

股票简称：比依股份

股票代码：603215

浙江比依电器股份有限公司

Zhejiang Biyi Electric Appliance Co., Ltd.

(注册地址：浙江省余姚市城区经济开发区城东新区俞赵江路 88 号)

BIYI 比依

2024年度向特定对象发行A股股票

募集说明书

(修订稿)



保荐人（主承销商）



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

广东省深圳市福田区中心三路 8 号卓越时代广场（二期）北座

二〇二五年九月

声 明

本公司及全体董事、监事、高级管理人员承诺募集说明书及其他信息披露资料不存在任何虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性及完整性承担相应的法律责任。

公司负责人、主管会计工作负责人及会计机构负责人保证募集说明书中会计资料真实、完整。

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

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

重大事项提示

本公司特别提醒投资者注意下列重大事项或风险因素，并认真阅读本募集说明书相关章节。本部分所述词语或简称与本募集说明书“释义”所述词语或简称具有相同的含义。

一、本次向特定对象发行A股股票情况

1、本次向特定对象发行股票相关事项已经公司第二届董事会第十九次会议、第二届监事会第十三次会议、2025年第一次临时股东会、**第二届董事会第二十六次会议和第二届监事会第十九次会议**审议通过，尚需上海证券交易所审核通过及中国证券监督管理委员会同意注册后方可实施。

2、本次向特定对象发行A股股票的发行对象为不超过35名特定投资者（含本数），发行对象范围为符合中国证监会规定的证券投资基金管理公司、证券公司、信托公司、财务公司、保险机构投资者、合格境外机构投资者、人民币合格境外机构投资者以及其他符合法律法规规定的法人、自然人或其他合格机构投资者。其中，证券投资基金管理公司、证券公司、合格境外机构投资者、人民币合格境外机构投资者以其管理的两只以上产品认购的，视为一个发行对象；信托公司作为发行对象的，只能以自有资金认购。

最终发行对象将在本次发行通过上海证券交易所审核并经中国证监会同意注册后，由公司董事会及其授权人士在股东会授权范围内，按照相关规定并根据发行询价结果与本次发行的保荐机构（主承销商）协商确定。

所有发行对象均将以人民币现金方式认购本次发行的股票。

若国家法律法规对向特定对象发行股票的发行对象有新的规定，公司将按新的规定进行调整。监管部门对发行对象股东资格及相应审核程序另有规定的，从其规定。

3、本次向特定对象发行股票数量不超过本次发行前公司总股本的30%。最终发行数量将在本次发行通过上交所审核并经中国证监会同意注册后，由公司董事会或授权人士根据股东会的授权与保荐机构（主承销商）协商确定。若公司股票在本次发行董事会决议日至发行日期间发生送股、配股、资本公积金转增股本

等除权事项，则本次发行的股票数量将作相应调整。

4、本次向特定对象发行股票采取询价发行方式。本次发行的定价基准日为发行期首日，发行价格不低于定价基准日前 20 个交易日（不含定价基准日，下同）公司股票交易均价的 80%。

定价基准日前 20 个交易日股票交易均价=定价基准日前 20 个交易日股票交易总额/定价基准日前 20 个交易日股票交易总量。若在该 20 个交易日内发生因除权、除息事项引起股价调整的情形，则对调整前交易日的交易价按经过相应除权、除息调整后的价格计算。

本次发行的最终发行价格将在本次发行通过上海证券交易所审核并经中国证监会同意注册后，按照相关法律法规及规范性文件的规定，根据发行对象申购报价的情况，遵照价格优先等原则，由公司董事会或董事会授权人士根据股东大会的授权与保荐机构（主承销商）协商确定，但不低于前述发行底价。

5、本次发行完成后，发行对象认购的本次发行的股票自本次发行结束之日起六个月内不得转让，基于认购本次发行所取得的公司股票因公司分配股票股利、资本公积转增等情形所衍生取得的股票亦应遵守上述股票锁定安排。相关监管机关对于发行对象所认购股份限售期另有要求的，从其规定。

本次发行的发行对象因本次发行取得的公司股份在锁定期届满后减持还需遵守《公司法》《证券法》等法律法规、规范性文件、上海证券交易所相关规则以及公司《公司章程》的相关规定。

6、本次向特定对象发行 A 股股票募集资金总额不超过 **48,247.49** 万元（含本数），本次募集资金总额在扣除发行费用后的净额将用于以下方向：

单位：万元

序号	项目名称	项目投资总额	使用募集资金金额
1	中意产业园智能厨房家电建设项目（二期）	80,672.14	48,247.49
合计		80,672.14	48,247.49

若实际募集资金净额少于上述项目拟投入募集资金总额，在最终确定的本次募投项目范围内，公司董事会将根据股东大会的授权、市场情况变化、公司实际情况等调整并最终决定募集资金的具体投资项目及具体投资额，募集资金不足部分由公司自筹解决。

在本次向特定对象发行募集资金到位之前,公司可以根据募集资金投资项目进度的实际情况,以自筹资金先行投入,并在募集资金到位后按照相关法规规定的程序予以置换。

7、本次向特定对象发行不会导致公司控股股东和实际控制人发生变化,不会导致公司股权分布不符合上市条件。

8、本次向特定对象发行完成后,本次发行前公司滚存的未分配利润由公司新老股东按其持股比例共同享有。根据中国证监会《关于进一步落实上市公司现金分红有关事项的通知》和《上市公司监管指引第3号——上市公司现金分红》的要求,公司重视对投资者的合理投资回报,保持利润分配政策的连续性和稳定性,制定了完善的利润分配政策、决策程序及决策机制。

9、本次向特定对象发行后,随着募集资金的到位,公司的总股本和净资产规模将相应增加。由于募集资金投资项目的使用及实施和产生效益需要一定时间,期间股东回报仍然通过现有业务实现,因此短期内公司净利润与净资产有可能无法同步增长,存在每股收益、净资产收益率等指标在短期内被摊薄的风险。为保障中小投资者的利益,公司就本次向特定对象发行事项对即期回报摊薄的影响进行了认真分析,并制定填补被摊薄即期回报的具体措施。相关情况详见《浙江比依电器股份有限公司关于向特定对象发行A股股票摊薄即期回报、填补措施及相关主体承诺的公告》。特此提醒投资者关注本次向特定对象发行A股股票摊薄股东即期回报的风险,虽然公司为应对即期回报被摊薄风险而制定了填补回报措施,但所制定的填补回报措施不等于对公司未来利润做出保证。

10、发行人本次向特定对象发行符合《公司法》《证券法》等法律法规的有关规定,本次向特定对象发行后,公司的股权分布不会导致不符合上市条件。

二、重大风险因素

本公司提请投资者仔细阅读本募集说明书“第五节 本次发行相关的风险因素”章节,并特别注意以下风险:

(一) 产能消化的风险

公司在建项目投产后将形成较大产能,虽然相关产能将在未来6年内逐步释放,但鉴于未来新增产能消化主要来源于小家电行业整体增长、公司咖啡机及环

境电器等产品的逐步起量等，如果未来出现下游市场需求放缓、市场竞争加剧或咖啡机及环境电器等品类销量不及预期等情形，公司将出现产能闲置的情形，进而导致公司可能出现业绩波动的风险。

（二）客户集中的风险

报告期内，公司前五大客户的销售金额合计占营业收入比例均在 60%以上，第一大客户的收入占比在报告期内由 35%增长至 **40%左右**，客户集中度相对较高。虽然公司已与下游主要客户建立了较为稳定的业务合作关系，但若公司主要客户的经营状况变化或公司与主要客户的合作关系发生变化等，将可能导致公司业绩下降及回款减缓等不利影响。

（三）国际政治格局变化的风险

近年来，国际贸易摩擦给全球商业环境带来了不确定性，部分国家通过加征关税、技术禁令等方式，对国际贸易的正常发展造成了一定阻碍。同时，地缘政治风险加大，局部冲突时有发生，全球经济发展面临着诸多不确定因素。报告期内，公司境外收入金额占比分别为 84.30%、92.77%、92.25%和 **79.16%**，其中美国地区收入占比在 10%-15%左右。虽然目前国际政治形势尚未对公司的正常经营造成较大影响，但国际政治形势发展趋势存在其复杂性，未来如果出现重大变化，可能对公司下游市场需求等造成不利影响，进而导致公司出现业绩波动风险。

（四）业绩波动的风险

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

目 录

声 明.....	1
重大事项提示	2
一、本次向特定对象发行 A 股股票情况.....	2
二、重大风险因素.....	4
目 录.....	6
释 义.....	8
一、定义.....	8
二、专有名词释义.....	9
第一节 发行人基本情况	11
一、发行人概况.....	11
二、股权结构、控股股东及实际控制人情况.....	11
三、所处行业的主要特点及行业竞争情况.....	14
四、主要业务模式、产品或服务的主要内容.....	31
五、现有业务发展安排及未来发展战略.....	35
六、截至最近一期末，不存在金额较大的财务性投资的基本情况.....	38
七、违法违规情况.....	41
第二节 本次证券发行概要	42
一、本次发行的背景和目的.....	42
二、发行对象及其与公司的关系.....	44
三、本次发行方案概要.....	45
四、本次发行是否构成关联交易.....	48
五、本次发行是否导致公司控制权发生变化.....	48
六、本次发行取得批准的情况以及尚需呈报批准的程序.....	48
七、本次发行满足《管理办法》第十一条相关规定的情况.....	49
八、本次发行满足《管理办法》第十二条相关规定的情况.....	49
九、本次发行满足《管理办法》第四十条关于理性融资及合理确定融资规模 相关规定的情况.....	50
第三节 董事会关于本次募集资金使用的可行性分析	51

一、本次募集资金使用计划.....	51
二、本次募集资金投资项目的具体情况.....	51
三、发行人的实施能力及资金缺口的解决方式.....	52
四、募投项目效益预测的假设条件及主要计算过程.....	54
五、募集资金投资项目的审批情况.....	59
六、募集资金投资项目与既有业务的关系.....	59
七、现有业务的发展情况及扩大业务规模的必要性，新增产能规模的合理性	59
八、本次发行满足“两符合”和不涉及“四重大”相关规定.....	61
九、本次发行对公司财务状况、盈利能力、现金流量的影响.....	62
十、前次募集资金使用情况.....	63
第四节 董事会关于本次发行对公司影响讨论与分析	73
一、本次发行完成后，上市公司的业务及资产的变动或整合计划.....	73
二、本次发行完成后，上市公司控制权结构的变化.....	73
三、本次发行完成后，上市公司与发行对象及发行对象的控股股东和实际控制 人从事的业务存在同业竞争或潜在同业竞争的情况.....	73
四、本次发行完成后，上市公司与发行对象及发行对象的控股股东和实际控 制人可能存在的关联交易的情况.....	74
第五节 本次发行相关的风险因素	75
一、经营风险.....	75
二、财务风险.....	76
三、本次发行相关风险.....	77
四、募投项目相关风险.....	77
第六节 与本次发行相关的声明	79
一、发行人及全体董事、监事、高级管理人员声明.....	79
二、发行人控股股东、实际控制人声明.....	80
三、保荐人（主承销商）声明.....	81
四、律师事务所声明.....	84
五、会计师事务所声明.....	85
六、发行人董事会声明.....	86

释 义

在本募集说明书中，除非文义另有所指，下列简称具有如下含义：

一、定义

比依股份、公司、本公司、发行人	指	浙江比依电器股份有限公司
比依集团	指	比依集团有限公司
比依香港	指	比依集团（香港）有限公司
比依企管	指	宁波比依企业管理合伙企业（有限合伙）
比依科技	指	宁波比依科技有限公司
香港富依	指	富依集团有限公司
新加坡立达通	指	新加坡立达通控股有限公司 SINGAPORE LIDATONG HOLDINGS PTE. LTD.
泰国富浩达	指	富浩达（泰国）有限公司 Fu Hao Da (Thailand) Co., Ltd.
广东特依	指	广东特依创新技术有限公司
佛山锐依	指	佛山市锐依电器有限公司
佛山匠依	指	佛山匠依智能科技有限公司
佛山优振利	指	佛山市优振利科技有限公司
比依进出口	指	宁波比依进出口有限公司
卓望集团	指	卓望集团有限公司
比依跳动	指	上海比依跳动数字技术有限公司
广东悦觉	指	广东悦觉科技有限公司
宁波卓朗	指	宁波卓朗生活电器有限公司
卓朗科技	指	宁波卓朗电器科技有限公司
宁波依洛特	指	宁波依洛特智能科技有限公司
泰国卓利达	指	卓利达（泰国）有限公司 ZHUOLIDA (THAILAND) CO.,LTD.
比晖创业	指	共青城比晖创业投资合伙企业（有限合伙）
云晖比依	指	余姚云晖比依创业投资基金合伙企业（有限合伙）
理湃光晶	指	理湃光晶（苏州）科技有限公司
宁波坤林	指	宁波坤林科技有限公司
天数智芯	指	上海天数智芯半导体股份有限公司
保荐机构、保荐人、主承销商、中信证券	指	中信证券股份有限公司
会计师事务所	指	中汇会计师事务所（特殊普通合伙）
律师事务所	指	北京市君合律师事务所

《公司法》	指	《中华人民共和国公司法》
《证券法》	指	《中华人民共和国证券法》
《公司章程》	指	《浙江比依电器股份有限公司章程》
《管理办法》	指	《上市公司证券发行注册管理办法》
《适用意见》	指	《<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》
股东会	指	浙江比依电器股份有限公司股东大会（股东会）
董事会	指	浙江比依电器股份有限公司董事会
监事会	指	浙江比依电器股份有限公司监事会
本次发行、本次向特定对象发行、本次向特定对象发行A股股票	指	浙江比依电器股份有限公司2024年度向特定对象发行A股股票的行为
A股	指	在上海证券交易所上市的每股面值为人民币1.00元的公司普通股
中国证监会	指	中国证券监督管理委员会
上交所	指	上海证券交易所
元、万元、亿元	指	人民币元、万元、亿元
报告期、最近三年及一期	指	2022年、2023年、2024年和2025年1-6月

二、专有名词释义

空气炸锅	指	一种用热风在密闭的锅内形成急速循环的热流使食物达到炸制效果的加热类厨房小家电
空气烤箱	指	一种区别于传统烤箱的，利用空气动力学技术并配备食物翻转功能的大容量加热类厨房小家电
ODM	指	Original Design Manufacturer 原始设计制造商，采购方委托制造方提供从研发、设计到生产、后期维护的全部服务，而由采购方负责销售的生产方式
OEM	指	Original Equipment Manufacturer 原始设备制造商，是制造方按采购方之需求与授权，完全依照采购方的设计来进行制造加工，由采购方负责销售的生产方式
OBM	指	Original Brand Manufacturer 原始品牌制造商，制造商自行创立产品品牌，生产、销售拥有自主品牌的产品的方式
FCA	指	Free Carrier 货交承运人（指定地点）。指卖方只要将货物在指定的地点交给买方指定的承运人，并办理了出口清关手续，即完成交货
CIF	指	Cost Insurance and Freight 到岸价，即货物价格为成本加保险费加运费
EXW	指	EXWorks, 工厂交货。指卖方负有在其所在地即车间、工厂、仓库等把备妥的货物交付给买方的责任，但通常不负责将货物装上买方准备的车辆或办理货物结关。买方承担自卖方的所在地将货物运至预期的目的地的全部费用和风险
GS	指	Geprüfte Sicherheit 安全性已认证（德语），是欧洲市场公认的德国安全认证标志

UL	指	Underwriters Laboratories Inc.美国安全试验所，是美国对各类电器的安全试验和鉴定机构
ETL	指	ETL 认证是北美最具活力的安全认证标志，获得 ETL 标志的产品代表满足北美标准，可顺利进入北美市场销售

本募集说明书除特别说明外，所有数值均四舍五入。若本募集说明书中部分合计数与各加数直接相加之和在尾数上有差异，这些差异是由四舍五入造成的。

第一节 发行人基本情况

一、发行人概况

公司名称	浙江比依电器股份有限公司
英文名称	Zhejiang Biyi Electric Appliance Co., Ltd.
成立时间	2001年3月20日
股票上市地	上海证券交易所
注册资本	187,947,951 元
A 股股票简称	比依股份
A 股股票代码	603215
法定代表人	闻继望
注册地址	浙江省余姚市城区经济开发区城东新区俞赵江路 88 号
办公地址	浙江省余姚市城区经济开发区城东新区俞赵江路 88 号
邮政编码	315400
电话	0574-62608313
传真	0574-62608313
网址	http://www.nb-biyi.com
经营范围	一般项目：家用电器制造；家用电器研发；家用电器销售；电子元器件制造；电力电子元器件制造；工业设计服务；模具制造；金属材料制造；工业自动控制系统装置制造；塑料制品制造；五金产品制造；集成电路制造；塑料制品销售；通用设备制造（不含特种设备制造）；市场营销策划；控股公司服务；（分支机构地址：浙江省余姚市城区谭家岭东路 9 号）（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）。许可项目：技术进出口；货物进出口；国营贸易管理货物的进出口；电线、电缆制造（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动，具体经营项目以审批结果为准）。

二、股权结构、控股股东及实际控制人情况

（一）股权结构

截至 2025 年 6 月 30 日，公司股本结构如下：

股东名称	持股数量（股）	持股比例（%）
一、有限售条件的股份		
1、国家持股	-	-
2、国有法人持股	-	-
3、其他内资持股	719,571	0.38
其中：境内非国有法人持股	-	-

股东名称	持股数量（股）	持股比例（%）
境内自然人持股	719,571	0.38
4、外资持股	-	-
有限售条件股份合计	719,571	0.38
二、无限售条件股份		
1、人民币普通股	187,228,380	99.62
2、境内上市的外资股	-	-
3、境外上市的外资股	-	-
4、其他	-	-
无限售条件流通股份合计	187,228,380	99.62
三、股份总数	187,947,951	100.00

（二）前十大股东情况

截至 2025 年 6 月 30 日，发行人前十大股东持股数量情况如下：

序号	股东名称	持股数量（股）	持股比例（%）
1	比依集团	104,996,250	55.86
2	比依香港	11,199,600	5.96
3	比依企管	6,126,250	3.26
4	发行人回购专用证券账户	1,842,700	0.98
5	中国工商银行股份有限公司一大成中证360互联网+大数据100指数型证券投资基金	754,100	0.40
6	UBS AG	645,862	0.34
7	全国社保基金六零四组合	539,200	0.29
8	MORGAN STANLEY & CO. INTERNATIONAL PLC.	417,372	0.22
9	BARCLAYS BANK PLC	373,300	0.20
10	广东省叁号职业年金计划—中国银行	371,400	0.20
合计		127,266,034	67.71

（三）主要股东情况

1、控股股东及实际控制人

（1）控股股东基本情况

公司控股股东为比依集团。截至本募集说明书出具日，比依集团直接持有公司 55.86%的股权。比依集团的主要情况如下：

公司名称	比依集团有限公司
成立日期	2010年4月22日
注册地址	浙江省余姚市城区经济开发区城东新区俞赵江路88号
统一社会信用代码	91330281551146487K
法定代表人	闻继望
注册资本	2,758.00 万美元
经营范围	一般项目：企业管理；企业总部管理；大数据服务；物联网技术研发；软件开发；集成电路制造；集成电路销售；花卉种植（除中国稀有和特有的珍贵优良品种）；金属材料制造；建筑材料销售；货物进出口；技术进出口（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）。
股权结构	比依香港持股 100%

（2）实际控制人基本情况

公司实际控制人为闻继望。截至本募集说明书出具日，闻继望通过比依集团和比依香港间接持有公司 61.82%的表决权，同时，闻继望担任公司董事长。实际控制人闻继望的具体情况如下：

闻继望先生，1957年3月出生，中国香港籍，身份证号为 P646****，无其他永久境外居留权，通过比依香港和比依集团间接持有公司 61.82%的股权；闻继望先生自 2001 年创立比依电器以来始终深耕加热类厨房小家电领域，目前担任公司董事长。

报告期内，发行人的控股股东比依集团、实际控制人闻继望不存在重大违法违规行。

2、其他持股 5%以上的主要股东

截至本募集说明书出具日，除比依集团外，发行人其他持股 5%以上的股东为比依香港。具体情况如下：

（1）比依香港

比依香港除持有比依集团及比依股份外，不从事其他业务，其直接持有公司 5.96%的股份，其基本情况如下：

公司名称	比依集团（香港）有限公司	成立时间	2007年10月22日
注册资本	1.00 万港元		

注册编号	1177461
登记证号码	38533106-000-10-19-A
注册地址	31/F CHINACHEM CENTURY TOWER 178 GLOUCESTER ROAD WAN CHAI HK
类型	私人股份有限公司
股东	闻继望持股 100.00%
主营业务	无实际经营

（四）主要股东所持发行人股份质押情况

截至 2025 年 6 月 30 日，持有发行人 5%以上股份的主要股东所持有发行人股份不存在质押的情况。

（五）主要股东所持发行人股份的重大权属纠纷情况

截至 2025 年 6 月 30 日，持有发行人 5%以上股份的主要股东所持发行人股份不存在重大权属纠纷。

（六）主要股东规范行使股东权利情况

报告期内，发行人已建立较为完善的法人治理结构，主要股东通过股东会行使其股东权利，不存在主要股东超越股东会影响发行人正常经营管理、侵害发行人及其他股东利益、违反相关法律法规的情形。

三、所处行业的主要特点及行业竞争情况

公司主营业务为智能小家电产品的研发、设计、制造和销售。公司所处行业为家电行业，细分行业为小家电行业。根据中国证监会《上市公司行业分类指引》

（2012 年修订），公司隶属于“电气机械和器材制造业”（C38）；根据国家统计局《国民经济行业分类》（GB/T4754-2017），公司隶属于“家用电力器具制造”（C385）之下的“家用厨房电器具制造”（C3854）。

（一）行业主管部门及行业管理体制

我国家用电器行业行政主管部门为国家发展和改革委员会、工业和信息化部、国家市场监督管理总局，自律组织主要是中国家用电器协会。

1、行政主管部门

(1) 国家发展和改革委员会

国家发展和改革委员会及其各地分支机构的主要职能是制定产业政策，研究制定行业发展规划，指导行业结构调整，实施行业管理，参与行业体制改革、技术进步和技术改造、质量管理等工作。

(2) 工业和信息化部

工业和信息化部的主要职能拟定实施行业规划、产业政策和标准，监测工业行业日常运行，推动重大技术装备发展和自主创新等。

(3) 国家市场监督管理总局

国家市场监督管理总局的主要职能是负责市场综合监督管理、市场主体统一登记注册，组织和指导市场监管综合执法工作，反垄断统一执法，监督管理市场秩序、宏观质量、产品质量安全、特种设备安全、食品安全，统一管理计量工作、标准化工作、检验检测工作、全国认证认可工作等。

2、行业自律组织

(1) 中国家用电器协会

中国家用电器协会的基本职能是维权、服务、自律、协调和监督，协助政府实施行业管理。具体包括：参与政府有关经济政策、产业政策的研究，向政府部门反映行业和会员诉求，开展行业数据统计调查等。

(二) 行业主要法律、法规和政策

家用电器行业的上游主要为塑料粒子、电器件、铝板、镀铝板等原材料供应商，下游为品牌商及品牌代理商或直接销售给消费者。近年来，家用电器制造行业取得了长足的进步和发展，并对改善居民生活质量、促进经济发展发挥着重要作用。我国政府和行业主管部门对于家用电器行业的生产和产品质量给予高度关注，出台了一系列有利于行业健康发展的法律法规和产业政策，具体如下：

1、主要法律、法规及政策

发行人所处行业的主要法律、法规如下：

序号	实施时间	法律法规	发布单位	主要内容
1	2023年7月	《中华人民共和国认证认可条例》(2023年修订)	国务院	国家对必须经过认证的产品,统一产品目录,统一技术规范的强制性要求、标准和合格评定程序,统一标志,统一收费标准;列入目录的产品,必须经国务院认证认可监督管理部门指定的认证机构进行认证
2	2022年9月	《强制性产品认证管理规定》(2022年修订)	国家质检总局	规范强制性产品认证工作。凡列入强制性产品认证目录的产品、必须经国家指定的认证机构认证合格,取得相关证书并加施认证标识后,方能出厂、进口、销售和在经营服务场所使用
3	2021年4月	《中华人民共和国海关法》(2021年修订)	全国人大常委会	海关是国家的进出境监督管理机关,监管进出境运输工具、货物、物品,征收关税和其他税费等
4	2021年4月	《中华人民共和国食品安全法》(2021年修订)	全国人大常委会	食品相关产品中的致病性微生物、农药残留、兽药残留、生物毒素,重金属等污染物质以及其他危害人体健康物质应符合限量规定,包括纸、竹、木、金属、搪瓷、陶瓷、塑料等用于食品的包装材料和容器
5	2019年8月	《2019年制造业与互联网融合发展试点示范实施方案》	工信部	提升重点行业数字化、网络化、智能化水平。鼓励制造企业、信息技术企业、互联网企业等建设行业工业互联网平台,基于平台打造设计制造协同、生产管理优化、设备健康管理、产品增值服务、制造能力交易等解决方案,推动行业内企业核心业务和关键设备上云上平台,提升企业生产制造全过程、全产业链的精准化、柔性化、敏捷化水平
6	2018年12月	《中华人民共和国产品质量法》(2018年修订)	全国人大常委会	生产者、销售者依照本法规定承担产品质量责任;国家根据国际通用的质量管理标准,推行企业质量体系认证制度
7	2016年1月	《缺陷消费品召回管理办法》	国家质检总局	规范缺陷消费品召回活动。生产者应当对其生产的消费品质量安全负责,加强消费品质量安全信息管理,建立健全相关信息档案
8	2016年1月	《电器电子产品有害物质限制使用管理办法》	工信部、发改委、科技部、财政部、商务部、质检总局	限制电器电子产品中有毒物质的使用。在设计、生产过程中,通过改变设计方案、调整工艺流程、更换使用材料、革新制造方式等限制使用电器电子产品中的有害物质
9	2006年7月	《食品用包装、容器、工具等制品生产许可通则》	国家质检总局	统一管理食品用包装、容器、工具等制品的生产许可。生产食品用包装、容器、工具等制品的企业应当有营业执照,有与所申请的产品相适应的专业技术人员、生产条件、检验手段、技术文件和工艺文件。产品质量须符合国家标准、行业标准及保障人体健康和人身、财产安全的要求
10	2005年8月	《家用和类似用途电器的安全第1部分:通用要求》	国家质检总局、中国国家标准化管理委员会	统一对家用电器和类似用途电器的安全要求。对于单相器具额定电压不超过250V,其他器具额定电压不超过480V的家具,规定了各种基础定义,给出了各种器具的相关要求等

2、主要产业政策

发行人所处行业主要政策如下:

序号	发布时间	行业政策	发布单位	主要内容
1	2025年3月	《轻工业数字化转型实施方案》	工业和信息化部、教育部、市场监管总局	加快完善家电、照明等终端产品能效标准,引导企业强化产品绿色设计,增强绿色智能产品研发供给能力

序号	发布时间	行业政策	发布单位	主要内容
2	2025年2月	《优化消费环境三年行动方案（2025—2027年）》	市场监管总局、发改委、工信部等部门	支持汽车产品、电子产品、家居产品等消费升级，促进汽车换“能”、家电换“智”、家装厨卫“焕新”
3	2024年11月	《关于做好2025年家电以旧换新工作的通知》	商务部、发改委、财政部等部门	鼓励参与主体开设家电以旧换新补贴专区，并在网页或经营场所显著位置标注或张贴补贴标准、补贴额度，明确家电以旧换新的国家补贴性质
4	2024年3月	《推动大规模设备更新和消费品以旧换新行动方案》	国务院	支持家电销售企业联合生产企业、回收企业开展以旧换新促销活动，开设线上线下家电以旧换新专区，对以旧家电换购节能家电的消费者给予优惠。国家一系列政策的支持将进一步提升小家电行业的发展速度和技术创新
5	2023年7月	《关于促进家居消费若干措施的通知》	商务部、发改委、工信部等部门	支持家居企业开展绿色制造，促进企业加大绿色家居产品研发力度。支持企业运用物联网、云计算、人工智能等技术，加快智能家电、智能安防、智能照明、智能睡眠、智能康养、智能影音娱乐等家居产品研发。组织开展家居焕新活动，鼓励有条件的地区出台针对性政策措施，引导企业提高家居消费供给质量和水平，提供更多高品质、个性化、定制化家居产品，加大优惠力度，支持居民更换或新购绿色智能家居产品、开展旧房装修
6	2022年8月	《推进家居产业高质量发展行动方案》	工信部办公厅、住建部办公厅等	家居产业涵盖家用电器、家具、五金制品、照明电器等行业，是重要的民生产业，也是满足人民美好生活需要的重要载体。到2025年，家居产业创新能力明显增强，高质量产品供给明显增加，初步形成供给创造需求、需求牵引供给的更高水平良性循环。在家用电器、照明电器等行业培育制造业创新中心、数字化转型促进中心等创新平台，重点行业两化融合水平达到65%，培育一批5G全连接工厂、智能制造示范工厂和优秀应用场景。优先推进家用电器、家具、照明电器领域针对婴童、老人等特殊人群相关标准制修订
7	2022年7月	《关于促进绿色智能家电消费若干措施的通知》	商务部、发改委、工信部、财政部等部门	通知开展全国家电“以旧换新”活动、推进绿色智能家电下乡、拓展消费场景提升消费体验、优化绿色智能家电供给等多举措，以补齐家电市场短板弱项，打通家电消费堵点，满足人民群众对低碳、绿色、智能、时尚家电消费升级需求，拉动家电及上下游关联产业发展，助力稳定宏观经济大盘，更好服务构建新发展格局
8	2022年6月	《关于推动轻工行业高质量发展的指导意见》	工信部、人社部、生态环境部、商务部、市场监管总局	加快关键技术突破。针对造纸、家用电器、日用化学品等行业薄弱环节，研究制定和发布一批重点领域技术创新路线图，实施“揭榜挂帅”等举措，深入推进技术研发与工程化、产业化，加快建立核心技术体系，提升行业技术水平。其中关键技术研发工程中的家用电器包括：高速电机、高效热交换器，智能控制技术、人机交互技术、智能物联网技术、信息安全技术、健康家电技术等共性关键技术。升级创新产品制造工程中的家用电器包括：智能节能健康空调、冰箱、洗衣机等家电产品，洗碗机、感应加热电饭煲、破壁机、推杆式无线吸尘器、扫地机器人等新兴小家电，互联网智能家电全场景解决方案

序号	发布时间	行业政策	发布单位	主要内容
9	2022年4月	《关于进一步释放消费潜力促进消费持续恢复的意见》	国务院	开展全国家电“以旧换新”活动、推进绿色智能家电下乡、拓展消费场景提升消费体验、优化绿色智能家电供给等多举措,以补齐家电市场短板弱项,打通家电消费堵点,满足人民群众对低碳、绿色、智能、时尚家电消费升级需求,拉动家电及上下游关联产业发展,助力稳定宏观经济大盘,更好服务构建新发展格局
10	2021年5月	《中国家电工业“十四五”发展指导意见》	中国家用电器协会	持续提升行业的全球竞争力、创新力和影响力,到2025年,成为全球家电科技创新的引领者。具体包括:将科技自立自强作为行业发展的战略支撑,强化全球家电创新中心地位,行业整体技术创新能力达到世界先进水平,拥有一批国际一流科技创新领军企业和人才;构建智能家电生态,提升智能产品用户使用体验;推动产业链绿色发展,节能环保水平再上新台阶;加强全球市场拓展,自有家电品牌全球影响力显著提升;加速数字化转型,推进智能制造水平进一步提高;倡导优秀企业文化,提升家电行业的社会价值
11	2021年3月	《中华人民共和国国民经济和社会发展第十四个五年规划和2035年远景目标》	国务院	顺应居民消费升级趋势,把扩大消费同改善人民生活品质结合起来,促进消费向绿色、健康、安全发展,稳步提高居民消费水平。提升传统消费,加快推动汽车等消费品由购买管理向使用管理转变,健全强制报废制度和废旧家电、消费电子等耐用消费品回收处理体系,促进住房消费健康发展。建立统一的绿色产品标准、认证、标识体系,完善节能家电、高效照明产品、节水器具推广机制
12	2020年5月	《关于完善废旧家电回收处理体系推动家电更新消费的实施方案》	发改委、工信部、财政部、生态环境部、住建部、商务部、市场监管总局	促进家电加快更新升级。鼓励企业加快产品创新迭代,优化产品功能款式,开展个性化定制业务,提高家电供给水平。引导消费者加快家电消费升级,使用网络化、智能化、绿色化产品,有条件的地方可对消费者购置节能型家电产品给予适当补贴。按照法治化、市场化原则,发展二手家电交易。引导消费者按照安全年限使用和更新家电,及时淘汰能耗高、安全性差的家电产品
13	2019年8月	《关于加快发展流通促进商业消费的意见》	国务院	拓展出口产品内销渠道。推动扩大内外销产品同线同标同质实施范围,引导出口企业打造自有品牌,拓展内销市场网络。在综合保税区积极推广一般纳税人资格试点,落实允许综合保税区内加工制造企业承接境内区外委托加工业务的政策
14	2019年4月	《中国家用电器协会团体标准管理办法》	中国家用电器协会	促进家电产业的科学进步和技术创新。推动新技术、新产业、新业态和新模式的发展,填补标准空白,同时提高家电产业的经济效益、社会效益、生态效益
15	2019年1月	《进一步优化供给推动消费平稳增长促进形成强大国内市场的实施方案(2019年)》	发改委、工信部、财政部、住建部等	支持绿色、智能家电销售。有条件的地方可对产业链条长、带动系数大、节能减排协同效应明显的新型绿色、智能化家电产品销售,给予消费者适当补贴

序号	发布时间	行业政策	发布单位	主要内容
16	2018 年 9 月	《关于完善促进消费体制机制进一步激发居民消费潜力的若干意见》	国务院	优化质量标准满足消费结构升级需求。围绕消费需求旺盛、与群众日常生活息息相关的新型消费品领域，充分发挥市场机制与企业主体作用，构建新型消费品标准体系，以标准实施促进质量提升。结合消费细分市场发展趋势，开展个性化定制消费品标准化工作。引领智能家居、智慧家庭等领域消费品标准制定，加大新技术新产品等创新成果的标准转化力度。完善绿色产品标准体系，创新领跑者指标和相关技术标准的衔接机制，加大绿色产品标识认证制度实施和采信力度
17	2017 年 11 月	《关于发挥民间投资作用推进实施制造强国战略的指导意见》	工信部、发改委、科技部、财务部等	激发民间投资活力。按照“市场主导、问题导向、协同推进、公平共享”的原则，从民营企业反映强烈、制约民间投资、影响提质增效升级的突出问题出发，提出了八项提升民营制造业转型升级的主要任务，鼓励支持制造业民营企业提升创新发展能力、两化融合水平、工业基础能力和质量品牌水平，推动绿色制造升级、产业结构布局优化、服务化转型以及国际化发展，指出了民营企业转型升级的方向任务和工作措施
19	2017 年 11 月	《增强制造业核心竞争力三年行动计划（2018-2020 年）》	发改委	坚持创新驱动。把创新作为制造业实现引领发展的第一动力。以全球视野谋划创新，推动包括科技创新、模式创新、产品创新、业态创新、管理创新等在内的全面创新，引导创新资源向制造业领域汇聚，培育提升原始创新、集成创新和引进消化吸收再创新能力。探索弹性治理新机制，构建保护创新、包容创新的社会氛围
20	2016 年 9 月	《消费品标准和质量提升规划（2016-2020 年）》	国务院	提升消费品的标准和质量水平。适应家用电器高端化、智能化发展趋势，加大团体标准和高水平企业标准的供给力度；开展家用电器产品分等分

（三）行业概况

家用电器行业与我国居民生活息息相关，覆盖面广且各细分行业差异较大。家用电器通常分为白色家电、厨房家电、黑色家电和小家电四大类。其中，白色家电指可以替代人们家务劳动的大功率电器，主要包括空调、冰箱、洗衣机等产品；厨房家电指厨房内使用的大功率电器，主要包括煤气灶、集成灶、油烟机、消毒柜等产品；黑色家电指娱乐用电器，主要包括电视机等产品；小家电则泛指除上述白色家电、厨房家电、黑色家电以外的小功率电器。

依据小家电产品的功能、用途可以将小家电行业划分为厨房小家电、家居小家电、个人护理小家电。厨房小家电主要包括电饭煲、空气炸锅、微波炉、电饼铛、豆浆机等，家居小家电则以吸尘器、电风扇、加湿器等为代表，而个人护理小家电主要是电吹风、电动剃须刀、电熨斗等电器。

小家电产业链主要分为上游原材料和零部件供应、中游小家电制造和下游小

家电销售三大环节。小家电行业上游原材料和零部件包括电加热器、电路板、电器阀件、塑料、玻璃、金属材料、包装材料等各类零部件供应商，由于各种不同小家电所需原材料零部件不同，因此上游覆盖企业范围较广，品牌也较多元化；中游小家电制造企业包含了国外大型企业和国内小家电制造企业等各类型企业；下游主流销售渠道有综合电商平台（如天猫商城、京东商城、亚马逊商城等）、线下家电卖场（如苏宁、国美）、大型商超、各级经销商门店、公司直营门店等各类分销渠道。

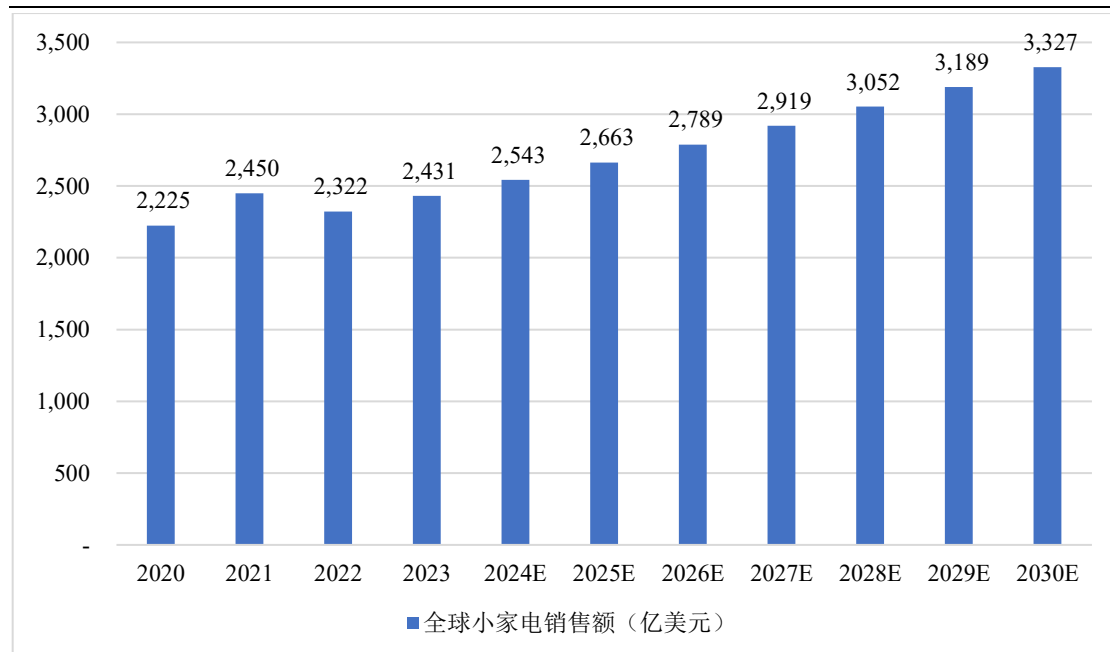
（四）行业市场情况

1、小家电全球市场情况

在全球经济稳步发展的背景下，居民生活水平逐步提升，小家电以时尚、个性、方便、实用的特点赢得了千万家庭的青睐，应用于日常生活的方方面面。近年来，随着互联网的快速发展，小家电产品营销渠道不断拓宽，线上互联网渠道凭借广覆盖、快分享等特点迅速铺开。借由互联网渠道的东风，小家电产品被更多下沉消费者熟知，此外，更多领域市场需求开始涌现，健康、保健类及便捷的小家电产品需求逐步提升。

根据 Statista 发布数据显示，经过多年的消费者培育及消费升级的推动，近年来全球小家电产品普及率不断提升，全球小家电销售量自 2018 年的 34.47 亿件攀升至 2021 年的 40.22 亿件，市场销售额增长至 2021 年的 2,450.00 亿美元，达到近几年的顶峰。2023 年全球小家电市场规模约为 2,431 亿美元，同比增长 4.71%。未来，在“懒人经济”、“趣味生活”等理念的倡导、刚需品类的支撑和更多新兴产品的涌现下，全球小家电产品市场规模仍将保持良好增长。根据 Statista 预计，2024 年全球小家电市场规模将达到 2,543 亿美元，之后市场预计将以每年 4.58% 的增速持续扩大，到 2030 年有望增长至 3,327 亿美元。

2020 年-2030 年全球小家电市场规模

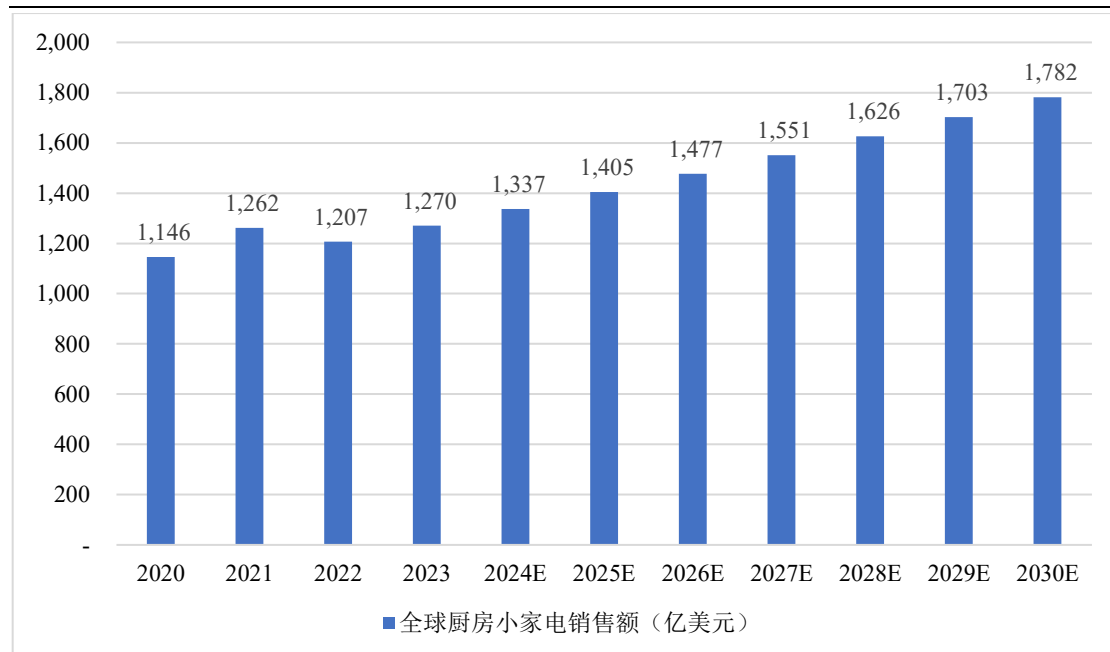


数据来源：Statista

2、厨房小家电全球市场情况

与小家电的发展态势相似，厨房小家电作为小家电中最大的组成部分保持着较快的增长态势。根据 Statista 发布数据显示，近年来全球厨房小家电市场逐步发展壮大，2016 年至 2021 年，全球厨房小家电市场规模由 901.00 亿美元增长至 1,261.60 亿美元，复合增长率为 6.96%。2022 年全球厨房小家电市场规模出现下滑，为 1,206.50 亿美元，2023 年出现回暖，增至 1,270.30 亿美元，预计 2030 年全球厨房小家电市场规模将进一步达到 1,781.80 亿美元。

2020 年-2030 年全球厨房小家电市场规模



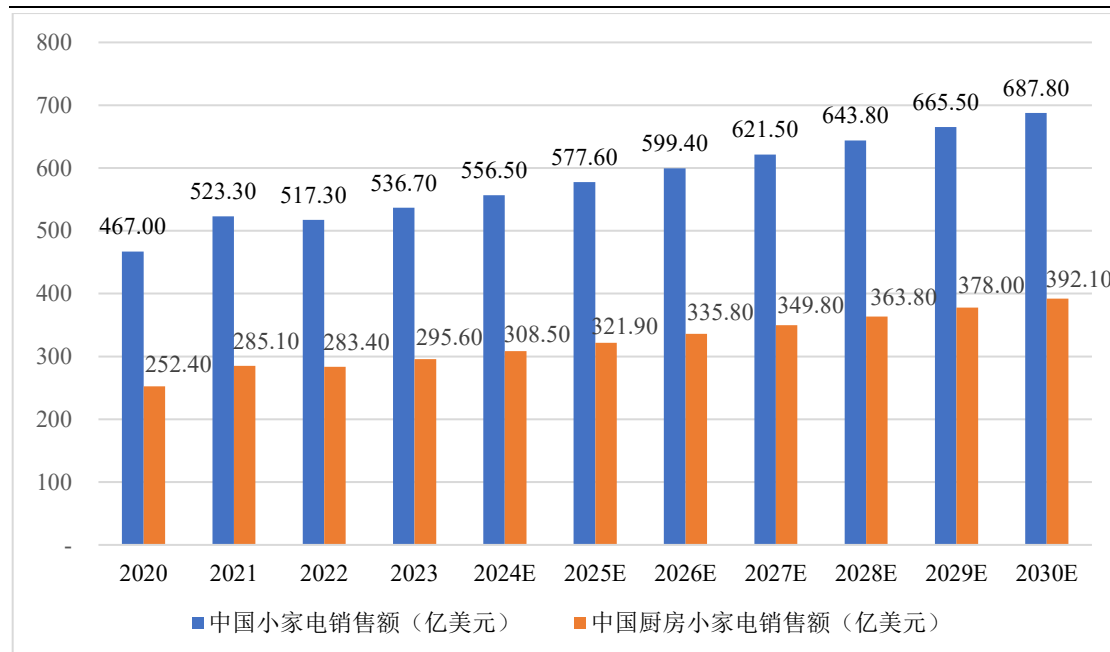
数据来源：Statista

3、小家电及厨房小家电中国市场情况

近年来，我国居民消费水平随经济发展而持续提升，不断增长的购买力和庞大的本土消费者人群，推动着我国小家电产品市场的发展。同时，随着人们生活习惯及家庭人口数量等变化，消费场景不断重构，更多细分领域市场需求涌现，促进我国小家电产品市场需求持续增长。小家电产品具备小容量、高颜值、易操作、易收纳等特点，较为契合当下消费趋势，同时随着技术的升级，其智能化水平显著提升，能够满足消费者多功能使用、多场景应用等的需要。得益于上述优势，小家电产品已涵盖了从厨房到客厅等家庭场景的全布局，亦延伸至办公室、旅游出行等其他场景当中。

我国已成为全球小家电产品的重要消费市场，根据 Statista 发布数据显示，2016年至2023年，我国小家电市场规模由423.50亿美元增长至536.70亿美元，预计2030年我国小家电市场规模将进一步达到687.80亿美元。同时，我国厨房小家电市场亦实现良好增长，在应用场景不断重构、家电升级及智能化等趋势下，能够满足消费者多样烹饪需求、提升消费者体验的厨房小家电市场需求旺盛，2023年我国厨房小家电市场规模已达到295.60亿美元，预计至2030年我国厨房小家电市场将进一步增长至392.10亿美元。

2020年-2030年中国小家电及厨房小家电市场规模



数据来源：Statista

4、小家电 ODM/OEM 模式行业情况

目前我国已具备了较强的小家电生产制造能力。经过多年的积累，已经在长三角、珠三角以及环渤海等区域形成了齐备的小家电产业链集群，生产制造的小家电产品大量出口到世界各地。除“美苏九”等品牌商外，目前国内小家电出口企业仍处于 OEM/ODM 为主的经营模式。新宝股份是国内较早从事设计研发、生产、销售小家电产品的企业之一，出口业务主要以 OEM/ODM 模式展开，目前已成长为国内最大的小家电 OEM/ODM 企业。

根据中国家用电器协会数据，中国小家电 ODM/OEM 主要以外销为主，欧美为主要的出口地区，中国制造商制造的家电产品占全球小家电出口市场近一半比重，出口的小家电品类以厨房类为主。2024 年中国家电业全年累计出口额 1,124.2 亿美元，同比增长 14%。

在全球小家电进口方面，美国、德国、日本是全球主要的小家电进口国家。

（五）行业技术特点及行业特征

1、技术特点

加热类厨房小家电产品需要具备精准的温度控制能力、安全的操作性和高效的热交换能力。具体而言：

(1) 温控精准度

温控精准度是指加热类电器产品温度控制的准确性。温控精准度主要受到产品温控装置及加热系统的影响,该参数直接影响到用户烹调产品的丰富性与口味,对用户体验有着至关重要的影响。针对机械型产品,利用双温控技术可实现对不同烤盘的分别控温,而针对智能型产品,则利用钢化玻璃操控面板实现灵敏的控温操作,让用户达到高精度温度控制的效果。

(2) 操作安全性

加热类厨房小家电在加热过程中需要产生大量热能,部分组件可能会达到较高的温度,因此可能会给使用者带来安全隐患。操作安全性是影响产品的质量和使用的核心技术,也是消费者重点关注的性能之一。加热类厨房小家电产品需要在保证温度在可控制范围之内的同时,满足消费者对产品安全使用的操作需求。

(3) 热交换效率

公司空气炸锅、空气烤箱等产品结合了快速循环的热空气和内部螺旋形的纹路使食物烹饪效果达到类似油炸食物的口感。在食物加热的过程中,产品风道、风叶等关键部件的参数设计都会影响食物的受热均匀度、速度,空气高速循环效率会对食物受热产生较大影响,并最终影响烹调质量。同时,加热类厨房小家电产品在使用过程中外壳温度需控制在安全使用范围内,因此需要产品的冷风系统高效运作,才能降低锅体表面温度。

2、行业周期性、区域性和季节性特征

(1) 行业周期性

公司所处行业与国民居民收入、就业率有一定相关性,受到全球经济和宏观经济的周期性波动影响。市场销售情况主要取决于终端消费者对于小家电的消费需求,在欧美市场小家电产品普及率极高,大量的消费需求使欧美小家电进口市场一直保持增长。就中国市场而言,国内居民可支配收入提升使得小家电消费成为提升生活品质的重要消费品,需求表现出一定的刚性特征。根据我国《家用电器安全使用细则》中的更换周期,厨房小家电的更换周期约4-5年,更新需求为国内小家电市场带来长效增长的动力。整体而言,小家电行业不存在明显的周期性特征。

(2) 行业区域性

以国家或地区划分，目前全球小家电出口国（地区）主要为中国、德国、意大利、法国、美国、波兰、墨西哥、土耳其、韩国和西班牙等国家。其中，中国凭借成本、规模和技术配套优势承接了全球主要的小家电订单。以省份为区域划分，由于经济发展的先发优势，国内小家电制造厂商主要位于长三角、珠三角等经济发达地区，占全国比重达 80%以上，已经初步形成了产业集群。

由于不同区域消费者生活习惯差异，小家电结合全球各区域生活习惯衍生出上百种品类。欧美市场主要为电热水壶、电热咖啡机、搅拌机、多士炉、面包机、电熨斗、电烤箱等西式小家电，国内市场主要为电压力锅、豆浆机、电磁炉、电热水壶等中式小家电，小家电行业具有明显的区域性特征。

(3) 行业季节性

对于以出口为主的小家电制造厂商，欧美国家的小家电消费受到万圣节、感恩节、圣诞节等分布于下半年节假日因素影响较大，各类营销活动刺激消费，带动销售量提升。内销方面，每年“双十一”和春节期间厨房小家电的销量也较平时更大。考虑到春节假期期间较长时间停工停产影响供货能力，厂商普遍在下半年提高产量以满足春节期间客户下单需求。总体而言，小家电行业下半年的产销量大于上半年。

(六) 行业发展趋势

厨房小家电行业市场发展迅速，未来仍有较大的增长空间。行业未来可预见的变化趋势如下：

1、行业全面技术升级

随着全球消费者消费能力的不断提高，厨房小家电高端产品的需求可能出现较快增长，未来厨房小家电将随着技术进步不断高端化。新消费场景以及多元化的细分消费人群将进一步促进长尾市场的发展，产品差异化需求凸显，未来厨房小家电将不断个性化。互联网产业的发展推动了物联网的进程，多功能物联网产品将成为未来发展的主流，未来厨房小家电将更加智能化。厨房小家电行业随着科技进步未来各类产品有望全面升级。

2、电商渠道助力销售

小家电商家的销售渠道主要有传统线下渠道和线上渠道。线上渠道没有地域和时间的限制，消费者可接触到更多样的产品。小家电标准化程度高、重量轻、安装及售后属性弱使得其成为更适合通过电商渠道销售的品类。根据奥维云网的数据，从2014年到2023年，小家电线上销售占比由27%提升至75%。电商的社交属性也为商家带来更多流量，通过网红、明星、KOL、KOC带货等主动推荐的卖货方式刺激了非计划性的需求。

我国的电商渠道和物流体系较为发达，品牌商和渠道商通过在淘宝、京东、拼多多等平台开设旗舰店、制定优惠力度较大的电商促销政策、利用电商直播销售等方式增加与消费者的接触点，提升电商渠道销售金额。消费者也习惯在互联网上购买各类生活必需品，小家电的线上销量随之提升。

3、长尾市场蓬勃发展

从历史消费习惯来看，不同于空调、冰箱、电视等为代表的大家电，大部分小家电产品受到消费者的关注较少。随着消费者对厨房小家电需求逐渐向品质、美观、健康与用户体验并重的方向发展，功能多样的小家电产品逐步成为改善生活的重要工具，市场规模不断扩大。除电饭煲、热水壶、微波炉等生活必需的小家电外，各类功能不同、数量庞大的小家电产品集群构成了小家电的长尾市场。小家电厂商针对不同的消费者推出了设计时尚、工艺精湛、功能多样的产品，使得消费者可以买到需要的大部分小家电。

4、监管促进行业规范

小家电产品出口需要获得各国产品体系认证，我国对小家电产品的质量要求也不断提高。国家质检总局2015年颁布的《缺陷消费品召回管理办法》、2019年浙江省品牌建设联合会制定的《空气炸锅》行业标准计划以及中国国家认证认可监督管理委员会于2023年修改的《中华人民共和国认证认可条例》等法律法规/行业标准引导行业企业规范生产，提高产品质量。行业监管及标准的制定有利于淘汰落后企业，保证产品质量，对维护小家电生产企业整体利益起到了有效监管和积极促进作用，有利于行业发展。

(七) 行业竞争格局

1、小家电行业竞争格局

小家电行业竞争较为充分，行业内企业主要为原材料生产商、贸易商，ODM/OEM 生产制造商以及品牌商等。品牌商方面，国际品牌主要有 Versuni/飞利浦、NEWELL/纽威品牌、TTI/创科实业、Electrolux AB/伊莱克斯等企业，Versuni/飞利浦、NEWELL/纽威品牌、TTI/创科实业三家企业占据美国市场 50%以上的市场份额。

中国市场小家电行业巨头“美苏九”（美的、苏泊尔、九阳）占据了主要的市场，头部品牌具有很强的市场力量。根据奥维云网的数据，2023 年“美苏九”线下集中度在 90%以上，线上集中度在 60%以上。随着长尾市场的兴起及消费者对新兴品类的需求提升，小熊电器、北鼎股份等新兴厨房小家电品牌迎来发展机会。

2、公司竞争优劣势

(1) 竞争优势

1) 稳定优质的全球客户优势

公司客户主要为国际知名家电品牌商以及区域性领袖企业，核心客户在小家电领域占据主要的市场份额。公司通过在小家电领域二十余年的耕耘，已经成为 Versuni、晨北科技、Chefman/厨曼、Asda/阿斯达、Newell/纽威品牌、SharkNinja/尚科宁家、SelectBrands、SENSIOINC.、SEB/法国赛博集团、De'Longhi/德龙、和生智能、RKWChina/RKW 中国、CECOTEC.ESSENSIOINC、苏泊尔、PamperedChef/乐厨、Pedrocchi/佩罗奇、小熊电器等国内外知名企业的重要供应商。

2) 快速反应和订单交付优势

公司在与核心客户对接并为其研发、设计、制造等过程中，积累了需求分析、外观设计、产线规划等多方面的设计及生产能力，能够快速响应各类客户的新需求并实现量产。公司已完成信息化整体应用系统的构建，将 APS 系统、MES 系统、WMS 系统、QMS 系统与 ERP 系统进行深度对接，充分保障管理部门与产

线、供应商、客户对接的时效性和有效性，能够快速响应各类客户的新需求并实现量产，成为宁波市家电制造业数智化转型标杆企业。公司能够快速实现从产品的宏观设计到产品落地，项目推动效率得到客户的高度认可，产品快速设计及订单交付能力保障了公司在小家电行业的稳健发展。

3) 自动化及规模化生产优势

公司采取高度自动化及规模化的生产战略，总部厂区目前已在注塑、冲压、喷涂和装配等核心生产环节基本实现智能化生产。重点打造的中意产业园涵盖立库系统、智慧园区平台、超 400 台注塑机台搭配自动供料供水系统、近百条半自动线体搭配 ABB 全自动机器人及全系列配套设备，随着后续中意产业园智慧工厂的建成使用，将进一步巩固公司在智能化生产方面的核心竞争力。

4) 持续性研发设计优势

研发创新是企业持续发展的生命力。公司始终将研发端的技术创新、功能创新、设计创新作为公司核心源动力，通过公司总部研发基地和广东分公司（研发中心）双重布局，从功能创新集成化、设计人性化新颖化、产品智能化自动化等多维度出发，及时分解产品痛点，不断优化产品结构。同时，借力业内精英团队，以子公司形式谋划多品类创新布局，多元化贴合客户及市场需求。团队在与客户的不断深入合作中，能精准剖析客户的品牌定位，配套设计符合客户理念、顺应市场趋势的产品，以先发的创新优势牢牢掌握行业生存的主动权。

5) 完善的质量管理体系优势

公司以“质量是企业生存和发展的根本”为理念，已建立起健全、科学的现代化管理制度，建立了有效的产品管理体系。报告期内，公司持续加固品质建设，以品质部为中心，采用重点端口统一管控，辐射至关键环节的层层递进模式，从原材料到成品落地，均设置专项管控节点，力求进一步巩固和提升公司的品控优势。此外，公司已通过 ISO9001、ISO14001、ISO45001 体系认证、BSCI（商业社会标准认证）以及核心客户的质量管理体系认证等，并加入了浙江制造品字标认证。根据产品销售最终目的地国家的相关要求，公司已获得 UL、ETL、GS、CE、INMETRO、KC、Iram、SEC 及 CCC 认证，并满足各项化学品测试和食品等级测试标准。

6) 科学的组织管理能力优势

公司组织结构完善、管理团队精干，各部门分工明确，信息传递及决策执行高效，能够及时反馈客户需求并快速在研发设计、产品生产及质量控制等各方面响应。公司注重团队人才与企业共同成长，始终以公开公平公正的绩效机制和多元开放包容的晋升机制，不断提升企业与员工的内驱力，形成利益共享、执行力强的高效管理团队，为“比依一家人”的企业文化和人企发展赋予更长足的动力。

(2) 竞争劣势

公司仍以 ODM/OEM 业务为主，报告期内自主品牌收入占比在 1%以内。与以 ODM/OEM 业务起步，OBM 业务发展迅速的新宝股份、苏泊尔和北鼎股份等相比，公司的 ODM/OEM 业务占比高，自主品牌起步较晚。目前公司“BIYI 比依”品牌知名度在加热类厨房小家电领域知名度低，后续推广自主品牌需要公司加大市场推广力度。另外，若公司 ODM/OEM 客户为避免竞争要求公司不得开拓自主品牌，自主品牌开拓将受到影响。

(八) 行业进入壁垒

1、品牌壁垒

小家电行业企业对品牌的依赖程度非常高，品牌体现了产品质量、性能和市场地位。目前消费者的消费观念逐渐理性化，日益重视产品品牌，消费者已逐步形成了一定的品牌忠诚度。新进入企业在行业中要提升品牌知名度所需的成本高、时间长。随着居民收入水平的提高，消费者对价格的敏感程度降低，在缺乏品牌知名度的情况下，小家电企业难以扩大市场份额。因此，行业具有较强的品牌壁垒。

2、规模壁垒

小家电生产的规模效应较为明显，企业达到一定的生产规模才能有效实现规模效应。达到一定规模后，企业产量增加有助于降低产品的平均成本，进而促使盈利能力提升。目前小家电行业面临国际贸易不确定性、原材料价格波动风险，只有具备较强成本控制能力和规模优势的企业才能在激烈的市场竞争中持续发展。新进入的小家电制造企业抗风险能力弱，短期内无法在成本、规模等方面形成优势。因此，行业具有较强的规模壁垒。

3、技术与资质壁垒

伴随着消费升级的持续推进，消费者对产品的性能、外观、材质、环保、用户体验等要求不断提高，对小家电制造商的技术水平提出了更高的要求。生产企业须具备较高的研发和设计技术水平才能获得市场认可。随着人们环保、安全意识的不断提高，全球各国均对家电产品均制定了严格的环保、安全和品质认证标准，如美国、哥伦比亚及加拿大认可的 UL、ETL 认证；英国、德国、荷兰及法国认可的 GS、CE 认证等。因此，行业具有较强的技术与资质壁垒。

4、客户壁垒

中国是小家电出口第一大国，对外销企业而言，获得海外客户的信赖至关重要。行业内企业经过多年发展已经与其客户发展了长期稳定的合作关系，行业新企业较难开拓大客户。内销方面，我国小家电销售渠道经历了从传统零售渠道到电商销售的变革。移动互联网的发展，电商、微信、社区团购等各种新型业态不断兴起。在疫情背景下，行业迎来了直播带货风口，行业原有企业已与网红、直播平台等销售渠道确定了合作关系，对新企业的销售渠道建立和管理提出了较大挑战。因此，行业具有较强的客户壁垒。

（九）影响行业发展的因素

1、有利因素

（1）国家政策支持行业发展

行业政策的颁布促进了消费升级，包括加热类厨房小家电在内的消费品产业迎来利好。2022 年 7 月，商务部等 13 部门联合发布的《关于进一步释放消费潜力促进消费持续恢复的意见》通知开展全国家电“以旧换新”活动、推进绿色智能家电下乡、拓展消费场景提升消费体验、优化绿色智能家电供给等多举措，以补齐家电市场短板弱项，打通家电消费堵点，满足人民群众对低碳、绿色、智能、时尚家电消费升级需求，拉动家电及上下游关联产业发展，助力稳定宏观经济大盘，更好服务构建新发展格局。2024 年 3 月，国务院印发《推动大规模设备更新和消费品以旧换新行动方案》，支持家电销售企业联合生产企业、回收企业开展以旧换新促销活动，开设线上线下家电以旧换新专区，对以旧家电换购节能家

电的消费者给予优惠。国家一系列政策的支持将进一步提升小家电行业的发展速度和技术创新。

(2) 电商模式拓宽销售渠道

随着网购的普及以及直播、短视频的发展，在社交电商模式下，商家通过社交网络传播产品信息，引导消费者进行关注、分享、互动，增加产品市场关注度，提高用户黏性。社交电商模式有利于小家电产品的市场拓展，越来越多的家电企业与多媒体渠道进行战略合作，推出线上矩阵触达消费者的模式促进产品销售。另外，空气炸锅、空气烤箱等加热类厨房小家电的传播属性和社交属性优势明显，在小红书、抖音等平台上，不少用户会主动去传播这类产品的使用体验，具有很强的消费感染力。

2、不利因素

(1) 国际贸易充满不确定性

2018年3月，美国发起中美贸易战，对从中国进口的部分商品加征关税。国内部分小家电出口产品被加征关税影响了行业出口业务的发展。2025年4月，美国对全球贸易伙伴加征关税，贸易规则和贸易秩序将发生重大变化，美国是全球巨大的成熟消费市场之一，关税政策的实施可能对我国的外销业务产生不利影响。除中美贸易战外，全球范围贸易摩擦也不断加剧、地缘政治紧张局势升温，世界经济下行风险增大。空气炸锅、空气烤箱等新兴小家电的主要市场为欧美等发达国家主导的海外市场，国际贸易充满的不确定性或将影响行业的发展。

(2) 行业竞争激烈

小家电行业属于充分竞争的行业。随着小家电行业的快速发展与行业内部竞争的不断加剧，处于行业末端、对于产品研发等方面实力不济的小型家电制造商将在激烈的市场竞争中被逐步淘汰，行业集中度将进一步提高。

四、主要业务模式、产品或服务的主要内容

(一) 发行人的主营业务和主要产品

公司是一家以空气炸锅、空气烤箱、咖啡机、环境电器、油炸锅、煎烤器、奶泡机等智能小家电产品的研发、设计、制造和销售为核心业务的高新技术企业。

自成立以来，公司一直秉持着“美食每刻在一起”的理念，倡导健康的生活方式。针对不同人群的饮食需求，积极研发开拓健康厨房小家电品类。

公司主营业务主要包括 ODM/OEM 业务和“BIYI 比依”自主品牌 OBM 业务。目前 ODM/OEM 业务为公司的主要业务模式。公司依托较强的加热/散热结构设计能力、成本控制能力及交付能力，目前已进入众多加热类厨房小家电国内外客户的供应链体系。且经过持续的技术升级，公司在业内的认可度不断提升，已获得了来自 **Versuni**/飞利浦、**NEWELL**/纽威品牌、**SharkNinja**/尚科宁家、**De'Longhi Group**/德龙公司、**SEB**/法国赛博集团、小熊电器、苏泊尔等国内外知名企业的业务订单与合作项目。

公司立足于高品质厨房小家电领域，始终把消费者需求和产品创新摆在首位。通过技术研发，积极布局咖啡机、制冰机、环境电器等新品类。通过多年的技术积累，掌握了“智能电油炸锅及其控制系统”、“空气炸锅整机热循环和冷风系统结构”及“空气炸锅式烤箱整机热循环和冷风系统结构”等核心技术。**截至 2025 年 6 月 30 日**，公司已取得境内专利 **394** 项，其中发明专利 **13** 项，实用新型专利 **261** 项，外观设计专利 **120** 项，境外专利共计 8 项。公司建设的研发中心获“德国 TÜV 莱茵集团制造商现场测试实验室”以及“Intertek 卫星计划认可实验室”等专业认证。

公司主营业务为智能小家电产品的研发、设计、制造和销售，主要产品包括空气炸锅、空气烤箱、油炸锅、煎烤器、咖啡机、环境电器、制冰机等。

公司主要产品图示、产品介绍如下：

产品类别	产品图片	产品介绍
空气炸锅、空气烤箱		锅内 360 度热风循环均匀加热食物，激发食物本身油脂，契合健康饮食。
油炸锅		采取油层中部加热的方式控制上下油层的温度，达到精准炸制。

产品类别	产品图片	产品介绍
咖啡机		通过锅炉提供热水，同步利用磨豆系统将咖啡豆研磨成粉，采用高效能电磁泵增压技术和自动清运系统实现高效萃取无残留。
环境电器		1、塔扇：加高宽域送风，低噪运行； 2、取暖器：空间速热，智能恒温。
煎烤器		高效能一体式发热管装置使煎烤食物更快捷有效。
奶泡机		利用电机搅拌实现绵密奶泡，搭配咖啡机实现便捷制作。

（二）发行人业务模式

1、采购模式

公司采用“以销定采+安全库存”的采购模式，采购部、计划部依据订单交货期限、数量制定生产计划，并根据生产计划制定物料需求计划；财务部根据物料需求计划向供应商询价，并对供应商报价进行筛选，下达采购订单。

2、生产模式

公司主要产品为加热类厨房小家电，生产模式以自主生产为主、外协加工为辅。公司主要根据客户的需求自主组织产品的生产，基于小批量零星部件、临时性产能不足或对部分技术含量较低的加工环节采用了外协加工的模式。

（1）自主生产

公司主要根据客户订单进行生产，在接收到客户的确认订单后，采购部门购进原料，再由各生产部门按照客户要求的型号、数量以及交货期组织生产，快速响应客户需求。根据客户每月滚动式的预计订单制定未来一段时间内的生产计划，并按照排产计划制定物料采购计划。从销售部门向生产部门下达《生产通知单》至生产部门完成交货约1个月左右时间。

(2) 外协加工

为了满足公司订单快速增长的生产需求，公司对小批量零星部件、临时性产能不足或部分技术含量较低的加工环节采取了外协加工。

3、销售模式

公司业务包括ODM/OEM业务和自主品牌业务，其中ODM/OEM业务销售均为直接销售，根据品牌方客户的生产订单提供产品设计、生产和交付，产品向终端客户的市场推广、品牌宣传和销售服务均由品牌方自行负责。公司自主品牌业务以直销为主，主要通过公司直营线上店铺直接对终端消费者销售。

(三) 发行人境外经营的情况

截至本募集说明书出具日，发行人有5家境外子公司，具体情况如下：

序号	子公司名称	主要经营地	注册地	主营业务	持股比例	取得方式
1	香港富依	香港	香港	境外路径公司，直接持有新加坡立达通100%股权、泰国富浩达10%股权	100.00%	设立
2	新加坡立达通	新加坡	新加坡	境外路径公司，直接持有泰国富浩达90%股权	100.00%	设立
3	泰国富浩达	泰国	泰国	泰国生产基地，主要用于空气炸锅、咖啡机及未来其他新拓品类小家电的生产制造	100.00%	设立
4	卓望集团	香港	香港	境外路径公司，直接持有泰国卓利达51%股权	100.00%	设立
5	泰国卓利达	泰国	泰国	家用电器业务，尚未实际经营	51.00%	设立

(四) 与业务相关的主要固定资产及无形资产

1、主要固定资产

发行人固定资产包括房屋及建筑物、机器设备、运输工具、房屋装修、电子及其他设备、境外永久产权土地。报告期各期末，发行人固定资产构成情况如下：

单位：万元

项目	2025年 6月30日	2024年 12月31日	2023年 12月31日	2022年 12月31日
固定资产原值	69,326.67	55,495.75	38,439.16	32,616.34
其中：房屋建筑物	23,135.37	17,398.09	13,352.37	10,801.52
机器设备	37,749.04	30,270.80	22,412.96	19,708.09
运输工具	1,007.32	828.45	1,008.97	915.47
房屋装修	742.25	742.25	742.25	540.04
电子及其他设备	1,988.07	1,702.40	922.61	651.23
境外永久产权土地	4,704.62	4,553.76	-	-
累计折旧	20,573.69	17,268.31	11,967.57	8,103.72
减值准备	-	-	-	-
账面价值	48,752.98	38,227.44	26,471.59	24,512.62

2、主要无形资产

发行人无形资产包括土地使用权、软件、商标使用权。报告期各期末，发行人无形资产构成情况如下：

单位：万元

项目	2025年 6月30日	2024年 12月31日	2023年 12月31日	2022年 12月31日
无形资产原值	20,392.31	20,279.26	20,237.85	11,670.48
其中：土地使用权	19,495.34	19,495.34	19,495.34	10,935.56
软件	860.88	747.83	742.52	734.92
商标使用权	36.10	36.10	0.00	0.00
累计摊销	3,214.26	2,932.47	2,278.56	1,616.78
减值准备	-	-	-	-
账面价值	17,178.06	17,346.79	17,959.29	10,053.70

五、现有业务发展安排及未来发展战略

（一）公司的发展战略及目标

公司始终致力于成为全球领先的创新型家电企业，致力于成为兼具市场价值和社会价值的可持续发展企业。公司未来发展战略主要分为以下方面：

1、扎根主业，坚定打造比依智慧厨房

围绕着核心优势产品——空气炸锅，公司将持续加大自主研发投入，打造以

“比依智能化”为主导的全球智慧厨房。一方面，继续加深现有产品的变革创新，以不断适应终端市场对家电产品的更新需求；另一方面，积极寻求 AI 智慧技术的赋能，逐步实现家电与家电之间、家电与用户之间的智能联动。

2、发挥智能制造长板优势，积极布局新品类

在向下扎根主业的同时，公司积极寻求向上多品类矩阵的发展。公司相继开展的制冰机、奶泡机、环境电器等品类已逐步进入客户供应链目录。未来，公司将基于市场导向和自身优势，在智能化小家电领域持续丰富新品类支线，力争开发出更多符合消费者有效需求的小家电产品，做透细分市场，实施差异化竞争。

3、多维度发力品牌建设

公司同时作为一家 OBM 企业，自有品牌的建设始终是公司的重要规划之一。自有内销品牌部持续进行全域增长的深入实践，以“比依”维度打造自有品牌影响力；外部专业团队以子公司或战略合作形式为依托，从咖啡机国民品牌—露莱（LumosBari）、水饮类家电品牌—美国卓朗（ZoomLand）、咖啡机海外品牌—法国白朗等（Brandt）维度为公司的品牌建设奠定流量基础、客户基础及市场基础。

4、新兴产业布局

为有效配合公司智慧厨房、多品类矩阵等战略规划，后续还将紧密跟踪行业发展的关键趋势，寻找有共同愿景和战略价值的专业生产技术公司、互联网公司、投资机构等战略合作伙伴，采用搭建产业基金、组建合资公司等方式，储备新兴化产业渠道资源，为实现公司可持续发展注入新动能。

（二）公司的经营计划

1、打造 AI 智慧平台，持续加大研发投入

为持续提升公司的市场竞争力，未来公司将加大在核心技术研发上的资源投入。公司将依托自有 AI 智慧平台的逐步完善，为公司研发创新提供更精准的数据支撑。后续将根据消费者的使用偏好和市场趋势，通过植入智能语音、智能可视、远程控制、产品模拟体验等提升用户对产品的智能化体验感，赋能公司各品类小家电产品，为全球用户的小家电使用场景赋予更具智慧化、科技化的意义。

2、持续两化建设，打造未来工厂

近年来互联网、云计算、大数据等新兴技术的不断发展和普及，工业化与自动化、信息化的深度融合将成为行业发展的必然趋势。随着公司业务规模的不断扩大，公司将持续提升自动化和信息化水平，提高公司的经营管理效率。公司将立足智造本质，后续将以中意产业园为重点示范，结合智能物流和一体化 APS 计划体系，本着“少人、提质、增效”三大目标，打造人文化、人性化、数智化深度融合的智能制造未来工厂，为公司未来各大品类的智能制造保驾护航。

3、推动战略投资合作持续落地

在专注公司自身发展的同时，公司管理层始终以开放的格局关注行业发展和未来趋势。通过近年来小家电市场的演变趋势可以看到未来人机互动、健康管理、实景模拟等科技化智能化属性将普及至各层级用户全场景。公司将积极寻求符合公司未来发展的优质投资机会，并依托相关政府项目，借力专业机构优势，向具有良好成长性、互补性和发展前景的高科技、新消费等领域企业进行投资合作，多元化布局产业资源。

4、人才梯队建设

公司一贯重视技术和人才的可持续发展，未来随着公司经营规模的快速扩张，公司将持续提升人才队伍建设。通过创造良好的科研和生活环境，继续加强专业人才的引进，不断注入新鲜血液；持续完善薪酬福利体系和系统的职业发展路径，并通过实施股权激励计划充分调动全体员工的积极性；定期组织开展专业技能培训和管理能力提升等培训，提高员工深度思考能力、创新能力和风险防范能力，努力打造更具专业化、年轻化、知识化的人才体系。

（三）历年发展计划的执行和实现情况

报告期内，发行人较好地实现了各年初制订的发展计划。发行人管理层能够充分考虑市场的发展状况以及公司的实际情况，制定相应的经营计划，在实施过程中能够勤勉尽责地完成计划，并针对市场环境的变化，及时对公司经营策略作出调整，保证了报告期内公司经营计划的较好完成。

六、截至最近一期末，不存在金额较大的财务性投资的基本情况

(一) 财务性投资的认定标准

根据《适用意见》第一条，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或投资产业基金、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。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）。

(二) 自董事会前六个月至今，公司已实施或拟实施的财务性投资情况

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

(1) 2023年4月24日，公司第一届董事会第二十一次会议通过了《关于投资参与设立私募基金的议案》，公司以2,000万自有资金作为有限合伙人参与设立私募基金比晖创业，占有47.6190%的份额。公司拟投入资金分期支付，2024年1月29日前已支付1,160万元，2025年3月21日支付了448万元，尚余392万元未支付。

(2) 2025年1月23日，公司签署了《股权转让协议》，受让天数智芯57.5126万元出资额对应的股权，股权转让金额为2,350万元，发行人已于协议签署当日实缴出资。

(3) 2025年4月22日，公司召开了第二届董事会第二十一次会议，2025年5月8日，公司召开了2025年第二次临时股东会，审议通过了《关于与控股股东共同投资参与设立私募基金的关联交易的议案》，公司拟参与投资成立云晖比依，合伙企业总认缴出资额为50,000万元人民币。其中公司认缴8,000万元人民币，占合伙企业16%的份额，担任有限合伙人。2025年5月16日支付了2000万元，尚余6,000万元未支付。

(三) 最近一期末持有的财务性投资情况

截至2025年6月30日，公司资产负债表中可能与财务性投资（包括类金融）

相关的科目情况如下:

单位: 万元

序号	项目	账面价值	纳入财务性投资 计算口径金额	财务性投资占归属于 母公司净资产比例
1	货币资金	41,791.60	-	-
2	交易性金融资产	658.18	-	-
3	其他应收款	1,238.94	-	-
4	其他流动资产	6,638.33	-	-
5	长期股权投资	1,567.33	1,567.33	1.33%
6	其他权益工具投资	8,052.91	8,005.91	6.79%
7	其他非流动资产	8,793.53	-	-
合计		68,740.80	9,573.23	8.12%

1、货币资金

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

单位: 万元

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

其中, 其他货币资金为票据保证金、保函保证金及电商平台账户资金, 具体如下:

单位: 万元

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

2、交易性金融资产

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

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

3、其他应收款

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

4、其他流动资产

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

单位：万元

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

5、长期股权投资

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

单位：万元

被投资单位	主营业务	持股比例	账面金额	占比
共青城比晖创业投资合伙企业（有限合伙）	资本市场服务	47.6190%	1,567.33	100.00%
合计	-	-	1,567.33	100.00%

6、其他权益工具投资

截至2025年6月30日，公司其他权益工具投资金额为8,052.91万元，主要为对宁波坤林科技有限公司、理湃光晶（苏州）科技有限公司、上海天数智芯半导体股份有限公司、余姚云晖比依创业投资基金合伙企业（有限合伙）的股权

投资，具体情况如下：

单位：万元

项目	账面金额	投资比例	业务性质	是否属于财务性投资
宁波坤林科技有限公司	47.00	7.5200%	软件和信息技术服务业	主要从事咖啡机业务，公司新品类与其已经在合作，系围绕产业链上下游以获取技术、原料或渠道为目的的产业投资，不属于财务性投资
理湃光晶（苏州）科技有限公司	3,655.91	4.9740%	专业技术服务业	从事 AR 眼镜等业务，系财务性投资
上海天数智芯半导体股份有限公司	2,350.00	0.2943%	半导体及通讯领域行业	从事半导体相关业务，系财务性投资
余姚云晖比依创业投资基金合伙企业（有限合伙）	2,000.00	16.0000%	创业投资基金	从事创业投资相关业务，系财务性投资
合计	8,052.91	-	-	-

7、其他非流动资产

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

综上，截至 2025 年 6 月 30 日，公司持有的财务性投资总额为 9,573.23 万元，占归属于母公司净资产比例为 8.12%。因此，截至 2025 年 6 月 30 日，公司不存在持有金额较大、期限较长的财务性投资（包括类金融）的情形。

七、违法违规情况

截至本募集说明书出具日，发行人不存在下列情形：

- 1、现任董事、监事和高级管理人员最近三年受到中国证监会行政处罚，或者最近一年受到证券交易所公开谴责；
- 2、发行人或者其现任董事、监事和高级管理人员因涉嫌犯罪正在被司法机关立案侦查或者涉嫌违法违规正在被中国证监会立案调查；
- 3、发行人控股股东、实际控制人最近三年存在严重损害上市公司利益或者投资者合法权益的重大违法行为；
- 4、发行人最近三年存在严重损害投资者合法权益或者社会公共利益的重大违法行为。

第二节 本次证券发行概要

一、本次发行的背景和目的

(一) 本次向特定对象发行的背景

1、国家政策积极倡导我国家电行业的高质量发展

近年来,为促进家用电器制造业的可持续发展,我国相关部门出台了一系列支持性政策。2023年12月,工信部等八部门联合发布《关于加快传统制造业转型升级的指导意见》,指出到2027年,传统制造业高端化、智能化、绿色化、融合化发展水平明显提升,工业企业数字化研发设计工具普及率、关键工序数控化率分别超过90%、70%;2022年6月,工信部、商务部等五部门联合印发《关于推动轻工业高质量发展的指导意见》,提出引导企业综合应用新一代数字技术,逐步实现研发、设计、制造、营销、服务全链条数字化、网络化、智能化。支持龙头企业构建智能制造平台,争创国家级工业互联网、两化融合项目。在家用电器领域,鼓励数字化运营及大规模个性化定制,推进数字化生产、质量、供应链、设备管理和远程运维服务等智能制造解决方案;2021年5月,中国家用电器协会印发《中国家用电器工业“十四五”发展指导意见》,提出以推动高质量发展为主题、深化供给侧结构性改革为主线、科技创新为根本动力,全面提升中国家电工业的全球竞争力。2020年3月,工信部发布《关于做好2020年工业质量品牌建设工作的通知》,提出推动家电等消费品质量分级,围绕产品安全性能、节能环保、智能化水平、用户体验等关键特性确定分级标准,结合电商平台采信、国内外产品质量对比分析,促进优质产品消费。综上,随着国家对家电行业鼓励政策的相继出台,我国家电产业将持续高质量发展,行业前景广阔。

2、消费升级驱动小家电行业向智能化方向迈进

随着人们生活节奏持续加快,小家电凭借其功能多样性及便捷性受到消费者的青睐,市场规模快速提升。根据 Statista 统计数据,2023年全球小家电市场规模约为2,431亿美元,同比增长4.71%。在当前居民收入水平持续提升以及消费升级的背景下,人们对生活品质的追求不断提高,推动小家电领域向更高质量、更高科技含量方向发展。同时,年轻一代消费者对新奇、时尚产品的追求也为智

能化小家电的发展提供了动力，当前 80、90 后逐渐成为消费主力军，其以新消费、新需求、新模式的全新消费理念引领消费趋势的变化，更倾向于个性化的产品，而智能小家电可以通过用户数据和偏好设置，提供更加个性化的使用体验。许多智能厨房小家电通过应用物联网技术、传感器技术，配备智能控制系统，使用户可以通过手机 APP 进行远程控制，预设烹饪程序，实时监测环境和食材状态，从而精准控制设备，甚至部分小家电可以通过应用人工智能算法使其自主学习用户的使用习惯，自动调整设置优化性能，同时根据食材自动调节温度和时间。这些智能化设计不仅简化了操作流程，还迎合了当前新一代消费者的个性化消费需求，吸引了众多消费者的注意力，成为消费升级的首要选择，未来小家电市场规模有望进一步增长。根据 Statista 统计数据，2024 年全球小家电市场规模将达到 2,543 亿美元，之后市场预计将以每年 4.65% 的增速持续扩大，到 2028 年有望增长至 3,052 亿美元。

3、国民健康意识增强为空气炸锅、咖啡机等新兴家电市场增添动力

在国民健康意识不断增强的背景下，大众对“健康饮食”的关注度日益提升，这种趋势不仅体现在饮食习惯上，还深刻影响了家电市场的消费选择。其中以空气炸锅、咖啡机为代表的新兴家电凭借其独特的健康优势，逐渐成为越来越多消费者的首选。空气炸锅通过采用高速热风循环技术，可以在几乎不使用或少量使用食用油的情况下，达到类似油炸的效果。这不仅减少了油脂摄入，还能保留食物的营养成分，符合现代人追求健康饮食的理念，因此越来越多的家庭开始选择空气炸锅作为厨房必备电器。此外，根据《咖啡健康化趋势洞察报告》显示，在受访者关注的追求健康的日常行为中，“健康饮食”占比高达 65%，排名第一，其中约 79% 的受访者表示比以往更注重饮食的健康价值，而在主流饮品的国民健康认可度调查中，咖啡的国民认可度高达 69%。多项研究显示，饮用咖啡能帮助促进体脂减少，提升运动耐力和反应敏捷度，同时咖啡内含有的绿原酸、咖啡因、单宁酸等多种抗氧化成分，具有一定的健康价值，逐渐已经成为现代人日常生活的流行饮品。随着咖啡文化的普及和消费者对咖啡品质的追求，咖啡机市场得到了快速发展。根据头豹产业研究院整理数据，2023 年全球咖啡机市场规模达 122.9 亿美元，预计 2028 年将达 139.9 亿美元。

综上所述，国民健康意识的提升直接推动了空气炸锅、咖啡机等新兴家电市

场的快速发展。这些产品以其独特的健康优势和便捷的操作体验赢得了广大消费者的喜爱，同时也为家电行业注入了新的生机与活力。

(二) 本次向特定对象发行的目的

1、增强企业核心竞争力

本次募投项目系公司在生产、研发领域的重大提升，旨在进一步强化公司的核心竞争力。项目不仅解决公司在厨房小家电制造领域的产能瓶颈，而且通过扩大生产规模，进一步巩固、提升和拓展公司的现有业务版图。通过项目的实施，公司能够更有效地将科技成果转化为实际生产力，增强公司对市场变化的响应速度，从而推动公司业务规模的持续稳定增长。这将有助于公司在行业内进一步巩固领先地位，抢占市场先机，提升盈利能力，并有效增强公司面对市场风险的抵抗力及核心竞争力，是公司坚持可持续发展战略的关键步骤。

2、助力公司产品扩张升级

公司产品渗透率的不断提升及产品性能的持续优化将推动公司未来发展和快速增长。公司需要在研发设计、产能扩张、品牌推广及市场开拓等多个领域进行持续投入，因此形成了长期的资金需求。通过本次向特定对象发行股票所募集的资金，将缓解公司未来资金压力，增强公司的资本实力。项目确保公司在研发创新及业务扩张等方面的活动得以持续、正常进行，为公司的可持续发展提供坚实保障。

3、推动行业技术发展

本项目致力于厨房小家电的创新和制造，打造绿色智能工厂。项目以厨房小家电的开发和生产为核心，提升行业产能，改进产品性能，为厨房小家电行业的发展提供坚实的技术基础。同时，将生产与信息化集成技术无缝链接，实现智能化管理、可视化跟踪，使得工业控制和管理最优化，对有限资源进行最大限度使用，从而降低工业和资源的配置成本，使得生产过程能够绿色、高效地进行，推动行业技术的跨越发展。

二、发行对象及其与公司的关系

本次向特定对象发行A股股票的发行对象为不超过35名特定投资者（含本

数),发行对象范围为符合中国证监会规定的证券投资基金管理公司、证券公司、信托公司、财务公司、保险机构投资者、合格境外机构投资者、人民币合格境外机构投资者以及其他符合法律法规规定的法人、自然人或其他合格机构投资者。其中,证券投资基金管理公司、证券公司、合格境外机构投资者、人民币合格境外机构投资者以其管理的两只以上产品认购的,视为一个发行对象;信托公司作为发行对象的,只能以自有资金认购。

最终发行对象将在本次发行通过上交所审核并经中国证监会同意注册后,由公司董事会及其授权人士在股东会授权范围内,按照相关规定并根据发行询价结果与本次发行的保荐机构(主承销商)协商确定。

所有发行对象均将以人民币现金方式认购本次发行的股票。

截至本募集说明书出具日,本次发行尚未确定发行对象,最终是否存在因关联方认购公司本次向特定对象发行股票构成关联交易的情形,将在发行结束后公告的发行情况报告书中披露。

三、本次发行方案概要

(一) 发行股票的种类及面值

本次发行的股票种类为境内上市的人民币普通股(A股),每股面值人民币1.00元。

(二) 发行方式及发行时间

本次发行采取向特定对象发行股票的方式进行,公司将在通过上交所审核,并完成中国证监会注册后,在有效期内选择适当时机向特定对象发行。

(三) 发行对象及认购方式

本次向特定对象发行A股股票的发行对象为不超过35名特定投资者(含本数),发行对象范围为符合中国证监会规定的证券投资基金管理公司、证券公司、信托公司、财务公司、保险机构投资者、合格境外机构投资者、人民币合格境外机构投资者以及其他符合法律法规规定的法人、自然人或其他合格机构投资者。其中,证券投资基金管理公司、证券公司、合格境外机构投资者、人民币合格境外机构投资者以其管理的两只以上产品认购的,视为一个发行对象;信托公司作

为发行对象的，只能以自有资金认购。

最终发行对象将在本次发行通过上交所审核并经中国证监会同意注册后，由公司董事会及其授权人士在股东会授权范围内，按照相关规定并根据发行询价结果与本次发行的保荐机构（主承销商）协商确定。

所有发行对象均将以人民币现金方式认购本次发行的股票。

若国家法律法规对向特定对象发行股票的发行对象有新的规定，公司将按新的规定进行调整。监管部门对发行对象股东资格及相应审核程序另有规定的，从其规定。

本次发行对象的选择范围符合《管理办法》等法律法规的相关规定，发行对象的选择范围适当。

（四）发行数量

本次发行 A 股股票数量不超过 56,384,385 股（含本数），不超过本次发行前公司总股本的 30%。

最终发行数量将在本次发行通过上交所审核并经中国证监会同意注册后，由公司董事会或授权人士根据股东会的授权与保荐机构（主承销商）协商确定。

若公司股票在本次发行董事会决议日至发行日期间发生送股、配股、资本公积金转增股本等除权事项，则本次发行的股票数量将作相应调整。

（五）定价基准日、发行价格及定价原则

本次发行的定价基准日为发行期首日，发行价格不低于定价基准日前 20 个交易日（不含定价基准日，下同）公司股票交易均价的 80%。

定价基准日前 20 个交易日股票交易均价=定价基准日前 20 个交易日股票交易总额/定价基准日前 20 个交易日股票交易总量。若在该 20 个交易日内发生因除权、除息事项引起股价调整的情形，则对调整前交易日的交易价按经过相应除权、除息调整后的价格计算。

调整方式如下：

派发现金股利： $P1=P0-D$

送股或转增股本： $P1=P0/(1+n)$

派发现金同时送股或转增股本： $P1=(P0-D)/(1+n)$

其中，P0为调整前发行底价，D为每股派发现金股利，n为每股送股或转增股本数，P1为调整后发行底价。

本次发行的最终发行价格将在本次发行通过上交所审核并经中国证监会同意注册后，按照相关法律法规及规范性文件的规定，根据发行对象申购报价的情况，遵照价格优先等原则，由公司董事会或董事会授权人士根据股东会的授权与保荐机构（主承销商）协商确定，但不低于前述发行底价。

本次发行定价的原则和依据符合《管理办法》等法律法规的相关规定，本次发行定价的原则和依据合理。

（六）募集资金总额及用途

本次向特定对象发行A股股票募集资金总额不超过**48,247.49**万元（含本数），扣除发行费用后的募集资金净额拟用于以下项目：

单位：万元

序号	项目名称	项目投资总额	使用募集资金金额
1	中意产业园智能厨房家电建设项目（二期）	80,672.14	48,247.49
合计		80,672.14	48,247.49

若实际募集资金净额少于上述项目拟投入募集资金总额，在最终确定的本次募投项目范围内，公司董事会将根据股东会的授权、市场情况变化、公司实际情况等调整并最终决定募集资金的具体投资项目及具体投资额，募集资金不足部分由公司自筹解决。

在本次向特定对象发行募集资金到位之前，公司可以根据募集资金投资项目进度的实际情况，以自筹资金先行投入，并在募集资金到位后按照相关法规规定的程序予以置换。

（七）限售期安排

本次发行完成后，发行对象认购的本次发行的股票自本次发行结束之日起六个月内不得转让，基于认购本次发行所取得的公司股票因公司分配股票股利、资本公积转增等情形所衍生取得的股票亦应遵守上述股票锁定安排。相关监管机关

对于发行对象所认购股份限售期另有要求的，从其规定。

本次发行的发行对象因本次发行取得的公司股份在锁定期届满后减持还需遵守《公司法》《证券法》等法律法规、规范性文件、上交所相关规则以及公司《公司章程》的相关规定。

(八) 滚存利润分配安排

本次向特定对象发行完成后，本次发行前公司滚存的未分配利润由公司新老股东按其持股比例共同享有。

(九) 上市地点

本次发行的股票将申请在上交所上市交易。

(十) 本次发行决议有效期限

本次发行决议的有效期为自公司股东会审议通过本次发行相关议案之日起12个月。若国家法律法规对向特定对象发行股票有新的规定，公司将按规定进行相应调整。

四、本次发行是否构成关联交易

本次发行尚未确定发行对象，因而无法确定发行对象与公司的关系，最终本次发行是否存在因关联方认购本次发行的A股股票而构成关联交易的情形，将在发行结束后公告的《发行情况报告书》中予以披露。

五、本次发行是否导致公司控制权发生变化

截至本募集说明书出具日，比依集团直接持有公司55.86%的股份，系公司的控股股东。闻继望通过比依集团和比依香港间接持有公司61.82%的表决权，同时，闻继望担任公司董事长，系公司的实际控制人。

按照本次向特定对象发行的数量上限56,384,385股测算，本次向特定对象发行完成后，闻继望仍处于实际控制人地位。本次向特定对象发行不会导致公司的控制权发生变化。

六、本次发行取得批准的情况以及尚需呈报批准的程序

2024年12月20日，发行人召开第二届董事会第十九次会议审议通过了关

于公司向特定对象发行股票的相关议案。

2025年1月6日，发行人召开2025年第一次临时股东会，审议通过了关于公司向特定对象发行股票的相关议案。

2025年9月8日，发行人召开第二届董事会第二十六次会议审议通过了关于调整公司向特定对象发行A股股票方案的相关议案。

根据有关法律法规规定，本次向特定对象发行尚需获得上交所审核通过和中国证监会同意注册。经中国证监会作出同意注册决定后，公司将依法实施本次发行，向上交所和中国证券登记结算有限责任公司上海分公司申请办理股票发行、登记与上市事宜，完成本次向特定对象发行A股股票全部呈报批准程序。

七、本次发行满足《管理办法》第十一条相关规定的情况

公司不存在违反《管理办法》第十一条的情形：

（一）擅自改变前次募集资金用途未作纠正，或者未经股东会认可；

（二）最近一年财务报表的编制和披露在重大方面不符合企业会计准则或者相关信息披露规则的规定；最近一年财务会计报告被出具否定意见或者无法表示意见的审计报告；最近一年财务会计报告被出具保留意见的审计报告，且保留意见所涉及事项对上市公司的重大不利影响尚未消除；

（三）现任董事、监事和高级管理人员最近三年受到中国证监会行政处罚，或者最近一年受到证券交易所公开谴责；

（四）上市公司或者其现任董事、监事和高级管理人员因涉嫌犯罪正在被司法机关立案侦查或者涉嫌违法违规正在被中国证监会立案调查；

（五）控股股东、实际控制人最近三年存在严重损害上市公司利益或者投资者合法权益的重大违法行为；

（六）最近三年存在严重损害投资者合法权益或者社会公共利益的重大违法行为。

八、本次发行满足《管理办法》第十二条相关规定的情况

本次发行满足《管理办法》第十二条关于符合国家产业政策和板块定位（募

集资金主要投向主业)的规定。

(一)公司主营业务为加热类厨房电器产品的设计、制造和销售。本次募集资金将用于中意产业园智能厨房家电建设项目(二期),符合国家产业政策要求,不存在需要取得主管部门意见的情形。

(二)关于募集资金投向与主业的关系

本次募集资金将用于中意产业园智能厨房家电建设项目(二期),募投项目的相关产品均属于小家电品类,系公司基于精细化的生产管理能力和客户需求的快速响应能力,在现有工艺、原料及客户的基础上拓展的主业相关品类。

九、本次发行满足《管理办法》第四十条关于理性融资及合理确定融资规模相关规定的情况

本次向特定对象发行的股票数量不超过 56,384,385 股,未超过本次发行前公司总股本的 30%,募集资金不超过 **48,247.49** 万元。在定价基准日至发行日期间,若公司发生派发股利、送红股或公积金转增股本等除息、除权事项,本次向特定对象发行股票的发行底价将作相应调整。

公司本次向特定对象发行股票的董事会决议日为 2024 年 12 月 20 日,与前次募集资金到位日 2022 年 2 月 15 日已间隔 18 个月以上。

本次发行的募集资金规模确定符合公司资产负债结构及流动资金需求情况,具体详见本募集说明书“第三节 董事会关于本次募集资金使用的可行性分析”。

综上,本次发行满足《管理办法》第四十条关于理性融资及合理确定融资规模相关规定。

第三节 董事会关于本次募集资金使用的可行性分析

一、本次募集资金使用计划

本次向特定对象发行 A 股股票募集资金总额不超过 **48,247.49** 万元（含本数），本次募集资金总额在扣除发行费用后的净额将用于中意产业园智能厨房家电建设项目（二期），通过配备集中供料系统、注塑机台、总装半自动线体、立库软件与硬件系统等先进的软硬件设备，建设自动化生产线及立体仓库，提高生产自动化水平，有效扩充公司空气炸锅、空气烤箱、环境电器等相关产品的产能规模，具体如下：

单位：万元

序号	项目名称	项目投资总额	使用募集资金金额
1	中意产业园智能厨房家电建设项目（二期）	80,672.14	48,247.49
合计		80,672.14	48,247.49

若实际募集资金净额少于上述项目拟投入募集资金总额，在最终确定的本次募投项目范围内，公司董事会将根据股东会的授权、市场情况变化、公司实际情况等调整并最终决定募集资金的具体投资项目及具体投资额，募集资金不足部分由公司自筹解决。

在本次向特定对象发行募集资金到位之前，公司可以根据募集资金投资项目进度的实际情况，以自筹资金先行投入，并在募集资金到位后按照相关法规规定的程序予以置换。

二、本次募集资金投资项目的具体情况

（一）项目基本情况

项目实施主体为公司全资子公司比依科技，建设周期3年，项目建设总投资金额为80,672.14万元，主要投资内容包括建筑工程投资、设备购置及安装投资、铺底流动资金等必要投资。

通过本次项目建设，公司计划于余姚市相公潭路西侧、滨海大道北侧区块新建集注塑、冲压、喷涂、丝印、总装及仓储的一体化生产基地，通过配备集中供料系统、注塑机台、总装半自动线体、立库软件与硬件系统等先进的软硬件设备，

建设自动化生产线及立体仓库，提高生产自动化水平，有效扩充公司空气炸锅、空气烤箱、环境电器等相关产品的产能规模，构建更完善的小家电生态体系。项目建成后，公司将实现年新增1,500万台空气炸锅、空气烤箱、环境电器等产能规模，提升公司小家电的供应能力，显著提升公司主营业务规模和综合竞争实力。

（二）项目投资估算

本项目总投资金额为80,672.14万元，本次拟使用募集资金投入**48,247.49**万元。项目总投资具体资金使用计划如下：

单位：万元

序号	项目	投资金额	占项目投资额比例	拟使用募集资金金额	是否属于资本性支出	非资本性支出金额
1	土地费用	4,382.38	5.43%	-	-	-
2	建筑工程投资	40,175.99	49.80%	26,323.71	是	-
3	设备购置及安装	33,477.60	41.50%	19,287.60	是	-
4	铺底流动资金	2,636.18	3.27%	2,636.18	否	2,636.18
合计		80,672.14	100.00%	48,247.49	-	2,636.18

本次募集资金投资项目不涉及补充流动资金，非资本性支出系项目建设所需的铺底流动资金，涉及金额**2,636.18**万元，占本次募集资金总额的比例为**5.46%**。

（三）项目实施主体

本项目的实施主体为公司全资子公司比依科技。

（四）项目建设周期

本项目建设周期为36个月。

三、发行人的实施能力及资金缺口的解决方式

（一）发行人的实施能力

1、公司深厚的技术积累为本项目开展奠定良好基础

公司自成立以来始终高度重视产品技术的积累，在小家电生产制造领域拥有扎实的技术储备。公司的制造管理团队在生产过程中不断进行技术总结和创新，持续优化生产流程，实现生产工艺的标准化，提高生产效率，同时成立了总部研

发中心和广东分公司（研发中心），其中总部研发中心发挥基地优势，与客户形成紧密沟通机制，解决客户产品痛点，优化产品结构，广东分公司（研发中心）依托产业集成之便利，密切关注行业技术发展趋势，聚焦产品功能创新，不断实现产品迭代。**截至 2025 年 6 月末**，公司已取得境内专利 **394** 项，其中发明专利 **13** 项，实用新型专利 **261** 项，外观设计专利 **120** 项，境外专利 8 项。凭借长期的生产和研发技术积累，公司荣获了浙江省经济和信息化厅认证的“上云标杆企业”、浙江省第二批制造业“云上企业”、浙江省内外贸一体化“领跑者”培育企业、宁波市“专精特新”企业等荣誉。

综上所述，公司深厚的生产和研发技术积累为本项目的顺利开展奠定了良好的基础。

2、公司丰富的客户资源保证本次项目顺利实施

公司在家电领域深耕细作多年，一方面通过不断研发创新提升自己，积极深挖合作客户新增量，另一方面积极参加线上线下展会，从美国、英国、荷兰等各个区域市场持续渗透，不断开拓新客户。经过多年布局，公司目前已建立较为完善的营销网络体系，成为 Versuni（飞利浦）、晨北科技、Chefman/厨曼、Newell/纽威品牌、SharkNinja/尚科宁家、Asda/阿斯达、RKWChina/RKW 中国、Select Brands、CECOTEC.ESSENSIOINC、SEB/法国赛博集团、苏泊尔、De'Longhi/德龙、Pampered Chef/乐厨、和生智能、Pedrocchi/佩罗奇、小熊电器、山本、纯米、顽米等国内外知名家电品牌商以及区域性领袖企业的重要供应商，公司核心客户在家电领域占据主要的市场份额。2023 年公司曾荣获 Versuni（飞利浦）年度最佳供应商，并成为其后续全球战略拓展的主要供应商进行进一步合作。未来公司将持续深挖客户需求，聚焦产品功能创新，与现有客户展开深度合作，增加客户对公司的黏性，同时关注国内市场态势，结合客户在内销市场的发展策略，对应进行产品升级及项目储备，为国内市场的开拓奠定基础。

因此，公司丰富的客户资源保证本次项目的顺利实施。

3、公司严格的质量标准和健全的质量管理体系保证本项目顺利实施

严格的质量管理是企业可持续发展的基础和核心，公司自成立以来始终以“质量是企业生存和发展的根本”为理念，建立了从产品开发、原材料采购、产品

生产、出厂检验全过程的全面质量管理体系，形成了健全、科学的现代化管理制度。依靠严格完善的质量管理体系，公司现已通过 ISO9001、ISO14001、ISO45001 体系认证、BSCI（商业社会标准认证）以及核心客户的质量管理体系认证等，并加入了浙江制造品字标认证。此外，在与国际客户合作的过程中，公司的品控能力得到进一步优化，产品能够满足出口目的地的相应认证、各项化学品测试和食品等级测试标准。根据产品销售最终目的地国家的相关要求，公司产品分别获得了 UL、ETL、GS、CE、INMETRO、KC、Iram、SEC 和 CCC 认证，为公司持续稳定地提供高质量的产品提供了保证。

综上，公司严格的质量标准及健全的质量管理体系为本次项目提供充分的支持，保障了本项目的顺利实施。

（二）资金缺口的解决方式

本次向特定对象发行 A 股股票募集资金总额不超过 **48,247.49** 万元（含本数），本次募集资金总额在扣除发行费用后的净额将用于中意产业园智能厨房家电建设项目（二期）。

若实际募集资金净额少于上述项目拟投入募集资金总额，在最终确定的本次募投项目范围内，公司董事会将根据股东会的授权、市场情况变化、公司实际情况等调整并最终决定募集资金的具体投资项目及具体投资额，募集资金不足部分由公司自筹解决。

四、募投项目效益预测的假设条件及主要计算过程

据测算，本项目整体建设周期为 3 年，厂房建设装修与设备采购调试交叉进行以提高建设效率，项目建设期第 2 年开始投产，产能释放比例为 5%，第 3 年达产率为 20%，第 4 年为 50%，第 5 年为 80%，第 6 年全部达产，测算期内预计年均营业收入为 161,845.77 万元，年均实现净利润为 16,619.06 万元，项目的各项评价指标如下：

序号	项目	单位	金额	备注
1	年均营业收入	万元	161,845.77	不含增值税，测算期平均
2	年均净利润	万元	15,439.15	测算期平均
3	税后财务内部收益率	%	16.49	税后

序号	项目	单位	金额	备注
4	投资回收期	年	7.75	含建设期，税收

各项评价指标显示，该项目建成投产后具有较好的经济效益。按全部投资计算，投资税后财务内部收益率为 16.49%，项目投资税后投资回收期为 7.75 年（含建设期），表明项目具有良好的盈利能力。

项目达产后每年基本利润表测算情况如下：

单位：万元

项目	T+1	T+2	T+3	T+4	T+5	T+6	T+7	T+8	T+9	T+10	T+11	T+12
营业收入	-	14,200.00	56,800.00	133,480.00	200,753.92	238,395.28	226,475.52	219,681.25	213,090.81	213,090.81	213,090.81	213,090.81
营业成本及费用	-	-	13,283.95	53,766.46	124,481.36	185,274.64	219,289.92	208,518.42	202,378.66	196,423.09	196,423.09	196,423.09
税金及附加	-	-	-	-	28.21	872.26	1,035.81	984.02	954.50	925.86	925.86	925.86
利润总额	-	-	1,404.83	4,988.67	13,565.01	21,517.25	26,275.45	24,768.69	23,909.83	23,076.74	23,076.74	23,076.74
所得税	-	239.17	799.02	2,338.09	2,277.22	2,812.75	2,643.17	2,546.50	2,452.74	2,452.74	2,452.74	2,452.74
净利润	-	1,165.66	4,189.66	11,226.91	19,240.04	23,462.69	22,125.52	21,363.33	20,624.01	20,624.01	20,624.01	20,624.01

（一）收入测算

根据规划，本项目将于第6年全部达产，达产后将形成年产1500万台智能厨房家电生产规模，现有主营产品产能规模得到扩充，盈利能力大幅提高。项目营业收入以产品预测销售价格乘以当年预计产量进行测算，其中各类产品单价取值参考公司2024销售单价，同时考虑市场竞争持续加剧，产品单价在投产第三年（T+4年）开始下降，其中T+4、T+5年分别降低6%、T+6、T+7分别下降5%，T+8、T+9分别下降3%，随后保持平稳，营业收入测算谨慎、合理。

（二）成本测算

1、主营业成本

（1）主营业务成本由原材料、直接人工、制造费用及折旧摊销组成；

（2）各项原材料消耗情况参考当前公司水平进行测算；

（3）直接人工参考公司现有人工占销售收入比例进行测算；

（4）制造费用参考公司现有业务各项费用水平进行测算；其中，折旧及摊销根据本次募投项目相关土地投资、建筑工程投资、设备购置及安装情况进行测算，折旧年限、净残值等与公司现有折旧政策一致。

2、销售费用

（1）销售费用包括销售人员的工资及福利费、业务招待费及差旅费等；

（2）公司2022、2023、2024年销售费用占营业收入的平均比例为1.24%，销售费用按此数值计算。

3、管理费用

（1）管理费用包括资产折旧、办公差旅费、管理人员工资等其他管理费用。

（2）公司2022、2023、2024年管理费用占营业收入的平均比例为2.97%，考虑规模效应，本项目按照2.38%进行计算。

4、研发费用

（1）研发费用包括薪金、工资以及其他研发材料费等。

(2) 公司 2022、2023、2024 年研发费用占营业收入的平均比例为 3.95%，由于本项目为现有产品的扩产和升级，可以充分利用现有技术储备和人员，因此研发费用按平均占比的 80%测算，即 3.16%计算。

(三) 税金及附加

本项目涉及主要税种有增值税、城市维护建设税、教育费附加、地方教育附加等，相关税负按照税收法律法规的有关规定测算，其中增值税 13%、城市维护建设税 7%、教育费附加 3%、地方教育附加税为 2%。本项目实施主体为公司全资子公司比依科技，投产前三年所得税按照 25%进行计算，第四年及之后按 15%进行计算。

(四) 净利润

公司根据前述测算，本项目达产年（T+6 年）净利润为 23,462.69 万元，项目测算期年平均净利润为 15,439.15 万元。

(五) 毛利率与公司现有业务及同行业公司的对比分析

公司名称	主营产品分类	2024 年毛利率水平
新宝股份	厨房电器	21.82%
德昌股份	小家电	17.80%
富佳股份	电气机械及器材制造业	15.44%
北鼎股份	电器类	44.83%
利仁科技	小家电行业	25.47%
发行人	小家电行业（空气烤箱、空气炸锅、油炸锅、咖啡机、环境电器及其他）	15.55%
本项目	小家电行业（空气炸锅、空气烤箱、环境电器及其他）	17.91%

如上表数据显示，与同行业上市公司同类产品相比，本项目毛利率低于新宝股份、北鼎股份、利仁科技，高于德昌股份、富佳股份，处于行业中游水平。

本项目全部达产年毛利率高于公司 2024 年综合毛利率主要原因系产品结构不同，本项目高附加值产品占比较高，导致本项目毛利率较高；此外，公司 2022-2024 年综合毛利率分别为 19.55%、21.21%、15.55%，平均值为 18.77%，与本项目全部达产年毛利率 17.91%较为接近，因此本项目毛利率与公司历史经营水平不存在重大差异，综上所述本项目毛利率水平具有合理性、谨慎性。

五、募集资金投资项目的审批情况

本次募集资金投资项目已完成发改备案和环评批复手续，并取得土地证“浙（2023）余姚市不动产权第0079926号”。

六、募集资金投资项目与既有业务的关系

公司以小家电的研发、生产及销售为主营业务。本次募投项目“中意产业园智能厨房家电建设项目（二期）”建成之后将新增1,500万台空气炸锅及环境电器等小家电产能，相关产品均属于小家电品类，系公司基于精细化的生产管理能力和客户需求的快速响应能力，在现有工艺、原料及客户的基础上拓展的主业相关品类。

七、现有业务的发展情况及扩大业务规模的必要性，新增产能规模的合理性

（一）现有业务的发展情况

本次募集资金投资项目为中意产业园智能厨房家电建设项目（二期），系通过配备集中供料系统、注塑机台、总装半自动线体、立库软件与硬件系统等先进的软硬件设备，建设自动化生产线及立体仓库，提高生产自动化水平，有效扩充公司空气炸锅、空气烤箱、环境电器等相关产品的产能规模。

在本次募集资金投资项目实施以前，公司主营业务为空气炸锅、空气烤箱、咖啡机、环境电器、油炸锅、煎烤器、奶泡机等智能小家电产品的研发、设计、制造和销售，本次募集资金投资项目系现有业务的扩充和延伸。

报告期内，公司营业收入分别为149,920.70万元、155,951.77万元、205,868.81万元和**115,743.68万元**，收入规模持续增长，产品品类由空气炸锅、空气烤箱等拓展至塔扇、暖风机等环境电器及咖啡机。随着小家电市场规模的持续增长及公司业务规模的不断扩张，公司现有生产能力预期无法满足客户的订单需求和市场需求，因此公司将通过本次募集资金投资项目的实施，有效扩充公司的产能规模，为公司业务规模的扩张奠定基础。

（二）扩大业务规模的必要性，新增产能规模的合理性

1、扩充主营业务产品产能规模，满足不断增长的市场需求

小家电凭借其体积小、使用便捷等特点，近年来深受全球消费者欢迎，市场规模持续增长。根据 Statista 统计数据，2024 年全球小家电市场规模将达到 2,543 亿美元，之后市场预计将以每年 4.65% 的增速持续扩大，到 2028 年有望增长至 3,052 亿美元。公司深耕小家电领域二十多年，凭借突出的产品开发能力、稳定可靠的产品质量以及高效专业的服务水平获得了客户的一致认可，近年来业务规模增长迅速，目前公司产品产能规模已接近饱和。受制于现有生产作业面积、生产设备及员工数量有限等因素，公司现有的生产能力已无法充分满足客户的订单需求和市场需求，生产能力不足成为制约公司可持续发展的主要因素。因此，公司亟需进行新生产基地的建设，进一步扩大产能规模，提高生产能力，为不断增长的市场需求做充足准备，同时为公司未来发展奠定良好的基础。

公司拟通过本项目的实施，新建集注塑、冲压、喷涂、丝印、总装及仓储的一体化生产基地，优化生产布局，提升生产效率，同步引入先进的生产设备，突破目前的产能瓶颈，以满足不断增长的订单需求，进一步巩固及提升公司的市场地位，为未来持续扩大国内外市场拓展力度奠定坚实的基础。

2、打造多元化产品矩阵，提高公司产品市场占有率

在当前消费升级的背景下，消费者对小家电的市场需求逐渐呈现多样化、个性化发展趋势。为顺应这一趋势，更好地捕捉市场机遇，公司通过与客户持续沟通，深入调研市场发展趋势和产品导向后，积极布局咖啡机及其配套产品、环境电器等产品业务，致力于通过打造多元化产品矩阵，进一步增强企业的抗风险能力。目前公司的咖啡机已实现小批量投产，然而受限于公司现有生产能力不足，无法进一步打开业绩增长空间，因此需快速推进产能建设，扩充产品产能，满足客户与市场的多样化需求。

本次项目公司拟通过新建生产基地扩充咖啡机、环境电器等产品的产能规模，丰富公司的产品结构，从而构建更完善的小家电生态体系，提高公司产品的市场占有率。这样不仅有助于公司通过不同产品的组合，形成互补效应，增强企业抗

风险能力和盈利能力，同时有利于企业树立专业、全面的品牌形象，吸引更多客户的关注和认可，提升产品市场占有率和竞争力。

3、加强智能化管理水平，进一步提高公司生产效率

随着智能制造在提高制造型企业生产效率、产品良品率以及资源利用率等方面的作用日益显著，智能化转型逐渐成为企业发展的必然趋势。根据工信部等八部门联合发布的《“十四五”智能制造发展规划》，到2025年规模以上制造业企业大部分实现数字化网络化，重点行业骨干企业初步应用智能化；到2035年，规模以上制造业企业全面普及数字化网络化，重点行业骨干企业基本实现智能化。公司目前的原材料及成品的出入库物流等环节仍有较大程度的人工参与，一定程度上制约了产品的生产效率，也限制了公司服务水平的持续提高。

本项目公司拟对APS系统、MES系统、WMS系统、QMS系统进一步升级，充分保障管理部门与产线、供应商、客户对接的时效性和有效性，能够快速响应各类客户的新需求，同时建设立体仓储、精益物流的智能工厂模式，通过智能化仓储实现原料配送、半成品运转、产成品出库等环节的有机连接，有效把握仓储材料及产品处理的准确性、及时性与灵活性。项目建成后，将有效提高公司生产经营的信息化水平，提升公司整体生产及管理效率。

八、本次发行满足“两符合”和不涉及“四重大”相关规定

（一）满足“两符合”的相关规定

1、本次发行符合产业政策

公司主营业务是智能小家电产品的研发、设计、制造和销售。经对照，本次募投项目建设不涉及《国务院关于化解产能严重过剩矛盾的指导意见》（国发〔2013〕41号）中列示的产能过剩行业，亦不涉及《产业结构调整指导目录（2024年本）》所规定的限制类及淘汰类产业，不属于高耗能、高排放行业，符合产业政策，不存在需要取得主管部门意见的情形。

2、关于募集资金投向与主业的关系

本次募投项目围绕上市公司本身的主业开展，符合“与现有主业紧密相关，实施后与原有业务须具有明显的协同性”的相关要求，具体参见本节之“六、募集资金投资项目与既有业务的关系”。

综上，本次发行满足《管理办法》第三十条关于符合产业政策和板块定位（募集资金主要投向主业）的规定。

（二）不涉及“四重大”的情形

截至本募集说明书出具之日，公司主营业务及本次发行募投项目不涉及情况特殊、复杂敏感、审慎论证的事项；公司本次发行不存在重大无先例事项；不存在影响本次发行的重大舆情；不存在相关投诉举报、信访等重大违法违规线索，本次证券发行符合《监管规则适用指引——发行类第8号》的相关规定。

综上所述，公司本次发行满足“两符合”的相关规定，不涉及“四重大”的相关情形，符合《管理办法》第三十条、《适用意见》以及《监管规则适用指引——发行类第8号》的相关规定。

九、本次发行对公司财务状况、盈利能力、现金流量的影响

（一）本次发行对公司财务状况的影响

本次发行完成后，公司总资产与净资产规模均大幅增加，公司的资金实力将进一步提升，公司资产负债结构更趋合理，有利于增强公司抵御财务风险的能力，为公司的长期持续发展提供良好的保障。

（二）本次发行对公司盈利能力的影响

本次发行募集资金所投资项目的经营效益需要一定时间才能体现，因此本次发行后总股本增加会致使公司每股收益被摊薄。本次募集资金到账后，将为公司主营业务长期发展提供资金支持，随着公司主营业务进一步扩张，公司的盈利能力和经营业绩将显著提升。

（三）本次发行对公司现金流量的影响

本次发行后，随着募集资金的到位，公司筹资活动产生的现金流入将大幅增加；随着募集资金投资项目的实施及效益的产生，未来投资活动现金流出和经营活动现金流入将有所增加；随着公司盈利能力和经营状况的完善，公司整体现金

流状况将得到进一步优化。

十、前次募集资金使用情况

(一) 前次募集资金基本情况

1、前次募集资金到位情况

本公司经中国证监会《关于核准浙江比依电器股份有限公司首次公开发行股票批复》（证监许可〔2022〕129号）同意注册，向社会公开发行了人民币普通股（A股）股票4,666.50万股，发行价为每股人民币12.50元，共计募集资金总额为人民币58,331.25万元，扣除发行费用（不含税）合计人民币6,474.56万元后，实际募集资金净额为人民币51,856.69万元。上述募集资金已于2022年2月15日全部到位，业经中汇会计师事务所（特殊普通合伙）验证，并由其出具中汇会验〔2022〕0358号《验资报告》。

2、前次募集资金在专项账户的存放情况

截至2025年6月30日，公司前次募集资金存储情况如下：

单位：万元

开户银行	账号	初始存放金额	截止日存放金额
宁波银行股份有限公司余姚支行	61010122000797810	27,067.57	20.69
中国农业银行股份有限公司余姚城东支行	39615001040010741	10,344.46	5.96
中国银行股份有限公司余姚分行	353280609533	3,290.35	186.24
中信银行股份有限公司宁波分行	8114701014000412102	3,176.87	0.15
招商银行股份有限公司宁波余姚支行	574903030010811	10,000.00	-
小计 ¹	-	53,879.25	213.03
宁波银行股份有限公司余姚支行	86021110000178617	15,259.18	454.65
中国农业银行股份有限公司余姚分行	39-615001040012457	4,201.27	0.78
中国银行股份有限公司余姚分行	398784462854	1,884.80	1,429.83
中信银行股份有限公司宁波余姚支行	8114701012900501835	2,011.01	1,878.45
小计 ²	-	23,356.26	3,763.71
合计	-		3,976.74

注1：募集资金总额为人民币58,331.25万元，扣除中信证券承销和保荐费4,452.00万元，故2022年2月15日汇入本公司募集资金监管账户初始存放金额为53,879.25万元，截至2025年6月30日账户余额为公司于2022年2月开立的原募集资金专户之余额。

注2：根据公司2024年2月8日召开的第二届董事会第八次会议以及2024年12月20日召

开的第二届董事会第十九次会议审议通过的相关议案, 公司根据募投项目的实际情况及公司资金需求, 同意将“浙江比依电器股份有限公司年产 1000 万台厨房小家电建设扩产项目”、“年产 250 万台空气炸锅生产线技术改造项目”、“浙江比依电器股份有限公司研发中心建设项目”和“浙江比依电器股份有限公司信息化系统升级建设项目”尚未使用完毕的募集资金扣除待支付尾款后的剩余募集资金投入“中意产业园智能厨房家电建设项目(一期)”。上述各募投项目的实际剩余募集资金人民币 23,356.26 万元均已转至公司与全资子公司于 2024 年 3 月共同开立的募集资金专户, **截至 2025 年 6 月 30 日**账户余额为前述新开立的募集资金专户之余额。

注 3: 数据存在尾差差异主要系四舍五入所致。

截至 2025 年 6 月 30 日, 公司使用部分闲置募集资金进行现金管理期末余额人民币 0.00 万元。

(二) 前次募集资金实际使用情况

1、前次募集资金实际使用情况

本公司前次募集资金净额为人民币 51,856.69 万元。按照募集资金用途, 计划用于“浙江比依电器股份有限公司年产 1,000 万台厨房小家电建设扩产项目”、“年产 250 万台空气炸锅生产线技术改造项目”、“浙江比依电器股份有限公司研发中心建设项目”、“浙江比依电器股份有限公司信息化系统升级建设项目”、“补充流动资金”和“中意产业园智能厨房家电建设项目(一期)”。

截至 2025 年 6 月 30 日, 实际已投入资金人民币 **49,357.94 万元**, 公司前次募集资金投资项目的资金使用情况如下:

单位：万元

募集资金总额			51,856.69[注 1]			已累计投入募集资金总额		49,357.94		
变更用途的募集资金总额			23,356.26			各年度使用募集资金总额				
变更用途的募集资金总额比例			45.04%			2022 年度		26,660.50[注 2]		
						2023 年度		2,404.77		
						2024 年度		16,994.84		
						2025 年 1-6 月		3,297.83		
投资项目			募集资金投资总额			截止日募集资金累计投资额			实际投资金额与募集后承诺投资金额的差额	项目达到预定可使用状态日期（或截止日项目完工程度）
序号	承诺投资项目	实际投资项目	募集前承诺投资金额	募集后承诺投资金额[注 3]	实际投资金额	募集前承诺投资金额	募集后承诺投资金额[注 3]	实际投资金额		
1	浙江比依电器股份有限公司年产 1,000 万台厨房小家电建设扩产项目	浙江比依电器股份有限公司年产 1,000 万台厨房小家电建设扩产项目	25,045.01	10,797.65	10,779.91	25,045.01	10,797.66	10,779.91	-17.74	2024 年 2 月
2	年产 250 万台空气炸锅生产线技术改造项目	年产 250 万台空气炸锅生产线技术改造项目	10,344.46	6,297.64	6,297.64	10,344.46	6,297.64	6,297.64	0	2023 年 8 月
3	浙江比依电器股份有限公司研发中心建设项目	浙江比依电器股份有限公司研发中心建设项目	3,176.87	1,321.48	1,321.48	3,176.87	1,321.48	1,321.48	0	2024 年 2 月

4	浙江比依电器股份有限公司信息化系统升级建设项目	浙江比依电器股份有限公司信息化系统升级建设项目	3,290.35	1,357.08	1,174.28	3,290.35	1,357.08	1,174.28	-182.8	2025 年 2 月
5	补充流动资金	补充流动资金	10,000.00	10,000.00	10,000.00	10,000.00	10,000.00	10,000.00	0	不适用
6		中意产业园智能厨房家电建设项目（一期）		23,356.26	19,784.63		23,356.26	19,784.63	-3,571.64	2025 年 10 月
合计			51,856.69	53,130.11	49,357.94	51,856.69	53,130.12	49,357.94	-3,772.18	

注 1：本表中的“募集资金总额”系已扣除了承销及保荐费用、其他发行费用之后的实际募集资金净额。

注 2：其中包括公司募集资金置换先期自筹资金投入人民币 5,351.22 万元。

注 3：承诺募集资金投资总额变更具体内容详见本节“（三）前次募集资金变更情况”之“1、募集资金实际投资项目变更情况”。

注 4：2025 年 4 月 18 日，余姚市人民政府发布《余姚市远东单元控制性详细规划修编草案批前公示》，拟将“余姚市梨洲街道东至城东路、南至南环路、西起中山河、北到谭家岭东路”规划为“余姚市重要的城南综合门户片区；都市工业示范区；产城融合样板区”，公示时间为 2025 年 4 月 18 日至 2025 年 5 月 17 日。公司扩产项目属于上述规划地块范围内，所在地块规划拟调整为“二类城镇住宅与商业混合用地”。2025 年 8 月 21 日，余姚市自然资源和规划局出具《说明》。根据《说明》，《余姚市远东单元控制性详细规划修编》已获余姚市人民政府批复，批文为余政发（2025）21 号，扩产项目所在地的规划用地性质在《余姚市远东单元控制性详细规划修编》为二类城镇住宅与商业混合用地。届时，公司将配合相关政府部门要求，并根据中意产业园的建设和投产进度，在不影响生产的前提下于 2025 年底前启动搬迁工作，将扩产项目搬至中意产业园智能厨房家电建设项目（一期）。

注 5：已累计投入募集资金总额中已剔除税金置换的相关金额。

2、资金项目先期投入及置换情况

本公司前次募集资金置换先期募集资金投资项目投入人民币 9,962.92 万元。截至 2022 年 3 月 3 日, 本公司实际投入募集资金投资项目的自筹资金共计人民币 9,962.92 万元。本公司第一届董事会第十二次会议和第一届监事会第六次会议审议通过了《关于以募集资金置换预先已投入募投项目的自筹资金和已支付发行费用的议案》, 同意公司以募集资金置换预先已投入募投项目的自筹资金人民币 9,962.92 万元。上述先期投入募集资金投资项目的自筹资金额度, 业经中汇会计师事务所(特殊普通合伙)验证, 并由其出具了《关于浙江比依电器股份有限公司以自筹资金预先投入募集资金投资项目和支付发行费用的鉴证报告》(中汇会鉴〔2022〕0472 号)。

(三) 前次募集资金变更情况

1、募集资金实际投资项目变更情况

前次募集资金实际投资项目变更的情况如下:

单位: 万元

变更前承诺投资		变更后承诺投资		占前次募集资金总额的比例	变更原因
项目名称	投资金额	项目名称	投资金额		
浙江比依电器股份有限公司年产 1,000 万台厨房小家电建设扩产项目	25,045.01	浙江比依电器股份有限公司年产 1,000 万台厨房小家电建设扩产项目	10,797.65	20.82%	[注 1]
年产 250 万台空气炸锅生产线技术改造项目	10,344.46	年产 250 万台空气炸锅生产线技术改造项目	6,297.64	12.14%	
浙江比依电器股份有限公司研发中心建设项目	3,176.87	浙江比依电器股份有限公司研发中心建设项目	1,321.48	2.55%	
浙江比依电器股份有限公司信息化系统升级建设项目	3,290.35	浙江比依电器股份有限公司信息化系统升级建设项目	1,357.08	2.62%	
中意产业园智能厨房家电建设项目(一期)[注 2]	-	中意产业园智能厨房家电建设项目(一期)	23,356.26	45.04%	

注 1: 根据公司 2024 年 2 月 8 日召开的第二届董事会第八次会议审议通过的《关于变更募集资金投资项目的议案》, 公司根据募投项目的实际情况及公司资金需求, 同意将“年产 250 万台空气炸锅生产线技术改造项目”和“年产 1000 万台厨房小家电建设扩产项目”尚未使用完毕的募集资金扣除待支付尾款后的剩余募集资金专项用于新项目中工业用房项目(1#2#3#

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

注 2: 2024 年 1 月公司根据规划部门出具的《证明》, 确认年产 1000 万台厨房小家电建设扩产项目因地块规划用地性质变更为商住混合用地而无法继续扩建, 并于 2024 年 2 月公告了《浙江比依电器股份有限公司关于变更募集资金投资项目的公告》。2025 年 4 月, 余姚市人民政府发布《余姚市远东单元控制性详细规划修编草案批前公示》, 拟将“余姚市梨洲街道东至城东路、南至南环路、西起中山河、北到谭家岭东路”规划为“余姚市重要的城南综合门户片区; 都市工业示范区; 产城融合样板区”, 公示时间为 2025 年 4 月 18 日至 2025 年 5 月 17 日。

注 3: 据公司 2024 年 12 月 20 日召开的第二届董事会第十九次会议审议通过的《关于全资子公司中意产业园智能厨房家电建设项目相关信息调整的议案》, 公司拟增加中意项目的投资规模, 并实施分期建设。进一步明确前述前次募集资金结余变更后的投向属于中意产业园智能厨房家电建设项目(一期)之建设内容, 即 1-5 号楼及研发信息化工程, 建设期 2 年。上述募集资金的具体投向、项目实施进度等均无变化。

2、募集资金项目实际投资总额与承诺存在差异的情况说明

前次募集资金项目的实际投资总额与承诺投资总额的差异说明:

单位: 万元

投资项目	承诺募集资金 投资总额[注]	实际投入募 集资金总额	差异金额	差异原因
浙江比依电器股份有限公司年产 1,000 万台厨房小家电建设扩产项目	10,797.65	10,779.91	-17.74	项目待支付采购尾款
年产 250 万台空气炸锅生产线技术改造项目	6,297.64	6,297.64	-	-
浙江比依电器股份有限公司研发中心建设项目	1,321.48	1,321.48	-	-
浙江比依电器股份有限公司信息化系统升级建设项目	1,357.08	1,174.28	-182.8	项目待支付采购尾款
补充流动资金	10,000.00	10,000.00	-	-
中意产业园智能厨房家电建设项目(一期)	23,356.26	19,784.63	-3,571.64	尚处在建设期

注: 公司根据募投项目的实际情况及公司资金需求, 已将相关募投项目做相应变更。具体内容详见本小节“1、前次募集资金实际投资项目变更情况”。

(四) 前次募集资金投资项目对外转让或置换情况

截至 2025 年 6 月 30 日, 公司不存在募集资金投资项目对外转让情况。

公司于 2022 年 3 月 3 日召开第一届董事会第十二次会议, 审议通过了《关于以募集资金置换预先已投入募投项目的自筹资金和已支付发行费用的议案》, 同意公司以募集资金置换预先已投入募投项目的自筹资金人民币 9,962.92 万元, 公司已在规定时间内完成置换。

(五) 前次募集资金投资项目实现效益情况

1、募集资金投资项目实现效益情况对照表

单位：万元

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

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

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

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

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

2、募集资金投资项目无法单独核算效益的情况说明

“研发中心建设项目”不直接产生经济效益，项目效益将在未来体现在研发成果转化为产品所产生的经济效益，无法单独核算经济效益；“信息化系统升级建设项目”加深了信息技术在公司管理方面的渗透，提高了公司日常管理的精细化程度，有助于实现公司资源配置最优化，提高公司的核心竞争力，不产生直接的经济效益，无法单独核算经济效益；“补充流动资金”降低企业财务成本，增强公司竞争力及盈利能力，无法单独核算经济效益。

3、募集资金投资项目累计实现收益与承诺累计收益的差异情况说明

截至 2025 年 6 月 30 日，公司募集资金投资项目“浙江比依电器股份有限公司年产 1,000 万台厨房小家电建设扩产项目”和“年产 250 万台空气炸锅生产线技术改造项目”不存在前次募集资金投资项目累计实现收益低于承诺 20%(含 20%)以上的情况；“中意产业园智能厨房家电建设项目（一期）”尚处在建设期，尚未达产，预计于 2025 年 10 月达到预定可使用状态。

（六）前次发行涉及以资产认购股份的相关资产运行情况说明

不存在前次募集资金涉及以资产认购股份的情况。

（七）闲置募集资金情况说明

2022 年 3 月 25 日，公司召开第一届董事会第十三次会议和第一届监事会第七次会议，2022 年 4 月 11 日，公司召开 2022 年第一次临时股东大会，分别审议通过了《关于公司使用部分闲置募集资金进行现金管理的议案》，同意公司在确保不影响募集资金项目进度和使用、不影响公司正常生产经营以及募集资金安全的情况下，使用最高不超过人民币 26,000 万元（含本数）的闲置募集资金进行现金管理，上述额度自股东大会审议通过之日起 12 个月内有效，在前述额度和期限范围内，可循环滚动使用。

2023 年 3 月 20 日，公司召开第一届董事会第十九次会议、第一届监事会第十三次会议，2023 年 4 月 6 日，公司召开 2023 年第一次临时股东大会，分别审议通过《关于公司使用部分闲置募集资金进行现金管理的议案》，同意公司在确保不影响募集资金项目进度和使用、不影响公司正常生产经营以及募集资金安全

的情况下，使用最高不超过人民币 24,800 万元（含本数）的闲置募集资金进行现金管理，上述额度自股东大会审议通过之日起 12 个月内有效，在前述额度和期限范围内，可循环滚动使用。

2024 年 4 月 3 日，公司召开第二届董事会第十次会议和第二届监事会第八次会议，审议通过了《关于使用部分闲置募集资金进行现金管理的议案》，同意公司在确保不影响募集资金项目进度和使用、不影响公司正常生产经营以及募集资金安全的情况下，使用最高不超过人民币 23,000 万元（含本数）的闲置募集资金进行现金管理，上述额度自公司董事会审议通过之日起 12 个月内有效，在前述额度和期限范围内，可循环滚动使用。

截至 2025 年 6 月 30 日，公司使用部分闲置募集资金进行现金管理期末余额人民币 0.00 万元。

（八）前次募集资金结余及节余募集资金使用情况说明

截至 2025 年 6 月 30 日，募集资金使用情况和结余情况如下：

单位：万元

募集资金 总额(1)	累计利息收入及理 财产品收益扣除银 行手续费净额(2)	累计投入募集资 金项目(3)	结余金额 (4)=(1)+(2)-(3)	未使用金额及占 前次募集资金总 额的比例
51,856.69	1,477.99	49, 357. 94	3, 976. 74	7. 67%

募集资金未使用完毕的主要原因为项目尚在建设中，公司将按项目建设情况，合理使用募集资金。

（九）会计师事务所对前次募集资金运用所出具的报告结论

2024 年 12 月 20 日，中汇会计师事务所（特殊普通合伙）出具《关于浙江比依电器股份有限公司前次募集资金使用情况的鉴证报告》（中汇会鉴〔2024〕10890 号），并发表意见如下：

“我们认为，比依股份董事会编制的《关于前次募集资金使用情况的报告》在所有重大方面符合中国证券监督管理委员会发布的《监管规则适用指引——发行类第 7 号》的规定，公允反映了比依股份截至 2024 年 11 月 30 日的前次募集资金使用情况。”

第四节 董事会关于本次发行对公司影响讨论与分析

一、本次发行完成后，上市公司的业务及资产的变动或整合计划

本次向特定对象发行股票募集资金投资项目紧密围绕公司主营业务及未来发展战略布局展开。实施本次募集资金投资项目后，有利于提高公司中长期核心竞争力。本次发行不涉及公司业务与资产的整合。本次发行后，公司总资产规模、净资产规模均将有所提高，公司主营业务范围保持不变。

二、本次发行完成后，上市公司控制权结构的变化

本次发行前，公司控股股东为比依集团，直接持有公司 55.86%的股份。闻继望通过比依集团和比依香港间接持有公司 61.82%的表决权，同时，闻继望担任公司董事长，系公司的实际控制人。

本次发行后，比依集团仍为公司控股股东，闻继望仍为公司实际控制人。因此，本次向特定对象发行股票不会导致公司控股股东和实际控制人发生变化，不会导致公司股权分布不具备上市条件。

三、本次发行完成后，上市公司与发行对象及发行对象的控股股东和实际控制人从事的业务存在同业竞争或潜在同业竞争的情况

本次发行完成后，公司与控股股东、实际控制人及其关联方之间的业务关系、管理关系等方面不会因本次发行而发生重大变化。

本次发行完成后，公司与控股股东、实际控制人及其关联方之间不会因本次发行产生新的同业竞争或潜在同业竞争的情形。

公司控股股东、实际控制人于首次公开发行股票并上市时出具了《关于避免同业竞争的承诺函》并长期有效，就避免同业竞争问题，公司控股股东、实际控制人向公司承诺如下：

“1、本人及本人控制的其他企业目前未直接或间接从事与公司存在同业竞争的业务及活动；

2、本人愿意促使本人控制的其他企业将来不直接或通过其他任何方式间接从事构成与公司业务有同业竞争的经营活动；

3、本人将不在中国境内外直接或间接从事或参与任何在商业上对公司构成竞争的业务及活动或拥有与公司存在竞争关系的任何经济实体、机构、经济组织的权益；或以其他任何形式取得该经济实体、机构、经济组织的控制权；或委派人员在该经济实体、机构、经济组织中担任董事、高级管理人员；

4、未来如有在公司经营范围内相关业务的商业机会，本人将介绍给公司；对公司已进行建设或拟投资兴建的项目，本人将在投资方向与项目选择上避免与公司相同或相似；

5、如未来本人所控制的其他企业拟进行与公司相同或相似的经营业务，本人将行使否决权，避免其与公司发生同业竞争，以维护公司的利益；

6、本人将切实履行上述承诺及其他承诺，如未能履行承诺的，则本人同时采取或接受以下措施：（1）在有关监管机关要求的期限内予以纠正；（2）在股东大会及证券监管部门指定报刊上向股东和社会公众投资者道歉；（3）停止在公司处获得股东分红（如有）、领取薪酬（如有）；（4）造成投资者损失的，依法赔偿损失；（5）有违法所得的，予以没收；（6）其他根据届时规定可以采取的其他措施。（7）上述承诺在本人作为公司控股股东、实际控制人或能够产生重大影响的期间内持续有效且不可变更或撤销。”

四、本次发行完成后，上市公司与发行对象及发行对象的控股股东和实际控制人可能存在的关联交易的情况

本次发行的最终发行对象将在公司获得上交所审核通过并经中国证监会作出同意注册决定后，由董事会在股东会授权范围内，按照相关法律、行政法规、部门规章或规范性文件的规定，根据发行竞价结果与保荐人（主承销商）协商确定。由于发行对象尚未确定，现阶段无法判断本次发行的发行对象是否成为公司关联方，及公司是否与发行对象及发行对象的控股股东和实际控制人可能存在的关联交易的情况。

本次发行完成后，公司与发行对象若发生关联交易，公司将遵照市场化原则，公平、公允、公正地确定交易价格，严格遵守中国证监会、上交所关于上市公司关联交易的相关规定，确保公司依法运作，不损害公司及全体股东的利益。

第五节 本次发行相关的风险因素

一、经营风险

(一) 市场竞争加剧风险

公司以空气炸锅/空气烤箱等小家电为主要产品，在空气炸锅细分领域中获得了较强的竞争优势。空气炸锅及空气烤箱等小家电产品的市场竞争主要体现在企业能否持续保持产品品质、精细化的生产管理能力及客户需求的快速响应能力。如果公司不能持续保持产品品质、生产管理能力及快速响应能力，空气炸锅及空气烤箱等小家电产品的市场占有率可能下降进而影响公司的经营业绩，在未来愈加激烈的市场竞争中处于不利地位。

(二) 原材料价格波动风险

报告期内，公司产品的原材料成本占当期主营业务成本的比例在 70%以上，占比相对较高，该等原材料主要包括钢材、塑料粒子及 PCB 板等，若未来上述主要原材料的市场价格出现较大幅度的波动，则公司可能会面临原材料价格波动风险，从而对公司盈利产生不利影响。

(三) 产能消化的风险

公司在建项目投产后将形成较大产能，虽然相关产能将在未来 6 年内逐步释放，但鉴于未来新增产能消化主要来源于小家电行业整体增长、公司咖啡机及环境电器等产品的逐步起量等，如果未来出现下游市场需求放缓、市场竞争加剧或咖啡机及环境电器等品类销量不及预期等情形，公司将出现产能闲置的情形，进而导致公司可能出现业绩波动的风险。

(四) 客户集中的风险

报告期内，公司前五大客户的销售金额合计占营业收入比例均在 60%以上，第一大客户的收入占比在报告期内由 35%增长至 40%左右，客户集中度相对较高。虽然公司已与下游主要客户建立了较为稳定的业务合作关系，但若公司主要客户的经营状况变化或公司与主要客户的合作关系发生变化等，将可能导致公司业绩下降及回款减缓等不利影响。

（五）国际政治格局变化的风险

近年来，国际贸易摩擦给全球商业环境带来了不确定性，部分国家通过加征关税、技术禁令等方式，对国际贸易的正常发展造成了一定阻碍。同时，地缘政治风险加大，局部冲突时有发生，全球经济发展面临着诸多不确定因素。报告期内，公司境外收入金额占比分别为 84.30%、92.77%、92.25%和 **79.16%**，其中美国地区收入占比在 10%-15%左右。虽然目前国际政治形势尚未对公司的正常经营造成较大影响，但国际政治形势发展趋势存在其复杂性，未来如果出现重大变化，可能对公司下游市场需求等造成不利影响，进而导致公司出现业绩波动风险。

二、财务风险

（一）业绩波动的风险

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

（二）应收账款及应收票据收回的风险

报告期各期末，公司应收账款及应收票据金额合计分别为 44,749.23 万元、30,618.92 万元、63,624.84 万元和 **74,998.90 万元**，占公司流动资产的比例分别为 38.46%、28.68%、40.71%和 **46.40%**。报告期内，公司应收账款余额主要构成系账龄在 1 年以内的应收账款，占当期应收账款的比重在 99%以上。未来，随着公司业绩的持续增长及销售政策可能出现的变化，应收账款余额存在继续增加的可能，如果经济环境发生不利变化、客户经营不善等情形出现从而导致公司可能出现应收账款不能如期收回的风险。

（三）汇率变动风险

公司的外汇收支主要涉及境外销售，汇率的变动会产生汇兑损益进而影响公司的利润。由于汇率的变动受政治、经济、金融政策等多种因素影响，存在一定

的不确定性，因此，如果未来汇率出现较大幅度波动，将可能对公司造成一定的影响。

三、本次发行相关风险

（一）本次发行相关的审批风险

本次发行尚需经过上交所审核，并取得中国证监会同意注册的批复。本次发行能否通过上交所审核，并取得中国证监会同意注册的批复，尚存在不确定性。公司本次募投项目的资金安排、建设进度和投产时间等将一定程度上受到审批风险的影响。

（二）募集资金不足的风险

本次发行的发行方式为向特定对象发行，本次发行的发行结果受市场整体情况及股票价格走势等多种因素的影响。因此，本次发行存在发行募集资金不足的风险。

（三）股票价格波动风险

公司股票价格受公司经营状况、财务状况等基本面以及政治经济形势、资本市场走势及股票供求关系等因素的影响。公司本次发行仍需有关部门审批且需要一定的时间周期方能完成，在此期间股票市场价格可能出现波动。公司提醒投资者，需正视股价波动的风险。

（四）摊薄即期回报的风险

本次发行股票募集资金到位后，公司总股本和净资产将会有一定幅度的增加，但本次发行的募投项目实现效益需要一定的时间，本次发行后可能导致公司每股收益指标下降，本次发行在短期内存在摊薄公司即期回报的风险。

四、募投项目相关风险

（一）募投项目实施和收益不确定的风险

本次募集资金投资项目可行性分析是基于当前行业市场环境、技术发展趋势、公司运营管理情况等因素做出的。公司对这些项目的市场、技术、管理等方面进行了慎重、充分的调研和论证。但项目在实施过程中可能受到市场环境变化、产

业政策变化以及市场销售状况等因素的影响,致使项目的开始盈利时间和实际盈利水平与公司预测出现差异,从而影响项目的投资收益。如果项目不能顺利实施,或实施后由于各种原因导致收益无法达到预期,公司可能面临项目收益不达预期的风险。

(二) 募投项目新增产能消化不达预期的风险

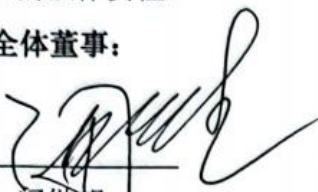
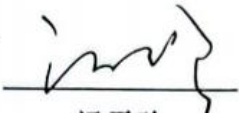
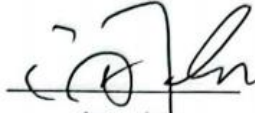
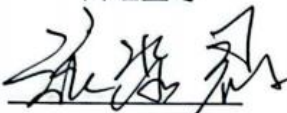
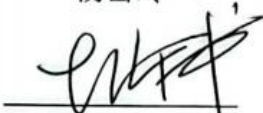
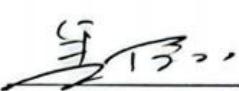
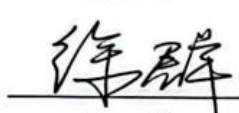
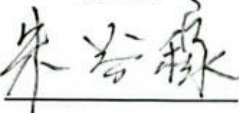
本次募集资金投资项目新增产能 1,500 万台/年,新增产能消化途径主要为小家电行业整体增长、新品类的开拓等。虽然公司已经结合市场前景、产业政策以及公司人员、技术、市场储备等情况对本次募投项目实施的可行性进行了充分论证,但若未来公司募投项目不能完全满足客户需求,或国内外经济环境、市场容量、竞争状况等发生重大不利变化,或公司市场开拓不及预期,则该等募投项目可能面临新增产能不能被及时消化的风险。

第六节 与本次发行相关的声明

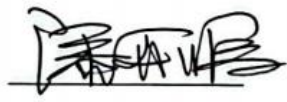
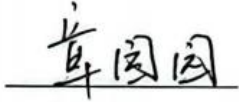
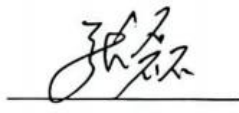
一、发行人及全体董事、监事、高级管理人员声明

本公司及全体董事、监事、高级管理人员承诺本募集说明书内容真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，按照诚信原则履行承诺，并承担相应的法律责任。

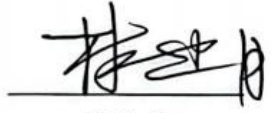
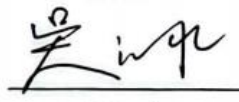
全体董事：

 闻继望	 汤雪玲	 闻超
 张淼君子	 胡东升	 金小红
 徐群	 朱容稼	 陈海斌

全体监事：

 潘再鸣	 章园园	 张磊
--	--	---

除董事外的高级管理人员：

 林建月	 谭雄	 张风
 吴江水	 翁建锋	



浙江比依电器股份有限公司

2025年9月8日

二、发行人控股股东、实际控制人声明

本公司或本人承诺本募集说明书内容真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，按照诚信原则履行承诺，并承担相应的法律责任。

控股股东：比依集团有限公司

控股股东法定代表人： 

闻继望

实际控制人： 

闻继望

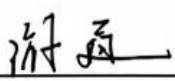
2025年9月8日

三、保荐人（主承销商）声明

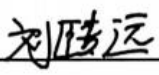
本公司已对募集说明书进行了核查，确认本募集说明书内容真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担相应的法律责任。

保荐代表人：


唐 青


游 通

项目协办人：


刘 颢 远

法定代表人：

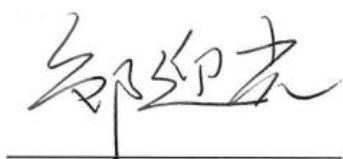

张佑君



保荐人总经理声明

本人已认真阅读募集说明书的全部内容，对募集说明书进行了核查，确认本募集说明书内容真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担相应的法律责任。

总经理：



邹迎光



保荐人董事长声明

本人已认真阅读募集说明书的全部内容,对募集说明书进行了核查,确认本募集说明书内容真实、准确、完整,不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏,并承担相应的法律责任。

董事长:


张佑君

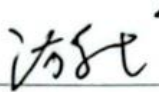

中信证券股份有限公司
2025年9月8日

四、律师事务所声明

本所及经办律师已阅读募集说明书,确认募集说明书内容与本所出具的法律意见书不存在矛盾。本所及经办律师对发行人在募集说明书中引用的法律意见书和律师工作报告的内容无异议,确认募集说明书不因引用上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏,并承担相应的法律责任。

经办律师:


冯 艾


游 弋


沈 娜

律师事务所负责人:


华晓军



五、会计师事务所声明

本所及签字注册会计师已阅读募集说明书,确认募集说明书内容与本所出具的审计报告等文件不存在矛盾。本所及签字注册会计师对发行人在募集说明书中引用的审计报告等文件的内容无异议,确认募集说明书不因引用上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏,并承担相应的法律责任。

签字注册会计师:


杨建平


郑 振

会计师事务所负责人签字:


高 峰

中汇会计师事务所(特殊普通合伙)



六、发行人董事会声明

(一) 董事会关于除本次发行外未来十二个月内是否有其他股权融资计划的声明

除本次发行外，公司未来十二个月内将根据业务开展情况、公司资产与负债状况、资金情况，确定是否实施其他股权融资计划。若公司未来根据业务发展需要及资产负债情况需安排股权融资时，将按照相关法律法规履行相关审议程序和信息披露义务。

(二) 董事会关于本次发行摊薄即期回报的相关承诺及兑现回报的具体措施

1、公司应对本次发行摊薄即期回报采取的措施

为保护广大投资者的合法权益，降低本次发行可能导致的对公司即期回报摊薄的风险，公司拟通过多种措施防范即期回报被摊薄的风险，实现公司业务的可持续发展，以增厚未来收益、填补股东回报并充分保护中小股东的利益。但公司制定的填补回报措施不等于对公司未来利润做出保证。具体措施如下：

(1) 加强募集资金管理，确保募集资金规范和有效使用

为保障公司规范、有效使用募集资金，公司根据《公司法》和《证券法》等有关规定，结合公司实际情况，制定了募集资金管理制度，明确规定公司对募集资金采用专户专储、专款专用的制度，以便于募集资金的管理和使用，并对其使用情况加以监督。本次向特定对象发行募集资金到位后，公司将定期检查募集资金使用情况，保证募集资金专款专用，确保募集资金按照既定用途得到有效使用。

(2) 积极落实募集资金投资项目，加快主营业务的拓展，提高公司的竞争力

本次募集资金投资项目建成达产后，公司产能及销售规模将进一步扩大，有利于提升公司市场份额、竞争力和可持续发展能力，为公司的战略发展带来有力保障。

本次向特定对象发行募集资金到位后，公司管理层将加快募集资金投资项目的推进，力争早日实现预期收益，从而降低本次发行对股东即期回报摊薄的风险。

(3) 优化经营管理，提升经营效率

本次发行所筹集资金到位后，公司将致力于进一步提升内部运营管理水平，优化资金使用效率，并完善投资决策机制。公司将制定更为高效的资金运用方案，严格控制资金成本，同时加强成本管理，以全面且有效地降低公司的经营风险。

此外，公司将持续推进人才发展体系的构建，改进激励机制，以充分激发员工的潜力和积极性。通过这些措施提高公司的运营效率、降低运营成本，并提升公司的经营业绩。

(4) 保持和优化利润分配制度，强化投资者回报机制

公司将根据中国证监会的要求、《公司章程》的规定，执行公司利润分配相关事项，充分维护公司股东依法享有的资产收益等权利，完善董事会、股东大会对公司利润分配事项的决策程序和机制。本次向特定对象发行完成后，公司将严格执行现行分红政策，在符合利润分配条件的情况下，积极推动对股东的利润分配，加大落实对投资者持续、稳定、科学的回报，切实保护公众投资者的合法权益。

综上，本次发行完成后，公司将进一步加强对募集资金的管理，加速推进募投项目投资建设，完善公司治理结构，尽快实现项目预期效益，在符合利润分配条件的前提下，积极推动对股东的利润分配，保障公司股东特别是中小股东的利益，有效降低原股东即期回报被摊薄的风险。

2、公司全体董事、高级管理人员对公司填补回报措施能够得到切实履行作出的承诺

公司董事、高级管理人员根据中国证券监督管理委员会、上交所的相关规定，对公司填补回报措施能够得到切实履行，作出如下承诺：

(1) 本人承诺不会无偿或以不公平条件向其他单位或者个人输送利益，也不会采用其他方式损害公司利益；

(2) 本人承诺对职务消费行为进行约束；

(3) 本人承诺不会动用公司资产从事与其履行职责无关的投资、消费活动；

(4) 本人承诺由董事会或薪酬与考核委员会指定的薪酬制度与公司填补回报措施的执行情况相挂钩；

(5) 若公司后续推出股权激励政策, 本人承诺拟公布的股权激励的行权条件与公司填补回报措施的执行情况相挂钩;

(6) 自本承诺出具日至公司本次发行实施完毕前, 若中国证监会或上交所做出关于填补回报措施及其承诺的新的监管规定的, 且上述承诺不能满足该等规定的, 本人承诺届时将按照中国证监会或上交所的最新规定出具补充承诺;

(7) 本人承诺切实履行公司制定的有关填补回报措施以及本人对此作出的任何有关填补回报措施的承诺, 若本人违反该等承诺并给公司或者投资者造成损失的, 本人愿意依法承担对公司或者投资者的补偿责任;

(8) 作为填补即期回报措施相关责任主体之一, 本人若违反上述承诺或拒不履行上述承诺, 本人同意按照中国证监会和上交所等证券监管机构按照其制定或发布的有关规定、规则, 对本人做出相关处罚或采取相关监管措施, 并愿意承担相应的法律责任。

(以下无正文)

(本页无正文, 为本募集说明书《发行人董事会声明》之盖章页)

浙江比依电器股份有限公司董事会



2025 年 9 月 8 日