

**关于安徽强邦新材料股份有限公司  
申请首次公开发行股票并在主板上市的  
审核中心意见落实函的专项核查意见**

---

容诚专字[2023]200Z0677号

容诚会计师事务所(特殊普通合伙)  
中国·北京

**关于安徽强邦新材料股份有限公司  
申请首次公开发行股票并在主板上市的审核中心意见落实函的  
专项核查意见**

容诚专字[2023]200Z0677 号

**深圳证券交易所：**

贵所于 2023 年 8 月 18 日出具的审核函〔2023〕110169 号《关于安徽强邦新材料股份有限公司申请首次公开发行股票并在主板上市的审核中心意见落实函》（以下简称“意见落实函”）收悉。对意见落实函所提财务会计问题，容诚会计师事务所（特殊普通合伙）（以下简称“申报会计师”）对安徽强邦新材料股份有限公司（以下简称“强邦新材”、“公司”、“发行人”）相关资料进行了核查，现做专项说明如下，请予审核。

除特别说明外，本意见落实函回复使用的简称与《安徽强邦新材料股份有限公司首次公开发行股票并在主板上市招股说明书（申报稿）》的含义相同。

本意见落实函回复中若出现合计数值与各分项数值之和尾数不符的情况，均为四舍五入原因造成。

## 1. 关于期后业绩下滑

申报材料及审核问询回复显示，发行人境外胶印版材、柔性版材在报告期内销量增幅持续减少，境内胶印版材、柔性版材销量在 2022 年下降 11.30%、5.19%，2023 年 1-6 月经审阅营业收入下降 16.98%、扣非后归母净利润下降 9.35%。

请发行人说明报告期内业绩增长放缓至期后业绩下降的原因，相关不利因素影响及其延续性，结合胶印版材和柔性版材下游市场需求变化、产品竞争力、在手订单等情况分析经营业绩的稳定性。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

回复：

### 一、发行人说明事项

(一) 说明报告期内业绩增长放缓至期后业绩下降的原因，相关不利因素影响及其延续性

#### 1、报告期内业绩增长放缓至期后业绩下降的原因

公司主要从事印刷版材的研发、生产与销售，是国内规模最大的印刷版材制造商之一，成立以来始终专注于感光材料的研发及其在印刷版材方面的应用，已建立完善的印刷版材产品体系，主要产品为胶印版材和柔性版材。印刷版材作为印刷行业重要基础耗材，需求随着印刷行业的发展而发展。

报告期各期及 2023 年 1-6 月，公司的主要财务数据如下：

单位：万元

项目	2023 年 1-6 月		2022 年度		2021 年度		2020 年度
	金额	变动率	金额	变动率	金额	变动率	金额
营业收入	67,464.75	-16.98%	158,848.47	5.72%	150,252.24	37.52%	109,258.13
营业利润	4,547.84	-8.52%	10,341.50	34.02%	7,716.15	-14.13%	8,985.88
利润总额	4,708.00	-17.28%	11,059.38	39.53%	7,926.40	-11.84%	8,991.29
归属于母公司股东的净利润	4,257.79	-17.28%	9,889.16	40.34%	7,046.70	-8.10%	7,667.72
扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润	3,952.46	-9.35%	8,708.99	29.17%	6,742.30	24.96%	5,395.66

注：2023 年 1-6 月数据已经申报会计师审阅，2023 年 1-6 月数据变动率系与 2022 年同期比较，下同。

总体来看，2022 年发行人收入增长幅度放缓，主要系国内经济增速放缓，尤其 2022 年上半年国内部分地区企业先后停产停工，国内印刷版材终端市场需

求下滑，使得境内销量有所下降所致；2023年1-6月，发行人经审阅营业收入相较2022年同期下降16.98%，主要原因系：①欧洲市场受通胀和地缘政治局势紧张等因素影响，需求不及预期，发行人胶印版材境外销量与上年同期相比下降23.83%；②主要原材料铝卷采购价格下降，胶印版材平均售价相较2022年度下降7.00%。受销售收入下降的影响，公司2023年1-6月净利润较2022年同期亦有所下滑。

分产品来看，公司胶印版材及柔性版材销售变动情况具体分析如下：

(1) 胶印版材

公司销售收入主要来源于胶印版材，报告期各期及2023年1-6月公司胶印版材销售收入变动情况如下：

单位：万平方米、元/平方米、万元

项目		2023年1-6月		2022年度		2021年度		2020年度
		金额/数量	变动率	金额/数量	变动率	金额/数量	变动率	金额/数量
销售数量	境内	1,954.03	2.64%	3,993.84	-11.30%	4,502.66	4.93%	4,290.96
	境外	1,376.77	-23.83%	3,383.02	3.25%	3,276.52	54.40%	2,122.10
	小计	3,330.80	-10.25%	7,376.86	-5.17%	7,779.18	21.30%	6,413.07
销售单价	境内	18.66	-9.68%	19.99	8.50%	18.42	15.19%	16.00
	境外	19.28	-7.67%	20.75	15.48%	17.96	7.23%	16.75
	小计	18.92	-8.92%	20.34	11.56%	18.23	12.22%	16.25
销售收入	境内	36,457.13	-7.30%	79,843.21	-3.76%	82,961.38	20.87%	68,636.15
	境外	26,545.34	-29.67%	70,186.06	19.24%	58,862.30	65.56%	35,553.21
	小计	63,002.48	-18.25%	150,029.27	5.79%	141,823.68	36.12%	104,189.35
其中：销量因素影响		/	-10.25%	/	-5.17%	/	21.30%	/
单价因素影响		/	-8.00%	/	10.96%	/	14.82%	/

注：销量影响=（本期产品销售数量-上期产品销售数量）\*上期产品销售单价/上期产品销售收入，下同；单价影响=本期产品销售数量\*（本期产品销售单价-上期产品销售单价）/上期产品销售收入，下同。

报告期内，公司胶印版材销售收入呈逐年上升趋势，2023年1-6月胶印版材销售收入较2022年同期下降18.25%，胶印版材各期销售收入的变动系销售数量及销售单价综合影响所致，各因素变动原因如下：

①销售数量方面

2020年，全球经济总体下行导致胶印版材境内外终端市场需求减弱，尤其境外市场受经济下行影响更为严重，市场需求下滑程度更深，公司2020年胶印

版材境外销售数量较 2019 年下降 29.00%。2021 年，随着经济环境逐步稳定，欧洲等海外地区下游市场需求快速恢复，公司胶印版材境外销售数量较 2020 年大幅上升 54.40%，但与 2019 年相比仅增长 9.62%；2021 年境内终端市场需求稳定增长，公司胶印版材境内销售数量较 2020 年增长 4.93%，综合使得公司胶印版材销售数量相较 2020 年上升 21.30%。

2022 年国内经济增速放缓，尤其 2022 年上半年国内部分地区企业先后停产停工，导致国内胶印版材终端市场需求有所下滑，公司胶印版材境内销售数量相较 2021 年小幅下降 11.30%；境外胶印版材终端市场需求较为稳定，公司胶印版材境外销售数量相较 2021 年增长 3.25%，综合使得公司胶印版材销售数量相较小幅下降 5.17%。

2023 年 1-6 月境内终端市场需求有所回暖，稳定增长，公司胶印版材境内销售数量相较 2022 年同期小幅增长 2.64%；境外胶印版材终端市场需求不及预期，公司胶印版材境外销售数量相较 2022 年同期下降 23.83%，综合使得公司胶印版材销售数量相较下降 10.25%。根据中国海关数据显示，2023 年 1-6 月国内印刷版材出口 3.58 亿美元，同比下降 18%，其中 PS 胶印版材出口 0.55 亿美元，同比下降 29%；CTP 胶印版材出口 2.91 亿美元，同比下降 16%，发行人境外销售数量变动趋势与海关出口数据基本一致。

## ②销售单价方面

公司胶印版材的主要原材料为铝卷、感光胶等，铝卷成本占胶印版材直接材料成本的比例约 85%，产品销售价格受铝材价格变动的较大影响。2020 年以来，铝材市场价格变动情况如下图所示：



数据来源：Wind

2020年，全球经济出现下滑趋势，为刺激经济复苏，美欧等发达经济体实施宽松的财政货币政策，全球流动性较为宽裕，导致全球大宗商品价格上涨，公司铝卷采购单价由2020年的1.70万元/吨上涨至2021年的2.18万元/吨。针对铝卷价格单边快速上升的情况，公司积极与下游客户协商调整销售单价，使得2021年胶印版材销售单价较2020年上升12.22%。

2022年，受国内经济增速放缓、欧洲地区局势复杂化等国际复杂形势影响，铝材价格上半年持续高位波动，下半年适度回落，公司虽然积极与供应商锁定铝卷采购价格，但采购单价仍由2021年的2.18万元/吨上涨至2022年的2.37万元/吨。公司持续积极采取与下游客户协商调价以应对铝卷价格波动，使得2022年胶印版材销售单价较2021年上升11.56%。

2023年上半年，铝材价格波动较小，基本保持平稳，铝卷采购单价由2022年的2.37万元/吨下降至2023年上半年的2.20万元/吨，公司胶印版材销售单价亦有所调整，较2022年同期下降8.92%。

## (2) 柔性版材

柔版印刷是业界公认的较为绿色环保印刷方式之一，正处于蓬勃发展时期。未来，柔版印刷因其绿色环保，以及印刷质量与水平的持续提升，在食品、药品包装等印刷领域将越来越受到行业和下游客户的青睐，发展空间广阔，有助

于柔性版材的广泛应用。随着公司积极推动柔性版材产品性能提升，柔性版材产品以其质量优势不断得到国内外市场认可和应用，未来发展潜力较大。

报告期各期及 2023 年 1-6 月，柔性版材销售收入占主营业务收入比例相对较低，但呈持续稳定增长态势，具体销售情况如下：

单位：万平方米、元/平方米、万元

项目		2023年1-6月		2022年度		2021年度		2020年度
		金额/数量	变动率	金额/数量	变动率	金额/数量	变动率	金额/数量
销售数量	境内	13.42	13.01%	22.10	-5.19%	23.31	37.75%	16.92
	境外	5.03	111.92%	8.03	40.03%	5.73	110.62%	2.72
	小计	18.45	29.48%	30.13	3.74%	29.04	47.85%	19.64
销售单价	境内	165.66	-6.66%	175.01	-4.10%	182.49	3.52%	176.29
	境外	228.31	4.77%	234.54	-1.62%	238.39	-10.66%	266.85
	小计	182.74	-0.80%	190.87	-1.37%	193.53	2.48%	188.84
销售收入	境内	2,222.84	5.49%	3,867.33	-9.08%	4,253.48	42.60%	2,982.80
	境外	1,148.07	122.03%	1,882.97	37.77%	1,366.80	88.16%	726.39
	小计	3,370.92	28.45%	5,750.30	2.31%	5,620.28	51.52%	3,709.19
其中：销量因素影响		/	29.48%	/	3.74%	/	47.85%	/
单价因素影响		/	-1.03%	/	-1.42%	/	3.67%	/

报告期内，销售数量方面，公司利用产品性能和价格优势，积极开拓境外市场，柔性版材销量呈稳定增长趋势；单价方面，受原材料价格波动、市场竞争影响，公司积极与下游客户协商调整柔性版材销售单价，以保持公司柔性版材产品的市场竞争力和刺激柔性版材市场客户需求。

综上所述，公司报告期内及期后胶印版材、柔性版材销售收入变动主要系受经济环境影响终端市场需求变动、公司持续积极调整销售单价以应对原材料价格波动等因素所致，业绩波动具有合理性。

## 2、业绩不利因素影响不具有延续性

根据中国印刷及设备器材工业协会印刷器材分会出具的说明，公司胶印版材销量位居国内第二，柔性版材销量在国内企业中亦位居前列。印刷版材作为印刷行业基本和重要材料，未来随着下游印刷业规模的稳步提高与高质量发展，印刷版材产销需求将持续稳步增长。公司建立了覆盖范围较广的销售网络和完善的经销商管理体系，以满足公司业务规模增长的需要。公司产品销往国内 28 个省、直辖市和自治区及 60 多个境外国家和地区，赢得了市场广泛认可。

公司 2022 年境内胶印版材、柔性版材销量下降，2023 年 1-6 月境外胶印版材销量下降，系受国内部分地区停工停产和欧洲地缘政治因素等外部环境变化影响而出现的短期波动，不具有延续性，随着印刷版材市场需求逐渐恢复，公司产品销量将逐步回升。公司预计 2023 年 1-9 月业绩将较 2023 年上半年有所好转，收入下降幅度收窄，经初步测算公司 2023 年 1-9 月的业绩预计情况如下：

单位：万元

项目	2023 年 1-9 月	2022 年 1-9 月	变动幅度
营业收入	103,000 至 110,000	120,840.57	-14.76%至-8.97%
归属于母公司股东的净利润	6,550 至 7,000	7,506.04	-12.74%至-6.74%
扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润	6,200 至 6,650	6,619.40	-6.34%至 0.46%

注：上述业绩预计情况系发行人根据当前公司经营情况初步预计数据，未经申报会计师审计或审阅，不构成公司的盈利预测或业绩承诺。

此外，发行人积极采取措施以应对原材料价格波动对公司经营业绩产生的不利影响。公司胶印版材产品销售价格主要系参考上海有色现货市场的铝锭价格确定，胶印版材产品主要原材料铝卷的市场价格在连续规定时间内变动超过约定金额，公司会及时与下游客户沟通调整销售价格。公司境内外客户订单定价模式不同：境内客户的定价按照实际发货前的所下订单报价结算，该报价能较好地反映近期铝卷价格的上涨和高位波动；境外客户的定价按照对方下订单时的报价结算，由于排产和船期安排等因素，获得订单到交货周期需 1-2 个月，在铝卷价格大幅上涨和高位波动时，订单价格不能及时反映发货时的实际成本变动。

(1) 为了应对铝卷价格大幅上涨对公司经营业绩产生的不利影响，公司自 2020 年下半年以来积极采取以下措施：

①胶印版材产品主要原材料铝卷的市场价格在连续规定时间内变动超过约定金额，公司会及时与下游客户沟通调整销售价格。由于 2020 年下半年起国内铝卷市场价格受全球宽松的财政货币政策以及全球大宗商品价格影响大幅上升，公司积极提升与境内外主要客户调价频率，降低铝卷价格上涨的不利影响。

②公司部分外销订单执行周期相对较长，根据订单签订价格积极与铝卷等主要原材料供应商协商，尽量及时采购并在合理范围内锁定铝卷采购价格，保证产品成本的稳定性和毛利率处于合理区间。



③公司加强与现有铝卷供应商的战略合作，在铝卷价格波动趋势上进行综合研判，同时积极开拓新的铝卷供应商，加强采购价格比对，保证铝卷在合理价格范围内的稳定供应。

(2) 为了降低公司感光树脂柔性版成本，以更具有竞争力的价格开拓市场，公司积极采取以下措施助力公司经营业绩的提升：

①加大研发投入和技术创新，保持公司柔性版材产品核心竞争力并提升产品技术先进性，同时加大境内外高端印刷市场的开拓力度，逐渐实现国产替代；

②提升供应链渠道管理能力，开发其他优质供应商，积极寻找性价比更高的同类可替代原材料；

③持续优化生产工艺和改进包装方案，进而降低产品生产和包装成本。

综上所述，相关不利因素带来的短期波动不具有延续性。

## **(二) 结合胶印版材和柔性版材下游市场需求变化、产品竞争力、在手订单等情况分析经营业绩的稳定性**

### **1、胶印版材和柔性版材下游市场需求**

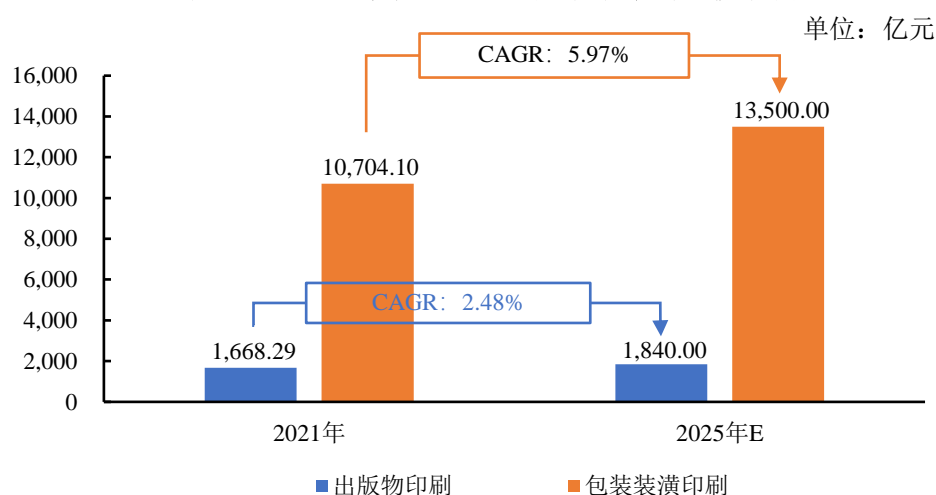
#### **(1) 胶印版材下游市场需求**

发行人所属印刷版材行业的发展与印刷业密切相关，系印刷行业重要的基础耗材，下游基础需求稳定存在。近年来我国印刷业稳步发展，带动主要产品胶印版材的销量屡创新高。根据国家新闻出版署数据显示，2021年（2022年数据尚未公布）我国包装装潢、出版物及其他印刷品印刷实现营业收入13,169.57亿元，同比增长11.20%，带动国内胶印版材市场需求迅速恢复至历史较高水平。国家新闻出版署发布的《印刷业“十四五”时期发展专项规划》明确提出：“十四五”期间我国印刷业规模效益稳步提高，到“十四五”时期末总产值超过1.5万亿元；到2035年我国印刷业产值规模跃居全球首位，综合实力和产业韧性进入世界前列等发展目标。

从主要应用场景需求来看，根据中国印刷及设备器材工业协会《中国印工协“十四五”规划咨询研究课题总报告》预测，“十四五”期间，包装装潢印刷仍将占据我国印刷市场绝大部分份额，由于其应用广泛性、不可替代性以及我国扩大内需与促进消费的政策导向，市场规模将保持相对较高的增长速度，成为促进我国印刷业持续发展的重要动力，预计至2025年将达到13,500亿元，年

均复合增长率为 5.97%。出版物印刷市场在图书印刷刚需、印刷品结构调整、附加值增加及纸张等原材料价格上涨等综合因素影响下将实现稳中有升，预计至 2025 年将达到 1,840 亿元，年均复合增长率为 2.48%。综上所述，“十四五”以及未来较长时期内，下游印刷业规模的稳步提高与高质量发展，将带动印刷版材产销需求的持续稳步增长，为印刷版材行业创造更为长远、广阔的发展空间。

“十四五”我国印刷业主要应用领域市场规模预测



数据来源：国家新闻出版署《2021年新闻出版产业分析报告》、中国印刷及设备器材工业协会《中国印工协“十四五”规划咨询研究课题总报告》

从全球包装印刷市场来看，根据 Smithers 最新发布的《2027年包装印刷的未来》数据显示，2022年全球包装印刷市场预计为 4,737 亿美元，预测至 2027 年市场规模将达到 5,513 亿美元，年均复合增长率为 3.1%。

## (2) 柔性版材下游市场需求

柔性版材是柔版印刷的重要耗材，柔版印刷主要使用水性油墨和 UV 油墨，主要应用于对环保要求较高的食品、药品包装等领域，在印刷行业朝着环保化、绿色化的方向发展的背景下，柔性版材市场发展空间广阔。随着国内柔性版材生产企业的技术工艺、产品性能进步，我国柔性版材不仅在一定程度上满足国内市场需求，也获得了国际市场的认可，已成功实现规模化出口，未来将逐步抢占国外版材企业在柔性版材市场的份额。

截至 2022 年 6 月 30 日，国内机组式柔版印刷机累计装机量为 3,467 台，其中国产印刷机为 2,816 台，占比超过 80%；2022 年增量的 231 台中，国产印刷

机为 217 台，进口印刷机仅为 14 台。国产设备性能的不断提升，有力促进了国产柔版印刷机市场占有率的提升，亦为国产柔性版材创造了发展机遇，国产柔版印刷设备的大范围普及，为我国柔性版材市场的实现快速发展与进口替代提供了有利条件。

公司 2022 年境内胶印版材、柔性版材销量下降，2023 年 1-6 月境外胶印版材销量下降，系受外部环境变化影响而出现的短期波动，随着短期不利影响因素的消除，下游需求将逐步恢复。同时，最近三年，发行人柔性版材销量由 19.64 万平方米迅速增长至 30.13 万平方米，年均复合增长率达到 23.84%；2023 年 1-6 月，发行人柔性版材销量达 18.45 万平方米，较去年同期相比增加 29.48%，发行人在柔性版材领域的市场地位显著提升，柔性版材将构成公司新的盈利增长点。

## 2、公司产品竞争力的体现

(1) 发行人产品具有竞争力，在印刷版材行业具有代表性

发行人在经营过程中，始终紧跟行业发展趋势，通过自主研发、工艺改进、技术人才引进等方式提高公司产品的市场竞争力，具体体现在：

在技术创新方面，通过多年的积累，公司拥有一定的研发技术优势，形成覆盖热敏 CTP 版、UV-CTP 版、感光树脂柔性版、PS 版的相对完整的印刷版材体系；对印刷版材生产各阶段化学试剂的配方、配比以及电解、封孔、涂布等工艺流程控制形成丰富的技术积累，掌握了主要生产产品的生产工艺和核心技术。截至本意见落实函回复报告出具日，公司拥有专利 77 项，其中发明专利 21 项。公司是国家级专精特新“小巨人”企业，高度重视技术创新和研发投入，持续提升公司研发水平和创新能力，荣获安徽省“专精特新 50 强”称号，公司具有较强的技术创新能力。

在新产品研发方面，发行人自主研发了柔性版材，有效掌握了从材料到配方再到生产工艺的全部自主知识产权，成为国内少数具备柔性版材生产能力的企业之一，突破了外资在柔性版材方面的垄断。发行人柔性版材于 2018 年实现规模化生产，现已开发出十多种规格产品，在厚度、硬度、制版性能等多方面较好满足了不同领域客户的应用需求，并已出口至亚洲、非洲、欧洲、北美洲等多个地区，销售规模快速扩大，市场地位显著提升。

在产品性能及价格方面，根据对客户走访和访谈了解，与国内竞争对手相比，公司的胶印版材和柔性版材属于中高端市场定位，产品类型齐全、批次间质量稳定，具有较强竞争力；经过近二十年的产业深耕，公司已成为国内规模最大的印刷版材生产企业之一，积累了丰富的研发和生产管理经验，公司胶印版材产品在分辨率、耐印率及柔性版材产品在网点还原度、最细阳线和最小独立点等关键参数和性能指标媲美国外竞争对手，根据对客户走访和访谈了解，相较国外竞争对手公司胶印版材和柔性版材产品均具有成本优势，公司胶印版材产品价格为国外竞争对手富士胶片、爱克发、柯达公司同类产品价格的 80% 至 90%，柔性版材产品价格为国外竞争对手富林特、美国杜邦同类产品的 30% 至 50%，在境外市场具有较强竞争力。

因此，发行人技术创新能力突出、新产品研发突破了外资垄断地位、产性能及价格具有竞争力，在印刷版材行业具有代表性。

## （2）发行人销售网络覆盖范围较广

### ①经销模式、直销模式多途径业务拓展

自从事印刷版材业务以来，历经近 20 年的发展，公司已建立了稳定的供应和经销体系，公司在全国各省市建立了完善的销售网络，并逐步由国内走向全球，在欧洲、东亚、东南亚等地区建立了销售服务体系，产品销往国内 28 个省、直辖市和自治区以及境外 60 余个国家和地区；同时，公司产品在德国、法国、西班牙、意大利、土耳其、韩国、泰国、越南、印度、孟加拉国、埃及、尼日利亚、厄瓜多尔、哥斯达黎加、哥伦比亚、阿根廷、智利等 60 多个国家和地区实现最终销售。发行人覆盖范围较广的销售网络有利于深耕区域市场，针对不同市场的特点，充分利用经销商本地化、专业化、靠近终端客户的渠道优势，更好地满足终端客户的需求，以扩大产品的市场影响力及销售规模。

报告期各期，公司直销模式销售收入分别为 1,706.86 万元、1,991.97 万元和 2,568.15 万元，对于经销商尚未覆盖的市场区域，公司积极结合参加境内外行业展会、销售人员电话及登门拜访等方式，对未覆盖的重点终端客户采取直销模式的开拓，积极参与重点终端客户招投标，与公司经销模式形成协同互补。发行人通过经销模式、直销模式统筹兼顾的方式开拓市场，可实现业务拓展的优势互补，有助于公司经营业绩稳步提升。

## ②注重新客户开发，新老客户共同助力业绩提升

报告期各期，公司主营业务收入中新老客户分布情况如下：

单位：万元

项目	2022年度		2021年度		2020年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
主营业务收入	155,779.58	100.00%	147,443.97	100.00%	107,898.54	100.00%
其中：老客户贡献	148,475.53	95.31%	143,622.76	97.41%	105,272.87	97.57%
新客户贡献	7,304.05	4.69%	3,821.20	2.59%	2,625.67	2.43%

注：深圳市克伦特印刷设备有限公司、深圳市临泉印刷器材有限公司、东莞市四维印刷器材有限公司和上海克伦特印刷器材有限公司的实际控制人杨继光、虞红系夫妻关系，深圳市孟佳沅电脑制版有限公司系虞红近亲属实际控制的公司，故2022年度公司对东莞市四维印刷器材有限公司、深圳市孟佳沅电脑制版有限公司的销售收入列示在老客户贡献项目中。

报告期各期，公司主营业务收入中对老客户销售收入占比分别为97.57%、97.41%和95.31%。发行人产品已覆盖了几乎全部品类的胶印版材和柔性版材，产品竞争优势的增强，客户粘性较高。公司定期会与老客户进行沟通，了解市场最新动向及终端客户需求，并及时调整销售策略和提升产品性能。

公司始终以客户需求为导向，注重新客户开拓。公司通过参加境内外行业展会、老客户转介绍、网络检索、销售人员电话及登门拜访等方式多渠道开拓新客户，尤其是欧美和东南亚等尚未覆盖的境外国家或地区。报告期各期及2023年1-6月，公司主营业务收入中源于新客户的收入分别为2,625.67万元、3,821.20万元、7,304.05万元和2,229.81万元，新客户开拓方式成效显著。发行人多渠道开拓新客户可有助于未来可持续的开拓增量业务，进而支持公司中长期业绩的稳定增长。

### 3、在手订单情况

公司的在手订单情况如下：

单位：万平方米

项目	2023.7.31	2023.6.30	2022.6.30
在手订单	834.53	762.60	719.14
其中：已包括在期末发出商品中的部分	18.37	34.73	138.46
未包括在期末发出商品中的部分	816.16	727.87	580.68

2023年6月末和7月末，公司在手订单分别为762.60万平方米和834.53万平方米，相较2022年6月末，在手订单数量有所增长，在手订单储备充足。

发行人是我国印刷版材领域的领先企业之一，产销规模与市场份额居于行业前列，市场地位显著。根据中国印刷及设备器材工业协会印刷器材分会出具的说明，发行人报告期内销售规模一直居于国内第二、全球前五。

经过近二十年的发展与积累，发行人在经营规模、产品技术、销售渠道、生产管理等多方面形成了较强的竞争优势，随着本次募集资金投资项目的建设及投产，公司的综合竞争力将得到进一步增强，经营业绩具备较大的增长潜力。综上所述，公司未来经营业绩将随着印刷行业增长而增长，不利因素影响不具有延续性，业绩大幅下滑的风险较小。

## 二、中介机构核查意见

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

### （一）核查过程、依据

1、访谈发行人管理层、销售业务负责人，了解公司报告期内业绩增长放缓至期后业绩下降的原因及应对措施；

2、查阅销售合同及订单，检查合同信用政策、结算方式等关键内容，核查收入确认方法是否适当；

3、获取发行人报告期各期销售收入明细，核查发行人对主要客户的销售情况，分析营业收入变动的原因；

4、获取发行人主要客户报告期内主要经营数据，分析发行人对其销售与其业务规模匹配性；

5、查阅同行业可比公司公开披露的定期报告、公开转让说明书、企业社会责任报告、官网等，获取主要竞争对手的收入等信息；

6、了解与收入确认相关的关键内部控制，评价这些控制的设计，确定其是否得到执行，并测试相关内部控制的运行有效性；

7、检查销售合同，了解主要合同条款或条件，评价收入确认方法是否符合企业会计准则的规定；

8、对营业收入按产品、区域、客户类型等多维度实施分析程序，识别是否存在重大或异常波动，并查明波动原因；

9、对于境内收入，以抽样方式检查与收入确认相关的支持性文件，包括销售合同、订单、销售发票、出库单、发货单、运输单及客户签收单等；对于境外收入，以抽样方式检查销售合同、出口报关单、货运提单、销售发票等支持性文件；

10、结合应收账款、预收款项和合同负债审计，对重要客户的销售收入执行函证，并对整个函证过程进行控制，函证内容包括期末余额以及当期确认收入的金额，确认收入交易的真实性和完整性，营业收入函证情况如下：

单位：万元

项目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
营业收入	158,848.47	150,252.24	109,258.13
发函金额	123,908.21	121,522.07	85,573.84
发函比例	78.00%	80.88%	78.32%
回函确认金额	123,908.21	119,603.59	84,130.04
回函差异金额	-	-	-
回函确认金额占总额比例	78.00%	79.60%	77.00%
未回函替代测试确认金额	-	1,918.48	1,443.80
未回函替代测试金额占总额比例	-	1.28%	1.32%
回函与替代确认金额占总额比例	78.00%	80.88%	78.32%
发函方式	邮寄	邮寄	邮寄

11、查询主要客户工商信息，对主要客户进行走访及背景调查，了解并确认公司与其交易的真实性、合理性及是否存在关联关系等事项，走访情况如下：

单位：家、万元

项目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
客户走访数量	73	74	73
走访客户销售金额	123,359.63	122,857.55	87,891.91
销售收入占比	77.66%	81.77%	80.44%

12、对资产负债表日前后确认的营业收入实施截止测试，确认营业收入是否在恰当期间确认；

13、获取资产负债表日后的销售退回记录，检查是否存在资产负债表日不满足收入确认条件的情况；

14、获取报告期各期末在手订单明细，分析在手订单是否充足；

15、查阅中国印刷及设备器材工业协会发布的数据，了解印刷行业的发展情况及胶印版材的市场构成情况；

16、查阅中国印刷及设备器材工业协会发布的《中国印工协“十四五”规划咨询研究课题总报告》，了解下游印刷市场未来发展预测情况；

17、访谈公司研发负责人，了解胶印版材和柔性版材的关键参数和性能指标；

18、查阅公司及同行业网站、产品说明书，了解公司及同行业公司胶印版材和柔性版材在性能指标情况，并进行对比分析。

## **（二）核查意见**

经核查，申报会计师认为：

报告期内业绩增长放缓至期后业绩下降的原因主要系受经济环境影响终端市场需求变动、公司持续积极调整销售单价以应对原材料价格波动等因素影响；公司未来经营业绩将随着印刷行业增长而增长，不利因素影响不具有延续性，业绩大幅下滑的风险较小。



(此页无正文，为安徽强邦新材料股份有限公司容诚专字[2023]200Z0677号报告之签字盖章页。)



中国·北京

中国注册会计师：    
胡新荣

中国注册会计师：    
朱鑫炎

中国注册会计师：    
晋永杰

2023年8月24日