律意见书出具日出现受香港公司注册处处罚的情况。公司不存在重大违法违规行，未因违法违规经营的行为受到相关监管部门的处罚。

根据赵、司徒、郑律师事务所于 2021 年 3 月 9 日出具的法律意见书，香港久祺、香港久祥在 2017/2018 年度，2018/2019 年度及 2019/2020 年度审查期间未有涉及明显有关税务之重大法律诉讼；自成立至该法律意见书出具日未出现受香港公司注册处处罚的情况，不存在重大违法违规行为，未因违法违规经营的行为受到相关监管部门的处罚。

##### **(2) 符合中国大陆法律法规**

根据企业所得税法第四十五条的规定：由居民企业，或者由居民企业和中国居民控制的设立在实际税负明显低于本法第四条第一款规定税率水平的国家（地区）的企业，并非由于合理的经营需要而对利润不作分配或者减少分配的，上述利润中应归属于该居民企业的部分，应当计入该居民企业的当期收入。

企业所得税法第四条：企业所得税的税率为 25%。非居民企业取得本法第三条第三款规定的所得，适用税率为 20%。

企业所得税法实施条例第一百一十八条：企业所得税法第四十五条所称实际税负明显低于企业所得税法第四条第一款规定税率水平，是指低于企业所得税法第四条第一款规定税率（25%）的 50%。

公司香港子公司未分配利润拟用于后续扩大境外投资，资金需求较大，系出于合理的经营需要对利润不作分配，待香港子公司向境内母公司实际分配时，需缴纳相关企业所得税。

公司主管税务机关杭州市上城区国家税务局于 2020 年 1 月 16 日要求公司填报《杭州企业海外利润分回情况调研》，对境外子公司可供分配利润以及已分配利润、利润未分配情况分析说明，发行人提交调研表格后，主管税务机关对此未提出异议。

香港久祺和香港久祥如按照中国大陆有关规定纳税，具体税负测算如下：

单位：万元

项目	金额
香港久祺截至 2020 年 12 月 31 日累计未分配利润	6,144.84
香港久祥截至 2020 年 12 月 31 日累计未分配利润	4,854.22
小计	10,999.07
企业所得税税率	25%
按中国大陆企业所得税率计算应交企业所得税	2,749.77

此外，发行人已出具承诺，具体内容如下：“若主管税务机关就久祺股份有限公司（简称“本公司”）境外子公司久祺科技有限公司（英文名：JOY KIE TECHNOLOGY CO.,LIMITED）、久祥发展有限公司（英文名：JOY SHINE SPORT DEVELOPMENT CO., LIMITED）成立以来的未分配利润缴纳企业所得税等税务事宜要求本公司缴纳税款，本公司将在主管税务机关要求的期限内及时足额缴纳对应的税款。”

发行人实际控制人已出具承诺，具体内容如下：“本人作为久祺股份有限公司（简称“久祺股份”）实际控制人，若主管税务机关就久祺股份境外子公司久祺科技有限公司（英文名：JOY KIE TECHNOLOGY CO.,LIMITED）、久祥发展有限公司（英文名：JOY SHINE SPORT DEVELOPMENT CO., LIMITED）成立以来的未分配利润缴纳企业所得税等税务事宜要求久祺股份缴纳税款，本人将及时督促久祺股份在主管税务机关要求的期限内足额缴纳对应的税款，并全额承担由此导致的久祺股份需支付的滞纳金、罚款或其他相关费用。”

报告期内，香港久祺、香港久祥经营活动合法合规，在大陆地区不存在诉讼、仲裁或其他形式的纠纷，不存在被任何行政机关处罚的情况，亦不存在不符合大陆法律法规的情形。

综上所述，香港久祺、香港久祥依法成立并合法存续，主要在香港境外从事自行车、电动自行车等产品的进出口贸易业务，并依据香港法律规定，每年度进行审计和纳税申报。报告期内，公司相关经营活动合法合规，符合大陆及香港特别行政区法律法规，相关经营业务真实，不存在将经营业务实质转移的情形。

## 七、持有发行人 5%以上股份或表决权的主要股东及实际控制人的基本情况

### （一）公司控股股东、实际控制人情况

#### 1、公司实际控制人基本情况

自公司成立至今，李政、卢志勇、李宇光三人对公司进行共同管理和控制，在公司的重大经营决策上均保持一致，就股东会所有会议表决事项均表达一致意见。2019年6月18日，李政、卢志勇、李宇光签署了《一致行动协议书》，对久祺有限自设立以来的共同控制关系进行了确认，并对一致行动原则、范围、期限、权利和义务等进行了约定。截至本招股说明书签署日，上述3人合计直接和间接持有本公司89.08%的股份，为公司的共同控股股东、实际控制人，三人基本情况如下：

序号	姓名	国籍	是否拥有永久境外居留权	身份证号码	持股形式	持股数量（万股）	持股比例
1	李政	中国	否	320211196702 *****	直接	6,468.18	44.40%
					间接	30.00	0.21%
2	卢志勇	中国	否	36220219770 5*****	直接	3,557.30	24.42%
					间接	10.00	0.07%
3	李宇光	中国	是	33010619671 2*****	直接	2,910.52	19.98%
					间接	0.00	0.00%

李政先生、卢志勇先生、李宇光先生的详细情况见本节“九、董事、监事、高级管理人员与其他核心人员概况”之“（一）董事、监事、高级管理人员与其他核心人员简要情况”之“1、董事会成员”。



## 2、最近 2 年发行人实际控制人的认定准确，认定依据充分，实际控制人未发生变更

(1) 报告期内原控股股东久祺控股的历史沿革

### ①2016 年 7 月，久祺控股设立

2016 年 3 月 14 日，浙江省工商行政管理局核发了《企业名称预先核准通知书》（企业名称预先核准[2016]第 330000167862 号），核准了李政、卢志勇、李宇光等 3 人拟设立的企业名称为“浙江久祺控股有限公司”。

2016 年 7 月 1 日，李政、卢志勇、李宇光签署了《浙江久祺控股有限公司章程》。

设立时，久祺控股的股权结构如下：

序号	股东姓名	出资额（万元）	出资比例（%）
1	李政	10,000.00	50.00
2	卢志勇	5,500.00	27.50
3	李宇光	4,500.00	22.50
合计		<b>20,000.00</b>	<b>100.00</b>

2016 年 7 月 8 日，浙江省工商行政管理局向久祺控股核发了《营业执照》。

### ②2019 年 9 月，久祺控股增资

2019 年 9 月 10 日，久祺控股召开股东会会议并作出决议，同意本次增资的认缴数额为 200 万元；李政追加认缴投资 200 万元，追加投资方式为货币，前后共计认缴出资 10,200 万元，占注册资本的 50.50%，其他股东未做变动；本次增资新的注册资本变更为 20,200 万元；同意修改久祺控股公司章程。

本次增资后，久祺控股的股权结构如下：

序号	股东姓名	出资额（万元）	出资比例（%）
1	李政	10,200.00	50.50
2	卢志勇	5,500.00	27.23
3	李宇光	4,500.00	22.27
合计		<b>20,200.00</b>	<b>100.00</b>

2019 年 9 月 10 日，浙江省工商行政管理局核准了本次变更。

综上，发行人原控股股东久祺控股自设立之日起一直由发行人实际控制人李政、卢志勇、李宇光控制，未发生变更。

(2) 实际控制人最近 2 年在发行人及久祺控股的任职情况、在经营决策中发挥的具体作用

公司	时间	项目	李政	卢志勇	李宇光
发行人	2018.01 至整体变更前	任职情况	董事长兼经理	董事	监事
	整体变更后至今	任职情况	董事长兼总经理	董事兼副总经理	董事兼副总经理
	在经营决策中发挥的具体作用		主持股东大会、董事会，督促、检查董事会决议的执行；确定公司整体经营战略、发展目标等；并负责久祺股份及香港久祺的日常经营管理及具体业务	确定公司整体经营战略、发展目标等；并负责杭州久祥及香港久祥的日常经营管理及具体业务	确定公司整体经营战略、发展目标等；并负责德清久胜的日常经营管理及具体业务
久祺控股	2018.01 至 2020.03	任职情况	董事长兼经理	董事	董事
	2020.03 至今	任职情况	董事长	董事	董事
	在经营决策中发挥的具体作用		决策、管理久祺控股的投资业务等		

因此，李政、卢志勇、李宇光对发行人的经营决策、实际运作具有重大决定性作用；对久祺控股的经营决策具有重大决定性作用。

(3) 实际控制人最近 2 年直接、间接持有发行人股份数量及占比变动情况

最近两年，李政、卢志勇、李宇光三人持有发行人的股份数量及占比的变动情况如下：

姓名	时间	直接持股比例	间接持股比例	合计持股比例	合计持股数量(万股)
李政	2018 年 1 月	17.50%	32.50%	50.00%	5,000.00
卢志勇		9.63%	17.88%	27.50%	2,750.00
李宇光		7.88%	14.63%	22.50%	2,250.00
<b>合计</b>		<b>35.00%</b>	<b>65.00%</b>	<b>100.00%</b>	<b>10,000.00</b>
李政	2019 年 6 月(股改)	17.50%	32.50%	50.00%	5,000.00
卢志勇		9.63%	17.88%	27.50%	2,750.00
李宇光		7.88%	14.63%	22.50%	2,250.00
<b>合计</b>		<b>35.00%</b>	<b>65.00%</b>	<b>100.00%</b>	<b>10,000.00</b>
李政	2019 年 9 月(李政、卢志勇、李宇光三人向发行人增资)	24.63%	25.12%	49.75%	6,436.00
卢志勇		13.82%	13.82%	27.64%	3,575.00
李宇光		11.30%	11.31%	22.61%	2,925.00
<b>合计</b>		<b>49.75%</b>	<b>50.25%</b>	<b>100.00%</b>	<b>12,936.00</b>

姓名	时间	直接持股比例	间接持股比例	合计持股比例	合计持股数量 (万股)
李政	2019年9月(李政向久祺控股增资)	24.63%	25.37%	50.00%	6,468.18
卢志勇		13.82%	13.68%	27.50%	3,557.30
李宇光		11.30%	11.20%	22.50%	2,910.52
<b>合计</b>		<b>49.75%</b>	<b>50.25%</b>	<b>100.00%</b>	<b>12,936.00</b>
李政	2019年12月(永焱合伙、永忻合伙、永峤合伙、永燊合伙及上海广洋向发行人增资)	21.87%	22.74%	44.61%	6,498.18
卢志勇		12.27%	12.22%	24.49%	3,567.30
李宇光		10.04%	9.94%	19.98%	2,910.52
<b>合计</b>		<b>44.18%</b>	<b>44.90%</b>	<b>89.08%</b>	<b>12,976.00</b>
李政	2020年6月,久祺控股将持有的发行人全部股份转让给李政、卢志勇和李宇光	44.40%	0.21%	44.61%	6,498.18
卢志勇		24.42%	0.07%	24.49%	3,567.30
李宇光		19.98%	-	19.98%	2,910.52
<b>合计</b>		<b>88.80%</b>	<b>0.28%</b>	<b>89.08%</b>	<b>12,976.00</b>

最近两年,李政、卢志勇、李宇光三人合计持有发行人股份比例在 89.08% 以上,一直处于控制地位,未发生变更。

(4) 报告期内发行人及控股股东的公司治理、三会运作及决策情况、经营管理的实际运作情况

① 报告期内发行人的公司治理、三会运作及决策情况、经营管理的实际运作情况

发行人已根据《公司法》《证券法》《创业板上市公司规范运作指引》等有关法律、法规、规范性文件及《公司章程》的规定设立了股东大会、董事会、监事会,并在董事会下设置了薪酬与考核委员会、审计委员会、战略委员会和提名委员会;选举了独立董事、职工代表监事;聘请了总经理、副总经理、财务总监和董事会秘书等高级管理人员。

报告期内,发行人三会运作及决策情况如下:

自股份公司成立以来,发行人共召开 13 次董事会,该等董事会会议均经全体董事出席,并审议同意通过会议议案。其中,李政、卢志勇、李宇光三人均出席了上述会议,对议案的表决意见均相同,不存在否决议案的情形。

自股份公司成立以来,发行人共召开 10 次股东大会,该等股东大会会议均经全体股东出席,并审议同意通过会议议案。其中,李政、卢志勇、李宇光三人均出席了上述会议,对议案的表决意见均相同,不存在否决议案的情形。

自股份公司成立以来，发行人共召开 7 次监事会，该等监事会会议均经全体监事出席，并审议同意通过会议议案。

报告期内，李政作为发行人的董事长兼总经理，主持股东大会、董事会，督促、检查董事会决议的执行；确定公司整体经营战略、发展目标等；卢志勇、李宇光作为发行人的董事兼副总经理，与李政共同决策确定公司整体经营战略、发展目标等。发行人的经营管理一直由李政、卢志勇、李宇光三人共同负责、共同决策，发行人的实际经营情况稳定。

②报告期内发行人原控股股东的公司治理、三会运作及决策情况、经营管理的实际运作情况

报告期内，发行人原控股股东久祺控股已按照《公司法》等法律法规及公司章程规定设立了股东会、董事会、监事并聘请了经理。

报告期内，久祺控股按照《公司法》《公司章程》的规定召开股东会、董事会，李政、卢志勇、李宇光在报告期内久祺控股的历次股东会会议、董事会会议中表决意见相一致，并通过在久祺控股股东会、董事会对议案进行表决的方式对久祺控股的投资业务进行决策与管理。

因此，李政、卢志勇、李宇光报告期内对发行人及原控股股东久祺控股的公司治理、三会运作及决策情况、经营管理的实际运作情况具有重要作用，三位实际控制人能够实质性地共同控制发行人。

综上，最近 2 年发行人实际控制人的认定准确，认定依据充分，实际控制人未发生变更。

## （二）持有公司 5% 以上股份的其他股东

截至本招股说明书签署日，除李政、卢志勇、李宇光外，其他股东持有公司股份的比例均未超过 5%。

## （三）控股股东和实际控制人控制的其他企业情况

截至本招股说明书签署日，公司控股股东、实际控制人控制的其他企业具体情况如下：

序号	企业名称	成立时间	注册资本	住所	经营范围	股东构成
----	------	------	------	----	------	------

序号	企业名称	成立时间	注册资本	住所	经营范围	股东构成
1	浙江久祺控股有限公司	2016年7月8日	20200万元人民币	浙江省杭州市上城区清吟街108号584室	实业投资,财务咨询,房地产投资,物业管理,从事进出口业务,建筑工程施工,室内外装饰工程设计、施工。	1、李政: 50.50% 2、卢志勇: 27.23% 3、李宇光: 22.27%
2	浙江久祺运动发展有限公司	2013年11月7日	10000万元人民币	浙江省德清县莫干山何村村	一般项目: 体育赛事策划; 体育竞赛组织; 健身休闲活动; 露营地服务; 项目策划与公关服务; 食用农产品零售; 日用品销售; 服装服饰零售; 鞋帽零售; 工艺美术品及收藏品零售(象牙及其制品除外)(除依法须经批准的项目外,凭营业执照依法自主开展经营活动)。许可项目: 住宿服务; 餐饮服务; 高危险性体育运动(游泳); 食品经营; 烟草制品零售(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,具体经营项目以审批结果为准)。	1、李政: 50% 2、卢志勇: 27.50% 3、李宇光: 22.50%
3	浙江久祺进出口有限公司	2006年8月28日	800万元人民币	浙江省杭州市江干区新塘路36、38、46、50、56、58、66号广新大厦13层1301	许可项目: 货物进出口; 食品经营(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,具体经营项目以审批结果为准)。一般项目: 工程管理服务; 对外承包工程; 第二类医疗器械销售; 第一类医疗器械销售; 非居住房地产租赁(除依法须经批准的项目外,凭营业执照依法自主开展经营活动)。	1、李政: 50% 2、李宇光: 27.50% 3、卢志勇: 22.50%
4	永祥国际有限公司	2019年2月27日	10,000港币	LEVEL 54 HOPEWELL CENTRE 183 QUEEN'S ROAD EAST HK	货物进出口, 建筑工程	浙江久祺进出口有限公司: 100%
5	MANN U PTY LTD	2018年6月12日	100澳元	UNIT 109 10 BALFOURS WAY ADELAIDE, S A.5000	红酒出口	李宇光: 100%

2020年度, 控股股东、实际控制人控制的其他企业主要财务数据如下:

单位: 万元、万美元、万澳元

2020年12月31日/2020年度					
序号	企业名称	总资产	净资产	净利润	是否审计
1	浙江久祺控股有限公司	10,925.74	10,917.73	1,532.60	否
2	浙江久祺运动发展有限公司	9,721.17	7,299.27	-387.46	是
3	浙江久祺进出口有限公司	33,841.50	3,469.01	49.59	否
4	永祥国际有限公司[注 1]	9.38	-0.15	-1.00	否
5	MANN U PTY LTD[注 2]	33.67	1.71	0.88	是

注 1: 永祥国际有限公司于 2020 年 7 月开始经营, 从事床上用品、浴室用品等产品的跨境电商业务;

注 2: MANN U PTY LTD 于 2018 年 6 月 12 日设立, 2018 年未实际经营, 2019 年、2020 年按照澳大利亚会计准则编制年报, 金额单位为万澳元。

#### （四）控股股东和实际控制人直接或间接持有发行人的股份是否存在质押或其他有争议的情况

截至本招股说明书签署日，公司控股股东、实际控制人直接或间接持有发行人的股份不存在质押、冻结等权利限制情况或其它有争议的情况。

#### （五）一致行动协议

##### 1、《一致行动协议书》约定的有效期限、发生纠纷或意见分歧时的解决机制

2019年6月18日，李政、卢志勇、李宇光签署了《一致行动协议书》，2021年1月5日签署了补充协议，对一致行动原则、范围、期限、权利和义务等进行了约定，主要内容如下：

##### （1）有效期限

一致行动期限为自签署协议之日起至久祺股份首次公开发行股票并上市之日后满36个月时终止。

##### （2）决策机制

一致行动人在行使股东权利和董事权利（包括但不限于股东大会提案权、股东大会表决权、董事会提案权、董事会表决权等权利）时，应对提案或表决的事项讨论并形成一致意见，作出一致行动决议，按照一致行动决议行使股东权利或董事权利。协议各方一致同意共同提名公司董事、监事候选人，共同向股东大会、董事会提出议案，根据各方事先确定的一致投票意见对股东大会、董事会议案进行投票，或将所持有的表决权委托给协议各方中的一方进行投票。

##### （3）发生意见分歧时的解决机制

如果出现意见不统一时，各方应先进行沟通协商，协商仍无法达成一致决议时，协议各方同意由各方按照持股数量在一致行动人的范围内表决，各方应当执行半数（协议各方合计持股51%以上，不含51%本数）以上一致行动人的意思。在行使其表决权时，各方应当严格按照会商达成的立场投票。

发行人召开董事会会议、股东大会会议前，共同实际控制人中的一人或多人拟提交提案的，应当在提交提案前在三人内部进行充分沟通，并在三人达成一致

同意意见（指协议各方合计持股 51%以上（不含 51%本数）的人同意）后再提交董事会会议或股东大会会议审议，并在审议时一致表决；如无法达成一致意见，则不得提交议案。

发行人召开董事会会议、股东大会会议审议其他方提交的提案时，应当在表决前在三人内部进行充分沟通，并按三人达成的一致意见（指协议各方合计持股 51%以上（不含 51%本数）的人同意、反对或弃权）统一表决；如无法达成一致意见，应当共同投反对票。

#### （4）股份稳定性

协议各方同意，在公司面临公司其他股东或第三方收购公司控股权，影响公司控制权时，协议各方应采取一致行动，以维护公司的稳定和持续发展。未经全体一致行动人书面同意，在公司面临公司其他股东或第三方收购公司控股权时，任何一方不得采取任何单方行动，包括但不限于签订股份转让协议、出售股份、抵押股份、提议或表决支持与一致行动不一致的任何提议或决定等。

#### （5）争议解决

各方同意，因违反协议约定发生争议时，应提请杭州仲裁委员会依其规则进行仲裁。

## 2、相关一致行动的安排稳定持续，发行人实际控制人保持一致行动、股权和控制结构稳定的安排措施

### （1）一致行动的安排稳定持续

根据公司实际控制人签署的上述《一致行动协议书》，各方确认，自公司成立以来，各方对公司进行共同管理和控制，在公司的重大经营决策上均保持一致，就股东会所有会议表决事项均表达一致意见；为规范各方未来的行动，各方对相关一致行动进行了安排，一致行动安排自协议签订之日起至公司首次公开发行股票并上市之日后满 36 个月的期间内持续有效；各方同意，在公司面临公司其他股东或第三方收购公司控股权，影响公司控制权时，各方应采取一致行动，以维护公司的稳定和持续发展。

公司实际控制人通过上述一致行动安排，对公司进行共同管理和控制，且就

无法形成一致意见时的解决机制进行了明确约定。报告期内，共同实际控制人在公司历次董事会、股东大会表决事项中均表达一致意见。

## （2）发行人实际控制人保持一致行动、股权和控制结构稳定的安排措施

①《一致行动协议书》及其补充协议对共同实际控制人意见不统一时的解决机制作了明确规定，一致行动期限为 36 个月，可有效保证公司较长时间内的控制权稳定，且未经全体一致行动人书面同意，在公司面临公司其他股东或第三方收购公司控股权时，任何一方不得采取任何单方行动。公司的实际控制人、股权以及公司的控制结构均相对稳定。

②为保持公司股权和控制结构的稳定，公司控股股东/实际控制人/一致行动人李政、卢志勇、李宇光均已出具《股份流通限制及自愿锁定承诺函》、《持股 5% 以上股东关于持股意向及减持计划的承诺函》，承诺自发行人首次公开发行股票并在创业板上市之日起 36 个月内，不转让或者委托他人管理其直接或间接持有的发行人首次公开发行股票前已发行的股份，也不由发行人回购其直接或间接持有的发行人首次公开发行股票前已发行的股份；将按照发行人《首次公开发行股票并在创业板上市招股说明书》及其出具的各项承诺载明的限售期限要求，并严格遵守法律法规的相关规定，在限售期限内不减持发行人股票。在不违反相关法律、法规和规范性文件之规定并满足上述限售条件后，将综合考虑证券市场情况以及自身的财务状况、资金需求等因素后自主决策、审慎作出减持股份的决定。

综上所述，公司实际控制人签署的《一致行动协议书》对公司自设立以来的共同控制关系进行了确认，并对相关一致行动的安排进行了约定，可有效保证公司较长时间内的控制权稳定。同时，发行人实际控制人还采取了必要且合理的措施以保持一致行动、股权和控制结构稳定性。

### 3、李政、卢志勇、李宇光亲属所持发行人股份的锁定期符合监管要求

李政、卢志勇、李宇光亲属签署了《股份流通限制及自愿锁定承诺函》，对所持发行人股份的锁定期承诺的具体情况如下：

#### （1）实际控制人的亲属股份流通限制及自愿锁定承诺

实际控制人的亲属王晓华、李丽、韩笑、黄维维、周全、卢志红、卢媛媛、



韩利娅、李宇辉已出具《股份流通限制及自愿锁定承诺函》，承诺如下：

①自发行人首次公开发行股票并在创业板上市之日起 36 个月内，不转让或者委托他人管理本人间接持有的发行人首次公开发行股票前已发行的股份，也不由发行人回购本人间接持有的发行人首次公开发行股票前已发行的股份。

②自发行人股票上市之日起 6 个月内，如发行人股票连续 20 个交易日的收盘价均低于发行人首次公开发行股票的发行价，或者上市后 6 个月期末收盘价低于发行人首次公开发行股票的发行价，则本人间接持有的发行人首次公开发行股票前已发行的股份锁定期自动延长 6 个月。

③如本人在股份锁定期限届满后两年内减持的，减持价格不低于发行人首次公开发行股票的发行价格。

④若发行人股票在锁定期内发生派息、送股、资本公积转增股本等除权除息事项的，上述发行价格、收盘价格、减持价格及股票数量均应按照相关规定作相应调整。

(2) 李政、卢志勇、李宇光亲属所持发行人股份的锁定期符合《上市审核问答》的要求

根据《深圳证券交易所创业板股票首次公开发行上市审核问答》问题 9：“共同控制人签署一致行动协议的，应当在协议中明确发生意见分歧或纠纷时的解决机制。对于作为实际控制人亲属的股东所持的股份，应当比照实际控制人自发行人上市之日起锁定 36 个月。”

根据李政、卢志勇、李宇光亲属出具的上述《股份流通限制及自愿锁定承诺函》，李政、卢志勇、李宇光亲属所持发行人股份的锁定期符合《上市审核问答》的要求。

## 八、发行人股本情况

### (一) 本次发行前后的股本结构

本次发行前公司总股本为 14,568.00 万股，本次公开发行 4,856.00 万股，发行完成后总股本增加至 19,424.00 万股，本次发行的股份占发行后总股本的比例为 25%。

本次发行前后公司的股本结构如下：

序号	股东名称	发行前		发行后	
		持股数量 (万股)	持股比例	持股数量 (万股)	持股比例
1	李政	6,468.18	44.40%	6,468.18	33.30%
2	卢志勇	3,557.30	24.42%	3,557.30	18.31%
3	李宇光	2,910.52	19.98%	2,910.52	14.98%
4	永焱合伙	536.00	3.68%	536.00	2.76%
5	永忻合伙	453.00	3.11%	453.00	2.33%
6	永峒合伙	214.00	1.47%	214.00	1.10%
7	永燊合伙	129.00	0.89%	129.00	0.66%
8	广洋投资	300.00	2.06%	300.00	1.54%
9	社会公众股	-	-	4,856.00	25.00%
合计		<b>14,568.00</b>	<b>100.00%</b>	<b>19,424.00</b>	<b>100.00%</b>

## (二) 本次发行前的前十名股东

截至本招股说明书签署日，公司前十名股东具体情况如下：

序号	股东名称	持股数量(万股)	持股比例
1	李政	6,468.18	44.40%
2	卢志勇	3,557.30	24.42%
3	李宇光	2,910.52	19.98%
4	永焱合伙	536.00	3.68%
5	永忻合伙	453.00	3.11%
6	永峒合伙	214.00	1.47%
7	永燊合伙	129.00	0.89%
8	广洋投资	300.00	2.06%
合计		<b>14,568.00</b>	<b>100.00%</b>

## (三) 本次发行前的前十名自然人股东及其在公司担任的职务

本次发行前后，公司前十名自然人股东及其在公司担任的职务如下：

序号	股东名称	持股形式	持股数量(万股)	持股比例	在公司任职
1	李政	直接	6,468.18	44.40%	董事长兼总经理
		间接	30.00	0.21%	

序号	股东名称	持股形式	持股数量（万股）	持股比例	在公司任职
	小计		<b>6,498.18</b>	<b>44.61%</b>	
2	卢志勇	直接	3,557.30	24.42%	董事兼副总经理
		间接	10.00	0.07%	
	小计		<b>3,567.30</b>	<b>24.49%</b>	
3	李宇光	直接	2,910.52	19.98%	董事兼副总经理
		间接	-	-	
	小计		<b>2,910.52</b>	<b>19.98%</b>	

#### （四）国有股份和外资股份情况

截至本招股说明书签署日，公司不存在国有股份和外资股份。

#### （五）战略投资者情况

截至本招股说明书签署日，公司不存在战略投资者。

#### （六）最近一年发行人新增股东的持股数量及变化情况

发行人最近一年新增股东为永焱合伙、永忻合伙、永峒合伙、永燊合伙及广津投资，具体情况如下：

##### 1、新增股东的持股情况

永焱合伙、永忻合伙、永峒合伙、永燊合伙及广津投资持股数量、取得股份的时间、价格、定价依据如下：

序号	取得股份时间	股东名称	出资金额（万元）	认缴股数（万股）	持股比例	出资价格（元/股）	定价依据
1	2019.12.25	永焱合伙	2,428.08	536.00	3.68%	4.53	依据评估值协商定价
2	2019.12.25	永忻合伙	2,052.09	453.00	3.11%	4.53	
3	2019.12.25	永峒合伙	969.42	214.00	1.47%	4.53	
4	2019.12.25	永燊合伙	584.37	129.00	0.89%	4.53	
5	2019.12.25	广津投资	1,359.00	300.00	2.06%	4.53	

##### 2、新增股东的基本情况

###### （1）永焱合伙

永焱合伙持有发行人 536 万股股份，其基本情况如下：

企业名称	宁波梅山保税港区永焱企业管理合伙企业（有限合伙）
统一社会信用代码	91330206MA2GWHJG81
主要经营场所	浙江省宁波市北仑区梅山七星路 88 号 1 幢 401 室 A 区 C1880
出资额	2,428.08 万元
执行事务合伙人	王云
公司类型	有限合伙企业
经营范围	企业管理服务。
成立日期	2019 年 12 月 23 日
营业期限	2019 年 12 月 23 日至 2069 年 12 月 22 日
登记机关	宁波市北仑区市场监督管理局

永焱合伙的出资及出资时任职情况如下：

序号	合伙人姓名	合伙人性质	职务	出资额（元）	出资比例
1	王云	普通合伙人	杭州久祥业务一部业务经理	1,857,300.00	7.65%
2	叶俊良	有限合伙人	杭州久祥业务二部业务经理	1,585,500.00	6.53%
3	丁菊琴	有限合伙人	杭州久祥摩配部业务经理	1,585,500.00	6.53%
4	卢志红	有限合伙人	杭州久祥行政部行政前台	1,359,000.00	5.60%
5	李忠木	有限合伙人	杭州久祥品管部负责人	1,359,000.00	5.60%
6	陈丽娜	有限合伙人	杭州久祥业务一部业务组长	1,132,500.00	4.66%
7	郎青锋	有限合伙人	杭州久祥业务二部业务副经理	1,132,500.00	4.66%
8	李凯洛	有限合伙人	杭州久祥摩配部副经理	1,132,500.00	4.66%
9	王英	有限合伙人	杭州久祥业务二部业务组长	906,000.00	3.73%
10	胡鸥	有限合伙人	杭州久祥业务二部业务组长	906,000.00	3.73%
11	王晓华	有限合伙人	杭州久祥行政部经理	906,000.00	3.73%
12	卢媛媛	有限合伙人	杭州久祥行政部副经理	906,000.00	3.73%
13	范晓斌	有限合伙人	杭州久祥业务一部业务组长	815,400.00	3.36%
14	章优优	有限合伙人	杭州久祥业务一部业务组长	815,400.00	3.36%
15	卢志勇	有限合伙人	久祺股份董事兼副总经理	453,000.00	1.87%
16	许晓妹	有限合伙人	杭州久祥业务一部业务员	453,000.00	1.87%
17	邱晨	有限合伙人	杭州久祥业务一部业务员	453,000.00	1.87%
18	俞晓琴	有限合伙人	久祺股份监事	453,000.00	1.87%
19	陈小微	有限合伙人	杭州久祥业务二部业务员	407,700.00	1.68%
20	刘楷	有限合伙人	杭州久祥业务一部业务员	362,400.00	1.49%

序号	合伙人姓名	合伙人性质	职务	出资额（元）	出资比例
21	周全	有限合伙人	杭州久祥品管部专员	362,400.00	1.49%
22	章悦	有限合伙人	杭州久祥财务部主办会计	362,400.00	1.49%
23	厉美琳	有限合伙人	杭州久祥摩配部业务员	317,100.00	1.31%
24	陈敏	有限合伙人	杭州久祥业务一部业务员	271,800.00	1.12%
25	鲍涛	有限合伙人	杭州久祥业务二部业务员	271,800.00	1.12%
26	周提接	有限合伙人	杭州久祥业务一部业务员	271,800.00	1.12%
27	王钰佳	有限合伙人	杭州久祥行政部人事专员	271,800.00	1.12%
28	尤玲玲	有限合伙人	杭州久祥业务二部业务员	271,800.00	1.12%
29	赖秀萍	有限合伙人	杭州久祥业务二部业务员	226,500.00	0.93%
30	高晓琼	有限合伙人	杭州久祥单证部组长	226,500.00	0.93%
31	张丽萍	有限合伙人	杭州久祥单证部单证员	226,500.00	0.93%
32	孙幼江	有限合伙人	杭州久祥品管部组长	226,500.00	0.93%
33	胡莹	有限合伙人	杭州久祥财务部统计员	226,500.00	0.93%
34	黄钰	有限合伙人	杭州久祥业务二部业务员	226,500.00	0.93%
35	韩文美	有限合伙人	杭州久祥摩配部业务员	135,900.00	0.56%
36	林菁菁	有限合伙人	杭州久祥单证部单证员	135,900.00	0.56%
37	王彩霞	有限合伙人	杭州久祥单证部单证员	135,900.00	0.56%
38	关恒芬	有限合伙人	杭州久祥品管部品管组长	135,900.00	0.56%
39	倪江林	有限合伙人	杭州久祥品管部品管组长	135,900.00	0.56%
40	陈莹	有限合伙人	杭州久祥单证部单证员	135,900.00	0.56%
41	沈益娟	有限合伙人	杭州久祥单证部单证员	135,900.00	0.56%
42	丁丽群	有限合伙人	杭州久祥财务部出纳	135,900.00	0.56%
43	陈惠忠	有限合伙人	杭州久祥行政部 IT 专员	135,900.00	0.56%
44	叶梦轩	有限合伙人	杭州久祥业务二部业务员	135,900.00	0.56%
45	朱礼健	有限合伙人	杭州久祥业务一部业务员	135,900.00	0.56%
46	李志军	有限合伙人	杭州久祥品管部品管员	45,300.00	0.19%
<b>合计</b>				<b>24,280,800.00</b>	<b>100.00%</b>

永焱合伙系 46 名自然人共同出资设立的合伙企业，系公司的员工持股平台，用以投资企业的资金均来源于自有资金，不存在以非公开方式向投资者募集资金的情形，不存在将其资产委托给基金管理人进行管理或受托管理资产的情形，不

存在以私募投资基金持有发行人股份的情形，不属于《证券投资基金法》和《私募投资基金监督管理暂行办法》等法律法规规定的私募基金或者基金管理人。

根据永焱合伙的《合伙协议》，执行事务合伙人为普通合伙人，对外代表合伙企业，因此永焱合伙的实际控制人为执行事务合伙人王云。

## (2) 永忻合伙

永忻合伙持有发行人 453 万股股份，其基本情况如下：

企业名称	宁波梅山保税港区永忻企业管理合伙企业（有限合伙）
统一社会信用代码	91330206MA2GWH9E8U
主要经营场所	浙江省宁波市北仑区梅山七星路 88 号 1 幢 401 室 A 区 C1879
出资额	2,052.09 万元
执行事务合伙人	鲁海燕
公司类型	有限合伙企业
经营范围	企业管理服务。
成立日期	2019 年 12 月 23 日
营业期限	2019 年 12 月 23 日至 2069 年 12 月 22 日
登记机关	宁波市北仑区市场监督管理局

永忻合伙的出资及出资时任职情况如下：

序号	合伙人姓名	合伙人性质	职务	出资额（元）	出资比例
1	鲁海燕	普通合伙人	久祺股份监事会主席	1,585,500.00	7.73%
2	雍嫵	有限合伙人	久祺股份董事会秘书兼财务总监	1,812,000.00	8.83%
3	胡小娟	有限合伙人	久祺股份董事	1,812,000.00	8.83%
4	徐楼钧	有限合伙人	久祺股份业务三部业务经理	1,585,500.00	7.73%
5	何恺	有限合伙人	久祺股份业务四部业务经理	1,585,500.00	7.73%
6	李政	有限合伙人	久祺股份董事长兼总经理	1,359,000.00	6.62%
7	韩笑	有限合伙人	久祺股份业务四部业务组长	1,132,500.00	5.52%
8	王雪	有限合伙人	久祺股份行政人事部经理	996,600.00	4.86%
9	计荷敏	有限合伙人	久祺股份业务三部业务副经理	996,600.00	4.86%
10	吴卫文	有限合伙人	久祺股份财务部经理	906,000.00	4.42%
11	陈瑾	有限合伙人	久祺股份业务一部业务组长	815,400.00	3.97%
12	方卉	有限合伙人	久祺股份业务三部业务组长	815,400.00	3.97%

序号	合伙人姓名	合伙人性质	职务	出资额（元）	出资比例
13	黄冬冬	有限合伙人	久祺股份业务四部业务组长	815,400.00	3.97%
14	王敏霞	有限合伙人	久祺股份业务一部业务员	362,400.00	1.77%
15	叶丽娜	有限合伙人	久祺股份业务四部单证主管	317,100.00	1.55%
16	叶苗英	有限合伙人	久祺股份财务部出纳	226,500.00	1.10%
17	韩宏	有限合伙人	久祺股份财务部副经理	226,500.00	1.10%
18	叶建炜	有限合伙人	久祺股份行政人事部 IT 专员	226,500.00	1.10%
19	黄维维	有限合伙人	久祺股份行政人事部专员	226,500.00	1.10%
20	陈倩	有限合伙人	久祺股份业务三部单证主管	226,500.00	1.10%
21	俞灿明	有限合伙人	久祺股份业务三部业务员	226,500.00	1.10%
22	杨歆烨	有限合伙人	久祺股份业务三部业务员	226,500.00	1.10%
23	杨芳	有限合伙人	久祺股份业务三部单证员	226,500.00	1.10%
24	张琛	有限合伙人	久祺股份业务四部单证员	226,500.00	1.10%
25	高玮	有限合伙人	久祺股份业务四部业务员	226,500.00	1.10%
26	曹菲菲	有限合伙人	久祺股份业务一部单证员	135,900.00	0.66%
27	沈阳	有限合伙人	久祺股份业务三部单证员	135,900.00	0.66%
28	段亚红	有限合伙人	久祺股份业务三部单证员	135,900.00	0.66%
29	吴晓霞	有限合伙人	久祺股份业务四部单证员	135,900.00	0.66%
30	唐义生	有限合伙人	久祺股份品管部品管员	135,900.00	0.66%
31	王友山	有限合伙人	久祺股份品管部（南方）品管组长	135,900.00	0.66%
32	曹剑峰	有限合伙人	久祺股份业务三部业务员	135,900.00	0.66%
33	黄闹	有限合伙人	久祺股份河北采购中心专员	135,900.00	0.66%
34	王菲	有限合伙人	久祺股份业务四部单证员	45,300.00	0.22%
35	钱抗抗	有限合伙人	久祺股份业务四部业务员	135,900.00	0.66%
36	陈鑫盛	有限合伙人	久祺股份业务四部业务员	90,600.00	0.44%
<b>合计</b>				<b>20,520,900.00</b>	<b>100.00%</b>

永析合伙系 36 名自然人共同出资设立的合伙企业，系公司的员工持股平台，用以投资企业的资金均来源于自有资金，不存在以非公开方式向投资者募集资金的情形，不存在将其资产委托给基金管理人进行管理或受托管理资产的情形，不存在以私募投资基金持有发行人股份的情形，不属于《证券投资基金法》和《私募投资基金监督管理暂行办法》等法律法规规定的私募基金或者基金管理人。

根据永忻合伙的《合伙协议》，执行事务合伙人为普通合伙人，对外代表合伙企业，因此永忻合伙的实际控制人为执行事务合伙人鲁海燕。

### (3) 永晓合伙

永晓合伙持有发行人 214 万股股份，其基本情况如下：

企业名称	宁波梅山保税港区永晓企业管理合伙企业（有限合伙）
统一社会信用代码	91330206MA2GWF9Y6P
主要经营场所	浙江省宁波市北仑区梅山七星路 88 号 1 幢 401 室 A 区 C1881
出资额	969.42 万元
执行事务合伙人	汤华龙
公司类型	有限合伙企业
经营范围	企业管理服务。
成立日期	2019 年 12 月 18 日
营业期限	2019 年 12 月 18 日至 2069 年 12 月 17 日
登记机关	宁波市北仑区市场监督管理局

永晓合伙的出资及出资时任职情况如下：

序号	合伙人姓名	合伙人性质	职务	出资额（元）	出资比例
1	汤华龙	普通合伙人	德清久胜销售中心总监	1,812,000.00	18.69%
2	李宇辉	有限合伙人	德清久胜总经办主任	1,812,000.00	18.69%
3	李丽	有限合伙人	杭州久趣总经理助理	1,812,000.00	18.69%
4	韩利娅	有限合伙人	杭州久趣总经理	453,000.00	4.67%
5	徐中富	有限合伙人	德清久胜业务二部业务经理	385,050.00	3.97%
6	袁义雄	有限合伙人	德清久胜采购部经理	226,500.00	2.34%
7	王佑境	有限合伙人	德清久胜设备部经理	226,500.00	2.34%
8	崔屹	有限合伙人	德清久胜总务部经理	226,500.00	2.34%
9	胡杰	有限合伙人	德清久胜资材部经理	226,500.00	2.34%
10	宋礼平	有限合伙人	德清久胜业务一部业务经理	226,500.00	2.34%
11	陈叶东	有限合伙人	德清久胜设计部经理	226,500.00	2.34%
12	李会杰	有限合伙人	德清久胜工程部经理	226,500.00	2.34%
13	潘海丽	有限合伙人	德清久胜财务部经理	294,450.00	3.04%
14	许连琴	有限合伙人	德清久胜总经办副主任	226,500.00	2.34%
15	李志明	有限合伙人	德清久胜业务三部业务经理	226,500.00	2.34%



序号	合伙人姓名	合伙人性质	职务	出资额（元）	出资比例
16	何慧萍	有限合伙人	德清久胜财务部会计	135,900.00	1.40%
17	金宝平	有限合伙人	德清久胜业务二部业务组长	135,900.00	1.40%
18	李志栋	有限合伙人	德清久胜业务二部业务组长	135,900.00	1.40%
19	彭春圣	有限合伙人	德清久胜业务二部业务组长	135,900.00	1.40%
20	吕柏万	有限合伙人	德清久胜涂装厂长	135,900.00	1.40%
21	罗来胜	有限合伙人	德清久胜品保部副经理	135,900.00	1.40%
22	万才茂	有限合伙人	德清久胜总务部副经理	135,900.00	1.40%
23	张帮金	有限合伙人	德清久胜物控部副经理	135,900.00	1.40%
<b>合计</b>				<b>9,694,200.00</b>	<b>100.00%</b>

永晓合伙系 23 名自然人共同出资设立的合伙企业，系公司的员工持股平台，用以投资企业的资金均来源于自有资金，不存在以非公开方式向投资者募集资金的情形，不存在将其资产委托给基金管理人进行管理或受托管理资产的情形，不存在以私募投资基金持有发行人股份的情形，不属于《证券投资基金法》和《私募投资基金监督管理暂行办法》等法律法规规定的私募基金或者基金管理人。

根据永晓合伙的《合伙协议》，执行事务合伙人为普通合伙人，对外代表合伙企业，因此永晓合伙实际控制人为执行事务合伙人汤华龙。

#### （4）永燊合伙

永燊合伙持有发行人 129 万股股份，其基本情况如下：

企业名称	宁波梅山保税港区永燊企业管理合伙企业（有限合伙）
统一社会信用代码	91330206MA2GWF633H
主要经营场所	浙江省宁波市北仑区梅山七星路 88 号 1 幢 401 室 A 区 C1882
出资额	584.37 万元
执行事务合伙人	沈敏芳
公司类型	有限合伙企业
经营范围	企业管理服务。
成立日期	2019 年 12 月 18 日
营业期限	2019 年 12 月 18 日至 2069 年 12 月 17 日
登记机关	宁波市北仑区市场监督管理局

永燊合伙的出资及出资时任职情况如下：

序号	合伙人姓名	合伙人性质	职务	出资额（元）	出资比例
1	沈敏芳	普通合伙人	久祺进出口业务部经理	1,812,000.00	31.01%
2	张珺静	有限合伙人	久祺进出口业务部副经理	1,359,000.00	23.26%
3	潘博竣	有限合伙人	久祺进出口业务员	1,132,500.00	19.38%
4	梅娉	有限合伙人	久祺进出口单证员	453,000.00	7.75%
5	杨静	有限合伙人	久祺进出口财务部会计	226,500.00	3.88%
6	胡莉娜	有限合伙人	久祺进出口财务部出纳	226,500.00	3.88%
7	吴庆芳	有限合伙人	久祺进出口行政部专员	226,500.00	3.88%
8	来士强	有限合伙人	久祺股份监事	226,500.00	3.88%
9	宋德李	有限合伙人	久祺进出口行政部仓管	90,600.00	1.55%
10	陈敏	有限合伙人	久祺控股行政人事专员	90,600.00	1.55%
<b>合计</b>				<b>5,843,700.00</b>	<b>100.00%</b>

永燊合伙系 10 名自然人共同出资设立的合伙企业，用以投资企业的资金均来源于自有资金，不存在以非公开方式向投资者募集资金的情形，不存在将其资产委托给基金管理人进行管理或受托管理资产的情形，不存在以私募投资基金持有发行人股份的情形，不属于《证券投资基金法》和《私募投资基金监督管理暂行办法》等法律法规规定的私募基金或者基金管理人。

根据永燊合伙的《合伙协议》，执行事务合伙人为普通合伙人，对外代表合伙企业，因此永燊合伙实际控制人为执行事务合伙人沈敏芳。

永焱合伙、永忻合伙、永峒合伙系发行人的持股平台，合伙人入伙时均为发行人及子公司员工，入股的原因系为吸引与留住优秀人才，保证公司的长期稳健发展；永燊合伙系发行人实际控制人控制的其他企业的持股平台，合伙人入伙时均为发行人实际控制人控制的其他企业员工，因看好公司未来发展前景，投资入股发行人。

#### （5）广洋投资

广洋投资持有发行人 300 万股股份，其基本情况如下：

企业名称	上海广洋投资管理有限公司
统一社会信用代码	91310109332701401T
主要经营场所	上海市虹口区凉城路 465 弄 60 号（集中登记地）

注册资本	2,000 万元
法定代表人	蔡丽红
公司类型	有限责任公司（自然人投资或控股）
实际控制人	钱海平
经营范围	投资管理，资产管理，实业投资，投资咨询，企业管理咨询，市场营销策划。（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）
成立日期	2015 年 5 月 8 日
营业期限	2015 年 5 月 8 日至 2045 年 5 月 7 日
登记机关	上海市虹口区市场监督管理局

广沅投资出资情况如下：

序号	股东姓名	出资额（元）	出资比例
1	钱海平	18,000,000.00	90.00%
2	蔡丽红	2,000,000.00	10.00%
合计		<b>20,000,000.00</b>	<b>100.00%</b>

广沅投资系钱海平、蔡丽红 2 名自然人共同出资设立的公司，用以投资企业的资金均来源于自有资金。广沅投资于 2015 年 8 月 13 日在中国证券投资基金业协会办理了私募基金管理人登记手续，登记编号为 P1020458。广沅投资为公司引入的外部投资者，系其看好公司未来的发展前景，因此投资入股。

广沅投资主要从事投资业务，未从事与公司相同或相似业务，除对公司进行投资外不存在其他资金往来，与公司的主要客户、供应商、公司股东不存在关联关系，不存在其他利益安排。

（6）新增股东与发行人其他股东、董事、监事、高级管理人员的关联关系

最近一年新股东中，合伙企业部分合伙人为发行人其他股东、董事、监事、高级管理人员近亲属，具体情况如下：

合伙人姓名	合伙企业名称	关联关系
李政	永忻合伙	实际控制人之一，董事长兼总经理
卢志勇	永焱合伙	实际控制人之一，董事兼副总经理
王晓华	永焱合伙	实际控制人之一李政的配偶
李丽	永峣合伙	实际控制人之一李政的姐姐
韩笑	永忻合伙	实际控制人之一李政的外甥

合伙人姓名	合伙企业名称	关联关系
黄维维	永忻合伙	实际控制人之一李政的嫂子
周全	永焱合伙	实际控制人之一卢志勇的姐夫
卢志红	永焱合伙	实际控制人之一卢志勇的姐姐
卢媛媛	永焱合伙	实际控制人之一卢志勇的堂妹
韩利娅	永峣合伙	实际控制人之一李宇光的配偶
李宇辉	永峣合伙	实际控制人之一李宇光的弟弟
胡小娟	永忻合伙	董事
张琛	永忻合伙	董事胡小娟女儿
雍嫵	永忻合伙	董事会秘书兼财务总监
鲁海燕	永忻合伙	监事
来士强	永燊合伙	监事
俞晓琴	永焱合伙	监事

除上述情形外，新股东与发行人其他股东、董事、监事、高级管理人员不存在关联关系；新股东与本次发行的中介机构及其负责人、高级管理人员、经办人员不存在关联关系，新增股东不存在股份代持情形。

### 3、新增股东适格性

发行人及其股东、非自然人股东穿透后的最终持有人具备法律、法规规定的股东资格，与本次发行中介机构及其负责人、高级管理人员、经办人员不存在亲属关系、关联关系、委托持股、信托持股或其他利益输送安排；发行人股东不存在以发行人股权进行不当利益输送的情形。

### 4、发行人申报时正在执行的对赌条款

2019年12月，发行人股东永忻合伙、永焱合伙、永峣合伙、永燊合伙的合伙人分别与前述合伙企业及发行人签订了《持股协议》，协议约定了合伙人入股持股平台的相关权利义务。其中，约定：如发行人于协议签署之日，超过5年未能提交上市申请材料或者发行人明确终止上市的，合伙人有权要求合伙企业执行事务合伙人或其指定第三方回购合伙人持有的财产份额，回购价格为合伙人认购价格加上每年8%利息确定（回购金额包含持有期间的分红收益等，如持股期间存在收益的，则回购时支付金额将扣减已获得收益）。

如触发上述对赌条款的，合伙企业执行事务合伙人或其指定的第三方可能需

履行有关对赌条款进行回购导致合伙平台内部出资结构的变化，进而导致发行人的间接持股架构发生变化，但上述合伙企业合计持有发行人 9.15% 的股份，占比较低，发行人实际控制人合计直接持有发行人 88.80% 股份，因此该变化不会导致发行人实际控制人/控股股东发生变化，不存在可能导致发行人控制权变化的情形。

根据上述合伙企业合伙人与所在合伙企业及发行人签订的《持股协议》，合伙企业执行事务合伙人指定第三方的范围具体如下：

合伙企业名称	执行事务合伙人指定第三方的具体范围
永忻合伙	发行人员工、永忻合伙的其他合伙人
永焱合伙	发行人员工、永焱合伙的其他合伙人
永峒合伙	发行人员工、永峒合伙的其他合伙人
永燊合伙	久祺进出口员工、久祺控股员工、永燊合伙的其他合伙人

综上，合伙企业执行事务合伙人指定第三方不涉及发行人，发行人无需直接或间接承担回购义务。

经逐条对比《深圳证券交易所创业板股票首次公开发行上市审核问答》问题 13 关于对赌协议的相关规定：

(1) 上述对赌条款中回购义务人系合伙企业执行事务合伙人或其指定第三方回购，不涉及发行人，符合“发行人不作为对赌协议当事人”的监管要求；

(2) 上述对赌条款约定的履行仅导致合伙平台出资结构的变化，不会影响上述合伙企业所持有的发行人股份的稳定性，且发行人实际控制人合计直接持有发行人 88.80% 股份，上述对赌条款不存在可能导致发行人控制权变化的约定，符合“对赌协议不存在可能导致公司控制权变化的约定”的监管要求；

(3) 上述对赌条款中约定的回购条件为“发行人于协议签署之日超过 5 年未能提交上市申请材料或者发行人明确终止上市”，未与发行人的市值挂钩，符合“对赌协议不与市值挂钩”的监管要求；

(4) 上述对赌条款约定的履行仅导致合伙平台出资结构的变化，回购义务人也系合伙平台执行事务合伙人或其指定第三方，不涉及发行人自身的责任承担，也不影响发行人的具体经营活动，不存在严重影响发行人持续经营能力或其他严重影响投资者权益的情形，符合“对赌协议不存在严重影响发行人持续经营

能力或者其他严重影响投资者权益的情形”的监管要求。

经核查，保荐机构和发行人律师认为：发行人正在执行的协议中存在对赌条款，发行人不作为对赌条款当事人；回购条款不存在可能导致公司控制权变化的约定；对赌条款未与市值挂钩；对赌条款不存在严重影响发行人持续经营能力或者其他严重影响投资者权益的情形，上述对赌条款情况符合《深圳证券交易所创业板股票首次公开发行上市审核问答》中的规定，不会对发行人产生重大不利影响。除上述披露外，发行人不存在其他申报时已解除或正在执行的协议中存在对赌条款的情形。

## 5、新增股东的增资价格合理性以及相应的会计处理

(1) 2019年12月公司增资涉及的人员范围及具体岗位、有无服务年限要求

报告期内，公司建立了员工持股平台，分别为永忻合伙、永焱合伙和永峒合伙。2019年12月20日，公司召开股东大会，决议同意上述员工持股平台增资入股公司。永忻合伙、永峒合伙及永焱合伙持股计划中的人员构成及确定标准为在公司工作十年以上的员工及少数关键岗位的员工。根据久祺股份之员工持股协议规定，员工在协议签订的5年内或久祺股份上市（孰早）之前辞职的，经合伙企业三分之二以上份额的合伙人书面同意指定的第三方有权回购其全部授予份额，回购价格为员工本次认购价格加上每年8%利息确定（回购金额包含持有期间的分红收益等，如持股期间存在收益的，则回购时支付金额将扣减已获得收益）。如在协议签订的不满1年内辞职的，按认购价格原价退回，手续满1年后办理。除此之外，无其他服务年限要求。

(2) 公司未做股份支付费用会计处理的原因及合理性

①2019年12月增资的价格为4.53元/股，入股价格主要参照具有证券期货业务资格评估所确认的评估价值，由坤元资产评估有限公司出具的《久祺股份有限公司拟进行增资扩股涉及的股东全部权益价值评估项目资产评估报告》（坤元评报（2019）711号），评估基准日为2019年6月30日，久祺股份股东全部权益的评估价值为59,253.81万元，考虑公司2019年9月增资2,936万以及2019年10月分红3,800万后，本次增资前公司的评估值为58,389.81万元，评估值为4.51元/股。

②本次增资对应的市盈率

公司于2019年初开始筹划员工持股计划，并聘请坤元资产评估有限公司以2019年6月30日为评估基准日出具了《久祺股份有限公司拟进行增资扩股涉及的股东全部权益价值评估项目资产评估报告》（坤元评报〔2019〕711号），因此按2018年度净利润测算市盈率如下：

按照增资前的净利润计算的市盈率=增资前股份12,936万股 \* 4.53元/股/(2018年度净利润)=11.35倍。

如按坤元资产评估有限公司评估报告中预测的2019年度净利润计算，市盈率为9.53倍。

### （3）与同期可比公司增资或转让价格的对比

公司	项目	市盈率
上海凤凰	收购爱赛克车业，按三年业绩承诺平均净利润计算的市盈率	11.87
上海凤凰	收购凤凰自行车，按三年业绩承诺平均净利润计算的市盈率	11.30
上海凤凰	上述收购标的公司平均市盈率	11.59
久祺股份	2019年12月增资（按照增资前净利润计算的市盈率）	11.35

注：同行业上市公司上海凤凰正在筹划收购爱赛克车业和凤凰自行车，数据来源于2020年7月28日公告的《上海凤凰企业（集团）股份有限公司发行股份及支付现金购买资产并募集配套资金暨关联交易报告书（草案）》

由于上述同行业上市公司收购标的系收购控股权，存在一定的控制权溢价，公司本次增资价格的市盈率水平略低于同行业上市公司收购标的，但不存在较大差异。公司本次增资参考评估值定价，符合公司的实际经营状况，定价公允，因此未确认股份支付费用。

（4）按照同期可比公司增资或转让价格测算股份支付费用计提及对净利润的影响，会计处理符合《企业会计准则》的规定

员工持股计划持股数量（万股）a	1,332
增资前净利润b	5,162.19
增资价格（元/股）c	4.53
上海凤凰收购可比项目上述收购可比项目平均市盈率d	11.59
增资前股份（万股）e	12,936
按同期可比公司增资或转让价格测算股份支付费用（万元） $f=(b*d/e-c)*a$	126.62
公司2019年度净利润（万元）g	10,198.72

按同期可比价格确认股份支付影响占比 $h=f/g$	1.24%
---------------------------	-------

本次增资价格参考评估值，与同次引入的外部股东增资价格一致，按增资前净利润计算的增资市盈率为11.35倍，符合公司的实际经营情况，亦与同行业上市公司上海凤凰收购自行车项目平均市盈率11.59倍较为接近；若按照同期上海凤凰收购标的公司市盈率测算需计提股份支付费用126.62万元，占公司2019年度净利润比例为1.24%，影响较小。

综上，本次增资具有公允性，因此公司未确认股份支付具有合理性，符合《企业会计准则》的规定。

#### (5) 外部股东和员工持股平台同一入股价格的原因及合理性

由于发行人本次增资的对象既有拟上市主体员工持股平台，也有实际控制人控制的其他企业员工入股以及外部投资机构，为尽快完成本次增资事宜，且为保持上市主体内外公司员工入股价格的一致性，公司采取了拟上市主体的员工持股平台、实际控制人控制的其他企业员工持股平台与外部投资机构一致的入股价格，本次增资价格均系依据评估值协商定价，为4.53元/股。因此，外部股东和员工持股平台入股价格公允合理，采用同一入股价格原因具有合理性，不存在利益输送或其他利益安排。

### 6、发行人出具的专项承诺

公司针对股东信息披露出具了如下承诺：

- “（1）不存在法律法规规定禁止持股的主体直接或间接持有发行人股份；
- （2）本次发行的中介机构或其负责人、高级管理人员、经办人员不存在直接或间接持有发行人股份情形；
- （3）不存在以发行人股权进行不当利益输送情形。”

### 7、中介机构发表的核查意见

经核查，保荐人和发行人律师认为：

- “（1）发行人已真实、准确、完整地披露了股东信息，发行人历史沿革中不存在股权代持等情形；



(2) 发行人已补充出具专项承诺, 确认不存在法律法规规定禁止持股的主体直接或间接持有发行人股份的情形, 本次发行的中介机构或其负责人、高级管理人员、经办人员不存在直接或间接持有发行人股份的情形, 发行人股东不存在以发行人股权进行不当利益输送的情形;

(3) 发行人已充分披露了新增股东的基本情况、入股原因、入股价格及定价依据, 以及新增股东与发行人其他股东、董事、监事、高级管理人员的关联关系, 除披露情况外, 新股东与发行人其他股东、董事、监事、高级管理人员不存在关联关系, 新股东与本次发行的中介机构及其负责人、高级管理人员、经办人员不存在关联关系, 新增股东不存在股份代持情形。发行人系在《监管规则适用指引—关于申请首发上市企业股东信息披露》(以下简称“《监管指引》”)发布之日前已受理的企业, 因此不适用《监管指引》第三项的股份锁定要求;

(4) 除发行人控股股东、实际控制人外, 发行人不存在其他自然人股东, 发行人历史沿革中不存在股东入股价格明显异常的情况, 不存在《监管指引》第一项、第二项的情形。发行人已在《招股说明书》中披露了自然人股东的基本情况;

(5) 发行人股东不存在股权架构为两层以上且为无实际经营业务的公司或有限合伙企业的情况, 且上述股东入股价格均系依据评估值协商定价, 入股价格公允合理, 不存在明显异常。发行人已在《招股说明书》“第五节 发行人基本情况”之“八、发行人股本情况”之“(六) 最近一年发行人新增股东的持股数量及变化情况”中披露了发行人非自然人股东穿透后的最终持有人。发行人及其股东、非自然人股东穿透后的最终持有人具备法律、法规规定的股东资格, 与本次发行中介机构及其负责人、高级管理人员、经办人员不存在亲属关系、关联关系、委托持股、信托持股或其他利益输送安排, 不存在《监管指引》第一项、第二项的情形;

(6) 发行人股东广沅投资系私募基金管理人, 已纳入国家金融监管部门有效监管, 已经按照相关法律法规的规定办理了登记备案手续, 符合相关法律法规的规定; 私募投资基金广沅投资纳入监管情况已在发行人《招股说明书》进行了披露。除广沅投资外, 发行人不存在其他私募投资基金等金融产品持有发行人股份的情形。”

### （七）本次发行前股东间的关联关系及其持股比例

本次发行前，公司各股东之间的关联关系及其持股情况如下：

股东名称	持股数量 (万股)	持股比例	关联关系	备注
李政	6,498.18	44.61%	实际控制人之一	直接持有 6,468.18 万股，另通过永忻合伙间接持有 30.00 万股，占公司股份 44.61%
卢志勇	3,567.30	24.49%	实际控制人之一	直接持有 3,557.30 万股，另通过永焱合伙间接持有 10.00 万股，占公司股份 24.49%
李宇光	2,910.52	19.98%	实际控制人之一	直接持有 2,910.52 万股，占公司股份 19.98%
王晓华	20.00	0.14%	实际控制人之一李政的配偶	通过永焱合伙间接持有公司股份
李丽	40.00	0.27%	母（李丽）子（韩笑）关系，同时两人分别为实际控制人之一李政的姐姐、外甥	通过永焱合伙间接持有公司股份
韩笑	25.00	0.17%		通过永忻合伙间接持有公司股份
黄维维	5.00	0.03%	实际控制人之一李政的嫂子	通过永忻合伙间接持有公司股份
周全	8.00	0.05%	夫（周全）妻（卢志红）关系，同时两人分别为实际控制人之一卢志勇的姐夫、姐姐	通过永焱合伙间接持有公司股份
卢志红	30.00	0.21%		通过永焱合伙间接持有公司股份
卢媛媛	20.00	0.14%	实际控制人之一卢志勇的堂妹	通过永焱合伙间接持有公司股份
韩利娅	10.00	0.07%	实际控制人之一李宇光的配偶	通过永焱合伙间接持有公司股份
李宇辉	40.00	0.27%	实际控制人之一李宇光的弟弟	通过永焱合伙间接持有公司股份
胡小娟	40.00	0.27%	母（胡小娟）女（张琛）关系	通过永忻合伙间接持有公司股份
张琛	5.00	0.03%		通过永忻合伙间接持有公司股份
丁丽群	3.00	0.02%	姐（丁丽群）妹（丁菊琴）关系	通过永焱合伙间接持有公司股份
丁菊琴	35.00	0.24%		通过永焱合伙间接持有公司股份
吴庆芳	5.00	0.03%	母（吴庆芳）子（曹剑峰）关系	通过永焱合伙间接持有公司股份
曹剑峰	3.00	0.02%		通过永忻合伙间接持有公司股份
金宝平	3.00	0.02%	夫（金宝平）妻（潘海丽）关系	通过永焱合伙间接持有公司股份
潘海丽	6.50	0.04%		通过永焱合伙间接持有公司股份

### （八）发行人股东公开发售股份情况

本次发行不进行老股东公开发售股份。

## 九、董事、监事、高级管理人员与其他核心人员概况

### (一) 董事、监事、高级管理人员与其他核心人员简要情况

#### 1、董事会成员

公司董事会由7名董事组成，其中独立董事3名。公司董事由股东大会选举产生，任期三年，任期届满可连选连任，独立董事连任不得超过两届。公司现任董事的基本情况如下表所示：

姓名	职务	任期	提名人	选聘会议
李政	董事长兼总经理	2019年5月16日-2022年5月15日	董事会	2019年5月16日创立大会暨2019年第一次股东大会选举
卢志勇	董事兼副总经理	2019年5月16日-2022年5月15日		
李宇光	董事兼副总经理	2019年5月16日-2022年5月15日		
胡小娟	董事	2019年5月16日-2022年5月15日		2019年12月20日 2019年第三次临时股东大会选举
黄加宁	独立董事	2019年12月20日-2022年5月15日		
祝立宏	独立董事	2019年12月20日-2022年5月15日		
张群华	独立董事	2019年12月20日-2022年5月15日		

上述各位董事简历如下：

**李政：**男，1967年2月生，中国国籍，无境外永久居留权，本科学历。1988年9月至1996年12月，历任杭州小轮车总厂车间主任、销售科长、经营副厂长；2000年10月至2019年5月，于久祺有限担任董事长兼总经理；2009年4月至2020年3月，于杭州久趣担任执行董事；2011年9月至2020年7月，于天津中轮小额贷款有限公司担任董事；2017年11月至2020年5月，于久恒能源担任董事长兼总经理；2019年2月至2019年11月，于永祥国际有限公司担任董事。1997年8月至今，于上海久期工贸有限公司担任执行董事兼总经理；2005年12月至今，于德清久胜担任董事长；2006年8月至今，于久祺进出口担任董事长；2008年1月至今，于杭州久祥担任董事长；2013年11月至今，于久祺运动担任董事长；2016年7月至今，于久祺控股担任董事长；2019年6月至今，于WHIZZ LTD担任董事。2019年5月至今，于久祺股份担任董事长兼总经理。

**卢志勇：**男，1977年5月生，中国国籍，无境外永久居留权，大专学历。1997年9月至2000年8月，于上海久期工贸有限公司担任业务员；2000年10

月至 2019 年 5 月，历任久祺有限业务经理、董事；2017 年 11 月至 2020 年 5 月，于久恒能源担任董事。2003 年 7 月至今，于德清久胜担任董事；2006 年 8 月至今，于久祺进出口担任董事；2008 年 1 月至今，于杭州久祥担任董事兼总经理；2013 年 11 月至今，于久祺运动担任董事；2016 年 3 月至今，于香港久祥担任董事；2016 年 7 月至今，于久祺控股担任董事。2019 年 5 月至今，于久祺股份担任董事兼副总经理。

**李宇光：**男，1967 年 12 月生，中国国籍，拥有澳大利亚永久居留权，本科学历。1991 年 1 月至 1995 年 10 月，于杭州卷烟厂担任技术员；1995 年 12 月至 1999 年 10 月，于（新加坡）日立化成有限公司担任技术员；1999 年 11 月至 2000 年 9 月，于上海久期工贸有限公司担任业务员；2000 年 10 月至 2019 年 5 月，历任久祺有限担任业务经理、监事；2017 年 11 月至 2020 年 5 月，于久恒能源担任监事。2003 年 7 月至今，于德清久胜担任董事兼总经理；2008 年 1 月至今，于杭州久祥担任董事；2006 年 8 月至今，于久祺进出口担任董事；2013 年 11 月至今，于久祺运动担任董事；2016 年 7 月至今，于久祺控股担任董事；2018 年 6 月至今，于 MANNU PTY LTD 担任董事；2016 年 3 月至今，于香港久祺担任董事。2019 年 5 月至今，于久祺股份担任董事兼副总经理。

**胡小娟：**女，1962 年 12 月生，中国国籍，无境外永久居留权，中专学历。1981 年 12 月至 1988 年 2 月，于浙江扬伦造纸厂担任操作工；1988 年 2 月至 1997 年 9 月，于杭州小轮车总厂担任品管、统计及会计人员；1997 年 9 月至 2002 年 5 月，于杭州安琪儿股份有限公司担任会计。2002 年 5 月至今，于公司担任会计。2019 年 5 月至今，于久祺股份担任董事。

**黄加宁：**男，1975 年 11 月生，中国国籍，无境外永久居留权，法学博士。2003 年 1 月至 2020 年 7 月，于浙江金茂集嘉管理咨询有限公司担任董事兼总经理；2013 年 7 月至 2020 年 7 月，于杭州奥网投资管理有限公司担任董事。2017 年 9 月至今，于杭州中泰深冷技术股份有限公司（证券代码：300435）担任独立董事；2020 年 6 月至今，于浙江科马摩擦材料股份有限公司（证券代码：831178）担任独立董事。现任北京德恒（杭州）律师事务所管理合伙人。2019 年 12 月至今，于久祺股份担任独立董事。

**祝立宏：**女，1964 年 4 月生，中国国籍，无境外永久居留权，研究生学历。

2017年9月至今，于浙江新化化工股份有限公司（证券代码：603867）担任独立董事；2017年12月至今，于杭州联德精密机械股份有限公司担任独立董事；2019年9月至今，于浙江亚太机电股份有限公司（证券代码：002284）担任独立董事；2019年9月至今，于亚洲硅业（青海）股份有限公司担任独立董事。2019年12月至今，于久祺股份担任独立董事。

**张群华：**男，1972年12月生，中国国籍，无境外永久居留权，工商管理硕士。1995年7月至2000年12月，于中国农业银行嘉兴市分行担任职员；2000年1月至2004年12月，于浙江中铭会计师事务所担任审计部经理、合伙人；2005年1月至2007年11月，于世源科技医疗（电子）公司担任首席财务官；2008年6月至2013年12月，于浙江古纤道新材料股份有限公司担任董事兼财务总监；2014年1月至2020年5月，于杭州天地数码科技股份有限公司（证券代码：300743）担任董事会秘书兼副总经理；2017年5月至2020年4月，于浙江博凡动力装备股份有限公司（证券代码：831269）担任独立董事。2017年10月至今，于杭州华旺新材料科技股份有限公司（证券代码：832514，已摘牌）担任独立董事；2018年12月至今，于浙江大洋生物科技集团股份有限公司（证券代码：837112）担任独立董事；2019年4月至2020年9月，于明峰医疗系统股份有限公司担任独立董事；2020年5月至今，于浙江博菲电气股份有限公司担任副总经理，兼任财务总监、董事会秘书，2020年12月至今，于株洲时代电气绝缘有限责任公司担任董事，2021年2月至今，兼任浙江博菲电气股份有限公司董事。2019年12月至今，于久祺股份担任独立董事。

## 2、监事会成员

公司监事会由3名监事组成，其中职工代表监事1名。职工代表监事由公司职工代表大会选举产生，监事任期三年，任期届满可连选连任。

姓名	职务	任期	提名人	选聘会议
鲁海燕	监事会主席、职工代表监事	2019年12月20日 -2022年5月15日	职工代表大会、全体监事	2019年12月20日发行人职工代表大会选举、一届三次监事会
俞晓琴	监事	2019年12月20日 -2022年5月15日	全体股东	2019年12月20日 2019年第三次临时股东大会
来士强	监事	2019年12月20日 -2022年5月15日	全体股东	2019年12月20日 2019年第三次临时股

姓名	职务	任期	提名人	选聘会议
				东大会

公司现任监事简历如下：

**鲁海燕：**女，1974年2月生，中国国籍，无境外永久居留权，大专学历。1996年7月至1998年3月，于杭州富可达进出口有限公司担任业务员；1998年3月至1999年3月，于杭州龙生药业有限公司担任行政人员。2000年10月至今，于公司担任外贸业务主管；2019年11月至今，于杭州久趣担任监事；2019年12月至今，任永忻合伙执行事务合伙人；2020年3月至今，于久祺控股担任监事。2019年5月至今，于久祺股份担任监事会主席。

**俞晓琴：**女，1982年6月生，中国国籍，无境外永久居留权，本科学历。2003年6月至2005年2月，于杭州好运节日饰品玩具有限公司担任业务助理；2005年5月至2007年12月，于久祺有限担任单证员；2008年1月至今，于杭州久祥担任单证组长。2019年12月至今，于久祺股份担任监事。

**来士强：**男，1959年1月生，中国国籍，无境外永久居留权，初中学历。1977年10月至1997年10月，于中国水利水电建设总公司第十二工程局担任行政人员；1997年11月至2000年4月，自由职业；2000年10月至2019年1月，于久祺有限担任行政人员。2019年1月至今，于久祺进出口担任行政人员。2019年5月至今，于久祺股份担任监事。

### 3、高级管理人员

公司高级管理人员包括公司总经理、副总经理、财务总监与董事会秘书，任职情况如下：

姓名	职务	任期
李政	董事长兼总经理	2019年5月16日-2022年5月15日
卢志勇	董事兼副总经理	2019年5月16日-2022年5月15日
李宇光	董事兼副总经理	2019年5月16日-2022年5月15日
雍熾	董事会秘书兼财务总监	2019年5月16日-2022年5月15日

公司现任高级管理人员简历如下：

**李政：**现任公司董事长兼总经理，个人简历见本节“九、董事、监事、高级

管理人员与其他核心人员概况”之“（一）董事、监事、高级管理人员与其他核心人员简要情况”之“1、董事会成员”。

**卢志勇：**现任公司董事兼副总经理，个人简历见本节“九、董事、监事、高级管理人员与其他核心人员概况”之“（一）董事、监事、高级管理人员与其他核心人员简要情况”之“1、董事会成员”。

**李宇光：**现任公司董事兼副总经理，个人简历见本节“九、董事、监事、高级管理人员与其他核心人员概况”之“（一）董事、监事、高级管理人员与其他核心人员简要情况”之“1、董事会成员”。

**雍嫵：**女，1974年12月生，中国国籍，无境外永久居留权，大专学历。1995年9月至2000年9月，于上海欣地贸易有限公司担任财务经理；2013年11月至2019年9月，于久祺运动担任监事；2016年7月至2020年3月，于久祺控股担任监事；2000年10月至2019年5月，于久祺有限担任总经理助理；2014年4月至2020年3月，于杭州祥瑞进出口有限公司担任董事。2019年5月至今，于久祺股份担任董事会秘书兼财务总监。

#### 4、其他核心人员

公司其他核心人员简历如下：

**汤华龙：**男，1976年1月生，中国国籍，无境外永久居留权，大专学历。2000年2月至2004年7月，于常州永祺车业有限公司担任开发及品质部科长。2006年3月至今，历任德清久胜品质部经理、技术部经理、生产部副总经理、销售中心总监。汤华龙先后参与及研发“控速推骑儿童车的前轮离合机构”、“控速推骑儿童车”、“避震脚刹连动车”3项发明专利，12项实用新型专利，4项外观专利。

**徐楼钧：**男，1982年4月生，中国国籍，无境外永久居留权，本科学历。2005年6月至2005年9月，于杭州中旭金属制品有限公司担任技术员。2005年10月至今，历任公司外贸业务员、业务三部部门副经理、经理，同时兼管公司产品研发部和网络研发部。

**叶俊良：**男，1982年6月生，中国国籍，无境外永久居留权，本科学历。2005年6月至2006年2月，于中华橡胶集团有限公司担任外贸跟单员；2006年

3月至2008年1月，于久祺有限担任外贸业务员。2008年2月至今，于杭州久祥担任业务二部部门经理。

## 5、董事、监事、高级管理人员了解股票发行上市相关法律法规及其法定义务责任的情况

公司董事、监事、高级管理人员接受了东兴证券的上市辅导。辅导期内，保荐机构东兴证券会同发行人律师、会计师，组织辅导对象接受了全面系统的法律法规学习与培训。经过上市辅导培训，公司董事、监事、高级管理人员已了解发行上市有关法律、法规和规则及上市公司规范运作、信息披露和履行承诺等方面的法定义务与责任。

### (二) 董事、监事、高级管理人员与其他核心人员兼职情况

截至本招股说明书签署日，公司董事、监事、高级管理人员与其他核心人员除久祺股份及其子公司以外的其他单位的兼职情况如下：

姓名	发行人职务	兼职单位	兼职职务	兼职单位与发行人的关联关系
李政	董事长兼总经理	上海久期工贸有限公司	执行董事兼总经理	董事担任执行董事兼总经理的企业
		浙江久祺运动发展有限公司	董事长	实际控制人控制的企业
		浙江久祺控股有限公司	董事长	实际控制人控制的企业
		浙江久祺进出口有限公司	董事长	实际控制人控制的企业
卢志勇	董事兼副总经理	浙江久祺运动发展有限公司	董事	实际控制人控制的企业
		浙江久祺控股有限公司	董事	实际控制人控制的企业
		浙江久祺进出口有限公司	董事	实际控制人控制的企业
李宇光	董事兼副总经理	浙江久祺运动发展有限公司	董事	实际控制人控制的企业
		浙江久祺控股有限公司	董事	实际控制人控制的企业
		浙江久祺进出口有限公司	董事	实际控制人控制的企业
		MANNU PTY LTD	董事	实际控制人之一李宇光控制的企业
黄加宁	独立董事	杭州中泰深冷技术股份有限公司(300435)	独立董事	独立董事担任独立董事的企业
		浙江科马摩擦材料股份有限公司	独立董事	独立董事担任独立董事的企业
		北京德恒(杭州)律师事务所	管理合伙人	无关联关系
祝立宏	独立董事	浙江新化化工股份有限公司(603867)	独立董事	独立董事担任独立董事的企业



姓名	发行人职务	兼职单位	兼职职务	兼职单位与发行人的关联关系
		杭州联德精密机械股份有限公司（605060）	独立董事	独立董事担任独立董事的企业
		浙江亚太机电股份有限公司（002284）	独立董事	独立董事担任独立董事的企业
		亚洲硅业（青海）股份有限公司	独立董事	独立董事担任独立董事的企业
张群华	独立董事	浙江大洋生物科技集团股份有限公司（003017）	独立董事	独立董事担任独立董事的企业
		杭州华旺新材料科技股份有限公司（605377）	独立董事	独立董事担任独立董事的企业
		株洲时代电气绝缘有限责任公司	董事	独立董事担任董事的企业
		浙江博菲电气股份有限公司	副总经理， 董事兼任财务总监、 董事会秘书	独立董事担任董事、 高级管理人员的企业
鲁海燕	监事	宁波梅山保税港区永忻企业管理合伙企业（有限合伙）	执行事务合伙人	发行人股东
		浙江久祺控股有限公司	监事	实际控制人控制的企业
汤华龙	其他核心人员	宁波梅山保税港区永峒企业管理合伙企业（有限合伙）	执行事务合伙人	发行人股东

除上述情形外，公司董事、监事、高级管理人员及其他核心人员未在其他公司或单位担任职务。

### （三）董事、监事、高级管理人员及其他核心人员之间的关系

公司董事、监事、高级管理人员及其他核心人员之间不存在关联关系。

### （四）公司与董事、监事、高级管理人员及其他核心人员签定的协议及其履行情况

在公司任职的董事、监事、高级管理人员和其他核心人员均与公司签订了劳动合同、保密协议和竞业禁止协议，并对相关权利义务作出了约定。

截至本招股说明书签署日，上述协议、合同等均正常履行，不存在违约情形。

### （五）董事、监事、高级管理人员及其他核心人员所持股份发生被质押、冻结或发生诉讼纠纷等情形

截至本招股说明书签署日，发行人的董事、监事、高级管理人员及其他核心人员所持股份未发生被质押、冻结或发生诉讼纠纷等情形。

## （六）最近两年公司董事、监事及高级管理人员的变动情况

### 1、董事变动情况

报告期初，公司有 3 名董事，分别为董事长李政、副董事长韩利娅及董事卢志勇。

2019 年 5 月 16 日，公司召开创立大会暨第一次股东大会，选举李政、卢志勇、李宇光、胡小娟、吴庆芳为公司第一届董事会董事。同日，公司召开第一届董事会第一次会议，选举李政为公司董事长。

2019 年 12 月 20 日，公司召开 2019 年第三次临时股东大会，为了进一步完善公司治理，优化董事会人员结构，同意吴庆芳辞去公司董事职务，并选举祝立宏、张群华、黄加宁为公司第一届董事会独立董事。

### 2、监事变动情况

报告期初，公司未设监事会，设监事一名，由李宇光担任。

2019 年 5 月 16 日，公司召开创立大会暨第一次股东大会，选举鲁海燕、卢媛媛为公司第一届监事会监事。2019 年 5 月 16 日，公司召开职工代表大会，选举来士强为公司职工监事；同日，公司召开第一届监事会第一次会议，选举鲁海燕为公司第一届监事会主席。

2019 年 12 月 20 日，公司召开 2019 年第三次临时股东大会，选举俞晓琴、来士强为公司第一届监事会监事。同日，公司召开职工代表大会，选举鲁海燕为公司职工监事，免去来士强职工监事职务。

### 3、高级管理人员变动情况

报告期初，公司高级管理人员为总经理李政。

2019 年 5 月 16 日，公司召开第一届董事会第一次会议，聘任李政为公司总经理，聘任卢志勇、李宇光为公司副总经理，聘任雍嫵为公司财务总监兼董事会秘书。

截至本招股说明书签署日，除上述变动以外，公司董事、监事、高级管理人员近两年内无其他变化。

#### 4、其他核心人员的变动情况

最近两年，公司其他核心人员未出现重大变动情况。

##### (七) 董事、监事、高级管理人员及其他核心人员对外投资情况

截至本招股说明书签署日，除本节“九、董事、监事、高级管理人员与其他核心人员概况”之“(八) 董事、监事、高级管理人员、其他核心人员及其近亲属持有发行人股份的情况”中披露的对公司的直接或间接持股情况外，公司董事、监事、高级管理人员与其他核心人员的对外投资情况如下表所示：

姓名	发行人职务	被投资企业名称	持股比例	被投资企业 注册资本 (万元)
李政	董事长兼总经理	浙江久祺控股有限公司	50.50%	20,200.00
卢志勇	董事兼副总经理		27.23%	
李宇光	董事兼副总经理		22.27%	
李政	董事长兼总经理	浙江久祺进出口有限公司	50.00%	800.00
卢志勇	董事兼副总经理		22.50%	
李宇光	董事兼副总经理		27.50%	
李政	董事长兼总经理	浙江久祺运动发展有限公司	50.00%	10,000.00
卢志勇	董事兼副总经理		27.50%	
李宇光	董事兼副总经理		22.50%	
李宇光	董事兼副总经理	MANNU PTY LTD	100.00%	100.00 澳元
黄加宁	独立董事	杭州奥网投资管理有限公司	21.00%	10.00
		浙江金茂集嘉管理咨询有限公司	62.50%	20.00

上述对外投资不存在与公司利益冲突的情况；除上述对外投资情况外，公司董事、监事、高级管理人员及其他核心人员不存在其他对外投资。

##### (八) 董事、监事、高级管理人员、其他核心人员及其近亲属持有发行人股份的情况

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

单位：万股

姓名	公司任职或亲属关系	直接持股	间接持股	持股比例
----	-----------	------	------	------

姓名	公司任职或亲属关系	直接持股	间接持股	持股比例
李政	董事长兼总经理	6,468.18	30.00	44.61%
卢志勇	董事兼副总经理	3,557.30	10.00	24.49%
李宇光	董事兼副总经理	2,910.52	-	19.98%
胡小娟	董事	-	40.00	0.27%
黄加宁	独立董事	-	-	-
祝立宏	独立董事	-	-	-
张群华	独立董事	-	-	-
鲁海燕	监事会主席	-	35.00	0.24%
俞晓琴	监事	-	10.00	0.07%
来士强	监事	-	5.00	0.03%
雍嫵	董事会秘书兼财务总监	-	40.00	0.27%
汤华龙	其他核心人员	-	40.00	0.27%
徐楼钧	其他核心人员	-	35.00	0.24%
叶俊良	其他核心人员	-	35.00	0.24%
王晓华	李政配偶	-	20.00	0.14%
李丽	李政姐姐	-	40.00	0.27%
李宇辉	李宇光弟弟	-	40.00	0.27%
韩利娅	李宇光配偶	-	10.00	0.07%
卢志红	卢志勇姐姐	-	30.00	0.21%
张琛	胡小娟女儿	-	5.00	0.03%
合计		<b>12,936.00</b>	<b>425.00</b>	<b>91.71%</b>

截至本招股说明书签署日，发行人董事、监事、高级管理人员、其他核心人员及其近亲属直接或间接持有的发行人股份不存在被质押、冻结或其他有争议的情形。

### （九）董事、监事、高级管理人员及其他核心人员薪酬情况

#### 1、薪酬的组成、确定依据、所履行的程序及其比重

除独立董事外，公司董事、监事、高级管理人员和其他核心人员的薪酬由基本工资、岗位工资、绩效工资、奖金、社会保障及员工福利组成，依据公司的薪酬管理制度确定；公司独立董事领取固定津贴。

报告期内，公司董事、监事、高级管理人员及其他核心人员薪酬总额占利润

总额的比重情况如下：

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
薪酬总额（万元）	571.93	492.07	490.88
利润总额（万元）	18,690.34	13,154.47	7,432.77
薪酬总额/利润总额	3.06%	3.74%	6.60%

## 2、最近一年从发行人处领取薪酬的情况

公司现任董事、监事、高级管理人员及其他核心人员 2020 年从公司领取薪酬情况如下：

序号	姓名	公司职务	从本公司领取的薪酬（万元）	是否在关联企业领取薪酬
1	李政	董事长兼总经理	57.89	否
2	卢志勇	董事兼副总经理	56.00	否
3	李宇光	董事兼副总经理	50.74	否
4	胡小娟	董事	19.38	否
5	黄加宁	独立董事	7.20	否
6	祝立宏	独立董事	7.20	否
7	张群华	独立董事	7.20	否
8	鲁海燕	监事会主席	58.31	否
9	俞晓琴	监事	24.90	否
10	来士强	监事	-	是
11	雍嫵	董事会秘书兼财务总监	64.25	否
12	汤华龙	其他核心人员	33.26	否
13	徐楼钧	其他核心人员	88.19	否
14	叶俊良	其他核心人员	97.41	否
合计			571.93	-

注：来士强 2020 年领薪单位为浙江久祺进出口有限公司。

截至本招股说明书签署日，除上述薪酬和津贴外，公司董事、监事、高级管理人员及其他核心人员未在公司及公司关联方享受其他待遇和退休金计划。

## 十、发行人已经制定或实施的股权激励情况及相关安排

截至本招股说明书签署日，公司不存在已经制定尚未实施或正在实施的股权激励情况。申报前实施的员工持股计划情况如下：

## （一）员工持股计划基本情况

报告期内，公司建立了员工持股平台，分别为永忻合伙、永焱合伙和永峒合伙。2019年12月20日，公司召开股东大会，决议同意上述员工持股平台增资入股公司。

永忻合伙、永焱合伙及永峒合伙三家持股平台合伙企业的基本情况参见本节“八、发行人股本情况”之“（六）最近一年发行人新增股东的持股数量及变化情况”。

公司上述三家员工持股计划中的人员构成及确定标准为在公司工作十年以上的员工及少数关键岗位的员工。

## （二）员工持股计划登记备案情况

上述员工持股平台用以投资发行人的资金均来源于自有资金，不存在发行人或第三方为员工参加持股计划提供奖励、资助、补贴等安排；不存在以非公开方式向投资者募集资金的情形，不存在将其资产委托给基金管理人进行管理或受托管理资产的情形，不存在以私募投资基金持有发行人股份的情形，不属于《证券投资基金法》和《私募投资基金监督管理暂行办法》等法律法规规定的私募投资基金或者基金管理人，无需办理登记备案程序。

## （三）员工持股计划人员变动情况

### 1、永忻合伙

2020年3月23日，永忻合伙有限合伙人王菲和叶丽娜签订《财产份额转让协议书》，王菲将其在永忻合伙0.44%的财产份额（认缴出资额9.06万元，实缴9.06万元），以人民币9.06万元的价格转让给叶丽娜。

同日，永忻合伙全体合伙人召开会议并一致作出决定，同意上述转让事宜并重新订立新的合伙协议。

2021年2月28日，永忻合伙有限合伙人严沛和陈鑫盛签订《财产份额转让协议书》，严沛将其在永忻合伙0.44%的财产份额（认缴出资额9.06万元，实缴9.06万元），以人民币9.66万元的价格转让给陈鑫盛。

2021年2月28日，永忻合伙有限合伙人严沛和钱抗抗签订《财产份额转让

协议书》，严沛将其在永忻合伙 0.66% 的财产份额（认缴出资额 13.59 万元，实缴 13.59 万元），以人民币 14.49 万元的价格转让给钱抗抗。

同日，永忻合伙全体合伙人召开会议并一致作出决定，同意重新订立新的合伙协议。

## 2、永峒合伙

2020 年 4 月 3 日，永峒合伙有限合伙人孙启文和徐中富签订《财产份额转让协议书》，孙启文将其在永峒合伙 0.7% 的财产份额（认缴出资额 6.795 万元，实缴 6.795 万元），以人民币 6.795 万元的价格转让给徐中富。

2020 年 4 月 3 日，永峒合伙有限合伙人孙启文和潘海丽签订《财产份额转让协议书》，孙启文将其在永峒合伙 0.7% 的财产份额（认缴出资额 6.795 万元，实缴 6.795 万元），以人民币 6.795 万元的价格转让给潘海丽。

同日，永峒合伙全体合伙人召开会议并一致作出决定，同意上述转让事宜并重新订立新的合伙协议。

## 3、永焱合伙

2020 年 4 月 7 日，永焱合伙有限合伙人李志军和李忠木签订《财产份额转让协议书》，李志军将其在永焱合伙 0.37% 的财产份额（认缴出资额 9.06 万元，实缴 9.06 万元），以人民币 9.06 万元的价格转让给李忠木。

同日，永焱合伙全体合伙人召开会议并一致作出决定，同意上述转让事宜并重新订立新的合伙协议。

2021 年 5 月 19 日，永焱合伙有限合伙人王强和王云签订《财产份额转让协议书》，王强将其在永焱合伙 1.12% 的财产份额（认缴出资额 27.18 万元，实缴 27.18 万元），以人民币 29.3544 万元的价格转让给王云。

同日，永焱合伙全体合伙人召开会议并一致作出决定，同意上述转让事宜并重新订立新的合伙协议。

### （四）员工持股平台人员离职后的股份处理安排

根据《员工持股协议》规定，各合伙企业合伙人系与发行人签署劳动合同的员工，若合伙人在协议签订 5 年或者发行人上市（孰早）之前辞职的，经持有合

合伙企业三分之二以上份额的合伙人书面决定，由合伙企业三分之二以上份额的合伙人共同指定的第三人（包括不限于发行人员工、合伙企业其他合伙人）有权回购其全部授予份额。

#### （五）员工持股计划股份锁定期情况

三家持股平台合伙企业已出具《股份流通限制及自愿锁定承诺函》，承诺如下：

“1、本企业持有的发行人股份自发行人首次公开发行股票并在创业板上市之日起 12 个月内，本企业不转让或者委托他人管理本企业直接或间接持有的发行人首次公开发行股票前已发行的股份，也不由发行人回购本企业直接或间接持有的发行人首次公开发行股票前已发行的股份。

2、本企业将严格遵守我国法律、法规及规范性文件关于上市公司股东持股及股份变动的有关规定，规范、诚信履行相关义务；如我国法律、法规及规范性文件修订上市公司股东持股及股份变动的有关规定，本企业将依法遵守修订后相关规定。”

## 十一、发行人员工情况

### （一）发行人员工基本情况

#### 1、员工人数及变化情况

报告期内，公司员工人数及变化情况如下表所示：

分类	2020.12.31	2019.12.31	2018.12.31
员工人数	683	630	826

注：报告期内发行人员工人数波动较大主要系下属子公司杭州久趣逐步调整国内业务销售战略以致国内线下销售人员数量减少较多以及下属子公司德清久胜生产经营优化调整过程中人员变动较大的综合因素所致。

#### 2、员工结构情况

截至 2020 年 12 月 31 日，公司员工总数为 683 人，员工的专业结构、受教育程度、年龄分布情况如下：

##### （1）员工专业结构

分类	人数	比例
生产人员	350	51.24%



设计研发人员	76	11.13%
销售人员	167	24.45%
管理人员	39	5.71%
财务人员	18	2.64%
其他	33	4.83%
<b>合计</b>	<b>683</b>	<b>100%</b>

## (2) 员工受教育程度

分类	人数	比例
高中（包括中专）	451	66.03%
大专	85	12.45%
本科	139	20.35%
研究生	8	1.17%
<b>合计</b>	<b>683</b>	<b>100%</b>

## (3) 员工年龄分布

分类	人数	比例
30 岁以下	198	28.99%
31-40 岁	237	34.7%
41-50 岁	172	25.18%
51 岁及以上	76	11.13%
<b>合计</b>	<b>683</b>	<b>100%</b>

## 3、发行人人员构成与业务规模的匹配性

报告期内，发行人的营业收入分布情况如下：

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
久祺股份	78,686.38	70,837.82	68,462.54
香港久祺	20,758.72	8,874.17	5,493.29
杭州久祥	104,755.09	81,832.65	86,316.63
香港久祥	12,748.50	10,574.81	6,455.03
德清久胜	25,408.94	22,251.09	22,044.81
杭州久趣	3,973.96	669.76	2,485.67
WHIZZ LTD	716.80	-	-

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
合计	247,048.38	195,040.30	191,257.97

注：上表中的营业收入未进行内部抵消。

发行人的日常经营活动中，香港久祺由久祺股份进行管理，报告期末，久祺股份员工人数分别为 106 人、121 人和 143 人，总体每年略有增长，两者合计收入分别为 73,955.83 万元、79,711.98 万元和 99,445.10 万元，亦有所增长；香港久祥由杭州久祥进行管理，报告期末，杭州久祥员工人数分别为 88 人、84 人和 89 人，基本保持稳定，两者合计收入分别为 92,771.66 万元、92,407.46 万元和 117,503.58 万元，2020 年增长较快。报告期内，德清久胜的人数因 2016 年火灾影响及生产管理的优化调整变动较大，但其整体生产经营状况基本保持稳定，相应其整体产量、销量基本稳定，营业收入相应保持基本稳定。报告期内，杭州久趣自 2009 年开始主要从事国内市场的自行车线下销售业务，由于共享单车及国内电商的冲击，国内市场的销售并不理想，公司自 2018 年开始逐步调整国内自行车业务销售战略，调减国内线下销售人员数量，因此 2018、2019 年杭州久趣的营业收入下降较多；2020 年收入增长较快，主要系由于新增境外童车销售所致；但杭州久趣的销售收入占发行人整体收入的比例较小。上述因素综合影响下，报告期内发行人员工人数波动较大，营业收入基本保持稳定并略有增长，与发行人实际生产经营状况基本相符，因此发行人人员构成与其业务规模基本匹配。

#### 4、销售人员的变动、平均工资等情况

##### (1) 报告期销售费用中职工薪酬与销售人员的变动、人均工资的变动

报告期公司销售业务人员人均薪酬如下表：

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
销售人员平均人数（人）	171	173	180
销售人员薪酬合计（万元）	4,140.59	3,944.87	3,785.10
销售人员人均薪酬（万元/人）	24.21	22.80	21.03

注：销售人员平均人数=（期初销售人员数量+期末销售人员数量）/2，上表平均人数以及薪酬不含杭州久趣的商超临时导购人员。

报告期内，公司销售业务人员平均薪酬逐年提高，主要与公司销售业绩变动及销售业务人员平均薪酬、销售人员人数相关，三年平均薪酬变动情况与公司销售业绩呈正比例关系。此外，随着公司销售规模和营业利润的波动以及报告期各期普

级调薪政策影响，2018年至2020年销售人员职工薪酬整体逐年上涨。

综上，销售费用中职工薪酬与销售人员的变动、人均工资的变动吻合。

(2) 与同行业可比上市公司行业薪酬水平对比情况

发行人销售人员的薪酬情况与同行业可比上市公司的平均薪酬对比情况如下：

单位：万元

股票代码	公司名称	2020年度	2019年度	2018年度
600679.SH	上海凤凰	17.95	18.37	13.98
600818.SH	中路股份	17.31	21.44	15.54
可比公司平均值		<b>17.63</b>	<b>19.91</b>	<b>14.76</b>
本公司		<b>24.21</b>	<b>22.80</b>	<b>21.03</b>

注：销售人员数量取自销售人员期末和期初的简单平均；上述同行业可比上市公司数据来源于年度报告。巨大机械、美利达未披露人员数量及薪酬金额。

根据上表，报告期发行人销售人员人均薪酬呈持续上升态势，整体趋势与同行业可比上市公司保持一致。公司的销售人员平均薪酬水平高于同行业可比上市公司，主要系业务模式存在差异，发行人采用以设计开发及销售渠道为核心，以ODM为主，OEM为辅，且发行人主要以外销为主，对销售人员素质要求较高，而同行业可比上市公司上海凤凰、中路股份主要以内销为主。因此，公司销售人员的平均薪酬高于同行业可比上市公司具有合理性。

(3) 与同地区上市公司以及当地平均薪酬水平对比情况

发行人计入销售费用的职工人均薪酬与同地区人均收入对比情况如下：

单位：万元

股票代码	公司名称	主要办公地	2020年度	2019年度	2018年度
002095	生意宝	杭州	9.75	8.52	8.34
002019	亿帆医药	杭州	12.88	11.94	10.59
当地上市公司销售人员平均薪酬		杭州	<b>11.31</b>	<b>10.23</b>	<b>9.46</b>
杭州市职工平均薪酬		杭州	-	<b>8.08</b>	<b>7.30</b>
发行人（除德清久胜外）销售人员平均薪酬		杭州	<b>25.49</b>	<b>25.05</b>	<b>24.68</b>
300181	佐力药业	德清	10.11	10.47	9.73
002043	兔宝宝	德清	17.19	9.14	7.83
当地上市公司销售人员平均薪酬		德清	<b>13.65</b>	<b>9.81</b>	<b>8.78</b>

湖州市职工平均薪酬	湖州	-	5.34	4.73
德清久胜销售人员平均薪酬	德清	10.98	8.43	8.11

注：杭州市和湖州市 2020 年职工平均薪酬尚未发布。

公司报告期内销售人员平均薪酬均高于杭州当地上市公司的平均水平，亦显著高于杭州市职工平均薪酬。德清久胜销售人员平均薪酬与德清当地上市公司的平均水平相近，亦高于湖州市职工平均薪酬。公司薪酬制度及薪酬水平符合公司自身经营现状，有利于公司吸引、培养和留用人才，有利于提高和巩固公司的核心竞争力。

综上，发行人销售人员人均薪酬与同行业可比上市公司、同地区人均收入对比符合公司实际经营情况和业务模式。

## 5、管理人员的变动、平均工资等情况

### (1) 报告期管理费用中的职工人均薪酬

报告期公司计入管理费用的职工人均薪酬如下表：

项目	2020年度	2019年度	2018年度
平均人数（人）	79	99	124
管理费用薪酬合计（万元）	1,284.46	1,399.00	1,364.30
人均薪酬（万元/人）	16.26	14.13	11.00

注：管理人员平均人数=（期初管理人员数量+期末管理人员数量）/2。

报告期内，公司计入管理费用的职工薪酬金额相对稳定。公司计入管理费用的相关人数逐年下降，主要系子公司杭州久趣缩减内销规模使得相关管理人员减少，以及德清久胜精简行政管理人员和后勤人员所致；管理人员人均薪酬呈逐年上升趋势，与公司业绩增长趋势保持一致。

### (2) 与同行业可比上市公司行业薪酬水平对比情况

发行人计入管理费用的职工人均薪酬与同行业可比上市公司的平均薪酬对比情况如下：

单位：万元

股票代码	公司名称	2020 年度	2019 年度	2018 年度
600679.SH	上海凤凰	26.13	20.01	14.67
600818.SH	中路股份	14.32	14.50	24.82

股票代码	公司名称	2020 年度	2019 年度	2018 年度
可比公司平均值		20.23	17.25	19.75
本公司		16.26	14.13	11.00

注：上述同行业可比上市公司数据来源于年度定期报告。

报告期内，公司计入管理费用的职工人均薪酬低于同行业可比上市公司的平均水平，主要原因是公司以 ODM 为主，并且外销收入占比较大，销售覆盖全球 80 多个国家，需要较强的供应链整合能力，供应链整合主要是业务人员为主，业务人员薪酬主要在销售费用核算，并且公司业务相对单一实行扁平化的组织管理架构，公司中层以上管理人员较少，除少数的高级管理人员外，计入管理费用的其他人员主要为财务人员、行政人员、后勤人员，其工资水平相对较低，总体造成公司管理费用平均薪酬较低；同行业可比上市公司上海凤凰、中路股份均经营多种业务，较发行人单一业务需要更多的中高层管理人员，造成公司管理人员平均薪酬低于同行业可比上市公司管理人员平均薪酬。

### （3）与同地区上市公司以及当地平均薪酬水平对比情况

发行人计入管理费用的职工人均薪酬与同地区人均收入对比情况如下：

单位：万元

股票代码	公司名称	主要办公地	2020 年度	2019 年度	2018 年度
002095	生意宝	杭州	9.64	13.76	7.77
002019	亿帆医药	杭州	19.98	21.79	17.48
当地上市公司管理人员平均薪酬		杭州	14.81	17.77	12.63
杭州市职工平均薪酬		杭州	-	8.08	7.30
发行人（除德清久胜外）管理人员平均薪酬		杭州	24.05	20.59	14.88
300181	佐力药业	德清	10.35	7.77	6.75
002043	兔宝宝	德清	16.91	16.31	13.47
当地上市公司管理人员平均薪酬		德清	13.63	12.04	10.11
湖州市职工平均薪酬		湖州	-	5.34	4.73
德清久胜管理人员平均薪酬		德清	8.27	8.61	7.06

注：杭州市和湖州市 2020 年职工平均薪酬尚未发布。

报告期内，公司计入管理费用的职工人均薪酬高于杭州当地上市公司的平均水平，由于不同公司其公司规模、人员结构及工资政策等因素不尽相同，平均薪酬差异加大。报告期内，公司计入管理费用的职工人均薪酬高于杭州市职工平均

薪酬,无明显异常情况;德清久胜管理人员平均薪酬低于当地上市公司平均薪酬,但高于湖州市职工平均薪酬,主要系德清久胜高级管理人员较少,主要为行政及后勤管理人员,工资水平相对较低。

综上,发行人管理人员人均薪酬与同行业可比上市公司、同地区人均收入对比无明显异常情况。

## 6、研发人员的变动、平均工资等情况

### (1) 报告期研发人员的人均薪酬

报告期公司计入研发费用的职工人均薪酬如下表:

项目	2020年度	2019年度	2018年度
研发人员平均人数(人)	71	65	48
研发费用薪酬合计(万元)	893.46	771.02	617.28
人均薪酬(万元/人)	12.58	11.86	12.86

注:研发人员平均人数=(期初研发人员数量+期末研发人员数量)/2。

报告期内,公司持续加大研发投入,研发人员逐年增加,研发费用中职工薪酬也呈现上涨的趋势。

### (2) 与同行业可比上市公司行业薪酬水平对比情况

发行人计入研发费用的职工人均薪酬与同行业可比上市公司的研发人员平均薪酬对比情况如下:

单位:万元

股票代码	公司名称	2020年度	2019年度	2018年度
600679.SH	上海凤凰	5.42	7.28	10.18
600818.SH	中路股份	19.73	23.19	17.25
可比公司平均值		<b>12.57</b>	<b>15.24</b>	<b>13.71</b>
本公司		<b>12.58</b>	<b>11.86</b>	<b>12.86</b>

注:上述同行业可比上市公司数据来源于年度定期报告。

报告期内,公司研发人员人均薪酬与上海凤凰研发人员人均薪酬较为接近,2020年度公司研发人员人均薪酬与同行业可比上市公司平均值较为接近,2019年度和2018年度低于同行业可比上市公司平均值,主要系中路股份研发人员薪酬较高,中路股份因其研发项目包括高空风能发电核心技术、纳米皮产品的生产工艺技术等,其发展战略中谋求早日建成电站并具备发电供电能力,研发人员薪

酬水平较高，不具备可比性。

### (3) 与当地上市公司以及杭州市平均薪酬水平对比情况

考虑到发行人在杭州市和德清县均有研发人员，对计入研发费用的职工人均薪酬与同地区人均收入对比情况如下：

单位：万元

股票代码	公司名称	主要办公地	2020年度	2019年度	2018年度
002095	生意宝	杭州	11.73	9.56	6.74
002019	亿帆医药	杭州	5.25	5.50	5.34
当地上市公司研发人员平均薪酬		杭州	<b>8.49</b>	<b>7.53</b>	<b>6.04</b>
杭州市职工平均薪酬		杭州	-	<b>8.08</b>	<b>7.30</b>
发行人（除德清久胜外）研发人员平均薪酬		杭州	<b>17.29</b>	<b>15.89</b>	<b>23.56</b>
300181	佐力药业	德清	9.26	11.84	9.29
002043	兔宝宝	德清	13.71	11.31	10.73
当地上市公司研发人员平均薪酬		德清	<b>11.49</b>	<b>11.58</b>	<b>10.01</b>
湖州市职工平均薪酬		湖州	-	<b>5.34</b>	<b>4.73</b>
德清久胜研发人员平均薪酬		德清	<b>9.34</b>	<b>9.50</b>	<b>9.01</b>

注：1、上述同地区可比上市公司数据来源于年度定期报告；2、杭州市和湖州市 2020 年职工平均薪酬尚未发布。

报告期内，公司计入研发费用的职工人均薪酬略高于杭州当地上市公司的平均水平，主要系公司重视研发投入。2019 年研发人员人均薪酬略有下降系当年新入职较多研发人员，该部分新入职员工系研发基层员工，薪酬水平相对较低。德清久胜研发人员平均薪酬略低于德清当地上市公司研发人员平均薪酬，但高于湖州市职工平均薪酬。

综上，公司研发费用中的人均薪酬与同行业可比上市公司、同地区人均收入对比无明显异常情况。

## 7、生产人员的变动、平均工资等情况

### (1) 报告期生产人员的人均薪酬

报告期公司计入生产成本的职工人均薪酬如下表：

项目	2020年度	2019年度	2018年度
生产人员平均人数（人）	399	466	536

项目	2020年度	2019年度	2018年度
生产人员薪酬合计（万元）	2,921.20	2,854.54	3,058.64
人均薪酬（万元/人）	7.32	6.13	5.71

注：生产人员平均人数=（期初生产人员数量+期末生产人员数量）/2，生产人员薪酬包括生产成本直接人工和制造费用中职工薪酬。

报告期内发行人生产人员的人均薪酬逐年增加，与发行人业绩增长趋势保持一致。

### （2）与同行业可比上市公司行业薪酬水平对比情况

发行人计入生产的职工人均薪酬与同行业可比上市公司的平均薪酬对比情况如下：

单位：万元

股票代码	公司名称	2020年度	2019年度	2018年度
600679.SH	上海凤凰	10.63	7.89	4.79
600818.SH	中路股份	3.60	5.61	6.59
可比公司平均值		<b>7.12</b>	<b>6.75</b>	<b>5.69</b>
本公司		<b>7.32</b>	<b>6.13</b>	<b>5.71</b>

注：上述同行业可比上市公司数据来源于年度定期报告。

公司报告期内计入生产的职工人均薪酬逐年上涨，与同行业可比上市公司的差距逐年缩小，不存在重大差异。

### （3）与当地上市公司以及湖州市平均薪酬水平对比情况

由于公司的生产工厂位于湖州市德清县，计入生产成本的人员均系德清久胜的职员，以下考虑当地上市公司的平均薪酬水平：

单位：万元

股票代码	公司名称	2020年度	2019年度	2018年度
300181	佐力药业	5.90	6.82	7.34
002043	兔宝宝	7.75	7.32	6.98
当地上市公司生产人员平均薪酬		<b>6.83</b>	<b>7.07</b>	<b>7.16</b>
湖州市职工平均薪酬		-	<b>5.34</b>	<b>4.73</b>
德清久胜生产人员平均薪酬		<b>7.32</b>	<b>6.13</b>	<b>5.71</b>

注：1、上述同行业可比上市公司数据来源于年度定期报告；2、湖州市2020年职工平均薪酬尚未发布。

2018年度和2019年度公司生产人员平均薪酬略低于同地区上市公司的平均薪酬水平，2020年度公司生产人员平均薪酬高于同地区上市公司的平均薪酬水



平，但各年均高于湖州市职工平均薪酬。2018年起公司招募生产工人并减少劳务派遣，生产人员平均薪酬逐年提高，与当地上市公司以及湖州市平均薪酬水平对比无明显异常。

## （二）发行人执行社会保障制度、住房制度改革、医疗制度改革情况

根据《中华人民共和国劳动法》《中华人民共和国合同法》《中华人民共和国社会保险法》《住房公积金管理条例》等法律法规，公司为员工提供必要的社会保障。报告期内，公司按国家及地方的相关规定，为员工缴纳了养老保险金、工伤保险金、医疗保险金、失业保险金、生育保险金和住房公积金。

### 1、报告期内发行人缴纳社会保险及住房公积金的情况

报告期内，发行人（包括子公司）社会保险及住房公积金缴纳情况如下：

单位：人

时间	员工人数	已缴/未缴	养老保险	医疗保险	工伤保险	生育保险	失业保险	住房公积金
2020年12月31日	683	已缴纳	660	660	671	660	671	662
		未缴纳	23	23	12	23	12	21
2019年12月31日	630	已缴纳	609	609	621	621	621	469
		未缴纳	21	21	9	9	9	161
2018年12月31日	826	已缴纳	735	735	747	747	747	378
		未缴纳	91	91	79	79	79	448

报告期内，发行人部分员工未足额缴纳社会保险的原因主要为：（1）部分员工为退休返聘人员，按照相关规定无需缴纳社会保险费用；（2）当月入职新员工暂无法办理缴纳手续；（3）部分员工系外地农村户籍，就业流动性较强，且多在原籍办理了新型农村社会养老保险与新型农村合作医疗保险，不愿重复参加城镇职工社保。

报告期内，发行人部分员工未缴纳住房公积金的原因主要为：（1）部分员工为退休返聘人员，按照相关规定无需缴纳住房公积金；（2）当月入职新员工暂无法办理缴纳手续；（3）由于发行人主要经营地位于浙江省德清县，受外出务工习惯等因素影响，人员流动性大，且大多已在农村拥有住房，其缴存住房公积金后，异地提取和使用较为困难，同时农民工因在城市购房而实际享受公

积金贷款优惠政策的可能性较小，因此农民工群体缴存住房公积金的意愿不强。此外，发行人以提供员工宿舍等形式保障员工住房方面的福利待遇。

## 2、报告期末缴纳社会保险及住房公积金金额对发行人经营业绩的影响

经测算，发行人应缴未缴“五险一金”金额对发行人经营业绩的影响如下：

单位：万元

项目	2020年度	2019年度	2018年度
应缴未缴金额	54.43	154.55	220.73
当年利润总额	18,690.34	13,154.47	7,432.77
占比	<b>0.29%</b>	<b>1.17%</b>	<b>2.97%</b>

报告期内，发行人可能需要补缴的社会保险和住房公积金占当期利润总额的比例较小，对发行人本次发行上市不构成实质性障碍。

发行人实际控制人关于公司社会保险、住房公积金已作出如下承诺：“如果股份公司及子公司所在地有关社保主管部门及住房公积金主管部门要求其对首次公开发行股票之前任何期间内应缴的员工社会保险费用(基本养老保险、基本医疗保险、失业保险、工伤保险、生育保险等五种基本保险)或住房公积金进行补缴，本人将按主管部门核定的金额无偿代股份公司及子公司补缴，并承担相关费用。”

### (三) 社会保险和住房公积金主管部门意见

#### 1、社会保险

根据杭州市上城区人力资源与社会保障局分别出具的征信意见书，久祺股份、杭州久祥、杭州久趣 2017 年 1 月 1 日至 2021 年 1 月期间，未发现有严重违反劳动保障法律法规行为。

根据德清县人力资源和社会保障局于 2020 年 6 月 30 日出具的证明文件，德清久胜 2017 年 1 月 1 日以来严格遵守劳动保障法律法规，未发生重大劳资纠纷和立案查处情况。

2021 年 1 月 13 日，德清县人力资源和社会保障局出具《证明》：“浙江德清久胜车业有限公司 2020 年 7 月 1 日至 2020 年 12 月 31 日无行政处罚记录。”

## 2、住房公积金

根据杭州市公积金管理中心分别出具的证明文件，久祺股份、杭州久祥、杭州久趣至 2021 年 1 月在杭州市公积金管理中心缴存住房公积金，至证明开具日无住房公积金行政处罚记录。

根据湖州市住房公积金管理中心德清县分中心 2021 年 1 月 13 日出具的证明文件，德清久胜已在该中心为其员工办理住房公积金缴存登记手续，设立职工住房公积金账户，并按规定比例为其全体员工按期缴存住房公积金。中心确认，自 2009 年 8 月 18 日以来截至证明开具日，德清久胜不存在因违反住房公积金有关行政法规被中心予以行政处罚的情形。

### （四）劳务派遣用工情况

2018 年末、2019 年末和 2020 年末，发行人子公司德清久胜劳务派遣人数占总人数的比例分别为 6.22%、7.46%和 8.78%，不存在劳务派遣用工人数超过用工总量的 10%的情况。劳务派遣人员所担任岗位为临时性、辅助性或替代性的岗位，符合劳务派遣相关法律法规的规定。

发行人劳务派遣员工主要来自于江苏邦芒服务外包有限公司和德清百信劳务有限公司，其中江苏邦芒服务外包有限公司持有编号 321300201501060001 的《劳务派遣经营许可证》，德清百信劳务有限公司持有编号为 330521201809040009 的《劳务派遣经营许可证》，两家劳务派遣公司与发行人及其控股股东、实际控制人均不存在关联关系。

#### 1、德清久胜劳务派遣通过江苏邦芒服务外包有限公司异地采购的原因和合理性

江苏邦芒服务外包有限公司是一家专业的劳务派遣公司（劳务派遣经营许可证编号：321300201501060001），具有合法的劳务派遣资质，且在全国多地有分公司，劳务人员资源丰富，也是全国人力资源诚信服务示范机构，与周边的劳务派遣公司相比，其在公司自身规模、劳务资源、资质等方面均略胜一筹。

江苏邦芒服务外包有限公司在湖州有办事处，了解湖州市的相关人力政策，同时子公司德清久胜也属于湖州地区，可以人力政策资源共享，且有专门对接德清久胜的工作人员，服务优质。

## 2、发行人和江苏邦芒服务外包有限公司和德清百信劳务有限公司的交易发生额，无关联关系

### (1) 交易发生额

报告期内，发行人与江苏邦芒服务外包有限公司和德清百信劳务有限公司的采购金额具体如下：

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
江苏邦芒	255.10	167.19	217.45
德清百信	0.25	0.19	-

### (2) 无关联关系

江苏邦芒服务外包有限公司系邦芒服务外包有限公司的全资子公司，其实际控制人系余再东；德清百信劳务服务有限公司股东结构为：汪小林持股 60%、汪姚佳持股 40%。两家公司与发行人均无股权投资或其他利益安排，发行人根据实际需求向两家公司采购服务，采购价格公允。

## 3、采购该等服务的原因、选定劳务派遣方劳务派遣数量的依据、劳务派遣人员在发行人处从事的具体工作

发行人产品主要以自行车及其零配件为主，属于劳动密集型行业，用工量较大，而工人流动性强，且行业普遍存在招工难、用工贵、不易管理的情形，基于灵活用工，提高用工效率、降低企业的生产成本和人事管理成本的需求，发行人报告期内针对部分临时性、辅助性或替代性的岗位采用劳务派遣形式。

发行人选定劳务派遣方采用市场化询价的方式，由公司内部在确定需要增加用工后，于劳务市场中选定劳务派遣公司。发行人在综合考虑服务能力、行业背景、所在地区等因素后，选取适合的劳务派遣公司，并最终签订劳务派遣合同。

发行人劳务派遣数量主要考虑公司生产用工量，同时根据选定的劳务派遣公司派遣人员成本等因素，综合确定最终用工数量。

报告期内，发行人劳务派遣人员主要从事上线、下线、装配、毛刺打磨架叉、涂装、总装等替代性较强的辅助性工作。

## 4、劳务派遣人员和正式员工的岗位差别、薪酬差别，量化分析降低劳务派

## 遣人员将对发行人主要成本、费用、利润的影响

### (1) 劳务派遣人员和正式员工的岗位差别、薪酬差别

#### ① 岗位差别

报告期内，发行人子公司德清久胜劳务派遣人员主要从事如上线、下线、装配等临时性、辅助性或可替代性工作，正式员工则涵盖德清久胜所有岗位。

#### ② 薪酬差别

报告期内，德清久胜劳务派遣人员主要从事如上线、下线、装配等临时性、辅助型或可替代性工作，工资参照公司同岗位正式生产人员标准执行。劳务派遣人员与正式员工人均薪酬情况比较如下：

项目	2020年度	2019年度	2018年度
自有工人平均工资（万元/人）	7.39	6.65	6.75
劳务派遣平均工资（万元/人）	6.33	5.31	6.16

劳务派遣人员和同岗位正式生产人员的人均薪酬存在差异的原因主要系正式生产人员在生产过程中承担生产线上的主要工作，而劳务派遣人员则主要从事如上线、下线、装配等临时性、辅助型或可替代性工作，例如焊接工序中，劳务派遣员工主要对正式焊工焊好的车架进行检查，对毛刺进行打磨处理等，难度相对较低；而正式员工则主要负责调模、合模、焊接、电流电压调试等难度系数较高的工作。因此，劳务派遣人员和同岗位正式生产人员的人均薪酬存在差异具有合理性。

### (2) 量化分析降低劳务派遣人员将对发行人主要成本、费用、利润的影响

报告期内，德清久胜劳务派遣人员主要从事生产工作，相应的职工薪酬计入当期的生产成本，公司人员薪酬及劳务派遣成本、费用及利润情况如下：

单位：万元

项目	2020年度	2019年度	2018年度
营业收入	228,555.87	179,543.14	182,049.33
营业成本	182,434.87	148,387.20	157,792.01
利润总额	18,690.34	13,154.47	7,432.77
直接人工薪酬A	2,144.59	2,098.82	2,238.28

项目	2020年度	2019年度	2018年度
劳务派遣人员薪酬B	256.26	170.06	262.86
劳务人员薪酬占比(%) C=B/(A+B)	10.67	7.50	10.51

报告期内，公司劳务派遣人员占总生产人员职工薪酬的比重为 10.51%、7.50% 及 10.67%。

结合正式员工与劳务派遣员工的人均工资差异，假设将劳务派遣人员降低 100% 后，发行人主要成本、费用、利润情况如下：

单位：万元

项目	2020年度	2019年度	2018年度
自有工人平均工资（万元/人）	7.39	6.65	6.75
劳务派遣平均工资（万元/人）	6.33	5.31	6.16
劳务派遣人员按正式员工计算后职工薪酬	299.42	212.80	288.02
新增职工薪酬成本金额	43.16	42.74	25.16
利润总额	18,690.34	13,154.47	7,432.77
增加成本占利润总额比例(%)	0.23	0.32	0.34

通过上述量化分析，假设报告期内公司不聘请劳务派遣人员，100% 为正式员工的情况下，公司新增生产人员薪酬成本分别为 25.16 万元、42.74 万元及 43.16 万元，影响较小。

## 5、发行人对采购劳务派遣的内部控制情况，劳务派遣价格公允、发行人与劳务派遣公司资金往来无异常、不存在利用劳务派遣调节利润的情形

### （1）发行人对采购劳务派遣的内部控制情况

报告期内，发行人已对劳务派遣用工行为进行规范，制定了相应的内部控制制度，具体情况如下：

① 劳务服务单位需要具有承接该等劳务的合法资质；

② 劳务服务单位派遣人员不得从事涉及关键工序或技术性岗位，仅在临时性、辅助型或可替代性岗位上使用劳务派遣人员；

③ 劳务派遣用工人数不得超用工总量的 10% 等。

（2）劳务派遣价格公允、发行人与劳务派遣公司资金往来无异常、不存在利用劳务派遣调节利润的情形

### ①劳务派遣价格公允

报告期内，湖州市德清地区工厂操作工的人均工资情况如下：

项目	2020年度		2019年度		2018年度	
	德清县	德清久胜	德清县	德清久胜	德清县	德清久胜
劳务人均工资 (万元/人/月)	0.61	0.53	0.50	0.44	0.48	0.51

注：数据来源 58 同城网 (<https://huzhou.58.com/zhizaogongchengshi>)

报告期内，德清久胜采购的劳务派遣人员价格与同地区价格无重大差异。

### ②发行人与劳务派遣公司资金往来无异常

公司与劳务派遣公司往来款项无异常，收款人以及收款账户均为对方劳务公司，不存在第三方收款情形，并且款项性质均为劳务费采购往来，无其他款项往来。发行人与劳务派遣公司资金往来无异常。

### ③不存在利用劳务派遣调节利润的情形

报告期内，公司采购劳务派遣人员价格公允，工时分配合理，通过上述量化分析，降低劳务派遣人员未对发行人主要成本、费用、利润造成重大不利影响，发行人报告期内不存在利用劳务派遣调节利润的情形。

实际控制人李政、卢志勇、李宇光已出具承诺：“如果股份公司或其子公司因劳动用工不规范的情形而需要承担补缴、赔偿、处罚或滞纳金等任何形式的经济损失或义务，本人将承担前述全部经济补偿、赔偿、罚金及其他经济损失，并保证今后不会就此向股份公司或其子公司进行追偿。”

## 第六节 业务和技术

### 一、公司主营业务、主要产品及设立以来的变化情况

#### (一) 主营业务情况

公司主要从事自行车整车及其零部件和相关衍生产品的设计、研发、生产和销售。经过二十年的发展，公司成为国内主要的自行车产品出口商之一，产品远销全球五大洲 80 多个国家和地区，致力于将自行车产品的“中国制造”销往世界各地，为全球客户“一站式”提供全尺寸、多系列的自行车及相关产品。

公司以“绿色运动、健康生活”为企业宗旨，以环保、安全、符合力学原理及人体机能构造工学的产品为核心，以实现用户身体机能得到健康锻炼，满足消费者的健身休闲、代步出行、竞技娱乐等绿色低碳的工作生活需求。

#### (二) 主要产品情况

公司主要产品包括儿童自行车、成人自行车、助力电动自行车等整车及相关配件产品，其中儿童自行车包括推杆车、儿童平衡车、学骑车、儿童脚踏车、表演车等车型，尺寸范围为 10 寸至 20 寸，可供各年龄段儿童骑行娱乐。成人自行车包括城市车、山地车、公路车、表演车等车型，具备代步出行、运动健身、户外娱乐等功能。助力电动自行车是以电机、电池作为辅助动力，搭载智能传感器系统，根据骑行者脚踏力的大小，给予动力辅助，实现人力骑行、电机助力一体化的新型交通工具，近年来在欧洲地区的销售增长较快。公司已形成完整的产品体系，可为客户提供全尺寸、多系列的自行车、助力电动自行车及相关产品，形成了较为完整的产品体系。

公司主要自行车的图例、技术特点及用途如下表所示：

产品类别	产品图例	产品技术特点与用途
儿童自行车		
儿童平衡车		1、注重色彩搭配，充分抓住了儿童对于自行车炫丽多彩的心理需求； 2、表面采用水性漆粉体、真空镀膜及水转印的工艺； 3、车型复杂多变，重在突出个性化，表达儿童天真可爱的个性；



产品类别	产品图例	产品技术特点与用途
学骑车		4、自行车的流线美，要求工厂具备复杂工艺的加工能力； 5、充分利用材质特性，如轻量化的铝合金、镁合金、碳纤维等； 6、注重环保与安全，符合欧美发达国家的标准。
儿童车		
<b>成人自行车</b>		
表演自行车		1、适用于专业表演的车款，因其强度高、骑行灵活而深受青少年喜欢； 2、表演车的特色还在于轮圈的强度与孔数，一般在 68 孔与 160 孔之分，适合跳跃表演。
城市自行车		1、城市自行车又称“淑女车”，是较女性化且骑行相对容易的大车款，在城市交通中一直扮演着中流砥柱的存在，国内共享单车基本上采用的是城市自行车的设计要素； 2、随着时代的发展，公司在各车款之间进行了兼容，比如在城市自行车中加入山地自行车的变速功能，或者运用电动助力技术； 3、城市车简洁休闲，实用功能多，前有车篮盛物，后有车座可以载人载物，因此深受消费者的喜爱； 4、城市车因设计简洁、骑行轻便、方便上下、外观时尚等特点，在日韩、东南亚及欧美等市场的消费量均呈稳步增长。
		
山地自行车		1、适合成人或专业竞技类人员的产品，尤其适合山地骑行； 2、产品运用技术含量很高的变速系统，适合长途全路况的骑行； 3、根据结构配置不同可分为普通山地车、减震变速山地车及专业竞技类速降山地车之分，且有不同的速比配置，常用配置为 8 速、21 速和 27 速； 4、山地自行车的轮胎相对较宽，抓地性好，对路况的通过性好。

产品类别	产品图例	产品技术特点与用途
公路自行车		<p>1、公路车是在山地车的基础上，针对专门公路路面的改良车款，其特点主要在于轮胎相对较窄，能够减少骑行阻力，具有速度快，操控性好的优点，非常适合城区公路与专业绿道骑行；</p> <p>2、产品设计上以轻量化为主，整体具备简洁轻巧的特征，车身紧凑狭窄，主要是为了在骑行中省力，充分减小风阻。</p>
助力电动自行车		<p>1、产品十分注重科技感与设计感，外观具有厚重质感，安全、强度等性能指标在同类产品中位于前列；</p> <p>2、随着智能设备的应用，产品逐步跨界整合了诸如具备监测身体健康指标、运动参数、GPS 导航等功能的电子产品，深受高端消费市场的青睐；</p> <p>3、相对于传统的自行车而言，助力电动自行车由于加装了电动助力系统，给人的骑行体验更为轻松省力，能够充分满足长时间、长距离的骑行需求，极大地扩大了骑行爱好者的骑行半径与活动范围。</p>
		

### （三）主营业务收入构成

单位：万元

项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度		
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	
整车类	童车	55,572.29	24.33%	39,781.41	22.18%	50,375.57	27.68%
	成人车	60,599.08	26.53%	50,597.10	28.22%	49,977.43	27.46%
	助力电动自行车	17,771.74	7.78%	18,506.38	10.32%	9,607.24	5.28%
	摩托车	3,429.32	1.50%	1,500.54	0.84%	615.07	0.34%
	小计	<b>137,372.42</b>	<b>60.14%</b>	<b>110,385.43</b>	<b>61.56%</b>	<b>110,575.31</b>	<b>60.76%</b>
配件类	71,316.74	31.22%	50,683.27	28.26%	53,904.31	29.62%	
其他类	19,732.57	8.64%	18,255.96	10.18%	17,501.10	9.62%	
合计	<b>228,421.73</b>	<b>100.00%</b>	<b>179,324.66</b>	<b>100.00%</b>	<b>181,980.72</b>	<b>100.00%</b>	

### （四）自设立以来的主营业务和产品变化情况

发行人自设立以来，一直专注于自行车整车及其零部件和相关衍生产品的设计、研发、生产和销售，主营业务和主要产品未发生重大变化。

## （五）主要经营模式

### 1、盈利模式

经过多年的发展，依托公司自主设计与研发、产品多样化、自主品牌、销售渠道建设等方面的积累，公司形成了以 ODM 模式为主，OBM 模式为辅，少量 OEM 模式的经营模式。由于公司产品主要系出口，且出口客户大多为当地的自行车品牌商，考虑其自有品牌在当地具有较强的市场知名度，该等客户通常会考虑选择依托其自有品牌经营。因而，公司目前开展的经营业务主要以 ODM 模式为主，即公司根据客户对于产品的结构与外观、工艺与材质、功能与定位等需求进行开发和设计，形成相应订单后选择供应商生产或自主生产，产品生产完成后贴客户的品牌出售。

（1）ODM 模式下，公司与客户关于设计、生产等方面的具体约定

#### ①关于研发设计

公司根据客户的实际需求（包括货物的功能、规格型号、品质标准、外观设计及安全性等），定制化设计产品并形成产品设计图纸，同时根据客户的价格定位、质量标准形成产品配置表（列明主要零部件的名称、规格、材质、厂家/品牌以及产品的报价等），将产品设计图纸、贴花设计稿、产品配置表一并发送给客户确认，并根据客户的修改意见进一步优化调整并与客户进行最终确认。

#### ②关于产品生产

公司负责产品的生产环节，公司可以全部自行生产或者将全部/部分生产流程以外包的方式完成，如公司将全部生产流程以外包的方式完成，客户有权对外包厂商进行验厂或资质认证（如外包厂商的生产能力、生产条件、劳动用工、环境保护等方面），以保证产品的生产质量。

公司应根据经客户确认的产品设计图纸、贴花设计稿、产品配置表组织、安排生产。量产前客户需要打样的，由公司先进行产品打样，经客户确认后将产品封样，并开始批量生产。

#### ③关于质量保障

客户应告知公司其所采购产品的目标销售市场及相应的质量标准要求，公司

应当按照客户提供的质量标准要求安排组织生产，具体以订单为准。公司所生产的产品交付前应自行检验，合格品方可进行包装，以确保货物质量。客户提货时有权对货物质量是否符合订单要求进行检验。公司不应对因自然原因导致的货物不符，或因保险公司、船公司、其他运输组织或邮局的责任而导致的货物损毁负责。

#### ④关于知识产权

在协议签订、履行过程中，公司所接触的客户的知识产权（主要包括专利权、著作权、商标权）均属客户专有，公司可以为实现协议目的而复制、使用此类文件，未经客户同意，公司不得随意复制、使用上述文件或将之提供给任何第三方。客户委托公司生产产品的样品，公司不得将相关产品向客户所在销售区域的任何第三方出售。

如果所使用的商标是客户指定并提供，客户需同时提供商标在生产地和销售地的合法注册证明文件及商标所有者出具的商标使用授权证明；如果所使用的商标是公司推荐并提供的，公司需同时提供商标在生产地和销售地的合法注册证明文件及商标所有者出具的商标使用授权证明。

#### （2）报告期内，公司 ODM、OBM、OEM、贸易模式的划分标准及依据

销售模式	划分标准	依据
ODM	产品的结构、外观、配置、材质等均由公司根据客户的需求进行开发和设计，公司根据客户的订单要求自行生产或外包生产，产品生产完成后贴客户的品牌出售	公司为客户提供的产品配置表、产品设计图纸并经客户确认，以及客户授权的品牌
OEM	产品的结构、外观、配置、材质等均要求全部由客户提供，公司只需按照客户的图纸生产即可，产品贴客户的品牌出售	客户提供给公司的产品图纸，及客户授权的品牌
OBM	产品的结构、外观、配置、材质等均为公司根据市场需求进行开发和设计，公司根据客户的订单情况自行生产或外包生产，产品生产完成后以自有品牌的方式销售	产品为自有品牌
贸易模式	除上述以外的销售模式，客户未提出产品设计开发要求，亦未提供授权品牌，通常为公司向供应商采购的标准化产品，如轮胎、辐条等	公司和客户均未对产品进行设计和开发，品牌亦不属于公司或客户授权的

## 2、采购模式

公司的采购包括自主生产原材料采购与外包生产成品采购，具体如下：

### （1）自主生产原材料采购

公司自主生产需要的原辅材料主要包括钢架叉、铝架叉、镁合金架叉、钢管、转向系统、传动系统、变速系统、轮组、涂装材料、塑料配件、印刷类贴花及包装辅材等。采购部依据生产所需物料的规格、数量、质量、交期和价格等因素，选择合格供应商进行采购。

## (2) 外包生产成品采购

公司根据业务情况，将部分订单交由供应商生产，由公司提供完整的产品设计方案，供应商按照公司的要求安排生产。公司将派出采购及品管人员跟进订单的生产情况并进行验货，根据采购合同中的要求验收合格后出具验货报告，之后将货物运送至客户指定的地点。

公司与外包厂商建立合作关系前会要求其提供营业执照、质量管理体系认证等资质证明。此外，公司根据客户和其所在国家或地区相关政策所提出的认证要求选取合格外包供应商。

公司采购外包服务具体环节、计价方式、生产定价依据、结算方式如下：

项目	内容
具体环节	1、根据采购需求生成采购订单；2、寻找并筛选供应商；3、确定产品价格、信息和交期；4、签订采购合同；5、下达采购订单，提供设计稿件和配置要求，并派质检员进行产线跟踪监测；6、质检员对产品进行出厂检验；7、产品装箱后运至港口报关。
计价方式	根据价格表和订单数量计价。
生产定价依据	依据外包厂商的生产成本和合理利润，双方协商确定价格。
结算方式	通过银行转账支付货款。

报告期内，公司外包采购数量及金额占比情况如下：

单位：万辆、万元

项目	数量	金额	占采购总额比例
<b>2020 年度</b>			
童车	113.09	17,311.50	9.30%
成人车	73.71	31,871.13	17.11%
助力电动自行车	1.30	4,213.57	2.26%
摩托车	0.95	2,754.03	1.48%
配件类	-	96,004.75	51.53%
其他类	-	14,731.65	7.91%
<b>合计</b>		<b>166,886.61</b>	<b>89.58%</b>

项目	数量	金额	占采购总额比例
<b>2019 年度</b>			
童车	80.52	12,421.09	8.55%
成人车	63.07	26,099.99	17.97%
助力电动自行车	1.49	4,916.96	3.38%
摩托车	0.52	1,295.00	0.89%
配件类	-	73,534.90	50.62%
其他类	-	13,644.90	9.39%
<b>合计</b>		<b>131,912.85</b>	<b>90.81%</b>
<b>2018 年度</b>			
童车	101.83	17,626.78	11.63%
成人车	69.33	28,267.88	18.64%
助力电动自行车	0.87	2,330.49	1.54%
摩托车	0.27	583.94	0.39%
配件类	-	71,148.41	46.92%
其他类	-	16,335.79	10.77%
<b>合计</b>		<b>136,293.29</b>	<b>89.89%</b>

注：因自行车配件类与其他类商品计量单位不同，因此数量未予以统计。

公司对外包生产厂商采购、生产及存货管理、质量控制的主要措施的具体要求如下：

项目	措施与具体要求
采购	对外包生产厂商采购商品有设计、配置、规格、供应商、材质等方面要求。
生产	质检员根据订单要求进行产线跟踪监测。
存货管理	选取外包生产厂商时，要求其有一定规模的标准化厂房。
质量控制	通过供应商选取、产线跟踪监测、产成品出厂检验对外包生产产品质量进行控制。

报告期内，公司外包生产整车与自产整车成本比较情况如下：

单位：元/辆

项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	外包	自产	外包	自产	外包	自产
童车	152.08	195.04	154.27	190.24	173.09	206.48
成人车	432.38	358.78	413.81	289.17	407.72	280.74

注：报告期内，公司无自产助力电动自行车。

公司自成立以来，形成了以外包生产为主、自主生产为辅的经营模式，公司所售中高端童车主要通过自行生产，中高端成人车主要通过外包生产，进而逐步形成了中高端童车自行生产和中高端成人车外包生产各自优势互补的经营现状。因此童车的自产成本高于外包生产成本，成人车的外包生产成本高于自产成本。

公司与外包厂商采取买断式的采购模式，报告期内公司不存在向外包厂商退换货的情形。针对有质量瑕疵的商品，公司会向外包供应商提出索赔。

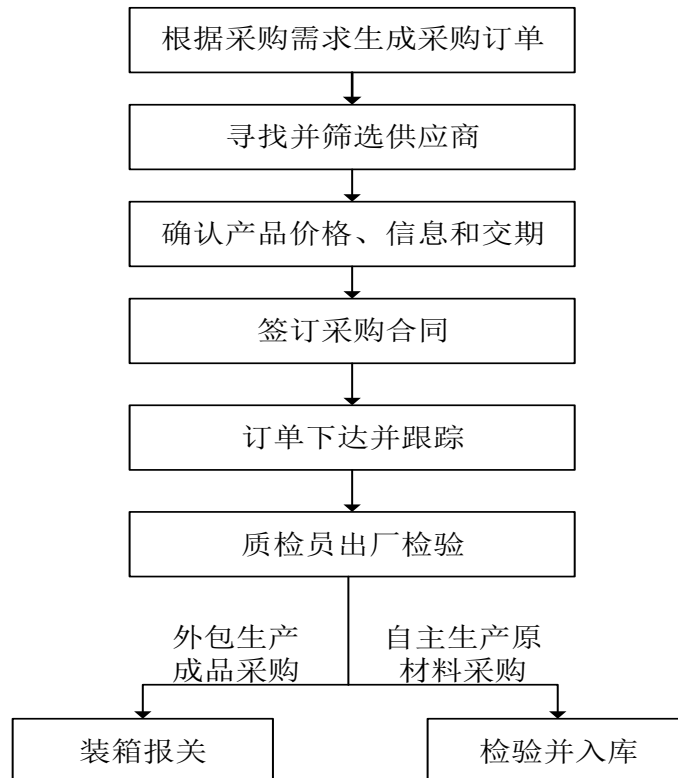
报告期内，公司向外包厂商索赔情况如下：

项目	2020年度	2019年度	2018年度
索赔金额（万元）	93.59	30.91	152.93
占采购总额比例	0.05%	0.02%	0.10%

报告期内，公司向外包厂商索赔金额较小。公司与外包厂商不存在除质保问题以外的退换货协议。

### （3）采购流程

公司的采购流程如下图所示：



#### ①确认采购需求

业务部门在 ERP 系统内依据工程 BOM 表和销售订单制定《采购计划单》，业务员需仔细核对《采购计划单》中的物料采购明细与正式订单中所需物料是否一致，核对无误后交业务经理审核，审核通过后将形成《采购订单》。

对于需要设置安全库存的物料，由业务部门根据所需物料的名称、规格、数量等填写《请购单》，经部门主管审核和业务部门确认后，交总经理签字审批生效，由业务经理按照《请购单》的内容制定《采购订单》。

#### ② 供应商筛选与管理

公司根据供应商的企业规模、产品质量、产品价格、产品交期、出货安排能力、服务配合程度和客户投诉情况等信息，将供应商分成不同等级，并根据考核评定结果形成《供应商评审表》，报总经理及其助理审定。公司定期对供应商进行评估和更新，不合格的予以淘汰，并从候选供应商中进行补充。业务员根据供应商等级结合销售订单要求择优选择供应商。

#### ③ 签订采购合同

《采购订单》经业务经理电子签名后，业务员将通过传真或其它方式将正式的《采购订单》送达合格供应商名录中的企业，获取各供应商提供的产品质量、价格、交期等信息后，选定产品质量符合要求且价格适中的供应商，并与之签订《采购合同》。

#### ④ 入库验收

采购物资到位后，业务部门将通知品管人员和仓库管理人员进行质量与数量方面的验收与核对工作，并且需要根据不同客户及市场对品质的要求进行合理检验和测试，待验收合格后方可办理入库。其中，采购物资的质量检验由品管部参照《进料检验程序》进行，同时品管部门必须确保关键原辅材料及零部件清单中的供应商每年均有提供对应材料的第三方测试报告；采购物资检验合格后由物控部按《仓库控制程序》进行保管和发放。

#### ⑤ 支付货款

采购物资验收入库后，财务部首先核查销售发票等票据的真实性、合法性和有效性，然后确认合同、发票、进仓单、仓管员确认的发货通知单或出仓单、运



输发票等单证是否一致，最后发起付款申请，经总经理审批后统一支付货款。

### ⑥采购质量控制

公司制定了《采购管理办法》、《采购控制程序》等采购制度文件，根据订单进行流程化采购。公司在采购过程中首先评估各供应商的生产能力、技术水平和质量管控等，然后通过询价、比价的方式对供应商进行筛选，最后经综合评估选定供应商并予以采购。

针对采购环节出现的质量问题，由业务部门与供应商联系，做退换货处理，确保采购物资的质量；对于连续两批不合格需退货的，由品管员开具《纠正/预防措施通知单》后通过业务员督导供应商分析原因制定改善对策，同时由品管员跟进供应商改善后的效果。

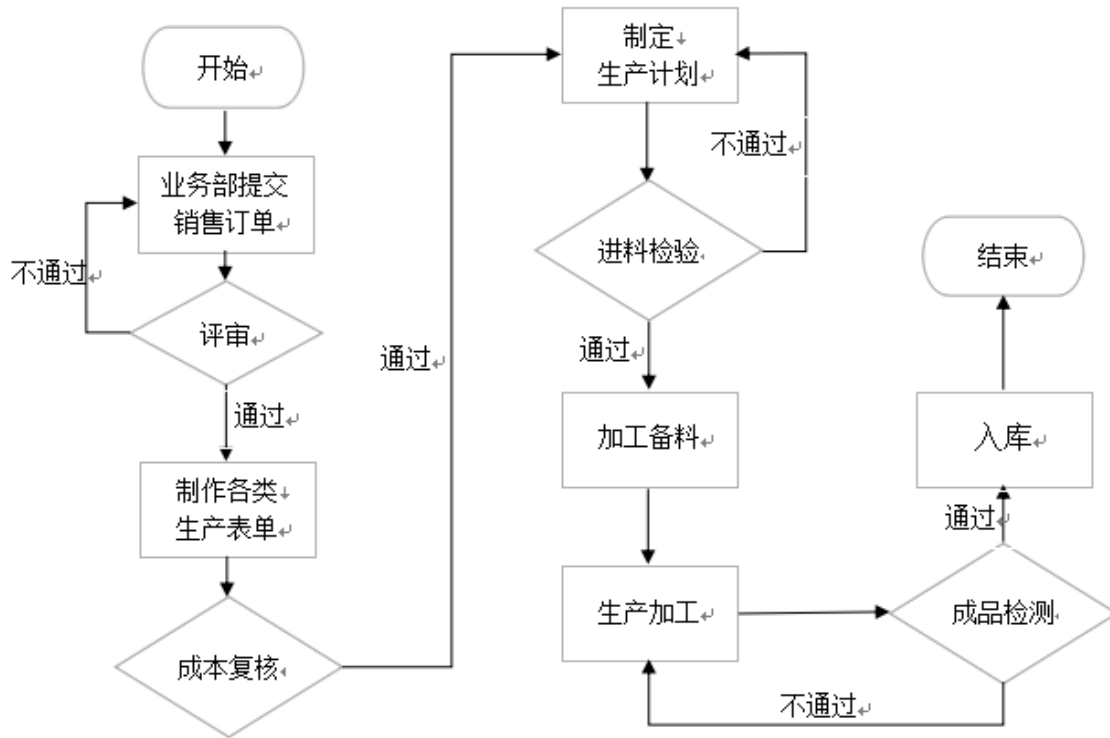
## 3、生产模式

公司有自主生产和外包生产两种模式。自主生产以儿童自行车为主、成人自行车为辅，由全资子公司德清久胜完成，其余自行车整车、自行车零部件及相关产品等，由公司开发设计后通过外包生产的方式进行。

### （1）自主生产

公司采取“以销定产”的生产模式，业务部门与客户签订订单后，根据客户产品要求及交期等，按照产品种类和生产工艺要求制定生产计划。在具体生产过程中，公司对产品质量实施全流程管控，在产品生产时依照工程图纸备料加工，焊接、磷化、喷涂、贴花、组装、包装等各生产环节中可实现精确的自动化控制；同时，生产部门根据生产进度要求协调各车间实施生产。公司制定了《生产计划控制程序》、《质量管理流程》和各道工序的具体工艺流程图等相关制度文件，确保产品质量和及时交付，满足客户对产品品质、性能及安全等方面的要求。

公司自主生产管理流程如下图所示：



### (2) 外包生产

公司外包生产产品以成人自行车、助力电动自行车为主，由公司负责设计与开发，业务部门与客户签订订单后，根据客户需求对产品的各个要素进行设计，并将设计图纸发给外包供应商安排生产。公司专门制定了《业务外包管理办法》，设定了严格的外包生产质量控制程序，品管部门根据采购清单、产品技术图纸、产品规格表、产品包装要求以及唛头信息、客户装柜要求等确定产品质量检验标准，负责产品生产和成品入库过程的质量鉴定。产品外发及装柜前，品管部门签发产品质量检测结果及相关意见给公司业务及单证人员。外包供应商生产过程中和生产完成后，公司派出品管人员全过程进行跟踪和检验，并在承担公司生产任务较多的供应商处设立了品管组，验货合格后形成《品管检验记录报告表》并通知发货。

### (3) ODM 模式下通过大量外包生产的原因和合理性

目前，公司主要采用“以销定产”的生产组织方式，即公司根据客户业务订单组织安排生产，公司在自主生产的基础上建立了一套完整的外包生产管理体系。公司保留部分自产产能，一方面利用自主生产所具有的快速响应优势，可较好地满足客户临时性、高要求的生产需求；另一方面，公司通过保留部分自有产线可

持续积累技术工艺经验、满足研发需求、了解成本核算情况，有利于对外包厂商进行管理。

在 ODM 模式下，发行人的生产环节以外包生产为主、自主生产为辅的原因如下：

#### ①公司的发展战略及产业链现状决定

公司立足国内自行车产业链，致力于将自行车产品的“中国制造”销往世界各地，为全球客户“一站式”提供全尺寸、多系列的多样化自行车及相关产品，同时从产业链来看，我国自行车（成车、童车）、助力电动自行车等产品的生产厂商众多、制造能力强、产业链配套齐全，能够为公司的全球销售提供完备的生产供应。

#### ②生产制造环节的规模经济效应决定

自行车、助力电动自行车行业总体上属于相对成熟的行业，国内自行车、助力电动自行车等产品的生产厂商众多、制造能力强、竞争激烈，生产制造环节的利润水平不高，同时由于公司的自行车、助力电动自行车及配件等产品类型广泛、品种繁多且每年都存在大量更新换代，如果全部/大部分自行车、助力电动自行车及配件产品自行生产，发行人需要建立庞大的生产制造体系，否则难以在激烈的生产制造环节实现盈利，在资金、人员团队等各项经营条件有限的情况下，公司集中力量开拓国际国内市场，大力发展电商销售模式，着力推广自有品牌，同时不断打造、强化研发设计团队，提升公司的整体市场竞争力，而将生产环节主要以外包生产的方式完成，出于规模经济的考虑下属子公司德清久胜以生产童车为主。

#### ③下游客户实际采购需求及采购特点决定

境外客户的采购具有产品种类、型号多且分散、单类产品采购量较小且频繁等特点，同时自行车成车、童车、助力电动自行车及配件等涉及多种不同工艺且用料差异较大，较难形成大规模标准化生产，因此，为了保证产品质量、降低生产成本，并满足客户多品类、分散化采购的需求，公司在自主生产的基础上建立了一套完整的外包生产管理体系，通过外包生产应对多品类、小批量的产品订单。

综上，在 ODM 模式下，发行人主要通过外包生产、部分自主生产的方式完

成生产制造环节。公司以外包生产为主、以自主生产为辅的模式具有产业链及商业实践的合理性，与行业特点、产业链现状及外销市场的基本情况相符，未影响公司业务的完整性，符合商业逻辑、行业特点和发行人的实际经营状况。

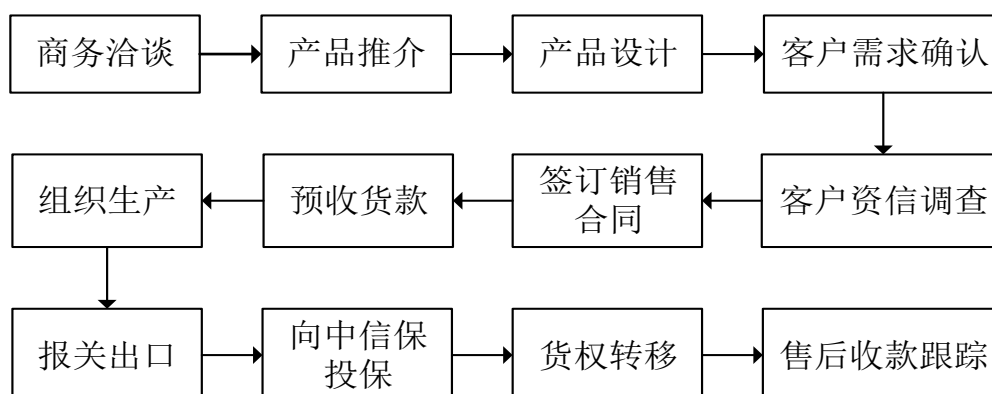
#### 4、销售模式

公司采取以外销为主，内销与网络销售为辅的模式进行销售。

##### (1) 销售流程

公司在与海外客户洽谈过程中了解客户的采购意向之后，业务部门通过向客户介绍和推荐等方式来扩大产品销售，根据客户的具体需求进行产品设计；与此同时，公司向中国信保了解客户资信情况、信用额度及经营规模，与客户谈好各方面的交易条款后签订正式的销售合同并预收一定比例的货款，之后由研发设计部门深化设计稿件，审核生产所需的各种技术资料，后由业务部门根据销售订单下达生产或采购安排，同时将验货资料发送品管部门，由品管部门派人跟踪生产及验货，生产完成及品管验货合格后安排出口报关及装运，由单证人员及时向中国信保申报，业务人员根据各类出运单据副本通知客户已出货，最后组织货物出运出港并催收货款。客户收货后业务人员需了解客户对产品的评价，听取客户的改进意见，为后续的产品优化提供依据。

公司外销业务流程主要如下：



##### (2) 获取订单方式

公司具有较强的海外销售渠道，具有成熟稳定的市场开发和维护人员。公司获取订单主要通过以下几种方式：

途径	获取方式
----	------

自行车展会	公司每年主要通过参加广交会、上海国际自行车展、台北国际自行车展、欧洲自行车展（EUROBIKE）、美国自行车展（INTERBIKE）、德国慕尼黑国际体育用品展（ISPO）等各类展会，展示自身产品并获得新客户的业务订单。
市场拓展	公司凭借较强的设计开发能力，开发出新产品后通过上门拜访、杂志、电子邮件等方式向客户进行推介，获取订单。
客户介绍	公司经过多年的发展，在行业内具有较高的知名度并积累丰富的客户群体，存量客户订单的持续承接以及行业内品牌、口碑的传颂、客户之间相互引荐与介绍等。
网络平台	网络销售主要通过亚马逊、速卖通、天猫等电子商务平台获得订单。

### （3）产品设计开发

产品设计开发能力系公司的核心竞争力之一。公司自行车产品类型丰富，可为客户提供全尺寸、多系列的自行车及相关产品，形成了完整的产品体系，凭借较强的设计开发能力，公司可为客户“一站式”提供全品类的自行车及相关产品。

由于文化差异、宗教差异以及经济发展差异，全球各国家和地区偏好的自行车产品也有差别，例如欧洲偏好产品设计更加简洁，产品细节要求更高，东南亚的产品设计较为复杂，更注重实用性等。因此，公司设计开发部门在设计产品时需要根据客户的具体需求对产品进行调整。

公司业务人员与海外客户洽谈时，一方面推荐已有产品库中的产品给客户，详细介绍产品规格、款式、花色、功能、包装等；另一方面，接受客户提供的产品概念，并加以设计优化、配置调整、成本优化，设计符合客户需求的定制化产品；同时，公司通过市场调研，设计开发新款式、新功能、新材料的产品推荐给客户，并根据不同市场的客户反馈进行针对性的外观、功能等方面的改进。

### （4）业务风险控制

公司获取到客户的初步信息后，通过中国信保对客户进行资信调查，了解客户的经营规模、信用额度等信息，依此判断交易的安全性。

公司从 2006 年开始投保短期出口信用保险，短期出口信用保险的承保风险主要包括商业风险和政治风险。公司与中国信保经过多年的紧密合作，是中国信保信用评级最高的 AAA 级客户，享有自动获取新的海外客户小额自动限额、免费培训、保费率优惠、小额案件快速理赔等服务。

对于公司新开发的海外客户，在与客户签订订单或合同前，公司会向中国信

保提出对该客户的投保限额申请，中国信保对该客户进行详细的资信调查后，根据调查结果和风险评估情况批复保险限额。通过上述方式，确保公司新开发的客户资信状况良好。如果客户资信状况出现潜在的商业风险或客户所在国产生潜在的政治风险，中国信保会及时发出预警信息，尽可能地避免公司发生交易损失。报告期内，公司未发生大额海外客户应收账款无法收回的情形。

对于超过信用期、可能发生损失的应收账款，公司可向中国信保申报可能发生的损失，中国信保通过向客户追偿减少公司损失，如确实无法追偿，公司即可向中国信保提出索赔申请，中国信保按程序定损后依约向公司赔付，同时将该客户列入中国进出口信用系统黑名单，该客户将无法再获得全国范围内的信用保险额度，其在中国境内的交易难度将大幅增加。

#### （5）主要客户群体

公司海外客户以当地的自行车品牌商为主，包括专业自行车批发商、自行车制造商、自行车商店、超市卖场等。经过多年的积累，公司客户已覆盖全球五大洲 80 多个国家和地区，且公司与上述主要客户经过长时间的合作，建立了良好和稳定的合作关系。公司客户在区域内有较大影响力且信誉良好，由于公司产品的综合竞争优势，客户群体较为稳定。

报告期内，公司内销与网络销售规模较小，内销以童车为主，主要面向大润发、联华超市等渠道销售，少量向婴童店及贸易公司销售；网络销售主要通过亚马逊、速卖通、天猫等电子商务平台进行。

#### （6）定价及收款方式

公司主要采取成本加成的定价策略，业务人员根据公司的价格政策在保证一定毛利的基础上根据不同市场和客户的接受能力与客户协商确定销售价格及报价有效期，在产品价格和汇率等出现较大幅度波动时，业务人员需与客户协商重新定价。

对于常年大客户及一些信誉较好的老客户，在中国信保所批保险额度足够的情况下，如果客户提出账期要求的，公司视订单量和实际信誉状况给予相应的信用期，并在签订销售合同或确认订单时予以明确；对于新客户，公司通常要求客户在产品安排生产前支付不低于 20%-30%的预付款，余款在客户收到提单等相

关运输单据复印件后支付；对于高风险地区的客户，公司通常要求客户预付 100% 货款。

公司海外结算方式以 T/T（Telegraphic Transfer，电汇付款方式）为主，L/C（Letter of Credit，信用证）为辅。

### 5、公司采用目前经营模式的原因和影响经营模式的关键因素、报告期内变化情况及未来变化趋势

公司在二十年的发展过程中，形成了以设计开发及销售渠道为核心，以外包生产为主、自主生产为辅的经营模式。

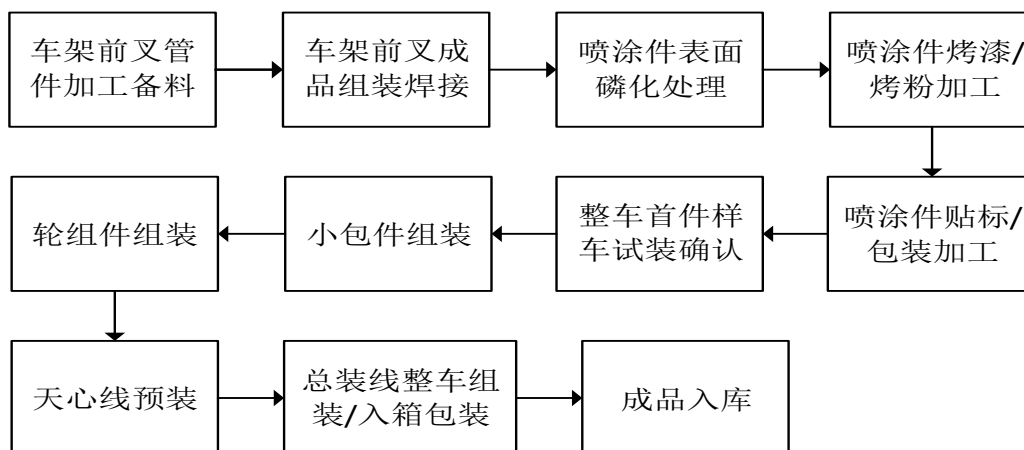
中国是全球自行车产业的制造中心，公司及管理团队在自行车产业深耕多年，在中国自行车走向全球市场的过程中，凭借较强的产品设计开发及自主创新能力，以及对全球不同区域、不同客户的自行车产品偏好的理解，充分利用自有生产能力和对国内自行车产业链的整合能力，满足全球客户多样化、个性化的产品需求，建立了遍布全球的销售市场，同时注重打造自主品牌，逐步形成了以设计开发及销售渠道为核心，以外包生产为主、自主生产为辅的现有经营模式。

报告期内，公司经营模式未发生变化。

未来，公司将延续现有经营模式，持续提升设计开发能力、进一步拓展销售渠道、推进自主品牌建设，并在合适的时机收购和整合上下游优质企业。

### （六）主要产品的工艺流程

公司主要产品为自行车整车，主要生产流程如下：



## （七）环境保护情况

### 1、公司环境保护情况

公司所处的自行车行业不属于重污染行业，公司产品生产过程中重视环境保护工作，严格遵守有关环境保护法律法规。

发行人主要从事生产的子公司德清久胜依法履行了环评手续并通过了竣工验收。发行人募集资金拟投资项目已履行了环评手续。

德清久胜原持有的《浙江省排污许可证》于 2020 年 5 月 3 日有效期届满。2020 年 7 月 13 日，湖州市生态环境局德清分局出具《关于浙江德清久胜车业有限公司排污许可证有关情况说明的函》（德环污控函[2020]11 号）：根据生态环境部 2019 年 12 月 20 日发布的《固定污染源排污许可分类管理名录（2019 年版）》（中华人民共和国生态环境部令 11 号），该企业未纳入德清县 2020 年重点排污单位名录且未使用溶剂型涂料或者胶粘剂，因此该企业排污许可证的管理类别为登记管理。2020 年 6 月 29 日，德清久胜办理完成固定污染源排污登记并取得登记回执，登记编号：913305007511975106001Z，有效期至 2025 年 6 月 28 日。

2020 年 4 月 14 日，湖州市生态环境局德清分局出具《证明》：“浙江德清久胜车业有限公司自 2017 年 1 月 1 日至今未受我局行政处罚。”

2020 年 7 月 29 日，湖州市生态环境局德清分局出具《证明》：“浙江德清久胜车业有限公司自 2020 年 1 月 1 日至 2020 年 6 月 30 日未受我局行政处罚。”德清久胜持有德清县城市管理局核发的编号为浙德城污排字第 2018-015 号《城镇污水排入排水管网许可证》，有效期自 2018 年 8 月 23 日至 2023 年 8 月 22 日。

2021 年 1 月 13 日，湖州市生态环境局德清分局出具《证明》：“浙江德清久胜车业有限公司自 2020 年 7 月 1 日至 2020 年 12 月 31 日未受我局行政处罚。”

发行人生产经营中主要污染物的排放量、环保设施的处理能力及实际运行情况、环保投入与排污量的匹配情况如下：

序号	污染物名称	产生环节	审批排放量	实际排放量	处理能力	主要处理设施/措施	设施数量（台/套）	实际运行情况
1	焊接烟尘	焊接工序	0.032t/a	0.03t/a	每套处理风量 10000m <sup>3</sup> /	焊接烟尘净化器处理在焊接工位上方安装吸风集气罩收集焊接烟尘经 6 套	6	正常运行



序号	污染物名称	产生环节	审批排放量	实际排放量	处理能力	主要处理设施/措施	设施数量(台/套)	实际运行情况
					h	焊接烟尘净化器净化后通过 6 根 15m 高排气筒排放 (1#-6#)		
2	油漆废气	喷漆工序	0.971t/a	0.864t/a	每套处理风量 57600m <sup>3</sup> /h	喷漆废气在水帘式喷房通过水膜去除大部分漆雾后, 再将喷漆废气引风进入过滤棉滤网彻底去除漆雾, 经除漆雾后的喷漆废气进入 11 套 UV 光解废气净化装置净化处理后通过 7 根 15m 高排气筒排放 (7#-13#); 喷漆后烘干时产生的油漆废气引入烘干房燃烧器进行燃烧处理后进入 3 套水喷淋+UV 光解废气处理设备处理后通过 3 根 15m 高排气筒排放 (14#-16#)。其中 B 油漆线 5 个烘干房废气处理后通过一根 15m 高排气筒排放; A 线 1、2、3 号烘干房废气处理后通过一根 15m 高排气筒排放; A 线 4、5、6 号烘干房废气处理后通过一根 15m 高排气筒排放	11	正常运行
3	喷塑烘干废气	喷塑后烘干工序	0.0028t/a	0.0027t/a	处理风量 30000m <sup>3</sup> /h	喷塑烘干废气引入烘干房燃烧器进行燃烧处理后, 再通过风管引至一套水喷淋+UV 光解废气处理设备处理后与 A 线 4、5、6 号烘干房废气同一根排气筒排放	1	正常运行
4	烘干房燃烧废气	喷漆、喷塑后的烘干工序	颗粒物: 0.1t/a SO <sub>2</sub> : 0.05t/a OX: 0.03t/a	颗粒物: 0.09t/a SO <sub>2</sub> : 0.045t/a NOX: 0.027t/a	每套处理风量 33000m <sup>3</sup> /h	与烘干废气一起进入 3 套水喷淋+UV 光解废气处理设备处理后通过 3 根 15m 高排气筒排放	3	正常运行
5	热洁废气	喷漆吊具热洁处理	0.085t/a	0.084t/a	处理风量 10000m <sup>3</sup> /h	尾气收集后现通过一套冷凝+水喷淋装置处理尾气中极少量的颗粒物, 处理后的尾气通过活性炭处理装置处理, 再通过管道排放至企业现有的一套水喷淋+UV 光解废气净化装置进行二次处理后最终通过 20m 高的排气筒高空排放	1	正常运行
6	酸雾	酸洗工序	0.412t/a	0.349t/a	处理风量 13200m <sup>3</sup> /h	采用酸洗槽侧边吸风方式进入一套二级碱喷淋酸雾吸收装置处理, 经过碱液中和后再通过一根 15m 高的排气筒高空排放	1	正常运行
7	食堂油烟废气	食堂烹饪	0.0426t/a	0.04t/a	处理风量 10000m <sup>3</sup> /h	经一套油烟净化装置处理后于食堂屋顶排放	1	正常运行
8	生活污水	污水量	15000t/a	14500t/a	设计处理能力 70t/d	厕所冲洗水经化粪池预处理、食堂废水经隔油池隔油预处理后, 纳管排入德清县恒丰污水处理有限公司集中处理		正常运行
		CODCr	0.75t/a	0.725t/a				正常运行
		氨氮	0.075t/a	0.0725t/a				正常运行
		TP	0.0075t/a	0.0073t/a				正常运行

序号	污染物名称	产生环节	审批排放量	实际排放量	处理能力	主要处理设施/措施	设施数量(台/套)	实际运行情况
9	生产废水	污水量	7540t/a	7500t/a	设计处理能力80t/d	经处理的废水,其中50%回用于生产,其余纳管至德清县恒丰污水处理有限公司集中处理,达标排放。		正常运行
		CODCr	0.378t/a	0.375t/a				正常运行
		TP	0.0038t/a	0.0037t/a				正常运行
10	生活垃圾	生活垃圾	135.0t/a	130t/a	/	委托当地环卫部门及时清运		正常运行
11	生产固废	收集的金属粉尘和金属边角料	14.0t/a	13.5t/a	/	集中收集后出售给废旧物资回收公司		正常运行
12		焊渣	0.1t/a	0.09t/a	/	集中收集后由环卫部门统一清运处理		正常运行
13		收集的塑粉	4.0t/a	3.8t/a	/	收集的塑粉回用于生产,不排放		正常运行
14		漆渣	55t/a	45t/a	/	集中收集后委托环卫部门清运安全填埋处置,不排放		正常运行
15		脱水污泥	180t/a	170t/a	/	集中收集后委托安吉美欣达再生资源开发有限公司进行处置		正常运行
16		废滤芯	0.2t/a	0.1t/a	/	收集后出售给废旧物资回收公司,不排放		正常运行
17		食堂固废	17.0t/a	16.5t/a	/	由德清旺能生态科技有限公司定期进行清运		正常运行

综上,发行人采取了有效的污染防治措施,对生产经营产生的污染进行处理,环境污染处理设施运转有效,污染物排放符合总量控制指标。报告期内,发行人环保设施运行情况良好,对各项污染物的处理方式符合环保要求,各项污染物均能实现达标排放和处置。报告期内,发行人符合国家和地方环保要求。

## 2、报告期内环保投入情况

报告期内,公司正常缴纳各项排污费,持续改进废水废气等处理设施,严格执行“三同时”制度,加大了环保设施、人员培训、环境风险防范应急措施等方面的投入。

报告期内,公司环保方面投入的金额如下:

单位:万元

项目	2020年度	2019年度	2018年度
环保总投入	95.20	216.05	184.51

其中：环保设备等资本性环保投入	21.88	92.80	98.57
列入成本费用的环保投入	73.32	123.25	85.94

### 3、2016年子公司德清久胜工厂火灾事项对发行人的影响

#### (1) 火灾对发行人后续生产经营的具体影响

2016年3月，德清久胜生产车间发生静电起火，事故造成部分生产车间及部分设备及存货毁损，火灾后，德清久胜通过重建部分厂房和更换相应设备逐步恢复生产，但由于新建产线及新增工艺需要一定的磨合期，德清久胜产量较火灾前有所下降。

火灾后，德清久胜通过更换生产设备，采用了更为环保的水性漆代替传统的油性漆，并购置了水喷淋废气净化塔和UV光催化分解处理等设备，使得生产环节变得更加安全和环保。

#### (2) 损失金额、损失范围，存货、固定资产处置损失的具体内容

火灾后，德清久胜通过保险理赔对部分存货、固定资产损失进行了追偿，并通过第三方拆建公司对剩余固定资产进行了拆除。

##### ①德清久胜受损固定资产、存货情况

德清久胜受损固定资产、存货情况如下：

单位：万元

项目	固定资产原值	累计折旧	账面价值
房屋	988.53	439.56	548.97
办公设备	97.45	59.37	38.08
其他	2.03	1.01	1.03
生产设备	1,261.67	748.41	513.26
固定资产小计	2,349.68	1,248.34	1,101.34
存货	-	-	299.27
<b>合计</b>	<b>2,349.68</b>	<b>1,248.34</b>	<b>1,400.61</b>

##### ②保险理赔及残值处置情况

根据泛华保险公估股份有限公司浙江分公司于2017年2月27日出具的《保险公估终期报告》（财产综合险），本次火灾最终理算（赔偿）金额为1,360万元，具体损失金额、损失范围情况如下：

单位：万元

项目	定损金额 A	残值 B	赔偿金额 C=A-B	理赔金额	最终理赔金额
存货	199.73	0.40	199.33	155.58	155.44
固定资产-房屋	746.43	10.26	736.17	662.55	662.55
固定资产-设备	649.21	46.98	602.23	542.01	542.01
<b>合计</b>	<b>1,595.37</b>	<b>57.64</b>	<b>1,537.73</b>	<b>1,360.13</b>	<b>1,360.00</b>

除此之外，针对剩余固定资产残值，德清久胜、中国太平洋财产保险股份有限公司德清支公司作为发包方与杭州剑清土建拆房工程有限公司于 2016 年 6 月 14 日签订《拆除工程合同书》：由杭州剑清土建拆房工程有限公司对德清久胜固定资产进行拆除处理，各方确认所拆除的材料残值估值为 18 万元，拆除过程中所拆除的材料等归杭州剑清土建拆房工程有限公司所有并抵作拆除费用，由于所拆除材料的残值价值大于应付的拆除费用，因此，德清久胜最终取得 10.1 万元。

综上，存货、固定资产处置损失情况如下：

单位：万元

项目	账面价值	理赔金额	残值处理	火灾净损失
存货	299.27	155.44	-	143.83
固定资产-房屋	548.97	662.55	10.10	-123.67
固定资产-设备	552.37	542.01	-	10.36
<b>合计</b>	<b>1,400.61</b>	<b>1,360.00</b>	<b>10.10</b>	<b>30.51</b>

## 二、公司所处行业的基本情况

公司主要从事自行车整车及其零部件和相关衍生产品的设计、研发、生产和销售，根据中国证监会颁布的《上市公司行业分类指引（2012 年修订）》，本公司所属行业为“C37 铁路、船舶、航空航天和其他运输设备制造业”。根据国家统计局颁布的《国民经济行业分类（2019 修改版）》（GB/T4754-2017），本公司所属行业为“C37 铁路、船舶、航空航天和其他运输设备制造业”大类中的“C3761 自行车制造”。

### （一）行业主管部门、行业监管体制、行业主要法律法规及政策

#### 1、行业主管部门

公司产品以出口为主，主要受工业和信息化部、国家市场监督管理总局、商

务部、海关总署等部门的管理。

工业和信息化部主要负责拟订实施行业规划、产业政策和标准；监测工业行业日常运行；推动重大技术装备发展和自主创新；管理通信业；指导推进信息化建设；协调维护国家信息安全等。

国家市场监督管理总局主要负责市场综合监督管理，起草市场监督管理有关法律法规草案，制定有关规章、政策、标准，组织实施质量强国战略、食品安全战略和标准化战略，拟订并组织实施有关规划，规范和维护市场秩序，营造诚实守信、公平竞争的市场环境；负责市场主体统一登记注册；负责产品质量安全监督管理，管理产品质量安全风险监控、国家监督抽查工作，建立并组织实施质量分级制度、质量安全追溯制度，指导工业产品生产许可管理，负责纤维质量监督工作等。

商务部主要负责拟订国内外贸易和国际经济合作的发展战略、政策，起草国内外贸易、外商投资、对外援助、对外投资和对外经济合作的法律法规草案及制定部门规章；负责推进流通产业结构调整，指导流通企业改革、商贸服务业和社区商业发展；负责制定进出口商品、加工贸易管理办法和进出口管理商品、技术目录，拟订促进外贸增长方式转变的政策措施；承担组织协调反倾销、反补贴、保障措施及其他与进出口公平贸易相关工作的责任，建立进出口公平贸易预警机制，依法实施对外贸易调查和产业损害调查，指导协调产业安全应对工作及国外对我国出口商品的反倾销、反补贴、保障措施的应诉工作等。

海关总署负责全国海关工作，拟订海关工作政策，起草相关法律法规草案，制定海关规划、部门规章、相关技术规范；负责海关监管工作；负责进出口关税及其他税费征收管理；负责进出口商品法定检验；负责国家进出口货物贸易等海关统计等。

## 2、行业自律组织

公司所属的行业自律组织主要是中国自行车协会和中国机电产品进出口商会。

中国自行车协会成立于 1985 年，是中国自行车行业的全国性组织，由自行车、电动自行车及其零部件生产企业以及与其相关的生产、商贸企业、科研、教

学单位和地方性协会自愿组成。协会受国务院国有资产监督管理委员会、中国轻工业联合会和民政部的业务指导和管理。

中国机电产品进出口商会成立于 1988 年，是从事机电产品生产和进出口贸易及相关活动的各种经济类型组织自愿结成的行业性、全国性和非营利性的社会组织。作为我国机电产品进出口行业唯一的全国性商会。机电商会下设 22 个行业分会，其中中国机电产品进出口商会自行车分会（以下简称“自行车分会”）是经政府有关部门批准，在机电商会领导下，由在中国境内依法登记注册，从事相关产品生产、进出口贸易、科研或相关活动的机电商会会员组成的全国性行业组织。自行车分会的主要职责是加强对自行车相关产品进出口业务协调和服务，制定行业规范，加强行业自律，发挥行业整体优势，增强在国际市场上的竞争力，促进会员企业间的联系与协作，并在政府和企业之间发挥桥梁和纽带作用，维护正常的进出口经营秩序，维护国家利益和会员企业的合法权益，促进进出口贸易的健康发展。

### 3、行业主要法律法规及政策

在全社会积极倡导绿色出行、减少碳排放的趋势下，发展自行车制造行业符合我国国情。十八届五中全会提出“推进交通运输低碳发展，鼓励自行车绿色出行”，行业将迎来新的历史发展机遇。为此，国家出台了一系列产业政策以支持自行车行业的发展，同时颁布了相关法律法规对其进行规范。

#### （1）主要法律法规

目前，我国已发布的自行车行业相关的法律法规主要有《中华人民共和国道路交通安全法》，其对自行车的生产、销售、通行等方面进行规定，以保障道路交通安全有序，保护道路交通参与者的合法权益。自行车产品生产属于工业范畴，适用国家对生产制造行业的相关法律法规；自行车产品生产和销售应遵循《中华人民共和国产品质量法》、《中华人民共和国消费者权益保护法》等。

序号	政策名称	发布时间	发布单位	涉及内容
1	《中华人民共和国道路交通安全法》	2011年4月	全国人大常委会	依法应当登记的非机动车，经公安机关交通管理部门登记后，方可上道路行驶。依法应当登记的非机动车的种类，由省、自治区、直辖市人民政府根据当地实际情况规定。非机动车的外形尺寸、质量、制动器、车铃和夜间反光装置，应当符合非机动车

序号	政策名称	发布时间	发布单位	涉及内容
				安全技术标准。
2	《中华人民共和国消费者权益保护法》	2014年3月	全国人大常委会	(1) 经营者向消费者提供有关商品或者服务的质量、性能、用途、有效期限等信息,应当真实、全面,不得作虚假或者引人误解的宣传。 (2) 经营者应当保证在正常使用商品或者接受服务的情况下其提供的商品或者服务应当具有的质量、性能、用途和有效期限;但消费者在购买该商品或者接受该服务前已经知道其存在瑕疵,且存在该瑕疵不违反法律强制性规定的除外。
3	《中华人民共和国产品质量法》	2018年12月	全国人大常委会	产品质量应当符合下列要求:(1)不存在危及人身、财产安全的不合理的危险,有保障人体健康和人身、财产安全的国家标准、行业标准的,应当符合该标准;(2)具备产品应当具备的使用性能,但是,对产品存在使用性能的瑕疵作出说明的除外;(3)符合在产品或者其包装上注明采用的产品标准,符合以产品说明、实物样品等方式表明的质量状况。
4	《中华人民共和国节约能源法》	2018年10月	全国人大常委会	县级以上地方各级人民政府应当优先发展公共交通,加大对公共交通的投入,完善公共交通服务体系,鼓励利用公共交通工具鼓励使用非机动车具出行

(2) 自行车行业产业政策

报告期内,新制定或修订的与发行人生产经营密切相关的国内主要产业政策如下:

法律法规/政策	发布与修订时间	变化情况	具体影响
《关于加强电动自行车国家标准实施监督的意见》	2019年发布	新发布政策指出,市场监管部门要加强电动自行车强制性产品认证(CCC认证)管理,加强对认证机构和生产企业检查,确保产品一致性,避免不符合新标准的车辆获得CCC认证并流入市场;对符合条件的电动自行车,要按照规定录入登记管理系统,及时登记上牌,上传全国公安交通管理综合应用平台。	进一步规范电动自行车生产、销售和使用管理,要求电动自行车获得CCC认证,提高了行业门槛,淘汰了部分产品不符合标准的企业。
《交通强国建设纲要》	2019年发布	新发布纲要提出,完善城市步行和非机动车交通系统,提升步行、自行车等出行品质,完善无障碍设施。	该纲要为自行车行业发展提供了政策支持。
《绿色出行行动计划(2019-2022年)》	2019年发布	新发布计划提出,优化公共交通、步行和自行车等绿色交通路权分配,均衡道路交通资源;加快实施机非分离,减少混合交通,降低行人、自行车和机动车相互干扰。	该政策为自行车行业发展提供了政策支持。
《自行车运动产业发展规划》	2018年发布	新发布规划提出,提升自行车装备制造实力,进军国际装备中高端市场。通过技术革新、产业升级等方式,引导自行	该政策为自行车行业发展提供了政策支持,鼓励企业发

法律法规/政策	发布与修订时间	变化情况	具体影响
		车装备制造企业从低端市场向中高端市场转变。以智能化和个人定制为导向，不断提高自行车装备自主品牌在国内自行车运动市场的占有率，鼓励我国骑行爱好者使用自主品牌的自行车装备，提升我国自行车装备企业在国际自行车装备市场的竞争力。	展自主品牌。
《电动自行车安全技术规范》(GB 17761-2018)	2018年修正	新标准全面提升了电动自行车的安全性，由原来的部分条款强制改为全文强制，增加了防篡改、防火性能、阻燃性能、充电器保护等技术指标，调整完善了车速限值、整车质量、脚踏骑行能力等技术指标。	该政策对全行业的产品标准进行了规范，提高了行业门槛，淘汰了部分产品不符合标准的企业。

## (二) 行业概况

### 1、全球自行车行业市场概况

面对当下温室效应加剧的全球性环境问题，自行车零排放、零污染的特性，充分符合“节能减排”的消费趋势，成为全球各国鼓励使用的绿色交通工具，有些国家还将自行车纳入公共交通体系，加快发展公共自行车系统。

一方面，随着现代人收入水平的提高和对健康生活的追求，以山地自行车、助力电动自行车为代表的中高端自行车的消费量快速增加，占自行车全类别产品的比重不断上升，这表明自行车中高端市场仍具备较大的发展空间，有助于推动自行车行业产品结构的优化升级。根据中国自行车协会发布的《中国自行车行业2019年经济运行分析报告》，2019年品牌自行车企业坚持中高端产品路线，集体发力运动自行车市场，高端运动型自行车销量增长20%，尤其是碟刹公路自行车更受中高端消费者青睐；2019年千元以上自行车同比增长5.9%，千元车占总产量的比重已达13.7%，比2018年提高2.2个百分点，自行车中高端化趋势明显，产品附加值提升，不断满足消费升级需求。另一方面，由于不同国家或地区的经济发展不平衡，自行车行业在各个国家或地区的发展水平存在差异，世界知名自行车品牌主要集中在欧美地区的发达国家，它们掌握着自行车关键零部件的核心技术，而发展中国家的自行车企业则主要为其提供ODM/OEM生产加工服务。

根据WTEEx在2020年5月发布的《自行车出口国别》，2019年全球自行车出口总值达到89亿美元。其中，亚洲地区出口总额最高，2019年自行车出口总额为53亿美元，占全球出口总额的比重为59.30%，其后为欧洲，出口总额占比



为 38.70%。2019 年出口总额排名前十的国家或地区合计出口总额约为 73.18 亿美元，占全球出口总额的比重约为 81.60%，具体情况如下表所示：

序号	国家/地区	出口总额（亿美元）	占比
1	中国	29.00	32.40%
2	中国台湾地区	14.00	15.30%
3	荷兰	8.02	9.00%
4	德国	6.58	7.40%
5	柬埔寨	4.83	5.40%
6	葡萄牙	2.68	3.00%
7	意大利	2.63	3.00%
8	比利时	2.30	2.60%
9	波兰	1.77	2.00%
10	英国	1.37	1.50%
合计		<b>73.18</b>	<b>81.60%</b>

数据来源：World's Top Exports

## 2、美国自行车市场发展概况

美国是全球自行车消费大国和最大的自行车进口国，也是我国自行车出口的第一大市场。在美国，自行车普遍用于通勤代步、运动健身和休闲娱乐，市场上主要销售的车型包括山地自行车、公路自行车、越野自行车、儿童自行车和助力电动自行车等，其中销售金额占比最高的车型为山地自行车。根据海关总署的统计数据，2020 年我国累计向美国出口 1,630.79 万辆自行车，出口金额为 596,117.45 万元，平均出口单价为 365.54 元/辆，较 2019 年有所上升。

### 中国 2018-2020 年度在美国市场的自行车出口情况

年份	2018 年	2019 年	2020 年
出口数量（万辆）	1,504.05	1,204.48	1,630.79
出口金额（万元）	568,730.92	422,930.19	596,117.45
平均出口单价（元/辆）	378.13	351.13	365.54

数据来源：中国海关总署

其中，我国生产的山地自行车最大进口国为美国，海关总署发布的数据显示，2020 年我国出口至美国的山地自行车数量为 344.57 万辆，占我国山地自行车出口总量的比重为 36.19%；出口至美国的山地自行车的金额为 183,391.94 万元，

占我国山地自行车出口总额的比重为 29.17%。

美国自行车市场的销售渠道包括自行车专卖店、大型零售连锁商店、运动用品商店和批发销售商店等，其中最主要的销售渠道为自行车专卖店，它们的主流客户为中高收入人群，以销售中高端自行车为主，并提供一系列售后服务，如零部件更换、修理和整车调试、保养等，拥有相对稳定的客户资源。

美国自行车市场发展成熟，当地消费者在购买自行车时会着重考量自行车的安全性和耐用性，促使自行车品牌商和上游制造企业优先选择性能更佳、质量可靠的自行车产品进行推广与销售。未来美国市场对自行车的需求仍将以中高端车型为主，且随着助力电动自行车相关技术的完善，省力、省时的助力电动自行车将受到更多消费者的青睐，其市场份额在一段时期内将快速提升，整体呈现出由山地自行车、公路自行车和助力电动自行车三类车型主导市场的局面。

### 3、欧洲自行车市场发展概况

自行车行业作为欧洲工业复苏的重要组成部分，在促进公共交通建设、发展绿色经济方面发挥着基础性作用，各国政府亦不断完善自行车配套设施和相关的道路管理制度，鼓励民众使用自行车来代替汽车出行，目前欧洲的主要自行车市场包括德国、意大利、荷兰、法国、瑞典、瑞士和奥地利等。基于欧洲的产业结构已不再适合大批量生产劳动密集型产品，因此欧洲各国仍需结合自身的自行车产能情况，向中国、中国台湾、柬埔寨、菲律宾和孟加拉国等国家和地区进口自行车来满足其国内需求，进口车型则以助力电动自行车、城市自行车、山地自行车、表演自行车和儿童自行车为主。

近年来，欧洲自行车市场的电气化进程持续加快，助力电动自行车普及程度增加，销量连年增长，这有赖于电机、电池等相关技术的进步与政府出台的补贴计划。一方面，生产技术的进步使得助力电动自行车更加轻便、高效和耐用，性能大幅提升；另一方面，欧洲部分国家的政府关于助力电动自行车的一系列补贴措施有助于降低购买门槛，刺激消费者的购买意愿，如法国政府的“国家经济刺激计划”为每辆售出的助力电动自行车提供 200 欧元的补贴，瑞典政府为每辆售出的助力电动自行车提供售价 25% 的补贴（最高 1,000 欧元）等。在政府补贴计划的带动下，欧洲助力电动自行车市场快速发展，法国、意大利、德国和荷兰等

自行车消费大国的助力电动自行车销量在近年均实现强劲增长。未来随着助力电动自行车性能与质量的不断提升，其适用范围将继续扩大，在部分应用场景中可成为传统自行车的良好替代，助力电动自行车在欧洲市场的消费量将有望继续保持高增长趋势。

面对欧洲这一庞大的自行车消费市场，我国自行车企业高度重视，一直积极拓展在欧洲市场的业务。然而欧盟自 1993 年 9 月起，开始对产自中国的自行车整车产品征收 30.60% 的反倾销税，在 2005 年 7 月将反倾销税率提高至 48.5%，期间还将反倾销范围延伸至自行车零部件产品，极大地限制了我国自行车企业在欧洲市场的拓展。为了规避贸易壁垒，国内部分自行车企业通过海外建厂、合作生产、第三国转口等方式进入欧洲市场，凭借具有竞争力的产品价格与良好的质量水准，积累了一定的市场份额。根据海关总署公布的统计数据，我国 2020 年在欧洲主要自行车市场的表现总体平稳，具体情况如下表所示：

中国 2020 年度在欧洲主要市场的自行车出口情况

国家	出口数量（万辆）	出口金额（万元）
德国	19.60	13,524.42
荷兰	39.63	43,339.10
法国	1.00	1,026.11
意大利	3.28	900.31
瑞典	5.28	4,391.44

数据来源：中国海关总署

鉴于欧洲自行车市场的诸多门槛，且当地消费者对于自行车的性能、质量和品牌知名度均有较高要求，国内自行车企业若要进军欧洲市场，需在满足欧盟自行车标准的前提下，加大技术研发力度，根据市场需求开发出高性价比的材料、零部件与整车产品，提高产品竞争力，同时塑造自主品牌，创新营销模式，从而培养更多忠实的品牌客户，不断提升市场占有率。

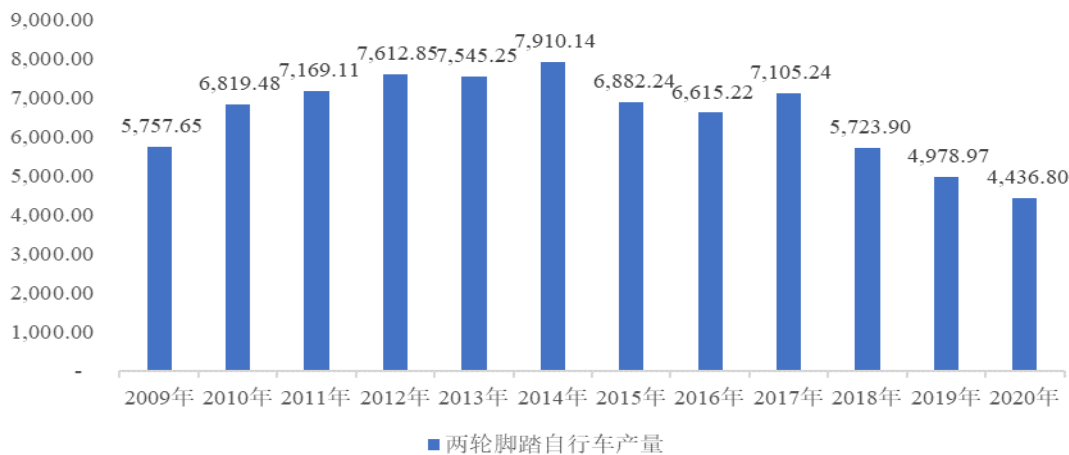
#### 4、我国自行车行业市场概况

我国自行车行业发展历史悠久，拥有广泛的用户基础，形成了较为完善的产业链和配套体系，在天津、上海、江苏、浙江和广东等地逐步构建起产业集群，且近年来在生产能力、工艺设计和产品质量等方面的水平均有所提高。随着全民运动的普及和“绿色出行”、“低碳生活”等观念的深入人心，自行车受到了越来越

越多不同层级消费者的喜爱，市场上还先后出现了共享单车、智能单车等新品类，为传统的自行车行业注入了新活力，掀起了新一轮的发展热潮。

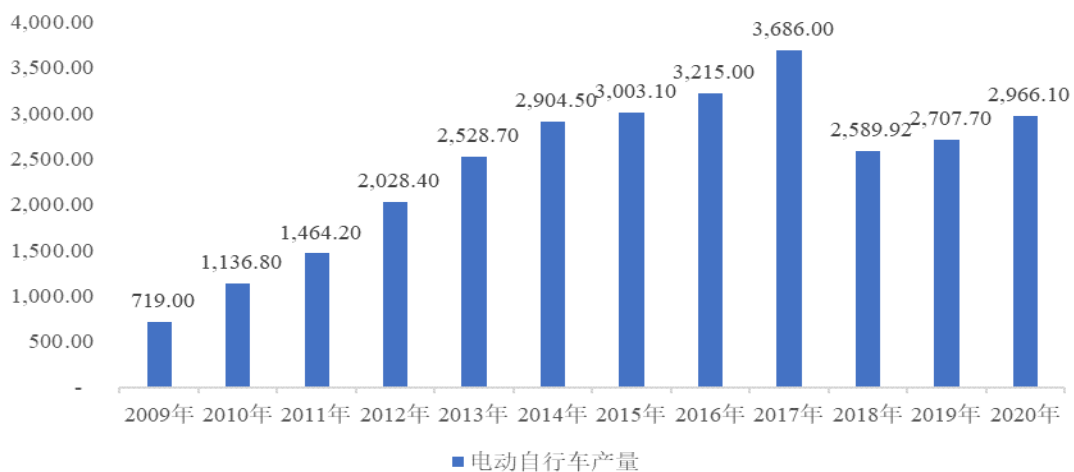
由于自行车制造业属于劳动密集型产业，为了有效控制成本，国际自行车品牌商纷纷选择在海外建厂，或者委托当地的自行车企业进行生产加工，促使自行车行业的制造中心不断向中国、越南、柬埔寨等具有成本优势的国家和地区转移。目前中国已成为全球最大的自行车生产和出口国，根据工信部发布的统计数据，2020年我国两轮脚踏自行车产量为4,436.80万辆，同比增长24.3%；电动自行车产量为2,966.10万辆，同比增长29.7%，国内自行车行业整体呈现企稳态势，电动自行车占比继续提升，产品结构调整实现突破。

中国 2009-2020 年度两轮脚踏自行车产量（万辆）



数据来源：工业和信息化部、国家统计局

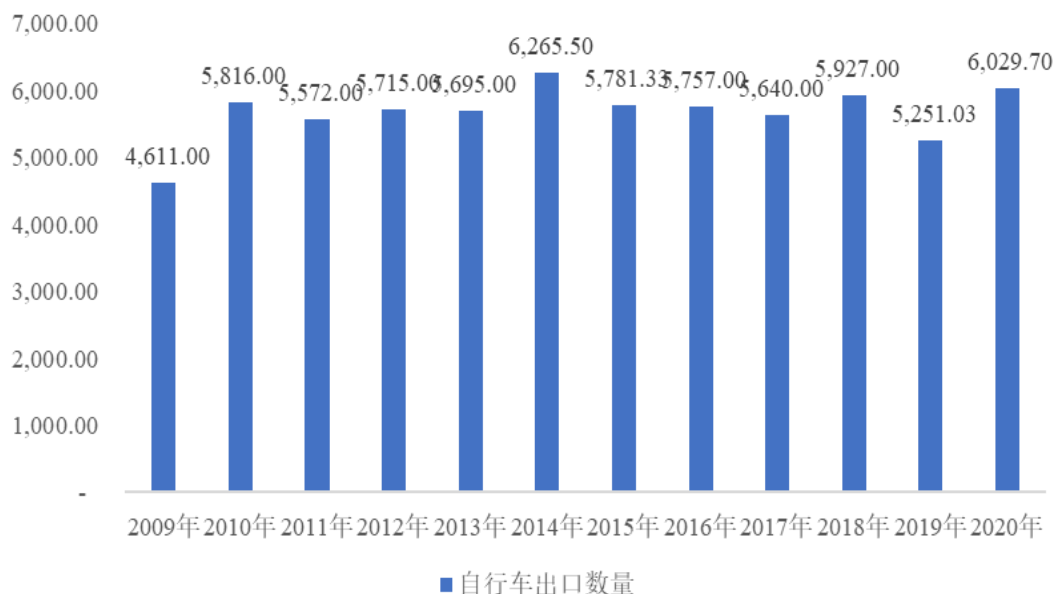
中国 2009-2020 年度电动自行车产量（万辆）



数据来源：工业和信息化部

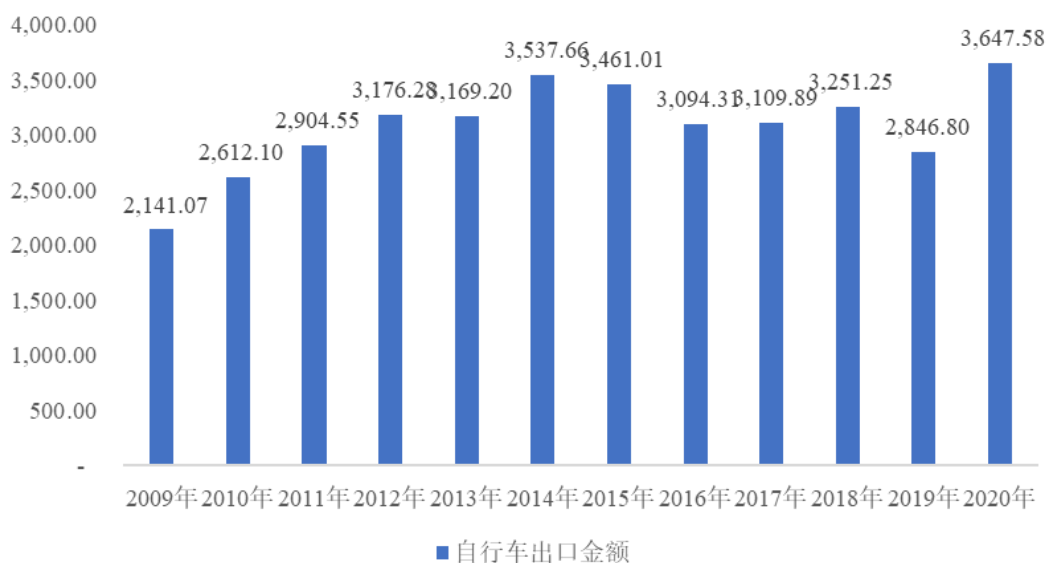
出口方面，受 2020 年全球新冠疫情的影响，个人短途出行交通工具需求旺盛，中国作为世界自行车出口大国，国内疫情率先得到有效控制，使国内自行车企业能够迅速扩大生产，满足全球市场需求；因此，2020 年中国自行车出口数量和出口金额皆实现较快增长。2020 年中国自行车出口数量为 6,029.70 万辆，同比增长 14.83%；出口金额为 36.48 亿美元，同比增长 28.13%。

中国 2009-2020 年度自行车出口量（万辆）



数据来源：国家统计局

中国 2009-2020 年度自行车出口金额（百万美元）



数据来源：国家统计局

我国自行车行业的发展已进入成熟期，行业规模增长放缓，质量效益有所提

升，行业运行具有“产量稳、效益优”的特点。在共享单车的带动下，我国自行车产量在 2017 年达到历史新高，但总产量仍然维持在适度规模以内，随着共享单车领域趋于理性，国内自行车市场在 2018 年开始调整，全行业回归均衡发展。效益方面，根据工信部 2021 年 2 月发布的《2020 年 1-12 月自行车行业运行情况》，2020 年 1—12 月，全国规模以上自行车制造企业营业收入 1,762.0 亿元，同比增长 16.2%，实现利润总额 75.3 亿元，同比增长 13.6%。其中，两轮脚踏自行车制造业营业收入 577.0 亿元，同比增长 10.0%，利润总额 22.1 亿元，同比增长 17.3%；电动自行车营业收入 925.8 亿元，同比增长 22.9%，实现利润总额 39.1 亿元，同比增长 8.3%。此外，中国自行车协会数据显示，2021 年一季度以来，我国自行车（含电动自行车）制造业工业增加值增速超过 30%，1 月至 3 月，自行车规模以上企业产量 1,070 万辆，同比增长 70.2%；电动自行车规模以上企业产量 708.1 万辆，同比增长 86.3%。

随着我国自行车行业进入结构调整、转型升级的关键时期，营收规模虽略有下降，但利润总额实现平稳增长，表明产业结构优化工作取得一定成效，中高端自行车比例有望进一步提升。

在工业 4.0、智能制造的背景下，我国自行车行业的增长动力已由要素驱动逐渐转向创新驱动，未来行业内企业将以“互联网+”计划为抓手，结合物联网、大数据、人工智能等信息技术，一方面以轻量化、智能化、品质化为研发重点，对自行车的材料、功能与制造过程进行持续性的改造升级；另一方面利用电子商务平台加快线上线下市场的深度融合，全力培育新的消费热点，挖掘自行车市场更多的增长潜力。同时，我国自行车行业将积极响应国家“一带一路”战略，大力开拓国际市场，优化出口产品结构，并参与国际间的技术交流与产业合作，加快行业“走出去”步伐，不断巩固在国际自行车市场上的竞争地位。

## 5、自行车行业发展方向

### （1）助力电动自行车消费增加

助力电动自行车是以电机、电池作为辅助动力，搭载智能传感器系统，根据骑行者脚踏力的大小，给予动力辅助，实现人力骑行、电机助力一体化的新型交通工具。由于近年来锂离子电池技术的进步、其价格和电容量的改善，助力电动

自行车市场在全球范围内掀起了一股热潮，尤其是高端车型。在欧洲，有大量多山国家，路面的各种坡道极为常见，使用普通的自行车会带来较大的身体负担，而助力电动自行车的出现则很好的解决了“身体负担”的使用障碍，根据 Bike Europe 数据，德国近两年助力电动自行车销量每年都以高于 30% 的速度增长，荷兰助力电动自行车已占据 40% 的自行车市场份额，助力电动自行车已经成为欧洲自行车市场向前发展的主要动力。

#### （2）消费者需求促使自行车设计多元化、个性化

随着我国经济发展与消费观念的变化，消费者对自行车的需求向多元化、个性化、定制化发展，在自行车车型、样式、功能等方面产生差异化需求，产品细分趋势明显。自行车功能从原先的交通代步发展到竞赛、休闲等领域，使用自行车进行运动休闲健身的群体越来越广泛，对自行车个性化提出了更高的要求。随着人们对自行车功能的要求已经不再仅限于简单的代步，具备运动、健身、休闲等功能的中高端自行车市场不断扩大，产业结构在潜移默化地改变。当前，传统自行车市场规模持续缩减，市场重心在向山地车、公路车等产品转移，新兴产品逐渐增多。

#### （3）中高端自行车将迎来较快发展

随着人们生活水平的提高，自行车行业的重心正从传统的代步需求向运动、休闲、健身的需求转变，加之当今世界各国政府及民众对低碳出行、倡导运动、促进健康等意识不断增强以及能源、交通等方面因素影响，自行车已成为世界各国尤其是发达国家居民喜爱的交通、运动休闲和娱乐性产品。在美、欧、日等发达国家和地区，自行车消费主要集中在中高端产品，以德国为例，中高端自行车的累计销售比例达到了自行车整体销售量的 70% 左右。目前我国亦出现了自行车市场向中高端化发展的趋势，具体表现为材质由传统的钢铁向金属合金、碳纤维等高端材质升级，外观朝轻量化、质感美观、个性化等方向发展，功能部分从代步被运动休闲、健身等功能替代。随着居民消费水平的提高和运动、健康、环保概念的流行，加上各地自行车协会对于自行车活动的积极推广，未来国内的中高端自行车市场将会迎来较大发展。

#### （4）童车市场前景广阔

童车是婴童产品中最为典型和普遍的产品，在我国市面上，童车产品主要包括婴儿手推车、学步车、扭扭车、电动车、自行车、三轮车等品类。根据儿童的成长需求，童车需要不断更新类型，仅从孩子出生后到学龄前这段时间，每个人通常需要三到四款童车。随着国内经济持续快速发展及人们生活水平不断提高，童车已成为当下居民家庭的生活必需品。虽然近年来人口增长速度逐渐放缓，但“全面放开二胎政策”的实施为新生儿人口数量形成了有力支撑，我国每年新生儿人口数量仍处于较高水平。根据国家统计局公布的数据显示，在 2019 年我国全年出生人口达到 1465 万人，人口出生率为 10.48%，为我国童车行业提供了较为广阔的需求增长空间。

近年来，随着“90 后”父母逐渐成为童车消费的主力军，人们对童车的消费观念也发生了变化。年纪较轻的父母除了对童车安全性有较高要求之外，还注重产品品质感和精致体验，因此中高端童车产品销量逐渐增加。

#### （5）生产工艺自动化与绿色化

我国自行车行业积极顺应制造业的转型升级趋势，部分企业已开始在焊接、喷漆、装配等重要工序中采用自动化设备进行处理，如焊接机器人、电镀自动生产线、自动装配线等，生产效率和水平得到大幅提升。此外，面对我国劳动力成本逐渐上升的现状，加快应用自动化技术、优化生产流程，将成为自行车行业应对劳动力结构变化的关键手段。

随着各地政府环保监管力度的不断提升，行业企业在线材的酸洗磷化、车架喷涂烤漆等生产环节不断改进工艺并使用环保型材料，并在环保设施改造方面不断加大投入，纷纷升级改造喷涂烤漆废气、焊接烟尘、固体粉末收集等环保设备，行业绿色发展水平进一步提升。

### （三）行业市场情况

#### 1、行业竞争格局和市场化程度

自行车行业由于准入门槛较低，早期行业参与者众多，以粗放式发展为主，大多围绕低端产品展开激烈竞争，但通过近年来的行业洗牌，自行车行业已从初期的高速发展进入整合阶段，不具备产品、技术竞争力的企业逐渐被淘汰或兼并。目前，自行车企业开始在盈利能力上拉开距离，发展层次分化日益明显，具有一



定生产规模和品牌影响力的企业的市场份额逐步提高,进而推动行业集中度的不断提升。

从竞争格局来看,我国自行车行业可分为三个层次:一是拥有雄厚资金和规模优势的大型自行车企业,这些企业注重产品质量、技术创新,具有较高的市场认知度和品牌知名度,如捷安特、美利达等;二是研发设计能力强、销售渠道广泛、产业链整合能力强,以 ODM/OEM 等形式的出口型企业,如富士达、喜德盛、久祺股份等;三是行业内的众多中小企业,由于设备水平较低、缺乏自主创新能力,主要生产低档次、低附加值产品,依靠价格竞争拓展周边区域市场。

国外自行车市场发展较为成熟的国家有德国、荷兰、意大利、美国和日本等,自行车已成为当地民众不可或缺的户外运动工具,且由于不同国家自行车文化的差异性,催生了一批专注于本土市场的品牌企业,如德国的 Focus、Cube,荷兰的 BatabusS、Sparta,意大利的 Bianci、Java,美国的 Trek、Cannondale,以及日本的 Shimano、Bridgestone。上述企业根植于本土市场,掌握了大量的销售渠道,并在长期的经营过程中积累了一定的品牌知名度,在当地占有较高的市场份额,构成了一定的行业壁垒,外来品牌通常较难进入,因此形成了相对稳定的竞争格局。

## 2、行业供应情况

我国是自行车生产大国,近年来,随着我国经济持续增长,居民收入水平不断提高以及共享单车行业格局的基本确定,自行车行业已经处于成熟时期。从供给角度来看,自行车企业除了为共享单车行业和海外市场生产用以观光代步的传统单车之外,还在丰富自行车产品品类,优化产品结构。为更好供应产品,有自行车生产企业纷纷选择并购上游企业,由整车制造业务向上游零部件行业延伸。行业龙头企业亦在转型升级,主动提升自主创新能力,加大新材料、变速器等关键零部件核心技术的研发投入,以供应利润率更高的自行车产品;并尝试与新兴科技接轨,运用新技术管理产品库存,加强成本控制,推动行业发展进步。

## 3、行业需求情况

目前,我国低端自行车产品在产量上趋近饱和,但在产品档次上依然有着很大提升空间。国内企业出口的产品主要依赖价格优势,但消费者对产品质量和性

能的要求在不断地提高和改变，中高端产品需求不断增长。由于中美贸易摩擦以及多国对华反倾销政策，国内出口的低端自行车产品在部分国家面临较高的关税压力，致使当地自行车进口商不得不以较高价格为低利润率产品标价，一定程度上削弱了价格优势，对我国出口产品在国际市场上的需求造成不利影响。

在全球各国呼吁绿色出行的大背景下，自行车的市场需求将会呈现增长趋势。为适应市场需求，我国自行车企业需要不断完善创新营销策略，结合新材料、新技术的发展趋势，掌握消费者偏好，及时了解市场情况；优化产品结构，将研发、生产的重心逐步转向高端化、高质量、功能性的自行车产品，推动产品创新升级，同时强化品牌建设。

#### 4、行业利润水平的变动趋势

行业利润水平主要取决于上下游行业的发展情况、行业内部竞争格局。

自行车行业的上游行业主要为零配件和原材料的生产制造企业。诸如车架、车把、刹车、车轮、鞍座、减震等零部件，其生产门槛较低，行业竞争激烈，供给充足。因此，上游产品价格波动较为稳定，有利于自行车企业控制成本。

部分出口国家对华出台反倾销的贸易政策，提高自行车的进口关税。低附加值的自行车产品丧失其原本具备的价格优势，致使面向终端消费者的定价提高，利润率下降，需求减少，利润空间被一定程度压缩。

由于我国自行车市场规模较大，行业竞争激烈，面向不同目标市场的自行车企业的利润率水平有所差异。对于生产规模较小、研发水平较低的自行车企业，其产品主要为低档次、低附加值的产品，毛利率水平较低。规模生产、自主创新能力较强的企业，产品大多面向中高端市场，利润水平一般较高。自行车终端消费者对自行车产品功能的要求在提高，中高端自行车产品需求增加。随着国内自行车企业逐渐把研发生产的重心由低端产品市场转向中高端市场，行业整体利润水平有望得到提升。

#### 5、进入本行业的主要障碍

##### （1）研发壁垒

自行车产品的研发能力对企业的长期发展起着至关重要的作用。在人民生活

水平提高的背景下，消费者对自行车提出了更高的要求，其主要体现在前端设计、美观、骑行舒适感、安全性等方面，需要自行车企业有足够敏感度以时刻获知当下的消费者偏好并有足够强大的设计研发能力以研发、生产出符合市场甚至能够引领自行车产品设计潮流的产品。这不光要求企业有包括外观、动力、传动、安全等要素的整车设计能力，还要有各种零部件配置的设计能力，以保证整车的匹配性。因此，团队规模、人员配置、技术水平、合作协同等一系列实力都构成了企业设计研发能力的系统组成。

### （2）品牌壁垒

品牌是自行车企业的核心竞争力之一，也是拓展市场的一项重要指标。一个成熟品牌的形成往往需要多年的塑造、推广和维护。品牌所传达出的价值观能够为消费者所认同是一个品牌成功的关键。自行车产品原本趋于同质化，突出的品牌效应可以为企业更好地稳定并扩张消费群体，一个深入人心的品牌是新加入行业的企业短时间内很难达成的。

### （3）渠道壁垒

由于自行车是面向广大消费群体的产品，针对不同消费群体的特点应采取差异化的销售策略，因此自行车企业必须结合自身的业务情况与品牌定位来扩大销售渠道覆盖面，同时根据消费者消费习惯和零售业态的变化持续改善渠道结构，进而提升渠道控制力。目前，行业内的知名自行车品牌商在品牌建设方面投入较大、营销网络覆盖面广，建立了完善的营销网络体系，基本实现了对多国家、多地区网络的覆盖，并逐渐向更多国家及地区扩张，因而能够保持相对稳定的市场占有率。对于行业新进入者而言，要建设一个覆盖面广、市场渗透能力强的营销网络，需要投入大量的资金和人员，同时要求管理层具备丰富的市场经验和较强的统筹能力。

## 6、有关进口政策、贸易摩擦及其影响

### （1）进口国的有关进口政策

公司产品境外销售涉及海外多个国家和地区，除了要遵循进口国的进口程序外，一般还要符合国外客户对产品质量管理能力、生产能力、员工待遇及公司信誉等综合素质进行考察的要求，根据不同国家和地区对产品质量和安全性能的要

求不同，要求产品通过美国标准 CPSC、欧盟标准 ISO 及 EN、澳洲标准 AS 等相应产品质量认证。

报告期内，公司外销产品取得了进口国家和地区认证证书，上述进口国的产品认证要求不会对公司产品进入上述国家产生不利影响。

(2) 贸易摩擦及其对产品进口的影响

为保护其国内自行车产业或出于贸易保护主义，部分进口国家对华自行车进口出台了反倾销或其他贸易政策，提高自行车及相关产品的进口关税。

国家	法规、政策内容
美国	1、2018年9月，美国政府对价值约2000亿美元中国输美商品加征10%关税，2019年5月提升至25%，涉及自行车共24个税目，其中6个整车和18个零部件。 2、自2019年12月中美第一阶段经贸协议文本达成一致以来，美国对12英寸至24英寸直径车轮的自行车以及自行车灯、头盔、锁、变速杆、拨链器、车轮、座杆、车把、鞍座、钢丝胎轮胎、碳纤维车架和其他物品等在内的自行车相关产品加征关税予以取消，但仍有部分自行车及零部件产品需加征25%的关税。
欧盟	1、2019年1月18日起，欧盟委员会对我国助力电动自行车征收额外18.8%~79.3%的关税。 2、2019年8月28日，欧盟出台法规维持对包括中国在内的多国非机动自行车产品的反倾销税率继续定为0%~48.5%，涉及的主要产品类型包括全地形自行车、折叠自行车、小轮车和儿童自行车、公路自行车和赛车、徒步旅行自行车、城市自行车、混合动力自行车和旅游自行车等。
土耳其	1、2009年8月5日，土耳其外贸署公布了对中国摩托车内、外胎(土海关税号：4011.40及4013.90.00.00.11)反倾销期终复审案的裁决结果，决定自公告之日起继续对被调查产品征收反倾销税。其中对自中国进口的摩托车内胎加征37%关税，对外胎加征100%关税。 2、2009年，土耳其外贸署公布自行车内、外胎(土海关税号：4011.50.00及4013.20.00)反倾销期终复审案的调查结果，并决定自公告之日起继续对原产于中国的自行车内、外胎产品征收20%~100%的反倾销税。其中对自中国进口的自行车内胎加征33%关税，对外胎加征50%关税。
阿根廷	1、2015年5月12日，阿根廷经济与公共财政部发布第328/2015号决议，维持2008年11月13日第615/2008号决议设定的FOB出口最低限价措施。对自行车零部件产品维持2009年2月17日第43/2009号决议设定的3.02美元/公斤的FOB出口最低限价措施。决议有效期为5年。 2、2020年3月13日，阿根廷生产发展部在阿根廷《官方公报》发布2020年第104号决议，对原产于中国的非电动三轮车作出反倾销初裁，对涉案产品征收离岸价24%的临时反倾销税，涉案产品的南共市海关编码为9503.00.10。决议自发布之日起生效，有效期为六个月。 3、2020年5月11日，阿根廷生产发展部发布2020/205号公告，决定对原产于中国的自行车启动反倾销日落合并情势变迁复审调查。涉案产品南共市税号为87120010。 4、2020年11月9日，阿根廷生产发展部发布第288/2020号公告，应阿根廷企业JOSE ENRIQUECATALANO申请，对原产于中国的摩托车链条启动反倾销立案调查。涉案产品包括摩托车及轻便摩托车的链条及齿轮。涉案产品的南共市税号为8714.10.00。本案倾销调查期为2019年11月~2020年10月，损害调查期为2017年1月~2020年10月。公告自发布次日起生效。

国家	法规、政策内容
巴西	1、2014年2月18日，巴西外贸委员会发布第5号令，决定对进口自中国的自行车轮胎征收0.28~3.85美元/公斤的反倾销税，征税期限5年。 2、2020年2月19日，巴西外贸委员会在《联邦政府公报》上发布2020年第13号决议，对原产于中国、印度和越南的自行车轮胎作出第一次反倾销日落复审终裁，继续对中国、印度和越南的涉案产品征收为期5年的反倾销税，我国产品的税率为0.29-3.85美元/千克，涉案产品南共市税号为40115000。
墨西哥	2014年10月10日，墨西哥对原产自中国的儿童自行车启动反倾销调查。2015年12月21日，墨西哥经济部在《官方日报》上发布公告，决定对原产自中国的儿童自行车（涉案产品税号为：87120002）征收13.12美元/辆的反倾销税。

公司高度重视进口国贸易政策的变化情况，通过产品多样化积极满足海外客户的市场需求。产品主要进口国家和地区发布的贸易政策未对公司经营造成重大不利影响，具体分析如下：

①虽然部分进口国家对我国自行车及相关零部件发起反倾销调查和实施高额关税壁垒，但我国作为世界自行车生产中心和出口大国，我国自行车产业一方面具有较高的成本优势，如在欧盟市场，即使对中国的自行车整车加征 48.5% 的关税，中国自行车的进口价格仍低于欧盟国家同行业的销售价格，近年来欧盟从中国的进口量仍持续增加。另一方面，国内自行车企业正处于积极转型阶段，中国自行车企业不仅整体生产能力强、自行车产业链完善，研发创新能力也逐渐提高，并能够很快适应境外市场变化的需求。

②公司在全球 80 个国家和地区开展自行车业务，市场区域较为分散，部分国家和地区针对我国自行车行业的贸易保护政策对公司整体业务发展的影响有限。根据中国自行车协会发布的统计数据，2018 年中国向“一带一路”沿线相关国家出口自行车整车和零部件 16.9 亿美元，同比增长 7.6%。其中，对印度尼西亚出口 624.8 万辆，同比增长 40.2%，是近 3 年来最高水平；对俄罗斯出口 228.2 万辆，同比增长 6.0%；对哈萨克斯坦、吉尔吉斯斯坦出口增长显著。“一带一路”沿线国家和地区地形复杂，基础设施建设水平总体偏低，对自行车的需求巨大，这与中国强大的自行车制造能力形成互补。

③印尼、印度、捷克等国家的专业自行车制造商客户通过向公司采购自行车部分零部件或半成品代替整车，完成自行车生产及装配后销售。

(3) 关税、反倾销和反补贴政策加征后至今，出口存在贸易壁垒的国家或地区产品价格、关税、销售收入、运费、净利润、毛利率的变化情况，主要客户

及销售量的变化情况，对经营业绩的影响程度

①关税、反倾销和反补贴政策加征后至今，出口存在贸易壁垒的国家或地区产品价格、关税、销售收入、运费、净利润、毛利率的变化情况

为保护其国内自行车产业或出于贸易保护主义，部分进口国家对华自行车进口出台了反倾销或其他贸易政策，提高自行车及相关产品的进口关税。报告期内，发行人主要出口国家或地区的相关贸易摩擦和反倾销政策涉及的产品以及相关政策的起始时间如下表所示：

国别或地区	贸易摩擦类型	涉及的产品	相关政策起始时间
墨西哥	反倾销	儿童自行车	2015年12月
阿根廷	反倾销	自行车零部件产品	2009年2月
	反倾销	非电动三轮车	2020年3月
	反倾销	自行车用新橡胶充气轮胎	2015年9月
	反倾销	自行车、摩托车辐条	2014年7月
	反倾销	自行车	2015年5月
巴西	反倾销	自行车曲轴连杆	2013年10月
	反倾销	自行车轮胎	2014年2月
美国	301调查（保障措施）	自行车及其零部件	2018年9月
欧盟	反倾销和反补贴	电动自行车	2019年1月
	反倾销	自行车	1993年9月
土耳其	反倾销	摩托车内外胎	2009年8月
	反倾销	自行车内外胎	2009年8月

由上表可见，报告期内，除美国、欧盟地区分别于2018年、2019年新增相关关税、反倾销和反补贴政策以外，发行人出口存在贸易壁垒的主要国家或地区相关政策均长期存在，并未在报告期内有重大变更。上述关税、反倾销和反补贴政策加征后至今，发行人出口存在贸易壁垒的国家或地区的主要产品价格、销售收入、运费、净利润、毛利率的变化情况如下：

单位：万元、元/辆

国别	项目	2020年度	2019年度	2018年度
墨西哥	销售收入	12,023.93	12,344.01	13,938.33
	童车单价	179.90	186.64	200.05
	成人车单价	331.01	334.48	373.86

国别	项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
	助力电动自行车单价	2,437.56	-	2,621.80
	运费	318.26	283.97	363.27
	毛利率	13.99%	14.54%	14.15%
	净利润	1,135.88	1,212.76	1,354.08
阿根廷	销售收入	13,747.37	10,494.48	11,217.56
	童车单价	215.88	133.81	175.74
	成人车单价	389.37	382.23	441.97
	助力电动自行车单价	3,760.27	3,051.52	-
	运费	299.22	238.24	238.23
	毛利率	12.35%	13.24%	12.90%
	净利润	1,146.70	939.50	994.14
巴西	销售收入	11,541.71	6,526.37	5,809.27
	童车单价	-	-	177.71
	成人车单价	-	568.37	411.65
	运费	179.96	115.57	93.02
	毛利率	10.18%	10.58%	11.49%
	净利润	792.99	466.70	458.32
美国	销售收入	20,733.38	6,240.97	1,751.76
	童车单价	648.34	481.04	322.82
	成人车单价	907.29	855.94	529.54
	助力电动自行车单价	2,493.21	1,170.51	3,167.74
	运费	1,241.72	325.54	90.52
	毛利率	62.00%	53.46%	36.92%
	净利润	4,117.15	2,255.19	444.19
欧盟	销售收入	31,632.37	22,713.35	21,434.12
	童车单价	255.15	232.00	224.58
	助力电动自行车单价	1,278.43	2,875.66	2,490.63
	运费	575.31	390.40	555.21
	毛利率	15.97%	15.83%	15.56%
	净利润	3,410.42	2,430.08	2,291.15
土耳其	销售收入	11,083.57	6,960.19	6,034.66
	童车单价	383.20	372.15	386.56
	运费	177.02	123.69	117.32

国别	项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
	毛利率	10.95%	9.77%	10.30%
	净利润	819.75	459.60	427.05

注 1：配件类和其他类由于产品种类繁多、且计量单位不统一，因此未统计产品单价；

注 2：上表中列示的净利润=销售收入×毛利率×（1-期间费用率）×（1-25%），其中 2020 年度由于跨境电商规模增长明显，将电商费用单独纳入美国地区的销售费用进行测算。

由于发行人与境外客户的结算模式基本采用 FOB、CIF 的形式，由客户自行办理到港之后的清关手续并承担相应税费。因此上述加征关税、反倾销和反补贴政策对发行人报告期内的业务未产生重大不利影响。

报告期内，发行人在墨西哥、阿根廷、巴西、土耳其以及欧盟地区的销售收入略有波动，整体趋势较为稳定；在美国的销售规模逐年增长，主要系发行人通过 AMAZON 等跨境电商平台实现的销售收入增长较多所致，加征关税对通过电商的终端销售影响较小，由此加征的关税亦由消费者承担。

报告期内，发行人在上述国家或地区的销售毛利率整体呈现上升趋势，与发行人的主营业务毛利率变动趋势一致，其中美国地区的毛利率增长较快，亦受跨境电商的影响所致。

## ②主要客户及销售量的变化情况，对经营业绩的影响程度

报告期内，发行人在上述国家或地区的主要客户及销售量的变化情况如下：

单位：万元、辆

国别或地区	主要客户/销售平台	2020 年度	2019 年度	2018 年度
墨西哥	DISTRIBUIDORA DE BICICLETAS BENOTTO SA DE CV	6,526.86	6,416.12	6,651.95
	其中：童车销售收入	2,672.29	2,967.07	2,682.49
	童车销售量	146,551	153,212	133,397
	成人车销售收入	3,367.87	2,951.89	3,401.40
	成人车销量	103,635	91,026	94,244
	REBIMO DE GUADALAJARA,S.A.DE C.V.	2,254.78	1,632.39	2,876.56
	其中：配件类销售收入	2,124.47	1,584.87	2,874.71
阿根廷	BICI PERETTI S.A.	5,258.41	4,431.19	4,680.22
	其中：成人车销售收入	4,234.72	4,199.90	4,257.11
	成人车销量	121,549	116,451	92,318
	DAL SANTO I.C.S.A.	5,024.57	3,463.03	4,064.93



国别或地区	主要客户/销售平台	2020 年度	2019 年度	2018 年度
	其中：配件类销售收入	4,891.06	3,319.40	3,969.63
巴西	ISAPA IMPORTACAO E COMERCIO LTDA	7,981.55	3,807.39	3,081.80
	其中：配件类销售收入	7,338.41	3,334.75	2,738.50
	OCIDENTE COMERCIO EXTERIOR LTDA	2,074.56	1,619.90	1,655.07
	其中：配件类销售收入	1,718.51	1,602.36	1,611.91
美国	AMAZON	15,428.88	3,967.62	673.30
	其中：童车销售收入	10,464.16	3,296.51	574.75
	童车销售量	131,872	57,465	10,641
欧盟	LIDER-96 EOOD	12,478.55	11,165.32	8,189.43
	其中：助力电动自行车销售收入	11,506.88	10,660.51	6,795.87
	助力电动自行车销量	89,938	34,885	27,253
土耳其	UMIT BISIKLET SANAYI VE TICARET A.S.	9,473.60	6,009.83	5,524.67
	其中：配件类销售收入	7,389.29	5,237.44	4,365.45

注：配件类和其他类由于产品种类繁多、且计量单位不统一，因此未统计产品销售量。

由上表可见，报告期内，发行人出口至存在贸易摩擦、加征关税政策的国家或地区的主要客户的销售收入以及销售量，受下游客户需求、产品结构变动等影响有所波动。其中，美国的跨境电商平台 AMAZON 的收入增长较为明显，主要系童车的销量逐年增加所致；欧盟地区的 LIDER-96 EOOD 因欧洲助力电动自行车需求较大，报告期内的销售金额呈逐年增长趋势。报告期内，发行人不存在由于海外国家或地区贸易摩擦加征关税和反倾销政策从而大量取消订单或者大客户转移采购的情形。

综上所述，关税、反倾销和反补贴政策加征后至今，对发行人的经营业绩的负面影响程度较小。

(4) 发行人与主要客户的沟通协商的具体情况，包括是否转移关税成本等，结合货物流、资金流等分析并披露以关键零部件出口替代整车出口的方式等相关做法是否符合各国法律法规的规定，是否存在潜在法律风险

①发行人与主要客户的沟通协商的具体情况，包括是否转移关税成本等

报告期内，发行人的外销收入按照不同结算模式的情况如下：

单位：万元

项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
FOB	173,357.02	77.61%	146,575.79	82.98%	146,781.23	82.39%
CIF	26,446.07	11.84%	16,587.69	9.39%	30,689.16	17.23%
DDP	6,069.73	2.72%	8,847.39	5.01%	-	-
跨境电商	17,488.43	7.83%	4,621.69	2.62%	694.34	0.39%
合计	<b>223,361.25</b>	<b>100.00%</b>	<b>176,632.56</b>	<b>100.00%</b>	<b>178,164.73</b>	<b>100.00%</b>

报告期内，发行人的外销收入除了 A 客户的订单采用 DDP 模式结算（由发行人负责清关并承担关税），以及跨境电商业务的关税由发行人承担以外，对其他境外客户的出口主要采用 FOB、CIF 形式结算，由客户负责办理到港海关的清关手续并且承担相应税费，根据发行人与主要客户签订的框架协议第 21 款：除本合同另有规定外，所有进口许可、许可证以及不属于卖方所属国家的任何政府机构征收的一切进口税、关税和各种税收均由买方负担。因此，关税、反倾销和反补贴政策加征后至今，对发行人报告期内的经营业绩未产生重大不利影响。

发行人销售给 A 客户的订单采用 DDP 模式结算，发行人需要承担货物从国内港口运输至目的国港口及从目的国港口运至 A 客户指定的多个分散地点的海运费、仓储费用、装卸费用、陆运费、保险费用、清关费等全部费用，并承担交货前的全部货损风险，因此产品定价时综合考虑了交货条件等因素，该订单的毛利率相对较高。

发行人的跨境电商平台销售模式下，公司主要通过 AMAZON 直接销售给美国的终端消费者，产品销售定价由公司参考网络平台同类型的产品价格，结合自身产品定位、品牌知名度等自主确定。报告期内，尽管美国于 2018 年 9 月起推出保障措施，对中国出口输美的自行车及其零部件等产品加征 10%-25% 的关税，但发行人 2019 年度和 2020 年度通过 AMAZON 平台在美国实现的销售收入分别为 3,967.62 万元和 15,428.88 万元，呈明显增长趋势，尤其是 2020 年受新冠疫情影响，自行车等产品的销量激增，加征关税对通过电商的 B2C 销售影响较小。

此外，发行人在与其他境外客户协商定价时亦会考虑各项成本、毛利率等多种因素，由双方协商确定，发行人与客户之间不存在关税协商分摊机制，不存在转移关税成本等情形。发行人与境外主要客户均有多年稳定良好的合作关系，因

此加征关税未对公司的盈利能力产生重大不利影响。

②结合货物流、资金流等分析并披露以关键零部件出口替代整车出口的方式等相关做法是否符合各国法律法规的规定，是否存在潜在法律风险

境外自行车制造商为发行人的直接销售客户，发行人出口自行车整车以及零配件均系以直接销售的方式给自行车制造商，相应的货物流、资金流均与自行车制造商直接对接与结算，自行车制造商生产组装好再自行对外销售，发行人不存在委托境外自行车制造商代工生产后再对外销售的情形。

报告期内，发行人涉及以关键零部件出口替代整车出口方式的具体情况如下：

区域	贸易摩擦类型	涉及的产品类型	是否存在关键零部件出口替代整车出口的情形	是否符合出口国家/地区的监管要求
墨西哥	反倾销	儿童自行车	是	符合
阿根廷	反倾销	自行车、自行车零部件产品、非电动三轮车、自行车用新橡胶充气轮胎、摩托车辐条	是	符合
巴西	反倾销	自行车曲轴连杆、自行车轮胎	否	—
美国	301 调查（保障措施）	自行车及其零部件	否	—
欧盟	反倾销和反补贴	电动自行车、自行车	是	符合
	反倾销			
土耳其	反倾销	摩托车、自行车内外胎	否	—

上述国家和地区的部分反倾销、反补贴等贸易壁垒措施已实施多年，如欧盟自 1993 年 9 月起，开始对产自中国的自行车整车产品征收 30.60% 的反倾销税，在 2005 年 7 月将反倾销税率提高至 48.5%；自反倾销、反补贴等贸易壁垒措施实施以来，发行人客户通过以关键零部件替代整车采购的方式一直存在，客户在采购发行人的关键零部件后，自行在销售地独立开展必要的产品注册、生产和销售活动并依法独立承担相应的法律责任。

根据对存在上述贸易壁垒的国家或地区的主要客户访谈及其出具的确认文件，其在报告期内不存在因以关键零部件替代整车采购的方式而受到处罚或被加征关税的情形，并已取得所在国法律所要求的所有相关经营资质或许可，向发行人采购的产品在销售地销售流通，符合当地的相关法律法规。综上，公司境外销售货物流、资金流与业务相匹配，发行人客户以关键零部件替代整车采购的方式

等相关做法符合各国法律法规的规定。

(5) 结合 2020 年在手订单、主要客户沟通情况、与美国、欧洲等市场同类产品的竞争情况等，说明未来对产品出口的趋势和可能发生的重大变化，贸易摩擦对发行人经营状况及财务状况的影响以及拟采取的应对措施

①2021 年在手订单以及主要客户沟通情况

截至 2021 年 3 月 1 日，发行人的在手订单金额约为 18 亿元人民币，其中属于上述主要贸易摩擦国家和地区以及主要客户的在手订单金额如下：

单位：万元

国别或地区	截至 2021.3.1 在手订单金额	主要客户	主要客户在手订单金额
墨西哥	14,529.98	DISTRIBUIDORA DE BICICLETAS BENOTTO SA DE CV	9,594.04
		REBIMO DE GUADALAJARA,S.A.DE C.V.	2,156.66
阿根廷	9,360.98	BICI PERETTI S.A.	3,321.64
		DAL SANTO I.C.S.A.	3,572.59
巴西	13,449.14	ISAPA IMPORTACAO E COMERCIO LTDA	9,707.81
美国	5,176.22	KENT INTERNATIONAL INC.	3,269.34
		IKON SUPPLIES LLC	1,690.67
欧盟	29,084.70	LIDER-96 EOOD	5,346.71
		Gegenfurtner&Rosenkranz&Rosenkranz GbR	5,258.00
土耳其	2,805.91	UMIT BISIKLET SANAYI VE TICARET A.S.	1,484.62
合计	<b>74,406.93</b>	-	<b>45,402.09</b>

报告期内，与发行人存在贸易摩擦的国家和地区主要包括墨西哥、阿根廷、巴西、美国、欧盟以及土耳其等。由上表可见，尽管上述国家对于进口中国的自行车整车及其零部件采取加征税费或限定最低价格等贸易壁垒措施，但由于其当地的市场需求量仍然存在，且我国作为世界自行车生产中心和出口大国，不仅整体生产能力强、自行车产业链完善，研发创新能力也逐渐提高，并能够很快适应境外市场变化的需求，同时具有较高的成本优势。截至 2021 年 3 月 1 日，上述国家或地区的在手订单金额为 74,406.93 万元，并未对发行人的产品出口造成明显不利影响。

报告期内，属发行人前五大客户的 LIDER-96 EOOD（欧盟）、DISTRIBUIDORA DE BICICLETAS BENOTTO SA DE CV（墨西哥）、UMIT

BISIKLET SANAYI VE TICARET A.S.（土耳其）以及 ISAPA IMPORTACAO E COMERCIO LTDA 截至 2021 年 3 月 1 日的在手订单金额分别为 5,346.71 万元、9,594.04 万元、1,484.62 万元以及 9,707.81 万元，均与发行人保持长期良好的合作关系。

综上，发行人 2020 年的在手订单充足，与主要客户的沟通与合作情况良好。

②与美国、欧洲等市场同类产品的竞争情况，未来对产品出口的趋势和可能发生的重大变化

公司主要产品包括儿童自行车、成人自行车、助力电动自行车等整车及相关配件产品，可为客户提供全尺寸、多系列的自行车、助力电动自行车及相关产品，形成了较为完整的产品体系。报告期内，公司在美国、欧洲地区销售的产品具体情况如下：

单位：万元

国家或地区	产品类别		2020 年度	2019 年度	2018 年度
美国	整车类	童车	11,767.45	3,712.98	963.45
		成人车	7,081.87	1,367.61	582.33
		助力电动自行车	307.91	619.44	98.20
		小计	19,157.23	5,700.03	1,643.98
	配件类		1,000.90	441.10	105.19
	其他类		575.24	99.85	2.59
	合计		<b>20,733.38</b>	<b>6,240.97</b>	<b>1,751.76</b>
欧洲	整车类	童车	9,528.50	7,169.35	10,943.57
		成人车	16,451.92	14,979.96	13,470.58
		助力电动自行车	15,843.86	16,938.72	9,281.17
		摩托车	1,615.23	1,500.07	611.33
		小计	43,439.50	40,588.09	34,306.65
	配件类		18,749.57	12,567.38	13,134.60
	其他类		6,848.17	5,944.36	10,270.25
	合计		<b>69,037.24</b>	<b>59,099.83</b>	<b>57,711.50</b>

#### A. 美国市场竞争情况

报告期内，公司在美国地区销售的产品以童车、成人车为主。2019 年以及

2020 年度，公司在美国地区的销售收入分别增长 256.27%以及 232.21%，主要系公司大力布局跨境电商业务，通过美国 AMAZON 平台 B2C 销量增长较多所致。

美国是全球自行车消费大国和最大的自行车进口国，也是我国自行车出口的第一大市场，美国每年自行车销量在 1500-2000 万辆之间，市场规模约 80 亿美元。根据海关总署的统计数据，2019-2020 年我国累计向美国分别出口 1,204.48 万辆和 1,630.79 万辆自行车，出口金额分别为 422,930.19 万元和 596,117.45 万元，平均出口单价分别为 351.13 元/辆和 365.54 元/辆。美国自行车市场发展成熟，当地消费者在购买自行车时会着重考量自行车的安全性和耐用性，促使自行车品牌商和上游制造企业优先选择性能更佳、质量可靠的自行车产品进行推广与销售。未来美国市场对自行车的需求仍将以中高端车型为主，且随着助力电动自行车相关技术的完善，省力、省时的助力电动自行车将受到更多消费者的青睐，其市场份额在一段时期内将快速提升，整体呈现出由山地自行车、公路自行车和助力电动自行车三类车型主导市场的局面。

#### B. 欧洲市场竞争情况

报告期内，公司在欧洲地区销售的产品包含童车、成人车、助力电动自行车、配件类和其他产品。2018 年、2019 年以及 2020 年，公司在欧洲地区的销售收入分别增长 6.51%、2.41%以及 16.81%，保持稳定增长趋势。报告期内，发行人在欧洲地区销售的助力电动自行车金额分别为 9,281.17 万元、16,938.72 万元以及 15,843.86 万元，随市场需求的增长，销量整体呈增长趋势。

欧洲自行车总保有量约 2.5 亿辆，年需求量多年来保持稳定，年销量约为 2,000 万辆，市场规模近 200 亿美元。自行车行业作为欧洲工业复苏的重要组成部分，在促进公共交通建设、发展绿色经济方面发挥着基础性作用，各国政府亦不断完善自行车配套设施和相关的道路管理制度，鼓励民众使用自行车来代替汽车出行，目前欧洲的主要自行车市场包括德国、意大利、荷兰、法国、瑞典、瑞士和奥地利等。基于欧洲的产业结构已不再适合大批量生产劳动密集型产品，因此欧洲各国仍需结合自身的自行车产能情况，向中国、中国台湾、柬埔寨、菲律宾和孟加拉国等国家和地区进口自行车来满足其国内需求，进口车型则以助力电动自行车、城市自行车、山地自行车、表演自行车和儿童自行车为主。

### C.未来产品出口的趋势和可能发生的重大变化

近年来，随着自行车行业的发展演进，消费者的出行需求也逐步升级，对交通工具的功能性和智能性提出了更高的要求，全球自行车行业呈多元化、电动化趋势发展。

在欧洲、日本等地区，基于其人口老龄化的背景，助力电动自行车最初的设计理念是在人力驱动的自行车上附加电助力以满足老年人群的出行需求。随着助力电动自行车发展不断个性化、大幅提升骑行体验，兼具通勤和运动休闲属性的助力电动自行车开始在年轻人群中流行。2019年欧洲共销售助力电动自行车340万辆，同比增长了23%；欧洲自行车工业协会疫情前预计2020年欧洲助力电动自行车销量将达450万辆，同比增长32%。未来随着助力电动自行车性能与质量的不断提升，其适用范围将继续扩大，在部分应用场景中可成为传统自行车的良好替代，助力电动自行车在欧洲市场的消费量将有望继续保持高增长趋势。

在美国等地区，目前正处于助力电动自行车变革的开端。自2014年起，美国电动自行车委员会开始积极推动各州实行统一的“三级分类系统”，明确助力电动自行车的属性和使用要求。在相关政策的推动下，美国城市交通局(NACTO)调查显示，2018年度共享助力电动自行车、电动滑板车成为了共享出行的主流选择，全年共享助力电动自行车共使用3,850万次，占出行总次数的50%。因此，未来美国市场对自行车的需求预计仍将以中高端车型为主，且助力电动自行车的市场份额在一段时期内将快速提升。

未来，自行车行业仍将保持持续稳定的市场需求。一方面，自行车作为原始的代步工具，解决了短距离出行痛点，具有稳定的刚需；另一方面，欧洲国家陆续出台长期改善非机动车使用环境及购置补贴的政策，将为行业带来深远影响，长期激发自行车的潜在总量空间；再次，自行车休闲运动属性增强，欧洲自行车文化盛行，逐渐升级为一种运动消费的休闲品，也将带来自行车销量的增长。

#### ③贸易摩擦对发行人经营状况及财务状况的影响以及拟采取的应对措施

发行人制定并实施合理有效的应对措施：

A.在美国设立子公司 WHIZZ LTD、在欧洲设立子公司 LANDSTAR GmbH 开展国际贸易业务，弱化贸易摩擦给客户带来的直接交易阻碍；

B.印尼、印度、捷克等国家的专业自行车制造商客户通过向公司采购自行车部分零部件或半成品代替整车，完成自行车生产及装配后销售；

C.完善海外销售布局，分散贸易风险。报告期内，发行人产品远销欧洲、亚洲、大洋洲、美洲、非洲等各大洲的 80 多个国家和地区，并不断开发新市场，避免形成对单一国家和地区市场的依赖，充分分散国际贸易中发生贸易摩擦、目的国政治经济环境和国际贸易形势发生较大变化带来的风险。

综上所述，针对贸易摩擦，发行人已经实施了合理有效的应对措施；2020 年度在手订单充足，与主要客户保持长期良好的合作关系；美国、欧洲等市场同类产品有较大的增长空间，预计全球自行车行业将呈多元化、电动化趋势发展。贸易摩擦不会对发行人的经营状况和财务状况造成重大不利影响。

#### （四）行业技术水平及发展趋势，行业周期性、区域性和季节性特征

##### 1、行业技术水平

自行车行业的技术水平主要体现在材料应用、结构设计、功能组合、核心零部件性能、生产效率等方面，而我国自行车行业在国家产业政策的推动及行业内企业的共同努力下，整体技术水平取得长足进步，新材料、新技术、新工艺、新设备在生产中被广泛使用。

##### （1）应用轻量化材料，提升骑乘体验

依托国内完善的冶金工业体系，钢材具有较为明显的价格优势，是我国自行车行业早期发展过程中使用最为广泛的材料。但随着消费者越来越注重自行车的美观性与轻便性，钢材因其密度大、易生锈等缺点，逐渐被密度小、力学性能佳的铝合金材料所替代。同时随着材料产业的技术突破与压铸工艺的成熟，促使镁合金、钛合金、碳纤维等新型材料的产能不断提高，压铸成本趋于稳定，有助于自行车企业加快进行材料升级，提升用户的骑乘体验。目前，铝合金材料已普遍应用于自行车架的生产过程中，有效地降低了车身重量，钛合金、镁合金、碳纤维等材料则在高档自行车中得到一定应用，自行车行业的轻量化升级趋势仍在不断加强。

##### （2）装备水平提高，自动化生产能力加强

自行车品类的多样化与外观设计的个性化使得企业进行自动化改造的难度



相对较高，但随着我国自动化装备制造水平的提高，精密冷锻、数控加工、震动研磨等精密制造技术以及自动化装配生产线、焊接机械手等先进设备在自行车行业内逐步得到应用，不仅提升了生产效率，还降低了因人工操作失误而导致的产品质量风险。我国的自行车企业通过引进国内外先进的生产装备与工艺技术，自动化程度不断提高，部分企业已经能够根据分散化的订单要求，灵活调整设备的生产参数，实现“多元化、小批量”的生产模式，从而快速响应客户的定制化需求。

### （3）注重环保性能，推行绿色生产

在环保监管趋严、消费者环保意识增强的背景下，我国自行车企业愈发注重产品的环保性能，通过淘汰落后的生产工艺和设备，减少环境污染，其中较为具有代表性的是以水性漆替代油性漆作为自行车身的烤漆材料。与油性漆相比，水性漆具有无毒、无味、干燥速度快、不易变黄等优点，在生产过程中无废渣、废气、废水排放，属于环境友好型涂料，已开始自行车行业内得到应用。通过推广与使用水性漆烤漆等环保化的生产工艺，有助于推动自行车生产过程废水污染零排放，打造绿色生产体系，实现行业的绿色循环发展。

### （4）电池、电机等部件的性能不断提升，有效保证助力电动自行车的实用性

随着新能源产业的发展，我国电池、电机等电器部件的综合性能大幅提升，其中电池材料从铅酸电池材料为主的格局，逐步转变成以各类锂电池材料为主、以铅酸电池和镍氢电池材料为辅的格局，应用于助力电动自行车内的电池寿命和容量均得到一定提升；电机领域内，高速永磁无刷电机逐步替代有刷有齿电机并成为行业主流，无刷直流电机、无刷自整角机等新电机品种也已进入规模化生产阶段，同时电机内部具备力矩传感、自动变速等高端电控功能。电池、电机等部件性能的改进一方面提高了助力自行车的续航能力，另一方面能够提升用户在骑行过程中的舒适感与可靠性，为助力电动自行车消费群体的扩大提供了强有力的硬件支持。

## 2、行业发展趋势

### （1）大力推进产业结构调整，加强质量和品牌建设

当前，我国自行车行业已进入结构调整和转型升级的重要阶段，自行车企业

之间的竞争将不断加剧，行业洗牌速度加快，市场资源会进一步集中到具备较强自主研发设计能力、质量管控严格和品牌形象良好的自行车企业。资金实力雄厚、生产规模较大、掌握关键生产工艺的自行车企业将通过初期的客户积累，凭借技术研发、产品质量、企业品牌、行业经验等方面的综合优势，继续巩固市场份额，并引领行业内企业加强质量和品牌建设，提升中国自行车企业在全全球自行车产业链中的价值定位，完成由自行车大国向强国的转变。

### （2）新材料、新工艺、新功能不断涌现，产品技术创新步伐加快

材料方面，随着自行车运动的兴起，“轻量化”成为自行车运动爱好者新的诉求，部分自行车企业已经开始研究镁合金、钛合金、碳纤维等新材料在车架、前叉和轮组等部件上的应用，以求达到整机减重、改善骑行效果的目的。工艺方面，自行车生产流程未来将以自动化、环保化作为改造重点，针对焊接、涂装和装配等关键工序，采用焊接机器人、数控机床、水性漆烤漆、真空镀膜等先进设备及技术，在提高生产效率的同时，有效解决原料浪费和环境污染问题。功能方面，部分自行车企业在车身上集成智能电子模块，通过微型电脑装置和蓝牙技术，与骑行者的智能手机、可穿戴设备等进行数据对接，不仅能够实时记录骑行者的行程和生理指标变化，还具备智能灯光、防盗报警、地图导航等多项功能，有助于实现人车互联，增加骑行乐趣。未来自行车企业将通过材料、工艺和功能方面的不断革新，提高自行车附加价值，加快产品技术向“轻量化、自动化、环保化、智能化”方向发展，以吸引更多消费者购买，持续扩大自行车运动市场规模。

### （3）探索新型商业模式，助力行业可持续发展

在自行车运动市场蓬勃发展的环境下，越来越多的企业积极拓展自行车衍生品及衍生服务市场，如骑行服饰、骑行赛事、骑行俱乐部、骑行媒体和骑行旅游等。自行车运动市场的核心为自行车赛事，如环法、环意、环西三大全球知名自行车赛事，在自行车及周边产业发展过程中起到重要的带动作用。自行车企业通过为指定运动员或参赛队伍提供专用自行车及配套产品，一方面能够向消费者直观展示自行车的性能，体现自身的研发设计能力，另一方面有助于树立良好的品牌形象，为进军国际自行车市场打下基础。同时，自行车企业还将与互联网媒体、电商平台、旅游酒店展开跨界合作，共同打造自行车资讯平台、自行车论坛、自行车线上商城、自行车休闲旅游等多元化的产业形态，向目标客户全方位地推广

自行车产品及品牌文化，拓展市场份额。探索“骑行+赛事”、“骑行+社交”、“骑行+旅游”等新型商业模式，将成为传统自行车行业在转型升级阶段的重要突破口，有助于行业内企业实现从单一的自行车制造型企业向自行车一站式服务商的战略转型，为自行车行业的可持续发展提供强劲动力。

### 3、行业的周期性、区域性和季节性特征

#### （1）周期性

自行车行业无明显周期性特性。自行车的消费需求与经济增长、居民收入水平和生活水平提高相关。因此，自行车行业的周期性与经济总体的周期性基本一致。

#### （2）区域性

自行车属于大众化的交通工具，在全球多个国家和地区有着庞大的用户群体，因此自行车行业在市场需求方面无明显的区域性特征。但是在产业结构方面，基于高企的人力成本，全球自行车的生产主要集中于中国、泰国、越南和印尼等发展中国家和地区。目前，我国自行车行业产业集聚化程度较高，目前国内已形成了天津渤海湾、江浙沪和珠江三角洲三大自行车集群产业带，拥有从自行车原料加工开始到各种自行车零部件生产，再到自行车整车大规模、专业化生产的产业链。

#### （3）季节性

国内外的重大节假日及商品促销季较多地集中在下半年，如感恩节、圣诞节、双十一购物节等，商家会提前加大促销力度来吸引消费者购买，短时间内促使自行车销量快速增加，从而表现出一定的季节性波动，即上半年销售占比相对较少，下半年进入销售旺季。

#### （五）行业面临的机遇与挑战

##### 1、行业面临的机遇

#### （1）产业政策支持

自行车是我国推进交通运输低碳发展，鼓励民众绿色出行的重要工具，近年来，国家出台了多项促进自行车行业发展的政策文件，包括完善行业法规体系、

鼓励自行车出口贸易，扶持自行车企业进行产品技术创新、引导企业提高产品品质等等，为自行车行业营造了有利的市场环境。

2019年9月，中共中央、国务院印发实施《交通强国建设纲要》，推进城市公共交通设施建设，强化城市轨道交通与其他交通方式衔接，完善快速路、主次干路、支路级配和结构合理的城市道路网，打通道路微循环，提高道路通达性，完善城市步行和非机动车交通系统，提升步行、自行车等出行品质，完善无障碍设施。

2016年8月，工信部发布《轻工业发展规划（2016-2020年）》，推动自行车工业向轻量化、多样化、时尚化、智能化方向发展。加快高强度轻型材料、变速器、传动系统、新能源、智能传感技术和物联网技术等研发与应用。重点发展时尚休闲、运动健身、长途越野和高性能折叠等多样化自行车以及符合标准的锂离子电池电动自行车和智能电动自行车。

2016年6月，中国自行车协会在《中国自行车行业“十三五”规划》中表明自行车行业伴随我国经济已经进入了发展的“新常态”，传统的生产经营模式将发生颠覆性变革，行业发展的理念、格局、举措都将进行深度调整。其中的主要任务之一是继续推进自行车行业的“三化两提高”，即自行车多样化、品牌化、高端化，并逐步提高自行车人口比例、中高端自行车比例，以及电动自行车轻量化、锂电化、智能化，并不断提高锂电自行车的市场份额、电动自行车的出口比例。

## （2）下游需求增长

作为全球最大的自行车出口国，中国自行车行业在海外有着稳定的市场。同时，随着我国经济持续增长，城镇化进程加快，居民收入、消费水平不断提升，国内市场容量也将进一步放大。在众多产业政策的加持下，自行车的重要性得到渐进式提升，自行车运动也更高频地为人们所提及，中高端自行车产品的发展空间有望继续扩大。

为了缓解城市日益增加的交通压力和环保压力，自行车专用道在荷兰、丹麦、德国、法国和英国等欧洲国家的多个城市已经得到广泛应用，在纽约、旧金山、墨尔本和温哥华等城市也越来越常见。除了设置专门的自行车道，欧美一些国家还制定一些措施来鼓励居民使用自行车出行。比如，在丹麦，新修的自行车

专用道每隔一英里就设有自行车充气站、修理站、停靠站(提供饮水、避雨服务),方便骑车族使用;新建的“超级自行车道”还使用特殊交通信号系统,骑行者可以优先通行,以最大限度减少路口处的等待。此外,欧洲各国为解决环保以及交通问题也纷纷推出对购买自行车的补贴政策和税收优惠政策。鉴于上述诸多国家和地区大力发展自行车车道、鼓励自行车出行的这一现状,加上自行车需求多样化、个性化的发展以及原有自行车的更新换代,世界自行车产业和市场将迎来有更大的发展。

### (3) 企业重视自主品牌发展和创新能力提升

随着自行车市场趋于成熟,竞争加剧,品牌和创新成为企业发展的核心竞争力。企业逐步意识到应摆脱对低端生产的依赖,重视新技术和新材料的研发,加大品牌建设和研发投入,推动行业长期可持续发展。

## 2、行业面临的挑战

### (1) 研发创新能力与国外领先企业尚存在差距

当前,我国自行车企业与国外领先厂商的高端产品相比仍存在一定劣势,研发创新能力不足,产品主要处于中低端市场,存在较为严重的同质化竞争,在出口环节,国内厂商缺乏定价权,行业利润受到较大压缩。

### (2) 品牌意识仍有待加强

自行车品牌是经过市场竞争的长期考验与企业的精心培育而形成的,是市场优胜劣汰的结果体现。目前行业内有部分企业通过制定和实施明确的品牌战略,受到了消费者的高度认可,在区域性市场取得了一定的品牌知名度。但是从总体上看,我国自行车企业的品牌意识较为薄弱,品牌定位模糊,行业内跟风模仿及产品同质化现象较为普遍,缺乏具有国际影响力的知名品牌。品牌建设的滞后不利于提升我国自行车行业在全球产业链分工中的地位,进而影响行业整体的持续向好发展。

### (3) 海外主要区域的贸易政策限制

为扩张海外市场,在全球自行车产业链中本就处于品牌价格劣势的国内厂商不得不牺牲利润,以换取更大的市场份额。但在海外市场,多国出台了针对进口

自中国的自行车商品的“反倾销”政策或其他贸易限制政策，进一步压低了国产自行车的利润和竞争力。

## （六）公司创新特征和新旧产业融合情况

### 1、公司创新特征

自行车行业属于相对传统、成熟的行业，发行人自 2000 年 10 月成立以来一直专注自行车及相关产品的研发、设计、生产及销售，在对自行车行业多年深耕的基础上，将自行车行业与新技术、新模式进行融合，形成了一系列创新、创造及创意，具体情况如下：

#### （1）业务模式的创新

公司立足国内自行车产业链，致力于将自行车产品的“中国制造”销往世界各地，为全球客户“一站式”提供全尺寸、多系列的多样化自行车及相关产品。从世界范围来看，目前自行车品牌众多，其中高端市场以欧美大型品牌商为主，同时各个地区存在众多区域性品牌；从产业链来看，中国形成了成熟、完整的自行车全产业链，生产厂商众多、制造能力较强，拥有全球一半以上的生产能力。

公司基于自行车市场的客观现状，主要专注于自行车产业链前端的设计开发和后端的销售渠道两个环节，集中力量开拓国际国内市场，并不断打造、强化研发设计团队，提升公司的整体市场竞争力，而将生产环节主要以外包生产的方式完成，因此逐步形成了面向全球市场并重点发展欧洲、美洲地区的市场定位，同时依托自身丰富的海外销售网络和较强的研发设计能力形成以 ODM 模式为主并主要通过外包生产的业务模式。

此外，公司逐步构建一套自行车专业版块互联网业务体系，创新 ODM 具体操作模式，通过 3D 技术、虚拟设计、创意设计以及工业设计等，提升数字化管理和研发设计水平，将传统营销模式和互联网技术融合，积极发展电子商务。在实现客户自主下单、产品实景展示等功能的基础上，客户可通过该系统自定义产品构建，预设标准产品的个性化方案，让客户自身直观地在系统中展现模拟产品的样式；公司在收到客户的产品需求后，系统直接同已设定好的设计资料库串联，高效实现零部件配置、颜色搭配、贴花设计等，快速形成整车产品样式，并可与

客户实时在线互动，根据客户需求优化调整，取代目前产品线下确认、调整设计的费时费力过程。系统设计图例如下：



同时，公司基于对自行车行业多年的积累和理解，逐步建立更加完善的自行车标准技术体系。由于世界各地对于自行车车架的标准不尽相同，目前行业内企业尚无完整的全球各地区车架的几何标准，公司已着手建立对于车架的标准规范，使得自行车产品更加符合全球各地区尺寸、功能等方面的差异化需求；此外，公司亦在建立自行车零件标准生产规范，依据现有的检测标准，拟定出达到良品生产条件的各项条件，通过设备、人员、标准、原材料、生产环境等进行源头控制，使得验货、生产、交货均可达到稳定性及一致性。



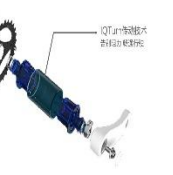

## (2) 研发设计的创新

由于全球各国家和地区的文化差异、宗教差异以及经济发展差异，各国家和地区适合的产品也有差别，例如欧洲适合的产品设计更加简洁，产品细节要求更高，东南亚的产品设计较为复杂，更注重实用性等等。因此，公司研发部门需持续根据客户的具体需求对产品进行设计或调整。

公司在长期的设计研发工作中积累了大量的知识产权，截至本招股说明书签署日，公司及子公司共拥有研发设计人员 76 人，共获得 66 项专利，包括 12 项发明专利、34 项实用新型专利和 20 项外观设计专利，获 14 项浙江省科技厅颁发的“浙江省科学技术成果”证书，并获得“浙江专利示范企业”、“市级企业技术

中心”、“省级高新技术企业研究开发中心”、“浙江省科技型企业”、“湖州市科技成果转化二等奖”等荣誉称号。较强的研发设计能力，使得公司可向全球客户持续提供深度契合其需求的时尚化、多元化、个性化的产品，以便更好的满足不同消费层次、不同户外场景客户的需求。

公司销售面向全球市场，研发设计的自行车及相关产品远销全球 80 多个国家和地区，在 20 年的发展过程中，积累了上万个设计版型，能够针对不同国家/地区的质量标准、市场潮流、消费者喜好等因素研发设计出深受不同国家/地区自行车品牌商及消费者喜爱的自行车产品，甚至能够与当地自行车品牌商共同引导当地市场潮流；另一方面，公司积极参与全球各大自行车展会、论坛，在自行车制造工艺、零部件迭代、新材料应用等方面紧跟世界潮流，形成了一系列创新、创造和创意的亮点。部分产品示例如下：

序号	产品名称	图例			
1	儿童自行车				
		采用镁合金等材质，重量减轻的同时强度得到加强；采用独特一体化成型设计，车架无缝衔接，产品更加美观、时尚。公司设计开发的小趣儿童自行车，采用自润滑转动设计，改变传统童车传动及转动方式，常规自行车使用的是钢珠转动系统，其使用寿命较短，磨损之后自行车的传动变得极为费力，设计优化之后有效解决此类问题，并提高了童车使用寿命；此外，公司小童车采用全封闭系统设计，整车全包覆无尖锐突出物，使自行车变得更简洁美观的同时，更保障了儿童的骑行安全。			
2	成人自行车				



序号	产品名称	图例
		<p>车架整体采用铝合金、镁合金、碳纤维等轻量化材料制造，整车以清新的色调突显“轻”的设计，外观造型设计大胆前卫；不断追求轻量化的同时也追求简洁化，整合式设计的全内走线，包括配套一体把技术等，使得整车造型极其简约美观，更能大大提高整车的空气动力学性能；</p> <p>山地自行车：公司推出的大轮径、宽胎的山地自行车，抓地力更强，操控性更好；同时，对山地自行车进行几何调整，拥有更长的前三角前伸量（Reach值）、更低五通高度（BB值）和更斜的头管（更小的头管角度），给骑行者带来更好的稳定性和操控性。电子变速器的应用，让换挡更精准、更快速，链条磨损减少，变速的设置也更加丰富；此外，电子避震前叉、避震检测器、电子避震控制系统，使得自行车专业化的同时具备智能化；</p> <p>公路自行车：公司设计开发的适应多地形、地貌的全地形公路自行车，更窄的外胎获得更小的滚阻（更高的速度）；此外，碟刹公路自行车让骑行者骑得更自由畅快，碟刹的应用能给予骑行者更稳定的刹车能力和更精细的刹车控制，更好的适应天气变化、颠簸石板路下坡、急弯山路等情形。</p>
3	电动助力自行车	<div style="display: flex; justify-content: space-around;">  </div> <p>采用极简美学设计，造型前卫、现代，使用镁合金等新材料，折叠设计更轻便，平叉虚拟受力点结构更新颖、柔韧性更强劲有力，该几何造型更具有优秀的冲击力分散效果，装配、拆卸维护更便捷，部件不易受损；目前正在开发上管内嵌式指纹解锁一体屏，可以通过指纹解锁车辆启动，并且可连接手机APP检查车况以及车主的运动情况；可智能切换山地运动模式、休闲骑行模式；在传统自行车与电子元器件有机结合的基础上，通过5G移动通信技术，可以实时分享骑行路线与信息、记录与上传车手的运动数据、通过互联网对车辆信息进行实时监控与检测等，实现更好的人机交互；整车前后的内嵌式大灯设计，适合骑行者在夜间以及雨雾天骑行，提高了出行安全性，采用镶嵌隐藏式头尾灯设计，呈现出设计美感；此外，产品配备USB充电模块，在骑行过程中能够兼顾电子产品充电需求等。</p>

### （3）供应链整合的创新

公司在多年自行车行业领域的经营管理过程中不断完善供应链体系，与众多自行车零配件供应商、全球 80 多个主要国家和地区的采购商建立了良好的合作关系，能够高效整合自行车产业链上下游资源，快速响应客户多样化的订单需求。

在销售端，公司坚持“走出去”发展战略，在国家“一带一路”战略的推动下，公司产品销售遍布全球五大洲 80 多个主要国家和地区。公司熟悉进口国家和地区的贸易及关税政策、技术标准、当地自行车市场行情、本土自行车品牌商及消费者的偏好。经过多年的积累，公司与海外主要客户经过长时间的合作，建立了良好和稳定的合作关系，与世界各地自行车品牌商建立了密切的上下游产业纽带

关系，培养了一批联系紧密、实力较强的客户群体，并不断满足全球各地区客户个性化、时尚化、功能化、智能化和网联化等方面的需求。

在采购端，公司立足国内自行车产业链，对自行车整车及零部件生产厂家的资质、生产能力、技术能力有着良好的理解和掌控能力。由于自行车的零部件种类繁多，包括车架系统、传动系统、车轮系统、制动系统和导向系统等，因此公司以客户需求为导向，根据产能、工艺、质量和价格等方面的要求，对供应商进行严格审核，建立合格供应商目录并定期进行考核。公司利用较强的供应链体系，一方面可以进行集中式比价与批量式采购，有效控制采购成本，提升产品的价格优势；另一方面能为客户提供定制化的选型、设计及试产试样等服务，根据客户特定要求快速响应，缩短交货周期，从而不断提高客户的满意程度，维持良好的客户关系。

此外，公司在浙江德清工厂自建数千平米的自行车展厅，每年均邀请全球不同国家、地区的自行车采购商参展，同时通过参与全球主要自行车展览会，公司能够针对全球 80 多个主要国家和地区的客户规划出性价比高、质量优良、款式新颖、交期合适的供应解决方案，以满足不同国家、地区客户的实际需求，实现与客户、供应商共同发展的良性循环。

#### （4）生产技术的创新

为顺应智能制造的趋势、实现生产流程标准化、自动化，发行人全资子公司德清久胜引进数十条自动化焊接机器人，一方面减少了对焊接工人的依赖，降低人工成本，并且易于实现焊接产品质量的稳定性和一致性；另一方面，可 24 小时连续生产，提高了生产效率，并减少工人在有害环境的工作时间。

同时，公司采用真空镀膜技术，真空镀膜的薄膜和基体选材广泛，以制备具有各种不同功能的功能性薄膜，镀膜的厚度可以控制，具有纯度高、密实性好、表面光亮等特点，提高产品品质的同时，在生产过程中对环境不产生污染。

此外，子公司德清久胜将喷漆的工艺由传统的溶剂油漆转化为更加环保、安全的水性油漆，并相应改造了喷漆工艺及车间设备，环保型水性漆生产线和环保设备及废气排放技术的应用，从源头解决了 VOCs 排放问题，符合大气污染防治要求，严格执行了环保要求，在促进循环经济保护生态环境的同时，环境治理成

本亦明显下降。

## 2、公司新旧产业融合情况

随着科技的进步和新兴产业的崛起，发行人充分挖掘自行车行业科技创新的趋势与潜力，努力实现与新技术的融合。

自行车及助力电动自行车的生产制造环节综合应用了机械、材料、设计、电子、自动化等多学科技术，具有产品种类繁多、更新较快的特点，产品设计、生产工艺以及生产流程管控等水平的高低直接影响公司产品的质量。在生产环节，发行人的全资子公司德清久胜以自动化、智能化、安全环保为目标，引进数十条自动化焊接机器人，实现焊接工序的自动化，降低生产成本，提高生产效率；同时采用水性漆烤漆工艺、真空镀膜技术，降低了废弃物的排放量，实现绿色环保及安全生产。

在产品方面，发行人在生产经营过程中保持科技创新，注重新材料、新技术的应用，重点研究镁合金、铝合金、碳纤维等新材料在自行车及助力电动自行车生产过程中的应用，逐步开发新产品以满足市场的需求；同时将计速器等智能化设备应用到助力电动自行车上，提升骑乘体验。此外发行人对自行车及助力电动自行车的智能化、网联化趋势进行立项研究，为产品未来的技术迭代更新奠定坚实的基础。

在销售方面，发行人立足全球市场，在传统的销售渠道、销售模式的基础上，组建专业团队，充分利用互联网技术，打造电商销售、直播销售的新模式，逐步形成“线上+线下”的销售模式，为公司发展注入新动力。

## 三、公司在行业中的竞争地位

### （一）公司在行业中的竞争地位

公司是国内主要的自行车产品出口商之一，产品远销全球五大洲 80 多个国家和地区，致力于为全球客户“一站式”提供全尺寸、全系列的自行车产品。经过二十余年的发展和积累，公司不断提升自主研发设计能力和市场拓展能力，并始终紧跟自行车的国际主流发展趋势，为全球市场提供时尚休闲、运动健身、长途越野、缤纷童趣等多样化的自行车产品，公司注重提升产品品质、优化产品系列，扩大自有品牌知名度，增加中高档产品的销售份额，已在自行车领域具有较强的

竞争优势和市场竞争能力。

根据中国海关总署发布的统计数据，2020年1-12月间，我国自行车整车出口金额累计超过252.18亿元，公司2020年度自行车整车销售收入达到11.62亿元，据此估算，公司自行车整车出口市场占有率约为4.61%。随着公司大力提高中高端自行车品类的生产能力、积极拓展海外市场业务，尤其是需求增长较快、产品附加值较高的助力电动自行车领域，公司的市场份额将有望得到进一步提升，从而巩固公司在行业中的竞争地位。

## （二）公司主要竞争优势

### 1、多样化的产品优势

公司深耕自行车行业二十余年，现已形成较为完整的产品体系，产品种类按使用对象可分为儿童自行车和成人自行车，其中儿童自行车包含10寸至20寸的自行车产品，能够满足不同年龄段儿童的骑行需求；成人自行车按照使用场景可分为城市自行车、山地自行车、公路自行车和表演自行车等，基本覆盖了所有自行车应用领域。公司的各类自行车根据材质、结构、大小和配置的不同，可有效满足不同消费群体的多元化需求。此外，公司还会根据不同国家或地区的路况与当地消费者的骑行习惯，有针对性地推出符合当地路况及骑行者审美喜好的自行车产品，利用产品的差异化优势，吸引更多终端消费者购买。

公司凭借完整的产品体系，在自行车行业内拥有较强的产品多样化优势，可为客户提供“一站式”采购服务，有效满足客户不同用途、款式、价位的车型需求，从而进一步增强了客户粘性，获得更多的销售订单。

### 2、较强的设计研发优势

由于全球各国家和地区的文化差异、宗教差异以及经济发展差异，各国家和地区适合的产品也有差别，例如欧洲适合的产品设计更加简洁，产品细节要求更高，东南亚的产品设计较为复杂，更注重实用性等等。因此，公司研发部门需持续根据客户的具体需求对产品进行设计或调整。

公司重视新型自行车的设计研发与传统自行车的工艺升级，采用自主设计研发为主的产品开发模式，坚持以产品品质为核心，以自行车材料应用、性能提升为突破点，有计划、有步骤地开展产品设计研发工作，并且注重产品设计与生产

之间的转换，确保符合客户要求的样品能够实现批量生产。公司拥有一支理论知识扎实、实践经验丰富的产品设计研发团队，团队成员主要为来自工业设计、视觉传达、产品设计、机械设计、结构设计等学科的专业人才，能够快速理解客户提出的产品迭代需求，并落实到具体的设计研发工作中。

公司在长期的设计研发工作中积累了大量的知识产权，截至本招股说明书签署日，公司及子公司共拥有研发设计人员 76 人，共获得 66 项专利，包括 12 项发明专利、34 项实用新型专利和 20 项外观设计专利，获 14 项浙江省科技厅颁发的“浙江省科学技术成果”证书，并获得“浙江专利示范企业”、“市级企业技术中心”、“省级高新技术企业研究开发中心”、“浙江省科技型企业”、“湖州市科技成果转化二等奖”等荣誉称号。较强的研发设计能力，使得公司可向全球客户持续提供深度契合其需求的时尚化、多元化、个性化的产品，以便更好的满足不同消费层次、不同户外场景客户的需求，在竞争激烈的全球自行车市场中牢牢占据市场份额。

### **3、遍布全球的销售网络优势**

公司坚持“走出去”发展战略，在国家“一带一路”战略的推动下，公司产品销售遍布全球五大洲 80 多个主要国家和地区。中国是全球自行车产业的制造中心，公司致力于将自行车的“中国制造”推向世界，并满足全球客户对自行车时尚化、个性化、多样化以及轻量化和智能化的需求。

公司通过长时间的积累，目前已形成了一支熟悉海外市场、长期稳定的销售队伍，并建立了一套科学、完善的销售体系和管理制度。利用较强的营销网络优势，公司未来可源源不断通过销售网络推出产品，抢占市场先机。

### **4、稳定的国外客户群体优势**

经过多年的积累，公司与海外主要客户经过长时间的合作，建立了良好和稳定的合作关系，与世界各地自行车品牌商建立了密切的上下游产业纽带关系，培养了一批联系紧密、实力较强的客户群体。公司主要客户在区域内有较大影响力且信誉良好，由于公司产品的综合竞争优势，主要客户持续稳定。通过多年的合作，公司得到了客户的广泛信赖，稳定的客户群体为公司发展提供了有力的市场保证，降低了市场风险。此外，过去公司主要以参加展会的方式开拓客户，现在

已凭借在过往经营中积累的知名度和专业性打造了良好的业内口碑，培养出了较强的客户粘性，并能够通过老客户的介绍不断开拓新客户。

### 5、上下游产业链整合优势

公司在多年的自行车行业领域的经营管理过程中不断完善供应链体系，与众多自行车零配件供应商、全球 80 多个主要国家和地区的采购商建立了良好的合作关系，能够高效整合自行车产业链上下游资源，快速响应客户多样化的订单需求。在采购端，由于自行车的零部件种类繁多，包括车架系统、传动系统、车轮系统、制动系统和导向系统等，因此公司以客户需求为导向，根据产能、工艺、质量和价格等方面的要求，对供应商进行严格审核，建立合格供应商目录并定期进行考核。在销售端，公司销售人员与主要客户保持密切沟通，广泛收集市场前沿的产品信息，充分理解消化不同国家、地区的多样化需求，并及时反馈给产品设计研发部门和生产部门，以加快新产品设计研发及工艺流程改进工作。

公司利用较强的供应链体系，一方面可以进行集中式比价与批量式采购，有效控制采购成本，提升产品的价格优势；另一方面能为客户提供定制化的选型、设计及试产试样等服务，根据客户特定要求快速响应，缩短交货周期，从而不断提高客户的满意程度，维持良好的客户关系，持续获取订单。







### 6、生产管控和产品质量优势

公司将产品质量视为自身发展的根本，制定了完善的质量管理制度和严格的生产质量控制程序。在自主生产过程中，品管部根据采购清单、产品技术图纸、产品规格、产品包装、唛头信息及客户装柜要求等确定产品质量检验标准，负责产品生产和成品入库过程的质量鉴定。产品外发及装柜前，品管部签发产品质量检测结果及相关意见给公司业务及单证人员，经主管负责人批准后发货。在外包生产模式下，对于大型供应商，公司派驻品控团队，对生产过程全流程跟踪监督和对产成品进行检验；对小规模供应商公司派出品控人员对产成品进行检验，品控人员对供应商验货后需形成《品管检验记录报告表》，对产品品质、性能、安全等方面进行检测、记录，经主管负责人批准后发货。

公司按照有关国家或地区的自行车标准建立实验室并购置检测设备，遵循检验检测程序，独立完成从来料到整车落地的各项标准自检，有效保障产品质量的

一致性，并可为后续的产品质量追溯、第三方审核等提供可靠的数据依据支持。在严格的质量管理工作下，公司通过了 GB/T19001-2016/ISO9001:2015 质量管理体系、CPSC 标准、AS 标准、EN 标准、CCC 等认证，具备在境内外开展业务所必需的相关资质，有助于在更多的国家或地区拓展业务，扩大公司自行车产品在国际市场上的占有率。

## 7、较强的自主品牌优势

公司自成立以来，始终坚持走自主品牌国际化道路。目前，公司拥有“ Logan”、“ 小趣”、“ HLFD”、“ DIEBIKE”、“ Joystar”、“STITCH”、“ cycmoto”、“久祺”、“祺娃娃”等多个国内外品牌，公司自主品牌在北美、南美及东南亚等国家具有一定的知名度和影响力，并获得“浙江出口名牌”、“杭州市外贸出口‘金龙奖’”等荣誉称号。截至本招股说明书签署日，公司共拥有 98 项注册商标，其中境内（不包括港澳台地区）注册商标 63 项，境外注册商标 35 项。随着公司研发设计能力的不断提升、自主品牌在海外市场知名度的日益提高，以及海外市场的不断推广，未来公司的自主品牌产品销售规模将进一步提升。

## 8、良好的人才和管理优势

公司在自行车行业深耕二十年，拥有一批多年行业经验的管理、研发和销售人才，对自行车行业的发展现状及发展趋势具有良好的理解和专业的判断，对公司未来发展有着科学合理的发展规划。

公司管理团队、核心技术及关键营销人员持有公司股份，保证了公司经营目标与员工目标的一致性，提高了团队稳定性和积极性。公司不断加强企业文化建设，提升企业凝聚力，通过健全的考核机制，保障公司员工队伍向心力，有效提高了员工队伍的整体素质和企业经营管理水平，公司管理人员利用自身在行业内深耕积累的经验优势，可以有效地把握行业发展方向，抓住市场机会，为公司未来持续健康发展提供有力保障。

### （三）公司主要竞争劣势

#### 1、国内市场开发不足

公司的业务主要集中于海外市场，在国内市场销售的仅有童车和少量成人车型，国内市场销售收入占公司总收入的比重一直处于较低水平。随着我国居民收入水平的提高以及“绿色出行”、“健康生活”等消费观念的普及，我国的自行车市场仍然具备一定的提升空间。公司需进一步优化国内市场的业务布局，根据国内消费者的骑行习惯推出相适应的自行车产品，同时利用成熟的电子商务平台，加大产品推广力度，提高国内市场份额。

#### 2、品牌、资本实力尚有差距

相比“捷安特”、“美利达”等行业龙头自行车上市企业，公司目前品牌影响力、资本实力等尚有差距，公司亟需提升自主品牌营销、拓宽融资渠道，以增强公司的持续盈利能力和市场影响力。

#### 3、自产规模受限

目前公司主要以外包生产的方式为主，与外包供应商合作的同时，亦存在一定的竞争关系，在其产能不能满足公司需求或不能优先供应予公司时，存在不能及时供应的风险，公司自产产能的瓶颈，可能一定程度上限制了公司的订单承接能力，制约了公司的进一步发展。

### （四）主要同行业公司

#### 1、巨大机械工业股份有限公司

系中国台湾上市公司，股票简称：巨大机械，股票代码：9921.TW。以生产“捷安特”品牌自行车闻名全球的巨大公司，成立于 1972 年，目前不仅是中国台湾规模最大、品牌形象良好的自行车专业厂商，近年来更已发展成为跨国经营的国际品牌。目前除了中国台湾总厂外，另已于中国大陆及荷兰设立制造工厂，每年生产近 500 万台各式自行车；在渠道方面，已于西欧各国、美国、日本、澳洲、加拿大、中国大陆及中国台湾地区等地，建立了自有品牌全球行销网。

该公司最近三年主要财务数据如下：

单位：万新台币



项目	2020年/2020年度	2019年/2019年度	2018年/2018年度
总资产	6,250,178.80	5,903,015.00	5,263,523.50
净资产	2,696,085.80	2,346,416.20	2,226,893.50
营业收入	7,001,084.90	6,344,953.30	6,023,941.70
净利润	494,895.90	337,463.30	286,390.70

数据来源：WIND。

## 2、美利达工业股份有限公司

系中国台湾上市公司，股票简称：美利达，股票代码：9914.TW。创立于1972年，美利达自行车行销全球88个国家地区，名列Interbrand评价的中国台湾十大国际品牌，是许多世界冠军、奥运金银牌选手的坐骑，为国际知名的高级自行车领导品牌之一。

该公司最近三年主要财务数据如下：

单位：万新台币

项目	2020年/2020年度	2019年/2019年度	2018年/2018年度
总资产	2,968,247.70	2,568,079.00	2,277,810.70
净资产	1,678,058.70	1,440,386.00	1,327,701.70
营业收入	2,707,234.20	2,824,321.40	2,585,294.20
净利润	399,331.70	250,244.30	170,883.50

数据来源：WIND。

## 3、中路股份有限公司

中路股份（股票代码：600818.SH）生产经营“永久牌”自行车和“中路牌”全自动保龄设备，是我国品牌历史悠久、生产颇具规模、产品类型齐全、市场占有领先的两轮车产品和康体产品的上市公司。已形成以自行车、电动自行车、公共自行车租赁服务系统、轮椅车等为核心的两轮车产品群和以保龄设备、天然乳胶制品、塑胶铺面材料、全自动棋牌设备等为核心的康体产品群，以及对拟上市公司、上市公司参股投资、技术咨询、资产经营等多项业务，成为产品规模化、质量更高化、管理专业化，产业多元化、经济集约化的现代企业。

该公司最近三年主要财务数据如下：

单位：万元

项目	2020年/2020年度	2019年/2019年度	2018年/2018年度
----	--------------	--------------	--------------

项目	2020年/2020年度	2019年/2019年度	2018年/2018年度
总资产	95,438.63	91,697.03	103,178.45
净资产	65,012.91	58,402.41	64,265.26
营业收入	73,439.74	58,472.38	52,879.72
净利润	9,613.36	-6,303.35	506.79

数据来源：WIND。

#### 4、上海凤凰企业（集团）股份有限公司

上海凤凰（股票代码：600679.SH）由“凤凰股份”变更而来，业务也从自行车制造逐步转向自行车车业、土地开发建设、准金融的三个产业板块。主营凤凰自行车整车业务，具有完善的品牌管理、生产研发和产品销售体系，生产销售的“凤凰牌”自行车系列产品，不仅远销欧美拉非等国际市场，更是国内家喻户晓的著名畅销产品。2015年上海凤凰完成重大资产重组项目，通过收购自行车零部件生产企业江苏华久辐条制造有限公司，推动自行车业务从整车向上游零部件延伸。

该公司最近三年主要财务数据如下：

单位：万元

项目	2020年/2020年度	2019年/2019年度	2018年/2018年度
总资产	268,743.43	183,793.07	176,831.34
净资产	193,216.05	145,890.70	140,763.27
营业收入	137,572.03	97,489.11	76,152.14
净利润	6,072.23	2,691.90	2,018.02

数据来源：WIND。

#### 5、天津富士达自行车有限公司

富士达创建于1992年，是一家以自行车为主销产品，集设计、研发、生产、销售于一体的自行车企业，年产销量1000多万台，产品远销美国、欧洲、日本、韩国、中国台湾和东南亚等地区。在国内市场，富士达全力打造“BATTLE”品牌，产品覆盖了国内近三十个省市、自治区，开设了1000多家富士达品牌专卖店、店中店及多家分公司。

#### 6、深圳市喜德盛自行车股份有限公司

喜德盛成立于1995年，是集研发、制造、销售、服务于一体的专业化自行

车企业，拥有业界先进的设备、制造工艺，整车年生产能力超过 500 万辆。目前，喜德盛销售渠道覆盖国内 30 多个省、市、自治区，2000 多家专卖店，更畅销海内外多个国家和地区。

#### （五）同行业可比公司业务数据对比情况

报告期内，公司与同行业可比公司在营业收入、利润规模、技术实力、研发投入等方面的比较情况详见本招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“八、分部信息及同行业公司选择”。

### 四、公司主营业务情况

#### （一）公司销售和主要客户情况

##### 1、主要产品产能、产量、采购量和销量情况

公司采取外包生产为主、自主生产为辅的模式。自主生产以儿童自行车为主、成人自行车为辅，由全资子公司德清久胜完成。其余自行车整车、自行车零部件及自行车衍生产品等，由公司设计开发后通过外包生产直接采购的方式进行。报告期内，公司主要产品产能、产量和销量情况如下：

##### （1）自行生产整车类产能、产量、销量情况

单位：万辆

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
产能	120	120	120
产量	99.35	85.36	98.80
销量	96.07	86.28	96.18
产能利用率	82.79%	71.14%	82.33%
产销率	96.70%	101.07%	97.35%

注 1：上述表格中的产能系根据德清久胜实际设备生产能力、组装线及生产周期等因素计算得出；

注 2：上表整车类产品销量包括 SKD 形式和 CKD 形式产品销售；

##### （2）整车类产品销售数量和销售价格情况

单位：万辆、元/辆

项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	销售数量	销售单价	销售数量	销售单价	销售数量	销售单价
童车	233.05	238.46	182.89	217.51	233.01	216.19

项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	销售数量	销售单价	销售数量	销售单价	销售数量	销售单价
成人车	133.42	454.18	119.69	422.72	118.31	422.42
助力电动自行车	11.02	1,612.68	6.33	2,922.40	3.61	2,663.35
摩托车	0.95	3,595.81	0.52	2,868.00	0.27	2,262.11
<b>合计</b>	<b>378.45</b>	<b>362.99</b>	<b>309.44</b>	<b>356.72</b>	<b>355.21</b>	<b>311.30</b>

注：上表整车类产品销售数量包括自产整车及外购整车，且包括 SKD 形式和 CKD 形式产品销售。

## 2、主营业务收入构成情况

### (1) 主营业务收入按产品类别分类

单位：万元

项目		2020 年度		2019 年度		2018 年度	
		金额	占比	金额	占比	金额	占比
整车类	童车	55,572.29	24.33%	39,781.41	22.18%	50,375.57	27.68%
	成人车	60,599.08	26.53%	50,597.10	28.22%	49,977.43	27.46%
	助力电动自行车	17,771.74	7.78%	18,506.38	10.32%	9,607.24	5.28%
	摩托车	3,429.32	1.50%	1,500.54	0.84%	615.07	0.34%
	<b>小计</b>	<b>137,372.42</b>	<b>60.14%</b>	<b>110,385.43</b>	<b>61.56%</b>	<b>110,575.31</b>	<b>60.76%</b>
配件类		71,316.74	31.22%	50,683.27	28.26%	53,904.31	29.62%
其他类		19,732.57	8.64%	18,255.96	10.18%	17,501.10	9.62%
<b>合计</b>		<b>228,421.73</b>	<b>100.00%</b>	<b>179,324.66</b>	<b>100.00%</b>	<b>181,980.72</b>	<b>100.00%</b>

注：上表整车类销售包括 SKD 和 CKD 形式产品销售。

### (2) 主营业务收入按销售模式分类

单位：万元

模式	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
ODM	130,722.09	57.23%	117,467.01	65.51%	124,578.26	68.46%
OEM	1,418.06	0.62%	1,252.77	0.70%	1,567.70	0.86%
OBM	35,565.46	15.57%	19,592.35	10.93%	18,224.66	10.01%
贸易模式	60,716.12	26.58%	41,012.53	22.87%	37,610.10	20.67%
<b>合计</b>	<b>228,421.73</b>	<b>100.00%</b>	<b>179,324.66</b>	<b>100.00%</b>	<b>181,980.72</b>	<b>100.00%</b>

报告期内，公司 ODM 模式下直销和贸易商模式下收入金额和占比具体如下：

单位：万元

ODM 模式	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
直销	68,092.69	52.09%	54,477.60	46.38%	50,918.34	40.87%
贸易商	62,629.40	47.91%	62,989.41	53.62%	73,659.92	59.13%
<b>合计</b>	<b>130,722.09</b>	<b>100.00%</b>	<b>117,467.01</b>	<b>100.00%</b>	<b>124,578.26</b>	<b>100.00%</b>

报告期内，公司 ODM 模式下直销和贸易商模式对应客户数量及占比具体如下：

单位：家

ODM 模式	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	数量	占比	数量	占比	数量	占比
直销	88	28.48%	63	24.14%	84	28.38%
贸易商	221	71.52%	198	75.86%	212	71.62%
<b>合计</b>	<b>309</b>	<b>100.00%</b>	<b>261</b>	<b>100.00%</b>	<b>296</b>	<b>100.00%</b>

### (3) 主营业务收入按销售区域分类

单位：万元

项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
亚洲	31,587.05	13.83%	20,828.97	11.62%	28,806.10	15.83%
欧洲	69,037.24	30.22%	59,099.83	32.96%	57,711.50	31.71%
非洲	5,766.98	2.52%	4,538.89	2.53%	4,541.29	2.50%
美洲	112,270.20	49.15%	88,303.88	49.24%	82,403.76	45.28%
大洋洲	4,699.79	2.06%	3,860.98	2.15%	4,702.09	2.58%
<b>境外小计</b>	<b>223,361.25</b>	<b>97.78%</b>	<b>176,632.56</b>	<b>98.50%</b>	<b>178,164.73</b>	<b>97.90%</b>
<b>境内小计</b>	<b>5,060.48</b>	<b>2.22%</b>	<b>2,692.11</b>	<b>1.50%</b>	<b>3,815.99</b>	<b>2.10%</b>
<b>合计</b>	<b>228,421.73</b>	<b>100.00%</b>	<b>179,324.66</b>	<b>100.00%</b>	<b>181,980.72</b>	<b>100.00%</b>

注：表中亚洲区域不包含中国大陆地区。

### 3、前五名客户情况

#### (1) 前五名客户销售情况

报告期内，公司向前五名客户的销售情况如下所示：

单位：万元

序号	客户名称	所属国家	销售收入	占营业收入的比例
----	------	------	------	----------

序号	客户名称	所属国家	销售收入	占营业收入的比例
<b>2020 年度</b>				
1	HA BICICLETAS SA	哥伦比亚	18,786.55	8.22%
2	EXPRESS UNION INTERNATIONAL CO., LTD.	乌克兰	15,025.43	6.57%
3	LIDER-96 EOOD	保加利亚	12,478.55	5.46%
4	UMIT BISIKLET SANAYI VE TICARET A.S.	土耳其	9,473.60	4.14%
5	ISAPA IMPORTACAO E COMERCIO LTDA	巴西	7,981.55	3.49%
合计			<b>63,745.69</b>	<b>27.88%</b>
<b>2019 年度</b>				
1	HA BICICLETAS SA	哥伦比亚	16,111.02	8.97%
2	LIDER-96 EOOD	保加利亚	11,165.32	6.22%
3	EXPRESS UNION INTERNATIONAL CO., LTD.	乌克兰	10,825.51	6.03%
4	A 客户	C 国家	8,847.39	4.93%
5	DISTRIBUIDORA DE BICICLETAS BENOTTO SA DE CV	墨西哥	6,416.12	3.57%
合计			<b>53,365.36</b>	<b>29.72%</b>
<b>2018 年度</b>				
1	HA BICICLETAS SA	哥伦比亚	17,140.74	9.42%
2	EXPRESS UNION INTERNATIONAL CO., LTD.	乌克兰	14,175.50	7.79%
3	LIDER-96 EOOD	保加利亚	8,189.43	4.50%
4	DISTRIBUIDORA DE BICICLETAS BENOTTO SA DE CV	墨西哥	6,651.95	3.65%
5	P.T. INDONESIA TUNGGAL CITRA 及其关联方	印度尼西亚	6,506.06	3.57%
合计			<b>52,663.68</b>	<b>28.93%</b>

报告期内，公司前五名客户的累计销售额占当年主营业务销售收入的比例分别为 28.93%、29.72% 和 27.88%，不存在向单一客户销售金额超过销售总额 50% 的情况，对单一客户无重大依赖。

报告期内，发行人、发行人控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员及其关系密切的家庭成员与上述客户不存在关联关系，不存在前五大客户及其控股股东、实际控制人是发行人前员工、前关联方、前股东、发行人实际控制人的密切家庭成员等可能导致利益倾斜的情形。

## (2) 前五名客户简要介绍

序号	公司名称	国别	营业规模 (2020 年度)	市场地位/ 市场份额	合作年限
1	HA BICICLETAS SA	哥伦比亚	200 百万美元	53%左右	20 年
2	LIDER-96 EOOD	保加利亚	69 百万美元	30%左右	20 年
3	EXPRESS UNION INTERNATIONAL CO., LTD.	乌克兰	141 百万美元	34%左右	21 年
4	DISTRIBUIDORA DE BICICLETAS BENOTTO SA DE CV	墨西哥	95 百万美元	35%左右	6 年
5	P.T. INDONESIA TUNGGAL CITRA 及其关联方	印度尼西亚	30 百万美元	6%左右	13 年
6	UMIT BISIKLET SANAYI VE TICARET A.S.	土耳其	58 百万美元	30%左右	18 年
7	ISAPA IMPORTACAO E COMERCIO LTDA	巴西	430 百万美元	35%左右	4 年

由上表可见，发行人主要客户的经营情况良好，发行人与上述主要客户保持了长期稳定的合作关系，交易具有连续性和可持续性。

历史上及报告期内，公司的主要客户（报告期内各期前五大）不存在与公司主要供应商（报告期内各期前五大）直接合作的情形。

序号	公司名称	注册号	发行及实付资本/注册资本	类型	注册地址	成立时间	主营业务	经营状态	国别
1	HA BICICLETAS SA	219004	720,000,000 哥伦比亚比索	股份有限公司	CALLE 14 NO. 52A-187, BARRIO GUAYABAL, MEDELLIN,ANTIOQUIA, COLOMBIA.	1968年1月19日	自行车及相关产品生产 and 销售	正常	哥伦比亚
2	LIDER-96 EOOD / (本地语言: ЛИДЕР - 96 ЕООД)	968/1996	5,100 列弗	私人有限责任公司	ul. Sedyanka 19 et.3, Plovdiv, 4003, Bulgaria	1996年	自行车制造和贸易	正常	保加利亚
3	EXPRESS UNION INTERNATIONAL CO., LTD.	1618147	50,000.00 美元	私人有限责任公司	Vistra Corporate Services Centre, Wickhams Cay II, Road Town, Tortola, VG1110, British Virgin Islands	2010年12月1日	自行车、摩托车、花园用具、农机以及零件的销售	正常	乌克兰
4	DISTRIBUIDORA DE BICICLETAS BENOTTO SA DE CV	DBB83080166A	1,361,750.00 墨西哥比索	股份有限公司	Calle Oriente 233 No. 341, Colonia Agricola Oriental Iztacalco, Ciudad de México	1970年8月27日	自行车及零配件生产贸易	正常	墨西哥
5	P.T. INDONESIA TUNGGAL CITRA	AHU-AH.01.03-0169791	3,500,000,000 印尼卢比	私人有限责任公司	Jalan Kamal Muara III No. 9RT 002/RW 03 Kel. Kamal Muara, Kec. Penjaringan Jakarta Utara 14470, DKI Jakarta Indonesia	1980年	自行车生产	正常	印度尼西亚
	P.T. JAKARTA TUNGGAL CITRA	AHU-47427.AH.01.02.Tahun 2010	10,000,000,000 印尼卢比, 分为200,000股, 每股50,000 印尼卢比	私人有限责任公司	Jalan Kapuk Indah No. 6-8 Jakarta 14460, Indonesia	1986年6月6日	三轮车、婴儿学步车制造和投资控股	正常	印度尼西亚
	P.T. ASIA SAHABAT INDAH AGUNG	No. AHU-0024480.AH.01.02.Tahun 2019	100,000,000,000 印尼卢比, 分为100,000股, 每股1,000,000 印尼卢比	私人有限责任公司	Jalan Modern Industri VI, Block B No. 3 Kawasan Industri Modern Cikande Kel. Nambor Ilir, Kec. Kibin Cikande Serang 42186, Banten Indonesia	2017年6月8日	自行车制造	正常	印度尼西亚
6	UMIT BISIKLET SANAYI VE TICARET A.S.	246954	18,000,000.00 新土耳其里拉	股份有限公司	Hadimkoy Mah. Mustafa Inan Cad. A Blok N:27/1 Arnavutkoy 34555 Istanbul / Turkey	1988年7月12日	自行车、轮椅、婴儿学步车制造和贸易	正常	土耳其
7	ISAPA IMPORTACAO E COMERCIO LTDA	61.327.045/0004-02	77,000,000.00 巴西雷亚尔	有限责任公司	RUA FRANCISCO SOUZA DOS SANTOS, 731, SETOR C, SALAA - JARDIM LIMOEIRO, 29.164-153 - SERRA/ES	1968年1月31日	自行车、摩托车以及配件批发	正常	巴西

注: EXPRESS UNION INTERNATIONAL CO., LTD.的注册地为英属维京群岛, 其实际经营地位于乌克兰。



### (3) A 客户豁免披露及有关交易情况

#### 1) 豁免披露的原因和合理性

##### ① 国际贸易摩擦背景下公开该信息将严重损害公司及客户利益

近年来，国际贸易保护主义不断加剧，国际贸易摩擦呈现升温迹象，部分国家为保护其自身利益，开始采取一系列非常规的手段遏制我国的对外贸易，制造贸易摩擦。近三年间已接连出现了一系列针对我国的贸易制裁政策，对我国的进出口贸易造成了客观不利影响。面对不断加剧的国际贸易摩擦和贸易争端，公开已申请豁免的客户相关信息将给公司的市场经营带来不必要的干扰，严重损害公司及客户利益，因此，公司对部分客户的名称及相关信息申请豁免披露。

##### ② 已与客户签订保密条款

发行人、久祺进出口与 A 客户签订的合同约定，合同双方同意并约定对合同有关数据和信息进行保密，因此双方同意不公布建立的条款和其他条件内容，同时公司（即久祺股份）、久祺进出口不得出于非履行合同目的的规定义务以外的目的使用或披露向其提供的数据。A 客户向久祺股份出具了确认函，确认其与久祺股份、久祺进出口签署的贸易协议、相关贸易及货款支付信息、A 客户的工商注册信息及具体情况、B 公司的工商注册信息及具体情况以及 C 国家的基本情况、D 公司的工商注册信息及具体情况属于商业秘密，不得对外披露。同时，保荐机构访谈了 A 客户的工作人员，确认发行人申请豁免披露的信息属于商业秘密。

综上，将发行人、久祺进出口与 A 客户签署的贸易协议、相关贸易及货款支付信息、A 客户的工商注册信息及具体情况、B 公司的工商注册信息及具体情况以及 C 国家的基本情况、D 公司的工商注册信息及具体情况认定为商业秘密，申请豁免披露，依据充分、理由合理。

#### 2) 豁免披露符合监管要求

##### ① 企业上市信息豁免披露的相关规定

《深圳证券交易所创业板股票发行上市审核规则》（以下简称“《创业板审核规则》”）第 44 条规定：发行上市申请文件和本所发行上市审核机构审核问询

的回复中，拟披露的信息属于国家秘密、商业秘密，披露后可能导致其违反国家有关保密的法律法规或者严重损害公司利益的，可以豁免披露。本所认为豁免披露理由不成立的，发行人应当按照规定予以披露。

《公开发行证券的公司信息披露内容与格式准则第 28 号——创业板公司招股说明书（2020 年修订）》（以下简称“《创业板招股说明书准则》”）是招股说明书信息披露的格式指引性文件，其第 9 条规定：发行人有充分依据证明本准则要求披露的某些信息涉及国家秘密、商业秘密及其他因披露可能导致其违反国家有关保密法律法规规定或严重损害公司利益的，发行人可申请豁免按本准则披露。

《深圳证券交易所创业板股票首次公开发行上市审核问答》问题 21（以下简称“审核问答 21”）就涉秘业务需申请豁免披露部分信息，发行人应如何办理豁免申请程序进行了答复。

②发行人信息豁免披露符合《创业板招股说明书准则》的相关规定

发行人申请在申报材料中，对 A 客户、B 公司及 C 国家、D 公司进行脱密处理后披露，并以代称列示。对于脱密处理后可能还存在泄密风险的，发行人在申请材料中豁免披露，具体包括 A 客户的工商注册信息及具体情况、B 公司的工商注册信息及具体情况以及 C 国家的基本情况、D 公司的工商注册信息及具体情况。

因此，发行人信息披露符合《创业板招股说明书准则》的规定。

③发行人信息豁免披露符合审核问答 21 的相关规定

审核问答 21 的规定	是否落实	具体情况
(1) 发行人有充分依据证明拟披露的某些信息涉及国家秘密、商业秘密的，发行人及其保荐人应当在提交发行上市申请文件或问询回复时，一并提交关于信息豁免披露的申请文件	是	发行人于 2020 年 7 月向深交所提交发行上市申请文件时，发行人及其保荐人一向深交所提交了关于信息豁免披露的申请文件
(2) 豁免申请的内容 发行人应在豁免申请中逐项说明需要豁免披露的信息，认定国家秘密或商业秘密的依据和理由，并说明相关信息披露文件是否符合招股说明书准则及相关规定要求，豁免披露后的信息是否对投资者决策判断构成重大障碍	是	发行人已在豁免申请中逐项说明了需要豁免披露的信息，认定商业秘密的依据和理由，并说明相关信息披露文件符合招股说明书准则及相关规定要求，豁免披露后的信息对投资者决策判断不构成重大障碍
(3) 发行人应当建立相应的内部管理制度，并明确相关内部审核程序，审慎认定信息豁免披露事项	是	发行人已建立相应的内部管理制度，并明确了相关内部审核程序，审慎地认定了信息豁免披露事项

审核问答 21 的规定	是否落实	具体情况
(4) 发行人的董事长应当在豁免申请文件中签字确认	是	发行人的董事长已在豁免申请文件中签字确认
(5) 豁免披露的信息应当尚未泄漏	是	经核实, 豁免披露的信息被严格保密, 尚未泄漏
(6) 保荐人及发行人律师应当对发行人信息豁免披露符合相关规定、不影响投资者决策判断、不存在泄密风险出具专项核查报告	是	保荐机构、发行人律师已对发行人信息豁免披露符合相关规定、不影响投资者决策判断、不存在泄密风险出具专项核查报告
(7) 申报会计师应当对发行人审计范围是否受到限制、审计证据的充分性、豁免披露相关信息是否影响投资者决策判断出具核查报告	是	申报会计师已针对发行人审计范围是否受到限制、审计证据的充分性、豁免披露相关信息是否影响投资者决策判断出具核查报告

因此, 发行人已就其涉密事项逐条落实了审核问答 21 的要求。

综上, 豁免披露符合《创业板招股说明书准则》、《创业板审核规则》及审核问答 21 等监管要求。

### 3) 豁免披露后的信息不会对投资者决策判断构成重大障碍

发行人已在招股说明书, 中介机构已在保荐工作报告、审计报告、律师工作报告等申报材料中按照相关法律法规对相关涉密信息进行脱密处理或豁免披露, 不存在泄密风险。同时发行人已在招股说明书中披露了对 A 客户的销售内容、销售金额、毛利率、预收账款、回款等信息, 符合《创业板招股说明书准则》的最低信息披露要求、《创业板审核规则》及审核问答 21 的相关规定。发行人脱密处理主要采用代称形式, 豁免披露的信息较少, 且不是公司生产经营和判断公司价值的关键因素, 对投资者决策判断不构成重大障碍。

4) 发行人获取 A 客户订单的背景, 在主要从事自行车整车及其零部件情况下获得大额玩具订单的原因和合理性

A 客户采购大量玩具, 用于向其国内低收入家庭的青少年及儿童发放节日礼物。A 客户对玩具订单的需求量较大(约 700 万件)、需求的类型丰富(涵盖 2-12 岁的儿童), 单一的玩具厂商经营的玩具类型有限, 无法满足 A 客户的实际需求, 同时 A 客户在这类具有公益性质的订单执行中更注重供货方的商业信誉、履约能力。另一方面, 久祺股份在 C 国有销售成车、童车及摩托车零件, 在 C 国市场有较高的市场信誉, 同时久祺股份长期从事出口业务, 供应链整合能力较强, 其提供的玩具供货方案能够满足 A 客户对玩具订单数量大、类型多

的实际需求。2019年8月，在综合考虑质量、价格的基础上，A客户确定久祺股份为供货方并签订供货协议。

①该笔订单的获取方式、销售流程（客户的采购权限、招投标流程等）及合规性

2019年7月，A客户就玩具订单邀请了几家企业投标，其中包括久祺股份。在综合考虑质量、价格的基础上，A客户确定久祺股份为中标企业。公司该笔订单的获取方式、销售流程合法合规。

②发行人向A客户销售占A客户采购同类产品的比例

2019年，发行人与A客户签订的销售合同约定供应儿童玩具合计700万个，当年A客户招标的儿童玩具数量合计约1,500万个，实际交货数量无法获知。因此2019年发行人在A客户儿童玩具招标中中标数量的占比约为46.67%。

5) 发行人销售给A客户的具体产品、数量、单价及定价依据，玩具采购价格及定价依据

根据久祺股份与A客户签署的合同，双方的主要交易内容如下：A客户向久祺股份采购700万个玩具，总金额为人民币21,327.38万元，平均单价约30.47元/个，交货条件为DDP。A客户采购的玩具采购价格系通过招投标的方式确定。

6) 通过艳阳春贸易公司采购的原因和合理性，发行人向其采购占艳阳春贸易公司同类产品销售的比例，艳阳春贸易公司终端采购价格、采购对象、报告期内该公司主要财务数据和人员构成

久祺股份自身不具备玩具的研发、生产能力，主要通过外购的方式完成。久祺股份在综合考察产品质量、交货周期、价格等因素的基础上，选择了位于中国玩具主要生产基地汕头市的汕头市澄海区艳阳春贸易有限公司（简称“艳阳春”）等几家企业作为主要供应商。

根据对艳阳春的访谈及其出具的确认函，2019年发行人向艳阳春采购金额为1,972.94万元，占其同类产品销售的比例约14%。2020年发行人向艳阳春采购金额为1,273.93万元，占其同类产品销售的比例约14%。报告期内艳阳春的主要财务数据和人员构成情况如下：

单位：万元

项目	2020 年末/2020 年度	2019 年末/2019 年度	2018 年末/2018 年度
总资产	4,885.56	6,790.05	5,726.20
净资产	1,431.04	2,411.76	2,019.64
营业收入	9,165.04	13,807.56	12,117.51
营业成本	8,383.63	12,475.79	10,899.51
净利润	31.61	394.69	377.59
员工人数（人）	89	90	84

根据艳阳春出具的确认函，艳阳春的终端采购价格、采购对象情况如下：

供应商名称	采购数量 (万个)	采购单价 (元/个)	采购金额 (万元)
<b>2020 年度</b>			
汕头市澄海区博华科教实业有限公司	7.24	22.19	160.67
广东森宝文化实业有限公司	7.06	21.85	154.23
汕头市比爱婴童用品有限公司	4.19	25.97	108.81
汕头市澄海区群丰玩具实业有限公司	2.60	22.16	57.61
广东佳奇科技教育股份有限公司	3.28	15.50	50.83
晋江万安玩具有限公司	9.49	5.31	50.39
广东迪高科技有限公司	2.95	16.55	48.83
汕头市乐飞科教有限公司	2.38	20.35	48.44
汕头市杰歌玩具实业有限公司	4.68	7.52	35.20
汕头市澄海区城北日用塑料有限公司	3.10	10.50	32.56
其余供应商	29.40	12.92	379.87
<b>合计</b>	<b>76.37</b>	-	<b>1,127.44</b>
<b>2019 年度</b>			
汕头市澄海区惠亮塑胶玩具厂	18.71	7.19	134.53
广东迪高科技有限公司	15.49	8.54	132.26
汕头市澄海区柏晖塑胶玩具有限公司	7.19	18.20	130.85
广东佳奇科技教育股份有限公司	8.20	15.82	129.70
广东森宝文化实业有限公司	8.58	12.33	105.80
汕头市澄海区文盛塑胶玩具实业有限公司	5.55	16.34	90.66
汕头市澄海区博华科教实业有限公司	4.05	21.13	85.59
汕头市澄海区金星达塑胶玩具厂	2.65	29.35	77.79
广东奥斯尼玩具实业有限公司	6.34	8.76	55.51

汕头市澄海区新明悦塑胶玩具厂	6.02	9.04	54.40
其余供应商	73.72	10.16	749.01
<b>合计</b>	<b>156.50</b>	<b>-</b>	<b>1,746.10</b>

艳阳春的基本情况如下：

中文名称	汕头市澄海区艳阳春贸易有限公司
统一社会信用代码	91440515749968849W
注册资本	500 万元人民币
法定代表人	黄春满
成立日期	2003 年 5 月 7 日
公司住所	汕头市澄海区广益新市区同益路北侧、国美公司西侧
经营范围	销售：玩具，工艺品（不含金银饰品），日用塑料制品，服装，百货，纺织品，文具用品，家用电器；货物进出口，技术进出口。（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）
主营业务	玩具贸易
股权结构	黄春满、黄红彩、纪辉琳分别持有 40%、30%、30% 的股权

如上所见，艳阳春系黄春满、黄红彩、纪辉琳分别持有 40%、30%、30% 股权的企业，其与 A 客户不存在关联关系，除与发行人之间正常的玩具交易外，其与发行人及实际控制人、董事、监事、高管等不存在关联关系或资金往来。

7) 上述交易的货物流、资金流、主要合同条款、税费和运费的承担情况、收入确认的具体时点和金额

上述玩具订单，艳阳春等供应商在工厂向发行人交货，由发行人验收后负责将货物从供应商的工厂直接运送到 A 客户所在 C 国家的各个仓库，即 DDP 交货模式。货款全部由 B 公司代 A 客户向发行人支付，结算币种为人民币，税费和运费全部由发行人承担。

上述玩具订单的主要合同条款已申请豁免披露。

上述玩具订单收入确认的具体时点和金额如下：

序号	时间点	收入确认金额（万元）
1	2019 年 10 月	8,303.38
2	2019 年 11 月	544.01
3	2020 年 12 月	6,066.73

序号	时间点	收入确认金额（万元）
合计		14,914.12

8) 该笔订单毛利率达到 48.85%，显著高于其他业务毛利率的原因和合理性

发行人销售给 A 客户毛利率较高的原因主要系：①双方的交易模式为 DDP 条件，相比于一般的 FOB 模式，发行人需要承担货物从国内港口运输至目的国港口及从目的国港口运至 A 客户指定的多个分散地点的海运费、仓储费用、装卸费用、陆运费、保险费用、清关费等全部费用，并承担交货前的全部货损风险；②A 客户给予发行人的交货周期较短，且当年玩具交货量较大（约 360 万个）、品类达数百个，对供应链的执行要求较高，因此存在一定溢价。在综合考虑交货条件、交期等实际情况的基础上，双方的实际成交价格相对较高。

另一方面，发行人充分发挥自身供应链的整合优势，加之国内玩具生产能力充足，发行人通过竞争性谈判及集中采购的方式将采购价格进行有效管控。发行人在综合考察产品质量、交货周期、价格等因素的基础上，选择了位于中国玩具主要生产基地汕头市的几家企业作为主要供应商。

综上，发行人销售给 A 客户的毛利率较高。

9) 该笔订单不属于偶发性业务，应列入主营业务收入，不应将收益作为非经常性损益列示

报告期内，发行人的玩具销售业务一直存在，属于日常业务，不属于偶发性业务，应将其列入主营业务收入，不应将收益作为非经常性损益列示。

2018-2020 年度，发行人的玩具销售业务具体情况如下：

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
销售金额	7,481.94	9,312.29	309.54

10) 该笔订单主要产品不存在期后退换货和实物返利的情形，回款时间分布情况，回款周期明显快于别的订单的原因和合理性

该笔订单主要产品为儿童玩具，不存在期后退换货和实物返利的情形。回款时间如下：

序号	时间点	回款金额（万元）
1	2019年9月25日	14,466.81
合计		<b>14,466.81</b>

因 A 客户未在中国信保投保，所在 C 国家经济状况不稳定，为避免回款风险，因此发行人要求 A 客户 100% 预付货款后，再安排采购、验收、装船、清关等交货事宜，因此该笔订单的回款周期明显快于别的订单。

#### 11) 2020 年发行人与 A 客户的合作情况

发行人对 A 客户采取全额预收款的销售策略，截至 2020 年 6 月末，发行人预收 A 客户 6,066.85 万元，经双方协商一致，公司于 2020 年下半年将已预收款项对应的玩具陆续发货给 A 客户。

截至本招股说明书签署日，发行人与 A 客户之间的 2.13 亿元玩具订单尚有 0.64 亿元未执行完毕，该订单后续是否继续执行及具体执行情况将视 A 客户的后续付款情况及双方协商情况而定。

截至本招股说明书签署日，2020 年发行人与 A 客户的订单与 2019 年度的执行情况对比如下：

项目	2019 年度	2020 年度
营业收入（万元）	8,847.39	6,066.73
营业成本（万元）	4,525.19	3,109.98
毛利率	48.85%	48.74%
海运费（万元）	1,420.37	904.36
海运费占营业收入的比例	16.05%	14.91%
主要供应商	汕头市澄海区艳阳春贸易有限公司、汕头市赢盛进出口贸易有限公司、汕头市宇泰进出口贸易有限公司、汕头市艺丰贸易发展有限公司	汕头市澄海区艳阳春贸易有限公司、汕头市赢盛进出口贸易有限公司、汕头市澄海区西琪塑胶制品有限公司、汕头市艺丰贸易发展有限公司

由上表可见，2020 年公司与 A 客户之间玩具订单的执行情况与 2019 年度相比，毛利率、海运费占营业收入的比例基本接近，主要供应商基本一致，不存在重大差异。

#### 4、各年新增的前五名客户情况

##### (1) 前五名客户的变化情况



对比发行人报告期各期内前五名客户，各期新进入前五名的客户的具体情况以及占营业收入的比例如下：

单位：万元

期间	客户名称	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
		金额	占比	金额	占比	金额	占比
2018 年度 新进前五大	LIDER-96 EOOD	12,478.55	5.46%	11,165.32	6.22%	8,189.43	4.50%
	P.T. INDONESIA TUNGGAL CITRA 及其关联方	6,602.97	2.89%	2,199.79	1.23%	6,506.06	3.57%
2019 年度 新进前五大	A 客户	6,066.73	2.65%	8,847.39	4.93%	-	-
2020 年度 新进前五大	ISAPA IMPORTACAO E COMERCIO LTDA	7,981.55	3.49%	3,807.39	2.12%	3,081.80	1.69%

## (2) 前五名客户变化的原因分析

LIDER-96 EOOD 和 P.T. INDONESIA TUNGGAL CITRA 为 2018 年度新进入前五名的客户。

LIDER-96 EOOD 成立时间是 1996 年，发行人于 2001 年开始与该客户合作，系通过行业展会获取业务机会。报告期内，公司对 LIDER-96 EOOD 的销售金额分别为 8,189.43 万元、11,165.32 万元和 12,478.55 万元，逐年保持增长，主要系由于欧洲助力电动自行车需求较大，采购数量逐年增加所致。

P.T. INDONESIA TUNGGAL CITRA 成立时间是 1980 年，发行人于 2008 年开始与该客户合作，系通过行业展会获取的业务机会。报告期内，公司对 P.T. INDONESIA TUNGGAL CITRA 及其关联方的销售金额分别为 6,506.06 万元、2,199.79 万元和 6,602.97 万元，其中 2019 年销售金额下降，主要系该客户 2018 年对童车市场前景看好，向发行人购置了自行车生产、组装设备及其附属工具 1,553.41 万元，并为工厂建成投产提前备货，加大了采购量，相应 2019 年采购量下降。

发行人系两家客户的长期合作伙伴，报告期内具有持续交易，该等客户订单具有连续性和持续性。

A 客户为 2019 年度新进入前五名的客户，2019 年、2020 年公司对 A 客户销售金额分别为 8,847.39 万元和 6,066.73 万元，合同金额 2.13 亿元。截至本招股说明书签署日，发行人与该客户的订单尚在执行中。

ISAPA IMPORTACAO E COMERCIO LTDA 为 2020 年度新进入前五名的客户。ISAPA IMPORTACAO E COMERCIO LTDA 成立时间是 1968 年，发行人于 2017 年开始与该客户合作，系通过同行介绍获取业务机会。报告期内，公司对客户 ISAPA IMPORTACAO E COMERCIO LTDA 的销售金额分别为 3,081.80 万元、3,807.39 万元和 7,981.55 万元，逐年保持增长。

## 5、报告期各期 ODM、OBM 模式下前五大客户的情况

### (1) ODM 模式下前五大客户的情况

单位：万元

期间	序号	客户名称	国家或地区	成立时间	注册资本	合作历史	订单获取方式	信用政策	产品类型	销售金额	占 ODM 模式收入比例
2020年度	1	LIDER-96 EOOD	保加利亚	1996年	5,100 列弗	2001年	行业展会	180天	助力电动自行车等	12,423.32	9.50%
	2	EXPRESS UNION INTERNATIONAL CO. LTD.	乌克兰	2010年	50,000.00 美元	2000年（合作时间系其前身关联方 EXPRESS TRADING）	行业展会	180天	成人车、童车等	6,846.22	5.24%
	3	HA BICICLETAS SA	哥伦比亚	1968年	720,000,000 哥伦比亚比索	2001年	行业展会	90天	童车、成人车等	6,180.49	4.73%
	4	DISTRIBUIDORA DE BICICLETAS BENOTTO SA DE CV	墨西哥	1970年	1,361,750.00 墨西哥比索	2015年	行业展会	120天	成人车、童车等	6,086.34	4.66%
	5	P.T. INDONESIA TUNGGAL CITRA 及其关联方	印度尼西亚	1980年	3,500,000,000 印尼卢比	2008年	行业展会	90天	童车等	4,973.30	3.80%
			合计								<b>36,509.66</b>
2019年度	1	LIDER-96 EOOD	保加利亚	1996年	5,100 列弗	2001年	行业展会	180天	助力电动自行车等	11,035.22	9.39%
	2	HA BICICLETAS SA	哥伦比亚	1968年	720,000,000 哥伦比亚比索	2001年	行业展会	90天	童车、成人车等	7,984.23	6.80%
	3	DISTRIBUIDORA DE BICICLETAS BENOTTO SA DE CV	墨西哥	1970年	1,361,750.00 墨西哥比索	2015年	行业展会	120天	成人车、童车等	5,918.95	5.04%
	4	MEGAN, LLC 及其关联方	俄罗斯	2004年	21,000 俄罗斯卢布	2005年	行业展会	180天	成人车、童车等	4,301.29	3.66%
	5	BICI PERETTI S.A.	阿根廷	2005年	700,000.00 阿根廷比索	2014年	行业展会	90天	成人车、童车等	4,287.21	3.65%
			合计								<b>33,526.90</b>
2018年度	1	HA BICICLETAS SA	哥伦比亚	1968年	720,000,000 哥伦比亚比索	2001年	行业展会	90天	童车、成人车、等	9,673.63	7.77%
	2	LIDER-96 EOOD	保加利亚	1996年	5,100 列弗	2001年	行业展会	180天	助力电动自行车等	7,727.62	6.20%

期间	序号	客户名称	国家或地区	成立时间	注册资本	合作历史	订单获取方式	信用政策	产品类型	销售金额	占 ODM 模式收入比例
	3	DISTRIBUIDORA DE BICICLETAS BENOTTO SA DE CV	墨西哥	1970 年	1,361,750.00 墨西哥比索	2015 年	行业展会	120 天	成人车、童车等	6,093.42	4.89%
	4	MEGAN, LLC 及其关联方	俄罗斯	2004 年	21,000 俄罗斯卢布	2005 年	行业展会	180 天	成人车、童车等	5,693.26	4.57%
	5	P.T. INDONESIA TUNGGAL CITRA 及其关联方	印度尼西亚	1980 年	3,500,000,000 印尼卢比	2008 年	行业展会	90 天	童车等	4,765.02	3.82%
		合计								<b>33,952.95</b>	<b>27.25%</b>

注：同一客户由于同时销售多种产品，可能同时存在 ODM、OBM 或者贸易模式，上表仅统计该客户 ODM 模式下的销售金额。

## (2) OBM 模式下前五大客户的情况

单位：万元

期间	序号	客户名称	国家或地区	成立时间	注册资本	合作历史	订单获取方式	信用政策	产品类型	销售金额	占 OBM 模式收入比例
2020 年度	1	EXPRESS UNION INTERNATIONAL CO.,LTD	乌克兰	2010 年	50,000.00 美元	2000 年（合作时间系其前身关联方 EXPRESS TRADING）	行业展会	180 天	摩托车零件、农机（zubr 自有品牌）等	5,344.00	15.03%
	2	HA BICICLETAS SA	哥伦比亚	1968 年	720,000,000 哥伦比亚比索	2001 年	行业展会	90 天	摩托车零件、自行车零件等	4,660.95	13.11%
	3	SOCIETE EURO CYCLES SA	突尼斯	1997 年	8900000 突尼斯丁	2016 年	客户介绍	90 天	自行车零件等	1,057.92	2.97%
	4	DENVER SRL	意大利	1995 年	260,000 欧元	2016 年	客户介绍	180 天	自行车零件等	679.23	1.91%
	5	INDIVIDUALNIY PREDPRINIMATEL MR KUCHERENKO VLADISLAV VIKTOROVICH	俄罗斯	1999 年	50,000.00 美元	2016 年	行业展会	90 天	摩托车零件、农机（zubr 自有品牌）等	631.66	1.78%
			合计								<b>12,373.76</b>

期间	序号	客户名称	国家或地区	成立时间	注册资本	合作历史	订单获取方式	信用政策	产品类型	销售金额	占 OBM 模式收入比例
2019年度	1	EXPRESS UNION INTERNATIONAL CO. LTD.	乌克兰	2010年	50,000.00 美元	2000年（合作时间系其前身关联方 EXPRESS TRADING）	行业展会	180天	摩托车零件、农机（zubr 自有品牌）等	5,572.82	28.44%
	2	HA BICICLETAS SA	哥伦比亚	1968年	720,000,000 哥伦比亚比索	2001年	行业展会	90天	摩托车零件、自行车零件等	3,857.82	19.69%
	3	SOCIETE EURO CYCLES SA	突尼斯	1997年	8900000 突尼斯丁	2016年	客户介绍	90天	自行车零件等	923.33	4.71%
	4	DENVER SRL	意大利	1995年	260,000 欧元	2016年	客户介绍	90天	自行车零件等	841.27	4.29%
	5	ISAPA IMPORTACAO E COMERCIO LTDA	巴西	1968年	77,000,000 巴西雷亚尔	2016年	客户介绍	90天	自行车零件等	544.11	2.78%
			合计								<b>11,739.35</b>
2018年度	1	EXPRESS UNION INTERNATIONAL CO. LTD.	乌克兰	2010年	50,000.00 美元	2000年（合作时间系其前身关联方 EXPRESS TRADING）	行业展会	180天	摩托车零件、农机（zubr 自有品牌）等	9,888.74	54.26%
	2	HA BICICLETAS SA	哥伦比亚	1968年	720,000,000 哥伦比亚比索	2001年	行业展会	90天	摩托车零件、自行车零件等	2,110.33	11.58%
	3	康成投资（中国）有限公司	中国	2005年	24,831.3183 万美元	2016年	拜访客户	30天	童车、成人车等	1,344.29	7.38%
	4	ISAPA IMPORTACAO E COMERCIO LTDA	巴西	1968年	77,000,000 巴西雷亚尔	2016年	客户介绍	90天	自行车零件等	755.91	4.15%
	5	SOCIETE EURO CYCLES SA	突尼斯	1997年	8900000 突尼斯丁	2016年	客户介绍	90天	自行车零件等	575.96	3.16%
			合计								<b>14,675.22</b>

注：同一客户由于同时销售多种产品，可能同时存在 ODM、OBM 或者贸易模式，上表仅统计该客户 OBM 模式下的销售金额。

## 6、报告期各期贸易商销售情况

### (1) 报告期内贸易商的数量及分布情况、变动情况

销售规模	2020 年度			2019 年度			2018 年度		
	数量 (家)	金额 (万元)	金额 占比	数量 (家)	金额 (万元)	金额 占比	数量 (家)	金额 (万元)	金额 占比
1 亿元以上	2	33,811.99	29.41%	2	26,936.53	28.55%	2	31,316.24	27.24%
5000 万元-1 亿元	2	15,643.22	13.61%	-	-	0.00%	2	11,657.90	10.14%
1000 万元-5000 万元	14	28,545.67	24.83%	15	35,637.42	37.78%	20	39,280.47	34.17%
100 万元-1000 万元	89	27,897.63	24.27%	75	23,642.64	25.06%	82	23,009.04	20.01%
100 万元以下	142	5,002.43	4.35%	151	5,594	5.93%	161	6,172.78	5.37%
<b>境外小计</b>	<b>249</b>	<b>110,900.93</b>	<b>96.46%</b>	<b>243</b>	<b>91,810.12</b>	<b>97.33%</b>	<b>267</b>	<b>111,436.42</b>	<b>96.93%</b>
1000 万元-5000 万元	-	-	-	-	-	-	1	1,353.93	1.18%
100 万元-1000 万元	11	2,827.70	2.46%	6	1,852.67	1.96%	5	1,510.75	1.31%
100 万元以下	74	1,238.01	1.08%	84	670	0.71%	109	670.68	0.58%
<b>境内小计</b>	<b>85</b>	<b>4,065.70</b>	<b>3.54%</b>	<b>90</b>	<b>2,523.02</b>	<b>2.67%</b>	<b>115</b>	<b>3,535.37</b>	<b>3.07%</b>
<b>合计</b>	<b>334</b>	<b>114,966.63</b>	<b>100.00%</b>	<b>333</b>	<b>94,333.14</b>	<b>100.00%</b>	<b>382</b>	<b>114,971.79</b>	<b>100.00%</b>

注：报告期内，公司平均单家贸易商收入分别为 429.00 万元/家、389.81 万元/家和 438.13 万元/家（以销售额达到 10 万元以上的计算）。

报告期末，公司贸易商客户数量分别为 382 家、333 家和 334 家，呈逐年集中的趋势；一方面系境外小型贸易商基于海运费等成本及采购便捷性考虑，销售规模相对较小的自行车批发商逐渐倾向于在当地工厂或大型贸易商处采购；另一方面系由于子公司杭州久趣受共享单车及电商的冲击，国内市场销售不理想，自 2018 年开始逐步调整国内自行车销售战略，调减国内线下销售使得境内贸易商数量减少。2020 年受新冠疫情的影响，销售规模较小的境外贸易商客户数量进一步减少。

### (2) 报告期内前五大贸易商情况

报告期内，公司前五大贸易商客户基本信息及交易情况如下：

单位：万元

期间	序号	贸易商名称	成立时间	发行及实付资本/注册资本	主营业务	股权结构	实际控制人	销售金额	占主营业务收入的比例
2020年度	1	HA BICICLETAS SA	1968年1月19日	720,000,000 哥伦比亚比索	自行车及相关产品生产及销售	ARISTIZABAL MESA FAMILY	ARISTIZABAL MESA FAMILY	18,786.55	8.22%
	2	EXPRESS UNION INTERNATIONAL CO. LTD.	2010年12月1日	50,000.00 美元	自行车、摩托车、花园用具、农机以及零件的销售	SERGIY SINITSYN 持股 100%	SERGIY SINITSYN	15,025.43	6.58%
	3	ISAPA IMPORTACAO E COMERCIO LTD	1968年1月31日	77,000,000.00 巴西雷亚尔	批发自行车、摩托车和零件和附件。	ISACCO DOUEK 持股 90%;ALBERTO SAFDIE DOUEK 持股 5%;DANIEL SAFDIE DOUEK 持股 5%	ISACCO DOUEK	7,981.55	3.49%
	4	CORPORACION LOGISTICA DEL CARIBE SA 及其关联方	1995年11月29日	250,000.00 美元	家居、服装和鞋类进口销售;自行车零配件和五金销售业务	RAMON CARRETERO NAPOLITANO 持股 50%; VICENT CARRETERO NAPOLITANO 持股 50%	CARRETERO NAPOLITANO, RAMON、CARRETERO NAPOLITANO, VICENTE	7,661.67	3.35%
	5	ACTION TRADERS LTD	2008年6月4日	100 股	自行车和直排滑冰鞋设计、制造和分销	Morris, Shaun 持股 50%; Kingswood Capital Corporation 持股 50%	Morris, Shaun	4,086.28	1.79%
			合计						<b>53,541.49</b>
2019年度	1	HA BICICLETAS SA	1968年1月19日	720,000,000 哥伦比亚比索	自行车及相关产品生产及销售	ARISTIZABAL MESA FAMILY	ARISTIZABAL MESA FAMILY	16,111.02	8.98%
	2	EXPRESS UNION INTERNATIONAL CO. LTD.	2010年12月1日	50,000.00 美元	自行车、摩托车、花园用具、农机以及零件的销售	SERGIY SINITSYN 持股 100%	SERGIY SINITSYN	10,825.51	6.04%
	3	FALABELLA RETAIL S.A.	1998年7月8日	63,816,089,000 智利比索	百货商品进口及销售	Inversiones Falabella Ltda.持股 99.51%、Inversiones Parmin S.P.A.持股 0.49%	Inversiones Falabella Ltda.	4,529.52	2.53%
	4	ISAPA IMPORTACAO E COMERCIO LTD	1968年1月31日	77,000,000.00 巴西雷亚尔	批发自行车、摩托车和零件和附件。	ISACCO DOUEK 持股 90%;ALBERTO SAFDIE DOUEK 持股 5%;DANIEL SAFDIE DOUEK 持股 5%	ISACCO DOUEK	3,807.39	2.12%
	5	GONSER INTERNATIONAL	2009年4月28日	CHF 200000 瑞士法郎	自行车、助力电动自行车及户外运动	LENZ DANIEL GONSER 持股 100%	LENZ DANIEL GONSER	3,445.49	1.92%

期间	序号	贸易商名称	成立时间	发行及实付资本/注册资本	主营业务	股权结构	实际控制人	销售金额	占主营业务收入的 比例
		TRADING GMBH			动用品销售				
		合计						<b>38,718.94</b>	<b>21.59%</b>
2018 年度	1	HA BICICLETAS SA	1968年1月19日	720,000,000 哥伦比亚比索	自行车及相关产品生产和销售	ARISTIZABAL MESA FAMILY	ARISTIZABAL MESA FAMILY	17,140.74	9.42%
	2	EXPRESS UNION INTERNATIONAL CO. LTD.	2010年12月1日	50,000.00 美元	自行车、摩托车、花园用具、农机以及零件的销售	SERGIY SINITSYN 持股 100%	SERGIY SINITSYN	14,175.50	7.79%
	3	P.T. INDONESIA TUNGGAL CITRA 及其关联方	1980年	3,500,000,000 印尼卢比	自行车生产	P.T. JAKARTA TUNGGAL CITRA 持股 99.998%; Mr. Korsen 持股 0.002%	Mr. Donny Effendy	6,506.06	3.58%
	4	CORPORACION LOGISTICA DEL CARIBE SA 及其关联方	1995年11月29日	250,000.00 美元	家居、服装和鞋类进口销售; 自行车零配件和五金销售业务	RAMON CARRETERO NAPOLITANO 持股 50%; VICENT CARRETERO NAPOLITANO 持股 50%	CARRETERO NAPOLITANO, RAMON、CARRETERO NAPOLITANO, VICENTE	5,151.84	2.83%
	5	FALABELLA RETAIL S.A.	1998年7月8日	63,816,089,000 智利比索	百货商品进口及销售	Inversiones Falabella Ltda. 持股 99.51%、Inversiones Parmin S.P.A. 持股 0.49%	Inversiones Falabella Ltda.	4,124.07	2.27%
			合计						<b>47,098.21</b>



报告期内，公司前五大贸易商客户与发行人及控股股东、实际控制人、高级管理人员、核心技术人员及其他关联方之间均不存在关联关系；其中，CORPORACION LOGISTICA DEL CARIBE SA 及其关联方同时与久祺进出口存在建筑材料等产品的业务往来，双方根据各自商业需求独自交易，不存在利益输送等情形。除 CORPORACION LOGISTICA DEL CARIBE SA 及其关联方外，公司上述前五大贸易商客户与发行人及控股股东、实际控制人、高级管理人员、核心技术人员及其他关联方之间不存在业务往来。公司与上述贸易商客户均采用买断式销售方式，相关产品终端销售实现情况良好。

根据公司与客户签订的框架协议：“……，双方同意对质量和数量/重量的检验将以中国国家出入境检验检疫局(SAIQ)或其标准制造商签发的检验证书为依据。如果质量不符，在货物到达目的港后 30 天内，买方应向卖方提出索赔。如果数量/重量不符，买方应在货物到达目的港后 20 天内，向卖方提出索赔。索赔应由卖方认可的公证行出具的检验证书来支持。卖方不应对因自然原因导致的货物不符，或因保险公司、船公司、其他运输组织或邮局的责任而导致的货物损毁负责……”。公司销售业务流程为：货物上船后，公司通知客户已发货，并根据合同约定将提单及清关文件快递至收货人指定地址，货物到港后，客户凭提单提取货物。相关销售合同约定只有出现质量和数量/重量问题时可提出索赔，而没有约定客户未实现销售的商品可以予以退货，且公司销售业务流程中在货物报关完成后，公司按约定的贸易方式将提单邮寄至客户收货人，提单作为货权凭证，已实现了商品货权的转移。因此，公司各类模式下的销售均为买断式销售。

通常以经营自有品牌产品为主的企业，会通过经销模式加强对经销商、销售活动的管理和控制。久祺股份的贸易类客户与经销模式存在实质区别，主要客户产品具有定制化的特征且是贴客户的品牌，尽管久祺股份贸易类客户不是最终使用产品的客户，但从风险报酬转移以及权利义务承担角度，与直接销售没有任何区别。

因此，结合久祺股份的业务模式、与客户签订的销售合同及公司销售业务流程，久祺股份的自有品牌（OBM）销售占比较低，且较大部分系通过电商平台对终端消费者直接销售，其他自有品牌（OBM）的销售区域分布在全球多个国家/地区，报告期内久祺股份针对直接销售和间接销售，两者在业务流程、合同

双方权利义务、产品交付、定价模式、收入确认、信用政策等方面均无实质差异，均主要是为客户提供定制化产品，贴客户的品牌出售，少部分为自有品牌销售，客户滞销的产品无法退回发行人再次出售；发行人不存在对贸易类客户进行准入或退出管理、价格管理、业绩考核、提成返利等通常对经销商模式采取的管理措施；因此，公司的贸易类客户不属于经销商客户。

## 7、报告期各期直销客户销售情况

报告期各期，发行人直销客户的数量、销售金额以及销售占比如下表所示：

销售规模	2020 年度			2019 年度			2018 年度		
	数量 (家)	金额 (万元)	金额 占比	数量 (家)	金额 (万元)	金额 占比	数量 (家)	金额 (万元)	金额 占比
1 亿以上	2	29,242.52	25.77%	1	11,165.32	13.14%	-	-	-
5000 万元-1 亿元	6	38,051.68	33.54%	4	27,421.68	32.26%	4	26,629.25	39.74%
1000 万元-5000 万元	11	22,101.08	19.48%	16	31,089.40	36.58%	11	22,829.56	34.07%
100 万元-1000 万元	50	21,723.60	19.15%	39	13,940.93	16.40%	41	15,774.67	23.54%
100 万元以下	40	1,341.45	1.18%	37	1,205.11	1.42%	47	1,494.83	2.23%
<b>境外小计</b>	<b>109</b>	<b>112,460.33</b>	<b>99.12%</b>	<b>97</b>	<b>84,822.44</b>	<b>99.80%</b>	<b>103</b>	<b>66,728.31</b>	<b>99.58%</b>
100 万元-1000 万元	3	910.38	0.80%	-	-	0.00%	1	137.63	0.21%
100 万元以下	14	84.40	0.07%	8	169.09	0.20%	7	142.99	0.21%
<b>境内小计</b>	<b>17</b>	<b>994.78</b>	<b>0.88%</b>	<b>8</b>	<b>169.09</b>	<b>0.20%</b>	<b>8</b>	<b>280.62</b>	<b>0.42%</b>
<b>合计</b>	<b>126</b>	<b>113,455.11</b>	<b>100.00%</b>	<b>105</b>	<b>84,991.53</b>	<b>100.00%</b>	<b>111</b>	<b>67,008.93</b>	<b>100.00%</b>

报告期各期末，公司直销客户数量分别为 111 家、105 家和 126 家，基本保持稳定。

## 8、公司各类客户和各类模式的终端品牌情况

### (1) 报告期公司各类客户的终端品牌情况

报告期内，公司各类客户对应的主要终端销售品牌、销售数量、销售金额、销售占比、平均毛利率具体情况如下：

#### ①2020 年度主要终端品牌情况

客户类型	品牌	客户名称	产品类别	销售数量 (万辆)	销售金额 (万元)	占同类客户 收入比例	平均毛利率
------	----	------	------	--------------	--------------	---------------	-------

客户类型	品牌	客户名称	产品类别	销售数量 (万辆)	销售金额 (万元)	占同类客户 收入比例	平均毛利 率
自行车批发商	GW/FLIP/LOGAN	HA BICICLETAS SA	整车	20.43	5,845.66	6.88%	9.66%
			配件	-	10,743.95	12.64%	11.29%
			其他	-	2,196.94	2.58%	14.10%
			小计	20.43	18,786.55	22.10%	11.11%
	ZUBR/MUSTANG/VIPER/MCN/AZIMUT	EXPRESS UNION INTERNACIONALCO., LTD.	整车	18.15	8,842.64	10.40%	19.66%
			配件	-	890.98	1.05%	13.36%
			其他	-	5,291.81	6.22%	14.44%
			小计	18.15	15,025.43	17.67%	17.44%
	ABSOLUTE/LOGAN	ISAPA IMPORTACION ECOMERCIO LTDA	配件	-	7,338.41	8.63%	10.01%
			其他	-	643.13	0.76%	7.87%
			小计	-	7,981.55	9.39%	9.83%
	RALI	CORPORACION LOGISTICA DELCARIBESA 及其关联方	整车	8.47	5,147.80	6.06%	21.76%
			配件	-	901.22	1.06%	21.29%
			其他	-	1,612.65	1.90%	16.08%
			小计	8.47	7,661.67	9.01%	20.51%
	Hyper/Cyclops/sullivan	Hyper Extension Ltd	整车	13.55	3,296.12	3.88%	17.55%
			配件	-	0.33	0.00%	2.24%
			小计	13.55	3,296.46	3.88%	17.54%
<b>合计</b>				<b>60.59</b>	<b>52,751.66</b>	<b>62.05%</b>	<b>14.49%</b>
自行车制造商	PANTHER/TELEFUNKEN/MINERVA/ZUNDA/APP/BF/LEADER	LIDER-96 EOOD	整车	10.57	12,100.44	13.62%	16.57%
			配件	-	323.57	0.36%	28.10%
			其他	-	54.54	0.06%	17.81%
			小计	10.57	12,478.55	14.05%	16.87%
	UMIT/ALTEC/MOSSO/LOGAN	UMIT BISIKLET SANAYI VETICARET A.S.	整车	4.51	1,960.82	2.21%	9.88%
			配件	-	7,389.29	8.32%	11.56%
			其他	-	123.49	0.14%	9.30%
			小计	4.51	9,473.60	10.66%	11.18%
	BENOTTO	DISTRIBUIDORA DE BICICLETAS BENOTTO SA DE CV	整车	25.03	6,058.44	6.82%	14.15%
			配件	-	461.56	0.52%	13.54%
			其他	-	6.86	0.01%	12.03%
			小计	25.03	6,526.86	7.35%	14.10%

客户类型	品牌	客户名称	产品类别	销售数量 (万辆)	销售金额 (万元)	占同类客户 收入比例	平均毛利 率	
	FAMily/maximo/inferno/kuta-rides/toyotomi	P.T. INDONESIA TUNGGAL CITRA 及其关联方	整车	32.21	5,283.78	5.95%	12.49%	
			配件	-	294.36	0.33%	10.31%	
			其他	-	123.36	0.14%	11.42%	
			小计	32.21	5,701.50	6.42%	12.36%	
	SLP	BICI PERETTI S.A.	整车	14.98	4,854.54	5.46%	13.18%	
			配件	-	274.28	0.31%	13.17%	
			其他	-	129.59	0.15%	12.13%	
			小计	14.98	5,258.41	5.92%	13.15%	
合计				<b>87.30</b>	<b>39,438.93</b>	<b>44.40%</b>	<b>13.90%</b>	
自行车零售商	Infinity	Action Traders Ltd.	整车	7.40	3,844.69	14.85%	11.25%	
			小计	7.40	3,844.69	14.85%	11.25%	
	JEEP/FRATTA/SCOOTER/BARBIE/HOTWHEEL/SUPERMAN/BATMAN	FALABELLA RETAIL S.A.	整车	7.67	3,635.77	14.05%	22.40%	
			小计	7.67	3,635.77	14.05%	23.22%	
	TOTEM	Gonser AG	整车	1.97	2,101.99	8.12%	18.29%	
			配件	-	49.03	0.19%	18.77%	
			其他	-	838.89	3.24%	22.77%	
			小计	1.97	2,989.91	11.55%	19.56%	
	MOMAS	Ka jack Og Fritid As	整车	0.49	2,199.48	8.50%	15.46%	
			配件	-	88.37	0.34%	19.91%	
			小计	0.49	2,287.85	8.84%	15.64%	
	GXMOTOR	INDIVIDUAL NIY PREDPRINI MATEL MR KUCHEREN KO VLADISLAV VIKTOROVICH	配件	-	764.88	2.95%	7.36%	
			其他	-	421.22	1.63%	7.29%	
			小计	-	1,186.10	4.58%	7.34%	
	合计				<b>17.52</b>	<b>13,944.33</b>	<b>53.87%</b>	<b>16.54%</b>

注：1、配件类、其他类产品种类繁多，且计量单位不统一，因此未统计销售数量；2、上表统计的终端销售品牌主要为整车的品牌，配件类及其他类产品一般无终端销售品牌。

## ②2019 年度主要终端品牌情况

客户类型	品牌	客户名称	产品类别	销售数量 (万辆)	销售金额 (万元)	占同类客户 收入比例	平均毛利率
自行车批发商	GW/FLIP/LOGAN	HA BICICLETAS SA	整车	22.63	6,331.03	10.03%	12.72%
			配件	-	7,867.30	12.46%	10.93%
			其他	-	1,912.69	3.03%	14.51%
			小计	22.63	16,111.02	25.52%	12.06%
	ZUBR/MU STANG/VIPER/MCN	EXPRESS UNION INTERNATIONAL CO.,LTD.	整车	9.61	4,008.32	6.35%	13.17%
			配件	-	1,214.48	1.92%	13.29%
			其他	-	5,602.71	8.88%	9.58%
			小计	9.61	10,825.51	17.15%	11.32%
	ABSOLUTE/LOGAN	ISAPA IMPORTACAO ECOMERCIO LTDA	配件	-	3,334.75	5.28%	9.49%
			其他	-	472.64	0.75%	10.28%
			小计	-	3,807.39	6.03%	9.59%
	RALI/upland	CORPORACION LOGISTICA DEL CARIBE SA 及其关联方	整车	9.14	3,233.07	5.12%	12.61%
			配件	-	166.80	0.26%	23.04%
			其他	-	28.46	0.05%	18.70%
			小计	9.14	3,428.32	5.43%	13.16%
	Hyper/Cyclops/sullivan	Hyper Extension Ltd	整车	12.93	3,027.94	4.80%	13.27%
合计				<b>54.32</b>	<b>37,200.18</b>	<b>58.93%</b>	<b>11.79%</b>
自行车制造商	PANTHER/TELEFUNKEN/MINER/MINERVA/ZUNDAPP/BBF/LEADER	LIDER-96 EOOD	整车	3.49	10,660.51	14.94%	15.01%
			配件	-	504.82	0.71%	15.80%
			小计	3.49	11,165.32	15.65%	15.04%
	BENOTTO	DISTRIBUIDORA DE BICICLETAS BENOTTO SA DE CV	整车	24.42	5,918.95	8.30%	14.91%
			配件	-	497.17	0.70%	11.28%
			小计	24.42	6,416.12	8.99%	14.63%
	FOXX/MIKADO/STINGER/NOVATRACK	MEGAN,LLC 及其关联方	整车	17.66	5,670.50	7.95%	10.30%
			配件	-	478.05	0.67%	6.71%
			小计	17.66	6,148.34	8.62%	9.74%
	UMIT/ALTEC/MOS	UMIT BISIKLET	整车	1.12	478.05	0.67%	6.71%
			配件	-	5,237.44	7.34%	9.92%

客户类型	品牌	客户名称	产品类别	销售数量 (万辆)	销售金额 (万元)	占同类客户 收入比例	平均毛利率	
	SO/CARR ERA/BAB YHOPE/L OGAN	SANAYI VE TICARET A.S.	其他	-	294.34	0.41%	12.18%	
			小计	1.12	6,009.83	8.42%	9.77%	
	SLP	BICI PERETTI S.A.	整车	12.04	4,286.29	6.01%	14.33%	
			配件	-	123.01	0.17%	10.69%	
			其他	-	21.89	0.03%	10.56%	
			小计	12.04	4,431.19	6.21%	14.21%	
	合计				<b>58.73</b>	<b>34,170.81</b>	<b>47.89%</b>	<b>12.98%</b>
自行车零 售商	JEEP/FRA TTA/SCO OP/BARBI E/HOTWH EEL/SUPE RMAN/B ATMAN	FALABELLA RETAIL S.A.	整车	8.68	4,508.10	15.72%	24.41%	
			配件	-	21.42	0.07%	25.04%	
			小计	8.68	4,529.52	15.79%	24.41%	
	TOTEM	Gonser AG	整车	2.61	3,326.89	11.60%	16.56%	
			配件	-	117.64	0.41%	17.35%	
			其他	-	0.96	0.00%	16.49%	
			小计	2.61	3,445.49	12.01%	16.58%	
	Infinity	Action Traders Ltd.	整车	5.19	2,637.83	9.20%	11.51%	
			小计	5.19	2,637.83	9.20%	11.51%	
	MOMAS	Kajakk Og Fritid As	整车	0.50	2,436.74	8.50%	12.34%	
			配件	-	55.33	0.19%	19.53%	
			小计	0.50	2,492.07	8.69%	12.50%	
	AVALAN CHE	CENCOSUD RETAIL S.A.	整车	5.57	1,698.12	5.92%	27.33%	
			配件	-	0.31	0.00%	23.00%	
			小计	5.57	1,698.43	5.92%	27.33%	
	合计				<b>22.56</b>	<b>14,803.34</b>	<b>51.61%</b>	<b>18.62%</b>

注：1、配件类、其他类产品种类繁多，且计量单位不统一，因此未统计销售数量；2、上表统计的终端销售品牌主要为整车的品牌，配件类及其他类产品一般无终端销售品牌。

### ③2018 年度主要终端品牌情况

客户类型	品牌	客户名称	产品类别	销售数量 (万辆)	销售金额 (万元)	占同类客户 收入比例	平均毛 利率
自行 车批 发商	GW/FLIP/G XMOTOR/L OGAN	HA BICICLETAS SA	整车	25.21	6,425.71	7.45%	13.46%
			配件	-	9,687.67	11.23%	9.67%
			其他	-	1,027.36	1.19%	10.86%
			小计	25.21	17,140.74	19.86%	11.16%

客户类型	品牌	客户名称	产品类别	销售数量 (万辆)	销售金额 (万元)	占同类客户 收入比例	平均毛 利率
	GXMOTOR /ZUBR/MU STANG/VIP ER	EXPRESS UNION INTERNATIO NAL CO.,LTD.	整车	11.12	3,407.47	3.95%	10.48%
			配件	-	1,005.78	1.17%	12.50%
			其他	-	9,762.25	11.31%	8.30%
			小计	11.12	14,175.50	16.43%	9.12%
	FAMily/max imo/inferno/ kuta-rides/to yotomi/TOT EM	P.T. INDONESIA TUNGGAL CITRA 及其 关联方	整车	19.14	4,693.00	5.44%	16.31%
			配件	-	259.66	0.30%	13.81%
			其他	-	1,553.41	1.80%	12.36%
			小计	19.14	6,506.06	7.54%	15.26%
	RALI	CORPORACI ON LOGISTICA DEL CARIBE SA 及其关联 方	其他	-	3,111.07	3.61%	14.26%
			整车	7.43	1,688.24	1.96%	21.42%
			配件	-	352.53	0.41%	22.77%
			小计	7.43	5,151.84	5.97%	17.19%
	Hyper/Cyclo ps/sullivan	Hyper Extension Ltd	整车	14.05	3,113.13	3.61%	8.23%
			小计	14.05	3,113.13	3.61%	8.23%
<b>合计</b>				<b>76.94</b>	<b>46,087.27</b>	<b>53.41%</b>	<b>11.59%</b>
自行 车制 造商	PANTHER/ TELEFUNK EN/MINER C/MINERV A/ZUNDAP P/BBF/LEA DER	LIDER-96 EOOD	整车	2.73	6,795.87	10.29%	15.02%
			配件	-	1,393.56	2.11%	15.75%
			小计	2.73	8,189.43	12.40%	15.15%
	BENOTTO	DISTRIBUID ORA DE BICICLETAS BENOTTO SA DE CV	整车	22.76	6,083.89	9.21%	14.64%
			配件	-	568.06	0.86%	11.87%
			小计	22.76	6,651.95	10.07%	14.41%
	FOXX/MIK ADO/STIN GER/NOVA TRACK	MEGAN, LLC 及其关联方	整车	22.63	5,680.42	8.60%	10.46%
			配件	-	571.93	0.87%	15.41%
			其他	-	10.85	0.02%	6.16%
			小计	22.63	6,263.20	9.49%	10.90%
	UMIT/ALT EC/MOSSO/ CARRERA/ BABYHOP E	UMIT BISIKLET SANAYI VE TICARET A.S.	整车	2.48	958.94	1.45%	10.11%
			配件	-	4,365.45	6.61%	10.15%
			其他	-	200.28	0.30%	10.51%
			小计	2.48	5,524.67	8.37%	10.15%
SLP	BICI	整车	10.76	4,570.04	6.92%	14.63%	

客户类型	品牌	客户名称	产品类别	销售数量 (万辆)	销售金额 (万元)	占同类客户 收入比例	平均毛 利率
		PERETTI S.A.	配件	-	110.18	0.17%	16.52%
			小计	10.76	4,680.22	7.09%	14.68%
合计				<b>61.36</b>	<b>31,309.47</b>	<b>47.42%</b>	<b>13.19%</b>
自行车零 售商	JEEP/FRAT TA/SCOOP/ BARBIE/H OTWHEEL/ SUPERMA N/BATMA N	FALABELLA RETAIL S.A.	整车	8.28	4,124.07	16.40%	23.09%
			小计	8.28	4,124.07	16.40%	20.24%
	Infinity	Action Traders Ltd.	整车	5.79	2,796.55	11.12%	9.70%
			配件	-	1.25	0.00%	22.67%
			其他	-	5.66	0.02%	26.58%
			小计	5.79	2,803.45	11.15%	9.74%
	GONSER/T OTEM	Gonser AG	整车	1.48	1,772.04	7.05%	16.31%
			配件类	-	57.82	0.23%	23.14%
			小计	1.48	1,829.86	7.28%	16.53%
	AVALANC HE	CENCOSUD RETAIL S.A.	整车	6.20	1,761.49	7.01%	26.01%
			配件	-	0.08	0.00%	16.24%
			小计	6.20	1,761.57	7.01%	26.01%
	IRONMAX	Ironmax Bikes&Toys Co Ltd	整车	4.93	1,499.51	5.96%	16.51%
			配件	-	58.93	0.23%	9.25%
			其他	-	3.09	0.01%	13.83%
			小计	4.93	1,561.53	6.21%	16.23%
合计				<b>26.68</b>	<b>12,080.48</b>	<b>48.05%</b>	<b>17.57%</b>

注：1、配件类、其他类产品种类繁多，且计量单位不统一，未统计销售数量；2、上表统计的终端销售品牌主要为整车的品牌，配件类及其他类产品一般无终端销售品牌。

报告期内，公司的客户类型包括自行车批发商、制造商和零售商等，并通过电商平台主要销售自主品牌。公司主要采取 ODM 模式贴客户的品牌向其销售，公司销售客户广泛，且客户多品牌经营，因此终端品牌众多；其中，自行车批发商的主要终端销售品牌包括 ZUBR/MUSTANG/VIPER/MCN/AZIMUT、GW/FLIP/LOGAN、ABSOLUTE、RALI、Hyper/Cyclops/sullivan 等；自行车制造商的主要终端销售品牌包括 BENOTTO、UMIT/ALTEC/MOSSO/LOGAN、SLP、PANTHER/TELEFUNKEN/MINERC/MINERVA/ZUNDAPP/BBF/LEADER 等；自



行车零售商的主要终端销售品牌包括 Infinity、GONSER/TOTEM、IRONMAX、JEEP/FRATTA/SCOOP/BARBIE/HOTWHEEL/SUPERMAN/BATMAN 等。

(2) 报告期公司各类模式的终端品牌情况

报告期内，公司各销售模式对应的主要终端销售品牌、销售数量、销售金额、销售占比、平均毛利率具体情况如下：

①2020 年度主要终端品牌情况

销售模式	品牌	客户名称	产品类别	销售数量 (万辆)	销售金额 (万元)	占同类模式 收入比例	平均毛 利率
ODM 模式	PANTHER/TELEFUNKEN/MINERC/MINERVA/ZUNDA/APP/BBF/LEADER	LIDER-96 EOOD	整车	10.57	12,100.44	9.49%	16.57%
			配件	-	322.88	0.25%	28.11%
			小计	10.57	12,423.32	9.74%	16.87%
	AZIMUT/MUSTANG/VIPER	EXPRESS UNION INTERNATIONAL CO.,LTD.	整车	16.97	6,845.07	5.37%	21.02%
			配件	-	1.15	0.00%	17.59%
			小计	16.97	6,846.22	5.37%	21.02%
	GW/FLIP	HA BICICLETAS SA	整车	19.36	5,745.21	4.50%	9.53%
			配件	-	435.28	0.34%	16.71%
			小计	19.36	6,180.49	4.85%	10.03%
	BENOTTO	DISTRIBUIDORA DE BICICLETAS BENOTTO SA DE CV	整车	25.03	6,058.44	4.75%	14.15%
			配件	-	27.89	0.02%	11.98%
			小计	25.03	6,086.34	4.77%	14.14%
	FAMily/maximo/inferno/kutari-des/toyotomi	P.T.INDONESIA TUNGGAL CITRA 及其关联方	整车	24.37	4,973.30	3.90%	13.67%
<b>合计</b>				<b>96.29</b>	<b>36,509.66</b>	<b>28.62%</b>	<b>15.60%</b>
OBM 模式	ZUBR	EXPRESS UNION INTERNATIONAL CO.,LTD.	整车	0.15	391.79	1.16%	15.01%
			其他	-	4,952.21	14.66%	14.18%
			小计	0.15	5,344.00	15.82%	14.24%
	LOGAN	HA BICICLETAS SA	配件	-	4,660.95	13.79%	10.09%
	LOGAN	SOCIETE EURO CYCLES SA	配件	-	1,057.92	3.13%	17.34%

销售模式	品牌	客户名称	产品类别	销售数量 (万辆)	销售金额 (万元)	占同类模式 收入比例	平均毛利率
	LOGAN	DENVER SRL	配件	-	679.23	2.01%	17.36%
	GXMOTOR	INDIVIDUALNIY PREDPRINIMATE	配件	-	381.12	1.13%	8.67%
			其他	-	250.55	0.74%	8.00%
		L MR KUCHERENKO VLADISLAV VIKTOROVICH	小计	-	631.66	1.87%	8.40%
合计				<b>0.15</b>	<b>12,373.76</b>	<b>36.62%</b>	<b>12.82%</b>
OEM 模式	GW	HA BICICLETAS SA	其他	-	1,320.33	93.24%	15.45%
	DAAFU	ARPAG DAYANIKLI TUKETIM MALLARI TICARET VE PAZARLAMA LTD. STI	配件	-	26.90	1.90%	7.08%
	AIST	MotoVeloZavod, Ltd.	配件	-	16.68	1.18%	7.53%
	Raleigh	DAL SANTO I.C.S.A.	其他	-	14.59	1.03%	8.67%
	KANDS/L AZARO	TYLEC ROMAN FIRMA HANDLOWO-USL UGOWO-PRODUK CYJNA TRANS-ROWER	配件	-	11.15	0.79%	14.16%
	合计				-	<b>1,389.65</b>	<b>98.13%</b>
贸易 模式	无终端销 售品牌	HA BICICLETAS SA	整车	1.07	100.45	0.17%	17.26%
			配件	-	5,647.73	9.32%	11.86%
			其他	-	876.61	1.45%	12.06%
			小计	1.07	6,624.78	10.93%	11.96%
	无终端销 售品牌	A 客户	玩具	-	6,066.73	10.01%	48.74%
	无终端销 售品牌	UMIT BISIKLET SANAYI VE TICARET A.S.	整车	0.18	94.21	0.16%	9.54%
			配件	-	5,287.37	8.73%	10.76%
			其他	-	123.49	0.20%	9.30%
			小计	0.18	5,505.07	9.08%	10.70%
	无终端销 售品牌	ISAPA IMPORTACAO E COMERCIO LTDA	配件	-	4,231.92	6.98%	9.57%
			其他	-	643.13	1.06%	7.87%
			小计	-	4,875.06	8.05%	9.35%

销售模式	品牌	客户名称	产品类别	销售数量 (万辆)	销售金额 (万元)	占同类模式 收入比例	平均毛利率
	RALI/无 终端销售 品牌	CORPORACION LOGISTICA DEL CARIBE SA 及其关 联方	整车	0.33	1,814.10	2.99%	23.61%
			配件	-	689.47	1.14%	20.68%
			其他	-	1,612.65	2.66%	16.08%
			小计	0.33	4,116.22	6.79%	20.17%
合计				<b>1.58</b>	<b>27,187.86</b>	<b>44.87%</b>	<b>20.69%</b>

注：1、配件类、其他类产品种类繁多，且计量单位不统一，未统计销售数量；2、上表统计的终端销售品牌主要为整车的品牌，配件类及其他类产品一般无终端销售品牌。

## ②2019 年度主要终端品牌情况

销售模式	品牌	客户名称	产品类别	销售数量 (万辆)	销售金额 (万元)	占同类模 式收入比 例	平均毛利 率	
ODM 模式	PANTHER/TELEFUNKEN/MINERC/MINERVA/ZUNDA/APP/BBF/LEADER	LIDER-96 EOOD	整车	3.49	10,660.51	9.18%	15.01%	
			配件	-	374.71	0.32%	15.32%	
			小计	3.49	11,035.22	9.50%	15.02%	
	GW/FLIP	HA BICICLETAS SA	整车	22.63	6,331.03	5.45%	12.72%	
			配件	-	1,652.93	1.42%	15.22%	
			其他	-	0.27	0.00%	13.10%	
			小计	22.63	7,984.23	6.87%	13.24%	
	BENOTTO	DISTRIBUIDORA DE BICICLETAS BENOTTO SA DE CV	整车	24.42	5,918.95	5.09%	14.90%	
			小计	24.42	5,918.95	5.09%	14.90%	
	FOXX/MIKADO/SUTINGER/NOVATRACK	MEGAN, LLC 及其关联方	整车	14.54	4,301.29	3.70%	6.89%	
			小计	14.54	4,301.29	3.70%	6.89%	
	SLP	BICI PERETTI S.A.	整车	12.04	4,286.29	3.69%	14.33%	
			配件	-	0.92	0.00%	16.06%	
			小计	12.04	4,287.21	3.69%	14.33%	
	合计				<b>77.12</b>	<b>33,526.90</b>	<b>28.86%</b>	<b>13.44%</b>
	OBM 模式	ZUBR	EXPRESS UNION INTERNATIONAL CO.,LTD.	农机等	-	5,572.81	30.27%	9.53%
		LOGAN	HA BICICLETAS	配件	-	3,857.82	20.96%	8.02%

销售模式	品牌	客户名称	产品类别	销售数量 (万辆)	销售金额 (万元)	占同类模式收入比例	平均毛利率
		SA					
	LOGAN	SOCIETE EURO CYCLES SA	配件	-	923.33	5.02%	16.89%
	LOGAN	DENVER SRL	配件	-	841.27	4.57%	15.80%
	LOGAN	ISAPA IMPORTACAO E COMERCIO LTDA	配件	-	544.11	2.96%	6.38%
合计				-	<b>11,739.34</b>	<b>63.77%</b>	<b>9.91%</b>
OEM模式	GW	HA BICICLETAS SA	其他	-	723.05	57.72%	20.44%
			配件	-	169.61	13.54%	14.14%
			小计	-	892.66	71.25%	19.24%
	DISNEY	LAHSEN HERMANOS SPA	整车	1.42	268.20	21.41%	9.49%
	UNITED	UNITED SALES AGENCY	整车	0.17	54.84	4.38%	12.55%
	Raleigh	DAL SANTO I.C.S.A.	其他	-	37.07	2.96%	7.32%
合计				<b>1.59</b>	<b>1,252.77</b>	<b>100.00%</b>	<b>16.51%</b>
贸易模式	无终端销售品牌	A 客户	玩具	-	8,847.39	21.69%	48.85%
	无终端销售品牌	HA BICICLETAS SA	配件	-	2,186.93	5.36%	12.56%
			其他	-	1,189.37	2.92%	10.91%
			小计	-	3,376.30	8.28%	11.98%
	ZUBR/VI PER/无终端销售品牌	EXPRESS UNION INTERNATIONAL CO.,LTD.	整车	0.40	1,275.30	3.13%	15.14%
			配件	-	1,201.52	2.95%	13.24%
			其他	-	29.89	0.07%	18.49%
			小计	0.40	2,506.71	6.15%	14.26%
	无终端销售品牌	UMIT BISIKLET SANAYI VE TICARET A.S.	配件	-	2,453.29	6.02%	9.61%
	无终端销售品牌	DAL SANTO I.C.S.A.	配件	-	2,137.15	5.24%	9.93%
			其他	-	76.04	0.19%	8.43%
			小计	-	2,213.19	5.43%	9.88%
合计				<b>0.40</b>	<b>19,396.88</b>	<b>47.56%</b>	<b>28.56%</b>

注：1、配件类、其他类产品种类繁多，且计量单位不统一，未统计销售数量；2、上表统计的终端销售品牌主要为整车的品牌，配件类及其他类产品一般无终端销售品牌。

### ③2018 年度主要终端品牌情况

销售模式	品牌	客户名称	产品类别	销售数量 (万辆)	销售金额 (万元)	占同类模式收入比例	平均毛利率
------	----	------	------	--------------	--------------	-----------	-------

销售模式	品牌	客户名称	产品类别	销售数量 (万辆)	销售金额 (万元)	占同类模式 收入比例	平均毛利率
ODM 模式	GW/FLIP	HA BICICLETAS SA	整车	25.21	6,425.71	5.21%	13.46%
			配件	-	3,247.52	2.64%	11.10%
			其他	-	0.40	0.00%	17.29%
			小计	25.21	9,673.63	7.85%	12.67%
	PANTHER/TELEFUNKEN/ MINERC/ MINERVA/ ZUNDA/ APP/BBF/ LEADER	LIDER-96 EOOD	整车	2.73	6,795.87	5.51%	15.02%
			配件	-	931.75	0.76%	15.76%
			小计	2.73	7,727.62	6.27%	15.11%
	BENOTTO	DISTRIBUIDORA DE BICICLETAS BENOTTO SA DE CV	整车	22.76	6,093.42	4.94%	14.58%
			小计	22.76	6,093.42	4.94%	14.58%
	FOXX/MIKADO/ STINGER/ NOVATRACK	MEGAN, LLC 及其 关联方	整车	22.63	5,693.26	4.61%	10.42%
			小计	22.63	5,693.26	4.62%	10.42%
	FAMILY/TOTEM	P.T.INDONESIA TUNGGAL CITRA 及其关联方	整车	19.14	4,693.00	3.81%	16.31%
			配件	-	72.02	0.06%	17.34%
			小计	19.14	4,765.02	3.87%	16.32%
	合计				<b>92.47</b>	<b>33,952.95</b>	<b>27.55%</b>
OBM 模式	GXMOTOR/ ZUBER	EXPRESS UNION INTERNATIONAL CO.,LTD.	农机等	-	9,888.74	61.98%	9.50%
	GXMOTOR/ LOGAN	HA BICICLETAS SA	配件	-	2,110.33	13.23%	11.22%
	LOGAN	ISAPA IMPORTACAO E COMERCIO LTDA	配件	-	755.91	4.74%	9.02%
	LOGAN	SOCIETE EURO CYCLES SA	配件	-	575.96	3.61%	12.73%
	LOGAN	DENVER SRL	配件	-	454.00	2.85%	16.48%
合计				-	<b>13,784.94</b>	<b>86.41%</b>	<b>10.10%</b>
OEM 模式	GW	HA BICICLETAS SA	其他	-	476.46	30.39%	9.87%
	DISNEY	LAHSEN	整车	2.19	447.71	28.56%	17.82%

销售模式	品牌	客户名称	产品类别	销售数量 (万辆)	销售金额 (万元)	占同类模式 收入比例	平均毛利率	
		HERMANOS SPA						
	UNITED	UNITED SALES AGENCY	整车	0.90	250.21	15.96%	10.37%	
	MONARK	MONARK PERU SA	整车	0.88	229.29	14.63%	24.66%	
	W	WALDEMAR	整车	0.24	58.46	3.73%	11.97%	
合计				<b>4.21</b>	<b>1,462.13</b>	<b>93.27%</b>	<b>14.79%</b>	
贸易模式	GW/FLIP	HA BICICLETAS SA	配件	-	4,329.82	11.58%	7.83%	
			其他	-	550.51	1.47%	11.71%	
			小计	-	4,880.33	13.05%	8.27%	
	RALI	CORPORACION LOGISTICA DEL CARIBE SA 及其关联方	轮胎等	-	3,111.07	8.32%	14.26%	
			配件	-	352.53	0.94%	22.77%	
			小计	-	3,463.60	9.26%	15.12%	
	无终端销售品牌	UMIT BISIKLET SANAYI VE TICARET A.S.	配件	-	2,249.31	6.01%	10.25%	
	EVOL	LEN IMPORTACIONES SAS	配件	-	1,930.66	5.16%	10.13%	
			其他	-	125.09	0.33%	10.48%	
			小计	-	2,055.74	5.50%	10.15%	
	无终端销售品牌	DAL SANTO I.C.S.A.	配件	-	1,864.77	4.99%	10.95%	
			其他	-	56.75	0.15%	13.61%	
			小计	-	1,921.52	5.14%	11.03%	
	合计				-	<b>14,570.50</b>	<b>38.96%</b>	<b>10.83%</b>

注：1、配件类、其他类产品种类繁多，且计量单位不统一，未统计销售数量；2、上表统计的终端销售品牌主要为整车的品牌，配件类及其他类产品一般无终端销售品牌。

报告期内，公司以 ODM 模式为主，终端销售主要品牌包括 PANTHER/TELEFUNKEN/MINERC/MINERVA/ZUNDAPP/BBF/LEADER、AZIMUT/MUSTANG/VIPER、GW/FLIP、BENOTTO、FAMILY/TOTEM、FOXX/MIKADO/STINGER/NOVATRACK 等；公司 OBM 模式线下销售主要以配件等产品为主，终端销售主要品牌包括 LOGAN、ZUBR/VIPER、GXMOTOR 等；报告期内，公司 OEM 模式销售金额较小，终端销售主要品牌包括 GW、DISNEY 等；贸易模式下，公司主要销售自行车配件、玩具等，系直接向供应商购买后向客户进行销售，因此无相应的终端销售品牌。

## （二）公司采购和主要供应商情况

### 1、主要产品采购情况

（1）报告期内，公司主要产品采购金额情况如下：

单位：万元

项目		2020 年度		2019 年度		2018 年度	
		采购金额	占比	采购金额	占比	采购金额	占比
整车类	童车	17,311.50	9.30%	12,421.09	8.55%	17,626.78	11.63%
	成人车	31,871.13	17.11%	26,099.99	17.97%	28,267.88	18.64%
	助力电动自行车	4,213.57	2.26%	4,916.96	3.38%	2,330.49	1.54%
	摩托车	2,754.03	1.48%	1,295.00	0.89%	583.94	0.39%
配件类		113,668.99	61.03%	86,890.48	59.81%	86,478.98	57.04%
其他类		16,416.63	8.81%	13,645.17	9.39%	16,335.79	10.77%
合计		<b>186,235.84</b>	<b>100.00%</b>	<b>145,268.70</b>	<b>100.00%</b>	<b>151,623.86</b>	<b>100.00%</b>

（2）报告期内，公司主要产品采购数量、采购单价情况如下：

项目		计量单位	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
			采购数量	采购单价	采购数量	采购单价	采购数量	采购单价
整车类	童车	万辆	113.09	152.08	80.52	154.27	101.83	173.09
	成人车	万辆	73.71	432.38	63.07	413.81	69.33	407.72
	助力电动自行车	万辆	1.30	3,241.70	1.49	3,305.30	0.87	2,675.04
	摩托车	万辆	0.95	2,887.73	0.52	2,475.15	0.27	2,147.64
配件类	架叉	万套	122.93	62.73	144.96	62.29	166.42	66.33
	车架	万个	167.83	80.14	72.36	76.89	51.35	101.06
	外胎	万条	384.92	11.41	375.40	10.14	414.14	9.93
	闸器	万个	583.15	8.04	509.93	8.57	389.82	9.97
	车圈	万只	398.94	13.17	299.25	11.63	279.30	13.55
	鞍座	万个	312.43	8.45	379.29	7.87	404.20	8.14
	轴皮	万个	529.28	7.31	467.04	6.32	470.20	6.72
把立	万个	367.67	6.94	346.04	6.23	297.14	6.97	

注 1：上表列示的整车类产品仅为 SKD 形式采购情况。公司整车销售包括 SKD 和 CKD 两种形式，CKD 形式的整车销售由于零部件系向不同供应商采购，且采购的零部件根据客户需要，既可以以零部件的形式独立销售，也可以按照 CKD 整车形式销售。

注 2：公司采购的配件种类、型号较多，上表列示了采购的主要配件类产品。

报告期内，公司主要产品采购单价波动幅度总体较小，采购价格存在波动的原因主要系公司下游客户订单产品具有定制化特征，整车由众多零部件灵活配置组装而成，而各个自行车零部件又有品牌、材质、结构和工艺复杂程度之分，因此不同客户在不同时间所下订单产品均具有一定差异，公司依据客户订单向供应商采购，订单的具体产品内容的变化以及具体细分产品的不同使得公司采购价格存在一定的波动。

(3) 主要产品采购数量和销售数量变动趋势不一致的原因和合理性

报告期内，公司主要产品采购数量和销售数量变动趋势不一致的主要原因为主要产品的采购数量仅为以 SKD 形式外购整车的产品数量，而主要产品销售数量包括自产整车及外购整车，且包括 SKD 形式和 CKD 形式下的产品销售数量。因此，受自产整车产量及 CKD 形式采购数量影响，主要产品以 SKD 形式采购数量和整体销售数量变动趋势不一致。为得到匹配关系，将以 SKD 形式外购整车、CKD 形式外购整车及自产产量合计数量，与主要产品销售数量进行匹配，匹配情况如下：

①童车

童车数量主要包括 SKD 形式采购、CKD 形式采购及自产产量。

单位：万辆

项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	数量	变动	数量	变动	数量	变动
销售数量	233.05	27.42%	182.89	-21.51%	233.01	-5.88%
SKD 形式采购数量	113.09	40.45%	80.52	-20.93%	101.83	-8.54%
CKD 形式采购数量	46.81	90.66%	24.55	-36.45%	38.62	-4.56%
自产整车产量	91.27	17.00%	78.01	-17.95%	95.07	-1.90%
采购及自产数量合计	251.17	37.20%	183.07	-22.27%	235.52	-5.31%
销售数量-采购及自产数量	-18.12	-	-0.18	-	-2.51	-

②成人车

成人车数量主要包括 SKD 形式采购和 CKD 形式采购，有少量自产产量。

单位：万辆

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
----	---------	---------	---------



	数量	变动	数量	变动	数量	变动
销售数量	133.42	11.48%	119.69	1.17%	118.31	-4.42%
SKD 形式采购数量	73.71	16.87%	63.07	-9.03%	69.33	-24.94%
CKD 形式采购数量	51.75	7.98%	47.92	5.63%	45.37	61.11%
自产整车产量	8.08	9.79%	7.36	97.32%	3.73	14.77%
采购及自产数量合计	133.54	12.83%	118.35	-0.06%	118.43	-4.32%
销售数量-采购及自产数量	-0.11	-	1.34	-	-0.12	-

### ③助力电动自行车

助力电动自行车数量主要包括 SKD 形式采购和 CKD 形式采购，无自产产量。

单位：万辆

项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	数量	变动	数量	变动	数量	变动
销售数量	11.02	74.09%	6.33	75.35%	3.61	64.09%
SKD 形式采购数量	1.30	-12.75%	1.49	71.26%	0.87	-18.69%
CKD 形式采购数量	9.76	101.61%	4.84	76.64%	2.74	142.48%
采购数量合计	11.06	74.69%	6.33	75.35%	3.61	64.09%
销售数量-采购数量	-0.04	-	-	-	-	-

### ④摩托车

摩托车数量均为 SKD 形式采购，无 CKD 形式采购及自产产量。

单位：万辆

项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	数量	变动	数量	变动	数量	变动
销售数量	0.95	83.40%	0.52	92.59%	0.27	-79.70%
SKD 形式采购数量	0.95	83.40%	0.52	92.59%	0.27	-79.70%
销售数量-采购数量	-	-	-	-	-	-

综上，考虑 CKD 形式外购的整车数量、自产整车数量及各期库存变动情况后，主要产品采购数量和销售数量变动趋势基本一致。2020 年因跨境电商销售大幅上升，公司增加备货，童车采购及自产数量大于销售数量。

## 2、前五名供应商采购情况

### (1) 报告期内向前五大外包厂商采购情况

报告期内向前五大外包厂商采购内容及情况如下：

序号	公司名称	采购内容	采购金额 (万元)	占外包产品采 购金额比例
<b>2020 年度</b>				
1	金轮体系内企业	童车、成车、电动自行车、自行车零件、 电动自行车零件、摩托车零件	47,247.13	28.31%
2	天津福盛达运动器材有限公司	童车、成车、电动自行车、自行车零件、 电动自行车零件、摩托车零件	6,420.21	3.85%
3	浙江永福车业有限公司	童车、成车、电动自行车、自行车零件、 电动自行车零件、摩托车零件	5,738.64	3.44%
4	宁波豪星车业有限公司及其 关联方	童车、成车、电动自行车、自行车零件、 电动自行车零件、摩托车零件	4,114.03	2.47%
5	天津市捷创自行车有限公司	童车、成车、电动自行车、自行车零件	3,781.79	2.27%
<b>合计</b>			<b>67,301.80</b>	<b>40.33%</b>
<b>2019 年度</b>				
1	金轮体系内企业	童车、成车、电动自行车、自行车零件、 电动自行车零件、摩托车零件	50,839.79	38.54%
2	浙江永福车业有限公司	童车、成车、自行车零件	5,826.62	4.42%
3	宁波豪星车业有限公司及其 关联方	自行车零件	3,680.07	2.79%
4	汕头市澄海区艳阳春贸易有 限公司	玩具	1,972.94	1.50%
5	天津市聚友自行车有限公司 及其关联方	自行车零件、电动自行车零件	1,773.50	1.34%
<b>合计</b>			<b>64,092.92</b>	<b>48.59%</b>
<b>2018 年度</b>				
1	金轮体系内企业	童车、成车、电动自行车、自行车零件、 电动自行车零件、摩托车零件	48,359.82	35.48%
2	浙江永福车业有限公司	童车、成车、自行车零件、摩托车零件	6,288.47	4.61%
3	宁波豪星车业有限公司及其 关联方	自行车零件	3,651.95	2.68%
4	山东常美机械制造有限公司	农机	3,142.38	2.31%
5	山东鲁潍农业装备有限公司	农机	2,416.36	1.77%
<b>合计</b>			<b>63,858.99</b>	<b>46.85%</b>

注：1、金轮体系内企业指受杨玉峰家族控制下的天津市金轮信德车业有限公司、天津金轮自行车集团有限公司、天津市中轮进出口贸易有限公司、天津市金轮信德进出口贸易有限公司、天津市金轮图腾进出

口有限公司、中轮企业（天津）有限公司、天津摩德运动器材有限公司、摩德科技（天津）有限公司（实际控制人已于 2020 年 12 月 29 日由杨玉峰变更为赵东海，报告期内仍将其认定为金轮体系内企业）、天津市摩德吉泰运动器材有限公司、天津市爱轮德自行车有限公司、天津市金轮途腾运动器材有限公司、天津市金轮海通自行车有限公司、天津市宽福自行车有限公司、天津市威德自行车有限公司、TOTEM BIKES, s.r.o、天津金轮云豹自行车有限公司共 16 家企业（下同）；

2、宁波豪星车业有限公司、慈溪市银驰车业有限公司、宁波钟赢车业有限公司为徐柏良同一控制下企业；天津市聚友自行车有限公司、天津聚盛运动器材有限公司为菅竣盛同一控制下企业。

报告期主要外包厂商基本情况如下：

序号	公司名称		成立时间	地址	股权结构	生产金额占外包厂商的收入比例	是否为其他客户提供生产服务	付款方式	交货方式	合作历史
1	金轮体系内企业		1997年4月14日	天津市武清区南蔡村镇	杨玉峰持股 99.80%；杨玉欣持股 0.20%	2017 至 2019 各年约为 50%左右	是	银行转账	工厂交货	十年以上
2	浙江永福车业有限公司		2012年11月6日	浙江省嘉兴市桐乡市桐乡经济开发区光明路 1419 号	韩彬彬持股 60.00%；陈珍珠持股 20.00%；韩永福持股 20.00%	2017 至 2019 各年约为 80%左右	是	银行转账	工厂交货	五年以上
3	徐柏良同一控制下企业	宁波豪星车业有限公司	2016年1月13日	浙江省慈溪市胜山镇大湾村	徐柏良持股 70.00%；张特冲持股 30.00%	2017 至 2019 各年约为 60%至 70%	是	银行转账	厂商配送	十年以上
		慈溪市银驰车业有限公司	2001年10月25日	慈溪市胜山镇工业开发中区	徐柏良持股 60.00%；张特冲持股 40.00%					
		宁波钟赢车业有限公司	2017年12月22日	浙江省慈溪市胜山镇工业大道 617 号	徐柏良持股 51.00%；张特冲持股 49.00%					
4	天津市聚友自行车有限公司		2002年10月24日	天津市武清区王庆坨镇私营经济区内	菅竣盛持股 75.00%；菅顺启持股 15.00%；隋东菊持股 10.00%	2017 至 2019 各年约为 30%左右	是	银行转账	工厂交货	四至五年
5	汕头市澄海区艳阳春贸易有限公司		2003年5月7日	汕头市澄海区广益新市区同益路北侧、国美公司西侧	黄春满持股 40.00%；黄红彩持股 30.00%；纪辉琳持股 30.00%	2019 年占比 14%左右	是	银行转账	厂商配送	一至两年
6	山东常美机械制造有限公司		2010年10月15日	山东省临沂市坪上镇坪上一村	徐传祥持股 95.00%；李玉叶持股 5.00%	2017 至 2019 各年约为 30%至 40%	是	银行转账	工厂交货	三至四年
7	山东鲁潍农业装备有限公司		2012年3月1日	潍坊市潍城区符山镇南乐埠工业园	秦瑞莲持股 50.00%；李占潍持股 50.00%	2018 年为 29%左右，2019 年为 10%左右	是	银行转账	工厂交货	三至四年
8	蔡彩琴、李智源同一控制下企业	浙江杭依自行车制造有限公司	2016年10月9日	浙江省绍兴市诸暨市次坞镇临杭产业园	蔡彩琴持股 50.00%；李智源持股 50.00%	2017 至 2019 各年约为 30%至 40%	是	银行转账	厂商配送	十年以上
		杭州袁氏实业有限公司	1997年1月31日	浙江省杭州市萧山区北干街道荣星村(荣星君佳园金惠路 1720 号 2-202)	李智源持股 50.00%；李国富持股 50.00%					

序号	公司名称	成立时间	地址	股权结构	生产金额占外包厂商的收入比例	是否为其他客户提供生产服务	付款方式	交货方式	合作历史
	杭州依洁实业有限公司	2002年1月21日	浙江省杭州市萧山区北干街道恒隆广场2幢1218室	蔡彩琴持股 87.34%； 李智源持股 12.66%					
9	天津福盛达运动器材有限公司	2013年9月3日	天津宁河现代产业区顺捷路9号	冯小平持股 50%； 赵洪波持股 50%	2019年占比为10%左右	是	银行转账	工厂交货	一至两年
10	天津市捷创自行车有限公司	2013年6月6日	天津市东丽区金钟街道南何庄村东跃进路西	张梅持股 80%； 吴宏宇持股 20%	2017至2019各年约为15%至30%	是	银行转账	工厂交货	四至五年

注：金轮体系内企业成立日期、地址、股权结构等基本情况以天津市金轮信德车业有限公司为代表。

公司向上述外包供应商采购的方式均为直接采购，双方协商确定价格。

## (2) 原材料采购前五大供应商金额

报告期内向原材料供应商采购内容及情况如下：

序号	公司名称		采购内容	采购金额 (万元)	占原材料采 购总额比例
<b>2020 年度</b>					
1	江苏飞跃橡胶有限公司		内胎、外胎、衬带	1,538.54	7.95%
2	杭州巍越机械有限公司		车架、前叉、减震转 轴	1,166.12	6.03%
3	浙江恩泽车业有限公司		车架、前叉等	806.98	4.17%
4	宁波晟路车业有限公司		花鼓、飞轮等	658.73	3.40%
5	德清县久龙包装有限公司		包装材料、说明书等	621.35	3.21%
<b>合计</b>				<b>4,791.72</b>	<b>24.76%</b>
<b>2019 年度</b>					
1	江苏飞跃橡胶有限公司		内胎、外胎、衬带	881.89	6.60%
2	魏志华 同一控 制下企 业	杭州巍越机械有限公司	前叉、架叉	786.76	6.13%
		杭州公润机械有限公司	前叉、架叉	32.25	
		小计		819.00	
3	德清县久龙包装有限公司		包装材料、说明书等	475.24	3.56%
4	天津市万达轮胎集团有限公司		内胎、外胎	475.12	3.56%
5	宁波晟路车业有限公司		飞轮、轴皮、链罩等	440.42	3.30%
<b>合计</b>				<b>3,091.68</b>	<b>23.15%</b>
<b>2018 年度</b>					
1	杭州公润机械有限公司		车架、前叉、竖管	881.80	5.75%
2	江苏飞跃橡胶有限公司		内胎、外胎、衬带	864.02	5.64%
3	耿玉顺 同一控 制下企 业	天津市万达轮胎集团有限公司	内胎、外胎	684.37	4.74%
		天津市顺宏达工贸发展有限公司	内胎、外胎	42.68	
		小计		727.05	
4	德清县久龙包装有限公司		包装材料、说明书等	636.55	4.15%
5	杭州临安锐拓车业有限公司		轮圈	511.52	3.34%
<b>合计</b>				<b>3,620.93</b>	<b>23.62%</b>

报告期内原材料采购前五大供应商基本情况如下：

序号	公司名称	成立时间	地址	股权结构	合作 历史
1	江苏飞跃橡胶有限公司	1989年12月8日	扬中市新坝镇新 坝东路1号	常江持股 87.23% 张卫萍持股	十年 以上

序号	公司名称		成立时间	地址	股权结构	合作历史
					12.77%	
2	魏志华同一控制下企业	杭州巍越机械有限公司	2010年3月31日	浙江省杭州市萧山区临浦镇柏山村	魏志华持股 60%；褚晓燕持股 40%	五年以上
		杭州公润机械有限公司	2016年11月11日	萧山区蜀山街道祝家桥社区	魏志华持股 50%；褚晓燕持股 50%	
3	德清县久龙包装有限公司		2015年6月16日	浙江省湖州市德清县阜溪街道长虹东街 788 号	姚明良持股 100%	四至五年
4	耿玉顺同一控制下企业	天津市万达轮胎集团有限公司	1996年4月29日	天津市北辰区宜兴埠镇畜牧研究所路	耿玉顺持股 66%；耿鹏持股 32%；李学勇持股 1%；李文会持股 1%	十年以上
		天津市顺宏达工贸发展有限公司	2004年3月30日	北辰区宜兴埠津围公路东	耿玉顺持股 80%；谷洪金持股 20%	
5	宁波晟路车业有限公司		2014年4月2日	宁波杭州湾新区滨海二路 686 号	徐秀菊持股 90%；郁永林持股 10%	五年以上
6	杭州临安锐拓车业有限公司		2012年10月16日	临安市锦南街道大塘路 88 号	龚阿山持股 85%；张小香持股 15%	五年以上
7	浙江恩泽车业有限公司		2003年5月19日	台州市路桥区新桥镇东蓬林村	李恩斌持股 75%；郑雄英持股 25%	二至三年

注：合作年限根据同一控制下企业合作历史孰早进行计算。

(3) 宁波豪星车业有限公司和浙江杭依自行车制造有限公司 2016 年成立，2017 年进入前五大供应商的原因和合理性

报告期内，与公司合作的宁波豪星车业有限公司、慈溪市银驰车业有限公司、宁波钟赢车业有限公司为徐柏良同一控制下企业，与公司合作的浙江杭依自行车制造有限公司、杭州袁氏实业有限公司、杭州依洁实业有限公司为蔡彩琴、李智源同一控制下企业，上述企业基本信息如下：

实际控制人	项目	成立日期	股权结构	合作年限	采购占其同类产品同期销售的比例
徐柏良同一控制下企业	宁波豪星车业有限公司	2016年1月13日	徐柏良持股 70%；张特冲持股 30%	十年以上	60%至 70%
	慈溪市银驰车业有限公司	2001年10月25日	徐柏良持股 60%；张特冲持股 40%		
	宁波钟赢车业有限公司	2017年12月22日	徐柏良持股 51%；张特冲持股 49%		
蔡彩琴、李智源同一控制下企业	浙江杭依自行车制造有限公司	2016年10月9日	蔡彩琴持股 50%；李智源持股 50%	十年以上	30%至 40%
	杭州袁氏实业有限公司	1997年1月31日	李智源持股 50%；李国富持股 50%		
	杭州依洁实业有限公司	2002年1月21日	蔡彩琴持股 87.34%；李智源持股 12.66%		

注：合作年限根据同一控制下企业合作历史孰早进行计算。

公司向上述原材料供应商采购的方式均为直接采购，双方协商确定价格，通过银行转账支付货款。

报告期内，公司向徐柏良同一控制下企业主要采购刹把、刹线、闸器等自行车零件，向蔡彩琴、李智源同一控制下企业主要采购童车与成车整车及多种自行车零件。公司与上述企业具有多年合作历史，合作关系良好，其进入前五大供应商具有合理性。

#### (4) 报告期内各主要供应商采购金额次序变动较大的原因及合理性

##### ①原材料供应商采购次序变动情况及原因

报告期内，原材料前五大供应商采购金额次序变动情况如下：

供应商名称	2020年排名	2019年排名	2018年排名
江苏飞跃橡胶有限公司	1	1	2
魏志华同一控制下企业	2	2	1
德清县久龙包装有限公司	5	3	4
耿玉顺同一控制下企业	13	4	3
宁波晟路车业有限公司	4	5	6
杭州临安锐拓车业有限公司	14	6	5
浙江恩泽车业有限公司	3	8	26

注：表格中“—”表示当年公司未向该供应商采购。

报告期内，次序变动较大的原材料供应商变动原因如下：

变化情况	原因
耿玉顺同一控制下企业排名下降	2020年其供货紧张，公司向其采购量下降
杭州临安锐拓车业有限公司排名下降	2020年因其产品性价比缺乏优势，公司减少了对铝制车圈的采购
浙江恩泽车业有限公司排名上升	因公司铝合金车架需求增加，对其采购量增加

##### ②外包供应商采购次序变动情况及原因

报告期内，前五大外包供应商采购金额次序变动情况如下：

供应商名称	2020年排名	2019年排名	2018年排名
金轮体系内企业	1	1	1
浙江永福车业有限公司	3	2	2
宁波豪星车业有限公司及其关联方	4	3	3
汕头市澄海区艳阳春贸易有限公司	17	4	—
天津市聚友自行车有限公司及其关联方	7	5	9



供应商名称	2020 年排名	2019 年排名	2018 年排名
山东常美机械制造有限公司	73	33	4
山东鲁潍农业装备有限公司	31	22	5
天津福盛达运动器材有限公司	2	25	—
天津市捷创自行车有限公司	5	9	6

报告期内，次序变动较大的外包供应商变动原因如下：

变化情况	原因
汕头市澄海区艳阳春贸易有限公司 2019 年进入前五大外包供应商，2020 年退出前五大外包供应商	2019 年发行人新增 A 客户订单，汕头市澄海区艳阳春贸易有限公司系该批订单的主要供应商之一，2020 年排名下降系公司向其他供应商采购金额增加所致
山东常美机械制造有限公司报告期内排名大幅下降	2019 年因客户订单及需求变化，公司对农机的采购更加多样化，因而减少了对山东常美机械制造有限公司的采购量
山东鲁潍农业装备有限公司报告期内排名大幅下降	2019 年，受其其他客户订单竞争及工厂产能限制，公司对其采购量下降
天津福盛达运动器材有限公司大幅上升	2019 年开始合作，经公司考察与洽谈，此后增加采购量
天津市捷创自行车有限公司	2020 年金轮供货较为紧张，公司对其整车和零配件采购量有所增加

### (5) 与供应商关联关系情况

截至本招股说明书签署日，发行人、发行人控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员及其关系密切的家庭成员与相关供应商不存在关联关系，不存在前五大供应商或其控股股东、实际控制人是发行人前员工、前关联方、前股东、发行人实际控制人的密切家庭成员等可能导致利益倾斜的情形。

报告期内，公司、公司控股股东及实际控制人、公司董事、监事、高级管理人员与主要外包厂商不存在关联关系，不存在发行人关联方或前员工设立外包厂商的情形。

### 3、新增前五大供应商基本信息

报告期内新增前五大供应商基本信息如下：

公司名称	注册资本 (万元)	成立日期	股权结构	主营业务	采购及 结算方式	合作历史
汕头市澄海区艳阳春贸易有限公司	500.00	2003 年 5 月 7 日	纪辉琳持股 30%， 黄红彩持股 30%， 黄春满持股 40%	销售：玩具，工艺品， 日用塑料制品，服装， 百货，纺织品，文具用品， 家用电器	框架协议 加采购订 单；银行转 账	一至两年
山东常美机械制造有限公司	1,000.00	2010 年 10 月 15 日	徐传祥持股 95%， 李玉叶持股 5%	农业机械、内燃机、农 机配件生产、销售	框架协议 加采购订 单；银行转 账	三至四年

公司名称	注册资本 (万元)	成立日期	股权结构	主营业务	采购及 结算方式	合作历史
天津福盛达运动器材有限公司	2,000.00	2013年9月3日	冯小平持股 50%； 赵洪波持股 50%	体育器材、电动自行车、自行车、三轮车、童车及配件制造、加工、销售	框架协议 加采购订 单；银行转 账	一至两年
天津市捷创自行车有限公司	500.00	2013年6月6日	张梅持股 80%； 吴宏宇持股 20%	自行车、电动自行车、助力车、机械设备及其配件加工、组装、批发兼零售	框架协议 加采购订 单；银行转 账	四至五年

报告期新增前五大供应商变化原因如下：

时间	变化情况	原因
2018 年度	山东常美机械制造有限公司进入前五大	2018 年因之前的农机供应商山东常林农业装备股份有限公司倒闭，发行人增加了对山东常美机械制造有限公司的采购量
2019 年度	汕头市澄海区艳阳春贸易有限公司进入前五大	2019 年发行人新增 A 客户订单，汕头市澄海区艳阳春贸易有限公司系该批订单的主要供应商
2020 年度	天津福盛达运动器材有限公司进入前五大	2019 年开始合作，经公司考察与洽谈，此后增加采购量
	天津市捷创自行车有限公司进入前五大	2020 年金轮供货较为紧张，公司对其整车和零配件采购量有所增加

发行人已与上述供应商签署合作框架协议，保持了良好的合作关系，未来采购数量将视实际采购需求决定。

#### 4、供应商集中度同行业对比情况

报告期内，公司供应商集中度与同行业公司对比情况如下：

公司名称	主营业务	供应商集中度情况	2018 至 2020 年度向前五大供应商采购占比均值
上海凤凰 (600679.SH)	主营凤凰自行车整车以及自行车零件的生产、销售，房地产租赁业、拼柜贸易业务等	2018 年至 2020 年向前五大供应商采购占比分别为 40.41%、25.08%、12.28%	25.92%
中路股份 (600818.SH)	生产销售自行车及零部件、助力车等各类特种车辆和与自行车相关的其他配套产品，租赁车服务，提供劳务等	2018 年至 2020 年向前五大供应商采购占比分别为 31.70%、39.26%、31.26%	34.07%
巨大机械 (9921.TW)	自行车、室内健身车、电动自行车及其相关产品之制造及销售；铝合金管件及铝车圈加工制造销售等	2018 年至 2020 年向第一大供应商采购占比分别为 13.87%、11.29%、12.29%	无法获取
美利达 (9914.TW)	自行车及其零件之制造装配和买卖及其对外加工；机器脚踏车及其零件之制造装配和买卖；电动车及其零件之制造装配和买卖等	2018 年至 2020 年向第一大供应商采购占比分别为 19.45%、19.43%、17.60%	无法获取

公司名称	主营业务	供应商集中度情况	2018至2020年度向前五大供应商采购占比均值
本公司	自行车整车及其零部件和相关衍生产品的设计、研发、生产和销售	2018年至2020年向前五大供应商采购占比分别为42.29%、44.75%、36.36%	41.13%

注：以上同行业上市公司供应商采购占比来源于其公开年报数据。

发行人主要供应商集中度高于上海凤凰和中路股份，主要系由于上海凤凰和中路股份均经营多种业务所致。

公司采购过程中根据价格、交期、质量和服务等因素确定供应商，由于主要供应商在产能、质量控制、交付及时性上具有优势，因此公司向主要供应商采购占比较高，供应商集中符合行业特性。

公司与供应商的定价原则为公司在与客户洽谈确定销售价格后，公司向供应商进行询价，由供应商提供自行车配置清单，公司根据各供应商提供的产品配置清单，结合价格、交期、质量和服务等因素，公司以合理毛利水平确定最终供应商。公司通过向供应商询价，双方合作基于双向选择开展，采购方式公平且独立。公司与主要供应商拥有多年合作历史，与第一大供应商金轮体系内企业合作历史超过十年，公司与主要供应商合作关系良好，业务具有稳定性及可持续性。

## 5、外协加工情况

报告期内，公司委外加工的金额分别为 37.24 万元、52.02 万元和 8.73 万元，占公司采购总额的比例较小。公司委外加工主要涉及自行车表面烤漆、零件加工等处理工序。

公司外包生产和委托加工的差异和联系如下：

项目	差异	联系
外包生产	相关产品原材料由供应商自行采购并按照公司要求生产后即成为产成品，公司无需进一步加工，公司向供应商支付商品货款。	对公司自行车产能进行了补充。
委托加工	相关产品原材料由发行人提供，供应商按照公司要求加工后为半成品，公司需进行进一步加工，公司向供应商支付加工费。	

发行人在外包过程中承担向外包厂商提供设计图纸，提出产品质量要求，并支付外包产成品货款责任。外包生产模式下，发行人直接向外包厂商采购产成品。外包厂商自主与其原材料供应商协商确定原材料的采购价格，原材料价格波动的

风险由外包厂商承担。外包厂商按照发行人要求生产后即为产成品，发行人无需进一步加工。发行人与外包供应商之间按总额法结算，即发行人支付给外包厂商的是外包产品成品的采购款，发行人按照总额法确认产品成品采购符合《企业会计准则》相关规定。

报告期内，发行人委外加工金额较小，发行人在委外加工过程中向外协厂商提供主要原材料，提出加工要求，并支付加工费，加工完成后，进一步组装成整车成品，发行人按照净额法确认加工费符合《企业会计准则》相关规定。

## 6、主要能源采购情况

公司生产主要消耗的能源为水、电力、蒸汽和天然气等。报告期内，主要能源生产耗用情况如下：

项目	2020 年度		
	数量	平均单价	金额（万元）
水（万吨、元/吨）	8.64	4.28	37.00
电力（万度、元/度）	396.31	0.70	276.20
蒸汽（吨、元/吨）	1,565.00	248.93	38.96
天然气（万立方米、元/立方米）	62.87	2.59	162.94
项目	2019 年度		
	数量	平均单价	金额（万元）
水（万吨、元/吨）	6.68	4.64	30.97
电力（万度、元/度）	393.23	0.76	299.47
蒸汽（吨、元/吨）	1,631.00	249.28	40.66
天然气（万立方米、元/立方米）	71.07	3.13	222.79
项目	2018 年度		
	数量	平均单价	金额（万元）
水（万吨、元/吨）	6.12	4.62	28.24
电力（万度、元/度）	461.31	0.76	349.60
蒸汽（吨、元/吨）	1,668.00	246.01	41.03
天然气（万立方米、元/立方米）	72.58	2.78	201.71

### （1）水费

报告期内，公司用水情况如下：

单位：吨、万元

项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	数量	金额	数量	金额	数量	金额
工业用水	19,688.00	8.28	30,980.00	14.13	27,858.00	12.59
生活用水	66,742.00	28.72	35,830.00	16.84	33,302.00	15.65
小计	<b>86,430.00</b>	<b>37.00</b>	<b>66,810.00</b>	<b>30.97</b>	<b>61,160.00</b>	<b>28.24</b>

2020 年生活用水较多系受疫情影响较多工人留在厂区宿舍，日常用水增多所致。

报告期内，公司生产耗水量与自行车整车产量配比情况如下：

项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度
	数量	变动	数量	变动	数量
生产耗水量（吨）	19,688.00	-36.45%	30,980.00	11.21%	27,858.00
整车产量（万辆）	99.35	16.39%	85.36	-13.60%	98.80
单位产品耗水量（吨/万辆）	198.17	-45.40%	362.93	28.72%	281.96

2019 年度因公司产量下降，导致单位产品耗水量上升；2020 年由于梅雨季持续时间较长，消防水池可收集厂区雨水进行储备并用于涂装车间生产耗用，导致用水量减少，单位产品耗水量下降。

## （2）电力

报告期内，公司电力生产耗用情况如下：

单位：万度、万元

项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	数量	金额	数量	金额	数量	金额
电力	396.31	276.20	393.23	299.47	461.31	349.60

报告期内，公司生产耗电量与自行车整车产量配比情况如下：

项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度
	数量	变动	数量	变动	数量
生产耗电量（万度）	396.31	0.78%	393.23	-14.76%	461.31
整车产量（万辆）	99.35	16.39%	85.36	-13.60%	98.80
单位产品耗电量（度/辆）	3.99	-13.41%	4.61	-1.34%	4.67

2020 年公司单位产品耗电量下降，主要系由于对涂装车间的前处理设备

电泳设备进行节能改造，因此 2020 年单位产品耗电量下降。

### (3) 蒸汽费

报告期内，公司蒸汽消耗情况如下：

单位：吨、万元

项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	数量	金额	数量	金额	数量	金额
蒸汽	1,565.00	38.96	1,631.00	40.66	1,668.00	41.03

报告期内，公司蒸汽耗用量与自行车整车产量配比情况如下：

项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度
	数量	变化	数量	变化	数量
生产耗用量（吨）	1,565.00	-4.05%	1,631.00	-2.22%	1,668.00
整车产量（万辆）	99.35	16.39%	85.36	-13.60%	98.80
单位产品耗用量（吨/万辆）	15.75	-17.57%	19.11	13.18%	16.88

蒸汽主要用于涂装车间，2019 年由于产量下降，单位产品耗用量较高。2020 年起公司加强生产管理，不良品返工率、生产线空转率下降，能源耗用量减少，单位产品耗用量下降。

### (4) 天然气费

报告期内，公司天然气消耗情况如下：

单位：万立方米、万元

项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	数量	金额	数量	金额	数量	金额
天然气	62.87	162.94	71.07	222.79	72.58	201.71

报告期内，公司天然气耗用量与自行车整车产量配比情况如下：

项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度
	数量	变化	数量	变化	数量
生产耗用量（万立方米）	62.87	-11.54%	71.07	-2.08%	72.58
整车产量（万辆）	99.35	16.39%	85.36	-13.60%	98.80
单位产品耗用量（立方米/辆）	0.63	-24.10%	0.83	13.70%	0.73

天然气主要用于涂装车间，2019 年由于产量下降，单位产品耗用量较高。2020 年起公司加强生产管理，不良品返工率、生产线空转率下降，能源耗用量

减少，单位产品耗用量下降。

## 7、与第一大供应商金轮体系内企业合作情况

### (1) 与第一大供应商金轮体系内企业的合作历史

公司与金轮方于 2000 年在行业展会相识，金轮方主营业务为自行车及自行车零配件的生产、销售，产能规模较大，产品符合发行人经营需求，产品价格合理且质量稳定，此后双方保持良好合作关系至今。

### (2) 报告期内与金轮体系内具体单家供应商的采购金额、内容和占比

#### ①2020 年公司向金轮体系内企业采购情况如下：

序号	公司名称	采购内容	采购金额 (万元)	金额占比
1	天津市金轮信德车业有限公司	成车、自行车零件、电动自行车、电动自行车零件、童车等	39,634.49	83.76%
2	天津市中轮进出口贸易有限公司	成车、电动自行车、电动自行车零件、自行车零件	2,087.09	4.41%
3	摩德科技(天津)有限公司	自行车零件、电动自行车零件等	1,249.17	2.64%
4	天津市宽福自行车有限公司	自行车零件	1,036.83	2.19%
5	天津金轮云豹自行车有限公司	成车、自行车零件	807.4	1.71%
6	天津市金轮信德进出口贸易有限公司	成车、童车、自行车零件	619.17	1.31%
7	天津摩德运动器材有限公司	自行车零件	597.21	1.26%
8	天津市威德自行车有限公司	电动自行车零件、自行车零件	593.31	1.25%
9	中轮企业(天津)有限公司	电动自行车	418.34	0.88%
10	天津市金轮图腾进出口有限公司	电动自行车、自行车零件、电动自行车零件	224.53	0.47%
11	天津市摩德吉泰运动器材有限公司	自行车零件、电动自行车零件	54.28	0.11%
合计			<b>47,321.83</b>	<b>100.00%</b>

#### ②2019 年公司向金轮体系内企业采购情况如下：

序号	公司名称	采购内容	采购金额 (万元)	金额占比
1	天津市金轮信德车业有限公司	童车、成车、电动自行车、自行车零件、电动自行车零件、摩托车零件	34,196.42	67.14%
2	中轮企业(天津)有限公司	童车、成车、电动自行车、自行车零件、电动自行车零件	9,303.49	18.27%
3	天津金轮自行车集团有限公司	电动自行车零件	1,696.46	3.33%
4	天津市中轮进出口贸易有限公司	自行车零件、电动自行车零件	1,517.56	2.98%
5	天津摩德运动器材有限公司	自行车零件	1,272.02	2.50%

序号	公司名称	采购内容	采购金额 (万元)	金额占比
6	天津市爱轮德自行车有限公司	成车、电动自行车、电动自行车零件	1,063.12	2.09%
7	摩德科技(天津)有限公司	自行车零件、电动自行车零件	775.87	1.52%
8	天津市威德自行车有限公司	自行车零件、电动自行车零件	617.42	1.21%
9	天津市宽福自行车有限公司	自行车零件	217.72	0.43%
10	天津市金轮信德进出口贸易有限公司	童车、成车、自行车零件	114.87	0.23%
11	天津市金轮海通自行车有限公司	自行车零件、电动自行车零件	86.34	0.17%
12	天津市摩德吉泰运动器材有限公司	自行车零件、电动自行车零件	50.63	0.10%
13	天津金轮云豹自行车有限公司	成车	14.33	0.03%
14	TOTEM BIKES, s.r.o	电动自行车	4.16	0.01%
15	天津市金轮图腾进出口有限公司	自行车零件	0.22	0.00%
合计			<b>50,930.63</b>	<b>100.00%</b>

③2018年公司向金轮体系内企业采购情况如下:

序号	公司名称	采购内容	采购金额 (万元)	金额占比
1	天津市金轮信德车业有限公司	童车、成车、电动自行车、自行车零件、电动自行车零件、摩托车零件	36,774.99	75.89%
2	天津市爱轮德自行车有限公司	成车、电动自行车、自行车零件、电动自行车零件	3,979.86	8.21%
3	天津金轮自行车集团有限公司	童车、成车、自行车零件、电动自行车零件	2,533.57	5.23%
4	中轮企业(天津)有限公司	成车、电动自行车、自行车零件、电动自行车零件	1,816.82	3.75%
5	天津市威德自行车有限公司	自行车零件、电动自行车零件	901.61	1.86%
6	摩德科技(天津)有限公司	自行车零件、电动自行车零件	809.29	1.67%
7	天津摩德运动器材有限公司	自行车零件、电动自行车零件	735.64	1.52%
8	天津市金轮海通自行车有限公司	自行车零件、电动自行车零件	293.45	0.61%
9	天津市金轮信德进出口贸易有限公司	成车、自行车零件	266.16	0.55%
10	天津市摩德吉泰运动器材有限公司	自行车零件、电动自行车零件	187.86	0.39%
11	天津市宽福自行车有限公司	自行车零件、电动自行车零件	133.80	0.28%
12	天津市金轮途腾运动器材有限公司	自行车零件	15.33	0.03%
13	天津金轮云豹自行车有限公司	童车	12.21	0.03%
14	天津市中轮进出口贸易有限公司	电动自行车、电动自行车零件	0.47	0.00%
合计			<b>48,461.06</b>	<b>100.00%</b>



(3) 向金轮体系内企业采购合同的主要条款

公司与金轮体系内各企业签订的采购合同格式与内容一致, 采购合同的主要条款如下:

主要条款	内容
货物概况及标准	货物的具体名称、规格、数量、单价及总价、交货期限与地点等, 根据经双方确认的采购单或购销合同确定。
货款结算与支付	采购商收到发票之日起 45 个工作日内通过银行转账支付
货物交付、包装及运输	1、交货时间、地点及收货人详见双方确认的采购单或购销合同的约定。 2、除双方另有书面约定外, 供应商应根据货物特性及运输要求, 对货物提供适当包装, 包装连同货物一起交付于采购商。采购商有权拒收不符合包装要求的货物。 3、除双方另有书面约定外, 本合同项下货物由供应商负责运输或指定物流公司运送至采购商指定地点, 运费由供应商承担。
货物送达确认、检验	货物送达时, 采购商或其指定的第三方应根据采购单或购销合同所列内容对货物进行现场检验。若无异议, 采购商将作出送达确认; 若货物发现任何问题, 供应商应立即进行更正, 将符合合同要求的换货或补货在采购商要求期限内送至该地址, 并承担相关费用。
质量异议处理	采购商对货物作出送达确认之日起 15 个工作日内, 有权对货物出现的任何缺陷或不足向供应商提出异议, 供应商应在采购商要求期限内对有缺陷或不足的货物进行调换、修理、补充或退货, 并承担全部相关费用。
所有权与风险转移	货物的所有权及毁损、灭失之风险自双方完成交付之日起转移。

(4) 采购集中于金轮体系内企业的原因及合理性

公司采购过程中根据价格、交期、质量和服务等因素确定供应商, 由于金轮体系内企业在产能、服务、质量控制、交付及时性上具有优势, 能有效满足公司多品种、小批量的订单采购需求, 因此公司向金轮体系内企业采购占比较高, 供应商集中符合行业特性。

(5) 公司向金轮体系内企业的采购占其同类产品同期销售的比例

发行人向金轮体系内公司采购商品主要为自行车整车及零配件、助力电动自行车整车及零部件。公司向金轮体系内企业的采购占其同类产品同期销售的比例情况如下:

单位: 万元

年份	商品类别	向金轮体系内企业的采购金额	金轮体系内企业同类产品销售金额	占比
2020 年度	整车	26,163.00	56,192.70	46.56%
	零配件及其他	21,158.83	65,229.80	32.44%
2019 年度	整车	27,803.45	55,942.55	49.70%
	零配件及其他	23,127.18	68,221.92	33.90%
2018 年度	整车	27,668.98	57,285.67	48.30%

	零配件及其他	20,792.08	59,051.63	35.21%
--	--------	-----------	-----------	--------

(6) 当期期末未实现销售的产品金额及占比

报告期内，公司向金轮体系内企业采购商品主要为童车、成车、助力电动自行车及相关零部件。报告期各期末相关产品未实现销售金额情况如下：

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
期末未实现销售金额	262.71	295.86	0.00
向金轮体系内企业采购金额	47,321.83	50,930.63	48,461.06
未实现销售金额占比	0.56%	0.58%	0.00%

报告期各期末未实现销售商品主要为发出商品，金额占比较小。

(7) 对金轮体系内企业不存在重大依赖且不存在重大不利影响

金轮体系内企业主营业务为自行车整车及零配件的生产与销售，久祺与金轮双方长期合作关系基于双方真实商业需求，同时有利于发行人对采购价格、质量、交期等关键要素的有效管控，并非对金轮方产品的依赖。针对外包予金轮方生产的产品，久祺提供相关设计图纸、贴花设计稿、产品配置表，并派驻品管团队对生产全流程进行管控，出厂前进行检验，久祺能够对所有外包生产关键流程实施控制。

此外，我国自行车行业竞争充分，生产企业数量众多，市场供给充足。公司已与 500 多家主要供应商建立了合作关系，拥有较强的议价能力，能够及时寻找到替代的外包生产商或零件供应商，保证生产经营的正常进行。

因此，发行人对金轮体系企业不存在重大依赖。

(8) 公司向金轮体系内企业采购相关原材料价格的公允性

报告期内，发行人向金轮体系内企业采购整车及关键零部件平均价格与公司同类产品公司采购平均价格对比情况如下：

商品名称	单位	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
		向金轮采购价格	公司平均采购价格	向金轮采购价格	公司平均采购价格	向金轮采购价格	公司平均采购价格
自行车整车							
童车	元/辆	371.20	152.08	312.36	154.27	324.17	173.09

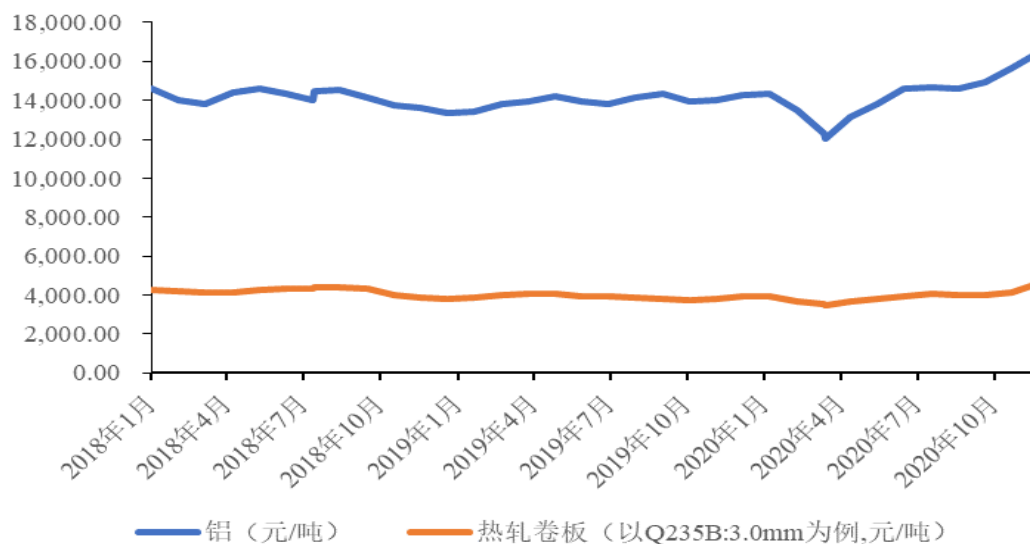
商品名称	单位	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
		向金轮采购价格	公司平均采购价格	向金轮采购价格	公司平均采购价格	向金轮采购价格	公司平均采购价格
成人车	元/辆	433.81	432.38	417.31	413.81	417.24	407.72
电动自行车	元/辆	3,256.82	3,241.70	3,320.05	3,305.30	2,691.92	2,675.04
自行车零件							
架叉	元/套	106.38	62.73	92.01	62.29	100.11	66.33
车架	元/个	117.78	80.14	95.21	76.89	114.84	101.06
鞍座	元/个	11.68	8.45	10.55	7.87	11.13	8.14

报告期内，公司向金轮主要采购成人自行车和助力电动自行车及其零配件，少量采购童车。整车中，公司向金轮采购的童车主要是儿童山地车，儿童山地车多为大龄儿童骑行，尺寸较大，一般为 20 寸，配置了变速器，所用材质承重能力、抗震能力更强，因此儿童山地车价格显著高于普通童车，使得公司向金轮采购的童车价格高于公司童车平均采购单价；公司向金轮采购的成人车和助力电动自行车与公司的整体平均采购单价基本一致，不存在显著差异。

公司向金轮体系内企业采购商品在公司产品体系内整体处于较高档次，区分自行车档次的显著特征之一是自行车车架的材质。按照自行车车架材质区分，公司向金轮体系内企业和其他企业整车采购数量及占比情况如下：

项目	车架材质	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
		数量 (万辆)	数量占比	数量 (万辆)	数量占比	数量 (万辆)	数量占比
向金轮体系内企业采购	钢材质	25.02	47.16%	32.95	56.67%	39.08	61.79%
	其他材质	28.03	52.84%	25.19	43.33%	24.17	38.21%
	<b>合计</b>	<b>53.05</b>	<b>100.00%</b>	<b>58.14</b>	<b>100.00%</b>	<b>63.25</b>	<b>100.00%</b>
向其他供应商采购	钢材质	70.75	52.39%	60.98	70.14%	79.22	72.82%
	其他材质	64.30	47.61%	25.96	29.86%	29.57	27.18%
	<b>合计</b>	<b>135.05</b>	<b>100.00%</b>	<b>86.94</b>	<b>100.00%</b>	<b>108.79</b>	<b>100.00%</b>

报告期内，铝材与钢材市场价格对比如下：



数据来源: WIND

公司自行车车架材质包括钢、铝合金、镁合金、碳纤维等,车架材质基本决定了自行车的产品档次,钢材质车架价格显著低于其他材质车架价格,因此将车架材质区分为钢材质和其他材质两类。从上表可知,公司向金轮体系内企业采购的自行车中其他材质的自行车数量占比高于向其他供应商的采购占比,因此报告期内发行人向金轮体系内企业的采购价格高于公司平均采购价格,进一步细分对比如下:

①整车采购单价对比

报告期内,公司向金轮采购的相同材质和相同尺寸的同类整车与公司平均采购单价对比如下:

A.2020 年度

单位: 元/辆

大类	尺寸	材质	向金轮采购价格	公司平均采购价格	差异率
童车	16	铝合金	373.80	477.32	-21.69%
	20	铝合金	470.22	560.78	-16.15%
成车	24	钢	308.91	306.24	0.87%
		铝合金	503.19	501.61	0.31%
	26	钢	326.18	333.12	-2.08%
		铝合金	509.37	494.01	3.11%
	28	钢	335.10	341.18	-1.78%

大类	尺寸	材质	向金轮采购价格	公司平均采购价格	差异率
	29	铝合金	535.75	531.22	0.85%
		钢	373.98	367.99	1.63%
		铝合金	590.64	552.01	7.00%
助力电动自行车	28	铝合金	3,152.08	3,137.68	0.46%

## B.2019 年度

单位：元/辆

大类	尺寸	材质	向金轮采购价格	公司平均采购价格	差异率
童车	16	铝合金	335.32	309.22	8.44%
	20	铝合金	420.26	413.12	1.73%
成车	24	钢	294.62	289.4	1.80%
		铝合金	477.76	476.95	0.17%
	26	钢	324.52	321.43	0.96%
		铝合金	492.05	486	1.24%
	28	钢	331.3	351.03	-5.62%
		铝合金	555.18	548.62	1.20%
	29	钢	392.96	384.37	2.23%
		铝合金	639.8	575.95	11.09%
助力电动自行车	28	铝合金	3,087.54	3,087.10	0.01%

## C.2018 年度

单位：元/辆

大类	尺寸	材质	向金轮采购价格	公司平均采购价格	差异率
童车	16	铝合金	266.42	285.91	-6.82%
	20	铝合金	404.87	405.5	-0.16%
成车	24	钢	302.13	300.78	0.45%
		铝合金	469.64	472.45	-0.59%
	26	钢	326.37	316.71	3.05%
		铝合金	534.52	515.89	3.61%
	28	钢	353.64	356.67	-0.85%
		铝合金	582.13	584.08	-0.33%
	29	钢	394.26	392.33	0.49%
		铝合金	679.78	624.78	8.80%

大类	尺寸	材质	向金轮采购价格	公司平均采购价格	差异率
助力电动自行车	28	铝合金	2,588.84	2,589.50	-0.03%

从上表可见，报告期内，公司向金轮体系内企业采购的相同车架材质和相同尺寸的主要整车与公司平均采购单价不存在较大差异。由于公司下游客户订单产品具有定制化特征，整车除了车架以外，还由众多不同档次和价格的零部件按照客户销售市场对产品整体档次和目标成本的要求以及各供应商不同的零配件采购体系灵活配置组装而成，因此整车产品的采购价格存在一定的差异，与行业经营特点及公司的实际经营状况相符。报告期各期，采购价格差异率超过 5% 以上的具体原因分析如下：

#### a.2018 年度

2018 年，公司向金轮体系内企业采购的 16 寸铝合金童车中，由于乌克兰客户 ARDIS 的订单为 CKD 形式的全散件，少部分零配件由客户自行购买，因而采购价格为 172.57 元/辆，拉低了公司向金轮采购的平均单价；而向其他供应商采购的此类产品中，浙江永福车业有限公司生产的车型配置了 ZOOM 品牌的铝材质车把、把立等，整体档次较高，采购价格为 516.26 元/辆，从而拉高了公司该产品平均采购价格。

2018 年，公司向金轮体系内企业采购的 29 寸铝合金成车配备了进口的喜玛诺变速系统、刹车系统零部件以及台资厂商的一体式铝质曲柄等，因此整体采购成本较高；而向其他供应商采购的此类车型定位为经济型车款，配置主要为经济款的喜玛诺零件及其他国产零配件，如天津市捷创自行车有限公司的采购均价为 430.98 元/辆，因此公司向金轮体系内企业采购的此类产品价格高于公司平均采购单价。

#### b.2019 年度

2019 年，公司向金轮体系内企业采购的 16 寸铝合金童车配置的车把、把立、车圈等为铝合金材质，整体成本较高，而向其他供应商采购的以钢材质配件为主，相应采购成本较低，如浙江杭依自行车制造有限公司的采购均价为 250.44 元/辆；因此，向金轮体系内企业采购的此类产品价格略高于公司平均采购单价。

2019 年，公司向金轮体系内企业采购的 28 寸钢材质成车低于公司平均采购

单价，主要系由于本期向其他供应商采购的 28 寸钢材质成车中存在三轮车，成本较两轮车略高。

2019 年，公司向金轮体系内企业采购的 29 寸铝合金成车配备了进口的喜玛诺变速系统、刹车系统零部件以及台资厂商的牙盘曲柄等，因此整体采购成本较高，而向其他供应商采购的此类车型定位为经济型车款，配置主要为国产零配件，如天津福盛达运动器材有限公司的采购均价为 453.27 元/辆，因此向金轮体系内企业采购的此类产品价格高于公司平均采购单价。

c.2020 年度

2020 年度，公司向金轮体系内企业采购的 16 寸、20 寸铝合金材质童车低于公司平均采购单价，主要系公司向天津市捷创自行车有限公司采购了部分配置为折叠式铝车架、折叠式铝车把和把立、后 7 或后 8 档变速的高端童车拉高了平均采购价格所致。

2020 年度，公司向金轮体系内企业采购的 29 寸铝合金材质成车高于公司平均采购单价，主要系公司向金轮体系内企业采购的大部分自行车配置为台资品牌前叉、多档变速系统等高端零配件所致。

②零件采购单价对比

报告期内，公司采购的零件及其供应商众多，材质、品牌、细分品种等差异较大，为增强可比性，以下对公司向金轮采购的主要零件与向其他供应商采购的同类产品单价对比如下：

A.2020 年度

商品名称	单位	向金轮采购价格	可比供应商名称	可比供应商采购价格	差异率
架叉	元/套	106.38	斯博特（天津）自行车有限公司	101.68	4.42%
车架	元/个	117.78	天津友鹏永悦工贸有限公司	118.20	-0.36%
鞍座	元/个	11.68	天津柏克森科技有限公司	11.60	0.68%

B.2019 年度

商品名称	单位	向金轮采购价格	可比供应商名称	可比供应商采购价格	差异率
架叉	元/套	92.01	天津聚盛运动器材有限公司/天津盛方泰科技有限公司/天津市聚友	96.75	-4.90%

商品名称	单位	向金轮采购价格	可比供应商名称	可比供应商采购价格	差异率
			自行车有限公司		
车架	元/个	95.21	天津市聚友自行车有限公司	97.72	-2.57%
鞍座	元/个	10.55	天津华冠自行车配件有限公司	9.87	6.89%

C.2018 年度

商品名称	单位	向金轮采购价格	可比供应商名称	可比供应商采购价格	差异率
架叉	元/套	100.11	天津盛方泰科技有限公司/天津市聚友自行车有限公司	105.42	-5.04%
车架	元/个	114.84	天津市聚友自行车有限公司	118.94	-3.45%
鞍座	元/个	11.13	天津华冠自行车配件有限公司	11.52	-3.39%

从上表可见，报告期内，公司向金轮采购的主要零件与向其他可比供应商采购的同类产品单价不存在较大差异。部分零件由于材质、工艺等存在差别，因此采购价格存在小幅差异，报告期各期，采购价格差异率超过 5% 以上的具体原因分析如下：

a.2018 年度

2018 年，公司向金轮体系内企业采购的架叉中有部分毛坯的，无贴花和烤漆成本，因此向金轮体系内企业采购的架叉略低于可比供应商价格。

b.2019 年度

2019 年，公司向金轮体系内企业采购的鞍座为皮面且为加厚型发泡垫，成本相对略高；而向天津华冠自行车配件有限公司采购的鞍座为经济普通款，因此采购价格略低。

综上，发行人向金轮体系内企业的采购价格与公司平均采购价格存在小幅差异，符合公司实际经营情况和市场情况，具有合理性。

报告期内，发行人向金轮体系内企业采购整车及主要零部件平均价格与金轮体系内企业向其他客户销售的同类产品价格对比情况如下：

商品名称	单位	2020 年度			2019 年度			2018 年度		
		发行人向金轮采购价格	金轮向其他客户销售价格	差异率	发行人向金轮采购价格	金轮向其他客户销售价格	差异率	发行人向金轮采购价格	金轮向其他客户销售价格	差异率



自行车整车										
童车	元/辆	371.20	324.83	14.28%	312.36	289.19	8.01%	324.17	350.74	-7.58%
成人车	元/辆	433.81	432.10	0.40%	417.31	393.02	6.18%	417.24	419.46	-0.53%
助力电动自行车	元/辆	3,256.82	3,199.40	1.79%	3,320.05	3,327.65	-0.23%	2,691.92	2,993.03	-10.06%
自行车零件										
架叉	元/套	106.38	108.30	-1.77%	92.01	92.23	-0.24%	100.11	122.84	-18.50%
车架	元/个	117.78	117.24	0.46%	95.21	96.55	-1.39%	114.84	115.1	-0.23%
鞍座	元/个	11.68	10.30	13.40%	10.55	10.67	-1.12%	11.13	11.27	-1.24%

公司自行车整车系根据客户对于产品的结构与外观、工艺与材质、功能与定位等需求进行开发和设计，主要以 ODM 形式定制化生产与采购，整车由众多零部件灵活配置组装而成，而各个自行车零部件又有品牌、材质、结构和工艺复杂程度之分，因此公司外包生产商向发行人及其他客户销售的产品基本上无完全一致的产品。

报告期内，发行人向金轮体系内企业采购整车及主要零部件平均价格与金轮体系内企业向其他客户销售的同类产品价格有一定差异，主要系产品配置不同所致。报告期各期，采购价格差异率超过 5% 以上的具体分析如下：

#### A.2018 年度

2018 年，公司向金轮采购的童车低于金轮向其他客户销售的价格，主要系公司采购的订单部分为 CKD 形式的全散件，不包含组装费用，从而拉低了公司向金轮采购的该类产品平均单价。

2018 年公司向金轮采购的电动自行车价格低于金轮向其他客户销售的价格，主要系由于金轮向其他客户销售的部分电动自行车包括韩国三星品牌的锂电池，价格较高，拉高了金轮向其他客户销售的平均单价。

2018 年公司向金轮采购的架叉价格低于金轮向其他客户销售的价格，主要系由于金轮向其他客户销售的异形架叉单价偏高所致，经对比公司向天津市聚友自行车有限公司采购的同类异形架叉产品，价格为 122.15 元，与金轮向其他客户销售的价格差异较小。

#### B.2019 年度

2019年，公司向金轮采购的童车价格略高于金轮向其他客户销售的价格，主要系公司采购的部分订单出口欧洲地区，配置要求较高，因此公司向金轮采购的价格略高。

2019年，公司向金轮采购的成人车高于金轮向其他客户销售的价格，主要系公司采购的成人车以铝合金材质为主并采购了少部分单价较高的碳纤维成车，从而拉高了公司向金轮的采购价格。

### C.2020年度

2020年度，公司向金轮采购的童车价格高于金轮向其他客户销售的价格，主要系公司采购的部分订单出口欧洲地区，配置要求较高，因此公司向金轮采购的价格略高。

2020年度，公司向金轮采购的鞍座价格高于金轮向其他客户销售的价格，主要系公司向金轮采购的鞍座部分订单销往欧洲地区，平均价格略高。

综上，发行人向金轮体系内企业采购整车及主要零部件平均价格与金轮体系内企业向其他客户销售的同类产品价格存在一定差异，符合公司实际经营情况和市场情况，具有合理性。

(9) 金轮体系内企业实际控制人、公司股东与发行人及其关联人不存在关联关系或其他利益安排

报告期内，与公司存在业务合作的金轮体系内 16 家企业股权结构具体情况如下：

序号	公司名称	股权结构	经营范围
1	天津金轮自行车集团有限公司	杨茂秀持股50%，杨玉峰持股50%	自行车及其零部件的制造加工，金属及有色金属的材料加工等
2	天津市金轮信德车业有限公司	杨玉峰持股99.64%，杨玉欣持股0.36%	自行车、滑板车、电动自行车制造、销售。健身器材制造销售。喷涂加工，金属材料，化工产品
3	天津市中轮进出口贸易有限公司	杨玉峰持股99%，杨玉欣持股1%	货物进出口、批发兼零售、贸易代理服务
4	天津市金轮信德进出口贸易有限公司	杨玉峰持股85%，李珍昆持股15%	货物或技术进出口，自行车、电动车及其零配件的销售、贸易代理服务
5	天津市金轮图腾进出口有限公司	杨玉峰持股75%、李珍昆持股15%、天津市中轮进出口贸易有限公司持股10%	货物及技术进出口、批发和零售业
6	中轮企业（天津）有限公司	天津市金轮信德车业有限公司持股92.5%，爱根图日普有限公司持股7.5%	生产、销售汽车、摩托车锻造毛坯件、配件等
7	天津摩德运动器材有限公司	天津市金轮信德车业有限公司持股99%，杨玉欣持股1%	健康器材、滑板、自行车及其零件制造、销售、电动车组装销售

序号	公司名称	股权结构	经营范围
8	摩德科技(天津)有限公司	天津云仓物流有限公司持股69.97%; 张寒持股30.03%	自行车前叉和钢车架的生产
9	天津市摩德吉泰运动器材有限公司	天津市金轮信德车业有限公司持股50%, 杨玉峰持股20%、余海鹏持股30%	健身器材及零件、自行车、电动车零件、齿盘制造等
10	天津市爱轮德自行车有限公司	天津市金轮信德车业有限公司持股99%, 杨玉欣持股1%	自行车、滑板、健身器材及其零件制造、销售、电动自行车组装、销售等
11	天津市金轮途腾运动器材有限公司	杨玉峰持股99%, 杨玉欣持股1%	自行车、滑板、健身器材及其零件制造、销售、电动自行车组装、销售等
12	天津市金轮海通自行车有限公司	杨玉峰持股97%, 杨玉欣持股3%	自行车、滑板、健身器材及其零件制造、销售、电动自行车组装、销售等
13	天津市宽福自行车有限公司	杨玉欣持股100%	自行车、电动自行车组装、销售, 自行车零件、电动自行车零配件制造、销售, 训练健身器材制造技术开发
14	天津市威德自行车有限公司	杨玉欣持股50%, 高鑫琳持股30%, 高志忠持股20%	自行车及零部件制造、销售; 电动自行车组装; 橡塑制品制造; 货物进出口; 道路普通货运
15	天津金轮云豹自行车有限公司	杨茂秀持股83.33%, 高志忠持股16.67%	自行车及零部件制造、加工、销售; 电动自行车组装、销售
16	TOTEM BIKES, s.r.o (捷克)	天津市金轮信德进出口贸易有限公司持股80%	电动自行车的制造及销售

注: 1、杨玉峰系杨茂秀之子, 杨玉欣系杨茂秀之女; 2、摩德科技(天津)有限公司实际控制人已于2020年12月29日由杨玉峰变更为赵东海, 报告期内仍将其认定为金轮体系内企业。

金轮体系内企业实际控制人为杨玉峰家族。杨玉峰家族及金轮体系内企业其他公司股东与发行人及其关联人不存在关联关系或其他利益安排。

#### (10) 发行人与金轮体系内企业及实际控制人往来信息汇总

##### ①发行人与金轮体系内企业及实际控制人往来情况

##### A. 销售及采购情况

金轮体系内企业作为发行人报告期内主要供应商, 与发行人存在采购销售交易, 具体情况如下:

时间	项目	金额(万元)	商品内容
2020年度	采购	47,321.83	自行车整车及零部件、电动自行车整车及零部件、摩托车零件
	销售	771.26	童车及自行车零件
2019年度	采购	50,930.63	自行车整车及零部件、电动自行车整车及零部件
	销售	358.02	童车及自行车零件
2018年度	采购	48,461.06	自行车整车及零部件、电动自行车整车及零部件
	销售	331.96	童车及自行车零件

##### B. 商标转让

杭州轮彦科技有限公司的唯一股东为自然人杨玉峰，为报告期内发行人供应商金轮体系内企业主要股东。发行人现任董事胡小娟曾经担任杭州轮彦科技有限公司监事，发行人业务员曹剑峰曾担任执行董事兼总经理。2018年5月，杭州轮彦科技有限公司与杭州久亿车业有限公司签订《注册商标转让协议》，杭州轮彦科技有限公司将其持有的商标无偿转让给杭州久亿车业有限公司。因杭州轮彦科技有限公司自成立以来未实际经营，在注销前双方经协商后将上述商标无偿转让给杭州久亿车业有限公司，定价具有合理性。杭州轮彦科技有限公司与发行人之间商标转让不存在纠纷或潜在纠纷。

### C. 共同投资

天津市摩德吉泰运动器材有限公司曾为发行人与天津市金轮信德车业有限公司共同投资的企业，2016年3月，发行人将持有的天津市摩德吉泰运动器材有限公司全部股权转让给了杨玉峰。

②发行人实际控制人及其控制的其他企业与金轮体系内企业及实际控制人往来情况

#### A. 销售及采购情况

报告期内，金轮体系内企业与久祺进出口存在红酒和服装交易，具体情况如下：

##### a. 久祺进出口销售

年度	销售方	采购方	交易内容	交易金额（万元）
2020年度	久祺进出口	金轮体系内企业	-	-
2019年度	久祺进出口	金轮体系内企业	服装	39.74
2018年度	久祺进出口	金轮体系内企业	红酒	9.16
			服装	0.58

##### b. 久祺进出口采购

年度	销售方	采购方	交易内容	交易金额（万元）
2020年度	金轮体系内企业	久祺进出口	-	-
2019年度	金轮体系内企业	久祺进出口	-	-
2018年度	金轮体系内企业	久祺进出口	红酒	83.17

报告期内，久祺进出口与金轮体系内企业之间因各自渠道具有互补优势，双方基于各自需求产生交易，具有合理真实的商业背景，相关交易金额较小，不存在对发行人利益产生重大不利影响的情形。

### B. 资金往来

报告期内，天津市金轮信德车业有限公司曾有意参股浙江久祺运动发展有限公司 500 万元，但因发行人计划上市，为提高发行人独立性，最终天津市金轮信德车业有限公司未实际入股。

2017 年 6 月、2019 年 1 月，久祺进出口分别向天津市金轮信德车业有限公司出借 1100 万元、500 万元资金，天津市金轮信德车业有限公司已分别于 2018 年 7 月、2019 年 9 月归还上述借款。

### C. 共同投资

发行人实际控制人李政、卢志勇曾分别持有杨玉峰控制的天津中轮小额贷款有限公司 10.00%、10.00% 的股份。2021 年 4 月，李政、卢志勇将持有的全部股权按净资产的价格转让给了天津市金轮信德车业有限公司，转让后李政、卢志勇不再持有上述股份。

## 8、同种原材料采购价格在不同供应商之间差异情况

2020 年公司向主要原材料的主要供应商采购价格情况如下：

原材料名称	单位	公司名称	数量 (万)	金额 (万元)	占同种原材料采购金额比例	平均单价
车架	个	魏志华同一控制下企业	15.49	452.82	61.72%	29.23
		浙江恩泽车业有限公司	2.44	168.24	22.93%	68.93
		<b>合计</b>	<b>17.93</b>	<b>621.07</b>	<b>84.65%</b>	
外胎	条	江苏飞跃橡胶有限公司	72.65	1,094.46	66.66%	15.06
		天津市万达轮胎集团有限公司	12.87	227.84	13.88%	17.71
		<b>合计</b>	<b>85.52</b>	<b>1,322.30</b>	<b>80.54%</b>	
闸器	个	宁波桑夏车业有限公司	48.43	168.76	27.80%	3.48
		徐柏良同一控制下企业	49.36	241.66	39.81%	4.90
		泰州顺瑞交通器材有限公司	14.89	51.17	8.43%	3.44
		宁波力猛车业有限公司	8.47	46.36	7.64%	5.48
		<b>合计</b>	<b>121.15</b>	<b>507.95</b>	<b>83.67%</b>	

原材料名称	单位	公司名称	数量(万)	金额(万元)	占同种原材料采购金额比例	平均单价
车圈	副	杭州临安锐拓车业有限公司	41.06	300.94	30.30%	7.33
		浙江子逸车业有限公司	40.89	263.20	26.50%	6.44
		天津市大城伟业科技股份有限公司	8.29	174.18	17.54%	21.01
		金华市双星铝圈有限公司	4.24	75.69	7.62%	17.85
		<b>合计</b>	<b>94.49</b>	<b>814.01</b>	<b>81.96%</b>	
鞍座	个	德清骑达车业有限公司	47.05	335.18	38.28%	7.12
		宁波挺博车业有限公司	29.62	276.52	31.58%	9.34
		河北省邢台市华北自行车零件厂	12.96	101.57	11.60%	7.83
		<b>合计</b>	<b>89.63</b>	<b>713.27</b>	<b>81.45%</b>	
轴皮	个	宁波晟路车业有限公司	42.93	353.74	47.60%	8.24
		慈溪市康跃车业有限公司	9.63	102.69	13.82%	10.67
		慈溪市大昌车业有限公司	7.47	89.04	11.98%	11.91
		宁波奥洋车业有限公司	15.42	66.85	9.00%	4.34
		<b>合计</b>	<b>75.44</b>	<b>612.32</b>	<b>82.39%</b>	
把立	个	南通雨奇金属制品有限公司	23.51	247.19	37.55%	10.51
		杭州富阳奔峰车料有限公司	26.61	149.15	22.66%	5.60
		杭州永诚自行车配件厂	18.14	77.78	11.81%	4.29
		杭州迪生车业有限公司	9.42	52.14	7.92%	5.54
		蔡彩琴、李智源同一控制下企业	7.84	35.65	5.42%	4.55
		<b>合计</b>	<b>85.52</b>	<b>561.90</b>	<b>85.35%</b>	

注：针对某类零件，公司向供应商采购该零件的金额由大到小排列合计金额超过该类零件原材料采购总额 80% 的供应商为该类原材料的主要供应商。

2019 年公司向主要原材料的主要供应商采购价格情况如下：

原材料名称	单位	公司名称	数量(万)	金额(万元)	占同种原材料采购金额比例	平均单价
车架	个	魏志华同一控制下企业	28.40	812.30	50.88%	28.60
		浙江恩泽车业有限公司	4.09	261.77	16.40%	64.01
		天津盛方泰科技有限公司	1.50	88.54	5.55%	58.93
		天津市聚友自行车有限公司、天津聚盛运动器材有限公司	0.92	74.69	4.68%	80.92
		天津市金轮信德车业有限公司	1.10	71.66	4.49%	65.10
		<b>合计</b>	<b>36.01</b>	<b>1,308.95</b>	<b>81.99%</b>	
外胎	条	江苏飞跃橡胶有限公司	43.55	618.44	55.16%	14.20

原材料名称	单位	公司名称	数量(万)	金额(万元)	占同种原材料采购金额比例	平均单价
		耿玉顺同一控制下企业	24.24	349.57	31.18%	14.42
		<b>合计</b>	<b>67.79</b>	<b>968.01</b>	<b>86.34%</b>	
闸器	个	宁波豪星车业有限公司	35.29	131.28	32.97%	3.72
		宁波桑夏车业有限公司	42.28	127.73	32.08%	3.02
		宁波力猛车业有限公司	9.29	48.88	12.27%	5.26
		慈溪大丰车业有限公司	7.42	31.46	7.90%	4.24
		<b>合计</b>	<b>94.27</b>	<b>339.34</b>	<b>85.22%</b>	
车圈	副	杭州临安锐拓车业有限公司	52.62	411.63	59.41%	7.82
		杭州斯诺曼车圈有限公司	7.91	71.05	10.26%	8.98
		天津市大城伟业科技股份有限公司	2.86	63.59	9.18%	22.25
		杭州九堡包装五金综合厂	7.88	43.44	6.27%	5.51
		<b>合计</b>	<b>71.28</b>	<b>589.71</b>	<b>85.12%</b>	
鞍座	个	慈溪市科威玩具有限公司	0.11	1.43	45.64%	12.71
		德清晨笙工艺品有限公司	0.16	1.70	54.36%	10.42
		<b>合计</b>	<b>0.28</b>	<b>3.13</b>	<b>100.00%</b>	
轴皮	个	宁波晟路车业有限公司	76.21	402.10	48.04%	5.28
		宁波奥洋车业有限公司	40.29	130.93	15.64%	3.25
		慈溪市康跃车业有限公司	10.70	112.89	13.49%	10.55
		宁波禧诺车业有限公司	20.98	70.65	8.44%	3.37
		<b>合计</b>	<b>148.18</b>	<b>716.57</b>	<b>85.62%</b>	
把立	个	杭州迪生车业有限公司	23.77	117.14	26.89%	4.93
		杭州富阳奔峰车料有限公司	18.40	113.54	26.06%	6.17
		昆山兴雅佳达贸易有限公司	2.76	46.19	10.60%	16.74
		天津市佳宝电动自行车有限公司	4.13	30.18	6.93%	7.31
		浙江杭依自行车制造有限公司	6.47	27.74	6.37%	4.29
		杭州中兴车业有限公司	4.58	27.29	6.26%	5.96
		<b>合计</b>	<b>60.10</b>	<b>362.09</b>	<b>83.11%</b>	

2018年公司向主要原材料的主要供应商采购价格情况如下：

原材料名称	单位	公司名称	数量(万)	金额(万元)	占同种原材料采购金额比例	平均单价
车架	个	魏志华同一控制下企业	29.78	880.71	60.05%	29.57
		浙江恩泽车业有限公司	2.31	145.63	9.93%	63.05

原材料名称	单位	公司名称	数量(万)	金额(万元)	占同种原材料采购金额比例	平均单价
		天津盛方泰科技有限公司	1.71	82.78	5.64%	48.32
		浙江永顺车业有限公司	1.00	75.73	5.16%	75.86
		<b>合计</b>	<b>34.80</b>	<b>1,184.84</b>	<b>80.78%</b>	
外胎	条	江苏飞跃橡胶有限公司	44.23	636.74	53.34%	14.40
		耿玉顺同一控制下企业	36.97	521.09	43.65%	14.09
		<b>合计</b>	<b>81.20</b>	<b>1,157.83</b>	<b>96.99%</b>	
闸器	个	宁波桑夏车业有限公司	155.77	313.77	48.96%	2.01
		宁波豪星车业有限公司	44.87	132.18	20.62%	2.95
		宁波力盟自行车零件有限公司	28.55	100.08	15.62%	3.51
		<b>合计</b>	<b>229.19</b>	<b>546.03</b>	<b>85.20%</b>	
车圈	副	杭州临安锐拓车业有限公司	61.63	511.52	66.59%	8.30
		德清晨笙工艺品有限公司	16.28	88.52	11.52%	5.44
		金华市双星铝圈有限公司	1.49	38.51	5.01%	25.79
		<b>合计</b>	<b>79.40</b>	<b>638.56</b>	<b>83.13%</b>	
鞍座	个	德清晨笙工艺品有限公司	0.39	3.94	63.59%	10.14
		慈溪市科威玩具有限公司	0.10	1.30	20.96%	12.47
		<b>合计</b>	<b>0.49</b>	<b>5.24</b>	<b>84.55%</b>	
轴皮	个	宁波晟路车业有限公司	71.87	366.51	41.65%	5.10
		宁波奥洋车业有限公司	75.23	248.70	28.26%	3.31
		苏州福而康车料有限公司	5.27	75.31	8.56%	14.29
		宁波禧诺车业有限公司	18.19	56.65	6.44%	3.12
		<b>合计</b>	<b>170.56</b>	<b>747.17</b>	<b>84.90%</b>	
把立	个	杭州迪生车业有限公司	29.77	151.32	27.43%	5.08
		昆山兴雅佳达贸易有限公司	10.42	145.44	26.36%	13.96
		杭州富阳奔峰车料有限公司	18.70	115.11	20.86%	6.16
		杭州永诚自行车配件厂	11.30	47.74	8.65%	4.22
		<b>合计</b>	<b>70.19</b>	<b>459.61</b>	<b>83.30%</b>	

公司向部分原材料供应商采购价格与其他供应商存在一定差异，原因如下：

商品名称	差异情况	原因
架叉	浙江永顺车业有限公司、浙江恩泽车业有限公司、天津市聚友自行车有限公司、天津聚盛运动器材有限公司价格高于其他供应商	主要供应产品为铝制车架，价值高于一般钢车架
车圈	金华市双星铝圈有限公司、天津市大城伟业科技股份有限公司价格高于其他供应商	主要供应产品为铝制车圈，价值高于一般钢车圈



商品名称	差异情况	原因
轴皮	苏州福而康车料有限公司、慈溪市康跃车业有限公司、慈溪市大昌车业有限公司价格高于其他供应商	苏州福而康车料有限公司产品品牌及工艺相对高端，且向其采购的部分轴皮为倒闸轴皮，价格相对较高；向慈溪市康跃车业有限公司、慈溪市大昌车业有限公司采购轴皮主要为倒闸轴皮，价格相对较高
把立	昆山兴雅佳达贸易有限公司、南通雨奇金属制品有限公司价格高于其他供应商	昆山兴雅佳达贸易有限公司产品品牌及工艺相对高端，公司主要向其采购铝合金把立，价格相对较高；向南通雨奇金属制品有限公司采购把立主要为铝合金把立，价格相对较高

由于向不同供应商采购的自行车零部件的品牌、材质、结构和工艺复杂程度不尽相同，同种原材料采购价格在不同供应商之间存在一定差异，但均处于合理范围内。

## 9、报告期内供应商数量及变动情况，贸易类供应商采购比例和向终端供应商采购情况

### (1) 报告期内供应商数量及变动情况

报告期内，按采购规模划分对供应商的数量、采购金额等统计分析如下：

采购规模	数量（家）	数量占比	采购金额（万元）	金额占比
<b>2020 年</b>				
1 亿以上	1	0.08%	47,321.83	25.41%
5000 万元-1 亿元	2	0.15%	12,161.17	6.53%
1000 万元 -5000 万元	28	2.15%	47,698.16	25.61%
100 万元-1000 万元	203	15.58%	61,417.84	32.98%
100 万元以下	1,069	82.04%	17,636.84	9.47%
合计	<b>1,303</b>	<b>100.00%</b>	<b>186,235.84</b>	<b>100.00%</b>
<b>2019 年</b>				
1 亿以上	1	0.08%	50,930.69	35.06%
5000 万元-1 亿元	1	0.08%	5,826.62	4.01%
1000 万元 -5000 万元	14	1.10%	22,855.71	15.73%
100 万元-1000 万元	160	12.56%	47,775.86	32.89%
100 万元以下	1,098	86.19%	17,879.83	12.31%
合计	<b>1,274</b>	<b>100.00%</b>	<b>145,268.70</b>	<b>100.00%</b>
<b>2018 年</b>				
1 亿以上	1	0.08%	48,461.06	31.96%

采购规模	数量（家）	数量占比	采购金额（万元）	金额占比
5000 万元-1 亿元	1	0.08%	6,288.47	4.15%
1000 万元 -5000 万元	15	1.23%	28,398.82	18.73%
100 万元-1000 万元	185	15.11%	51,479.86	33.95%
100 万元以下	1,022	83.50%	16,995.65	11.21%
<b>合计</b>	<b>1,224</b>	<b>100.00%</b>	<b>151,623.86</b>	<b>100.00%</b>

报告期各期末，公司供应商数量分别为 1,224 家、1,274 家和 1,303 家。报告期内，公司保持持续稳定（3 年以上）合作关系的供应商为 671 家。

(2) 报告期内各期向新增供应商的采购额情况如下：

单位：万元

项目	2020 年		2019 年		2018 年	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
向新增供应商当期采购金额及占当期采购总额的比例	18,384.99	9.87%	18,660.98	12.85%	14,235.64	9.39%

(3) 按供应商类型划分向供应商采购金额情况

报告期内，公司向贸易类供应商和向终端供应商采购金额及比例如下：

单位：万元

项目	2020 年		2019 年		2018 年	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
贸易类供应商	8,976.38	4.82%	5,893.41	4.06%	1,831.42	1.21%
终端供应商	177,259.46	95.18%	139,375.29	95.94%	149,792.44	98.79%
<b>合计</b>	<b>186,235.84</b>	<b>100.00%</b>	<b>145,268.70</b>	<b>100.00%</b>	<b>151,623.86</b>	<b>100.00%</b>

(4) 向外包供应商驻厂检验情况

为确保公司外包生产产品属性和质量符合下游客户订单要求，公司组建了专业的品管团队对公司主要供应商驻厂检验，检验工作主要包括以下两方面：

①对已完成打样的样品进行检验

公司与客户确认所有样品资料后，发送给外包生产商进行产品打样，同时将资料抄送给外包生产商所在管辖区域的品管组，并安排品管人员进行样品检验，品管人员及时向业务人员反馈样品情况，对组成样品的所有部件进行技术参数核对、物理性能检测等，然后将样品资料和样品检验报告发送给客户进行确认，客户确认样品后进行封样，外包生产商根据样品批量生产。

②对批量货物的生产跟踪和品质检验

公司将经客户确认的订单资料如产品结构设计、外观设计、产品规格、纸箱唛头设计、包装要求、装箱要求等发送给外包生产商和对应品管组，由品管人员进行订单跟踪。在订单确定上线生产时间后，品管人员及时通知公司业务人员，业务人员如需亲自到场查验的，在生产上线当天业务人员到场看货。若客户要求派其品管人员来厂检验，则业务人员陪同客户和公司品管人员一同检验，并记录客户意见供后续订单参照。品管人员跟进供应商生产进程并对已入供应商仓库的货物进行查验，及时向业务部门反馈相关情况。

(三) 客户与供应商重叠情况

1、客户与供应商重叠基本情况

报告期内，发行人存在客户与供应商重叠的情形，系发行人向金轮体系内企业采购与销售商品，具体情况如下：

时间	重叠客户与供应商名称	项目	金额（万元）	占金轮体系内企业/发行人营业收入比例	商品内容
2020年度	金轮体系内企业	采购	47,321.83	38.97%	自行车整车及零部件、电动自行车整车及零部件、摩托车零件
		销售	771.26	0.34%	童车及自行车零件
2019年度	金轮体系内企业	采购	50,930.63	41.02%	自行车整车及零部件、电动自行车整车及零部件
		销售	358.02	0.18%	童车及自行车零件
2018年度	金轮体系内企业	采购	48,461.06	41.66%	自行车整车及零部件、电动自行车整车及零部件
		销售	331.96	0.17%	童车及自行车零件

报告期内，除上述公司向金轮体系内企业采购与销售商品外，无其他客户与供应商、客户与竞争对手重叠的情形。

公司向金轮体系内企业销售的产品金额较小，最终全部实现对外销售，相关交易具有真实的商业背景，不存在其他利益安排。

2、合作模式和定价依据、信用政策、结算方式

公司与金轮体系内企业合作相关情况如下：

交易方向	项目	商品内容
公司向金轮	合作模式	买断式销售

交易方向	项目	商品内容
体系内企业 采购	定价依据	在生产成本加合理利润的基础上，双方协商确定价格。
	信用政策	收到发票之日起 45 个工作日内支付货款
	结算方式	银行转账
公司向金轮 体系内企业 销售	合作模式	买断式销售
	定价依据	针对成车零部件，公司按照采购价向金轮方销售； 针对童车及其零部件，在生产成本加合理利润的基础上，双方 协商确定价格。
	信用政策	出货后 30 天内支付货款
	结算方式	银行转账

### 3、向金轮体系内企业销售和采购的必要性及合理性，定价依据及公允性

公司向金轮体系内企业采购商品主要为成人自行车整车及零配件、助力电动自行车整车及零部件，向其销售商品主要为童车及少量自行车零件。金轮体系内公司系公司外包生产商，鉴于公司拥有的采购资源更丰富，为满足公司下游客户指定品牌零部件的要求，金轮体系内企业向公司采购少量相关零部件。此外，金轮体系内企业基于自身经营需求亦向公司采购部分童车产品。自行车行业下游客户对产品具有定制化需求是行业内普遍现象，且行业内知名零部件生产企业普遍对其销售渠道具有管控措施，因此自行车行业内企业向其外包生产商销售零部件符合行业惯例。因此，公司向金轮体系内企业大量采购整车及零配件的同时向其少量销售童车及自行车零件具有必要性及合理性。

除客户指定品牌的零部件销售，公司按照采购价向金轮方销售外，公司与金轮体系内企业其他交易均在生产成本加合理利润的基础上，双方协商确定价格，交易价格公允。

## 五、公司主要固定资产、无形资产等资源要素

### （一）主要固定资产

#### 1、固定资产最近一期末账面价值

截至 2020 年 12 月 31 日，公司固定资产账面原值 11,673.85 万元，累计折旧 4,265.92 万元，期末不存在减值情形，无需计提减值准备，账面价值 7,407.93 万元。具体情况如下：

单位：万元

项目	折旧年限(年)	账面原值	累计折旧	账面价值	成新率
房屋及建筑物	10-20	7,015.52	2,140.30	4,875.22	69.49%
通用设备	3-10	329.44	266.25	63.19	19.18%
专用设备	3-10	3,700.76	1,301.40	2,399.35	64.83%
运输工具	4-10	628.14	557.97	70.17	11.17%
<b>合计</b>		<b>11,673.85</b>	<b>4,265.92</b>	<b>7,407.93</b>	<b>63.46%</b>

## 2、主要生产设备情况

截至 2020 年 12 月 31 日，公司使用中的主要核心生产设备如下：

单位：万元

序号	设备名称	数量	账面原值	账面价值	成新率
1	涂装设备前处理设备及电泳设备	1	1,567.41	1,112.30	70.96%
2	焊接机器人系统	10	137.74	95.30	69.19%
3	自行车电泳涂装线	1	101.77	100.16	98.42%
4	焊接机器人系统（精）	6	83.08	38.45	46.28%
5	废气处理设备	1	80.09	59.20	73.93%
6	液体烤漆线大循环水槽设备	1	73.37	53.02	72.27%
7	全自动蒸发镀膜机	1	73.28	61.70	84.20%
8	载货电梯	6	66.47	43.36	65.24%
9	喷枪及控制柜	1	61.11	42.77	69.98%
10	车架加工设备	1	52.35	5.24	10.00%
11	自行车组装修改、车架储存线设备等	1	39.27	25.37	64.62%
12	电力设备组	1	39.17	25.02	63.87%
13	自行车刹车路试试验机	1	33.63	30.17	89.73%
14	冲床	1	27.87	2.79	10.00%
15	车架加工设备	1	27.29	2.73	10.00%
16	喷粉流水线	1	26.32	10.73	40.75%
17	货载电梯	1	26.20	4.26	16.26%
18	单体机器人焊接系统	1	25.64	10.65	41.54%
19	污水处理设备	1	25.64	18.83	73.46%
20	污水处理设备	1	25.64	23.21	90.52%
21	焊接排风机	1	24.85	17.58	70.75%
22	天然气管道（增容）	1	24.00	5.80	24.16%

序号	设备名称	数量	账面原值	账面价值	成新率
23	配电箱及电缆线	2	23.61	16.15	68.40%
24	自动捆包流水线	1	23.25	16.82	72.35%
25	喷粉流水线（精）	1	21.37	9.38	43.91%
26	轮圈/辅助支架/泥板挂具	1	20.00	14.00	69.98%
27	车架焊接用流水线	7	19.91	12.05	60.50%
28	国力机器人控制软件 V1.0	4	18.46	13.07	70.77%
29	车架加工设备	1	17.98	1.80	10.00%
30	自动轮圈校正机器人	4	17.95	12.70	70.77%
	合计		2,804.71	1,884.60	67.19%

### 3、机器设备原值与产能匹配情况

报告期内，机器设备原值与产能匹配情况如下：

公司名称	项目	2020 年末/ 2020 年度	2019 年末/ 2019 年度	2018 年末/ 2018 年度
发行人	机器设备原值（万元）	4,030.19	3,778.48	3,609.57
	整车产能（万辆）	120	120	120
中路股份 (600818.SH)	机器设备原值（万元）	3,810.11	4,952.63	4,889.50
	整车产能（万辆）	-	-	-
上海凤凰 (600679.SH)	机器设备原值（万元）	14,522.49	9,364.83	8,675.34
	整车产能（万辆）	-	-	-

注：数据来源于上市公司年报，同行业上市公司年报未披露产能数据。

报告期内，公司机器设备原值与产能未发生较大变化，机器设备原值与产能总体匹配。

### 4、自有不动产情况

截至本招股说明书签署日，发行人及其子公司拥有的自有不动产情况如下：

#### (1) 发行人拥有的不动产情况

序号	不动产权证编号	坐落位置	房屋状况		土地状况				权利限制情况
			面积 (m <sup>2</sup> )	用途	面积 (m <sup>2</sup> )	用途	取得方式	终止日期	
1	浙(2018)杭州市不动产权第0145469号	清泰街507,509号富春大厦801室	120.41	非住宅	10.70	住宅(综合)	出让	2062年8月25日	抵押
2	浙(2018)杭州市不动产权第	清泰街507,509号富	59.40	非住宅	5.30	住宅(综合)	出让	2062年8月25日	抵押

序号	不动产权证编号	坐落位置	房屋状况		土地状况				权利限制情况
			面积 (m <sup>2</sup> )	用途	面积 (m <sup>2</sup> )	用途	取得方式	终止日期	
	0145474 号	春大厦 802 室							
3	浙(2018)杭州市不动产权第0145546号	清泰街507,509号富春大厦803室	59.40	非住宅	5.30	住宅(综合)	出让	2062年8月25日	抵押
4	浙(2018)杭州市不动产权第0145553号	清泰街507,509号富春大厦804室	59.40	非住宅	5.30	住宅(综合)	出让	2062年8月25日	抵押
5	浙(2018)杭州市不动产权第0145567号	清泰街507,509号富春大厦805室	59.40	非住宅	5.30	住宅(综合)	出让	2062年8月25日	抵押
6	浙(2018)杭州市不动产权第0145573号	清泰街507,509号富春大厦806室	120.29	非住宅	10.70	住宅(综合)	出让	2062年8月25日	抵押
7	浙(2018)杭州市不动产权第0145585号	清泰街507,509号富春大厦807室	53.19	非住宅	4.70	住宅(综合)	出让	2062年8月25日	抵押
8	浙(2018)杭州市不动产权第0145600号	清泰街507,509号富春大厦808室	162.55	非住宅	14.40	住宅(综合)	出让	2062年8月25日	抵押
9	浙(2018)杭州市不动产权第0145611号	金隆花园北区底层B室商场	432.50	非住宅	52.30	商业	出让	2033年4月7日	抵押

(2) 发行人子公司德清久胜拥有的不动产情况

序号	不动产权证编号	坐落位置	房屋状况		土地状况				权利限制情况
			面积 (m <sup>2</sup> )	用途	面积 (m <sup>2</sup> )	用途	取得方式	终止日期	
1	浙(2017)德清县不动产权第0025342号	阜溪街道中兴北路1117号等	30,674.40	工业	31,956.71	工业用地	出让	2054年9月5日	抵押
2	浙(2017)德清县不动产权第0016958号	阜溪街道中兴北路1117号等	52,178.04	工业	20,047.90	工业用地	出让	2054年9月5日	抵押

## 5、房屋租赁情况

截至本招股说明书签署日，发行人及其子公司房屋承租情况如下：

序号	出租方	承租方	坐落位置	面积 (m <sup>2</sup> )	租金	租赁期限
1	卢志勇、赵识真	杭州久祥	郭东园巷8号804/806/808室	607.33	40.00万元/年	2021.01.08-2022.01.07
2	陈莉	杭州久祥	郭东园巷8号807、809室	173.20	15万元/年	2020.3.1-2022.2.28
3	孟晓晓	发行人	平乡县丰泽苑小区8号楼3单元201室	161.62	1,400元/月	2018.12.01-2021.11.30
4	罗锋	发行人	杭州市乔司区朗诗花漫里28-2-201	83	3,200元/月	2020.9.26-2021.9.25

序号	出租方	承租方	坐落位置	面积(m <sup>2</sup> )	租金	租赁期限
5	冯东	发行人	武清区南蔡村镇莲胜花园 12 号楼 3 门 201 室	71.5	2,120 元/月	2021.03.01-2022.02.28

基于出租方配合办理备案意愿较低等原因，截至首次申报日，发行人承租的房屋均未办理租赁备案手续。经与出租方沟通，截至本招股说明书签署日，除下述第 3 项租赁因出租方不配合办理外，发行人及子公司已分别就承租的房屋办理完毕租赁备案登记手续，具体情况如下：

序号	出租方	承租方	备案证明编号	备案时间	主管部门
1	卢志勇、赵识真	杭州久祥	杭上房租证 2021 第 1455 号	2021.02.23	杭州市上城区住房和城市建设局
2	陈莉	杭州久祥	杭上房租证 2020 第 4320 号	2020.09.03	杭州市上城区住房和城市建设局
3	孟晓晓	发行人	尚未办妥		
4	罗锋	发行人	杭居房租备余 2020012292 号	2020.10.12	杭州市余杭区住房和城乡建设局
5	冯东	发行人	武清区字第 220210100253 号	2021.03.09	天津市武清区住房和建设委员会

上述租赁房屋中除杭州久祥向卢志勇、赵识真租赁房屋主要用于工商注册和日常办公外，其余租赁房屋均系为发行人部分员工提供的宿舍，发行人未使用上述房屋开展生产经营或与生产经营相关的活动。

根据《最高人民法院关于审理城镇房屋租赁合同纠纷案件具体应用法律若干问题的解释》（法释[2009]11 号）第四条的规定，若合同当事人并未将登记备案作为房屋租赁合同生效要件的，房屋租赁合同不以办理登记备案手续作为生效要件，未办理登记备案的房屋租赁合同，不存在《中华人民共和国合同法》规定的无效或可撤销的情形时，应认定合法有效，合同签订双方应按约履行合同定义义务。发行人及其子公司与出租方签署的房屋租赁合同均未约定以房屋租赁合同登记备案作为合同的生效要件。因此，杭州久祥与卢志勇、赵识真签订的《租赁合同》合法有效。

出租方卢志勇、赵识真夫妇就杭州久祥使用的、位于郭东园巷 8 号 804、806、808 室房产的出租事宜，出具说明及承诺如下：“本人合法拥有位于郭东园巷 8 号 804、806、808 室房产，该房产依约合法租赁给杭州久祥用于工商注册及日常办公，租赁价格以市场价为标准协商确认。本人承诺租赁合同到期后，杭州久祥可以与本人续签《租房协议》，继续承租该房产。”



因此，瑕疵租赁房产所涉生产经营场所不存在重大搬迁风险。

针对上述事项，发行人作出承诺：“如本公司不能继续使用该等房屋，本公司将会在合适的地点租赁相应面积、产权证书齐全的房屋作为替代。”

发行人实际控制人作出承诺：“如公司或子公司因此受到主管部门处罚，本人将会对公司及子公司因此造成的全部损失进行全额补偿；若公司或子公司因此需进行搬迁，本人将会承担因此产生的全部搬迁费用。”

## （二）主要无形资产

### 1、无形资产最近一期末账面价值

截至2020年12月31日，公司无形资产账面原值901.72万元，累计摊销416.62万元，期末不存在减值情形，无需计提减值准备，账面价值485.30万元。具体情况如下：

单位：万元

项目	摊销年限	账面原值	累计摊销	账面价值
土地使用权	50年	418.86	122.87	296.00
软件	10年	83.29	67.46	15.83
商标权	5年	399.57	226.10	173.47
合计	-	<b>901.72</b>	<b>416.42</b>	<b>485.30</b>

### 2、商标

截至本招股说明书签署日，公司拥有的注册商标情况如下：

#### （1）公司在中国大陆拥有的商标

序号	所有人	注册商标	注册编号	有效期限	类别	取得方式	注册地
1	久祺股份		6562185	2010.03.28-2030.03.27	第12类	原始取得	中国
2	久祺股份		6562186	2010.03.28-2030.03.27	第12类	原始取得	中国
3	久祺股份		7123458	2010.07.14-2030.07.13	第12类	原始取得	中国
4	久祺股份		7341177	2010.08.21-2030.08.20	第12类	原始取得	中国

序号	所有人	注册商标	注册编号	有效期限	类别	取得方式	注册地
5	久祺股份	祺娃娃	7341169	2010.08.21-2030.08.20	第12类	受让取得	中国
6	久祺股份		7341187	2010.11.21-2030.11.20	第12类	原始取得	中国
7	久祺股份	汉兰德	7531933	2010.10.28-2030.10.27	第12类	受让取得	中国
8	久祺股份	祺博士	7531919	2010.10.28-2030.10.27	第12类	受让取得	中国
9	久祺股份	悍雷	7743750	2010.12.14-2030.12.13	第12类	受让取得	中国
10	久祺股份	久忆	8206832	2011.05.14-2031.05.13	第12类	受让取得	中国
11	久祺股份		8503654	2011.07.28-2031.07.27	第12类	受让取得	中国
12	久祺股份		8503667	2011.08.07-2031.08.06	第12类	受让取得	中国
13	久祺股份	斯迪奇	9131136	2012.02.28-2032.02.27	第12类	受让取得	中国
14	久祺股份	久亿	9391851	2012.05.14-2032.05.13	第35类	受让取得	中国
15	久祺股份	久億车行	9549218	2012.06.28-2022.06.27	第35类	受让取得	中国
16	久祺股份	久億车行	9549144	2012.07.14-2022.07.13	第12类	受让取得	中国
17	久祺股份		10384352	2013.03.14-2023.03.13	第35类	受让取得	中国
18	久祺股份	久亿	8206812	2013.09.14-2023.09.13	第12类	受让取得	中国

序号	所有人	注册商标	注册编号	有效期限	类别	取得方式	注册地
19	久祺股份		10369421	2014.02.28-2024.02.27	第12类	受让取得	中国
20	久祺股份	久亿驿站	14910717	2015.09.14-2025.09.13	第35类	受让取得	中国
21	久祺股份		23103965	2018.03.07-2028.03.06	第41类	受让取得	中国
22	久祺股份		22584308	2018.03.28-2028.03.27	第6类	原始取得	中国
23	久祺股份		22584140	2018.04.14-2028.04.13	第9类	原始取得	中国
24	久祺股份		22584073	2018.04.14-2028.04.13	第12类	原始取得	中国
25	久祺股份		22583822	2018.04.28-2028.04.27	第9类	原始取得	中国
26	久祺股份	爱享单车	23103830	2018.05.21-2028.05.20	第41类	受让取得	中国
27	久祺股份		26408603	2018.09.28-2028.09.27	第21类	原始取得	中国
28	久祺股份		22584007	2018.07.07-2028.07.06	第25类	原始取得	中国
29	久祺股份	Los Increibles	4488004	2018.10.14-2028.10.13	第18类	原始取得	中国
30	久祺股份	Rosita Fresita	4480690	2018.10.14-2028.10.13	第18类	原始取得	中国
31	久祺股份	JOYKIE	27529575	2019.02.07-2029.02.06	第12类	原始取得	中国
32	久祺股份		30247328	2019.05.21-2029.05.20	第35类	原始取得	中国
33	久祺股份	STITCH	7273862	2010.08.07-2030.08.06	第12类	受让取得	中国

序号	所有人	注册商标	注册编号	有效期限	类别	取得方式	注册地
34	久祺股份		12398197	2014.09.14-2024.09.13	第12类	受让取得	中国
35	久祺股份		17411509	2017.07.14-2027.07.13	第12类	原始取得	中国
36	久祺股份	祺点	45030863	2020.12.21-2030.12.20	第28类	原始取得	中国
37	久祺股份	祺点	45029178	2020.12.14-2030.12.13	第12类	原始取得	中国
38	久祺股份	BÄBWAY	45019824	2020.12.14-2030.12.13	第28类	原始取得	中国
39	久祺股份	贝蓓威	45013023	2020.12.14-2030.12.13	第28类	原始取得	中国
40	杭州久祥	Made For Winners GW	35072753	2019.07.28-2029.07.27	第12类	原始取得	中国
41	杭州久祥		31571428	2019.08.21-2029.08.20	第12类	原始取得	中国
42	杭州久祥	SLPBICI	31571418	2019.03.14-2029.03.13	第12类	原始取得	中国
43	杭州久祥	VENSSINI	31570595	2019.03.14-2029.03.13	第12类	原始取得	中国
44	杭州久祥	MILANOBIKI	31556065	2019.03.14-2029.03.13	第12类	原始取得	中国
45	杭州久祥	UMITBISIKLET	30906643	2019.04.07-2029.04.06	第12类	原始取得	中国
46	杭州久祥		30734976	2019.03.07-2029.03.06	第12类	原始取得	中国
47	杭州久祥		9477027	2013.12.28-2023.12.27	第12类	原始取得	中国
48	杭州久祥		9476990	2012.06.07-2022.06.06	第7类	原始取得	中国
49	杭州久祥		8964001	2011.12.28-2031.12.27	第7类	原始取得	中国
50	杭州久祥	GXMOTOR	7225358	2010.07.28-2030.07.27	第12类	原始取得	中国
51	杭州久祥	ZUBR	7089799	2010.07.07-2030.07.06	第12类	原始取得	中国
52	杭州久祥		7089798	2010.07.07-2030.07.06	第12类	原始取得	中国
53	杭州久祥		4014277	2006.09.14-2026.09.13	第12类	受让取得	中国
54	杭州久祥	Logan	3296467	2003.11.14-2023.11.13	第12类	受让取得	中国

序号	所有人	注册商标	注册编号	有效期限	类别	取得方式	注册地
55	杭州久趣		33794483	2019.05.28-2029.05.27	第 41 类	原始取得	中国
56	杭州久趣		29527197	2019.01.21-2029.01.20	第 12 类	原始取得	中国
57	杭州久趣	小趣骑趣	29523659	2019.01.14-2029.01.13	第 28 类	原始取得	中国
58	杭州久趣		29520853	2019.01.07-2029.01.06	第 28 类	原始取得	中国
59	杭州久趣	小趣	29513547	2019.01.21-2029.01.20	第 12 类	原始取得	中国
60	杭州久趣	IQOO	29089681	2018.12.28-2028.12.27	第 28 类	原始取得	中国
61	杭州久趣		26611875	2018.09.21-2028.09.20	第 28 类	原始取得	中国
62	杭州久趣	IQOO	23993528	2018.04.21-2028.04.20	第 12 类	受让取得	中国
63	杭州久趣	小趣	23809322	2018.04.14-2028.04.13	第 12 类	受让取得	中国

(2) 公司在中国大陆以外拥有的商标

序号	所有人	注册商标	注册编号	有效期限	类别	取得方式	注册地
1	久祺股份	STITCH	1285327	2010.08.07-2030.08.06	第 12 类	受让取得	马德里 (议定国: 哥伦比亚、墨西哥、新加坡、越南)
2	久祺股份		5414464	2018.02.27-2024.02.27	第 12 类	原始取得	美国
3	久祺股份		5460468	2018.05.01-2024.05.01	第 12 类	原始取得	美国
4	久祺股份		5398154	2018.02.06-2024.02.06	第 12 类	原始取得	美国
5	久祺股份		017865997	2018.06.28-2028.02.27	第 12 类	原始取得	欧盟
6	久祺股份		5536702	2018.08.07-2024.08.07	第 12 类	原始取得	美国
7	久祺股份	STITCH	017926685	2018.10.19-2028.07.05	第 12 类	原始取得	欧盟

序号	所有人	注册商标	注册编号	有效期限	类别	取得方式	注册地
					类	取得	
8	久祺股份		017908086	2018.09.25-2028.05.28	第 12 类	原始取得	欧盟
9	久祺股份		5705298	2019.03.19-2025.03.19	第 12 类	原始取得	美国
10	久祺股份	STITCH	Uk00003322991	2019.1.11-2028.07.06	第 12 类	原始取得	英国
11	久祺股份		693874	2018.05.31-2028.05.31	第 12 类	原始取得	俄罗斯
12	久祺股份	STITCH	2-781-112	2016.01.14-2022.01.14	第 12 类	受让取得	阿根廷
13	久祺股份	STITCH	00225638	2015.06.09-2025.06.09	第 12 类	受让取得	秘鲁
14	久祺股份	STITCH	2015064306	2015.08.27-2025.08.27	第 12 类	受让取得	马来西亚
15	久祺股份		1476265	2010.08.21-2030.08.20	第 12 类	原始取得	马德里（议定国：澳大利亚、日本、韩国、新加坡、越南）
16	久祺股份		6177868	2020.10.20-2026.10.20	第 28 类	原始取得	美国
17	久祺股份		5892796	2019.10.22-2025.10.22	第 12 类	原始取得	美国
18	久祺股份		6177914	2020.10.20-2026.10.20	第 12 类	原始取得	美国
19	久祺股份		018004305	2019.05.09-2028.12.24	第 12 类	原始取得	欧盟
20	久祺股份		018120086	2020.01.25-2029.09.06	第 12 类	原始取得	欧盟
21	久祺股份	JOYFIT	018053409	2019.09.03-2029.04.18	第 28 类	原始取得	欧盟
22	久祺股份		724849	2019.08.23-2028.12.24	第 12 类	原始取得	俄罗斯
23	久祺股份		6189874	2019.10.18-2029.10.18	第 12 类	原始取得	日本
24	久祺股份		6218746	2020.01.22-2030.01.22	第 12 类	原始取得	日本
25	久祺股份		6183376	2019.09.27-2029.09.27	第 12 类	原始取得	日本
26	久祺股份		4054384	2019.01.11-2029.01.11	第 12 类	原始取得	印度

序号	所有人	注册商标	注册编号	有效期限	类别	取得方式	注册地
27	久祺股份		2061039	2020.01.03-2030.01.03	第 28 类	原始取得	澳大利亚
28	久祺股份		40202000330V	2020.01.03-2030.01.03	第 28 类	原始取得	新加坡
29	杭州久祥		1325595	2016.08.30-2026.08.30	第 12 类	原始取得	马德里（议定国：印度、突尼斯、阿尔及利亚）
30	杭州久祥		204102	2015.09.25-2024.06.26	第 12 类	原始取得	乌克兰
31	杭州久祥		01136618	2005.01.16-2025.01.15	第 12 类	受让取得	中国台湾
32	杭州久祥		00626913	1994.01.01-2023.01.31	第 82 类	受让取得	中国台湾
33	杭州久祥		910889678	2018.05.02-2028.05.02	第 12 类	原始取得	巴西
34	杭州久趣		909153000	2017.09.26-2027.09.26	第 12 类	原始取得	巴西
35	久祺股份		417748	2015.03.25-2025.03.24	第 12 类	原始取得	泰国

截至本招股说明书签署日，公司商标未设定质押等权利限制。

(3) 发行人及其控股子公司受让商标的情况

序号	注册商标	注册编号	有效期限	取得方式	取得时间	出让方	国别/地区
发行人							
1	祺娃娃	7341169	2010.08.21-2030.08.20	受让取得	2019.2	杭州久趣	中国
2	汉兰德	7531933	2010.10.28-2030.10.27	受让取得	2019.2		中国
3	祺博士	7531919	2010.10.28-2030.10.27	受让取得	2019.2		中国
4	悍雷	7743750	2010.12.14-2030.12.13	受让取得	2019.2		中国

序号	注册商标	注册编号	有效期限	取得方式	取得时间	出让方	国别/地区
5	久忆	8206832	2011.05.14-20 31.05.13	受让取得	2019.2		中国
6		8503654	2011.07.28-20 31.07.27	受让取得	2019.2		中国
7		8503667	2011.08.07-20 31.08.06	受让取得	2019.2		中国
8	斯迪奇	9131136	2012.02.28-20 32.02.27	受让取得	2019.2		中国
9	久亿	9391851	2012.05.14-20 32.05.13	受让取得	2019.2		中国
10	久億车行	9549218	2012.06.28-20 22.06.27	受让取得	2019.2		中国
11	久億车行	9549144	2012.07.14-20 22.07.13	受让取得	2019.2		中国
12		10384352	2013.03.14-20 23.03.13	受让取得	2019.2		中国
13	久亿	8206812	2013.09.14-20 23.09.13	受让取得	2019.2		中国
14		10369421	2014.02.28-20 24.02.27	受让取得	2019.2		中国
15	久亿驿站	14910717	2015.09.14-20 25.09.13	受让取得	2019.2		中国



序号	注册商标	注册编号	有效期限	取得方式	取得时间	出让方	国别/地区
16		23103965	2018.03.07-2028.03.06	受让取得	2019.2	钟赢实业股份有限公司	中国
17	爱享单车	23103830	2018.05.21-2028.05.20	受让取得	2019.2		中国
18	STITCH	7273862	2010.08.07-2030.08.06	受让取得	2019.2		中国
19		12398197	2014.09.14-2024.09.13	受让取得	2019.2		中国
20	STITCH	2-781-112	2016.01.14-2022.01.14	受让取得	2020.1		阿根廷
21	STITCH	00225638	2015.06.09-2025.06.09	受让取得	2019.8		秘鲁
22	STITCH	2015064306	2015.08.27-2025.08.27	受让取得	2020.6		马来西亚
23	STITCH	417748 <sup>注1</sup>	2015.03.25-2025.03.24	受让取得	-		泰国
杭州久祥							
24		4014277	2006.09.14-2026.09.13	受让取得	2016.4	钟赢实业股份有限公司	中国
25	Logan	3296467	2003.11.14-2023.11.13	受让取得	2016.4		中国
26		01136618	2005.01.16-2025.01.15	受让取得	2016.4		中国台湾地区
27	Logan 捷赢	00626913	1994.01.01-2023.01.31	受让取得	2016.4		中国台湾地区
杭州久趣							
28	IQOO	23993528	2018.04.21-2028.04.20	受让取得	2018.5	杭州轮彦科技有限公司	中国
29	小趣	23809322	2018.04.14-2028.04.13	受让取得	2018.5		中国

注：2019年5月，杭州久趣与发行人签订《协议书》，办理第23项商标的转让事宜。截至本招股说明书签署日，第23项商标转让尚在办理中。

(4) 发行人受让商标数量较多的原因，受让取得的商标对发行人的重要程度，出让方的基本情况等

① 发行人受让商标数量较多的原因，受让取得的商标对发行人的重要程度

如上表所示，发行人受让商标中，主要的出让方为杭州久趣，属于发行人内

部转让，转让的主要原因为杭州久趣调整经营策略，为了优化资源配置、方便商标统一管理，因而将众多商标转让给发行人。除上述情况外，发行人受让钟赢实业股份有限公司商标的原因在于更好地拓宽国际市场，以及在境外国家/地区获得相应的保护商标，受让杭州轮彦科技有限公司商标的原因在于规范与供应商之间关系，增强公司独立性。

发行人内部转让的商标主要用于发行人对外宣传册、网站等企业形象宣传，相关产品的推广和销售，或作为境内销售产品的保护性商标；受让于钟赢实业股份有限公司的商标因在南美、欧洲地区的客户具有一定知名度，因此主要用于该地区市场的拓展，并在相关产品中使用该类商标进行推广和销售；受让于杭州轮彦科技有限公司的商标主要用于发行人童车产品的销售。

## ② 出让方的基本情况等

上述商标出让方的基本情况如下：

### A. 杭州久趣

杭州久趣基本情况详见本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“六、发行人控股子公司情况”之“（三）杭州久趣”。

根据杭州海浩商标事务所提供杭州久亿车业有限公司（现更名为杭州久趣）与久祺有限签订的《转让清单及费用确认书》和《同意转让证明》、杭州久亿车业有限公司与久祺有限签订《协议书》等相关商标注册登记资料，上述杭州久趣转让给发行人的商标除承担必要转让费用外，均为母子公司之间的无偿转让，具有合理性。

杭州久趣与发行人之间商标转让不存在纠纷或潜在纠纷。

### B. 钟赢实业股份有限公司（已解散）

钟赢实业股份有限公司于 1992 年 3 月 23 日成立，注册于中国台湾地区，于 2019 年 6 月 11 日解散。解散前主要股东为：蔡水钟持有 55% 股权，蔡刘樱黎持有 10% 股份，施万坤持有 10% 股份，陈树人持有 5% 股份，其他股东持股 20%。经营业务为：①各种锌、铁、铜、铝等五金之加工制造内外销；②有关自行车、运动器材、钢管家具、缝纫机等金属五金配件之加工制造内外销；③模具之制造加工及买卖；④前各项有关原、物料、零配件之买卖内外销；⑤代理前各项有关

国内外厂商产品经销、报价业务；⑥一般进出口贸易业务（许可业务除外）。

钟赢实业股份有限公司与杭州久祥签订《合同协议书》等资料，钟赢实业股份有限公司将其持有的上述商标作价 57.6 万美元转让给杭州久祥。杭州久祥综合考虑了上述转让商标的知名度等因素并经双方协商确认了商标转让价格，是双方真实意思表示，定价公允，不存在利益输送。

钟赢实业股份有限公司与发行人及其相关方不存在关联关系，双方之间商标转让不存在纠纷或潜在纠纷。

### C.杭州轮彦科技有限公司（已注销）

杭州轮彦科技有限公司于 2017 年 4 月 18 日成立，并于 2018 年 1 月 10 日注销，工商登记经营范围：服务：网络技术、计算机软硬件的技术开发；批发、零售：机械设备及配件，五金交电，金属材料。（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）。杭州轮彦科技有限公司的唯一股东为自然人杨玉峰，为报告期内发行人供应商金轮体系内企业主要股东。发行人现任董事胡小娟曾经担任杭州轮彦科技有限公司监事，发行人业务员曹剑峰曾担任执行董事兼总经理。

根据杭州轮彦科技有限公司与杭州久亿车业有限公司签订的《注册商标转让协议》，杭州轮彦科技有限公司将其持有的商标无偿转让给杭州久亿车业有限公司。因杭州轮彦科技有限公司自成立以来未实际经营，在注销前双方经协商后将上述商标无偿转让给杭州久亿车业有限公司，定价具有合理性。

杭州轮彦科技有限公司与发行人之间商标转让不存在纠纷或潜在纠纷。

### （5）发行人关联方商号、商标等知识产权的注册、使用情况等

#### ①发行人关联方商号、商标等知识产权的注册、使用情况

##### A.商标

发行人实际控制人及其近亲属控制的关联企业中，除浙江久祺运动发展有限公司注册了 1 项商标外，其他关联方未进行商标、专利、计算机软件著作权等知识产权的注册和使用。

浙江久祺运动发展有限公司拥有的 1 项商标情况如下：

序号	注册商标	注册编号	有效期限	核定使用商品	取得方式	国别/地区
1		25136900	2018.07.07-2028.07.06	第 41 类：运动场出租；组织教育或娱乐竞赛；电影放映；假日野营娱乐服务；游乐园服务；体育场设施出租；娱乐信息；培训；组织体育比赛；健身俱乐部（健身和体能训练）	原始取得	中国

### B.商号

报告期内，发行人实际控制人及其近亲属控制的关联企业中，浙江久祺控股有限公司、浙江久祺运动发展有限公司、浙江久祺进出口有限公司的企业名称中含有“久祺”商号，具体情况如下：

序号	主体名称	登记机关	成立日期	经营范围	实际经营业务
1	浙江久祺控股有限公司	浙江省市场监督管理局	2016年7月8日	实业投资,财务咨询,房地产投资,物业管理,从事进出口业务, 建筑工程施工, 室内外装饰工程设计、施工。	主要从事股权投资、管理咨询
2	浙江久祺运动发展有限公司	德清县市场监督管理局	2013年11月7日	一般项目：体育赛事策划；体育竞赛组织；健身休闲活动；露营地服务；项目策划与公关服务；食用农产品零售；日用品销售；服装服饰零售；鞋帽零售；工艺美术品及收藏品零售（象牙及其制品除外）(除依法须经批准的项目外,凭营业执照依法自主开展经营活动)。许可项目：住宿服务；餐饮服务；高危险性体育运动（游泳）；食品经营；烟草制品零售(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,具体经营项目以审批结果为准)。	主要从事住宿、餐饮等服务
3	浙江久祺进出口有限公司	杭州市江干区市场监督管理局	2006年8月28日	许可项目：货物进出口；食品经营(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,具体经营项目以审批结果为准)。一般项目：工程管理服务；对外承包工程；第二类医疗器械销售；第一类医疗器械销售；非居住房地产租赁(除依法须经批准的项目外,凭营业执照依法自主开展经营活动)。	主要从事食品、建材产品等产品的进出口贸易

②发行人使用“久祺”商标、品牌、商号等与发行人关联方相同或相似的知识产权，不会对发行人相关方产生误解或混淆，发行人商号、商标等知识产权不存在侵权、不正当竞争的情形，不存在权属不确定性的情形，不会对发行人的持续经营能力构成重大不利影响

### A.发行人使用“久祺”商标、品牌、商号等与发行人关联方相同或相似的知识

产权，不会对发行人相关方产生误解或混淆

发行人与其实际控制人及其近亲属控制的关联企业分属不同行业，各自产品或服务在功能、用途、消费群体等方面存在较大差异。浙江久祺控股有限公司主要从事股权投资、管理咨询业务，浙江久祺运动发展有限公司主要从事住宿、餐饮等业务，浙江久祺进出口有限公司主要从事食品、建材产品等产品的进出口贸易业务，该等业务与发行人所从事的自行车整车及其零部件和相关衍生产品的设计、研发、生产和销售业务存在显著差异。此外在具体经营活动中，发行人与关联方各自均使用自身的公司名称签订合同，且发行人所销售的自行车等产品带有明显的商标标识，其主要客户多为外商企业，具有较高的注意义务。因此，发行人使用“久祺”商标、品牌、商号不会导致发行人供应商、客户、潜在消费者、投资者等产生误解或混淆的情形。

**B. 发行人商号、商标等知识产权不存在侵权、不正当竞争的情形、不存在权属不确定性的情形，不会对发行人的持续经营能力构成重大不利影响**

**a. 商号不存在侵权、不正当竞争的情形**

根据《企业名称登记管理实施办法》第三十一条，企业名称有下列情形之一的，不予核准：（一）与同一工商行政管理机关核准或者登记注册的同行业企业名称字号相同，有投资关系的除外；（二）与同一工商行政管理机关核准或者登记注册符合本办法第十八条的企业名称字号相同，有投资关系的除外；（三）与其他企业变更名称未满 1 年的原名称相同；（四）与注销登记或者被吊销营业执照未满 3 年的企业名称相同；（五）其他违反法律、行政法规的。

发行人与其实际控制人及其近亲属控制的关联企业分属不同的登记主管机关，且分属于不同行业。因此，发行人依法注册的企业名称中含“久祺”商号不存在侵权、不正当竞争的情形。

**b. 商标不存在侵权、不正当竞争的情形**

根据《中华人民共和国商标法》第五十七条的规定，有下列行为之一的，均属侵犯注册商标专用权：（一）未经商标注册人的许可，在同一种商品上使用与其注册商标相同的商标的；（二）未经商标注册人的许可，在同一种商品上使用与其注册商标近似的商标，或者在类似商品上使用与其注册商标相同或者近似的

商标，容易导致混淆的；（三）销售侵犯注册商标专用权的商品的；（四）伪造、擅自制造他人注册商标标识或者销售伪造、擅自制造的注册商标标识的；（五）未经商标注册人同意，更换其注册商标并将该更换商标的商品又投入市场的；（六）故意为侵犯他人商标专用权行为提供便利条件，帮助他人实施侵犯商标专用权行为的；（七）给他人的注册商标专用权造成其他损害的。

根据《中华人民共和国反不正当竞争法》第六条的规定，经营者不得实施下列混淆行为，引人误认为是他人商品或者与他人存在特定联系：（一）擅自使用与他人有一定影响的商品名称、包装、装潢等相同或者近似的标识；（二）擅自使用他人有一定影响的企业名称（包括简称、字号等）、社会组织名称（包括简称等）、姓名（包括笔名、艺名、译名等）；（三）擅自使用他人有一定影响的域名主体部分、网站名称、网页等；（四）其他足以引人误认为是他人商品或者与他人存在特定联系的混淆行为。

发行人的主要产品为成人自行车、儿童自行车、助力电动自行车等整车及其零部件，发行人以其依法取得的商标用于其产品之上，且发行人与关联企业分属不同行业，各自产品或服务在功能、用途、消费群体等方面存在较大差异。因此，发行人使用其商标不存在侵权、不正当竞争的情形。

同时，上述关联企业均就其使用“久祺”商号事项出具书面承诺，其将承担规范使用“久祺”商号的责任，并就因其不当使用给发行人造成的损失承担赔偿责任。

#### c.不存在权属不确定性

报告期内，发行人商标均为依法取得，且已就“久祺”字样及相关图案向国家商标局申请并取得注册商标专用权，其在已核准商标类别上受到法律保护，不存在权属不确定的情形。

综上所述，发行人与其实际控制人及其近亲属控制的关联企业分属不同行业，实际业务存在显著差异，发行人使用“久祺”商标、品牌、商号知识产权不会对发行人相关方产生误解或混淆；发行人商号、商标等知识产权均为依法取得，不存在侵权、不正当竞争的情形，不存在权属不确定性的情形；报告期内发行人业务发展平稳，发行人及关联方使用相关知识产权不会对发行人的经营业绩产生

不利影响。

③使用“久祺”商号的关联方不存在滥用商号的情形，不会对其供应商、客户、潜在消费者等产生误解或混淆，不存在纠纷或潜在纠纷

发行人关联方浙江久祺控股有限公司、浙江久祺运动发展有限公司、浙江久祺进出口有限公司企业名称中含有“久祺”商号系根据《企业名称登记管理规定》等规定在所在登记主管机关依法登记注册。上述关联方与发行人分属不同行业，各自产品或服务在功能、用途、消费群体等方面存在显著差异，不存在滥用发行人商号的情况，不会对发行人供应商、客户、潜在消费者等产生误解或混淆。报告期内，发行人未收到任何供应商、客户、潜在消费者关于上述关联方对其造成误解或混淆的投诉，亦未收到任何主管部门相关的处罚。

综上，上述关联方不存在滥用商号的情形，其使用与发行人相同的“久祺”商号不会导致供应商、客户、潜在消费者等产生误解或混淆的情形，不存在纠纷或潜在纠纷。

### 3、专利

截至本招股说明书签署日，公司及子公司共获得 66 项专利，包括 12 项发明专利、34 项实用新型专利和 20 项外观设计专利，具体如下：

序号	专利权人	专利名称	专利号	专利类别	申请日	有效期限	取得方式
1	德清久胜	一种儿童漂移车	ZL201210549620.1	发明专利	2012.12.18	2012.12.18-2032.12.17	原始取得
2	德清久胜	一种儿童漂移车的后车装置	ZL201210549651.7	发明专利	2012.12.18	2012.12.18-2032.12.17	原始取得
3	德清久胜	一种二级传动健身自行车	ZL201110103738.7	发明专利	2011.04.25	2011.04.25-2031.4.24	原始取得
4	德清久胜	一种平衡健身自行车	ZL201110103756.5	发明专利	2011.04.25	2011.04.25-2031.04.24	原始取得
5	德清久胜	一种防滑健身自行车	ZL201110103752.7	发明专利	2011.04.25	2011.04.25-2031.04.24	原始取得
6	德清久胜	鞍座旋转装置的鞍座架	ZL201410170980.X	发明专利	2014.04.28	2014.04.28-2034.04.27	原始取得
7	德清久胜	多功能儿童三轮车后篮的连接机构	ZL201410171006.5	发明专利	2014.04.28	2014.04.28-2034.04.27	原始取得
8	德清久胜	儿童推车的后篮	ZL201410171010.1	发明专利	2014.04.28	2014.04.28-2034.04.27	原始取得
9	德清久胜	多功能儿童三轮车	ZL201410171039.X	发明专利	2014.04.28	2014.04.28-2034.04.27	原始取得
10	德清久胜	控速推骑儿童车的前轮离合机构	ZL201510360670.9	发明专利	2015.06.26	2015.06.26-2035.06.25	原始取得
11	德清	避震脚刹连动车	ZL201510473048.9	发明	2015.08.05	2015.08.05-20	原始取得

序号	专利权人	专利名称	专利号	专利类别	申请日	有效期限	取得方式
	久胜			专利		35.08.04	
12	德清久胜	控速推骑儿童车	ZL201510360466.7	发明专利	2015.06.26	2015.06.26-2035.06.25	原始取得
13	德清久胜	多功能儿童三轮车的扶手按钮自锁装置	ZL201420207461.1	实用新型	2014.04.28	2014.04.28-2024.04.27	原始取得
14	德清久胜	多功能儿童三轮车的后篮	ZL201420207405.8	实用新型	2014.04.28	2014.04.28-2024.04.27	原始取得
15	德清久胜	旋转亲子车的鞍座旋转装置	ZL201420207418.5	实用新型	2014.04.28	2014.04.28-2024.04.27	原始取得
16	德清久胜	旋转亲子车的活动脚踏	ZL201420207403.9	实用新型	2014.04.28	2014.04.28-2024.04.27	原始取得
17	德清久胜	多功能儿童三轮车的后篮的折叠机构	ZL201420207416.6	实用新型	2014.04.28	2014.04.28-2024.04.27	原始取得
18	德清久胜	儿童推车后篮折叠机构的折叠固定座	ZL201420207434.4	实用新型	2014.04.28	2014.04.28-2024.04.27	原始取得
19	德清久胜	旋转亲子车	ZL201420207437.8	实用新型	2014.04.28	2014.04.28-2024.04.27	原始取得
20	德清久胜	旋转亲子车的推把固定座	ZL201420207354.9	实用新型	2014.04.28	2014.04.28-2024.04.27	原始取得
21	德清久胜	旋转亲子车的推把转动装置	ZL201420207404.3	实用新型	2014.04.28	2014.04.28-2024.04.27	原始取得
22	德清久胜	一种手推车转向结构	ZL201220708300.1	实用新型	2012.12.20	2012.12.20-2022.12.19	原始取得
23	德清久胜	一种反驱动健身自行车	ZL201120542903.4	实用新型	2011.12.22	2011.12.22-2021.12.21	原始取得
24	德清久胜	一种反驱二级传动健身自行车	ZL201120543357.6	实用新型	2011.12.22	2011.12.22-2021.12.21	原始取得
25	德清久胜	一种折叠自行车	ZL201120410360.0	实用新型	2011.10.25	2011.10.25-2021.10.24	原始取得
26	德清久胜	极限漂移车	ZL202021397477.5	实用新型	2020.7.15	2020.7.15-2030.7.14	原始取得
27	德清久胜	转向助力儿童车	ZL201620943667.X	实用新型	2016.08.26	2016.08.26-2026.08.25	原始取得
28	德清久胜	转向助力儿童车的转向助力装置	ZL201620943708.5	实用新型	2016.08.26	2016.08.26-2026.08.25	原始取得
29	德清久胜	智能带斜儿童车	ZL201620811351.5	实用新型	2016.07.29	2016.07.29-2026.07.28	原始取得
30	德清久胜	智能带斜儿童车的带斜装置	ZL201620811908.5	实用新型	2016.07.29	2016.07.29-2026.07.28	原始取得
31	德清久胜	易扭转儿童车的易扭转保护装置	ZL201620215068.6	实用新型	2016.03.21	2016.03.21-2026.03.20	原始取得
32	德清久胜	易扭转儿童车	ZL201620215069.0	实用新型	2016.03.21	2016.03.21-2026.03.20	原始取得
33	德清久胜	遮阳自锁幼童车	ZL201520581467.X	实用新型	2015.08.05	2015.08.05-2025.08.04	原始取得
34	德清久胜	避震脚刹连动车	ZL201520581540.3	实用新型	2015.08.05	2015.08.05-2025.08.04	原始取得
35	德清久胜	避震脚刹连动车的减震装置	ZL201520581862.8	实用新型	2015.08.05	2015.08.05-2025.08.04	原始取得
36	德清久胜	带离合机构的儿童前车轮	ZL201520446537.0	实用新型	2015.06.26	2015.06.26-2025.06.25	原始取得
37	德清久胜	行转动动车	ZL201721265609.7	实用新型	2017.09.29	2017.09.29-2027.09.28	原始取得



序号	专利权人	专利名称	专利号	专利类别	申请日	有效期限	取得方式
38	德清久胜	减震叠步童车	ZL201721265881.5	实用新型	2017.09.29	2017.09.29-2027.09.28	原始取得
39	德清久胜	驱动灵活童车	ZL201821202953.6	实用新型	2018.07.27	2018.07.27-2028.07.26	原始取得
40	德清久胜	童车辅助轮用快拆装系统	ZL201920461782.7	实用新型	2019.04.08	2019.04.08-2029.04.07	原始取得
41	德清久胜	健身自行车（反驱动二级）	ZL201330240597.3	外观设计	2013.06.08	2013.06.08-2023.06.07	原始取得
42	德清久胜	健身自行车（反驱动）	ZL201330222026.7	外观设计	2013.05.31	2013.05.31-2023.05.30	原始取得
43	德清久胜	儿童车（扇健）	ZL201630425740.X	外观设计	2016.08.26	2016.08.26-2026.08.25	原始取得
44	德清久胜	儿童车（转向助力）	ZL201630425742.9	外观设计	2016.08.26	2016.08.26-2026.08.25	原始取得
45	德清久胜	童车（显架镁）	ZL201730521177.0	外观设计	2017.10.27	2017.10.27-2027.10.26	原始取得
46	德清久胜	单速车（镂空杆）	ZL201730519350.3	外观设计	2017.10.27	2017.10.27-2027.10.26	原始取得
47	德清久胜	童车（连架座）	ZL201830540603.X	外观设计	2018.09.26	2018.09.26-2028.09.25	原始取得
48	德清久胜	车铃（小趣）	ZL201830708175.7	外观设计	2018.12.07	2018.12.07-2028.12.06	原始取得
49	德清久胜	滑板车（小趣）	ZL201830707433.X	外观设计	2018.12.07	2018.12.07-2028.12.06	原始取得
50	德清久胜	镁合金自行车车架（16寸01）	ZL201930380839.6	外观设计	2019.07.17	2019.07.17-2029.07.16	原始取得
51	德清久胜	镁合金自行车车架（16寸02）	ZL201930380864.4	外观设计	2019.07.17	2019.07.17-2029.07.16	原始取得
52	德清久胜	镁合金自行车车架（12寸）	ZL201930381220.7	外观设计	2019.07.17	2019.07.17-2029.07.16	原始取得
53	德清久胜	玩具（小趣摇马）	ZL201930467857.8	外观设计	2019.08.27	2019.08.27-2029.08.26	原始取得
54	德清久胜	滑板车（小趣二代）	ZL201930455410.9	外观设计	2019.08.21	2019.08.21-2029.08.20	原始取得
55	德清久胜	叠把式步步车	ZL201930534260.0	外观设计	2019.09.27	2019.09.27-2029.09.26	原始取得
56	德清久胜	叠把式步步车	ZL201921632384.3	实用新型	2019.09.28	2019.09.28-2029.09.27	原始取得
57	德清久胜	滑板车（一代小趣）	ZL201930566607.X	外观设计	2019.10.17	2019.10.17-2029.10.16	原始取得
58	德清久胜	自行车后叉的后尾爪	ZL201922312256.7	实用新型	2019.12.20	2019.12.20-2029.12.19	原始取得
59	德清久胜	后尾爪（自行车后叉共用）	ZL201930715546.9	外观设计	2019.12.20	2019.12.20-2029.12.19	原始取得
60	德清久胜	自行车（小趣）	ZL202030499216.3	外观设计	2020.08.27	2020.08.27-2030.08.26	原始取得
61	德清久胜	极限漂移车及其快拆组件	ZL202021397483.0	实用新型	2020.07.15	2020.07.15-2030.07.14	原始取得
62	德清久胜	极限漂移车及其花鼓总成	ZL202021397606.0	实用新型	2020.07.15	2020.07.15-2030.07.14	原始取得
63	德清久胜	极限漂移车及其一体式后轮结构	ZL202021399298.5	实用新型	2020.07.15	2020.07.15-2030.07.14	原始取得
64	德清久胜	折叠电动车（镁合金）	ZL202030338030.X	外观设计	2020.06.29	2020.06.29-2030.06.28	原始取得
65	德清	电动山地车（镁合	ZL202030338190.4	外观	2020.06.29	2020.06.29-20	原始取得

序号	专利权人	专利名称	专利号	专利类别	申请日	有效期限	取得方式
	久胜	金)		设计		30.06.28	
66	德清久胜	滑板车护套	ZL201922310559.5	实用新型	2019.12.20	2019.12.20-2029.12.19	原始取得

截至本招股说明书签署日，公司专利未设定质押等权利限制。

#### 4、域名

截至本招股说明书签署日，公司及子公司拥有的域名情况如下：

序号	注册人	网站域名	申请注册日	到期日
1	久祺股份	JOYKIE.COM	2004.03.29	2023.03.29
2	久祺股份	drbikeparts.com	2017.08.18	2021.08.18
3	久祺股份	joystarbike.com	2017.04.14	2023.04.14
4	久祺股份	hilandbike.com	2018.05.25	2022.05.25
5	久祺股份	joystarservice.com	2019.10.28	2021.10.28
6	久祺股份	hilandbikes.com	2020.02.22	2022.02.22
7	久祺股份	bikesfamily.com	2019.05.15	2024.05.15
8	久祺股份	qddingzhi.com	2020.04.23	2024.04.23
9	久祺股份	joy-ever.com	2020.04.24	2025.04.24
10	德清久胜	joysonbike.com	2006.03.04	2022.03.04
11	杭州久祥	cnjoyshine.com	2010.06.20	2027.06.20
12	杭州久祥	logancn.com	2016.04.19	2027.04.19
13	久祺股份	wheelsall.com	2020.07.22	2024.07.22
14	久祺股份	cycmoto.com	2020.07.21	2024.07.21

### (三) 主要资质和认证

#### 1、发行人及子公司生产经营环节不涉及工业产品生产许可、安全生产许可、危险化学品相关许可

发行人及子公司主营业务为自行车整车及其零部件和相关衍生产品的设计、研发、生产和销售，不属于《安全生产许可证条例》中规定的需要实行安全生产许可制度的企业，不属于《危险化学品安全管理条例》中规定的需要取得危险化学品安全生产许可证的企业，也不属于《中华人民共和国工业产品生产许可证管理条例》及相关目录中规定的应该取得生产许可证的产品。

2020年9月24日，德清久胜获得湖州市应急管理局颁发的《安全生产标准

化三级企业（轻工）》（ABQIIIQG 浙湖 202010046），有效期至 2023 年 9 月 23 日。

## 2、发行人及子公司生产经营产品需取得的强制性产品认证

根据《强制性产品认证管理规定》及实施强制性产品认证的产品目录等规定，为保护国家安全、防止欺诈行为、保护人体健康或者安全、保护动植物生命或者健康、保护环境，国家规定的相关产品必须经过认证，并标注认证标志后，方可出厂、销售、进口或者在其他经营活动中使用。发行人在境内主要生产销售的童车类产品属于被列入实施强制性产品认证的产品目录中的产品，需取得强制性产品认证。

截至本招股说明书签署日，发行人及子公司境内生产销售的童车类产品均已经取得《中国国家强制性产品认证证书》，具体情况如下：

序号	持证主体	证书编号	产品名称和系列、规格、型号	产品标准和技术要求	颁发/备案日期	有效期
1	杭州久趣	20130122 01658048	儿童自行车/棋娃娃 16 寸儿童自行车 JY905-16 JY906-16 JY907-16（二款） JY911-16（三款） JY913-16（三款） JY914-16（二款）	GB14746-2006	2020.07.29	2023.08.28
2	杭州久趣	20130122 01658051	儿童自行车/棋娃娃 16 寸儿童自行车 JY901-16 JY902-16 JY903-16 JY904-16（三款） JY909-16（二款） JY908-16（二款） JY910-16(四款)	GB14746-2006	2020.07.29	2023.08.28
3	杭州久趣	20130122 01662074	儿童自行车/棋娃娃儿童自行车 JY905-12 JY905-14 JY906-12 JY906-14 JY907-12（二款） JY907-14（二款） JY913-12（三款） JY913-14（三款） JY914-12（二款） JY911-14（二款）	GB14746-2006	2020.07.29	2023.08.28
4	杭州久趣	20130122 01662076	儿童自行车/棋娃娃儿童自行车 JY903-12 JY903-14	GB14746-2006	2020.07.29	2023.08.28
5	杭州久趣	20130122 01662072	儿童自行车/棋娃娃 16 寸儿童自行车 JY912-16（二款）	GB14746-2006	2020.07.29	2023.08.28
6	德清久胜	20200122 01310910	儿童自行车/棋娃娃儿童自行车 JY902-12 JY902-14 JY904-12（二款） JY904-14（二款） JY908-12（二款） JY908-14（二款） JY909-12（二款） JY909-14（二款）	GB14746-2006	2020.07.13	2025.07.13
7	德清久胜	20190122 01206995	儿童自行车/小趣儿童自行车 XQ-12（三款） XQ-14（三款）	GB14746-2006	2020.07.22	2024.07.26
8	德清久胜	20190122 01205584	儿童自行车/小趣儿童自行车 XQ-16（三款）	GB14746-2006	2020.07.22	2024.07.26
9	德清久胜	20200122 01286165	儿童自行车/棋娃娃儿童自行车 JS101-12（六款） JS101-14（六款）	GB14746-2006	2020.10.14	2025.04.12
10	德清久胜	20190122 01226293	其他玩具车辆/小趣儿童溜溜车 IQOOHX（三款）	GB6675.1-2014; GB6675.2-2014; GB6675.3-2014; GB6675.4-2014	2020.08.10	2023.10.08

序号	持证主体	证书编号	产品名称和系列、规格、型号	产品标准和技术要求	颁发/备案日期	有效期
11	德清久胜	2020012201326643	儿童自行车/祺娃娃儿童自行车 JS101-16 (六款) JS102-16 (二款)	GB14746-2006	2020.09.09	2025.09.09
12	发行人	2017012201982166	儿童自行车/儿童自行车 JY616-14 JY616-16 JY618-14 (三款) JY618-16 (三款)	GB14746-2006	2020.07.29	2022.04.10

### 3、发行人已经取得了对外贸易所必须的许可、备案

截至本招股说明书签署日，发行人及子公司已经取得对外贸易所必须的许可、备案情况如下：

序号	持证主体	资质名称	证书编号	颁发/备案日期	有效期	批准/发证机关
1	发行人	对外贸易经营者备案登记	04279564	2019.11.11	-	浙江省杭州市上城区商务局
2	发行人	报关单位注册登记证书	3301960682	2015.09.08	长期	杭州海关
3	德清久胜	报关单位注册登记证书	330596404E	2017.02.09	长期	湖州海关驻德清办事处
4	德清久胜	对外贸易经营者备案登记	02324605	2017.01.03	-	湖州市德清县商务局
5	杭州久祥	海关报关单位注册登记证书	3301963305	2017.03.06	长期	杭州海关
6	杭州久祥	对外贸易经营者备案登记	01871418	2016.11.22	-	浙江省杭州市上城区商务局
7	杭州久趣	海关报关单位注册登记证书	3301965H89	2016.07.06	长期	杭州海关
8	杭州久趣	对外贸易经营者备案登记	04279607	2020.03.13	-	浙江省杭州市上城区商务局

### 4、发行人及其子公司的境外经营必需的批文、注册、认证

#### (1) 发行人的境外子公司

根据 YUAN LAW GROUP P.C. ATTORNEYS AT LAW 于 2020 年 9 月 25 日出具的法律意见书, WHIZZ LTD 在美国开展国际贸易业务, 获得了开展业务所需的所有许可, 遵守所有的法律法规, 包括税收方面的法律法规, 且未受到税务方面的处罚。WHIZZ LTD 不存在与 WHIZZ LTD 有关的诉讼、仲裁事项。根据 YUAN LAW GROUP P.C. ATTORNEYS AT LAW 于 2021 年 3 月 9 日出具的法律意见书, WHIZZ LTD 不存在任何和 WHIZZ LTD 有关的仲裁或诉讼案件; WHIZZ LTD 遵守所有的法律法规, 包括税收方面的法律法规, 且未受到税务方面的处罚。

根据 LANDSTAR GmbH 注册服务机构瑞丰德永国际商务(中国)有限公司

于 2021 年 2 月 22 日出具的《德国公司注册进度证明》，LANDSTAR GmbH 税号正在注册中，尚未完成，目前无违法违规情况。

根据赵、司徒、郑律师事务所于 2021 年 3 月 9 日出具的法律意见书，香港久祺自成立至查册日（2021 年 3 月 9 日）不存在任何香港法院刑事及民事诉讼之记录。自成立至该法律意见书出具日未出现受香港公司注册处处罚的情况，不存在重大违法违规行为，未因违法违规经营的行为受到相关监管部门的处罚。

根据赵、司徒、郑律师事务所于 2021 年 3 月 9 日出具的法律意见书，香港久祥自成立至查册日（2021 年 3 月 9 日）不存在任何香港法院刑事及民事诉讼之记录。自成立至该法律意见书出具日未出现受香港公司注册处处罚的情况，不存在重大违法违规行为，未因违法违规经营的行为受到相关监管部门的处罚。

## （2）发行人的其他境外经营

报告期内，除发行人的子公司香港久祺、香港久祥、WHIZZ LTD、LANDSTAR GmbH 外，发行人不存在通过设立其他境外子公司、境外分支机构或办事机构等经营机构开展境外销售的行为。

报告期内，发行人的其他境外销售主要存在两种模式：

一是电商平台店铺入驻模式，发行人将货物出口运输至如亚马逊等第三方电子商务平台的海外库，客户通过第三方电子商务平台下单并支付货款后，由发行人委托物流公司将商品配送交予客户。

二是发行人作为对外贸易中的出口方销售给海外客户，包括专业自行车批发商、自行车制造商、自行车商店、超市卖场等，再由海外客户进行销售。

除上述出口所需资质外，根据不同国家和地区对产品质量、安全性能等要求不同，不同地区对于产品适用不同的认证标准。发行人报告期内不需要向销售地申请并取得相关产品的资质证书，但其出口产品应当符合销售地的标准，当地的质量监督/消费者协会等监管机构会随机抽测发行人的出口产品。例如发行人出口美国（需要符合 CPSC 标准）、欧盟（需要符合标准儿童自行车安全要求（ISO 8098）、自行车安全要求（ISO 4210）、助力电动自行车 EN15194 标准、玩具 EN71 标准）、澳大利亚（需要符合 AS 标准）的自行车、童车、玩具等产品必须符合当地的产品质量、安全、重金属含量等标准。发行人会应客户的需求，向客户提供检测样车，由客户向第三方检测机构申请检测相关产品并取得符合销售

地的产品认证证书。

公司用于出口的主要产品取得了美国标准 CPSC、欧盟标准 ISO 及 EN、澳洲标准 AS 等相应产品销售地的认证。

除下述“铅超标”事件外，发行人在境外销售产品符合销售地关于产品质量认证的标准、销售流程、销售对象限制等规定。

## 5、发行人产品质量事故或纠纷和产品召回及处罚情况

### （1）报告期内发行人的产品质量事故或纠纷和产品召回情况

①2020年3月10日, Everard Hayley Skelton 及其配偶 Tyler Skelton 以 Everard Hayley Skelton 因于乔治亚州科布县的坎伯兰 COSTCO 购物中心购买的 Boss.three Ladies 自行车的前挡泥板螺丝损坏而在骑行时摔伤为由, 作为原告向该自行车的制造、分销、销售商 ACTION TRADERS 有限责任公司、INFINITY CYCLE WORKS 有限责任公司、天津金轮信德车业有限公司、发行人、COSTCO 仓储公司在乔治亚州北区美国地方法院提起诉讼, 诉求: A.该程序和传票按照法律规定发出, 要求被告出庭并答复诉状; B.按法律规定向被告送达; C.法庭就一般损害赔偿和特殊损害赔偿作出有利于原告、不利于被告的裁决, 数额经审判证明, 包括已经支付的 89,493.85 美元的必要医疗费用及合理医疗概率推断下在未来可能需支付的额外医疗费用; 已遭受的和未来将遭受的身体和精神上的痛苦和折磨对应的损失; Tyler Skelton 失去配偶 Everard Hayley Skelton 陪伴、侍奉和相互权利对应的损失; D.这一诉讼的所有费用都要向被告征税; E.原告享有法院认为公正和适当的其他及进一步救助。

2020年8月20日, 发行人收到杭州市上城区人民法院转送达的乔治亚州北区美国地方法院发出的民事诉讼传票及原告 Everard Hayley Skelton 及其配偶 Tyler Skelton 提交的起诉状。发行人为该辆自行车的境内出售方, 因而被作为共同被告提起诉讼。

根据该款车辆的最终销售商 COSTCO 仓储公司委托的第三方质量检测鉴定机构通标标准技术服务(天津)有限公司(简称“SGS”, SGS 是国际公认的检验、鉴定、测试和认证机构)出具的质量检测报告, SGS 从一般性规定、通用产品安全合规性(GPSC)、消费品安全改进法(CPSIA)及 COSTCO 仓储公司的标准和性能等方面对 Boss. three Ladies 自行车进行了检测, 根据抽检结果, Boss.three

Ladies 自行车符合通用产品安全合规性（GPSC）、消费品安全改进法（CPSIA）规定的相关标准。因此，发行人同批次产品不存在原告提出的产品瑕疵。

根据境外律师 YUAN LAW GROUP 律师事务所 2020 年 11 月 23 日出具的法律意见书：“上述 SGS 的鉴定报告如为法院所采纳并认定涉事自行车没有质量缺陷，久祺及其他被告不应承担法律责任。另外，根据诉状及相关法律规定，要确认久祺是否为该产品的销售商（乔治亚州法律对销售商的定义较广，包括产品销售、经销、组装、推广、装运等等），如果久祺不视为销售商，其无需负法律责任。再次，如果 SGS 鉴定报告不被法院认可或者最终法院认定涉事自行车有质量缺陷，还要确定原告伤害是否为产品缺陷造成的，如果久祺或其他被告能证明涉事自行车的质量缺陷没有造成原告的伤害，两者之间无因果关系，其也无需负法律责任。最后，需要确认其他被告是否有过失责任，导致原告受到损害。如果久祺赔偿原告，久祺可以根据各被告的过错比例，向其他被告求偿。”

同时，根据该笔销售订单客户 Action Traders Ltd. 出具的质量控制报告，该款车辆通过了 Action Traders Ltd. 的检验。根据 COSTCO 的历年验厂报告，该款车辆的供应厂商天津金轮信德车业有限公司通过了各年的验厂。经访谈该笔销售订单客户 Action Traders Ltd.，报告期内发行人与 Action Traders Ltd. 在履行销售合同方面（不限于质量、交货时间、货款支付、质保等）不存在任何争议、纠纷及诉讼。因此，同批次或同类别的其他产品不存在产品质量问题或瑕疵，不涉及产品召回义务。

此外，上述未决诉讼案件涉诉金额较小，占发行人净资产比例较低；再者，该涉案车辆已经购买了产品质量保险，即使最终被判定存在质量问题且发行人需承担相应的责任，也将由保险公司在保险范围内承担相应的赔偿责任。

因此，该未决诉讼不会对发行人的生产经营产生重大不利影响，不会造成发行人停止生产、销售、销毁相关产品，不会构成本次发行上市的障碍。

截至本招股说明书签署日，发行人已根据《民事诉讼传票》要求，将答辩送达原告律师并要求原告提供相关证据，本案尚在审理过程中。

根据《企业会计准则第 13 号——或有事项》等相关规定，确认预计负债的条件为：A. 该义务是企业承担的现时义务，这与作为潜在义务的或有负债不同；B. 该义务的履行很可能导致经济利益流出企业。这里的“很可能”指发生的可能性

为“大于 50%、小于或等于 95%”；C.该义务的金额能够可靠地计量。截至本招股说明书签署日，该案件尚在审理过程中，履行该义务导致经济利益流出发行人的可能性尚不能确定，金额尚不能可靠的计量，《审计报告》、《招股说明书》中已将该项作为或有事项进行披露。

②报告期内，发行人向缙云县刀浪车业有限公司采购童车并销往美国等地，其中部分货物到美国后受到美国海关抽检，经检测，该批次童车被认为存在铅超标的情形，发行人客户因此遭到美国海关处罚 20,793.38 美元。截至本招股说明书签署日，发行人与缙云县刀浪车业有限公司就该质量问题纠纷尚未达成一致。

发行人除上述已披露的情形外，不存在其他产品质量事故和纠纷。

③报告期内发行人未发生产品召回事件

经登录中华人民共和国中央人民政府缺陷产品召回网站 (<http://www.gov.cn/fuwu/bmfw/zjzjqxcpzhcx/index.html>) 进行查询，发行人报告期内未发生产品召回事件。

(2) 报告期发行人在境外销售产品被境外销售所涉及国家和地区处罚或者立案调查的情形

发行人向缙云县刀浪车业有限公司采购童车并销往美国等地，其中部分货到美国后受到美国海关抽检，经检测，该批次童车被认为存在铅超标的情形。因此，美国海关对该批货物的进口方即发行人的客户进行了处罚。2020 年 7 月 1 日，美国海关作出《请愿决定通知书》，决定不予减轻对发行人客户的处罚，并要求发行人客户于 30 个日历日内支付 20,793.38 美元的罚款。因发行人采购并销售给其的产品存在质量问题，根据商业惯例并经双方协商，发行人客户要求发行人承担相应的损失金额。2020 年 7 月 30 日，发行人通过报关行向美国海关支付了 20,793.38 美元。

根据境外律师 YUAN LAW GROUP 律师事务所 2020 年 11 月 23 日出具的法律意见书：“根据美国法典 15 USC 1263（联邦危险产品法）的规定，禁止任何引进或递交“禁止的危险物品”的行为。“禁止的危险物品”包括任何含有有害物质的玩具及其他儿童使用的物品。根据美国消费者产品安全促进法案第 101(a)(2)(C) 的规定，儿童产品，如果铅含量超过万分之一毫克，构成“禁止的危险物品”。根据美国法典 15 USC 1595a(b) 的规定，任何人（包括个人及公司），引导或协助非



法的进口行为（包括进口“禁止的危险物品”）应受到罚款，罚款的金额应为进口物品的价值。在本案中，美国海关认为当事方的儿童自行车的价值为 20,793.38 美元。另外，根据美国法典 19 USC 1595a(c)(2)(A)的规定，美国海关有权（但不是必须）没收进口的“禁止的危险物品”。根据美国海关 2020 年 1 月 13 日的没收通知，当事方可以在接到通知之日的 30 天内申请返还没收的“禁止的危险物品”或与美国海关进行和解，如果当事方在 30 天内没有任何行动，美国海关将没收这些物品。目前由于当事方没有在 30 天内采取任何行动，美国海关已经没收了这批儿童自行车。

综上，当事方进口了含铅量超过美国政府标准的儿童自行车。就测试报告而言，大部分测试数据在万分之二毫克左右。因此，涉事儿童自行车属于“禁止的危险物品”，属于美国海关处罚的范围。根据以上描述的情形，美国法典 19 USC 1595a 没有规定其他的处罚。当事方如果再进口类似产品，需要遵守上述法律的规定，除了上述罚款和没收的处罚外，美国联邦法律没有规定其他的处罚措施。另外，鉴于以上铅超标的儿童自行车均已没收，没有销售给美国消费者，不存在因为以上自行车而产生严重的安全事故。上述美国法律中没有“重大”或“轻微”违法情形的规定。”

虽然美国法律中未有“重大”或“轻微”违法情形的规定，但是美国海关处罚系对发行人客户的处罚，而非对发行人的处罚，且铅超标的儿童自行车均已没收，没有对外销售，未造成不良后果；发行人已经根据商业惯例并经与客户协商，承担了客户与处罚金额相当的损失。且上述“铅超标”事件涉及货值人民币 18.80 万元，相关损失金额较小，占发行人净资产比例较低，对发行人经营业绩的影响较小。

根据发行人与供应商缙云县刀浪车业有限公司签订的采购合同，因产品质量问题对发行人造成的所有损失，由供应商缙云县刀浪车业有限公司承担，发行人拟据此对其进行追偿“铅超标”事件造成的全部损失。因此，“铅超标”事件不会对发行人的生产经营产生重大不利影响，不会对本次发行上市构成重大不利影响。

除上述情形外，发行人报告期内不存在被境外销售所涉及国家和地区处罚或者立案调查的情形。

## 6、发行人产品质量控制措施有效性及产品质量责任的划分

### (1) 产品质量内部控制措施的有效性

#### ①产品质量内部控制流程

##### A. 建立了完善的产品质量内部控制制度

在组织架构方面，发行人设有品管部，负责产品品质的管控，具体负责对原材料及产品品质的检验，按出运计划和产品质量要求对产品进行抽查检验；负责对不合格产品的管理与控制，产品质量问题的处理等；负责对供应商的产品质量按照要求进行严格的审核；负责协助管理部门对公司质量管理体系运行等情况进行监督、实施。

同时，发行人通过制定《采购管理办法》《业务外包管理办法》《销售管理办法》和质量管理系统流程等程序文件及内部控制制度，覆盖采购、生产、销售等各个环节，对产品质量进行把控。

##### B. 采购环节质量控制及供应商的监督制约机制

发行人制定了《采购管理办法》《采购控制程序》《验货申请及资料核对表》等采购制度文件，建立了根据订单进行流程化采购的模式，并对供应商建立了科学有效的评估筛选机制。

发行人在进行供应商筛选时，根据企业规模指标、产品质量指标、产品价格指标、产品交期指标、出货安排指标、服务配合指标、客诉处理指标、供应商管理指标等八项指标综合对供应商进行考评，并根据评定结果形成“A、B、C、D”四类供应商名录，建立供应商管理信息系统。针对不同级别的供应商，发行人制定了不同的审批权限，评定级别越低的供应商所需发行人内部的审批权限越高，以保证采购环节的质量控制。同时，发行人每半年或一年会对供应商进行评估和更新，对存在违约情况或售后、供期等方面存在不合格情况的供应商予以淘汰。

同时，发行人在与供应商签订的采购合同中，对供应商提出了明确的质量标准要求，供应商需有专职质量管理人员对产品生产过程进行质量管控，生产、提供的产品须满足国家（包括中国及产品出口国）及行业质量标准，同时须满足发

行人的质量要求，并提供相应的检测报告。供应商所生产的发行人产品需经过全数检验后，合格品方可进行包装，以确保货物质量。

采购物资到位后，发行人品管及仓库管理人员会对采购产品进行质量与数量方面的验收，根据不同客户及市场对品质的要求进行合理检验和测试，待证实合格后方可办理入库。

针对采购环节出现的质量问题，由业务部门与供应商联系，做退换货处理，确保采购物资的质量；对于连续两批不合格需退货的，由品管员开具《纠正/预防措施通知单》后通过业务员督导供应商分析原因制定改善对策，同时由品管员跟进供应商改善后的效果。若供应商存在严重违约行为的，发行人聘请了专业的常年法律顾问，对供应商违约行为进行追责。

### C. 生产环节质量控制

发行人有自主生产和外包生产两种模式。自主生产以儿童自行车为主、成人自行车为辅，由全资子公司德清久胜完成，其余自行车整车、自行车零部件及相关产品等，由发行人开发设计后通过外包生产的方式进行。

#### a. 自主生产

发行人在自主生产过程中严格遵循相关法律法规与行业标准，制定了《生产计划控制程序》《质量管理体系流程图》以及各道工序的具体工艺流程图等相关流程或制度文件，建立了完备的生产质量内部控制体系，并通过了 GB/T 19001-2016/ISO 9001:2015 质量管理体系认证。

在具体生产过程中，发行人设置了零配件进料检验、制程外观全检、涂装成品抽检、总装线全检等 21 个关键质控点，全面覆盖进料、焊接、喷涂、贴标、轮组、总装等工序的质量控制。

#### b. 外包生产

发行人制定了《业务外包管理办法》对外包业务质量进行严格控制。根据外包生产商的资格认证、信誉、服务能力；与发行人是否存在直接或潜在的竞争关系；在知识产权、核心技术方面保护能力；与发行人是否存在关联关系等多个维度，综合考评外包生产商，建立外包合格生产商目录，并每年进行评估更新。

同时，发行人组建了专业的品管团队对主要供应商驻厂检验，检验工作主要包括以下两方面：

i. 对已完成打样的样品进行检验

发行人与客户确认所有样品资料后，发送给外包生产商进行产品打样，同时将资料抄送给外包生产商所在管辖区域的品管组，并安排品管人员进行样品检验，品管人员及时向业务人员反馈样品情况，对组成样品的所有部件进行技术参数核对、物理性能检测等，然后将样品资料和样品检验报告发送给客户进行确认，客户确认样品后进行封样，外包生产商根据样品批量生产。

ii. 对批量货物的生产跟踪和品质检验

发行人将经客户确认的订单资料如产品结构设计、外观设计、产品规格、纸箱唛头设计、包装要求、装箱要求等发送给外包生产商和对应品管组，由品管人员进行订单跟踪。在订单确定上线生产时间后，品管人员及时通知发行人业务人员，业务人员如需亲自到场查验的，在生产上线当天业务人员到场看货。若客户要求派其品管人员来厂检验，则业务人员陪同客户和发行人品管人员一同检验，并记录客户意见供后续订单参照。品管人员跟进供应商生产进程并对已入供应商仓库的货物进行查验，及时向业务部门反馈相关情况。

D. 出货质量控制

发行人制定了《销售管理办法》以实现对销售环节的质量控制。发行人品管部负责根据销售合同、产品技术图纸、产品规格表、产品包装要求及唛头信息、客户装柜要求等确定的产品质量检验标准，进行质量鉴定，并于产品外发及装柜前签发《品管检验记录报告表》，经认定合格后，相关产品方可装柜出运。

因不同国家和地区对产品质量要求不同，为实现对产品质量的进一步把控，发行人与客户的销售合同中明确约定，客户需准确告知发行人所采购产品的目标销售市场及相应的质量标准要求，由此发行人可依据对应的标准安排组织生产，以确保产品质量。

E. 售后质量跟踪

发行人建立健全了产品质量的售后跟踪制度。业务部负责组织处理客户质量投诉，在收到客户投诉信件或信息后，业务部将及时与客户进一步地沟通和了解投诉内容及程度，并取得证据（如货损照片等），调取出货时品管部所出具的验货报告及供应商所确认的发货通知单或出库单，及时向供应商了解产品生产过中质量管控记录，向客户出示货物在离厂、离港前完好无损、数量准确等证据。若确实存在发行人原因造成的货损、货少、错发货物等情况，发行人将积极协商解决，做好事后补偿或补发货工作，追查问题环节，以满足客户需要，杜绝同类质量问题的重复发生。

## ②合规证明

根据 2020 年 4 月 13 日及 2020 年 8 月 4 日、2021 年 1 月 22 日杭州市市场监督管理局出具的《企业无违法违规证明》，发行人 2017 年 1 月 1 日至 2021 年 1 月 22 日期间无因违法违规被该局行政处罚的记录。

根据 2020 年 4 月 23 日及 2020 年 8 月 5 日、2021 年 1 月 22 日杭州市上城区市场监督管理局/杭州市市场监督管理局出具的《企业无违法违规证明》，杭州久趣 2017 年 1 月 1 日至 2021 年 1 月 22 日期间无因违法违规被该局行政处罚的记录。

根据 2020 年 4 月 14 日及 2020 年 8 月 5 日、2021 年 1 月 22 日杭州市上城区市场监督管理局/杭州市市场监督管理局出具的《企业无违法违规证明》，杭州久祥 2017 年 1 月 1 日至 2021 年 1 月 22 日期间无因违法违规被该局行政处罚的记录。

根据 2020 年 5 月 6 日及 2020 年 8 月 3 日、2021 年 1 月 13 日德清县市场监督管理局出具的《证明》，德清久胜 2017 年 1 月 1 日至 2021 年 1 月 13 日期间在该单位无处罚记录。

报告期内，发行人严格执行国家质量相关的法律、法规，产品符合国家有关产品质量标准和技术监督的要求。根据相关主管部门出具的证明，发行人没有受到任何质量方面的行政处罚；除上述已经披露的质量方面的未决诉讼及“铅超标”事件外，发行人也未因自身所生产的产品质量问题而导致纠纷。

综上，发行人产品质量内部控制措施有效。

(2) 发行人与供应商、客户之间关于产品质量责任的划分以及产品质量问题导致赔偿责任的约定是否清晰、合理

发行人已分别在采购合同、销售合同中与供应商、客户就产品质量责任的划分及产品质量问题导致的赔偿责任进行了约定，具体情况如下：

①与供应商间的约定

供应商生产、提供的产品须满足国家（包括中国及产品出口国）及行业质量标准，同时须满足发行人的质量要求（其质量控制包括打样、量产、出货及用户初始使用），并提供相应的检测报告，具体以实际订单要求为准。

供应商需有专职质量管理人员对产品生产过程进行质量管控，包括样品确认、来料检验、半成品检验、成品检验、交货检验。供应商所生产的发行人产品需经过全数检验后，合格品方可进行包装，以确保货物质量。

发行人有权派驻人员对供应商进行驻厂管理，发行人驻厂人员（品控/采购等）有权对供应商的生产环境、生产过程、质量控制及产品质量等进行监督、检验并提出意见，供应商应就发行人驻厂人员提出的质量、生产交期等问题进行积极整改并落实到位，必要时发行人有权要求供应商暂停生产，直至发行人驻厂人员确认整改结果符合要求，由此产生的损失由供应商负责。如发行人的客户需要对供应商进行验厂或资质认证，供应商应积极配合。

货物交付前，发行人有权对货物质量进行测试、检验及验收，验收项目包括货物名称、数量、规格型号、产地、原厂商以及安全性、功能、品质、外观、包装等是否与订单要求相符，具体验收标准、验收时间以订单为准；如果有任何被测试、检验或验收的货物不能满足订单要求，发行人可以拒绝接受该货物，供应商应免费更换或者免费进行必要的修改直至满足订单的要求。发行人对货物验收或退货的权利将不会因为货物在交货前通过了发行人或其代表的检验、测试或认可而受到限制或放弃。

如发行人、发行人的下游客户或终端消费者在销售、购买或使用供应商生产的货物时因产品质量问题遭受损失而向发行人主张赔偿责任时，供应商应向发行人遭受的损失承担相应的赔偿责任。

货物送达时，发行人或其指定的第三方应根据采购单或购销合同所列内容对货物进行现场检验。若无异议，发行人将作出送达确认；若货物发现任何问题，供应商应立即进行更正，将符合合同要求的换货或补货在发行人要求期限内送至指定地址，并承担相关费用（包括但不限于运输费等）。

发行人对货物作出送达确认之日起 15 个工作日内，有权对货物出现的任何缺陷或不足向供应商提出异议，供应商应在发行人要求的期限内对有缺陷或不足的货物进行调换、修理、补充或退货，并承担全部相关费用。若产品存在隐性缺陷、瑕疵在当时无法发现的，发行人有权于日后发现货物问题时要求供应商维修、更换、退货并承担全部相应费用。

供应商提供货物的保修期为 12 个月，自货物经发行人验收后并确认产品合格之日起算。在保修期内出现的一切货物质量问题，由供应商承担全部责任，包括但不限于无偿修理、更换、退货并承担全部相应费用以及赔偿损失等。保修期内，供应商应在发行人要求的合理期限内对问题货物进行维修，若维修后货物仍不能安全正常使用，发行人有权要求供应商更换同类新货或退货，且要求供应商承担全部相关费用。

供应商违反交货义务以外的其他义务时，在发行人要求的合理期限内仍不更正或无法更正的，发行人有权书面通知供应商单方解除采购合同或采购单，并有权要求供应商支付货款总额的 5% 的违约金。若该等违约金不足以弥补发行人由此而产生的直接及间接经济损失，供应商还应补足差额部分。

## ②与客户间的约定

客户应告知发行人其所采购产品的目标销售市场及相应的质量标准要求，发行人应当按照客户提供的质量标准要求安排组织生产，具体以订单为准。发行人所生产的产品交付前应自行检验，合格品方可进行包装，以确保货物质量。客户提货时有权对货物质量是否符合订单要求进行检验。发行人不应对因自然原因导致的货物不符，或因保险公司、船公司、其他运输组织或邮局的责任而导致的货物损毁负责。

发行人及客户同意对质量和数量/重量的检验将以中国国家出入境检验检疫局(SAIQ)或其标准制造商签发的检验证书为依据。如果质量不符，在货物到达目

的港后 30 天内，客户应向发行人提出索赔。如果数量/重量不符，客户应在货物到达目的港后 20 天内，向发行人提出索赔。索赔应由发行人认可的公证行出具的检验证书来支持。

综上，发行人与供应商、客户之间关于产品质量责任的划分以及产品质量问题导致赔偿责任的约定清晰、合理。

#### （四）主要荣誉和奖励

序号	荣誉和奖励	获得时间	获得单位	颁发单位
1	浙江出口名牌	2019.1	久祺股份	浙江省商务厅
2	浙江省科技型企业	2011.12	德清久胜	浙江省科学技术厅
3	2010 年度杭州市外贸进出口百强企业和外贸创新型百佳企业	2011.2	久祺股份	杭州市人民政府
4	2005、2006、2007 年度杭州市外贸出口“金龙奖”	2006.2、 2007.2、 2008.2	久祺股份	杭州市人民政府
5	2008、2010、2011 年度全市外贸进出口百强企业	2009.3、 2011.2、 2012.2	久祺股份	杭州市人民政府
6	2014 年度湖州市专利示范企业	2014.9	德清久胜	湖州市科学技术局、湖州市经济与信息化委员会、湖州市知识产权局
7	2015 年浙江省专利示范企业	2015.12	德清久胜	浙江省知识产权局、浙江省经济和信息化委员会
8	德清县科学技术进步奖三等奖	2016.2	德清久胜	德清县人民政府
9	湖州市科技成果转化奖二等奖	2014.11	德清久胜	湖州市人民政府
10	科学技术成果登记证书（14 项）	2013.3、 2014.7、 2015.9、 2017.3、 2018.2、 2019.5	德清久胜	浙江省科技厅
11	安全生产标准化三级企业（轻工）	2020.9	德清久胜	湖州市应急管理局
12	湖州市企业技术中心	2017.5	德清久胜	湖州市经济和信息化委员会
13	省级高新技术企业研究开发中心	2016.12	德清久胜	浙江省科学技术厅

## 六、公司特许经营权情况

截至本招股说明书签署日，公司不存在授权他人或被他人授权的特许经营权。



## 七、公司技术与研发情况

### (一) 公司主要产品的核心技术

#### 1、核心技术创新性及其具体表征

公司具有较强的研发创新能力，公司及其子公司核心技术主要体现在产品的生产、设计和开发等方面。截至本招股说明书签署日，公司掌握的主要核心技术如下：

核心技术名称	创新性及其具体表征	技术来源	专利号/技术类型	应用情况	与同行业公司的比较情况
健身与骑行结合技术	采用新传动原理，踏板上下摆动驱动主动齿盘旋转实现自行车驱动，在踏板与大齿轮之间设置长度适中的传动连接件，提升使用舒适性，并在后轮两侧加装两个辅助轮，增强平衡性，提供防护。	自主研发	发明专利：平衡健身自行车 ZL201110103756.5	应用于平衡健身自行车产品	发行人申请专利的创新型技术
二级传动技术	结合自行车和滑板车款式设计，以站立踩踏踏板，通过二级传动传递驱动力，实现健身和骑行的功能；采用二级力学传动方式，加大了传动比，使该产品更具有健身效果。	自主研发	发明专利：二级传动健身自行车 ZL201110103738.7	应用于二级传动健身自行车产品	
漂移力学运用技术	采用新型的花鼓设计和轴承装置，传动更轻便、顺畅，方形的轴心直接装配曲柄，能升级碟刹功能。一体式后轮设计，提升车轮强度，配用轴承装置，使玩家骑行时快速稳定且舒适。	自主研发	一种极限漂移车及关键技术（专利申请中）	应用于极限漂移车产品	
无珠自润滑传动技术	无珠自润滑传动结构在行业内属于技术型功能突破，减少儿童骑行阻力。表面无尖锐突出物，最大程度的避免了儿童受到意外伤害。	自主研发	外观专利： ZL201830708175.7； ZL201830707433.X； ZL201930455410.9； ZL201930467857.8；	应用于小趣系列儿童自行车产品	
快速转向技术	在童车鞍座上采用 360°可旋转装置，在鞍座固定扣与鞍座架固定好后，拉下拉手螺母，在拉扣弹簧和拉扣的作用下拉扣上下伸缩活动，用外力推动鞍座支撑架即可 360°旋转和方向固定功能。	自主研发	发明专利：多功能儿童三轮车 ZL20140171039.X	应用于儿童三轮车产品	
避震脚刹连动技术	采用新型的带弹簧的减震装置，起到避震、减震的作用；刹车方式采用连动脚刹，可有效保护儿童的人身安全。	自主研发	发明专利：避震脚刹连动车 ZL201510473048.9； 实用新型专利：避震脚刹连动车的减震装置 ZL201520581862.8	应用于避震脚刹连动车产品	
机器人焊接技术	该技术一方面减少了对焊接工人的依赖，降低人工成本，并且易于实现焊接产品质量的稳定性和一致性；另一方面，可 24 小时连续生产，提高了生产效率，并减少工人在有害环境的工作时间。	自主掌握	行业通用技术	降低了焊接成本，提高了焊接生产效率	
水性漆烤漆技术	环保型水性漆生产线和环保设备及废气排放技术的应用，从源头解决了 VOCs 排放问题，符合大气污染防治要求，严	自主掌握	行业通用技术	降低了废气排放量，符合环保要求	

核心技术名称	创新性及其具体表征	技术来源	专利号/技术类型	应用情况	与同行业公司的比较情况
	格执行了环保要求，在促进循环经济保护生态环境的同时，环境治理成本亦明显下降。				
真空镀膜技术	真空镀膜的薄膜和基体选材广泛，以制备具有各种不同功能的功能性薄膜，镀膜的厚度可以控制，具有纯度高、密实性好、表面光亮等特点，提高产品品质的同时，在生产过程中对环境不产生污染。	自主掌握	行业通用技术	产品品质得到了提高，降低镀膜原材料成本，并在环保方面表现优异	同行业部分规模较大企业拥有该技术，如昆山吉纳尔运动器材有限公司

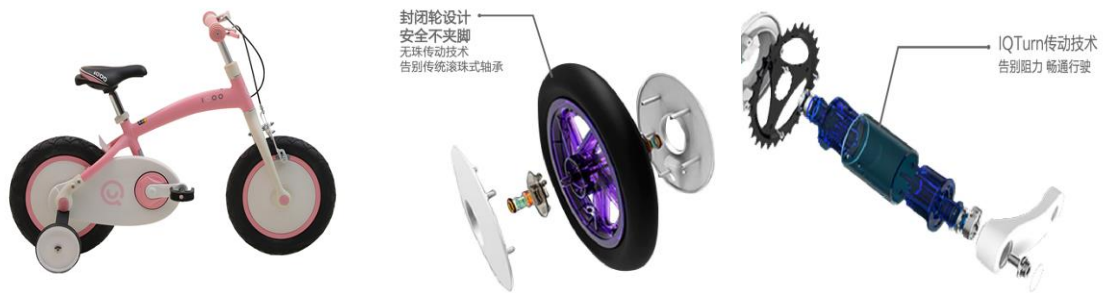
## 2、产品设计和开发方面的主要核心技术及其应用情况

在产品设计和开发方面，公司设计开发团队能够准确把握行业流行趋势、敏锐分析市场潮流，结合国外自行车行业最新发展趋势及各地区的需求特点推陈出新，每年开发上百款各类自行车产品，为客户设计开发深度契合当时市场需求的时尚化、多元化、个性化的产品，以便更好的满足不同消费层次、不同户外场景客户的需求。

在材质应用方面，公司部分自行车产品材质采用镁合金和碳纤维，可使整车一体成型，增加了产品的流线和美观度，提高了生产效率，且产品成型稳定、一致性高，产品亦更加轻量化，得到了市场广泛的认可。产品示意图如下：



在安全性方面，公司设计开发的小趣一代儿童自行车和滑步车，采用自润滑转动设计，改变传统童车传动及转动方式，常规自行车使用的是钢珠转动系统，其使用寿命较短，磨损之后自行车的传动变得极为费力，设计优化之后有效解决此类问题，并提高了童车使用寿命；此外，公司采用全封闭系统设计的童车，整车全包覆无尖锐突出物，使自行车变得更简洁美观的同时，更保障了儿童的骑行安全。产品示意图如下：



### 3、核心技术的创新性，相较于可比企业的竞争优势和劣势

#### (1) 核心技术的创新性

公司核心技术的创新性主要体现在童车相关技术和整车生产工艺。公司自主研发的健身与骑行结合技术、二级传动技术、漂移力学运用技术、无珠自润滑传动技术、快速转向技术、避震脚刹连动技术，属于行业创新型技术，该等技术提高了童车的趣味性和安全性。公司自主掌握的机器人焊接技术、水性漆烤漆技术、真空镀膜技术，属于行业通用技术，该等技术提高了产品质量和稳定性，减少了环境污染。

#### (2) 相较于可比企业的竞争优势和劣势

公司核心技术相较于可比企业的竞争优势在于公司在童车相关技术研究领域具有优势地位。公司自主研发的健身与骑行结合技术、二级传动技术、漂移力学运用技术、无珠自润滑传动技术、快速转向技术、避震脚刹连动技术等童车相关技术属于行业内创新型技术，该等技术已申请相关专利进行保护。上述技术提高了童车的趣味性和安全性，所应用产品在国内外童车产品市场拥有一定的市场占有率。

公司核心技术相较于可比企业的竞争劣势在于公司仅在童车领域拥有创新型技术，在成车领域缺乏创新型技术和相关创新性研究成果。此外，先进生产工艺在公司的应用规模与行业龙头企业相比还存在一定差距，如机器人自动焊接设备数量还有待增加。

**4、核心技术来源“自主研发”和“自主掌握”的区别，机器人焊接技术、水性漆烤漆技术、真空镀膜技术的技术来源，未申请专利的原因，不涉及侵犯他人专利权或使用他人非专利技术的情形，不存在纠纷或潜在纠纷**

#### (1) “自主研发”和“自主掌握”的区别

公司核心技术来源包括自主研发和自主掌握两种途径，区别在于该技术是否属于公司自主创新。对于公司自主创新技术，该类技术由公司内部员工经公司项目研发流程开发获取，并申请了专利进行保护；对于非公司自主创新的核心技术，该类技术为行业通用的生产工艺，依托公司引进的生产设备，经公司员工操作运用后熟练掌握。

(2) 机器人焊接技术、水性漆烤漆技术、真空镀膜技术的技术来源，未申请专利的原因，不涉及侵犯他人专利权或使用他人非专利技术的情形，不存在纠纷或潜在纠纷

机器人焊接技术、水性漆烤漆技术、真空镀膜技术的技术来源为公司自主掌握而非自主研发。根据《中华人民共和国专利法》规定，授予专利权的发明和实用新型，应当具备新颖性、创造性和实用性。上述三项技术常被行业内经营规模较大公司所运用，不具备新颖性特征，因此公司未对该三项技术申请专利。

机器人焊接技术、水性漆烤漆技术、真空镀膜技术三项技术为行业通用技术，不涉及侵犯他人专利权或使用他人非专利技术的情形，不存在纠纷或潜在纠纷。截至本招股说明书签署日，发行人不存在侵犯他人专利权及涉及专利权纠纷的诉讼或仲裁的情形。

## 5、核心技术在主营业务中的应用和贡献情况

报告期内，公司核心技术产品基本涵盖 ODM 和 OBM 模式下的产品销售，这两类模式所产生的收入占公司主营业务收入的比例分别为 78.47%、76.44% 和 72.80%。

## 6、外包生产模式下核心技术保护情况

外包生产模式下，公司与外包厂商均签订了保密协议，外包厂商对公司拥有的专利和相关核心技术进行保密。报告期内发行人未发生技术专利和核心技术被窃取的情形。

### (二) 正在从事的研发项目及进展情况

公司目前正在进行的主要研究开发项目如下表：

序号	研发开发项目名称	拟达到的目标	总体经费预算(万元)	研发人员配备情况(人)	目前所处阶段
1	自行车互联网系统平台	建立自行车专业版块互联网生态系统, 实现产品展示、客户自定义产品构建、客户自主下单、订单全流程跟踪等功能。	300	3	测试阶段
2	车架标准体系研发	充分研究世界各地的车架标准, 建立公司关于车架的标准规范, 根据产品不同的需求使产品更加专业且契合各国家和地区的需求。	230	8	复核阶段
3	自行车零件标准化体系研发	形成公司独有的零件标准生产规范, 依据现有的检测标准, 拟定出达到良品生产条件的各项标准, 对设备、人员、标准、原材料、生产环境等进行规范, 进而验货、生产、交货都能够达到稳定性和一致性, 符合客户需求。	200	7	复核阶段
4	年度新产品开发项目	新车型开发, 以供各地展会展示, 拟开发童车 120 款、成人自行车 14 款、电动滑板 5 款、电动滑板车 10 款、电动自行车 36 款。	285	30	测试阶段
5	智能化展示项目	建立科技化的样品展示厅, 更加真实反映出产品特色和骑乘场景, 让样品呈现变得更加身临其境。同时制作产品 VR, 客户无需进入实体展厅便可全方位获取产品最新信息, 产品效果、规格及价格信息等。	150	8	筹备阶段
6	自行车制造工艺研究项目	自行车车架的平焊焊接工艺研究、大旋风喷粉工艺的研究、水性漆喷涂工艺的改进研究、自行车车架真空镀膜工艺的研究, 对自行车车架真空镀膜工艺进行研究, 通过真空蒸发镀膜处理使膜层均匀附着, 可增强产品表面镀层的耐磨性和耐腐蚀性。实现清洁生产, 空气中基本无漆雾, 对生产和施工人员不会造成危害, 屋顶也干静。对大旋风喷粉工艺进行改进研究, 不仅可以有效降低粉耗, 节约粉末, 而且换粉时间短, 自动化程度高, 换色时能实现粉房自动清理。对水性漆喷涂工艺进行改进研究, 通过增强水性油漆的排风过滤功能及循环水幕的水集中处理, 实现清洁生产, 空气中基本无漆雾, 对生产和施工人员不会造成危害, 屋顶也干静。	380	20	验收阶段
7	折叠电动车镁合金车架的研究	针对镁合金材料工艺特性, 在前期研究的基础上, 沿镁合金产品开发技术线路, 开发折叠款车架, 折叠后能缩减体积, 便于携带和存放, 更具人性化; 并采用三维建模、建立服役模型、服役状态分析、工艺结构优化、配套零部件甄选、虚拟装配、服役性能评估等现代设计和虚拟检测手段。	150	8	设计阶段
8	镁合金电动车开发项目	针对镁合金材料工艺特性, 在前期研究的基础上, 沿镁合金产品开发技术线路, 采用两个压铸车架半片螺栓连接成整体、结构适合锂电池的镁质车架设计思路; 并采用三维建模、建立服役模型、服役状态分析、工艺结构优化、配套零部件甄选、虚拟装配、服役性能评估等现代设计和虚拟检测手段。	203	6	设计阶段
9	童车铝型材配件的静电粉末喷涂工艺研究	通过表面处理、静电喷粉、粉末固化、冷却、防水层涂敷, 研究一种童车铝型材配件的静电粉末喷涂工艺, 解决涂层易损坏、涂层美观度较低和手感粗糙的问题。	100	9	测试阶段
10	车架横管自动化加工工艺研究	研究开发童车管件自动化加工设备, 包括选料系统、冲孔系统、成形系统和自动卸料系统, 以替代人工操作, 实现机电一体自动化生产, 不仅可以减少员工数量, 降低人工成本, 而且可有效降低不良品率, 保证产品的质量。	100	9	测试阶段

### （三）公司研发费用情况

报告期内，公司研发费用占营业收入比例（合并口径）如下：

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
研发费用合计	1,478.90	1,193.33	1,100.31
营业收入	228,555.87	179,543.14	182,049.33
研发费用占营业收入比例	0.65%	0.66%	0.60%

### （四）核心技术（业务）人员情况

#### 1、核心技术（业务）人员

公司核心技术（业务）人员包括：汤华龙、徐楼钧、叶俊良，其基本情况参见本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“九、董事、监事、高级管理人员与其他核心人员概况”。

最近两年内，公司核心技术（业务）人员没有发生变动。

#### 2、研发人员占员工总数的比例

公司研发人员占员工总数的比例情况参见本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“十一、发行人员工情况”之“（一）发行人员工基本情况”。

### （五）保持技术创新的机制与安排

公司一贯重视研发与设计创新工作，为保持产品和设计不断创新采取了诸多措施，逐渐形成了在自行车领域较强的研发与设计优势。

#### 1、公司构建了符合市场需求及自身实际经营的研发模式

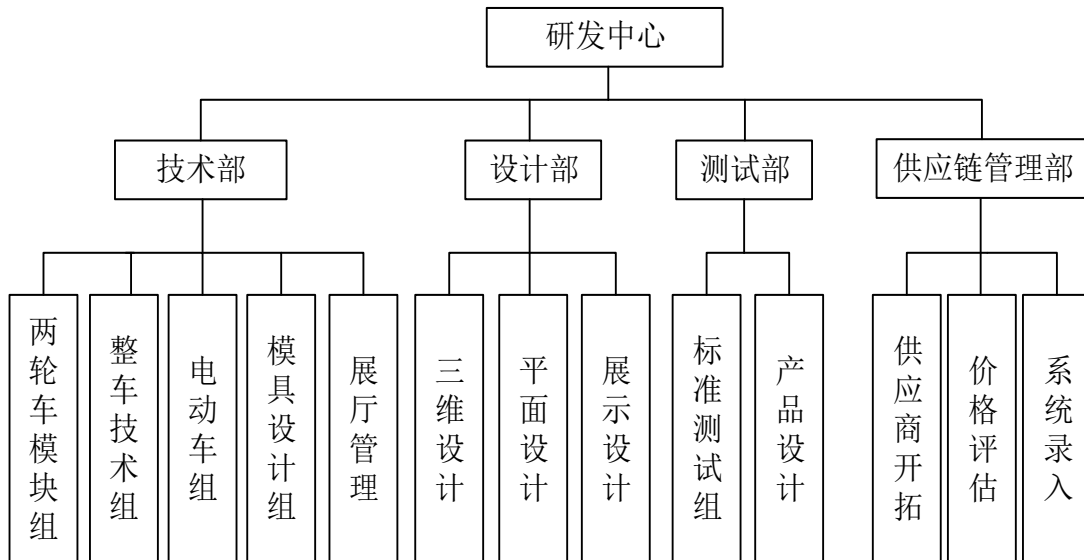
公司主要采取自主研发的研发模式，其中核心技术来源为自主研发。公司主要以行业发展趋势及下游客户需求为导向开展研发。一方面，公司根据行业技术的发展趋势，开展主导性的先发研究，重点在整车设计、材料应用、性能提升等方面寻求突破；另一方面，公司在与合作客户的合作过程中，以客户应用需求为中心，深入了解客户特点，快速响应市场需求，开发贴合客户实际且符合行业趋势的新产品。

#### 2、发行人建立了科学的技术创新体系

公司自成立以来一直坚持以客户为中心，为客户提供多样化的产品，并以此理念建设设计研发体系。公司重视研发团队的体系化建设和人才储备，具有工业设计、视觉传达、产品设计、机械设计、结构设计等相关专业背景；具备较强的新产品研究开发和技术成果转化能力，能够快速理解客户提出的产品个性化需求和产品迭代需求，并落实到具体的设计研发工作中。

公司围绕自行车及相关产品的具体需求，结合行业发展方向进行持续、深入的了解和挖掘。首先构思产品开发概念，制作客户需求规格书，通过公司产品立项明确产品的技术规格、成本和开发期限等，立项完成后全面开展研发工作，并对产品进行研发后续跟踪管理。

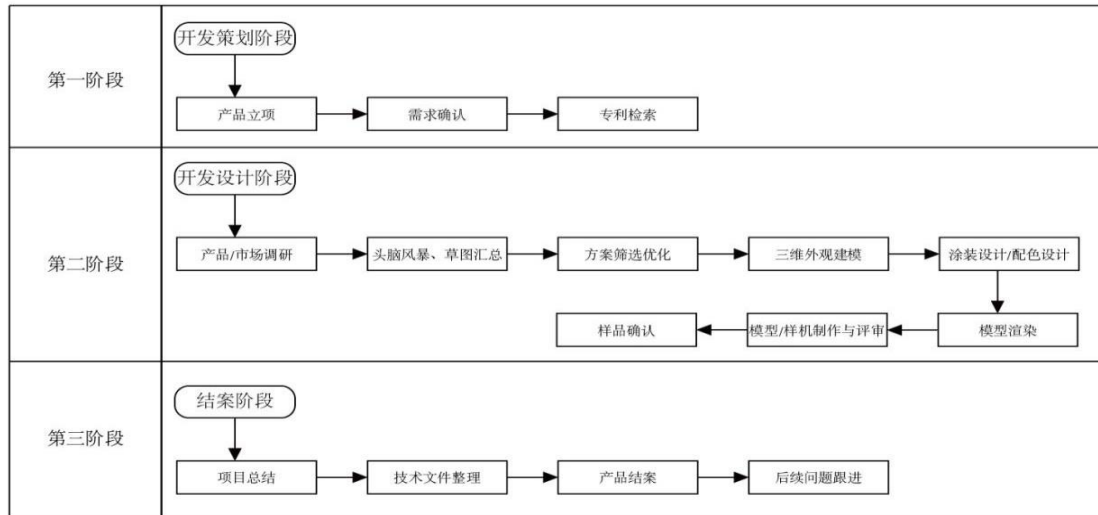
公司建立了完善的研发设计组织架构，具体如下：



公司重视新型自行车的设计研发与传统自行车的工艺升级，采用自主设计研发为主的产品开发模式，成立了技术部、设计部和测试部等。其中技术部主要负责整车和各个系统模块的研发；设计部主要负责产品三维和平面的设计；测试部负责标准的制定、产品检测等；供应链管理负责新材料、新型零配件的开发并对各供应商的产品进行结构和技术质量分析和鉴定。

### 3、公司推进规范化的研发流程管理

公司制定了完善的产品开发流程，具体如下：



公司坚持以产品品质为核心，以自行车整车设计、材料应用、性能提升等为突破点，有计划、有步骤地开展产品设计研发工作，并且注重产品设计与生产之间的转换，确保符合客户要求的样品能够实现批量生产。

#### 4、制度激励创新

为激励研发中心成员工作的积极性和主动性，公司制定了针对研发设计人员的相关激励制度，通过绩效考核、给予提成或额外奖金，对在技术、产品、设计等领域有创新，或有创新方法，有较好的技术途径或较低的技术成本等突出表现的团队或个人进行奖励。为促进公司产品设计创新，促进专利形成转化运用，公司设置了各种奖励评审组，每季度评审一次，最终评定的结果由总经理裁决并于年终发放奖励。

## 八、公司境外经营情况

截至本招股说明书签署日，公司在境外设立了四家全资子（孙）公司香港久祺、香港久祥、WHIZZ LTD、LANDSTAR GmbH，详见本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“六、发行人控股子公司情况”。



## 第七节 公司治理与独立性

### 一、发行人股东大会、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，以及战略、审计、提名、薪酬与考核等各专门委员会的设置情况

公司已根据《公司法》《证券法》《创业板上市公司规范运作指引》等有关法律、法规、规范性文件，建立健全了股东大会、董事会、监事会、独立董事、董事会秘书和包括审计委员会在内的董事会专门委员会相关制度，形成了规范的公司治理结构。公司股东大会、董事会、监事会按照相关法律、法规、规范性文件、《公司章程》及相关议事规则的规定规范运行，股东、董事、监事和高管均尽职尽责，按制度规定切实地行使权利、履行义务。

#### （一）报告期内发行人公司治理存在的缺陷及改进情况

公司在整体变更为股份公司之前，治理结构相对简单，未设立董事会、监事会，公司治理相关制度、规范性文件尚不齐全，治理结构有待进一步完善。自股份公司设立以来，公司依据《公司法》《证券法》等相关法律法规以及中国证监会的有关要求，设立并逐步完善了由公司股东大会、董事会、监事会和高级管理人员组成的治理架构，形成了权力机构、决策机构、监督机构和管理层之间的相互协调和相互制衡机制，为公司高效经营提供了制度保证；公司根据有关法律法规，制定并完善了《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》《独立董事工作制度》《董事会秘书工作细则》《关联交易决策制度》等制度和规则；同时，发行人聘任了三名专业人士担任公司独立董事，参与决策和监督，增强董事会决策的客观性、公正性、科学性。公司治理结构能够按照相关法律法规和《公司章程》规定有效运作。

#### （二）股东大会、董事会、监事会运行情况

##### 1、股东大会制度建立健全及运行情况

自股份公司设立以来，公司共召开了 10 次股东大会。公司股东大会根据《公司法》《公司章程》和《股东大会议事规则》的规定规范运作，历次股东大会的召集、提案、出席、议事、表决、决议及会议记录均符合有关法律、法规和《公

公司章程》《股东大会议事规则》的规定。公司历次股东大会召开情况如下：

序号	会议名称	会议时间	出席会议情况
1	创立大会暨 2019 年第一次临时股东大会	2019 年 5 月 16 日	全体发起人
2	2019 年第二次临时股东大会	2019 年 9 月 9 日	全体股东
3	2019 年第三次临时股东大会	2019 年 12 月 20 日	全体股东
4	2019 年度股东大会	2020 年 5 月 27 日	全体股东
5	2020 年第一次临时股东大会	2020 年 4 月 27 日	全体股东
6	2020 年第二次临时股东大会	2020 年 5 月 25 日	全体股东
7	2020 年第三次临时股东大会	2020 年 6 月 29 日	全体股东
8	2020 年第四次临时股东大会	2020 年 7 月 15 日	全体股东
9	2020 年第五次临时股东大会	2020 年 9 月 29 日	全体股东
10	2020 年度股东大会	2021 年 3 月 20 日	全体股东

## 2、董事会运行情况

自股份公司设立以来，公司共召开 13 次董事会。公司董事会一直根据《公司法》《公司章程》和《董事会议事规则》的规定规范运作，历次董事会的召集、提案、出席、议事、表决、决议及会议记录均符合法律、法规和《公司章程》《董事会议事规则》的规定，依法履行了《公司法》《公司章程》赋予的权利和义务。公司历次董事会召开情况如下：

序号	会议名称	会议时间	出席会议情况
1	第一届董事会第一次会议	2019 年 5 月 16 日	全部董事
2	第一届董事会第二次会议	2019 年 8 月 23 日	全部董事
3	第一届董事会第三次会议	2019 年 12 月 4 日	全部董事
4	第一届董事会第四次会议	2019 年 12 月 26 日	全部董事
5	第一届董事会第五次会议	2020 年 3 月 30 日	全部董事
6	第一届董事会第六次会议	2020 年 5 月 6 日	全部董事
7	第一届董事会第七次会议	2020 年 5 月 8 日	全部董事
8	第一届董事会第八次会议	2020 年 6 月 13 日	全部董事
9	第一届董事会第九次会议	2020 年 6 月 29 日	全部董事
10	第一届董事会第十次会议	2020 年 9 月 12 日	全部董事
11	第一届董事会第十一次会议	2020 年 11 月 23 日	全部董事
12	第一届董事会第十二次会议	2021 年 2 月 2 日	全部董事

13	第一届董事会第十三次会议	2021年2月28日	全部董事
----	--------------	------------	------

### 3、监事会运行情况

自股份公司设立以来，公司共召开7次监事会，公司历次监事会均按照《公司章程》《监事会议事规则》的规定规范运作，其召集、提案、出席、议事、表决、决议及会议记录均符合法律、法规和《公司章程》《监事会议事规则》的规定，依法履行了《公司法》《公司章程》赋予的权利和义务。公司历次监事会召开情况如下：

序号	会议名称	会议时间	出席会议情况
1	第一届监事会第一次会议	2019年5月16日	全体监事
2	第一届监事会第二次会议	2019年12月4日	全体监事
3	第一届监事会第三次会议	2019年12月20日	全体监事
4	第一届监事会第四次会议	2020年5月6日	全体监事
5	第一届监事会第五次会议	2020年5月8日	全体监事
6	第一届监事会第六次会议	2020年9月12日	全体监事
7	第一届监事会第七次会议	2021年2月28日	全体监事

#### (三) 独立董事履职情况

公司董事会成员为7人，其中3人为独立董事(其中包括一名会计专业人士)。公司独立董事的提名与任职符合相关法律法规及《公司章程》的规定。公司制定了《独立董事工作制度》，对独立董事任职条件、提名、选举、更换、享有职权等作出了详细的规定。公司独立董事自任职以来，严格按照《公司章程》《董事会议事规则》《独立董事工作制度》等相关规定，谨慎、认真、勤勉地履行了权利和义务，对公司经营管理及发展战略的选择、规范运作、重大事项决策、本次募集资金投资项目等方面提出了积极的建议，保障了公司经营决策的科学性和公正性。

#### (四) 董事会秘书制度建立健全及运行情况

公司自建立董事会秘书制度以来，董事会秘书按照《公司章程》和《董事会秘书工作细则》的有关规定开展工作，具体包括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；出席公司历次董事会、股东大会，负责会议记录或授权其他工作人员代为制作会议记录；负责保管公司股东名册、

董事和监事及高级管理人员名册以及股东大会、董事会会议文件和会议记录等。

截至本招股说明书签署日，公司董事会秘书认真履行了《公司章程》和《董事会秘书工作细则》规定的相关职责。董事会秘书在公司法人治理结构的完善、与监管部门的沟通协调、公司重大经营决策、主要管理制度的制定、执行等方面发挥了重要作用。

#### （五）董事会各专门委员会的设置及运行情况

2019年12月4日，经公司第一届董事会第三次会议审议通过，董事会下设审计委员会、薪酬与考核委员会、提名委员会、战略委员会四个专门委员会，并通过了各专门委员会工作细则等制度。

截至本招股说明书签署日，董事会各专门委员会的构成情况如下：

委员会名称	主任委员（召集人）	委员
审计委员会	祝立宏（独立董事、会计专业人士）	李政、李宇光、黄加宁（独立董事）、张群华（独立董事）
战略委员会	李政	卢志勇、李宇光、张群华（独立董事）
薪酬与考核委员会	张群华（独立董事）	李政、李宇光、黄加宁（独立董事）、祝立宏（独立董事）
提名委员会	黄加宁（独立董事）	李政、卢志勇、祝立宏（独立董事）、张群华（独立董事）

#### 1、审计委员会设置及运行情况

##### （1）审计委员会人员组成

根据公司《董事会审计委员会工作细则》规定，审计委员会由五名董事组成，独立董事三名，在独立董事中至少应包括一名财务或会计专业人士。审计委员会委员由董事长、1/2以上独立董事或者全体董事的1/3以上提名，并由董事会选举产生。审计委员会设主任委员（召集人）1名，由会计专业的独立董事委员担任。

##### （2）审计委员会的职权

审计委员会的主要职责权限：①提议聘请或更换外部审计机构；②监督公司的内部审计制度及其实施；③负责内部审计与外部审计之间的沟通；④审核公司的财务信息及其披露；⑤审查公司的内控制度；⑥决定公司内部审计部的负责人；⑦董事会授予的其他事宜。

### （3）审计委员会运行情况

审计委员会自设立以来，依据《公司法》《上市公司治理准则》《公司章程》等相关规定要求，积极履行了职责，包括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、审查公司的内控制度、对公司的内控制度的健全和完善提出意见和建议等，对公司的风险控制及规范管理起到了积极的作用。

## 2、提名委员会设置及运行情况

### （1）提名委员会人员组成

根据公司《董事会提名委员会工作细则》规定，提名委员会成员由五名董事组成，其中独立董事三名。提名委员会委员由董事长、1/2 以上独立董事或者全体董事的 1/3 以上提名，并由董事会选举产生。提名委员会设主任委员（召集人）1 名，由独立董事委员担任。

### （2）提名委员会的职权

提名委员会的主要职责权限：①研究、制定公司的董事、总经理和其他高级管理人员的选择标准和招聘程序，并提出建议；②广泛搜寻、选拔合格的董事、总经理和其他高级管理人员的候选人，并提出建议；③对董事、总经理和其他高级管理人员候选人进行审查、考核，并提出建议；④董事会授权的其他事项。

### （3）提名委员会运行情况

提名委员会自设立以来，依据《公司法》《上市公司治理准则》《公司章程》等相关规定要求，积极履行了职责，在对董事候选人及高管人员的人选审议等方面发挥了重要的作用。

## 3、战略委员会设置及运行情况

### （1）战略委员会人员组成

根据公司《董事会战略委员会工作细则》规定，战略委员会由四名董事组成，其中独立董事一名。战略委员会委员由董事长、1/2 以上独立董事或者全体董事的 1/3 以上提名，并由董事会选举产生。战略委员会设主任委员（召集人）1 名，由董事长担任。

## （2）战略委员会的职权

战略委员会的主要职责权限：①对公司中、长期发展战略规划，进行研究并提出建议；②对公司章程规定的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；③对公司章程规定的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；④对其他影响公司发展的重大事项，进行研究并提出建议；⑤对上述事项的实施，进行检查督促并提出报告；⑥董事会授权的其他事项。

## （3）战略委员会运行情况

战略委员会自设立以来，依据《公司法》《上市公司治理准则》《公司章程》等相关规定要求，积极履行了职责，在协助公司制定发展战略、投融资方案、重大项目资本运作等方面发挥了积极的作用。

## 4、薪酬与考核委员会设置及运行情况

### （1）薪酬与考核委员会人员组成

根据公司《董事会薪酬与考核委员会工作细则》规定，薪酬与考核委员会由五名董事组成，其中独立董事三名。薪酬与考核委员会委员由董事长、1/2 以上独立董事或者全体董事的 1/3 以上提名，并由董事会选举产生。薪酬与考核委员会设主任委员（召集人）1 名，由独立董事委员担任。

### （2）薪酬与考核委员会的职权

薪酬与考核委员会的主要职责权限：①根据董事及高级管理人员岗位的主要范围、职责、重要性以及其他相关企业、相关岗位的薪酬水平制定薪酬计划或方案；②薪酬计划或方案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；③拟定公司股权激励计划草案，提交董事会审议。核实公司在股权激励计划实施过程中的授权是否合规、行权条件是否满足，并发表核实意见；④分类研究制定董事、高级管理人员的考核方案（至少包括考核内容、标准和周期），审查公司董事（非独立董事）及其他高级管理人员的履行职责情况，按考核方案进行业绩考核，并提出有关建议；⑤负责对公司薪酬制度执行情况进行监督，并核实公司年度报告中关于董事、高级管理人员薪酬披露的真实性、准确性和完整性；⑥董事会授权的其他事宜。

### (3) 薪酬与考核委员会运行情况

薪酬与考核委员会自设立以来，依据《公司法》《上市公司治理准则》《公司章程》等相关规定要求，积极履行了职责，在审议董事、高级管理人员的薪酬等方面发挥了重要的作用。

## 二、公司内部控制制度情况

### (一) 公司管理层对内部控制制度的自我评估意见

本公司董事会认为：公司现行的内部控制制度较为合理、完整、有效；能够适应公司生产经营的需要；能够保证公司会计资料的真实性、合法性、完整性；能够保证公司资产的安全、完整；能够按照法律、法规和公司章程规定的信息披露内容和格式的要求，真实、准确、完整、及时地报送及披露信息。公司内部控制制度自制定以来，各项制度得到有效实施。随着公司不断发展壮大的需要，公司的内部控制制度还将进一步健全和完善，并在实践中得以有效的执行和实施。

### (二) 会计师事务所对本公司内部控制制度的评价

2021年2月28日，天健会计师事务所(特殊普通合伙)为发行人出具了《关于久祺股份有限公司内部控制的鉴证报告》（天健审〔2021〕379号），报告结论如下：久祺股份公司按照《企业内部控制基本规范》及相关规定于2020年12月31日在所有重大方面保持了有效的内部控制。

## 三、发行人报告期内违法违规情况

报告期内，发行人不存在重大违法违规行为。

## 四、发行人报告期内资金占用和对外担保的情况

最近三年，公司不存在资金被控股股东、实际控制人及其控制的企业占用的情况，亦不存在为控股股东、实际控制人及其控制的企业提供担保的情况。

## 五、发行人直接面向市场独立持续经营的能力

发行人自成立以来，严格按照《公司法》《证券法》等法律、法规和《公司章程》的要求规范运作，在资产、业务、人员、财务、机构等方面与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业之间相互独立，具有完整的业务体系和独立面向

市场自主经营的能力。

### （一）资产完整

公司拥有独立于股东的生产经营场所，拥有独立完整的采购、生产、销售及配套设施和资产。对与生产经营相关的机器设备、原材料、办公设备、专利、商标等资产，公司均合法拥有其所有权或使用权。公司与股东之间的资产产权界定清晰，不存在依靠股东的经营场所进行经营的情况，不存在为股东提供违规担保的情况，不存在资产、资金被控股股东、实际控制人占用而损害公司利益的情况。

### （二）人员独立

公司建立了健全的法人治理结构，董事、监事及高级管理人员严格按照《公司法》《公司章程》等相关规定合法产生。公司拥有独立、完整的劳动人事管理制度，与员工签订了劳动合同。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均专职在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。公司的财务人员未在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业中兼职。

### （三）财务独立

公司已按照《会计法》《企业会计准则》及其他财务法规、条例的要求建立了一套独立、完整、规范的财务会计核算体系和财务管理制度，能够独立做出财务决策，不受控股股东、实际控制人干预。公司设立了独立的财务部门，配备了专职财务人员。公司在银行拥有独立的银行账号，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的情形。公司作为独立的纳税人，依法独立进行纳税申报和履行缴纳义务，不存在与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业混合纳税的情况。

### （四）机构独立

公司建立健全了与业务相适应的内部经营管理机构，独立行使经营管理权，依照《公司法》和《公司章程》规定建立了股东大会、董事会、监事会等组织机构，不存在与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业混合经营、合署办公的情况。公司具有独立设立、调整各职能部门的权力，不存在与控股股东、实际控



制人及其控制的其他企业机构混同的情形，未发生控股股东、实际控制人干预公司机构设置和生产经营活动的情况。

### **（五）业务独立**

公司主要从事自行车整车及其零部件和相关衍生产品的设计、研发、生产和销售，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不存在同业竞争或者显失公平的关联交易。

### **（六）发行人主营业务、控制权、管理团队稳定**

发行人主营业务、控制权、管理团队稳定，最近二年内，发行人主营业务和董事、高级管理人员未发生重大不利变化。控股股东和受控股股东、实际控制人支配的股东所持发行人的股份权属清晰，最近二年实际控制人没有发生变更，不存在可能导致控制权变更的重大权属纠纷。

### **（七）对持续经营有重大影响的事项**

截至本招股说明书签署日，发行人不存在主要资产、核心技术、商标的重大权属纠纷，不存在重大偿债风险，重大担保、诉讼、仲裁等或有事项，也不存在经营环境已经或将要发生的重大变化等对持续经营有重大影响的事项。

## **六、同业竞争情况**

### **（一）控股股东、实际控制人与公司不存在同业竞争**

公司的控股股东、实际控制人为李政、卢志勇、李宇光三人。截至本招股说明书签署日，公司控股股东、实际控制人控制的其他企业主要情况详见本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“七、持有发行人 5%以上股份或表决权的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控制的其他企业情况”。

#### **1、控股股东、实际控制人控制的其他企业的实际经营业务，在资产、人员、业务和技术等方面与发行人的关系**

截至本招股说明书签署日，公司控股股东、实际控制人控制的其他企业具体情况如下：

序号	企业名称	成立时间	注册资本	住所	经营范围	实际经营业务	股东构成
1	浙江久祺控股有限公司	2016年7月8日	20200万元人民币	浙江省杭州市上城区清吟街108号584室	实业投资, 财务咨询, 房地产投资, 物业管理, 从事进出口业务, 建筑工程施工, 室内外装饰工程设计、施工。	主要从事股权投资、管理咨询	1、李政: 50.50% 2、卢志勇: 27.23% 3、李宇光: 22.27%
2	浙江久祺运动发展有限公司	2013年11月7日	10000万元人民币	浙江省德清县莫干山何村村	一般项目: 体育赛事策划; 体育竞赛组织; 健身休闲活动; 露营地服务; 项目策划与公关服务; 食用农产品零售; 日用品销售; 服装服饰零售; 鞋帽零售; 工艺美术品及收藏品零售(象牙及其制品除外)(除依法须经批准的项目外, 凭营业执照依法自主开展经营活动)。许可项目: 住宿服务; 餐饮服务; 高危危险性体育运动(游泳); 食品经营; 烟草制品零售(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, 具体经营项目以审批结果为准)。	主要从事住宿、餐饮等服务	1、李政: 50% 2、卢志勇: 27.50% 3、李宇光: 22.50%
3	浙江久祺进出口有限公司	2006年8月28日	800万元人民币	浙江省杭州市江干区新塘路36、38、46、50、56、58、66号广新大厦13层1301	许可项目: 货物进出口; 食品经营(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, 具体经营项目以审批结果为准)。一般项目: 工程管理服务; 对外承包工程; 第二类医疗器械销售; 第一类医疗器械销售; 非居住房地产租赁(除依法须经批准的项目外, 凭营业执照依法自主开展经营活动)。	主要从事食品、建材产品等产品的进出口贸易	1、李政: 50% 2、李宇光: 27.50% 3、卢志勇: 22.50%
4	永祥国际有限公司	2019年2月27日	10,000港币	LEVEL 54, HOPEWELL CENTRE, 183 QUEEN'S ROAD EAST, HK	货物进出口, 建筑工程	2020年7月之前未实际经营; 2020年7月开始从事床上用品、浴室用品等产品的跨境电商业务	浙江久祺进出口有限公司: 100%
5	MANNUPTY LTD	2018年6月12日	100澳元	UNIT 109 10 BALFOURS WAY ADELAIDE, SA .5000	红酒出口	主要从事红酒贸易业务	李宇光: 100%

上述企业在资产、人员、业务和技术等方面均与发行人保持独立, 具体情况如下:

(1) 浙江久祺控股有限公司

久祺控股主要从事股权投资、管理咨询。2020年3月之前，发行人将坐落于杭州市清泰街509号富春大厦808室房产，无偿提供给久祺控股用于工商注册；2020年3月，久祺控股变更注册地址至浙江省杭州市上城区清吟街108号584室。久祺控股未拥有土地使用权及房产，办公场所属租赁而来，主要办公设备均为自购，人员均由其独立招聘，不存在资产、人员、业务和技术等方面与发行人混同、混用的情形，不存在同业竞争情况。

#### （2）浙江久祺运动发展有限公司

久祺运动主要从事住宿、餐饮等服务，拥有坐落于浙江省德清县莫干山镇何村村99号的土地使用权及房产，办公设备均为自购，人员均由其独立招聘，不存在资产、人员、业务和技术等方面与发行人混同、混用的情形，不存在同业竞争情况。

#### （3）浙江久祺进出口有限公司

久祺进出口主要从事食品、建材产品等产品的进出口贸易，报告期内还持有永祥国际有限公司100%股权。久祺进出口拥有杭州市江干区广新大厦13层至17层房产，主要办公设备均为自购，人员均由其独立招聘，不存在资产、人员、业务和技术等方面与发行人混同、混用的情形，不存在同业竞争情况。

#### （4）永祥国际有限公司

永祥国际有限公司成立于2019年2月，2020年7月之前未实际经营，2020年7月开始从事床上用品、浴室用品等产品的跨境电商业务，未拥有土地使用权及房产，不存在资产、人员、业务和技术等方面与发行人混同、混用的情形，不存在同业竞争情况。

#### （5）MANNU PTY LTD

MANNU PTY LTD主要从事红酒贸易业务，未拥有土地使用权及房产，不存在资产、人员、业务和技术等方面与发行人混同、混用的情形，不存在同业竞争情况。

公司控股股东、实际控制人控制的其他企业中，浙江久祺控股有限公司主要从事股权投资、管理咨询，没有经营实体业务；浙江久祺运动发展有限公司主要

从事与酒店相关的住宿、餐饮等业务；浙江久祺进出口有限公司虽然从事进出口贸易，但其经营的产品主要为食品、建材等，且不涉及产品的设计、生产环节；永祥国际有限公司在 2020 年 7 月之前未实际经营，2020 年 7 月开始从事床上用品、浴室用品等产品的跨境电商业务；MANNU PTY LTD 主要从事红酒贸易业务。

发行人主要从事自行车整车及其零部件和相关衍生产品的设计、研发、生产和销售，主要产品包括儿童自行车、成人自行车、助力电动自行车等整车及相关配件产品；因此，公司控股股东、实际控制人控制的除发行人以外的其他企业主营业务与发行人的主营业务在销售产品/提供服务的类别、形态、标准、功能及应用领域均不相同，在业务性质、经营管理等方面存在显著差异，同时发行人为突出并进一步做大做强自行车及其相关的主营业务，因此未将控股股东、实际控制人控制的其他企业纳入发行人体系内，具有合理性。

发行人实际控制人及关系密切的家庭成员控制的其他企业未从事与发行人主营业务相同或相似的业务，与发行人目前不存在同业竞争的情形，未来亦无从事相互竞争业务的规划；发行人与发行人实际控制人及关系密切的家庭成员控制的其他企业未来仍将围绕其各自现有的主营业务进一步经营发展，无对各自的资产、业务进行整合的安排，仍将维持各自资产、业务的独立性。

## **2、发行人与实际控制人控制的其他企业之间不存在共同生产、共用采购、销售渠道、通用原材料、为发行人提供外协的情形**

### **(1) 不存在共同生产的情形**

发行人实际控制人控制的其他企业实际经营业务与发行人分属不同的行业领域，主要产品类别、形态、标准、功能及应用领域等方面均与发行人产品存在显著差异，且均不涉及产品的生产；因此，上述企业与发行人不存在共同生产的情形。

### **(2) 不存在共用采购渠道的情形**

报告期内，发行人与久祺进出口不存在重叠的主要供应商，不存在共用采购渠道的情形，因均主要从事外贸业务而存在部分物流公司重叠的情形。报告期内存在重叠的物流公司主要为浙江中外运有限公司萧山分公司、嘉兴外轮代理有限

公司和马士基（中国）航运有限公司，其中久祺进出口运输的货物主要为食品、建材产品等，而发行人运输的货物主要为自行车及零件、摩托车配件以及玩具等。

①重叠物流公司的基本情况

序号	企业名称	成立时间	注册资本	注册地址	股东构成	控股股东/实际控制人	与发行人的合作时间	与久祺进出口的合作时间
1	浙江中外运有限公司萧山分公司	2014年6月18日	29,000万人民币	浙江省杭州市萧山区经济技术开发区市心北路108号新世界财富中心2幢1302室1322(自行分割)	1、中国外运华东有限公司：96.55%； 2、中国外运股份有限公司：3.45%	招商局集团有限公司	2015年	2015年
2	嘉兴外轮代理有限公司	1994年1月25日	500万人民币	嘉兴市禾兴南路783号(众安商务中心七楼)	宁波中远海运物流有限公司：100%	国务院	2019年	2019年
3	马士基（中国）航运有限公司	1994年3月29日	600万美元	北京市朝阳区东三环中路24号乐成中心B座1706室	马士基（中国）有限公司：100%	马士基有限公司	2015年	2015年

注：浙江中外运有限公司萧山分公司注册资本及股东构成为其总公司浙江中外运有限公司注册资本及股东构成。

报告期内，主要重叠物流公司的财务数据如下：

单位：万元

公司名称	项目	2020年末/2020年度	2019年末/2019年度	2018年末/2018年度
嘉兴外轮代理有限公司[注1]	总资产	7,243.14	5,078.10	-
	营业收入	50,361.06	38,940.76	-
浙江中外运有限公司[注2]	总资产	180,230.41	131,334.85	120,515.79
	营业收入	616,778.42	485,245.52	446,553.66
马士基（中国）航运有限公司[注3]	总资产	-	94,959.83	86,762.65
	营业收入	-	44,934.75	43,436.48

注1：嘉兴外轮代理有限公司与公司及久祺进出口于2019年开始合作；

注2：浙江中外运有限公司萧山分公司是浙江中外运有限公司的分支机构；

注3：2020年，马士基（中国）航运有限公司与发行人及久祺进出口未合作。

②重叠物流公司交易情况

报告期内，主要重叠物流公司向发行人和久祺进出口的主要运输内容、金额及占比、均价及运输量情况如下：

年度	主要重叠物流公司名称	久祺进出口						发行人					
		主要运输内容	结算方式	运费金额(万元)	占比(%)	运输数量(柜)	运输单价(万元/柜)	主要运输内容	结算方式	运费金额(万元)	占比(%)	运输数量(柜)	运输单价(万元/柜)
2020年度	嘉兴外轮代理有限公司	建材、专用设备、食品等	FOB	38.79	5.03	100.00	0.39	自行车及零件	FOB	1.71	0.02	5.00	0.34
			CIF	117.55	15.24	23.00	5.11		CIF	71.43	0.86	22.00	3.25
			-	-	-	-	-	-	玩具	DDP	999.91	12.05	124.00
	浙江中外运有限公司萧山分公司	食品、钢结构及建材、电器等	FOB	104.30	13.52	256.00	0.41	自行车及零件、摩托车配件	FOB	308.61	3.72	560.00	0.55
			CIF	415.88	53.91	164.50	2.53		CIF	349.44	4.21	139.00	2.51
	<b>合计</b>	-	-	<b>676.52</b>	<b>87.70</b>	-	-	-	-	<b>1,731.10</b>	<b>20.86</b>	-	-
2019年度	嘉兴外轮代理有限公司	纺织品、钢结构、电器、建材、食品等	FOB	36.61	0.69	141.00	0.26	自行车及零件	FOB	7.41	0.12	14.00	0.53
			CIF	620.63	11.69	226.00	2.75	玩具	DDP	1,405.75	23.23	198.00	7.10
			DDP	3,393.27	63.90	516.00	6.58						
	浙江中外运有限公司萧山分公司	纺织品、钢结构、电器、建材、食品等	FOB	51.43	0.97	117.00	0.44	自行车及零件、摩托车配件	FOB	270.71	4.47	552.00	0.49
			CIF	1,125.77	21.20	631.00	1.78		CIF	299.98	4.96	173.00	1.73
			DDP	37.88	0.71	6.00	6.31		-	-	<b>1,983.86</b>	<b>32.78</b>	-
<b>合计</b>	-	-	<b>5,265.58</b>	<b>99.16</b>	-	-	-	-	<b>1,983.86</b>	<b>32.78</b>	-	-	
2018年度	浙江中外运有限公司萧山分公司	钢结构及建材、服装、纺织品等	FOB	15.38	2.82	30.50	0.50	自行车及零件、摩托车配件	FOB	590.69	11.29	1,042.00	0.57
			CIF	62.96	11.55	25.00	2.52		CIF	582.55	11.13	351.00	1.66
	<b>合计</b>	-	-	<b>78.34</b>	<b>14.37</b>	-	-	-	-	<b>1,173.24</b>	<b>22.42</b>	-	-

注：占比(%)=运费金额/久祺进出口(久祺股份)销售费用中运输及出口费用金额

报告期内，久祺进出口向主要重叠物流公司的运费采购金额分别为 78.34 万元、5,265.58 万元及 676.52 万元，占久祺进出口销售费用中运输及出口费用的比重分别为 14.37%、99.16% 及 87.70%；运输的产品主要为钢结构及建材、服装、纺织品、电器、食品等，种类较多；受运输产品类型、结算方式、海运市场需求等因素影响，运输单价报告期各期波动较大。

报告期内，久祺股份向主要重叠物流公司的运费采购金额分别为 1,173.24 万元、1,983.86 万元及 1,731.10 万元，占久祺股份销售费用中运输及出口费用的比重分别为 22.42%、32.78% 及 20.86%；运输的产品主要为自行车及零件、摩托车零件、玩具等，与久祺进出口运输的产品存在明显差异；从运输单价来看，由于久祺股份与久祺进出口运输产品类型不同，且久祺进出口客户集中在南美地区而久祺股份客户遍布全球，两者运输单价存在一定差异，但总体不存在重大差异。

### ③主要重叠物流公司向发行人和久祺进出口交易价格的公允性

报告期内各期，发行人及久祺进出口向主要重叠物流公司的运费单价及久祺股份的整体运费单价如下：

单位：万元/柜

期间	结算方式	久祺进出口向重叠物流公司运费单价	久祺股份向重叠物流公司运费单价	久祺股份整体运费单价
2020 年度	FOB	0.40	0.55	0.46
	CIF	2.84	2.61	3.02
	DDP	-	8.06	8.06
2019 年度	FOB	0.34	0.49	0.50
	CIF	2.04	1.73	2.41
	DDP	6.57	7.10	6.97
2018 年度	FOB	0.50	0.57	0.50
	CIF	2.52	1.66	1.74

FOB 及 DDP 结算方式下：发行人及久祺进出口向主要重叠物流公司运费单价与久祺股份整体运费单价无重大差异。

CIF 结算方式下：2019 年度及 2020 年度，发行人及久祺进出口向主要重叠物流公司运费单价低于发行人整体运费单价，系 2019 年起发行人跨境电商业务大幅增加，运往美国亚马逊的海运费单价较高且主要为向其他非重叠物流公司采

购运输服务，导致整体运费单价较高；2018 年度，发行人向重叠物流公司运费单价与发行人整体运费单价无重大差异；2018 年度，久祺进出口向重叠物流公司运费单价高于发行人向重叠物流公司运费单价及发行人整体运费单价，系久祺进出口于 2018 年度销售较多钢结构及建材，在海运中需用开顶柜特种集装箱运输，其运输单价高于普通集装箱。

久祺进出口及发行人与重叠物流公司均系根据自身需求独立采购，采购价格均系依据物流公司报价体系及市场价格确认。重叠物流公司为行业内声誉较高、服务质量可靠的从事运输业务的央企或国际知名的集装箱承运运输公司，发行人及久祺进出口与重叠物流公司不存在关联关系，不存在代垫费用或其他利益输送情形，交易价格具有公允性。

#### ④不存在共用采购渠道的情形

报告期内，发行人与久祺进出口存在少数物流公司重叠的情况，主要原因系发行人与久祺进出口均主要从事出口贸易，具有较多的运输需求，而重叠物流公司为行业内声誉较高、服务质量可靠的从事运输业务的央企或国际知名的集装箱承运运输公司，发行人及久祺进出口选择其作为供应商具备商业合理性。经抽查重叠物流公司报价单据，报告期内，久祺进出口的运输内容与发行人属不同类别，双方系根据自身需求独立采购，采购价格均系依据物流公司报价体系依据市场价格确认，不存在影响发行人独立性的情形。此外，发行人已构建独立完整的采购体系，具备独立进行供应商评价与管理的能力，拥有采购业务的自主经营决策权且独立进行结算，不存在共用采购渠道的情形。

#### (3) 不存在共用销售渠道的情况

报告期内，发行人与久祺进出口存在重叠客户的情况，重叠客户为 CORPORACION LOGISTICA DEL CARIBE SA、LANDSCAPE VISION CORPORATION、DISTRIBUIDORA RALI SA 以及 WORLD BRANDS INTERNATIONAL CORP 和 A 客户，其中久祺进出口主要销售食品、建材产品等，而发行人主要销售自行车及零件以及玩具，二者销售产品类别不同。



## ①重叠客户基本情况

序号	公司名称	注册号/税号	发行及实付资本/注册资本	类型	注册地址	成立时间	主营业务	控股股东/实际控制人	与发行人合作的时间	与久祺进出口的合作时间	经营现状	国别
1	CORPORACION LOGISTICA DEL CARIBE SA	4809548309746	250,000.00 美元	股份有限公司	Via Jose Domingo Diaz, Edif. Rali, Planta Baja, Tocumen Ciudad de Panama POSTAL CODE P.O. BOX 0823-00868	1995.11.29	家居、服装和鞋类进口销售	CARRETERO NAPOLITANO, RAMON、CARRETERO NAPOLITANO, VICENTE	2000 年	2010 年	正常	巴拿马
2	LANDSCAPE VISION CORPORATION	9392271523348	/	股份有限公司	Avenida Balboa, Edificio Sky Business Center, planta baja, Urbanizacion Marbella, Corregimiento de Bella Vista Panama City	2006.04.19	建筑、房屋、桥梁和其他公共工程			2014 年	正常	巴拿马
3	DISTRIBUIDORA RALI SA	3773828268716	5,000.00 巴波亚	股份有限公司	Via Jose Domingo Diaz (tambien Via a Tocumen), Edif. Rali, Planta Baja, Zona 7, Tocumen Ciudad de Panama	1993.01.14	自行车、汽车配件的进口贸易			2012 年	正常	巴拿马
4	WORLD BRANDS INTERNATIONAL CORP	9917671534361	10,000.00 US Dollar	股份有限公司	Calle 41 y República de Chile (Casa Blanca), Corregimiento Bella Vista	2006.02.08	眼镜、衣服、自行车、体育用品的进出口贸易	CARRETERO NAPOLITANO, ROBERTO、CASTILLO, OMAR	2010 年	2014 年	正常	巴拿马
5	A 客户											

注 1: CORPORACION LOGISTICA DEL CARIBE SA, LANDSCAPE VISION CORPORATION, DISTRIBUIDORA RALI SA 系 CARRETERO NAPOLITANO, RAMON、CARRETERO NAPOLITANO, VICENTE 同一控制下的企业;

注 2: A 客户名称及基本情况已按有关规定申请豁免披露。

报告期内，主要重叠客户的财务数据如下：

单位：万美元

公司名称	项目	2020 年末/2020 年度	2019 年末/2019 年度	2018 年末/2018 年度
------	----	-----------------	-----------------	-----------------

公司名称	项目	2020 年末/2020 年度	2019 年末/2019 年度	2018 年末/2018 年度
CORPORACION LOGISTICA DEL CARIBE SA	总资产	6,938.75	7,477.76	6,789.98
	营业收入	3,501.23	4,389.75	5,886.31
LANDSCAPE VISION CORPORATION	总资产	37,613.85	36,802.59	32,425.83
	营业收入	24,375.60	30,092.35	29,731.76
DISTRIBUIDORA RALI SA	总资产	2,178.56	1,647.90	2,049.43
	营业收入	2,568.04	2,156.71	2,582.42
WORLD BRANDS INTERNATIONAL CORP	总资产	5,134.78	5,354.02	5,522.57
	营业收入	2,760.30	4,617.01	2,001.26
A 客户	总资产		-	
	营业收入		-	

注：上述主要重叠客户的财务数据系由客户提供，A 客户主要财务数据已按有关规定申请豁免披露。

## ②重叠客户交易情况

报告期内，发行人和久祺进出口向主要重叠客户销售的主要内容、金额及占比、均价及销量情况如下：

年度	主要重叠客户名称	久祺进出口					发行人				
		销售内容	销售金额 (万元)	占比 (%)	销售数量 (公斤/个/辆/ /套/台)	销售单价(元/公 斤、元/个、元/辆、 元/套、元/台)	销售内容	销售金额 (万元)	占比 (%)	销售数量 (辆/个)	销售单价(元/辆、 元/个)
2020 年度	LANDSCAPE VISION CORPORATION	燃气烤箱、冰箱、饮水机、电烤箱、空调、燃气灶等家用电器类	1,787.48	10.54	17,494.00	1,021.77	玩具	1,405.35	0.62	693,824.00	20.26
		裤子、帽子、雨衣等服饰类	1,371.72	8.08	-	-	-	-	-	-	-
		一次性口罩(非医用)	977.91	5.76	1,800,000.00	5.43	-	-	-	-	-
		活动房屋	763.84	4.50	68.00	112,329.41	-	-	-	-	-
		书包、圆珠笔	712.68	4.20	-	-	-	-	-	-	-
		水泥泡沫墙板、涂料等建材类	493.15	2.91	-	-	-	-	-	-	-
		东风牌乘用车	377.77	2.23	45.00	83,948.89	-	-	-	-	-
		体育馆室外LED灯具	376.27	2.22	1,801.00	2,089.23	-	-	-	-	-
		选矿生产线设备	180.00	1.06	1.00	1,799,974.72	-	-	-	-	-
		推土机	160.57	0.95	2.00	802,827.97	-	-	-	-	-
		沙丁鱼罐头	137.49	0.81	11,630.00	118.22	-	-	-	-	-
		柴油发动机	66.14	0.39	5.00	132,274.14	-	-	-	-	-
		潜孔钻机/空压机	54.65	0.32	2.00	273,256.22	-	-	-	-	-
		<b>小计</b>	<b>7,459.66</b>	<b>43.97</b>	-	-	-	<b>小计</b>	<b>1,405.35</b>	<b>0.62</b>	<b>693,824.00</b>
	CORPORAC	水槽	102.24	0.60	14,932.00	68.47	摩托车	1,814.10	0.79	3,300.00	5,497.27

年度	主要重叠客户名称	久祺进出口					发行人				
		销售内容	销售金额 (万元)	占比 (%)	销售数量 (公斤/个/辆 /套/台)	销售单价(元/公 斤、元/个、元/辆、 元/套、元/台)	销售内容	销售金额 (万元)	占比 (%)	销售数量 (辆/个)	销售单价(元/辆、 元/个)
	ION LOGISTICA DEL CARIBE SA	-	-	-	-	-	摩托车零件	730.03	0.32	6,530.00	1,117.96
		-	-	-	-	-	童车、成车及配件	225.96	0.10	-	-
		小计	102.24	0.60	14,932.00	68.47	小计	2,770.09	1.21		
		-	-	-	-	-	成车	2,653.27	1.16	49,621.00	534.71
	DISTRIBUIDORA RALISA	-	-	-	-	-	童车	470.30	0.21	25,542.00	184.13
		-	-	-	-	-	配件类	319.03	0.14	-	-
		-	-	-	-	-	小计	3,442.60	1.51	-	-
		钢结构	395.76	2.33	440,850.00	8.98	-	-	-	-	-
	WORLD BRANDS INTERNATIONAL CORP	冰箱、投影仪等	72.15	0.43	-	-	-	-	-	-	-
		小计	467.91	2.76	-	-	-	-	-	-	-
		黑芸豆	486.80	2.87	-	-	玩具	6,066.73	2.66	-	-
	A 客户	挖掘机	315.17	1.86	2.00	1,575,846.71					
		冰箱	232.69	1.37	1,538.00	1,512.97					
		护栏、PE 给水管	93.29	0.55	-	-					
		小计	1,127.96	6.65	-	-	小计	6,066.73	2.66	-	-
合计		9,157.77	53.97	-	-	合计	13,684.77	5.99	-	-	
2019 年度	CORPORACION LOGISTICA DEL CARIBE SA	抹布	47.12	0.1	-	-	童车	183.05	0.10	16,485.00	111.04
		塑料吸管	0.81	0	-	-	配件类	208.08	0.12	-	-
		小计	47.93	0.1	-	-	小计	391.12	0.22	-	-

年度	主要重叠客户名称	久祺进出口					发行人				
		销售内容	销售金额 (万元)	占比 (%)	销售数量 (公斤/个/辆 /套/台)	销售单价(元/公 斤、元/个、元/辆、 元/套、元/台)	销售内容	销售金额 (万元)	占比 (%)	销售数量 (辆/个)	销售单价(元/辆、 元/个)
	LANDSCAPE VISION CORPORATION	钢结构	667.72	1.4	874,110.00	7.64	成车	1,233.68	0.68	27,220.00	453.23
							童车及配件类	513.87	0.29	-	-
							小计	1,747.56	0.97	-	-
	DISTRIBUTORALISA	-	-	-	-	-	成车	1,078.97	0.6	22,908.00	471
		-	-	-	-	-	童车及配件类	210.67	0.12	-	-
		-	-	-	-	-	小计	1,289.64	0.72	-	-
	WORLD BRANDS INTERNATIONAL CORP	钢结构、楼承板	1,344.63	2.81	1,437,977.00	9.35	童车	173.57	0.10	8,185.00	212.06
		活动房屋	704.79	1.47	52	135,536.54	成车	97.62	0.05	2,821.00	346.05
		纺织品、投影仪及配件等其他产品	83.63	0.17	-	-	-	-	-	-	-
		小计	2,133.05	4.46	-	-	小计	271.19	0.15	-	-
	A 客户	配方奶粉、金枪鱼罐头等	22,351.22	46.74	-	-	玩具	8,847.39	4.93	-	-
	合计		25,199.92	52.7	-	-	合计	12,546.90	6.99	-	-
	2018 年度	CORPORACION LOGISTICA DEL CARIBE SA	抹布	251.22	12.01	2,097,000.00	1.2	汽车轮胎	3,105.92	1.71	94,270.00
成车及配件类								811.97	0.45	-	-
小计								3,917.89	2.15	-	-
LANDSCAPE VISION CORPORATION		钢结构	969.52	46.36	819,770.00	11.83	-	-	-	-	
DISTRIBUTORALISA	雨伞、服装、展架	16.6	0.79	-	-	成车、童车及配件类	1,233.95	0.68	-	-	

年度	主要重叠客户名称	久祺进出口					发行人				
		销售内容	销售金额 (万元)	占比 (%)	销售数量 (公斤/个/辆/套/台)	销售单价(元/公斤、元/个、元/辆、元/套、元/台)	销售内容	销售金额 (万元)	占比 (%)	销售数量 (辆/个)	销售单价(元/辆、元/个)
	SA										
	WORLD BRANDS INTERNATIONAL CORP	不锈钢桌、洗手盆等建材类	34.17	1.63	-	-	-	-	-	-	-
	合计	-	1,271.51	60.8	-	-	合计	5,151.84	2.83	-	-

注：占比(%)=销售金额/久祺进出口(久祺股份)营业收入

报告期内，久祺进出口对主要重叠客户的销售金额为 1,271.51 万元、25,199.92 万元及 9,157.77 万元，占久祺进出口营业收入的比例为 60.80%、52.70% 及 53.97%；销售的产品主要为钢结构、活动房屋、冰箱及烤箱、食品等多种民生及轻工产品。

报告期内，久祺股份对重叠客户的销售金额为 5,151.84 万元、12,546.90 万元及 13,684.77 万元，占久祺股份营业收入的比例为 2.83%、6.99% 及 5.99%，销售金额及占比较低，对主要重叠客户不存在重大依赖；销售的产品主要为摩托车、童车、成车、汽车轮胎、自行车零件、摩托车零件、玩具等，与久祺进出口销售的主要产品在类别、形态、标准、功能及应用领域等方面存在显著差异且不可替代。

A 客户所在 C 国家的经济结构相对单一，部分轻工业及民生物资（包括食品、药品、轻工产品等）需要进口，另一方面久祺进出口由于在 C 国家有多年的销售业务且具有丰富的采购渠道，在综合考虑质量、价格的基础上，A 客户确定由久祺进出口承接该笔食品订单，通过久祺进出口采购配方奶粉、金枪鱼罐头、黑芸豆等大量食品，订单获取方式合法合规。2019 年 3 月，久祺进出口与 A 客户签订合同，合同金额 22,351.22 万元，交货条件为 DDP。2019 年 4 月，通过 D 公司第三方回款的形式，久祺进出口全额预收了该食品订单的合同款项。

该食品订单已于 2019 年执行完毕，具体销售情况如下：

序号	食品名称	销售金额（万元）
1	配方奶粉	13,463.24
2	金枪鱼罐头	7,159.66
3	黑芸豆	1,728.33
合计		<b>22,351.22</b>
营业成本		15,531.29
毛利率		30.51%

2019 年，该食品订单的采购对象及金额情况如下：

序号	供应商名称	食品名称	采购金额（万元）
1	圣元营养食品有限公司	配方奶粉	9,159.20
2	宁波兰洋水产食品有限公司	金枪鱼罐头	2,364.90
3	浙江融创食品工业有限公司	金枪鱼罐头	2,038.92

序号	供应商名称	食品名称	采购金额（万元）
4	天润禾农业科技（大连）有限公司	黑芸豆	1,141.85
5	佛山市顺德区海鼎水产食品有限公司	金枪鱼罐头	826.42
合计			15,531.29

2019 年，该食品订单的运输主要委托嘉兴外轮代理有限公司执行，运输费用金额为 3,393.27 万元。久祺进出口与 A 客户的食品订单、发行人与 A 客户的玩具订单交货条件均为 DDP，运输均主要委托嘉兴外轮代理有限公司执行。嘉兴外轮代理有限公司系中国远洋海运集团有限公司的控股子公司，实际控制人为国务院，其对久祺进出口、发行人提供运输服务的定价政策一致。两笔订单的运费情况比较如下：

单位：万元

项目	发行人的玩具订单	久祺进出口的食品订单
运输费用	1,420.37	3,393.27
销售金额	8,847.39	22,351.22
占比	16.05%	15.18%

如上表所示，发行人与 A 客户的玩具订单、久祺进出口与 A 客户的食品订单相比，其中运输费用占销售金额的比例基本接近，不存在较大差异。

### ③主要重叠客户向发行人和久祺进出口交易价格的公允性

报告期内，主要重叠客户向发行人主要采购摩托车及配件、自行车及配件、汽车轮胎和玩具等产品，向久祺进出口主要采购钢结构、活动房屋、食品等。报告期内不存在采购同类产品情况，交易价格不具有可比性。以下对久祺进出口、久祺股份向重叠客户与向其他客户销售的同类产品毛利率进行比较分析，具体如下：

#### A.主要重叠客户和久祺进出口交易毛利率比较分析

报告期内，主要重叠客户与久祺进出口的交易毛利率比较如下：



年度	重叠销售客户名称	久祺进出口					可比客户销售		
		销售内容	销售金额 (万元)	占比	主要供应商	销售毛 利率	样本选择依据	可比客户 名称	毛利率
2020 年度	LANDSCAPE VISION CORPORATION	燃气烤箱、冰箱、饮水机、电烤箱、空调、燃气灶等家用电器类	1,787.48	19.52%	广东美的电器股份有限公司、合肥华凌股份有限公司	18.32%	系偶发性订单，本期未销售给其他客户		
		裤子、帽子、雨衣等服饰类	1,371.72	14.98%	浙江省东阳市定达皮具有限公司、广州珞梵布艺制品有限公司	9.27%			
		一次性口罩(非医用)	977.91	10.68%	江苏特莱西医疗科技发展有限公司、安徽比途生物科技有限公司	10.62%			
		活动房屋	763.84	8.34%	浙江普天集成房屋有限公司	25.46%			
		书包、圆珠笔	712.68	7.78%	浙江省东阳市定达皮具有限公司	11.55%			
		水泥泡沫墙板、涂料等建材类	493.15	5.39%	江苏邦杰防腐保温科技有限公司、浙江普天集成房屋有限公司、福建省华越新型建材有限公司	23.64%			
		东风牌乘用车	377.77	4.13%	中国东风汽车工业进出口有限公司	20.48%			
		体育馆室外 LED 灯具	376.27	4.11%	深圳斯凯氟科技有限公司	6.80%			
	A 客户	黑芸豆	486.80	5.32%	天润禾农业科技（大连）有限公司	19.73%	系 C 国家政府订单，未向其他客户销售		
		挖掘机	315.17	3.44%	浙江成峰实业有限公司	20.54%			
冰箱		232.69	2.54%	广东美的电器股份有限公司、合肥华凌股份有限公司	9.00%				
合 计			<b>7,895.49</b>	<b>86.22%</b>		-			
2019 年度	LANDSCAPE VISION CORPORATION	钢结构	667.72	2.65%	浙江东南网架股份有限公司	35.06%	本期销售给不同客户，比较其毛利率	Fundacion	25.05%
	WORLD BRANDS	钢结构、楼承板	1,344.63	5.34%	浙江东南网架股份有限公司	22.06%			25.05%

年度	重叠销售客户名称	久祺进出口					可比客户销售		
		销售内容	销售金额 (万元)	占比	主要供应商	销售毛 利率	样本选择依据	可比客户 名称	毛利率
	INTERNATIONAL CORP	活动房屋	704.79	2.80%	浙江普天集成房屋有限公司	29.56%			22.47%
	A 客户	配方奶粉、金枪鱼罐头 等	22,351.22	88.70%	圣元营养食品有限公司	30.51%	系 C 国家政府订单, 未向其他客户销售		
合 计			<b>25,068.36</b>	<b>99.48%</b>		-			
2018 年度	CORPORACION LOGISTICA DEL CARIBE SA	抹布	251.22	19.76%	苍南德寿纺织有限公司	16.42%	系偶发性订单, 本期未销售给其他客户		
	LANDSCAPE VISION CORPORATION	钢结构	969.52	76.25%	浙江东南网架股份有限公司	34.93%	本期未销售给其他客户		
合 计		-	<b>1,220.74</b>	<b>96.01%</b>		-			

注：占比=该产品的销售金额/发行人（久祺进出口）向当期重叠客户总销售收入

由于久祺进出口销售的产品种类较多，客户主要承接的是南美国家的政府订单，大多属于偶发性的销售，产品销售的毛利率无法全部比较，且久祺进出口为出口贸易型企业，无自主研发和生产的产品，当客户有购买需求时，久祺进出口根据客户的报价或通过招投标形式确定交易价格。

通过比较久祺进出口向重叠客户及向其他客户销售的同类产品毛利率，如 2019 年度，久祺进出口向 Fundacion 销售钢结构、活动房屋等，销售毛利率与向 LANDSCAPE VISION CORPORATION、WORLD BRANDS INTERNATIONAL CORP 销售的毛利率不存在较大差异。

报告期内，久祺进出口主要销售产品包括钢结构、活动房屋、食品等，同类产品不同年度的毛利率波动情况如下：

a. 2018 年、2019 年向 LANDSCAPE VISION CORPORATION 销售钢结构，2018 年、2019 年销售的毛利率分别为 34.93%、35.06%，不存在较大波动；

b. 2019 年、2020 年向 WORLD BRANDS INTERNATIONAL CORP、LANDSCAPE VISION CORPORATION 销售活动房屋的毛利率分别为 29.56% 和 25.46%，不存在较大波动；

c. 2019 年、2020 年向 A 客户销售食品的毛利率分别为 30.51% 和 19.73%，波动较大，主要系 2020 年的食品订单为追加订单，久祺进出口以 FOB 方式结算，与 2019 年 DDP 结算模式存在差异，导致毛利率有所下降。

此外，久祺进出口主要供应商包括圣元营养食品有限公司、浙江东南网架股份有限公司、广东美的电器股份有限公司和合肥华凌股份有限公司等，与久祺股份的供应商无重叠情况。

#### B. 主要重叠客户和久祺股份交易毛利率

报告期内，主要重叠客户与久祺股份交易毛利率情况如下：

年度	重叠销售客户名称	发行人				可比销售			
		销售内容	销售金额 (万元)	占比	主要供应商	毛利率	样本选择依据	可比样本来源	毛利率
2020 年度	CORPORACION LOGISTICA DEL CARIBE SA	电动摩托车	1,814.10	13.26%	重庆纳萨克斯国际贸易有限公司	23.61%	系新产品、新订单，无重复销售	2020年摩托车销售毛利率	19.69%
		摩托车发动机	730.03	5.33%	重庆力帆速越机械制造有限公司	23.35%	系新产品、新订单，无重复销售	2020年摩托车零配件销售毛利率	10.80%
	DISTRIBUIDORA RALI SA	成车	2,653.27	19.39%	天津福盛达运动器材有限公司	17.98%	选取销售量且供应商相同的进行比较	EXPRESS UNION INTERNATIONAL CO., LTD.	27.72%
	LANDSCAPE VISION CORPORATION	玩具	1,405.35	10.27%	JI WEI INVESTMENTS LIMITED	15.70%	同类产品	A 客户	48.74%
	A 客户	玩具	6,066.73	44.33%	汕头市澄海区艳阳春贸易有限公司、 汕头市艺丰贸易发展有限公司、汕头 市赢盛进出口贸易有限公司	48.74%	同类产品	LANDSCAPE VISION CORPORATION	15.70%
	合计		<b>12,669.48</b>	<b>92.58%</b>		-			
2019 年度	LANDSCAPE VISION CORPORATION	成车	1,233.68	9.83%	天津市金轮信德车业有限公司	10.54%	选取销售量且供应商相同的进行比较	LLC LENTA	9.12%
	DISTRIBUIDORA RALI SA	成车	1,078.97	8.60%	天津福盛达运动器材有限公司	10.37%	选取销售量且供应商相同的进行比较	LLC LENTA	9.12%
	A 客户	玩具	8,847.39	70.51%	汕头市澄海区艳阳春贸易有限公司、 汕头市赢盛进出口贸易有限公司	48.85%	系政府订单，通过招标方式取得，无可比对象		
	合计		<b>11,160.05</b>	<b>88.95%</b>		-			
2018 年度	DISTRIBUIDORA RALI SA	成车	797.27	15.48%	天津市金轮信德车业有限公司	22.46%	选取销售额接近、同一地区的客户进行比较	IRONMAX BIKES and TOYS CO LTD	17.05%
	CORPORACION LOGISTICA DEL CARIBE SA	汽车轮胎	3,105.92	60.29%	青岛福临轮胎有限公司、中策橡胶集团有限公司	14.27%	产品为汽车轮胎，无重复销售	2018年度公司主营业务毛利率	13.30%
	合计		<b>3,903.19</b>	<b>75.76%</b>		-			

报告期内，久祺股份销售给主要重叠客户的产品主要为摩托车及配件、自行车及配件、汽车轮胎和玩具等产品，毛利率对比分析如下：

a. 2018 年度

i. 公司向 CORPORACION LOGISTICA DEL CARIBE SA 销售的产品为汽车轮胎，供应商为青岛福临轮胎有限公司、中策橡胶集团有限公司等国内大型企业，销售毛利率 14.27%，与 2018 年度主营业务毛利率 13.3% 接近。

ii. 公司向 DISTRIBUIDORA RALI SA 销售成车，本期同地区、同规模的客户毛利率对比如下：

单位：万元

公司名称	地区	销售方式	销售金额	毛利率
DISTRIBUIDORA RALI SA	巴拿马	CIF	468.30	26.12%
		FOB	328.97	17.26%
		小计	797.27	22.46%
IRONMAX BIKES and TOYS CO LTD	墨西哥	FOB	926.38	17.05%

对比分析可知，DISTRIBUIDORA RALI SA 成车订单毛利率较高，主要系存在 CIF 销售模式的订单，FOB 销售模式下，与可比公司 IRONMAX BIKES and TOYS CO LTD 毛利率较为接近。

b. 2019 年度

i. 公司向 LANDSCAPE VISION CORPORATION 和 DISTRIBUIDORA RALI SA 销售成车毛利率分别为 10.54% 和 10.37%，略高于向 LLC LENTA 销售的 9.12% 的毛利率，主要系向 LANDSCAPE VISION CORPORATION 和 DISTRIBUIDORA RALI SA 销售的成车中，存在 CIF 销售模式，因此毛利率较 LLC LENTA 略高，但差异总体较小。

ii. 公司向 A 客户销售玩具，采用 DDP 模式，该订单系 C 国政府订单，通过招标方式取得，毛利率因此较高。

c. 2020 年度

i. 公司向 CORPORACION LOGISTICA DEL CARIBE SA 销售大功率锂电池电动摩托车和摩托车发动机，公司销售的大功率锂电池电动摩托车销售单价及单位成本相对汽油机摩托车均较高，2020 年销售的该类电动摩托车毛利率为 23.61%，相对较高，一方面系该类电动摩托车是发行人 2020 年销售的新产品，

新产品的报价相对较高，毛利率相对较高；另一方面，境外市场传统的汽油摩托车产品较为成熟，竞争相对激烈，汽油摩托车产品的毛利率相对较低。

2020 年度，公司向 CORPORACION LOGISTICA DEL CARIBE SA 的摩托车发动机毛利率为 23.35%，高于公司整体摩托车配件的毛利率，该摩托车发动机系知名品牌产品，且客户的价格接受能力较强，报价相对较高，毛利率因此较高。

ii. 公司向 DISTRIBUIDORA RALI SA 销售成车

2020 年度，公司向 DISTRIBUIDORA RALI SA 销售的成车毛利率为 17.98%，低于向 EXPRESS UNION INTERNATIONAL CO., LTD. 销售的 27.72% 的毛利率，主要系向 EXPRESS UNION INTERNATIONAL CO., LTD. 销售的成车中，有 87.36% 的销售为 CIF 销售模式，因此毛利率较 DISTRIBUIDORA RALI SA 偏高。

iii. 公司向 LANDSCAPE VISION CORPORATION 销售玩具

2020 年度，公司向 LANDSCAPE VISION CORPORATION 销售的玩具的毛利率为 15.70%，低于向 A 客户销售的 48.74% 的毛利率，主要系向 A 客户销售的玩具为 DDP 的结算销售模式且 A 客户订单为政府订单，因此毛利率较 LANDSCAPE VISION CORPORATION 高。

④不存在共用销售渠道的情形

上述客户存在重叠的主要原因为其经营多种产业而需同时与发行人及久祺进出口进行交易，其中，DISTRIBUIDORA RALI SA、CORPORACION LOGISTICA DEL CARIBE SA、LANDSCAPE VISION CORPORATION 系 CARRETERO NAPOLITANO, RAMON、CARRETERO NAPOLITANO, VICENTE 同一控制下的企业，因在中南美地区同时经营多种产业，因此需根据其采购需求向发行人及久祺进出口分别采购不同的产品；WORLD BRANDS INTERNATIONAL CORP 和 A 客户因经营多种产业，订单涉及多种产品，因此与发行人及久祺进出口同时进行交易。

综上，发行人与实际控制人控制的其他企业存在部分客户重叠的原因合理，双方销售的产品类别、形态、标准、功能及应用领域均不同，不存在共用销售渠道的情形。

⑤发行人获取重叠客户业务的具体方式，是否与关联方之间存在相互引流客户、开拓销售渠道情形

发行人获取重叠客户业务的具体方式如下：

客户名称	获取业务的方式	销售金额（万元）		
		2020年	2019年	2018年
CORPORACION LOGISTICA DEL CARIBE SA	客户介绍/行业展会/拜访客户	2,770.09	391.12	3,917.89
LANDSCAPE VISION CORPORATION		1,405.35	1,747.56	-
DISTRIBUIDORA RALI SA		3,442.60	1,289.64	1,233.95
WORLD BRANDS INTERNATIONAL CORP		-	271.19	-
A 客户	招投标	6,066.73	8,847.39	-
合计		<b>13,684.77</b>	<b>12,546.90</b>	<b>5,151.84</b>
营业收入		228,555.87	179,543.14	182,049.33
占比		5.99%	6.99%	2.83%

由上表可见，发行人主要通过客户介绍、行业展会、拜访客户和招投标等方式获取上述重叠客户。上述重叠客户由于经营多种产业，因此与发行人及久祺进出口同时进行交易，发行人不存在与关联方之间相互引流客户、开拓销售渠道的情形。

报告期内，公司与控股股东、实际控制人控制的其他企业之间的重叠客户较少，公司对该等重叠客户的销售金额及占发行人各期营业收入的比例较低，对发行人的经营成果不存在重大影响。

⑥重叠的客户及物流公司与发行人、发行人主要股东、董监高、其他核心人员、离职员工是否存在关联关系或无商业实质的资金往来、共同投资、利益输送等情形

2017年11月，因看好建设工程相关行业的发展前景，发行人实际控制人控制的其他企业浙江久祺控股有限公司曾与重叠客户 DISTRIBUIDORA RALI SA、CORPORACION LOGISTICA DEL CARIBE SA、LANDSCAPE VISION CORPORATION 的实际控制人之一 CARRETERO NAPOLITANO, RAMON 共同投资设立了久恒能源，其中浙江久祺控股有限公司持股 51%、CARRETERO NAPOLITANO, RAMON 持股 49%，但久恒能源注册资本均未实缴且自设立之日

起未实际经营，并已于 2020 年 5 月 19 日注销。

除上述情形外，上述重叠的客户及物流公司与发行人、发行人主要股东、董监高、其他核心人员、离职员工之间不存在关联关系，也不存在无商业实质的资金往来、共同投资、利益输送等情形。

#### （4）不存在通用原材料的情形

发行人与实际控制人控制的其他企业业务分属不同的行业领域，主要产品类别、形态、标准、功能及应用领域等方面存在显著差异，不存在通用原材料的情形。

#### （5）不存在为发行人提供外协的情形

发行人实际控制人控制的其他企业均不涉及产品生产，未配置生产设备，不存在为发行人提供外协生产的情形。报告期内，公司委外加工主要涉及自行车表面烤漆、零件加工等处理工序，占公司采购总额的比例较小，相关外协厂商与发行人无关联关系。

综合以上，发行人实际控制人控制的其他企业实际经营业务与发行人分属不同的行业领域，主要产品类别、形态、标准、功能及应用领域等方面均与发行人产品存在显著差异，发行人与实际控制人控制的其他企业之间业务关系独立，不存在共同生产、共用采购、销售渠道、通用原材料、为发行人提供外协的情形。报告期内发行人与久祺进出口部分物流公司及客户存在重合具有真实合理的理由，不存在共用采购、销售渠道的情形。

（6）主要重叠客户和物流公司向发行人和久祺进出口采购或销售同类产品价格存在较大差异的原因和合理性

①报告期内，主要重叠客户向发行人和久祺进出口未采购同种类产品。

②报告期内，主要重叠物流公司向发行人和久祺进出口提供运输服务，其运输单价存在差异，主要系：a.久祺股份与久祺进出口销售运输的产品类型不同，久祺股份销售自行车及零件、摩托车及零件和玩具等，久祺进出口销售钢结构及建材、服装、纺织品、电器、食品等，其中钢结构及建材在海运中需用开顶柜特种集装箱运输，其运输单价高于普通集装箱，导致报告期内各期久祺进出口以 CIF 结算的运费单价高于久祺股份；b.久祺进出口的客户集中在南美地区，而久



祺股份的客户分布在全球，目的地不同导致两者运输单价存在一定差异。

久祺股份和久祺进出口均系根据自身需求独立采购运输服务，采购价格均系依据物流公司报价体系及市场价格确认，采购价格存在差异具有合理性。

(7) 主要重合客户、物流公司与发行人和久祺进出口的金额分别占其同类产品销售或采购额的比重，是否对发行人和久祺进出口存在重大依赖

①主要重合客户与发行人和久祺进出口的交易金额及占其同类产品采购额的比重

单位：万元

年度	重叠销售客户名称	久祺进出口			发行人		
		销售内容	销售金额	占其同类产品采购额的比重	销售内容	销售金额	占其同类产品采购额的比重
2020年度	LANDSCAPE VISION CORPORATION	燃气烤箱、冰箱、饮水机、电烤箱、空调、燃气灶等家用电器类	1,787.48	19.99%	玩具	1,405.35	30.20%
		裤子、帽子、雨衣等服饰类	1,371.72	10.42%		-	-
		一次性口罩(非医用)	977.91	12.30%		-	-
		活动房屋	763.84	25.50%		-	-
		书包、圆珠笔	712.68	12.01%		-	-
		水泥泡沫墙板、涂料等建材类	493.15	5.57%		-	-
		东风牌乘用车	377.77	20.40%		-	-
		体育馆室外LED灯具	376.27	15.30%		-	-
		小计	6,860.82	13.16%	小计	1,405.35	30.20%
	CORPORACION LOGISTICA DEL CARIBE SA	水槽	102.24	25.44%	摩托车	1,814.10	29.28%
		-	-	-	摩托车零件	730.03	
		-	-	-	童车、成车及配件	225.96	23.66%
		小计	102.24	25.44%	小计	2,770.09	28.72%
	DISTRIBUIDORA RALI SA	-	-	-	自行车及零配件	3,442.60	50.03%
	WORLD BRANDS INTERNATIONAL	钢结构	395.76	37.05%	-	-	-
		冰箱、投影仪等	72.15	3.43%	-	-	-

年度	重叠销售客户名称	久祺进出口			发行人		
		销售内容	销售金额	占其同类产品采购额的比重	销售内容	销售金额	占其同类产品采购额的比重
	CORP	小计	467.91	14.74%	-	-	-
	A 客户	黑豆、冰箱等	1,034.66	-	玩具	6,066.73	-
	合计		<b>8,465.63</b>		合计	<b>13,684.77</b>	
2019年度	CORPORACION LOGISTICA DEL CARIBE SA	抹布	47.12	35.00%	童车	183.05	25.00%
		塑料吸管	0.81	26.89%	配件类	208.08	
		小计	47.93	34.82%	小计	391.12	25.00%
	LANDSCAPE VISION CORPORATION	钢结构	667.72	20.00%	自行车及零配件	1,747.56	38.00%
	DISTRIBUIDORA RALI SA	-	-	-	自行车及零配件	1,289.64	35.00%
	WORLD BRANDS INTERNATIONAL CORP	钢结构、楼承板	1,344.63	27.00%	童车	173.57	32.00%
		活动房屋	704.79	23.00%	成车	97.62	
		纺织品、投影仪及配件等其他产品	83.63	-	-	-	-
		小计	2,133.05	-	小计	271.19	32.00%
	A 客户	配方奶粉、金枪鱼罐头等	22,351.22	-	玩具	8,847.39	-
合计		<b>25,199.92</b>		合计	<b>12,546.90</b>		
2018年度	CORPORACION LOGISTICA DEL CARIBE SA	抹布	251.22	40.00%	汽车轮胎	3,105.92	25.00%
					成车及配件类	811.97	18.00%
					小计	3,917.89	23.16%
	LANDSCAPE VISION CORPORATION	钢结构	969.52	30.50%	-	-	-
	DISTRIBUIDORA RALI SA	雨伞、服装、展架	16.60	36.99%	自行车及零件	1,233.95	30.00%
	WORLD BRANDS INTERNATIONAL CORP	不锈钢桌、洗手盆等建材类	34.17	13.00%	-	-	-
合计	-	<b>1,271.51</b>	-	合计	<b>5,151.84</b>	-	

注：A 客户未提供其同类产品采购数据，无法计算久祺进出口和发行人销售金额占其同类产品采购额的比例。

报告期内，久祺进出口和发行人并非重合客户的唯一供应商，除 2020 年度

发行人对 DISTRIBUIDORA RALI SA 销售的自行车及零配件销售占比有所提升以外,主要重合客户与发行人和久祺进出口的交易金额占其同类产品采购额的比重均低于 50%,上述主要重合客户对发行人和久祺进出口不存在重大依赖。

②主要重合物流公司与发行人和久祺进出口的交易金额及占其营业收入的比重

单位:万元

年度	重叠物流公司名称	久祺进出口			发行人及子公司		
		销售内容	运费金额	占其营业收入的比重	销售内容	运费金额	占其营业收入的比重
2020年度	嘉兴外轮代理有限公司	运输及出口费用	156.34	0.31%	运输及出口费用	1,073.05	2.13%
	浙江中外运有限公司萧山分公司	运输及出口费用	520.18	0.08%	运输及出口费用	658.05	0.11%
2019年度	嘉兴外轮代理有限公司	运输及出口费用	4,050.50	10.40%	运输及出口费用	1,413.16	3.63%
	浙江中外运有限公司萧山分公司	运输及出口费用	1,215.08	0.25%	运输及出口费用	570.70	0.12%
2018年度	浙江中外运有限公司萧山分公司	运输及出口费用	78.34	0.02%	运输及出口费用	1,173.24	0.26%

报告期内,主要物流公司与发行人和久祺进出口的交易金额占其营业收入的比重较低,主要重叠物流公司不存在对发行人及久祺进出口重大依赖的情形。

### 3、与发行人的主要客户、供应商及其主要股东之间资金、业务往来情况,不存在关联交易非关联化、和发行人成本费用混同或其他利益安排等情形

除上述重叠物流公司、客户的情形外,实际控制人控制的其他企业与发行人主要客户、供应商及其主要股东之间报告期内资金、业务往来具体情况如下:

(1) 浙江久祺运动发展有限公司与天津市金轮信德车业有限公司 500 万元资金往来情况

报告期内,发行人供应商之一的天津市金轮信德车业有限公司曾有意参股浙江久祺运动发展有限公司 500 万元,但因发行人计划上市,为提高发行人独立性,最终天津市金轮信德车业有限公司未实际入股。

(2) 浙江久祺进出口有限公司与金轮体系内企业业务、资金往来情况

#### ①业务往来

报告期内，金轮体系内企业为发行人重要的供应商，同时金轮体系内企业还与久祺进出口进行红酒和服装交易。

#### A.久祺进出口销售

年度	销售方	采购方	交易内容	交易金额（万元）
2020 年度	久祺进出口	金轮体系内企业	-	-
2019 年度	久祺进出口	金轮体系内企业	服装	39.74
2018 年度	久祺进出口	金轮体系内企业	红酒	9.16
			服装	0.58

#### B.久祺进出口采购

年度	销售方	采购方	交易内容	交易金额（万元）
2020 年度	金轮体系内企业	久祺进出口	-	-
2019 年度	金轮体系内企业	久祺进出口	-	-
2018 年度	金轮体系内企业	久祺进出口	红酒	83.17

报告期内，久祺进出口与金轮体系内企业之间因各自渠道具有互补优势，双方基于各自需求产生交易，具有合理真实的商业背景，相关交易金额较小，不存在对发行人利益产生重大不利影响的情形。

#### ②资金往来

2017 年 6 月、2019 年 1 月，久祺进出口分别向天津市金轮信德车业有限公司出借 1100 万元、500 万元资金，天津市金轮信德车业有限公司已分别于 2018 年 7 月、2019 年 9 月归还上述借款。

除上述情形外，报告期内，实际控制人控制的其他企业与发行人的主要客户、供应商及其主要股东之间不存在资金、业务往来，不存在关联交易非关联化、和发行人成本费用混同或其他利益安排等情形。

#### 4、发行人与上述企业不存在对发行人构成重大不利影响的同业竞争

根据《深圳证券交易所创业板股票首次公开发行上市审核问答》问题 5 关于同业竞争的相关规定：“申请在创业板上市的企业，如存在同业竞争情形认定同业竞争是否构成重大不利影响时，保荐人及发行人律师应结合竞争方与发行人的经营地域、产品或服务的定位，同业竞争是否会导致发行人与竞争方之间

的非公平竞争，是否会导致发行人与竞争方之间存在利益输送、是否会导致发行人与竞争方之间相互或者单方让渡商业机会情形，对未来发展的潜在影响等方面，核查并出具明确意见。竞争方的同类收入或毛利占发行人主营业务收入或毛利的比例达 30%以上的，如无充分相反证据，原则上应认定为构成重大不利影响。发行人应当结合目前经营情况、未来发展战略等，在招股说明书中充分披露未来对上述构成同业竞争的资产、业务的安排，以及避免上市后出现重大不利影响同业竞争的措施。”

发行人主营业务为自行车整车及其零部件和相关衍生产品的设计、研发、生产和销售，报告期内主营业务未发生重大变化。实际控制人控制的其他企业中，久祺控股主要从事股权投资、管理咨询，久祺运动主要从事住宿、餐饮等服务，久祺进出口主要从事食品、建材产品等产品的进出口贸易，永祥国际有限公司 2020 年 7 月开始从事床上用品、浴室用品等产品的跨境电商业务，MANNU PTY LTD 主要从事红酒贸易业务；此外，杭州祺童进出口有限公司自 2019 年 12 月 30 日成立以来尚未实际开展经营活动；杭州满诺文化艺术策划有限公司成立于 2018 年 6 月 22 日，主要为知名汽车品牌提供营销活动策划服务；杭州湛恩进出口有限公司成立于 2009 年 4 月 24 日，主要从事足球、篮球、排球、羽毛球等球类体育用品的出口贸易；上述企业均与发行人主营业务及产品存在显著差异且不具有可替代性，不会导致发行人与上述关联企业之间存在利益输送、不会导致发行人与上述关联企业之间相互或者单方让渡商业机会情形，发行人与上述企业间不存在对发行人构成重大不利影响的同业竞争。

公司主营业务为自行车整车及其零部件和相关衍生产品的设计、研发、生产和销售。截至本招股说明书签署日，公司控股股东、实际控制人李政、卢志勇、李宇光未以直接或间接方式从事与公司相同或相似业务。

综上，公司与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业不存在同业竞争或其他利益冲突的情形。

## （二）控股股东、实际控制人出具的关于避免同业竞争的承诺

为避免与发行人发生同业竞争或利益冲突，发行人控股股东、实际控制人李政、卢志勇、李宇光出具了《关于避免同业竞争的承诺函》，承诺如下：

“1、截至本承诺函签署之日，本人及拥有实际控制权或重大影响的除发行人及其子公司外的其他公司及其他关联方没有从事与发行人相同或相近的业务，与发行人不存在同业竞争。

2、自本承诺函签署之日起，本人不在任何地域以任何形式，从事法律、法规和中国证券监督管理委员会规章所规定的可能与发行人构成同业竞争的业务或活动。

3、自本承诺函签署之日起，若本人及本人拥有实际控制权或重大影响的除发行人及其子公司外的其他公司或其他关联方获得与发行人构成或可能构成同业竞争的业务机会，本人将尽最大努力，使该等业务机会具备转移给发行人的条件(包括但不限于征得第三方同意)，并优先提供给发行人。若发行人未获得该等业务机会，则本人承诺采取法律、法规及中国证券监督管理委员会许可的方式加以解决，且给予发行人选择权，由其选择公平、合理的解决方式。

4、本承诺函一经签署，即构成本人不可撤销的法律义务。本人确认本承诺函所载每一项承诺均为可独立执行的承诺，任何一项承诺若被视为无效或终止将不影响其他各项承诺的有效性。

5、本人将督促本人的配偶、成年子女及其配偶，子女配偶的父母、本人的兄弟姐妹及其配偶，本人配偶的兄弟姐妹及其配偶，以及本人投资的企业，同受本承诺函的约束。

6、如出现因本人违反上述承诺而导致发行人或其他股东权益受到损害的情形，本人将依法承担相应的赔偿责任。

7、本承诺函有效期间自该承诺函签署之日起至本人不再系发行人的实际控制人/控股股东之日止。”

## 七、关联方及关联关系

根据《公司法》《企业会计准则》等法律法规及规范性文件关于关联方和关联关系的相关规定，报告期内，公司的主要关联方及其关联关系如下：

### （一）控股股东、实际控制人

本公司的控股股东、实际控制人为李政、卢志勇、李宇光三人，具体情况请

参见本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“七、持有发行人 5%以上股份或表决权的主要股东及实际控制人的基本情况”之“(一) 公司控股股东、实际控制人情况”。

#### **(二) 控股股东、实际控制人控制或者施加重大影响的其他企业**

本公司控股股东、实际控制人控制的企业（不含本公司及本公司下属公司）均为公司的关联方。

本公司的控股股东、实际控制人控制的其他企业基本情况详见本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“七、持有发行人 5%以上股份或表决权的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控制的其他企业情况”。

#### **(三) 其他持有公司 5%以上股份的股东**

无。

#### **(四) 发行人的子公司及参股公司**

本公司子公司具体情况请参见本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“六、发行人控股子公司情况”。

#### **(五) 本公司董事、监事、高级管理人员以及与本公司实际控制人、董事、监事、高级管理人员有关的关联方**

本公司董事、监事、高级管理人员以及与本公司实际控制人、董事、监事、高级管理人员关系密切的家庭成员（包括配偶、父母、配偶的父母、兄弟姐妹及其配偶、年满 18 周岁的子女及其配偶、配偶的兄弟姐妹以及子女配偶的父母），以及上述人员直接或者间接控制的企业，或者由上述人员担任董事、高级管理人员的除发行人及其子公司以外的法人或其他组织，均为本公司的关联方。

董事、监事、高级管理人员的对外兼职情况请参见本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“九、董事、监事、高级管理人员与其他核心人员概况”之“(二) 董事、监事、高级管理人员与其他核心人员兼职情况”。

实际控制人、董事、监事、高级管理人员及其关系密切的家庭成员有关的其他关联方情况如下：

序号	企业名称	关联关系
1	杭州祺童进出口有限公司	实际控制人之一李政的儿子李晔、卢志勇的哥哥卢志平、李宇光的女儿李舒怡控制的企业
2	杭州满诺文化艺术策划有限公司	实际控制人之一李宇光的女儿控制的企业
3	广州善美科技有限公司	实际控制人之一卢志勇的哥哥卢志平控制的企业
4	杭州湛恩进出口有限公司	实际控制人之一卢志勇的配偶及其哥哥控制的企业
5	杭州益众粮油食品有限公司	实际控制人之一卢志勇的配偶父亲控制的企业
6	杭州锡安仓储服务有限公司	实际控制人之一卢志勇的配偶父亲控制的企业
7	杭州伯利恒粮油食品有限公司	实际控制人之一卢志勇的配偶父亲及哥哥控制的企业
8	杭州农副产品物流中心粮油批发交易市场路加粮油经营部	实际控制人之一卢志勇的配偶哥哥经营的个体工商户
9	杭州祥瑞进出口有限公司	公司董事会秘书兼财务总监雍嫵配偶控制的企业
10	浙江昌源实业有限公司	监事鲁海燕哥哥控制的企业
11	厦门江夏贸易有限公司	监事鲁海燕哥哥控制的企业
12	厦门如悦旅游有限公司	监事鲁海燕哥哥控制的企业
13	厦门清宸投资有限公司	监事鲁海燕哥哥控制的企业
14	厦门市海月旅游科技有限公司	监事鲁海燕哥哥控制的企业
15	双豪建设有限公司	监事鲁海燕哥哥控制的企业
16	建德市众祥文化旅游管理有限公司	监事鲁海燕哥哥控制的企业
17	杭州品悦投资管理有限公司	监事鲁海燕哥哥控制的企业
18	建德清凉养老服务有限公司	监事鲁海燕哥哥控制的企业
19	浙江茂晟苗木有限公司	监事鲁海燕哥哥控制的企业
20	杭州恒悦电子商务有限公司	监事鲁海燕哥哥控制的企业
21	浙江单元煲网络科技有限公司	监事鲁海燕哥哥担任董事兼经理的企业
22	嘉兴金都房地产经纪有限公司	监事鲁海燕哥哥担任执行董事的企业
23	嘉兴市金都物业管理有限公司	监事鲁海燕哥哥担任董事的企业
24	杭州金远物业服务有限公司	监事鲁海燕哥哥的配偶控制的企业
25	浙江金茂集嘉管理咨询有限公司	独立董事黄加宁及其母亲控制的企业
26	杭州奥网投资管理有限公司	独立董事黄加宁及其母亲控制的企业
27	抚顺市新宾森兴检疫隔离试种苗圃	独立董事祝立宏弟弟祝建革为负责人的企业
28	杭州华安生物技术有限公司	监事俞晓琴配偶姐姐担任董事的企业
29	杭州昇枫生物医药科技有限公司	监事俞晓琴配偶姐姐担任董事的企业



## 1、上海久期的历史沿革、实际控制人及其变动情况

### (1) 1997年8月，上海久期设立

1997年8月，上海久期由上海兆成商厦有限公司和宁波保税区恒昌经济贸易有限公司出资设立。1997年8月25日，上海东海联合审计事务所对设立时出资进行了审验并出具“沪东审事（97）验洋字第65号”《验资报告》。

上海久期的经营范围为机电产品，化工原料及产品（除危险品），五金交电，通讯设备，针纺织品，建筑材料，装潢材料，金属材料，汽车配件，玩具，食品，饮料的销售，经济信息咨询的服务。

上海久期设立时的股权结构具体情况如下：

序号	股东名称	出资额（万元）	出资比例（%）
1	上海兆成商厦有限公司	50.00	51.02
2	宁波保税区恒昌经济贸易有限公司	48.00	48.98
合计		<b>98.00</b>	<b>100.00</b>

### (2) 1997年9月，第一次增资

1997年9月8日，上海久期第一次增资，公司注册资本增至人民币600万元。1997年9月12日，上海东海联合审计事务所对本次出资进行了审验并出具“沪东审事（97）验洋字第68号”《关于对上海久期工贸有限公司变更注册资金的验证报告》。

本次增资后，上海久期的股权结构如下：

序号	股东名称	出资额（万元）	出资比例（%）
1	上海兆成商厦有限公司	500.00	83.33
2	宁波保税区恒昌经济贸易有限公司	100.00	16.67
合计		<b>600.00</b>	<b>100.00</b>

### (3) 2002年5月，吊销

2001年11月15日，上海市工商行政管理局浦东新区分局出具《行政处罚决定书》（沪工商浦案处字（2001）第151200110654号），上海久期因在年检截止日期前未按规定申报年检，决定吊销上海久期营业执照。

截至本招股说明书签署日，上海久期处于吊销状态，且因上海久期股东上海兆成商厦有限公司、宁波保税区恒昌经济贸易有限公司均处于注销状态，因此上海久期无法办理注销手续。

综上，自上海久期设立以来，上海兆成商厦有限公司持有上海久期股权比例始终大于 50%，为上海久期的控股股东。经查询全国企业信用信息公示系统等网站，上海兆成商厦有限公司系上海兆成实业公司（集体所有制企业）持股 80% 的公司，上海兆成实业公司为上海久期的实际控制人。

上海久期自 2002 年 5 月起处于吊销未注销状态，且未再进行任何经营，因此报告期内无主要客户及供应商。

## **2、上海久期实际从事的业务及其与发行人业务之间的关系，未将上海久期认定为发行人实际控制人控制的企业的原因及依据，不存在对发行人构成重大不利影响的同业竞争**

### **（1）上海久期实际从事的业务及其与发行人业务之间的关系**

上海久期自 2002 年 5 月起处于吊销未注销状态，报告期内无实际经营业务，与公司主营业务不存在联系。

**（2）未将上海久期认定为发行人实际控制人控制的企业的原因及依据，不存在对发行人构成重大不利影响的同业竞争**

根据上海久期的工商资料显示，上海久期的股东系上海兆成商厦有限公司及宁波保税区恒昌经济贸易有限公司，上海久期系上海兆成实业公司控制的企业，发行人的实际控制人之一李政系上海兆成商厦有限公司的委派董事，担任上海久期总经理、执行董事职务，并未在上海久期持有股份，因而未将上海久期认定为发行人实际控制人控制的企业。

上海久期自 2002 年 5 月起处于吊销未注销状态，报告期内无实际经营业务，不存在与公司经营相同或相似业务的情形；因此，不存在对发行人构成重大不利影响的同业竞争。

### 3、上海久期与发行人及其主要股东、实际控制人、董监高、主要客户、供应商之间不存在资金、业务往来

上海久期自 2002 年 5 月起处于吊销未注销状态，报告期内无实际经营业务，报告期内与发行人及其主要股东、实际控制人、董监高、主要客户、供应商之间不存在资金、业务往来。

### 4、上海久期吊销营业执照的原因，不涉及重大违法违规行为，不影响发行人董监高任职资格

2001 年 11 月 15 日，上海市工商行政管理局浦东新区分局出具《行政处罚决定书》（沪工商浦案处字（2001）第 151200110654 号），当事人在年检截止日期前未按规定申报年检，并自登记机关限期年检公布之日起 30 日内仍未申报年检，且在吊销营业执照听证公布规定的时限内未提出听证申请，视为放弃听证权利。当事人的上述行为，违反了《企业年度检验办法》第五条的规定。根据《企业年度检验办法》第十九条规定，决定处罚如下：吊销营业执照。2002 年 5 月 8 日，上海久期被吊销营业执照。截至本招股说明书签署日，上海久期处于吊销未注销状态。

因此，上海久期因未及时申报年检而被处以吊销营业执照，不构成重大违法违规情形，且自吊销之日起至今已逾三年，不会影响发行人董监高的任职资格。

## （六）曾经关联方

报告期内，公司的曾经关联方明细如下：

序号	自然人/法人名称	关联关系	备注
1	久祺集团有限公司	公司曾经的子公司	2018 年 3 月 2 日解散
2	久祺国际有限公司	实际控制人曾经控制的企业	2017 年 12 月 18 日解散
3	格雷特国际贸易有限公司	实际控制人曾经控制的企业	2018 年 1 月 31 日解散
4	正轮国际有限公司	实际控制人曾经控制的企业	2017 年 12 月 18 日解散
5	浙江久恒能源工程有限公司	实际控制人曾控制的其他企业	2020 年 5 月 19 日注销
6	天津中轮小额贷款有限公司	实际控制人之一李政曾担任董事的企业	2020 年 7 月 20 日起不再担任
7	文成县假日田园农业开发有限公司	实际控制人之一卢志勇的配偶哥哥曾持股 40% 的企业	2020 年 5 月 27 日注销

序号	自然人/法人名称	关联关系	备注
8	吴庆芳	曾任公司董事	2019年12月25日起不再担任
9	浙江深蓝新材料科技有限公司	独立董事张群华曾担任董事的企业	2019年1月2日起不再担任
10	杭州天地数码科技股份有限公司	独立董事张群华曾担任副总经理、董事会秘书的企业	2020年5月8日起不再担任
11	厦门都悦房地产代理有限公司	监事鲁海燕哥哥曾担任执行董事的企业	2018年5月22日注销
12	浙江金都物业服务服务有限公司	监事鲁海燕哥哥曾担任董事兼总经理的企业	2019年12月30日起不再担任
13	厦门金都海尚物业服务服务有限公司	监事鲁海燕哥哥曾担任执行董事兼总经理的企业	2019年9月5日起不再担任
14	杭州都悦房地产经纪有限公司	监事鲁海燕哥哥鲁海平曾担任执行董事的企业	2019年7月18日起不再担任
15	江西嘉仙乡土旅游开发有限公司	监事鲁海燕哥哥鲁海平曾控制的企业	2019年4月25日注销
16	厦门市依万达科技咨询有限公司	监事鲁海燕哥哥鲁海平曾控制的企业	2019年2月27日注销
17	杭州清融投资合伙企业(有限合伙)	监事鲁海燕哥哥鲁海平曾控制的企业	2018年2月13日注销
18	浙江嘉佑农业发展有限公司	监事鲁海燕哥哥曾经控制的企业	2020年10月23日转让退出
19	浙江嘉佑文化旅游发展有限公司	监事鲁海燕哥哥曾经控制的企业	2020年10月23日转让退出
20	新宾满族自治县顺发森林资源规划设计咨询有限公司	独立董事祝立宏弟弟祝建革曾经控制的企业	2021年2月转让退出

**1、报告期内注销及正在注销关联方（进出口公司和贸易公司）的基本情况，主营业务及与发行人主营业务的关系、主要产品或服务状况、主要财务情况，与发行人不存在共用客户和供应商渠道的情况**

（1）报告期内发行人注销及正在注销的关联方（进出口公司和贸易公司）的具体情况

发行人报告期内注销及正在注销关联方的基本情况如下：

序号	名称	关联关系	主营业务	是否为进出口或贸易公司
1	久祺国际有限公司	发行人实际控制人李政曾持有 5,800 股股份、卢志勇曾持有 1,740 股股份、李宇光曾持有 1,160 股股份，韩利娅曾持有 2,900 股股份的企业	实业投资，财务咨询、货物贸易进出口	是
2	格雷特国际贸易有限公司	发行人实际控制人李政曾持有 25,000 股股份、卢志勇曾持有 7,500 股股份、李宇光曾持有 5,000 股股份，韩利娅曾持有 12,500 股股份的企业	货物贸易进出口	是

序号	名称	关联关系	主营业务	是否为进出口或贸易公司
3	正轮国际有限公司	发行人实际控制人李政曾持有 380,000 股股份、卢志勇曾持有 342,000 股股份、李宇光曾持有 38,000 股股份的企业	货物贸易进出口	是
4	久祺集团有限公司	发行人曾经子公司	拟在香港境外从事自行车、电动自行车等产品的进出口贸易业务	是
5	厦门都悦房地产代理有限公司	发行人监事会主席鲁海燕之哥哥鲁海平曾担任执行董事的企业	房地产中介服务	否
6	久恒能源	实际控制人曾控制的其他企业	服务：建设工程管理，工程项目管理。（涉及国家规定实施准入特别管理措施的除外）（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）	否
7	文成县假日田园农业开发有限公司	卢志勇配偶哥哥赵路加持股 40% 并担任监事的企业	农业科技的开发；果蔬采摘；花卉、盆景种植及销售；淡水鱼养殖、销售；农业休闲观光	否
8	江西嘉仙乡村旅游开发有限公司	鲁海燕哥哥鲁海平控制的企业	旅游项目开发；住宿服务；餐饮服务；文化艺术交流活动策划；房地产开发；工艺品销售业务	否
9	厦门市依万达科技咨询有限公司	鲁海燕哥哥鲁海平控制的企业	技术开发、设计、咨询及转让等相关业务	否
10	杭州清融投资合伙企业（有限合伙）	鲁海燕哥哥鲁海平曾控制的企业	实业投资；服务：投资管理、投资咨询（除证券、期货）	否

（2）发行人报告期内注销及正在注销的从事进出口及贸易的关联方的具体情况

#### ①久祺国际有限公司

久祺国际有限公司于 2003 年 5 月 27 日设立于英属维尔京群岛，注册号为 546315，并于 2017 年 12 月 18 日解散。解散前，李政持有 5,800 股股份、卢志勇持有 1,740 股股份、李宇光持有 1,160 股股份、韩利娅持有 2,900 股股份。成立之初，久祺国际有限公司曾从事包括自行车、电动自行车等多种产品的进出口贸易业务，为增强发行人独立性，规范同业竞争，2017 年对久祺国际有限公司进行清算并解散。报告期内，久祺国际有限公司未再从事自行车、电动自行车等产品进出口业务，因此报告期内不存在与发行人经营相同或相似业务的情形，与发行人不存在共用客户和供应商渠道的情形。

### ②格雷特国际贸易有限公司

格雷特国际贸易有限公司于 2012 年 5 月 22 日设立于安圭拉岛，注册号为 2230074，并于 2018 年 1 月 31 日解散。解散前，李政持有 25,000 股股份、卢志勇持有 7,500 股股份、李宇光持有 5,000 股股份，韩利娅持有 12,500 股股份。成立之初，格雷特国际贸易有限公司曾从事自行车、电动自行车等多种产品的进出口贸易业务。为增强发行人独立性，规范同业竞争，2017 年对格雷特国际贸易有限公司进行清算并解散。报告期内，格雷特国际贸易有限公司未再从事自行车、电动自行车等产品进出口业务，因此报告期内不存在与发行人经营相同或相似业务的情形，与发行人不存在共用客户和供应商渠道的情形。

### ③正轮国际有限公司

正轮国际有限公司于 2007 年 8 月 14 日设立于英属维尔京群岛，注册号为 1425159，并于 2017 年 12 月 18 日解散。解散前，李政持有 380,000 股股份、卢志勇持有 342,000 股股份、李宇光持有 38,000 股股份。成立之初，正轮国际有限公司曾从事自行车进出口贸易业务。为增强发行人独立性，规范同业竞争，2017 年对正轮国际有限公司进行清算并解散。报告期内，正轮国际有限公司未再从事自行车产品进出口业务，因此报告期内不存在与发行人经营相同或相似业务的情形，与发行人不存在共用客户和供应商渠道的情形。

### ④久祺集团有限公司

久祺集团有限公司于 2008 年 4 月 28 日成立于香港，注册号为 1232181，并于 2018 年 3 月 2 日解散。解散前，发行人持有其 100% 股权。成立之初，久祺集团有限公司拟在香港境外从事自行车、电动自行车等产品的进出口贸易业务，后未实际开展经营活动，因此不存在与发行人经营相同或相似业务的情形，与发行人不存在共用客户和供应商渠道的情况。

**2、注销上述公司的原因，注销后相关资产和人员的安置情况，不存在纠纷，注销对发行人生产经营未产生不利影响；报告期上述公司不存在重大违法违规情形**

#### (1) 久祺国际有限公司

久祺国际有限公司注销的原因系解决同业竞争问题。

根据 TRAVERS THORP ALBERGA ATTORNEYS-AT-LAW 于 2020 年 7 月 22 日出具的法律意见书，久祺国际依法设立并依法有效存续，最终于 2017 年 12 月 18 日依法解散。久祺国际的解散符合英属维尔京群岛法律的要求，并依据英属维尔京群岛法律完成了清算程序。根据英属维尔京群岛法律，久祺国际无需缴纳任何所得税、股息税、利润税、分红税、增值税、营业税或根据英属维尔京群岛法律应缴纳的其他类似税款。在英属维尔京群岛无针对久祺国际的法院诉讼。久祺国际有限公司未有雇员。

因此，久祺国际按照英属维尔京群岛法律的规定履行了清算程序，不涉及人员的安置，注销不存在纠纷，注销对发行人生产经营未产生不利影响，报告期内久祺国际不存在重大违法违规事项。

### （2）格雷特国际贸易有限公司

格雷特国际贸易有限公司注销的原因系解决同业竞争问题。

根据 SAGIS ATTORNEYS AT LAW 于 2020 年 9 月 30 日出具的法律意见书，格雷特国际贸易有限公司依法设立并有效存续，并最终依法解散，解散符合安圭拉相关法律法规的规定，并根据安圭拉法律进行了清算。根据安圭拉法律，格雷特国际贸易有限公司无需缴纳任何所得税、股息税、利润税、分红税、增值税、营业税或根据安圭拉法律应缴纳的其他类似税款。格雷特国际贸易有限公司在安圭拉未有纳税情况，也未有欠税情况，未有与格雷特国际贸易有限公司有关的诉讼、调解或仲裁记录。格雷特国际贸易有限公司经营范围符合安圭拉法律，在安圭拉未从事超出运营协议范围或违反安圭拉法律的任何业务。格雷特国际贸易有限公司不存在任何安圭拉法律要求的但尚未完成的资格认证、登记或政府审批。格雷特国际贸易有限公司不存在雇员。

因此，格雷特国际贸易有限公司履行了清算程序，不涉及人员的安置，注销不存在纠纷，注销对发行人生产经营未产生不利影响，报告期内不存在重大违法违规事项。

### （3）正轮国际有限公司

正轮国际有限公司注销的原因系解决同业竞争问题。

根据 Grant & Co. LAWYERS, NOTARY PUBLIC 于 2020 年 10 月 14 日出具

的法律意见书，正轮国际有限公司在完成自愿清算后于 2017 年 12 月 18 日解散。正轮国际有限公司在经营过程中没有任何违反法律和法规的行为，也没有因任何非法操作受到任何相关监管机构的处罚。根据英属维尔京群岛的法律，正轮国际有限公司无需在英属维尔京群岛缴纳所得税。正轮国际有限公司在英属维尔京群岛没有任何雇员。正轮国际有限公司不存在未决诉讼。

因此，正轮国际有限公司履行了清算程序，不涉及人员安置，注销不存在纠纷，注销对发行人生产经营未产生不利影响，报告期内不存在重大违法违规情形。

#### （4）久祺集团有限公司

久祺集团有限公司注销的原因系清理未实际开展业务的子公司。

根据赵、司徒、郑律师事务所于 2020 年 7 月 23 日出具的法律意见书，久祺集团有限公司在存续期间不存在违法违规情形，且于 2018 年 3 月 2 日合法解散；该公司在存续期间在香港未拥有任何不动产、亦未拥有任何其他资产（如汽车、电脑、家具或固定附着物等），无任何香港境内及香港境外其他国家或地区的子公司，未曾在香港知识产权署商标注册处、专利注册处和/或外观设计注册处登记注册过任何商标、专利及注册外观设计，公司于香港亦未曾拥有任何未经登记注册的商标、专利及外观设计；该公司自成立至注册撤销并解散之日为止未以任何形式雇佣过任何雇员。

因此，注销时不涉及相关资产、人员及债务的处置，注销不存在纠纷，注销对发行人生产经营未产生不利影响，报告期内久祺集团有限公司不存在重大违法违规情况。

综上，上述企业的注销有利于增强发行人的独立性，避免同业竞争，注销不存在纠纷，注销对发行人生产经营未产生不利影响，报告期内上述企业不存在重大违法违规情况。

## 八、关联交易

发行人具有独立、完整的产供销体系，对股东及其他关联方不存在依赖关系。报告期内，公司发生的关联交易具体如下：



## (一) 关联交易简要汇总表

单位：万元

交易类型	交易内容	2020 年度	2019 年度	2018 年度
经常性 关联交易	关联租赁	40.00	40.00	40.00
	采购商品和接受服务	33.12	34.00	27.86
	出售商品	0.16	0.85	5.09
偶发性 关联交易	购买股权	-	-	222.73
	接受担保	-	4,500.00	1,710.00
	受让资产	8.85	-	-
关键管理人员薪酬		366.10	278.73	288.13
交易类型	交易内容	2020.12.31	2019.12.31	2018.12.31
应收、应付 款项余额	应收款项余额	-	0.96	20.83
	应付款项余额	0.07	-	1,036.41

## (二) 经常性关联交易

## 1、关联租赁

报告期内，公司向关联方承租房产的情况如下：

单位：万元

出租方名称	租赁资产种类	确认的租赁费		
		2020 年度	2019 年度	2018 年度
卢志勇、赵识真	办公室	40.00	40.00	40.00

注：赵识真为卢志勇配偶。

## (1) 关联租赁背景及必要性

报告期内，公司关联租赁主要为子公司杭州久祥向卢志勇、赵识真夫妇租赁房产作为办公场所。

杭州久祥成立于 2008 年 1 月，根据工商备案相关规定，杭州久祥以卢志勇、赵识真夫妇提供的坐落于郭东园巷 8 号 808 室房屋作为其注册地址。报告期内，杭州久祥将卢志勇、赵识真夫妇提供的坐落于郭东园巷 8 号 804、806、808 室作为办公场所，具有合理性。

## (2) 关联租赁的定价原则及公允性

根据杭州久祥与卢志勇、赵识真签订的《租房协议》，郭东园巷 8 号 804、

806、808 室总共租赁面积 607.33 平方米，租金 40 万元/年，该定价系参照注册地所在中闽大厦写字楼租赁市场价格，由双方协商确定，关联租赁价格公允。

## 2、采购商品和接受服务

单位：万元

关联方	关联交易内容	2020 年度	2019 年度	2018 年度
浙江久祺进出口有限公司	红酒	14.58	22.21	14.42
浙江久祺运动发展有限公司	酒店服务费	16.76	10.51	12.03
杭州伯利恒粮油食品有限公司	粮油	1.78	1.28	1.41
合计		<b>33.12</b>	<b>34.00</b>	<b>27.86</b>

报告期内，发行人与关联方之间关联采购金额较小，关联采购定价依据合理，价格公允，不会对发行人产生重大不利影响，不会影响发行人的独立性。

## 3、出售商品

单位：万元

关联方	关联交易内容	2020 年度	2019 年度	2018 年度
浙江久祺运动发展有限公司	自行车及配件	0.16	0.85	2.24
杭州益众粮油食品有限公司	自行车及配件	-	-	2.85
合计		0.16	<b>0.85</b>	<b>5.09</b>

报告期内，发行人关联销售金额较小，公司向关联方销售自行车及配件的定价依据合理，价格公允。

## 4、关键管理人员薪酬

2018 年、2019 年和 2020 年，公司向关键管理人员支付的薪酬合计分别为 288.13 万元、278.73 万元和 366.10 万元。

### (三) 偶发性关联交易

#### 1、从关联方受让资产情况

单位：万元

关联方	关联交易内容	2020 年度
浙江久祺控股有限公司	汽车	8.85

#### 2、关联担保情况

报告期内，发行人作为被担保方存在短期的关联担保，具体情况如下：

担保方	担保金额（万元）	担保起始日	担保到期日	担保是否已经履行完毕
浙江久祺进出口有限公司	1,710.00	2018-4-25	2018-7-3	是
	1,500.00	2019-9-23	2019-9-27	是
	3,000.00	2019-9-23	2019-10-7	是

### 3、其他关联交易

(1) 报告期内，发行人将坐落于杭州市清泰街 509 号富春大厦 808 室房产，无偿提供给浙江久祺控股有限公司用于工商注册。截至本招股说明书签署日，浙江久祺控股有限公司已变更注册地址。

(2) 报告期内，发行人将坐落于杭州市清泰街 509 号富春大厦 807 室房产，无偿提供给浙江久恒能源工程有限公司用于工商注册。截至本招股说明书签署日，浙江久恒能源工程有限公司已经注销。

#### (四) 关联方应收应付款项余额

报告期各期末，公司与关联方应收、预付及其他应收款项余额如下：

单位：万元

项目名称	关联方	2020.12.31		2019.12.31		2018.12.31	
		账面余额	坏账准备	账面余额	坏账准备	账面余额	坏账准备
应收账款	浙江久祺运动发展有限公司	-	-	0.96	0.05	0.68	0.03
其他应收款	韩建伟	-	-	-	-	20.15	1.01
合计		-	-	<b>0.96</b>	<b>0.05</b>	<b>20.83</b>	<b>1.04</b>

注：韩建伟为李政姐姐李丽的配偶。

报告期各期末，公司与关联方应付款项余额如下：

单位：万元

项目名称	关联方	2020.12.31	2019.12.31	2018.12.31
其他应付款	李政	0.07	-	996.23
	卢志勇	-	-	40.00
	浙江久祺运动发展有限公司	-	-	0.18
合计		<b>0.07</b>	<b>-</b>	<b>1,036.41</b>

#### (五) 关联交易对公司财务状况和经营成果的影响

公司具有独立的采购、生产、销售系统。报告期内，公司与关联方发生的关

联交易金额较小，不存在损害公司及其他非关联股东利益的情形，对公司正常的生产经营活动未产生重大影响，且未对公司的财务状况及经营成果产生不利影响。

## 九、报告期关联交易的履行程序情况及独立董事意见

公司独立董事就公司报告期内关联交易的情况发表专项意见如下：

1、报告期内公司关联交易的披露是真实、准确与完整的，不存在虚假记载、误导性陈述及重大遗漏。

2、公司报告期内所产生的关联交易是生产经营过程中正常发生的，没有损害公司股东及债权人的利益，也不存在故意规避税收的行为。

3、公司报告期内所产生的关联交易遵循市场经济规则，交易价格参考市场价格，未损害公司中小股东利益。

4、公司已建立了必要的关联交易决策制度，关联交易的批准程序合法。公司设立后的关联交易均履行了必要的批准或合法、有效的追认程序。

5、久祺股份与关联方之间存在资金拆借行为，久祺控股拆入资金未结算利息，按同期借款利率确认利息计入资本公积；李宇光拆入资金因金额小，期限短，未约定利息。上述资金拆借系关联方向久祺股份拆入资金且已归还完毕。上述行为未对公司经营产生重大影响，未损害公司和股东的利益。公司控股股东、实际控制人均已出具避免资金占用承诺函。

## 十、公司规范和减少关联交易的措施

为进一步规范公司与关联方之间存在的关联交易，维护公司股东特别是中小股东的合法权益，保证公司与关联方之间的关联交易的公允、合理，公司根据《公司法》《证券法》等有关法律法规、部门规章及其他规范性文件的相关规定，在其《公司章程》《关联交易决策制度》以及《独立董事工作制度》中规定了股东大会、董事会在审议有关关联交易事项时关联股东、关联董事回避表决制度及其他公允决策程序，有关制度已经公司股东大会审议通过。

为规范关联方与公司之间的潜在关联交易，公司控股股东、实际控制人李政、卢志勇、李宇光及全体董事、监事、高级管理人员出具了《关于减少和规范关联

交易的承诺》，承诺如下：

“本人将严格按照《公司法》、《证券法》等有关法律、法规和《公司章程》等制度的规定行使股东权利，杜绝一切非法占用公司资金、资产的行为，不要求公司为本人提供任何形式的违法违规担保。

本人承诺减少和规范与公司发生的关联交易。如本人及本人控制的其他企业今后与公司不可避免地出现关联交易时，将依照市场规则，本着一般商业原则，通过签订书面协议，并严格按照《公司法》、《公司章程》、公司《关联交易决策制度》等制度规定的程序和方式履行关联交易审批程序，公平合理交易。涉及到本人的关联交易，本人将在相关董事会和股东大会中回避表决，不利用本人在公司中的地位，为本人在与公司关联交易中谋取不正当利益。”

## 第八节 财务会计信息与管理层分析

本节引用的财务数据，非经特别说明，均引自经天健会计师事务所审计的财务报告。公司提醒投资者关注本招股说明书所附财务报告和审计报告全文，以获取全部的财务资料。以下分析所涉及的财务会计信息，若无特别说明，均按照合并报表口径披露。

本节以公司报告期内各项业务开展的实际情况为基础，结合管理层对公司所处行业、公司各项业务的理解，对公司的财务状况、盈利能力及现金流量财务指标以及影响这些财务指标的主要原因进行了分析说明。

### 一、未来影响公司盈利和财务状况的主要因素

公司长期专注于自行车整车及其零部件和相关衍生产品的设计、研发、生产和销售。未来影响公司盈利能力和财务状况的因素主要包含产品特点和业务模式、市场竞争格局、国际贸易政策和汇率波动、研发投入和技术创新以及财务风险等，具体如下：

#### （一）产品特点和业务模式

公司的主要产品为成人自行车、儿童自行车、助力电动自行车等整车及其零部件，以出口外销为主，产品销往亚洲、欧洲、非洲、美洲和大洋洲等 80 多个国家和地区。报告期内，公司外销收入占主营业务收入的比例分别为 97.90%、98.50% 及 97.78%，外销收入是公司主要收入来源。若世界经济状况、国际市场需求等因素发生变化，将对公司业务收入产生较大影响。

经过多年的发展，依托公司自主设计与研发、产品多样化、自主品牌、销售渠道建设等方面的积累，公司形成了以设计开发及销售渠道为核心，以 ODM 模式为主、OBM 为辅以及少量 OEM 的经营模式。随着公司大力提高中高端自行车品类的生产能力、积极拓展海外市场业务，尤其是需求增长较快、产品附加值较高的助力电动自行车领域，公司的市场份额将有望得到进一步提升，从而巩固公司在行业中的竞争地位。

#### （二）市场竞争格局

通过近年来的行业洗牌，自行车行业已从初期的高速发展进入整合阶段，不

具备产品、技术竞争力的企业逐渐被淘汰或兼并。目前，自行车企业开始在盈利能力上拉开距离，发展层次分化日益明显，具有一定生产规模和品牌影响力的企业的市场份额逐步提高，进而推动行业集中度的不断提升。自行车市场将通过同行业各主要企业的相互竞争影响产品价格，进而影响公司的业绩情况。

### （三）国际贸易政策和汇率波动

报告期内，公司产品主要销售到欧洲、美洲等海外国家和地区。一方面，国际贸易存在诸多不稳定因素，如果产品进口国改变了进口关税政策，或实行贸易保护主义政策，则会影响公司产品在该国的销售，将对公司的经营业绩产生较大的不利影响。另一方面，公司外销大多数采用美元结算，如果人民币汇率出现大幅波动将直接影响公司的营业收入和净利润。

### （四）研发投入与技术创新

在人民生活水平提高的背景下，消费者对自行车提出了更高的要求，其主要体现在前端设计、美观、骑行舒适感等方面。此外，由于全球各国家和地区的文化差异、宗教差异以及经济发展差异，各国家和地区适合的产品也有差别。因此需要公司持续保持研发投入以及技术创新，不断推出新的产品系列，才能满足客户的多样化、个性化需求。公司的研发设计能力，特别是对国际潮流、消费热点、主流时尚、地区特性的把握，将较大程度地影响公司的营业收入。

### （五）发行人所面临的财务风险

公司的财务风险因素详见本招股说明书“第四节 风险因素”之“五、财务风险”。

## 二、财务报表

### （一）合并财务报表

#### 1、合并资产负债表

单位：元

项目	2020.12.31	2019.12.31	2018.12.31
<b>流动资产：</b>			
货币资金	264,728,222.12	205,745,982.46	83,482,882.90
交易性金融资产	121,190,854.77	38,783,240.00	-

项目	2020.12.31	2019.12.31	2018.12.31
应收账款	402,839,239.33	330,532,857.86	296,208,004.06
预付款项	22,745,403.57	14,612,305.85	3,707,747.37
其他应收款	29,307,644.71	22,380,670.31	23,335,927.87
存货	115,703,691.76	43,584,859.87	34,965,479.19
其他流动资产	20,271,569.27	9,619,751.16	95,632,562.21
<b>流动资产合计</b>	<b>976,786,625.53</b>	<b>665,259,667.51</b>	<b>537,332,603.60</b>
<b>非流动资产:</b>			
投资性房地产	4,431,589.33	4,913,977.81	5,396,366.29
固定资产	74,079,286.12	78,404,464.11	83,317,658.55
在建工程	325,625.89	43,200.00	305,360.00
无形资产	4,852,978.82	5,439,412.51	6,256,376.70
长期待摊费用	412,996.43	621,054.48	752,045.77
递延所得税资产	5,393,038.57	4,204,274.80	3,586,878.75
<b>非流动资产合计</b>	<b>89,495,515.16</b>	<b>93,626,383.71</b>	<b>99,614,686.06</b>
<b>资产总计</b>	<b>1,066,282,140.69</b>	<b>758,886,051.22</b>	<b>636,947,289.66</b>

合并资产负债表（续）

单位：元

项目	2020.12.31	2019.12.31	2018.12.31
<b>流动负债:</b>			
短期借款	-	-	21,159,029.10
以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债	-	-	220,286.07
应付票据	102,050,000.00	53,580,000.00	59,337,232.00
应付账款	351,494,278.42	191,375,544.31	260,239,457.41
预收款项	9,846,201.65	113,944,741.37	58,235,899.75
合同负债	92,807,406.41	-	-
应付职工薪酬	33,373,042.28	31,247,042.70	27,797,448.48
应交税费	17,479,627.57	11,679,890.94	16,817,060.97
其他应付款	17,418,588.96	17,453,363.33	22,387,647.37
<b>流动负债合计</b>	<b>624,469,145.29</b>	<b>419,280,582.65</b>	<b>466,194,061.15</b>
<b>非流动负债:</b>			
预计负债	1,744,427.63	453,159.20	-
递延所得税负债	2,675,911.59	370,310.62	81,101.04



项目	2020.12.31	2019.12.31	2018.12.31
非流动负债合计	4,420,339.22	823,469.82	81,101.04
负债合计	628,889,484.51	420,104,052.47	466,275,162.19
所有者权益：			
实收资本（或股本）	145,680,000.00	145,680,000.00	100,000,000.00
资本公积	124,658,837.87	124,658,837.87	1,505,714.93
其他综合收益	-5,530,819.98	1,621,939.90	788,864.96
盈余公积	15,402,317.86	8,061,455.57	11,630,963.54
未分配利润	157,182,320.43	58,759,765.41	56,746,584.04
归属于母公司所有者权益合计	437,392,656.18	338,781,998.75	170,672,127.47
少数股东权益	-	-	-
所有者权益合计	437,392,656.18	338,781,998.75	170,672,127.47
负债和所有者权益总计	1,066,282,140.69	758,886,051.22	636,947,289.66

## 2、合并利润表

单位：元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
一、营业收入	2,285,558,692.72	1,795,431,425.16	1,820,493,259.24
减：营业成本	1,824,348,735.70	1,483,871,981.80	1,577,920,138.82
税金及附加	2,121,154.75	1,367,620.22	2,070,424.11
销售费用	216,610,232.06	147,178,096.57	120,178,219.51
管理费用	23,456,810.05	22,591,509.56	23,392,805.73
研发费用	14,788,986.24	11,933,320.34	11,003,118.72
财务费用	33,764,158.74	-4,371,656.35	-1,095,267.09
其中：利息费用	3,021.37	846,937.84	1,126,701.84
利息收入	2,117,932.53	916,351.10	671,007.23
加：其他收益	5,114,707.74	5,700,550.74	4,114,960.17
投资收益（损失以“-”号填列）	3,242,733.18	-2,452,731.06	-6,128,239.12
其中：对联营企业和合营企业的投资收益	-	-	-
以摊余成本计量的金融资产终止确认收益	-	-	-
净敞口套期收益（损失以“-”号填列）	-	-	-
公允价值变动收益（损失以“-”号填列）	10,507,614.77	283,240.00	-212,486.07
信用减值损失（损失以“-”号填列）	-3,966,886.36	-3,616,259.30	-
资产减值损失（损失以“-”号填列）	-601,322.40	-1,458,190.57	-10,695,596.39

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
资产处置收益（损失以“-”号填列）	-4,378.67	16,582.00	100,241.34
<b>二、营业利润（亏损以“-”号填列）</b>	<b>184,761,083.44</b>	<b>131,333,744.83</b>	<b>74,202,699.37</b>
加：营业外收入	2,480,938.85	248,259.59	179,854.14
减：营业外支出	338,619.80	37,268.95	54,894.00
<b>三、利润总额（亏损总额以“-”号填列）</b>	<b>186,903,402.49</b>	<b>131,544,735.47</b>	<b>74,327,659.51</b>
减：所得税费用	30,151,985.18	29,557,539.13	22,705,758.47
<b>四、净利润（净亏损以“-”号填列）</b>	<b>156,751,417.31</b>	<b>101,987,196.34</b>	<b>51,621,901.04</b>
（一）按经营持续性分类：			
1.持续经营净利润（净亏损以“-”号填列）	156,751,417.31	101,987,196.34	51,621,901.04
2.终止经营净利润（净亏损以“-”号填列）	-	-	-
（二）按所有权归属分类：			
1.归属于母公司所有者的净利润（净亏损以“-”号填列）	156,751,417.31	101,987,196.34	51,621,901.04
2.少数股东损益（净亏损以“-”号填列）	-	-	-
<b>五、其他综合收益的税后净额</b>	<b>-7,152,759.88</b>	<b>833,074.94</b>	<b>2,137,710.81</b>
归属于母公司所有者的其他综合收益的税后净额	-7,152,759.88	833,074.94	2,137,710.81
（一）不能重分类进损益的其他综合收益	-	-	-
（二）将重分类进损益的其他综合收益	-7,152,759.88	833,074.94	2,137,710.81
1.权益法下可转损益的其他综合收益	-	-	-
2.其他债权投资公允价值变动	-	-	-
3.可供出售金融资产公允价值变动损益	-	-	-
4.金融资产重分类计入其他综合收益的金额	-	-	-
5.持有至到期投资重分类为可供出售金融资产损益	-	-	-
6.其他债权投资信用减值准备	-	-	-
7.现金流量套期储备（现金流量套期损益的有效部分）	-	-	-
8.外币财务报表折算差额	-7,152,759.88	833,074.94	2,137,710.81
9.其他	-	-	-
归属于少数股东的其他综合收益的税后净额	-	-	-
<b>六、综合收益总额</b>	<b>149,598,657.43</b>	<b>102,820,271.28</b>	<b>53,759,611.85</b>
归属于母公司所有者的综合收益总额	149,598,657.43	102,820,271.28	53,759,611.85
归属于少数股东的综合收益总额	-	-	-

### 3、合并现金流量表

单位：元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
<b>一、经营活动产生的现金流量：</b>			
销售商品、提供劳务收到的现金	2,194,039,028.92	1,814,408,358.26	1,762,745,424.64
收到的税费返还	187,828,922.80	180,186,134.94	222,133,528.36
收到其他与经营活动有关的现金	30,660,750.58	31,158,620.80	36,189,585.48
经营活动现金流入小计	2,412,528,702.30	2,025,753,114.00	2,021,068,538.48
购买商品、接受劳务支付的现金	1,883,011,958.90	1,729,035,794.46	1,802,435,785.53
支付给职工以及为职工支付的现金	90,991,447.02	87,604,795.37	86,332,660.43
支付的各项税费	26,461,830.98	37,248,684.61	12,766,985.84
支付其他与经营活动有关的现金	208,944,713.95	135,800,406.42	112,895,496.97
经营活动现金流出小计	2,209,409,950.85	1,989,689,680.86	2,014,430,928.77
<b>经营活动产生的现金流量净额</b>	<b>203,118,751.45</b>	<b>36,063,433.14</b>	<b>6,637,609.71</b>
<b>二、投资活动产生的现金流量：</b>			
收回投资收到的现金	-	-	-
取得投资收益收到的现金	3,242,733.18	1,612,525.97	1,137,116.28
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	5,085.00	118,268.93	1,632,100.00
处置子公司及其他营业单位收到的现金净额	-	-	-
收到其他与投资活动有关的现金	337,524,300.80	841,873,360.00	549,675,800.00
投资活动现金流入小计	340,772,118.98	843,604,154.90	552,445,016.28
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	3,766,832.34	5,366,165.71	5,457,433.97
投资支付的现金	-	-	-
取得子公司及其他营业单位支付的现金净额	-	-	-
支付其他与投资活动有关的现金	413,196,107.45	796,019,645.80	600,355,176.20
投资活动现金流出小计	416,962,939.79	801,385,811.51	605,812,610.17
<b>投资活动产生的现金流量净额</b>	<b>-76,190,820.81</b>	<b>42,218,343.39</b>	<b>-53,367,593.89</b>
<b>三、筹资活动产生的现金流量：</b>			
吸收投资收到的现金	-	103,289,600.00	7,936,600.00
其中：子公司吸收少数股东投资收到的现金	-	-	-
取得借款收到的现金	4,624,538.32	53,843,871.05	53,253,774.22
收到其他与筹资活动有关的现金	-	-	-
筹资活动现金流入小计	4,624,538.32	157,133,471.05	61,190,374.22
偿还债务支付的现金	4,624,538.32	75,002,900.15	52,082,696.26
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	50,991,021.37	38,880,405.25	38,603,943.90

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
其中：子公司支付给少数股东的股利、利润	-	-	-
支付其他与筹资活动有关的现金	3,820,754.71	-	-
筹资活动现金流出小计	59,436,314.40	113,883,305.40	90,686,640.16
<b>筹资活动产生的现金流量净额</b>	<b>-54,811,776.08</b>	<b>43,250,165.65</b>	<b>-29,496,265.94</b>
<b>四、汇率变动对现金及现金等价物的影响</b>	<b>-28,870,268.41</b>	<b>3,748,456.24</b>	<b>677,132.40</b>
<b>五、现金及现金等价物净增加额</b>	<b>43,245,886.15</b>	<b>125,280,398.42</b>	<b>-75,549,117.72</b>
加：期初现金及现金等价物余额	182,716,228.52	57,435,830.10	132,984,947.82
<b>六、期末现金及现金等价物余额</b>	<b>225,962,114.67</b>	<b>182,716,228.52</b>	<b>57,435,830.10</b>

## (二) 母公司财务报表

### 1、母公司资产负债表

单位：元

项目	2020.12.31	2019.12.31	2018.12.31
<b>流动资产：</b>			
货币资金	84,687,065.24	101,435,762.89	23,877,871.90
交易性金融资产	9,302,433.77	8,500,000.00	-
应收票据	-	-	-
应收账款	120,856,127.97	104,224,334.66	96,249,887.16
预付款项	23,352,785.61	7,580,057.38	723,818.17
其他应收款	113,107,908.54	113,708,658.38	50,043,575.07
存货	31,687,233.96	19,009,676.37	1,355,903.20
其他流动资产	8,814,760.00	5,896,077.60	18,802,486.05
<b>流动资产合计</b>	<b>391,808,315.09</b>	<b>360,354,567.28</b>	<b>191,053,541.55</b>
<b>非流动资产：</b>			
长期股权投资	149,938,191.31	149,938,191.31	149,938,191.31
投资性房地产	4,431,589.33	4,913,977.81	5,396,366.29
固定资产	2,064,987.90	2,478,234.80	2,041,688.71
在建工程	272,795.70	-	-
无形资产	144,020.34	171,133.52	421,508.17
长期待摊费用	404,496.43	595,637.76	720,379.09
递延所得税资产	1,809,342.13	1,646,289.06	1,295,610.18
<b>非流动资产合计</b>	<b>159,065,423.14</b>	<b>159,743,464.26</b>	<b>159,813,743.75</b>
<b>资产总计</b>	<b>550,873,738.23</b>	<b>520,098,031.54</b>	<b>350,867,285.30</b>

## 母公司资产负债表（续）

单位：元

项目	2020.12.31	2019.12.31	2018.12.31
<b>流动负债：</b>			
以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债	-	-	32,336.07
应付票据	38,600,000.00	11,650,000.00	13,450,000.00
应付账款	105,940,810.24	75,273,777.69	119,586,772.66
预收款项	7,015,473.50	88,460,825.97	28,324,134.39
合同负债	31,817,070.47	-	-
应付职工薪酬	11,307,594.32	10,543,949.75	8,707,539.23
应交税费	6,861,145.75	7,412,700.91	6,141,661.92
其他应付款	12,682,194.80	14,554,058.78	7,713,416.11
<b>流动负债合计</b>	<b>214,224,289.08</b>	<b>207,895,313.10</b>	<b>183,955,860.38</b>
<b>非流动负债：</b>			
递延所得税负债	2,325,608.44	299,500.62	81,101.04
<b>非流动负债合计</b>	<b>2,325,608.44</b>	<b>299,500.62</b>	<b>81,101.04</b>
<b>负债合计</b>	<b>216,549,897.52</b>	<b>208,194,813.72</b>	<b>184,036,961.42</b>
<b>所有者权益：</b>			
实收资本（或股本）	145,680,000.00	145,680,000.00	100,000,000.00
资本公积	123,608,661.93	123,608,661.93	455,538.99
盈余公积	15,402,317.86	8,061,455.57	11,630,963.54
未分配利润	49,632,860.92	34,553,100.32	54,743,821.35
<b>所有者权益合计</b>	<b>334,323,840.71</b>	<b>311,903,217.82</b>	<b>166,830,323.88</b>
<b>负债和所有者权益总计</b>	<b>550,873,738.23</b>	<b>520,098,031.54</b>	<b>350,867,285.30</b>

## 2、母公司利润表

单位：元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
<b>一、营业收入</b>	<b>786,863,785.35</b>	<b>708,378,153.83</b>	<b>684,625,387.53</b>
减：营业成本	648,957,198.50	571,417,864.35	577,755,177.77
税金及附加	183,102.23	286,528.77	218,728.34
销售费用	65,968,508.07	66,002,040.33	54,020,603.85
管理费用	10,669,122.24	8,323,227.17	7,745,408.99
研发费用	6,282,691.71	4,623,999.03	3,834,914.69

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
财务费用	10,619,860.08	-1,189,320.34	5,313,208.03
其中：利息费用	-	41,208.33	142,571.25
利息收入	1,691,657.93	368,821.48	154,455.83
加：其他收益	2,582,697.20	2,389,883.85	1,213,174.18
投资收益（损失以“-”号填列）	31,591,108.99	35,801,117.75	499,805.80
其中：对联营企业和合营企业的投资收益	-	-	-
以摊余成本计量的金融资产终止确认收益	-	-	-
净敞口套期收益（损失以“-”号填列）	-	-	-
公允价值变动收益（损失以“-”号填列）	9,302,433.77	-	-24,536.07
信用减值损失（损失以“-”号填列）	-1,348,492.46	-2,885,717.97	-
资产减值损失（损失以“-”号填列）	-	-	-2,145,061.33
资产处置收益（损失以“-”号填列）	-	16,582.00	-
<b>二、营业利润（亏损以“-”号填列）</b>	<b>86,311,050.02</b>	<b>94,235,680.15</b>	<b>35,280,728.44</b>
加：营业外收入	1,819,028.07	40,669.75	20,275.20
减：营业外支出	149,360.75	1,861.02	2,000.00
<b>三、利润总额（亏损总额以“-”号填列）</b>	<b>87,980,717.34</b>	<b>94,274,488.88</b>	<b>35,299,003.64</b>
减：所得税费用	14,572,094.45	14,491,194.94	9,132,904.31
<b>四、净利润（净亏损以“-”号填列）</b>	<b>73,408,622.89</b>	<b>79,783,293.94</b>	<b>26,166,099.33</b>
（一）按经营持续性分类：			
1.持续经营净利润（净亏损以“-”号填列）	73,408,622.89	79,783,293.94	26,166,099.33
2.终止经营净利润（净亏损以“-”号填列）	-	-	-
（二）按所有权归属分类：			
1.归属于母公司所有者的净利润（净亏损以“-”号填列）	-	-	-
2.少数股东损益（净亏损以“-”号填列）	-	-	-
<b>五、其他综合收益的税后净额</b>	-	-	-
<b>六、综合收益总额</b>	<b>73,408,622.89</b>	<b>79,783,293.94</b>	<b>26,166,099.33</b>

### 3、母公司现金流量表

单位：元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
<b>一、经营活动产生的现金流量：</b>			
销售商品、提供劳务收到的现金	717,920,240.00	755,825,737.09	659,404,549.58
收到的税费返还	76,348,984.87	82,728,200.17	93,244,688.81

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
收到其他与经营活动有关的现金	9,805,546.07	7,901,867.11	13,612,063.94
经营活动现金流入小计	804,074,770.94	846,455,804.37	766,261,302.33
购买商品、接受劳务支付的现金	702,036,074.50	722,698,214.75	680,589,230.31
支付给职工以及为职工支付的现金	26,570,448.97	22,074,056.34	15,616,889.35
支付的各项税费	14,044,066.79	13,677,441.60	2,564,630.10
支付其他与经营活动有关的现金	65,399,112.30	48,625,788.74	46,156,718.91
经营活动现金流出小计	808,049,702.56	807,075,501.43	744,927,468.67
<b>经营活动产生的现金流量净额</b>	<b>-3,974,931.62</b>	<b>39,380,302.94</b>	<b>21,333,833.66</b>
<b>二、投资活动产生的现金流量：</b>			
收回投资收到的现金	-	-	-
取得投资收益收到的现金	39,591,108.99	743,279.78	585,145.00
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	-	113,500.00	-
处置子公司及其他营业单位收到的现金净额	-	-	-
收到其他与投资活动有关的现金	151,937,533.58	490,705,662.43	312,525,800.00
投资活动现金流入小计	191,528,642.57	491,562,442.21	313,110,945.00
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	641,657.80	1,319,351.52	1,998,824.93
投资支付的现金	-	-	-
取得子公司及其他营业单位支付的现金净额	-	-	-
支付其他与投资活动有关的现金	147,753,367.00	516,804,377.67	320,014,833.88
投资活动现金流出小计	148,395,024.80	518,123,729.19	322,013,658.81
<b>投资活动产生的现金流量净额</b>	<b>43,133,617.77</b>	<b>-26,561,286.98</b>	<b>-8,902,713.81</b>
<b>三、筹资活动产生的现金流量：</b>			
吸收投资收到的现金	-	103,289,600.00	7,936,600.00
其中：子公司吸收少数股东投资收到的现金	-	-	-
取得借款收到的现金	-	45,000,000.00	17,100,000.00
收到其他与筹资活动有关的现金	-	-	18,599.41
筹资活动现金流入小计	-	148,289,600.00	25,055,199.41
偿还债务支付的现金	-	45,000,000.00	17,100,000.00
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	50,988,000.00	38,041,208.33	37,626,696.25
其中：子公司支付给少数股东的股利、利润	-	-	-
支付其他与筹资活动有关的现金	3,820,754.71	18,599.41	4,538,973.07
筹资活动现金流出小计	54,808,754.71	83,059,807.74	59,265,669.32

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
筹资活动产生的现金流量净额	-54,808,754.71	65,229,792.26	-34,210,469.91
四、汇率变动对现金及现金等价物的影响	-8,123,629.09	49,082.77	-3,416,302.45
五、现金及现金等价物净增加额	-23,773,697.65	78,097,890.99	-25,195,652.51
加：期初现金及现金等价物余额	97,940,762.89	19,842,871.90	45,038,524.41
六、期末现金及现金等价物余额	74,167,065.24	97,940,762.89	19,842,871.90

### （三）注册会计师审计意见

天健会计师审计了久祺股份的财务报表，包括 2018 年 12 月 31 日、2019 年 12 月 31 日、2020 年 12 月 31 日的合并及母公司资产负债表，2018 年度、2019 年度、2020 年度的合并及母公司利润表、合并及母公司现金流量表、合并及母公司所有者权益变动表，以及相关财务报表附注，并出具了天健审（2021）378 号标准无保留意见的《审计报告》，其意见如下：

久祺股份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，公允反映了久祺股份 2018 年 12 月 31 日、2019 年 12 月 31 日、2020 年 12 月 31 日的合并及母公司财务状况，以及 2018 年度、2019 年度、2020 年度的合并及母公司经营成果和现金流量。

### （四）关键审计事项

根据财政部关于印发《中国注册会计师审计准则第 1504 号——在审计报告中沟通关键审计事项》等 12 项准则的通知（财会〔2016〕24 号）的相关要求，天健会计师在其出具的《审计报告》中，就本次关键审计事项说明如下：

#### 1、收入确认

##### （1）事项描述

相关会计期间：2020 年度

久祺股份的营业收入主要来自于销售自行车及其配件和相应的衍生产品，属于在某一时刻履行履约义务。2020 年度，久祺股份营业收入金额为人民币 228,555.87 万元。

内销产品：对于电商平台店铺入驻模式，以公司发出商品，消费者确认收货，公司账户收到相应货款时确认收入；对于其他买断式销售，于商品发出且经客户



签收后确认收入；外销产品：对于电商平台店铺入驻模式，客户通过第三方销售平台（如 Amazon）下单并支付货款后，由公司委托物流公司将商品配送交予客户，公司在将商品交付给物流公司时确认收入；对以 FOB、CIF 等方式的出口销售，以完成报关手续、取得提单，合同产品发运离境后作为控制权转移的时点，公司根据报关单、提单确认销售收入；对以 DDP 方式的出口销售，以货物运送至合同指定进口国目的地、购买方签收确认作为控制权转移时点，确认销售收入。

相关会计期间：2019 年度、2018 年度

久祺股份公司的营业收入主要来自于销售自行车及其配件和相应的衍生产品。2019 年度以及 2018 年度，久祺股份公司财务报表所示营业收入项目金额分别为人民币 179,543.14 万元和 182,049.33 万元。

由于营业收入是久祺股份公司关键业绩指标之一，可能存在久祺股份公司管理层（以下简称管理层）通过不恰当的收入确认以达到特定目标或预期的固有风险。同时，收入确认涉及重大管理层判断。因此将收入确认确定为关键审计事项。

## （2）审计应对

针对营业收入实施的审计程序主要包括：

①了解与收入确认相关的关键内部控制，评价这些控制的设计，确定其是否得到执行，并测试相关内部控制的运行有效性；

②对公司重要客户进行访谈，了解双方合作的契机以及交易情况等；

③检查主要的销售合同，识别与商品所有权及相关服务的主要风险和报酬转移相关的条款，评价收入确认政策是否符合企业会计准则的规定；

④对营业收入及毛利率按月度、产品、客户等实施实质性分析程序，识别是否存在重大或异常波动，并查明波动原因；

⑤检查与收入确认相关的支持性文件，包括销售合同、信保审批单、品管检验单、出仓通知单、装箱单、销售发票、报关单、提单等；

⑥结合应收账款函证，向主要客户函证本期销售额；

⑦以抽样方式对资产负债表日前后确认的营业收入核对至销售合同、报关单、提单等支持性文件，评价营业收入是否在恰当期间确认；

⑧获取资产负债表日后的销售退回记录,检查是否存在资产负债表日不满足收入确认条件的情况;

⑨检查与营业收入相关的信息是否已在财务报表中作出恰当列报。

## 2、应收账款减值

### (1) 事项描述

相关期间: 2020 年度、2019 年度

截至 2020 年 12 月 31 日,久祺股份公司应收账款账面余额为人民币 43,243.08 万元,坏账准备为人民币 2,959.15 万元,账面价值为人民币 40,283.92 万元。截至 2019 年 12 月 31 日,久祺股份公司应收账款账面余额为人民币 35,731.48 万元,坏账准备为人民币 2,678.20 万元,账面价值为人民币 33,053.28 万元。

管理层根据各项应收账款的信用风险特征,以单项应收账款或应收账款组合为基础,按照相当于整个存续期内的预期信用损失金额计量其损失准备。对于以单项为基础计量预期信用损失的应收账款,管理层综合考虑有关过去事项、当前状况以及未来经济状况预测的合理且有依据的信息,估计预期收取的现金流量,据此确定应计提的坏账准备;对于以组合为基础计量预期信用损失的应收账款,管理层以账龄为依据划分组合,参照历史信用损失经验,并根据前瞻性估计予以调整,编制应收账款账龄与违约损失率对照表,据此确定应计提的坏账准备。

相关期间: 2018 年度

截至 2018 年 12 月 31 日,久祺股份公司应收账款账面余额为人民币 31,968.91 万元,坏账准备为人民币 2,348.11 万元,账面价值为人民币 29,620.80 万元。

对于单独进行减值测试的应收账款,当存在客观证据表明其发生减值时,管理层综合考虑债务人的行业状况、经营情况、财务状况、涉诉情况、还款记录、担保物价值等因素,估计未来现金流量现值,并确定应计提的坏账准备;对于采用组合方式进行减值测试的应收账款,管理层根据账龄依据划分组合,与该等组合具有类似信用风险特征组合的历史损失率为基础,结合现实情况进行调整,估计未来现金流量现值,并确定应计提的坏账准备。

由于应收账款金额重大,且应收账款减值涉及重大管理层判断,因此将应收

账款减值确定为关键审计事项。

(2) 审计应对

针对应收账款减值实施的审计程序主要包括：

①了解与应收账款减值相关的关键内部控制，评价这些控制的设计，确定其是否得到执行，并测试相关内部控制的运行有效性；

②复核以前年度已计提坏账准备的应收账款的后续实际核销或转回情况，评价管理层过往预测的准确性；

③2020 年度、2019 年度复核管理层对应收账款进行信用风险评估的相关考虑和客观证据，评价管理层是否恰当识别各项应收账款的信用风险特征；

2018 年度复核管理层对应收账款进行减值测试的相关考虑和客观证据，评价管理层是否充分识别已发生减值的应收账款；

④2020 年度、2019 年度对于以单项为基础计量预期信用损失的应收账款，获取并检查管理层对预期收取现金流量的预测，评价在预测中使用的关键假设的合理性和数据的准确性，并与获取的外部证据进行核对；

2018 年度对于单独进行减值测试的应收账款，获取并检查管理层对未来现金流量现值的预测，评价在预测中使用的关键假设的合理性和数据的准确性，并与获取的外部证据进行核对；

⑤2020 年度、2019 年度对于以组合为基础计量预期信用损失的应收账款，评价管理层按信用风险特征划分组合的合理性；评价管理层根据历史信用损失经验及前瞻性估计确定的应收账款账龄与预期信用损失率对照表的合理性；测试管理层使用数据（包括应收账款账龄、历史损失率等）的准确性和完整性以及对坏账准备的计算是否准确；

2018 年度对于采用组合方式进行减值测试的应收账款，评价管理层按信用风险特征划分组合的合理性；评价管理层减值测试方法（包括根据历史损失率及反映当前情况的相关可观察数据等确定的各项组合坏账准备计提比例）的合理性；测试管理层使用数据（包括应收账款账龄等）的准确性和完整性以及对坏账准备的计算是否准确；

⑥检查应收账款的期后回款情况，评价管理层计提应收账款坏账准备的合理性；

⑦函证应收账款，证实应收账款账户余额的真实性、正确性；

⑧检查与应收账款减值相关的信息是否已在财务报表中作出恰当列报。

### （五）财务会计信息相关的重大事项或重要性水平判断标准

公司根据自身所处的行业和发展阶段，从项目的性质和金额两方面判断财务信息的重要性。报告期内，重大事项或重要性水平判断标准为当期利润总额的3%，或金额虽未达到前述标准但公司认为较为重要的相关事项。

## 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

本公司财务报表以持续经营为编制基础。

### （二）合并会计报表范围及变化情况

报告期内，公司的合并会计报表范围及变化情况如下：

#### 1、合并会计报表范围

公司名称	主要经营地	注册地	注册资本	持股比例		取得方式
				直接持股	间接持股	
杭州久祥	浙江杭州	浙江杭州	2,000.00 万人民币	100.00%	-	同一控制合并
德清久胜	浙江德清	浙江德清	5,297.14 万人民币	100.00%	-	同一控制合并
杭州久趣	浙江杭州	浙江杭州	400.00 万人民币	100.00%	-	设立
香港久祺	香港	香港	20.00 万美元	100.00%	-	设立
香港久祥	香港	香港	15.00 万美元	-	100.00%	同一控制合并
WHIZZ LTD	美国	美国	2.00 万美元	100.00%	-	设立
LANDSTAR GmbH	德国	德国	5.00 万欧元	-	100.00%	设立

注1：公司于2018年3月2日注销了全资子公司久祺集团。由于久祺集团自设立以来未实际从事经营活动，因此，注销无需对资产、人员和债务进行处置。

#### 2、合并会计报表范围变化情况

2018年3月，公司注销了子公司久祺集团有限公司，久祺集团设立后未实际出资和开展业务经营活动。

2019年，公司在美国德克萨斯州注册全资子公司 WHIZZ LTD，并于2019年6月5日取得注册号为803335795的注册证书。截至本招股说明书签署日，公司尚未对 WHIZZ LTD 出资。

2020年，香港久祺在德国杜塞多夫注册全资子公司 LANDSTAR GmbH，并于2020年12月1日取得注册号为HRB91697的注册证书，截至2020年12月31日，LANDSTAR GmbH 的注册资本为50,000.00欧元，香港久祺实缴出资额为25,000.00欧元。

#### 四、报告期采用的主要会计政策和会计估计

报告期内，公司与同行业可比上市公司的主要会计政策和会计估计不存在重大差异，公司主要会计政策及会计估计具体情况如下：

##### （一）收入确认原则和计量方法

###### 1. 2020年度

###### （1）收入确认原则

于合同开始日，公司对合同进行评估，识别合同所包含的各单项履约义务，并确定各单项履约义务是在某一时段内履行，还是在某一时点履行。

满足下列条件之一时，属于在某一时段内履行履约义务，否则，属于在某一时点履行履约义务：1) 客户在公司履约的同时即取得并消耗公司履约所带来的经济利益；2) 客户能够控制公司履约过程中在建商品；3) 公司履约过程中所产出的商品具有不可替代用途，且公司在整个合同期间内有权就累计至今已完成的履约部分收取款项。

对于在某一时段内履行的履约义务，公司在该段时间内按照履约进度确认收入。履约进度不能合理确定时，已经发生的成本预计能够得到补偿的，按照已经发生的成本金额确认收入，直到履约进度能够合理确定为止。对于在某一时点履行的履约义务，在客户取得相关商品或服务控制权时点确认收入。在判断客户是否已取得商品控制权时，公司考虑下列迹象：1) 公司就该商品享有现时收款权利，即客户就该商品负有现时付款义务；2) 公司已将该商品的法定所有权转移给客户，即客户已拥有该商品的法定所有权；3) 公司已将该商品实物转移给客

户，即客户已实物占有该商品；4) 公司已将该商品所有权上的主要风险和报酬转移给客户，即客户已取得该商品所有权上的主要风险和报酬；5) 客户已接受该商品；6) 其他表明客户已取得商品控制权的迹象。

## (2) 收入计量原则

1) 公司按照分摊至各单项履约义务的交易价格计量收入。交易价格是公司因向客户转让商品或服务而预期有权收取的对价金额，不包括代第三方收取的款项以及预期将退还给客户的款项。

2) 合同中存在可变对价的，公司按照期望值或最可能发生金额确定可变对价的最佳估计数，但包含可变对价的交易价格，不超过在相关不确定性消除时累计已确认收入极可能不会发生重大转回的金额。

3) 合同中存在重大融资成分的，公司按照假定客户在取得商品或服务控制权时即以现金支付的应付金额确定交易价格。该交易价格与合同对价之间的差额，在合同期间内采用实际利率法摊销。合同开始日，公司预计客户取得商品或服务控制权与客户支付价款间隔不超过一年的，不考虑合同中存在的重大融资成分。

4) 合同中包含两项或多项履约义务的，公司于合同开始日，按照各单项履约义务所承诺商品的单独售价的相对比例，将交易价格分摊至各单项履约义务。

## (3) 收入确认的具体方法

### 按时点确认的收入

公司主要销售自行车及其配件和相应的衍生产品。

1) 内销：对于电商平台店铺入驻模式，以公司发出商品，消费者确认收货，公司账户收到相应货款时确认收入；对于其他买断式销售，于商品发出且经客户签收后确认收入。

2) 外销：对于电商平台店铺入驻模式，客户通过第三方销售平台（如 Amazon）下单并支付货款后，由公司委托物流公司将商品配送交予客户，公司在将商品交付给物流公司时确认收入；对以 FOB、CIF 等方式的出口销售，以完成报关手续、取得提单，合同产品发运离境后作为控制权转移的时点，公司根据

报关单、提单确认销售收入；对以 DDP 方式的出口销售，以货物运送至合同指定进口国目的地、购买方签收确认作为控制权转移时点，确认销售收入。

## 2. 2018 年度和 2019 年度

### （1）收入确认原则

#### 1) 销售商品

销售商品收入在同时满足下列条件时予以确认：1) 将商品所有权上的主要风险和报酬转移给购货方；2) 公司不再保留通常与所有权相联系的继续管理权，也不再对已售出的商品实施有效控制；3) 收入的金额能够可靠地计量；4) 相关的经济利益很可能流入；5) 相关的已发生或将发生的成本能够可靠地计量。

#### 2) 提供劳务

提供劳务交易的结果在资产负债表日能够可靠估计的（同时满足收入的金额能够可靠地计量、相关经济利益很可能流入、交易的完工进度能够可靠地确定、交易中已发生和将发生的成本能够可靠地计量），采用完工百分比法确认提供劳务的收入，并按已完工作的测量确定提供劳务交易的完工进度。提供劳务交易的结果在资产负债表日不能够可靠估计的，若已经发生的劳务成本预计能够得到补偿，按已经发生的劳务成本金额确认提供劳务收入，并按相同金额结转劳务成本；若已经发生的劳务成本预计不能够得到补偿，将已经发生的劳务成本计入当期损益，不确认劳务收入。

#### 3) 让渡资产使用权

让渡资产使用权在同时满足相关的经济利益很可能流入、收入金额能够可靠计量时，确认让渡资产使用权的收入。利息收入按照他人使用本公司货币资金的时间和实际利率计算确定；使用费收入按有关合同或协议约定的收费时间和方法计算确定。

### （2）收入确认的具体方法

公司主要销售自行车及其配件和相应的衍生产品。

1) 内销：对于电商平台店铺入驻模式，以公司发出商品，消费者确认收货，公司账户收到相应货款时确认收入；对于其他买断式销售，于商品发出且经客户

签收后确认收入。

2)外销:对于电商平台店铺入驻模式,客户通过第三方销售平台(如 Amazon)下单并支付货款后,由公司委托物流公司将商品配送交予客户,公司在将商品交付给物流公司时确认收入;对以 FOB、CIF 等方式的出口销售,以完成报关手续、取得提单,合同产品发运离境后作为风险报酬转移的时点,公司根据报关单、提单确认销售收入;对以 DDP 方式的出口销售,以货物运送至合同指定进口国目的地、购买方签收确认作为风险报酬转移时点,确认销售收入。

### 3.公司收入确认符合企业会计准则的规定

#### (1) 公司收入确认的具体方法、时点及依据

销售方式		收入确认的具体方法	确认时点	确认依据	具体分析
境外销售	FOB、CIF 方式	完成报关手续、取得提单,合同产品发运离境后确认销售收入	提单日期	提单、报关单	该贸易方式下,公司凭代理公司签发的提单并将提单邮寄至客户,已实现货权的转移,公司在发货后不再保留与商品所有权相联系的继续管理权,对已售出商品不再实施有效控制,商品所有权上的主要风险和报酬已转移,且相关经济利益很可能流入公司;销售收入的对应成本为货物的采购成本和生产成本,相关货物成本能够可靠计量。
	DDP 方式	货物运送至合同指定进口国目的地、购买方签收时确认销售收入	客户签收日期	签收单据	该贸易方式下,公司报关出口后需将货物运送至客户指定地点,因此,公司根据客户签收单据确认收入,已实现货权的转移,公司在发货后不再保留与商品所有权相联系的继续管理权,对已售出商品不再实施有效控制,商品所有权上的主要风险和报酬已转移,且相关经济利益很可能流入公司;销售收入的对应成本为货物的采购成本和生产成本,相关货物成本能够可靠计量。
	电商平台	客户通过第三方销售平台(如 Amazon)下单并支付货款后,由公司委托物流公司将商品配送交予客户,公司在将商品交付给物流公司时确认收入	发货日期	平台系统显示的发货时间	公司与第三方仓储物流服务商合作,委托其将商品送达终端消费者。根据公司与第三方仓储物流服务商的合作协议,如果出现因第三方仓储物流服务商的原因导致仓储配送期间发生货物的毁损或灭失,由第三方仓储物流服务商承担损失,仓储配送过程中商品的管控责任归属于第三方仓储物流服务商。由于亚马逊等境外电商平台系统无法提供货物的签收时间。因此,若以收货为收入确认时点将导致无法可靠计量。公司在发货后不再保留与商品所有权相联系的继续管理权,对已售出商品不再实施有效控制,且终端消费者在公司发货前已经支付货款,商品所有权上的主要风险和报酬已转移,且相关经济利益很可能流入公司。销售收入的对应成本为货物的采购成本和生产成本,相关货物成本能够可靠计量。
境内销	线下销售	商品发出且经客户签收后确认收入	客户签收日期	签收单据	公司商品发出且经客户签收后,已实现货权的转移,公司在发货后不再保留与商品所有权相联系的继续管理权,对已售出商品不再



销售方式		收入确认的具体方法	确认时点	确认依据	具体分析
售					实施有效控制，商品所有权上的主要风险和报酬已转移，且相关经济利益很可能流入公司；销售收入的对应成本为货物的采购成本和生产成本，相关货物成本能够可靠计量。
	电商平台	客户通过第三方销售平台（如天猫）下单并支付货款后，公司发出商品，消费者确认收货，公司账户收到相应货款时确认收入	收款日期	平台系统的确认记录	由于国内电商平台（如天猫）可记录订单的签收时间。因此公司在消费者确认收货后确认收入；消费者在确认收货后，公司不再保留与商品所有权相联系的继续管理权，对已售出商品不再实施有效控制，商品所有权上的主要风险和报酬已转移，且相关货款已经流入公司。销售收入的对应成本为货物的采购成本和生产成本，相关货物成本能够可靠计量。

此外，根据《企业会计准则第 14 号——收入》应用指南的规定，销售商品采用预收款方式的，在发出商品时确认收入，预收的货款应确认为负债。

根据《企业会计准则讲解》的有关规定：①通常情况下，企业售出商品后不再保留与商品所有权相联系的继续管理权，也不再对售出商品实施有效控制，表明商品所有权上的主要风险和报酬已经转移给购货方，应在发出商品时确认收入。②附有销售退回条件的商品销售：是指购买方依照有关协议有权退货的销售方式。在这种销售方式下，企业根据以往经验能够合理估计退货可能性且确认与退货相关负债的，通常应在发出商品时确认收入。

因此，公司跨境电商销售以商品发出并交付物流公司时作为控制权转移时点确认相应销售收入，符合上述规定。同时，公司对跨境电商销售收入确认了退货相关的预计负债。

## （2）公司收入确认政策与同行业和同类业务公司不存在重大差异

### ①线下销售同行业可比公司的收入确认政策比较

股票代码	公司名称	收入确认政策
600679.SH	上海凤凰	产品销售收入政策：公司的产品销售收入分为国内销售、国外销售以及网络销售。通常公司接到产品需求后，将进行采购和生产计划。产品完工入库后，按客户需求时间由仓库安排发货。其中： （1）国内销售：于货物出仓后，开具发票，并同时确认销售收入； （2）国外销售：于货物发出并取得提单之日确认销售收入；
600818.SH	中路股份	（1）内销产品收入确认时点为产品已经发出、客户已签字验收，开具发票时确认收入； （2）出口产品收入确认时点为货物运至客户指定交货地点、取得海关审批返回的出口报关单，开具发票时确认收入；
9921.TW	巨大机械	商品销货收入系于商品运抵客户指定地点时、起运时或提货时，客户对商品已有使用之权利并承担商品风险时认列收入及应收账款。
9914.TW	美利达	商品销货收入系于商品运抵客户指定地点时或起运时，客户对商品已有使用之权利并承担商品风险时认列收入及应收账款。

股票代码	公司名称	收入确认政策
	发行人	(1) 内销线下销售：于商品发出且经客户签收后确认收入。 (2) 外销线下销售：对以 FOB、CIF 等方式的出口销售，以完成报关手续、取得提单，合同产品发运离境后作为控制权转移的时点，公司根据报关单、提单确认销售收入；对以 DDP 方式的出口销售，以货物运送至合同指定进口国目的地、购买方签收确认作为控制权转移时点，确认销售收入。

② 电商销售业务公司的收入确认政策比较

销售方式	公司名称	收入确认政策
跨境电商	跨境通 (002640.SZ)	客户通过在公司自营网站或者第三方销售平台（如亚马逊、ebay）下订单并按公司指定的付款方式支付货款后，由公司委托物流公司将商品配送交付予客户，公司在将商品发出并交付予物流公司时确认收入。
	有棵树	公司采用的收入确认方法：公司主要从事跨境电商出口业务，客户通过在自营网站或第三方销售平台（如 ebay、亚马逊、Wish、速卖通等）下单并按公司指定的付款方式支付货款后，由公司委托物流公司将商品配送交付予客户，公司在将商品发出并交付予物流公司时确认收入；
	通拓科技	客户通过在公司自营网站或者第三方销售平台（如亚马逊、ebay、速卖通等）下订单并按公司指定的付款方式支付货款后，由物流公司将商品配送交付予客户，公司在将商品发出并交付予物流公司时确认收入
	泽宝创新	网络平台销售，根据网络订单，通过物流将商品交付给客户，并将商品发出并交付物流公司时作为风险报酬转移时点，于此时确认收入。
	安克创新 (300866.SZ)	对于线上销售，客户通过线上销售平台下单，销售平台负责将货物配送给客户或者公司委托物流公司配送交货给客户，主要收货和结算风险消除时作为风险报酬转移时点，于此时确认收入。
	傲基股份	线上销售，客户通过在公司自营网站或第三方销售平台（如 ebay、Amazon 等）下订单并按公司指定的付款方式支付货款后，由公司委托物流公司将商品配送交付予客户，公司在将商品交付给物流公司时确认收入。
	易佰网络	客户通过易佰网络在第三方销售平台（如亚马逊、ebay 等）经营的网店下订单并按公司指定的付款方式支付货款后，由易佰网络委托物流公司将商品配送交付予客户，易佰网络在将商品发出并交付予物流公司时确认收入。
境内电商	御家汇 (300740.SZ)	公司通过互联网直接销售的收入确认具体方法：消费者将货款支付至互联网支付平台，公司发出商品，消费者收到货物，公司收到货款时确认收入。
	若羽臣 (003010.SZ)	零售结算方式下，公司在第三方电商平台开立店铺，公司于客户收到货物并且公司收到货款时，按收取的顾客订单金额确认销售收入。
	丽人丽妆 (605136.SH)	零售收入确认的具体方法和时点：消费者在电商平台上购买本公司的商品，本公司将商品发货至消费者指定的收货地址，在电商平台上确认收货后，本公司支付宝账户会自动收到货款，并生成收款记录，本公司每月根据支付宝对账单显示的收款金额和时点确认收入，并结转相应成本。
	壹网壹创 (300792.SZ)	品牌线上营销服务收入确认原则为终端消费者在天猫平台上购买商品，公司将商品发货到消费者指定的收货地址，消费者收货后在天猫平台点击“确认收货”，公司于支付宝账户收到款项时，按收取的全部款项扣除售后退款、赔款等确认销售收入。
发行人		(1) 境内电商：公司发出商品，消费者确认收货，公司账户收到相应货款时确认收入； (2) 跨境电商：消费者通过第三方销售平台（如 Amazon）下单并支付货款后，由公司委托物流公司将商品配送交付予客户，公司在将商品交付给物流公司时确认收入。

综上，公司的收入确认政策符合行业及公司业务特征，符合《企业会计准则》的规定。

(二) 同一控制下和非同一控制下企业合并的会计处理方法

1. 同一控制下企业合并的会计处理方法

公司在企业合并中取得的资产和负债，按照合并日被合并方在最终控制方合并财务报表中的账面价值计量。公司按照被合并方所有者权益在最终控制方合并财务报表中的账面价值份额与支付的合并对价账面价值或发行股份面值总额的差额，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

公司在购买日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；如果合并成本小于合并中取得的被购买方可辨认净资产公允价值份额，首先对取得的被购买方各项可辨认资产、负债及或有负债的公允价值以及合并成本的计量进行复核，经复核后合并成本仍小于合并中取得的被购买方可辨认净资产公允价值份额的，其差额计入当期损益。

### （三）合并财务报表的编制方法

母公司将其控制的所有子公司纳入合并财务报表的合并范围。合并财务报表以母公司及其子公司的财务报表为基础，根据其他有关资料，由母公司按照《企业会计准则第 33 号——合并财务报表》编制。

### （四）现金及现金等价物的确定标准

列示于现金流量表中的现金是指库存现金以及可以随时用于支付的存款。现金等价物是指企业持有的期限短、流动性强、易于转换为已知金额现金、价值变动风险很小的投资。

### （五）外币业务和外币报表折算

#### 1. 外币业务折算

外币交易在初始确认时，采用交易发生日即期汇率的近似汇率折算为人民币金额。资产负债表日，外币货币性项目采用资产负债表日即期汇率折算，因汇率不同而产生的汇兑差额，除与购建符合资本化条件资产有关的外币专门借款本金及利息的汇兑差额外，计入当期损益；以历史成本计量的外币非货币性项目仍采用交易发生日即期汇率的近似汇率折算，不改变其人民币金额；以公允价值计量的外币非货币性项目，采用公允价值确定日的即期汇率折算，差额计入当期损益或其他综合收益。

## 2. 外币财务报表折算

资产负债表中的资产和负债项目，采用资产负债表日的即期汇率折算；所有者权益项目除“未分配利润”项目外，其他项目采用交易发生日的即期汇率折算；利润表中的收入和费用项目，采用交易发生日即期汇率的近似汇率折算。按照上述折算产生的外币财务报表折算差额，计入其他综合收益。

### （六）金融工具

#### 1. 2019 年度和 2020 年度

##### （1）金融资产和金融负债的分类

金融资产在初始确认时划分为以下三类：1) 以摊余成本计量的金融资产；2) 以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产；3) 以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产。

金融负债在初始确认时划分为以下四类：1) 以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债；2) 金融资产转移不符合终止确认条件或继续涉入被转移金融资产所形成的金融负债；3) 不属于上述 1) 或 2) 的财务担保合同，以及不属于上述 1) 并以低于市场利率贷款的贷款承诺；4) 以摊余成本计量的金融负债。

##### （2）金融资产和金融负债的确认依据、计量方法和终止确认条件

##### 1) 金融资产和金融负债的确认依据和初始计量方法

公司成为金融工具合同的一方时，确认一项金融资产或金融负债。初始确认金融资产或金融负债时，按照公允价值计量；对于以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产和金融负债，相关交易费用直接计入当期损益；对于其他类别的金融资产或金融负债，相关交易费用计入初始确认金额。但是，公司初始确认的应收账款未包含重大融资成分或公司不考虑未超过一年的合同中的融资成分的，按照交易价格进行初始计量。

##### 2) 金融资产的后续计量方法

##### ① 以摊余成本计量的金融资产

采用实际利率法，按照摊余成本进行后续计量。以摊余成本计量且不属于任

何套期关系的一部分的金融资产所产生的利得或损失，在终止确认、重分类、按照实际利率法摊销或确认减值时，计入当期损益。

② 以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的债务工具投资

采用公允价值进行后续计量。采用实际利率法计算的利息、减值损失或利得及汇兑损益计入当期损益，其他利得或损失计入其他综合收益。终止确认时，将之前计入其他综合收益的累计利得或损失从其他综合收益中转出，计入当期损益。

③ 以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的权益工具投资

采用公允价值进行后续计量。获得的股利（属于投资成本收回部分的除外）计入当期损益，其他利得或损失计入其他综合收益。终止确认时，将之前计入其他综合收益的累计利得或损失从其他综合收益中转出，计入留存收益。

④ 以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产

采用公允价值进行后续计量，产生的利得或损失（包括利息和股利收入）计入当期损益，除非该金融资产属于套期关系的一部分。

3) 金融负债的后续计量方法

① 以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债

此类金融负债包括交易性金融负债（含属于金融负债的衍生工具）和指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债。对于此类金融负债以公允价值进行后续计量。因公司自身信用风险变动引起的指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债的公允价值变动金额计入其他综合收益，除非该处理会造成或扩大损益中的会计错配。此类金融负债产生的其他利得或损失（包括利息费用、除因公司自身信用风险变动引起的公允价值变动）计入当期损益，除非该金融负债属于套期关系的一部分。终止确认时，将之前计入其他综合收益的累计利得或损失从其他综合收益中转出，计入留存收益。

② 金融资产转移不符合终止确认条件或继续涉入被转移金融资产所形成的金融负债

按照《企业会计准则第 23 号——金融资产转移》相关规定进行计量。

③ 不属于上述①或②的财务担保合同，以及不属于上述①并以低于市场利率贷款的贷款承诺

在初始确认后按照下列两项金额之中的较高者进行后续计量：A. 按照金融工具的减值规定确定的损失准备金额；B. 初始确认金额扣除按照相关规定所确定的累计摊销额后的余额。

#### ④ 以摊余成本计量的金融负债

采用实际利率法以摊余成本计量。以摊余成本计量且不属于任何套期关系的一部分的金融负债所产生的利得或损失，在终止确认、按照实际利率法摊销时计入当期损益。

#### 4) 金融资产和金融负债的终止确认

##### ① 当满足下列条件之一时，终止确认金融资产：

A.收取金融资产现金流量的合同权利已终止；

B.金融资产已转移，且该转移满足《企业会计准则第 23 号——金融资产转移》关于金融资产终止确认的规定。

② 当金融负债（或其一部分）的现时义务已经解除时，相应终止确认该金融负债（或该部分金融负债）。

##### (3) 金融资产转移的确认依据和计量方法

公司转移了金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬的，终止确认该金融资产，并将转移中产生或保留的权利和义务单独确认为资产或负债；保留了金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬的，继续确认所转移的金融资产。公司既没有转移也没有保留金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬的，分别下列情况处理：1) 未保留对该金融资产控制的，终止确认该金融资产，并将转移中产生或保留的权利和义务单独确认为资产或负债；2) 保留了对该金融资产控制的，按照继续涉入所转移金融资产的程度确认有关金融资产，并相应确认有关负债。

金融资产整体转移满足终止确认条件的，将下列两项金额的差额计入当期损益：1) 所转移金融资产在终止确认日的账面价值；2) 因转移金融资产而收到的对价，与原直接计入其他综合收益的公允价值变动累计额中对应终止确认部分的

金额（涉及转移的金融资产为以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的债务工具投资）之和。转移了金融资产的一部分，且该被转移部分整体满足终止确认条件的，将转移前金融资产整体的账面价值，在终止确认部分和继续确认部分之间，按照转移日各自的相对公允价值进行分摊，并将下列两项金额的差额计入当期损益：1）终止确认部分的账面价值；2）终止确认部分的对价，与原直接计入其他综合收益的公允价值变动累计额中对应终止确认部分的金额（涉及转移的金融资产为以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的债务工具投资）之和。

#### （4）金融资产和金融负债的公允价值确定方法

公司采用在当前情况下适用并且有足够可利用数据和其他信息支持的估值技术确定相关金融资产和金融负债的公允价值。公司将估值技术使用的输入值分以下层级，并依次使用：

1）第一层次输入值是在计量日能够取得的相同资产或负债在活跃市场上未经调整的报价；

2）第二层次输入值是除第一层次输入值外相关资产或负债直接或间接可观察的输入值，包括：活跃市场中类似资产或负债的报价；非活跃市场中相同或类似资产或负债的报价；除报价以外的其他可观察输入值，如在正常报价间隔期间可观察的利率和收益率曲线等；市场验证的输入值等；

3）第三层次输入值是相关资产或负债的不可观察输入值，包括不能直接观察或无法由可观察市场数据验证的利率、股票波动率、企业合并中承担的弃置义务的未来现金流量、使用自身数据作出的财务预测等。

#### （5）金融工具减值

##### 1）金融工具减值计量和会计处理

公司以预期信用损失为基础，对以摊余成本计量的金融资产、以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的债务工具投资、租赁应收款、分类为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债以外的贷款承诺、不属于以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债或不属于金融资产转移不符合终止确认条件或继续涉入被转移金融资产所形成的金融负债的财务担保合同进行减值处理并确认损失准备。

预期信用损失，是指以发生违约的风险为权重的金融工具信用损失的加权平均值。信用损失，是指公司按照原实际利率折现的、根据合同应收的所有合同现金流量与预期收取的所有现金流量之间的差额，即全部现金短缺的现值。其中，对于公司购买或源生的已发生信用减值的金融资产，按照该金融资产经信用调整的实际利率折现。

对于购买或源生的已发生信用减值的金融资产，公司在资产负债表日仅将自初始确认后整个存续期内预期信用损失的累计变动确认为损失准备。

对于不含重大融资成分或者公司不考虑不超过一年的合同中的融资成分的应收账款，公司运用简化计量方法，按照相当于整个存续期内的预期信用损失金额计量损失准备。

对于租赁应收款、包含重大融资成分的应收账款，公司运用简化计量方法，按照相当于整个存续期内的预期信用损失金额计量损失准备。

除上述计量方法以外的金融资产，公司在每个资产负债表日评估其信用风险自初始确认后是否已经显著增加。如果信用风险自初始确认后已显著增加，公司按照整个存续期内预期信用损失的金额计量损失准备；如果信用风险自初始确认后未显著增加，公司按照该金融工具未来 12 个月内预期信用损失的金额计量损失准备。

公司利用可获得的合理且有依据的信息，包括前瞻性信息，通过比较金融工具在资产负债表日发生违约的风险与在初始确认日发生违约的风险，以确定金融工具的信用风险自初始确认后是否已显著增加。

于资产负债表日，若公司判断金融工具只具有较低的信用风险，则假定该金融工具的信用风险自初始确认后并未显著增加。

公司以单项金融工具或金融工具组合为基础评估预期信用风险和计量预期信用损失。当以金融工具组合为基础时，公司以共同风险特征为依据，将金融工具划分为不同组合。

公司在每个资产负债表日重新计量预期信用损失，由此形成的损失准备的增加或转回金额，作为减值损失或利得计入当期损益。对于以摊余成本计量的金融资产，损失准备抵减该金融资产在资产负债表中列示的账面价值；对于以公允价



值计量且其变动计入其他综合收益的债权投资，公司在其他综合收益中确认其损失准备，不抵减该金融资产的账面价值。

2) 按组合评估预期信用风险和计量预期信用损失的金融工具

项 目	确定组合的依据	计量预期信用损失的方法
其他应收款——账龄组合	账龄	参考历史信用损失经验，结合当前状况以及对未来经济状况的预测，通过违约风险敞口和未来 12 个月内或整个存续期预期信用损失率，计算预期信用损失

3) 按组合计量预期信用损失的应收款项

①具体组合及计量预期信用损失的方法

项 目	确定组合的依据	计量预期信用损失的方法
应收银行承兑汇票	票据类型	参考历史信用损失经验，结合当前状况以及对未来经济状况的预测，通过违约风险敞口和整个存续期预期信用损失率，计算预期信用损失
应收商业承兑汇票		
应收账款——账龄组合	账龄	

②应收账款——账龄组合的账龄与整个存续期预期信用损失率对照表

账 龄	应收账款预期信用损失率 (%)
1 年以内 (含, 下同)	5.00
1-2 年	10.00
2-3 年	30.00
3-4 年	50.00
4-5 年	80.00
5 年以上	100.00

(6) 金融资产和金融负债的抵销

金融资产和金融负债在资产负债表内分别列示，不相互抵销。但同时满足下列条件的，公司以相互抵销后的净额在资产负债表内列示：1) 公司具有抵销已确认金额的法定权利，且该种法定权利是当前可执行的；2) 公司计划以净额结算，或同时变现该金融资产和清偿该金融负债。

不满足终止确认条件的金融资产转移，公司不对已转移的金融资产和相关负债进行抵销。

2. 2018 年度

### (1) 金融资产和金融负债的分类

金融资产在初始确认时划分为以下四类：以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产（包括交易性金融资产和在初始确认时指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产）、持有至到期投资、贷款和应收款项、可供出售金融资产。

金融负债在初始确认时划分为以下两类：以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债（包括交易性金融负债和在初始确认时指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债）、其他金融负债。

### (2) 金融资产和金融负债的确认依据、计量方法和终止确认条件

公司成为金融工具合同的一方时，确认一项金融资产或金融负债。初始确认金融资产或金融负债时，按照公允价值计量；对于以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产和金融负债，相关交易费用直接计入当期损益；对于其他类别的金融资产或金融负债，相关交易费用计入初始确认金额。

公司按照公允价值对金融资产进行后续计量，且不扣除将来处置该金融资产时可能发生的交易费用，但下列情况除外：1) 持有至到期投资以及贷款和应收款项采用实际利率法，按摊余成本计量；2) 在活跃市场中没有报价且其公允价值不能可靠计量的权益工具投资，以及与该权益工具挂钩并须通过交付该权益工具结算的衍生金融资产，按照成本计量。

公司采用实际利率法，按摊余成本对金融负债进行后续计量，但下列情况除外：1) 以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债，按照公允价值计量，且不扣除将来结清金融负债时可能发生的交易费用；2) 与在活跃市场中没有报价、公允价值不能可靠计量的权益工具挂钩并须通过交付该权益工具结算的衍生金融负债，按照成本计量；3) 不属于指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债的财务担保合同，或没有指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益并将以低于市场利率贷款的贷款承诺，在初始确认后按照下列两项金额之中的较高者进行后续计量：① 按照《企业会计准则第 13 号——或有事项》确定的金额；② 初始确认金额扣除按照《企业会计准则第 14 号——收入》的原则确定的累积摊销额后的余额。

金融资产或金融负债公允价值变动形成的利得或损失，除与套期保值有关外，按照如下方法处理：1) 以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产

或金融负债公允价值变动形成的利得或损失，计入公允价值变动收益；在资产持有期间所取得的利息或现金股利，确认为投资收益；处置时，将实际收到的金额与初始入账金额之间的差额确认为投资收益，同时调整公允价值变动收益。2) 可供出售金融资产的公允价值变动计入其他综合收益；持有期间按实际利率法计算的利息，计入投资收益；可供出售权益工具投资的现金股利，于被投资单位宣告发放股利时计入投资收益；处置时，将实际收到的金额与账面价值扣除原直接计入其他综合收益的公允价值变动累计额之后的差额确认为投资收益。

当收取某项金融资产现金流量的合同权利已终止或该金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬已转移时，终止确认该金融资产；当金融负债的现时义务全部或部分解除时，相应终止确认该金融负债或其一部分。

### (3) 金融资产转移的确认依据和计量方法

公司已将金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬转移给了转入方的，终止确认该金融资产；保留了金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬的，继续确认所转移的金融资产，并将收到的对价确认为一项金融负债。公司既没有转移也没有保留金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬的，分别下列情况处理：1) 放弃了对该金融资产控制的，终止确认该金融资产；2) 未放弃对该金融资产控制的，按照继续涉入所转移金融资产的程度确认有关金融资产，并相应确认有关负债。

金融资产整体转移满足终止确认条件的，将下列两项金额的差额计入当期损益：1) 所转移金融资产的账面价值；2) 因转移而收到的对价，与原直接计入所有者权益的公允价值变动累计额之和。金融资产部分转移满足终止确认条件的，将所转移金融资产整体的账面价值，在终止确认部分和未终止确认部分之间，按照各自的相对公允价值进行分摊，并将下列两项金额的差额计入当期损益：1) 终止确认部分的账面价值；2) 终止确认部分的对价，与原直接计入所有者权益的公允价值变动累计额中对应终止确认部分的金额之和。

### (4) 金融资产和金融负债的公允价值确定方法

公司采用在当前情况下适用并且有足够可利用数据和其他信息支持的估值技术确定相关金融资产和金融负债的公允价值。公司将估值技术使用的输入值分以下层级，并依次使用：

1) 第一层次输入值是在计量日能够取得的相同资产或负债在活跃市场上未

经调整的报价；

2) 第二层次输入值是除第一层次输入值外相关资产或负债直接或间接可观察的输入值，包括：活跃市场中类似资产或负债的报价；非活跃市场中相同或类似资产或负债的报价；除报价以外的其他可观察输入值，如在正常报价间隔期间可观察的利率和收益率曲线等；市场验证的输入值等；

3) 第三层次输入值是相关资产或负债的不可观察输入值，包括不能直接观察或无法由可观察市场数据验证的利率、股票波动率、企业合并中承担的弃置义务的未来现金流量、使用自身数据作出的财务预测等。

#### (5) 金融资产的减值测试和减值准备计提方法

1) 资产负债表日对以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产以外的金融资产的账面价值进行检查，如有客观证据表明该金融资产发生减值的，计提减值准备。

2) 对于持有至到期投资、贷款和应收款，先将单项金额重大的金融资产区分开来，单独进行减值测试；对单项金额不重大的金融资产，可以单独进行减值测试，或包括在具有类似信用风险特征的金融资产组合中进行减值测试；单独测试未发生减值的金融资产（包括单项金额重大和不重大的金融资产），包括在具有类似信用风险特征的金融资产组合中再进行减值测试。测试结果表明其发生了减值的，根据其账面价值高于预计未来现金流量现值的差额确认减值损失。

#### 3) 可供出售金融资产

① 表明可供出售债务工具投资发生减值的客观证据包括：

- A. 债务人发生严重财务困难；
- B. 债务人违反了合同条款，如偿付利息或本金发生违约或逾期；
- C. 公司出于经济或法律等方面因素的考虑，对发生财务困难的债务人作出让步；
- D. 债务人很可能倒闭或进行其他财务重组；
- E. 因债务人发生重大财务困难，该债务工具无法在活跃市场继续交易；
- F. 其他表明可供出售债务工具已经发生减值的情况。

② 表明可供出售权益工具投资发生减值的客观证据包括权益工具投资的公允价值发生严重或非暂时性下跌，以及被投资单位经营所处的技术、市场、经济或法律环境等发生重大不利变化使公司可能无法收回投资成本。

以公允价值计量的可供出售金融资产发生减值时，原直接计入其他综合收益的因公允价值下降形成的累计损失予以转出并计入减值损失。对已确认减值损失的可供出售债务工具投资，在期后公允价值回升且客观上与确认原减值损失后发生的事项有关的，原确认的减值损失予以转回并计入当期损益。对已确认减值损失的可供出售权益工具投资，期后公允价值回升直接计入其他综合收益。

以成本计量的可供出售权益工具发生减值时，将该权益工具投资的账面价值，与按照类似金融资产当时市场收益率对未来现金流量折现确定的现值之间的差额，确认为减值损失，计入当期损益，发生的减值损失一经确认，不予转回。

## (七) 应收款项

### 1. 2019 年度和 2020 年度

详见本节“四、报告期采用的主要会计政策和会计估计”之“(六) 金融工具”之说明。

### 2. 2018 年度

#### (1) 单项金额重大并单项计提坏账准备的应收款项

单项金额重大的判断依据或金额标准	金额 500 万元以上（含）的款项
单项金额重大并单项计提坏账准备的计提方法	单独进行减值测试，根据其未来现金流量现值低于其账面价值的差额计提坏账准备

#### (2) 按信用风险特征组合计提坏账准备的应收款项

##### 1) 具体组合及坏账准备的计提方法

按信用风险特征组合计提坏账准备的计提方法

按信用风险特征组合计提坏账准备的计提方法	
账龄组合	账龄分析法

##### 2) 账龄分析法

账 龄	应收账款、应收票据——商业承兑汇票计提比例 (%)	其他应收款计提比例 (%)
1 年以内（含，下同）	5.00	5.00
1-2 年	10.00	10.00
2-3 年	30.00	30.00

3-4 年	50.00	50.00
4-5 年	80.00	80.00
5 年以上	100.00	100.00

(3) 单项金额不重大但单项计提坏账准备的应收款项

单项计提坏账准备的理由	应收款项的未来现金流入现值与以账龄为信用风险特征的应收款项组合的未来现金流入现值存在显著差异
坏账准备的计提方法	单独进行减值测试，根据其未来现金流入现值低于其账面价值的差额计提坏账准备

对应收银行承兑汇票、应收利息、长期应收款等其他应收款项，根据其未来现金流量现值低于其账面价值的差额计提坏账准备。

(八) 存货

1. 存货的分类

存货包括在日常活动中持有以备出售的产成品或商品、处在生产过程中的在产品、在生产过程或提供劳务过程中耗用的材料和物料等。

2. 发出存货的计价方法

发出存货采用月末一次加权平均法。

3. 存货可变现净值的确定依据

资产负债表日，存货采用成本与可变现净值孰低计量，按照单个存货成本高于可变现净值的差额计提存货跌价准备。直接用于出售的存货，在正常生产经营过程中以该存货的估计售价减去估计的销售费用和相关税费后的金额确定其可变现净值；需要经过加工的存货，在正常生产经营过程中以所生产的产成品的估计售价减去至完工时估计将要发生的成本、估计的销售费用和相关税费后的金额确定其可变现净值；资产负债表日，同一项存货中一部分有合同价格约定、其他部分不存在合同价格的，分别确定其可变现净值，并与其对应的成本进行比较，分别确定存货跌价准备的计提或转回的金额。

4. 存货的盘存制度

存货的盘存制度为永续盘存制。

5. 低值易耗品和包装物的摊销方法

(1) 低值易耗品

按照一次转销法进行摊销。

(2) 包装物

按照一次转销法进行摊销。

### (九) 合同成本

与合同成本有关的资产包括合同取得成本和合同履约成本。

公司为取得合同发生的增量成本预期能够收回的，作为合同取得成本确认为一项资产。如果合同取得成本的摊销期限不超过一年，在发生时直接计入当期损益。

公司为履行合同发生的成本，不适用存货、固定资产或无形资产等相关准则的规范范围且同时满足下列条件的，作为合同履约成本确认为一项资产：

1.该成本与一份当前或预期取得的合同直接相关，包括直接人工、直接材料、制造费用（或类似费用）、明确由客户承担的成本以及仅因该合同而发生的其他成本；

2.该成本增加了公司未来用于履行履约义务的资源；

3.该成本预期能够收回。

公司对于与合同成本有关的资产采用与该资产相关的商品或服务收入确认相同的基础进行摊销，计入当期损益。

如果与合同成本有关的资产的账面价值高于因转让与该资产相关的商品或服务预期能够取得的剩余对价减去估计将要发生的成本，公司对超出部分计提减值准备，并确认为资产减值损失。以前期间减值的因素之后发生变化，使得转让该资产相关的商品或服务预期能够取得的剩余对价减去估计将要发生的成本高于该资产账面价值的，转回原已计提的资产减值准备，并计入当期损益，但转回后的资产账面价值不超过假定不计提减值准备情况下该资产在转回日的账面价值。

## （十）划分为持有待售的非流动资产或处置组

### 1. 持有待售的非流动资产或处置组的分类

公司将同时满足下列条件的非流动资产或处置组划分为持有待售类别：（1）根据类似交易中出售此类资产或处置组的惯例，在当前状况下即可立即出售；（2）出售极可能发生，即公司已经就出售计划作出决议且获得确定的购买承诺，预计出售将在一年内完成。

公司专为转售而取得的非流动资产或处置组，在取得日满足“预计出售将在一年内完成”的条件，且短期（通常为 3 个月）内很可能满足持有待售类别的其他划分条件的，在取得日将其划分为持有待售类别。

因公司无法控制的下列原因之一，导致非关联方之间的交易未能在一年内完成，且公司仍然承诺出售非流动资产或处置组的，继续将非流动资产或处置组划分为持有待售类别：（1）买方或其他方意外设定导致出售延期的条件，公司针对这些条件已经及时采取行动，且预计能够自设定导致出售延期的条件起一年内顺利化解延期因素；（2）因发生罕见情况，导致持有待售的非流动资产或处置组未能在一年内完成出售，公司在最初一年内已经针对这些新情况采取必要措施且重新满足了持有待售类别的划分条件。

### 2. 持有待售的非流动资产或处置组的计量

#### （1）初始计量和后续计量

初始计量和在资产负债表日重新计量持有待售的非流动资产或处置组时，其账面价值高于公允价值减去出售费用后的净额的，将账面价值减记至公允价值减去出售费用后的净额，减记的金额确认为资产减值损失，计入当期损益，同时计提持有待售资产减值准备。

对于取得日划分为持有待售类别的非流动资产或处置组，在初始计量时比较假定其不划分为持有待售类别情况下的初始计量金额和公允价值减去出售费用后的净额，以两者孰低计量。除企业合并中取得的非流动资产或处置组外，由非流动资产或处置组以公允价值减去出售费用后的净额作为初始计量金额而产生的差额，计入当期损益。



对于持有待售的处置组确认的资产减值损失金额，先抵减处置组中商誉的账面价值，再根据处置组中的各项非流动资产账面价值所占比重，按比例抵减其账面价值。

持有待售的非流动资产或处置组中的非流动资产不计提折旧或摊销，持有待售的处置组中负债的利息和其他费用继续予以确认。

## （2）资产减值损失转回的会计处理

后续资产负债表日持有待售的非流动资产公允价值减去出售费用后的净额增加的，以前减记的金额予以恢复，并在划分为持有待售类别后确认的资产减值损失金额内转回，转回金额计入当期损益。划分为持有待售类别前确认的资产减值损失不转回。

后续资产负债表日持有待售的处置组公允价值减去出售费用后的净额增加的，以前减记的金额予以恢复，并在划分为持有待售类别后非流动资产确认的资产减值损失金额内转回，转回金额计入当期损益。已抵减的商誉账面价值，以及非流动资产在划分为持有待售类别前确认的资产减值损失不转回。

持有待售的处置组确认的资产减值损失后续转回金额，根据处置组中除商誉外各项非流动资产账面价值所占比重，按比例增加其账面价值。

## （3）不再继续划分为持有待售类别以及终止确认的会计处理

非流动资产或处置组因不再满足持有待售类别的划分条件而不再继续划分为持有待售类别或非流动资产从持有待售的处置组中移除时，按照以下两者孰低计量：1）划分为持有待售类别前的账面价值，按照假定不划分为持有待售类别情况下本应确认的折旧、摊销或减值等进行调整后的金额；2）可收回金额。

终止确认持有待售的非流动资产或处置组时，将尚未确认的利得或损失计入当期损益。

## （十一）长期股权投资

### 1. 共同控制、重要影响的判断

按照相关约定对某项安排存在共有的控制，并且该安排的相关活动必须经过分享控制权的参与方一致同意后才能决策，认定为共同控制。对被投资单位的财

务和经营政策有参与决策的权力,但并不能够控制或者与其他方一起共同控制这些政策的制定,认定为重大影响。

## 2. 投资成本的确定

(1) 同一控制下的企业合并形成的,合并方以支付现金、转让非现金资产、承担债务或发行权益性证券作为合并对价的,在合并日按照取得被合并方所有者权益在最终控制方合并财务报表中的账面价值的份额作为其初始投资成本。长期股权投资初始投资成本与支付的合并对价的账面价值或发行股份的面值总额之间的差额调整资本公积;资本公积不足冲减的,调整留存收益。

公司通过多次交易分步实现同一控制下企业合并形成的长期股权投资,判断是否属于“一揽子交易”。属于“一揽子交易”的,把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,根据合并后应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确定初始投资成本。合并日长期股权投资的初始投资成本,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,调整留存收益。

(2) 非同一控制下的企业合并形成的,在购买日按照支付的合并对价的公允价值作为其初始投资成本。

公司通过多次交易分步实现非同一控制下企业合并形成的长期股权投资,区分个别财务报表和合并财务报表进行相关会计处理:

1) 在个别财务报表中,按照原持有的股权投资的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。

2) 在合并财务报表中,判断是否属于“一揽子交易”。属于“一揽子交易”的,把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,对于购买日之前持有的被购买方的股权,按照该股权在购买日的公允价值进行重新计量,公允价值与其账面价值的差额计入当期投资收益;购买日之前持有的被购买方的股权涉及权益法核算下的其他综合收益等的,与其相关的其他综合收益等转为购买日所属当期收益。但由于被投资方重新计量设定受益计划净负债或净资产变动而产生的其他综合收益除外。

(3) 除企业合并形成以外的：以支付现金取得的，按照实际支付的购买价款作为其初始投资成本；以发行权益性证券取得的，按照发行权益性证券的公允价值作为其初始投资成本；以债务重组方式取得的，按《企业会计准则第 12 号——债务重组》确定其初始投资成本；以非货币性资产交换取得的，按《企业会计准则第 7 号——非货币性资产交换》确定其初始投资成本。

### 3. 后续计量及损益确认方法

对被投资单位实施控制的长期股权投资采用成本法核算；对联营企业和合营企业的长期股权投资，采用权益法核算。

### 4. 通过多次交易分步处置对子公司投资至丧失控制权的处理方法

#### (1) 个别财务报表

对处置的股权，其账面价值与实际取得价款之间的差额，计入当期损益。对于剩余股权，对被投资单位仍具有重大影响或者与其他方一起实施共同控制的，转为权益法核算；不能再对被投资单位实施控制、共同控制或重大影响的，按照《企业会计准则第 22 号——金融工具确认和计量》的相关规定进行核算。

#### (2) 合并财务报表

1) 通过多次交易分步处置对子公司投资至丧失控制权，且不属于“一揽子交易”的

在丧失控制权之前，处置价款与处置长期股权投资相对应享有子公司自购买日或合并日开始持续计算的净资产份额之间的差额，调整资本公积（资本溢价），资本溢价不足冲减的，冲减留存收益。

丧失对原子公司控制权时，对于剩余股权，按照其在丧失控制权日的公允价值进行重新计量。处置股权取得的对价与剩余股权公允价值之和，减去按原持股比例计算应享有原有子公司自购买日或合并日开始持续计算的净资产的份额之间的差额，计入丧失控制权当期的投资收益，同时冲减商誉。与原有子公司股权投资相关的其他综合收益等，应当在丧失控制权时转为当期投资收益。

2) 通过多次交易分步处置对子公司投资至丧失控制权，且属于“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处置价款与处置投资对应的享有该子公司净资产份额的差额，在合并财务报表中确认为其他综合收益，在丧失控制权时一并转入丧失控制权当期的损益。

## （十二）投资性房地产

1. 投资性房地产包括已出租的土地使用权、持有并准备增值后转让的土地使用权和已出租的建筑物。

2. 投资性房地产按照成本进行初始计量，采用成本模式进行后续计量，并采用与固定资产和无形资产相同的方法计提折旧或进行摊销。

## （十三）固定资产

### 1. 固定资产确认条件

固定资产是指为生产商品、提供劳务、出租或经营管理而持有的，使用年限超过一个会计年度的有形资产。固定资产在同时满足经济利益很可能流入、成本能够可靠计量时予以确认。

### 2. 各类固定资产的折旧方法

项目	折旧方法	折旧年限（年）	残值率（%）	年折旧率（%）
房屋及建筑物	年限平均法	10-20	5-10	4.50-9.50
通用设备	年限平均法	3-10	5-10	9.00-31.67
专用设备	年限平均法	3-10	5-10	9.00-31.67
运输工具	年限平均法	4-10	5-10	9.00-23.75

## （十四）在建工程

1. 在建工程同时满足经济利益很可能流入、成本能够可靠计量则予以确认。在建工程按建造该项资产达到预定可使用状态前所发生的实际成本计量。

2. 在建工程达到预定可使用状态时，按工程实际成本转入固定资产。已达到预定可使用状态但尚未办理竣工决算的，先按估计价值转入固定资产，待办理竣工决算后再按实际成本调整原暂估价值，但不再调整原已计提的折旧。

### （十五）无形资产

1. 无形资产包括土地使用权、专利权及非专利技术等，按成本进行初始计量。

2. 使用寿命有限的无形资产，在使用寿命内按照与该项无形资产有关的经济利益的预期实现方式系统地摊销，无法可靠确定预期实现方式的，采用直线法摊销。具体年限如下：

项 目	摊销年限（年）
土地使用权	50
办公软件	5-10
商标权	权证有效期

3. 内部研究开发项目研究阶段的支出，于发生时计入当期损益。内部研究开发项目开发阶段的支出，同时满足下列条件的，确认为无形资产：（1）完成该无形资产以使其能够使用或出售在技术上具有可行性；（2）具有完成该无形资产并使用或出售的意图；（3）无形资产产生经济利益的方式，包括能够证明运用该无形资产生产的产品存在市场或无形资产自身存在市场，无形资产将在内部使用的，能证明其有用性；（4）有足够的技术、财务资源和其他资源支持，以完成该无形资产的开发，并有能力使用或出售该无形资产；（5）归属于该无形资产开发阶段的支出能够可靠地计量。

### （十六）部分长期资产减值

对长期股权投资、采用成本模式计量的投资性房地产、固定资产、在建工程、使用寿命有限的无形资产等长期资产，在资产负债表日有迹象表明发生减值的，估计其可收回金额。

若上述长期资产的可收回金额低于其账面价值的，按其差额确认资产减值准备并计入当期损益。

### （十七）长期待摊费用

长期待摊费用核算已经支出，摊销期限在 1 年以上（不含 1 年）的各项费用。长期待摊费用按实际发生额入账，在受益期或规定的期限内分期平均摊销。如果长期待摊的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。

## （十八）职工薪酬

1. 职工薪酬包括短期薪酬、离职后福利、辞退福利和其他长期职工福利。

2. 短期薪酬的会计处理方法

在职工为公司提供服务的会计期间，将实际发生的短期薪酬确认为负债，并计入当期损益或相关资产成本。

3. 离职后福利的会计处理方法

离职后福利分为设定提存计划和设定受益计划。

（1）在职工为公司提供服务的会计期间，根据设定提存计划计算的应缴存金额确认为负债，并计入当期损益或相关资产成本。

（2）对设定受益计划的会计处理通常包括下列步骤：

1) 根据预期累计福利单位法，采用无偏且相互一致的精算假设对有关人口统计变量和财务变量等作出估计，计量设定受益计划所产生的义务，并确定相关义务的所属期间。同时，对设定受益计划所产生的义务予以折现，以确定设定受益计划义务的现值和当期服务成本；

2) 设定受益计划存在资产的，将设定受益计划义务现值减去设定受益计划资产公允价值所形成的赤字或盈余确认为一项设定受益计划净负债或净资产。设定受益计划存在盈余的，以设定受益计划的盈余和资产上限两项的孰低者计量设定受益计划净资产；

3) 期末，将设定受益计划产生的职工薪酬成本确认为服务成本、设定受益计划净负债或净资产的利息净额以及重新计量设定受益计划净负债或净资产所产生的变动等三部分，其中服务成本和设定受益计划净负债或净资产的利息净额计入当期损益或相关资产成本，重新计量设定受益计划净负债或净资产所产生的变动计入其他综合收益，并且在后续会计期间不允许转回至损益，但可以在权益范围内转移这些在其他综合收益确认的金额。

4. 辞退福利的会计处理方法

向职工提供的辞退福利，在下列两者孰早日确认辞退福利产生的职工薪酬负债，并计入当期损益：（1）公司不能单方面撤回因解除劳动关系计划或裁减建议所提供的辞退福利时；（2）公司确认与涉及支付辞退福利的重组相关的成本或费用时。

#### 5. 其他长期职工福利的会计处理方法

向职工提供的其他长期福利，符合设定提存计划条件的，按照设定提存计划的有关规定进行会计处理；除此之外的其他长期福利，按照设定受益计划的有关规定进行会计处理，为简化相关会计处理，将其产生的职工薪酬成本确认为服务成本、其他长期职工福利净负债或净资产的利息净额以及重新计量其他长期职工福利净负债或净资产所产生的变动等组成项目的总净额计入当期损益或相关资产成本。

### （十九）预计负债

1. 因对外提供担保、诉讼事项、产品质量保证、亏损合同等或有事项形成的义务成为公司承担的现时义务，履行该义务很可能导致经济利益流出公司，且该义务的金额能够可靠的计量时，公司将该项义务确认为预计负债。

2. 公司按照履行相关现时义务所需支出的最佳估计数对预计负债进行初始计量，并在资产负债表日对预计负债的账面价值进行复核。

### （二十）股份支付

#### 1. 股份支付的种类

包括以权益结算的股份支付和以现金结算的股份支付。

#### 2. 实施、修改、终止股份支付计划的相关会计处理

##### （1）以权益结算的股份支付

授予后立即可行权的换取职工服务的以权益结算的股份支付，在授予日按照权益工具的公允价值计入相关成本或费用，相应调整资本公积。完成等待期内的服务或达到规定业绩条件才可行权的换取职工服务的以权益结算的股份支付，在等待期内的每个资产负债表日，以对可行权权益工具数量的最佳估计为基础，按权益工具授予日的公允价值，将当期取得的服务计入相关成本或费用，相应调整

资本公积。

换取其他方服务的权益结算的股份支付，如果其他方服务的公允价值能够可靠计量的，按照其他方服务在取得日的公允价值计量；如果其他方服务的公允价值不能可靠计量，但权益工具的公允价值能够可靠计量的，按照权益工具在服务取得日的公允价值计量，计入相关成本或费用，相应增加所有者权益。

### （2）以现金结算的股份支付

授予后立即可行权的换取职工服务的以现金结算的股份支付，在授予日按公司承担负债的公允价值计入相关成本或费用，相应增加负债。完成等待期内的服务或达到规定业绩条件才可行权的换取职工服务的以现金结算的股份支付，在等待期内的每个资产负债表日，以对可行权情况的最佳估计为基础，按公司承担负债的公允价值，将当期取得的服务计入相关成本或费用和相应的负债。

### （3）修改、终止股份支付计划

如果修改增加了所授予的权益工具的公允价值，公司按照权益工具公允价值的增加相应地确认取得服务的增加；如果修改增加了所授予的权益工具的数量，公司将增加的权益工具的公允价值相应地确认为取得服务的增加；如果公司按照有利于职工的方式修改可行权条件，公司在处理可行权条件时，考虑修改后的可行权条件。

如果修改减少了授予的权益工具的公允价值，公司继续以权益工具在授予日的公允价值为基础，确认取得服务的金额，而不考虑权益工具公允价值的减少；如果修改减少了授予的权益工具的数量，公司将减少部分作为已授予的权益工具的取消来进行处理；如果以不利于职工的方式修改了可行权条件，在处理可行权条件时，不考虑修改后的可行权条件。

如果公司在等待期内取消了所授予的权益工具或结算了所授予的权益工具（因未满足可行权条件而被取消的除外），则将取消或结算作为加速可行权处理，立即确认原本在剩余等待期内确认的金额。

## （二十一）政府补助

1. 政府补助在同时满足下列条件时予以确认：（1）公司能够满足政府补助



所附的条件；（2）公司能够收到政府补助。政府补助为货币性资产的，按照收到或应收的金额计量。政府补助为非货币性资产的，按照公允价值计量；公允价值不能可靠取得的，按照名义金额计量。

## 2. 与资产相关的政府补助判断依据及会计处理方法

政府文件规定用于购建或以其他方式形成长期资产的政府补助划分为与资产相关的政府补助。政府文件不明确的，以取得该补助必须具备的基本条件为基础进行判断，以购建或以其他方式形成长期资产为基本条件的作为与资产相关的政府补助。与资产相关的政府补助，冲减相关资产的账面价值或确认为递延收益。与资产相关的政府补助确认为递延收益的，在相关资产使用寿命内按照合理、系统的方法分期计入损益。按照名义金额计量的政府补助，直接计入当期损益。相关资产在使用寿命结束前被出售、转让、报废或发生毁损的，将尚未分配的相关递延收益余额转入资产处置当期的损益。

## 3. 与收益相关的政府补助判断依据及会计处理方法

除与资产相关的政府补助之外的政府补助划分为与收益相关的政府补助。对于同时包含与资产相关部分和与收益相关部分的政府补助，难以区分与资产相关或与收益相关的，整体归类为与收益相关的政府补助。与收益相关的政府补助，用于补偿以后期间的相关成本费用或损失的，确认为递延收益，在确认相关成本费用或损失的期间，计入当期损益或冲减相关成本；用于补偿已发生的相关成本费用或损失的，直接计入当期损益或冲减相关成本。

4. 与公司日常经营活动相关的政府补助，按照经济业务实质，计入其他收益或冲减相关成本费用。与公司日常活动无关的政府补助，计入营业外收支。

## （二十二）合同资产、合同负债

公司根据履行履约义务与客户付款之间的关系在资产负债表中列示合同资产或合同负债。公司将同一合同下的合同资产和合同负债相互抵销后以净额列示。

公司将拥有的、无条件(即，仅取决于时间流逝)向客户收取对价的权利作为应收款项列示，将已向客户转让商品而有权收取对价的权利（该权利取决于时间流逝之外的其他因素）作为合同资产列示。

公司将已收或应收客户对价而应向客户转让商品的义务作为合同负债列示。

### （二十三）递延所得税资产、递延所得税负债

1. 根据资产、负债的账面价值与其计税基础之间的差额（未作为资产和负债确认的项目按照税法规定可以确定其计税基础的，该计税基础与其账面数之间的差额），按照预期收回该资产或清偿该负债期间的适用税率计算确认递延所得税资产或递延所得税负债。

2. 确认递延所得税资产以很可能取得用来抵扣可抵扣暂时性差异的应纳税所得额为限。资产负债表日，有确凿证据表明未来期间很可能获得足够的应纳税所得额用来抵扣可抵扣暂时性差异的，确认以前会计期间未确认的递延所得税资产。

3. 资产负债表日，对递延所得税资产的账面价值进行复核，如果未来期间很可能无法获得足够的应纳税所得额用以抵扣递延所得税资产的利益，则减记递延所得税资产的账面价值。在很可能获得足够的应纳税所得额时，转回减记的金额。

4. 公司当期所得税和递延所得税作为所得税费用或收益计入当期损益，但不包括下列情况产生的所得税：（1）企业合并；（2）直接在所有者权益中确认的交易或者事项。

### （二十四）经营租赁

公司为承租人时，在租赁期内各个期间按照直线法将租金计入相关资产成本或确认为当期损益，发生的初始直接费用，直接计入当期损益。或有租金在实际发生时计入当期损益。

公司为出租人时，在租赁期内各个期间按照直线法将租金确认为当期损益，发生的初始直接费用，除金额较大的予以资本化并分期计入损益外，均直接计入当期损益。或有租金在实际发生时计入当期损益。

### （二十五）主要会计政策、会计估计的变更

#### 1、重要会计政策变更

（1）2019年4月30日，财政部发布《关于修订印发2019年度一般企业财

务报表格式的通知》(财会〔2019〕6号)，公司根据财会〔2019〕6号规定的财务报表格式编制比较报表，并采用追溯调整法变更了相关财务报表列报。

(2) 公司自2019年1月1日起执行财政部修订后的《企业会计准则第22号——金融工具确认和计量》《企业会计准则第23号——金融资产转移》《企业会计准则第24号——套期保值》以及《企业会计准则第37号——金融工具列报》(以下简称新金融工具准则)。根据相关新旧准则衔接规定，对可比期间信息不予调整，首次执行日执行新准则与原准则的差异追溯调整2019年1月1日的留存收益或其他综合收益。

新金融工具准则改变了金融资产的分类和计量方式，确定了三个主要的计量类别：摊余成本；以公允价值计量且其变动计入其他综合收益；以公允价值计量且其变动计入当期损益。公司考虑自身业务模式，以及金融资产的合同现金流特征进行上述分类。权益类投资需按公允价值计量且其变动计入当期损益，但非交易性权益类投资在初始确认时可选择按公允价值计量且其变动计入其他综合收益(处置时的利得或损失不能回转到损益，但股利收入计入当期损益)，且该选择不可撤销。

新金融工具准则要求金融资产减值计量由“已发生损失模型”改为“预期信用损失模型”，适用于以摊余成本计量的金融资产、以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产、租赁应收款。

执行新金融工具准则对公司2019年1月1日财务报表的主要影响如下：

单位：万元

项目	资产负债表		
	2018.12.31	新金融工具准则调整影响	2019.1.1
交易性金融资产	-	8,750.64	8,750.64
其他应收款	2,333.59	-0.64	2,332.95
其他流动资产	9,563.26	-8,750.00	813.26
短期借款	2,115.90	3.35	2,119.25
以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债	22.03	-22.03	-
交易性金融负债	-	22.03	22.03
其他应付款	2,238.76	-3.35	2,235.42

(3) 公司自2019年6月10日起执行财政部制定的《关于印发修订<企业会

计准则>第 7 号——非货币性资产交换的通知》（财会〔2019〕8 号）和《关于印发修订<企业会计准则第 12 号——债务重组>的通知》（财会〔2019〕9 号）。本次会计政策变更采用未来适用法处理。

（4）公司自 2020 年 1 月 1 日起执行财政部修订后的《企业会计准则第 14 号——收入》（以下简称新收入准则）。根据相关新旧准则衔接规定，对可比期间信息不予调整，首次执行日执行新准则的累积影响数追溯调整 2020 年 1 月 1 日的留存收益及财务报表其他相关项目金额。

执行新收入准则对公司 2020 年 1 月 1 日财务报表的主要影响如下：

单位：万元

项目	资产负债表		
	2019 年 12 月 31 日	新收入准则调整影响	2020 年 1 月 1 日
预收款项	11,394.47	-10,618.03	776.45
合同负债	0.00	10,618.03	10,618.03

对 2020 年 1 月 1 日之前发生的合同变更，公司采用简化处理方法，对所有合同根据合同变更的最终安排，识别已履行的和尚未履行的履约义务、确定交易价格以及在已履行的和尚未履行的履约义务之间分摊交易价格。采用该简化方法对公司财务报表无重大影响。

#### ①运费

根据《企业会计准则第 14 号—收入》及其应用指南，企业在所销售商品控制权转移之前发生的运输活动通常不构成单项履约义务，属于企业为了履行合同而从事的必要活动，相关成本应当作为合同履约成本，摊销时计入主营业务成本或其他业务成本科目，在营业成本项目列报。

根据新收入准则应用指南规定，销售商品控制权转移之前发生的运输活动应当列入合同履约成本，但为了保持申报财务报表的可比性，公司将销售商品相关的运输活动支出延续原收入准则下的列报口径。

#### ②质保金

公司与客户销售协议未约定质保金条款，不存在质保期到期后再收取质保金款项的情形，因此本次执行新收入准则对质保金会计处理无影响。

公司 2020 年度执行新收入准则影响的会计科目如下：

单位：元

报表项目	若按原收入准则列报 A	执行新收入准则披露金额 B	影响金额 C=B-A	影响比例 D=C/A
预收款项	102,653,608.06	9,846,201.65	-92,807,406.41	-90.41%
合同负债		92,807,406.41	92,807,406.41	100.00%

执行新收入准则对公司销售费用、营业成本、存货、毛利率等无影响。

假设按照新收入准则口径，将运输费用调整至营业成本，对 2020 年度会计科目和具体财务指标的影响金额及比例模拟测算结果如下：

报表项目/财务指标	若按原收入准则列报 A	执行新收入准则披露金额 B	影响金额 C=B-A	影响比例 D=C/A
营业成本（万元）	182,434.87	190,731.33	8,296.46	4.55%
销售费用（万元）	21,661.02	13,364.57	-8,296.46	-38.30%
毛利率（%）	20.18	16.55		
销售费用率（%）	9.48	5.85		

假设按照新收入准则口径，将运输费用调整至营业成本，则 2020 年度营业成本上升 4.55%，毛利率下降 3.63 个百分点，销售费用下降 38.30%，销售费用率下降 3.63 个百分点。

（5）公司自 2020 年 1 月 1 日起执行财政部于 2019 年度颁布的《企业会计准则解释第 13 号》，该项会计政策变更采用未来适用法处理。

## 2、重要会计估计变更

本报告期内，本公司无重大会计估计变更。

## 五、非经常性损益

### （一）经注册会计师鉴证的非经常性损益明细表

根据中国证监会《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 年修订）》，天健会计师对本公司的非经常性损益情况进行了鉴证，出具了《关于久祺股份有限公司最近三年非经常性损益的鉴证报告》（天健审〔2021〕381 号），报告期内公司非经常性损益的具体情况如下：

单位：万元

非经常性损益项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
非流动资产处置损益	-0.94	-0.67	8.84
越权审批，或无正式批准文件，或偶发性的税收返还、减免	-	64.03	41.60
计入当期损益的政府补助（与企业业务密切相关，按照国家统一标准定额或定量享受的政府补助除外）	664.76	580.56	377.73
委托他人投资或管理资产的损益	87.04	146.61	105.18
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	1,287.99	-363.56	-739.25
单独进行减值测试的应收款项减值准备转回	-	-	60.72
除上述各项之外的其他营业外收入和支出	61.44	12.93	16.25
<b>小计</b>	<b>2,100.30</b>	<b>439.90</b>	<b>-128.93</b>
减：所得税费用（所得税费用减少以“-”表示）	487.00	26.87	-80.78
少数股东损益	-	-	-
<b>归属于母公司股东的非经常性损益净额</b>	<b>1,613.30</b>	<b>413.03</b>	<b>-48.15</b>

## （二）非经常性损益影响

单位：万元

非经常性损益项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
归属于母公司股东的净利润（A）	15,675.14	10,198.72	5,162.19
归属于母公司股东的非经常性损益净额（B）	1,613.30	413.03	-48.15
扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润	14,061.84	9,785.69	5,210.35
归属于母公司股东的非经常性损益净额占归属于母公司股东的净利润的比例（B/A）	10.29%	4.05%	-0.93%

## 六、公司适用的税种、税率及享受的税收优惠政策

### （一）主要税种及税率

报告期内，本公司执行的主要税种及各税率如下表所示：

税种	计税依据	税率
增值税	以按税法规定计算的销售货物和应税劳务收入为基础计算销项税额，扣除当期允许抵扣的进项税额后，差额部分为应交增值税	17%、16%、13%[注]、9%、7%、6%、5%、3%
房产税	从价计征的，按房产原值一次减除 30% 后余值的 1.2% 计缴；从租计征的，按租金收入的 12% 计缴	1.2%；12%
城市维护建设税	实际缴纳的流转税税额	7%、5%
教育费附加	实际缴纳的流转税税额	3%
地方教育附加	实际缴纳的流转税税额	2%

企业所得税	应纳税所得额	25%、15%、16.5%、21%
-------	--------	-------------------

注：根据财政部、国家税务总局颁布的《关于调整增值税税率的通知》（财税〔2018〕32号），自2018年5月1日起，增值税一般纳税人发生增值税应税销售行为或者进口货物，原适用17%和11%税率的，税率分别调整为16%、10%。根据财政部、税务总局、海关总署《关于深化增值税改革有关政策的公告》（财政部、税务总局、海关总署公告2019年第39号），自2019年4月1日起，增值税一般纳税人发生增值税应税销售行为或者进口货物，原适用16%和10%税率的，税率分别调整为13%、9%。

不同税率的纳税主体企业所得税税率说明：

纳税主体名称	2020 年度	2019 年度	2018 年度
德清久胜	15%	15%	15%
香港久祥、香港久祺、久祺集团	16.50%	16.50%	16.50%
WHIZZ LTD	21%	21%	-
LANDSTAR GmbH	15%	-	-
除上述以外的其他纳税主体	25%	25%	25%

## （二）公司享受的税收优惠政策

1、根据全国高新技术企业认定管理工作领导小组办公室印发的《关于浙江省 2017 年第一批高新技术企业备案的复函》（国科火字〔2017〕201 号），同意德清久胜高新技术企业备案，并取得编号为 GR201733001253 的《高新技术企业证书》，发证日期为 2017 年 11 月 13 日，有效期为 2017 年 1 月 1 日至 2019 年 12 月 31 日，有效期内按 15% 的税率计缴企业所得税。

根据全国高新技术企业认定管理工作领导小组办公室印发的《关于浙江省 2020 年高新技术企业备案的复函》（国科火字〔2020〕251 号），同意德清久胜高新技术企业备案，并取得编号为 GR202033008429 的《高新技术企业证书》，发证日期为 2020 年 12 月 1 日，有效期为 2020 年 1 月 1 日至 2022 年 12 月 31 日，有效期内按 15% 的税率计缴企业所得税。2018 年度、2019 年度和 2020 年度德清久胜所得税按应纳税所得额的 15% 税率计缴。

## 2、德清久胜城镇土地使用税、房产税返还与减免

（1）德清县人民政府根据《浙江省人民政府办公厅关于开展调整城镇土地使用税政策促进土地集约利用试点工作的通知》（浙政办发〔2012〕153 号）精神，结合德清县本地实际情况，实行分类分档减免办法，按照考核方法，德清县人民政府给予德清久胜城镇土地使用税 60% 的减免优惠，德清久胜于 2018 年 3

月 9 日收到城镇土地使用税返还 312,027.66 元。

(2) 根据《税务事项通知书》(德地税通〔2018〕26477 号), 同意德清久胜 2018 年 06 月 26 日提出的纳税人困难性减免土地税申请, 城镇土地使用税减征 104,009.22 元, 减征期限为 2018 年 1 月 1 日至 2018 年 12 月 31 日。

(3) 根据《税务事项通知书》(德地税通〔2019〕7843 号), 同意德清久胜 2019 年 12 月 16 日提出的纳税人困难性减免土地税申请, 城镇土地使用税减征幅度为 80%, 城镇土地使用税减征 416,036.88 元, 减征期限为 2019 年 1 月 1 日至 2019 年 12 月 31 日。

(4) 根据《税务事项通知书》(德税通〔2019〕7969 号), 同意德清久胜 2019 年 12 月 23 日提出的企业纳税困难减免房产税申请, 房产税减征幅度为 40%, 房产税减征 224,295.34 元, 减征期限为 2019 年 1 月 1 日至 2019 年 12 月 31 日。

综上, 公司的经营业绩对税收优惠不构成重大依赖。

## 七、主要财务指标

### (一) 主要财务指标

主要财务指标	2020.12.31	2019.12.31	2018.12.31
流动比率 (倍)	1.56	1.59	1.15
速动比率 (倍)	1.38	1.48	1.08
资产负债率 (合并)	58.98%	55.36%	73.20%
资产负债率 (母公司)	39.31%	40.03%	52.45%
归属于母公司股东的每股净资产 (元)	3.00	2.33	1.71
主要财务指标	2020 年度	2019 年度	2018 年度
应收账款周转率 (次/年)	6.23	5.73	6.59
存货周转率 (次/年)	22.91	37.78	38.31
息税折旧摊销前利润 (万元)	19,531.41	14,077.58	8,368.46
归属于母公司股东的净利润 (万元)	15,675.14	10,198.72	5,162.19
扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润 (万元)	14,061.84	9,785.69	5,210.35
研发投入占营业收入的比例	0.65%	0.66%	0.60%
每股经营活动产生的现金流量 (元)	1.39	0.25	0.07
每股净现金流量 (元)	0.30	0.86	-0.76



上述财务指标的计算公式如下：

- (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%
- (4) 归属于母公司股东的每股净资产=归属于母公司股东的期末净资产/期末股本总额
- (5) 应收账款周转率=营业收入/平均应收账款账面价值
- (6) 存货周转率=营业成本/平均存货账面价值
- (7) 息税折旧摊销前利润=利润总额+利息支出+固定资产等折旧+无形资产摊销+长期待摊费用摊销
- (8) 每股经营活动产生的现金流量净额=经营活动产生的现金流量净额/期末普通股股份总数
- (9) 每股净现金流量=现金及现金等价物净增加额/期末普通股股份总数

## (二) 加权平均净资产收益率及每股收益

按照证监会公告[2010]2号《公开发行证券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）》，报告期内，公司的净资产收益率及每股收益如下：

报告期利润		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	2020年度	40.84%	1.08	1.08
	2019年度	46.90%	0.97	0.97
	2018年度	33.25%	0.77	0.77
扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润	2020年度	36.63%	0.97	0.97
	2019年度	45.00%	0.93	0.93
	2018年度	33.56%	0.77	0.77

(1) 加权平均净资产收益率的计算公式如下：

$$\text{加权平均净资产收益率} = P_0 / (E_0 + NP \div 2 + E_i \times M_i \div M_0 - E_j \times M_j \div M_0 \pm E_k \times M_k \div M_0)$$

其中：P<sub>0</sub>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；E<sub>0</sub>为归属于公司普通股股东的期初净资产；E<sub>i</sub>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<sub>j</sub>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；M<sub>0</sub>为报告期月份数；M<sub>i</sub>为新增净资产次月起至报告期期末的累计月数；M<sub>j</sub>为减少净资产次月起至报告期期末的累计月数；E<sub>k</sub>为因其他交易或事项引起的净资产增减变动；M<sub>k</sub>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) 基本每股收益的计算公式如下：

$$\text{基本每股收益} = P_0 \div S$$

$$S = S_0 + S_1 + S_i \times M_i \div M_0 - S_j \times M_j \div M_0 - S_k$$

其中：P<sub>0</sub>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<sub>0</sub>为期初股份总数；S<sub>1</sub>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<sub>i</sub>为报告期因发行新股或债转股等增加股份数；S<sub>j</sub>为报告期因回购等减少股份数；S<sub>k</sub>为报告期缩股数；M<sub>0</sub>为报告期月份数；M<sub>i</sub>为增加股份次月起至报告期期末的累计月数；M<sub>j</sub>为减少股份次月起至报告期期末的累计月数。

(3) 稀释每股收益的计算公式如下：

稀释每股收益=P1/（S0+S1+Si×Mi÷M0-Sj×Mj÷M0-Sk+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）

## 八、分部信息以及同行业公司选择

### （一）分部信息

公司以内部组织结构、管理要求、内部报告制度等为依据确定报告分部，并以地区分部、产品分部为基础确定报告分部。

本公司以产品分部为基础确定报告分部，由于各分部存在共同使用资产、负债情况因此无法在分部之间分配。

本公司以地区分部为基础确定报告分部，主营业务收入、主营业务成本按最终实现销售地进行划分，资产和负债按经营实体所在地进行划分。

#### 1、主营业务收入按产品类别分类

单位：万元

项目		2020 年度		2019 年度		2018 年度	
		金额	占比	金额	占比	金额	占比
整车类	童车	55,572.29	24.33%	39,781.41	22.18%	50,375.57	27.68%
	成人车	60,599.08	26.53%	50,597.10	28.22%	49,977.43	27.46%
	助力电动自行车	17,771.74	7.78%	18,506.38	10.32%	9,607.24	5.28%
	摩托车	3,429.32	1.50%	1,500.54	0.84%	615.07	0.34%
	小计	<b>137,372.42</b>	<b>60.14%</b>	<b>110,385.43</b>	<b>61.56%</b>	<b>110,575.31</b>	<b>60.76%</b>
配件类		71,316.74	31.22%	50,683.27	28.26%	53,904.31	29.62%
其他类		19,732.57	8.64%	18,255.96	10.18%	17,501.10	9.62%
合计		<b>228,421.73</b>	<b>100.00%</b>	<b>179,324.66</b>	<b>100.00%</b>	<b>181,980.72</b>	<b>100.00%</b>

#### 2、主营业务收入按销售区域分类

单位：万元

项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
亚洲	31,587.05	13.83%	20,828.97	11.62%	28,806.10	15.83%
欧洲	69,037.24	30.22%	59,099.83	32.96%	57,711.50	31.71%
非洲	5,766.98	2.52%	4,538.89	2.53%	4,541.29	2.50%
美洲	112,270.20	49.15%	88,303.88	49.24%	82,403.76	45.28%
大洋洲	4,699.79	2.06%	3,860.98	2.15%	4,702.09	2.58%

项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
境外小计	223,361.25	97.78%	176,632.56	98.50%	178,164.73	97.90%
境内小计	5,060.48	2.22%	2,692.11	1.50%	3,815.99	2.10%
合计	228,421.73	100.00%	179,324.66	100.00%	181,980.72	100.00%

注：表中亚洲区域不包含中国大陆。

## （二）同行业公司选择

公司的主营业务为自行车整车及其零部件和相关衍生产品的设计、研发、生产和销售，主要产品为成人自行车、儿童自行车、助力电动自行车等整车及其零部件。报告期内，公司的外销占比较高，销售模式以 ODM 模式为主。目前在细分领域中不存在与公司完全可比的上市公司，因此主要从与公司主营业务、主要产品和经营模式存在部分重叠和相似性的角度出发，选择包括上述主营业务、主要产品和经营模式的上市公司作为同行业可比公司，其与发行人的可比性说明如下：

股票代码	公司名称	主营业务	主要产品	经营模式
600679.SH	上海凤凰	主营凤凰自行车整车以及自行车零件的生产、销售，房地产租赁业、拼柜贸易业务等	自行车整车、辐条等	该公司拥有“凤凰”自行车品牌；未披露内外销占比
600818.SH	中路股份	生产销售自行车及零部件、助力车等各类特种车辆和与自行车相关的其他配套产品，租赁车服务，提供劳务等	自行车、电动自行车、保龄业务、自行车租赁业务、提供劳务、其他商品贸易等	该公司拥有“永久”自行车品牌；内销为主，报告期内内销占比均高于 90%
9921.TW	巨大机械	自行车、室内健身车、电动自行车及其相关产品之制造及销售；铝合金管件及铝车圈加工制造销售等	自行车、材料以及其他	该公司拥有“捷安特”自行车品牌，自有品牌约占 70%，同时经营 OEM/ODM 业务；外销为主，报告期内外销占比均高于 90%
9914.TW	美利达	自行车及其零件之制造装配和买卖及其对外加工；机器脚踏车及其零件之制造装配和买卖；电动车及其零件之制造装配和买卖等	成车、自行车车架及零组件	该公司拥有“美利达”自行车品牌，专注于全球中、高端自行车市场；外销为主，报告期内外销占比均高于 90%
本公司		自行车整车及其零部件和相关衍生产品的设计、研发、生产和销售	成人自行车、儿童自行车、助力电动自行车等整车及其零部件	ODM 为主，外销为主，报告期内外销占比均高于 90%

注：以上同行业上市公司的信息来源于其公开披露的年报，其中巨大机械以及美利达的“外销占比”是指除中国台湾地区以外的销售收入占比。

## 九、经营成果分析

### （一）报告期内经营情况概述

#### 1、报告期内经营情况概览

报告期内，公司整体经营实力不断增强，具体经营情况如下：

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
主营业务收入	228,421.73	179,324.66	181,980.72
营业收入合计	228,555.87	179,543.14	182,049.33
主营业务收入占比	99.94%	99.88%	99.96%
主营业务毛利率	20.16%	17.31%	13.30%
期间费用率	12.63%	9.88%	8.43%
营业利润	18,476.11	13,133.37	7,420.27
利润总额	18,690.34	13,154.47	7,432.77
营业利润占利润总额比例	98.85%	99.84%	99.83%
净利润	15,675.14	10,198.72	5,162.19
扣非归母净利润	14,061.84	9,785.69	5,210.35
扣非归母净利润/净利润	89.71%	95.95%	100.93%

报告期内，公司营业收入主要来自主营业务，2018 年、2019 年和 2020 年，公司各期营业利润占利润总额的比例分别为 99.83%、99.84% 和 98.85%，公司扣非归母净利润占净利润的比重分别为 100.93%、95.95% 和 89.71%，公司报告期内的利润总额主要来源于主营业务产生的利润，非经常性损益对公司利润总额影响较小。

报告期内，发行人的主营业务毛利率分别为 13.30%、17.31% 和 20.16%，主要受汇率波动以及产品结构变化等因素的影响；期间费用率保持相对平稳；扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润由 2018 年度的 5,210.35 万元增长至 2020 年度的 14,061.84 万元，随着公司主营业务毛利率的提升逐年增加。

#### 2、影响收入、成本、费用和利润的主要因素，以及对公司具有核心意义、或其变动对业绩变动具有较强预示作用的财务或非财务指标

##### （1）影响收入、成本、费用和利润的主要因素

### ①影响收入的主要因素

影响公司收入的主要因素包括下游市场的需求状况及公司所处行业的竞争格局、公司市场开发情况、客户维护能力、产品的研发设计能力、国际贸易政策和汇率波动等。

公司作为自行车行业的知名企业，凭借稳定的产品品质和良好的设计开发服务能力，为全球客户提供了“一站式”采购服务，建立了长期稳定的业务合作关系。报告期内，公司主要客户包括 HA Bicicletas、Umit Bisiklet、Benotto、Lider-96 EOOD、Dal Santo 等当地自行车行业知名企业、以及 Walmart、Costco 等著名连锁商超。若世界经济状况、国际市场需求等因素发生变化，将对公司业务收入产生较大影响。

在人民生活水平提高的背景下，消费者对自行车提出了更高的要求，其主要体现在前端设计、美观、骑行舒适感等方面。此外，由于全球各国家和地区的文化差异、宗教差异以及经济发展差异，各国家和地区适合的产品也有差别。因此需要公司持续保持创新能力，不断推出新的产品系列，才能满足客户的多样化、个性化需求。公司的研发设计能力，特别是对国际潮流、消费热点、主流时尚、地区特性的把握，将较大程度地影响公司的营业收入。

报告期内，公司产品主要销售到欧洲、美洲等海外国家和地区。一方面，国际贸易存在诸多不稳定因素，如果产品进口国改变了进口关税政策，或实行贸易保护主义政策，则会影响公司产品在该国的销售，将对公司的经营业绩产生较大的不利影响。另一方面，公司外销大多数采用美元结算，如果人民币汇率出现大幅波动将直接影响公司的营业收入。

### ②影响成本的主要因素

公司销售成本的主要影响因素为外购产品的采购价格和国家的出口退税政策。公司业务定位于产业链中研发设计和销售环节，生产环节大部分采用外包生产方式，外购产品的采购价格是影响成本的最主要因素。此外，公司外销产品已征的增值税中无法退税的部分作为进项税额转出计入当期销售成本，若出口退税率发生变化会对公司销售成本产生影响。

### ③影响费用的主要因素

公司期间费用包括销售费用、管理费用、研发费用和财务费用，其中管理和销售人员的薪酬以及销售运费占比较高，公司的管理及销售人员的工资水平以及销售规模的变化是影响公司期间费用的主要因素。

2018年、2019年和2020年，公司期间费用占营业收入的比例分别为8.43%、9.88%和12.63%，处于合理水平区间。未来公司管理层将不断提高费用管理水平，使期间费用率保持在合理区间内，预计未来期间费用的变动不会对公司经营产生重大不利影响。

#### ④影响利润的主要因素

报告期内，影响公司利润的因素较多，主要包括公司营业收入水平及毛利率、公司产品的销售结构；商品采购成本；各项期间费用的管控能力；政府补助等非经常性损益情况以及各项税收政策和税收优惠情况等。未来公司将通过持续的设计研发及工艺改进、强化成本管理、积极设计开发新产品等有效途径，进一步提升产品的附加值，增强公司的盈利能力。此外，公司本次募集资金投资项目的建成投产，也将使公司的盈利能力进一步增强。

(2) 对公司具有核心意义、或其变动对业绩变动具有较强预示作用的财务或非财务指标

#### ①财务指标影响分析

根据公司所处行业及经营状况，公司主营业务收入、主营业务毛利率和净利润等指标对分析公司的收入、成本、费用和利润具有较为重要的意义，其变动对公司业绩变动具有较强的预示作用。

报告期内，公司营业收入规模保持相对稳定，分别为182,049.33万元、179,543.14万元和228,555.87万元；公司主营业务毛利率持续上升，分别为13.30%、17.31%和20.16%，公司净利润持续增长，分别为5,162.19万元、10,198.72万元和15,675.14万元。

通过上述关键财务指标可以看出，目前公司业务发展状况和盈利质量较好，具备较强的盈利能力和持续发展能力，预计在经营环境未发生重大不利变化的条件下，可以继续保持良好的市场竞争力和持续发展能力。

#### ②非财务指标影响分析

报告期内，公司外销收入占比分别为 97.90%、98.50% 和 97.78%，国外市场需求是影响公司经营业绩的重要因素。此外，人民币汇率波动、出口退税率变动，均会对公司业绩产生较大影响。

## （二）营业收入分析

### 1、营业收入的构成

公司营业收入几乎全部来自于主营业务收入，主要是销售成人自行车、儿童自行车、助力电动自行车等整车及其零部件带来的收入；其他业务收入主要是技术服务费、房租收入以及出售废品收入等，其中 2019 年度公司其他业务收入较高，主要系公司将闲置房屋出租以及子公司德清久胜为海外自行车工厂提供管理及技术服务所致。报告期内，公司营业收入具体构成如下：

单位：万元

项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
主营业务收入	228,421.73	99.94%	179,324.66	99.88%	181,980.72	99.96%
其他业务收入	134.13	0.06%	218.48	0.12%	68.60	0.04%
合计	<b>228,555.87</b>	<b>100.00%</b>	<b>179,543.14</b>	<b>100.00%</b>	<b>182,049.33</b>	<b>100.00%</b>

报告期内，公司营业收入分别为 182,049.33 万元、179,543.14 万元和 228,555.87 万元，总体保持稳定；其中主营业务收入分别为 181,980.72 万元、179,324.66 万元和 228,421.73 万元，占营业收入的 99% 以上。

### 2、主营业务收入的构成

#### （1）主营业务收入按产品类别分类

单位：万元

项目		2020 年度		2019 年度		2018 年度	
		金额	占比	金额	占比	金额	占比
整车类	童车	55,572.29	24.33%	39,781.41	22.18%	50,375.57	27.68%
	成人车	60,599.08	26.53%	50,597.10	28.22%	49,977.43	27.46%
	助力电动自行车	17,771.74	7.78%	18,506.38	10.32%	9,607.24	5.28%
	摩托车	3,429.32	1.50%	1,500.54	0.84%	615.07	0.34%
	小计	<b>137,372.42</b>	<b>60.14%</b>	<b>110,385.43</b>	<b>61.56%</b>	<b>110,575.31</b>	<b>60.76%</b>
配件类		71,316.74	31.22%	50,683.27	28.26%	53,904.31	29.62%

项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
其他类	19,732.57	8.64%	18,255.96	10.18%	17,501.10	9.62%
合计	<b>228,421.73</b>	<b>100.00%</b>	<b>179,324.66</b>	<b>100.00%</b>	<b>181,980.72</b>	<b>100.00%</b>

公司主要从事自行车整车及其零部件和相关衍生产品的设计、研发、生产和销售，主要产品包括整车、配件和其他三大类别，其中整车类细分为童车、成人车、助力电动自行车和摩托车，配件类主要为自行车零件、助力电动自行车零件以及摩托车零件，其他类主要为骑行装备、农机、儿童玩具等。

## (2) 主营业务收入按销售模式分类

报告期内，公司主营业务收入按照销售模式分类列示如下：

单位：万元

模式	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
ODM	130,722.09	57.23%	117,467.01	65.51%	124,578.26	68.46%
OEM	1,418.06	0.62%	1,252.77	0.70%	1,567.70	0.86%
OBM	35,565.46	15.57%	19,592.35	10.93%	18,224.66	10.01%
贸易模式	60,716.12	26.58%	41,012.53	22.87%	37,610.10	20.67%
合计	<b>228,421.73</b>	<b>100.00%</b>	<b>179,324.66</b>	<b>100.00%</b>	<b>181,980.72</b>	<b>100.00%</b>

报告期内，公司的销售模式以 ODM 模式为主，OBM 模式为辅，少量 OEM 模式。其他主要是玩具、骑行装备、摩托车及其零配件等。

报告期内，公司 ODM 模式下的收入分别为 124,578.26 万元、117,467.01 万元和 130,722.09 万元，金额总体保持稳定。

报告期内，公司 OEM 模式下的收入分别为 1,567.70 万元、1,252.77 万元和 1,418.06 万元；公司 OEM 模式下的收入金额及占比较小。

报告期内，公司 OBM 模式下的收入分别为 18,224.66 万元、19,592.35 万元和 35,565.46 万元；OBM 模式下的收入金额保持增长态势，其中 2020 年 OBM 模式下的收入较 2019 年度增长了 81.53%，主要是由于通过亚马逊等电商平台销售自有品牌的产品增长较快所致。

报告期内，公司贸易模式下的收入分别为 37,610.10 万元、41,012.53 万元和



60,716.12 万元；贸易模式下的收入金额保持平稳增长态势。

(3) 主营业务收入按销售区域分类

报告期内，公司主营业务收入按照销售区域分类列示如下：

单位：万元

项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
亚洲	31,587.05	13.83%	20,828.97	11.62%	28,806.10	15.83%
欧洲	69,037.24	30.22%	59,099.83	32.96%	57,711.50	31.71%
非洲	5,766.98	2.52%	4,538.89	2.53%	4,541.29	2.50%
美洲	112,270.20	49.15%	88,303.88	49.24%	82,403.76	45.28%
大洋洲	4,699.79	2.06%	3,860.98	2.15%	4,702.09	2.58%
<b>境外小计</b>	<b>223,361.25</b>	<b>97.78%</b>	<b>176,632.56</b>	<b>98.50%</b>	<b>178,164.73</b>	<b>97.90%</b>
<b>境内小计</b>	<b>5,060.48</b>	<b>2.22%</b>	<b>2,692.11</b>	<b>1.50%</b>	<b>3,815.99</b>	<b>2.10%</b>
<b>合计</b>	<b>228,421.73</b>	<b>100.00%</b>	<b>179,324.66</b>	<b>100.00%</b>	<b>181,980.72</b>	<b>100.00%</b>

注：表中亚洲区域不包含中国大陆。

公司的产品主要在境外销售，2018 年、2019 年和 2020 年，公司境外产品销售收入占主营业务收入的比重分别为 97.90%、98.50% 和 97.78%。境外市场中，欧洲、美洲和亚洲是公司主要的销售区域。报告期内，欧洲、美洲和亚洲（不含中国大陆）地区的销售收入合计分别为 168,921.36 万元、168,232.69 万元和 212,894.49 万元，占主营业务收入比重分别达到 92.82%、93.81% 和 93.20%，占比较高且保持稳定，是公司收入和利润的主要来源。

报告期内，发行人境外收入按照销售区域分主要国家或地区的收入金额及占主营业务收入的比例如下：

单位：万元

国家或地区	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
哥伦比亚	21,278.68	9.32%	19,338.00	10.78%	20,528.28	11.28%
墨西哥	12,023.93	5.26%	12,344.01	6.88%	13,938.33	7.66%
阿根廷	13,747.37	6.02%	10,494.48	5.85%	11,217.56	6.16%
智利	7,892.83	3.46%	9,148.50	5.10%	9,680.12	5.32%
C 国家	7,701.42	3.37%	8,971.66	5.00%	-	-

国家或地区	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
巴西	11,541.71	5.05%	6,526.37	3.64%	5,809.27	3.19%
美国	20,733.38	9.08%	6,240.97	3.48%	1,751.76	0.96%
巴拿马	7,213.95	3.16%	4,129.70	2.30%	5,802.39	3.19%
加拿大	2,805.21	1.23%	3,796.75	2.12%	4,578.72	2.52%
保加利亚	14,589.41	6.39%	12,493.43	6.97%	9,862.93	5.42%
俄罗斯	10,258.13	4.49%	11,564.30	6.45%	13,351.55	7.34%
乌克兰	15,138.96	6.63%	10,352.42	5.77%	14,051.52	7.72%
土耳其	11,083.57	4.85%	6,960.19	3.88%	6,034.66	3.32%
印度尼西亚	7,012.96	3.07%	2,310.56	1.29%	6,543.73	3.60%
中国台湾	4,370.42	1.91%	4,034.03	2.25%	3,830.83	2.11%
印度	1,227.33	0.54%	1,348.30	0.75%	3,291.27	1.81%
南非	1,644.10	0.72%	1,631.66	0.91%	3,537.24	1.94%
突尼斯	3,082.36	1.35%	2,615.13	1.46%	816.16	0.45%
澳大利亚	4,700.88	2.06%	3,575.02	1.99%	4,684.56	2.57%
<b>合计</b>	<b>178,046.60</b>	<b>77.95%</b>	<b>137,875.48</b>	<b>76.89%</b>	<b>139,310.89</b>	<b>76.55%</b>

由上表，报告期内，发行人产品在哥伦比亚、墨西哥、阿根廷、智利、巴西、美国、巴拿马、加拿大、保加利亚、俄罗斯、乌克兰、土耳其、印度尼西亚、中国台湾、印度、南非、突尼斯和澳大利亚等 19 个国家或地区的销售收入占各期主营业务收入的比重均在 70% 以上。

2019 年度，美国收入金额增长较多，主要系公司在 AMAZON 跨境电商平台实现的收入增加所致；保加利亚收入增长较多，主要系客户 LIDER-96 EOOD 采购的助力电动自行车增加较多；突尼斯收入增长较多，主要系客户 SOCIETE EURO CYCLES SA 采购的自行车零件增加较多。

2020 年度，美国收入金额增长较多，主要系公司在 AMAZON 跨境电商平台实现的收入进一步增加所致；除此以外，受新冠肺炎疫情影响，全球各地消费者为减少人员接触，以骑自行车出行代替公共交通工具，各国民众对自行车的购买需求大幅增长，因而公司在阿根廷、巴西、巴拿马、乌克兰、土耳其、印度尼西亚以及澳大利亚等国家或地区的销售收入均有明显增长。

报告期内，公司的外销占比与同行业可比上市公司的对比情况如下：

股票代码	公司名称	2020 年度	2019 年度	2018 年度
600679.SH	上海凤凰	未披露	未披露	未披露
600818.SH	中路股份	1.93%	4.83%	6.46%
9921.TW	巨大机械	94.66%	94.88%	95.92%
9914.TW	美利达	99.11%	99.05%	98.77%
本公司		<b>97.78%</b>	<b>98.50%</b>	<b>97.90%</b>

注：以上同行业上市公司的信息来源于其公开披露的年报。巨大机械以及美利达的“外销占比”是指除中国台湾地区以外的销售收入占比。

报告期内，公司的外销占比与巨大机械、美利达相近，与中路股份差异较大。但由于巨大机械以及美利达的外销占比是指除中国台湾地区以外的销售收入占比，而发行人的外销占比是指除中国境内（不含港澳台地区）以外的销售收入占比，因此发行人的外销占比与巨大机械、美利达亦不存在可比性。

#### （4）按销售季节列示主营业务收入构成

报告期内，公司主营业务收入按照季度分类列示如下：

单位：万元

项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
第一季度	33,832.18	14.81%	33,378.00	18.61%	44,342.11	24.37%
第二季度	47,464.11	20.78%	37,697.07	21.02%	42,884.16	23.57%
第三季度	57,698.38	25.26%	52,378.71	29.21%	52,265.81	28.72%
第四季度	89,427.05	39.15%	55,870.89	31.16%	42,488.64	23.35%
合计	<b>228,421.73</b>	<b>100.00%</b>	<b>179,324.66</b>	<b>100.00%</b>	<b>181,980.72</b>	<b>100.00%</b>

公司的产品销售呈现上半年略低、下半年略高的季节性波动特征，公司的核心销售区域在美洲和欧洲，该等地区的传统大型节假日如感恩节、圣诞节等促销季节基本在第四季度，通常第四季度为客户的销售旺季。由于货物海上运输时间较长，境外客户会提前备货，从而使得公司上半年销售相对较少，下半年销售相对较多。

#### （5）按直销、贸易商销售列示主营业务收入构成

报告期内，发行人直销和贸易商模式的收入、销量、单价情况如下：

单位：万元、万辆、元/辆

期间	项目	直销	贸易商
----	----	----	-----

		收入	销量	单价	收入	销量	单价	
2020年度	整车类	童车	29,065.12	109.09	266.42	26,507.16	123.95	213.85
		成人车	23,495.66	59.63	393.99	37,103.42	73.79	502.82
		助力电动自行车	13,008.18	9.78	1,330.17	4,763.56	1.24	3,839.41
		摩托车	-	-	-	3,429.32	0.95	3,595.81
		小计	65,568.96	178.51	367.32	71,803.47	199.94	359.13
	配件类	40,350.99			30,965.74			
	其他类	7,535.16			12,197.42			
	<b>合计</b>	<b>113,455.11</b>			<b>114,966.63</b>			
2019年度	整车类	童车	15,576.67	63.12	246.79	24,204.74	119.78	202.08
		成人车	19,897.02	55.00	361.74	30,700.09	64.69	474.56
		助力电动自行车	12,909.31	4.59	2,815.12	5,597.07	1.75	3,204.00
		摩托车	-	-	-	1,500.54	0.52	2,868.00
		小计	48,383.00	122.70	394.30	62,002.44	186.74	332.03
	配件类	26,970.39			23,712.88			
	其他类	9,638.14			8,617.82			
	<b>合计</b>	<b>84,991.53</b>			<b>94,333.14</b>			
2018年度	整车类	童车	13,670.32	67.72	201.86	36,705.25	165.29	222.06
		成人车	19,846.82	54.62	363.38	30,130.61	63.70	473.04
		助力电动自行车	7,048.62	2.81	2,506.80	2,558.62	0.80	3,216.77
		摩托车	-	-	-	615.07	0.27	2,262.11
		小计	40,565.77	125.15	324.13	70,009.54	230.05	304.32
	配件类	25,705.40			28,198.91			
	其他类	737.76			16,763.34			
	<b>合计</b>	<b>67,008.93</b>			<b>114,971.79</b>			

注：配件类和其他类由于产品种类繁多、且计量单位不统一，因此未统计销量和单价。

公司直销模式包括对自行车制造商的销售、通过亚马逊等电商平台的销售等，贸易商模式包括对专业自行车批发商和对自行车零售商（包括自行车商店、超市卖场）的销售。整车销售中，公司对贸易商的销售单价通常高于同期直销的价格，主要是由于工厂型直销客户通常采购公司 CKD 形式的整车产品，系全散件，需要进一步进行组装方可投向市场销售，工厂需赚取组装环节的差价；而贸易商无组装加工能力，通常采购的是 SKD 形式的自行车成品，系半散件，单价相对较高。因此，直销的整车销售单价低于贸易商通常采购的 SKD 形式整车。

公司通过电商平台的销售定价主要参考网络平台同类型的产品价格，结合自身产品定位、品牌知名度等定价；公司对自行车制造商和对批发商、零售商等贸易商客户的定价模式基本一致，不存在较大差异，均参考成本加成的方式定价。

报告期内，公司童车直销的销售单价分别为 201.86 元/辆、246.79 元/辆和 266.42 元/辆，对贸易商的销售单价分别为 222.06 元/辆、202.08 元/辆和 213.85 元/辆；对贸易商的销售单价基本保持稳定，直销的销售单价呈上升趋势，主要是由于直销中的电商收入增长所致，电商业务由于直接面对终端客户，因此售价相对较高。报告期内，公司童车通过电商实现的销售收入占童车收入的比例分别为 1.48%、9.42%和 21.35%。

报告期内，公司成人车直销的销售单价分别为 363.38 元/辆、361.74 元/辆和 393.99 元/辆，对贸易商的销售单价分别为 473.04 元/辆、474.56 元/辆和 502.82 元/辆，其中：2020 年成人车直销的价格比 2019 年上升，主要系由于直销中的电商收入增长所致，电商业务由于直接面对终端客户，因此售价相对较高。2019 年-2020 年，公司成人车通过电商实现的销售收入占成人车收入的比例分别为 0.50%和 6.43%；2020 年成人车对贸易商的销售单价比 2019 年上升，主要系受新冠疫情的影响，自行车相关产品销量普遍增长，上游原材料较为紧缺，直接材料及人工成本上涨，导致 2020 年成人车的销售价格提高。除此之外，公司成人车的销售单价总体较为稳定。

报告期内，公司助力电动自行车直销的销售单价分别为 2,506.80 元/辆、2,815.12 元/辆和 1,330.17 元/辆，对贸易商的销售单价分别为 3,216.77 元/辆、3,204.00 元/辆和 3,839.41 元/辆。

2020 年度直销的助力电动自行车销售单价大幅下降，主要系由于部分客户采购公司的助力电动自行车未配置锂电池，锂电池价格较高，使得助力电动自行车销售价格下降幅度较大。2020 年度对贸易商销售的助力电动自行车价格上升较快，主要是由于零配件配置的升级使得助力电动自行车价格上升。

报告期内，公司摩托车销售金额及占比较低，均通过贸易商客户销售，销售单价分别为 2,262.11 元/辆、2,868.00 元/辆和 3,595.81 元/辆，其中 2020 年度公司摩托车销售单价上升较快，主要系由于新增销售大功率电动摩托车 1,814.10 万元所致，该大功率电动摩托车销售单价为 5,497.27 元/辆，提升了 2020 年度公司摩托车平均销售价格。

### 3、主营业务收入变动分析

报告期内，公司主营业务收入分别为 181,980.72 万元、179,324.66 万元和 228,421.73 万元，整体保持稳定。报告期内，公司主营业务收入产品构成及变动情况如下：

单位：万元

产品类别		2020 年度		2019 年度		2018 年度	
		金额	同比增长	金额	同比增长	金额	同比增长
整车类	童车	55,572.29	39.69%	39,781.41	-21.03%	50,375.57	4.78%
	成人车	60,599.08	19.77%	50,597.10	1.24%	49,977.43	-3.01%
	助力电动自行车	17,771.74	-3.97%	18,506.38	92.63%	9,607.24	85.95%
	摩托车	3,429.32	128.54%	1,500.54	143.96%	615.07	-80.58%
	小计	<b>137,372.42</b>	<b>24.45%</b>	<b>110,385.43</b>	<b>-0.17%</b>	<b>110,575.31</b>	<b>2.44%</b>
配件类		71,316.74	40.71%	50,683.27	-5.98%	53,904.31	-4.48%
其他类		19,732.57	8.09%	18,255.96	4.31%	17,501.10	56.82%
合计		<b>228,421.73</b>	<b>27.38%</b>	<b>179,324.66</b>	<b>-1.46%</b>	<b>181,980.72</b>	<b>3.68%</b>

公司的主要产品销售收入以童车、成人车、助力电动自行车和配件类为主。报告期内，公司的主营业务收入总体保持稳定，2019 年略有下降，主要是由于童车业务销售收入下滑所致；2020 年的主营业务收入较上年同期增长 27.38%，发行人发生业绩大幅下滑风险较小。

截至 2021 年 3 月 1 日，发行人的在手订单金额约为 18 亿元人民币，订单量充足，子公司德清久胜的生产亦基本上满负荷生产，鉴于海外疫情未对发行人 2020 年经营活动和业绩造成严重不利影响，公司预计发生业绩大幅下滑的风险较小。

#### (1) 助力电动自行车的收入变动分析

2018 年-2020 年，发行人助力电动自行车收入规模整体保持增长趋势，主要系欧洲地区助力电动自行车销售增长所致。近年来，欧洲自行车市场的电气化进程持续加快，助力电动自行车普及程度增加，销量连年增长，这有赖于电机、电池等相关技术的进步与政府出台的补贴计划。一方面，生产技术的进步使得助力电动自行车更加轻便、高效和耐用，性能大幅提升；另一方面，欧洲部分国家的政府关于助力电动自行车的一系列补贴措施有助于降低购买门槛，刺激消费者的

购买意愿，如法国政府的“国家经济刺激计划”为每辆售出的助力电动自行车提供 200 欧元的补贴，瑞典政府为每辆售出的助力电动自行车提供售价 25% 的补贴（最高 1,000 欧元）等。在政府补贴计划的带动下，欧洲助力电动自行车市场快速发展，法国、意大利、德国和荷兰等自行车消费大国的助力电动自行车销量在近年均实现较快增长。

2019 年欧洲共销售助力电动自行车 340 万辆，同比增长了 23%，对比 2006 年的销量 9.8 万辆，13 年复合年均增长率达 31%，欧洲自行车工业协会疫情前预计 2020 年欧洲助力电动自行车销量将达 450 万辆，同比增长 32%。此外，2019 年全球助力电动自行车和电动自行车的销量占到全部自行车行业的 27%。从全球自行车行业结构的趋势演变来看，2000 年电动渗透率仅有 0.32%，预计到 2023 年电动渗透率将超过 40%，自行车行业电动化的趋势使得公司助力电动自行车的销售额逐年增长。

#### ①出口汇率变化对助力电动自行车的销售单价的影响

假设汇率不发生波动，按照签订订单时的汇率模拟计算的助力电动自行车的销售单价如下：

单位：元/辆

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
账面销售单价	1,612.68	2,922.40	2,663.35
模拟销售单价	1,637.19	2,922.92	2,648.71
差异率	1.52%	0.02%	-0.55%

报告期内，出口汇率的变动对助力电动自行车销售单价的影响比例分别为 -0.55%、0.02% 和 1.52%，2018 年和 2019 年影响较小，2020 年受汇率波动的影响增大。

#### ②助力电动自行车的具体构成及收入增长的原因

单位：万元

产品类别	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
山地车	3,647.67	20.53%	6,098.51	32.95%	2,386.37	24.84%
通勤车	13,952.50	78.51%	11,701.26	63.23%	7,155.52	74.48%

产品类别	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
其他	171.57	0.97%	706.61	3.82%	65.35	0.68%
合计	<b>17,771.74</b>	<b>100.00%</b>	<b>18,506.38</b>	<b>100.00%</b>	<b>9,607.24</b>	<b>100.00%</b>

2018年-2020年，发行人助力电动自行车业务中山地车和通勤车的收入规模整体保持逐年增长，主要系欧洲地区助力电动自行车销售增长所致。近年来，欧洲自行车市场的电气化进程持续加快，助力电动自行车普及程度增加，销量连年增长，这有赖于电机、电池等相关技术的进步与政府出台的补贴计划。一方面，生产技术的进步使得助力电动自行车更加轻便、高效和耐用，性能大幅提升；另一方面，欧洲部分国家的政府关于助力电动自行车的一系列补贴措施有助于降低购买门槛，刺激消费者的购买意愿，如法国政府的“国家经济刺激计划”为每辆售出的助力电动自行车提供200欧元的补贴，瑞典政府为每辆售出的助力电动自行车提供售价25%的补贴（最高1,000欧元）等。在政府补贴计划的带动下，欧洲助力电动自行车市场快速发展，法国、意大利、德国和荷兰等自行车消费大国的助力电动自行车销量在近年均实现较快增长。2019年欧洲共销售助力电动自行车340万辆，同比增长了23%，对比2006年的销量9.8万辆，13年复合年均增长率达31%，欧洲自行车工业协会疫情前预计2020年欧洲助力电动自行车销量将达450万辆，同比增长32%。

报告期内，发行人助力电动自行车的产品结构变化对单价的影响分析如下：

单位：元/辆

产品类别	2020 年度			2019 年度			2018 年度		
	销量占比变动的影 响	销售单价变动的影 响	合计	销量占比变动的影 响	销售单价变动的影 响	合计	销量占比变动的影 响	销售单价变动的影 响	合计
山地车	-640.22	8.19	-632.03	180.12	121.35	301.48	-153.15	57.59	-95.57
通勤车	816.70	-1,398.38	-581.67	-380.46	244.56	-135.90	138.46	276.92	415.38
其他	-102.76	6.74	-96.01	274.13	-180.66	93.47	-13.56	3.90	-9.66
合计	<b>73.72</b>	<b>-1,383.44</b>	<b>-1,309.72</b>	<b>73.79</b>	<b>185.26</b>	<b>259.05</b>	<b>-28.25</b>	<b>338.41</b>	<b>310.16</b>

注1：销量占比变动的影响=（本年销量占比-上年销量占比）\*上年的销售单价；

注2：销售单价变动的影响=（本年销售单价-上年销售单价）\*本年销量占比。

2019年度助力电动自行车的销售单价较2018年度增加259.05元/辆，主要系山地车的销量增长和山地车销售单价的上涨对助力电动自行车的平均销售单价的



影响金额分别为180.12元/辆和121.35元/辆；2019年度助力电动自行车的销售单价上涨，主要系为配合助力电动自行车的市场需求，发行人在自行车款式和配置上不断地在升级；2019年度，配置轮鼓电机的助力电动自行车的需求减少，配置中置电机的助力电动自行车的需求增加，配置的提高导致助力电动自行车的销售单价逐年上升。2020年度助力电动自行车的销售单价下降，主要系客户LIDER-96 EOOD 购置的助力电动自行车未配置锂电池，锂电池价格较高，配置的减少导致助力电动自行车的销售单价下降。

(2) 童车业务的收入变动分析

报告期内，公司童车业务收入分别为 50,375.57 万元、39,781.41 万元和 55,572.29 万元，2019 年度的童车收入较 2018 年度下降的主要原因为：①公司与客户 P.T. INDONESIA TUNGGAL CITRA 及其关联方的童车业务销售额下降 3,823.76 万元；报告期内，公司对该客户的童车业务销售金额分别为 4,693.00 万元、869.24 万元和 5,946.72 万元，2019 年销售金额下降，主要系该客户 2018 年对童车市场前景看好，向发行人购置了自行车生产、组装设备及其附属工具，并为工厂建成投产提前备货，加大了采购量，相应 2019 年采购量下降。②公司的“祺娃娃”等自主童车品牌的产品定位是中高档市场，由于近几年国内电商的兴起和发展，对实体店销售和传统销售模式带来较大的冲击，公司子公司杭州久趣由于业务转型的需要，撤出直营门店以及超市卖场业务，导致童车业务收入规模下降 1,561.06 万元。③受美元汇率波动的影响，部分国家当地货币贬值，造成消费者购买力下降，客户对销售单价的敏感性提高，减少童车的订单，以及受当地市场竞争和客户自身经营状况等因素的影响，对部分客户的童车销售收入下降。综上所述，公司童车业务 2019 年的销量和销售收入均下滑。

(3) 其他类产品的具体构成及收入增长的原因

按骑行装备、农机、儿童玩具等具体类别列示其他类收入情况如下：

单位：万元

产品类别	2020 年度			2019 年度			2018 年度		
	金额	占比	毛利率	金额	占比	毛利率	金额	占比	毛利率
儿童玩具	7,481.94	37.92%	42.07%	9,312.29	51.01%	47.04%	309.54	1.77%	10.91%
农机	5,587.68	28.32%	13.87%	5,821.53	31.89%	9.59%	10,145.60	57.97%	9.52%
骑行装备	5,051.13	25.60%	22.61%	3,057.60	16.75%	17.14%	2,096.02	11.98%	12.58%

产品类别	2020 年度			2019 年度			2018 年度		
	金额	占比	毛利率	金额	占比	毛利率	金额	占比	毛利率
其他	1,611.83	8.17%	20.56%	64.55	0.35%	7.68%	4,949.94	28.28%	8.74%
合计	<b>19,732.57</b>	<b>100.00%</b>	<b>27.35%</b>	<b>18,255.96</b>	<b>100.00%</b>	<b>29.95%</b>	<b>17,501.10</b>	<b>100.00%</b>	<b>9.69%</b>

骑行装备、农机、儿童玩具这些业务均主要是由公司自行车客户因其市场需求而带来的业务，是自行车业务的补充；其中骑行装备是自行车产品的衍生产品，自行车用户在购买自行车的同时也配套购买骑行装备；农机产品是部分自行车客户同时经营的其他产品；儿童玩具亦是部分自行车客户经营的产品之一，儿童玩具款式多、货源多，需要多家工厂生产，公司凭借自身的供应链优势，可为客户需求提供一站式采购服务，确保客户所需的货源和交期稳定，进而形成了公司目前的产品销售体系。报告期内，公司其他类产品的销售收入金额保持稳定增长。

#### (4) 成人车业务的收入变动分析

报告期内，公司成人车业务收入分别为 49,977.43 万元、50,597.10 万元和 60,599.08 万元，销售占比分别为 27.46%、28.22%和 26.53%，成人车销售规模保持稳定增长。

#### (5) 配件类业务的收入变动分析

报告期内，公司配件类业务收入分别为 53,904.31 万元、50,683.27 万元和 71,316.74 万元，2020 年度配件类业务的销售规模增长主要系受新冠肺炎疫情影响，全球各地消费者为减少人员接触，以骑自行车出行代替公共交通工具，各国民众对自行车的购买需求大幅增长，相应自行车配件的需求亦大幅增长。

#### (6) 摩托车业务的收入变动分析

报告期内，公司摩托车销售金额及占比较低，摩托车销售收入分别为 615.08 万元、1,500.54 万元和 3,429.32 万元，销售规模保持稳定增长。2020 年度发行人对 CORPORACION LOGISTICA DEL CARIBE,S.A.的摩托车销售收入 1,814.10 万元，主要系该客户新开发了南美国家政府订单，新增大功率锂电池电动摩托车订单所致。

### 4、报告期内收入回款情况

#### (1) 第三方回款金额及具体构成

报告期内，公司收入回款的来源主要为合同签订方，但也存在通过第三方回款的情况，其中通过第三方回款具体情况如下：

单位：万元

付款方和委托方之间的关系	2020 年度	2019 年度	2018 年度
关联法人或关联自然人	2,079.39	1,527.23	4,702.73
合作伙伴	11,763.76	12,957.47	4,403.47
金融机构	450.26	1,027.32	2,693.19
<b>第三方回款合计</b>	<b>14,293.41</b>	<b>15,512.02</b>	<b>11,799.38</b>
营业收入	228,555.87	179,543.14	182,049.33
<b>第三方回款占营业收入的比例</b>	<b>6.25%</b>	<b>8.64%</b>	<b>6.48%</b>

注：合作伙伴包括客户的下游客户、客户的代理清关公司以及合同约定的付款方。

报告期内，公司对境外客户销售时，主要向客户收取美元货款，而部分境外客户所在国家由于外汇管制、美元外汇紧缺及自身经营原因，存在委托客户关联方或其他第三方代为支付货款情形。

报告期内，发行人的客户与部分第三方回款的支付方存在关联关系，发行人部分境外客户系集团公司、母子公司或者兄弟公司等，少量境内客户系小型商贸公司、个体工商户等，发行人客户存在委托其关联法人或关联自然人付款的情形，除正常的代付款项外，不存在其他利益安排。

### (2) 第三方回款中合作伙伴的具体定义和构成

第三方回款中的合作伙伴包括客户的下游客户、客户的代理清关公司以及合同约定的付款方，具体构成如下：

单位：万元

合作伙伴具体构成	2020 年度	2019 年度	2018 年度
客户的下游客户	5,548.04	3,654.46	2,383.53
代理清关公司	148.99	455.62	2,019.94
合同约定付款方（B 公司）	6,066.73	8,847.39	-
<b>合计</b>	<b>11,763.76</b>	<b>12,957.47</b>	<b>4,403.47</b>

(3) 结合同行业可比公司情况，存在第三方回款及其占比上升的原因、必要性及合理性

#### ① 同行业可比公司情况

同行业可比公司未披露第三方回款情况。第三方回款属于出口业务占比较高的公司普遍存在的情形，如对外销售占比较高的深圳传音控股股份有限公司（2018年非洲销售占比77.30%）、杭州天元宠物用品股份有限公司（2019年外销占比90.94%）均存在第三方回款情况，深圳传音控股股份有限公司2016年度、2017年度、2018年度、2019年1-3月第三方回款金额占营业收入的比例分别为19.92%、14.71%、12.98%、12.81%；杭州天元宠物用品股份有限公司2017年度、2018年度、2019年度第三方回款金额占营业收入的比例分别为20.23%、19.40%、18.20%；公司报告期内第三方回款金额占营业收入的比例分别为6.48%、8.64%和6.25%。

通过对比深圳传音控股股份有限公司、杭州天元宠物用品股份有限公司出口业务占比及第三方回款情况，公司第三方回款占营业收入的比例整体较低，第三方回款金额及比例处于合理可控范围。

#### ②第三方回款及其占比上升的原因、必要性及合理性

2019年由于A客户订单存在委托第三方支付款8,847.39万元，使得2019年第三方回款金额及占比有所上升，剔除该笔订单后2019年公司第三方回款金额为6,664.63万元，占营业收入的比例为3.71%，呈下降趋势。

（4）发行人第三方回款相关内部控制有效执行，已制定并执行减少第三方回款的有效措施

报告期内，除发行人与A客户之间交易的第三方回款经合同约定外，发行人其他客户在销售合同中未明确第三方支付款，主要系由于客户是否委托第三方支付款具有临时性和一定不确定性，当客户所在国家或地区由于外汇紧张无法获得足额美元外汇时会委托当地金融机构付款；此外，如客户临时缺乏流动资金时，会委托其关联方和其下游客户等代为支付货款。实际回款时，公司加强回款控制措施，通过与客户及第三方签订代付款协议，要求客户提供代付说明和邮件确认等措施避免产生第三方回款的法律风险。

报告期内，公司严格控制和规范第三方回款，在接收订单时向客户强调以自有银行账户付款，确需通过第三方付款的，公司针对客户第三方回款执行较为严格的内部控制措施。客户通过第三方支付款需提供与第三方签订的代付款协议、代

付说明以及邮件确认等，公司收到代付款项后检查相关订单、付款凭证等资料，并与第三方代付款协议、代付说明、邮件确认内容等进行核对，核对无误后予以入账。

报告期内，扣除客户关联方代付款项和 A 客户销售产生的第三方回款，公司第三方回款金额占营业收入的比例分别为 3.90%、2.86% 和 2.69%，占比较低且整体呈下降趋势，已制定并执行了减少第三方回款的有效措施。

因此，上述交易采用第三方回款模式具有商业合理性。

经核查，保荐机构认为：发行人第三方回款情况真实、原因合理、具有必要性及商业合理性，发行人第三方回款情形不影响所对应营业收入的真实性。

## 5、报告期内现金交易情况

### (1) 报告期内的现金收款情形

报告期内，发行人现金收款主要为零星销售现金收款，汇总情况如下：

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
现金收款	-	16.21	30.15
营业收入	228,555.87	179,543.14	182,049.33
现金收款占营业收入的比重	-	0.01%	0.02%
销售商品、提供劳务收到的现金	219,403.90	181,440.84	176,274.54
现金收款占比	-	0.01%	0.02%

注：现金收款占比=现金收款/销售商品、提供劳务收到的现金

报告期内，发行人现金收款主要为零星销售收款，占当期营业收入及销售商品、提供劳务收到的现金的比例微小。

### (2) 报告期内的现金付款情形

报告期内，发行人现金付款主要为零星配件采购付款，汇总情况如下：

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
现金付款	-	11.08	6.52
采购额	186,235.84	145,268.70	151,623.86
现金付款占采购额的比重	-	0.01%	0.00%

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
购买商品、接受劳务支付的现金	188,301.20	172,903.58	180,243.58
现金付款占比	-	0.01%	0.00%

注：现金付款占比=现金付款/购买商品、接受劳务支付的现金

报告期内，发行人现金收款主要零星配件付款，占当期采购额及购买商品、接受劳务支付的现金的比例微小。

## 6、报告期内个人卡账户收付款情况

报告期内，发行人不存在使用个人卡账户收付款的情况。

## 7、报告期内境外销售收入情况

### (1) 境外主营业务收入按客户类型的变动分析

报告期内，公司海外客户以当地的自行车品牌商为主，包括专业自行车批发商、自行车制造商、自行车零售商（包括自行车商店、超市卖场）、电商平台等。公司按客户类型划分的外销收入情况具体如下表：

单位：家、万元

客户类型	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	数量	销售金额	数量	销售金额	数量	销售金额
自行车批发商	191	85,015.18	166	63,127.16	186	86,293.89
自行车制造商	96	88,834.54	91	71,346.00	102	66,031.23
自行车零售商	61	25,885.74	77	28,682.96	81	25,142.54
电商平台	9	17,488.43	6	4,621.69	1	694.34
其他	-	6,137.35	-	8,854.75	-	2.74
<b>外销收入合计</b>	<b>357</b>	<b>223,361.25</b>	<b>340</b>	<b>176,632.56</b>	<b>370</b>	<b>178,164.73</b>

注：客户类型为“其他”的系发行人在展会等零星销售等情况，其中 2019 年度、2020 年度的“其他”销售金额较大系包括了 A 客户所致。

其中，公司的境外电商平台主要为 AMAZON，报告期内各境外电商平台的销售收入以及占比等情况如下：

单位：万元

电商平台具体名称	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
AMAZON（亚马逊）	16,763.97	95.86%	4,273.63	92.47%	694.34	100.00%
AliExpress(全球速卖通)	324.50	1.86%	160.29	3.47%	-	-

电商平台具体名称	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
LAZADA (来赞达)	250.69	1.43%	87.37	1.89%	-	-
官网	129.19	0.74%	51.75	1.12%	-	-
EBAY (易贝)	15.75	0.09%	44.80	0.97%	-	-
SHOPEE (虾皮)	2.48	0.01%	3.84	0.08%	-	-
阿里巴巴国际站 1 店	1.87	0.01%	-	-	-	-
<b>合计</b>	<b>17,488.43</b>	<b>100.00%</b>	<b>4,621.69</b>	<b>100.00%</b>	<b>694.34</b>	<b>100.00%</b>

注：官网系公司自建电商平台，网址为 <https://www.joystarbike.com/>、[www.drbikeparts.com](http://www.drbikeparts.com)、[www.hilandbikes.com](http://www.hilandbikes.com)。

2019 年，发行人自行车批发商类型的客户数量有所减少，主要系境外小型贸易商基于海运费等成本及采购便捷性考虑，销售规模相对较小的自行车批发商逐渐倾向于在当地工厂或大型贸易商处采购；2020 年受新冠肺炎疫情的影响，发行人海外销售收入增长较快，使得境外批发商客户数量有所增加。2019 年度，自行车批发商客户的销售收入较 2018 年度有所减少，主要系 EXPRESS UNION INTERNATIONAL CO., LTD.、P.T. INDONESIA TUNGGAL CITRA 等批发商客户出于自身需求影响减少采购所致。

报告期内，发行人的海外客户中，自行车制造商、自行车零售商的客户数量保持相对稳定；2018 年以来，发行人开始拓展跨境电商业务，电商平台的数量以及销售金额有较大增长。

## (2) 发行人的海关出口数据与公司账面外销收入数据的匹配情况

报告期内，发行人的海关出口数据与公司账面外销收入数据匹配情况如下：

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
电子口岸数据①	194,386.54	160,458.24	165,486.61
外销收入②	194,901.84	160,402.58	166,216.42
其中：跨境电商的影响（报关金额与最终确认的外销收入不一致）③	0.00	0.00	-442.71
差额④=①-（②+③）	-515.30	55.66	-287.10
差额占外销收入的比例④/（②+③）	-0.26%	0.03%	-0.17%

注 1：由于公司需要出口报关的境内主体只有母公司、杭州久祥、杭州久趣以及德清久胜（美国子公司与两家香港子公司不需要在境内海关出口报关），以上数据为母公司、杭州久祥、杭州久趣以及德清久胜四家公司的海关出口统计数据的合计数以及四家公司外销收入的合计数。

注 2: 境内公司外销收入系按境内主体的出口收入统计, 未包含境外子公司的销售收入, 但包括了境内主体出口至境外子公司的部分, 因此与公司合并范围的外销收入金额存在一定差异。

注 3: 跨境电商的影响系因为 2018 年度公司跨境电商业务主要由母公司报关出口, 报关金额与最终确认的销售收入之间存在差异。2019 年度及 2020 年度公司的跨境电商业务由香港久祺负责, 香港久祺不需要在境内海关出口报关, 因此不会产生报关金额与销售收入的差异。

报告期内, 发行人的外销收入(指出口报关部分)与海关出口数据差异较小, 差异率分别为-0.17%、0.03%和-0.26%, 原因主要为公司收入确认时点与海关出口数据时点以及选择的折算汇率时点存在差异。

保荐机构、天健会计师以及发行人律师共同视频见证发行人向中国电子口岸出口退税联网核查系统以及国家税务总局浙江省电子税务局申请查询并导出报告期内的海关出口数据, 并与公司账面外销收入数据进行比对; 向报告期内的主要外销客户履行函证以及视频访谈程序。经核查, 保荐机构认为: 发行人的账面外销收入(指出口报关部分)与海关出口数据基本匹配, 发行人的境外销售真实合理。

## 8、营业收入和净利润的变动趋势分析

报告期内, 公司经营业绩的变动情况如下:

单位: 万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
营业收入	228,555.87	179,543.14	182,049.33
净利润	15,675.14	10,198.72	5,162.19
主营业务毛利率	20.16%	17.31%	13.30%
汇兑损益(损失为正数, 收益为负数)	3,436.74	-584.55	-325.13
资产减值损失及信用减值损失	-456.82	-507.44	-1,069.56

报告期内, 公司的营业收入总体保持稳定, 净利润逐年增加。

2019 年度的净利润较 2018 年度增加 5,036.53 万元, 主要原因包括: ①2019 年新开发一笔 A 客户玩具订单, 确认收入 8,847.39 万元, 毛利 4,322.19 万元, 扣除相关费用及税费后该笔业务对净利润的贡献约 1,900.00 万元; ②由于受共享单车行业的冲击, 公司客户杭州骑呗科技有限公司出现经营困难, 2018 年公司基于谨慎性原则对其应收账款 711.77 万元全额计提坏账准备, 2019 年无此特殊事项, 2019 年的资产减值损失及信用减值损失较 2018 年度减少 562.11 万元; ③



2019 年公司通过 AMAZON 等电商平台销售收入发展迅速，2019 年实现电商销售收入 4,734.79 万元，扣除相关电商费用净利润约为 893.89 万元；④受人民币贬值的因素综合影响，公司业务整体毛利率上升，导致净利润有所上升。

2020 年度的净利润较 2019 年度增加 5,476.42 万元，主要原因包括：①2020 年公司通过 AMAZON 等电商平台销售收入继续增长，2020 年通过电商实现销售收入 17,821.71 万元，扣除相关电商费用净利润约为 5,526.72 万元；②2020 年受新冠肺炎疫情的影响，发行人海外销售收入增长较快，使得净利润增加。

## 9、电商平台销售情况

### (1) 报告期内电商收入的金额和占比

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
跨境电商收入	17,488.43	4,621.69	694.34
国内电商收入	333.27	113.10	151.32
电商收入小计	17,821.71	4,734.79	845.66
主营业务收入	228,421.73	179,324.66	181,980.72
电商收入占比	7.80%	2.64%	0.46%

### (2) 公司在主要的电商平台实现的销售金额及占比

单位：万元

项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	占比 (%)	金额	占比 (%)	金额	占比 (%)
天猫旗舰店	333.27	1.87	89.19	1.88	137.63	16.27
亚马逊	16,763.97	94.06	4,273.63	90.26	694.34	82.11
其他	724.47	4.07	371.97	7.86	13.69	1.62
合计	17,821.71	100.00	4,734.79	100.00	845.66	100.00

公司 2019 年以来电商平台销售收入比重提高，主要系公司通过亚马逊销售增加所致。

### (3) 电商收入的交易渠道、推广方式、主要交易内容、结算方式、收入确认时点和依据

交易渠道	模式介绍	推广方式	主要交易内容	结算方式	收入确认时点和依据
天猫	通过在天猫电商平台上开设	站内推广：	儿童自	消费者确认收货或	以公司发出商品，

交易渠道	模式介绍	推广方式	主要交易内容	结算方式	收入确认时点和依据
平台	旗舰店方式直接向消费者销售商品。通常情况下，终端消费者直接通过电商平台下达订单，向第三方支付平台支付货款后，公司发货，在相关条件满足后公司收取货款	通过平台现有的推广方式如淘宝客，超级推荐	行车、成人自行车及自行车零配件	默认收货后，第三方支付平台将货款支付到公司支付宝账户	消费者确认收货，公司账户收到相应货款时确认收入
亚马逊平台	通过在亚马逊跨境电商平台上开设公司账号，直接向消费者销售商品，自主销售，租用平台的仓储和终端配送服务。货品成交后 15 天，平台统一结算费用，从销售额中收取仓储物流费用、平台推广费用后将余下金额支付给公司的网络收款万里汇账号	站内推广：通过平台后台的广告以及 DSP 广告	儿童自行车、成人自行车及自行车零配件	消费者与亚马逊结算支付，15 天后亚马逊扣除销售佣金以及其他仓储配送费用，将货款支付至公司网络收款账号	客户通过第三方销售平台（如 Amazon）下单并支付货款后，由公司委托物流公司将商品配送交予客户，公司在将商品交付给物流公司时确认收入

(4) 电商收入的客户数量及占比、购买次数、购买间隔时间、次均消费额等

#### ①亚马逊

2020 年度							
客户消费金额 (美元)	客户数量 (个) (A)	订单消费金额 (美元) (B)	订单消费金额占比	购买次数 (C)	人均购买次数 (D=C/A)	购买间隔时间(天) (E=365/D)	次均消费额 (F=B/C)
0-50(含)	95,385	1,818,047.00	7.42%	97,915	1.03	355.57	18.57
50-100 (含)	26,087	1,764,801.62	7.21%	26,792	1.03	355.40	65.87
100-200 (含)	86,280	11,738,085.97	47.93%	88,005	1.02	357.85	133.38
200-400 (含)	23,391	7,123,608.18	29.09%	27,017	1.16	316.01	263.67
400 以上(含)	2,129	1,416,735.51	5.78%	8,248	3.87	94.21	171.77
其他注		629,066.24	2.57%	4,313			
<b>合计</b>	<b>233,272</b>	<b>24,490,344.12</b>	<b>100.00%</b>	<b>252,290</b>	<b>1.08</b>	<b>337.49</b>	<b>97.07</b>
2019 年度							
客户消费金额 (美元)	客户数量 (个) (A)	订单消费金额 (美元) (B)	订单消费金额占比	购买次数 (C)	人均购买次数 (D=C/A)	购买间隔时间(天) (E=365/D)	次均消费额 (F=B/C)
0-50 (含)	44,960	833,065.05	12.45%	45,952	1.02	357.12	18.13
50-100 (含)	17,950	1,299,705.55	19.43%	18,144	1.01	361.10	71.63
100-200 (含)	29,247	3,525,695.89	52.70%	30,004	1.03	355.79	117.51
200-400 (含)	3,675	900,535.27	13.46%	4,844	1.32	276.91	185.91
400 以上(含)	135	87,801.46	1.31%	316	2.34	155.93	277.85
其他 <sup>注</sup>		43,170.87	0.65%	437			
<b>合计</b>	<b>95,967</b>	<b>6,689,974.09</b>	<b>100.00%</b>	<b>99,697</b>	<b>1.04</b>	<b>351.34</b>	<b>67.10</b>

注：其他系用户下单账号信息维护不完整的用户。

2019 年年交易金额在 100-200 美元区间内的客户占比较高,基本符合客户日常购买行为习惯,无明显异常。

## ②天猫平台

2020 年度							
客户消费金额 (元)	客户数量 (个) (A)	订单消费金额 (元) (B)	订单消费 金额占比	购买次 数 (C)	人均购买次数 (D=C/A)	购买间隔时间 (天) (E=365/D)	次均消费 额 (F=B/C)
0-50(含)	1,706	45,195.32	1.38%	1,763	1.03	353.20	25.64
50-100(含)	282	19,990.16	0.61%	341	1.21	301.85	58.62
100-500(含)	5,842	2,535,822.82	77.20%	6,180	1.06	345.04	410.33
500-1000(含)	1,028	608,951.21	18.54%	1,357	1.32	276.51	448.75
1000-10000(含)	48	74,955.03	2.28%	134	2.79	130.75	559.37
<b>合计</b>	<b>8,906</b>	<b>3,284,914.54</b>	<b>100.00%</b>	<b>9,775</b>	<b>1.10</b>	<b>332.55</b>	<b>336.05</b>
2019 年度							
客户消费金额 (元)	客户数量 (个) (A)	订单消费金额 (元) (B)	订单消费 金额占比	购买次 数 (C)	人均购买次数 (D=C/A)	购买间隔时间 (天) (E=365/D)	次均消费 额 (F=B/C)
0-50(含)	746	19,661.62	1.94%	764	1.02	356.40	25.74
50-100(含)	105	6,925.65	0.68%	127	1.21	301.77	54.53
100-500(含)	1,370	594,346.76	58.70%	1,451	1.06	344.62	409.61
500-1000(含)	627	354,930.19	35.06%	723	1.15	316.54	490.91
1000-10000(含)	20	24,214.00	2.39%	37	1.85	197.30	654.43
10000-30000(含)	1	12,412.00	1.23%	92	92.00	3.97	134.91
<b>合计</b>	<b>2,869</b>	<b>1,012,490.22</b>	<b>100.00%</b>	<b>3,194</b>	<b>1.11</b>	<b>327.86</b>	<b>317.00</b>
2018 年度							
客户消费金额 (元)	客户数量 (个) (A)	订单消费金额 (元) (B)	订单消费 金额占比	购买次 数 (C)	人均购买次数 (D=C/A)	购买间隔时间 (天) (E=365/D)	次均消费 额 (F=B/C)
0-50(含)	805	21,190.40	1.31%	825	1.02	356.15	25.69
50-100(含)	151	10,249.11	0.64%	186	1.23	296.32	55.10
100-500(含)	2,928	1,225,832.29	75.97%	3,028	1.03	352.95	404.83
500-1000(含)	586	340,516.14	21.10%	667	1.14	320.67	510.52
1000-10000(含)	13	15,774.12	0.98%	25	1.92	189.80	630.96
<b>合计</b>	<b>4,483</b>	<b>1,613,562.06</b>	<b>100.00%</b>	<b>4,731</b>	<b>1.06</b>	<b>345.87</b>	<b>341.06</b>

报告期内,2019 年度单个客户购买 92 次,主要系批发商李巧荣(天猫账户名:五月花开 3)购买零配件,交易金额较小。此外,报告期内,交易金额在 100-500 元区间内的客户占比较高,基本符合客户日常购买行为习惯。

(5) 境外电商平台销售的退换货金额和占比,相应计提预计负债

①境外电商平台销售的退换货金额和占比

报告期内，公司境外电商平台销售的退换货金额及占比情况如下：

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
退换货金额 A	1,273.24	275.08	31.27
跨境电商销售收入 B	17,488.43	4,621.69	694.34
占比 C=A/B	7.28%	5.95%	4.50%
预计负债计提比例	7.86%	5.42%	-

注：2018 年境外电商销售规模较小，经测算应计提预计负债 6.99 万元，金额较小，未予计提。

报告期内，公司境外电商销售平台退换货主要为 AMAZON（亚马逊）第三方平台销售 30 日无理由退换货（不影响二次销售）或因产品质量问题而产生的退换货，退换货金额及占比总体较小。预计负债计提比例与退换货比例差异较小。

②公司已计提了预计负债

公司的境外电商平台主要为 AMAZON，2018 年度、2019 年度以及 2020 年度，公司通过 AMAZON（亚马逊）平台销售收入占境外电商平台销售收入的比例分别为 100%、92.47%和 95.86%。报告期内，公司针对主要境外电商平台 AMAZON（亚马逊）的销售，在收入确认时考虑了退换货对收入的影响，预估未来退货金额，确认预计负债。预计负债预估方式及计提情况如下：

交易渠道	模式介绍	退换货政策	收入确认时点和依据	预计负债预估方式及计提比例
AMAZON（亚马逊）平台	通过在 AMAZON（亚马逊）跨境电商平台上开设公司账号，直接向消费者销售商品，自主销售，租用电商平台的仓储和终端配送服务。货品成交后 15 天，电商平台统一结算费用，从销售额中收取仓储物流费用、平台推广费用后将余下金额支付给公司的万里汇网络收款账号	不影响二次销售情况下，收货 30 日内无理由退换货	客户通过第三方销售平台（如 Amazon）下单并支付货款后，由公司委托物流公司将商品配送交予客户，公司在将商品交付给物流公司时确认收入	按报告期各期退货周期内销售额*当年度退货率计提

对比分析新旧收入准则，对于退换货的会计处理，收入确认无实质性差异，均需合理估计未来退回可能性，可以合理估计退货部分均不确认销售收入。对于附有销售退回条件的商品销售，公司未来可能需要承担无理由退货或因质量原因等产生的退货义务，根据过去退货的经验数据，一定周期内的退货满足预计负债的确认条件。2018 年境外电商销售规模较小，公司经测算预计负债金额较小不具有重要性，因此未计提预计负债；2019 年末公司按预计退货毛利确认退货期

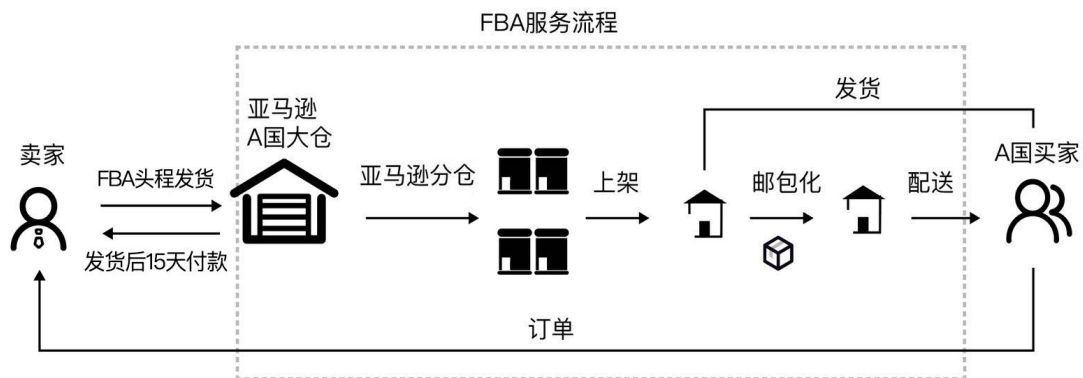
内预计负债 45.32 万元；2020 年 1 月 1 日开始执行新收入准则，预计退货成本计入应收退货成本，2020 年末公司按预期因销售退回将退还的金额确认退货期内预计负债 174.44 万元。

综上，公司预计负债的会计处理充分考虑了境外电商平台退货周期内的退换货情况，符合《企业会计准则》的规定。

(6) 境外电商平台销售模式的具体流程、相关内部控制措施

①境外电商平台销售模式的具体流程

境外电商平台销售模式，主要由公司全资子公司久祺科技通过在 AMAZON（亚马逊）、AliExpress(全球速卖通)、LAZADA（来赞达）等跨境电商平台开设店铺，自主对外销售，报告期内公司 90%以上电商销售通过 AMAZON（亚马逊）平台。AMAZON（亚马逊）销售平台具体流程如下：



客户在 AMAZON（亚马逊）平台下单后，平台系统自动通知 AMAZON（亚马逊）仓库进行拣货发货，在发货完成之后，AMAZON（亚马逊）后台订单状态实时更新，系统显示已发货，公司据此确认收入。货品成交后 15 天，AMAZON（亚马逊）平台统一结算费用，从销售额中扣除销售佣金、仓储配送等费用后将余下金额支付给公司的万里汇网络收款账号。

②境外电商平台销售的相关内部控制措施

公司跨境电商销售相关的信息系统一般控制、仓储与物流、销售与收款等环节的主要内部控制措施如下：

A.信息系统一般控制

公司制定了《测试管理制度》对系统的测试作出相应的规定，设立了网络研

发部负责公司 BikeFamily 询盘平台的研发工作，设立专门网络管理员负责公司网络和硬件设备的维护以及网络安全相关工作，并通过配置防火墙端口以限制访问的方式防范病毒、恶意软件及网络入侵等风险。

### B. 仓储与物流

为了加强库存管理，保障库存的供应，提高库存运营效率，确保库存的安全，公司制定了《库存管理制度》，对存货的取得和验收、仓储和保管、盘点与清查、库存处置等环节制定了相应的管理制度。公司跨境电商销售目前主要集中在 AMAZON（亚马逊）平台，AMAZON 店铺发货依赖于 AMAZON 平台为公司提供的物流服务（Fulfillment by Amazon），即公司先将商品发至 AMAZON 仓库，若客户在公司的 AMAZON 店铺上购买产品，AMAZON 则使用其物流网络配送商品，公司设立专门仓储物流管理人员，每月月末对 AMAZON（亚马逊）仓库库存信息与公司库存结存清单进行核对。

### C. 销售与收款

消费者在 AMAZON（亚马逊）平台下单后，平台系统自动通知 AMAZON（亚马逊）仓库进行拣货发货，在发货完成之后，AMAZON（亚马逊）后台订单状态实时更新，系统显示已发货，公司据此确认收入。AMAZON（亚马逊）收到消费者货款后，每 15 天为周期予以结算，扣除销售佣金、仓储配送等费用后支付至公司万里汇网络收款账号。境外电商运营人员每月末根据公司网络收款账号资金入账情况，填写收汇单递交财务入账。财务人员月末将应收账款余额与各站点系统应收货款金额进行核对，确保销售收入入账及销售回款准确无误。

## 10、新冠肺炎疫情影响及应对措施

### （1）新冠疫情对发行人 2020 年生产经营及财务状况的具体影响

2020 年 1 月至今，新冠疫情在中国和全球多个国家及地区爆发，其对公司的影响情况如下：

#### ①对公司供应链及生产的影响

公司的主要供应商集中在长三角、天津、河北及山东等地区，公司自身的生产基地位于浙江省德清县。目前国内疫情已基本上得到控制，发行人子公司德清久胜自 2020 年 3 月已有序复工复产，本次新冠疫情对公司采购、生产的影响已

基本得以消除。

## ②对公司销售的影响

公司销售收入 97% 以上在境外，目前境外疫情仍在蔓延，以致公司的线下销售活动（境外实地拜访、国际国内行业展会及客户来华等）受限或取消，从而对公司的销售活动造成一定不利影响。同时，消费者因疫情影响而更多地选择线上消费，公司的线上销售增长较快。

疫情发生前，欧美各国主要选择汽车和公共交通出行，而现在疫情正在改变大众的生活方式，自行车已经成为了越来越重要的交通工具，加之海外一些国家相继出台购买自行车补贴等鼓励措施；因此，随着新冠疫情在国内得到较早控制，企业全面复工复产使得国内自行车企业海外订单量大幅增加。

### （2）发行人所处的外部生产经营环境未发生重大不利变化

鉴于当前海外疫情仍在持续蔓延，外贸出口存在一定的严峻形势，今年的政府工作报告中提到对进出口要“促稳提质”，要稳住外贸市场主体、稳住产业链、稳住客户和市场；同时要提高高附加值产品出口比例。2020 年 8 月，国务院办公厅印发《关于进一步做好稳外贸稳外资工作的意见》（国办发〔2020〕28 号），提出了十五项具体政策措施，进一步加强稳外贸稳外资工作。

公司所处的自行车及助力电动自行车行业属于轻工业，轻工业是我国国民经济的传统优势产业、重要民生产业和具有较强国际竞争力的产业，承担着满足消费、稳定出口、扩大就业等重要任务，在经济和社会发展中发挥着举足轻重的作用。

中国自行车产业发展已经超过 30 年，在多年的发展过程中，国内已形成了完善的自行车生产和销售体系，产业配套体系完善，自行车行业市场规模较大，市场需求稳定，行业竞争格局相对稳定。因此，海外市场的自行车仍需要中国完善的产业配套体系，从目前来看，公司业务未受到海外疫情的重大不利影响，同时，针对外贸出口形势，国家亦有相应的支持政策；目前公司订单量较为充足。因此，公司所处的外部生产经营环境未发生重大不利变化。

### （3）新冠疫情未对发行人持续经营能力、全年经营业绩产生重大不利影响

根据上述，新冠疫情未对发行人持续经营能力造成不利影响，截至 2021 年 3 月 1 日，发行人的在手订单金额约为 18 亿元人民币，订单执行情况正常，不会对公司经营业绩产生不利影响。

海外新冠疫情发生以来，由于民众担心在公共交通工具上被传染，自行车这种一人交通工具可有效满足短途代步和休闲运动的需求；此外，长达数月的“封城”措施迫使许多健身房等临时关闭，健身爱好者对外出和锻炼身体的需求，亦转向骑行自行车来满足。

自行车在欧洲多国的畅销还与有关国家政策的助推有关，为了鼓励通勤者重返工作岗位，同时为了避免公交车、地铁等公共交通过于拥挤，欧洲多国政府相继出台自行车补贴政策，并在市区内重新规划交通路线，鼓励民众选择骑行。例如，英国近期颁布了一项新的政策计划，包括政府将斥资 20 亿英镑用于拓宽和修建临时自行车车道和人行道等；法国计划投资 2000 万欧元用于发展和补贴自行车出行，并为骑自行车通勤的人员提供每人 400 欧元的交通补贴；意大利批准向购买自行车的消费者提供高达自行车售价 60% 的“绿色”补贴等。

因此，受新冠疫情的影响以及全民健康意识的进一步提高，以健身和运动为目的的自行车消费将加速复苏。

#### （4）发行人采取的应对措施及其有效性

当前海外疫情仍在蔓延，以致公司的线下销售活动（境外实地拜访、国际国内行业展会及客户来华等）受限或取消，为应对疫情无法现场交流的不利影响，公司主要通过即时通讯工具、邮件、视频等方式与客户进行业务沟通、管理订单；同时，公司加强对线上销售的力度，不断完善和推广 B2B、B2C 网络平台，组建专业电商团队，通过自建网站和全球各大网销平台，进一步扩大网上直销量；通过 VR 直播等技术，提高客户在网上对公司产品的感知和体验，进一步便利客户选择所需产品。

随着消费者健康意识的进一步提高，自行车作为代步、健身、休闲和运动交通工具，自 2020 年 5 月份以来，自行车行业及公司的经营业绩未受到新冠疫情的重大不利影响。

截至目前，境外新冠疫情仍在蔓延，公司将采取如下措施维护持续经营能力



和业绩规模：

①在销售区域方面，公司将加大对国内市场的开发和投入，并重点发展国内电商销售和自主品牌的推广，扩大销售规模，提升利润；

②在销售方式方面，公司加大对境内外线上销售的开发和投入，2020年度，公司在跨境电商平台（主要是亚马逊）的销售金额增长较快；

③在销售沟通方面，公司加大对线上交流模式的开发投入，通过邮件、视频、直播、VR等方式加强与客户的交流沟通，结合目前各国和各展会主办方的政策和措施，进行交易会的网上直播，将原来传统的线下现场交易会转移到线上进行新产品展示，提升客户在线参观、选择产品、询价、成交的便利性；

④在生产方面，对订单量、采购及生产计划实行更加柔性、灵活的调整、安排，将全球疫情对公司生产经营的影响降到最低；

⑤在管理方面，公司从各个环节出发，实行更加精细化的管理措施，提升工作效率，同时加强对外包生产、报关海运等各业务环节的管理，保障产品质量和交期，提升售后服务水平。

### （三）营业成本分析

#### 1、营业成本的构成

报告期内，公司营业成本构成如下：

单位：万元

项目	2020年度		2019年度		2018年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
主营业务成本	182,364.28	99.96%	148,279.47	99.93%	157,776.14	99.99%
其他业务成本	70.60	0.04%	107.72	0.07%	15.87	0.01%
<b>合计</b>	<b>182,434.87</b>	<b>100.00%</b>	<b>148,387.20</b>	<b>100.00%</b>	<b>157,792.01</b>	<b>100.00%</b>

报告期内，公司营业成本分别为 157,792.01 万元、148,387.20 万元和 182,434.87 万元，与营业收入变化趋势一致，其中：主营业务成本占比在 99% 以上，公司营业成本以主营业务成本为主，与营业收入的结构基本一致。

#### 2、主营业务成本的构成

报告期内，公司主营业务成本分产品构成情况如下：

单位：万元

产品类别		2020 年度		2019 年度		2018 年度	
		金额	占比	金额	占比	金额	占比
整车类	童车	39,485.23	21.65%	31,361.72	21.15%	42,785.73	27.12%
	成人车	48,979.25	26.86%	43,325.60	29.22%	42,895.71	27.19%
	助力电动自行车	14,866.14	8.15%	15,531.86	10.47%	8,179.92	5.18%
	摩托车	2,754.03	1.51%	1,295.00	0.87%	583.94	0.37%
	小计	<b>106,084.65</b>	<b>58.17%</b>	<b>91,514.18</b>	<b>61.72%</b>	<b>94,445.30</b>	<b>59.86%</b>
配件类		61,943.95	33.97%	43,977.18	29.66%	47,525.65	30.12%
其他类		14,335.68	7.86%	12,788.11	8.62%	15,805.20	10.02%
合计		<b>182,364.28</b>	<b>100.00%</b>	<b>148,279.47</b>	<b>100.00%</b>	<b>157,776.14</b>	<b>100.00%</b>

报告期内，公司主营业务成本分别为 157,776.14 万元、148,279.47 万元和 182,364.28 万元，与主营业务收入总体趋势一致。从产品类别分析，童车、成人车和配件类的占比相对较高，报告期内上述三类产品的成本合计占主营业务成本的比例分别为 84.43%、80.03% 和 82.48%，与公司主营业务收入构成一致。

### 3、主营业务成本结构分析

公司有自主生产和外包生产两种模式，其中自主生产以儿童自行车为主，成人自行车为辅，由全资子公司德清久胜完成，其余自行车整车、自行车零部件及自行车衍生产品等，由公司研发设计后通过外包生产采购成品的方式进行。

#### (1) 外购部分的成本分析

报告期内，公司外购部分的主营业务成本构成如下：

单位：万元

项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
采购成本	161,888.96	100.00%	130,384.94	99.95%	136,368.25	99.34%
不可免抵退税成本	4.63	0.00%	61.39	0.05%	912.83	0.66%
合计	<b>161,893.59</b>	<b>100.00%</b>	<b>130,446.33</b>	<b>100.00%</b>	<b>137,281.08</b>	<b>100.00%</b>

报告期内，公司外购部分主营业务成本中不可免抵退税金额分别为 912.83 万元、61.39 万元和 4.63 万元，各年占外购部分主营业务成本比例分别为 0.66%、0.05% 和 0.00%，报告期内占比较小。报告期内，公司外购业务中不可免抵退税

成本快速下降主要系配件类产品的征退税率差异逐年缩小所致。

## (2) 自产部分的成本分析

公司自产部分的主营业务成本由直接材料、直接人工和制造费用构成，按成本要素构成如下：

单位：万元

项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
直接材料	16,223.10	79.25%	13,587.84	76.19%	15,858.24	77.38%
直接人工	2,400.85	11.73%	2,268.88	12.72%	2,501.14	12.20%
制造费用	1,846.73	9.02%	1,976.42	11.08%	2,135.69	10.42%
<b>合计</b>	<b>20,470.69</b>	<b>100.00%</b>	<b>17,833.15</b>	<b>100.00%</b>	<b>20,495.06</b>	<b>100.00%</b>

报告期内，公司自产部分的主营业务成本包括直接材料、直接人工和制造费用，以直接材料为主，占比分别为 77.38%、76.19% 和 79.25%，整体较为稳定。

### ① 直接材料的明细及变动情况

报告期内，公司自产部分的直接材料构成明细及占比如下：

单位：万元

主要原材料	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
车架	2,140.07	13.19%	1,514.25	11.14%	1,583.03	9.98%
外胎	1,344.80	8.29%	1,105.33	8.13%	1,224.15	7.72%
轴皮	965.13	5.95%	824.99	6.07%	892.19	5.63%
纸箱	756.98	4.67%	633.37	4.66%	832.85	5.25%
车圈	810.67	5.00%	687.20	5.06%	779.48	4.92%
座垫	724.66	4.47%	605.60	4.46%	721.31	4.55%
把立	573.72	3.54%	436.19	3.21%	566.70	3.57%
内胎	574.92	3.54%	486.74	3.58%	548.53	3.46%
钢管	474.08	2.92%	583.22	4.29%	615.72	3.88%
曲柄	539.20	3.32%	461.58	3.40%	519.27	3.27%
车把	431.96	2.66%	373.39	2.75%	435.74	2.75%
其他自行车零件	5,897.34	36.35%	4,911.13	36.14%	5,984.38	37.74%
生产辅材	989.57	6.10%	964.84	7.10%	1,154.90	7.28%

主要原材料	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
合计	16,223.10	100.00%	13,587.84	100.00%	15,858.24	100.00%

如上表所示，报告期各期自产部分的直接材料各明细项目占比较为稳定，各期直接材料构成略有变动主要系材料采购成本有所波动所致。

②直接人工的明细及变动情况

报告期内，公司直接人工的变动情况如下：

项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度
	金额/数量	变动	金额/数量	变动	金额/数量
自有工人平均工资（万元/人）	7.39	11.13%	6.65	-1.36%	6.75
劳务派遣平均工资（万元/人）	6.33	19.21%	5.31	-13.74%	6.16
自有工人和劳务派遣合计平均工资（万元/人）	7.26	11.18%	6.53	-2.23%	6.68
制造工时（万小时）	115.20	3.50%	111.30	-6.92%	119.57
直接人工成本（万元）	2,400.85	5.82%	2,268.88	-9.29%	2,501.14
时薪（元/小时）	20.84	2.21%	20.39	-2.54%	20.92

2019 年直接人工成本下降，一方面为 2019 年整车制造工时下降而生产人员工资与制造工时关联，因此 2019 年平均工资略有下降；另一方面，公司因 2018 年招募人员后实际产量结果不理想，对生产人员进行精简，因此，2019 年直接人工成本有所下降；2020 年，德清久胜工厂产量增加，制造工时和生产人员平均工资均有所增长，直接人工成本上升。

③制造费用的明细及变动情况

报告期内，公司的制造费用明细如下：

单位：万元

项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
能源消耗	515.10	27.90%	593.89	30.05%	620.58	29.06%
职工薪酬	520.35	28.18%	585.66	29.63%	557.50	26.10%
折旧与摊销	551.52	29.86%	541.47	27.40%	560.59	26.25%
机物料消耗	107.50	5.82%	103.98	5.26%	148.07	6.93%
其他	152.26	8.24%	151.42	7.66%	248.95	11.66%

项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
合计	1,846.73	100.00%	1,976.42	100.00%	2,135.69	100.00%

#### A.能源消耗

2018 年度能源消耗增加，主要系外协加工减少，自产产量增加，且公司于 2017 年底购入较多生产设备，导致能源消耗增加。2019 年度公司产量较前期下降，因此能源消耗有所下降，与产量变动趋势保持一致。2020 年度，因各类能源采购单价下降且公司加强生产管理减少能源浪费，能源消耗支出有所下降。

#### B.职工薪酬

2020 年，子公司德清久胜车间管理人员人数有所下降，相应职工薪酬费用发生额及占比略有下降。

#### C.折旧与摊销

报告期内，公司的折旧与摊销费用较稳定，无明显变动。

#### D.机物料消耗

报告期内，公司的机物料消耗较稳定，无明显变动。

#### E.其他

其他主要包括修理费、加工费、运费、垃圾清理费、检测费等，此项费用发生无规律，不同年份间存在一定波动。2018 年其他费用较高，系支付仓储管理费，2019 年起无该项费用。

### 4、公司的产品成本核算方法

#### (1) 外包生产方式下产品成本的核算流程和方法

公司的自行车整车、自行车零部件及自行车衍生产品等，由公司开发设计后主要通过外包生产的方式进行，外包生产方式下产品的销售成本包括外购产品的采购成本和不可免抵退税成本。

外包生产方式下，供应商生产完工公司验收后报关出口，外购产品于采购验收入库时按照订单归集并以外购成本计入产成品科目，产成品的发出按订单成本

核算结转。在销售实现当月将不可免抵退税成本作进项税转出并计入对应产品的成本。

(2) 自产生产方式下产品成本的核算流程和方法

公司自主生产部分主要采用“以销定产”的生产模式，根据下游客户订单进行定制化设计、生产。公司以各客户订单下的明细产品作为成本核算对象，产品生产成本要素包括直接材料成本、直接人工和制造费用。公司建立健全了与生产相关的内部控制，财务部门设置专门成本核算岗位，有效保证产品生产成本核算的准确性。有关产品生产成本的归集、分配及结转的具体核算流程如下：

①成本核算流程

公司自主生产部分主要采用“以销定产”的生产模式，根据下游客户订单进行定制化设计、生产。采购部门根据生产计划向供应商下达采购订单，仓储部门根据实际情况入库并制作入库单。生产部门根据物料清单（BOM）和生产订单数量生成领料单，经审批后进行生产领料。公司以各客户订单下的明细产品作为成本核算对象，ERP系统根据生产领料自动归集各产品的直接材料。按主要工序设置成本中心并归集人工成本和制造费用，根据产品产量工价由成本中心分配至各产品。生产部办理生产完工入库后，根据成本系统计算成本单价自动结转完工入库单价。仓储部门在接到发货通知后，安排发货并系统出库，出库成本按月末一次加权平均单价计算。

②直接材料、直接人工、制造费用的归集和分配方法

项目	成本归集	成本分配
直接材料	对于主要材料按照实际领用情况直接归集至各个成本核算对象的材料成本，其他辅助材料按车间归集，然后根据产品产量工价占比分摊至各成本核算对象。	车间根据 BOM 清单和生产订单数量领料，直接材料发出采用月末一次加权平均法计价。对于主要材料按照实际领用情况直接归集至各个成本核算对象的材料成本。其他辅助材料的材料成本，根据产品产量工价（产品产量工价=产品产量×定额工价）计算分配比例，各产品本期分配的辅助材料成本金额=车间辅助材料成本总额×（产品产量工价/当月车间总产量工价）。
直接人工	直接人工核算归集生产作业人员的工资薪酬。人力资源部门每月根据生产工人的月考勤工时计算生产部门的直接人工成本，财务部门据此按月在“生产成本-直接人工”进行归集。	公司根据产品产量工价（产品产量工价=产品产量×定额工价）对直接人工进行分配。各产品本期分配的人工成本金额=车间人工成本总额×（产品产量工价/当月车间总产量工价）。
制造费用	公司设置职工薪酬、折旧费、物料消耗、修理费、水电费、燃料动力等二级明细科目，分车间归集上述成本。	公司根据产品产量对制造费用进行分配。各产品本期分配的制造费用金额=车间制造费用总额×（产品产量工价/当月车间总产量工价）。

③产品成本结转方法

公司准确归集了与生产产品相关的直接材料成本，辅助材料、直接人工、制造费用以各产品产量工价为基础准确分摊至各产品。产成品的出库采用月末一次加权平均法计价，销售出库的产成品成本结转计入主营业务成本。

综上所述，公司生产成本核算流程、方法与业务流程匹配；直接材料、直接人工和制造费用归集准确，分配方法合理，产品成本结转方法符合会计政策规定，严格按照存货流转的关键时点和单据进行会计核算，存货成本核算以及结转符合《企业会计准则》的规定。

#### （四）毛利及毛利率分析

##### 1、毛利分析

###### （1）营业毛利构成分析

报告期内，公司的营业毛利构成列示如下：

单位：万元

项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	毛利	占比	毛利	占比	毛利	占比
主营业务	46,057.46	99.86%	31,045.19	99.64%	24,204.58	99.78%
其他业务	63.54	0.14%	110.75	0.36%	52.73	0.22%
<b>合计</b>	<b>46,121.00</b>	<b>100.00%</b>	<b>31,155.94</b>	<b>100.00%</b>	<b>24,257.31</b>	<b>100.00%</b>

报告期内，公司的毛利主要来自主营业务，占比在 99% 以上，其他业务毛利占比较小。

###### （2）主营业务毛利构成分析

报告期内，公司主营业务毛利构成及变动情况如下：

单位：万元

产品类别		2020 年度		2019 年度		2018 年度	
		毛利	占比	毛利	占比	毛利	占比
整车类	童车	16,087.05	34.93%	8,419.69	27.12%	7,589.84	31.36%
	成人车	11,619.82	25.23%	7,271.50	23.42%	7,081.72	29.26%
	助力电动自行车	2,905.59	6.31%	2,974.52	9.58%	1,427.32	5.90%
	摩托车	675.30	1.47%	205.54	0.66%	31.12	0.13%
	<b>小计</b>	<b>31,287.77</b>	<b>67.93%</b>	<b>18,871.25</b>	<b>60.79%</b>	<b>16,130.01</b>	<b>66.64%</b>

产品类别	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	毛利	占比	毛利	占比	毛利	占比
配件类	9,372.79	20.35%	6,706.08	21.60%	6,378.66	26.35%
其他类	5,396.90	11.72%	5,467.85	17.61%	1,695.91	7.01%
<b>合计</b>	<b>46,057.46</b>	<b>100.00%</b>	<b>31,045.19</b>	<b>100.00%</b>	<b>24,204.58</b>	<b>100.00%</b>

报告期各期，公司主营业务毛利分别为24,204.58万元、31,045.19万元和46,057.46万元。其中，整车类产品毛利占主营业务毛利的比例分别为66.64%、60.79%和67.93%；配件类的产品毛利占主营业务毛利的比例分别为26.35%、21.60%和20.35%；其他类产品的毛利占主营业务毛利的比例分别为7.01%、17.61%和11.72%，2019年和2020年度其他类产品毛利占比较高，主要系2019年A客户玩具订单毛利率较高所致。

## 2、主营业务毛利率分析

报告期内，公司按产品类别划分的主营业务毛利率如下所示：

产品类别		2020 年度		2019 年度		2018 年度	
		收入占比	毛利率	收入占比	毛利率	收入占比	毛利率
整车类	童车	24.33%	28.95%	22.18%	21.16%	27.68%	15.07%
	成人车	26.53%	19.17%	28.22%	14.37%	27.46%	14.17%
	助力电动自行车	7.78%	16.35%	10.32%	16.07%	5.28%	14.86%
	摩托车	1.50%	19.69%	0.84%	13.70%	0.34%	5.06%
	<b>小计</b>	<b>60.14%</b>	<b>22.78%</b>	<b>61.56%</b>	<b>17.10%</b>	<b>60.76%</b>	<b>14.59%</b>
配件类		31.22%	13.14%	28.26%	13.23%	29.62%	11.83%
其他类		8.64%	27.35%	10.18%	29.95%	9.62%	9.69%
<b>合计</b>		<b>100.00%</b>	<b>20.16%</b>	<b>100.00%</b>	<b>17.31%</b>	<b>100.00%</b>	<b>13.30%</b>

公司销售产品类别齐全、品种丰富，主要可以分为整车类、配件类和其他类产品，其中整车类可以细分为童车、成人车、助力电动自行车和摩托车，配件类主要为自行车零件、助力电动自行车零件以及摩托车零件，其他类主要为骑行装备、农机、儿童玩具等。

报告期内，公司的整车类和配件类产品毛利率逐年增长，其他类产品的毛利率波动较大，主要系受汇率波动和产品结构变动的的影响。



(1) 美元汇率波动对公司毛利率的影响

公司产品销售主要以外销为主，且主要采取美元定价。公司一般根据人民币采购成本及当时汇率与客户协商确定销售价格，但公司从产品采购至交货需要一定周期，公司确认收入时则是按照完成订单时的汇率折算人民币并确认收入，当汇率发生波动时，公司折算的人民币收入金额与签订订单时的金额则产生差异，而人民币成本金额不会随汇率变动而变动，从而影响公司产品的毛利率。

2018 年以来，美元兑人民币汇率波动情况如下：



数据来源：国家外汇管理局

假设汇率不发生波动，按照签订订单时的汇率模拟计算的主营业务毛利率如下：

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
账面毛利率	20.16%	17.31%	13.30%
模拟毛利率	21.39%	16.86%	12.30%

2019年毛利率较2018年毛利率增长主要是由于销售结构变化所致；2020年利率上升，主要系由于AMAZON等电商平台的销售收入进一步增加，电商平台的毛利率相对较高，导致发行人毛利率提升。

(2) 销售结构变化对毛利率的影响

报告期内，公司主要产品的主营业务毛利率变动影响分析如下：

产品类别	2020 年度	2019 年度	2018 年度
------	---------	---------	---------

	销售占比变动的影响	毛利率变动的影响	合计	销售占比变动的影响	毛利率变动的影响	合计	销售占比变动的影响	毛利率变动的影响	合计	
整车类	童车	0.45%	1.89%	2.35%	-0.83%	1.35%	0.52%	0.03%	1.06%	1.10%
	成人车	-0.24%	1.27%	1.03%	0.11%	0.06%	0.16%	-0.21%	0.81%	0.60%
	助力电动自行车	-0.41%	0.02%	-0.39%	0.75%	0.13%	0.87%	0.39%	-0.10%	0.29%
	摩托车	0.09%	0.09%	0.18%	0.03%	0.07%	0.10%	-0.13%	-0.01%	-0.14%
	小计	<b>-0.24%</b>	<b>3.42%</b>	<b>3.17%</b>	<b>0.12%</b>	<b>1.54%</b>	<b>1.66%</b>	<b>-0.08%</b>	<b>1.93%</b>	<b>1.84%</b>
配件类	0.39%	-0.03%	0.36%	-0.16%	0.40%	0.23%	-0.26%	0.51%	0.25%	
其他类	-0.46%	-0.22%	-0.69%	0.05%	2.06%	2.12%	0.31%	0.01%	0.32%	
合计	-0.31%	3.16%	2.85%	<b>0.01%</b>	<b>4.00%</b>	<b>4.01%</b>	<b>-0.03%</b>	<b>2.44%</b>	<b>2.42%</b>	

注1：销售占比变动的影响=（本年销售占比-上年销售占比）\*上年的毛利率；

注2：毛利率变动的影响=（本年毛利率-上年毛利率）\*本年销售占比。

报告期内，公司主营业务毛利率分别为13.30%、17.31%和20.16%，呈逐年上升趋势。从产品结构来看，公司报告期主营业务毛利率变动主要受各期不同产品的销售占比变动以及毛利率变动的影响所致。

2018年度，童车、成人车和配件类的毛利率变动分别影响主营业务毛利率1.06%、0.81%和0.51%，是导致2018年度主营业务毛利率较2017年度上升2.42%的主要原因。

2019年度，童车毛利率变动、助力电动自行车的收入规模变动以及其他类产品的毛利率变动分别影响主营业务毛利率1.35%、0.75%和2.06%，是导致2019年度主营业务毛利率较2018年度上升4.01%的主要原因。

2020年度，童车毛利率变动、成人车的毛利率变动分别影响主营业务毛利率1.89%和1.27%，是导致公司主营业务毛利率较2019年度上升2.85%的主要原因。

以下具体分析各主要产品类别的毛利率波动原因：

①童车毛利率分析

单位：元/辆

项目	2020年度			2019年度			2018年度		
	金额	变动幅度	对毛利率的影响	金额	变动幅度	对毛利率的影响	金额	变动幅度	对毛利率的影响
单位售价	238.46	9.63%	6.93%	217.51	0.61%	0.52%	216.19	11.33%	9.03%
单位成本	169.43	-1.19%	0.86%	171.47	-6.61%	5.58%	183.62	6.51%	-5.19%

毛利率	28.95%	7.78%		21.16%	6.10%		15.07%	3.84%	
-----	--------	-------	--	--------	-------	--	--------	-------	--

报告期内，公司童车毛利率分别为15.07%、21.16%和28.95%，毛利率逐年上升。

2019年度童车的毛利率较2018年度增长6.10个百分点，主要系2019年单位销售价格较上年增长0.61%，而同期单位销售成本较上年减少6.61%所致；2019年童车业务毛利率有所增长，具体原因如下：①报告期内，随着发行人对跨境电商业务的布局，公司的电商销售收入逐年增加，2019年度电商销售收入大幅上升，公司的电商销售以童车为主，童车电商收入由2018年的743.21万元增长至2019年的3,748.44万元，增长比率为404.36%。电商业务由于直接面对终端客户，因此售价相对较高，毛利率相对较高，2018年、2019年童车电商毛利率分别为61.84%、72.61%，2019年跨境电商的收入增长提升了童车业务的毛利率；②2019年度受零配件价格下降及童车配置下调的影响，童车的单位成本和单位售价有所下降，但由于电商平台的售价相对较高，电商平台销售占比增加对童车销售单价的正向影响抵消了线下童车单位售价下降的影响，使得2019年童车业务的销售单价较为稳定而成本下降。

2020年度童车的毛利率较2019年度增长7.78个百分点，主要系2020年度单位销售价格较上年增长9.63%，而同期单位销售成本较上年减少1.19%所致；2020年度童车业务毛利率有所增长，具体原因如下：①2020年度，公司童车通过电商实现的销售占比进一步提高，电商平台的毛利率相对较高，提升了童车业务的毛利率；②2020年度童车中学步车、滑板车、三轮车等价格相对较低的产品销售占比增加，拉低了童车的平均销售单价和单位成本，但由于电商平台的售价相对较高，电商平台销售占比增加对童车销售单价的正向影响抵消了线下童车单位售价下降的影响，使得2020年童车业务的销售单价上升而单位成本下降。

#### A. 美元汇率波动对童车毛利率的影响

假设汇率不发生波动，按照签订订单时的汇率模拟计算的童车业务毛利率如下：

项目	2020年度	2019年度	2018年度
账面毛利率	28.95%	21.16%	15.07%

模拟毛利率	29.84%	20.33%	13.49%
-------	--------	--------	--------

2019年度和2020年度毛利率上升，主要系由于AMAZON等电商平台的销售收入逐年增加，电商平台的毛利率相对较高，导致童车业务毛利率提升。

### B. 线上/线下收入构成的变化对童车毛利率的影响

报告期内，发行人童车业务分线上和线下销售的毛利率情况分别如下：

单位：万元

项目	2020 年度			2019 年度			2018 年度		
	金额	占比	毛利率	金额	占比	毛利率	金额	占比	毛利率
线上	11,865.46	21.35%	74.14%	3,748.44	9.42%	72.61%	743.21	1.48%	61.84%
线下	43,706.83	78.65%	16.68%	36,032.97	90.58%	15.81%	49,632.36	98.52%	14.37%
合计	55,572.29	100.00%	28.95%	39,781.41	100.00%	21.16%	50,375.57	100.00%	15.07%

报告期内，公司童车通过电商平台实现的销售收入占童车收入的比例分别为1.48%、9.42%和21.35%，童车业务的线上销售占比逐年提高，发行人童车业务线上销售的毛利率相对较高，导致童车业务的毛利率逐年增加。

报告期内，发行人童车的线上/线下销售结构变化对童车毛利率的影响分析如下：

项目	2020 年度			2019 年度			2018 年度		
	销售占比变动的影响	毛利率变动的影响	合计	销售占比变动的影响	毛利率变动的影响	合计	销售占比变动的影响	毛利率变动的影响	合计
线上	8.66%	0.32%	8.99%	4.91%	1.02%	5.93%	0.42%	0.31%	0.72%
线下	-1.89%	0.68%	-1.20%	-1.14%	1.31%	0.17%	-0.11%	3.23%	3.12%
合计	6.78%	1.01%	7.78%	3.77%	2.33%	6.10%	0.30%	3.54%	3.84%

注1：销售占比变动的影响=（本年销售占比-上年销售占比）\*上年的毛利率；

注2：毛利率变动的影响=（本年毛利率-上年毛利率）\*本年销售占比。

2019年公司童车业务的毛利率比2018年上升6.10个百分点，其中线上销售结构及毛利率变动对公司童车业务的毛利率的影响为5.93个百分点。2020年度公司童车业务的毛利率比2019年上升7.78个百分点，其中线上销售结构的变动对公司童车业务的毛利率的影响为8.66个百分点。

### ②成人车毛利率分析

单位：元/辆

项目	2020 年度			2019 年度			2018 年度		
	金额	变动幅度	对毛利率的影响	金额	变动幅度	对毛利率的影响	金额	变动幅度	对毛利率的影响
单位售价	454.18	7.44%	5.93%	422.72	0.07%	0.06%	422.42	1.47%	1.29%
单位成本	367.09	1.42%	-1.13%	361.97	-0.16%	0.14%	362.56	-1.91%	1.67%
毛利率	19.17%	4.80%		14.37%	0.20%		14.17%	2.96%	

报告期内，公司成人车毛利率分别为 14.17%、14.37%和 19.17%，毛利率呈上升的趋势。2019 年度成人车的毛利率较 2018 年度保持稳定，2020 年度成人车的毛利率较 2019 年度增长 4.80 个百分点，主要系 2020 年度单位销售价格较上年上升 7.44%，而同期单位销售成本较上年上升 1.42%，销售单价上升幅度高于单位成本。2020 年度成人车业务毛利率有所增长，主要系通过电商平台销售的成人车增长，2020 年度通过电商平台实现的成人车销售收入为 3,898.26 万元、毛利率为 77.11%，电商平台的毛利率相对较高，提升了成人车业务的毛利率。

报告期内，发行人成人车业务分线上和线下销售的毛利率情况分别如下：

单位：万元

项目	2020 年度			2019 年度			2018 年度		
	金额	占比	毛利率	金额	占比	毛利率	金额	占比	毛利率
线上	3,898.26	6.43%	77.11%	250.64	0.50%	61.84%	-	-	-
线下	56,700.81	93.57%	15.19%	50,346.46	99.50%	14.14%	49,977.43	100.00%	14.17%
合计	<b>60,599.08</b>	<b>100.00%</b>	<b>19.17%</b>	<b>50,597.10</b>	<b>100.00%</b>	<b>14.37%</b>	<b>49,977.43</b>	<b>100.00%</b>	<b>14.17%</b>

2019 年度和 2020 年度，公司成人车通过电商平台实现的销售收入占成人车收入的比例分别为 0.50%和 6.43%，2020 年度成人车业务的毛利率上升主要系发行人线上销售规模增加，线上销售的毛利率相对较高，拉升了成人车业务的毛利率。

报告期内，发行人成人车业务的线上/线下销售结构变化对成人车毛利率的影响分析如下：

项目	2020 年度			2019 年度		
	销售占比变动的 影响	毛利率变动的 影响	合计	销售占比变动的 影响	毛利率变动的 影响	合计
线上	3.67%	0.98%	4.65%	0.31%	-	0.31%
线下	-0.84%	0.99%	0.15%	-0.07%	-0.03%	-0.10%

合计	2.83%	1.97%	4.80%	0.24%	-0.03%	0.20%
----	-------	-------	-------	-------	--------	-------

注1：销售占比变动的影响=（本年销售占比-上年销售占比）\*上年的毛利率；

注2：毛利率变动的的影响=（本年毛利率-上年毛利率）\*本年销售占比。

2020年度公司成人车业务的毛利率比2019年上升4.80个百分点，其中线上销售结构变动及毛利率变动对公司成人车业务的毛利率的影响为4.65个百分点。

### ③助力电动自行车毛利率分析

单位：元/辆

项目	2020年度		2019年度		2018年度	
	金额	变动幅度	金额	变动幅度	金额	变动幅度
单位售价	1,612.68	-44.82%	2,922.40	9.73%	2,663.35	13.18%
单位成本	1,349.01	-45.00%	2,452.68	8.16%	2,267.66	15.88%
毛利率	16.35%	0.28%	16.07%	1.22%	14.86%	-1.98%

报告期内，公司助力电动自行车毛利率分别14.86%、16.07%和16.35%，毛利率总体较为稳定。其中，2018年度毛利率相对较低主要系配置轮毂电机的助力电动自行车销售减少，配置中置电机的助力电动自行车销售增加，中置电机的助力电动自行车较轮毂电机的助力电动自行车采购价格更高，但销售价格的涨幅低于采购价格的上升，使得2018年毛利率相对较低。

### ④配件类毛利率分析

报告期内，公司配件类毛利率分别为11.83%、13.23%和13.14%，毛利率整体呈上升趋势，主要系公司加强成本管控，零件的采购成本逐步优化以及汇率的有利波动所致。

### ⑤其他类产品毛利率分析

报告期内，公司其他类产品毛利率分别为9.69%、29.95%和27.35%，主要产品包括骑行装备、农机、儿童玩具等，其中，2019年度新增A客户的玩具类订单，该类产品2019年实现收入8,847.39万元，毛利率为48.85%；2020年度，A客户的玩具类等订单实现收入6,066.73万元，毛利率为48.74%，导致2019年度和2020年度的毛利率提升；扣除A客户订单的影响，报告期内，其他类产品的毛利率分别为9.69%、12.18%和18.04%，2019年度和2020年度毛利率上升，主要系线上销售的占比提高，线上销售的毛利率相对较高，提升了其他类产品的毛利率；此外，

2020年度农机类产品的毛利率上升，亦提升了其他类产品的毛利率。农机类产品的毛利率上升，主要系客户定制化新产品的开发带动毛利率提升。

A. 报告期内，发行人其他类产品分线上和线下销售的毛利率情况分别如下：

单位：万元

项目	2020 年度			2019 年度			2018 年度		
	金额	占比	毛利率	金额	占比	毛利率	金额	占比	毛利率
线上	811.68	5.91%	72.16%	236.99	2.52%	70.80%	0.30	0.00%	20.52%
线下	12,925.43	94.09%	14.64%	9,171.59	97.48%	10.66%	17,500.80	100.00%	9.69%
合计	13,737.11	100.00%	18.04%	9,408.58	100.00%	12.18%	17,501.10	100.00%	9.69%

注：2019 年度、2020 年度其他类产品的毛利率扣除 A 客户的影响

2019 年度和 2020 年度，公司其他类产品通过电商平台实现的销售收入占其他类产品收入的比例分别为 2.52% 和 5.91%，其他类产品的线上销售的占比逐年提高，发行人线上销售的毛利率相对较高，导致其他类产品的毛利率逐年增加。

报告期内，发行人其他类产品的线上/线下销售结构变化对其他类产品毛利率的影响分析如下：

项目	2020 年度			2019 年度		
	销售占比变动的 影响	毛利率变动的 影响	合计	销售占比变动的 影响	毛利率变动的 影响	合计
线上	2.40%	0.08%	2.48%	0.52%	1.27%	1.78%
线下	-0.36%	3.74%	3.38%	-0.24%	0.95%	0.70%
合计	2.04%	3.82%	5.86%	0.27%	2.21%	2.49%

注1：销售占比变动的影响=（本年销售占比-上年销售占比）\*上年的毛利率；

注2：毛利率变动的的影响=（本年毛利率-上年毛利率）\*本年销售占比。

2019 年公司其他类产品的毛利率（扣除 A 客户的影响）比 2018 年上升 2.49 个百分点，其中线上销售占比及毛利率变动对公司其他类产品毛利率的影响为 1.78 个百分点。2020 年度公司其他类产品的毛利率（扣除 A 客户的影响）比 2019 年上升 5.86 个百分点，其中线上销售占比的变动对公司其他类产品的毛利率的影响为 2.40 个百分点。2020 年度线下销售的毛利率变动对公司其他类产品的毛利率的影响为 3.74 个百分点，主要系 2020 年度农机类产品的毛利率上升，提升了其他类产品的毛利率。

B. 2020 年度骑行装备毛利率上升的原因和合理性

2020 年公司骑行装备的毛利率比 2019 年上升 5.25 个百分点，主要系骑行装备线上销售的占比提高，发行人线上销售的毛利率相对较高，导致骑行装备的毛利率上升。

报告期内，发行人骑行装备分线上和线下销售的毛利率情况分别如下：

单位：万元

项目	2020 年度			2019 年度		
	金额	占比	毛利率	金额	占比	毛利率
线上	808.25	16.00%	72.09%	236.99	7.75%	70.80%
线下	4,242.88	84.00%	13.19%	2,820.61	92.25%	12.88%
合计	<b>5,051.13</b>	<b>100.00%</b>	<b>22.61%</b>	<b>3,057.60</b>	<b>100.00%</b>	<b>17.37%</b>

2019 年度和 2020 年度，公司骑行装备通过电商平台实现的销售收入占比分别为 7.75% 和 16.00%，骑行装备线上销售的占比提高，由于线上销售的毛利率相对较高，使得 2020 年度公司骑行装备的毛利率上升。

报告期内，发行人骑行装备的线上/线下销售结构变化对骑行装备毛利率的影响分析如下：

项目	2020 年度			2019 年度		
	销售占比变动的影响	毛利率变动的影响	合计	销售占比变动的影响	毛利率变动的影响	合计
线上	5.84%	0.21%	6.05%	0.72%	4.77%	5.49%
线下	-1.06%	0.26%	-0.80%	-0.97%	0.27%	-0.70%
合计	<b>4.78%</b>	<b>0.47%</b>	<b>5.25%</b>	<b>-0.25%</b>	<b>5.04%</b>	<b>4.78%</b>

注1：销售占比变动的影响=（本年销售占比-上年销售占比）\*上年的毛利率；

注2：毛利率变动的影响=（本年毛利率-上年毛利率）\*本年销售占比。

2020 年公司骑行装备的毛利率比 2019 年上升 5.25 个百分点，其中线上销售结构变动对公司骑行装备的毛利率的影响为 5.84 个百分点。

C. 2018 年度其他类产品中其他产品的具体构成和销售金额、对应客户情况

2018 年度公司其他类产品中其他产品的具体构成和销售金额、对应客户情况如下：

单位：万元

客户名称	产品名称	2018 年度
------	------	---------



		金额	占比
PT. INDONESIA TUNGGAL CITRA 及其关联方	自行车组装设备及其附属工具	1,553.41	31.38%
CORPORACION LOGISTICA DEL CARIBE SA 及其关联方	汽车轮胎	3,105.92	62.75%
其他客户	其他	290.61	5.87%
<b>合计</b>		<b>4,949.94</b>	<b>100.00%</b>

2018 年度其他产品销售金额较高，高于其他报告期的原因系：

a.CORPORACION LOGISTICA DEL CARIBE SA 及关联方向发行人购置了 3,105.92 万元的汽车轮胎，系该客户新开拓了 C 国家政府订单，基于与发行人的长期稳定合作关系，该客户向发行人购置了汽车轮胎； b.P.T.INDONESIA TUNGGAL CITRA 及其关联方向发行人购置了 1,553.41 万元的自行车组装设备及其附属工具，主要系该客户对童车市场前景看好，为工厂建成投产购置了上述设备。发行人的子公司德清久胜主要生产童车，基于发行人对童车生产设备的熟悉以及双方长期稳定合作关系，该客户向发行人购置了自行车组装设备及其附属工具。自行车组装设备及其附属工具和汽车轮胎销售均是公司自行车客户因其业务和市场需求而产生，是自行车业务的衍生和补充。

### (3) 线上/线下收入构成的变化对主营业务毛利率的影响

#### ①报告期内，发行人主营业务分线上和线下销售的毛利率情况

单位：万元

项目	2020 年度			2019 年度			2018 年度		
	金额	占比	毛利率	金额	占比	毛利率	金额	占比	毛利率
线上	17,821.71	7.80%	75.68%	4,734.79	2.64%	73.02%	845.66	0.46%	62.17%
线下	210,600.03	92.20%	15.47%	174,589.88	97.36%	15.80%	181,135.07	99.54%	13.07%
合计	<b>228,421.73</b>	<b>100.00%</b>	<b>20.16%</b>	<b>179,324.66</b>	<b>100.00%</b>	<b>17.31%</b>	<b>181,980.72</b>	<b>100.00%</b>	<b>13.30%</b>

报告期内，公司产品通过电商平台实现的销售收入占主营业务收入的比例分别为 0.46%、2.64%和 7.80%，线上销售的占比逐年提高，主要系随着发行人逐步加大网络销售的投入、组建专业电商团队以及多品牌、多平台、多产品的推广，发行人线上销售规模逐年增加，电商平台的毛利率相对较高，导致主营业务的毛利率逐年增加。

#### ②报告期内，发行人主营业务的线上/线下销售结构变化对主营业务毛利率

的影响

项目	2020 年度			2019 年度			2018 年度		
	销售占比变动的的影响	毛利率变动的的影响	合计	销售占比变动的的影响	毛利率变动的的影响	合计	销售占比变动的的影响	毛利率变动的的影响	合计
线上	3.77%	0.21%	3.98%	1.35%	0.29%	1.64%	0.14%	0.10%	0.24%
线下	-0.82%	-0.31%	-1.13%	-0.28%	2.66%	2.37%	-0.04%	2.22%	2.18%
合计	<b>2.95%</b>	<b>-0.10%</b>	<b>2.85%</b>	<b>1.07%</b>	<b>2.94%</b>	<b>4.01%</b>	<b>0.10%</b>	<b>2.31%</b>	<b>2.42%</b>

注1：销售占比变动的的影响=（本年销售占比-上年销售占比）\*上年的毛利率；

注2：毛利率变动的的影响=（本年毛利率-上年毛利率）\*本年销售占比。

2019 年公司主营业务的毛利率比 2018 年上升 4.01 个百分点，其中线上销售结构及毛利率变动对公司主营业务的毛利率的影响为 1.64 个百分点。2020 年度公司主营业务的毛利率比 2019 年上升 2.85 个百分点，其中线上销售结构的变动对公司主营业务的毛利率的影响为 3.77 个百分点。

### ③线上、线下销售毛利率差异的原因和合理性

报告期内，发行人线上销售的毛利率分别为 62.17%、73.02%和 75.68%，毛利率呈上升的趋势，主要系随着发行人逐步加大网络销售的投入、组建专业电商团队以及多品牌、多平台、多产品的推广，发行人逐步优化产品结构和产品推销，发行人线上销售规模逐年增加，线上销售的毛利率增加。

报告期内，发行人线下销售的毛利率分别为 13.07%、15.80%和 15.47%，毛利率呈波动上升的趋势，主要系：①报告期内，助力电动自行车销量呈现逐年增长的趋势，助力电动自行车的销售毛利率相对较高，导致毛利率提升；②2019 年度新增 A 客户的玩具类订单收入 8,847.39 万元，该产品毛利率为 48.85%；2020 年度，A 客户的玩具类等订单收入 6,066.73 万元，毛利率为 48.74%，导致 2019 年度和 2020 年度的毛利率提升；③此外，汇率波动的不利影响导致 2020 年度的线下销售的毛利率略有下降。

发行人线上销售的毛利率高于线下销售，主要系：①发行人目前线上销售以 OBM 产品销售为主，通过 B2B 和 B2C 网络渠道销售，由于线上销售直接面向终端消费者，毛利率相对较高；②报告期内发行人的电商费用分别为 361.25 万元、2,265.62 万元和 6,083.37 万元，线上销售需要承担较高的平台费用、仓储费用等，因此线上销售的毛利率相对较高。

(4) 自产模式和外包生产模式下毛利率分析

报告期内，发行人分自产和外包产品的毛利率情况分别如下：

单位：万元

项目	2020 年度			2019 年度			2018 年度		
	金额	占比	毛利率	金额	占比	毛利率	金额	占比	毛利率
外包	194,549.45	85.17%	16.79%	157,016.10	87.56%	16.92%	157,895.12	86.76%	13.06%
自产	33,872.29	14.83%	39.57%	22,308.57	12.44%	20.04%	24,085.61	13.24%	14.91%
合计	<b>228,421.73</b>	<b>100.00%</b>	<b>20.16%</b>	<b>179,324.66</b>	<b>100.00%</b>	<b>17.31%</b>	<b>181,980.72</b>	<b>100.00%</b>	<b>13.30%</b>

报告期内，公司外包产品的毛利率分别为 13.06%、16.92%和 16.79%，毛利率呈波动上升趋势，主要系：①报告期内，助力电动自行车销量呈现逐年增长的趋势，助力电动自行车的销售毛利率相对较高，导致毛利率提升；②2019 年度新增 A 客户的玩具类订单收入 8,847.39 万元，该产品毛利率为 48.85%；2020 年度，A 客户的玩具类等订单实现收入 6,066.73 万元，毛利率为 48.74%，导致 2019 年度和 2020 年度的毛利率提升；③AMAZON 等电商平台的销售收入逐年增加，电商平台的毛利率相对较高，导致发行人毛利率提升。

报告期内，公司自产产品的毛利率分别为 14.91%、20.04%和 39.57%，毛利率上升较快，2019 年和 2020 年的毛利率相对较高，主要系自产产品通过电商平台的销售占比增加，电商平台的销售毛利率相对较高，提升了自产产品的毛利率；剔除电商平台销售后的毛利率分别为 13.97%、14.15%和 20.42%，随着公司生产效率的提升，毛利率呈逐年上升趋势。

报告期内，公司自产产品的毛利率高于外包产品的毛利率，由于外包环节供应商需要赚取一定的利润，自产产品的毛利率高于外包产品符合商业逻辑；2020 年自产产品的毛利率与外包产品的毛利率差异较大，主要系自产产品中的线上销售占比高于外包产品，线上销售的毛利率相对较高，拉高了自产产品的毛利率。

3、分业务模式毛利率分析

报告期内，公司不同模式下的毛利及其占比、毛利率情况如下：

单位：万元

模式	2020 年度			2019 年度			2018 年度		
	毛利	毛利占比	毛利率	毛利	毛利占比	毛利率	毛利	毛利占比	毛利率

ODM	20,078.53	43.59%	15.36%	17,089.74	55.05%	14.55%	17,140.52	70.82%	13.76%
OEM	215.41	0.47%	15.19%	209.84	0.68%	16.75%	234.56	0.97%	14.96%
OBM	15,973.63	34.68%	44.91%	5,162.58	16.63%	26.35%	2,597.81	10.73%	14.25%
贸易模式	9,789.90	21.26%	16.12%	8,583.03	27.65%	20.93%	4,231.69	17.48%	11.25%
<b>合计</b>	<b>46,057.46</b>	<b>100.00%</b>	<b>20.16%</b>	<b>31,045.19</b>	<b>100.00%</b>	<b>17.31%</b>	<b>24,204.58</b>	<b>100.00%</b>	<b>13.30%</b>

报告期内，公司 ODM 模式下的毛利率分别为 13.76%、14.55% 和 15.36%，总体较为稳定。

报告期内，公司 OEM 模式下的毛利率分别为 14.96%、16.75% 和 15.19%，呈现一定的波动；报告期内，公司 OEM 模式收入分别为 1,567.70 万元、1,252.77 万元和 1,418.06 万元，金额较小，不同年度不同客户及具体产品的差异使得毛利率存在一定的波动。

报告期内，公司 OBM 模式下的毛利率分别为 14.25%、26.35% 和 44.91%，其中 2019 年和 2020 年 OBM 模式下的毛利率大幅上升，主要系由于通过亚马逊等电商平台的销售收入增长较快。公司电商平台销售的主要为自有品牌，电商平台由于直接面对终端消费者，因此售价相对较高，毛利率较高；剔除电商平台销售后的毛利率分别为 11.91%、11.48% 和 14.02%，毛利率相对稳定，其中：2020 年度毛利率相对较高主要系向 EXPRESS UNION INTERNATIONAL CO. LTD. 销售的农机产品毛利率增加，该客户 2020 年度的毛利率上升主要系客户定制化新产品的开发带动毛利率提升。

报告期内，公司贸易模式下的毛利率分别为 11.25%、20.93% 和 16.12%，其中，2019 年毛利率增长较快，主要系由于新增 A 客户的玩具类订单所致，该产品 2019 年实现收入 8,847.39 万元，毛利率为 48.85%；2020 年度，A 客户的玩具类等订单实现收入 6,066.73 万元，毛利率为 48.74%，导致 2019 年度和 2020 年度的毛利率相对较高，2019 年和 2020 年剔除 A 客户玩具类等订单销售后的毛利率为 13.25% 和 12.50%，基本保持稳定。

#### 4、分直销和贸易商毛利率分析

报告期内，发行人直销和贸易商模式的毛利率情况如下：

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
----	---------	---------	---------

		直销	贸易商	直销	贸易商	直销	贸易商
整车类	童车	39.23%	17.67%	28.88%	16.20%	15.82%	14.79%
	成人车	23.27%	16.58%	13.54%	14.91%	10.81%	16.38%
	助力电动自行车	16.46%	16.06%	15.76%	16.80%	15.11%	14.16%
	摩托车	-	19.69%	-	13.70%	-	5.06%
	小计	<b>28.99%</b>	<b>17.10%</b>	<b>19.07%</b>	<b>15.56%</b>	<b>13.24%</b>	<b>15.37%</b>
配件类		14.30%	11.63%	14.36%	11.95%	12.81%	10.94%
其他类		47.70%	14.78%	46.93%	10.96%	11.37%	9.62%
<b>合计</b>		<b>25.01%</b>	<b>15.38%</b>	<b>20.73%</b>	<b>14.23%</b>	<b>13.06%</b>	<b>13.44%</b>

公司直销模式包括对自行车制造商的销售、通过亚马逊等电商平台的销售等，贸易商模式包括对专业自行车批发商和自行车零售商（包括自行车商店、超市卖场）的销售。

报告期内，公司童车直销的毛利率分别为 15.82%、28.88% 和 39.23%，对贸易商的毛利率分别为 14.79%、16.20% 和 17.67%；报告期内，公司童车毛利率保持逐年增长的态势，一方面系由于汇率的有利波动使得毛利率上升；同时，2019 年以来，公司童车的电商销售收入及占比增长较快，电商的毛利率较高，2019 年和 2020 年，公司童车通过电商销售实现的收入占童车总收入的比例分别为 9.42% 和 21.35%，童车电商销售的毛利率分别为 72.61% 和 74.14%，使得童车直销的毛利率大幅增长。

报告期内，公司成人车直销的毛利率分别为 10.81%、13.54% 和 23.27%，对贸易商的毛利率分别为 16.38%、14.91% 和 16.58%，由于工厂型直销客户采购公司 CKD（系全散件）形式的整车产品需要进一步组装再销售，工厂需赚取组装环节的差价，使得公司对工厂型直销客户的销售价格低于贸易商客户，因此自行车制造商还存在一定的组装环节的毛利，进而造成 2018、2019 年度成人车直销的毛利率低于同期对贸易商的毛利率；2020 年度成人车直销的毛利率上升较快且高于贸易商的毛利率，主要是由于通过电商平台销售的成人车增长所致，2020 年通过电商平台实现的成人车销售收入为 3,898.26 万元，毛利率为 77.11%。

报告期内，公司助力电动自行车直销的毛利率分别为 15.11%、15.76% 和 16.46%，对贸易商的毛利率分别为 14.16%、16.80% 和 16.06%；报告期内，公司助力电动自行车毛利率总体保持稳定。

报告期内，公司摩托车销售金额及占比较低，均通过贸易商客户销售，毛利率分别为 5.06%、13.70%和 19.69%，2020 年度公司摩托车毛利率上升较快，主要系由于新增销售大功率电动摩托车所致，电动摩托车毛利率较高，一方面系该电动摩托车是 2020 年客户新开发的大功率锂电池电动摩托车，新产品的报价相对较高，毛利率相对较高；另一方面，境外市场传统的汽油摩托车产品较为成熟，竞争相对激烈，汽油摩托车产品的毛利率相对较低。

报告期内，公司配件类产品直销的毛利率分别为 12.81%、14.36%和 14.30%，对贸易商的毛利率分别为 10.94%、11.95%和 11.63%；公司配件类产品直销毛利率与贸易商毛利率总体较为一致，同时整体呈上升的趋势，主要系受汇率的有利波动及成本的有效控制所致。

报告期内，公司其他类产品直销的毛利率分别为 11.37%、46.93%和 47.70%，对贸易商的毛利率分别为 9.62%、10.96%和 14.78%。2019 年和 2020 年其他类产品直销的毛利率大幅上升，主要系由于新增 A 客户的玩具类订单所致，该类产品 2019 年实现收入 8,847.39 万元，毛利率为 48.85%；2020 年 A 客户的玩具类等订单实现收入 6,066.73 万元，毛利率为 48.74%，使得 2019 年和 2020 年其他类产品直销的毛利率大幅增加；此外，2020 年度其他类产品直销的毛利率较高，主要系由于通过亚马逊等电商平台销售骑行装备、售后服务工具等产品增长所致，该类产品通过电商平台销售的毛利率为 72.16%，使得 2020 年度其他类产品直销的毛利率较高。2020 年度，其他类产品贸易商的毛利率上升主要系向 EXPRESS UNION INTERNATIONAL CO. LTD.销售的农机产品毛利率增加，该客户 2020 年度的毛利率上升主要系客户定制化新产品的开发带动毛利率提升。

## 5、分 CKD 和 SKD 模式毛利率分析

报告期内，发行人分 CKD 和 SKD 模式的毛利率情况如下：

单位：万元

项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	CKD 模式	SKD 模式	CKD 模式	SKD 模式	CKD 模式	SKD 模式
主营业务收入	57,862.86	79,509.56	39,987.17	70,398.26	32,987.26	77,588.05
主营业务成本	49,416.75	56,667.90	34,048.79	57,465.39	28,482.46	65,962.84
毛利率	14.60%	28.73%	14.85%	18.37%	13.66%	14.98%

2019 年以来公司跨境电商业务大幅增长且毛利率较高，跨境电商全部是以 SKD 模式销售整车，因此 2019 年及 2020 年的 SKD 模式毛利率上涨较多。

剔除跨境电商业务，公司 CKD 模式和 SKD 模式下的收入、成本、毛利率的情况具体如下：

单位：万元

项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	CKD 模式	SKD 模式	CKD 模式	SKD 模式	CKD 模式	SKD 模式
主营业务收入	57,862.86	64,078.31	39,987.17	65,776.57	32,987.26	76,893.71
主营业务成本	49,416.75	52,908.84	34,048.79	56,249.88	28,482.46	65,730.02
毛利率	14.60%	17.43%	14.85%	14.48%	13.66%	14.52%

剔除跨境电商业务后，2018 及 2019 年度公司 CKD 模式和 SKD 模式下的毛利率差异较小；2020 年度，SKD 模式毛利率高于 CKD 模式，系 2020 年国外自行车市场销售火爆，货运公司船期紧张，海运费上涨，而 SKD 模式因产品体积较大需要更多集装箱运输，因此公司提价幅度高于 CKD 模式，导致毛利率上升。

## 6、同行业可比公司毛利率对比分析

报告期内，公司主营业务毛利率与可比上市公司比较情况如下：

股票代码	公司名称	2020 年度	2019 年度	2018 年度
600679.SH	上海凤凰	12.96%	15.03%	16.33%
600818.SH	中路股份	14.58%	13.01%	12.11%
9921.TW	巨大机械	23.09%	21.51%	20.74%
9914.TW	美利达	13.99%	13.52%	13.11%
可比公司平均值		<b>16.16%</b>	<b>15.77%</b>	<b>15.57%</b>
本公司		<b>20.16%</b>	<b>17.31%</b>	<b>13.30%</b>

注 1：可比公司各项财务比率系根据其公开披露的定期报告内容计算所得。

注 2：中路股份的毛利率是指其主营业务毛利率；上海凤凰的主营业务分行业包括制造业、房地产租赁业、酒店与咨询服务以及拼柜贸易，此处取其制造业的主营业务毛利率；巨大机械以及美利达均为中国台湾上市公司，年报未披露主营业务相关数据，此处系采用营业毛利率。

从上表可见，报告期内公司毛利率低于巨大机械，主要系由于巨大机械的自有品牌（捷安特）约占 70%，OEM/ODM 约占 30%，捷安特品牌定位较为高端，品牌溢价率较高，因此巨大机械毛利率高于其他同行业公司；除巨大机械外，2018 年公司毛利率与其他同行业上市公司毛利率不存在显著差异。2019 年、2020 年除上海凤凰毛利率略有下降外，上述其他同行业上市公司毛利率均呈上升趋势。

势，与公司毛利率上升趋势一致。

发行人毛利率的增长幅度高于同行业，主要系：①由于新增 A 客户的玩具类订单所致，该产品 2019 年实现收入 8,847.39 万元，毛利率为 48.85%，使得 2019 年度的主营业务毛利率有所上升；②报告期内，电商平台的销售占比分别为 0.46%、2.64%和 7.80%，电商平台的销售毛利率相对较高，电商平台的销售规模逐年提高导致发行人的毛利率的增长幅度高于同行业。扣除 A 客户和电商销售的影响，发行人报告期内的主营业务毛利率分别为 13.07%、14.04%和 14.48%，与上海凤凰、中路股份、美利达的主营业务毛利率平均水平（2018-2020 年分别为 13.85%、13.85%、13.84%）基本一致，与同行业可比公司的主营业务毛利率变动趋势亦基本保持一致。

### （五）期间费用分析

报告期内，公司各期的期间费用及占营业收入的比例如下：

单位：万元

项目	2020 年度		2019 年度		2018 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
销售费用	21,661.02	9.48%	14,717.81	8.20%	12,017.82	6.60%
管理费用	2,345.68	1.03%	2,259.15	1.26%	2,339.28	1.28%
研发费用	1,478.90	0.65%	1,193.33	0.66%	1,100.31	0.60%
财务费用	3,376.42	1.48%	-437.17	-0.24%	-109.53	-0.06%
<b>合计</b>	<b>28,862.02</b>	<b>12.63%</b>	<b>17,733.13</b>	<b>9.88%</b>	<b>15,347.89</b>	<b>8.43%</b>

报告期内，公司期间费用分别为 15,347.89 万元、17,733.13 万元和 28,862.02 万元，合计占营业收入的比例分别为 8.43%、9.88%和 12.63%。2020 年度公司的期间费用增长较快，主要系销售费用和财务费用增长较多。

#### 1、销售费用

报告期内，公司销售费用分别为 12,017.82 万元、14,717.81 万元和 21,661.02 万元，销售费用率分别为 6.60%、8.20%和 9.48%，销售费用规模及占营业收入的比重呈逐年上升趋势，主要系由于电商费用和运输费用增长较快所致。公司销售费用中各项目的具体情况如下：

单位：万元



项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
运输及出口费用	8,296.46	38.30%	6,051.08	41.11%	5,233.69	43.55%
职工薪酬	4,140.59	19.12%	4,051.57	27.53%	4,185.87	34.83%
售后服务费	630.79	2.91%	644.99	4.38%	676.71	5.63%
电商费用	6,083.37	28.08%	2,265.62	15.39%	361.25	3.01%
广告宣传费	629.26	2.91%	218.68	1.49%	150.30	1.25%
差旅费	96.68	0.45%	255.87	1.74%	253.19	2.11%
办公费	171.88	0.79%	131.78	0.90%	113.30	0.94%
业务招待费	16.86	0.08%	68.77	0.47%	64.59	0.54%
出口保险费	735.65	3.40%	604.71	4.11%	747.29	6.22%
其他	859.48	3.97%	424.75	2.89%	231.63	1.93%
<b>合计</b>	<b>21,661.02</b>	<b>100.00%</b>	<b>14,717.81</b>	<b>100.00%</b>	<b>12,017.82</b>	<b>100.00%</b>

2019 年度，公司的销售费用较上年增长 2,699.99 万元，主要系运输及出口费用以及电商费用增加所致。一方面，2019 年度公司新增 A 客户，其订单金额较大且主要采用 DDP 结算，使得公司的运输及出口费用有所增加；另一方面，公司 2019 年跨境电商业务规模扩大，因而相应的电商费用大幅增加。

2020 年度，公司的销售费用较上年增长 6,943.21 万元，主要系运输及出口费用以及电商费用增加所致。一方面，受新冠疫情的影响，海外销售增长的同时出口船运的货柜紧张，各物流公司的运输量激增，使得公司的运输及出口费用大幅增加；另一方面，公司 2020 年跨境电商业务规模继续扩大，因而相应的电商费用进一步增加。

### (1) 运输及出口费用

报告期内，运输及出口费用与销售收入变动情况如下：

单位：万元

项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度
	金额	变动幅度	金额	变动幅度	金额
运输及出口费用	8,296.46	37.11%	6,051.08	15.62%	5,233.69
主营业务收入	228,421.73	27.38%	179,324.66	-1.46%	181,980.72
<b>占比</b>	<b>3.63%</b>	<b>0.26%</b>	<b>3.37%</b>	<b>0.50%</b>	<b>2.88%</b>

其中运输及出口费用具体明细构成及变动情况如下：

单位：万元

项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度
	金额	变动幅度	金额	变动幅度	金额
海运费	4,403.58	76.89%	2,489.48	99.18%	1,249.84
内陆运费	3,892.88	9.30%	3,561.60	-10.60%	3,983.85
小计	<b>8,296.46</b>	<b>37.11%</b>	<b>6,051.08</b>	<b>15.62%</b>	<b>5,233.69</b>

报告期内，公司的内陆运费、海运费与对应集装箱装柜数匹配分析如下：

### ①内陆运费

内陆运费主要为出口包干费，包括报关费、拖箱费、码头操作费及其他运杂费。内陆运费中还有一部分为从供应商处到港口的运费及内销运费，公司内销业务占比较低且内销物流费用通常由客户承担，因此各期内销运费金额较小。公司外销业务产生的出口包干费均由公司承担，以 FOB、CIF 及 DDP 交易模式下外销均会产生出口包干费，因此将内陆运费与外销业务的集装箱装柜数匹配分析如下：

项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度
	金额/数量	变动幅度	金额/数量	变动幅度	金额/数量
内陆运费（万元）	3,892.88	9.30%	3,561.60	-10.60%	3,983.85
外销装柜数量（箱）	8,545	20.57%	7,087	-10.66%	7,933
外销收入（万元）	223,361.25	26.46%	176,632.56	-0.86%	178,164.73
内陆运费/装柜数（元/箱）	4,555.74	-9.35%	5,025.54	0.07%	5,021.87
内陆运费/外销收入	1.74%	-13.57%	2.02%	-9.82%	2.24%

由上表可知，报告期内，公司的内陆运费与外销装柜数量呈现正相关性，内陆运费变动与外销装柜数量变动趋势一致，单位内陆运费分别为 5,021.87 元/箱、5,025.54 元/箱及 4,555.74 元/箱，整体保持稳定。

### ②海运费

海运费仅在外销业务以 CIF、DDP 结算模式下产生，报告期内海运费与外销业务中 CIF、DDP 模式的集装箱装柜数匹配分析如下：

项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度
	金额/数量	变动幅度	金额/数量	变动幅度	金额/数量

海运费（万元）	4,403.58	76.89%	2,489.48	99.18%	1,249.84
CIF、DDP 及跨境电商模式下装柜数量（箱）	1,491	90.91%	781	-22.44%	1,007
CIF、DDP 及跨境电商模式销售收入（万元）	50,004.23	66.37%	30,056.77	-4.23%	31,383.50
海运费/装柜数（元/箱）	29,534.41	-7.34%	31,875.51	156.82%	12,411.54
海运费/ CIF、DDP 及跨境电商模式销售收入	8.81%	-	8.28%	-	3.98%

2019 年海运费大幅上涨，主要系新增 A 客户订单金额较大且采用 DDP 方式结算，DDP 模式下海运费包括送到客户指定地点的所有费用且 A 客户所在地运输距离较远，导致 2019 年海运费增长较多，2019 年度运输及出口费用整体也大幅增加。剔除 A 客户订单影响后，报告期各期的海运费如下：

项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度
	金额/数量	变动幅度	金额/数量	变动幅度	金额/数量
海运费（万元）	3,499.22	227.30%	1,069.11	-14.46%	1,249.84
CIF、DDP 及跨境电商模式下装柜数量（箱）	1,367	142.38%	564	-43.99%	1,007
CIF、DDP 及跨境电商模式销售收入（万元）	43,937.50	107.16%	21,209.38	-32.42%	31,383.50
海运费/装柜数（元/箱）	25,597.82	35.04%	18,955.84	52.73%	12,411.54
海运费/ CIF、DDP 及跨境电商模式销售收入	7.96%	-	5.04%	-	3.98%

剔除 A 客户订单影响后，海运费/装柜数平均单价分别为 12,411.54 元/箱、18,955.84 元/箱及 25,597.82 元/箱。各期海运费单价波动较大主要系物流公司根据每笔订单当时的市场情况作出相应报价，该报价受海运市场需求、国际原油价格、启运港、目的港、运输距离等各方面因素的影响，每笔外销业务海运费通常差异较大。中国出口集装箱运价指数（CCFI）和中国货代运价指数(CFFI)反映中国出口集装箱运输市场价格和集装箱海运市场的变化趋势，经统计各期中国出口集装箱运价指数和中国货代运价指数年平均值得如下表所示：

项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度
	指数	变动幅度	指数	变动幅度	指数
中国出口集装箱运价指数	978.20	18.78%	823.53	0.70%	817.80
中国货代运价指数	1,079.94	10.83%	974.37	5.05%	927.56

数据来源：交通运输部官网及 Wind 经济数据库

上述两项指数 2019 年平均值得分别较上年上升 0.70%和 5.05%，2020 年平均值得分别较上年上升 18.78%和 10.83%，公司海运费平均单价的变动趋势与两项指

数变动趋势整体一致。此外，2018年农机产品出口大幅增加，2018年农机产品销售额较2017年增长75.99%，因农机产品体积较大导致装柜数增加较多，使得2018年海运费平均单价较低。

综合以上内陆运费和海运费的分析，报告期内，公司销售费用中运输及出口费用分别为5,233.69万元、6,051.08万元及8,296.46万元，占当期主营业务收入的比例分别为2.88%、3.37%及3.63%，占比呈逐年上升的趋势符合公司的实际经营情况。

2019年主营业务收入较2018年下降1.46%，而运输及出口费用上涨15.62%，其中海运费上涨99.18%，运输及出口费用与销售收入变动趋势不一致。主要原因为新增A客户订单金额较大且采用DDP方式结算，DDP模式下海运费包括送到客户指定地点的所有费用且A客户所在地运输距离较远，导致2019年海运费大幅上涨。2019年对A客户销售收入8,847.39万元，占主营业务收入的比例为4.93%，产生海运费1,420.37万元，占当期海运费的57.05%。剔除A客户订单影响后，运输及出口费用占主营业务收入比例为2.58%，较2018年略有下降，系2019年以CIF、DDP方式交易的占比下降所致，运输及出口费用整体变动与主营业务收入变动趋势一致。

2020年主营业务收入较2019年上涨27.38%，运输及出口费用上涨37.11%，运输及出口费用与销售收入变动趋势一致。2020年受新冠疫情影响，国际海运需求猛增导致海运价格上涨。此外，由于公司跨境电商销售大幅增加且主要销售在北美地区，海运费单价相对较高。因此，2020年运输及出口费用上涨幅度较大。

## （2）职工薪酬

销售人员的职工薪酬情况详见本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“十一、发行人员工情况”之“（一）发行人员工基本情况”之“4、销售人员的变动、平均工资等情况”。

## （3）电商费用

公司2018年至2020年各年跨境电商销售收入分别为694.34万元、4,621.69万元及17,488.43万元。电商费用主要为基础物流费、销售佣金、广告服务等，

与销售情况关系紧密，2019 年跨境电商收入大幅上涨，因此 2019 年电商费用也随之大幅增加。

2020 年，受新冠肺炎疫情影响，全球各地消费者为减少人员接触，以骑自行车出行代替公共交通工具，各国民众对自行车的购买需求大幅增长，因此 2020 年跨境电商收入大幅增加，相关的基础物流费、销售佣金及广告服务等也大幅上升。2018 年、2019 年以及 2020 年，电商费用占跨境电商销售收入比例分别为 52.03%、49.02% 及 34.79%，2020 年由于销售收入大幅增加，而广告服务等其他平台费用与时间及点击量等因素相关，增幅相对较小，因此 2020 年费用率有所下降。

#### (4) 广告宣传费

报告期内，公司广告宣传费构成明细如下：

单位：万元

项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
展会费	39.49	6.28%	177.05	80.96%	114.76	76.35%
宣传费	589.77	93.72%	41.63	19.04%	35.54	23.65%
<b>合计</b>	<b>629.26</b>	<b>100.00%</b>	<b>218.68</b>	<b>100.00%</b>	<b>150.30</b>	<b>100.00%</b>

报告期内，公司广告宣传费分别为 150.30 万元、218.68 万元和 629.26 万元。2018 年和 2019 年公司广告宣传费主要为展会费，系公司参加国内外各类展会发生的展位费、搭建费等支出。2018 年、2019 年展会费占广告宣传费比例均在 75% 以上，各期参展数量及参会规模不同，展会费有所变动；2020 年因受新冠疫情影响，部分展会取消或延迟举办，导致展会费下降较多。报告期内，宣传费主要系线上推广费用，2020 年公司为进一步扩大跨境电商销售规模，发生较多推广费用。

## 2、管理费用

报告期内，公司管理费用分别为 2,339.28 万元、2,259.15 万元和 2,345.68 万元，管理费用率分别为 1.28%、1.26% 和 1.03%，管理费用规模及占营业收入的比重呈逐年下降趋势但基本保持稳定。公司管理费用中各项目的具体情况如下：

单位：万元

项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
职工薪酬	1,284.46	54.76%	1,399.00	61.93%	1,364.30	58.32%
办公费	494.97	21.10%	354.14	15.68%	404.15	17.28%
业务招待费	174.83	7.45%	81.67	3.62%	84.46	3.61%
资产折旧和摊销	178.08	7.59%	163.76	7.25%	200.09	8.55%
差旅费	9.32	0.40%	55.94	2.48%	81.18	3.47%
汽车费用	35.99	1.53%	48.92	2.17%	43.69	1.87%
其他	168.02	7.16%	155.73	6.89%	161.41	6.90%
<b>合计</b>	<b>2,345.68</b>	<b>100.00%</b>	<b>2,259.15</b>	<b>100.00%</b>	<b>2,339.28</b>	<b>100.00%</b>

报告期内，公司管理费用中的职工薪酬分别为 1,364.30 万元、1,399.00 万元和 1,284.46 万元，办公费分别为 404.15 万元、354.14 万元和 494.97 万元，整体较为稳定。

报告期内，公司的资产折旧与摊销分别为 200.09 万元、163.76 万元和 178.08 万元。2019 年较 2018 年减少 36.34 万元，主要系公司将金隆花园北区底层 B 座商场出租，对应的折旧转入其他业务成本所致。

除上述费用外，公司管理费用中其他费用总体金额较小，未见异常。

### 3、研发费用

报告期内，公司研发费用分别为 1,100.31 万元、1,193.33 万元和 1,478.90 万元，占当期营业收入的比例分别为 0.60%、0.66%和 0.65%。公司的研发费用主要包括材料投入和职工薪酬等。

单位：万元

项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
材料投入	426.96	28.87%	317.17	26.58%	411.32	37.38%
职工薪酬	893.46	60.41%	771.02	64.61%	617.28	56.10%
资产折旧与摊销	74.99	5.07%	84.93	7.12%	65.55	5.96%
其他	83.49	5.65%	20.20	1.69%	6.15	0.56%
<b>合计</b>	<b>1,478.90</b>	<b>100.00%</b>	<b>1,193.33</b>	<b>100.00%</b>	<b>1,100.31</b>	<b>100.00%</b>

报告期内，材料投入和职工薪酬为公司研发费用的主要构成，合计占各期研发费用金额的比例分别为 93.48%、91.19%和 89.28%。2019 年度，公司研发人员

的职工薪酬较 2018 年增加 153.74 万元，主要系子公司德清久胜研发人员工资上涨所致。

报告期内，公司分研发项目的研发投入以及实施进度情况如下：

单位：万元

序号	项目名称	预算	2020 年度	2019 年度	2018 年度	项目进度
1	BikesFamily 平台搭建项目（网络平台）	500	168.70	143.11	105.67	测试阶段
2	极限漂移车的设计与开发	160	166.76			已完成
3	自润滑传动的儿童自行车	130	136.11			已完成
4	电动车产品线项目	175	135.91			设计阶段
5	叠把式步步车的设计与开发	130	134.62			已完成
6	步步动童车的设计与开发	100	106.12			已完成
7	电动滑板车项目开发	90	104.18			已完成
8	新款年度自行车研发设计	100	100.22			已完成
9	折叠电动车镁合金车架的研究	150	94.80			设计阶段
10	隐藏式电动山地车车架的研发	90	80.74			已完成
11	童车铝型材配件的静电粉末喷涂工艺研究	100	70.95			测试阶段
12	车架横管自动化加工工艺研究	100	60.52			测试阶段
13	小趣摇马开发项目	100	41.53	10.59	38.20	设计阶段
14	镁合金电动车开发项目	203	24.37			设计阶段
15	自行车类产品标准制定	20	16.23			设计阶段
16	展厅改造项目	120	15.73	60.91	32.57	已完成
17	3D 导购系统程序开发	26	10.47			测试阶段
18	金蝶系统项目	10	6.58			已完成
19	客户镁合金车架开发项目	50	4.34	37.01		已完成
20	镁合金童车滑步车开发	150	0.01	32.71	102.18	已完成
21	助轮智能型童车的设计与开发	160		187.36		已完成
22	连架座童车的设计与开发	150		163.31		已完成
23	自行车车架真空镀膜工艺的研究	110		118.13		已完成
24	组合可调式童车辅助轮支架的研发	70		84.63		已完成
25	童车座椅调节装置的研发	70		59.07		已完成
26	电动滑板车项目开发	90		56.27	13.63	已完成
27	滑板童车的设计与开发	80		51.55		已完成
28	小趣自行车项目开发	96		45.95	46.66	已完成

序号	项目名称	预算	2020 年度	2019 年度	2018 年度	项目进度
29	镂空杆单速车的设计与开发	160		34.46	155.61	已完成
30	驱动灵童车的设计与开发	160		32.43	135.21	已完成
31	展厅 VR 展示项目	30		20.82		结案阶段
32	小趣滑板车开发	65		20.01	24.31	已完成
33	快拆式辅助轮开发	15		11.2	1.51	已完成
34	小趣展架开发项目	11		9.63		已完成
35	小趣扭扭车开发项目	80		7.92		设计阶段
36	小趣三轮车开发项目	50		5.05		设计阶段
37	健叠减震车的设计与开发	150			174.21	已完成
38	大旋风喷粉工艺的研究	110			98.59	已完成
39	水性漆喷涂工艺的改进研究	70			47.16	已完成
40	稳固型减震自行车前叉的研发	80			45.52	已完成
41	踏转三轮运动车的设计与开发	150			36.92	已完成
42	行转动车的设计与开发	140			23.58	已完成
43	小趣对讲机开发	2			1.89	设计阶段
44	年度新款自行车研发设计	20		1.21	16.89	已完成
	<b>合计</b>	-	<b>1,478.90</b>	<b>1,193.33</b>	<b>1,100.31</b>	

报告期内公司的研发支出均进行费用化处理，不存在研发支出资本化的情形。报告期内，发行人研发费用投入与发行人的研发项目、技术创新、产品储备情况相匹配。

#### 4、财务费用

报告期内，公司财务费用分别为-109.53 万元、-437.17 万元和 3,376.42 万元，财务费用占营业收入的比重分别为-0.06%、-0.24%和 1.48%，占比较低。公司财务费用中各项目的具体情况如下：

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
利息收入	-211.79	-91.64	-67.10
利息支出	0.30	84.69	112.67
汇兑损益	3,436.74	-584.55	-325.13
银行手续费	151.17	154.33	170.04
<b>合计</b>	<b>3,376.42</b>	<b>-437.17</b>	<b>-109.53</b>



报告期内，公司财务费用波动较大，主要受汇兑损益波动的影响。报告期各期，公司的汇兑损益分别为-325.13万元、-584.55万元和3,436.74万元，主要系公司外销收入占比较高，产品销售收入主要以美元结算，受美元兑人民币汇率波动的影响，由此产生汇兑损益，2020年下半年以来，受人民币兑美元大幅升值的影响，公司2020年度汇兑损失大幅增加。

### 5、与可比公司期间费用率的比较

销售费用率				
股票代码	公司名称	2020年度	2019年度	2018年度
600679.SH	上海凤凰	1.78%	3.49%	3.43%
600818.SH	中路股份	5.65%	5.56%	5.58%
9921.TW	巨大机械	9.31%	10.26%	10.13%
9914.TW	美利达	3.87%	3.85%	4.09%
可比公司平均值		<b>5.15%</b>	<b>5.79%</b>	<b>5.81%</b>
本公司		<b>9.48%</b>	<b>8.20%</b>	<b>6.60%</b>
管理费用率				
股票代码	公司名称	2020年度	2019年度	2018年度
600679.SH	上海凤凰	6.38%	8.52%	10.13%
600818.SH	中路股份	6.28%	8.09%	8.49%
9921.TW	巨大机械	2.61%	2.24%	2.53%
9914.TW	美利达	4.19%	3.32%	3.13%
可比公司平均值		<b>4.87%</b>	<b>5.54%</b>	<b>6.07%</b>
本公司		<b>1.03%</b>	<b>1.26%</b>	<b>1.28%</b>
研发费用率				
股票代码	公司名称	2020年度	2019年度	2018年度
600679.SH	上海凤凰	1.07%	0.76%	0.85%
600818.SH	中路股份	3.73%	5.31%	5.75%
9921.TW	巨大机械	1.34%	1.38%	1.37%
9914.TW	美利达	-	-	-
可比公司平均值		<b>2.05%</b>	<b>2.48%</b>	<b>2.66%</b>
本公司		<b>0.65%</b>	<b>0.66%</b>	<b>0.60%</b>
财务费用率				
股票代码	公司名称	2020年度	2019年度	2018年度

600679.SH	上海凤凰	0.52%	0.19%	-0.21%
600818.SH	中路股份	1.11%	1.89%	1.78%
9921.TW	巨大机械	-0.03%	0.00%	0.17%
9914.TW	美利达	0.07%	-0.13%	-0.04%
可比公司平均值		<b>0.42%</b>	<b>0.49%</b>	<b>0.42%</b>
本公司		<b>1.48%</b>	<b>-0.24%</b>	<b>-0.06%</b>

注：可比公司各项财务比率系根据其公开披露的定期报告内容计算所得。

报告期内，公司的销售费用率高于同行业上市公司，系由于公司从事外销业务，运输相关费用较高；且随着公司电商平台销售收入逐年大幅增加，电商费用较高所致。

报告期内，公司的管理费用率低于同行业上市公司的平均水平，主要系上海凤凰、中路股份的管理费用率较高所致，上海凤凰、中路股份的销售收入规模低于上述同行业公司，使得其管理规模效应低于同行业公司，管理费用率偏高；另一方面，由于公司采取以设计开发及销售渠道为核心，以外包生产为主、自主生产为辅的经营模式，因此员工主要由生产人员、销售人员以及研发人员等构成，管理人员数量相对较少；此外，同行业上市公司的管理费用中包含了较大的折旧费、租金等费用，而公司的房屋、机器设备等折旧摊销占比较小，从而使得公司管理费用整体金额较小，低于同行业上市公司的平均水平。

报告期内，公司研发费用率低于同行业上市公司的平均水平，主要系中路股份的研发费用率高于上述同行业公司所致，中路股份的研发项目还包括高空风能发电核心技术、纳米皮产品的生产工艺技术等，因而不具备可比性；同时，公司采取外包生产直接采购的业务模式，研发所需的直接材料和研发设备投入相对较少，因此，研发费用率低于同行业上市公司。公司正不断加大研发设计的投入以提高产品竞争力，研发费用率逐年上升。

报告期内，受汇兑损益的影响，公司的财务费用率有所波动，整体情况与同行业上市公司相比不存在显著差异。

## （六）其他项目分析

### 1、其他收益

报告期内，公司的其他收益明细情况如下表所示：

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
与收益相关的政府补助	499.76	570.06	408.93
代扣个人所得税手续费返还	11.71	-	2.57
<b>合计</b>	<b>511.47</b>	<b>570.06</b>	<b>411.50</b>

报告期内，公司的其他收益均由与收益相关且用于补偿公司已发生的相关成本费用或损失的政府补助构成，明细情况如下：

单位：万元

项目	金额	说明
<b>2020 年度</b>		
上城区财政局出口信用保险补贴、出口信保补贴收入	258.58	上商务（2020）49 号
财政局跨境电子商务补贴	72.39	上商务（2020）35 号、杭财企（2020）25 号
政策扶持资金	39.00	杭州市上城区人民政府小营街道综合服务中心备忘录
疫情防控技能培训补贴	26.72	浙人社发（2020）9 号
上城区财政疫情补贴	16.00	上商务（2020）31 号
2019 年技术创新奖励	14.00	德经信发（2020）13 号
2019 年度服务外包奖励、2019 年度外贸奖励	13.39	德商务（2020）12 号、证明
其他	59.68	-
<b>合计</b>	<b>499.76</b>	-
<b>2019 年度</b>		
社保返还	223.25	浙政发（2018）50 号
2018 年度杭州市出口信保保费、商务发展外贸补助	125.84	杭财企（2019）51 号
出口信保保费补助	74.15	上商务（2019）52 号
2018 年度外贸、外经及服务外包奖励	34.56	德商务（2019）10 号、证明
跨境电子商务补贴	29.95	上商务（2018）55 号
政策扶持资金	28.95	杭州市上城区人民政府小营街道综合服务中心备忘录
创新技改补助	25.89	德经信发（2019）29 号
2018 公共海外仓的仓储费用补助	12.05	上商务（2019）10 号
其他	15.42	-
<b>合计</b>	<b>570.06</b>	-
<b>2018 年度</b>		

项目	金额	说明
财政补贴/信保补贴/谷歌推广/网站建设补贴	142.64	上商务（2018）8号
出口信用保险费用补贴	105.93	上商务（2018）45号
财政局 2017 年奖励补助	81.10	德经信发（2018）27号
土地使用税返还	31.20	浙政办发（2012）153号
德清环境保护局 VOC 行业整治拨款	20.00	德财建（2018）96号
2017 年外贸奖励	18.57	德商务（2018）12号、证明
其他	9.49	-
<b>合计</b>	<b>408.93</b>	-

## 2、投资收益

报告期内，公司的投资收益明细情况如下表所示：

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
处置以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债取得的投资收益	-	-	-718.00
处置金融工具取得的投资收益	237.23	-391.88	-
其中：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	-	-391.88	-
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	237.23	-	-
金融工具持有期间的投资收益	87.04	146.61	-
其中：债务工具投资	87.04	146.61	-
理财产品收益	-	-	105.18
<b>合计</b>	<b>324.27</b>	<b>-245.27</b>	<b>-612.82</b>

报告期内，公司的投资收益分别为-612.82万元、-245.27万元和 324.27万元，波动较大。公司主要面向境外客户进行销售，生产经营活动中面临一定的汇率波动风险。公司为尽量减少汇率波动给生产经营带来的影响，通过远期合约等方式锁定汇率变动从而减少汇率波动的风险。2018年度及 2019年度处置以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债取得的投资收益金额相对较大，主要系受美元相对于人民币升值且幅度较大因素影响，约定汇率和到期日即期汇率之间存在较大的差异导致产生损失金额相对较大所致。

## 3、公允价值变动收益

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
交易性金融资产（以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产）	1,050.76	28.32	-
其中：衍生金融工具产生的公允价值变动收益	1,050.76	28.32	-
交易性金融负债（以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债）	-	-	-21.25
其中：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产生的公允价值变动收益	-	-	-21.25
<b>合计</b>	<b>1,050.76</b>	<b>28.32</b>	<b>-21.25</b>

2018 年度、2019 年度和 2020 年度，发行人公允价值变动损益金额分别为 -21.25 万元、28.32 万元和 1,050.76 万元，主要为持有衍生金融工具及以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债的公允价值变动金额。2020 年度，由于人民币兑美元汇率波动较大，公司购买了较多远期结售汇产品，从而产生了较多的公允价值变动收益。

#### 4、信用减值损失

2019 年度和 2020 年度，公司信用减值损失为-361.63 万元和-396.69 万元。公司自 2019 年开始采用新金融工具准则，信用减值损失主要内容系应收账款和其他应收款计提的减值准备导致的坏账损失。

#### 5、资产减值损失

报告期内，公司资产减值损失的构成情况如下表所示：

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
坏账损失	-	-	-1,010.96
存货跌价损失	-60.13	-145.82	-58.60
<b>合计</b>	<b>-60.13</b>	<b>-145.82</b>	<b>-1,069.56</b>

报告期内，公司的资产减值损失分别为-1,069.56 万元、-145.82 万元和-60.13 万元。2018 年度，公司的坏账损失为-1,010.96 万元，主要系对杭州骑呗科技有限公司的应收账款全额计提坏账准备所致。

#### 6、资产处置收益

报告期内，公司的资产处置收益分别为 10.02 万元、1.66 万元和-0.44 万元，均为固定资产的处置收益。

## 7、营业外收支

### (1) 营业外收入

报告期内，公司的营业外收入明细情况如下表所示：

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
政府补助	165.00	10.50	-
无法支付款项	65.59	-	-
赔偿金	-	-	3.40
其他	17.50	14.33	14.58
<b>合计</b>	<b>248.09</b>	<b>24.83</b>	<b>17.99</b>

报告期内，公司营业外收入主要为收到的与收益相关的及与日常经营活动无直接关系的政府补助，具体情况如下：

单位：万元

项目	金额	说明
<b>2020 年度</b>		
“凤凰行动”补助	150.00	上政办函（2018）56 号
“凤凰行动”扶持资金	15.00	杭财企（2020）43 号
<b>合计</b>	<b>165.00</b>	-
<b>2019 年度</b>		
2019 年度第一批科技创新专项资金	5.50	德政发（2016）47 号
2019 年全县工业经济工作奖励	5.00	德政发（2019）14 号
<b>合计</b>	<b>10.50</b>	-
<b>2018 年度</b>		
无	-	-

根据《企业会计准则第 16 号——政府补助》（财会[2017]15 号）第十一条规定，与企业日常活动相关的政府补助，应当按照经济业务实质，计入其他收益或冲减相关成本；与企业日常活动无关的政府补助，应当计入营业外收支。

报告期内，公司计入当期损益的政府补助金额如下：

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
计入当期损益的政府补助金额（A）	664.76	580.56	408.93

利润总额 (B)	18,690.34	13,154.47	7,432.77
比率 (A/B)	3.56%	4.41%	5.50%

报告期内，公司收到的政府补助金额占同期利润总额的比例较低，公司的经营业绩对政府补助不存在重大依赖。

## (2) 营业外支出

报告期内，公司的营业外支出明细情况如下表所示：

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
捐赠支出	15.45	1.00	0.00
非流动资产毁损报废损失	0.50	2.33	1.19
罚款支出	17.91	0.37	0.37
其他	0.00	0.02	3.94
<b>合计</b>	<b>33.86</b>	<b>3.73</b>	<b>5.49</b>

报告期内，公司营业外支出分别为 5.49 万元、3.73 万元和 33.86 万元，金额较小。

## 8、税项分析

### (1) 主要税项缴纳情况

根据天健会计师出具的《关于久祺股份有限公司最近三年主要税种纳税情况的鉴证报告》(天健审〔2021〕382号)，公司报告期内实际纳税情况如下：

#### ① 企业所得税

报告期内，公司企业所得税纳税情况如下：

单位：万元

年度	期初未交数	本期已交数	汇算清缴退回	期末未交数
2020 年度	1,063.20	2,403.98	55.61	1,618.34
2019 年度	1,585.87	3,511.25	-	1,063.20
2018 年度	293.72	976.85	6.36	1,585.87

公司所得税费用包括当期所得税和递延所得税，具体情况如下：

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
当期所得税	2,903.51	2,988.57	2,262.65
递延所得税	111.68	-32.82	7.93
所得税费用合计	3,015.20	2,955.75	2,270.58
利润总额	18,690.34	13,154.47	7,432.77
所得税费用/利润总额	16.13%	22.47%	30.55%

## ②增值税

报告期内，公司增值税纳税情况如下：

单位：万元

年度	期初未交数	本期已交数	期末未交数
2020 年度	-735.22	90.60	-1,584.71
2019 年度	-787.99	73.04	-735.22
2018 年度	-1,402.39	109.83	-787.99

## (2) 所得税费用与会计利润的关系

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
利润总额	18,690.34	13,154.47	7,432.77
按母公司适用税率计算的所得税费用	4,672.59	3,288.62	1,858.19
子公司适用不同税率的影响	-1,514.44	-471.82	-54.91
调整以前期间所得税的影响	-	-	38.12
不可抵扣的成本、费用和损失的影响	115.06	87.59	191.29
使用前期未确认递延所得税资产的可抵扣亏损的影响	-213.31	-	-
本期未确认递延所得税资产的可抵扣暂时性差异或可抵扣亏损的影响	-	102.14	272.44
加计扣除计算影响	-44.70	-50.78	-34.55
所得税费用	3,015.20	2,955.75	2,270.58

## (3) 报告期重大税收政策变化及税收优惠对发行人的影响

### ①所得税优惠政策影响

本公司控股子公司浙江德清久胜车业有限公司于 2017 年 11 月 13 日取得国家高新技术企业证书（证书编号：GR201733001253，有效期三年），于 2020 年 12 月 1 日取得国家高新技术企业证书（证书编号：GR202033008429，有效期三



年)，根据《中华人民共和国企业所得税法》（中华人民共和国主席令第 63 号），上述国家高新技术企业证书有效期内，浙江德清久胜车业有限公司减按 15% 的税率缴纳企业所得税。2018 年度、2019 年度和 2020 年度德清久胜企业所得税按应纳税所得额的 15% 税率计缴。

2018 年度、2019 年度和 2020 年度，由于德清久胜存在未弥补亏损，公司并未享受所得税税收优惠。

## ② 增值税优惠政策影响

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
出口退税金额（A）	18,727.28	18,018.61	22,175.79
营业收入（B）	228,555.87	179,543.14	182,049.33
出口退税金额占营业收入的比例（A/B）	8.19%	10.04%	12.18%

报告期内，公司各年收到的出口退税金额差异相对较大，主要是受到国家出口退税政策变动的影响所致。

③ 报告期内，公司其他税收政策变化及税收优惠对发行人的影响请参见本节“六、公司适用的税种、税率及享受的税收优惠政策”。

## ④ 现金流量表中收到的税费返还金额与出口退税的勾稽关系

报告期内，公司现金流量表中收到的税费返还金额的如下：

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
现金流量表—收到的税费返还	18,782.89	18,018.61	22,213.35
其中：土地使用税返还	-	-	31.20
所得税费用返还	55.61	-	6.36
增值税出口退税	18,727.28	18,018.61	22,175.79

报告期内，公司未取得增值税返还，公司收到的土地使用税返还计入非经常性损益。

综上所述，除国家规定的税收政策调整外，报告期内发行人享受的税收优惠未发生重大变化，发行人的经营成果对税收优惠不存在重大依赖。

（七）对公司持续经营能力可能产生重大不利影响的因素及保荐人对公司持续经

## 营能力的核查结论意见

对发行人持续经营能力构成重大不利影响的因素包括但不限于：创新风险、市场风险、经营风险、财务风险及募集资金投资项目风险等。发行人已在“第四节 风险因素”中进行了分析并完整披露。

经核查，保荐机构认为：报告期内，发行人具有良好的财务状况，根据目前行业的发展趋势以及公司的业务、财务状况，发行人具备持续经营能力。

## 十、资产质量分析

### （一）资产结构及变动分析

报告期各期末，公司的资产结构如下：

单位：万元

项目	2020.12.31		2019.12.31		2018.12.31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
流动资产	97,678.66	91.61%	66,525.97	87.66%	53,733.26	84.36%
非流动资产	8,949.55	8.39%	9,362.64	12.34%	9,961.47	15.64%
<b>资产合计</b>	<b>106,628.21</b>	<b>100.00%</b>	<b>75,888.61</b>	<b>100.00%</b>	<b>63,694.73</b>	<b>100.00%</b>

报告期各期末，公司总资产分别为 63,694.73 万元、75,888.61 万元和 106,628.21 万元。从资产结构角度来看，流动资产占比分别为 84.36%、87.66% 和 91.61%，非流动资产占比分别为 15.64%、12.34% 和 8.39%，公司资产主要是流动资产。

公司的资产结构稳定且流动资产占比较高，呈现一定的“轻资产”特征，与公司主要定位于产业链中的研发设计和销售业务环节而生产环节大部分采用外包方式的经营模式相符。

### 1、流动资产分析

报告期内，公司流动资产的构成及变化情况如下：

单位：万元

项目	2020.12.31		2019.12.31		2018.12.31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
货币资金	26,472.82	27.10%	20,574.60	30.93%	8,348.29	15.54%

项目	2020.12.31		2019.12.31		2018.12.31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
交易性金融资产	12,119.09	12.41%	3,878.32	5.83%	0.00	0.00%
应收账款	40,283.92	41.24%	33,053.29	49.68%	29,620.80	55.13%
预付款项	2,274.54	2.33%	1,461.23	2.20%	370.77	0.69%
其他应收款	2,930.76	3.00%	2,238.07	3.36%	2,333.59	4.34%
存货	11,570.37	11.85%	4,358.49	6.55%	3,496.55	6.51%
其他流动资产	2,027.16	2.08%	961.98	1.45%	9,563.26	17.80%
<b>流动资产合计</b>	<b>97,678.66</b>	<b>100.00%</b>	<b>66,525.97</b>	<b>100.00%</b>	<b>53,733.26</b>	<b>100.00%</b>

报告期内，公司流动资产主要由货币资金、应收账款、预付款项、其他应收款、存货和其他流动资产等构成。报告期各期末，公司流动资产规模分别为 53,733.26 万元、66,525.97 万元和 97,678.66 万元，占同期资产总额的比重分别为 84.36%、87.66% 和 91.61%。

#### (1) 货币资金

单位：万元

项目	2020.12.31		2019.12.31		2018.12.31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
库存现金	7.72	0.03%	18.16	0.09%	9.53	0.11%
银行存款	21,796.42	82.34%	17,477.76	84.95%	5,640.54	67.57%
其他货币资金	4,668.68	17.64%	3,078.67	14.96%	2,698.22	32.32%
<b>合计</b>	<b>26,472.82</b>	<b>100.00%</b>	<b>20,574.60</b>	<b>100.00%</b>	<b>8,348.29</b>	<b>100.00%</b>

报告期各期末，公司货币资金余额分别为 8,348.29 万元、20,574.60 万元和 26,472.82 万元，占同期流动资产余额的比例分别为 15.54%、30.93% 和 27.10%，主要由银行存款和其他货币资金构成，其中其他货币资金主要为银行承兑汇票保证金、远期结售汇保证金以及电商销售平台账户的期末余额等。

#### (2) 交易性金融资产

2019 年末和 2020 年末，公司交易性金融资产余额为 3,878.32 万元和 12,119.09 万元，主要为公司购买的理财产品。2019 年起公司应用新金融工具准则，将不承诺保本非固定收益型理财产品归类为以公允价值计量且变动计入当期损益类金融资产，由其他流动资产调整至交易性金融资产列报。公司购买上

述产品，可以使公司在保证资金流动性的同时又可以取得相应的利息收益。

### (3) 应收账款

报告期各期末，公司应收账款情况如下：

单位：万元

项目	2020.12.31	2019.12.31	2018.12.31
应收账款账面价值	40,283.92	33,053.29	29,620.80
应收账款坏账准备	2,959.15	2,678.20	2,348.11
应收账款账面余额	43,243.08	35,731.48	31,968.91

报告期各期末，公司应收账款净额分别为 29,620.80 万元、33,053.29 万元和 40,283.92 万元，占流动资产比例分别为 55.13%、49.68% 和 41.24%，是公司流动资产最主要的组成部分。

公司应收账款主要为应收境外客户的销售货款。报告期内，公司通过向中国信保投保短期出口信用保险综合保险，保险范围为全部非信用证支付方式的出口和全部信用证支付方式的出口。报告期内，公司绝大部分外销赊销订单向中国信保购买应收账款出口信用险，赔偿比例根据客户及其所在国家的不同略有差异，通常为出险金额的 90% 左右。对于超过信用期、可能发生损失的应收账款，公司可向中国信保申报可能发生的损失，中国信保积极帮助公司追偿、减少损失，如确实无法追偿，公司即可提出索赔申请，中国信保按程序定损后依约赔付，报告期内，公司在中国信保投保的应收账款占各期末外销应收账款余额的平均比例为 79.04%，公司应收账款发生坏账的风险较小。

综上，报告期内，公司客户质量良好，应收账款质量较高，未发生大额应收账款无法收回的情形，公司申请索赔均为零星小客户的零星订单，金额和占比均较低。

#### ①应收账款余额分析

单位：万元

项目	2020.12.31/ 2020 年度	2019.12.31/ 2019 年度	2018.12.31/ 2018 年度
应收账款账面余额	43,243.08	35,731.48	31,968.91
应收账款增加额	7,511.60	3,762.57	4,900.84
应收账款增幅	21.02%	11.77%	18.11%

同期营业收入	228,555.87	179,543.14	182,049.33
营业收入增加额	49,012.73	-2,506.18	6,493.45
营业收入增幅	27.30%	-1.38%	3.70%
应收账款账面余额占同期营业收入的比例	18.92%	19.90%	17.56%

报告期各期末，公司应收账款账面余额占同期营业收入的比例分别为 17.56%、19.90% 和 18.92%，保持相对稳定。

报告期各期末，主要应收账款客户期末余额变动情况如下：

单位：万元

项目	应收账款期末余额		
	2020.12.31	2019.12.31	2018.12.31
EXPRESS UNION INTERNATIONAL CO.,LTD.	7,707.41	7,994.77	4,729.25
变动额	-287.36	3,265.52	5,978.16
CORPORACION LOGISTICA DEL CARIBE SA 及其关联方	3,201.47	2,408.02	1,601.48
变动额	793.45	806.54	-819.2
HA BICICLETAS SA	1,055.27	627.17	398.48
变动额	428.10	228.69	-185.12

报告期内，EXPRESS UNION INTERNATIONAL CO.,LTD.的销售额分别为 14,175.50 万元、10,825.51 万元及 15,025.43 万元，均为销售前五大客户。2018 年至 2019 年应收账款余额的变动，主要系该客户地处乌克兰境内，受当地政治环境影响较大，且由于外汇管制等原因，客户回款有所延期，报告期内，该客户 2018 年、2019 年存在逾期的应收账款分别为 2,314.87 万元、2,886.80 万元，结合期后回款来看，该客户逾期贷款均已全部收回，截至 2020 年 12 月 31 日，该客户未有逾期的应收账款。

报告期内，CORPORACION LOGISTICA DEL CARIBE SA 及其关联方的销售额分别为 5,151.84 万元、3,428.32 万元及 7,661.67 万元，2020 年 12 月 31 日期末余额较大，一方面系 2020 年度对其销售收入增加，另一方面，受到新冠疫情的影响，客户回款存在延迟，结合期后回款来看，该客户及其关联方在 2020 年 7 月将信用期外余额全部支付，截至 2020 年 8 月 31 日，该客户未有逾期的应收账款。

报告期内，HA BICICLETAS SA 的销售额分别为 17,140.74 万元、16,111.02 万元和 18,786.55 万元，该客户信用期为 90 天，2020 年 12 月末余额较大，主要系受新冠疫情的影响，对该客户的销售集中在 2020 年下半年，占比达 74.14%，2020 年 12 月末的应收账款余额均在信用期内。

报告期内，公司主要依据中国信用保险审批后的额度和期限确定客户的信用政策，应收账款余额较大且逐年上升，一方面系中国信用保险公司对客户审批的额度有所提升，期限有所延长；另一方面由于部分客户所在国家外汇额度紧张等原因付款有所延期，公司不存在通过调整信用政策而扩大销售的情形。

## ②应收账款前五名客户分析

报告期内，公司应收账款前五名客户情况如下：

单位：万元

序号	单位名称	账面余额	占应收账款余额的比例
<b>2020.12.31</b>			
1	EXPRESS UNION INTERNATIONAL CO.,LTD.	7,707.41	17.82%
2	LIDER-96 EOOD	6,262.34	14.48%
3	P.T. INDONESIA TUNGGAL CITRA 及其关联方	3,614.40	8.36%
4	CORPORACION LOGISTICA DEL CARIBE SA 及其关联方	3,201.47	7.40%
5	UMIT BISIKLET SANAYI VE TICARET A.S.	2,405.11	5.56%
合计		<b>23,190.73</b>	<b>53.62%</b>
<b>2019.12.31</b>			
1	EXPRESS UNION INTERNATIONAL CO.,LTD.	7,994.77	22.37%
2	LIDER-96 EOOD	4,723.16	13.22%
3	CORPORACION LOGISTICA DEL CARIBE SA 及其关联方	2,408.02	6.74%
4	UMIT BISIKLET SANAYI VE TICARET A.S.	1,819.73	5.09%
5	MEGAN, LLC 及其关联方	1,706.54	4.78%
合计		<b>18,652.22</b>	<b>52.20%</b>
<b>2018.12.31</b>			
1	EXPRESS UNION INTERNATIONAL CO.,LTD.	4,729.25	14.79%
2	LIDER-96 EOOD	4,108.55	12.85%
3	P.T. INDONESIA TUNGGAL CITRA 及其关联方	2,843.69	8.90%

序号	单位名称	账面余额	占应收账款余额的比例
4	MEGAN, LLC 及其关联方	2,282.46	7.14%
5	OLFIE B.V.	1,996.52	6.25%
合计		<b>15,960.47</b>	<b>49.92%</b>

从上表可见，报告期各期末，公司应收账款前 5 名余额合计分别为 15,960.47 万元、18,652.22 万元和 23,190.73 万元，占应收账款余额的比重分别为 49.92%、52.20% 和 53.62%，呈逐年上升趋势。EXPRESS UNION INTERNATIONAL CO.,LTD.客户应收账款变动较大，主要是由于其所在国外汇额度紧张，付款有所延后，但该客户 2019 年末的应收账款期后均已收回。

应收账款余额中无应收持公司 5%（含 5%）以上股份的股东单位或关联单位款项。

### ③应收账款分类披露

单位：万元

项目	2020.12.31				
	账面余额		坏账准备		账面价值
	金额	比例	金额	计提比例	
单项计提坏账准备	823.40	1.90%	758.23	92.08%	65.17
按组合计提坏账准备	42,419.68	98.10%	2,200.93	5.19%	40,218.75
合计	43,243.08	100.00%	2,959.15	6.84%	40,283.92
项目	2019.12.31				
	账面余额		坏账准备		账面价值
	金额	比例	金额	计提比例	
单项计提坏账准备	836.50	2.34%	762.16	91.11%	74.34
按组合计提坏账准备	34,894.99	97.66%	1,916.04	5.49%	32,978.95
合计	<b>35,731.48</b>	<b>100.00%</b>	<b>2,678.20</b>	<b>7.50%</b>	<b>33,053.29</b>
项目	2018.12.31				
	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	711.77	2.23%	711.77	100.00%	-
按信用风险特征组合计提坏账准备	31,138.10	97.40%	1,597.71	5.13%	29,540.39
单项金额不重大但单项计提坏账准备	119.05	0.37%	38.63	32.45%	80.41

合计	31,968.91	100.00%	2,348.11	7.34%	29,620.80
----	-----------	---------	----------	-------	-----------

## A. 采用组合计提坏账准备的应收账款

单位：万元

项目	2020.12.31		2019.12.31		2018.12.31	
	账面余额	比例	账面余额	比例	账面余额	比例
1年以内	41,418.35	97.64%	32,802.36	94.00%	30,388.56	97.59%
1-2年	851.95	2.01%	1,762.69	5.05%	732.89	2.35%
2-3年	149.37	0.35%	326.58	0.94%	16.64	0.05%
3年以上	-	-	3.36	0.01%	-	-
合计	42,419.68	100.00%	34,894.99	100.00%	31,138.10	100.00%

从上表可见，报告期各期末，账龄1年以内的应收账款占比分别高达97.59%、94.00%和97.64%，公司应收账款质量较好，应收账款回收风险较小。

## B. 单项计提坏账准备的应收账款

单位：万元

单位名称	账面余额	坏账准备	计提比例	计提理由
<b>2020.12.31</b>				
杭州骑呗科技有限公司	711.77	711.77	100.00%	预计收回可能性较低
Import Management Limited Liability Company	93.10	27.93	30.00%	超出预计信保赔偿部分难以收回
杭州尚境电子商务有限公司	18.53	18.53	100.00%	预计收回可能性较低
合计	823.40	758.23	92.08%	
<b>2019.12.31</b>				
杭州骑呗科技有限公司	711.77	711.77	100.00%	预计收回可能性较低
Import Management Limited Liability Company	106.20	31.86	30.00%	超出预计信保赔偿部分难以收回
杭州尚境电子商务有限公司	18.53	18.53	100.00%	预计收回可能性较低
合计	836.50	762.16	91.11%	
<b>2018.12.31</b>				
杭州骑呗科技有限公司	711.77	711.77	100.00%	预计收回可能性较低
APEX DYNAMO SA DE CV	100.52	20.10	20.00%	超出预计信保赔偿部分难以收回
杭州尚境电子商务有限公司	18.53	18.53	100.00%	预计收回可能性较低
合计	830.82	750.40	90.32%	

## ④应收账款坏账准备计提的充分性



公司应收账款按照账龄分析法坏账准备计提比例与同行业可比上市公司对比如下：

证券代码	证券简称	坏账准备计提标准					
		1年以内	1-2年	2-3年	3-4年	4-5年	5年以上
600679.SH	上海凤凰	5%	25%	50%	100%	100%	100%
600818.SH	中路股份	5%	10%	30%	100%	100%	100%
9921.TW	巨大机械	-	-	-	-	-	-
9914.TW	美利达	-	-	-	-	-	-
本公司		5%	10%	30%	50%	80%	100%

数据来源：各公司公告的定期报告，巨大机械和美利达未披露坏账准备计提标准。

由上表可见，公司3-5年的坏账准备计提标准略低于上海凤凰以及中路股份，主要系公司绝大部分外销赊销订单均向中国信保购买应收账款出口信用险，应收款项无法收回的风险相对较低所致，且报告期各期末，公司应收账款账龄在3年以上的占比均不超过0.01%。总体而言，公司的应收款项坏账计提比例与可比公司不存在重大差异。

2018年，公司按照账龄分析法计提坏账准备。针对个别客户发生应收账款回收特别风险时，采用单项计提坏账准备，剩余应收账款采用按账龄组合计提坏账准备。

公司自2019年1月1日起，开始执行新修订的《企业会计准则第22号——金融工具确认和计量》新金融工具准则，公司以预期信用损失为基础，对应收账款项目按照其账龄组合预期信用损失计提减值准备并确认信用减值损失。针对个别客户发生应收账款回收特别风险时，采用单项计提坏账准备，剩余应收账款按照账龄组合预期信用损失计提坏账准备。

公司以预期信用损失为基础，对应收账款和合同资产进行减值处理并确认损失准备。公司参考历史信用损失经验，结合当前状况以及对未来经济状况的预测，编制应收账款账龄与整个存续期预期信用损失率对照表，计算预期信用损失。

账龄组合的账龄与整个存续期预期信用损失率对照表如下：

账龄	应收账款预期信用损失率(%)
1年以内（含，下同）	5.00

1-2 年	10.00
2-3 年	30.00
3-4 年	50.00
4-5 年	80.00
5 年以上	100.00

新金融工具准则下确认的预期损失率与原准则下的按账龄组合计提坏账准备比例无差异。

报告期内，公司以历史经验为基础并判断未来预期信用情况，以账龄组合确认预期信用损失率，与同行业可比上市公司的以账龄组合确认预期信用损失方法一致。

公司按照账龄组合计提的应收账款余额中，账龄 1 年以内的应收账款占比为 97.59%、94.00% 及 97.64%，公司 1 年以内的预期信用损失率与同行业保持一致，其他账龄组合段预期信用损失率基本接近。

综上，新金融工具准则下公司确认的预期损失率与原准则下的坏账计提比例无差异，结合同行业预期信用损失情况，公司与同行业可比公司不存在较大差异，公司坏账准备计提政策合理，报告期内坏账准备计提充分。

⑤截至 2021 年 2 月 28 日，发行人报告期各期末应收账款期后回款情况如下：

单位：万元

项目		2020.12.31	2019.12.31	2018.12.31
应收账款期末余额		43,243.08	35,731.48	31,968.91
期 后 回 款	2021 年 1 月 1 日-2 月 28 日回款金额	19,126.36	189.84	-
	2020 年回款金额	-	32,380.88	1,456.13
	2019 年回款金额	-	-	29,001.79
	合计	<b>19,126.36</b>	<b>32,570.72</b>	<b>30,457.92</b>
	期后回款率	<b>44.23%</b>	<b>91.15%</b>	<b>95.27%</b>

如上表所示，公司应收账款的期后回款情况较好。受新冠肺炎疫情影响，境外客户回款速度有所放缓，截至 2021 年 2 月 28 日，2020 年末应收账款的期后回款为 19,126.36 万元，回款率为 44.23%。

⑥发行人逾期一年以上的应收账款情况

报告期各期末，发行人逾期一年以上的应收账款情况如下：

单位：万元

项目	2020.12.31	2019.12.31	2018.12.31
逾期一年以上的应收账款	1,220.23	1,544.59	878.96
应收账款账面余额	43,243.08	35,731.48	31,968.91
逾期一年以上的应收账款的占比	2.82%	4.32%	2.75%
逾期一年以上的坏账准备计提金额	827.78	899.63	750.91
逾期一年以上的坏账准备计提占比	67.84%	58.24%	85.43%
逾期一年以上的应收账款期后收款金额	-	748.40	51.56

注：期后收款金额截止时间为2021年2月28日。

报告期各期末，发行人逾期一年以上的应收账款占应收账款余额的比例分别为 2.75%、4.32%和 2.82%，逾期一年以上的应收账款金额较小；对于逾期一年以上的应收账款，发行人已按照公司坏账准备政策计提坏账准备，坏账准备计提金额分别为 750.91 万元、899.63 万元和 827.78 万元。2018 年末、2019 年末和 2020 年末，公司逾期一年以上的应收账款主要系 2018 年对杭州骑呗科技有限公司的 711.77 万元应收账款全额计提坏账准备所致。

⑦不同销售模式下客户应收账款余额、账龄及坏账计提情况

公司报告期内不同销售模式下客户应收账款余额如下：

单位：万元

项目	2020.12.31		2019.12.31		2018.12.31	
	账面余额	占比	账面余额	占比	账面余额	占比
ODM 模式	32,723.10	75.67%	24,438.63	68.40%	22,092.20	69.11%
OEM 模式	-	-	-	-	47.55	0.15%
OBM 模式	3,112.32	7.20%	7,293.43	20.41%	5,404.46	16.91%
其他	7,407.66	17.13%	3,999.42	11.19%	4,424.70	13.84%
合计	43,243.08	100.00%	35,731.48	100.00%	31,968.91	100.00%

报告期各期末不同销售模式下客户应收账款余额、账龄及坏账计提情况如下：

单位：万元

项目	账龄	2020.12.31		2019.12.31		2018.12.31	
		余额	坏账准备	余额	坏账准备	余额	坏账准备

ODM 模式	1 年以内	30,982.85	1,549.14	21,759.87	1,087.99	21,143.87	1,057.19
	1-2 年	808.90	80.89	1,769.88	198.23	220.11	22.01
	2-3 年	219.58	65.87	905.53	769.90	728.23	716.71
	3-4 年	711.77	711.77	3.36	1.68	-	-
ODM 模式小计		32,723.10	2,407.67	24,438.63	2,057.80	22,092.20	1,795.91
OEM 模式	1 年以内	-	-	-	-	47.55	2.38
OEM 模式小计		-	-	-	-	47.55	2.38
OBM 模式	1 年以内	3,088.05	154.40	7,254.16	362.71	5,335.74	266.79
	1-2 年	5.75	0.57	20.73	2.07	68.71	23.55
	2-3 年	-	-	18.53	18.53	-	-
	3-4 年	18.53	18.53	-	-	-	-
OBM 模式小计		3,112.32	173.50	7,293.42	383.31	5,404.46	290.34
其他	1 年以内	7,347.45	367.37	3,788.33	189.42	3,937.74	208.34
	1-2 年	37.30	3.73	78.28	7.83	486.78	51.10
	2-3 年	22.90	6.87	132.82	39.85	0.18	0.05
贸易模式小计		7,407.66	377.97	3,999.42	237.10	4,424.70	259.49

### ⑧报告期内主要客户的信用期及变化情况

报告期公司主要客户信用政策如下：

序号	公司名称	2020 年度	2019 年度	2018 年度
1	EXPRESS UNION INTERNATIONAL CO.,LTD.	180 天	150 天	150 天
2	LIDER-96 EOOD	180 天	180 天	180 天
3	CORPORACION LOGISTICA DEL CARIBE SA 及关联方	180 天	180 天	180 天
4	DISTRIBUIDORA DE BICICLETAS BENOTTO SA DE CV	120 天	120 天	120 天
5	HA BICICLETAS SA	90 天	90 天	90 天
6	UMIT BISIKLET SANAYI VE TICARET A.S.	180 天	180 天	180 天
7	ISAPA IMPORTACAO E COMERCIO LTDA	90 天	90 天	90 天
8	P.T.INDONESIA TUNGGAL CITRA 及关联方	90 天	90 天	90 天
9	A 客户	100% 预付款	100% 预付款	-

注：信用期天数为提单日后天数

报告期内，公司主要客户的信用政策未发生异常波动。其中，两家主要客户的信用政策有所延长，具体原因如下：

公司名称	信用政策变动	变动原因
------	--------	------

公司名称	信用政策变动	变动原因
EXPRESS UNION INTERNATIONAL CO.,LTD.	2020 年由原 150 天延长至 180 天	乌克兰客户，考虑乌克兰境内市场竞争加大，该客户为促进销售，给予其下游客户一定的信用额度，并实行半年或一年不等的分期付款方式，放宽信用政策导致 EXPRESS UNION INTERNATIONAL CO.,LTD 对其客户的销售回款较慢，为此特提出申请，对公司的采购货款申请延长信用期，公司考虑到该客户为长年合作的大客户，同意自 2020 年开始，信用政策由 150 天延长至到 180 天。
UMIT BISIKLET SANAYI VE TICARET A.S.	2018 年由原 150 天延长至 180 天	土耳其客户，由于当地产品竞争较激烈，影响其下游客户销售及回款进度，客户在拜访公司时对其信用政策申请作出调整，公司为维护大客户，同意自 2018 年 11 月开始，经中信保审批通过，信用政策由 150 天延长至到 180 天。

报告期内主要客户存在逾期支付货款的情况，主要客户信用期内外应收账款的金额及占比情况，超过信用期应收账款形成的具体原因、款项性质、对应的产品种类及后续款项支付情况如下：

单位：万元

公司名称	销售收入	期末余额	期末余额占比 (%)	客户信用期	信用期内金额	信用期外金额	超信用期原因	款项性质	产品种类	信用期外款项回款
<b>2020.12.31</b>										
HA BICICLETAS SA	18,786.55	1,055.27	2.44	90 天	1,055.27	-	-	-	-	-
EXPRESS UNION INTERNATIONAL CO.,LTD.	15,025.43	7,707.41	17.82	180 天	7,707.41	-	-	-	-	-
LIDER-96 EOOD	12,478.55	6,262.34	14.48	180 天	6,262.34	-	-	-	-	-
UMIT BISIKLET SANAYI VE TICARET A.S.	9,473.60	2,405.11	5.56	180 天	2,405.11	-	-	-	-	-
ISAPA IMPORTACAO E COMERCIO LTDA	7,981.55	2,267.69	5.24	90 天	2,267.69	-	-	-	-	-
小计	<b>63,745.69</b>	<b>19,697.83</b>	<b>45.55</b>		<b>19,697.83</b>					
<b>2019.12.31</b>										
HA BICICLETAS SA	16,111.02	627.17	1.76	90 天	627.17	-	-	-	-	-
LIDER-96 EOOD	11,165.32	4,723.16	13.22	180 天	4,723.16	-	-	-	-	-
EXPRESS UNION INTERNATIONAL CO.,LTD.	10,825.51	7,994.77	22.37	150 天	5,107.97	2,886.80	该客户在乌克兰境内，受当地政治环境影响较大，该客户为扩大销售，改变其销售收款政策，给予其下游客户信用期，资金压力增大	货款	成车、摩托车、童车、配件、其他	2020 年 6 月回款
A 客户	8,847.39	-	-	100% 预收款项	-	-	-	-	-	-

公司名称	销售收入	期末余额	期末余额占比 (%)	客户信用期	信用期内金额	信用期外金额	超信用期原因	款项性质	产品种类	信用期外款项回款
DISTRIBUIDORA DE BICICLETAS BENOTTO SA DE CV	6,416.12	576.22	1.61	120 天	576.22	-	-	-	-	-
小计	<b>53,365.36</b>	<b>13,921.32</b>	<b>26.09</b>		<b>11,034.52</b>	<b>2,886.80</b>				
<b>2018.12.31</b>										
HA BICICLETAS SA	17,140.74	398.48	1.25	90 天	398.48	-	-	-	-	-
EXPRESS UNION INTERNATIONAL CO.,LTD.	14,175.50	4,729.25	14.79	150 天	2,414.38	2,314.87	该客户在乌克兰境内，受当地政治环境影响较大，外汇受到管制，外汇额度紧张	货款	成车、童车、配件、其他	2019 年 5 月回款
LIDER-96 EOOD	8,189.43	4,108.55	12.85	180 天	4,108.55	-	-	-	-	-
DISTRIBUIDORA DE BICICLETAS BENOTTO SA DE CV	6,651.95	742.99	2.32	120 天	742.99	-	-	-	-	-
P.T.INDONESIA TUNGGAL CITRA 及其关联方	6,506.06	2,843.69	8.90	90 天	1,494.80	1,348.88	2018 年印尼工厂处于筹备建设投入阶段，客户资金压力较大。	货款	童车、配件	2019 年 3 月回款
小计	<b>52,663.68</b>	<b>12,822.96</b>	<b>40.11</b>		<b>9,159.20</b>	<b>3,663.76</b>				

报告期内，发行人主要客户中除了 EXPRESS UNION INTERNATIONAL CO.,LTD.以及 UMIT BISIKLET SANAYI VE TICARET A.S.的信用期略有延长外，其他主要客户均未发生较大变化。报告期内，部分主要客户存在超过信用期的应收账款，逾期原因合理，2020 年末，发行人的主要客户不存在超过信用期的应收账款。

#### ⑨一年以上应收账款前五大客户的基本情况

报告期内，公司一年以上应收账款前五大客户基本情况、销售产品类型、是否为最终用户、信用期、合同约定的回款条件、实际

回款进度、逾期金额、逾期时间及期后回款情况：

单位：万元

年度	公司名称	1年以上期末余额	基本情况	销售产品类型	是否为最终用户	信用期及合同约定的回款条件	逾期金额	逾期时间	实际回款进度	期后回款金额
2020.12.31	杭州骑呗科技有限公司	711.77	该公司成立于 2015 年，国内销售客户，主要经营共享单车业务	成车	否	开票后 30 天	711.77	38 个月	未回款	客户申报破产清算，公司作为一般债权申报
	UNITED SALES AGENCY	242.15	该公司成立于 1964 年，印度客户，主营业务自行车和相关零件及其他产品进出口	成车	否	出货后，根据提单日期 120 天内付款	242.15	12 个月	未回款	-
	P.T.ASIA SAHABAT INDAH AGUNG	180.48	该公司成立于 2017 年，印尼客户，主营自行车制造	童车	否	出货后，根据提单日期 90 天内付款	180.48	14 个月	未回款	-
	WORLD BRANDS INTERNATIONAL CORP	117.10	该公司成立于 2006 年，巴拿马客户，主要经营眼镜、服装、自行车和运动产品	童车和成人自行车	否	出货后，根据提单日期 180 天内付款	117.10	12 个月	2021.1 月收款	117.10
	KINETIC SPORT SA DE CV	110.86	该公司成立于 2018 年，墨西哥客户，主要从事儿童自行车以及成人自行车销售	童车和成人自行车	否	出货后，根据提单日期 120 天内付款	110.86	12 个月	未回款	-
	小计	1,362.36								
	占 1 年以上应收账款余额比重	74.66%								
2019.12.31	杭州骑呗科技有限公司	711.77	该公司成立于 2015 年，国内销售客户，该公司主要经营共享单车业务	成车	否	开票后 30 天	711.77	26 个月	未回款	客户申报破产清算，公司作



年度	公司名称	1年以上期末余额	基本情况	销售产品类型	是否为最终用户	信用期及合同约定的回款条件	逾期金额	逾期时间	实际回款进度	期后回款金额
										为一般债权申报
	CORPORACION LOGISTICA DEL CARIBE SA 及其关联方	641.13	该公司成立于 1995 年，巴拿马客户，主要经营自行车以及自行车相关产品，拥有自己的品牌 RALI。	成车、童车、配件等	否	出货后，根据提单日期 180 天内付款	641.13	10 个月	2020 年 2 月回款	641.13
	OLFIEB.V.	581.58	该公司成立于 2011 年 5 月，荷兰客户，主营业务为自行车和轻便摩托车销售，公司拥有 POPAL 和 SUPERSUPER 两大品牌	童车、成车、配件	否	提单日期后 120 天付全款	581.58	7 个月	2020 年 7 月回款	581.58
	GONSER INTERNATIONAL TRADING GMBH	205.96	该公司成立于 2009 年，瑞士客户，注册资本为 200000.00 瑞士法郎，主营业务是邮购店或互联网零售	成车、童车，助力电动自行车，配件	否	20%定金，80% 见提单日起 90 天付款	205.96	14 个月	2020 年 1 月回款	205.96
	Import Management Limited Liability Company	106.20	该公司成立于 1997 年，俄罗斯客户，注册资本 20000 俄罗斯卢布，主营业务为玩具批发贸易	童车，成车	否	出货后，根据提单日期 90 天内付款	106.20	18 个月	未回款	目前申请信保索赔
	小计	2,246.63					2,246.63			
	占 1 年以上应收账款余额比重	76.70%								
2018.12.31	杭州骑呗科技有限公司	711.77	该公司成立于 2015 年，国内销售客户，该公司主要经营共享单车业务	成车	否	开票后 30 天	711.77	14 个月	未回款	客户申报破产清算，公司作为一般债权申报
	REBIMO DE GUADALAJARA,S. A.DE C.V.	188.69	该公司成立于 2002 年，墨西哥客户，注册资本为 50000.00 墨西哥比索，主营业务是自行车和摩托车零部件销售	配件，其他产品	否	见提单日起 90 天付款 100%	188.69	15 个月	2019 年 1 月回款	188.69

年度	公司名称	1年以上期末余额	基本情况	销售产品类型	是否为最终用户	信用期及合同约定的回款条件	逾期金额	逾期时间	实际回款进度	期后回款金额
	BICI PERETTI S.A.	112.35	该公司成立于 2005 年，阿根廷客户，注册资本为 700000.00 比索，主营业务是自行车及其零部件销售	成车，童车，配件	否	见提单日起 90 天付款 100%	112.35	11 个月	2019 年 1 月回款	112.35
	EXPRESS UNION INTERNATIONAL CO. LTD.	85.31	该公司成立于 2010 年，乌克兰客户，主要经营各种自行车、摩托车、农机、等轻工产品的批发贸易	成车，童车，摩托车，配件，其他产品	否	见提单日起 150 天付款 100%	85.31	8 个月	2019 年 1 月回款	85.31
	LA EMILIA S.A.	83.55	该公司成立于 1990 年，阿根廷客户，注册资本为 260,000,000.00 比索，主营业务是自行车、摩托车生产贸易	成车	否	20%定金，80%见提单日起 90 天付款	83.55	12 个月	2019 年 1 月回款	83.55
	小计	1,181.67					1,181.67			
	占 1 年以上应收账款余额比重	78.57%								

报告期内，公司一年以上应收账款余额分别为 1,504.01 万元、2,929.13 万元及 1,824.73 万元，占应收账款余额的比重分别为 4.70%、8.20%及 4.22%。一年以上应收账款前五大客户期末余额分别为 1,181.67 万元、2,246.63 万元及 1,362.36 万元，占比分别为 78.57%、76.70%及 74.66%，主要系受杭州骑呗科技有限公司、CORPORACION LOGISTICA DEL CARIBE SA 及其关联方、OLFIEB.V.影响，具体原因分析如下：

单位：万元

项目	公司名称	账面余额	具体原因及处理
2018 年末、2019 年末、2020 年末	杭州骑呗科技有限公司	711.77	该客户已处于破产清算阶段，公司作为一般债权人申报债权，公司从 2018 年开始全额计提坏账准备。
2019 年末	CORPORACION LOGISTICA DEL CARIBE SA	641.13	该客户由于自身回款较慢，资金相对紧张，申请延迟支付货款，公司考虑其为长期合作客户且信誉较好，同意其请求，截至 2020 年 7 月 31 日，客户已付清 1 年以上款项且不存在逾期的货款。
2019 年末	OLFIEB.V.	581.58	该客户 2018 年购买仓库导致其资金周转较紧张，客户申请延迟支付货款。

综上所述，除杭州骑呗科技有限公司、Import Management Limited Liability Company 等客户外，报告期各期一年以上应收账款的期后回款整体情况较好；对于一年以上应收账款，公司均采取了必要的控制措施，加强应收账款收回。

#### (4) 预付款项

报告期各期末，公司预付款项余额按性质分类具体情况如下：

单位：万元

项目	2020.12.31		2019.12.31		2018.12.31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
预付货款	2,133.05	93.78%	1,218.82	83.41%	235.25	63.45%
预付材料款	52.67	2.32%	116.47	7.97%	19.02	5.13%
其他	88.82	3.90%	125.94	8.62%	116.50	31.42%
合计	<b>2,274.54</b>	<b>100.00%</b>	<b>1,461.23</b>	<b>100.00%</b>	<b>370.77</b>	<b>100.00%</b>

报告期各期末，公司预付款项余额分别为 370.77 万元、1,461.23 万元和 2,274.54 万元，占同期流动资产余额的比例分别为 0.69%、2.20%和 2.33%，占比较低。公司预付款项主要包括预付货款、预付材料款等，结算周期均较短，信用风险较小。预付货款以及材料款主要系预付供应商的产品以及材料的采购款，因公司外销产品遵循“以销定购”及“以销定产”的原则，根据客户订单的品种和

数量组织相应采购，实行“外包生产为主、自主生产为辅”的生产模式，并尽量降低产品库存水平，因此，根据公司采购规模情况，需要预付供应商一定比例的货款。

预付款项按账龄分析情况如下：

单位：万元

账龄	2020.12.31		2019.12.31		2018.12.31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
1年以内	2,238.90	98.43%	1,454.52	99.54%	355.62	95.91%
1-2年	30.75	1.35%	5.56	0.38%	14.45	3.90%
2-3年	4.14	0.18%	0.44	0.03%	0.39	0.10%
3年以上	0.75	0.03%	0.71	0.05%	0.32	0.09%
合计	<b>2,274.54</b>	<b>100.00%</b>	<b>1,461.23</b>	<b>100.00%</b>	<b>370.77</b>	<b>100.00%</b>

报告期内各期末，公司预付款项前五名情况如下：

单位：万元

序号	单位名称	账面金额	占预付款项余额的比例
<b>2020.12.31</b>			
1	安乃达驱动技术（江苏）有限公司	315.63	13.88%
2	江苏星玛国际贸易有限公司	125.40	5.51%
3	斯博特（天津）自行车有限公司	112.14	4.93%
4	武义金跃动力科技有限公司	110.11	4.84%
5	阿里巴巴(中国)网络技术有限公司	97.87	4.30%
	合计	761.15	33.46%
<b>2019.12.31</b>			
1	重庆纳萨克斯国际贸易有限公司	469.81	32.15%
2	安乃达驱动技术（江苏）有限公司	98.32	6.73%
3	中国出口信用保险公司浙江分公司	77.79	5.32%
4	珠海珠江车业有限公司	66.94	4.58%
5	兰溪永煌车业有限公司	64.08	4.39%
	合计	<b>776.94</b>	<b>53.17%</b>
<b>2018.12.31</b>			
1	上海协升展览有限公司	84.26	22.72%
2	汕头市新陵塑胶有限公司	13.04	3.52%

3	厦门凌太光学有限公司	11.15	3.01%
4	佛山市顺德区跨速头盔有限公司	10.18	2.75%
5	中国出口信用保险公司浙江分公司	9.86	2.66%
<b>合计</b>		<b>128.48</b>	<b>34.65%</b>

(5) 其他应收款

报告期内，公司的其他应收款账面净额分类如下：

单位：万元

项目	2020.12.31	2019.12.31	2018.12.31
应收利息	-	-	0.64
其他应收款	2,930.76	2,238.07	2,332.95
<b>合计</b>	<b>2,930.76</b>	<b>2,238.07</b>	<b>2,333.59</b>

报告期各期末，公司其他应收款的账面净额分别为 2,333.59 万元、2,238.07 万元和 2,930.76 万元，其中应收利息全部为应收银行理财产品的收益，此外，其他应收款的账面余额按照款项性质分类情况如下：

单位：万元

项目	2020.12.31		2019.12.31		2018.12.31	
	账面余额	比例	账面余额	比例	账面余额	比例
出口退税	2,994.51	96.56%	2,219.51	93.85%	2,311.47	93.88%
押金保证金	42.11	1.36%	50.15	2.12%	50.55	2.05%
应收暂付款	28.27	0.91%	75.20	3.18%	82.32	3.34%
备用金	5.24	0.17%	8.40	0.36%	14.56	0.59%
其他	30.93	1.00%	11.67	0.49%	3.34	0.14%
<b>合计</b>	<b>3,101.07</b>	<b>100.00%</b>	<b>2,364.93</b>	<b>100.00%</b>	<b>2,462.24</b>	<b>100.00%</b>

报告期各期末，公司其他应收款账面余额分别为 2,462.24 万元、2,364.93 万元和 3,101.07 万元，主要为出口退税款。

报告期内各期末，公司其他应收款余额前五名情况如下：

单位：万元

序号	单位名称	账面余额	占其他应收款余额的比例
<b>2020.12.31</b>			
1	国家税务局	2,994.51	96.56%

序号	单位名称	账面余额	占其他应收款余额的比例
2	德清县供电局	20.00	0.64%
3	中国太平洋财产保险股份有限公司湖州中心支公司	11.74	0.38%
4	浙江天猫技术有限公司	11.00	0.35%
5	OAKLEY	9.04	0.29%
合计		<b>3,046.29</b>	<b>98.23%</b>
<b>2019.12.31</b>			
1	国家税务局	2,219.51	93.85%
2	德清县供电局	20.00	0.85%
3	浙江天猫技术有限公司	17.00	0.72%
4	杭州金感钰珠宝有限公司	6.97	0.29%
5	天津纺织集团进出口股份有限公司	6.62	0.28%
合计		<b>2,270.10</b>	<b>95.99%</b>
<b>2018.12.31</b>			
1	国家税务局	2,311.47	93.88%
2	韩建伟	20.15	0.82%
3	德清县供电局	20.00	0.81%
4	浙江天猫技术有限公司	12.00	0.49%
5	MAIN CONTAINER CARRIER MEXICO SA DE CV	11.32	0.46%
合计		<b>2,374.95</b>	<b>96.45%</b>

#### (6) 存货

报告期内，公司存货构成情况如下：

单位：万元

项目	2020.12.31			2019.12.31			2018.12.31		
	账面余额	跌价准备	账面价值	账面余额	跌价准备	账面价值	账面余额	跌价准备	账面价值
原材料	1,912.21	-	1,912.21	549.69	-	549.69	537.97	-	537.97
在产品	631.49	1.40	630.09	470.79	5.56	465.24	480.40	-	480.40
库存商品	5,718.42	146.82	5,571.60	2,680.03	144.87	2,535.16	2,409.10	79.70	2,329.40
发出商品	3,456.48	-	3,456.48	808.40	-	808.40	148.78	-	148.78
合计	<b>11,718.59</b>	<b>148.22</b>	<b>11,570.37</b>	<b>4,508.91</b>	<b>150.42</b>	<b>4,358.49</b>	<b>3,576.25</b>	<b>79.70</b>	<b>3,496.55</b>

公司存货主要由库存商品构成，原材料、在产品和发出商品占比较小。报告期各期末，公司存货账面价值分别为 3,496.55 万元、4,358.49 万元和 11,570.37

万元，占同期流动资产的比例分别为 6.51%、6.55%和 11.85%，占比较低，主要系由于公司采取“以销定购”的经营模式，公司根据客户订单大部分采用外包生产直接采购的方式，外包供应商生产完成后由公司组织人员进行质量验收，验收合格后由供应商或者第三方物流公司负责运输至港口，通过报关出口确认货物交付，同时确认收入并结转成本。通过这种方式，公司有效地提高了存货周转效率、减少了库存积压。

#### ①存货账面余额分析

报告期各期末，公司原材料账面余额分别为 537.97 万元、549.69 万元和 1,912.21 万元，占期末存货账面余额的比例分别为 15.04%、12.19%和 16.32%，主要为子公司德清久胜生产所需的原材料，如钢架叉、铝架叉等。2020 年末公司原材料账面余额较大，主要系受新冠疫情的影响，自行车相关产品销量普遍增长，上游原材料较为紧缺，加上临近春节假期，公司备货较多所致。

报告期各期末，公司在产品账面余额分别为 480.40 万元、470.79 万元和 631.49 万元，占期末存货账面余额的比例分别为 13.43%、10.44%和 5.39%。

报告期各期末，公司库存商品账面余额分别为 2,409.10 万元、2,680.03 万元和 5,718.42 万元，占期末存货账面余额的比例分别为 67.36%、59.44%和 48.80%。2020 年末，公司的库存商品余额增长较多，主要系跨境电商业务规模扩大，备货相应增加所致。

报告期各期末，公司发出商品账面余额分别为 148.78 万元、808.40 万元和 3,456.48 万元，占期末存货账面余额的比例分别为 4.16%、17.93%和 29.50%，发出商品主要系公司已发出但尚未交付给客户的在途货物。2020 年末，公司的发出商品余额增长较多，主要系受新冠疫情的影响船期较为紧张，公司订单量增加但尚未装船的货物囤积在港口较多所致。

#### ②报告期各期末库龄超过一年的原材料和库存商品情况

单位：万元

项目	2020.12.31	2019.12.31	2018.12.31
原材料	80.37	91.68	105.14
库存商品	224.03	285.11	363.86

合计	304.40	376.79	469.00
----	--------	--------	--------

报告期内，公司存在少量库龄超过一年的原材料以及库存商品，主要系由于杭州久趣内销业务调整以及部分产品及零配件型号老旧所致。

③报告期各期末，有订单支持的存货金额及比例

单位：万元

项目	2020年12月31日			2019年12月31日			2018年12月31日		
	存货余额	有订单金额	占比	存货余额	有订单金额	占比	存货余额	有订单金额	占比
原材料	1,912.21	1,549.14	81.01%	549.69	337.29	61.36%	537.97	231.75	43.08%
库存商品	5,718.42	1,930.20	33.75%	2,680.03	1,255.75	46.86%	2,409.10	1,683.84	69.89%
发出商品	3,456.48	3,456.48	100.00%	808.40	808.40	100.00%	148.78	148.78	100.00%
在产品	631.49	631.49	100.00%	470.79	470.79	100.00%	480.4	480.4	100.00%
合计	11,718.59	7,567.31	64.58%	4,508.91	2,872.23	63.70%	3,576.25	2,544.77	71.16%

公司以生产外包模式加强资源整合，外销产品遵循“以销定购”原则，根据客户订单的品种和数量组织相应生产与采购。报告期各期末，除了原材料中部分通用件、库存商品中跨境电商的库存以及内销商超的备货库存以外，公司的存货基本均有订单覆盖。2018年末、2019年末及2020年末存货的订单覆盖率分别为71.16%、63.70%及64.58%。2019年末和2020年末的订单覆盖率有所下降，主要系从2019年开始公司跨境电商业务大幅增长，相应的电商仓库备货增加所致。此外，由于2020年自行车市场需求增加，公司采购原材料及库存商品备货增加。

④报告期各期末，发行人的存货分产品类型的库龄情况及计提的跌价情况

单位：万元

存货类别	产品类型	账面余额	存货跌价准备	库龄			
				1年以内	1-2年	2-3年	3年以上
<b>2020.12.31</b>							
原材料	生产材料	1,912.21	-	1,831.83	35.06	11.90	33.41
库存商品	童车	3,933.15	80.56	3,799.49	68.20	26.13	39.33
	成人车	1,034.38	33.61	994.77	23.60	12.13	3.88
	助力电动自行车	-	-	-	-	-	-
	配件类	737.83	32.65	687.23	38.81	8.07	3.72
	其他类	13.06	-	12.89	-	0.16	-



存货类别	产品类型	账面余额	存货跌价准备	库龄			
				1年以内	1-2年	2-3年	3年以上
发出商品	童车	1,035.09	-	1,035.09	-	-	-
	成人车	581.96	-	581.96	-	-	-
	助力电动自行车	220.58	-	220.58	-	-	-
	配件类	1,309.59	-	1,309.59	-	-	-
	其他类	309.26	-	309.26	-	-	-
在产品	童车	631.49	1.40	626.82	0.46	-	4.21
<b>合计</b>		<b>11,718.59</b>	<b>148.22</b>	<b>11,409.51</b>	<b>166.14</b>	<b>58.39</b>	<b>84.56</b>
<b>2019.12.31</b>							
原材料	生产材料	549.69	-	458.01	22.89	57.75	11.04
库存商品	童车	1,479.51	64.81	1,300.96	100.45	45.30	32.80
	成人车	1,086.71	40.47	995.09	86.94	1.35	3.33
	助力电动自行车	8.97	8.97	6.93	-	2.04	-
	配件类	103.68	29.64	91.82	8.14	0.79	2.93
	其他类	1.16	0.99	0.12	0.89	-	0.15
发出商品	童车	293.03	-	293.03	-	-	-
	成人车	249.80	-	249.80	-	-	-
	助力电动自行车	4.56	-	4.56	-	-	-
	配件类	210.73	-	210.73	-	-	-
	其他类	50.28	-	50.28	-	-	-
在产品	童车	470.79	5.56	430.80	14.26	21.16	4.57
<b>合计</b>		<b>4,508.91</b>	<b>150.42</b>	<b>4,092.13</b>	<b>233.57</b>	<b>128.39</b>	<b>54.82</b>
<b>2018.12.31</b>							
原材料	生产材料	537.97	-	432.82	88.73	15.78	0.64
库存商品	童车	1,723.15	42.02	1,442.43	216.28	46.41	18.03
	成人车	410.23	35.06	363.83	18.96	27.44	-
	助力电动自行车	9.72	2.26	1.63	4.96	3.13	-
	配件类	195.48	0.36	169.85	5.00	20.63	-
	其他类	70.52	-	67.49	3.03	-	-
发出商品	童车	66.55	-	66.55	-	-	-
	成人车	82.21	-	82.21	-	-	-
	配件类	0.02	-	0.02	-	-	-

存货类别	产品类型	账面余额	存货跌价准备	库龄			
				1年以内	1-2年	2-3年	3年以上
在产品	童车	480.40	-	438.91	35.74	5.75	
合计		<b>3,576.25</b>	<b>79.70</b>	<b>3,065.74</b>	<b>372.70</b>	<b>119.14</b>	<b>18.67</b>

报告期各期末，公司库龄一年以上的存货比例分别为 14.27%、9.24% 及 2.64%，主要系生产用辅料和杭州久趣由于内销业务调整撤回仓库的产品，已逐步进行清理，公司不存在大额长库龄的存货。

⑤存货跌价准备计提的充分性

报告期各期末，公司存货跌价准备余额分别为 79.70 万元、150.42 万元和 148.22 万元，占存货账面余额的比例分别为 2.23%、3.34% 和 1.26%。

报告期内，公司的存货跌价准备的明细情况如下：

单位：万元

年度	项目	期初数	计提	转回或转销	期末数
2020 年度	在产品	5.56		4.16	1.40
	库存商品	144.87	60.13	58.18	146.82
	<b>小计</b>	<b>150.42</b>	<b>60.13</b>	<b>62.33</b>	<b>148.22</b>
2019 年度	在产品	-	5.56	-	5.56
	库存商品	79.70	140.26	75.10	144.87
	<b>小计</b>	<b>79.70</b>	<b>145.82</b>	<b>75.10</b>	<b>150.42</b>
2018 年度	库存商品	51.89	58.60	30.78	79.70
	<b>小计</b>	<b>51.89</b>	<b>58.60</b>	<b>30.78</b>	<b>79.70</b>

公司主要根据客户的订单安排相应的生产和采购活动，因此存货的跌价风险较小。但基于谨慎性原则，公司制定了严格的存货跌价准备计提政策，按成本与可变现净值孰低原则计价，期末存货可变现净值低于账面价值的，按差额计提存货跌价准备。

2019 年末，公司的存货跌价准备余额增长较多，主要系子公司杭州久趣由于业务战略转型的需要，撤出直营门店以及超市卖场业务导致库存商品计提的跌价准备增加所致。

报告期内，公司主营业务毛利率分别为 13.30%、17.31% 及 20.16%，主要受

电商销售占比增加、汇率波动以及产品结构变化等因素的影响，毛利率持续上升。此外，公司主要采用外包生产模式，外销产品遵循“以销定购”、“以销定产”原则，根据客户订单的品种和数量组织相应生产与采购，自产占比较低，原材料及在产品余额较少，存货周转率较高。2018年末、2019年末及2020年末存货的订单覆盖率分别为71.16%、63.70%及64.58%。2019年及2020年末受跨境电商库存大幅增加的影响，订单覆盖率有所下降。

综上所述，公司主要在产品、产成品及发出商品有订单覆盖的金额较高，存货周转率较高且主营业务毛利率呈上升趋势。从经营模式和经营情况看，发生存货积压和订单亏损的可能性较小，同时公司建立了较为完善的存货管理制度，存货发生毁损的可能性较小，公司的存货跌价风险较低，与同行业上市公司存货跌价准备亦不存在重大差异。因此，公司存货跌价准备计提充分。

#### ⑥同行业可比公司的存货跌价准备计提比例

股票代码	公司名称	2020.12.31	2019.12.31	2018.12.31
600679.SH	上海凤凰	4.30%	1.00%	0.90%
600818.SH	中路股份	37.33%	37.65%	6.17%
可比公司平均值		<b>20.82%</b>	<b>19.33%</b>	<b>3.54%</b>
本公司		<b>1.26%</b>	<b>3.34%</b>	<b>2.23%</b>

注：巨大机械和美利达年度报告中未披露存货跌价准备金额，无法计算存货跌价准备计提比例。

2019年度，中路股份计提存货跌价准备900.18万元，存货跌价准备计提比例从2018年的6.17%上升至2019年的37.65%，主要系其保龄设备因产品技术更新被逐步淘汰以及自行车租赁业务因项目结束等原因导致部分原材料在生产中不再需要且无转让价值，从而大幅计提存货跌价准备，导致2019年、2020年同行业可比公司平均值大幅上升，剔除该影响因素后，同行业可比公司的存货跌价准备计提比例如下：

股票代码	公司名称	2020.12.31	2019.12.31	2018.12.31
600679.SH	上海凤凰	4.30%	1.00%	0.90%
600818.SH	中路股份	12.67%	8.99%	6.17%
可比公司平均值		<b>8.48%</b>	<b>5.00%</b>	<b>3.54%</b>
本公司		<b>1.26%</b>	<b>3.34%</b>	<b>2.23%</b>

2018年末和2019年末，公司存货跌价准备计提比例高于上海凤凰，低于中

路股份，处于中间水平，2020 年末公司存货跌价准备计提比例低于同行业可比公司，公司存货跌价准备计提符合公司的实际经营情况。

(7) 其他流动资产

单位：万元

项目	2020.12.31		2019.12.31		2018.12.31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
理财产品	-	-	-	-	8,750.00	91.50%
增值税留抵税额	1,584.71	78.17%	772.95	80.35%	813.26	8.50%
预付费用款	392.70	19.37%	189.03	19.65%	-	-
应收退货成本	49.75	2.45%	-	-	-	-
<b>合计</b>	<b>2,027.16</b>	<b>100.00%</b>	<b>961.98</b>	<b>100.00%</b>	<b>9,563.26</b>	<b>100.00%</b>

报告期各期末，公司其他流动资产的余额分别为 9,563.26 万元、961.98 万元和 2,027.16 万元，占当期流动资产的比例分别为 17.80%、1.45%和 2.08%。报告期各期末，公司其他流动资产主要为银行理财产品和增值税留抵税额。公司为提高资金使用效率和效益，将部分暂时闲置自有资金购买银行理财产品。2019 年起公司应用新金融工具准则，将银行理财产品由其他流动资产重分类至交易性金融资产列报，导致 2019 年末其他流动资产余额下降幅度较大。

2、非流动资产分析

报告期内，公司非流动资产的构成及变化情况如下：

单位：万元

项目	2020.12.31		2019.12.31		2018.12.31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
投资性房地产	443.16	4.95%	491.40	5.25%	539.64	5.42%
固定资产	7,407.93	82.77%	7,840.45	83.74%	8,331.77	83.64%
在建工程	32.56	0.36%	4.32	0.05%	30.54	0.31%
无形资产	485.30	5.42%	543.94	5.81%	625.64	6.28%
长期待摊费用	41.30	0.46%	62.11	0.66%	75.20	0.75%
递延所得税资产	539.30	6.03%	420.43	4.49%	358.69	3.60%
<b>非流动资产合计</b>	<b>8,949.55</b>	<b>100.00%</b>	<b>9,362.64</b>	<b>100.00%</b>	<b>9,961.47</b>	<b>100.00%</b>

报告期内，公司非流动资产主要由固定资产和无形资产等构成。报告期各期末，公司非流动资产规模分别为 9,961.47 万元、9,362.64 万元和 8,949.55 万元，

占同期资产总额的比重分别为 15.64%、12.34% 和 8.39%。

### (1) 投资性房地产

2018 年末、2019 年末和 2020 年末，公司投资性房地产账面价值分别为 539.64 万元、491.40 万元和 443.16 万元，占当期非流动资产的比例分别为 5.42%、5.25% 和 4.95%，原值未发生变化。

报告期内，公司的投资性房地产系对外出租的位于金隆花园北区底层 B 座商场。公司将已出租房产按账面价值由固定资产转入投资性房地产，按成本法核算，房产原值 1,015.56 万元，截至 2020 年末净值 443.16 万元。公司投资性房地产的折旧政策与固定资产折旧政策相同，折旧年限、预计净残值、年折旧率均未发生变化。

### (2) 固定资产

单位：万元

项目	2020.12.31	2019.12.31	2018.12.31
<b>一、账面原值</b>	11,673.85	<b>11,416.60</b>	<b>11,287.25</b>
房屋及建筑物	7,015.52	7,018.84	7,018.84
通用设备	329.44	315.74	300.72
专用设备	3,700.76	3,462.74	3,308.85
运输工具	628.14	619.29	658.84
<b>二、累计折旧</b>	<b>4,265.92</b>	<b>3,576.16</b>	<b>2,955.48</b>
房屋及建筑物	2,140.30	1,812.00	1,481.52
通用设备	266.25	240.17	202.35
专用设备	1,301.40	988.38	693.82
运输工具	557.97	535.60	577.79
<b>三、减值准备</b>	-	-	-
房屋及建筑物	-	-	-
通用设备	-	-	-
专用设备	-	-	-
运输工具	-	-	-
<b>四、账面价值</b>	<b>7,407.93</b>	<b>7,840.45</b>	<b>8,331.77</b>
房屋及建筑物	4,875.22	5,206.83	5,537.31
通用设备	63.19	75.57	98.37

项目	2020.12.31	2019.12.31	2018.12.31
专用设备	2,399.35	2,474.35	2,615.03
运输工具	70.17	83.69	81.05

报告期各期末，公司固定资产账面价值分别为 8,331.77 万元、7,840.45 万元和 7,407.93 万元，占非流动资产的比例分别为 83.64%、83.74%和 82.77%，占总资产的比重分别为 13.08%、10.33%和 6.95%。公司固定资产规模占总资产比重较小，主要原因是公司的生产环节大部分采用外包生产的模式，因此与生产相关的厂房与设备等固定资产相对较少，与公司经营模式保持一致。报告期内，发行人不存在未办妥产权证书的房屋建筑物。

①主要机器设备的具体情况

A.主要机器设备具体用途

报告期内，发行人主要机器设备情况列示如下：

单位：万元

机器设备类型	2020 年度		2019 年度		2018 年度		用途
	原值	账面价值	原值	账面价值	原值	账面价值	
架叉设备	856.87	402.32	802.84	408.52	774.18	438.52	备料焊接
检测设备	18.54	1.85	18.54	2.98	18.54	4.02	检测生产环节
涂装设备	2,306.58	1,630.88	2,278.57	1,804.94	2,165.16	1,894.67	烤漆和喷粉
整车校正	10.11	3.07	10.11	3.95	10.11	4.89	车架校正
总厂设备	183.81	138.62	119.87	88.14	116.95	96.68	辅助设备
总装设备	258.08	173.76	232.54	165.80	217.74	170.67	装配组装
合计	3,633.99	2,350.50	3,462.47	2,474.33	3,302.68	2,609.45	

B.主要机器设备成新率情况与可比公司不存在重大差异：

报告期内，公司主要机器设备原值、净值及成新率如下：

单位：万元

机器设备类型	2020 年度			2019 年度			2018 年度		
	原值	账面价值	成新率	原值	账面价值	成新率	原值	账面价值	成新率
架叉设备	856.87	402.32	46.95%	802.84	408.52	50.88%	774.18	438.52	56.64%
检测设备	18.54	1.85	10.00%	18.54	2.98	16.07%	18.54	4.02	21.68%
涂装设备	2,306.58	1,630.88	70.71%	2,278.57	1,804.94	79.21%	2,165.16	1,894.67	87.51%

整车校正	10.11	3.07	30.38%	10.11	3.95	39.07%	10.11	4.89	48.37%
总厂设备	183.81	138.62	75.42%	119.87	88.14	73.53%	116.95	96.68	82.67%
总装设备	258.08	173.76	67.33%	232.54	165.8	71.30%	217.74	170.67	78.38%
<b>合计</b>	<b>3,633.99</b>	<b>2,350.50</b>	<b>64.68%</b>	<b>3,462.47</b>	<b>2,474.33</b>	<b>71.46%</b>	<b>3,302.68</b>	<b>2,609.45</b>	<b>79.01%</b>

因同行业对机器设备未进行具体披露，对发行人所有机器设备平均成新率与同行业上市公司的机器设备的平均成新率进行对比分析，具体如下：

证券代码	证券简称	机器设备成新率		
		2020.12.31	2019.12.31	2018.12.31
600679.SH	上海凤凰	48.74%	48.29%	51.47%
600818.SH	中路股份	17.12%	15.34%	13.79%
<b>久祺股份</b>		<b>61.10%</b>	<b>67.49%</b>	<b>75.17%</b>

注：巨大机械和美利达未披露相关信息。

发行人的机器设备成新率高于同行业，主要原因系 2016 年发行人子公司德清久胜发生火灾，于 2016 年报废了大量机器设备，德清久胜在 2017 年新增了 2,501.73 万元机器设备。

### C.主要机器设备的规模和自行生产能力的匹配性

项目	2020 年末 /2020 年度	2019 年末 /2019 年度	2018 年末 /2018 年度
机器设备原值（万元）	4,030.20	3,778.48	3,609.57
整车产能（万辆）	120	120	120
机器设备原值/整车产能（元/辆）	33.59	31.49	30.08

报告期内，公司实际产能为 120 万辆，产能未发生变化，主要机器设备原值变动较小，产能与机器设备规模匹配。

### ②在建工程转入固定资产情况

报告期内，公司新增固定资产主要为厂房及相应机器设备等，公司新增厂房及机器设备主要集体中在 2017 年度，具体情况如下：

单位：万元

项目	2020 年	2019 年	2018 年
当期在建工程转固金额	4.32	81.04	153.67
其中：房屋及建筑物	-	-	147.67

其中：机器设备	4.32	81.04	6.00
---------	------	-------	------

A.大型机器生产设备转固情况

单位：万元

资产名称	外部书面证据	转固时点	投产时点	金额
废气处理设备二套	验收报告 2019 年 12 月	2019 年 12 月	2019 年 12 月	23.87

公司对生产机器设备达到预定可使用状态的判断符合《企业会计准则 4 号-固定资产》规定。

B.新增固定资产累计折旧计提充分

单位：万元

项目	折旧时点	折旧金额		
		2020 年	2019 年	2018 年
厂房 3、厂房 4	2017 年 9 月入账，次月计提折旧	120.46	125.75	116.11
涂装设备生产线	2017 年末入账，2018 年起计提折旧	151.50	152.09	151.52
废气处理设备二套	2019 年末入账，2020 年起计提折旧	2.40	-	-

新增固定资产的折旧年限，房屋及建筑物为 20 年，机器设备的折旧年限为 10 年，与公司的折旧政策相吻合，不存在对新增固定资产变更折旧年限的情况。

公司对于房产及建筑物、机器设备等固定资产转固时点准确，转固依据充分，转固相关会计政策核算准确，累计折旧计提充分。

③固定资产的折旧、减值等情况

2020 年末，公司固定资产原值、折旧、减值、净值及成新率如下：

单位：万元

项目	原值	折旧年限	累计折旧	减值准备	净值	成新率
房屋及建筑物	7,015.52	10-20 年	2,140.30	-	4,875.22	69.49%
通用设备	329.44	3-10 年	266.25	-	63.19	19.18%
专用设备	3,700.76	3-10 年	1,301.40	-	2,399.35	64.83%
运输工具	628.14	4-10 年	557.97	-	70.17	11.17%
<b>合计</b>	<b>11,673.85</b>		<b>4,265.92</b>	<b>-</b>	<b>7,407.93</b>	<b>63.46%</b>

从上表可见，公司固定资产综合成新率为 63.46%，综合成新率较高。报告期各期末，固定资产运行状况良好，不存在减值迹象。



报告期内公司重要固定资产折旧年限与同行业可比公司相比不存在异常。

### (3) 在建工程

2018 年末、2019 年末和 2020 年末，公司在建工程的账面价值分别为 30.54 万元、4.32 万元和 32.56 万元，占非流动资产的比例分别为 0.31%、0.05% 和 0.36%，主要为零星工程。

### (4) 无形资产

单位：万元

项目	2020.12.31	2019.12.31	2018.12.31
<b>一、账面原值</b>	<b>901.72</b>	<b>892.78</b>	<b>890.07</b>
土地使用权	418.86	418.86	418.86
软件	83.29	74.35	71.63
商标权	399.57	399.57	399.57
<b>二、累计摊销</b>	<b>416.42</b>	<b>348.84</b>	<b>264.43</b>
土地使用权	122.87	114.49	106.11
软件	67.46	54.10	23.76
商标权	226.10	180.25	134.56
<b>三、减值准备</b>	-	-	-
土地使用权	-	-	-
软件	-	-	-
商标权	-	-	-
<b>四、账面价值</b>	<b>485.30</b>	<b>543.94</b>	<b>625.64</b>
土地使用权	296.00	304.37	312.75
软件	15.83	20.25	47.87
商标权	173.47	219.32	265.01

报告期各期末，公司无形资产的账面价值分别为 625.64 万元、543.94 万元和 485.30 万元，占非流动资产的比重分别为 6.28%、5.81% 和 5.42%，主要由土地使用权和商标权构成。报告期各期末，无形资产运行状况良好，不存在减值迹象。

### (5) 长期待摊费用

报告期各期末，公司长期待摊费用余额分别为 75.20 万元、62.11 万元和 41.30

万元，占非流动资产的比例较小，主要为子公司德清久胜的展厅装修费用、光纤网络费等。

#### (6) 递延所得税资产

报告期各期末，公司递延所得税资产余额分别为 358.69 万元、420.43 万元和 539.30 万元，占非流动资产的比重分别为 3.60%、4.49%和 6.03%，主要原因为计提坏账准备、存货跌价准备以及未实现内部交易损益等形成的可抵扣暂时性差异。

### 3、主要资产减值准备情况

公司制订了谨慎且具体可行的资产减值准备计提政策，按照资产减值准备政策的规定以及各项资产的实际情况，对各项资产进行减值测试。报告期内，公司计提的资产减值准备主要为应收账款、其他应收款的坏账准备以及存货跌价准备。报告期各期末，公司主要资产的减值准备计提情况如下表所示：

单位：万元

项目		2020.12.31	2019.12.31	2018.12.31
应收账款	账面余额	43,243.08	35,731.48	31,968.91
	坏账准备	2,959.15	2,678.20	2,348.11
	占比	6.84%	7.50%	7.34%
其他应收款	账面余额	3,101.07	2,364.93	2,462.24
	坏账准备	170.31	126.86	129.29
	占比	5.49%	5.36%	5.25%
存货	账面余额	11,718.59	4,508.91	3,576.25
	跌价准备	148.22	150.42	79.7
	占比	1.26%	3.34%	2.23%
<b>资产减值准备合计</b>		<b>3,277.68</b>	<b>2,955.48</b>	<b>2,557.10</b>

报告期内，除应收款项、其他应收款和存货外，公司其他资产不存在减值迹象。公司已按照资产减值准备计提政策的规定足额计提了各项资产减值准备，各项减值准备的计提符合目前公司资产的状况。

### 4、公司管理层对资产质量的结论性意见

公司管理层认为：公司资产质量良好，资产结构符合公司所处行业的实际情

况，应收账款及存货规模均与公司的业务模式以及主营业务规模基本匹配，处于合理范围内并得到有效管理。同时，公司制定了稳健的会计政策，主要资产的减值准备计提充分、合理，不存在因资产减值准备未足额计提从而影响公司持续经营能力的情况。

## （二）资产周转能力分析

### 1、资产周转能力指标

报告期内，公司周转能力指标如下：

财务指标	2020 年度	2019 年度	2018 年度
应收账款周转率（次）	6.23	5.73	6.59
存货周转率（次）	22.91	37.78	38.31

注：上述财务指标的计算公式如下：

（1）应收账款周转率=营业收入/平均应收账款账面价值

（2）存货周转率=营业成本/平均存货账面价值

报告期内，公司的应收账款周转率分别为 6.59、5.73 和 6.23，存货周转率分别为 38.31、37.78 和 22.91，公司的资产周转能力较强。

### 2、同行业上市公司比较

公司与同行业可比公司的应收账款周转率和存货周转率指标比较如下：

单位：次

应收账款周转率				
股票代码	公司名称	2020.12.31	2019.12.31	2018.12.31
600679.SH	上海凤凰	5.81	4.72	3.48
600818.SH	中路股份	54.51	23.60	12.19
9921.TW	巨大机械	5.30	4.52	4.71
9914.TW	美利达	12.38	11.41	12.42
可比公司平均值		<b>19.50</b>	<b>11.06</b>	<b>8.20</b>
本公司		<b>6.23</b>	<b>5.73</b>	<b>6.59</b>
存货周转率				
股票代码	公司名称	2020.12.31	2019.12.31	2018.12.31
600679.SH	上海凤凰	7.77	12.44	10.68
600818.SH	中路股份	29.56	16.28	10.13
9921.TW	巨大机械	3.07	3.07	3.19

9914.TW	美利达	4.83	5.74	6.11
可比公司平均值		<b>11.31</b>	<b>9.38</b>	<b>7.53</b>
本公司		<b>22.91</b>	<b>37.78</b>	<b>38.31</b>

注：可比公司各项财务比率系根据其公开披露的定期报告内容计算所得。

报告期内，公司的应收账款周转率分别为 6.59、5.73 和 6.23，应收账款周转能力较强。2019 年公司的应收账款周转率逐年有所下降，一方面是由于 EXPRESS UNION INTERNATIONAL CO.,LTD.等客户所在国外汇额度紧张，付款有所延后，但期后信用期外货款均已收回；另一方面系公司根据中国信保对部分客户信保额度的调整而相应提升部分客户信用额度或延长信用周期所致。报告期内，公司应收账款周转率低于同行业上市公司平均值，主要系同行业上市公司中，中路股份（600818.SH）应收账款周转率较高，从公告的数据来看，中路股份（600818.SH）长账龄款项较大且 2019 年和 2020 年存在单项计提大额坏账，坏账计提比例较高导致应收账款账面价值减少；此外，由于受同行业上市公司信用期、销售模式等方面差异的影响，各家上市公司的应收账款周转率存在较大差异，公司应收账款周转率处于行业正常区间。

报告期内，公司的存货周转率分别为 38.31、37.78 和 22.91，保持了较高的存货周转率。2020 年公司的存货周转率有所下降，一方面是由于公司跨境电商业务规模扩大，相应库存商品的备货增加；另一方面系受新冠疫情影响，上游原材料紧缺、出口海运的船期紧张，因而公司的原材料和发出商品较往年增加较多。整体而言，公司存货周转较快，显著优于同行业上市公司平均水平，具有较强的存货周转能力，主要原因为：公司以生产外包模式加强资源整合，外销产品遵循“以销定购”、“以销定产”原则，根据客户订单的品种和数量组织相应生产与采购，尽量降低存货库存水平。因此，公司存货余额相对较低，存货周转率高于可比上市公司，符合公司的业务模式和经营特点。

## 十一、偿债能力、流动性与持续经营能力分析

### （一）负债结构及变动分析

单位：万元

项目	2020.12.31		2019.12.31		2018.12.31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
流动负债合计	62,446.91	99.30%	41,928.06	99.80%	46,619.41	99.98%

项目	2020.12.31		2019.12.31		2018.12.31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
非流动负债合计	442.03	0.70%	82.35	0.20%	8.11	0.02%
<b>负债合计</b>	<b>62,888.95</b>	<b>100.00%</b>	<b>42,010.41</b>	<b>100.00%</b>	<b>46,627.52</b>	<b>100.00%</b>

报告期各期末，公司负债合计分别为 46,627.52 万元、42,010.41 万元和 62,888.95 万元，公司负债主要为流动负债。

## 1、流动负债分析

报告期内，公司流动负债的构成及变化情况如下：

单位：万元

项目	2020.12.31		2019.12.31		2018.12.31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
短期借款	-	-	-	-	2,115.90	4.54%
以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债	-	-	-	-	22.03	0.05%
应付票据	10,205.00	16.34%	5,358.00	12.78%	5,933.72	12.73%
应付账款	35,149.43	56.29%	19,137.55	45.64%	26,023.95	55.82%
预收款项	984.62	1.58%	11,394.47	27.18%	5,823.59	12.49%
合同负债	9,280.74	14.86%	-	-	-	-
应付职工薪酬	3,337.30	5.34%	3,124.70	7.45%	2,779.74	5.96%
应交税费	1,747.96	2.80%	1,167.99	2.79%	1,681.71	3.61%
其他应付款	1,741.86	2.79%	1,745.34	4.16%	2,238.76	4.80%
<b>流动负债合计</b>	<b>62,446.91</b>	<b>100.00%</b>	<b>41,928.06</b>	<b>100.00%</b>	<b>46,619.41</b>	<b>100.00%</b>

报告期各期末，公司流动负债分别为 46,619.41 万元、41,928.06 万元和 62,446.91 万元，主要由应付票据、应付账款、预收款项、合同负债等构成。

### (1) 短期借款

2018 年末，公司短期借款余额为 2,115.90 万元，均为银行抵押借款。截至 2019 年末和 2020 年末，公司不存在短期借款。公司信用记录良好，报告期内不存在逾期偿还银行借款的情形。

### (2) 以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债

公司主要面向境外客户进行销售，生产经营活动中面临一定的汇率波动风

险。公司为尽量减少汇率波动给生产经营带来的影响，通过远期合约等方式锁定汇率变动从而减少汇率波动的风险。2018年末，公司的衍生金融负债余额为22.03万元。

### (3) 应付票据

单位：万元

项目	2020.12.31	2019.12.31	2018.12.31
银行承兑汇票	10,205.00	5,358.00	5,933.72
<b>合计</b>	<b>10,205.00</b>	<b>5,358.00</b>	<b>5,933.72</b>

报告期各期末，公司应付票据余额分别为5,933.72万元、5,358.00万元和10,205.00万元，占流动负债的比例分别为12.73%、12.78%和16.34%。

报告期内，公司应付票据全部为银行承兑汇票。公司为充分利用银行信用并降低财务费用，根据实际情况与供应商以银行承兑汇票形式进行结算，从而导致报告期内应付票据余额的波动。

### (4) 应付账款

单位：万元

项目	2020.12.31		2019.12.31		2018.12.31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
货款	33,963.63	96.63%	18,754.43	98.00%	25,550.91	98.18%
经营性费用	1,093.74	3.11%	264.80	1.38%	86.80	0.33%
长期资产购置款	92.06	0.26%	118.32	0.62%	386.23	1.48%
<b>合计</b>	<b>35,149.43</b>	<b>100.00%</b>	<b>19,137.55</b>	<b>100.00%</b>	<b>26,023.95</b>	<b>100.00%</b>

报告期各期末，公司应付账款余额分别为26,023.95万元、19,137.55万元和35,149.43万元，占同期流动负债的比例分别为55.82%、45.64%和56.29%。报告期各期末，公司应付账款中货款的账面余额占比均保持在95%以上，构成了应付账款的主要部分。2019年末，公司应付账款中货款的账面价值较2018年末减少了6,796.48万元，主要原因系公司2019年末资金相对充裕，付款较为及时。2020年末，由于公司的销售规模和采购规模均增长较快，公司的应付货款以及应付经营性费用较2019年末增长较多。

①报告期各期末，公司应付账款前五名具体情况如下表所示：

单位：万元

序号	供应商名称	金额	占应付账款余额的比例	款项性质
<b>2020.12.31</b>				
1	金轮体系内企业	12,120.59	34.48%	货款
2	宁波豪星车业有限公司	1,062.89	3.02%	货款
3	浙江永福车业有限公司	753.87	2.14%	货款
4	天津福盛达运动器材有限公司	657.27	1.87%	货款
5	天津市捷创自行车有限公司	652.51	1.86%	货款
	<b>合计</b>	<b>15,247.13</b>	<b>43.38%</b>	
<b>2019.12.31</b>				
1	金轮体系内企业	5,821.63	30.42%	货款
2	浙江永福车业有限公司	497.86	2.60%	货款
3	天津市捷创自行车有限公司	497.00	2.60%	货款
4	浙江杭依自行车制造有限公司	333.43	1.74%	货款
5	江苏飞跃橡胶有限公司	327.27	1.71%	货款
	<b>合计</b>	<b>7,477.18</b>	<b>39.07%</b>	
<b>2018.12.31</b>				
1	金轮体系内企业	13,217.97	50.79%	货款
2	天津市捷创自行车有限公司	844.65	3.25%	货款
3	宁波豪星车业有限公司	569.79	2.19%	货款
4	昆山资福机电工程有限公司	415.37	1.60%	货款
5	江苏飞跃橡胶有限公司	245.69	0.94%	货款
	<b>合计</b>	<b>15,293.47</b>	<b>58.77%</b>	

②报告期各期末，公司应付票据和应付账款累计前五大付款方情况如下：

单位：万元

供应商名称	采购内容	结算方式	应付账款期末余额	应付票据期末余额	合计余额	占比
<b>2020.12.31</b>						
金轮体系内企业	童车、成车、电动自行车、自行车零件、电动自行车零件、其他产品	票到后 45 天	12,120.59	3,470.00	15,590.59	34.38%
宁波豪星车业有限公司	自行车零件、电动自行车零件、其他产品	票到后 30 天	1,062.89	-	1,062.89	2.34%
天津市捷创自行车有限公司	童车、成车、电动自行车、自行车零	票到后 90 天	652.51	400.00	1,052.51	2.32%

供应商名称	采购内容	结算方式	应付账款 期末余额	应付票据 期末余额	合计余额	占比
	件、其他产品					
浙江永福车业有限公司	童车、成车、自行车零件、其他产品	票到后 30 天	753.87	-	753.87	1.66%
天津福盛达运动器材有限公司	童车、成车、自行车零件	票到后 30 天	657.27	-	657.27	1.45%
<b>小计</b>			<b>15,247.13</b>	<b>3,870.00</b>	<b>19,117.13</b>	<b>42.15%</b>
<b>2019.12.31</b>						
金轮体系内企业	童车、成车、电动自行车、自行车零件、电动自行车零件、摩托车零件	票到后 45 天	5,821.63	1,175.00	6,996.63	28.56%
浙江永福车业有限公司	童车、成车、自行车零件	票到后 30 天	497.86		497.86	2.03%
天津市捷创自行车有限公司	成车、电动自行车、自行车零件	票到后 90 天	497.00		497.00	2.03%
江苏飞跃橡胶有限公司	自行车零件	票到后 90 天	327.27	160.00	487.27	1.99%
杭州巍越机械有限公司	自行车零件	票到后 45 天	101.76	315.00	416.76	1.70%
<b>小计</b>			<b>7,245.51</b>	<b>1,650.00</b>	<b>8,895.51</b>	<b>36.31%</b>
<b>2018.12.31</b>						
金轮体系内企业	童车、成车、电动自行车、自行车零件、电动自行车零件、摩托车零件	票到后 45 天	13,217.97	1,360.00	14,577.97	45.62%
天津市捷创自行车有限公司	成车、童车、自行车零件	票到后 90 天	844.65		844.65	2.64%
宁波豪星车业有限公司	自行车零件	票到后 30 天	569.79		569.79	1.78%
杭州公润机械有限公司	自行车零件	票到后 45 天	18.70	540.00	558.70	1.75%
德清县久龙包装有限公司	包装材料	票到后 45 天	122.55	385.00	507.55	1.59%
<b>小计</b>			<b>14,773.65</b>	<b>2,285.00</b>	<b>17,058.65</b>	<b>53.38%</b>

③报告期内各期应付票据、应付账款及采购额匹配情况如下：

单位：万元

项目	2020 年末/ 2020 年度	2019 年末/ 2019 年度	2018 年末/ 2018 年度
应付票据	10,205.00	5,358.00	5,933.72
应付账款	35,149.43	19,137.55	26,023.95
应付票据及应付账款合计余额 A	45,354.43	24,495.55	31,957.67
应付票据及应付账款合计平均余额 B	34,924.99	28,226.61	35,106.23
当期采购额 C	186,235.84	145,268.70	151,623.86



应付票据及应付账款占采购额的比例 $D=A/C$	24.35%	16.86%	21.08%
应付票据及应付账款周转率 $D=C/B$	5.33	5.15	4.32
应付票据及应付账款周转天数 $E=360/D$	67.51	69.90	83.33

报告期各期末，公司应付票据余额分别为 5,933.72 万元、5,358.00 万元和 10,205.00 万元，占流动负债的比例分别为 12.73%、12.78%和 16.34%。2018 年末、2019 年末应付票据余额变动较小，2020 年末应付票据余额增多，主要系 2020 年采购额增加较多所致。

报告期各期末，公司应付账款余额分别为 26,023.95 万元、19,137.55 万元和 35,149.43 万元，占同期流动负债的比例分别为 55.82%、45.64%和 56.29%。2019 年末，公司应付账款中货款的账面价值较 2018 年末减少了 6,796.48 万元，主要原因系公司 2019 年末资金相对充裕，付款较为及时。2020 年末应付账款余额增多，主要系 2020 年采购额增加较多所致。

报告期内，应付票据及应付账款占采购额的比例分别为 21.08%、16.86%及 24.35%，2019 年因流动资金充裕，付款较为及时，因此应付票据及应付账款占采购额的比例有所下降。综上，公司应付票据和应付账款期末余额变动与发行人采购规模匹配。

④报告期内各期末应付账款账龄情况如下：

单位：万元

账龄	2020 年末	2019 年末	2018 年末
1 年以内	34,172.92	17,966.68	24,599.79
1-2 年	123.35	383.26	1,266.24
2-3 年	77.39	638.39	28.78
3-4 年	626.56	20.98	2.95
4-5 年	20.98	2.95	13.96
5 年以上	128.23	125.29	112.23
合计	<b>35,149.43</b>	<b>19,137.55</b>	<b>26,023.95</b>

报告期内各期末，公司应付账款主要为 1 年以内的款项，3 年以上长账龄款项占应付账款期末余额的比例分别为 0.50%、0.78%及 2.21%，长账龄应付账款占比总体较低。

### (5) 预收款项及合同负债

报告期各期末，公司预收款项余额分别为 5,823.59 万元、11,394.47 万元和 984.62 万元，占流动负债的比例分别为 12.49%、27.18%和 1.58%。2020 年末公司合同负债余额为 9,280.74 万元，占流动负债的比例为 14.86%。

报告期内，公司预收款项余额按性质分类情况如下：

单位：万元

项目	2020.12.31		2019.12.31		2018.12.31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
货款	967.87	98.30%	11,394.47	100.00%	5,810.56	99.78%
房租	16.75	1.70%	-	-	13.03	0.22%
<b>合计</b>	<b>984.62</b>	<b>100.00%</b>	<b>11,394.47</b>	<b>100.00%</b>	<b>5,823.59</b>	<b>100.00%</b>

由上表可见，预收款项主要为公司预收的销售货款。报告期内，公司预收账款余额分别为 5,823.59 万元、11,394.47 万元和 984.62 万元；其中，2019 年末预收账款余额较 2018 年末大幅增加，主要系预收 A 客户 6,066.85 万元货款所致。

公司在 2020 年 1 月 1 日开始实行新收入准则，根据新收入准则规定，企业在向客户转让商品之前，客户已经支付了合同对价或企业已经取得了无条件收取合同对价权利的，对于其已收或应收客户对价而应向客户转让商品的义务，应当按照已收或应收的金额确认合同负债。2020 年 12 月 31 日，公司合同负债明细如下：

单位：万元

项目	2020.12.31
预收货款	9,280.74
<b>合计</b>	<b>9,280.74</b>

#### ①预收款适用的主要客户类型

公司对于首次合作以及订单销售额较少的客户，通常在与客户签订合同时协商收取一定比例的预收款项。

#### ②采用预收模式的原因

公司生产经营需要为订单预先支付原材料、人工以及其他费用开支，为了保证流动资金的充足，公司根据客户类型与客户协商收取一定的预收款项。此外，

收取预收款项在一定程度上减少了客户违约的风险。

③预收款变动是否与预收模式下收入变动一致

报告期各期末，公司预收款项和合同负债合计金额分别为5,823.59万元、11,394.47万元和10,265.36万元，主要是预收客户货款。报告期各期末，公司预收款项和合同负债合计金额占流动负债的比例分别为12.49%、27.18%和16.44%，预收款项的比例处于较高水平，主要系公司主要从事出口业务，为降低货款延迟收回或无法收回的风险，根据谈判情况，前述客户通常在签订合同或订单后、发货前会支付一定比例的货款，由于货物尚未完成交付，因此形成一定金额的预收款项。

报告期内，公司预收款项余额与主营业务收入的变化情况如下：

单位：万元

项目	2020.12.31	2019.12.31	2018.12.31
预收款项①	984.62	11,394.47	5,823.59
合同负债②	9,280.74		
合计③=①+②	10,265.36	11,394.47	5,823.59
主营业务收入④	228,421.73	179,324.66	181,980.72
预收款项与合同负债占主营业务收入比例⑤=③/④	4.49%	6.35%	3.20%

报告期内，公司预收款项占主营业务收入比例分别为3.20%、6.35%与4.49%，2019年末较上年末增加5,570.88万元，增幅达95.66%，主要系预收A客户款项6,066.85万元所致，2020年末预收账款余额较2019年末大幅减少，主要系预收A客户货款在2020年实现销售，且实行新收入准则，对于已收或应收客户对价而应向客户转让商品的义务，按照已收或应收的金额确认合同负债。综上，报告期内，公司预收款的变动与预收模式下收入变动基本一致。

④报告期各期末，公司预收款项以及合同负债合并考虑的前五名具体情况如下表所示：

单位：万元

序号	客户名称	金额	占预收账款以及合同负债合计余额的比例
<b>2020.12.31</b>			

1	BICI PERETTI SA	1,407.08	13.71%
2	INDIVIDUALNIY PREDPRINIMATEL PROHOROV OLEG PAVLOVICH	506.09	4.93%
3	MotoVeloZavod,Ltd.	435.58	4.24%
4	DRAGONS SPORTS (PTY) LTD	309.12	3.01%
5	LLC Element-Trade	267.55	2.61%
	合计	<b>2,925.42</b>	<b>28.50%</b>
<b>2019.12.31</b>			
1	A 客户	6,066.85	53.24%
2	POOYA CHARKH IND CO	564.17	4.95%
3	FIRMA ADAM ADAM ZIETEK	430.92	3.78%
4	LABICI	299.89	2.63%
5	ACTION TRADERS LTD	252.05	2.21%
	合计	<b>7,613.89</b>	<b>66.82%</b>
<b>2018.12.31</b>			
1	BICI PERETTI SA	404.78	6.95%
2	HYPER EXTENSION	320.11	5.50%
3	ACTION TRADERS LTD	248.73	4.27%
4	LENTA, LLC	243.53	4.18%
5	LLC Element-Trade	231.13	3.97%
	合计	<b>1,448.28</b>	<b>24.87%</b>

#### (6) 应付职工薪酬

单位：万元

项目	2020.12.31	2019.12.31	2018.12.31
短期薪酬	3,337.12	3,081.69	2,724.02
离职后福利—设定提存计划	0.18	43.02	55.73
合计	<b>3,337.30</b>	<b>3,124.70</b>	<b>2,779.74</b>

报告期各期末，公司应付职工薪酬余额分别为 2,779.74 万元、3,124.70 万元和 3,337.30 万元，占同期流动负债总额的比例分别为 5.96%、7.45%和 5.34%。应付职工薪酬主要内容是短期薪酬中的工资、奖金、津贴和补贴，2018-2020 年末的应付职工薪酬系公司计提当年 12 月份工资及年终奖并于次年年初发放所致。

#### (7) 应交税费

单位：万元

项目	2020.12.31	2019.12.31	2018.12.31
增值税	-	37.72	25.26
企业所得税	1,618.34	1,063.20	1,585.87
代扣代缴个人所得税	3.27	1.23	0.92
城市维护建设税	5.77	5.37	6.88
房产税	58.84	36.41	33.68
土地使用税	52.12	10.51	20.86
教育费附加	3.43	3.07	4.12
地方教育费附加	2.37	2.14	2.75
印花税	3.66	8.22	1.33
环境保护税	0.16	0.12	0.04
<b>合计</b>	<b>1,747.96</b>	<b>1,167.99</b>	<b>1,681.71</b>

报告期各期末，公司应交税费期末余额分别为 1,681.71 万元、1,167.99 万元和 1,747.96 万元，占流动负债的比例分别为 3.61%、2.79%和 2.80%。公司的应交税费主要由企业所得税构成。

#### (8) 其他应付款

单位：万元

项目	2020.12.31	2019.12.31	2018.12.31
应付利息	-	-	3.35
其他应付款	1,741.86	1,745.34	2,235.42
其中：押金保证金	14.48	10.13	98.95
应付暂收款	7.16	40.58	1,223.05
应付费用款	1,720.22	1,694.62	913.42
<b>合计</b>	<b>1,741.86</b>	<b>1,745.34</b>	<b>2,238.76</b>

报告期各期末，公司其他应付款分别为 2,238.76 万元、1,745.34 万元和 1,741.86 万元，占流动负债的比例分别为 4.80%、4.16%和 2.79%，主要为预提的海运费、其他往来款项等。

## 2、非流动负债分析

报告期内，公司非流动负债的构成及变化情况如下：

单位：万元

项目	2020.12.31		2019.12.31		2018.12.31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
预计负债	174.44	39.46%	45.32	55.03%	-	-
递延所得税负债	267.59	60.54%	37.03	44.97%	8.11	100.00%
<b>非流动负债合计</b>	<b>442.03</b>	<b>100.00%</b>	<b>82.35</b>	<b>100.00%</b>	<b>8.11</b>	<b>100.00%</b>

报告期各期末，公司非流动负债分别为 8.11 万元、82.35 万元和 442.03 万元，主要由预计负债和递延所得税负债构成。其中，2019 年末和 2020 年末的预计负债系公司跨境电商销售部分预计的期后退换货造成。

## （二）偿债能力分析

### 1、最近一期末的借款情况

截至2020年末，公司不存在银行借款、关联方借款、合同承诺债务、或有负债等借款情况。

### 2、报告期内借款费用资本化的情况

报告期内，公司不存在借款费用资本化的情况。

### 3、公司未来借款本金及利息的偿付计划

截至2020年末，公司预计未来十二个月除生产经营产生的负债外无到期需偿付的债务。

### 4、偿债能力指标

#### （1）偿债能力指标

报告期内，公司的偿债能力指标如下：

财务指标	2020.12.31	2019.12.31	2018.12.31
流动比率（倍）	1.56	1.59	1.15
速动比率（倍）	1.38	1.48	1.08
资产负债率（合并）	58.98%	55.36%	73.20%
资产负债率（母公司）	39.31%	40.03%	52.45%
财务指标	2020 年度	2019 年度	2018 年度
息税折旧摊销前利润（万元）	19,531.41	14,077.58	8,368.46
利息保障倍数（倍）	61,861.48	156.32	66.97

注：上述财务指标的计算公式如下：

- (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%
- (4) 息税折旧摊销前利润=利润总额+利息支出+固定资产等折旧+无形资产摊销+长期待摊费用摊销
- (5) 利息保障倍数=(利润总额+利息支出)/(利息支出+资本化利息支出)

报告期各期末，公司的流动比率分别为1.15、1.59和1.56，速动比率分别为1.08、1.48和1.38，整体呈上升趋势；资产负债率（母公司）分别为52.45%、40.03%和39.31%，呈逐年下降趋势，2019年末资产负债率较低主要系增资使得母公司的货币资金大幅增加所致。

报告期内，公司流动比率和速动比率总体呈上升趋势，并保持在合理水平，资产负债率合理，利息保障倍数较高，表明公司资产流动性较好，偿债能力较强。公司负债水平合理，资产流动性高，银行资信状况良好，具有较强的抗风险能力和偿债能力。

## (2) 同行业上市公司比较

报告期各期末，公司偿债能力指标与同行业可比公司比较分析如下：

流动比率				
股票代码	公司名称	2020.12.31	2019.12.31	2018.12.31
600679.SH	上海凤凰	1.75	2.14	1.93
600818.SH	中路股份	0.86	0.45	1.17
9921.TW	巨大机械	1.62	1.4	1.44
9914.TW	美利达	1.53	1.5	1.5
可比公司平均值		1.44	1.37	1.51
本公司		1.56	1.59	1.15
速动比率				
股票代码	公司名称	2020.12.31	2019.12.31	2018.12.31
600679.SH	上海凤凰	1.40	1.93	1.73
600818.SH	中路股份	0.77	0.37	1
9921.TW	巨大机械	0.97	0.85	0.87
9914.TW	美利达	0.92	0.91	0.93
可比公司平均值		1.02	1.01	1.13
本公司		1.38	1.48	1.08

资产负债率（合并）				
股票代码	公司名称	2020.12.31	2019.12.31	2018.12.31
600679.SH	上海凤凰	28.10%	20.62%	20.40%
600818.SH	中路股份	31.88%	36.31%	37.71%
9921.TW	巨大机械	56.86%	60.25%	57.69%
9914.TW	美利达	43.47%	43.91%	41.71%
可比公司平均值		<b>40.08%</b>	<b>40.27%</b>	<b>39.38%</b>
本公司		<b>58.98%</b>	<b>55.36%</b>	<b>73.20%</b>

注：可比公司各项财务比率系根据其公开披露的定期报告内容计算所得。

由上表可见，报告期内公司资产负债率整体逐步下降，流动比率和速动比率整体逐步上升，偿债能力逐步提升。2018年末，公司流动比率、速动比率略低于同行业上市公司平均水平，资产负债率高于行业平均水平，主要系可比公司均为上市公司、融资渠道更多元化、资金实力较强所致。2019年末，公司的流动比率和速动比率略高于同行业上市公司平均水平，主要系中路股份的货币资金较2018年末大幅减少导致其流动比率和速动比率大幅降低，从而拉低了同行业可比公司的平均水平。

若本次公开发行股票成功，公司将通过资本市场融资，资产结构将进一步优化，资产负债率将有效降低并趋近行业平均水平，融资能力和偿债能力将会进一步增强。

### （三）股利分配

报告期初至本招股说明书签署日，公司的利润分配情况如下：

2018年6月，经久祺有限2017年股东会决议审议通过，向全体股东分配现金股利共计3,748.41万元。

2018年11月，经久祺有限股东会审议通过，将资本公积6,790.66万元、未分配利润987.11万元转增实收资本，转增后实收资本为10,000万元。

2019年9月，经公司股东大会审议通过，以公司股本10,000万股为基数，向全体股东每10股派发3.80元人民币现金股利（税前），共计分配股利3,800.00万元。



2020年5月，经公司股东大会审议通过，以公司股本14,568万股为基数，向全体股东每10股派发3.50元人民币现金股利（税前），共计分配股利5,098.80万元。

截至本招股说明书签署日，上述股利均已分配完毕。

#### （四）现金流量分析

报告期内公司现金流量情况如下表所示：

单位：万元

项目	2020年度	2019年度	2018年度
经营活动产生的现金流量净额	20,311.88	3,606.34	663.76
投资活动产生的现金流量净额	-7,619.08	4,221.83	-5,336.76
筹资活动产生的现金流量净额	-5,481.18	4,325.02	-2,949.63
现金及现金等价物净增加额	4,324.59	12,528.04	-7,554.91

报告期内，公司现金及现金等价物净增加额分别为-7,554.91万元、12,528.04万元和4,324.59万元。报告期内公司经营活动产生的现金流量净额均为正数，公司盈利质量较好；公司投资活动产生的现金流量净额波动较大，主要是由于购买银行理财产品所致；报告期内公司筹资活动产生的现金流量净额波动较大，主要是受银行借款、股东对公司增资和股利分配等影响。

##### 1、经营活动产生的现金流量

###### （1）经营活动产生的现金流量净额

报告期内，公司经营活动产生的现金流量情况如下：

单位：万元

项目	2020年度	2019年度	2018年度
销售商品、提供劳务收到的现金	219,403.90	181,440.84	176,274.54
收到的税费返还	18,782.89	18,018.61	22,213.35
收到其他与经营活动有关的现金	3,066.08	3,115.86	3,618.96
<b>经营活动现金流入小计</b>	<b>241,252.87</b>	<b>202,575.31</b>	<b>202,106.85</b>
购买商品、接受劳务支付的现金	188,301.20	172,903.58	180,243.58
支付给职工以及为职工支付的现金	9,099.14	8,760.48	8,633.27
支付的各项税费	2,646.18	3,724.87	1,276.70
支付其他与经营活动有关的现金	20,894.47	13,580.04	11,289.55

经营活动现金流出小计	220,941.00	198,968.97	201,443.09
经营活动产生的现金流量净额	20,311.88	3,606.34	663.76

报告期内，公司经营活动产生的现金流入主要为销售商品、提供劳务收到的现金以及收到的税收返还，其中，销售商品、提供劳务收到的现金占经营活动现金流入总额的比例在 85% 以上。报告期内，公司收到其他与经营活动有关的现金占经营活动现金流入总额的比例分别为 1.79%、1.54% 和 1.27%，占比较低，主要系收到的票据保证金和政府补助等，对经营活动产生的现金流量影响较小。

经营活动产生的现金流出主要为购买商品、接受劳务支付的现金，支付给职工以及为职工支付的现金。支付的其他与经营活动有关的现金主要为支付的承兑汇票保证金和期间费用等。

## (2) 将净利润调节为经营活动的现金流量

公司报告期内将净利润调节为经营活动的现金流量如下表所示：

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
净利润	15,675.14	10,198.72	5,162.19
加：资产减值准备	456.82	507.44	1,069.56
固定资产折旧、油气资产折耗、生产性生物资产折旧	752.39	734.22	737.95
无形资产摊销	67.58	84.41	72.24
长期待摊费用摊销	20.81	19.78	12.82
处置固定资产、无形资产和其他长期资产的损失(收益以“—”号填列)	0.44	-1.66	-10.02
固定资产报废损失(收益以“—”号填列)	0.50	2.33	1.19
公允价值变动损失(收益以“—”号填列)	-1,050.76	-28.32	21.25
财务费用(收益以“—”号填列)	3,437.04	-499.86	-212.46
投资损失(收益以“—”号填列)	-324.27	245.27	612.82
递延所得税资产减少(增加以“—”号填列)	-118.88	-61.74	-0.18
递延所得税负债增加(减少以“—”号填列)	230.56	28.92	8.11
存货的减少(增加以“—”号填列)	-7,272.02	-1,007.76	1,186.99
经营性应收项目的减少(增加以“—”号填列)	-12,459.73	-4,458.81	-2,803.26
经营性应付项目的增加(减少以“—”号填列)	20,896.25	-2,156.62	-5,195.45
其他	-	-	-
经营活动产生的现金流量净额	20,311.88	3,606.34	663.76

经营活动产生的现金流量净额与净利润之间的差异如下：

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
经营活动产生的现金流量净额	20,311.88	3,606.34	663.76
净利润	15,675.14	10,198.72	5,162.19
<b>差异</b>	<b>4,636.73</b>	<b>-6,592.38</b>	<b>-4,498.43</b>

2018 年、2019 年度以及 2020 年度差异较大，主要系受经营性应收应付项目的影 响所致，具体分析如下：

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
经营性应收项目的减少（增加以“-”号填列）	-12,459.73	-4,458.81	-2,803.26
经营性应付项目的增加（减少以“-”号填列）	20,896.25	-2,156.62	-5,195.45
<b>小计</b>	<b>8,436.53</b>	<b>-6,615.43</b>	<b>-7,998.71</b>

2018 年至 2020 年，公司的经营性应收项目逐年增加，一方面是由于 EXPRESS UNION INTERNATIONAL CO.,LTD.等客户所在国外汇额度紧张，付款有所延后，但该客户 2019 年末的应收账款期后均已收回；另一方面系公司根据中国信保对部分客户信保额度的调整而相应提升部分客户信用额度或延长信用周期所致。

2018 年公司的经营性应付项目减少 5,195.45 万元，主要原因为公司 2017 年流动资金紧缺，部分应付账款延期支付所致。2019 年末公司的经营性应付项目减少 2,156.62 万元，主要系公司 2019 年流动资金较为充裕，货款及时予以支付。2020 年公司的经营性应付项目增加 20,896.25 万元，主要系公司的销售规模和采购规模扩大所致。

报告期内，公司的经营活动现金流量净额以及当期净利润的差异与同行业可比上市公司对比情况如下：

单位：万元

证券代码	证券简称	项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
600679.SH	上海凤凰	经营活动产生的现金流量净额	12,253.86	2,191.74	-2,575.19
		净利润	10,739.98	4,056.75	1,296.45
		<b>差异</b>	<b>1,513.88</b>	<b>-1,865.01</b>	<b>-3,871.64</b>

证券代码	证券简称	项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
600818.SH	中路股份	经营活动产生的现金流量净额	1,079.74	936.07	996.35
		净利润	8,339.09	-7,577.28	-457.63
		<b>差异</b>	<b>-7,259.35</b>	<b>8,513.35</b>	<b>1,453.98</b>
本公司		经营活动产生的现金流量净额	20,311.88	3,606.34	663.76
		净利润	15,675.14	10,198.72	5,162.19
		<b>差异</b>	<b>4,636.73</b>	<b>-6,592.38</b>	<b>-4,498.43</b>

注：根据其公开披露的定期报告内容计算所得。

由上表可见，2018年、2019年、2020年，公司的经营活动现金流量净额与当期净利润的差异变化趋势与上海凤凰基本一致，与中路股份存在较大差异，主要原因系中路股份2018、2019年度净利润均为负数以及2020年度因出售参股公司部分股权，投资收益金额相对较高所致。

## 2、投资活动产生的现金流量

报告期内，公司投资活动产生的现金流量情况如下：

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
取得投资收益收到的现金	324.27	161.25	113.71
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	0.51	11.83	163.21
收到其他与投资活动有关的现金	33,752.43	84,187.34	54,967.58
<b>投资活动现金流入小计</b>	<b>34,077.21</b>	<b>84,360.42</b>	<b>55,244.50</b>
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	376.68	536.62	545.74
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	41,319.61	79,601.96	60,035.52
<b>投资活动现金流出小计</b>	<b>41,696.29</b>	<b>80,138.58</b>	<b>60,581.26</b>
<b>投资活动产生的现金流量净额</b>	<b>-7,619.08</b>	<b>4,221.83</b>	<b>-5,336.76</b>

报告期内，公司投资活动产生的现金流量净额分别为-5,336.76万元、4,221.83万元和-7,619.08万元，主要为公司利用临时闲置自有资金购买银行理财产品的现金流入和流出。

## 3、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量情况如下：

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
吸收投资收到的现金	-	10,328.96	793.66
取得借款收到的现金	462.45	5,384.39	5,325.38
收到其他与筹资活动有关的现金	-	-	-
<b>筹资活动现金流入小计</b>	<b>462.45</b>	<b>15,713.35</b>	<b>6,119.04</b>
偿还债务支付的现金	462.45	7,500.29	5,208.27
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	5,099.10	3,888.04	3,860.39
其中：子公司支付给少数股东的股利、利润	-	-	-
支付其他与筹资活动有关的现金	382.08	-	-
<b>筹资活动现金流出小计</b>	<b>5,943.63</b>	<b>11,388.33</b>	<b>9,068.66</b>
<b>筹资活动产生的现金流量净额</b>	<b>-5,481.18</b>	<b>4,325.02</b>	<b>-2,949.63</b>

报告期内，公司筹资活动产生的现金流量净额分别为-2,949.63 万元、4,325.02 万元和-5,481.18 万元，其中，筹资活动现金流入分别为 6,119.04 万元、15,713.35 万元和 462.45 万元，主要为股东投入资本以及取得银行借款；筹资活动现金流出分别为 9,068.66 万元、11,388.33 万元和 5,943.63 万元，主要为偿还银行借款以及向股东分红等支出。

#### （五）未来可预见的重大资本性支出情况

截至本招股说明书签署日，除本次发行募集资金投资项目外，公司无可预见的重大资本性支出计划。本次募集资金投资项目对公司主营业务和经营成果的影响，参见本招股说明书“第九节 募集资金运用与未来发展规划”的有关内容。

#### （六）发行人的流动性分析

报告期各期末，公司的流动性相关指标如下：

单位：万元、次

项目	2020.12.31 /2020 年度	2019.12.31 /2019 年度	2018.12.31 /2018 年度
流动比率	1.56	1.59	1.15
速动比率	1.38	1.48	1.08
流动资产期末余额	97,678.66	66,525.97	53,733.26
流动资产占资产总额的占比	91.61%	87.66%	84.36%
流动负债期末余额	62,446.91	41,928.06	46,619.41

项目	2020.12.31 /2020 年度	2019.12.31 /2019 年度	2018.12.31 /2018 年度
流动负债占负债总额的占比	99.30%	99.80%	99.98%
经营活动产生的现金流量净额	20,311.88	3,606.34	663.76

报告期内，发行人流动比率和速动比率逐年上升，各期流动资产均能覆盖流动负债，短期偿债能力较强，财务风险较低。发行人流动负债占负债总额的比重分别为 99.98%、99.80% 和 99.30%，流动负债中主要以应付票据、应付账款以及预收款项为主。

综上，公司流动比率、速动比率保持在合理水平，公司资产流动性较好，盈利能力较强，经营活动产生的现金流量净额均为正数，短期偿债能力较强，不存在较大的流动性风险。

### （七）发行人对持续经营能力的评判

报告期内，公司业务规模稳定，整体财务状况保持良好。从资产负债结构来看，公司资产负债率呈下降的态势，资产负债变动趋势显示公司发展稳健，具备良好的偿债能力；从盈利能力来看，公司报告期内扣非后净利润实现快速增长。

公司销售遍布全球 80 多个国家和地区，受单一国家不利影响较小，针对外贸出口形势，国家亦有相应的支持政策，目前公司订单量较为充足。随着公司募集资金的到位和募投项目的实施，公司的研发能力、生产能力都将得到提升，这将对公司持续经营能力产生积极的影响。

综上，根据发行人所在行业的发展趋势以及公司的业务状况，发行人具备持续经营能力。

## 十二、发行人报告期内的重大资本性支出情况

2018 年、2019 年和 2020 年，公司购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金分别为 545.74 万元、536.62 万元和 376.68 万元。公司资本支出项目均围绕公司主营业务进行，不存在跨行业投资的情况。

## 十三、资产负债表日后事项、或有事项、其他重要事项以及重大担保、诉讼等事项

### （一）资产负债表日后事项

2021 年 1 月 7 日，公司首次公开发行股票经深圳证券交易所创业板上市委

审核通过。

截至本招股说明书签署日，本公司无其他应披露未披露的资产负债表日后事项。

## （二）或有事项和重大承诺事项

截至 2020 年 12 月 31 日，公司尚未了结的诉讼情况如下：

1、2020 年 3 月 10 日，Everard Hayley Skelton 及其配偶 Tyler Skelton 以 Everard Hayley Skelton 因于乔治亚州科布县的坎伯兰 COSTCO 购物中心购买的 Boss. three Ladies 自行车的前挡泥板螺丝损坏而在骑行时摔伤为由，作为原告向乔治亚州北区美国地方法院提起诉讼，诉请该自行车的制造、分销、销售商 ACTION TRADERS 有限责任公司、INFINITY CYCLE WORKS 有限责任公司、天津金轮信德车业有限公司、公司、COSTCO 仓储公司赔偿其因此受到的损失并承担该案诉讼费用。

2020 年 8 月 20 日，公司收到杭州市上城区人民法院转送达的乔治亚州北区美国地方法院发出的民事诉讼传票及原告 Everard Hayley Skelton 及其配偶 Tyler Skelton 提交的起诉状。公司作为该辆自行车的境内销售商被作为共同被告提起诉讼，原告诉讼请求如下：（1）该程序和传票按照法律规定发出，要求被告出庭并答复诉状；（2）按法律规定向被告送达；（3）本法庭就一般损害赔偿和特殊损害赔偿做出有利于原告、不利于被告的裁决，数额经审判证明；（4）这一诉讼的所有费用都要向被告征税；（5）原告享有法院认为公正和适当的其他及进一步救助。

2、杭州骑呗科技有限公司因资不抵债、不能清偿到期债务，向杭州市上城区人民法院提出破产清算申请。2020 年 4 月 28 日，杭州市中级人民法院作出裁定，指令上城区人民法院立案受理杭州骑呗科技有限公司破产清算一案。同时，指定浙江浙联律师事务所担任杭州骑呗科技有限公司破产管理人。2020 年 8 月，杭州久趣向破产管理人进行了债权申报，申报债权金额 7,503,452.99 元（其中，债权本金 7,117,675.00 元，违约金 385,777.99 元），前述债权的认定金额为 7,427,293.86 元，债权类型系普通债权——供应商债权，公司对杭州骑呗科技有限公司的债权本金，已全额计提坏账准备。截至本招股说明书签署日，杭州骑呗科技有限公司尚在破产清算中。

截至本招股说明书签署日，公司不存在其他需披露的或有事项及重大承诺事项。

### （三）其他重要事项

截至本招股说明书签署日，公司不存在其他需要披露的重要事项。

### （四）重大担保、诉讼等事项

截至本招股说明书签署日，发行人尚未了结的诉讼情况详见本招股说明书“第十一节 其他重要事项”之“三、重大诉讼或仲裁事项”。

截至本招股说明书签署日，发行人不存在对外担保情况，不存在对发行人财务状况、经营成果、声誉、业务活动、未来前景以及本次发行上市有实质性影响的重大诉讼、仲裁案件。

## 十四、盈利预测

公司未编制盈利预测报告。

## 十五、财务报告审计截止日后主要财务信息及经营状况

### （一）2021年1至3月的业绩情况和审阅报告

天健会计师对公司2021年3月31日的合并及母公司资产负债表，2021年1-3月的合并及母公司利润表，2021年1-3月的合并及母公司现金流量表以及财务报表附注进行了审阅，并出具了《审阅报告》(天健审〔2021〕5301号)，主要财务数据如下：

单位：万元

项目	2021年3月31日	2020年12月31日	变动率
资产合计	112,605.36	106,628.21	5.61%
负债合计	65,442.38	62,888.95	4.06%
所有者权益合计	47,162.98	43,739.27	7.83%
项目	2021年1-3月	2020年1-3月	变动率
营业收入	74,946.01	33,650.29	122.72%
营业利润	4,134.12	2,953.78	39.96%
利润总额	4,142.24	2,967.37	39.59%
净利润	3,334.39	2,320.52	43.69%
归属于母公司股东的净利润	3,334.39	2,320.52	43.69%



扣非后归属于母公司股东的净利润	3,257.68	2,274.38	30.18%
经营活动产生的现金流量净额	-16,004.14	-5,713.35	180.12%

2021年1-3月，发行人营业收入及净利润均较上年同期出现较大幅度的增长，主要原因为：受新冠疫情影响，海外消费者更多地选择自行车、助力电动自行车出行，对自行车、助力电动自行车需求增长，海外订单量大幅增加。

(二) 2021年1至3月主要会计报表项目与上年年末或同期相比的变动情况，如变动幅度较大的，变动原因以及由此可能产生的影响，相关影响因素的持续性

### 1、资产负债表中主要项目及其变动原因

单位：万元

项目	2021年3月31日	2020年12月31日	变动率	变动率超过30%的原因
货币资金	19,915.56	26,472.82	-24.77%	
交易性金融资产	2,843.88	12,119.09	-76.53%	系2021年3月末理财产品减少所致。
应收账款	57,706.78	40,283.92	43.25%	系2021年1-3月销售收入大幅增加，相应的应收账款增加。
预付款项	3,887.35	2,274.54	70.91%	系销售订单增加，预付采购货款增加所致。
存货	13,362.58	11,570.37	15.49%	
固定资产	7,283.11	7,407.93	-1.68%	
递延所得税资产	757.57	539.30	40.47%	系应收坏账准备增加，相应确认的递延所得税资产增加所致。
资产合计	112,605.36	106,628.21	5.61%	
应付票据	10,680.00	10,205.00	4.65%	
应付账款	40,702.85	35,149.43	15.80%	
预收款项	1,747.96	984.62	77.53%	系无合同对应的预收货款增加所致。
合同负债	7,848.84	9,280.74	-15.43%	
应付职工薪酬	1,122.24	3,337.30	-66.37%	系2020年年末年终奖本期发放所致。
应交税费	1,124.51	1,747.96	-35.67%	系2021年3月末应交企业所得税减少所致。
预计负债	240.73	174.44	38.00%	系2021年3月电商销售增加，相应计提的预计负债增加所致。
递延所得税负债	125.97	267.59	-52.92%	系2021年3月交易性金融资产公允价值减少，相应减少确认递延所得税负债。
负债合计	65,442.38	62,888.95	4.06%	
未分配利润	19,052.62	15,718.23	21.21%	
所有者权益合计	47,162.98	43,739.27	7.83%	

## 2、利润表中主要项目及其变动原因

项目	2021年1-3月	2020年1-3月	变动率	变动率超过30%的原因
营业收入	74,946.01	33,650.29	122.72%	系新冠疫情持续影响，国外市场需求大幅增加所致。
营业成本	63,641.79	28,285.83	125.00%	系公司营业收入增加，相应营业成本增加所致。
销售费用	5,746.04	2,368.17	142.64%	系2021年1-3月销售收入增加，相应运输及出口费用、电商费用增加所致。
研发费用	333.36	251.84	32.37%	系公司加大研发投入所致。
投资收益	720.33	40.81	1,665.08%	系本期远期结售汇处置收益增加所致。
公允价值变动收益	-638.61	-	100.00%	系远期结售汇公允价值变动损益增加所致。
信用减值损失	-983.45	221.99	-543.01%	系2021年3月末应收账款余额增加，相应增加计提坏账准备，减少信用减值损失所致。
利润总额	4,142.24	2,967.37	39.59%	受疫情影响国外市场需求增加，公司本期营业收入以及利润实现较大的增长
净利润	3,334.39	2,320.52	43.69%	受疫情影响国外市场需求增加，公司本期营业收入以及利润实现较大的增长
归属于母公司股东的净利润	3,334.39	2,320.52	43.69%	受疫情影响国外市场需求增加，公司本期营业收入以及利润实现较大的增长

## 3、现金流量表中主要项目及其变动原因

项目	2021年1-3月	2020年1-3月	变动率	变动率超过30%的原因
经营活动现金流入小计	65,343.92	43,051.66	51.78%	系新冠疫情持续影响，国外市场需求大幅增加导致收入大幅增加所致。
经营活动现金流出小计	81,348.06	48,765.01	66.82%	系公司收入增加，相应采购成本运输及出口费用、电商费用增加以及支付的薪酬增加所致。
经营活动产生的现金流量净额	-16,004.14	-5,713.35	180.12%	系经营性应收项目增加所致。
投资活动现金流入小计	16,910.01	16,176.49	4.53%	
投资活动现金流出小计	7,506.40	15,684.93	-52.14%	系本期购买的理财产品减少所致。
投资活动产生的现金流量净额	9,403.61	491.56	1,813.00%	系本期购买的理财产品减少所致。
筹资活动现金流入小计	-	-	-	
筹资活动现金流出小计	10.12	-	100.00%	
筹资活动产生的现金流量净额	-10.12	-	100.00%	
现金及现金等价物净增加额	-6,181.52	-5,006.93	23.46%	

#### 4、主要会计报表项目变动可能产生的影响，相关影响因素的持续性

上述主要会计报表项目变动主要系发行人 2021 年 1-3 月经营业绩增长，盈利能力得到增强，对发行人未来持续增长产生了积极的影响。随着国内疫情不利影响减弱，新冠疫情对公司采购、生产的影响已基本得以消除，不具有持续性。同时，新冠疫情使海外消费者更多地选择线上消费并改变了大众的生活方式和出行方式，海外自行车市场需求增长，推动公司业绩稳定持续增长。

#### （三）新冠疫情和汇率波动对发行人业绩的影响

##### 1、新冠疫情对发行人业绩的影响

根据海关总署的最新统计数据显示，2020 年 1-12 月，中国自行车整车累计出口金额 2,521,798 万元人民币，同比增长 28.6%。

此外，根据中国轻工业信息中心统计数据，2020 年 1-12 月，全国规模以上自行车制造企业营业收入 1762.0 亿元，同比增长 16.2%，实现利润总额 75.3 亿元，同比增长 13.6%。其中，两轮脚踏自行车制造业营业收入 577.0 亿元，同比增长 10.0%，利润总额 22.1 亿元，同比增长 17.3%；电动自行车营业收入 925.8 亿元，同比增长 22.9%，实现利润总额 39.1 亿元，同比增长 8.3%。2020 年 1-12 月，全国自行车制造业主要产品中，两轮脚踏自行车完成产量 4436.8 万辆，同比增长 24.3%；电动自行车完成产量 2966.1 万辆，同比增长 29.7%。

因此，受新冠疫情的影响以及全民健康意识的进一步提高，以代步出行、运动健身、娱乐休闲为目的的自行车消费将加速复苏，新冠疫情目前未对公司经营业绩产生不利影响。

##### 2、汇率波动对发行人业绩的影响

公司销售主要集中于境外，并主要以美元进行结算。报告期内，公司汇兑损益分别为-325.13 万元、-584.55 万元和 3,436.74 万元。公司销售的产品大部分采用向外包供应厂商采购的方式完成，从获取订单、确定供应商、组织生产、交付货物到完成销售需要一定周期，在此期间内，如果人民币汇率出现大幅波动将直接影响公司的经营业绩；如人民币持续升值，则将对公司的出口业务产生不利影响，具体表现为：（1）导致公司产生汇兑损失；（2）以人民币折算的销售收入减少。

假设报告期内外币兑人民币年平均汇率上（下）浮 5%、10%，则对公司主营业务收入的具体影响如下：

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
主营业务收入	228,421.73	179,324.66	181,980.72
其中：以外币结算的外销收入	202,930.72	159,232.15	172,182.09
占比	88.84%	88.80%	94.62%
年平均汇率上升（下降）5%变动对主营业务收入的影响	10,146.54	7,961.61	8,609.10
影响金额占主营业务收入的比例	4.44%	4.44%	4.73%
年平均汇率上升（下降）10%变动对主营业务收入的影响	20,293.07	15,923.21	17,218.21
影响金额占主营业务收入的比例	8.88%	8.88%	9.46%

由上表可见，报告期内，外币兑人民币年平均汇率分别上升（下降）5%时，对公司各期主营业务收入的影响分别为±4.73%、±4.44%和±4.44%；外币兑人民币年平均汇率分别上升（下降）10%时，对公司各期主营业务收入的影响分别为±9.46%、±8.88%和±8.88%，不会对公司经营业绩产生重大影响，但若外币兑人民币的结算汇率短期内出现大幅波动，仍将对公司的经营业绩产生较大影响。

## 第九节 募集资金运用与未来发展规划

### 一、募集资金项目概况

#### (一) 募集资金投资项目

2020年5月25日，公司召开2020年第二次临时股东大会，审议通过《募集资金投资项目可行性方案》的议案。公司拟在境内首次公开发行人民币普通股（A股）4,856.00万股，本次发行募集资金到位后，将募集资金扣除发行费用后的净额用于投资以下项目：

单位：万元

序号	项目名称	投资总额	拟投入募集资金	建设期	实施主体
1	年产100万辆成人自行车项目	25,389.69	25,389.69	24个月	久祺股份
2	研发设计中心项目	10,382.01	10,382.01	24个月	久祺股份
3	供应链体系升级项目	4,397.98	4,397.98	24个月	久祺股份
4	补充流动资金	10,000.00	10,000.00		久祺股份
合计		<b>50,169.68</b>	<b>50,169.68</b>		

本次发行募集资金到位前，公司可根据募集资金投资项目的实际进度，自筹资金先期投入，募集资金到位后置换已预先投入的自筹资金支付的款项。

#### (二) 募集资金投资项目的审批、核准或备案情况

公司本次发行募集资金投资项目审批、核准或备案的情况如下：

序号	项目名称	项目备案	环评批复
1	年产100万辆成人自行车项目	2020-330521-37-03-117434	湖德环建【2020】67号
2	研发设计中心项目	2020-330102-37-03-129948	20203301020000048
3	供应链体系升级项目	2020-330102-37-03-129950	20203301020000049
4	补充流动资金	—	—

#### (三) 实际募集资金与投资项目需求出现差异时的安排

本次募集资金投资项目的预计总投资为50,169.68万元，计划使用募集资金50,169.68万元。如本次发行扣除发行费用后的实际募集资金不能满足本次发行募集资金投资项目的的需求，公司将根据实际募集资金净额，安排募集资金使用，

不足部分由公司自筹解决。在本次募集资金到位之前，公司将根据项目进度的实际情况以自筹资金先行投入，并在募集资金到位之后按照相关法规规定的程序予以置换。

#### （四）募集资金专户储存安排

公司已根据相关法律法规制定了《募集资金管理制度（草案）》，具体规定了募集资金存放、使用、募集资金投资项目实施管理、募集资金投资项目的变更、募集资金使用情况的监督、信息披露等相关内容。公司募集资金到位后将存放于专项账户集中管理，并在规定时间内与保荐机构、存放募集资金的商业银行签订三方监管协议。公司将严格遵照《上市公司监管指引第2号—上市公司募集资金管理和使用的监管要求》、《深圳证券交易所创业板股票上市规则》、《深圳证券交易所创业板上市公司规范运作指引》等法律法规以及公司《募集资金管理制度》的规定，规范使用募集资金。

#### （五）募集资金投资项目对同业竞争和独立性的影响

本次募集资金的使用，均围绕公司主营业务展开，募集资金投资项目与公司现有业务紧密相关。项目实施后不会新增构成重大不利影响的同业竞争，对公司的独立性不产生不利影响。

#### （六）募集资金投资项目对公司主营业务发展的贡献、对未来经营战略的影响、对业务创新创造创意性的支持作用

公司年产 100 万辆成人自行车项目将提高公司成人自行车的生产能力并优化生产工艺流程，提高自动化水平，有效降低单位成本，扩大公司的生产规模。研发设计中心项目提升公司自行车研发与设计能力，有利于公司灵活应对市场需求的快速多变，实现多元化、小批量的生产模式，增强公司订单承接能力和产品竞争力，有利于公司进一步提升公司研发设计的创新创造创意能力。供应链体系升级项目将打造专业化、集约化的自行车行业垂直电商平台，助力公司形成“拉动式”供应链管理体系，有利于推动公司形成新业态、新模式，进而提高公司业务协同能力、提升市场份额。补充流动资金项目将增加公司业务发展所需的营运资金，有助于公司扩大业务规模，优化资本结构，降低财务风险。

综上所述，本次募集资金投资项目完成后，将有力促进公司主营业务的发展，

有利于进一步推动公司业务和产品的创新创造，助力公司未来经营战略的实现。

## 二、募集资金投资项目具体情况

### （一）年产 100 万辆成人自行车项目

#### 1、项目概况

本项目为年产 100 万辆成人自行车项目，项目总投资为 25,389.69 万元，其中场地投入为 15,636.00 万元，设备投入为 7,921.00 万元，基本预备费为 997.85 万元，铺底流动资金为 834.84 万元。项目总建筑面积为 60,000.00 平方米，新引进工作人员 380 名，项目建设期为 24 个月。

为了提高公司的生产能力，公司拟新建成人自行车生产基地，通过采用国内外先进的生产、检测设备，优化生产工艺流程，提高自动化水平，有效降低单位成本并进一步提高山地自行车和助力电动自行车两类产品产能。项目达产后，公司将新增 80 万辆山地自行车和 20 万辆助力电动自行车的产能，有助于公司提升盈利水平，巩固和提升公司在自行车行业的市场地位。

#### 2、项目建设的必要性与可行性

##### （1）项目建设的必要性

##### ①本项目的建设有利于公司实施“智能制造”战略，提高生产能力

随着全球新一轮科技革命和产业变革的兴起，发达国家纷纷实施“再工业化”战略，提出以先进制造业为核心的“工业 4.0”计划，全球工业技术体系、发展模式和竞争格局迎来了新的发展契机，智能制造在全球范围内快速发展并已成为制造业的重要发展趋势。为了加快新一代信息技术和制造业的深度融合，我国陆续出台了《中国制造 2025》《智能制造发展规划（2016-2020 年）》《关于积极推进“互联网+”行动的指导意见》等政策，旨在推动我国制造业的供给侧结构性改革，打造制造业的竞争新优势，完成由“制造大国”向“制造强国”的转变。

我国自行车行业积极顺应制造业的转型升级趋势，行业内已有部分企业开始采用自动化设备和引入信息化管理系统，信息化程度得到一定提高，但由于自行车行业参与者众多、技术门槛较低、市场集中度不高，多数中小型企业仍主要依靠规模扩张的发展方式，行业整体的自动化、智能化水平尚有较大的提升空间。

同时，下游市场对于自行车产品多元化、个性化需求的增加，使得自行车生产端呈现出“小批量、多样化”的特点，这也对自行车企业的设备水平与柔性生产能力提出了更高的要求。

因此，为了抓住全球制造业分工调整和智能制造快速发展带来的战略机遇，公司应积极响应“智能制造”战略，根据自身的业务情况与经营目标制定相适应的智能制造发展计划，从场地、设备、人员和管理等方面进行科学的规划布局，实现生产要素的最优组合。公司在本项目的建设中将充分结合工业 4.0 思想、精益生产理念和离散制造业的特点，引进自动化的生产及检测设备，革新生产工艺，并利用集成多项信息技术的生产管理系统对生产车间进行全方位管理，打造自行车领域内的智能工厂，满足下游市场对产品种类、性能、质量和交期等要求，提升智能制造水平，增强公司的综合竞争力，为未来的市场拓展与品牌建设提供强有力的支撑。

②本项目的建设有利于公司把握中高端自行车领域的发展机会，取得市场先发优势

中国自行车产业发展已经超过 30 年，在多年的发展过程中，国内已形成了完善的自行车生产和销售体系，产业配套体系完善，行业竞争格局相对稳定。但随着全球经济形势的不确定性因素增加、国内自行车市场经历共享单车的“退潮”冲击后增速放缓，国内自行车企业的生存环境日益严峻，行业内的竞争愈发激烈。

在低端自行车产品领域，由于企业之间的技术差异较小，因此大多数中小型自行车企业较难在低端自行车市场形成竞争优势，而助力电动自行车作为新兴品类，近年来在欧美等发达国家和地区的销量实现快速增长，具有广阔的市场前景。同时，助力电动自行车具备加工难度大、技术含量高等特点，拓展助力电动自行车业务有助于公司加强在产品技术领域的竞争优势。此外，助力电动自行车产品的平均单价高、毛利率较传统的自行车产品有所提升，因此加大对助力电动自行车的工艺研发和产线投入，是公司优化产品结构、提高盈利能力的重要途径。

公司作为国内较早开展自行车出口业务的企业之一，具有深厚的行业经验和良好的客户基础，对全球自行车行业市场的发展趋势有着敏锐的洞察力。面对国内中低端市场竞争加剧，海外中高端自行车市场持续增长的现状，公司应积极把



握由海外市场助力电动自行车需求快速增加所带来的发展机会，适时提升助力电动自行车的生产能力，提前布局助力电动自行车市场。公司在本项目的建设及运营过程中将依托以往积累的自行车工艺研发及生产制造经验，结合助力电动自行车的工艺特点与终端消费者的使用需求，逐步扩大助力电动自行车的生产规模，取得市场先发优势，全力抢占自行车产业的制高点。

### ③本项目的建设有利于公司构建现代化生产管理体系，夯实发展基础

凭借充足的劳动力供给和完善的产业链结构，我国自行车行业在近年来保持持续、稳定发展，行业总体经济规模平稳增长，整体经营效益不断提升，我国目前已成为全球自行车市场的主要生产国和出口国。但随着国内土地、人力成本的上升，以及行业内同质化、低质化竞争仍普遍存在，国内自行车企业的价格优势已被进一步压缩，由粗放式的生产管理模式所带来的高能耗、高成本和质量稳定性差等问题，制约了我国自行车行业的发展壮大。

公司作为国内综合实力较强的企业，一直致力于改进生产工艺，提高产线的自动化程度，目前在焊接、喷涂等工序已实现自动化改造，但在复杂车型的部分工序上仍然需要依赖人工操作，难以发挥“小批量、多样化”的生产优势，生产效率有待提高。同时，随着国内工业化自动化进程的推进，自动化生产已成为衡量企业经营管理能力的重要标准之一，构建现代化的生产管理体系有助于公司塑造良好的企业形象，获得更多国际客户的认可。因此，公司有必要对现有的生产管理体系进行升级，运用信息化手段对采购、生产、品控、物流等环节进行集中管理，合理安排各项生产任务，保证生产工作有序进行，能够向客户按时、按质地交付产品。

本项目实施后，公司将新建软硬件设施一流的自行车生产基地，购置国内外先进的生产、检测设备，打造高度自动化的产线，在提高生产灵活性的同时有效保障产品质量的可靠性；同时引入信息化管理系统，实现对订单、物料、人员、生产流程和质量管理的全面覆盖，有助于公司及时掌握生产信息，更加准确、高效地调度生产资源。公司通过建立现代化的生产管理体系，将持续提升管理效益，为未来参与全球化竞争、谋求长远发展夯实基础。

## （2）项目建设的可行性

### ①公司优质的客户资源与全球化布局战略为本项目的建设提供销售支撑

公司历经二十年的发展，组建了一支高效、精干的销售团队，在客户维系、渠道拓展、产品营销等方面拥有大量实践经验，并凭借稳定的产品品质和良好的设计开发服务能力，获得了海外客户的广泛认可，具有一定的市场影响力。公司业务现已遍及欧盟多国、北美（美国、加拿大）、南美（阿根廷、哥伦比亚、墨西哥）、东南亚（印度尼西亚、印度）和大洋洲（澳大利亚）等，与 HA Bicicletas、Umit Bisiklet、Benotto、Lider-96 EOOD、Dal Santo 等当地自行车行业知名企业以及 Walmart、Costco 等连锁商超建立了稳定的合作关系，成为主要客户在自行车及零配件领域的重要供应商。

公司在市场拓展的过程中坚持全球化布局，一方面利用较强的销售网络，深入了解海外消费者的自行车使用需求，设计研发山地自行车、助力电动自行车等中高端品类的产品，并完成相关的供应链开发工作；另一方面，为了避免欧盟向我国自行车产品征收的反倾销税，与印尼、印度、捷克等国家的专业加工厂进行合作，通过第三方出口的方式向欧盟市场输出自行车产品，逐步提升公司在欧洲自行车市场的份额。

综上，公司优质的客户资源和全球化布局战略将为本项目的建设提供持续的市场动力，有助于顺利消化投产产品的新增产能，提高公司产品的市场渗透率，从而提升公司在全球自行车市场上的地位，实现战略发展目标。

### ②公司丰富的生产技术积累为本项目的建设提供技术支持

公司始终致力于提升生产效率，将生产自动化上升到战略层面，在生产中心下设立设备部，由其负责设备维护和自动化设备导入。公司为提高生产的自动化水平，已经开始对焊接、喷涂和装配等工序进行初步的自动化改造，如焊接机器人、自动喷涂线等，在提升生产效率与质量水平方面取得一定成效，并且减少了人工操作对产线的干预，有助于公司加强对生产环节的把控，科学地安排生产计划与调整生产进度。

同时，由于自行车行业的准入壁垒较低，市场较为分散，自行车企业间的技术储备和生产经验积累存在较大差异，随着市场竞争的加剧和下游需求的变化，工艺技术水平成为行业内的主要竞争要素。公司在过往的生产活动中积累了大量

的生产技术经验，是行业内少数实现一体式压铸加工的企业，不仅解决了行业普遍存在的焊接拉力变形问题，还通过简化工艺流程，有效地降低了生产成本，且外观更加简洁、时尚，符合当代消费者的审美喜好。

公司目前在自行车压铸、抛光和后加工等方面积累了大量的技术经验，形成了一批知识产权成果，截至本招股说明书签署日，公司及子公司共拥有 66 项专利，包括 12 项发明专利，34 项实用新型专利和 20 项外观专利。因此，公司丰富的生产技术积累将为本项目建设的自动化、智能化工厂提供有力的技术支持，并加快新材料、新技术的生产落地，巩固公司在生产制造端的技术水平。

### ③公司严格的生产管控为本项目的建设提供质量保障

公司按照自行车产品的国内、国际标准建立质量管理体系，制定了完善的质量管理制度，包括《质量检验标准》《质量检验抽样水平标准对照表》《质量检验报告》等，对采购、生产、入库、发货等各生产和服务环节进行质量控制。公司根据质量管理制度的要求，确立了质量管理体系流程，针对生产过程中的 21 个质控点规定了相应的质量要求，并由专业的品控人员进行检查、记录和考核。

在生产过程中，公司遵循《生产管理系统流程图》要求组织生产，实行全员品质连环品保，通过产品质量前期策划、生产过程品质管控来提升产品质量。而在公司生产运作管理方面，公司严格划分各部门职责，生产管理部负责预测月度、季度、年度订单情况，提前规划部分产品的生产计划；工艺部负责根据客户订单要求分析出具工艺技术方案及可行性分析，同时针对生产薄弱环节研究工艺改良措施；架叉部、涂装部和总装部则按照生产计划对各条生产线生产任务进行分配，落实产品生产指令；而品质保证部则负责对生产物料、生产过程以及入库产品的质量控制进行统一管理。此外，公司还制定了 KPI 考核机制和创新激励机制，鼓励生产一线进行工艺改进和技术创新，大大地调动了员工积极性。

在严格的生产管控下，公司获得 GB/T19001-2016/ISO9001:2015 质量管理体系认证，有助于为本项目的建设提供质量管理方面的经验指导，确保在产能提升、产品结构变化的情况下，能够一如既往地保证不同种类、不同批次产品质量的可靠性。

### 3、项目投资概算

本项目总投资额为 25,389.69 万元，拟全部用募集资金投入，具体情况如下：

单位：万元

序号	投资内容	投资金额	占总投资比例
<b>1</b>	<b>建设投资</b>	<b>24,554.85</b>	<b>96.71%</b>
<b>1.1</b>	<b>场地投入</b>	<b>15,636.00</b>	<b>61.58%</b>
1.1.1	工程建设费	12,036.00	47.41%
1.1.2	土地购置费	3,600.00	14.18%
<b>1.2</b>	<b>设备投入</b>	<b>7,921.00</b>	<b>31.20%</b>
1.2.1	硬件设备	6,421.00	25.29%
1.2.2	软件设备	1,500.00	5.91%
<b>1.3</b>	<b>基本预备费</b>	<b>997.85</b>	<b>3.93%</b>
<b>2</b>	<b>铺底流动资金</b>	<b>834.84</b>	<b>3.29%</b>
<b>项目总投资</b>		<b>25,389.69</b>	<b>100.00%</b>

#### 4、项目实施进度安排

本项目预计建设期为 24 个月，项目的工程建设周期计划分 5 个阶段实施完成，包括：可行性研究与初步设计、场地建设及装修、设备采购及安装、人员招聘及培训、试运营。项目的装修施工与设备安装按照国家专业技术规范和标准执行，项目建设进度安排如下：

阶段/时间（月）	T+24							
	3	6	9	12	15	18	21	24
可行性研究、初步设计								
场地建设及装修								
设备采购及安装								
人员招聘及培训								
试运营								

#### 5、项目环保措施

项目实施后，在运营过程中产生的污染物主要包括废水、废气、噪声和固体废弃物。污染物的主要来源及采取的防治措施如下：

污染物	主要来源	拟采取的主要措施
污水	生产污水和生活污水	在厂间设置相应的污水处理设施，包括废水处理站、化粪池、食堂隔油池、排污口整治及建设清污分流管网。施工、生产

污染物	主要来源	拟采取的主要措施
		过程中产生的废水经专用处理池处理并达标后,进入市政污水管网排放;粪便污水经化粪池处理后与其他生活污水一起排入工业区下水道。
废气	车间生产过程中产生的废气和食堂厨房产生的油烟	在生产车间安装集气罩、排气管道、过滤网、空气净化器、有机废气吸收塔和洁净送回风系统,确保生产过程中产生的废气能够被吸收、净化;食堂厨房油烟经高效静电油烟净化装置处理后由烟道引至高空排放。
噪声	设备运行过程中造成的噪声	选用低噪声型号设备,合理布局生产车间内的各项设备,对高噪声设备进行隔音处理。生产车间安装隔音门窗,通过厂房隔音和距离衰减后,预计厂界环境噪声达到《工业企业厂界环境噪声排放标准》(GB12348-2008)中3类标准,即昼间 $\leq 65\text{dB(A)}$ 、夜间 $\leq 55\text{dB(A)}$ 。
固体废物	边角料、生产过程中产生的一般废弃物和危险废弃物、生活垃圾等	设立一般固废暂存处和危险固废暂存处,根据固体废弃物的性质进行处理,具体的处理方式如下:生活垃圾集中后定期由环卫部门清理运走;一般废弃物交物资公司回收利用;危险废弃物交由具备相应资质的环保公司进行处理。

## 6、项目选址及用地情况

2020年2月18日,公司与湖州莫干山高新技术产业开发区管理委员会签订了《项目框架合作协议》,项目的选址及用地为湖州莫干山高新技术产业开发区城北高新园秋北区块。

2021年4月22日,湖州莫干山高新技术产业开发区管理委员会投资促进局向发行人出具了《关于久祺股份有限公司募投项目用地相关事项的函》,确认:“你公司向湖州莫干山高新技术产业开发区管理委员会提出申请产业用地,关于建设年产100万辆成人自行车(打造工业4.0智能模式生产示范工厂),拟项目地块在高新区秋北区块,已与我区签订框架合作协议,同时意向地块已开展用地红线的申请,用地前期工作正常进行,我区也将积极协助推进。该项目拟项目地块规划为工业用地,你公司建设项目内容符合该地块土地性质,符合我区产业导向、土地政策及规划。如果因客观原因需要调整项目落点,我区将积极协调,不影响项目实质性落地,不影响项目整体进度。”

综上,该募投项目用地前期工作推进顺利,项目用地符合土地政策、城市规划等相关规定,无法落实的风险较小。

### (二) 研发设计中心项目

#### 1、项目概况

本项目建设内容为公司研发设计中心的建设，项目总投资为 10,382.01 万元，其中场地投入为 4,300.00 万元，设备投入为 1,821.25 万元，基本预备费为 306.06 万元，实施费用为 3,954.70 万元。项目总建筑面积为 2,000.00 平方米，新引进工作人员 120 名，项目建设期为 24 个月。

研发设计中心的主要建设内容包括智能展厅建设、产品研发测试中心、镁合金项目、产品研发系统、任务管理信息化项目及产品数据中心库，对公司展示区、测试区、储藏区和办公区进行装修，更好地在线下展示厅展示公司良好的形象；同时购买相关信息化、研发体系、产品数据中心库搭建的软硬件设备，并招聘和培育高素质信息技术人员和管理人员，以保证项目的顺利实施。公司拟通过本项目的建设，将改善研发环境，为研发人员配备专业的实验、测试和办公设备，创建有利的场地和设备条件，有助于公司加快完成新技术、新产品的开发，实现标准模块化设计及信息化项目管理体系。

## 2、项目建设的必要性与可行性

### （1）项目建设的必要性

①本项目的建设有利于公司满足下游市场的多元化需求，实现多元化、小批量的生产模式

随着我国经济的平稳发展与消费观念的变化，消费者对自行车的需求向多元化、个性化、定制化发展，在自行车车型、样式、功能等方面产生差异化需求，产品细分趋势明显。因此，自行车企业常常面临产品品种繁杂、市场预测困难等问题，在生产过程中容易出现产线调整频繁、出错率高、品控难度大等不利情况。目前，公司虽已具备提供多品种、多尺寸自行车产品的能力，但由于客户订单的具体要求不同，工艺流程有所差异，产品的生产技术细节变更多，在交叉作业的过程中信息易失真，最终影响生产计划的完成效率。为适应市场竞争，公司一方面需要通过产品多元化战略进行小批量的生产，紧跟市场需求变化，另一方面则要确保产线的灵活性，保持稳定的生产效率和产品优良率，才能满足客户的产品质量与交期要求。

公司拟通过本项目建设模块化设计体系，将复杂的产品设计过程无缝隙地分解成独立模块，包括车架、转向、传动、轮组、刹车、操控、配件、附件和电器件等。公司可根据客户喜好对模块进行快速组合，形成不同结构、不同组合的定

制化产品方案，并将设计细节完整传送给工厂进行组织生产。工厂借助模块化设计系统，能够获取满足订单条件的配件型号、结构样式、装配细节等信息，并运用自动化设备设置工艺参数，最终将产品技术方案转化成客户需要的产品。公司利用模块化设计技术将创新自行车行业传统的设计和生模式，寻求满足市场多元化需求与高效生产的平衡点，提高柔性化生产能力，实现多元化、小批量的生模式，在满足客户日益多样化需求的同时，保证生产环节的灵活、高效。

综上所述，本项目的建设有利于公司灵活应对市场需求的快速多变，实现多元化、小批量的生模式，以满足不同群体的消费者对自行车的特定需求，强化公司的产品优势。

### ②本项目的建设有利于公司引入模块化管理思想，增强订单承接能力

公司历经长期的市场拓展，业务已遍布全球 80 多个国家和地区，形成了以需求为驱动，以客户为中心的业务发展模式。为了充分满足不同国家或地区消费者的骑行需求，自行车各个零件的组合与配置变化较为频繁，同一款车型会衍生出多种不同的配置状态，与产品相关的设计、工艺数据大量增加，这对自行车企业管理产品数据的能力提出了更高的要求。然而，自行车的生产链条较长，制造工艺复杂，针对不同客户之间的差异化订单要求，若是在订单确认后再进行设计组装，在一定程度上会影响产品的交付周期，削弱订单的交付能力，同时在长时间沟通过程中容易产生信息传达不到位、信息理解偏差等问题。因此，自行车企业不仅需要在生产制造方面达到客户的产品质量和交货时间要求，还需要通过信息化手段解决需求与生产的匹配问题，提高产品数据信息的处理效率，才能具备快速、准确响应客户产品技术方案调整需求的能力，确保按时交付产品。

通过本项目的建设，公司将在研发设计环节引入模块化管理思想，将自行车的重要零部件划分为基础模块，从整体的生产过程中分离出来，通过以往的产品数据积累与客户需求共性的挖掘，整合成涵盖多车型、多功能、多品牌的自行车产品及零部件数据库。公司运用模块化系统不仅能够实现产品设计与生产之间的高效转换，缩短生产周期，还能有效避免异地沟通中存在的信息不对称问题，提高客户满意度，进而不断增强多元化订单的承接能力，促成更多的业务机会。

### ③本项目的建设有利于公司提高信息整合能力，深入服务于目标市场客户

公司重视信息化系统的建设和应用，将信息系统的管理范围逐步延伸至各个

业务部门，在工厂和研发部门取得了初步应用成果。但由于公司不同部门、不同子公司之间缺乏统一规划，系统应用水平不同步，导致各个业务板块的信息资源无法有效集成，不利于发挥信息化系统在内部管理和资源分配上的作用。随着公司经营规模的发展壮大，公司需要继续提高信息化水平，构建符合公司发展目标和业务特点的信息系统，利用现代信息化技术优化经营管理模式，与上下游企业进行信息互通，提升内外部资源协调能力，为产品的工艺升级、市场拓展计划和战略发展方向提供充足的数据信息支持。

公司将通过本项目的实施打破内部各子公司、各业务部门以及与上下游企业间的信息壁垒，提高沟通效率，加快信息流转。内部管理方面，公司将建立集成总部、子公司及下属部门的信息化系统平台，形成以项目为核心、集资金流、信息流、数据流于一体的共享资源体系，将工作任务进行拆分，明确各部门及分支机构的职责和分工，规范流程运作，便于管理层把控项目进度与完成质量，提升管理效益；市场管理方面则利用信息化系统平台的触达性，汇聚不同国家和地区的自行车市场信息，利用先进的技术手段对庞杂的信息进行筛选与整合，并及时反馈给研发设计部门，有助于公司更加全面、深入地了解终端消费者的骑行需求，准确预判行业技术的发展方向，有目的地展开先导性研究，以适时推出符合市场新需求的自行车产品，抢占市场先机。

## （2）项目建设的可行性

### ①公司较强的设计研发团队为本项目提供专业支撑

公司深知设计研发能力在市场竞争中的重要性，不断加强设计研发团队的体系化建设，组建了一支具有工业设计、视觉传达、产品设计、机械设计、结构设计等相关专业背景的设计研发团队，团队成员具备较强的新产品研究开发和技术成果转化能力，能够快速理解客户提出的产品迭代需求，并落实到具体的设计研发工作中。公司采取自行培养和外部吸收相结合的人才发展战略，截至本招股说明书签署日，公司拥有 76 名研发技术人员，其中包含负责网络系统平台开发的专业人员。

公司的设计研发团队在自行车的外观、材质和功能等方面均有一定的经验储备，对自行车行业技术发展动向、消费者需求变化以及前瞻性工艺突破有着敏锐的洞察力，将前沿的科技成果进行转化并应用于实际的生产过程中，提高产品的



技术含量。在产品设计方面，公司拥有较年轻的设计人员，在设计自行车外观时结合当下流行元素，符合消费者的个性化需求；在工艺研发方面，公司拥有一批在自行车领域内工龄超过 10 年以上的工作人员，熟悉自行车生产工艺的演变过程，能够从生产落地方面给予工艺升级方案；而在产品技术平台开发方面，公司培养了一批高素质的软件开发人员，在前期的模块化体系搭建过程中积累了一定的经验，对于平台的阶段性规划和操作难点有着良好理解，具备建设大规模、高性能平台系统的能力。

因此，本项目的实施是在公司现有设计研发团队的基础上进行，团队成员的专业素养和实践经验将为本项目的实施提供有力支撑，确保在本项目建设完成后，公司能够结合行业技术的发展趋势，有序推进各项研发课题工作，并加快完成产品技术平台的上线运营。

### ②公司前期研发体系的建设为本项目提供经验指导

公司高度重视研发体系的建设，随着公司业务的持续发展，所面临的市场环境日益复杂，定制化的需求也逐渐增加。公司近年来在关注产品高效产出和产品新颖性的同时，也着重关注全流程的资源整合能力，通过现有的研发体系，能够汇聚整合市场信息和发展趋势，针对市场信息做产品的方向设计和开发；再通过销售端进行推广和投放，深入发掘客户特殊需求，实现资源的有效整合和把控。

公司高层管理人员在长期的经营工作中，充分认识到研发体系建设对于自身可持续发展的重要性，针对公司的业务模式制定了详细的信息化发展规划，确定了具体的阶段性目标，计划在三年内建设网络系统平台与产品技术平台，将繁杂的产品信息转变成模块化的数据。目前公司完成基础平台的搭建和产品数据的归拢分析体系，部分自行车产品已在平台上线，并且接入了供应商资源。

因此，公司前期的研发体系建设与平台开发经验将为本项目提供指导，及时解决平台上线初期可能出现的问题，确保平台能够如期全面开放。

### ③公司优质的客户资源为本项目的建设提供市场基础

公司自成立以来专注于自行车行业，在材料升级、工艺优化与技术创新等方面取得一系列成果，产品性能与质量不断提高，在下游市场中拥有良好口碑，与大型国际自行车采购商、批发商和连锁商超建立了良好的合作关系，如 HA

Bicicletas、Umit Bisiklet、Benotto、Lider-96 EOOD、Dal Santo、Walmart、Costco 等，客户资源较为稳定。

公司的下游客户基于长期合作考虑，对于自行车产品的抗压性、耐磨性、安全性等均设有严格标准，在选择合作商时会综合考察企业在生产效率、技术研发、质量控制、库存管理和交货周期等方面的表现。而公司凭借性能优异的产品、成熟的生产工艺与全方位的服务，获得了客户的高度认可，向海外市场销售的自行车产品荣获“杭州出口名牌”、“浙江出口名牌”等荣誉。目前，公司在下游市场中拥有较高的认可度，保有稳定的市场份额，建立了立体化的客户结构，这些优质的客户资源将为研发设计中心带来大量的需求信息，便于公司提早进行市场布局，因而能为本项目的实施提供广泛的市场基础。

#### ④公司健全的管理体系为本项目提供制度保障

公司在多年的经营管理过程中已形成健全的管理运作体系，建立了完善的组织架构和管理制度，设计研发部门组织分工明确、相互协同，能保证各项工作的高效执行。其中，产品研发部门负责产品技术信息的收集归类、产品设计参数细节的确认、以及新材料与新工艺的研发测试；网络研发部门则负责产品数据库管理，以及系统后台、程序及界面的开发。在公司健全的管理运作体系下，各岗位的员工熟悉自身工作流程、工作权限及工作标准，能够高效完成本职工作，使公司的人力、物力潜能可以最大限度地发挥出来。

在研发设计中心的建设过程中，公司现有的管理体系和一系列管理制度有助于管理层更好地进行统筹规划和安排任务，使员工更快、更好地适应并熟练地操作研发系统，充分发挥本项目的功能。

### 3、项目投资概算

本项目总投资额为 10,382.01 万元，拟全部用募集资金投入，具体情况如下：

单位：万元

序号	投资内容	投资估算	占总投资比例
<b>1</b>	<b>建设投资</b>	<b>6,427.31</b>	<b>61.91%</b>
<b>1.1</b>	<b>场地投入</b>	<b>4,300.00</b>	<b>41.42%</b>
1.1.1	场地购置	3,600.00	34.68%
1.1.2	装修工程	700.00	6.74%

序号	投资内容	投资估算	占总投资比例
<b>1.2</b>	<b>设备投入</b>	<b>1,821.25</b>	<b>17.54%</b>
1.2.1	硬件设备	1,316.25	12.68%
1.2.2	软件设备	505.00	4.86%
<b>1.3</b>	<b>基本预备费</b>	<b>306.06</b>	<b>2.95%</b>
<b>2</b>	<b>实施费用</b>	<b>3,954.70</b>	<b>38.09%</b>
2.1	人员工资	3,034.20	29.23%
2.2	研发支出	920.50	8.87%
<b>项目总投资</b>		<b>10,382.01</b>	<b>100.00%</b>

#### 4、项目实施进度安排

本项目预计建设期为 24 个月，项目的工程建设周期计划分 5 个阶段实施完成，包括：可行性研究与初步设计、场地装修、设备采购及安装、人员招聘及培训、试运营。项目的装修施工与设备安装按照国家的专业技术规范和标准执行，项目建设进度安排如下：

阶段/时间（月）	T+24							
	3	6	9	12	15	18	21	24
可行性研究、初步设计								
场地装修								
设备购置、安装及调试								
人员招聘及培训								
试运营								

#### 5、项目选址及用地情况

本项目将在杭州市选址购置办公楼。本项目拟购置的物业为普通写字楼，市场供给较为充裕，如期成功取得的可能性较大。如未能如期取得合适物业，公司可以租赁房产的方式保证募集资金使用，不会给公司的经营带来不利影响，上述募投项目的场所落实不存在重大风险。

### （三）供应链体系升级项目

#### 1、项目概况

本项目建设内容为公司供应链体系的升级，项目总投资为 4,397.98 万元，其

中场地投入为 1,950.00 万元，设备投入为 558.50 万元，基本预备费为 125.43 万元，实施费用为 1,764.05 万元。项目总建筑面积为 1,000.00 平方米，新引进工作人员 30 名，项目建设期为 24 个月。

本项目将购买与供应链平台建设相关的软硬件设备，聘请在供应链管理、电子商务领域有丰富经验的专业技术人员，打造面向供应商和客户的行业垂直平台，并进行阶段式升级与推广，不断完善供应链体系，以先进的技术、产品与服务实现全过程透明化交易与一站式供应链电商运营体系。

## 2、项目建设的必要性与可行性

### （1）项目建设的必要性

①本项目的建设有利于公司形成“拉动式”供应链管理体系，提高业务协同能力

在产业分工不断深化、行业资源要素全球配置的背景下，供应链管理理念已经深度嵌入自行车行业生产和流通的各个环节，国内自行车企业逐步意识到供应链体系建设的重要性，将供应链管理纳入自身的发展战略规划，以提高上下游资源的整合能力，提升经营效益。而大数据、云计算、物联网、人工智能等现代信息技术的成熟与普及，也为我国自行车企业构建供应链体系奠定了扎实的技术基础。

然而，由于我国自行车行业集中度较低，因此我国自行车企业目前实施供应链管理的程度普遍较低，且大多处于初步的“推式”供应链管理，缺乏良好的延展性。公司作为一家专注于自行车领域的综合型企业，在二十年的发展过程中积累了丰富的客户与供应商资源，为了更好地发挥公司的资源优势，巩固市场竞争力，公司应积极顺应全球供应链管理的发展趋势，建立集成多项信息化技术的供应链管理平台，形成以客户需求为驱动的现代化“拉式”供应链管理体系，精准匹配客户需求。

公司拟通过本项目将建立覆盖采购、生产、物流、销售等全部业务环节的数字化、智能化的供应链管理平台，利用定制开发的算法模型，将复杂的订单及产品信息转换成数据形式并传递至供应链条上的各个节点，将以往的数据单向传递方式转变为数据共享的协同作业方式，缩短从客户需求提出、新产品设计到小批量生产之间的周期，同时借助供应链管理平台对市场的高效触达性，有效预测市

场的变化方向，从而为公司制定科学、合理的经营决策提供数据支撑。

②本项目的建设有利于公司打造专业化、集约化的自行车行业垂直电商平台，提升市场份额

随着经济、贸易的全球化趋势加强，以及互联网渗透率的持续提升，各类电子商务平台不断涌现，改变了传统的进出口贸易形式，并成为全球商业贸易的重要参与者，促使部分行业的线下交易模式逐步向线上迁移。目前，我国在跨境电商平台建设及运营方面具有较强的技术基础和大量的市场经验，拥有一批优秀的跨境电商企业，跨境电商贸易已逐渐成为国民经济发展的新增长点。

公司的自行车业务遍布全球 80 多个国家和地区，是我国自行车出口的重要参与者，面对跨境电子商务的蓬勃发展，公司管理层积极把握市场机遇，将“建设专业化、集约化的自行车行业垂直电商平台”作为战略性任务，实现线上线下并重的业务模式，以平台为抓手培育发展新动能。但是，跨境电商业务涉及商品备货、运输、清关、以及资金流通、回笼等多个管理节点，各环节的处理效率将直接影响公司的经营成本，且需要面临更加复杂、多变的市场环境，这对公司的供应链管理提出了更高要求。

因此，公司将通过本项目的建设，形成由供应商、制造商、分销商、零售商和终端消费者等节点组成的供需网络，以需求为中心，以资金流、物流为媒介，聚集内外部资源，并通过节点企业的通力合作，提高跨境电商业务模式下的选货、生产和运输效率，确保面向多客户、多市场的行业垂直电商平台能够平稳运营，持续提升公司在自行车领域的市场份额。

③本项目的建设有利于公司加强与上游企业的合作关系，实现良好的成本控制

公司目前主要通过业务人员询价的方式来综合确定供应商和供货价格，而供应商在确定报价方案时会着重考虑与单一业务员过往的合作情况，即使是同种类、同质量的货物，不同业务员也会因与供货企业的合作关系不同而无法获得一致的采购价格，报价差异现象较为频繁。此外，公司虽已与众多供应商达成了长期的业务合作关系，但在部分中高端品类上或生产旺季期间，受供应商生产规模、技术水平、品质管控、材料储备等因素的影响，难以兼顾货物交期与成本控制。因此，为了提高采购环节的管理效率，公司有必要在供应链环节接入更多优质的

供应商企业，保障公司能以相对低廉的价格采购足质足量的货物，正常开展生产工作。

公司在本项目中将把现有的各级供应商纳入供应链管理平台，便于公司进行集中式、批量式的采购，保证采购货物质量的一致性，并且获得最优的采购价格。公司还将在供应链管理平台上引入订单分析系统，对业务人员录入的订单信息进行分析并生成采购报表，实时呈现生产材料的采购进度情况。未来公司将逐步扩充供应商目录，并加强对供应链活动中产生的数据的分析和利用，盘活供应商资源，提升公司对上游企业的议价能力，进而实现良好的成本控制。

## （2）项目建设的可行性

### ①公司丰富的渠道资源为本项目提供市场支持

经过二十年的发展，公司已在行业内树立了营收规模大、销售渠道广、市场占有率高的市场形象，在突出“一体化销售”的战略上，公司与一系列海外客户建立了长期稳定的合作关系，在欧盟地区、北美、南美、拉美、东南亚等市场拥有较高的认可度，保有稳定的市场份额。

公司以自行车贸易起家，如今已完成了从外销到制造，从国内销售到品牌输出，多年的积累使公司拥有广泛的渠道基础，掌握了丰富的市场资源。从销售渠道上分析，公司业务以海外市场为主，主要客户多为知名的自行车品牌商或整车装配商，在全球多个国家或地区设有销售渠道，并通过定期拜访、电话回访等形式，与众多客户保持长期、稳定的合作关系。此外，公司通过参加国际大型自行车展会、在海外电子商务平台开设旗舰店等方式，成功搭建起多层次的营销网络，建立了立体化的客户结构。公司针对不同的销售市场组建了专业的营销团队，能及时掌握海外市场信息，为客户提供便捷的产品销售服务。

公司丰富的渠道资源为本项目的实施提供了有力的市场支持，在本项目建成后，公司将利用现有的销售渠道进行引流，有针对性地开展产品推广活动，吸引更多的目标客户，提升市场份额，同时提高市场信息的反馈效率，为后续的新产品设计开发工作提供方向指导。

### ②公司与上下游企业的良好合作关系为本项目提供实施基础

公司自成立以来一直注重客户关系的建立和经营，通过参加国内外自行车展

会、大客户介绍、网络资源收集等方式积极拓展新客户和新市场，同时不断加强质量管理，提高服务水平，增强客户忠诚度。公司目前产品主要系外销，主要出口区域包括欧盟地区、北美（美国、加拿大）、南美（阿根廷、哥伦比亚、墨西哥）和东南亚市场（印度尼西亚、印度）和大洋洲（澳大利亚）等，在海外地区积累了较多的优质客户资源，与海外大型自行车品牌商、批发商保持着长期、稳定的合作关系。另一方面，公司与 500 多家供应商存在业务合作，建立了供应商评级体系，有效保证上游供货的及时、稳定。

公司与上下游企业建立的良好合作关系为供应链平台的推广与使用提供坚实的实施基础，公司将借助供应链平台聚集大量优质的供应商与客户，在客户与供应商之间建立起信息桥梁，根据客户的订单要求与供应商的产品质量、价格信息进行快速、精准地匹配，从而缩短交易周期，促成更多的业务机会。

### ③公司的信息化运营经验为本项目提供实践指导

近年来，公司不断推进信息化技术的运用，经过前期的信息化建设投入，已经形成一定的信息化基础，如公司通过 ERP 系统对多类型订单、原辅材料库存、货物物流等进行线上管理，能够实时查看订单进程、生产排产、集港运输、清关服务、账款回收等信息，统筹管理能力有所提高。

目前，公司通过聘请信息技术人员和购买相关软硬件设备，已完成供应链交易平台网络界面和后台系统的搭建，且已有部分长期合作的供应商进驻平台。同时，公司明确了供应链交易平台的具体运作模式，并制定了详细的平台发展规划，2020 年已完成内部上线测试，2021 年底可实现完全开放。未来公司将在此平台基础上，结合市场情况逐步完善供应链交易平台的功能，使客户得以全天候自主下单，实时掌握订单进程。

综上，公司前期已完成的基础工作以及在信息化建设过程中积累的系统开发及运营经验，能够为本项目提供具有参考性的经验指导，在供应链平台运行过程中出现问题时能够快速给出解决方案并完善平台的功能，以保障交易双方的利益。

### 3、项目投资概算

本项目总投资额为 4,397.98 万元，拟全部用募集资金投入，具体情况如下：

单位：万元

序号	投资内容	投资估算	占总投资比例
<b>1</b>	<b>建设投资</b>	<b>2,633.93</b>	<b>59.89%</b>
<b>1.1</b>	<b>场地投入</b>	<b>1,950.00</b>	<b>44.34%</b>
1.1.1	场地购置	1,800.00	40.93%
1.1.2	装修工程	150.00	3.41%
<b>1.2</b>	<b>设备投入</b>	<b>558.50</b>	<b>12.70%</b>
1.2.1	硬件设备	388.50	8.83%
1.2.2	软件设备	170.00	3.87%
<b>1.3</b>	<b>基本预备费</b>	<b>125.43</b>	<b>2.85%</b>
<b>2</b>	<b>实施费用</b>	<b>1,764.05</b>	<b>40.11%</b>
2.1	人员工资	854.05	19.42%
2.2	其它实施费用	910.00	20.69%
<b>项目总投资</b>		<b>4,397.98</b>	<b>100.00%</b>

#### 4、项目实施进度安排

本项目预计建设期为 24 个月，项目的工程建设周期计划分 5 个阶段实施完成，包括：可行性研究与初步设计、场地装修、设备采购及安装、人员招聘及培训、试运营。项目建设进度安排如下：

阶段/时间(月)	T+24							
	3	6	9	12	15	18	21	24
可行性研究、初步设计	■							
场地装修		■	■					
设备购置、安装及调试			■	■	■			
人员招聘及培训			■	■	■	■		
试运营						■	■	■

#### 5、项目选址及用地情况

本项目将在杭州市选址购置办公楼。本项目拟购置的物业为普通写字楼，市场供给较为充裕，如期成功取得的可能性较大。如未能如期取得合适物业，公司可以租赁房产的方式保证募集资金使用，不会给公司的经营带来不利影响。

#### (四) 补充流动资金

公司拟将募集资金 10,000.00 万元用于补充流动资金，以优化财务结构、降



低财务风险，满足公司生产经营的资金需求。

### 1、补充流动资金的必要性与合理性

#### (1) 满足公司经营规模增长带来的流动资金需求

随着海外自行车市场的不断开拓，公司未来将逐步涉入助力电动自行车领域，未来一段时间将会保持较快的发展。随着募投项目的实施，公司进一步扩大业务规模，在采购、生产、研发、设计、市场开拓等环节均需要大量营运资金，通过募集资金补充流动资金，可满足公司经营规模扩张对营运资金的需求，有效解决公司发展的资金瓶颈，提升公司市场竞争力，促进公司长期稳健发展。

#### (2) 改善公司的财务状况，保障经营的安全性

公司主要依靠自有资金开展业务，然而随着业务量的增加与行业竞争的加剧，公司需要优化资金结构，提高资金运作能力。目前，公司的资产负债率较高，2018年、2019年及2020年的资产负债率分别为73.20%、55.36%和58.98%，较高的资产负债率容易加大财务风险，增加融资成本，不利于公司的业务扩张。因此，公司有必要补充流动资金，控制债务比例，改善财务状况，以抵御潜在的财务风险，切实保障经营的安全性。

### 2、补充流动资金的管理运营安排

公司已建立《募集资金管理制度》，公司董事会负责确保该制度的有效实施。募集资金应当存放于经董事会批准设立的专项账户集中管理，专户不得存放非募集资金或用作其他用途。公司将按照发行申请文件中承诺的募集资金投资计划使用募集资金，当出现严重影响募集资金投资计划正常进行的情形时，公司应当及时报告证券交易所并公告。

### 3、对公司财务状况和经营成果的影响

本次募集资金补充流动资金后，公司资本结构将得到优化，抗风险能力进一步增强。同时，公司可依据业务发展的实际需要将流动资金用于扩大生产、研发设计、市场开拓等方面，进一步提升公司的竞争实力，有利于公司的进一步持续健康发展。

### 4、对提升公司核心竞争力的作用

本次募集资金补充营运资金后，可以满足公司业务不断发展对资金的需求，为公司持续发展提供有力支持。同时，公司能够运用更多的营运资金加大研发设计投入和市场开发力度，扩大市场竞争优势，进一步增强公司的核心竞争力和持续盈利能力。

### 三、未来发展规划

#### （一）公司发展战略及目标

公司是自行车领域具有较强行业地位的产品出口商，经过多年的发展，已在海外市场中建立了稳定的客户群体。公司以“成为全球领先的自行车类及其衍生产品供应商”为长期战略目标，倡导“绿色运动、健康生活”的经营理念，致力于不断加强研发设计投入，提升生产制造水平，开拓海内外各类市场，整合各类优秀供应链及国际知名品牌，不断丰富产品类型和功能，大力发展和促进自行车类及其衍生产品的创新，全方位满足消费者需求，逐步成为全球领先的拥有自主设计、自主知识产权、自主品牌和自营销售渠道的自行车全品类产品供应商。

#### （二）发行当年及未来三年的发展规划

通过对国内外自行车类及其衍生产品行业的发展现状及趋势，市场需求状况，主要竞争对手以及公司自身竞争优劣势的分析，公司拟定了以下发展规划：

##### 1、发行当年的发展规划

若公司股票发行成功，在发行当年余下的期间，公司将及时组织实施募集资金投资项目，按募投项目所投资的内容进行项目建设。

##### 2、未来三年的发展规划

###### （1）设计开发计划

随着时代的发展和科技的进步，自行车不再仅仅是一个出行工具，更是被赋予了诸如时尚、科技、运动等多种功能，自行车的设计也向着更加轻便化、科技化、时尚化的方向发展，如何丰富设计创意、提升产品技术含量，从而满足不同用户需求成为自行车行业的核心。

未来，公司将加大研发团队建设，提高技术创新和设计开发能力，将通过引

进优秀技术研发人才，加大资金投入升级研发中心，改善研发环境，拓宽研发场地，购置国内外先进研发设备和软件，建立一个设施先进、高效运营的一体化研发设计中心。公司将通过产品设计开发丰富产品线，开发产品新功能，提高产品技术附加值，从外观设计、功能设计、人性化设计以及新材料运用等方面推陈出新，不断满足全球客户多样化的产品需求。

## （2）产能扩充计划

目前，公司以外包生产为主，自有生产能力受到一定的制约，销售旺季时影响部分订单的发货时间。公司募集资金投资项目将扩大自有产能，提升山地自行车和助力电动自行车产品的生产能力，通过购置先进的生产、检测设备，如焊接机器人、真空镀膜机、材料试验机和整车性能测试机等，提高生产自动化水平，改善生产工艺，提高生产效率，发挥规模效应。公司依靠较强的自主开发设计能力和渠道优势，通过提升自有生产能力，快速进入海外中高端自行车市场，并形成稳固的客户合作关系和良好的市场美誉度。产能扩张将有利于公司充分利用规模化生产的优势、强化成本控制能力，从而进一步提升公司的核心竞争力。

## （3）销售渠道建设计划







公司将持续不断扩展和维护好传统的线下销售业务，更加积极参加国内外各类产品展销会，加强与客户的紧密交流，进一步把握客户的需求，加强与客户的深度合作，为客户提供多样化的产品以维护现有客户并积极开拓新客户。公司未来将通过参加展会等各种方式主动开发其他区域市场，进一步完善外销业务的全球布局。在进一步拓展海外市场的同时，公司将大力发展线上销售，通过各类跨境电商平台，如：AMAZON、eBay、速卖通等，开拓 B2B、B2C 业务。此外，公司将通过自建网络销售平台，打造网上的自行车类及其衍生产品的专业展销会，强化线上销售业务。

## （4）供应链体系升级计划

公司将购买搭建供应链平台的相关软硬件设备，聘请在供应链管理、电子商务领域有丰富经验的专业技术人员，采用更为先进的信息化技术，打造面向供应商和客户的行业垂直平台，提升公司快速响应能力和匹配客户定制化需求的能力。加强与上游企业的合作关系，降低原材料成本。公司将进行阶段式升级与推

广，不断完善供应链体系，以先进的技术、产品与服务实现全过程透明化交易与一站式供应链电商运营体系。

#### （5）自主品牌提升计划

公司一向注重品牌运营与品牌价值提升，通过多年的潜心经营，拥有“”、“”、“”、“”、“”、“**STITCH**”、“”、“久祺”、“祺娃娃”等多个国内外品牌。未来，公司将继续通过参加各类专业国内外自行车展销会，直接面向客户推荐公司的产品和服务；通过对不同区域及市场需求特征和消费者偏好特性的分析，通过互联网等多种途径更有针对性地推广公司技术创新方案、新产品发布、典型成功案例等，实现与客户之间的双向互动；提高产品设计和售后服务能力，增加品牌内涵价值；持续扩大自主品牌外销比例，提高公司的全球知名度和品牌影响力。此外，公司还将寻找和收购行业国际知名品牌，进入欧美市场销售，突破贸易壁垒。

#### （6）人力资源发展计划

根据公司所处的发展阶段和业务发展需要，未来三年，公司将通过内部培养、人才引进等方式大力扩充研发、生产、销售和管理等方面的人才队伍，建立符合公司发展需要的人才梯队，充分挖掘人力资源潜力，建立健全公司人才良性竞争机制、公平合理的人才使用和激励制度，在公司员工中开展后续职业技能培训，提高员工的业务素质和技能。此外，公司将通过制定科学的薪酬福利和长期激励措施来建立合理的薪酬体系，充分激发员工潜能，留住核心人才，进而更有效地保障公司发展战略的实现。

### （三）报告期内为实现战略目标已采取的措施及实施效果

#### 1、持续加大研发设计力度

公司致力于为客户提供多样化的产品，并以此理念建设设计研发体系，公司能够快速理解客户提出的产品个性化需求和产品迭代需求，并落实到具体的设计研发工作中；能够准确把握行业流行趋势、敏锐分析市场潮流，结合国外自行车行业最新发展趋势及各地区的需求特点推陈出新。公司可为客户设计开发深度契合当时市场需求的时尚化、多元化、个性化的产品，以便更好的满足不同消费层

次、不同户外场景客户的需求。持续的研发设计投入，形成了公司丰富多样的产品体系，并取得了多项专利成果，截至本招股说明书签署日，公司及子公司共获得 66 项专利，其中 12 项发明专利。

## 2、进一步引进各类优秀人才

公司深知设计研发能力在市场竞争中的重要性，不断加强设计研发团队的体系化建设，组建了一支具有工业设计、视觉传达、产品设计、机械设计、结构设计等相关专业背景的设计研发团队，公司采取自行培养和外部吸收相结合的人才发展战略，截至本招股说明书签署日，公司拥有 76 名研发技术人员，人才的持续引进和培养为公司发展规划打下了坚实的基础。

## 3、不断完善供应链体系建设

公司已将供应链管理纳入自身的发展战略规划，以提高上下游资源的整合能力，提升经营效益。公司将建立覆盖设计、采购、生产、物流、销售等全部业务环节的数字化、智能化的供应链管理平台，将复杂的订单及产品信息转换成数据形式并传递至供应链条上的各个节点，将以往的数据单向传递方式转变为数据共享的协同作业方式，缩短从客户需求提出、新产品设计到小批量生产之间的周期，同时借助供应链管理平台对市场的高效触达性，有效预测市场的变化方向，从而为公司制定科学、合理的经营决策提供数据支撑。2020 年公司已完成供应链交易平台的内部上线测试，未来公司将在此平台基础上，结合市场情况逐步完善供应链交易平台的功能，使客户得以全天候自主下单，实时掌握订单进程。

## 4、拓宽销售渠道，加大线上销售力度

报告期内，公司主要通过线下实现销售，同时推动开发线上销售，主要通过亚马逊等电商平台拓宽销售渠道，促进线上线下销售融合发展。报告期内，公司线上销售业务增长较快，未来公司将进一步加大线上销售的开发力度。

## 5、完善内部管理结构，提高管理水平

报告期内，公司不断完善内部管理结构、提高管理水平以适应公司发展的需求。公司按照上市公司的要求，持续完善法人治理结构，规范股东大会、董事会、监事会的运作，聘请独立董事并设立董事会专门委员会，完善公司管理层的工作

制度，建立科学有效的公司决策机制。

#### **（四）公司为实现未来规划拟采取的措施**

##### **1、充分发挥募集资金的作用**

如果本次公开发行股票募集资金成功，将为公司实现上述业务发展目标提供资金支持。公司将认真组织募集资金投资项目的实施，持续技术创新，增强公司的核心竞争力。

##### **2、加强技术人才和管理人才队伍建设**

公司将加强研发设计人才队伍建设，同时通过行之有效的人才激励制度，积极引进各类专业人才，培育积极创新的企业文化，打造一流的团队，确保公司业务发展目标的实现。

##### **3、进一步完善公司内部运营管理机制**

公司将严格按照《公司法》、《证券法》等法律法规对上市公司的要求规范运作，进一步完善公司的法人治理结构，强化各项决策的科学性和透明度，促进公司的机制创新和管理升级。

## 第十节 投资者保护

### 一、投资者关系管理的主要安排

为了保障公司投资者尤其是中小投资者的知情权、资产收益权、参与重大决策和选择管理者等权利，公司通过《公司章程（草案）》《信息披露制度》和《投资者关系管理制度》等制度性文件明确了投资者应享有的权利，并设置了监事会、独立董事以及董事会各专门委员会等机构来执行、监督执行各项投资者权益保护机制。

#### （一）信息披露制度和流程

为了规范公司及子公司的信息披露行为，加强信息披露事务管理，保护投资者合法权益，公司制定了《信息披露制度》，规范了公司内部信息披露流程和对外信息披露行为等有关事项，规定主要包括：公司及相关信息披露义务人依法披露的信息应当真实、准确、完整，简明清晰，通俗易懂，不得有虚假记载、误导性陈述或重大遗漏。公司董事、监事、高级管理人员应保证公司所披露的信息真实、准确、完整、及时、公平，不能保证披露的信息内容真实、准确、完整的，应在公告中作出相应声明并说明理由。在内幕信息依法披露前，任何知情人不得公开或者泄露该信息，不得利用该信息进行内幕交易。

公司上市后适用的《公司章程（草案）》规定：公司应当在深圳证券交易所网站和符合中国证监会规定条件的媒体上刊登公司公告和其他需要披露的信息。除公告外，公司同时将依法披露的信息置备于公司住所、证券交易场所，供社会公众查阅。

#### （二）投资者沟通渠道的建立情况

根据公司《信息披露制度》，董事长是公司信息披露的第一责任人；董事会秘书是信息披露的主要责任人，负责管理公司信息披露事务，证券事务代表协助董事会秘书工作；证券部是公司信息披露事务的日常工作部门，在董事会秘书直接领导下，统一负责公司的信息披露事务。

#### （三）未来开展投资者关系管理的规划

公司将严格按照《公司法》《证券法》等相关法律、法规、规章和规则及《公

司章程（草案）》的要求，通过证监会及深圳证券交易所规定的信息披露渠道，认真履行信息披露义务，保证信息披露的真实、准确、完整，进一步提升公司规范运作水平和透明度。

公司将按照公平、公开、公正的原则开展投资者关系管理工作，加强投资者对公司的了解，平等对待所有投资者，保障所有投资者的知情权和合法权益，切实维护全体股东利益，特别是中小股东的利益，并尽可能通过多种方式与投资者进行及时、深入和广泛的沟通。

## 二、本次发行后公司的利润分配政策

本次发行上市后，公司将继续重视对投资者的合理投资回报并兼顾公司的可持续发展，实行持续、稳定的利润分配政策。根据《公司章程（草案）》，本次发行上市后，公司的利润分配政策如下：

### （一）利润分配原则和形式

公司实行持续、稳定的利润分配政策，公司的利润分配政策应重视对投资者的合理回报并兼顾公司的可持续发展。公司采取现金、股票或者现金与股票相结合或法律许可的其他方式分配股利。在符合现金分红的条件下，公司应当优先采取现金分红的方式进行利润分配。公司一般情况下每年度进行一次利润分配，但在有条件的情况下，公司可根据当期经营利润和现金流情况进行中期现金分红。

### （二）现金分红的具体条件和比例

#### 1、现金分红的条件和最低比例

在符合《公司法》等法律法规规定的利润分配条件时，公司每年以现金方式分配的利润应当不少于当年实现的可供分配利润的10%。董事会将根据公司当年经营的具体情况以及未来正常经营发展的需要，确定当年具体现金分红比例。若公司当年盈利，但董事会未做出现金利润分配预案或利润分配预案中的现金分红比例低于前述比例的，则应履行相应的程序和披露义务。

#### 2、差异化的现金分红政策

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%。

### （三）利润分配的决策机制和程序：

公司董事会应当在认真论证利润分配条件、比例和公司所处发展阶段和重大资金支出安排的基础上，每三年制定明确清晰的股东分红回报规划，并根据本章程的规定制定利润分配方案。董事会拟定的利润分配方案须经全体董事过半数通过，独立董事应对利润分配方案发表独立意见，并提交股东大会审议决定。监事会应当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半数以上表决通过。

股东大会对现金分红具体方案进行审议时，应当通过多种渠道主动与股东特别是中小股东进行沟通和交流，充分听取中小股东的意见和诉求，并及时答复中小股东关心的问题。

### （四）利润分配政策的调整

公司当年盈利，但董事会未做出现金利润分配预案，或利润分配预案中的现金分红比例低于规定的比例的，应当在定期报告中披露原因及未用于分配的资金用途和使用计划，经独立董事认可后方能提交董事会审议，独立董事及监事会应发表意见。经董事会、监事会审议通过后提交股东大会审议批准。股东大会审议时应经出席会议的股东所持表决权的三分之二以上通过。

### （五）本次发行前后股利分配政策的差异情况

本次发行前后股利分配政策的主要差异情况如下：

1、利润分配的决策机制和程序，本次发行后公司章程规定：公司当年盈利，但董事会未做出现金利润分配预案，或利润分配预案中的现金分红比例低于本条

第（三）项规定的比例的，应当在定期报告中披露原因及未用于分配的资金用途和使用计划，经独立董事认可后方可提交董事会审议，独立董事及监事会应发表意见。经董事会、监事会审议通过后提交股东大会审议批准。股东大会审议时应提供网络投票系统进行表决，并经出席会议的股东所持表决权的三分之二以上通过。

2、调整利润分配政策的决策机制和程序，本次发行后公司章程规定：公司根据行业监管政策、自身经营情况、投资规划和长期发展的需要，或者根据外部经营环境发生重大变化而确需调整利润分配政策的，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，有关调整利润分配政策议案由董事会根据公司经营状况和中国证监会的有关规定拟定，独立董事、监事会应当发表独立意见，经董事会、监事会审议通过后提交股东大会审议决定，股东大会审议时应提供网络投票系统进行表决，并经出席会议的股东所持表决权的三分之二以上通过。

### 三、本次发行完成前滚存利润的分配安排和决策程序

根据公司2020年第二次临时股东大会审议通过的《关于公司本次发行完成前滚存利润分配的议案》，公司本次股票发行完成前滚存利润的分配方案为：本次发行完成后，公司本次发行前形成的滚存未分配利润由公司发行后新老股东按持股比例共享。

### 四、股东投票机制的建立情况

公司通过建立累积投票制度、股东大会网络投票等投票机制，保障投资者尤其是中小投资者参与公司重大决策和选择管理者等事项的权利。

#### 1、累积投票制

根据《公司章程（草案）》，股东大会选举两名及以上的董事或监事时应当采取累积投票制度。累积投票制是指股东大会选举董事或者监事时，每一股份拥有与应选董事或者监事人数相同的表决权。董事会应当向股东公告候选董事、监事的简历和基本情况。

#### 2、股东计票机制

根据《公司章程（草案）》，股东大会审议影响中小投资者利益的重大事项时，对中小投资者表决应当单独计票。单独计票结果应当及时公开披露。

### 3、便利投资者参与决策的措施安排

根据《公司章程（草案）》的规定，公司召开股东大会的地点为本公司住所地。股东大会将设置会场，以现场会议形式召开。公司还将提供网络投票的方式为股东参加股东大会提供便利。股东通过上述方式参加股东大会的，视为出席。

## 五、特别表决权股份、协议控制架构或类似特殊安排

截至本招股说明书签署日，公司不存在特别表决权股份、协议控制架构或其他类似特殊安排。

## 六、本次发行相关各方作出的重要承诺及承诺履行情况

### （一）关于股份流通限制及自愿锁定股份的承诺

#### 1、控股股东、实际控制人关于股份流通限制及自愿锁定股份的承诺

公司控股股东、实际控制人李政、卢志勇、李宇光已出具《股份流通限制及自愿锁定承诺函》，承诺如下：

（1）自发行人首次公开发行股票并在创业板上市之日起 36 个月内，不转让或者委托他人管理本人直接或间接持有的发行人首次公开发行股票前已发行的股份，也不由发行人回购本人直接或间接持有的发行人首次公开发行股票前已发行的股份。

（2）自发行人股票上市之日起 6 个月内，如发行人股票连续 20 个交易日的收盘价均低于发行人首次公开发行股票的发行价，或者上市后 6 个月期末收盘价低于发行人首次公开发行股票的发行价，则本人直接或间接持有的发行人首次公开发行股票前已发行的股份锁定期自动延长 6 个月。

（3）如本人在股份锁定期限届满后两年内减持的，减持价格不低于发行人首次公开发行股票的发行价格。

（4）在本人担任发行人董事、高级管理人员期间，每年转让的股份不超过本人直接或者间接所持发行人股份总数的 25%；离职后半年内，不转让本人直接

或者间接所持有的发行人股份。如本人在任期届满前离职的，应当在就任时确定的任期内和任期届满后 6 个月内仍将遵守前述承诺。

(5) 若发行人股票在锁定期内发生派息、送股、资本公积转增股本等除权除息事项的，上述发行价格、收盘价格、减持价格及股票数量均应按照相关规定作相应调整。

(6) 本人将严格遵守我国法律、法规及规范性文件关于上市公司实际控制人、董事、高级管理人员持股及股份变动的有关规定，规范、诚信履行相关义务；如我国法律、法规及规范性文件修订上市公司实际控制人、董事、高级管理人员持股及股份变动的有关规定，本人将依法遵守修订后相关规定。

## **2、间接持有公司股份的董事、高级管理人员关于股份流通限制及自愿锁定股份的承诺**

通过永忻合伙间接持有公司股份的董事胡小娟、高级管理人员雍熾已出具《股份流通限制及自愿锁定承诺函》，承诺如下：

(1) 本人间接持有的发行人股份自发行人首次公开发行股票并在创业板上市之日起 12 个月内，不转让或者委托他人管理本人间接持有的发行人首次公开发行股票前已发行的股份，也不由发行人回购本人间接持有的发行人首次公开发行股票前已发行的股份。

(2) 自发行人股票上市之日起 6 个月内，如发行人股票连续 20 个交易日的收盘价均低于发行人首次公开发行股票的发行价，或者上市后 6 个月期末收盘价低于发行人首次公开发行股票的发行价，则本人间接持有的发行人首次公开发行股票前已发行的股份锁定期自动延长 6 个月。

(3) 如本人在股份锁定期限届满后两年内减持的，减持价格不低于发行人首次公开发行股票的发行价格。

(4) 在本人担任发行人董事期间，每年转让的股份不超过本人直接或者间接所持发行人股份总数的 25%；离职后半年内，不转让本人直接或者间接所持有的发行人股份。如本人在任期届满前离职的，应当在就任时确定的任期内和任期届满后 6 个月内仍将遵守前述承诺。

(5) 若公司股票在锁定期内发生派息、送股、资本公积转增股本等除权除息事项的，上述发行价格、收盘价格、减持价格及股票数量均应按照相关规定作相应调整。

(6) 本人将严格遵守我国法律、法规及规范性文件关于上市公司董事、监事及高级管理人员持股及股份变动的有关规定，规范、诚信履行相关义务；如我国法律、法规及规范性文件修订上市公司董事、监事及高级管理人员持股及股份变动的有关规定，本人将依法遵守修订后相关规定。

### 3、间接持有公司股份的监事关于股份流通限制及自愿锁定股份的承诺

通过永忻合伙间接持有公司股份的监事鲁海燕，通过永焱合伙间接持有发行人股份的监事俞晓琴，通过永桑合伙间接持有公司股份的监事来士强已出具《股份流通限制及自愿锁定承诺函》，承诺如下：

(1) 本人间接持有的发行人股份自发行人首次公开发行股票并在创业板上市之日起 12 个月内，不转让或者委托他人管理本人间接持有的发行人首次公开发行股票前已发行的股份，也不由发行人回购本人间接持有的发行人首次公开发行股票前已发行的股份。

(2) 在本人担任发行人监事期间，每年转让的股份不超过本人直接或者间接所持发行人股份总数的 25%；离职后半年内，不转让本人直接或者间接所持有的发行人股份。如本人在任期届满前离职的，应当在就任时确定的任期内和任期届满后 6 个月内仍将遵守前述承诺。

(3) 若公司股票在锁定期内发生派息、送股、资本公积转增股本等除权除息事项的，上述发行价格、收盘价格、减持价格及股票数量均应按照相关规定作相应调整。

(4) 本人将严格遵守我国法律、法规及规范性文件关于上市公司董事、监事及高级管理人员持股及股份变动的有关规定，规范、诚信履行相关义务；如我国法律、法规及规范性文件修订上市公司董事、监事及高级管理人员持股及股份变动的有关规定，本人将依法遵守修订后相关规定。

### 4、间接持有公司股份的实际控制人亲属关于股份锁定及减持的承诺

通过永峤合伙间接持有发行人股份的实际控制人之一李政的亲属李丽及实际控制人之一李宇光的亲属李宇辉和韩利娅，通过永焱合伙间接持有发行人股份的实际控制人之一李政的亲属王晓华及实际控制人之一卢志勇的亲属卢志红、周全和卢媛媛，通过永忻合伙间接持有发行人股份的实际控制人之一李政的亲属韩笑和黄维维已出具《股份流通限制及自愿锁定承诺函》，承诺如下：

(1) 自发行人首次公开发行股票并在创业板上市之日起 36 个月内，不转让或者委托他人管理本人间接持有的发行人首次公开发行股票前已发行的股份，也不由发行人回购本人间接持有的发行人首次公开发行股票前已发行的股份。

(2) 自发行人股票上市之日起 6 个月内，如发行人股票连续 20 个交易日的收盘价均低于发行人首次公开发行股票的发行价，或者上市后 6 个月期末收盘价低于发行人首次公开发行股票的发行价，则本人间接持有的发行人首次公开发行股票前已发行的股份锁定期限自动延长 6 个月。

(3) 如本人在股份锁定期限届满后两年内减持的，减持价格不低于发行人首次公开发行股票的发行价格。

(4) 若发行人股票在锁定期内发生派息、送股、资本公积转增股本等除权除息事项的，上述发行价格、收盘价格、减持价格及股票数量均应按照相关规定作相应调整。

## 5、其他股东关于股份流通限制及自愿锁定股份的承诺

持有公司股份的股东永焱合伙、永忻合伙、永峤合伙、永燊合伙已出具《股份流通限制及自愿锁定承诺函》，承诺如下：

(1) 本企业持有的发行人股份自发行人首次公开发行股票并在创业板上市之日起 12 个月内，本企业不转让或者委托他人管理本企业直接或间接持有的发行人首次公开发行股票前已发行的股份，也不由发行人回购本企业直接或间接持有的发行人首次公开发行股票前已发行的股份。

(2) 本企业将严格遵守我国法律、法规及规范性文件关于上市公司股东持股及股份变动的有关规定，规范、诚信履行相关义务；如我国法律、法规及规范性文件修订上市公司股东持股及股份变动的有关规定，本企业将依法遵守修订后相关规定。

持有公司股份的股东广津投资已出具《股份流通限制及自愿锁定承诺函》，承诺如下：

(1) 本公司持有的发行人股份自发行人首次公开发行股票并在创业板上市之日起 12 个月内，本公司不转让或者委托他人管理本公司直接或间接持有的发行人首次公开发行股票前已发行的股份，也不由发行人回购本公司直接或间接持有的发行人首次公开发行股票前已发行的股份。

(2) 本公司将严格遵守我国法律、法规及规范性文件关于上市公司股东持股及股份变动的有关规定，规范、诚信履行相关义务；如我国法律、法规及规范性文件修订上市公司股东持股及股份变动的有关规定，本公司将依法遵守修订后相关规定。

## (二) 持股5%以上股东关于持股意向及减持计划的承诺

本次公开发行前在公司持股 5% 以上的股东为李政、卢志勇、李宇光。公司股东李政、卢志勇、李宇光就公司首次公开发行股票并上市后的持股意向及减持意向承诺如下：

### 1、减持股份的条件

本人将按照发行人《首次公开发行股票并在创业板上市招股说明书》及本人出具的各项承诺载明的限售期限要求，并严格遵守法律法规的相关规定，在限售期限内不减持发行人股票。在不违反相关法律、法规和规范性文件之规定并满足上述限售条件后，本人将综合考虑证券市场情况以及本人的财务状况、资金需求等因素后自主决策、审慎作出减持股份的决定。

### 2、减持股份的方式

本人减持所持有的发行人股份应符合相关法律、法规、规章的规定，包括但不限于二级市场竞价交易方式、大宗交易方式、协议转让方式等。

### 3、减持股份的价格

本人减持所持有的发行人股份的价格将根据当时的二级市场价格确定，并应符合相关法律、法规的规定。本人在发行人首次公开发行股票前所持有的发行人股份在锁定期满后两年内减持的，减持价格不低于发行人首次公开发行股票时的

发行价。如发行人上市后存在派息、送股、资本公积转增股本等除权除息事项的，上述发行价应按照相关规定作相应调整。

#### **4、减持股份的期限**

本人在减持所持有的发行人股份前，将按照相关法律法规规定及时、准确地报告减持计划并予以备案及履行信息披露义务。

#### **5、未能履行承诺时的约束措施**

如本人未按照上述承诺进行减持，减持相关股份所取得的收益归发行人所有。

### **(三) 关于稳定股价预案的承诺**

在发行人 A 股股票正式挂牌上市后三年内，公司及其控股股东、实际控制人、公司董事及高级管理人员针对稳定公司股价的预案具体承诺如下：

#### **1、稳定股价的具体条件**

##### **(1) 启动条件**

本公司首次公开发行股票并上市后三年内，如公司股票连续 20 个交易日收盘价均低于本公司上一会计年度经审计的每股净资产时（如因除权除息等事项致使上述股票收盘价与公司上一会计年度经审计的每股净资产不具可比性的，上述股票收盘价应做相应调整，下同），则本公司应按下述规则启动稳定股价措施。

在上述 20 个交易日届满前，视股价变动情况，本公司可以召开投资者见面会，与投资者就公司经营状况、财务指标等进行深入沟通并听取意见。

##### **(2) 停止条件**

在稳定股价具体方案实施前或实施期间，如本公司股票连续 20 个交易日收盘价均高于公司上一会计年度经审计的每股净资产值时，将停止实施稳定股价措施。

#### **2、稳定股价的具体措施**

当上述启动条件成就时，本公司将按下列顺序及时采取全部或部分措施稳定公司股价：



### (1) 由公司回购股票

本公司在满足以下条件的情形履行公司回购股票的义务：

①回购结果不会导致公司的股权分布不符合上市条件；

②回购价格不超过公司上一会计年度经审计的每股净资产；

③单次用于回购的资金金额不超过上一会计年度经审计的归属于母公司所有者净利润的 20%；

④单一会计年度内用于回购的资金金额累计不超过上一会计年度经审计的归属于母公司所有者净利润的 50%。超过本标准的，本项稳定股价措施在同一会计年度内不再继续实施。

如回购方案实施前公司股价已经不满足启动稳定公司股价措施条件的，可不再继续实施该方案。

### (2) 控股股东、实际控制人增持本公司股份

控股股东、实际控制人在符合《上市公司收购管理办法》等法律法规的条件和要求，并且满足以下条件的情形履行增持义务：

①公司以回购公众股作为稳定股价的措施未实施，或者公司以回购公众股作为稳定股价的措施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上一会计年度经审计的每股净资产值；

②增持结果不会导致公司的股权分布不符合上市条件；

③增持价格不超过公司上一会计年度经审计的每股净资产值；

④单次用于增持的资金金额不超过其上一会计年度自公司所获得税后现金分红总额的 30%；

⑤单一会计年度用于增持的资金金额累计不超过其上一会计年度自公司所获得税后现金分红总额的 100%。超过本标准的，本项稳定股价措施在同一会计年度内不再继续实施。

如控股股东、实际控制人增持计划实施前公司股价已经不满足启动稳定公司股价措施条件的，可不再继续实施该方案。

### (3) 其他董事、高级管理人员增持

控股股东、实际控制人以外的其他非独立董事、高级管理人员（以下简称“有增持义务的董事、高级管理人员”）在符合《上市公司收购管理办法》等法律法规的条件和要求，并且满足以下条件的情形履行增持义务：

①公司已实施股票回购方案且控股股东、实际控制人已采取增持措施但自该等措施实施完毕之日起连续 10 个交易日的公司股票收盘价仍均低于上一会计年度经审计的每股净资产；

②增持结果不会导致公司的股权分布不符合上市条件；

③增持价格不超过公司上一会计年度经审计的每股净资产值；

④单次用于增持的资金金额不超过有增持义务的董事、高级管理人员上一年度自公司领取税后薪酬总和的 20%；

⑤单一会计年度用于增持的资金金额累计不超过有增持义务的董事、高级管理人员上一年度自公司领取税后薪酬总额的 50%。超过本标准的，本项稳定股价措施在同一会计年度内不再继续实施。

如有增持义务的董事、高级管理人员增持计划实施前公司股价已经不满足启动稳定公司股价措施条件的，可不再继续实施该方案。

### 3、稳定股价的启动程序

#### (1) 公司回购股票

①公司董事会应在上述启动条件触发之日起 10 个交易日内作出回购股份的决议。

②公司董事会应在作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，如根据法律及中国证监会、深圳证券交易所等相关规定，需提交股东大会审议的，还应发布召开股东大会的通知。

③公司应在履行相关法定程序后开始实施回购措施，并在生效的回购股份预案所规定的期限内实施完毕。

④公司回购方案实施完毕后，应在 2 个交易日内公告公司股份变动报告，并按照中国证监会、深圳证券交易所规定的方式对回购股份进行处理。

(2) 控股股东、实际控制人、有增持义务的董事、高级管理人员增持股票

①公司董事会应在公司控股股东、实际控制人、有增持义务的董事、高级管理人员增持启动条件触发之日起 2 个交易日内作出增持公告。

②控股股东、实际控制人、有增持义务的董事、高级管理人员应在增持公告作出之次日起开始启动增持，并在履行相关法律手续后的 30 个交易日内实施完毕。

#### 4、约束措施

在启动条件满足时，如本公司、控股股东、实际控制人、有增持义务的董事、高级管理人员未采取稳定股价的具体措施，本公司、控股股东、实际控制人、有增持义务的董事、高级管理人员承诺接受以下约束措施：

(1) 本公司、控股股东、实际控制人、有增持义务的董事、高级管理人员将在公司股东大会及中国证监会指定报刊上公开说明未采取上述稳定股价措施的具体原因并向公司股东和社会公众投资者道歉。

(2) 如果控股股东、实际控制人未采取上述稳定股价的具体措施的，则本公司有权将与拟增持股票所需资金总额相等金额的应付控股股东、实际控制人现金分红予以暂时扣留，直至其按预案的规定采取相应的稳定股价措施并实施完毕。

(3) 如果有增持义务的董事、高级管理人员未采取上述稳定股价的具体措施的，则本公司有权将与该等董事、高级管理人员拟增持股票所需资金总额相等金额的薪酬、应付现金分红予以暂时扣留，直至该等董事、高级管理人员按本预案的规定采取相应的股价稳定措施并实施完毕。

(4) 如因发行人股票上市地上市规则等证券监管法规对于社会公众股股东最低持股比例的规定导致本公司、控股股东、实际控制人、有增持义务的董事及高级管理人员在一定时期内无法履行其稳定股价义务的，相关责任主体可免于前述约束措施，但其亦应积极采取其他合理且可行的措施稳定股价。

本公司将履行稳定股价义务的相应承诺作为未来聘任本公司董事和高级管理人员的必要条件，并在将来新聘该等人员时，要求其就此做出书面承诺。

本预案经公司股东大会审议通过，并自本公司首次公开发行的股票上市之日起自动生效。本预案的有效期为生效之日起三年。

#### **（四）关于对欺诈发行上市的股份回购和股份买回承诺**

##### **1、发行人关于对欺诈发行上市的股份回购和股份买回承诺**

发行人根据有关法律法规和规范性文件的规定，对欺诈发行的股份进行购回相关事宜做出如下承诺：

本公司承诺招股说明书及其他信息披露资料不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，亦不存在不符合发行上市条件而以欺骗手段取得发行注册的情形，本公司愿对其真实性、准确性、完整性承担个别和连带的法律责任。

如本公司招股说明书及其他信息披露资料被证券机构或其他有权部门认定存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，对判断公司是否符合法律规定的发行条件构成重大、实质影响的，或存在以欺骗手段骗取发行注册情形的，本公司将在相关事实被有权部门最终认定后，依法在一定期间内从投资者手中回购公司首次公开发行的股票，回购价格根据相关法律法规确定，且不低于首次公开发行股份的价格。如因派发红利、送股、转增股本、增发新股等原因已进行除权、除息的，回购价格按照深圳证券交易所的有关规定作复权处理。

如本公司招股说明书及其他信息披露材料有虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，或存在以欺骗手段骗取发行注册，致使投资者在证券交易中遭受损失的情形，本公司将依法赔偿投资者由此遭受的经济损失。

若法律、法规、规范性文件及中国证监会或证券交易所对本公司因违反上述承诺而应承担的相关责任及后果有不同规定，本公司自愿无条件地遵从该等规定。

##### **2、控股股东、实际控制人关于对欺诈发行上市的股份回购和股份买回承诺**

发行人控股股东、实际控制人根据有关法律法规和规范性文件的规定，对欺诈发行的股份进行购回相关事宜做出如下承诺：

公司招股说明书及其他信息披露资料不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，亦不存在不符合发行上市条件而以欺骗手段取得发行注册的情形，本人愿对其真实性、准确性、完整性承担个别和连带的法律责任。

如公司招股说明书及其他信息披露资料被证券机构或其他有权部门认定存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，对判断公司是否符合法律规定的发行条件构成重大、实质影响的，或存在以欺骗手段骗取发行注册情形的，本人将在相关事实被有权部门最终认定后，依法在一定期间内从投资者手中回购公司首次公开发行的股票，回购价格根据相关法律法规确定，且不低于首次公开发行股份的价格。如因派发红利、送股、转增股本、增发新股等原因已进行除权、除息的，回购价格按照深圳证券交易所的有关规定作复权处理。

如公司招股说明书及其他信息披露材料有虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，或存在以欺骗手段骗取发行注册，致使投资者在证券交易中遭受损失的情形的，本人将极力促使公司依法赔偿投资者由此遭受的经济损失。

若法律、法规、规范性文件及中国证监会或证券交易所对本人因违反上述承诺而应承担的相关责任及后果有不同规定，本人自愿无条件地遵从该等规定。

## **（五）关于填补摊薄即期回报的相关措施的承诺**

### **1、发行人关于填补摊薄即期回报的相关措施的承诺**

根据《国务院关于进一步促进资本市场健康发展的若干意见》（国发[2014]17号）、《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》（国办发[2013]110号）和《关于首发及再融资、重大资产重组摊薄即期回报有关事项的指导意见》（中国证券监督管理委员会公告[2015]31号）等规定的有关要求，发行人董事会及管理层就本次发行对即期回报的摊薄影响进行分析，并就填补回报的相关措施出具说明与承诺。

本次发行后，公司股本扩大，而募集资金投资项目尚未达产的情况下，公司每股收益短期内存在被摊薄的风险。为降低本次发行摊薄即期回报的影响，公司承诺在募集资金到位后采取以下措施提高回报投资者的能力，具体措施如下：

#### **（1）积极稳妥地推动募投项目建设，提高经营效率和盈利能力**

公司本次募集资金投资项目围绕主营业务开展,用于扩大自行车的研发和生产能力,并建设供应链管理体系,将全面提升公司的综合竞争实力,有利于公司规模效应和行业地位的提升。本次募集资金到位前,为尽快实现募集资金投资项目效益,公司将积极调配资源,力争提前完成募集资金投资项目的前期准备工作;本次发行募集资金到位后,公司将积极稳妥地推进募投项目建设,争取早日达产并实现预期效益,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。

#### (2) 加强募集资金管理, 保证募集资金有效使用

公司依据《深圳证券交易所创业板股票上市规则》、《深圳证券交易所创业板上市公司规范运作指引》、《上市公司监管指引第2号—上市公司募集资金管理和使用的监管要求》等法律法规以及公司实际情况,制定了《募集资金管理制度》。本次公开发行募集资金到位后,公司将按照《募集资金管理制度》用于承诺的使用用途,对募集资金进行专项存储,严格履行申请和审批手续,按投资计划申请、审批和使用募集资金,并对使用情况进行检查与监督,以确保募集资金的有效管理和使用。

#### (3) 持续完善公司治理, 为公司发展提供制度保障

公司将严格遵循《公司法》、《证券法》、《上市公司治理准则》等法律、法规和规范性文件的要求,不断完善公司治理结构,确保股东能够充分行使权利;确保董事会能够按照法律、法规和公司章程的规定行使职权,做出科学、迅速和审慎的决策;确保独立董事能够认真履行职责,维护公司整体利益,尤其是中小股东的合法权益;确保监事会能够独立有效地行使对董事、高级管理人员及公司财务的监督权和检查权,为公司发展提供制度保障。

#### (4) 保证持续稳定的利润分配制度, 强化投资者回报机制

为建立对投资者持续、稳定、科学的回报规划与机制,对利润分配做出制度性安排,保证利润分配政策的连续性和稳定性,公司根据中国证监会《上市公司监管指引第3号—上市公司现金分红》的相关要求制定了《公司章程(草案)》,明确了公司利润分配尤其是现金分红的具体条件、比例等,完善了公司利润分配的决策程序以及利润分配政策的调整原则。同时,公司董事会制订了上市后三年

股东分红回报规划,在符合利润分配条件的前提下,积极推动对股东的利润分配,有效维护和增加对股东的回报。

上述填补回报措施不等于对发行人未来利润做出保证

## **2、控股股东、实际控制人关于填补被摊薄即期回报措施的承诺**

(1) 本人不越权干预公司经营管理活动,不侵占公司利益。

(2) 本人承诺切实履行公司制定的有关填补回报措施以及本人对此作出的任何有关填补回报措施的承诺,若本人违反该等承诺或拒不履行该等承诺,本人将按照《关于首发及再融资、重大资产重组摊薄即期回报有关事项的指导意见》等相关规定承担相应的责任

## **3、董事、高级管理人员关于填补被摊薄即期回报措施的承诺**

(1) 本人不会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) 本人会对自身日常的职务消费行为进行约束。

(3) 本人不会动用公司资产从事与其履行职责无关的投资、消费活动。

(4) 本人将依法行使自身职权以促使公司董事会、薪酬委员会制订的薪酬制度与公司填补被摊薄即期回报保障措施的执行情况相挂钩。

(5) 若未来公司拟实施股权激励计划,本人将依法行使自身职权以促使股权激励计划的行权条件与公司填补被摊薄即期回报保障措施的执行情况相挂钩。

本人承诺切实履行公司制定的有关填补回报措施以及本人对此作出的任何有关填补回报措施的承诺,若本人违反该等承诺或拒不履行该等承诺,本人将按照《关于首发及再融资、重大资产重组摊薄即期回报有关事项的指导意见》等相关规定承担相应的责任。

## **(六) 关于利润分配政策的承诺函**

根据中国证监会《上市公司监管指引第3号—上市公司现金分红》等规定,公司着眼于长远和可持续发展,综合考虑公司战略发展目标、实际情况、盈利

能力、现金流量状况，建立对投资者持续、稳定、科学的回报规划与机制。公司承诺如下：

本次发行上市后，公司将继续重视对投资者的合理投资回报并兼顾公司的可持续发展，实行持续、稳定的利润分配政策。根据《公司章程（草案）》，本次发行上市后，公司的利润分配政策如下：

### 1、股东分红回报规划制定原则

（1）利润分配原则：公司实行持续、稳定的利润分配政策，公司的利润分配政策应重视对投资者的合理回报并兼顾公司的可持续发展。

（2）利润分配形式和期间间隔：公司采取现金、股票或者现金与股票相结合或法律许可的其他方式分配股利。在符合现金分红的条件下，公司应当优先采取现金分红的方式进行利润分配。公司一般情况下每年度进行一次利润分配，但在有条件的情况下，公司可根据当期经营利润和现金流情况进行中期现金分红。

### 2、股东分红回报规划周期及决策机制

公司董事会应当在认真论证利润分配条件、比例和公司所处发展阶段和重大资金支出安排的基础上，每三年制定明确清晰的股东分红回报规划，并根据章程的规定制定利润分配方案。董事会拟定的利润分配方案须经全体董事过半数通过，独立董事应对利润分配方案发表独立意见，并提交股东大会审议决定。监事会应当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半数以上表决通过。

股东大会对现金分红具体方案进行审议时，应当通过多种渠道主动与股东特别是中小股东进行沟通和交流，充分听取中小股东的意见和诉求，并及时答复中小股东关心的问题。

公司当年盈利，但董事会未做出现金利润分配预案，或利润分配预案中的现金分红比例低于 10% 的，应当在定期报告中披露原因及未用于分配的资金用途和使用计划，经独立董事认可后方可提交董事会审议，独立董事及监事会应发表意见。经董事会、监事会审议通过后提交股东大会审议批准。股东大会审议时应提供网络投票系统进行表决，并经出席会议的股东所持表决权的三分之二以上通过。



公司根据行业监管政策、自身经营情况、投资规划和长期发展的需要，或者根据外部经营环境发生重大变化而确需调整利润分配政策的，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，有关调整利润分配政策议案由董事会根据公司经营情况和中国证监会的有关规定拟定，独立董事、监事会应当发表独立意见，经董事会、监事会审议通过后提交股东大会审议决定，股东大会审议时应提供网络投票系统进行表决，并经出席会议的股东所持表决权的三分之二以上通过。

### 3、公司上市后三年内股东分红回报具体规划

(1) 公司利润分配政策为按照股东持有的股份比例分配利润，公司可以采取现金、股票以及现金与股票相结合或者法律、法规允许的其他方式分配利润。

(2) 在符合现金分红的条件下，公司优先采取现金分红的方式进行利润分配。公司以现金方式分配股利的具体条件为：

①公司当年盈利、累计未分配利润为正值；

②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；

③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)，或公司有重大投资计划或重大现金支出等事项发生，但董事会认为不会对公司正常生产经营的资金使用构成重大压力。前述重大投资计划或重大现金支出是指：公司未来 12 个月内拟对外投资或收购资产累计支出达到或超过公司最近一期经审计净资产的 50%，且超过人民币 5,000 万元。

在符合上述现金分红的条件时，公司每年以现金方式分配的利润应不低于当年实现的可分配利润的 10%。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，并按照公司章程规定的程序，提出差异化的现金分红政策：

A、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%；

B、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%；

C、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。

(3) 存在股东违规占用公司资金情况的，公司有权扣减该股东所分配的现金红利，以偿还其占用的资金。

## **(七) 未履行承诺的约束措施的承诺**

### **1、发行人关于未履行承诺的约束措施的承诺**

本公司将严格履行本公司就首次公开发行股票并上市所作出的所有公开承诺事项，积极接受社会监督，并接受以下约束措施：

(1) 如本公司非因不可抗力原因导致未能履行公开承诺事项的，需提出新的承诺（相关承诺需按法律、法规、公司章程的规定履行相关审批程序，下同）并接受如下约束措施，直至新的承诺履行完毕或相应补救措施实施完毕：

①在股东大会及中国证监会指定的披露媒体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对本公司该等未履行承诺的行为负有个人责任的董事、监事、高级管理人员调减或停发薪酬或津贴；

③不得批准未履行承诺的董事、监事、高级管理人员的主动离职申请，但可以进行职务变更；

④给投资者造成损失的，本公司将向投资者依法承担赔偿责任。

(2) 如本公司因不可抗力原因导致未能履行公开承诺事项的，需提出新的承诺并接受如下约束措施，直至新的承诺履行完毕或相应补救措施实施完毕：

①在股东大会及中国证监会指定的披露媒体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尽快研究将投资者利益损失降低到最小的处理方案，并提交股东大会审议，尽可能地保护本公司投资者利益。

(3) 如本公司公开承诺事项已承诺了未履行有关承诺的约束措施, 本公司承诺将按照该等承诺的约束措施采取相应补救措施; 若本公司采取相应补救措施仍无法弥补未履行相关承诺造成的损失, 本公司将采取本承诺项下的约束措施直至相应损失得以弥补或降到最小。

## 2、控股股东、实际控制人关于未履行承诺的约束措施的承诺

本人将严格履行公司就首次公开发行股票并上市所作出的所有公开承诺事项, 积极接受社会监督, 并接受以下约束措施:

(1) 如本人非因不可抗力原因导致未能履行公开承诺事项的, 需提出新的承诺并接受如下约束措施, 直至新的承诺履行完毕或相应补救措施实施完毕:

①在股东大会及中国证监会指定的披露媒体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不得转让本人直接或间接持有的公司股份, 但因继承、被强制执行、上市公司重组、为履行保护投资者利益承诺等必须转股的情形除外;

③暂不领取公司分配利润中归属于本人的部分;

④本人可以职务变更但不得主动要求离职;

⑤本人主动申请调减或停发薪酬或津贴;

⑥如果本人因未履行相关承诺事项而获得收益的, 所获收益归公司所有, 并在获得收益的五个工作日内将所获收益支付给公司指定账户;

⑦本人未履行上述承诺及招股说明书的其他承诺事项, 给投资者造成损失的, 依法赔偿投资者损失。

(2) 如本人因不可抗力原因导致未能履行公开承诺事项的, 需提出新的承诺并接受如下约束措施, 直至新的承诺履行完毕或相应补救措施实施完毕:

①在股东大会及中国证监会指定的披露媒体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尽快研究将投资者利益损失降低到最小的处理方案, 尽可能地保护公司投资者利益。

(3) 如本人公开承诺事项已承诺了未履行有关承诺的约束措施, 本人承诺将按照该等承诺的约束措施采取相应补救措施; 若本人采取相应补救措施仍无法弥补未履行相关承诺造成的损失, 本人将采取本承诺项下的约束措施直至相应损失得以弥补或降到最小。

### 3、董事、监事、高级管理人员关于未履行承诺的约束措施的承诺

本人将严格履行公司就首次公开发行股票并上市所作出的所有公开承诺事项, 积极接受社会监督, 并接受以下约束措施:

(1) 如本人非因不可抗力原因导致未能履行公开承诺事项的, 需提出新的承诺并接受如下约束措施, 直至新的承诺履行完毕或相应补救措施实施完毕:

①在股东大会及中国证监会指定的披露媒体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不得转让本人直接或间接持有的公司股份(如有), 但因继承、被强制执行、上市公司重组、为履行保护投资者利益承诺等必须转股的情形除外;

③暂不领取公司分配利润中归属于本人的部分(如有);

④本人可以职务变更但不得主动要求离职;

⑤本人主动申请调减或停发薪酬或津贴;

⑥如果本人因未履行相关承诺事项而获得收益的, 所获收益归公司所有, 并在获得收益的五个工作日内将所获收益支付给公司指定账户;

⑦本人未履行上述承诺及招股说明书的其他承诺事项, 给投资者造成损失的, 依法赔偿投资者损失。

(2) 如本人因不可抗力原因导致未能履行公开承诺事项的, 需提出新的承诺并接受如下约束措施, 直至新的承诺履行完毕或相应补救措施实施完毕:

①在股东大会及中国证监会指定的披露媒体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尽快研究将投资者利益损失降低到最小的处理方案, 尽可能地保护公司投资者利益。

(3) 如本人公开承诺事项已承诺了未履行有关承诺的约束措施, 本人承诺将按照该等承诺的约束措施采取相应补救措施; 若本人采取相应补救措施仍无法弥补未履行相关承诺造成的损失, 本人将采取本承诺项下的约束措施直至相应损失得以弥补或降到最小。

## **(八) 关于依法承担赔偿责任或赔偿责任的承诺**

### **1、发行人关于依法承担赔偿责任或赔偿责任的承诺**

(1) 本公司首次公开发行股票并在创业板上市的招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏, 并对其真实性、准确性、完整性和及时性承担个别及连带的法律责任。

(2) 若本公司首次公开发行并在创业板上市的招股说明书有虚假记载、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、实质影响的, 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, 本公司将依法回购首次公开发行的全部新股(如公司发生送股、资本公积转增等除权除息事宜, 回购数量应相应调整), 回购价格将根据相关法律法规确定, 且不低于首次公开发行股票的发行人价格(若公司股票在此期间发生派息、送股、资本公积转增股本等除权除息事项的, 回购价格应相应调整)。

(3) 若本公司首次公开发行并在创业板上市的招股说明书有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏, 致使投资者在证券发行和交易中遭受损失的, 将依法赔偿投资者损失。

### **2、控股股东、实际控制人关于依法承担赔偿责任或赔偿责任的承诺**

(1) 发行人首次公开发行股票并在创业板上市的招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏, 并对其真实性、准确性、完整性和及时性承担个别和连带的法律责任。

(2) 若发行人首次公开发行股票并在创业板上市的招股说明书有虚假记载、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、实质影响的, 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, 本人将督促发行人依法回购首次公开发行的全部新股, 同时本人将购回已转让的本次公开发行前持有的发行人股份(如有), 回购价格将根据相关

法律法规确定，且不低于首次公开发行股票的发价价格（若公司股票在此期间发生派息、送股、资本公积转增股本等除权除息事项的，回购价格应相应调整），具体程序按中国证监会和证券交易所的相关规定办理。

（3）因发行人首次公开发行股票并在创业板上市的招股说明书有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券发行和交易中遭受损失的，将依法赔偿投资者损失。

### **3、董事、监事、高级管理人员关于依法承担赔偿责任的承诺**

（1）发行人首次公开发行股票并在创业板上市的招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性和及时性承担个别和连带的法律责任。

（2）若因发行人首次公开发行股票并在创业板上市的招股说明书有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券发行和交易中遭受损失的，将依法赔偿投资者损失。

#### **（九）关于减少和规范关联交易的承诺**

##### **1、控股股东、实际控制人关于减少和规范关联交易的承诺**

本人将严格按照《公司法》、《证券法》等有关法律、法规和《公司章程》等制度的规定行使股东权利，杜绝一切非法占用公司资金、资产的行为，不要求公司为本人提供任何形式的违法违规担保。

本人承诺减少和规范与公司发生的关联交易。如本人及本人控制的其他企业今后与公司不可避免地出现关联交易时，将依照市场规则，本着一般商业原则，通过签订书面协议，并严格按照《公司法》、《公司章程》、公司《关联交易决策制度》等制度规定的程序和方式履行关联交易审批程序，公平合理交易。涉及到本人的关联交易，本人将在相关董事会和股东大会中回避表决，不利用本人在公司中的地位，为本人在与公司关联交易中谋取不正当利益。

##### **2、董事、监事、高级管理人员关于减少和规范关联交易的承诺**

本人将严格按照《公司法》、《证券法》等有关法律、法规和《公司章程》等制度的规定行使股东权利，杜绝一切非法占用公司资金、资产的行为，不要求公司为本人提供任何形式的违法违规担保。

本人承诺减少和规范与公司发生的关联交易。如本人及本人控制的其他企业今后与公司不可避免地出现关联交易时，将依照市场规则，本着一般商业原则，通过签订书面协议，并严格按照《公司法》、《公司章程》、公司《关联交易决策制度》等制度规定的程序和方式履行关联交易审批程序，公平合理交易。涉及到本人的关联交易，本人将在相关董事会和股东大会中回避表决，不利用本人在公司中的地位，为本人在与公司关联交易中谋取不正当利益。

#### **(十) 中介机构承诺**

##### **1、东兴证券股份有限公司关于制作、出具的文件不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏的承诺**

因本公司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。

##### **2、天健会计师事务所（特殊普通合伙）关于制作、出具的文件不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏的承诺**

因本所为久祺股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市制作、出具的文件有虚假记载、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。

##### **3、上海市锦天城律师事务所关于久祺股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市信息披露的承诺**

本所为发行人首次公开发行制作、出具的文件不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏的情形；若因本所未勤勉尽责，被证券监督管理部门认定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。

##### **4、坤元资产评估有限公司关于制作、出具的文件不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏的承诺**

如因本公司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，在该等事项依法认定后，将依法赔偿投资者损失。

截至本招股说明书签署日，以上承诺均在正常履行中。



## 第十一节 其他重要事项

### 一、重要合同

#### (一) 重要销售合同

除金额确定的销售合同外，公司销售合同主要采用“合作框架协议+订单”的方式。发行人与主要客户一般签订无固定期限或年度合作框架协议，并根据客户下达的订单组织生产及销售。截至本招股说明书签署日，公司已履行和正在履行的重要框架销售合同如下：

序号	客户名称	签订日期	主要合同标的	合同价款	履行情况
1	HA BICICLETAS SA	2015.10.10	自行车整车及配件、助力电动自行车整车及配件、摩托车配件	具体金额以订单为准	已履行
		2020.10.12			正在履行
2	LIDER-96 EOOD	2016.6.20	自行车配件、助力电动自行车整车及配件	具体金额以订单为准	已履行
		2020.10.12			正在履行
3	EXPRESS UNION INTERNATIONAL CO., LTD.	2015.10.20	自行车整车及配件、助力电动自行车整车及配件、摩托车及配件、农机及配件	具体金额以订单为准	已履行
		2020.10.12			正在履行
4	DISTRIBUIDORA DE BICICLETAS BENOTTO SA DE CV	2016.7.10	自行车整车及配件、助力电动自行车整车及配件	具体金额以订单为准	已履行
		2020.10.12			正在履行
5	UMIT BISIKLET SANAYI VE TICARET A.S.	2016.10.15	自行车整车及配件、助力电动自行车整车及配件	具体金额以订单为准	已履行
		2020.10.12			正在履行
6	A 客户	2019.8.9	玩具	21,327.38 万元	正在履行
7	ISAPA IMPORTACAO E COMERCIO LTDA	2020.10.12	自行车配件	具体金额以订单为准	正在履行
8	P.T. INDONESIA TUNGGAL CITRA	2020.10.13	自行车整车及配件	具体金额以订单为准	正在履行

注：上述客户与发行人及其子公司部分主体均签署合同，上述合同签订日期为正在履行的最早合同签订日期。

#### (二) 重要采购合同

发行人与主要供应商签订长期或年度框架采购合同，并根据需要向供应商下达采购订单。截至本招股说明书签署日，公司已履行和正在履行的重要框架采购合同如下：

序号	供应商名称	有效期	主要合同标的	合同价款	履行情况
1	天津市金轮信德车业有	2016.1.5-2020.12.31	自行车整车及配件	具体金额以	已履行

序号	供应商名称	有效期	主要合同标的	合同价款	履行情况
	限公司	2020.10.9-2023.12.31		订单为准	正在履行
2	天津金轮自行车集团有限公司	2016.4.25-2021.4.30	自行车整车及配件、助力电动自行车整车及配件	具体金额以订单为准	已履行
		2020.10.9-2023.12.31			正在履行
3	天津市爱轮德自行车有限公司	2016.1.5-2020.12.31	自行车整车及配件、助力电动自行车整车及配件	具体金额以订单为准	已履行
		2020.10.9-2023.12.31			正在履行
4	浙江永福车业有限公司	2017.1.5-2018.12.31	自行车整车及配件	具体金额以订单为准	已履行
		2019.1.5-2020.12.31			已履行
		2020.10.12-2023.12.31			正在履行
5	宁波豪星车业有限公司	2017.1.5-2018.12.31	自行车配件	具体金额以订单为准	已履行
		2019.1.5-2021.12.31			已履行
		2020.10.10-2023.12.31			正在履行
6	山东常美机械制造有限公司	2017.1.5-2020.12.31	农机及配件	具体金额以订单为准	已履行
		2020.10.13-2023.12.31			正在履行
7	天津福盛达运动器材有限公司	2020.10.9-2023.12.31	自行车整车及配件	具体金额以订单为准	正在履行
8	天津市捷创自行车有限公司	2020.10.9-2023.12.31	自行车整车及配件、助力电动自行车整车及配件	具体金额以订单为准	正在履行

注：上述供应商与发行人及其子公司部分主体均签署合同，上述合同有效期为签署日最早合同的有效期限。

### （三）担保合同

截至本招股说明书签署日，公司正在履行的担保合同情况如下：

#### 1、银行借款担保

单位：万元

序号	合同编号	借款人	贷款人	金额	签署日	主债权到期日	担保
1	ZD950420180000007	久祺有限	上海浦东发展银行股份有限公司杭州西湖支行	3,259.00	2018年5月28日	2028年5月28日	以久祺有限浙（2018）杭州市不动产权第0145611号、0145469号、0145474号、0145546号、0145553号、0145567号、0145573号、0145585号、0145600号房产提供最高额抵押担保
2	（336154）浙商银高抵字（2019）第00002号	德清久胜	浙商银行股份有限公司湖州分行	6,256.69	2019年1月29日	2029年1月29日	以德清久胜不动产权浙（2017）德清县不动产权第0025342号不动产提供最高额抵押担保
3	C200604MG5626077	德清久胜	交通银行股份有限公司湖州分行	7,985.00	2020年6月5日	2023年6月5日	以德清久胜浙（2017）德清县不动产权第0016958号房产、土地为德清久胜在2019年

序号	合同编号	借款人	贷款人	金额	签署日	主债权到期日	担保
							12月23日至2023年6月5日期间签订的全部主合同提供抵押担保

## 2、供应商付款担保

2020年10月1日，久祺股份与全资子公司杭州久趣签订《付款担保保证书》，约定久祺股份为杭州久趣提供连带保证，保证范围为杭州久趣与天津捷马电动科技有限公司采购业务中对天津捷马电动科技有限公司的应付账款。

## 二、对外担保情况

截至本招股说明书签署日，发行人不存在对外担保情况。

## 三、重大诉讼或仲裁事项

截至本招股说明书签署日，发行人尚未了结的诉讼情况如下：

1、2020年3月10日，Everard Hayley Skelton 及其配偶 Tyler Skelton 以 Everard Hayley Skelton 因于乔治亚州科布县的坎伯兰 COSTCO 购物中心购买的 Boss. Three Ladies 自行车的前挡泥板螺丝损坏而在骑行时摔伤为由，作为原告向乔治亚州北区美国地方法院提起诉讼，诉请该自行车的制造、分销、销售商 ACTION TRADERS 有限责任公司、INFINITY CYCLE WORKS 有限责任公司、天津金轮信德车业有限公司、发行人、COSTCO 仓储公司赔偿其因此受到的损失并承担该案诉讼费用。

2020年8月20日，发行人收到杭州市上城区人民法院转送达的乔治亚州北区美国地方法院发出的民事诉讼传票及原告 Everard Hayley Skelton 及其配偶 Tyler Skelton 提交的起诉状。发行人作为该辆自行车的境内出售方被作为共同被告提起诉讼。

截至本招股说明书签署日，上述案件尚在审理过程中。

2、杭州骑呗科技有限公司因资不抵债、不能清偿到期债务，向杭州市上城区人民法院提出破产清算申请。2020年4月28日，杭州市中级人民法院作出裁定，指令上城区人民法院立案受理杭州骑呗科技有限公司破产清算一案。同时，指定浙江浙联律师事务所担任杭州骑呗科技有限公司破产管理人。2020年8月，

杭州久趣向破产管理人进行了债权申报，申报债权金额 7,503,452.99 元（其中，债权本金 7,117,675.00 元，违约金 385,777.99 元），前述债权的认定金额为 7,427,293.86 元，债权类型系普通债权——供应商债权，公司对杭州骑呗科技有限公司的债权本金，已全额计提坏账准备。截至本招股说明书签署日，该企业尚在破产清算中。该未决诉讼不会对发行人构成重大不利影响，不会构成本次发行上市的障碍。

除上述情形外，截至本招股说明书签署日，发行人不存在对财务状况、经营成果、声誉、业务活动、未来前景等可能产生较大影响的诉讼或仲裁事项。

截至本招股说明书签署日，发行人的控股股东、实际控制人、控股子公司，以及发行人的董事、监事、高级管理人员和其他核心人员不存在作为一方当事人的刑事诉讼、重大诉讼或仲裁事项。

发行人董事、监事、高级管理人员和其他核心人员最近 3 年不存在涉及行政处罚、被司法机关立案侦查和被中国证监会立案调查情况。

#### 四、控股股东、实际控制人报告期内违法违规情况

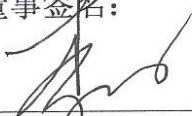
报告期内，发行人控股股东、实际控制人不存在贪污、贿赂、侵占财产、挪用财产或者破坏社会主义市场经济秩序的刑事犯罪，不存在欺诈发行、重大信息披露违法或者其他涉及国家安全、公共安全、生态安全、生产安全、公众健康安全等领域的重大违法行为。

## 第十二节 声明

### 全体董事、监事、高级管理人员声明

本公司及全体董事、监事、高级管理人员承诺本招股说明书的内容真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，按照诚信原则履行承诺，并承担相应的法律责任。

全体董事签名：

  
李 政

  
卢志勇

  
李宇光

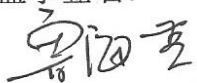
  
胡小娟

  
黄加宁

  
祝立宏

  
张群华


全体监事签名：

  
鲁海燕

  
俞晓琴

  
来士强

未兼任董事的高级管理人员签名：

  
雍 妍



### 控股股东、实际控制人声明

本人承诺本招股说明书的内容真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，按照诚信原则履行承诺，并承担相应的法律责任。

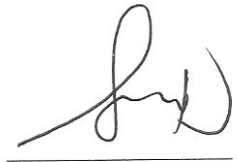
控股股东、实际控制人：



李 政



卢志勇





李宇光

2021年8月4日

### 保荐人（主承销商）声明

本公司已对招股说明书进行了核查，确认招股说明书的内容真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担相应的法律责任。

法定代表人：   
魏庆华

保荐代表人：   
王 华

  
姚浩杰

项目协办人：   
郭丽蕾



东兴证券股份有限公司

2021年8月4日

### 保荐人（主承销商）董事长、总经理声明

本人已认真阅读久祺股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市招股说明书的全部内容，确认招股说明书的内容真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担相应的法律责任。

董事长： \_\_\_\_\_  
魏庆华

总经理： \_\_\_\_\_  
张 涛





### 发行人律师声明

本所及经办律师已阅读久祺股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市招股说明书，确认招股说明书与本所出具的法律意见书无矛盾之处。本所及经办律师对发行人在招股说明书中引用的法律意见书的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担相应的法律责任。

上海市锦天城律师事务所  
负责人：顾功耘

经办律师：劳正中

经办律师：孙雨顺

经办律师：万俊

2021年 8月 4日







地址：杭州市钱江路1366号  
邮编：310020  
电话：(0571) 8821 6888  
传真：(0571) 8821 6999

## 审计机构声明

本所及签字注册会计师已阅读《久祺股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市招股说明书》（以下简称招股说明书），确认招股说明书与本所出具的《审计报告》（天健审〔2021〕378号）、《内部控制鉴证报告》（天健审〔2021〕379号）及经本所鉴证的非经常性损益明细表的内容无矛盾之处。本所及签字注册会计师对久祺股份有限公司在招股说明书中引用的上述审计报告、内部控制鉴证报告及经本所鉴证的非经常性损益明细表的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担相应的法律责任。

签字注册会计师：

   
陈中江

   
叶怀敏

天健会计师事务所负责人：

   
郑启华

天健会计师事务所（特殊普通合伙）

二〇二一年八月十四日

（特殊普通合伙）







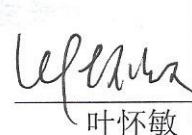

地址：杭州市钱江路 1366 号  
邮编：310020  
电话：(0571) 8821 6888  
传真：(0571) 8821 6999

## 验资机构声明

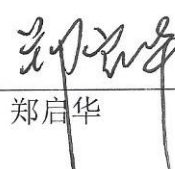

本所及签字注册会计师已阅读《久祺股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市招股说明书》(以下简称招股说明书), 确认招股说明书与本所出具的《验资报告》(天健验〔2018〕490号、天健验〔2018〕491号、天健验〔2018〕492号、天健验〔2019〕274号、天健验〔2020〕103号、天健验〔2020〕104号) 的内容无矛盾之处。本所及签字注册会计师对久祺股份有限公司在招股说明书中引用的上述报告的内容无异议, 确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏, 并承担相应的法律责任。

签字注册会计师:

   
陈中江

   
叶怀敏

天健会计师事务所负责人:

   
郑启华

天健会计师事务所(特殊普通合伙)





二〇二一年八月四日



### 资产评估机构声明

本机构及签字资产评估师已阅读招股说明书，确认招股说明书与本机构出具的坤元评报（2018）697号、坤元评报（2019）711号资产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说明书中引用的资产评估报告的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担相应的法律责任。

资产评估机构负责人：  
俞华开

签字资产评估师：     
周 敏 傅小英



## 第十三节 附件

### 一、附件

- (一) 发行保荐书；
- (二) 上市保荐书；
- (三) 法律意见书；
- (四) 财务报表及审计报告；
- (五) 公司章程（草案）；
- (六) 与投资者保护相关的承诺；
- (七) 发行人及其他责任主体作出的与发行人本次发行上市相关的其他承诺事项；
- (八) 内部控制鉴证报告；
- (九) 经注册会计师鉴证的非经常性损益明细表；
- (十) 中国证监会同意发行人本次公开发行注册的文件；
- (十一) 其他与本次发行有关的重要文件。

### 二、查阅时间

工作日上午 9:00-11:00，下午 2:30-4:30。

### 三、查阅地点

- (一) 发行人：久祺股份有限公司

联系地址：浙江省杭州市上城区清泰街 509 号富春大厦 8 楼

联系电话：0571-87809605

- (二) 保荐人（主承销商）：东兴证券股份有限公司

联系地址：北京市西城区金融大街 5 号（新盛大厦）12、15 层

联系电话：010-66555196