

北京市海问律师事务所

关于阿克创新科技股份有限公司

向不特定对象发行可转换公司债券的

补充法律意见书（七）

2024 年 9 月

海问律师事务所 HAIWEN & PARTNERS

北京市海问律师事务所上海分所

地址：上海市静安区南京西路 1515 号静安嘉里中心一座 2605 室（邮编 200040）
Address: Unit 2605, Jing An Kerry Center Tower 1, 1515 Nanjing West Road, Jing'an District, Shanghai 200040, China
电话(Tel): (+86 21) 6043 5000 传真(Fax): (+86 21) 5298 5030 www.haiwen-law.com

北京 BEIJING | 上海 SHANGHAI | 深圳 SHENZHEN | 香港 HONG KONG | 成都 CHENGDU | 海口 HAIKOU

目 录

| | |
|---------------------|----|
| 一、 《审核问询》之问题 1..... | 4 |
| 二、 《审核问询》之问题 2..... | 61 |

北京市海问律师事务所
关于安克创新科技股份有限公司
向不特定对象发行可转换公司债券的
补充法律意见书（七）

致：安克创新科技股份有限公司

根据安克创新科技股份有限公司（“发行人”）与北京市海问律师事务所（“本所”）签订的法律顾问协议，本所担任发行人向不特定对象发行可转换公司债券（“本次发行”）的特聘专项法律顾问，并于2023年8月11日出具了《北京市海问律师事务所关于安克创新科技股份有限公司向不特定对象发行可转换公司债券的法律意见书》（“《法律意见书》”）和《北京市海问律师事务所为安克创新科技股份有限公司向不特定对象发行可转换公司债券出具法律意见书的律师工作报告》（“《律师工作报告》”）；于2023年9月11日出具了《北京市海问律师事务所关于安克创新科技股份有限公司向不特定对象发行可转换公司债券的补充法律意见书（一）》（“《补充法律意见书（一）》”）；于2023年9月25日出具了《北京市海问律师事务所关于安克创新科技股份有限公司向不特定对象发行可转换公司债券的补充法律意见书（二）》（“《补充法律意见书（二）》”）；于2023年12月19日出具了《北京市海问律师事务所关于安克创新科技股份有限公司向不特定对象发行可转换公司债券的补充法律意见书（三）》（“《补充法律意见书（三）》”）；于2024年5月10日出具了《北京市海问律师事务所关于安克创新科技股份有限公司向不特定对象发行可转换公司债券的补充法律意见书（四）》（“《补充法律意见书（四）》”）及《北京市海问律师事务所关于安克创新科技股份有限公司向不特定对象发行可转换公司债券的补充法律意见书（五）》（“《补充法律意见书（五）》”）；于2024年9月3日出具了《北京市海问律师事务所关于安克创新科技股份有限公司向不特定对象发行可转换公司债券的补充法律意见书（六）》（“《补充法律意见书（六）》”）。

根据深圳证券交易所于2023年9月5日下发的审核函〔2023〕020133号《关于安克创新科技股份有限公司申请向不特定对象发行可转换公司债券的审核问询函》（“《审核问询》”），本所已于2023年9月25日出具了《补充法律意见书（二）》，于2024年5月10日出具了《补充法律意见书（五）》。本所现根据中国证监会发布的《公开发行证券公司信息披露的编报规则第12号——公开发行证券的法律意见书和律师工作报告》（证监发〔2001〕37号）第七条和第十条的有关要求，针对发行人在本所出具《补充法律意见书（五）》后与《审核问询》有关的事实的更新与进展情况，出具《北京市海问律师事务所关于安克创新科技股份有限公司向不特定对象发行可转换公司债券的补充法律意见书（七）》（“本补充法律意见书”）。

本补充法律意见书是对《法律意见书》《律师工作报告》《补充法律意见书（一）》《补充法律意见书（二）》《补充法律意见书（三）》《补充法律意见书（四）》《补充法律意见书（五）》及《补充法律意见书（六）》的更新和补充，《法律意见书》《律师工作报告》《补充法律意见书（一）》《补充法律意见书（二）》《补充法律意见书（三）》《补充法律意见书（四）》《补充法律意见书（五）》及《补充法律意见书（六）》的相关内容（包括有关的事实陈述和意见）与本补充法律意见书不一致的或已被本补充法律意见书更新的，以本补充法律意见书相关内容为准。

本所在《法律意见书》《律师工作报告》《补充法律意见书（一）》《补充法律意见书（二）》《补充法律意见书（三）》《补充法律意见书（四）》《补充法律意见书（五）》及《补充法律意见书（六）》中所作的律师声明对本补充法律意见书同样适用。除另有说明外，《法律意见书》《律师工作报告》《补充法律意见书（一）》《补充法律意见书（二）》《补充法律意见书（三）》《补充法律意见书（四）》《补充法律意见书（五）》及《补充法律意见书（六）》中已作定义的词语，在本补充法律意见书中被使用时，具有与《法律意见书》《律师工作报告》《补充法律意见书（一）》《补充法律意见书（二）》《补充法律意见书（三）》《补充法律意见书（四）》《补充法律意见书（五）》及《补充法律意见书（六）》中定义相同的含义。

本所同意将本补充法律意见书作为发行人本次发行所必备的法定文件，随同其他申报材料一并提呈深圳证券交易所审查，并对本补充法律意见书的真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。本补充法律意见书仅供发行人申请本次发行之目的使用，不得用作任何其他目的。

一、《审核问询》之问题 1

1.1 相关事实

1.1.1 线上销售的模式，区分直销和经销分别说明报告期内具体情况，包括但不限于销售对象类型、销售金额、期后回款情况、线上所使用平台情况，并对比两种模式下的毛利率情况、信用政策等说明是否存在显著差异及原因

(1) 关于线上销售的模式

(a) 公司线上销售模式和对应的销售对象类型

根据发行人的说明，报告期（在本补充法律意见书中，报告期系指 2021 年、2022 年、2023 年及 2024 年 1-6 月）内，公司线上销售的模式主要可以分为线上 B2C 模式和电商平台入仓模式，均属于直销模式：

线上 B2C 模式下，公司主要通过亚马逊、日本乐天、天猫等境内外第三方电商平台和自有独立站将产品销售给终端消费者；终端消费者通过第三方电商平台下达订单并支付后，仓库根据订单进行发货，商品售出后，第三方平台扣除相应佣金费用后按照协议约定将剩余货款支付至公司收款账户；终端消费者在公司独立站下达订单并支付货款后，公司一般通过第三方物流公司向消费者进行发货。在该模式下，公司的客户均为终端消费者，属于线上直销模式。

电商平台入仓模式下，公司将相关产品发往电商平台的仓库，由电商平台具体负责产品后续的销售、物流配送及收款工作。消费者向电商平台下单及付款后，平台在收到消费者款项后通过其自有或第三方物流向消费者直接发货。报告期内，公司电商平台入仓模式下合作的电商平台为亚马逊 vendor 和京东。在该模式下，公司的客户为电商自营平台，公司与电商平台签订购销协议，电商平台以买断方式向公司购买产品；因此电商平台系公司的直接客户，属于线上直销模式。

(b) 线上销售模式的具体销售情况

根据发行人的说明，报告期内，发行人线上销售模式具体情况如下：

单位：万元、%

| 线上销售类型 | 2024 年 1-6 月 | | 2023 年度 | | 2022 年度 | | 2021 年度 | |
|--------|-------------------|---------------|---------------------|---------------|-------------------|---------------|-------------------|---------------|
| | 金额 | 占比 | 金额 | 占比 | 金额 | 占比 | 金额 | 占比 |
| 线上 B2C | 666,628.56 | 99.08 | 1,211,307.86 | 98.44 | 930,706.67 | 98.45 | 778,655.29 | 98.08 |
| 电商平台入仓 | 6,176.70 | 0.92 | 19,177.67 | 1.56 | 14,612.05 | 1.55 | 15,212.71 | 1.92 |
| 合计 | 672,805.26 | 100.00 | 1,230,485.54 | 100.00 | 945,318.72 | 100.00 | 793,868.01 | 100.00 |

注：上表中占比为线上 B2C 或电商平台入仓销售收入金额/线上主营业务收入金额。

根据《募集说明书》以及发行人说明，报告期内，公司线上销售主要以 B2C 模式

进行,线上 B2C 模式实现销售收入分别为 778,655.29 万元、930,706.67 万元、1,211,307.86 万元和 666,628.56 万元,呈持续增长态势,线上 B2C 模式占线上主营业务收入的比例分别为 98.08%、98.45%、98.44%和 99.08%,占比较高。公司多年来在亚马逊、日本乐天等第三方电商平台建立了良好的口碑和领先的市场地位,公司在亚马逊平台上排名靠前,且排名情况持续稳定位于前列;多款产品位列亚马逊平台的畅销产品(Best Seller),获得了市场和终端消费者的认可,公司的消费者认知度和忠诚度较高;因此线上 B2C 模式作为公司线上销售的核心渠道,在报告期内的销售金额保持稳步增长。

报告期内,公司电商平台入仓模式实现销售收入分别为 15,212.71 万元、14,612.05 万元、19,177.67 万元和 6,176.70 万元,占公司线上主营业务收入的比例分别为 1.92%、1.55%、1.56%和 0.92%,占比相对较低,系公司线上销售的补充手段。

(c) 线上销售的平台分类情况

根据发行人说明,报告期内,公司线上 B2C 模式的主要电商平台具体如下:

① 亚马逊

亚马逊是一家总部位于美国西雅图的跨国科技型企业,是全球最大的电子商务和云计算平台。公司借助亚马逊全球在线销售平台(www.Amazon.com)的平台优势、品牌优势与海量消费者群体基础,在全球各地区开设了亚马逊店铺,实现了产品在北美、欧洲、日本、中东等国家和地区的销售。

② 日本乐天

日本乐天是创办于 1997 年的一家互联网综合服务公司,系日本第一大在线电子商务平台,销售地域以日本本土为主,并覆盖美国、法国、德国等主要发达国家和地区。

③ 天猫

天猫是阿里巴巴旗下综合性购物平台(www.tmall.com),中国知名电子商务购物平台。

④ 独立站

独立站是公司自主搭建的自营官方平台,主要包括 Anker 官网、soundcore 官网、eufy 官网、Nebula 官网、AnkerWork 官网、AnkerMake 官网等。

根据发行人说明,报告期内,公司电商平台入仓模式的电商平台如下:

① 亚马逊 vendor

亚马逊 vendor 是亚马逊供应商中心,卖家通过该模式将产品以买断的形式销售给亚马逊,由亚马逊全权负责后续销售、运输、客服和售后服务等。

② 京东

京东是北京京东世纪贸易有限公司旗下综合性购物平台（www.jd.com），中国知名电子商务购物平台。

(d) 线上销售的信用政策及期后回款情况

1) 公司线上销售的信用政策

根据发行人的说明，报告期内，公司线上销售的信用政策与电商平台约定相关，具体情况如下：

| 平台 | 信用政策 |
|------------|--|
| 亚马逊 | 公司定期与亚马逊进行结算，在结算账期内（一般为7天或14天）统一将公司销售所得款项扣除应收取的费用后转款至公司账户 |
| 日本乐天 | 公司定期与日本乐天进行结算，日本乐天向公司提供月度结算单后，在结算账期内（一般两周内）向公司支付货款 |
| 天猫 | 消费者确认收货或者到期自动收货后，货款自动转入公司第三方支付平台账户进行结算 |
| 独立站 | 独立站一般采取款到发货的形式，不存在信用账期 |
| 亚马逊 vendor | 公司与亚马逊 vendor 约定的信用账期一般为开具发票后 60/120 天 |
| 京东自营 | 产品由京东验收入库 60 天后，公司会收到京东提供的结算单，双方核对无误后，公司向电商平台开具发票并于 7 个工作日结算货款 |

2) 按线上销售模式区分的应收账款及回款情况

根据发行人的说明，报告期内，公司按线上销售模式区分的应收账款及期后回款比例如下：

单位：万元、%

| 线上销售类型 | 应收账款金额 | | | | | | | |
|-----------|------------------|--------------|------------------|---------------|------------------|---------------|------------------|---------------|
| | 2024年6月末 | | 2023年末 | | 2022年末 | | 2021年末 | |
| | 金额 | 期后回款比例 | 金额 | 期后回款比例 | 金额 | 期后回款比例 | 金额 | 期后回款比例 |
| 线上 B2C | 57,364.69 | 100.00 | 48,439.16 | 100.00 | 28,183.97 | 100.00 | 17,031.00 | 100.00 |
| 电商平台入仓 | 1,750.17 | 47.78 | 3,108.83 | 100.00 | 1,148.14 | 100.00 | 4,405.69 | 100.00 |
| 合计 | 59,114.86 | 98.45 | 51,547.99 | 100.00 | 29,332.11 | 100.00 | 21,436.69 | 100.00 |

注：上表期后回款数据统计至 2024 年 7 月 31 日。

由上表可见，截至 2024 年 7 月 31 日，报告期各期末线上销售形成的应收账款的期后回款比例分别为 100%、100%、100% 和 98.45%，2024 年 6 月末应收账款尚未全部回款，主要系公司与亚马逊 vendor 约定的信用账期一般为开具发票后 60 天或 120 天内，与京东平台约定的信用账期为产品验收入库 60 天内，截至 2024 年 7 月 31 日，亚马逊 vendor 和京东相关的应收账款仍在信用账期内，期后尚未回款完毕所致。

(2) 两种模式下的毛利率情况及信用政策对比说明

(a) 不同线上销售模式的毛利率情况对比分析

根据发行人的说明，报告期内，公司线上 B2C、电商平台入仓模式的毛利率情况具体如下：

| 项目 | 2024 年 1-6 月 | 2023 年度 | 2022 年度 | 2021 年度 |
|--------|--------------|---------|---------|---------|
| 线上 B2C | 48.72% | 46.77% | 44.65% | 42.70% |
| 电商平台入仓 | 34.06% | 34.25% | 23.54% | 19.07% |

报告期内，公司线上 B2C 模式的毛利率分别为 42.70%、44.65%、46.77% 和 48.72%，电商平台入仓模式的毛利率分别为 19.07%、23.54%、34.25% 和 34.06%。两种模式毛利率存在一定差异，电商平台入仓模式的毛利率相比线上 B2C 模式较低，主要原因系：线上 B2C 模式下，公司主要通过亚马逊、日本乐天、天猫等境内外第三方电商平台或独立站以线上零售的方式将产品销售给终端消费者，公司需要向第三方电商平台支付平台佣金，并承担宣传推广等相关销售费用；而电商平台入仓模式下电商平台负责自行面对终端消费者进行销售，公司后续无需支付平台佣金或投入大量销售费用，因此公司与电商平台平均销售单价相比线上 B2C 模式较低。

根据发行人的说明，报告期内，公司线上 B2C 模式对外销售相关的销售平台费用及市场推广费合计如下：

单位：万元

| 项目 | 2024 年 1-6 月 | 2023 年度 | 2022 年度 | 2021 年度 |
|-------------------|--------------|------------|------------|------------|
| 销售平台费用 | 73,221.94 | 137,146.94 | 110,523.42 | 97,968.71 |
| 市场推广费-线上 B2C 模式相关 | 68,637.49 | 130,860.95 | 85,874.44 | 75,373.22 |
| 合计 | 141,859.43 | 268,007.89 | 196,397.86 | 173,341.93 |
| 占线上 B2C 模式营业收入比例 | 21.28% | 22.13% | 21.10% | 22.26% |

注：市场推广费-线上 B2C 模式相关主要包含公司在各大电商平台的营销费用、线上广告投放费用等。

如上表所示，报告期内，公司线上 B2C 模式对外销售相关的销售平台费用及市场推广费合计分别为 173,341.93 万元、196,397.86 万元、268,007.89 万元和 141,859.43 万元，占线上 B2C 模式下的营业收入的比例分别为 22.26%、21.10%、22.13% 和 21.28%；以公司线上 B2C 模式营业毛利减去上述销售费用后，计算公司线上 B2C 模式下毛利率分别为 20.44%、23.55%、24.65% 和 27.44%，2021 年、2022 年，公司线上 B2C 模式扣除上述销售费用后的毛利率与电商平台入仓模式下的毛利率相比不存在显著差异；2023 年、2024 年 1-6 月，公司电商平台入仓模式下的毛利率高于线上 B2C 模式扣除上述销售费用后的毛利率，主要系电商平台入仓模式下销售的高毛利产品相应增加以及公司加

强产品成本控制所致，使得 2023 年、2024 年 1-6 月，电商平台入仓毛利率较 2022 年度上升幅度较大，具体情况如下：

根据发行人的说明，报告期内，公司电商平台入仓模式下，向亚马逊 vendor 和京东销售金额排名前三的产品具体如下表所示：

| 项目 | 2024 年 1-6 月 | | | 2023 年 | | |
|----------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| | 收入占比 | 毛利占比 | 平均毛利率 | 收入占比 | 毛利占比 | 平均毛利率 |
| 向 vendor 销售金额排名前三的产品 | 14.59% | 9.39% | 46.05% | 19.64% | 17.11% | 35.15% |
| 向京东销售金额排名前三的产品 | 19.31% | 21.00% | 42.86% | 13.67% | 16.78% | 40.49% |
| 合计 | 33.90% | 30.39% | 44.45% | 33.31% | 33.89% | 37.82% |
| 项目 | 2022 年 | | | 2021 年 | | |
| | 收入占比 | 毛利占比 | 平均毛利率 | 收入占比 | 毛利占比 | 平均毛利率 |
| 向 vendor 销售金额排名前三的产品 | 18.27% | 18.56% | 23.87% | 21.54% | 15.60% | 12.64% |
| 向京东销售金额排名前三的产品 | 22.13% | 30.15% | 32.23% | 30.92% | 53.71% | 31.49% |
| 合计 | 40.39% | 48.71% | 28.05% | 52.47% | 69.31% | 22.06% |

注：上表收入占比为产品销售收入/电商平台入仓模式销售收入；毛利占比为产品销售毛利/电商平台入仓模式销售毛利；平均毛利率为产品毛利率的算术平均值。

如上表所示，2023 年及 2024 年 1-6 月，公司向亚马逊 vendor 销售的前三大产品和向京东销售的前三大产品收入占比合计分别为 33.31%、33.90%，毛利占比合计分别为 33.89%、30.39%，平均毛利率分别为 37.82%、44.45%，较 2022 年分别增加 9.77%、16.40%，使得当年公司电商平台入仓模式的毛利率同步上升，其中：

1) 2023 年，公司向亚马逊 vendor 销售的前三大产品分别为无线充电座、扫地机器人 RoboVac G10 Hybrid、LR30 Hybrid，其中扫地机器人 RoboVac G10 Hybrid、LR30 Hybrid 为 2023 年新增销售予亚马逊 vendor 的产品，前述 3 个产品的平均毛利率为 35.15%，较 2022 年公司向亚马逊 vendor 销售的前三大产品的平均毛利率增加 11.28%，带动公司向亚马逊 vendor 销售的整体毛利率有所上升；2024 年 1-6 月，公司渠道战略调整，2024 年 1-6 月向 vendor 销售金额大幅减少，其收入和毛利占比均有所下降，对

于电商平台入仓模式的毛利率影响较小；

2) 2023 年，公司向京东销售金额排名前三的产品均为充电器/无线充产品，其中两款无线充产品为 2023 年新增销售予京东的产品，3 个产品的平均毛利率高于 40%，较 2022 年公司向京东销售的前三大产品的平均毛利率增加 8.26%，使得公司向京东销售的产品毛利率有所上升；2024 年，公司向京东销售金额排名前三的产品两款为充电器产品，一款为头戴式耳机产品，3 个产品的平均毛利率高于 40%，较 2022 年公司向京东销售的前三大产品的平均毛利率增加 10.63%，使得公司向京东销售的产品毛利率保持较高水平。

除新增销售的高毛利产品的影响外，公司也通过加强产品成本控制降低了原有产品的成本，使得电商平台入仓模式下原有产品的毛利率有所提升。

(b) 不同线上销售模式的信用政策对比分析

如前所述，根据发行人说明，报告期内，发行人与电商平台的信用政策系双方综合考虑行业惯例、历史合作情况、合作模式、交易规模等因素确定，不同线上销售模式的信用政策存在差异，具备合理性。

1.1.2 结合消费电子行业更新迭代速度快的行业特征，说明存货余额较高原因，报告期内存货跌价准备计提政策，结合存货周转率、库龄分布及占比、同行业上市公司等情况，说明存货跌价准备计提的充分性

(1) 存货余额较高的原因

根据发行人的说明，报告期各期末，公司存货明细如下：

单位：万元

| 项目 | 2024.6.30 | | | |
|------|-------------------|------------------|-------------------|--------------|
| | 账面余额 | 跌价准备 | 账面价值 | 跌价准备计提比例 |
| 库存商品 | 320,896.17 | 17,835.85 | 303,060.32 | 5.56% |
| 发出商品 | 4,206.97 | - | 4,206.97 | - |
| 合计 | 325,103.14 | 17,835.85 | 307,267.28 | 5.49% |
| 项目 | 2023.12.31 | | | |
| | 账面余额 | 跌价准备 | 账面价值 | 跌价准备计提比例 |
| 库存商品 | 252,948.82 | 14,156.87 | 238,791.95 | 5.60% |
| 发出商品 | 2,339.15 | - | 2,339.15 | - |
| 合计 | 255,287.97 | 14,156.87 | 241,131.10 | 5.55% |
| 项目 | 2022.12.31 | | | |

| | 账面余额 | 跌价准备 | 账面价值 | 跌价准备计提比例 |
|-----------|-------------------|------------------|-------------------|--------------|
| 库存商品 | 158,337.26 | 11,647.96 | 158,337.26 | 7.36% |
| 发出商品 | 1,289.78 | - | 1,289.78 | - |
| 合计 | 159,627.03 | 11,647.96 | 147,979.07 | 7.30% |
| 项目 | 2021.12.31 | | | |
| | 账面余额 | 跌价准备 | 账面价值 | 跌价准备计提比例 |
| 库存商品 | 212,608.07 | 8,661.62 | 203,946.44 | 4.07% |
| 发出商品 | 2,179.21 | - | 2,179.21 | - |
| 合计 | 214,787.28 | 8,661.62 | 206,125.65 | 4.03% |

报告期各期末，公司期末存货账面余额占流动资产的比重分别为 30.37%、22.77%、27.82%和 30.67%，存货账面余额占比较高的原因与公司所在行业、经营模式及经营环境相关；2023 年末及 2024 年 6 月末，公司存货账面余额占流动资产的比例有所上升，主要系公司业务规模上升以及 2023 年末至 2024 年上半年公司新推出了多款储能产品、智能影音产品等，为确保供应的稳定性，主动增加备货所致。近年来，全球消费电子行业发展迅速，随着科技的进步、产品的创新以及海内外各种新消费场景的兴起，消费电子细分领域市场持续发展，市场空间巨大。根据 Statista 的数据显示，2023 年全球消费电子市场规模达到 1.1 万亿美元，预计 2028 年市场规模将达到 1.2 万亿美元。

伴随着新一代信息技术及人工智能的进一步发展，消费电子产品品类有望从过去单一的智能手机向多点开花的智能硬件产品扩充，以智能安防、智能家居、可穿戴设备、AR/VR、桌面级 3D 打印机等为代表的下一代终端与应用逐步繁荣，产业迭代速度将逐步加快、消费周期持续缩短、市场边界持续拓宽；同时，由于全球物流配送行业体系逐渐趋于完善，终端用户对于产品配送的时效性要求提高。为满足全球消费电子细分领域市场的客户需求以及终端客户对于产品配送的时效性要求，报告期内，公司保持了相对较高的库存商品的储备规模并加大了库存商品覆盖的消费电子产品细分领域，报告期各期末存货余额较高具备商业合理性。

根据发行人的说明，并经本所律师公开检索同行业可比公司披露的信息，报告期各期末，同行业可比公司的存货账面余额占流动资产的比例与公司对比分析如下：

| 项目 | 2024.06.30 | 2023.12.31 | 2022.12.31 | 2021.12.31 |
|------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| 绿联科技 | 44.23% | 46.20% | 43.53% | 54.02% |
| 华宝新能 | 9.59% | 9.09% | 12.07% | 52.11% |
| 睿联技术 | 未披露 | 45.01% | 64.14% | 82.47% |
| 科沃斯 | 34.12% | 29.61% | 27.73% | 28.20% |
| 平均值 | 29.31% | 32.48% | 36.87% | 54.20% |

| | | | | |
|----|--------|--------|--------|--------|
| 公司 | 30.67% | 27.82% | 22.77% | 30.37% |
|----|--------|--------|--------|--------|

注 1：绿联科技、华宝新能、睿联技术、科沃斯及小米集团与公司单个或多个产品品类相同或相似，但由于小米集团的主营业务范围较为广泛，包括智能手机、IOT 与生活消费产品、互联网服务等，其产品类型及应用领域、业务模式及规模等与公司存在一定差异；综合考虑后，公司选取绿联科技、华宝新能、睿联技术、科沃斯作为财务数据对比的同行业可比公司，下同；

注 2：绿联科技成立于 2012 年，于 2024 年 7 月在深圳证券交易所创业板上市，是全球科技消费电子知名品牌企业，主要从事传输类、音视频类、充电类、存储类和移动周边类产品的研发、设计、生产及销售，与公司充电储能类产品、智能影音类产品品类相同或相似；2023 年度绿联科技实现营业收入 48.03 亿元，净利润约为 3.94 亿元；

注 3：华宝新能成立于 2011 年，于 2022 年 9 月在深圳证券交易所创业板上市，华宝新能是便携储能垂直领域的领先品牌企业，主要通过线上销售平台在中国、美国、日本、英国等全球多个国家销售便携储能产品，其产品与公司充电储能类产品品类相同或相似；2023 年度华宝新能实现营业收入 23.14 亿元，净利润约为-1.74 亿元；

注 4：睿联技术成立于 2009 年，拟在深圳证券交易所创业板上市，主要从事家用视频监控产品软硬件的研发、生产和销售，以线上平台为主要销售渠道，重点面向海外消费市场，其产品与公司智能创新类产品品类相同或相似；2023 年度睿联技术实现营业收入 20.80 亿元，净利润约为 4.36 亿元；

注 5：科沃斯成立于 1998 年，于 2018 年 5 月在上海证券交易所主板上市，主营业务是各类家庭服务机器人、清洁类小家电等智能家用设备及相关零部件的研发、设计、生产与销售，为全球知名的家庭服务机器人制造商之一，其产品与公司智能创新类产品品类相同或相似；2023 年度科沃斯实现营业收入 155.02 亿元，净利润约为 6.11 亿元。

由上表可见，2021 年末、2022 年末及 2023 年末，公司存货账面余额占流动资产的比例均低于同行业可比公司均值；2024 年 6 月末，公司存货账面余额占流动资产的比例与同行业可比公司均值不存在显著差异。

此外，报告期内，公司存货周转率分别为 4.24 次、4.66 次、4.76 次和 1.82 次（未年化），存货周转速度较快，周转情况良好，不存在期末大量积压囤货的情形。

综上，根据发行人的说明，报告期各期末，公司存货余额较高的情况符合行业惯例，其主要原因系：为满足全球消费电子细分领域市场的客户需求以及终端客户对于产品配送的时效性要求，报告期内，公司保持了相对较高的库存商品的储备规模并加大了库存商品覆盖的消费电子产品细分领域。

（2）报告期内公司存货跌价准备计提政策

根据发行人说明，并经本所律师公开检索同行业可比公司披露的信息，结合公司经营情况及行业特征，公司制定了相应的存货跌价准备计提政策，公司与同行业可比公司存货跌价准备政策及计提方法具体如下：

| 公司名称 | 存货跌价准备计提政策 |
|------------------|--|
| 绿联科技 (301606) | 资产负债表日按成本与可变现净值孰低计量，存货成本高于其可变现净值的，计提存货跌价准备，计入当期损益。在确定存货的可变现净值时，以取得的可靠证据为基础，并且考虑持有存货的目的、资产负债表日后事项的影响等因素。 1、产成品、商品和用于出售的材料等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。为执行销售合同或者劳务合同而持有的存货，以合同价格作为其可变现净值的计量基础；如果持有存货的数量多于销售合同订购数量，超出部分的存货可 |

| 公司名称 | 存货跌价准备计提政策 |
|--------------------------|---|
| | <p>变现净值以一般销售价格为计量基础。用于出售的材料等，以市场价格作为其可变现净值的计量基础。</p> <p>2、需要经过加工的材料存货，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。如果用其生产的产成品的可变现净值高于成本，则该材料按成本计量；如果材料价格的下降表明产成品的可变现净值低于成本，则该材料按可变现净值计量，按其差额计提存货跌价准备。</p> <p>3、存货跌价准备一般按单个存货项目计提；对于数量繁多、单价较低的存货，按存货类别计提。</p> <p>4、资产负债表日如果以前减记存货价值的影响因素已经消失，则减记的金额予以恢复，并在原已计提的存货跌价准备的金额内转回，转回的金额计入当期损益。</p> |
| <p>华宝新能 (301327)</p> | <p>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。</p> |
| <p>睿联技术</p> | <p>资产负债表日按成本与可变现净值孰低计量，存货成本高于其可变现净值的，计提存货跌价准备，计入当期损益。</p> <p>在确定存货的可变现净值时，以取得的可靠证据为基础，并且考虑持有存货的目的、资产负债表日后事项的影响等因素。</p> <p>1、产成品、商品和用于出售的材料等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。为执行销售合同或者劳务合同而持有的存货，以合同价格作为其可变现净值的计量基础；如果持有存货的数量多于销售合同订购数量，超出部分的存货可变现净值以一般销售价格为计量基础。用于出售的材料等，以市场价格作为其可变现净值的计量基础。</p> <p>2、需要经过加工的材料存货，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。如果用其生产的产成品的可变现净值高于成本，则该材料按成本计量；如果材料价格的下降表明产成品的可变现净值低于成本，则该材料按可变现净值计量，按其差额计提存货跌价准备。</p> <p>3、存货跌价准备一般按单个存货项目计提；对于数量繁多、单价较低的存货，按存货类别计提。</p> <p>4、资产负债表日如果以前减记存货价值的影响因素已经消失，则减记的金额予以恢复，并在原已计提的存货跌价准备的金额内转回，转回的金额计入当期损益。</p> |
| <p>科沃斯 (603486)</p> | <p>报告期各期末存货按成本与可变现净值孰低计量，可变现净值低于成本部分相应计提跌价准备。</p> <p>存货中产成品期末价值按成本与期末可变现净值孰低来计量，按其差额计提存货跌价准备。其中，产成品的可变现净值按照产成品的预计售价减去预计销售费用</p> |

| 公司名称 | 存货跌价准备计提政策 |
|------|---|
| | 和相关税费后的净值确定。 |
| 公司 | <p>资产负债表日，存货按照成本与可变现净值孰低计量。</p> <p>可变现净值，是指在日常活动中，存货的估计售价减去至完工时估计将要发生的成本、估计的销售费用以及相关税费后的金额。为生产而持有的原材料，其可变现净值根据其生产的产成品的可变现净值为基础确定。为执行销售合同或者劳务合同而持有的存货，其可变现净值以合同价格为基础计算。当持有存货的数量多于相关合同订购数量的，超出部分的存货的可变现净值以一般销售价格为基础计算。</p> <p>按存货类别计算的成本高于其可变现净值的差额，计提存货跌价准备，计入当期损益。</p> <p>公司采用预估售价减去预估的销售费用、相关税费以后的金额确定可变现净值，同时综合库存商品库龄、未来市场需求、产品的历史呆滞过时风险以及产品更新迭代风险等因素预估库存商品的预计售价。</p> |

注：上表资料来源于公开披露的同行业可比公司财务报告、招股说明书（包括预披露版）等。

由上表可见，公司存货跌价准备计提政策与同行业可比公司不存在显著差异，符合行业惯例。

（3）存货跌价准备计提的充分性

（a）公司存货周转率及库龄分布情况

根据发行人的说明，报告期内，公司存货周转率分别为 4.24 次、4.66 次、4.76 次和 1.82 次（未年化），存货周转速度较快。

报告期各期末，公司存货库龄分布情况具体如下：

单位：万元，%

| 库龄 | 2024.6.30 | | 2023.12.31 | | 2022.12.31 | | 2021.12.31 | |
|-------------|-------------------|---------------|-------------------|---------------|-------------------|---------------|-------------------|---------------|
| | 金额 | 占比 | 金额 | 占比 | 金额 | 占比 | 金额 | 占比 |
| 0-180 天 | 309,823.72 | 95.30 | 245,763.56 | 96.27 | 151,246.00 | 94.75 | 206,110.30 | 95.96 |
| 180 天-360 天 | 12,622.78 | 3.88 | 7,781.71 | 3.05 | 5,288.31 | 3.31 | 7,273.46 | 3.39 |
| 360 天以上 | 2,656.63 | 0.82 | 1,742.70 | 0.68 | 3,092.72 | 1.94 | 1,403.52 | 0.65 |
| 合计 | 325,103.14 | 100.00 | 255,287.97 | 100.00 | 159,627.03 | 100.00 | 214,787.28 | 100.00 |

报告期各期末，公司各类存货的存货库龄主要在 180 天以内，占比均在 95%左右；公司一年以上的存货占比为 1%-2%左右，占比较低。公司存货库龄结构良好，整体存货周转速度较快，存货基本在其生命周期以内，滞销风险较小。

（b）公司存货跌价准备计提情况

根据发行人的说明，报告期各期末，公司存货跌价计提情况如下：

单位：万元

| 时间 | 存货账面余额 | 存货跌价准备 | 计提比例 |
|------------|------------|-----------|-------|
| 2024.06.30 | 325,103.14 | 17,835.85 | 5.49% |
| 2023.12.31 | 255,287.97 | 14,156.87 | 5.55% |
| 2022.12.31 | 159,627.03 | 11,647.96 | 7.30% |
| 2021.12.31 | 214,787.28 | 8,661.62 | 4.03% |

公司根据存货可变现净值与成本孰低的原则计提存货跌价准备，由上表可见，报告期各期末，公司各类存货跌价计提比例分别为 4.03%、7.30%、5.55%和 5.49%。2022 年，公司受宏观因素影响收入增速较 2021 年有所放缓，2022 年末库龄 180 天以上的存货占比较 2021 年末有所上升，由于库龄的增加，经存货跌价测试后，180 天以上的存货可变现净值低于成本的情况也相应增加，因此 2022 年末公司整体存货跌价准备计提比例有所上升。2023 年，公司营业收入增速相较 2022 年有所上升，存货周转速度加快，使得 2023 年末库龄 180 天以上的存货占比相较 2022 年末有所下降；经存货跌价测试后，随着 180 天以上存货占比的下降，2023 年末公司整体存货可变现净值低于成本的比例也相应减少，因此 2023 年末公司整体存货跌价准备计提比例有所下降。2024 年 6 月末，公司存货跌价计提比例与 2023 年末不存在显著差异。

(c) 同行业可比公司存货周转率及存货跌价准备计提比例

根据发行人的说明，并经本所律师公开检索同行业可比公司披露的信息，报告期内，公司与同行业可比公司存货周转率对比情况如下：

单位：次

| 公司名称 | 2024 年 1-6 月 | 2023 年度 | 2022 年度 | 2021 年度 |
|------------|--------------|---------|---------|---------|
| 绿联科技 | 1.58 | 3.30 | 3.13 | 3.28 |
| 华宝新能 | 0.98 | 1.87 | 2.33 | 2.84 |
| 睿联技术 | 未披露 | 1.73 | 1.87 | 1.92 |
| 科沃斯 | 1.09 | 2.64 | 2.63 | 3.23 |
| 平均值 | 1.22 | 2.39 | 2.49 | 2.82 |
| 安克创新 | 1.82 | 4.76 | 4.66 | 4.24 |

注：存货周转率=营业成本/存货平均账面余额；2024 年 1-6 月存货周转率未年化。

报告期内，公司存货周转率分别为 4.24 次、4.66 次、4.76 次和 1.82 次（未年化），由上表对比可见，公司存货周转率高于同行业可比上市公司均值，存货周转情况良好。

根据发行人的说明，报告期各期末，公司存货跌价准备计提情况与同行业可比公司对比如下：

| 公司名称 | 计提比例 | | | |
|------|-----------|------------|------------|------------|
| | 2024.6.30 | 2023.12.31 | 2022.12.31 | 2021.12.31 |
| 绿联科技 | 4.70% | 4.25% | 4.53% | 4.77% |
| 华宝新能 | 5.44% | 6.35% | 3.06% | 2.85% |

| | | | | |
|------------|-------|--------------|--------------|--------------|
| 睿联技术 | 未披露 | 4.30% | 4.93% | 4.87% |
| 科沃斯 | 4.71% | 7.53% | 5.80% | 5.45% |
| 平均值 | 4.95% | 5.61% | 4.58% | 4.49% |
| 安克创新 | 5.49% | 5.55% | 7.30% | 4.03% |

在资产负债表日，公司按存货成本与可变现净值孰低的原则，对于存货可变现净值低于成本的部分计提存货跌价准备。公司在确定库存商品的可变现净值时，考虑存货库龄、促销活动、滞销情况、销售渠道等因素综合判断存货预计售价，减去估计的销售费用和税费后计算得出存货可变现净值。

发行人与同行业可比公司产品类型、存货结构不同，因而存货跌价准备计提比例亦有差异。将发行人计提比例与同行业均值进行比较，由上表可见，2021年末及2023年末，公司存货跌价准备计提情况与同行业可比公司均值基本一致，2022年末公司存货跌价准备计提比例高于同行业均值，主要原因系：

1) 公司备货策略调整，存货账面余额下降

2021年末和2022年末，同行业可比公司的存货账面余额与公司对比如下：

单位：万元

| 项目 | 2022.12.31 | | 2021.12.31 |
|------------|-------------------|---------------|-------------------|
| | 金额 | 变动率 | 金额 |
| 绿联科技 | 70,253.73 | -7.87% | 76,252.98 |
| 华宝新能 | 87,827.60 | 34.99% | 65,064.55 |
| 睿联技术 | 51,158.30 | 18.31% | 43,240.28 |
| 科沃斯 | 308,513.52 | 20.68% | 255,656.36 |
| 平均值 | 129,438.29 | 16.53% | 110,053.54 |
| 公司 | 159,627.03 | -25.68% | 214,787.28 |

如上表所示，公司调整了2022年末的备货策略，适当减少备货，2022年末公司存货账面余额较2021年末减少25.68%，而同行业可比公司2022年末存货账面余额平均值较2021年有所上升。因此公司2022年末账面余额（存货跌价计提比例计算的分子）减少导致存货跌价计提比例上升。

2) 宏观因素影响公司收入增速放缓，存货消耗速度减缓

2021年及2022年，公司与同行业可比公司营业收入变动情况如下：

单位：万元、%

| 公司简称 | 2022年度 | | 2021年度 | |
|------|--------|-----|--------|-----|
| | 金额 | 变动率 | 金额 | 变动率 |

| 公司简称 | 2022 年度 | | 2021 年度 | |
|------------|-------------------|--------------|-------------------|--------------|
| 绿联科技 | 383,932.14 | 11.40 | 344,634.57 | 25.88 |
| 华宝新能 | 320,290.63 | 38.35 | 231,514.51 | 116.38 |
| 睿联技术 | 165,237.89 | 20.86 | 136,721.14 | 42.41 |
| 科沃斯 | 1,532,476.28 | 17.11 | 1,308,600.74 | 80.90 |
| 平均值 | 600,484.24 | 18.82 | 505,367.74 | 68.43 |
| 公司 | 1,425,051.98 | 13.33 | 1,257,420.33 | 25.88 |

如上表所示，2022 年，受全球宏观经济环境下行、国际地缘政治争端升级、能源短缺等多重宏观因素影响，行业内公司普遍面临跨境运输成本上升、原材料价格上涨、境外消费市场需求减弱的情况，因此当年收入增速较 2021 年均有所放缓。公司 2022 年营业收入增速为 13.33%，变动趋势与同行业可比公司相同，但略低于同行业可比公司 2022 年平均收入增速 18.82%，主要系各方产品结构差异所致：1) 华宝新能主营业务产品为便携储能产品，2021 年，凭借对储能产品持续进行迭代升级以及销售模式由 ODM 向自主品牌销售的转变，华宝新能销售收入增速高达 116.38%；2022 年，受到前述宏观因素影响，华宝新能收入增速有所放缓，但由于欧洲能源危机也催生了用户的用电需求，华宝新能仍保持相对较高的收入增速；2) 睿联技术主营业务产品为家用视频监控产品，伴随远程视频监控需求日益增加，家用视频监控处于快速发展阶段，2021 年睿联技术收入增速为 42.41%；受前述宏观因素影响，2022 年睿联技术收入有所放缓，但家用视频监控的需求场景日益丰富，产品结构不断完善，2022 年睿联技术收入增速仍然保持相对较高水平；3) 得益于家用服务机器人产品技术的进步和消费者对于智能清洁电器产品需求的增长，2021 年，科沃斯收入增速较高，为 80.90%；2022 年，受前述宏观因素影响，科沃斯境外收入增速降至 9.92%，但由于其境内收入占比较高，为 66.16%，且其境内收入受国际宏观因素影响较小，当年仍保持 21.16% 的增长水平，使得其整体收入增速高于公司收入增速。2022 年，公司收入增速的放缓使得存货的消耗速度有所放缓。

3) 库龄较长的存货占比上升，经跌价测试后存货跌价准备计提增加

由于备货策略调整和存货消耗速度放缓的共同作用，公司 2022 年末库龄 180 天以上的存货占比较 2021 年末有所上升，其中库龄 360 天以上的存货占比由 0.65% 上升至 1.94%，经存货跌价测试后，存货可变现净值低于成本的情况较 2021 年增加，故公司计提的存货跌价准备有所增加。2021 年末及 2022 年末，同行业可比公司中库龄 1 年以上存货占比情况如下：

| 公司简称 | 2022 年末 | 2021 年末 |
|------|---------|---------|
| 绿联科技 | 3.50% | 1.24% |
| 睿联技术 | 1.75% | 1.95% |

| 公司简称 | 2022 年末 | 2021 年末 |
|------|---------|---------|
| 公司 | 1.94% | 0.65% |

注：华宝新能及科沃斯未披露 2021 年及 2022 年存货库龄结构

如上图，同行业可比公司中，尽管收入增速有所放缓，2022 年睿联技术库龄 1 年以上的存货占比仍然有所下降，库龄较长的产品占比减少；绿联科技库龄 1 年以上的存货占比虽有所上升，但其中部分为原材料，存货构成与公司不完全相同，因而公司计提的存货跌价准备比例高于同行业具有合理性。

2024 年 6 月末，公司存货跌价准备计提比例略高于同行业可比公司均值，与华宝新能较为接近，主要系各方产品结构与备货策略存在差异所致。

综上，公司存货跌价准备计提政策与同行业可比公司不存在显著差异，符合行业惯例；报告期各期末，公司库龄结构良好，整体存货周转速度较快、存货基本在其生命周期以内，滞销风险较小；报告期内，公司存货周转率高于同行业可比上市公司均值，存货周转情况良好；2021 年末及 2023 年末，公司存货跌价准备计提情况与同行业可比公司均值基本一致，2022 年末及 2024 年 6 月末，公司存货跌价准备计提比例高于同行业均值，公司存货跌价准备计提合理、充分。

1.1.3 跨境运输成本对报告期内毛利率的影响，与同行业公司是否可比，本次募投项目相关测算结果是否已考虑运输成本情况；说明贸易摩擦对公司经营的影响，是否构成重大不利影响

(1) 关于跨境运输成本

(a) 跨境运输成本对报告期内毛利率的影响及与同行业公司的可比情况

根据发行人的说明，报告期内，公司跨境运输成本金额及其对毛利率的影响具体如下：

单位：万元

| 项目 | 2024 年 1-6 月 | 2023 年度 | 2022 年度 | 2021 年度 |
|---------------|--------------|-----------|-----------|-----------|
| 跨境运输成本 | 41,310.34 | 63,348.03 | 61,141.00 | 82,170.80 |
| 跨境运输成本/境外营业收入 | 4.46% | 3.77% | 4.49% | 6.78% |

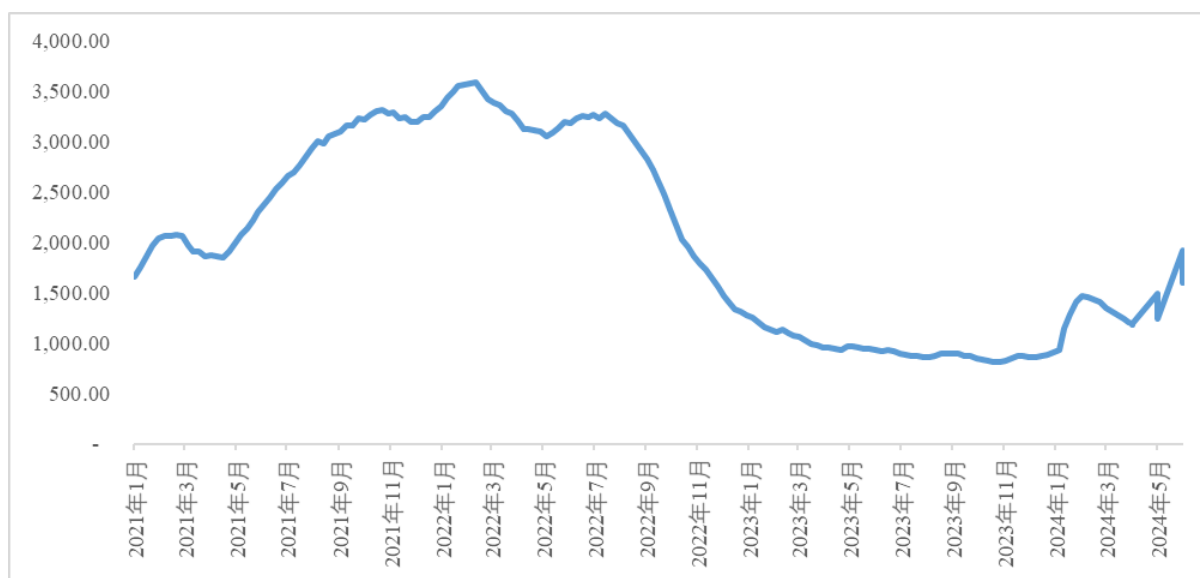
注：上述跨境运输成本包含关税。

由上表可见，报告期内，公司跨境运输成本对毛利率的影响分别为 6.78%、4.49%、3.77% 和 4.46%，2021 年至 2023 年呈现持续下降的趋势，主要原因系 2021 年受宏观因素影响，国际货运物流运力紧张，跨境物流运输价格有所上涨，对公司境外收入的毛利率影响相对较高；2022 年下半年以来，宏观环境有所改善，国际货运物流的供求关系发生变化，国际海运供给增加，跨境物流运输价格回落，因此对公司境外收入的毛利率影响有所减少。2024 年上半年，由于红海地区局势紧张，国际货运物流运输运力受到

一定影响，跨境物流运输价格有所上升，因此公司跨境运输成本对毛利率的影响也有所增加。

报告期内，上海航运交易所发布的中国出口集装箱运价指数（CCFI 综合指数）的波动情况具体如下：

CCFI 综合指数



数据来源：同花顺

如上表及上图所示，报告期内，公司跨境运输成本占境外营业收入的比例整体较低，与中国出口集装箱运价综合指数的变动趋势基本保持一致。假设公司产品销售价格等交易条件均不发生改变，仅跨境运输成本发生变化，对公司境外销售的毛利率进行敏感性分析，具体情况如下：

| 跨境运输成本价格变动 | 2024年1-6月 | | 2023年度 | | 2022年度 | | 2021年度 | |
|------------|-----------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| | 毛利率 | 毛利率变动 | 毛利率 | 毛利率变动 | 毛利率 | 毛利率变动 | 毛利率 | 毛利率变动 |
| 下降 100% | 49.82% | 4.46% | 47.75% | 3.77% | 43.43% | 4.49% | 42.68% | 6.78% |
| 下降 20% | 46.25% | 0.89% | 44.73% | 0.75% | 39.84% | 0.90% | 37.26% | 1.36% |
| 下降 10% | 45.81% | 0.45% | 44.35% | 0.38% | 39.39% | 0.45% | 36.58% | 0.68% |
| 上涨 0% | 45.36% | 0.00% | 43.98% | 0.00% | 38.94% | 0.00% | 35.90% | 0.00% |
| 上涨 10% | 44.92% | -0.45% | 43.60% | -0.38% | 38.49% | -0.45% | 35.22% | -0.68% |

| | | | | | | | | |
|---------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| 上涨 20% | 44.47% | -0.89% | 43.22% | -0.75% | 38.04% | -0.90% | 34.54% | -1.36% |
| 上涨 100% | 40.90% | -4.46% | 40.20% | -3.77% | 34.45% | -4.49% | 29.12% | -6.78% |

注：上表中毛利率变动为跨境运输成本价格变动后的境外销售毛利率减去当年实际境外销售毛利率。

由上表可见，跨境运输成本价格上涨对公司毛利率影响有限，不构成重大影响。根据发行人的说明，为应对跨境运输成本波动对于公司盈利能力的影响，公司采取的措施主要包括：1) 密切关注跨境物流运输市场价格走势，根据海运、陆运等运输方式的市场价格变动，适时调整产品运输计划；2) 优化库存管理，制定合适的发货计划，提高集装箱利用率，对于境外销售的产品尽量以整柜出运，以降低单个产品的运输成本；3) 与航运公司签订长期国际货物运输服务协议，避免受国际运输市场影响使得短期内运费发生大幅波动。报告期内，公司有效使用上述应对措施，如 2021 年 CCFI 综合指数均值为 2023 年 CCFI 综合指数均值的 2.78 倍，但 2021 年公司跨境物流运输成本对境外收入毛利率的影响与 2023 年的差异仅为 3.01%，避免了跨境物流运输成本大幅上涨对公司盈利能力产生较大不利影响的情况。

根据发行人的说明，并经本所律师公开检索同行业可比公司披露的信息，同行业可比公司的跨境运输成本及对境外收入毛利率的影响与公司比较如下：

单位：万元

| 同行业可比公司 | 项目 | 2024 年 1-6 月 | 2023 年度 | 2022 年度 | 2021 年度 |
|---------|----------------|--------------|-----------|------------|------------|
| 睿联技术 | 国际物流运输费 | - | 3,630.07 | 10,135.99 | 7,179.95 |
| | 境外销售收入 | - | 87,739.45 | 164,526.98 | 136,072.95 |
| | 国际物流运输费/境外销售收入 | - | 4.14% | 6.16% | 5.28% |
| 公司 | 跨境运输成本/境外营业收入 | 4.46% | 3.77% | 4.49% | 6.78% |

注 1：上表中同行业可比公司数据来源于其对外披露的招股说明书及其他公开披露文件，睿联技术在上表“2023 年度”中披露的数据为其 2023 年 1-6 月相关财务数据，其未披露 2023 年度和 2024 年 1-6 月相关数据。

注 2：公司同行业可比公司中，绿联科技、华宝新能、科沃斯未对外披露其跨境物流运输成本，故未在上表中统计。

由上表可见，报告期内，公司跨境物流成本对毛利率的影响与同行业可比公司睿联技术相对接近，国际物流运输费占境外销售收入的比例均在 3%-7%之间，波动情况存在一定差异，主要原因是：

1) 睿联技术的主营业务产品为家用视频监控产品，而公司的主营业务产品为充电储能类、智能创新类和智能影音类产品，因此公司主营业务产品与同行业可比公司的主

营业务产品的产品体积、产品重量存在差异，导致产品的平均跨境运输成本存在差异；

2) 2022年下半年尤其是第四季度以来，随着国际海运运力供给的恢复，跨境物流成本下降较快。如上图所示，根据上海航运交易所发布的中国出口集装箱运价指数（CCFI综合指数），2022年第四季度，CCFI综合指数均值为1,615点，较2022年上半年CCFI综合指数均值已下降超过50%，跨境物流运输价格在2022年第四季度已较2022年上半年大幅降低。公司2022年第四季度主营业务收入占比为33.10%，与睿联技术相比较，因此2022年公司跨境物流成本对毛利率的影响下降幅度相对较大。2023年，公司国际物流运输费占境外销售收入的比例与睿联技术趋于接近。2024年上半年，公司国际物流运输费占境外销售收入的比例有所提升，主要系红海地区局势紧张，国际货运物流运输运力受到一定影响，运输价格上升所致，属于宏观环境因素影响；国内跨境电商上市公司中致欧科技、赛维时代的公开披露文件中也披露了红海局势对全球贸易及运输的不利影响。

(b) 本次募投项目相关测算结果是否已考虑运输成本情况

根据发行人的说明，本次募投项目中，涉及效益测算的项目包括便携及户用储能产品研发及产业化项目和新一代智能硬件产品研发及产业化项目，其效益测算中成本构成具体如下：

1) 便携及户用储能产品研发及产业化项目

单位：万元

| 项目 | T+1年 | T+2年 | T+3年 | T+4年 | 稳定运营期 各年平均 |
|------|------|------|-----------|------------|---------------|
| 营业成本 | - | - | 80,949.00 | 107,932.00 | 134,915.00 |
| 采购成本 | - | - | 59,782.07 | 79,709.42 | 99,636.78 |
| 运输成本 | - | - | 21,166.93 | 28,222.58 | 35,278.22 |

2) 新一代智能硬件产品研发及产业化项目

单位：万元

| 项目 | T+1年 | T+2年 | T+3年 | T+4年 | 稳定运营期 各年平均 |
|------|------|------|------------|------------|---------------|
| 营业成本 | - | - | 154,334.98 | 196,920.51 | 257,224.97 |
| 采购成本 | - | - | 129,334.30 | 165,061.38 | 215,557.17 |
| 运输成本 | - | - | 25,000.68 | 31,859.13 | 41,667.81 |

由上表可见，本次募投项目中，涉及效益测算的项目已考虑运输成本。前述项目的运输成本系参考公司不同类别的募投项目产品对应历史运输成本，对产品成本构成进行估算得出。

2022年，公司储能业务产品、3D打印产品、投影仪、智能安防产品的运输成本占产品成本的比例分别为26.15%、16.65%、18.03%和15.06%。公司参考2022年公司储

能业务产品的运输成本占产品成本的比例对便携及户用储能产品研发及产业化项目的产品成本进行测算；参考 2022 年公司 3D 打印产品、智能投影仪及智能安防产品的运输成本占产品成本的比例，对新一代智能硬件产品研发及产业化项目的三类产品成本分别进行测算。尽管 2022 年下半年海运价格有所回落，但 2022 年全年海运价格整体而言仍保持相对高位，2022 年 CCFI 综合指数均值约为 2,792，高于报告期内 CCFI 综合指数均值 2,016，基于谨慎性，公司采用 2022 年全年的同类型产品运输成本占比对于募投项目的成本构成进行测算，与现有产品情况及市场环境匹配，具备合理性。

(2) 贸易摩擦对公司经营的影响

根据发行人的说明，并经本所律师登录商务部网站查询相关对外投资合作指南，报告期内，公司境外销售主要来自于美国、欧洲、日本和中东等国家与地区。上述主要进口国或地区有关公司主要产品的进口政策如下：

| 进口国或地区 | 进口政策 |
|--------|---|
| 美国 | 根据商务部发布的《对外投资合作国别（地区）指南——美国》（2022 年版），美国主要依靠关税对进口产品和数量进行管理和调节。针对公司涉及的主要产品，美国政府原则上允许自由进口，但是自 2018 年 6 月以来，美国政府开始针对从中国进口的相关产品加征关税；除此之外，无其他具有重大不利影响的进口限制政策。 |
| 欧洲 | 根据商务部发布的《对外投资合作国别（地区）指南——欧盟》（2022 年版），目前欧盟采取进口监控措施的产品包括来自第三国的部分钢铁产品、部分农产品、来自中国的纺织品和鞋类。欧洲多数国家为世界贸易组织成员国，具有相对健全和稳定的进出口政策及法规，针对公司主要产品，原则上允许自由进口，不存在具有重大不利影响的进口限制政策。 |
| 日本 | 根据商务部发布的《对外投资合作国别（地区）指南——日本》（2022 年版），日本有绝对禁止进口的商品，有实施配额制进口商品，有受关税配额制度规制的进口货物。日本为世界贸易组织成员国，具有相对健全和稳定的进出口政策及法规。针对公司主要产品，原则上允许自由进口，不存在具有重大不利影响的进口限制政策。 |
| 中东地区 | 根据商务部发布的《对外投资合作国别（地区）指南——埃及》（2023 年版）、《对外投资合作国别（地区）指南——阿联酋》（2023 年版）、《对外投资合作国别（地区）指南——卡塔尔》（2023 年版）等，中东地区多数为世界贸易组织成员国，具有相对健全和稳定的进出口政策及法规。针对公司主要产品，原则上允许自由进口，不存在具有重大不利影响的进口限制政策。 |

截至本补充法律意见书出具之日，公司主要产品进口国和地区中，除美国外，其他国家或地区的贸易环境以及对中国有关产品的贸易政策总体上保持稳定，并无具有重大不利影响的进口限制性政策。

自 2018 年以来，美国已针对中国颁布多次关税措施，对原产于中国的部分商品加征关税，涉及航空航天、信息和通信技术、机器人、机械领域、化学品、纺织品、食品、服饰及手袋、电子产品、金属制品和汽配产品等行业。自 2018 年起，公司主营业务产

品中，充电储能类产品、智能创新类产品及智能影音类产品中的部分类别也属于美国加征关税清单所列的产品类别，受到美国加征关税的影响，最高加征关税税率为 25%。

根据发行人的说明，2020 年、2021 年、2022 年、2023 年及 2024 年 1-6 月，加征关税对公司产品在美国的毛利率的影响与其他主要国家/地区的对比情况如下：

| 国家/地区 | 项目 | 2024 年 1-6 月 | 2023 年度 | 2022 年度 | 2021 年度 | 2020 年度 |
|----------------|---------------------|--------------|---------|---------|---------|---------|
| 美国 | 主营业务毛利率 | 45.96% | 44.20% | 40.40% | 35.42% | 39.33% |
| | 主营业务毛利率（主营业务成本不含关税） | 49.21% | 46.91% | 42.47% | 38.99% | 40.93% |
| 除美国外的境外国家/地区合计 | 主营业务毛利率 | 44.85% | 43.98% | 37.53% | 36.36% | 39.68% |
| | 主营业务毛利率（主营业务成本不含关税） | 45.30% | 45.38% | 37.82% | 36.67% | 39.92% |
| 境外合计 | 主营业务毛利率 | 45.36% | 43.98% | 38.94% | 35.90% | 39.50% |
| | 主营业务毛利率（主营业务成本不含关税） | 47.10% | 44.07% | 40.10% | 37.81% | 40.44% |

2020 年、2021 年、2022 年、2023 年及 2024 年 1-6 月，公司在美国地区主营业务毛利率分别为 39.33%、35.42%、40.40%、44.20% 及 45.96%，在境外整体主营业务毛利率分别为 39.50%、35.90%、38.94%、43.98% 及 45.36%。2021 年，公司在美国地区及境外整体主营业务毛利率同比下滑，且关税对美国市场销售的毛利率影响与其他主要境外国家/地区相比较为高，主要原因系 2021 年以来，美国加征进口关税，使得公司产品在美国的销售成本较其他主要境外国家/地区有所增加；但影响相对有限，关税对美国市场毛利率的影响约为 2-3%。

2022 年、2023 年及 2024 年 1-6 月，公司在美国地区主营业务毛利率同比持续上升，主要系公司通过产品持续迭代，不断推出毛利率更高的新产品，而非直接全面提高产品销售单价，以应对关税加征的影响。例如充电储能类的 Prime 多口快充系列、Nano USB-C 充电系列、MagGo 超快磁吸无线充电系列持续推出新品，能够为消费者在不同场景下的多样化充电需求提供高效灵活的解决方案；智能创新类的 eufy security 摄像头及门铃系列等智能安防新品，具备运动检测功能且消除了传统的视野盲区，为用户带来安全和安心的户用安防体验，前述新品的推出带动了充电器、智能安防类产品的平均单价和毛利率有所上升。以 2022 年为例，公司在美国地区销售前述充电器、智能安防类产品的

平均单价分别同比提升了 7.34%、16.00%，毛利率均相应上升了 5% 以上，由此可见公司通过产品迭代提高了产品的平均单价及毛利率。2022 年、2023 年及 2024 年 1-6 月，公司在美国地区销售充电器、智能安防类产品的平均毛利率达到 40% 以上，其毛利占公司美国地区毛利的比例分别为 57.75%、54.64% 和 57.56%，在美国地区销售前述产品品类的收入占公司美国地区主营业务收入的合计比例分别为 45.62%、46.90% 和 51.88%，由此可见前述产品持续迭代对于公司美国地区收入及毛利率提升有显著贡献。此外，公司有效地进行了成本控制以及汇率影响也使得公司在美国地区主营业务毛利率有所上升。

报告期内，公司来自美国的主营业务收入占比约 40%-50%，虽然受美国加征进口关税的影响，公司产品在美国的销售成本有所增加，但是公司持续凭借自身优秀的产品设计研发能力、深刻的用户需求洞察能力以及行业领先的品牌知名度与美誉度，在美国的主营业务收入及主营业务毛利均保持增长态势。

报告期内，公司来自美国的主营业务收入分别为 596,572.44 万元、666,702.12 万元、775,571.32 万元和 428,225.17 万元，主营业务毛利分别为 211,322.01 万元、269,331.01 万元、342,786.01 万元和 196,806.46 万元，主营业务毛利率分别为 35.42%、40.40%、44.20% 和 45.96%，整体业绩呈现向好态势，贸易摩擦对公司盈利能力未造成重大不利影响。

公司凭借着卓越的产品质量和精湛的产品设计，已在全球广大消费者中树立了良好的口碑，消费者认知度和忠诚度较高，竞争优势具有可持续性。并且公司目前已经建立了完善的销售渠道，报告期内业务范围涵盖欧洲、日本、中东等全球其他主要发达国家和地区，提升全球其他地区的渠道覆盖面和稳定性，可以在一定程度上降低贸易摩擦的相关风险。与此同时，中国作为全球消费电子产业链中的重要一环，拥有领先全球的完善供应链，在研发设计、原材料供应、生产制造等环节均具有明显的竞争优势，全球消费电子产品、尤其是各知名品牌的产品大部分在中国完成生产制造，因此在全球消费电子产业链格局不发生重大变化的前提下，公司在美国消费电子市场拥有的相对竞争格局和态势不会因加征关税而有重大改变。

综上，受美国加征进口关税的影响，公司产品在美国的销售成本有所增加，但贸易摩擦未对公司经营及盈利能力构成重大不利影响。

1.1.4 结合中航信托理财产品还款能力说明欠款情况、最新还款进度及后续处置进展，说明该诉讼一审被驳回、二审主动撤诉的具体原因、是否达成和解协议，如是，请说明具体内容，当前资产减值是否合理、充分、是否会对公司偿债能力产生重大不利影响

(1) 关于中航 651 号信托产品延期兑付事项概况

根据发行人公开披露的相关公告，发行人于 2021 年 4 月 20 日召开 2020 年年度股东大会，审议通过了《关于使用闲置自有资金购买理财产品的议案》。2021 年 6 月 21 日，在前述股东大会授权内，公司通过招商银行股份有限公司长沙分行（“招商银行”）认购了该银行代销的《中航信托·天启【2019】651 号长沙中泛贷款集合资金信托计划》（“中航 651 号信托产品”），认购金额为人民币 1 亿元，认购期限为 356 天，资金来源为自有资金，持有期间为 2021 年 6 月 21 日至 2022 年 6 月 12 日，对应的业绩比较基准为 5.5%。

根据发行人提供的文件及说明，2022 年 5 月 27 日，公司收到中航 651 号信托产品的受托人中航信托股份有限公司（“中航信托”或“受托人”）发送的《延期公告》，公告显示：“截至本公告日，借款人未按约定支付应付的贷款本金及利息，担保人亦未履行担保义务；受托人根据信托文件，决定延长存续的信托单位受益权期限。为最大限度保障受益人权益，受托人已启动司法程序追索并同步采取了诉前财产保全措施。受托人将严格按照信托法律、法规及信托文件的约定，以受益人利益最大化为目标，积极推动信托计划财产变现。”

根据发行人的说明，截至本补充法律意见书出具之日，公司共计收到中航 651 号信托产品投资收益 2,757,534.25 元，剩余信托产品本金 100,000,000.00 元及利息未能如期兑付（“信托产品延期兑付事项”）。

（2）公司诉中航信托的一审情况

根据发行人公开披露的相关公告、提供的诉讼文件及说明，就上述信托产品延期兑付事项，为维护公司和股东的合法权益，发行人于 2022 年 7 月向南昌市中级人民法院提起诉讼，基于中航信托违反与发行人签署的信托合同约定用途使用信托资金，导致信托财产发生重大损失，请求判令：1、确认涉案《中航信托·天启【2019】651 号长沙中泛贷款集合资金信托计划信托合同》及其附属文件于起诉之日解除；2、判令被告向原告返还投资本金 100,000,000 元；3、判令被告向原告以 100,000,000 元投资本金为基数，按年化 5.5% 的业绩比较基准支付合同期限内的预期投资收益 6,202,777.78 元（自购买之日 2021 年 6 月 21 日暂计至 2022 年 7 月 31 日）；4、判令被告向原告以投资本金及预期投资收益合计 106,202,777.78 元为基数，向原告支付资金利息（利息按全国银行间同业拆借中心公布的一年期贷款市场报价利率标准，自起诉之日起计算至实际清偿之日止）；5、判令被告承担本案的诉讼费、保全费等全部诉讼费用。

经审理，南昌市中级人民法院作出（2022）赣 01 民初 443 号《民事判决书》，判决驳回发行人的诉讼请求。根据前述判决书，南昌市中级人民法院认为，被告已履行《信托合同》及其附属文件、《信托受益权转让合同》的主要义务并履行了必要的程序及风险评估。信托计划未能按期终止并分配信托利益的原因系借款人未按约还本付息，并非被告造成。现信托计划根据信托财产变现情况自动延期，信托计划继续合法持有对长沙

中泛置业有限公司（“长沙中泛”）的贷款债权及相应的担保债权。在信托计划尚未进行清算并分配的情况下，信托计划及原告均未发生实际经济损失，最终原告是否存在损失及具体损失金额也无法确定。综上所述，原告主张被告构成根本性违约，导致其不能实现信托合同目的的理由不能成立。因此，驳回原告的诉讼请求。

（3）公司诉中航信托的二审情况

根据发行人提供的文件，发行人因不服南昌市中级人民法院的上述一审判决，于2023年2月向江西省高级人民法院提起上诉，请求：1、撤销（2022）赣01民初443号判决，改判支持发行人一审全部诉讼请求，或依法将本案发回重审；2、本案上诉费由中航信托承担。

根据发行人提供的文件及说明，发行人于2023年5月5日收到了中航信托发送的中航651号信托产品第一次受益人大会通知及议案材料；根据议案文件，中航信托拟在政府部门支持下，联合相关金融机构开展盘活计划，初步拟定了资产盘活方案的基本框架和还款计划，即依据底层资产，通过盘活资产的销售回款间接实现651号信托计划项下的债权偿还（“资产盘活计划”）。发行人在收到上述资产盘活计划后进行了内部的审慎评估，包括实地考察了底层资产对应的项目地块等，考虑到诉讼程序长、诉讼判决后对应标的执行情况不具有确定性以及对于已抵押资产进行司法拍卖所面临的不确定性，资产盘活计划收益具有一定预期，且盘活地块将在政府的监督下进行开发销售，具有一定保障，其相较于发行人目前正在进行的诉讼事项对发行人的权益保障更有利。因此，发行人决定同意资产盘活计划的实施并于2023年5月22日向江西省高级人民法院提出撤诉申请。2023年5月24日，江西省高级人民法院出具了（2023）赣民终242号《民事裁定书》，准许发行人撤回上诉。

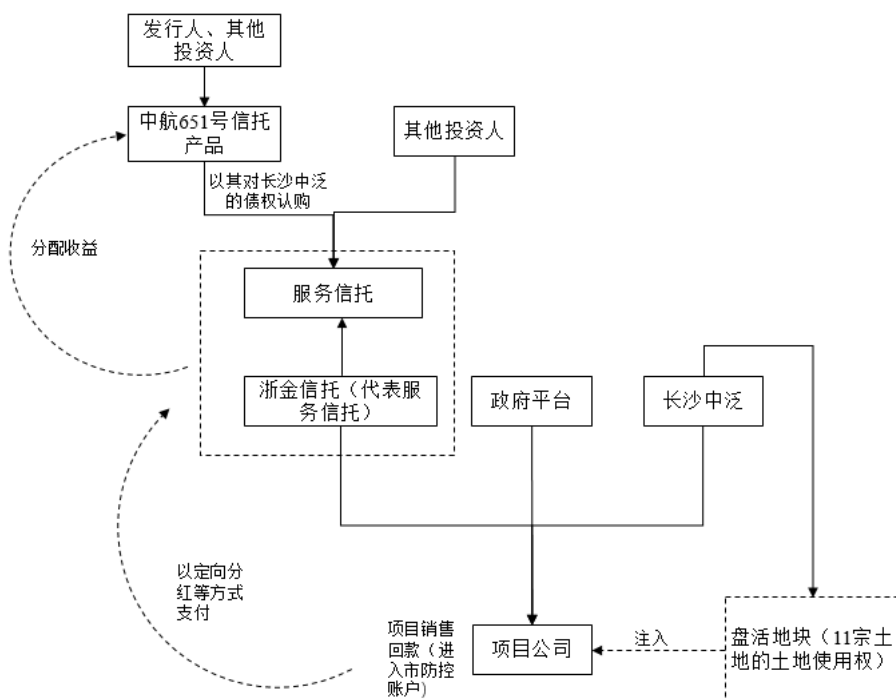
根据中航651号信托产品第一次受益人大会决议，中航651号信托产品第一次受益人大会于2023年5月19日召开并通过了相关议案，同意中航651号信托产品参与资产盘活计划。

根据发行人的说明，截至本补充法律意见书出具之日，除受益人大会决议外，发行人未与中航信托就信托产品延期兑付事项达成任何和解协议或其他书面协议。

（4）中航651号信托产品的后续处置进展

根据中航651号信托产品第一次受益人大会的议案资料，资产盘活计划主要以中航651号信托产品对长沙中泛享有的债权（“标的债权”）认购浙商汇金信托股份有限公司（“浙金信托”）拟设立的服务信托开展资产盘活，即由浙金信托设立服务信托用于盘活资产，与长沙中泛、政府平台公司合资设立项目公司（“项目公司”），长沙中泛将其名下的若干土地使用权注入项目公司，后续由项目公司以长沙中泛注资地块中住宅土地（“盘活地块”）的可用销售回款向服务信托支付应付款项（包括标的债权），且销售回

款将统一进入市防控账户；同时约定了拟采取的相关担保措施。发行人作为中航 651 号信托产品的受益人，将在中航 651 号信托产品基于认购的服务信托（劣后于以现金认购服务信托的其他投资人），通过盘活资产的销售回款（销售回款将根据具体项目销售进度进行分批支付）间接实现标的债权偿还后，获得对应的分配收益。具体图示如下：



截至本补充法律意见书出具之日，根据中航信托出具的信托事务管理报告及发行人了解，上述资产盘活计划已于 2023 年 9 月完成项目公司（为国资控股企业）增资扩股的工商变更手续及相应股权质押登记，于 2023 年 9 月完成服务信托的设立并由服务信托取得相应存量债权，“浙金·汇和 1 号市场化重组受托服务信托”已成立，信托计划已持有前述服务信托的受益权；同时于 2023 年 10 月完成盘活地块注入项目公司及抵押登记手续，预定的信托资金已经足额完成投放；项目首开 8#地块正进行 20-21 层施工，自 2024 年 5 月份正式复售后，项目网签面积已超过 9,000.00 m²，网签金额已超过 8,000.00 万元。其余地块正按照运营节奏进行相关的前期工作。综上，资产盘活计划正在有序推进中。根据公司结合楼盘建设实地调研情况、地块周边楼盘平均去化周期等因素，截至 2024 年 6 月末，公司预计盘活计划对应的分配收益将在 2024-2028 年分批支付，不考虑货币时间价值的前提下，预计可收回金额的本金部分占公司信托计划本金约 68%；对于预计无法收回的部分，公司考虑货币时间价值后，已对该信托产品累计计提了 4,978.47 万元公允价值变动损失，资产减值计提充分。

根据发行人的说明，截至 2024 年 6 月 30 日，除中航 651 号信托产品外，发行人未到期的委托理财产品中无其他信托产品。发行人持有的委托理财底层投资资产主要为现金及银行存款、债券类产品等，安全性较高、流动性较强、收益率和逾期风险较低；除

中航 651 号信托产品外，发行人不存在持有其他被识别为高逾期风险的产品。

根据发行人的说明，中航 651 号信托产品延期兑付事项发生后，公司立即在内部对持有的理财产品进行了全面风险排查，对所有合作的理财机构及对应的理财产品最新情况进行梳理，经逐笔评估、分析及与合作机构确认，公司确认其他存量理财产品投向符合合同约定，不存在较高的逾期风险。

在购买中航 651 号信托产品时，根据当时有效的《深圳证券交易所创业板上市公司规范运作指引》等法律法规及《公司章程》要求，发行人已针对理财产品的审批、风险评估和持续跟踪等制订了相应的内部控制程序；中航 651 号信托产品延期兑付事项发生后，公司对于内部控制流程进行了进一步的修订和完善，进一步完善后的内容主要包括：

(1) 理财产品业务应当遵循合规性原则、风险可控原则、额度控制原则和交易对手引入原则；(2) 公司每年年初根据年度资金预算及投资理财管理相关规定，确定本年度投资理财方案，理财资金额度、投资决策等应经授权后再由财务部门具体执行；(3) 公司每季度针对理财组合方案及实际收益达成情况进行复盘，以确认并更新下一季度的理财组合方案；(4) 根据理财产品月度报告更新重点产品/项目的实时情况，并定期对理财产品实际收益率、持仓情况、产品底层投向等进行分析、上报。

(5) 当前资产减值是否合理、充分、是否会对公司偿债能力产生重大不利影响

根据发行人的说明及检索公开信息，根据信托产品的业务模式和合同现金流量特征，公司持有的中航 651 号信托产品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，通过报表科目公允价值变动损益及时反映当期投资亏损情况。公司基于中航 651 号信托产品预计处置情况及结合上述资产盘活计划的最新处置进展，基于谨慎性原则，依据折现现金流量的方法对该信托产品于报告期末的公允价值进行了内部评估，评估价值主要基于项目公司以盘活地块的可用销售回款的现金流量现值。

发行人依据本次受益人大会决议通过的资产盘活计划更新了折现现金流量估值模型，折现现金流量测算的主要参数如下：

1) 房地产项目可售时点：结合项目后续的盘活计划、对于楼盘建设实地调研情况，以及相关人员的访谈，预估项目可售时点；

2) 楼盘销售周期：由于地块位于长沙雨花区，因此采用雨花区楼盘平均去化周期作为标的地块楼盘销售周期的估计；

3) 销售回款的估计：销售回款=可售住宅面积×销售单价；

4) 折现系数：结合房地产同行业公司的平均报酬率谨慎确定；

截至 2024 年 6 月 30 日，通过现场实地勘察及与相关人员的访谈了解，上述资产盘活计划正在有序推进中，销售回款预期未见重大变化，基于上述现金流折现估值模型的

测算结果，发行人对中航 651 号信托产品累计确认了 4,978.47 万元公允价值变动损失，确认的公允价值变动损失占账面原值比例为 49.78%，目前公司确认的公允价值损失金额合理，符合《企业会计准则第 22 号——金融工具确认和计量》中关于金融资产减值的相关要求。截至 2024 年 6 月 30 日，该产品的账面金额为 5,021.53 万元，公司将持续跟进楼盘的后续建设进度及回款状况，及时审慎评估该产品的公允价值变动情况，并将及时进行相关的信息披露。

根据九阳股份（002242）公开披露的信息，九阳股份于 2021 年 6 月 21 日购买中航信托·天启 651 号长沙中泛贷款集合资金信托计划 45,000,000.00 元。截至 2024 年 6 月 30 日，九阳股份预计兑付计划折现后确认期末该信托计划公允价值为 26,031,532.02 元，将公允价值与剩余投资额之差累计计入公允价值变动损失 18,968,467.98 元，确认的公允价值变动损失占账面原值比例为 42.15%，发行人对该事项的公允价值变动损失确认比例具有谨慎性。

根据发行人的说明，报告期内，公司的主要偿债能力指标如下表所示：

| 财务指标 | 2024.06.30/ 2024 年 1-6 月 | 2023.12.31/ 2023 年度 | 2022.12.31/ 2022 年度 | 2021.12.31/ 2021 年度 |
|---------------|-----------------------------|------------------------|------------------------|------------------------|
| 流动比率（倍） | 2.41 | 2.68 | 3.27 | 3.83 |
| 速动比率（倍） | 1.71 | 1.98 | 2.58 | 2.71 |
| 资产负债率（合并）（%） | 41.60 | 36.12 | 31.46 | 27.52 |
| 息税折旧摊销前利润（万元） | 107,823.52 | 197,001.98 | 139,263.61 | 117,364.00 |
| 利息保障倍数（倍） | 75.62 | 68.92 | 104.00 | 103.29 |

注 1：上述各指标计算公式如下：

流动比率=流动资产/流动负债

速动比率=(流动资产-存货)/流动负债

资产负债率=负债总计/资产总计

息税折旧摊销前利润=利润总额+计入财务费用的利息支出+固定资产折旧+投资性房地产折旧+使用权资产折旧+无形资产摊销+长期待摊费用摊销

利息保障倍数=(利润总额+利息支出)/利息支出

注 2：息税折旧摊销前利润剔除了利息、税费、折旧与摊销的影响，能够进一步反映在不考虑非现金支出和财务成本情况下公司的经营状况，说明该部分利润可以用于偿还债务，系评估企业偿债能力的一个指标，息税折旧摊销前利润越高则公司偿债能力越强；此外，近期如聚赛龙（301131.SZ）、亿纬锂能（300014.SZ）、恒辉安防（300952.SZ）、严牌股份（301081.SZ）等公司的可转债相关公开披露文件中亦将息税折旧摊销前利润作为公司偿债能力分析的指标，用于论证其发行可转债的本息偿付能力

报告期内，发行人息税折旧摊销前利润分别为 117,364.00 万元、139,263.61 万元、197,001.98 万元和 107,823.52 万元，资产负债率（合并）分别为 27.52%、31.46%、36.12% 和 41.60%，发行人各项偿债能力指标良好，流动比率和速动比率稳定，资产负债结构合理。

假设截至 2024 年 6 月 30 日，公司认购的中航 651 号信托产品在全额计提减值的情

况下，对公司资产负债结构和偿债能力的影响如下：

单位：万元

| 项目 | 2024年6月30日/2024年1-6月 | 中航信托·天启【2019】651号长沙中泛贷款集合资金信托计划 | |
|-----------|----------------------|---------------------------------|--------------|
| | | 全额计提减值的影响金额 | 全额计提减值后的金额 |
| 流动资产 | 1,059,925.22 | - | 1,059,925.22 |
| 非流动资产 | 373,767.63 | -5,021.53 | 368,746.10 |
| 资产总额 | 1,433,692.85 | -5,021.53 | 1,428,671.32 |
| 流动负债 | 440,670.80 | - | 440,670.80 |
| 非流动负债 | 155,802.21 | - | 155,802.21 |
| 负债总额 | 596,473.01 | - | 596,473.01 |
| 净资产 | 837,219.84 | -5,021.53 | 832,198.31 |
| 资产负债率 | 41.60% | - | 41.75% |
| 流动比率 | 2.41 | - | 2.41 |
| 息税折旧摊销前利润 | 107,823.52 | -5,021.53 | 102,801.99 |
| 利息保障倍数（倍） | 75.62 | - | 71.87 |

由上表可见，假设中航 651 号信托产品于 2024 年 6 月 30 日全额计提减值，公司 2024 年 1-6 月息税折旧摊销前利润将减少至 102,801.99 万元，2024 年 6 月末资产负债率将增加至 41.75%，各项偿债能力指标仍将保持在良好区间，资产负债结构合理，中航 651 号信托产品全额计提减值对于公司偿债能力影响较小。

2021 年度、2022 年度和 2023 年度，公司归属于母公司所有者的净利润均值为 124,669.51 万元，假设中航 651 号信托产品全额计提减值，且本次可转债存续期内及到期时均不转股，根据 2023 年 A 股上市公司发行的 6 年期可转换公司债券利率中位数情况，本次可转债持有期间需支付的本金和利息情况测算如下表所示：

单位：万元

| 项目 | 金额 | 计算公式 |
|---------------------------------------|------------|-------|
| 最近三年平均归属母公司的净利润（考虑全额计提中航 651 号信托产品减值） | 122,995.67 | A |
| 可转债存续期内预计净利润合计 | 737,974.03 | B=A*6 |
| 本次可转债发行规模 | 110,482.00 | C |

| | | |
|----------------|------------|-------|
| 模拟可转债利息总额 | 7,512.78 | D |
| 可转债存续期 6 年本息合计 | 117,994.78 | E=C+D |

注：可转债市场利率中位数为第一年 0.30%、第二年 0.50%、第三年 1.00%、第四年 1.50%、第五年 2.00%、第六年 2.50%。

报告期内，公司盈利情况良好，净利润保持增长趋势，由上表可见，假设本次可转债存续期内及到期时均不转股，公司在可转债存续期内净利润合计远高于本次可转债的本息合计金额，公司具备足额支付本次可转债本息的能力。

发行人认购的中航 651 号信托产品本金为 1 亿元，截至 2024 年 6 月末，已累计计提 4,978.47 万元的公允价值变动损失，符合《企业会计准则第 22 号——金融工具确认和计量》中关于金融资产减值的相关要求，该产品延期兑付事项不会对公司偿债能力产生重大不利影响。

综上，发行人基于信托产品的资产盘活计划并结合最新的资产处置进展，进行了公允价值评估，对中航 651 号信托产品的公允价值变动损失计提合理、充分，符合《企业会计准则第 22 号——金融工具确认和计量》中关于金融资产减值的相关要求，该事项不会对公司偿债能力产生重大不利影响。

1.1.5 发行人是否从事提供、参与或与客户共同运营网站、APP 等互联网平台业务，是否属于《国务院反垄断委员会关于平台经济领域的反垄断指南》规定的“平台经济领域经营者”，发行人行业竞争状况是否公平有序、合法合规，是否存在垄断协议、限制竞争、滥用市场支配地位等不正当竞争情形，并对照国家反垄断相关规定，说明发行人是否存在达到申报标准的经营者集中情形以及是否履行申报义务，是否按照行业主管部门有关规定开展业务，是否为客户提供个人数据存储及运营的相关服务，是否存在手机、存储个人数据、对相关数据挖掘及提供增值服务等情况，是否取得相应资质，是否合法合规

(1) 关于互联网平台业务

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

根据发行人说明及本所核查，发行人主要从事自有品牌的智能硬件产品的研发、设

计和销售。公司的销售模式包括线上和线下销售两种模式，其中线上销售（尤其是线上B2C平台销售）为发行人传统的主要销售渠道。线上方面，在境外市场，发行人主要通过亚马逊、日本乐天等第三方电商平台以及自有网站（仅销售自有产品）进行销售；在境内市场，发行人主要通过天猫、京东等第三方电商平台进行产品销售。另外，发行人通过公司官网、公众号、其他社交媒体平台等方式完善品牌宣传与推广体系。

截至本补充法律意见书出具之日，发行人及其控股子公司所涉主要第三方电商平台、境内外网站、APP、小程序、公众号、其他社交媒体平台等的具体情况如下：

（a）境内自有网站

发行人及其境内子公司不存在通过境内自有网站直接进行产品销售的情形，其主要通过该等平台从事产品宣传及销售导流，该等主要境内网站情况如下：

| 序号 | 运营主体 | 名称 | 类型 | 主要功能 | ICP备案号 |
|----|------|------------------|----|---------------------------|----------------------|
| 1 | 发行人 | anker-in.com | 网站 | 公司官网，企业品牌宣传、产品推广宣传 | 湘 ICP 备 16013206 号-3 |
| 2 | 发行人 | anker.com.cn | 网站 | Anker 品牌宣传、产品推广宣传、产品销售的导流 | 湘 ICP 备 16013206 号-4 |
| 3 | 发行人 | soundcore.com.cn | 网站 | soundcore 品牌宣传、产品推广宣传 | 湘 ICP 备 16013206 号-5 |
| 4 | 发行人 | ankerwork.cn | 网站 | Ankerwork 品牌宣传、产品推广宣传 | 湘 ICP 备 16013206 号-6 |
| 5 | 发行人 | eufycn.com | 网站 | eufy 品牌宣传、产品推广宣传 | 湘 ICP 备 16013206 号-7 |

根据发行人说明并经本所律师登录相关网站查验，发行人及其子公司的上述境内自有网站均用于公司品牌宣传、自有产品宣传、产品销售导流，不存在第三方商户，非作为第三方平台撮合商户及合作伙伴与其他下游相关方的交易平台，不存在相互依赖的双边或者多边主体在该等网站提供的规则下交互并以此共同创造价值的情形，不存在通过该等网站向市场主体提供经营场所、交易撮合、信息交流等互联网平台服务的情形，不涉及互联网平台经营，不属于《反垄断指南》中规定的“互联网平台”，发行人及其子公司不属于《反垄断指南》中规定的“平台经营者”。

（b）境外自有网站

根据发行人说明，为满足发行人的境外销售，发行人的境外子公司在各境外主要销售地（包括美国、日本、英国、德国、澳大利亚等）运营自有网站用于公司品牌宣传及自有产品销售，具体如下：

| 序号 | 运营主体 | 名称 | 区域 |
|----|---------------------------|------------------|----|
| 1 | Fantasia Trading LLC | www.anker.com | 美国 |
| 2 | Anker Technology (UK) Ltd | www.anker.com/uk | 英国 |

| 序号 | 运营主体 | 名称 | 区域 |
|----|--------------------------------------|-------------------------|-----|
| 3 | Anker Innovations (Netherlands) B.V. | www.anker.com/eu-de | 德国 |
| 4 | Anker Innovations Canada Co., Ltd | www.anker.com/ca | 加拿大 |
| 5 | Anker Innovations (Netherlands) B.V. | www.anker.com/eu-en | 欧洲 |
| 6 | Anker Innovations (Netherlands) B.V. | www.anker.com/fr | 法国 |
| 7 | Fantasia Trading LLC | us.soundcore.com | 美国 |
| 8 | Anker Technology (UK) Ltd | uk.soundcore.com | 英国 |
| 9 | Anker Innovations (Netherlands) B.V. | de.soundcore.com | 德国 |
| 10 | Anker Innovations Canada Co., Ltd | ca.soundcore.com | 加拿大 |
| 11 | Anker Innovations (Netherlands) B.V. | eu.soundcore.com | 欧洲 |
| 12 | Anker Innovations (Netherlands) B.V. | fr.soundcore.com | 法国 |
| 13 | Fantasia Trading LLC | www.eufy.com | 美国 |
| 14 | Anker Technology (UK) Ltd | www.eufy.com/uk | 英国 |
| 15 | Anker Innovations (Netherlands) B.V. | www.eufy.com/eu-de | 德国 |
| 16 | Anker Innovations Canada Co., Ltd | www.eufy.com/ca | 加拿大 |
| 17 | Anker Innovations (Netherlands) B.V. | www.eufy.com/en-en | 欧洲 |
| 18 | Anker Innovations (Netherlands) B.V. | www.eufy.com/nl | 荷兰 |
| 19 | Fantasia Trading LLC | us.seenebula.com | 美国 |
| 20 | Anker Technology (UK) Ltd | uk.seenebula.com | 英国 |
| 21 | Anker Innovations (Netherlands) B.V. | de.seenebula.com | 德国 |
| 22 | Anker Innovations Canada Co., Ltd | ca.seenebula.com | 加拿大 |
| 23 | Anker Innovations (Netherlands) B.V. | eu.seenebula.com | 欧洲 |
| 24 | Fantasia Trading LLC | us.ankerwork.com | 美国 |
| 25 | Anker Technology (UK) Ltd | uk.ankerwork.com | 英国 |
| 26 | Anker Innovations (Netherlands) B.V. | de.ankerwork.com | 德国 |
| 27 | Anker Innovations Canada Co., Ltd | ca.ankerwork.com | 加拿大 |
| 28 | Fantasia Trading LLC | www.ankermake.com | 美国 |
| 29 | Anker Technology (UK) Ltd | www.ankermake.com/uk | 英国 |
| 30 | Anker Innovations (Netherlands) B.V. | www.ankermake.com/eu-de | 德国 |
| 31 | Anker Innovations (Netherlands) B.V. | www.ankermake.com/eu-en | 欧洲 |
| 32 | Anker Innovations Canada Co., Ltd | www.ankermake.com/ca | 加拿大 |

| 序号 | 运营主体 | 名称 | 区域 |
|----|--------------------------------------|-----------------------|-------|
| 33 | Fantasia Trading LLC | mach.tech | 美国 |
| 34 | Anker Innovations (Netherlands) B.V. | mach.tech/eu-de | 德国 |
| 35 | ANKER INNOVATIONS AUSTRALIA PTY LTD | au.anker.com | 澳大利亚 |
| 36 | ANKER INNOVATIONS AUSTRALIA PTY LTD | au.soundcore.com | 澳大利亚 |
| 37 | ANKER INNOVATIONS AUSTRALIA PTY LTD | au.ankerwork.com | 澳大利亚 |
| 38 | ANKER INNOVATIONS AUSTRALIA PTY LTD | au.ankermake.com | 澳大利亚 |
| 39 | ANKER INNOVATIONS AUSTRALIA PTY LTD | au.seenebula.com | 澳大利亚 |
| 40 | Anker Japan Co., Ltd. | www.ankerjapan.com | 日本 |
| 41 | Anker Innovations (Netherlands) B.V. | www.eufy.com/eu-it | 意大利 |
| 42 | Anker Innovations (Netherlands) B.V. | www.eufy.com/eu-fr | 法国 |
| 43 | Anker Innovations (Netherlands) B.V. | www.ankersolix.com/fr | 法国 |
| 44 | Anker Innovations (Netherlands) B.V. | www.ankersolix.com/it | 意大利 |
| 45 | Anker Innovations (Netherlands) B.V. | www.eufy.com/eu-es | 西班牙 |
| 46 | Anker Innovations (Netherlands) B.V. | www.eufy.com/cz-en | 捷克 |
| 47 | Anker Innovations (Netherlands) B.V. | www.eufy.com/dk-en | 丹麦 |
| 48 | Anker Innovations (Netherlands) B.V. | www.eufy.com/gr-en | 希腊 |
| 49 | Anker Innovations (Netherlands) B.V. | www.eufy.com/hu-en | 匈牙利 |
| 50 | Anker Innovations (Netherlands) B.V. | www.eufy.com/se-en | 瑞典 |
| 51 | Anker Innovations (Netherlands) B.V. | www.eufy.com/hr-en | 克罗地亚 |
| 52 | Anker Innovations (Netherlands) B.V. | www.eufy.com/ee-en | 爱沙尼亚 |
| 53 | Anker Innovations (Netherlands) B.V. | www.eufy.com/fi-en | 芬兰 |
| 54 | Anker Innovations (Netherlands) B.V. | www.eufy.com/lt-en | 立陶宛 |
| 55 | Anker Innovations (Netherlands) B.V. | www.eufy.com/pl-en | 波兰 |
| 56 | Anker Innovations (Netherlands) B.V. | www.eufy.com/ro-en | 罗马尼亚 |
| 57 | Anker Innovations (Netherlands) B.V. | www.eufy.com/si-en | 斯洛文尼亚 |
| 58 | Anker Innovations (Netherlands) B.V. | www.eufy.com/sk-en | 斯洛伐克 |
| 59 | Anker Innovations (Netherlands) B.V. | www.eufy.com/no-en | 挪威 |
| 60 | Anker Innovations (Netherlands) B.V. | www.eufy.com/ad-en | 安道尔 |
| 61 | Anker Innovations (Netherlands) B.V. | www.eufy.com/ba-en | 波黑 |
| 62 | Anker Innovations (Netherlands) B.V. | www.eufy.com/gl-en | 格陵兰岛 |

| 序号 | 运营主体 | 名称 | 区域 |
|----|--------------------------------------|--------------------|-------|
| 63 | Anker Innovations (Netherlands) B.V. | www.eufy.com/is-en | 冰岛 |
| 64 | Anker Innovations (Netherlands) B.V. | www.eufy.com/lv-en | 拉脱维亚 |
| 65 | Anker Innovations (Netherlands) B.V. | www.eufy.com/at-de | 奥地利 |
| 66 | Anker Innovations (Netherlands) B.V. | www.eufy.com/lu-de | 卢森堡 |
| 67 | Anker Innovations (Netherlands) B.V. | www.eufy.com/li-de | 列支敦士登 |
| 68 | Anker Innovations (Netherlands) B.V. | www.eufy.com/va-it | 梵蒂冈 |
| 69 | Anker Innovations (Netherlands) B.V. | www.eufy.com/sm-it | 圣马力诺 |
| 70 | Anker Innovations (Netherlands) B.V. | www.eufy.com/be-nl | 比利时 |

注：以上境外自有网站均不涉及于中国境内运营，无需履行境内 ICP 备案手续。

发行人的上述境外自有网站不存在面向中国境内消费者销售产品的情形，中国境内消费者亦无法直接登录上述境外自有网站购买产品。

(c) 自有产品 APP

为进一步配合发行人硬件产品使用，发行人集团成员运营相关 APP 为用户提供产品售后服务（即 IoT 产品控制）。根据发行人说明及本所核查，截至本补充法律意见书出具之日，发行人集团成员正在运营中的主要境内外 APP 及其备案情况如下：

| 序号 | APP 名称 | 分类 | 运营主体 | ICP 备案号 |
|-----|-----------------|-----|-------|-----------------------------------|
| 1. | Anker 安克 | 境内版 | 安克创新 | 湘 ICP 备 16013206 号-18A(备案主体：安克创新) |
| 2. | Anker | 境外版 | 境外子公司 | N/A |
| 3. | AnkerMake | 境外版 | 境外子公司 | N/A |
| 4. | AnkerWork_CN | 境内版 | 安克创新 | 湘 ICP 备 16013206 号-17A(备案主体：安克创新) |
| 5. | AnkerWork | 境外版 | 境外子公司 | N/A |
| 6. | eufy Security | 境外版 | 境外子公司 | N/A |
| 7. | eufy Baby | 境外版 | 境外子公司 | N/A |
| 8. | eufy Pet | 境外版 | 境外子公司 | N/A |
| 9. | eufy Clean | 境内版 | 安克创新 | 湘 ICP 备 16013206 号-14A(备案主体：安克创新) |
| 10. | eufy Clean | 境外版 | 境外子公司 | N/A |
| 11. | EufyLife (悠飞生活) | 境内版 | 安克创新 | 湘 ICP 备 16013206 号-16A(备案主体：安克创新) |
| 12. | eufy Life | 境外版 | 境外子公司 | N/A |

| 序号 | APP 名称 | 分类 | 运营主体 | ICP 备案号 |
|-----|----------------|-----|-------|------------------------------------|
| 13. | Nebula Connect | 境外版 | 境外子公司 | N/A |
| 14. | soundcore 声阔 | 境内版 | 安克创新 | 湘 ICP 备 16013206 号-15A(备案主体: 安克创新) |
| 15. | soundcore | 境外版 | 境外子公司 | N/A |

注: Anker Japan 亦拥有“Anker Japan 公式アプリ”APP, 系 Anker Japan 的日本官网的配套 app, 其收集数据范围不超过 Anker Japan 的日本官网的范围, 因此未在此单独列示。

上述发行人拥有的境外自有网站、自有产品 APP 不存在第三方商户, 非作为第三方平台撮合商户及合作伙伴与其他下游相关方的交易平台, 不存在相互依赖的双边或者多边主体在该等网站提供的规则下交互并以此共同创造价值的情形, 不存在通过该等网站向市场主体提供经营场所、交易撮合、信息交流等互联网平台服务的情形, 不涉及互联网平台经营, 不属于《反垄断指南》中规定的“互联网平台”, 发行人及其境外子公司不属于《反垄断指南》中规定的“平台经营者”。

(d) 境内微信小程序、公众号及其他第三方社交媒体账号

根据发行人说明并经本所律师登录相关微信小程序及公众号, 截至本补充法律意见书出具之日, 发行人及其子公司在境内亦存在通过微信公众号、小程序及第三方社交媒体进行品牌、产品宣传及销售的情况, 该等渠道主要运营情况如下:

| 序号 | 运营主体 | 名称 | 渠道 | 主要功能 |
|----|------|--------------------|----------------|--------------------|
| 1 | 发行人 | 安克创新 | 微信公众号 | 企业品牌宣传 |
| 2 | 发行人 | 安克创新招聘 | 微信公众号 | 雇主品牌宣传、招聘 |
| 3 | 发行人 | Anker 安克 | 微信公众号 | 企业品牌宣传、产品推广宣传 |
| 4 | 发行人 | MACH 马赫 | 微信公众号 | 企业品牌宣传、产品推广宣传 |
| 5 | 发行人 | soundcore 声阔 | 微信公众号 | 企业品牌宣传、产品推广宣传 |
| 6 | 发行人 | 安克客户服务 | 微信公众号 | 发布信息, 协助用户处理产品售后问题 |
| 7 | 发行人 | Anker Go | 小程序(由有赞提供平台服务) | 产品销售 |
| 8 | 发行人 | ANKER 安克官方旗舰店 | 抖音 | 企业品牌宣传、产品销售 |
| 9 | 发行人 | ANKER 安克官方旗舰店壳膜直播间 | 抖音 | 企业品牌宣传、产品销售 |
| 10 | 发行人 | ANKER 安克官方旗舰店数码直播间 | 抖音 | 企业品牌宣传、产品销售 |
| 11 | 发行人 | ANKER 安克官方旗舰店快充直播间 | 抖音 | 企业品牌宣传、产品销售 |
| 12 | 发行人 | ANKER 安克官方旗舰店充电宝直 | 抖音 | 企业品牌宣传、产 |

| 序号 | 运营主体 | 名称 | 渠道 | 主要功能 |
|----|---------------|-------------------|-----|---------------|
| | | 直播间 | | 产品销售 |
| 13 | 深圳市声阔创新科技有限公司 | soundcore 声阔官方旗舰店 | 抖音 | 企业品牌宣传、产品销售 |
| 14 | 深圳市声阔创新科技有限公司 | soundcore 声阔耳机旗舰店 | 抖音 | 企业品牌宣传、产品销售 |
| 15 | 深圳市声阔创新科技有限公司 | soundcore 声阔数码旗舰店 | 抖音 | 企业品牌宣传、产品销售 |
| 16 | 发行人 | Anker 安克 | 小红书 | 企业品牌宣传、产品销售 |
| 17 | 发行人 | soundcore 声阔 | 小红书 | 企业品牌宣传、产品销售 |
| 18 | 发行人 | 安克创新官方号 | 小红书 | 雇主品牌宣传、招聘 |
| 19 | 发行人 | 安克创新 | 微博 | 企业雇主品牌宣传 |
| 20 | 发行人 | Anker 安克 | 微博 | 企业品牌宣传、产品推广宣传 |

注 1：公司通过前述第 7-17 项平台实现产品销售，该等销售系通过该等第三方平台直接实现，与下文第（e）条所述发行人通过第三方电商平台进行销售的模式相同。

注 2：就抖音、小红书、微博等第三方社交媒体平台账号，发行人仅能通过相应社交媒体平台查看一定期限内的发行人账号的访问、浏览数据，但无法导出、存储该等数据。

发行人及其子公司的上述微信小程序、公众号及第三方社交媒体账号主要用于企业宣传、自有产品宣传、产品销售，未作为撮合商户及合作伙伴与其他下游相关方交易的第三方平台，不存在相互依赖的双边或者多边主体在特定载体提供的规则下交互，不存在通过该等小程序、公众号向其他市场主体提供经营场所或撮合交易、信息交流等情形，不涉及互联网平台经营，不属于《反垄断指南》中规定的“平台经营者”。同时，发行人通过入驻微信公众号、小程序及其他平台，借助该等平台与消费者实现信息交互与宣传及自身商品销售的，属于《反垄断指南》中规定的“平台内经营者”。

（e）第三方电商平台

根据发行人的说明并经本所核查，截至本补充法律意见书出具之日，发行人及其子公司主要通过亚马逊、日本乐天及天猫等第三方电商平台销售其产品，发行人通过上述第三方电商平台销售商品，属于《反垄断指南》中规定的“平台内经营者”，但发行人未从事该等第三方平台本身的运营和管理，不属于《反垄断指南》中规定的“平台经营者”。

综上，本所认为，发行人不属于《反垄断指南》规定的“平台经营者”。同时，发行人通过微信公众号及小程序、第三方电商平台从事企业宣传、自有产品宣传、产品销售等业务，系作为“平台内经营者”在第三方运营的平台从事经营活动，属于“平台经济领域经营者”。

(2) 发行人行业竞争状况公平有序、合法合规，发行人不存在垄断协议、限制竞争、滥用市场支配地位等不正当竞争情形

根据发行人的说明，公司主要从事自有品牌的智能硬件产品的研发、设计和销售。在消费电子行业中，各市场参与者对产品设计、技术以及微创新领域的突破竞争日益激烈，其对前沿尖端技术的掌握亦一定程度提高了行业准入门槛，形成一定的竞争壁垒。根据发行人的说明、发行人所在市场监督管理部门出具的合规证明，并经本所律师登录市场监督管理局等政府部门网站进行查询，报告期内，发行人不存在因不正当竞争行为受到行政处罚的情形，发行人参与行业竞争总体公平有序、合法合规。

基于下述，本所认为，发行人报告期内不存在垄断协议、限制竞争、滥用市场支配地位等不正当竞争情形：

(a) 发行人不存在与具有竞争关系的经营者、主要客户、供应商签署排除、限制竞争的协议、决定，亦不存在其他协同行为的约定；

(b) 根据 Statista 的数据显示，2023 年全球消费电子市场规模达到 1.1 万亿美元；发行人 2023 年度的经审计营业收入为 175.07 亿元人民币，市场占有率未达到《反垄断法》规定的市场支配地位占比，发行人在所处的行业不具有市场支配地位；

(c) 根据发行人的说明，发行人及其子公司未曾被反垄断机构认定或者推定为具有市场支配地位的经营者；

(d) 报告期内，发行人及其子公司不存在因达成或实施垄断协议、实施滥用市场支配地位行为或违法实施经营者集中而被市场监督管理部门或任何其他政府部门调查、处罚等情形。

(3) 发行人不存在达到申报标准的经营者集中情形而未履行申报义务的情况

(a) “经营者集中”的定义和申报标准

根据《反垄断法》第二十五条，“经营者集中指下列情形：（一）经营者合并；（二）经营者通过取得股权或者资产的方式取得对其他经营者的控制权；（三）经营者通过合同等方式取得对其他经营者的控制权或者能够对其他经营者施加决定性影响。”

根据国务院于 2018 年 9 月 18 日发布的《国务院关于经营者集中申报标准的规定》（2018 年修订，已失效）第三条，“经营者集中达到下列标准之一的，经营者应当事先向国务院反垄断执法机构申报，未申报的不得实施集中：（一）参与集中的所有经营者上一会计年度在全球范围内的营业额合计超过 100 亿元人民币，并且其中至少两个经营者上一会计年度在中国境内的营业额均超过 4 亿元人民币；（二）参与集中的所有经营者上一会计年度在中国境内的营业额合计超过 20 亿元人民币，并且其中至少两个经营者上一会计年度在中国境内的营业额均超过 4 亿元人民币。”

根据国务院于 2024 年 1 月 22 日发布的《国务院关于经营者集中申报标准的规定》（2024 年修订）第三条，“经营者集中达到下列标准之一的，经营者应当事先向国务院反垄断执法机构申报，未申报的不得实施集中：（一）参与集中的所有经营者上一会计年度在全球范围内的营业额合计超过 120 亿元人民币，并且其中至少两个经营者上一会计年度在中国境内的营业额均超过 8 亿元人民币；（二）参与集中的所有经营者上一会计年度在中国境内的营业额合计超过 40 亿元人民币，并且其中至少两个经营者上一会计年度在中国境内的营业额均超过 8 亿元人民币。

（b）发行人不存在达到申报标准的经营者集中情形，无需履行申报义务

报告期内，发行人不存在与其他经营者合并的情形，亦不存在通过合并等方式取得对其他经营者的控制权或者能够对其他经营者施加决定性影响的情形。

报告期内，发行人控股子公司均为新设，发行人及其子公司通过增资或受让股权的方式新增了若干参股公司的对外投资权益。基于下述，发行人该等新增对外投资均不构成“通过取得股权或资产的方式取得对其他经营者的控制权的情形”，或未达到当时适用的《国务院关于经营者集中申报标准的规定》所规定的经营者集中申报标准，无需履行申报义务：

1) 发行人及其子公司均非该等参股公司的控股股东或第一大股东，除 Shulex Ltd (“Shulex”)、深圳天顶星智能信息技术有限公司 (“天顶星”) 外，发行人对于该等参股公司的持股比例均低于 10%；

2) 除 Shulex、Cell Robotics INC.、JOYIN HOLDING LIMITED、天顶星外，发行人及其子公司未享有对该等参股公司的董事委派权，对该等参股公司的日常决策不存在重大影响；就发行人及其子公司对 Shulex、Cell Robotics INC.、JOYIN HOLDING LIMITED 享有的董事委派权，仅享有 1 名董事委派权，且该等董事均未单独享有针对参股公司重要经营事项的一票否决权，亦不存在发行人取得参股公司控制权或能够对参股公司施加决定性影响的情形；

3) 发行人于 2022 年投资 Shulex 并取得 Shulex 31% 的股权，Shulex 及其原股东在投资前一会计年度的境内营业额均未达到人民币 4 亿元；

4) 发行人于 2023 年投资天顶星并取得天顶星 10.94% 的股权，天顶星及其原主要股东在投资前一会计年度的境内营业额均未达到人民币 4 亿元。

基于上述，本所认为，报告期内，发行人新增对外投资不存在达到《国务院关于经营者集中申报标准的规定》规定的申报标准而未申报的情形。

（4）发行人按照行业主管部门有关规定开展业务

（a）发行人的境内经营

根据发行人的说明及本所核查，发行人主要从事自有品牌的智能硬件产品的研发、设计和销售。根据《国民经济行业分类》（GB/T4754-2017），发行人所处行业为“计算机、通信和其他电子设备制造业（C39）”之“计算机外围设备制造（C3913）”。该行业的行政主管部门为工业和信息化部（“工信部”）。

截至本补充法律意见书出具之日，发行人及其子公司均持有现行有效的营业执照，可以在其登记的经营范围内于境内开展主营业务。报告期内，发行人及其境内子公司已按照行业主管部门有关规定和业务需要，取得了与经营活动相关的资质，具体如下：

| 序号 | 主体 | 资质名称 | 海关注册编码 | 授予单位 | 有效期 |
|----|--------------|-----------------|------------|------|-----|
| 1 | 发行人 | 海关进出口货物收发货人备案回执 | 4301364656 | 星沙海关 | 长期 |
| 2 | 安克电子 | 海关进出口货物收发货人备案回执 | 4301366842 | 星沙海关 | 长期 |
| 3 | 海翼智新 | 报关单位备案证明 | 4403161B59 | 福强海关 | 长期 |
| 4 | 深圳海翼翱翔科技有限公司 | 报关单位备案证明 | 4403160NFP | 福强海关 | 长期 |
| 5 | 安克智造 | 报关单位备案证明 | 4403962FUG | 福中海关 | 长期 |
| 6 | 安克智才 | 报关单位备案证明 | 4403962RPH | 福中海关 | 长期 |
| 7 | 湖南安克智瑞制造有限公司 | 报关单位备案证明 | 4301360A91 | 星沙海关 | 长期 |

此外，经本所律师核查，截至本补充法律意见书出具之日，发行人及其境内子公司已就主要销售产品取得了中国质量认证中心核发的《中国国家强制性产品认证证书》，认证其目前在境内销售的产品符合相应强制性产品认证实施规则，以及工信部核发的《无线电发射设备型号核准证》，核准其目前在境内销售的相关属于无线电发射设备的产品符合无线电管理规定和技术标准。

根据发行人集团境内成员所在地的政府主管部门出具的相关证明文件及发行人说明，并经本所律师在工信部、中国裁判文书网、中国执行信息公开网等网站进行查询，报告期内，发行人及其境内子公司在开展业务过程中不存在被有关行业主管部门予以重大处罚的情形。

(b) 发行人的境外经营

根据境外意见书及发行人说明，公司重要境外子公司均已取得其注册地政府机关所要求的且对于该公司经营其业务所必需的、所有必要的政府批准，不存在被政府部门予以重大处罚的情形。

(5) 是否为客户提供个人数据存储及运营的相关服务，是否存在收集、存储个人数据、对相关数据挖掘及提供增值服务等情况

(a) 是否为客户提供个人数据存储及运营的相关服务，是否存在收集、存储个人数据、对相关数据挖掘及提供增值服务等情况

经本所律师核查，并经发行人确认，在业务经营活动中，发行人及子公司主要运营

的网站宣传、自有产品销售及售后服务中涉及个人数据收集、存储的情况如下：

| 序号 | 运营主体 | 名称 | 类型 | 功能 | 公司是否收集、存储个人数据 | 如是，收集、存储个人数据主要内容 | 如是，收集、存储个人数据用途 | 存储地点 |
|----|----------|--------------------------------|-------------------------|---------------------------------|---------------|------------------|----------------|----------|
| 1 | 发行人 | anker-in.com | 境内自有网站 | 公司官网，企业品牌宣传、产品推广宣传 | 否 | - | - | - |
| 2 | 发行人 | anker.com.cn | 境内自有网站 | Anker 品牌宣传、产品推广宣传、产品销售的导流 | 否 | - | - | - |
| 3 | 发行人 | soundcore.com.cn | 境内自有网站 | soundcore 品牌宣传、产品推广宣传 | 否 | - | - | - |
| 4 | 发行人 | ankerwork.cn | 境内自有网站 | Ankerwork 品牌宣传、产品推广宣传 | 否 | - | - | - |
| 5 | 发行人 | eufycn.com | 境内自有网站 | eufy 品牌宣传、产品推广宣传 | 否 | - | - | - |
| 6 | 发行人或其子公司 | Anker、AnkerMake 等自有产品 APP | 自有产品 APP | IoT 产品控制 | 是 | 用户昵称、邮箱、设备信息 | IoT 产品控制 | 阿里云、亚马逊云 |
| 7 | 发行人及其子公司 | 微博等 | 社交媒体账号 | 品牌宣传、产品推广 | 否（注 1） | - | - | - |
| 8 | 发行人及其子公司 | 小红书、抖音等 | 具有社交媒体属性及第三方电商平台的社交媒体账号 | 品牌宣传、产品销售 | 否（注 1）（注 2） | - | - | - |
| 9 | 发行人 | Anker 安克、MACH 马赫、soundcore 声阔等 | 微信公众号 | 企业品牌宣传、产品推广宣传、发布信息，协助用户处理产品售后问题 | 否 | - | - | - |
| 10 | 发行人 | Anker Go | 小程序（由有赞提供平台服务） | 产品销售 | 否（注 2） | - | - | - |
| 11 | 发行人境外子公司 | 境外自有网站 | 境外自有网站 | 产品销售 | 是 | 收件人名称、收货地址、联系邮箱、 | 订单在线支付与订单发货 | 亚马逊云 |

| 序号 | 运营主体 | 名称 | 类型 | 功能 | 公司是否收集、存储个人数据 | 如是，收集、存储个人数据主要内容 | 如是，收集、存储个人数据用途 | 存储地点 |
|----|----------|------------|---------|------|---------------|------------------|----------------|------|
| | | | | | | 联系电话、银行卡号后4位（注4） | | |
| 12 | 发行人及其子公司 | 亚马逊 | 第三方电商平台 | 产品销售 | 否（注2） | - | - | - |
| 13 | 发行人及其子公司 | 日本乐天、天猫、京东 | 第三方电商平台 | 产品销售 | 否（注2） | - | - | - |

注1：就抖音、小红书、微博等第三方社交媒体平台账号，发行人仅能通过相应社交媒体平台查看一定期限内的发行人账号的用户访问、浏览数据，但无法导出、存储该等数据。

注2：就亚马逊平台，FBA模式下，由亚马逊平台负责仓储、物流、发货等流程。因此，除订单注明的收货地址及经亚马逊平台加密后的用户虚拟邮箱信息外，发行人通常无法直接获取其他个人用户信息；就日本乐天、天猫、京东、有赞（即 Anker Go）、小红书、抖音等其他第三方电商平台，由电商平台统一收集、存储个人数据，发行人按照电商平台的规则和监管，间接获得经处理后的线上消费者订单信息（包括手机号、收货地址）用于产品发货及售后服务。

注3：就发行人日常运营中，发行人亦存在通过人员招聘、员工福利日等获取应聘人员个人信息的情况，就该等信息，发行人均与应聘人员明确隐私政策，且发行人不存在对于该等信息进行数据挖掘及提供增值服务等情况。

注4：发行人通过境外自有网站收集、存储的信息不包含中国境内个人信息。

如上表所述，发行人及子公司网络宣传、自有产品销售及售后服务中不存在为客户提供个人数据存储及运营的相关服务，亦不存在对相关数据挖掘及提供相应增值服务的情况。

在发行人运营的自有产品 APP 中，发行人为提供售后服务（即 IoT 产品控制）等需要，存在收集、存储客户个人数据的情形，但收集信息字段内容有限，仅限用于提供产品售后服务目的，且不含用户身份信息、用户姓名等实名信息，相关数据的范围未超过合理且必要的限度。在境外自有网站中，发行人为产品销售之目的，存在收集用户收件人名称、收货地址、联系邮箱、联系电话、银行卡号后 4 位信息的情形，不含用户身份信息、用户姓名等实名信息，相关数据的范围未超过合理且必要的限度。发行人收集前述个人数据均根据用户协议、隐私政策取得了客户授权许可。发行人在用户协议、隐私政策中明确了信息收集、存储的授权要求、保护措施和责任承担方式。该等个人用户数据主要存储并备份于阿里云、亚马逊云等第三方公有云平台，由公有云服务提供商提供数据存储和数据保护措施。

根据发行人的说明，截至 2024 年 6 月 30 日，发行人自有产品 APP 的全球注册用户数量约为 2,594 万个，其中中国境内注册用户数量约为 45 万个。截至报告期各期末，发行人累计获取的全球用户数据总规模约为 916 万条、1,500 万条、2,188 万条及 2,594 万条。根据境外法律意见书及发行人说明，发行人境外子公司不存在与个人信息安全、数据保护相关的重大诉讼或处罚。

报告期内，发行人的境内线上销售均通过第三方电商平台进行，不存在通过境内自有网站或自有 APP 进行销售的情形。就该等渠道的终端用户信息的收集、存储均由第三方电商平台自主实施，发行人获得经平台处理的终端用户提供的地址、联系方式等信息仅用于发货、售后等配套服务，并无法获取身份信息、用户姓名等实名信息。为确保数据安全、责任明确，发行人与该等平台均签署了相关服务、保密协议，明确了信息收集、使用、存储的授权要求、保护措施和责任承担方式。自报告期初至本补充法律意见书出具之日，发行人不存在因违反平台关于用户信息规则被平台处罚的情况。

此外，根据发行人的确认及本所核查，发行人通过境内微信公众号等向用户展示品牌信息或导流至其他第三方电商平台，无需用户注册，不会对用户信息、数据进行收集、处理和存储。

同时，发行人目前境外销售的部分智能安防类产品自带存储用户个人数据的功能，

具体如下：

| 主要产品名称 | 截至 2024 年 6 月 30 日的绑定用户数量 | 产品本身涉及存储个人数据内容 |
|-----------------------------------|---------------------------|----------------|
| Indoor Cam E220 | 约 103 万个 | 视频 |
| Video Doorbell2K(Battery-Powered) | 约 80 万个 | 视频 |
| 2K HomeSecurity TiltCamera | 约 32 万个 | 视频 |

上述数据的存储和使用均由用户独立完成（可以通过本地记忆卡存储或私有云存储等），发行人无法获得该等数据，亦不直接参与相关个人数据存储及运营，亦不提供个人数据存储及运营的服务。

此外，发行人已制定《个人信息安全管理规范》《信息系统访问控制管理规范》《数据安全管理制度》等相关内控制度，建立了完善的信息安全管理制度及信息安全保障体系，确保个人信息、数据安全。

基于上述，发行人获取终端用户个人数据均系根据正常开展业务经营活动所需开展，主要用于产品销售及售后服务，收集、存储及使用目的具有合理性和必要性，且获得终端用户的授权同意，不存在违规收集、存储、使用个人数据的情形，不存在为客户提供个人数据存储及运营的相关服务，亦不存在相关服务费收入，不存在对相关数据进行挖掘并提供增值服务等情况。

(b) 本次募投项目是否涉及上述情形

根据发行人的说明及《募集说明书》，发行人本次募投项目与公司现有主营业务具有较强的相关性，主要投向主业，具体如下：

| 序号 | 项目 | 研发产品名称 | 属于公司产品品类 | 应用领域 |
|----|-------------------|---------|----------|------------------------|
| 1 | 便携及户用储能产品研发及产业化项目 | 便携储能产品 | 充电储能类 | 消费电子 |
| | | 户用储能产品 | | |
| 2 | 新一代智能硬件产品研发及产业化项目 | 智能安防产品 | 智能创新类 | |
| | | 3D 打印设备 | 智能影音类 | |
| | | 智能投影仪 | | |
| 3 | 仓储智能化升级项目 | - | - | 提升公司主营业务经营环节的经营效率和服务水平 |
| 4 | 全链路数字化运营中心项目 | - | - | 为公司主营业务的稳定和持续发展提供资金支持 |
| 5 | 补充流动资金 | - | - | |

如上表，公司本次募投项目与公司主营业务方向一致，其实施不会改变发行人的主营业务及经营模式，本次募投项目不涉及新增面向个人用户业务，不涉及为客户提供个人数据存储及运营的相关服务，也不存在收集、存储个人数据、对相关数据挖掘及提供增值服务等情况。

(6) 是否取得相应资质，是否合法合规

根据 ICP/IP 地址/域名信息备案管理系统(beian.miit.gov.cn)的备案信息、发行人提供的资料及其书面确认，截至本补充法律意见书出具之日，发行人及其子公司的境内自有网站均已履行 ICP 备案手续，并已就涉及境内运营的 APP 履行 ICP 备案手续。

根据发行人提供的资料及其书面确认，发行人及其子公司所运营的境内网站、APP、微信公众号及小程序、第三方电商平台店铺主要系用于企业宣传及推广、产品销售、产品控制等，不属于《电信业务分类目录》中“增值电信业务”的范围，无需取得《增值电信业务经营许可证》。

如本补充法律意见书第 1.1.5 (4) 条“发行人按照行业主管部门有关规定开展业务”中所述，发行人集团成员均已根据各注册地法律要求取得经营业务必须的业务资质许可。

根据长沙市互联网信息办公室于 2023 年 11 月 10 日出具的《证明》，自 2020 年 1 月 1 日至 2023 年 10 月 31 日，其暂未发现发行人存在违反《中华人民共和国网络安全法》《中华人民共和国数据安全法》《中华人民共和国个人信息保护法》等互联网相关法律法规行为，发行人未受到长沙市网信部门行政处罚。

根据湖南湘江新区管理委员会宣传工作部于 2024 年 8 月 16 日出具《证明》，经查，自 2020 年 1 月至《证明》出具之日，发行人未因网络违法违规被新区宣传部（岳麓区互联网信息办公室）约谈教育、行政处罚。

此外，根据公开查询检索公安部（<https://www.mps.gov.cn>）、工业和信息化部（<https://www.miit.gov.cn>）、国家互联网信息办公室（<http://www.cac.gov.cn>）、信用中国（<https://www.creditchina.gov.cn>）、中国执行信息公开网（<http://zxgk.court.gov.cn>）、中国裁判文书网（<https://wenshu.court.gov.cn>）、企查查（<https://www.qcc.com>）、国家企业信用信息公示系统（<https://www.gsxt.gov.cn/>）、湖南省通信管理局（<https://hunca.miit.gov.cn/>）的查询结果，2021 年 1 月 1 日至本补充法律意见书出具之日，发行人不存在与个人数据收集及存储相关或与违反网络安全和个人信息保护等法律法规相关的行政处罚，亦不存在与个人数据收集及存储相关的诉讼。

根据境外法律意见书及发行人说明，发行人境外子公司不存在与个人信息安全、数据保护相关的重大诉讼或处罚。

基于上述，本所认为，发行人及其子公司已取得经营业务必须的业务资质许可，报告期内，不存在因违法违规收集、存储个人信息受到处罚的情况。

1.1.6 广州市拿火信息科技有限公司主要从事的职业培训内容，是否开展学科类教育业务，经营是否合法合规，是否符合教育产业政策规定；发行人及其控股、参股公司是

否开展教育业务，是否涉及《关于进一步减轻义务教育阶段学生作业负担和校外培训负担的意见》相关内容，业务开展是否符合相关规定，后续业务开展的规划安排

(1) 广州拿火未开展学科类教育业务

根据发行人提供的投资文件及说明，广州市拿火信息科技有限公司（“广州拿火”）为发行人参股公司 LAVA GROUP INCORPORATED（持股比例为 5.00%）通过协议控制以 VIE 结构持有的主要境内运营子公司。

根据广州拿火的营业执照及工商登记档案记载，并经本所律师查询国家企业信用信息公示系统，广州拿火原工商登记的经营范围为“商品批发贸易（许可审批类商品除外）；信息系统集成服务；商品零售贸易（许可审批类商品除外）；计算机技术开发、技术服务；会议及展览服务；教育咨询服务；商品信息咨询服务；货物进出口（专营专控商品除外）；技术进出口；中乐器制造；西乐器制造；电子乐器制造；其他乐器及零件制造；乐器批发；乐器零售；乐器维修、调试；机织服装制造；针织或钩针编织服装制造；皮革服装制造；毛皮服装加工；服装批发；服装辅料批发；服装零售；服装辅料零售；服装和鞋帽出租服务”，其中含“教育咨询服务”。广州拿火已于 2024 年 2 月变更经营范围，删除了“教育咨询服务”。

此外，经本所律师查询国家企业信用信息公示系统，广州拿火持有广州市拿火教育科技有限公司（“拿火教育科技”）100%的股权，其目前登记的经营范围为“教育咨询服务（不含涉许可审批的教育培训活动）；教育教学检测和评价活动；从事语言能力、艺术、体育、科技等培训的营利性民办培训服务机构（除面向中小学生开展的学科类、语言类文化教育培训）；技术服务、技术开发、技术咨询、技术交流、技术转让、技术推广；信息技术咨询服务；信息咨询服务（不含许可类信息咨询服务）；咨询策划服务；乐器批发；教学用模型及教具销售；互联网销售（除销售需要许可的商品）；电子产品销售；软件销售；软件开发；数字文化创意软件开发；第一类增值电信业务；第二类增值电信业务；网络文化经营”，其中含教育培训相关业务描述。

经本所律师访谈广州拿火的管理层及广州拿火提供的说明文件，广州拿火自设立至今主要从事智能乐器（目前主要产品为吉他）的研发、生产及销售。同时，作为销售乐器的配套服务，广州拿火亦通过与其他第三方线上乐器教学平台（Finger）合作的方式向乐器购买用户提供免费的乐器培训视频等；广州拿火自设立至今未从事任何职业培训，亦不存在开展学科类教育业务的情形；其子公司拿火教育科技自设立至今，尚未开展实际业务经营，其不存在从事违反《关于进一步减轻义务教育阶段学生作业负担和校外培训负担的意见》的相关业务。此外，除乐器相关培训的配套服务外，广州拿火及其子公司亦无从事职业培训或开展学科类教育业务的任何规划安排，广州拿火已完成经营范围变更的工商登记，并计划尽快完成其子公司拿火教育科技的经营范围中删除“教育”

相关表述的工商变更登记手续。

(2) 广州拿火的经营合规性

根据广州拿火出具的确认并经本所律师查询国家企业信用信息公示系统，截至本补充法律意见书出具之日，广州拿火不存在因违反《关于进一步减轻义务教育阶段学生作业负担和校外培训负担的意见》等学科类教育、教育产业政策相关规则的行为而被行政处罚的情形。

(3) 发行人及其控股、参股公司未开展教育业务

(a) 发行人及其控股子公司的业务经营情况

根据发行人报告期内披露的定期报告、《审计报告》、发行人及其境内控股子公司的营业执照、公司章程以及发行人的书面确认，并经本所律师查询国家企业信用信息公示系统，截至本补充法律意见书出具之日，发行人及其境内控股子公司工商登记的经营范围均不包含教育相关业务。报告期内，发行人及其控股子公司主营业务为自有品牌的智能硬件产品的研发、设计和销售，均未开展教育业务，未从事任何学科类教育培训业务，不存在违反《关于进一步减轻义务教育阶段学生作业负担和校外培训负担的意见》等相关政策要求的情况。

(b) 发行人参股公司的业务经营情况

根据发行人报告期内披露的定期报告、《审计报告》、发行人境内参股公司的营业执照、公司章程、发行人投资参股公司的交易文件以及发行人的说明，并经本所律师查询国家企业信用信息公示系统，截至本补充法律意见书出具之日，发行人参股公司的主营业务情况如下：

| 序号 | 参股企业名称 | 主营业务 | 是否涉及开展教育业务 |
|----|-------------------|---|------------|
| 1. | 华曦达（证券代码：430755） | 智能终端产品及系统平台的研发及销售 | 否 |
| 2. | 美芯晟（股票代码：688458） | 高性能模拟及数模混合芯片的研发和销售 | 否 |
| 3. | 广州蓝深科技有限公司 | 乐器、音频类产品销售 | 否 |
| 4. | 致欧科技（股票代码：301376） | 自有品牌家居产品的研发、设计和销售 | 否 |
| 5. | 创络（上海）数据科技有限公司 | 一家数据技术和 AI 公司，致力于差异化地为中大型 B2C 企业提供 AI 驱动的客户数据技术解决方案 | 否 |
| 6. | 江西赣锋锂电科技股份有限公司 | 消费类电池、固态电池、储能系统、动力锂电池的研发、生产和销售 | 否 |
| 7. | 湖南立方新能源科技有限责任公司 | 锂/钠离子电池的研发、生产、销售 | 否 |
| 8. | 深圳波赛冬网络科技有限公司 | 销售渔具类产品 | 否 |
| 9. | 北京零零无限科技有限公司 | 人工智能的研发、应用，无人机的研发、生产、销售，无人机相关技术的研发及技术服务业务 | 否 |

| 序号 | 参股企业名称 | 主营业务 | 是否涉及开展教育业务 |
|-----|--|--|------------|
| 10. | 珠海智融科技股份有限公司 | 电源管理芯片的研发、设计和销售 | 否 |
| 11. | 南芯科技（股票代码：688484） | 模拟与嵌入式芯片的研发、设计和销售 | 否 |
| 12. | 深圳市智岩科技有限公司 | 智能灯具、小家电等产品的研发、生产和销售 | 否 |
| 13. | 华源智信半导体（深圳）有限公司 | ACDC 数字控制芯片、PMIC 电源管理芯片等各类消费电子芯片的研发、生产和销售。 | 否 |
| 14. | 重庆物奇微电子股份有限公司 | 短距通信芯片设计，提供 SoC 芯片和软件解决方案 | 否 |
| 15. | 海翼电商 | 电商代运营业务 | 否 |
| 16. | 方便电 | 共享充电宝等业务的运营 | 否 |
| 17. | 深圳迈塔兰斯科技有限公司 | 超透镜产品设计、制造及其应用系统开发 | 否 |
| 18. | 倍思奇创新科技（深圳）股份有限公司（“倍思奇”） | 家庭影音设备、人体工学办公设备、家具等家居类产品的研发及销售 | 否 |
| 19. | 杭州和谐超越三期股权投资合伙企业（有限合伙） | 私募股权投资基金 | 否 |
| 20. | 天顶星 | 为企业和用户提供的软硬件一体化存储解决方案 | 否 |
| 21. | Shulex | 主营面向跨境电商行业的 SaaS 产品，以实现全网品类的洞察分析功能 | 否 |
| 22. | JOYIN HOLDING LIMITED | 节日用品、玩具等产品的销售 | 否 |
| 23. | Etop Group Limited | 提供品牌管理解决方案 | 否 |
| 24. | LAVA GROUP INCORPORATED | 智能乐器的研发、生产及销售 | 否 |
| 25. | Cell Robotics INC. | 消费级机器人产品的研发及销售 | 否 |
| 26. | Navitas Semiconductor Corporation（股票代码：NVTS） | 氮化镓功率芯片的设计、研发和销售 | 否 |
| 27. | 星迈创新科技（苏州）有限公司 | 泳池清洁机器人的研发、生产、销售及相关业务 | 否 |

基于上述，本所认为，截至本补充法律意见书出具之日，发行人参股公司未开展教育业务，未从事任何学科类教育培训业务，不存在违反《关于进一步减轻义务教育阶段学生作业负担和校外培训负担的意见》等相关政策要求的情况。

1.1.7 请结合相关未决诉讼的最新进展情况以及原告主张的赔偿金额等，说明公司预计负债等计提是否充分谨慎；详细说明报告期内所涉行政处罚的具体事由、处罚情况、整改情况及整改措施的有效性，是否构成损害投资者合法权益或者社会公共利益的重大违法行为

（1）相关未决诉讼的最新进展情况

截至本补充法律意见书出具之日，公司不存在尚未了结或可预见的“涉案金额占公司最近一期经审计净资产绝对值 10% 以上，且绝对金额超过 1,000 万元”等应披露的重大诉讼、仲裁。报告期末，发行人的境外子公司存在以下尚未了结的推定集体诉讼及其他主要诉讼，具体进展如下：

(a) Sloan 诉讼

2022 年 12 月 20 日，美国居民 Trevor Sloan（作为原告，并意愿代表其他适格原告）于美国伊利诺伊州北区东部地区法院提起推定集体诉讼，并于 2023 年 4 月 6 日提交了修正后的诉状，增加了其他原告并合并了其他同类案件。原告购买了被告（包括 Anker HK、Fantasia USA 和 PML US）销售的摄像头产品（“eufy” branded Camera Products），诉称被告关于其摄像头产品的安全性和隐私特性的声明不准确，因此以被告存在虚假、误导性宣传为由起诉被告，请求判令被告停止非法行为、赔偿损失等（“Sloan 诉讼”）。

截至本补充法律意见书出具之日，Sloan 诉讼仍在初期审理阶段（原告尚未向法院申请批准该诉讼作为集体诉讼）。

根据公司聘请的境外律师出具的意见，其认为，该诉讼被认定为集体诉讼的可能性较小，原告的诉求缺乏索赔的充分依据，原告的诉讼请求应被驳回。且如该诉讼未获法院批准为集体诉讼案件，则发行人及其关联公司对于该诉讼案件承担责任的可能性较小。即使该诉讼案件被法院批准为集体诉讼案件，该案件进入审判的可能性较小，该等赔偿金额不会对被告的经营造成重大不利影响。该诉讼不会对发行人或被告的经营产生重大不利影响。

(b) Fundamental 专利诉讼

2021 年 3 月 5 日，Fundamental Innovation Systems International LLC（作为原告）以公司相关充电类产品侵犯其拥有的专利号为 No.7,239,111、No.8,624,550、No.7,453,233 和 No.6,936,936 的专利为由向美国特拉华州地区法院起诉 Anker HK 和 Fantasia USA，请求判令赔偿损失等（“Fundamental 专利诉讼”）。

截至本补充法律意见书出具之日，Fundamental 专利诉讼尚在审理过程中。

根据发行人的说明，截至本补充法律意见书出具之日，Fundamental 专利诉讼的涉诉原告专利均已到期，对发行人涉诉产品的销售不存在重大影响；且发行人正在与对方协商和解事宜，即使败诉，赔偿金额较小，该等诉讼不会对发行人的生产经营产生重大不利影响。

(c) Shakya 诉讼

2023 年 8 月 4 日，Jyotindra Shakya and Thanh Tran（作为原告并意愿代表其他适格原告）以被告（Fantasia USA、Anker Technology Corporation（该公司已于 2015 年注销，原为发行人的子公司））销售的摄像头产品（“eufy” branded Camera Products）实际的分辨率与宣传营销不符为由，向美国加利福尼亚北区地方法院起诉，请求判令被告停止非法行为、赔偿损失等（“Shakya 诉讼”）。

截至本补充法律意见书出具之日，Shakya 诉讼仍在初期审理阶段（法院尚未批准该诉讼作为集体诉讼）。2024 年 3 月，法院针对被告提出的驳回起诉动议作出决定，同意驳回起诉动议，并允许原告修改起诉状。2024 年 4 月，原告向法院提交修改后的起诉状。2024 年 5 月，被告向法院提交了驳回起诉动议、原告向法院提交了反对被告驳回起诉动议的意见。截至本补充法律意见书出具之日，法院尚未就被告的驳回起诉动议作出判决。

根据发行人的说明，经其征询境外诉讼律师意见，其认为该诉讼被认定为集体诉讼的可能性较小。即使该诉讼案件被法院批准为集体诉讼案件，其进入审判的可能性较小，公司拟采用和解方式与对方进行谈判沟通，预计和解金额不会对被告的经营造成重大不利影响。该诉讼不会对发行人或被告的经营产生重大不利影响。

（d）Sheppard 诉讼

2023 年 11 月 27 日，Isiah Sheppard, Hilscio Rivera, Helene Lauzier-Meyer, and Bernabe Benitez（作为原告并意愿代表其他适格原告）于美国加利福尼亚东区联邦地区法院提起推定集体诉讼，并于 2024 年 2 月 12 日提交了修改后的诉状。原告认为在其履行物流送货的正常工作职责的过程中，收货方安装于其家门口的被告（Fantasia USA）摄像头产品对其脸部和手部进行扫描，被告就前述行为未履行告知、取得提前同意的信息收集行为违反了美国伊利诺伊州 Biometric Information Privacy Act 相关规定，请求判令被告停止侵害、赔偿损失等（“Sheppard 诉讼”）。

截至本补充法律意见书出具之日，Sheppard 诉讼尚在初期审理阶段（法院尚未批准该诉讼作为集体诉讼）。

根据发行人的说明，经其征询境外诉讼律师意见，其认为前述诉讼被认定为集体诉讼的可能性较小。即使该诉讼案件被法院批准为集体诉讼案件，其进入审判的可能性较小，发行人正在采用和解方式与对方进行谈判沟通，预计和解金额不会对公司的经营造成重大不利影响。该诉讼不会对发行人的经营产生重大不利影响。

（2）公司预计负债的计提情况

（a）预计负债的确认原则

根据发行人的说明，公司结合企业会计准则及实际经营情况，制定预计负债确认原则，具体如下：

如果与或有事项相关的义务是本公司承担的现时义务，且该义务的履行很可能会导致经济利益流出本公司，以及有关金额能够可靠地计量，则本公司会确认预计负债。

预计负债按照履行相关现时义务所需支出的最佳估计数进行初始计量。对于货币时

间价值影响重大的，预计负债以预计未来现金流量折现后的金额确定。在确定最佳估计数时，本公司综合考虑了与或有事项有关的风险、不确定性和货币时间价值等因素。所需支出存在一个连续范围，且该范围内各种结果发生的可能性相同的，最佳估计数按照该范围内的中间值确定；在其他情况下，最佳估计数分别下列情况处理：

- 或有事项涉及单个项目的，按照最可能发生金额确定。
- 或有事项涉及多个项目的，按照各种可能结果及相关概率计算确定

公司在资产负债表日对预计负债的账面价值进行复核，并按照当前最佳估计数对该账面价值进行调整。

(b) 公司未决诉讼相关的预计负债计提情况

根据发行人的说明及相关诉讼的诉讼文件，2024年6月末，公司根据上述预计负债的确认原则，基于诉讼结果的可能性和最佳估计，对未决诉讼相关的预计负债进行计提，计提金额合计为7,668.86万元，具体情况如下：

| 序号 | 诉讼 | 预计负债计提情况 |
|----|------------------|----------------------------|
| 1 | Fundamental 专利诉讼 | 基于谨慎性，计提预计负债合计 7,668.86 万元 |
| 2 | POWERMAT 专利诉讼 | |
| 3 | Sloan 诉讼 | |
| 4 | Ministrap 诉讼 | |
| 5 | Shakya 诉讼 | |

注 1：鉴于发行人正在就上述诉讼与相对方协商和解事宜或已达成和解意向，为避免披露单项预计负债对公司推进与相关方和解进程造成重大不利影响，上表暂不单独列示各未决诉讼案件对应的预计负债金额；

注 2：截至报告期期末，Sheppard 诉讼处于初期审理阶段，被认定为集体诉讼的可能性较小，即使被法院批准为集体诉讼案件，其进入审判的可能性较小，相关诉讼的赔偿/和解金额预计不会对公司的经营造成重大不利影响，因此公司未针对其确认预计负债；

注 3：公司基于专利诉讼的特殊性及历史和解情况对于专利诉讼进行了计提。POWERMAT 专利诉讼、Ministrap 诉讼不属于推定集体诉讼事宜，亦不属于“涉案金额占公司最近一期经审计净资产绝对值 10%以上，且绝对金额超过 1,000 万元”等应披露的重大诉讼、仲裁，且从案件类型以及预计诉讼金额角度，该诉讼对公司的实际影响有限，因此公司未在主要未决诉讼部分列出。

注 4：针对公司的未决推定集体诉讼，发行人均获取或征询其境外诉讼律师意见，相关诉讼案件被法院批准为集体诉讼、进入集体诉讼审判的可能性较小。且基于推定集体诉讼的特殊性及每个案件的具体情况，推定集体诉讼的潜在原告范围无法进行预估。

1) Fundatmental 专利诉讼

如前文所述，截至本补充法律意见书出具之日，Fundamental 专利诉讼仍在审理中，原告未主张具体的诉讼金额，且其涉诉原告专利均已到期，对公司涉诉产品的销售不存在重大影响；公司正在与对方协商和解事宜并就具体和解金额展开谈判，该等诉讼不会对公司的生产经营产生重大不利影响。基于谨慎性原则，公司根据双方谈判沟通情况估算的和解金额计提预计负债，具有合理性。

2) POWERMAT 专利诉讼

2023年6月5日，POWERMAT TECHNOLOGIES, LTD.（作为原告，“POWERMAT”）主张了无线充电技术（Qi标准）相关的标准必要专利侵权，并以此起诉 Anker HK 请求判令赔偿损失等（“POWERMAT 专利诉讼”）。具体涉诉专利包括原告拥有的专利号为 8,283,812、8,626,461、8,981,598、9,006,937、9,083,204、9,048,696 以及 8,049,370 等 7 项专利，涉及的公司产品为部分充电器、充电宝产品，其报告期内在美国地区的销售收入及占公司主营业务收入的比例如下：

单位：万元

| 项目 | 2024年1-6月 | | 2023年 | | 2022年 | | 2021年 | |
|-----------------------------|-----------|-------|-----------|-------|-----------|-------|-----------|-------|
| | 金额 | 占比 | 金额 | 占比 | 金额 | 占比 | 金额 | 占比 |
| POWERMAT 专利诉讼涉及的部分充电器、充电宝产品 | 28,362.54 | 2.94% | 50,240.70 | 2.88% | 32,660.83 | 2.31% | 23,839.30 | 1.91% |

如上表所示，POWERMAT 专利诉讼涉及的部分充电器、充电宝产品在报告期内美国地区销售收入约为 23,839.30 万元、32,660.83 万元、50,240.70 万元和 28,362.54 万元，占报告期内主营业务收入的比例分别为 1.91%、2.31%、2.88% 和 2.94%，销售占比较小。

自 POWERMAT 专利诉讼立案至今，POWERMAT 专利诉讼已经历了如下主要程序：马克曼听证会（系在美国专利侵权案件中的一种审前听证会）；证据发现程序中的动议、答复及补充证据收集和提交；美国专利商标局的多方参与复审(Inter Partes Reviews)等。截至本补充法律意见书出具之日，诉讼双方正在准备证据开示以及证人庭外取证等程序，预计 POWERMAT 专利诉讼将于 2025 年第二季度进行庭审（时间可能有调整），发行人已就该等诉讼聘请诉讼律师，并同步在与对方沟通和解，预计该等诉讼不会对公司的生产经营产生重大不利影响。

根据 POWERMAT 专利诉讼的诉讼文件及发行人的说明，该诉讼的原告未主张具体的诉讼金额，双方对事实认定存在争议，截至本补充法律意见书出具之日，POWERMAT 专利诉讼尚在审理中，预计该等诉讼不会对公司的生产经营产生重大不利影响。POWERMAT 专利诉讼相关预计负债计提系根据公司最可能需要支付的专利许可费用进行估算，具体而言，预计许可费用为相关产品的销量乘以单个产品的许可费用；公司定期对该专利相关产品的历史销量进行估算，结合截至最近一期末相关产品历史销量数据并参考 POWERMAT 网站披露的该专利单个产品许可费用，公司估算该专利相关的最可能需要支付的许可费用来计提预计负债，具备谨慎性。受限于最终和解协议约定，如后续公司与原告按照该预计负债金额达成和解，该费用为一次性和解费用，但公司预计会争取进行分期支付。根据公开信息，POWERMAT 与 Nanami、Yootech 均已达

成和解，但具体和解金额非公开披露信息。就上述预计负债金额的合理性，本所律师亦征询了发行人就 POWERMAT 诉讼聘请的诉讼律师意见，其认为，基于其从美国法律角度对专利诉讼的审查，考虑到 POWERMAT 的许可历史，上述计提的预计负债费用是对发行人在 POWERMAT 专利诉讼中可能面临的风险的估算，具有合理性。基于上述并经查询 POWERMAT 网站的关于专利许可费用的披露信息，本所律师认为，公司估算该专利相关的最可能需要支付的许可费用来计提预计负债，是具有合理性的。

3) Sloan 诉讼

如前文所述，截至本补充法律意见书出具之日，Sloan 诉讼仍在初期审理阶段，根据公司聘请的境外律师出具的意见及发行人说明，该诉讼被认定为集体诉讼的可能性较小。即使该诉讼案件被法院批准为集体诉讼案件，其进入审判的可能性较小，公司拟采用和解方式与对方进行谈判沟通，预计和解金额不会对被告的经营造成重大不利影响。该诉讼不会对发行人或被告的经营产生重大不利影响。基于谨慎性原则，公司考虑到原被告双方就该诉讼向法院多次递交了相关材料，被法院批准为集体诉讼案件的可能性有所增加，结合历史经验估算诉讼相关产品在美国地区的用户数及单位用户的赔偿/和解金额确认预计负债，具有合理性。

4) Shakya 诉讼

如前文所述，截至本补充法律意见书出具之日，Shakya 诉讼仍在初期审理阶段。根据发行人的说明，经其征询境外诉讼律师意见，该诉讼被认定为集体诉讼的可能性较小。即使该诉讼案件被法院批准为集体诉讼案件，其进入审判的可能性较小，公司拟采用和解方式与对方进行谈判沟通，预计和解金额不会对被告的经营造成重大不利影响。该诉讼不会对发行人或被告的经营产生重大不利影响。基于谨慎性原则，公司考虑到原被告双方就该诉讼向法院多次递交了相关材料，被法院批准为集体诉讼案件的可能性有所增加，结合历史经验估算诉讼相关产品赔偿/和解金额确认预计负债，具有合理性。

5) Ministrap 诉讼

2023 年 7 月 14 日，Ministrap, LLC（作为原告）以专利侵权为由起诉 Best Buy Co., Inc., 、Office Depot, Inc., 、Costco Wholesale Corporation、Target Corporation 和 Walmart Inc,请求判令赔偿损失等，涉及侵权产品包括发行人的部分充电线产品。2023 年 10 月 18 日，Fanstasia USA 向 Ministrap, LLC 及其股东提起诉讼，要求法院宣告 Fanstasia USA 及其客户等未侵犯上述专利、请求判令赔偿损失等（“Ministrap 诉讼”）。根据发行人的说明，截至本补充法律意见书出具之日，Ministrap 诉讼处于相对早期阶段，案件双方刚开始就和和解金额进行沟通。截至 2024 年 6 月末，基于谨慎性原则，公司根据各方谈判沟通情况估算的和解金额计提预计负债，预计实际和解金额将不会超过计提预计负债的金额，具有合理性。

2024年6月末，公司对于前述未决诉讼计提的预计负债共计7,668.86万元，对报告期内公司利润总额的影响合计为7,668.86万元，占公司2021年-2023年利润总额均值的比例为5.52%，占比较小，不会对公司业务开展、持续经营及偿债能力产生重大不利影响。报告期内，公司对未决诉讼计提的预计负债符合《企业会计准则第13号——或有事项》的有关规定，并已根据《监管规则适用指引——发行类第6号》规定披露相关诉讼事项。

综上，Fundamental 专利诉讼、POWERMAT 专利诉讼、Sloan 诉讼、Shakya 诉讼、Ministrap 诉讼截至2024年6月30日仍在审理过程中，公司已根据未决诉讼进展情况，基于谨慎性计提相应的预计负债，报告期末，公司未决诉讼预计负债计提充分、谨慎，符合《企业会计准则第13号——或有事项》的有关规定，并已根据《监管规则适用指引——发行类第6号》规定披露相关诉讼事项。

(3) 报告期内所涉行政处罚情况

根据《审计报告》、发行人提供的报告期内营业外支出明细等资料并经本所律师查询相关政府主管部门网站，报告期内，发行人及其境内子公司受到的1万元以上的行政处罚情况及其整改情况如下：

| 序号 | 被处罚主体 | 处罚部门 | 处罚事由 | 处罚措施 | 处罚决定书文号 | 整改情况 |
|----|-------|-----------------|-----------------|--|------------------|---|
| 1 | 海翼智新 | 深圳市市场监督管理局南山监管局 | 销售标注错误产品执行标准号产品 | 停止销售未标识产品执行标准的A3939蓝牙耳机，没收违法所得21,287.45元，并罚款53,367.23元 | 深市监南处罚(2023)西丽2号 | 已足额缴纳罚款，并完成了相应整改，包括切换A3939蓝牙耳机标识的产品执行标准 |
| 2 | 发行人 | 长沙市市场监督管理局 | 发布违法广告、价格欺诈 | 停止发布违法广告、予以警告并罚款18,000元 | 长市监处罚(2023)Q84号 | 已足额缴纳罚款，并完成了相应整改，包括停止发布违法广告 |

就上述第1项行政处罚，基于下述，本所律师认为，海翼智新上述行为不属于严重损害投资者合法权益或者社会公共利益的重大违法行为，不会对本次发行构成重大不利影响：

(a) 根据当时适用的《深圳经济特区产品质量管理条例（2019修正）》第五十八条，未在产品或者其包装上的标识标明产品执行标准号的，由主管部门责令产品生产者、销售者停止生产、销售，没收违法产品和违法所得，并处货值金额百分之五十罚款；情节严重的，依法吊销营业执照；构成犯罪的，依法追究刑事责任。海翼智新所受到的处罚不属于上述条例明确规定的“情节严重”的处罚范围；

(b) 经本所律师于2023年7月25日访谈深圳市市场监督管理局南山监管局西丽

监管所的工作人员，其确认，海翼智新的上述违法行为不属于重大违法违规行为，其受到的行政处罚不属于重大行政处罚；

(c) 海翼智新已停止违法行为，按要求足额缴付罚款，并已切换 A3939 蓝牙耳机标识的产品执行标准。

就上述第 2 项行政处罚，基于下述，本所律师认为，发行人上述行为不属于严重损害投资者合法权益或者社会公共利益的重大违法行为，不会对本次发行构成重大不利影响；

(a) 就发行人发布违法广告的行为，根据《行政处罚决定书》，长沙市市场监督管理局认为该等行为属于《长沙市市场监管领域轻微违法行为免罚清单（第一批）》中的轻微违法行为，根据相关规定，责令发行人停止发布违法广告，不予行政处罚；

(b) 就发行人价格欺诈的行为，根据《行政处罚决定书》，长沙市市场监督管理局基于发行人进行检查后及时改正，其依据《中华人民共和国行政处罚法》第三十二条第（一）项“当事人有下列情形之一，应当从轻或者减轻行政处罚：（一）主动消除或者减轻违法行为危害后果的”规定及《价格违法行为行政处罚规定》第十八条“本规定中以违法所得计算罚款数额的，违法所得无法确定时，按照没有违法所得的规定处罚”的规定，对发行人予以警告及罚款 18,000 元；

(c) 发行人于 2023 年 7 月 5 日向长沙市市场监督综合执法支队作出《关于我公司被行政处罚情况的报告》，就上述违法行为，发行人已采取措施进行整改并缴纳罚款，未造成严重后果，目前该案件已结束。长沙市市场监督综合执法支队就前述予以确认；

(d) 发行人已按要求足额缴付罚款，停止发布违法广告，同时进行自查并完成全面整改，包括优化公司流程、加强相关人员学习培训广告法等相关法律法规。

根据境外意见书及发行人出具的《关于安克创新境外子公司受到行政处罚的情况说明》，发行人的境外子公司报告期内受到的罚款 1 万元以上的行政处罚均不会对发行人相关子公司的持续经营造成重大不利影响，且相关子公司均已及时缴纳罚款及完成整改。

1.2 核查程序

1.2.1 就第 1.1.1 条相关事项，本所律师协同保荐机构和发行人会计师履行了以下核查程序：

(1) 与发行人管理层进行访谈，了解发行人线上销售模式的具体流程和内部控制程序；

(2) 获取并查阅发行人与主要电商平台签署的合同，并对发行人主要电商平台进行访谈，了解公司与电商平台的合作模式、交易情况、信用政策等内容；

(3) 获取了发行人的收入成本明细、应收账款明细表；

(4) 获取并查阅发行人的销售费用明细，了解报告期内与线上 B2C 模式相关的销售费用情况；

(5) 取得发行人就相关事项出具的说明。

1.2.2 就第 1.1.2 条相关事项，本所律师协同保荐机构和发行人会计师履行了以下核查程序：

(1) 访谈公司高级管理人员，了解公司的消费电子行业特征、销售模式与供货周期等；

(2) 获取了报告期各期末公司存货明细表、报告期各期末公司存货的库龄明细表、报告期各期末存货跌价准备计算表；

(3) 查阅同行业可比公司披露的存货跌价计提政策和存货跌价准备计提情况等公开资料；

(4) 取得发行人就相关事项出具的说明。

1.2.3 就第 1.1.3 条相关事项，本所律师协同保荐机构和发行人会计师履行了以下核查程序：

(1) 获取了发行人的成本统计表；

(2) 查阅同行业可比公司披露的公开资料；

(3) 登录商务部网站查询相关对外投资合作指南；

(4) 了解发行人外销收入区域分布情况；搜索公开资料，了解发行人境外销售涉及国家或地区对华贸易政策、中美贸易摩擦及最新进展等情况；

(5) 访谈发行人财务部负责人，了解发行人境外销售涉及国家或地区对公司产品是否有限制性贸易政策，了解公司出口产品关税情况；

(6) 与发行人高级管理人员进行访谈，了解发行人境外销售模式的具体流程和内部控制程序，判断外销收入相关的内部控制设计和运行的有效性；

(7) 查阅发行人与主要境外销售平台、境外主要客户的协议，检查主要交易条款，包括付款条款、收货条款、退换货政策等，识别与控制权转移相关的条款和条件，以评价发行人境外销售收入确认的会计政策是否符合企业会计准则的要求；

(8) 对公司主要线上销售平台和主要境外客户进行访谈，确认发行人与平台/客户的

合作情况、交易情况、信用政策等；

(9) 取得发行人就相关事项出具的说明。

1.2.4 就第 1.1.4 条相关事项，本所律师协同保荐机构和发行人会计师履行了以下核查程序：

(1) 查阅公司 2020 年年度股东大会决议、议案；

(2) 查阅中航信托·天启【2019】651 号长沙中泛贷款集合资金信托计划信托合同、信托受益权转让合同、延期公告；

(3) 查阅公司起诉中航信托一审民事判决书、二审民事裁定书、撤诉申请书等诉讼相关文件，查阅公司关于就中航信托事项的相关公告文件、公司报告期内定期报告，查询中国裁判文书网，了解诉讼相关情况；

(4) 查阅中航信托·天启【2019】651 号长沙中泛贷款集合资金信托计划第一次受益人大会的通知、议案、决议，中航信托出具的临时信息披露文件及信托事务管理报告；

(5) 登录国家企业信用信息公示系统查询项目公司相关信息；

(6) 访谈发行人相关负责部门的人员，了解中航 651 号信托产品延期兑付事项的具体情况；

(7) 获取中航信托公允价值评估计算底稿；

(8) 取得发行人就相关事项出具的说明。

1.2.5 就第 1.1.5 条相关事项，本所律师协同保荐机构和发行人会计师履行了以下核查程序：

(1) 查阅发行人年度报告、对外投资相关公告，了解其业务范围、销售模式、是否存在与其他经营者合并的情形等；

(2) 查询《国务院反垄断委员会关于平台经济领域的反垄断指南》《反垄断法》《国务院关于经营者集中申报标准的规定》《国民经济行业分类》《电信业务分类目录》等相关规定；

(3) 查阅公司境内外自有网站清单、自有产品 APP 清单、第三方社交媒体账号清单和销售产品所在的第三方电商平台清单；

(4) 登录并查询发行人及其子公司的相关境内网站、APP、微信小程序、微信公众号及第三方电商平台，登录小红书、微博等第三方社交媒体查询公司及其子公司业务宣传情况；

(5) 查阅《审计报告》、发行人报告期内财务报表、发行人与报告期内主要客户、

供应商签署的重大合同；

(6) 查阅 Statista 公布的 2023 年全球消费电子市场规模数据；

(7) 查阅发行人所在市场监督管理部门出具的合规证明，查询市场监督管理部门等政府部门网站，核查公司及子公司是否存在不正当竞争相关调查、处罚；

(8) 查阅发行人参股企业清单、公司章程或合伙协议、交易文件等资料；

(9) 查阅公司及子公司取得的业务资质、备案文件；

(10) 查询工信部、中国裁判文书网、中国执行信息公开网等网站，核查发行人及其境内子公司是否存在被有关行业主管部门予以重大处罚的情形；

(11) 查阅境外律师出具的法律意见书，核查发行人境外经营合规情况；

(12) 查询 ICP/IP 地址/域名信息备案管理系统，核查发行人及其子公司境内自有网站、境内运营 APP 的 ICP 备案情况；

(13) 查阅长沙市互联网信息办公室、湖南湘江新区管理委员会宣传部出具的《证明》，查询中国裁判文书网、中国执行信息公开网等网站信息，核查发行人及其子公司是否涉及因违法违规收集、存储个人信息受到处罚的情况、是否存在与个人数据收集及存储相关的诉讼；

(14) 查阅公司《个人信息安全管理规范》《信息系统访问控制管理规范》和《数据安全管理制度》等相关内控制度，查看发行人境内 APP 的用户服务协议、隐私政策；

(15) 查阅公司募集资金投资项目的可行性研究报告；

(16) 查阅《工业和信息化部关于开展移动互联网应用程序备案工作的通知》相关规定；

(17) 取得方便电、Shulex、天顶星出具的书面说明；

(18) 对发行人的相关人员进行本所律师认为必要的询问及沟通，并取得发行人相关书面说明。

1.2.6 就第 1.1.6 条相关事项，本所律师协同保荐机构和发行人会计师履行了以下核查程序：

(1) 查阅发行人投资广州拿火的投资文件、广州拿火的营业执照及工商档案、广州拿火教育的营业执照；

(2) 访谈广州拿火的管理层，了解其业务范围，是否开展学科类教育业务等；

(3) 查询国家企业信用信息公示系统、全国法院被执行人信息查询系统、中国裁判文书网、信用中国、行政处罚文书网网站，核查发行人及子公司、参股公司业务范围

及报告期内行政处罚情况；

(4) 查阅《关于进一步减轻义务教育阶段学生作业负担和校外培训负担的意见》相关规定；

(5) 查阅发行人报告期内披露的定期报告及《审计报告》；

(6) 查阅发行人及子公司、参股公司的营业执照、公司章程、发行人入股参股公司的交易文件；

(7) 查阅广州拿火出具的书面说明；

(8) 取得发行人就相关事项出具的说明。

1.2.7 就第 1.1.7 条相关事项，本所律师协同保荐机构和发行人会计师履行了以下核查程序：

(1) 获取并查阅公司报告期内重大诉讼与仲裁案件的相关法律文书，并获取了公司诉讼以及仲裁情况的说明、公司法务部出具的相关评估意见，了解未决诉讼、仲裁、未决诉讼预计负债计提过程等事项；

(2) 查阅公司报告期内的定期报告，了解公司与预计负债相关的会计政策、会计处理等事项；

(3) 获取并查阅公司报告期对应《审计报告》、报告期内营业外支出明细、公司及子公司报告期内受到的行政处罚的处罚决定书、罚款缴纳凭证等文件；

(4) 查询国家企业信用信息公示系统、全国法院被执行人信息查询系统、中国裁判文书网、信用中国、行政处罚文书网等网站，核查发行人及境内子公司报告期内诉讼、仲裁、行政处罚情况；

(5) 查阅《深圳经济特区产品质量管理条例（2019 修正）》《价格违法行为行政处罚规定》等相关规定；

(6) 访谈深圳市市场监督管理局南山监管局西丽监管所相关人员；

(7) 查阅发行人向长沙市市场监督综合执法支队作出的《关于我公司被行政处罚情况的报告》；

(8) 查阅境外律师出具的境外法律意见书并与境外律师进行沟通；

(9) 公开检索 POWERMAT 与其他同行业公司的诉讼新闻；

(10) 取得发行人就相关事项出具的说明。

1.3 法律意见

基于上述，经征询保荐机构及发行人会计师意见，本所认为：

(1) 根据发行人的说明，报告期内，公司线上销售的模式主要包括线上 B2C 模式和电商平台入仓模式，均属于线上直销；线上 B2C 模式和电商平台入仓模式的毛利率存在差异，主要原因系：线上 B2C 模式下，公司主要通过第三方电商平台或独立站将产品销售给终端消费者；而电商平台入仓模式下电商平台负责自行面对终端消费者进行销售，公司后续无需支付平台佣金或投入大量销售费用，因此公司与电商平台平均销售单价相比线上 B2C 模式较低；线上 B2C 模式和电商平台入仓模式的信用政策存在差异，主要系公司与各电商平台综合考虑行业惯例、历史合作情况、交易规模等因素确定信用政策，差异具备合理性；

(2) 根据发行人的说明，报告期各期末，公司存货余额较高的情况符合行业惯例；2021 年末及 2023 年末，公司存货跌价准备计提情况与同行业可比公司均值基本一致，2022 年末及 2024 年 6 月末公司存货跌价准备计提比例高于同行业均值，发行人存货跌价准备计提合理、充分；

(3) 根据发行人的说明，报告期内，公司跨境运输成本对报告期内毛利率的影响与同行业可比公司睿联技术较为接近；本次募投项目相关测算结果已考虑运输成本情况；受美国加征进口关税的影响，公司产品在美国的销售成本有所增加，但贸易摩擦未对发行人经营及盈利能力构成重大不利影响；

(4) 截至本补充法律意见书出具之日，资产盘活计划正在有序推进中；除受益人大会决议外，发行人未与中航信托就信托产品延期兑付事项达成任何和解协议。针对该事项，发行人基于中航 651 号信托产品的盘活计划和后续预计的处置进展，进行了公允价值评估，当前资产减值合理、充分，不会对公司偿债能力产生重大不利影响。

(5) 截至本补充法律意见书出具之日，发行人不属于《反垄断指南》规定的“平台经营者”；同时，发行人通过微信公众号及小程序、第三方电商平台从事企业宣传、自有产品宣传、产品销售等业务，系作为“平台内经营者”在第三方运营的平台从事经营活动，属于“平台经济领域经营者”；报告期内，发行人不存在因不正当竞争行为受到行政处罚的情形，发行人参与行业竞争总体公平有序、合法合规，发行人不存在垄断协议、限制竞争、滥用市场支配地位等不正当竞争情形；报告期内，发行人新增对外投资不存在达到《国务院关于经营者集中申报标准的规定》规定的申报标准而未申报的情形；报告期内，发行人及其子公司已按照行业主管部门有关规定取得了与经营活动相关的资质，不存在被有关行业主管部门予以重大处罚的情形；发行人获取终端用户个人数据均系根据正常开展业务经营活动所需开展，主要用于产品销售及售后服务，收集、存储及使用目的具有合理性和必要性，且获得终端用户的授权同意，不存在违规收集、存储、使用个人数据的情形，不存在为客户提供个人数据存储及运营的相关服务，亦不存在相

关服务费收入，不存在对相关数据进行挖掘并提供增值服务等情况；公司本次募投项目不涉及新增面向个人用户业务，不涉及为客户提供个人数据存储及运营的相关服务，也不存在收集、存储个人数据、对相关数据挖掘及提供增值服务等情形；发行人及其子公司报告期内不存在因违法违规收集、存储个人信息受到处罚的情况。

(6) 广州拿火及其子公司拿火教育科技自设立至今未从事任何职业培训，亦不存在开展学科类教育业务的情形，不存在因违反《关于进一步减轻义务教育阶段学生作业负担和校外培训负担的意见》被行政处罚的情形；截至本补充法律意见书出具之日，发行人及其控股、参股企业未开展教育业务，未从事任何学科类教育培训业务，不存在违反《关于进一步减轻义务教育阶段学生作业负担和校外培训负担的意见》等相关政策要求的情况。

(7) 根据发行人的说明，公司已根据未决诉讼进展情况，基于谨慎性计提相应的预计负债，报告期末，公司未决诉讼预计负债计提充分、谨慎；发行人及其子公司报告期内行政处罚所涉行为不属于严重损害投资者合法权益或者社会公共利益的重大违法行为，不会对本次发行构成重大不利影响。

二、《审核问询》之问题 2

2.1 相关事实

2.1.1 项目一户用储能产品的具体产品类型及应用领域，便携式储能产品与户用储能产品在技术、应用领域及客户方面存在的区别与联系，目前是否已有户用储能产品并形成收入，是否属于投向主业；项目二由非全资控股子公司实施，少数股东是否通过增资或借款方式同比例投入，如否，是否存在损害上市公司利益的情形，是否符合《监管规则适用指引——发行类第 6 号》6-8 有关规定

(1) 关于项目一

(a) 项目一户用储能产品的具体产品类型及应用领域，便携式储能产品与户用储能产品在技术、应用领域及客户方面存在的区别与联系

根据发行人的说明，便携及户用储能产品研发及产业化项目（“项目一”）的户用储能产品主要应用于家庭场景，应用领域涵盖自发自用家庭用电、调节峰谷电价差、应急灾备时为大功率电器提供应急供电等。具体产品类型既包括安装门槛较低，如光伏组件位于阳台的阳台光伏储能产品；也包括安装门槛相对较高，如光伏组件位于屋顶的家庭光伏储能产品。

项目一便携式储能产品主要应用于户外场景，应用领域包括户外旅行、应急灾备时为中小功率电器提供应急供电等，主要通过线上渠道进行销售。

项目一涉及的户用储能产品及便携式储能产品在产品简介及技术参数、应用领域、

主要客户类型、主要销售渠道方面的具体情况如下：

| 项目 | | 户用储能产品 | 便携式储能产品 |
|-----------|--------------------------------|---|--|
| 产品图示 | |  |  |
| 产品简介及技术参数 | 产品构成 | 电芯、PCS、BMS、EMS、光伏组件 | 电芯、BMS、双向逆变、DCDC 控制板、光伏组件 |
| | 额定容量 | 单电池模块 5,000Wh，最大可并机堆叠三个模块 | 单电池模块 1,000Wh，支持一个副包并机 |
| | 输出功率 | 最大输出功率 3,000W | 最大输出功率 2,000W |
| | 循环寿命 | 循环次数 6,000 次左右 | 循环次数 2,000 次左右 |
| | 电芯情况 | 磷酸铁锂电芯 方形电芯为主 | 圆柱电芯为主 |
| | 输入方式 | 家庭电网用电、光伏发电 | |
| | 输出类型 | 交流电 | 直流电及交流电 |
| 应用领域 | 家庭电价调节（自发自用、谷电峰用等）、应急灾备（大功率电器） | 户外旅行、应急灾备（中小功率电器） | |
| 主要客户类型 | 个人/家庭消费者、海外各地区渠道商、安装商 | 个人/家庭消费者 | |
| 主要销售渠道 | 线下及线上销售渠道 | 线上销售渠道为主 | |

技术方面，户用储能产品与便携式储能产品构成的核心组件重合度较高，逆变、电源管理等核心技术复用性较强，两者具有技术同源性；应用领域方面，户用储能产品主要应用场景集中于家庭场景，便携式储能产品主要应用场景集中于户外，但两者均可作为应急灾备情况下的替代式供电设备；客户及销售渠道方面，户用及便携储能产品的终端客户均为个人或家庭，便携储能产品主要通过线上渠道进行销售，阳台光储产品这类安装门槛较低的户用储能产品亦可通过线上渠道进行销售，而容量更大的户用储能产品因其有一定的本地化安装门槛，通常通过海外各地区的渠道商、安装商销售给海外个人或家庭消费者。

(b) 目前是否已有户用储能产品并形成收入，是否属于投向主业

1) 户用储能产品属于发行人充电储能类产品的新系列

根据发行人的说明，公司深耕消费电子及智能硬件行业多年，主要产品覆盖了充电储能、智能创新、智能影音等多个产品品类，其中充电储能类产品是公司贡献收入最多、发展历史最悠久的产品品类，包括充电线、充电器、移动电源/充电宝、便携式储能产品、户用储能产品等多个产品系列。报告期内，公司不断拓展充电储能类产品矩阵，

从移动电源等小容量充电储能类产品向便携式储能产品等中大容量产品拓展，公司陆续推出多款应用磷酸铁锂电池并搭载自主研发的双向逆变技术的便携式储能产品，其中 Anker SOLIX F1200 产品被《TIME》杂志评选为绿色能源领域的 2022 年度最佳发明之一（THE BEST INVENTIONS OF 2022）。2022 年起，公司开始布局户用储能产品赛道，并于 2023 年第一季度开始实现收入。因此，户用储能产品属于公司已有的充电储能大类产品的新系列，属于发行人核心主业。

2) 户用储能产品与便携式储能产品具有技术同源性

根据发行人的说明，从产品构成上，户用储能产品与便携式储能产品较为相似，核心组件均包括电芯、储能变流器 PCS、电源管理系统 BMS、光伏组件，其核心技术具有一定的同源性。公司在中小容量充电储能类产品领域已经积累了深厚的设计、研发和创新经验，为户用储能产品后续的研发形成了良好的技术基础。

3) 储能产品于报告期内已形成收入，属于投向主业

根据发行人的说明，报告期内，公司便携式储能产品收入分别为 13,383.29 万元、48,342.74 万元、95,863.53 万元及 85,794.07 万元，占当期主营业务收入的比例分别为 1.07%、3.43%、5.50% 及 8.90%。2023 年度及 2024 年 1-6 月，公司户用储能产品收入为 10,460.67 万元及 6,445.44 万元，占当期主营业务收入的比例为 0.60% 及 0.67%，主要来源于在公司官网及亚马逊线上渠道销售的阳台光伏储能产品 AnkerSOLIX Solarbank 系列，该产品在德国等以公寓住户为主的海外市场广受欢迎。

因此，户用储能产品属于发行人充电储能类产品的系列，与便携式储能产品具有一定的技术同源性，在报告期内已形成收入，属于投向主业。

综上，项目一、二相关产品于发行人披露本次发行方案时点已属于发行人主营业务，于报告期期初已形成收入；发行人具备该募投项目的运营能力，相关人员、技术储备良好，研发有序开展，项目实施不存在重大不确定性；且发行人户用储能业务运行情况良好，报告期内收入持续增长，市场需求稳定提升，与公司主营业务在市场、客户、技术等方面能够有效协同，该募投项目属于投向主业。

（2）关于项目二

（a）少数股东不通过增资或借款方式同比例投入

根据发行人的说明，新一代智能硬件产品研发及产业化项目（“项目二”）实施主体为发行人及其控股子公司海翼智新。发行人、南京海翼远致管理咨询合伙企业（有限合伙）（曾用名：天津海翼远扬管理咨询合伙企业（有限合伙））（“海翼远致”）、刘文兵（原为海翼远致的有限合伙人，后基于个人持股安排调整为直接持股形式）分别持有海翼智新 75.34%、22.66%、2.00% 的股权，海翼远致执行事务合伙人为发行人全资子公司

深圳海翼翱翔科技有限公司，且海翼远致系发行人控制的企业兼海翼智新团队的员工激励平台企业。如项目二建设需要，本项目募集资金拟通过向海翼智新借款的方式投入；海翼远致、刘文兵基于其自身设立目的、合伙人的资金实力、对海翼智新管理方式等方面的考虑，不通过借款方式同比例投入资金。

鉴于项目二投入资金较大，少数股东海翼远致为员工激励平台企业，其合伙人资金实力相对有限，同时，其为发行人子公司控制的企业，发行人子公司作为执行事务合伙人行使海翼远致对于海翼智新的股东权利；少数股东刘文兵原为海翼远致的有限合伙人，其资金实力有限；且海翼远致、刘文兵已承诺如发行人采取提供借款方式实施项目二，同意发行人以不低于银行同期贷款利率向海翼智新收取借款利息；因此，海翼远致、刘文兵不通过同比例借款的方式投入资金具有合理性。

(b) 不存在损害上市公司利益的情形，符合《监管规则适用指引——发行类第 6 号》6-8 有关规定

根据海翼远致、刘文兵签署的《关于放弃同比例增资或借款的承诺函》，其承诺如届时安克创新采取提供借款的方式实施募投项目，海翼远致、刘文兵同意安克创新以不低于银行同期贷款利率向海翼智新收取借款利息。因此，如通过向海翼智新借款的方式投入募集资金，发行人向海翼智新收取的借款利息不低于银行同期贷款利率，借款利率公允，海翼远致、刘文兵将按其持股比例间接承担借款利息成本，不会导致其无偿或以明显偏低的成本占用发行人资金。

同时，为规范募集资金存储、使用与管理，保障募集资金安全，维护投资者权益，发行人已按照《公司法》《证券法》及相关法律法规的要求，并结合公司实际情况，制定了《募集资金管理制度》，对募集资金实行专户存储制度，对募集资金的存放、使用、项目实施管理、投资项目的变更及使用情况的监督等进行了规定。发行人将严格监督海翼智新按照发行人募集资金监管相关法律法规的要求规范使用募集资金，并将根据相关事项进展情况，严格按规定及时履行信息披露义务。

基于上述，海翼智新少数股东海翼远致、刘文兵不通过借款方式同比例投入资金到项目二中，不存在损害上市公司利益的情形，符合《监管规则适用指引——发行类第 6 号》6-8 第三款的要求。

此外，项目二实施主体为发行人及其控制的子公司海翼智新；海翼智新于 2014 年成立，不属于发行人为本次发行新设的公司；海翼智新少数股东海翼远致系发行人控制的企业兼海翼智新团队的员工激励平台企业，刘文兵为发行人核心技术及业务人员、员工股权激励对象，海翼智新不属于发行人与控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员及其亲属共同出资设立的公司，不适用《监管规则适用指引——发行类第 6 号》6-8 第一、二、四款的规定。

综上所述，项目二由发行人控股子公司海翼智新实施，海翼智新少数股东不通过借款方式同比例投入资金，不存在损害发行人利益的情形，符合《监管规则适用指引——发行类第6号》6-8的有关规定。

2.1.2 项目三和项目四不适用环评备案文件的具体原因，是否存在其他需要获取的资质备案文件。如有，是否影响本次募投项目

根据发行人的说明，仓储智能化升级项目（“项目三”）拟通过在广东东莞打造智能化仓储中心，采用先进的物流技术和智能化设备，实现仓储、配送、管理等环节的自动化和智能化。全链路数字化运营中心项目（“项目四”）拟围绕公司售前导购系统、内容营销中台和售后服务平台三大业务板块开展数字化建设。

根据《中华人民共和国环境影响评价法》第十六条、《建设项目环境影响评价分类管理名录》（“《管理名录》”）第五条，《管理名录》未作规定的建设项目，不纳入建设项目环境影响评价管理，无需进行环境影响评价审批或备案。根据发行人的说明及《募集说明书》，项目三及项目四不属于《管理名录》列示的危险品仓储项目或其他项目，且不涉及工业生产，项目实施和运营期间不会产生生产性废水、废气、废料等污染物。因此，项目三、项目四无需取得环评备案文件。

基于上述，本所律师认为，除发行人已取得的企业投资项目备案文件外，项目三、项目四现阶段不存在其他应取得未取得资质、备案文件。

2.1.3 项目三打造智能化仓储中心是否全部自用，是否涉及对外出租的情况；说明公司目前厂房对外出租的具体情况，在已有厂房出租的情况下本次募投项目仍使用募集资金购置房产及土地使用权的必要性，购置房产的性质、具体金额及占本次募集资金的比例；说明项目三使用募集资金用于场地租金是否符合《企业会计准则第21号——租赁》有关规定

（1）项目三打造智能化仓储中心是否全部自用，是否涉及对外出租的情况

根据发行人的说明，项目三拟通过打造智能化仓储中心，对仓储中心进行信息化与智能化升级改造，实现采购、仓储、物流运输、发货全流程信息一体化管理，相关仓库系全部自用，不涉及对外出租的情况。

（2）公司目前厂房对外出租的具体情况，在已有厂房出租的情况下本次募投项目仍使用募集资金购置房产及土地使用权的必要性，购置房产的性质、具体金额及占本次募集资金的比例

（a）公司目前厂房对外出租的具体情况

根据发行人提供的租赁协议及说明，报告期内，公司存在将湖南长沙的部分办公房产对外出租的情形，除此之外不存在其他房屋对外出租的情形，具体情况如下：

| | |
|---------|---|
| 出租方 | 发行人 |
| 运营方 | 湖南湘计汇智信息科技有限公司（曾用名“长沙湘计开拓物业管理有限公司”） |
| 承租方 | 深圳通联金融网络科技服务有限公司 |
| 位置 | 湖南省长沙市中电软件园7栋4层整层 |
| 建筑面积 | 3,139.38 平方米 |
| 土地用途 | 工业用地 |
| 合同约定租赁期 | 2019年5月1日至2024年4月30日 |
| 实际租赁期 | 2019年5月1日至2023年7月31日 |
| 租金 | 自2019年5月1日起至2021年4月30日，月租金标准为40元/平方米；自2021年5月1日起至2022年4月30日止，月租金标准为42元/平方米；自2022年5月1日起至2023年4月30日止，月租金标准为44元/平方米；自2023年5月1日起至2024年4月30日止，月租金标准为46元/平方米。 |

注：上表中建筑面积为房产证中的面积口径，租赁合同上注明的租赁面积为3,126.79平方米，系购房合同中的面积口径，两者略有差异。

2019年，公司与运营方湖南湘计汇智信息科技有限公司（“湖南湘计”）签署了《委托租赁合同》《补充协议书》，并与湖南湘计及承租方深圳通联金融网络科技服务有限公司（“通联金融”）共同签署了《三方合作协议》，根据上述协议，三方约定发行人将向通联金融出租自有的湖南省长沙市中电软件园7栋4层整层，租赁期约为5年。

根据发行人的说明，公司对外出租上述厂房的主要原因系，2019年公司长沙自有房产在满足自身办公需求后仍有少部分闲置办公面积，出于提高资产利用率的考虑，公司将部分房屋对外出租。

2023年6月30日，公司与湖南湘计、通联金融签署了《租赁解除协议》，约定前述租赁合同自2023年7月31日起解除。随着公司业务的持续发展、人员的不断扩充，公司现自用长沙房产面积较为紧张。截至本补充法律意见书出具之日，该部分房产已终止对外出租，全部自用，供产品质量平台员工进行产品测试使用。

（b）在已有厂房出租的情况下本次募投项目仍使用募集资金购置房产及土地使用权的必要性

根据发行人的说明，公司本次募投项目中仅有项目四，即全链路数字化运营中心项目，拟使用募集资金购置房产。项目四拟围绕公司售前导购系统、内容营销中台和售后服务平台三大业务板块开展数字化建设，公司主要出于募投项目建设内容场地需求、新增人员需求、保证募投项目顺利稳定实施及提升公司整体资信能力等方面考虑购置房产，具体如下：

1) 公司现有长沙房产无法满足本次募投项目建设内容的场地需求

项目四场地计划投入明细如下：

单位：平方米、万元/平方米、万元

| 功能区域 | 建筑面积 | 购置单价 | 装修单价 | 购置投资额 | 装修投资额 | 总投资额 |
|--------|--------|------|------|--------|--------|--------|
| 各品牌直播间 | 525.00 | 1.35 | 0.32 | 708.75 | 168.00 | 876.75 |

| 功能区域 | 建筑面积 | 购置单价 | 装修单价 | 购置投资额 | 装修投资额 | 总投资额 |
|-----------|----------|------|------|-----------|----------|-----------|
| 视频工作室 | 175.00 | 1.35 | 0.28 | 236.25 | 49.00 | 285.25 |
| 3D 建模中心 | 160.00 | 1.35 | 0.50 | 216.00 | 80.00 | 296.00 |
| 数字化导购办公区域 | 3,900.00 | 1.35 | 0.18 | 5,265.00 | 702.00 | 5,967.00 |
| 数字化售后办公区域 | 2,340.00 | 1.35 | 0.18 | 3,159.00 | 421.20 | 3,580.20 |
| 数据化中台办公区域 | 2,080.00 | 1.35 | 0.18 | 2,808.00 | 374.40 | 3,182.40 |
| 产品展览中心 | 300.00 | 1.35 | 0.18 | 405.00 | 54.00 | 459.00 |
| 短视频中心 | 400.00 | 1.35 | 0.32 | 540.00 | 128.00 | 668.00 |
| 合计 | 9,880.00 | - | - | 13,338.00 | 1,976.60 | 15,314.60 |

注 1：上表中各品牌直播间指公司各自有品牌的直播间，短视频中心指用于公司自有品牌数字化内容营销的短视频制作及运营中心，不涉及为第三方品牌代理直播或进行短视频制作及运营的情况，具体内容请参见本补充法律意见书第 2.1.4（1）条“项目四的经营模式和具体内容。”

注 2：全链路数字化运营中心项目获取的土地使用权土地性质为工业用地。

如上表，结合售前导购、营销中台及售后服务三大业务板块需要、相关团队新增人员规模等因素，项目四需要 9,880 平方米的场地用于各业务板块的日常运营及办公，其中个人办公使用部分面积 8,320 平方米，即数字化导购、售后及中台办公区域面积合计。截至 2024 年 6 月 30 日，公司自有长沙房产的总办公面积为 10,738.42 平方米，均用于公司自用，公司在长沙另有租赁主要用途为办公的房产面积 2,681.30 平方米，合计自用房产办公面积共 13,419.72 平方米。目前，公司长沙房产在满足现有办公需求后已相对饱和，将出租房产收回自用后，现有房产亦较难满足本次募投项目新增的场地需求，发行人另行购置房产以保证本次募投项目的顺利实施具备一定必要性及合理性。

2) 公司现有长沙房产无法满足该募投项目新增人员需求

公司现有长沙房产在满足公司现有办公需求后已相对饱和，无法满足项目四新增人员需求。截至 2024 年 6 月 30 日，公司长沙现有人均办公面积为 13.04 平方米。鉴于售前导购、营销中台、售后服务三大业务板块的业务需要，项目四计划新增办公人员合计 460 人。若无办公场所的增加，公司新增人员后，长沙总部人均办公面积将仅有 9.01 平方米，较难满足公司现有及新增人员高效办公的需求。本次募投项目四人均配套办公面积约 18.09 平方米，低于下表中其他上市公司拟建设或购置同类型营销中心项目人均配套办公面积均值 22.83 平方米，不存在购置面积超过实际需求的情况。项目四实施后，公司长沙总部人均办公面积将达到 14.60 平方米，预计能够为项目人员提供充足的办公面积，进而保障项目的顺利实施。

单位：平方米/人

| 序号 | 公司简称 | 再融资类型 | 发行时间 | 募投项目 | 人均配套办公面积 |
|----|------------------|---------------|-------------|---------------|----------|
| 1 | 新华都 (002264) | 向特定对象 发行股票 | 2022 年 8 月 | 品牌营销服务一体化建设项目 | 12.54 |
| 2 | 阳光电源 (300274) | 向特定对象 发行股票 | 2021 年 10 月 | 全球营销服务体系建设项目 | 25.00 |

| 序号 | 公司简称 | 再融资类型 | 发行时间 | 募投项目 | 人均配套办公面积 |
|-----------------------------|------------------|---------------|----------|--------------|--------------|
| 3 | 壹网壹创 (300792) | 向特定对象 发行股票 | 2021年8月 | 综合运营服务中心建设项目 | 39.10 |
| 4 | 值得买 (300785) | 向特定对象 发行股票 | 2020年12月 | 内容平台升级项目 | 14.69 |
| 上市公司拟建设或购置同类型营销中心项目人均配套办公面积 | | | | | 22.83 |
| 本次募投项目四人均配套办公面积 | | | | | 18.09 |
| 截至2024年6月30日, 发行人长沙人均办公面积 | | | | | 13.04 |
| 项目四实施后, 发行人长沙人均办公面积 | | | | | 14.60 |

注1: 本次募投项目四的人均配套办公面积=本次募投项目四新增购置房产中的个人办公使用部分面积/本次募投项目四新增办公人员数量, 其中本次募投项目四新增购置房产中的个人办公使用部分面积系数字化导购、售后及中台办公区域面积合计。

注2: 项目四实施后发行人长沙人均办公面积=(截至2024年6月30日发行人长沙总办公面积+本次募投项目四新增购置房产中的个人办公使用部分面积)/(截至2024年6月30日发行人长沙办公人数+本次募投项目四新增办公人数)。

3) 购置自有办公场所能够有效促进募投项目的顺利稳定实施

根据发行人的说明, 项目四计划新增的办公场所主要用途为品牌直播间、视频工作室、3D建模中心、数字化导购/售后/中台办公区域、产品展览中心和短视频中心, 其中品牌直播间、视频工作室等需要进行特定的装修及设置。项目四计划新增的品牌直播间、视频工作室、虚拟影棚等对于场所层高有着较高的要求, 主要系: 1) 设备方面, 软箱、聚光灯、格栅灯等照明设备需要悬挂在一定高度上以获得最佳效果, 避免在拍摄中出现不必要的阴影; 摄影机、摄像机、三脚架、长摇臂等拍摄设备在使用时需要一定的垂直空间; 2) 拍摄效果方面, 虚拟影棚通常使用绿幕技术来合成背景, 绿幕需要完全展开且没有褶皱, 以确保后期合成的质量, 且绿棚上通常需要预留4米的挂灯距离, 因此需要一定的高度; 3) 音效方面, 层高较高的空间通常可以提供更好的声学效果。项目四计划新增办公场所与公司对外出租房产的具体情况对比如下:

| 类别 | 公司报告期内对外出租房产 | 项目四计划新增办公场所 | 公司报告期内对外出租房产能否满足项目四需求 |
|------|--------------|--------------------------------------|-----------------------|
| 占地面积 | 3,139.38 平方米 | 9,880.00 平方米 | 否 |
| 层高 | 3.11 米 | 1、小型直播间/虚拟直播间≥4 米 2、LED 虚拟影棚≥12 米 | 否 |

注: 上表中层高指楼层地面至房梁底部的高度

如上表所示, 公司报告期内对外出租房产占地面积、层高等硬性条件有限, 无法完全满足项目四计划新增办公场所的实际规划、装修、设置等特定需求。

若采用租赁模式可能对项目四的实施造成一定的影响。首先, 公司在一定程度上可能受到租赁合同期限约束, 存在租期和租赁成本变动的可能性, 且数字化运营中心建

设将受制于出租方的管理要求，不利于项目四的稳定开展。其次，项目四涉及的售前导购、营销中台、售后服务三大业务板块相互之间存在一定相互协同、助力的效应，项目四拟新招聘较多人员，对办公场地的需求较大，若公司通过租赁的形式未能寻找到合适的办公场地，将导致员工分散在不同的办公地点进行办公，不利于人员管理及高效协同工作。公司使用募集资金购买房产后具有稳定的业务功能区域及办公区域，更有利于在长沙地区招聘优秀人才，顺利推进项目四的实施。

4) 提升发行人整体资信能力，拓宽融资渠道

根据发行人的说明，随着公司业务规模的快速扩大，需要与银行等金融机构建立长期稳定的合作关系。公司增加固定办公场所及一定规模的固定资产，可以有效提高资信能力，为后续与银行等金融机构加强合作，拓宽融资渠道奠定良好的基础。

5) 购置房产为自用用途，不属于直接或变相用于房地产开发的情况

根据发行人的说明，公司购置办公场所目的是用于数字化运营中心建设，用于日常办公、业务洽谈等，并非以营利为目的进行房地产开发和经营，不属于房地产开发业务。根据发行人出具的《关于购置房产不用于出租的承诺函》，发行人就募投项目四所购置的房产均将用于实施募投项目四及自用，不会用于对外出租。根据《房地产开发企业资质管理规定》第三条的规定，“房地产开发企业应当按照本规定申请核定企业资质等级。未取得房地产开发资质等级证书的企业，不得从事房地产开发经营业务”。公司系全球化的知名消费电子品牌企业，主要从事自有品牌的智能硬件产品的研发、设计和销售，不具备房地产开发资质。

综上，公司购置房产符合公司经营发展阶段，能够较好满足公司未来进一步发展后对新增场地、新增人员需求以及提升整体资信能力的需求，有利于保障本次募投项目的实施，且公司购置房产为自用用途，不属于直接或变相用于房地产开发的情况，具有一定必要性。

(c) 购置房产的性质、具体金额及占本次募集资金的比例

根据发行人的说明，本次募投项目四中预计使用募集资金购置房产的具体情况如下：

| | | |
|----------------|------------------|-------------------|
| 募投项目 | 全链路数字化运营中心项目 | |
| 实施主体 | 发行人 | |
| 拟购置房产情况 | 房产位置 | 湖南省长沙市湘江新区中电软件园三期 |
| | 土地性质 | 工业用地 |
| | 建筑面积 | 10,000 平方米 |
| | 拟购置房产金额 | 13,338.00 万元 |
| | 占募集资金总额比例 | 12.07% |

| | |
|-------|----------------------------|
| 募投项目 | 全链路数字化运营中心项目 |
| 权属人 | 长沙中电软件园有限公司 |
| 不动产权证 | 湘(2023)长沙市不动产权证第 0243001 号 |
| 目前进展 | 双方已签署《认购意向协议》 |

注：公司仍在与拟购置房产权属人协商具体购房金额，上表金额为本次募投项目四拟用于购置房产及土地使用权的金额。

截至本补充法律意见书出具之日，发行人初步确定实施地点位于长沙市湘江新区，并已与权属人长沙中电软件园有限公司（“长沙中电”）签署了《认购意向协议》，就发行人向长沙中电购买位于湖南省长沙市湘江新区中电软件园三期的意向房产事项达成了初步意向协议。公司计划在募集资金到位后使用募集资金购置募投项目相关房产及土地使用权。

（3）项目三使用募集资金用于场地租金符合《企业会计准则第 21 号——租赁》有关规定

（a）项目三使用募集资金用于场地租金的具体情况

根据发行人的说明，公司本次募投项目三拟于东莞市新增仓库租赁面积 17,000 平方米，经检索 58 同城、安居客等公开网站报价，东莞市物流仓储园区同类场地租金单价约为 1.45-2.33 元/平方米/天，参考当地同类型仓储中心平均场地租金单价，根据 3 年建设期测算场地租金费用，公司智能化仓储中心具体场地投入明细如下：

单位：平方米、元/平方米/天、万元

| 投资内容 | 建筑面积 | 租赁单价 | 当地同类型仓储中心平均场地租金单价 | 场地租金总额 | 分年租金投入 | | |
|---------|-----------|------|-------------------|----------|----------|----------|----------|
| | | | | | 第一年 | 第二年 | 第三年 |
| 智能化仓储中心 | 17,000.00 | 1.93 | 1.45-2.33 | 3,600.00 | 1,200.00 | 1,200.00 | 1,200.00 |

公司目前已完成仓储选址并签署租赁合同，出租方为东莞鸿商仓储服务有限公司，首期租赁期限为 2023 年 7 月 15 日至 2028 年 8 月 14 日，合计租赁期限约 5 年，且根据合同，若公司有意于首期租赁期限届满后继续占用和使用上述房屋，公司有权在续租提前通知期（提前至少 6 个月）书面通知出租方按照双方约定的续租期限延长租赁期限。根据《民法典》第七百三十四条第二款，租赁期限届满，房屋承租人享有以同等条件优先承租的权利；因此，即使该房屋租赁到期，同等条件下，公司有优先承租的权利。

（b）项目三使用募集资金用于场地租金符合《企业会计准则第 21 号——租赁》有关规定

根据发行人的说明，自本次募投项目三租赁期开始日起，公司根据财政部 2018 年修订的《企业会计准则第 21 号——租赁》的规定，确认使用权资产和租赁负债，并分别计提折旧和摊销利息费用。上述会计处理满足企业会计准则的要求，具体分析如下：

财政部 2018 年颁布了修订的《企业会计准则第 21 号——租赁》，规定在境内外同时上市的企业以及在境外上市并按《国际财务报告准则》或《企业会计准则》编制财务报表的企业，自 2019 年 1 月 1 日起实施新准则；其他执行企业会计准则的企业，自 2021 年 1 月 1 日起实施新准则。

根据上述新准则，承租人不再将租赁区分为经营租赁或融资租赁，而是采用统一的会计处理模型，对短期租赁和低价值资产租赁以外的其他所有租赁均确认使用权资产和租赁负债；在进行后续计量时，承租人应当参照《企业会计准则第 4 号——固定资产》有关折旧的规定，自租赁期开始日起对使用权资产计提折旧，并应当按照固定的周期性利率计算租赁负债在租赁期内各期间的利息费用，计入当期损益，但按照《企业会计准则第 17 号——借款费用》等其他准则规定应当计入相关资产成本的，从其规定。

根据上述新准则，对于短期租赁和低价值资产租赁，承租人可以选择不确认使用权资产和租赁负债。作出该选择的，承租人应当将短期租赁和低价值资产租赁的租赁付款额，在租赁期内各个期间按照直线法或其他系统合理的方法计入相关资产成本或当期损益。

短期租赁是指在租赁期开始日，租赁期不超过 12 个月的租赁，包含购买选择权的租赁不属于短期租赁；对于短期租赁，承租人可以按照租赁资产的类别作出采用简化会计处理的选择。根据公司已签署的租赁合同，项目三首期租赁期为 5 年，超过 12 个月，不属于短期租赁，公司不能选择上述简化会计处理。

低价值资产租赁是指单项租赁资产为全新资产时价值较低的租赁，不应考虑资产已被使用的年限，并且低价值资产租赁的标准是一个绝对金额，仅与资产全新状态下的绝对价值有关，不受承租人规模、性质等影响，根据《企业会计准则第 21 号——租赁》应用指南的示例，通常情况下，符合低价值资产租赁的资产全新状态下的绝对价值应低于人民币 40,000 元；公司项目三相关租赁资产为仓库，经检索 58 同城、安居客等公开网站报价，东莞市物流仓储园区同类场地出售单价约为 2,000 至 3,000 元/平方米，参考当地同类型仓储中心平均出售单价，以项目三仓库预计建筑面积 17,000 平方米为基础，测算其为全新资产时市场售价约为 3,000 万元以上，远高于人民币 4 万元，该租赁不属于低价值资产租赁，公司不能选择上述简化会计处理。

因此，公司签署的租赁合同，不满足短期租赁和低价值资产租赁的定义，公司将租金作为资本性支出，确认使用权资产和租赁负债，符合《企业会计准则第 21 号——租赁》有关规定。

综上，自本次募投项目三租赁期开始日起，公司根据财政部 2018 年修订的《企业会计准则第 21 号——租赁》的规定，将租金作为资本性支出，确认使用权资产和租赁负债，并分别计提折旧和摊销利息费用。项目三场地租金支出符合资本化的要求，会计

处理符合《企业会计准则第 21 号——租赁》有关规定。

(c) 近年将场地租金作为资本性支出的再融资案例

根据发行人的说明及经查阅相关案例公告，近年来，已发行的再融资项目中亦有较多将租赁费用作为资本性支出的案例，具体如下：

单位：万元

| 序号 | 公司 | 再融资类型 | 发行时间 | 募投项目 | 建设期 | 拟投入募集资金 | 其中：场地租金 |
|----|-----|-----------|------------|-------------------------|-----|-----------|-----------|
| 1 | 孩子王 | 可转债 | 2023 年 7 月 | 零售终端建设项目 | 3 年 | 76,400.00 | 18,608.07 |
| | | | | 智能化物流中心建设项目 | 3 年 | 27,500.00 | 3,674.69 |
| 2 | 东方通 | 向特定对象发行股票 | 2023 年 6 月 | 基于人工智能的下一代可持续运营安全产品开发项目 | 3 年 | 64,224.95 | 6,323.63 |
| 3 | 新华都 | 向特定对象发行股票 | 2022 年 7 月 | 仓储物流建设项目 | 1 年 | 8,431.33 | 730.00 |
| 4 | 宝莱特 | 向特定对象发行股票 | 2022 年 1 月 | 营销网络及信息化建设项目 | 2 年 | 14,500.00 | 2,007.50 |

综上，项目三所使用的募集资金中场地租金的会计处理符合《企业会计准则第 21 号——租赁》有关规定，将场地租金认定为资本性支出符合《〈上市公司证券发行注册管理办法〉第九条、第十条、第十一条、第十三条、第四十条、第五十七条、第六十条有关规定的适用意见——证券期货法律适用意见第 18 号》（“《证券期货法律适用意见第 18 号》”）的有关规定，具有合理性。

2.1.4 项目四中自有数字化内容营销中台直播间与短视频中心的经营模式和具体内容，发行人及其参股、控股公司是否涉及传媒领域，传媒业务的主要内容及收入占比情况（如有），是否涉及国家发改委《市场准入负面清单（2021 年版）》中相关情形，是否符合相关规定，后续业务开展的规划安排

(1) 项目四的经营模式和具体内容

(a) 行业背景

根据发行人说明，碎片化、社交化的消费需求推动以直播、短视频为代表的营销模式成为品牌营销新的增长点。根据 Polaris Market Research 报告，2023 年全球直播电商平台市场规模为 9.08 亿美元，预计到 2032 年将增至 48.80 亿美元，预测期内复合增长率将达到 20.55%；根据 Cognitive Market Research 预测，2024 年全球短视频平台市场规模为 16.95 亿美元，预计到 2031 年增至 34.32 亿美元，预测期内复合增长率将达到 10.60%。随着直播及短视频内容对用户的渗透率持续加深，未来以直播、短视频为主的营销模式将成为品牌“营销-销售-服务”的新渠道和业务增长的驱动力。

随着直播、短视频等新营销模式的流行，第三方渠道的流量成本也逐步提高，越来越多品牌商开始选择自行制作营销内容，以降低对第三方渠道内容制作商的依赖。目

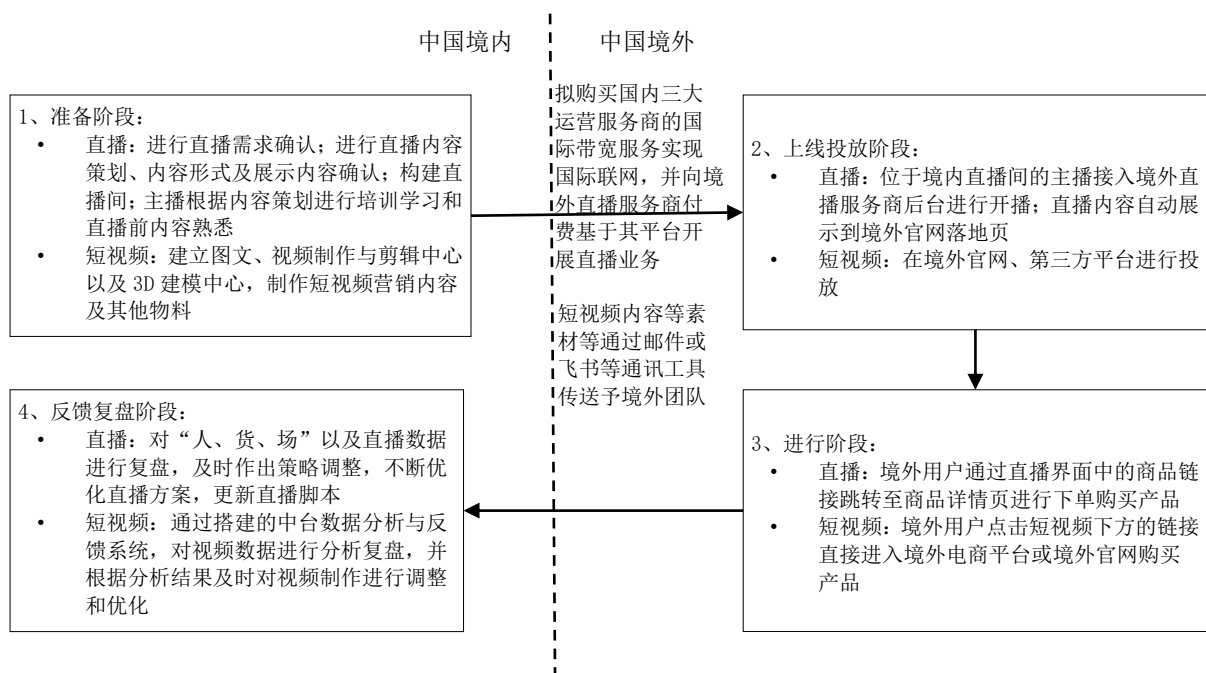
前，公司主要依靠第三方渠道实现内容营销，运营成本相对较高。未来，随着业务规模的迅速扩张，公司对于具有定制化特征、高质量及高转化率的营销内容的需求日益增强，因此公司拟结合行业最新发展趋势，建设自有数字化内容营销中台，通过打造各自有品牌专属的直播间与短视频中心，以直播与短视频的内容模式更好地进行产品的营销与推广。

(b) 经营模式

根据发行人的说明，发行人拟建立直播间与短视频中心的运营模式如下：

| 类别 | 阶段 | 具体情况 |
|-------|---------|---|
| 直播间 | 直播前准备阶段 | 专业团队负责整体策划，出具线上营销内容，确定直播方案。 |
| | 直播进行阶段 | 主播根据制定的内容和方案对产品进行销售与展示；团队运营人员负责引流以及后台解决用户问题；用户通过直播界面中的商品链接跳转至商品详情页进行下单购买。通过直播带货场景，吸引大量用户和消费者观看直播，实现对公司自有产品的线上直销并获取收益。 |
| | 直播反馈阶段 | 安排物流发货与售后服务；对“人、货、场”以及直播数据进行复盘，及时作出策略调整，不断优化直播方案，更新直播脚本，促进业务良性增长。 |
| 短视频中心 | 视频制作阶段 | 建立图文、视频制作与剪辑中心以及 3D 建模中心，针对专属产品自主生成更具创意、更符合公司产品定位、制作更精美的短视频营销内容；用户通过短视频下方的链接直接导入电商平台或平台小店实现销售转化，实现商业变现。 |
| | 视频播放阶段 | 通过短视频增加产品曝光度和知名度，提升用户的信任感并促使用户产生购买欲望，引导用户点击短视频下方的链接直接进入电商平台或平台小店购买产品，实现销售转化，达到商业变现目的。 |
| | 视频复盘阶段 | 通过搭建的中台数据分析与反馈系统，对视频数据进行分析复盘，并根据分析结果及时对视频制作进行调整和优化。 |

就项目四而言，虽然投入和建设主要发生在中国境内（体现在下图中的准备阶段及反馈复盘阶段），但计划本身面向境外开展，且仅在境外自有网站以及第三方网络平台进行直播或短视频投放，无通过境内自有网站开展直播、短视频业务的计划，示意图如下：



(c) 具体内容

根据发行人的说明, 直播间与短视频中心投资的具体内容如下:

| 类别 | 具体投向 | 具体情况 |
|-------|-------|--|
| 直播间 | 场地投入 | 建设各品牌直播间、视频工作室(用于直播前预热、剪辑等)、3D建模中心(用于开发虚拟背景、虚拟人、运动捕捉等)、数据化中台、数字化导购及售后办公场所等。 |
| | 软硬件投入 | 采购内容采集设备以满足不同场景内容采集的需求; 采购环境营造设备以协助优化直播画面, 更好地进行产品卖点展示; 采购直播带宽、直播内容管理、直播互动等资源, 以保障直播观看流畅度、满足对直播内容管理以及直播互动的需求; 采购直播监控系统、大数据热点监控平台等以实现直播活动的实时监控、效果分析、数据对比。 |
| | 人员投入 | 投入直播业务运营人员、直播工程师、场控人员、售后技术支持人员、数据分析人员等, 承担其相应薪酬成本。 |
| 短视频中心 | 场地投入 | 建设短视频中心、产品展览中心、数据化中台等。 |
| | 软硬件投入 | 采购内容采集设备以满足不同场景内容采集的需求; 采购环境营造设备以协助优化视频画面, 更好地进行产品卖点展示; 采购视频创意编辑软件以满足对视频内容再次加工的需求; 采购短视频内容分发投放系统、平台内容采集及分析系统、数据可视化系统等以满足多平台矩阵式管理和分发短视频的需求。 |
| | 人员投入 | 投入内容创作人员、虚拟摄制人员、虚拟数字资产人员、后期编辑制作人员、数据中台技术人员、中台分析人员等, 承担其相应薪酬成本。 |

(2) 发行人及其参股、控股公司不涉及传媒领域

(a) 发行人及其控股子公司相关情况

根据发行人的说明, 报告期内, 发行人及其控股子公司主要通过自有官方网站、

微信公众号、微信小程序、小红书等渠道进行业务宣传，前述行为不涉及新闻、出版、广播、电视等传媒领域，不存在传媒业务的相关内容及收入。

截至本补充法律意见书出具之日，发行人及其控股子公司未开展新闻、出版、广播、电视等传媒领域业务，不存在传媒业务的相关内容及收入，不涉及《市场准入负面清单（2022年版）》中规定的违规开展新闻传媒相关业务的情形。

（b）发行人的参股公司相关情况

如本补充法律意见书第 1.1.6（3）（b）“发行人参股公司的业务经营情况”所述，截至本补充法律意见书出具之日，发行人参股公司未开展新闻、出版、广播、电视等传媒领域业务，不涉及《市场准入负面清单（2022年版）》中规定的违规开展新闻传媒相关业务的情形。

（3）发行人涉及直播、短视频业务的情况

（a）发行人是否涉及直播及短视频业务，是否需要取得相关资质证照，是否合法合规

根据发行人的说明，为自有产品销售推广之目的，发行人存在通过第三方网络平台及境外自有网站进行直播、短视频推广销售的情况，目前相关业务贡献的收入占比极小，具体如下：

1）境内情况

就境内而言，为自有产品销售推广之目的，发行人存在通过淘宝直播（天猫）、小红书、抖音等第三方网络平台进行直播或短视频投放的情形。截至目前，发行人不存在通过境内自有网站及小程序等平台开展直播、短视频业务的情形。发行人作为该等第三方平台的注册用户，根据第三方平台的规则，通过平台进行直播及短视频投放；除依法须持有的企业营业执照、法定代表人身份证明、纳税人资质等一般性资质条件以及平台直播运营营销遵守的相关规定外，发行人无需取得前述第三方网络平台所需的《增值电信业务经营许可证》《信息网络传播视听节目许可证》及《网络文化经营许可证》等其他资质许可。

发行人在开展上述业务期间严格遵守平台关于直播及短视频的规则以及《互联网广告管理办法》《网络短视频平台管理规范》等相关法律法规，截至目前，发行人未因直播、短视频业务收到政府部门处罚或所在平台监管措施的情形。发行人亦暂无于境内自有网站开展直播短视频业务的规划。

2）境外情况

就境外而言，为自有产品销售推广之目的，发行人存在通过亚马逊直播（Amazon

Live)等第三方网络平台进行直播或短视频投放的情形,发行人在投放相关视频时均严格遵守相关平台规则。自2023年8月起,发行人亦在美国通过自有网站开始进行直播销售自有产品,截至2024年6月末,前述已累计实现的销售收入不超过人民币1,930万元。根据境外法律意见书,发行人的美国子公司均已取得业务经营所需的所有政府许可。截至目前,发行人未因直播、短视频收到政府部门处罚或所在平台监管措施的情形。

综上,发行人目前开展的直播及短视频相关工作主要用作销售宣传手段,相关业务贡献的收入极小。发行人在境外现有渠道及在境内通过有资质的第三方网络平台开展直播、短视频业务无需额外获取资质,开展上述业务合法合规。

(b)本次募投项目四所涉直播、短视频业务是否需要取得相关资质证照,本次募投项目四是否符合国家产业政策

根据发行人的说明,本次募投项目四涉及直播间及短视频中心,截至目前尚未投入及开展,其主要计划面向境外开展,包括在境外自有网站以及第三方网络平台进行直播或短视频投放,无通过境内自有网站开展直播、短视频业务的计划。发行人实施项目四无需取得额外的特殊业务资质许可,符合国家产业政策。

2.1.5 说明本次募投项目与前次募投项目的区别与联系,包括但不限于工艺技术、生产设备、产品性能等方面;前募产品是否与本募产品具有相似性;前募项目尚未达产的情况下本次投资的必要性,是否存在重复建设和过度融资

(1)说明本次募投项目与前次募投项目的区别与联系,包括但不限于工艺技术、生产设备、产品性能等方面;前募产品是否与本募产品具有相似性

(a)前次募投项目主要投资内容

根据发行人的说明,前次募投建设类项目的主要情况如下:

| 序号 | 项目名称 | 项目实施主体 | 项目主要建设内容 | 研发产品及领域 |
|----|-----------------|----------------------------------|---|---|
| 1 | 深圳产品技术研发中心升级项目 | 安克创新科技股份有限公司深圳分公司、深圳安克、安克智慧、安克智才 | 在深圳购置并装修研发相关场地,引进研发人才并扩充研发团队,购买研发相关设备,支持各业务部门的产品研发需求 | 移动电源/充电宝、充电器、数据线产品及相关技术 无线耳机、无线音箱产品及相关技术 智能秤及扫地机器人等智能家居设备、智能车载设备、智能投影设备、智能安防设备产品及相关技术 |
| 2 | 长沙软件研发和产品测试中心项目 | 发行人 | 完成软件研发、产品测试、人工智能相关场地的装修,引进相关人才并购置相关软件及研发检验设备,打造软件研发和产品测试中心以支持各业务部 | |

| 序号 | 项目名称 | 项目实施主体 | 项目主要内容 | 研发产品及领域 |
|----|-------------------|--|--|---------|
| | | | 门的软件研发及产品测试需求 | |
| 3 | 长沙总部运营管理中心建设和升级项目 | 发行人 | 以已有办公场所为基础，扩大销售、营销、客服、信息技术等职能团队的规模，同时购置能够支撑公司日常运营的信息系统设备及软件，建成以一体化集成运营信息平台为支撑的总部运营管理中心 | |
| 4 | 全球化营销服务和品牌矩阵建设项目 | 发行人、Anker Innovations Limited、Fantasia Trading LLC、Anker Technology (UK) Ltd、POWER MOBILE LIFE LLC | 公司及其境外子公司将募集资金用于公司产品及品牌在境外市场的营销推广，包括但不限于境外销售平台站内推广费、社交媒体广告投放费、活动与展会费等多种营销推广方式，以强化公司品牌影响力并扩大产品市场占有率 | |

如上表，前次募投深圳产品技术研发中心升级项目涉及产品研发，主要系针对公司产品品类进行产品及相关技术的研发，包括移动电源/充电宝、充电器、数据线、智能秤及扫地机器人等智能家居设备、智能车载设备、智能投影设备、智能安防设备等。除此之外，前次募投其他项目不涉及具体产品的研发。

(b) 本次募投项目建设内容及相关产品与前次募投项目的区别与联系

根据发行人的说明，本次募投建设类项目包括便携及户用储能产品研发及产业化项目、新一代智能硬件产品研发及产业化项目、仓储智能化升级项目及全链路数字化运营中心项目。

本次募投便携及户用储能产品研发及产业化项目和新一代智能硬件产品研发及产业化项目涉及便携及户用储能相关产品、智能安防产品、智能投影仪及3D打印设备的研发，上述产品品类已实现销售，在相关行业快速发展的背景下，发行人拟通过募投项目的实施在现有产品的基础上进行新技术、新工艺的研发，并拟推出新产品系列。另外，公司拟通过仓储智能化升级项目打造智能化仓储中心，提高仓储运营效率和服务质量；拟通过全链路数字化运营中心项目围绕公司售前导购系统、内容营销中台和售后服务平台三大业务板块开展数字化建设，以信息化手段提升公司运营效率和服务水平。

本次募投建设类项目主要情况及与前次募投项目的区别与联系如下表：

| 序号 | 本次募投项目 | 项目实施主体 | 项目建设内容 | 本次募投项目相关产品 | 是否与前次募投项目建设内容相关 | 本次募投项目与前次募投项目的区别与联系 |
|----|--------|----------|-----------------|-------------|-----------------|------------------------|
| 1 | 项目一 | 发行人、深圳市安 | 建设产品研发实验室，购置研发设 | 便携及户用储能相关产品 | 否 | 前次募投项目不涉及便携及户用储能相关产品的投 |

| 序号 | 本次募投项目 | 项目实施主体 | 项目建设内容 | 本次募投项目相关产品 | 是否与前次募投项目建设内容相关 | 本次募投项目与前次募投项目的区别与联系 |
|----|--------|-----------------------------|--|------------|-----------------|---|
| | | 克旭创科技有限公司（曾用名：深圳市超库立科技有限公司） | 备，围绕便捷及户用储能领域开展新技术的研究和开发，实现产品的迭代升级 | | | 入 |
| 2 | 项目二 | 发行人、海翼智新 | 建设产品研发实验室，购置研发设备，围绕智能安防产品、智能投影仪、3D 打印设备领域开展新技术、新工艺的研发，推出新的产品系列 | 智能安防产品 | 是 | 本项目与前次深圳产品技术研发中心升级项目在项目相关产品方面存在部分产品品类重合，但在研发内容、研发设备、产品功能、产品性能等方面存在较大区别，本项目计划推出新的产品系列 |
| | | | | 智能投影仪 | | |
| | | | | 3D 打印设备 | 否 | 前次募投项目不涉及 3D 打印设备的投入 |
| 3 | 项目三 | 发行人 | 购置仓储自动化设备及相应系统，对原有仓库进行智能化改造，提高仓储物流效率 | - | 否 | 前次募投项目不涉及智能化仓储中心的投入 |
| 4 | 项目四 | 发行人 | 购置相关场地及软硬件设备，对公司已有的售前导购、营销、售后服务环节进行数字化改造，新建线上虚拟导购服务、自有营销内容制作及推广中台、AI 智能售后服务等业务环节 | - | 否 | 前次募投项目不涉及对线上虚拟导购、内容营销中台、AI 智能售后相关投入，虽然长沙总部运营管理中心项目及全球化营销服务和品牌矩阵建设项目系在公司运营、营销业务环节的投入，但在建设内容方面与本次募投项目存在根本区别，建设内容不重叠 |

如上表所示：1）本次募投项目之项目一、项目三、项目四建设内容均与前次募投项目不相关；2）项目二中的 3D 打印设备前次募投项目不涉及，仅智能安防产品及智能投影仪的研发与前次募投项目在研发产品品类方面存在部分重合，但在研发内容、研发设备、产品功能、产品性能等方面存在较大区别，本次募投项目计划推出新的产品系列；3）此外，针对项目四，虽然前次募投项目中“长沙总部运营管理中心项目”及“全球化营销服务和品牌矩阵建设项目”系对公司运营、营销业务环节的投入，但在建设内容方面与本次募投项目存在根本区别，建设内容不重叠。

对于项目二中的智能投影仪与智能安防产品及项目四与前次募投项目的区别，具体分析如下：

1) 项目二

前次募投项目中，深圳产品技术研发中心升级项目涉及的研发产品品类较多，包括移动电源/充电宝、充电器、数据线、智能秤及扫地机器人等智能家居设备、智能车载设备、智能投影设备（即“智能投影仪”）、智能安防设备等，其中与本项目相关的为智能投影仪及智能安防设备。本项目拟在现有智能投影仪及智能安防设备产品的基础上加强创新研发、进行技术攻关并推出新的产品系列，本项目与前次募投项目在研发内容、产品工艺技术、产品生产设备、产品功能、产品性能的区别与联系如下：

① 智能投影仪

| 序号 | 项目 | 本次募投项目 | 前次募投项目 | 本次募投项目与前次募投项目的区别与联系 |
|----|--------|--|--|--|
| 1 | 研发内容 | 自主研发投影仪光机部件；提高产品对环境的智能感知能力，提升产品自动对焦、无感对焦、环境光自适应等能力；优化产品画质，实现高质量的运动补偿和动态对比度 | 将投影显示与语音智能相结合，实现语音控制；研发 3D 全息投影技术，将交互式虚拟成像技术融入产品 | <p>(1) 本次募投项目：侧重提升产品画面质量及视觉体验，拟进行投影仪核心零部件光机自主开发，提升光机部件的质量和性能，同时研究环境感知算法和传感器来提高产品对投影所在环境的感知能力，以及提升产品的画质，尤其是在动态场景下的画面表现。</p> <p>(2) 前次募投项目：侧重提升产品操作的便捷性和交互性，在产品中嵌入语言控制功能和虚拟成像技术以增强产品与用户的交互性。</p> <p>(3) 区别：本次募投项目旨在提升产品画质等性能，而前次募投项目则是拓展产品语音控制等功能，研发内容不同；另外，本次项目拟在原有产品的基础上结合新技术、新工艺形成新的产品系列。</p> |
| 2 | 主要研发设备 | 积分球和光谱仪、手板机加工样机、成份分析仪器、色彩分析仪、光学设计软件、结构及 ID 设计软件 | 步进式恒温恒湿箱、插拔试验机、防尘仪、积分球系统、测试辅助机器人 | 本次项目更注重光学调试、光学测试、光学设计等软硬件设备，用于自主研发光机 |
| 3 | 主要工艺技术 | 镜片组装工艺技术、微动结 | 散热系统装配工艺技 | 本次项目新增加光机自主 |

| | | | | |
|---|--------|---|-------------------------|---------------------------------|
| | | 构组装工艺技术、解析调试组装技术、光源准直工艺技术、光机调试工艺技术、散热系统装配工艺技术、整机组装及检验技术 | 术、整机组装及检验技术 | 开发相关工艺技术，其他工艺技术不存在重大区别 |
| 4 | 生产设备 | 点胶机、UV 光源机、工业显微镜、照度机、工业相机、光功率计、电批、电声测试系统、蓝牙综合测试仪器 | 光功率计、电批、电声测试系统、蓝牙综合测试仪器 | 本次项目增加了光机自主开发相关生产设备，其他设备不存在重大区别 |
| 5 | 主要产品功能 | 高清视频播放、全色彩还原、音乐高保真、环保低噪音 | 音乐高保真、环保低噪音 | 本次项目在原有基础上升级了高清视频播放功能，新增全色彩还原功能 |
| 6 | 产品性能 | 高亮度、高对比度、高色彩度、低噪音、高分辨率 | 中亮度、低噪音、中分辨率 | 通过自研光机，在产品亮度、对比度、色彩度、分辨率等方面有所提升 |

② 智能安防产品

| 序号 | 项目 | 本次募投项目 | 前次募投项目 | 本次募投项目与前次募投项目的区别与联系 |
|----|--------|---|--|--|
| 1 | 研发内容 | 实现分辨率提升、全彩夜视功能；大模型 AI 在家庭安防的应用；远距离图传；健康监测、婴儿病状跟踪及警报等母婴类产品技术 | 多地部署服务器支持用户设备管理；加强整合深度学习技术，加深人形和人脸识别技术研发；提高人脸/人形识别的精确度、准确率 | <p>(1) 本次募投项目：侧重扩展母婴类功能并提升产品图像、传输性能，以最新大模型 AI 技术赋能产品研发，拟进行健康监测、病状跟踪及警报等母婴相关产品功能的研发，同时注重提升监控图像的分辨率、色彩等呈现效果和图像数据传输效率，以及研究最新大模型 AI 技术在智能安防领域的应用。</p> <p>(2) 前次募投项目：侧重增强产品的本地化部署能力并形成产品基础 AI 识别能力和技术。</p> <p>(3) 区别：本次募投项目旨在扩展产品母婴相关新功能并提升图像、传输等性能，而前次募投项目则是增强产品本地化数据处理及人脸/人形识别能力，研发内容不同；另外，本次项目拟在原有产品的基础上结合新技术、新工艺形成新的产品系列。</p> |
| 2 | 主要研发设备 | 便携式示波器、HDR 测试灯箱、图像分析软件、AI 算法训练服务器、数 | 磁干扰测试接收机、RF 测试系统、半波暗室、电池测试系统、电磁干 | 本次项目更注重图像分析、AI 训练、语音功能相关设备的投入 |

| 序号 | 项目 | 本次募投项目 | 前次募投项目 | 本次募投项目与前次募投项目的区别与联系 |
|----|------|---|--------------------------------|---|
| | | 据存储服务器、AI 训练集、Figma、Starling、公有云虚拟机资源 | 扰传导辐射模拟系统 | |
| 3 | 工艺技术 | 注塑工艺、冲压工艺、插件工艺、气密测试 | | 本次项目拟研发产品系在现有产品基础上的升级，在工艺技术上不存在重大区别 |
| 4 | 生产设备 | 注塑机、冲压机、CNC 设备、波峰焊机、气密性检测仪 | | 本次项目拟研发产品系在现有产品基础上的升级，在生产设备上不存在重大区别 |
| 5 | 产品功能 | 录像（跨境录像和片段式触发）；出流；AI 功能（人形/人脸识别、宠物/车辆检测，云台跟踪）；语音功能；全彩夜视 | 录像（片段式触发）、出流、AI 人形/人脸识别、语音功能 | 本次项目优化视频编码方式，成像效果更佳；拓展 AI 功能；实现云台实时跟踪，提升安防效果；新增录像跨境接力，多摄像头联动，记录完整的行为轨迹；新增语音功能 |
| 6 | 产品性能 | 主控主频及内存更优；影像自动对焦，分辨率高；存储较大，支持基站接入；AI 检测类型较多 | 主控主频及内存一般；分辨率中等；存储较小；AI 检测类型较少 | 本次项目提升了主控的主频、内存及 AI 算力；图像分辨率升级；支持 5G 连接；AI 检测类型更多；扩展存储空间，支持接入基站 |

综上，由于新产品系列在基本结构等方面不存在较大变化，因此在产品生产工艺技术、生产设备方面存在重合，但公司采用“自主研发设计+外协生产”的产品供应模式，公司主要完成产品的研发及设计环节，生产环节由外协厂商完成，而本项目与前次募投项目在智能投影仪及智能安防设备的研发内容、研发设备、产品功能、产品性能等方面存在较大区别，因此不存在重复建设的情形。

2) 项目四

根据发行人的说明，本项目基于近期兴起的线上导购模式、直播和短视频营销媒介、生成式人工智能等趋势，在已有的一体化集成运营信息平台的基础上，通过拟购置国内相关场地及新型软硬件设备，对公司已有的售前导购、营销、售后服务环节结合行业新趋势、新技术进行数字化改造，新建线上虚拟导购服务、自有营销内容制作及推广中台、AI 智能售后服务等业务环节。本项目建设内容不包含产品研发及产业化，不涉及工艺技术、生产设备、产品性能等。虽然前次募投长沙总部运营管理中心项目及全球化营销服务和品牌矩阵建设项目亦为在公司运营、营销业务环节的投入，但在建设背景、建设内容、项目投入等方面与本项目存在根本区别，不存在建设内容重叠，具体分析如下：

| 序号 | 项目名称 | | 建设背景 | 主要建设内容 | 主要投资内容 |
|----|-------------------|------|---|---|------------------|
| 1 | 长沙总部运营管理中心建设和升级项目 | | 2017-2019年，公司市场占有率扩大，经营规模不断增长，公司制定了包括研发技术升级发展计划、市场开发发展计划、渠道拓展发展计划等具体业务发展规划。为有效保证公司战略及未来业务发展规划的顺利实施，公司需要扩大各职能团队同时建设支持公司日常运营的基础信息平台，以有力地支撑公司业务规模继续快速发展 | 扩充职能团队规模，打造以一体化集成运营信息平台为支撑的总部运营管理中心：以已有办公场所为基础，扩大销售、营销、客服、信息技术等职能团队的人员规模，建成包含各职能团队的总部运营管理中心，同时购置能够支撑公司日常运营的信息化系统设备及软件，包括订单管理系统、产品生命周期管理系统、网络接入身份认证系统、内网流量安全监测系统、人事管理系统等，建成一体化集成运营信息平台 | 人员成本及基础信息系统及软件投入 |
| 2 | 全球化营销服务和品牌矩阵建设项目 | | 全球消费电子市场保持稳定增长，长期来看具有较大的增长空间，国家行业政策明确提出要提升企业的跨国经营能力和国际竞争力，支持企业建立全球营销及服务体系，建立全球产业链体系，提高国际化经营能力和服务水平。面对良好的市场机遇，公司每年大量新研产品投入市场，并随之扩大产品线、适时推出新的品牌、开拓新的市场领域，公司有必要增强全球化营销服务体系建设，加强线上线下营销渠道，深化品牌品质化建设，取得良好用户口碑，在激烈的市场竞争中持续保持优势地位 | 品牌建设及市场推广：主要系境外子公司使用募集资金进行公司产品及品牌的境外市场推广，包括但不限于线上销售推广、整合营销、广告投放、媒体公关、官方品牌活动、数字营销、内容营销、活动与展会等方式，以深化用户基础，强化公司品牌全球影响力 | 营销推广费投入 |
| 3 | 全链路数字化运营中心项目 | 售前导购 | 近年来，全球各大消费电子企业的官网独立站凭借可与客户直接交互，有利于洞察客户需求、增加用户粘性等天然优势，日益成为产品销售最重要的销售渠道之一。作为全球消费电子的领先企业，苹果于2023年3月推出“Shop with a Specialist over Video”的交互式售前服务方案，通过在官网上线新功能并扩建客户服务团队，让客户能够在苹果官网与苹果公司的客户服务团队成员建立实时视频通话，在线上完成产品浏览、信息咨询、产品选购及交易等环节，在当前产品品类较多、各类信息较为冗杂的情况下有效提高了品牌商服务客户的能力及客户个性化购物体验，有效促进产品线上销售 | 在公司官网打造交互式售前导购解决方案：公司拟借鉴行业领先企业的成功实践，通过相关场地投入和软硬件设备的购置，在官网引入实时视频通话系统并扩充相应的售前服务团队规模，将传统的线下导购环节转为线上模式，实现线上一对一售前导购、咨询等真人交互操作，让消费者能够通过公司官网内置的功能完成线上咨询、挑选、购买等一系列过程，打造交互式售前导购解决方案 | 场地投入和软硬件购置及安装投入 |
| | | 营销 | 随着流量成本逐步提高以及短视频、直播等营销媒介的 | 建立营销内容制作中心、品牌直播间与短视频中心、 | |

| 序号 | 项目名称 | 建设背景 | 主要建设内容 | 主要投资内容 |
|----|---------|--|--|--------|
| | | <p>流行，越来越多的电商、品牌商开始选择自行制作营销内容，降低对第三方渠道内容制作商的依赖。目前，公司较多地依靠第三方渠道实现内容营销，运营成本相对较高。未来，随着公司业务规模的迅速扩张，对具有定制化特征、高质量及高转化率的营销内容的需求日益增强，预计公司现有路径将无法满足公司业务发展需要</p> | <p>中台数据分析与反馈系统：拟通过相关场地投入和软硬件设备的购置，在营销内容制作方面，公司将建立图文、视频制作与剪辑中心以及 3D 建模中心，针对专属产品自主生成更具创意、更符合公司产品定位、制作精美的营销内容；在营销渠道方面，公司将打造专属各个子品牌直播间与短视频中心，通过直播以及短视频的营销渠道更好地进行产品信息的营销和推广；在营销数据分析方面，公司还将搭建中台数据分析与反馈系统，在提升用户洞察能力的同时，以邮件、站内信息等多个方式实现对用户的多渠道触达，从多个维度实现获客率、转化率的提升</p> | |
| | 售 后 服 务 | <p>当前，人工智能技术发展迅速，推动着其应用边界拓宽至售后客户服务场景。目前行业内对于售后客服应用的核心诉求主要在及时响应客户、有效解决问题以及同时处理多项服务需求等方面，因此在售后服务领域引入新一代人工智能技术成为行业未来发展方向</p> | <p>引入人工智能技术赋能售后服务领域，建设智能化售后服务平台：公司拟引入最新的 AI 技术，从传统的人工客服售后服务逐渐转向 AI 智能售后服务，提升公司客户服务环节的智能化渗透率。同时，将大数据分析技术与 AI 算法模型进行深度结合，赋能售后服务领域的数据分析环节，实现对客户需求分析从主观经验判断到客观数据分析的转换，提升企业智能化服务水平</p> | |

(c) 本次募投项目与现有业务的区别与联系

1) 公司现有业务基本情况

根据发行人说明及本所核查，公司是一家全球化的知名消费电子品牌企业，主要从事自有品牌的智能硬件产品的研发、设计和销售，主营业务产品覆盖了充电储能、智能创新、智能影音等多个产品类别，各个产品类别具体产品情况如下：

| 产品类别 | 简介 | 具体产品情况 |
|-------|---|-----------------------------------|
| 充电储能类 | 主要为“Anker（安克）”品牌的数码充电及周边产品、“AnkerSOLIX”系列的家用储能产品 | 充电器、充电线、移动电源、便携储能产品、户用储能产品等 |
| 智能创新类 | 主要为“eufy（悠飞）”品牌的家用智能清洁和家用安防产品、“Nubula（安克星云）”品牌的智能投影产品以及“AnkerMake”品牌的 3D 打印产品等智能化电子产品 | 智能扫地机、智能洗地机、智能吸尘器、智能安防产品 3D 打印设备等 |
| 智能影音类 | 主要为“soundcore（声阔）”品牌的耳机音箱产品以及“AnkerWork”品牌的智能办公音频产品 | 无线蓝牙耳机、无线蓝牙音箱、无线麦克风、会议音频设备、智能投影仪等 |

报告期内，上述细分产品收入情况具体请参见本补充法律意见书第 2.1.6（1）（c）条“下游客户拓展情况”。

2) 本次募投项目与现有业务的区别与联系

根据发行人的说明，本次募投项目主要投向主业，在坚持深耕消费电子主业的基础上，不断巩固优势产品的市场地位，对具备高增长潜力的成长型业务加大投入，同时结合行业的最新发展趋势及前沿技术对公司业务经营环节进行升级，以增强公司收入增长的可持续性，提高公司的综合竞争力，具体情况如下：

| 项目 | 项目一 | 项目二 | 项目三 | 项目四 | 补充流动资金 |
|--------------------------------|---|---|-----|-----|--------|
| 1、是否属于对现有业务（包括产品、服务、技术等，下同）的扩产 | 否 | 否 | 否 | 否 | 否 |
| 2、是否属于对现有业务的升级 | 是。本项目拟基于公司现有的储能业务，围绕便携及户用储能领域开展前瞻性、应用性的新技术研究开发，对现有产品进行升级改造，在已有产品的基础上推出新的产品系列，增强产品的性能及功能，属于在同一产品应用领域内对现有产品、技术的升级，系对现有业务的升级 | 是。本项目拟基于公司现有的智能创新及智能影音业务，围绕 3D 打印设备、智能投影仪和智能安防产品开展新技术及新工艺的研发，对现有产品进行升级改造，在已有产品的基础上推出新的产品系列，增强产品的性能及功能，属于在 | 否 | 否 | 否 |

| 项目 | 项目一 | 项目二 | 项目三 | 项目四 | 补充流动资金 |
|-------------------------|-----|--------------------------------|---|---|--|
| | | 同一产品应用领域内对现有产品、技术的升级,系对现有业务的升级 | | | |
| 3、是否属于基于现有业务在其他应用领域的拓展 | 否 | 否 | 否 | 否 | 否 |
| 4、是否属于对产业链上下游的(横向/纵向)延伸 | 否 | 否 | 否 | 否 | 否 |
| 5、是否属于跨主业投资 | 否 | 否 | 否 | 否 | 否 |
| 6、其他 | - | - | 本项目拟采用先进的物流技术和智能化设备对公司仓储物流环节进行升级改造,提高公司仓储物流的运营效率和服务质量,为公司业务快速发展提供有力支持 | 本项目拟围绕公司售前导购系统、内容营销中台和售后服务三大业务板块进行数字化改造,以信息化手段提升公司运营效率和服务水平 | 本项目是对公司业务经营所需营运资金的有效补充,满足公司日常生产经营及业务发展对流动资金的需求,为公司业务的稳定和持续发展提供资金支持 |

根据上述表格,项目一和项目二拟对现有产品进行升级改造,在已有产品的基础上推出新的产品系列,属于在同一产品应用领域内对现有产品、技术的升级,系对现有业务的升级。

项目三和项目四拟结合行业的最新发展趋势及前沿技术,对公司的仓储物流、营销、售后服务等业务经营环节进行数字化升级改造,有利于提高公司总体经营效率和服务水平;本次募投补充流动资金项目是对公司业务经营所需营运资金的有效补充,满足公司日常生产经营及业务发展对流动资金的需求,为公司业务的稳定和持续发展提供资金支持。项目三、项目四和补充流动资金项目与公司主营业务的经营与发展密切相关,有利于公司长期可持续发展。

具体而言,项目一和项目二与现有业务在技术路线和应用领域方面的区别和联系分析如下:

①项目一

项目一拟在现有产品技术路线的基础上开展新技术、新工艺的研发升级,推出新的

产品系列，主要体现为技术特点、性能指标等差异，在应用领域方面不存在重大差异，具体情况如下：

| 产品 | 技术路线 | | 应用领域 |
|--------|---|---|---------------------------------|
| | 现有产品技术路线 | 拟通过募投项目实施升级的主要内容/方向 | |
| 便携储能产品 | 公司现有产品主要为低功率、小容量便携储能产品，在产品的快充特性、智能化、储能安全技术上存在较大提升空间 | 本项目拟围绕便携储能安全性、高密和智能化快充进行深入的研究和技术深耕，计划创新性引入全极耳大圆柱电芯，实现系统高功率小型化，通过智能化控制策略，在产品快充速度方面达到行业顶尖水平，实现产品安全和性能的领先 | 现有产品及新产品系列的应用领域均主要为户外旅行、应急灾备等 |
| 户用储能产品 | 公司现有户用储能产品以阳台光储产品为主，在产品输出功率、循环寿命、产品安全等方面还有较大提升空间 | 本项目拟对户用储能进行一系列升级，采用低压并联架构，引入长寿命方壳电芯，提升储能系统使用寿命，通过高密度 DCDC 设计，实现较大输出功率，通过模块级防爆技术保障系统高安全，实现全屋备电智能化系统级调度，支持多发多用，大幅提升产品的技术水平和性能指标 | 现有产品及新产品系列的应用领域均主要为家庭电价调节、应急灾备等 |

根据发行人的说明，公司拟通过本次募投项目实施升级的主要内容/方向系基于现有便携及户用储能产品性能的基础上，在充电速度、输出功率、产品寿命、智能化控制及产品安全等方面进行深耕，对产品的各方面性能和功能进行升级，与公司现有技术具备较强的技术同源性，公司相关研发人员已就项目的实施方案进行了研究探讨并在实施过程中，可实现性较强。

②项目二

项目二拟在现有产品技术路线的基础上开展新技术、新工艺的研发升级，推出新的产品系列，主要体现为技术特点、性能指标等差异，在应用领域方面不存在重大差异，具体情况如下：

| 产品 | 技术路线 | | 应用领域 |
|-------|--|---|----------------------------|
| | 现有产品技术路线 | 拟通过募投项目实施升级的主要内容/方向 | |
| 智能投影仪 | 光机和智能化算法是产品差异化的核心，公司在光机设计方面主要为小型化技术，在光机性能、智能感知和画质优化技术还存在较大提升空间 | 本项目拟提升光机的照明光学、成像光学及密封光机设计能力，研发出高亮度的混色激光光机；拟研发自适应动态光源控制算法，根据图像亮度动态调整光源亮度，预计大幅提升动态对比度和提升光源寿命；拟研发精细化全自动校正技术，通过粗定位及精细化调整算法，预计产品对焦、梯校时间和对焦精度优于行业平均水平。综上， | 现有产品及新产品系列的应用领域均主要为家用及户外投影 |

| 产品 | 技术路线 | | 应用领域 |
|---------|--|---|---|
| | 现有产品技术路线 | 拟通过募投项目实施升级的主要内容/方向 | |
| | | 本项目预计能够进一步提升投影仪的亮度、色域、对比度、画质等关键技术水平和性能 | |
| 智能安防产品 | 公司现有主要产品图像分辨率为 1080p，夜晚仅支持黑白夜视，现有产品在功能完备性和性能的参数指标上存在较大提升空间，同时仍需进一步研究 AI 检出率、视频数据传输距离等关键技术 | 现在市场上的主流产品一般为 2K 分辨率且支持彩色夜视，本项目拟将产品分辨率提升至 4K，在性能参数上领先于市场主流产品，同时引入全彩夜视技术，在亮度较低的情况下实现较远距离彩色景物的识别；拟通过引入 AI 大模型，解决端侧 AI 性能不足，误检率高的问题，提升 AI 识别和检测准确率；拟借鉴无人机的远距离图传技术，提高图传的稳定性，实现远距离情况下 4K 分辨率图传；拟对母婴相关产品系列相关技术及功能进行研发 | 现有产品及新产品系列的应用领域均主要为家用视频监控，部分母婴新产品系列拓展了家庭母婴安全的应用场景 |
| 3D 打印设备 | 运动控制算法方面，市场普遍采用 kilpper 开源控制算法，公司基于 marlin 和 kilpper 的开发了 PowerBoost™ 2.0 S-Smoothing 运动控制算法 | 当前市场普遍的运动控制算法存在震动抑制难、层纹明显、计算量大等问题，本项目拟借鉴工控领域的高精度运动控制算法进行全新运动控制算法的升级，实现更好的运动震动的抑制，实现更高速度的精准控制 | 现有产品及新产品系列的应用领域均主要为消费级 3D 打印应用领域 |
| | 多颜色打印方面，市场上的多色打印喷头主要采用多进单出的方式，容易导致 100%-300% 的废料，AnkerMake 采用多进多出的多喷嘴多色喷方案，极大减少打印废料 | 公司使用当前方案在保持高速高精打印时对于喷头的重量和设计的精度有较高要求，本项目拟研发第二代多色打印喷头，通过特殊材料进行减重、提升制造精度，在实现较少废料的同时提升多色打印的速度和精度 | |

根据发行人的说明，公司拟通过本次募投项目实施升级的主要内容/方向系基于现有智能投影仪产品相关的小型化光机设计、感知、画质等技术，在光机性能、智能环境感知和画质优化等方面进行深入研究并升级；基于现有智能安防产品的主控主频及内存、分辨率、AI 基础识别等技术的基础上进一步提升产品的分辨率、AI 识别能力等性能和功能；基于现有 3D 打印设备的运动控制算法和多喷嘴多色喷方案实现算法和打印喷头的升级。上述拟通过本次募投项目实施升级的主要内容/方向与公司现有技术具备较强的技术同源性，公司相关研发人员已就项目的实施方案进行了研究探讨并在实施过程中，可实现性较强。

3) 本次相关募投项目对现有业务升级的必要性

①把握储能行业发展机遇，加快公司在储能业务领域布局

根据发行人的说明，为实现碳达峰、碳中和的宏伟目标，全球能源结构转型的趋势已不可逆转，清洁能源的发展迫在眉睫。同时光伏、风电由于本身受自然条件限制，天然需要与储能搭配来实现电力供给的持续稳定。伴随电化学储能成本的持续下降以及各国政策的大力支持，也同时受益于户外应用场景的不断拓展以及消费者习惯的逐步培养，全球储能市场蓬勃发展。随着户外用电场景不断丰富、海外家庭电价调价需求旺盛，消费者对储能产品性能要求不断提高，包括大功率、高安全、长寿命、多功能、智能化等需求增加，储能行业的技术导向型特征和逐步提高的行业技术水平决定了行业内企业的研发技术水平是其参与市场竞争的关键因素。在行业快速发展的背景下，同行业公司也在加大相关领域的投入，为客户提供全场景能源解决方案，以扩大在全球储能市场的影响力。

储能行业已成为全球消费电子市场的重要增长点，储能业务领域也是公司未来经营发展战略重要一环。为了更好地抓住行业发展机遇，践行公司经营发展战略，公司拟通过募投项目的实施围绕便携储能及户用储能产品展开深入的研究和产品开发，在产品的输出功率、快充速度、安全性、使用寿命等方面进一步提升技术水平，打造具备竞争优势的储能产品，进一步丰富储能产品矩阵，更好地满足终端消费者多元化需求，实现储能业务多场景覆盖，推动公司储能业务持续发展。

②实现核心零部件自研自控，提升智能投影仪产品综合竞争力

根据发行人的说明及公开检索，光机主要由镜头、光源和芯片构成，对投影仪的分辨率、画面色彩效果等方面具有重要影响，是智能投影仪的核心零部件，从重要性及成本构成上来看，光机整机构成投影仪硬件的重要组成部分。光机研发属于精密光学的范畴，具备较高的专业性和复杂度，目前多数智能投影设备行业企业无光机自研能力。同行业公司极米科技股份有限公司（“极米科技”）将“光机研发中心建设项目”作为首次公开发行股票并上市的募集资金投资项目，加大对光机自研相关的投入。

目前，公司投影仪产品中的光机部件直接向外部采购，公司拟通过募投项目的实施建设光机研发实验室等方式并配置相关设备及研发人员，自主研发光机部件并仅用于自有投影仪产品销售，实现公司投影仪产品核心零部件自研自控，不单独出售光机。一方面能够提高公司投影仪产品的功能和性能，进一步打造业务竞争壁垒，另一方面能够减少对外部供应商的依赖程度，实现产品成本的进一步优化。同时，在消费升级的背景下，消费者对家用影音娱乐的需求呈现追求极致体验的发展趋势。公司拟在自研光机的基础上进一步提高产品在感知、画质方面的技术水平，提升智能投影仪产品的综合竞争力，助推公司智能投影业务持续发展。

③顺应智能安防行业技术发展趋势，巩固提升公司智能安防领域市场地位

根据发行人的说明，智能安防为典型的技术密集型行业，从行业技术发展趋势来看，智能安防产品正朝着“影像高清化”、“系统智能化”等方向发展。对于视频监控而言，产

品影像的高清晰度能够带来更好的监控效果和观看体验，是智能安防产品升级的关键技术发展指标，也是衡量一个智能安防厂商所处行业水平的标准之一。另外，随着智能检测技术、AI 技术、数据传输技术的发展，各大厂商能够更好地将新型技术融入安防产品中，增强产品的目标检测、数据传输等智能化功能。在应用场景方面，消费者在传统的视频监控需求基础上对于儿童等家庭成员的看护需求日益增加，安防产品相关应用场景亦不断拓展。

为了顺应行业发展趋势，更好地满足下游消费者的需求，公司拟通过募投项目的建设，进一步加大对智能安防产品的研发投入，在提升产品影像、AI 应用、远距离图传等方向展开深入研究，逐步开发具备高性能、多功能的高度智能化安防产品。与此同时，公司将基于安防产品的底层技术，针对特定应用场景，开展产品的迭代和创新。例如，公司针对婴儿看护场景，拟研究开发具有健康监测、婴儿病状跟踪及警报等功能的新产品系列，满足用户特定需求，进一步提升用户体验。综上，本募投项目能够进一步提升公司在智能安防行业的技术水平，进一步巩固和提升公司在智能安防领域的市场地位，促进智能安防业务的长远发展。

④助力解决行业及用户使用痛点，实现高速、高质、多颜色 3D 打印

根据发行人的说明，随着各国政策扶持力度加大和产业化推广速度的加快，全球 3D 打印行业迎来快速发展，但总体而言渗透率仍然偏低。目前 3D 打印领域尤其是消费级 3D 打印产品存在打印时间较长、打印精度不高、打印色彩单一等行业痛点，对打印成品的效果以及客户的使用体验造成了较大的影响，成为掣肘行业未来发展的重要因素。为了解决行业及用户使用痛点，各大消费级 3D 打印厂商在不断加大对高速打印、高精度打印、多颜色打印相关领域技术研发的投入，各大厂商推出的新产品系列在打印速度、打印精度以及打印颜色等方面的功能和性能也在不断升级。

公司以满足客户需求为核心、解决行业痛点为导向，坚持通过研发投入带动产品与技术的升级迭代。针对上述行业痛点和需求，公司拟将高速运动的软件控制算法与自研的软硬件产品深度结合，实现高倍速的 3D 打印，有效降低打印所需时间；拟通过采用高速精准运动控制技术，提高产品成型精度，实现高质量 3D 打印；积极开发彩色打印喷头，并根据配套机器的性能采用适合的性能材料，最终实现多颜色 3D 打印，助推 3D 打印行业技术、产品的迭代升级。

(2) 前募项目尚未达产的情况下本次投资的必要性，是否存在重复建设和过度融资

(a) 技术及销售渠道为消费电子行业核心竞争能力，能够帮助公司成为全球消费电子行业的领先企业

根据发行人的说明，公司主要从事自有品牌的智能硬件产品的研发、设计和销售，

是全球消费电子行业知名品牌商。在全球消费电子行业规模稳定增长的背景下，消费电子产品制造商数量相应增加但规模普遍较小，产品质量、设计、创新能力等参差不齐，具备行业标杆性影响力、规模较大且长期稳定经营的全球优质消费电子品牌商却较为稀缺。近年来，受全球经济发展呈现放缓趋势、消费需求略有下行的影响，全球消费电子行业的竞争态势有所加剧。在竞争形势日益加剧、消费电子产品迭代加速的情况下，消费电子厂商的技术水平已成为企业在激烈的市场竞争环境下持续发展的根基。同时，消费电子行业品牌商通过线上及线下销售渠道触达终端消费者，品牌商的销售渠道建设及拓展能力为关键竞争变量之一。

为了更好地应对市场竞争并提高自身的可持续发展能力，持续加大研发及运营的投入为公司未来发展的重要战略之一。近年来，公司研发投入持续保持高位并不断上升，报告期内公司研发投入同比增长率保持在 30% 以上，研发投入占营业收入比例分别为 6.19%、7.58%、8.08% 和 8.29%，位居行业前列。本次募集资金投资项目的实施将进一步提升公司的研发能力和运营能力，有利于增强公司的研发技术水平和渠道建设拓展能力，提高公司的整体经营效率，帮助公司提升在全球消费电子行业的竞争能力。

(b) 近年来公司业务发展迅速，本次募集资金拟投向的业务领域具备高成长性，需要加大相关投入以满足业务发展需求

根据发行人的说明及《审计报告》，2021-2023 年，发行人主营业务收入复合增长率达 18.03%。本次募集资金拟投向的业务领域为公司现有业务中增长较快、市场空间和发展潜力较好的高成长性业务。储能方面，根据中国化学与物理电源行业协会的数据，全球便携式储能设备市场规模从 2016 年的 0.6 亿元快速增长到 2021 年的 111.3 亿元，预计 2026 年将达 882.3 亿元；根据高工产业研究院（GGII）的数据，预计 2024 年全球户用家储装机规模有望达到 22GWh，呈现快速增长态势。3D 打印方面，根据《Wohlers Report 2023》，2022 年全球 3D 打印制造产品及服务市场规模近 180 亿美元，同比增长 18.3%。在智能投影仪方面，根据 Dataintelo 数据，全球智能投影仪市场规模有望从 2021 年的 32.7 亿美元增加到 2028 年的 107.9 亿美元。在智能安防方面，根据 Juniper Research 数据，全球智能安防市场规模从 2018 年的 120 亿美元左右增长至 2023 年的 450 亿美元，复合增长率为 30.26%，市场规模增长迅速。

上述业务的未来发展有助于帮助公司打造新的收入增长曲线，提高持续发展能力。同时，快速增长的业务体量和逐渐扩大的消费者数量也对公司的售前售后服务、仓储、营销等能力提出了更高的要求，公司需要加大对相关领域的投入，提高公司相关业务环节的运营效率和能力，为公司业务的增长奠定良好的基础。

(c) 首次公开发行股票募集资金使用进度较快，尚未使用的前次募集资金亦有明确的后续使用计划

2020 年 8 月 24 日，发行人于深交所创业板上市。近五年来，发行人的募集资金行

为仅有首次公开发行股票募集资金事项。根据天健会计师事务所（特殊普通合伙）出具的天健验[2020]7-88号《安克创新科技股份有限公司验资报告》，公司首次公开发行股票并募集资金271,912.00万元，募集资金净额合计257,418.53万元。根据发行人会计师出具的毕马威华振专字第2403233号《安克创新科技股份有限公司前次募集资金使用情况鉴证报告》及发行人的说明，截至2024年6月30日，公司首次公开发行股票募集资金（不包含超募资金）累计使用138,841.09万元，前次募集资金净额（不含超募资金）合计为141,461.08万元，前次募集资金（不包含超募资金）累计使用金额占前次募集资金净额（不含超募资金）的比例为98.15%；公司首次公开发行股票募集资金（包含超募资金）累计使用259,574.49万元，占前次募集资金净额（包含超募资金）的比例为100.84%，使用进度较快，该比例超过100%主要系前次募集资金产生的理财产品收益和存款利息收入投入所致，尚未使用的前次募集资金有明确的后续使用计划。

（d）本次募集资金投资项目与前次募集资金投资项目存在区别

如前所述，本次便携及户用储能产品研发及产业化项目及新一代智能硬件产品研发及产业化项目与前次募集资金投资项目在拟研发产品的研发内容、研发设备、产品功能、产品性能等方面存在区别，仓储智能化升级项目及全链路数字化运营中心项目与前次募集资金投资项目在建设内容等方面存在区别，不存在重复建设的情形。

（e）本次发行董事会决议日距离前次募集资金到位日间隔较长

根据《证券期货法律适用意见第18号》第四条（二）：“上市公司申请增发、配股、非公开发行股票，本次发行董事会决议日距离前次募集资金到位日原则上不得少于18个月。前次募集资金基本使用完毕或募集资金投向未发生变更且按计划投入的，可不受上述限制，但相应间隔原则上不得少于6个月。前次募集资金包括首发、增发、配股、非公开发行股票。”

公司前次募集资金行为为首次公开发行股票募集资金，募集资金到位时间为2020年8月，公司本次融资类型为发行可转换公司债券，本次发行的首次董事会决议日距离前次募集资金到位日间隔已超34个月，不存在过度融资的情形。

综上，本次募集资金投资项目系公司基于行业发展趋势、公司发展战略、业务发展需求进行的合理规划，具备一定必要性，且公司前次募集资金使用进度较快，本次募集资金投资项目与前次募集资金投资项目存在区别，本次发行的首次董事会决议日距离前次募集资金到位日间隔较长，不存在重复建设、过度融资的情形。

2.1.6 结合本次募投项目拟研发产品的生产工艺流程、产品认证和客户认证流程、下游客户拓展等情况，说明发行人是否具备本次募投项目的技术、人才、专利、材料、设备等储备，项目实施是否存在重大不确定性，募集资金是否主要投向主业，是否符合《注册办法》第四十条相关规定

(1) 本次募投项目拟研发产品的生产工艺流程、产品认证和客户认证流程、下游客户拓展等情况

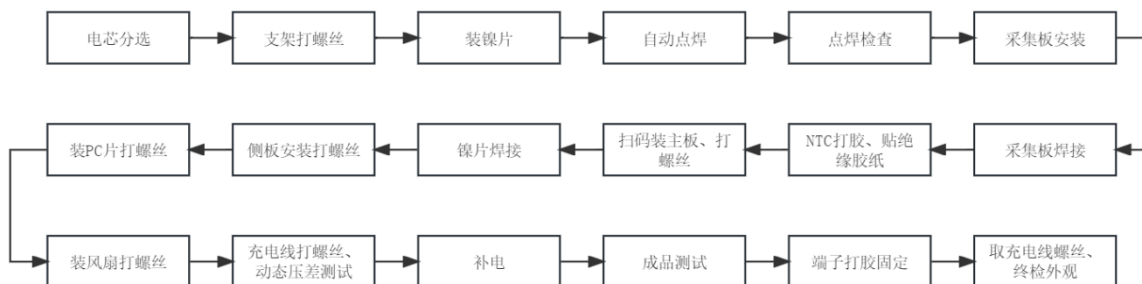
根据发行人的说明，发行人本次募投项目的基本情况及拟研发生产的产品情况如下：

| 序号 | 项目 | 项目类型 | 研发产品名称 | 是否为新产品 |
|----|-------------------|----------|---------|------------------------------|
| 1 | 便携及户用储能产品研发及产业化项目 | 研发建设类项目 | 便携储能产品 | 否，是在旧有产品基础上结合新技术、新工艺拓展的新产品系列 |
| | | | 户用储能产品 | |
| 2 | 新一代智能硬件产品研发及产业化项目 | 研发建设类项目 | 智能安防产品 | |
| | | | 智能投影仪 | |
| | | | 3D 打印设备 | |
| 3 | 仓储智能化升级项目 | 非研发建设类项目 | - | |
| 4 | 全链路数字化运营中心项目 | 非研发建设类项目 | - | - |
| 5 | 补充流动资金 | 非研发建设类项目 | - | - |

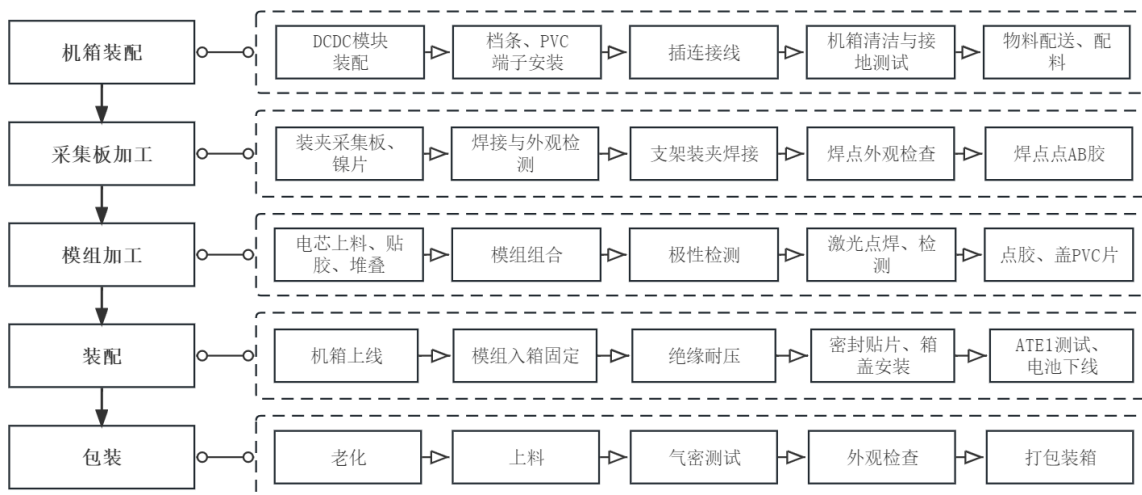
(a) 本次募投项目拟研发产品的生产工艺流程

1) 便携及户用储能产品

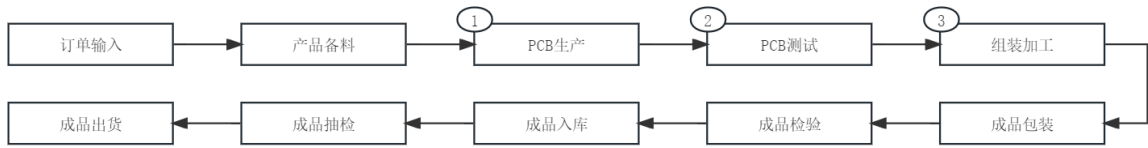
① 便携储能产品



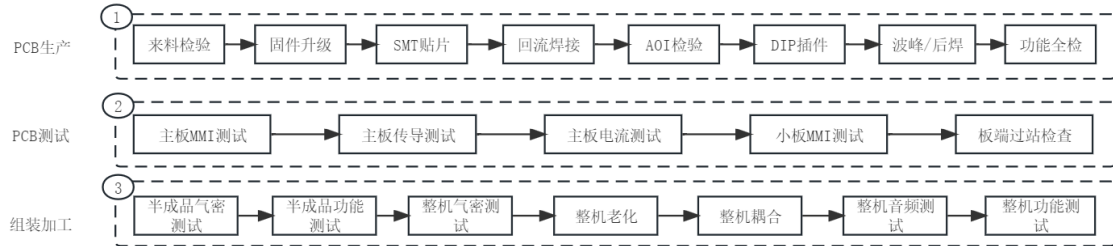
② 户用储能产品



2) 智能安防产品

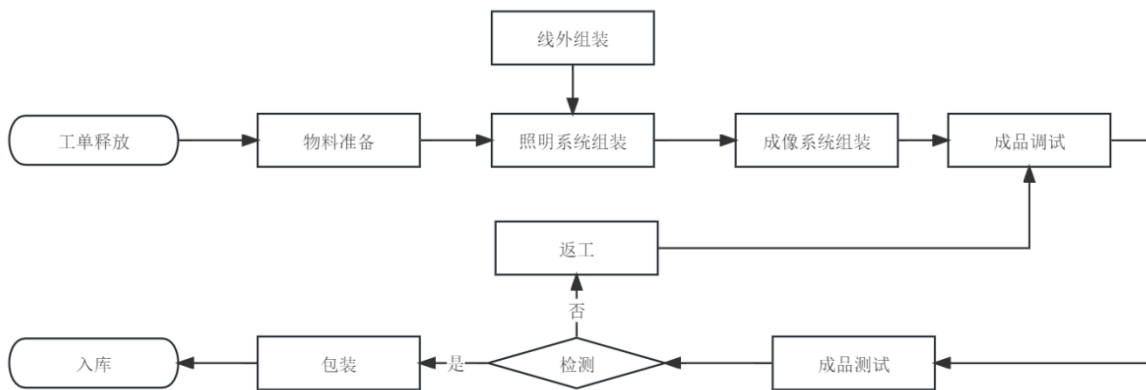


其中①②③的流程如下:

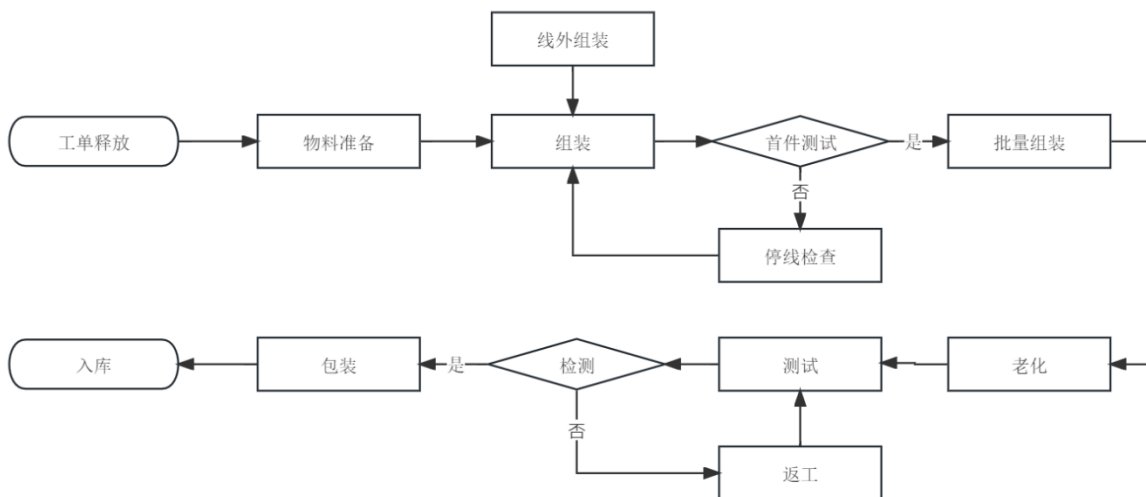


3) 智能投影仪

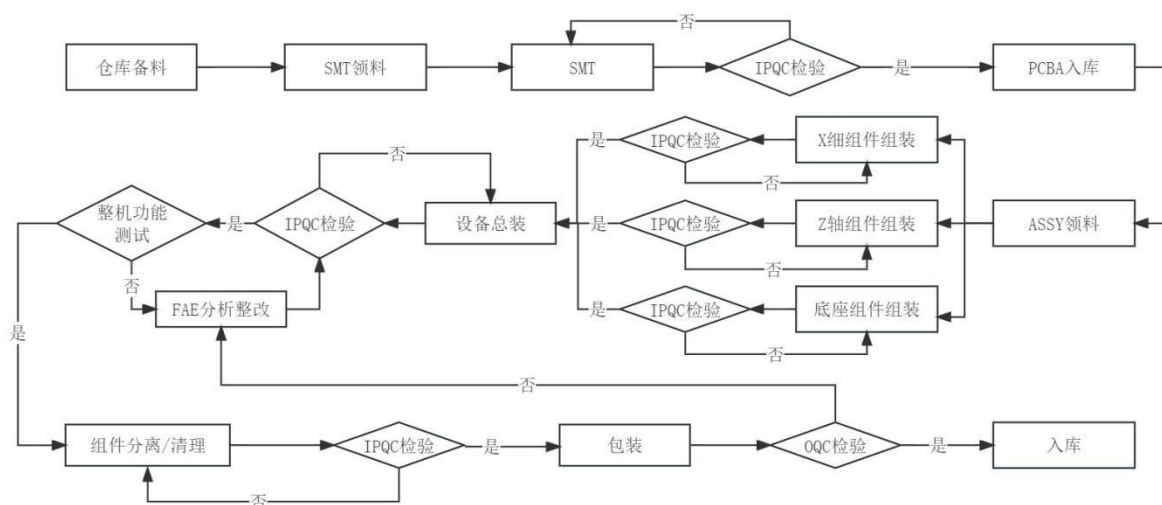
① 光机零部件



② 投影仪整机



4) 3D 打印设备



公司采用“自主研发设计+外协生产”的产品供应模式，公司全部产品的生产制造环节由合作的外协厂商完成。发行人本次募投项目新产品系列主要依托现有生产工艺流程完成生产，上述工艺流程为消费电子行业较为常规的生产工艺流程，相关产业链较为完善，公司将充分利用已有的丰富供应商资源完成本次募投项目相关产品的生产，公司上述工艺流程的规划具有较为充分的可行性。

(b) 产品认证和客户认证流程

根据境外意见书及发行人的说明，在全球范围内，不同国家、地区对于消费电子产品的基础性能、可靠性、安全性等指标具有相应的强制性要求，发行人及其境外子公司及分支机构需要按照相关国际或国家标准设计生产，并就相关产品取得强制性产品认证；此外，出于进一步加强产品质量保障、提升产品市场竞争力的考虑，公司亦会根据不同类别的产品取得部分非强制性产品认证。根据境外意见书及发行人的说明，截至报告期末，公司重要境外子公司均已取得其注册地政府机关所要求的且对于该公司经营其业务所必需的、所有必要的政府批准；不存在因违反产品认证相关法律被政府机关或行业相关机构处罚、起诉的情形。

根据发行人的说明，对于本次募投项目拟研发的产品品类，发行人及其子公司就其境外销售产品应满足的主要强制性产品认证标准及部分非强制性认证标准具体如下：

| 产品品类 | 北美 | | 欧洲 | | 日本 | 澳大利亚 |
|--------|---|----------------------------------|--|----|--------|--------|
| | 美国 | 加拿大 | 欧盟 | 英国 | | |
| 便携储能产品 | FCC 认证； Prop65 认证； NRTL 安全认证； CEC 认证； DOE 认证； TSCA 认证； | NRTL 安全认证； NRCAN 认证； IC 认证 | CE 认证； RoHS 认证； REACH 认证； POPS 认证； WEEE 认证； 碳中和认证 | | MIC 认证 | RCM 认证 |

| 产品品类 | 北美 | | 欧洲 | | 日本 | 澳大利亚 |
|---------|---|--------------------------------|--|--------------------------|---------------------|-------------------|
| | 美国 | 加拿大 | 欧盟 | 英国 | | |
| | 碳中和认证 | | | | | |
| 户用储能产品 | NRTL 安全认证; Prop65 认证; FCC 认证; TSCA 认证; 北美并网要求 | NRTL 安全认证; IC 认证; 北美并网要求 | CE 认证; RoHS 认证; REACH 认证; POPS 认证; WEEE 认证; 各国并网要求/认证 | | - | RCM 认证; 澳洲并网认证 |
| 3D 打印设备 | FCC 认证; Prop65 认证; UL62368-1 音视频, 信息和通讯技术安全标准; TSCA 认证 | IC 认证 | CE 认证; RoHS 认证; REACH 认证; POPS 认证; WEEE 认证 | UKCA 认证; UKCA RoHS 认证 | MIC 认证; PSE 圆形认证 | RCM 认证 |
| 智能投影仪 | FCC 认证; Prop65 认证; UL62368-1 音视频, 信息和通讯技术安全标准; | IC 认证; | CE 认证; RoHS 认证; REACH 认证; POPS 认证; WEEE 认证; ERP 认证 | | MIC 认证 | |
| 智能安防产品 | CEC 认证; DOE 认证; TSCA 认证 | NRCAN 认证 | CE 认证; RoHS 认证; REACH 认证; POPS 认证; WEEE 认证; ERP 认证 | | | |

注：部分国家/地区针对部分产品尚未推出相关认证标准；公司针对部分国家/地区尚未规划产品销售

本次募投项目拟研发产品系基于已实现销售的现有产品进行升级后推出的新产品系列，现有产品已取得了在主要销售国家/地区进行产品销售所需的产品认证，对于新产品系列公司将参照现有产品的认证情况，严格遵守各国家或地区相关法律法规及时完成产品认证，预计完成产品认证不存在重大障碍。

本次募投项目拟研发产品包括便携储能产品、户用储能产品、3D 打印设备、智能投影仪、智能安防产品。本次募投拟研发的大部分产品可直接面向终端大众消费者完成产品销售，无需经下游客户认证。对于户用储能产品中容量较小、安装门槛较低的产品，公司将主要通过现有渠道完成销售，无需经下游客户认证；对于部分容量较大、安装门槛较高的户用储能产品，公司一方面将通过海内外的渠道商、安装商渠道完成产品的最终销售，另一方面将充分发挥公司品牌及产品在全球消费电子市场的品牌效应和市场影响力，直接面向终端大众消费者完成产品销售，公司进行上述产品销售时一般需要完成相关渠道商、安装商的认证流程，目前公司现有部分户用储能产品正在逐步推进相关认证流程，预计相关新产品系列完成客户认证流程不存在重大不确定性。

(c) 下游客户拓展情况

根据发行人的说明，本次募投项目相关产品系基于现有产品推出新的产品系列，公司现有产品及拟推出的新产品系列为消费电子产品，公司主要通过线上渠道直接面向终端大众消费者完成产品销售，2023 年度及 2024 年 1-6 月，公司线上渠道销售占比约 70%，而公司线下渠道客户亦不会进行长周期备货，因此客户基础、在手订单不适用于公司的业务模式，对公司未来产品销售收入预测的参考意义较小。本次募投相关产品在下游客户方面与公司现有客户类别、销售渠道不存在重大差异，具体情况如下：

i. 便携及户用储能产品研发及产业化项目：

本项目拟在现有便携储能产品及户用储能产品的基础上推出新的产品系列。对于便携储能产品，终端消费者为大众消费者，应用领域为户外旅行、应急灾备等，因此公司能够充分利用现有线上和线下销售渠道直接面向终端大众消费者进行销售。线上渠道包括亚马逊平台及独立站等，线下渠道主要包括商超渠道和经销商渠道，公司已覆盖知名商超包括美国沃尔玛、百思买、塔吉特、开市客，日本 Canon Marketing、Softbank，中东 Jarir、Lulu 等。对于户用储能产品，该产品中容量较小的产品类型安装门槛较低，部分容量较大的产品类型具备一定安装门槛，应用领域为家庭电价调节、应急灾备等，终端消费者为大众消费者，因此公司一方面将通过海内外的渠道商、安装商渠道完成部分容量较大、安装门槛较高产品的最终销售，另一方面也直接通过上述公司现有线上及线下渠道直接面向终端大众消费者完成产品销售。

ii. 新一代智能硬件产品研发及产业化项目：

本项目拟在现有智能安防产品、智能投影仪及 3D 打印设备的基础上推出新的产品系列。对于智能安防产品，该产品为家用电子产品，安装门槛较低，终端消费者为大众消费者，应用领域主要为家用视频监控，部分母婴新产品系列拓展了家庭母婴安全的应用场景。对于智能投影仪，该产品属于消费电子产品，安装及使用操作简单，终端消费者为大众消费者，应用领域主要为家用及户外投影。对于 3D 打印设备，公司拟研发的新产品系列主要应用领域为消费级 3D 打印领域，产品使用及安装程序简易，终端消费者为大众消费者。因此，本项目拟研发的新产品系列系对现有产品系列的迭代升级，在产品应用领域、终端消费者方面与公司现有产品不存在重大差异，因此公司能够充分利用现有线上及线下销售渠道对终端消费者进行覆盖，发挥现有渠道优势及品牌效应，直接面向大众消费者完成产品销售。

综上，公司能够充分利用现有销售渠道、品牌及市场影响力进行新产品系列的推广和销售，实现新产品系列的未来预期销售预计不存在重大障碍，具体分析如下：

1) 公司业务规模持续增长，较高的品牌知名度和忠诚度成为产品升级、新产品系列销量稳定增长的业务基础

报告期内，公司业务规模不断增长，2021-2023 年公司主营业务收入复合增长率达 18.03%，持续扩大在全球市场的影响力。近年来，公司已经成功打造由 Anker、soundcore、eufy、Nebula、AnkerWork、AnkerMake 等品牌组成的全球化品牌矩阵，覆盖了充电储能、智能创新、智能影音等多个产品品类，同时在原有品类的基础上持续推动产品升级、拓展产品品类，以满足全球消费者多样化的需求。

公司秉承“弘扬中国智造之美”的企业愿景，在创造良好经济效益的同时持续向全球市场宣扬中国优秀品牌。作为全球化领域的领先中国企业，公司及旗下品牌获得了业内较多奖项和荣誉。2020 年度至 2023 年度，公司连续入选“中国新经济企业 500 强”企业；公司旗下品牌 Anker 连续七年进入全球知名品牌排行榜凯度 BrandZ 发布的《BrandZ 中国全球化品牌》榜单，在第十五届“金投赏”国际创意节上，Anker 荣获象征营销领域极高荣誉的全场大奖，公司新晋品牌 AnkerMake 和 AnkerWork 也分别获得银奖和铜奖荣誉。

在全球消费电子行业总体稳定、市场空间广阔背景下，公司主营业务保持增长趋势，持续扩大在全球消费电子市场的影响力，公司在全球消费电子市场中建立起较高的品牌认知度和忠诚度，并形成了稳定忠实用户群体，具备较强的客户粘性，成为支持公司通过募投项目实现产品升级、新产品系列销量稳定增长的业务基础。

2) 公司覆盖全球核心市场的“线上+线下”立体式销售网络为新产品系列销售奠定坚实的市场基础

公司在电商领域深耕多年，在线上渠道运营有深厚积累，同时借助于线上建立的良好口碑和品牌势能，快速开拓线下市场，建立起“线上+线下”立体式销售模式。线上渠道方面，公司实现了亚马逊、日本乐天、京东、天猫等国内外主流电商平台的覆盖，且亚马逊平台为公司线上销售的核心渠道。线下渠道方面，公司已打入多个国家和地区的线下市场，覆盖了主要销售地区的线下销售渠道，包括美国沃尔玛、百思买、塔吉特、开市客，日本 Canon Marketing、Softbank，中东 Jarir、Lulu 等，并与境外当地经销商展开深度合作。截至本补充法律意见书出具之日，公司在亚马逊平台约 20 个站点开设了店铺，与超过 700 家经销商进行合作，覆盖了全球超过 80 个国家和地区。未来，公司将在继续深耕发达国家市场的基础上持续拓展新兴经济市场，通过扩大销售覆盖面以及强化渠道竞争力等方式把握中国、东南亚及拉丁美洲等国家和地区的业务机会。针对部分容量较大、门槛较高的户用储能产品，公司正与部分境外知名渠道商、安装商逐步确立潜在合作关系，积极推动后续相关产品的销售。

此外，公司还根据不同的销售渠道特点分别组建了专业化的营销队伍与渠道管理团队，在产品定位、产品定价、推广以及售后服务方面根据本地市场、本土渠道的特点进行优化，能够更好地满足不同地区消费者的差异化需求，持续提升用户口碑，截至 2024 年 6 月 30 日，公司销售人员达 1,191 人，占员工总人数的比例为 27.12%，其中海外销

售人员约 400 人，为拓展新客户、维护客户关系和提高售后服务品质提供有力保障。

公司通过募投项目的实施推出新的产品系列，能够有效利用现有覆盖全球的立体式销售网络及专业化的营销及渠道管理团队，帮助新产品系列以较快的速度在全球各个销售渠道上线铺开并实现良好的营销推广效果，为新产品系列的销售奠定坚实的市场基础。

3) 公司领先的产品研发、设计能力及较高的市场占有率是实现新产品系列快速销售的重要保障

公司始终重视对行业前沿技术的探索，长期坚持研发能力提升、技术创新与科技进步，同时基于公司建立的消费者洞察智能赋能体系，坚持捕捉消费者痛点并应用于产品创新设计，实现现有产品的持续精进迭代。受益于公司领先的产品研发及设计能力、深刻的用户需求洞察，公司产品具备较强的竞争优势，在各个销售渠道实现较高的市场占有率。线上渠道方面，亚马逊作为全球市场最主流的电商平台，是公司及消费电子行业线上销售的核心渠道。根据独立第三方电子商务数据统计平台 Marketplace Pulse 监测结果，截至 2024 年 8 月 21 日，公司在美国亚马逊第三方卖家中排名第二，在日本亚马逊第三方卖家中排名第四，在澳大利亚、加拿大亚马逊第三方卖家中均排名第六，在德国亚马逊第三方卖家中排名第七。总体上，自 2018 年至今，公司在亚马逊平台上排名靠前，排名情况持续稳定位于前列，且多款产品是亚马逊平台的最畅销产品（Best Seller）。线下渠道方面，公司通过与全球性零售卖场、区域性大型零售卖场、区域性经销商等渠道合作进行产品销售，在线下销售渠道中占据了一定市场份额并形成较强的行业影响力。

4) 户用储能行业景气度较高，技术迭代较快，公司凭借品牌、渠道、研发优势预计能够实现新一代产品系列的良好销售

储能作为全球实现“碳中和”目标的关键技术和重要配套措施，全球户用储能行业需求空间较为广阔且具有较强的韧性。根据 GGII 的数据，2022 年全球户用家储装机规模有望突破 15GWh，同比增长 134% 以上。2023 年以来，受到宏观环境变化、部分国家和地区补贴退坡、下游企业去库等多重因素叠加影响，全球储能市场增速阶段性放缓，行业内企业表现有所分化，但整体而言在全球能源转型及绿色发展的大背景以及欧美日澳户储经济性逐步显现、北美电网系统设施老旧、亚非拉地区缺乏完善电力设施建设投入等多重因素驱动下，户用储能行业仍保持着较高的景气度，未来成长空间较大。

储能行业属于技术密集型产业，技术及产品的研发及迭代能力是企业的核心竞争力，同行业公司上海派能能源科技股份有限公司（“派能科技”）于 2021 年、2022 年分别推出新一代户储产品，浙江艾罗网络能源技术股份有限公司（“艾罗能源”）于 2016 年至 2021 年间完成了四代储能电池产品的升级迭代。公司现有户用储能产品于 2023

年开始销售，计划通过本次募投项目的实施于 2026 年开始销售新一代产品系列，具有一定合理性。

针对户用储能产品，终端大众消费者较为注重产品品牌、外观设计及使用体验等因素。特斯拉利用其在全球市场的品牌势能，在以渠道商、安装商为主的传统销售渠道上有所拓展，在其官网直接面向终端大众消费者完成户储产品销售，有效发挥品牌效应并扩大品牌商在产业链中的影响力。作为领先的消费电子企业，公司在全球市场具备一定知名度和市场影响力，拟借鉴领先企业经验，一方面利用现有官网独立站的渠道优势和品牌影响力，另一方面与海内外安装商、渠道商进行合作，为产品销售奠定良好的渠道基础。同时，终端消费者对于产品的设计、功能及性能的要求逐步提高，而户用储能产品与便携式储能产品的核心组件较为相似，核心技术具有一定同源性，公司能够凭借较为深厚的中小容量充电储能类产品领域研发能力及经验不断实现产品创新，提升消费者的使用体验，并且充分利用现有充电储能类产品优质供应商资源优势，推出具备竞争力的新产品系列。另外，本次募投项目对于户储产品的销量规划相较市场规模及同行业公司而言较为保守，预计实现未来销量规划具备可行性。

5) 本次募投项目相关产品的销量规划具有谨慎性，可实现性强

根据发行人的说明及公开信息，本次募投便携及户用储能产品研发及产业化项目和新一代智能硬件产品研发及产业化项目拟在现有产品基础上研发新产品系列，产品品类包括便携储能产品、户用储能产品、3D 打印设备、智能投影仪和智能安防产品，上述产品现有系列在报告期内的销售情况如下：

单位：台、万元

| 产品名称 | 产品销量 | | | | 2021-2023 年 年均复合增 长率 |
|---------|------------|------------|------------|--------------|----------------------------|
| | 2021 年度 | 2022 年度 | 2023 年度 | 2024 年 1-6 月 | |
| 便携储能产品 | 125,242 | 223,658 | 299,482 | 259,237 | 54.64% |
| 户用储能产品 | - | - | 84,885 | 60,783 | - |
| 3D 打印设备 | - | 12,904 | 31,839 | 6,341 | - |
| 智能投影仪 | 228,151 | 204,834 | 214,217 | 113,909 | -3.10% |
| 智能安防产品 | 3,465,955 | 3,795,270 | 4,775,052 | 2,611,545 | 17.38% |
| 产品名称 | 产品销售金额 | | | | 2021-2023 年 年均复合增 长率 |
| | 2021 年度 | 2022 年度 | 2023 年度 | 2024 年 1-6 月 | |
| 便携储能产品 | 13,383.29 | 48,342.74 | 95,863.53 | 85,794.07 | 167.64% |
| 户用储能产品 | - | - | 10,460.67 | 6,445.44 | - |
| 3D 打印设备 | - | 4,845.29 | 9,912.28 | 2,922.64 | - |
| 智能投影仪 | 53,811.87 | 56,639.21 | 50,709.74 | 26,073.32 | -2.93% |
| 智能安防产品 | 188,647.04 | 239,740.77 | 331,331.28 | 166,134.79 | 32.53% |

注 1：上表列示 3D 打印设备销量为 3D 打印整机产品销量；

注 2：户用储能产品自 2023 年开始销售，3D 打印设备自 2022 年开始销售。

由上表可知，本次募投项目相关产品主要为具备较高增长潜力的成长型品类虽然相关产品并非完全系销售规模较大的成熟产品，但在 2023 年 6 月首次披露本次再融资预案时均已实现销售收入，并呈现出快速增长趋势或具备一定销售基础，其中智能投影仪产品由于 2023 年度正在优化产品矩阵，减少部分老型号产品的销售推广，整体销量和销售额有所下降，随着新品逐步上线，产品矩阵调整后智能投影仪销售情况有所回升，2024 年 1-6 月公司智能投影仪销量和销售金额分别同比增长 28.85% 和 29.14%。本次募投项目拟在上述现有产品的基础上开展技术研发，对现有产品进行升级迭代并推出新一代产品系列，属于对公司现有业务的投入，符合募集资金投向主业的要求。

发行人系国内头部的消费电子出海企业，报告期内业务规模不断增长，2021-2023 年主营业务收入复合增长率达 18.03%，持续扩大在全球市场的品牌影响力。同时，发行人拥有覆盖全球核心市场的“线上+线下”立体式销售网络，并在各个销售渠道实现较高的市场占有率，截至 2024 年 8 月 21 日，发行人在美国亚马逊第三方卖家中排名第二，在日本、德国、澳大利亚、加拿大等站点亦位列前十。因此，发行人募投项目产能消化和募投产品未来销售预计不存在重大障碍，具体分析如下：

对于便携储能相关产品，公司预计 2028 年便携储能相关产品销量为 44 万台。现有产品销量方面，报告期内公司现有便携储能产品销量保持高速增长，2023 年销量达 29.95 万台，2021-2023 年销量复合增长率达 54.64%。未来市场规模方面，中国化学与物理电

源行业协会预计 2026 年全球便携式储能的出货量将达到 3,110 万台；根据观研报告网的预测，2023 年全球便携式储能出货量将达到 855.20 万台。产品竞争优势方面，募投产品支持功率并机和电池并机，具备长续航和高功率输出能力，同时支持交流耦合，可实现全屋备电；另外，该产品体积小、重量轻，具有极致便携的特点。同行业公司方面，华宝新能 2023 年便携储能相关产品的年销量达 83.80 万台。因此，发行人便携储能产品已实现销售且销量保持增长态势，预期未来市场空间较大，具备产品竞争优势，本项目对于便携储能产品的预计销量可实现性较强。

对于户用储能相关产品，公司预计 2028 年户用储能相关产品销量为 6.5 万台，本次募投项目户用储能相关产品平均容量预计约为 10,000Wh/台，2028 年相关产品对应的装机规模约为 0.65GWh。现有产品销量方面，公司现有户用储能产品开始销售后销量增速较快，2023 年销量达 8.49 万台。未来市场规模方面，根据储能领跑者联盟（EESA）的数据，2023 年全球户用储能市场装机规模约为 16.1GWh，同比增长 91%；高工产业研究院预计 2024 年全球户用家储装机规模有望达到 22GWh。产品竞争优势方面，募投产品采用“模块化一体机”结构，机身设计薄，能量密度高，在宽温域工作环境中仍可支持满功率输出；同时，其具备过载保护、短路保护、过热保护等多种安全功能，电池、电压变换装置的耐用性更强。同行业公司方面，派能科技 2023 年度以户用储能作为主要应用领域的软包电池产品销量为 1.87GWh。因此，发行人户用储能产品已实现销售收入，销售增速较快，市场需求较大，具备产品竞争优势，本项目对于户用储能产品的预计销量可实现性较强。

对于 3D 打印设备，公司预计 2028 年 3D 打印相关设备销量为 11.50 万台。现有产品销量方面，2022 年以来公司现有 3D 打印设备销量保持快速增长趋势，2022 年销量达 1.29 万台，2023 年销量达 3.18 万台。市场规模方面，据 Protolabs 预测，2024 年全球 3D 打印市场规模将达到 248 亿美元，2028 年市场规模将达到 571 亿美元。产品竞争优势方面，募投产品采用专有驱动系统，打印速度较快，配备全金属热端，可打印需要更高热量的材料；此外产品具备自动调平、断电断料恢复、多色打印等功能，以实现更好的打印效果。同行业公司方面，消费级 3D 打印公司深圳市创想三维科技股份有限公司（“创想三维”）2023 年 3D 打印设备累计出货量已达 500 万台。因此，发行人 3D 打印设备已实现销售收入，销量保持增长态势，未来市场空间广阔，具备产品竞争优势，本项目对于 3D 打印设备的预计销量可实现性较强。

对于智能投影仪，公司预计 2028 年智能投影仪相关产品销量为 14.50 万台。现有产品销量方面，公司 2023 年销量达 21.42 万台，已超过规划的新系列产品年销量，销售基础较好；报告期内销量略有下降主要系公司产品更新换代策略有所调整所致，以单价较高的激光新系列产品对部分旧有产品系列进行替代，智能投影仪收入仍保持上涨趋势，未来公司通过本项目推出的自研光机新产品系列将会对部分已有产品进行一定替代。市场规模方面，根据洛图科技预测，2024 年全球投影机市场规模增速将达到 9.7%，

整体出货量将突破 2,000 万台，至 2027 年出货量将有望实现 3,000 万台的量级。产品竞争优势方面，募投产品采用混合光源的自研光机，相较于传统 LED 光源产品具备更高的亮度和色域；同时，其配备杜比视界，具备智能避障、自动对幕等功能和环境综合自适应能力，且设计轻巧携带，可为用户带来优质体验。同行业公司方面，极米科技 2023 年度智能投影产品销量约 94.39 万台。因此，发行人智能投影仪销售基础良好，未来市场规模较大，具备产品竞争优势，本项目对于智能投影仪的预计销量可实现性较强。

对于智能安防产品，公司预计 2028 年智能安防相关产品销量为 282 万台。现有产品销量方面，报告期内公司现有智能安防产品销量保持较快增速，2023 年销量达 477.51 万台，2021-2023 年销量复合增长率达 17.38%，未来本项目推出的新产品系列将对部分已有产品进行替代升级。未来市场规模方面，艾瑞咨询预测 2025 年全球家用摄像头出货量将突破 2 亿台。产品竞争优势方面，募投产品可通过本地化基站实现全屋联动，依靠 AI 辅助技术完成数据分析、智能识别等安防措施；同时，该产品待机功耗较低，同时可根据当前光照条件和能量需求自动调整充电策略，最大程度保证太阳能充电效率。因此，发行人智能安防产品已实现较大规模的销售收入，未来市场空间较大，具备产品竞争优势，本项目对于智能安防产品的预计销量可实现性较强。

总体而言，本次募投项目系基于行业发展趋势、消费者需求变化、业务发展规划等因素开展新技术、新工艺的研发，在现有产品的基础上推出新的产品系列，与现有产品的下游客户及渠道不存在重大差异，相关产品的销量规划具有较强可实现性。因此，公司能够凭借领先的产品研发及设计能力研发出更加符合消费者需求、具备较强竞争优势的新产品系列，并充分利用公司的品牌及市场影响力、不断拓展的全球销售网络及较高的市场占有率帮助新产品系列快速拓展市场，实现良好的销售成果。

综上，本次募投项目拟基于现有产品推出新的产品系列，新产品系列的生产工艺流程规划具有较为充分的可行性，已实现销售的现有产品已经通过了必需的产品认证，部分户用储能产品正在逐步推进产品及客户认证进程阶段，预计未来相关产品的新产品系列通过产品认证及客户认证不存在重大障碍。公司现有的技术及人才储备、严格的产品质量控制、成熟的销售渠道、丰富的供应商资源、品牌号召力和影响力为募投项目产品的产业化及最终销售提供充分的支持和保障。因此，发行人本次募投项目的实施不存在重大不确定性。

(2) 发行人是否具备本次募投项目的技术、人才、专利、材料、设备等储备，项目实施是否存在重大不确定性

(a) 技术储备情况

根据发行人的说明，截至本补充法律意见书出具之日，发行人拥有的与本次募投项目实施相关的主要核心技术储备如下所示：

| 募投项目 | 相关产品 | 核心技术储备 | 技术先进性说明 | 与本次募投产品性能升级的相关性 | 技术研发进展及预计完成时间 |
|-------------------|-----------|--------------------|--|---|---------------|
| 便携及户用储能产品研发及产业化项目 | 便携及户用储能产品 | AI 智能控温技术 2.0 | 优化温控及安全机制，提高温度检测频率，保障产品安全性能 | 温度过高或过低均可能会导致产品内部元件老化、损坏，使用该技术能够极大优化和升级产品的温控及安全机制，每秒钟进行高达 40 次的温度监测，一旦检测到任何温度异常，智能控温功能就会立即启动，对内部温度进行实时调控，进而提升产品的使用效率和寿命，同时避免因温度导致的安全问题。 | 已完成 |
| | | 双向逆变技术 | 综合交流充电便捷以及直流充电功率大的优势，实现电网交流电和电池直流电的双向转化 | 便携及户用储能产品可通过该技术提高电能交流（AC）和直流（DC）之间转换的效率，这意味着在电能从电网转移到储能设备，或者从储能设备释放回电网时，能量损失更小；也使得储能产品能够更好地与分布式能源资源（如太阳能光伏等）集成，实现本地消纳，减少能源传输损耗。在电网故障或停电情况下，该技术使储能产品能够迅速切换为离网模式，为家庭或携带设备提供紧急电源。 | 已完成 |
| | | PowerIQ™4.0 智能充电技术 | （便携储能领域）智能匹配多设备功率，提高兼容性，实现充电保护；全时功率分配，提升充电速率 | 便携式储能产品通过智能充电技术可智能监测充电过程中的电压和电流，防止过充、过温和短路等问题。这种保护机制确保电池在安全的参数下运行，避免可能导致性能下降或损坏的极端情况，且在多种设备充电时也无需担心兼容性问题。 | 已完成 |
| | | 储能系统安全控制技术 | （户用储能领域）通过绝缘检测电路的开发，实现绝缘失效风险识别，提升系统可靠性 | 户用储能产品可通过该技术监测储能系统的工作状态，实现绝缘失效风险识别，并及时调整操作参数，确保系统稳定运行，保证系统的稳定性和安全性。 | 已完成 |
| | | 电压变换及控制技术 | （户用储能领域）有效应对冲击电流、控制电流纹波，延长电池、电压变换装置的使用寿命 | 户用储能产品可通过该技术在不同电压等级的电网或负载中无缝对接，使储能产品可更灵活地应对各种家庭使用场景，减少转换过程中的能量损失，提高整个系统的转换效率；同时，通过控制技术可确保在电网电压波动或负载变化时，储能系统能够稳定输出所需电压，保障用电设备的正常运行。该技术提供过载保护、短路保护、过热保护等安全功能，确保储能系统在各种情况下的安全运行，同时也可以减少电压变化对电池、电压变换装置的冲击，延长产品寿命。 | 已完成 |

| 募投项目 | 相关产品 | 核心技术储备 | 技术先进性说明 | 与本次募投产品性能升级的相关性 | 技术研发进展及预计完成时间 |
|-------------------|--------|----------------|---|--|------------------|
| 新一代智能硬件产品研发及产业化项目 | 智能安防产品 | 无线低功耗高精度长待机技术 | 实现摄像机休眠状态稳定连接，待机功耗远低于市场水平，唤醒时快速启动并开启录像；提升触发准确率，提升续航时长 | 安防产品通过该技术能够在保证摄像机休眠状态稳定连接的前提下显著降低设备待机功耗，通过提升准确度来减少误报，减少电能消耗，延长续航时间，最终达成降低用户充电频率的目的，从而有效提高用户体验。 | 已完成 |
| | | 太阳能遮挡充电及效率提升技术 | 通过改变电池片排列方式，提升遮挡状态下电池片的利用率；采用两档太阳能能量追踪设计，使得在满足低功耗的前提下，提升太阳能充电效率 | 基于该技术，安防产品采用分段式或并联设计可确保即使部分电池片被遮挡（如因建筑物、树木或其他障碍物造成的阴影），系统仍然能够有效地捕获和转换太阳能，从而减少整体性能的损失。通过集成两档太阳能能量追踪设计，系统可根据当前的光照条件和能量需求，自动调整充电策略。在光照充足时，系统可以加快充电速度；而在光照不足时，系统则可以降低功耗，确保安防设备的持续运行。 | 已完成 |
| | | 大连接和生态设备联动技术 | 对设备进行快速添加，实现 eufy 品牌各产品之间的生态连接和快速联动 | 安防产品通过该技术能够有效构筑家庭安防生态系统，帮助安防产品更好地与其他智能家居设备集成，对设备进行快速添加，实现 eufy 品牌各产品之间的生态连接和快速联动，给消费者提供更加智能化的体验。 | 已完成 |
| | | 快启出流技术 | 有效减少设备启动时间，提升快启出流速度 | 安防产品通过该技术可以在检测到异常情况时迅速激活，例如立即开始录像或发送报警，提升用户信赖度和使用体验。 | 已完成 |
| | | 人脸识别准确率提升技术 | 提高设备的人脸识别准确率，提升人脸识别效果 | 安防产品通过该技术可以实现更准确的人脸识别，能够更可靠地区分家庭成员、访客和潜在的入侵者，从而减少误报和漏报的情况，提高整体的安全保障水平，给消费者更好的体验。 | 已完成 |
| | | 图像采集、拍摄技术 | 提高设备的图像跟踪、采集、远距离图传、存储的效率 | 安防产品通过持续提升该技术可获得更清晰的图像，有助于更准确地识别人脸、车牌等细节信息，提供更多的图像细节，为后续图像分析（如运动检测、人脸识别、行为分析等）提供更准确的数据支持；可以增强安防产品在夜间或光线不足环境中的表现，提升对移动物体的捕捉能力，减少模糊和失真，使得动态监控更加准确和可靠。 | 进行中，预计2024年下半年完成 |
| | | AI 模型优化技术 | 提升设备对多级行人的检测准确率 | 安防产品通过深度学习 AI 等技术，可更准确地识别人脸、物体、行为模式等，进而减少误报，例如区分宠物和人的移 | 已完成 |

| 募投项目 | 相关产品 | 核心技术储备 | 技术先进性说明 | 与本次募投产品性能升级的相关性 | 技术研发进展及预计完成时间 |
|------|-------|-----------------|--|--|------------------|
| | | | | 动,或者识别家庭成员和陌生人的脸部。在适应性方面, AI 模型可以通过持续学习环境变化和用户习惯,自我优化以适应不同的监控环境和需求,比如不同的光线条件或者季节变化。AI 技术还可以帮助安防产品更好地与其他智能家居设备集成,实现更全面的家居自动化。因此, AI 模型优化除了保障基本的监控功能外,可提供更加智能化、个性化和高效率的安防解决方案。 | |
| | 智能投影仪 | 高亮度低散斑的三色激光光源技术 | 实现高亮度的混色激光光源;散斑光路设计降低激光干涉产生的散斑;自研自适应动态光源控制算法,可以根据图像亮度动态调整光源亮度,大幅提升动态对比度和提升光源寿命 | 投影仪产品通过该技术可以实现图像亮度提升(高亮度激光光源可以提供比UHP灯、LED灯等传统灯泡更高的亮度输出,这使得投影仪在亮度方面有显著提升,尤其适合在光线较亮的环境中使用)、色彩性能增强(三色激光提供更宽广的色域覆盖,可产生更鲜艳、更真实的颜色,从而提升了图像的整体色彩性能)、低散斑效果(散斑是激光投影中常见的问题,它会导致图像出现颗粒状的不均匀性。通过优化激光光路和使用特殊的散斑减少技术,可以显著降低散斑,从而使得图像更加清晰和平滑)、寿命延长(激光光源相比于传统的灯泡光源有更长的使用寿命,这意味着投影仪的维护成本和更换频率可大大降低),通过以上改善显著提升投影仪的图像质量、使用寿命和用户体验。 | 进行中,预计2024年下半年完成 |
| | | 高速无感自适应T校和对焦技术 | 通过粗定位和精细化调整算法,缩短对焦时间,提升对焦精度;自研的多位置标定和热失焦补偿算法,解决开机后画面逐渐发虚和梯校效果差问题 | 投影仪产品通过该技术可以利用先进的算法和传感器技术,实现快速而准确地调整投影图像的几何失真和焦点清晰度,显著提升投影仪的易用性、适应性和图像质量,为用户提供更加便捷和高质量的观看体验。 | 已完成(已于2024年8月完成) |
| | | 自适应入幕和避障技术 | 改进角点提取和物体边界识别算法,实现自动避障、自动入幕和精准对幕效果,提升设备的易用性和适应更多的观影环境 | 投影仪产品通过该技术可以实现智能避障(识别屏幕前的障碍物,如悬挂的灯具或其他物体,并相应地调整图像,确保观众看到的图像完整无缺)、自动入幕和精准对幕(使投影仪自动检测屏幕的位置和大小,并调整投影图像以适应屏幕,这意味着即使投影仪没有完全对准屏幕,图像也能正确地显示在屏幕上,无需手动调整)等功能,使得投影仪产品更加智能化、用户友好,同时提供了 | 已完成(已于2024年8月完成) |

| 募投项目 | 相关产品 | 核心技术储备 | 技术先进性说明 | 与本次募投产品性能升级的相关性 | 技术研发进展及预计完成时间 |
|------|---------|----------|--|--|--------------------|
| | | | | 更高质量和更加沉浸式的观看体验，并且即使是非专业用户也能轻松地安装和使用投影仪。 | |
| | 3D 打印设备 | 高速打印控制技术 | 通过采用大扭矩的XY 轴步进电机、高扭矩的挤出电机和高减速比近端挤出结构，以及双 Z 驱控结构、融腔和喷头结构、3D 打印控制平台，提升打印速度 | 3D 打印产品通过高速打印控制技术可显著提高 3D 打印速度，提升至 600mm/s，有效降低打印所需时间；同时可提高产品质量和精度，减少打印过程中的错误和缺陷，减少材料浪费，提高材料利用率，从而推动 3D 打印产品的应用推广。 | 已完成 |
| | | 高精度打印技术 | 通过提高四轴运动精度和同步性提升打印精度，提高零件制造精度，扩展应用场景，减少模型后期工序，提高制造效率 | 3D 打印产品通过高精度打印技术可有效把零部件的表面精度和尺寸精度提升至 100um 级别，减少后期组装的尺寸精度打磨和表面外观的打磨，带来显著的打印质量提升，同时也可以扩展更多的应用场景。 | 已完成 |
| | | 多色打印技术 | 实现加工材料从单色到多色的扩展，可制造色彩更加丰富的模型，提高产品品质 | 3D 打印产品通过该技术可实现加工材料从单色到多色的扩展(传统的单色 3D 打印产品通常需要后期上色或涂漆来达到多色效果，这个过程既耗时又增加了成本。多色打印技术可以在打印过程中直接实现颜色效果，从而减少或消除后期处理的需要)，可制造色彩更加丰富的模型，轻松实现个性化定制，满足用户对于独特性和个性化的需求。用户可以根据自己的喜好选择颜色组合，打造定制化产品。 | 进行中，预计 2025 年上半年完成 |

此外，发行人的研发流程包括市场研究、概念评估、可行性评估、产品设计、试产验证、小批量生产和量产七个节点。截至本补充法律意见书出具之日，本次募投项目所涉产品，除便携储能组件产品、金属 3D 打印产品等少部分系列产品尚处于产品设计阶段以外（系产品升级且已形成技术储备，无生产障碍），便携储能产品、户用储能产品、高速 3D 打印产品、智能投影仪产品、智能安防产品中的大部分产品系列已进入量产环节、小批量生产环节或已基本完成试产验证，因此募投产品研发落地不存在重大不确定性。

截至本补充法律意见书出具之日，本次募投项目已完成部分研发方向的可行性研究及项目立项，正处于项目研发的前期阶段，预计取得的研发成果及目前研发进展如下：

| 序号 | 项目名称 | 预计取得的研发成果 | 目前研发进展 |
|----|-------------------|--|--|
| 1 | 便携及户用储能产品研发及产业化项目 | 完善储能系统集成、大功率电源模块、高效MPPT、高密高可靠储能PACK、智能化电池管理系统等多领域的核心技术，在高效SIC器件应用、宽范围高效率升降压拓扑、结构仿生散热技术、极致安全泄爆技术、高精度SOX算法、电池安全管理算法、系统级智能调度算法等单点技术形成突破和行业领先，实现便携储能和家庭储能产品可靠性、智能化特性的飞跃，打造行业标杆产品 | 对于储能系统集成、大功率电源模块、高效MPPT、高密高可靠储能PACK、智能化电池管理系统等领域已完成新技术研发立项及可行性研究；正在进行高效SIC器件、宽范围高效率升降压拓扑、电池安全管理算法、系统智能调度算法等技术的技术方案论证 |
| 2 | 新一代智能硬件产品研发及产业化项目 | <p>(1) 3D打印方面：将高速运动的软件控制算法与硬件产品相结合，实现高倍速3D打印；完成高速精准运动控制技术的研发，实现高质量3D打印；完成彩色打印喷头的研发，实现多颜色3D打印</p> <p>(2) 智能投影仪方面：完成投影光机的自主研发并形成相应的核心技术；增强公司产品在软件系统、感知及画质等领域的技术水平，提高产品品质，增强用户体验</p> <p>(3) 智能安防方面：提升产品影像分辨率，完成远距离图传等技术的研发，开发具备高性能、多功能的智能安防产品；完成具备健康监测、婴儿病状跟踪及警报等功能新产品的研究开发</p> | <p>(1) 3D打印方面：已完成高速运动系统的技术验证及内部测试；已完成高精度打印传感器的基本功能设计和验证，初步完成了核心组件的技术验证；已完成彩色喷头的验证和产品设计</p> <p>(2) 智能投影仪方面：已完成光机相关高端三色激光模块的设计验证；已完成智能感知相关硬件技术和算法的研发项目立项和可行性论证</p> <p>(3) 智能安防方面：已完成4K/2K/1080p等分辨率的流出，录像等影像相关的功能验证；正在验证远距离图传的射频发射功率与接收灵敏度性能；正在进行母婴产品方案设计和关键器件选型，原型验证等工作</p> |

如上所述，公司拟在现有技术及现有产品的基础上进行新技术、新工艺的研发，公司对于本次募投项目拟研发的内容已掌握相关核心技术储备和研发实力，正逐步开展对本次募投项目研发内容的前期项目立项、技术验证、可行性分析等研发工作，研发如期推进中，不存在重大技术障碍。本次募投项目拟研发相关产品的生产制造环节计划由合作的外协厂商完成，预计与当前公司现有同类产品供应商大致相同，主要为消费电子行业知名生产型企业，具备良好稳定的供应能力。因此，预计本次募投项目不存在较大的技术障碍、生产障碍，不存在募投项目相关产品研发及产业化失败的重大风险。

(b) 人才储备情况

根据发行人的说明，公司高度重视研发团队的人才建设和储备工作，不断强化技术力量，培养精干、稳定、高效的科研团队；同时建立了科学的考核评价体系和有效的创新激励机制，在内部推行各项人才发展计划，并通过股权激励的方式将组织发展与优秀人才绑定，为公司专业技术人员提供了良好的发展空间。公司已经形成了一支知识型、专业化的高水平人才团队，储备了较为丰富的研发、管理、销售人员。截至2024年6

月 30 日，公司共有研发人员 2,117 人，占员工总数的 48.21%，共有取得博士研究生及硕士研究生学历的员工 792 人，占员工总数的 18.04%，能为募投项目的顺利实施奠定基础。

通过外部招聘和内部培养，公司已为“便携及户用储能产品研发及产业化项目”、“新一代智能硬件产品研发及产业化项目”、“仓储智能化升级项目”及“全链路数字化运营中心项目”组建了超过 1,300 人的人才团队，合计占公司总人数比例达 30%，核心技术人员祝芳浩、曹良羽等均参与前述募投项目。因此，公司的人才储备具备实施本次募投项目的的能力，未来，公司进一步建立和完善人才引进、培养、激励、发展机制，通过外部引入与内部培养并行的方式，不断稳定和壮大人才队伍，以满足本次募投项目的实施。

(c) 专利储备情况

根据发行人的说明及本所核查，公司高度重视研发及创新，经过多年积累，根据对下游行业技术发展和客户需求的深刻理解，公司形成了消费电子产品在性能、技术等方面的突出比较优势，拥有多项与消费电子相关的专利，截至 2024 年 6 月 30 日，公司及其子公司拥有主要境内专利共 1,534 项，主要境外专利共 424 项。截至本补充法律意见书出具之日，公司已获得与本次募投项目相关的 41 项专利授权（其中 5 项发明专利，36 项实用新型专利），另有 114 项发明专利正在申请中。截至 2024 年 6 月 30 日，募投项目已授权专利储备数量具体如下：

单位：项

| 序号 | 募投项目及细分产品名称 | 授权专利储备数量 | |
|----|-------------------|----------|----|
| 1 | 便携及户用储能产品研发及产业化项目 | 17 | |
| 2 | 新一代智能硬件产品研发及产业化项目 | 3D 打印设备 | 12 |
| | | 智能投影仪 | 4 |
| | | 智能安防产品 | 8 |
| 合计 | | 41 | |

上述专利储备预期能够较好满足本次募集资金投资项目的研发需求。

(d) 材料、设备等供应商资源储备情况

根据发行人的说明，本次便携及户用储能产品研发及产业化项目及新一代智能硬件产品研发及产业化项目拟对部分已实现销售且销售规模保持较快增速的重点产品加大投入，在现有产品的基础上结合新技术、新工艺推出新的产品系列。新产品系列的主要原材料为电芯、电子件、结构件等，生产设备为所在行业较为通用的设备，与现有产品在生产所需主要原材料、生产设备方面不存在重大区别。

本次募投项目拟研发产品的外协供应商预计与当前公司现有同类产品供应商大致相同，主要为消费电子行业知名生产型企业，具备良好稳定的供应能力。公司已建立较为完善的供应商管理体系，具备较为丰富的供应商资源，对于本次募集资金投资项目拟研发产品所需的原材料、生产设备、生产能力方面已与相关供应商开展了前期沟通论证，生产所需主要原材料及生产设备市场稳定成熟，可以满足长期稳定供应需求，预计在材料及生产设备的取得上不存在重大障碍。

综上，公司已具备开展本次募投项目相关的技术、人才、专利、材料、设备等储备，项目实施不存在重大不确定性。

(3) 募集资金是否主要投向主业

根据发行人的说明，公司主营业务为消费电子产品的研发、设计、销售，主要产品涵盖充电储能、智能创新、智能影音等多个产品品类。发行人本次募投项目拟研发的产品与公司现有业务的匹配性关系如下：

| 序号 | 项目 | 研发产品名称 | 属于公司产品品类 | 应用领域 |
|----|-------------------|---------|----------|------|
| 1 | 便携及户用储能产品研发及产业化项目 | 便携储能产品 | 充电储能类 | 消费电子 |
| | | 户用储能产品 | | |
| 2 | 新一代智能硬件产品研发及产业化项目 | 智能安防产品 | 智能创新类 | |
| | | 3D 打印设备 | 智能影音类 | |
| 3 | 仓储智能化升级项目 | - | | |
| 4 | 全链路数字化运营中心项目 | - | - | |
| 5 | 补充流动资金项目 | - | - | |

如上表，便携及户用储能产品研发及产业化项目拟对公司现有充电储能类产品中的便携储能产品及户用储能产品进行升级，通过新技术、新工艺的研发，在现有产品系列的基础上推出性能更优、功能更多的新一代产品系列；新一代智能硬件产品研发及产业化项目拟对公司现有智能创新类及智能影音类产品中的智能安防产品、智能投影仪和3D 打印设备进行前沿技术及工艺的研发，在现有产品系列的基础上推出功能和性能有所升级的新一代产品系列。本次募投项目拟在公司现有产品基础上进行升级迭代，推出的新一代产品系列将与公司现有产品系列形成有效协同，更好地满足消费者多样化的需求，不涉及新产品品类的研发，不涉及对产品生产环节的投入，系围绕现有业务对产品研发环节进行的投入。仓储智能化升级项目及全链路数字化运营中心项目拟基于行业发展趋势、最新技术及设备对公司业务经营环节进行数字化改造升级，有利于提升公司主营业务经营环节的经营效率和服务水平；补充流动资金项目的实施有利于满足公司日常经营及业务发展对流动资金的需求，为公司主营业务的稳定和持续发展提供资金支持。因此，本次募集资金投资项目与公司现有主营业务具有较强的相关性，主要投向主业。

综上，本次募投项目拟研发产品的生产工艺流程、产品认证和客户认证流程、下

游客户拓展情况不存在重大障碍，发行人已具备本次募投项目的技术、人才、专利、材料、设备等储备，项目实施不存在重大不确定性，公司本次融资属于理性融资，募集资金主要投向主业，符合《管理办法》中第四十条的规定。

2.1.7 结合消费电子市场的发展趋势、在手订单或意向性合同、竞争对手、同行业同类或类似项目情况，募投项目收益情况的测算过程、测算依据，包括各年预测收入构成、销量、毛利率、净利润率的具体计算过程和可实现性等，说明各项目年均毛利率高于公司主营业务年均毛利率的合理性，募投项目效益测算的合理性及谨慎性

(1) 消费电子市场的发展趋势

根据发行人的说明，在消费电子技术不断创新、海内外各种新消费场景兴起等因素的驱动下，全球消费电子行业呈现巨大的市场空间。近年来，全球经济发展呈现放缓趋势，国际地缘格局动荡加剧经济下行预期，居民信心和消费需求受到一定影响，消费电子行业存在动能不足、发展放缓的情况，但消费电子已经成为全球消费者工作、娱乐等日常生活场景中重要的一部分，消费者对于消费电子的需求韧性较足，总体而言，全球消费电子行业仍具备较为广阔的市场空间，且部分细分领域市场保持较快增长速度。根据 Statista 的数据显示，2023 年全球消费电子市场规模达到 1.1 万亿美元，预计 2028 年市场规模将达到 1.2 万亿美元。

伴随着新一代信息技术及人工智能的进一步发展，消费电子领域智能安防、智能投影仪、3D 打印设备等下一代终端与应用逐步繁荣，消费电子产业有望引来新一轮以人工智能、智能硬件为中心的创新周期。在智能安防方面，根据 Juniper Research 数据，全球智能安防市场规模从 2018 年的 120 亿美元左右增长至 2023 年的 450 亿美元，复合增长率为 30.26%，市场规模增长迅速；在智能投影仪方面，根据 Dataintel 数据，全球智能投影仪市场规模有望从 2021 年的 32.7 亿美元增加到 2028 年的 107.9 亿美元，呈现出良好的增长态势；在 3D 打印方面，根据 Protolabs 预测，2024 年全球 3D 打印市场规模将达到 248 亿美元，2028 年市场规模将达到 571 亿美元，3D 打印行业呈现出稳定增长的良好趋势。

同时，为切实实现碳达峰、碳中和的宏伟目标，全球能源结构转型的趋势已不可逆转。在电化学储能成本持续下降、传统能源价格上涨、各国政策的大力支持、户外应用场景不断拓展、极端天气多发等多重因素下，便携储能及户用储能市场规模持续扩大。在便携储能方面，根据中国化学与物理电源行业协会的数据，全球便携式储能设备的出货量从 2016 年的 5.2 万台，快速增长到 2021 年的 483.8 万台，市场规模从 2016 年的 0.6 亿元快速增长到 2021 年的 111.3 亿元；预计 2026 年全球便携式储能的出货量和市场规模将分别达到 3,110 万台和 882.3 亿元；根据观研报告网的预测，2023 年全球便携式储能出货量将达到 855.20 万台。在户用储能方面，根据储能领跑者联盟（EESA）的数据，2023 年全球户用储能市场装机规模约为 16.1GWh，同比增长 91%；根据高工产

业研究院（GGII）的数据，2021年全球户用家储装机约合6.4GWh，预计2024年全球户用家储装机规模有望达到22GWh，呈现快速增长态势。

（2）公司在手订单或意向性合同情况

根据发行人的说明，报告期内，公司主要通过线上渠道直接面向终端大众消费者完成产品销售，2023年及2024年1-6月公司线上渠道销售占比约70%，而公司线下渠道客户亦不会进行长周期备货，因此在手订单不适用于公司的业务模式，对公司未来产品销售收入预测的参考意义较小。

本次募投项目拟研发的产品预计主要通过公司现有销售渠道完成产品销售，公司将充分发挥现有渠道优势及客户资源支持相关产品的未来销售。针对部分户用储能产品，公司主要通过海外的渠道商、安装商完成产品的最终销售，目前公司已与部分境外渠道商、安装商就意向性合作已开展商务谈判，正在完成相关产品的认证流程，积极接洽产品销售相关事宜，为本项目相关产品未来销售提供良好的保障。

（3）竞争对手情况

如上所述，本次募投项目拟研发产品相关行业景气度较高，市场规模和容量呈现不断增长趋势。为了更好地抓住行业发展机遇，存在同行业公司积极加大相关领域业务投入的情况，但总体而言，相关行业仍处于快速发展期，终端需求相对旺盛，公司能够利用自身的品牌、技术、渠道、供应链等优势有效推动募投项目的实施及相关产品的销售。根据发行人的说明及查询公开信息显示，同行业公司及相关项目情况如下：

| 序号 | 项目 | 拟研发产品名称 | 同行业公司名称 | 主营业务 | 类似项目 | 投资金额（万元） |
|----|-------------------|---------|---------|--|------------------------|------------|
| 1 | 便携及户用储能产品研发及产业化项目 | 便携储能产品 | 华宝新能 | 主营锂电池储能类产品及光伏产品的研发、生产和销售，主要产品为便携储能、家庭储能及光伏产品，以境外作为主要销售地区 | 便携储能产品扩产项目 | 19,843.12 |
| | | | | | 研发中心建设项目 | 9,931.05 |
| | | 户用储能产品 | 派能科技 | 为储能电池系统提供商，专注于电芯、模组及储能电池系统的研发、生产和销售，以境外作为主要销售地区 | 2GWh 锂电池高效储能生产项目 | 16,000.00 |
| | | | | | 派能科技 10GWh 锂电池研发制造基地项目 | 500,000.00 |
| | | | 艾罗能源 | 为光伏储能系统及产品提供商，主要面向海外客户提供储能系统、光伏储能逆变器等，以境外作为主要销售地区 | 储能电池及逆变器扩产项目 | 37,590.28 |
| | | | | | 光储智慧能源研发中心建设项目 | 15,085.70 |

| 序号 | 项目 | 拟研发产品名称 | 同行业公司名称 | 主营业务 | 类似项目 | 投资金额(万元) |
|----|-------------------|---------|--------------------|---|-------------------------|-----------|
| | | | 沃太能源 | 主营储能产品的研发、生产和销售，主要产品包括户用储能系统及部件和工商业储能系统及部件，以境外及境内作为主要销售地区 | 年产 70,000 套新能源储能系统项目 | 43,318.31 |
| | | | | | 研发中心建设项目 | 14,015.32 |
| 2 | 新一代智能硬件产品研发及产业化项目 | 智能安防产品 | 睿联技术 | 主营自主品牌家用视频监控产品软硬件的研发、生产和销售，以境外作为主要销售地区 | 研发中心升级项目 | 53,962.32 |
| | | 智能投影仪 | 极米科技 | 主营智能投影产品的研发、生产及销售，并提供围绕智能投影的配件产品及互联网增值服务，以境内作为主要销售地区 | 智能投影与激光电视系列产品研发升级及产业化项目 | 81,573.33 |
| | | 3D 打印设备 | 创想三维 | 主营消费级 3D 打印机及周边产品的研发、生产和销售，以境外作为主要销售地区 | - | - |
| | | | 深圳拓竹科技有限公司(“拓竹科技”) | 主营消费级 3D 打印机及周边产品的研发、生产和销售 | - | - |
| | | | Ultimaker | 主营消费级 3D 打印机的研发、生产和销售，以境外作为主要销售地区 | - | - |

(4) 本次募投项目收益情况的测算过程、测算依据

根据发行人的说明，本次募投建设类项目中，便携及户用储能产品研发及产业化项目及新一代智能硬件产品研发及产业化项目拟在现有产品的基础上加强创新研发、进行技术攻关并推出新的产品系列，直接产生经济效益；仓储智能化升级项目及全链路数字化运营中心项目拟提升公司业务经营环节的经营效率和服务水平，不直接产生经济效益，对公司未来经营及财务业绩将产生正面影响。本次募投项目总体效益情况如下：

单位：万元、年

| 序号 | 项目 | 营业收入 | 毛利率 | 净利率 | 税后内部收益率 | 税后静态回收期(含建设期) |
|----|-------------------|------------|--------|-------|---------|---------------|
| 1 | 便携及户用储能产品研发及产业化项目 | 235,000.00 | 42.59% | 8.27% | 25.79% | 6.15 |
| 2 | 新一代智能硬件产品研发及产业化项目 | 418,289.93 | 38.51% | 6.54% | 21.11% | 7.13 |

注：上表中营业收入、毛利率、净利率为项目稳定运营期各年平均值。

(a) 便携及户用储能产品研发及产业化项目

本项目的税后投资内部收益率为 25.79%，税后静态投资回收期为 6.15 年（含建设期），具有良好的经济效益，具体测算过程如下：

1) 销售收入测算

本项目为便携及户用储能产品的研发及产业化项目，主要收入来源于便携及户用储能产品的销售。本项目产品的销售收入根据产品预计销售单价乘以当年预计销量进行测算，具体情况如下：

① 产品预计销售单价测算

本项目产品预计销售单价主要结合了市场价格、公司产品定位以及对产品未来发展趋势预判等因素基于保守原则进行估计：

| 序号 | 项目 | 不含税平均单价（元/台） |
|----|----------|--------------|
| 1 | 便携储能相关产品 | 2,909.09 |
| 2 | 户用储能相关产品 | 16,461.54 |

如上表，本项目预计便携储能相关产品不含税平均单价为 2,909.09 元/台，户用储能相关产品为 16,461.54 元/台，本项目户用储能相关产品平均容量预计约为 10,000Wh，户用储能相关产品单价约为 1.65 元/Wh。与公司现有产品 2023 年至 2024 年 6 月平均单价、可比公司产品单价对比情况具体如下：

| 项目 | 单价对比情况 |
|------------|--|
| 1、便携储能相关产品 | |
| 华宝新能 | 2,546.21 元/台（容量段在 0.5kWh 至 1kWh）； 5,738.64 元/台（容量大于 1kWh） |
| 公司现有产品 | 3,251.32 元/台（容量段在 0.25kWh 至 5kWh） |
| 本项目 | 2,909.09 元/台（预计包括容量 0.5kwh 至 1kWh 及容量大于 1kWh） |
| 2、户用储能相关产品 | |
| 派能科技 | 1.73 元/Wh |
| 艾罗能源 | 2.19 元/Wh |
| 沃太能源 | 3.39 元/Wh |
| 公司现有产品 | - |
| 本项目 | 1.65 元/Wh |

注 1：因本项目产品单价测算时系考虑产品完整容量段后预计的平均价格，上表单价未按照容量段进行区别列示。

注 2：公司现有户用储能相关产品尚处于新品推广初期，以阳台光储产品为主，平均容量约为 5,000Wh；本项目户用储能相关产品将对产品输出功率、循环寿命、产品安全等方面进行一系列升级，平均容量预计约为 10,000Wh，因此，在单价层面，公司现有户用储能相关产品与其不具备可比

性。

注 3：因户用储能产品可比公司公开披露文件中其销量数据主要以 Wh 为单位，且行业报告中对户用储能产品市场空间的描述亦采用 Wh 为单位，为增强数据可比性和合理性，公司现有户用储能相关产品及本项目产品单价、销量单位分别采用元/Wh 和 Wh。

便携储能方面，根据公开信息，华宝新能便携储能产品的容量段包括 0.5kWh 至 1kWh 以及 1kWh 以上等，华宝新能 2021 年度容量段在 0.5kWh 至 1kWh 的产品平均单价为 2,546.21 元/台，容量大于 1kWh 的产品平均单价为 5,738.64 元/台，本项目便携储能相关产品包括容量段在 0.5kWh 至 1kWh 以及容量大于 1kWh 的产品，平均单价为 2,909.09 元/台，本项目产品平均单价在华宝新能对应容量段产品的价格区间内，具备一定可比性；同时，本项目产品单价略低于公司现有产品单价，测算结果较为保守，且差异亦在合理范围内，因此该测算具备一定合理性和谨慎性。

户用储能方面，根据公开信息，派能科技储能产品主要为满足海外家用储能等市场的应用需求，根据其储能产品收入及产品销售量进行测算，派能科技 2023 年度储能相关产品单价约为 1.73 元/Wh；艾罗能源户用储能电池产品单价为 2.19 元/Wh；沃太能源境外地区户用储能系统及部件单价为 3.39 元/Wh，本项目户用储能相关产品单价约为 1.65 元/Wh，与派能科技、艾罗能源、沃太能源具备一定可比性，测算具备一定合理性和谨慎性。

综上，本项目相关产品预计平均单价较同行业公司而言具备一定可比性，测算具备一定合理性及谨慎性。

② 产品预计销量测算

报告期内，公司采用“自主研发设计+外协生产”的产品供应模式，外协生产模式已较为成熟，合作的供应商数量较多，供应链体系完备、产能充足，因此公司产品的生产制造不受自身产能的限制。在进行本项目销量规划时，公司综合考虑了现有市场需求及对市场未来发展趋势研判、同行业公司销量、公司未来发展规划和外协供应商的生产能力等因素，以确保销量规划的合理性。同时，参考公司现有产品发展规律，综合产品的导入周期、市场拓展情况等因素，公司预计项目第 3 年新产品开始实现销售，随着产品不断推广，销量开始爬坡，于第 5 年达至稳定水平，符合产品导入的发展特性。基于谨慎性原则，本次募投项目产品预计销量情况测算如下：

单位：万台

| 序号 | 项目 | T+1 年 | T+2 年 | T+3 年 | T+4 年 | 稳定运营期 各年平均 |
|----|----------|-------|-------|-------|-------|---------------|
| 1 | 便携储能相关产品 | - | - | 26.40 | 35.20 | 44.00 |
| 2 | 户用储能相关产品 | - | - | 3.90 | 5.20 | 6.50 |
| | 合计 | - | - | 30.30 | 40.40 | 50.50 |

如上表，以 2023 年作为 T 年测算，预计本项目于 2028 年便携储能相关产品销量

为 44 万台，户用储能相关产品销量为 6.5 万台，本项目户用储能相关产品平均容量预计约为 10,000Wh，则 2028 年本项目户用储能相关产品销量对应的装机规模约为 0.65GWh。与 2023 年公司现有产品销量、可比公司产品销量对比情况具体如下：

| 项目 | 销量对比情况 |
|------------|----------|
| 1、便携储能相关产品 | |
| 华宝新能 | 83.80 万台 |
| 公司现有产品 | 29.95 万台 |
| 本项目 | 44.00 万台 |
| 2、户用储能相关产品 | |
| 派能科技 | 1.87GWh |
| 艾罗能源 | 1.07GWh |
| 沃太能源 | 0.59GWh |
| 公司现有产品 | 0.42GWh |
| 本项目 | 0.65GWh |

对于便携储能相关产品，2023 年公司现有产品销量为 29.95 万台，该业务仍处于发展初期，未来市场规模方面，据上文所述，预计 2026 年全球便携式储能的出货量将达到 3,110 万台，该业务具有较高的成长空间。同行业公司销售情况方面，根据公开信息，华宝新能 2023 年度便携储能相关产品的年销量达 83.80 万台，销售规模较大。本项目预计 2028 年便携储能相关产品销量为 44 万台，相较未来市场规模及同行业公司而言，测算较为保守，具备一定合理性及谨慎性。

对于户用储能相关产品，2023 年公司现有产品销量为 0.42GWh，未来市场规模方面，如上文所述，2024 年全球户用家储装机规模有望达到 22GWh，在市场需求驱动下公司业务销量有望进一步提升。同行业公司销售情况方面，根据公开信息，派能科技 2023 年度以户用储能作为主要应用领域的软包电池产品销量为 1.87GWh，且其通过 2022 年度向特定对象发行股票募集资金拟新建 10GWh 锂电池研发制造基地项目，持续扩大家用、发电侧、电网侧、工商业等领域相关产品的生产规模；艾罗能源 2023 年度储能电池产品销量为 1.07GWh，且近三年销量复合增长率达 145.92%，预计未来将保持稳定销量；沃太能源 2022 年度户用储能系统及部件销量为 0.59GWh，且近三年来销量复合增长率达 134.84%。本项目预计 2028 年户用储能相关产品销量为 6.5 万台，对应装机规模约为 0.65GWh，相较未来市场规模及同行业公司而言较小，测算较为保守，具备一定合理性及谨慎性。

根据上述假设条件，本项目营业收入测算如下：

单位：万元

| 序号 | 项目 | T+1 年 | T+2 年 | T+3 年 | T+4 年 | 稳定运营期 各年平均 |
|----------|-----------------|-------|-------|------------------|-------------------|-------------------|
| 1 | 便携储能相关产品 | - | - | 76,800.00 | 102,400.00 | 128,000.00 |
| 1.1 | 销量（万台） | - | - | 26.40 | 35.20 | 44.00 |
| 1.2 | 单价（元/台） | - | - | 2,909.09 | 2,909.09 | 2,909.09 |
| 2 | 户用储能相关产品 | - | - | 64,200.00 | 85,600.00 | 107,000.00 |
| 2.1 | 销量（万台） | - | - | 3.90 | 5.20 | 6.50 |
| 2.2 | 单价（元/台） | - | - | 16,461.54 | 16,461.54 | 16,461.54 |
| | 合计 | - | - | 141,000.00 | 188,000.00 | 235,000.00 |

2) 毛利率及净利润率情况

① 本次募投项目毛利率及净利润率情况

| 假设参数 | 参数选取及假设依据 |
|------|---|
| 营业成本 | 营业成本参考公司历史财务数据、同行业公司毛利率、项目实际情况并根据保守原则估算取得，主要包括采购成本及运输成本，采购成本及运输成本参照公司相关产品历史成本构成估算取得 |
| 期间费用 | 期间费用包含销售费用、管理费用、研发费用。其中销售费用和管理费用参考公司 2022 年度财务数据估算，销售费用率按照 20.62% 估算，管理费用率按照 3.26% 估算；研发费用主要包含研发人员工资及项目折旧摊销费，研发人员工资根据本项目预计需配置研发人员数量及公司研发岗位薪酬水平估算取得，项目折旧摊销费根据项目建设投资内容，采用直线法并参照公司现有折旧摊销政策估算取得 |
| 所得税 | 所得税费用按照 25% 估算取得 |

注：销售费用和管理费用参考公司 2022 年度财务数据估算，主要原因系募投项目计算参考期间（2020-2022 年）销售费用率、管理费用率均值均低于 2022 年销售费用率、管理费用率，采用 2022 年度数据作为参考进行测算所得净利润率更为谨慎。

根据上述假设，本项目的毛利率、净利润率的测算过程具体如下：

单位：万元

| 序号 | 项目 | T+1 年 | T+2 年 | T+3 年 | T+4 年 | 稳定运营期 各年平均 |
|-----|------|-----------|------------|------------|------------|---------------|
| 1 | 营业收入 | - | - | 141,000.00 | 188,000.00 | 235,000.00 |
| 2 | 营业成本 | - | - | 80,949.00 | 107,932.00 | 134,915.00 |
| 2.1 | 采购成本 | - | - | 59,782.07 | 79,709.42 | 99,636.78 |
| 2.2 | 运输成本 | - | - | 21,166.93 | 28,222.58 | 35,278.22 |
| 3 | 期间费用 | 5,070.70 | 11,685.22 | 49,317.17 | 62,957.83 | 74,181.56 |
| 3.1 | 销售费用 | - | - | 29,067.71 | 38,756.95 | 48,446.18 |
| 3.2 | 管理费用 | - | - | 4,603.51 | 6,138.02 | 7,672.52 |
| 3.3 | 研发费用 | 5,070.70 | 11,685.22 | 15,645.95 | 18,062.86 | 18,062.86 |
| 4 | 利润总额 | -5,070.70 | -11,685.22 | 10,733.83 | 17,110.17 | 25,903.43 |
| 5 | 所得税 | - | - | 2,683.46 | 4,277.54 | 6,475.86 |
| 6 | 净利润 | -5,070.70 | -11,685.22 | 8,050.37 | 12,832.63 | 19,427.57 |
| 7 | 毛利率 | - | - | 42.59% | 42.59% | 42.59% |
| 8 | 净利润率 | - | - | 5.71% | 6.83% | 8.27% |

根据上述测算，本项目进入稳定运营期后毛利率为 42.59%，净利润率为 8.27%。

② 本次募投项目与公司主营业务及同行业公司毛利率的对比情况

本项目从开始产生营业收入至计算期结束的期间内年均毛利率与报告期公司现有产品平均毛利率、同行业公司平均毛利率对比如下：

| 项目 | 平均毛利率对比情况 |
|------------|-----------|
| 1、便携储能相关产品 | |
| 华宝新能 | 44.44% |
| 公司现有产品 | 35.49% |
| 本项目 | 40.00% |
| 2、户用储能相关产品 | |
| 派能科技 | 33.50% |
| 艾罗能源 | 38.39% |
| 沃太能源 | 33.14% |
| 公司现有产品 | 49.87% |
| 本项目 | 45.69% |

注 1：为增强数据可比性，上表中列示的沃太能源毛利率为户用储能系统及部件产品境外地区销售平均毛利率，因沃太能源未公开披露 2023 年及 2024 年 1-6 月数据，此数据为 2020-2022 年年均毛利率，下同。

注 2：2021-2022 年公司户用储能相关产品尚未产生收入，故公司现有产品平均毛利率取 2023 年及 2024 年 1-6 月平均毛利率。

(i) 与公司现有产品平均毛利率对比情况

本项目拟基于现有充电储能类业务中储能产品的基础上结合新技术、新工艺推出新的产品系列，包括多款容量段在 0.5kWh 至 1kWh、容量大于 1kWh 的便携储能产品以及平均容量预计约为 10kWh 的户用储能产品。在便携储能相关产品中，公司便携式储能产品报告期平均毛利率为 35.49%，其中 2021 年公司便携式储能产品尚处于新品推广初期，细分产品少，产品竞争力相对较弱，定价偏低，使得毛利率处于较低水平；随着产品不断升级迭代，新型号产品的性能优化后产品竞争力有所上升，且产品销售规模和产品种类数量逐步上升，获得了市场的认可，因此 2022 年至今便携式储能产品平均单价和毛利率有所上升并趋于稳定，2022 年、2023 年和 2024 年 1-6 月平均毛利率为 43.02%，高于本项目产品毛利率。另外，在户用储能相关产品中，本项目产品毛利率略低于公司现有产品平均毛利率，该预测较为谨慎。

(ii) 与同行业公司平均毛利率对比情况

根据发行人的说明，在便携储能相关产品中，本项目产品运营期毛利率低于同行业公司华宝新能报告期平均毛利率，该预测具有一定的合理性；在户用储能相关产品中，本项目同行业公司派能科技、艾罗能源、沃太能源报告期平均毛利率的均值为 35.01%，

低于本项目产品运营期毛利率，主要系公司与同行业公司在客户结构、销售渠道、业务开展模式等方面存在差异，具体情况如下：

| 公司简称 | 相关产品 | 下游主要客户 | 是否独立品牌 | 销售渠道 | 业务开展模式 | 是否主要直接面向终端客户销售 |
|------|---------------|-------------------|---------|-----------|---|----------------|
| 派能科技 | 储能电池系统 | 储能系统集成商 | 自主品牌、贴牌 | 线下销售 | 通常通过参加行业展会、潜在客户拜访、客户主动接洽及参与招投标等方式进行客户开发 | 否 |
| 艾罗能源 | 户用储能产品 | 贸易商、系统集成商、ODM客户 | 自主品牌、贴牌 | 线下销售 | 通过主动拜访、开拓、通过展会建立联系、客户主动联系等方式进行客户开发 | 否 |
| 沃太能源 | 户用储能产品 | 贸易商、生产及自用客户、承包开发商 | 自主品牌 | 线下销售 | 通过行业展会、行业内客户介绍、参与招投标、主动拜访等方式进行客户开发 | 否 |
| 阿克创新 | 便携储能产品及户用储能产品 | 线上终端消费者、线下渠道客户等 | 自主品牌 | 线上销售、线下销售 | 主要通过第三方线上平台及自有平台进行线上产品销售 | 是 |

本项目从开始产生营业收入至计算期结束的期间内年均净利润率与本项目相关产品同行业公司华宝新能、派能科技、艾罗能源、沃太能源报告期平均净利润率对比如下：

| 项目 | 平均净利润率 |
|------------|---------------|
| 华宝新能 | 4.97% |
| 派能科技 | 13.61% |
| 艾罗能源 | 15.61% |
| 沃太能源 | 7.71% |
| 平均值 | 10.48% |
| 本项目 | 8.27% |

注：净利润率=归属于上市公司股东的净利润/营业收入；沃太能源数据为 2020-2022 年年均净利润率。

如上表，在销售渠道、业务开展模式、下游客户结构方面，公司及华宝新能主要通过线上第三方电商平台及自有平台直接面向终端大众消费者完成产品销售，销售中间环节较少，报告期内产品毛利率较高，但后续仍需较大营销费用投入以吸引更多线上消费者在平台下单；派能科技、艾罗能源、沃太能源主要通过主动拜访、介绍、招投标、行业展会等方式开发客户，借助线下贸易商、集成商完成产品的最终销售，以企业客户为主，客户集中度较高，且派能科技及艾罗能源存在部分贴牌产品的情况，产品毛利率

相对偏低但后续营销费用相对较小。从净利润率角度，报告期内华宝新能平均净利润率低于派能科技、艾罗能源及沃太能源。

本次募投项目相关产品预计主要通过线上第三方电商平台及自有平台直接面向终端大众消费者完成销售，预计本次募投项目相关产品能够实现较好的产品毛利率，但后续需要投入较多销售费用，本项目年均净利润率低于同行业公司报告期平均净利润率的均值。因此，本次募投项目户用储能相关产品年均毛利率高于同行业公司平均值，具备一定合理性和谨慎性。

为进行风险说明，下方对本项目相应产品年均毛利率的下降风险进行敏感性分析：

单位：万元，年

| 年均毛利率变动幅度 | 项目毛利率 | 项目内部收益率 | 静态投资回收期 |
|-----------|--------|---------|---------|
| 下降 5% | 40.46% | 20.38% | 6.98 |
| 下降 7.5% | 39.40% | 17.62% | 7.57 |
| 下降 10% | 38.33% | 14.79% | 9.39 |

注：项目内部收益率、静态回收期为税后口径，静态投资回收期含建设期

如上表，根据敏感性测试分析的结果，即使极端情况假设项目毛利率下降 10%，本项目税后内部收益率为 14.79%，税后静态投资回收期（含建设期）为 9.39 年，项目效益良好，具备较好的抗风险能力，且本项目营业收入复合增长率系出于保守原则谨慎估计，若项目运营期间产品销售收入情况好于预期，则本项目的抗风险能力将进一步增强。

（iii）与同行业类似项目对比情况

根据发行人的说明及公开信息，本项目的建设内容为便携及户用储能产品的研发及产业化，故选取产品品类或应用领域与本项目类似的募投项目进行比较分析，其中华宝新能、艾罗能源未披露相关项目的效益测算情况，具体情况如下：

单位：年

| 公司名称 | 募投项目名称 | 税后内部收益率 | 税后静态投资回收期（含建设期） |
|------------|------------------------|---------------|-----------------|
| 华宝新能 | 便携储能产品扩产项目 | - | - |
| | 研发中心建设项目 | - | - |
| 艾罗能源 | 储能电池及逆变器扩产项目 | - | - |
| | 光储智慧能源研发中心建设项目 | - | - |
| 派能科技 | 2GWh 锂电池高效储能生产项目 | 28.85% | 4.79 |
| | 派能科技 10GWh 锂电池研发制造基地项目 | 17.49% | - |
| 沃太能源 | 年产 70,000 套新能源储能系统项目 | 24.08% | 5.97 |
| | 研发中心建设项目 | - | - |
| 平均值 | | 23.47% | 5.38 |
| 安克创新 | 便携及户用储能产品研发及产业化项目 | 25.79% | 6.15 |

经对比分析，本项目税后内部收益率及税后静态投资回收期（含建设期）与同行

业类似项目相比不存在显著差异。

综上所述，便携及户用储能产品研发及产业化项目的效益测算参考市场发展情况、同行业相似产品情况、公司历史经营情况等因素确定，测算结果与公司主营业务毛利率、同行业公司年均毛利率、同行业类似项目相比不存在显著差异，本项目的效益测算具有合理性及谨慎性。

(b) 新一代智能硬件产品研发及产业化项目

根据发行人的说明，本项目的税后投资内部收益率为 21.11%，税后静态投资回收期为 7.13 年（含建设期），具有良好的经济效益，具体测算过程如下：

1) 销售收入测算

本项目为智能硬件产品的研发及产业化项目，主要收入来源于 3D 打印设备、智能投影仪、智能安防产品的销售。本项目产品的销售收入根据产品预计销售单价乘以当年预计销量进行测算，具体情况如下：

①产品预计销售单价测算

本项目产品预计销售单价主要结合了市场价格、公司产品定位以及对产品未来发展趋势预判等因素基于保守原则进行估计：

| 序号 | 项目 | 不含税平均单价（元/台） |
|----|---------|--------------|
| 1 | 3D 打印设备 | 12,293.40 |
| 2 | 智能投影仪 | 5,399.25 |
| 3 | 智能安防产品 | 704.35 |

如上表，本项目预计 3D 打印设备不含税平均单价为 12,293.40 元/台，智能投影仪单价为 5,399.25 元/台，智能安防产品单价为 704.35 元/台。与公司现有产品 2023 年至 2024 年 6 月平均单价、可比公司产品单价对比情况具体如下：

| 项目 | 单价对比情况 |
|-----------|--|
| 1、3D 打印设备 | |
| 创想三维 | 2,000-10,000 元/台（入门级）；20,000-55,000 元/台（专业级） |
| 公司现有产品 | 3,361.68 元/台（以入门级为主） |
| 本项目 | 4,823.10 元/台（入门级）；62,095.40 元/台（专业级） |
| 2、智能投影仪 | |
| 极米科技 | 6,461.50 元/台 |
| 公司现有产品 | 2,340.05 元/台 |
| 本项目 | 5,399.25 元/台 |
| 3、智能安防产品 | |

| 项目 | 单价对比情况 |
|--------|------------|
| 睿联技术 | 796.98 元/个 |
| 公司现有产品 | 673.47 元/台 |
| 本项目 | 704.35 元/台 |

3D 打印设备方面，全球 3D 打印行业仍处于市场发展前期，景气度较高，主要应用领域包括工业级 3D 打印及消费级 3D 打印。公司拟通过本项目的实施推出的 3D 打印产品主要应用在消费级领域。目前 3D 打印行业已上市公司的产品应用领域主要为工业级领域，同行业公司拓竹科技、创想三维、Ultimaker 的产品主要应用在消费级领域，数据较为可比，但上述企业均未上市，公开信息有限。消费级 3D 打印产品根据产品的打印技术、打印精度、打印速度、打印色彩等性能区别一般可分为入门级产品及专业级产品，根据市场调研机构 Context 的分类，入门级产品的单价一般在 18,000 元以内，专业级产品的单价一般超过 18,000 元。公司现有的 3D 打印产品仍以入门级为主，因此单价偏低；本项目拟研发的相关产品包括入门级及专业级 3D 打印设备，入门级产品平均单价为 4,823.10 元/台，专业级产品平均单价为 62,095.40 元/台。根据公开信息查询，与同行业公司产品情况对比，拓竹科技的入门级产品销售价格区间主要在 5,000 元至 10,000 元；创想三维的入门级产品销售价格区间主要在 2,000 元至 10,000 元，专业级产品销售价格区间主要在 20,000 元至 55,000 元；Ultimaker 专业级产品的销售价格区间主要在 30,000 元至 90,000 元。综上，本项目 3D 打印设备入门级产品平均单价在同行业公司拓竹科技、创想三维入门级产品的价格区间范围内；本项目专业级产品平均单价在同行业公司 Ultimaker 专业级产品的价格区间范围内，与创想三维专业级产品单价不存在重大差异，具备一定可比性，测算具备一定合理性。

智能投影仪方面，公司现有产品主要面向较低价段的用户需求，因此定价偏低；公司拟通过本项目的实施推出配备自研光机及新技术的全新中高端产品系列。与同行业公司极米科技相比，根据公开信息，极米科技的智能微投产品根据定位从低到高分别为 Z 系列、H 系列和 RS 系列，整体产品偏中高端。本项目拟研发的智能投影仪产品定位中高端，与极米科技的 H 系列和 RS 系列的两款中高端产品系列较为可比，H 系列及 RS 系列产品平均单价约为 6,461.50 元/台，本项目预计智能投影仪平均单价为 5,399.25 元/台，低于极米科技相关产品系列平均单价，主要系基于保守原则谨慎预计，测算具备一定合理性。

智能安防产品方面，公司拟通过本项目的实施推出具备新功能、新技术的新产品系列。与同行业公司睿联技术相比，根据公开信息，睿联技术智能安防摄像机及摄像机套装产品在 2023 年度的平均单价为 796.98 元/个，公司现有产品在 2023 年至 2024 年 6 月的平均单价为 673.47 元/台，本项目预计智能安防产品平均单价为 704.35 元/台，与本

项目智能安防产品价格不存在重大差异，测算具备一定合理性和谨慎性。

综上，本项目相关产品预计平均单价较同行业公司而言具备一定可比性，测算具备一定合理性及谨慎性。

②产品预计销量测算

本项目销量预测方式与“便携及户用储能产品研发及产业化项目”相同，具体详见上文。基于谨慎性原则，本次募投项目产品预计销量情况测算如下：

单位：万台

| 序号 | 项目 | T+1年 | T+2年 | T+3年 | T+4年 | 稳定运营期各年平均 |
|----|---------|------|------|--------|--------|-----------|
| 1 | 3D 打印设备 | - | - | 6.90 | 8.05 | 11.50 |
| 2 | 智能投影仪 | - | - | 8.70 | 11.60 | 14.50 |
| 3 | 智能安防产品 | - | - | 169.20 | 225.60 | 282.00 |
| | 合计 | - | - | 184.80 | 245.25 | 308.00 |

如上表，以 2023 年作为 T 年测算，预计本项目于 2028 年 3D 打印设备销量为 11.50 万台，智能投影仪销量为 14.50 万台，智能安防产品为 282.00 万台。与 2023 年公司现有产品销量、可比公司产品销量对比情况具体如下：

| 项目 | 销量对比情况 |
|-----------|-----------|
| 1、3D 打印设备 | |
| 创想三维 | 约 500 万台 |
| 公司现有产品 | 3.18 万台 |
| 本项目 | 11.50 万台 |
| 2、智能投影仪 | |
| 极米科技 | 94.39 万台 |
| 公司现有产品 | 21.42 万台 |
| 本项目 | 14.50 万台 |
| 3、智能安防产品 | |
| 睿联技术 | 235.76 万个 |
| 公司现有产品 | 477.51 万台 |
| 本项目 | 282.00 万台 |

对于 3D 打印设备，市场规模方面，根据海关总署数据，近五年来我国 3D 打印设备出口数量总体呈不断上涨趋势，由 2017 年的 65.6 万台增长至 2023 年的 350.20 万台，近六年复合增长率达 32.20%，因此公司现有 3D 打印设备销量仍有较大上升空间。同行业公司销售情况方面，根据公开信息，2023 年创想三维 3D 打印设备累计出货量已达

500万台。本项目预计2028年3D打印设备销量为11.50万台，相较市场规模及同行业公司而言较小，测算较为保守，具备一定合理性及谨慎性。

对于智能投影仪，市场规模方面，根据洛图科技数据，2023年全球家用投影机市场出货量为1,875.2万台；同行业公司销售情况方面，根据公开信息，极米科技2023年度智能投影产品销量约94.39万台。本项目预计2028年智能投影仪销量为14.50万台，相较公司现有产品销量、市场规模及同行业公司而言较小，测算较为保守，具备一定合理性及谨慎性。

对于智能安防产品，未来市场规模方面，根据艾瑞咨询预测，2025年全球家用摄像头出货量将突破2亿台。公司现有智能安防产品业务较为成熟，公司2023年度智能安防产品销量超过477万台，且近年来保持持续增长趋势，本项目推出的新产品系列将对部分已有产品进行替代升级。本项目预计2028年智能安防产品销量为282万台，相较市场规模及公司现有销售情况而言较小，测算较为保守，具备一定合理性及谨慎性。

根据上述假设条件，本项目营业收入测算如下：

单位：万元

| 序号 | 项目 | T+1年 | T+2年 | T+3年 | T+4年 | 稳定运营期 各年平均 |
|----------|---------------|------|------|-------------------|-------------------|-------------------|
| 1 | 3D打印设备 | - | - | 84,824.46 | 98,961.87 | 141,374.10 |
| 1.1 | 销量（万台） | - | - | 6.90 | 8.05 | 11.50 |
| 1.2 | 单价（元/台） | - | - | 12,293.40 | 12,293.40 | 12,293.40 |
| 2 | 智能投影仪 | - | - | 46,973.48 | 62,631.30 | 78,289.13 |
| 2.1 | 销量（万台） | - | - | 8.70 | 11.60 | 14.50 |
| 2.2 | 单价（元/台） | - | - | 5,399.25 | 5,399.25 | 5,399.25 |
| 3 | 智能安防产品 | - | - | 119,176.02 | 158,901.36 | 198,626.70 |
| 3.1 | 销量（万台） | - | - | 169.20 | 225.60 | 282.00 |
| 3.2 | 单价（元/台） | - | - | 704.35 | 704.35 | 704.35 |
| 合计 | | - | - | 250,973.96 | 320,494.53 | 418,289.93 |

2) 毛利率及净利润率情况

① 本次募投项目毛利率及净利润率情况

| 假设参数 | 参数选取及假设依据 |
|------|---|
| 营业成本 | 营业成本参考公司历史财务数据、同行业公司毛利率、项目实际情况并根据保守原则估算取得，主要包括采购成本及运输成本，采购成本及运输成本参照公司相关产品历史成本构成估算取得 |
| 期间费用 | 期间费用包含销售费用、管理费用、研发费用。其中销售费用和管理费用参考公司2022年度财务数据估算，销售费用率按照20.62%估算，管理费用率按照3.26%估算；研发费用主要包含研发人员工资及项目折旧摊销费，研发人员工资根据本项目预计需配置研发人员数量及公司研发岗位薪酬水平估算取得，项目折旧摊销费根据项目建设投资内容，采用直线法并参照公司现有折旧摊销政策估算取得 |
| 所得税 | 所得税费用按照25%估算取得 |

注：销售费用和管理费用参考公司2022年度财务数据估算，主要原因系募投项目计算参考期间

(2020-2022年)销售费用率、管理费用率均值均低于2022年销售费用率、管理费用率,采用2022年度数据作为参考进行测算所得净利润率更为谨慎。

根据上述假设,本项目的毛利率、净利润率的测算过程具体如下:

单位:万元

| 序号 | 项目 | T+1年 | T+2年 | T+3年 | T+4年 | 稳定运营期各年平均 |
|-----|------|-----------|------------|------------|------------|------------|
| 1 | 营业收入 | - | - | 250,973.96 | 320,494.53 | 418,289.93 |
| 2 | 营业成本 | - | - | 154,334.98 | 196,920.51 | 257,224.97 |
| 2.1 | 采购成本 | - | - | 129,334.30 | 165,061.38 | 215,557.17 |
| 2.2 | 运输成本 | - | - | 25,000.68 | 31,859.13 | 41,667.81 |
| 3 | 期间费用 | 9,462.49 | 21,136.02 | 86,111.42 | 105,544.18 | 128,898.02 |
| 3.1 | 销售费用 | - | - | 51,739.28 | 66,071.22 | 86,232.13 |
| 3.2 | 管理费用 | - | - | 8,194.06 | 10,463.84 | 13,656.77 |
| 3.3 | 研发费用 | 9,462.49 | 21,136.02 | 26,178.08 | 29,009.12 | 29,009.12 |
| 4 | 利润总额 | -9,462.49 | -21,136.02 | 10,527.56 | 18,029.85 | 32,166.95 |
| 5 | 所得税 | - | - | 1,579.13 | 2,704.48 | 4,825.04 |
| 6 | 净利润 | -9,462.49 | -21,136.02 | 8,948.42 | 15,325.37 | 27,341.90 |
| 7 | 毛利率 | - | - | 38.51% | 38.56% | 38.51% |
| 8 | 净利润率 | - | - | 3.57% | 4.78% | 6.54% |

根据上述测算,本项目进入稳定运营期后毛利率为38.51%,净利润率为6.54%。

② 本次募投项目与公司主营业务及同行业公司毛利率的对比情况

本项目从开始产生营业收入至计算期结束的期间内年均毛利率与报告期公司现有产品平均毛利率、同行业公司平均毛利率对比如下:

| 项目 | 平均毛利率对比情况 |
|----------|-----------|
| 1、3D打印设备 | |
| 创想三维 | 未披露 |
| 公司现有产品 | 40.93% |
| 本项目 | 37.33% |
| 2、智能投影仪 | |
| 极米科技 | 33.05% |
| 公司现有产品 | 29.67% |
| 本项目 | 34.29% |
| 3、智能安防产品 | |
| 睿联技术 | 47.80% |
| 公司现有产品 | 45.95% |
| 本项目 | 41.00% |

注1:2021年公司3D打印设备尚未产生收入,故公司现有产品毛利率为2022年至2024年1-6月平均毛利率;

注 2：因睿联技术未公开披露 2024 年 1-6 月数据，此毛利率数据为 2021-2023 年年均毛利率。

(i) 与公司现有产品平均毛利率对比情况

本项目拟基于现有智能创新类业务中的智能安防产品及 3D 打印设备、智能影音类业务中的智能投影仪。特别地，拟通过本项目的实施，在智能投影仪方面推出配备自研光机及新技术的全新中高端产品系列，该产品系列在产品功能、产品性能上相对已有产品有所升级，产品预计单价有所上升，预计能够实现较好的产品毛利率；另外，公司现有产品报告期内平均毛利率偏低，但呈现明显上升趋势，主要原因系公司现有产品不断更新迭代，通过产品结构调整、供应链优化等方式，新品在原材料采购、加工等生产环节实现了成本的下降，公司采购成本相应减少；2023 年公司推出 NEBULA Capsule 3 Laser、Capsule 3 Projector 等新产品，具有设计轻巧便携、图像显示高质量等优势，两款新品 2023 年及 2024 年 1-6 月平均毛利率超过 50%；随着新产品的放量，2024 年 1-6 月，两款产品在智能投影仪品类中的收入占比超过 45%，进一步拉动整体毛利率的增长，公司智能投影仪产品毛利率达 37.40%，高于该募投项目运营期年均毛利率。因此，本项目智能投影仪运营期年均毛利率高于公司现有产品报告期平均毛利率具有一定合理性；同时，在 3D 打印设备、智能安防产品上本项目运营期年均毛利率低于公司现有产品平均毛利率，该测算具备一定谨慎性。

(ii) 与同行业公司平均毛利率对比情况

如上所述，本项目拟研发的 3D 打印设备主要应用于消费级领域，目前暂无以消费级 3D 打印设备作为主要产品的上市公司。在智能投影仪方面，本项目运营期年均毛利率与同行业公司平均毛利率较为接近；在智能安防产品方面，本项目运营期年均毛利率低于同行业公司平均毛利率，本项目效益测算具有一定合理性及谨慎性。

(iii) 与同行业类似项目对比情况

本项目的建设内容为智能安防产品、智能投影仪及 3D 打印设备的研发及产业化，故选取产品品类或应用领域与本项目类似的募投项目进行比较分析，其中睿联技术、极米科技未披露相关项目的效益测算情况，暂无以消费级 3D 打印设备作为主要产品的上市公司及相关项目，因此选取已披露相关效益的其他同行业类似项目作为对比，具体情况如下：

单位：年

| 公司名称 | 募投项目名称 | 税后内部收益率 | 税后静态投资回收期（含建设期） |
|------|-------------------------|---------|-----------------|
| 睿联技术 | 研发中心升级项目 | - | - |
| 极米科技 | 智能投影与激光电视系列产品研发升级及产业化项目 | - | - |
| 安联锐视 | 安防数字监控产品产业化扩建项目 | 21.49% | 7.51 |
| 同为股份 | 数字监控摄像机建设项目 | 36.30% | 4.50 |
| 汉邦高科 | 安防数字监控产品产业化扩建项目 | 24.64% | 5.00 |

| 公司名称 | 募投项目名称 | 税后内部收益率 | 税后静态投资回收期（含建设期） |
|------|-------------------|---------|-----------------|
| 平均值 | | 27.48% | 5.67 |
| 安克创新 | 新一代智能硬件产品研发及产业化项目 | 21.11% | 7.13 |

经对比分析，本项目与同行业类似项目相比税后内部收益率偏低，税后静态投资回收期（含建设期）偏高，主要原因系项目相关产品品类不完全相同，且本项目测算出于保守原则谨慎估计，与同行业类似项目相关指标不存在显著差异，具备一定合理性和谨慎性。

综上所述，新一代智能硬件产品研发及产业化项目的效益测算参考市场发展情况、同行业相似产品情况、公司历史经营情况等因素确定，测算结果与公司主营业务毛利率、同行业公司年均毛利率、同行业类似项目相比不存在显著差异，本项目的效益测算具有合理性及谨慎性。

（5）补充流动资金缺口测算过程和募集资金规模合理性

根据发行人的说明，综合考虑公司的可自由支配资金、经营活动现金流量净额、营运资金需求、有息负债情况、未来重大资本性支出、现金分红支出等，在未考虑本次发行可转债募集资金及其他新增股本、债务融资的前提下进行测算，以 2023 年末为起算始点，可转债存续期内（未来 6 年内，即 2024 年-2029 年），经测算，公司的资金缺口为 369,997.55 万元，具体测算过程如下：

单位：万元

| 类别 | 项目 | 计算公式 | 金额 |
|------------|-----------------------|----------------|--------------|
| 可自由支配资金 | 货币资金余额 | 1 | 206,528.65 |
| | 易变现的各类金融资产余额 | 2 | 267,248.62 |
| | 使用受限货币资金 | 3 | 13,168.93 |
| | 截止 2023 年末前次募投项目未使用资金 | 4 | 19,700.60 |
| | 2023 年末可自由支配资金 | 5=1+2-3-4 | 440,907.74 |
| 未来期间新增资金 | 未来期间经营活动现金流量净额 | 6 | 1,379,521.00 |
| 未来期间资金需求 | 2023 年末最低现金保有量需求 | 7 | 364,469.36 |
| | 未来期间营运资金缺口 | 8 | 1,068,423.63 |
| | 未来期间预计现金分红 | 9 | 596,364.24 |
| | 未来期间偿还有息债务及利息 | 10 | 70,783.29 |
| | 2023 年末已审议的投资项目 | 11 | 90,385.77 |
| | 未来期间总资金需求 | 12=7+8+9+10+11 | 2,190,426.30 |
| 未来期间总体资金缺口 | | 13=12-5-6 | 369,997.55 |

注 1：为合理反映未来期间年度数据，上表中未来期间经营活动现金流量净额、营运资金缺口、最低现金保有量需求、预计现金分红测算起始日为 2023 年 12 月 31 日，上表中未来期间为可转债存续期 2024-2029 年，下同。

注 2：上表中未来期间营运资金缺口考虑的系基于未来业务规模及营业收入基数增加的情况下，对未来期间新增最低现金保有量的需求。

(a) 可自由支配资金

截至 2023 年 12 月 31 日，公司可自由支配资金为 440,907.74 万元。其中，公司货币资金余额为 206,528.65 万元；易变现的各类金融资产主要包括交易性金融资产、银行定期存单和国债逆回购理财产品，余额为 267,248.62 万元；其他货币资金中存放于证券结算账户的存出投资款等值人民币 1,338.39 万元，存放于第三方结算平台款项等值人民币 12,952.40 万元，可以随时支取，其余为受限货币资金，余额为 13,168.93 万元；前次募投项目未使用资金为 19,700.60 万元。

(b) 未来期间新增资金

由于公司在 2020 年完成 IPO 上市，上市以来公司经营情况稳定，各项财务指标较为平稳可比，因此未来可转债存续期的营业收入、经营活动产生的现金流量净额、经营性资产、经营性负债等财务指标估算均以 2020 年-2023 年相关指标为参考。2020 年-2023 年，公司营业收入复合增长率为 23.24%，假设可转债存续期 2024 年-2029 年，公司每年营业收入增长率为 23.24%，未来期间预计经营活动产生的现金流量净额按照未来期间预计营业收入合计乘以 2020 年-2023 年经营活动产生的现金流量净额与营业收入的比值的平均值测算。

2020 年-2023 年，公司经营活动产生的现金流量净额占营业收入的比重分别为 2.01%、3.57%、9.99% 和 8.17%，公司结合未来的业务发展趋势，合理、谨慎预计经营活动产生的现金流量净额占营业收入的比例维持在过去四年的平均值 5.93%。

参照前述未来期间的预测营业收入及经营活动产生的现金流量净额占营业收入比例的情况，谨慎预计 2024 年至 2029 年经营活动产生的现金流量净额合计为 1,379,521.00 万元（此处不构成盈利预测，亦不构成业绩承诺），具体如下：

单位：万元

| 项目 | 2024 年度 | 2025 年度 | 2026 年度 | 2027 年度 | 2028 年度 | 2029 年度 |
|--------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| 营业收入 | 2,157,634.05 | 2,659,125.30 | 3,277,176.40 | 4,038,878.93 | 4,977,621.29 | 6,134,552.22 |
| 经营活动产生的现金流量净额/营业收入 | 5.93% | 5.93% | 5.93% | 5.93% | 5.93% | 5.93% |
| 经营活动产生的现金流量净额 | 128,049.17 | 157,811.19 | 194,490.69 | 239,695.47 | 295,407.04 | 364,067.45 |

| 项目 | 2024 年度 | 2025 年度 | 2026 年度 | 2027 年度 | 2028 年度 | 2029 年度 |
|------------------------|---------|---------|---------|---------|---------|--------------|
| 2024-2029 年经营性现金流入净额合计 | | | | | | 1,379,521.00 |

(c) 最低现金保有量需求

公司需要持有一定的货币资金用于日常采购、支付员工工资、缴纳各项税费等经营活动。上市公司持有一定金额的最低现金保有量主要目的是为了在极端情形下，依然能保障和满足上市公司正常经营的需要，避免发生经营风险。为保证公司稳定运营，公司通常预留满足未来 3 个月经营活动所需现金作为最低现金保有量。结合公司业务经营经验、现金收支等情况，以 2023 年度经营活动现金流出总额 1,457,877.44 万元为基础测算，报告期末公司最低现金保有量为 364,469.36 万元。具体计算过程如下：

单位：万元

| 项目 | 金额 |
|--------------------------|--------------|
| 2023 年度经营活动现金流出金额 (A) | 1,457,877.44 |
| 每月度平均经营活动现金流程金额 (B=A/12) | 121,489.79 |
| 报告期末公司最低现金保有量 (C=B*3) | 364,469.36 |

(d) 未来期间营运资金缺口

1) 公司 2020 年末、2021 年末、2022 年末及 2023 年末各项经营性资产、经营性负债占同期营业收入的比重

2020 年末、2021 年末、2022 年末及 2023 年末，公司经营性资产、经营性负债及营运资金情况如下：

单位：万元

| 项目 | 2023.12.31 | 2022.12.31 | 2021.12.31 | 2020.12.31 |
|---------|------------|------------|------------|------------|
| 应收账款 | 152,781.75 | 122,243.26 | 109,171.21 | 86,766.55 |
| 预付款项 | 1,667.50 | 6,910.00 | 8,096.44 | 4,049.61 |
| 存货 | 241,131.10 | 147,979.07 | 206,125.65 | 158,929.23 |
| 其他应收款 | 9,445.66 | 4,580.44 | 3,375.90 | 2,220.64 |
| 其他流动资产 | 166,193.86 | 152,540.18 | 147,930.80 | 151,535.56 |
| 经营性资产合计 | 571,219.87 | 434,252.95 | 474,700.00 | 403,501.59 |
| 应付票据 | 39,362.96 | 5,635.76 | 19,843.35 | 3,792.64 |
| 应付账款 | 115,926.99 | 72,912.06 | 67,751.67 | 52,851.15 |
| 合同负债 | 13,741.50 | 9,368.18 | 2,800.62 | 2,264.69 |

| 项目 | 2023.12.31 | 2022.12.31 | 2021.12.31 | 2020.12.31 |
|------------------|------------|------------|------------|------------|
| 应付职工薪酬 | 60,664.75 | 39,185.45 | 29,336.60 | 20,887.25 |
| 应交税费 | 26,810.69 | 8,795.46 | 13,275.86 | 16,939.88 |
| 其他应付款 | 37,726.77 | 34,942.06 | 31,893.42 | 18,120.53 |
| 其他流动负债 | 9,397.35 | 11,449.24 | 8,427.92 | 6,373.96 |
| 经营性负债合计 | 303,631.01 | 182,288.21 | 173,329.44 | 121,230.10 |
| 营运资金=经营性资产-经营性负债 | 267,588.86 | 251,964.74 | 301,370.56 | 282,271.49 |

公司 2020 年末、2021 年末、2022 年末及 2023 年末各项经营性资产、经营性负债占同期营业收入的比重如下：

单位：万元、%

| 项目 | 2023 年度/2023 年 12 月 31 日 | 2022 年度/2022 年 12 月 31 日 | 2021 年度/2021 年 12 月 31 日 | 2020 年度/2020 年 12 月 31 日 |
|---------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| 营业收入 | 1,750,720.31 | 1,425,051.98 | 1,257,420.33 | 935,262.93 |
| 经营性资产 | 571,219.87 | 434,252.95 | 474,700.00 | 403,501.59 |
| 经营性负债 | 303,631.01 | 182,288.21 | 173,329.44 | 121,230.10 |
| 营运资金 | 267,588.86 | 251,964.74 | 301,370.56 | 282,271.49 |
| 经营性资产/营业收入 | 32.63 | 30.47 | 37.75 | 43.14 |
| 经营性资产/营业收入平均值 | 36.00 | | | |
| 经营性负债/营业收入 | 17.34 | 12.79 | 13.78 | 12.96 |
| 经营性负债/营业收入平均值 | 14.22 | | | |

2) 可转债存续期内公司营运资金缺口

2020 年-2023 年，公司营业收入复合增长率为 23.24%，假设可转债存续期 2024 年-2029 年，公司每年营业收入增长率为 23.24%，未来期间各期末的经营性资产、经营性负债按照未来期间预计营业收入合计乘以 2020 年-2023 年经营性资产、经营性负债占营业收入的比重的平均值测算，则未来期间公司营运资金缺口计算过程如下：

单位：万元

| 项目 | 2024 年度 | 2025 年度 | 2026 年度 | 2027 年度 | 2028 年度 | 2029 年度 |
|---------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| 营业收入 | 2,157,634.05 | 2,659,125.30 | 3,277,176.40 | 4,038,878.93 | 4,977,621.29 | 6,134,552.22 |
| 经营性资产占比 | 36.00 | 36.00 | 36.00 | 36.00 | 36.00 | 36.00 |
| 经营性资产 | 776,723.97 | 957,255.18 | 1,179,746.62 | 1,453,950.96 | 1,791,887.64 | 2,208,369.76 |

| 项目 | 2024 年度 | 2025 年度 | 2026 年度 | 2027 年度 | 2028 年度 | 2029 年度 |
|---------|------------|------------|------------|------------|--------------|--------------|
| 经营性负债占比 | 14.22 | 14.22 | 14.22 | 14.22 | 14.22 | 14.22 |
| 经营性负债 | 306,823.98 | 378,138.00 | 466,027.27 | 574,344.35 | 707,837.17 | 872,357.27 |
| 营运资金 | 469,899.99 | 579,117.19 | 713,719.35 | 879,606.61 | 1,084,050.47 | 1,336,012.49 |
| 营运资金缺口 | | | | | | 1,068,423.63 |

注：上表中未来期间营运资金缺口考虑的系基于未来业务规模及营业收入基数增加的情况下，对未来期间新增最低现金保有量的需求。

经测算，公司未来期间营运资金缺口为 1,068,423.63 万元。

(e) 未来期间预计现金分红

2020 年-2023 年，公司现金分红情况如下：

单位：万元

| 分红所属年度 | 现金分红金额 (含税) | 合并报表归属于母公司所有者的 净利润 | 当年现金分红占合并报表归 属于母公司所有者的净利润 的比例 |
|---------|----------------|-----------------------|-------------------------------------|
| 2023 年度 | 81,305.04 | 161,487.20 | 50.35% |
| 2022 年度 | 48,771.26 | 114,348.62 | 42.65% |
| 2021 年度 | 32,514.18 | 98,172.72 | 33.12% |
| 2020 年度 | 32,514.18 | 85,593.28 | 37.99% |

公司现金分红总额占 2020 年至 2023 年合并报表中归属于上市公司股东的净利润总额的比例为 42.45%，现金分红政策稳定且决策程序合法合规，分红比例与公司经营情况相匹配，不存在分红情况明显超过《公司章程》规定的比例，符合《公司章程》《上市公司监管指引第 3 号——上市公司现金分红》《监管规则适用指引——发行类第 7 号》等相关规定和公司实际情况，不属于异常高比例分红的情形。为增强测算结果的谨慎性，假设以 30% 作为未来期间现金分红比例的测算依据（仅用于测算，不构成公司分红承诺）。

2020 年、2021 年、2022 及 2023 年，公司归属于母公司所有者的净利润占营业收入的比例分别为 9.15%、7.81%、8.02% 和 9.22%，过去四年的平均值为 8.55%，比例较为稳定，因此假设可转债存续期 2024 年-2029 年每年公司归属于母公司所有者的净利润占营业收入的比例为 8.55%（仅用于测算，不构成公司盈利预测或业绩承诺）。

参照前述未来期间的预计营业收入及净利润率情况，测算未来期间预计现金分红具体如下：

单位：万元

| 项目 | 2024 年度 | 2025 年度 | 2026 年度 | 2027 年度 | 2028 年度 | 2029 年度 |
|--------------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| 营业收入 | 2,157,634.05 | 2,659,125.30 | 3,277,176.40 | 4,038,878.93 | 4,977,621.29 | 6,134,552.22 |
| 净利润率 | 8.55% | 8.55% | 8.55% | 8.55% | 8.55% | 8.55% |
| 归属于上市公司股东的净利润 | 184,518.02 | 227,404.90 | 280,259.81 | 345,399.61 | 425,679.62 | 524,618.83 |
| 2024-2029 年归属于上市公司股东的净利润 | | | | | | 1,987,880.80 |
| 分红比例 | | | | | | 30.00% |
| 未来期间预计现金分红所需资金 | | | | | | 596,364.24 |

(f) 未来期间偿还有息债务及利息

截至 2023 年 12 月 31 日，公司有息负债余额合计为 87,100.29 万元，构成情况具体如下：

单位：万元

| 项目 | 金额 |
|------------------------|-----------|
| 短期借款 | 25,973.59 |
| 一年内到期的非流动负债-一年内到期的长期借款 | 56.70 |
| 长期借款 | 61,070.00 |
| 合计 | 87,100.29 |

公司有息负债主要包括短期借款和长期借款，相关债务及利息偿还计划具体如下：

单位：万元

| 还款时间 | 还款本金 | 还款利息 |
|--------|------------------|-----------------|
| 2024 年 | 25,973.59 | 2,385.45 |
| 2025 年 | 8,121.32 | 1,804.25 |
| 2026 年 | 8,121.32 | 1,551.39 |
| 2027 年 | 7,035.15 | 1,307.22 |
| 2028 年 | 6,544.57 | 1,101.29 |
| 2029 年 | 5,936.02 | 901.71 |
| 合计 | 61,731.98 | 9,051.32 |

注：上述还款本金及利息系根据借款合同进行测算，其中短期借款的还款利息根据 2023 年度借款

利率区间的平均值进行测算。

债券存续期内，公司需要偿还有息债务及利息合计 70,783.29 万元。

(g) 2023 年末已审议的投资项目资金需求

截至 2023 年末，公司已审议的投资项目包括本次募投项目便携及户用储能产品研发及产业化项目、新一代智能硬件产品研发及产业化项目、仓储智能化升级项目和全链路数字化运营中心项目，上述已审议的投资项目未来资金需求合计为 90,385.77 万元，具体构成情况如下：

单位：万元

| 序号 | 项目 | 拟投资总额 | 项目审批进度 |
|----|-------------------|-----------|----------------------------------|
| 1 | 便携及户用储能产品研发及产业化项目 | 24,804.61 | 已通过公司第三届董事会第十二次会议、第三届董事会第二十次会议审议 |
| 2 | 新一代智能硬件产品研发及产业化项目 | 27,055.08 | |
| 3 | 仓储智能化升级项目 | 14,699.00 | |
| 4 | 全链路数字化运营中心项目 | 23,827.08 | |
| 合计 | | 90,385.77 | - |

(h) 本次融资具备必要性

1) 本次募投项目资金需求规模较大，公司存在较大的资金缺口

消费电子行业市场竞争激烈，技术更新迭代较快，为进一步巩固市场地位、提升市场竞争力，公司拟在便携及户用储能产品、新一代智能硬件产品等领域加快研发和产业化布局，同时对仓储智能化升级项目及全链路数字化运营中心项目进行投资，以优化公司的售前服务、营销、仓储、售后服务等业务环节，提高公司经营及运营的效率和能力，预计资金需求规模为 110,482.00 万元，资金需求规模较大。同时，公司需储备一定量现金以应对正常生产经营活动的资金需求，除本次发行募集资金外，剩余资金缺口 259,515.55 万元拟使用银行债务融资、自有资金等方式予以解决。经审慎论证，需要通过外部融资以保障募投项目的顺利实施和公司的稳健经营。

2) 本次募集资金可优化财务结构，有利于公司资产负债率的稳定

报告期内，发行人资产负债结构较为合理，各项偿债能力指标良好，无法偿还债务的风险较小，但偿债能力指标近年来随着公司负债规模的增加而略有变动。报告期内，公司流动比率分别为 3.83 倍、3.27 倍、2.68 倍和 2.41 倍，速动比率分别为 2.71 倍、2.58 倍、1.98 倍和 1.71 倍，2024 年 6 月末资产负债率为 41.60%，较 2021 年有所上升。公司偿债能力指标变动的主要原因系报告期内，公司经营规模扩大速度较快，为了满足资金周转需求，公司通过借款等方式筹集资金，报告期末公司短期借款、长期借款均有所

上升，使得负债总额也有所上升。

发行人本次募集资金投资项目中的便携及户用储能产品研发及产业化项目、新一代智能硬件产品研发及产业化项目、仓储智能化升级项目、全链路数字化运营中心项目拟使用募集资金合计 77,382.00 万元，主要为场地投入、软硬件设备购置等资本性支出，上述项目建设需要一定周期，投资回收期相对较长。若本次融资需求全部通过外部借款满足，以发行人 2024 年 6 月 30 日的资产及负债情况进行测算，发行人资产负债率将由 41.60% 升至 45.78%，负债率水平将会提高；此外，流动资金能够有效提升公司流动比率和速动比率，优化财务结构，增强财务抗风险能力，为公司未来健康良性发展提供有力保障；补充考虑到资金成本、信贷规模、使用限制等因素，股权融资方式更适合公司现阶段的发展。

(i) 本次募投项目自有资金投入情况

截至 2024 年 6 月 30 日，本次募集资金投资项目已按公司规划在有序进行中（除补充流动资金外），已使用自有资金投入 7,930.30 万元，尚需投入资金 102,551.70 万元，各募投项目进度及资金投入情况具体如下：

单位：万元

| 序号 | 项目名称 | 拟投入募集资金金额 | 董事会后已使用自有资金投入 | 已投入比例 | 尚需投入金额 |
|----|-------------------|-------------------|-----------------|--------------|-------------------|
| 1 | 便携及户用储能产品研发及产业化项目 | 20,104.00 | 3,066.70 | 15.25% | 17,037.30 |
| 2 | 新一代智能硬件产品研发及产业化项目 | 20,554.00 | 3,234.32 | 15.74% | 17,319.68 |
| 3 | 仓储智能化升级项目 | 13,998.00 | 959.28 | 6.85% | 13,038.72 |
| 4 | 全链路数字化运营中心项目 | 22,726.00 | 670.00 | 2.95% | 22,056.00 |
| 5 | 补充流动资金 | 33,100.00 | 不适用 | 不适用 | 33,100.00 |
| 合计 | | 110,482.00 | 7,930.30 | 7.18% | 102,551.70 |

注：上述自有资金投入数据为初步统计，未经发行人会计师鉴证。

1) 募投项目自有资金已投入部分

如上表，截至 2024 年 6 月 30 日，“便携及户用储能产品研发及产业化项目”和“新一代智能硬件产品研发及产业化项目”已使用自有资金投入比例分别约为 15.25% 和 15.74%，已投入资金主要用于软硬件购置及安装。“便携及户用储能产品研发及产业化项目”和“新一代智能硬件产品研发及产业化项目”在投入比例有限的情况下仍已完成大部分核心技术储备的原因主要系：前述募投项目产品是在公司现有产品基础上进行升

级迭代，公司研发团队具备相关技术的研发经验和能力，部分技术储备的研发活动公司可利用原有设备开展；同时，公司亦会采取利用第三方供应商的设备或委托第三方实验室等方式进行研发和测试。此外，前述募投项目的核心技术储备主要涉及硬件拓扑架构、软件算法等底层技术，随着其研发过程的深入，大规模研发设备的投入需求相对更集中于后期技术在产品应用上的研究和落地，因此项目投入金额和比例有限但已完成大部分核心技术储备具有合理性。

截至 2024 年 6 月 30 日，“仓储智能化升级项目”和“全链路数字化运营中心项目”已使用自有资金投入比例分别为 6.85%和 2.95%。其中，“仓储智能化升级项目”已投入资金主要用于场地租金，尚未进行场地装修和软硬件购置；“全链路数字化运营中心项目”已投入金额主要为购置了少量相关软件，该项目已投入金额较少的主要原因系受限于公司资金规模，公司尚未购置房产并推进该项目的场地装修、布置等。

2) 募投项目尚需投入资金的部分及用途

对于“便携及户用储能产品研发及产业化项目”和“新一代智能硬件产品研发及产业化项目”，公司尚需投入资金的部分主要为场地装修和软硬件设备的购置，具体用途及原因包括：其一，公司募投项目相关产品所涉研发活动具有较高的深度和广度，通过利用原有设备、借助第三方的研发设备或实验室已无法满足公司的研发需求，同时为了更好地提升研发效率和核心技术保密性，公司需要增加自有研发设备的购置和使用，并建设更专业化的实验室开展研发活动；其二，为巩固现有产品的竞争优势，公司积极推动相关领域的技术突破，虽然部分底层的技术储备已完成，但募投产品更新迭代需要进行持续性的研发及储备，同时技术升级需要购置性能和匹配性更优的软硬件设备，因此后续的研发活动仍需较多资金投入。

对于“仓储智能化升级项目”和“全链路数字化运营中心项目”，公司尚需投入的资金将主要用于仓库的装修和建设、购置所需设备、系统及场地，以提高仓储运营效率和数字营销质量。

结合前述分析，在未考虑本次发行可转债募集资金及其他新增股本、债务融资的前提下，债券存续期内，公司面临的资金缺口金额为 369,997.55 万元，公司正根据项目实施计划积极推进各募投项目（除补充流动资金外），当前阶段投入金额具有合理性，项目实施进度不存在重大不确定性，且后续公司经营发展仍有较多的资金使用需求，本次融资具有必要性。

2.1.8 量化分析本次募投项目新增折旧摊销对发行人经营业绩影响；本次募投项目三和项目四不直接产生经济效益，请说明相关项目的大额固定资产投资对公司经营业绩产生的影响，并结合项目与主营业务的联系，说明相关项目的必要性和合理性，是否属于主要投向主业

(1) 量化分析本次募投项目新增折旧摊销对发行人经营业绩影响

根据发行人的说明，公司现行固定资产及无形资产的折旧摊销政策如下：

| 类别 | 折旧方法 | 折旧年限 | 残值率 | 年折旧率 |
|---------|-------|------|-------|---------|
| 房屋及建筑物 | 年限平均法 | 20年 | - | 5% |
| 运输工具 | 年限平均法 | 3-5年 | 0%-5% | 19%-33% |
| 电子设备及其他 | 年限平均法 | 3-5年 | 0%-5% | 19%-33% |

| 类别 | 摊销年限（年） |
|------|---------|
| 软件系统 | 10年 |

根据项目进度计划，结合本次募集资金投资项目收入、利润总额、净利润预测，募投项目折旧摊销政策与公司现行折旧摊销政策一致，本次募投项目一和项目二计划于 T+3 年开始销售相关产品，相关产品的销售收入作为本次募投项目的收入，相关产品开始销售后新增资产所增加的预计折旧摊销额对公司经营业绩的影响测算如下：

单位：万元

| 项目 | T+3 | T+4 | T+5 | T+6 | T+7 | T+8 | T+9 | T+10 | T+11 | T+12 | T+13 |
|---------------------|-----------|-----------|-----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|--------|
| 1、本次募投项目新增折旧摊销合计（a） | 10,772.93 | 11,376.57 | 11,376.57 | 9,061.04 | 4,837.49 | 3,123.85 | 1,663.68 | 1,663.68 | 1,532.06 | 1,077.21 | 726.21 |
| 项目一 | 3,190.95 | 3,492.86 | 3,492.86 | 2,670.94 | 1,263.97 | 386.40 | 93.88 | 93.88 | 75.10 | 37.55 | 9.39 |
| 项目二 | 2,901.58 | 3,203.32 | 3,203.32 | 2,454.37 | 1,311.94 | 721.70 | 524.95 | 524.95 | 498.71 | 341.22 | 104.99 |
| 项目三 | 2,773.31 | 2,773.31 | 2,773.31 | 2,309.89 | 1,116.83 | 970.90 | - | - | - | - | - |

| 项目 | T+3 | T+4 | T+5 | T+6 | T+7 | T+8 | T+9 | T+10 | T+11 | T+12 | T+13 |
|-----------------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| 项目四 | 1,907.09 | 1,907.09 | 1,907.09 | 1,625.84 | 1,144.77 | 1,044.85 | 1,044.85 | 1,044.85 | 958.25 | 698.44 | 611.83 |
| 2、对营业收入的影响 | | | | | | | | | | | |
| 不含募投项目的现有营业收入 (b) | 1,750,720.31 | 1,750,720.31 | 1,750,720.31 | 1,750,720.31 | 1,750,720.31 | 1,750,720.31 | 1,750,720.31 | 1,750,720.31 | 1,750,720.31 | 1,750,720.31 | 1,750,720.31 |
| 募投项目营业收入合计 (c) | 391,973.96 | 508,494.53 | 653,289.93 | 653,289.93 | 653,289.93 | 653,289.93 | 653,289.93 | 653,289.93 | 653,289.93 | 653,289.93 | 653,289.93 |
| 项目一 | 141,000.00 | 188,000.00 | 235,000.00 | 235,000.00 | 235,000.00 | 235,000.00 | 235,000.00 | 235,000.00 | 235,000.00 | 235,000.00 | 235,000.00 |
| 项目二 | 250,973.96 | 320,494.53 | 418,289.93 | 418,289.93 | 418,289.93 | 418,289.93 | 418,289.93 | 418,289.93 | 418,289.93 | 418,289.93 | 418,289.93 |
| 项目三 | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - |
| 项目四 | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - |
| 含募投项目的预计营业收入 (d=b+c) | 2,142,694.27 | 2,259,214.84 | 2,404,010.24 | 2,404,010.24 | 2,404,010.24 | 2,404,010.24 | 2,404,010.24 | 2,404,010.24 | 2,404,010.24 | 2,404,010.24 | 2,404,010.24 |
| 折旧摊销合计/不含募投项目的现有营业收入(a/b) | 0.62% | 0.65% | 0.65% | 0.52% | 0.28% | 0.18% | 0.10% | 0.10% | 0.09% | 0.06% | 0.04% |
| 折旧摊销合计/募投项目营业收入合计(a/c) | 2.75% | 2.24% | 1.74% | 1.39% | 0.74% | 0.48% | 0.25% | 0.25% | 0.23% | 0.16% | 0.11% |
| 折旧摊销合计占含募投项目的预计营业收入的比例(a/d) | 0.50% | 0.50% | 0.47% | 0.38% | 0.20% | 0.13% | 0.07% | 0.07% | 0.06% | 0.04% | 0.03% |
| 3、对利润总额的影响 | | | | | | | | | | | |
| 不含募投项目的现有利润总额 (e) | 181,251.21 | 181,251.21 | 181,251.21 | 181,251.21 | 181,251.21 | 181,251.21 | 181,251.21 | 181,251.21 | 181,251.21 | 181,251.21 | 181,251.21 |
| 募投项目利润总额合计 (f) | 21,261.39 | 35,140.02 | 58,070.38 | 58,070.38 | 58,070.38 | 58,070.38 | 58,070.38 | 58,070.38 | 58,070.38 | 58,070.38 | 58,070.38 |
| 项目一 | 10,733.83 | 17,110.17 | 25,903.43 | 25,903.43 | 25,903.43 | 25,903.43 | 25,903.43 | 25,903.43 | 25,903.43 | 25,903.43 | 25,903.43 |
| 项目二 | 10,527.56 | 18,029.85 | 32,166.95 | 32,166.95 | 32,166.95 | 32,166.95 | 32,166.95 | 32,166.95 | 32,166.95 | 32,166.95 | 32,166.95 |

| 项目 | T+3 | T+4 | T+5 | T+6 | T+7 | T+8 | T+9 | T+10 | T+11 | T+12 | T+13 |
|-------------------------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|
| 项目三 | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - |
| 项目四 | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - |
| 含募投项目的预计利润总额 (g=e+f) | 202,512.60 | 216,391.23 | 239,321.59 | 239,321.59 | 239,321.59 | 239,321.59 | 239,321.59 | 239,321.59 | 239,321.59 | 239,321.59 | 239,321.59 |
| 折旧摊销合计占不含募投项目的现有利润总额的比例 (a/e) | 5.94% | 6.28% | 6.28% | 5.00% | 2.67% | 1.72% | 0.92% | 0.92% | 0.85% | 0.59% | 0.40% |
| 折旧摊销合计/募投项目利润总额合计(a/f) | 50.67% | 32.37% | 19.59% | 15.60% | 8.33% | 5.38% | 2.86% | 2.86% | 2.64% | 1.86% | 1.25% |
| 折旧摊销合计占含募投项目的预计利润总额的比例(a/g) | 5.32% | 5.26% | 4.75% | 3.79% | 2.02% | 1.31% | 0.70% | 0.70% | 0.64% | 0.45% | 0.30% |
| 4、对净利润的影响 | | | | | | | | | | | |
| 不含募投项目的现有净利润 (h) | 169,393.87 | 169,393.87 | 169,393.87 | 169,393.87 | 169,393.87 | 169,393.87 | 169,393.87 | 169,393.87 | 169,393.87 | 169,393.87 | 169,393.87 |
| 募投项目净利润合计(i) | 16,998.79 | 28,158.00 | 46,769.47 | 46,769.47 | 46,769.47 | 46,769.47 | 46,769.47 | 46,769.47 | 46,769.47 | 46,769.47 | 46,769.47 |
| 项目一 | 8,050.37 | 12,832.63 | 19,427.57 | 19,427.57 | 19,427.57 | 19,427.57 | 19,427.57 | 19,427.57 | 19,427.57 | 19,427.57 | 19,427.57 |
| 项目二 | 8,948.42 | 15,325.37 | 27,341.90 | 27,341.90 | 27,341.90 | 27,341.90 | 27,341.90 | 27,341.90 | 27,341.90 | 27,341.90 | 27,341.90 |
| 项目三 | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - |
| 项目四 | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - |
| 含募投项目的预计净利润 (j=h+i) | 186,392.66 | 197,551.87 | 216,163.34 | 216,163.34 | 216,163.34 | 216,163.34 | 216,163.34 | 216,163.34 | 216,163.34 | 216,163.34 | 216,163.34 |
| 折旧摊销合计占不含募投项目的现有净利润的比例 (a/h) | 6.36% | 6.72% | 6.72% | 5.35% | 2.86% | 1.84% | 0.98% | 0.98% | 0.90% | 0.64% | 0.43% |
| 折旧摊销合计/募投项目净利润合计(a/i) | 63.37% | 40.40% | 24.32% | 19.37% | 10.34% | 6.68% | 3.56% | 3.56% | 3.28% | 2.30% | 1.55% |

| 项目 | T+3 | T+4 | T+5 | T+6 | T+7 | T+8 | T+9 | T+10 | T+11 | T+12 | T+13 |
|----------------------------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| 折旧摊销合计占含募投项目的预计净利润的比例(a/j) | 5.78% | 5.76% | 5.26% | 4.19% | 2.24% | 1.45% | 0.77% | 0.77% | 0.71% | 0.50% | 0.34% |

注 1：公司现有营业收入、利润总额及净利润参考 2023 年财务数据，假设计算期内保持不变。

注 2：上述假设仅作为测算本次募投项目新增折旧摊销对公司未来经营业绩的影响，不代表公司的盈利预测。

由上表可知，本次募投项目预测期内新增折旧摊销占募投项目营业收入（a/c）、占含募投项目的预计营业收入（a/d）、占含募投项目的预计利润总额（a/g）、占含募投项目的预计净利润（a/j）的比例较低，预计产生的收入能够覆盖相应的折旧、摊销成本。本次募投项目前期折旧摊销占募投项目利润总额（a/f）、占募投项目净利润（a/i）的比例较大，但随着项目的持续运营，项目新增折旧摊销对公司经营成果的影响将逐渐减小。因此，若本次募投项目能顺利运营并实现预期经济效益，则本次项目新增资产未来折旧摊销预计不会对公司经营业绩产生重大不利影响。

(2) 本次募投项目三和项目四的大额固定资产投资对公司经营业绩产生的影响，并结合项目与主营业务的联系，说明相关项目的必要性和合理性，是否属于主要投向主业

(a) 本次募投项目三和项目四的大额固定资产投资对公司经营业绩产生的影响

根据发行人的说明，本次募投项目三和项目四开始实施后，公司固定资产及无形资产将有所增加。在募投项目建设期及后续期间，公司将新增折旧费和摊销费。根据上表测算，本次募投项目三和项目四新增折旧摊销费用预计在 T+3 至 T+5 年期间为最高值 4,680.40 万元/年，随后逐年下降。本次募投项目一和项目二计划于 T+3 年开始销售相关产品，于 T+5 年达到稳定运营状态，项目三和项目四新增折旧摊销费用占本次募投项目 T+5 年合计利润总额的比例为 8.06%，占净利润的比例为 10.01%。本次募投项目一和项目二直接带来的新增营业收入预计可以覆盖项目折旧摊销费用，并给公司贡献新增净利润。

(b) 项目三的必要性和合理性

根据发行人的说明，消费电子行业具有品类多样化、销售地区广泛、交付周期快等特点，公司在消费电子领域深耕多年，随着业务规模快速扩大、产品品类不断丰富，公司存货的种类和仓储配送的复杂程度也随之增加。在此背景下，依托新一代信息技术提升仓储物流的信息化、智能化、数字化水平，对提升公司仓储安全性与发货高效性、降低运营成本和提高企业整体管理水平至关重要。本次募投项目拟建立协同管理与规范化的智能仓储物流系统，来实现信息化、数字化的仓储管理，满足对大量、多批次、多品类订单高效处理的需求。同时，利用系统和数据中台实现对仓储实时空间利用率、库存现状等信息的实时掌握，形成更加科学的采购计划、库存方案和配送方案，满足公司对采购、仓储、物流运输、发货全流程信息一体化管理的需求。

仓储智能化是公司深耕消费电子领域的重要战略布局，通过实现仓储环节的智能化、自动化及信息化，满足公司因产能提升、业务增长所带来的仓储需求，提升仓储管理效率。项目三不直接产生经济效益，但将从整体上提高公司的运行效率，提升公司市场竞争力水平，因此项目三具备必要性和合理性。

(c) 项目四的必要性和合理性

根据发行人的说明，随着电商行业的持续发展以及消费者购物习惯的逐渐变化，消费电子企业对具有定制化特征、高质量及高转化率营销内容的需求日益增加，增强用户交互式体验和实现营销内容的精准投放成为行业发展趋势。同时，公司主营产品类别不断丰富升级，产品销售规模稳步增长，为更好地抓住行业发展机遇，促进公司主营业务的持续、快速发展，公司亟需进一步优化差异化营销策略，通过多种创新性营销活动增强公司产品的市场渗透率和市场影响力。

项目四拟围绕售前导购系统、内容营销中台和售后服务平台开展数字化建设，增强公司的客户服务能力及营销能力。项目四实施后，在售前导购方面，公司将在官网独立站打造交互式售前导购解决方案，利用官网独立站能与客户直接交互的优势，有利于公司洞察客户需求，提高独立站的用户粘性，同时降低公司对第三方平台的依赖；在营销方面，公司将建立营销内容制作中心、品牌直播间与短视频中心、中台数据分析与反馈系统，生成更具创意、更符合公司产品定位、制作精美的营销内容，同时通过直播以及短视频的营销渠道更好地进行产品信息的营销和推广，并利用数据分析与反馈系统增强公司对客户需求的理解和反馈能力；在售后服务方面，公司将引入人工智能技术赋能售后服务领域，建设智能化售后服务平台，进一步提升企业智能化服务水平，增强公司线上渠道的运营能力和竞争力。项目四不直接产生经济效益，但在有效提升公司获客能力的同时降低公司运营成本，因此项目四具备必要性和合理性。

综上所述，项目三和项目四的实施是基于公司长期发展的综合考虑，能够从整体上提高公司经营效率，间接增强公司盈利能力，项目实施具有必要性和合理性。本次募投项目直接服务于公司现有的主营业务，有助于提升公司仓储、售前、营销、售后服务等业务环节的经营效率和服务水平，与现有主营业务具有较强的相关性，符合《管理办法》第四十条关于“本次募集资金主要投向主业”的规定。

2.1.9 结合本次募投项目具体投资构成、场地租金等各项投资是否为资本性支出等，说明募集资金用于补充流动资金的比例是否符合《证券期货法律适用意见第 18 号》有关规定

(1) 本次募投项目具体投资构成、场地租金等各项投资是否为资本性支出

(a) 项目一

根据发行人的说明，项目一的预计总投资金额为 24,804.61 万元，其中使用募集资金投入 20,104.00 万元，拟使用募集资金投入部分均为资本性支出。项目具体投资明细如下：

单位：万元

| 序号 | 投资内容 | 投资总额 | 占总投资比例 | 募集资金投入 | 是否为资本性支出 |
|--------------|----------|------------------|----------------|------------------|----------|
| 1 | 建设投资 | 20,104.61 | 81.05% | 20,104.00 | 是 |
| 1.1 | 场地装修 | 2,582.00 | 10.41% | 2,582.00 | 是 |
| 1.2 | 软硬件购置及安装 | 17,522.61 | 70.64% | 17,522.00 | 是 |
| 2 | 基本预备费 | 2,100.00 | 8.47% | - | - |
| 3 | 铺底流动资金 | 2,600.00 | 10.48% | - | - |
| 项目总投资 | | 24,804.61 | 100.00% | 20,104.00 | - |

场地装修等相关投入并非相关募投项目研发活动开始的前置条件，公司已完成部分研发方向的可行性研究及项目立项，正处于项目研发的前期阶段。

项目一拟实施地点为公司自有场地，拟投入的场地装修费主要系在自有场地的基础上满足产品研发场地、产品测试实验场地及研发人员办公场地的装修建设，合理性及必要性如下：（1）本项目拟购置专业研发设备进行产品及技术研究，需要配置专门研发场地以完成研发设备的储存及研发使用；（2）本项目拟研发的便携及户用储能产品由于长期暴露在户外自然环境中，需要配置专门的测试实验场地对产品的耐候性、可靠性等方面进行环境模拟测试，同时对产品功能、性能进行常规测试；（3）本项目的研发活动拟配置一定研发人员，需要配置对应的办公场地。

本项目拟对便携及户用储能领域开展前瞻性、应用性的新技术研究，拟购置的主要硬件设备包括储能产品功能及功率检验设备、环境可靠性测试设备、产品模具及办公设备，拟购置的主要软件设备包括研发管理及研发设计软件等，相关软硬件设备购置均围绕本项目研发内容所需，能够有效支持研发人员对拟研发的新产品系列的功能、性能开展技术验证、开发和测试等研发活动，具备一定合理性和必要性。

综上，本项目拟在便携及户用储能领域开展技术研发，在现有便携及户用储能产品基础上进行升级迭代，推出新一代产品系列，公司拟使用募集资金投入研发相关场地装修费及研发所需软硬件购置及安装费，能够为本项目的顺利实施提供必要的研发场地及设备基础，本项目相关研发人员投入、基本预备费、铺底流动资金等拟使用公司自有资金投入，符合募集资金投向主业的要求。

（b）项目二

根据发行人的说明，项目二预计总投资金额为 27,055.08 万元，其中使用募集资金投入 20,554.00 万元，拟使用募集资金投入部分均为资本性支出。项目具体投资明细如下：

单位：万元

| 序号 | 投资内容 | 投资总额 | 占总投资比例 | 募集资金投入 | 是否为资本性支出 |
|--------------|----------|------------------|----------------|------------------|----------|
| 1 | 建设投资 | 20,555.08 | 75.97% | 20,554.00 | 是 |
| 1.1 | 场地装修 | 3,874.45 | 14.32% | 3,874.00 | 是 |
| 1.2 | 软硬件购置及安装 | 16,680.63 | 61.65% | 16,680.00 | 是 |
| 2 | 基本预备费 | 2,000.00 | 7.39% | - | - |
| 3 | 铺底流动资金 | 4,500.00 | 16.63% | - | - |
| 项目总投资 | | 27,055.08 | 100.00% | 20,554.00 | - |

场地装修等相关投入并非相关募投项目研发活动开始的前置条件，公司已完成部分研发方向的可行性研究及项目立项，正处于项目研发的前期阶段。

项目二拟实施地点为公司自有场地，拟投入的场地装修费主要系在自有场地的基础上满足产品研发场地、产品测试实验场地及研发人员办公场地的装修建设，合理性及必要性如下：（1）本项目拟购置专业研发设备进行产品及技术研究，需要配置专门研发

场地以完成研发设备的储存及研发使用；（2）本项目拟研发的产品为智能硬件产品，需要配置专门的测试实验场地对产品进行老化、可靠性、安全性及常规的产品功能、性能测试；（3）本项目的研发活动拟配置一定研发人员，需要配置对应的办公场地。

本项目拟对 3D 打印、智能投影及智能安防领域开展新技术、新工艺的研发，拟购置的主要硬件设备包括：（1）3D 打印：机械部件研发设备、测试检测设备；（2）智能投影：光学研发设备、硬件测试检验设备、光学测试设备等；（3）智能安防：硬件研发设备、AI 技术研发设备、云应用设备、测试检验设备等；（4）办公设备。本项目拟购置的主要软件设备包括：（1）3D 打印：产品软硬件设计软件等；（2）智能投影：光学设计软件、结构及 ID 设计软件等；（3）智能安防：AI 训练资源、语言翻译软件、图像及视频分析软件等。本项目拟购置软硬件设备均围绕项目研发内容所需，能够有效支持研发人员对相关硬件技术进行升级迭代，提升产品功能、性能，同时对产品的可靠性、安全性进行质量检验，具备一定合理性和必要性。

综上，本项目拟在 3D 打印、智能投影及智能安防领域开展技术研发，在现有 3D 打印设备、智能投影仪及智能安防产品基础上进行升级迭代，推出新一代产品系列，公司拟使用募集资金投入研发相关场地装修费及研发所需软硬件购置及安装费，能够为本项目的顺利实施提供必要的研发场地及设备基础，本项目相关研发人员投入、基本预备费、铺底流动资金等拟使用公司自有资金投入，符合募集资金投向主业的要求。

（c）项目三

根据发行人的说明，项目三的预计总投资金额为 14,699.00 万元，其中使用募集资金投入 13,998.00 万元，拟使用募集资金投入部分均为资本性支出。项目具体投资明细如下：

单位：万元

| 序号 | 投资内容 | 投资总额 | 占总投资比例 | 募集资金投入 | 是否为资本性支出 |
|--------------|----------|------------------|----------------|------------------|----------|
| 1 | 场地投入 | 5,470.00 | 37.21% | 5,470.00 | 是 |
| 1.1 | 场地租金 | 3,600.00 | 24.49% | 3,600.00 | 是 |
| 1.2 | 场地装修 | 1,870.00 | 12.72% | 1,870.00 | 是 |
| 2 | 软硬件购置及安装 | 8,529.00 | 58.02% | 8,528.00 | 是 |
| 3 | 基本预备费 | 700.00 | 4.76% | - | - |
| 项目总投资 | | 14,699.00 | 100.00% | 13,998.00 | - |

项目三中场地租金计入资本性支出，主要原因为：1）项目三的场地租金受益期超过一个会计年度，可为企业多个年度带来经济利益；2）公司仓储主要通过租赁物业方式开展，且一般租赁时间较长。根据《企业会计准则第 21 号——租赁》，上述场地租金可确认为使用权资产，因此被认定为资本性支出。

此外，项目三的场地租金作为资本性支出与其他上市公司再融资案例的认定一致，具体参见本补充法律意见书第 2.1.3（3）（c）条“近年将场地租金作为资本性支出的再

融资案例”，具备合理性。

(d) 项目四

根据发行人的说明，项目四的预计总投资金额为 23,827.08 万元，其中使用募集资金投入 22,726.00 万元，拟使用募集资金投入部分均为资本性支出。项目具体投资明细如下：

单位：万元

| 序号 | 投资内容 | 投资总额 | 占总投资比例 | 募集资金投入 | 是否为资本性支出 |
|-------|----------|-----------|---------|-----------|----------|
| 1 | 场地投入费用 | 15,314.60 | 64.27% | 15,314.00 | 是 |
| 1.1 | 房产购置 | 13,338.00 | 55.98% | 13,338.00 | 是 |
| 1.2 | 场地装修 | 1,976.60 | 8.30% | 1,976.00 | 是 |
| 2 | 软硬件购置及安装 | 7,412.48 | 31.11% | 7,412.00 | 是 |
| 3 | 基本预备费 | 1,100.00 | 4.62% | - | - |
| 项目总投资 | | 23,827.08 | 100.00% | 22,726.00 | - |

(2) 募集资金用于补充流动资金的比例是否符合《证券期货法律适用意见第 18 号》有关规定

根据发行人的说明，本次募集资金投资项目中，项目一、二、三、四拟使用募集资金投入为项目场地投入和软硬件投入，均属于资本性支出；募集资金用于“补充流动资金项目”属于非资本性支出。因此，本次募集资金中拟用于补充流动资金的金额为 33,100.00 万元，占本次拟投入募集资金总额 110,482.00 万元的 29.96%，未超过募集资金总额的 30%，符合《证券期货法律适用意见第 18 号》的有关规定。

2.1.10 详细列示最近一期末财务报表财务性投资（包括类金融业务）相关科目的最新情况，包括公司名称、认缴金额、实缴金额、初始及后续投资时点、持股比例、账面价值、占最近一期末归母净资产比例、是否属于财务性投资、持有原因及后续处置计划；结合相关财务报表科目的具体情况，说明最近一期末是否存在持有金额较大的财务性投资（包括类金融业务），是否符合《证券期货法律适用意见第 18 号》等有关规定；自本次发行相关董事会前六个月至今，公司已实施或拟实施的财务性投资（包括类金融业务）的具体情况，是否涉及本次募集资金扣减

(1) 关于最近一期末财务报表财务性投资（包括类金融业务）相关科目的最新情况

(a) 财务性投资及类金融业务的认定依据

根据《管理办法》，上市公司向不特定对象发行可转债的：“除金融类企业外，最近一期末不存在金额较大的财务性投资”，“除金融类企业外，本次募集资金使用不得为持有财务性投资，不得直接或者间接投资于以买卖有价证券为主要业务的公司。”

根据《证券期货法律适用意见第 18 号》，关于财务性投资认定标准，主要有如下

适用意见：

“（1）财务性投资包括但不限于：投资类金融业务；非金融企业投资金融业务（不包括投资前后持股比例未增加的对集团财务公司的投资）；与公司主营业务无关的股权投资；投资产业基金、并购基金；拆借资金；委托贷款；购买收益波动大且风险较高的金融产品等。

（2）围绕产业链上下游以获取技术、原料或者渠道为目的的产业投资，以收购或者整合为目的的并购投资，以拓展客户、渠道为目的的拆借资金、委托贷款，如符合公司主营业务及战略发展方向，不界定为财务性投资。

（3）上市公司及其子公司参股类金融公司的，适用本条要求；经营类金融业务的不适用本条，经营类金融业务是指将类金融业务收入纳入合并报表。

（4）基于历史原因，通过发起设立、政策性重组等形成且短期难以清退的财务性投资，不纳入财务性投资计算口径。

（5）金额较大是指，公司已持有和拟持有的财务性投资金额超过公司合并报表归属于母公司净资产的百分之三十（不包括对合并报表范围内的类金融业务的投资金额）。

（6）本次发行董事会决议日前六个月至本次发行前新投入和拟投入的财务性投资金额应当从本次募集资金总额中扣除。投入是指支付投资资金、披露投资意向或者签订投资协议等。”

根据《监管规则适用指引——发行类7号》，关于类金融业务的相关规定具体如下：

“除人民银行、银保监会、证监会批准从事金融业务的持牌机构为金融机构外，其他从事金融活动的机构均为类金融机构。类金融业务包括但不限于：融资租赁、融资担保、商业保理、典当及小额贷款等业务。”

（b）公司最近一期末不存在金额较大的财务性投资（包括类金融业务）

根据《募集说明书》《审计报告》及发行人的说明，公司是一家全球化的知名消费电子品牌企业，主要从事自有品牌的智能硬件产品的研发、设计和销售。公司目前已经成功打造由 Anker、soundcore、eufy、Nebula、AnkerWork、AnkerMake 等六大品牌组成的全球化品牌矩阵，覆盖了充电储能、智能创新、智能影音等多个产品品类。报告期内，公司不存在从事融资租赁、融资担保、商业保理、典当及小额贷款等类金融业务的情形。

根据《募集说明书》《审计报告》《年度报告》、发行人提供的相关理财产品资料及相关被投企业的财务报表及发行人的说明，截至 2024 年 6 月 30 日，公司财务性投资情况具体分析如下：

单位：万元

| 项目 | 账面价值 | 财务性投资金额 | 占归母净资产比例 |
|-----------|-------------------|------------------|--------------|
| 货币资金 | 200,938.92 | - | - |
| 交易性金融资产 | 147,396.86 | 1,106.25 | 0.14% |
| 衍生金融资产 | 3,080.46 | - | - |
| 其他应收款 | 8,755.62 | - | - |
| 其他流动资产 | 212,820.57 | - | - |
| 长期股权投资 | 51,699.95 | 41,035.65 | 5.02% |
| 其他非流动金融资产 | 125,547.77 | 28,677.67 | 3.51% |
| 其他非流动资产 | 125,177.30 | - | - |
| 交易性金融负债 | 444.98 | - | - |
| 合计 | 875,862.43 | 70,819.57 | 8.67% |

1) 货币资金

截至 2024 年 6 月 30 日，公司货币资金余额 200,938.92 万元，具体情况如下：

单位：万元

| 项目 | 金额 |
|--------------------|-------------------|
| 银行存款 | 177,328.77 |
| 其他货币资金 | 23,610.15 |
| 其中：作为质押开立应付票据 | 1,171.82 |
| 海关保函保证金 | 7,026.53 |
| 存放于第三方支付平台随时可支取的款项 | 8,517.06 |
| 质押借款保证金、外汇保证金 | 5,268.46 |
| 存放于证券结算账户随时可支取的款项 | 1,626.27 |
| 合计 | 200,938.92 |

公司的货币资金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存放于第三方支付平台和证券结算账户随时可支取的款项、作为质押开立应付票据和海关保函保证金等，均不属于财务性投资。

2) 交易性金融资产

截至 2024 年 6 月 30 日，公司交易性金融资产余额为 147,396.86 万元，由股权投资、理财产品构成，其中，理财产品金额为 146,290.61 万元，股权投资 1,106.25 万元。

截至 2024 年 6 月 30 日，公司购买的各类理财产品明细如下：

单位：万元

| 序号 | 产品名称 | 风险等级 | 认购金额(万元) | 起息日 | 预计到期日 | 预期收益率 | 持有期收益率 | 2024年6月末 账面价值 (万元) | 处置计划 |
|----|----------------------|------|----------|-----------|------------|-------|--------|--------------------------|---------------------|
| 1 | 兴银理财金雪球稳利1号G款净值型理财产品 | R2 | 8,000.00 | 2022/4/28 | 无固定到期日 | 3.26% | 3.26% | 8,567.31 | 视公司资金情况而定 |
| 2 | 同盈象固收稳健半年定开2号 | R2 | 6,000.00 | 2022/6/21 | 无固定到期日 | 2.90% | 2.70% | 6,352.87 | 视公司资金情况而定 |
| 3 | 中信证券信向荣1号集合资产管理计划 | R2 | 6,000.00 | 2022/8/24 | 无固定到期日 | 4.18% | 3.84% | 6,464.05 | 视公司资金情况而定 |
| 4 | 中信证券信向荣2号集合资产管理计划 | R2 | 6,000.00 | 2022/8/30 | 无固定到期日 | 2.96% | 2.81% | 6,325.46 | 视公司资金情况而定 |
| 5 | 金雪球稳利年年兴A款 | R2 | 6,000.00 | 2022/9/21 | 2024/10/16 | 3.60% | 3.17% | 5,888.53 | 视公司资金情况而定 |
| 6 | 粤湾4号 | R2 | 6,000.00 | 2023/1/9 | 无固定到期日 | 4.87% | 4.51% | 5,749.69 | 视公司资金情况而定 |
| 7 | 国信安泰中短债债券A | R2 | 6,000.00 | 2023/2/17 | 无固定到期日 | 4.15% | 3.75% | 6,340.30 | 视公司资金情况而定 |
| 8 | 国信信安3M001号 | R2 | 1,000.00 | 2023/2/23 | 无固定到期日 | 4.33% | 4.11% | 1,058.54 | 视公司资金情况而定 |
| 9 | 国信信安3M001号 | R2 | 999.81 | 2023/2/24 | 无固定到期日 | 4.33% | 4.11% | 1,058.13 | 视公司资金情况而定 |
| 10 | 中信证券安克稳健1号单一资产管理计划 | R2 | 1,000.00 | 2023/5/9 | 无固定到期日 | 6.04% | 5.48% | 1,069.20 | 视公司资金情况而定 |
| 11 | 中信证券安克稳健1号单一资产管理计划 | R2 | 9,000.00 | 2023/5/9 | 无固定到期日 | 6.01% | 5.45% | 9,618.95 | 视公司资金情况而定 |
| 12 | 国泰君安君得3470号单一资产管理计划 | R2 | 1,000.00 | 2023/5/24 | 无固定到期日 | 3.84% | 3.53% | 1,042.40 | 视公司资金情况而定 |
| 13 | 国泰君安君得3470号单一资产管理计划 | R2 | 4,000.00 | 2023/5/24 | 无固定到期日 | 3.76% | 3.45% | 4,166.27 | 视公司资金情况而定 |
| 14 | 国信证券丰盈1号集合资产管理计划 | R2 | 6,000.00 | 2023/7/10 | 2024/7/10 | 4.33% | 4.75% | 6,296.08 | 该产品到期后已续期至2025.7.15 |
| 15 | 国泰君安君得3470号单一资产管理计划 | R2 | 5,000.00 | 2023/8/11 | 无固定到期日 | 3.13% | 2.82% | 5,139.03 | 视公司资金情况而定 |
| 16 | 信泰1号集合资产管理计划(第4个运作期) | R2 | 6,000.00 | 2024/3/5 | 2024/9/4 | 4.49% | 3.77% | 6,086.40 | 视公司资金情况而定 |

| | | | | | | | | | |
|----|--------------------------|----|--------------|-----------|------------|-------|-------|--------------|-------------------|
| 17 | 信泰 2 号集合资产管理计划（第 4 个运作期） | R2 | 6,000.00 | 2024/3/5 | 2024/10/16 | 5.46% | 4.55% | 6,105.00 | 视公司资金情况而定 |
| 18 | 国信安泰中短债债券 A | R2 | 2,000.00 | 2023/9/22 | 无固定到期日 | 3.87% | 3.47% | 2,059.85 | 视公司资金情况而定 |
| 19 | 兴银理财稳利周周益 | R2 | 10,000.00 | 2023/9/22 | 无固定到期日 | 3.16% | 3.16% | 10,244.26 | 视公司资金情况而定 |
| 20 | 国信安泰中短债债券 A | R2 | 2,000.00 | 2023/9/23 | 无固定到期日 | 3.86% | 3.46% | 2,059.47 | 视公司资金情况而定 |
| 21 | 挂钩型结构性存款 | R1 | 10,000.00 | 2024/2/8 | 2024/8/6 | 1.30% | 1.30% | 10,050.93 | 该产品已于 2024.8.6 到期 |
| 22 | 渣打银行美元结构性存款 | R1 | 1,000.00 万美元 | 2024/4/17 | 2025/4/17 | 5.80% | 5.80% | 1,011.76 万美元 | 视公司资金情况而定 |
| 23 | 渣打银行美元结构性存款 | R1 | 1,000.00 万美元 | 2024/5/13 | 2025/5/13 | 5.85% | 5.85% | 1,007.69 万美元 | 视公司资金情况而定 |
| 24 | 渣打银行美元结构性存款 | R1 | 1,000.00 万美元 | 2024/5/28 | 2025/5/28 | 6.00% | 6.00% | 1,005.42 万美元 | 视公司资金情况而定 |
| 25 | 渣打银行美元结构性存款 | R1 | 1,000.00 万美元 | 2024/6/21 | 2025/6/23 | 6.01% | 6.01% | 1,001.48 万美元 | 视公司资金情况而定 |
| 26 | 日盈象天天利 1 号 C 款 | R1 | 6,000.00 | 2024/5/30 | 2024/12/31 | 1.77% | 1.77% | 6,009.02 | 视公司资金情况而定 |

注 1：上表中理财产品的预期收益率为截至 2024 年 6 月 30 日结合产品净值测算的年化收益率，持有期收益率为理财产品到期后的年化收益率或以产品净值扣减管理费用、托管费用及业绩报酬等理财产品费用后测算的年化收益率。

注 2：通常金融机构的理财产品分为五个风险等级：PR1 级（R1/谨慎型、低风险）、PR2 级（R2/稳健型、较低风险）、PR3 级（R3/平衡型、中等风险）、PR4 级（R4/进取型、较高风险）、PR5 级（R5/激进型、高风险）。

根据发行人的说明，其持有上述理财产品系公司为充分利用闲置资金、提升资金使用效率而购买的安全性较高、流动性较强、收益率和风险较低的金融产品。

上述理财产品的底层资产主要投向于固定收益类产品（如存款、债券等）、本金保障型券商收益凭证或结构性存款，流动性及安全性较高，除个别产品外，持有期收益率基本集中在 5% 以内，不属于财务性投资。

① 上述产品中，持有期收益率超过 3.5% 的产品主要投资于固定收益类资产和境外结构性存款，详情如下：

| 序号 | 产品名称 | 风险等级 | 持有期收益率 | 理财产品的实际投向（截至 2024.06.30） |
|----|-----------------------|------|-------------------------|--|
| 1 | 中信证券信信向荣 1 号集合资产管理计划 | R2 | 3.84% | 债券投资 81.87%、基金投资 14.54%、资产支持证券投资 2.95%，银行存款、结算备付金等 0.63% |
| 2 | 粤湾 4 号 | R2 | 4.51% | 债券类投资 99.69%、基金投资 0.31% |
| 3 | 国信安泰中短债债券 A | R2 | 3.75% | 固定收益投资 95.39%、买入返售金融资产 4.13%、银行存款及结算备付金 0.17%、其他 0.31% |
| 4 | 国信信安 3M001 号 | R2 | 4.11% | 银行存款、结算备付金等 0.57%、交易性金融资产（债券投资）57.11%、买入返售金融资产 42.21%、其他 0.11% |
| 5 | 国泰君安君得 3470 号单一资产管理计划 | R2 | 3.53% | 基金投资 4.33%、固定收益投资 92.79%、银行存款和结算备付金 2.87%、其他 0.01% |
| 6 | 中信证券安克稳健 1 号单一资产管理计划 | R2 | 5.48% | 基金投资 5.17%、固定收益投资 92.24%、银行存款和结算备付金 1.28%、其他资产 1.31% |
| 7 | 国信证券丰盈 1 号集合资产管理计划 | R2 | 4.75% | 银行存款、结算备付金等 1.09%、交易性金融资产（债券投资）98.91% |
| 8 | 信泰 1 号集合资产管理计划 | R2 | 3.77% | 基金投资 2.65%、固定收益投资 76.03%、货币市场工具 1.34%、其他 19.99% |
| 9 | 信泰 2 号集合资产管理计划 | R2 | 4.55% | 固定收益投资 72.12%、买入返售金融资产 12.37%、银行存款和结算备付金 1.01%、其他 14.50% |
| 10 | 渣打银行美元结构性存款 | R1 | 5.80%;5.85%;6.00%;6.01% | 美元存款为主的结构性存款 |

注：理财产品实际投向的数据来源于理财产品合同或 2024 年二季度持仓报告，对于不同期间购买的相同产品，上表中持有期收益率取其最高值。

其中，上表中“中信证券安克稳健 1 号单一资产管理计划”和渣打银行美元结构性存款截至 2024 年 6 月末的持有期收益率较高，超过 5%，具体分析如下：

截至 2024 年 6 月 30 日，公司持有期收益率高于 5% 的理财产品为“中信证券安克稳健 1 号单一资产管理计划”，其底层资产持仓占比如下：

| 序号 | 项目 | 占比 |
|----|------------|--------|
| 1 | 债券投资 | 92.24% |
| 2 | 基金投资 | 5.17% |
| 3 | 银行存款和结算备付金 | 1.28% |

| | | |
|----|----|---------|
| 4 | 其他 | 1.31% |
| 合计 | | 100.00% |

注：截至 2024 年 6 月 30 日，该理财产品的债券投资主要为银行永续债、中期票据、国企债券等，其债券主体评级和债项评级主要在 AA+以上；该理财产品的基金投资标的均为债券型基金，底层资产亦主要为债券投资、银行存款等。

如上表所示：（1）该理财产品系非保本型理财，其主要投向债权类资产，投资的基金亦为债券类基金，产品理财收益主要来自于债券及债券基金的投资收益及资本利得，债券投资的组合收益贡献超过 90%，前十大持仓的底层资产均为评级在 AA+以上的债券；虽然该产品系非保本类型产品，但其产品风险级别为 R2，属于较低风险等级，流动性及安全性较高，不属于收益风险波动大且风险较高的金融产品。（2）该产品持有期收益率受债权类资产等的收益变化存在一定波动；于 2024 年 6 月 30 日，该产品持有期收益率高于 5%，主要是其购买的债券产品收益较高、债券产品市场环境较好所致；2024 年 7 月以来，债券市场波动加剧、交易量有所放缓，该产品的收益也随之产生波动；截至 2024 年 8 月 31 日，该产品税后的持有期收益率 4.86%，低于 5%。3、2023 年 5 月，公司在购买该产品时对该产品的预期收益率为 4.5%，双方在资产管理合同及补充协议中亦约定产品业绩报酬基准分别为 4%、4.5%，低于 5%。

综上，该理财产品不属于收益风险波动大且风险较高的金融产品，持有期收益率受债权类资产影响存在一定波动，公司购买时预期收益率低于 5%，不属于财务性投资。

渣打银行美元结构性存款主要投向美元存款，属于保本型固定利率产品，风险等级为 R1，属于较低风险等级，流动性及安全性较高；不属于收益风险波动大且风险较高的金融产品；其收益率较高主要系公司购买时美国联邦基金利率目标区间为 5.25%-5.50%，美元存款利率相对较高；该结构性存款持有期限较短，不超过 1 年，不属于持有期限大于 1 年且收益率大于 5%的理财产品，不属于财务性投资。

股权投资由公司于 Navitas（股票代码“NVTS”）上市前对其进行的投资形成，2021 年 10 月 NVTS 在纳斯达克股票市场上市后，公司将该笔股权投资作为交易性金融资产核算。截至 2024 年 6 月末，股权投资期末余额为 1,106.25 万元，全部认定为财务性投资。

3) 衍生金融资产

截至 2024 年 6 月 30 日，公司衍生金融资产为 3,080.46 万元，为公司持有的已指定为套期工具的尚未交割的外汇远期合约的期末公允价值。公司持有普通外汇远期合约工具，目的是应对汇率波动对公司经营业绩造成的不利影响，开展不以盈利为目的的套期保值业务，不属于财务性投资。

4) 其他应收款

根据《半年度报告》，截至 2024 年 6 月 30 日，公司其他应收款余额 10,440.58 万元，具体情况如下：

单位：万元

| 款项性质 | 金额 |
|-----------|------------------|
| 保证金及押金 | 5,197.69 |
| 备用金 | 104.58 |
| 关联方借款 | 2,603.29 |
| 其他 | 2,535.02 |
| 合计 | 10,440.58 |

注：本表中的“其他”主要为应收退税款、向海关中央金库预付的增值税款等。

公司其他应收款主要为存放于办公楼出租方和海关的押金保证金、员工用于日常差旅及其他经营活动的零星备用金及公司对外转让海翼电商的部分股权后被动形成的财务资助等，不涉及财务性投资。

2023 年 5 月，公司对外转让海翼电商的部分股权后，海翼电商成为公司的参股公司，公司原对其提供的内部往来借款被动成为关联拆借款，借款利率为 3.65%，截至 2024 年 6 月 30 日，公司对海翼电商的其他应收款余额为 2,603.29 万元。该笔资金拆借款发生于海翼电商作为公司的全资子公司期间，系公司为支持其业务发展而形成的借款，属于被动形成的关联拆借款，被动构成财务资助，具备商业合理性，不属于为获取利息收益而开展的财务性投资。截至 2024 年 6 月 30 日，除前述被动构成财务资助事项外，公司不存在资金被控股股东、实际控制人及其控制的其他企业以借款、代偿债务、代垫款项或其他方式占用或构成财务资助的情况。

5) 其他流动性资产

根据《半年度报告》，截至 2024 年 6 月 30 日，其他流动资产明细如下：

单位：万元

| 项目 | 金额 |
|-----------|-------------------|
| 银行定期存单 | 156,018.18 |
| 应收出口退税 | 37,567.53 |
| 待抵扣进项税 | 8,343.58 |
| 应收退货成本 | 3,653.74 |
| 固息票据 | 7,126.80 |
| 其他 | 110.73 |
| 合计 | 212,820.57 |

根据发行人的说明，公司其他流动资产主要包括银行定期存单、应收出口退税与待抵扣进项税、应收退货成本等，不涉及财务性投资。其中，公司持有的定期存单系进行现金管理，提高资金使用效率而购买的收益固定、安全性高的定存产品，收益率和风

险较低，不属于收益波动大且风险较高的金融资产，不属于财务性投资。截至 2024 年 6 月末，公司的定期存单明细如下：

单位：万元

| 发行方 | 产品名称 | 风险等级 | 起息日 | 合同到期日 | 固定收益率 | 认购金额 |
|------|------|------|------------|------------|-------|-----------|
| 浦发银行 | 大额存单 | R1 | 2021/7/19 | 2024/7/19 | 3.45% | 1,500.00 |
| 兴业银行 | 大额存单 | R1 | 2022/11/8 | 2025/9/22 | 3.35% | 4,500.00 |
| 兴业银行 | 大额存单 | R1 | 2022/11/8 | 2025/10/20 | 3.35% | 2,000.00 |
| 兴业银行 | 大额存单 | R1 | 2022/12/20 | 2025/9/23 | 3.35% | 1,600.00 |
| 兴业银行 | 大额存单 | R1 | 2022/12/30 | 2025/3/31 | 3.55% | 2,000.00 |
| 兴业银行 | 大额存单 | R1 | 2023/1/3 | 2025/5/31 | 3.45% | 1,000.00 |
| 兴业银行 | 大额存单 | R1 | 2023/1/11 | 2026/1/5 | 3.64% | 2,000.00 |
| 工商银行 | 大额存单 | R1 | 2023/1/11 | 2026/1/11 | 3.10% | 5,000.00 |
| 工商银行 | 大额存单 | R1 | 2023/1/13 | 2026/1/13 | 3.10% | 2,000.00 |
| 工商银行 | 大额存单 | R1 | 2023/1/13 | 2026/1/13 | 3.10% | 1,000.00 |
| 工商银行 | 大额存单 | R1 | 2023/1/13 | 2026/1/13 | 3.10% | 2,000.00 |
| 工商银行 | 大额存单 | R1 | 2023/1/18 | 2026/1/18 | 3.10% | 5,000.00 |
| 工商银行 | 大额存单 | R1 | 2023/1/18 | 2026/1/18 | 3.10% | 5,000.00 |
| 工商银行 | 大额存单 | R1 | 2023/3/24 | 2026/3/24 | 3.10% | 2,000.00 |
| 工商银行 | 大额存单 | R1 | 2023/3/24 | 2026/3/24 | 3.10% | 2,000.00 |
| 工商银行 | 大额存单 | R1 | 2023/3/24 | 2026/3/24 | 3.10% | 1,000.00 |
| 广发银行 | 大额存单 | R1 | 2023/5/26 | 2024/9/30 | 3.55% | 2,000.00 |
| 广发银行 | 大额存单 | R1 | 2023/8/18 | 2026/8/18 | 3.00% | 2,000.00 |
| 广发银行 | 大额存单 | R1 | 2023/8/18 | 2026/8/18 | 3.00% | 5,000.00 |
| 兴业银行 | 大额存单 | R1 | 2023/8/21 | 2024/9/16 | 3.10% | 4,000.00 |
| 广发银行 | 大额存单 | R1 | 2023/8/23 | 2026/8/23 | 3.00% | 3,000.00 |
| 兴业银行 | 大额存单 | R1 | 2023/8/24 | 2026/8/24 | 3.10% | 5,000.00 |
| 兴业银行 | 大额存单 | R1 | 2023/8/24 | 2026/8/24 | 3.10% | 5,000.00 |
| 浦发银行 | 大额存单 | R1 | 2023/8/24 | 2026/5/25 | 3.15% | 5,000.00 |
| 兴业银行 | 大额存单 | R1 | 2023/9/19 | 2026/3/13 | 3.10% | 1,000.00 |
| 兴业银行 | 大额存单 | R1 | 2023/9/26 | 2026/9/26 | 2.90% | 3,000.00 |
| 工商银行 | 大额存单 | R1 | 2023/9/27 | 2024/9/27 | 2.90% | 10,000.00 |
| 兴业银行 | 大额存单 | R1 | 2023/10/13 | 2025/4/19 | 3.55% | 2,000.00 |
| 广发银行 | 大额存单 | R1 | 2023/12/20 | 2024/9/30 | 3.55% | 1,000.00 |
| 平安银行 | 大额存单 | R1 | 2023/12/22 | 2026/9/15 | 2.85% | 3,000.00 |

| 发行方 | 产品名称 | 风险等级 | 起息日 | 合同到期日 | 固定收益率 | 认购金额 |
|------|------|------|------------|------------|-------|-----------|
| 浦发银行 | 大额存单 | R1 | 2023/12/22 | 2026/12/22 | 2.85% | 5,000.00 |
| 兴业银行 | 大额存单 | R1 | 2023/12/22 | 2026/12/22 | 2.85% | 4,000.00 |
| 广发银行 | 大额存单 | R1 | 2023/12/22 | 2025/12/22 | 2.60% | 4,000.00 |
| 平安银行 | 大额存单 | R1 | 2023/12/26 | 2025/8/29 | 3.30% | 1,000.00 |
| 中国银行 | 大额存单 | R1 | 2024/2/27 | 2026/4/7 | 3.10% | 2,000.00 |
| 中国银行 | 大额存单 | R1 | 2024/2/27 | 2026/4/28 | 3.00% | 1,000.00 |
| 兴业银行 | 大额存单 | R1 | 2024/3/25 | 2025/10/25 | 3.10% | 1,000.00 |
| 兴业银行 | 大额存单 | R1 | 2024/3/28 | 2026/1/5 | 3.64% | 2,000.00 |
| 工商银行 | 大额存单 | R1 | 2024/4/7 | 2025/4/7 | 2.80% | 30,000.00 |
| 兴业银行 | 大额存单 | R1 | 2024/5/11 | 2026/9/26 | 2.90% | 1,000.00 |
| 广发银行 | 大额存单 | R1 | 2024/5/15 | 2026/9/30 | 3.55% | 1,000.00 |
| 平安银行 | 大额存单 | R1 | 2024/6/3 | 2027/4/28 | 2.60% | 7,000.00 |
| 广发银行 | 大额存单 | R1 | 2024/6/17 | 2024/9/30 | 3.55% | 1,000.00 |
| 兴业银行 | 大额存单 | R1 | 2024/6/28 | 2026/9/26 | 2.90% | 1,000.00 |

截至 2024 年 6 月 30 日，公司持有的固息票据为摩根大通银行发行的 3 年期美元可赎回固定利息票据，系保本型固定利率产品，固定利率为 5.3%，收益率处于美国联邦基金利率目标区间（5.25%-5.5%），持有满 1 年即可赎回，风险等级为 R1，不属于收益风险波动大且风险较高的理财产品，不属于财务性投资。

6) 长期股权投资

根据发行人说明及提供的资料，截至 2024 年 6 月 30 日，公司长期股权投资科目下的情况如下：

单位：万元

| 序号 | 被投资公司 | 认缴金额 | 实缴金额 | 初始投资时点 | 后续追加投资或减少投资时点 | 2024年6月末持股比例 | 2024年6月末账面价值 | 是否为财务性投资 | 持有原因 | 后续处置计划 |
|----|---------------|---------------------|----------|----------|---------------|--------------|--------------|----------|---|---------------|
| 1 | 上海飞智电子科技有限公司 | 5.56 | 5.56 | 2017年11月 | / | 4.29% | 867.52 | 否 | 该公司主要从事手游手柄、游戏蓝牙耳机、手机散热器等产品的研发和销售；该公司游戏类蓝牙耳机与发行人的蓝牙耳机属于同类产品，其低延时技术表现效果较好；该笔投资有利于发行人与该公司加强技术交流，充分挖掘用户需求，丰富产品品类。报告期内发行人与该公司未发生具体交易，但每年均开展了多次技术交流，交流内容主要围绕游戏蓝牙耳机、游戏手柄的软硬件技术开发及产品落地情况，并考虑在产品联合开发等方面与该公司开展业务合作。该笔股权投资属于以获取技术、原料或者渠道为目的的产业投资，不属于财务性投资 | 已于2024年8月对外转让 |
| 2 | 致欧家居科技股份有限公司 | 3,307.75 | 3,307.75 | 2018年5月 | 2018年10月追加投资 | 8.24% | 33,149.04 | 是 | 该公司主要从事互联网家居、家具产品的设计制造；与安克的智能家居产品、智能家居安防产品等同属于家居行业，在产品上可互为补充，在市场和客户群体上具有一定重合度。但基于谨慎性原则，认定为财务性投资；报告期内，公司未直接与该公司发生具体交易，但为其子公司提供了线上代运营服务 | 暂无明确处置计划 |
| 3 | 方便电 | 50.00 | 50.00 | 2020年4月 | / | 25.93% | 123.90 | 否 | 该公司主要从事共享充电宝等业务的运营。属于发行人的移动电源产品的产业链下游企业，发行人投资该公司意在拓展移动电源产品的销售渠道。报告期内，该公司曾向发行人采购移动电源产品金额合计610万余元，具备商业实质。该笔股权投资属于以获取技术、原料或者渠道为目的的产业投资，不属于财务性投资 | 拟长期持有 |
| 4 | Cell Robotics | 认购股份数为11,886,860股，已 | | 2021年12月 | / | 4.97% | 3,051.89 | 是 | 该公司是一家消费级机器人公司，致力于把工业级的控制算法应用于消费级机器人；发行人 | 暂无明确处置计划 |

| 序号 | 被投资公司 | 认缴金额 | 实缴金额 | 初始投资时点 | 后续追加投资或减少投资时点 | 2024年6月末持股比例 | 2024年6月末账面价值 | 是否为财务性投资 | 持有原因 | 后续处置计划 |
|----|-----------------------|-------------------------|------|-------------|---------------|--------------|--------------|----------|---|----------|
| | INC. | 缴足 | | | | | | | 投资该公司系看好机器人行业和该公司未来业务发展；该公司机器人产品与发行人的智能扫地机器人具有一定技术共通性，但基于谨慎性原则，将该项投资认定为财务性投资；2022年，该公司的子公司 Cell Robotics HK limited 向安克创新采购线上代运营服务，金额为 61.56 万元；2023 年以来，该公司的子公司北京可以科技有限公司向公司销售了宠物机器人及其配件产品，金额超过 1,000 万元，均具备商业实质 | |
| 5 | Shulex | 认购股份数为 49,925,040 股，已缴足 | | 2022 年 1 月/ | | 27.09% | 2,472.46 | 否 | 该公司主营面向跨境电商行业的 saas 产品，以实现全网品类的洞察分析功能；精准营销对于发行人等跨境电商在产品设计及市场推广方面具有重要意义，该公司可以为发行人提供 AI 营销解决方案，有助于发行人分析用户的高频使用场景及用户职业提及，更全面了解用户画像，以提升营销传播的精准度。发行人与该公司每月开展战略和技术交流，交流内容主要围绕以 ChatGPT 为基础的 AI 方向运营效率提升工作，如 AI 智能客服，AI 运营优化，AI 虚拟直播等，2023 年，发行人向其子公司采购智能云客服等服务，金额为 730 万余元，2024 年 1-6 月发行人向其子公司采购数据资源获取服务，金额为 45.68 万元，具备商业实质；该笔股权投资属于以获取技术、原料或者渠道为目的的产业投资，不属于财务性投资 | 拟长期持有 |
| 6 | JOYIN HOLDING LIMITED | 认购股份数为 1,382,645 股，已缴足 | | 2022 年 4 月/ | | 4.22% | 4,834.72 | 是 | 该公司主要从事节日用品、玩具等产品的销售。发行人投资该公司系看好其未来业务发展；报告期内，发行人与该公司未发生具体交易 | 暂无明确处置计划 |

| 序号 | 被投资公司 | 认缴金额 | 实缴金额 | 初始投资时点 | 后续追加投资或减少投资时点 | 2024年6月末持股比例 | 2024年6月末账面价值 | 是否为财务性投资 | 持有原因 | 后续处置计划 |
|----|-------|-------|-------|----------|---------------|--------------|--------------|----------|--|--------|
| 7 | 海翼电商 | 79.19 | 79.19 | 2019年2月 | 2023年5月减少投资 | 39.60% | 452.55 | 否 | 该公司从事电商代运营业务。发行人于2019年出资设立该公司,2023年5月出售其控制权后,该公司被动出表,成为发行人的参股公司,纳入长期股权投资科目核算。发行人在该事项中不存在新增对外投资的情况,该公司成为发行人的参股公司系转让部分股权后被动形成,且该公司从事的电商代运营业务与发行人从事的跨境电商业务具有协同性,不属于财务性投资;2023年5月以来,发行人与该公司未发生具体交易 | 拟长期持有 |
| 8 | 天顶星 | 20.60 | 20.60 | 2023年8月/ | | 10.94% | 6,747.86 | 否 | 天顶星专注于为企业和用户提供软硬件一体化存储解决方案。本次公司投资天顶星的主要目的是其存储产品与公司智能安防产品在目标客户、产品搭配等方面具有较强的业务协同性。2023年9月,公司与天顶星签订《战略合作协议》,拟在市场联合推广、产品研发、供应链融合等方面开展合作。签订合作协议以来,双方多次围绕存储产品的软件、硬件、存储解决方案开展技术及产品交流;截至目前,双方已结合天顶星网络附属存储技术(NAS技术)开展业务合作,具体而言,就一款数字存储产品的开发进行了多次磋商及规划,具备商业实质,预期产品开发完成后可能产生业务往来。因此,该笔股权投资属于以获取技术、原料或者渠道为目的的产业投资,不属于财务性投资 | 拟长期持有 |

注：公司谨慎性考虑地将上表中与公司产品同属于一个行业，但产品细分领域与公司存在差异的被投资公司对应的股权投资界定为财务性投资；而位于公司产业链的上下游，且公司与其进行了具体交易或合作的被投资公司，属于围绕产业链上下游以获取技术、原料或者渠道为目的的产业投资，符合公司主营业务及战略发展方向，因此不界定为财务性投资。

上海飞智电子科技有限公司、方便电、Shulex、天顶星属于公司的同行业或上下游产业链公司，与公司业务具有协同性，对上述公司的投资系符合公司主营业务及战略发展方向的产业投资，不属于财务性投资；海翼电商原属于发行人全资子公司，纳入发行人合并财务报表；2023年发行人转让该公司部分股权后，该公司成为发行人参股公司。发行人在该事项中不存在新增对外投资的情况，对该公司的投资系转让部分股权后被动形成，且该公司从事的电商代运营业务与发行人从事的跨境电商业务具有协同性，不属于财务性投资。长期股权投资科目中的其他投资项目拟认定为财务性投资，截至2024年6月末，合计金额为41,035.65万元。

7) 其他非流动金融资产

其他非流动金融资产为公司对外股权投资以及中航信托·天启【2019】651号长沙中泛贷款集合资金信托计划，其中：

① 中航信托·天启【2019】651号长沙中泛贷款集合资金信托计划

公司于2021年认购了中航信托·天启【2019】651号长沙中泛贷款集合资金信托计划，该产品底层资产为阳光城集团股份有限公司（“阳光城集团”）旗下长沙中泛置业有限公司的“阳光城·长沙尚东湾”项目，资金实际投向于该项目的开发建设。因阳光城集团发生债务违约风险，导致该信托产品的本金及部分利息未能如期兑付，因此将其认定为财务性投资。截至2024年6月末，公司对该产品投资的账面金额为5,021.53万元。该产品出现违约主要系底层资产受地产行业波动及项目方管理不善导致，具有一定的偶发性。

② 对外股权投资

根据发行人说明，其他非流动金融资产科目的对外股权投资情况如下：

单位：万元

| 序号 | 被投资公司 | 认缴金额 | 实缴金额 | 初始投资时点 | 后续追加投资或减少投资时点 | 2024年6月末持股比例 | 2024年6月末账面价值 | 是否为财务性投资 | 持有原因 | 后续处置计划 |
|----|--------------------|--------------------|----------|----------|---------------|--------------|--------------|----------|--|----------|
| 1 | 深圳波赛冬网络科技有限公司 | 29.24 | 29.24 | 2017年9月 | 2022年6月增资 | 4.81% | 2,827.70 | 是 | 该公司通过互联网平台销售渔具类产品，拥有自主品牌卡斯丁 KastKin。发行人投资该公司系看好其长期业务发展；2023年和2024年1-6月，公司接受了由关联方波赛冬提供的包装方案设计服务，金额为97.80万元和72.27万元，具备商业实质 | 暂无明确处置计划 |
| 2 | 上海南芯半导体科技股份有限公司 | 1,891.07 | 1,891.07 | 2018年2月/ | | 4.47% | 70,159.48 | 否 | 该公司从事模拟与嵌入式芯片的研发、设计和销售，专注于电源及电池管理领域，产品已覆盖充电管理芯片、DC-DC芯片、AC-DC芯片、充电协议芯片及锂电管理芯片等；该公司系发行人的充电器等充电储能类产品的产业链上游企业，已纳入发行人供应链。报告期内，发行人采购搭载该公司芯片的充电器等产品金额超过39亿元，具备商业实质。该笔股权投资属于以获取技术、原料或者渠道为目的的产业投资，不属于财务性投资 | 拟长期持有 |
| 3 | 广州蓝深科技有限公司 | 3.79 | 3.79 | 2021年5月/ | | 2.46% | 2,680.55 | 是 | 该公司主要从事乐器、音频类产品销售。发行人投资该公司系看好其长期业务发展；报告期内，发行人与该公司未发生具体交易 | 暂无明确处置计划 |
| 4 | 深圳市智岩科技有限公司 | 48.98 | 48.98 | 2021年7月/ | | 1.26% | 5,370.25 | 是 | 该公司主要从事智能灯具、小家电等产品的研发、生产和销售。该公司与发行人的智能扫地机、智能安防等产品同属于智能家居行业，消费群体和市场的重合度较高，报告期内，发行人与该公司未发生具体交易，基于谨慎性原则，将该项投资认定为财务性投资 | 暂无明确处置计划 |
| 5 | Etop Group Limited | 认购股份数为360,000股，已缴足 | | 2021年8月/ | | 2.65% | 0.16 | 是 | 该公司为一家品牌管理解决方案提供商。发行人投资该公司系看好其长期业务发展；报告期内，发行人与该公司未发生具体交易 | 暂无明确处置计划 |
| 6 | 珠海智融科技股 | 44.46 | 44.46 | 2021年8月/ | | 0.99% | 1,444.20 | 否 | 该公司主营业务为电源管理芯片的研发、设计和销 | 拟长期持有 |

| 序号 | 被投资公司 | 认缴金额 | 实缴金额 | 初始投资时点 | 后续追加投资或减少投资时点 | 2024年6月末持股比例 | 2024年6月末账面价值 | 是否为财务性投资 | 持有原因 | 后续处置计划 |
|----|-------------------------|------------------------|------|----------|---------------|--------------|--------------|----------|---|----------|
| | 份有限公司 | | | | | | | | 售。产品广泛应用于移动电源、车载充电器、氮化镓充电器、户外储能电源和智能插排等设备。系安克的充电器、移动电源等充电储能类产品的产业链上游企业，已纳入发行人供应链。报告期内，发行人采购搭载该公司芯片的充电器产品的金额超过4.7亿元，具备商业实质。该笔股权投资属于以获取技术、原料或者渠道为目的的产业投资，不属于财务性投资 | |
| 7 | 深圳市华曦达科技股份有限公司 | 200 | 200 | 2021年8月/ | | 1.04% | 1,200.00 | 否 | 该公司专注于互联网视讯、IoT 物联网核心流媒体和管控平台、智能硬件终端及云端能力的研发，为国内外运营商、行业客户提供智慧家庭、智慧城市整体解决方案和 SaaS 云服务；通过该笔投资，公司可在智能投影仪、软件云服务、智能家 IoT 等领域展开深度合作共建智慧产业生态链；安克 2022 年与该公司签署了《战略合作框架协议》。投资该公司以来，双方每月会开展业务和技术交流，交流内容主要围绕互联网视讯、智能硬件终端等关联技术方向。此外，报告期内，发行人直接向该公司采购投影仪配件等 530 万余元，具备商业实质。该笔股权投资属于以获取技术、原料或者渠道为目的的产业投资，不属于财务性投资 | 拟长期持有 |
| 8 | LAVA GROUP INCORPORATED | 认购股份数为 7,884,540 股，已缴足 | | 2021年9月/ | | 5.00% | 798.46 | 是 | 该公司主要从事乐器制造和销售业务。发行人投资该公司系看好其长期业务发展；报告期内，发行人与该公司未发生具体交易 | 暂无明确处置计划 |
| 9 | 湖南立方新能源科技有限责任公司 | 450 | 450 | 2021年9月/ | | 4.99% | 9,753.82 | 否 | 该公司主要从事锂/钠离子电池的研发、生产、销售；系发行人移动电源等充电储能类产品的产业链上游企业。报告期内，发行人向该公司直接采购移动电源的电芯超过 1 亿元，具备商业实质。该笔股权投资属于以获取技术、原料或者渠道为目的的产 | 拟长期持有 |

| 序号 | 被投资公司 | 认缴金额 | 实缴金额 | 初始投资时点 | 后续追加投资或减少投资时点 | 2024年6月末持股比例 | 2024年6月末账面价值 | 是否为财务性投资 | 持有原因 | 后续处置计划 |
|----|-----------------|-------|-------|----------|---------------|--------------|--------------|----------|---|--------|
| | | | | | | | | | 业投资，不属于财务性投资 | |
| 10 | 江西赣锋锂电科技股份有限公司 | 1,000 | 1,000 | 2021年9月/ | | 0.33% | 2,837.50 | 否 | 该公司主要从事消费类电池、固态电池、储能系统、动力锂电池的研发、生产和销售；系发行人蓝牙耳机、移动电源类产品的产业链上游企业。报告期内，发行人向该公司及其关联方直接采购电芯超过2亿元，具备商业实质。该笔股权投资属于以获取技术、原料或者渠道为目的的产业投资，不属于财务性投资 | 拟长期持有 |
| 11 | 华源智信半导体(深圳)有限公司 | 12.52 | 12.52 | 2021年8月/ | | 1.79% | 3,283.56 | 否 | 该公司从事 ACDC 数字控制芯片、PMIC 电源管理芯片等各类消费电子芯片的研发、生产和销售；系发行人的充电器等产品的产业链上游企业，已纳入发行人供应链。2023 年，发行人采购搭载该公司 AC-DC 芯片的充电器产品的金额超过 1,500 万元，具备商业实质。该笔股权投资属于以获取技术、原料或者渠道为目的的产业投资，不属于财务性投资 | 拟长期持有 |
| 12 | 美芯晟科技(北京)股份有限公司 | 93.01 | 93.01 | 2021年11月 | 2021年12月 | 1.16% | 2,273.80 | 否 | 该公司专注于高性能模拟及数模混合芯片研发和销售，主要产品为无线充电芯片和 LED 照明芯片；系发行人无线充电器等产品的产业链上游企业，已纳入发行人供应链。报告期内，发行人采购搭载该公司芯片的充电器产品的金额超过 1.3 亿元，具备商业实质。该笔股权投资属于以获取技术、原料或者渠道为目的的产业投资，不属于财务性投资 | 拟长期持有 |
| 13 | 创络(上海)数据科技有限公司 | 27.31 | 27.31 | 2021年6月/ | | 3.54% | 321.43 | 否 | 该公司致力于为跨境出海、零售、旅游等各行业公司提供 AI 数据营销解决方案。安克通过投资该公司并与其开展战略合作，可最大程度挖掘公司数据资产价值，运用数据技术手段洞察用户旅程与客户画像，并实现跨渠道营销规划、执行及广告效果评估。报告期内，发行人直接向该公司采购致力于提升用户分析能力的技术服务超过 140 万元，具备商 | 拟长期持有 |

| 序号 | 被投资公司 | 认缴金额 | 实缴金额 | 初始投资时点 | 后续追加投资或减少投资时点 | 2024年6月末持股比例 | 2024年6月末账面价值 | 是否为财务性投资 | 持有原因 | 后续处置计划 |
|----|---------------|--------|--------|----------|---------------|--------------|--------------|----------|---|----------|
| | | | | | | | | | 业实质，该笔股权投资属于以获取技术、原料或者渠道为目的的产业投资，不属于财务性投资 | |
| 14 | 倍思奇 | 23.53 | 23.53 | 2021年12月 | / | 1.79% | 4,385.17 | 是 | 该公司是一家经营家庭影音设备、人体工学办公设备、家具等家居类产品的跨境电商；该公司的产品与公司智能扫地机、智能安防等产品同属于智能家居行业，消费群体和市场的重合度较高，报告期内，发行人与该公司未发生具体交易，基于谨慎性考虑，将本项投资认定为财务性投资 | 暂无明确处置计划 |
| 15 | 深圳迈塔兰斯科技有限公司 | 8.55 | 8.55 | 2021年12月 | / | 1.00% | 599.97 | 否 | 该公司专注于超透镜设计、制造及其应用系统开发，超透镜产品可应用于消费电子类、安防监控、汽车电子等行业；该公司系发行人投影仪等智能影音类产品的产业链上游企业，其超透镜产品可用于公司投影仪的光学镜头，发行人与该公司每季度会围绕超透镜产品的应用开展技术交流；报告期内，发行人与该公司未发生具体交易。该笔股权投资属于以获取技术、原料或者渠道为目的的产业投资，不属于财务性投资 | 拟长期持有 |
| 16 | 北京零零无限科技有限公司 | 130.99 | 130.99 | 2022年1月 | / | 4.52% | 6,339.23 | 是 | 该公司主要从事人工智能的研发、应用，无人机的研发、生产、销售。该公司与发行人的智能创新类产品同属于消费电子行业，有利于发行人及时了解创新类消费电子产品的技术与行业发展动态。但双方暂未有具体业务往来，基于谨慎性考虑，认定该笔投资为财务性投资 | 暂无明确处置计划 |
| 17 | 重庆物奇微电子股份有限公司 | 289.47 | 289.47 | 2022年3月 | / | 1.16% | 4,996.34 | 否 | 该公司是一家短距通信芯片设计公司，提供 SoC 芯片和软件解决方案。主要产品包括数传 WIFI 芯片，蓝牙音频芯片等。属于发行人的蓝牙耳机等产品的产业链上游企业，已进入发行人供应链。报告期内，发行人采购搭载该公司芯片的无线耳机产品的金额超过 3.5 亿元，具备商业实质。该笔股权投资 | 拟长期持有 |

| 序号 | 被投资公司 | 认缴金额 | 实缴金额 | 初始投资时点 | 后续追加投资或减少投资时点 | 2024年6月末持股比例 | 2024年6月末账面价值 | 是否为财务性投资 | 持有原因 | 后续处置计划 |
|----|------------------------|-------|-------|----------|---------------|--------------|--------------|----------|----------------------------------|----------|
| | | | | | | | | | 资属于以获取技术、原料或者渠道为目的的产业投资，不属于财务性投资 | |
| 18 | 杭州和谐超越三期股权投资合伙企业（有限合伙） | 2,000 | 2,000 | 2022年9月/ | | 8.70% | 1,254.62 | 是 | 私募股权投资基金，报告期内，发行人与该公司未发生具体交易 | 暂无明确处置计划 |

注 1：LAVA GROUP INCORPORATED 通过协议控制以 VIE 结构持有广州拿火等境内运营子公司。

注 2：公司谨慎性考虑地将上表中与公司产品同属于一个行业，但产品细分领域与公司存在差异的被投资公司对应的股权投资界定为财务性投资；而位于公司产业链的上下游，且公司与其进行了具体交易或合作的被投资公司，属于围绕产业链上下游以获取技术、原料或者渠道为目的的产业投资，符合公司主营业务及战略发展方向，因此不界定为财务性投资

上述对外股权投资中，对深圳波赛冬网络科技有限公司、广州蓝深科技有限公司、深圳市智岩科技有限公司、Etop Group Limited、LAVA GROUP INCORPORATED、倍思奇、北京零零无限科技有限公司、杭州和谐超越三期股权投资合伙企业（有限合伙）的投资为财务性投资。除上述企业外，其他公司均属于发行人的同行业或上下游产业链公司，与发行人的业务具有协同性，对上述公司的投资系符合发行人主营业务及战略发展方向的产业投资，不属于财务性投资。

8) 其他非流动资产

根据发行人说明，截至 2024 年 6 月 30 日，公司其他非流动资产的明细如下：

单位：万元

| 项目 | 金额 |
|-----------|------------|
| 预付购买长期资产款 | 125,083.30 |
| 其他 | 94.00 |
| 合计 | 125,177.30 |

2021 年 12 月，公司与深圳润雪签订《深圳市房地产买卖合同（预售）》，约定向其购买房产；该房产主要用于公司深圳地区办公及前次募集资金投资项目中的“深圳产品技术研发中心升级项目”的建设。公司其他非流动资产的余额主要由向深圳润雪分期支付的购房款形成，不涉及财务性投资。

9) 交易性金融负债

根据发行人说明，公司境外销售收入占比较高且主要以外币结算，为应对汇率波动对公司经营业绩造成的不利影响，公司采用普通外汇远期合约工具对外币汇率风险开展不以盈利为目的的套期保值业务，截至 2024 年 6 月 30 日，未指定为套期工具的尚未交割外汇远期合约计入交易性金融负债 444.98 万元，不属于财务性投资。

综上，公司最近一期末财务性投资金额为 70,819.57 万元，占归属于母公司股东净资产的比例为 8.67%，不存在金额较大的财务性投资（包括类金融业务）。

(2) 自本次发行相关董事会前六个月至今，公司已实施或拟实施的财务性投资（包括类金融业务）的具体情况，是否涉及本次募集资金扣减

(a) 类金融业务

2023 年 6 月 15 日，公司召开第三届董事会第十二次会议，首次审议通过了本次向不特定对象发行可转换公司债券的相关议案。根据发行人的说明及本所核查，自本次发行相关董事会决议日前六个月（2022 年 12 月 15 日）至今，公司不存在融资租赁、商业保理和小贷业务等类金融业务的情形。

(b) 非金融企业投资金融业务（不包括投资前后持股比例未增加的对集团财务公司的投资）

自本次发行相关董事会决议日前六个月起至今，公司不存在投资金融业务的情形。

（c）股权投资

根据发行人说明及提供的材料，2023年8月，公司以人民币7,000万元认购天顶星10.94%的股权，已完成实缴出资。天顶星专注于为企业和用户提 供软硬件一体化存储解决方案。本次公司投资天顶星的主要目的是其存储产品与公司智能安防产品在目标客户、产品搭配等方面具有较强的业务协同性。2023年9月，公司与天顶星签订《战略合作协议》，约定双方将在市场联合推广、产品研发、供应链融合等方面开展合作。签订合作协议以来，双方多次围绕存储产品的软件、硬件、存储解决方案开展技术及产品交流；截至目前，双方已结合天顶星网络附属存储技术（NAS技术）开展业务合作，具体而言，就一款数字存储产品的开发进行了多次磋商及规划，具备商业实质，预期产品开发完成后可能产生业务往来。因此，公司该笔股权投资属于以获取技术、原料或者渠道为目的的产业投资，不属于财务性投资。

2024年8月，公司以人民币7,250万元等值的美元认购星迈创新科技（苏州）有限公司（“星迈创新”）5.20%的股权，已完成实缴出资。星迈创新致力于打造全球领先的泳池智能清洁机器人产品。本次公司投资星迈创新的主要目的是其泳池智能清洁机器人产品与公司的智能清洁产品在目标客户、市场开发、供应链等方面具有业务协同性。公司该笔股权投资属于产业投资，不属于财务性投资。

自本次发行相关董事会决议日前六个月起至今，公司不存在与主营业务无关的股权投资的情形。

（d）投资产业基金、并购基金

自本次发行相关董事会决议日前六个月起至今，公司不存在投资产业基金、并购基金的情形。

（e）拆借资金

2023年5月，公司对外转让海翼电商的部分股权后，海翼电商成为公司的参股公司，公司原对其提供的内部往来借款被动成为关联拆借款，截至2024年6月末，公司对海翼电商的其他应收款为2,603.20万元。该笔资金拆借款发生于海翼电商作为公司的全资子公司期间，系公司为支持其业务发展而形成的借款，属于被动形成的关联拆借款，借款利率为3.65%，具备商业合理性，不属于为获取利息收益而开展的财务性投资。

除上述事项和公司正常业务开展中员工备用金等往来款项外，自本次发行相关董事会决议日前六个月起至今，公司不存在其他拆借资金的情形。

（f）委托贷款

自本次发行相关董事会决议日前六个月起至今，公司不存在委托贷款的情形。

(g) 购买收益波动大且风险较高的金融产品

自本次发行相关董事会决议日前六个月起至今，公司不存在购买收益波动大且风险较高金融产品的情形。

(h) 拟实施的财务性投资

自本次发行相关董事会决议日前六个月起至今，公司不存在拟实施财务性投资的相关安排。

综上所述，自本次发行董事会决议日前六个月至今，发行人不存在已实施或拟实施的财务性投资情况，不涉及本次募集资金扣减。

综上，发行人最近一期末财务性投资金额为 70,819.57 万元，占归属于母公司股东净资产的比例为 8.67%，不存在金额较大的财务性投资（包括类金融业务）。自本次发行董事会决议日前六个月至今，发行人不存在已实施或拟实施的财务性投资情况，不涉及本次募集资金扣减。

2.2 核查程序

2.2.1 就第 2.1.1 条相关事项，本所律师协同保荐机构和发行人会计师履行了以下核查程序：

(1) 访谈发行人高级管理人员，了解发行人储能产品的产品构成、技术参数、销售渠道等情况；

(2) 查阅发行人相关募集资金投资项目的可行性研究报告及《募集说明书》，了解相关项目的实施主体等；

(3) 查阅相关募集资金投资项目实施主体海翼智新及其少数股东海翼远致的公司章程、合伙协议和工商档案，查阅国家企业信用信息公示系统相关信息，核查海翼智新、海翼远致出资结构、设立日期等；

(4) 查阅发行人关于海翼智新、海翼远致的公告文件，核查海翼远致入股海翼智新背景等；

(5) 查阅海翼远致、刘文兵出具的《关于放弃同比例增资或借款的承诺函》；

(6) 查阅《监管规则适用指引——发行类第 6 号》6-8 相关规定，逐项比对发行人相关情况；

(7) 查阅发行人《募集资金管理制度》；

(8) 取得发行人就相关事项出具的说明。

2.2.2 就第 2.1.2 条相关事项，本所律师协同保荐机构和发行人会计师履行了以下核查程序：

(1) 查阅发行人本次相关募集资金投资项目的可行性研究报告，了解相关项目的实施内容等；

(2) 查阅《企业投资项目核准和备案管理办法》《中华人民共和国环境影响评价法》和《管理名录》等相关规定；

(3) 查阅发行人本次相关募集资金投资项目的房屋租赁协议、房屋购置意向文件；

(4) 查阅发行人本次相关募集资金投资项目备案文件；

(5) 就有关募投项目是否需要取得环评备案文件向当地主管环保部门进行匿名电话咨询；

(6) 取得发行人就相关事项出具的说明。

2.2.3 就第 2.1.3 条相关事项，本所律师协同保荐机构和发行人会计师履行了以下核查程序：

(1) 访谈发行人高级管理人员，了解发行人本次募投项目三打造智能化仓储中心主要规划、是否全部自用、是否涉及对外出租等情况；获取发行人关于该募投项目相关租赁仓库使用用途的说明；查阅本次募投项目的可行性分析报告；

(2) 访谈发行人高级管理人员，了解发行人报告期内对外出租厂房的原因，运营方、承租方、租赁期限及对此部分房产的未来使用规划等情况，以及长沙地区的办公面积、办公人数；获取发行人对外出租厂房相关的房屋产权证书、委托租赁合同、补充协议书、三方合作协议、租赁解除协议，了解对外出租厂房的具体位置、建筑面积、租赁期限、租金等情况；

(3) 网络检索东莞市各镇物流仓储园区场地租金价格，与发行人本次募投项目三进行对比分析；获取发行人关于本次募投项目三已签署的租赁合同，了解出租方、租赁期限、续租使用权条款等合同内容；访谈发行人财务部门负责人，了解发行人使用募集资金用于场地租金的后续会计处理；网络检索东莞市物流仓储园区市场售价；查询近年将租赁费用作为资本性支出的再融资案例；

(4) 取得发行人就相关事项出具的说明。

2.2.4 就第 2.1.4 条相关事项，本所律师协同保荐机构和发行人会计师履行了以下核查程序：

(1) 访谈发行人营销部门负责人，了解发行人本次募投项目四中自有数字化内容营销中台直播间与短视频中心的经营模式和具体内容等情况；

(2) 查阅发行人及其控股、参股企业的营业执照，并查阅国家企业信用信息公示系统相关信息、参股的境内上市公司年度报告；

(3) 获取了发行人及其控股企业报告期内业务收入明细、重大业务合同；

(4) 获取了发行人最近三年的审计报告；查阅了最近三年的年度报告；

(5) 查阅发行人及其控股企业取得的业务资质、备案文件；

(6) 访问发行人自有官方网站、微信公众号、微信小程序、小红书等平台，了解发行人的业务宣传方式；

(7) 查阅《市场准入负面清单（2022 年版）》相关规定；

(8) 取得发行人就相关事项出具的说明。

2.2.5 就第 2.1.5 条相关事项，本所律师协同保荐机构和发行人会计师履行了以下核查程序：

(1) 查阅本次募投项目及前次募投项目的可行性分析报告及《募集说明书》；

(2) 获取了会计师事务所出具的前次募集资金使用情况的鉴证报告；

(3) 与发行人相关人员进行访谈，了解发行人现有业务情况、现有产品的技术路线、发展规划、本次募投项目的基本情况、本次募投项目与前次募投项目的区别与联系、本次募投项目与现有业务的区别与联系；

(4) 获取了前次募集资金验资报告；

(5) 查询相关行业研究报告，通过公开信息了解拟研发产品所在行业的市场发展情况；

(6) 取得发行人就相关事项出具的说明。

2.2.6 就第 2.1.6 条相关事项，本所律师协同保荐机构和发行人会计师履行了以下核查程序：

(1) 查阅本次募投项目的可行性分析报告及《募集说明书》；

(2) 获取募投项目拟研发产品相关的生产工序图；

- (3) 获取本次募投项目相关现有产品销量数据；
- (4) 查阅了本次募投项目相关现有产品的认证证书；
- (5) 查阅了发行人与本次募投项目拟研发内容相关的专利清单及相关专利证书；
- (6) 获取发行人在所处行业市场地位相关资料；
- (7) 与发行人相关人员访谈，了解本次募投项目的发展规划、与主营业务的联系、现有销售渠道情况、未来渠道发展战略等；
- (8) 取得发行人就相关事项出具的说明。

2.2.7 就第 2.1.7 条相关事项，本所律师协同保荐机构和发行人会计师履行了以下核查程序：

- (1) 查阅了相关行业研究报告，通过公开信息查询消费电子市场发展情况、本次募投项目拟研发产品所在行业的市场规模；
- (2) 通过公开渠道对本次募投项目相关的同行业公司相关情况、同行业类似项目情况进行了检索；
- (3) 获取了本次募投项目的测算依据、测算过程和测算结果；
- (4) 取得发行人就相关事项出具的说明。

2.2.8 就第 2.1.8 条相关事项，本所律师协同保荐机构和发行人会计师履行了以下核查程序：

- (1) 与发行人相关人员进行访谈，了解公司的折旧摊销政策；获取了募投项目可行性研究报告及测算底稿；
- (2) 与发行人相关人员进行访谈，了解实施本次募投项目三和项目四的必要性和合理性；
- (3) 取得发行人就相关事项出具的说明。

2.2.9 就第 2.1.9 条相关事项，本所律师协同保荐机构和发行人会计师履行了以下核查程序：

- (1) 获取了本次募投项目的可行性研究报告及测算底稿，了解本次募投项目具体投资构成和资本性支出情况；
- (2) 获取了募集资金用于补充流动资金的比例；

(3) 取得发行人就相关事项出具的说明。

2.2.10 就第 2.1.10 条相关事项,本所律师协同保荐机构和发行人会计师履行了以下核查程序:

(1) 查阅发行人董事会决议、股东大会决议、投资公告、合伙协议、对外投资协议/合同等文件,并向公司相关人员了解对外投资的具体情况、原因及目的,通过公开渠道查询被投资企业的工商信息,查阅每食乐的注销文件,了解被投资企业的经营范围及主营业务等;

(2) 对照中国证监会、深交所关于财务性投资相关规定的认定标准,获取了发行人财务报表、定期报告、审计报告及附注、相关科目明细;

(3) 访谈发行人相关负责人,了解发行人最近一期末是否持有金额较大的财务性投资,自本次发行相关董事会决议日前六个月起至今发行人投入的财务性投资情况以及发行人未来一段时间内是否存在财务性投资安排;

(4) 查阅发行人与天顶星签署的《战略合作协议》;

(5) 访谈发行人业务人员,查阅财务记录,了解发行人与被投资公司业务协同性;

(6) 查阅公司理财产品明细并获取购买合同,了解理财产品的基本情况;

(7) 取得发行人就相关事项出具的说明。

2.3 法律意见

基于上述,经征询保荐机构及发行人会计师意见,本所认为:

(1) 户用储能产品属于发行人充电储能类产品的系列,与便携式储能产品具有一定的技术同源性,在报告期内已形成收入,属于投向主业;项目二由非全资控股子公司海翼智新实施,海翼智新少数股东不通过增资或借款方式同比例投入资金具有合理性,不存在损害上市公司利益的情形,符合《监管规则适用指引——发行类第 6 号》6-8 的有关规定;

(2) 项目三、项目四不属于《中华人民共和国环境影响评价法》《管理名录》规定的需要进行环境影响评价审批或备案的项目,且不涉及工业生产,项目实施和运营期间不会产生生产性废水、废气、废料等污染物,因此无需取得环评备案文件;除发行人已取得的企业投资项目备案文件外,项目三、项目四现阶段不存在其他应取得未取得资质、备案文件;

(3) 根据发行人的说明,项目三打造智能化仓储中心系全部自用,不涉及对

外出租的情况；发行人购置房产符合公司经营发展阶段，能够较好满足公司未来进一步发展对新增场地、新增人员需求、资信能力的需求，有利于保障本次募投项目的实施，且购置房产为自用用途，不属于直接或变相用于房地产开发的情况，具有一定必要性；项目三所使用募集资金中场地租金的会计处理符合《企业会计准则第 21 号——租赁》有关规定；将场地租金认定为资本性支出符合《证券期货法律适用意见第 18 号》的有关规定，具有合理性；

(4) 发行人及其参股、控股企业未开展新闻、出版、广播、电视等传媒领域业务，不涉及《市场准入负面清单（2022 年版）》中规定的违规开展新闻传媒相关业务的情形；发行人目前开展的直播及短视频相关工作主要用作销售宣传手段，相关业务贡献的收入极小。发行人在境外现有渠道及在境内通过有资质的第三方网络平台开展直播、短视频相关工作无需额外获取资质，开展上述业务合法合规，本次募投项目四符合国家产业政策；

(5) 根据发行人的说明，本次募投项目与前次募投项目存在较大的区别，本次募投项目具有一定必要性，相关募投项目对公司现有业务进行升级具有一定必要性，发行人不存在重复建设和过度融资的情形；

(6) 根据发行人的说明，发行人已具备本次募投项目的技术、人才、专利、材料、设备等储备，项目实施不存在重大不确定性；本次募集资金投资项目主要投向主业，符合《注册办法》第四十条相关规定；

(7) 根据发行人的说明，本次募投项目年均毛利率高于公司主营业务年均毛利率具有一定合理性；本次募投项目收益情况的测算过程、测算依据具有一定合理性，测算结果与同行业公司及同行业公司类似项目不存在重大差异，具备一定合理性和谨慎性；

(8) 根据发行人的说明，本次募投项目新增折旧及摊销对发行人经营业绩有一定影响，但随着项目开始产生收入及持续运营，本次募投项目收益能够有效覆盖新增折旧摊销，预计不会对公司未来经营业绩造成重大不利影响；本次募投项目三和四虽不直接产生经济效益，但是服务于公司现有的主营业务，能够从整体上提高公司经营效率，为实现公司长期可持续发展提供有力支撑，项目实施具备必要性和合理性；

(9) 本次募集资金用于补充流动资金的比例符合《证券期货法律适用意见第 18 号》有关规定；

(10) 根据发行人的说明，发行人最近一期末不存在持有金额较大的财务性投资（包括类金融业务），符合《证券期货法律适用意见第 18 号》等有关规定；自本次发行相关董事会前六个月至今，发行人不存在已实施或拟实施的财务性投

资（包括类金融业务），不涉及本次募集资金扣减。

本补充法律意见书正本一式五份。

（以下无正文）

（此页无正文，为《北京市海问律师事务所关于安克创新科技股份有限公司向不特定对象发行可转换公司债券的补充法律意见书（七）》的签署页）



北京市海问律师事务所

负责人：

张继平

张继平

经办律师：

胡基

胡基

钱珍

钱珍

黄珏

黄珏

2024年9月18日