(上接 C9 版)

(五)管理层讨论与分析

1、资产分析

报告期各期末,公司资产构成情况如下:

单位:万元

项目	2021年 12 月 31 日		2020年 12 月 31 日		2019年 12 月 31 日	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
流动资产	51,539.38	89.32%	43,761.03	87.88%	32,473.10	86.15%
非流动资产	6,161.55	10.68%	6,033.75	12.12%	5,221.74	13.85%
资产合计	57,700.93	100.00%	49,794.78	100.00%	37,694.84	100.00%

报告期各期末,公司流动资产占资产总额的比重分别为 86.15%、87.88%和 89.32%,非流动资产占资产总额的比重分别为 13.85%、12.12%和 10.68%。公司流动资产占比较高、固定资产等非流动资产投资相对较少,与公司自主生产与代工生产相结合的生产模式有关。

2、负债分析

报告期各期末,公司负债构成情况如下:

单位:万元

项目	2021年 12 月 31 日		2020年 12 月 31 日		2019年 12 月 31 日	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
流动负债	20,274.92	95.27%	19,514.10	98.19%	20,596.27	98.95%
非流动负债	1,007.20	4.73%	359.59	1.81%	219.50	1.05%
负债合计	21,282.12	100.00%	19,873.69	100.00%	20,815.78	100.00%

报告期各期末,公司流动负债占负债总额的比重分别为 98.95%、98.19%和 95.27%,公司负债以流动负债为主。

3、营业收入分析

(1)营业收入构成分析

报告期内,公司营业收入构成情况如下:

单位:万元

项目	2021年度		2020年度		2019年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
主营业务收入	65,435.64	99.88%	72,131.22	99.95%	52,358.38	99.94%
其他业务收入	78.88	0.12%	39.09	0.05%	29.22	0.06%
合计	65,514.52	100.00%	72,170.31	100.00%	52,387.60	100.00%

报告期内各期,公司主营业务收入分别为 52,358.38 万元、72,131.22 万元和 65,435.64 万元,占营业收入的比重分别为 99.94%、99.95%和 99.88%,主营业务突出。公司其他业务收入主要为报废材料和废旧物资等销售收入及房屋出租的租金收入。

(2)主营业务收入按产品构成分析

公司主营业务收入按产品分类情况如下:

单位:万元

产品		2021年度		2020年度		2019年度	
		金额	占比	金额	占比	金额	占比
厨房小家电	电饼铛类	30,503.83	46.62%	34,637.00	48.02%	30,345.38	57.96%
	空气炸锅类	16,344.98	24.98%	22,646.05	31.40%	8,962.94	17.12%
	多功能锅类	7,636.48	11.67%	6,090.24	8.44%	7,236.12	13.82%
	电烧烤类	3,557.77	5.44%	3,839.08	5.32%	2,979.92	5.69%
	其他	4,594.12	7.02%	3,103.14	4.30%	2,033.78	3.88%
	小计	62,637.19	95.72%	70,315.51	97.48%	51,558.14	98.47%
家居小家电		579.74	0.89%	194.99	0.27%	469.41	0.90%
非电类产品及其他		2,218.72	3.39%	1,620.72	2.25%	330.83	0.63%
合计		65,435.64	100.00%	72,131.22	100.00%	52,358.38	100.00%

报告期内,厨房小家电产品始终为公司核心产品,来自于厨房小家电产品销售收入占公司主营业务收入比重保持在 95%以上。

报告期内各期,公司厨房小家电产品收入分别为 51,558.14 万元、70,315.51 万元和 62,637.19 万元,总体呈增长趋势。一方面,公司的传统优势产品电饼铛类及多功能锅类收入总体保持稳定,另一方面,公司通过推出新品类产品,例如空气炸锅类及烤串机、三明治机等,带动其他品类产品收入快速增长。2021 年度,受 2020 年度"芒经济"效应催生厨房小家电销售规模快速增长导致基数较大的影响,公司电饼铛类及空气炸锅类产品销售收入与上年相比出现下滑,导致公司厨房小家电产品收入较上年下降 10.92%。

(3)主营业务收入按销售模式构成分析

报告期内各期,公司主营业务收入按销售模式分类情况如下:

单位:万元

项目		2021年度		2020年度		2019年度	
		金额	占比	金额	占比	金额	占比
线上渠道	B2C模式	20,087.67	30.70%	26,208.66	36.33%	12,224.23	23.35%
	B2B2C模式	23,011.94	35.17%	26,354.77	36.54%	19,759.07	37.74%
	线上经销	2,690.68	4.11%	3,879.80	5.38%	3,626.68	6.93%
	线上渠道小计	45,790.29	69.98%	56,443.24	78.25%	35,609.98	68.01%
线下经销		15,847.88	24.22%	12,264.64	17.00%	12,022.34	22.96%
线下渠道	出口模式	610.52	0.93%	1,187.25	1.65%	2,776.86	5.30%
	其他模式	3,186.95	4.87%	2,236.09	3.10%	1,949.20	3.72%
	线下渠道小计	19,645.35	30.02%	15,687.98	21.75%	16,748.40	31.99%
合计		65,435.64	100.00%	72,131.22	100.00%	52,358.38	100.00%

①线上渠道

线上渠道主要包括 B2C 模式、B2B2C 模式、线上经销等,报告期内各期,线上渠道销售收入合计分别为 35,609.98 万元、56,443.24 万元和 45,790.29 万元,总体呈增长的趋势,主要原因系:首先,小家电具有体积小单价低、无需安装、操作简便等特点,产品的销售逐步向线上转移,根据奥维云网数据统计,小家电产品线上销售额占比由 2018 年的 49%,上升至 2020 年的 64.63%,公司线上渠道销售增长与行业发展趋势相符;其次,公司较早布局并形成了完善的线上销售网络,一方面在天猫、淘宝、京东、拼多多、1688 等电商平台开设网店进行线上直营销售,另一方面与京东、苏宁易购、唯品会、天猫超市、小米有品等电商自营主体合作开展 B2B2C 模式销售,提升线上出货量。

2021 年度,公司各主要线上渠道销售收入均出现一定下滑,主要系 2020 年疫情"芒经济"效应导致小家电产品线上市场销售增长较快,前期市场规模基数较大,本年度线上市场整体销售出现阶段性波动所致。

②线下渠道

报告期内各期,公司线下渠道销售收入合计分别为 16,748.40 万元、15,687.98 万元和 19,645.35 万元。2020 年度,线下渠道收入占比较低,主要系受疫情影响所致;2021 年度,随着疫情防控常态化,线下渠道有所复苏。

(4)主营业务收入按市场区域构成分析

报告期内各期,公司主营业务收入按市场区域构成情况如下:

单位:万元

销售地区	2021年度		2020年度		2019年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
境内	64,724.99	98.91%	70,865.22	98.24%	49,421.13	94.39%
境外	710.65	1.09%	1,266.00	1.76%	2,937.25	5.61%
合计	65,435.64	100.00%	72,131.22	100.00%	52,358.38	100.00%

报告期内,公司产品主要聚焦境内市场,境内销售收入占主营业务收入的比重分别为 99.60%、94.39%、98.24%和 98.91%,境外销售规模较小。

(5)主营业务收入季节性分析

报告期内各期,公司主营业务收入季节性变动情况如下:

单位:万元

项目	2021年度		2020年度		2019年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
第一季度	18,241.27	27.88%	17,963.18	24.90%	10,271.17	19.62%
第二季度	14,551.47	22.24%	23,879.52	33.11%	13,371.46	25.54%
第三季度	10,816.62	16.53%	12,524.63	17.36%	12,377.56	23.64%
第四季度	21,826.28	33.36%	17,763.89	24.63%	16,338.19	31.20%
合计	65,435.64	100.00%	72,131.22	100.00%	52,358.38	100.00%

报告期内,公司以线上渠道销售为主。公司二、四季度收入占比通常较高,系受"618""双十一""双十二"等电商节影响。2020 年度,公司上半年主营业务收入及占比提升较快、下半年收入占比下降,主要系受新冠疫情影响,"芒经济"效应催生厨房小家电产品上半年需求快速上升。

(6)主营业务收入变动与行业趋势分析

发行人主营业务收入变动与同行业可比公司对比情况如下:

单位:万元

公司	2021年度		2020年度		2019年度	
	金额	增长率	金额	增长率	金额	增长率
小熊电器	356,777.05	-1.84%	363,480.30	36.18%	266,917.42	31.63%
北鼎股份	84,163.83	21.50%	69,272.20	27.19%	54,464.37	-8.86%
美的集团	30,829,736.00	17.91%	26,147,469.90	1.72%	25,705,972.50	6.67%
九阳股份	1,043,438.05	-4.10%	1,088,053.62	17.06%	929,459.38	15.01%
苏泊尔	2,137,252.50	15.86%	1,844,625.58	-6.28%	1,968,148.00	11.18%
行业平均	6,890,273.49	16.73%	5,902,580.32	2.03%	5,784,992.33	7.37%
发行人	65,435.64	-9.28%	72,131.22	37.76%	52,358.38	7.29%

注:同行业可比公司数据来源为各公司年度报告或招股说明书。

2019 年度及 2020 年度,公司主营业务收入分别较上一年度增长 7.29%及 37.76%。2019 年度,公司与同行业可比公司主营业务收入变动趋势基本一致。2020 年度,公司主营业务收入增长率高于美的集团、九阳股份、苏泊尔、北鼎股份,与小熊电器接近,主要系公司与小熊电器产品类别及销售模式较为接近、双方均以线上销售为主、受新冠疫情影响。2020 年度小家电线上市场销售增长较快。

4、现金流分析

报告期内,公司现金流量情况如下:

单位:万元

项目	2021年度	2020年度	2019年度
经营活动产生的现金流量净额	11,582.11	3,668.61	5,001.45
投资活动产生的现金流量净额	-5.84	-1,119.20	4,298.82
筹资活动产生的现金流量净额	-1,505.56	3,740.09	-6,564.33
汇率变动对现金及现金等价物的影响	-0.52	0.73	-0.92
现金及现金等价物净增加额	10,070.19	6,290.22	2,735.02

(1)经营活动现金流量基本情况

报告期内,公司经营活动产生的现金流量情况如下:

单位:万元

项目	2021年度	2020年度	2019年度
销售商品、提供劳务收到的现金	67,931.04	84,092.31	52,104.50
收到的税费返还	510.15	1,110.30	845.93
收到其他与经营活动有关的现金	662.67	440.38	336.82
经营活动现金流入小计	69,103.86	85,642.99	53,287.25
购买商品、接受劳务支付的现金	40,868.86	64,970.63	35,357.33
支付给职工以及为职工支付的现金	5,487.69	6,110.72	5,314.69
支付的各项税费	3,632.29	3,105.48	2,079.89
支付其他与经营活动有关的现金	7,532.90	7,787.54	5,533.89
经营活动现金流出小计	57,521.75	81,974.38	48,285.80
经营活动产生的现金流量净额	11,582.11	3,668.61	5,001.45

报告期内各期,公司经营活动产生的现金流量净额分别为 5,001.45 万元、3,668.61 万元和 11,582.11 万元。2020 年度,公司经营活动产生的现金流量净额较上年有所下降,主要系为应对收入规模的扩大而增加存货采购所致。2021 年度,公司经营活动产生的现金流量净额为 11,582.11 万元,增长较快,主要系本年采购量下滑,购买商品、接受劳务支付的现金下降所致。

(2)投资活动现金流量基本情况

报告期内,公司投资活动产生的现金流量情况如下:

单位:万元

项目	2021年度	2020年度	2019年度
收回投资收到的现金	0.01	-	-
取得投资收益收到的现金	0.00	-	-
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	94.12	64.01	2.04
收到其他与投资活动有关的现金	30.86	111.61	9,467.90
投资活动现金流入小计	124.99	175.62	9,469.94
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	130.83	1,294.83	573.22
投资支付的现金	-	-	-
支付其他与投资活动有关的现金	-	-	4,597.90
活动现金流出小计	130.83	1,294.83	5,171.12
投资活动产生的现金流量净额	-5.84	-1,119.20	4,298.82

报告期内各期,公司投资活动产生的现金流量净额分别为 4,298.82 万元、-1,119.20 万元和 -5.84 万元。2019 年度,公司投资活动产生现金净流入 4,298.82 万元,主要系当年收回上年借出的关联方及第三方借款所致。2020 年度,投资活动产生现金净流出 1,119.20 万元,主要系当年购置生产用机器设备用于产线升级改造所致。2021 年度,公司投资活动相关的现金流量项目金额不大。

(3)筹资活动现金流量基本情况

报告期内,公司筹资活动产生的现金流量情况如下:

单位:万元

项目	2021年度	2020年度	2019年度
吸收投资收到的现金	-	9,300.00	338.10
取得借款收到的现金	-	302.00	3,997.00
收到其他与筹资活动有关的现金	983.25	1,379.66	694.78
筹资活动现金流入小计	983.25	10,981.66	5,029.88
偿还债务支付的现金	-	3,302.00	7,997.00
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	-	2,936.32	2,217.55
支付其他与筹资活动有关的现金	2,488.82	1,003.25	1,379.66
筹资活动现金流出小计	2,488.82	7,241.58	11,594.21
筹资活动产生的现金流量净额	-1,505.56	3,740.09	-6,564.33

报告期内各期,公司筹资活动产生的现金流量净额分别为 -6,564.33 万元、3,740.09 万元和 -1,505.56 万元。2019 年度,随着公司经营活动现金流量状况的改善,公司适时偿还银行借款并进行现金股利分配,使得筹资活动现金净流出 6,564.33 万元。2020 年度,公司取得 9,300.00 万元股权融资,并在当年偿还银行借款和分配现金股利 6,238.32 万元,导致筹资活动现金净流入 3,740.09 万元。2021 年度,公司筹资活动产生的现金流量主要系支付及收回的票据保证金,净流出为 1,505.56 万元。

5、毛利率分析

(1)主营业务毛利构成

单位:万元

产品		2021年度		2020年度		2019年度	
		毛利额	占比	毛利额	占比	毛利额	占比
厨房小家电	电饼铛类	9,955.72	47.98%	11,452.42	51.82%	9,076.25	61.55%
	空气炸锅类	4,991.45	24.05%	6,434.71	29.12%	2,103.22	14.26%
	多功能锅类	2,079.03	10.02%	1,486.92	6.73%	1,960.45	13.29%
	电烧烤类	946.50	4.56%	1,245.66	5.64%	887.51	6.02%
	其他	1,485.94	7.16%	777.26	3.51%	431.21	2.92%
	小计	19,458.63	93.77%	21,396.97	96.82%	14,458.64	98.04%
家居小家电		313.53	1.51%	46.43	0.21%	146.02	0.99%
非电类产品及其他		978.73	4.72%	655.47	2.97%	142.51	0.97%
合计		20,750.89	100.00%	22,098.87	100.00%	14,747.17	100.00%

报告期内各期,公司主营业务毛利额分别为 14,747.17 万元、22,098.87 万元和 20,750.89 万元,呈逐年上升的趋势;毛利主要由厨房小家电产品毛利构成,各年度占比均在 93%以上,是公司的主要盈利来源。

(2)主营业务分产品毛利率及变动情况

报告期内,公司主营业务分产品毛利率构成如下:

产品		2021年度		2020年度		2019年度	
		毛利率	销售占比	毛利率	销售占比	毛利率	销售占比
厨房小家电	电饼铛类	32.64%	46.62%	33.06%	48.02%	29.91%	57.96%
	空气炸锅类	30.54%	24.98%	28.41%	31.40%	23.47%	17.12%
	多功能锅类	27.22%	11.67%	24.41%	8.44%	27.09%	13.82%
	电烧烤类	26.60%	5.44%	32.44%	5.32%	29.78%	5.69%
	其他	32.34%	7.02%	25.05%	4.30%	21.20%	3.88%
	小计	31.07%	95.72%	30.43%	97.48%	28.04%	98.47%
家居小家电		54.08%	0.89%	23.81%	0.27%	31.11%	0.90%
非电类产品及其他		44.11%	3.39%	40.44%	2.25%	43.08%	0.63%
合计		31.71%	100.00%	30.64%	100.00%	28.17%	100.00%

报告期内各期,公司主营业务毛利率分别为 28.17%、30.64%和 31.71%,总体呈逐年上升趋势。公司各类产品的平均单价、单位成本及毛利率情况如下:

单位:元、台

产品		2021年度			2020年度			2019年度		
		平均售价	单位成本	毛利率	平均售价	单位成本	毛利率	平均售价	单位成本	毛利率
厨房小家电	电饼铛类	136.64	92.04	32.64%	134.93	90.32	33.06%	125.00	87.61	29.91%
	空气炸锅类	222.44	154.51	30.54%	254.56	182.23	28.41%	302.50	231.51	23.47%
	多功能锅类	107.84	78.48	27.22%	94.98	71.79	24.41%	97.79	71.29	27.09%
	电烧烤类	153.54	112.69	26.60%	153.99	104.03	32.44%	135.57	95.20	29.78%
	其他	82.99	56.15	32.34%	82.25	61.65	25.05%	95.80	75.49	21.20%
	小计	140.42	96.80	31.07%	148.83	103.54	30.43%	132.33	95.22	28.04%
家居小家电		89.28	41.00	54.08%	94.66	72.12	23.81%	123.85	85.33	31.11%
非电类产品		22.49	12.59	44.02%	18.26	11.06	39.44%	27.61	18.53	32.89%
合计		120.42	82.29	31.67%	131.50	91.29	30.58%	129.62	93.20	28.10%

①电饼铛类产品

2020 年度,电饼铛类产品毛利率较 2019 年上升 3.15%,一方面系当年度 B2C 直销模式收入占比持续提升;另一方面系中高端系列饼铛"绿洲系"产品销量较大,拉升了电饼铛类产品的整体毛利率。

2021 年度,电饼铛类产品毛利率较 2020 年度下降 0.42%,主要系受高毛利新品投放及上游原材料涨价导致成本上升的综合影响。

②空气炸锅类产品

公司境内销售的空气炸锅类产品主要采用代工生产模式,从代工厂直接采购成品;境外销售的空气炸锅类产品由顺德利宁自产,由于功能差异,销售单价及单位成本高于代工生产的成品。2020 年度,空气炸锅产品毛利率较 2019 年上升 4.95%,一方面系当年度 B2C 模式收入占比提升、同型号产品售价相对其他销售渠道较高;另一方面系随着采购量的提升,收到的供应商返利增加从而导致单位成本下降所致。2021 年度,空气炸锅类产品毛利率较 2020 年上升 2.13%,主要系同类产品市场竞争较为激烈导致的平均单价下降及毛利率相对较高的自产型号投放市场的综合影响所致。

③多功能锅类产品

2020 年度,多功能锅类产品毛利率较 2019 年下降 2.68%,主要系 2020 年下半年,疫情过后市场需求增速放缓,公司于 2 季度备货量较大,故相应调低了产品价格以促进库存的消化。2021 年度,公司推出 M-8、G-7、DHG-X551、LPHG-19 等高单价、高毛利率新型号,使得电火锅类产品平均单价、单位成本以及毛利率等均有所提升。

④电烧烤类产品

2019-2020 年度,公司电烧烤类产品毛利率呈逐年上升趋势,主要系毛利率较高的烤串机产品销量及销售额占比持续上升所致。2021 年度,同类产品市场竞争较为激烈以及 B2C 模式收入占比下降,同型号售价普遍下降,导致电烧烤类产品毛利率下滑 5.84%。

⑤其他厨房小家电

报告期内各期,公司其他厨房小家电产品毛利率分别为 21.20%、25.05%和 32.34%。2019 及 2020 年度,公司推出新品类产品和面机、菜馅机、三明治机、蒸煮饭盒等,产品组合优化带动 2020 年毛利率增长 3.85%。2021 年度,毛利率进一步提升,系毛利率较高的三明治机销售占比提升等产品组合变动所致。

⑥家居小家电产品

报告期内各期,公司家居小家电产品毛利率分别为 31.11%、23.81%和 54.08%。2020 年度毛利率较 2019 年下降较大,主要系毛利率较高的香薰加湿器产品销量下滑所致。家居小家电新品类产品如蒸汽熨烫机、毛球修剪器等尚处于市场拓展阶段,整体毛利率较低。2021 年度,毛利率上升至 54.08%,主要系当年销售的加湿器产品已于前期充分计提跌价准备,账面价值较低所致。

⑦非电类产品

报告期内各期,公司非电类产品毛利率分别为 32.89%、39.44%和 44.02%。2020 及 2021 年度,公司分别推出新产品多功能手动料理机、匀蛋器及龙头净水器,在市场上取得良好反响,成为公司非电类产品的主要品类。该等产品由于结构简单、成本相对较低,使得非电类产品毛利率整体提升。

(3)公司毛利率与同行业对比情况

报告期内,公司主营业务毛利率与同行业可比公司对比情况如下:

项目	公司名称	2021年度	2020年度	2019年度
主营业务毛利率	小熊电器	32.64%	32.47%	34.32%
	北鼎股份	49.21%	51.47%	46.65%
	美的集团	23.75%	26.27%	30.24%
	九阳股份	27.44%	31.28%	32.41%
	苏泊尔	23.05%	26.56%	31.31%
	可比公司平均值	31.22%	33.61%	34.99%
	发行人	28.63%	26.88%	28.17%

注:同行业可比公司指标使用各公司年度报告或招股说明书中披露的数据计算。

报告期内,公司毛利率低于同行业可比公司平均水平,主要原因系:首先,小家电产品种类繁多,产品结构不同导致毛利率存在差异;其次,同行业可比公司普遍规模较大,规模效应使其毛利率较高;最后,公司成品采购规模较大,由于代工生产环节通常保留一定利润,故对公司毛利率产生一定影响。

(六)股利分配情况

1、最近三年股利分配政策

根据《公司章程》的规定,公司关于股利分配政策的规定如下:

公司分配当年税后利润时,应当提取利润的 10%列入公司法定公积金。公司法定公积金累计额为公司注册资本的 50%以上的,可以不再提取。公司的法定公积金不足以弥补以前年度亏损的,在依照前款规定提取法定公积金之前,应当先用当年利润弥补亏损。公司从税后利润中提取法定公积金后,经股东大会决议,还可以从税后利润中提取任意公积金。公司弥补亏损和提取公积金后所余税后利润,按照股东持有的股份比例分配。股东大会违反前款规定,在公司弥补亏损和提取法定公积金之前向股东分配利润的,股东必须将违反规定分配的利润退还公司。公司持有的本公司股份不参与分配利润。

公司的公积金用于弥补公司的亏损、扩大公司生产经营或者转为增加公司资本。但是,资本公积金将不用于弥补公司的亏损。

公司实施积极的股利分配政策。公司可以采取现金、股票或者现金和股票相结合的方式分配利润。公司在分配给股东红利时,代扣个人收入所得税。公司股票发行价格超过票面值所得的溢价收入列入资本公积金。公司的公积金可用于弥补公司的亏损,扩大公司的生产经营或转为增加公司资本。公司将公积金转为资本时,按股东原有股份比例派送新股。但法定公积金转为资本时,所留存的该项公积金不得少于注册资本的 25%。

公司每年分配股利的方式及比例,由董事会根据具体经营情况提出利润分配方案,经公司股东大会审议通过后,董事会须在股东大会召开后两个月内完成股利(或红利)的派发事项。

2、报告期内股利实际分配情况

2019 年 9 月,公司 2019 年第四次临时股东大会作出决议,以公司总股本 51,660,000 股为基数,向全体股东每 10 股派发 3.8715 元人民币现金。

2020 年 5 月,公司 2019 年年度股东大会作出决议,以公司总股本 51,660,000 股为基数,向全体股东每 10 股派发人民币现金 1.60 元。

2020 年 10 月,公司 2020 年第三次临时股东大会作出决议,以公司总股本 51,660,000 股为基数,向全体股东每 10 股派发 4.00 元人民币现金。

3、发行后股利分配政策

根据《公司章程(草案)》,公司本次发行后的股利分配政策如下:

(1)公司的利润分配政策

①公司利润分配应重视对投资者的合理投资回报,利润分配政策应保持连续性和稳定性并兼顾公司的可持续发展,公司利润分配不得超过累计可分配利润的范围;

②公司的利润分配方案由董事会根据公司业务发展情况、经营业绩拟定并提请股东大会审议批准。公司可以采取现金或股票等方式分配利润,但在具备现金分红条件下,应当优先采取现金分红进行利润分配;在不违反中国证监会、证券交易所有关规定的前提下,公司可以进行中期现金分红,中期现金分红无须审计;

③公司每年分配的利润不少于当年实现的可供分配利润的百分之十,具体比例由董事会根据公司实际情况制定后提交股东大会审议通过。公司在确定以现金分配利润的具体金额时,应充分考虑未来经营活动和投资活动的影响以及公司现金存量情况,并充分关注社会资金成本、银行信贷和债权融资环境,以确保分配方案符合全体股东的整体利益。

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

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

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

公司发展阶段不易区分但有重大资金支出安排的,可以按照前项规定处理。

在特殊情况下无法按照既定的现金分红政策或最低现金分红比例确定当年利润分配方案的,应当在年度报告中披露具体原因以及独立董事的明确意见,若证券交易所对于审议该利润分配方案的股东大会表决机制、方式有特别规定的须符合该等规定。

④如以现金方式分配利润后仍有可供分配的利润且董事会认为以股票方式分配利润符合全体股东的整体利益时,公司可以股票方式分配利润;公司在确定以股票方式分配利润的具体金额时,应充分考虑以股票方式分配利润后的总股本是否与公司目前的经营规模相适应,并考虑对未来债权融资成本的影响,以确保分配方案符合全体股东的整体利益;

⑤公司董事会未作出现金利润分配预案的,应当在定期报告中披露原因,独立董事应当对此发表独立意见;

⑥存在股东违规占用公司资金情况的,公司在进行利润分配时,应当扣减该股东所分配的现金红利,以偿还其占用的资金。

(2)公司的利润分配政策决策程序

①公司的利润分配政策由董事会拟定,提请股东大会审议;

②独立董事及监事会应当对提请股东大会审议的利润分配政策进行审核并出具书面审核意见;

③公司在制定现金分红具体方案时,董事会应认真研究和论证公司现金分红的时机、条件和最低比例,调整的条件及决策程序要求等事宜,并由独立董事出具意见。独立董事还可以视情况公开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。

在股东大会对现金分红方案进行审议前,公司应通过各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。

④利润分配政策的调整:公司因外部经营环境或自身经营状况发生较大变化,确有必要对公司章程规定的利润分配政策进行调整或变更的,需事先征求独立董事及监事会意见,经过详细论证后,由公司董事会审议并提请股东大会批准;股东大会在审议该项议案时,需经出席会议的股东所持表决权的 2/3 以上通过;调整或变更后的利润分配政策不得违反中国证券监督管理委员会和证券交易所的有关规定。

4、本次发行前滚存未分配利润的分配政策

根据公司 2020 年年度股东大会审议并通过的《关于公司首次公开发行股票前滚存利润分配政策的议案》,公司本次发行上市完成后,发行前的滚存未分配利润将由新老股东按照发行后的持股比例共同享有。

(七)公司控股子公司或纳入合并会计报表的企业基本情况

截至本招股说明书摘要签署日,公司拥有控股子公司 2 家,基本情况如下:

1、廊坊开发区利仁电器有限公司

(1)基本情况

企业名称	廊坊开发区利仁电器有限公司
成立日期	2000年 8 月 9 日
住所	廊坊开发区华祥路 30 号
主要生产经营地	廊坊开发区华祥路 30 号
法定代表人	宋老亮
股权结构	利仁科技持股 100%
注册资本	660.00 万元
实收资本	660.00 万元
统一社会信用代码	91131001601070063H
主营业务	小家电产品的研发、生产及销售
经营范围	家用电器、厨具卫具、塑料零件及五金制品的加工;本企业自产产品和技术的出口业务和本企业所需的原辅材料、机械设备、零配件及技术的进口业务,但国家限定公司经营和禁止进出口的商品及技术除外;普通货物仓储服务(不含危险化学品等需许可审批的项目);商用电饼铛、塑料合成材料的生产。非居住房地产租赁。(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)

(2)主要财务指标

财务指标	2021年 12 月 31 日 /2021 年度
总资产(元)	238,415,111.74
净资产(元)	189,297,395.13
净利润(元)	23,566,637.30

注:上述财务数据均已按照企业会计准则和公司会计政策的规定编制并包含在公司的合并财务报表中。该合并财务报表已由发行人会计师进行审计并出具了标准无保留意见的审计报告。

2、广东顺德利宁电器有限公司

(1)基本情况

企业名称	广东顺德利宁电器有限公司
成立日期	2019年 2 月 22 日
住所	佛山市顺德区均安镇均安居委会智安中路 11 号二层之一(住所申报)
主要生产经营地	佛山市顺德区均安镇均安居委会智安中路 11 号二层之一(住所申报)
法定代表人	司朝辉
股权结构	利仁科技持股 51%、黄慧娟持股 30%、申宝华持股 10%、张广华持股 9%
注册资本	690.00 万元
实收资本	690.00 万元
统一社会信用代码	91440606MA52WM5X43
主营业务	小家电产品的研发、生产及销售
经营范围	制造、销售:家用清洁电器、家用电器及其配件;加工:五金杂件、注塑杂件、餐具杂件;货物或技术进出口(国家禁止或涉及行政审批的货物和技术进出口除外)。(依法须经批准的项目,经相关部门批准后方可开展经营活动)

(2)主要财务指标

财务指标	2021年 12 月 31 日 /2021 年度
总资产(元)	11,558,263.88
净资产(元)	2,032,493.13
净利润(元)	-1,892,237.85

注:上述财务数据均已按照企业会计准则和公司会计政策的规定编制并包含在公司的合并财务报表中。该合并财务报表已由发行人会计师进行审计并出具了标准无保留意见的审计报告。

第四节 募集资金运用

一、拟投资项目安排与计划

经公司 2020 年年度股东大会和第二届董事会第二十二次会议审议通过,公司拟公开发行不超过 18,484,443 股人民币普通股,募集资金扣除发行费用后的净额将按轻重缓急全部投资于以下项目:

单位:万元

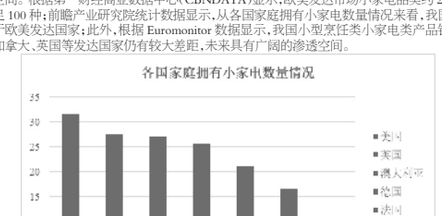
序号	项目名称	项目总投资额	募集资金拟投入额	实施主体	项目建设期
1	小家电技改扩产项目	36,408.23	25,000.00	廊坊利仁	24个月
2	信息化建设项目	3,633.00	2,490.41	利仁科技	36个月
3	补充流动资金项目	5,000.00	5,000.00	利仁科技	--
合计		45,041.23	32,490.41	--	--

在本次募集资金到位之前,公司将根据项目进度以自有或自筹资金先行投入,并在募集资金到位之后予以置换。如本次实际募集资金不能满足拟投资项目的资金需求,差额部分将由公司以自筹方式解决。

二、项目发展前景分析

(一)消费升级驱动小家电行业市场规模平稳增长

随着我国经济不断发展,城镇化水平不断提高,居民整体收入水平逐年稳步上涨。根据国家统计局数据显示,截至 2020 年,我国居民人均可支配收入达到 32,189 元。在我国居民收入稳定提高的背景下,消费升级已是大势所趋。



数据来源:国家统计局

在需求端,当前我国小家电行业面对的主要消费者群体以 80、90、00 后为主,对能够改善生活质量、彰显生活品质的小家电接受程度较高,智能化、高端化、品质化需求明显提升,消费升级意愿较强。在供给端,生产技术的升级换代带来更多个性化、便捷化的产品,助推用户消费升级。根据中商产业研究院数据显示,2015 年我国小家电市场规模为 2,500 亿元,2021 年预期将达到 4,868 亿元,2015 年至 2021 年年均复合增长率为 11.75%。以发行人主要产品电饼铛为例,根据奥维云网数据显示,2020 年度该品类产品线上与线下渠