(上接C5版)

三、发行人股本情况

(一)本次发行前后公司股本情况

公司本次发行前后股本结构情况如下:

股东结构	发行前		发行后	
	持股数(万股)	持股比例(%)	持股数(万股)	持股比例(%)
林明稳	2,762.20	54.97	2,762.20	41.23
李宏庆	2,237.80	44.53	2,237.80	33.40
康正植	10.00	0.20	10.00	0.15
赵仁萍	5.00	0.10	5.00	0.07
周敏	5.00	0.10	5.00	0.07
居万年	5.00	0.10	5.00	0.07
社会公众股东	-	-	1,675.00	25.00
合计	5,025.00	100.00	6,700.00	100.00

(二)发行人前十名股东

序号	股东名称/姓名	持股数量(万股)	持股比例(%)
1	林明稳	2,762.20	54.97
2	李宏庆	2,237.80	44.53
3	康正植	10.00	0.20
4	赵仁萍	5.00	0.10
5	周敏	5.00	0.10
6	居万年	5.00	0.10
合计		5,025.00	100.00

(三)发行人前十名自然人股东及其在发行人处任职情况

本次发行前,公司共有6名自然人股东,具体情况如下:

序号	股东姓名	持股数量(万股)	持股比例(%)	在发行人任职情况
1	林明稳	2,762.20	54.97	董事长
2	李宏庆	2,237.80	44.53	董事、总经理
3	康正植	10.00	0.20	越南金泉经理
4	赵仁萍	5.00	0.10	董事、董事会秘书、财务总监
5	周敏	5.00	0.10	监事、单证业务负责人
6	居万年	5.00	0.10	无
合计		5,025.00	100.00	

(四)发行人国有股份和外资股份情况

截至本招股说明书摘要签署之日,公司股份中无国有股份和外资股份。

(五)战略投资者及其持股情况

截至本招股说明书摘要签署日,本公司无战略投资者。

(六)本次发行前各股东间的关联关系及持股比例

公司股东林明稳的配偶与公司股东李宏庆的兄弟为父女关系,除此外,本次发行前,公司股东无关联关系。

(七)本次发行前股东所持股份的限售安排和自愿锁定股份的承诺

本次发行前股东所持股份的流通限制和自愿锁定股份的承诺详见本招股说明书摘要"第一节 重大事项提示"之"一、股份流通限制及自愿锁定股份的承诺"。

四、发行人的业务情况

(一)发行人主营业务、主要产品及其变化情况

1、发行人主营业务

公司主要从事户外用品的研发、设计、生产和销售,公司主要产品为帐篷、睡袋、户外服装、背包等户外用品。

公司主要以ODM/OEM的模式为全球客户提供高品质户外用品。公司主要客户关联的集团有Newell Brands Inc.(纳斯达克主板上市)、VF Corporation(纽约证券交易所主板上市)、Fenix Outdoor International AG(瑞典斯德哥尔摩证券交易所上市)、Oberalp Group、Bergans Fritid AS、Mont Bell Co., Ltd.、Recreational Equipment, Inc、Spotlight Group Holdings Pty Ltd、Klattermusen AB、Bystronic AG(瑞士证券交易所上市)、Equip Outdoor Technologies UK Ltd、Elevenate AB、The Warehouse Group Limited(新西兰证券交易所主板上市)、Camp Spa、Helsport A/S等国际知名企业,客户旗下主要品牌有Coleman(科勒曼)、The North Face(北面)、Fjallraven(瑞典北极狐)、Salewa(沙乐华)、Bergans(博根斯)、Mont-bell(梦倍路)、REI(安伊艾)、Mountain Designs、Klattermusen(攀山鼠)、Mammut(猛犸象)、Rab(睿坡)、Elevenate、Torpedo7、Camp(坎普)、Helsport等。公司产品90%以上出口至欧洲、北美等境外国家和地区,公司与上述国际知名户外用品企业建立了长期稳定的合作关系,积累了优质的全球客户资源。

公司为高新技术企业,被认定为"江苏省企业技术中心"、"江苏省功能性户外用品工程技术研究中心"。

公司自设立以来,主营业务未发生重大变化。

2、发行人主要产品

产品类型	产品图片	销售的主要关联品牌
帐篷		Coleman(科勒曼)、The North Face(北面)、Bergans(博根斯)、Mont bell(梦倍路)、Salewa(沙乐华)、REI(安伊艾)、Camp(坎普)、Helsport等
睡袋		Coleman(科勒曼)、The North Face(北面)、Fjallraven(瑞典北极狐)、Bergans(博根斯)、Mont-bell(梦倍路)、Salewa(沙乐华)、REI(安伊艾)、Mammut(猛犸象)、Torpedo7、Mountain Designs等
服装		Fjallraven(瑞典北极狐)、Bergans(博根斯)、Salewa(沙乐华)、Elevenate、Klattermusen(攀山鼠)、Mountain Designs、Rab(睿坡)等
背包		Fjallraven(瑞典北极狐)、Rab(睿坡)等

(二)户外用品行业概况

1、户外用品行业格局

目前,户外用品行业国内外品牌众多,市场化程度较高,行业竞争较为激烈,低端产品逐渐被市场淘汰。行业内知名品牌有始祖鸟、猛犸象、北极狐、科勒曼、北面、沙乐华、博根斯、梦倍路等,行业内的高端市场几乎被国外一线品牌垄断。

根据统计数据,2018年,户外用品品牌总数达到903个,其中国内品牌454个,国外品牌449个[1]。2014年-2017年,中国前十大户外用品品牌占有率从49.2%提升至57.1%,行业集中度有所提升[2]。

1wind资讯

2华鑫证券研究报告

2、进入户外用品行业的壁垒

(1)客户认证壁垒

欧美等境外国家和地区是户外用品的主要销售区域,境外知名客户通常对商品质量有较高要求,在选择供应商时有严格的认定标准。在首次合作时,客户需要对合作方进行"验厂",全方位考察供应商的研发设计能力、生产管理水平和售后服务等方面。因境外客户对供应商的认证流程较复杂,成本较高,合格供应商认证通过后,客供双方通常会保持长期稳定的合作关系,合作的粘性较高。因此,在户外用品生产方面具有一定经验及能力的企业才能获得优质客户的青睐,行业存在较高的客户认证壁垒。

(2)产品设计壁垒

户外用品属于消费品,随着居民收入的增长,消费人群更加注重消费品质与体验,消费者对户外用品的偏好及要求也在不断变化;户外用品制造企业需要不断设计出符合市场偏好及潮流的产品,而新产品从设计理念的提出到产品最后的成型均需要经过不断地尝试;特别是设计理念提出后,如何将理念结合生产工艺构造出最终的产品,其中特别需要考虑产品结构可以满足防水、透气、耐寒、防晒等安全性、保护性的需求,这就需要品牌商或ODM/OEM生产企业具有丰富的行业生产经验,该种生产经验对户外用品企业形成了一定的产品设计壁垒。

(3)产品质量管理壁垒

在户外用品行业中,国际知名品牌商对供应商产品品质要求较高,除了要满足产品市场定位的要求外,还需要有稳定的品质保障,这就要求供应商需要具备严格的质量控制体系、良好的售后服务等等。因此,只有拥有符合客户要求的质量体系的生产企业,才能够在户外用品行业持续发展。

(4)供应能力管理壁垒

户外用品行业的供应能力壁垒体现在企业的快速生产能力上。户外用品属于消费品,下游客户会根据市场情况、库存情况调整采购数量,同时,客户会根据消费者偏好不断丰富产品线,不断更新产品。这就要求户外用品供应商具备丰富的行业经验以及良好的供应管理能力,以满足客户多品类产品快速生产的需求,进而形成了供应能力管理壁垒。

3、行业利润水平及其变动趋势

国内同行业公司中,经营模式与公司相接近的,具有代表性的可比公司净利润水平情况如下:

单位:万元

公司名称	相关产品或业务	2022年1-6月	2021年度	2020年度	2019年度
牧高笛(603908)	帐篷、睡袋等装备	11,316.59	7,861.40	4,597.47	4,078.65
浙江自然(605080)	充气床垫等户外用品	17,431.61	21,951.25	15,954.38	13,138.14
平均	-	14,374.10	14,906.33	10,275.92	8,608.39
发行人	帐篷、睡袋、背包、服装等户外装备	12,000.03	10,108.65	5,951.87	8,274.19

数据来源:wind资讯。

由上表可知,报告期内,受益于户外用品行业的良好发展,同行业公司平均利润水平较好,呈现增长趋势。发行人2020年净利润较2019年有所下降,主要原因为2020年美元兑人民币大幅贬值,发行人外销收入占比较高,导致发行人2020年发生汇兑损失2,131.63万元。2021年度、2022年1-6月发行人净利润与上述两家同行业上市公司的净利润均同比大幅增长,2021年度牧高笛、浙江自然、发行人净利润分别同比增长70.99%、37.59%、69.84%,2022年1-6月分别同比增长111.80%、26.89%、184.84%。

(三)发行人在行业中的竞争地位

1、公司行业地位

公司自成立以来一直专注于户外用品的研发、设计、生产和销售,目前主要采用ODM/OEM形式为国际知名品牌如Coleman(科勒曼)、The North Face(北面)、Fjallraven(瑞典北极狐)、Salewa(沙乐华)、Bergans(博根斯)、Mont-bell(梦倍路)、REI(安伊艾)、Mountain Designs、Klattermusen(攀山鼠)、Mammut(猛犸象)、Rab(睿坡)、Elevenate、Torpedo7、Camp(坎普)、Helsport等进行代加工生产,具有丰富的行业经验及成熟的生产体系。经过多年的经营与发展,公司已在户外用品制造领域具备较强的市场竞争力和发展优势。

2、主要竞争对手简要情况

序号	名称	企业介绍
1	牧高笛户外用品股份有限公司(603908)	牧高笛户外用品股份有限公司主营业务涵盖OEM/ODM业务与自主品牌业务两大业务板块,产品包括帐篷、睡袋、自充垫等户外装备,以及冲锋衣、羽绒服、登山鞋、运动背包等户外服装、鞋及配饰。OEM/ODM业务产品销往欧洲、澳大利亚、新西兰、亚洲和美国等国际市场。
2	浙江大自然户外用品股份有限公司(605080)	浙江大自然户外用品股份有限公司主要从事充气床垫、户外箱包、头枕坐垫等户外用品的研发、设计、生产和销售。公司产品主要销售至欧洲、北美洲、大洋洲等市场。
3	浙江永强集团股份有限公司(002489)	浙江永强集团股份有限公司主要从事户外休闲家具及用品的设计研发、生产和销售。产品主要有户外休闲家具、遮阳伞、帐篷等三大系列,产品主要销往美国、德国、澳大利亚、中国香港等市场。
4	安徽开润股份有限公司(300577)	安徽开润股份有限公司主要经营业务为休闲包袋、旅行箱、商务包袋、服饰及相关配件等产品的研发、设计、生产和销售。按照业务模式主要分为代工制造业务和品牌经营业务。

3、公司的竞争优势和劣势

(1)竞争优势

①优质客户资源优势

目前,公司主要采用ODM/OEM形式为国际知名品牌进行代加工生产,公司拥有的客户基本稳定且大多属于国际知名户外用品企业。国际知名客户通常对商品质量有较高要求,在选择供应商时有严格的认定标准。在首次合作时,客户需要对合作方进行"验厂",全方位考察供应商的研发设计能力、生产管理水平和售后服务等方面。因境外客户对供应商的认证流程较复杂,成本较高,合格供应商认证通过后,客供双方通常会保持长期稳定的合作关系,合作的粘性较高。经过多年经营,公司已经与这些知名客户形成了稳定的合作关系,拥有优质客户资源优势。

②产品结构搭建优势

户外用品的设计和成型主要分为产品理念设计及产品结构搭建两个步骤。产品理念设计主要由品牌商基于自身品牌风格并结合市场偏好提出,通常表现为产品外观要求、尺寸要求、功能要求等;产品结构搭建是指确定完成产品理念设计后,结合实际生产工艺,制定出满足防水、透气、耐寒、防晒、防风等功能性要求的产品的解决方案,该步骤通常由品牌商与发行人共同探讨后确定。

公司自设立以来一直从事户外用品的研发和生产,已经拥有了成熟的产品结构搭建技术,可以根据品牌方提出的创意想法结合实际的生产工艺,构建出成型的产品,与品牌方共同完成产品创意到产品成型的转化,公司具备相应的产品结构搭建优势。

③产品质量管控优势

自设立以来,公司始终致力于户外用品的研发及生产,积累了丰富的行业经验,建立了成熟的质量管理体系。公司近年来不断强化生产质量管理,保证产品质量符合相关要求,公司产品的稳定质量得到了国际知名客户的认可。

公司为高新技术企业,通过了相应的质量管理体系认证,被认定为"江苏省企业技术中心"、"江苏省功能性户外用品工程技术研究中心",公司具备了产品质量管控优势。

④供应能力管理优势

户外用品属于消费品,下游客户会根据市场情况、库存情况调整采购数量。同时,客户会根据消费者偏好不断丰富产品线,创新产品,这就要求户外用品供应商具备丰富的行业经验以及良好的供应管理能力,以满足客户多品类产品快速生产的需求。

公司经过多年经营,已经打造出专业的生产经营管理团队,具备丰富的行业生产经验。同时,公司与供应链上游原材料供应商保持着稳定可持续的合作关系。公司能够对客户需求做出快速的反应和调整,实现生产效益和生产规模的优化,公司具备了供应能力管理优势。

(2)竞争劣势

①融资渠道相对单一

未来,随着公司的发展,提升设备的自动化水平、引进优秀人才、增加研发投入、创建自身品牌等均需要大量的资金。公司目前融资渠道相对单一,在一定程度上制约了公司的业务发展,公司需要进一步借助资本市场拓宽公司的融资渠道,以满足公司未来发展的资金需求。

②国内市场开拓相对较少

相比国内户外用品市场,欧美等境外国家和地区目前还是户外用品行业的主要销售区域,国内户外用品市场正逐步快速发展。在该种行业发展现状下,报告期内,公司境外销售占比在90%以上,公司目前国内市场开拓相对较少。未来,随着公司规模的进一步增大以及国内市场需求的扩大,公司将逐步加大国内市场拓展力度。

(四)主要经营模式

1、采购模式

公司采购原料主要有面料(尼龙、涤纶、维尼纶等)、填充物(羽绒、中空棉等)、辅料(杆材、拉链、纽扣、贴标等)、包装物等。公司的采购模式为"以销定产,以产定采",即销售部门确认销售订单,技术研发部根据订单编制物料清单,生产部门根据销售订单制定生产计划,采购部门根据生产计划及物料清单,结合公司原料库存情况编制采购计划,下发采购订单。除向上游供应商采购外,公司存在少部分由客户(Mont Bell Co., Ltd.、Toray Industries, Inc.等)提供部分原材料的情形,即客户根据产品需求情况向公司提供原材料。

2、生产模式

(1)公司生产整体情况

公司主要采用"以销定产"的生产模式,生产部门根据与客户签订的订单情况,制定生产计划实施生产。公司采取自主生产与外协加工相结合的生产方式;在批量化生产的过程中,公司根据客户订单及生产情况,将部分工艺可控、技术含量较低的非关键工序委托外协厂商加工生产,外协生产的原材料由公司提供,公司向外协厂商支付加工费。

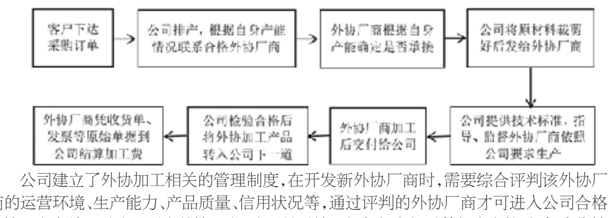
除公司向外协厂商提供原材料的外协加工生产之外,公司存在将部分帐篷由镇江蓝深外包生产的情形,在该种外包生产情形中,由公司提供一部分主要原材料,另一部分主要原材料由镇江蓝深向公司指定的供应商采购后加工生产。

(2)外协加工基本情况

①外协加工的工序及原因

报告期内,公司外协加工涉及的主要工序包括缝纫、印字、绣花等,此类工序工艺简单,门槛较低,但是对人工需求较大。由于公司的产品销售具有一定的季节性,如果全部自主生产,公司需要按照旺季时的生产量来设计产能,不但要增加机器设备及厂房投入,还要招聘数量匹配的工人,而淡季时公司订单不足,使得单位产品的成本费用增加,导致公司盈利能力下降。因此外协加工可以更好的解决公司产能和淡旺季订单量匹配关系的矛盾。

②公司外协加工的业务流程如下:



公司建立了外协加工相关的管理制度,在开发新外协厂商时,需要综合评判该外协厂商的运营环境、生产能力、产品质量、信用状况等,通过评判的外协厂商才可进入公司合格外协厂商名单。对公司现有外协厂商,公司品质管理部每年发起对其年度审核,根据合作情况判断是否继续合作,由此促进外协厂商保证其产品加工质量及生产能力持续符合公司要求。

③外协加工生产经营资质情况

公司制定了《委外加工核算管理规定》,在进行合格外协厂商评定前,公司需对外协厂商进行现场检查,检查其营业执照等资料,查看其生产规模,了解其产能。只有生产经营资质与公司产品匹配,生产质量及产能满足公司需求的情况下才能进入公司外协厂商名单。

报告期内,公司合作的外协厂商均具备相关业务的生产经营资质,合作的主要外协厂商成立时间较早,生产工艺成熟,与公司合作顺利,满足了公司对产品质量及产能的要求。

④外协加工价格形成机制

公司与外协厂商的外协加工价格形成机制分为三个步骤。

第一步,公司对外协厂商考核后,外协厂商根据其自身的人工成本、其他成本费用及利润率水平对公司进行报价。

第二步,公司对外协厂商的报价进行核价,具体方法为:各技术研发部测分员负责提供各产品外协加工工序的GST标准工时;公司根据当地工资水平及劳动力供给等因素确定公司生产工人GST工价;生产管理部根据外协加工的产品类型、生产任务单紧急情况等因素设置外协单价相对于内部人工的单价倍率区间。

第三步,公司根据对外协厂商报价的核实结果与外协厂商议价,交易价格即需要保证外协厂商合理的利润率要求,又保证不能超过发行人生产管理部根据内部人工成本设置的单价倍率上限。双方对最终交易价格认可后签订合作框架合同,并逐年更新报价。具体结算价格因外协加工的数量、时间紧迫性、外协订单的稳定性及外协加工市场供需状况等因素存在差异而不尽相同。

⑤外协加工金额

报告期各期,发行人外协加工费分别为4,983.80万元、4,376.29万元、7,315.40万元和5,356.81万元。2019年至2020年,随着越南金泉生产人员及生产效率逐渐提高,产量逐渐提高,2020年收购了PEAK公司,增加了自有产能,金泉旅游生产压力减小,外协加工逐渐减少。2021年度至2022年6月,客户采购量大幅增加,发行人生产任务加重,外协加工金额增加。

⑥外协加工厂商与发行人关联关系情况

报告期内发行人所有外协厂商中,扬州嘉和系公司实际控制人林明稳的配偶李加凤的哥哥李加荣及其配偶持股100%的企业,林立绣花厂系公司实际控制人林明稳的妹妹林明娟担任负责人的单位,属于公司关联方。除扬州嘉和与林立绣花厂外,发行人其他外协厂商与发行人不存在关联关系。

⑦外协加工的生产模式变化情况

外协加工的生产模式是为了解决公司产能和淡旺季订单量匹配关系的矛盾。为了防止公司在淡季承担冗余工人的人工成本,导致公司盈利能力下降,存在淡旺季的情况下,公司外协加工的生产模式不会发生变化。

(3)外包生产基本情况

①外包生产情况及管控措施

公司对镇江蓝深外包生产业务主要为公司部分成熟型号帐篷产品,由公司提供一部分主要原材料,镇江蓝深在公司指定的原材料供应商处采购另一部分主要原材料后加工生产。镇江蓝深制成产成品后由公司品质管理部进行质量检测,质量检测合格后由公司安排物流公司将产品运往指定场所转运或直接离港出口。公司根据外包生产的原料及加工费向镇江蓝深支付货款,原料及加工费价格根据市场行情与镇江蓝深协商确定。

公司与镇江蓝深的合作从最开始的外协加工逐渐过渡到外包生产,采取该种外包生产的原因:镇江蓝深刚开始为公司提供外协加工的方式开展业务合作,随着镇江蓝深与公司持续合作,其生产效率和管理水平随之增强,业务合作规模呈现大幅增长的态势,而公司经裁剪后的物料从扬州发往镇江,再将加工后的半成品运回扬州,不仅耗费运输时间,还增加运输费用,当双方业务规模增长到一定程度后,两地来回运输愈加频繁,因此双方开始尝试着部分主材改由镇江蓝深采购,镇江蓝深按照公司的要求生产完工产品并经检验后包装入库,销售发货时直接从镇江蓝深出库,经过尝试后发现双方外包生产的合作方式不仅节约成本费用,还分担了公司的管理压力,提升运营效率。

公司建立了对镇江蓝深外包生产的管控制度,约定了双方加工产品的质量标准,对镇江蓝深生产提供技术指导,及时跟踪产品生产进度,并对产成品验收前进行质量检测。镇江蓝深与公司合作多年,对公司部分帐篷产品生产已经具有了成熟稳定的生产加工工艺,可以保证产品生产质量;双方如果存在新增品类生产时,镇江蓝深在大批量生产前需要向公司提供生产样品,公司对样品质量确认后才可进行后续生产。通过前述管控措施,公司可对镇江蓝深外包生产实现有效的生产进度及质量管控。

②外包生产金额

报告期内,公司外包给镇江蓝深生产的采购金额分别为3,909.03万元、4,812.67万元、9,416.60万元和4,933.87万元。镇江蓝深主要为发行人生产Coleman牌(Newell集团旗下品牌)部分款式的帐篷,款式较为集中,而发行人自产该型号产品数量较少。镇江蓝深生产工艺经过长期积累较为成熟,具有规模化优势和成本优势。随着发行人客户对上述款式产品的订单需求增加,发行人外包给镇江蓝深生产的量也逐渐增加。

③外包生产的生产模式变化情况

镇江蓝深与发行人合作近20年,主要为发行人生产Coleman牌(Newell集团旗下品牌)部分款式的帐篷,款式较为集中,其生产工艺经过长期积累较为成熟,具有规模化优势和成本优势,因此发行人外包生产的生产模式在该情形下是持续稳定的。

3、销售模式

公司主要采用ODM/OEM形式为国际知名品牌进行代加工生产,公司销售采用直销模式。公司销售区域主要以国外市场为主,公司产品生产后,直接出口销售给对应客户。公司通过多年在户外用品行业的经营,已经与数十家世界知名户外用品品牌商形成长期合作关系,奠定了稳定的市场基础。

(五)公司主要原材料和能源供应情况

1、公司主要原材料的采购情况(不含外协加工及外包生产)

公司原材料主要有面料(尼龙、涤纶、维尼纶等)、填充物(羽绒、中空棉等)、辅料(杆材、拉链、纽扣、贴标等)、包装物等。

报告期内,公司主要原材料采购情况如下:

单位:万元

名称	2022年1-6月		2021年度		2020年度		2019年度	
	金额	占当期采购总金额比例	金额	占当期采购总金额比例	金额	占当期采购总金额比例	金额	占当期采购总金额比例
尼龙布料	4,044.91	17.06%	6,550.27	16.22%	5,559.50	17.61%	5,448.69	19.02%
涤纶布料	5,131.19	21.64%	10,294.52	25.49%	5,343.88	16.92%	4,422.65	15.43%
维尼纶布料	958.74	4.04%	1,502.26	3.72%	3,691.56	11.69%	3,188.62	11.13%
填充羽绒	1,675.69	7.07%	3,813.63	9.44%	3,052.52	9.67%	2,523.26	8.81%
铝制杆材	3,924.71	16.55%	4,535.84	11.23%	1,683.75	5.33%	1,460.09	5.10%
中空棉	638.64	2.69%	995.06	2.46%	1,321.16	4.18%	1,334.54	4.66%
合计	16,373.88	69.06%	27,691.59	68.56%	20,652.37	65.40%	18,377.83	64.14%

注:上表中的中空棉为没有经过梳棉工序的中空棉。

报告期内,尼龙、涤纶布料采购额变动与帐篷、睡袋、服装销量变动有密切关系。尼龙、涤纶布料主要用于生产帐篷、睡袋、服装。2019年-2020年,公司尼龙、涤纶布料采购额分别为9,871.34万元、10,903.37万元,金额相对稳定;2021年,尼龙、涤纶布料采购额合计16,844.80万元,大幅增加,主要由于2021年度帐篷销量72.80万顶(2020年度销量54.85万顶),睡袋销量164.32万条(2020年度销量128.85万条),大幅增加所致。2022年1-6月,尼龙、涤纶布料采购额合计9,176.10万元,高于2021年1-6月尼龙、涤纶布料采购额7,493.47万元,主要由于2022年1-6月帐篷销量56.72万顶,高于2021年1-6月销量35.78万顶;2022年1-6月睡袋销量99.79万条,高于2021年1-6月销量89.60万条。2022年1-6月,尼龙、涤纶布料采购额和帐篷、睡袋销量具有匹配性。

报告期内,填充羽绒采购额变动与睡袋、服装中的羽绒睡袋、羽绒服销量变动有密切关系。因单位羽绒睡袋充绒量较羽绒服多,填充羽绒采购额与羽绒睡袋销量关系更加密切。报告期各期,填充羽绒采购额分别为2,523.26万元、3,052.52万元、3,813.63万元,呈现增长趋势,与报告期内公司羽绒睡袋的销量增长具有匹配性。2019年-2022年1-6月,填充羽绒采购数量分别为47.53吨、57.35吨、77.11吨、39.89吨,呈现增长趋势,与报告期内公司羽绒睡袋的销量增长具有匹配性。

报告期内,中空棉采购额变动与棉睡袋销量变动有密切关系。报告期各期,中空棉采购量分别为1,908.12吨、2,314.78吨、1,734.51吨、1,067.84吨,先上升后下降,主要原因为2020年中空棉市场价格较低,公司结合对市场行情的预计,适当提前储备部分通用型中空棉,2021年公司根据中空棉库存情况适当减少了当期采购;报告期内,公司中空棉采购额与公司棉睡袋销量具有匹配性。

报告期内,公司铝制杆材采购额变动与帐篷销量变动有密切关系。公司铝制杆材主要用于生产帐篷产品,2019年-2020年,公司铝制杆材采购金额相对平稳,2021年采购额为4,535.84万元(2020年度采购额为1,683.75万元),大幅增加,一方面由于2021年度帐篷销量72.80万顶(2020年度销量54.85万顶),大幅增加所致;另一方面,2021年,公司大型帐篷生产数量有所增加,大型帐篷的铝制杆材采购价格较高,使得铝制杆材采购额增幅较大。2022年1-6月,公司铝制杆材采购金额3,924.71万元,高于2021年1-6月铝制杆材采购金额1,726.62万元,主要由于2022年1-6月帐篷销量56.72万顶,高于2021年1-6月销量35.78万顶。2022年1-6月,铝制杆材采购额和帐篷销量具有匹配性。

报告期内,公司维尼纶布料采购额的变动与公司背包的销量变动有着密切关系。公司维尼纶布料主要用于生产背包产品,2019年-2020年,公司维尼纶布料采购金额相对平稳;2021年度采购额为1,502.26万元(2020年度采购额为3,691.56万元),大幅减少,主要由于2021年度背包销量仅43.41万件(2020年度销量为100.23万件),大幅下降所致。2022年1-6月,公司维尼纶布料采购金额958.74万元,高于2021年1-6月维尼纶布料采购金额737.74万元,主要由于2022年1-6月背包销量23.40万件,高于2021年1-6月销量22.16万件。2022年1-6月,维尼纶布料采购额和背包销量具有匹配性。

综上分析,报告期内公司主要原材料采购与产品的销量变动相匹配。

2、公司主要能源的采购情况

报告期内,公司生产主要的消耗能源为电力,公司电力采购情况如下:

项目		2022年1-6月	2021年度	2020年度	2019年度
电力	数量(万度)	184.51	348.27	298.09	279.55
	金额(万元)	136.13	245.78	219.06	240.28
	单价(元/度)	0.74	0.71	0.73	0.86

报告期内,公司用电量有所增长,与公司经营规模增长具有匹配性;2020年,公司用电单价有所降低,主要原因一方面为2020年越南子公司用电量较多,越南子公司用电单价比境内母公司用电单价低;另一方面为境内母公司不同生产厂区因用电规模不同,用电单价有所差异,母公司不同生产厂区生产情况波动带来用电均价波动。

五、发行人业务及生产经营有关的资产权属情况

(一)固定资产情况

1、主要固定资产

截至2022年6月30日,公司固定资产具体情况如下表所示:

单位:万元

项目	原值	折旧	减值准备	账面价值	成新率
房屋及建筑物	7,603.47	2,956.02	-	4,647.44	61.12%
机器设备	4,671.72	2,560.28	29.02	2,082.43	44.58%
运输工具	467.19	348.44	-	118.75	25.42%
办公设备及其他	594.93	490.16	-	104.77	17.61%

截至2022年6月30日,公司拥有的主要生产设备如下表所示:

设备类型	数量(台、套)	原值(万元)	账面价值(万元)	成新率
缝纫设备	2,642	1,916.66	811.72	42.35%
梳棉设备	20	393.54	149.81	38.07%
绗缝设备	30	296.37	183.04	61.76%
压胶设备	119	295.21	190.88	64.66%
裁剪设备	22	241.16	87.75	36.39%

2、房屋产权

(1)境内不动产产权

截至本招股说明书摘要签署日,公司拥有的境内不动产产权如下:

序号	权利人	不动产权证书号	坐落	面积(m2)	土地使用权终止日期	他项权利
1	金泉旅游	苏(2020)扬州市不动产权第0135195号	扬州市邗江区牧羊路16号1幢	宗地面积44340.47/房屋建筑面积2313.37	2053.9.9	抵押
2	金泉旅游	苏(2020)扬州市不动产权第0135196号	扬州市邗江区牧羊路16号2幢	宗地面积44340.47/房屋建筑面积2723.25	2053.9.9	抵押
3	金泉旅游	苏(2020)扬州市不动产权第0135197号	扬州市邗江区牧羊路16号3幢	宗地面积44340.47/房屋建筑面积4627.20	2053.9.9	抵押
4	金泉旅游	苏(2020)扬州市不动产权第0135198号	扬州市邗江区牧羊路16号4幢	宗地面积44340.47/房屋建筑面积9326.73	2053.9.9	抵押
5	金泉旅游	苏(2020)扬州市不动产权第0135126号	扬州市邗江区牧羊路31号1幢	宗地面积30183/房屋建筑面积5531.57	2059.10.01	抵押
6	金泉旅游	苏(2020)扬州市不动产权第0135047号	扬州市邗江区牧羊路31号2、3、4幢	宗地面积30183/房屋建筑面积10847.03	2059.10.01	抵押
7	金泉旅游	苏(2020)扬州市不动产权第0135125号	扬州市邗江区杨寿镇工业集中区	宗地面积17783.00	2065.11.12	抵押
8	金泉旅游	苏(2020)扬州市不动产权第0136154号	扬州市邗江区杨寿镇回归路63号1、2幢	宗地面积11162/房屋建筑面积4498.71	2056.12.31	抵押
9	金泉旅游	苏(2020)扬州市不动产权第0136286号	扬州市邗江区杨寿镇回归路63号4幢	宗地面积31269.34/房屋建筑面积8379.44	2053.10.14与2058.10.18[注]	抵押
10	金泉旅游	苏(2020)扬州市不动产权第0136287号	扬州市邗江区杨寿镇回归路63号1、2、3、5、6幢	宗地面积31269.34/房屋建筑面积12838.98	2053.10.14	抵押

注:扬州市邗江区杨寿镇回归路63号4幢所占土地分A、B区域,A区域终止日期为2058年10月18日,B区域终止日期为2053年10月14日。

(2)境外不动产产权

截至本招股说明书摘要签署日,公司拥有的境外不动产产权如下:

序号	权利人	证书号	坐落	土地面积(m2)	土地租赁终止日期	建筑使用面积(m2)	他项权利
1	越南金泉	CT01724	越南广治省东河市东梁坊南东河工业区	37,317.00	2066.5.16	24,592.40	无
2	PEAK公司	CT18691	越南广南省升平县平福社河蓝产业集群	31,250.00	2066.8.30	11,261.38	无

注:根据越南相关法律规定,外国投资主体可通过租赁方式使用土地并有权在该土地上建设房产,越南政府部门向相应主体颁发《土地使用权、土地相连住宅及其他财产所有权证》以证明其产权关系。

3、尚未取得不动产权证的房产

截至本招股说明书摘要签署日,公司尚有建筑面积合计约26,854.00平方米的房屋未取得不动产权证,具体情况如下:

序号	实际使用人	座落位置及具体方位	建筑面积(㎡)【注1】	用途
1	金泉旅游	邗江区回归路63号服装车间东侧	100.00	辅料仓库
2	金泉旅游	邗江区回归路63号帐篷车间东侧	1,100.00	主辅料仓库
3	金泉旅游	邗江区回归路63号帐篷车间东侧	80.00	厕所
4	金泉旅游	邗江区回归路63号帐篷车间东北角	25.00	电房
5	金泉旅游	邗江区回归路63号东北角	900.00	仓库
6	金泉旅游	邗江区回归路63号成品仓库西侧	160.00	电房
7	金泉旅游	邗江区回归路63号东南角	400.00	辅料裁剪车间
8	金泉旅游	邗江区回归路63号办公楼走廊及两侧会议室	450.00	办公楼走廊及会议室
9	金泉旅游	邗江区回归路63号生活区传达室	100.00	传达室
10	金泉旅游	邗江区牧羊路16号1号物流仓库	2,340.00	物流仓库
11	金泉旅游	邗江区牧羊路16号2号物流仓库	3,800.00	物流仓库
12	金泉旅游	邗江区牧羊路16号1号车间仓库	1,065.00	仓库
13	金泉旅游	邗江区牧羊路31号食堂、宿舍	2,978.00	食堂、宿舍
14	金泉旅游	邗江区杨寿工业集中区	10,000.00	仓储
15	越南金泉	越南广治省东河市东梁坊南东河工业区	2,786	食堂、办公楼
16	PEAK公司	越南广南省升平县平福社河蓝产业集群	570	宿舍
合并			26,854.00	-

注1:上述建筑面积为发行人测量计算得出的数据。

经核查,上述邗江区房产均为辅助用房,非发行人生产经营必需的财产;发行人已分别取得建筑物所在地镇政府或经济开发区管委会出具的证明,说明上述未取得不动产权证的建筑物不属于违法违规情形,或不属于重大违法违规情形,不会因此对发行人给予行政处罚。上述房屋未取得不动产权证不会对本次发行造成实质影响。

经核查,越南金泉、PEAK公司上述无证房产均正在办理土地房产证书。

4、发行人对外出租房产情况

截至本招股说明书摘要签署日,公司对外出租房产情况如下:

序号	出租方	承租方	房屋坐落	面积(m2)	年租金(元)	租赁期限
1	发行人	邗江区林立绣花厂	扬州市邗江区牧羊路16号	288.00	51,840.00	无固定期限合同(2017.01.01签订)
2	发行人	扬州宏联汽车零部件有限公司	扬州市邗江区牧羊路31号	5,505.00	825,750.00(三年后每年环比增长5%)	2017.03.01-2027.02.28
3	发行人	扬州国脉电力工具有限公司	扬州市邗江区牧羊路31号	595.00	107,100.00(每三年上浮5%)	2020.06.20-2023.06.19
4	发行人	扬州千弘广告装饰材料有限公司	扬州市邗江区牧羊路31号	965.00	173,700.00(每三年上浮5%)	2020.06.20-2025.06.19
5	发行人	扬州旭茂广告有限公司	扬州市邗江区牧羊路31号	411.00	73,980.00(第三年开始变更为77,679.00)	2020.06.20-2025.06.19
6	发行人	扬州华捷货运代理有限公司	扬州市邗江区牧羊路31号4号A01	590.00	106,200.00(每三年上浮5%)	2020.11.28-2025.11.27
7	发行人	扬州理想广告有限公司	扬州市邗江区牧羊路31号	1,177.00	211,860.00(每四年上浮5%)	2020.11.28-2030.11.27
8	发行人	扬州东方雨虹防水工程有限公司	扬州市邗江区牧羊路31号	590.00	106,200.00(每三年上浮5%)	2020.12.15-2025.12.15
9	发行人	江苏瑞德户外用品技术研发有限公司	扬州市邗江区牧羊路31号	566.00	168,949.00	2022.01.01-2022.12.31
10	发行人	江苏飞耐时	扬州市邗江区牧羊路31号	2,350.00	423,000.00	2022.01.01-2022.12.31
11	发行人	江苏阿瑞纳座椅有限公司	扬州市邗江区杨寿镇工业集中区	5,000.00	600,000.00(第三年为630,000.00)	2021.03.01-2024.02.28
12	发行人	江苏阿瑞纳座椅有限公司	扬州市邗江区杨寿镇工业集中区	2,600.00	312,000.00(第三年为327,600.00)	2021.05.20-2024.05.19
13	发行人	扬州添天座椅有限公司	扬州市邗江区杨寿镇工业集中区	1,170.00	140,400.00(第三年为147,420.00)	2021.08.01-2024.07.30

(二)无形资产

1、土地使用权

公司土地使用权证与房产证已统一为不动产权证,公司土地使用权情况见本节"五、发行人业务及生产经营有关的资产权属情况"之"(一)固定资产情况"。

2、商标权

截至本招股说明书摘要签署日,公司拥有商标情况如下:

序号	注册人	商标图案	注册号	专用权期限	注册类别
1	金泉旅游		10936460	2014.07.21-2024.07.20	40
2	金泉旅游		10930142	2014.04.14-2024.04.13	27
3	金泉旅游		10930068	2013.09.07-2023.09.06	40
4	金泉旅游		10929996	2013.09.07-2023.09.06	35
5	金泉旅游		10929920	2013.08.21-2023.08.20	25
6	金泉旅游		10929738	2013.10.28-2023.10.27	24
7	金泉旅游		10929430	2013.10.21-2023.10.20	22
8	金泉旅游		10929355	2013.08.21-2023.08.20	21
9	金泉旅游		10929268	2013.08.21-2023.08.20	20
10	金泉旅游		10929034	2013.09.21-2023.09.20	18
11	金泉旅游	JINQUAN	10928923	2013.08.21-2023.08.20	20
12	金泉旅游	JINQUAN	10924193	2013.08.21-2023.08.20	22
13	金泉旅游		8840636	2021.11.28-2031.11.27	20
14	金泉旅游		3211732	2013.11.14-2023.11.13	18
15	金泉旅游		3211731	2013.06.21-2023.06.20	22
16	金泉旅游		3211730	2013.10.28-2023.10.27	20
17	金泉旅游		35128763	2019.08.21-2029.08.20	22
18	金泉旅游		34847759	2019.08.14-2029.08.13	21
19	金泉旅游		34641051	2019.07.07-2029.07.06	24
20	金泉旅游		34559807	2019.08.07-2029.08.06	18
21	金泉旅游		34559773	2019.08.07-2029.08.06	25
22	金泉旅游		34554470	2019.08.07-2029.08.06	20
23	金泉旅游		34560485	2019.08.07-2029.08.06	11

注:35128763、34847759、34641051、34559807、34559773、34554470、34560485号商标为发行人从广州市悟空品牌管理有限公司处受让取得,35128763、34847759、34641051、34559807、34559773、34554470号商标于2022年9月13日完成受让核准手续。34560485号商标于2022年10月13日完成受让核准手续。

3、专利权

截至本招股说明书摘要签署日,公司拥有专利使用权情况如下:

序号	专利名称	专利号	申请日期	专利权期限	取得方式	专利类别	专利权人
1	一种帐篷杆架组件	ZL201611026102.6	2014.11.21	自申请日起二十年	受让取得	发明	金泉旅游
2	一种温度可控型睡袋	ZL201821062190.X	2018.07.05	自申请日起十年	申请取得	实用新型	金泉旅游
3	一种高原御寒用睡袋	ZL201821047634.2	2018.07.04	自申请日起十年	申请取得	实用新型	金泉旅游
4	一种高舒适度野营睡袋	ZL201821047752.3	2018.07.04	自申请日起十年	申请取得	实用新型	金泉旅游
5	一种新型透气保暖型睡袋	ZL201821062752.0	2018.07.05	自申请日起十年	申请取得	实用新型	金泉旅游
6	一种防火阻燃帐篷	ZL201821047637.6	2018.07.04	自申请日起十年	申请取得	实用新型	金泉旅游
7	一种阻燃帐篷用面料	ZL201821070365.1	2018.07.06	自申请日起十年	申请取得	实用新型	金泉旅游
8	一种户外可充电式双肩登山包	ZL202022915622.0	2020.12.08	自申请日起十年	申请取得	实用新型	金泉旅游
9	一种带有腰部防护功能的背负式双肩登山包	ZL202022929259.8	2020.12.09	自申请日起十年	申请取得	实用新型	金泉旅游
10	一种保温舒适的减震睡袋	ZL202022929264.9	2020.12.09	自申请日起十年	申请取得	实用新型	金泉旅游
11	一种户外双人一体式睡袋	ZL202022992327.5	2020.12.14	自申请日起十年	申请取得	实用新型	金泉旅游
12	一种高度可以调节的便携式户外帐篷	ZL202022991968.9	2020.12.14	自申请日起十年	申请取得	实用新型	金泉旅游
13	一种稳定性好的户外新型帐篷	ZL202022992303.X	2020.12.14	自申请日起十年	申请取得	实用新型	金泉旅游
14	一种便携式无骨架户外充气帐篷	ZL202022912967.0	2020.12.08	自申请日起十年	申请取得	实用新型	金泉旅游
15	一种带有防水结构的户外尖顶帐篷	ZL202022912969.X	2020.12.08	自申请日起十年	申请取得	实用新型	金泉旅游

4、计算机软件作品著作权

截至本招股说明书摘要签署日,公司拥有计算机软件作品著作权情况如下:

序号	软件名称	证书号	登记号
1	基于RFID的帐篷吊挂自动化生产线控制软件V1.0	软著登字第2789375号	2018SR460280
2	基于CAD在线互动设计软件V1.0	软著登字第2789433号	2018SR460338

5、经营资质

截至本招股说明书摘要签署日,公司拥有生产经营必须的资质情况如下:

序号	资质名称	登记表编号/海关注册编码
1	对外贸易经营者备案登记表	04215942
2	海关进出口货物收发货人备案回执	3210962286

六、同业竞争和关联交易

(一)同业竞争

本公司实际控制人、控股股东及其所控制或具有重大影响的企业实际经营的业务均与本公司及下属各子公司不存在同业竞争情况。为了避免潜在的同业竞争,公司控股股东林明稳出具了《关于避免同业竞争的承诺函》。

(二)关联交易情况

1、经常性关联交易

(1)采购商品

单位:万元

关联方	内容	定价方式	2022年1-6月		2021年度		2020年度		2019年度	
			金额	占同类交易金额的比例	金额	占同类交易金额的比例	金额	占同类交易金额的比例	金额	占同类交易金额的比例
扬州嘉和	采购标、吊牌等材料	以市场价为基础协商定价	105.66	0.45%	213.23	0.53%	402.11	1.27%	311.09	1.09%
扬州金麦	采购标、绳等材料	以市场价为基础协商定价	-	-	32.18	0.08%	57.12	0.18%	35.86	0.13%
邗江凡品	采购包、袋等材料	以市场价为基础协商定价	50.95	0.21%	88.70	0.22%	63.12	0.20%	48.19	0.17%
扬州博扬	采购棉质填充物等材料	以市场价为基础协商定价	-	-	-	-	336.28	1.06%	263.00	0.92%
扬州润益	采购线、绳等材料	以市场价为基础协商定价	-	-	38.23	0.09%	51.57	0.16%	47.35	0.17%
江苏飞耐时	采购服装、背包	以市场价为基础协商定价	2.11	0.01%	3.67	0.01%	2.03	0.01%	4.25	0.01%
合计	-	-	158.72	0.67%	376.02	0.93%	912.23	2.89%	709.72	2.48%

(2)接受劳务

单位:万元

关联方	内容	定价方式	2022年1-6月		2021年度		2020年度		2019年度	
			金额	占同类交易金额的比例	金额	占同类交易金额的比例	金额	占同类交易金额的比例	金额	占同类交易金额的比例
扬州嘉和	印字	以市场价为基础协商定价	268.66	5.02%	433.36	5.92%	526.83	12.04%	448.12	8.99%
林立绣花厂	绣花	以市场价为基础协商定价	11.12	0.21%	25.77	0.35%	39.55	0.90%	27.94	0.56%
合计	-	-	279.78	5.22%	459.12	6.28%	566.38	12.94%	476.06	9.55%

(3)销售商品或提供劳务

单位:万元

关联方	内容	定价方式	2022年1-6月		2021年度		2020年度		2019年度	
			金额	占营业收入的比例	金额	占营业收入的比例	金额	占营业收入的比例	金额	占营业收入的比例
江苏飞耐时	销售背包、服装等	以市场价为基础协商定价	447.47	0.78%	802.10	1.03%	555.33	0.93%	1,334.14	2.24%
江苏飞耐时	转供电	出租房产用电均价	0.59	0.00%	2.69	0.00%	4.09	0.01%	3.98	0.01%
江苏飞耐时	受托加工	以市场价为基础协商定价	0.70	0.00%	-	-	-	-	0.49	-
瑞德户外	转供电	出租房产用电均价	-	-	-	-	0.52	-	26.06	0.04%
合计			448.76	0.78%	804.79	1.04%	559.94	0.94%	1,364.66	2.29%

(4)关联租赁

单位:万元

承租方名称	租赁资产种类	2022年1-6月	2021年度	2020年度	2019年度
林立绣花厂	土地、房产	2.38	4.76	4.76	4.75
江苏飞耐时	土地、房产	20.14	40.29	41.47	42.65
瑞德户外	土地、房产	-	-	74.49	114.29
合计	-	22.52	45.04	120.72	161.68

(5)食堂承包

报告期内,发行人委托王拥军及李加峰为发行人扬州厂区的员工提供餐饮服务,其中李加峰为发行人董事、总经理李宏庆的侄子,发行人与李加峰的交易比照关联交易披露。报告期各期,发行人与李加峰结算金额分别为84.84万元、111.35万元、117.64万元和61.98万元,金额较小。

(6)关键管理人员薪酬

单位:万元

项目	2022年1-6月	2021年度	2020年度	2019年度
关键管理人员薪酬	86.75	155.70	135.53	136.86

2、偶发性关联交易

(1)关联方担保

担保方	被担保方	债权人	担保金额(万元)	担保起始日	担保到期日	担保是否已经履行完毕
林明稳、李宏庆、邵桂林	发行人	中国农业银行扬州邗江支行	8,000.00	2016/7/18	2019/7/17	是
林明稳、李宏庆	发行人	交通银行股份有限公司	5,400.00	2018/4/8	2019/2/17	是
林明稳、李加凤、李宏庆、厉立新	发行人	江苏银行扬州分行	2,800.00	2018/11/14	2021/11/13	是
林明稳、李宏庆	发行人	中国农业银行扬州邗江支行	6,000.00	2019/9/23	2022/9/22	否
林明稳、李宏庆、厉立新	发行人	交通银行股份有限公司扬州分行	2,300.00	2022-1-10	2023-3-30	否
李宏庆、林明稳、李加凤、厉立新	发行人	江苏银行股份有限公司扬州分行	2,800.00	2022-1-24	2025-1-20	否
合计	-	-	27,300.00	-	-	-

(下转C7版)