

关于福建南王环保科技股份有限公司
首次公开发行股票并在创业板上市
申请文件审核问询函中有关财务事项之回复

大华核字[2022]000004 号

大华会计师事务所(特殊普通合伙)

Da Hua Certified Public Accountants (Special General Partnership)

关于福建南王环保科技股份有限公司
首次公开发行股票并在创业板上市
申请文件审核问询函中有关财务事项之回复

	目 录	页 次
一、	首次公开发行股票并在创业板上市 申请文件审核问询函中有关财务事项之回复	1-316

首次公开发行股票并在创业板上市申请 文件审核问询函中有关财务事项之回复

大华核字[2022]000004 号

深圳证券交易所上市审核中心：

由申万宏源证券承销保荐有限责任公司转来的《关于福建南王环保科技股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市申请文件的审核问询函》（审核函〔2021〕011395 号）（以下简称“审核问询函”）奉悉。我们已对审核意见所提及的福建南王环保科技股份有限公司（以下简称“南王科技”、“发行人”或“公司”）财务事项进行了审慎核查，现汇报如下：

问题 4. 关于关联方与关联交易

申请文件显示：

（1）实际控制人及其近亲属控制、具有重大影响或担任董事、高级管理人员的企业包括彩瑜油墨、汇泰融资租赁有限公司、上海拌米凡实业有限公司等。

（2）发行人向华莱士及其关联方可斯贝莉及酸柠檬销售食品包装和环保纸袋，报告期各期销售额分别为 8,033.17 万元、10,546.05 万元、13,570.39 万元、8,580.56 万元。

（3）发行人向关联方泰速贸易租赁厂房、仓库和宿舍，子公司湖北南王向关联方湖北华莱士租赁厂房，报告期各期租金分别为 202.02 万元、237.37 万元、292.88 万元、284.65 万元。发行人已于 2020 年 12 月新增购置了土地使用权和房屋建筑物，在房屋建筑物达到预定可使用状态后，将减少向关联方的租赁。

请发行人：

（1）说明实际控制人及其近亲属持股或任职企业的实际经营业务与对外投资情况，相关业务是否与发行人具有替代性、竞争性、是否有利益冲突，是否构成同业竞争。

（2）结合发行人存在较多客户、供应商入股的情形，按照《公司法》《企业会计准则》和中国证监会的相关规定说明发行人关联方的披露是否完整，是否存在关联交易非关联化的情形，是否存在其他应比照关联交易披露的业务或资金往来。

（3）按照中国证监会《首发业务若干问题解答（2020 年 6 月修订）》问题 16 的相关规定，说明发行人与华莱士及其关联方的关联交易对应的收入、成本费用或利润总额占发行人相应指标的比例；结合华莱士的财务状况和经营情况、关联交易产生的收入、利润总额合理性等，充分说明关联交易是否影响发行人的经营独立性、是否构成对华莱士的依赖。

（4）说明新增购置房屋建筑物预计达到可使用状态的时间，预计可减少的关联租赁详细情况。

请保荐人、发行人律师发表明确意见，请申报会计师对问题（2）、（3）发表明确意见。

请保荐人、发行人律师、申报会计师说明对关联交易披露完整性、发行人独立性、对发行人有无重大不利影响、关联交易决策程序等事项的核查是否充分。

回复：

（二）结合发行人存在较多客户、供应商入股的情形，按照《公司法》《企业会计准则》和中国证监会的相关规定说明发行人关联方的披露是否完整，是否存在关联交易非关联化的情形，是否存在其他应比照关联交易披露的业务或资金往来

1、发行人客户、供应商入股情形

报告期内，发行人股东中属于发行人客户或供应商的情况如下：

序号	股东名称	持股比例（%）	对应的客户或供应商	交易内容	是否披露为关联方及关联交易
1	惠安华盈	14.63	(1) 华莱士； (2) 可斯贝莉； (3) 酸柠檬	销售食品包装、环保纸袋	是
2	惠安创辉	7.46			
3	黄蓉	2.32			
4	陈小芳	1.96			
5	陈正莅	1.37			
6	黄海龙(通过晋江永瑞间接持股)	0.05			
7	许晓珍(通过晋江永瑞间接持股)	0.03			
8	永辉化工	1.37	辉荣化工	采购油墨	是
9	陈建东	0.99			
10	珠海荣信达	1.57	东京艺术	销售环保纸袋	否
11	中山泰星	0.14			
12	张昱(通过晋江永瑞间接持股)	0.17	BRAND PACKAGING CO.,LTD	销售环保纸袋	否
13	苏锦碧(通过晋江永瑞间接持股)	0.04	厦门迪司波贸易有限公司	居间服务	否
				销售环保纸袋	
14	梁民	0.34	东莞市宝松纸业有限公司	采购原纸	否
15	叶永葱	2.51	珠海中富工业集团有限公司	租赁厂房、仓库等	否
	张伟延	1.60			
16	韩坤	0.21	合肥远东印务有限责任公司	购买设备	否
				采购原纸、油墨等	
				外协加工	
				租赁厂房、仓库	

结合上表，第 8-9 项公司股东持股比例虽然较低，但因报告期内永辉化工及

陈建东由关联方变为非关联方，根据《公开发行证券的公司信息披露内容与格式准则第 28 号——创业板公司招股说明书（2020 修订）》，发行人与辉荣化工的交易比照关联交易持续披露；第 10-16 项公司股东因持股比例较小，均不构成《公司法》、《企业会计准则》和中国证监会及深圳证券交易所的相关规定所定义的关联方，与其存在关联关系的客户或供应商亦不属于发行人的关联方，因此，发行人未将与其发生的交易披露为关联交易。

根据《公司法》、《企业会计准则第 36 号——关联方披露》、《企业会计准则解释第 13 号》、《深圳证券交易所创业板股票上市规则》及《首发业务若干问题解答》，经核对《审计报告》及发行人主要股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员的调查表，发行人已按照《公司法》《企业会计准则》和中国证监会及深圳证券交易所的相关规定，于《招股说明书》“第七节 公司治理与独立性”之“七、关联方及关联关系”完整披露了发行人关联方，并于《招股说明书》“第七节 公司治理与独立性”之“八、关联交易”完整披露了报告期内发行人的关联交易情况。

综上所述，发行人已严格按照《公司法》、《企业会计准则》和中国证监会及深圳证券交易所的有关规定披露关联方，不存在关联交易非关联化的情形，也不存在其他应比照关联交易披露的业务或资金往来。

2、中介机构核查情况

申报会计师履行了如下核查程序：

- （1）查阅发行人的销售、采购台账，了解发行人客户、供应商情况；
- （2）取得发行人主要股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员的调查表，了解发行人的关联方情况；
- （3）查询天眼查等网络平台，核查发行人关联方；
- （4）查阅《招股说明书》、《审计报告》等文件，核查发行人的关联方及关联交易的披露情况。

经核查，申报会计师认为：

发行人已严格按照《公司法》、《企业会计准则》和中国证监会及深圳证券交易所的有关规定披露关联方，不存在关联交易非关联化的情形，也不存在其他应比照关联交易披露的业务或资金往来。

(三) 按照中国证监会《首发业务若干问题解答(2020年6月修订)》问题16的相关规定,说明发行人与华莱士及其关联方的关联交易对应的收入、成本费用或利润总额占发行人相应指标的比例;结合华莱士的财务状况和经营情况、关联交易产生的收入、利润总额合理性等,充分说明关联交易是否影响发行人的经营独立性、是否构成对华莱士的依赖

1、发行人与华莱士及其关联方的关联交易对应的收入、成本费用或利润总额占发行人相应指标的比例

(1) 华莱士及其关联方的关联交易对应的收入

报告期内,公司与华莱士及其关联方的关联交易对应的营业收入及占比情况如下:

单位:万元

项目	2021年1-6月	2020年	2019年	2018年
关联销售收入	8,580.56	13,570.39	10,546.05	8,033.17
其中:华莱士	8,555.02	13,549.29	10,546.05	8,033.17
可斯贝莉及酸柠檬	25.54	21.10	-	-
营业收入	54,768.58	84,821.12	69,141.08	51,298.17
占营业收入比例	15.67%	16.00%	15.25%	15.66%

报告期内,公司与华莱士及其关联方的销售收入占全部营业收入的比例分别为15.66%、15.25%、16.00%及15.67%。

(2) 华莱士及其关联方的关联交易对应的成本、费用

报告期内,公司与华莱士及其关联方的关联交易对应的营业成本、期间费用及占比情况如下:

单位:万元

项目	2021年1-6月	2020年	2019年	2018年
关联交易相关成本	6,827.42	10,801.44	7,840.37	6,064.59
营业成本	44,900.18	67,223.42	50,825.93	37,802.96
占营业成本的比例	15.21%	16.07%	15.43%	16.04%
关联交易相关期间费用	936.17	1,579.17	1,836.35	1,268.64
期间费用	5,899.68	9,559.29	10,647.33	6,782.71
占期间费用的比例	15.87%	16.52%	17.25%	18.70%

报告期内,华莱士及其关联方关联交易相关成本占比分别为16.04%、15.43%、16.07%以及15.21%,期间费用占比分别为18.70%、17.25%、16.52%及15.87%。

(3) 华莱士及其关联方的关联交易对应的利润总额及占比情况

报告期内，公司与华莱士及其关联方的关联交易对应的销售毛利、利润总额及占比情况如下：

单位：万元

项目	2021 年 1-6 月	2020 年	2019 年	2018 年
关联交易毛利①	1,753.14	2,768.96	2,705.68	1,968.59
关联交易期间费用②	936.17	1,579.17	1,836.35	1,268.64
关联交易税金及附加、减值损失及处置收益③	78.39	57.87	28.52	30.99
关联交易利润总额④（=①-②-③）	738.58	1,131.92	840.81	668.96
毛利总额⑤	9,868.40	17,597.69	18,315.15	13,495.20
利润总额⑥	3,415.62	7,664.99	7,480.11	6,742.74
关联交易毛利占比⑦（=①/⑤）	17.77%	15.73%	14.77%	14.59%
关联交易利润总额占比⑧（=④/⑥）	21.62%	14.77%	11.24%	9.92%

如上所示，2018 年至 2020 年，关联交易毛利和利润总额占发行人总体毛利和利润总额的比例较低，2021 年上半年，关联交易毛利占发行人总体毛利的比例上升，引起关联交易利润总额占比上升。2021 年上半年，发行人食品包装毛利率相对稳定，而环保纸袋毛利率有所下降，引起食品包装毛利贡献度和利润贡献度提升，而环保纸袋毛利贡献度和利润贡献度有所下降，由于发行人与华莱士及其关联方的关联交易内容主要为食品包装，导致关联交易相关利润总额占比提高。

2、华莱士的财务状况和经营情况

近年来，华莱士门店数量增长迅速，根据华莱士提供数据，2018 年至 2021 年，华莱士门店数量由约 10,000 家快速增长至约 20,000 家，已成为国内餐厅门店数量领先的西式连锁快餐品牌。华士食品（即招股说明书所指的“华莱士”）作为该等门店的上游供应链公司，为华莱士门店供应食材、包材等。根据华士食品（证券代码：836475）公开披露的定期报告，2018 年至 2021 年上半年，华士食品主要财务状况和经营情况如下：

单位：万元

项目	2021 年 6 月 30 日 /2021 年 1-6 月	2020 年 12 月 31 日 /2020 年度	2019 年 12 月 31 日 /2019 年度	2018 年 12 月 31 日 /2018 年度
资产总额	94,786.75	74,185.07	45,261.96	44,124.88
所有者权益	39,781.11	31,968.24	22,758.77	19,681.15

营业收入	242,157.63	349,352.92	255,000.21	232,594.61
营业成本	228,972.85	337,060.67	247,759.51	226,339.76
净利润	7,812.88	9,209.47	5,460.42	5,075.56
关联交易金额	8,555.02	13,549.29	10,546.05	8,033.17
关联交易金额占营业成本比例	3.74%	4.02%	4.26%	3.55%

近年来，随着华莱士业务规模和门店数量的不断扩张，其向发行人的采购金额逐年增加，报告期内，华莱士向发行人的关联采购金额占其营业成本的比例分别为 3.55%、4.26%、4.02%以及 3.74%，关联交易金额与其财务状况和经营情况等相匹配。

3、关联交易是否影响发行人的经营独立性、是否构成对华莱士的依赖

如上所述，发行人与华莱士关联交易金额占营业收入的比例分别为 15.66%、15.25%、16.00%及 15.67%；关联交易形成的利润总额占全部利润总额的比例分别为 9.92%、11.24%、14.77%以及 21.62%。除华莱士外，发行人还拥有必胜食品、乐信贸易、美团、蜜雪冰城、猩米科技等重要知名客户。同时，由于华莱士业务规模和门店数量不断扩张，其向发行人的采购金额持续增加与其财务状况和经营情况相匹配。综上，发行人与华莱士及其关联方的关联交易不影响发行人的经营独立性，发行人对华莱士不构成依赖。

4、中介机构核查情况

申报会计师履行了如下核查程序：

- （1）获取发行人报告期内的收入成本表，查看发行人与华莱士及其关联方之间的交易，分析发行人向华莱士销售的原因；
- （2）获取华莱士的年度报告及半年度报告，查阅相关数据；
- （3）访谈发行人销售部门负责人，了解与华莱士及其关联方的合作背景，以及发行人与华莱士合作的相关背景。

经核查，申报会计师认为，发行人与华莱士及其关联方的关联交易不影响发行人的经营独立性，发行人对华莱士不存在重大依赖。

（五）请保荐人、发行人律师、申报会计师说明对关联交易披露完整性、发行人独立性、对发行人有无重大不利影响、关联交易决策程序等事项的核查是否充分

1、关联交易披露完整性

如本题（二）之回复，发行人已严格按照《公司法》、《企业会计准则》和中国证监会及深圳证券交易所的有关规定完整披露关联交易。

2、发行人独立性

发行人严格按照《公司法》、《证券法》等有关法律、法规和《公司章程》的要求规范运作，逐步建立健全了法人治理结构，在资产、人员、财务、机构、业务等方面均独立于控股股东及其他主要股东，具有完整的业务体系和面向市场独立持续经营的能力。

（1）发行人的业务独立，具有独立面向市场的自主经营能力

发行人具有完整的业务体系，具有开展生产经营所必备的资产；发行人自主开展业务，其业务包括但不限于主营产品研发、生产、销售等均独立于控股股东及其他主要股东；发行人与关联股东的关联交易均按市场价格定价，关联交易价格公允，且关联采购、关联销售占公司营业成本和营业收入的比例较低，关联交易对公司财务状况和经营成果的影响较小，不构成对关联股东的重大依赖；发行人与控股股东及其他主要股东之间不存在对发行人构成重大不利影响的同业竞争，不存在严重影响独立性或者显失公平的关联交易。

（2）发行人资产独立完整

发行人作为生产型企业，拥有独立于控股股东及其他主要股东的生产系统、辅助生产系统和配套设施，具有独立完整的原料采购和产品销售系统。发行人合法拥有与其经营有关的土地、房产、商标、专利的所有权或使用权，具备与其经营有关的业务体系及相关主要资产，发行人与控股股东及其他主要股东在资产产权上有明确的界定与划分。

（3）发行人人员独立

发行人的总经理、副总经理、财务负责人、董事会秘书等高级管理人员均专职在公司工作，并在公司领取薪酬，未在控股股东及其他主要股东担任其他职务，未在控股股东及其他主要股东领薪；发行人的财务人员未在控股股东及其他主要股东兼职。

（4）发行人财务独立

发行人设立了独立的财务部门，配备了专职的财务人员，并已建立了独立的财务核算体系，在经营活动中能够独立支配资金与资产，独立作出财务决策。发行人具有规范的财务会计制度和对子公司的管理制度。发行人独立开设银行账户，不存在与控股股东及其他主要股东共用银行账户的情形。发行人独立办理纳税登记，依法独立进行纳税申报和履行缴纳义务，无混合纳税的情况。

（5）发行人机构独立

发行人已设立股东大会、董事会和监事会等决策及监督机构，已聘请总经理、副总经理、财务总监和董事会秘书等高级管理人员，并在发行人内部设立了相应的职能部门。发行人设立的内部管理机构与控股股东及其他主要股东完全分开，发行人的经营和行政管理（包括劳动、人事及工资管理等）完全独立于控股股东及其他主要股东，办公机构和生产经营场所与控股股东及其他主要股东分开。发行人的内部管理机构能够依据《公司章程》及内控制度行使各自的职权，不存在控股股东及其他主要股东向发行人及其内部管理机构下达任何有关发行人经营的计划和指令或以其他任何形式影响发行人机构独立性的情形。

综上所述，发行人在业务、资产、人员、财务、机构各方面与控股股东及其他主要股东均不存在混同，发行人满足资产完整，业务及人员、财务、机构独立的要求，不存在影响发行人独立性的情况。

3、对发行人有无重大不利影响

发行人实际控制人陈凯声及其近亲属持股或任职企业及其对外投资企业与发行人不构成同业竞争，控股股东及其他主要股东与发行人之间的关联交易不会影响发行人经营独立性，不构成对控股股东及其他主要股东的依赖。

综上所述，发行人与控股股东及其他主要股东之间的关联交易不会对发行人产生重大不利影响。

4、关联交易决策程序

发行人已依据有关法律、法规和规范性文件的规定，制定了《公司章程》、《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》、《关联交易管理制度》等规章制度，对关联交易的决策权限、决策程序及关联董事、关联股东的回避表决制度等内容进行了详细的规定，以保证公司董事会、股东大会关联交易决策对其他股东利益的公允性。发行人报告期内关联交易履行了关联交易的决策程序，具体如下：

序号	关联交易事项	关联交易决策程序
一	2021 年 1-6 月	
1	销售	第二届董事会第十三次会议、2020 年年度股东大会
2	采购	第二届董事会第十三次会议、2020 年年度股东大会
3	租赁	第二届董事会第十一次会议、第二届董事会第十三次会议、2020 年年度股东大会
4	担保	第二届董事会第十二次会议、2021 年第二次临时股东大会
二	2020 年度	
1	销售	第二届董事会第五次会议、2019 年年度股东大会
2	采购	第二届董事会第五次会议、2019 年年度股东大会
3	租赁	第二届董事会第五次会议、2019 年年度股东大会；第二届董事会第七次会议、2020 年第四次临时股东大会
4	担保	第二届董事会第八次会议
三	2019 年度	
1	销售	第一届董事会第十六次会议、2018 年年度股东大会；第二届董事会第五次会议、2019 年年度股东大会
2	采购	第一届董事会第十六次会议、2018 年年度股东大会；第二届董事会第五次会议、2019 年年度股东大会
3	租赁	第一届董事会第十六次会议、2018 年年度股东大会；第二届董事会第五次会议、2019 年年度股东大会
4	担保	第一届董事会第十七次会议、2019 年第一次临时股东大会
四	2018 年度	
1	销售	第一届董事会第十次会议、2017 年年度股东大会；第一届董事会第十六次会议、2018 年年度股东大会
2	采购	第一届董事会第十次会议、2017 年年度股东大会
3	租赁	第一届董事会第十次会议、2017 年年度股东大会
4	担保	第一届董事会第十一次会议、2018 年第二次临时股东大会

独立董事对发行人报告期内发生的关联交易进行了独立核查后，认为：“公司 2018 年度、2019 年度、2020 年度以及 2021 年 1-6 月发生的关联交易事项符合公司当时经营业务的发展需要，关联交易遵循了公平、公正、公开的原则，真实、合法、有效，定价方法公平、合理，交易价格公允，符合交易当时法律法规的规定以及交易当时公司的相关制度，不存在损害公司及其他股东的利益的情形。”

综上所述，申报会计师对关联交易披露完整性、发行人独立性、对发行人有无重大不利影响、关联交易决策程序等事项核查充分。

5、中介机构核查情况

申报会计师履行了如下核查程序：

- （1）取得并核查发行人股东、董事、监事、高级管理人员填写的调查表；
- （2）查阅发行人报告期内的资产明细及相关资产证书、员工名册、组织结构设置文件、银行账户清单、纳税申报表，取得发行人关于独立性的说明；
- （3）核查《公司章程》《股东大会议事规则》《董事会议事规则》《监事会议事规则》《关联交易管理制度》等内部制度中关于关联交易决策权限与程序、回避表决制度的相关规定；
- （4）查阅发行人历次股东（大）会、董事会、专门委员会的会议文件，核查公司关联交易的审议程序。

经核查，申报会计师认为：

申报会计师对发行人关联交易披露完整性、发行人独立性、对发行人有无重大不利影响、关联交易决策程序等事项核查充分。

问题 5. 关于客户与主营业务收入

申请文件及现场检查情况显示：

(1) 发行人国内销售以直销模式为主，境外销售则主要与当地经销商合作；报告期各期，发行人境外销售占比分别为 26.95%、28.08%、28.63%、24.67%，经销收入占比分别为 37.61%、32.81%、30.03%、26.80%，占比较高但未按《深圳证券交易所创业板股票首次公开发行上市审核问答》第 29 条规定披露经销有关情况。

(2) 发行人前五大客户占当期营业收入比例分别为 56.39%、54.82%、47.19%。必胜食品、华莱士为第一、第二大客户，占营业收入比例较高，发行人在股转公司挂牌期间披露的年报显示，2017 年对必胜食品收入为 1,739.61 万元，华莱士未进入发行人前五大客户。

(3) 报告期内，发行人前五大客户变动较大，存在部分客户销售金额变动较大未说明原因，存在部分前五大客户报告期内与发行人开始合作，如东京艺术、乐信贸易、猩米科技、蜜雪冰城、美团等。

(4) 客户对食品包装、环保纸袋的质量管控要求较高，例如麦当劳和星巴克对其供应商额外提出了通过 BRC 认证的要求，优衣库提出产品“零缺陷”的质量管控要求。

(5) 现场检查发现，招股说明书中收入确认的具体方法披露不准确，发行人实务中存在部分客户以与对账单/系统对账记录（无签收日期）确认收入。保荐人未对函证过程执行控制，对主要客户 KARI Out Company 函证收回系其代理商邮件回复未执行进一步程序；未对境外客户访谈信息进行收发控制，未获取国外主要经销商相关存货期末库存情况、终端销售情况，保荐工作底稿亦未记录其合理性及替代性程序执行情况。

请发行人：

(1) 说明报告期各期境内直销、境内经销、境外直销、境外经销的收入、占比；采取经销模式的原因、是否符合行业特点；结合《深圳证券交易所创业板股票首次公开发行上市审核问答》问题 29 的要求披露经销商模式的相关情况，包括经销商的选择与管理，经销商的终端销售、期末存货情况，经销商体系的稳定性等。

(2) 区分直销、经销，说明主要客户的基本情况，包括成立时间、合作历

史、注册资本、注册及经营地、经营规模、发行人向其销售的主要产品，如为经销商客户，说明其对应的终端客户或品牌；列表说明对前述客户报告期销售金额及占比，如销售金额存在较大变化，请进一步分析原因，是否与客户需求相匹配。

(3) 结合发行人在主要客户纸制品包装的占有率情况说明发行人的竞争地位，结合前述情况说明是否对必胜食品、华莱士构成重大依赖；结合新增客户开拓过程、定价方式及合作模式等说明该等客户合作的稳定性和可持续性，东京艺术 2021 年 1-6 月退出前五大客户的原因。

(4) 区分直销、经销，按适合的客户收入结构列表说明报告期各期对应区间客户的数量、金额、占比和增减变动情况，前述各期各区间的新增和退出客户的数量及变动原因，各区间的新增客户中已有合作历史和完全新增客户的数量、销售金额和占比；退出客户中继续与发行人进行合作和完全终止与发行人进行合作的数量、金额和占比；各期与发行人存在两年以上合作客户的数量、金额和占比情况。

(5) 结合发行人报告期内退换货的金额和比例，说明是否存在因质量问题发生的大额退换货或流失客户情形。

(6) 说明除签收确认外是否还存在其他收入确认形式，如是，请准确披露收入确认具体方法、收入确认时点是否准确。

请保荐人和申报会计师发表明确意见，区分境内、境外并结合各期函证、走访等方式，包括但不限于发函和回函情况、函证样本的选择方法、收入的截止性测试、访谈的客户数量、金额以及比例等，说明对收入的核查过程，对经销商实现最终销售的核查情况；说明发行人海关出口数据、出口退税金额、境外客户应收账款函证情况与发行人境外销售收入是否匹配，说明走访境外客户、向境外客户函证、访谈境外客户境内办事处等具体核查过程。

请保荐人说明对 KARI Out Company 函证的补充程序，未对境外客户访谈信息进行收发控制是否影响有关结论。

回复：

(一) 说明报告期各期境内直销、境内经销、境外直销、境外经销的收入、占比；采取经销模式的原因、是否符合行业特点；结合《深圳证券交易所创业板股票首次公开发行上市审核问答》问题 29 的要求披露经销商模式的相关情况，包括经销商的选择与管理，经销商的终端销售、期末存货情况，经销商体系的稳定性等。

1、发行人报告期各期境内直销、境内经销、境外直销、境外经销的收入、占比

报告期内，发行人营业收入按境内直销、境内经销、境外直销、境外经销划分情况如下：

单位：万元

项目	2021 年 1-6 月		2020 年		2019 年		2018 年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
境内直销	38,883.52	71.00%	57,937.59	68.31%	45,782.53	66.22%	31,614.46	61.63%
境内经销	2,561.81	4.68%	3,026.86	3.57%	4,304.01	6.22%	6,054.74	11.80%
内销小计	41,445.33	75.67%	60,964.45	71.87%	50,086.54	72.44%	37,669.20	73.43%
境外直销	1,419.21	2.59%	1,844.67	2.17%	1,079.13	1.56%	662.60	1.29%
境外经销	11,904.04	21.74%	22,012.00	25.95%	17,975.41	26.00%	12,966.36	25.28%
外销小计	13,323.25	24.33%	23,856.67	28.13%	19,054.54	27.56%	13,628.96	26.57%
合计	54,768.58	100.00%	84,821.12	100.00%	69,141.08	100.00%	51,298.17	100.00%

2、发行人采取经销模式的原因，是否符合行业特点

(1) 发行人采取经销模式的原因

发行人境外销售以经销模式为主，由于发行人的销售网络难以覆盖到境外市场，缺乏境外市场的售前、售后服务能力，同时在境外市场建立仓储和配送体系也需要耗费较大成本，因此发行人采用经销模式，可充分利用经销商的仓储、配送以及售前售后服务能力，并借助经销商的销售网络拓宽客户群体，扩大产品销售，服务终端客户。

发行人经销客户实质为贸易商，经销客户未与发行人签订经销协议，发行人与经销客户不存在销售区域划分、制定年度销售目标、销售价格指导、返利或奖励等相关的合作条款或约定，经销客户完全独立于发行人，与发行人为平等合作关系，自主采购、自主定价、自主销售，大多采取先有下游客户订单后向发行人下单采购的模式，另外，部分经销客户向发行人采购的产品印制有终端客户

LOGO，最终均转售至终端客户。

（2）发行人同行业可比公司采取经销模式或贸易商模式的情况

同行业可比上市公司主要以直销模式为主，采取经销模式或贸易商模式的同行业可比公司较少，其中，森林包装采取“直销、内销为主，贸易商销售、外销为辅”的销售模式，存在少量贸易商模式。

由于同行业可比上市公司产品主要为纸箱、纸盒、烟标等，与发行人产品存在一定差异，同时，发行人主要产品环保纸袋和食品包装更加接近终端消费市场，采取经销模式以充分利用经销商的销售网络，符合发行人的业务特点。

与发行人产品类似的海印环保（证券代码：833350，已退市），根据其公开转让说明书披露，采取了“直销+中间商销售”的销售模式，与发行人销售模式特点类似。

3、结合《深圳证券交易所创业板股票首次公开发行上市审核问答》问题 29 的要求披露经销商模式的相关情况，包括经销商的选择与管理，经销商的终端销售、期末存货情况，经销商体系的稳定性等

发行人已在招股说明书“第六节 业务和技术/一、主营业务、主要产品的情況/（二）主要经营模式/3、销售模式”补充披露如下：

“.....

（4）经销商的选择与管理

发行人经销商实质为贸易商，主要通过展会等与发行人建立业务合作关系，向发行人采购后销售给其下游客户。

经销客户独立于发行人，与发行人为平等合作关系。发行人与经销客户签订正常购销合同或订单，未与其签订经销协议，与经销客户不存在销售区域划分、制定年度销售目标、销售价格指导、返利或奖励等相关的合作条款或约定，经销客户自主采购、自主定价、自主销售，与直销客户特点相近。

（5）经销商的终端销售、期末存货情况

报告期内，发行人主要经销客户的终端客户情况如下：

序号	经销客户名称	主要终端客户
1	Inno-Pak LLC	美国 SYSCO 等
2	KARI OUT COMPANY	餐厅、商场、超市等
3	东京艺术	日本优衣库等

序号	经销客户名称	主要终端客户
4	福建袋王包装有限公司	三福百货、淑女坊等
5	GROUPE SACS FRONTENAC INC	CVS 药店、餐厅、超市等
6	TRANSCONTINENTAL	Food stuff 超市、百货等
7	Transco	ASICS、ALDO GROUP、INDIGO 等
8	JMP	澳洲 MENULOG 等
9	澳璞特	Uber Eats（优步外卖）、GRAB FOOD 等

报告期内，发行人主要经销客户终端客户大部分为知名消费品牌、餐厅、超市、百货商场等，大部分经销客户采取先有下游客户订单、后向发行人下单采购的模式。另外，部分经销客户无仓库，或指定发行人直接发货至终端客户，此类经销客户期末无库存。报告期内，发行人不存在向经销客户大量铺货的情形。

另外，部分经销客户无仓库，或指定发行人直接发货至终端客户，此类经销客户期末无库存。

（6）经销体系的稳定性

报告期内，发行人经销商家数的变化情况如下：

项目	2021 年 1-6 月	2020 年	2019 年	2018 年
经销商家数（个）	98	118	134	111

报告期内，因下游市场环境变化、公司经营策略调整等原因，发行人经销商数量发生一定变动，但总体相对稳定。”

4、中介机构核查情况

申报会计师履行了如下核查程序：

（1）查阅发行人关于销售模式的相关说明，并分析发行人采用经销模式的合理性；

（2）查询同行业可比上市公司年度报告、招股说明书以及其他公开资料，了解同行业可比上市公司是否存在经销模式；

（3）对发行人主要经销客户进行访谈，了解主要经销客户基本背景、与发行人的业务合作情况、终端客户情况、信用账期、产品质量、关联关系等；

（4）查阅发行人招股说明书是否按要求进行补充披露。

经核查，申报会计师认为：

（1）同行业可比上市公司采取经销模式或贸易商模式的公司较少，发行人

采用经销模式符合其业务特点，可充分利用经销商的仓储、配送以及售前售后服务能力，并借助经销商的销售网络拓宽客户群体，扩大产品销售，服务终端客户；

(2) 发行人已在招股说明书中按照《深圳证券交易所创业板股票首次公开发行上市审核问答》问题 29 的要求进行补充披露。

(二) 区分直销、经销，说明主要客户的基本情况，包括成立时间、合作历史、注册资本、注册及经营地、经营规模、发行人向其销售的主要产品，如为经销商客户，说明其对应的终端客户或品牌；列表说明对前述客户报告期销售金额及占比，如销售金额存在较大变化，请进一步分析原因，是否与客户需求相匹配。

1、发行人主要直销客户的基本情况、销售金额及占比、变动原因等

报告期内，发行人前十名直销客户销售金额及占比情况如下：

单位：万元

年份	序号	客户名称	销售金额	占直销收入比例
2021 年 1-6 月	1	必胜食品（肯德基）	9,284.16	23.04%
	2	华莱士	8,555.02	21.23%
	3	蜜雪冰城	2,986.59	7.41%
	4	乐信贸易（麦当劳）	2,743.54	6.81%
	5	美团	2,276.07	5.65%
	6	海底捞	1,708.84	4.24%
	7	猩米科技（喜茶）	1,696.42	4.21%
	8	特步	1,170.91	2.91%
	9	星巴克	1,012.75	2.51%
	10	阿迪达斯	875.91	2.17%
	-	合计	32,310.21	80.17%
2020 年	1	必胜食品（肯德基）	17,826.61	29.82%
	2	华莱士	13,549.29	22.66%
	3	乐信贸易（麦当劳）	4,692.49	7.85%
	4	猩米科技（喜茶）	2,986.28	5.00%
	5	美团	1,978.39	3.31%
	6	特步	1,703.68	2.85%
	7	星巴克	1,357.34	2.27%
	8	来伊份	1,110.84	1.86%

年份	序号	客户名称	销售金额	占直销收入比例
	9	阿迪达斯	1,091.64	1.83%
	10	海底捞	958.64	1.60%
	-	合计	47,255.22	79.05%
2019 年	1	必胜食品（肯德基）	18,558.74	39.60%
	2	华莱士	10,546.05	22.50%
	3	乐信贸易（麦当劳）	2,462.07	5.25%
	4	特步	1,912.64	4.08%
	5	猩米科技（喜茶）	1,325.28	2.83%
	6	来伊份	916.43	1.96%
	7	鸿星尔克	839.97	1.79%
	8	九阳豆业	792.04	1.69%
	9	东莞以纯	765.22	1.63%
	10	福建省大田县弘惠纸业有限公司	642.63	1.37%
	-	合计	38,761.08	82.71%
2018 年	1	必胜食品（肯德基）	13,195.89	40.88%
	2	华莱士	8,033.17	24.89%
	3	特步	2,037.83	6.31%
	4	东莞以纯	1,314.25	4.07%
	5	SUYEN CORPORATION	610.81	1.89%
	6	鸿星尔克	543.45	1.68%
	7	九阳豆业	526.35	1.63%
	8	安踏	482.56	1.50%
	9	福建省大田县弘惠纸业有限公司	437.37	1.36%
	10	来伊份	313.82	0.97%
	-	合计	27,495.50	85.18%

上述主要直销客户的基本情况如下：

（1）必胜食品（肯德基）

报告期内，必胜食品向发行人采购的主体主要为必胜(上海)食品有限公司，其基本情况如下：

成立时间	2002 年 1 月 18 日
注册资本	1,700 万美元
注册及经营地	上海市天钥桥路 20 号 15 楼

经营规模	根据百胜中国年度报告，2020 年度营业收入为 82.63 亿美元，截至 2021 年 9 月底，肯德基全国门店数量为 7,908 家。
合作历史	2014 年开始合作
发行人向其销售的主要产品	食品包装（主要包括纸杯类（纸杯/纸桶等）、纸盒类、纸袋类等）、环保纸袋（主要包括齿口圆柄袋等）

（2）华莱士

报告期内，华莱士向发行人采购的主体主要为福建省华莱士食品股份有限公司，以及其全资子公司福建省华莱士商贸有限公司、济南华莱士商贸有限公司、浙江华莱士食品有限公司等，因上述子公司交易金额较小，以下仅列示福建省华莱士食品股份有限公司的基本情况：

成立时间	2009 年 8 月 7 日
注册资本	10,360 万元
注册及经营地	福州市台江区同德路 226 号同德园 13 号楼南半部三层
经营规模	根据其年度报告，2020 年度营业收入为 34.94 亿元
合作历史	2015 年开始合作
发行人向其销售的主要产品	食品包装（主要包括纸杯类（纸杯/纸桶等）、纸盒类、纸袋类等）、环保纸袋（主要包括齿口圆柄袋等）

（3）乐信贸易（麦当劳）

报告期内，乐信贸易向发行人采购的主体主要为乐信(上海)贸易有限公司，其基本情况如下：

成立时间	2015 年 9 月 16 日
注册资本	1,250 万港币
注册及经营地	上海市徐汇区龙腾大道 2121 号 2 号楼 7 层
经营规模	根据公开数据查询，截至 2021 年 6 月底，麦当劳全国门店数量超过 4,000 家
合作历史	2018 年开始合作
发行人向其销售的主要产品	食品包装（主要包括纸盒类、纸袋类等）、环保纸袋（主要包括齿口圆柄袋等）

（4）美团

报告期内，美团向发行人采购的主体主要为北京三快在线科技有限公司和深圳百寿健康信息技术有限公司，基本情况如下：

项目	采购主体一	采购主体二
	北京三快在线科技有限公司	深圳百寿健康信息技术有限公司
成立时间	2011 年 5 月 6 日	2019 年 11 月 22 日
注册资本	333,166 万美元	100 万元

项目	采购主体一	采购主体二
	北京三快在线科技有限公司	深圳百寿健康信息技术有限公司
注册及经营地	北京市海淀区北四环西路9号2106-030	广东省深圳市龙华区民治街道北站社区汇隆商务中心2号楼1801
经营规模	根据美团年度报告，2020年度美团营业收入为1,147.95亿元	
合作历史	2020年开始合作	
发行人向其销售的主要产品	环保纸袋（主要包括方底袋、齿口无手柄袋等，用于药品外卖包装）	

（5）蜜雪冰城

报告期内，蜜雪冰城向发行人采购的主体主要为上岛智慧供应链有限公司、郑州宝岛商贸有限公司和成都壹滴水商贸有限公司等，上述公司均为蜜雪冰城股份有限公司全资子公司，基本情况如下：

项目	采购主体一	采购主体二	采购主体三
	上岛智慧供应链有限公司	郑州宝岛商贸有限公司	成都壹滴水商贸有限公司
成立时间	2018年7月5日	2010年9月28日	2017年5月31日
注册资本	5,000万元	10,000万元	500万元
注册及经营地	温县产业集聚区纬二路与未来路交叉口向东500米	郑州市金水区北三环南文化路东瀚海北金商业中心16006号	成都市锦江区红星路三段99号1栋1单元银石广场第11层6号
经营规模	根据公开数据查询，截至2021年10月，蜜雪冰城全国门店数量已超过20,000家		
合作历史	2018年开始合作		
发行人向其销售的主要产品	食品包装（主要包括纸吸管、蛋卷筒等）、环保纸袋（主要包括齿口圆柄袋等）		

（6）猩米科技（喜茶）

报告期内，猩米科技向发行人采购的主体主要为深圳猩米科技有限公司，深圳猩米科技有限公司为喜茶（深圳）企业管理有限责任公司全资子公司，其基本情况如下：

成立时间	2018年7月31日
注册资本	500万元
注册及经营地	深圳市前海深港合作区临海大道59号海运中心主塔楼1108-1号
经营规模	根据喜茶发布的数据，2020年底喜茶门店数量为695家
合作历史	2019年开始合作
发行人向其销售的主要产品	环保纸袋（主要包括齿口圆柄袋、齿口方柄袋等）

（7）海底捞

报告期内，海底捞向发行人采购的主体主要为四川海之雁贸易有限公司及上海海雁贸易有限公司，其基本情况如下：

项目	采购主体一	采购主体二
	四川海之雁贸易有限公司	上海海雁贸易有限公司
成立时间	2019 年 8 月 23 日	2017 年 12 月 1 日
注册资本	1,000 万元	200 万新加坡元
注册及经营地	成都市简阳市射洪坝街办事处江安北街 41 号 T-6-5 室	上海市宝山区双城路 803 弄 9 号 2907-2 室
经营规模	根据海底捞年度报告，2020 年度营业收入为 286.14 亿元	
合作历史	2018 年开始合作	
发行人向其销售的主要产品	环保纸袋（主要包括齿口圆柄袋、内折 U 型袋等）	

（8）特步

报告期内，特步向发行人采购的主体主要为柯林（福建）服饰有限公司及特步（中国）有限公司，其基本情况如下：

项目	采购主体一	采购主体二
	柯林（福建）服饰有限公司	特步（中国）有限公司
成立时间	2007 年 2 月 5 日	2002 年 2 月 7 日
注册资本	13,982.809573 万元	76,196.657049 万元
注册及经营地	泉州经济技术开发区清蒙园区西片区 F-07 号地块	泉州市经济技术开发区清濛园区 7 号街坊 9（C）号地块
经营规模	根据特步披露的年度报告，2020 年度营业收入为 81.72 亿元	
合作历史	2012 年开始合作	
发行人向其销售的主要产品	环保纸袋（主要包括齿口圆柄袋、小 U 袋等）	

（9）星巴克

成立时间	1971 年
注册资本	120 万美元
注册及经营地	2401 Utah Avenue South, Seattle, WA 98134-USA
经营规模	根据其年度报告，2021 财年营业收入为 290.61 亿美元
合作历史	2019 年开始合作
发行人向其销售的主要产品	食品包装（主要包括齿口圆柄袋、纸吸管、尖底袋等）

（10）阿迪达斯

报告期内，阿迪达斯向发行人采购的主体主要为阿迪达斯体育（中国）有限公司，其基本情况如下：

成立时间	2007 年 4 月 18 日
注册资本	18,000 万元

注册及经营地	中国（江苏）自由贸易试验区苏州片区苏州工业园区现代大道 88 号普洛斯物流园区 C21 号
经营规模	根据阿迪达斯年度报告，2020 年度营业收入为 198.44 亿美元
合作历史	2020 年开始合作
发行人向其销售的主要产品	环保纸袋（主要包括内折 U 型袋等）

（11）来伊份

成立时间	2002 年 7 月 2 日
注册资本	33,679.70 万元
注册及经营地	上海市松江区九亭镇沪松公路 1399 弄 68 号
经营规模	根据其年度报告，2020 年度营业收入为 40.26 亿元
合作历史	2018 年开始合作
发行人向其销售的主要产品	环保纸袋（主要包括齿口方柄袋、齿口圆柄袋、内折小 U 袋等）

（12）鸿星尔克

报告期内，鸿星尔克向发行人采购的主体主要为福建鸿星尔克体育用品有限公司，其基本情况如下：

成立时间	2000 年 6 月 8 日
注册资本	5,000 万美元
注册及经营地	福建省泉州市鲤城区江南火炬开发区
经营规模	根据福建省工商联发布的“2020 福建省民营企业 100 强”名单，2020 年度鸿星尔克营业收入为 28.43 亿元
合作历史	2013 年开始合作
发行人向其销售的主要产品	环保纸袋（主要包括齿口方柄袋等）

（13）东莞以纯

成立时间	2007 年 1 月 18 日
注册资本	7,000 万元
注册及经营地	广东省东莞市虎门镇新下路 7 号
经营规模	东莞以纯为国内知名服装品牌，根据公开资料查询，东莞以纯拥有 2 万多名员工，拥有 3000 多家专卖店。
合作历史	2012 年开始合作
发行人向其销售的主要产品	环保纸袋（主要包括内折 U 型袋等）

（14）九阳豆业

成立时间	2008 年 11 月 18 日
注册资本	1,675.29 万元
注册及经营地	浙江省杭州经济技术开发区下沙街道银海街 760 号 2 幢
经营规模	根据九阳豆业提供信息，2020 年度营业收入约为 5 亿元

合作历史	2016 年开始合作
发行人向其销售的主要产品	食品包装（主要包括纸杯等）

（15）SUYEN CORPORATION

成立时间	1985 年 6 月 3 日
注册资本	70,000 万菲律宾比索
注册及经营地	2214 Tolentino Street, Sta. Clara, Pasay City 1300, Philippines
经营规模	根据网络公开资料查询，SUYEN CORPORATION 为菲律宾知名零售集团，拥有“BENCH”、“HUMAN”等品牌。
合作历史	2015 年开始合作
发行人向其销售的主要产品	环保纸袋（主要包括齿口圆柄袋等）

（16）安踏

报告期内，安踏向发行人采购的主体主要为安踏体育用品集团有限公司，其基本情况如下：

成立时间	2007 年 1 月 16 日
注册资本	113,000 万港币
注册及经营地	晋江市池店镇东山工业区
经营规模	安踏为国内知名服装品牌，根据安踏年度报告，2020 年度安踏营业收入为 355.12 亿元
合作历史	2017 年开始合作
发行人向其销售的主要产品	环保纸袋（主要包括齿口圆柄袋、内折穿绳袋等）

（17）福建省大田县弘惠纸业有限公司（以下简称“弘惠纸业”）

成立时间	2001 年 4 月 30 日
注册资本	2,210 万元
注册及经营地	福建省三明市大田县仙锋村
经营规模	根据弘惠纸业提供信息，2020 年度营业收入约为 5,500 万元
合作历史	2017 年开始合作
发行人向其销售的主要产品	废纸等

上述主要直销客户报告期内的销售金额和占直销收入比例情况、销售金额变动较大的原因如下：

单位：万元

序号	客户名称	2021 年上半年		2020 年		2019 年		2018 年		变动原因
		金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比	
1	必胜食品	9,284.16	23.04%	17,826.61	29.82%	18,558.74	39.60%	13,195.89	40.88%	(1) 2018 年, 必胜食品收入较 2017 年大幅增长, 主要是由于: ① 2017 年 12 月, 发行人收购珠海中粤, 珠海中粤在收购之前即为必胜食品供应商, 于 1993 年开始与必胜食品合作, 与必胜食品保持稳定合作关系, 2018 年珠海中粤对必胜食品收入为 8,195.26 万元, 带动发行人对必胜食品整体收入迅速增长; ② 2017 年, 发行人本部仅向必胜食品供应尖底袋、方底袋、蛋卷筒等少数品种, 2018 年, 在原有品种的基础之上, 发行人本部向必胜食品新增供应汉堡盒、薯条盒、小餐盒、蛋挞盒、鸡块盒、鸡米花盒等品种, 新增供应品种的收入为 2,369.28 万元, 导致发行人对必胜食品收入增长。 (2) 2019 年, 必胜食品收入比 2018 年增长 40.64%, 主要是由于: ① 发行人产品质量较好, 且能够实现各品种产品的稳定、可靠、及时供应, 获得必胜食品高度认可 (授予发行人 “2019 年度百胜中国质量奖”), 市场份额进一步扩大, 同时, 必胜食品对供应商采取每年竞标的方式, 发行人采取竞争性的价格策略, 通过适当降价的方式增加市场份额; ② 截至 2019 年底, 肯德基全国门店数量 6,534 家, 较 2018 年增加 624 家, 随着门店数量扩张, 其采购需求相应增加。 (3) 2020 年, 必胜食品收入与 2019 年相比相对稳定, 略有下降。
2	华莱士	8,555.02	21.23%	13,549.29	22.66%	10,546.05	22.50%	8,033.17	24.89%	(1) 2018 年, 华莱士收入较 2017 年大幅增长, 主要是由于: ① 华莱士为国内知名的西式快餐品牌, 近年来门店规模迅速扩张, 2017 年底门店数量为 6,966 家, 2018 年底门店数量为 10,082 家, 门店扩张速度较快, 导致其采购需求增加; ② 2017 年 12 月, 发行人收购珠海中粤, 珠海中粤在收购之前即为华莱士供应商, 于 2011 年开始与华莱士合作, 与华莱士保持稳定合作关系, 2018 年珠海中粤对华莱士收入为 1,691.68 万元, 带动发行人对华莱士整体收入增长; ③ 2018 年, 在原有品种的基础上, 发行人本部向华莱士新增供应冷杯、热杯、小餐盒、纸桶、汉堡盒等品种, 新增品种收入为 1,871.75 万元, 导致发行人对华莱士收入增长。 (2) 报告期内, 发行人对华莱士销售收入持续增长, 主要是由于近年来华莱士门店数量扩张迅速, 导致其需求增加。2018 年至 2020 年,

序号	客户名称	2021 年上半年		2020 年		2019 年		2018 年		变动原因
		金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比	
										华莱士门店数量由 10,082 家增加至 18,007 家，增长速度较快。
3	蜜雪冰城	2,986.59	7.41%	576.29	0.96%	71.18	0.15%	10.80	0.03%	发行人与蜜雪冰城自 2018 年开始小批量合作，由于蜜雪冰城对发行人产品质量较为认可，2020 年开始发行人大批量向蜜雪冰城供货，2021 年上半年交易金额持续增大。
4	乐信贸易	2,743.54	6.81%	4,692.49	7.85%	2,462.07	5.25%	0.07	0.00%	（1）2018 年，发行人通过乐信贸易严格筛选后成为其合格供应商，当年仅有极少量试产产品，收入较低。2019 年开始，发行人开始大批量向乐信贸易供货，收入增长较快。 （2）2020 年，乐信贸易收入较 2019 年增长 2,230.42 万元，增长 90.59%，主要是由于：①2019 年由于发行人刚进入乐信贸易供应商体系，因此市场份额相对较低，2020 年，随着双方合作的深入，由于发行人产品质量稳定、供应及时、服务良好，获得乐信贸易认可（授予发行人“2020 年度 AA 供应商质量奖”等），市场份额逐步扩大；②2020 年底，麦当劳全国门店数量扩张导致其采购需求增加。
5	美团	2,276.07	5.65%	1,978.39	3.31%	-	-	-	-	发行人与美团自 2020 年开始合作，由于美团对发行人产品质量较为认可，2021 年上半年交易金额持续增大。
6	海底捞	1,708.84	4.24%	958.64	1.60%	193.60	0.41%	5.55	0.02%	发行人与海底捞自 2018 年开始合作，由于海底捞对发行人产品质量较为认可，2018 年至 2020 年，随着海底捞门店数量增加，采购需求增加，导致报告期内交易金额持续增大。
7	猩米科技	1,696.42	4.21%	2,986.28	5.00%	1,325.28	2.83%	-	-	猩米科技于 2019 年 5 月开始与发行人交易，对发行人产品质量及服务高度认可（授予发行人“HEYTEA2019 年度最佳新供应商”、“HEYTEA2020 年度优秀供应商”），同时由于喜茶门店数量和规模扩张较快，采购需求增加，发行人对猩米科技销售收入持续增长。
8	特步	1,170.91	2.91%	1,703.68	2.85%	1,912.64	4.08%	2,037.83	6.31%	报告期内，发行人对特步销售收入波动较小。
9	星巴克	1,012.75	2.51%	1,357.34	2.27%	96.58	0.21%	-	-	星巴克于 2019 年 11 月与发行人建立业务关系。2020 年，星巴克收入较 2019 年增长 1,260.76 万元，主要是由于 2019 年 11 月发行人刚与星巴克建立合作关系，前期仅采购少量产品，由于发行人产品质量和服务态度较好，获得星巴克认可，2020 年开始大批量下单采购。
10	阿迪达斯	875.91	2.17%	1,091.64	1.83%	-	-	-	-	发行人与阿迪达斯自 2020 年开始合作，由于阿迪达斯对发行人产品质量较为认可，对发行人采购金额较大。

序号	客户名称	2021 年上半年		2020 年		2019 年		2018 年		变动原因
		金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比	
11	来伊份	437.43	1.09%	1,110.84	1.86%	916.43	1.96%	313.82	0.97%	发行人与来伊份于 2018 年开始合作，报告期内交易金额持续增加，主要是由于：①随着合作深入，发行人产品质量和服务态度获得来伊份认可（授予发行人“2020 年优秀辅料供应商奖”），合作后未出现质量投诉，采购份额逐渐加大；②发行人向来伊份推荐的内折小 U 袋产品获得其认同，获得其较大份额供应。
12	鸿星尔克	452.79	1.12%	938.38	1.57%	839.97	1.79%	543.45	1.68%	报告期内，发行人对鸿星尔克的销售收入持续增长，主要是由于鸿星尔克对发行人产品质量较为认同，持续增加采购。
13	九阳豆业	470.45	1.17%	719.41	1.20%	792.04	1.69%	526.35	1.63%	（1）2019 年，发行人对九阳豆业收入增长较快，主要是由于其对发行人产品质量较为认同，增加了采购量； （2）2020 年，发行人对九阳豆业收入保持相对稳定。
14	东莞以纯	203.32	0.50%	515.65	0.86%	765.22	1.63%	1,314.25	4.07%	报告期内，发行人对东莞以纯的销售收入持续下降，主要是由于东莞以纯因自身业务需求下降，减少了向发行人采购。
15	弘惠纸业	544.28	1.35%	941.72	1.58%	642.63	1.37%	437.37	1.36%	发行人生产产生的废纸主要由弘惠纸业回收，报告期内，因发行人生产经营规模持续扩大，产生的废纸量增加，导致发行人对弘惠纸业的收入增加。
16	SUYEN CORPORATION	116.96	0.29%	192.04	0.32%	524.25	1.12%	610.81	1.89%	2018 年和 2019 年，发行人对 SUYEN CORPORATION 销售收入保持稳定。2020 年和 2021 年上半年，发行人对 SUYEN CORPORATION 销售收入下降，主要是受到疫情和海运费上涨影响。
17	安踏	656.42	1.63%	572.96	0.96%	534.26	1.14%	482.56	1.50%	2018 年至 2020 年，发行人对安踏销售收入波动较小，2021 年上半年，因安踏业务规模增长，采购需求增加。
-	合计	35,191.86	87.33%	51,711.65	86.50%	40,180.94	85.73%	27,495.50	85.18%	-

2、发行人主要经销客户基本情况、销售金额及占比、变动原因等

报告期内，发行人前十名经销客户销售金额及占比情况如下：

年份	序号	客户名称	销售金额（万元）	占经销金额比例
2021 年 1-6 月	1	Inno-Pak LLC	2,275.34	15.73%
	2	KARI OUT COMPANY	1,729.31	11.95%
	3	东京艺术	1,578.35	10.91%
	4	福建袋王包装有限公司	945.46	6.54%
	5	GROUPE SACS FRONTENAC INC	577.69	3.99%
	6	Annjoy Imports LLC	544.98	3.77%
	7	TRANSCONTINENTAL	511.34	3.53%
	8	JMP	503.05	3.48%
	9	FABRICA DE BANDEJAS LTDA	449.49	3.11%
	10	北京京邦达贸易有限公司	318.94	2.20%
	-	合计	9,433.95	65.22%
2020 年	1	东京艺术	7,147.58	28.55%
	2	KARI OUT COMPANY	2,670.83	10.67%
	3	TRANSCONTINENTAL	1,258.24	5.03%
	4	福建袋王包装有限公司	1,167.49	4.66%
	5	GROUPE SACS FRONTENAC INC	949.42	3.79%
	6	FABRICA DE BANDEJAS LTDA	834.13	3.33%
	7	Inno-Pak LLC	833.75	3.33%
	8	HONG KAI TRADING COMPANY LIMITED	831.04	3.32%
	9	Annjoy Imports,LLC	675.18	2.70%
	10	JMP	636.44	2.54%
	-	合计	17,004.10	67.91%
2019 年	1	东京艺术	4,396.19	19.73%
	2	KARI OUT COMPANY	1,939.31	8.70%
	3	福建袋王包装有限公司	1,473.07	6.61%
	4	TRANSCONTINENTAL	1,316.28	5.91%
	5	Transco	824.80	3.70%
	6	Formpaper Packaging, S.A.	690.13	3.10%
	7	澳璞特	662.11	2.97%
	8	YAPAK LTD	597.66	2.68%

年份	序号	客户名称	销售金额（万元）	占经销金额比例
	9	晋江市朝航商贸有限公司	573.63	2.57%
	10	CLASSIQUE INTERNATIONAL LIMITED	557.42	2.50%
	-	合计	13,030.59	58.49%
2018 年	1	KARI OUT COMPANY	3,051.20	16.04%
	2	澳璞特	2,607.65	13.71%
	3	福建袋王包装有限公司	1,407.20	7.40%
	4	Transco	937.37	4.93%
	5	JMP	860.99	4.53%
	6	FLEXICORE LLC	850.94	4.47%
	7	BRAND PACKAGING CO., LIMITED	685.99	3.61%
	8	Formpaper Packaging, S.A.	620.68	3.26%
	9	TRANSCONTINENTAL	486.78	2.56%
	10	深圳腾隆达商贸有限公司	408.58	2.15%
	-	合计	11,917.38	62.66%

上述主要经销客户的基本情况如下：

（1）东京艺术

成立时间	1976 年 10 月 18 日
注册资本	49,900 万日元
注册及经营地	日本东京都中央区新川 1-23-5 8F, 104-0033
经营规模	根据东京艺术提供信息，2020 年度营业收入约为 1.30 亿美元
合作历史	2019 年开始合作
发行人向其销售的主要产品	环保纸袋（主要包括齿口圆柄袋等）
主要终端客户情况	日本优衣库等

（2）KARI-OUT COMPANY

成立时间	1964 年
注册资本	无相关信息
注册及经营地	399 Knollwood Road,Suite 309,White Plains,New York 10603,U.S.A.
经营规模	根据其官网介绍，KARI-OUT COMPANY 在美国食品包装服务领域占有重要地位，拥有 500 多名员工，在全美各地拥有分支机构
合作历史	2013 年开始合作
发行人向其销售的主要产品	环保纸袋（主要包括齿口圆柄袋等）
主要终端客户情况	商场、超市、餐厅等

(3) Inno-Pak LLC

成立时间	2007 年 8 月
注册资本	无相关信息
注册及经营地	3700 Glenwood Avenue, Ste 240, Raleigh, NC 27612-USA
经营规模	根据其官网介绍, Inno-Pak LLC 为北美地区领先的包装和仓储供应商
合作历史	2018 年开始合作
发行人向其销售的主要产品	环保纸袋(主要包括齿口圆柄袋等)
主要终端客户情况	美国 SYSCO(美国餐饮供应链行业巨头)等

(4) 福建袋王包装有限公司(以下简称“福建袋王”)

成立时间	2015 年 5 月 26 日
注册资本	5,000 万元
注册及经营地	晋江市梅岭街道竹园社区竹晖路 119 号
经营规模	根据福建袋王提供信息, 2020 年度营业收入约为 2,000 万元
合作历史	2015 年开始合作
发行人向其销售的主要产品	环保纸袋(主要包括齿口方柄袋、小 U 袋、齿口圆柄袋等)
主要终端客户情况	三福百货、淑女坊等

(5) GROUPE SACS FRONTENAC INC

成立时间	1984 年
注册资本	无相关信息
注册及经营地	520 de l'Aviation, Trois-Rivières, Qc, Canada G8T 5M3
经营规模	根据 GROUPE SACS FRONTENAC INC 提供信息, 2020 年度营业收入约为 2,500 万美元
合作历史	2017 年开始合作
发行人向其销售的主要产品	环保纸袋(主要包括齿口圆柄袋等)
主要终端客户情况	CVS 药店、餐厅、超市等

(5) Annjoy Imports LLC

成立时间	2009 年
注册资本	无相关信息
注册及经营地	100 Macfarlane Drive, 4B, Delray Beach, Florida 33483, USA
经营规模	根据 Annjoy Imports LLC 提供资料, 2020 年度营业收入约为 1,200 万美元
合作历史	2015 年开始合作
发行人向其销售的主要产品	环保纸袋(主要包括齿口圆柄袋等)
主要终端客户情况	AEO、EXPRESS、BUTCHER BOY 等

(6) TRANSCONTINENTAL

成立时间	1976 年
注册资本	6.40 亿加拿大元
注册及经营地	1 Place Ville Marie, Suite 3240, Montréal, Québec, Canada H3B 0G1
经营规模	根据其年度报告, TRANSCONTINENTAL 为北美地区领先的包装企业、加拿大最大的印刷包装企业, 拥有员工 8,000 多人, 2020 财年营业收入为 25.74 亿加拿大元
合作历史	2018 年开始合作
发行人向其销售的主要产品	环保纸袋 (主要包括齿口圆柄袋、平口圆柄袋、内折 U 型袋等)
主要终端客户情况	Food stuff 超市 (新西兰知名连锁超市)、百货等

(7) JMP

成立时间	1998 年
注册资本	无相关信息
注册及经营地	50 Bond St West, Mordialloc, VIC 3195, Australia
经营规模	根据 JMP 提供信息, 2020 年度营业收入约为 2,000 万-3,000 万美元
合作历史	2018 年开始合作
发行人向其销售的主要产品	环保纸袋 (主要包括齿口圆柄袋等)
主要终端客户情况	MENULOG (澳洲知名外卖服务平台) 等

(8) FABRICA DE BANDEJAS LTDA

成立时间	1911 年
注册资本	无相关信息
注册及经营地	Lira N2510, San Joaquin, Santiago, Chile
经营规模	根据 FABRICA DE BANDEJAS LTDA 提供资料, 2020 年度营业收入为 5,171.41 万美元
合作历史	2017 年开始合作
发行人向其销售的主要产品	环保纸袋 (主要包括齿口方柄袋等)
主要终端客户情况	Sodexo、Compass、Aramarc、超市、便利店等

(9) HONG KAI TRADING COMPANY LIMITED

成立时间	2019 年 3 月
注册资本	无相关信息
注册及经营地	香港
经营规模	根据公开信息无法查询
合作历史	2019 年开始合作
发行人向其销售的主要产品	环保纸袋 (主要包括齿口圆柄袋等)
主要终端客户情况	通过 AMAZON 出售给零散客户等

(10) TRANSCO

成立时间	1932 年
注册资本	无相关信息
注册及经营地	8089 Montview Montreal, Quebec H4P 2L7 Canada
经营规模	根据其官网介绍, TRANSCO 为加拿大包装行业知名领先企业, 为客户提供专业包装解决方案。
合作历史	2015 年开始合作
发行人向其销售的主要产品	环保纸袋 (主要包括齿口圆柄袋、内折 U 型袋等)
主要终端客户情况	ASICS、ALDO GROUP、INDIGO 等

(11) Formpaper Packaging, S.A.

成立时间	2000 年 10 月 19 日
注册资本	无相关信息
注册及经营地	CALLE TONELEROS - PG IND EL MUGRON 3 ºFASE, S/N02640 ALMANSA ALBACETE SPAIN
经营规模	根据其官网介绍, Formpaper Packaging, S.A.为欧洲地区领先的纸袋企业。
合作历史	2015 年开始合作
发行人向其销售的主要产品	环保纸袋 (主要包括齿口圆柄袋、内折 U 型袋等)
主要终端客户情况	Massimo Dutti (西班牙知名时尚品牌) 等

(12) 澳璞特

成立时间	2016 年 11 月 24 日
注册资本	100 万元
注册及经营地	绍兴市上虞区高铁新城帝景苑 2 幢二单元 1102 室
经营规模	公开渠道无法查询相关信息
合作历史	2016 年开始合作
发行人向其销售的主要产品	环保纸袋 (主要包括平口圆柄袋、齿口圆柄袋等)
主要终端客户情况	澳洲 Uber Eats (优步外卖)、GRAB FOOD 等

(13) YAPAK LTD

成立时间	2016 年
注册资本	无相关信息
注册及经营地	Caupolic 9510, - Quilicura Santiago XIII Region Metropolitana CHILE
经营规模	公开渠道无法查询相关信息
合作历史	2018 年开始合作
发行人向其销售的主要产品	环保纸袋 (主要包括齿口圆柄袋等)
主要终端客户情况	CORNERSHOP、RAPPI、CRUZ、MAICAO 等

(14) 晋江市朝航商贸有限公司（以下简称“晋江朝航”）

成立时间	2008 年 3 月 5 日
注册资本	100 万元
注册及经营地	福建省泉州市晋江市安海镇下墟巷 18 号咸德苑 11 幢 1403 室
经营规模	根据晋江朝航提供信息，2020 年度营业收入约为 2,500 万元
合作历史	2017 年开始合作
发行人向其销售的主要产品	环保纸袋（主要包括齿口圆柄袋等）、食品包装（主要包括纸碗等）
主要终端客户情况	头号粥铺等

(15) CLASSIQUE INTERNATIONAL LIMITED

成立时间	1990 年 9 月 28 日
注册资本	无相关信息
注册及经营地	c/o HAYES KNIGHT LIMITED Level 1, 5 William Laurie Place Albany Auckland, 0632 New Zealand
经营规模	根据其官网介绍，Classique 为新西兰知名包装企业，为客户提供各类包装产品，在奥克兰和墨尔本拥有办公室和分支机构
合作历史	2018 年开始合作
发行人向其销售的主要产品	环保纸袋（主要包括齿口圆柄袋、平口圆柄袋等）
主要终端客户情况	BONDS、GLASSONS 等

(16) FLEXICORE LLC

成立时间	2013 年
注册资本	无相关信息
注册及经营地	RANDY LAMER-2840 CREEKVIEW DRIVE, ZEELAND, 49464 MICHIGAN, US
经营规模	根据其官网介绍，FLEXICORE 主要为美国、加拿大的消费者提供仓储、配送等服务，主要合作伙伴包括亚马逊、沃尔玛等。
合作历史	2016 年开始合作
发行人向其销售的主要产品	环保纸袋（主要包括齿口圆柄袋等）
主要终端客户情况	餐厅、超市等

(17) BRAND PACKAGING CO., LIMITED

成立时间	2008 年 12 月 16 日
注册资本	5 万美元
注册及经营地	Unit 8, 3/F., Qwomar Trading Complex Blackburne Road, Port Purcell Road Town VG1110 Tortola VG
经营规模	根据 BRAND PACKAGING CO., LIMITED 提供信息，2020 年度营业收入约为 750 万美元
合作历史	2011 年开始合作
发行人向其销售的主要产品	环保纸袋（主要包括齿口圆柄袋、齿口方柄袋、齿口无手柄袋等）
主要终端客户情况	澳洲普乐（Huhtamaki）等

(18) 深圳腾隆达商贸有限公司（以下简称“腾隆达”）

成立时间	2012 年 12 月 24 日
注册资本	10 万元
注册及经营地	注册地位于深圳市光明新区公明办事处上村社区民生路红花山工业区门口第一栋 8 楼 805、806，日常经营地位于香港新界屯门建发街 11 号好景工业大厦地下 G20 室
经营规模	已于 2021 年 7 月注销
合作历史	2013 年开始合作
发行人向其销售的主要产品	环保纸袋（主要包括内折 U 型袋等）
主要终端客户情况	无印良品等

(19) 北京京邦达贸易有限公司（以下简称“京邦达”）

成立时间	2012 年 8 月 14 日
注册资本	100,000 万元
注册及经营地	北京市北京经济技术开发区科创十一街 18 号院京东集团 A 座 21 层法务部
经营规模	北京京邦达贸易有限公司为京东物流下属公司，2020 年度京东物流营业收入为 733.75 亿元。
合作历史	2020 年开始合作
发行人向其销售的主要产品	环保纸袋（主要包括内折 U 型袋、方底袋等）
主要终端客户情况	无印良品等

上述主要经销客户报告期内的销售金额和占经销收入比例情况、销售金额变动较大的原因如下：

单位：万元

序号	客户名称	2021 年上半年		2020 年		2019 年		2018 年		变动原因
		金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比	
1	Inno-Pak LLC	2,275.34	15.73%	833.75	3.33%	10.14	0.05%	22.81	0.12%	2020 年和 2021 年上半年，发行人对 Inno-Pak LLC 销售收入增加，主要是由于 Inno-Pak LLC 新增开拓了美国 SYSCO 等重要客户，订单需求大幅增加。
2	KARI OUT COMPANY	1,729.31	11.95%	2,670.83	10.67%	1,939.31	8.70%	3,051.20	16.04%	报告期内，发行人对 KARI OUT COMPANY 交易金额波动较大，主要是由于 KARI OUT COMPANY 根据其下游市场需求情况调整采购量。
3	东京艺术	1,578.34	10.91%	7,147.58	28.55%	4,396.19	19.73%	187.42	0.99%	2019 年和 2020 年，因其终端客户日本优衣库需求量较大，发行人对东京艺术收入大幅增长。2021 年上半年，受日本优衣库纸袋收费、海运费上涨及日本疫情影响，减少了向发行人下单采购。
4	福建袋王	945.46	6.54%	1,167.49	4.66%	1,473.07	6.61%	1,407.20	7.40%	报告期内销售金额波动较小。
5	GROUPE SACS FRONTENAC INC	577.69	3.99%	949.42	3.79%	152.40	0.68%	89.09	0.47%	报告期内，发行人对 GROUPE SACS FRONTENAC INC 销售金额增长较快，主要是由于 GROUPE SACS FRONTENAC INC 对发行人产品质量较为认可，增大了采购量。
6	Annjoy Imports LLC	544.98	3.77%	675.18	2.70%	343.43	1.54%	236.14	1.24%	报告期内，发行人对 Annjoy Imports LLC 销售金额增长较快，主要是由于 Annjoy Imports LLC 对发行人产品质量较为认可，增大了采购量。
7	TRANS CONTINENTAL	511.34	3.53%	1,258.24	5.03%	1,316.28	5.91%	486.78	2.56%	2018 年 11 月发行人与 TRANSCONTINENTAL 建立业务合作关系，前期采购量较小，经过前期合作，其对发行人的产品质量较为认可，加大了采购量，因此报告期内发行人与 TRANSCONTINENTAL 交易金额持续增加。
8	JMP	503.05	3.48%	636.44	2.54%	488.82	2.19%	860.99	4.53%	报告期内，发行人对 JMP 交易金额波动较大，主要是由于 JMP 根据其下游市场需求情况调整采购量。
9	FABRICA DE BANDEJAS LTDA	449.49	3.11%	834.13	3.33%	418.79	1.88%	278.41	1.46%	报告期内发行人与 FABRICA DE BANDEJAS LTDA 交易金额持续增加，主要是 FABRICA DE BANDEJAS LTDA 对发行人产品质量和服务较为认可，采购金额持续扩大。
10	京邦达	318.94	2.20%	83.83	0.33%	-	-	-	-	发行人与京邦达于 2020 年开始合作，其对发行人的产品质量较为认可，2021 年继续加大了采购量。

序号	客户名称	2021 年上半年		2020 年		2019 年		2018 年		变动原因
		金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比	
11	TRANSCO	173.85	1.20%	414.08	1.65%	824.80	3.70%	937.37	4.93%	2018 年和 2019 年, 发行人对 TRANSCO 收入保持相对稳定。2020 年和 2021 年上半年, 发行人对 TRANSCO 收入下降, 主要是由于 TRANSCO 根据其终端客户需求情况减少了采购。
12	Formpaper Packaging, S.A.	-	-	115.38	0.46%	690.13	3.10%	620.68	3.26%	2018 年和 2019 年, 发行人对 Formpaper Packaging, S.A.收入保持相对稳定。2020 年和 2021 年上半年, 发行人对 Formpaper Packaging, S.A.收入下降, 主要是由于 Formpaper Packaging, S.A.丢失了主要终端客户 Massimo Dutti 订单, 因此减少了向发行人采购。
13	澳璞特	-	-	-	-	662.11	2.97%	2,607.65	13.71%	2019 年开始, 澳璞特在澳洲市场面临澳洲德盟的竞争, 丢失了澳洲 Uber Eats 的订单。受此影响, 发行人与澳璞特的业务往来在 2019 年大幅降低。
14	YAPAK LTD	21.59	0.15%	199.04	0.79%	597.66	2.68%	72.79	0.38%	报告期内, 发行人对 YAPAK LTD 销售金额波动主要是由于 YAPAK LTD 根据其终端客户需求情况调整采购量。
15	晋江朝航	172.03	1.19%	425.78	1.70%	573.63	2.57%	168.20	0.88%	报告期内, 发行人对晋江朝航销售金额波动主要是由于晋江朝航根据其终端客户需求情况调整采购量。
16	CLASSIQUE INTERNATIONAL LIMITED	171.64	1.19%	346.52	1.38%	557.42	2.50%	168.33	0.88%	报告期内, 发行人对 CLASSIQUE INTERNATIONAL LIMITED 交易金额波动较大, 主要是由于 CLASSIQUE INTERNATIONAL LIMITED 根据其下游市场需求情况调整了采购量。
17	FLEXICORE LLC	-	-	-	-	-	-	850.94	4.47%	因受中美贸易战加征关税影响, 2019 年发行人与 FLEXICORE LLC 停止了合作关系。
18	BRAND PACKAGING CO., LIMITED	25.67	0.18%	378.81	1.51%	346.82	1.56%	685.99	3.61%	报告期内, 发行人对 BRAND PACKAGING CO., LIMITED 交易金额下降, 主要是由于 BRAND PACKAGING CO., LIMITED 根据其下游市场需求情况减少了采购量。
19	腾隆达	-	-	-	-	1.56	0.01%	408.58	2.15%	由于腾隆达 2019 年丢失了无印良品订单, 因此减少了向发行人采购。
-	合计	9,998.72	69.12%	18,136.51	72.42%	14,792.56	66.38%	11,917.38	62.66%	-

3、近年来发行人收入增长较快的原因

近年来，发行人收入迅速增长的原因具体如下：

（1）国家限塑政策的推行和日趋严格，纸制品包装行业下游需求不断扩大
2008 年，国务院发布《关于限制生产销售使用塑料购物袋的通知》，2020 年，国家发改委、生态环境部 2020 年 1 月 19 日发布《关于进一步加强塑料污染治理的意见》，对塑料包装的使用做出了进一步限制，与此同时，各省份陆续出台相应政策，对塑料包装的使用进行了严格限制。

随着国家限塑政策的推行和日趋严格，以及全社会环保意识的加强，塑料包装的应用受到限制，而纸制品包装作为绿色环保的包装材料，成为塑料包装的重要替代，下游市场需求不断扩大。

（2）纸制品包装具备良好品牌展示和宣传功能

相比塑料包装，纸制品包装易于造型和装饰，可设计出各式各样的盒型、袋型等，可很好地发挥包装的展示和宣传促销功能，便于展示客户品牌形象，提升消费者购物感受，适合应用于高档包装。发行人下游客户均为知名消费品牌，非常注重品牌形象，因此更多的选用纸制品包装而非塑料包装。

（3）发行人为国内纸袋细分行业的领先企业，具备突出的竞争优势，获得主要客户的高度认可，市场份额不断扩大，具体如下：

①发行人具备行业内领先的生产技术，并建立了严格的质量管控体系，产品质量十分稳定，可满足客户严苛的质量要求，极少出现客户投诉等情形；

②发行人具备较强的综合服务能力，可实现对客户快速响应，保障产品及时供应，此外，发行人具备较强的研发能力，持续为主要客户提供产品创新创意设计，获得客户高度评价；

③发行人具备较强的市场开拓能力，发行人凭借优质的产品质量和服务能力，在服务重点客户过程中获得主要客户如肯德基、麦当劳等的高度认可，提高了市场影响力和知名度，在行业内形成了突出的品牌优势，客户口碑优秀，从而形成了业务开拓的良性循环。

近年来，发行人获得主要客户奖项的情况如下：

客户	评价情况
必胜食品（肯德基）	2019 年度百胜中国质量奖
乐信贸易（麦当劳）	2020 年度 AA 供应商质量奖

HAVI GROUP	保障供应奖、卓越质量奖、开发创新公司奖
猩米科技（喜茶）	HEYTEA2019 年度最佳新供应商、HEYTEA2020 年度优秀供应商
美团	优秀供应商卓越伙伴关系奖
来伊份	2020 年优秀辅料供应商奖

4、中介机构核查情况

申报会计师履行了如下核查程序：

（1）通过查询年度报告、获取主要直销、经销客户提供的说明、查阅境外客户中信保报告、查询国家企业信用信息公示系统、企查查等核查发行人主要直销、经销客户的基本情况；

（2）分析主要直销、经销客户报告期内交易金额发生较大变化的原因等。

经核查，申报会计师认为，发行人主要直销、经销客户报告期内交易金额发生较大变化的原因具备合理性，与客户的需求相匹配。

（三）结合发行人在主要客户纸制品包装的占有率情况说明发行人的竞争地位，结合前述情况说明是否对必胜食品、华莱士构成重大依赖；结合新增客户开拓过程、定价方式及合作模式等说明该等客户合作的稳定性和可持续性，东京艺术 2021 年 1-6 月退出前五大客户的原因

1、结合发行人在主要客户纸制品包装的占有率情况说明发行人的竞争地位，结合前述情况说明是否对必胜食品、华莱士构成重大依赖

（1）发行人在主要客户纸制品包装的占有率情况

由于发行人在客户处的占有率数据难以获取，下文以发行人在 2021 年上半年前十名主要客户采购体系中的地位以及主要客户对发行人的认可情况来说明发行人的竞争地位。

客户名称	在客户采购体系中的地位	客户对发行人的认可情况
必胜食品（肯德基）	发行人为必胜食品纸制品包装的核心供应商之一，必胜食品纸制品包装主要供应商包括发行人、珠海中粤、上海紫丹食品包装印刷有限公司、德百（上海）贸易有限公司、上海纸杯厂、吉宏股份、浙江庞度环保科技有限公司等。	对发行人认可程度较高，连续合作超过 7 年，2019 年授予发行人“2019 年度百胜中国质量奖”。
华莱士	发行人为华莱士纸制品包装的核心供应商之一，华莱士纸制品包装主要供应商包括：发行人、珠海中粤、德百（上海）贸易有限公司、中港包装制品江苏有限公司、孝感市吉联食品包装有限公司、万国食品包装（天津）有限公司等。	对发行人认可程度较高，连续合作超过 6 年
乐信贸易（麦当劳）	发行人为乐信贸易纸制品包装的核心供应商之一，乐信贸易纸制品包装主要供应商包括：发行人、上海紫丹食品包装印刷有限公司、德百（上海）贸易有限公司、江苏海惠沃特包装有限公司、天津海顺印业集团有限公司、	对发行人认可程度较高，连续合作超过 3 年，2021 年授予发行人“2020 年度 AA 供应商质量奖”。

客户名称	在客户采购体系中的地位	客户对发行人的认可情况
	中港包装制品江苏有限公司、吉宏股份等。	
蜜雪冰城	蜜雪冰城纸制品包装主要供应商包括发行人、富岭科技股份有限公司、广州玖荣包装制品有限公司等。	对发行人认可程度较高，将发行人作为其纸制品包装的核心供应商之一，自开始合作以来，交易规模持续增大。
美团	美团纸制品包装供应商主要包括发行人、天津海顺印业集团有限公司等。	对发行人认可程度较高，将发行人作为其纸制品包装的核心供应商之一，2021 年授予发行人“优秀供应商卓越伙伴关系奖”。
东京艺术	东京艺术纸制品包装供应商主要包括发行人、SUPERBAG CO.,LTD、THE PACK CORPORATION 等。	对发行人认可程度较高，为其纸制品包装采购体系中的核心供应商之一
猩米科技（喜茶）	喜茶纸制品包装供应商主要包括发行人、惠州市联兴彩印包装有限公司、莆田市明扬纸品有限公司等。	对发行人认可程度较高，将发行人作为其纸制品包装的核心供应商之一，2020 年和 2021 年授予发行人“HEYTEA2019 年度最佳新供应商”、“HEYTEA2020 年度优秀供应商”。
KARI OUT COMPANY	KARI OUT COMPANY 纸制品包装供应商主要包括发行人、东莞市联兴包装制品有限公司、吉宏股份等。	对发行人认可程度较高，连续合作超过 8 年。
海底捞	海底捞纸制品包装供应商主要包括发行人、天津海顺印业集团有限公司、昆山金鸿凯包装制品有限公司、浙江庞度环保科技有限公司等。	对发行人认可程度较高，自开始合作以来，交易规模逐渐增大
Inno-Pak LLC	Inno-Pak LLC 纸制品包装供应商主要包括发行人、PACKAGING PLUS INNOVATION GROUP（马来西亚）等。	对发行人认可程度较高，自开始合作以来，交易规模逐渐增大

由上可见，发行人在主要客户采购体系中具备较强的竞争力，主要客户对发行人产品质量和服务的认可程度较高。

（2）发行人是否对必胜食品、华莱士构成重大依赖

报告期内，发行人对必胜食品、华莱士的收入金额及占比情况如下：

单位：万元

项目	2021 年 1-6 月		2020 年		2019 年		2018 年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
必胜食品	9,284.16	16.95%	17,826.61	21.02%	18,558.74	26.84%	13,195.89	25.72%
华莱士	8,555.02	15.62%	13,549.29	15.97%	10,546.05	15.25%	8,033.17	15.66%
合计	17,839.18	32.57%	31,375.90	36.99%	29,104.79	42.09%	21,229.06	41.38%

相对于中小客户而言，大客户订单量大、订单连续性好、生产效率高，发行人在市场开拓、订单承接、产能分配时优先考虑大客户，具备合理商业理由。报告期内，发行人对必胜食品和华莱士的销售占比合计为 41.38%、42.09%、36.99% 以及 32.57%，报告期内总体呈下降趋势，发行人对必胜食品和华莱士不存在重大依赖。

2、结合新增客户开拓过程、定价方式及合作模式等说明该等客户合作的稳定性和可持续性

发行人通常通过销售人员自主开拓、参加各类展会、参与客户招投标、客户主动联系等方式开拓新增客户。报告期内，发行人主要新增客户包括乐信贸易、东京艺术、猩米科技、蜜雪冰城、美团等，上述新增客户的开拓过程、定价方式和合作模式如下：

新增客户名称	新增客户开拓过程	定价方式和合作模式	新增客户合作持续性
乐信贸易（麦当劳）	2018 年，发行人通过麦当劳严格评选进入其合格供应商体系，具体过程如下： （1）2015 年至 2016 年，发行人销售人员主动联系麦当劳进行业务接触； （2）2017 年，麦当劳邀请发行人参与其合格供应商评审； （3）2018 年 3 月，发行人正式进入麦当劳合格供应商审核环节，主要包括社会责任审核、BRC 认证审核、验厂等，并于 2018 年 10 月通过麦当劳合格供应商体系评审； （4）2018 年 12 月，发行人完成产品打样和小批量试供应； （5）2019 年，发行人开始大批量供应麦当劳，因发行人产品品质、研发能力、综合服务水平等得到麦当劳高度认可，2020 年，发行人供应产品品种进一步增加，供应份额进一步提升。	发行人通过参与麦当劳竞标确定价格，合同有效期为三年，第一年固定价格，第二年可根据上年原材料平均采购成本变动情况等调整价格。	发行人进入麦当劳合格供应商体系后，凭借优质的产品和服务获得麦当劳高度认可，合作具备持续性，具体如下： （1）发行人具备较强的研发设计能力，每年向麦当劳提供多个产品创新设计方案，获得其高度评价； （2）2021 年，发行人获得麦当劳“2020 年度 AA 供应商质量奖”，该奖项为麦当劳包材类供应商在 2020 年度的最高等级奖项； （3）麦当劳合格供应商评审要求十分严格，进入壁垒高，麦当劳为保持其供应链稳定性和安全性，通常不会更换供应商； （4）2021 年，因发行人的突出的产品质量和服务能力，发行人被推荐至全球其他市场麦当劳门店的供应，2021 年已成功对中国台湾、中国香港、英国、日本等麦当劳进行供货，成为亚太区域重要的合作伙伴。
蜜雪冰城	发行人与蜜雪冰城建立业务合作关系的具体过程如下： （1）2018 年 3 月，发行人通过参加展会与蜜雪冰城业务人员建立联系，并作为重点客户进行跟踪； （2）2018 年 6 月至 7 月，发行人向蜜雪冰城提供样品； （3）2018 年 8 月，发行人开始向蜜雪冰城少量供货（卡托等）； （4）2018 年 12 月，发行人销售人员主动拜访蜜雪冰城，洽谈后续合作事宜； （5）2019 年 3 月，蜜雪冰城对发行人进行验厂，主要评估发行人生产能力、相关资质（FSC 认证、BRC 认证、ISO 认证等）、供货能力等； （6）2019 年，发行人向蜜雪冰城增加供应大花筒，并陆续开设四条产品（大花筒）专线； （7）2019 年 7 月，蜜雪冰城对发行	发行人与蜜雪冰城主要采取谈判议价方式确定交易价格，价格有效期为一年，有效期内不调整价格，期满之后双方重新谈判议价。	自成为蜜雪冰城供应商以来，发行人凭借优质的产品质量和服务能力赢得蜜雪冰城高度认可，合作具备持续性，具体如下： （1）发行人为国内环保纸袋及食品包装细分行业的领先企业，具备规模优势和稳定持续供货能力，能够满足蜜雪冰城的交货需求； （2）发行人具备完善的质量控制体系，产品质量可靠稳定，极少出现退货、投诉等； （3）发行人具备较强的产品研发设计能力，持续为蜜雪冰城提供创新创意产品方案，如花筒卡片方案（防止冰激凌融化后掉在手上）等； （4）发行人具备较强的技术水平，协助蜜雪冰城制定了产品采购标准（如纸吸管等）。

	人进行二次验厂，主要审核发行人产品质量、服务配合度等； (8) 2020 年及 2021 年，发行人优质的产品或服务能力进一步获得蜜雪冰城认可，发行人向蜜雪冰城增加供应纸吸管、小花筒、纸杯、手提袋等。		
美团	发行人与美团建立业务合作关系的具体过程如下： (1) 2019 年 12 月，美团采购人员通过客服电话联系发行人，发行人销售人员借机主动对美团进行拜访，取得较好效果； (2) 2020 年初，因疫情影响，美团通过视频方式对发行人进行验厂，主要审核生产能力、产品质量、交付能力等； (3) 2020 年初，发行人参与美团竞标，获得美团药品外卖袋供应份额； (4) 2021 年 2 月，美团采购团队访问发行人，给予发行人高度评价； (5) 2021 年重新竞标，发行人继续向美团供应药品外卖袋，供应量持续增大。	发行人参与美团竞标，通过竞标方式确定交易价格，同时，根据原材料的价格波动情况，按季度调整价格。	美团对发行人认可程度较高，发行人与美团的业务合作具备持续性，具体如下： (1) 2021 年，发行人获得美团“优秀供应商卓越伙伴关系奖”，为美团给予供应商的最高奖项； (2) 发行人服务专业度高，快速响应能力强，能够保障产品的及时稳定供应； (3) 发行人产品质量稳定，客户投诉极少，美团认可度较高； (4) 发行人具备规模优势，具备持续稳定供货能力，能够满足美团的交货需求。
猩米科技（喜茶）	喜茶为国内新式茶饮的典型代表，近年来门店规模迅速扩张，发行人在国内纸袋细分领域处于领先地位，经销售人员努力开拓，猩米科技选择发行人作为纸袋供应商。 发行人与喜茶建立业务合作关系的具体过程如下： (1) 2017 年，发行人通过展会与喜茶业务人员建立联系； (2) 2018 年，喜茶对发行人进行初次验厂，审核发行人生产能力、产品质量、交付能力等； (3) 发行人销售人员对喜茶进行持续跟踪对接，2019 年 3 月，因喜茶原供应商出现断供问题，发行人紧急供应解决其需求； (4) 2019 年 4 月至 7 月，喜茶对发行人进行第二次验厂，对发行人社会责任、研发能力、产品质量、交付能力等方面进行全方位审核； (5) 2019 年 8 月，发行人与喜茶开始正常稳定合作，向喜茶供应齿口圆柄袋等； (6) 2020 年及 2021 年，发行人优质的产品或服务能力进一步获得喜茶认可，发行人开始向喜茶增加供应尖底袋、纸吸管等产品。	发行人与猩米科技主要通过谈判议价方式确定产品价格，合同有效期为三年，合同有效期内双方可根据原材料价格波动情况、市场竞争情况等协商调整产品价格。	发行人成为喜茶供应商以来，喜茶对发行人产品质量和服务能力高度认可，合作具备持续性，具体如下： (1) 喜茶授予发行人“HEYTEA2019 年度最佳新供应商”、“HEYTEA2020 年度优秀供应商”，为喜茶包材类供应商中唯一的优秀供应商； (2) 发行人具备较强的产品研发能力，持续为喜茶提供产品创新设计方案，如蛋糕盒盒型及底托改进方案（扣盒位置调整/模切压痕刀线调整）等，获得其高度评价； (3) 喜茶为知名快消品牌，对产品交期、品质、服务等要求较高，发行人服务到位，快速响应能力突出，交货及时，并且产品质量稳定，客户投诉极少。
东京艺术（主要终端客户为日本优衣库）	东京艺术成立于 1976 年，为日本优衣库包装材料主要供应商，主要向日本优衣库供应塑料包装，合作历史已有十余年。日本优衣库逐渐开始大规模使用纸袋，东京艺术自身纸袋产能有限，且生产成本较高，转而在中国寻找纸袋供应商，发行人在国内纸袋	发行人与东京艺术主要通过谈判议价方式确定价格，价格有效期为一年，有效期内不调整价格，期满后双方重新谈判议价	东京艺术的终端客户主要为日本优衣库，对产品质量等的要求极高，提出了零缺陷的质量要求，发行人在供货过程中通过严格的质量控制，达到了日本优衣库严格的质量要求，获得其高度认可，在外部市场环境未发生重

	行业细分领域处于领先地位，于是选择了发行人作为优衣库纸袋供应商。发行人与东京艺术建立业务合作关系的具体过程如下： （1）2019 年 4 月至 5 月，东京艺术海外购买部业务人员到发行人现场考察，初步了解发行人基本情况、客户结构、产品质量、质量控制、产能产量、产品交付能力等； （2）2019 年 6 月，东京艺术海外购买部业务人员及日本优衣库相关人员进行初步验厂； （3）2019 年 7 月，东京艺术海外购买部业务人员及日本优衣库相关人员进行正式验厂； （4）2019 年 8 月，发行人获得东京艺术及日本优衣库认可，东京艺术正式下单向发行人采购。		大变化的前提下，发行人与东京艺术的合作具备持续性。

报告期内，发行人新增客户开拓增加较多的主要原因如下：

（1）随着国家“限塑令”政策的颁布和实施，以及社会环保意识的增强，塑料包装应用受到限制，纸制品包装由于其绿色环保特性成为塑料包装的重要替代，市场空间不断扩大；

（2）发行人凭借优质的产品质量和服务能力，在服务重点客户过程中获得主要客户如肯德基、麦当劳等的高度认可，提高了市场影响力和知名度，在行业内形成了突出的品牌优势，客户口碑优秀，从而形成了业务开拓的良性循环；

（3）发行人在业务开拓过程中坚持聚焦头部重点客户、服务知名消费品牌的客户开发战略，销售人员持续努力，积极主动与重点客户建立联系，取得了较好效果。

上述主要新增客户对发行人产品和服务质量的认可度较高，在外部经济环境稳定的情况下，合作关系具有可持续性。

3、东京艺术 2021 年 1-6 月退出前五大客户的原因

2021 年 1-6 月，发行人对东京艺术的销售金额为 1,578.35 万元，占营业收入的比例为 2.88%，为 2021 年上半年第十大客户。

2021 年上半年，东京艺术采购金额下降，主要是由于：（1）因东京艺术主要终端客户日本优衣库自 2020 年 9 月开始对购物纸袋采取收费政策，导致购物纸袋需求量下降；（2）2021 年海运费上涨幅度较大，境外（此处指日本境外）采购成本上升，因此东京艺术逐步减少了境外（此处指日本境外）采购量；（3）受到日本疫情影响，主要终端客户日本优衣库需求下降。

2021 年全年，发行人对东京艺术的销售金额约为 4,700 万元，交易金额较大。

4、中介机构核查情况

申报会计师履行了如下核查程序：

（1）对发行人销售人员进行访谈，了解发行人在主要客户采购体系中的竞争地位，以及主要客户对发行人的认可和评价情况，并分析发行人对必胜食品和华莱士的依赖情况；

（2）查阅发行人主要客户销售合同，对发行人销售人员进行访谈等，了解发行人开拓客户的方式，以及发行人与主要客户的合作模式、定价方式等；

（3）与发行人销售人员进行访谈，了解 2021 年上半年东京艺术退出前五大客户的原因以及后续合作的持续性等。

经核查，申报会计师认为：

（1）报告期内，发行人在主要客户中的竞争地位较强，对必胜食品、华莱士不构成重大依赖；

（2）发行人主要客户对发行人产品和服务质量的认可度较高，在外部经济环境稳定的情况下，合作关系具有可持续性。2021 年上半年东京艺术退出发行人前五大客户的原因合理。

（四）区分直销、经销，按适合的客户收入结构列表说明报告期各期对应区间客户的数量、金额、占比和增减变动情况，前述各期各区间的新增和退出客户的数量及变动原因，各区间的新增客户中已有合作历史和完全新增客户的数量、销售金额和占比；退出客户中继续与发行人进行合作和完全终止与发行人进行合作的数量、金额和占比；各期与发行人存在两年以上合作客户的数量、金额和占比情况

1、直销客户结构情况

（1）报告期内发行人直销客户分区间情况如下所示：

①2018 年

单位：个，万元

区间	客户数量	数量占比	金额	金额占比
10,000 万元以上	1	0.60%	13,195.89	40.88%
5,000 万元-10,000 万元	1	0.60%	8,033.17	24.89%
1,000 万元-5,000 万元	2	1.20%	3,352.07	10.39%
500 万元-1,000 万元	3	1.81%	1,680.61	5.21%

200 万元-500 万元	8	4.82%	2,477.19	7.67%
100 万元-200 万元	9	5.42%	1,261.86	3.91%
100 万元以下	141	85.54%	2,276.27	7.05%
合计	165	100.00%	32,277.06	100.00%

②2019 年

单位：个，万元

区间	客户数量	数量占比	金额	金额占比
10,000 万元以上	2	0.91%	29,104.79	62.11%
5,000 万元-10,000 万元	-	-	-	-
1,000 万元-5,000 万元	3	1.36%	5,699.99	12.16%
500 万元-1,000 万元	8	3.64%	5,632.24	12.02%
200 万元-500 万元	4	1.82%	957.57	2.04%
100 万元-200 万元	17	7.73%	2,476.49	5.28%
100 万元以下	186	84.55%	2,990.58	6.38%
合计	220	100.00%	46,861.66	100.00%

③2020 年

单位：个，万元

区间	客户数量	数量占比	金额	金额占比
10,000 万元以上	2	0.87%	31,375.91	52.48%
5,000 万元-10,000 万元	-	-	-	-
1,000 万元-5,000 万元	7	3.03%	14,920.67	24.96%
500 万元-1,000 万元	7	3.03%	5,223.06	8.74%
200 万元-500 万元	11	4.76%	3,084.20	5.16%
100 万元-200 万元	18	7.79%	2,573.35	4.30%
100 万元以下	186	80.52%	2,605.07	4.36%
合计	231	100.00%	59,782.26	100.00%

④2021 年上半年

单位：个，万元

区间	客户数量	数量占比	金额	金额占比
10,000 万元以上	-	-	-	-
5,000 万元-10,000 万元	2	0.90%	17,839.18	44.26%
1,000 万元-5,000 万元	7	3.14%	13,595.12	33.73%
500 万元-1,000 万元	4	1.79%	2,865.12	7.11%
200 万元-500 万元	6	2.69%	2,020.21	5.01%

100 万元-200 万元	8	3.59%	1,170.32	2.90%
100 万元以下	196	87.89%	2,812.32	6.98%
合计	223	100.00%	40,302.27	100.00%

(2) 各区间新增客户数量及对应收入、占比情况、新增原因

①2019 年相对于 2018 年

单位：万元

区间	新增客户数量	其中：完全新增客户数量	完全新增客户收入	完全新增客户收入占比	其中：已有合作历史新增客户数量	已有合作历史新增客户收入	已有合作历史新增客户收入占比
10,000 万元以上	1	-	-	-	1	10,546.05	22.50%
5,000 万元-10,000 万元	-	-	-	-	-	-	-
1,000 万元-5,000 万元	2	1	1,325.28	2.83%	1	2,462.07	5.25%
500 万元-1,000 万元	5	-	-	-	5	3,475.98	7.42%
200 万元-500 万元	3	1	223.44	0.48%	2	525.87	1.12%
100 万元-200 万元	16	8	1,209.06	2.58%	8	1,128.64	2.41%
100 万元以下	127	104	1,274.82	2.72%	23	449.45	0.96%
合计	154	114	4,032.60	8.61%	40	18,588.06	39.67%

②2020 年相对于 2019 年

单位：万元

区间	新增客户数量	其中：完全新增客户数量	完全新增客户收入	完全新增客户收入占比	其中：已有合作历史新增客户数量	已有合作历史新增客户收入	已有合作历史新增客户收入占比
10,000 万元以上	-	-	-	-	-	-	-
5,000 万元-10,000 万元	-	-	-	-	-	-	-
1,000 万元-5,000 万元	4	2	3,070.04	5.14%	2	2,468.18	4.13%
500 万元-1,000 万元	2	-	-	-	2	1,534.93	2.57%
200 万元-500 万元	11	3	937.34	1.57%	8	2,146.86	3.59%
100 万元-200 万元	14	2	324.24	0.54%	12	1,651.04	2.76%

区间	新增客户数量	其中：完全新增客户数量	完全新增客户收入	完全新增客户收入占比	其中：已有合作历史新增客户数量	已有合作历史新增客户收入	已有合作历史新增客户收入占比
100 万元以下	116	85	842.78	1.41%	31	1,018.77	1.70%
合计	147	92	5,174.40	8.66%	55	8,819.78	14.75%

③2021 年上半年相对于 2020 年

单位：万元

区间	新增客户数量	其中：完全新增客户数量	完全新增客户收入	完全新增客户收入占比	其中：已有合作历史新增客户数量	已有合作历史新增客户收入	已有合作历史新增客户收入占比
10,000 万元以上	-	-	-	-	-	-	-
5,000 万元-10,000 万元	2	-	-	-	2	17,839.18	44.26%
1,000 万元-5,000 万元	2	-	-	-	2	4,695.42	11.65%
500 万元-1,000 万元	2	-	-	-	2	1,664.41	4.13%
200 万元-500 万元	5	-	-	-	5	1,776.61	4.41%
100 万元-200 万元	5	1	167.76	0.42%	4	587.19	1.46%
100 万元以下	124	77	776.90	1.93%	47	1,008.33	2.50%
合计	140	77	944.66	2.34%	63	27,571.14	68.41%

(3) 各区间退出客户数量及对应收入、占比情况、原因

①2019 年相对于 2018 年

单位：万元

区间	退出客户数量	其中：完全终止客户数量	完全终止客户收入	完全终止客户收入占比	其中：继续合作客户数量	继续合作客户收入	继续合作客户收入占比
10,000 万元以上	-	-	-	-	-	-	-
5,000 万元-10,000 万元	1	-	-	-	1	10,546.05	22.50%
1,000 万元-5,000 万元	1	-	-	-	1	765.22	1.63%

区间	退出客户数量	其中：完全终止客户数量	完全终止客户收入	完全终止客户收入占比	其中：继续合作客户数量	继续合作客户收入	继续合作客户收入占比
500 万元-1,000 万元	-	-	-	-	-	-	-
200 万元-500 万元	7	1	-	-	6	2,307.90	4.92%
100 万元-200 万元	8	1	-	-	7	978.54	2.09%
100 万元以下	82	70	-	-	12	3,476.67	7.42%
合计	99	72	-	-	27	18,074.38	38.57%

②2020 年相对于 2019 年

单位：万元

区间	退出客户数量	其中：完全终止客户数量	完全终止客户收入	完全终止客户收入占比	其中：继续合作客户数量	继续合作客户收入	继续合作客户收入占比
10,000 万元以上	-	-	-	-	-	-	-
5,000 万元-10,000 万元	-	-	-	-	-	-	-
1,000 万元-5,000 万元	-	-	-	-	-	-	-
500 万元-1,000 万元	3	-	-	-	3	1,644.85	2.75%
200 万元-500 万元	4	-	-	-	4	412.22	0.69%
100 万元-200 万元	13	3	-	-	10	2,123.54	3.55%
100 万元以下	116	95	-	-	21	3,798.22	6.35%
合计	136	98	-	-	38	7,978.83	13.35%

③2021 年上半年相对于 2020 年

单位：万元

区间	退出客户数量	其中：完全终止客户数量	完全终止客户收入	完全终止客户收入占比	其中：继续合作客户数量	继续合作客户收入	继续合作客户收入占比
10,000 万元以上	2	-	-	-	2	17,839.18	44.26%

区间	退出客户数量	其中：完全终止 客户数量	完全终止客户 收入	完全终止客户 收入占比	其中：继续合作客 户数量	继续合作客户收入	继续合作客户收入占比
5,000 万元-10,000 万元	-	-	-	-	-	-	-
1,000 万元-5,000 万元	2	-	-	-	2	1,313.34	3.26%
500 万元-1,000 万元	5	-	-	-	5	5,821.98	14.45%
200 万元-500 万元	10	2	-	-	8	1,587.46	3.94%
100 万元-200 万元	15	-	-	-	15	669.22	1.66%
100 万元以下	114	107	-	-	7	40.49	0.10%
合计	148	109	-	-	39	27,271.67	67.67%

上述各区间新增和退出客户的主要原因为客户交易金额变动导致所在区间发生变动、新增开拓客户、与客户停止交易等。

(4) 报告期各期与发行人存在两年以上及五年以上合作直销客户的情况

报告期各期，与发行人存在两年以上合作直销客户的数量、金额及占比情况如下：

项目	存在两年以上合作客户数量	数量占比	金额（万元）	金额占比
2021 年上半年	85	38.12%	32,352.92	80.28%
2020 年	98	42.42%	46,742.45	78.19%
2019 年	56	25.45%	36,394.74	77.66%
2018 年	40	24.24%	27,903.52	86.45%

报告期各期，与发行人存在五年以上合作直销客户的数量、金额及占比情况如下：

项目	存在五年以上合作客户数量	数量占比	金额（万元）	金额占比
2021 年上半年	35	15.70%	20,804.21	51.62%
2020 年	30	12.99%	36,595.29	61.21%
2019 年	26	11.82%	22,977.80	49.03%
2018 年	20	12.12%	4,964.58	15.38%

2018 年，发行人合作五年以上直销客户收入占比较低，主要是由于发行人成立初期业务规模较小，同时，下游鞋服行业消费品牌更新迭代较快导致客户结构变动。

2019 年和 2020 年，发行人合作五年以上直销客户收入占比提高，主要是由于必胜食品及华莱士合作时间陆续达到五年以上，带动五年以上直销客户收入占比提高。

2021 年上半年，发行人合作五年以上直销客户收入占比降低，主要是由于报告期内新增的美团、蜜雪冰城等合作不足五年客户收入增长较快，收入占比提高，引起合作五年以上直销客户收入占比相对下降。

2、经销客户结构情况

(1) 报告期内发行人经销客户分区间情况如下所示：

①2018 年

单位：万元

区间	客户数量	数量占比	金额	金额占比

3,000 万元以上	1	0.90%	3,051.20	16.04%
2,000 万元-3,000 万元	1	0.90%	2,607.65	13.71%
1,000 万元-2,000 万元	1	0.90%	1,407.20	7.40%
500 万元-1,000 万元	5	4.50%	3,955.97	20.80%
200 万元-500 万元	12	10.81%	3,585.45	18.85%
100 万元-200 万元	17	15.32%	2,400.70	12.62%
100 万元以下	74	66.67%	2,012.94	10.58%
合计	111	100.00%	19,021.11	100.00%

②2019 年

单位：万元

区间	客户数量	数量占比	金额	金额占比
3,000 万元以上	1	0.75%	4,396.19	19.73%
2,000 万元-3,000 万元	-	-	-	-
1,000 万元-2,000 万元	3	2.24%	4,728.66	21.22%
500 万元-1,000 万元	6	4.48%	3,905.75	17.53%
200 万元-500 万元	15	11.19%	5,249.67	23.56%
100 万元-200 万元	11	8.21%	1,533.59	6.88%
100 万元以下	98	73.13%	2,465.56	11.07%
合计	134	100.00%	22,279.42	100.00%

③2020 年

单位：万元

区间	客户数量	数量占比	金额	金额占比
3,000 万元以上	1	0.85%	7,147.58	28.55%
2,000 万元-3,000 万元	1	0.85%	2,670.83	10.67%
1,000 万元-2,000 万元	2	1.69%	2,425.73	9.69%
500 万元-1,000 万元	7	5.93%	5,383.91	21.50%
200 万元-500 万元	11	9.32%	3,735.42	14.92%
100 万元-200 万元	13	11.02%	1,830.78	7.31%
100 万元以下	83	70.34%	1,844.61	7.37%
合计	118	100.00%	25,038.86	100.00%

④2021 年上半年

单位：万元

区间	客户数量	数量占比	金额	金额占比
3,000 万元以上	-	-	-	-

2,000 万元-3,000 万元	1	1.02%	2,275.34	15.73%
1,000 万元-2,000 万元	2	2.04%	3,307.66	22.86%
500 万元-1,000 万元	5	5.10%	3,082.52	21.31%
200 万元-500 万元	7	7.14%	2,117.16	14.64%
100 万元-200 万元	13	13.27%	1,899.03	13.13%
100 万元以下	70	71.43%	1,784.14	12.34%
合计	98	100.00%	14,465.85	100.00%

(2) 各区间新增客户数量及对应收入、占比情况、新增原因

①2019 年相对于 2018 年

单位：万元

区间	新增客户数量	其中：完全新增客户数量	完全新增客户收入	完全新增客户收入占比	其中：已有合作历史新增客户数量	已有合作历史新增客户收入	已有合作历史新增客户收入占比
3,000 万元以上	1	-	-	-	1	4,396.19	19.73%
2,000 万元-3,000 万元	-	-	-	-	-	-	-
1,000 万元-2,000 万元	2	-	-	-	2	3,255.59	14.61%
500 万元-1,000 万元	4	-	-	-	4	2,390.82	10.73%
200 万元-500 万元	9	-	-	-	9	2,798.18	12.56%
100 万元-200 万元	7	2	232.42	1.04%	5	716.00	3.21%
100 万元以下	69	53	1,018.73	4.57%	16	661.20	2.97%
合计	92	55	1,251.15	5.62%	37	14,217.98	63.82%

②2020 年相对于 2019 年

单位：万元

区间	新增客户数量	其中：完全新增客户数量	完全新增客户收入	完全新增客户收入占比	其中：已有合作历史新增客户数量	已有合作历史新增客户收入	已有合作历史新增客户收入占比
3,000 万元以上	-	-	-	-	-	-	-
2,000 万元-3,000 万元	1	-	-	-	1	2,670.83	10.67%
1,000 万元-2,000 万元	-	-	-	-	-	-	-
500 万元-1,000 万元	7	-	-	-	7	5,383.91	21.50%

区间	新增客户数量	其中：完全新增客户数量	完全新增客户收入	完全新增客户收入占比	其中：已有合作历史新增客户数量	已有合作历史新增客户收入	已有合作历史新增客户收入占比
200 万元-500 万元	7	-	-	-	7	2,342.04	9.35%
100 万元-200 万元	10	1	137.59	0.55%	9	1,273.19	5.08%
100 万元以下	49	38	789.35	3.15%	11	333.80	1.33%
合计	74	39	926.94	3.70%	35	12,003.77	47.94%

③2021 年上半年相对于 2020 年

单位：万元

区间	新增客户数量	其中：完全新增客户数量	完全新增客户收入	完全新增客户收入占比	其中：已有合作历史新增客户数量	已有合作历史新增客户收入	已有合作历史新增客户收入占比
3,000 万元以上	-	-	-	-	-	-	-
2,000 万元-3,000 万元	1	-	-	-	1	2,275.34	15.73%
1,000 万元-2,000 万元	2	-	-	-	2	3,307.66	22.86%
500 万元-1,000 万元	2	-	-	-	2	1,456.80	10.07%
200 万元-500 万元	5	-	-	-	5	1,531.82	10.59%
100 万元-200 万元	11	-	-	-	11	1,681.13	11.62%
100 万元以下	32	15	243.90	1.69%	17	541.02	3.74%
合计	53	15	243.90	1.69%	38	10,793.77	74.61%

(3) 各区间退出客户数量及对应收入、占比情况、原因

①2019 年相对于 2018 年

单位：万元

区间	退出客户数量	其中：完全终止客户数量	完全终止客户收入	完全终止客户收入占比	其中：继续合作客户数量	继续合作客户收入	继续合作客户收入占比
3,000 万元以上	1	-	-	-	1	1,939.31	8.70%
2,000 万元-3,000 万元	1	-	-	-	1	662.11	2.97%
1,000 万元-2,000 万元	-	-	-	-	-	-	-
500 万元-1,000 万元	3	1	-	-	2	835.64	3.75%
200 万元-500 万元	6	2	-	-	4	231.39	1.04%
100 万元-200 万元	13	2	-	-	11	7,073.18	31.75%
100 万元以下	45	33	-	-	12	2,803.73	12.58%
合计	69	38	-	-	31	13,545.36	60.80%

②2020 年相对于 2019 年

单位：万元

区间	退出客户数量	其中：完全终止客户数量	完全终止客户收入	完全终止客户收入占比	其中：继续合作客户数量	继续合作客户收入	继续合作客户收入占比
3,000 万元以上	-	-	-	-	-	-	-
2,000 万元-3,000 万元	-	-	-	-	-	-	-
1,000 万元-2,000 万元	1	-	-	-	1	2,670.83	10.67%
500 万元-1,000 万元	6	1	-	-	5	1,500.80	5.99%
200 万元-500 万元	11	2	-	-	9	3,345.74	13.36%
100 万元-200 万元	8	3	-	-	5	1,417.74	5.66%
100 万元以下	64	50	-	-	14	3,100.50	12.38%

区间	退出客户数量	其中：完全终止客户数量	完全终止客户收入	完全终止客户收入占比	其中：继续合作客户数量	继续合作客户收入	继续合作客户收入占比
合计	90	56	-	-	34	12,035.61	48.07%

③2021 年上半年相对于 2020 年

单位：万元

区间	退出客户数量	其中：完全终止客户数量	完全终止客户收入	完全终止客户收入占比	其中：继续合作客户数量	继续合作客户收入	继续合作客户收入占比
3,000 万元以上	1	-	-	-	1	1,578.34	10.91%
2,000 万元-3,000 万元	1	-	-	-	1	1,729.31	11.95%
1,000 万元-2,000 万元	2	-	-	-	2	1,456.80	10.07%
500 万元-1,000 万元	4	-	-	-	4	3,096.46	21.40%
200 万元-500 万元	9	1	-	-	8	1,005.00	6.95%
100 万元-200 万元	11	2	-	-	9	593.42	4.10%
100 万元以下	45	28	-	-	17	1,345.51	9.30%
合计	73	31	-	-	42	10,804.84	74.69%

上述各区间新增和退出的主要原因为客户交易金额变动导致客户所在区间发生变动、新增开拓客户、客户停止交易等。

(4) 报告期各期与发行人存在两年以上及五年以上合作经销客户的情况

报告期各期，与发行人存在两年以上合作经销客户的数量、金额及占比情况如下：

项目	存在两年以上合作客户数量	数量占比	金额（万元）	金额占比
2021 年上半年	59	60.20%	12,817.82	88.60%
2020 年	59	50.00%	15,965.26	63.76%
2019 年	55	41.04%	11,363.36	51.00%
2018 年	38	34.23%	13,342.49	70.15%

报告期各期，与发行人存在五年以上合作经销客户的数量、金额及占比情况如下：

项目	存在五年以上合作客户数量	数量占比	金额（万元）	金额占比
2021 年上半年	16	16.33%	4,059.22	28.06%
2020 年	7	5.93%	6,400.06	25.56%
2019 年	9	6.72%	3,940.93	17.69%
2018 年	8	7.21%	5,883.87	30.93%

报告期内，发行人五年以上经销客户收入占比相对直销客户较低，主要是由于经销模式以外销业务和环保纸袋业务为主，受跨境贸易政策、汇率波动、下游消费需求变动等因素影响，客户变动相对频繁。

2019 年，发行人五年以上经销客户收入占比相比其他年份较低，主要是由于 2019 年受贸易战影响美国客户 KARI OUT COMPANY 收入降低。

3、中介机构核查情况

申报会计师履行了如下核查程序：获取发行人直销、经销客户收入明细表，分析直销、经销客户结构及变化情况。

经核查，申报会计师认为，报告期内发行人直销、经销客户结构变动合理，符合发行人实际经营特点。

（五）结合发行人报告期内退换货的金额和比例，说明是否存在因质量问题发生的大额退换货或流失客户情形

1、情况说明

报告期内，发行人退换货情况如下：

单位：万元

项目	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
退换货金额	25.07	86.16	102.67	34.38
营业收入	54,768.58	84,821.12	69,141.08	51,298.17
退换货金额占营业收入比例	0.05%	0.10%	0.15%	0.07%

报告期内，发生退换货的原因主要系运输包装破损及个别批次产品不符合客户要求，不存在因质量问题发生的大额退换货或流失客户情形。

2、中介机构核查情况

申报会计师履行了如下核查程序：取得报告期内退换货明细表、退换货相关制度，访谈发行人销售部门负责人、财务负责人，了解退换货情况、发生原因、是否存在产品质量问题或纠纷投诉的情形。

经核查，申报会计师认为，报告期内，公司不存在因质量问题发生大额退换货或流失客户的情形。

（六）说明除签收确认外是否还存在其他收入确认形式，如是，请准确披露收入确认具体方法、收入确认时点是否准确

1、情况说明

报告期内，发行人收入确认原则如下：对于国内销售，发行人在将产品交付给国内客户并经客户签收时确认产品销售收入；对于出口销售，公司将产品报关并完成出口报关手续后，确认产品销售收入。

对于内销业务，发行人不存在除签收以外的其他收入确认方式。发行人内销业务存在三种签收方式：

（1）经销客户授权终端客户签收，收入确认时点为终端客户签收时。采用该签收方式的客户为福建袋王，福建袋王为经销商客户，其终端客户主要为三福百货，三福百货门店众多，公司需将货物送达至各个门店，故公司启用快速配送进行门对门送货。公司日常会保存物流快递单，可随时跟踪客户签收情况，并要求快递公司每月末导出当月的所有快递物流信息作为签收依据。

(2) 电子对账签收, 收入确认时点为客户签收时。采用该签收方式的客户有必胜食品和乐信贸易。必胜食品和乐信贸易的销售模式为将产品调拨入中转仓, 再由中转仓发货给客户。

两者收入确认方式有所区别:

①必胜食品: 公司可实时跟踪必胜食品中转仓发货的签收情况, 并于每月末与必胜食品进行对账, 根据客户的签收情况确认收入;

②乐信贸易: 公司根据乐信贸易每月末及次月初发送的对账单中过账(签收)日期确认当月收入。

(3) 送达客户仓库或客户指定地点后, 经客户纸质或快递签收, 收入确认时点为客户签收时。除福建袋王、必胜食品、乐信贸易外, 其余客户均采用该种签收方式。采用大宗物流配送的客户, 公司收集其纸质签收单, 采用快速配送方式的, 收集快递单用于查询客户签收情况, 并按照客户的实际签收情况对收入进行确认。

对于外销业务, 发行人在产品报关并完成出口报关手续后, 确认产品销售收入。

2、中介机构核查情况

申报会计师履行了如下核查程序: 了解公司客户的签收方式, 获取客户的签收依据等。

经核查, 申报会计师认为, 对于内销业务, 发行人不存在除签收以外的其他收入确认方式; 对于外销业务, 发行人在产品报关并完成出口报关手续后, 确认产品销售收入。

(七) 请保荐人和申报会计师发表明确意见, 区分境内、境外并结合各期函证、走访等方式, 包括但不限于发函和回函情况、函证样本的选择方法、收入的截止性测试、访谈的客户数量、金额以及比例等, 说明对收入的核查过程, 对经销商实现最终销售的核查情况; 说明发行人海关出口数据、出口退税金额、境外客户应收账款函证情况与发行人境外销售收入是否匹配, 说明走访境外客户、向境外客户函证、访谈境外客户境内办事处等具体核查过程

1、收入核查过程

申报会计师履行了如下核查程序:

(1) 销售与收款循环内控测试

对公司的销售及收款循环实施穿行及控制测试，评价内部控制制度建立和运行的有效性等。

（2）收入细节性测试

①内销核查：查阅销售合同、签收单、银行回单和销售发票等与销售相关的原始单据，核实收入确认的真实性和完整性等。

②外销核查：查阅销售合同、报关单、银行回单和销售发票等与销售相关的原始单据，核实收入确认的真实性和完整性等。

（3）收入分析性程序

报告期各年度收入、成本、毛利率波动分析，报告期主要产品收入、成本、毛利率波动分析等。

（4）当期及期后销售回款核查

对报告期重要客户当期及期后销售回款的交易流水进行核对，检查在银行存款、票据等不同支付方式下销售回款的真实性等。

（5）函证程序

对报告期重要客户的期末应收账款余额和当期交易金额进行函证。

报告期内，营业收入发函及回函比例如下：

单位：万元，%

客户类型	项目	2021 年 1-6 月		2020 年度		2019 年度		2018 年度	
		金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
主营业务收入									
内销客户	发函	36,227.78	89.15	56,335.93	94.73	44,467.10	91.16	31,955.78	86.59
	回函	35,303.59	86.88	55,791.71	93.82	44,161.62	90.54	31,844.84	86.29
外销客户	发函	9,776.04	73.47	21,256.28	89.11	15,741.86	82.64	11,036.81	81.06
	回函	8,763.29	65.86	18,660.68	78.23	13,391.81	70.30	7,859.89	57.73
其他业务收入									
发函		656.76	79.64	908.47	60.68	642.63	48.86	437.37	56.37
回函		656.76	79.64	908.47	60.68	642.63	48.86	437.37	56.37
合计									
发函		46,660.57	85.20	78,500.68	92.55	60,851.60	88.01	43,429.95	84.66
回函		44,723.63	81.66	75,360.86	88.85	58,196.06	84.17	40,142.11	78.25

针对已发函未回函客户的销售收入，执行了如下替代测试程序：检查与收入确认相关的销售合同、销售发票、发货单、签收单、报关单等支持性文件；检查

当期收款及期后收款情况。通过替代测试，核查了已发函未回函客户报告期各期收入金额的真实性和准确性。

（6）截止性测试

①内销核查：选取报告期资产负债表日前后 30 天的内销收入明细进行从账面到签收单的截止性测试，以评价收入是否确认在恰当的会计期间。

②外销核查：选取各报告期资产负债表日前后 30 天的外销收入明细进行从账面到报关单的截止性测试，以评价收入是否确认在恰当的会计期间。

（7）客户背景及关联方关系核查

①内销核查：通过查阅或获取天眼查、企查查、国家企业信用信息公示系统等渠道，了解内销客户的背景信息；核查发行人与客户是否存在关联关系。

②外销核查：通过中国出口信用保险公司、客户公开信息网站、访谈等了解外销客户的背景信息；核查发行人与客户是否存在关联关系。

（8）访谈程序

申报会计师对发行人重要境内客户和境外客户进行了现场走访或视频访谈，对重要客户基本情况、与发行人业务合作情况、交易价格、信用期限、产品质量、关联关系等方面进行了核查，针对经销商客户，进一步核查了其终端客户情况、期末库存情况等。区分境内和境外，申报会计师客户访谈的情况如下：

（1）境内客户

申报会计师访谈境内客户 18 家，已访谈客户的金额和比例情况具体如下：

单位：万元

项目	2021 年上半年	2020 年	2019 年	2018 年
内销收入	41,445.33	60,964.45	50,086.54	37,669.20
已访谈境内客户收入	22,296.11	30,514.80	23,403.77	18,022.56
占比	53.80%	50.05%	46.73%	47.84%

境内客户访谈比例较低，主要是由于发行人第一大客户必胜食品不接受供应商访谈，虽然发行人已会同申报会计师与必胜食品进行了沟通，但必胜食品仍拒绝了中介机构的访谈请求。报告期内，发行人对必胜食品销售收入占营业收入的比例分别为 25.72%、26.84%、21.02%和 16.95%。

（2）境外客户

申报会计师通过视频方式访谈境外客户 14 家，已访谈客户的金额和比例情况具体如下：

单位：万元

项目	2021 年上半年	2020 年	2019 年	2018 年
外销收入	13,323.25	23,856.67	19,054.54	13,628.96
已访谈境外客户收入	8,423.46	17,430.57	12,150.80	8,040.76
占比	63.22%	73.06%	63.77%	59.00%

2、对经销商最终销售的核查情况

申报会计师对主要经销客户终端销售情况进行核查时，由于经销客户与发行人完全独立，与发行人为平等的业务合作关系，其终端销售情况、期末库存情况等为其重要商业机密，出于保护其商业秘密的考虑，多数经销客户拒绝提供相关信息，仅有少数经销客户提供了部分信息。此外，存在有部分经销客户无仓库，或指定发行人直接发货给终端客户，具体情况如下：

项目	家数	具体情况
拒绝提供终端销售、期末库存情况的经销客户	9	KARIOUT COMPANY、CLASSIQUE INTERNATIONAL LIMITED、FORMPAPER PACKAGING S.A.等 9 家明确拒绝提供相关信息
仅提供部分信息的经销客户	3	东京艺术、JMP 以及 FABRICA DE BANDEJAS LTDA 仅提供部分库存信息
无仓库，或指定发行人直接发往终端客户的经销客户	6	福建袋王、BRAND PACKAGING CO.LIMITED、Transco、澳璞特、晋江朝航、腾隆达等
合计	18	-

发行人经销客户实质为贸易商，未与发行人签订经销协议，发行人与经销客户不存在销售区域划分、制定年度销售目标、销售价格指导、返利或奖励等相关的合作条款或约定，经销客户完全独立于发行人，与发行人为平等合作关系，自主采购、自主定价、自主销售，特点上接近于直销客户。

由于发行人经销客户出于对保护其商业秘密的考虑拒绝提供最终销售、期末库存等相关信息，申报会计师仅获取少量经销客户最终销售及期末库存情况，具体如下：

单位：万元

项目	2021 年上半年	2020 年	2019 年	2018 年
已获取最终销售及期末库存情况客户收入	1,530.20	7,084.90	4,303.17	-
经销收入	14,465.85	25,038.86	22,279.42	19,021.11
占比	10.58%	28.30%	19.31%	-

此外，申报会计师采取了如下替代方式对经销客户的最终销售情况进行了核查：

(1) 部分经销客户无仓库，或指定发行人直接发货至终端客户，对于此类

客户，可认为已实现最终销售，此类经销客户报告期内的收入情况如下：

单位：万元

项目	2021 年上半年	2020 年	2019 年	2018 年
无仓库，或指定发行人直接发货至终端客户的相关收入	1,317.01	2,386.16	3,881.99	6,214.99
经销收入	14,465.85	25,038.86	22,279.42	19,021.11
占比	9.10%	9.53%	17.42%	32.67%

(2) 根据对主要经销客户的访谈，主要经销客户的终端客户大部分为知名消费品牌、餐厅、超市、百货商场等，包括美国 SYSCO、日本优衣库、澳洲 MENULOG、Uber Eats（优步外卖）、Food stuff 超市等；

(3) 根据对主要经销客户的访谈，主要经销客户大部分采取先有下游客户订单后向发行人下单采购的模式；

(4) 根据对主要经销客户的访谈，不存在发行人向其大量铺货的情形；

(5) 通过实地查看发行人生产经营场所，部分经销客户向发行人采购的产品印制有终端客户品牌 logo；

(6) 通过查看主要经销客户的收入实现月份，主要经销客户收入实现均匀分布，不存在年末突击发货确认收入的情况，不存在期后大额退货的情况；

(7) 通过检查主要经销客户的销售回款情况，主要经销客户货款回收情况良好；

(8) 通过查询中国出口信用保险公司资信报告、经销客户官方网站、年度报告以及其他网络公开信息，核查主要经销客户背景情况，核查主要经销客户与发行人是否存在关联关系；

(9) 抽取主要经销客户部分订单执行销售穿行测试。

经核查，申报会计师认为，主要经销客户产品已实现最终销售，不存在发行人向经销客户大量铺货的情形。

3、发行人海关出口数据、出口退税金额、境外客户应收账款函证情况与发行人境外销售收入的匹配情况

发行人海关出口数据、出口退税金额、境外客户应收账款函证情况与发行人境外销售收入的匹配情况

(1) 发行人海关出口数据与境外销售收入的匹配情况

报告期内，发行人仅母公司和马来西亚南王有境外销售业务，申报会计师分

别对比了发行人母公司和马来西亚南王海关出口数据和境外销售收入的匹配情况。

①发行人母公司

报告期内，发行人母公司外销收入与海关数据的匹配情况具体如下：

单位：万元

项目	序号	2021 年 1-6 月	2020 年	2019 年	2018 年
发行人母公司外销收入	①	11,813.65	23,234.47	19,094.02	13,628.97
发行人母公司海关报关出口记录的外销收入	②	11,821.50	23,179.36	19,124.78	13,628.92
差异③=①-②	③	-7.85	55.11	-30.76	0.05
差异比例④=③/②*100%	④	-0.07%	0.24%	-0.16%	0.00%

报告期内发行人母公司境外销售收入与海关出口数据基本匹配，差异主要由尾数、返利差异、技术服务费出口（发行人母公司为境外子公司马来西亚南王提供技术支持与辅导收取的服务费）无需报关形成差异、快递样品给境外客户由快递公司报关形成差异、材料出口不能退税转内销税额差异等原因引起。

②马来西亚南王

报告期内，马来西亚南王销售收入与海关数据的匹配情况具体如下：

单位：万元

项目	序号	2021 年 1-6 月	2020 年	2019 年	2018 年
马来西亚南王销售收入	①	1,691.10	795.63	-	-
马来西亚南王海关数据记录的收入	②	1,681.70	793.39	-	-
差异③=①-②	③	9.40	2.24	-	-
差异比例④=③/②*100%	④	0.56%	0.28%	-	-

报告期内，马来西亚南王销售收入与海关数据基本匹配，差异主要是由于马来西亚南王废纸等其他业务收入不涉及到出口报关。

（2）发行人出口退税金额与境外销售收入的匹配情况

报告期内，发行人仅母公司和马来西亚南王有境外销售业务，马来西亚南王不缴纳增值税，不涉及出口退税，因此申报会计师重点核查了发行人母公司出口退税申报数据和外销收入的匹配情况。

报告期内，发行人母公司出口退税申报数据与境外销售收入的匹配情况如下：

单位：万元

项目	序号	2021 年 1-6 月	2020 年	2019 年	2018 年

发行人母公司外销收入	①	11,813.65	23,234.47	19,094.02	13,628.97
发行人母公司出口退税系统申报的外销收入	②	11,805.63	30,701.92	12,164.85	11,804.98
差异③=①-②	③	8.02	-7,467.45	6,929.17	1,823.99

报告期内，发行人母公司境外销售收入与出口退税数据的差异原因如下：

单位：万元

项目	序号	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
申报出口退税时间性差异①=②+③	①	--189.39	-7,573.33	6,871.04	1,818.13
其中：当期申报退税销售额在前期确认收入	②	-2,025.17	-9,598.50	-2,727.46	-909.33
其中：下期申报退税销售在当期确认收入	③	1,835.78	-2,025.17	9,598.50	2,727.46
尾数、返利等差异	④	9.47	-49.66	-20.14	-2.48
样品快递未报关及版费差异	⑤	6.45	3.93	2.92	3.37
出口不能退税转内销差异	⑥	181.49	41.21	75.35	4.97
技术服务费出口无需报关形成的差异	⑦	-	110.40	-	-
合计⑧=①+④+⑤+⑥+⑦	⑧	8.02	-7,467.45	6,929.17	1,823.99

如上所示，报告期内发行人母公司出口销售收入与出口退税系统申报的收入差异主要是由申报出口退税时的跨期差异、尾数、星巴克返利差异、技术服务费出口（发行人母公司为境外子公司马来西亚南王提供技术支持与辅导收取的服务费）无需报关形成差异等原因引起，符合发行人实际经营情况，不存在异常情形。

（3）境外客户应收账款函证情况与发行人境外销售收入的匹配情况

单位：万元

项目	2021 年 1-6 月		2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
发函	9,776.04	73.47%	21,256.28	89.11%	15,741.86	82.64%	11,036.81	81.06%
回函	8,763.29	65.86%	18,660.68	78.23%	13,391.81	70.30%	7,859.89	57.73%

针对未回函及回函不符的境外客户，申报会计师已通过替代性程序进行了核查，包括执行穿行测试、分析差异原因等，应收账款函证情况与发行人境外销售收入匹配。

经核查，申报会计师认为，发行人境外收入与海关出口数据、出口退税金额、境外客户应收账款函证情况相匹配。

4、走访境外客户、向境外客户函证、访谈境外客户境内办事处等具体核查过程

（1）走访境外客户的具体过程

受疫情影响，申报会计师主要通过视频方式对重要境外客户进行访谈，具体过程如下：

- ①申报会计师根据报告期内境外客户的收入情况拟定访谈清单；
- ②发行人根据申报会计师提供的访谈清单联系境外客户预约访谈时间、访谈人员、访谈方式等；
- ③申报会计师项目组人员按照约定的时间对境外客户进行视频访谈，申报会计师项目组人员按访谈提纲进行提问，并进行记录；
- ④访谈完毕后申报会计师项目组人员与被访谈人员合影；
- ⑤访谈纪要经境外客户被访谈对象签字、盖章之后，连同其他申报会计师需要的资料提供给申报会计师，申报会计师人员确认无误后在访谈纪要签字。

（2）向境外客户函证的具体过程

申报会计师向境外客户的函证具体过程如下：

- ①申报会计师项目人员根据报告期内境外客户的收入情况拟定发函清单；
- ②发行人提供境外客户电子邮箱地址，项目人员对电子邮箱地址进行核实；
- ③申报会计师通过电子邮箱将询证函发送给境外客户，并要求境外客户分别回函至申报会计师电子邮箱，回函原件邮寄至申报会计师办公场所；
- ④收到境外客户回函后，查看是否相符，如有回函不符情况，申报会计师进一步分析不符原因，并执行替代性程序。

（3）访谈境外客户境内办事处具体过程

因境外客户日常经营地大部分在国外，较少在国内设立办事处，申报会计师对 BRAND PACKAGING CO., LIMITED 在国内的办事处进行了现场走访，具体如下：

- ①申报会计师项目组人员至境外客户国内办事处的办公场所，查看访谈对象名片等；
- ②申报会计师项目组人员按访谈提纲进行提问，访谈对象作答，项目组人员进行记录；
- ③申报会计师项目组人员查看境外客户国内办事处的经营场所；

④访谈完毕后，访谈对象对访谈纪要确认无误后签字，双方合影。

问题 6. 关于主营业务成本

申请文件显示：

(1) 发行人直接材料占主营业务成本的比例分别为 77.43%、76.15%、71.99%、71.22%，整体呈下降趋势，主要是由于原纸平均采购价格下降，2021 年上半年直接材料占比进一步下降，主要是产品结构变化引起，材料占比较低的产品占比提高，以及人工成本上升导致。

(2) 报告期内，发行人制造费用占比分别为 11.76%、12.31%、16.49%、15.95%，主要是由于业务规模扩张，发行人不断增加购置生产设备，固定资产折旧增加导致。2020 年制造费用较 2019 年占比上升，主要是因为运输装卸费影响。

请发行人：

(1) 请结合直接材料、制造费用的具体情况，说明发行人原纸平均采购价格下降、机器设备折旧对主营业务成本的影响；区分环保纸袋与食品包装，说明各期的料工费成本结构构成及变动，与同行业可比公司成本结构是否存在重大差异，2021 年在原材料上涨背景下直接材料占比进一步下降的原因。

(2) 说明各期主要产品对应原材料消耗配比的变化情况；报告期主要材料的平均采购价格、主要材料结转成本的平均价格与市场平均价格是否存在重大差异。

(3) 说明直接人工各期对应工人的数量和薪酬水平，并对比同行业可比公司或同地区平均薪酬水平，分析是否存在重大差异。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

【回复】

(一) 请结合直接材料、制造费用的具体情况，说明发行人原纸平均采购价格下降、机器设备折旧对主营业务成本的影响；区分环保纸袋与食品包装，说明各期的料工费成本结构构成及变动，与同行业可比公司成本结构是否存在重大差异，2021 年在原材料上涨背景下直接材料占比进一步下降的原因

1、请结合直接材料、制造费用的具体情况，说明发行人原纸平均采购价格下降、机器设备折旧对主营业务成本的影响

(1) 发行人原纸平均采购价格下降对主营业务成本的影响

① 由于环保纸袋用纸与食品包装用纸的单价存在较大的差异，将原纸分为环保纸袋用纸与食品包装用纸进行分析。公司原纸平均采购价格对主营业务成本的

影响如下表：

1) 环保纸袋

项目	序号	2021 年 1-6 月	2020 年	2019 年	2018 年
上年原纸单耗 (g/个)	A	40.2295	43.8039	45.4055	-
上年原纸单价 (元/g)	B	0.0045	0.0046	0.0052	-
上年单位成品原纸成本(元/个)	C=A*B	0.1801	0.2020	0.2360	-
本年原纸单耗 (g/个)	D	34.5589	40.2295	43.8039	45.4055
本年原纸单价 (元/g)	E	0.0051	0.0045	0.0046	0.0052
本年单位成品原纸成本 (元/个)	F=D*E	0.1751	0.1801	0.2020	0.2360
假设单耗不变 (元/个)	G=A*E	0.2038	0.1961	0.2094	-
原纸单价变化的影响 (元/个)	H=G-C	0.0237	-0.0059	-0.0266	-
单耗变化的影响 (元/个)	I=F-G	-0.0287	-0.0160	-0.0074	-
单位产品成本 (元/个)	J	0.3574	0.3674	0.4278	0.4719
原纸单价变化对产品成本的影响	K=H/J	6.64%	-1.61%	-6.21%	
原纸单耗变化对产品成本的影响	L=I/J	-8.04%	-4.36%	-1.73%	
原纸成本变动对产品成本的影响	M=K+L	-1.40%	-5.97%	-7.94%	

注：2020 年、2021 年 1-6 月单位产品成本已剔除运输装卸费。

2019 年环保纸袋用纸单价较 2018 年下降对成本的影响比例为-6.21%，环保纸袋用纸单耗下降对成本的影响比例为-1.73%，环保纸袋用纸成本变动对产品成本的影响比例为-7.94%。环保纸袋用纸单位成本下降与单位产品成本变动保持同一趋势。

2020 年环保纸袋用纸单价较 2019 年下降对成本的影响比例为-1.61%，环保纸袋用纸单耗下降对成本的影响比例为-4.36%，单耗对成本的影响大于单价对成本的影响，主要由于低单耗的外卖袋占比上升。环保纸袋用纸单位成本下降，单位产品成本变动与其保持同一趋势。

2021 年上半年，环保纸袋用纸单价上升对成本的影响比例为 6.64%，环保纸袋用纸单耗下降对成本的影响比例为-8.04%，单耗下降对成本的影响比例超过单价上升对产品成本的影响比例，具体分析详见本题回复之“2、区分环保纸袋与食品包装，说明各期的料工费成本结构构成及变动，与同行业可比公司成本结构是否存在重大差异，2021 年在原材料上涨背景下直接材料占比进一步下降的原因”的相关内容。

2) 食品包装

项目	序号	2021 年 1-6 月	2020 年	2019 年	2018 年
上年原纸单耗 (g/个)	A	8.0864	8.2797	7.3395	
上年原纸单价 (元/g)	B	0.0071	0.0074	0.0076	
上年单位成品原纸成本(元/个)	C=A*B	0.0577	0.0609	0.0559	
本年原纸单耗 (g/个)	D	6.4292	8.0864	8.2797	7.3395
本年原纸单价 (元/g)	E	0.0074	0.0071	0.0074	0.0076
本年单位成品原纸成本 (元/个)	F=D*E	0.0479	0.0577	0.0609	0.0559
假设原纸单耗不变 (元/个)	G=A*E	0.0602	0.0591	0.0540	-
原纸单价变化的影响 (元/个)	H=G-C	0.0025	-0.0018	-0.0020	-
单耗变化的影响 (元/个)	I=F-G	-0.0123	-0.0014	0.0069	-
单位产品成本 (元/个)	J	0.0692	0.0787	0.0804	0.0723
原纸单价变化对产品成本的影响	K=H/J	3.60%	-2.29%	-2.44%	
原纸单耗变化对产品成本的影响	L=I/J	-17.83%	-1.75%	8.60%	
原纸成本变动对产品成本的影响	M=K+L	-14.23%	-4.04%	6.16%	

注：2020 年、2021 年 1-6 月单位产品成本已剔除运输装卸费。

2019 年，食品包装用纸单价下降对成本的影响比例为-2.44%，食品包装用纸单耗上升对成本的影响比例为 8.60%，食品包装用纸成本变动对产品成本的影响比例为 6.16%。食品包装用纸单价下降，食品包装单位成本上升，二者呈反向变动，主要受食品包装用纸单耗变动影响，2019 年食品包装产品结构发生变化，高单耗产品如汉堡盒、小餐盒等产量占比上升，拉高了食品包装用纸单耗。

2020 年，食品包装用纸单价下降对成本的影响比例为-2.29%，食品包装用纸单耗下降对成本的影响比例为-1.75%，食品包装用纸成本变动对产品成本的影响比例为-4.04%。食品包装用纸单价变动与食品包装单位产品成本变动方向一致。

2021 年上半年，食品包装用纸单价上升对成本的影响比例为 3.60%，食品包装用纸单耗下降对成本的影响比例为-17.83%，食品包装用纸成本变动对产品成本的影响比例为-14.23%。食品包装用纸单价上涨，食品包装单位产品成本下降，二者呈反向变动，主要受食品用纸单耗变动影响，具体分析详见本题回复之“2、区分环保纸袋与食品包装，说明各期的料工费成本结构构成及变动，与同行业可比公司成本结构是否存在重大差异，2021 年在原材料上涨背景下直接材料占比进一步下降的原因”的相关内容。

②发行人机器设备折旧对主营业务成本的影响

1) 环保纸袋

项目	序号	2021 年 1-6 月	2020 年	2019 年	2018 年
上年制造费用中机器设备折旧金额（万元）	A	1,499.22	1,033.87	826.44	-
上年生产数量（万个）	B	93,118.24	55,202.55	41,130.02	-
上年单位产品折旧金额（元/百个）	C=A/B	1.61	1.87	2.01	-
本年制造费用中机器设备折旧金额（万元）	D	999.94	1,499.22	1,033.87	826.44
本年生产数量（万个）	E	68,333.97	93,118.24	55,202.55	41,130.02
本年单位产品折旧金额（元/百个）	F=D/E	1.46	1.61	1.87	2.01
单位产品成本金额（元/百个）	G	35.74	36.74	42.78	47.19
机器设备折旧对成本的影响	$H=(F-C)/(G(本年)-G(上年))$	14.67%	4.35%	3.09%	-
单位折旧占单位产品成本的比例	I=F/G	4.09%	4.38%	4.38%	4.26%

注：2020 年、2021 年 1-6 月单位产品成本已剔除运输装卸费。

2019 年，单位产品机器设备折旧变动与单位产品成本变动方向相同，机器设备折旧对成本的影响与单位折旧占单位产品成本的比例趋同。

2020 年，单位产品机器设备折旧变动与单位产品成本变动方向相同，机器设备折旧对成本的影响与单位折旧占单位产品成本的比例趋同。

2021 年上半年，单位产品机器设备折旧变动与单位产品成本变动方向相同，机器设备折旧对成本的影响大于单位折旧占单位产品成本的比例，主要系因 2021 年上半年环保纸袋中小规格产品占比上升。

2) 食品包装

项目	序号	2021 年 1-6 月	2020 年	2019 年	2018 年
上年制造费用中机器设备折旧金额（万元）	A	787.84	658.82	599.42	
上年生产数量（万个）	B	355,748.71	318,197.64	219,897.41	
上年单位产品折旧金额（元/百个）	C=A/B	0.22	0.21	0.27	
本年制造费用中机器设备折旧金额（万元）	D	453.58	787.84	658.82	599.42
本年生产数量（万个）	E	259,102.72	355,748.71	318,197.64	219,897.41
本年单位产品折旧金额（元/百个）	F=D/E	0.18	0.22	0.21	0.27
单位产品成本金额（元/百个）	G	6.92	7.87	8.04	7.23
机器设备折旧对成本的影响	$H=(F-C)/(G(本年)-G(上年))$	4.88%	-8.48%	-8.09%	
单位折旧占单位产品成本的比例	I=F/G	2.53%	2.81%	2.58%	3.77%

注：2020 年、2021 年 1-6 月单位产品成本已剔除运输装卸费。

2019 年，单位产品机器设备折旧变动与单位产品成本变动方向相反，主要

原因为公司产能利用率提升，导致单位固定成本下降。

2020 年，单位产品机器设备折旧上升，食品包装单位产品成本下降，主要原因为 2020 年受疫情影响产能利用率下降，单位固定成本上升，而食品包装单位成本下降主要原因为 2020 年食品包装中容器类产品销售占比下降，容器类产品体积大，用纸量大，容器类产品单位成本高于包材类和吸管类，其销售占比对食品包装整体的单位售价和单位成本影响较大。

2021 年上半年，单位产品机器设备折旧与单位产品成本同方向变动。

2、区分环保纸袋与食品包装，说明各期的料工费成本结构构成及变动，与同行业可比公司成本结构是否存在重大差异，2021 年在原材料上涨背景下直接材料占比进一步下降的原因

（1）环保纸袋

报告期内，公司环保纸袋的成本构成情况如下：

年度	料占比	工占比	费占比	合计
2021 年 1-6 月	72.13%	14.75%	13.12%	100.00%
2020 年	71.66%	13.88%	14.46%	100.00%
2019 年	70.57%	14.56%	14.87%	100.00%
2018 年	74.26%	13.19%	12.55%	100.00%

注：2020 年和 2021 年上半年的料工费占比已剔除运输装卸费的影响。

2019 年相对 2018 年直接材料占比下降、直接人工占比和制造费用占比上升，主要原因为 2019 年原纸价格下降。

2020 年料工费占比与 2019 年相比无明显差异，直接人工占比下降，主要原因为 2020 年公司享受疫情期间社保减免政策。

2021 年上半年原纸单价大幅上涨而直接材料占比却与 2020 年趋同，原因详见本题回复“（4）2021 年在原材料上涨背景下直接材料占比进一步下降的原因”。

2021 年上半年直接人工占比上升的主要原因为，2020 年公司享受疫情期间社保减免政策，而 2021 年上半年未享受该政策。

2021 年上半年，制造费用占比下降，主要原因为 2021 年上半年环保纸袋中小规格产品占比上升。

（2）食品包装

报告期内，公司食品包装成本的构成情况如下：

年度	料占比	工占比	费占比	合计
2021 年 1-6 月	79.21%	11.99%	8.80%	100.00%
2020 年	81.00%	10.11%	8.89%	100.00%
2019 年	81.40%	8.69%	9.91%	100.00%
2018 年	80.92%	8.20%	10.88%	100.00%

注：2020 年和 2021 年上半年的料工费占比已剔除运费的影响。

2019 年料工费占比与 2018 年相比无明显差异，制造费用占比下降，主要由于产能利用率提升，单位固定成本下降。

2020 年，直接材料占比与 2019 年相比基本稳定，直接人工占比上升，制造费用占比下降，主要为公司 2020 年开始大量投入纸吸管生产，前期人员储备多，但生产操作不熟练导致产出效率低，导致直接人工占比提高，而纸吸管机原值较低，故其对制造费用的影响较小。

2021 年上半年，直接材料占比与 2020 年趋同，食品包装用纸成本变动对单位产品成本的影响比例为-14.23%，影响比例较大，但直接材料占比却无明显变动，主要由于直接人工占比上升，直接人工占比上升原因主要为：①2020 年公司享受疫情期间社保减免政策，而 2021 年上半年未享受该政策；②2021 年上半年纸吸管产量上升，纸吸管生产需要较多的人工参与，直接人工占比较高。2021 年上半年，制造费用占比与 2020 年相比基本稳定。

（3）发行人与同行业可比上市公司成本结构的比较情况

发行人与同行业可比上市公司成本结构的比较情况如下：

名称	年度	料占比	工占比	费占比	合计
永吉股份	2018 年	75.50%	7.40%	17.10%	100.00%
	2019 年	76.22%	7.62%	16.16%	100.00%
	2020 年	79.44%	7.62%	12.94%	100.00%
	2021 年 1-6 月	-	-	-	-
裕同科技	2018 年	60.04%	16.25%	23.70%	100.00%
	2019 年	58.73%	15.78%	25.49%	100.00%
	2020 年	61.49%	14.68%	23.83%	100.00%
	2021 年 1-6 月	-	-	-	-
美盈森	2018 年	75.98%	13.65%	10.37%	100.00%
	2019 年	76.42%	13.16%	10.42%	100.00%

名称	年度	料占比	工占比	费占比	合计
	2020 年	77.20%	12.44%	10.36%	100.00%
	2021 年 1-6 月	-	-	-	-
翔港科技	2018 年	60.10%	17.08%	22.82%	100.00%
	2019 年	56.83%	18.96%	24.21%	100.00%
	2020 年	54.26%	12.56%	33.19%	100.00%
	2021 年 1-6 月	-	-	-	-
龙利得	2018 年	89.26%	2.83%	7.91%	100.00%
	2019 年	88.41%	2.79%	8.79%	100.00%
	2020 年	87.84%	2.20%	9.96%	100.00%
	2021 年 1-6 月	-	-	-	-
大胜达	2018 年	80.55%	6.50%	12.95%	100.00%
	2019 年	76.79%	5.91%	17.30%	100.00%
	2020 年	76.51%	6.02%	17.47%	100.00%
	2021 年 1-6 月	-	-	-	-
森林包装	2018 年	81.25%	4.14%	14.61%	100.00%
	2019 年	78.78%	4.76%	16.46%	100.00%
	2020 年	80.52%	4.67%	14.81%	100.00%
	2021 年 1-6 月	-	-	-	-
东风股份	2018 年	69.64%	8.60%	21.76%	100.00%
	2019 年	68.97%	8.97%	22.05%	100.00%
	2020 年	66.61%	9.42%	23.97%	100.00%
	2021 年 1-6 月	-	-	-	-
上海艾录	2018 年	80.16%	6.98%	12.86%	100.00%
	2019 年	80.18%	7.05%	12.77%	100.00%
	2020 年	78.43%	6.01%	15.56%	100.00%
	2021 年 1-6 月	-	-	-	-
金时科技	2018 年	73.92%	5.01%	21.07%	100.00%
	2019 年	75.88%	5.71%	18.41%	100.00%
	2020 年	75.61%	5.87%	18.52%	100.00%
	2021 年 1-6 月	-	-	-	-
行业平均值	2018 年	74.64%	8.84%	16.52%	100.00%

名称	年度	料占比	工占比	费占比	合计
	2019 年	73.72%	9.07%	17.21%	100.00%
	2020 年	73.79%	8.15%	18.06%	100.00%
	2021 年 1-6 月	-	-	-	-
发行人	2018 年	77.43%	10.81%	11.76%	100.00%
	2019 年	76.16%	11.53%	12.31%	100.00%
	2020 年	75.95%	12.15%	11.90%	100.00%
	2021 年 1-6 月	75.21%	13.55%	11.24%	100.00%

注：数据来源为同行业可比公司的招股说明书、定期报告、公开发行可转换公司债券跟踪评级报告；永吉股份 2020 年公司主营产品涉及两个行业，印刷包装行业和医药大麻行业，上表只统计印刷包装行业；上表翔港科技 2020 年料工费数据仅统计包装印刷同行业数据；上表同行业平均值数据统计已剔除运费的影响。环球印务、合兴包装、新通联、新宏泽、劲嘉股份未披露料工费数据。

经比较同行业可比上市公司情况，公司成本结构与同行业可比上市公司不存在显著差异。

（4）2021 年在原材料上涨背景下直接材料占比进一步下降的原因

公司 2020 年、2021 年上半年分产品料工费占比情况如下表：

环保纸袋				
年度	料占比	工占比	费占比	合计
2021 年 1-6 月	72.13%	14.75%	13.12%	100.00%
2020 年	71.66%	13.88%	14.46%	100.00%
食品包装				
年度	料占比	工占比	费占比	合计
2021 年 1-6 月	79.21%	11.99%	8.80%	100.00%
2020 年	81.00%	10.11%	8.89%	100.00%

注：2020 年和 2021 年 1-6 月的料工费占比已剔除运费的影响。

2021 年 1-6 月，环保纸袋直接材料占比相对 2020 年略有上升。由本题（一）回复中原纸对成本的影响分析中可以看出，2021 年 1-6 月，环保纸袋原纸单价上升对成本的影响为正向，原纸单耗下降对成本的影响为反向，原纸单耗下降对成本的影响大于原纸单价上升对成本的影响，导致直接材料占比上涨幅度低于原纸单价上涨幅度，原纸单耗下降原因为 2021 年 1-6 月美团外卖袋产品产量大幅上涨，美团外卖袋产品主要为药品袋，产品规格较小，产品原纸单耗较低。

2021 年 1-6 月，食品包装直接材料占比相对 2020 年有所下降。食品包装原纸单价上升对成本的影响为正向，原纸单耗下降对成本的影响为反向，且单耗对

成本的影响大于原纸单价对成本的影响，导致原纸单价上升但原纸对成本的影响为反向。原纸单耗下降原因为，2021 年 1-6 月，低原纸单耗的产品如纸吸管等销量占比大幅上涨，高原纸单耗的产品如汉堡盒等销量占比下降。

3、中介机构核查情况

申报会计师履行了如下程序：

（1）获取公司成本明细表，访谈公司财务人员，核查报告期公司主要产品的成本构成；

（2）获取材料消耗配比表、了解各主要产品生产工艺情况；

（3）获取收入成本明细表，访谈公司销售人员，核查报告期内客户结构、产品结构的变化；

（4）查阅同行业可比上市公司料工费占比情况，与发行人料工费占比进行比较分析。

经核查，申报会计师认为：

（1）发行人原纸平均采购价格下降、机器设备折旧对主营业务成本的有一定影响，单位主营业务成本的变化方向与幅度还受到当期产品结构、各产品原料单耗、产能利用效率、直接人工成本等多方面综合因素的影响；

（2）发行人成本结构与同行业可比上市公司相比不存在重大差异。

（3）2021 年上半年原纸单价上涨，直接材料占比下降主要系由于原纸单耗大幅下降及直接人工大幅上升。

（二）说明各期主要产品对应原材料消耗配比的变化情况；报告期主要材料的平均采购价格、主要材料结转成本的平均价格与市场平均价格是否存在重大差异

1、说明各期主要产品对应原材料消耗配比的变化情况

报告期内，公司主要产品为环保纸袋和食品包装。公司主要产品成本结构基本一致，均以直接材料为主，直接材料包含原纸、油墨、胶水等，其中以原纸为主，原纸占直接材料的比例如下：

产品类别	2021 年 1-6 月	2020 年	2019 年	2018 年
环保纸袋	68.23%	67.41%	66.93%	67.38%
食品包装	84.80%	85.60%	87.98%	89.13%
合计	75.73%	76.20%	78.83%	78.02%

报告期内，原纸占直接材料的比例基本一致，由于原纸占直接材料比例较大，因此重点针对原纸进行材料配比分析。发行人主要产品的原纸单耗情况如下：

项目	2021 年 1-6 月		2020 年		2019 年		2018 年
	单耗 (g/个)	波动比例	单耗 (g/个)	波动比例	单耗 (g/个)	波动比例	单耗 (g/个)
环保纸袋	34.56	-14.10%	40.23	-8.16%	43.80	-3.53%	45.41
食品包装	6.43	-20.49%	8.09	-2.34%	8.28	12.81%	7.34
合计	12.30	-16.64%	14.75	9.04%	13.53	1.45%	13.34

由上表可看出，环保纸袋原纸单耗明显高于食品包装，主要原因为食品包装主要为纸杯、纸袋、纸盒等，产品尺寸较小，环保纸袋主要为购物袋等，产品尺寸较大，环保纸袋单位产品对原纸的耗用量远高于食品包装。

报告期内，环保纸袋原纸单耗逐年下降，主要原因为报告期内公司环保纸袋产品客户群从以鞋服行业为主扩展至餐饮（外卖打包袋）、药品、零售等行业，导致公司轻量化产品占比增加。

报告期内，食品包装原纸单耗先上升再下降，具体分析如下：

（1）2019 年食品包装原纸单耗高于 2018 年，主要原因为产品结构发生变化，2019 年原纸单耗较高的产品如汉堡盒、小餐盒等销量占比大幅上涨，导致 2019 年原纸单耗上升。

（2）2020 年食品包装原纸单耗与 2019 年相比保持相对稳定。

（3）2021 年 1-6 月食品包装原纸单耗低于 2020 年，主要原因为产品结构发生变化，2021 年 1-6 月原纸单耗较低的产品如纸吸管等销量占比大幅上涨，原纸单耗较高的产品如汉堡盒等销量占比下降以及公司产品工艺更新，如缩短纸袋糊口等，对于纸张的利用率有所提升。

2、报告期主要材料的平均采购价格、主要材料结转成本的平均价格与市场平均价格是否存在重大差异

公司主要材料为原纸，原纸分为环保原纸与食品原纸。报告期内环保原纸与食品原纸采购均价与平均结转成本的对比情况如下：

单位：万元

项目	2021 年 1-6 月		
	采购均价	结转成本均价	差异率
环保原纸	5,223.89	5,066.56	3.11%
食品原纸	7,502.88	7,444.39	0.79%

项目	2020 年		
	采购均价	结转成本均价	差异率
环保原纸	4,415.87	4,476.89	-1.36%
食品原纸	7,090.59	7,136.63	-0.65%
项目	2019 年		
	采购均价	结转成本均价	差异率
环保原纸	4,476.91	4,612.01	-2.93%
食品原纸	7,267.53	7,354.59	-1.18%
项目	2018 年		
	采购均价	结转成本均价	差异率
环保原纸	5,267.08	5,197.32	1.34%
食品原纸	7,665.50	7,622.38	0.57%

报告期内，公司原纸的采购均价与当期结转成本的均价基本匹配。差异率主要由原纸采购入库与原纸生产领用结转成本存在时间差导致。

采购均价与市场价格的对比情况具体可参见本问询函回复“问题 8”之（三）的相关内容。

3、中介机构核查情况

申报会计师履行了如下核查程序：

（1）获取公司成本明细表，访谈公司财务人员，核查报告期公司主要产品的成本构成；

（2）获取材料消耗配比表、了解各主要产品生产工艺情况；

（3）获取收入成本明细表，访谈公司销售人员，核查报告期内客户结构、产品结构的变化；

（4）访谈公司管理层，了解主要产品的单位成本构成以及成本结构；

（5）获取公司采购明细表，分析各主要原材料的采购金额、采购均价等情况，获取主要原材料的市场价格，分析同类产品不同供应商的采购价格差异以及同一供应商采购价格的波动原因及合理性。

经核查，申报会计师认为：

（1）报告期内，主要产品原材料消耗配比与实际情况相匹配；

（2）报告期主要材料平均采购价格与其结转成本的平均价格相匹配，与市场平均价格不存在明显差异。

（三）说明直接人工各期对应工人的数量和薪酬水平，并对比同行业可比公司或同地区平均薪酬水平，分析是否存在重大差异

1、直接人工各期对应工人数量和薪酬水平

报告期内，公司直接人工对应工人的数量与平均薪酬情况如下：

项目	2021 年 1-6 月	2020 年	2019 年	2018 年
月均人数（人）	1,241	849	788	599
直接人工（万元）	4,877.36	5,811.34	5,357.91	3,730.94
月平均薪酬（元/人）	6,550.31	5,704.10	5,666.15	5,190.51

报告期内，随着公司业务规模不断扩张，公司直接人工的平均薪酬水平逐年提升。2021 年上半年公司直接人工月平均薪酬上涨幅度较大，主要原因系：

（1）2020 年公司享受疫情期间社保减免政策，而 2021 年上半年公司未享受该政策；

（2）生产车间人工工资多采用计件方式计薪，2021 年疫情对公司的影响减缓，公司产量上升，人工工资上升。

2、直接人工平均薪酬与同行业可比上市公司、当地平均薪酬比较情况

（1）发行人直接人工平均薪酬与同行业可比上市公司的比较情况如下：

单位：元/月

公司名称	2020 年			2019 年			2018 年		
	月均薪酬	当地社会平均工资	月均薪酬/社会平均工资	月均薪酬	当地社会平均工资	月均薪酬/社会平均工资	月均薪酬	当地社会平均工资	月均薪酬/社会平均工资
裕同科技	6,236.68	11,619.67	53.67%	5,647.40	10,646.42	53.05%	4,998.53	9,309.08	53.70%
永吉股份	3,404.22	8,485.75	40.12%	4,526.35	7,720.83	58.63%	4,812.79	6,890.42	69.85%
森林包装	5,421.01	5,630.67	96.28%	5,625.89	7,131.50	78.89%	5,162.47	6,472.92	79.75%
东风股份	6,230.18	7,033.00	88.58%	7,020.90	6,391.00	109.86%	7,881.27	5,741.58	137.27%
美盈森	5,888.50	11,619.67	50.68%	6,145.83	10,646.42	57.73%	6,055.11	9,309.08	65.05%
翔港科技	8,713.59	10,338.00	84.29%	7,362.93	12,448.08	59.15%	7,789.17	11,689.17	66.64%
大胜达	4,085.20	10,692.33	38.21%	3,585.53	9,778.25	36.67%	3,986.92	8,649.83	46.09%
金时科技	5,230.34	8,499.58	61.54%	4,928.11	7,893.50	62.43%	4,617.45	7,166.08	64.43%
平均值	5,651.22	9,239.83	61.16%	5,605.37	9,082.00	61.72%	5,662.96	8,153.52	69.45%
发行人	5,704.10	6,360.83	89.68%	5,666.15	6,026.75	94.02%	5,190.51	5,492.92	94.49%

注 1：数据来源于同行业可比上市公司年度报告、招股说明书等，因同行业可比上市公司未披露 2021 年上半年相关数据，故其 2021 年月平均工资及当地社会平均工资未与列示；

注 2：此处仅选择披露人工成本及占比情况的同行业可比上市公司进行比较；

注 3：当地社会平均的数据来源为同行业可比公司注册地所在市统计局发布的统计年鉴，选取历年城镇非私营单位在岗职工年平均工资。

由上表可见，2018 年至 2020 年公司直接人工薪酬低于同行业可比上市公司平均水平，但 2018 年至 2020 年公司直接人工平均薪酬占当地社会平均工资的比例分别为 94.49%、94.02%、89.68%，而同行业可比上市公司直接人工平均工资平均值为当地社会平均工资平均值的 69.45%、61.72%、61.16%，低于公司。

(2) 发行人直接人工平均薪酬与当地社会平均工资比较情况如下：

单位：元/月

项目	2021 年 1-6 月	2020 年	2019 年	2018 年
泉州市城镇非私营单位在岗职工平均工资	-	6,360.83	6,026.75	5,492.92
福建省城镇私营单位就业人员平均工资	-	4,885.92	4,761.75	4,410.83
泉州市城镇非私营单位从业人员平均工资——制造业	-	5,416.42	5,101.08	4,662.92
发行人直接人工平均工资	5,972.47	5,457.33	5,230.22	4,849.41

注 1：2021 年 1-6 月前述部门暂未公布相关数据；

注 2：数据来源于福建省统计局及福建省人力资源与社会保障厅、泉州市统计局及泉州市人力资源与社会保障局；

注 3：发行人直接人工平均工资为剔除五险一金后的工资。

由上可见，2018 年至 2020 年，发行人直接人工平均工资高于福建省城镇私营单位就业人员平均工资和泉州市城镇非私营单位从业人员平均工资——制造业，但低于泉州市城镇非私营单位在岗职工平均工资，主要是由于通常情况下国有单位、集体单位等员工的工资水平比私营、民营企业较高。2021 年上半年有关部门暂未公布福建省及泉州市平均工资的相关数据。

3、中介机构核查情况

申报会计师履行了如下核查程序：

(1) 查询各地人社局及统计局的当地社会平均工资情况，获取同行业可比上市公司年度报告等；

(2) 分析发行人直接人工平均工资与同行业可比上市公司及当地社会平均工资的差异及原因。

经核查，申报会计师认为：发行人直接人工各期的薪酬水平，对比同行业可比上市公司或同地区平均薪酬水平不存在重大差异。

问题 7. 关于毛利率

申请文件及公开资料显示：

(1) 招股说明书申报稿“第六节 业务与技术”关于行业内主要企业情况包含厦门吉宏科技股份有限公司，包装业务主要包括环保纸袋和食品包装；发行人选了可比上市公司 14 家（未包含吉宏股份），产品包含烟标、纸盒、彩盒、瓦楞纸箱，与发行人主要产品存在一定差别。

(2) 不考虑运输装卸费，报告期各期发行人主营业务毛利率分别为 26.66%、26.91%、25.18%、22.58%，同行业可比公司平均毛利率分别为 27.73%、27.09%、25.04%、25.15%，主要产品为烟标的同行业可比公司毛利率较高。

(3) 环保纸袋毛利率分别为 29.89%、30.92%、27.91%、23.71%；食品包装毛利率分别为 22.73%、22.69%、21.68%、21.06%，2020 年毛利率有所下降，发行人 2020 年主要原材料原纸价格下降；食品包装毛利率 2020 年下降原因包括疫情影响，以及新增的纸吸管业务由于市场竞争激烈、生产技术尚不熟练等因素影响，2021 年 1-6 月原纸价格上涨，导致毛利率降低。

(4) 发行人外销的毛利率高于内销的毛利率，主要是由于发行人产品在境外市场具备成本优势，同时，国内能够参与境外市场竞争的厂商较少，发行人凭借突出的产品质量进入境外市场，获取了相对较高的毛利率。发行人经销毛利率高于直销毛利率，主要系经销模式以外销为主，直销模式中食品包装占比较高，食品包装相对于环保纸袋毛利率较低，导致直销模式毛利率较低。

(5) 公开资料显示，2020 年 11 月，生态环境部、商务部、国家发展和改革委员会、海关总署联合发布《关于全面禁止进口固体废物有关事项的公告》，2021 年我国将禁止进口包括废纸在内的固体废物。2021 年纸浆价格持续上行。

请发行人：

(1) 结合同行业可比上市公司的选取、剔除标准和实际情况说明吉宏股份是否为发行人可比上市公司，如是，请补充披露招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”有关情况，说明是否有从事食品包装或环保纸袋生产销售同行业上市公司，如是，请区分产品类别，进一步说明毛利率比较情况，如存在较大差异，请分析原因。

(2) 结合单位售价、成本结构、工序差异、竞争地位等方面说明环保纸袋毛利率高于食品包装毛利率的合理性，环保纸袋 2020 年销售单价变动较大的原

因；结合食品包装具体产品类型收入结构，说明发行人食品包装销售单价、单位成本变动较大原因，细分产品毛利率波动情况及原因；说明疫情对食品包装毛利率的具体影响，纸吸管竞争激烈、生产技术不熟练情况是否改善。

(3) 进一步量化分析报告期毛利率变动原因；结合发行人报告期对客户的定价策略与调价趋势，说明 2020 年在整体原材料成本下降背景下，发行人毛利率下降原因；说明 2021 年纸浆价格持续上行、禁止废纸等固废进口对发行人生产经营产生的影响，结合发行人与下游客户的定价机制或提价情况，说明发行人是否有能力将成本影响向下游传导；量化分析发行人毛利率对原纸价格的敏感性，如存在较大影响，请说明发行人的应对措施，并完善相应风险提示。

(4) 结合境内外直销、经销产品收入结构、毛利率及单价、单位成本变动，进一步说明经销毛利率高于内销毛利率、境外销售毛利率高于境内销售毛利率原因。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

回复：

(一) 结合同行业可比上市公司的选取、剔除标准和实际情况说明吉宏股份是否为发行人可比上市公司，如是，请补充披露招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”有关情况，说明是否有从事食品包装或环保纸袋生产销售同行业上市公司，如是，请区分产品类别，进一步说明毛利率比较情况，如存在较大差异，请分析原因。

1、结合同行业可比上市公司的选取、剔除标准和实际情况说明吉宏股份是否为发行人可比上市公司

发行人主要产品为纸制品包装，属于印刷包装行业，行业分类为“C22 造纸及纸制品业”。发行人筛选同行业可比上市公司的标准如下：

(1) 按照《上市公司行业分类指引（2012 年修订）》，筛选出与发行人主营业务或主要产品相近的“C22 造纸及纸制品业”以及“C23 印刷和记录媒介复制业”行业的上市公司；

(2) 通过对上述行业上市公司的产品结构、收入等综合分析，最终筛选出与发行人主营业务或主要产品相似的可比上市公司。

发行人筛选同行业可比上市公司的具体过程如下：

公司名称	主营业务或主要产品	是否选取为同行	选取或剔除原因

		业可比上市公司	
C22 造纸及纸制品业			
晨鸣纸业 (000488.SZ)	机制纸、融资租赁、建筑材料、 电力及热力、化工用品等	否	主营业务与公司存在较大差异
美利云 (000815.SZ)	造纸、云业务、光伏发电等	否	主营业务与公司存在较大差异
依依股份 (001206.SZ)	卫生护理用品、无纺布等	否	主营业务与公司存在较大差异
凯恩股份 (002012.SZ)	造纸（电气及工业用配套材料、 特种食品包装材料、过滤纸等）	否	主营业务与公司存在较大差异
景兴纸业 (002067.SZ)	原纸、纸箱及纸板、生活用纸 等	否	主营业务与公司存在较大差异
太阳纸业 (002078.SZ)	纸浆及纸制品、电及蒸汽、化 工产品、其他等	否	主营业务与公司存在较大差异
合兴包装 (002228.SZ)	包装制造、产业链服务	是	包装制造主要产品为纸箱等，与 公司产品同属于纸制品包装，具 有一定可比性
美盈森 (002303.SZ)	轻型包装、重型包装、第三方 采购等	是	主要产品为纸箱等，与公司产品 同属于纸制品包装，具有一定可 比性
中顺洁柔 (002511.SZ)	生活用纸、个人护理等	否	主营业务与公司存在较大差异
齐峰新材 (002521.SZ)	造纸	否	主营业务与公司存在较大差异
顺灏股份 (002565.SZ)	特种环保纸销售、商标印刷、 工业大麻业务、新型烟草和烟 草不燃制品业务、有机农业等	否	主营业务与公司存在较大差异
环球印务 (002799.SZ)	造纸及纸制品业务、互联网营 销业务、印刷包装供应链业务 等	是	造纸及纸制品业务主要产品为纸 盒等，与公司产品同属于纸制品 包装，具有一定可比性
裕同科技 (002831.SZ)	纸制精品包装、包装配套产品、 环保纸塑产品等	是	主要产品为纸盒等，与公司产品 同属于纸制品包装，具有一定可 比性
百亚股份 (003006.SZ)	卫生巾、纸尿裤、ODM 等	否	主营业务与公司存在较大差异
龙利得 (300883.SZ)	纸箱、纸板、原纸等	是	主要产品为纸箱等，与公司产品 同属于纸制品包装，具有一定可 比性
可靠股份	护理产品、口罩及其他	否	主营业务与公司存在较大差异

(301009.SZ)			
上海艾录 (301062.SZ)	工业用纸包装产品等	是	主要产品为工业纸袋等，与公司产品同属于纸制品包装，具有一定可比性
青山纸业 (600103.SH)	造纸、纸浆、纸制品加工、医药产品、光电子产品、林木产品等	否	主营业务与公司存在较大差异
民丰特纸 (600235.SH)	造纸（卷烟纸、工业配套纸、描图纸、电容器纸等）	否	主要产品与公司存在较大差异
华泰股份 (600308.SH)	造纸、化工等	否	主要产品与公司存在较大差异
恒丰纸业 (600356.SH)	造纸（烟草工业用纸、机械光泽纸、薄型印刷纸等）	否	主要产品与公司存在较大差异
冠豪高新 (600433.SH)	无碳热敏材料、不干胶标签材料、热升华转印纸、无碳纸等	否	主要产品与公司存在较大差异
山鹰国际 (600567.SH)	造纸（箱板纸、瓦楞纸、纸制品、再生纤维等）	否	主要产品与公司存在较大差异
宜宾纸业 (600793.SH)	造纸等	否	主营业务与公司存在较大差异
岳阳林纸 (600963.SH)	制浆造纸业务、污水处理业务、林业、化工业务、房地产、建筑安装业务、市政园林业务等	否	主营业务与公司存在较大差异
博汇纸业 (600966.SH)	造纸等	否	主营业务与公司存在较大差异
新通联 (603022.SH)	包装行业	是	主要产品为纸箱等，与公司产品同属于纸制品包装，具有一定可比性
荣晟环保 (603165.SH)	原纸、纸板、蒸汽等	否	主营业务与公司存在较大差异
京华激光 (603607.SH)	激光全息防伪膜、激光全息防伪纸等	否	主营业务与公司存在较大差异
大胜达 (603687.SH)	纸包装	是	主要产品为纸箱等，与公司产品同属于纸制品包装，具有一定可比性
仙鹤股份 (603733.SH)	造纸	否	主营业务与公司存在较大差异
ST 松炆 (603863.SH)	造纸（环保再生纸的研发、生产、销售）	否	主要产品与公司存在较大差异
五洲特纸	造纸	否	主营业务与公司存在较大差异

(605007.SH)			
豪悦护理 (605009.SH)	个人护理用品（纸尿裤、卫生巾、湿巾）等	否	主营业务与公司存在较大差异
华旺科技 (605377.SH)	装饰原纸、木浆贸易	否	主营业务与公司存在较大差异
森林包装 (605500.SH)	纸包装、原纸	是	主要产品为纸箱等，与公司产品同属于纸制品包装，具有一定可比性
C23 印刷和记录媒介复制业			
滨海能源 (000695.SZ)	印刷业务（书籍、期刊、包装、画报、高端艺术品复制、说明书、台历、挂历、笔记本等）	否	主要产品与公司存在较大差异
陕西金叶 (000812.SZ)	烟草配套业务、教育业务、互联网业务、贸易、房地产业务	否	主营业务与公司存在较大差异
东港股份 (002117.SZ)	印刷业（商业票证印刷等）、服务业等	否	主营业务与公司存在差异
劲嘉股份 (002191.SZ)	烟标、镭射包装材料、彩盒等	是	主要产品为烟标、彩盒等，与公司产品同属于纸制品包装，具有一定可比性
鸿博股份 (002229.SZ)	票证产品印刷、包装办公用纸等	否	主要产品与公司存在较大差异
盛通股份 (002599.SZ)	出版综合服务、教育培训业务等	否	主营业务与公司存在较大差异
新宏泽 (002836.SZ)	包装印刷、医疗用品、其他印刷等	是	主要产品为烟标等，与公司产品同属于纸制品包装，具有一定可比性
金时科技 (002951.SZ)	烟标、镭射转移纸等	是	主要产品为烟标等，与公司产品同属于纸制品包装，具有一定可比性
天元股份 (003003.SZ)	电子标签、塑胶包装、快递封套、缓冲包装、票据等	否	主要产品与公司存在较大差异
上海易连 (600836.SH)	房地产业务、印刷业务（食品饮料包装、票据账单、包袋产品、彩印纸盒等）	否	主营业务与公司存在较大差异
东风股份 (601515.SH)	烟标、医药包装、纸品、基膜等	是	主要产品为烟标等，与公司产品同属于纸制品包装，具有一定可比性
永吉股份 (603058.SH)	烟标、药盒、酒盒等	是	主要产品为烟标等，与公司产品同属于纸制品包装，具有一定可

			比性
集友股份 (603429.SH)	烟用接装纸、烟用封签纸、电 化铝、烟标、其他等	否	主要产品与公司存在较大差异
翔港科技 (603499.SH)	彩盒、标签、包装容器、包袋、 内衬、说明书等其他印刷包装 品	是	主要产品为彩盒等，与公司产品 同属于纸制品包装，具有一定可 比性

吉宏股份的主要业务为互联网业务、包装业务、区块链供应链业务等，根据其年度报告披露，2020 年互联网业务占其营业收入的比例为 65.09%，而包装业务收入占其营业收入的比例为 34.20%。根据中国证监会发布的《2021 年 3 季度上市公司行业分类结果》，吉宏股份属于“C64 互联网和相关服务”，与发行人不属于同一行业。因此，考虑到毛利率、期间费用率、流动及速动比率、应收账款及存货周转率等各维度财务指标的可比性，发行人未将吉宏股份作为同行业可比上市公司。

吉宏股份年度报告中披露的环保食品包装业务，包括食品级环保包装及环保纸袋，主要有直接接触食品的各类冷热纸杯、纸碗、纸桶、纸盘、纸盖，以及用于服饰、鞋、食品、烟酒、化妆品等商品外包装的环保手提袋，与发行人的主要产品环保纸袋和食品包装较为相似。报告期内，吉宏股份环保食品包装业务的营业收入及毛利率与发行人的比较情况如下：

单位：万元

项目	2021 年 1-6 月	2020 年	2019 年	2018 年
营业收入				
吉宏股份（环保食品包装）	24,076.05	41,962.62	25,303.19	9,052.76
发行人	54,768.58	84,821.12	69,141.08	51,298.17
毛利率（2020 年及 2021 年上半年成本包含“运输装卸费”）				
吉宏股份（环保食品包装）	19.37%	19.74%	25.26%	26.67%
发行人	18.02%	20.75%	26.49%	26.31%

注：数据取自于吉宏股份年度报告及半年度报告。

由上可见，报告期内，吉宏股份环保食品包装业务毛利率与发行人相比不存在显著差异。

2、说明是否有从事食品包装或环保纸袋生产销售同行业上市公司

通过搜集、整理、查阅公开渠道信息，同行业可比上市公司无主营业务为食品包装或环保纸袋生产销售的公司。

3、中介机构核查情况

申报会计师履行了如下核查程序：

（1）根据《上市公司行业分类指引（2012 年修订）》进行筛选、对比、分析；

（2）查阅相关上市公司年报及招股说明书，对上市公司产品结构、收入等进行综合分析；

（3）查阅中国证监会发布的《2021 年 3 季度上市公司行业分类结果》等。

经核查，申报会计师认为，发行人未将吉宏股份作为同行业可比上市公司具备合理性。

（二）结合单位售价、成本结构、工序差异、竞争地位等方面说明环保纸袋毛利率高于食品包装毛利率的合理性，环保纸袋 2020 年销售单价变动较大的原因；结合食品包装具体产品类型收入结构，说明发行人食品包装销售单价、单位成本变动较大原因，细分产品毛利率波动情况及原因；说明疫情对食品包装毛利率的具体影响，纸吸管竞争激烈、生产技术不熟练情况是否改善

1、结合单位售价、成本结构、工序差异、竞争地位等方面说明环保纸袋毛利率高于食品包装毛利率的合理性，环保纸袋 2020 年销售单价变动较大的原因

（1）环保纸袋毛利率高于食品包装毛利率的合理性

报告期内，公司环保纸袋及食品包装的单位售价、单位成本以及毛利率情况如下：

项目	2021 年 1-6 月	2020 年	2019 年	2018 年
环保纸袋：				
单位售价（元/百个）	46.84	50.96	61.93	67.30
单位成本（元/百个）	35.74	36.74	42.78	47.19
毛利率	23.71%	27.91%	30.92%	29.89%
食品包装：				
单位售价（元/百个）	8.76	10.05	10.41	9.36
单位成本（元/百个）	6.92	7.87	8.04	7.23
毛利率	21.06%	21.68%	22.69%	22.73%
毛利率差异	2.65%	6.23%	8.23%	7.16%

以下结合单位售价、成本结构、工序差异、竞争地位几个方面分析环保纸袋毛利率高于食品包装毛利率的合理性：

①单位售价

环保纸袋和食品包装产品形态差异较大，通常情况下，环保纸袋主要应用于鞋服包装、餐饮外卖等外包装用途，容量需求较大，因此用纸量较大，总体成本较高；而食品包装主要用于盛装食物，容量需求较小，因此纸袋展开面积和用纸量较小，总体成本较低。由于公司基于成本加成的定价策略与客户进行竞争性价格谈判，因此环保纸袋的单位售价通常要高于食品包装，但并不必然导致环保纸袋的毛利率会高于食品包装毛利率。

②成本结构

报告期内，公司环保纸袋及食品包装单位成本的结构如下：

单位：元/百个

项目	2021 年 1-6 月		2020 年		2019 年		2018 年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
环保纸袋：								
直接材料	25.77	72.13%	26.33	71.66%	30.19	70.57%	35.04	74.26%
直接人工	5.27	14.75%	5.10	13.88%	6.23	14.56%	6.22	13.19%
制造费用	4.69	13.12%	5.31	14.46%	6.36	14.87%	5.92	12.55%
合计	35.74	100.00%	36.74	100.00%	42.78	100.00%	47.19	100.00%
食品包装：								
直接材料	5.48	79.21%	6.37	81.00%	6.55	81.39%	5.85	80.92%
直接人工	0.83	11.99%	0.80	10.11%	0.70	8.69%	0.59	8.20%
制造费用	0.61	8.80%	0.70	8.89%	0.80	9.91%	0.79	10.88%
合计	6.92	100.00%	7.87	100.00%	8.04	100.00%	7.23	100.00%

注：2020 年和 2021 年 1-6 月成本结构为剔除“运输装卸费”数据。

从上表可见，环保纸袋和食品包装在成本结构上并无明显差异，因此成本结构因素并不必然导致环保纸袋的毛利率高于食品包装毛利率。

③工序差异

环保纸袋和食品包装均使用原纸、油墨、胶水等原材料，经过印刷、成型（制袋/杯/盒等）等主要流程完成生产，两者生产工序的主要差异如下：

项目	环保纸袋	食品包装
生产车间	普通车间生产	对生产条件要求较高，需在满足食品安全标准的无尘、无菌车间生产，并落实严格的消毒措施
原纸	使用普通原纸，部分使用含废再生纸生产，成本相对较低	需使用满足食品安全标准的食品级原纸，成本相对较高

印刷	(1) 印刷时使用水性油墨； (2) 外销的环保纸袋中无需印刷的空白袋和仅需简单印刷的袋型较多，节省了印刷、油墨等成本	绝大多数均需要印刷，色彩较丰富，且需要使用食品级水性油墨，成本相对较高
胶粘	使用普通水性胶水	需要使用食品级水性胶水，成本相对较高
金属探测	环保纸袋无需经过金属探测环节	食品包装需经过金属探测仪进行检测

由上可见，食品包装由于需要满足食品安全标准，对生产条件、原材料、检测等环节的要求更高，相比环保纸袋，需要发行人额外进行投入以达到食品安全标准和客户需要。虽然食品包装的工序要求比环保纸袋严格，但受到下游客户和竞争对手相对集中的影响，议价空间有限，毛利率反而有可能会低于环保纸袋。

④竞争地位

环保纸袋下游客户对于产品个性化要求较高，为发行人的传统优势产品，发行人为国内环保纸袋领域处于领先地位的生产企业，在国内环保纸袋市场具备较强的竞争力，具备较高的品牌知名度，与其他生产厂商相比竞争优势明显，议价能力较强。而在食品包装领域，同行业竞争对手和下游客户均相对集中，竞争较为激烈，公司议价能力较环保纸袋相对较低，如食品包装主要客户必胜食品、乐信贸易和华莱士等均是通过对多家供应商竞标或议价方式获取订单，议价空间有限。

综上所述，环保纸袋毛利率整体高于食品包装，主要受公司竞争地位的影响。

(2) 环保纸袋 2020 年销售单价变动较大的原因

报告期内，环保纸袋分产品的收入情况如下：

单位：万元

类别	2021 年 1-6 月		2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	收入	占比	收入	占比	收入	占比	收入	占比
购物袋	13,606.46	44.09%	26,379.32	56.42%	22,867.44	65.76%	17,444.22	62.98%
外卖袋	17,250.92	55.91%	20,379.15	43.58%	11,905.88	34.24%	10,255.46	37.02%
合计	30,857.38	100.00%	46,758.47	100.00%	34,773.32	100.00%	27,699.68	100.00%

报告期内，环保纸袋分产品单位售价的变动情况如下：

单位：元/百个

类别	2021 年 1-6 月		2020 年度		2019 年度		2018 年度
	单位售价	变动比例	单位售价	变动比例	单位售价	变动比例	单位售价
购物袋	61.40	-3.05%	63.33	-5.00%	66.66	-8.11%	72.54
外卖袋	39.46	-3.00%	40.68	-25.36%	54.50	-9.06%	59.93
合计	46.84	-8.08%	50.96	-17.71%	61.93	-7.98%	67.30

2020 年，环保纸袋平均销售单价较 2019 年下降 17.71%，主要是与产品结构

变化相关。2020 年规格小、单价低的外卖袋产品销售占比增加，如新增的外卖袋产品主要客户美团的销售占比较高，以及原外卖袋主要客户海底捞的销售占比扩大。

报告期内，外卖袋产品中美团和海底捞的具体销售情况如下：

项目	2021 年 1-6 月	2020 年	2019 年	2018 年
美团：				
销售单价（元/百个）	19.34	16.34	-	-
销售金额（万元）	2,275.22	1,972.18	-	-
销售金额占比	13.19%	9.68%	-	-
销量（万个）	11,766.53	12,072.81		
销量占比	26.91%	24.10%	-	-
海底捞：				
销售单价（元/百个）	30.14	31.50	67.93	
销售金额（万元）	1,706.62	951.50	137.74	-
销售占比	9.89%	4.67%	1.16%	-
销量（万个）	5,661.77	3,020.47	202.76	
销量占比	12.95%	6.03%	0.93%	-

由上表可见，2020 年美团销量占比为 24.10%，平均不含税售价为 16.34 元/百个；2021 年 1-6 月美团销量占比为 26.91%，占比进一步提高，平均不含税售价为 19.34 元/百个。2020 年海底捞销量占比为 6.03%，较 2019 年占比有所提高，平均不含税售价为 31.50 元/百个；2021 年 1-6 月海底捞销量占比为 12.95%，占比进一步提高，平均不含税售价为 30.14 元/百个。由于美团和海底捞的外卖袋产品低于购物袋平均售价，拉低了环保纸袋 2020 年的整体平均售价，并随着 2021 年 1-6 月销量占比的增长，继续进一步拉低环保纸袋 2021 年 1-6 月的整体平均售价。

2、结合食品包装具体产品类型收入结构，说明发行人食品包装销售单价、单位成本变动较大原因，细分产品毛利率波动情况及原因

报告期内，食品包装各产品收入结构如下：

单位：万元

项目	2021 年 1-6 月			2020 年			2019 年			2018 年		
	收入	占比	毛利率	收入	占比	毛利率	收入	占比	毛利率	收入	占比	毛利率
容器类	11,833.33	51.26%	19.76%	22,736.64	62.18%	19.18%	22,550.88	68.23%	20.23%	15,115.20	66.23%	20.24%
包材类	8,330.58	36.08%	26.66%	13,316.79	36.42%	27.60%	10,351.60	31.32%	28.22%	7,629.60	33.43%	27.60%
吸管类	2,922.62	12.66%	10.40%	511.97	1.40%	-21.34%	149.99	0.45%	11.63%	77.83	0.34%	30.78%
合计	23,086.53	100.00%	21.06%	36,565.40	100.00%	21.68%	33,052.46	100.00%	22.69%	22,822.63	100.00%	22.73%

报告期内，食品包装各产品单位售价、单位成本及毛利率变动情况如下：

(1) 单位售价变动情况

单位：元/百个

项目	2021 年 1-6 月		2020 年		2019 年		2018 年
	单位售价	变动比例	单位售价	变动比例	单位售价	变动比例	单位售价
容器类	15.42	0.72%	15.31	0.13%	15.29	8.52%	14.09
包材类	6.05	-6.64%	6.48	4.68%	6.19	9.75%	5.64
吸管类	5.98	15.67%	5.17	-1.90%	5.27	-12.89%	6.05
合计	8.76	-12.84%	10.05	-3.46%	10.41	11.22%	9.36

(2) 单位成本变动情况

单位：元/百个

项目	2021 年 1-6 月		2020 年		2019 年		2018 年
	单位成本	变动比例	单位成本	变动比例	单位成本	变动比例	单位成本
容器类	12.38	0.00%	12.38	1.48%	12.20	8.54%	11.24
包材类	4.43	-5.54%	4.69	5.63%	4.44	8.56%	4.09
吸管类	5.36	-14.51%	6.27	34.84%	4.65	10.98%	4.19
合计	6.92	-12.07%	7.87	-2.11%	8.04	11.20%	7.23

(3) 食品包装单位售价、单位成本与毛利率变动匹配分析

项目	2021 年 1-6 月		2020 年				2019 年		
	单位售价变动率	单位成本变动率	毛利率变动	单位售价变动率	单位成本变动率	毛利率变动	单位售价变动率	单位成本变动率	毛利率变动
容器类	0.72%	0.00%	0.58%	0.13%	1.48%	-1.05%	8.52%	8.54%	-0.01%
包材类	-6.64%	-5.54%	-0.95%	4.68%	5.63%	-0.62%	9.75%	8.56%	0.62%
吸管类	15.67%	-14.51%	31.74%	-1.90%	34.84%	-32.97%	-12.89%	10.98%	-19.15%
合计	-12.84%	-12.07%	-0.62%	-3.46%	-2.11%	-1.01%	11.22%	11.20%	-0.04%

由于容器类产品体积大、用纸量大，导致容器类产品单位售价、单位成本高于包材类和吸管类，其销售占比对食品包装整体的单位售价和单位成本影响较大。报告期内容器类产品的销售占比分别为 66.23%、68.23%、62.18%和 51.26%，食品包装的单位售价分别为 9.36 元/百个、10.41 元/百个、10.05 元/百个和 8.76 元/百个，单位成本分别为 7.23 元/百个、8.04 元/百个、7.87 元/百个和 6.92 元/百个，单位售价和单位成本波动趋势与容器类产品的销售占比波动趋势基本一致。

报告期内，容器类产品和包材类产品的毛利率平稳，波动趋势与单位售价、单位成本的波动趋势基本匹配，而吸管类产品毛利率变动幅度较大，主要原因系：

①2018 年，受境外市场限塑政策的刺激，国外客户对纸吸管的需求增大，国外市场供不应求，发行人当时具备纸吸管小批量生产能力，因此报价较高，毛利率也较高；

②2019 年，由于国内外纸吸管产能增加，供需逐步趋于平衡，吸管类产品售价出现大幅下滑，导致毛利率大幅下降；

③2020 年，发行人考虑到国内即将推行限塑令，为了抢占纸吸管市场，进一步增加纸吸管设备和生产人员的投入以扩大纸吸管产能，并采用较有竞争力的价格拓展了蜜雪冰城、必胜食品、星巴克、美团等客户的纸吸管业务，纸吸管产品售价较低；另一方面，由于公司纸吸管大批量生产前期工艺不稳定，生产效率较低，导致纸吸管产品生产成本较高，导致毛利率进一步大幅下滑；

(4) 2021 年上半年，随着国内限塑令开始推行，国内纸吸管市场需求量大增，公司纸吸管业务人员效率和产能利用率大幅提高，生产成本随之降低，导致纸吸管 2021 年上半年的毛利率较 2020 年大幅上升。

综上所述，报告期内，公司食品包装总体销售单价及单位成本变动趋势基本一致，毛利率总体平稳。

3、说明疫情对食品包装毛利率的具体影响，纸吸管竞争激烈、生产技术不熟练情况是否改善

(1) 疫情对食品包装毛利率的具体影响

①疫情期间部分停产带来不利影响

2020 年 1 月疫情爆发，发行人部分员工因春节返乡滞留外地，同时发行人按当地要求部分停产以配合疫情防控，食品车间直至 2020 年 3 月才逐步复工复产。2020 年 2 月-3 月，发行人食品车间设备开工下降。部分停产期间，发行人为保障员工基本生活，仍向全体员工发放工资、发放防疫物资等，导致毛利率有所下降。

②疫情对餐饮消费需求带来不利影响

2020 年疫情爆发以后，各地均对餐饮堂食等做出限制，消费者出于自身安全考虑，也减少了外出就餐，2020 年餐饮市场整体受到影响。2019 年发行人食品包装收入较 2018 年增长 44.82%，2020 年食品包装收入较 2019 年增长 10.63%，增速放缓。与此同时，发行人食品包装产能利用率由 2019 年的 94.40%下降至 2020 年的 87.10%，产能闲置增加导致毛利率有所下降。

(2) 纸吸管竞争激烈、生产技术不熟练情况是否改善

2021 年，发行人纸吸管生产技术不熟练情况已得到较大改善，生产效率明显提升。2021 年上半年，纸吸管产量、销量均较 2020 年同期大幅提升，2020 年及 2021 年上半年纸吸管的毛利率分别为-21.34%及 10.40%，毛利率提升显著。

2021 年，纸吸管市场竞争情况未发生重大变化，仍保持较为激烈的竞争态势。

4、中介机构核查情况

申报会计师履行了如下核查程序：

(1) 访谈发行人销售部门相关人员，了解发行人所处行业的市场发展趋势及市场竞争环境，了解环保纸袋毛利率高于食品包装毛利率的原因，了解环保纸袋 2020 年销售单价变动较大的原因，了解环保纸袋和食品包装毛利率变动的情况及原因；

(2) 访谈发行人生产部相关人员，了解环保纸袋及食品包装工艺差异，了解疫情对于发行人生产经营造成的影响，了解纸吸管业务的生产技术情况；

(3) 复核发行人各类业务毛利率、综合毛利率的计算结果，核查发行人的收入确认情况和成本核算情况。

经核查，申报会计师认为：

(1) 发行人环保纸袋毛利率高于食品包装毛利率具有合理性，环保纸袋 2020 年销售单价的变动具有合理性；

(2) 发行人食品包装销售单价、单位成本变动较大原因具有合理性；

(3) 疫情对发行人食品包装毛利率的产生一定影响，纸吸管业务生产技术得到改善。

(三) 进一步量化分析报告期毛利率变动原因；结合发行人报告期对客户的定价策略与调价趋势，说明 2020 年在整体原材料成本下降背景下，发行人毛利率下降原因；说明 2021 年纸浆价格持续上行、禁止废纸等固废进口对发行人生产经营产生的影响，结合发行人与下游客户的定价机制或提价情况，说明发行人是否有能力将成本影响向下游传导；量化分析发行人毛利率对原纸价格的敏感性，如存在较大影响，请说明发行人的应对措施，并完善相应风险提示

1、进一步量化分析报告期毛利率变动原因

(1) 环保纸袋

①环保纸袋分产品收入构成及毛利率变动情况

报告期内，发行人环保纸袋分产品收入构成及毛利率波动情况如下：

单位：万元

项目	2021 年 1-6 月			2020 年			2019 年			2018 年		
	收入	占比	毛利率	收入	占比	毛利率	收入	占比	毛利率	收入	占比	毛利率
购物袋	13,606.46	44.09%	23.78%	26,379.32	56.42%	28.28%	22,867.44	65.76%	29.83%	17,444.22	62.98%	25.98%
外卖袋	17,250.92	55.91%	23.65%	20,379.15	43.58%	27.44%	11,905.88	34.24%	33.01%	10,255.46	37.02%	36.52%
合计	30,857.38	100.00%	23.71%	46,758.47	100.00%	27.91%	34,773.32	100.00%	30.92%	27,699.68	100.00%	29.89%

②环保纸袋细分产品的单位售价变动情况

报告期内，发行人环保纸袋细分产品的单位售价变动情况如下：

单位：元/百个

类别	2021 年 1-6 月		2020 年度		2019 年度		2018 年度
	单位售价	变动比例	单位售价	变动比例	单位售价	变动比例	单位售价
购物袋	61.40	-3.05%	63.33	-5.00%	66.66	-8.11%	72.54
外卖袋	39.46	-3.00%	40.68	-25.36%	54.50	-9.06%	59.93
合计	46.84	-8.08%	50.96	-17.71%	61.93	-7.98%	67.30

③环保纸袋细分产品的单位成本变动情况

报告期内，发行人环保纸袋细分产品的单位成本变动情况如下：

单位：元/百个

类别	2021 年 1-6 月		2020 年度		2019 年度		2018 年度
	单位成本	变动比例	单位成本	变动比例	单位成本	变动比例	单位成本
购物袋	46.80	3.04%	45.42	-2.89%	46.77	-12.89%	53.69
外卖袋	30.13	2.07%	29.52	-19.15%	36.51	-4.02%	38.04
合计	35.74	-2.72%	36.74	-14.12%	42.78	-9.35%	47.19

④环保纸袋细分产品的单位售价、单位成本与毛利率变动匹配分析

项目	2021 年 1-6 月			2020 年			2019 年		
	单位售价变动率	单位成本变动率	毛利率变动	单位售价变动率	单位成本变动率	毛利率变动	单位售价变动率	单位成本变动率	毛利率变动
购物袋	-3.05%	3.04%	-4.49%	-5.00%	-2.89%	-1.56%	-8.11%	-12.89%	3.85%
外卖袋	-3.00%	2.07%	-3.79%	-25.36%	-19.15%	-5.57%	-9.06%	-4.02%	-3.51%
合计	-8.08%	-2.72%	-4.20%	-17.71%	-14.12%	-3.01%	-7.98%	-9.35%	1.03%

2019 年、2020 年和 2021 年 1-6 月，环保纸袋单位售价和单位成本不断下降，

主要系：

1) 产品结构发生变化，单位售价和单位成本均较低的外卖袋销售占比提高，

导致环保纸袋的总体售价和成本均持续降低；

2) 2019 年和 2020 年，环保原纸采购价格的下降，使得环保纸袋产品单位成本下降，但客户也相应启动调价机制，导致环保纸袋产品的售价也随之下降；

3) 环保纸袋境外销售较多，受到中美贸易战加征关税的影响，境外客户要求发行人对产品降价以承担关税上升的部分成本，导致单位售价降低；

4) 虽然 2021 年上半年原纸价格上涨，但产品结构发生变化，导致单位成本相对稳定，单位售价下降。

受以上因素叠加影响，环保纸袋的单位售价和单位成本变动的趋势不完全一致，导致毛利率出现波动。

⑤环保纸袋细分产品的单位售价、单位成本及产品结构对环保纸袋总体毛利率的影响量化分析如下：

单位：元/百个

项目	2021 年 1-6 月	2020 年	2019 年	2018 年
购物袋				
单位售价	61.40	63.33	66.66	72.54
单位售价较上年变动率	-3.05%	-5.00%	-8.11%	
单位售价变动对环保纸袋毛利率的影响①	-0.99%	-2.08%	-4.29%	
单位成本	46.80	45.42	46.77	53.69
单位成本较上年变动率	3.04%	-2.89%	-12.89%	
单位成本变动对环保纸袋总体毛利率的影响②	-0.99%	1.20%	6.83%	
收入占比	44.09%	56.42%	65.76%	62.98%
收入占比变动	-12.32%	-9.35%	2.79%	
收入占比变动对环保纸袋总体毛利率的影响③	-3.48%	-2.79%	0.72%	
购物袋对环保纸袋总体毛利率的影响④=①+②+③	-5.47%	-3.67%	3.26%	
外卖袋				
单位售价	39.46	40.68	54.50	59.93
单位售价较上年变动率	-3.00%	-25.36%	-9.06%	
单位售价变动对环保纸袋毛利率的影响⑤	-1.25%	-9.92%	-2.17%	
单位成本	30.13	29.52	36.51	38.04
单位成本较上年变动率	2.07%	-19.15%	-4.02%	
单位成本变动对环保纸袋毛利率的影响⑥	-0.86%	7.49%	0.96%	
收入占比	55.91%	43.58%	34.24%	37.02%

项目	2021 年 1-6 月	2020 年	2019 年	2018 年
收入占比变动	12.32%	9.35%	-2.79%	
收入占比变动对环保纸袋毛利率的影响⑦	3.38%	3.09%	-1.02%	
外卖袋对环保纸袋总体毛利率的影响⑧=⑤+⑥+⑦	1.27%	0.66%	-2.23%	
环保纸袋总体毛利率	23.71%	27.91%	30.92%	29.89%
环保纸袋总体毛利率变动（⑨=④+⑧）	-4.20%	-3.01%	1.03%	

注 1：公司自 2020 年 1 月 1 日起执行新收入准则，将原销售费用中的运输装卸费作为合同履约成本计入 2020 年营业成本，考虑到报告期内的可比性，上表中 2020 年和 2021 年 1-6 月的成本和毛利率指标均剔除了运输装卸费因素的影响。

注 2：产品单位售价变动对总体毛利率的影响=产品本年收入结构×（产品上年单位成本/产品上年单位售价-产品上年单位成本/产品本年单位售价）；

产品单位成本变动对总体毛利率的影响=产品本年收入结构×（产品上年单位成本-产品本年单位成本）÷产品本年销售单价；

产品结构变动对总体毛利率的影响=产品收入占比变动×上年毛利率。

1）2019 年和 2018 年比较

A.由于 2019 年环保原纸采购价格下降，使得购物袋和外卖袋的生产成本下降，购物袋和外卖袋单位成本的下降分别导致环保纸袋总体毛利率增加 6.83%和 0.96%，合计导致环保纸袋总体毛利率增加 7.79%；

B.由于购物袋和外卖袋的单位售价受客户调价因素影响均有下降，分别导致环保纸袋总体毛利率下降 4.29%和 2.17%，合计导致环保纸袋总体毛利率下降 6.46%；

C.由于购物袋收入占比提高外卖袋收入占比下降，结构变化导致分别增加总体毛利率 0.72%和减少总体毛利率 1.02%，合计减少总体毛利率 0.30%。

综上，2019 年和 2018 年比较，购物袋导致环保纸袋总体毛利率增加 3.26%，外卖袋导致环保纸袋总体毛利率减少 2.23%，合计使环保纸袋总体毛利率增加 1.03%。环保纸袋总体毛利率略增的主要因素来自原纸采购成本大幅降低后导致单位成本下降幅度大于售价降低幅度。

2）2020 年和 2019 年比较

A.由于 2020 年环保原纸采购价格继续小幅下降，使得购物袋和外卖袋的生产成本下降，同时由于单位成本较低的外卖袋销售占比大幅度提高，购物袋和外卖袋单位成本的下降分别导致环保纸袋总体毛利率增加 1.20%和 7.49%，合计导致环保纸袋总体毛利率增加 8.69%；

B.由于购物袋和外卖袋的单位售价受客户调价因素影响均有下降，分别导致环保纸袋总体毛利率下降 2.08%和 9.92%，合计导致环保纸袋总体毛利率下降

12.00%;

C.由于外卖袋收入占比提高,购物袋和外卖袋结构变化分别导致环保纸袋总体毛利率降低 2.79%和增加 3.09%,合计导致环保纸袋总体毛利率上升 0.30%。

综上,2020 年和 2019 年比较,购物袋导致环保纸袋总体毛利率降低 3.67%,外卖袋导致环保纸袋总体毛利率增加 0.66%,合计导致环保纸袋总体毛利率降低 3.01%。环保纸袋总体毛利率降低的主要因素来自原纸采购成本的小幅降低后导致单位成本下降幅度小于售价降低幅度。

3) 2021 年 1-6 月和 2020 年比较

A.由于 2021 年 1-6 月环保原纸采购价格上涨,使得购物袋和外卖袋的生产成本上升,同时由于单位成本较低的外卖袋销售占比大幅度提高,购物袋和外卖袋单位成本的上升分别导致环保纸袋总体毛利率下降 0.99%和 0.86%,合计导致环保纸袋总体毛利率下降 1.85%;

B.由于购物袋和外卖袋的单位售价受客户调价因素影响均有下降,分别导致环保纸袋总体毛利率下降 0.99%和 1.25%,合计导致环保纸袋总体毛利率下降 2.24%;

C.由于外卖袋收入占比持续提高,购物袋和外卖袋结构变化分别导致环保纸袋总体毛利率下降 3.48%和增加 3.38%,合计导致环保纸袋总体毛利率下降 0.10%。

综上,2021 年 1-6 月和 2020 年比较,购物袋导致环保纸袋总体毛利率下降 5.47%,外卖袋导致环保纸袋总体毛利率增加 1.27%,合计导致环保纸袋总体毛利率下降 4.20%。环保纸袋总体毛利率降低主要因素系原纸采购成本上涨导致单位成本上升,同时售价仍然还在下降,导致毛利率下降。

(2) 食品包装

①单位售价、单位成本的变动与毛利率变动的配比性

报告期内,容器类产品和包材类产品的毛利率平稳,波动趋势与单位售价、单位成本的波动趋势基本配比;吸管类产品毛利率变动幅度较大,原因详见本题(二)“2、结合食品包装具体产品类型收入结构,说明发行人食品包装销售单价、单位成本变动较大原因,细分产品毛利率波动情况及原因”之“(3)食品包装单位售价、单位成本与毛利率变动分析”。

②对细分产品的单位售价、单位成本和产品结构对食品包装总体毛利率的影响进一步量化分析如下:

单位：元/百个

项目	2021 年 1-6 月	2020 年	2019 年	2018 年
容器类：				
单位售价	15.42	15.31	15.29	14.09
单位售价较上年变动率	0.71%	0.13%	8.57%	
单位售价变动对食品包装总体毛利率的影响①	0.29%	0.06%	4.30%	-
单位成本	12.38	12.38	12.20	11.24
单位成本较上年变动率	-0.01%	1.44%	8.58%	-
单位成本变动对食品包装总体毛利率的影响②	0.00%	-0.72%	-4.30%	-
收入占比	51.26%	62.18%	68.23%	66.23%
收入占比变动	-10.92%	-6.05%	2.00%	-
收入占比变动对食品包装总体毛利率的影响③	-2.10%	-1.22%	0.40%	-
容器类对食品包装总体毛利率的影响④=①+②+③	-1.80%	-1.88%	0.40%	-
包材类：				
单位售价	6.05	6.48	6.19	5.64
单位售价较上年变动率	-6.66%	4.71%	9.61%	-
单位售价变动对食品包装总体毛利率的影响⑤	-1.86%	1.18%	1.99%	-
单位成本	4.43	4.69	4.44	4.09
单位成本较上年变动率	-5.43%	5.60%	8.67%	-
单位成本变动对食品包装总体毛利率的影响⑥	1.52%	-1.40%	-1.79%	-
收入占比	36.08%	36.42%	31.32%	33.43%
收入占比变动	-0.33%	5.10%	-2.11%	-
收入占比变动对食品包装总体毛利率的影响⑦	-0.09%	1.44%	-0.58%	-
包材类对食品包装总体毛利率的影响⑧=⑤+⑥+⑦	-0.43%	1.22%	-0.39%	-
吸管类：				
单位售价	5.98	5.17	5.27	6.05
单位售价较上年变动率	15.69%	-1.91%	-12.97%	-
单位售价变动对食品包装总体毛利率的影响⑨	2.08%	-0.02%	-0.05%	-
单位成本	5.36	6.27	4.65	4.19
单位成本较上年变动率	-14.58%	34.69%	11.10%	-
单位成本变动对食品包装总体毛利率的影响⑩	1.94%	-0.44%	-0.04%	-
收入占比	12.66%	1.40%	0.45%	0.34%

项目	2021 年 1-6 月	2020 年	2019 年	2018 年
收入占比变动	11.26%	0.95%	0.11%	-
收入占比变动对食品包装总体毛利率的影响 (11)	-2.40%	0.11%	0.03%	-
吸管类对食品包装总体毛利率的影响(12)=(9)+ (10)+(11)	1.62%	-0.35%	-0.05%	-
食品包装总体毛利率	21.06%	21.68%	22.69%	22.73%
食品包装总体毛利率变动 ((13)=(4)+(8)+(12))	-0.62%	-1.01%	-0.04%	-

注 1：公司自 2020 年 1 月 1 日起执行新收入准则，将原销售费用中的运输装卸费作为合同履约成本计入 2020 年营业成本，考虑到报告期内的可比性，上表中 2020 年和 2021 年 1-6 月的成本和毛利率指标均剔除了运输装卸费因素的影响。

注 2：产品单位售价变动对总体毛利率的影响=产品本年收入结构×(产品上年单位成本/产品上年单位售价-产品上年单位成本/产品本年单位售价)；产品单位成本变动对总体毛利率的影响=产品本年收入结构×(产品上年单位成本-产品本年单位成本)÷产品本年销售单价；产品结构变动对总体毛利率的影响=产品收入结构变动×上年毛利率

1) 2019 年和 2018 年比较

A. 尽管 2019 年食品原纸整体采购价格小幅下降，但容器类和包材类的尺寸规格变化导致单位成本和单位售价均上升，吸管类产品由于扩大设备投入后产能利用率低，单位成本提高，但售价却因为市场竞争激烈反而下降，容器类、包材类和吸管类的单位成本上升分别导致食品包装总体毛利率变动-4.30%、-1.79%和-0.04%，合计导致食品包装总体毛利率下降 6.13%；

B. 容器类、包材类单位售价上升分别导致食品包装总体毛利率增加 4.30%和 1.99%，吸管类单位售价下降导致食品包装总体毛利率降低 0.05%，合计导致食品包装总体毛利率增加 6.24%；

C. 容器类、包材类和吸管类收入结构的变化导致食品包装总体毛利率分别变动 0.40%、-0.58%和 0.03%，合计导致食品包装总体毛利率降低 0.15%；

综上，2019 年和 2018 年比较，容器类导致食品包装总体毛利率增加 0.40%，包材类导致食品包装总体毛利率下降 0.39%，吸管类导致食品包装总体毛利率下降 0.05%，合计导致食品包装总体毛利率下降 0.04%。

2) 2020 年和 2019 年比较

A. 尽管 2020 年食品原纸整体采购价格略微下降，但容器类和包材类的尺寸规格变化导致单位成本和单位售价均上升，吸管类产品由于生产效率和产能利用率较低，单位成本提高，但售价却因为市场竞争激烈反而下降，容器类、包材类和吸管类的单位成本上升分别导致食品包装总体毛利率降低 0.72%和 1.40%和 0.44%，合计导致食品包装总体毛利率降低 2.56%；

B.容器类、包材类单位售价上升分别导致食品包装总体毛利率增加 0.06%和 1.18%，吸管类单位售价下降导致食品包装总体毛利率降低 0.02%，合计导致食品包装总体毛利率增加 1.22%；

C.容器类、包材类和吸管类收入结构的变化导致食品包装总体毛利率分别降低 1.22%、增加 1.44%和增加 0.11%，合计导致食品包装总体毛利率增加 0.33%。

综上，2020 年和 2019 年比较，容器类导致食品包装总体毛利率降低 1.88%，包材类导致食品包装总体毛利率增加 1.22%，吸管类导致食品包装总体毛利率降低 0.35%，合计导致食品包装总体毛利率降低 1.01%。

3) 2021 年 1-6 月和 2020 年比较

A.2021 年 1-6 月食品原纸整体采购价格小幅上涨，但容器类和包材类的尺寸规格变化导致单位成本均有所下降，吸管类产品产品结构变化，单位售价提高，而单位成本由于生产效率和产能利用率提高而下降，容器类、包材类和吸管类的单位成本下降分别导致食品包装总体毛利率增加 0.00%、1.52%和 1.94%，合计导致食品包装总体毛利率增加 3.46%；

B.容器类、纸吸管类单位售价上升分别导致食品包装总体毛利率增加 0.29%和 2.08%，包材类单位售价下降导致食品包装总体毛利率降低 1.86%，合计导致食品包装总体毛利率增加 0.51%；

C.容器类、包材类和吸管类收入结构的变化导致食品包装总体毛利率分别降低 2.10%、0.09%和 2.40%，合计导致食品包装总体毛利率降低 4.59%。

综上，2021 年 1-6 月和 2020 年比较，容器类导致食品包装总体毛利率降低 1.80%，包材类食品包装总体毛利率降低 0.43%，吸管类导致食品包装总体毛利率增加 1.62%，合计导致食品包装总体毛利率降低 0.62%。

2、结合发行人报告期对客户的定价策略与调价趋势，说明 2020 年在整体原材料成本下降背景下，发行人毛利率下降原因

(1) 客户的定价策略与调价趋势

发行人主要采取成本加成法确定产品基础价格，在此基础之上，综合考量市场竞争程度、客户对价格的敏感度、市场开拓战略等多方面因素，形成对客户的最终报价。

报告期内，发行人与 2020 年前十名客户的定价方式及合作模式如下：

客户名称	定价方式和合作模式
必胜食品（肯德基）	发行人 2014 年进入肯德基合格供应商体系，通过参与肯德基竞标确定价格，发行人综合考虑生产成本、产能配置、预期份额等因素后进行报价，竞标确定的价格执行期间通常为一年，期满后重新竞标确定价格。
华莱士	发行人与华莱士主要通过谈判议价的方式确定交易价格，发行人综合考虑生产成本、产能配置、预期份额等因素后进行报价并与华莱士进行谈判协商，协商确定价格后，双方在本价格周期内执行此价格，通常为一年，期满之后双方重新谈判议价。
东京艺术	发行人与东京艺术主要通过谈判议价方式确定价格，价格有效期为一年，有效期内不调整价格，期满后双方重新谈判议价
乐信贸易（麦当劳）	发行人 2018 年进入麦当劳合格供应商体系，通过参与麦当劳竞标确定价格，合同有效期为三年，第一年为固定价格，第二年开始可根据上年原材料平均采购成本变动情况等调整价格。
猩米科技（喜茶）	发行人与猩米科技主要通过谈判议价方式确定产品价格，合同有效期为三年，合同有效期内双方可根据原材料价格波动情况、市场竞争情况等协商调整产品价格。
KARI OUT COMPANY	发行人与 KARI OUT COMPANY 主要通过谈判议价方式确定价格，双方可根据原材料价格、汇率、关税等波动情况协商调整产品价格。
美团	发行人参与美团竞标，通过竞标方式确定交易价格，同时，根据原材料的价格波动情况，按季度调整价格。
特步	发行人与特步主要通过议价方式确定产品价格，合同有效期一年，每个季度核定一次价格。
星巴克	发行人与星巴克主要通过竞价方式确定产品价格，合同有效期为三年，合同有效期内双方可根据原材料价格波动情况调整产品价格。
TRANSCONTINENTAL	发行人与 TRANSCONTINENTAL 主要通过议价方式确定产品价格，双方可根据原材料价格波动情况调整产品价格。

2020 年，为获取更大的市场份额，发行人对主要客户采取了竞争性的价格策略，具体如下：

客户名称	2020 年价格调整情况
必胜食品（肯德基）	2020 年 6 月调低纸桶、纸盘、蛋挞盒、L 袋、波纹杯等产品销售价格
华莱士	2020 年 11 月调低纸桶、纸杯、齿口圆柄袋、包纸、餐盘纸等产品的销售价格
东京艺术	2020 年东京艺术销售价格较 2019 年保持稳定
乐信贸易（麦当劳）	2020 年 1 月调低立体盒、方口齿柄袋以及其他非竞标产品的销售价格
猩米科技（喜茶）	2020 年 3 月及 5 月调低齿口圆柄袋、平口圆柄袋等产品的销售价格
KARI OUT COMPANY	2020 年 9 月调高齿口圆柄袋等产品的销售价格
美团	美团为 2020 年新增客户
特步	2020 年 6 月调低齿口圆柄袋和小 U 袋的销售价格
星巴克	2020 年销售价格较 2019 年保持稳定
TRANSCONTINENTAL	2020 年 8 月及 9 月调低齿口圆柄袋、内折 U 型袋、平口圆柄袋、小 U 袋的销售价格

由上，虽然 2020 年整体原材料成本下降，公司为获取更大的市场份额，采取竞争性的价格策略，主要客户销售价格如必胜食品、华莱士、乐信贸易、猩米科技、特步、TRANSCONTINENTAL 等均有所下调，销售价格下调的幅度高于原材料成本下降的幅度，导致公司毛利率下降。

同时，2020 年疫情爆发，产能利用率下降，对发行人毛利率带来一定影响。

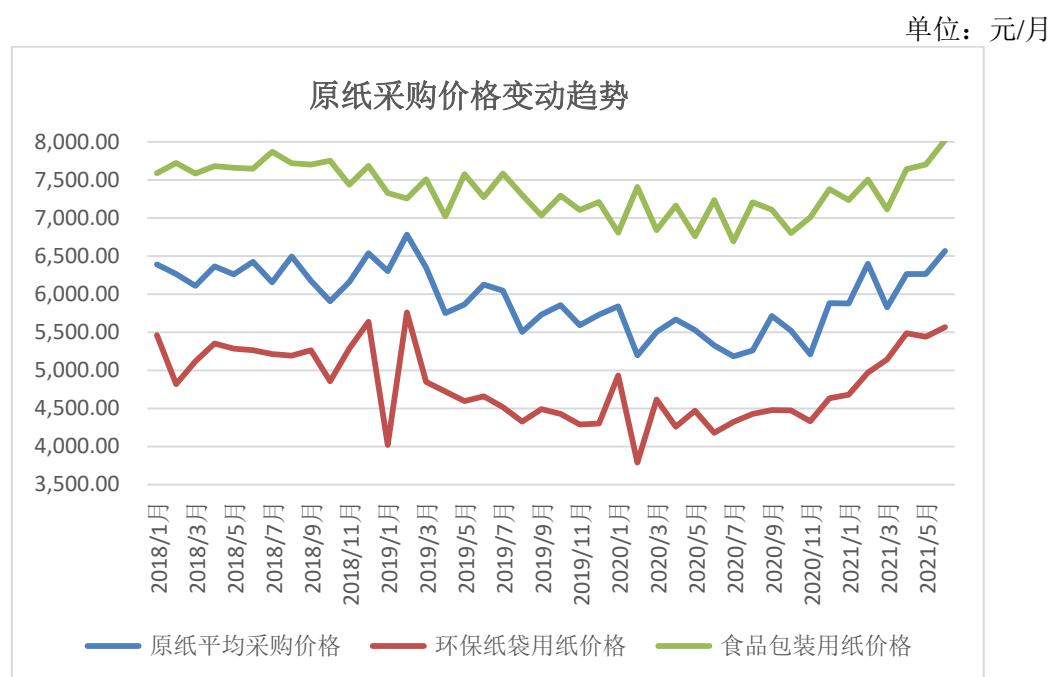
3、说明 2021 年纸浆价格持续上行、禁止废纸等固废进口对发行人生产经营产生的影响，结合发行人与下游客户的定价机制或提价情况，说明发行人是否有能力将成本影响向下游传导

(1) 纸浆价格持续上行、禁止废纸等固废进口对公司生产经营产生的影响

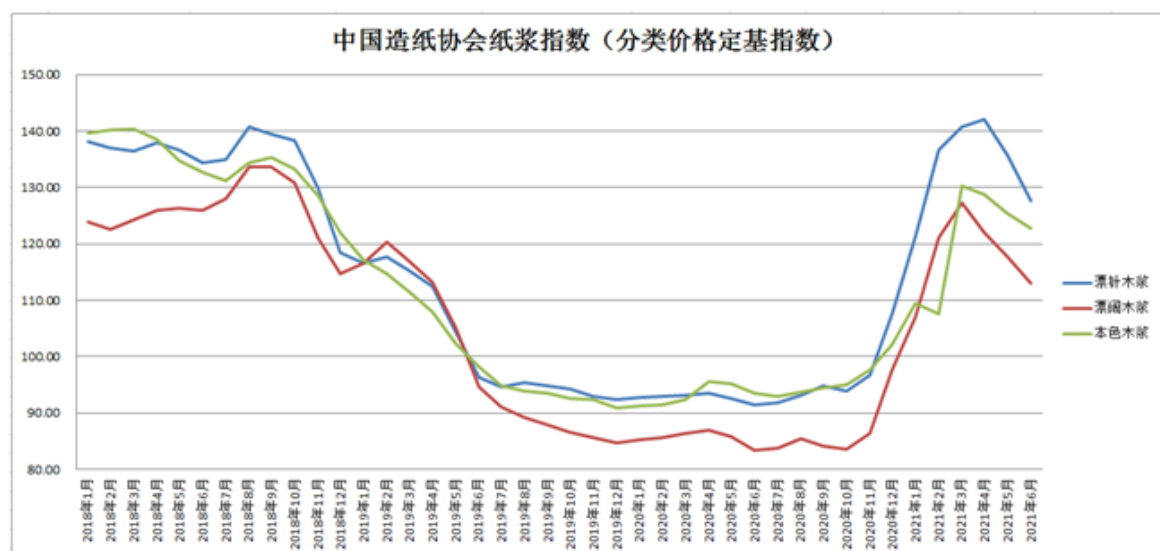
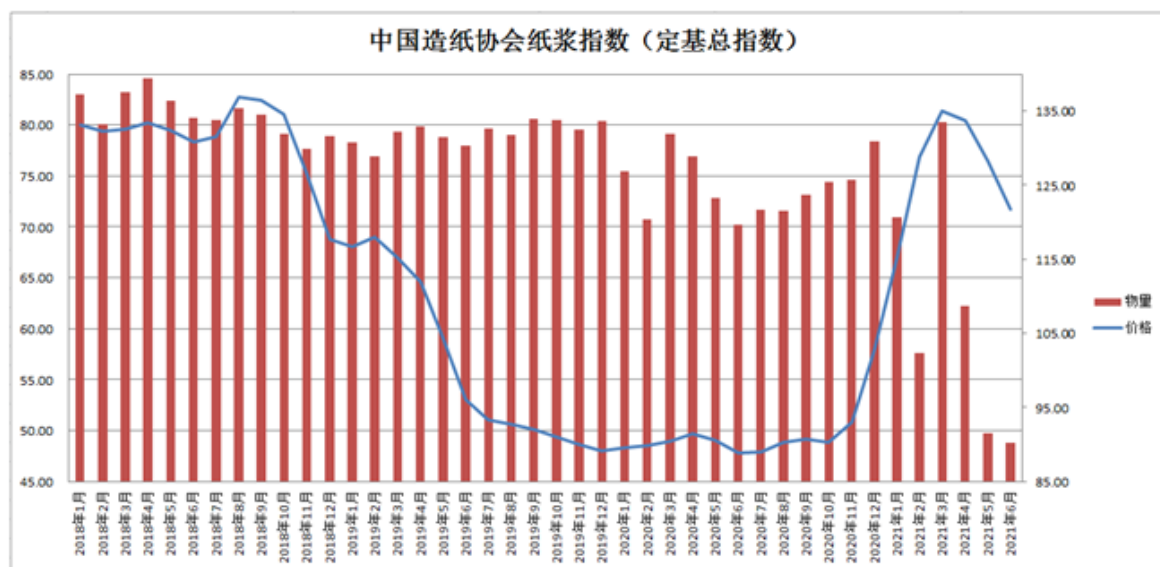
①纸浆价格持续上行对公司生产经营的影响

公司生产所用主要原材料为原纸，占生产成本的比例较高。2021 年上半年，受纸浆价格上涨影响，发行人原纸平均采购价格上升，2021 年 1-6 月原纸平均采购价格为 6,159.77 元/吨，较 2020 年度上涨 11.74%，对公司生产经营带来了一定的成本压力。报告期内，发行人原纸平均价格的变动情况如下：

报告期内，公司原纸（分为环保纸袋用纸和食品包装用纸）的采购价格趋势如下：



2018 年 1 月至 2021 年 6 月，中国造纸协会纸浆指数（总指数、漂针木浆指数、漂阔木浆指数和本色浆指数）的变动情况如下：



由上所示，报告期内，公司原纸采购平均价格与纸浆价格波动紧密关联。尽管公司能够通过使用前期低成本库存和下游产品价格的传导来抵消部分原纸成本波动造成的影响，但是由于价格调整具有一定的时滞、下游用户市场需求状况存在差异且议价能力各不相同，原材料价格上涨的不确定性给公司带来的影响始终存在，原纸价格变动对于公司成本的影响分析见本问询函回复“问题六”之（一）相关内容。

原纸作为公司最重要的原材料，原纸采购是公司稳定经营的重要环节。因此，报告期内公司始终对原材料市场价格的变化趋势保持高度关注，选择在原纸采购价格的相对低点进行储备，是公司基于自身实际经营情况，结合当前原材料市场及未来发展规划等多方面因素，审慎判断、主动作出的防范其价格波动风险的重

要举措。

②禁止废纸等固废进口对公司生产经营的影响

2020 年 11 月，生态环境部、商务部、国家发展和改革委员会、海关总署联合发布《关于全面禁止进口固体废物有关事项的公告》，2021 年我国将禁止进口包括废纸在内的固体废物。

公司采购的含废再生纸均属于环保纸袋用纸，2020 年及 2021 年上半年，公司采购含废再生纸及剔除含废再生纸的环保纸袋用纸采购单价情况如下：

项目	2021 年 1-6 月		2020 年
采购数量（吨）	13,283.05		19,788.60
采购总额（万元）	6,263.75		8,306.70
采购单价（元/吨）	4,715.60		4,197.72
采购含废再生纸占原纸的比例	21.32%		20.75%
项目	采购单价（元/吨）	单价变动百分比	采购单价（元/吨）
含废再生纸	4,715.60	12.34%	4,197.72
环保纸袋用纸（剔除含废再生纸）	5,679.29	23.38%	4,603.11

2020 年及 2021 年上半年，公司采购含废再生纸占全部原纸采购金额的比例分别为 20.75%和 21.32%，占比相对较低。2021 年上半年，受纸浆价格上涨影响，含废再生纸的采购价格及剔除含废再生纸的环保纸袋用纸采购价格均有所上涨，含废再生纸的上涨幅度低于剔除含废再生纸的环保纸袋用纸单价上涨幅度。

禁止废纸等固废进口政策实施后，含废再生纸供应商逐步运用化机浆或者竹浆替代进口废纸，维持造纸成本相对稳定，从而降低政策的影响。另一方面，由于含废再生纸的市场供应量降低，部分客户需求从含废再生纸变更为木浆纸。总体而言，禁止固废进口对发行人生产经营影响较小。

（2）发行人与主要客户的定价机制情况如下：

客户名称	定价方式和合作模式
必胜食品（肯德基）	发行人 2014 年进入肯德基合格供应商体系，通过参与肯德基竞标确定价格，发行人综合考虑生产成本、产能配置、预期份额等因素后进行报价，竞标确定的价格执行期间通常为一年，期满后重新竞标确定价格。
华莱士	发行人与华莱士主要通过谈判议价的方式确定交易价格，发行人综合考虑生产成本、产能配置、预期份额等因素后进行报价并与华莱士进行谈判协商，协商确定价格后，双方在本价格周期内执行此价格，通常为一年，期满之后双方重新谈判议价。
乐信贸易（麦当劳）	发行人 2018 年进入麦当劳合格供应商体系，通过参与麦当劳竞标确定价格，合同有效期为三年，第一年为固定价格，第二年开始可根据上年原材料平均采购成本变动情况等调整价格。
蜜雪冰城	发行人与蜜雪冰城主要采取谈判议价方式确定交易价格，价格有效期为一年，有效期内不调整价格，期满之后双方重新谈判议价。

客户名称	定价方式和合作模式
美团	发行人参与美团竞标，通过竞标方式确定交易价格，同时，根据原材料的价格波动情况，按季度调整价格。
猩米科技（喜茶）	发行人与猩米科技主要通过谈判议价方式确定产品价格，合同有效期为三年，合同有效期内双方可根据原材料价格波动情况、市场竞争情况等协商调整产品价格。
东京艺术	发行人与东京艺术主要通过谈判议价方式确定价格，价格有效期为一年，有效期内不调整价格，期满后双方重新谈判议价
KARI OUT COMPANY	发行人与 KARI OUT COMPANY 主要通过谈判议价方式确定价格，双方可根据原材料价格、汇率、关税等波动情况协商调整产品价格。
海底捞	发行人参与海底捞竞标，通过竞标确定产品价格，价格有效期为一年，有效期内不调整价格，有效期满后重新参与竞标
Inno-Pak LLC	发行人与 Inno-Pak LLC 主要通过谈判议价方式确定价格，双方可根据原材料价格、汇率、关税等波动情况协商调整产品价格。

2021年原纸采购价格上涨，公司在参与客户竞标或与客户进行谈判议价时，适度提高了产品价格，具体如下：

客户名称	2021 年价格调整情况
必胜食品（肯德基）	2021 年 6 月调高纸盒、纸杯、纸桶等产品价格
华莱士	2021 年 6 月调高冷杯、小餐盒、汉堡盒等产品价格
蜜雪冰城	2021 年上半年蜜雪冰城销售价格较 2020 年保持稳定
乐信贸易（麦当劳）	2021 年 7 月调高了汉堡盒、薯条盒等产品价格
美团	2021 年 5 月调高方底袋等产品价格
Inno-pak LLC	2021 年 3 月调高齿口圆柄袋等产品价格
KARI Out Company	2021 年 5 月调高齿口圆柄袋等产品价格
海底捞	2021 年 3 月调高齿口圆柄袋、内折 U 型袋等产品价格
猩米科技（喜茶）	2021 年上半年猩米科技销售价格较 2020 年保持稳定
东京艺术	2021 年 4 月调高齿口圆柄袋、小 U 袋、内折 T 型袋等产品价格

综上所述，发行人与主要客户均有价格调整机制，可根据原材料采购成本波动情况等在新的价格周期开启时调整价格，或与客户协商对价格进行调整，具备一定的将成本影响向下游传导的能力。

4、量化分析发行人毛利率对原纸价格的敏感性，如存在较大影响，请说明发行人的应对措施，并完善相应风险提示

报告期内，公司采购的原纸主要分为环保纸袋用纸及食品包装用纸。假定产品售价不变，分别以原纸、环保纸袋用纸、食品包装用纸采购价格变动进行敏感性分析，具体分析情况如下：

（1）若原纸采购单价变动 $\pm 1\%$ 、 $\pm 5\%$ 、 $\pm 10\%$ ，公司主营业务毛利率（剔除运输装卸费）的变动情况如下：

年度	-10%	-5%	-1%	1%	5%	10%
2021 年 1-6 月	4.31%	2.16%	0.44%	-0.42%	-2.14%	-4.29%
2020 年度	4.26%	2.12%	0.41%	-0.44%	-2.15%	-4.29%
2019 年度	4.55%	2.29%	0.48%	-0.42%	-2.23%	-4.49%
2018 年度	4.37%	2.19%	0.45%	-0.42%	-2.16%	-4.33%

(2) 若环保纸袋用纸采购单价变动 $\pm 1\%$ 、 $\pm 5\%$ 、 $\pm 10\%$ ，环保纸袋毛利率（剔除运输装卸费）变动情况如下：

年度	-10%	-5%	-1%	1%	5%	10%
2021 年 1-6 月	3.77%	1.88%	0.37%	-0.39%	-1.91%	-3.80%
2020 年度	3.56%	1.78%	0.35%	-0.36%	-1.79%	-3.57%
2019 年度	3.26%	1.63%	0.33%	-0.32%	-1.63%	-3.26%
2018 年度	3.50%	1.75%	0.34%	-0.36%	-1.77%	-3.52%

(3) 若食品包装用纸采购单价变动 $\pm 1\%$ 、 $\pm 5\%$ 、 $\pm 10\%$ ，食品包装毛利率（剔除运输装卸费）变动情况如下：

年度	-10%	-5%	-1%	1%	5%	10%
2021 年 1-6 月	4.93%	2.44%	0.44%	-0.55%	-2.55%	-5.04%
2020 年度	5.19%	2.60%	0.53%	-0.51%	-2.58%	-5.17%
2019 年度	5.92%	3.00%	0.66%	-0.51%	-2.85%	-5.77%
2018 年度	5.40%	2.71%	0.56%	-0.51%	-2.66%	-5.35%

(4) 发行人应对原纸价格波动的措施

为了应对原纸价格出现较大波动对公司生产经营造成的不利影响，公司主要采取如下措施：

①对于关键纸种的采购，公司通常会有数家备选的供应商，降低采购集中度，减少过度依赖单家供应商的风险，当某一家供应商原纸价格发生较大幅度变化时，公司可选择备选供应商进行替代采购；

②公司与采购量较大的供应商进行协商，在保证一定采购量的前提下，争取更具有市场竞争力的采购价格；

③公司根据销售年度订单预测情况进行备货，通常储备一个月的原纸用量。当原纸价格发生较大幅度变化，公司会根据原纸价格预期波动情况延长备货周期，提前进行备货。

5、完善相应风险提示

发行人已在招股说明书“第四节 风险因素”之“三、经营风险”之“（三）原材料价格波动风险”中对原材料价格波动风险提示如下：

“（二）原材料价格波动风险

本公司生产所用主要原材料为原纸，占生产成本的比例较高。根据敏感性分析，原纸价格每上涨 10%，将会导致发行人毛利率下降 4.29 个百分点。2018 年至 2020 年，公司原纸平均采购价格总体呈下降趋势，2021 年上半年受纸浆价格上涨影响，公司原纸平均采购价格上升，具体如下：

项目	2021 年 1-6 月	2020 年	2019 年	2018 年
原纸平均采购价格 (元/吨)	6,159.77	5,512.55	5,873.58	6,279.79

如果原纸价格出现重大不利变化，会对本公司经营业绩产生一定影响。”

6、中介机构核查情况

申报会计师履行了如下核查程序：

（1）获取发行人收入成本明细表等，分析各类产品单位价格、单位成本变动原因，分析报告期内各类产品毛利率变动原因等；

（2）获取发行人采购明细表，对发行人采购人员进行访谈，了解纸浆价格上涨和禁止固废进口政策对发行人原纸采购和生产经营的影响，了解发行人应对原纸价格上涨采取的措施，查询纸浆价格指数波动情况，并与发行人原纸采购价格进行比较分析等；

（3）进行敏感性分析，分析发行人毛利率对原纸价格的敏感程度；

（4）对发行人销售人员进行访谈，了解发行人与主要客户的合作模式和定价机制，了解发行人能否将成本影响向下游传导，了解 2021 年以来发行人主要客户的产品价格调整情况。

经核查，申报会计师认为：

（1）报告期内发行人各类产品毛利率变动的原因具备合理性；

（2）2020 年在整体原材料成本下降背景下，发行人毛利率下降主要是由于主要客户价格调整以及受到疫情影响；

（3）纸浆价格持续上行、禁止废纸等固废进口政策对发行人生产经营产生一定影响，发行人具有一定将成本影响向下游客户传导的能力；

（4）发行人毛利率对原纸价格波动具有一定的敏感性，发行人已采取合理

措施应对原纸价格波动对生产经营造成的影响，并已在招股说明书中完善相关风险提示。

（四）结合境内外直销、经销产品收入结构、毛利率及单价、单位成本变动，进一步说明经销毛利率高于内销毛利率、境外销售毛利率高于境内销售毛利率原因

1、经销毛利率高于内销毛利率的原因

报告期内，公司经销、直销产品的收入结构、毛利率及单价、单位成本情况如下：

单位：万元，元/百个

年份	项目	金额	占比	单价	单位成本	毛利率
2021 年 1-6 月	经销：					
	环保纸袋	14,052.50	26.05%	56.03	39.61	29.30%
	食品包装	401.83	0.74%	16.89	11.72	30.61%
	小计	14,454.33	26.80%	52.64	37.20	29.34%
	直销：					
	环保纸袋	16,804.88	31.15%	41.19	33.35	19.03%
	食品包装	22,684.70	42.05%	8.69	6.87	20.89%
	小计	39,489.58	73.20%	13.08	10.45	20.10%
	合计	53,943.91	100.00%	16.38	12.68	22.58%
	内销：					
	环保纸袋	18,076.27	33.51%	42.55	34.28	19.42%
	食品包装	22,560.73	41.82%	8.76	6.94	20.83%
	小计	40,637.00	75.33%	13.55	10.81	20.20%
2020 年	经销：					
	环保纸袋	24,217.21	29.06%	57.62	38.36	33.42%
	食品包装	801.66	0.96%	17.18	11.68	32.02%
	小计	25,018.88	30.03%	53.58	35.69	33.38%
	直销：					
	环保纸袋	22,541.26	27.05%	45.34	35.37	21.99%
	食品包装	35,763.74	42.92%	9.95	7.82	21.45%
	小计	58,304.99	69.97%	14.25	11.17	21.66%
	合计	83,323.87	100.00%	18.28	13.68	25.18%
	内销：					

年份	项目	金额	占比	单价	单位成本	毛利率
	环保纸袋	23,804.91	28.57%	46.81	36.42	22.20%
	食品包装	35,663.99	42.80%	10.06	7.91	21.44%
	小计	59,468.90	71.37%	14.67	11.48	21.74%
2019 年	经销:					
	环保纸袋	20,946.09	30.88%	62.08	40.04	35.50%
	食品包装	1,304.96	1.92%	14.67	9.89	32.58%
	小计	22,251.06	32.81%	52.19	33.75	35.33%
	直销:					
	环保纸袋	13,827.22	20.39%	61.70	46.90	23.98%
	食品包装	31,747.50	46.81%	10.28	7.99	22.29%
	小计	45,574.72	67.19%	13.76	10.62	22.80%
	合计	67,825.78	100.00%	18.15	13.26	26.91%
	内销:					
	环保纸袋	16,540.05	24.39%	62.21	46.35	25.50%
	食品包装	32,237.42	47.53%	10.39	8.04	22.59%
	小计	48,777.46	71.92%	14.48	11.07	23.57%
2018 年	经销:					
	环保纸袋	18,432.15	36.48%	67.76	45.29	33.16%
	食品包装	571.05	1.13%	12.60	9.18	27.16%
	小计	19,003.20	37.61%	59.88	40.13	32.98%
	直销:					
	环保纸袋	9,267.54	18.34%	66.41	50.88	23.38%
	食品包装	22,251.58	44.04%	9.30	7.20	22.62%
	小计	31,519.11	62.39%	12.45	9.60	22.84%
	合计	50,522.31	100.00%	17.73	13.00	26.66%
	内销:					
	环保纸袋	14,469.64	28.64%	67.18	49.49	26.34%
	食品包装	22,436.64	44.41%	9.32	7.20	22.72%
	小计	36,906.28	73.05%	14.07	10.67	24.14%

报告期各期,经销模式中外销占比分别为 68.23%、80.78%、87.98%、82.36%,可见公司经销模式以外销为主。外销产品基本以环保纸袋为主,内销产品以食品包装为主,而环保纸袋的毛利率高于食品包装的毛利率(环保纸袋和食品包装产

品的售价、成本及毛利率变动分析详见本题（二）之回复），因此经销毛利率均高于直销及内销销售毛利率。

2、境外销售毛利率高于境内销售毛利率的原因

报告期内，公司境内、境外销售的收入结构、毛利率及单价、单位成本情况如下：

单位：万元，元/百个

年份	项目	金额	占比	单价	单位成本	毛利率
2021 年 1-6 月	外销：					
	环保纸袋	12,781.11	23.69%	54.63	38.37	29.77%
	食品包装	525.80	0.97%	8.87	6.11	31.20%
	小计	13,306.91	24.67%	45.39	31.85	29.82%
	内销：					
	环保纸袋	18,076.27	33.51%	42.55	34.28	19.42%
	食品包装	22,560.73	41.82%	8.76	6.94	20.83%
	小计	40,637.00	75.33%	13.55	10.81	20.20%
	合计	53,943.91	100.00%	16.38	12.68	22.58%
2020 年	外销：					
	环保纸袋	22,953.56	27.55%	56.13	37.14	33.84%
	食品包装	901.41	1.08%	9.41	6.46	31.38%
	小计	23,854.97	28.63%	47.27	31.32	33.74%
	内销：					
	环保纸袋	23,804.91	28.57%	46.81	36.42	22.20%
	食品包装	35,663.99	42.80%	10.06	7.91	21.44%
	小计	59,468.90	71.37%	14.67	11.48	21.74%
	合计	83,323.87	100.00%	18.28	13.68	25.18%
2019 年	外销：					
	环保纸袋	18,233.27	26.88%	61.68	39.57	35.84%
	食品包装	815.04	1.20%	11.09	8.10	26.92%
	小计	19,048.31	28.08%	51.60	33.30	35.46%
	内销：					
	环保纸袋	16,540.05	24.39%	62.21	46.35	25.50%
	食品包装	32,237.42	47.53%	10.39	8.04	22.59%
	小计	48,777.46	71.92%	14.48	11.07	23.57%

年份	项目	金额	占比	单价	单位成本	毛利率
	合计	67,825.78	100.00%	18.15	13.26	26.91%
2018 年	外销:					
	环保纸袋	13,230.05	26.19%	67.42	44.66	33.76%
	食品包装	385.99	0.76%	12.80	9.76	23.70%
	小计	13,616.04	26.95%	60.15	40.01	33.48%
	内销:					
	环保纸袋	14,469.64	28.64%	67.18	49.49	26.34%
	食品包装	22,436.64	44.41%	9.32	7.20	22.72%
	小计	36,906.28	73.05%	14.07	10.67	24.14%
	合计	50,522.31	100.00%	17.73	13.00	26.66%

报告期内，发行人境外毛利率高于境内毛利率的具体原因如下：

（1）议价能力差异

境外市场中，本地纸制品包装生产厂商的生产成本较高，发行人产品具备成本优势；同时，境外客户对产品品质稳定性、供应商规模和实力、供应链安全等要求较高，国内纸袋行业中能够参与境外市场竞争的企业较少，而发行人凭借优良的产品质量和服 务，具备参与国际市场竞争的能力，因此，发行人在境外市场的议价能力相对较高。

而在境内市场，发行人面临较为激烈的市场竞争，议价能力相对较低。

（2）产品生产成本差异

外销产品中，无需印刷的空白袋和仅需简单印刷的袋型较多，印刷、油墨等成本相对节省。此外，部分外销订单订单量大且持续性好，适合大批量生产，减少生产过程中的换单、调机等，易实现生产的规模经济效应。

（3）产品结构差异

外销产品以环保纸袋为主，报告期内外销收入中环保纸袋占比分别为 97.17%、95.72%、96.22%以及 96.05%，内销产品则以食品包装为主，报告期内内销产品中食品包装占比分别为 60.79%、66.09%、59.97%以及 55.52%，而环保纸袋毛利率通常高于食品包装，详见本题（二）的相关回复。

3、中介机构核查情况

申报会计师履行了如下核查程序：

（1）访谈发行人的销售人员及财务人员，了解经销、直销、内销、外销的

业务特点、产品结构、客户特点、毛利率差异原因等；

（2）取得发行人收入成本结构明细表，复核发行人各类业务毛利率、综合毛利率的计算结果，分析经销、直销、内销、外销毛利率差异的原因。

经核查，申报会计师认为：发行人外销毛利率高于内销毛利率、经销毛利率高于内销毛利率、直销毛利率具备合理性。

问题 8. 关于采购与供应商

申请文件及公开资料显示：

(1) 2018-2020 年，发行人原纸采购单价整体下行，黄牛纸、其他环保用纸、白卡纸、食品白牛纸、其他食品包装用纸单价变动趋势与原纸平均单价逐年降低趋势不一致，2021 年原纸采购单价上涨。

(2) 报告期内，发行人的主要供应商变化较大，存在新增主要供应商如华邦纸业、珠海红塔等，供应商集中度较低，前五名供应商的采购金额及占当期采购总额的比例分别为 44.26%、41.25%、34.47%、41.97%。

请发行人：

(1) 说明原纸价格的主要驱动因素（如纸浆、进口废纸成本），部分原纸如其他环保纸袋用纸、食品白牛纸、其他食品包装用纸等单价变动趋势与原纸平均单价变动趋势不同的原因；区分各类原纸、油墨、胶水、纸绳、纸箱分别说明各期对应主要供应商、采购数量、单价及金额、占比。

(2) 结合主要供应商的基本情况，包括实际控制人、注册时间、注册地、经营范围、经营规模、合作历史等，说明主要供应商变动原因，向同一供应商采购金额变化幅度较大的原因；说明报告期内是否涉及贸易商采购，涉及贸易商采购的，请进一步说明未向终端供应商采购原因，与发行人主要股东等是否存在异常交易和资金往来。

(3) 说明发行人与主要供应商约定的调价机制；结合各类原纸市场公开报价和同类产品不同供应商的采购价格，说明采购价格的公允性。

(4) 按适当的供应商采购金额结构，说明各期不同层级下供应商的数量、采购金额、占比及变化，报告期内发行人供应商结构是否发生重大变化。

(5) 说明报告期各期发行人各类原材料采购量、采购金额是否与发行人业务规模相匹配，采购、耗用主要材料数量与产品产量变化趋势是否匹配；报告期各期耗用能源数量，与产品产量变化趋势是否匹配。

请保荐人、申报会计师发表明确意见，并说明对发行人报告期内向供应商采购真实性、完整性的核查方式、过程和结论。

回复：

（一）说明原纸价格的主要驱动因素（如纸浆、进口废纸成本），部分原纸如其他环保纸袋用纸、食品白牛纸、其他食品包装用纸等单价变动趋势与原纸平均单价变动趋势不同的原因；区分各类原纸、油墨、胶水、纸绳、纸箱分别说明各期对应主要供应商、采购数量、单价及金额、占比

1、原纸价格的主要驱动因素

原纸价格直接受到纸浆、进口废纸成本、造纸用化学助剂等影响，纸浆为其中最重要的驱动因素，而纸浆价格则受到林地资源、气候条件、人工成本、进口废纸成本、产业政策、下游需求等多方面供求因素影响。除此之外，原纸价格还间接受到石油、煤炭等大宗商品价格波动的影响。石油价格波动将影响化工行业，可能使得造纸用化学助剂的价格波动；煤炭价格波动则会影响蒸汽成本，导致造纸的动力成本发生变化。

2、部分原纸如其他环保纸袋用纸、食品白牛纸、其他食品包装用纸等单价变动趋势与原纸平均单价变动趋势不同的原因

（1）其他环保纸袋用纸

报告期内，其他环保纸袋用纸中各类型纸张的采购情况如下：

项目	2021 年 1-6 月	2020 年	2019 年	2018 年
环保-白挂面纸：				
数量（吨）	80.07	491.25	367.68	199.58
金额（万元）	41.26	228.40	168.03	104.27
单价（元/吨）	5,152.99	4,649.36	4,570.01	5,224.47
单价变动率	10.83%	1.74%	-12.53%	-
金额占比	15.81%	32.52%	31.70%	20.79%
环保-白卡纸：				
数量（吨）	1.68	6.61	49.79	98.94
金额（万元）	1.53	5.83	21.24	49.06
单价（元/吨）	9,107.14	8,819.97	4,265.92	4,958.56
单价变动率	3.26%	106.75%	-13.97%	-
金额占比	0.59%	0.83%	4.01%	9.78%
环保-底卡纸：				
数量（吨）	229.04	531.39	769.69	920.81
金额（万元）	99.03	188.38	249.85	322.15

项目	2021 年 1-6 月	2020 年	2019 年	2018 年
单价（元/吨）	4,323.70	3,545.04	3,246.11	3,498.55
单价变动率	21.96%	9.21%	-7.22%	-
金额占比	37.94%	26.82%	47.14%	64.23%
环保-双面黑卡纸：				
数量（吨）	2.76	80.64	36.63	2.65
金额（万元）	2.74	65.03	30.41	2.42
单价（元/吨）	9,927.54	8,064.24	8,301.94	9,132.08
单价变动率	23.11%	-2.86%	-9.09%	-
金额占比	1.05%	9.26%	5.74%	0.48%
环保-其他：				
数量（吨）	171.15	439.02	94.40	41.26
金额（万元）	116.46	214.67	60.52	23.63
单价（元/吨）	6,804.56	4,889.75	6,411.02	5,727.10
单价变动率	39.16%	-23.73%	11.94%	-
金额占比	44.62%	30.57%	11.42%	4.71%

注：金额占比为各类别纸种占其他环保纸袋用纸的比重。

报告期内，其他环保纸袋用纸中，白挂面纸、双面黑卡纸等价格变动趋势与原纸整体变动趋势基本一致，白卡纸、底卡纸及其他环保纸的价格变动趋势与原纸整体变动趋势存在一定差异，具体原因如下：

①环保-白卡纸

2020 年环保-白卡纸的价格较 2019 年大幅度升高，与原纸平均价格变动趋势不一致，主要原因系：因客户需要及工艺调整，绅士白卡纸的采购占比提高。绅士白卡纸为特种白卡纸，主要用于生产精品袋，采购批量较小，价格较高。2021 年上半年环保-白卡纸的价格较 2020 年上升，为 2021 年上半年原纸价格上涨所致。

②环保-底卡纸

2020 年环保-底卡纸的价格较 2019 年略微升高，与原纸平均价格变动趋势不一致，主要原因系：公司主要使用“灰底白板纸”用作底卡纸，符合 FSC Recycled 100%要求的灰底白板纸较普通底卡纸价格高 1,000 元/吨至 1,500 元/吨。2020 年公司采购底卡纸中符合 FSC Recycled 100%要求的灰底白板纸占比增加，导致环保-底卡纸采购价格增加。2021 年上半年环保-底卡纸的价格较 2020 年上升，为

2021 年上半年原纸价格上涨所致。

(2) 食品白牛纸

报告期内，食品白牛纸的单价变动趋势如下：

单位：元/吨

项目	2021 年 1-6 月	2020 年	2019 年	2018 年
食品白牛纸单价	8,515.39	7,807.15	9,398.09	8,764.18
食品白牛纸变动率	9.07%	-16.93%	7.23%	-
原纸单价	6,066.47	5,512.55	5,873.58	6,279.79
原纸变动率	10.05%	-6.15%	-6.47%	10.05%

2019 年食品白牛纸的价格较 2018 年有所升高，与原纸平均价格变动趋势不一致，主要原因系：长纤漂白牛皮纸的采购价格较普通白牛皮纸采购价格较高，公司采购长纤漂白牛皮纸的采购比例从 2018 年的 25.00%增长至 2019 年的 41.60%，使得 2019 年食品白牛纸采购价格升高。

(3) 其他食品包装用纸

报告期内，其他食品包装用纸的类型及采购情况如下：

项目	2021 年 1-6 月	2020 年	2019 年	2018 年
食品-涂蜡原纸：				
数量（吨）	464.75	766.94	570.82	699.42
金额（万元）	436.60	750.88	626.12	860.42
单价（元/吨）	9,394.30	9,790.60	10,968.78	12,301.91
单价变动率	-4.05%	-10.74%	-10.84%	-
食品-新闻纸：				
数量（吨）	684.40	913.90	753.29	-
金额（万元）	293.62	402.04	365.90	-
单价（元/吨）	4,290.18	4,399.17	4,857.36	-
单价变动率	-2.48%	-9.43%	-	-
食品-纸杯原纸：				
数量（吨）	99.93	431.68	515.02	405.89
金额（万元）	61.33	246.50	282.20	249.27
单价（元/吨）	6,137.30	5,710.25	5,479.40	6,141.32
单价变动率	8.21%	3.51%	-10.78%	-
食品-其他：				

项目	2021 年 1-6 月	2020 年	2019 年	2018 年
数量（吨）	447.01	397.46	180.57	38.65
金额（万元）	389.08	420.41	169.21	35.58
单价（元/吨）	8,704.06	10,586.28	9,370.88	9,205.69
单价变动率	-1.22%	-5.97%	1.79%	-

如上表所示，报告期内，其他食品包装用纸中涂蜡原纸、新闻纸、纸杯原纸等单价变动趋势与原纸整体的变动趋势均存在差异，其他食品包装用纸的平均价格主要受涂蜡原纸及新闻纸的影响，具体原因如下：

①食品-涂蜡原纸

2021 年上半年，食品-涂蜡原纸的价格较 2020 年有所下降，与原纸平均价格变动趋势不一致，主要原因系：2021 年上半年公司减少向浙江恒达新材料股份有限公司（以下简称“恒达新材”）采购涂蜡原纸，转向更具价格优势的珠海华丰纸业有限公司采购涂蜡原纸。

②食品-新闻纸

2021 年上半年，食品-新闻纸的价格较 2020 年有所下降，与原纸平均价格变动趋势不一致，主要原因系：2021 年上半年公司减少向恒达新材采购新闻纸，转向更具价格优势的珠海华丰纸业有限公司采购新闻纸。

3、区分各类原纸、油墨、胶水、纸绳、纸箱分别说明各期对应主要供应商、采购数量、单价及金额、占比

（1）原纸

①环保纸袋用纸

1) 黄牛纸

名次	供应商名称	采购数量 (吨)	采购金额 (万元)	采购单价 (元/吨)	占当期采购黄 牛纸的比重
2021 年 1-6 月					
1	晋江恒业	7,640.81	3,212.79	4,204.78	48.65%
2	玖龙纸业	2,205.55	891.10	4,040.26	13.49%
3	大连中恒包装有限公司	1,173.53	497.27	4,237.39	7.53%
4	青山纸业	621.30	389.86	6,274.91	5.90%
5	AUGUST TRADING INDUSTRY LIMITED	740.79	382.03	5,157.06	5.78%
合计		12,381.97	5,373.04	4,339.41	81.36%

名次	供应商名称	采购数量 (吨)	采购金额 (万元)	采购单价 (元/吨)	占当期采购黄 牛纸的比重
2020 年					
1	晋江恒业	9,254.01	3,419.36	3,695.00	32.24%
2	玖龙纸业	6,878.34	2,620.62	3,809.96	24.71%
3	青山纸业	5,553.19	2,453.65	4,418.45	23.13%
4	高州市金墩纸业有限公司	1,460.85	676.03	4,627.65	6.37%
5	联盛纸业（龙海）有限公司	810.43	300.23	3,704.58	2.83%
合计		23,956.81	9,469.88	3,952.90	89.28%
2019 年					
1	玖龙纸业	10,021.99	3,601.71	3,593.81	51.04%
2	晋江恒业	5,190.11	1,871.82	3,606.51	26.53%
3	高州市金墩纸业有限公司	996.23	475.73	4,775.30	6.74%
4	联盛纸业（龙海）有限公司	755.40	281.05	3,720.55	3.98%
5	港利南天（上海）经贸有限公司	223.87	142.94	6,384.96	2.03%
合计		17,187.60	6,373.25	3,708.05	90.32%
2018 年					
1	玖龙纸业	5,509.85	2,555.42	4,637.91	44.13%
2	晋江恒业	4,903.33	2,140.99	4,366.40	36.98%
3	联盛纸业（龙海）有限公司	868.48	386.28	4,447.77	6.67%
4	高州市金墩纸业有限公司	285.19	154.53	5,418.49	2.67%
5	连城县东方经济开发有限公司	146.30	113.56	7,762.13	1.96%
合计		11,713.15	5,350.79	4,568.19	92.41%

2) 白牛纸

名次	供应商名称	采购数量 (吨)	采购金额 (万元)	采购单价 (元/吨)	占当期采购白 牛纸的比重
2021 年 1-6 月					
1	金光纸业	6,862.84	4,162.71	6,065.58	53.24%
2	东莞市艾阳纸业有限公司	3,107.59	1,889.15	6,079.15	24.16%
3	佛山市高明鸿源纸业有限公司	1,558.07	971.81	6,237.27	12.43%
4	东莞市宝松纸业有限公司	513.21	348.60	6,792.54	4.46%
5	上海锦柯纸业有限公司	217.23	152.45	7,017.91	1.95%
合计		12,258.93	7,524.73	6,138.16	96.24%
2020 年					
1	金光纸业	7,105.54	3,860.95	5,433.72	50.74%

名次	供应商名称	采购数量 (吨)	采购金额 (万元)	采购单价 (元/吨)	占当期采购白 牛纸的比重
2	佛山市高明鸿源纸业有限公司	1,938.71	1,023.47	5,279.13	13.45%
3	华邦纸业	1,356.04	690.03	5,088.57	9.07%
4	东莞市宝松纸业有限公司	1,194.67	652.53	5,462.01	8.58%
5	北京广商达纸业有限公司	788.38	419.21	5,317.36	5.51%
合计		12,383.33	6,646.19	5,367.05	87.34%
2019 年					
1	金光纸业	4,480.77	2,648.90	5,911.71	53.07%
2	佛山市高明鸿源纸业有限公司	1,905.10	1,130.43	5,933.70	22.65%
3	厦门市盈玖贸易有限公司	546.60	298.12	5,454.08	5.97%
4	合肥众鸣纸品有限公司	323.26	193.10	5,973.52	3.87%
5	东莞市宝松纸业有限公司	268.15	176.57	6,584.75	3.54%
合计		7,523.88	4,447.12	5,910.67	89.09%
2018 年					
1	金光纸业	5,918.51	3,742.09	6,322.69	73.22%
2	佛山市高明鸿源纸业有限公司	1,009.94	709.19	7,022.10	13.88%
3	厦门市盈玖贸易有限公司	347.78	210.43	6,050.66	4.12%
4	丸红（上海）有限公司	257.64	199.18	7,730.94	3.90%
5	东莞市艾阳纸业有限公司	76.84	53.75	6,995.05	1.05%
合计		7,610.70	4,914.65	6,457.55	96.16%

3) 其他环保纸袋用纸

名次	供应商名称	采购数量 (吨)	采购金额 (万元)	采购单价 (元/吨)	占当期采购其 他环保纸袋用 纸的比重
2021 年 1-6 月					
1	石狮市华盛纸品贸易有限公司	250.06	106.61	4,263.38	40.84%
2	浙江舜浦新材料科技有限公司	66.19	64.63	9,764.31	24.76%
3	联盛纸业（龙海）有限公司	54.76	28.82	5,262.97	11.04%
4	福建达利发展有限公司	55.54	28.51	5,133.24	10.92%
5	晋江恒业	27.90	13.97	5,007.17	5.35%
合计		454.46	242.54	5,336.88	92.92%
2020 年					
1	石狮市华盛纸品贸易有限公司	406.88	140.28	3,447.70	19.97%
2	金光纸业	349.40	138.45	3,962.51	19.71%

名次	供应商名称	采购数量 (吨)	采购金额 (万元)	采购单价 (元/吨)	占当期采购其 他环保纸袋用 纸的比重
3	福建达利发展有限公司	293.66	135.53	4,615.20	19.30%
4	山东世纪阳光纸业集团有限公司	196.39	92.07	4,688.12	13.11%
5	厦门夏森贸易有限公司	86.24	70.23	8,143.55	10.00%
合计		1,332.57	576.56	4,326.68	82.09%
2019 年					
1	石狮市华盛纸品贸易有限公司	567.12	176.00	3,103.40	33.21%
2	福建达利发展有限公司	336.06	155.14	4,616.44	29.27%
3	东莞市艾阳纸业有限公司	73.22	28.35	3,871.89	5.35%
4	厦门夏森贸易有限公司	29.23	27.93	9,555.25	5.27%
5	临沂中轩纸业有限公司	36.64	23.79	6,492.90	4.49%
合计		1,042.26	411.20	3,945.27	77.58%
2018 年					
1	石狮市华盛纸品贸易有限公司	462.35	158.12	3,419.92	31.53%
2	厦门煌亿贸易有限公司	354.48	126.92	3,580.46	25.31%
3	厦门建发纸业有限公司	97.59	52.40	5,369.40	10.45%
4	福建达利发展有限公司	90.56	45.70	5,046.38	9.11%
5	厦门浩德纸业有限公司	76.24	39.50	5,181.01	7.88%
合计		1,081.21	422.64	3,908.95	84.27%

②食品包装用纸

1) 淋膜纸

名次	供应商名称	采购数量 (吨)	采购金额 (万元)	采购单价 (元/吨)	占当期采购淋 膜纸的比重
2021 年 1-6 月					
1	太阳纸业	4,572.02	3,446.12	7,537.41	78.65%
2	镇江大东纸业有限公司	632.99	477.99	7,551.30	10.91%
3	珠海红塔	472.79	355.41	7,517.29	8.11%
4	青岛榕信工贸有限公司	51.64	61.50	11,909.37	1.40%
5	中山市金田包装材料有限公司	15.80	20.53	12,993.67	0.47%
合计		5,745.23	4,361.54	7,591.58	99.54%
2020 年					
1	太阳纸业	4,408.62	3,016.59	6,842.48	47.33%
2	格林包装	2,536.93	1,703.84	6,716.15	26.73%

名次	供应商名称	采购数量 (吨)	采购金额 (万元)	采购单价 (元/吨)	占当期采购淋 膜纸的比重
3	珠海永庆贸易有限公司	724.47	463.17	6,393.23	7.27%
4	镇江大东纸业有限公司	471.74	330.07	6,996.86	5.18%
5	厦门绿胜纸塑品有限公司	328.15	223.19	6,801.46	3.50%
合计		8,469.91	5,736.86	6,773.22	90.02%
2019 年					
1	太阳纸业	5,997.31	4,171.34	6,955.35	44.24%
2	格林包装	4,841.09	3,298.46	6,813.47	34.98%
3	镇江大东纸业有限公司	856.77	646.54	7,546.25	6.86%
4	安徽紫江喷铝环保材料有限公司	468.91	551.74	11,766.44	5.85%
5	青岛榕信工贸有限公司	294.98	349.85	11,860.13	3.71%
合计		12,459.06	9,017.92	7,238.04	95.65%
2018 年					
1	格林包装	3,740.14	2,664.68	7,124.55	43.84%
2	太阳纸业	2,641.63	1,943.25	7,356.25	31.97%
3	镇江大东纸业有限公司	1,088.47	854.76	7,852.86	14.06%
4	台州汇恒纸制品有限公司	661.50	478.56	7,234.47	7.87%
5	临朐恒森包装材料有限公司	97.67	111.06	11,370.94	1.83%
合计		8,229.40	6,052.31	7,354.50	99.58%

2) 防油纸

名次	供应商名称	采购数量 (吨)	采购金额 (万元)	采购单价 (元/吨)	占当期采购防 油纸的比重
2021 年 1-6 月					
1	珠海红塔	3,383.48	2,274.70	6,722.96	59.42%
2	华邦纸业	1,014.61	1,001.40	9,869.80	26.16%
3	恒达新材	143.00	145.53	10,176.92	3.80%
4	思特雷斯	154.43	144.46	9,354.40	3.77%
5	宁波保税区方圆纸业有限公司	175.24	117.84	6,724.49	3.08%
合计		4,870.76	3,683.92	7,563.34	96.23%
2020 年					
1	珠海红塔	4,341.35	2,846.88	6,557.59	49.26%
2	华邦纸业	1,348.88	1,246.50	9,241.00	21.57%
3	厦门建发纸业有限公司	915.74	592.86	6,474.11	10.26%
4	恒达新材	347.88	343.15	9,864.03	5.94%

名次	供应商名称	采购数量 (吨)	采购金额 (万元)	采购单价 (元/吨)	占当期采购防 油纸的比重
5	临朐玉龙造纸有限公司	338.88	330.13	9,741.80	5.71%
合计		7,292.72	5,359.52	7,349.14	92.73%
2019 年					
1	珠海红塔	1,921.46	1,290.83	6,717.96	27.57%
2	太阳纸业	1,332.59	885.95	6,648.33	18.92%
3	华邦纸业	689.49	667.63	9,682.95	14.26%
4	临朐玉龙造纸有限公司	667.46	658.17	9,860.82	14.06%
5	厦门建发纸业有限公司	685.40	446.81	6,518.97	9.54%
合计		5,296.40	3,949.39	7,456.74	84.35%
2018 年					
1	临朐玉龙造纸有限公司	826.57	799.08	9,667.42	26.16%
2	珠海红塔	974.37	673.64	6,913.60	22.05%
3	太阳纸业	934.12	638.64	6,836.81	20.91%
4	华邦纸业	403.56	401.57	9,950.69	13.15%
5	恒达新材	395.21	394.62	9,985.07	12.92%
合计		3,533.83	2,907.54	8,227.73	95.19%

3) 食品黄牛纸

名次	供应商名称	采购数量 (吨)	采购金额 (万元)	采购单价 (元/吨)	占当期采购 食品黄牛纸的 比重
2021 年 1-6 月					
1	思特雷斯	2,034.37	1,516.12	7,452.53	49.03%
2	华邦纸业	1,280.98	1,006.20	7,854.92	32.54%
3	斯道拉恩索（广西）浆纸有限公司	475.06	294.45	6,198.16	9.52%
4	恒达新材	247.34	248.65	10,052.96	8.04%
5	无锡市恒凯复合材料有限公司	10.49	15.35	14,632.98	0.50%
合计		4,048.23	3,080.78	7,610.19	99.63%
2020 年					
1	思特雷斯	3,236.26	2,396.65	7,405.62	62.25%
2	华邦纸业	1,582.29	1,165.21	7,364.07	30.26%
3	恒达新材	115.13	112.15	9,741.16	2.91%
4	斯道拉恩索（广西）浆纸有限公司	148.35	96.74	6,521.07	2.51%
5	浙江凯丰新材料股份有限公司	74.42	57.96	7,788.23	1.51%

名次	供应商名称	采购数量 (吨)	采购金额 (万元)	采购单价 (元/吨)	占当期采购 食品黄牛皮的 比重
合计		5,156.45	3,828.71	7,425.09	99.44%
2019 年					
1	思特雷斯	1,563.08	1,195.31	7,647.15	55.83%
2	浙江凯丰新材料股份有限公司	508.27	399.74	7,864.72	18.67%
3	临朐玉龙造纸有限公司	267.13	212.27	7,946.32	9.91%
4	宁波保税区方圆纸业有限公司	112.11	74.31	6,628.31	3.47%
5	斯道拉恩索（广西）浆纸有限公司	110.23	72.08	6,539.05	3.37%
合计		2,560.82	1,953.71	7,629.24	91.25%
2018 年					
1	临朐玉龙造纸有限公司	304.28	246.28	8,093.86	68.22%
2	南通中包投资有限公司	99.83	82.34	8,248.02	22.81%
3	韶关市始兴县联兴造纸实业有限公司	30.70	24.52	7,986.97	6.79%
4	广州洁神纸业有限公司	2.71	2.56	9,446.49	0.71%
5	台州汇恒纸制品有限公司	3.46	2.54	7,341.04	0.70%
合计		440.98	358.23	8,123.50	99.24%

4) 白卡纸

名次	供应商名称	采购数量 (吨)	采购金额 (万元)	采购单价 (元/吨)	占当期采购白 卡纸的比重
2021 年 1-6 月					
1	珠海红塔	1,169.79	751.26	6,422.18	79.66%
2	斯道拉恩索（广西）浆纸有限公司	328.46	191.79	5,839.07	20.34%
合计		1,498.25	943.05	6,294.34	100.00%
2020 年					
1	珠海红塔	3,573.34	2,227.39	6,233.36	94.89%
2	斯道拉恩索（广西）浆纸有限公司	167.95	86.17	5,130.69	3.67%
3	格林包装	58.82	33.84	5,753.15	1.44%
合计		3,800.12	2,347.40	6,177.17	100.00%
2019 年					
1	珠海红塔	2,975.55	1,854.93	6,233.91	86.28%
2	格林包装	342.78	198.85	5,801.10	9.25%
3	斯道拉恩索（广西）浆纸有限公司	82.37	43.37	5,265.27	2.02%
4	宁波保税区方圆纸业有限公司	47.11	29.35	6,230.10	1.37%

名次	供应商名称	采购数量 (吨)	采购金额 (万元)	采购单价 (元/吨)	占当期采购白 卡纸的比重
5	上海界龙实业集团股份有限公司	29.57	18.54	6,269.87	0.86%
合计		3,477.38	2,145.05	6,168.58	99.78%
2018 年					
1	珠海红塔	1,719.28	1,072.66	6,239.01	88.57%
2	格林包装	199.07	114.66	5,759.78	9.47%
3	珠海珈福贸易有限公司	32.64	18.69	5,726.10	1.54%
4	台州汇恒纸制品有限公司	8.07	5.07	6,282.53	0.42%
5	东莞市可为包装纸品有限公司	0.04	0.05	12,500.00	0.00%
合计		1,959.09	1,211.14	6,182.16	100.00%

5) 食品白牛纸

名次	供应商名称	采购数量 (吨)	采购金额 (万元)	采购单价 (元/吨)	占当期采购 食品白牛纸的 比重
2021 年 1-6 月					
1	恒达新材	1,104.39	937.89	8,492.38	73.88%
2	浙江华丰纸业科技有限公司	177.52	149.21	8,405.25	11.75%
3	衢州五洲特种纸业股份有限公司	58.19	57.89	9,948.44	4.56%
4	华邦纸业	73.21	56.56	7,725.72	4.46%
5	浙江德缘源纸业有限公司	38.53	31.08	8,066.44	2.45%
合计		1,451.84	1,232.63	8,490.12	97.10%
2020 年					
1	恒达新材	578.03	490.14	8,479.49	52.05%
2	华邦纸业	336.89	247.63	7,350.47	26.30%
3	浙江华丰纸业科技有限公司	79.64	67.05	8,419.14	7.12%
4	斯道拉恩索(广西)浆纸有限公司	70.09	38.27	5,460.12	4.06%
5	临朐玉龙造纸有限公司	60.42	34.59	5,724.93	3.67%
合计		1,125.07	877.69	7,801.20	93.21%
2019 年					
1	浙江上易机械股份有限公司	272.56	315.29	11,567.73	51.36%
2	华邦纸业	165.01	127.06	7,700.14	20.70%
3	恒达新材	106.61	90.81	8,517.96	14.79%
4	镇江大东纸业有限公司	58.05	43.29	7,457.36	7.05%
5	浙江华丰纸业科技有限公司	13.24	11.33	8,557.40	1.85%

名次	供应商名称	采购数量 (吨)	采购金额 (万元)	采购单价 (元/吨)	占当期采购 食品白牛纸的 比重
合计		615.48	587.78	9,549.94	95.74%
2018 年					
1	浙江上易机械股份有限公司	75.91	84.72	11,160.58	30.45%
2	华邦纸业	90.10	69.23	7,683.68	24.88%
3	恒达新材	63.78	52.83	8,283.16	18.99%
4	镇江大东纸业有限公司	40.37	31.28	7,748.33	11.24%
5	临朐玉龙造纸有限公司	29.68	24.35	8,204.18	8.75%
合计		299.84	262.41	8,751.67	94.32%

6) 其他食品包装用纸

名次	供应商名称	采购数量 (吨)	采购金额 (万元)	采购单价 (元/吨)	占当期采购其 他食品包装用 纸的比重
2021 年 1-6 月					
1	浙江华丰纸业科技有限公司	452.66	423.83	9,363.10	35.90%
2	福建众心圆贸易有限公司	446.56	388.78	8,706.11	32.93%
3	上海朗竹纸业有限公司	684.40	293.62	4,290.18	24.87%
4	珠海红塔	97.45	59.79	6,135.45	5.06%
5	恒达新材	12.08	12.78	10,579.47	1.08%
合计		1,693.16	1,178.79	6,962.07	99.84%
2020 年					
1	上海朗竹纸业有限公司	913.90	402.04	4,399.17	22.09%
2	恒达新材	362.26	392.18	10,825.93	21.55%
3	浙江华丰纸业科技有限公司	404.68	358.70	8,863.79	19.71%
4	江阴润渲纸业有限公司	187.13	235.28	12,573.08	12.93%
5	福建众心圆贸易有限公司	183.89	154.61	8,407.74	8.50%
合计		2,051.86	1,542.81	7,519.08	84.78%
2019 年					
1	恒达新材	530.84	590.71	11,127.84	40.92%
2	上海朗竹纸业有限公司	752.89	365.90	4,859.94	25.35%
3	太阳纸业	285.63	149.94	5,249.45	10.39%
4	格林包装	229.39	132.27	5,766.16	9.16%
5	福建众心圆贸易有限公司	110.99	94.01	8,470.13	6.51%
合计		1,909.75	1,332.83	6,979.08	92.34%

名次	供应商名称	采购数量 (吨)	采购金额 (万元)	采购单价 (元/吨)	占当期采购其 他食品包装用 纸的比重
2018 年					
1	厦门建发纸业有限公司	613.73	770.80	12,559.27	67.30%
2	太阳纸业	181.86	117.24	6,446.72	10.24%
3	格林包装	169.79	97.97	5,770.07	8.55%
4	Twin Rivers Paper Company LLC	78.19	81.30	10,397.75	7.10%
5	台州汇恒纸制品有限公司	54.25	34.07	6,280.18	2.97%
合计		1,097.82	1,101.37	10,032.34	96.17%

(2) 油墨

名次	供应商名称	采购数量 (千克)	采购金额 (万元)	采购单价 (元/千克)	占当期采购 油墨的比重
2021 年 1-6 月					
1	辉荣化工	210,630.00	527.87	25.06	32.59%
2	富林特	97,715.30	234.62	24.01	14.48%
3	瑞昌市佑色科技有限公司	93,345.00	221.88	23.77	13.70%
4	无锡市艾迪尔水墨有限公司	171,270.00	220.73	12.89	13.63%
5	天津市进取鑫科技有限公司	51,205.00	90.38	17.65	5.58%
合计		624,165.30	1,295.49	20.76	79.98%
2020 年					
1	辉荣化工	210,374.00	571.09	27.15	24.55%
2	富林特	189,190.00	449.05	23.74	19.31%
3	瑞昌市佑色科技有限公司	159,405.00	367.10	23.03	15.78%
4	阪田油墨(上海)有限公司	149,320.00	301.33	20.18	12.96%
5	无锡市艾迪尔水墨有限公司	202,150.00	264.77	13.10	11.38%
合计		910,439.00	1,953.35	21.46	83.98%
2019 年					
1	辉荣化工	155,854.00	408.50	26.21	25.54%
2	富林特	149,957.00	341.99	22.81	21.38%
3	瑞昌市佑色科技有限公司	132,820.00	302.34	22.76	18.90%
4	广东锦龙源印刷材料有限公司	50,388.00	124.63	24.73	7.79%
5	惠州市舜丰印材科技有限公司	43,200.00	96.52	22.34	6.03%
合计		532,219.00	1,273.98	23.94	79.64%

名次	供应商名称	采购数量 (千克)	采购金额 (万元)	采购单价 (元/千克)	占当期采购 油墨的比重
2018 年					
1	辉荣化工	114,785.00	299.82	26.12	29.07%
2	瑞昌市佑色科技有限公司	97,950.00	226.12	23.09	21.92%
3	富林特	68,647.00	146.28	21.31	14.18%
4	广东锦龙源印刷材料有限公司	41,730.00	104.65	25.08	10.15%
5	天津市进取鑫商贸有限公司	90,560.00	100.45	11.09	9.74%
合计		413,672.00	877.32	21.21	85.06%

(3) 胶水

名次	供应商名称	采购数量 (千克)	采购金额 (万元)	采购单价 (元/千克)	占当期采购 胶水的比重
2021 年 1-6 月					
1	东莞市成铭胶粘剂有限公司	233,700.00	352.51	15.08	22.93%
2	博罗县麻陂镇美好粘合剂加工厂	453,000.00	322.45	7.12	20.97%
3	鹤山市知墨印刷粘合材料有限公司	371,200.00	299.46	8.07	19.48%
4	安徽晶研胶匠化工科技有限公司	315,545.00	213.49	6.77	13.89%
5	佛山市顺德区蓝德堡实业有限公司	156,000.00	114.23	7.32	7.43%
合计		1,529,445.00	1,302.14	8.51	84.69%
2020 年					
1	博罗县麻陂镇美好粘合剂加工厂	1,196,270.00	762.28	6.37	36.32%
2	东莞市成铭胶粘剂有限公司	414,600.00	543.55	13.11	25.90%
3	安徽晶研胶匠化工科技有限公司	407,100.00	219.08	5.38	10.44%
4	汉高（中国）投资有限公司	83,818.00	126.88	15.14	6.05%
5	鹤山市知墨印刷粘合材料有限公司	90,900.00	126.53	13.92	6.03%
合计		2,192,688.00	1,778.33	8.11	84.73%
2019 年					
1	博罗县麻陂镇美好粘合剂加工厂	863,900.00	620.57	7.18	47.15%
2	东莞市成铭胶粘剂有限公司	232,050.00	297.58	12.82	22.61%
3	汉高（中国）投资有限公司	53,875.00	95.09	17.65	7.22%
4	上海协诚永固胶粘剂有限公司	136,825.00	80.09	5.85	6.08%
5	佛山市顺德区巴德富实业有限公司	68,550.00	49.44	7.21	3.76%
合计		1,355,200.00	1,142.78	8.43	86.82%
2018 年					
1	博罗县麻陂镇美好粘合剂加工厂	326,550.00	265.13	8.12	30.77%

名次	供应商名称	采购数量 (千克)	采购金额 (万元)	采购单价 (元/千克)	占当期采购 胶水的比重
2	芜湖市星光合成材料有限公司	299,375.00	165.63	5.53	19.22%
3	东莞市成铭胶粘剂有限公司	95,000.00	118.42	12.47	13.74%
4	汉高（中国）投资有限公司	76,975.00	92.97	12.08	10.79%
5	上海协诚永固胶粘剂有限公司	153,025.00	62.47	4.08	7.25%
合计		950,925.00	704.62	7.41	81.77%

(4) 纸绳

名次	供应商名称	采购数量 (万米)	采购金额 (万元)	采购单价 (元/米)	占当期采购 纸绳的比重
2021 年 1-6 月					
1	东莞市友恒包装制品有限公司	10,799.28	570.14	0.05	61.09%
2	JH PRODUCTS SDN BHD	2,800.00	128.24	0.05	13.74%
3	惠州市雅新纸业有限公司	280.60	51.15	0.18	5.48%
4	北京恒信亿佳纸业有限公司	1,193.11	50.83	0.04	5.45%
5	余姚市恒腾物资有限公司	278.01	40.77	0.15	4.37%
合计		15,351.00	841.12	0.05	90.12%
2020 年					
1	东莞市友恒包装制品有限公司	18,056.96	791.12	0.04	68.36%
2	北京恒信亿佳纸业有限公司	3,710.23	160.05	0.04	13.83%
3	晋江新宏织造有限公司	285.69	57.05	0.20	4.93%
4	泉州佳和服饰有限公司	311.61	30.98	0.10	2.68%
5	泉州市鑫祺纸制品有限公司	745.14	28.86	0.04	2.49%
合计		23,109.63	1,068.06	0.05	92.29%
2019 年					
1	东莞市友恒包装制品有限公司	13,568.49	649.94	0.05	65.15%
2	晋江新宏织造有限公司	935.77	121.78	0.13	12.21%
3	泉州佳和服饰有限公司	882.46	82.69	0.09	8.29%
4	北京恒信亿佳纸业有限公司	796.99	43.17	0.05	4.33%
5	惠州市雅新纸业有限公司	526.31	30.18	0.06	3.03%
合计		16,710.02	927.76	0.06	93.00%
2018 年					
1	东莞市友恒包装制品有限公司	13,586.41	656.39	0.05	51.81%
2	惠州市雅新纸业有限公司	5,632.79	274.18	0.05	21.64%
3	深圳鑫佳乐包装有限公司	2,425.15	116.05	0.05	9.16%

名次	供应商名称	采购数量 (万米)	采购金额 (万元)	采购单价 (元/米)	占当期采购 纸绳的比重
4	晋江新宏织造有限公司	797.83	113.77	0.14	8.98%
5	东莞市飞扬包装机械设备有限公司	816.33	61.22	0.07	4.83%
合计		23,258.50	1,221.61	0.05	96.43%

(5) 纸箱

名次	供应商名称	采购数量 (平方米)	采购金额 (万元)	采购单价 (元/平方米)	占当期采购 纸箱的比重
2021 年 1-6 月					
1	泉州天悦包装有限公司	2,507,195.92	964.68	3.85	53.17%
2	永丰余纸业(厦门)有限公司	872,225.10	322.77	3.70	17.79%
3	珠海市香洲永润纸箱包装有限公司	753,727.26	262.22	3.48	14.45%
4	三河市富凯包装有限公司	248,149.48	96.57	3.89	5.32%
5	合肥多一包装制品有限责任公司	160,929.87	64.22	3.99	3.54%
合计		4,542,227.63	1,710.45	3.77	94.27%
2020 年					
1	泉州天悦包装有限公司	4,010,153.80	1,399.83	3.49	52.70%
2	永丰余纸业(厦门)有限公司	1,536,552.72	514.24	3.35	19.36%
3	珠海市香洲永润纸箱包装有限公司	1,239,034.20	387.26	3.13	14.58%
4	合肥多一包装制品有限责任公司	426,061.14	148.67	3.49	5.60%
5	三河市富凯包装有限公司	245,671.06	78.80	3.21	2.97%
合计		7,457,472.93	2,528.80	3.39	95.20%
2019 年					
1	泉州天悦包装有限公司	1,970,804.24	642.29	3.26	31.78%
2	珠海市香洲永润纸箱包装有限公司	2,002,630.08	556.04	2.78	27.51%
3	永丰余纸业(厦门)有限公司	1,589,359.55	510.39	3.21	25.25%
4	泉州雅克森箱包制品有限公司	404,021.63	142.20	3.52	7.04%
5	合肥永传包装材料有限公司	190,329.90	62.59	3.29	3.10%
合计		6,157,145.40	1,913.52	3.11	94.68%
2018 年					
1	永丰余纸业(厦门)有限公司	1,457,382.45	597.71	4.10	36.53%
2	珠海市香洲永润纸箱包装有限公司	1,344,345.96	482.21	3.59	29.47%
3	锦胜包装(泉州)有限公司	584,655.15	233.46	3.99	14.27%
4	福建省文松彩印有限公司	325,925.79	139.69	4.29	8.54%
5	泉州亨通源纸品有限公司	241,971.70	99.44	4.11	6.08%

合计	3,954,281.05	1,552.51	3.93	94.89%

4、中介机构核查情况

申报会计师履行了如下核查程序：

（1）获取发行人采购明细表，对各类原材料采购金额、采购单价及采购占比进行统计、分析等；

（2）访谈发行人采购人员，了解原纸价格的主要驱动因素，各类原纸的采购变动情况及原因，了解各类原材料主要供应商及双方合作情况等。

经核查，申报会计师认为：

（1）原纸价格的主要驱动因素为纸浆价格、进口废纸成本等；

（2）部分原纸如其他环保纸袋用纸、食品白牛纸、其他食品包装用纸等单价变动趋势与原纸平均单价变动趋势不同具有合理性；

（3）发行人各类原材料主要供应商的采购数量、单价及金额、占比情况等无异常。

（二）结合主要供应商的基本情况，包括实际控制人、注册时间、注册地、经营范围、经营规模、合作历史等，说明主要供应商变动原因，向同一供应商采购金额变化幅度较大的原因；说明报告期内是否涉及贸易商采购，涉及贸易商采购的，请进一步说明未向终端供应商采购原因，与发行人主要股东等是否存在异常交易和资金往来

1、结合主要供应商的基本情况，包括实际控制人、注册时间、注册地、经营范围、经营规模、合作历史等，说明主要供应商变动原因，向同一供应商采购金额变化幅度较大的原因

（1）报告期发行人前五大供应商基本情况

①金光纸业（与发行人交易的主体主要包括金光纸业（厦门）有限公司、金光纸业（无锡）有限公司以及上海金光纸业产品服务有限公司）

项目	主体一：	主体二：	主体三：
	金光纸业（厦门）有限公司	金光纸业（无锡）有限公司	上海金光纸业产品服务有限公司
注册时间	1993 年 2 月 8 日	2012 年 8 月 29 日	1999 年 5 月 21 日
注册地	厦门市思明区金桥路 101 号 A 区第四层 407-408 单元	无锡市锡山经济技术开发区凤威路 2 号	上海市虹口区东大名路 501 号 62 层 6215 单元
经营范围	生产、销售铜版纸及其制品；生产、销售纸及系列产品。安全技术、安全文化、安全生产	纸及其原材料、纸制品、化工产品（不含化学危险品）、机械设备及其零部件的批发	纸张、纸浆及相关原材料（原木除外）的进出口业务、批发及相关的售后服务（不涉

项目	主体一：	主体二：	主体三：
	金光纸业（厦门）有限公司	金光纸业（无锡）有限公司	上海金光纸业产品服务有限公司
	标准化及职业卫生咨询与服务；货物及技术进出口（国家法律法规规定应经审批方可经营或禁止公司经营的除外）。（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）	和进出口业务（以上商品进出口不涉及国营贸易管理商品，涉及配额、许可证管理商品的，按国家有关规定办理申请）。（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）	及国营贸易管理商品，涉及配额、许可证管理商品的，按国家有关规定办理申请）。（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）
实际控制人	印尼 APP 集团（APP 集团实际控制人为印尼黄氏家族）		
经营规模	根据 APP（中国）官网数据，截至 2020 年底，APP（中国）总资产约 2,480 亿元，2020 年在华销售额约 738 亿元，拥有员工超过 3.6 万名		
合作历史	2011 年与发行人开始交易		

②珠海红塔（与发行人交易的主体包括珠海红塔仁恒包装股份有限公司及珠海华丰纸业有限公司）

项目	主体一：	主体二：
	珠海红塔仁恒包装股份有限公司	珠海华丰纸业有限公司
注册时间	1991 年 2 月 11 日	1992 年 6 月 18 日
注册地	珠海市前山工业区	珠海市高栏港经济区高栏石化区
经营范围	生产和销售自产的高档包装纸板，以及包装材料的研发、设计、制造和销售。纸浆、纸及纸制品、化工产品（不含化学危险品）、电器机械、普通机械、矿产品（不含贵金属矿）的批发及进出口业务（不涉及国营贸易管理商品，涉及配额、许可证管理商品的，按国家有关规定办理）。从事纸及纸制品的研究开发及提供相关的技术咨询、技术服务、技术转让（涉及行业许可管理的，按国家有关规定办理）。（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）	生产和销售高档纸及纸板（包括高级灰底涂布白纸板、高档白卡纸及液体包装纸板）；纸浆、纸及纸制品、化工产品（不含危险化学品及易制毒化学品）、电器及配件、机械设备、矿产品（不含贵金属矿和铁矿石）的批发；纸及纸制品的研究开发。（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）
实际控制人	国务院国资委	
经营规模	根据珠海红塔提供的信息，2021 年营业收入约为 43.21 亿元	
合作历史	2017 年 12 月与发行人开始交易	

③太阳纸业（包括太阳纸业有限公司、山东国际纸业太阳纸板有限公司以及万国纸业太阳白卡纸有限公司）

项目	主体一：	主体二：	主体三：
	太阳纸业有限公司	山东国际纸业太阳纸板有限公司	万国纸业太阳白卡纸有限公司
注册时间	1993 年 2 月 8 日	2006 年 12 月 15 日	2006 年 9 月 8 日
注册地	山东省济宁市兖州区西关大街 66 号	山东省济宁市兖州区西关大街 66 号	山东省济宁市兖州区西关大街 66 号
经营范围	生产、销售铜版纸及其制品；生产、销售纸及系列产品。安全技术、安全文化、安全生产	包装纸板和纸产品的制造、销售、营销、分销和研发，原材料、设备以及其他与经	包装纸板和纸产品的制造、销售、营销、分销和研发，原材料、设备以及其他与经

项目	主体一：	主体二：	主体三：
	太阳纸业有限公司	山东国际纸业太阳纸板有限公司	万国纸业太阳白卡纸有限公司
	标准化及职业卫生咨询与服务；货物及技术进出口（国家法律法规规定应经审批方可经营或禁止公司经营的除外）。（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）	营有关材料的采购，造纸生产设施的运营管理与咨询（商务与技术）服务，一般贸易以及进出口贸易（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，有效期以许可证为准）。	营有关材料的采购，造纸生产设施的运营管理与咨询（商务与技术）服务，一般贸易以及进出口贸易（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，有效期以许可证为准）。
实际控制人	李洪信		
经营规模	根据太阳纸业年度报告披露，2020 年营业收入为 215.89 亿元		
合作历史	2017 年 3 月开始交易		

④晋江恒业（与发行人交易的主体包括晋江市恒业包装用品贸易有限公司以及福建省晋江市恒业包装用品有限公司）

项目	主体一：	主体二：
	晋江市恒业包装用品贸易有限公司	福建省晋江市恒业包装用品有限公司
注册时间	2000 年 7 月 10 日	2006 年 8 月 31 日
注册地	福建省泉州市晋江市磁灶镇龟山工业区磁青路	晋江市磁灶龟山工业区
经营范围	销售：包装用品纸。（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）	纸箱加工；生产：包装用品（纸箱、纸盒）、塑料制品（不含危险化学品）、鞋材（鞋底）；销售：纸制品、塑料制品、鞋材（以上均不含危险化学品）；普通货物仓储服务（不含危险化学品）。（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）
实际控制人	洪祖鹄	
经营规模	晋江恒业为联盛纸业授权经销商，根据晋江恒业提供信息，2021 年度营业收入约为 1.16 亿元	
合作历史	2016 年 3 月与发行人开始合作	

⑤华邦纸业（与发行人交易的主体主要包括浙江华邦特种纸业有限公司以及华邦古楼新材料有限公司等）

项目	主体一：	主体二：
	浙江华邦特种纸业有限公司	华邦古楼新材料有限公司
注册时间	2003 年 9 月 24 日	2017 年 2 月 14 日
注册地	浙江省龙游工业园区金星大道 38 号	浙江省龙游工业园区金星大道 38 号 2 幢
经营范围	机制纸、纸制品制造、销售，化工原料（危险及易制毒品除外）、造纸原料的销售；货物进出口。	新材料研发、特种材料研发；机制纸及纸制品制造与销售；造纸原料、化工原料（不含危险化学品及易制毒化学品）的销售；货物进出口（法律、法规限制的除外，应当取得许可证的凭许可证经营）；投资咨询服务；企业管理咨询。
实际控制人	徐顺虎	

项目	主体一：	主体二：
	浙江华邦特种纸业有限公司	华邦古楼新材料有限公司
经营规模	根据华邦纸业提供信息，2021 年营业收入约为 3.86 亿元	
合作历史	2016 年 5 月与发行人开始合作	

⑥格林包装

项目	基本情况
注册时间	2018 年 1 月 31 日
注册地	东莞市南城街道胜和社区运河东三路 102 号国信大厦 2 楼 203 室
经营范围	供应链管理；销售：包装装潢材料（不含危险化学品），铝塑复合材料，纸张，纸制品，纸容器；货物进出口，技术进出口。（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）
实际控制人	车理锋
经营规模	公开渠道无法查询相关信息
合作历史	2015 年与发行人开始交易

⑦玖龙纸业（与发行人交易的主体包括玖龙环球（中国）投资集团有限公司、玖龙纸业（东莞）有限公司、玖龙纸业（泉州）有限公司等）

项目	主体一：	主体二：	主体三：
	玖龙环球（中国）投资集团有限公司	玖龙纸业（东莞）有限公司	玖龙纸业（泉州）有限公司
注册时间	2014 年 9 月 17 日	1995 年 12 月 14 日	2010 年 6 月 18 日
注册地	广东省东莞市松山湖园区新城路 12 号	广东省东莞市麻涌镇麻二村	泉州市台商投资区张坂镇门头村门头街 540 号
经营范围	（一）在国家允许的外商投资的领域依法进行投资（国家宏观调控行业除外）；（二）受其所投资企业的书面委托（经该企业董事会一致通过），向该企业提供下列服务：1、协助或代理其所投资企业从国内外采购供该企业自用的机器设备、办公设备及生产所需的原材料、元器件、零部件和在国内外销售其所投资企业生产的产品，并提供售后服务；2、在外汇管理部门的同意和监督下，在其所投资企业之间平衡外汇；3、为其所投资企业提供产品生产、销售和开发过程中的技术支持、员工培训、企业内部人事管理等服务；4、协助其所投资企业寻求贷款及提供担保；（三）在中国境内设立科研开发中心或部门，从事新产品及高新技术的研究开发、转让其研究开发成果，并提供相应的技术服	生产和销售高档纸和纸板（新闻纸除外），在境内组织收购生产所需废纸作原料自用；电力供应；热力供应；污水处理；固体废物治理（不含危险废物、医疗废物、严控废物、放射性固定废物）。（以上项目不涉及外商投资准入特别管理措施）。（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）	生产高档纸及纸板（不含新闻纸）及配套自备热电厂的建设、经营（热电联产电厂的建设、经营），废气、废液综合利用处理、处置，在境内组织收购国内废纸，销售公司自产产品。道路普通货运、货物专用运输（集装箱）（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）

项目	主体一：	主体二：	主体三：
	玖龙环球（中国）投资集团有限公司	玖龙纸业（东莞）有限公司	玖龙纸业（泉州）有限公司
	务；（四）为其投资者提供咨询服务，为其关联公司提供与其投资有关的市场信息、投资政策等咨询服务；（五）承接其母公司和关联公司的服务外包业务。（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）		
实际控制人	张茵		
经营规模	根据玖龙纸业年度报告披露，2020 年营业收入为 513.41 亿元		
合作历史	2013 年 1 月与发行人开始交易		

（2）主要供应商变动原因

参见本题“（3）同一供应商采购金额及变动幅度”的相关回复。

（3）同一供应商采购金额及变动幅度

报告期内，发行人的前五大供应商的金额及变动幅度如下：

单位：万元

序号	供应商	2021 年 1-6 月		2020 年		2019 年		2018 年
		金额	变动幅度	金额	变动幅度	金额	变动幅度	金额
1	金光纸业	4,149.16	107.49%	3,999.40	50.28%	2,661.27	-29.24%	3,761.24
2	太阳纸业	3,447.66	120.98%	3,120.40	-40.13%	5,212.01	93.10%	2,699.12
3	珠海红塔	3,441.15	28.65%	5,349.79	69.58%	3,154.64	80.36%	1,749.08
4	晋江恒业	3,226.77	88.72%	3,419.69	80.59%	1,893.64	-11.76%	2,145.91
5	华邦纸业	2,087.68	24.66%	3,349.37	290.48%	857.75	82.19%	470.80
6	格林包装	-	-100.00%	1,862.66	-48.68%	3,629.57	26.14%	2,877.32
7	玖龙纸业	891.10	-31.99%	2,620.62	-27.59%	3,618.99	41.62%	2,555.42

注：为方便分析，2021 年 1-6 月的变动幅度为简单的年化计算处理。

报告期内，发行人向同一供应商采购金额变化幅度较大的原因如下：

①金光纸业

2019 年，公司向金光纸业采购原纸的采购金额较 2018 年减少 1,099.97 万元，降低 29.24%，主要原因系：2019 年金光纸业白牛纸价格较高，公司向佛山市高明鸿源纸业有限公司等其他白牛纸供应商采购部分白牛纸。

2020 年，公司向金光纸业采购原纸的采购金额较 2019 年增加 1,338.13 万元，上涨 50.28%，主要原因系：受美国废纸进口限令影响，高强度再生黄牛纸的市场供应较为紧张，公司部分客户选择使用白牛纸替代再生黄牛纸，金光纸业作为

公司白牛纸的主要供应商，采购金额增加。

2021 年上半年，公司向金光纸业采购原纸的采购金额较 2020 年同期大幅度增加，主要原因系：受原纸市场变动影响，环保白牛纸价格有所上涨，公司环保白牛纸供应商华邦纸业减少了环保白牛纸的生产，公司转而向金光纸业加大了采购规模。

②太阳纸业

2019 年，公司向太阳纸业采购原纸的采购金额较 2018 年增加 2,512.89 万元，上涨 93.10%，主要原因系：太阳纸业为公司食品卡纸和纸杯纸的主要供应商之一，2019 年公司对于餐盒、纸杯类产品的需求增加，因此增加了对食品卡纸和纸杯纸的采购规模。

2020 年，公司向太阳纸业采购原纸的采购金额较 2019 年减少 2,091.61 万元，降低 40.13%，主要原因系：太阳纸业和珠海红塔为公司主要的食品卡纸和纸杯纸供应商，二者产品存在竞争关系，2020 年太阳纸业的原纸价格处于高位，为了获得更有利公司的交易条件，公司减少向太阳纸业的采购，向珠海红塔采购该部分原纸作为替代。

2021 年上半年，公司向太阳纸业采购原纸的采购金额较 2020 年大幅度增加，主要原因系太阳纸业为纸杯纸的主要供应商之一，2021 年上半年纸杯纸的采购量增大。

③珠海红塔

2019 年，公司向珠海红塔采购原纸的采购金额较 2018 年增加 1,405.56 万元，上涨 80.36%，主要原因系：珠海红塔为公司食品卡纸和纸杯纸的主要供应商之一，2019 年公司对于餐盒、纸杯类产品的需求增加，因此增加了对食品卡纸和纸杯纸的采购规模。

2020 年，公司向珠海红塔采购原纸的采购金额较 2019 年增加 2,195.15 万元，上涨 69.58%，主要原因系：珠海红塔和太阳纸业为公司主要的食品卡纸和纸杯纸供应商，二者产品存在竞争关系，2020 年太阳纸业的原纸价格处于高位，为了获得更有利公司的交易条件，公司减少向太阳纸业的采购，向珠海红塔进行采购该部分原纸作为替代。

④晋江恒业

晋江恒业为联盛纸业的授权经销商，公司向晋江恒业主要采购再生黄牛纸。

2020 年及 2021 年上半年，晋江恒业采购金额较 2019 年有所增加，主要系客户需求变动，晋江恒业作为联盛纸业的经销商，交期灵活，付款账期有优势，因此公司加大了向晋江恒业的采购。

⑤华邦纸业

2019 年，公司向华邦纸业采购原纸的采购金额较 2018 年增加 386.95 万元，上涨 82.19%，主要系公司生产经营规模扩大所需，增加了对华邦纸业采购量。

2020 年，公司向华邦纸业采购原纸的采购金额较 2019 年增加 2,491.62 万元，上涨 290.48%，主要原因系：

1) 公司基于原纸食品安全问题考虑，淘汰了部分中小供应商，转而向华邦纸业采购原纸。

2) 因恒达新材生产的防油纸产品价格较高，公司逐步使用华邦纸业的同类产品进行了替代。

2021 年上半年，公司向华邦纸业采购原纸的采购金额较 2020 年同期有所增加，主要系公司生产经营规模扩大所需。

⑥格林包装

2019 年，公司向格林包装采购原纸的采购金额较 2018 年增加 752.25 万元，上涨 26.14%，主要系公司生产经营规模扩大所需。

2020 年，公司向格林包装采购原纸的采购金额较 2019 年减少 1,766.91 万元，降低 48.68%，主要原因系格林包装为珠海红塔华南区域的代理商，因其内部销售安排，发行人减少从格林包装的采购，转而直接向珠海红塔进行采购。2021 年上半年，发行人不再向格林包装采购，均直接向珠海红塔进行采购。

⑦玖龙纸业

2019 年，公司向玖龙纸业采购原纸的采购金额较 2018 年增加 1,063.57 万元，上涨 41.62%，主要原因系：公司生产的部分产品在 2019 年开始大批量使用玖龙再生黄牛纸，公司增加向玖龙纸业的采购。

2020 年及 2021 年上半年，公司向玖龙纸业采购原纸的采购金额逐年降低，主要原因系：2020 年开始部分客户产品改用青山纸业生产的黄牛纸替代玖龙纸业生产的再生牛卡纸，此外，受美国废纸进口限令影响，玖龙纸业生产的高端玖龙黄牛纸不能保证及时稳定供应，公司部分客户自 2020 年开始不再使用此款产品，采购需求量进一步降低。

2、说明报告期内是否涉及贸易商采购，涉及贸易商采购的，请进一步说明未向终端供应商采购原因，与发行人主要股东等是否存在异常交易和资金往来

报告期内，公司存在向贸易商采购的情况，具体情况如下：

项目	2021 年 1-6 月	2020 年	2019 年	2018 年
向贸易商采购金额（万元）	6,928.44	8,453.38	8,349.82	7,084.09
占采购总额比例	17.79%	15.14%	18.85%	22.33%

公司向贸易商采购与向终端供应商采购相比，通常具有以下优势：

（1）部分纸厂对于原纸的起订数量有要求，公司向贸易商采购具有更灵活的订货数量优势；

（2）贸易商通常备有现货库存，因此向贸易商采购具有更灵活的交货周期；

（3）大部分终端纸厂需要公司进行缴纳预付款后才能发货，而贸易商可以接受货到付款，或提供一定的信用账期，向贸易商采购具有更有利的付款条件。

报告期内，公司向前五大贸易商采购的情况如下：

（1）2021 年 1-6 月

序号	贸易商名称	采购金额（万元）	占贸易商采购比例
1	晋江恒业	3,226.77	46.57%
2	东莞市艾阳纸业有限公司	1,889.15	27.27%
3	福建众心圆贸易有限公司	388.78	5.61%
4	东莞市宝松纸业有限公司	348.60	5.03%
5	上海朗竹纸业有限公司	293.62	4.24%
合计		6,146.92	88.72%

（2）2020 年

序号	贸易商名称	采购金额（万元）	开始合作年份
1	晋江恒业	3,419.69	40.45%
2	格林包装	1,862.66	22.03%
3	东莞市宝松纸业有限公司	652.53	7.72%
4	厦门建发纸业有限公司	593.84	7.02%
5	上海朗竹纸业有限公司	402.56	4.76%
合计		6,931.28	81.99%

(3) 2019 年

序号	贸易商名称	采购金额（万元）	开始合作年份
1	格林包装	3,629.57	43.47%
2	晋江恒业	1,893.64	22.68%
3	厦门建发纸业有限公司	446.81	5.35%
4	上海朗竹纸业有限公司	365.90	4.38%
5	厦门市盈玖贸易有限公司	298.12	3.57%
合计		6,634.04	79.45%

(4) 2018 年

序号	贸易商名称	采购金额（万元）	开始合作年份
1	格林包装	2,877.32	40.62%
2	晋江恒业	2,144.62	30.27%
3	厦门建发纸业有限公司	838.44	11.84%
4	厦门市盈玖贸易有限公司	210.43	2.97%
5	丸红（上海）有限公司	199.18	2.81%
合计		6,269.99	88.51%

报告期内，发行人供应商中的主要贸易商与发行人主要股东不存在异常交易和资金往来。

3、中介机构核查情况

申报会计师履行了如下核查程序：

（1）通过企查查、天眼查、官方网站、年度报告等查询主要供应商的基本情况、经营规模、实际控制人等；

（2）对发行人采购人员进行了访谈，了解报告期内公司与主要供应商合作情况等，了解发行人选择向贸易商采购的原因等；

（3）查阅银行流水，核查供应商中的主要贸易商与发行人主要股东是否存在异常交易和资金往来。

经核查，申报会计师认为：

（1）报告期内，发行人主要供应商采购金额变动具备合理性；

（2）发行人向贸易商采购具备合理性，供应商中的主要贸易商与发行人主要股东不存在异常交易和资金往来。

（三）说明发行人与主要供应商约定的调价机制；结合各类原纸市场公开报价和同类产品不同供应商的采购价格，说明采购价格的公允性

1、说明发行人与主要供应商约定的调价机制

供应商调高价格时，首先向公司发出包含具体调整事项及调整价格的调价通知单，由采购人员及采购经理进行议价，协商之后由采购部发起调价申请，资源开发部复核，在供应链总经理审核后，由公司总经理审批，确定调价后以报价单为准确定最终的采购价格。

供应商调低价格时，首先向公司发出包含具体调整事项及调整价格的调价通知单，由采购人员及采购经理进行议价，协商之后由采购部发起调价申请，资源开发部复核，供应链总经理审批；基于降本目的或重点客户原材料需求变更时，公司为获取更有竞争力的采购成本会主动发起议价，协商降低采购价格，达成一致后制定报价单，报价单需经供应链总经理审核。

报告期内，发行人与主要供应商的具体调价机制如下：

供应商	调价机制
金光纸业	公司与金光纸业签订采购协议时，根据年度需求总量的大小，双方协商确定采购价格，每月进行一次定价，双方根据市场情况协商确定是否调整价格。
太阳纸业	公司与太阳纸业签订采购协议时，根据年度需求总量的大小，双方协商确定采购价格，根据市场波动情况不定期进行定价，双方根据市场情况协商确定是否调整价格。
珠海红塔	公司与珠海红塔签订采购协议时，根据年度需求总量的大小，双方协商确定采购价格，采购的价格较为稳定，无固定调价期间，合同签订后一年内调整价格的频率较低，调价时双方进行协商。
华邦纸业	公司与华邦纸业签订采购协议时，根据年度需求总量的大小，双方协商确定采购价格，根据市场环境变化及造纸成本变动等进行调价。
玖龙纸业	公司与玖龙纸业签订采购协议时，根据年度需求总量的大小确定采购价格，根据市场环境变化进行调价。
晋江恒业	公司与晋江恒业签订采购协议时，根据年度需求总量的大小确定采购价格，根据市场环境变化进行调价。
格林包装	公司与格林包装签订采购协议时，根据需求总量的大小，双方协商确定采购价格，根据市场环境变化及造纸成本变动进行调价。

2、结合各类原纸市场公开报价和同类产品不同供应商的采购价格，说明采购价格的公允性

报告期内，公司各类原纸由于纸浆类型、产地、植物纤维含量、生产工艺、产量等因素影响，价格存在一定差异，目前公开市场无具有权威参考意义的原纸报价。对各类原纸通过不同供应商对同类产品的采购价格以及上游纸浆的市场价格变动等间接比价方式进行分析。其中，对不同供应商同类产品的采购价格比较时，选取各类原纸采购金额比例累计不低于 80%的供应商进行比较。

(1) 不同供应商对同类产品的采购价格情况

①环保纸袋用纸

1) 黄牛纸

报告期内，黄牛纸主要供应商的采购价格比较情况及差异原因如下：

单位：元/吨

名次	供应商名称	采购单价	差异原因
2021 年 1-6 月			
1	晋江恒业	4,204.78	(1) 晋江恒业、玖龙纸业以及大连中恒包装有限公司采购价格差异较小，青山纸业采购单价较高，主要由于晋江恒业、玖龙纸业以及大连中恒包装有限公司为含废再生纸，价格相对较低，而青山纸业为纯木浆纸，价格相对较高。 (2) AUGUST TRADING INDUSTRY LIMITED 为含废再生纸，其价格较高是因为其为越南玖龙经销商，主要为马来西亚南王采购使用，考虑到运费等因素，因此价格相对较高。
2	玖龙纸业	4,040.26	
3	大连中恒包装有限公司	4,237.39	
4	青山纸业	6,274.91	
5	AUGUST TRADING INDUSTRY LIMITED	5,157.06	
2020 年			
1	晋江恒业	3,695.00	(1) 晋江恒业、玖龙纸业为含废再生纸，价格相对较低； (2) 青山纸业为纯木浆纸，价格相对较高。
2	玖龙纸业	3,809.96	
3	青山纸业	4,418.45	
2019 年			
1	玖龙纸业	3,593.81	(1) 晋江恒业、玖龙纸业为含废再生纸，价格相对较低； (2) 2019 年公司向高州市金墩纸业有限公司采购湿强黄牛纸，耐水性能好，技术工艺复杂，国内同类供应商较少，价格相对较高。
2	晋江恒业	3,606.51	
3	高州市金墩纸业有限公司	4,775.30	
2018 年			
1	玖龙纸业	4,637.91	各主要供应商采购价格不存在显著差异
2	晋江恒业	4,366.40	
3	联盛纸业	4,447.77	

2) 白牛纸

报告期内，白牛纸主要供应商的采购价格比较情况及差异原因如下：

单位：元/吨

名次	供应商名称	采购单价	差异原因
2021 年 1-6 月			
1	金光纸业	6,065.58	各主要供应商采购价格不存在显著差异
2	东莞市艾阳纸业有限公司	6,079.15	
3	佛山市高明鸿源纸业有限公司	6,237.27	

名次	供应商名称	采购单价	差异原因
2020 年			
1	金光纸业	5,433.72	华邦纸业在 2020 年下半年开始供应环保白牛纸，为了扩大市场份额，实施短期的优惠价格促销。
2	佛山市高明鸿源纸业有限公司	5,279.13	
3	华邦纸业	5,088.57	
4	东莞市宝松纸业有限公司	5,462.01	
5	北京广商达纸业有限公司	5,317.36	
2019 年			
1	金光纸业	5,911.71	2019 年公司向厦门市盈玖贸易有限公司主要采购轻型涂布纸，价格相对较低。
2	佛山市高明鸿源纸业有限公司	5,933.70	
3	厦门市盈玖贸易有限公司	5,454.08	
2018 年			
1	金光纸业	6,322.69	(1) 2018 年公司向佛山市高明鸿源纸业有限公司采购高松白牛纸，轻量化程度更好，采购价格较高； (2) 2018 年公司向厦门市盈玖贸易有限公司主要采购轻型涂布纸，价格相对较低。
2	佛山市高明鸿源纸业有限公司	7,022.10	
3	厦门市盈玖贸易有限公司	6,050.66	

3) 其他环保纸袋用纸

其他环保纸袋用纸主要包括白卡纸、白挂面纸、底卡纸、双面黑卡纸等。由于其他环保纸袋用纸采购量较小, 以下针对各个类型纸张选取两家供应商进行比较, 采购价格比较情况及差异原因如下:

A. 白卡纸

单位: 元/吨

名次	供应商名称	采购单价	差异原因
2021 年 1-6 月			
1	厦门夏森贸易有限公司	10,619.45	公司向厦门夏森贸易有限公司采购的为进口白卡纸，轻量化程度较高，采购价格较高
2	潍坊恒联特种纸有限公司	7,068.94	
2020 年			
1	厦门夏森贸易有限公司	9,292.04	公司向厦门夏森贸易有限公司采购的为进口白卡纸，轻量化程度较高，采购价格较高
2	厦门福海纸业有限公司	6,051.41	
2019 年			
1	厦门福海纸业有限公司	4,968.64	公司向厦门福海纸业有限公司采购低克重白卡纸，采购批量较小，采购价格较高
2	厦门浩德纸业有限公司	4,120.79	
2018 年			
1	厦门浩德纸业有限公司	5,036.53	采购价格差异较小，采购批量较小

名次	供应商名称	采购单价	差异原因
2	晋江市百联星纸业贸易有限公司	4,781.63	

B.白挂面纸

单位：元/吨

名次	供应商名称	采购单价	差异原因
2021 年 1-6 月			
1	福建达利发展有限公司	5,133.45	采购价格不存在显著差异
2	山东世纪阳光纸业集团有限公司	5,198.20	
2020 年			
1	福建达利发展有限公司	4,615.08	采购价格不存在显著差异
2	山东世纪阳光纸业集团有限公司	4,687.90	
2019 年			
1	福建达利发展有限公司	4,616.37	山东世纪阳光纸业集团有限公司为安徽南王的白挂面纸供应商，采购价格为出厂价，未含运输费用，采购价格较低
2	山东世纪阳光纸业集团有限公司	4,159.29	
2018 年			
1	福建达利发展有限公司	5,046.86	采购价格不存在显著差异
2	晋江市百联星纸业贸易有限公司	5,323.91	

C.底卡纸

单位：元/吨

名次	供应商名称	采购单价	差异原因
2021 年 1-6 月			
1	联盛纸业（龙海）有限公司	4,951.82	采购价格不存在显著差异
2	晋江恒业	4,911.50	
2020 年			
1	联盛纸业（龙海）有限公司	4,221.57	采购价格不存在显著差异
2	晋江恒业	4,025.73	
2019 年			
1	联盛纸业（龙海）有限公司	3,733.63	采购价格不存在显著差异
2	晋江恒业	3,912.62	
2018 年			
1	厦门煌亿贸易有限公司	3,580.56	采购价格不存在显著差异
2	石狮市华盛纸品贸易有限公司	3,419.83	

D.双面黑卡纸

单位：元/吨

名次	供应商名称	采购单价	差异原因
2021 年 1-6 月			
1	泉州怡兴纸业有限公司	9,913.47	采购价格不存在显著差异
2	厦门夏森贸易有限公司	10,145.72	
2020 年			
1	厦门夏森贸易有限公司	8,063.92	公司 2020 年仅向厦门夏森贸易有限公司采购双面黑卡纸
2019 年			
1	厦门夏森贸易有限公司	9,557.80	采购价格不存在显著差异
2	厦门市金鸿峰特种纸业有限公司	9,177.96	
2018 年			
1	泉州市思铭纸业有限公司	9,156.08	采购价格不存在显著差异
2	泉州怡兴纸业有限公司	9,137.93	

②食品包装用纸

1) 淋膜纸

报告期内，淋膜纸主要供应商的采购价格比较情况及差异原因如下：

单位：元/吨

序号	供应商名称	采购单价	差异原因
2021 年 1-6 月			
1	太阳纸业	7,537.41	各主要供应商采购价格不存在显著差异
2	镇江大东纸业有限公司	7,551.30	
3	珠海红塔	7,517.29	
2020 年			
1	太阳纸业	6,842.48	各主要供应商采购价格不存在显著差异
2	格林包装	6,716.15	
3	珠海永庆贸易有限公司	6,393.23	
2019 年			
1	太阳纸业	6,955.35	(1) 太阳纸业、格林包装采购价格差异较小； (2) 2019 年公司向镇江大东纸业有限公司采购的淋膜纸主要用作杯底纸，淋膜比例较高，因此价格较高；
2	格林包装	6,813.47	
3	镇江大东纸业有限公司	7,546.25	
2018 年			
1	格林包装	7,124.55	(1) 格林包装、太阳纸业采购价格差异较小；

序号	供应商名称	采购单价	差异原因
2	太阳纸业	7,356.25	(2) 2018 年公司向镇江大东纸业采购的淋膜纸主要用作杯底纸, 淋膜比例较高, 因此价格较高;
3	镇江大东纸业有限公司	7,852.86	

2) 防油纸

报告期内, 防油纸主要供应商的采购价格比较情况及差异原因如下:

单位: 元/吨

单位：元/吨

名次	供应商名称	采购单价	差异原因
2021 年 1-6 月			
1	珠海红塔	6,722.96	(1) 2021 年上半年, 公司向珠海红塔采购的防油纸为防油卡纸, 因工艺和成本差异, 价格相对较低; (2) 2021 年上半年, 公司向华邦纸业、恒达新材采购的防油纸因工艺和成本差异, 价格相对较高。
2	华邦纸业	9,869.80	
3	恒达新材	10,176.92	
2020 年			
1	珠海红塔	6,557.59	(1) 2020 年, 公司向珠海红塔、厦门建发纸业有限公司采购的防油纸为防油卡纸, 因工艺和成本差异, 价格相对较低; (2) 2020 年, 公司向华邦纸业采购的防油纸因工艺和成本差异, 价格相对较高。
2	华邦纸业	9,241.00	
3	厦门建发纸业有限公司	6,474.11	
2019 年			
1	珠海红塔	6,717.96	(1) 2019 年, 公司向珠海红塔、太阳纸业、厦门建发纸业有限公司采购的防油卡纸因工艺和成本差异, 价格相对较低; (2) 2019 年, 公司向华邦纸业、临朐玉龙造纸有限公司采购的防油纸因工艺和成本差异, 价格相对较高。
2	太阳纸业	6,648.33	
3	华邦纸业	9,682.95	
4	临朐玉龙造纸有限公司	9,860.82	
5	厦门建发纸业有限公司	6,518.97	
2018 年			
1	临朐玉龙造纸有限公司	9,667.42	(1) 2018 年, 公司向珠海红塔、太阳纸业采购的防油卡纸因工艺和成本差异, 价格相对较低; (2) 2018 年, 公司向华邦纸业、临朐玉龙造纸有限公司、恒达新材采购的防油纸因工艺和成本差异, 价格相对较高。
2	珠海红塔	6,913.60	
3	太阳纸业	6,836.81	
4	华邦纸业	9,950.69	
5	恒达新材	9,985.07	

3) 食品黄牛纸

报告期内, 食品黄牛纸主要供应商的采购价格比较情况及差异原因如下:

单位: 元/吨

名次	供应商名称	采购单价	差异原因
2021 年 1-6 月			
1	思特雷斯	7,452.53	(1) 2021 年上半年, 公司向思特雷斯采购的食品

名次	供应商名称	采购单价	差异原因
2	华邦纸业	7,854.92	黄牛纸主要为乌本块木浆（混合树皮、边料等的木浆）生产的 ECO 食品黄牛纸，向华邦纸业采购的为常规食品黄牛纸，思特雷斯根据市场竞争情况采取积极的价格策略，因此思特雷斯采购价格相对较低； （2）2021 年上半年，公司向斯道拉恩索（广西）浆纸有限公司采购的食品黄牛纸主要为本色食品卡纸，因工艺和成本差异，价格相对较低；
3	斯道拉恩索（广西）浆纸有限公司	6,198.16	
2020 年			
1	思特雷斯	7,405.62	（1）2020 年，公司向思特雷斯采购的食品黄牛纸为乌本块木浆（混合树皮、边料等的木浆）生产的 ECO 食品黄牛纸，价格相对较低； （2）2020 年，公司向华邦纸业采购常规食品黄牛纸价格较低，主要是由于供应商为获取较大份额采取的定价策略； （3）2020 年，公司向恒达新材采购的食品黄牛纸主要为纸吸管面纸，价格相对较高。
2	华邦纸业	7,364.07	
3	恒达新材	9,741.16	
2019 年			
1	思特雷斯	7,647.15	各主要供应商采购价格无较大差异
2	浙江凯丰新材料股份有限公司	7,864.72	
3	临朐玉龙造纸有限公司	7,946.32	
2018 年			
1	临朐玉龙造纸有限公司	8,093.86	各主要供应商采购价格无较大差异
2	南通中包投资有限公司	8,247.02	
3	韶关市始兴县联兴造纸实业有限公司	7,985.97	

4) 食品白卡纸

报告期内，食品白卡纸主要供应商的采购价格比较情况及差异原因如下：

单位：元/吨

名次	供应商名称	采购单价	差异原因
2021 年 1-6 月			
1	珠海红塔	6,422.18	2021 年上半年，公司向斯道拉恩索（广西）浆纸有限公司采购的为纸杯卡纸，主要用于生产纸杯，因表面处理工艺差异，生产成本较低，因此价格较低。
2	斯道拉恩索（广西）浆纸有限公司	5,839.07	
2020 年			
1	珠海红塔	6,233.36	（1）2020 年，公司向格林包装的为食品涂布白卡纸，因原料和生产工艺差异，生产成本较低，因此价格较低； （2）2020 年，公司向斯道拉恩索（广西）浆纸有限公司采购的为纸杯卡纸，主要用于生产纸杯，因表面处理工艺差异，生产成本较低，价格较低。
2	斯道拉恩索（广西）浆纸有限公司	5,130.69	
3	格林包装	5,752.15	
2019 年			
1	珠海红塔	6,233.91	（1）2019 年，公司向珠海红塔采购的食品白卡纸

名次	供应商名称	采购单价	差异原因
2	格林包装	5,801.10	因原料和生产工艺差异，生产成本较高，因此价格较高；
3	斯道拉恩索（广西）浆纸有限公司	5,265.27	（2）2019 年，公司向格林包装的为食品涂布白卡纸，因原料和生产工艺差异，生产成本较低，价格较低； （3）2019 年，公司向斯道拉恩索（广西）浆纸有限公司采购的为食品涂布白卡纸，采购量较少，采购时的价格处于全年价格低位。
2018 年			
1	珠海红塔	6,239.01	2018 年，公司向珠海红塔采购的食品白卡纸因原料和生产工艺差异，生产成本较高，因此价格较高；2018 年，公司向格林包装和珠海珈福贸易有限公司采购的为食品涂布白卡纸，因原料和生产工艺差异，生产成本较低，价格较低。
2	格林包装	5,759.78	
3	珠海珈福贸易有限公司	5,726.10	

5) 食品白牛纸

报告期内，食品白牛纸主要供应商的采购价格比较情况及差异原因如下：

单位：元/吨

名次	供应商名称	采购单价	差异原因
2021 年 1-6 月			
1	恒达新材	8,492.38	(1) 2021 年上半年,公司向恒达新材、浙江华丰纸业科技有限公司采购价格差异较小; (2) 2021 年上半年,公司向衢州五洲特种纸业股份有限公司采购的主要为长纤漂白压纹牛皮纸,生产工艺复杂,价格相对较高。
2	浙江华丰纸业科技有限公司	8,405.25	
3	衢州五洲特种纸业股份有限公司	9,948.44	
2020 年			
1	浙江恒川新材料有限公司	8,479.49	(1) 2020 年,公司向浙江恒川新材料有限公司、浙江华丰纸业科技有限公司采购的主要为吸管纸,耐水性能好,价格相对较高; (2) 2020 年,公司向华邦纸业采购的主要为常规食品白牛纸。
2	华邦纸业	7,350.47	
3	浙江华丰纸业科技有限公司	8,419.14	
2019 年			
1	浙江上易机械股份有限公司	11,567.73	(1) 2019 年,公司向浙江上易机械股份有限公司采购的主要为长纤漂白压纹牛皮纸,生产工艺复杂,价格相对较高; (2) 2019 年,公司向恒达新材采购的主要为吸管纸,耐水性能好。
2	华邦纸业	7,700.14	
3	恒达新材	8,517.96	
2018 年			
1	浙江上易机械股份有限公司	11,160.58	(1) 2018 年,公司向浙江上易机械股份有限公司采购的主要为长纤漂白压纹牛皮纸,生产工艺复杂,价格相对较高; (2) 2018 年,公司向华邦纸业、镇江大东纸业有限公司、恒达新材、临朐玉龙造纸有限公司采购价格存在差异主要是由于供应商不同价格策略所致。
2	华邦纸业	7,683.68	
3	恒达新材	8,283.16	
4	镇江大东纸业有限公司	7,748.33	
5	临朐玉龙造纸有限公司	8,204.18	

6) 其他食品包装用纸

其他食品包装用纸主要包括涂蜡原纸、新闻纸、纸杯原纸等。由于其他食品

包装用纸采购量较小，以下针对各个类型纸张选取两家供应商进行比较，采购价格比较情况及差异原因如下：

A.涂蜡原纸

单位：元/吨

名次	供应商名称	采购单价	差异原因
2021 年 1-6 月			公司基于降本目的，2020 年开始向华丰纸业采购涂蜡原纸，逐步替代恒达新材及 Twin Rivers Paper Company LLC
1	浙江华丰纸业科技有限公司	9,362.93	
2	恒达新材	10,575.22	
2020 年			
1	恒达新材	10,825.95	
2	浙江华丰纸业科技有限公司	8,863.85	
2019 年			
1	Twin Rivers Paper Company LLC	8,889.12	
2	恒达新材	11,127.86	
2018 年			
1	Twin Rivers Paper Company LLC	10,397.63	
2	恒达新材	11,110.86	

B.新闻纸

单位：元/吨

名次	供应商名称	采购单价	差异原因
2021 年 1-6 月			
1	上海朗竹纸业有限公司	4,290.11	2021 年上半年，公司仅向上海朗竹纸业有限公司采购新闻纸
2020 年			
1	上海朗竹纸业有限公司	4,399.17	2020 年，公司仅向上海朗竹纸业有限公司采购新闻纸
2019 年			
1	上海朗竹纸业有限公司	4,859.95	2019 年，公司仅向上海朗竹纸业有限公司采购新闻纸
2018 年			
1	-	-	2018 年公司未采购新闻纸

C.纸杯原纸

单位：元/吨

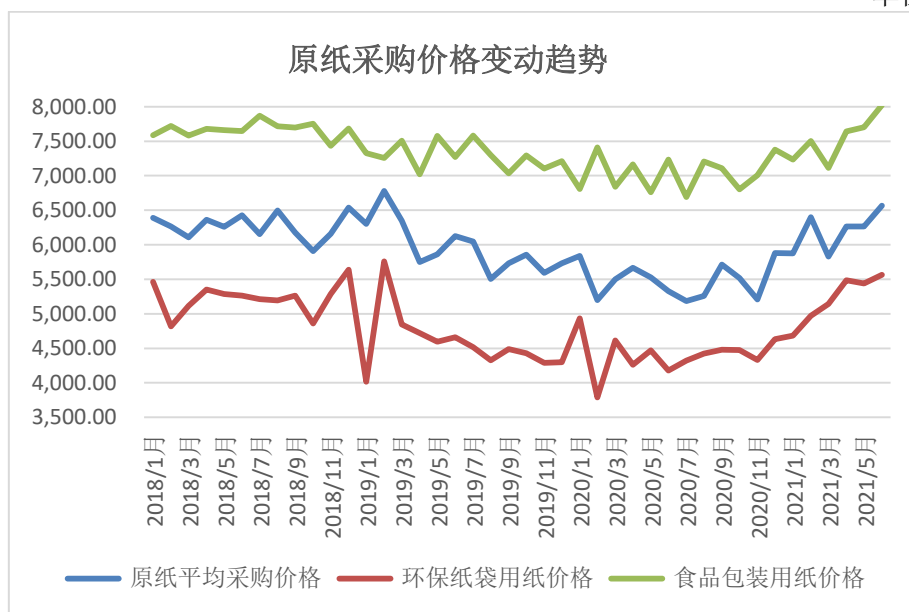
名次	供应商名称	采购单价	差异原因
2021 年 1-6 月			
1	珠海红塔	6,135.60	采购价格差异较小

名次	供应商名称	采购单价	差异原因
2	太阳纸业	6,194.69	
2020 年			
1	珠海红塔	5,233.93	采购价格差异较小
2	太阳纸业	5,516.00	
2019 年			
1	太阳纸业	5,249.36	采购价格差异较小
2	格林包装	5,765.89	
2018 年			
1	台州汇恒纸制品有限公司	6,280.27	采购价格差异较小
2	太阳纸业	6,446.62	

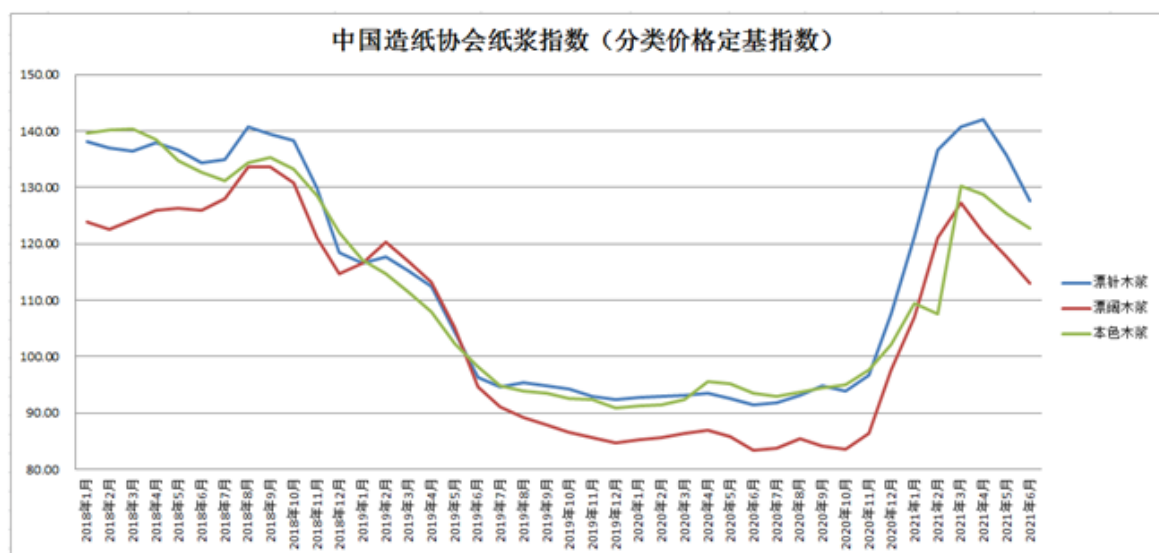
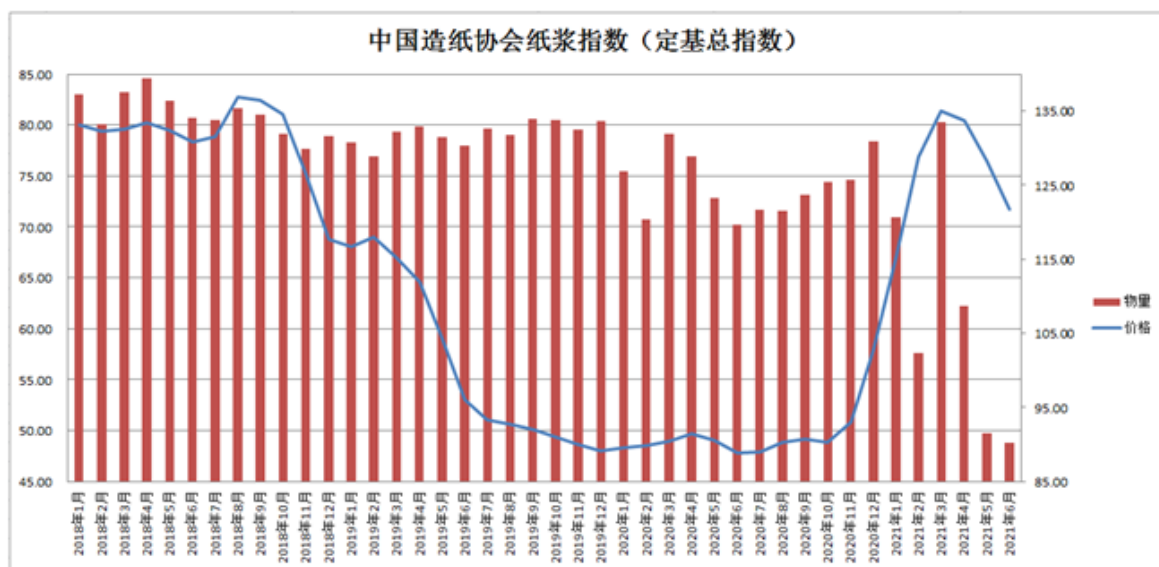
(2) 与上游材料的公开市场价格指数趋势的对比情况

报告期内，公司原纸（包括环保纸袋用纸和食品包装用纸）平均采购价格变动趋势如下：

单位：元/吨



2018 年 1 月至 2021 年 6 月，中国造纸协会纸浆指数（总指数、漂针木浆指数、漂阔木浆指数和本色浆指数）的变动情况如下：



数据来源：中国造纸业协会

报告期内，公司原纸以及主要纸种的采购价格主要受到纸浆价格的影响，并有一定滞后性，与纸浆价格变动趋势基本一致。

综上所述，报告期内，发行人各类原纸的采购价格具备公允性。

3、中介机构核查情况

申报会计师履行如下核查程序：

- （1）访谈发行人采购部人员，了解发行人与主要供应商的调价机制；
- （2）获得发行人采购明细表，对各类原材料采购金额、采购比例及采购单价进行统计，对比分析各类原纸不同供应商的采购价格差异情况，并分析差异原因；
- （3）查询纸浆市场价格变动情况、公开市场报价数据等，与发行人各类原

纸采购价格及变动趋势进行比对；

经核查，申报会计师认为：

- (1) 发行人与主要供应商调价机制符合实际情况；
- (2) 报告期内，发行人各类原纸的采购价格具有公允性。

(四) 按适当的供应商采购金额结构, 说明各期不同层级下供应商的数量、采购金额、占比及变化, 报告期内发行人供应商结构是否发生重大变化

1、发行人主要原材料供应商结构情况

发行人原材料主要包括原纸、油墨、胶水、纸绳、纸箱及其他等。报告期内，区分不同原材料类型，发行人不同层级下供应商的数量、采购金额、占比及变化情况如下：

(1) 原纸

①不同层级下供应商数量、占比及变化情况如下：

采购金额区间	供应商数量					
	2021 年 1-6 月			2020 年		
	数量（家）	占比	变化数量	数量（家）	占比	变化数量
1,000 万元以下	69	89.62%	-16	85	88.55%	1
1,000 万元至 2,000 万元	3	3.90%	-	3	3.13%	0
2,000 万元至 3,000 万元	1	1.30%	-2	3	3.13%	2
3,000 万元以上	4	5.19%	-1	5	5.21%	1
合计	77	100.00%	-19	96	100.00%	4

续：

采购金额区间	供应商数量				
	2019 年			2018 年	
	数量（家）	占比	变化数量	数量（家）	占比
1,000 万元以下	84	91.31%	16	68	90.66%
1,000 万元至 2,000 万元	3	3.26%	1	2	2.67%
2,000 万元至 3,000 万元	1	1.09%	-3	4	5.33%
3,000 万元以上	4	4.35%	3	1	1.33%
合计	92	100.00%	17	75	100.00%

②不同层级下原纸供应商金额、占比及变化情况：

采购金额区间	供应商金额					
	2021 年 1-6 月			2020 年		
	金额 (万元)	占比	变化 百分比	金额 (万元)	占比	变化 百分比
1,000 万元以下	8,118.43	27.63%	79.94%	9,023.30	22.55%	-14.40%
1,000 万元至 2,000 万元	4,894.58	16.66%	131.73%	4,224.30	10.55%	0.13%
2,000 万元至 3,000 万元	2,087.68	7.11%	-44.66%	7,544.59	18.85%	183.50%
3,000 万元以上	14,278.28	48.60%	48.43%	19,238.65	48.06%	23.20%
合计	29,378.97	100.00%	46.78%	40,030.84	100.00%	21.17%

续：

采购金额区间	供应商金额				
	2019 年			2018 年	
	金额（万元）	占比	变化百分比	金额（万元）	占比
1,000 万元以下	10,541.49	31.91%	57.95%	6,673.83	28.37%
1,000 万元至 2,000 万元	4,218.82	12.77%	49.65%	2,819.16	11.98%
2,000 万元至 3,000 万元	2,661.27	8.06%	-74.10%	10,276.47	43.67%
3,000 万元以上	15,615.21	47.27%	315.16%	3,761.24	15.98%
合计	33,036.79	100.00%	40.40%	23,530.70	100.00%

注：为便于比较，2021 年 1-6 月变化百分比已进行简单的年化处理

如上所示，报告期内，发行人采购金额 1,000 万元以上的原纸供应商家数分别为 7 家、8 家、11 家和 8 家，采购金额 1,000 万元以上供应商的采购金额占比分别为 71.63%、68.10%、77.46%以及 72.37%。2018 年开始公司实行优化供应商策略，供应商集中度提高，2019 年后供应商的结构相对稳定。

（2）油墨

①不同层级下供应商数量、占比及变化情况如下：

采购金额区间	供应商数量					
	2021 年 1-6 月			2020 年		
	数量（家）	占比	变化数量	数量（家）	占比	变化数量
100 万元以下	10	71.43%	-5	15	71.43%	2
100 万元至 200 万元	-	-	-1	1	4.76%	-
200 万元至 300 万元	3	21.43%	2	1	4.76%	1
300 万元以上	1	7.14%	-3	4	19.05%	1
合计	14	100.00%	-7	21	100.00%	4

续：

采购金额区间	供应商数量				
	2019 年			2018 年	
	数量（家）	占比	变化数量	数量（家）	占比
100 万元以下	13	76.47%	0	13	72.22%
100 万元至 200 万元	1	5.88%	-2	3	16.67%
200 万元至 300 万元	-	-	-2	2	11.11%
300 万元以上	3	17.65%	3	-	-
合计	17	100.00%	-1	18	100.00%

②不同层级下油墨供应商金额、占比及变化情况如下：

采购金额区间	供应商金额					
	2021 年 1-6 月			2020 年		
	金额(万元)	占比	变化百分比	金额(万元)	占比	变化百分比
100 万元以下	414.70	25.60%	216.24%	262.27	11.28%	-37.88%
100 万元至 200 万元	-	-	-100.00%	110.33	4.74%	-11.47%
200 万元至 300 万元	677.24	41.81%	411.57%	264.77	11.38%	-
300 万元以上	527.87	32.59%	-37.48%	1,688.58	72.60%	60.39%
合计	1,619.81	100.00%	39.28%	2,325.95	100.00%	45.40%

续：

采购金额区间	供应商金额				
	2019 年			2018 年	
	金额（万元）	占比	变化百分比	金额（万元）	占比
100 万元以下	422.22	26.39%	164.86%	159.41	15.45%
100 万元至 200 万元	124.63	7.79%	-63.99%	346.11	33.56%
200 万元至 300 万元	-	-	-100%	525.95	50.99%
300 万元以上	1,052.82	65.81%	-	-	-
合计	1,599.67	100.00%	55.09%	1,031.47	100.00%

注：为便于比较，2021 年 1-6 月变化百分比已进行简单的年化处理

如上表所示，报告期内，发行人 200 万元以上的油墨供应商家数分别为 2 家、3 家、5 家和 4 家，采购金额 200 万元以上供应商的采购金额占比分别为 50.99%、65.81%、83.98%以及 74.40%，随着发行人业务规模的扩大，发行人对重要油墨供应商的采购金额加大，采购集中度有所提升，供应商结构未发生重大变动。

（3）胶水

①不同层级下供应商数量、占比及变化情况：

采购金额区间	供应商数量					
	2021 年 1-6 月			2020 年		
	数量（家）	占比	变化数量	数量（家）	占比	变化数量
100 万元以下	10	66.67%	-6	16	72.73%	-1
100 万元至 200 万元	1	6.67%	-2	3	13.64%	3
200 万元至 300 万元	2	13.33%	1	1	4.55%	0
300 万元以上	2	13.33%	0	2	9.09%	1
合计	15	100.00%	-7	22	100.00%	3

续：

采购金额区间	供应商数量				
	2019 年			2018 年	
	数量（家）	占比	变化数量	数量（家）	占比
100 万元以下	17	89.47%	3	14	82.35%
100 万元至 200 万元	-	-	-2	2	11.76%
200 万元至 300 万元	1	5.26%	-	1	5.88%
300 万元以上	1	5.26%	1	-	-
合计	19	100.00%	2	17	100.00%

②不同层级下胶水供应商金额、占比及变化情况：

采购金额区间	供应商金额					
	2021 年 1-6 月			2020 年		
	金额(万元)	占比	变化百分比	金额(万元)	占比	变化百分比
100 万元以下	235.32	15.31%	117.99%	215.90	10.29%	-45.77%
100 万元至 200 万元	114.23	7.43%	-36.77%	361.31	17.22%	100%
200 万元至 300 万元	512.95	33.36%	368.28%	219.08	10.44%	-26.38%
300 万元以上	674.96	43.90%	3.64%	1,302.50	62.06%	109.88%
合计	1,537.46	100.00%	46.51%	2,098.79	100.00%	59.45%

续：

采购金额区间	供应商金额				
	2019 年			2018 年	
	金额(万元)	占比	变化百分比	金额(万元)	占比
100 万元以下	398.12	30.25%	27.38%	312.54	36.27%
100 万元至 200 万元	-	-	-	284.05	32.96%
200 万元至 300 万元	297.58	22.61%	12.24%	265.14	30.77%

采购金额区间	供应商金额				
	2019 年			2018 年	
	金额(万元)	占比	变化百分比	金额(万元)	占比
300 万元以上	620.58	47.15%	100.00%	-	-
合计	1,316.28	100.00%	52.75%	861.73	100.00%

注：为便于比较，2021 年 1-6 月变化百分比已进行简单的年化处理

如上表所示，报告期内，发行人 100 万元以上的胶水供应商家数分别为 3 家、2 家、6 家和 5 家，采购金额 100 万元以上供应商的采购金额占比分别为 63.73%、69.76%、89.72%以及 84.69%，随着发行人业务规模的扩大，发行人对重要胶水供应商的采购金额加大，采购集中度有所提升，供应商结构未发生重大变动。

（4）纸绳

①不同层级下纸绳供应商数量、占比及变化情况：

采购金额区间	供应商数量					
	2021 年 1-6 月			2020 年		
	数量（家）	占比	变化数量	数量（家）	占比	变化数量
100 万元以下	12	80.00%	-1	13	81.25%	2
100 万元至 200 万元	2	13.33%	1	1	6.25%	-
200 万元至 300 万元	-	-	-	-	-	-
300 万元以上	1	6.67%	-1	2	12.50%	-
合计	15	100.00%	-1	16	100.00%	2

续：

采购金额区间	供应商数量				
	2019 年			2018 年	
	数量（家）	占比	变化数量	数量（家）	占比
100 万元以下	11	78.57%	4	7	63.64%
100 万元至 200 万元	1	7.14%	-1	2	18.18%
200 万元至 300 万元	-	-	-1	1	9.09%
300 万元以上	2	14.29%	1	1	9.09%
合计	14	100.00%	3	11	100.00%

②不同层级下纸绳供应商金额、占比及变化情况：

采购金额区间	供应商金额					
	2021 年 1-6 月			2020 年		
	金额 (万元)	占比	变化百分比	金额(万元)	占比	变化百分比
100 万元以下	234.97	25.17%	87.86%	250.16	21.62%	10.76%
100 万元至 200 万元	288.69	30.93%	397.83%	115.98	10.02%	-4.76%
200 万元至 300 万元	-	-	-	-	-	-
300 万元以上	409.69	43.89%	3.57%	791.12	68.36%	21.72%
合计	933.35	100.00%	61.30%	1,157.26	100.00%	16.01%

续：

采购金额区间	供应商金额				
	2019 年			2018 年	
	金额(万元)	占比	变化百分比	金额(万元)	占比
100 万元以下	225.86	22.64%	112.15%	106.46	8.40%
100 万元至 200 万元	121.78	12.21%	-47.01%	229.82	18.14%
200 万元至 300 万元	-	-	-100%	274.18	21.64%
300 万元以上	649.94	65.15%	-0.98%	656.39	51.81%
合计	997.58	100.00%	-21.26%	1,266.85	100.00%

注：为便于比较，2021 年 1-6 月变化百分比已进行简单的年化处理。

如上表所示，报告期内，发行人采购金额 100 万元以上的供应商家数分别为 4 家、3 家、3 家以及 3 家，纸绳供应商结构未发生重大变化。

(5) 纸箱

①不同层级下纸箱供应商数量、占比及变化情况：

采购金额区间	供应商数量					
	2021 年 1-6 月			2020 年		
	数量(家)	占比	变化数量	数量(家)	占比	变化数量
100 万元以下	12	80.00%	5	7	63.64%	-7
100 万元至 200 万元	-	-	-1	1	9.09%	-
200 万元至 300 万元	1	6.67%	1	-	-	-
300 万元以上	2	13.33%	-1	3	27.27%	-
合计	15	100.00%	4	11	100.00%	-7

续：

采购金额区间	供应商数量				
	2019 年			2018 年	
	数量（家）	占比	变化数量	数量（家）	占比
100 万元以下	14	77.78%	2	12	75.00%
100 万元至 200 万元	1	5.56%	-	1	6.25%
200 万元至 300 万元	-	-	-1	1	6.25%
300 万元以上	3	16.67%	1	2	12.50%
合计	18	100.00%	2	16	100.00%

②不同层级下纸箱供应商金额、占比及变化情况：

采购金额区间	供应商金额					
	2021 年 1-6 月			2020 年		
	金额（万元）	占比	变化百分比	金额（万元）	占比	变化百分比
100 万元以下	264.83	14.60%	156.77%	206.28	7.77%	21.24%
100 万元至 200 万元	-	-	-100.00%	148.67	5.60%	4.55%
200 万元至 300 万元	262.22	14.45%	100.00%	-	-	-
300 万元以上	1,287.44	70.95%	11.89%	2,301.33	86.64%	34.68%
合计	1,814.49	100.00%	36.62%	2,656.28	100.00%	31.43%

续：

采购金额区间	供应商金额				
	2019 年			2018 年	
	金额（万元）	占比	变化百分比	金额（万元）	占比
100 万元以下	170.14	8.42%	-7.05%	183.04	11.19%
100 万元至 200 万元	142.20	7.04%	1.80%	139.69	8.54%
200 万元至 300 万元	-	-	-100%	233.46	14.27%
300 万元以上	1,708.73	84.55%	58.23%	1,079.91	66.01%
合计	2,021.07	100.00%	23.53%	1,636.10	100.00%

注：为便于比较，2021 年 1-6 月变化百分比已进行简单的年化处理。

报告期内，发行人 200 万元以上的纸箱供应商家数分别为 3 家、3 家、3 家和 3 家，采购金额 200 万元以上供应商的采购金额占比分别为 80.28%、84.55%、86.64%以及 85.40%，纸箱供应商结构未发生重大变动。

2、中介机构核查情况

申报会计师履行的核查程序如下：

（1）获取发行人原材料采购明细表，对各类原材料供应商的采购金额、采

购比例及采购单价进行统计并分析变动原因；

(2)访谈发行人采购人员，了解各类原材料供应商的采购变动情况及原因。

经核查，申报会计师认为，报告期内，发行人主要原材料供应商结构较为稳定，未发生重大变化。

(五) 说明报告期各期发行人各类原材料采购量、采购金额是否与发行人业务规模相匹配，采购、耗用主要材料数量与产品产量变化趋势是否匹配；报告期各期耗用能源数量，与产品产量变化趋势是否匹配

1、说明报告期各期发行人各类原材料采购量、采购金额是否与发行人业务规模相匹配，采购、耗用主要材料数量与产品产量变化趋势是否匹配

(1) 发行人原材料采购量、采购金额与业务规模的匹配情况

报告期内，公司主要原材料采购量、采购金额与业务规模的匹配情况具体如下：

单位：万元

项目	2021 年 1-6 月		2020 年		2019 年		2018 年	
	数量	金额	数量	金额	数量	金额	数量	金额
原纸（吨）	48,428.44	29,378.97	72,617.67	40,030.84	56,246.39	33,036.79	37,470.51	23,530.70
油墨（千克）	777,440.30	1,619.81	1,118,575.00	2,325.96	768,151.94	1,599.67	503,387.00	1,031.47
胶水（千克）	1,694,730.00	1,537.46	2,507,025.50	2,098.79	1,556,585.00	1,316.28	1,100,920.00	861.73
纸绳（万米）	16,669.77	933.35	24,826.04	1,157.26	17,905.84	997.58	23,700.44	1,266.85
纸箱（平方米）	4,827,059.75	1,814.49	7,831,235.82	2,656.28	6,460,437.90	2,021.07	4,121,088.06	1,636.10
其他	-	3,665.62	-	7,548.41	-	5,336.31	-	3,392.77
采购总额		38,949.70		55,817.54		44,307.70		31,719.62
主营业务收入		53,943.91		83,323.87		67,825.78		50,522.31
产量（万个）		327,436.69		448,866.95		373,400.19		261,027.43
单位产量采购额（元/百个）		11.90		12.44		11.87		12.15

注：采购总额口径为日常生产经营所需的材料采购，未包含固定资产采购。

如上表所示，报告期内，公司主要原材料的采购量、采购金额与主营业务收入均保持增长趋势，单位产量采购额保持相对稳定，公司主要原材料采购量、采购金额与业务规模相匹配。

(2) 原材料采购量、耗用量与产量的匹配情况

报告期内，公司各项原材料采购、耗用与产量的匹配关系如下：

材料类型	项目	2021 年 1-6 月	2020 年	2019 年	2018 年
产品产量（万个）		327,436.69	448,866.95	373,400.19	261,027.43
原纸	采购总量（吨）	48,428.44	72,617.67	56,246.39	37,470.51
	单位采购量（吨/万个）	0.15	0.16	0.15	0.14
	耗用总量（吨）	40,273.83	66,228.31	50,526.85	34,814.72
	单位耗用量（吨/万个）	0.12	0.15	0.14	0.13
油墨	采购总量（千克）	777,440.30	1,118,575.00	768,151.94	503,387.00
	单位采购量（千克/万个）	2.37	2.49	2.06	1.93
	耗用总量（千克）	749,600.93	1,085,495.62	765,864.74	502,460.37
	单位耗用量（千克/万个）	2.29	2.42	2.05	1.92
胶水	采购总量（千克）	1,694,730.00	2,507,025.50	1,556,585.00	1,100,920.00
	单位采购量（千克/万个）	5.18	5.59	4.17	4.22
	耗用总量（千克）	1,663,240.81	2,478,632.83	1,471,346.62	1,116,283.79
	单位耗用量（千克/万个）	5.08	5.52	3.94	4.28
纸绳	采购总量（万米）	16,669.77	24,826.04	17,905.84	23,700.44
	单位采购量（米/个）	0.2439	0.2666	0.3244	0.5762
	耗用总量（万米）	33,919.92	55,437.13	36,728.08	27,078.09
	单位耗用量（米/个）	0.4964	0.5953	0.6653	0.6584
纸箱	采购总量（平方米）	4,827,059.75	7,831,235.82	6,460,437.90	4,121,088.06
	单位采购量（平方米/万个）	14.74	17.45	17.30	15.79
	耗用总量（平方米）	5,063,020.58	7,684,502.52	6,205,475.70	4,128,433.32
	单位耗用量（平方米/万个）	15.46	17.12	16.62	15.82

注 1：单位采购量=采购总量/产品产量；单位耗用量=耗用总量/产品产量；

注 2：由于食品包装产品绝大多数无手柄，纸绳的采购量及耗用量仅选取环保纸袋产品进行分析。

①原纸

报告期内，原纸单位采购量、单位耗用量总体保持稳定。2021 年上半年，原纸单位耗用量下降，是由于 2021 年上半年单位耗用量较低的产品产量增加，如美团药品外卖袋、纸吸管等。

②油墨

2019 年，油墨单位采购量和单位耗用量较 2018 年基本稳定。

2020 年，油墨单位采购量及单位耗用量较 2019 年有所上涨，主要原因系美团等客户需要满版印刷的产品占比增加，油墨的单位采购量及单位消耗量增大。

2021 年上半年，油墨单位采购量及单位耗用量较 2020 年有所下降，主要原因系肯德基、华莱士、麦当劳等客户的部分产品如纸袋、纸盒类产品进行了改版，夹边外无需印刷，载墨面积缩小，色素含量降低，油墨单位采购量及单位耗用量相应减少。

③胶水

2019 年，胶水单位采购量及单位耗用量较 2018 年基本保持稳定。

2020 年，胶水单位采购量及单位耗用量较 2019 年有所升高，主要原因系产品承重的质量提高，底部胶水黏贴面积增大，胶水耗用量增多。

2021 年上半年，胶水单位采购量及单位耗用量较 2020 年有所降低，主要原因系专机生产的产品胶水黏贴方式由涂胶更改为点胶，单位采购量及单位耗用量有所降低。此外，食品盒类产品的边胶面积变窄，同时上胶方式由滚胶更改为喷胶，进一步降低了胶水的耗用。

④纸绳

报告期内，纸绳的单位采购量及单位耗用量逐年降低，主要原因系美团等客户的方底袋产品产量增加，方底袋产品无手柄，从而减少了纸绳的采购量与耗用量。

公司自 2018 年下半年开始生产纸绳，因此报告期内纸绳单位采购量逐年降低。

⑤纸箱

报告期内，纸箱的单位采购量及单位耗用量基本保持稳定。

综上所述，报告期内，公司原纸、油墨、胶水、纸绳、纸箱等主要材料采购、耗用数量与主要产品产量相匹配。

2、报告期各期耗用能源数量，与产品产量变化趋势是否匹配

报告期内，公司能源耗用与产品产量的对应关系具体情况如下：

能源类型	项目	2021 年 1-6 月	2020 年	2019 年	2018 年
产品产量	产量（万个）	327,436.69	448,866.95	373,400.19	261,027.43
	变化比例	45.89%	20.21%	43.05%	-
电	采购量（万度）	1,055.00	1,776.58	1,486.36	1,148.10
	变化比例	18.77%	19.53%	29.46%	-
	单位耗用（度/百个）	0.3222	0.3958	0.3981	0.4398

注：为便于比较分析，2021 年 1-6 月变化比例已进行简单的年化处理；

用电方面，报告期内，用电量变动趋势与产品产量变化趋势一致。2021 年上半年，单位耗电量有所降低，主要原因系单位耗电量较低的纸吸管、尖底袋、蛋卷筒等产量占比提升。

3、中介机构核查情况

申报会计师履行了如下核查程序：

（1）获取发行人采购明细表，核对报告期内各原材料的采购情况，分析与营业收入的匹配情况，分析单位产量采购额合理性，是否与发行人业务规模相匹配；

（2）访谈发行人采购人员，了解产品耗用及与材料配比的关系，并分析原材料的采购、消耗与产品产量之间的匹配情况；

（3）获取了发行人的直接材料构成表、能源耗用表等进行分析，分析能源耗用数量与产品产量之间的匹配情况。

经核查，申报会计师认为：

（1）报告期内，发行人各类原材料采购量、采购金额与发行人业务规模相匹配；

（2）发行人采购、耗用主要材料数量与产品产量变化趋势相匹配；

（3）报告期各期能源耗用数量与产品产量变化趋势相匹配。

（六）请保荐人、申报会计师发表明确意见，并说明对发行人报告期内向供应商采购真实性、完整性的核查方式、过程和结论

1、核查方式及核查过程

申报会计师履行了如下核查程序及核查方式：

（1）取得发行人报告期内供应商清单，对主要供应商交易金额及占比进行复核；通过检查采购合同或订单、发票、入库单、付款等原始资料，验证采购真实性；

（2）核查发行人报告期内主要供应商的工商资料，通过全国企业信用信息公示系统、企查查对主要供应商情况进行网络信息查询；

（3）核查主要供应商背景情况、经营范围、所在区域，查询其主要股东情况、董监高、主要人员情况等，核查主要供应商是否存在关联关系等；

（4）对报告期内主要供应商进行了实地走访及函证，确认主要供应商与发

行人的合作情况、结算方式、采购金额等基本情况，具体走访和函证情况如下：

单位：万元

项目	2021 年 1-6 月	2020 年	2019 年	2018 年
不含税采购金额	38,949.70	55,817.54	44,307.70	31,719.62
供应商走访金额	27,446.57	38,340.03	30,690.95	24,163.33
走访比例	70.47%	68.69%	69.27%	76.18%
发函金额①	30,785.78	45,801.22	37,844.51	27,375.52
发函比例	79.04%	82.06%	85.41%	86.30%
回函可确认金额②	29,938.25	45,673.85	37,437.41	27,326.31
回函可确认比例= (②/①)	97.25%	99.72%	98.92%	99.82%
回函可确认金额占 采购金额比例	76.86%	81.83%	84.49%	86.15%

针对未回函供应商，申报会计师实施了替代性程序，检查了相关采购合同、采购入库单、采购发票、采购付款回单等支持性文件，未发现重大异常。

(5) 与发行人管理层进行访谈，了解公司采购模式、主要原材料供应情况及与主要供应商业务往来情况；

(6) 核查相关市场需求及供应商经营情况，分析公司与主要供应商交易是否存在异常，抽取部分订单执行采购穿行测试，核查公司采购的真实性；

(7) 访谈采购部门主要人员，了解报告期内主要原材料采购价格变动的原因及合理性；

(8) 复核采购明细表，核查主要供应商的定价模式、采购单价及其公允性、是否存在异常交易情形，是否存在主要供应商为发行人承担成本费用等情形。

2、核查结论

经核查，申报会计师认为：公司向供应商的采购成本真实，具有真实性及完整性。

问题 9. 关于应收账款

申请文件显示：

(1) 报告期内，发行人应收账款余额分别为 7,316.21 万元、10,439.57 万元、13,554.75 万元、14,516.92 万元，占营业收入比重分别为 14.26%、15.10%、15.98%、26.51%。2021 年上半年末应收账款余额较 2020 年末增加 962.17 万元，主要是由于 2021 年第二季度销售收入较高，形成较多应收账款。

(2) 发行人应收账款周转率分别为 8.70、8.35、7.54、4.14 次，高于同行业可比公司平均水平的 4.49、4.63、4.56、2.68 次。主要是由于发行人客户比较优质，货款回收速度较快。

请发行人：

(1) 结合发行人的主要信用政策、报告期最后一个季度销售情况，说明 2021 年应收账款占营业收入比例提高的原因。

(2) 说明发行人各期末逾期应收账款期后回收情况，并列示各期末期后半年、半年至一年、一年至两年、两年以上回收金额及占比。

(3) 说明 2019 年 1 月之前采用账龄分析法计提坏账准备的坏账计提比例，与同行业可比公司是否存在显著差异；2019 年 1 月之后预期信用损失准备的具体测算过程、方法及依据，应收账款坏账准备计提率与同行业可比公司比较情况，结合前述情况说明坏账准备计提的充分性。

(4) 结合发行人客户群体与同行业可比公司客户群体的差异等，说明发行人应收账款周转率高于同行业可比公司应收账款率的合理性。

请保荐人、申报会计师发表明确意见，并说明对各期末应收账款核查过程、结论，包括但不限于核查方式、各方式下核查客户家数、标的选择方法、核查应收账款占比、核查结果，对存在差异或未确认部分的替代核查程序，相关核查是否充分。

回复：

(一) 结合发行人的主要信用政策、报告期最后一个季度销售情况，说明 2021 年应收账款占营业收入比例提高的原因

1、发行人主要信用政策

发行人主要信用政策具体如下：

(1) 境内客户：通常为月结 30 天/45 天/60 天/90 天/120 天等，其中以月结

30 天为主。

(2) 境外客户：通常为预收一定比例的货款（如预收 30% 货款等），客户见提单副本后支付剩余货款。对于部分优质客户，发行人预收一定金额货款后，给予其一定信用账期。

2、发行人报告期最后一个季度的销售情况

2021 年上半年，发行人第二季度主营业务收入为 30,081.46 万元，较 2020 年第四季度增长 2,109.39 万元，增长 7.54%。

2021 年上半年末，发行人应收账款余额为 14,516.92 万元，较 2020 年末增长 962.17 万元，增长 7.10%，与 2021 年第二季度主营业务收入相对于 2020 年第四季度的增长幅度匹配。

3、说明 2021 年应收账款占营业收入比例提高的原因

报告期内，公司应收账款占营业收入比例如下表：

单位：万元

项目	2021 年 6 月 30 日/ 2021 年 1-6 月	2020 年 12 月 31 日/2020 年度	2019 年 12 月 31 日/2019 年度	2018 年 12 月 31 日/2018 年度
应收账款余额	14,516.92	13,554.75	10,439.57	7,316.21
营业收入	54,768.58	84,821.12	69,141.08	51,298.17
应收账款余额占营业收入比重	13.26%（注）	15.98%	15.10%	14.26%

注：2021 年上半年末应收账款余额占营业收入比重已进行年化处理。

招股说明书中披露的 2021 年上半年末应收账款余额占营业收入比例尚未进行年化处理。经年化处理后，报告期各期末，公司应收账款余额约占营业收入比例波动较小。

结合发行人主要信用政策、2021 年第二季度收入较 2020 年第四季度的增长幅度，发行人 2021 年上半年末应收账款余额变动情况合理。

4、中介机构核查情况

申报会计师履行了如下核查程序：

(1) 复核报告期内应收账款余额占营业收入的比重；

(2) 查阅公司与客户签订的销售合同，对合同约定的信用政策进行分析，了解报告期内主要客户的信用政策是否存在变动情况，分析报告期各期末应收账款余额及占营业收入的比例波动的原因及其合理性。

经核查，申报会计师认为：发行人报告期各期末应收账款余额与营业收入规模相匹配，符合公司实际经营情况。

（二）说明发行人各期末逾期应收账款期后回收情况，并列示各期末期后半年、半年至一年、一年至两年、两年以上回收金额及占比

1、发行人报告期各期末逾期应收账款期后回收情况

报告期各期末，发行人逾期应收账款及期后回收情况具体如下：

单位：万元

项目	2021年6月30日	2020年12月31日	2019年12月31日	2018年12月31日
应收账款账面余额	14,516.92	13,554.75	10,439.57	7,316.21
信用期内账面余额	13,636.46	13,373.76	10,020.87	7,092.88
占应收账款账面余额比例	93.93%	98.66%	95.99%	96.95%
逾期账面余额	880.46	180.99	418.70	223.34
占应收账款账面余额比例	6.07%	1.34%	4.01%	3.05%
逾期账面余额期后半年内回收金额	746.39	46.84	102.10	5.03
占逾期账面余额比例	84.77%	25.88%	24.39%	2.25%
逾期账面余额半年至一年回收金额	-	-	46.21	26.09
占逾期账面余额比例	-	-	11.04%	11.68%
一年至两年回收金额	-	-	-	1.04
占逾期账面余额比例	-	-	-	0.47%
两年以上回收金额	-	-	-	-
占逾期账面余额比例	-	-	-	-
合计回收金额	746.39	46.84	148.31	32.16
占逾期账面余额比例	84.77%	25.88%	35.42%	14.40%
未回收金额	134.08	134.15	270.39	191.18
占逾期账面余额比例	15.23%	74.12%	64.58%	85.60%

注：报告期各期末逾期应收账款的期后回收情况统计截至 2022 年 1 月 25 日。

报告期内，公司逾期应收账款总体占比较低，期后回款情况良好。其中：

（1）2018 年末及 2019 年末，逾期应收账款主要系正大（中国）服饰有限公司的欠款 142.85 万元，因客户经营情况欠佳导致拖欠，公司已于报告期前全额计提坏账准备并于 2020 年核销坏账。

（2）2019 年末，除正大（中国）服饰有限公司外，逾期应收账款中金额较大的客户为爱芙趣商贸（上海）有限公司，逾期金额为 95.49 万元，原因为双方对账时因对账金额有误导致发票重开，本应于 2019 年 12 月回款，重开发票后于次月才回款，导致了逾期。另外，新增杰克沃克（上海）服饰有限公司及 EL

KEKHIA FZC 的逾期应收账款共计 100.11 万元，发行人已于 2020 年对其中预计无法收回的款项进行单项评估计提减值。

(3) 2021 年 6 月末，逾期应收账款金额较前期大幅增长，主要系猩米科技的应收账款 537.12 万元逾期半个月所致。公司与猩米科技按合同约定的结算方式为月结 30 天，由于客户的供应商对账系统于 2021 年 3 月上线，偶发系统问题导致结算审批流程有所滞后，2021 年 5 月的开票金额 537.12 万元于 2021 年 7 月中旬回款。其他小额逾期应收账款主要由于客户审批流程稍有滞后等，大部分逾期款项已于 2021 年 7 月回款。

截至 2021 年 6 月末，该部分未收回逾期应收账款的账龄及坏账准备计提情况如下：

单位：万元

账龄	2021 年 6 月 30 日		
	账面余额	坏账准备	计提比例
1 年以内	6.54	0.33	5.00%
1-2 年	39.83	39.83	100.00%
2-3 年	70.72	70.72	100.00%
3-4 年	16.99	16.99	100.00%
4-5 年	-	-	-
5 年以上	-	-	-
小计	134.08	127.86	95.36%

截至 2022 年 1 月 25 日，逾期未收回款项主要为账龄超过 1 年的应收账款，占比 95.11%，该部分款项主要系富贵鸟股份有限公司、杰克沃克（上海）服饰有限公司、EL KEKHIA FZC 等客户因经营情况欠佳导致拖欠，公司预计款项无法收回，已对该部分逾期款项进行单项评估并全额计提坏账准备。

2、中介机构核查情况

申报会计师履行了如下核查程序：

(1) 获取报告期内公司应收账款账龄明细表，分析应收账款账龄的统计方法，关注账龄较长的客户，通过公开信息查询客户信用情况；

(2) 获取公司主要客户的合同，确认合同关于货款支付或约定的结算周期从而判断应收款项是否逾期，对逾期的应收账款了解逾期原因，检查期后回款情况，分析其回收的风险及坏账准备计提是否充分；

(3) 统计报告期及期后应收账款回款情况，选取报告期内主要客户，检查银行流水、银行回单等，检查其回款时间、单位、金额等是否一致，核查是否存在第三方回款情况。

经核查，申报会计师认为：公司报告期各期末逾期应收账款较少，期后回款情况较好，回款率较高。

(三)说明 2019 年 1 月之前采用账龄分析法计提坏账准备的坏账计提比例，与同行业可比公司是否存在显著差异；2019 年 1 月之后预期信用损失准备的具体测算过程、方法及依据，应收账款坏账准备计提率与同行业可比公司比较情况，结合前述情况说明坏账准备计提的充分性

1、情况说明

(1) 2019 年 1 月之前，公司与同行业可比上市公司应收账款采用账龄分析法计提坏账准备的坏账计提率对比如下：

公司名称	1年以内	1-2年	2-3年	3-4年	4-5年	5年以上
森林包装	5%	10%	30%	100%	100%	100%
劲嘉股份	5%	5%	5%	5%	5%	5%
环球印务	5%	10%	30%	50%	100%	100%
龙利得	5%	10%	20%	50%	80%	100%
合兴包装	1-6个月1%； 7-12月5%	10%	20%	50%	80%	100%
东风股份	5%	10%	30%	50%	80%	100%
大胜达	5%	20%	50%	100%	100%	100%
新通联	2%	10%	50%	100%	100%	100%
新宏泽	5%	10%	15%	20%	50%	100%
美盈森	5%	10%	30%	50%	100%	100%
翔港科技	5%	20%	50%	100%	100%	100%
永吉股份	5%	10%	30%	50%	80%	100%
裕同科技	2%	10%	20%	100%	100%	100%
上海艾录	5%	10%	20%	30%	50%	100%
金时科技	5%	10%	30%	50%	80%	100%
同行业平均值	5%	11%	29%	60%	80%	94%
本公司	5%	10%	30%	50%	80%	100%

公司 2019 年 1 月之前采用账龄分析法计提坏账准备的坏账计提率，与同行

业可比公司不存在显著差异。

(2) 2019 年 1 月之后公司采用预期信用损失模式，按照相当于整个存续期内预期损失的金额计量应收账款的减值准备。依据财政部 2017 年修订发布《企业会计准则第 22 号——金融工具确认和计量》(财会〔2017〕7 号)、《企业会计准则第 23 号——金融资产转移》(财会〔2017〕8 号)、《企业会计准则第 24 号——套期会计》(财会〔2017〕9 号)和《企业会计准则第 37 号——金融工具列报》(财会〔2017〕14 号)(以下统称“新金融工具准则”)，公司采用简化方法，按照单项认定及按信用风险特征组合计提坏账准备的方式，以相当于整个存续期内预期信用损失的金额计量其损失准备。

公司对涉诉及有充分证据证明不会发生或已发生预计信用损失的应收账款单项确定其信用损失。

当在单项工具层面无法以合理成本评估预期信用损失的充分证据时，公司参考历史信用损失经验，结合当前状况以及对未来经济状况的判断，依据信用风险特征将应收账款划分为若干组合，在组合基础上计算预期信用损失。

确定组合的依据如下：

组合名称	确定组合的依据	计提方法
组合一：信用组合	以应收账款账龄作为信用风险特征	按账龄与整个存续期预期信用损失率对照表计提
组合二：并表内关联方组合	风险较低的合并范围内关联方的应收款项	不计提坏账准备

公司根据新金融工具准则的要求，对报告期各期末时点划分为组合一应收账款的预期信用损失率进行计算，测算过程具体如下：

第一步：汇总过去四年应收账款余额账龄分布情况

第二步：在收集的历史账龄数据基础上，计算各账龄区间的迁徙率（当年迁徙率为上年末该账龄余额至下年末仍未收回的金额占上年末该账龄余额的比重）

第三步：公司以各账龄迁徙率平均值为基础计算各账龄区间的历史损失率，具体确认过程如下：

2021 年 6 月 30 日							
账龄	2018 年 6 月 -2019 年 6 月迁 徙率	2019 年 6 月 -2020 年 6 月迁 徙率	2020 年 6 月 -2021 年 6 月迁 徙率	迁徙率（平均值）		历史损失率	历史损失率 计算过程
1 年以内	0.61%	0.00%	0.07%	a	0.23%	0.01%	$a*b*c*d*e*f$
1~2 年(含 2 年)	100.00%	0.00%	0.00%	b	33.33%	4.44%	$b*c*d*e*f$

2~3 年(含 3 年)	100.00%	0.00%	0.00%	c	33.33%	13.33%	c*d*e*f
3~4 年(含 4 年)				d	50.00%	40.00%	d*e*f
4~5 年(含 5 年)				e	80.00%	80.00%	e*f
5 年以上				f	100.00%	100.00%	f
2020 年 12 月 31 日							
账龄	2017-2018 年 迁徙率	2018-2019 年 迁徙率	2019-2020 年 迁徙率	迁徙率(平均值)		历史损失率	历史损失率 计算过程
1 年以内	0.38%	0.11%	0.12%	a	0.20%	0.03%	a*b*c*d*e*f
1~2 年(含 2 年)	100.00%	74.89%	0.00%	b	58.30%	12.95%	b*c*d*e*f
2~3 年(含 3 年)	100.00%	0.00%	66.67%	c	55.56%	22.22%	c*d*e*f
3~4 年(含 4 年)				d	50.00%	40.00%	d*e*f
4~5 年(含 5 年)				e	80.00%	80.00%	e*f
5 年以上				f	100.00%	100.00%	f
2019 年 12 月 31 日							
账龄	2016-2017 年 迁徙率	2017-2018 年 迁徙率	2018-2019 年 迁徙率	迁徙率(平均值)		历史损失率	历史损失率 计算过程
1 年以内	0.13%	0.38%	0.11%	a	0.21%	0.02%	a*b*c*d*e*f
1~2 年(含 2 年)	90.91%	100.00%	74.89%	b	88.60%	11.81%	b*c*d*e*f
2~3 年(含 3 年)	0.00%	100.00%	0.00%	c	33.33%	13.33%	c*d*e*f
3~4 年(含 4 年)				d	50.00%	40.00%	d*e*f
4~5 年(含 5 年)				e	80.00%	80.00%	e*f
5 年以上				f	100.00%	100.00%	f
2019 年 1 月 1 日							
账龄	2015-2016 年 迁徙率	2016-2017 年 迁徙率	2017-2018 年 迁徙率	迁徙率(平均值)		历史损失率	历史损失率 计算过程
1 年以内	0.08%	0.13%	0.38%	a	0.20%	0.02%	a*b*c*d*e*f
1~2 年(含 2 年)	0.00%	90.91%	99.59%	b	63.50%	11.29%	b*c*d*e*f
2~3 年(含 3 年)	100.00%	0.00%	100.00%	c	66.67%	17.78%	c*d*e*f
3~4 年(含 4 年)	100.00%	0.00%	0.00%	d	33.33%	26.67%	d*e*f
4~5 年(含 5 年)	0.00%	0.00%	0.00%	e	80.00%	80.00%	e*f
5 年以上	0.00%	0.00%	0.00%	f	100.00%	100.00%	f

报告期内，公司在该组合下的账龄分布主要在三年以内，报告期内仅 2019 年初及 2020 年末有较小金额的账龄 3 年以上的应收账款，统计的回收率参考价值较小，故无法获取 3 年以上的应收账款迁徙率数据，结合当前以及未来的经济状况，根据谨慎性原则，公司将无法获取 3-4 年、4-5 年及 5 年以上的迁徙率调

整为 50.00%、80.00%、100.00%。

第四步：公司结合历史款项回收率、历史坏账计提率以及历史账龄的分布情况，同时考虑宏观经济因素，市场的供求情况以及公司所处行业行情变化对公司的影响，对应收账款历史损失率做前瞻性调整。

其中公司 2021 年 6 月 30 日中 1-2 年的历史损失率较 2019 年 12 月 31 日及 2020 年 12 月 31 日的历史损失率大幅下降的原因主要系 2021 年 6 月 30 日公司对福建美克休闲体育用品有限公司的应收账款 10 万元进行单项计提，从信用组合中剔除所致。故 1-2 年应收账款坏账计提率主要系参考同行业公司坏账计提率综合确定为 10%，虽低于历史损失率，但由于报告期内信用组合下 1-2 年应收账款金额较小，分别为 20.03 万元、7.86 万元、12.00 万元和 6.47 万元，如采用 15% 的坏账准备计提比例计算，与原坏账准备差额分别为 1.00 万元、0.39 万元、0.60 万元和 0.32 万元，影响微小。

故最终将 1 年以内、1-2 年、2-3 年、3-4 年、4-5 年、5 年以上账龄历史平均损失率进行调整并取整后计算出预期信用损失率为 5%、10%、30%、50%、80%、100%，已充分预计相关风险。

综上所述，公司预期信用损失测算过程符合新金融工具准则的要求。

（3）报告期各期末，公司应收账款坏账准备计提率与同行业可比公司的比较情况如下：

单位：万元

公司名称	项目	2021/6/30	2020/12/31	2019/12/31	2018/12/31
森林包装	应收账款	31,399.58	26,934.00	23,819.79	24,465.21
	坏账准备	4,034.65	3,799.23	3,523.62	2,876.81
	坏账计提率	12.85%	14.11%	14.79%	11.76%
劲嘉股份	应收账款	78,775.67	65,491.11	63,379.68	80,857.45
	坏账准备	4,673.54	4,077.51	3,799.77	4,835.20
	坏账计提率	5.93%	6.23%	6.00%	5.98%
环球印务	应收账款	14,833.66	12,336.69	14,861.20	14,930.64
	坏账准备	1,281.53	1,215.59	1,539.27	1,221.21
	坏账计提率	8.64%	9.85%	10.36%	8.18%
龙利得	应收账款	14,958.70	16,200.83	14,108.98	12,610.17
	坏账准备	820.91	883.02	775.66	706.10

公司名称	项目	2021/6/30	2020/12/31	2019/12/31	2018/12/31
	坏账计提率	5.49%	5.45%	5.50%	5.60%
合兴包装	应收账款	306,079.85	306,079.85	259,708.98	275,280.99
	坏账准备	7,344.00	7,344.00	6,665.24	7,211.30
	坏账计提率	2.40%	2.40%	2.57%	2.62%
东风股份	应收账款	70,485.06	59,030.41	95,949.45	108,578.63
	坏账准备	6,459.44	5,893.18	7,642.09	9,273.88
	坏账计提率	9.16%	9.98%	7.96%	8.54%
大胜达	应收账款	37,986.81	38,254.32	33,210.14	32,479.19
	坏账准备	2,845.50	2,795.53	2,578.78	2,242.07
	坏账计提率	7.49%	7.31%	7.77%	6.90%
新通联	应收账款	18,206.10	20,755.18	17,809.51	17,596.75
	坏账准备	373.18	426.86	377.75	368.96
	坏账计提率	2.05%	2.06%	2.12%	2.10%
新宏泽	应收账款	439.13	3,787.03	9,231.46	8,583.30
	坏账准备	21.96	189.35	461.57	429.17
	坏账计提率	5.00%	5.00%	5.00%	5.00%
美盈森	应收账款	108,122.82	120,599.60	116,516.10	107,500.24
	坏账准备	7,419.42	8,093.68	7,637.96	7,688.47
	坏账计提率	6.86%	6.71%	6.56%	7.15%
翔港科技	应收账款	22,359.57	19,299.40	14,591.61	16,163.20
	坏账准备	697.98	765.68	1,016.44	1,055.87
	坏账计提率	3.12%	3.97%	6.97%	6.53%
永吉股份	应收账款	11,158.55	17,680.44	15,075.96	10,724.31
	坏账准备	596.84	890.07	754.49	541.76
	坏账计提率	5.35%	5.03%	5.00%	5.05%
裕同科技	应收账款	428,895.39	529,624.21	417,689.07	400,793.12
	坏账准备	7,402.73	7,311.19	10,763.36	11,137.73
	坏账计提率	1.73%	1.38%	2.58%	2.78%
上海艾录	应收账款	20,840.42	23,717.19	16,068.65	16,094.11
	坏账准备	1,423.32	1,305.79	896.68	852.11
	坏账计提率	6.83%	5.51%	5.58%	5.29%
金时科技	应收账款	5,936.43	11,068.66	12,687.36	17,917.95

公司名称	项目	2021/6/30	2020/12/31	2019/12/31	2018/12/31
	坏账准备	321.79	590.73	789.21	913.17
	坏账计提率	5.42%	5.34%	6.22%	5.10%
可比公司平均值	坏账计提率	5.89%	6.02%	6.33%	5.91%
南王科技	应收账款	14,516.92	13,554.75	10,439.57	7,316.21
	坏账准备	847.33	792.93	699.03	504.91
	坏账计提率	5.84%	5.85%	6.70%	6.90%

由上，公司应收账款坏账准备计提率与同行业可比上市公司相比不存在显著差异。

2、中介机构核查情况

申报会计师履行了如下核查程序：

（1）了解并测试应收款项坏账准备计提的政策、程序及相关内部控制；了解公司预期信用损失的测算过程，并对其进行复核；结合公司实际情况，比较同行业上市公司应收款项的坏账准备计提政策，确认坏账政策是否符合企业会计准则规定、行业惯例及公司实际情况；

（2）通过公开途径查询同行业上市公司应收款项的坏账准备计提，对比并分析公司坏账准备计提的充分性。

经核查，申报会计师认为：发行人应收账款坏账准备计提比例与同行业可比上市公司相比不存在显著差异；应收账款坏账准备已计提充分。

（四）结合发行人客户群体与同行业可比公司客户群体的差异等，说明发行人应收账款周转率高于同行业可比公司应收账款率的合理性

1、情况说明

报告期内，公司应收账款周转率与同行业可比上市公司的比较情况如下：

公司名称	2021 年 1-6 月	2020 年	2019 年	2018 年
森林包装（605500.SH）	5.31	10.08	9.77	10.16
劲嘉股份（002191.SZ）	3.61	6.93	5.88	4.72
环球印务（002799.SZ）	5.19	6.50	5.59	3.95
龙利得（300883.SZ）	2.35	4.99	6.91	8.10
合兴包装（002228.SZ）	2.59	4.35	4.26	4.54
东风股份（601515.SH）	3.18	4.34	3.38	4.15
大胜达（603687.SH）	2.14	4.09	4.16	4.36

公司名称	2021 年 1-6 月	2020 年	2019 年	2018 年
新通联（603022.SH）	1.77	3.61	3.95	3.92
新宏泽（002836.SZ）	3.42	3.44	5.00	2.87
美盈森（002303.SZ）	1.54	3.04	3.25	3.49
翔港科技（603499.SH）	1.43	3.01	2.27	2.34
永吉股份（603058.SH）	1.30	2.82	3.84	4.03
裕同科技（002831.SZ）	1.28	2.54	2.47	2.40
上海艾录（301062.SZ）	2.45	4.05	4.05	3.88
金时科技（002951.SZ）	2.77	5.72	4.05	4.54
行业平均	2.69	4.63	4.59	4.5
南王科技	4.14	7.54	8.35	8.70

注：2021 年 1-6 月的应收账款周转率未经过年化处理。

以上同行业可比公司中，除了森林包装应收账款周转率高于公司，其余同行业可比上市公司的应收账款周转率基本均低于公司。

森林包装的应收账款周转率较高，主要原因为森林包装主营业务包括原纸的生产销售业务，原纸产品主要客户账期为 15 天，拉高了森林包装总体的应收账款周转率。

劲嘉股份、东风股份、新宏泽、永吉股份及金时科技的主要产品为烟标，下游客户主要为烟草公司，烟草公司行业地位较高，议价能力较强，平均结算周期在 3 个月左右。

大胜达的客户分为内销客户和外销客户，内销客户信用账期一般为开票后 30-90 天；外销客户信用账期通常为出口发票或者形式发票开具后 30-90 天。其中前十大客户的信用期以开票后 45-60 天为主。

新通联的客户主要为办公设备、汽车零部件、机械设备等行业的大型企业，信用期为 1-4 个月左右。

环球印务应收账款周转率较低主要受信用政策的影响。环球印务在造纸及纸制品业务板块的下游客户主要为国内外知名制药企业。该公司与客户结算模式主要为赊销模式，针对客户资信评估给予一定的付款账期，目前大部分客户合同账期为 3 个月，少量为 1 个月或 2 个月。

龙利得一般给予客户 30 至 60 天的信用期，少数客户给予 90 天信用期。

合兴包装的客户涵盖食品、快消、电子产品等多个行业，主要给予其客户的

信用期平均为 3 个月左右。

翔港科技的主要客户为联合利华、雅诗兰黛、百雀羚、上海家化等大型日化企业，该公司对于主要客户的信用期基本在 60-150 天。

美盈森和裕同科技的应收账款周转率较低主要受下游客户结算习惯的影响。下游客户主要是大型消费类电子厂商，议价能力相对较强，建立了完善的供应商管理系统并制定了相对统一的支付结算政策。

上海艾录的主要客户的信用期结合各客户的资信状况协商确定，基本处于 120 天以内。其中工业用纸包装产品的前三大客户的信用期为票到 30-90 天不等。

结合客户结构、信用政策等方面的影响，公司的应收账款周转率高于同行业可比上市公司的平均水平主要有以下三点原因：

①客户质量较好。报告期内，公司国内客户主要为肯德基、麦当劳、华莱士等知名消费品牌，同时随着近几年外卖、新式茶饮等行业的迅猛发展，公司积极开拓相关行业客户，如美团、喜茶和蜜雪冰城已成为公司的重要优质客户。公司大部分的下游客户合作稳定且信用条件良好，应收账款回收风险较小。

②境外销售占据一定比重。报告期内，公司外销收入占主营业务收入的比重分别为 26.95%、28.08%、28.63%和 24.67%。报告期内的主要外销客户有 KARI Out Company、东京艺术（终端客户为优衣库）等优质客户。对于境外客户，一般采取预收货款后公司发货，客户见提单后支付尾款的方式结算，对于少量优质外销客户，公司预收一定金额货款后，给予客户一定信用期。

③较严格的应收账款管理制度。公司高度重视应收账款的管理，针对客户的企业性质、财务状况、经营情况、产品竞争力及与本公司合作情况等综合因素，经严格评审后制定相关赊销金额和期限等具体信用政策。对于合作时间长且优质的客户，公司给予一定的信用期，境内主要客户的账期基本为月结 30 天。同时公司将应收账款纳入销售人员的绩效考核体系并实时跟催，也有助于提高应收账款的回款率。

综上所述，公司大部分的下游客户合作稳定且信用条件良好，回款周期较快。公司执行严格的信用政策的同时，仍重视应收账款的收回及催收工作，因此公司应收账款周转率高于同行业可比上市公司平均水平。

2、中介机构核查情况

申报会计师履行了如下核查程序：计算公司应收账款周转率等指标，查询同

行业可比上市公司应收账款周转率情况，结合同行业可比公司客户群体、信用政策等方面因素，分析公司应收账款周转率高于同行业可比公司的原因及其合理性。

经核查，申报会计师认为：因发行人与同行业可比公司客户群体、信用政策均有不同，同时由于公司客户较为优质、境外销售回款较快以及采取较严格的应收账款管理制度，发行人应收账款周转率高于同行业可比上市公司具有合理性。

（五）说明对各期末应收账款核查过程、结论，包括但不限于核查方式、各方式下核查客户家数、标的选择方法、核查应收账款占比、核查结果，对存在差异或未确认部分的替代核查程序，相关核查是否充分

1、核查过程

申报会计师对应收账款的核查过程如下：

（1）获取公司与应收账款管理相关的制度；访谈公司管理层，了解公司销售与收款业务的内部控制制度建立与实施情况，并对内部控制的有效性进行了控制测试。

（2）获取报告期内公司应收账款账龄明细表，分析应收账款账龄的统计方法，关注账龄较长的客户，通过公开信息查询客户信用情况。

（3）获取公司主要客户的合同，对合同约定的信用政策进行分析，了解报告期内主要客户的信用政策是否存在变动情况。确认合同关于货款支付或约定的结算周期从而判断应收款项是否逾期，对逾期的应收账款了解逾期原因，检查期后回款情况，分析其回收的风险及坏账准备计提是否充分。

（4）通过公开途径查询同行业上市公司应收款项的坏账准备计提，对比并分析公司坏账准备计提的充分性。

（5）函证程序

报告期各期末，采用大额加随机的方式选取函证样本，对各报告期期末 80% 以上的应收账款余额及 80% 以上营业收入执行函证程序。询证函客户直接回函，回函确认金额及占比如下：

项目	2021/6/30	2020/12/31	2019/12/31	2018/12/31
发函客户家数（个）	71	117	92	69
回函客户家数（个）	57	107	84	61
应收账款原值（万元）	14,516.92	13,554.75	10,439.57	7,316.21
发函金额（万元）	12,617.06	12,884.82	9,557.43	6,196.47

发函比例	86.91%	95.06%	91.55%	84.70%
回函确认金额（万元）	12,290.10	12,540.95	9,379.60	6,116.74
回函比例	84.66%	92.52%	89.85%	83.61%

注：上表列示的客户家数按照单体客户进行统计

针对已发函未回函的客户，执行了如下替代测试程序：针对已发函未回函的客户的期末余额，检查与收入确认相关的销售合同、销售发票、签收单、报关单等支持性文件；检查当期收款情况；检查期后收款情况。通过替代测试，核实了已发函未回函客户期末应收账款余额的准确性。

（6）访谈程序

对报告期重要客户进行了实地走访或视频访谈，核查客户基本情况、主营业务、与公司的合作历史、与公司的业务合作情况、货物用途、定价及结算方式、付款方式与信用期、产品退换货及纠纷情况、是否与公司存在关联关系等。通过执行访谈程序，我们核实了客户及交易的真实性。

申报会计师已访谈客户 32 家，已访谈客户的金额和收入占比情况具体如下：

单位：万元

项目	2021 年上半年	2020 年	2019 年	2018 年
营业收入	54,768.58	84,821.12	69,141.08	51,298.17
已访谈客户收入	30,719.58	47,945.37	35,554.57	26,063.32
占比	56.09%	56.53%	51.42%	50.81%

客户访谈比例较低，主要是由于发行人第一大客户必胜食品不接受供应商访谈，虽然发行人已会同申报会计师与必胜食品进行了沟通，但必胜食品仍拒绝了中介机构的访谈请求。报告期内，发行人对必胜食品销售收入占营业收入的比例分别为 25.72%、26.84%、21.02%和 16.95%。

（7）对应收账款的发生额进行查验，复核借方累计发生额与主营业务收入是否配比；结合应收账款周转率等指标进行横向、纵向对比分析，判断是否存在重大异常。

（8）检查公司报告期各期末期后回款情况。

（9）检查应收账款是否已按照企业会计准则的规定在财务报表中作出恰当列报和披露。

2、核查结论

经核查，申报会计师认为：

- (1) 报告期内，发行人应收账款真实、准确、完整；
- (2) 发行人报告期各期末应收账款余额与营业收入规模相匹配，符合公司实际经营情况；
- (3) 公司报告期各期末逾期应收账款期后回款情况较好，回款率较高；
- (4) 报告期内公司预期信用损失测算过程合理，坏账准备计提比例与同行业上市公司相比相对谨慎，符合会计准则和制度的要求，坏账准备计提较为充分；
- (5) 因发行人与同行业可比公司客户群体、信用政策均有不同，同时由于公司客户较为优质、境外销售回款较快以及采取较严格的应收账款管理制度，发行人应收账款周转率高于同行业可比上市公司具有合理性。

问题 10. 关于存货

申请文件及现场检查情况显示：

(1) 发行人存货余额分别为 9,245.49 万元、12,492.31 万元、15,621.83 万元、19,977.70 万元，存货增长较快。存货主要为原材料、在产品和库存商品，三项合计占存货的比例分别为 91.21%、91.51%、92.92%和 93.97%。

(2) 周转材料余额分别为 135.37 万元、296.30 万元、505.48 万元、519.92 万元，主要为版辊、印版，1 年以上库龄周转材料分别为 8.97 万元、62.88 万元、220.06 万元、284.57 万元，逐年提高。

(3) 发行人存货周转率分别为 4.38、4.68、4.78、2.52，低于行业平均水平 5.83、6.26、6.24、3.35。

(4) 现场检查发现，发行人存货控制存在不规范情形，对账期限存在跨月情形，期末未对销售给麦当劳而实际存放于夏晖物流的存货进行盘点，亦未进行充分控制。

请发行人：

(1) 说明报告期内库存商品、原材料、在产品、周转材料余额与发行人实际生产经营的匹配情况，报告期各期末库存商品、在产品的订单对应情况或订单覆盖率。

(2) 结合发行人原材料采购、在产品生产和产品发货的周期及备货策略等，分析说明存货周转率低于同行业平均水平的原因。

(3) 说明版辊、印版的作用，报告期内周转材料增长是否与发行人生产经营规模相匹配，1 年以上库存周转材料及其他长库龄存货是否存在滞销、损毁情形，结合前述及其他有关情况，说明是否充分计提存货跌价准备。

(4) 说明题述库存管理不规范情形是否得到整改；对账客户导致存货出库滞后是否影响存货、主营业务成本的准确性；对存放于夏晖物流的存货的控制措施和盘点情况与通过测算数量的差异。

请保荐人、申报会计师发表明确意见，并说明对各期末存货数量具体核查过程、各存货构成的核查方法、结论，对存在差异部分的替代核查程序，列示报告期各类存货通过监盘程序核实存货账面余额。

回复：

（一）说明报告期内库存商品、原材料、在产品、周转材料余额与发行人实际生产经营的匹配情况，报告期各期末库存商品、在产品的订单对应情况或订单覆盖率

1、情况说明

（1）报告期内，公司库存商品（含发出商品）周转情况如下：

单位：次、天

项目	2021 年 1-6 月	2020 年	2019 年	2018 年
库存商品（含发出商品）周转率	9.79	9.35	11.03	11.35
库存商品（含发出商品）周转天数	37	38	33	32

注：库存商品（含发出商品）周转率=营业成本/平均库存商品（含发出商品）账面金额（2020 年和 2021 年上半年的营业成本已剔除运费的影响）；库存商品（含发出商品）周转天数=360 天/库存商品（含发出商品）周转率；2021 年上半年已年化处理。

报告期内，公司库存商品（含发出商品）周转天数分别为 32 天、33 天、38 天和 37 天。2018 年和 2019 年库存商品（含发出商品）周转天数相对稳定。2020 年库存商品（含发出商品）周转天数上升，主要系因 2020 年公司新增大量纸吸管的订单，期末库存大幅上升，但 2020 年纸吸管收入转换率较低，导致纸吸管的周转率较低，拉低了库存商品周转率；同时，2020 年和 2021 年 1-6 月持续受国外疫情影响，海运货柜和船期较为紧张，滞留在公司仓库的外销产品大幅增加，导致产成品周转率下降，周转天数增加。

公司主要采用“以销定产”的方式组织生产，公司销售部门将销售订单传达给生产部门后，生产部门根据产成品库存情况制定生产计划并组织生产。通常情况下，仓库会保有 25-35 天左右的合理产品库存，且产成品路途运输时间平均为 1-5 天左右，与公司经营模式、销售模式、生产和销售周期基本吻合。

（2）报告期内，公司原材料周转情况如下：

单位：次、天

项目	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
原材料周转率	13.62	14.07	12.57	10.49
原材料周转天数	26	26	29	34

注：原材料周转率=营业成本/平均原材料账面金额，（2020 年和 2021 年上半年的营业成本已剔除运费的影响）；原材料周转天数=360 天/原材料周转率；2021 年上半年已年化处理。

报告期内，公司原材料周转天数分别为 34 天、29 天、26 天和 26 天，2018 年至 2020 年，原材料周转情况逐年提升。2021 年上半年，由于公司受原纸价格上涨影响战略性储备原纸，导致原材料周转情况略有下降。原纸为公司的主要原

材料，通常情况下公司会预留 25-35 天的库存。

(3) 报告期内，公司在产品周转情况如下：

单位：次、天

项目	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
在产品周转率	37.21	28.18	25.98	23.49
在产品周转天数	10	13	14	15

注：在产品周转率=营业成本/平均在产品账面金额，（2020 年和 2021 年上半年的营业成本已剔除运费的影响）；在产品周转天数=360 天/在产品周转率；2021 年上半年已年化处理。

报告期内，公司在产品周转天数分别为 15 天、14 天、13 天和 10 天，在产品周转情况逐年提升。产品生产从安排生产计划到成品入库约 10-15 天，与公司生产周期基本吻合。

(4) 报告期内，公司生产经营规模持续扩大，为维持生产经营活动稳步进行，需要储备一定数量的周转材料，公司期末周转材料金额符合公司的实际情况。

(5) 报告期各期末，发行人库存商品、在产品的订单对应情况如下：

单位：万元

订单匹配情况	2021/6/30	2020/12/31	2019/12/31	2018/12/31
对应订单成本金额	8,894.27	8,327.74	5,383.61	3,917.07
库存商品及在产品余额	11,403.20	10,040.11	7,234.58	4,684.20
对应订单覆盖率	78.00%	82.94%	74.41%	83.62%

由上表可见，报告期各期末，公司库存商品及在产品余额与销售订单匹配度较高。

2、中介机构核查情况

申报会计师履行了如下核查程序：

(1) 访谈采购部、仓储部、生产部和销售部的主要负责人，了解公司原材料采购、在产品生产和产品发货等周期，分析存货周转率变动的原因是否合理；

(2) 获取公司报告期各期收发存报表，比较分析报告期各期末存货余额构成情况及变动情况，分析存货余额的合理性；

(3) 检查公司各期末在手订单情况，计算库存商品及在产品对应订单覆盖率，评价公司产品备货量是否合理。

经核查，申报会计师认为：报告期内库存商品、原材料、在产品、周转材料余额与公司实际生产经营情况相匹配；报告期各期末，库存商品及在产品余额与

销售订单匹配度较高。

（二）结合发行人原材料采购、在产品生产和产品发货的周期及备货策略等，分析说明存货周转率低于同行业平均水平的原因

1、情况说明

报告期内，公司存货周转率分别为 4.38 次、4.68 次、4.78 次以及 2.52 次，同行业平均存货周转率分别为 5.71 次、6.11 次、6.12 次以及 3.24 次，公司存货周转率低于同行业平均水平，主要系森林包装和环球印务的存货周转率较高，拉高了行业平均水平，如下：

单位：次

公司名称	2021 年 1-6 月	2020 年	2019 年	2018 年
环球印务（002799.SZ）	13.19	17.91	13.36	5.44
森林包装（605500.SH）	5.89	12.62	13.31	16.58
合兴包装（002228.SZ）	4.71	8.58	8.47	8.80
裕同科技（002831.SZ）	2.78	6.82	7.05	7.42
大胜达（603687.SH）	3.42	6.46	5.83	5.94
翔港科技（603499.SH）	2.69	6.14	5.82	6.58
新通联（603022.SH）	2.75	5.51	5.33	4.78
新宏泽（002836.SZ）	2.62	5.00	9.44	7.96
劲嘉股份（002191.SZ）	2.25	3.55	2.75	2.54
美盈森（002303.SZ）	1.60	3.45	3.30	3.32
永吉股份（603058.SH）	1.06	3.31	4.18	4.01
东风股份（601515.SH）	1.54	2.56	2.71	2.51
龙利得（300883.SZ）	0.96	2.38	3.05	3.16
上海艾录（301062.SZ）	1.44	3.04	2.99	2.64
金时科技（002951.SZ）	1.68	4.49	4.01	3.99
行业平均	3.24	6.12	6.11	5.71
行业平均（剔除森林包装、环球印务后）	2.27	4.71	4.99	4.90
发行人	2.52	4.78	4.68	4.38

剔除森林包装与环球印务存货周转率后，发行人存货周转率与行业平均水平不存在显著差异。

报告期内，森林包装存货周转率高于同行业平均水平，主要原因为森林包装业务包含造纸业务和包装业务，造纸业务的存货周转率较高，拉高了其整体存货

周转率。2018 年至 2020 年上半年（注：2020 年 7 月至 2021 年 6 月包装业务存货周转率未披露），森林包装包装业务存货周转率为 9.26 次、7.02 次以及 3.62 次，高于同行业平均水平的原因因为森林包装销售区域较为集中，销售区域主要在浙江地区，销售发货时间短，所需库存量较小。

报告期内，环球印务存货周转率高于同行业平均水平的主要原因为，其经营业务中包含互联网数字营销业务，互联网数字营销行业提供的产品为营销服务，该类业务不产生存货，因此其存货周转率不具有可比性。剔除互联网数字营销业务影响后，其造纸及纸制品业务存货周转率分别为 4.84 次、6.09 次、6.76 次以及 2.68 次，略高于可比公司平均值，原因主要系环球印务生产备货周期较短，通常保有 1-3 个月的存货量，周转较快。

报告期内，公司存货周转天数如下：

单位：次、天

项目	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
存货周转率	4.78	4.54	4.68	4.38
存货周转天数	75	79	77	82

注：存货周转率=营业成本/平均存货账面金额，（2020 年和 2021 年上半年的营业成本已剔除运费的影响）；存货周转天数=360 天/存货周转率；2021 年上半年已年化处理。

公司主要采取以销定产的销售方式，销售部门根据客户需求下达销售订单，营运和生产部门根据产成品库存情况制定生产计划并组织生产，采购部确定相应的原材料采购计划。公司从原材料采购到车间领用，经各生产工序流转，进入成品库，货物交付客户，到最终经客户确认结转成本的完整周期在 2-3 个月左右，其中原材料期末平均备货量在 25-35 天，产品生产从接受订单、安排生产计划到成品入库 10-15 天左右，产成品从公司入库至结转成本的时间均在 30-40 天。

2、中介机构核查情况

申报会计师履行了如下核查程序：

（1）查阅同行业可比公司年度报告和招股说明书等，比较发行人存货周转率与同行业可比公司的差异并分析其合理性，分析发行人存货周转率低于同行业可比公司的原因及合理性；

（2）访谈采购部、仓储部、生产部和销售部的主要负责人，了解公司原材料采购、在产品生产和产品发货等周期，分析存货周转率变动的原因是否合理。

经核查，申报会计师认为：发行人存货周转率低于同行业可比公司平均水平

符合发行人实际经营情况，具有合理性。

（三）说明版辊、印版的作用，报告期内周转材料增长是否与发行人生产经营规模相匹配，1 年以上库存周转材料及其他长库龄存货是否存在滞销、损毁情形，结合前述及其他有关情况，说明是否充分计提存货跌价准备

1、版辊、印版的作用

版辊、印版的具体作用如下：

版辊：呈圆柱状，分为机组式和卫星式两种。机组式印刷机版辊为实心圆柱，重量较大，卫星式印刷机版辊为空心套筒式，重量较轻。版辊的周长决定着印刷过程中图文重复的长度和位置，因此不同周长的版辊数量越多，可印刷产品的规格越多；版辊的长度决定着最大可印刷门幅，印版的门幅需要小于版辊的长度。

印版：是具有柔软可弯曲、富于弹性的感光版，其作用是和版辊配套使用将油墨通过凸起部分转移到承印物上面。

2、报告期内周转材料增长是否与发行人生产经营规模相匹配，1 年以上库存周转材料及其他长库龄存货是否存在滞销、损毁情形，结合前述及其他有关情况，说明是否充分计提存货跌价准备

公司的周转材料主要是生产设备的备品备件。公司生产经营规模扩大，需要增加生产设备采购，为维持设备稳定运行，要求储备一定数量的备品备件，公司期末周转材料金额符合公司的实际情况。公司周转材料存放于专门仓库，由专人保管；周转材料具有不易变质、损毁、可保存期限较长的特点，通常不存在因变质损毁而无法投入使用的情形，不存在明显的减值迹象。

发行人期末对存货进行全面清查后，按存货的成本与可变现净值孰低计提存货跌价准备。报告期内，公司库龄一年以上存货期末账面余额占比分别为 2.59%、2.07%、3.23%以及 3.41%，占比较小，主要是周转材料、原材料、库存商品等。周转材料具有不易变质、损毁、可保存期限较长的特点，通常不存在因变质损毁而无法投入使用的情形，不存在明显的减值迹象，无需计提跌价准备。原材料主要为原纸和辅料，辅料用途广泛且金额较小，无需计提跌价准备；库龄一年以上的原纸，可用于打样或制作纸绳、手柄、底卡、贴片等通用品，无需计提跌价准备；其他库龄较长的原纸，预计可用于生产成品，按照可变现净值与存货成本孰低计提存货跌价准备，对于长期未领用，且未来领用需求尚不明确的原纸，视为呆滞材料，按照废纸出售价格为基础确认可变现净值。库存商品库龄一年以上且

预计无法出售的，视为呆滞产品，呆滞库存商品基本无回收价值，故呆滞库存商品按全额计提跌价准备。

报告期各期末，发行人库龄一年以上的原材料跌价准备计提情况如下表：

单位：万元

项目	2021/6/30		2020/12/31		2019/12/31		2018/12/31	
	存货账面余额	存货跌价准备	存货账面余额	存货跌价准备	存货账面余额	存货跌价准备	存货账面余额	存货跌价准备
预计可用于生产产成品	94.84	0.60	139.71	0.67	49.75	3.44	94.84	0.79
通用材料	64.44	-	48.30	-	12.36	-	78.65	-
呆滞材料	85.70	64.90	17.81	14.68	13.81	11.33	39.63	31.48
合计	244.98	65.50	205.82	15.35	75.92	14.77	213.12	32.27

报告期各期末，发行人库龄一年以上的库存商品跌价准备计提情况如下表：

单位：万元

项目	2021/6/30		2020/12/31		2019/12/31		2018/12/31	
	存货账面余额	存货跌价准备	存货账面余额	存货跌价准备	存货账面余额	存货跌价准备	存货账面余额	存货跌价准备
预计可销售	24.54	0.48	33.85	4.74	97.81	2.73	18.91	1.67
呆滞	147.87	147.87	57.93	57.93	26.27	26.27	0.17	0.17
合计	172.41	148.35	91.78	62.67	124.08	29.00	19.08	1.84

同行业可比上市公司存货跌价准备占存货账面余额比例的情况如下：

项目	2021/6/30	2020/12/31	2019/12/31	2018/12/31
翔港科技（603499.SH）	0.59%	0.78%	0.46%	0.00%
东风股份（601515.SH）	4.14%	6.70%	3.55%	3.98%
美盈森（002303.SZ）	1.47%	2.07%	1.01%	1.24%
环球印务（002799.SZ）	0.34%	0.42%	0.76%	1.01%
合兴包装（002228.SZ）	0.02%	0.04%	0.08%	0.12%
裕同科技（002831.SZ）	1.79%	2.69%	3.33%	3.27%
大胜达（603687.SH）	0.27%	0.25%	0.28%	0.12%
上海艾录（301062.SZ）	2.77%	4.02%	7.57%	2.05%
森林包装（605500.SH）	0.38%	0.41%	0.45%	0.71%
新通联（603022.SH）	1.98%	2.35%	0.28%	0.00%
新宏泽（002836.SZ）	2.53%	1.79%	0.62%	0.00%
劲嘉股份（002191.SZ）	4.27%	6.63%	3.61%	4.04%
永吉股份（603058.SH）	1.69%	2.30%	3.13%	4.49%

项目	2021/6/30	2020/12/31	2019/12/31	2018/12/31
龙利得（300883.SZ）	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%
金时科技（002951.SZ）	2.93%	5.60%	0.91%	1.74%
同行业可比公司平均值	1.68%	2.40%	1.74%	1.52%
南王科技	2.91%	2.42%	1.47%	0.75%

2018 年末和 2019 年末，公司存货跌价准备计提比例低于同行业可比公司平均值，主要是公司 1 年以内存货占比较高，库龄合理，存货跌价准备测算时，除库龄外，还考虑了存货未来的销售或使用需求等因素，存货跌价准备计提比例较低符合公司实际经营情况，具备合理性。

2020 年末，公司存货跌价准备计提比例略高于同行业可比公司平均值，主要受到纸吸管扩产但生产效率较低的影响，纸吸管产品跌价准备计提金额较大，导致 2020 年末存货跌价准备计提比例上升。

2021 上半年末，公司存货跌价准备计提比例高于同行业可比公司平均值，主要是由于子公司湖北南王投产时间较短，尚未达到规模化生产，部分存货可变现净值低于存货成本，存货跌价准备计提金额较大，导致 2021 上半年末存货跌价准备计提比例较高。

综上所述，报告期各期末，发行人存货跌价准备计提充分。

3、中介机构核查情况

申报会计师履行了如下核查程序：

（1）获取公司存货库龄明细表，复核存货库龄分布计算的准确性，分析公司存货质量情况等；

（2）复核公司计提存货跌价准备的计算过程是否准确，分析存货跌价准备计提的充分性，是否符合行业特征等；

（3）对公司的存货执行监盘程序，观察公司存货盘点的执行情况，将监盘结果与账面记录核对，核查存货是否账实相符，同时盘点过程中注意观察存货状态，核查是否存在呆滞、毁损和陈旧的存货等；

（4）查阅同行业可比上市公司公开资料，将公司的存货跌价计提情况与同行业上市公司进行对比，分析差异原因及其合理性。

经核查，申报会计师认为：

（1）周转材料增长与公司生产经营规模相匹配；

(2)库龄在一年以上的存货存在部分呆滞情况,已充分计提存货跌价准备,呆滞存货单独保管,不存在损毁情况;

(3)报告期各期末,发行人存货跌价准备计提充分。

(四)说明题述库存管理不规范情形是否得到整改;对账客户导致存货出库滞后是否影响存货、主营业务成本的准确性;对存放于夏晖物流的存货的控制措施和盘点情况与通过测算数量的差异

1、发行人库存管理不规范情形的整改情况

(1) 库存管理不规范情形的具体情况

现场检查中发现的发行人库存管理不规范的情形,主要体现在以下方面:

①公司存货仓储管理主要靠仓管员,存在未制定库位图、各同一仓库相同产品未集中存放,且各仓库标识不统一、不规范,账务员未能及时在系统中完成出入库单录入;

②对于外地物流仓,账务员在收到销售业务员对账单/系统出库信息后,才在仓储系统中做出库处理,部分客户对账期限存在跨月情形,存货出库存在一定滞后性,年末才根据物流仓转库数据进行调整。

(2) 发行人存货管理不规范情形的原因及整改情况

①仓储管理不规范及整改情况

发行人存在存货仓储管理不规范情形的主要原因及整改措施如下:

1) 由于参与存货管理的仓管人员人数较多,部分人员业务技能不够熟练,导致出现部分库存管理不规范的情形,一定程度上降低了存货管理效率,但存货收发及期末盘点等关键内部控制制度运行有效,不会导致财务报表出现重大错报。

发行人整改措施如下:公司已经加强仓库管理人员的岗位职责和技能培训,进一步提高存货管理水平;公司2021年8月开始启用“智物流”仓存管理系统,通过条形码对原材料、产成品进行管理,减少人为管理的差错;另外,公司已经在新厂区规划建设智能立体仓库,提高仓库自动化管理水平,未来逐步通过提高仓库自动化管理水平来解决目前存在的库存管理不足问题。

2) 发行人日常存货管理中,同一仓库的相同产品要求统一集中存放,但由于公司生产规模扩张较快,仓库位置相对紧张,且各产品的库存量难以准确预计,在仓库日常管理时,难以保证每个产品都留有足够的固定位置进行统一存放。另外,准备出库的物料,会转移到待发货区,刚入库的物料,会暂时存放在待收料

区,物料存放在待发货区或待收料区的情况也会导致出现相同产品未集中存放的情形

发行人整改措施如下:通过加强与采购、生产和销售部门的协同性,提升存货管理水平,进一步提高现有仓储面积的使用效率;要求仓管人员及时对存放在不同区域的存货进行归集整理,减少或杜绝相同产品未集中存放的情形再次发生。

3) 除公司厂区内仓库外,发行人在周边租赁多个仓库,各个仓库的存放条件不同,例如公司内部仓库设置有货架,仓管员按货架标识库位,但平层仓库无货架,仓管员按承重柱来划分库位。再者,发行人仓管人员较多,存在部分标识不统一、不规范的情形。

发行人整改措施如下:加强仓库管理人员的岗位职责和技能培训,进一步完善存货库位管理制度和存货标识制度,已建立统一的存货标识规则。

4) 由于仓库日常出入库业务量繁多,仓库位置较为分散,无法保证每个仓库均配置操作终端,采用手工单据进行传递,因此部分出入库记录不能实现即时录入,存在一定滞后性。

发行人整改措施如下:通过智物流系统逐步推行物料条形码管理,通过扫码加强了出入库记账的及时性;同时,发行人强化了出入库单据录入 ERP 系统的及时性要求,要求仓管员按以出入库 2 小时内必须录入系统为标准在执行,并且每晚下班之前要将当天所有出入库单据全部梳理,确保没有遗漏或重复。通过以上措施,发行人可以确保出入库业务得到及时、准确、完整的记录。

②外地物流仓管理不规范及整改情况

发行人存在外地物流仓情形的客户主要有东莞以纯、必胜食品、乐信贸易等。其中,存放必胜食品产品的物流仓分为两种情形:2020 年 6 月前,必胜食品已启用了厦门整合仓对发行人的产品进行配送,但厦门整合仓负责地区之外的其他地区由发行人自行委托物流商使用其自身的仓库(以下统称“非必胜整合仓”)集中存放以对周边地区的必胜仓进行配送;2020 年 6 月之后,必胜食品所属的百胜中国集团对其下属供应链仓储进行整合,要求发行人将除厦门整合仓负责配送的地区之外的其他地区的产品全部集中运送至百胜集团位于广州、宁波二地的整合仓(以下统称“必胜整合仓”)存放,再由必胜整合仓对其他地区进行配送,即从 2020 年 6 月开始,发行人用于存放必胜食品产品的外地物流仓均为必胜整合仓。

发行人各地物流仓的具体管理模式如下：

1) 东莞以纯物流仓

A.入库流程：公司销售业务员根据客户下达的采购订单交期，合理安排从总部仓库向东莞物流仓调拨产品的时间。销售业务员通知总部仓库发货，总部仓库通知物流商上门收货。公司拟委托运输调拨货物的物流商即管理物流仓的物流商，物流商提货后会在公司打印的调拨单上签字确认，随后仓管员在 ERP 系统生成调拨单，从总部仓库调拨到物流仓。

B.出库流程：客户将提货需求通知公司销售业务员，公司销售业务员下达发货指令通知物流仓发货，同时也通知公司仓管员。物流仓每次货物出库后会将客户的查货报告（视作签收单）扫描版发给公司销售业务员。公司仓管根据物流仓回传的上述单据在 ERP 系统里进行扣账。

C.流程单据：物流商签字的调拨单、客户的货物查验单、送货签收单、盘点表等。

2) 非必胜整合仓（委托各地物流商管理）

A.入库流程：公司销售业务员根据客户下达的采购订单交期，合理安排从总部仓库往各地物流仓调拨产品的时间。销售业务员通知总部仓库发货，总部仓库通知物流商上门收货。物流商提货后会在公司打印的调拨单上签字确认，随后仓管员在 ERP 系统生成调拨单，从总部仓库调拨到物流仓。

B.出库流程：销售业务员将客户订单的交期计划邮件通知物流仓，物流仓根据该计划自行送货给客户，并取得客户的签收单。但实际上公司仓管员为了简便操作，未根据物流仓的签收单进行逐单录入，而是在收到销售业务员每月 22 号发来的必胜食品月度发货对账数据（对账期间为上月的 22 日至本月的 21 日）后，一次性于月底在 ERP 做出库处理，本月 22 日至月末的发货数据待下个月对账时再做出库。为确保年末存货的准确性，销售业务员会将 6 月 22 日至 6 月 30 日、12 月 22 日至 12 月 31 日的物流仓转库数据发给公司仓管员，仓管员根据该数据再对 ERP 系统做一次出库。

C.流程单据：物流商签字的调拨单、客户提供的库存变动报表、盘点表、对账单等。

3) 必胜整合仓（委托广州、厦门、宁波三地整合仓管理）

A.入库流程：公司销售业务员根据客户下达的采购订单交期，合理安排从总

部仓库往各地整合仓调拨产品的时间。销售业务员通知总部仓库发货，总部仓库通知物流商上门收货。物流商提货后会在公司打印的调拨单上签字确认，随后仓管员在 ERP 系统生成调拨单，从总部仓库调拨到整合仓。整合仓收到货物后，会发送包含出入库记录的库存报表给公司销售业务员和仓库进行确认。

B.出库流程：销售业务员根据客户订单交期邮件通知整合仓发货，整合仓收到通知后，有异常会邮件回复，无异常则按销售业务员邮件通知的发货计划发货，或客户根据实际需求从整合仓自行提货，整合仓出库后会将变动记录和库存报表用邮件通知公司销售业务员和仓管员，仓管员在收到销售业务员每月 22 号发来的必胜月度发货对账数据（对账期间为上月的 22 日至本月的 21 日）后，一次性于月底在 ERP 做出库处理，本月 22 日至月末的发货数据待下个月对账时再做出库。为确保年末存货的准确性，销售业务员会将 6 月 22 日至 6 月 30 日、12 月 22 日至 12 月 31 日的整合仓转库数据发给公司仓管员，仓管员根据该数据再对 ERP 系统做一次出库。现场检查后，发行人每月会结合 22 日至 30 日（或 31 日）中转仓的发货签收情况做出库，以保证仓库出库的及时性。

C.流程单据：物流商签字的调拨单、客户提供的库存变动报表、盘点表、必胜食品客户订单管理系统的查询记录等。

4）各地乐信贸易整合仓（广州夏晖物流有限公司（以下简称“夏晖物流”）在各地的仓库，包括广州、深圳、上海、厦门等地，用于存放乐信贸易产品）

A.入库流程：乐信贸易指定的物流商夏晖物流将提货计划通知公司销售业务员，销售业务员根据该计划通知仓库做好发货准备。夏晖物流上门提货后会在公司打印的调拨单上签字确认，仓管员在 ERP 系统生成调拨单，从总部仓库调拨到整合仓。

B.出库流程：客户根据实际需求从整合仓自行提货，公司仓管员根据销售业务员每月 26 号和次月 1 日或 2 日发来的乐信贸易月度发货对账数据（对账期间分别为本月的 1 日至 25 日和本月的 26 日至月末），或自行登录乐信贸易库存管理系统查询上月报表，在本月末和次月初分两次在 ERP 做出库处理。销售业务员每个月从夏晖物流系统导出库存进销存报表，与公司 ERP 系统数据核对，如果存在差异则落实原因，异常部分由夏晖物流承担。

C.控制节点：物流商签字的调拨单、客户提供的库存变动报表、乐信贸易库存管理系统查询的记录、盘点表等。

综上所述，东莞以纯物流仓不存在管理不规范的情形，而非必胜整合仓、必胜食品整合仓和乐信贸易整合仓日常出库存在滞后入账的不规范情形，但在半年报和年报时点上不存在滞后入账的情形。

5) 发行人对于外地物流仓存货管理采取的整改措施如下：

A.重新修订《域外仓管理制度》，完善对账期限存在跨月情形及期末未对销售给麦当劳而实际存放于夏晖物流的存货进行盘点的规范作业制度，上述制度已于 2021 年 11 月 12 日修订完成并形成受控文件；

B.按《域外仓管理制度》要求，月度、年中、年终盘点需要提前制定具体盘点计划表，保留盘点证据提交财务部门，对需要提供的单据、对账明细由仓库负责沟通提供；

C.对《域外仓管理制度》所涉及域外仓库，由于特殊原因公司未参与盘点的域外仓库，需提供由仓管签名月度盘点表单扫描件回传仓储部门，仓储部门同时抄送给财务部门；

D.盘点总结，月度、年中、年终盘点需要对盘点过程中存在的异常进行分析改善，符合存货管控标准要求，对涉及跨部门异常应组织专题会议进行分析改善，形成会议记录发送相关部门进行改善跟进；

E.发行人与会计师已于 2021 年末制定盘点计划，对必胜食品和乐信贸易重要的整合仓存货进行实地盘点。

2、对账客户导致存货出库滞后是否影响存货、主营业务成本的准确性

对账客户导致存货出库滞后不会影响存货、主营业务成本的准确性，原因如下：

(1) 对于乐信贸易整合仓，乐信贸易根据各门店的需求安排整合仓发货，乐信贸易将麦当劳门店的收货结算信息采用通过邮件发送月度对账单的形式通知发行人，或由发行人次月初直接登录乐信贸易库存管理系统直接导出库存信息。由于乐信贸易的结算模式，发行人无法直接对接麦当劳门店，无法掌握即时收货信息，乐信贸易的库存管理系统也无法查询到麦当劳门店的即时收货信息，发行人只能依据乐信贸易发来的对账单或乐信贸易库存管理系统的结算过账信息，对乐信贸易整合仓库存进行汇总出库确认收入。由于乐信贸易当月的对账单能够在次月初完整获取，发行人可以及时、完整的确认当月销售给乐信贸易的产品收入，可实地盘点参与管理，日常对账不存在跨月的情形。

(2) 针对必胜食品，发行人采用先把产品调拨入物流仓或整合仓后，再从物流仓或整合仓发货给客户的模式。物流仓或整合仓根据发行人的出库指令送货给必胜食品，并取得必胜食品签字确认的签收单，同时，必胜食品会在对供应商开放的网上订单管理系统中维护订单收货信息（包含品名、数量、金额、收货日期等），并于每月 22 日发来收货情况月度对账单，对账期间为上月 22 日至本月 21 日。此前，发行人在实际执行时出于简化考虑，采用了根据月度对账单信息对必胜食品的物流仓或整合仓进行一次性集中出库确认收入，日常核算中会造成每月下旬未参与对账的期间收入滞后在下个月确认，但是为了半年报和年报数据的准确性，避免半年报或者年报出现滞后确认收入的情况，发行人于每年 6 月和 12 月，除了 22 日根据必胜食品的月度对账单确认一次收入外，会结合 22 日至月底非整合仓或整合仓的发货签收情况调整收入确认的金额。虽然日常月份必胜食品存在着未按产品签收记录确认收入的情况，但从定期披露的半年报或者年报时间点看，必胜食品的收入确认符合“对于国内销售，发行人在将产品交付给国内客户并经客户签收时确认产品销售收入”的收入确认方法。现场检查后，发行人每月会结合 22 日至月末必胜整合仓的发货签收情况做出库，且可以到实地盘点参与管理，以保证仓库出库的及时性。

3、对存放于夏晖物流的存货的控制措施和盘点情况与通过测算数量的差异

发行人对存放于夏晖物流存货的控制措施详见上述“1、发行人库存管理不规范情形的整改情况”之回复。

报告期内，发行人未对外地夏晖物流仓进行盘点，也未采用对存货数据进行测算的方法来确认存货数量，而是根据夏晖物流发送的库存变动报表及盘点表来确认外地物流仓的存货是否与账面相符。

2021 年 12 月 31 日，发行人已对主要的厦门乐信贸易整合仓、广州麦当劳整合仓进行实地全盘，对厦门必胜整合仓、广州必胜整合仓进行了实地全盘（因浙江宁波疫情原因，无法对宁波必胜整合仓进行实地盘点）。经盘点，外地物流仓账面存货与实物相符，不存在差异。

4、中介机构核查情况

申报会计师履行了如下核查程序：

(1) 对发行人财务负责人进行访谈，了解发行人存货管理不规范的详细情形、具体原因以及发行人采取的相应整改措施等；

(2) 对销售人员、仓库管理人员等进行访谈，了解外地物流仓的管理模式，了解必胜食品、乐信贸易、东莞以纯等客户的对账流程、出库流程等，查看相关存货流转单据等；

(3) 获取外地物流仓或整合仓存货内控制度，参与 2021 年年末外地物流仓存货监盘等。

经核查，申报会计师认为：

(1) 发行人已采取有效措施对存货管理不规范情形进行整改；

(2) 对账客户存货出库滞后不会影响存货、主营业务成本的准确性；

(3) 发行人已于 2021 年末对存放于夏晖物流的存货进行了盘点，经盘点账面存货与实物不存在差异。

(五) 保荐机构、申报会计师对各期末存货数量具体核查过程、各存货构成的核查方法、结论，对存在差异部分的替代核查程序，列示报告期各类存货通过监盘程序核实存货账面余额

1、存货数量、构成的具体核查过程

申报会计师针对各期末存货数量、构成执行了以下核查程序：

(1) 获取并核查了各期末存货余额明细表，分析各类别存货的明细构成、数量、金额等信息；

(2) 对于存放于公司经营场所的原材料、在产品、库存商品，采用实地监盘，在执行监盘程序的过程中实地观察存货状态、归类摆放情况，并采用随机抽盘方式核查明细表中存货数量记录的准确性；

(3) 对于存放于物流仓或整合仓的存货，通过发放函证核对其数量；

(4) 对于实物差异，补充核查报告期末与盘点日之间的出入库单据，予以进一步核实，并要求公司根据实际情况调整入账；

(5) 结合公司生产经营模式、生产周期、生产计划和订单情况，分析存货各项目构成及变动情况的合理性。

2、存货监盘核实的账面余额

对于公司自有仓库的存货，包括原材料、在产品和库存商品等，申报会计师通过监盘程序予以核实，具体核查情况如下：

单位：万元

项目	2021 年 6 月 30 日	2020 年 12 月 31 日	2019 年 12 月 31 日	2018 年 12 月 31 日

项目	2021 年 6 月 30 日	2020 年 12 月 31 日	2019 年 12 月 31 日	2018 年 12 月 31 日
自有仓存货金额	19,159.88	14,755.35	10,929.71	8,125.91
存货监盘金额	14,053.58	10,641.36	7,443.79	4,318.94
监盘比例	73.35%	72.12%	68.11%	53.15%

对于非存放于自有仓库的存货，包括物流仓或整合仓库存商品、发出商品、委托加工物资，申报会计师执行了函证程序予以核查，具体核查情况如下：

单位：万元

项目	2021 年 6 月 30 日	2020 年 12 月 31 日	2019 年 12 月 31 日	2018 年 12 月 31 日
非自有仓存货金额	1,416.25	1,254.50	1,748.61	1,189.32
发函金额	714.90	523.38	714.86	601.80
回函确认金额	714.90	523.38	714.86	601.80
核查确认比例	50.48%	41.72%	40.88%	50.60%

由于部分非自有仓库存较为分散，故未予以函证。对于未发函的非自有仓存货，申报会计师获取了非自有仓仓库盘点表并通过期后发货测试验证其真实性。

3、核查结论

经核查，申报会计师认为，报告期各期末，公司存货管理情况良好，相关内部控制健全有效，各类存货数量真实、准确，存货账面记录与实际盘点数量不存在重大异常差异。

问题 11. 关于固定资产与在建工程

申请文件显示：

（1）报告期各期，发行人固定资产账面价值分别为 15,082.32 万元、21,094.04 万元、24,997.24 万元、27,259.05 万元，其中，机器设备余额分别为 11,368.37 万元、17,441.43 万元、21,174.38 万元、23,578.39 万元，增长较快。

（2）发行人通过引进德国 W&H 卫星式印刷机、美国 Weber 固定尺寸制袋机等设备帮助发行人实现高效率低成本生产制造。

（3）报告期各期末，发行人在建工程分别为 112.27 万元、420.17 万元、3986.29 万元、4,840.74 万元，2021 年在建工程主要为房屋及建筑物、机器设备安装。

请发行人：

（1）区分食品包装和环保纸袋，说明不同产品核心生产环节配备的专用设备的名称、数量及变化、原值、成新率、技术性能等，固定资产原值与产能变化、经营规模的匹配性；每万元机器设备产值与同行业可比公司的比较情况，如存在较大差异，请分析原因。

（2）结合生产设备制造商的市场竞争情况，说明是否存在关键设备对外依赖情形，发行人技术先进性是否来自于生产设备的先进性。

（3）2020 年末在建工程中机器设备安装和房屋及建筑物的详细情况，开工建设时间、预算金额、预计转固时间。

（4）说明固定资产折旧年限，与同行业可比公司比较情况，如存在较大差异，请分析原因。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

回复：

（一）区分食品包装和环保纸袋，说明不同产品核心生产环节配备的专用设备的名称、数量及变化、原值、成新率、技术性能等，固定资产原值与产能变化、经营规模的匹配性；每万元机器设备产值与同行业可比公司的比较情况，如存在较大差异，请分析原因

1、情况说明

（1）发行人食品包装和环保纸袋的核心生产环节均为印刷环节和成型环节，

以上环节配备的专用设备名称和技术性能情况如下：

产品	核心环节	专用设备名称	技术性能
食品包装	印刷环节	食品印刷机	各色组全伺服马达传动，套印精准稳定，采用柔性树脂版墨转移，可快速贴版切换产品，颜色鲜艳亮丽
	成型环节	食品制袋机	可生产尖底袋、有拇指扣方底袋、无拇指扣方底袋，可实现两边封纸袋，可在线贴标，机台伺服马达可在线抓标定位裁断
		纸杯机	通过高温以及超声波的作用下实现纸片成型、可在线检测次品剔除
		糊盒机	通过涂胶实压实现纸片成型
		纸吸管机	碳纤维耐磨芯棒实现 3 层或 4 层纸圈管
		包纸机	可在线印刷涂蜡切单张
环保纸袋	印刷环节	环保印刷机	各色组全伺服马达传动，套印精准稳定，采用柔性树脂版墨转移，可快速贴版切换产品，颜色鲜艳亮丽
	成型环节	环保制袋机	可实现袋口内折，袋口锯齿，袋口平切，机台伺服马达在线抓标定位裁断

(2) 发行人核心生产环节配备的专用设备的数量变化、原值、成新率情况如下：

单位：台、万元、万元

项目	专用设备名称	2021 年 6 月 30 日			
		数量	原值	净值	成新率
食品包装	食品印刷机	8	1,184.75	687.65	58.04%
	食品制袋机	19	3,718.85	2,571.14	69.14%
	纸杯机	55	3,826.58	823.75	21.53%
	糊盒机	20	349.41	258.91	74.10%
	纸吸管机	22	400.67	348.38	86.95%
	包纸机	16	498.54	372.54	74.73%
环保纸袋	环保印刷机	17	2,751.01	1,709.51	62.14%
	环保制袋机	87	17,668.44	13,009.52	73.63%
-	合计	244	30,398.25	19,781.40	65.07%
项目	专用设备名称	2020 年 12 月 31 日			
		数量	原值	净值	成新率
食品包装	食品印刷机	7	1,050.23	607.18	57.81%
	食品制袋机	18	3,818.32	2,807.13	73.52%
	纸杯机	55	3,826.58	886.96	23.18%
	糊盒机	18	315.79	241.38	76.44%
	纸吸管机	19	301.82	265.20	87.87%
	包纸机	10	379.25	271.27	71.53%

环保纸袋	环保印刷机	13	2,350.48	1,432.84	60.96%
	环保制袋机	83	15,378.18	11,427.66	74.31%
-	合计	223	27,420.65	17,939.62	65.42%
项目	专用设备名称	2019 年 12 月 31 日			
		数量	原值	净值	成新率
食品包装	食品印刷机	6	961.74	619.02	64.36%
	食品制袋机	14	3,112.12	2,404.30	77.26%
	纸杯机	54	3,795.61	982.43	25.88%
	糊盒机	16	243.90	198.42	81.35%
	纸吸管机	14	188.28	170.39	90.50%
	包纸机	8	338.54	266.26	78.65%
环保纸袋	环保印刷机	12	2,241.92	1,537.45	68.58%
	环保制袋机	56	11,156.53	8,227.62	73.75%
-	合计	180	22,038.64	14,405.89	65.37%
项目	专用设备名称	2018 年 12 月 31 日			
		数量	原值	净值	成新率
食品包装	食品印刷机	5	869.26	616.90	70.97%
	食品制袋机	7	1,246.91	686.09	55.02%
	纸杯机	48	3,637.21	938.93	25.81%
	糊盒机	16	243.90	221.13	90.66%
	纸吸管机	14	188.28	188.28	100.00%
	包纸机	4	184.18	136.14	73.92%
环保纸袋	环保印刷机	7	1,735.60	1,228.03	70.76%
	环保制袋机	31	7,055.20	4,792.54	67.93%
-	合计	132	15,160.54	8,808.04	58.10%

报告期内，公司核心生产环节的专用设备的数量随着公司生产规模的扩张而逐渐上升。

（3）公司产品生产的核心环节为印刷、成型，发行人产品产能主要取决于成型环节产能，因此选取成型环节的固定资产进行产能分析，分析如下：

①食品包装成型环节

项目	2021 年 1-6 月	2020 年	2019 年	2018 年
食品包装成型环节设备原值期初期末平均值（万元）	8,717.91	8,160.11	6,589.47	5,585.13

项目	2021 年 1-6 月	2020 年	2019 年	2018 年
食品包装成型环节设备产能（万个）	287,131.68	408,416.58	337,067.28	240,779.88
食品包装销售收入（万元）	23,086.53	36,565.40	33,052.46	22,822.63
每万元机器设备产能（万个）	65.87	50.05	51.15	43.11
每万元机器设备产量（万个）	59.44	43.60	48.29	39.37
每万元机器设备产值（万元）	5.30	4.48	5.02	4.09

注：2021 年 1-6 月单位产出已经年化处理；每万元机器设备产能=产能/设备原值；每万元机器设备产量=产量/设备原值；每万元机器设备产值=销售收入/设备原值。

②环保纸袋成型环节

项目	2021 年 1-6 月	2020 年	2019 年	2018 年
环保纸袋成型设备原值期初期末平均值（万元）	16,523.31	13,267.36	9,105.87	6,395.29
环保纸袋成型设备产能（万个）	74,576.70	102,049.20	58,766.40	43,777.80
环保纸袋销售收入（万元）	30,857.38	46,758.47	34,773.32	27,699.68
每万元机器设备产能（万个）	9.03	7.69	6.45	6.85
每万元机器设备产量（万个）	8.27	7.02	6.06	6.43
每万元机器设备产值（万元）	3.74	3.52	3.82	4.33

注：2021 年 1-6 月单位产出已经年化处理；每万元机器设备产能=产能/设备原值；每万元机器设备产量=产量/设备原值；每万元机器设备产值=销售收入/设备原值。

报告期内，2020 年食品包装和环保纸袋每万元机器设备产值下降，主要原因为受疫情影响，产能利用率有所下降；2019 年环保纸袋每万元机器设备产值下降，主要原因为 2019 年末转固定资产金额较大，在当年未形成产能。

公司总体产能及收入随着主要机器设备原值及数量的增长而增长，设备、产能与经营规模匹配性较高。

（4）报告期内，公司每万元机器设备产值情况如下：

年度	机器设备原值期初、期末平均值（万元）	销售收入（万元）	每万元机器设备产值（万个）
2021 年 1-6 月	34,573.49	54,768.58	3.17
2020 年	29,572.92	84,821.12	2.87
2019 年	22,746.75	69,141.08	3.04
2018 年	17,735.25	51,298.17	2.89

注：2021 年 1-6 月每万元机器设备产值已经年化处理。

报告期内，发行人同行业可比上市公司每万元机器设备产值情况比较如下：

单位：万元

同行业公司	2021 年 1-6 月	2020 年	2019 年	2018 年
裕同科技	3.45	3.83	3.97	4.63

同行业公司	2021 年 1-6 月	2020 年	2019 年	2018 年
东风股份	2.15	1.84	2.03	2.26
森林包装	3.27	2.76	2.76	3.69
劲嘉股份	2.94	2.55	2.52	2.28
大胜达	2.52	2.23	2.42	3.39
翔港科技	2.00	1.80	1.39	1.76
合兴包装	12.53	10.44	10.61	12.03
永吉股份	1.00	1.28	1.49	1.55
环球印务	12.88	6.99	4.84	2.31
龙利得	1.74	1.85	2.44	2.87
美盈森	3.19	3.64	4.28	4.95
新通联	7.08	7.53	8.14	8.19
上海艾录	-	2.12	2.15	2.11
新宏泽	0.84	0.86	1.68	1.76
金时科技	1.44	2.07	1.93	2.25
同行业平均水平	4.07	3.45	3.51	3.73
南王科技	3.17	2.87	3.04	2.89

注：新宏泽官方披露中，固定资产资产类别分为房屋及建筑物、通用设备、专用设备、运输工具四类，新宏泽机器设备的金额取自专用设备；在公开网站上未查询到上海艾录 2021 年 1-6 月机器设备原值金额，故同行业分析时未考虑在内。

由上，公司每万元机器设备产值低于同行业可比上市公司平均水平，主要是由于部分纸箱生产企业如合兴包装、新通联、美盈森等设备自动化程度相对较高，导致其每万元机器设备产值较高。

2、中介机构核查情况

申报会计师履行了如下核查程序：

- （1）访谈公司工艺部负责人，了解公司核心生产环节及其配备的专用设备、其技术性能；
- （2）获取了固定资产明细表，核实核心生产环节配备的专用设备数量、原值、净值；
- （3）了解公司的折旧政策，并与同行业公司的折旧政策和方法比较分析；
- （4）获取并复核产能计算表，分析固定资产规模与产能、经营规模的匹配关系；
- （5）复核公司每万元机器设备产值，并与同行业可比上市公司进行比较分

析。

经核查，申报会计师认为：

（1）公司核心生产环节配置的专用机器设备与公司的产能及经营规模相匹配；

（2）固定资产的折旧年限与同行业可比公司相比不存在重大差异；

（3）发行人每万元机器设备产值低于同行业可比上市公司平均水平符合行业特点，具备合理性。

（二）结合生产设备制造商的市场竞争情况，说明是否存在关键设备对外依赖情形，发行人技术先进性是否来自于生产设备的先进性

1、情况说明

公司技术领先的印刷机和制袋机主要来源于国外生产商，近年来，虽然国内印刷机和制袋机的质量和性能与境外知名企业相比仍存在一定的差异，但是国内企业也具备满足公司需求的技术能力，如国内生产商西安航天华阳机电装备有限公司生产的“E 霸”卫星式柔版印刷机、南京卓能机械设备有限公司的全自动制袋机等。同时，公司也具备一定的设备升级改造能力，不存在关键设备对外依赖情形。

印刷包装行业在工艺能力、设计能力、材料应用等方面要求较高，也是公司技术先进性的主要体现领域，而设备先进性是公司技术先进性的载体和输出工具。先进的生产设备有助于公司生产工艺的实现，但公司技术的先进性不依赖于生产设备的先进性。目前市场上大部分生产设备能够满足公司对工艺技术实现的要求。

2、中介机构核查情况

申报会计师履行了如下核查程序：

（1）就设备市场情况、未来发展趋势、设备商情况等相关问题访谈了公司负责人，并查阅网络公开信息；

（2）获取固定资产清单，查阅境内外固定资产采购情况等。

经核查，申报会计师认为：

公司不存在关键设备对外依赖情形，公司技术的先进性不依赖于生产设备的先进性。

（三）2020 年末在建工程中机器设备安装和房屋及建筑物的详细情况，开工建设时间、预算金额、预计转固时间

1、情况说明

2020 年末，公司在建工程中机器设备安装和房屋及建筑物的详细情况、开工建设时间、预算金额、预计转固时间等如下所示：

单位：万元

工程项目名称	项目类别	已入账金额	预算金额	开工时间	（预计）转固时间
自动智能纸杯包装线	机器设备安装	25.58	25.58	2020-06	2021-01
柔印机	机器设备安装	101.82	101.82	2019-12	2021-11
卷筒纸全自动方底纸袋机	机器设备安装	240.57	266.39	2020-09	2021-03
纸吸管爬坡输送机	机器设备安装	8.85	8.85	2020-12	2021-04
纸吸管微波烘干机	机器设备安装	12.39	12.39	2020-12	2021-04
斜管切割机	机器设备安装	15.04	15.04	2020-12	2021-04
伺服传动高精卷筒纸分切机	机器设备安装	23.61	23.61	2020-10	2021-01
数控纸吸管机	机器设备安装	106.19	106.19	2020-12	2021-04
圆绳全自动纸袋机	机器设备安装	320.35	320.35	2020-09	2021-01
全自动单张式方底小 U 口制袋机	机器设备安装	331.86	331.86	2020-11	2021-06
纽郎制袋机	机器设备安装	383.34	383.34	2020-11	2021-01
研发中心大楼	房屋及建筑物建造	498.01	2,053.95	2020-09	2023-10
1#宿舍楼	房屋及建筑物建造	665.93	1,670.00	2020-09	2023-12
2、3#宿舍楼	房屋及建筑物建造	1,039.42	2,530.00	2020-09	2022-03
合计	-	3,772.95	7,849.36		

上述在建工程中：

（1）自动智能纸杯包装线于 2020 年 6 月到厂安装，于 2021 年 1 月转固，主要是由于机器到厂后缺少配套管道，且原供货厂商缺货，因此自其他厂商处订做配套管道，导致设备安装延迟；

（2）柔印机于 2019 年 12 月到厂，于 2021 年 11 月转固，主要是由于该设备由境外子公司马来西亚南王采购，但由于国外疫情影响，设备厂商无法到厂安装，导致设备安装延迟；

（3）全自动单张式方底小 U 口制袋机于 2020 年 11 月到厂、2021 年 6 月转固，主要是由于小 U 袋机器调试难度大，调试至预计可使用状态需较长的时间。

2、中介机构核查情况

申报会计师履行了如下核查程序：

- （1）查阅发行人在建工程明细表，查看开工建设时间、预算金额等；
- （2）访谈关键管理人员，了解预计转固时间等。

经核查，申报会计师认为：2020 年末，发行人在建工程中机器设备安装和房屋及建筑物等不存在重大异常情形。

（四）说明固定资产折旧年限，与同行业可比公司比较情况，如存在较大差异，请分析原因

1、情况说明

公司根据固定资产类别确认折旧年限：（1）房屋及建筑物主要为厂房、综合楼等配套设施，使用期限较长，按 20 年进行折旧；（2）机器设备主要为生产纸袋、纸杯等所需要的印刷机、制杯机、制袋机等及相关配套设备，该类型设备使用寿命较长，预计使用年限 5-10 年；（3）运输设备主要为叉车、托盘车及乘用车等，电子设备及其他主要为电脑、空调、仪器设备等，上述两类设备两更新迭代较快，预计使用年限在 3-5 年之间。

报告期内，公司各类固定资产的折旧年限与同行业可比公司比较情况如下：

单位：年

公司名称	房屋及建筑物	机器设备	运输设备	电子设备及其他
合兴包装	20	10	5	5
裕同科技	20	10	5	5
永吉股份	20	10	4	3-5
东风股份	20	5-10	4-5	3-5
环球印务	20-50	10	5	5
龙利得	25-30	10	5	5
劲嘉股份	20-50	5-10	5	5
美盈森	20-30	10-15	5	5
新宏泽	10-40	5-10	4	3-5
大胜达	10-20	3-10	5-10	3-10
森林包装	5-20	5-10	4-10	3-10
新通联	20-30	5-10	5	3-5
翔港科技	10-40	5-10	4-5	3-5

公司名称	房屋及建筑物	机器设备	运输设备	电子设备及其他
上海艾录	11-30	3-20	3-5	3-10
金时科技	20-30	5-10	4-5	3-5
南王科技	20	5-10	5	3-5

由上表可知，公司固定资产的折旧年限与同行业可比公司相比不存在明显差异。

2、中介机构核查情况

申报会计师履行了如下核查程序：

（1）访谈公司财务负责人，了解公司固定资产折旧政策，评价折旧政策是否符合企业会计准则相关规定，分析折旧政策是否合理等；

（2）获取同行业可比公司固定资产折旧政策，与公司相关折旧政策进行比较，核实是否与同行业可比公司存在差异，并分析折旧政策差异的合理性。

经核查，申报会计师认为：

公司固定资产的折旧年限与同行业可比公司相比不存在明显差异，折旧计提政策合理谨慎。

问题 14. 关于子公司

申请文件显示：

（1）报告期内，发行人先后成立安徽南王、湖北南王和马来西亚南王；2017-2019 年期间，发行人发生非同一控制下的企业合并收购珠海中粤 100%股权、香河南王 100%股权、唐山合益 100%股权并形成商誉 2,720.47 万元。公司在国内多点布局布置产能降低了核心客户所关注的供应链风险。

（2）发行人母公司自 2019 年 1 月 1 日至 2021 年 12 月 31 日按照 15%的优惠税率缴纳企业所得税，子公司珠海中粤、安徽南王、香河南王、唐山南王、湖北南王适用 25%税率。

请发行人：

（1）说明发行人与子公司珠海中粤、安徽南王、香河南王、唐山南王、湖北南王、马来西亚南王的定位，在业务体系中发挥的功能和作用；发行人境外子公司的生产经营是否合法合规；结合订单平均交期与产品生产周期、运输周期等有关情况说明客户所关注供应链风险的具体含义。

（2）说明珠海中粤、香河南王的历史沿革、经营范围、主营业务、合并前后主要财务数据，收购股权的定价依据，发行人收购珠海中粤和香河南王后的整合情况和运行情况；商誉减值测试方法、无需计提减值准备的依据是否充分；收购唐山合益后是否取得河北唐山国家农业科技园区 60 亩国有土地使用权，发行人的具体使用情况；发行人实际控制人、董事、高级管理人员与珠海中粤、香河南王、唐山合益的股权出让方是否存在关联关系。

（3）说明发行人母子公司之间内部交易的具体内容、定价机制及公允性、资金流转情况，是否存在转移定价安排，是否存在税务风险；发行人是否提交高新技术企业复审申请，结合《高新技术企业认定管理办法》具体规定说明发行人通过高新技术企业复审是否存在障碍。

请保荐人、发行人律师对问题（1）、（3）发表明确意见，请保荐人、申报会计师对问题（2）发表明确意见。

回复：

(二) 说明珠海中粤、香河南王的历史沿革、经营范围、主营业务、合并前后主要财务数据，收购股权的定价依据，发行人收购珠海中粤和香河南王后的整合情况和运行情况；商誉减值测试方法、无需计提减值准备的依据是否充分；收购唐山合益后是否取得河北唐山国家农业科技园区 60 亩国有土地使用权，发行人的具体使用情况；发行人实际控制人、董事、高级管理人员与珠海中粤、香河南王、唐山合益的股权出让方是否存在关联关系

1、珠海中粤历史沿革、经营范围、主营业务、合并前后主要财务数据、收购股权的定价依据、发行人收购珠海中粤后的整合情况和运行情况

(1) 珠海中粤历史沿革情况如下：

①1990 年 12 月，设立

1990 年 10 月 29 日，珠海市香洲区湾仔工业公司、高亿发展有限公司签署《中外合作经营珠海市中粤纸杯容器有限公司合同书》，决定设立珠海市中粤纸杯容器有限公司。

1990 年 11 月 26 日，珠海市香洲区对外经济工作委员会出具“珠香外经合字（1990）59 号”《关于中外合作经营珠海市中粤纸杯容器有限公司合同书、章程的批复》，同意设立珠海市中粤纸杯容器有限公司。

1990 年 11 月 26 日，珠海市人民政府核发“珠外贸合作证（1990）117 号”《中华人民共和国中外合作经营企业批准证书》。

1990 年 12 月 28 日，广东省珠海市工商行政管理局核准了珠海中粤的设立申请，并核发了注册号为“企作粤珠总副字第 000075 号”《企业法人营业执照》。

珠海中粤设立时的股权结构如下：

序号	股东姓名	出资额（万美元）	股权比例（%）	出资方式
1	珠海市香洲区湾仔工业公司	133.00	70.00	货币
2	高亿发展有限公司	57.00	30.00	货币
合计		190.00	100.00	-

②1995 年 7 月，第一次股权转让

1995 年 6 月 2 日，珠海市中富工业集团公司（原珠海市香洲区湾仔工业公司，于 1994 年 6 月更名为珠海市中富工业集团公司）、高亿发展有限公司、英属处女岛众成工业有限公司签署《中外合作珠海市中粤纸杯容器有限公司第二期补充合同书》，约定珠海市中富工业集团公司出资额由 133.00 万美元变更为 17.10

万美元，英属处女岛众成工业有限公司出资 172.90 万美元，高亿发展有限公司退出珠海中粤，高亿发展有限公司在珠海中粤的责任和权利由英属处女岛众成工业有限公司承担。

1995 年 6 月 20 日，珠海市香洲区对外经济工作委员会出具“珠香外经合补字[1995]86 号”《关于中外合作经营珠海市中粤纸杯容器有限公司第二期补充合同书的批复》，同意珠海市中富工业集团公司、高亿发展有限公司、英属处女岛众成工业有限公司所签订的《中外合作珠海市中粤纸杯容器有限公司第二期补充合同书》。

1995 年 7 月 6 日，珠海市人民政府核发“外经贸珠合作证字(1990)117 号”《中华人民共和国外商投资企业批准证书》。

1995 年 7 月 12 日，中华人民共和国国家工商行政管理局核准上述变更，并核发新的《企业法人营业执照》。

本次变更完成后，珠海中粤的股权结构为：

序号	股东姓名	出资额（万美元）	股权比例（%）	出资方式
1	英属处女岛众成工业有限公司	172.90	91.00	货币
2	珠海市中富工业集团公司	17.10	9.00	货币
合计		190.00	100.00	-

③2005 年 11 月，第二次股权转让

2005 年 9 月，珠海中粤董事会作出决议，同意珠海中富工业集团有限公司（原珠海市中富工业集团公司，于 2001 年 10 月更名为珠海中富工业集团有限公司）退出珠海中粤，其将持有珠海中粤 9%股权转让给英属处女岛众成工业有限公司。

2005 年 9 月，转让方珠海中富工业集团有限公司与受让方英属处女岛众成工业有限公司签订了《股权转让协议书》。

2005 年 11 月 15 日，珠海市香洲区对外贸易经济合作局出具“珠香贸外资管字[2005]177 号”《关于合作企业珠海市中粤纸杯容器有限公司改为外资企业的批复》，同意珠海中富工业集团有限公司将所持珠海中粤 9%股权转让给英属处女岛众成工业有限公司。

2005 年 11 月 17 日，珠海市人民政府核发“商外资粤珠外资证字[2005]0449 号”《中华人民共和国外商投资企业批准证书》。

2005 年 11 月 25 日，广东省珠海市工商行政管理局核准上述变更，并核发注册号为“企独粤珠总副字第 006119 号”《企业法人营业执照》。

本次变更完成后，珠海中粤的股权结构为：

序号	股东姓名	出资额（万美元）	股权比例（%）	出资方式
1	英属处女岛众成工业有限公司	190.00	100.00	货币
合计		190.00	100.00	-

④2008 年 6 月，第三次股权转让

2007 年 10 月，英属处女岛众成工业有限公司与受让方 Beverage Packaging (HK) Company Limited 签订了《股权转让协议》，英属处女岛众成工业有限公司以 190 万美元的股权转让价款将其持有的珠海中粤 100%股权转让给 Beverage Packaging (HK) Company Limited。

2007 年 11 月，珠海中粤董事会作出决议，同意英属处女岛众成工业有限公司将其持有珠海中粤 100%股权转让给 Beverage Packaging (HK) Company Limited。

2008 年 5 月 26 日，珠海市香洲区对外贸易经济合作局出具“珠香贸外资管字[2008]076 号”《关于外资企业珠海市中粤纸杯容器有限公司股权转让协议书及章程修改之（十）的批复》，同意珠海中粤原投资公司英属处女岛众成工业有限公司将珠海中粤 100%股权转让给 Beverage Packaging (HK) Company Limited。

2008 年 5 月 27 日，珠海市人民政府核发“商外资粤珠外资证字[2005]0449 号”《中华人民共和国台港澳侨投资企业批准证书》。

2008 年 6 月 10 日，广东省珠海市工商行政管理局核发“珠核变通外字[2008]第 0800125202 号”《核准变更登记通知书》，核准上述变更，并核发新的《企业法人营业执照》。

本次变更完成后，珠海中粤的股权结构为：

序号	股东姓名	出资额（万美元）	股权比例（%）	出资方式
1	Beverage Packaging (HK) Company Limited	190.00	100.00	货币
合计		190.00	100.00	-

⑤2010 年 2 月，第四次股权转让

2009 年 6 月，珠海中粤董事会作出决议，同意 Beverage Packaging (HK) Company Limited 将其持有珠海中粤 100%股权转让给珠海中富实业股份有限公

司，原注册资本为 190 万美元折算成人民币 1,300 万元。

2009 年 6 月，Beverage Packaging (HK) Company Limited 与珠海中富实业股份有限公司签订《股权转让协议》，Beverage Packaging (HK) Company Limited 以人民币 98,117,400 元的股权转让价款将其持有的珠海中粤 100%股权转让给珠海中富实业股份有限公司。

2009 年 12 月 16 日，珠海市香洲区对外贸易经济合作局出具“珠香贸外资管字[2009]118 号”《关于外资企业珠海市中粤纸杯容器有限公司股权转让改为内资企业的批复》，同意珠海中粤原投资方 Beverage Packaging (HK) Company Limited 将珠海中粤 100%股权转让给珠海中富实业股份有限公司。

2010 年 2 月 4 日，广东省珠海市工商行政管理局核发“珠核变通外字[2010]第 1000012887 号”《核准变更登记通知书》，核准上述变更，并核发新的《企业法人营业执照》。

本次变更完成后，珠海中粤的股权结构为：

序号	股东姓名	出资额（万元）	股权比例（%）	出资方式
1	珠海中富实业股份有限公司	1,300.00	100.00	货币
合计		1,300.00	100.00	-

⑥2015 年 1 月，第五次股权转让

2014 年 12 月，珠海中粤股东会作出决议，同意珠海中富实业股份有限公司将其持有珠海中粤 100%股权转让给珠海家禾贸易有限公司。

2014 年 12 月，转让方珠海中富实业股份有限公司与受让方珠海家禾贸易有限公司签订《股权转让协议》，股权转让价款为 1,600 万元。

2015 年 1 月 28 日，广东省珠海市工商行政管理局核发“保税核变通内字[2015]第 zh15012700091 号”《核准变更登记通知书》，核准上述变更，并核发新的《企业法人营业执照》。

本次变更完成后，珠海中粤的股权结构为：

序号	股东姓名	出资额（万元）	股权比例（%）	出资方式
1	珠海家禾贸易有限公司	1,300.00	100.00	货币
合计		1,300.00	100.00	-

⑦2017 年 10 月，第六次股权转让

2017 年 10 月，珠海中粤股东会作出决议，同意珠海家禾贸易有限公司将其

持有的 417.14 万元出资额转让给叶永葱、持有的 265.36 万元出资额转让给张伟延、持有的 123.50 万元出资额转让给潘海群、持有的 123.50 万元出资额转让给吴海涛、持有的 247.00 万元出资额转让给刘文、持有 123.50 万元出资额转让给张正伦。

出让方珠海家禾贸易有限公司分别与受让方叶永葱、张伟延、潘海群、吴海涛、刘文、张正伦签订《股权转让协议》，股权转让价款分别为 513.40 万元、326.60 万元、152.00 万元、152.00 万元、304.00 万元、152.00 万元。

2017 年 10 月 25 日，珠海市香洲区工商行政管理局核发“香洲核变通内字[2017]第 zh17102300525 号”《核准变更登记通知书》，核准上述变更，并核发新的《营业执照》。

本次变更完成后，珠海中粤的股权结构为：

序号	股东姓名	出资额（万元）	股权比例（%）	出资方式
1	叶永葱	417.14	32.09	货币
2	张伟延	265.36	20.41	货币
3	潘海群	123.50	9.50	货币
4	吴海涛	123.50	9.50	货币
5	刘文	247.00	19.00	货币
6	张正伦	123.50	9.50	货币
合计		1,300.00	100.00	-

⑧2017 年 12 月，第七次股权转让

经 2017 年 12 月 1 日第一届董事会第八次会议和 2017 年 12 月 16 日 2017 年第五次临时股东大会审议通过，南王科技拟通过发行股份的方式购买叶永葱、张伟延、刘文、张正伦、潘海群、吴海涛持有的珠海中粤 100%股权。

2017 年 12 月 18 日，经珠海中粤股东会审议通过，同意南王科技以发行股份的方式购买珠海中粤 100%股权。

2017 年 12 月 18 日，转让方叶永葱、张伟延、潘海群、吴海涛、刘文、张正伦分别与南王科技签订《股权转让协议》。

2017 年 12 月 22 日，珠海市香洲区工商行政管理局核发“香洲核变通内字[2017]第 zh17122000589 号”《核准变更登记通知书》，核准上述变更，并核发新的《营业执照》。

本次变更完成后，珠海中粤的股权结构为：

序号	股东姓名	出资额（万元）	股权比例（%）	出资方式
1	南王科技	1,300.00	100.00	货币
合计		1,300.00	100.00	-

（2）珠海中粤经营范围如下：许可项目：食品用纸包装、容器制品生产；食品用塑料包装容器工具制品生产。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动，具体经营项目以相关部门批准文件或许可证件为准）一般项目：纸和纸板容器制造；纸制品销售；纸制品制造；纸制造。（除依法须经批准的项目外凭营业执照依法自主开展经营活动）。

珠海中粤主营业务为食品包装及环保纸袋的生产和销售。

（3）发行人收购珠海中粤前，珠海中粤的主要财务数据如下：

单位：万元

项目	2017 年 8 月 31 日	2016 年 12 月 31 日
总资产	5,773.16	9,746.75
净资产	2,585.15	2,538.45
项目	2017 年 1-8 月	2016 年
营业收入	5,241.15	6,574.51
净利润	370.43	319.36

收购之后，珠海中粤的主要财务数据如下：

单位：万元

项目	2020 年 12 月 31 日	2019 年 12 月 31 日	2018 年 12 月 31 日	2017 年 12 月 31 日
总资产	7,189.26	6,645.55	5,460.01	5,035.69
净资产	5,381.11	4,895.36	3,909.15	2,733.94
项目	2020 年	2019 年	2018 年	2017 年
营业收入	10,305.69	14,116.98	11,178.98	7,907.06
净利润	500.85	884.25	1,097.84	519.22

（4）发行人收购珠海中粤全部股权的作价依据

北京中企华资产评估有限责任公司于 2017 年 11 月 27 日出具“中企华评报字（2017）第 4241 号”《福建南王环保科技股份有限公司拟收购股权涉及的珠海市中粤纸杯容器有限公司股东全部权益项目资产评估报告》，截至评估基准日 2017 年 8 月 31 日，以收益法评估的珠海中粤全部权益价值评估值为 5,675.26 万元。

根据珠海中粤的财务状况和资产评估结果，经双方协商，珠海中粤 100%股

权作价 5,499.84 万元。

(5) 收购后的整合情况和运行情况

收购完成后,珠海中粤原核心团队得以保留,经营情况稳健,经营业绩良好。

2、香河南王历史沿革、经营范围、主营业务、合并前后主要财务数据、收购股权的定价依据、发行人收购香河南王后的整合情况和运行情况

(1) 香河南王的历史沿革情况如下:

①2017 年 12 月,设立

香河南王系由鲍新正、邵立伟发起设立,设立时的注册资本为 500 万元,鲍新正、邵立伟分别出资 300 万元、200 万元,分别占注册资本的 60%、40%。

2017 年 12 月 19 日,香河县工商行政管理局核发统一社会信用代码为 91131024MA09JPLG1W 的《营业执照》。

香河南王设立时的股权结构如下:

序号	股东姓名	出资额(万元)	股权比例(%)	出资方式
1	鲍新正	300.00	60.00	货币
2	邵立伟	200.00	40.00	货币
合计		500.00	100.00	-

②2019 年 11 月,股权转让

2019 年 9 月 28 日,南王科技召开第一届董事会第二十二次会议,审议通过《关于公司拟收购香河合益纸袋有限公司 100%股权》议案。

2019 年 11 月 6 日,香河南王股东会作出决议,同意股东鲍新正将持有香河南王 60%的股权转让给南王科技,股东邵立伟将持有香河南王 40%的股权转让给南王科技。

2019 年 11 月 6 日,鲍新正、邵立伟与南王科技分别签署了《股权转让协议书》。经转让双方协商,香河南王全部股权作价 685 万元。鲍新正将其持有香河南王 60%股权以人民币 411 万元、邵立伟将其持有香河南王 40%股权以人民币 274 万元分别转让给南王科技。

2019 年 11 月 7 日,香河县行政审批局核发新的《营业执照》。

本次股权转让完成后,香河南王的股权结构为:

序号	股东姓名	出资额(万元)	股权比例(%)	出资方式
1	南王科技	500.00	100.00	货币

合计	500.00	100.00	-

(2) 香河南王的经营范围如下：环保纸制品、环保包装袋及其制造工艺的技术研发；生产、销售纸制品、纸袋、纸杯、纸盒。（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）。

香河南王的主营业务为环保纸袋的生产、销售。

(3) 发行人收购香河南王前，香河南王的主要财务数据如下：

单位：万元

项目	2019 年 8 月 31 日	2018 年 12 月 31 日
总资产	783.34	333.07
净资产	336.57	-21.86
项目	2019 年 1-8 月	2018 年
营业收入	268.68	-
净利润	13.44	-21.86

收购之后，香河南王的主要财务数据如下：

单位：万元

项目	2020 年 12 月 31 日	2019 年 12 月 31 日
总资产	2,801.97	1,600.78
净资产	668.88	506.73
项目	2020 年	2019 年
营业收入	3,333.58	354.89
净利润	162.16	0.35

(4) 发行人收购香河南王全部股权的作价依据

福建联合中和资产评估土地房地产估价有限公司于 2019 年 9 月 27 日出具“闽联合中和评报字（2019）第 1242 号”《福建南王环保科技股份有限公司拟股权收购涉及的香河合益纸袋有限公司股东全部权益价值资产评估报告》，截至评估基准日 2019 年 8 月 31 日，以资产基础法评估的香河合益全部权益价值评估值为 400.02 万元。

根据香河南王的财务状况和资产评估结果，经双方协商，香河南王 100%股权作价 685 万元。

(5) 收购后的整合情况和运行情况

收购完成后，香河南王经营情况稳健，经营业绩良好。

3、商誉减值测试方法、无需计提减值准备的依据是否充分

(1) 收购珠海中粤形成的商誉减值测试方法及过程

①商誉减值测试的具体情况

1) 商誉资产组的认定

发行人综合考虑了《企业会计准则第 8 号——资产减值》的相关规定，对于非同一控制下收购的子公司与其商誉有关的资产或资产组进行了判断。在认定商誉所应分摊至的资产组组合时，发行人考虑了管理层对生产经营活动的管理方式和对资产的持续使用或处置的决策方式，认定的资产组组合能够独立产生现金流量。在确认商誉所在资产组组合时，发行人没有包括与商誉无关的不应纳入资产组组合的资产及负债。

发行人将与商誉相关的经营性长期资产确认为商誉资产组，进行减值测试。发行人历次商誉资产组的确定与收购珠海中粤时商誉资产组认定保持一致。

2) 商誉减值测试方法

发行人关于珠海中粤的商誉减值测试采用资产组未来现金流的现值作为资产组的可收回金额。

预计未来现金流量的现值通常采用收益法，即按照资产组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。预计未来现金流量的现值计算公式：

$$P = \sum_{t=1}^n \frac{R_t}{(1+i)^t} + P_n \times r$$

公式中：

P——资产组的预计未来现金流量的现值；

t——预测年度；

i——折现率；

R_t——第 t 年现金流量；

n——详预测期年限；

P_n——收益期末可收回资产价值或详细预测期后现金流量（终值）；

r——收益期末折现系数或终值折现系数

本次预计未来现金流量采用的现金流口径为税前现金流量。计算公式为：

税前现金流量=营业收入－营业成本－税金及附加－销售费用－管理费用＋折旧摊销－资本性支出－营运资金增加额

3) 商誉资产组的可收回价值

发行人商誉资产组的可收回价值为资产组预计未来现金流量现值减期初投入营运资金。由于资产组所在的被收购子公司持续经营，其存续期间为永续期。发行人根据企业会计准则“建立在预算或者预测的基础上的预计现金流量最多涵盖 5 年”的相关规定，预测资产组每期期末未来 5 年的现金流量及永续期现金流量；现金流量预测使用的折现率以加权平均资本成本(WACC)为基础测算，由此确定商誉资产组的可收回价值。

②商誉减值测试具体过程

报告期各期末，发行人管理层结合历史实际经营数据、发展趋势等，预测预期收入增长率、毛利率等指标计算资产组可收回价值。报告期各期末商誉资产组的可收回价值评估如下：

1) 2018 年 12 月 31 日

单位：万元

项目	第 1 年	第 2 年	第 3 年	第 4 年	第 5 年	永续期
营业收入	11,791.83	12,351.23	13,559.61	14,886.22	14,856.93	14,856.93
预计未来现金流量	689.06	914.01	863.15	996.44	1,243.24	1,307.69
折现率	12.89%					
折现额	648.54	762.01	637.44	651.87	720.46	5,878.97
未来现金流量现值	9,299.28					
期初投入营运资金	2,213.56					
资产组可收回价值	7,085.72					
资产组账面价值与商誉账面价值之和	4,028.52					

发行人于 2018 年末对收购珠海中粤形成的商誉进行了减值测试，在进行减值测试计算资产组可收回价值时，预测期为 5 年，永续期内不增长；商誉减值测试中毛利率、期间费用率等关键参数根据运营计划、历史数据、商业机会、行业情况合理可靠确定；折现率以加权平均资本成本(WACC)为基础测算，折现率为 12.89%。

经减值测试，2018 年末，发行人收购珠海中粤形成的商誉不存在减值迹象，无需计提减值准备。

2) 2019 年 12 月 31 日

单位：万元

项目	第 1 年	第 2 年	第 3 年	第 4 年	第 5 年	永续期
营业收入	12,884.30	14,387.30	16,498.33	16,498.33	16,498.33	16,498.33
预计未来现金流量	1,007.27	875.29	911.05	1,326.24	1,259.12	5,684.00
折现率	12.89%					
折现额	948.04	729.73	672.81	867.63	729.66	3,293.86
未来现金流量现值	7,241.72					
期初投入营运资金	2,834.55					
资产组可收回价值	4,407.17					
资产组账面价值与商誉账面价值之和	4,091.46					

发行人于 2019 年末对收购珠海中粤形成的商誉进行了减值测试，在进行减值测试计算资产组可收回价值时，预测期为 5 年，永续期内不增长；商誉减值测试中毛利率、期间费用率等关键参数根据运营计划、历史数据、商业机会、行业情况合理可靠确定；折现率以加权平均资本成本（WACC）为基础测算，折现率为 12.89%。

经减值测试，2019 年末，发行人收购珠海中粤形成的商誉不存在减值迹象，无需计提减值准备。

3) 2020 年 12 月 31 日

单位：万元

项目	第 1 年	第 2 年	第 3 年	第 4 年	第 5 年	永续期
营业收入	11,220.37	12,290.91	13,465.35	14,741.23	14,712.59	14,712.59
预计未来现金流量	917.01	783.18	790.29	891.73	1,144.64	801.64
折现率	12.89%					
折现额	863.09	652.94	583.63	583.37	663.32	3,603.94
未来现金流量现值	6,950.29					
期初投入营运资金	2,316.58					
资产组可收回价值	4,633.71					
资产组账面价值与商誉账面价值之和	3,838.54					

发行人于 2020 年末对收购珠海中粤形成的商誉进行了减值测试，在进行减值测试计算资产组可收回价值时，预测期为 5 年，永续期内不增长；商誉减值测试中毛利率、期间费用率等关键参数根据运营计划、历史数据、商业机会、行

业情况合理可靠确定；折现率以加权平均资本成本（WACC）为基础测算，折现率为 12.89%。

经减值测试，2020 年末，发行人收购珠海中粤形成的商誉不存在减值迹象，无需计提减值准备。

（2）收购香河南王形成的商誉减值测试方法及过程

①商誉减值测试的具体情况

1）商誉资产组的认定

发行人综合考虑了《企业会计准则第 8 号——资产减值》的相关规定，对于非同一控制下收购的子公司与其商誉有关的资产或资产组进行了判断。在认定商誉所应分摊至的资产组组合时，发行人考虑了管理层对生产经营活动的管理方式和对资产的持续使用或处置的决策方式，认定的资产组组合能够独立产生现金流量。在确认商誉所在资产组组合时，发行人没有包括与商誉无关的不应纳入资产组组合的资产及负债。

发行人将与商誉相关的经营性长期资产确认为商誉资产组，进行减值测试。发行人历次商誉资产组的确定与收购珠海中粤时商誉资产组认定保持一致。

2）商誉减值测试方法

发行人关于香河南王的商誉减值测试采用资产组未来现金流的现值作为资产组的可收回金额。

预计未来现金流量的现值通常采用收益法，即按照资产组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。预计未来现金流量的现值计算公式：

$$P = \sum_{t=1}^n \frac{R_t}{(1+i)^t} + P_n \times r$$

公式中：

P——资产组的预计未来现金流量的现值；

t——预测年度；

i——折现率；

R_t ——第 t 年现金流量；

n——详预测期年限；

P_n ——收益期末可收回资产价值或详细预测期后现金流量（终值）；

r ——收益期末折现系数或终值折现系数

本次预计未来现金流量采用的现金流口径为税前现金流量。计算公式为：

税前现金流量 = 营业收入 - 营业成本 - 税金及附加 - 销售费用 - 管理费用
+ 折旧摊销 - 资本性支出 - 营运资金增加额

3) 商誉资产组的可收回价值

发行人商誉资产组的可收回价值为资产组预计未来现金流量现值减期初投入营运资金。由于资产组所在的被收购子公司持续经营，其存续期间为永续期。发行人根据企业会计准则“建立在预算或者预测的基础上的预计现金流量最多涵盖 5 年”的相关规定，预测资产组每期期末未来 5 年的现金流量及永续期现金流量；现金流量预测使用的折现率以加权平均资本成本（WACC）为基础测算，由此确定商誉资产组的可收回价值。

②商誉减值测试具体过程

报告期各期末，发行人管理层结合历史实际经营数据、发展趋势等，预测预期收入增长率、毛利率等指标计算资产组可收回价值。报告期各期末商誉资产组的可收回价值评估如下：

1) 2019 年 12 月 31 日

单位：万元

项目	第 1 年	第 2 年	第 3 年	第 4 年	第 5 年	永续期
营业收入	3,000.00	3,090.00	3,182.70	3,278.18	3,376.53	3,477.82
预计未来现金流量	3.39	17.33	38.62	62.98	87.47	307.28
折现率	12.89%					
折现额	3.19	14.45	28.52	41.20	50.69	1,381.45
未来现金流量现值	1,519.49					
期初投入营运资金	452.94					
资产组可收回价值	1,066.55					
资产组账面价值与商誉账面价值之和	791.63					

发行人于 2019 年末对收购香河南王形成的商誉进行了减值测试，在进行减值测试计算资产组可收回价值时，预测期为 5 年，永续期内不增长；商誉减值测试中毛利率、期间费用率等关键参数根据运营计划、历史数据、商业机会、行业情况合理可靠确定；折现率以加权平均资本成本（WACC）为基础测算，折现

率为 12.89%。

经减值测试，2019 年末，发行人收购香河南王形成的商誉不存在减值迹象，无需计提减值准备。

2) 2020 年 12 月 31 日

单位：万元

项目	第 1 年	第 2 年	第 3 年	第 4 年	第 5 年	永续期
营业收入	3,433.59	3,536.60	3,642.70	3,751.98	3,864.54	3,864.54
预计未来现金流量	112.71	148.29	175.19	202.30	229.62	430.66
折现率	12.89%					
折现额	106.09	123.63	129.38	132.34	133.06	1,936.11
未来现金流量现值	2,560.61					
期初投入营运资金	491.16					
资产组可收回价值	2,069.45					
资产组账面价值与商誉账面价值之和	1,531.82					

发行人于 2020 年末对收购香河南王形成的商誉进行了减值测试，在进行减值测试计算资产组可收回价值时，预测期为 5 年，永续期内不增长；商誉减值测试中毛利率、期间费用率等关键参数根据运营计划、历史数据、商业机会、行业情况合理可靠确定；折现率以加权平均资本成本（WACC）为基础测算，折现率为 12.89%。

经减值测试，2020 年末，发行人收购香河南王形成的商誉不存在减值迹象，无需计提减值准备。

4、收购唐山合益后是否取得河北唐山国家农业科技园区 60 亩国有土地使用权，发行人的具体使用情况

发行人已于 2021 年 4 月取得河北唐山国家农业科技园区 60 亩国有土地使用权，不动产权证书编号为“冀（2021）玉田县不动产权第 0001998 号”。

目前，上述土地使用权已完成土地平整、围墙等少量工程。发行人正在进行厂房等的规划设计，未来唐山南王将建成发行人在北方市场的重要生产和销售基地，重点辐射北方市场的客户需求。

5、发行人实际控制人、董事、高级管理人员与珠海中粤、香河南王、唐山合益的股权出让方是否存在关联关系

（1）珠海中粤的股权出让方为叶永葱、张伟延、刘文、张正伦、潘海群、

吴海涛，与发行人实际控制人、董事、高级管理人员不存在关联关系。

（2）香河南王的股权出让方为鲍新正、邵立伟，与发行人实际控制人、董事、高级管理人员不存在关联关系。

（3）唐山合益的股权出让方为鲍新辉、杨莱，与发行人实际控制人、董事、高级管理人员不存在关联关系。

6、中介机构核查情况

申报会计师履行了如下核查程序：

（1）获取并查阅珠海中粤、香河南王的工商档案、财务报表、审计报告等；

（2）获取并查阅发行人收购珠海中粤、香河南王相关的审计报告、评估报告、董事会及股东大会决议等；

（3）复核发行人商誉减值测试方法和计算过程，并查阅商誉减值测试的相关评估报告；

（4）获取并查阅发行人收购唐山合益后取得相应土地使用权的国有建设用地使用权出让合同、不动产权证书等；

（5）查阅发行人实际控制人、董事、高级管理人员调查表等，核查上述人员与珠海中粤、香河南王、唐山合益的股权出让方是否存在关联关系。

经核查，申报会计师认为：

（1）发行人收购珠海中粤、香河南王为转让各方根据珠海中粤和香河南王的审计及评估情况协商确定，发行人收购珠海中粤和香河南王后，整合和运行情况良好；

（2）发行人商誉减值测试方法合理，无需计提减值准备的依据充分；

（3）发行人收购唐山合益后已取得河北唐山国家农业科技园区的 60 亩国有土地使用权，发行人正在进行厂房等的规划设计，未来将建成在北方市场重要的生产和销售基地；

（4）发行人实际控制人、董事、监事、高级管理人员与珠海中粤、香河南王、唐山合益的股权出让方不存在关联关系。

问题 15. 关于员工持股平台

申请文件显示：

(1) 2018 年 12 月，发行人 70 名员工通过受让陈凯声持有的惠安众辉和惠安新辉合伙份额参与股权激励，转让价格折合发行人股票价格为 4.80 元/股，共计受让份额折合发行人股份数量为 419.85 万股。股权激励价格与 2018 年 6 月发行人定向发行股票价格一致，不涉及股份支付。

(2) 2020 年 7 月，发行人 10 名员工通过受让陈凯声持有的惠安众辉和惠安新辉合伙份额参与股权激励，转让价格折合发行人股票价格为 5.20 元/股，共计受让合伙份额折合发行人股份数量为 69.80 万股。股权激励价格低于 2019 年 12 月发行人定向发行股票价格 5.60 元/股，2020 年需确认的股份支付费用为 27.92 万元。

(3) 惠安众辉直接持有发行人股份，惠安新辉通过持有惠安众辉份额间接持有发行人股份。

请发行人：

(1) 结合惠安众辉和惠安新辉的历史沿革及人员变动情况，说明历次变动是否涉及股份支付；结合股份支付时定价对应的发行人估值、市盈率、市净率情况说明定价依据的公允性，与同行业可比公司是否存在较大差异；结合合伙协议或相关约定说明该等股权激励是否涉及服务期或其他隐含条件；结合财政部《股份支付准则应用案例》说明发行人报告期股份支付会计处理是否符合《企业会计准则》及中国证监会《首发业务若干问题解答（2020 年 6 月修订）》问题 26 的规定。

(2) 说明惠安众辉和惠安新辉的人员确定标准、与发行人的关系或任职情况、离职后的股份处理及转让定价等相关内容，是否存在发行人、实际控制人或第三方为员工参加持股计划提供奖励、资助、补助等安排；员工持股平台设置两层结构的原因及背景。

请保荐人、申报会计师对问题（1）发表明确意见，请保荐人、发行人律师对问题（2）发表明确意见。

回复：

（一）结合惠安众辉和惠安新辉的历史沿革及人员变动情况，说明历次变动是否涉及股份支付；结合股份支付时定价对应的发行人估值、市盈率、市净率情况说明定价依据的公允性，与同行业可比公司是否存在较大差异；结合合伙协议或相关约定说明该等股权激励是否涉及服务期或其他隐含条件；结合财政部《股份支付准则应用案例》说明发行人报告期股份支付会计处理是否符合《企业会计准则》及中国证监会《首发业务若干问题解答（2020 年 6 月修订）》问题 26 的规定

1、结合惠安众辉和惠安新辉的历史沿革及人员变动情况，说明历次变动是否涉及股份支付

（1）惠安众辉的历史沿革及人员变动情况

①2015 年 9 月，惠安众辉设立

2015 年 9 月 28 日，陈凯声等 43 名投资人签订了《惠安众辉投资中心（有限合伙）协议》和《惠安众辉投资中心（有限合伙）认（实）缴出资确认书》。

2015 年 9 月 30 日，惠安县工商行政管理局颁发了统一社会信用代码为 91350521M0001W8H3E 的营业执照，执行事务合伙人为陈凯声、经营范围为“对金融业、制造业的投资（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）”。

惠安众辉设立时的合伙人及出资明细情况如下：

序号	姓名	出资方式	出资额（万元）	出资比例
1.	陈凯声	货币	211.70	21.17%
2.	王赞东	货币	328.80	32.88%
3.	王仙房	货币	25.80	2.58%
4.	刘春惠	货币	21.90	2.19%
5.	谢乐元	货币	26.00	2.60%
6.	李火	货币	6.80	0.68%
7.	叶家茂	货币	4.40	0.44%
8.	唐美喜	货币	4.40	0.44%
9.	吴生强	货币	6.80	0.68%
10.	陶流杰	货币	2.70	0.27%
11.	李楠	货币	2.70	0.27%
12.	吴欢	货币	2.70	0.27%

序号	姓名	出资方式	出资额（万元）	出资比例
13.	赵荣	货币	11.00	1.10%
14.	孔德汉	货币	5.50	0.55%
15.	王波	货币	3.30	0.33%
16.	邓清勇	货币	4.10	0.41%
17.	姚志强	货币	17.50	1.75%
18.	朱运超	货币	11.00	1.10%
19.	郑长青	货币	3.80	0.38%
20.	温祖辉	货币	5.50	0.55%
21.	彭辉波	货币	5.80	0.58%
22.	王洁絮	货币	4.40	0.44%
23.	詹同洋	货币	12.90	1.29%
24.	刘世汉	货币	4.10	0.41%
25.	张成生	货币	6.30	0.63%
26.	彭美华	货币	13.70	1.37%
27.	张立文	货币	2.70	0.27%
28.	庄惠李	货币	4.40	0.44%
29.	杨洁	货币	2.70	0.27%
30.	陈梅英	货币	6.80	0.68%
31.	何志宏	货币	21.90	2.19%
32.	陈彩虹	货币	2.70	0.27%
33.	陈慧敏	货币	13.70	1.37%
34.	郭莹	货币	2.70	0.27%
35.	吴雪华	货币	3.30	0.33%
36.	段素贞	货币	5.50	0.55%
37.	韩春梅	货币	34.80	3.48%
38.	李杏娥	货币	53.20	5.32%
39.	孙悦	货币	23.60	2.36%
40.	王蕊	货币	37.80	3.78%
41.	丁雅婷	货币	16.40	1.64%
42.	张灿丽	货币	10.10	1.01%
43.	吴香花	货币	4.10	0.41%
合计		-	1,000.00	100.00%

随后于 2015 年 11 月，惠安众辉对发行人增资，取得发行人 912.50 万股股

份，持股比例 9.125%。

分析：惠安众辉的合伙人中，除王赞东不是发行人员工外，其他合伙人均为公司员工，其中陈凯声作为发行人的实际控制人及员工持股平台惠安众辉的执行事务合伙人，其所持的惠安众辉出资份额目的是为了后续继续对新的员工激励对象实施股权激励，因此陈凯声持有惠安众辉的出资份额不属于股权激励，不涉及股份支付。除陈凯声外，公司员工合伙人共直接持有惠安众辉 459.50 万元的出资份额，出资成本共计 459.50 万元；公司员工合伙人间接持有发行人 419.29 万股股份，每股出资成本为 1.0959 元，低于 2015 年 12 月 31 日经审计的每股净资产 1.3282 元，涉及股份支付。

②2016 年 2 月，第一次合伙人变更

2016 年 2 月 25 日，惠安众辉全体合伙人签订《合伙企业变更决定书》，同日，全体合伙人重新签订了合伙协议，惠安县工商行政管理局颁发了新的营业执照。本次合伙人变更明细如下：

转让人	受让人	转让出资份额（万元）	转让出资价格（万元）
李楠	陈凯声	2.70	2.70
吴欢		2.70	2.70
吴雪华		0.60	0.60
段素贞		1.90	1.90
詹同洋		4.70	4.70
王蕊		5.50	5.50
丁雅婷		8.20	8.20
吴香花		2.50	2.50
小计		28.80	28.80
陈凯声	庄惠李	8.20	8.20
	孔德汉	1.30	1.30
	陈慧敏	8.20	8.20
	黄丽亚	1.60	1.60
小计		19.30	19.30

分析：陈凯声作为发行人的实际控制人及员工持股平台惠安众辉的执行事务合伙人，其所持的惠安众辉出资份额系为了后续继续对新的员工激励对象实施股权激励，因此陈凯声受让其他合伙人持有的员工持股平台的出资份额 28.80 万元

不属于股权激励，不涉及股份支付。

陈凯声转让惠安众辉的出资份额 19.30 万元给庄惠李等 4 位员工，间接对应发行人股份 17.65 万股，每股转让成本为 1.0959 元，低于 2015 年 12 月 31 日经审计的每股净资产 1.3282 元，涉及股份支付。

③2018 年 12 月，第二次合伙人变更

2018 年 12 月 28 日，惠安众辉全体合伙人签订《合伙人决议书》，一致决定：（1）同意原有限合伙人刘春惠将其所持有惠安众辉 5.21 万元出资额（占合伙总额的 0.52%），以 22.80 万元的价格转让给普通合伙人陈凯声；（2）同意惠安新辉入伙为有限合伙人；（3）同意普通合伙人陈凯声与其他合伙人之间的出资份额转让。同日，各方就上述转让分别签订了《股权转让协议》，全体合伙人重新签订了合伙协议。2018 年 12 月 29 日，惠安县工商行政管理局颁发了新的营业执照。

本次合伙人之间具体转让明细情况如下：

转让人	受让人	转让出资份额（万元）	转让出资价格（万元）
刘春惠	陈凯声	5.21	22.80
陈凯声	王仙房	19.45	85.20
	谢乐元	5.75	25.20
	李火	4.38	19.20
	叶家茂	1.37	6.00
	唐美喜	1.37	6.00
	吴生强	2.19	9.60
	陶流杰	2.19	9.60
	赵荣	3.84	16.80
	孔德汉	2.19	9.60
	王波	2.19	9.60
	姚志强	15.34	67.20
	朱运超	2.74	12.00
	郑长青	4.38	19.20
	彭辉波	1.37	6.00
	王洁絮	2.19	9.60
	詹同洋	4.38	19.20
	刘世汉	3.02	13.20
	张成生	2.74	12.00

转让人	受让人	转让出资份额（万元）	转让出资价格（万元）
	彭美华	4.38	19.20
	张立文	3.84	16.80
	庄惠李	1.37	6.00
	陈梅英	4.38	19.20
	何志宏	4.38	19.20
	韩春梅	6.03	26.40
	李杏娥	7.40	32.40
	孙悦	6.85	30.00
	王蕊	4.93	21.60
	丁雅婷	4.66	20.40
	张灿丽	3.84	16.80
	惠安新辉	60.27	264.00
小计		193.41	847.20
王赞东	惠安新辉	109.59	480.00

分析：陈凯声作为发行人的实际控制人及员工持股平台惠安众辉的执行事务合伙人，其所持的惠安众辉出资份额系为了后续继续对新的员工激励对象实施股权激励，因此陈凯声受让其他合伙人持有的员工持股平台的出资份额 5.21 万元不属于股权激励，不涉及股份支付。

惠安新辉为员工持股平台，合伙人均为发行人员工。本次陈凯声、王赞东向王仙房等员工合伙人和惠安新辉员工持股平台转让惠安众辉的出资份额属于股权激励事项，涉及股份支付。本次合计转让惠安众辉出资份额 303.00 万元，转让价格合计 1,327.20 万元，间接对应发行人股份 276.49 万股，每股转让价格为 4.80 元，与 2018 年 6 月发行人定向发行股票时每股 4.80 元的发行价格一致，因此本次转让事项虽然涉及股份支付，但不产生股份支付费用。。每股价格 4.80 元的公允性分析详见本题回复 2、（2）之②。

④2020 年 7 月，第三次合伙人变更

2020 年 7 月 14 日，惠安众辉全体合伙人签订《合伙企业变更决定书》，一致决定：（1）同意合伙人陈凯声减少持有惠安众辉出资额 5.48 万元，减少后陈凯声持有出资额为 1.22 万元；（2）同意新增有限合伙人郭晓慧、马雷鸣、尉土根。同日，全体合伙人重新签订了合伙协议。2020 年 7 月 16 日，惠安县工商行

政管理局颁发了新的营业执照。

上述合伙人之间具体转让情况如下：

转让人	受让人	转让出资份额（万元）	转让出资价格（万元）
陈凯声	谢乐元	5.48	26.00
	郭晓慧	14.25	67.60
	马雷鸣	7.67	36.40
	尉土根	4.38	20.80
合计		31.78	150.80

分析：本次陈凯声转让给员工合伙人惠安众辉的出资份额 31.78 万元，转让价格 150.80 万元，间接对应发行人股份 29.00 万股，每股转让价格 5.20 元，低于 2019 年 12 月公司定向发行股票时每股 5.60 的发行价格，涉及股份支付。每股价格 5.60 元的公允性分析详见本题回复 2、（2）之③。

（2）惠安新辉的历史沿革及人员变动情况

①2018 年 11 月，惠安新辉设立

2018 年 11 月 16 日，惠安县工商行政管理局同意预先核准陈凯声、叶吴鉴两名投资人出资、注册资本（金）50 万元（人民币）、住所设在福建省泉州市惠安县的企业名称为“惠安县新辉投资中心（有限合伙）”。

2018 年 11 月 22 日，陈凯声、叶吴鉴签订了《惠安县新辉投资中心（有限合伙）合伙企业决议书》、《惠安县新辉投资中心（有限合伙）协议》和《惠安县新辉投资中心（有限合伙）货币出资确认书》。同日，惠安县工商行政管理局颁发了统一社会信用代码为 91350521MA329H9P1W 的营业执照，执行事务合伙人陈凯声、经营范围为“对金融业、制造业的投资（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）”。

惠安新辉设立时的合伙人及出资情况如下：

序号	姓名	出资方式	认缴出资额（万元）	实缴出资额（万元）	出资比例
1.	陈凯声	货币	40.00	-	80.00%
2.	叶吴鉴	货币	10.00	-	20.00%
合计		-	50.00	-	100.00%

分析：惠安新辉成立时未持有发行人或发行人股东的股权，不涉及股份支付。

②2018 年 12 月，第一次合伙人变更

2018 年 12 月 28 日，惠安新辉全体合伙人签订《合伙企业变更决定书》，一

致决定：(1)同意陈凯声将其持有的 10.24 万元出资额(占合伙总额的 0.2048%)，以 1 元的价格转让给叶吴鉴；(2)同意惠安新辉的注册资本由 50 万元增加至 744 万元；(3) 同意张留宾等 38 人入伙为有限合伙人；(4) 同意调整全体合伙人的出资额及出资比例。同日，全体合伙人重新签订了合伙协议；惠安县工商行政管理局颁发了新的营业执照。

本次变更完成后，惠安新辉的合伙人及出资情况如下：

序号	姓名	出资方式	认缴出资额（万元）	实缴出资额（万元）	出资比例
1	陈凯声	货币	92.16	92.16	12.39%
2	叶吴鉴	货币	95.04	95.04	12.77%
3	张留宾	货币	11.52	11.52	1.55%
4	李江涛	货币	28.08	28.08	3.77%
5	杜治军	货币	29.76	29.76	4.00%
6	陈旭艺	货币	8.88	8.88	1.19%
7	庄云阳	货币	18.24	18.24	2.45%
8	李兴琼	货币	6.00	6.00	0.80%
9	张玲玲	货币	14.40	14.40	1.93%
10	张建义	货币	7.20	7.20	0.97%
11	方重红	货币	17.76	17.76	2.39%
12	李楠	货币	17.76	17.76	2.39%
13	陈芳	货币	24.96	24.96	3.35%
14	刘京平	货币	5.28	5.28	0.71%
15	肖荣芳	货币	4.80	4.80	0.65%
16	王宣忠	货币	14.40	14.40	1.93%
17	陈巧燕	货币	34.08	34.08	4.58%
18	王振	货币	50.88	50.88	6.84%
19	方丽红	货币	19.20	19.20	2.58%
20	卢丹	货币	28.80	28.80	3.87%
21	伏宝然	货币	17.28	17.28	2.32%
22	卢燕华	货币	10.56	10.56	1.42%
23	林惠平	货币	7.20	7.20	0.97%
24	叶家兴	货币	10.08	10.08	1.35%
25	陈小双	货币	9.60	9.60	1.29%

序号	姓名	出资方式	认缴出资额（万元）	实缴出资额（万元）	出资比例
26	程磊	货币	19.92	19.92	2.68%
27	吴欢	货币	9.60	9.60	1.29%
28	苏锦耀	货币	9.60	9.60	1.29%
29	杨世松	货币	9.60	9.60	1.29%
30	叶文强	货币	9.60	9.60	1.29%
31	闵建国	货币	9.60	9.60	1.29%
32	彭靖	货币	9.60	9.60	1.29%
33	刘宏胜	货币	4.80	4.80	0.65%
34	陈星	货币	4.80	4.80	0.65%
35	叶瑞麟	货币	2.88	2.88	0.39%
36	姚贵闻	货币	4.80	4.80	0.65%
37	张增义	货币	4.80	4.80	0.65%
38	黄培良	货币	24.96	24.96	3.35%
39	刘新胜	货币	4.80	4.80	0.65%
40	邵立伟	货币	30.72	30.72	4.13%
合计		-	744.00	744.00	100.00%

分析：2018 年 12 月 28 日，员工持股平台惠安新辉通过受让陈凯声和王赞东持有的惠安众辉出份额，成为员工持股平台惠安众辉的合伙人，属于股权激励事项。本次惠安新辉共受让惠安众辉出资份额 169.86 万元，受让价格 744.00 万元，间接对应持有发行人股份 155 万股，每股转让价格 4.80 元，转让价格公允，因此本次转让行为虽然涉及股份支付，但不产生股份支付费用。每股价格 4.80 元的公允性分析详见本题回复 2、（2）之②。

③2020 年 7 月，第二次合伙人变更

2020 年 7 月 24 日，惠安新辉全体合伙人签订《合伙企业变更决议书》，一致决定：（1）同意合伙人叶吴鉴减少持有惠安新辉出资额 48.96 万元，减少后叶吴鉴持有出资额为 46.08 万元；（2）同意合伙人陈芳减少持有惠安新辉出资额 15.36 万元，减少后陈芳持有出资额为 9.60 万元；（3）同意合伙人李江涛、程磊、闵建国因个人工作原因退出；（4）同意合伙人陈凯声减少持有惠安新辉出资额 195.84 万元，减少后陈凯声持有出资额为 18.24 万元；（5）同意王水月、韩九林、柳学振、李巧燕、唐婉入伙为有限合伙人。同日，全体合伙人重新签订了合伙协议；惠安县市场监督管理局颁发了新的营业执照。

上述合伙人之间具体转让情况如下：

转让人	受让人	转让出资额（万元）	转让价格（万元）
叶吴鉴	陈凯声	48.96	53.04
陈芳		15.36	16.64
李江涛		28.08	30.42
程磊		19.92	21.58
闵建国		9.60	10.40
小计		121.92	132.08
陈凯声	王水月	48.96	53.04
	韩九林	62.40	67.60
	柳学振	37.44	40.56
	林坤斌	14.40	15.60
	李巧燕	27.84	30.16
	唐婉	4.80	5.20
小计		195.84	212.16

分析：陈凯声作为发行人的实际控制人及员工持股平台惠安众辉的执行事务合伙人，其所持的惠安众辉出资份额系为了后续继续对新的员工激励对象实施股权激励，因此本次陈凯声受让惠安众辉的出资份额不属于股权激励，不涉及股份支付。

本次陈凯声转让给王水月等员工合伙人惠安新辉的出资份额合计 195.84 万元，转让价格为 212.16 万元，对应惠安众辉出资份额 44.71 万元，间接对应发行人股份数量为 40.80 万股，间接计算每股转让价格为每股 5.20 元，低于 2019 年 12 月公司定向发行股票时每股 5.60 元的发行价格，涉及股份支付。每股价格 5.60 元的公允性分析详见本题回复 2、（2）之③。

④2020 年 12 月，第三次合伙人变更

2020 年 12 月 22 日，惠安新辉全体合伙人签订《合伙企业变更决议书》，同意合伙人林惠平因个人原因退出，同意其所持有惠安新辉 7.20 万元出资额（占合伙总额的 0.97%），以 8.40 万元的价格转让给合伙人陈凯声。同日，全体合伙人重新签订了合伙协议。2020 年 12 月 25 日，惠安县市场监督管理局颁发了新的营业执照。

分析：陈凯声作为发行人的实际控制人及员工持股平台惠安众辉的执行事务

合伙人，其所持的惠安众辉出资份额系为了后续继续对新的员工激励对象实施股权激励，因此本次陈凯声受让惠安众辉的出资份额不属于股权激励事项，不涉及股份支付。

⑤2020 年 12 月，第四次合伙人变更

2020 年 12 月 24 日，惠安新辉全体合伙人签订《合伙企业变更决议书》，同意合伙人陈凯声将其持有惠安新辉 24.96 万元出资额（占合伙总额的 3.35%），以 29.12 万元的价格转让给新合伙人邝仕能，同意邝仕能入伙为有限合伙人。同日，全体合伙人重新签订了合伙协议；惠安县市场监督管理局颁发了新的营业执照。

分析：陈凯声转让惠安新辉的出资份额 24.96 万元给员工合伙人邝仕能，转让价格 29.12 万元，对应惠安众辉出资份额 5.70 万元，间接对应发行人股份数量为 5.20 万元，每股转让价格为 5.60 元/股，与 2019 年 12 月公司定向发行股票时每股 5.60 元的发行价格一致，转让价格公允。本次转让行为虽然涉及股份支付，但未产生股份支付费用。每股价格 5.60 元的公允性分析详见本题回复 2、（2）之③。

（3）经以上分析，惠安众辉和惠安新辉的历史沿革及人员变动中是否涉及股份支付的情况汇总如下：

持股平台	股权支付时点	股权增资或转让数量（万股）	股权增资或转让价格（元/股）	股权公允价格（元/股）	股份支付费用（万元）
惠安众辉	2015 年 11 月	419.29	1.0959	1.3282	97.40
	2016 年 2 月	17.65	1.0959	1.3282	4.09
	2018 年 12 月	276.49	4.80	4.80	无
	2020 年 7 月	29.00	5.20	5.60	11.60
惠安新辉	2018 年 12 月	155.00	4.80	4.80	无
	2020 年 7 月	40.80	5.20	5.60	16.32
	2020 年 12 月	5.20	5.60	5.60	无

2、结合股份支付时定价对应的发行人估值、市盈率、市净率情况说明定价依据的公允性，与同行业可比公司是否存在较大差异

（1）历次股份支付判断时点的定价对应发行人估值、市盈率、市净率情况如下：

持股平台	股权激励时点	股份支付的股份定价（元/股）	对应的估值（万元）	对应的市盈率（倍）	对应的市净率（倍）
惠安众辉	2015 年 11 月	1.33	13,281.93	6.29	1.00

	2016 年 2 月	1.33	13,281.93	6.29	1.00
	2018 年 12 月	4.80	56,583.84	10.95	1.82
	2020 年 7 月	5.60	81,938.04	13.52	1.59
惠安新辉	2018 年 12 月	4.80	56,583.84	10.95	1.82
	2020 年 7 月	5.60	81,938.04	13.52	1.59
	2020 年 12 月	5.60	81,938.04	13.51	1.45

注：2015 年 11 月和 2016 年 2 月两个时点股份支付定价对应的估值依据为 2015 年 12 月 31 日经审计的账面净资产；计算市盈率时采用的是 2015 年度经审计的扣除非经常性损益后的净利润；2018 年 12 月股份支付定价依据为 2017 年 12 月定向发行股票价格，2020 年 7 月股份支付定价依据为 2019 年 12 月定向发行股票价格；计算对应的市盈率时采用的净利润为 2019 年度经审计的扣除非经常性损益后的净利润；2020 年 12 月股份支付定价依据为 2019 年 12 月定向发行股票价格，计算对应的市盈率时采用的净利润为 2020 年度经审计的扣除非经常性损益后的净利润。

（2）股份支付定价公允性分析

①2015 年 11 月惠安众辉对发行人增资之前，发行人未发生外部投资者增资或向外部投资者转让股权的行为，因此无股权增资或交易价格可供参考，发行人采用经审计的 2015 年末账面净资产作为股份支付公允价格定价的参考依据；2016 年 2 月，实际控制人转让惠安众辉的出资份额给员工合伙人时，距离 2015 年 11 月惠安众辉增资时点较近，因此仍然采用经审计的 2015 年末账面净资产作为股份支付公允价格定价的参考依据。由于这两次股份支付发生时发行人仍然处于有限公司阶段，股份流动性较差，参考账面净资产定价对应的市盈率为 6.29 倍，估值处于合理水平，股份支付定价依据具备合理性和公允性；

②2018 年 12 月，惠安众辉和惠安新辉出资份额转让涉及的股权激励价格定价对应的估值依据为 2018 年 6 月发行人定向发行股票时的发行价格 4.80 元/股，对应市盈率为 10.95 倍，市盈率处于合理水平。虽然 2018 年 11 月发行人在新三板的挂牌交易价格为每股 5.00 元，高于股份支付参考定价每股 4.80 元的价格，但该挂牌交易事项系原横琴尚丰合伙人或其指定持有人内部之间的股权安排调整，每股 5.00 元的转让价格基于其内部协商确定，不能完全代表发行人股份的公允价值，而 2018 年 6 月发行人发行股份是为了收购无关联第三方公司珠海中粤的 100%股权，每股 4.80 元的交易价格是基于遵循市场公平原则并经充分谈判的结果，能够代表发行人股份的公允价值。另外，模拟按每股 5.00 元作为股份支付定价的公允价格计算，与 2018 年 6 月发行人发行股票的价格 4.80 元差异为每股 0.20 元，按照 2018 年 12 月实际控制人陈凯声转让给员工合伙人惠安众辉

出资份额和惠安新辉出资份额对应的发行人股份合计为 431.49 万股计算，2018 年度发行人应补确认股份支付费用 86.30 万元，占发行人 2018 年度合并净利润的比例为 1.54%，对发行人 2018 年度的经营成果影响较小；

③2020 年 7 月和 12 月，惠安众辉和惠安新辉出资份额转让涉及的股权激励价格股份支付定价对应的估值依据为 2019 年 12 月公司定向发行股票时的发行价格 5.60 元/股，对应市盈率为 13.52 倍和 13.51 倍，市盈率处于合理水平。虽然 2020 年 7-8 月发行人在新三板的挂牌交易价格为每股 6.30 元，以及 2020 年 11 月挂牌交易价格为每股 13.93 元，均高于股份支付参考定价每股 5.60 元的价格，但 2020 年 7-8 月挂牌交易行为系发行人原股东横琴尚丰合伙人伍世和及陈建东内部股权结构调整，其每股 6.30 元的定价由内部协商确定，不能完全代表发行人股份的公允价值；2020 年 11 月的挂牌交易行为系伍世和与其配偶梁结贞之间按每股 13.93 元元的价格进行交易，属于夫妻内部之间的财产安排，其交易价格不具备公允性。另外，模拟按每股 6.30 元作为股份支付定价依据，与 2019 年 12 月发行人发行股票的价格 5.60 元差异为每股 0.70 元，按照 2020 年 7 月和 12 月陈凯声转让给员工合伙人惠安众辉和惠安新辉出资份额对应的发行人股份合计 75 万股计算，2020 年度发行人应补确认股份支付费用 52.50 万元，占发行人 2020 年度合并净利润的比例为 0.79%，对发行人 2020 年度的经营成果影响较小。

综上，报告期内发行人股份支付的定价依据公允。

（3）与同行业可比公司是否存在较大差异

发行人报告期内股份支付定价对应的市盈率与同行业可比公司历史增资或转让定价的平均市盈率对比如下：

同行业可比公司	同行业增资或股权转让时点	同行业定价对应的市盈率
大胜达包装	2016 年 10 月	11.40
龙利得	2016 年 12 月	16.75
大胜达	2017 年 3 月	16.46
金时科技	2017 年 4 月	13.20
森林包装	2017 年 5 月、8 月	25.78
同行业平均市盈率		16.72
发行人股份支付定价市盈率	2018 年 12 月	10.95
	2020 年 7 月	13.52

	2020 年 12 月	13.51

经对比，发行人股份支付时定价对应的市盈率较同行业略低，但处于合理水平，定价依据公允。

3、结合合伙协议或相关约定说明该等股权激励是否涉及服务期或其他隐含条件

惠安众辉于 2018 年 12 月签署了《惠安众辉投资中心(有限合伙)合伙协议》及《惠安众辉投资中心(有限合伙)合伙协议之补充协议》；惠安新辉于 2018 年 11 月设立及历次合伙人变更时，合伙人均签署了《惠安县新辉投资中心(有限合伙)合伙协议》及《惠安县新辉投资中心(有限合伙)合伙协议之补充协议》。

上述协议中，《惠安众辉投资中心(有限合伙)合伙协议》和《惠安县新辉投资中心(有限合伙)合伙协议》对离职导致的退伙、财产份额转让或回购等事项不存在相关约定；《惠安众辉投资中心(有限合伙)合伙协议之补充协议》和《惠安县新辉投资中心(有限合伙)合伙协议之补充协议》(以下统称“补充协议”)对离职导致的退伙、财产份额处置等事项存在以下约定：

退伙时间	退伙处理约定	退伙财产份额处置约定
IPO 材料申报前退出	因辞职，辞退、解雇、离职等原因与公司解除或终止劳动合同，且不在公司及其下属单位任职的，普通合伙人有权取消其激励资格并按约定的退出回购价格回购其持有的本合伙企业出资份额，但公司董事会批准保留的例外； 若有限合伙人达到法定退休年龄，或在公司及其下属单位工作满 15 年以上的，可以申请退休并保留股份，若不满足则股份需回购。	1、自工商变更之日起 12 个月内退出，退出价格=原始购股价格； 2、自工商变更之日起 12 个月至 24 个月内退出，退出价格=原始购股价格+退出时每股净资产增值部分*50%； 3、自工商变更之日起 24 个月至 36 个月内退出，退出价格=原始购股价格+退出时每股净资产增值部分*80%； 4、自工商变更之日起满 36 个月以上的，退出价格=原始购股价格+退出时每股净资产增值部分*100%； 其中：每股净资产增值部分包含资本溢价，已分红部分不予追溯。但有限合伙人退出时，股份只能转让给普通合伙人或其指定受让人。
申报 IPO 期间退出	该段时间不接受、不办理任何合伙人的退出。若确有必要退出，则由公司董事会讨论评议，审核通过后方可办理退伙手续，此时退出价格仍按照前述“在公司 IPO 材料申报前退出”的规定	
上市后成功退出	自公司上市之日起，所有员工的股票根据资本市场的相关要求对股票进行统一管理	1、若合伙企业统一在二级市场上整体减持，减持价格为市场价，减持收益由有限合伙人按在合伙企业的出资比例享有； 2、若是有限合伙人个人单独退出，锁定期（从成功上市之日起 3 年）内退出价格为二级市场价格的五折，且不低于公司最近一期公布的每股净资产价格；锁定期满后由合伙企业在二级市场减持，并将减持后获得的收益定向给与个人

从上述补充协议相关条款的约定内容上看，惠安众辉和惠安新辉未对员工合伙人的具体服务期限作出专门约定，但对上市成功前离职员工合伙人退伙时转让其所持有的出资份额的转让价格进行了限制，其中“自工商变更之日起 12 个月

内退出，退出价格=原始购股价格”的约定显示员工如果在获得股权激励后 12 个月内离职，则享受不了除分红以外的其他股票增值收益，因此该约定可能包含了服务期需满一年的隐含条件。但经董事会审议批准后，离职员工合伙人可以保留其在持股平台上的出资份额。历史上惠安众辉和惠安新辉已离职员工合伙人的出资份额处置情况如下：

序号	姓名	所属平台	激励时间	离职时段范围	出资份额处置方式
1	刘春惠	惠安众辉	2015/9/30	工商变更起 12 个月以内	保留合伙人资格和出资份额
2	吴生强	惠安众辉	2015/9/30	工商变更起 36 个月以上	保留合伙人资格和出资份额
3	邓清勇	惠安众辉	2015/9/30	工商变更起 36 个月以上	保留合伙人资格和出资份额
4	陈梅英	惠安众辉	2015/9/30	工商变更起 12 个月以内	保留合伙人资格和出资份额
5	陈慧敏	惠安众辉	2015/9/30	工商变更起 36 个月以上	保留合伙人资格和出资份额
6	吴雪华	惠安众辉	2015/9/30	工商变更起 24 个月-36 个月以内	保留合伙人资格和出资份额
7	段素贞	惠安众辉	2015/9/30	工商变更起 12 个月以内	保留合伙人资格和出资份额
8	张灿丽	惠安众辉	2015/9/30	工商变更起 36 个月以上	保留合伙人资格和出资份额
9	赵荣（退休）	惠安众辉	2015/9/30	工商变更起 36 个月以上	保留合伙人资格和出资份额
10	李兴琼	惠安新辉	2018/12/28	工商变更起 24 个月-36 个月以内	保留合伙人资格和出资份额
11	陈芳	惠安新辉	2018/12/28	工商变更起 12 个月以内	保留合伙人资格和出资份额
12	李江涛	惠安新辉	2018/12/28	工商变更起 12 个月-24 个月以内	退伙,出资份额按公允价格回购
13	程磊	惠安新辉	2018/12/28	工商变更起 12 个月-24 个月以内	退伙,出资份额按公允价格回购
14	闵建国	惠安新辉	2018/12/28	工商变更起 12 个月-24 个月以内	退伙,出资份额按公允价格回购
15	林惠平	惠安新辉	2018/12/28	工商变更起 12 个月-24 个月以内	退伙,出资份额按公允价格回购

根据历史数据显示，持股平台入伙工商变更起 12 个月以内离职的员工合伙人的出资份额全部会得以保留，补充合伙协议中“自工商变更之日起 12 个月内退出，退出价格=原始购股价格”涉及服务期一年的隐含条件都未实际执行，且离职退伙员工合伙人也是参考退伙时股份的公允价格转让，并非按照补充合伙协议中约定的退出价格。

4、结合财政部《股份支付准则应用案例》说明发行人报告期股份支付会计处理是否符合《企业会计准则》及中国证监会《首发业务若干问题解答（2020年6月修订）》问题26的规定

（1）等待期分析

①根据《股份支付准则应用案例--实际控制人受让股份是否构成新的股份支付》相关分析，“普通合伙人受让有限合伙人股份后，不享有受让股份对应的投票权和股利分配等受益权，且其必须在约定的时间、以受让价格将受让股份再次分配给员工持股平台的合伙人，上述事实表明普通合伙人未从受让股份中获得收益，仅以代持身份暂时持有受让股份，该交易不符合股份支付的定义，不构成新的股份支付。

实务中，判断普通合伙人受让股份属于代持行为通常需要考虑下列证据：

1）受让前应当明确约定受让股份将再次授予其他激励对象；

2）对再次授予其他激励对象有明确合理的时间安排；

3）在再次授予其他激励对象之前的持有期间，受让股份所形成合伙份额相关的利益安排（如股利等）与代持未形成明显的冲突”，惠安众辉和惠安新辉的历史沿革及人员变动中，陈凯声作为普通合伙人在受让离职员工有限合伙人的出资份额后，同时也转让给新的员工合伙人。显然其受让的目的是为了再次授予其他激励对象并立刻执行，因此陈凯声受让离职员工持股平台出资份额不构成股份支付，符合本案例的相关规定。

②《股份支付准则应用案例--以首次公开募股成功为可行权条件》规定，“甲公司员工须服务至甲公司成功完成首次公开募股，否则其持有的股份将以原认购价回售给实际控制人。该约定表明，甲公司员工须完成规定的服务期限方可从股权激励计划中获益，属于可行权条件中的服务期限条件，而甲公司成功完成首次公开募股属于可行权条件中业绩条件的非市场条件。甲公司应当合理估计未来成功完成首次公开募股的可能性及完成时点，将授予日至该时点的期间作为等待期，并在等待期内每个资产负债表日对预计可行权数量作出估计，确认相应的股权激励费用”。

惠安众辉和惠安新辉合伙协议补充协议中对于虽然未明确约定服务期，但对一年内离职的员工所持有的平台出资份额转让价格按照认购价回购，表明员工须完成一年的服务期限方可从股权激励计划中获益，属于可行权条件中的服务期限

条件，但补充合伙协议规定经董事会批准，离职员工合伙人可以保留出资份额，不强制退伙。且根据历史数据看，大部分的离职员工合伙人经董事会批准可以不退伙，已退伙的员工合伙人按股份的公允价值转让给实际控制人，也完全得到了股票增值收益，并未受到任何限制。因此，补充合伙协议中关于服务期一年的隐含条件实际不会触发，惠安众辉和惠安新辉历史沿革及人员变动涉及的股份支付不存在等待期条件。

（2）确定公允价值分析

根据《首发业务若干问题解答（2020 年 6 月修订）》问题 26 “（2）确定公允价值”规定，“存在股份支付事项的，发行人及申报会计师应按照企业会计准则规定的原则确定权益工具的公允价值。

在确定公允价值时，应综合考虑如下因素：

- ①入股时间阶段、业绩基础与变动预期、市场环境变化；
- ②行业特点、同行业并购重组市盈率水平；
- ③股份支付实施或发生当年市盈率、市净率等指标因素的影响；

④熟悉情况并按公平原则自愿交易的各方最近达成的入股价格或相似股权价格确定公允价值，如近期合理的 PE 入股价，但要避免采用难以证明公允性的外部投资者入股价；

⑤采用恰当的估值技术确定公允价值，但要避免采取有争议的、结果显失公平的估值技术或公允价值确定方法，如明显增长预期下按照成本法评估的每股净资产价值或账面净资产”。

报告期内，发行人股份支付定价参照 12 个月内最近一次非公开发行股票的价格，属于按照“熟悉情况并按公平原则自愿交易的各方最近达成的入股价格或相似股权价格确定公允价值”的情况，相应市盈率处于合理区间，股份支付定价公允。

（3）会计处理分析

①报告期内股份支付的会计处理

根据《企业会计准则第 11 号-股份支付》第五条规定：“授予后立即可行权的换取职工服务的以权益结算的股份支付，应当在授予日按照权益工具的公允价值计入相关成本或费用，相应增加资本公积”；第六条规定：“完成等待期内的服务或达到规定业绩条件才可行权的换取职工服务的以权益结算的股份支付，在等

待期内的每个资产负债表日，应当以对可行权权益工具数量的最佳估计为基础，按照权益工具授予日的公允价值，将当期取得的服务计入相关成本或费用和资本公积。对于可行权条件为规定服务期间的股份支付，等待期为授予日至可行权日的期间”。

根据《首发业务若干问题解答》（2020 年 6 月修订）问题 26 的解答第（3）点规定：“确认股份支付费用时，对增资或受让的股份立即授予或转让完成且没有明确约定服务期等限制条件的，原则上应当一次性计入发生当期，并作为偶发事项计入非经常性损益。对设定服务期的股份支付，股份支付费用应采用恰当的方法在服务期内进行分摊，并计入经常性损益”。

根据《股份支付准则应用案例--以首次公开募股成功为可行权条件》的分析结果，惠安众辉和惠安新辉的股份支付实际上不存在等待期，报告期内 2020 年度发行人通过惠安众辉和惠安新辉两个持股平台实施的股权激励所产生的股份支付费用 27.92 万元一次性确认为当期成本费用并计入当期非经常性损益的会计处理符合《企业会计准则第 11 号-股份支付》及《首发业务若干问题解答（2020 年 6 月修订）》问题 26 的规定。

②报告期前股份支付的会计处理

根据《首发业务若干问题解答（2020 年 6 月修订）》问题 26 “（1）具体适用情形”规定，“对于报告期前的股份支付事项，如对期初未分配利润造成重大影响，也应考虑是否适用《企业会计准则第 11 号——股份支付》”。

发行人报告期前惠安众辉 2015 年 11 月和 2016 年 2 月发生的股份支付费用金额合计为 101.49 万元，金额较小，且随着发行人 2016 年 5 月实行股改制改制，留存收益均转入资本公积后，报告期前的股份支付费用对报告期初未分配利润无任何影响，可以不适用《企业会计准则第 11 号——股份支付》进行会计处理。

5、中介机构核查情况

申报会计师履行了如下的核查程序：

（1）检查合伙协议中是否存在员工最低服务期的相关限制性约定或隐含条件；

（2）检查合伙协议中是否存在对离职员工的退伙价格的相关限制的相关约定或隐含条件；

（3）了解报告期内离职员工的退伙情况，核查实际退伙情况与合伙协议的

约定是否相符；

（4）获取惠安众辉和惠安新辉历史沿革及人员变动涉及的合伙协议、出资转让协议等工商资料，确认各合伙人的出资份额和出资比例；

（5）获取惠安众辉和惠安新辉对发行人的增资协议，确认其对发行人的增资股份数量和认购成本；

（6）比对惠安众辉和惠安新辉对发行人的增资价格与增资时点发行人股份的公允价值，以及实际控制人向员工合伙人转让出资份额时对应的发行人股份的穿透转让价格与转让时点的发行人股份的公允价值，确认是否存在股份支付的情况；

（7）获取发行人股份时点相应期间的财务报表，测算发行人股份支付时定价对应的估值、市盈率、市净率情况，判断其是否公允合理；

（8）根据同行业公开资料，获取或测算同行业可比公司股份支付时定价对应参考的市盈率等指标，并与发行人相应指标进行对比，判断其是否公允合理；

（9）检查发行人报告期前及报告期内对历次股权激励是否进行会计处理；

（10）逐条分析《股份支付准则应用案例》、《企业会计准则》及《首发业务若干问题解答（2020年6月修订）》中涉及股份支付的相关规定，判断发行人的股份支付会计处理是否合法合规。

经核查，申报会计师认为：

（1）惠安众辉和惠安新辉的合伙协议中不存在明确的服务期条款，但存在对入伙不满12个月内离职的员工按认购价回购出资份额的隐含限制条件；同时，合伙协议又存在经董事会批准，离职员工可以保留持股平台的出资份额的例外性条款。报告期内，持股平台的已离职员工合伙人大部分都没有退伙且保留了原来的出资份额，已退伙的员工的出资份额也是按公允价格转让，没有按照合伙协议约定的回购条款执行。从合伙协议的例外性条款及离职员工的实际情况分析，合伙协议包含的服务期隐含条件实际不会触发，发行人报告期内的股权激励视同不涉及服务期或其他隐含条件；

（2）惠安众辉和惠安新辉的历史沿革及人员变动中存在股份支付的情况，具体情况如下：

持股平台	股权激励时点	股权激励数量（万股）	激励股权每股行权价格（元/股）	激励股权每股公允价值（元/股）	股份支付费用（万元）

持股平台	股权激励时点	股权激励数量（万股）	激励股权每股行权价格（元/股）	激励股权每股公允价格（元/股）	股份支付费用（万元）
惠安众辉	2015 年 11 月	419.29	1.10	1.33	97.40
	2016 年 2 月	17.61	1.10	1.33	4.09
	2018 年 12 月	276.49	4.80	4.80	不涉及
	2020 年 7 月	29.00	5.20	5.60	11.60
惠安新辉	2018 年 12 月	155.00	4.80	4.80	不涉及
	2020 年 7 月	40.80	5.20	5.60	16.32
	2020 年 12 月	5.20	5.60	5.60	不涉及

（3）发行人股份支付时定价对应的估值、市盈率、市净率公允合理，与同行业可比公司不存在显著差异；

（4）发行人报告期股份支付会计处理合法合规，符合财政部《股份支付准则应用案例》、《企业会计准则》及中国证监会《首发业务若干问题解答（2020 年 6 月修订）》问题 26 的相关规定。

问题 17. 关于合规经营

申请文件显示：

（1）发行人及其子公司存在一定比例未缴纳住房公积金与社会保险的情况，主要原因系离职、返聘、个人原因未转入或无法购买等。

（2）发行人产品生产过程中产生的主要污染物为废水、废气、固体废弃物、噪声。

（3）报告期各期，发行人境外销售占比分别为 26.95%、28.08%、28.63%、24.67%。

请发行人：

（1）说明报告期内未缴纳住房公积金与社保是否可能受到相关行政处罚，测算如需补缴的金额及对报告期各期净利润的影响。

（2）说明发行人生产经营中涉及环境污染的具体环节、主要污染物排放量、主要处理设施及处理能力，环保设施实际使用、运行情况；报告期内环保投入、环保相关费用和成本是否与处理公司生产经营所产生的污染相匹配；募投项目所采取的环保措施及相应的资金来源和金额，是否符合国家和地方环保要求。

（3）说明发行人是否属于高耗能、高排放行业；生产产品是否属于《“高污染、高环境风险”产品名录（2017 年版）》中规定的高污染、高环境风险产品。

（4）说明报告期内发行人是否受到行政处罚，是否发生环保、安全生产事故，是否存在涉及发行人环保、安全生产问题的媒体报道；发行人及其子公司是否具备生产经营所需的资质或许可。

（5）发行人进出口业务是否符合海关、税务等法律法规的规定，是否存在受到行政处罚的法律风险；实现收入时结售汇是否符合外汇管理方面的有关规定，外汇使用、结转的合法合规性。

请保荐人、发行人律师发表明确意见，请申报会计师对问题（1）、（2）、（5）发表明确意见。

回复：

（一）说明报告期内未缴纳住房公积金与社保是否可能受到相关行政处罚，测算如需补缴的金额及对报告期各期净利润的影响

1、说明报告期内未缴纳住房公积金与社保是否可能受到相关行政处罚

报告期内，发行人住房公积金与社保缴纳情况如下：

单位：人

2021.6.30				2020.12.31		
项目	应缴人数	实缴人数	缴纳比例	应缴人数	实缴人数	缴纳比例
养老保险	1839	1697	92.28%	1266	1179	93.13%
失业保险	1887	1732	91.79%	1326	1232	92.91%
医疗保险	1839	1709	92.93%	1266	1146	90.52%
工伤保险	1887	1780	94.33%	1326	1249	94.19%
生育保险	1839	1709	92.93%	1266	1146	90.52%
公积金	1887	1712	90.73%	1326	1219	91.93%
2019.12.31				2018.12.31		
项目	应缴人数	实缴人数	缴纳比例	应缴人数	实缴人数	缴纳比例
养老保险	1219	948	77.77%	923	757	82.02%
失业保险	1250	971	77.68%	923	757	82.02%
医疗保险	1219	904	74.16%	923	734	79.52%
工伤保险	1250	1165	93.20%	923	830	89.92%
生育保险	1219	904	74.16%	923	734	79.52%
公积金	1250	979	78.32%	923	756	81.91%

截至报告期末，发行人住房公积金与社保缴纳比例已经达到 90%以上。2018 年及 2019 年社保及公积金缴纳比例相对较低，主要原因系生产部门部分员工系农村户口，其参加了新农保和新农合，并且发行人已提供了员工宿舍，对于离职、返聘、个人原因等原因未缴纳的人数及占比较少。2020 年开始，发行人采取全员缴纳社保及公积金的政策，除少部分退休返聘、离职、个人原因未购买外，绝大多数员工已缴纳社保及公积金。

根据《中华人民共和国社会保险法》第 63 条规定，用人单位未按时足额缴纳社会保险费的，由社会保险费征收机构责令其限期缴纳或者补足。根据《住房公积金管理条例》第 38 条规定，单位逾期不缴或者少缴住房公积金的，由住房公积金管理中心责令限期缴存；逾期仍不缴存的，可以申请人民法院强制执行。根据前述规定，发行人在报告期内未为部分员工缴纳社保和公积金的情形存在受到行政处罚的风险。

报告期内，发行人及其子公司取得了当地社保及住房公积金相关主管部门出具的无违法违规证明。同时公司控股股东、实际控制人陈凯声承诺如下：如因政策调整或应相关主管部门要求或决定，发行人及其子公司的员工社会保险及住房

公积金出现需要补缴之情形，或发行人及其子公司因未为员工缴纳社会保险和住房公积金而承担任何罚款或损失的情形，本人将无条件以现金全额承担公司应补缴的员工社会保险及住房公积金以及因此所产生的滞纳金、罚款等相关费用，并补偿公司因此产生的全部损失。

鉴于发行人已就社保及住房公积金缴纳不规范的情形进行了有效整改，并逐步提升了缴纳比例，且发行人及子公司所在地相关政府主管部门已出具证明，因此，发行人受到相关行政处罚的风险较低。此外，即便发行人被相关政府主管部门处罚，发行人控股股东、实际控制人亦作出书面承诺，将全额承担应补缴的员工社保及住房公积金以及因此所产生的滞纳金、罚款等相关费用，不会对发行人经营业绩产生重大影响。

综上所述，发行人未为部分员工缴纳社保及住房公积金的行为，存在受到相关行政处罚的风险，但风险较低，不会对发行人本次发行上市构成法律障碍。

2、测算如需补缴的金额及对报告期各期净利润的影响

报告期内，发行人未缴纳住房公积金与社保补缴金额测算情况如下：

单位：万元

项目	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
未缴纳社保金额	24.32	16.93	27.91	14.08
未缴纳住房公积金金额	3.26	4.31	3.28	1.89
未缴纳社保及住房公积金金额合计	27.59	21.23	31.18	15.96
占当期利润总额的比例	0.81%	0.28%	0.42%	0.24%

经测算，报告期内，住房公积金和社保补缴金额较小，占当期净利润比例较小，对报告期各期净利润不构成重大影响。

3、中介机构核查情况

申报会计师履行了如下核查程序：

（1）查阅报告期内发行人社会保险、公积金缴纳情况明细表，了解未缴纳原因、比例等；测算未缴纳社保、公积金补缴金额占当期利润总额的比例，分析是否构成重大影响；

（2）查阅报告期内发行人社保及公积金相关主管部门开具的无违法违规证明文件，了解发行人及子公司是否存在相关处罚等；

经核查，申报会计师认为：

发行人在报告期内未为部分员工缴纳社保及住房公积金的情形存在受到行政处罚的风险，但风险较低。经测算，社会保险及住房公积金补缴金额对报告期各期净利润影响较小。

（二）说明发行人生产经营中涉及环境污染的具体环节、主要污染物排放量、主要处理设施及处理能力，环保设施实际使用、运行情况；报告期内环保投入、环保相关费用和成本是否与处理公司生产经营所产生的污染相匹配；募投项目所采取的环保措施及相应的资金来源和金额，是否符合国家和地方环保要求

1、发行人生产经营过程中主要污染物以及污染物处理的具体情况

发行人生产经营过程中主要污染物以及污染物处理的具体情况如下：

（1）废气

主要污染物名称	非甲烷总烃、氮氧化物、二氧化硫、臭气浓度、H ₂ S、NH ₃ 等	
产生污染物的生产环节	配墨、印刷工序、胶粘过程产生少量的有机废气；2台印刷机采用天然气加热，供热过程排放染料废气；污水处理过程产生少量的恶臭废气等	
污染物排放量（立方米/天）	2018年	50,556.00
	2019年	96,639.00
	2020年	103,112.00
	2021年上半年	171,238.00
主要处理设施	光催化氧化设施、活性炭吸附装置、等离子吸附装置等	
处理设施的处理能力（立方米/天）	2018年	118,000.00
	2019年	168,000.00
	2020年	188,000.00
	2021年上半年	196,000.00

（2）废水

主要污染物名称	PH、COD _{Cr} 、氨氮、TN、TP、SS、BOD ₅ 、色度、石油类等	
产生污染物的生产环节	墨辊、墨斗、印刷版定期清洗，清洗过程产生少量废水；清洗房地面定期清洗，产生地面清洗废水等。	
污染物排放量（吨/年）	2018年	1,800.00
	2019年	3,190.00
	2020年	5,700.00
	2021年上半年	3,012.00
主要处理设施	生产废水处理装置（混凝沉淀+水解+厌氧+生化选择+生化+沉淀、混凝沉淀+絮凝沉淀+超滤+RO膜+清水回用、混凝气浮+生物接触氧化法、混凝沉淀+A/O+生化强化、混凝沉淀+A/O+生化强化等）	

处理设施的处理能力（吨/年）	2018 年	6,000.00
	2019 年	8,660.00
	2020 年	8,660.00
	2021 年上半年	9,860.00

（3）固体废弃物

主要污染物名称	工业废水污泥、废机油、废包装桶、废抹布等。	
产生污染物的生产环节	生产废水处理过程产生少量的沉淀污泥；设备检修过程产生少量的废机油；印刷及制袋过程中产生的废油墨桶、废胶水桶、废油墨、废光油桶、废胶水桶等；机台擦拭产生少量废抹布等。	
污染物排放量（吨/年）	2018 年	2.94
	2019 年	3.28
	2020 年	8.14
	2021 年上半年	5.44
主要处理设施	委托有资质第三方单位处理	
处理设施的处理能力	2018 年	委托有资质第三方单位处理
	2019 年	委托有资质第三方单位处理
	2020 年	委托有资质第三方单位处理
	2021 年上半年	委托有资质第三方单位处理

（4）噪声

主要污染物名称	噪声
产生污染物的生产环节	印刷机、制袋机、甩切机等机器设备运行时产生噪声
污染物排放量	不适用
主要处理设施	通过生产设备合理布局、安装消声器等减缓噪音
处理设施的处理能力	不适用

2、报告期内发行人环保投入、成本费用支出情况

报告期内，发行人环保投入和相关成本费用支出情况如下：

单位：万元

项目	2021 年上半年	2020 年	2019 年	2018 年
环保设备投入	31.00	31.23	82.68	58.25
日常环保费用支出	56.90	74.46	56.58	50.96
合计	87.89	105.70	139.27	109.22

报告期内，发行人环保投入和环保相关成本费用支出与公司生产经营产生的污染物匹配。

3、募投项目环保措施以及相应资金来源、金额等

(1) 发行人募投项目拟采取如下环保措施：

①废气。发行人拟通过安装光催化氧化设施、活性炭吸附装置、等离子吸附装置等进行处理，处理达标后高空排放。

②废水。发行人拟通过安装污水处理装置等进行处理，处理达标后排入工业园区污水处理厂进一步处理。

③固体废弃物。发行人拟委托有资质的第三方单位进行处理。

④噪声。发行人拟通过合理摆放生产设备、安装消声器等措施减缓噪音，达到噪声排放标准。

(2) 募投项目环保措施的资金来源、金额

募投项目环保措施资金主要来源于募集资金和自有资金，其中，利用募集资金 160 万元购置生产污水处理系统、废气收集装置等环保设备，其他环保投入将由发行人自筹资金解决。

4、募投项目是否符合国家和地方环保要求

发行人募投项目已经取得当地环保部门的环评批复，具体如下：

(1) 年产 22.47 亿个绿色环保纸制品智能工厂建设项目

泉州市生态环境局对“年产 22.47 亿个绿色环保纸制品智能工厂建设项目”环境影响进行了审查，并于 2021 年 2 月 26 日出具了《泉州市生态环境局关于年产 22.47 亿个绿色环保纸制品智能工厂建设项目环境影响报告表的批复》（泉惠环评[2021]表 9 号），原则同意发行人在惠安县惠东工业园区建设该项目。

(2) 纸制品包装生产及销售项目

武汉市生态环境局东西湖区分局对“纸制品包装生产及销售项目”环境影响进行了审查，并于 2020 年 8 月 13 日出具了《武汉市生态环境局东西湖区分局关于湖北南王环保科技有限公司纸制品包装生产及销售项目环境影响评估分析报告的意见》，同意湖北南王在落实承诺和污染防治措施的基础上实施该项目。

综上，发行人募投项目符合国家和地方环保要求。

5、中介机构核查情况

申报会计师履行了如下核查程序：

(1) 实地走访发行人生产经营场所，查看发行人环保设施运行情况；

(2) 取得发行人报告期内的环境监测报告、发行人关于主要污染物以及主

要处理设施的说明、发行人报告期内环保投入明细等；

（3）查阅发行人主要环保设备合同、付款凭证、发票等；查阅建设项目的环境影响评价报告表、环评批复、环评验收文件，排污许可证、排污登记回执，环境管理体系认证证书，委托第三方单位处理污染物相关合同、处理单位资质等；

（4）查阅发行人募集资金投资项目环境影响评价报告表、环评批复，发行人募集资金投资项目的可行性研究报告等。

经核查，申报会计师认为：

（1）发行人生产过程中存在少量废气、废水、固体废弃物、噪声排放，发行人已配备环保设施并采取相应环保措施进行处理；

（2）报告期内，发行人环保设施运行正常，相关环保投入与发行人生产经营所产生的污染相匹配；

（3）发行人募投项目已规划了恰当的环保措施，募投项目环保措施资金主要来源于募集资金和自有资金，募投项目符合国家和地方环保要求。

（五）发行人进出口业务是否符合海关、税务等法律法规的规定，是否存在受到行政处罚的法律风险；实现收入时结售汇是否符合外汇管理方面的有关规定，外汇使用、结转的合法合规性

1、发行人进出口业务是否符合海关、税务等法律法规的规定，是否存在受到行政处罚的法律风险

《中华人民共和国海关法》（2017 年修正）第十一条第一款规定：“进出口货物收发货人、报关企业办理报关手续，必须依法经海关注册登记。未依法经海关注册登记，不得从事报关业务”。《中华人民共和国海关法》（2021 年修正）第十一条第一款规定：“进出口货物收发货人、报关企业办理报关手续，应当依法向海关备案”。截至本问询函回复出具之日，发行人已取得《中华人民共和国海关报关单位注册登记证书》等资质文件，符合上述规定。

《出口货物退（免）税管理办法（试行）》第二条第一款规定：“出口商自营或委托出口的货物，除另有规定者外，可在货物报关出口并在财务上做销售核算后，凭有关凭证报送所在地税务局批准退还或免征其增值税、消费税”。根据发行人提供的纳税申报文件等资料，发行人已依法在主管税务机关办理了出口退税资格认定，报告期内依法向税务机关申报办理出口货物退税。

报告期内，发行人不存在因进出口业务受到海关、税务行政处罚的记录。

综上所述，发行人进出口业务符合海关、税务等法律法规的规定，不存在受到行政处罚的法律风险。

2、实现收入时结售汇是否符合外汇管理方面的有关规定，外汇使用、结转的合法合规性

（1）发行人办理了货物贸易外汇收支企业名录登记

根据国家外汇管理局颁布的《货物贸易外汇管理指引》《货物贸易外汇管理指引实施细则》等相关规定，国家外汇管理局实行“贸易外汇收支企业名录”登记管理，统一向金融机构发布名录。金融机构不得为不在名录的企业直接办理贸易外汇收支业务。企业依法取得对外贸易经营权后，应当持有关材料到外管局办理名录登记手续。

发行人持有编号为 04476543 的《对外贸易经营者备案登记表》，发行人拥有对外贸易经营权。发行人按照国家外汇管理局发布的《货物贸易外汇管理指引》《货物贸易外汇管理指引实施细则》等相关规定，在国家外汇管理局泉州市中心支局办理了货物贸易外汇收支企业名录登记手续，分类结果为 A 类，可依法在相关金融机构办理外汇收支业务。

（2）发行人根据日常经营需要并结合汇率情况进行外汇结转

发行人外销订单实现收入时的外汇结转过程如下：发行人在外汇管理局办理了货物贸易外汇收支企业名录登记，开通货物贸易外汇网上业务；发行人与境外客户签订销售合同，产品完成生产后，进行发货及出口报关手续，在与外销客户对账确认后进行开票，在相关合作银行收到境外客户的货款并与发行人进行确认后，为发行人入账，发行人即在“国家外汇管理局数字外管平台”网站进行外汇收款申报；发行人根据汇率和对人民币资金需求情况在外币账户开户行网上银行申请转账结汇。

发行人境外销售收入大于境外采购，存在外汇结余，一般只存在结汇需求。发行人已根据《结汇、售汇及付汇管理规定》等相关规定于具有经营外汇业务资质的银行开立了外币账户，办理出口收汇手续，并通过指定银行进行结售汇结算，发行人报告期内的结售汇均符合相关法律法规规定。

（3）发行人报告期内未受到过外汇主管部门的行政处罚

2021 年 1 月 12 日、2021 年 8 月 27 日，国家外汇管理局泉州市中心支局出具《证明》，确认在 2018 年 1 月 1 日至 2021 年 8 月 27 日期间，发行人不存在

因违反外汇管理法规而被行政处罚的情形。

综上所述，发行人实现收入时结汇符合外汇管理方面的有关规定，外汇使用、结转合法合规。

3、中介机构核查情况

申报会计师履行了如下核查程序：

- （1）查阅发行人及子公司在主管部门开具的相关无违法违规证明；
- （2）查阅发行人境外销售合同、报关单、发票等资料；
- （3）检索中国海关企业进出口信用信息公示平台、国家税务总局、国家税务总局福建省税务局、国家外汇管理局等网站；
- （4）查阅了发行人的纳税申报文件等资料；
- （5）访谈发行人财务部门负责人，了解发行人境外销售情况，发行人货物进出口流程，发行人外汇结转流程情况。

经核查，申报会计师认为：

发行人进出口业务符合海关、税务等法律法规的规定，不存在受到行政处罚的法律风险；实现收入时结汇符合外汇管理方面的有关规定，外汇使用、结转合法合规。

问题 18. 关于外协与劳务外包

申请文件显示：

（1）报告期内，发行人存在外协加工情形，当客户出现短期临时性的大量需求时，为保证对客户的及时交付，发行人将部分工序和少量订单外发给外协厂商加工。报告期内，发行人外协加工费分别为 457.48 万元、1653.50 万元、1486.30 万元、712.15 万元，发行人主要外协厂商变化较大。

（2）报告期内，当面临较多劳务需求时，发行人将需要大量手工操作的简易重复性、非核心的辅助性工序外包给劳务外包单位执行。报告期内，发行人劳务外包人数分别为 83 人、112 人、450 人、405 人，劳务外包费用分别为 410.56 万元、653.16 万元、2,807.41 万元、1,230.59 万元。主要劳务外包单位变化较大，且存在多名个人。

请发行人：

（1）结合将“部分工序或订单外发给外协厂商”的管理模式及中国证监会《首发业务若干问题解答（2020 年 6 月修订）》问题 32 有关规定，说明发行人外协加工的会计处理方式。

（2）区分工序说明对应各期的供应商、外协金额和占比；对比同类工序的报价或市场公开报价，说明各类工序的定价公允性。

（3）说明外协供应商的基本情况、成立时间、合作历史，是否具备生产经营必要的资质，生产经营能力是否与发行人采购规模相匹配；外协厂商的选择标准和具体流程，说明报告期内前五大外协厂商变动的原因，报告期内外协加工费用变动较大的原因。

（4）说明劳务外包供应商的基本情况、成立时间、合作历史，劳务外包单位是否专门或主要为发行人服务；报告期内主要劳务外包公司变动的原因，劳务外包费用的价格确定依据及其公允性；报告期内劳务外包费用变动较大的原因。

（5）结合《深圳证券交易所创业板股票首次公开发行上市审核问答》问题 30 说明发行人劳务外包公司经营合法合规性，是否为独立经营实体、是否具备必要的专业资质，业务实施及人员管理是否符合相关法律法规规定；结合劳务外包人数占当期发行人员工人数比例、劳务外包合同具体约定等说明发行人是否存在利用劳务外包规避《劳务派遣暂行规定》的情形。

请保荐人发表明确意见，请申报会计师对问题（1）-（3）发表明确意见，请发行人律师对问题（2）、（4）、（5）发表明确意见。

回复：

（一）结合将“部分工序或订单外发给外协厂商”的管理模式及中国证监会《首发业务若干问题解答（2020年6月修订）》问题32有关规定，说明发行人外协加工的会计处理方式

1、情况说明

报告期内，公司不存在由客户提供或指定原材料供应的情况，公司外协加工根据是否向加工商提供原材料分为工序加工与订单外发加工。公司将部分工序如胶印等委托给外协厂商进行加工（即工序加工）；当面临短期临时性的大量订单需求时，为保证订单交期，公司也会将部分订单全部委托外协厂商生产（即订单外发加工）。发行人工序加工与订单外发加工两种方式下的加工费金额如下：

单位：万元

项目	2021年1-6月	2020年	2019年	2018年
工序加工	242.55	368.64	559.49	354.03
订单外发加工	469.60	1,117.66	1,094.01	103.45
合计	712.15	1,486.30	1,653.50	457.48

按照中国证监会《首发业务若干问题解答（2020年6月修订）》问题32中列示情形，公司工序加工和订单外发加工的会计处理对比情况如下：

首发问题32列示情形	工序加工	订单外发加工
（1）双方签订合同的属性类别，合同中主要条款，如价款确定基础和定价方式、物料转移风险归属的具体规定	公司与外协加工商签订委外加工合同；委外加工合同的合同价款表现为加工费，按市场价格定价，不涉及材料买卖，材料的所有权和风险归公司所有。	
（2）生产加工方是否完全或主要承担了原材料生产加工中的保管和灭失、价格波动等风险	外协加工商不承担原材料的灭失风险和价格波动风险，但应承担因保管不善给公司造成损失的赔偿责任	公司不提供外协加工商原材料，外协加工商自行承担原材料价格波动的风险
（3）生产加工方是否具备对最终产品的完整销售定价权	最终产品的完整销售定价权由公司完全承担，与外协加工商无关。	
（4）生产加工方是否承担了最终产品销售对应账款的信用风险	最终产品销售对应账款的信用风险由公司完全承担，与外协加工商无关。	
（5）生产加工方对原材料加工的复杂程度，加工物料在形态、功能等方面变化程度等	公司提供材料，部分工序外发时物料的形态和功能没有发生本质的变化	全工序外发情况下，外协加工商根据公司的工艺指导和质量监督，自行采购材料生产产品，不涉及公司提供原材料的情况，因此不存在加工物料发生形态、功能等方面的变化

公司外协加工业务均不涉及向加工商销售原材料，因此已经按照净额进行会计处理，具体如下：

(1) 工序加工业务

1) 委外材料发出时:

借: 委托加工物资-材料

贷: 原材料

2) 加工物资入库时:

借: 委托加工物资-加工费

贷: 应付账款-暂估

借: 原材料

贷: 委托加工物资-材料、加工费

3) 结算加工费时:

借: 应付账款-暂估

应交税费-应交增值税(进项税)

贷: 应付账款-已开票

(2) 订单外发加工业务

1) 订单外发加工产品入库时:

借: 库存商品

贷: 应付账款-暂估

2) 结算外发加工费时, 冲回暂估款并按照实际结算金额入账

借: 应付账款-暂估

应交税费-应交增值税(进项税)

贷: 应付账款-已开票

2、中介机构核查情况

申报会计师履行了如下的核查程序:

获取了外协加工明细账, 收集并检查报告期内主要外协加工合同、台账等, 检查了外协加工入库单、发票、银行付款回单等原始单据。

经核查, 申报会计师认为: 公司外协加工的会计处理方式符合会计准则规定。

(二) 区分工序说明对应各期的供应商、外协金额和占比; 对比同类工序的报价或市场公开报价, 说明各类工序的定价公允性

1、区分工序说明对应各期的供应商、外协金额和占比

发行人外协内容主要包括工序加工和订单外发加工, 报告期内, 发行人工序

加工和订单外发加工情况如下：

单位：万元

项目	2021 年 1-6 月	2020 年	2019 年	2018 年
订单外发加工	469.61	1,117.67	1,094.01	103.45
工序加工	242.55	368.64	559.49	354.03
合计	712.15	1,486.30	1,653.50	457.48

报告期内，发行人前五大订单外发加工厂商情况如下：

单位：万元

2021 年 1-6 月			2020 年		
供应商名称	金额	占比	供应商名称	金额	占比
厦门荣裕印刷有限公司	230.57	49.10%	温州惠丰包装材料有限公司	363.52	32.52%
温州惠丰包装材料有限公司	116.60	24.83%	厦门荣裕印刷有限公司	223.17	19.97%
常熟市万隆辅料包装有限公司	83.90	17.86%	常熟市万隆辅料包装有限公司	141.56	12.67%
福州三莱纸制品包装有限公司	14.10	3.00%	惠州市联华包装制品有限公司	111.26	9.95%
厦门维豪环保科技有限公司	10.17	2.17%	厦门华汇达包装科技有限公司	99.48	8.90%
合计	455.34	96.96%	合计	938.99	84.01%
2019 年			2018 年		
供应商名称	金额	占比	供应商名称	金额	占比
厦门荣裕印刷有限公司	314.00	28.70%	惠州市联华包装制品有限公司	49.21	47.57%
惠州市联华包装制品有限公司	307.17	28.08%	保定北王包装有限公司	41.25	39.87%
保定北王包装有限公司	158.23	14.46%	厦门超翰环保科技有限公司	12.17	11.77%
浙江海融包装有限公司	104.21	9.53%	厦门众达荣纸制品有限公司	0.58	0.56%
温州市印卓包装有限公司	72.37	6.62%	河南一天智能定制印刷有限公司	0.13	0.12%
合计	955.98	87.38%	合计	103.34	99.89%

发行人主要工序加工内容包括印刷、制袋、淋膜、去料加工等。报告期内，发行人前五大主要外协工序情况如下：

单位：万元

时间	工序	金额	占当期工序加工总额比重
2021 年 1-6 月	淋膜	114.37	47.15%
	印刷	88.18	36.36%
	去料加工	27.68	11.41%
	糊袋	4.01	1.65%
	制袋	2.36	0.97%

	合计	236.60	97.55%
2020 年	工序	金额	占当期工序加工总额比重
	印刷	135.87	36.86%
	去料加工	96.87	26.28%
	糊袋	28.27	7.67%
	覆膜	25.09	6.81%
	放底卡	20.57	5.58%
	合计	306.67	83.19%
2019 年	工序	金额	占当期工序加工总额比重
	去料加工	245.50	43.19%
	制袋	154.40	27.16%
	印刷	66.54	11.71%
	淋膜	38.33	6.74%
	穿绳	15.31	2.69%
	合计	520.08	91.49%
2018 年	工序	金额	占当期工序加工总额比重
	去料加工	180.27	50.92%
	淋膜	60.62	17.12%
	包芯	39.62	11.19%
	印刷	31.39	8.87%
	分切	11.43	3.23%
	合计	323.33	91.33%

报告期内，发行人主要外协工序对应的主要供应商（对应工序金额占比累计 80%以上）情况如下：

单位：万元

时间	工序名称	供应商	外协金额	对应工序金额占比
2021 年 1-6 月	淋膜	中山市金田包装材料有限公司	75.63	66.13%
		四会市信德纸塑制品厂	38.43	33.60%
	印刷	廊坊市美玲纸制品有限公司	43.02	48.79%
		合肥美乐印刷包装有限公司	16.91	19.17%
		厦门荣裕印刷有限公司	12.04	13.66%
	去料加工	厦门维豪环保科技有限公司	12.16	43.94%
		厦门华汇达包装科技有限公司	8.49	30.69%

		常熟市万隆辅料包装有限公司	5.27	19.03%
	糊袋	厦门卿朴精艺包装有限公司	2.02	50.51%
		厦门荣裕印刷有限公司	1.98	49.49%
	制袋	厦门华汇达包装科技有限公司	2.36	100.00%
时间	工序名称	供应商	外协金额	对应工序金额占比
2020 年	印刷	廊坊市美玲纸制品有限公司	73.61	54.18%
		晋江晶然印刷有限公司	37.95	27.93%
	去料加工	厦门华汇达包装科技有限公司	25.06	25.87%
		常熟市万隆辅料包装有限公司	24.49	25.28%
		保定北王包装有限公司	18.95	19.56%
		惠州市联华包装制品有限公司	16.11	16.63%
	糊袋	厦门荣裕印刷有限公司	15.48	54.77%
		兰三秀	11.60	41.04%
	覆膜	晋江晶然印刷有限公司	24.87	99.11%
	放底卡	卓冷静	14.88	72.32%
		刘振侠	5.20	25.28%
时间	工序名称	供应商	外协金额	对应工序金额占比
2019 年	去料加工	惠州市联华包装制品有限公司	99.93	40.71%
		厦门汇德环保纸袋有限公司	36.46	14.85%
		合肥远东印务有限责任公司	35.53	14.47%
	制袋	浙江海融包装有限公司	75.42	48.84%
		厦门汇德环保纸袋有限公司	36.69	23.76%
		香河合益包装机械有限公司	26.07	16.89%
	印刷	晋江晶然印刷有限公司	26.99	40.55%
		厦门汇德环保纸袋有限公司	12.30	18.49%
		香河合益纸袋有限公司	8.29	12.46%
	淋膜	中山市金田包装材料有限公司	35.05	91.45%
		福建恒美彩印有限公司	3.28	8.55%
	穿绳	董启英	5.70	37.22%
		姜来	4.89	31.95%
		李丽婉	2.53	16.50%
		林亚辉	1.29	8.41%
时间	工序名称	供应商	外协金额	对应工序金额占比

2018 年	去料加工	保定北王包装有限公司	101.14	56.10%
		合肥远东印务有限责任公司	62.28	34.55%
	淋膜	中山市金田包装材料有限公司	40.11	66.17%
		福建恒美彩印有限公司	20.51	33.83%
	包芯	泉州佳和服饰有限公司	39.62	100.00%
	印刷	晋江晶然印刷有限公司	9.73	31.00%
		厦门汇德环保纸袋有限公司	8.82	28.09%
		泉州市德荣彩印包装有限公司	8.16	26.00%
	分切	泉州百福纸业有限公司	10.10	88.34%
		福建省傅氏大川实业有限公司	1.33	11.66%

注：去料加工指发行人提供原纸，其他工序由外协厂商完成。

2、对比同类工序的报价或市场公开报价，说明各类工序的定价公允性

2021 年 1-6 月，发行人前五大主要外协工序价格情况如下：

单价：元/吨，元/个

工序	外协方	报价单报价	采购平均单价	差异原因说明
淋膜	中山市金田包装材料有限公司	2,206.80	2,109.53	发行人采购价格与供应商报价基本匹配，中山市金田包装材料有限公司报价及采购价较高的主要原因系其包含了分切工序
	四会市信德纸塑料制品厂	1,997.54	1,914.68	
印刷	廊坊市美玲纸制品有限公司	0.04	0.04	发行人采购价格与供应商报价基本匹配，供应商之间报价不一致主要原因系具体印刷种类不同，廊坊市美玲纸制品有限公司印刷方式为柔印，合肥美乐印刷包装有限公司和厦门荣裕印刷有限公司印刷方式为胶印，合肥美乐印刷包装有限公司印刷没有过油，厦门荣裕印刷有限公司印刷有过油
	合肥美乐印刷包装有限公司	0.09	0.07	
	厦门荣裕印刷有限公司	0.12	0.12	
去料加工	厦门维豪环保科技有限公司	0.06	0.05	发行人采购价格与供应商报价基本匹配，厦门维豪环保科技有限公司为食品袋加工，食品袋售价低加工成本也较低，厦门华汇达包装科技有限公司与常熟市万隆辅料包装有限公司为环保袋类型，加工产品的不同导致加工价格的差异
	厦门华汇达包装科技有限公司	0.24	0.21	
	常熟市万隆辅料包装有限公司	0.36	0.32	
糊袋	厦门卿朴精艺包装有限公司	0.20	0.20	发行人采购价格与供应商报价匹配，厦门卿朴精艺包装有限公司报价较高的原因主要系其加工的工序为糊袋身，相比较厦门荣裕印刷有限公司糊袋口条及后续简单工序，工作量稍大
	厦门荣裕印刷有限公司	0.12	0.12	
制袋	厦门华汇达包装科技有限公司	0.14	0.09	发行人采购价格低于供应商报价主要系根据实际外协量协商确定

注：以上采用 2021 年 1-6 月的采购及报价单数据统计。

发行人上述外协工序对应的各期订单数量、品种、规格以及交期时间等因素的不同，因而不存在市场标准化公开报价。发行人外协加工费在综合考虑外协方加工所需综合成本加上合理利润的基础上，结合外协方的报价，经双方协商确定。发行人外协定价具备公允性。

3、中介机构核查情况

申报会计师履行了如下核查程序：

（1）查阅发行人采购明细表，查阅与外协方签署的合同，分析报告期内的外协详细情况，包括不限于外协方及金额占比、外协工序及金额占比等；

（2）查阅外协方报价单，对比外协采购价格，访谈计划采购部经理，了解外协定价的原则及公允性。

经核查，申报会计师认为：

报告期内，发行人外协内容主要包含工序加工和订单外发加工，工序加工的主要内容包括印刷、制袋、淋膜、去料加工等；外协工序定价在综合考虑外协方加工成本和合理利润的基础上，结合外协供应商的报价协商确定，具备公允性。

（三）说明外协供应商的基本情况、成立时间、合作历史，是否具备生产经营必要的资质，生产经营能力是否与发行人采购规模相匹配；外协厂商的选择标准和具体流程，说明报告期内前五大外协厂商变动的原因，报告期内外协加工费用变动较大的原因

1、说明外协供应商的基本情况、成立时间、合作历史，是否具备生产经营必要的资质，生产经营能力是否与发行人采购规模相匹配

（1）外协供应商的基本情况、成立时间、合作历史，是否具备生产经营必要的资质

报告期内，前五大外协厂商的外协金额占比分别为 72.92%、71.82%、70.05% 以及 79.98%。发行人前五大主要外协厂商的情况如下：

序号	名称	经营范围	成立时间	开始合作时间	经营资质
1	厦门荣裕印刷有限公司	包装装潢及其他印刷	2006/5/12	2019 年	印刷经营许可证
2	温州惠丰包装材料有限公司	包装装潢、其他印刷品印刷（在印刷经营许可证有效期内经营） 包装材料、纸制品、塑料制品(不含危险化学品)加工、销售	2011/8/29	2019 年	印刷经营许可证
3	常熟市万隆辅料包装有限公司	纸塑制包装袋、织唛制造、加工、销售；服装辅料销售	2007/5/22	2019 年	印刷经营许可证
4	中山市金田包装材料有限公司	加工、生产、销售：包装材料（与环保许可证同时使用）	2001/6/26	2006 年	全国工业产品生产许可证
5	廊坊市美玲纸制品有限公司	纸质容器生产及销售；包装装潢印刷；覆膜、扞切、裱糊、烫金加工；纸桶、纸盒、纸袋、纸箱及纸品包装用品加工；销售：纸张、办公用品、文体用品。（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）	2011/7/14	2019 年	印刷经营许可证

序号	名称	经营范围	成立时间	开始合作时间	经营资质
6	惠州市联华包装制品有限公司	设计、生产、销售：纸类制品、纸塑制品、塑料制品、包装装潢印刷品、其它配套产品；文件、资料等其他印刷品印刷；货物及技术进出口（国家禁止或涉及行政审批的货物和技术进出口除外）；生产、加工、销售：劳保用品；销售：卫生用品、医用口罩；厂房租赁及物业管理。（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）	1905/7/8	2018 年	印刷经营许可证
7	厦门华汇达包装科技有限公司	许可项目：包装装潢印刷品印刷；技术进出口；货物进出口；进出口代理。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动，具体经营项目以相关部门批准文件或许可证件为准）。一般项目：专业设计服务；包装服务；纸制造；文具制造。（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）	2016/3/18	2020 年	印刷经营许可证
8	保定北王包装有限公司	生产、制造、销售：包装装潢印刷、纸袋、塑料袋、纸塑袋、食品包装袋（凭许可证经营）、手提袋及以上产品的进出口业务（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）	2014/5/9	2018 年	印刷经营许可证
9	浙江海融包装有限公司	包装装潢、其他印刷品印刷（凭印刷许可证经营）纸制品、塑料制品加工、销售；纸张销售；货物技术进出口。（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）	2017/7/5	2019 年	-
10	厦门汇德环保纸袋有限公司	包装装潢及其他印刷；经营本企业自产产品的出口业务和本企业所需的机械设备、零配件、原辅材料的进口业务（不另附进出口商品目录），但国家限定公司经营或禁止进出口的商品及技术除外	2014/5/13	2018 年	印刷经营许可证
11	合肥远东印务有限责任公司	出版物、包装装潢、其他印刷品印刷（凭许可证有效期经营）；商标印制（凭许可证经营）；纸张、油墨、机械设备销售；印刷技术服务；自有房屋、机械设备租赁；制作国内广告；餐饮服务（除居民楼及商住楼）；内部食堂经营。（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）	1997/10/29	2018 年	印刷经营许可证
12	泉州佳和服饰有限公司	服装、塑料配件及高档五金件开发、生产（出口不含配额许可证管理品种）。	2005/4/6	2017 年	-

注：浙江海融包装有限公司主要为发行人提供空白袋外协加工，泉州佳和服饰有限公司主要为发行人提供纸绳穿芯外协加工，均无印刷工序，因此无需取得印刷经营许可证。

报告期内，发行人主要外协供应商具备其所从事的外协订单或工序所需要的生产经营资质。

（2）外协供应商生产经营能力是否与发行人采购规模相匹配

报告期内，发行人前五大主要外协供应商营业收入与公司向其采购规模情况如下：

单位：万元

外协厂商名称	2021 年 1-6 月营业收入约	采购规模	2020 年营业收入	采购规模	2019 年营业收入	采购规模	2018 年营业收入	采购规模
厦门荣裕印刷有限公司	2,600.00	244.60	3,000.00	248.14	2,800.00	318.06	-	-
温州惠丰包装材料有限公司	1,675.55	116.81	2,721.12	363.52	-	-	-	-
常熟市万隆辅料包装有限公司	120.00	89.32	190.00	177.54	256.00	49.31	-	-
中山市金田包装材料有限公司	4,809.59	75.84	7,191.51	11.78	6,527.97	35.05	5,873.05	40.11
廊坊市美玲纸制品有限公司	1,254.00	43.02	2,975.00	73.61	3,169.00	0.45	-	-
厦门华汇达包装科技有限公司	720.12	21.99	1,428.20	124.53	-	-	-	-
浙江海融包装有限公司	-	-	665.00	10.70	655.00	179.76	-	-
合肥远东印务有限责任公司	-	-	-	-	4,277.00	35.53	3,023.00	62.27

注：以上数据来源于外协方提供数据，其他外协方未提供营业收入数据。

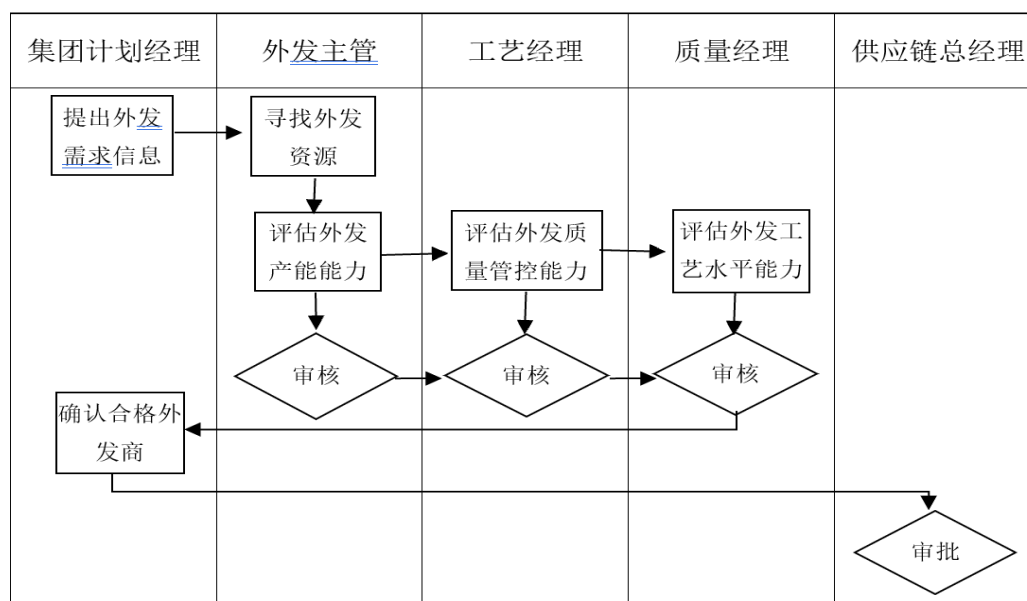
报告期内，发行人前五大主要外协厂商的收入规模与发行人向其采购规模相匹配，结合与主要外协厂商访谈确认，不存在主要外协厂商主要为发行人服务的情况。

2、外协厂商的选择标准和具体流程，说明报告期内前五大外协厂商变动的原因，报告期内外协加工费用变动较大的原因

（1）选择标准

对于外协厂商，公司通常会选取几家有经验的外协厂商进行对比，根据其产能、品质、生产能力、报价等因素综合评判。公司建立了《委外加工管理制度》，对外协方、准入认证、管理、质量控制等进行了详细的规定。

(2) 具体流程



(3) 前五大外协厂商变动原因

报告期内，发行人前五大外协厂商变动情况如下：

供应商名称	是否前五大				变动原因
	2021 年 1-6 月	2020 年	2019 年	2018 年	
厦门荣裕印刷有限公司	是	是	是	否	2019 年新开发的外协供应商，因发行人精品袋业务增加，2019 年至 2021 年上半年均进入前五名
温州惠丰包装材料有限公司	是	是	否	否	为 2020 年新开发的外协供应商，因发行人挖空袋业务增加，2020 年及 2021 年上半年均进入前五名
常熟市万隆辅料包装有限公司	是	是	否	否	2019 年开始合作，因发行人业务增长需要增加了外协采购规模
中山市金田包装材料有限公司	是	否	否	是	淋膜外协供应商，外协规模根据订单量的变化而变化
廊坊市美玲纸制品有限公司	是	否	否	否	2019 年开始合作，为印刷工序外协供应商，主要配套香河南王的订单印刷，报告期内外协规模随着香河南王业务量的增加而增加
惠州市联华包装制品有限公司	否	是	是	是	2020 年因产品质量未达到发行人标准，2021 年 1-6 月暂无合作
厦门华汇达包装科技有限公司	否	是	否	否	发行人 2020 年因订单较多新开发的外协供应商，2021 年上半年发行人自身产能增加，减少了外协采购
保定北王包装有限公司	否	否	是	是	发行人与其未就协议达成一致，2020 年减少了采购，2021 年 1-6 月暂未合作
浙江海融包装有限公司	否	否	是	否	2019 年开始合作，为挖空袋外协供应商，2020 年开始发行人主要选择温州惠丰包装材料有限公司合作，因此降低了对其他外协采购规模，2021 年 1-6 月暂无合作
厦门汇德环保纸袋有限公司	否	否	是	否	2019 年开始合作，2020 年发行人与其未就协议达成一致，减少了外

供应商名称	是否前五大				变动原因
	2021 年 1-6 月	2020 年	2019 年	2018 年	
					协采购，2021 年 1-6 月暂未合作
合肥远东印务有限责任公司	否	否	否	是	2018 年开始合作，安徽南王成立初期因产能不足，主要为安徽南王提供外协，随着安徽南王产能逐步扩大，逐渐降低了外协采购
泉州佳和服饰有限公司	否	否	否	是	纸绳包芯工序外协供应商，2019 年发行人开始购买纸绳成品，减少了包芯工序外协

(4) 外协加工费用变动较大的原因

报告期内，外协加工费增长较快的原因主要系发行人订单增长较快，为了能快速、及时的响应客户订单需要，发行人加大了外协采购的规模。

3、中介机构核查情况

申报会计师履行了如下核查程序：

(1) 获取了前五大主要外协方的资质文件，查验发行人外协方对于外协内容是否具备相应的资质许可，对于无资质许可的公司，了解外协的具体内容，核查是否涉及到需要许可资质的外协内容；

(2) 通过企查查查询主要外协方的工商登记资料；

(3) 访谈计划采购经理，了解外协相关情况，包括但不限于外协的主要内容，外协方的选择标准和具体流程，报告期内外协金额变动的原因，报告期内外协方变动的原因等；

(4) 查阅报告期内主要外协方的访谈记录，了解其与发行人的合作历史背景和相关情况，包括但不限于合作初始时间，是否专门或主要为发行人服务，价格确定方式等；

(5) 获取了部分外协方提供的生产经营规模数据，并与发行人与其采购的金额进行对比分析。

经核查，申报会计师认为：

(1) 发行人主要外协供应商具备其所从事的外协订单或工序所需要的生产经营资质，其生产经营能力与发行人采购规模相匹配；

(2) 发行人按照《委外加工管理制度》要求，根据外协厂商的产能、品质、生产能力、报价等因素进行综合评价并最终选择合适的外协供应商；

(3) 报告期内，前五大外协厂商变动的原因系发行人根据订单的数量及种

类需要选择相对应的外协厂商；报告期内发行人外协加工费增长较快的原因主要系发行人订单规模增长较快。

问题 19. 关于期间费用

申请文件显示：

(1) 报告期各期，发行人发生期间费用合计 6,782.71 万元、10,647.33 万元、9,559.29 万元、5,899.68 万元，2020 年期间费用比 2019 年减少 10.22%，主要原因是新收入准则下发行人将“运输装卸费用”分类到营业成本，导致销售费用降低。

(2) 发行人销售费用的主要构成为职工薪酬、运输装卸费、销售佣金等，其中销售佣金金额分别为 146.13 万元、235.40 万元、209.14 万元、136.48 万元；管理费用的主要构成为职工薪酬、折旧与摊销、办公及差旅费、租赁、物业管理费金额及使用权资产折旧等，其中租赁、物业管理费金额及使用权资产折旧分别为 225.46 万元、515.08 万元、855.51 万元、772.74 万元；财务费用报告期内变动较大，主要为 2020 年人民币升值汇兑损失影响，发行人利息支出与各期末短期借款余额变动趋势不匹配。

(3) 发行人未列示期间费用率与同行业可比公司比较情况。

请发行人：

(1) 说明报告期列入销售费用、管理费用、研发费用的人员部门构成、人数、级别分布、入职时间分布、基本工资和奖金构成、奖金与绩效匹配关系等相关信息，前述部门人员平均工资与同地区或同行业可比公司的比较情况。

(2) 说明各期主要运输业务提供商的名称、金额及收费标准，是否与公开市场报价或不同供应商之间报价存在较大差异，报告期运输费用的变动是否与报告期收入规模、销量、发货数量及销售区域相匹配；采取 CIF 模式境外销售运费单价是否符合 2021 年以来海运涨价、货柜紧张的背景。

(3) 结合销售费用中销售佣金的形成原因说明销售佣金大幅变动的原因，与对应客户销售收入的匹配关系，是否属于合同履约成本，会计处理是否符合规定；说明报告期内管理费用中租赁及物业管理费用持续增长的原因，与发行人租赁生产经营场所的匹配关系；说明报告期内利息支出与发行人有息负债规模及对应负债科目的勾稽匹配关系；结合结换汇情况、跨境资金流动情况说明报告期内汇兑损益是否与境外销售规模相匹配。

(4) 列表说明发行人销售费用率、管理费用率、研发费用率与同行业可比公司及其平均水平的比较情况，如存在较大差异，请进一步分析原因。

请保荐人、申报会计师发表明确意见，并说明期间费用的完整性和准确性，是否存在与成本的混同。

回复：

（一）说明报告期列入销售费用、管理费用、研发费用的人员部门构成、人数、级别分布、入职时间分布、基本工资和奖金构成、奖金与绩效匹配关系等相关信息，前述部门人员平均工资与同地区或同行业可比公司的比较情况

1、说明报告期列入销售费用、管理费用、研发费用的人员部门构成、人数、级别分布、入职时间分布、基本工资和奖金构成、奖金与绩效匹配关系等相关信息

报告期内，公司职工薪酬的成本费用归集是根据员工所属部门及其主要负责的工作岗位进行划分。

（1）报告期内，发行人列入期间费用的人员部门人数分布情况如下：

科目	部门	2021 年上半年		2020 年		2019 年		2018 年	
		人数	占比	人数	占比	人数	占比	人数	占比
销售费用	销售中心	75.00	16.48%	61.00	17.89%	54.00	22.31%	42.00	24.85%
管理费用	IT 中心	6.00	1.32%	5.00	1.47%	3.00	1.24%	2.00	1.18%
	财务中心	20.00	4.40%	20.00	5.87%	15.00	6.20%	11.00	6.51%
	人力行政中心	73.00	16.04%	42.00	12.32%	18.00	7.44%	18.00	10.65%
	营运中心	104.00	22.86%	69.00	20.23%	41.00	16.94%	21.00	12.43%
	总经办	15.00	3.30%	16.00	4.69%	10.00	4.13%	6.00	3.55%
研发费用	研发中心	162.00	35.60%	128.00	37.54%	101.00	41.74%	69.00	40.83%
合计		455.00	100.00%	341.00	100.00%	242.00	100.00%	169.00	100.00%

注：人数为全年月均人数。

（2）报告期内，发行人列入期间费用的人员级别人数分布情况如下：

科目	级别	2021 年上半年		2020 年		2019 年		2018 年	
		人数	占比	人数	占比	人数	占比	人数	占比
销售费用	高层	2.00	2.67%	3.00	4.92%	3.00	5.56%	3.00	7.14%
	中层	28.00	37.33%	23.00	37.70%	13.00	24.07%	12.00	28.57%
	普通	45.00	60.00%	35.00	57.38%	38.00	70.37%	27.00	64.29%
	小计	75.00	100.00%	61.00	100.00%	54.00	100.00%	42.00	100.00%

科目	级别	2021 年上半年		2020 年		2019 年		2018 年	
		人数	占比	人数	占比	人数	占比	人数	占比
管理费用	高层	14.00	6.42%	11.00	7.24%	8.00	9.20%	5.00	8.62%
	中层	35.00	16.06%	34.00	22.37%	20.00	22.99%	15.00	25.86%
	普通	169.00	77.52%	107.00	70.39%	59.00	67.82%	38.00	65.52%
	小计	218.00	100.00%	152.00	100.00%	87.00	100.00%	58.00	100.00%
研发费用	高层	3.00	1.85%	3.00	2.34%	2.00	1.98%	2.00	2.90%
	中层	19.00	11.73%	16.00	12.50%	8.00	7.92%	7.00	10.14%
	普通	140.00	86.42%	109.00	85.16%	91.00	90.10%	60.00	86.96%
	小计	162.00	100.00%	128.00	100.00%	101.00	100.00%	69.00	100.00%

注：人数为全年月均人数。

(3) 报告期内，发行人列入期间费用的人员入职时间分布情况如下：

科目	入职时间	2021 年上半年		2020 年		2019 年		2018 年	
		人数	占比	人数	占比	人数	占比	人数	占比
销售费用	1 年以内	25.00	33.33%	11.00	18.03%	11.00	20.37%	8.00	19.05%
	1-3 年	19.00	25.33%	21.00	34.43%	19.00	35.19%	17.00	40.48%
	3 年以上	31.00	41.33%	29.00	47.54%	24.00	44.44%	17.00	40.48%
	小计	75.00	100.00%	61.00	100.00%	54.00	100.00%	42.00	100.00%
管理费用	1 年以内	79.00	36.24%	41.00	26.97%	24.00	27.59%	10.00	17.24%
	1-3 年	73.00	33.49%	57.00	37.50%	22.00	25.29%	11.00	18.97%
	3 年以上	66.00	30.28%	54.00	35.53%	41.00	47.13%	37.00	63.79%
	小计	218.00	100.00%	152.00	100.00%	87.00	100.00%	58.00	100.00%
研发费用	1 年以内	56.00	34.57%	27.00	21.09%	33.00	32.67%	19.00	27.54%
	1-3 年	65.00	40.12%	68.00	53.13%	37.00	36.63%	20.00	28.99%
	3 年以上	41.00	25.31%	33.00	25.78%	31.00	30.69%	30.00	43.48%
	小计	162.00	100.00%	128.00	100.00%	101.00	100.00%	69.00	100.00%

注：人数为全年月均人数。

(4) 报告期内，发行人列入期间费用的人员基本工资和奖金构成如下：

单位：万元

科目	项目	2021 年 1-6 月		2020 年度		2019 年度		2018 年度	
		金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
销售费用	基本工资	345.96	40.85%	581.65	47.40%	436.34	42.11%	291.69	50.59%
	奖金	500.87	59.15%	645.37	52.60%	599.97	57.89%	284.92	49.41%
	小计	846.83	100.00%	1,227.02	100.00%	1,036.31	100.00%	576.61	100.00%

科目	项目	2021 年 1-6 月		2020 年度		2019 年度		2018 年度	
		金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
管理费用	基本工资	860.96	77.13%	1,315.50	79.73%	785.93	72.60%	490.78	72.94%
	奖金	255.23	22.87%	334.54	20.27%	296.60	27.40%	182.10	27.06%
	小计	1,116.19	100.00%	1,650.04	100.00%	1,082.53	100.00%	672.88	100.00%
研发费用	基本工资	628.66	82.55%	1,005.17	84.96%	709.42	83.39%	444.99	79.63%
	奖金	132.88	17.45%	177.91	15.04%	141.31	16.61%	113.86	20.37%
	小计	761.54	100.00%	1,183.08	100.00%	850.73	100.00%	558.85	100.00%

注：基本工资仅为应发工资，不包含公司为员工支付的社保、公积金、福利费等。

(5) 报告期内，发行人列入期间费用的人员奖金与绩效的匹配关系如下：

科目	项目	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
销售费用	营业收入	54,768.58	84,821.12	69,141.08	51,298.17
	奖金金额	500.87	645.37	599.97	284.92
	奖金占收入比例	0.91%	0.76%	0.87%	0.56%
管理费用	营业收入	54,768.58	84,821.12	69,141.08	51,298.17
	奖金金额	255.23	334.54	296.60	182.10
	奖金占收入比例	0.47%	0.39%	0.43%	0.35%
研发费用	营业收入	54,768.58	84,821.12	69,141.08	51,298.17
	奖金金额	132.88	177.91	141.31	113.86
	奖金占收入比例	0.24%	0.21%	0.20%	0.22%

公司员工薪酬由基本工资和奖金组成。非销售人员年终奖，以员工月度工资为基础，考虑岗位系数、工龄系数、销售额增长对应系数、出勤天数综合计算；销售人员年终奖根据不同区域销售人员考核销售预算达成率、年度增长额来综合评定。

报告期内，管理人员、研发人员奖金与收入相匹配。销售人员 2018 年奖金占收入比例较低，主要因为 2019 年初公司为了激发销售人员的积极性，修改销售人员薪酬激励考核制度，导致 2019 年开始销售人员奖金占收入比例上涨。

2、前述部门人员平均工资与同地区或同行业可比公司的比较情况

(1) 管理人员

2021 年 1-6 月，同行业可比上市公司及各地统计局或人力资源与社会保障局未披露相关数据。2018 年至 2020 年，发行人管理人员月均薪酬与同行业可比上市公司管理人员平均薪酬、当地社会平均工资的比较情况如下（考虑到各可比上

市公司数据可获得性，此处均选用“城镇非私营单位在岗就业人员平均工资”作为“当地社会平均工资”的比较口径）：

单位：元/月

公司名称	2021 年 1-6 月	2020 年			2019 年			2018 年		
	月均薪酬	月均薪酬	当地社会 平均工资	月均薪酬/ 社会平均 工资	月均薪酬	当地社会 平均工资	月均薪酬/ 社会平均 工资	月均薪酬	当地社会 平均工资	月均薪酬/ 社会平均 工资
裕同科技	-	14,391.61	11,619.67	123.86%	12,386.00	10,646.42	116.34%	11,176.44	9,309.08	120.06%
劲嘉股份	-	14,117.87	11,619.67	121.50%	14,800.12	10,646.42	139.01%	14,797.68	9,309.08	158.96%
合兴包装	-	17,950.25	9,046.17	198.43%	24,050.73	8,148.25	295.16%	26,198.69	7,097.17	369.14%
美盈森	-	11,644.23	11,619.67	100.21%	13,354.46	10,646.42	125.44%	13,807.19	9,309.08	148.32%
东风股份	-	15,125.41	7,033.00	215.06%	16,040.12	6,391.00	250.98%	14,799.97	5,742.00	257.75%
森林包装	-	15,472.30	5,630.67	274.79%	7,458.01	7,131.50	104.58%	7,788.58	6,472.92	120.33%
大胜达	-	11,584.93	10,692.33	108.35%	11,543.57	9,778.25	118.05%	13,564.40	8,649.83	156.82%
龙利得	-	8,091.06	6,794.92	119.08%	7,350.81	6,210.75	118.36%	7,295.55	6,134.00	118.94%
环球印务	-	18,491.08	6,960.00	265.68%	14,373.94	6,530.08	220.12%	10,956.63	5,998.58	182.65%
翔港科技	-	14,698.78	10,338.00	142.18%	18,068.69	12,448.08	145.15%	10,289.35	11,689.17	88.02%
永吉股份	-	10,453.48	8,485.75	123.19%	11,100.19	7,720.83	143.77%	10,900.67	6,890.42	158.20%
新通联	-	8,628.58	10,338.00	83.46%	8,567.41	12,448.08	68.83%	12,986.23	11,689.17	111.10%
新宏泽	-	7,779.10	6,953.08	111.88%	13,306.41	6,214.50	214.12%	11,137.71	5,619.25	198.21%
上海艾录	-	12,983.81	10,338.00	125.59%	11,998.80	12,448.08	96.39%	-	11,689.17	-
金时科技	-	9,373.20	8,499.58	110.28%	8,937.61	7,893.50	113.23%	9,666.02	7,166.08	134.89%
平均值	-	12,719.05	9,064.57	140.32%	12,889.12	9,020.14	142.89%	12,526.08	8,184.33	153.05%
发行人	12,260.37	13,145.23	6,360.83	206.66%	15,177.39	6,026.75	251.83%	15,449.57	5,492.92	281.26%

注 1：数据取自于同行业可比上市公司年度报告、同行业可比上市公司所在地统计局发布的统计年鉴，选取历年城镇非私营单位在岗职工年平均工资。

注 2：月均薪酬=管理费用-职工薪酬/（期初管理人员人数+期末管理人员人数）/2；因森林包装未披露 2019 年期末人数，2020 年森林包装月均薪酬取自年度报告中期末人数，2019 年及 2018 年取自招股说明书中披露的管理人员、财务人员及采购人员的岗位工资平均值。

由上表可见，2018 年至 2020 年，发行人管理人员平均薪酬均高于同行业可比上市公司平均水平，同时也高于当地社会平均工资水平。

报告期内，公司管理人员月均薪酬逐年降低，主要原因为，报告期内发行人营运中心、人力行政中心等管理部门新入职的普通层员工持续增加，而新入职普通层员工薪酬水平较低，从而拉低了管理人员的月均薪酬。

（2）销售人员

2021 年 1-6 月，同行业可比上市公司及各地统计局或人力资源与社会保障局

未披露相关数据。2018 年至 2020 年，发行人销售人员月均薪酬与同行业可比上市公司、当地社会平均工资的比较情况如下（考虑到各可比上市公司数据可获得性，此处均选用“城镇非私营单位在岗就业人员平均工资”作为“当地社会平均工资”的比较口径）：

单位：元/月

公司名称	2021 年 1-6 月	2020 年			2019 年			2018 年		
	月均薪酬	月均薪酬	当地社会 平均工资	月均薪酬/ 社会平均 工资	月均薪酬	当地社会 平均工资	月均薪酬/ 社会平均 工资	月均薪酬	当地社会 平均工资	月均薪酬/ 社会平均 工资
裕同科技	-	15,568.92	11,619.67	133.99%	16,949.43	10,646.42	159.20%	15,993.33	9,309.08	171.80%
劲嘉股份	-	14,045.84	11,619.67	120.88%	13,863.21	10,646.42	130.21%	10,930.15	9,309.08	117.41%
合兴包装	-	10,446.49	9,046.17	115.48%	11,409.48	8,148.25	140.02%	11,659.91	7,097.17	164.29%
美盈森	-	11,385.19	11,619.67	97.98%	12,138.69	10,646.42	114.02%	11,336.51	9,309.08	121.78%
东风股份	-	12,804.83	7,033.00	182.07%	12,521.18	6,391.00	195.92%	11,807.57	5,742.00	205.64%
森林包装	-	10,674.37	5,630.67	189.58%	7,420.28	7,131.50	104.05%	10,250.06	6,472.92	158.35%
大胜达	-	11,216.65	10,692.33	104.90%	8,833.17	9,778.25	90.33%	8,416.18	8,649.83	97.30%
龙利得	-	9,913.03	6,794.92	145.89%	23,359.65	6,210.75	376.12%	19,166.39	6,134.00	312.46%
环球印务	-	12,874.98	6,960.00	184.99%	15,230.10	6,530.08	233.23%	20,299.24	5,998.58	338.40%
翔港科技	-	11,054.05	10,338.00	106.93%	10,624.41	12,448.08	85.35%	12,716.05	11,689.17	108.78%
永吉股份	-	11,929.00	8,485.75	140.58%	11,041.42	7,720.83	143.01%	10,420.40	6,890.42	151.23%
新通联	-	12,743.93	10,338.00	123.27%	16,185.94	12,448.08	130.03%	18,629.96	11,689.17	159.38%
新宏泽	-	6,762.08	6,953.08	97.25%	28,349.83	6,214.50	456.19%	22,687.61	5,619.25	403.75%
上海艾录	-	24,952.14	10,338.00	241.36%	20,419.12	12,448.08	164.03%	-	11,689.17	-
金时科技	-	8,686.98	8,499.58	102.20%	7,689.80	7,893.50	97.42%	8,065.10	7,166.08	112.55%
平均值	-	12,337.23	9,064.57	136.10%	14,402.38	9,020.14	159.67%	13,741.32	8,184.33	167.90%
发行人	19,613.78	17,333.74	6,360.83	272.51%	16,955.56	6,026.75	281.34%	12,483.73	5,492.92	227.27%

注 1：数据取自于同行业可比上市公司年度报告、同行业可比上市公司所在地统计局发布的统计年鉴，选取历年城镇非私营单位在岗职工年平均工资。

注 2：月均薪酬=销售费用-职工薪酬/（期初销售人员人数+期末销售人员人数）/2；因森林包装未披露 2019 年期末人数，2020 年森林包装月均薪酬取自年度报告中期末人数，2019 年及 2018 年取自招股说明书中披露的销售人员的岗位工资。

由上可见，2018 年发行人销售人员平均薪酬与同行业可比上市公司相比略低，但高于泉州地区平均工资水平，同时，2018 年发行人销售人员平均薪酬为当地社会平均工资的 227.27%，而同行业可比上市公司销售人员平均薪酬平均值为当地社会平均工资平均值的 167.90%，低于发行人。公司于 2019 年初修改销售人员薪酬激励制度，2019 年和 2020 年发行人销售人员平均薪酬大幅上涨，高

于同行业可比上市公司平均水平，同时也高于泉州地区平均工资水平。

报告期内，销售人员的月均薪酬逐年增加，主要原因为，公司为了提高销售人员的积极性，于 2019 年初修改了销售人员薪酬激励考核制度，使销售人员薪酬与业绩更大程度挂钩，随着发行人经营业绩的持续增长，销售人员的月均薪酬随之提高。

(3) 研发人员

2021 年 1-6 月，同行业可比上市公司及各地统计局或人力资源与社会保障局未披露相关数据。2018 年至 2020 年，发行人研发人员月均薪酬与同行业可比上市公司、当地社会平均工资的比较情况如下（考虑到各可比上市公司数据可获得性，此处均选用“城镇非私营单位在岗就业人员平均工资”作为“当地社会平均工资”的比较口径）：

单位：元/月

公司名称	2021 年 1-6 月	2020 年			2019 年			2018 年		
	月均薪酬	月均薪酬	当地社会 平均工资	月均薪酬/ 社会平均 工资	月均薪酬	当地社会 平均工资	月均薪酬/ 社会平均 工资	月均薪酬	当地社会 平均工资	月均薪酬/ 社会平均 工资
裕同科技	-	11,845.97	11,619.67	101.95%	11,764.90	10,646.42	110.51%	11,544.31	9,309.08	124.01%
劲嘉股份	-	11,313.09	11,619.67	97.36%	10,022.37	10,646.42	94.14%	8,542.48	9,309.08	91.77%
合兴包装	-	9,799.53	9,046.17	108.33%	11,364.70	8,148.25	139.47%	11,034.21	7,097.17	155.47%
美盈森	-	9,352.72	11,619.67	80.49%	9,395.32	10,646.42	88.25%	9,356.27	9,309.08	100.51%
东风股份	-	7,996.53	7,033.00	113.70%	10,055.10	6,391.00	157.33%	7,518.98	5,742.00	130.95%
森林包装	-	8,211.16	5,630.67	145.83%	7,126.78	7,131.50	99.93%	7,162.25	6,472.92	110.65%
大胜达	-	10,077.33	10,692.33	94.25%	8,068.28	9,778.25	82.51%	5,814.37	8,649.83	67.22%
龙利得	-	4,851.89	6,794.92	71.40%	6,140.80	6,210.75	98.87%	5,977.66	6,134.00	97.45%
环球印务	-	10,076.51	6,960.00	144.78%	11,325.89	6,530.08	173.44%	8,804.74	5,998.58	146.78%
翔港科技	-	11,423.83	10,338.00	110.50%	10,161.93	12,448.08	81.63%	9,430.20	11,689.17	80.67%
永吉股份	-	8,725.36	8,485.75	102.82%	10,601.00	7,720.83	137.30%	10,814.20	6,890.42	156.95%
新通联	-	13,193.85	10,338.00	127.62%	13,330.05	12,448.08	107.09%	13,794.53	11,689.17	118.01%
新宏泽	-	6,812.92	6,953.08	97.98%	11,841.63	6,214.50	190.55%	10,017.09	5,619.25	178.26%
上海艾录	-	9,119.41	10,338.00	88.21%	7,587.20	12,448.08	60.95%	-	11,689.17	-
金时科技	-	6,559.71	8,499.58	77.18%	6,427.10	7,893.50	81.42%	7,241.67	7,166.08	101.05%
平均值	-	9,290.65	9,064.57	102.49%	9,680.87	9,020.14	107.33%	9,075.21	8,184.33	110.89%
发行人	8,567.28	8,084.90	6,360.83	127.10%	7,618.65	6,026.75	126.41%	7,463.29	5,492.92	135.87%

注 1：数据取自于同行业可比上市公司年度报告、同行业可比上市公司所在地统计局发布的统计年鉴，

选取历年城镇非私营单位在岗职工年平均工资。

注 2：月均薪酬=研发费用-职工薪酬/[（期初研发人员人数+期末研发人员人数）/2]；因森林包装未披露 2019 年期末人数，2020 年森林包装月均薪酬取自年度报告中期末人数，2019 年及 2018 年取自招股说明书中披露的研发人员的岗位工资。

由上表可见，2018 年至 2020 年，虽然发行人研发人员月均薪酬低于同行业可比上市公司平均值，但结合当地社会平均工资来看，发行人月均薪酬分别为当地社会平均工资的 135.87%、126.41%和 127.10%，高于同行业可比上市公司 110.89%、107.33%和 102.49%的平均水平。

2019 年，研发人员月均薪酬较 2018 年有所上升，主要原因系随着公司业务规模增长和经营业绩提升，公司相应提高了研发人员工资水平。

2020 年，研发人员月均薪酬较 2019 年提高，主要原因为：①公司于 2019 年底新增一名薪酬较高的研发总监，带动研发人员整体平均薪酬提高；②随着公司业务规模增长和经营业绩提升，公司相应提高了研发人员工资水平。

2021 年上半年，研发人员月均薪酬较 2020 年提高，主要原因为，随着公司业务规模增长和经营业绩提升，公司根据薪酬调整机制对研发人员的工资水平进行上调，以及由于 2021 年疫情减免社保缴纳的优惠政策取消，公司为研发人员缴纳的社保增加。

3、中介机构核查情况

申报会计师履行了如下核查程序：

- （1）查询各地人社局及统计局公布的当地平均工资，获取可比公司同期年报数据，核查同行业可比公司平均工资与当地社会平均工资的差异情况及原因；
- （2）实施分析性程序，比较同行业可比公司平均工资与当地社会平均工资的变动情况，分析其合理性；
- （3）了解发行人奖金与绩效的匹配关系，复核计算方法。

经核查，申报会计师认为：

- （1）发行人管理人员月均薪酬均高于同行业可比上市公司平均水平，同时也高于当地社会平均工资水平；
- （2）2018 年，发行人销售人员月均薪酬略低于同行业可比上市公司平均水平，同时高于泉州地区平均工资水平；2019 年和 2020 年，发行人销售人员月均薪酬高于同行业可比上市公司平均水平，同时也高于泉州地区平均工资水平；
- （3）发行人研发人员月均薪酬低于同行业可比上市公司平均值，但结合当地社会平均工资来看，占当地社会平均工资的比例高于同行业可比上市公司；

(4) 发行人奖金与绩效与经营情况相匹配。

(二) 说明各期主要运输业务提供商的名称、金额及收费标准，是否与公开市场报价或不同供应商之间报价存在较大差异，报告期运输费用的变动是否与报告期收入规模、销量、发货数量及销售区域相匹配；采取 CIF 模式境外销售运费单价是否符合 2021 年以来海运涨价、货柜紧张的背景

1、说明各期主要运输业务提供商的名称、金额及收费标准，是否与公开市场报价或不同供应商之间报价存在较大差异

(1) 报告期内，发行人主要运输业务提供商的运输装卸费金额情况具体如下

单位：万元

期间	运输商名称	金额	占比
2021 年 1-6 月	东莞市华冠冷链物流有限公司	377.32	16.10%
	德邦物流股份有限公司	336.16	14.34%
	福建泉州市邦臣物流有限公司	308.47	13.16%
	珠海市宇捷货物运输服务有限公司	179.63	7.66%
	上海天仪储运有限公司	168.56	7.19%
	上海国慧物流有限公司	112.28	4.79%
	厦门骏泰达物流有限公司	105.57	4.50%
	惠安骏鹏运输有限公司	73.67	3.14%
	合肥航远物流有限公司	51.48	2.20%
	北京顺差物流有限公司	42.71	1.82%
	小计	1,755.86	74.91%
2020 年度	珠海市宇捷货物运输服务有限公司	470.36	13.71%
	东莞市华冠冷链物流有限公司	399.98	11.66%
	上海天仪物流有限公司	389.05	11.34%
	德邦物流股份有限公司	341.29	9.95%
	福建泉州市邦臣物流有限公司	295.28	8.61%
	上海国慧物流有限公司	130.91	3.82%
	厦门骏泰达物流有限公司	108.78	3.17%
	惠安骏鹏运输有限公司	95.78	2.79%
	福建省广通物流有限责任公司	84.79	2.47%
	上海普天物流有限公司	68.80	2.01%

期间	运输商名称	金额	占比
	小计	2,385.01	69.54%
2019 年度	珠海市宇捷货物运输服务有限公司	881.24	24.77%
	福建省宇航供应链管理有限公司	466.79	13.12%
	福建至信物流有限公司	252.75	7.10%
	上海普天物流有限公司	169.35	4.76%
	上海国慧物流有限公司	159.93	4.50%
	德邦物流股份有限公司	156.97	4.41%
	东莞市华冠冷链物流有限公司	148.58	4.18%
	上海天仪储运有限公司	143.67	4.04%
	永进（厦门）国际物流股份有限公司	139.91	3.93%
	广州钜盛物流有限公司	136.94	3.85%
	小计	2,656.12	74.67%
2018 年度	福建省宇航供应链管理有限公司	416.81	20.66%
	珠海市宇捷货物运输服务有限公司	378.89	18.78%
	广州花都稳健物流有限公司	150.69	7.47%
	福建至信物流有限公司	140.61	6.97%
	广州市益远物流有限公司	136.08	6.75%
	上海普天物流有限公司	112.37	5.57%
	上海国慧物流有限公司	98.68	4.89%
	厦门信泰达物流有限公司	91.06	4.51%
	礼泉民源物流有限公司珠海分公司	59.10	2.93%
	福建省经纬线供应链管理有限公司	47.31	2.35%
	小计	1,631.60	80.88%

（2）报告期内，发行人主要运输业务提供商的收费标准如下：

报告期内，发行人的销售运输方式主要为汽车运输。主要汽车运输业务提供商与公司签订货物运输合同，并结合货物重量及体积、运输距离、运输方式、装载方式（整车包车或零担配载）、时效等因素确定具体收费标准。由于公司产品为纸包装制品，单位体积重量低（俗称“泡货”），因此运输费都是以产品体积（立方米）为基础进行计算。

（3）主要运输业务提供商收费标准与公开市场报价或不同供应商之间报价差异情况

由于运输价格不存在公开市场报价，公司通过招投标或者询价的方式选择不同运输商，最终达成的运输价格基本能够代表市场行情。报告期内，不同物流商对同一起运地区和发运地区的运输报价不存在显著差异。

2、报告期运输费用的变动是否与报告期收入规模、销量、发货数量及销售区域相匹配

(1) 报告期内，发行人运输费用与主营业务收入匹配情况如下：

单位：万元

项目	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
内销业务收入	40,637.00	59,468.90	48,777.46	36,906.28
外销业务收入	13,306.91	23,854.97	19,048.31	13,616.04
主营业务收入合计	53,943.91	83,323.87	67,825.78	50,522.31
内销业务运输装卸费	1,992.86	2,850.76	3,000.11	1,708.52
外销业务运输装卸费	351.17	579.15	557.21	308.80
运输装卸费合计	2,344.03	3,429.90	3,557.32	2,017.32
内销业务运输装卸费占比	4.90%	4.79%	6.15%	4.63%
外销业务运输装卸费占比	2.64%	2.43%	2.93%	2.27%
运输装卸费总占比	4.35%	4.12%	5.24%	3.99%

注：上表中的运输装卸费 2018 年和 2019 年在销售费用核算，2020 年和 2021 年 1-6 月在营业成本核算。

如上表所示，发行人报告期内的运输装卸费主要由内销业务产生，因此总体运输装卸费金额及其占收入比重主要受内销业务运输装卸费的影响而存在一定的波动。

①内销业务分析

报告期内，内销业务产生的运输装卸费与内销收入总体上匹配，但主要受产品交货方式、销售区域、运输方式及销售价格的影响，与内销收入的匹配性上存在一定的波动，具体分析如下：

1) 交货方式变化的影响分析

报告期内，内销业务的交货方式分为送货上门和客户自提两种，两种交货方式的收入情况统计如下：

单位：万元

项目	2021 年 1-6 月		2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	收入金额	占比	收入金额	占比	收入金额	占比	收入金额	占比
客户自提收入金额	5,889.45	14.49%	7,330.07	12.33%	3,642.21	7.47%	6,857.02	18.58%
送货上门收入金额	34,747.55	85.51%	52,138.83	87.67%	45,135.25	92.53%	30,049.26	81.42%
内销业务收入总额	40,637.00	100.00%	59,468.90	100.00%	48,777.46	100.00%	36,906.28	100.00%

由于客户自提方式下发行人无需承担运费，因此自提方式收入金额的占比一般与运费占收入的比重呈反向变动关系。报告期内发行人内销业务收入中客户自提收入金额的占比分别为 18.58%、7.47%、12.33%和 14.49%，而内销业务运费占收入比重分别为 4.63%、6.15%、4.79%和 4.90%，两者呈反向变动关系，变动趋势匹配。报告期内，扣除自提收入后内销业务运输费用占内销送货上门收入的比例分别为 5.69%、6.65%、5.47%和 5.74%，波动幅度较总体内销业务运费占收入比重降低，匹配性更高。

报告期内自提方式收入的波动原因具体分析如下：

A. 2019 年由于绍兴上虞澳璞特国际贸易有限公司、深圳腾隆达商贸有限公司等自提交货方式的客户收入较 2018 年大幅下降，以及主要客户福建袋王包装有限公司的交货方式从 2018 年末开始从客户自提改为送货上门，2019 年内销业务收入中客户自提交货方式的收入金额占比较 2018 年大幅下降，导致 2019 年内销业务的运输装卸费占收入比重出现较 2018 年有所上升；

B. 2020 年 6 月开始根据客户必胜食品的要求，发行人子公司珠海中粤对广州和深圳地区肯德基门店的送货方式由工厂配送到门店所在地区仓库的方式改为了客户到工厂自提的方式，同时 2020 年及 2021 年 1-6 月采用自提交货方式的乐信贸易等客户的销售金额持续大幅增加，共同导致发行人 2020 年及 2021 年 1-6 月的客户自提收入金额占比较 2019 年大幅提高，导致 2020 年及 2021 年 1-6 月的运输装卸费占收入的比重较 2019 年度有所下降。

2) 销售区域变化的影响分析

报告期内，发行人根据客户的需求及自身的经营战略调整配送区域和产品，而不同区域的运输价格差异较大。报告期内，由于发行人产品起运地主要为华南和华东厂区，因此华南和华东区域的销售运费单价相对较低，而华中地区、华北地区、西南地区及西北地区（以下简称较远地区）的单位运输价格相对较高，因此较远地区的销售发货量的规模对总体的运费占收入的比重影响较大。报告期内，

较远地区的销售发货量占比分别为 17.71%、26.69%、23.08%和 29.11%，而内销业务运费占收入比重分别为 4.63%、6.15%、4.79%和 4.90%，两者呈同向变动关系，匹配关系较为合理。

3) 配送方式变化的影响分析

A. 2019 年主要经销商客户福建袋王的配送方式从原先的客户自提改为发行人送货，而福建袋王的终端客户三福百货要求产品需配送到各地经营门店。由于普通物流公司因为不具备完善的终端配送网点，无法提供配送到客户各地门店的服务，因此发行人一般只能委托快递物流公司如德邦、中通等终端配送网点完善的快递物流供应商进行配送。快递物流商的运费单价高出普通物流商较多，因此福建袋王的销售运费占收入的比重远超其他使用普通物流商的客户，一定程度上导致 2019 年总体内销业务运费占收入的比重较 2018 年有所上升；

B. 根据客户必胜食品的要求，2020 年 6 月开始发行人针对主要客户必胜食品旗下的肯德基全国各地区门店的送货方式从之前的发行人直接配送到门店所在地区仓库的“落地配送”方式改为发行人集中配送到肯德基自行管理的整合仓后再由其自行配送到门店的“集中配送”方式，导致必胜食品 2020 年及 2021 年 1-6 月产品销售的运输装卸费占收入比重较 2019 年出现大幅下降，从而导致 2020 年及 2021 年 1-6 月总体内销业务运输装卸费占收入的比重较 2019 年有所下降；

C. 2020 年新增客户阿迪达斯要求发行人将产品直接配送到各地门店，发行人同样是委托快递物流商对这些客户的产品进行配送。2020 年采用快递方式配送的客户收入金额占比较 2019 年基本稳定，但随着 2021 年 1-6 月阿迪达斯的收入金额迅速扩大，以及美团逐步也开始要求发行人采用直接配送到门店的配送方式，导致 2021 年 1-6 月采用快递配送方式的收入占比迅速提高，快递运输费用金额及占比较 2020 年大幅增加，一定程度上导致 2021 年 1-6 月总体内销业务运费占收入的比重较 2020 年有所上升。

4) 其他影响因素

A. 2019 年受主要原材料原纸的市价价格下跌及竞争加剧的影响，必胜食品的大部分产品中标价格较 2018 年出现小幅下降，一定程度上导致 2019 年度必胜食品内销业务运输装卸费占收入的比重较 2018 年有所上升；

B. 2020 年 2 月中旬至 5 月初，新冠疫情期间高速公路过路费的减免政策使得 2020 年整体运费价格较 2019 年有所下降，一定程度上导致 2020 年运输装卸

费占收入的比重较 2019 年有所下降，而 2021 年 1-6 月运输装卸费占收入的比重较 2020 年有所上升。

②外销业务匹配性分析

外销业务基本采用 FOB 交易方式，发行人仅承担从工厂到港口的国内段的运杂费，销售发货区域基本稳定，报告期内外销业务产生的运输装卸费随着外销收入的增长而增长，占外销收入的比重较为平稳，外销业务的运输装卸费与外销收入规模较为匹配。

综上，报告期内发行人的运输费用占收入的比重波动具备合理性，运输费用与销售收入规模基本匹配。

(2) 报告期内，发行人运输费用与销量及销售区域的匹配情况如下：

单位：万立方米、万元、元/立方米

合并	2021 年 1 月-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
内销业务销量	15.05	26.63	20.41	15.06
外销业务销量	5.83	10.94	8.41	5.63
销售销量合计	20.88	37.57	28.82	20.69
内销业务运输装卸费	1,992.86	2,850.76	3,000.11	1,708.52
外销业务运输装卸费	351.17	579.15	557.21	308.80
运输装卸费合计	2,344.03	3,429.90	3,557.32	2,017.32
内销业务单位运费	132.38	107.06	146.99	113.42
外销业务单位运费	60.23	52.93	66.26	54.90
总体单位运费	112.24	91.29	123.43	97.50

注：由于发行人的纸制品产品具备体积大但重量轻的特点（俗称“泡货”），运费计量方式基本采用产品装运的体积进行计量，因此报告期内的销量按立方米进行统计；上表的销量已扣除客户上门自提部分的销量。

①内销业务匹配性分析

如上表所示，由于内销业务受到下游鞋服、餐饮、零售等行业客户经营特点以及发行人自身经营策略的影响，产品销售所涉及的区域也涉及全国各地，而不同销售区域的运费价格差异及销量变化导致内销业务的单位运费存在一定的波动。

报告期内，内销业务不同地区的销售发货量情况如下：

单位：万立方米

发货区域	2021 年 1-6 月		2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	销量	占比	销量	占比	销量	占比	销量	占比

华东地区	5.93	39.41%	10.16	38.17%	6.92	33.91%	4.96	32.95%
华南地区	4.74	31.49%	10.32	38.75%	8.04	39.40%	7.43	49.33%
小计	10.67	70.89%	20.48	76.92%	14.96	73.31%	12.4	82.29%
华北地区	1.38	9.14%	2.84	10.68%	0.93	4.54%	0.25	1.69%
华中地区	1.29	8.58%	1.27	4.78%	1.95	9.57%	0.73	4.85%
西南地区	0.94	6.27%	1.32	4.95%	2.06	10.11%	1.33	8.80%
东北地区	0.43	2.87%	0.44	1.65%	0.17	0.83%	0.07	0.43%
西北地区	0.34	2.24%	0.27	1.03%	0.34	1.65%	0.29	1.95%
小计	4.38	29.11%	6.15	23.08%	5.45	26.69%	2.67	17.71%
合计	15.05	100.00%	26.63	100.00%	20.41	100.00%	15.06	100.00%

报告期内，由于发行人产品起运地主要为华南和华东厂区，因此华南和华东区域的销售运费单价相对较低，而华中地区、华北地区、西南地区及西北地区（以下简称“较远地区”）的单位运输价格相对较高，因此较远地区的销售发货量的规模对总体单位运费的影响较大。报告期内，内销业务中较远地区的销售发货量占比分别为 17.71%、26.69%、23.08%和 29.11%，而内销业务单位运费金额分别为 113.42 元、146.99 元、107.06 元和 132.38 元，两者呈同向变动关系，匹配关系较为合理。

②外销业务匹配性分析

外销业务基本采用 FOB 交易方式，发行人仅承担从工厂到港口的国内段的运杂费，销售发货区域基本稳定，但由于受到装运发货时采用的集装箱货柜规格（高柜或者半高柜）及装柜方式（整柜或拼柜）的影响，外销业务单位运费存在合理波动，外销业务的运输装卸费与外销业务销售发货量及销售区域较为匹配。

综上，发行人报告期内的单位运费波动具备合理性，运输费用与销量及销售区域基本匹配。

3、采取 CIF 模式境外销售运费单价是否符合 2021 年以来海运涨价、货柜紧张的背景

2020 年及 2021 年 1-6 月，发行人未发生采用 CIF 交货方式的外销收入，FOB 交货方式发行人仅承担从工厂到港口国内段的运杂费，因此 2021 年以来海运涨价、货柜紧张的情况对发行人销售运费基本无影响。

4、中介机构核查情况

申报会计师履行了如下核查程序：

(1) 获取销售费用-运输装卸费明细账，核查报告期内主要物流供应商的交易情况；

(2) 获取主要物流商的运输合同、报价单、对账单、发票及付款单据，核查运费入账金额的准确性和完整性；

(3) 比较不同主要物流商的收费标准，核查是否存在不合理的差异；

(4) 访谈公司财务、销售及仓储管理人员，询问报告期内物流商报价变动情况和发货区域的变动情况，了解运费波动的原因是否合理；

(5) 获取销售费用运输装卸费明细账，检查内销业务和外销业务的运输装卸费金额归集是否准确；

(6) 获取销售发货列表，分析运费的变化与销量及销售区域的变动是否匹配；

(7) 访谈公司销售部和财务部人员，了解外销客户的交货方式分布情况；

(8) 检查 2020 年及 2021 年 1-6 月销售费用-运输装卸费中是否存在承担境外客户海运费的情况；

(9) 获取主要外销客户的合同、订单、发票及报关单，检查主要外销客户交货方式是否与实际情况一致。

经核查，申报会计师认为：

(1) 报告期运输费用的变动与报告期收入规模、销量、发货数量及销售区域相匹配，运输费用的波动具备合理性；

(2) 发行人报告期内主要运输业务提供商的运费金额完整、准确，不同供应商之间报价不存在较大差异；

(3) 2021 年以来海运涨价、货柜紧张的情况对发行人的销售运费基本无影响。

(三) 结合销售费用中销售佣金的形成原因说明销售佣金大幅变动的原因, 与对应客户销售收入的匹配关系, 是否属于合同履约成本, 会计处理是否符合规定; 说明报告期内管理费用中租赁及物业管理费用持续增长的原因, 与发行人租赁生产经营场所的匹配关系; 说明报告期内利息支出与发行人有息负债规模及对应负债科目的勾稽匹配关系; 结合结换汇情况、跨境资金流动情况说明报告期内汇兑损益是否与境外销售规模相匹配

1、结合销售费用中销售佣金的形成原因说明销售佣金大幅变动的原因, 与对应客户销售收入的匹配关系, 是否属于合同履约成本, 会计处理是否符合规定

公司的部分境外业务依靠销售中介服务商进行境外业务推广, 根据签署的佣金协议约定, 对部分国外客户销售款需支付中介服务商一定比例的销售佣金。

报告期内, 公司销售佣金的主要支付对象、支付的销售佣金金额及相关的销售收入具体情况如下:

单位: 万元

2018 年				
销售佣金支付对象	佣金金额	对应销售收入金额	佣金比例	佣金确定方式
CAPRICORN SpA	12.25	136.62	8.97%	定率
MDLK INTERNATIONAL	17.18	1,697.84	1.01%	定率
PROGRESS LUV2PAK INTERNATIONAL LTD	22.41	85.76	26.13%	每单协商确定
厦门迪司波贸易有限公司	94.29	1,539.23	6.13%	定额定率结合
合计	146.13	3,459.45	4.22%	-

续:

2019 年				
销售佣金支付对象	佣金金额	对应销售收入金额	佣金比例	佣金确定方式
香港三和商事发展有限公司	34.43	4,303.17	0.80%	定率
CAPRICORN SpA	23.55	239.87	9.82%	定率
MDLK INTERNATIONAL	19.20	1,909.24	1.01%	定率
PROGRESS LUV2PAK INTERNATIONAL LTD	48.45	144.36	33.56%	每单协商确定
厦门迪司波贸易有限公司	109.77	2,292.07	4.79%	定额定率结合
合计	235.40	8,888.71	2.65%	-

续:

2020 年				
销售佣金支付对象	佣金金额	对应销售收入金额	佣金比例	佣金确定方式
香港三和商事发展有限公司	57.01	7,087.69	0.80%	定率
CAPRICORN SpA	4.47	45.06	9.92%	定率
MDLK INTERNATIONAL	23.74	2,670.83	0.89%	定率
PROGRESS LUV2PAK INTERNATIONAL LTD	18.80	71.37	26.34%	每单协商确定
厦门迪司波贸易有限公司	105.12	2,952.64	3.56%	定额定率结合
合计	209.14	12,827.58	1.63%	-

续：

2021 年 1-6 月				
销售佣金支付对象	佣金金额	对应销售收入金额	佣金比例	佣金确定方式
香港三和商事发展有限公司	13.29	1,530.20	0.87%	定率
MDLK INTERNATIONAL	16.51	1,729.31	0.95%	定率
PROGRESS LUV2PAK INTERNATIONAL LTD	8.41	36.77	22.88%	每单协商确定
厦门迪司波贸易有限公司	85.33	3,132.39	2.72%	定额定率结合
Pollyson Trading	3.03	61.36	4.94%	定率
360Global Inc	9.91	194.49	5.09%	定率
合计	136.48	6,684.52	2.04%	-

由上表可知，销售佣金大幅变动主要是由于收入增长以及新增需支付销售佣金的大客户。2020 年销售收入上升，佣金金额下降主要受 PROGRESS LUV2PAK INTERNATIONAL LTD、厦门迪司波贸易有限公司影响。PROGRESS LUV2PAK INTERNATIONAL LTD 按每个订单计算佣金，该中间商协助公司与客户进行价格谈判，佣金比例受最终价格谈判结果影响，波动较大。报告期内，该中间商协助公司从最终客户获取的销售订单效益较好，因此公司支付其佣金的比例较高；厦门迪司波贸易有限公司采用定额佣金与定率佣金相结合的方式支付佣金，销售收入上升，单位定额佣金下降，导致 2020 年厦门迪司波贸易有限公司佣金比例下降。

综上，报告期内，公司销售佣金与收入具有匹配性。

同行业可比上市公司中，森林包装销售费用中存在销售佣金。

根据《〈企业会计准则第 14 号—收入〉应用指南（2018）》：“企业为取得合同发生的增量成本预期能够收回的，应当作为合同取得成本确认为一项资产。增

量成本，是指企业不取得合同就不会发生的成本，如销售佣金等。为简化实务操作，该资产摊销期限不超过一年的，可以在发生时计入当期损益”，“合同取得成本的主要账务处理。企业发生上述合同取得成本时，借记本科目，贷记“银行存款”、“其他应付款”等科目；对合同取得成本进行摊销时，按照其相关性借记“销售费用”等科目，贷记本科目”。因此，在新收入准则下，销售佣金先通过“合同取得成本”归集，然后摊销计入“销售费用”等科目，在简化操作中，对于摊销期限不超过一年的，发生时应计入“销售费用”等科目。合同履约成本为“与一份当前或预期取得的合同直接相关、增加了企业未来用于履行（包括持续履行）履约义务的资源、预期能够收回”的一项资产。销售佣金属于不取得销售合同就不会发生的开支，在新收入准则下销售佣金属于增量成本，故公司销售佣金不应计入合同履约成本。公司将销售佣金计入销售费用核算，符合会计准则规定。

2、说明报告期内管理费用中租赁及物业管理费用持续增长的原因，与发行人租赁生产经营场所的匹配关系

报告期内，公司租赁及物业管理费用核算情况如下：

2021年1-6月					
承租方	租赁所在地	租赁用途	月均租赁面积 (m ²)	年租金（万元）	单位面积月租金 (元/月/平方米)
南王科技	福建省泉州市	仓库	53,395.60	285.55	8.91
南王科技	福建省泉州市	宿舍	7,927.76	56.08	11.79
南王科技	广东省佛山市	办公室	86.24	2.83	54.69
南王科技	福建省泉州市	托盘租金	-	68.36	-
南王科技	福建省泉州市	物业费	-	22.37	-
珠海中粤	广东省珠海市	仓库	13,586.00	118.85	14.58
珠海中粤	广东省珠海市	办公室	1,301.00	9.92	12.71
珠海中粤	广东省珠海市	物业费	-	44.09	-
安徽南王	安徽省合肥市	仓库	3,982.00	40.07	16.77
安徽南王	安徽省合肥市	托盘租金	-	0.99	-
安徽南王	安徽省合肥市	其他租赁（注2）	-	1.86	-
香河南王	河北省廊坊市	仓库	2,815.63	37.80	22.38

香河南王	河北省廊坊市	办公室	487.00	9.26	31.69
湖北南王	湖北省武汉市	仓库	6,472.20	49.59	12.77
湖北南王	湖北省武汉市	宿舍	1,465.10	14.79	16.82
湖北南王	湖北省武汉市	办公室	752.84	5.77	12.77
湖北南王	湖北省武汉市	物业费	-	8.67	-
湖北南王	湖北省武汉市	食堂	149.50	1.40	15.61
马来西亚南王	马来西亚吉打州	宿舍	254.09	2.15	14.10
马来西亚南王	马来西亚吉打州	办公室	145.39	1.64	18.80
合计	-	-	92,820.35	782.04 (注 1)	-
2020 年度					
承租方	租赁所在地	租赁用途	月均租赁面积 (m ²)	年租金 (万元)	单位面积月租金 (元/月/平方米)
南王科技	福建省泉州市	仓库	28,932.90	323.45	9.32
南王科技	福建省泉州市	宿舍	6,417.67	79.52	10.36
南王科技	福建省泉州市	托盘租金	-	66.05	-
南王科技	福建省泉州市	物业费	-	44.19	-
珠海中粤	广东省珠海市	仓库	8,276.00	132.99	13.39
珠海中粤	广东省珠海市	办公室	1,301.00	19.34	12.39
珠海中粤	广东省珠海市	物业费	-	61.55	-
安徽南王	安徽省合肥市	仓库	2,277.11	41.93	15.34
安徽南王	安徽省合肥市	宿舍	15.00	0.26	14.44
安徽南王	安徽省合肥市	托盘租金	-	1.37	-
安徽南王	安徽省合肥市	其他租赁 (注 2)	-	3.26	-
香河南王	河北省廊坊市	仓库	1,565.38	33.13	17.64
香河南王	河北省廊坊市	办公室	507.00	14.83	24.38
湖北南王	湖北省武汉市	仓库	1,618.05	26.03	13.41
湖北南王	湖北省武汉市	办公室	188.21	3.03	13.42
马来西亚南王	马来西亚吉打州	宿舍	254.09	4.58	15.02
合计	-	-	51,352.41	855.51	-
2019 年度					
承租方	租赁所在地	租赁用途	月均租赁面积	年租金(万元)	单位面积月租金

			(m ²)		(元/月/平方米)
南王科技	福建省泉州市	仓库	15,847.81	173.44	9.12
南王科技	福建省泉州市	宿舍	4,785.15	52.41	9.13
南王科技	福建省泉州市	托盘租金	-	26.84	-
南王科技	福建省泉州市	物业费	-	27.91	-
珠海中粤	广东省珠海市	仓库	6,327.00	116.48	15.34
珠海中粤	广东省珠海市	办公室	1,918.00	21.92	9.52
珠海中粤	广东省珠海市	物业费	-	22.61	-
安徽南王	安徽省合肥市	仓库	250.00	4.51	15.03
安徽南王	安徽省合肥市	宿舍	22.50	0.36	13.33
安徽南王	安徽省合肥市	办公室	2,100.00	36.31	14.41
安徽南王	安徽省合肥市	托盘租金	-	0.12	-
安徽南王	安徽省合肥市	其他租赁（注2）	-	0.10	-
香河南王	河北省廊坊市	仓库	382.05	1.47	19.24
香河南王	河北省廊坊市	物业费	-	0.95	-
马来西亚南王	马来西亚吉打州	宿舍	42.35	0.78	15.35
马来西亚南王	马来西亚吉打州	办公室	868.51	21.27	20.41
马来西亚南王	马来西亚吉打州	物业费	-	7.60	-
合计	-	-	32,543.37	515.08	-
2018 年度					
承租方	租赁所在地	租赁用途	月均租赁面积 (m ²)	年租金(万元)	单位面积月租金 (元/月/平方米)
南王科技	福建省泉州市	仓库	12,438.85	113.72	7.62
南王科技	福建省泉州市	宿舍	3,973.35	41.35	8.67
南王科技	福建省泉州市	托盘租金	-	5.76	-
南王科技	福建省泉州市	物业费	-	24.45	-
珠海中粤	广东省珠海市	仓库	975.00	20.06	17.15
珠海中粤	广东省珠海市	办公室	600.00	6.21	8.63
珠海中粤	广东省珠海市	物业费	-	13.50	-
珠海中粤	广东省珠海市	其他租赁（注2）	-	0.41	-
合计	-	-	17,987.20	225.46	-

注 1：2021 年公司执行新租赁准则，为保持前后期可比性，2021 年 1-6 月租赁数据仍采用旧租赁准则口径统计；

注 2：其他租赁为复印机、污水房、升降机租赁等。

报告期内，管理费用中的租赁及物业管理费用主要包括仓库、宿舍、办公室租金以及相关物业费、绿化费等。报告期内，管理费用归集的租赁及使用权资产折旧费总额分别为 187.51 万元、456.01 万元、749.77 万元以及 697.60 万元，物业费、绿化费总额分别为 37.95 万元、59.06 万元、105.74 万元以及 75.14 万元。

报告期内，发行人及部分子公司仓库租金单价变动的原因如下：

（1）发行人 2019 年仓库租金单价由 7.62 元/平方米上涨至 9.12 元/平方米，主要是由于发行人原租赁的泰速贸易仓库租金价格上涨，以及新租赁的仓库由于周边地区租金普遍上涨租金价格较高。

（2）珠海中粤仓库租金单价从 2018 年至 2020 年逐年下降，主要是由于 2018 年的租赁一楼仓库的租金单价较高，而 2019 年和 2020 年新增租赁的二、三楼租金单价较低，导致报告期内租金单价逐年下降。一楼仓库地面由于承重力较强，可承重较大重量存货导致租金单价较高；二、三楼仓库地面承重力相对较弱，使用范围受限导致租金单价较低。

（3）2019 年至 2021 年上半年，香河南王仓库租金单价上涨，主要由于周边地区租金普遍上涨，而 2020 年由于疫情影响，出租方减免部分租金导致租金单价下降。

报告期内，发行人租赁及物业管理费持续增长主要受业务规模增加影响，发行人及子公司生产经营规模持续扩大，员工数量增长，相应需要更多的仓库、宿舍、办公场所等。

综上所述，报告期内发行人管理费用中租赁及物业管理费用变动情况与租赁生产经营场所相匹配。

3、说明报告期内利息支出与发行人有息负债规模及对应负债科目的勾稽匹配关系

报告期内，公司短期借款与利息支出的明细如下：

单位：万元

项目	2021 年 6 月 30 日 /2021 年 1-6 月	2020 年 12 月 31 日 /2020 年度	2019 年 12 月 31 日 /2019 年度	2018 年 12 月 31 日 /2018 年度
短期借款余额	4,986.79	3,473.76	3,489.48	3,500.00
利息支出	213.15	12.86	169.98	174.05
其中：内部借款利息进项	0.79	0.62	0.23	0.81

政府贴息补贴	-12.10	-50.00	-	-
租赁负债利息	119.64	-	-	-
短期借款利息支出	104.82	62.24	169.75	173.24

注：内部借款利息进项为母子公司之间资金拆借产生的利息支出进项税额无法税前抵扣。

(1) 报告期内，发行人利息支出主要为短期借款利息支出，短期借款的利

息支出测算情况如下：

年度	序号	贷款银行	本金① (万元)	年率②	计息开始 日期③	计息结束 日期④	应计利息⑤=①*② * (④-③) /360 (万元)	账面利息 ⑥ (万元)	差异率 ⑦= (⑤ -⑥) /⑥
2021 年 1-6 月	1	中国建设银行股份有限公司惠安支行	3,470.00	4.57%	2021/1/1	2021/6/30	79.24	104.82	0.09%
	2	中国民生银行股份有限公司泉州分行	60.00	4.50%	2021/4/9	2021/6/15	0.50		
	3	中国民生银行股份有限公司泉州分行	296.03	4.50%	2021/4/12	2021/6/15	2.36		
	4	中国民生银行股份有限公司泉州分行	12.72	4.50%	2021/4/16	2021/6/15	0.10		
	5	中国民生银行股份有限公司泉州分行	129.61	4.50%	2021/4/19	2021/6/15	0.92		
	6	中国民生银行股份有限公司泉州分行	701.13	4.50%	2021/4/20	2021/6/15	4.81		
	7	中国民生银行股份有限公司泉州分行	136.07	4.50%	2021/4/30	2021/6/30	1.04		
	8	中国民生银行股份有限公司泉州分行	40.65	4.50%	2021/4/30	2021/6/15	0.23		
	9	中国民生银行股份有限公司泉州分行	1,254.54	4.50%	2021/4/30	2021/6/23	8.47		
	10	中国民生银行股份有限公司泉州分行	263.39	4.50%	2021/4/30	2021/6/30	2.01		
	11	中国民生银行股份有限公司泉州分行	103.91	4.50%	2021/5/11	2021/6/30	0.65		
	12	中国民生银行股份有限公司泉州分行	58.52	4.50%	2021/5/14	2021/6/30	0.35		
	13	中国民生银行股份有限公司泉州分行	200.00	4.50%	2021/5/17	2021/6/30	1.10		
	14	中国民生银行股份有限公司泉州分行	224.68	4.50%	2021/5/20	2021/6/30	1.16		
	15	中国民生银行股份有限公司泉州分行	44.31	4.50%	2021/5/26	2021/6/30	0.19		
	16	中国民生银行股份有限公司泉州分行	474.43	4.50%	2021/5/31	2021/6/30	1.78		
小计							104.91	104.82	0.09%
2020 年度	1	中国建设银行股份有限公司惠安支行	3,385.00	4.79%	2020/1/1	2020/4/1	40.94	62.24	0.02%
	2	中国建设银行股份有限公司惠安支行	100.00	4.79%	2020/1/1	2020/7/26	2.75		
	3	中国建设银行股份有限公司惠安支行	1,300.00	4.57%	2020/10/20	2020/12/31	12.04		
	4	中国建设银行股份有限公司惠安支行	1,000.00	4.57%	2020/11/20	2020/12/31	5.33		
	5	中国建设银行股份有限公司惠安支行	1,170.00	4.57%	2020/12/23	2020/12/31	1.19		

年度	序号	贷款银行	本金① (万元)	年率②	计息开始 日期③	计息结束 日期④	应计利息⑤=①*② * (④-③) / 360 (万元)	账面利息 ⑥ (万元)	差异率 ⑦= (⑤ -⑥) / ⑥
	小计						62.25	62.24	0.02%
2019 年度	1	中国建设银行股份有限公司惠安支行	935.00	4.79%	2019/5/28	2019/12/31	27.09	169.75	-0.03%
	2	中国建设银行股份有限公司惠安支行	750.00	4.79%	2019/6/12	2019/12/31	20.24		
	3	中国建设银行股份有限公司惠安支行	1,800.00	4.79%	2019/7/26	2019/12/31	38.04		
	4	中国建设银行股份有限公司惠安支行	950.00	4.78%	2019/1/1	2019/5/16	17.05		
	5	中国建设银行股份有限公司惠安支行	750.00	5.22%	2019/1/1	2019/6/10	17.40		
	6	中国建设银行股份有限公司惠安支行	800.00	5.22%	2019/1/1	2019/6/25	20.30		
	7	中国建设银行股份有限公司惠安支行	1,000.00	5.22%	2019/1/1	2019/7/24	29.58		
	小计						169.70	169.75	-0.03%
2018 年度	1	中国建设银行股份有限公司惠安支行	3,550.00	4.783%	2018/1/1	2018/5/14	62.76	173.24	0.01%
	2	中国建设银行股份有限公司惠安支行	2,550.00	4.783%	2018/5/15	2018/6/20	12.54		
	3	中国建设银行股份有限公司惠安支行	1,000.00	4.783%	2018/6/21	2018/7/19	3.85		
	4	中国建设银行股份有限公司惠安支行	950.00	4.783%	2018/5/17	2018/12/31	28.79		
	5	中国建设银行股份有限公司惠安支行	1,550.00	5.22%	2018/6/26	2018/12/31	42.25		
	6	中国建设银行股份有限公司惠安支行	1,000.00	5.22%	2018/7/25	2018/12/31	23.06		
	小计						173.25	173.24	0.01%

报告期内,公司的利息支出主要来源于向中国建设银行和中国民生银行的短期借款。经测算,公司产生利息支出情况与银行借款变动基本一致,利息支出与公司银行借款规模相匹配。

(2) 2021 年开始公司执行新租赁准则,公司租赁负债的折现率参考中国人民银行基准利率,不同的租赁期限对应的基准利率不同,境外子公司马来西亚南王采用当地银行基准利率进行测算。租赁负债利息支出与租赁负债的勾稽测算如下:

1) 租赁期限 1-5 年

单位: 万元

月度	期初租赁负债 A	本期新增租赁负债 B	月利率 C	年基准利率	应计利息费用(A+B)*C	当期还款金额	期末租赁负债	账面租赁负债利息支出	差异
2021 年 1 月	2,271.25	338.87	0.3958%	4.75%	10.33	121.04	2,499.40	10.33	-
2021 年	2,499.40	-	0.3958%	4.75%	9.89	38.22	2,471.08	9.89	-

2 月									
2021 年 3 月	2,471.08	35.89	0.3958%	4.75%	9.92	81.10	2,435.80	9.92	-
2021 年 4 月	2,435.80	-	0.3958%	4.75%	9.64	102.60	2,342.84	9.64	-
2021 年 5 月	2,342.84	-	0.3958%	4.75%	9.27	33.76	2,318.35	9.27	-
2021 年 6 月	2,318.35	271.81	0.3958%	4.75%	10.25	100.83	2,499.59	10.25	-
合计								59.32	-

2) 租赁期限 5 年以上

单位：万元

月度	期初租赁负债 A	本期新增租赁负债 B	月利率 C	年基准利率	应计利息费用(A+B)*C	当期还款金额	期末租赁负债	账面租赁负债利息支出	差异
2021 年 1 月	1,867.22	-	0.4083%	4.90%	7.62	-	1,874.84	7.62	-
2021 年 2 月	1,874.84	272.90	0.4083%	4.90%	8.77	52.18	2,104.33	8.77	-
2021 年 3 月	2,104.33	-	0.4083%	4.90%	8.59	7.53	2,105.39	8.59	-
2021 年 4 月	2,105.39	-	0.4083%	4.90%	8.60	52.78	2,061.21	8.60	-
2021 年 5 月	2,061.21	-	0.4083%	4.90%	8.42	7.26	2,062.37	8.42	-
2021 年 6 月	2,062.37	431.71	0.4083%	4.90%	10.18	-	2,504.26	10.18	-
合计								52.18	-

3) 马来西亚南王租赁

单位：万元

月度	期初租赁负债 A	本期新增租赁负债 B	月利率 C	年基准利率	应计利息费用(A+B)*C	当期还款金额	期末租赁负债	账面租赁负债利息支出	差异 (注)
2021 年 1 月	477.71	-	0.3125%	3.75%	1.46	10.14	469.03	1.43	-0.04
2021 年 2 月	469.03	-	0.3125%	3.75%	1.43	10.14	460.32	1.40	-0.04
2021 年 3 月	460.32	-	0.3125%	3.75%	1.41	10.14	451.58	1.37	-0.04
2021 年 4 月	451.58	-	0.3125%	3.75%	1.38	10.14	442.82	1.34	-0.04
2021 年 5 月	442.82	-	0.3125%	3.75%	1.35	10.14	434.03	1.31	-0.04
2021 年 6 月	434.03	-	0.3125%	3.75%	1.32	10.14	425.21	1.29	-0.04
合计								8.14	-0.24

注：境外子公司马来西亚南王记账本位币是马来西亚林吉特，本表租赁负债使用的是 2020 年 12 月 31 日资产负债表汇率，导致期末租赁负债与账面金额存在汇率差；表格中差异金额系利润表与资产负债表报表折算时产生的汇率差。

综上，租赁负债利息支出与租赁负债科目勾稽匹配。

4、结合结换汇情况、跨境资金流动情况说明报告期内汇兑损益是否与境外销售规模相匹配

(1) 跨境资金流动情况、结换汇情况

由于公司的跨境资金流动来源于母公司南王科技和境外子公司马来西亚南王，南王科技本位币为人民币，马来西亚南王本位币为马来西亚林吉特，故分开列示南王科技和马来西亚南王的跨境资金流动情况、结换汇情况。

①南王科技的跨境资金流入主要为收取境外客户货款，南王科技的跨境资金流出主要为支付供应商采购设备、佣金、子公司投资款等款项。

1) 跨境资金流入情况

单位：万元

项目	2021 年 1-6 月		2020 年度		2019 年度		2018 年度	
币种	原币	本位币	原币	本位币	原币	本位币	原币	本位币
美元	1,816.78	11,764.75	3,446.80	23,793.45	2,711.38	18,780.24	2,049.09	13,623.39
港元	54.31	44.98	-	-	-	-	-	-

2) 跨境资金流出情况

单位：万元

项目	2021 年 1-6 月		2020 年度		2019 年度		2018 年度	
币种	原币	本位币	原币	本位币	原币	本位币	原币	本位币
美元	180.19	1,168.04	301.05	2,047.55	417.74	2,915.05	124.29	822.88
港元	-	-	-	-	-	-	-	-

3) 结换汇情况

单位：万元

项目	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
1、结汇				
万美元	1,880.00	3,423.00	2,080.00	1,780.00
万元人民币	12,154.73	23,506.59	14,381.77	11,752.62
2、换汇				
人民币换美元（万美元）	-	-	1.60	-
人民币换美元（万元）	-	-	11.09	-

报告期内，南王科技跨境资金流动及结换汇勾稽分析如下：

单位：万元

项目	美元		港元	
	原币	本位币	原币	本位币

2018 年 1 月 1 日结存①	264.29	1,726.94	-	-
跨境资金流入②	10,027.19	67,984.14	54.31	44.98
跨境资金流出③	1,023.28	6,966.37	-	-
结汇④	9,163.00	61,767.33	-	-
换汇⑤	1.67	11.57	-	-
其他⑥	-41.24	-277.34	0.00	0.00
测算 2021 年 6 月 30 日结存 ⑦=①+②-③-④+⑤+⑥	65.63	711.62	54.31	44.98
2021 年 6 月 30 日结存	65.63	423.97	54.31	45.19
差异	-	-287.65	-	0.21

注：其他主要系银行存款的利息收入、代垫海运费等事项

②马来西亚南王的跨境资金流入主要为收取境外客户货款及母公司投资款，马来西亚南王的跨境资金流出主要为支付供应商设备采购等款项。

1) 跨境资金流入及流出情况

单位：万美元、万林吉特

项目	2021 年 1-6 月		2020 年度		2019 年度		2018 年度	
币种	原币	本位币	原币	本位币	原币	本位币	原币	本位币
跨境资金流入	223.89	918.09	204.45	853.87	300.77	1,255.71	-	-
跨境资金流出	146.30	601.55	193.43	797.95	164.49	688.49	-	-

2) 结换汇情况

项目	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
结汇				
万美元	84.50	74.50	32.00	-

注：马来西亚南王报告期内无换汇事项

报告期内，马来西亚南王跨境资金流动及结换汇勾稽分析如下：

单位：万林吉特

项目	美元	
	原币	本位币
2018 年 1 月 1 日结存①	-	-
跨境资金流入②	729.11	3,027.67
跨境资金流出③	504.22	2,087.99
结汇④	191.00	790.20
换汇⑤	0.00	0.00
其他⑥	0.22	0.92

测算 2021 年 6 月 30 日结存 ⑦=①+②-③-④+⑤+⑥	34.11	150.40
2021 年 6 月 30 日结存	34.11	141.61
差异	-	-8.78

注：其他为银行存款的利息收入

根据上表所示，本位币差异由货币资金的汇兑损益所致。

（2）汇兑损益的构成情况

公司汇兑损益主要产生于两个环节：一是进行外币交易时所产生的汇兑损益；二是持有外币货币性项目期间，在资产负债表日对相关项目进行折算，因汇率变动产生的差额计入汇兑损益。

报告期内，公司汇兑损益的构成明细列示如下：

单位：万元

项目	2021年1-6月	2020年度	2019年度	2018年度
外币采购存货应付账款折算汇兑损益	11.76	-29.45	10.03	1.71
外币设备应付账款折算汇兑损益	3.53	-0.37	-6.19	-2.58
外币其他应付款折算汇兑损益	15.70	2.93	-0.20	-0.01
外币货币资金折算汇兑损益	26.91	365.55	-53.91	-37.29
外币应收账款折算汇兑损益	13.39	74.40	12.90	-13.27
汇兑损益合计	71.30	413.06	-37.38	-51.43

通过上表可以看出，汇兑损益主要由外币货币资金和外币应收款账款折算的汇兑损益产生，而外币货币资金和外币应收账款折算的汇兑损益主要受境外资金流入及结汇情况影响。故而汇兑损益的金额在很大程度上受到境外销售收入规模的影响。

（3）汇兑损益与境外销售规模的匹配情况

报告期内，公司的汇兑损益同时受汇率变动、外销收入规模及结换汇时点的影响。

报告期内，发行人的汇兑损益与境外销售规模的具体情况如下：

单位：万元

项目	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
汇兑损益（收益以“-”号填列）	71.30	413.06	-37.38	-51.43
汇兑损益变动率	-82.74%	-1205.15%	-27.33%	-
境外销售收入	13,306.91	23,854.97	19,048.31	13,616.04
境外销售收入变动率	-44.22%	25.23%	39.90%	-

期末美元汇率	6.4601	6.5249	6.9762	6.8632
汇率波动	-0.0648	-0.4513	0.1130	0.3290
汇率波动的变动率	-85.64%	-499.38%	-65.65%	-

注 1：期末美元汇率取各报告期期末的折算汇率，2018 年度的汇率波动率根据 2017 年 12 月 29 日人民币对美元汇率的中间价 6.5342 计算得来；

注 2：报告期内，公司境外销售以美元结算为主，故仅列示美元汇率的波动率进行对比。

由上表可见，报告期内，公司的汇兑损益变动率和汇率波动的变动率的变动趋势基本一致。但是受公司外销收入规模、美元兑人民币汇率变动及结换汇时点的综合影响，其变动幅度不尽相同。

报告期内，美元对人民币汇率的变动趋势如下：



数据来源：中国人民银行官网

报告期内，公司境外销售主要以美元结算为主，根据上表所示，美元兑人民币汇率呈现先升后跌的趋势。2018 年美元兑人民币汇率呈大幅上涨趋势，2019 年美元兑人民币汇率小幅波动式上涨，因此 2018 年和 2019 年的财务费用形成汇兑收益。同时 2019 年汇率上升幅度比 2018 年降低，汇率波动的变动率达-65.65%，但是受 2019 年境外销售规模大幅增长的影响，2019 年的汇兑损益仅较上年下降 27.33%。2020 年美元兑人民币汇率于上半年小幅上涨后于下半年大幅下跌，在 2021 年上半年继续呈波动下降趋势，因此 2020 年和 2021 年上半年的财务费用形成汇兑损失。2020 年公司受境外销售规模持续扩大的影响，汇兑损失的变动幅度明显大于汇率波动的变动幅度。且 2021 年上半年美元兑人民币汇率相较于 2020 年下降幅度明显收窄，由于境外销售规模仅为半年的收入，较 2020 年全年收入大幅下降，因此 2021 年上半年的汇兑损失相较于 2020 年同比减少。

同时公司一般会综合考虑汇率变动、外汇市场和外币规模等因素，控制结换

汇的规模和时间点，灵活应对外汇风险。由于报告期内汇率波动较大，不同时间点进行结换汇也会对汇兑损益产生一定影响。

综上所述，公司的汇兑损益同时受汇率变动、外销收入规模及结换汇时点的综合影响，与外销收入规模相匹配。

5、中介机构核查情况

申报会计师履行了如下核查程序：

（1）获取了发行人报告期内的租赁费以及物业费的合同，整理报告期内公司管理费用下租赁房屋场地的面积、租金，计算房屋租赁单价，分析租金和租赁面积、范围的匹配性；

（2）获取并检查分析佣金协议、报告期内佣金统计表和对应销售收入统计表；

（3）分析销售佣金是否构成新收入准则下的合同履约成本；

（4）获取并复核公司报告期内的财务费用明细，短期借款协议、短期借款明细账；

（5）获取报告期内公司租赁合同，并复核公司报告期内的租赁负债明细账、租赁负债测算表；

（6）核查公司外币账户的银行流水，了解公司外汇流转过过程，境外销售的结算方式、跨境资金流动情况、结换汇情况。

经核查，申报会计师认为：

（1）报告期内，发行人销售佣金变动原因具备合理性，销售佣金与销售收入相匹配，销售佣金不属于合同履约成本，会计处理符合规定；

（2）报告期内，发行人管理费用中租赁及物业管理费用持续增长与租赁生产经营场所相匹配；

（3）报告期内，发行人利息支出与有息负债规模相匹配，利息支出与对应负债科目相勾稽；

（4）报告期内，发行人汇兑损益与境外销售规模相匹配。

（四）列表说明发行人销售费用率、管理费用率、研发费用率与同行业可比公司及其平均水平的比较情况，如存在较大差异，请进一步分析原因

1、销售费用率

报告期内，公司销售费用率与同行业可比上市公司的比较情况如下：

单位：%

公司名称	2021 年 1-6 月	2020 年	2019 年	2018 年
东风股份（601515.SH）	4.48	5.94	4.70	3.24
上海艾录（301062.SZ）	5.05	4.87	4.97	5.36
美盈森（002303.SZ）	6.49	5.26	7.14	7.34
新通联（603022.SH）	4.10	3.59	4.61	4.15
裕同科技（002831.SZ）	2.75	2.74	4.80	4.44
翔港科技（603499.SH）	3.12	2.91	5.72	5.59
环球印务（002799.SZ）	1.46	2.89	3.08	5.55
合兴包装（002228.SZ）	2.37	2.63	4.40	3.96
劲嘉股份（002191.SZ）	1.41	1.73	3.64	3.47
永吉股份（603058.SH）	1.55	1.06	1.45	1.44
新宏泽（002836.SZ）	1.66	1.35	3.92	3.24
大胜达（603687.SH）	1.38	1.72	4.85	3.78
森林包装（605500.SH）	0.97	1.01	3.10	2.80
龙利得（300883.SZ）	1.11	1.00	5.16	4.81
金时科技（002951.SZ）	0.61	0.56	2.04	1.55
行业平均	2.57	2.62	4.24	4.05
发行人	2.28	2.12	7.74	6.06

注：数据来源于各同行业可比上市公司年度报告及半年度报告。

2018 和 2019 年，公司销售费用率高于同行业可比上市公司平均水平，主要是由于以下原因：

（1）与同行业可比上市公司相比，发行人产品运费较高，主要是由于：

①产品形态存在差异。公司环保纸袋和食品包装多为抛货（通俗讲即为轻货，指体积大而重量轻的货物），运费多以体积计价，与同行业可比上市公司的产品纸箱、纸盒、烟标等相比，运费更高。发行人产品与纸箱、纸盒、烟标等的运输差异情况如下：

项目	运输差异情况
发行人产品	（1）食品包装：抛货产品居多，叠套装箱进行运输，因压平会导致产品损坏，装箱时不可压平，运费按体积计价，导致运费相对较高； （2）环保纸袋：发行人环保纸袋多数为带手柄纸袋，带手柄纸袋为半抛货，叠平后装箱进行运输，因过于压实会导致手柄处出现折痕，影响纸袋外形，装箱时不可过于压实，运费按体积计价，导致运费相对较高。
纸箱	以平面形态、压平后装箱进行运输，使用时再展开，同时为节省运费，纸箱行业具有就近客户设厂的特点，运输距离较短
纸盒	纸盒区分两种情况： （1）多数纸盒以平面形态、压平后装箱进行运输，使用时再展开；

	(2) 精品盒（裕同科技等）多为立体盒，叠套装箱后运输，但精品盒单位价值较高，导致运费占比相对较低。
烟标	以平面形态、单片压平装箱进行运输，至卷烟厂后再进行立体成盒包装

②发行人部分客户要求配送至分布于全国各地的仓库、门店等，增加了运输距离，引起运费增加；

(2) 2018 年，发行人销售人员平均薪酬略低于同行业可比上市公司平均水平，但发行人销售费用中职工薪酬占营业收入的比例分别为 1.23%，高于同行业可比上市公司平均水平 1.08%，同时，与当地社会平均工资相比，发行人销售人员平均薪酬为当地社会平均工资的 227.27%，而同行业可比上市公司销售人员平均薪酬平均值为当地社会平均工资平均值的 167.90%，低于发行人。2019 年，发行人为提高销售人员积极性，对销售人员薪酬激励制度进行了修改，导致发行人销售人员平均薪酬提高，高于同行业可比上市公司平均水平。

2020 年公司销售费用率略低于同行业可比上市公司平均水平，主要是因为受疫情影响，公司 2020 年减少了线下广告展览费的投入，同时国内、国际各种展会暂停开展，差旅费、展会费相应降低，导致销售费用随之下降。此外，虽然 2020 年销售人员的平均薪酬高于同行业可比公司平均水平，但由于公司运输装卸费占比较高，2020 年根据新收入准则要求将运输装卸费计入主营业务成本后，进一步导致销售费用率低于同行业可比公司平均水平。

2021 年上半年，公司销售费用率与于同行业可比上市公司平均水平相比无显著差异。

2、管理费用率

报告期内，公司管理费用率与同行业可比上市公司的比较情况如下：

单位：%

公司名称	2021 年 1-6 月	2020 年	2019 年	2018 年
新宏泽（002836.SZ）	17.88	12.88	9.69	9.09
永吉股份（603058.SH）	12.69	8.16	7.65	8.51
东风股份（601515.SH）	7.92	9.32	8.42	6.60
新通联（603022.SH）	8.07	9.96	8.88	7.55
翔港科技（603499.SH）	7.57	8.95	11.13	8.00
美盈森（002303.SZ）	7.79	6.87	6.23	6.28
上海艾录（301062.SZ）	6.68	7.57	7.66	10.06
裕同科技（002831.SZ）	6.60	6.48	6.69	5.85

公司名称	2021 年 1-6 月	2020 年	2019 年	2018 年
劲嘉股份（002191.SZ）	5.55	6.28	6.56	8.51
龙利得（300883.SZ）	5.93	4.63	4.02	3.80
大胜达（603687.SH）	4.03	3.88	3.85	3.82
合兴包装（002228.SZ）	2.48	3.25	3.67	2.88
森林包装（605500.SH）	2.45	2.39	2.45	2.29
环球印务（002799.SZ）	1.35	2.35	2.62	4.20
金时科技（002951.SZ）	6.24	3.96	4.86	3.53
行业平均	6.88	6.46	6.29	6.06
发行人	5.88	5.90	4.67	4.21

注：数据来源于各同行业可比上市公司年度报告及半年度报告。

报告期内，发行人管理费用率与同行业可比上市公司平均水平相比较低，主要是因为公司业务规模与同行业可比上市公司存在一定差距，管理人员数量占比（此处为管理人员数量占员工总数比例）、管理人员职工薪酬占比（此处为管理费用中职工薪酬占营业收入比例）等相对较低，具体如下：

公司	2021 年 1-6 月		2020 年		2019 年		2018 年	
	职工薪酬占比	管理人员数量占比	职工薪酬占比	管理人员数量占比	职工薪酬占比	管理人员数量占比	职工薪酬占比	管理人员数量占比
新宏泽（002836.SZ）	9.18%	-	5.57%	28.69%	5.24%	27.00%	4.48%	25.27%
永吉股份（603058.SH）	4.94%	-	3.47%	14.83%	3.00%	19.22%	2.97%	18.67%
东风股份（601515.SH）	3.42%	-	4.16%	18.81%	3.73%	20.65%	2.94%	18.00%
新通联（603022.SH）	2.89%	-	3.57%	21.45%	3.57%	19.75%	6.01%	21.29%
翔港科技（603499.SH）	3.44%	-	4.21%	13.94%	5.20%	11.46%	3.23%	11.09%
美盈森（002303.SZ）	3.82%	-	3.42%	17.77%	2.93%	14.69%	3.00%	11.95%
上海艾录（301062.SZ）	-	-	4.58%	32.01%	4.98%	32.37%	5.39%	-
裕同科技（002831.SZ）	3.47%	-	3.12%	9.67%	3.36%	10.54%	3.03%	11.03%
劲嘉股份（002191.SZ）	2.34%	-	3.00%	14.90%	3.17%	14.61%	3.66%	15.74%
龙利得（300883.SZ）	2.64%	-	1.79%	17.64%	1.81%	18.12%	1.94%	19.02%
大胜达（603687.SH）	2.12%	-	2.03%	9.54%	2.13%	7.67%	2.14%	9.30%
合兴包装（002228.SZ）	1.36%	-	1.95%	12.48%	2.19%	10.25%	1.52%	9.73%
森林包装（605500.SH）	1.15%	-	1.16%	7.82%	1.20%	-	1.00%	6.49%

公司	2021 年 1-6 月		2020 年		2019 年		2018 年	
	职工薪酬占比	管理人员数量占比	职工薪酬占比	管理人员数量占比	职工薪酬占比	管理人员数量占比	职工薪酬占比	管理人员数量占比
环球印务 (002799.SZ)	0.67%	-	1.26%	7.96%	1.36%	11.78%	1.65%	8.57%
金时科技 (002951.SZ)	2.65%	-	2.13%	18.38%	2.22%	26.11%	1.94%	18.02%
行业平均	3.15%	-	3.03%	16.39%	3.07%	17.44%	2.99%	14.58%
发行人	2.91%	10.97%	2.83%	13.57%	2.29%	9.36%	2.10%	7.26%

注 1：数据取自于可比公司年度报告及半年度报告；

注 2：2021 年 1-6 月同行业可比公司未披露人员结构；

注 3：上海艾录未披露 2018 年管理人员人数，森林包装未披露 2019 年管理人员人数。

由上可见，2018 年至 2020 年，发行人管理人员数量占比分别为 7.26%、9.36% 和 13.57%，低于同行业可比公司平均水平 14.58%、17.44% 和 16.39%；报告期内，发行人管理费用中职工薪酬占营业收入的比例分别为 2.10%、2.29%、2.83% 和 2.91%，低于同行业可比公司平均水平 2.99%、3.07%、3.03% 以及 3.15%。

3、研发费用率

报告期内，公司研发费用率与同行业可比上市公司的比较情况如下：

单位：%

公司名称	2021 年 1-6 月	2020 年	2019 年	2018 年
新宏泽 (002836.SZ)	8.22	6.32	5.08	4.95
永吉股份 (603058.SH)	5.64	4.82	4.33	3.57
翔港科技 (603499.SH)	5.53	4.87	4.80	3.56
龙利得 (300883.SZ)	4.70	4.82	4.53	4.50
裕同科技 (002831.SZ)	4.50	4.21	4.42	3.68
东风股份 (601515.SH)	4.17	4.36	4.52	4.20
劲嘉股份 (002191.SZ)	4.15	4.84	4.40	4.16
美盈森 (002303.SZ)	3.80	4.25	4.35	3.91
上海艾录 (301062.SZ)	3.38	3.40	3.23	3.13
森林包装 (605500.SH)	3.18	3.52	3.70	3.56
大胜达 (603687.SH)	2.99	3.88	3.60	2.96
新通联 (603022.SH)	2.66	2.09	2.18	1.50
合兴包装 (002228.SZ)	1.69	1.62	1.23	0.96
环球印务 (002799.SZ)	1.59	1.68	1.94	2.90
金时科技 (002951.SZ)	2.32	1.72	2.09	2.48
行业平均	3.90	3.76	3.63	3.33

公司名称	2021 年 1-6 月	2020 年	2019 年	2018 年
发行人	2.27	2.91	2.88	2.72

注：数据来源于各同行业公司年度报告及半年度报告。

报告期内，公司研发费用率低于同行业可比上市公司平均水平，主要由于研发职工薪酬相对较低，具体情况如下：

公司	2021 年 1-6 月		2020 年		2019 年		2018 年	
	职工薪酬占比	研发人员数量占比	职工薪酬占比	研发人员数量占比	职工薪酬占比	研发人员数量占比	职工薪酬占比	研发人员数量占比
新宏泽 (002836.SZ)	3.61%	-	2.38%	8.02%	2.40%	8.13%	2.21%	9.89%
永吉股份 (603058.SH)	2.13%	-	1.90%	10.77%	1.69%	11.15%	1.44%	11.24%
东风股份 (601515.SH)	1.35%	-	1.42%	12.41%	1.62%	13.00%	1.13%	13.97%
新通联 (603022.SH)	1.24%	-	1.06%	4.33%	1.09%	3.67%	1.56%	4.38%
翔港科技 (603499.SH)	3.93%	-	3.26%	14.96%	2.68%	9.74%	2.30%	10.95%
美盈森 (002303.SZ)	1.63%	-	1.59%	9.59%	1.49%	9.29%	1.50%	10.17%
上海艾录 (301062.SZ)	-	-	1.20%	11.81%	1.19%	12.19%	1.05%	-
裕同科技 (002831.SZ)	2.82%	-	2.30%	9.52%	2.23%	8.56%	1.90%	6.55%
劲嘉股份 (002191.SZ)	1.55%	-	1.75%	10.66%	1.56%	10.80%	1.46%	11.17%
龙利得 (300883.SZ)	1.00%	-	0.82%	18.22%	0.88%	19.01%	4.50%	17.00%
大胜达 (603687.SH)	0.70%	-	1.02%	6.31%	0.88%	5.78%	0.64%	6.49%
合兴包装 (002228.SZ)	0.55%	-	0.45%	5.85%	0.35%	3.75%	0.26%	3.09%
森林包装 (605500.SH)	0.84%	-	0.94%	11.94%	1.02%	-	0.84%	13.75%
环球印务 (002799.SZ)	1.01%	-	1.01%	15.33%	1.38%	13.07%	2.06%	13.52%
金时科技 (002951.SZ)	0.74%	-	0.52%	7.01%	0.58%	9.09%	0.56%	9.88%
行业平均	1.65%	-	1.44%	10.45%	1.40%	9.80%	1.56%	10.15%
发行人	1.52%	9.01%	1.46%	8.90%	1.34%	10.16%	1.20%	8.23%

注 1：数据取自于可比公司年度报告及半年度报告；

注 2：2021 年 1-6 月同行业可比公司未披露人员结构；

注 3：上海艾录未披露 2018 年研发人员人数，森林包装未披露 2019 年研发人员人数。

公司研发人员薪酬水平总体低于同行业可比公司，报告期内公司研发费用中职工薪酬占营业收入的比例分别为 1.20%、1.34%、1.46%和 1.52%，2018 年及 2019 年低于同行业可比公司平均水平 1.56%和 1.40%，2020 年与同行业可比公司平均水平相比不存在显著差异，2021 年上半年低于同行业可比公司平均水平

1.65%。

4、中介机构核查情况

申报会计师履行如下核查程序：

（1）查阅同行业可比上市公司相关年度报告、半年度报告等；

（2）对比分析发行人与同行业可比上市公司管理费用率、销售费用率、研发费用率平均水平的差异情况及原因。

经核查，申报会计师认为：

发行人销售费用率、管理费用率、研发费用率与同行业可比上市公司平均水平相比存在一定差异，差异原因具备合理性。

（五）说明期间费用的完整性和准确性，是否存在与成本的混同

申报会计师履行了如下核查程序：

1、获取报告期各期发行人期间费用明细账，结合发行人经营情况评价期间费用完整性；

2、对期间费用实施截止测试，检查相关费用是否已计入准确期间；

3、对比分析发行人与同行业可比上市公司管理费用率、销售费用率、研发费用率平均水平的差异情况及原因；

4、了解各类主营业务生产成本的归集内容、归集方法，检查其成本归集内容是否合理，分配过程是否恰当，是否存在将其他费用计入生产成本或者不同类型业务间生产成本混同的情形等。

经核查，申报会计师认为：发行人期间费用核算完整准确，不存在与成本混同的情况。

问题 20. 关于新三板挂牌

申请文件显示，发行人 2016 年 10 月 11 日起在股转系统挂牌，2020 年 12 月 25 日终止挂牌。发行人在股转系统挂牌期间及终止挂牌后发生多次股权转让。

请发行人：

（1）说明发行人在新三板挂牌期间的多次定向增发及盘后协议交易情况是否符合新三板相关规则要求，是否存在入股价格较低的情形；在新三板挂牌期间是否存在“三类股东”。

（2）说明发行人在新三板挂牌交易期间是否受到行政处罚或被采取监管措施；发行人终止在新三板挂牌的程序是否合规、是否存在异议股东；实际控制人及相关主体在新三板挂牌时、挂牌期间、终止挂牌时是否曾作出公开承诺、相关承诺方是否存在违反承诺的情况，该等承诺目前是否仍然有效，是否与本次发行涉及的相关承诺存在不一致的情况。

（3）列表说明在新三板挂牌前的申报材料、挂牌期间的所有公开披露信息与本次申请文件存在差异的部分，分析并说明其原因及合理性；如存在会计调整事项，请说明是否属于会计差错更正，是否符合《企业会计准则》的相关规定。

请保荐人、发行人律师发表明确意见，请申报会计师对问题（3）发表明确意见。

回复：

（三）列表说明在新三板挂牌前的申报材料、挂牌期间的所有公开披露信息与本次申请文件存在差异的部分，分析并说明其原因及合理性；如存在会计调整事项，请说明是否属于会计差错更正，是否符合《企业会计准则》的相关规定

1、列表说明在新三板挂牌前的申报材料、挂牌期间的所有公开披露信息与本次申请文件存在差异的部分，分析并说明其原因及合理性

发行人披露的信息主要包括非财务相关信息和财务相关信息，本次发行申请文件与新三板挂牌前的申报材料、挂牌期间的所有公开披露信息差异情况如下：

（1）非财务相关信息

差异项目	申报材料、挂牌期间披露的信息	招股说明书披露的信息	差异情况说明
风险因素	风险主要描述为：原材料价格波动	风险主要描述为：创新风	根据《公开发行证券的公

差异项目	申报材料、挂牌期间披露的信息	招股说明书披露的信息	差异情况说明
	风险、公司房产和土地用于抵押对未来经营影响风险、公司治理不当风险、实际控制人不能控制风险、报告期内未为全员缴纳社保导致补缴、被罚款风险、报告期内公司开具无真实交易背景的银行承兑汇票	险、技术风险、经营风险、内控风险、财务风险、资产抵押风险、发行失败风险、其它风险	司信息披露内容与格式准则第 28 号——创业板公司招股说明书（2020 年修订）》要求对风险因素进行更充分的披露
股权代持情况	挂牌材料披露了直接股东持股情况，未披露股东代持情形	招股说明书披露了历史沿革中的股权代持情况： 1.林玉洪代陈玉富持有； 2.林增仁代凌淑冰、陈一芬、陈正莅、王瑛和廖绍斌持有。	根据《创业板首次公开发行股票注册管理办法（试行）》等规定，披露了公司历史沿革中的股权代持情况
董监高简历信息差异	公开转让说明书、定期报告中对董事、监事、高级管理人员的任职经历等披露的较为简单	招股说明书对董事、监事和高级管理人员的简历进行了更为细化、完善的披露	根据《公开发行证券的公司信息披露内容与格式准则第 28 号——创业板公司招股说明书（2020 年修订）》要求对相应主体的工作经历细化、完善披露
核心技术人员	公开转让说明书中核心技术人员为陈凯声、何志宏、韩春梅、王仙房、姚志强、詹同洋	招股说明书根据公司人员实际情况认定核心技术人员为陈凯声、王仙房、姚志强	根据发行人业务发展实际情况对核心技术人员进行了正常调整，并对核心技术人员进行了重新认定
主营业务描述	公司主要业务为纸袋的研发、生产及销售，主要产品包括环保手提袋和食品纸袋	公司主营业务为环保纸袋及食品包装等纸制品包装的研发、制造和销售	根据公司业务发展的实际情况，对主营业务的描述进行了直接的描述，方便投资者阅读，不涉及主营业务的变更
收入构成	环保纸袋、食品纸袋、食品纸杯	环保纸袋、食品包装	根据公司业务实质调整产品分类，便于投资者理解
竞争优势	一体化、一站式综合服务商业模式的优势、设备技术优势、客户资源和品牌优势、质量优势、管理优势、海峡西岸区域政策优势	客户资源优势、技术持续创新优势、质量管控优势、生产技术领先优势、品牌优势、战略布局优势	结合公司业务发展情况及行业情况，对发行人的竞争优势进行了完善
公司治理与独立性情况	公开转让说明书及各年度报告披露了发行人自设立以来，股东大会、董事会、监事会的建立健全及运行情况	本次申报文件新增披露了独立董事、战略委员会、提名委员会、薪酬与考核委员会、审计委员会的人员构成及运行情况	根据发行人的专门委员会的建立和运行情况，更全面地披露了发行人的内部治理结构及其运行机制
关联方及关联交易	公开转让说明书及各年度报告根据《公司法》、《企业会计准则》的要求对关联方和关联交易进行了披露	根据《公司法》《企业会计准则》《深圳证券交易所创业板股票上市规则（2020 年 12 月修订）》等要求对关联方和关联交易进行披露	结合公司最新情况，新增关联方和关联交易
股东限售承诺	全体股东根据《公司法》及《全国中小企业股份转让系统业务规则（试行）》的规定对股份作出限售承诺	全体股东根据《公司法》、中国证监会及深圳证券交易所的相关规定对所持股份作出限售承诺	根据中国证监会及深圳证券交易所的相关规定作出了更严格的限售承诺
员工人数	2018 年人数 907 人	2018 年人数 923 人	统计误差

发行人在新三板挂牌期间披露的非财务信息与本次申报文件披露的信息存在部分差异，主要是由于新三板与创业板对信息披露的要求不同，本次申报文件

根据首次公开发行股票并在创业板上市的信息披露要求进行了相应的补充,并根据发行人最新的实际情况作了更细化、准确的表述,但相关信息的实质内容未发生变化,不存在重大差异。

(2) 财务相关信息

发行人挂牌期间公开披露的 2018 年度和 2019 年度财务报表与本次申请文件中相应期间的财务报表存在差异,具体说明如下:

①合并财务报表差异情况

1) 2019 年度

单位: 万元

财务报表项目	新三板挂牌披露数据	申报财务报表数据	差异数
应收账款	9,769.63	9,740.53	-29.10
存货	12,780.23	12,492.31	-287.91
递延所得税资产	722.80	722.34	-0.46
资产总额	69,108.24	68,790.78	-317.47
应付账款	5,991.28	5,698.46	-292.82
预收款项	852.90	846.05	-6.86
应交税费	500.22	492.83	-7.39
其他应付款	1,465.51	1,490.82	25.30
负债总额	17,495.98	17,214.22	-281.76
盈余公积	1,536.78	1,533.43	-3.34
未分配利润	11,965.41	11,933.05	-32.37
股东权益总额	51,612.26	51,576.55	-35.71
营业收入	69,162.46	69,141.08	-21.38
营业成本	50,842.79	50,825.93	-16.86
税金及附加	236.51	236.71	0.20
销售费用	5,353.19	5,348.12	-5.08
财务费用	83.79	84.16	0.37
信用减值损失	-195.48	-194.46	1.02
所得税费用	1,080.09	1,079.94	-0.15
归属于母公司所有者的净利润	6,399.01	6,400.18	1.16
购买商品、接受劳务支付的现金	51,260.46	49,974.69	-1,285.77
经营活动产生的现金流量净额	6,320.94	7,606.71	1,285.77

财务报表项目	新三板挂牌披露数据	申报财务报表数据	差异数
收到其他与筹资活动有关的现金	1,285.77	-	-1,285.77
筹资活动产生的现金流量净额	15,080.47	13,794.70	-1,285.77
现金及现金等价物净增加额	11,209.99	11,209.99	-

2) 2018 年度

单位：万元

财务报表项目	新三板挂牌披露数据	申报财务报表数据	差异数
应收账款	6,821.01	6,811.30	-9.71
预付款项	1,169.86	1,533.46	363.60
存货	9,999.06	9,245.49	-753.57
递延所得税资产	104.70	104.63	-0.08
资产总额	45,369.76	44,970.00	-399.76
应付账款	4,176.35	3,798.33	-378.02
预收款项	788.26	782.10	-6.17
应交税费	490.68	486.88	-3.80
其他应付款	629.19	654.29	25.09
负债总额	14,252.04	13,889.16	-362.89
盈余公积	956.77	953.08	-3.69
未分配利润	8,045.32	8,012.13	-33.18
股东权益总额	31,117.72	31,080.85	-36.87
营业收入	51,339.50	51,298.17	-41.33
营业成本	37,834.37	37,802.96	-31.41
税金及附加	282.50	281.78	-0.72
销售费用	3,062.07	3,109.57	47.50
资产减值损失	-221.86	-218.00	3.85
所得税费用	1,133.03	1,125.10	-7.93
归属于母公司所有者的净利润	5,662.57	5,617.64	-44.93
销售商品、提供劳务收到的现金	52,614.98	55,405.95	2,790.97
收到的税费返还	365.19	364.74	-0.45
收到其他与经营活动有关的现金	807.06	629.87	-177.19
购买商品、接受劳务支付的现金	29,336.64	38,691.23	9,354.59
支付给职工以及为职工支付的现金	6,375.77	6,459.36	83.59
支付的各项税费	1,552.12	1,490.13	-61.99

财务报表项目	新三板挂牌披露数据	申报财务报表数据	差异数
支付其他与经营活动有关的现金	6,904.75	4,438.99	-2,465.76
经营活动产生的现金流量净额	9,617.96	5,320.86	-4,297.09
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	85.30	90.79	5.49
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	5,035.74	4,802.75	-232.99
投资活动产生的现金流量净额	-5,130.44	-4,891.96	238.48
收到其他与筹资活动有关的现金	80.80	0.00	-80.80
支付其他与筹资活动有关的现金	4,189.60	52.00	-4,137.60
筹资活动产生的现金流量净额	-5,511.16	-1,454.35	4,056.81
四、汇率变动对现金及现金等价物的影响	35.48	37.29	1.81
现金及现金等价物净增加额	-988.16	-988.16	-

②母公司财务报表差异情况

1) 2019 年度

单位：万元

财务报表项目	新三板挂牌披露数据	申报财务报表数据	差异数
应收账款	8,953.93	8,968.29	14.36
存货	9,565.73	9,242.67	-323.06
递延所得税资产	165.61	165.72	0.11
资产总额	65,352.23	65,043.64	-308.58
应付账款	5,396.79	5,103.97	-292.82
预收款项	852.90	846.05	-6.86
应交税费	287.17	286.38	-0.79
其他应付款	1,166.80	1,192.10	25.30
负债总额	15,402.99	15,127.82	-275.16
盈余公积	1,536.78	1,533.43	-3.34
未分配利润	10,489.79	10,459.71	-30.08
股东权益总额	49,949.24	49,915.82	-33.42
营业收入	56,043.53	56,062.64	19.11
营业成本	40,820.24	40,838.52	18.29
税金及附加	181.23	181.43	0.20
销售费用	4,049.78	4,044.70	-5.08
财务费用	79.46	79.83	0.37
信用减值损失	-177.52	-178.78	-1.27

财务报表项目	新三板挂牌披露数据	申报财务报表数据	差异数
所得税费用	811.15	811.76	0.61
归属于母公司所有者的净利润	5,797.24	5,800.69	3.45
购买商品、接受劳务支付的现金	40,216.94	38,931.17	-1,285.77
经营活动产生的现金流量净额	6,301.95	7,587.72	1,285.77
收到其他与筹资活动有关的现金	1,285.77	-	-1,285.77
筹资活动产生的现金流量净额	15,080.47	13,794.70	-1,285.77
现金及现金等价物净增加额	10,105.64	10,105.64	-

2) 2018 年度

单位：万元

财务报表项目	新三板挂牌披露数据	申报财务报表数据	差异数
应收账款	5,581.20	5,571.49	-9.71
预付款项	925.71	1,289.30	363.60
存货	7,954.80	7,201.23	-753.57
递延所得税资产	84.42	84.34	-0.08
资产总额	42,967.95	42,568.19	-399.76
应付账款	3,469.74	3,091.72	-378.02
预收款项	786.51	780.35	-6.17
应交税费	328.93	325.13	-3.80
其他应付款	368.74	393.84	25.09
负债总额	12,801.04	12,438.15	-362.89
盈余公积	956.77	953.08	-3.69
未分配利润	7,171.88	7,138.70	-33.18
股东权益总额	30,166.91	30,130.04	-36.87
营业收入	40,262.66	40,221.33	-41.33
营业成本	29,189.78	29,158.37	-31.41
税金及附加	236.95	236.23	-0.72
销售费用	2,203.36	2,250.86	47.50
资产减值损失	-206.58	-202.73	3.85
所得税费用	743.42	735.49	-7.93
归属于母公司所有者的净利润	4,789.13	4,744.20	-44.93
销售商品、提供劳务收到的现金	40,008.01	42,813.86	2,805.85
收到的税费返还	365.19	364.74	-0.45

财务报表项目	新三板挂牌披露数据	申报财务报表数据	差异数
收到其他与经营活动有关的现金	2,397.28	1,073.66	-1,323.62
购买商品、接受劳务支付的现金	20,370.69	29,682.65	9,311.97
支付给职工以及为职工支付的现金	5,289.91	5,350.39	60.48
支付的各项税费	967.60	924.48	-43.11
支付其他与经营活动有关的现金	6,844.30	3,302.63	-3,541.67
经营活动产生的现金流量净额	9,297.99	4,992.11	-4,305.88
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	31.70	37.20	5.50
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	3,902.20	3,660.44	-241.76
投资活动产生的现金流量净额	-4,550.50	-4,303.24	247.26
收到其他与筹资活动有关的现金	80.80	0.00	-80.80
支付其他与筹资活动有关的现金	4,189.60	52.00	-4,137.60
筹资活动产生的现金流量净额	-5,511.16	-1,454.35	4,056.81
四、汇率变动对现金及现金等价物的影响	35.48	37.29	1.81
现金及现金等价物净增加额	-728.19	-728.19	0.00

③差异原因说明

1) 资产负债表和利润表

2018 年度和 2019 年度，发行人本次申报财务报表中合并及母公司的资产负债表和利润表数据与新三板挂牌披露数据存在差异的原因系发行人出于谨慎性原则，对证监会现场检查过程中所发现的问题进行差错更正，但均不构成重大会计差错，差错更正事项具体如下：

A.跨期收入调整

本次申报财务报表对 2018 年度和 2019 年度的销售收入截止性测试差异进行审计调整，同时调整相应的销售成本，涉及的报表科目为应收账款、营业收入、应交税费、其他流动资产、递延所得税资产、信用减值损失、资产减值损失、税金及附加、财务费用；

B.冲回不符合确认条件的存货

本次申报财务报表对 2018 年度和 2019 年度期末不符合确认条件的在途物资进行审计调整，涉及的报表科目为存货、预付款项、应付账款；

C.跨期销售佣金调整

本次申报财务报表对 2018 年度和 2019 年度销售佣金按统一政策重新测算，

并对测算差异进行了审计调整，涉及的报表科目为销售费用、其他应付款。

2) 现金流量表

2018 年度和 2019 年度，发行人申报财务报表中合并及母公司的现金流量表数据与新三板挂牌披露数据存在差异，主要原因为以下几点：

A.根据 2020 年 9 月证监会发布的《2019 年上市公司年报会计监管报告》关于应付票据保证金现金流量分类的进一步解读，将 2019 年采购原材料相关的应付票据保证金 1,285.77 万元从收到其他与筹资活动有关的现金或支付其他与筹资活动有关的现金调整至购买商品接受劳务支付的现金列示；

B. 根据 2020 年 9 月证监会发布的《2019 年上市公司年报会计监管报告》关于应付票据保证金现金流量分类的进一步解读，将 2018 年采购原材料相关的应付票据保证金 4,137.60 万元从收到其他与筹资活动有关的现金或支付其他与筹资活动有关的现金调整至购买商品接受劳务支付的现金列示；

C.由于报告期内发行人通过应收票据-银行承兑汇票背书支付原材料采购款的金额逐步增大，虽然不涉及现金收付，但根据 2015 年证监会会计部对会计师事务所提交的专业技术问题中关于银行承兑汇票贴现或背书在现金流量表如何处理的问题的相关意见精神，为体现交易的实质，在不对财务报表使用者造成重大误导的情况下，可以同时体现经营活动现金流入，涉及的报表科目为销售商品提供劳务收到的现金、购买商品接受劳务支付的现金，2018 年调整金额为 2,783.65 万元；

D.调整 2018 年度部分现金流量性质划分错误，如将存货采购从支付其他与经营活动相关的现金调整至购买赏金接受劳务支付的现金列示，将制造费用相关现金流量从支付其他与经营活动有关的现金调整至购买商品接受劳务支付的现金列示，将税费减免金额从收到税费返还调整至支付的各项税费列示，将工会经费从支付的各项税费调整至支付给职工以及为职工支付的现金列示，将员工扣款从支付给职工以及为职工支付的现金调整至收到其他与经营活动有关的现金列示，将支付给供应商部分采购原材料接受劳务性质的货款从购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金调整至购买商品接受劳务支付的现金列示。

2、如存在会计调整事项，请说明是否属于会计差错更正，是否符合《企业会计准则》的相关规定

发行人本次申请文件中的申报财务报表中 2018 年度和 2019 年度财务数据与

新三板挂牌期间披露的财务数据存在差异，主要系发行人出于谨慎性原则，根据证监会现场检查过程中所发现的问题及证监会新的规定对本次申报报表进行差错更正，差错金额较小，不构成重大会计差错，对发行人的财务状况和经营成果无重大影响，会计处理符合《企业会计准则》的相关规定。

3、中介机构核查情况

申报会计师履行了如下核查程序：

（1）查阅发行人挂牌时申报文件、挂牌期间的公告文件并与本次申请文件进行对比；

（2）访谈发行人挂牌期间信息披露负责人，了解信息披露情况。

经核查，申报会计师认为：

发行人在新三板挂牌前的申报材料、挂牌期间的所有公开披露信息与本次发行申请文件不存在重大差异，差异披露部分具备合理性，发行人财务信息披露存在调整事项，但不属于重大会计差错更正，符合会计准则的规定。

问题 22. 关于募投项目

申请文件显示：

（1）募投项目“纸制品包装生产及销售项目”将新增环保纸袋产能 5.98 亿个/年、新增食品包装产能 3.89 亿个/年，项目拟通过子公司湖北南王实施，通过租赁武汉市东西湖区走马岭革新大道 1108 号（13）华莱士产业园内 4#厂房实施本项目，已签订 10 年租赁合同，租赁起止日期为 2020. 10. 13 至 2030. 02. 28；“年产 22.47 亿个绿色环保纸制品智能工厂建设项目”将新增环保纸制品包装产能 22.47 亿个/年，未说明具体产品类型。

（2）2020 年末，发行人食品包装产能 408,416.58 万个，环保纸袋产能 102,049.20 万个，报告期各期产能利用率分别为 91.73%、94.33%、87.93%、90.53%。

请发行人：

（1）说明“年产 22.47 亿个绿色环保纸制品智能工厂建设项目”新增产能对应的具体产品类型；结合现有产能利用率、产销率、在手订单情况等说明募投项目的目标客户、项目实施基础及前期市场开拓情况，说明产能是否能够充分消化；结合发行人固定资产规模与生产能力配比情况，说明募投项目固定资产投资规模与将形成生产能力的匹配情况。

（2）结合租赁协议或其他安排，说明租赁华莱士产业园厂房实施的“纸制品包装生产及销售项目”用地是否符合有关规定，目标客户是否为或主要为华莱士，是否将进一步扩大关联销售金额；结合前述情况进一步说明该募投项目对发行人独立性的影响。

请保荐人、申报会计师对问题（1）发表明确意见，请保荐人、发行人律师对问题（2）发表明确意见。

回复：

(一) 说明“年产 22.47 亿个绿色环保纸制品智能工厂建设项目”新增产能对应的具体产品类型；结合现有产能利用率、产销率、在手订单情况等说明募投项目的目标客户、项目实施基础及前期市场开拓情况，说明产能是否能够充分消化；结合发行人固定资产规模与生产能力配比情况，说明募投项目固定资产投资规模与将形成生产能力的匹配情况

1、说明“年产 22.47 亿个绿色环保纸制品智能工厂建设项目”新增产能对应的具体产品类型；结合现有产能利用率、产销率、在手订单情况等说明募投项目的目标客户、项目实施基础及前期市场开拓情况，说明产能是否能够充分消化

(1) “年产 22.47 亿个绿色环保纸制品智能工厂建设项目”新增产能对应的具体产品类型

发行人募集资金投资项目“年产 22.47 亿个绿色环保纸制品智能工厂建设项目”具体对应的产品类型如下：

序号	产品类别	设计产能（万个）
1	环保纸袋	79,591.68
2	食品包装	145,152.00
合计	-	224,743.68

(2) 结合现有产能利用率、产销率、在手订单情况等说明募投项目的目标客户、项目实施基础及前期市场开拓情况，说明产能是否能够充分消化

①报告期内，发行人产品产能利用率和产销率如下：

项目	2021 年 1-6 月	2020 年	2019 年	2018 年
产能（万个）	361,708.38	510,465.78	395,833.68	284,557.68
产量（万个）	327,436.69	448,866.95	373,400.19	261,027.43
销量（万个）	329,296.86	455,738.75	373,794.51	284,948.24
产能利用率	90.53%	87.93%	94.33%	91.73%
产销率	100.57%	101.53%	100.11%	109.16%

发行人最近三年一期的产能利用率平均为 91.13%，产销率平均为 102.83%，发行人产能利用率接近饱和，产销率均在 100%以上。

②报告期各期末，发行人期末在手订单情况如下：

单位：万元

项目	2021 年 6 月 30 日	2020 年 12 月 31 日	2019 年 12 月 31 日	2018 年 12 月 31 日

在手订单金额	30,973.69	34,656.58	20,051.08	12,683.08
增长幅度	-	72.84%	58.09%	-

报告期各期末，发行人在手订单充足，且保持了较快增长。

③项目实施基础、前期市场开拓及目标客户情况

1) 稳步增长的市场前景是本次新增产能的实施基础

根据中国包装联合会的统计数据显示，2020 年，纸制品包装行业（即纸和纸板容器行业）规模以上企业主营业务收入为 2,884.74 亿元，相比 2014 年的 2,228.81 亿元，年复合增长率为 4.39%。2021 年 1-6 月，全国纸和纸板容器制造行业累计完成营业收入 1,552.24 亿元，同比增长 23.05%。国家发改委、生态环境部于 2020 年 1 月 19 日发布《关于进一步加强塑料污染治理的意见》明确提出了“限塑”、“替塑”的具体要求和时间安排，未来纸制品包装行业将面临更大的市场空间。

2) 前期市场开拓及目标客户情况

发行人通过积极开拓市场，目前已成为肯德基、麦当劳、华莱士、星巴克、优衣库、喜茶、阿迪达斯、特步、安踏、美团、蜜雪冰城等国内外众多知名品牌的供应商。发行人凭借专业的生产能力、优质的服务能力获得了下游优质客户的信任，并与其建立起了长期稳定的合作关系。在客户资源开拓方面，发行人目前正在积极开拓的客户还包括永辉超市、N 多寿司、饿了么、柠季等其他消费品牌客户。

报告期内，发行人主要客户的销售收入变动情况如下：

单位：万元

客户名称	2021 年 1-6 月	2020 年	2019 年	2018 年
必胜食品	9,284.16	17,826.61	18,558.74	13,195.89
华莱士	8,555.02	13,549.29	10,546.05	8,033.17
乐信贸易	2,743.54	4,692.49	2,462.07	0.07
猩米科技	1,696.42	2,986.28	1,325.28	-
东京艺术	1,578.34	7,147.58	4,396.19	187.42
特步	1,170.91	1,703.68	1,912.64	2,037.83

除少部分客户因外部因素（如国际贸易政策、海运成本波动等）的变化而导致销售波动外，发行人对主要客户的销售收入保持稳定或增长。

报告期内，发行人客户平均收入情况如下：

单位：个，万元

序号	2021 年 1-6 月	2020 年	2019 年	2018 年
客户数量	321	349	354	276
销售收入	53,943.91	83,323.87	67,825.78	50,522.31
平均销售收入	168.05	238.75	191.60	183.05

注：同一集团控制下的企业按照合并为一个客户统计。

3) 新增产能的消化预测

发行人 2018 年至 2020 年的收入平均增速约为 28.55%，2020 年产品销量约为 45.57 亿个，假设未来三年按照每年 15% 的保守增速测算，预计 2024 年发行人的产品销售量达到 79.70 亿个，同 2020 年相比新增 34.13 亿个产品需求。本次新增募投产能项目预计 2023 年底全部完成建设投产，2024 年预计新增产能 32.34 亿个，新增产品需求可以消化本次项目的新增产能。

综上，根据发行人现有目标客户及在手订单情况、拟开拓客户情况、发行人产销量增长情况及产能利用率、产销率情况，发行人募投项目新增产能能够充分消化。

2、结合发行人固定资产规模与生产能力配比情况，说明募投项目固定资产投资规模与将形成生产能力的匹配情况

截至 2020 年 12 月 31 日，发行人固定资产规模、产能和募投项目的固定资产投资规模、产能匹配情况如下：

项目	2020 年 12 月 31 日/2020 年	募投项目情况
产能（万个）	510,465.78	323,443.68
固定资产原值（或投资规模）（万元）	38,970.90	54,167.07
产能/固定资产原值（或投资规模）（个/元）	13.10	5.97

募投项目单位产能投资规模较目前单位产能的投资金额增加，主要原因为：

（1）近年来建设厂房所需各种材料价格上涨和人工成本上升，导致募投项目的工程建设、装修等费用上涨；

（2）发行人现有固定资产投资中，除发行人本部拥有房屋及建筑物外，其他具备生产能力的子公司均采用租赁厂房的方式进行生产经营；

（3）发行人募投项目中设备投入占比达到固定资产总投资的 67.30%，设备投入较多的原因主要为，一是设备采购价格随着成本及通货膨胀等因素影响逐渐提升，二是拟采购的进口设备价值及数量占比较高，三是包含了与直接产能无关

的智能仓储设备系统等。

综合以上分析，募投项目单位产能的投资规模高于目前单位产能的投资金额具备合理性，发行人募投项目固定资产投资规模与将形成生产能力相匹配。

3、中介机构核查情况

申报会计师履行了如下核查程序：

（1）查阅了发行人募集资金投资项目的可行性研究报告，募集资金投资项目核准备案文件，募集资金投资项目的收益测算文件，了解募集资金投资项目新增固定资产投资规模、构成情况，与发行人报告期内的固定资产投资规模及产能情况对比分析；

（2）查阅纸制品包装行业研究报告，了解纸制品包装行业整体发展情况、行业增长情况等；

（3）访谈发行人实际控制人，了解公司主要经营情况、产品产能利用情况、募投项目情况、未来发展战略等；

（4）查阅发行人报告期内新增在手订单情况等。

经核查，申报会计师认为：

发行人募投新增产能不存在不能消化的重大风险，发行人募投项目固定资产投资规模与将形成生产能力相匹配。

问题 23. 关于其他事项

申请文件显示：

（1）报告期内，发行人无形资产金额分别为 567.66 万元、584.21 万元、2,588.42 万元、4,730.62 万元，增长较快主要为公司新取得的土地使用权，以及 ERP 软件达到预定可使用状态由在建工程转为无形资产。

（2）报告期内，发行人长期待摊费用分别为 545.13 万元、702.41 万元、1,082.97 万元、980.72 万元。

（3）报告期内，发行人存在少量现金交易和第三方回款情形，其中第三方回款金额分别为 973.66 万元、865.03 万元、1,651.24 万元和 399.73 万元，主要是由客户实际控制人或具有同一控制关系的关联企业等代为支付货款。发行人已建立了严格的内控制度，对上述情形进行严格控制。

请发行人：

（1）说明取得土地使用权的详细情况，包括权证编号、类型、地址、面积及计划用途，与在建工程中房屋及建筑物是否存在对应关系。

（2）说明报告期内长期待摊费用形成的原因，确认为长期待摊费用、摊销期限的依据。

（3）说明第三方回款、现金交易等财务内控不规范情形的整改情况；发行人内控制度是否健全有效；是否存在其他财务内控不规范行为。

请保荐人、申报会计师发表明确意见，请发行人律师对问题（3）发表明确意见。

请保荐人、发行人律师和申报会计师按照《深圳证券交易所创业板股票首次公开发行上市审核问答》问题 25、问题 26 的要求，说明核查的过程及结论性意见。

回复：

（一）说明取得土地使用权的详细情况，包括权证编号、类型、地址、面积及计划用途，与在建工程中房屋及建筑物是否存在对应关系

1、情况说明

发行人土地使用权详细情况以及与在建工程的对应关系如下：

权利人	权证编号	土地坐落	权证类型	宗地面积 (m ²)	计划用途	对应科目	原值 (万元)	净值 (2021/06/30) (万元)
南王科技	闽(2017)惠安县不动产权第0002213号	惠安县东桥镇燎原村	国有建设用地使用权	30,042.70	建设厂房、办公楼及宿舍	固定资产	4,419.11	2,650.50
南王科技	闽(2021)惠安县不动产权第0001465号	福建省惠安县东桥镇莲塘村881、882号	国有建设用地使用权	88,233.00	建设厂房、办公楼及宿舍	在建工程	3,373.99	3,373.99
唐山南王	冀(2021)玉田县不动产权第0001998号	玉田县河北唐山国家农业科技园区	国有建设用地使用权	39,713.00	建设厂房、办公楼	在建工程	3.67	3.67

综上所述，发行人土地使用权与在建工程存在对应关系。

2、中介机构核查情况

申报会计师履行了如下核查程序：

- (1) 查看公司房屋产权证原件，实地查看在建房屋；
- (2) 获取在建工程台账，查看相关合同等。

经核查，申报会计师认为：

公司取得的土地使用权与在建工程中房屋及建筑物存在对应关系。

(二) 说明报告期内长期待摊费用形成的原因，确认为长期待摊费用、摊销期限的依据

1、情况说明

- (1) 报告期各期末长期待摊费用构成明细如下：

单位：万元

类别	具体项目	2021.6.30	2020.12.31	2019.12.31	2018.12.31	摊销期限
车间装修款	本部厂区零星修缮工程	7.68	11.53	19.23	26.92	5年
	本部厂区食品车间装修工程	181.65	207.60	259.51	311.41	5年
	本部厂区机修房装修工程	12.17	15.48	22.12	28.76	5年
	本部厂区厂房地面硬化及钢构工程	73.91	84.73	106.36	-	5年
	本部厂区食品车间改造工程	91.00	104.00	-	-	5年
	本部厂区电力建设工程	51.99	58.23	-	-	5年
	珠海厂区车间装修改造工程	55.58	62.84	77.36	91.88	10年
	马来西亚厂区车间	19.25	23.01	30.48	-	5年

类别	具体项目	2021.6.30	2020.12.31	2019.12.31	2018.12.31	摊销期限
	装修工程					
	湖北厂区车间电路改造工程	25.06	27.92	-	-	5 年
	湖北厂区厂房装饰工程	58.62	34.64	-	-	5 年
办公装修款	本部厂区办公区域装修工程	54.46	62.43	78.37	-	5 年
	湖北厂区办公楼装修工程	84.26	93.85	-	-	5 年
车间废弃处理系统工程	本部厂区车间废气处理系统工程	23.35	27.14	34.71	-	5 年
其他	本部厂区食堂装修改造工程	109.39	122.69	-	-	5 年
	本部厂区无线网络覆盖工程	46.58	51.85	-	-	5 年
	珠海厂区配电工程	56.45	62.39	74.28	86.16	10 年
	其他零星改造工程	29.31	32.63	-	-	5 年
合计		980.72	1,082.97	702.41	545.13	-

由上表可见，长期待摊费用主要核算的是发行人生产车间、办公场所及公共设施的装修改造工程。2019 年较 2018 年增加主要系本部厂区为提高地面承载强度以放置后续购入的机器设备而进行的车间地面硬化改造工程、为提升企业形象和员工办公环境而进行的办公区域装修工程、为提升生产环保标准而进行的车间废气处理工程以及马来西亚工厂为达到投产条件而进行的车间装修工程；2020 年较 2019 年增加主要系发行人本部厂区为了提高生产质量对食品车间进行的改造工程、为提高公共设施配套能力对食堂、电力及网络进行的装修改造工程以及湖北厂区为达到投产条件而进行的生产车间和办公场所的装修工程；

(2) 报告期内长期待摊费用形成的原因，确认为长期待摊费用、摊销期限的依据

报告期内发生的各项装修改造工程均是发行人生产经营所必需发生的费用支出，除珠海中粤被并购前发生的装修改造项目维持其原先预计的受益年限 10 年外，其他项目均预计受益年限为 5 年。根据《企业会计准则应用指南》的规定，长期待摊费用核算企业已经发生但应由本期和以后各期负担的分摊期限在 1 年以上的各项费用，因此公司将上述装修改造工程费用支出确认为长期待摊费用并按照受益年限采用直线法摊销，符合企业会计准则的规定，确认和摊销依据合理。

2、中介机构核查情况

申报会计师履行了如下核查程序：

(1) 查阅了公司相关装修改造合同，复核了公司长期待摊费用的摊销明细账，包括入账时间、入账金额、摊销年限、摊销金额等；

(2) 访谈公司管理层及财务负责人，了解长期待摊费用形成的原因、相应摊销政策的确定等。

经核查，申报会计师认为：公司长期待摊费用的列报与披露未见异常，摊销期限符合公司实际情况。

(三) 说明第三方回款、现金交易等财务内控不规范情形的整改情况；发行人内控制度是否健全有效；是否存在其他财务内控不规范行为

1、情况说明

报告期内，公司存在部分销售回款由第三方代客户支付的情形，公司销售回款由第三方代客户支付的金额分别为 973.66 万元、865.03 万元、1,651.24 万元和 399.73 万元，占当期营业收入的比例分别为 1.90%、1.25%、1.95%和 0.73%，第三方回款主要来自境外客户：

单位：万元

境内/外	2021 年 1-6 月	2020 年	2019 年	2018 年
境外	395.02	1,603.97	836.87	863.19
境内	4.71	47.27	28.16	110.47
合计	399.73	1,651.24	865.03	973.66

第三方回款主要由同一实际控制人或具有同一控制关系的关联企业等代为支付货款，具体情况如下：

单位：万元

第三方回款类型	2021 年 1-6 月	2020 年	2019 年	2018 年
同一集团	295.34	1,623.46	720.72	882.68
同一实际控制人	-	24.78	119.11	61.23
指定支付机构	104.39	-	4.32	-
其他	-	3.00	20.88	29.75
合计	399.73	1,651.24	865.03	973.66

公司及其实际控制人、董监高或其他关联方与第三方回款的支付方不存在关联关系或其他利益安排。公司已与客户进行沟通，要求后续尽量减少第三方回款的金额及比例，2021 年 1-6 月发行人第三方回款金额及占比呈现下降趋势。

报告期内，公司存在现金收取废料销售款、租金等的情况，主要为废料回收经营者到厂提货时，出于结算方便考虑直接向公司支付现金，公司同时向客户开

具收款收据及发票进行结算。2018 年至 2021 年上半年，公司现金回款金额分别为 5.46 万元、12.46 万元、13.98 万元以及 0.01 万元，占当期营业收入比例较小，2021 年已呈现下降趋势。

报告期内，公司无“转贷”行为；开具的商业票据均有真实交易背景；不存在与关联方或第三方直接进行资金拆借、利用个人账户对外收付款项、出借公司账户为他人收付款项、违反内部资金管理规定对外支付大额款项、大额现金借支和还款、挪用资金等重大不规范情形等。

以上财务不规范事项对公司内控制度有效性无重大不利影响，不属于主观故意。公司已完善相应的内控制度，相关规范措施得到有效执行，不存在其他财务内控不规范行为。

2、中介机构核查情况

申报会计师履行了如下核查程序：

（1）访谈发行人销售负责人、财务负责人，了解报告期内客户是否存在第三方回款的情形；

（2）对报告期内重要客户销售回款的交易流水进行核对，核实回款方与合同/订单/发票客户是否一致；

（3）查阅第三方回款客户的工商信息，核查是否存在关联方关系；

（4）获取报告期内现金交易明细表，访谈财务负责人了解现金交易的背景等；

（5）查阅发行人《销售货款回收管理制度》、《现金管理制度》等相关内控制度。

经核查，申报会计师认为：

针对第三方回款、现金交易等财务不规范事项，公司已完善相应的内控制度，相关规范措施得到有效执行，不存在其他财务内控不规范行为。

（四）请保荐人、发行人律师和申报会计师按照《深圳证券交易所创业板股票首次公开发行上市审核问答》问题 25、问题 26 的要求，说明核查的过程及结论性意见

1、中介机构核查程序

申报会计师履行了如下核查程序：

（1）查阅公司企业信用报告和报告期内银行借款合同，检查合同是否存在

受托支付条款，检查公司银行借款及还款回单、银行流水等资料；

（2）查阅公司票据明细账及备查簿，抽查应付票据流转及登记信息，抽查应付票据对应单位与公司之间的购销合同，核对应付票据的银行承兑协议，核实是否具有真实交易背景；

（3）查阅公司及控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员及其他关键岗位人员个人银行流水，对大额银行流水收支背景进行逐笔核查，并关注是否存在其他异常情形，包括与关联方或第三方进行资金拆借、通过关联方或第三方代收货款、利用个人账户对外收付款项、出借公司账户为他人收付款项等；

（4）了解公司资金管理制度，执行资金循环内控测试；取得公司报告期内现金日记账、银行日记账，与银行流水交叉比对，并抽查现金收支相关凭证，检查是否存在违反内部资金管理规定对外支付大额款项、大额现金借支和还款、挪用资金等情形；获取报告期内现金交易明细表，访谈财务负责人了解现金交易的背景；

（5）对公司开立的所有银行账户进行函证，核实银行存款余额、银行借款、银行承兑汇票开立明细等信息与公司账面金额是否一致；

（6）访谈发行人销售负责人、财务负责人，了解报告期内客户是否存在第三方回款的情形，了解第三方回款的背景及原因；

（7）对报告期内重要客户销售回款的交易流水进行核对，核实回款方与合同/订单/发票客户是否一致；

（8）查阅第三方回款客户的工商信息，核查是否存在关联方关系；

（9）统计报告期内第三方回款具体明细，分析第三方回款金额占营业收入的比例变动情况及其原因；

经核查，申报会计师认为：

针对第三方回款、现金交易等财务不规范事项，公司已完善相应的内控制度，相关规范措施得到有效执行，除上述不规范事项外，不存在《深圳证券交易所创业板股票首次公开发行上市审核问答》问题 25、问题 26 中提及的其他财务内控不规范行为。

（以下无正文）

（此页无正文，为大华会计师事务所（特殊普通合伙）关于福建南王环保科技股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市申请文件审核问询函中有关财务事项之回复（大华核字[2022]000004 号）之签字盖章页）

大华会计师事务所（特殊普通合伙）



中国注册会计师：

郑丽惠

中国注册会计师：

蔡斌

二〇二二年 3 月 7 日



证书序号: 0000093

说明

- 1、《会计师事务所执业证书》是证明持有人经财政部门依法批准注册从事注册会计师法定业务的凭证。
- 2、《会计师事务所执业证书》记载事项发生变动的，应当向财政部门申请换发。
- 3、《会计师事务所执业证书》不得伪造、涂改、出租、出借、转让。
- 4、会计师事务所终止业务时，应当将执业证书交回《会计师事务所执业证书》。

会计师事务所 执业证书



名称: 大华会计师事务所(特殊普通合伙)

首席合伙人: 梁春

主任会计师:

经营场所: 北京市海淀区西四环中路16号院7号楼12层

组织形式: 特殊普通合伙

执业证书编号: 11010148

批准执业文号: 京财会许可[2011]0101号

批准执业日期: 2011年11月03日

发证机关:



二〇一七年七月七日

中华人民共和国财政部制

姓名	郑丽惠
性别	女
出生日期	1977年07月07日
工作单位	福建省注册会计师协会
身份证号码	35010010010049



证书编号: 050100010049
No. of Certificate

批准注册协会: 福建省注册会计师协会
Authorized Institute of CPAs

发证日期: 1997 年 07 月 07 日
Date of Issuance



年度检验登记 Annual Renewal Registration

本证书经检验合格, 继续有效一年。
This certificate is valid for another year after this renewal.



验证证书真实有效

姓名: 郑丽惠

注册编号: 350100010049

注册会计师工作单位变更事项登记 Registration of the Change of Working Unit by a CPA

同意调出
Agree the holder to be transferred from



事务所
CPAs

转出协会盖章
Stamp of the transfer-out Institute of CPAs

同意调入
Agree the holder to be transferred to



事务所
CPAs

转入协会盖章
Stamp of the transfer-in Institute of CPAs

2020 年 11 月 26 日
/y /m /d



姓名	蔡斌
Full name	
性别	男
Sex	
出生日期	1979-10-12
Date of birth	
工作单位	大华会计师事务所(特殊普 通合伙)福建分所
Working unit	
身份证号码	350111197910124712
Identity card No.	



年度检验登记 Annual Renewal Registration

本证书经检验合格, 继续有效一年。
This certificate is valid for another year after
this renewal.



验证证书真实有效

姓名 蔡斌

注册编号: 350100011457

日
/月

证书编号: 350100011457
No. of Certificate

批准注册协会: 福建省注册会计师协会
Authorized Institute of CPAs

发证日期: 2007 年 04 月 28 日
Date of Issuance /y /m /d