

关于福建南王环保科技股份有限公司
申请首次公开发行股票并在创业板上市的
发行注册环节反馈意见落实函之回复

保荐人（主承销商）



二〇二三年三月

中国证券监督管理委员会、深圳证券交易所：

根据深圳证券交易所于 2022 年 11 月 14 日转发的《发行注册环节反馈意见落实函》（审核函〔2022〕011059 号）（以下简称“落实函”）的要求，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”）已会同申万宏源证券承销保荐有限责任公司（以下简称“申万宏源承销保荐”、“保荐人”、“保荐机构”）、上海市锦天城律师事务所（以下简称“发行人律师”）、大华会计师事务所（特殊普通合伙）（以下简称“申报会计师”）等相关方就落实函中提到的问题进行了逐项落实、核查，现将具体问题落实情况回复如下，请予审核。

如无特别说明，本落实函回复中所使用的简称与《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招股说明书（注册稿）》（以下简称“招股说明书”）中的释义相同。

落实函所列问题	黑体（加粗）
落实函所列问题的回复	宋体
对招股说明书的修改、补充，以及根据发行人 2022 年年报财务数据修订或补充的内容	楷体（加粗）

本落实函回复部分表格中单项数据加总数与表格合计数可能存在微小差异，均因计算过程中的四舍五入所形成。

问题 1.关于市场地位

根据申报材料：

(1) 纸制品包装行业市场竞争较为激烈。2020 年，我国纸制品包装行业内前五大生产商销售收入合计占行业规模以上企业收入总额比例为 13.01%，相比 2016 年前五大生产商的相应比例 5.40%，市场集中度进一步提升。(2) 根据《印刷经理人》评选的中国印刷包装企业 100 强排行榜，2022 年发行人排名第 36 名。经计算，发行人 2021 年在纸制品包装行业市场占有率为 0.37%，2019 年为 0.24%。

(3) 下游客户为了保障供应链的安全性，针对某个具体产品品种，一般会选择三至四家合格供应商，亦会综合考虑各供应商的供货占比情况。(4) 2019 年至 2021 年，发行人来自华东地区的收入占比分别为 61.28、55.02%和 54.04%。

请发行人：(1) 结合在环保纸袋、食品包装领域竞争对手的市场排名、市场占有率及与发行人的比较情况，补充说明发行人在细分领域的市场地位；(2) 结合近年来纸制品包装行业市场集中度提升情况，补充说明发行人的市场排名、市场占有率变化与前五大生产商排名、市场占有率变化的比较情况，发行人的增长速度是否超过行业集中度提升速度；(3) 结合下游客户维持供应商供货占比、收入区域分布以及细分行业进入壁垒情况，补充说明发行人在环保纸袋、食品包装领域的市场空间是否存在局限性，拓宽市场的计划和措施。

请保荐人发表明确意见。

回复：

(一) 结合在环保纸袋、食品包装领域竞争对手的市场排名、市场占有率及与发行人的比较情况，补充说明发行人在细分领域的市场地位

1、情况说明

(1) 发行人细分领域竞争对手情况

发行人在环保纸袋领域的主要竞争对手包括吉宏股份、昆山金红凯包装制品有限公司等。

发行人在食品包装领域的主要竞争对手包括上海紫丹食品包装印刷有限公司、德百包装、吉宏股份等。

(2) 竞争对手的市场排名、市场占有率及与发行人的比较情况

根据公开资料查询，公司与上述竞争对手的具体比较情况如下：

产品领域	竞争对手名称	公司情况	企业规模	市场排名	市场占有率
环保纸袋	昆山金红凯包装制品有限公司	成立于2012年，主要产品为环保纸袋，主要客户包括优衣库、GAP、热风等。	1、注册资本3,000万元； 2、社保缴纳人数109人； 3、已授权专利 31项 ； 4、拥有全伺服柔版印刷机、6色胶版印刷机、全自动倒口生产线、齿口生产线、高速分切机、烫金模切机、高速绕绳机等设备； 5、2021年收入规模约2-3亿元。	暂无	0.06%-0.09%
	发行人	成立于2010年，主要从事环保纸袋及食品包装的研发、生产及销售，环保纸袋主要客户包括阿迪达斯、优衣库、美团、喜茶、海底捞、安踏、特步、美国SYSCO等。	1、注册资本1.46亿元； 2、 2022年底 员工总数 1,485人 ； 3、已授权专利 66项 ； 4、环保纸袋年产能 15.11亿个 ； 5、2021年营业收入为11.95亿元，其中环保纸袋收入为6.64亿元； 2022年营业收入为10.54亿元，其中环保纸袋收入为5.31亿元。	第36名	0.21%
食品包装	上海紫丹食品包装印刷有限公司	为紫江企业(600210.SZ)下属全资子公司，成立于1999年，主要从事食品包装生产和销售，主要包括纸盒、纸袋等，主要客户包括肯德基、麦当劳、汉堡王等。	1、注册资本6,042.64万元； 2、社保缴纳人数325人； 3、已授权专利 121项 ； 4、拥有柔性版印刷机、立体糊盒机、平面糊盒机、制袋机等设备，年产食品包装纸袋(含纸质花筒)20亿个、白卡纸餐盒12亿个； 5、2021年收入规模约5-7亿元。	暂无	0.16%-0.22%
	德百包装	德百包装为德盟集团(Detmold Group)下属在国内从事纸制品包装业务的企业统称，包括德百(上海)包装贸易有限公司、鹤山市德柏纸袋包装制品有限公司、德氏(鹤山)纸制品有限公司等，主要为餐饮服务及零售市场提供一次性包装产品，主要产品包括纸盒、纸袋等，产品用于快餐店、面包店、咖啡店、超市、配餐公司、便利店等，主要客户包括肯德基、星巴克、华莱士等。	1、德百(上海)包装贸易有限公司成立于2006年，注册资本30万美元，鹤山市德柏纸袋包装制品有限公司成立于1995年，注册资本194.20万美元，德氏(鹤山)纸制品有限公司成立于2001年，注册资本240万美元； 2、2021年收入规模约5-7亿元。	暂无	0.16%-0.22%
	发行人	成立于2010年，主要从事环保纸袋及食品包装的研发、生产及销售，食品包装主要产品包括纸袋、纸盒、纸杯、包纸、纸吸管	1、注册资本1.46亿元； 2、 2022年底 员工总数 1,485人 ； 3、已授权专利 66项 ； 4、食品包装年产能 59.36亿个 ； 5、2021年营业收入为11.95亿元，其中食品包装收入为5.13亿	第36名	0.16%

产品领域	竞争对手名称	公司情况	企业规模	市场排名	市场占有率
		等，食品包装主要客户包括肯德基、麦当劳、星巴克、华莱士、蜜雪冰城、汉堡王、头号粥铺、九阳豆业、巴比食品、永和大王等。	元； 2022年营业收入为10.54亿元，其中食品包装收入为5.00亿元。		
环保食品包装	吉宏股份	成立于2003年，主要业务为互联网业务和包装业务，包装业务主要包括环保纸袋和食品包装，主要客户包括肯德基、华莱士等。	1、注册资本3.87亿元； 2、2021年底员工总数4,431人； 3、已授权专利62项； 4、2021年环保食品纸包装产品收入为6.17亿元。	第5名 (2021年吉宏股份参与排名收入总额为51.78亿元，其中大部分为互联网业务收入)	环保食品包装市场占有率为0.19%
	发行人	成立于2010年，主要从事环保纸袋及食品包装的研发、生产及销售，主要客户包括肯德基、麦当劳、星巴克、美团、华莱士、海底捞、喜茶、蜜雪冰城、优衣库、阿迪达斯、安踏、特步等。	1、注册资本1.46亿元； 2、 2022年底员工总数1,485人 ； 3、已授权专利 66项 ； 4、环保纸袋年产能 15.11亿个 、食品包装年产能 59.36亿个 ； 5、2021年营业收入为11.95亿元； 2022年营业收入为10.54亿元。	第36名	0.37%

注1：上表统计信息来自企业网站、企查查、年度报告等公开信息；

注2：上表统计社保缴纳人数及专利数为合并层面数据；

注3：上表排名数据按顺序引自《2022中国印刷包装企业100强排行榜》；

注4：**因相关企业暂无2022年度财务数据，故使用2021年营业收入计算、对比市场占有率。**市场占有率计算公式为：市场占有率=企业当年（2021年）营业收入/当年（2021年）纸与纸板容器行业规模以上企业营业收入。

（3）发行人在细分领域的市场地位

发行人自成立以来即从事环保纸袋的研发、生产及销售，经过多年的经营积累，发行人具备很强的综合实力，而环保纸袋行业中小企业较多，集中度较低，大部分经营规模较小，发行人在环保纸袋领域处于行业龙头的地位。

在食品包装领域，发行人是具备较强竞争优势的头部领先企业，食品包装业务规模与直接竞争对手紫丹食品、德百包装等相比基本相当，但发行人在总体业务规模和总体市场占有率方面具备较大优势，产品结构和客户结构更为多元化、合理化，且发行人近年来经营业绩快速增长，成长性更为突出。

2、中介机构核查情况

保荐机构履行了如下核查程序：

(1) 访谈发行人副总经理、投资部经理，电话咨询中国印刷技术协会相关人员，了解发行人产品下游应用领域的主要竞争对手情况，了解主要竞争对手经营情况；

(2) 通过企查查、中国包装联合会网站、企业官方网站、上市公司年度报告等公开信息查阅发行人主要竞争对手的经营情况并与发行人对比；

(3) 查阅《2022 中国印刷包装企业 100 强排行榜》名单，了解发行人及其主要竞争对手的排名情况。

经核查，保荐机构认为，发行人在环保纸袋细分领域处于行业龙头地位，在食品包装细分领域，发行人为具备较强竞争优势的头部领先企业。

(二) 结合近年来纸制品包装行业市场集中度提升情况，补充说明发行人的市场排名、市场占有率变化与前五大生产商排名、市场占有率变化的比较情况，发行人的增长速度是否超过行业集中度提升速度

1、情况说明

近年来，发行人及各期前五大生产商在《印刷经理人》评选的“中国印刷包装企业 100 强排行榜”中的市场排名及市场占有率变化情况如下：

2021 年				
生产商名称	市场排名		市场占有率	
	排名	较上年排名变化	占有率	较上年占有率变化
厦门合兴包装印刷股份有限公司	第 1 名	无变化	5.50%	1.34%
深圳市裕同包装科技股份有限公司	第 2 名	无变化	4.65%	0.56%
云南恩捷新材料股份有限公司	第 3 名	上升 3 名	2.50%	1.04%
上海紫江企业集团股份有限公司	第 4 名	无变化	1.81%	0.26%
厦门吉宏科技股份有限公司	第 5 名	无变化	1.62%	0.09%
合计	-	-	16.09%	3.08%
发行人	第 36 名	上升 11 名	0.37%	0.08%

续：

2020 年				
生产商名称	市场排名		市场占有率	
	排名	较上年排名变化	占有率	较上年占有率变化
厦门合兴包装印刷股份有限公司	第 1 名	无变化	4.16%	0.46%
深圳市裕同包装科技股份有限公司	第 2 名	无变化	4.09%	0.69%
杭州顶正包材有限公司	第 3 名	无变化	1.68%	0.13%
上海紫江企业集团股份有限公司	第 4 名	上升 2 名	1.55%	0.29%
厦门吉宏科技股份有限公司	第 5 名	上升 6 名	1.53%	0.49%
合计	-	-	13.01%	1.62%
发行人	第 47 名	上升 11 名	0.29%	0.06%

续：

2019 年				
生产商名称	市场排名		市场占有率	
	排名	较上年排名变化	占有率	较上年占有率变化
厦门合兴包装印刷股份有限公司	第 1 名	无变化	3.70%	-0.14%
深圳市裕同包装科技股份有限公司	第 2 名	无变化	3.40%	0.46%
杭州顶正包材有限公司	第 3 名	无变化	1.55%	0.16%
杭州秉信环保包装有限公司	第 4 名	上年未上榜	1.42%	-
四川省宜宾普什集团 3D 有限公司	第 5 名	上升 4 名	1.32%	0.29%
合计	-	-	11.39%	0.92%
发行人	第 58 名	上升 27 名	0.24%	0.06%

续：

2018 年				
生产商名称	市场排名		市场占有率	
	排名	较上年排名变化	占有率	较上年占有率变化
厦门合兴包装印刷股份有限公司	第 1 名	上升 1 名	3.84%	1.54%
深圳市裕同包装科技股份有限公司	第 2 名	下降 1 名	2.94%	0.41%
杭州顶正包材有限公司	第 3 名	上升 17 名	1.39%	0.82%
深圳劲嘉集团股份有限公司	第 4 名	上年未上榜	1.16%	-
上海紫江企业集团股份有限公司	第 5 名	下降 1 名	1.15%	0.01%

合计	-	-	10.47%	1.94%
发行人	第 85 名	未上榜	0.18%	0.08%

续：

2017 年				
生产商名称	市场排名		市场占有率	
	排名	较上年排名变化	占有率	较上年占有率变化
深圳市裕同包装科技股份有限公司	第 1 名	无变化	2.53%	0.27%
厦门合兴包装印刷股份有限公司	第 2 名	无变化	2.30%	0.85%
斯道拉恩索中国	第 3 名	上年未上榜	1.51%	-
上海紫江企业集团股份有限公司	第 4 名	无变化	1.14%	-0.20%
四川省宜宾普什集团 3D 有限公司	第 5 名	无变化	1.06%	-0.07%
合计	-	-	8.54%	1.01%
发行人	本年未上榜	上年未上榜	0.09%	0.02%

注 1：数据来源于中国包装联合会及《印刷经理人》杂志评选的历年“中国印刷包装企业 100 强排行榜”；

注 2：市场占有率=企业当年营业收入/当年纸与纸板容器行业规模以上企业营业收入

近年来，各期前五大生产商及发行人的市场占有率变动速度如下：

项目	2021 年	2020 年	2019 年	2018 年	2017 年
前五大生产商市场占有率变动速度	23.60%	14.25%	8.75%	22.67%	13.47%
发行人市场占有率变动速度	27.36%	23.21%	35.69%	85.42%	20.96%

注：市场占有率变动速度=（当期市场占有率-前期市场占有率）/前期市场占有率

如上所示，近年来发行人的经营业绩保持快速增长态势，发行人的市场排名及市场占有率稳步提升。同时，近年来各期前五生产商的市场占有率逐年增加，行业集中度不断提高，发行人的增长速度高于行业集中度提升速度。

2、中介机构核查情况

保荐机构履行了如下核查程序：

（1）查阅近年来《印刷经理人》杂志评选的“中国印刷包装企业 100 强排行榜”，统计并分析发行人及近年来前五名生产商的排名及变动情况；

（2）查阅近年来中国包装联合会公布的纸包装行业收入规模，统计并分析

发行人和近年来前五大生产商的市场占有率及变动情况，对比分析近年来前五大生产商和发行人的市场占有率变动速度。

经核查，保荐机构认为：近年来发行人经营业绩保持增长态势，发行人的增长速度超过行业集中度提升速度。

（三）结合下游客户维持供应商供货占比、收入区域分布以及细分行业进入壁垒情况，补充说明发行人在环保纸袋、食品包装领域的市场空间是否存在局限性，拓宽市场的计划和措施

1、下游主要客户维持供应商供货占比情况

发行人下游主要客户出于维护供应链安全性和稳定性的考虑，会对其合格供应商体系内各供应商的供货占比进行综合考虑，从而避免过分依赖单个供应商。下游客户供应商体系内，各家供应商供货占比并非每年一成不变，而是根据竞标价格、运输距离、供应保障能力、服务能力、研发创新能力等因素适时调整。

2022年，发行人在必胜食品、乐信贸易、华莱士等主要客户同类产品的供货占比情况如下：

（1）2022年，发行人向华莱士销售的主要产品在其同类产品采购中的占比情况如下：

项目	占比
纸袋类	30%左右
纸盒类	30%左右
纸容器（纸桶、纸杯）类	45%左右

（2）2022年，发行人向必胜食品销售的主要产品在其同类产品采购中的占比情况如下：

项目	占比
纸袋类	25%-30%
纸盒类	20%-25%
纸容器（纸桶、纸杯）类	25%左右

（3）2022年，发行人向乐信贸易销售的主要产品在其同类产品采购中的占比情况如下：

项目	占比
纸袋类	30%左右
纸盒类	20%-25%

由上可见，发行人在主要客户如肯德基、麦当劳、华莱士等的供应商体系内占据有重要地位。

2、发行人收入区域分布情况

报告期内，发行人来自华东地区的收入占比分别为 55.02%、54.04%以及 60.38%，占比较高，主要是由于：

(1) 华东地区经济发展水平较高，下游消费需求旺盛，2021 年，华东地区六省一市 GDP 总量为 43.76 万亿元，占全国 GDP 总量的比例为 38.2%，是全国 GDP 总量最大的地区。

(2) 华东地区为发行人主要生产经营所在地，发行人主要客户如必胜食品、乐信贸易、华莱士等均位于华东地区。

上述两方面因素导致发行人来自华东地区的收入占比较高。

3、环保纸袋及食品包装行业进入壁垒

发行人所处的环保纸袋和食品包装行业主要存在如下进入壁垒：

(1) 客户壁垒

在消费升级的大趋势下，下游优质客户为提升自身产品品牌形象、应对激烈竞争的市场，在包装设计、服务质量、产品供应的及时性等方面对纸制品包装供应商提出了更高标准和更严格的要求。在正式成为客户合格供应商之前，纸制品包装供应商需要经过下游客户对其生产规模、研发设计能力、产品质量稳定性、市场响应速度、安全生产、环境保护以及社会责任等各个方面进行严格的考核、评审和认证。下游客户供应商认证流程复杂，进入门槛高，特别是国际知名的大型企业，认证过程更为严格、复杂，时间跨度更长。

为了降低供应商管理成本、保证印刷包装产品质量稳定性，下游客户通常会选择少数几家头部供应商针对其产品提供针对性的包装整体解决方案，从而形成较紧密的合作关系。一旦与供应商形成了稳定的业务合作关系，下游客户一般不

会轻易更换供应商，合作关系具有很强的持续性和稳定性。通过客户认证及持续服务能力检验的供应商与客户之间具有很强的合作粘性，从而对新进入者构成了较高市场进入壁垒。

公司立足于服务下游各行业主流客户的业务战略，凭借优异的产品质量和服务能力，赢得了众多知名品牌客户的信赖，并与其建立了长期稳定的合作关系。目前，公司主要客户均为国内外知名消费及餐饮品牌，包括肯德基、麦当劳、星巴克、美团、华莱士、海底捞、喜茶、蜜雪冰城、优衣库、阿迪达斯、安踏、特步等。公司优质的产品和服务赢得客户高度评价，荣获肯德基“2019 年度百胜中国质量奖”、麦当劳“2020 年度 AA 供应商质量奖”、“HAVI 保障供应奖”、“HAVI 卓越质量奖”、“HAVI 开发创新公司奖”、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”以及海底捞“2021 年度最佳诚信供应商”、“2022 年度最佳产品供应商”等。

（2）技术壁垒

印刷技术、制袋技术是决定纸制品包装产品质量的关键因素。印刷技术、制袋技术本身十分复杂，生产企业只有经过长时间的生产实践和技术积累才有可能实现精准的色彩管理，达到良好的制袋质量，而食品包装生产还需要符合食品安全标准，对生产工艺的要求更为严格。随着客户对高品质包装的需求不断提升，主要生产企业不断加大对新技术、新工艺的研发力度，生产技术不断进行迭代更新。此外，随着国家环保政策的日趋严格，积极研发绿色、环保包装正成为行业的重要发展趋势，为更好地适应市场对绿色、环保包装的需求，行业内具有一定规模和技术实力的企业已在绿色、可降解、环保包装等方面开展了大量研发工作。综上，已经进入本行业的企业通过多年的积累，在生产经营的各个环节上有了比较丰富的生产经验和技術积累，长期的技术储备和持续更新迭代的生产技术对于行业新进入者形成了较高的技术壁垒。

发行人为国内纸袋行业的领先企业，印刷技术方面，经过长期的技术研发和生产实践积累沉淀，发行人已具备了行业领先的柔性版印刷技术，掌握了柔性版印刷技术的关键核心工艺，并在图案分析、颜色分解、文件设计、排版、制稿、油墨调配、数码模拟及 3D 模拟上机打样、纸张检测、压力控制、过程监控等柔

性版印刷关键技术环节形成了具备创新性和行业竞争力的技术能力；制袋技术方面，发行了主导了纸袋行业标准的修订，具备行业领先的制袋技术水平，掌握了“离线自动贴手柄技术”、“内折小U袋技术”等多项行业先进技术，制袋技术具备创新性和竞争力，并通过持续不断的产品研发和技术创新保持竞争力。

（3）资金壁垒

为适应下游客户对产品品质的要求，生产企业需要投入大量高端印刷设备、制袋设备等，设备购置和日常维护需投入大量资金。此外，为了保持竞争力，主要生产企业投入大量资金对新产品、新技术、新应用领域等进行持续研发。相对较高的资金投入要求对新进入者形成了一定的行业门槛。

综上，发行人所处的环保纸袋和食品包装领域存在较高的客户壁垒、技术壁垒和资金壁垒，对行业新进入者形成了较高的行业门槛。

4、发行人在环保纸袋、食品包装领域的市场空间是否存在局限性，拓宽市场的计划和措施

（1）发行人在环保纸袋、食品包装领域的市场空间不存在局限性

结合前述下游客户维持供应商供货占比、收入主要来源于华东地区以及行业进入壁垒情况，发行人在环保纸袋和食品包装领域的市场空间不存在局限性，具体如下：

第一，虽然下游主要客户出于保障供应链安全性的考虑，会综合考虑各供应商的供货占比情况，但发行人凭借优良的产品质量和综合服务能力已在主要客户供应商体系中占据重要地位，且在国家“限塑令”日趋严格的背景下，发行人主要客户未来需求总体呈上升趋势、新的应用领域不断开拓、新客户持续开发（发行人主要客户未来需求情况、新应用领域开拓情况、新客户开发情况详见本题回复之“（2）发行人拓宽市场的计划和措施”），发行人未来市场空间广阔，发展前景良好。

第二，虽然发行人收入主要来源于华东地区，但发行人面向全国消费市场，在全国重点消费区域均有战略布局，具备开拓其他销售区域客户的能力，近年来，发行人开拓的华东地区以外的其他重要客户包括美团、蜜雪冰城、喜茶、海底捞、京东、书亦烧仙草等，未来市场空间不会受到区域局限。

第三，环保纸袋和食品包装行业具有较高的客户壁垒、技术壁垒和资金壁垒，对行业新进入者形成了较高的进入门槛，发行人市场空间受到行业新进入者挤压的可能性较小。

（2）发行人拓宽市场的计划和措施

①通过持续的技术研发和产品创新积极开拓新的应用领域和应用场景

国家发展改革委、生态环境部《关于进一步加强塑料污染治理的意见》对塑料制品的使用进行了严格限制或禁止，随着国家“限塑令”政策的日趋严格和社会环保意识的加强，纸制品包装作为绿色、环保的包装方式，未来面临十分广阔的市场发展空间。

发行人通过持续的技术研发和产品创新积极开拓新的应用场景和应用领域，如在快递配送、外卖配送、商超零售等领域，发行人产品具备广阔的市场发展空间，具体如下：

1) 快递配送领域

2021年，全国快递业务量完成1,083亿件，同比增长29.9%；**2022年，全国快递业务量完成1,105亿件**，延续快速发展态势。国家发展改革委、生态环境部《关于进一步加强塑料污染治理的意见》指出“到2022年底，北京、上海、江苏、浙江、福建、广东等省市的邮政快递网点，先行禁止使用不可降解的塑料包装袋、一次性塑料编织袋等，降低不可降解的塑料胶带使用量。到2025年底，全国范围邮政快递网点禁止使用不可降解的塑料包装袋、塑料胶带、一次性塑料编织袋等”。未来随着国家“限塑”、“禁塑”政策的日趋严格，纸制品包装在快递领域的应用将迎来重要的发展机遇。

目前，亚马逊等电商平台已部分应用纸质快递外包装。发行人在快递包装应用方面展开了大量的研发工作，如研发增加缓冲防震功能的快递外包装袋、纸质快递内包装袋等，并已与顺丰快递等快递物流企业探讨纸质快递包装应用测试方案。

2) 外卖配送领域

2021年，全国外卖订单量超过201.26亿单，同比增长48.15%，仍维持快速

发展趋势。外卖业务量的快速增长，为发行人未来业务发展提供了巨大的潜在市场空间。目前，发行人外卖手提袋、药品外卖袋、红酒外卖袋、打包餐盒、粥汤碗等产品已应用于美团、肯德基、麦当劳、华莱士、星巴克、京东健康等客户的外卖配送。发行人持续不断的进行产品研发创新，增强纸包装的防水、防油、防侧漏、保温、隐私保护、防开启等功能，使之更加符合外卖配送的各种场景，比如雨雪极端天气等，同时，有效提升外卖包装的美观度及品牌宣传效应。未来随着“限塑令”、“禁塑令”的推行，纸袋在外卖配送领域将具有广阔的发展空间。

3) 商超、零售领域

在商超、零售领域，发行人手提袋承重性能好，并可根据需要增加防水、防油、防尘等功能，可成为塑料手提袋的有效替代，其他如尖底袋、方底袋、镂空袋等均可以应用于商超、零售的各种消费场景。在国外市场，环保政策较为严格，民众环保意识较强，“以纸代塑”已得到较好的贯彻落实，纸袋作为一种普通包装物得到广泛应用，发行人手提袋在境外市场已广泛应用于超市、便利店等消费场景，如美国 SYSCO、Food stuff 超市等。在国内市场，发行人已成为永辉超市的合格供应商，为永辉超市供应手提购物袋，正在开拓的其他商超零售领域客户包括新华都超市、全家便利店等。未来随着纸袋防水、防油等功能的日趋完善，纸袋在商超、零售领域的应用将越来越广泛。

4) 其他应用领域

序号	名称	应用场景
1	纸围裙	发行人已完成产品研发并申请专利，目前处于客户验证过程中，主要应用于火锅消费场景，替代原一次性塑料围裙或一次性无纺布围裙使用
2	纸罐	发行人已完成产品研发并获得客户达利食品认可，预计 2022 年 11 月投入量产，主要用于薯片包装，并正在与盼盼食品洽谈产品应用方案
3	即食食品包装	包括包纸、纸盒、纸袋等，目前已分别应用于达利食品即食汉堡包装、盼盼食品的摇摇乐薯条包装等，后续将应用至更多客户
4	预制菜包装	发行人正在进行纸浆模塑和涂层材料包装产品的研发，主要应用于预制菜包装，替代塑料包装
5	卫品袋	发行人正在进行产品研发，主要应用于女性卫生用品、纸尿裤等产品的纸质内包装，替代塑料包装
6	电子产品包装	发行人正在进行产品研发，主要应用于电子产品内包装，使纸袋具备一定透明性，同时实现防静电、防尘、防刮擦等功能，替代塑料包装
7	果冻袋	发行人正在进行产品研发，包括材料选材、涂层应用、耐氧性能、防水性能、防潮性能、三边封口成型工艺等，主要应用于直接接

		触果冻的内包装，替代塑料包装
8	新型纸标签	发行人正在进行产品研发，以期实现良好的防褪色、防水效果，主要应用于快递物流标签、产品标签等，替代原合成纸（以聚乙烯、聚丙烯等制成）标签，更加环保，并已向客户提供产品方案
9	家具包装	发行人正在进行产品研发，主要应用于家具部件内包装，使纸袋具备较高的物理强度，降低运输途中刮擦影响，替代塑料包装
10	玩具包装	发行人正在进行产品研发，主要应用于玩具内包装，应用于积木、拼图、玩偶等类型玩具的内包装，使纸袋实现防刮蹭、防污等功能替代塑料包装
11	灯具包装	发行人正在进行产品研发，主要应用于灯具内包装，使纸袋具备较高的物理强度，降低运输途中刮擦影响，主要应用于灯具内包装，替代塑料包装
12	模压纸盘	发行人正在进行产品研发，应用于蛋糕、披萨等食物的盛装，通过印刷、模压等工艺制造成型，进一步研发通过印刷金属油墨，提高纸盘的导热性能

②增强主要客户合作粘性，主要客户未来市场需求增长带动公司业务增长

发行人凭借优质稳定的产品质量、较强的研发创新能力、突出的综合服务能力，获得了主要客户的高度认可，未来将持续为客户提供优质产品和服务，增强与主要客户的合作粘性。随着主要客户未来市场需求增加，发行人业务规模亦将持续扩大。发行人现有主要客户的未来需求前景情况如下：

序号	名称	未来需求前景
1	必胜食品 (肯德基)	(1) 随着国家“限塑”、“禁塑”环保政策的推行，肯德基外带/外送打包袋逐步替换为纸袋，需求量较大； (2) 预计未来发行人可增加对华北、华中等区域肯德基的供应，供应份额扩大； (3) 未来肯德基门店数量将持续增加，门店覆盖率不断提高，线上订单的比例也将进一步提升，纸袋需求量将持续扩大； (4) 近年来，百胜中国持续投资或收购不同领域的餐饮品牌，如黄记煌、塔可贝尔（西式快餐）、Lavazza（咖啡品牌）等，带来潜在的纸袋需求。
2	乐信贸易 (麦当劳)	(1) 预计未来发行人可增加供应产品品种，如纸杯类产品、纸吸管等； (2) 预计未来发行人可增加供应区域和供应份额，除中国市场外，积极拓展麦当劳全球市场，如日本、美国、欧洲等市场。
3	华莱士	(1) 预计未来华莱士继续深入下沉市场，门店规模继续扩张，纸包装需求量持续增加； (2) 预计未来发行人可增加铝箔袋、波纹杯等品种的供应； (3) 随着“限塑令”的逐步推行，三、四线城市的外卖包装逐步替换为纸袋，外卖打包袋需求量将会增加。
4	美团	美团在餐饮外卖、药品、生鲜、零售等领域具备很强的覆盖率和服 务能力，而纸袋在上述领域应用场景十分广泛，未来纸袋需求量较大。
5	星巴克	(1) 目前发行人主要供应环保纸袋、纸吸管等，未来可扩展供应产品品种，包括纸杯、纸盒等； (2) 除中国市场外，发行人积极扩展星巴克全球市场，目前已跟

		美国、东南亚等国家和地区展开合作，未来可拓展市场空间较大。
6	海底捞	目前发行人供应品种以环保纸袋为主，未来可扩展纸杯、纸吸管、一次性环保纸制品包装等，同时，发行人也积极为海底捞研发新品种，业务有较大增长空间。
7	猩米科技 (喜茶)	(1) 喜茶为新式茶饮知名品牌，深受年轻消费者欢迎，未来发展空间较大； (2) 目前发行人供应品种以环保纸袋为主，未来可扩展纸杯、纸盒、食品纸袋等产品，未来业务增长空间较大。
8	蜜雪冰城	蜜雪冰城近年来逐渐实行“以纸代塑”，未来纸包装需求量较大，如外带/外送打包袋、方底袋、纸杯、纸盒等。

③通过不断的营销努力持续开拓新增客户

发行人具备较强的客户开发能力，市场声誉良好，客户口碑优秀，通过不断的营销努力持续开拓新增客户，发行人 2022 年和 2023 年新增开拓以及目前正在开拓的重要客户情况如下：

序号	客户/品牌名称	开拓进展情况
1	赛百味	发行人已进入赛百味供应商系统
2	永辉超市	发行人已通过永辉超市供应商评审，并开始向永辉超市供货
3	汉堡王	发行人已与汉堡王达成合作协议，并开始向汉堡王供货
4	达利食品	发行人已与达利食品达成合作协议，并开始向达利食品供货
5	薛记炒货	发行人已与薛记炒货达成合作协议，并开始向薛记炒货供货
6	益禾堂	益禾堂已对发行人工厂进行审验，并已开始供货
7	三只松鼠	发行人正与三只松鼠进行业务洽谈
8	大参林	发行人正与大参林进行业务洽谈， 并已试单生产
9	良品铺子	发行人正与良品铺子进行业务洽谈， 并已试单生产
10	新华都	发行人正与新华都进行业务洽谈
11	全家便利店	发行人正与全家便利店进行业务洽谈
12	唯品会	发行人正与唯品会进行业务洽谈， 并已试单生产
13	小米科技	发行人正与小米科技进行业务洽谈
14	厦门航空	发行人已与厦门航空达成合作协议，并签定年度供应合同
15	茶百道	发行人已与茶百道达成合作协议，并开始向茶百道供货
16	古茗	发行人已与古茗达成合作协议，并开始向古茗供货
17	霸王茶姬	发行人正与霸王茶姬进行业务洽谈
18	西贝	发行人正与西贝进行业务洽谈， 并已试单生产
19	大创 (Daiso Japan)	发行人已与大创 (Daiso Japan) 达成合作协议，并开始向大创 (Daiso Japan) 供货
20	李宁	发行人已与李宁达成合作协议，并开始向李宁供货

序号	客户/品牌名称	开拓进展情况
21	饿了么	发行人已与饿了么达成合作协议，并开始向饿了么供货

综上所述，发行人市场空间不存在局限性，未来发展空间广阔，发展前景良好；发行人可通过积极开拓新应用领域、增强主要客户合作粘性、持续开拓新增客户等措施拓宽市场空间，实现业务的可持续增长。

5、中介机构核查情况

保荐机构履行了如下核查程序：

（1）对销售人员进行访谈，了解下游客户维持供应商供货占比的情况以及发行人在主要客户供应体系内的地位，了解发行人收入主要来源于华东地区的原因，了解发行人所处环保纸袋和食品包装领域的进入壁垒等；

（2）查阅《关于进一步加强塑料污染治理的意见》等行业政策，查询快递、外卖业务数据，了解纸制品包装的未来需求前景；

（3）对销售人员、研发人员进行访谈，了解发行人产品的新应用领域、新产品研发情况、现有主要客户未来需求前景、新客户开拓情况等。

经核查，保荐机构认为：发行人市场空间不存在局限性，未来发展前景十分广阔；发行人可通过积极开拓新应用领域和应用场景、增强主要客户合作粘性、持续开拓新增客户等措施不断拓宽市场空间。

（以下无正文）

（此页无正文，为福建南王环保科技股份有限公司《关于福建南王环保科技股份有限公司申请首次公开发行股票并在创业板上市发行注册环节反馈意见落实函之回复》之盖章页）



福建南王环保科技股份有限公司

2023年3月30日

发行人董事长声明

本人已认真阅读福建南王环保科技股份有限公司发行注册环节反馈意见落实函回复的全部内容，确认回复内容不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对发行注册环节反馈意见落实函回复内容的真实性、准确性、完整性承担相应的法律责任。

发行人董事长：

陈凯声

陈凯声



福建南王环保科技股份有限公司

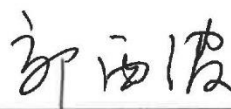
2023年3月30日

（此页无正文，为申万宏源证券承销保荐有限责任公司《关于福建南王环保科技股份有限公司申请首次公开发行股票并在创业板上市发行注册环节反馈意见落实函之回复》之签字盖章页）

保荐代表人：



周忠军



郭西波

申万宏源证券承销保荐有限责任公司

2023年3月30日



保荐机构董事长、总经理声明

本人已认真阅读福建南王环保科技股份有限公司发行注册环节反馈意见落实函回复的全部内容，了解报告涉及问题的核查过程、本公司的内核和风险控制流程，确认本公司按照勤勉尽责原则履行核查程序，发行注册环节反馈意见落实函的回复报告不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对上述文件的真实性、准确性、完整性承担相应的法律责任。

董事长、总经理：


张剑

申万宏源证券承销保荐有限责任公司

2013年3月30日

