

股票简称：星徽股份

股票代码：300464



广东星徽精密制造股份有限公司

(广东省佛山市顺德区北滘镇北滘社区居民委员会科业路 3 号之三)

2020 年创业板向特定对象发行股票

募集说明书

(修订稿)



保荐机构（主承销商）



联储证券有限责任公司  
LIANCHU SECURITIES CO., LTD.

二〇二一年一月

# 目录

目录.....	1
发行人声明.....	3
重大事项提示.....	4
一、公司利润分配政策.....	4
二、公司最近三年现金分红及未分配利润使用情况.....	7
三、重要风险因素提示.....	8
释义.....	10
第一节 发行人基本情况.....	12
一、股权结构、控股股东及实际控制人情况.....	12
二、所处行业的主要特点及行业竞争情况.....	13
三、业务模式、产品或服务的主要内容以及主要生产设备、房屋、经营资质和核心技术等情况.....	29
四、现有业务发展安排及未来发展战略.....	37
五、财务性投资情况.....	38
六、商誉情况.....	42
七、未决诉讼、仲裁等事项.....	50
八、报告期内的行政处罚.....	54
九、历次募集资金运用.....	55
十、存货跌价准备计提情况.....	57
第二节 本次证券发行概要.....	61
一、本次发行的背景和目的.....	61
二、发行对象及与发行人的关系.....	62
三、发行证券的价格或定价方式、发行数量、限售期.....	62
四、募集资金投向.....	64
五、本次发行是否构成关联交易.....	64
六、本次发行是否将导致公司控制权发生变化.....	64

七、本次发行方案取得有关主管部门批准的情况以及尚需呈报批准的程序	65
第三节 董事会关于本次募集资金使用的可行性分析	66
一、募集资金使用计划、实施主体及投入方式	66
二、本次募集资金投资项目的基本情况	66
三、本次募集资金投资项目与公司现有业务的关系、公司从事募投项目在人员、市场等方面的储备情况	105
四、本次发行对公司经营管理和财务状况的影响	106
第四节 董事会关于本次发行对公司影响的讨论与分析	108
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	108
二、本次发行完成后，上市公司控制权结构的变化	108
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	108
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	108
第五节 与本次发行相关的风险因素	110
一、对公司核心竞争力、经营稳定性及未来发展可能产生重大不利影响的因素	110
二、可能导致本次发行失败或募集资金不足的因素	113
三、对本次募投项目的实施过程或实施效果可能产生重大不利影响的因素	113
第六节 与本次发行相关的声明	115
一、发行人及全体董事、监事、高级管理人员声明	115
二、发行人控股股东、实际控制人声明	116
三、保荐人及其保荐代表人声明	117
四、发行人律师声明	119
五、会计师事务所声明	120
六、发行人董事会声明	121

## 发行人声明

本公司全体董事、监事、高级管理人员承诺募集说明书不存在任何虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并保证所披露信息的真实、准确、完整。

公司负责人、主管会计工作负责人及会计机构负责人（会计主管人员）保证募集说明书中财务数据真实、完整。

证券监督管理机构及其他政府部门对本次发行所作的任何决定，均不表明其对发行人所发行证券的价值或者投资人的收益作出实质性判断或者保证。任何与之相反的声明均属虚假不实陈述。

根据《证券法》的规定，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，由此变化引致的投资风险，由投资者自行负责。

## 重大事项提示

投资者在评价公司本次向特定对象发行时，应特别关注下列重大事项，并仔细阅读本募集说明书中有关风险因素的章节。

### 一、公司利润分配政策

根据《公司法》、《证券法》、《关于进一步落实上市公司现金分红有关事项的通知》、《上市公司监管指引第3号——上市公司现金分红》，结合公司实际情况，为进一步规范和完善公司现金分红决策程序和机制，公司制定了相关利润分配政策。

公司现行《公司章程》中有关利润分配政策的具体内容如下：

#### （一）利润分配政策的基本原则

- 1、公司的利润分配政策应保持连续性和稳定性，重视对投资者的合理投资回报，兼顾全体股东的整体利益及公司的可持续发展。
- 2、公司对利润分配政策的决策和论证应当充分考虑独立董事和公众投资者的意见。
- 3、公司可以采取现金或股票等方式分配利润，利润分配不得超过累计可分配利润的范围，不得损害公司的持续经营能力。
- 4、在符合利润分配原则、保证公司正常经营和长远发展的前提下，公司应注重现金分红。

#### （二）利润分配的形式

公司可以采取现金、股票或现金与股票相结合的方式分配股利。在有条件的情况下，公司可以进行中期利润分配。

#### （三）公司现金分红的具体条件和比例

公司实施现金分红时须满足下列条件：

1、公司当年盈利且累计可供分配利润为正值（应当以母公司报表中可供分配利润为依据，同时应以合并报表、母公司报表中可供分配利润孰低原则），且现金流充裕，实施现金分红不会影响公司正常经营；

2、公司无重大投资计划或重大现金支出等事项发生（募集资金项目除外），重大投资计划或重大现金支出是指公司无重大投资计划或重大现金支出等事项发生（募集资金项目除外），重大投资计划或重大现金支出是指公司未来12个月内拟对外投资、收购资产或者购买设备累计支出达到或者超过公司最近一期经审计净资产的10%且超过人民币10,000万元；

3、公司最近一期经审计资产负债率超过70%时，公司可不进行现金分红；

在符合利润分配原则、保证公司正常经营和长远发展的前提下，在满足现金分红条件时，公司连续三年以现金方式累计分配的利润不少于该三年实现的年均可供分配利润的30%。利润分配不得超过累计可供分配利润。

#### （四）差异化分红政策

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

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

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

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

公司发展阶段不易区分但有重大资金支出安排的，可以按照前项规定处理。

#### （五）公司发放股票股利的条件

公司采取股票方式分配股利时，应当充分考虑利润分配后的股份总额与公司经营规模相适应，具有公司成长性、每股净资产的摊薄等真实合理因素，并考虑

股份总额增大对公司未来从证券市场融资的影响,以确保分配方案符合公司股东的整体利益。

### （六）利润分配方案的审议程序

1、董事会在重视对投资者的合理投资回报,兼顾全体股东的整体利益及公司可持续发展的基础上,提出利润分配预案,董事会就利润分配预案的合理性进行充分讨论,形成专项决议后提交股东大会审议。

独立董事可以征集中小股东的意见,提出分红提案,并直接提交董事会审议。

2、董事会在审议利润分配预案时,需经全体董事过半数同意,独立董事应对公司利润分配的具体方案发表独立意见。监事会应当对董事会制定的利润分配预案进行审议,并经过半数监事同意方可通过。股东大会对现金分红具体方案进行审议时,应当通过多种渠道主动与股东特别是中小股东进行沟通和交流,充分听取中小股东的意见和诉求,并及时答复中小股东关心的问题,除设置现场会议投票外,还应当向股东提供网络投票系统予以支持,切实保障社会公众股东参与股东大会的权利。

3、公司当年盈利且满足现金分红条件但未做出现金分红方案的,董事会应就未进行现金分红的具体原因、公司留存收益的用途或使用计划等事项进行专项说明,经独立董事发表意见后提交股东大会审议,并在公司指定媒体上予以披露。

4、股东大会在审议利润分配方案时,须经出席股东大会的股东所持表决权的过半数通过。如股东大会审议发放股票股利或以公积金转增股本的方案的,须经出席股东大会的股东所持表决权的三分之二以上通过。

### （七）利润分配方案的变更

因国家法律法规和证券监管部门对上市公司利润分配政策颁布新的规定或者因公司外部经营环境或自身经营状况发生较大变化,确有必要调整利润分配政策尤其是现金分红政策的,董事会应以股东权益保护为出发点拟定利润分配调整政策,详细论证调整理由,董事会审议变更公司利润分配政策相关事项,须经全体董事三分之二以上通过,且独立董事应发表明确意见。调整后的利润分配政策不得违反中国证监会和证券交易所的有关规定;有关利润分配政策调整的议案经

董事会审议后提交股东大会审议并经出席股东大会的股东表决权的2/3以上通过。股东大会审议利润分配政策变更事项时，公司为股东提供网络投票方式。

## 二、公司最近三年现金分红及未分配利润使用情况

### （一）最近三年现金分红情况

公司近三年的利润分配方案及资本公积金转增股本方案情况如下：

#### 1、2017年利润分配

公司于2018年5月14日召开2017年度股东大会，审议通过了《关于2017年度利润分配的议案》，同意公司2017年度不派发现金红利、不送红股，不以资本公积金转增股本。

#### 2、2018年利润分配

公司于2019年5月15日召开2018年度股东大会，审议通过了《关于2018年度利润分配的议案》，同意公司2018年度不派发现金红利、不送红股，不以资本公积金转增股本。

#### 3、2019年利润分配

公司于2020年5月20日召开2019年度股东大会，审议通过了《关于2019年度利润分配的议案》，同意以总股本353,122,175股为基数，向全体股东每10股派发现金股利0.85元（含税），合计派发现金股利30,015,384.88元（含税）。本次利润分配后公司剩余未分配利润滚存至下一年度。本年度不进行送股及资本公积转增股本。

最近三年，公司的现金分红情况如下：

单位：元

分红年度	现金分红的金额 (含税)	合并报表中归属于母公司的净利润	占归属于母公司的净利润的比例
2019年	30,015,384.88	148,553,520.80	20.21%
2018年	-	2,044,036.37	-
2017年	-	15,086,910.56	-
最近三年归属于上市公司股东的年均可分配利润			55,228,155.91

最近三年累计现金分红占实现的年均可分配利润的比例	54.35%
--------------------------	--------

## （二）未分配利润使用安排

为保持公司的可持续发展，公司实现的归属于上市公司股东的净利润在向股东分配后结转至下一年度，作为公司业务发展资金的一部分，用于公司的生产经营。

## 三、重要风险因素提示

发行人特别提醒投资者注意以下重要风险提示，详细风险因素请认真阅读本募集说明书“第五节 与本次发行相关的风险因素”。

### （一）新技术研发和新产品开发的风险

消费电子行业发展日新月异，具有产品生命周期短、技术迭代速度快的特征，对本行业市场参与者的快速研发能力、市场营销反应速度以及日常经营管理效率提出了更高的要求。与此同时，同行业竞争对手不断提升产品技术水平、改良设计、优化市场营销和内部管理，若公司不能紧跟消费电子行业变化并持续研发新技术、新产品和新设计，及时开发符合消费者需要的产品，可能面临因产品不能适销对路、无法顺应行业的快速变化而被市场淘汰的风险。

### （二）市场竞争风险

随着家居五金和消费电子行业技术的快速革新、商业模式和营销手段不断发展，本行业吸引了越来越多市场参与者加入市场竞争中，国际大型品牌企业、各类本土中小企业乃至微型创业型企业迅速崛起，市场参与者数量、行业规模均呈现稳步增长态势。当前，公司面临行业竞争者增多、市场竞争加剧风险，可能会导致公司在经营扩张过程中面临更大竞争挑战，导致业绩增速放缓、利润空间收窄的情况，从而影响公司经营业绩和财务状况。

### （三）新增资产相关折旧、摊销费用对公司业绩造成影响的风险

本次募集资金投资项目实施后，公司固定资产、无形资产等将增加较多。如果本次募集资金投资项目未来未能实现预期经济效益，或本次募集资金投资项目未来产生的经济效益无法覆盖新增资产带来的折旧、摊销费用，则公司存

在因折旧、摊销费用增加而导致净利润下滑的风险。

## 释义

在本募集说明书中，除非另有说明，下列词语具有如下含义：

一般释义		
公司、本公司、发行人、星徽股份	指	广东星徽精密制造股份有限公司
星徽有限	指	顺德市星徽金属制品有限公司，2004年3月9日变更为佛山市顺德区星徽金属制品有限公司，2009年6月17日变更为广东星徽金属制品有限公司
本次发行、本次向特定对象发行股票	指	广东星徽精密制造股份有限公司本次向特定对象发行股票的行为
定价基准日	指	本次向特定对象发行股票的发行期首日
清远星徽	指	清远市星徽精密制造有限公司
泽宝技术、泽宝	指	深圳市泽宝创新技术有限公司
Donati	指	Donati S.r.l.
深圳邻友通、邻友通	指	深圳市邻友通科技发展有限公司
安克创新	指	安克创新科技股份有限公司
跨境通	指	跨境通宝电子商务股份有限公司
天泽信息	指	天泽信息产业股份有限公司
傲基科技	指	傲基科技股份有限公司
星野投资、控股股东	指	顺德市星野实业有限公司，2004年3月9日变更为佛山市顺德区星野实业有限公司，2010年8月26日变更为广东星野投资有限责任公司
实际控制人	指	蔡耿锡、谢晓华夫妇
《公司章程》	指	《广东星徽精密制造股份有限公司章程》
《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》
《管理办法》	指	《创业板上市公司证券发行注册管理办法（试行）》
证监会	指	中国证券监督管理委员会
深交所	指	深圳证券交易所
保荐机构、保荐人、主承销商	指	联储证券有限责任公司
股东大会、董事会、监事会	指	广东星徽精密制造股份有限公司股东大会、董事会、监事会
报告期/最近三年一期	指	2017年、2018年、2019年、2020年1-9月
报告期各期末	指	2017年12月31日、2018年12月31日、2019年12月31日、2020年9月30日
A股、股票	指	境内上市的每股面值1.00元的人民币普通股股票
元、万元、亿元	指	人民币元、人民币万元、人民币亿元
专业释义		
滑轨	指	由金属或其它材料制成的槽或脊，可承受、固定、引导移动装置或设备并减少其摩擦的一种装置
隐藏式滑轨	指	安装后，使用时正常视角看不见的滑轨
铰链	指	用来连接两个固体，并允许两者之间做转动的机械装置
亚马逊/Amazon	指	亚马逊公司（Amazon）的网络销售平台

B2B	指	Business-to-Business, 即企业与企业之间通过专用网络或互联网进行数据信息的交换、传递, 开展交易活动的商业模式
B2C	指	Business-to-Consumer, 即直接面向消费者销售产品和服务的电子商务零售模式。这种形式的电子商务一般以网络零售业为主, 主要借助于互联网开展在线销售活动
Seller Central	指	第三方卖家平台, 系亚马逊运营平台之一
FBA	指	全称“Fulfillment by Amazon”, 指亚马逊店铺卖家将自身产品运送至当地亚马逊仓库中, 由亚马逊在海外提供专业的仓储和物流服务, 由其负责货物的选拣、储存、包装和运输

注: 本募集说明书除特别说明外所有数值保留二位小数, 若合计数与各加数直接相加之和在尾数上存在差异, 均为四舍五入原因造成。

## 第一节 发行人基本情况

### 一、股权结构、控股股东及实际控制人情况

#### (一) 股权结构

截至 2020 年 9 月 30 日，公司总股本为 353,122,175 股，其中 97,900,990 股为有限售条件的股份，其余股份为无限售条件的流通股份，发行人股本结构如下：

股份类别	股份数量(股)	股份比例
一、有限售条件股份	97,900,990	27.72%
其中：境内法人持股	43,866,519	12.42%
境内自然人持股	50,050,543	14.17%
境外法人持股	3,983,928	1.13%
二、无限售条件股份	255,221,185	72.28%
三、股份总数	353,122,175	100.00%

#### (二) 控股股东及实际控制人情况

##### 1、公司控股股东情况

公司的控股股东为星野投资，其基本情况如下：

公司名称	广东星野投资有限责任公司
法定代表人	蔡耿锡
注册资本	1,050 万元
统一社会信用代码	914406066176565017
注册地址	佛山市顺德区北滘镇三洪奇大桥东北滘经济开发区
公司类型	有限责任公司(自然人投资或控股)
成立时间	1997 年 1 月 16 日
经营范围	对制造业、建筑业、房地产业、商务服务业进行投资。(依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动)
股权结构	蔡耿锡、谢晓华持股比例分别为 50.48%、49.52%

星野投资最近一年合并报表主要数据（未经审计）如下：

合并资产负债表主要数据	2019.12.31	单位：万元
总资产	374,214.37	
流动资产	194,625.77	
非流动资产	179,588.60	
负债总额	186,774.33	
流动负债	151,563.01	

非流动负债	35,211.32
所有者权益	187,440.04
<b>合并利润表主要数据</b>	<b>2019年</b>
营业总收入	349,133.66
营业总成本	338,004.78
营业利润	19,752.83
利润总额	17,969.02
净利润	16,106.68

## 2、实际控制人情况

公司的实际控制人为蔡耿锡和谢晓华夫妇。

蔡耿锡先生，1965年11月出生，汉族，中国国籍，身份证号码：36210119651120\*\*\*\*，无境外永久居留权，硕士学位。1989年10月至1994年4月，在顺德裕华实业有限公司技术部工作；1994年11月，创立公司前身星徽有限并任总经理，于2018年2月7日辞去广东星徽精密制造股份有限公司总经理职务。现任广东星徽精密制造股份有限公司董事长。

谢晓华女士，1973年4月出生，中国国籍，拥有中国香港永久居留权，香港身份证号码：P5727\*\*\*，专科学历。1994年11月至2009年12月，任星徽有限董事长；2009年12月至今，任广东星徽精密制造股份有限公司董事。

## 二、所处行业的主要特点及行业竞争情况

### (一) 行业主管部门、监管体制、主要法律法规及政策

按照《国民经济行业分类》(GB/T4754-2017)的分类，母公司星徽股份属于结构性金属制品制造(行业代码：C331)，泽宝技术属于家用电器及电子产品专门零售(行业代码：F527)；根据《上市公司行业分类指引(2012年修订)》的分类，母公司星徽股份属于金属制品业(行业代码：C33)，泽宝技术属于零售业(行业代码：F52)。在实际应用中，泽宝技术所处行业通常被定义为跨境电商行业。

#### 1、金属制品业

##### (1) 行业主管部门与监管体制

金属制品业是充分竞争的行业，行业主管机构为中华人民共和国国家发展和改革委员会（以下简称“发改委”）和中华人民共和国工业和信息化部（以下简称“工信部”）。发改委负责行业产业政策的研究制定，拟定行业的中长期发展规划，指导行业结构调整、行业体制改革，以及投资项目审核或备案等工作。工信部拟定并组织实施行业中长期发展规划，推进工业体制改革和管理创新，提高行业综合素质以及核心竞争力，指导行业加强安全生产管理。

五金制品行业的行业管理机构是中国轻工联合会下属的中国五金制品协会，该协会成立于1988年11月，是唯一的全国五金制造商协会，由我国日用五金、工具五金、建筑五金方面的重点企业、地方五金协会、地方五金工业公司、科研设计单位等组成，其职责是在国家法律、法规指导下，发挥政府和企业之间的桥梁和纽带作用，及时反映会员的要求和愿望，为会员单位服务，维护会员的合法权益，传达政府的意图并协助政府部门进行行业管理，促进五金行业的发展。公司已加入中国五金制品协会，现为协会会员。

## （2）主要法律法规及产业政策

序号	法律、法规或政策	颁布机构	颁布时间	涉及内容
1	《轻工业发展规划（2016-2020年）》	工信部	2016年8月	明确了五金制品工业发展的方向，将重点推动五金制品工业向机械化、自动化和智能化方向发展。加快整体厨房、燃气具、家用吸油烟机、卫浴产品的研发设计和技术创新。重点发展冷凝式燃气快速热水器、高效净化型吸油烟机、高效燃气灶具、智能节能健康型不粘锅、无油烟锅、高档刀具、节水恒温水龙头和花洒、电子智能锁等创新产品。提高高精度锻造、压铸设备、数控加工设备、先进热处理和表面处理设备及工具的使用比例。发展专业电镀企业和集中电镀服务，严格要求达标排放。支持产业集群区公共服务平台建设

## 2、跨境电商行业

### （1）行业主管部门与监管体制

泽宝技术主要从事自有品牌的电源类、蓝牙音频类、小家电类、电脑手机周边类、个护健康类等产品的自主研发、设计和销售。在跨境电商行业中，参与企业在遵循法律法规和产品标准的前提下进行自由的市场化竞争。我国跨境电商行业行政主管部门主要为工信部。工信部主要负责拟定并实施行业规划、

产业政策和技术标准；推动重大技术装备发展和自主创新；指导推进信息化建设等。此外，工信部亦承担行业宏观调控及行政管理职能，不定期发布行业产业政策及对本行业的发展进行宏观调控。

跨境电商行业的行业自律组织是中国电子商会，系全国从事消费电子及信息化产品生产销售的企业及团体自愿组成的社团性行业组织，受工信部指导。中国电子商会主要负责执行国家电子信息行业发展的有关方针与政策，按照发展社会主义市场经济的原则，促进消费电子及信息化产品生产的不断发展，维护会员的合法权益，为消费电子行业的生产经营培育良好的市场环境。

## （2）主要法律法规及产业政策

序号	法律、法规或政策	颁布机构	颁布时间	涉及内容
1	海关总署公告 2020年第75号	海关总署	2020年 10月	贯彻落实了党中央国务院关于加快跨境电子商务（以下简称“跨境电商”）新业态发展的部署要求，充分发挥了跨境电商稳外贸保就业等积极作用，进一步促进了跨境电商健康快速发展
2	国家外汇管理局 关于支持贸易新业态发展的通知	国家外汇管理局	2020年 5月	为促进外贸提质增效，加快跨境电子商务等贸易新业态发展，提高贸易外汇收支便利化水平，外汇管理局便利了跨境电商的进出口结汇业务
3	国务院常务会议	国务院	2020年 4月	在已设立59个跨境电商综合试验区基础上，再新设46个跨境电商综合试验区。至此，中国跨境电商综合试验区将扩容至105个

## （二）行业概况

### 1、金属制品业

金属制品涉及人民生活的衣、食、住、用、行等各个方面，是我国轻工业的重要组成部分，一直受到国家相关产业政策的鼓励和支持。目前我国已成为全球五金制品的生产与加工中心、采购中心和消费市场。从世界范围来看，欧美、日本等发达国家企业凭借其先进的机械技术和应用技术，早期占据了金属制品行业的垄断地位。随着我国工业技术的迅速发展以及行业结构的不断优化调整，下游行业对金属产品需求迅速增长，金属制品行业在规模或技术方面均得到了快速的发展。

## 2、跨境电商行业

跨境电商指分属不同关境的交易主体，通过电子商务平台达成交易、进行支付结算，并通过跨境物流送达商品、完成交易的一种国际商业活动。进出口跨境电商平台分类众多，简化来看可大致分为三类，分别是服务类平台、自营类平台以及独立站。不管是以交易服务还是信息服务为主的平台型跨境电商，自身不掌控货源，主要搭建买卖双方的桥梁撮合双方交易，主要盈利来源为会员费以及增值服务费（营销推广费、信息服务费等）。自营型跨境电商则自己掌控货源，依托其他第三方服务平台，进行商品销售，因此主要利润来源于商品购销价差，该部分跨境电商参与者可理解为位于第三方平台的卖家。独立站则是商家将自有货源放于自营网站上销售给海外消费群体，其盈利来源与自营型跨境电商类似，均为商品的购销价差。泽宝技术为自营类平台。

受益于互联网技术和物流行业的快速发展、海外市场的需求的不断增加以及相关政策的大力支持，我国出口跨境电商交易规模增长较快。

### （三）行业发展趋势

#### 1、金属制品业

##### （1）“双循环”背景驱动行业稳步增长

在供需改善的背景下，国内制造业景气度自 2015 年底起触底回升。自 2016 年 8 月起，中国 PMI 已经连续一年站上荣枯分水线上方；同时中国工业企业设备能力利用水平、固定资产投资情况自 2016 年开始稳步增长，制造业景气度继续上行，中国 GDP 增速在 2015 年至 2019 年，复合增速为 9.51%。



数据来源：Wind

2020年7月30日，中央政治局会议指出，“加快形成以国内大循环为主体、国内国际双循环相互促进的新发展格局”，对未来中国宏观经济催化作用体现为扩大内需以及深化供给侧结构性改革，增加有效供给，为金属制品业的稳步增长奠定了基础。

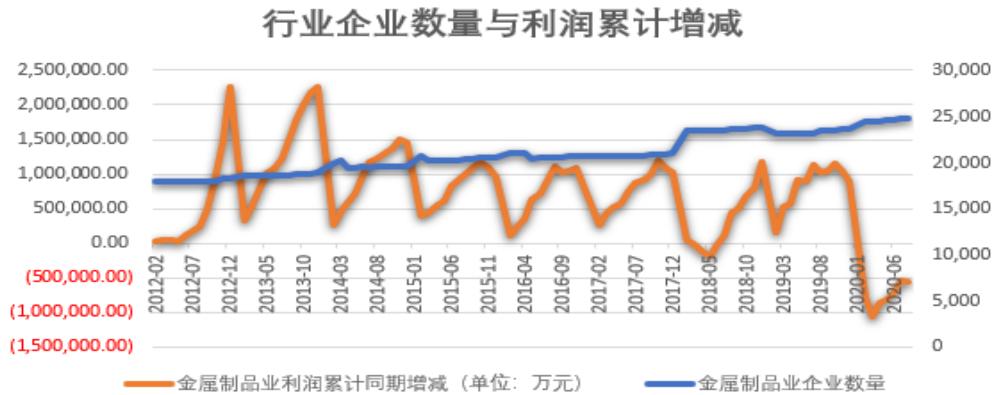
### （2）进口替代趋势日渐显现

近几年，我国高端金属连接件产品替代进口趋势日渐显现。一方面，随着行业的发展和市场不断规范，生产企业开始重视新产品的开发及知识产权保护，为高端产品的国产化奠定基础。另一方面，金属连接件厂商由于与下游客户开展深入合作，凭借成本、个性服务、细分市场的优势逐步获得下游客户的认可，尤其是我国制造业本身的产业升级，对新型配件工艺研究提出了更高要求，对精密金属连接件的本地化服务需求不可或缺。我国金属连接件生产企业与下游制造企业客户形成了更为紧密的联系，及时满足制造业的工艺需求，替代进口步伐将不断加快，从而获取原本进口产品所占据的市场空间。

### （3）金属制品业向规模化、集约化趋势发展

中国的金属制品业是具有一定技术含量的劳动密集型产业，并且主要面向国内市场。在工农业稳定发展、城市化进程持续推进的情况下，金属制品需求不断增长，自2012年至2020年8月，行业企业数量由17,957家增长至24,785家，复合增长率为2.1%，行业规模持续扩大；行业整体利润总额下降幅度较大，而龙头企业利润保持增长，表明实力强大企业经营效益稳步提高，中小型企业盈利

能力减弱。目前，我国金属制品行业发展较为混乱，仍面临着较多问题需要改善，未来调整产业结构，推动行业健康发展仍是当务之急，规模化、集约化发展将成为行业趋势，未来中小企业经营压力将日益增大，小型企业将逐步被市场所淘汰。



数据来源：Wind

#### (4) 下游多产业带动，为行业发展提供新的增长点

精密金属连接件的传统应用领域主要为家具及家居市场，2019年，房价整体维持温和上涨，中国商品房销售面积17.2亿平方米，累计同比下降0.1%，增速较上年全年回落2.4个百分点；同期销售金额16.0万亿元，累计同比增长6.5%，增速较上年回落5.7个百分点。目前房价涨势仍好于2014年低谷期，行业韧性犹存，对于公司下游行业的影响较弱，下游行业在良好的宏观经济走势下仍保持上行。



数据来源：Wind

同时，家电、工业、IT等领域对金属连接件应用的兴起，精密度、复杂度较高的中高档产品市场容量也不断加大，为具备新产品研发实力的企业提供更多新的利润增长点。

## 2、跨境电商行业

### (1) 打破外贸环节提供价格优势

与传统贸易商相比，出口跨境电商产品价格优势更明显、利润更高、实时性更强、消费体验更好。对于企业来说，由于大多数传统贸易存在众多中间环节，通常需要跨越 5 个渠道（中国制造商/生产商，中国出口商，外国进口商，外国批发商，外国零售商）产品才能到达最后消费者手里，进出口环节多，导致贸易利润较低且层层加价。而跨境电商跳过传统外贸冗长的流通环节，直面终端买家，极大降低了商品出口的成本，商品的价格优势更加明显，对于消费者来说性价比更高。

#### 传统外贸



#### 跨境电商



### (2) 行业市场空间广阔

智库网经社电子商务研究中心发布的《2019 年度中国跨境电商市场数据监测报告》显示，2019 年中国跨境电商市场规模达 10.5 万亿元，同比增长 16.66%。中国跨境电商出口规模增加，2012-2019 年复合年均增长率为 23.2%。跨境出口电商占外贸比重从 2013 年的 10.6% 提高到 2019 年的 29.3%，跨境出口电商在我国对外贸易中占据越来越重要的角色。

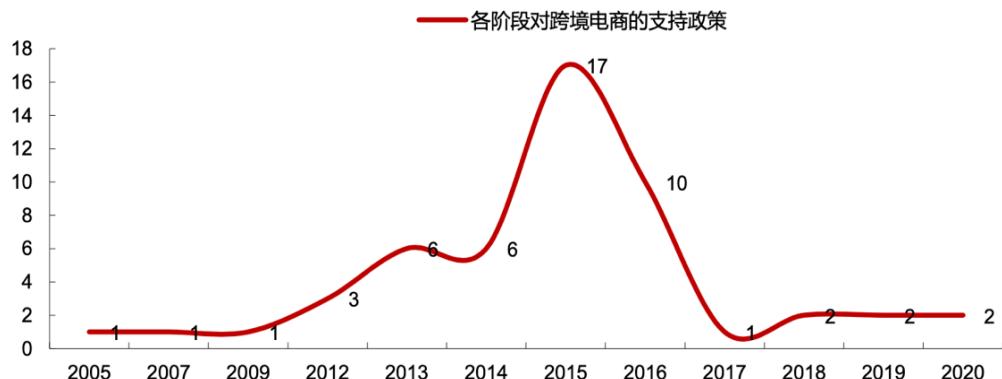


数据来源：申万宏源研究所

智库网经社电子商务研究中心数据显示，2012 年跨境出口 B2C 占比仅为 12%，2019 年跨境出口 B2B 与 B2C 占比分别为 80% 和 20%，跨境出口 B2C 的占比逐年提升。2013-2019 年，跨境出口 B2C 规模从 3,800 亿元增至 1.73 万亿元，复合年均增速为 28.7%，增速超过同期出口 B2B 业务（复合年均增速为 18.1%）。

### （3）行业持续政策利好

从政策支持而言，跨境电商作为我国未来外贸的重要形式，政策不断向其倾斜，2013-2015 年间我国出台的相关政策较多，政策支持力度的不断加大也推动跨境电商的加速发展，此外，在 2014 年 1 月海关总署对跨境电商增列了海关监管代码，明确了跨境电商的“合法地位”。2018 年正式通过《电子商务法》，标志跨境电商新时代的开启。B 端和 C 端的城市试点不断的加速扩容进一步体现国家对跨境电商的重视程度。



数据来源：商务部

### （四）行业上下游

#### 1、金属制品业

##### （1）上游行业

金属制品业的上游行业主要包括钢铁业、通用五金配件业等，上游金属原材料价格变动和委外加工价格变动直接影响公司金属制品产品的成本。

##### 1) 金属原材料价格变动

钢铁行业为金属制品业上游。2014 年以前，我国钢铁产量连续多年保持稳定增长；2016 年开始，国家推行供给侧结构性改革，国务院 2016 年发布《钢铁行业化解过剩产能实现脱困发展的意见》，提出了未来 5 年内淘汰 1-1.5 亿吨钢铁产能的目标，全国钢铁产量开始出现下降趋势，钢材库存开始出现负增长。2017 年至 2019 年，钢铁行业深入推进供给侧结构性改革，去产能工作取得明显成效，钢铁行业在经历三年“化解过剩产能”后，供给侧结构性改革带来的政策红利逐渐减弱。

钢铁产量及库存情况

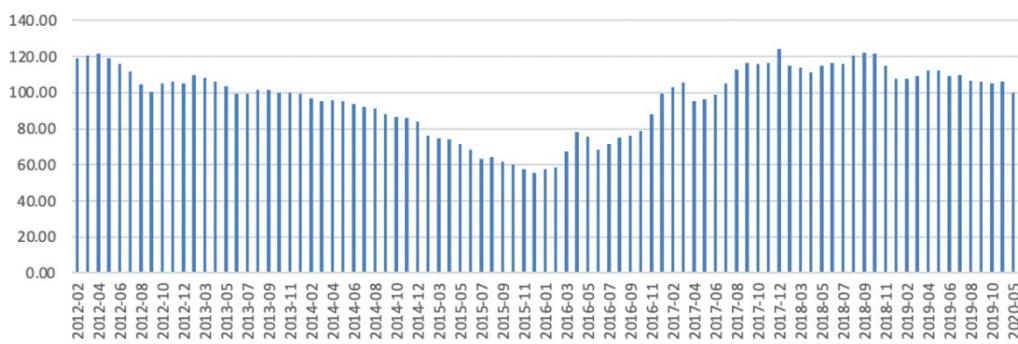
单位：万吨



数据来源：Wind

钢铁价格与其供求关系紧密相关，受宏观市场影响较大。从 2011 年开始，钢材产销率呈下降态势，价格持续走低；2016 年以后，随着国家供给侧结构性改革持续推进，国内钢铁价格回升明显，并保持相对稳定。

钢材价格综合指数



数据来源：Wind

## 2) 委外加工价格变动

影响委外加工价格的因素较多，包括电镀材料、电镀厚度，滚、挂镀方式，以及工艺要求难度等。根据《排污许可管理办法（试行）》（2018年1月公布）以及《固定污染源排污许可分类管理名录（2017年版）》，进行电镀加工的企业，须申请并取得排污许可证，电镀加工类供应商合规性要求逐步提高，相关的合规性成本亦是影响电镀价格的重要因素。

## （2）下游行业

金属制品业下游行业主要包括家具等行业。

1978-1999年为家具行业起步阶段，受居民收入水平较低及商品房政策尚未放开等因素影响，家具支出占人均总支出均值较低，为0.4%。2000-2008年，家具行业进入粗放式发展阶段，家具工业总产值年平均增长率为31.07%，中国居民在家具上的支出占其总支出平均为0.1%，主要原因系期间中国居民人均收入增速显著高于家具零售总额增速。在2008年金融危机过后，国家出台多项刺激经济的政策引发居民对房地产的热捧，同时在消费升级的推动下，消费者更加注重家具产品的品质和品牌，从而有效地拉动了居民在家具上的开支，人均家具消费支出占比走高。随着我国国民经济的健康发展、人民生活水平不断提高、城镇化建设的持续推进，我国家具行业有望稳步增长。

中国家具行业各阶段内经济状况汇总表

阶段	1978-1999年起步阶段	2000-2008年粗放式发展阶段	2009-2019年产能过剩阶段
人均GDP（元/年）	385-7,229	7,942-24,100	26,180-70,892
人均GDP年复合平均增长率（%）	14.98	14.88	10.47
人均可支配收入（元/年）	247-904	904-3,721	3,721-30,733
人口数量（亿）	9.63-12.67	12.76-13.28	13.35-14.00
家具生产总值占国内总值比重均值（%）	0.40	0.70	1.10
家具工业总产值年平均增长率（%）	14.84	31.07	8.54
家具支出占人均总支出均值（%）	0.40	0.10	0.60

数据来源：国家统计局、中国产业信息网

## 2、跨境电商行业

### （1）上游行业

消费电子产品制造业上游主要参与者为生产制造商及生产组装企业。我国为电子产品制造大国，上游行业供应商数量较多，产品供应较为充足。此外，

公司制定了严格的供应商甄选及管理措施，选择与技术过硬、经验丰富以及信誉良好的企业保持长期稳定的合作关系。公司上游消费电子产品制造商及生产组装行业发展较为成熟，供应链体系完备，相关产品采购价格亦不存在重大波动。

## （2）下游行业

泽宝技术销售模式主要分为 B2C 和 B2B 两种模式，线上 B2C 业务模式主要面向美国、欧洲、日本等市场，主要通过在亚马逊平台开立店铺的方式向个人消费者销售。公司通过在线上市场已建立的产品口碑、品牌形象，在美国、欧洲、日本等发达国家和地区的大型连锁商超、电信运营商，以及新兴市场的品牌代理商开展 B2B 买断式销售业务。

## （五）行业竞争格局以及公司竞争优势

### 1、金属制品业

#### （1）行业竞争态势

目前，欧洲的海蒂诗（Hettich）、百隆（Blum）以及北美的雅固拉（Accuride）等企业已形成了品牌优势，在技术、品质、规模上都代表了全球行业领先水平，是业内的领先企业。相比之下，我国虽然是世界精密金属连接件制造大国，但不是制造强国。目前，国内大部分企业虽然具有一定的生产制造实力，但总体的技术水平、研发能力与国外企业相比存在滞后的情况。

同时，随着下游客户对制造技术和研发水平要求的提高，部分企业凭借先进的生产技术、管理水平和资金实力，为客户提供定制化的产品，做大做强自身市场份额，行业集中度将有所提高。

#### （2）同行业竞争对手

星徽股份系国内从事滑轨、铰链研发、生产和销售的唯一上市公司，同行业竞争对手具体如下：

##### 1) 海蒂诗（Hettich）

海蒂诗公司总部设在德国基希伦根（Kirchlengen）。目前海蒂诗的产品品种包括：铰链、抽屉系列、滑轨、移门和折叠门配件、办公家具五金、连接件以及其他各种五金件，拥有一万多种产品。海蒂诗公司的主要客户是家具制造商，其生产基地分布在北美、南美、欧洲以及亚洲。

## 2) 百隆公司（Blum）

百隆公司总部位于奥地利福拉尔贝格州，主要生产木制家具使用的铰链、抽屉系统及其他相关的配件。产品的主要客户是高档的橱柜厂商及国内较少的高档家具厂商，技术实力处于国际领先地位，市场定位较高，主要依靠代理商和经销商的渠道销售。

## 3) 雅固拉（Accuride International Inc.）

雅固拉总部位于美国加利福尼亚州的 South Gate，是世界上最大的专门从事滚珠轴承滑轨的设计和制造的公司之一，其滑轨产品广泛应用于家具、电器、伺服器到汽车和各种工业设备。

## 4) 广东东泰五金精密制造有限公司

广东东泰五金精密制造有限公司（以下简称“东泰五金”）总部位于佛山市顺德区勒流镇勒流港工业路，主要产品为铰链、喷粉滑轨、走珠滑轨、隐藏式滑轨、豪华抽屉、上翻、趟门系统及拆装部件等。

## 5) 广东泰明金属制品有限公司

广东泰明金属制品有限公司总部位于佛山市顺德区勒流镇勒流港集约工业开发区 C13 号，是一家集研发、设计、制造、销售、服务、贸易于一体的企业，产品销往世界各地。

### （3）公司在行业中竞争地位

目前公司拥有行业领先的台湾高精密全自动辊轧成型机、意大利铰链冲压机及全套模具和铰链全自动装配机，以及 FANUC 机器人等，实现了自动化、智能化的精密生产，确保产品质量稳定可靠。报告期内公司获得“省级企业技术中心”、广东省金属连接件工程技术研究中心认证，与广东轻工职业技术学院建立的“产

学研”基地、与江西理工大学建立的“装备自动化”研究所等的合作与建设持续加强。公司为广东省知识产权示范企业，国家知识产权优势企业，广东省创新型企业（试点），2017年度广东省出口名牌企业、佛山市“中国制造2025”试点示范企业。公司辛勤耕耘，在产品设计、生产技术、研发创新等方面处于同行业领先地位。公司作为国内滑轨、铰链细分行业唯一上市公司，拥有得天独厚的优势，为行业龙头企业之一。

#### （4）公司竞争优势

##### 1) 集设计、研发、制造于一体的综合性服务能力优势

公司服务链涵盖产品开发、冲压、精密加工、自动装配等精密金属零部件的整个环节，具有一体化综合服务能力优势。自设立至今，公司不断汲取国外领先技术，融合不同领域产品特点，积累了丰富的产品技术经验。截至2020年9月30日，家居生活板块拥有专利271件，其中发明专利16件、实用新型252件、外观3件；公司通过“SH-ABC”品牌提高客户认知粘度，通过模具的标准化、模块化，形成完整的产品线能力，实现快速柔性生产，为客户提供多产品、全规格、具有品牌保证的供应服务。公司的滑轨产品系列承重范围从10kg至800kg、宽度从17mm至76mm，可满足客户对缓冲、反弹、互锁、快拆、隐藏等功能需求；铰链产品系列铰杯直径分别为26mm、35mm、40mm，开门角度从45°至270°，可满足各种特殊角度、各种门厚、缓冲、反弹、快拆等功能需求，从而为客户提供全方位需求和服务。

##### 2) 客户资源优势

公司自成立以来，加强国内外销售渠道建设，积极发展大客户，开拓新客户。销售部门通过直播、微信、电话、邮件等联系新老客户，通过用心服务客户、加深客情关系、深挖大客户、做大代理商销售渠道，努力开拓新客户等实现销售业务稳定发展。经过多年努力，公司已经成为欧派、索菲亚、尚品宅配、科勒、好莱客、伟经、美克美家、海尔、美的等国内外知名企业提供供应商。2020年上半年公司进一步完善了销售绩效考核机制，实行渠道发展、销售业绩、销售回款与绩效挂钩；继续清理不合格客户，推动客户产品标准化、客户订单批量化，淘汰小

订单和非标订单，助推公司产品销售毛利提高和生产的标准化、成本控制的精细化。

### 3) 全面信息化管理优势

随着 Oracle ERP、PLM (Product Lifecycle Management, 产品生命周期管理)、OA (Office Automation, 办公自动化)、HR (Human Resource, 人力资源)、EMS (Enterprise Resource Planning, 企业资源计划) 和 MES (Manufacturing Execution System) 仓储管理系统等系统的运用和不断优化，公司实现了从销售订单、生产计划到原材料及零配件采购、产品制造、库存、销售、财务核算、职工薪酬、考勤等环节的全面信息化管理，使各职能部门和各管理层级之间信息传递更加高效、安全，企业资源管理和协调更加敏捷、精确。

## 2、跨境电商行业

### (1) 行业竞争态势

跨境电商行业销售规模整体偏小，行业集中度有待提高。易观数据显示，2018 年，年销售额在 250 万美元以下的电商超过 85%，销售额超过 1,000 万美元的大卖家仅占 2.5%。从销售额和销量上看，小型卖家仍占市场主流，行业集中度偏低。随着竞争加剧和资本投入，行业集中度有望进一步提升。

新技术、新产品的快速迭代不断催生出新的细分市场，消费电子行业边界得以不断拓展。近年来，移动互联网、人工智能和云计算等前沿科技不断进步，消费电子产品制造水平日益提升，智能移动设备、车载设备、智能家居及可穿戴设备等消费级智能硬件层出不穷，衍生出各消费电子细分市场。技术与应用创新为消费电子产品制造商提供了更多的市场机会，行业整体呈现蓝海竞争的特点。

### (2) 同行业竞争对手

泽宝技术专注于打造自有品牌的发展路线，拥有在售产品的品牌和知识产权，已形成 RavPower、TaoTronics、VAVA、Anjou、Sable、HooToo 六大品牌，主要产品品类包括电源类、蓝牙音频类、小家电类、电脑手机周边类、个护健康类等。泽宝技术属于借助第三方平台（亚马逊）的自营型跨境电商，同行业竞争对手主要如下：

### 1) 安克创新 (300866.SZ)

安克创新主要从事自有品牌的移动设备周边产品、智能硬件产品等消费电子产品的自主研发、设计和销售，产品主要包括充电类、无线音频类、智能创新类三大系列。报告期内，安克创新营业收入分别为 39.03 亿元、52.32 亿元、66.55 亿元和 60.19 亿元。

### 2) 跨境通 (002640.SZ)

跨境通主营业务包括跨境出口电商业务、跨境进口电商业务两大类，主要产品品类为服装类、3C 类、母婴类等。报告期内，跨境通营业收入分别为 140.18 亿元、215.34 亿元、178.74 亿元和 129.80 亿元。

### 3) 天泽信息 (300209.SZ)

2019 年天泽信息收购深圳市有棵树科技有限公司，深圳市有棵树科技有限公司经营模式为跨境电商出口 B2C 模式，即依托 eBay、亚马逊等第三方电商平台，直接面向消费者销售个人消费品，将中国制造的 3C 电子产品、户外用品、家居生活用品、玩具、车载用品等产品销往国外。报告期内，天泽信息营业收入分别为 9.95 亿元、8.96 亿元、38.67 亿元和 33.07 亿元。

### 4) 傲基科技

傲基科技主要从事自主品牌的 3C 数码、电动工具、智能家电、家居及大健康品类等领域的科技消费品的研发、设计和销售，以线上 B2C 销售模式为主，依托第三方线上电子商务平台，并通过自营的跨境零售网络，将公司自主品牌产品销售至终端客户。

#### (3) 公司在行业中竞争地位

泽宝技术定位于“精品”路线，产品集中在电源类、蓝牙音频类、小家电类、电脑手机周边类、个护健康类等产品，部分产品在亚马逊的线上市场份额位于前列，如移动电源、蓝牙发射器、LED 台灯、加湿器等。泽宝技术于 2008 年进入亚马逊开展 B2C 业务，推广自有品牌七年。2018 年泽宝在美国、德国、日本、英国亚马逊第三方卖家中排名分别为第 9、第 11、第 20 和第 23。2019 年泽宝技

术获得亚马逊年度最具产品创新力卖家。2019 年亚马逊全球开店中国出口跨境电商品牌百强中，泽宝技术旗下 RavPower、TaoTronics、VAVA、Sable 位列其中。

#### （4）公司竞争优势

##### 1) 品牌优势

泽宝技术的终端用户主要是美国、欧洲、日本等中产阶级消费者，具有相对较高的教育和购买力水平，注重产品跟服务质量，对产品品牌也有一定的认可度。泽宝技术在国内出口跨境电商中较早认识自有品牌的重要性，自 2013 年开始自有品牌的建设，目前产品基本为自有品牌产品，已打造出 RAVPower、TaoTronics、VAVA、Anjou、Sable 等在亚马逊线上细分市场具备影响力的品牌，与市场同类竞品形成品牌差异化竞争优势，有助于提高终端用户的粘性和忠诚度，也为开拓线下渠道奠定了品牌基础。

##### 2) 研发优势

泽宝技术自 2016 年开始往产品方向转型，着眼于产品品牌化运作及精品化策略，在产品研发上投入了大量资源，建立了完善且先进的产品研发体系，核心研发团队成员来自于中国科学院、TCL、华为、腾讯等科研院所及知名企业。经过潜心研发，泽宝技术在视频合成、视频处理、云端交互、图像解析、AI 物体识别算法、负反馈算法、色彩管理算法、喷绘算法以及云端存储技术等方面建立了专业的技术储备，产品研发沿视频图像、美妆个护、小家电等智能产品方向展开。截至 2020 年 9 月 30 日，泽宝技术在境内拥有 2 件发明专利、42 件实用新型专利、96 件外观设计专利；在境外拥有 3 件发明专利、4 件实用新型专利、361 件外观设计专利，覆盖美国、德国、日本等国家。

##### 3) 供应链整合优势

泽宝技术以整合优质供应商、合作共赢、共同提升为合作理念，建立了供应商分级管理制度和质量管理体系，与战略供应商建立了深度协同的合作关系。泽宝技术供应链管理中心全流程参与供应商管控，帮助供应商提高生产良率、改进生产工艺，确保快速交付。通过建立完善的产品品质控制体系，形成从供应商管理、成品品质管理、客户反馈管理的整个品质管理链。在跨境物流方面，深圳邻

友通取得国家海关总署 AEO (Authorized Economic Operator, 经认证的经营者) 高级认证, 能够享受先行办理验放手续, 以及 AEO 互认国家或地区海关提供的通关便利措施, 提高了公司跨境供应链物流效率。

#### 4) 物流速度优势

为了缩短商品从工厂到达用户的物流时间, 提升整体配送效率, 创造良好的购物体验, 泽宝技术采用“跨境头程物流+亚马逊 FBA 本地物流”相结合的模式。头程部分, 通过一般贸易方式出口, 运输方式主要为海运。海外部分, 公司采用亚马逊 FBA 仓配模式, 商品主要由亚马逊仓库配送, 能够有效降低成本提高效率。

### 三、业务模式、产品或服务的主要内容以及主要生产设备、房屋、经营资质和核心技术等情况

#### (一) 主营业务

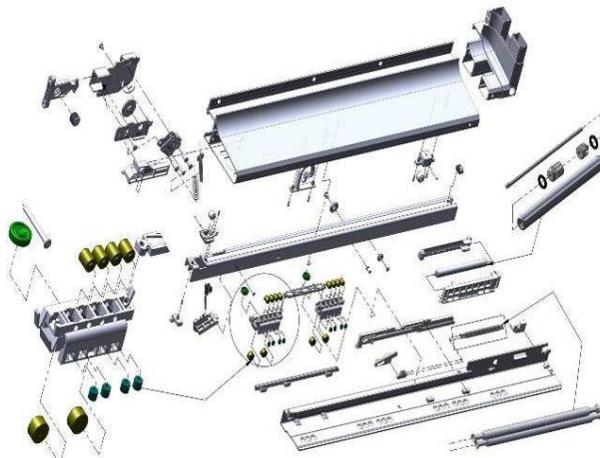
公司主营业务包括研发、生产、销售精密金属连接件, 以及消费电子产品的设计研发、品牌推广和海外线上运营、线下渠道开拓, 形成了“家居生活+消费电子”双轮驱动的业务格局。

#### (二) 主要产品介绍

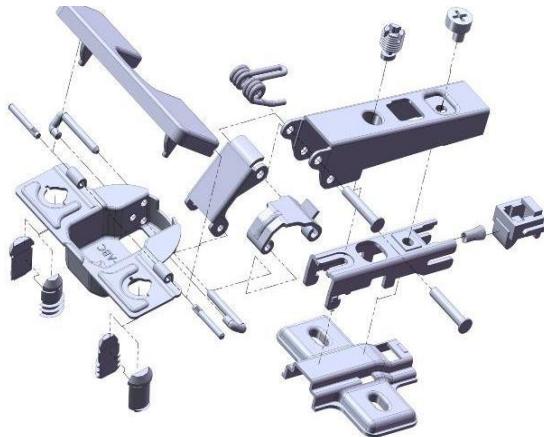
家居生活板块主要向客户提供各种多功能、高精密的滑轨、铰链等金属连接件产品; 消费电子板块主要向客户提供电源类、蓝牙音频类、小家电类、电脑手机周边类、个护健康类等跨境电商消费电子产品。

##### 1、家居生活板块

滑轨: 又称导轨, 由金属或其它材料制成的槽或脊, 导轨的运动借助滚珠或滚柱的滚动实现, 导轨副摩擦阻力小, 适合做频繁启动或转向的运动部件。公司主要滑轨产品结构图如下:



铰链：由可移动的组件或者可折叠的零件构成，是用来连接两个固体，并允许两者之间做转动的机械连接件。公司主要铰链产品结构图如下：



公司拥有先进的制造技术、自动化的生产设备，公司所生产的滑轨、铰链等精密金属连接件广泛应用于家具、家居、家电、工业、IT、金融、汽车等领域，对于实现下游产品的高性能及高精密，推动下游产业先进制造升级起到重要作用。

## 2、消费电子板块

泽宝技术专注于打造自有品牌的发展路线，拥有在售产品的品牌和知识产权，已形成 RAVPower、TaoTronics、VAVA、Anjou、Sable、HooToo 六大品牌，主要产品品类包括电源类、蓝牙音频类、小家电类、电脑手机周边类、个护健康类等，具体如下：

品牌名称	品牌描述	产品细分类型
RAVPOWER	致力于为消费者提供专业、可靠的移动电源相关产品，拥有 iSmart、HyperAir 快充等前沿的充电技术，	移动电源、充电器、无线充电器、电源转接器等

	在全球拥有较为广泛的忠诚用户	
	提供以人为本，细节化设计的蓝牙音频、小家电等产品，通过有意义的创新，为大众创造更加便捷、美好的日常生活	蓝牙耳机、降噪耳机、头戴耳机、蓝牙接收器和发射器、Soundbar 音箱、LED 台灯、光疗器、空气净化器、加湿器
	为全球用户提供智能车载、智能家居等技术创新产品，追求最优的设计，使设计与使用场景完美结合，产品曾获得多个红点设计大奖	行车记录仪、家用摄像头、投影仪幕布、集线器、蓝牙音箱等
	秉承让生活更美的原则，Anjou 致力于提供优质的美容及工具产品	化妆刷、卷发棒、蜡疗机、化妆镜、精油、浴盐球、椰子油等、香薰机
	从轻柔触感的家用纺织，到舒缓疲劳的按摩器械，Sable 始终坚持从材料源头控制品质，为顾客提供最舒适、健康的体验	床上用品、家用按摩仪、充气床、水上用品等
	为技术恐惧者和技术爱好者提供先进科技。从即插即用的 iPhone 闪存驱动器，4K 兼容的 C 型 USB 集线器，到全功能网络摄像头，感受 HooToo 创造的未来科技网络	闪存驱动器、网络摄像头、USB 集线器等

### （三）采购模式

#### 1、家居生活板块

星徽股份制定了严格的采购管理制度，确保采购作业做到适时、适量、保质。公司以及下属子公司所需的原材料均通过公司供应链中心集中统一采购。

采购项目		采购执行
直接生产物料	原辅料、大宗材料（如钢材、锌合金、塑料原料等）	由物料控制部门根据销售部门已经确认的销售订单、销售预测、零件清单及物料的库存状况等在 Oracle 制定采购申请，进入采购流程。
	模具及其配件	整套模具制作所需的配件，经由模具部门根据需求导入 Oracle 系统，通过 MRP 运行自动生成采购需求。
非直接生产物料	设备、零星模具配件、广告、办公、劳保、辅助物料等	月度计划方式：需求部门每月月底制定下月的需求计划，并按 OA 系统相应的采购申请流程审批后生成采购需求。零星采购方式（紧急或特殊）：需求部门根据采购需求在 OA 系统上按相应的采购申请流程审批后生成采购需求。

#### 2、消费电子板块

泽宝技术建立了供应商准入制度、分级管理制度和供应商数据库。日常采购系基于 ERP 智能备货系统数据测算结果而进行安全库存储备以及周期性订单采购。公司采用“前端开发+后端跟进+成本监控”的扁平化、模块化管理模式。前端

采购依据公司产品规划，把握一、二级核心供应商产品布局和成本构成；后端采购管控订单交付、二级物料供需，并结算供应商货款，实时监控产品库存水平；成本组对新旧产品 BOM 表物料价格进行比对分析，定期维护元器件资料库，监控成品采购价格，推动核心物料直采，提高产品成本竞争力。

#### （四）生产模式

##### 1、家居生活板块

公司的生产模式是以订单式生产为主、备货式生产为辅。公司借助 Oracle 系统实现高效的柔性生产，能够对下游客户“多产品，小批量”订单的快速响应。对于销售量较大、常用规格的通用产品，公司会结合销售预测、库存情况，并利用 MRP 模块计算空闲生产线进行备货式生产，以避免生产线的闲置，提高生产效率及对客户通用产品订单的响应速度。

##### 2、消费电子板块

在消费电子领域，泽宝技术不从事产品的生产制造，全部产品通过委外方式组织产品生产。

报告期内，公司 2018 年以前主要从事家居五金业务，主要产品为滑轨和铰链；公司 2018 年末收购泽宝技术后，2019 年和 2020 年 1-9 月主要产品为泽宝技术的消费电子等产品。泽宝技术不从事产品的生产制造，全部产品通过委外方式组织产品生产，无法计算具体产能、产量。

报告期内，公司滑轨、铰链产销情况如下：

项目		2020 年 1-9 月	2019 年	2018 年	2017 年
滑轨	产能(付)	97,950,000	130,600,000	117,540,000	105,786,000
	生产量(付)	65,577,272	85,831,499	80,882,600	73,930,281
	销售量(付)	65,474,067	85,982,006	88,526,611	71,349,512
	产销率	99.84%	100.18%	109.45%	96.51%
	产能利用率	66.95%	65.72%	68.81%	69.89%
铰链	产能(只)	66,825,000	89,100,000	80,190,000	72,171,000
	生产量(只)	37,097,961	55,039,984	48,732,948	63,082,677
	销售量(只)	37,818,769	53,980,957	62,552,024	60,613,424
	产销率	101.94%	98.08%	128.36%	96.09%
	产能利用率	55.52%	61.77%	60.77%	87.41%

## （五）销售模式

### 1、家居生活板块

根据公司产品的特点，公司贯彻大客户导向和市场导向原则，推进代理商渠道建设，扩大销售网络覆盖。通过对大型工厂及整体衣柜、厨柜厂、房地产集团的直销和对各建材市场、各类中小型工厂、装修工程、零售市场的代理商渠道服务全体客户。

### 2、消费电子板块

线上 B2C 模式：泽宝技术线上 B2C 业务主要面向美国、欧洲、日本市场，主要通过在亚马逊平台开立店铺的方式向个人消费者销售，为 Seller Central 平台形式（第三方卖家）。

线下 B2B 模式：泽宝技术通过在线上市场已建立的产品口碑、品牌形象，在美国、欧洲、日本等发达国家和地区的大型连锁商超、电信运营商，以及新兴市场的品牌代理商开展买断式销售业务。

## （六）主要生产设备、房屋情况

截至 2020 年 9 月 30 日，公司各类固定资产账面价值及成新率如下：

单位：万元				
项目	原值	累计折旧	账面价值	成新率
房屋及建筑物	22,123.94	3,924.33	18,199.61	82.26%
机器设备	37,149.14	13,463.90	23,685.23	63.76%
运输设备	1,691.36	1,234.43	456.93	27.02%
电子设备	2,348.47	1,653.68	694.79	29.58%
其他设备	10,481.66	6,716.47	3,765.19	35.92%
合计	73,794.57	26,992.82	46,801.75	63.42%

注：成新率=账面价值/原值。

### 1、主要生产设备

截至 2020 年 9 月 30 日，公司主要生产设备具体情况如下：

单位：台、万元						
序号	设备名称	数量	原值	净值	成新率(%)	权利人
1	拉轨机	119	7,323.06	4,682.95	63.95	清远星徽
2	进口冲压线	2	2,169.03	2,015.02	92.90	清远星徽
3	拉轨机	47	2,134.31	1,192.04	55.85	星徽股份

序号	设备名称	数量	原值	净值	成新率(%)	权利人
4	铰链组装机	12	2,056.15	1,692.31	82.30	清远星徽
5	冲床	90	1,736.79	1,180.92	67.99	清远星徽

## 2、房屋建筑物

截至 2020 年 9 月 30 日，公司及其子公司拥有的房屋建筑物共计 11 处，具体情况如下：

序号	所有权人	房屋坐落	共有情况	用途	建筑面积 (m <sup>2</sup> )	登记时间	抵押情况
1	星徽股份	佛山市顺德区北滘镇北滘社区居民委员会科业路3号	单独所有	厂房	25,428.08	2011.9.13	是
2	星徽股份	佛山市顺德区北滘镇北滘社区居民委员会工业园兴业路7号	单独所有	厂房	3,799.68	2011.6.28	是
3	清远星徽	广东清远高新技术产业开发区嘉顺路15号清远市星徽精密制造有限公司厂房-6	单独所有	厂房	6,599.4	2017.6.14	是
4	清远星徽	清远市清城区银盏林场嘉福工业区嘉顺路15号综合楼-1	单独所有	综合楼	2,297.02	2017.5.21	是
5	清远星徽	广东清远高新技术产业开发区嘉顺路15号清远市星徽精密制造有限公司厂房-3	单独所有	厂房	26,593.48	2017.8.21	是
6	清远星徽	广东清远高新技术产业开发区嘉顺路15号清远市星徽精密制造有限公司厂房-5	单独所有	厂房	26,593.48	2017.8.21	是
7	清远星徽	清远市清城区银盏林场嘉福工业区嘉顺路15号清远市星徽精密制造有限公司综合楼-3	单独所有	综合楼	2,460.26	2017.5.27	是
8	清远星徽	清远市清城区银盏林场嘉福工业区嘉顺路15号厂房-1	单独所有	厂房	4,763.52	2017.5.27	是
9	清远星徽	清远市清城区银盏林场嘉福工业区嘉顺路15号清远市星徽精密制造有限公司厂房-2	单独所有	厂房	20,400.16	2017.5.27	是

10	清远星徽	清远市清城区银盏林场嘉福工业区嘉顺路15号清远市星徽精密制造有限公司综合楼-2	单独所有	综合楼	2,460.26	2017.5.27	是
11	清远星徽	广东清远高新技术产业开发区嘉顺路15号清远市星徽精密制造有限公司厂房-4	单独所有	厂房	6,598.9	2017.5.27	是

### (七) 主要经营资质

截至 2020 年 9 月 30 日，公司已取得为从事生产经营活动所需要的相应资质和许可，具体情况如下：

#### 1、《安全生产标准化证书》

序号	企业名称	证书编号	注册日期	有效期	备案登记机关
1	广东星徽精密制造股份有限公司	AQIIIJX(粤)SD201805116	2018.12.7	三年	佛山市顺德区安全生产协会
2	清远市星徽精密制造有限公司	粤AQB4418JXIII201900016	2019.12.31	三年	清远市中小企业协会

#### 2、《质量管理体系认证证书》

序号	企业名称	证书编号	注册日期	有效期	发证机关
1	广东星徽精密制造股份有限公司	02420Q31031123R6M	2020.7.17	三年	环通认证中心有限公司
2	清远市星徽精密制造有限公司	02418Q31010209R0M	2018.1.22	三年	环通认证中心有限公司

#### 3、《环境管理体系认证证书》

序号	企业名称	证书编号	注册日期	有效期	发证机关
1	广东星徽精密制造股份有限公司	02420E31010636R1M	2020.7.17	三年	环通认证中心有限公司
2	清远市星徽精密制造有限公司	02418E31010099R0M	2018.1.22	三年	环通认证中心有限公司

#### 4、《对外贸易经营者登记备案表》

序号	企业名称	备案登记表编号	备案日期	备案登记机关
1	广东星徽精密制造股份有限公司	04780166	2019.12.2	商务部
2	广东华徽贸易有限公司	04781228	2020.7.15	商务部
3	清远市星徽精密制造有限公司	01588348	2016.4.22	商务部

#### 5、《自理报检单位备案登记证明书》

序号	企业名称	备案登记表编号	发证日期	备案登记机关
1	广东星徽精密制造股份有限公司	4404001715	2011.1.17	顺德出入境检验检疫局
2	清远市星徽精密制造有限公司	4418600720	2016.4.27	中华人民共和国广东出入境检验检疫局
3	广东华徽贸易有限公司	4456500719	2020.7.20	中华人民共和国广州海关
4	深圳邻友通科技发展有限公司	4700631020	2011.7.25	中华人民共和国深圳福中海关
5	长沙市泽宝科技有限责任公司	4307400054	2018.7.2	中华人民共和国长沙星沙海关

## 6、《高新技术企业证书》

序号	企业名称	证书编号	发证时间	有效期
1	广东星徽精密制造股份有限公司	GR201844005342	2018.11.28	三年
2	清远市星徽精密制造有限公司	GR201844000233	2018.11.28	三年
3	深圳市邻友通科技发展有限公司	GR201944201841	2019.12.9	三年

## 7、《报关单位注册登记证书》

序号	企业名称	海关注册编码	核发时间	有效期
1	广东星徽精密制造股份有限公司	4422961385	2015.9.23	长期
2	清远市星徽精密制造有限公司	4418962609	2014.10.21	长期

### (八) 核心技术来源

公司消费电子业务由泽宝技术负责经营，泽宝技术自 2016 年开始往产品方向转型，着眼于产品品牌化运作及精品化策略，在产品研发上投入了大量资源，建立了完善且先进的产品研发体系，在产品定义、工业设计、产品研发、质量控制、工程改良等方面对产品进行全链条的精心打造。泽宝技术自主研发体系以用户体验为中心，基于用户体验改进、市场需求与竞争分析的创新，根据公司业务情况对 IPD（集成产品开发）产品开发流程进行了独创性的改进和完善，并融合互联网产品体验设计的 UCD（是指以用户为中心的设计）流程，打造高性价比的产品。经过多年深入研发，泽宝技术在视频合成、视频处理、云端交互、图像解析、AI 物体识别算法、负反馈算法、色彩管理算法、喷绘算法以及云端存储技术等方面建立了专业的技术储备，产品研发沿视频图像、美妆个护、小家电等智能产品方向展开。截至 2020 年 9 月 30 日，泽宝技术在境内拥有 2 件发明专利、42 件实用新型专利、96 件外观设计专利；在境外拥有 3 件发明专利、4 件实用新型专利、361 件外观设计专利，覆盖美国、德国、日本等国家。

公司家居生活业务，通过加强研发投入，不断提升生产自动化、智能化水平。截至 2020 年 9 月 30 日，家居生活板块目前具有有效专利 271 件，其中发明专利 16 件、实用新型 252 件、外观 3 件。

## 四、现有业务发展安排及未来发展战略

### （一）总体发展战略

公司坚持“家居生活+消费电子”双轮驱动发展战略。在跨境电商行业快速发展下，加大对泽宝技术业务的支持力度，坚持走“精品”和自有品牌策略，增强产品研发创新，提升产品的市场竞争力，打造全球化的产品和品牌营运公司。在国家智能制造、“一带一路”等政策红利下，积极做好家居五金转型升级，加强新产品开发和智能工厂建设。

### （二）未来公司发展的具体计划

公司一直围绕总体战略进行具体的业务发展规划，未来公司将通过加大研发投入、加强品牌建设和市场渠道建设、加强智能工厂建设等措施，以更好的实现公司总体战略，具体如下：

#### 1、持续加大产品设计和研发投入

消费电子方面，公司坚持通过不断的设计和研发创新塑造产品的竞争力。公司将加大研发中心建设投入，引进行业高精尖的研发人才，更加精准把握目标客户群的需求偏好，提升产品创新升级。同时，不断丰富产品线，积极稳健推动相关产品多元化。

家居生活方面，公司将进一步加大市场调研、了解客户需求，开发出性价比更优的适销产品，拓宽公司产品的应用领域，完善产品结构，逐渐实现高端产品进口替代。

#### 2、加强品牌建设和市场渠道建设

消费电子方面，公司将紧跟新零售发展趋势，加强品牌建设，增强客户粘性，依托长期线上运营积累形成的产品口碑、自有品牌和知识产权，进一步开拓线下市场，促进线上、线下业务融合发展。公司将继续深耕美国、欧洲、日本线上成

熟市场，积极拓展亚太等新兴市场，与当地主流连锁商超、运营商、经销商等合作开展业务，提高线下业务收入占跨境电商业务收入的比例。积极开拓国内市场，争取品牌在中国市场落地。

家居生活方面，加强国内外销售渠道建设，积极开发新客户，与国内橱柜、衣柜行业等大客户建立战略合作伙伴关系，优化客户结构，推动终端客户渠道网络建设。

### 3、加强智能工厂建设，促进生产智能化、自动化

公司生产基地将建设设施更先进、流程更优化、布局更科学、管理更完善的精密金属连接件生产线，不断增强滑轨和铰链等不同产品系列的生产规模，公司将着眼于提升制造硬件条件，加大智能化、自动化设备投入，实现制造升级和品质提升。

## 五、财务性投资情况

### (一) 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的具体情况

2020年11月4日，公司召开第四届董事会第十次会议，审议通过本次向特定对象发行股票相关事宜。自本次发行董事会决议日前六个月（2020年5月4日起）至本募集说明书签署日，公司已实施或拟实施的财务性投资的情况如下：

#### 1、类金融

自本次发行董事会决议日前六个月起至本募集说明书签署日，公司不存在对融资租赁、商业保理和小贷业务等类金融业务投资情况。

#### 2、投资产业基金、并购基金

自本次发行董事会决议日前六个月起至本募集说明书签署日，公司不存在投资产业基金、并购基金的情形。

#### 3、拆借资金

自本次发行董事会决议日前六个月起至本募集说明书签署日，公司存在借

予他人款项的情形，具体如下：

2020年6月，公司向供应商佛山市顺德区鸿澳电镀五金有限公司（以下简称“鸿澳电镀”）提供借款700万元、向供应商清远市伟豪佳表面科技有限公司（以下简称“伟豪佳”）提供借款200万元。

借款人	关系	借款金额（万元）	借款利率	期限
鸿澳电镀	供应商	700.00	6%	2020.6.22-2020.12.31
伟豪佳	供应商	200.00	6%	2020.6.10-2021.6.10

鸿澳电镀为公司滑轨表面电镀处理长期合作的主要供应商，伟豪佳主要为公司提供铰链镀镍表面处理。

截至本募集说明书签署日，公司已收回伟豪佳借款200.00万元及利息，鸿澳电镀借款700.00万元及利息。

综上，根据《创业板上市公司证券发行上市审核问答》的相关要求，公司拟将上述向供应商提供的900万元借款金额在履行相关程序后，从本次募集资金总额中予以扣除。

#### 4、委托贷款

自本次发行董事会决议日前六个月起至本募集说明书签署日，公司不存在委托贷款的情形。

#### 5、以超过集团持股比例向集团财务公司出资或增资

自本次发行董事会决议日前六个月起至本募集说明书签署日，公司不存在以超过集团持股比例向集团财务公司出资或增资情形。

#### 6、购买收益波动大且风险较高的金融产品

为提高资金使用效率，公司将暂时闲置的资金用于购买短期理财产品，公司购买的理财产品属于随时赎回、收益相对稳定、风险相对较低的银行理财产品，不属于财务性投资范畴。

#### 7、非金融企业投资金融业务

自本次发行董事会决议日前六个月起至本募集说明书签署日，公司不存在

投资金融业务的情形。

#### 8、拟实施的财务性投资的具体情况

自本次发行董事会决议日前六个月起至本募集说明书签署日，公司不存在拟实施财务性投资的相关安排。

综上所述，自本次发行相关董事会前六个月至今，除公司向供应商提供借款 900 万元外，公司不存在其他已实施或拟实施的财务性投资的情况。

#### （二）最近一期末持有的财务性投资（包括类金融业务）情况

公司主营业务包括研发、生产、销售精密金属连接件，以及消费电子产品的设计研发、品牌推广和海外线上运营、线下渠道开拓，形成了“家居生活+消费电子”双轮驱动的业务格局。

截至 2020 年 9 月 30 日，公司不存在持有金额较大的财务性投资（包括类金融业务）情形，具体如下：

##### 1、交易性金融资产

截至 2020 年 9 月末，公司不存在交易性金融资产。

##### 2、其他应收款

截至 2020 年 9 月末，公司其他应收款中借予其他企业款项 2,576.71 万元，分别为星徽精密制造泰州有限公司（以下简称“泰州星徽”）1,661.71 万元、鸿澳电镀 711.67 万元（其中本金 700 万元）、伟豪佳 203.33 万元（其中本金 200 万元）。

泰州星徽原为公司全资子公司，公司对其借款在泰州星徽为子公司时已经形成。公司于 2018 年 12 月将泰州星徽 100%股权转让给广东星徽精密科技有限公司，根据公司与广东星徽精密科技有限公司协商的还款计划，应收泰州星徽款预计在 2021 年还清。

上述资金拆借事项与主营业务无直接关联，其他应收款中借予其他企业款项 2,576.71 万元属于财务性投资。

### 3、长期股权投资

截至 2020 年 9 月末，长期股权投资 303.16 万元，2018 年泽宝技术出资 300 万元取得广州蜜獾软件有限公司 15% 股权。广州蜜獾软件有限公司是一家软件信息服务商。

上述投资事项与公司主营业务无直接关联，属于财务性投资。

### 4、其他非流动金融资产

截至 2020 年 9 月末，其他非流动金融资产账面价值 2,511.58 万元，系公司子公司泽宝技术根据业务发展需要而投资四川易冲科技有限公司、Navitas Semiconductor Inc. 和大象声科（深圳）科技有限公司。现就上述投资事项具体分析如下：

(1) 四川易冲科技有限公司专注于无线充电芯片，在无线充电领域拥有多项核心技术。泽宝技术为加强和提高自身无线充电产品的性能和竞争力，于 2017 年出资 559 万元投资了四川易冲科技有限公司。截至 2020 年 9 月末，泽宝技术持有四川易冲科技有限公司 0.84% 股权。该投资为公司围绕优化自身产品所作出的战略性布局，属于战略性投资。

(2) Navitas Semiconductor Inc. 是世界上第一家 GaN（氮化镓）功率芯片公司，拥有一支强大且不断成长的功率半导体行业专家团队，在材料、器件、应用程序有多项专利。泽宝技术为优化提高自身 GaN（氮化镓）充电产品的核心性能参数，于 2018 年通过 SKL 出资 99.9999 万美元，投资了 Navitas Semiconductor Inc.。截至 2020 年 9 月末，SKL 持有其 0.668% 股权。该投资为公司围绕优化自身产品所作出的战略性布局，属于战略性投资。

(3) 大象声科（深圳）科技有限公司，是全球领先的机器听觉人工智能公司之一，致力于提供尖端的智能语音增强和语音交互解决方案。泽宝技术为提高自身蓝牙音频类产品和行车记录仪、婴儿监护器等视频类产品的智能水平和语音交互功能，于 2020 年 1 月出资 1,000 万元取得大象声科（深圳）科技有限公司 2.50% 的股权。该投资为公司围绕优化自身产品所作出的战略性布局，属于战略性投资。

## 5、其他非流动资产

截至 2020 年 9 月末，其他非流动资产中非公众公司可转债为 900.00 万元。2019 年 5 月，泽宝技术基于业务发展需要与深圳市酷客智能科技有限公司签订投资协议确认为非公众公司可转债，截至 2020 年 9 月末，可转债未达到转股条件。

深圳市酷客智能科技有限公司是一家专注于物联网领域的智能插座、智能开关、智能灯泡等一系列智能家居产品及整体智能家居解决方案研发、生产、销售和服务为一体的高新技术企业。泽宝技术的上述投资系为拓展和优化自身智能家居相关产品的战略性布局，属于战略性投资。

综上所述，泽宝技术通过投资四川易冲科技有限公司、Navitas Semiconductor Inc.、大象声科（深圳）科技有限公司和深圳市酷客智能科技有限公司，可以有效整合和掌握相关核心资源，有利于其开发出更多高附加值产品，提高产品竞争力，进一步提升公司的核心竞争力和持续盈利能力。公司对以上企业的投资主要围绕产业链上下游以获取技术为目的的产业投资，符合公司主营业务及战略发展方向，属于战略性投资。除上述投资外，截至 2020 年 9 月 30 日，公司财务性投资金额 2,879.87 万元，占合并报表归属于母公司所有者净资产的 1.46%，占比未超过 30%。因此，公司最近一期末不存在持有金额较大、期限较长的财务性投资情形，符合《创业板上市公司证券发行上市审核问答》有关财务性投资和类金融业务的要求。

## 六、商誉情况

公司根据企业会计准则及证监会《会计监管风险提示第 8 号——商誉减值》的要求，2019 年末对收购泽宝技术形成的商誉进行减值测试，测试的具体过程和方法如下：

### （一）商誉是否存在减值迹象

将泽宝技术 2018 年、2019 年财务状况，与公司收购泽宝技术时被收购标的按照收益法评估预测的盈利目标进行对比。泽宝技术 2018 年实现净利润 10,936.82 万元（扣除股份支付费用后），收益法预测净利润 10,780.25 万元，

泽宝技术 2019 年实现净利润 15,409.88 万元，收益法预测净利润 14,050.96 万元，泽宝技术两年均已完成收购时收益法预测的净利润指标，商誉不存在明显减值迹象。

## （二）确定资产组及资产组账面价值

根据 2019 年 12 月 27 日证监会发布的《关于 2019 年度商誉减值审计与评估专题检查情况的通报》，公司将泽宝技术的长期资产作为商誉减值测试的资产组，2019 年 12 月 31 日经审计的账面价值为 10,711.34 万元，具体包括：固定资产 2,604.01 万元、无形资产 4,052.87 万元、开发支出 1,721.32 万元以及长期待摊费用 2,333.13 万元。

2018 年末泽宝技术商誉减值测试时，商誉对应的资产组为净资产口径，可辨认净资产公允价值为 51,947.11 万元。泽宝技术核心竞争力主要为企业的产品创新能力及品牌，故对泽宝技术而言，能够为其未来创造持续性现金流的资产为企业所持有的长期资产。从测试方法上看，商誉减值测试的资产组本质上未发生变化。

## （三）预计可收回金额

2019 年末，公司聘请深圳市鹏信资产评估土地房地产估价有限公司对泽宝技术商誉减值情况进行评估，并出具鹏信资评报字[2020]第 S080 号评估报告，经评估确认资产组预计可收回金额为 127,128.47 万元。预计可收回金额的评估方法、重要参数及测算过程如下：

### 1、评估方法

#### （1）评估方法的选择

资产评估方法通常包括市场法、收益法和成本法。根据评估准则的规定，执行以财务报告为目的的评估业务，应当根据评估对象、价值类型、资料收集情况和数据来源等相关条件，参照企业会计准则关于评估对象和计量方法的有关规定，选择评估方法。本次评估的目的是为企业进行商誉减值测试提供价值参考，评估对象及其价值类型为包含商誉的资产组预计未来现金流量的现值，显然，成本法和市场法均不适用于现值的评估，因而本次评估采用收益法对资

产组预计未来现金流量的现值进行估算。

根据企业会计准则的规定，资产组预计未来现金流量的现值，应当按照资产在持续使用过程中和最终处置时所产生的预计未来现金流量，选择恰当的折现率对其进行折现后的金额加以确定。本次评估中采用的具体方法为现金流量折现法（CVEFCF）。

### （2）评估方法的选择说明

前次资产组的现值计量是采用收益法的估值技术。

根据《企业会计准则第39号——公允价值计量》第六章“估值技术”第十八条“企业以现值计量相关资产或负债，使用的估值技术主要包括市场法、收益法和成本法。”和第二十一条“公允价值计量使用的估值技术一经确定，不得随意变更，但变更估值技术或其应用能使计量结果在当前情况下同样或者更能代表现值的情况除外……”以及我们所收集到资料的实际情况，本次评估选择收益法对评估对象的现值进行评估，选择收益法也符合《以财务报告为目的的评估指南》第五章“评估方法”第二十三条“选择评估方法时应当与前期采用的评估方法保持一致”的规定。

### （3）收益法应用概要

本次收益法——预计未来现金流量折现的基本模型为：

资产组预计未来现金流量的现值的数学模型：

$$\text{CVEFCF} = \sum_{i=1}^n \frac{CF_i}{(1+r)^{i+\frac{m}{12}}} + \frac{CF_n \times (1+g)}{(r+g) \times (1+r)^{n+\frac{m}{12}}}$$

CVEFCF——表示未来现金流量现值 (the current value of the expected future cash flow)

$CF_i$ ——表示预测期第  $i$  期预计的现金流量， $i=1, 2, \dots, n$

$CF_n$ ——表示预测期末年即第  $n$  期预计的现金流量

$n, i$ ——分别表示预测期和预测期第  $i$  年(期)

$g$ ——表示永续期年现金流量的年平均增长率

$m$ ——表示当评估基准日所在的月份(唯当评估基准日为年末时,  $m=0$ )

资产组第  $i$  期预计的现金流量 ( $CF_i$ )

=第  $i$  期预计能够独立产生的营业收入 ( $R_i$ ) - 第  $i$  期对应的预计营业成本 ( $C_i$ )

-第  $i$  期对应的预计的税金及附加 ( $OT_i$ ) - 第  $i$  期预计的管理费用 ( $ME_i$ )

-第  $i$  期预计的销售费用 ( $SE_i$ ) - 第  $i$  期预计营运资金增加额 ( $OC_i$ )

-第  $i$  期预计的为使资产达到预定可使用状态所发生的现金流出 ( $CC_i$ )

+第  $i$  期折旧摊销等非付现成本费用 ( $D_i$ )

即:  $CF_i = R_i - C_i - OT_i - ME_i - SE_i - OC_i - CC_i + D_i$

折现率利用加权平均资本成本模型 (WACC) 计算 (由于本次评估为资产组现值评估, 需按税前现金流进行折现, 故折现率也为税前折现率。):

$$r = \{r_e \times k_e + r_d \times (1 - T) \times k_d\} \div (1 - T)$$

而权益资本成本采用资本资产定价模型 (CAPM) 计算:

$$r_e = r_f + MRP \times \beta_e + r_c$$

$r_e$  ——表示权益资本成本

$r_d$  ——表示付息债务资本成本

$r_f$  ——表示无风险报酬率

$r_c$  ——表示个别风险调整系数或特定风险调整系数

$k_e$ ——表示权益资本的权重

$k_d$ ——表示付息债务的权重

$T$  ——表示企业所得税税率

$MRP$ ——表示市场风险溢价

$\beta_e$  —— 表示权益的系统风险系数

付息债务成本  $r_d$ ：根据付息债务的实际情况估算其偿还周期，采用与评估基准日相近的同期商业贷款利率对付息债务成本  $r_d$  进行估计。

无风险报酬率  $r_f$ ：采用长期国债利率对无风险报酬率  $r_f$  进行估计。

市场风险溢价  $MRP$ ：采用于基准日中国市场风险溢价作为本次评估的市场风险溢价。

权益的系统风险系数  $\beta_e$ ：  $\beta_e = \beta_u \times \left[ 1 + \frac{k_d \times (1-T)}{k_e} \right]$

上式中：  $\beta_u$  —— 表示预期无杠杆市场风险系数，通过可比公司进行估计。

个别风险调整系数或特定风险调整系数  $r_c$ ：考虑企业所在行业的经营特点，参照与同行业市场利率风险，国际经济贸易形势、通货膨胀风险、市场与行业风险，并结合企业的实际情况确定。

## 2、收益期的确定

本次估值采用永续年期作为收益期。其中，第一阶段为 2020 年 1 月 1 日至 2024 年 12 月 31 日，在此阶段根据泽宝技术的经营情况及经营计划，收益状况处于变化中；第二阶段自 2025 年 1 月 1 日起为永续经营，在此阶段泽宝技术将保持稳定的盈利水平。

## 3、商誉减值测试的关键参数

### (1) 无风险利率的估计

参照评估基准日即期中长期国债利率的平均收益水平（根据中国债券信息网查询），于评估基准日，10 年以上期的国债到期收益率为 3.93%，故选用 3.93% 为无风险报酬率  $R_f$ 。

### (2) 市场风险溢价的估计

市场风险溢价是对于一个充分风险分散的市场投资组合，投资者所要求的

高于无风险报酬率的回报率。根据查询，于评估基准日，中国市场风险溢价为 6.62%，即市场风险溢价 MRP 为 6.62%。

### (3) 权益的系统风险系数的估计

根据被评估单位的业务特点，评估人员通过同花顺 iFinD 系统查询，选取委估资产组的业务范围相同、经营规模相近、资本结构相似的国内 A 股上市的公司 6 家，查询取该行业的可比上市公司的有财务杠杆贝塔系数、带息债务与权益资本比值、企业所得税率，并求取可比上市公司无财务杠杆贝塔系数的平均数作为委估企业无财务杠杆  $\beta_u$  的系数为 0.8966。

权益的系统风险系数  $\beta_e$ 。根据企业的资本结构 D/E 进行计算，计算公式如下：

$$\text{权益的系统风险系数: } \beta_e = \beta_u \times \left[ 1 + \frac{k_d \times (1-T)}{k_e} \right]$$

$\beta_u$ ——表示预期无杠杆市场风险系数，即各可比公司无财务杠杆的平均  $\beta_u$

$k_e$ ——表示权益资本的权重

$k_d$ ——表示付息债务的权重

T——泽宝技术适用所得税税率

付息债务的权重由付息债务价值与投资性资本价值的比值计算得到为 0.0569；

权益资本的权重由权益资本价值与投资性资本价值的比值计算得到为 0.9431；

通过计算可得权益的系统风险系数  $\beta_e$  为 0.9424。

### (4) 个别风险调整系数或特定风险调整系数的估计

考虑企业所在行业的经营特点，参照与同行业市场利率风险，国际经济贸易形势、通货膨胀风险、市场与行业风险，并结合企业的实际情况确定。泽宝技术的主要业务为通过对美欧日等发达地区中产需求分析，借助互联网营销手段，依托数据分析、市场判断、产品微创新以及高效的供应链管理能力，向线上个人消费者、线下大型连锁商超和经销商提供自有品牌产品，主营业务成本

率稳定，收入利润比较稳定，经营风险受国际经济贸易形势影响较大，因此本次评估将特定风险调整系数确定为 3.5%。

#### (5) 权益资本成本的计算

权益资本成本： $3.93\% + 0.9424 \times 6.62\% + 3.5\% = 0.1367$

#### (6) 付息债务成本的估计

借款综合利率为 3.48%，则  $r_d = 3.48\%$ 。

#### (7) 企业所得税税率的取值

企业所得税实际税负率为 15.46%。

#### (8) 财务比例的估计

付息债务的权重由付息债务价值与投资性资本价值的比值计算得到为 0.0569；

权益资本的权重由权益资本价值与投资性资本价值的比值计算得到为 0.9431；

#### (9) 折现率的计算

由于本次现金流为税前现金流，因此折现率也应当为税前折现率，即：

$$r = \frac{r_e}{(1-T)} \times \kappa_e + r_d \times \kappa_d = 15.45\%$$

### 4、商誉减值测试的测算过程

(1) 营业收入：泽宝技术主营业务收入分为线上线下品类销售收入，品类主要涉及电源类、蓝牙音频类、小家电类、电脑手机周边类、个护健康类等，业务主要分布在美国、德国、日本等国。其中，部分产品在亚马逊电商平台的市场份额位于前列，如移动电源、LED 台灯、蓝牙耳机、加湿器等。在 2019 亚马逊全球开店中国出口跨境电商品牌百强中，泽宝技术旗下 RavPower、TaoTronics、VAVA、Sable 四大品牌位列其中。

(2) 成本：泽宝技术的营业成本主要包括采购成本、物流成本等，成本占

收入比重较为稳定。

(3) 费用：主要为销售费用、管理费用及研发费用，结合公司的实际情况对不同的细项费用进行预测。

(4) 折现率：折现率采用 WACC 计算，本次评估采用的税前折现率为 15.45%。

(5) 税前自由现金流  $R_i$  的预测结果：

本次商誉减值测试资产组税前自由现金流  $R_i$  的预测情况如下：

表 1：商誉减值测试资产组税前自由现金流  $R_i$  的预测明细

项目	单位：万元					
	2020 年	2021 年	2022 年	2023 年	2024 年	稳定年
(一) 营业收入	302,360.79	383,285.07	448,498.13	496,748.51	523,436.65	523,436.65
减：营业成本	150,027.12	193,726.15	228,852.07	253,947.79	267,576.57	267,576.57
税金及附加	73.69	93.41	109.30	121.06	127.57	127.57
销售费用	120,205.13	150,929.79	175,942.56	194,864.76	206,083.39	206,098.19
管理费用	8,031.25	8,968.57	9,708.33	10,393.77	10,906.13	11,058.27
研发费用	5,159.20	5,892.78	6,552.57	7,129.56	7,566.13	7,589.65
财务费用	380.41	414.80	442.50	463.00	474.34	474.34
资产减值损失	—	—	—	—	—	—
(二) 营业利润	18,483.98	23,259.57	26,890.80	29,828.56	30,702.51	30,512.06
加：营业外收入	—	—	—	—	—	—
减：营业外支出	—	—	—	—	—	—
(三) 利润总额	18,483.98	23,259.57	26,890.80	29,828.56	30,702.51	30,512.06
(四) 资产组税前现金流=息税前利润+折旧与摊销-资本性支出-营运资金增加额						
加：税后利息支出	—	—	—	—	—	—
加：折旧	392.66	315.70	216.64	218.58	256.60	453.93
加：无形及其他资产摊销	1,554.27	1,442.61	896.22	618.05	1,162.04	1,588.77
减：资本性支出	—	191.81	536.96	1,159.92	2,704.94	1,421.41
减：营运资本增加	47,334.53	12,780.12	10,345.70	7,615.20	4,204.72	—
加：固定资产回收	—	—	—	—	—	—
资产组税前现金流	-26,903.62	12,045.95	17,120.98	21,890.06	25,211.50	31,133.35

#### (四) 计算商誉是否减值

深圳市鹏信资产评估土地房地产估价有限公司对泽宝技术商誉减值测试的评估结果，泽宝技术资产组可收回金额为 127,128.47 万元，泽宝技术资产组包含商誉的整体账面价值为 116,354.63 万元，资产组可收回金额高于其账面价值，未发生减值。具体计算过程如下：

项目	计算过程		金额
	A1		
固定资产			2,604.01

可辨认无形资产	A2	4,052.87
开发支出	A3	1,721.32
长期待摊费用	A4	2,333.13
其他	A5	-
资产组合计	A=A1+A2+A3+A4+A5	10,711.34
无形资产公允价值调整	B1	4,590.40
固定资产公允价值调整	B2	-
公允价值调整资产组	B=B1+B2	4,590.40
公允价值调整后资产组	C=A+B	15,301.74
商誉原值金额	D1	101,052.89
商誉减值准备金额	D2	-
商誉净值金额	D=D1-D2	101,052.89
资产组的整体账面金额	E=C+D	116,354.63
资产组的可收回金额	F	127,128.47
商誉减值金额	G=E-F	未发生减值

## 七、未决诉讼、仲裁等事项

截至本募集说明书签署日，公司及控股子公司尚未了结的标的金额 100 万元以上的诉讼、仲裁或者金额虽未达到 100 万元但存在一定影响的案件共计 5 件，具体情况如下：

序号	原告/上诉人	被告/被上诉人	受理法院	案号	案由	诉讼请求	案件进程	截至 2020 年 9 月 30 日预计负债
	泽宝 (一审被告)	张剑锋 (一审原告)	深圳市中级人民法院	(2020) 粤 03 民 终 21329 号	劳动 争议	1、撤销深圳市龙华区人民法院 (2019) 粤 0309 民初 14485 号民事判决书; 2、本案发回深圳市龙华区人民法院重审	二审进行中 (一审驳回原告的全部诉讼请求)	不适用
1	张剑锋 (一审原告)	泽宝 (一审被告)	深圳市中级人民法院	(2020) 粤 03 民 终 21329 号	劳动 争议	1、判决被告继续履行授予原告百分之二股权期权的合同义务; 2、判决确认原告于 2018 年 11 月 21 日对被告百分之二的股权期权行权价格为 20,000 元; 3、判决一审、二审的诉讼费用和评估费用由被告承担	二审进行中 (一审驳回原告的全部诉讼请求)	该案件尚在审判过程中，不确定性较大，尚不足预计负债的条
2	东泰五金	星徽股份	广州知识产权法院	(2020) 粤 73 知 民初 761 号	侵害 专利 权纠纷	1、判决被告立即停止侵犯专利权的侵权行为，包括但不限于停止生产、销售、许诺销售;	一审审理中	该案件尚在过程中，不确定

						2、判决被告立即销毁与侵犯上述专利产品有关的模具； 3、判决被告删除并屏蔽一切侵犯涉案专利权的侵权内容链接； 4、判决被告赔偿原告 50 万元； 5、判决被告赔偿原告维权合理支出费用 5 万元； 6、判决被告承担本案的全部诉讼费用		性较大，尚足负确认件
3	Burgos 等消费者	STK	加州北区法院	Case 4: 18-cv-06910-HSG	虚假宣传	原告律师主动请求和解，泽宝技术报价\$35k，对方报价\$365k	已签订和解协议，和解费用待法官裁定	200,000.00 美元
4	无锡晶美精密滑轨有限公司（以下简称“无锡晶美”）	星徽股份、江苏星徽精密科技有限公司（以下简称“江苏星徽”）	江苏省泰州市中级人民法院	(2020)苏 12 民初 166 号	商业诋毁纠纷	1、判令江苏星徽、星徽股份向无锡松下冷机有限公司、合肥美的电冰箱有限公司、海信容声（广东）冰箱有限公司、海尔集团公司发送声明以消除影响； 2、判令江苏星徽、星徽股份赔偿原告经济损失合计 200 万元； 3、判令江苏星徽在江苏省内发行的报纸上连续 30 日刊登道歉声明以消除影响、星徽股份在其公司官网首页上连续三个月刊登道歉声明以消除影响； 4、判令江苏星徽、星徽股份赔偿原告为制止侵权所支出的律师费、差旅费等合理支出共计 5 万元； 5、本案诉讼费由江苏星徽、星徽股份承担	一审审理中	尚在过程中，确定性较大，尚足负确认件
5	李小泳、谢嘉怡	泽宝	深圳市龙华区人民法院	(2020)粤 0309 民初 22768 号	股权转让纠纷	1、判令报告于判决生效之日起 3 个工作日内将其持有的小嘉科技 27% 股权（价值人民币 385 万元）转让给宁波皮皮兔企业管理合伙企业（有限合伙），并在市场监督管理部门办理变更手续； 2、判定被告赔偿原告损失 100 万元；	双方达成和签署股权转让协议，将告诉	不适用

					3、判令被告支付原告为获得涉案股权支付的全部费用，包括但不限于律师代理费 20 万元、诉讼财产保全责任保险费等共计 209,700 元； 4、判令被告承担财产保全费 5,000 元以及本案的全部诉讼费用	
--	--	--	--	--	--	--

张剑峰因与泽宝于 2009 年 7 月 16 日签订的劳动合同约定“在泽宝工作时间满一年并且考核达标的，泽宝分三年每年授予 1% 的期权，共授予 3% 的股份期权”事项向深圳市龙华区人民法院起诉。2020 年 6 月 23 日，深圳市龙华区人民法院作出《民事判决书》（（2019）粤 0309 民初 14485 号），以“双方劳动关系于 2011 年 10 月 31 日解除，距离张剑峰主张权利之日，仲裁时效已超过”为由，驳回张剑峰的全部诉讼请求。张剑峰和泽宝均不服上述判决，向深圳市中级人民法院上诉，张剑峰请求深圳市中级人民法院裁决撤销（2019）粤 0309 民初 14485 号民事判决书，并依法改判以支持其一审诉讼请求；泽宝以“一审法院送达错误导致泽宝未收到案件相关信息严重违反法定程序、忽略泽宝已经进行答辩的重要事实、存在明显的事实认定错误”请求撤销（2019）粤 0309 民初 14485 号民事判决书，并发回深圳市龙华区人民法院重审。截至本募集说明书签署日，泽宝与张剑峰案件尚未结案，但深圳市中级人民法院就与该案件案情基本一致的另一案件“泽宝与冉晓林案件”以“双方劳动关系距离冉晓林主张权利之日，仲裁时效已超过”为由维持一审判决、驳回上诉，且张剑峰距今已离职多时，因此泽宝与张剑峰案件不会对公司产生重大不利影响。

2019 年 10 月 17 日，东泰五金向广州知识产权法院起诉星徽股份，认为星徽股份侵犯了东泰五金拥有的专利号为 ZL201210037478.2 的专利。经核查，东泰五金起诉星徽股份侵犯的专利的名称为“带阻尼器的家具铰链”，带阻尼器的家具铰链为铰链的一种，2020 年 1-9 月公司铰链产品的营收 7,158.87 万元，仅占公司同期总营业收入的 2.07%；2020 年 1-9 月公司侵害专利权纠纷案件所涉带阻尼器的家具铰链产品的营业收入 1,840.05 元，占公司同期总营业收入的比例较小；东泰五金要求发行人承担的赔偿费用为 55 万元左右，占发行人 2019 年度净利润的比例为 0.03%。因此，即使法院支持东泰五金的全部诉讼请求，该等结果亦不会对公司的生产经营造成重大不利影响。

根据 GCA LAW PARTNERS LLP 于 2020 年 10 月 2 日出具的相关法律意见书、GCA LAW PARTNERS LLP 出具的相关回复以及相关案件材料，STK 存在一項未了结的诉讼案件，即 Burgos 等消费者于 2018 年 11 月 14 日起诉 STK 两款 RAVPOWER 移动电源的实际输出容量，比产品介绍宣称的容量低，涉嫌虚假宣传；该案件经过广泛谈判，双方同意在不承认有任何不当行为的情况下和解，就解决条件基本达成一致，STK 代理律师认为该案件将预计支付 20 万美元左右的和解费用。STK 不存在该案件所称的虚假宣传情形，但综合考虑后，STK 同意与相关方达成和解，上述代理律师预计的和解金额占发行人 2019 年度净利润比例较低。因此，该案件不会对公司的生产经营造成重大不利影响。

2020 年 6 月 9 日，无锡晶美起诉江苏星徽、星徽股份，认为北京中济纬天专利代理有限公司佛山分公司受星徽股份、江苏星徽委托，向无锡晶美的合作商发送“专利侵权警示函”，擅自为无锡晶美贴上侵权的标签，构成商业诋毁及不正当竞争。根据江苏星徽、星徽股份聘请的律师出具的《代理词》，在本案中，1、星徽股份不是上述“专利侵权警示函”的发函主体，“专利侵权警示函”的委托方是江苏星徽；2、江苏星徽在发函前亦进行了事实调查和法律论证，“专利侵权警示函”充分披露涉嫌侵权信息，并非虚假信息和误导信息，且该函件用词多处为“涉嫌侵害”、“涉嫌构成专利侵权”；3、江苏星徽的前述案件意图为维护江苏星徽合法权益，因此，星徽股份并非本案适格被告，江苏星徽上述行为不构成商业诋毁及不正当竞争。无锡晶美与公司的案件不会对公司产生重大不利影响。

深圳市龙华区人民法院就当事人为李小泳、谢嘉仪、泽宝的案件于 2020 年 11 月 19 日进行立案，其中李小泳、谢嘉怡为原告、泽宝为被告，案号为（2020）粤 0309 民初 22768 号，案由为股权转让纠纷，标的金额为 506.47 万元。经核查，李小泳、谢嘉怡为深圳小嘉科技有限公司（以下简称“小嘉科技”）少数股东，分别持股 30%、15%。截至本募集说明书签署日，泽宝已收到上述案件材料。根据小嘉科技 2019 年度财务报表，小嘉科技截至 2019 年 12 月 31 日净资产为 461.20 万元、净利润为 -35.98 万元，占发行人 2019 年度净资产比例 0.26%。2021 年 1 月 4 日，原告和被告双方达成和解并签署相关股权转让协议，原告将

撤诉。因此，泽宝与李小泳、谢嘉怡案件系关于小嘉科技的股权转让纠纷，案件结果对公司的生产经营不会产生重大不利影响。

经核查，保荐机构和发行人律师认为，以上诉讼仲裁不会对发行人业务和经营活动、未来发展或财务状况及对本次发行产生重大不利影响，对本次向特定对象发行股票不构成实质性障碍。

## 八、报告期内的行政处罚

报告期内，公司受到的行政处罚如下：

2018年9月4日，佛山市顺德区安全生产监督管理局就2017年7月22日公司厂区内的机械伤亡事故对发行人罚款20万元，公司于2018年9月11日已缴纳罚款，并按规定进行了整改。根据《中华人民共和国安全生产法》第一百零九条规定“发生生产安全事故，对负有责任的生产经营单位除要求其依法承担相应的赔偿等责任外，由安全生产监督管理部门依照下列规定处以罚款：（一）发生一般事故的，处二十万元以上五十万元以下的罚款”，20万元的罚款数额为该条规定的一般事故罚款中最低金额。2020年10月22日，佛山市顺德区应急管理局出具证明，认为该事故属于一般安全生产事故，不属于较大以上安全生产事故。保荐机构和发行人律师认为，发行人因此情况受到行政处罚的情形不会对本次发行构成实质性法律障碍。

2019年1月15日，星徽股份广州分公司因违反税收管理被国家税务总局广州市白云区税务局罚款200元（穗云税一所简罚[2019]553）。保荐机构和发行人律师认为，发行人因此情况受到行政处罚的情形不会对本次发行构成实质性法律障碍。

根据 AKIN GUMP STRAUSS HAUER & FELD LLP 出具的相关回复、星徽股份的相关公告文件以及相关案件材料，STK 存在一宗未了结的行政处罚争议，即 US Customs and Border Protection（以下简称“CBP”）对 STK 于报告期前进口的太阳能充电器，下发征收反倾销和反补贴税以及罚金的通知；据 STK 的律师判断，CBP 对 STK 的关税和罚金金额很可能位于 30-60 万美金之间。就该事项，STK 在报告期内未再进口过该争议所指产品；且该等行政处罚系发生于发行人收

购泽宝之前的事项引起；就该等处罚金额，发行人已预提了 50 万美金的负债，预提负债后，发行人 2019 年度的净利润为 14,915.92 万元。2020 年 12 月 4 日，BAYES PLLC Philip Wang 律师出具相关意见，认为：在我看来，STK 上述行为不构成对美国法律的重大违反。保荐机构和发行人律师认为，发行人因此情况受到行政处罚的情形不会对本次发行构成实质性法律障碍。

## 九、历次募集资金运用

前次募集资金到账时间未超过 5 年项目为 2018 年发行股份及支付现金购买资产并募集配套资金暨关联交易，具体情况如下：

### （一）基本情况

经公司 2018 年 6 月 15 日召开的第三届董事会第二十次会议、2018 年 7 月 17 日召开的第三届董事会第二十一次会议、2018 年 7 月 26 日召开的第三届董事会第二十二次会议、2018 年 8 月 13 日召开的 2018 年第三次临时股东大会、2018 年 12 月 5 日召开的第三届董事会第二十七次会议决议通过，并经证监会《关于核准广东星徽精密制造股份有限公司向孙才金等发行股份购买资产并配套募集资金的批复》（证监许可[2018]2048 号）核准，公司分别以发行股份方式和现金方式支付交易对价 89,052.35 万元和 63,947.65 万元，合计 153,000 万元购买深圳市泽宝电子商务股份有限公司全体股东持有的 100% 股权。

公司向珠海横琴悦坤企业管理合伙企业（有限合伙）、江志佳、广东贵裕宝投资有限公司、娄江-元沣一号分级私募投资基金分别发行股份 8,782,936 股、7,528,230 股、3,764,115 股和 15,056,461 股。本次发行后，公司的注册资本由 317,990,433.00 元增至人民币 353,122,175.00 元。公司已收到珠海横琴悦坤企业管理合伙企业（有限合伙）、江志佳、广东贵裕宝投资有限公司、娄江-元沣一号分级私募投资基金分别缴纳的出资款 69,999,999.92 元、59,999,993.10 元、29,999,996.55 元和 119,999,994.17 元，合计 279,999,983.74 元，扣除发行承销费 16,000,000.00 元（含税）后，余额 263,999,983.74 元已于 2019 年 9 月 30 日由主承销商光大证券股份有限公司从其在中国银行上海市万航渡路支行开立的银行账户（账号 441667098687）汇入公司在中国农业银行股份有限公司顺德跃进

支行开立的银行账户（账号44477701040005438）。考虑承销费用进项税905,660.38元，另扣除发行服务费、律师费、验资费等其他发行费用15,811,320.75元（不含税）后，募集资金净额249,094,323.36元，分别计入股本35,131,742.00元，资本公积213,962,581.36元，并经瑞华会计师事务所（特殊普通合伙）出具的“瑞华验字[2019]48230003号”验资报告验证。

截至2020年9月30日，2018年6月发行股份及支付现金购买资产并募集配套资金存储情况如下：

单位：元				
开户银行	银行账号	初始存放金额	余额	备注
中国农业银行股份有限公司顺德跃进支行	44477701040005438	263,999,983.74	0.49	

## （二）募集资金实际使用情况

### 1、募集资金使用情况对照情况

2018年发行股份及支付现金购买资产并募集配套资金的具体使用情况如下：

单位：万元									
募集资金总额			26,400.00			已累计使用募集资金总额			26,400.00
变更用途的募集资金总额						各年度使用募集资金总额：			
变更用途的募集资金总额比例						2019年			21,040.79
						2020年1-9月			5,359.21
序号	投资项目	募集资金投资总额	截止日募集资金累计投资额						项目达到预定可使用状态日期(或截止日项目完成的差额)
			募集资金前承诺投资金额	募集资金后承诺投资金额	实际投资金额	募集资金前承诺投资金额	募集资金后承诺投资金额	实际投资金额	实际投资金额与募集资金后承诺投资金额的差额
1	发行股份购买深圳市泽宝创新技术有限公司100%股权	26,400.00	26,400.00	26,400.00	26,400.00	26,400.00	26,400.00	26,400.00	- 100%

### 2、募集配套资金变更情况

2018年发行股份及支付现金购买资产并募集配套资金的募集资金无变更实际投资项目情况。

### 3、募集配套资金项目实际投资总额与承诺存在差异的情况说明

2018年发行股份及支付现金购买资产并募集配套资金的募集资金项目实际

投资总额与承诺总额无差异。

#### 4、募集配套资金投资项目实现效益情况

2018年发行股份及支付现金购买资产并募集配套资金投资项目实现效益情况对照说明如下：

实际投资项目		截止日投资项目累计产能利用率	承诺效益			最近三年实际效益			是否达到预计效益	单位：万元
序号	项目名称		2018年	2019年	2020年	2018年	2019年	2020年		
1	发行股份购买深圳市泽宝创新技术有限公司100%股权	不适用	10,800.00	14,500.00	19,000.00	10,960.43	15,427.87	-	26,388.30	达到

截至2020年9月30日，泽宝技术已完成2018年度和2019年度的承诺业绩。2018年度按照承诺利润计算口径实现利润数业经瑞华会计师事务所（特殊普通合伙）审核，并出具了《深圳市泽宝创新技术有限公司关于资产重组业绩承诺实现情况的专项说明审核报告》（瑞华核字[2019]48230007号）。2019年度按照承诺利润计算口径实现利润数业经中审华会计师事务所（特殊普通合伙）审核，并出具了《关于深圳市泽宝创新技术有限公司业绩承诺完成情况的鉴证报告》（CAC证专字[2020]0344号）。

#### 5、募集配套资金结余及节余募集资金使用情况说明

截至2020年9月30日，2018年发行股份及支付现金购买资产并募集配套项目已完成，专项账户结余资金0.49元。

#### 十、存货跌价准备计提情况

2020年9月30日，公司各业务存货跌价准备计提情况如下：

##### （一）家居五金

2020年1-9月，公司家居五金各产品利润情况如下：

单位: 万元

项目	收入	成本	毛利率	销售费用	税费	产品利润	产品利润率
滑轨	42,057.85	35,138.55	16.44%	1,282.47	178.54	5,458.30	12.98%
铰链	7,158.87	6,521.87	8.90%	218.30	30.39	388.32	5.42%
其他	414.60	395.23	4.67%	12.64	1.76	4.96	1.20%
合计	49,631.32	42,055.65	15.26%	1,513.41	210.69	5,851.58	11.78%

注: 销售费用、税费根据收入占比进行分摊。

如上表所示, 2020 年 1-9 月, 公司家居五金产品综合利润率为 11.78%。通过产品利润分析, 公司家居五金存货不存在明显减值迹象。2020 年 9 月 30 日, 公司根据企业会计准则要求对家居五金存货进行跌价测试, 由于公司细分产品型号较多, 部分产品测试结果如下:

单位: 元

项目	说明	序号	计算过程	SH3611-300-DY-0003	HY-S6D01-14-S-DN	N2F2-360-02-DX-0001	SH4513-350-DY-0001
结存数量	单个存货期末库存数量	①		126,725.00	67,400.00	3,689.00	8,519.00
期末库存商品单位标准成本	依据物料清单累计计算的单位标准成本	②		4.32	1.85	17.08	6.96
期末库存商品单位成本差异	依据各存货标准成本金额分摊的成本差异	③		0.27	0.12	1.13	0.46
期末成本合计	期末库存商品成本合计	④	$④ = (③ + ②) * ①$	581,797.44	132,313.55	67,173.35	63,178.11
销售单价	采用最近一笔销售单价(一年以内)	⑤		4.73	1.84	19.88	8.58
销售费用及税费	销售费用及税费	⑥		20,934.57	4,200.04	3,176.84	3,214.81
可变现净值	结存数量*(销售单价-销售费用及税费)	⑦	$⑦ = ① * ⑤ - ⑥$	578,417.50	119,819.33	70,155.12	69,912.14
计提存货跌价准备	期末库存成本与可变现净值孰低	⑧	如果 $⑦ \geq ④$ , $⑧ = 0$ , 如果 $⑦ < ④$ , $⑧ = ④ - ⑦$	3,379.95	12,494.22	-	-

经测试, 2020 年 9 月 30 日, 公司家居五金绝大部分存货未发生跌价, 期末存货计提跌价准备 397.28 万元, 占家居五金存货原值的 3.03%。

## (二) 消费电子

2020 年 1-9 月, 公司消费电子各类产品利润情况如下:

单位: 万元

产品大类	收入	成本	毛利率	销售费用	税费	产品利润	产品利润率
电源类	41,156.39	21,582.89	47.56%	16,389.38	9.90	3,174.22	7.71%
蓝牙音频类	64,540.19	30,832.67	52.23%	25,709.52	15.53	7,982.47	12.36%
小家电类	87,350.85	39,345.31	54.96%	34,785.03	21.01	13,199.50	15.11%
电脑手机周边	24,465.03	12,317.43	49.65%	9,742.51	5.89	2,399.20	9.81%

类							
个护健康类	27,926.90	13,617.41	51.24%	11,121.11	6.72	3,181.67	11.39%
其他	50,036.42	16,796.86	66.43%	19,925.60	12.04	13,301.92	26.58%
合计	295,475.79	134,492.57	54.48%	117,673.15	71.08	43,238.97	14.63%

注：上表中销售费用、税费根据收入占比进行分摊。

如上表所示，消费电子综合产品利润率为 14.63%，各类产品扣除销售费用、税费后均有一定的利润。通过产品利润分析，消费电子存货不存在明显减值迹象。报告期内计提的存货跌价准备主要系少部分存货存在折扣促销、清尾货等情况，公司根据企业会计准则要求，对消费电子存货进行跌价测试，由于公司细分产品和 SKU 较多，部分 SKU 测试结果如下：

单位：元							
项目	说明	序号	计算过 程	78-05000-029	78-04000-012	78-17016-191	50-03000-022
结存数量	单个存货期末 在库数量	①		45.00	4,875.00	2,962.00	1,363.00
在途数量	单个存货期末 在途数量	②		595.00	438.00	-133.00	998.00
采购单位 成本	国内采购的初 始成本	③		384.75	51.94	191.70	153.33
运费单 位 成本	源仓至目的仓 港口的运费， 按照物流明细 记录至各产品	④		35.57	4.51	4.14	28.05
期 末 成 本 合 计	采购成本+物 流成本	⑤	$⑤ = (③ + ④) * (① + ②)$	269,004.87	299,888.65	554,034.92	428,257.06
销售单 价	采用最近一笔 销售单价（一 年以内）	⑥		279.17	65.33	515.36	650.92
销售费用 及税费	销售平台费及 税费	⑦		166.75	40.64	111.23	216.76
可变现净 值	(结存数量 + 在途数量) * (销售单价 - 销售费用及税 费)	⑧	$⑧ = (① + ②) * (⑥ - ⑦)$	71,946.03	131,209.61	1,143,293.98	1,025,041.65
计 提 存 货 跌 价 准 备	期末库存成本 与可变现净值 孰低	⑨	如果 ⑧ >= ⑤, ⑨ = 0, 如果 ⑧ < ⑤, ⑨ = ⑤ - ⑧	197,058.84	168,679.04	-	-

经测试，2020 年 9 月 30 日，公司消费电子存货绝大部分存货均未发生跌价，期末存货计提跌价准备 705.72 万元，占消费电子存货期末余额的 0.67%。

### (三) 存货跌价准备计提比例与同行业上市公司比较分析

2018 年末和 2019 年末，公司存货跌价准备计提比例与同行业可比上市公司比较如下：

项目	2019.12.31			2018.12.31			单位：万元
	存货余额	跌价准备	计提比例	存货余额	跌价准备	计提比例	
安克创新	116,117.42	4,380.23	3.77%	80,680.29	2,606.10	3.23%	
跨境通	572,631.33	268,982.72	46.97%	565,604.62	59,053.32	10.44%	
天泽信息	107,164.76	5,406.81	5.05%	90,409.58	5,076.03	5.61%	
公司	62,656.18	979.38	1.56%	46,976.09	611.37	1.30%	

注：1、2017 年末泽宝技术未纳入合并范围，2017 年末数据与同行业上市公司不可比。

同行业上市公司未披露 2020 年 9 月末存货余额及跌价准备情况。

2、2019 年天泽信息收购从事跨境电商业务的深圳市有棵树科技有限公司，其 2018 年末数据来源于深圳市有棵树科技有限公司 2018 年审计报告。

从上表可见，公司存货跌价准备计提比例与同行业上市公司存在一定差异，主要原因如下：

同行业各公司由于经营理念、产品结构和存货周转等不同，存货计提跌价准备存在一定差异。公司坚持走“精品”策略，产品主要集中在消费电子类，核心 SKU 约两百个。公司注重产品研发创新，专注于品牌建设，依赖爆款产品带动垂直领域销售，产品具有毛利率高、可售期长的特点。报告期内，公司对存货实施有效管理，产品库龄相对较短，存货周转效率较高。2019 年公司存货周转率为 3.62，高于同行业可比上市公司水平（跨境通 2.93、天泽信息 3.43、安克创新 3.51），存货存在滞销风险较小。

报告期内，公司按照企业会计准则要求计提存货跌价准备，存货跌价准备计提充分。

## 第二节 本次证券发行概要

### 一、本次发行的背景和目的

#### （一）本次发行的背景

##### 1、受国家政策推动，行业迎来良好发展机遇

近年来，国务院、商务部、海关总署、国税局等部门先后出台多项文件支持跨境电商的发展。2020年4月7日，国务院常务会议决定在已设立59个跨境电商综合试验区基础上，再新设46个跨境电商综合试验区，推广促进跨境电商发展的有效做法，同时实行按规定免征增值税和消费税、企业所得税核定征收等支持政策。随着《电子商务法》等法规出台实施，我国跨境电商行业发展环境将不断优化，市场得以发展壮大。

##### 2、公司需要投入更多资源以适应市场的快速发展

随着互联网技术和物流行业的快速发展、海外市场需求的不断增加以及政府政策的大力支持，我国出口跨境电商交易规模迅猛增长。根据电子商务研究中心《2019年度中国跨境电商市场数据监测报告》，2019年中国跨境电商市场规模达10.5万亿元，同比增长16.66%，占中国进出口总值31.54万亿元的33.29%，同比提升3.79%。公司依托多年来在产品开发、研发创新、品牌运营等多方面经验的积累，坚持走“精品”和自有品牌的发展路线，为适应市场快速发展，更好地把握行业发展趋势，保持公司在“精品”电商的领先优势和核心竞争力，公司需要投入更多资金和资源用于产品研发和运营管理上。

#### （二）本次发行的目的

##### 1、加强研发体系建设，提高公司的技术储备

公司本次募集资金投资项目是在现有业务的基础上，结合未来市场发展的趋势投资视频产品研发项目、激光电视研发项目、数字产品研发中心升级及实验室建设项目、信息系统升级项目等。全球消费电子行业技术水平日新月异，技术更新和产品迭代速度加快，为紧跟市场技术发展趋势和消费者需求，公司需进一步

加强研发体系建设、扩大研发团队规模，增强公司的技术储备，确保公司产品研发水平、市场份额处于行业领先地位。

## 2、增强公司的盈利能力

公司本次募集资金投资项目顺利实施后，将进一步提升上市公司的业务规模，显著增强公司的核心竞争力和创新能力，带动公司的产业技术升级，构建新的盈利增长点，增强公司的盈利能力，有利于提高上市公司的价值，更好地为股东创造回报。

## 3、缓解资金压力，优化资本结构

近年来，公司各业务板块持续发展，随着业务规模的不断扩大，公司仅依靠内部经营积累和外部银行贷款已经较难满足业务持续扩张对资金的需求。通过本次向特定对象发行股票募集资金将有助于缓解公司的资金压力，优化资本结构，有利于增强公司资本实力和抗风险能力，保障公司的持续、稳定、健康发展。

## 二、发行对象及与发行人的关系

本次发行的发行对象不超过35名(含)，为符合中国证监会规定条件的法人、自然人或其他合法投资组织；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二只以上产品认购的，视为一个发行对象；信托公司作为发行对象，只能以自有资金认购。

最终发行对象由股东大会授权董事会在获得深交所的审核通过，并经中国证监会同意注册后，按照中国证监会及深交所的相关规定，根据竞价结果与本次发行的保荐机构（主承销商）协商确定。若国家法律、法规及规范性文件对本次发行对象有新的规定，公司将按新的规定进行调整。

截至募集说明书签署日，公司本次发行尚无确定的对象，因而无法确定发行对象与公司的关系。发行对象与公司之间的关系将在发行结束后公告的《发行情况报告书》中披露。

## 三、发行证券的价格或定价方式、发行数量、限售期

### （一）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。

发行价格的定价原则为：发行价格不低于定价基准日前20个交易日公司股票交易均价的80%（定价基准日前20个交易日公司股票交易均价=定价基准日前20个交易日公司股票交易总额÷定价基准日前20个交易日公司股票交易总量）。

若公司自定价基准日至发行日期间发生派息、送红股、资本公积转增股本等除权、除息事项，本次发行价格将相应调整。

调整公式如下：

派发现金股利： $P1=P0-D$

送红股或转增股本： $P1=P0/(1+N)$

两项同时进行： $P1=(P0-D)/(1+N)$

其中， $P0$ 为调整前发行价格，每股派发现金股利为 $D$ ，每股送红股或转增股本数为 $N$ ，调整后发行价格为 $P1$ 。

最终发行价格由公司股东大会授权董事会在获得深交所审核通过，并经中国证监会同意注册后，按照中国证监会及深交所的相关规定，根据竞价结果与本次发行的保荐机构（主承销商）协商确定。

### （二）发行数量

本次发行的发行数量不超过105,936,652股（含本数），且不超过本次发行前总股本的30%。单一认购对象及其一致行动人的认购股数不超过本次发行股票数量的30%。

最终发行数量将在本次发行获得深交所审核通过及中国证监会同意注册后，由公司董事会根据股东大会的授权于发行时根据市场化询价的情况，与本次发行的保荐机构（主承销商）协商确定最终的发行数量。若公司自本次发行的董事会决议公告日至发行日期间发生派息、送红股、资本公积金转增股本等除权、除息事项以及其他事项导致公司总股本发生变化的，本次发行数量上限将进行相应调

整。

### （三）限售期

本次发行的发行对象认购的股份自发行结束之日起六个月内不得转让，限售期结束后按中国证监会及深交所的有关规定执行。发行对象基于本次发行所取得的股份因公司分配股票股利、资本公积转增股本等情形所衍生取得的股份亦应遵守前述股份锁定安排。

## 四、募集资金投向

本次发行的募集资金不超过98,170.44万元（含本数），扣除发行费用后的募集资金净额将全部用于以下项目：

单位：万元

项目名称	项目投资总额	本次募集资金拟投入额
视频产品研发项目	14,448.97	13,137.52
激光电视研发项目	9,757.14	8,000.84
数字产品研发中心升级及实验室建设项目	40,508.80	40,508.80
信息系统升级项目	7,523.28	7,523.28
补充流动资金	29,000.00	29,000.00
<b>合计</b>	<b>101,238.18</b>	<b>98,170.44</b>

若本次发行募集资金净额少于上述项目拟使用募集资金投入金额，公司将根据募集资金净额，按照项目的轻重缓急等情况，调整并最终决定募集资金的具体投资项目、优先顺序及各项目的具体投资额等使用安排，募集资金不足部分由公司以自筹资金或通过其他融资方式解决。在本次发行募集资金到位之前，公司可能根据项目进度的实际需要以自筹资金先行投入，并在募集资金到位之后按照相关法规规定的程序予以置换。

## 五、本次发行是否构成关联交易

本次发行将采用竞价方式进行，截至募集说明书签署日，公司本次发行尚未确定发行对象，最终是否存在因关联方认购本次发行的股票而构成关联交易，将在发行结束后公告的《发行情况报告书》中予以披露。

## 六、本次发行是否将导致公司控制权发生变化

截至募集说明书签署日，星野投资为公司的控股股东，本次发行前星野投资持有公司27.69%的股份。蔡耿锡和谢晓华夫妇合计持有公司控股股东星野投资100%的股权，为公司实际控制人。

如按照发行数量上限105,936,652股测算，本次发行完成后，星野投资持有公司股份占公司股份总数的21.30%，因本次发行单一认购对象及其一致行动人的认购股数不超过本次发行股票数量的30%，星野投资仍为公司的控股股东，蔡耿锡和谢晓华夫妇仍为公司的实际控制人，本次发行不会导致公司控制权发生变化。

## 七、本次发行方案取得有关主管部门批准的情况以及尚需呈报批准的程序

（一）深交所审核通过。

（二）中国证监会对上市公司的注册申请作出同意注册的决定。

### 第三节 董事会关于本次募集资金使用的可行性分析

#### 一、募集资金使用计划、实施主体及投入方式

##### (一) 募集资金使用计划

本次发行的募集资金不超过98,170.44万元（含本数），扣除发行费用后的募集资金净额将全部用于以下项目：

单位：万元

项目名称	项目投资总额	本次募集资金拟投入额
视频产品研发项目	14,448.97	13,137.52
激光电视研发项目	9,757.14	8,000.84
数字产品研发中心升级及实验室建设项目	40,508.80	40,508.80
信息系统升级项目	7,523.28	7,523.28
补充流动资金	29,000.00	29,000.00
<b>合计</b>	<b>101,238.18</b>	<b>98,170.44</b>

若本次发行募集资金净额少于上述项目拟使用募集资金投入金额，公司将根据募集资金净额，按照项目的轻重缓急等情况，调整并最终决定募集资金的具体投资项目、优先顺序及各项目的具体投资额等使用安排，募集资金不足部分由公司以自筹资金或通过其他融资方式解决。在本次发行募集资金到位之前，公司可能根据项目进度的实际需要以自筹资金先行投入，并在募集资金到位之后按照相关法规规定的程序予以置换。

##### (二) 募集资金实施主体及投入方式

项目名称	实施主体	投入方式
视频产品研发项目	子公司泽宝技术	
激光电视研发项目	子公司泽宝技术	
数字产品研发中心升级及实验室建设项目	子公司泽宝技术	本次募集资金到位后将通过委托贷款形式投入到泽宝技术
信息系统升级项目	子公司泽宝技术	
补充流动资金	发行人或子公司泽宝技术	如投入子公司泽宝技术，本次募集资金到位后将通过委托贷款形式投入到泽宝技术

#### 二、本次募集资金投资项目的基本情况

## （一）视频产品研发项目

### 1、项目概况

本项目研发技术拟应用于行车记录仪、网络摄像机、婴儿监视器等视频类产品，旨在提高产品的分辨率、AI智能化水平、待机时间、夜视能力、无线网络传输距离等关键性能。研发内容具体包括：

8K超高分辨编解码技术、高动态光照渲染（HDR）技术、超广角在行车记录仪中的应用技术；DMS（防疲劳预警系统）、ADAS（高级驾驶辅助系统）在行车记录仪中的应用技术；高码流远距离图传技术在网络摄像机中的应用；高性能低功耗电池网络摄像机的技术研究以及AI技术在婴儿监控器中的应用等模块。

为改善现有研发条件，提高研发工作效率，本项目拟建设影像实验室、眼图测试中心、RF（Radio Frequency）测试中心、射频实验室等研发实验室，并购置一批研发检测设备，保障视频产品研发工作的顺利开展。

#### （1）视频产品研发项目具体内容

视频产品研发项目具体内容如下表所示：

序号	研发项目	研发背景	研发目的（研发成果）	研发内容概述
1	8K 超高分辨率编解码+高动态光照渲染（HDR）+超广角在行车记录仪项目中的应用	当前，泽宝行车记录仪产品已经完成了4K分辨率技术的部署，技术领先当前市场主流的1080P的产品。为确保品牌产品技术领先地位，需启动对8K以及更高端新产品研发。	研制出一款可呈现更高像素、夜间拍摄效果更好、拍摄角度更广的行车记录仪。	本项目采用8K超高分辨率、高码率的编解码方式，使得图像效果更逼真。同时HDR和超广角可以解决夜间效果差和画面显示角度小的问题。
2	DMS（防疲劳预警系统）、ADAS（高级驾驶辅助系统）在行车记录仪中的应用	未来，智能驾驶以及安全驾驶将是行业两大“风口”，泽宝技术提前布局相关领域。	研制出一款携带DMS和ADAS的行车记录仪。	本项目拟在行车记录仪中增加DMS和ADAS功能，实现疲劳预警以及辅助驾驶功能。
3	高码流远距离图传技术在网络摄像机中的应用	无线覆盖范围是当前电池低功耗网络摄像机产品的主要痛点之一。传统低功耗WiFi的产品无线覆盖范围在100米左右，传输全高清视频存在卡顿现象，用户体验差。针对此痛点本项目提出全新的研发方案，有望将无线覆盖距离提	解决功耗和远距离之间的矛盾，实现4K及以下分辨率3公里距离的图传。	采用OFDMA高频谱利用率以及TDD低频谱需求；支持64QAM、16QAM、QPSK多种码率动态可调，支持多种带宽分配，扁平化系统架构设计，有效减少系统延时，提高系统传输能力。支持700M-2.6GHz频段（可定制支持400Mhz-6Ghz），最高可达30Mbps

		升到 3 公里，实现传输 QHD、超高清视频不卡顿，满足更多场景需求。		速率，支持 4K 及以下高清图传。具备传输距离远、数据吞吐量大、抗干扰性强的特点。
4	高性能低功耗网络摄像机的技术研究	在现有低功耗网络摄像机的基础上，本项目拟研发功耗更低、启动速度更快、视频画质更高清晰的安防产品，构建技术壁垒，提升产品竞争力。	通过低功耗和快启动技术研究优化，在市场同类产品中达到技术领先。	视频画质由传统 1080P 提升到 4K；通过独有的保活机制、信道机制将休眠待机功耗由目前 300 uA 降低到 100 uA，快启动时间由 600 毫秒降低到 300 毫秒，大幅提升电池待机时间和摄像头启动速度。
5	AI 技术在婴儿监控器中的应用	公司目前的产品主要系用户通过摄像头主动观察婴儿的状况来实现监控，但用户无法每时每刻都保持观察状态，本项目拟开发摄像头 AI 技术，实现摄像头自主智能识别婴幼儿的危险行为或身体状态，实现智能监控。	通过研发 AI 技术，实现摄像头对婴儿的行为及状态的智能识别与监测，解决用户育儿看护的痛点，减轻妈妈育儿负担，提升产品体验。	1、通过对摄像头实时采集到的视频图像的数据进行处理，开发 AI 算法，对婴儿进行人脸检测和识别，检测人脸是否被覆盖； 2、开发 AI 算法对婴儿的人形进行识别，对危险区和安全区进行设定和识别； 3、开发自动追踪算法，实现摄像头自动追踪婴儿移动功能。

## (2) 拟应用部件与现有业务的具体关系

视频产品研发项目拟应用部件与现有业务的具体关系如下表所示：

序号	拟应用部件	提升性能
1	行车记录仪	1、由 4k 画质提升至 8k 超高清画质； 2、提升夜间拍摄效果，增大了镜头拍摄范围； 3、新增 DMS（防疲劳预警系统）和 ADAS（高级驾驶辅助系统）的智能辅助驾驶功能。
2	网络摄像机	1、视频画质由 1080p 提升至 4K； 2、待机功耗由 300 uA 降低到 100 uA，待机时间大于 12 个月； 3、快启动时间由 600 毫秒降低到 300 毫秒，大幅提升电池待机时间和摄像头启动速度； 4、无线覆盖距离提升至 3 公里，较传统覆盖距离提升 2 倍。
3	婴儿监视器	新增对婴儿进行人脸识别及人形识别；对危险区、安全区进行识别，对婴儿的移动进行跟踪，通过人脸识别可减少婴儿脸部被覆盖而导致窒息的风险。

本项目系对现有产品的技术升级和改造。

## 2、项目投资的必要性

(1) 实施本项目是泽宝技术持续加大视频类产品研发投入，巩固优势产品市场地位的重大举措

在经济发展及居民消费水平不断提升的背景下，智能化产品逐渐普及，智能摄像头产品应用领域不断多元化，以智能摄像头为核心部件的视频产品行业呈良

好的发展态势。从行车记录仪市场看,根据Grand View Research, Inc的最新报告,到2024年,全球行车记录仪市场规模预计将达到75亿美元左右,在预测期内的复合年增长率为12.9%;从网络摄像头市场看,根据IHS Research分析,2019年全球网络摄像头的市场规模为193.3亿美元,至2023年将增长至293亿美元,在预测期内的复合年增长率为13.29%;从婴儿监视器市场看,根据来自Statista的市场调研数据,到2024年,预计全球婴儿监视器的市场规模将达到17亿美元左右,市场需求主要集中在欧美等地区,其中美国市场规模预计为6亿美元左右。实施本项目,公司拟引进研发人才,扩大以智能摄像头为核心部件的视频类产品研发团队的规模,持续提升研发团队技术水准,对视频类产品研发领域进行研发设计创新与技术攻关,将技术更为先进、设计更加优良的视频产品推向市场,提升公司在全球智能摄像头领域的市场份额。

(2) 实施本项目有利于增强公司在智能摄像头为核心部件的视频产品领域的技术实力

消费电子行业具有研发投入高、技术迭代快等特点,行业品牌商均通过不断加大研发投入提升自身技术水平和实力,构筑技术壁垒。近年来,消费电子创新产品和技术不断涌现,行业主流产品不断更新换代,已由传统的电视机、个人电脑等转变为智能电视、平板电脑、智能手机和可穿戴设备等新兴消费电子产品。以智能摄像头为核心部件的视频产品作为一种新兴消费电子产品,其应用领域不断扩展,产品功能不断增多,同样需要不断加大研发投入,以实现产品的换代升级。实施本项目,公司将不断加大在视频产品领域的技术研发投入,保证视频产品在市场上处于领先地位,契合公司“精品”路线的定位。

### 3、项目投资的可行性

(1) 本项目建设符合国家产业政策导向

从国家政策导向看,政府积极推动智能摄像头相关应用领域的发展,在《物联网“十三五”规划》、《新一代人工智能发展规划》、《“十三五”国家战略新兴产业发展规划》、《车联网(智能网联汽车)产业发展行动计划》、《5G发展前景及政策导向》等文件中,提出支持5G、物联网、车联网、人工智能等领域的发展,从而带动以智能摄像头为核心的相关视频产品行业发展。

## （2）本项目实施拥有良好的技术研发基础

不同于典型跨境电商，泽宝技术自2016年开始往产品方向转型，着眼于产品品牌化运作及精品化策略，在产品研发上投入了大量资源，近三年研发累计投入超过1.96亿人民币，建立了完善且先进的产品研发体系，在产品定义、工业设计、产品研发、质量控制、工程改良等方面对产品进行全链条的精心打造。泽宝技术自主研发体系以用户体验为中心，基于用户体验改进、市场需求与竞争分析的微创新，根据公司业务情况对IPD（集成产品开发）产品开发流程进行了独创性的改进和完善，并融合互联网产品体验设计的UCD（是指以用户为中心的设计）流程，打造高性价比的产品。泽宝技术核心研发团队成员来自于中国科学院、TCL、华为、腾讯等科研院所及知名企业。截至2020年9月末，泽宝技术研发人员为225人。经过潜心研发，泽宝技术在视频合成、视频处理、云端交互、图像解析、AI物体识别算法、负反馈算法、色彩管理算法、喷绘算法以及云端存储技术等方面建立了专业的技术储备，产品研发沿视频图像、美妆个护、小家电等智能产品方向展开。截至2020年9月30日，泽宝技术在境内拥有2件发明专利、42件实用新型专利、96件外观设计专利；在境外拥有3件发明专利、4件实用新型专利、361件外观设计专利，覆盖美国、德国、日本等国家。基于良好的技术研发基础，泽宝技术可进一步通过固定资产投资扩大在视频产品领域的研发投入、通过自行培养和招聘引进更多的视频产品领域专业化研发人员，立足现有技术基础，不断加快视频产品领域的技术、产品创新速率，积累更丰富的前沿技术与产品销售经验，巩固公司在视频产品领域的核心竞争力，提升可持续发展的动力。

## （3）本项目实施拥有良好的市场基础、成熟广泛的销售渠道和良好的品牌形象

得益于智能摄像头行业的快速增长，泽宝技术的视频产品销售量也呈现较快增长势头。2019年泽宝技术研发的行车记录仪、网络摄像机（IPC）以及婴儿监视器（Baby Monitor）等三个品类的视频产品销售量为74,927台，实现销售收入4,994.76万元；2020年1-9月，三个品类的视频产品销售量已达到130,582台，实现销售收入12,698.18万元。智能摄像头领域快速增长的市场需求为本项目的实施提供了坚实的市场基础。泽宝技术自2008年开始在亚马逊平台开展B2C

(Business-to-Customer) 业务, 迄今已十余年, 推广自有品牌产品已有七年, 目前产品均为自有品牌产品, 部分产品在亚马逊的线上市场份额位于前列, 如LED(发光二极管)台灯、蓝牙耳机、移动电源、行车记录仪等。通过产品占有率和口碑的长期渗透, 公司自有品牌已成为具备一定市场影响力的亚马逊线上品牌, 与市场同类竞品形成品牌差异化竞争优势, 同时, 基于产品、运营、IT(Information Technology)、供应链、自有品牌和知识产权等方面的优势, 有助于提高终端用户的粘性和忠诚度, 也为开拓线下渠道奠定了品牌基础。在2019亚马逊全球开店的中国出口跨境品牌百强中, 泽宝技术旗下RAVPower、TaoTronics、VAVA、Sable四大品牌位列其中。泽宝技术的终端用户主要是美国、欧洲、日本中产阶级消费者, 具有相对较高的教育和购买力水平, 对产品品牌也有一定的认可度。在此基础上, 泽宝技术推出的视频新产品能够迅速获得目标市场消费者群体的认可, 在较短时间内实现较好的收益, 项目建设和后续成功运营具备可行性。

#### 4、项目规划建设

##### (1) 项目实施主体

项目的实施主体为公司子公司泽宝技术。

##### (2) 项目投资计划

本项目总投资 14,448.97 万元, 其中建设投资 13,137.52 万元, 铺底流动资金 1,311.44 万元。资金来源于本次发行募集资金和自有资金, 其中, 建设投资 13,137.52 万元拟以向特定对象发行股票的方式筹集, 铺底流动资金 1,311.44 万元来源于自有资金。各分项投资如下表所示:

序号	项目	投资额(万元)	占总投资的比例
一	建设投资	13,137.52	90.92%
1.1	研发项目人员成本	5,325.00	36.85%
1.2	研发项目开发费用	3,810.00	26.37%
1.3	研发与测试设备购置及安装费用	3,376.93	23.37%
1.4	预备费	625.60	4.33%
二	铺底流动资金	1,311.44	9.08%
三	合 计	14,448.97	100.00%

##### (3) 项目预期效益

本项目经测算经济效益良好，所得税后内部收益率达 27.50%，税后财务净现值 6,016.33 万元。

#### (4) 募投项目建设的进度安排及募集资金的预计使用进度

本项目实施包括前期准备和项目实施两个阶段，总工期为 12 个月，使用募集资金投入 13,137.52 万元。

**项目准备阶段：**包括前期调研、可行性研究、项目设计、设备招标等工作，预计 2 个月完成。

**项目实施阶段：**设备购置及安装、人员招聘及培训、系统调试及验证、试运行等各项工作，预计 10 个月内完成。

**项目实施进度如下：**

时间(月)	T+12					
	1-2	3-4	5-6	7-8	9-10	11-12
可行性研究						
初步设计						
设备购置及安装						
人员招聘及培训						
系统调试及验证						
试运行						

注：T 为募集资金到账日

**本项目募集资金的预计使用进度如下：**

序号	项目	投资总额	单位：万元	
			第 1 年	第 2 年
1	建设投资	13,137.52	7,441.27	5,696.25
1.1	研发项目人员成本	5,325.00	2,250.00	3,075.00
1.2	研发项目开发费用	3,810.00	1,530.00	2,280.00
1.3	研发与测试设备购置及安装费用	3,376.93	3,306.93	70.00
1.4	预备费	625.60	354.35	271.25
合计		13,137.52	7,441.27	5,696.25

## 5、项目批复文件

泽宝技术于 2020 年 11 月 24 日取得深圳市龙华区发展和改革局“深龙华发改备[2020]0421 号”项目备案证，同日取得深圳市生态环境局龙华管理局“深环龙华备[2020]1619 号”备案。

## 6、视频产品研发项目效益预测的假设条件、计算基础、计算过程及所使用

## 的收益数据

### （1）营业收入测算的假设条件、计算基础、计算过程

本项目计算期为 6 年，其中，运营期为第 2 年至第 6 年。假设本项目 2021 年开始实施，则 2022 年开始计算营业收入。

#### ①销售量预测

以 2020 年预测销售量为基础，2021 年与 2022 年各按 35% 的增长率计算，得出 2022 年的预测销售量。本项目第 2 年至第 6 年销售量均按 2022 年的预测销售量计算，2022 年的销售量预测如下：

项目	2019 年	2020 年 E	2021 年 E	2022 年 E
行车记录仪（台）	43,918	63,210	85,334	115,200
增长率	-	43.93%	35.00%	35.00%
网络摄像机（台）	8,807	8,539	11,528	15,562
增长率	-	-3.04%	35.00%	35.00%
婴儿监视器（台）	22,202	86,914	117,334	158,400
增长率	-	291.47%	35.00%	35.00%

注：2020 年网络摄像机由于产品升级，价格提升，预计销售量较 2019 年将持平或略有下降。

#### ②销售价格预测

本项目以历史销售价格为依据，按照本项目实施后产品的功能、配置等变化，预测相关产品的销售价格，具体如下：

项目	2019 年	2020 年 1-9 月	预测销售价格
行车记录仪（元/台）	474.90	949.28	1,022.11
网络摄像机（元/台）	696.92	1,190.06	801.50
婴儿监视器（元/台）	1,033.83	984.43	961.44

预测期行车记录仪销售单价增长是由于公司 2021 年拟将行车记录仪的主力产品调整为 VD009（产品代码），该款产品系高端产品、售价较高，为 199 美元，募投项目实施后的主力产品也将是高售价产品，因此预测期行车记录仪销售单价将有所增长。

#### ③销售收入预测

按照上述各产品的预测销售量、销售价格，本项目预测营业收入如下：

	第2年	第3年	第4年	第5年	第6年
行车记录仪(万元)	11,774.73	11,774.73	11,774.73	11,774.73	11,774.73
销售量(台)	115,200.00	115,200.00	115,200.00	115,200.00	115,200.00
销售价格(万元/台)	0.10	0.10	0.10	0.10	0.10
网络摄像机(万元)	1,247.30	1,247.30	1,247.30	1,247.30	1,247.30
销售量(台)	15,562.00	15,562.00	15,562.00	15,562.00	15,562.00
销售价格(万元/台)	0.08	0.08	0.08	0.08	0.08
婴儿监视器(万元)	15,229.19	15,229.19	15,229.19	15,229.19	15,229.19
销售量(台)	158,400.00	158,400.00	158,400.00	158,400.00	158,400.00
销售价格(万元/台)	0.10	0.10	0.10	0.10	0.10
合计(万元)	28,251.22	28,251.22	28,251.22	28,251.22	28,251.22

## (2) 营业成本和费用测算的假设条件、计算基础、计算过程

### ①营业成本测算

本项目各类产品营业成本按照2020年1-9月相关产品的成本率测算，具体如下：

项目	2020年1-9月成本率
行车记录仪	36.75%
网络摄像机	40.84%
婴儿监视器	36.18%

### ②各项费用测算

本项目销售费用、管理费用、研发费用参照泽宝技术报告期内的平均值确定，其中，本项目销售费用占营业收入的比重按40%取值；管理费用占营业收入的比重按5%取值；本项目产品应处于研发高投入阶段，因此研发费用占营业收入的比重按4%取值。报告期内，泽宝技术各项费用占营业收入的比重如下：

项目	2017年	2018年	2019年	2020年1-9月	平均值
销售费用/营业收入	37.80%	39.92%	39.83%	39.82%	39.34%
管理费用/营业收入	5.70%	5.04%	2.66%	1.86%	3.82%
研发费用/营业收入	2.54%	2.22%	1.70%	1.38%	1.96%

### ③总成本费用测算

根据上述测算，本项目总成本费用测算如下：

序	项目	计算期	单位：万元
			合计

号		第2年	第3年	第4年	第5年	第6年	
1	营业成本	10,347.11	10,347.11	10,347.11	10,347.11	10,347.11	51,735.55
2	销售费用	11,300.49	11,300.49	11,300.49	11,300.49	11,300.49	56,502.44
3	管理费用	1,412.56	1,412.56	1,412.56	1,412.56	1,412.56	7,062.80
4	研发费用	1,130.05	1,130.05	1,130.05	1,130.05	1,130.05	5,650.24
5	经营成本 (1+2+3+4-6-7)	22,771.40	21,352.48	21,352.48	21,352.48	21,352.48	108,181.32
6	折旧费	625.01	638.24	638.24	638.24	638.24	3,177.96
7	摊销费	793.80	2,199.49	2,199.49	2,199.49	2,199.49	9,591.75
8	财务费用	-	-	-	-	-	-
9	总成本费用合计 (5+6+7+8)	24,190.21	24,190.21	24,190.21	24,190.21	24,190.21	120,951.03
	其中:可变成本	10,347.11	10,347.11	10,347.11	10,347.11	10,347.11	51,735.55
	固定成本	13,843.10	13,843.10	13,843.10	13,843.10	13,843.10	69,215.49

### (3) 效益预测及所使用的收益数据

根据上述营业收入、营业成本、期间费用等财务数据的测算，计算项目测算期内各年度现金流，以此计算项目所使用的财务内部收益率、财务净现值、动态投资回收期、静态投资回收期等收益数据。具体如下：

单位：万元

序号	项目	计算期					
		第1年	第2年	第3年	第4年	第5年	第6年
1	现金流入	-	28,251.22	28,251.22	28,251.22	28,251.22	32,990.51
1.1	销售(营业)收入	-	28,251.22	28,251.22	28,251.22	28,251.22	28,251.22
1.2	回收固定资产残值	-	-	-	-	-	367.81
1.3	回收流动资金	-	-	-	-	-	4,371.48
2	现金流出	7,441.27	33,854.38	22,367.73	22,367.73	22,367.73	22,367.73
2.1	建设投资	7,441.27	5,696.25	-	-	-	-
2.2	流动资金	-	4,371.48	-	-	-	-
2.3	经营成本	-	22,771.40	21,352.48	21,352.48	21,352.48	21,352.48
2.4	主营业务(销售)税金及附加	-	-	-	-	-	-
2.5	所得税	-	1,015.25	1,015.25	1,015.25	1,015.25	1,015.25
3	净现金流量(1-2)	-7,441.27	-5,603.16	5,883.49	5,883.49	5,883.49	10,622.77
4	累计净现金流量	-7,441.27	-13,044.43	-7,160.95	-1,277.46	4,606.02	15,228.80
5	净现金流量折现值(i=10%)	-7,441.27	-4,630.71	4,420.35	4,018.50	3,653.18	5,996.28
6	累计净现金流量折现值	-7,441.27	-12,071.98	-7,651.63	-3,633.13	20.05	6,016.33
7	所得税前净现金流量(3+2.5)	-7,441.27	-4,587.91	6,898.74	6,898.74	6,898.74	11,638.03
8	累计所得税前净现金流量	-7,441.27	-12,029.18	-5,130.44	1,768.30	8,667.03	20,305.06
9	所得税前净现金流量折现值	-7,441.27	-3,791.66	5,183.12	4,711.93	4,283.57	6,569.36
10	所得税前累计净现金流量折现值	-7,441.27	-11,232.93	-6,049.81	-1,337.88	2,945.70	9,515.06

本项目效益指标如下：

项目	所得税后	所得税前
财务内部收益率	27.50%	36.74%
财务净现值（万元）	6,016.33	9,515.06
动态投资回收期（年）	4.99	4.31
静态投资回收期（年）	4.22	3.74

### 7、视频产品销售均价变动情况

泽宝技术研发的行车记录仪、网络摄像机（IPC）以及婴儿监视器（Baby Monitor）等三个品类的视频产品销售均价变动情况如下：

具体产品	2020年1-9月			2019年		
	销售量 (台)	均价 (元/台)	销售额 (万元)	销售量 (台)	均价 (元/台)	销售额 (万元)
行车记录仪	54,970.00	949.28	5,218.19	43,918.00	474.90	2,085.68
网络摄像机	1,777.00	1,190.06	211.47	8,807.00	696.92	613.77
婴儿监视器	73,835.00	984.43	7,268.52	22,202.00	1,033.83	2,295.31
合计	130,582.00	972.43	12,698.18	74,927.00	666.62	4,994.76

2019年销售均价为666.62元/台，2020年1-9月销售均价为972.43元/台，2020年1-9月销售均价较2019年销售均价上升305.81元/台，增长45.87%，主要原因系产品结构不同所致。2019年泽宝技术行车记录仪产品尚处于促销推广阶段，部分产品功能简单，售价较低且有较高折扣，如VD015、VD016、VD017三个型号产品，该三个型号产品2019年销售量合计为22,756台，占行车记录仪当年销量比重为51.81%，销售均价仅为174.71元/台，整体拉低了2019年行车记录仪销售均价。2020年泽宝技术淘汰了VD015、VD016、VD017三个功能简单、售价较低的行车记录仪产品，目前，泽宝技术销售的行车记录仪销售均价多数位于700-1,200元之间，因此，2020年行车记录仪销售均价实现了大幅提升。

## （二）激光电视研发项目

### 1、项目概况

报告期内，公司已售及目前在售激光电视产品均为公司自主品牌VAVA，不存在出售第三方品牌产品的情况。

公司目前在售激光电视系自主研发，包括TV板的研发设计、DLP模块、安卓操作系统优化以及APP和物联网管理平台等核心部件与功能均系公司自主研发，但激光电视的另一核心部件激光光机为外部采购。

本项目拟加大在激光电视产品领域的研发投入，引进研发人才，扩大激光电视类产品研发团队的规模，持续提升研发团队技术水准。同时，为改善现有研发条件，提高研发工作效率，本项目拟建设音频实验室、TV测试房等研发实验室，并购置一批研发检测设备，保障激光电视产品研发工作的顺利开展。

### (1) 激光电视产品研发项目具体内容

公司激光电视研发项目系研发新一代光机，未来光机不再需要对外采购，仍采用委外生产，可以有效降低成本。具体研发内容如下表所示：

研发项目	研发背景	研发目的(研发成果)	研发内容概述	主要功能及特性
新一代激光光机	传统激光光机色域小，色彩还原度差，亮度偏低，观影体验效果较差，白天尤为严重。公司目前激光机为对外采购。	1、开发一款新一代激光光机，达到更好的色域、亮度和稳定性； 2、解决散斑严重问题，带来更好的观影效果； 3、开发亮度更高、稳定性更好的光机。	1、替代传统激光机使用的蓝光光源技术，实现更好的图像效果； 2、使用色轮技术解决传统激光散斑严重的问题； 3、开发超短焦、投屏亮度为更高的光机。	1、更先进的成像技术使得画面成像更为逼真，色域更好； 2、激光散斑问题可得到较好地解决； 3、投屏亮度更高。

### (2) 拟应用部件与现有业务的具体关系

激光电视研发项目拟应用部件与现有业务的具体关系如下表所示：

产品	拟应用部件	增加功能	提升性能
激光电视	新一代激光光机	亮度更高、色域更广的超短焦激光投射显示。	1、色域提升，画面效果更为逼真； 2、投屏亮度更高； 3、解决激光散斑严重的问题，带来更好的观影效果。

报告期内，公司已售及目前在售激光电视产品均采用对外采购的传统激光光机，该光机色域较小，投屏亮度较低。目前新一代激光光机为市场前沿技术，目前市场应用较少，系未来激光电视技术主流发展方向。通过本次研发可以改善、提高色域以及投屏亮度等关键性能，增强公司产品的市场竞争力。

## 2、项目投资的必要性

(1) 实施本项目是泽宝技术顺应市场发展趋势，做大做强激光电视业务的重大举措

激光电视是采用激光光源，配备专业抗光增益屏，可以收看广电节目，点播互联网内容的新一代电视。激光电视具有大尺寸、高画质、健康护眼、沉浸感强、节能省电、家居融合性好等诸多优势，已成为当下电视产品生态中增长最快的品类。根据市场调研机构Market Research Future的数据，2018年全球激光投影仪市场规模29.3亿美元，其中北美地区占比36.6%，欧洲地区占比28.9%，亚太地区占比26.2%；2025年全球激光投影仪市场规模预计将达到83.2亿美元，复合年增长率预计为16.37%。目前占主导地位的液晶显示产业规模逐渐进入萎缩期，2025年激光电视将成为最具竞争力的显示技术。实施本项目，公司拟引进研发人才，扩大激光电视类产品研发团队的规模，持续提升研发团队技术水准，对激光电视类产品研发领域进行研发设计创新与技术攻关，将技术更为先进、设计更加优良的激光电视新产品推向市场，提升公司在全球激光电视产品领域的市场份额。

(2) 实施本项目是提升公司在激光电视领域的技术实力

消费电子行业具有研发投入高、技术迭代快等特点，行业品牌商均通过不断加大研发投入提升自身技术水平和实力，构筑技术壁垒。近年来，消费电子创新产品和技术不断涌现，行业主流产品不断更新换代，已由传统的电视机、个人电脑等转变为智能电视、平板电脑、智能手机和可穿戴设备等新兴消费电子产品。激光电视作为一种新兴消费电子产品，也具有同样特点。实施本项目，公司将不断加大在该品类的技术研发投入，保证产品在市场上处于领先地位，契合公司“精品”路线的定位。

### 3、项目投资的可行性

(1) 本项目建设符合国家产业政策导向

2015年，《中国制造2025》将激光显示确定为未来10年我国重点发展的新型显示技术；2016年，“十三五”规划将激光显示列为新一代信息技术新型显示项目的首位；2016年至2018年，科技部“战略性先进电子材料”重点专项连续3年支持激光显示（包含激光电视）整机、模组、器件和材料的关键技术研发。2019年，

国家新一轮家电补贴政策发布，激光电视作为健康、智能的新品类和高能效、高品质的升级家电产品，将会是消费者换新的首选。对比当前各种电子显示产品，激光电视在健康护眼方面具有明显优势。目前我国青少年近视率居高不下，小学生近视率接近40%，在控制近视率已经被提到“国家日程”的前提下，推广普及激光电视迎来了新的良好机遇。随着消费升级和5G时代的到来，再加上新一轮家电下乡等产业政策的推出，未来新兴显示技术将大行其道，而在当下的各种显示技术中，激光电视具有较多优势。

### （2）本项目实施拥有良好的技术研发基础

不同于典型跨境电商，泽宝技术自2016年开始往产品方向转型，着眼于产品品牌化运作及精品化策略，在产品研发上投入了大量资源，近三年研发累计投入超过1.96亿人民币，建立了完善且先进的产品研发体系，在产品定义、工业设计、产品研发、质量控制、工程改良等方面对产品进行全链条的精心打造。泽宝技术自主研发体系以用户体验为中心，基于用户体验改进、市场需求与竞争分析的微创新，根据公司业务情况对IPD（集成产品开发）产品开发流程进行了独创性的改进和完善，并融合互联网产品体验设计的UCD（是指以用户为中心的设计）流程，打造高性价比的产品。泽宝技术核心研发团队成员来自于中国科学院、TCL、华为、腾讯等科研院所及知名企业。截至2020年9月末，泽宝技术研发人员为225人。经过潜心研发，泽宝技术在视频合成、视频处理、云端交互、图像解析、AI物体识别算法、负反馈算法、色彩管理算法、喷绘算法以及云端存储技术等方面建立了专业的技术储备，产品研发沿视频图像、美妆个护、小家电等智能产品方向展开。截至2020年9月30日，泽宝技术在境内拥有2件发明专利、42件实用新型专利、96件外观设计专利；在境外拥有3件发明专利、4件实用新型专利、361件外观设计专利，覆盖美国、德国、日本等国家。基于良好的技术研发基础，泽宝技术可进一步通过固定资产投资扩大在激光电视领域的研发投入、通过自行培养和招聘引进更多的激光电视领域专业化研发人员，立足现有技术基础，不断加快激光电视领域的技术、产品创新速率，积累更丰富的前沿技术与产品销售经验，巩固公司在激光电视领域的核心竞争力，提升可持续发展的动力。

### （3）本项目实施拥有良好的市场基础、成熟广泛的销售渠道和良好的品牌

## 形象

得益于激光电视行业的快速增长，泽宝技术的激光电视销售量也呈现快速增长势头。2019年泽宝技术的激光电视销售量为2,041台，实现销售收入3,743.95万元；2020年1-9月，激光电视销售量已达到4,014台，实现销售收入7,333.12万元。激光电视领域快速增长的市场需求为本项目的实施提供了坚实的市场基础。泽宝技术自2008年开始在亚马逊平台开展B2C业务，迄今已十余年，推广自有品牌产品已有七年，目前产品均为自有品牌产品，部分产品在亚马逊的线上市场份额位于前列，如LED台灯、蓝牙耳机、移动电源、行车记录仪等。通过产品占有率和口碑的长期渗透，公司自有品牌已成为具备一定市场影响力的亚马逊线上品牌，与市场同类竞品形成品牌差异化竞争优势，同时，基于产品、运营、IT、供应链、自有品牌和知识产权等方面的优势，有助于提高终端用户的粘性和忠诚度，也为开拓线下渠道奠定了品牌基础。在2019亚马逊全球开店的中国出口跨境品牌百强中，泽宝技术旗下RAVPower、TaoTronics、VAVA、Sable四大品牌位列其中。泽宝技术的终端用户主要是美国、欧洲、日本中产阶级消费者，具有相对较高的教育和购买力水平，对产品品牌也有一定的认可度。在此基础上，泽宝技术推出的激光电视新产品能够迅速获得目标市场消费者群体的认可，在较短时间内实现较好的收益，项目建设和后续成功运营具备可行性。

## 4、项目规划建设

### （1）项目实施主体

项目的实施主体为公司子公司泽宝技术。

### （2）项目投资计划

本项目总投资 9,757.14 万元，其中建设投资 8,000.84 万元，铺底流动资金 1,756.30 万元。资金来源于本次发行募集资金和自有资金，其中，建设投资 8,000.84 万元拟以向特定对象发行股票的方式筹集，铺底流动资金 1,756.30 万元来源于自有资金。各分项投资如下表所示：

序号	项目	投资额（万元）	占总投资的比例
一	建设投资	8,000.84	82.00%
1.1	研发项目人员成本	2,662.50	27.29%

1.2	研发项目开发费用	3,950.00	40.48%
1.3	研发与测试设备购置及安装费用	1,007.35	10.32%
1.4	预备费	380.99	3.90%
二	铺底流动资金	1,756.30	18.00%
三	合 计	9,757.14	100.00%

### (3) 项目预期效益

本项目经测算经济效益良好，所得税后内部收益率达 26.48%，税后财务净现值 4,565.57 万元。

### (4) 莫投项目建设的进度安排及募集资金的预计使用进度

本项目实施包括前期准备和项目实施两个阶段，总工期为 12 个月，使用募集资金投入 8,000.84 万元。

**项目准备阶段：**包括前期调研、可行性研究、项目设计、设备招标等工作，预计 2 个月完成。

**项目实施阶段：**设备购置及安装、人员招聘及培训、系统调试及验证、试运行等各项工作，预计 10 个月内完成。

项目实施进度如下：

时间(月)	T+12					
	1-2	3-4	5-6	7-8	9-10	11-12
可行性研究						
初步设计						
设备购置及安装						
人员招聘及培训						
系统调试及验证						
试运行						

注：T 为募集资金到账日

本项目募集资金的预计使用进度如下：

序号	项目	投资总额	单位：万元	
			第1年	第2年
1	建设投资	8,000.84	3,778.18	4,222.66
1.1	研发项目人员成本	2,662.50	1,125.00	1,537.50
1.2	研发项目开发费用	3,950.00	1,500.00	2,450.00
1.3	研发与测试设备购置及安装费用	1,007.35	973.26	34.08
1.4	预备费	380.99	179.91	201.08
	合计	8,000.84	3,778.18	4,222.66

## 5、项目批复文件

泽宝技术于 2020 年 11 月 24 日取得深圳市龙华区发展和改革局“深龙华发改案[2020]0422 号”项目备案证，同日取得深圳市生态环境局龙华管理局“深环龙华备[2020]1620 号”备案。

## 6、项目效益预测的假设条件、计算基础、计算过程及所使用的收益数据

### (1) 营业收入测算的假设条件、计算基础、计算过程

本项目计算期为 6 年，其中，运营期为第 2 年至第 6 年。假设本项目 2021 年开始实施，则 2022 年开始计算营业收入。

#### ①销售量预测

以 2020 年预测销售量为基础，2021 年与 2022 年各按 35% 的增长率计算，得出 2022 年的预测销售量。本项目第 2 年至第 6 年销售量均按 2022 年的预测销售量计算，2022 年的销售量预测如下：

项目	2019 年	2020 年 E	2021 年 E	2022 年 E
激光电视（台）	2,041	9,482	12,800	17,280
增长率	-	364.58%	35.00%	35.00%

#### ②销售价格预测

本项目以历史销售价格为依据，按照本项目实施后产品的功能、配置等变化，预测相关产品的销售价格，具体如下：

项目	2019 年	2020 年 1-9 月	预测销售价格
激光电视（元/台）	18,343.69	18,268.86	16,093.00

#### ③销售收入预测

按照上述各产品的预测销售量、销售价格，本项目预测营业收入如下：

项目	第 2 年	第 3 年	第 4 年	第 5 年	第 6 年
激光电视（万元）	27,808.70	27,808.70	27,808.70	27,808.70	27,808.70
销售量(台)	17,280.00	17,280.00	17,280.00	17,280.00	17,280.00
销售价格(万元/台)	1.61	1.61	1.61	1.61	1.61

### (2) 营业成本和费用测算的假设条件、计算基础、计算过程

### ①营业成本测算

本项目营业成本按照 2020 年 1-9 月激光电视的成本率测算，具体如下：

项目	2020 年 1-9 月营业成本占收入比例
激光电视	54.85%

### ②各项费用测算

本项目销售费用、管理费用、研发费用参照泽宝技术报告期内的平均值确定。其中，与公司整体水平相比，激光电视品类销售费用占收入比重较低，2020 年 1-9 月仅为 8.78%，而公司整体平均水平为 25.68%，因此，本项目销售费用占收入的比重按 25% 取值；管理费用占收入的比重按 5% 取值；本项目产品应处于研发高投入阶段，因此研发费用占收入的比重按 4% 取值。报告期内，泽宝技术各项费用占销售收入的比重如下：

项目	2017 年	2018 年	2019 年	2020 年 1-9 月	平均值
销售费用/营业收入	37.80%	39.92%	39.83%	39.82%	39.34%
管理费用/营业收入	5.70%	5.04%	2.66%	1.86%	3.82%
研发费用/营业收入	2.54%	2.22%	1.70%	1.38%	1.96%

### ③总成本费用测算

根据上述测算，本项目总成本费用测算如下：

序号	项目	计算期					合计
		第 2 年	第 3 年	第 4 年	第 5 年	第 6 年	
1	营业成本	15,254.16	15,254.16	15,254.16	15,254.16	15,254.16	76,270.80
2	销售费用	6,952.18	6,952.18	6,952.18	6,952.18	6,952.18	34,760.88
3	管理费用	1,390.44	1,390.44	1,390.44	1,390.44	1,390.44	6,952.18
4	研发费用	1,112.35	1,112.35	1,112.35	1,112.35	1,112.35	5,561.74
5	经营成本 (1+2+3+4-6-7)	23,973.92	22,920.76	22,920.76	22,920.76	22,920.76	115,656.97
6	折旧费	183.95	190.39	190.39	190.39	190.39	945.5
7	摊销费	551.25	1,597.97	1,597.97	1,597.97	1,597.97	6,943.13
8	财务费用	-	-	-	-	-	-
9	总成本费用合计 (5+6+7+8)	24,709.12	24,709.12	24,709.12	24,709.12	24,709.12	123,545.59
	其中：可变成本	15,254.16	15,254.16	15,254.16	15,254.16	15,254.16	76,270.80
	固定成本	9,454.96	9,454.96	9,454.96	9,454.96	9,454.96	47,274.80

### (3) 效益预测及所使用的收益数据

根据上述营业收入、成本、费用等财务数据的测算，计算项目测算期内各年度现金流，以此计算项目所使用的财务内部收益率、财务净现值、动态投资回收期、静态投资回收期等收益数据。具体如下：

单位：万元

序号	项目	计算期					
		第1年	第2年	第3年	第4年	第5年	第6年
1	现金流入	-	27,808.70	27,808.70	27,808.70	27,808.70	33,775.24
1.1	销售（营业）收入	-	27,808.70	27,808.70	27,808.70	27,808.70	27,808.70
1.2	回收固定资产残值	-	-	-	-	-	112.21
1.3	回收流动资金	-	-	-	-	-	5,854.32
1.4	其他现金流入	-	-	-	-	-	-
2	现金流出	3,778.18	34,825.80	23,695.66	23,695.66	23,695.66	23,695.66
2.1	建设投资	3,778.18	4,222.66	-	-	-	-
2.2	流动资金	-	5,854.32	-	-	-	-
2.3	经营成本	-	23,973.92	22,920.76	22,920.76	22,920.76	22,920.76
2.4	主营业务（销售）税金及附加	-	-	-	-	-	-
2.5	所得税	-	774.90	774.90	774.90	774.90	774.90
2.6	其他现金流入出	-	-	-	-	-	-
3	净现金流量（1-2）	-3,778.18	-7,017.10	4,113.05	4,113.05	4,113.05	10,079.58
4	累计净现金流量	-3,778.18	-10,795.27	-6,682.23	-2,569.18	1,543.87	11,623.45
5	净现金流量折现值（i=10%）	-3,778.18	-5,799.25	3,090.19	2,809.27	2,553.88	5,689.66
6	累计净现金流量折现值	-3,778.18	-9,577.43	-6,487.24	-3,677.97	-1,124.09	4,565.57
7	所得税前净现金流量（3+2.5）	-3,778.18	-6,242.20	4,887.94	4,887.94	4,887.94	10,854.48
8	累计所得税前净现金流量	-3,778.18	-10,020.38	-5,132.43	-244.49	4,643.45	15,497.93
9	所得税前净现金流量折现值	-3,778.18	-5,158.84	3,672.38	3,338.53	3,035.03	6,127.07
10	所得税前累计净现金流量折现值	-3,778.18	-8,937.02	-5,264.64	-1,926.11	1,108.92	7,235.99

本项目效益指标如下：

项目	所得税后	所得税前
财务内部收益率	26.48%	35.88%
财务净现值（万元）	4,565.57	7,235.99
动态投资回收期（年）	5.20	4.63

静态投资回收期(年)	4.62	4.05
------------	------	------

### (三) 数字产品研发中心升级及实验室建设项目

#### 1、项目概况

本项目通过新购办公场地，坚持自主研发与联合研发并重的方针，进一步整合内外部资源，加强产学研合作，拓展研发功能，引进一批研发人才，储备与培养企业发展的科研带头人，将研发中心建设成为泽宝技术的新技术储备基地，量产测试基地，以及引进技术的消化吸收和创新基地，项目建成后将成为享誉业内的软硬件产品研发和测试中心。本项目拟引进各类先进研发设备，增设无响、射频、化学等相关实验室，并设立小家电测试房、智能测试房、充气类测试房、3C产品测试室等，进一步加大研发投入，强化核心竞争力。

#### 2、项目投资的必要性

##### (1) 实施本项目是适应行业发展需要，追赶行业技术先进公司的必然要求

消费电子行业具有产品迭代快、技术含量高等特点。技术创新是推动消费电子产品不断迭代更新的原动力，不断发展的技术是满足人们对消费电子产品日益增长的多元化需求的必要条件。随着互联网、大数据、云计算、智能终端等信息技术的普及和发展，不断提高自身技术水平已成为消费电子行业企业在激烈的市场竞争环境下持续发展的根基。

全球消费电子行业品牌商日益加大对技术与研发的投入。消费电子产品的研发、设计和质量管控等工作对产品的技术标准提出了较高的要求。高技术标准能够较好地实现产品质量管控，有效保障电子消费产品的质量，为消费者提供良好的用户体验。不断提高的行业技术水平已形成消费电子行业较高的准入门槛，只有紧跟发展趋势，深挖用户需求，采用前沿技术手段，持续对产品设计与研发高度投入，才能不断推出功能创新、品质优良的科技消费品。

实施本项目，是泽宝技术进一步加大研发投入，强化核心竞争力的需要。泽宝技术将进一步完善技术创新规划，健全研发机制，拓展研发功能，将整体技术研发能力提升至新的先进水平。一方面依靠更加强大的技术创新能力，持续开发适销对路的消费电子新产品、提升现有产品科技水平、拓展下游新市场，从而获

取良好的经济效益，为巩固与提高泽宝技术的行业地位奠定基础；另一方面加强先进主流技术的开发与储备，与下游客户紧密合作，积极研发符合市场需求的技术解决方案，并逐步引导其主流化，从而不断强化技术优势。

### （2）实施本项目是增强技术创新能力，升级泽宝技术发展引擎的重要举措

泽宝技术自2016年开始往产品方向转型，着眼于产品品牌化运作及精品化策略。通过近年来的持续研发投入，泽宝技术在视频合成、视频处理、云端交互、图像解析、AI物体识别算法、负反馈算法、色彩管理算法、喷绘算法以及云端存储技术等方面建立了技术储备。目前，泽宝技术的产品自主研发正处于爬坡过坎的关键时期，需要进一步加大研发投入，支撑自主研发产品顺利推向市场。

实施本项目，将为泽宝技术的多个在研产品提供资金支持，从而支持泽宝技术持续提升自主研发产品比例，向产品方向转型，并为泽宝技术未来的发展提供强大的技术支撑和可持续的产品储备。此外，通过本项目实施，还可为泽宝技术未来发展储备相关技术人才，有利于提升其核心竞争力。

### （3）实施本项目有助于泽宝技术建立与未来发展高度适应的现代化研发环境

根据未来发展战略规划，泽宝技术业务仍将保持快速增长势头，需要全面提升技术创新能力，这对为之服务的研发环境提出了更高要求，而泽宝技术目前的研发环境与这一要求相比较远：一是研发和检测设备欠缺。为进一步提升前沿技术研发能力，亟须引进各类先进研发设备并增设无响、射频、化学等相关实验室，并设立小家电测试房、智能测试房、充气类测试房、3C产品测试室等。二是人才储备不足。与业内其他领先企业相比，泽宝技术目前研发人员数量占比仍相对较小，在激烈的创新竞争中需要进一步加大专业人才的储备与培育力度，特别需要加强高端人才的引进力度。

实施本项目，将建设新的数字产品研发中心及实验室。一方面进一步传承泽宝技术的创新文化，引进先进研发设施设备，建设实验室，整合拓展研发功能，提升研发等级，加强产学研合作，力争打造成为业内领先的技术创新中心；另一方面吸引和培养一批创新专业人才，完善泽宝技术研发团队的梯度结构，夯实可

持续发展的人才基础，为泽宝技术业务持续高速增长提供保障。

### 3、项目投资的可行性

#### (1) 国家政策对消费电子行业整体研发能力提升的支持

从国家政策导向看，近年来，国家政策大力支持跨境电商的发展，从2012年8月商务部颁布《关于利用电子商务平台开展对外贸易的若干意见》以来，国家多个重要部门相继颁布相应政策支持跨境出口电商的发展。

序号	法律、法规或政策	颁布机构	颁布时间	涉及内容
1	《战略性新兴产业重点产品和服务指导目录》	发改委	2017年1月	第1.2.2项“互联网+”应用服务将电子商务服务列为国家战略性新兴产业予以重点支持。
2	《关于同意北京等22个跨境电子商务综合试验区的批复》	国务院	2018年7月	明确了新设一批综合试验区，逐步完善促进其发展的监管制度、服务体系和政策框架，推动跨境电商在更大范围发展。
3	《扩大和升级信息消费三年行动计划（2018-2020年）》	工信部、国家发改委	2018年8月	提升消费电子产品供给创新水平，利用物联网、大数据、云计算、人工智能等技术推动电子产品智能化升级，提升手机、计算机、彩色电视机、音箱等各类终端产品的中高端供给体系质量，推进智能可穿戴设备、虚拟/增强现实、超高清终端设备、消费类无人机等产品的研发及产业化，加快超高清视频在社会各行业应用普及。
4	《关于跨境电子商务零售进出口商品有关监管事宜的公告》	海关总署	2018年12月	为做好跨境电子商务零售进出口商品监管工作，促进跨境电子商务健康有序发展。
5	增设跨境电商综合试验区	国务院常务会议	2020年4月	决定在已设立59个跨境电商综合试验区基础上，再新设46个跨境电商综合试验区，推广促进跨境电商发展的有效做法，同时实行按规定免征增值税和消费税、企业所得税核定征收等支持政策。

这些政策深入跨境电商的方方面面，大到总体制度、环境建设，例如开展跨境电商综合试验区试点，小到跨境电商的具体环节，例如税收、支付、通关、海外仓等方面，为跨境出口电商的发展扫除障碍，创造各种有利条件推动其快速发展。此外，庞大的市场需求也为我国跨境电商带来前所未有的发展机遇。国内

各大电商巨头依托其已有优势在跨境电商领域快速崛起。根据网经社电子商务研究中心监测数据显示，2019年中国跨境电商市场规模达10.5万亿元，较2018年的9万亿元同比增长16.66%。其中，出口跨境电商交易规模8.03万亿元，进口跨境电商交易规模2.47万亿元。

## （2）实施本项目拥有深厚的技术、人才、品牌等基础

从研发基础看，不同于典型跨境电商，泽宝技术自2016年开始往产品方向转型，着眼于产品品牌化运作及精品化策略，在产品研发上投入了大量资源，近三年研发累计投入超过1.96亿人民币，建立了完善且先进的产品研发体系，在产品定义、工业设计、产品研发、质量控制、工程改良等方面对产品进行全链条的精心打造。泽宝技术自主研发体系以用户体验为中心，基于用户体验改进、市场需求与竞争分析的微创新，**采用了IPD（集成产品开发）产品开发流程，并融合互联网产品体验设计的UCD（是指以用户为中心的设计）流程，打造高性价比的产品。** 经过潜心研发，泽宝技术在视频合成、视频处理、云端交互、图像解析、AI物体识别算法、负反馈算法、色彩管理算法、喷绘算法以及云端存储技术等方面建立了专业的技术储备，产品方向研发的方向沿视频图像方向、美妆个护、小家电等智能产品方向展开。截至2020年9月30日，泽宝技术在境内拥有2件发明专利、42件实用新型专利、96件外观设计专利；在境外拥有3件发明专利、4件实用新型专利、361件外观设计专利，覆盖美国、德国、日本等国家。

从人才团队看，泽宝技术核心研发团队成员来自于中国科学院、TCL、华为、腾讯等科研院所及知名企业。截至2020年9月末，泽宝技术研发人员为225人，同时，泽宝技术也不断吸引来自世界各国的优秀人才加入，形成了一支充满活力、充满创意、多元化的国际人才队伍。全体员工从产品设计、质量控制、物流供应链、市场推广、销售客服及其所有后援服务精益求精、追求产品及服务“一流”。

从品牌优势看，泽宝技术自2008年开始在亚马逊平台开展B2C业务，迄今已十余年，推广自有品牌产品已有七年，目前产品均为自有品牌产品，部分产品在亚马逊的线上市场份额位于前列，如LED台灯、蓝牙耳机、移动电源、行车记录仪等。通过产品占有量和口碑的长期渗透，泽宝技术的自有品牌已成为具备一定市场影响力的亚马逊线上品牌，与市场同类竞品形成品牌差异化竞争优势，同时，

基于产品、运营、IT、供应链、自有品牌和知识产权等方面的优势，有助于提高终端用户的粘性和忠诚度，也为开拓线下渠道奠定了品牌基础。在2019亚马逊全球开店中国出口跨境品牌百强中，泽宝技术旗下RAVPower、TaoTronics、VAVA、Sable四大品牌位列其中。泽宝技术的终端用户主要是美国、欧洲、日本中产阶级消费者，具有相对较高的教育和购买力水平，对产品品牌也有一定的认可度。

#### 4、购置研发大楼的必要性及合理性

**数字产品研发中心升级及实验室建设项目涉及研发相关的房屋购置及装修支出具体情况如下：**

序号	项目名称	投资总额	房屋购置	装修支出	合计	单位：万元
						占投资总额比例
1	数字产品研发中心升级及实验室建设项目	40,508.81	14,000.00	800.00	14,800.00	36.54%

注：该项目装修支出为建安工程费用。

**关于本次募投项目拟购置研发办公楼的必要性和合理性说明如下：**

**(1) 公司现有办公场地较为紧张，购置办公楼可满足募投项目实施需要**

**1) 公司现有办公用地情况、员工情况及人均办公面积**

**截至本募集说明书签署日，本次募投项目实施主体泽宝技术在深圳办公场所均为租赁所得，面积合计为 5,035.38 平方米，具体情况如下：**

序号	承租人	出租人	租赁地址	面积(㎡)	租期
1	邻友通	深圳市星河雅创投发展有限公司	深圳市龙华区民治街道星河WORLD E栋大厦 7层 701、702、703、706、708、709	1,153.61	2019.3.1-2022.2.28
2	邻友通	深圳市星河雅创投发展有限公司	深圳市龙华区民治街道星河WORLD E栋大厦 9层 901、902、903、905、908、909	1,169.06	2019.3.1-2022.2.28
3	邻友通	深圳市星河雅创投发展有限公司	深圳市龙华区民治街道星河WORLD E栋大厦 3层 301、302、306、308、309	1,065.36	2020.5.20-2022.2.28
4	瓦瓦科技	深圳市星河雅创投发展有限公司	深圳市龙华区民治街道星河WORLD E栋大厦 3层 303	168.60	2020.5.20-2022.2.28
5	邻友通	深圳市星河雅创投发展有限公司	深圳市龙华区民治街道星河WORLD E栋大厦 8层 805、806、809	634.05	2020.4.30-2022.2.28

6	丽耳科技	深圳市九方产业发展有限公司	深圳市南山区桃源街道丽山路 65 号民企科技园 3 栋 5 楼 503	290.00	2020.11.17 -2022.11.16
7	小嘉科技	深圳雅宝房地产开发有限公司龙岗分公司	深圳市龙岗区雅宝路 1 号星河 WORLD E 栋大厦 3 层 305	165.89	2019.10.01 -2022.2.28
8	泽宝技术	深圳市星河雅创投资发展有限公司	深圳市龙华区民治街道星河 WORLD E 栋大厦 9 层 906	222.92	2019.3.1-2 022.2.28
9	丹芽科技	深圳市星河雅创投资发展有限公司	深圳市龙岗区雅宝路 1 号星河 WORLD E 栋大厦 7 层 705	165.89	2019.3.1-2 022.2.28

公司目前深圳员工数量为 613 人，人均办公面积为 8.21 平方米，办公场所较为紧张。

### 2) 本次募投新增办公楼的人员配置及人均可使用面积

本次募投项目购置房产的人员配置、人均可使用面积情况如下：

项目	总面积 (m <sup>2</sup> )	人员数量	人均面积 (m <sup>2</sup> )
数字产品研发中心升级及实验室建设项目	4,000	239	16.73

本次拟购置办公楼的人均使用面积为 16.73 平方米，可较好地缓解目前公司办公场所较为紧张的局面，满足公司募投项目的办公需求。

### 3) 人均办公面积的合理性

近几年，上市公司披露的再融资项目中拟购置办公大楼的募投项目中人均办公面积为 21.73 平方米/人，具体情况如下：

公司名称	募投项目	新增办公场地 (m <sup>2</sup> )	人员数量	人均办公面积 (m <sup>2</sup> )
永利股份 (300230)	研发中心大楼及总部行政办公楼项目	10,281.00	300	34.27
长青股份 (002391)	研发中心大楼及总部行政办公楼项目	13,400.00	620	26.80
天玑科技 (300245)	研发中心及总部办公大楼项目	5,444.00	260	20.94
科锐国际 (300662)	数字化转型人力资源平台建设项目	2,933.00	220	13.33
	集团信息化升级建设项目	1,573.00	118	13.33
均值				21.73
星徽股份 (300464)	数字产品研发中心升级及实验室建设项目	4,000.00	239	16.73

与上述购置房屋拟用于建设研发中心的募投项目的人均办公面积相比，本

次募投项目的人均办公面积处于合理范围。

### (2) 有利于本次募投项目的稳定运作以及公司的长期发展

公司本次募投项目的顺利实施是实现公司消费电子板块稳步发展的重要举措，有利于公司提升研发能力以及整合拓展研发功能。募投项目投资金额较大且建设周期较长，租赁房产将使公司暴露于出租方提前结束租赁、到期不再续租、提高租金费用增加租赁成本、搬迁成本较高等风险敞口下。因此从长期战略发展的角度来看，采用购置房产的方式有利于募投项目的稳定运作以及公司的长期发展。

### (3) 公司本次拟购置办公楼后续无出租和出售计划

报告期内，公司及其子公司经营范围均不包含以营利为目的从事房地产开发及经营的业务，且均未从事房地产开发及经营业务，不具备开发房地产业务的能力，公司本次拟购置办公楼在符合要求后将投入募集资金投资项目使用，后续不存在出租或出售计划，不会投入到房地产开发销售。

综上所述，公司现有办公场地无法满足募投项目实施的需求，本次募集资金用于购置房屋可以有效改善公司员工办公条件；公司本次拟购置办公楼后续无出租和出售计划。公司募投项目购置研发办公楼购置具备必要性和合理性，不属于变相投资于房地产。

## 5、项目规划建设

### (1) 项目实施主体

项目的实施主体为公司子公司泽宝技术。

### (2) 项目投资计划

本项目总投资 40,508.80 万元，拟全部通过向特定对象发行股票的方式募集。投资如下表所示：

序号	项目	投资金额(万元)	占总投资的比例
一	建安工程费	800.00	1.97%
二	设备购置费	3,164.81	7.81%
三	工程建设其他费用	34,615.00	85.45%

3.1	其中：研发办公楼购置费	14,000.00	34.56%
3.2	研发人员工资	15,075.00	37.21%
3.3	研发项目开发费用	5,440.00	13.43%
3.4	与工程相关的其它费	100.00	0.25%
四	预备费	1,928.99	4.76%
五	合 计	40,508.80	100.00%

### (3) 项目预期收益

本项目的经济效益具有战略性和长期性。本项目创造的价值主要通过提升公司技术创新能力、完善产品品质与体系、增进公司品牌知名度、增加销售和提高市场份额，以及促进行业技术水平提升等方面来实现。

### (4) 募投项目建设的进度安排及募集资金的预计使用进度

本项目实施包括前期准备和项目实施两个阶段，总工期为 24 个月，使用募集资金投入 40,508.80 万元。

项目准备阶段：前期调研、办公场所选址等工作，预计需 4 个月。

项目实施阶段：办公场所的购置与装修、主要设备的采购安装、竣工验收、员工招聘与培训等工作，其中，设备采购安装、员工招聘与培训分为两年进行。

项目实施进度如下：

时间（月）	第 1 年								第 2 年	
	1	2	3	4	5	6-11	12	1-12		
项目前期调研、办公场所选址等										
办公场所的购置与装修										
主要设备的采购安装										
员工招聘与培训										
竣工验收										
试运营										

本项目募集资金的预计使用进度如下：

序号	项目	投资总额	单位：万元	
			第一年	第二年
1	建安工程费	800.00	800.00	-
2	设备购置费	3,164.81	3,037.16	127.65
3	工程建设其他费	34,615.00	22,322.50	12,292.50
4	预备费	1,928.99	1,307.98	621.01
	合计	40,508.80	27,467.64	13,041.15

## 6、项目批复文件

泽宝技术于 2020 年 12 月 1 日取得深圳市宝安区发展和改革局“深宝安发改备案[2020]0913 号”项目备案证，2020 年 12 月 7 日取得深圳市生态环境局宝安管理局“深环宝备[2020]1854 号”备案。

## 7、具体研究方向

数字产品研发中心升级及实验室建设项目的具体研究方向如下：

序号	研发项目	研发背景	研发目的 (研发成果)	研发内容概述	实现技术创新点	主要功能及特性
1	婴儿监护机器人	生活方式的改变已经增加了核心或单亲家庭的数量；当代生活节奏快的消费者对省时间、易用的婴儿监护设备需求不断增加。	开发一款带温度、呼吸、心率、行为分析婴儿监护机器人。	1、硬件平台 RV1109 平台设计； 2. ID 和结构开发； 3. 软件驱动开发和运用 APP 开发； 4. 算法开发。	1、算法创新, 包括：呼吸检测、脉搏检测、姿态检测、发热检测； 2. 基于图像/视频流处理方法, 提取人体特征。使用摄像头可以测量人体的语义和情绪表情；可以运用大健康, 辅助临床诊断； 3. UWB AI 算法运用； 4. 后台处理。	1. 分辨率 1920*1080P； 2. 视角 对角 100°； 3. 焦距 定焦 6mm； 4. 光圈 f 1/1.4； 5. 视频编码 H264； 6. 帧率 30fps； 7. 云台 horizontal 355° vertical 90°； 8. 扩展存储 MAX TF 128G； 9. 补光 940nm NIR 0.5w； 10. 照明 白色 RGB Leds 2w； 11. 网络连接 802.11n 2.4Ghz & 5Ghz； 12. 音频输入 降噪双麦克风； 13. 音频输出 0.5w 扬声器； 14. 开关 电容式开关； 15. 感应开关 毫米波感应器； 16. 传感器 温湿度传感器。
2	宠物陪护机器人	对于在家留守的猫和狗，非常需要主人的陪伴玩耍，如果长时间独自待在密闭的空间，很容易出现抑郁症最终导致健康出现问题。因此，能替代主人为宠物提供陪护关爱的	开发一款带情绪行为分析，训练宠物陪护机器人。	1. 结构：电机传动结构；抛食距离，激光笔和羽毛旋转画圈。机械爬坡能力； 2. 硬件：AI 识别的单目、双目和超声 TOF 研究； 2. SLAM 构图的 mapping 算法； 3. 跟随算法； 4. 情绪识别算法。 方案选择；拓扑网络通讯； 3. 软件：AI 算法研究 (表	1. AI 识别的单目、双目和超声 TOF 研究； 2. SLAM 构图的 mapping 算法； 3. 跟随算法； 4. 情绪识别算法。 方案选择；拓扑网络通讯； 3. 软件：AI 算法研究 (表	1. 分辨率 1920*1080P； 2. 视角 对角 100°； 3. 焦距 定焦 6mm； 4. 光圈 f 1/1.4； 5. 视频编码 H264； 6. 帧率 30fps； 7. 云台 horizontal 355° vertical 90°； 8. 扩展存储 MAX TF 128G； 9. 网络连接 802.11n 2.4Ghz & 5Ghz； 10. 电机直流无刷； 11. 舵机；

		机器人具有较大需求。		情标定, 情绪识别, 行为分析和归一化)。		12. 超声 TOF。
3	AI+美妆	美妆行业主要存在三大痛点：一是用户体验差：试妆流程繁琐、试用品不卫生、护肤品推荐不准确；二是成交转化率低：购物目的不明確、购物欲望不强烈；三是客户管理混乱：无法获取客户数据、无法进行精准营销、用户粘性低。人工智能在美妆行业的研究主要包括 AR 试妆和 AI 护肤；目前存在采集数据难等问题。	硬件设备开发：抗衰老美容仪、清洁仪、燃脂仪等产品 ID 设计和结构开发 软件算法开发：基于人脸特征点，变形算法有很多，仿射变换，IDW 变换，LS 变换，RMLS 变换； 1. 开发一款采集数据的设备（不限美甲）、皮肤清洁、抗衰老； 2. 开发数据采集平台。	1. 基于人脸特征点，变形算法有很多，仿射变换，IDW 变换，LS 变换，RMLS 变换； 2. 40M 超声减肥； 3. 3M 超声清洁。 后台开发。	1. 分辨率 VGA； 2. 视角 对角 30°； 3. 焦距 定焦 6mm； 4. 光圈 f 1/1.4； 5. 视频编码 VGA； 6. 帧率 25fps； 7. 超声探头 3MHz，40MHz； 8. 气压 泵吸。	
4	TWS 耳机	TWS 耳机最大的特点是无线化，同时相比普通蓝牙耳机 TWS 耳机体积小、音质好，更先进的蓝牙技术的应用使其连接效率、稳定性更好，还具有一定的防水性和智能性，市场前景广阔。	在 TWS 耳机领域进行更加深入的研发，打造精品产品，建立产品生态，树立品牌形象。	1. 人体工学设计； 2. 结构腔体设计； 3. 耳机软硬件开发； 4. 声学系统开发； 5. 蓝牙射频开发； 6. 软件 APP 开发； 7. 算法开发。	1. 喇叭膜片新材质突破； 2. 射频新技术的预研开发； 3. 音频智能生态的搭建； 4. 根据场景智能自适应调节的主动降噪技术； 5. 基于神经网络算法的通话降噪； 6. 基于人体工程学的耳帽开发； 7. 将心率传感器、速度传感器及骨声纹等技术结合到 TWS 耳机产品中。	1. 智能语音唤醒&控制； 2. 主动降噪； 3. 通话降噪； 4. APP 控制； 5. IPX7 防水防汗； 6. 入耳侦测。
5	AIoT（人工智能物联网）云平台	随着物联网技术和 AI 技术的发展，产品的物联技术和 AI 技术能够	支持公司产品智能化能力升级，并有自研 SaaS 平台的业务能力。	支撑公司内外研产品的软件业务能力和产品智能化能力升级。	1. 适合自研平台能力及全产品能力支撑； 2. 个性化的指令集产品控制操作接入。	1. 支持产品的用户体系建设； 2. 支持产品的在线升级业务； 3. 支持产品的基础业务能力建设；

	提升用户体验，方便用户使用产品。每一个产品都连接了一个用户或一个家庭，而建立用户体系，管理用户需求，可以为用户提供更多价值。				4. 支持产品指令集物联网控制能力建设； 5. 支持产品的云存流媒体服务建设； 6. 完成平台商业化建设。
--	--	--	--	--	---

#### （四）信息系统升级项目

##### 1、项目概况

本项目将以泽宝技术现有信息系统为基础，结合未来业务发展对信息的需求，拟开展企业自动化办公系统、企业资源计划系统、产品生命周期管理系统、云计算、服务器操作系统、工单系统、项目管理软件、产品 ID(Identity Document)设计软件、视觉设计软件、模流分析软件等软件或平台的建设或升级，同时也将打通 ERP ((Enterprise Resource Planning)) 系统业务端与财务端数据，实现业财一体化，升级 OA (Office Automation) 系统 HR (Human Resource) 功能模块，完善相关功能，全面提升公司的信息化水平、业务运作效率和企业管理决策水平。

##### 2、项目投资的必要性

(1) 跨境电商行业的发展模式要求行业内企业在信息系统方面要有持续性高投入，实施本项目是顺应行业发展需求，加大信息系统投资的现实需要

当前，各行业领域智能化、网络化、信息化发展趋势不断增强，而跨境电商行业对信息系统的要求更为突出。在消费电子行业与跨境电子商务等销售模式不断融合的背景下，频繁的线上交易与后台数据运作对企业的信息技术方面的投入和管理提出更高的要求。具有强大的信息技术及数据分析能力是提高以出口跨境电商为主要销售渠道的消费电子行业企业日常运营效率的必要条件。目前，数据挖掘是出口跨境电商B2C行业的技术壁垒。一方面，面对数量庞大、范围分散的终端用户，线上店铺运营与产品销售需要高效的信息系统，支持客户管理、店铺建设、软件开发、质量监测等。另一方面，电商企业应具有整合各类信息并通过大数据分析挖掘市场热点、指导品类开发、快速反馈到供应链的能力。

实施本项目，泽宝技术将拥有更为先进的信息化管理系统、中后台运营中心，公司的内部管理条件和运营能力将得以提升，对提升泽宝技术的大数据挖掘能力、业务运营能力、供应链整合能力、核心竞争力均将产生积极的影响。

（2）实施本项目是持续加大对大数据、商业智能的投入，提高数字化运营决策能力的需要

随着行业的蓬勃发展，越来越多的企业参与到跨境电商行业中来，行业竞争趋于激烈，终端消费者线上购物习惯日趋成熟。数据获取、分析、运用能力已成为企业核心竞争力的重要部分。实施本项目，泽宝技术对现有 ERP 系统进行优化升级，更加精准的通过运用大数据技术，分析用户需求偏好和购物习惯，从品类分析、产品定义、采购备货、销售预测、计划物流、广告推广、流量监控、售后服务等方面实现全流程数字决策链条，提升公司运营效率和智能决策能力。

此外，虽然泽宝技术已有一定的信息化基础，但仍面临 ERP 系统业务端与财务端数据没有打通，没有实现业财一体化，OA 系统 HR 功能模块尚未完全实施，HR 功能较弱等问题，亟待升级更新。

实施本项目，泽宝技术将以现有信息系统为基础，建设或升级 OA、ERP、产品生命周期管理系统、云计算、服务器操作系统、工单系统、项目管理软件、产品 ID 设计软件、视觉设计软件、模流分析软件等基于企业信息平台的信息子系统，同时也将打通 ERP 系统业务端与财务端数据，实现业财一体化，升级 OA 系统 HR 功能模块，完善相关功能。

### 3、项目投资的可行性

（1）本项目符合国家及地方政府的政策要求和产业规划

企业信息化建设是促进我国经济转型升级的重要举措，国家及地方政府大力支持企业开展信息化建设。近年来，国家及地方政府出台一系列政策，明确企业信息化建设的思路和方向，从财税、技术、服务等方面，对企业信息化建设进行扶持。《国家信息化发展战略纲要》要求以信息化驱动现代化，建设网络强国，全面提升企业研发、管理和服务的智能化水平，积极培育设计、咨询、交通等生产性服务业，推动现代服务业网络化发展。《“十三五”国家信息化规划》提出要

统筹实施网络强国战略、大数据战略、“互联网+”行动，促进互联网深度广泛应用，带动生产模式和组织模式变革，形成网络化、智能化、服务化、协同化的产业发展形态。《工业和信息化部关于进一步推进中小企业信息化的指导意见》要求以信息技术提升研发设计水平、改造生产制造方式、提升经营管理能力、优化市场营销，提高中小企业应用信息技术创业创新能力。

### （2）信息化基础和内外部资源作为保障

泽宝技术拥有一定的信息化建设经验和基础。泽宝技术已建立Nearby Express外贸电子商务系统、太阳谷外贸电子商务套件软件、泽宝客户评价追踪软件、泽宝第三方电商平台数据交互系统软件、泽宝全球支付系统软件、泽宝CRM用户中心平台、泽宝电子商务一站式数据服务平台系统软件、物流平台数据交互系统软件、信息交互中心系统等，这些信息系统的建设、升级与整合，有效支撑了泽宝技术的业务发展。同时，泽宝技术还拥有一支专业的IT团队，可解决信息系统的相关问题并开发新功能，同时不断优化升级信息系统使之能高效管理公司出口跨境电商B2C业务。此外，泽宝技术还与外部独立的IT系统提供商签署了合作协议，由其为公司提供信息系统开发、培训以及维护等系列服务，这些IT系统提供商也是本项目的系统开发商和维护商，保障了公司信息系统的延续性和整体性。因此，本项目的实施有信息化基础和IT技术团队作为保障。

## 4、项目规划建设

### （1）项目实施主体

项目的实施主体为公司子公司泽宝技术。

### （2）项目投资计划

本项目总投资为7,523.28万元，拟全部通过向特定对象发行股票的方式募集。各分项投资如下表所示：

序号	项目	投资金额（万元）	占总投资比例
一	设备及软件购置费	7,115.03	94.57%
二	工程建设其他费	50.00	0.66%
三	项目预备费	358.25	4.76%
四	合 计	7,523.28	100.00%

### (3) 项目预期效益

本项目的经济效益具有战略性和长期性。本项目虽不带来直接经济效益，其创造的价值主要通过提升公司业务信息处理能力、提升信息系统的集成程度和数据深度挖掘能力，为公司提升服务响应速度、增强业务管理能力提供强大的信息系统保障。

### (4) 募投项目建设的进度安排及募集资金的预计使用进度

本项目实施包括前期准备和项目实施两个阶段，总工期为 24 个月，使用募集资金投入 7,523.28 万元。

**项目准备阶段：**包括前期调研、项目设计、招投标、员工招聘等工作，预计需 4 个月。

**项目实施阶段：**主要设备及软件的采购安装、员工培训及部分模块的自主开发等工作，预计需要 20 个月。

项目实施进度如下：

时间(月)	T+24					
	1-4	5-8	9-12	13-16	17-20	21-24
前期调研、项目设计						
招投标						
员工招聘						
设备及软件的采购安装						
员工培训及自主开发						

注：T 为募集资金到账日

本项目募集资金的预计使用进度如下：

序号	项目	投资总额	单位：万元	
			第一年	第二年
1	设备及软件购置费	7,115.03	3,286.93	3,828.10
2	工程建设其他费用	50.00	50.00	-
3	预备费	358.25	166.85	191.40
	合计	7,523.28	3,503.78	4,019.50

## 5、项目批复文件

泽宝技术于 2020 年 11 月 13 日取得深圳市龙华区发展和改革局“深龙华发改案[2020]0403 号”项目备案证。根据《建设项目环境影响评价分类管理名录》(中华人民共和国环境保护部令第 44 号)，该项目不属于《建设项目环境影响评

价分类管理名录》所列类别，无需办理环境影响评价手续。

## （五）补充流动资金

### 1、项目概况

本次募集资金拟 29,000.00 万元用于补充流动资金。

### 2、项目投资的必要性

#### （1）货币资金余额、大额资金支出计划

截至 2020 年 9 月 30 日，公司账面货币资金情况如下：

项目	2020.9.30	单位：万元
库存现金	1.06	
银行存款	18,334.51	
其他货币资金	7,819.47	
合计	26,155.04	
其中：存放在境外的款项总额	423.43	
使用受到限制的货币资金	5,434.80	

截至 2020 年 9 月 30 日，公司账面货币资金为 26,155.04 万元，扣除使用受到限制的货币资金后，剩余自由支配的资金为 20,720.24 万元，公司账面货币资金主要用途是偿还银行借款和维持公司日常经营所需。

截至 2020 年 9 月 30 日，公司短期借款余额为 38,194.43 万元，长期借款余额为 40,505.16 万元，为降低流动性风险，公司需要为银行借款预留一部分资金。同时，随着业务规模的不断扩大，公司在技术、研发、人才、运营、管理等方面的资金需求日益增加。

综上所述，公司保持一定规模的货币资金用于满足正常经营需要，符合公司自身的经营状况，与公司的经营规模相匹配。

#### （2）资产负债率、银行授信情况

2020 年 9 月 30 日，公司合并资产负债率与同行业可比上市公司对比如下：

公司	2020.9.30
跨境通	49.63%
天泽信息	24.92%
安克创新	21.86%

公司	2020. 9. 30
平均值	32. 14%
星徽股份	50. 90%

注：数据来源于 Wind。

2020 年 9 月 30 日，公司合并资产负债率为 50.90%，高于同行业可比上市公司平均水平。截至 2020 年 9 月 30 日，公司银行授信额度 49,010.10 万元，已使用授信额度 33,120.60 万元。

公司作为民营企业，债务融资额度有限，债务融资成本较高，限制性条件较多，取得银行贷款难度较大。随着业务持续发展，公司需要以权益融资缓解公司经营活动扩张的资金需求压力，优化公司资本结构，提升公司抗风险能力。

（3）应付（应付账款、预收账款及应付票据）及存货科目对流动资金的占用情况、应收账款的回款情况和运营资金需求测算情况

根据销售百分比法，公司未来三年流动资金缺口为 44,251.66 万元，具体测算依据及过程如下：

### 1) 测算依据

公司以 2019 年度营业收入为基础，结合 2017 年至 2019 年营业收入增长情况，对 2020 年至 2022 年营业收入进行估算。假设公司主营业务、经营模式保持稳定不发生较大变化的情况下，综合考虑各项经营性资产、经营性负债与销售收入的比例等因素，按照销售百分比法估算 2020 年至 2022 年公司营业收入增长所导致的相关经营性资产及经营性负债的变化，进而估算公司未来生产经营对流动资金的需求量。公司未来三年新增流动资金缺口计算公式如下：

新增流动资金缺口=2022 年末流动资金占用额-2019 年末流动资金占用额

流动资金占用额=经营性流动资产金额-经营性流动负债金额

经营性流动资产金额=应收账款金额+应收款项融资金额+预付账款金额+存货金额

经营性流动负债金额=应付账款金额+应付票据金额+预收账款金额

### 2) 测算过程

## A、营业收入

2017年至2019年，公司营业收入情况如下：

项目	2017年	2018年	2019年
家居生活业务	52,595.15	71,114.78	65,941.59
增长率		35.21%	-7.27%
消费电子业务	174,345.16	212,574.08	283,192.07
增长率		21.93%	33.22%
营业收入合计	226,940.31	283,688.87	349,133.66

注：2017年和2018年消费电子业务收入为泽宝技术纳入公司合并范围前的数据。

由上表可见，2017年至2019年消费电子业务和家居生活业务平均增长率为27.57%、13.97%。假定以2019年为基期，基于谨慎性考虑，未来三年公司消费电子业务和家居生活业务营业收入分别按照25%、5%的速度增长，具体如下：

项目	预计2020年	预计2021年	预计2022年
家居生活业务	69,238.67	72,700.60	76,335.63
消费电子业务	353,990.09	442,487.61	553,109.51
营业收入合计	423,228.75	515,188.21	629,445.14

## B、流动资金缺口

假设公司2020年至2022年各项经营性流动资产、经营性流动负债与营业收入保持稳定的比例关系，公司2020年至2022年各年末的经营性流动资产、经营性流动负债=各年估算营业收入×2019年各项经营性流动资产、经营性流动负债占营业收入比重。公司未来三年新增流动资金缺口具体测算过程如下：

项目	2019年	占销售收入比例	预计2020年	预计2021年	预计2022年
销售收入	349,133.66	100.00%	423,228.75	515,188.21	629,445.14
经营性流动资产	48,702.93	13.95%	59,038.93	71,866.96	87,805.40
经营性流动负债	3,276.88	0.94%	3,972.31	4,835.42	5,907.81
流动资产	2,071.29	0.59%	2,510.87	3,056.43	3,734.27
流动负债	61,676.80	17.67%	74,766.19	91,011.44	111,195.69
经营性流动负债	7,901.64	2.26%	9,578.57	11,659.80	14,245.68
经营性流动负债	51,451.54	14.74%	62,370.87	75,922.86	92,760.81
经营性流动负债	1,258.37	0.36%	1,525.43	1,856.88	2,268.69
经营性流动负债	60,611.55	17.36%	73,474.87	89,439.54	109,275.18

流动资金占用额	55,116.34	15.79%	66,813.43	81,330.71	99,367.99
		未来三年流动资金缺口			44,251.66

注：本预测仅用于测算流动资金缺口，不构成盈利承诺。

根据上表测算，公司未来三年流动资金缺口为 44,251.66 万元。本次计划募集资金 29,000.00 万元用于补充流动资金，补充流动资金规模未超出前述流动资金缺口，公司本次补充流动资金规模与公司现有资产和业务规模相匹配。

2017 年、2018 年和 2019 年公司营业收入分别为 52,595.15 万元、71,114.78 万元和 349,133.66 万元，保持持续增长的态势，未来随着公司业务规模进一步扩大，公司对营运资金的需求进一步提高，公司综合考虑了现有货币资金、资产负债结构、经营规模及变动趋势、未来流动资金需求，合理确定募集资金中用于补充流动资金的规模。本次拟将募集资金的 29,000.00 万元用于补充流动资金具有合理性和必要性。

### 3、项目投资的可行性

本次募集资金拟 29,000.00 万元用于补充流动资金，不超过本次募集资金总额的 30%，符合《发行监管问答——关于引导规范上市公司融资行为的监管要求》等法规要求，具备可行性。募集资金到位后，可进一步改善资本结构，提高公司抗风险能力，有效缓解公司经营活动扩展的资金需求压力，确保公司业务持续、健康、快速发展，符合公司及全体股东利益。

### 4、募投项目建设的进度安排及募集资金的预计使用进度

公司将根据实际资金需求使用补充流动资金。

#### （六）研发费用资本化情况及合理性

##### 1、研发费用未来资本化情况

本次募投项目中研发费用未来资本化情况如下：

项目	研发项目人员成本	研发项目开发费用	资本化金额合计
视频产品研发项目	5,325.00	3,810.00	9,135.00
激光电视研发项目	2,662.50	3,950.00	6,612.50
数字产品研发中心升级及实验室建设项目	15,075.00	5,440.00	20,515.00

合计	23,062.50	13,200.00	36,262.50
----	-----------	-----------	-----------

## 2、研发费用未来资本化的合理性

### (1) 研发费用资本符合企业会计准则的规定

本次募投项目中研发投入均为开发阶段的支出，符合《企业会计准则第6号-无形资产》第七条和第九条的规定。研发投入符合以下规定：完成该无形资产以使其能够使用或出售在技术上具有可行性；具有完成该无形资产并使用或出售的意图；无形资产产生经济利益的方式，包括能够证明运用该无形资产生产的产品存在市场或无形资产自身存在市场，无形资产将在内部使用的，应当证明其有用性；有足够的技术、财务资源和其他资源支持，以完成该无形资产的开发，并有能力使用或出售该无形资产；归属于该无形资产开发阶段的支出能够可靠地计量。

### (2) 研发费用资本符合泽宝技术目前的会计政策

泽宝技术对研究开发项目的支出，区分研究阶段支出与开发阶段支出；研究阶段的支出计入当期损益，符合条件的开发支出，予以资本化，确认为无形资产。最近三年，泽宝技术的研究开发支出如下：

项目	2019年		2018年		2017年	
	资本化金额	费用化金额	资本化金额	费用化金额	资本化金额	费用化金额
人工成本	2,494.04	3,333.69	1,367.76	3,469.66	-	3,649.39
认证费	104.04	459.67	17.89	474.83	-	185.95
无形资产摊销	-	255.19	-	13.28	-	2.12
物业管理费	270.52	167.35	-	411.30	-	298.68
专业服务费	0.28	100.00	-	-	-	1.52
人力资源费	-	88.19	-	83.70	-	38.16
软件使用费	4.93	60.98	-	6.09	-	11.90
专利费	18.16	53.91	22.14	32.34	-	13.09
样品费	129.77	48.32	111.95	47.77	-	51.87
研发设备折旧	74.62	47.80	36.79	72.79	-	51.62
其他	974.23	208.87	40.07	100.45	-	116.81
合计	4,070.58	4,823.97	1,596.60	4,712.19	-	4,421.12
三年合计						19,624.45

### (3) 募投项目研发费用资本化政策与同行业公司的比较

与泽宝技术业务类似，国内从事跨境电商业务的可比上市公司有三家，分

别为安克创新、跨境通、天泽信息，三家可比上市公司研发费用资本化的政策如下：

可比公司	执行的会计政策
安克创新	内部研究开发项目研究阶段的支出，于发生时计入当期损益。内部研究开发项目开发阶段的支出，同时满足下列条件的，确认为无形资产：完成该无形资产以使其能够使用或出售在技术上具有可行性；具有完成该无形资产并使用或出售的意图；无形资产产生经济利益的方式，包括能够证明运用该无形资产生产的产品存在市场或无形资产自身存在市场，无形资产将在内部使用的，能证明其有用性；有足够的技术、财务资源和其他资源支持，以完成该无形资产的开发，并有能力使用或出售该无形资产；归属于该无形资产开发阶段的支出能够可靠地计量。
跨境通	企业内部研究开发项目研究阶段的支出费用化，于发生时计入当期损益。开发阶段的支出符合资本化条件的，确认为无形资产。资本化条件具体为：从技术上来讲，完成该无形资产以使其能够使用或出售具有可行性；有意完成该无形资产并使用或销售它；该无形资产可以产生可能未来经济利益；有足够的技术、财务资源和其他资源支持，以完成该无形资产的开发，并有能力使用或出售该无形资产；对归属于该无形资产开发阶段的支出，可以可靠地计量。最近三年资本化研发支出占研发投入的比例分别为-4.83%、47.94%、43.11%。
天泽信息	内部研究开发项目研究阶段的支出，于发生时计入当期损益。内部研究开发项目开发阶段的支出，同时满足下列条件的，确认为无形资产：完成该无形资产以使其能够使用或出售在技术上具有可行性；具有完成该无形资产并使用或出售的意图；无形资产产生经济利益的方式，包括能够证明运用该无形资产生产的产品存在市场或无形资产自身存在市场，无形资产将在内部使用的，能证明其有用性；有足够的技术、财务资源和其他资源支持，以完成该无形资产的开发，并有能力使用或出售该无形资产；归属于该无形资产开发阶段的支出能够可靠地计量。最近三年资本化研发支出占研发投入的比例分别为 34.56%、28.02%、75.50%。
泽宝技术	研究开发项目研究阶段的研发费用，于发生时计入当期损益；开发阶段符合资本化条件的予以资本化。公司内部研究开发项目开发阶段的支出，同时满足下列条件的，可予以资本化：完成该无形资产以使其能够使用或出售在技术上具有可行性；具有完成该无形资产并使用或出售的意图；无形资产产生经济利益的方式，包括能够证明运用该无形资产生产的产品存在市场或无形资产自身存在市场，无形资产将在内部使用的，能够证明其有用性；有足够的技术、财务资源和其他资源支持，以完成该无形资产的开发，并有能力使用或出售该无形资产；归属于该无形资产开发阶段的支出能够可靠地计量。最近三年资本化研发支出占研发投入的比例分别为 0、25.31%、45.76%。

资料来源：上市公司招股说明书、定期报告。安克创新于2020年8月24日在创业板上市，定期报告未披露，无法查阅资本化研发支出占研发投入的比例。

公司本次募投项目资本化时点符合会计政策的规定，与同行业上市公司基本一致；除安克创新外，泽宝技术与跨境通、天泽信息均存在研发投入资本化的情形。

综上所述，本次募投项目中的研发投入符合企业会计准则和公司执行的会计准则，具有合理性。

**(七) 截至目前的投资进度，本次发行相关董事会决议日前已投入资金情况**

**1、截至目前的投资进度**

截至本募集说明书签署日，募投项目尚未开始投入。

**2、本次发行相关董事会决议日前已投入资金情况**

公司于 2020 年 11 月 4 日召开的第四届董事会第十次会议和 2020 年 11 月 20 日召开的 2020 年第四次临时股东大会，分别审议通过了与本次向特定对象发行股票相关的议案。本次董事会决议日前，本次募投项目尚未投入。本次募集资金不包含本次发行相关董事会决议日前已投入资金。

**三、本次募集资金投资项目与公司现有业务的关系、公司从事募投项目在人员、市场等方面的储备情况**

**(一) 募集资金投资项目与公司现有业务的关系**

公司主营业务包括研发、生产、销售精密金属连接件，以及消费电子产品的设计研发、品牌推广和海外线上运营、线下渠道开拓，形成了“家居生活板块+消费电子板块”双轮驱动的业务格局。

此次募集资金投资项目是在公司主营业务的基础上，根据行业发展趋势、市场需求、公司未来发展战略提出的，是对公司现有业务的进一步拓展提升。本次募集资金投资项目的实施，将巩固公司的行业地位，持续增强公司的整体盈利能力和平市场竞争力。

**(二) 公司实施募投项目在人员、技术、市场等方面的储备情况**

**1、人才储备**

公司经过多年发展，已经在消费电子产品领域成功打造了一支技术出众、管理高效、忠诚度高的核心人才团队。公司的核心人才团队由行业内的技术研发人

才、营销人才和各类管理人才组成，具有长期的从业经历和丰富的行业经验。此外，公司的核心技术人员了解行业发展规律，对行业及产品的技术发展方向、市场需求的变化有着较强的把握能力。

## 2、技术储备

本次募投项目实施拥有公司强大的技术实力作为保障。在消费电子板块，泽宝技术自2016年开始往产品方向转型，在产品研发上投入了大量资源，近三年研发累计投入超过1.96亿人民币，建立了完善且先进的产品研发体系，核心研发团队成员来自于中国科学院、TCL、华为、腾讯等科研院所及知名企业。截至2020年9月末，泽宝技术研发人员为225人，境内拥有2件发明专利、42件实用新型专利、96件外观设计专利；在境外拥有3件发明专利、4件实用新型专利、361件外观设计专利，覆盖美国、德国、日本等国家。

## 3、市场储备

本次募投项目实施拥有良好的市场基础。在消费电子板块，部分产品在亚马逊的线上市场份额位于前列，如移动电源、蓝牙发射器、LED台灯、蓝牙耳机、加湿器等。在2019亚马逊全球开店的中国出口跨境品牌百强中，泽宝技术旗下RavPower、TaoTronics、VAVA、Sable四大品牌位列其中，泽宝技术在2019年获得亚马逊年度最具产品创新力卖家。

# 四、本次发行对公司经营管理和财务状况的影响

## （一）对公司经营管理的影响

本次募集资金投资项目符合国家相关的产业政策以及未来公司整体战略的方向，具有良好的市场发展前景和经济效益。项目完成后，能够进一步提升公司的核心竞争力、增加利润增长点、降低财务费用、提升公司盈利水平，募集资金的用途合理、可行，符合公司及全体股东的利益。

## （二）对公司财务状况的影响

本次发行完成后，公司资本实力大大增强，净资产将得以提高，资产负债率将下降，有利于优化公司资本结构和提升公司抗风险能力。随着公司募投项目的

陆续建成，公司的盈利能力将进一步增强，公司整体的业绩水平将得到进一步提升。但由于募集资金投资项目产生的经济效益在短期内无法全部体现，因此公司在短期内存在每股收益下降的风险，但从中长期来看，本次发行募集资金投资项目将为公司后续发展提供有力支持，未来公司的盈利能力及盈利稳定性将不断增强。

## 第四节 董事会关于本次发行对公司影响的讨论与分析

### 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

公司本次发行股票的募集资金将用于公司主营业务相关的项目建设，募集资金投资项目建成后，可有效提高公司主营业务能力及巩固公司的市场地位，进一步提升公司的竞争力。本次发行后，公司的主营业务范围保持不变。本次发行不涉及资产或股权认购事项，不会导致公司业务和资产的整合。

### 二、本次发行完成后，上市公司控制权结构的变化

截至本募集说明书签署日，星野投资为公司的控股股东，本次发行前星野投资持有公司 27.69% 的股份。蔡耿锡和谢晓华夫妇合计持有星野投资 100% 的股权，为公司实际控制人。

如按照发行数量上限 105,936,652 股测算，本次发行完成后，星野投资持有公司股份占公司股份总数的 21.30%，因本次发行单一认购对象及其一致行动人的认购股数不超过本次发行股票数量的 30%，星野投资仍为公司的控股股东，蔡耿锡和谢晓华夫妇仍为公司的实际控制人，本次发行不会导致公司控制权发生变化。

### 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

截至本募集说明书签署日，公司尚未确定发行对象。发行对象及发行对象的控股股东和实际控制人与公司之间的关系，以及可能存在的同业竞争和关联交易情况将在发行结束后公告的《发行情况报告书》中予以披露。

### 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

本次发行将采用竞价方式进行，截至本募集说明书签署日，公司本次发行尚

未确定发行对象，最终是否存在因关联方认购本次发行的股票而构成关联交易，将在发行结束后公告的《发行情况报告书》中予以披露。

## 第五节 与本次发行相关的风险因素

### 一、对公司核心竞争力、经营稳定性及未来发展可能产生重大不利影响的因素

#### （一）新技术研发和新产品开发的风险

消费电子行业发展日新月异，具有产品生命周期短、技术迭代速度快的特征，对本行业市场参与者的快速研发能力、市场营销反应速度以及日常经营管理效率提出了更高的要求。与此同时，同行业竞争对手不断提升产品技术水平、改良设计、优化市场营销和内部管理，若公司不能紧跟消费电子行业变化并持续研发新技术、新产品和新设计，及时开发符合消费者需要的产品，可能面临因产品不能适销对路、无法顺应行业的快速变化而被市场淘汰的风险。

#### （二）技术人员流失的风险

核心技术人员系公司生存、发展根本，亦为公司不断提升创新能力关键，公司始终对高端研发、设计人才有较大需求。随着市场竞争加剧，家居五金和消费电子产品行业对上述人才需求日趋旺盛，获得并保持人才优势已成为行业品牌商在全球化竞争中领先的关键因素。当前，各公司对高端人才争夺加剧，公司面临关键技术人员流失风险，若出现重要的研发、设计人员甚至核心技术人员离职且无法得到及时、有效补充的情况，可能对公司研发、设计等创新能力造成不利影响。

#### （三）市场竞争风险

随着家居五金和消费电子行业技术的快速革新、商业模式和营销手段不断发展，本行业吸引了越来越多市场参与者加入市场竞争中，国际大型品牌企业、各类本土中小企业乃至微型创业型企业迅速崛起，市场参与者数量、行业规模均呈现稳步增长态势。当前，公司面临行业竞争者增多、市场竞争加剧风险，可能会导致公司在经营扩张过程中面临更大竞争挑战，导致业绩增速放缓、利润空间收缩的情况，从而影响公司经营业绩和财务状况。

#### （四）存货跌价的风险

报告期各期末，公司存货账面价值分别为14,127.48万元、46,364.72万元、61,676.80万元和116,685.30万元，计提存货跌价准备分别为406.17万元、611.37万元、979.38万元和1,103.00万元。未来若产品的市场需求发生较大不利变化，公司仍将面临存货跌价损失风险，从而会对公司的财务状况及经营成果带来不利影响。

#### （五）对第三方平台依赖的风险

公司子公司泽宝技术主要从事跨境电商B2C零售业务，线上业务主要在亚马逊平台实现销售，同时使用亚马逊FBA仓储和物流服务，存在对亚马逊平台的依赖。如果亚马逊平台提高服务费收费标准，将直接对公司盈利情况造成不利影响；此外，如果泽宝技术经营存在违反亚马逊规则的行为，可能导致因受到亚马逊的处罚而对经营产生不利影响。

#### （六）国际贸易摩擦风险

报告期内，公司收入主要来自海外市场，其中欧洲及北美等发达国家为主要收入来源。自2017年开始，全球贸易局势发生重大转折，发达国家贸易保护主义及本国优先主义盛行，全球经济形势不确定性显著增加。虽然报告期内国际贸易摩擦尚未对公司产品销售产生显著影响，但若国际贸易摩擦继续扩大，或未来出现其他阻碍国际双边或多边贸易的事件，可能会对本公司的产品研发、生产及销售带来一定不利影响。

#### （七）疫情风险

受新冠肺炎疫情影响，各地政府相继出台并严格执行了关于延迟复工、限制物流、人流等疫情防控措施，前期公司一定程度上受到延期开工及产品流通不畅的影响。目前国内疫情已经受控，但欧美疫情仍然在震中，全球疫情存在很大不确定因素，若本次新冠肺炎疫情的影响在短期内不能得到控制，可能会对公司经营业绩造成不利影响。

#### （八）汇率风险

公司金属连接件产品由公司自营出口，结算货币主要为美元。泽宝技术的产品主要通过亚马逊平台直接销往美国、欧洲、日本等国家和地区，主要采用美元、欧元、日元等货币进行结算。未来若人民币升值，特别是人民币兑美元的升值，将产生汇兑损失。

### （九）税收优惠风险

本公司和子公司清远星徽已取得高新技术企业认定，2018-2020年可依法享受15%的企业所得税优惠税率，公司下属公司深圳邻友通于2019年12月9日取得高新技术企业证书，2019-2021年依法享受15%的企业所得税优惠税率。若在高新技术企业资质证书到期后，未能通过高新技术企业资质复审或者国家关于税收优惠法规发生变化，可能无法继续享受税收优惠，将对公司的盈利能力产生不利影响。

### （十）商誉减值风险

公司收购Donati公司和泽宝技术属于非同一控制下的企业合并，根据《企业会计准则》，购买方对合并成本大于合并中取得的被购买方可辨认净资产公允价值份额的差额，应当确认为商誉，截至2020年9月末，商誉余额为101,517.42万元。因企业合并所形成的商誉不作摊销处理，但未来每年会计年末进行减值测试。未来如果出现宏观经济形势、市场行情或客户需求变化等不利变化导致公司经营状况恶化，则存在商誉减值的风险。

### （十一）知识产权风险

公司子公司泽宝技术在境内外拥有众多商标、专利等知识产权。但由于消费电子行业技术成熟度高、专利众多，且各国法律法规体系较为复杂，随着市场竞争日趋激烈，专利纠纷难以完全避免，泽宝技术面临一定的知识产权纠纷风险。

### （十二）核心管理人员离职的风险

2020年9月，鉴于泽宝技术已实现顺利整合且2020年度业绩承诺已提前完成，公司董事孙才金（原泽宝技术董事长）和朱佳佳（孙才金之妹）在董事任期内主动向公司董事会提出辞职。公司董事会经慎重考虑后，接受孙才金和朱佳佳的辞职申请，上述人员离职可能对泽宝技术未来经营造成一定不利影响。

## 二、可能导致本次发行失败或募集资金不足的因素

### （一）股票价格波动风险

股票价格波动的影响因素复杂，股票价格不仅受公司经营环境、财务状况、经营业绩以及所处行业的发展前景等因素的影响而上下波动，同时还将受到国际国内政治、社会、经济、市场、投资者心理因素及其他不可预见因素的影响。因此，即使公司在经营状况稳定良好的情况下，公司股票价格仍可能出现较大幅度的波动。投资者在考虑投资公司股票时，应预计到前述各类因素可能带来的投资风险，并做出审慎判断。

### （二）本次发行股票的审批风险

本次发行经公司董事会、股东大会审议通过后，尚需获得深交所审核通过，并经中国证监会同意注册后方能实施。本次发行能否获得批准或通过注册，以及最终获得批准或通过注册的时间均存在不确定性。

### （三）控股股东股权质押的风险

截至2020年12月31日，公司控股股东星野投资持有公司股份9,778.39万股，占公司总股本的27.69%，其中已质押4,984万股，占公司总股本的14.11%。若公司控股股东资信状况及履约能力大幅下降、市场剧烈波动或发生其他不可控事件，导致公司控股股东所持质押股份被强制平仓或质押状态无法解除，可能面临公司控制权不稳定的风险。

## 三、对本次募投项目的实施过程或实施效果可能产生重大不利影响的因素

### （一）募集资金投向风险

尽管本次募集资金投资项目是公司经过长期市场调研以及慎重的可行性研究论证后决定的，但市场本身具有不确定性，如果宏观经济环境、国家产业政策、技术发展方向发生变化，或现有潜在客户开拓未达到预期等，可能使募集资金投资项目无法达到预期收益。

## （二）本次发行股票摊薄即期回报的风险

本次发行后，公司净资产和总股本规模将进一步增长。由于本次募集资金投资项目的建设到投产，产生经济效益需要一定时间，因此，短期内公司净利润将可能无法与净资产及总股本保持同步增长，进而导致公司净资产收益率及每股收益下降，公司存在净资产收益率及每股收益下降的风险。

## （三）新增资产相关折旧、摊销费用对公司业绩造成影响的风险

本次募集资金投资项目实施后，公司固定资产、无形资产等将增加较多。如果本次募集资金投资项目未来未能实现预期经济效益，或本次募集资金投资项目未来产生的经济效益无法覆盖新增资产带来的折旧、摊销费用，则公司存在因折旧、摊销费用增加而导致净利润下滑的风险。

## 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：

蔡耿锡	蔡文华	陈惠吟
谢晓华	周林	陈敏
吴静		

蔡耿锡 谢晓华 周林 陈惠吟 陈敏 吴静

全体监事：

马俐	张杨	包伟
----	----	----

马俐 张杨 包伟

全体高级管理人员：

陈惠吟	蔡文华	吕亚丽
杨斌琦	张梅生	鲁金莲

陈惠吟 蔡文华 吕亚丽  
杨斌琦 张梅生 鲁金莲



## 二、发行人控股股东、实际控制人声明

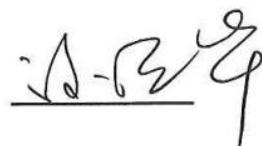
本公司或本人承诺本募集说明书内容真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，按照诚信原则履行承诺，并承担相应的法律责任。

实际控制人：

蔡耿锡



谢晓华



控股股东：

广东星野投资有限责任公司



法定代表人：

蔡耿锡

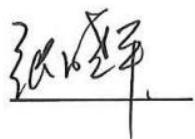


### 三、保荐人及其保荐代表人声明（一）

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。

项目协办人：

张晓平



保荐代表人：

胡玉林



李尧



法定代表人：

吕春卫



### 三、保荐人及其保荐代表人声明（二）

本人已认真阅读广东星徽精密制造股份有限公司募集说明书的全部内容，确认募集说明书不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对募集说明书真实性、准确性、完整性、及时性承担相应法律责任。

保荐机构总经理：

丁可



保荐机构董事长：

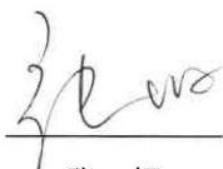
吕春卫



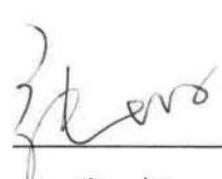
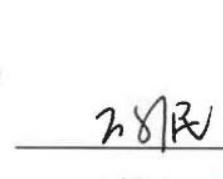
#### 四、发行人律师声明

本所及经办律师已阅读关于广东星徽精密制造股份有限公司的募集说明书，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。

律师事务所负责人：

  
张 焰

经办律师：

 张 焰  李 璞 蛟  万 利 民



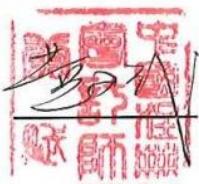
2021年1月26日

## 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（CAC 证审字[2020]0390号、CAC 证审字[2020]0473号）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：

黄斌



熊明华



会计师事务所负责人：

方文森



中审华会计师事务所（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，公司在未来十二个月内暂无其他股权融资计划。若未来公司根据业务发展需要及资产负债状况安排股权融资，将按照相关法律法规履行审议程序和信息披露义务。

### （二）公司董事会关于保证公司填补即期回报措施切实履行的承诺

根据《国务院办公厅关于进一步加强资本市场中小投资者合法权益保护工作的意见》（国办发[2013]110号）、《国务院关于进一步促进资本市场健康发展的若干意见》（国发[2014]17号）和中国证监会《关于首发及再融资、重大资产重组摊薄即期回报有关事项的指导意见》（证监会公告[2015]31号）的相关要求，为保障中小投资者知情权、维护中小投资者利益，公司就本次发行对即期回报可能造成的影响进行了分析，并制定了具体的填补回报措施，相关主体对公司填补回报措施能够得到切实履行作出了承诺。具体情况如下：

#### 1、公司填补本次发行摊薄即期回报的具体措施

本次发行后，公司的总股本规模将增加，导致每股收益可能会在短期内出现下降的情况，为了填补股东即期回报，公司决定采取如下措施：

##### （1）保证募集资金使用规范和高效

为规范募集资金的管理和使用，确保本次募集资金使用的合理性，公司已依据《中华人民共和国公司法》、《中华人民共和国证券法》、《创业板上市公司证券发行注册管理办法（试行）》、《创业板上市公司持续监管办法（试行）》、《深圳证券交易所创业板股票上市规则》（2020年修订）、《上市公司监管指引第2号——上市公司募集资金管理和使用的监管要求》、《深圳证券交易所创业板上市公司规范运作指引》等法律法规的规定和要求，对募集资金的专户存储、使用、用途变更等行为进行严格规范，以便于募集资金的管理和监督。同时，公司将根据相关法规和《募集资金管理制度》的要求，严格管理募集资金使用，保证

募集资金按照既定用途得到充分有效利用。

### （2）加快推进募集资金投资项目实施进程

公司董事会已对本次发行募集资金投资项目的可行性进行了充分论证，项目符合国家产业政策、行业发展趋势和公司未来整体发展战略的方向，具有广阔的市场前景和效益实现能力。募集资金投资项目逐步建成并投入运营后，公司的经营业绩和盈利能力将会显著提升，有助于填补本次发行对股东即期回报的摊薄。本次发行募集资金到账后，公司将按计划确保募集资金投资项目建设进度，加快推进项目实施进程，争取早日投产并实现预期效益。

### （3）进一步完善利润分配政策，保证公司股东回报

公司根据《关于进一步落实上市公司现金分红有关事项的通知》和《上市公司监管指引第3号—上市公司现金分红》等有关规定，制定了《广东星徽精密制造股份有限公司未来三年（2020-2022年）股东分红回报规划》，进一步明晰和稳定对股东的利润分配。本次发行完成后，公司将严格执行公司的分红政策，确保公司股东特别是中小股东的利益得到保护。

## 2、相关主体对公司填补回报措施能够得到切实履行的相关承诺

（1）公司董事、高级管理人员关于保证公司填补即期回报措施切实履行的承诺：

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

2、本人承诺将严格遵守公司的预算管理，本人的任何职务消费行为均将在为履行本人职责之必须的范围内发生，并严格接受公司的监督管理；

3、本人承诺不动用公司资产从事与其履行职责无关的投资、消费活动；

4、本人承诺支持由董事会或薪酬与考核委员会制定的薪酬制度与公司填补回报措施的执行情况相挂钩；

5、本人承诺若公司未来实施股权激励政策，则积极促使该股权激励方案的行权条件与公司填补回报措施的执行情况相挂钩；

6、本人承诺将根据未来中国证监会、证券交易所等监管机构出台的相关规定，积极采取一切必要、合理措施，使上述公司填补回报措施能够得到有效的实施；

7、若本人未能履行上述承诺，本公司将积极采取措施，使上述承诺能够重新得到履行并使公司填补回报措施能够得到有效的实施，并在中国证监会指定网站上公开说明未能履行上述承诺的具体原因，并向股东及公众投资者道歉。若本人未能履行上述承诺给公司造成损失的，本人将依法承担相应赔偿责任。

（2）公司的控股股东及实际控制人对公司填补回报措施能够得到切实履行所做出的承诺：

1、本公司/本人承诺将严格遵守关于规范上市公司治理的法律、法规的规定，维护发行人和股东利益，保持发行人独立性，完善发行人公司治理，不越权干预公司经营管理活动，不以任何方式侵占公司利益；

2、本公司/本人承诺将根据未来中国证监会、证券交易所等监管机构出台的相关规定，积极采取一切必要、合理措施，使公司填补回报措施能够得到有效的实施；

3、若未能履行上述承诺，本公司/本人将积极采取措施，使上述承诺能够重新得到履行并使公司填补回报措施能够得到有效的实施，并在中国证监会指定网站上公开说明未能履行上述承诺的具体原因，并向股东及公众投资者道歉。若未能履行上述承诺给公司造成损失的，本公司/本人将依法承担相应赔偿责任。

