

安徽强邦新材料股份有限公司

Anhui Strong State New Materials Co., Ltd.

（安徽省宣城市广德经济开发区鹏举路 37 号）



关于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申请文件 审核问询函的回复报告

保荐人（主承销商）



（上海市广东路 689 号）

深圳证券交易所：

贵所于 2023 年 3 月 27 日出具的《关于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申请文件的审核问询函》（审核函〔2023〕110047 号）（以下简称“问询函”）已收悉。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”）与保荐机构海通证券股份有限公司（以下简称“保荐机构”）、发行人律师上海磐明律师事务所（以下简称“发行人律师”）和容诚会计师事务所（特殊普通合伙）（以下简称“申报会计师”）等相关各方对问询函所列问题认真进行了逐项落实、核查，现回复如下，请予审核。

除另有说明外，本回复中的简称或名词的释义与《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（注册稿）》中的含义相同。

本回复中**楷体加粗**内容为涉及在《招股说明书》补充披露或修改的内容，已在《招股说明书》中以**楷体加粗**方式列示。在本回复中，问询函所列问题以**黑体加粗**方式列出。

本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。

目 录

1. 关于业务与技术	3
2. 关于收购上海强邦	27
3. 关于香港强邦、SPE公司及ABE集团	37
4. 关于收入波动	52
5. 关于主要经销客户	79
6. 关于毛利率	102
7. 关于其他财务问题	110
8. 关于股权激励	130

1. 关于业务与技术

申报材料显示：

(1) 发行人主营业务为 CTP 胶印版材、柔性版材等印刷版材的研发、生产与销售，产品应用于印刷书籍报刊、画册说明书、瓦楞纸箱、食品包装盒（袋）、药品包装物、不干胶标签、RFID 电子标签等多种印刷品。

(2) 发行人产品具有优异的网点还原性和持久的耐印力，具备直接与日本富士胶片、美国杜邦、欧洲爱克发等公司竞争的能力。

(3) 发行人拥有专利 74 项，其中发明专利 18 项，已形成覆盖热敏 CTP 版、UV-CTP 版、免处理版、感光树脂柔性版、PS 版的相对完整的印刷版材体系，自主研发了柔性版材并于 2018 年实现规模化生产，成为国内少数具备柔性版材生产能力的企业之一。截至 2022 年 12 月 31 日发行人研发人员 79 人，2022 年度研发人员平均薪酬 14.06 万元。

请发行人：

(1) 说明胶印版材和柔性版材生产技术的形成历程，当前技术水平的先进性、与行业主流技术水平的差异，细分产品结构是否与行业发展趋势一致。

(2) 说明下游各领域印刷品需求变化情况，媒体传播数字化、包装低碳环保等发展趋势对传统印刷品需求的不利影响，结合版材产品主要应用场景需求变化分析发行人行业发展空间及业绩增长潜力。

(3) 从胶印版材、柔性版材的关键参数及性能指标、市场定位、价格差异等方面比较发行人产品与国内、国外同行业公司的竞争优势，论证发行人是否具有较为突出的行业地位，“国内少数具备柔性版材生产能力的企业”的依据。

(4) 说明核心技术人员履历，相关人员是否曾签署竞业禁止协议，主要研发项目及成果情况，包括但不限于项目名称、起止时间、主要参与人员、研发投入、相关技术先进性、所形成的专利或相关产品收入情况等；研发团队构成情况、研发人员认定标准，报告期内研发人员数量较多、人均薪酬较低的原因。

(5) 比较热敏 CTP 版、UV-CTP 版、免处理版、感光树脂柔性版、PS 版产品的产品特性、下游应用场景、主要客户等方面的差异，说明上述各类产

品收入规模、毛利率及毛利贡献情况。

(6) 说明国家对印刷行业环保、绿色发展的政策要求，发行人绿色环保版材产品情况，相关政策及变化情况对发行人生产经营的影响。

请保荐人发表明确意见。

回复：

一、发行人说明事项

(一) 说明胶印版材和柔性版材生产技术的形成历程，当前技术水平的先进性、与行业主流技术水平的差异，细分产品结构是否与行业发展趋势一致。

1、胶印版材生产技术的发展历程

总体来看，胶印版材经历了由 PS 版到 CTP 版的升级改进，具体产品形态上二者均为在铝基板表面涂覆感光材料，生产工艺基本相同，区别在于使用的感光涂层不同，由此带来不同的制版工序。两类版材上机印刷前的准备工序对比如下：

序号	制版工序	PS 版	CTP 版
1	制作菲林胶片	使用激光照排机将印刷原稿输出到菲林胶片上	/
2	菲林胶片冲洗	菲林胶片经显影、定影、水洗、干燥等冲洗工序后形成黑白图文的底片	/
3	曝光	将底片与 PS 版一同放入晒版机，打开晒版机的紫外线光源进行曝光，紫外线被底片上的图文部分遮挡，穿透非图文部分，版材表面的感光涂层经紫外线照射后发生光分解反应	通过激光制版机，使用计算机控制激光直接将图文信息扫描到胶印版材表面，版材表面的感光涂层经激光照射后发生光分解或固化反应
4	显影	使用显影液对版材进行冲洗，经水洗、干燥后得到可以上机印刷的印版	

PS 版是预涂感光版 (Presensitized plate) 的缩写，于 20 世纪 50 年代研发推出，其应用于胶印印刷，替代了传统的铅印 (活字印刷技术)，印刷质量、印刷效率大幅提升，实现了印刷技术质的飞跃。CTP 是计算机直接制版 (Computer-to-plate) 的缩写，相关技术出现于 20 世纪 80 年代，在设备制造厂商与印刷厂商密切配合下，该项技术在 90 年代达到了成熟的工业化应用程度。CTP 版相对于 PS 版，无需使用菲林胶片、制版工序更为简便，降低了印刷成本、提高了制版效率，且通过计算机制作的印版精度更高、印刷质量更优。

2003 年 10 月，实际控制人郭良春家族设立上海强邦，从事印刷版材的研

发、生产和销售业务。成立之初，上海强邦主要研发、生产胶印 PS 版，作为印刷版材市场的新进入者，其 PS 版的产销规模相对较小。为增强市场竞争力、提升企业销售规模，上海强邦引进专业人才、加大研发投入，研发更为先进的 CTP 版材，并于 2008 年研制成功，此后公司根据行业技术发展趋势及市场反馈情况，对 CTP 版材持续改进更新。截至目前胶印 PS 版及 CTP 版的生产技术已经较为成熟，公司相关产品的技术水平与行业主流技术水平不存在明显差异，与主要同行业公司产品的关键参数、指标对比情况详见本题回复之“一/（三）/1/（1）胶印版材和柔性版材的关键参数及性能指标与同行业公司对比”。

2、柔性版材生产技术的发展历程

柔性感光树脂版是应用于柔版印刷的版材，具有柔软、可弯曲、富于弹性的特点，对油墨的传递性能好，特别是绿色环保的醇溶性油墨、水性油墨及 UV 油墨。1972 年，美国杜邦发明了柔性感光树脂版材，柔性版印刷由此诞生；20 世纪 90 年代中后期，美国杜邦率先推出柔性版直接制版技术，提高了印版质量、缩短了印前准备时间；1997 年，巴斯夫（BASF）等四家公司联合推出了柔性版直接制版套筒技术，进一步对制版技术进行改进和完善；随后，美国杜邦又推出柔性版热敏制版技术，缩短了柔性版制版时间。

目前，柔性版材的主要制造商包括美国杜邦、富林特等国外知名企业，乐凯华光及发行人是国内少数具备柔性版材批量生产能力的版材企业。发行人自 2016 年引进核心技术人员 JUN YANG（杨俊）搭建研发团队，经过持续研发推出柔性版材产品，并于 2018 年实现批量生产，目前公司柔版系列已经成功开发出两个大类 10 余个品种的柔版产品。公司柔版的技术水平与行业主流技术水平不存在明显差异，与主要同行业公司产品的关键参数、指标对比情况详见本题回复之“一/（三）/1/（1）胶印版材和柔性版材的关键参数及性能指标与同行业公司对比”。

3、公司细分产品结构与行业总体情况

截至目前，印刷市场已发展出胶印、凹印、柔印、凸印、数字印刷、网印等多种印刷方式，其中胶印已成为我国印刷市场的主要印刷方式，根据中国印刷及设备器材工业协会公布的数据，2021 年胶印的市场占有率约为 55%，凹

印、柔印、凸印的市场份额分别约 21%、9%、7%，数字印刷和网印等方式占比相对较小，各约 4%。对于胶印版材终端用户印刷厂来说，主要耗材包括纸类、油墨、印刷版材和辅料等，其中胶印版材约占耗材成本的 10%至 15%左右。报告期内，公司业务收入主要来源于胶印版材，胶印版材和柔性版材累计收入占主营业务收入的的比例分别为 96.33%和 3.67%。

从产品结构来看，目前国内胶印版材市场以 CTP 版材为主，根据中国印刷及设备器材工业协会公布的数据，2021 年胶印版材市场的产品结构如下：

单位：亿平方米

项目	热敏 CTP 版	UV-CTP 版	光敏 CTP 版	PS 版	合计
销量	3.79	0.90	0.31	0.17	5.17
占比	73.26%	17.48%	5.94%	3.32%	100.00%

报告期各期，公司各类胶印版材产品的销售面积占比情况如下：

年度	热敏 CTP 版	UV-CTP 版	光敏 CTP 版	PS 版	合计
2023 年 1-6 月	79.86%	18.69%	-	1.45%	100.00%
2022	73.87%	23.77%	-	2.36%	100.00%
2021	68.66%	28.72%	-	2.62%	100.00%
2020	67.53%	28.95%	-	3.52%	100.00%

由上述表中数据可见，公司胶印版材细分产品结构与行业发展趋势基本一致。随着 CTP 版销售占比提升，公司 PS 版销售占比呈下降趋势；同时，由于光敏 CTP 整体销量占比有限，公司未进行相关研发工作。

（二）说明下游各领域印刷品需求变化情况，媒体传播数字化、包装低碳环保等发展趋势对传统印刷品需求的不利影响，结合版材产品主要应用场景需求变化分析发行人行业发展空间及业绩增长潜力。

1、下游各领域印刷品需求变化情况

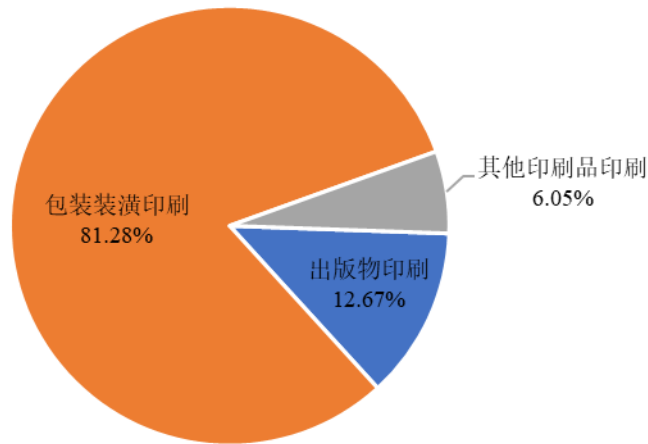
（1）公司下游各领域印刷品总体情况

我国印刷业根据下游领域主要分为出版物、包装装潢及其他印刷品印刷。出版物印刷主要包括图书、期刊、报纸等出版物的印刷。包装装潢印刷是以各种包装材料和容器为载体的印刷，服务于国民经济众多行业。发行人产品广泛应用于食品包装、药品包装、瓦楞纸箱、不干胶标签等多种印刷品。

包装装潢印刷在我国印刷业占据主导地位，根据国家新闻出版署数据显示，2021 年我国包装装潢印刷营业收入为 10,704.10 亿元，占印刷业营业收入比重超过 80%，出版物印刷与其他印刷品印刷的营业收入比重分别为 12.67%

与 6.05%。

2021年我国印刷业营业收入构成



数据来源：国家新闻出版署《2021 年新闻出版产业分析报告》（2022 年数据尚未公布）

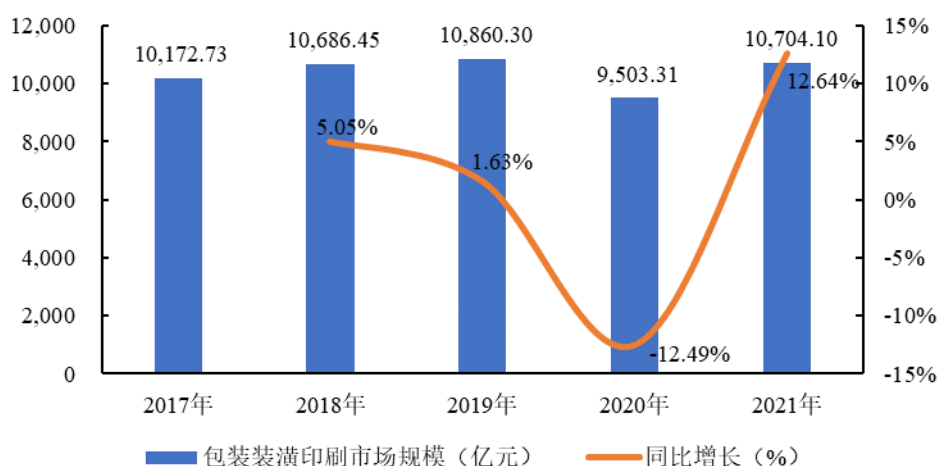
（2）包装装潢印刷需求变化情况

包装装潢是商品生产的重要组成部分，是流通和销售的必要条件。近年来，食品、药品、瓦楞纸箱、不干胶标签等下游领域持续发展。

食品、药品是人民生活不可或缺的消费品，其市场需求量巨大且整体保持稳步增长。根据国家统计局数据显示，2018 年至 2022 年我国食品制造业营业收入由 18,679.80 亿元增长至 22,541.90 亿元，医药制造业营业收入由 24,264.70 亿元增长至 29,111.40 亿元，年均复合增长率分别为 4.81%与 4.66%。此外，近年来我国瓦楞纸箱产量维持在 3,400 万吨左右；我国作为全球最大的标签生产国和消费国，各类标签印刷产量也由 2017 年的 60 亿平方米增长至 2021 年 81 亿平方米左右。

下游领域庞大且增长的市场，对我国包装装潢印刷形成了较为强劲的需求。近年来，我国包装装潢印刷市场规模维持在万亿元左右，其中 2017 年至 2019 年保持了稳步增长，2020 年受国内外经济波动影响下降至 9,503.31 亿元，2021 年需求显著复苏，市场规模恢复至 10,704.10 亿元，同比增长 12.64%。

2017-2021年我国包装装潢印刷市场规模及增速

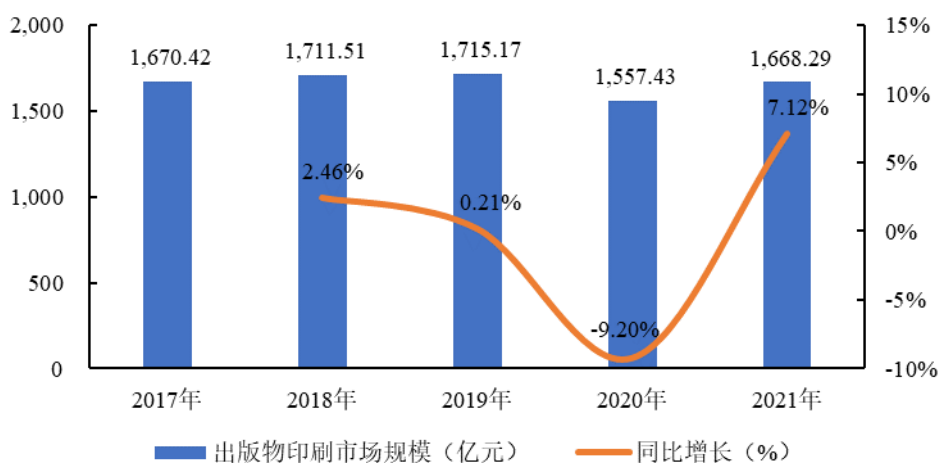


数据来源：国家新闻出版署《新闻出版产业分析报告》（历年）

（3）出版物印刷需求变化情况

长期以来，出版物印刷主要服务于我国科技教育与文化事业，成为信息、知识传播与文化传承的重要实现方式。近年来，由于信息传播手段和媒体形式的变化，报纸、期刊印刷呈现不同程度地下降，导致出版物印刷整体市场发展受到一定影响。但是，图书印刷存在较为强劲的刚性需求，已成为我国出版物印刷重要类别。近年来，我国出版物印刷市场维持在 1,700 亿元左右。

2017-2021年我国出版物印刷市场规模及增速



数据来源：国家新闻出版署《新闻出版产业分析报告》（历年）

2、媒体传播数字化、包装低碳环保等发展趋势对传统印刷品需求的影响

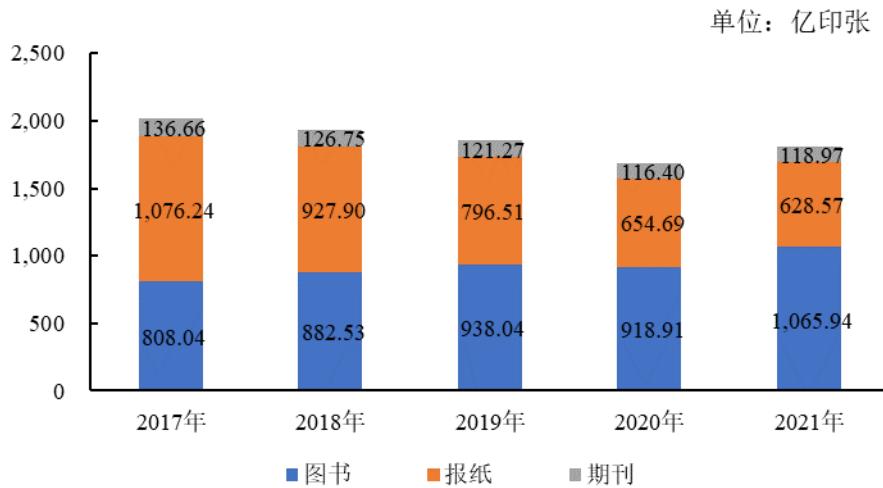
（1）媒体传播数字化的影响

媒体传播数字化发展趋势对传统印刷品需求的不利影响主要体现在报纸、

期刊两类出版物印刷方面。2017年至2021年，我国报纸总印张由1,076.24亿印张下降至628.57亿印张；期刊在出版物印刷中的占比较小，总印张由136.66亿印张下降至118.97亿印张。

在图书印刷方面，虽然数字化阅读成为重要的阅读方式之一，但是纸质图书独有的文化内涵与底蕴未从改变。同时，课本、中小学教材教辅、儿童读物、主题出版物等印刷品的需求持续强劲，以及近年来国家提倡“全民阅读”等因素，我国图书总印张由2017年的808.04亿印张增长至2021年的1,065.94亿印张，有力支撑了出版物印刷需求。

2017-2021年我国主要出版物总印张



数据来源：国家新闻出版署《新闻出版产业分析报告》（历年）

出版物是知识传播和文化遗产的重要载体，出版物印刷在社会主义精神文明建设和文化强国建设中具有重要作用。媒体传播数字化不会简单地取代出版物印刷，二者将形成相互补充与融合发展的关系。《印刷业“十四五”时期发展专项规划》明确提出“十四五”期间，出版物印刷产值比重保持稳定，主题出版保障能力和应急保障能力大幅提升。因此，媒体传播数字化对出版物印刷需求虽然产生了一定的不利影响，但整体影响相对较小。

（2）包装低碳环保的影响

面对包装垃圾造成的环境污染，我国出台了《关于限制生产销售使用塑料购物袋的通知》《关于进一步加强塑料污染治理的意见》《关于加快推进快递包装绿色转型意见》《“十四五”塑料污染治理行动方案》等政策，禁止、限制不可降解塑料袋、快递塑料包装等塑料制品，加强可循环、易回收、可降解

替代材料 and 产品研发，有效增加绿色产品供给。

上述政策对传统不可降解塑料等包装印刷需求产生较大不利影响，但有利于可降解塑料、生物基产品等替代产品印刷需求的增长，促进我国包装装潢印刷的结构优化升级与可持续发展。

此外，面对过度包装造成的资源浪费，我国出台了《关于节约资源保护环境反对商品过度包装的通知》《关于进一步加强商品过度包装治理的通知》等政策，提出加强包装领域技术创新，自主研发低克重、高强度、功能化包装材料，防范商品生产环节过度包装，避免销售过度包装商品等具体内容。

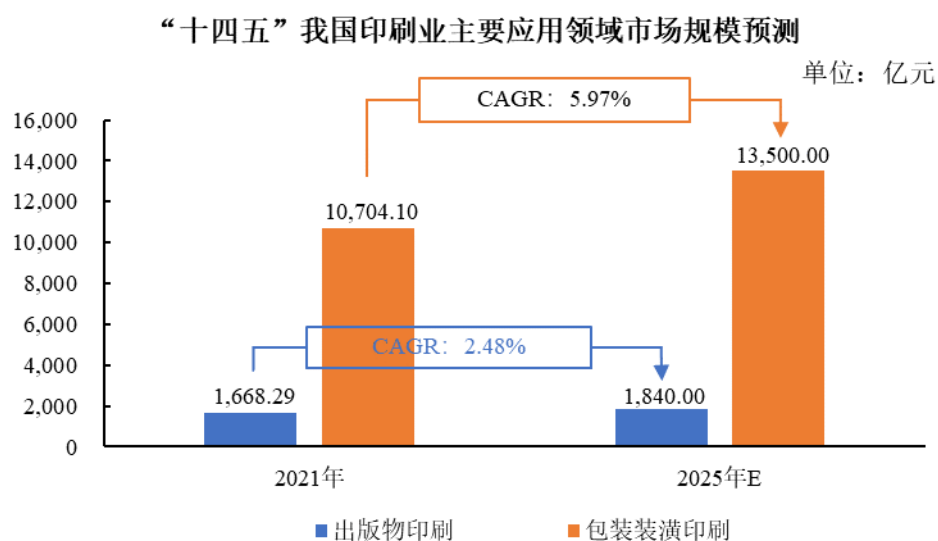
过度包装是指超出了商品保护、展示、储存、运输等正常功能要求的包装，相关政策的实施一定程度上将对非理性包装装潢印刷需求产生一定不利影响。随着新型功能化包装材料的创新应用，居民收入消费水平稳步提升，食品、药品等下游需求持续强劲，我国庞大且不断增长、多样化的商品市场将为包装装潢印刷合理性需求提供广阔空间。

3、发行人行业发展空间及业绩增长潜力

发行人所属印刷版材行业的发展与印刷业密切相关，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，与此同时，2021 年境外市场需求显著恢复，根据中国海关数据显示，2021 年我国胶印版材出口量达到历史最高的 2.03 亿平方米，同比增长 24.08%，2021 年我国胶印版材总体销量达历史最高的 5.17 亿平方米，2014 年至 2021 年年均复合增长率为 4.93%。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。



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》

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。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。

（三）从胶印版材、柔性版材的关键参数及性能指标、市场定位、价格差异等方面比较发行人产品与国内、国外同行业公司的竞争优势，论证发行人是否具有较为突出的行业地位，“国内少数具备柔性版材生产能力的企业”的依据。

1、发行人具有突出行业地位的体现

（1）胶印版材和柔性版材的关键参数及性能指标与同行业公司对比

胶印版材的关键参数和性能指标包括：分辨率，决定印刷清晰度；耐印率，同一套版材能够重复印刷的次数。

柔性版材的关键参数和性能指标包括：网点还原度，体现版材还原原稿中图文信息准确率指标；最细阳线和最小独立点，版材所能刻画的最小单位，是体现分辨率大小的指标。

公司胶印版材和柔性版材的关键参数及性能指标与同行业公司对比情况如下：

①胶印版材：

公司名称	产品型号	分辨率	耐印率
乐凯华光	华光TP-U型热敏CTP版	1-99% (200lpi)	≥5万印（UV油墨） ≥30万印（普通油墨）
富士胶片	Superia LH-PLE	1-99% (200lpi)	最大15万印（UV油墨） 最大30万印（普通油墨）
柯达公司	Electra Max Thermal Plates	1-99% (450lpi)	最大15万印（UV油墨） 最大35万印（普通油墨）
爱克发	Energy Elite Pro	1-99% (200lpi)	最大15万印（UV油墨） 最大30万印（普通油墨）
发行人	STP-SL型热敏CTP版	1-99% (200lpi)	10万印（UV油墨） 30万印（普通油墨）

【注】：①关键参数和性能指标来自于同行业公司网站或产品画册；②耐印率大小取决于图像分辨率、印刷机、印刷化学药剂、油墨和纸张等因素；③同等 lpi 下，百分比范围越大分辨率越高；印次越高耐印率越高。

由上表可见，公司胶印版材关键参数和性能指标与同行业公司富士胶片、柯达公司和爱克发之间基本一致，不存在显著差异。

②柔性版材：

公司名称	产品型号	网点还原度	最细阳线 (mm)	最小独立点 (mm)
乐凯华光	数码柔性版 DR170M	1-98% (150lpi)	0.10	0.20
富林特	nyloflex ACT Digital 1.70	1-98% (152lpi)	0.10	0.20
美国杜邦	Cyrel DPR 67	1-98% (152lpi)	0.05	0.20
发行人	数码柔性版SF-DG170	1-98% (150lpi)	0.10	0.15

【注】：同等 lpi 下，百分比范围越大，网点还原度越高；最细阳线越小、最小独立点越小，版材性能越好。

由上表可见，公司柔性版材关键参数及性能指标与同行业公司美国杜邦和富林特基本一致，不存在显著差异。

(2) 公司胶印版材和柔性版材的市场定位与价格与同行业对比情况

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，报告期内公司胶印版材产品销售均价分别为 16.25 元/平方米、18.23 元/平方米、20.34 元/平方米和 18.92/平方米，公司产品平均售价与乐凯华光基本一致，高于国内其他竞争对手同类产品综合平均价格 3%左右，公司胶印版材产品单价高于国内主要竞争对手平均价格水平，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，公司产品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，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%，公司产品具有成本优势，在境外市场具有较强竞争力。

(3) 发行人具有突出的行业地位的具体表现

发行人具有突出的行业地位主要体现在技术创新能力、新产品研发和市场地位等方面，具体如下：

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，掌握了主要产品的生产工艺和核心技术。截至本回复意见出具日，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。

公司与同行业公司专利情对比如下：

单位：项

类别	发行人	汇达印通	新图新材	天成股份
发明专利	21	4	16	5
实用新型专利	56	101	24	18
合计	77	105	40	23

数据来源：国家知识产权局网站检索

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。

在市场地位方面，经过多年发展，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，具备与国外印刷版材企业直接竞争的能力。报告期内发行人销售规模一直居于国内第二、全球前五，具有较为突出的行业地位。

报告期内，公司与同行业可比公司营业收入对比情况如下：

单位：万元

公司名称	2023 年 1-6 月	2022 年度		2021 年度		2020 年度
	营业收入	营业收入	增幅	营业收入	增幅	营业收入
汇达印通	23,413.71	51,144.80	36.78%	37,391.70	35.14%	27,669.46
天成股份	9,046.27	17,085.35	0.84%	16,942.65	35.64%	12,490.51
新图新材	/	/	/	24,863.94	17.07%	21,237.85
发行人	67,464.75	158,848.47	5.73%	150,252.24	37.52%	109,258.13

数据来源：可比公司公开披露的定期报告，新图新材自 2022 年 11 月起在全国中小企业股份转让系统终止挂牌。

报告期内，公司营业收入规模较大，远高于同行业可比公司。

综上所述，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、市场地位显著，发行人具有突出的行业地位。

2、“国内少数具备柔性版材生产能力的企业”的依据

根据中国印刷及设备器材工业协会印刷器材分会 2022 年 5 月发布的《2021 年度印刷器材行业经营情况统计表》中有关 2021 年全国柔性版材企业经营情况统计表数据显示，国内具备量产柔性版材的企业为乐凯华光和发行人，2021 年度柔性版材产量分别为 69 万平方米和 36 万平方米。因此，发行人为国内少数具备柔性版材生产能力的企业。

（四）说明核心技术人员履历，相关人员是否曾签署竞业禁止协议，主要

研发项目及成果情况，包括但不限于项目名称、起止时间、主要参与人员、研发投入、相关技术先进性、所形成的专利或相关产品收入情况等；研发团队构成情况、研发人员认定标准，报告期内研发人员数量较多、人均薪酬较低的原因。

1、核心技术人员履历及竞业禁止情况

截至本回复意见出具日，公司有核心技术人员 4 名，为公司生产、研发核心人员，公司核心技术人员履历及竞业禁止协议签署情况如下：

序号	姓名	个人履历	曾任职的同行业公司	是否曾签署竞业禁止协议
1	郭良春	1963 年生，中国国籍，无境外永久居留权，高中学历，长江商学院高级管理人员工商管理硕士（EMBA）在读。1999 年至 2002 年任温州力邦制革有限公司副总经理；2003 年至 2020 年任上海强邦执行董事兼总经理，2021 年至今任上海强邦执行董事；2019 年 3 月至今任浙江乾景副董事长；2019 年 6 月至今任中科先行工程塑料国家工程研究中心股份有限公司董事；2021 年 4 月至今任安徽弘圣执行董事；2010 年 11 月至 2021 年 7 月任强邦有限执行董事兼总经理，2021 年 7 月至今，任发行人董事长兼总经理。	无	否
2	何敬生	1953 年生，中国国籍，无境外永久居留权，大专学历，研究生肄业。1974 至 2005 年，历任中国乐凯集团第二胶片厂（已更名为“乐凯华光印刷科技有限公司”）职员、分厂厂长；2010 年 10 月至 2021 年 7 月，担任强邦有限副总经理，现任发行人副总经理。	乐凯华光印刷科技有限公司	否
3	JUN YANG (杨俊)	1984 年生，美国国籍，拥有境外永久居留权，2011 年获加州大学洛杉矶分校材料科学与工程博士学位。2011 年至 2013 年任 SOLARMER ENERGY INC.高级研究员；2013 年至 2022 年 3 月，担任 ABLE 首席执行官；2016 年至 2020 年，任上海强邦技术总监；现任公司副总经理、研发技术中心负责人。	无	/
4	孙长义	1970 年生，中国国籍，无境外永久居留权，武汉大学硕士研究生学历，工程师。1993 年至 1994 年任哈尔滨工业大学电化学教研室助理工程师，1994 年至 2007 年，担任乐凯华光印刷科技有限公司主任工程师，2007 年至 2020 年，担任上海强邦总工程师，现任发行人研发技术中心总工程师。	乐凯华光印刷科技有限公司	否

上述 4 名核心技术人员中，郭良春系公司实际控制人，其任职的同行业公司上海强邦系其控制的企业，JUN YANG（杨俊）未曾任职发行人同行业公司，何敬生、孙长义曾任职发行人同行业公司，均未与相关曾任职公司签署过竞业禁止协议或其他类似协议，二人从曾任职的同行业公司的离职时间均在十年以上，超过了劳动合同法规定的最长两年的竞业限制期限。

2、主要研发项目及成果情况

报告期内，公司主要研发项目及其研发成果情况如下：

单位：万元

序号	项目	研发进度	研发类别	起止时间	主要参与人员	累计投入金额	形成的专利	相关产品收入
1	紫激光（voilet）CTP版的研制	进行中	产品开发	2021年2月-2023年12月	孙长义、占福洲、孟起凡等5人	1,131.33	在审发明专利1项（ZL202210469507.6）	产品研发中
2	高抗老化性能直接上机型免处理CTP版的研制	进行中	产品开发	2021年1月-2023年12月	孙长义、占福洲、孟起凡等5人	1,128.62	授权发明专利1项（ZL202210540903.3），在审发明专利1项（ZL202210530543.9）	产品研发中
3	热敏阳图CTP版生产用涂层在线烘干工艺的研究	进行中	工艺改进	2021年2月-2023年12月	孙长义、占福洲、孙媛媛等4人	1,022.55	授权实用新型专利2项（ZL202121335895.6、ZL202121117435.6）	无直接对应收入
4	CTP版生产用强乳化型除污剂的研制	进行中	工艺改进	2021年2月-2023年12月	孙长义、占福洲等5人	1,061.72	授权实用新型专利1项（ZL202121334138.7）	无直接对应收入
5	CTP版生产线水洗水再生系统的研究	进行中	工艺改进	2021年2月-2023年12月	孙长义、占福洲、王泽等4人	1,064.77	授权实用新型专利2项（ZL202121360394.3、ZL202221119282.3）	无直接对应收入
6	免处理CTP版曝光反差性能研究	进行中	产品改进	2022年1月-2024年12月	孙长义、占福洲、孟起凡等5人	636.75	在审发明专利1项（ZL202210523533.2）	产品研发中
7	双层热敏阳图CTP版耐磨层改进	进行中	产品改进	2022年1月-2024年12月	孙长义、占福洲、王泽等4人	808.65	在审发明专利1项（ZL202210572130.7）	产品研发中
8	免后烘单层热敏阳图CTP版的研制	进行中	产品开发	2022年1月-2024年12月	孙长义、占福洲、孟起凡等5人	544.85	授权实用新型专利1项（ZL202221248777.6）	产品研发中
9	无保护层型热敏免处理CTP版的研制	进行中	产品开发	2022年1月-2024年12月	孙长义、占福洲、孙媛媛等4人	448.72	在审发明专利1项（ZL202210539919.2）	产品研发中
10	免后烘抗UV油墨型单层热	进行中	产品开发	2022年1月-	孙长义、占福洲等	347.38	无	产品研发中

序号	项目	研发进度	研发类别	起止时间	主要参与人员	累计投入金额	形成的专利	相关产品收入
	敏阳图CTP版的研制			2024年12月	5人			
11	高硬度1.7mm激光数码型感光树脂柔性版的改进	进行中	产品改进	2021年1月-2024年12月	JUN YANG (杨俊)、牛善平等5人	137.34	授权实用新型专利1项 (ZL202122710085.0)	产品研发中
12	超软型3.94mm激光数码型感光树脂柔性版的开发	进行中	产品开发	2021年1月-2024年12月	JUN YANG (杨俊)、牛善平等4人	193.97	授权实用新型专利1项 (ZL202122710112.4)	产品研发中
13	高硬度1.14mm激光数码型感光树脂柔性版的开发	进行中	产品开发	2022年3月-2024年12月	JUN YANG (杨俊)、牛善平等5人	109.91	无	产品研发中
14	内置平顶网点的激光数码型感光树脂柔性版的开发	进行中	产品开发	2022年3月-2024年12月	JUN YANG (杨俊)、牛善平等5人	110.28	无	产品研发中
15	免处理CTP版用高活性预聚体的研发及应用	进行中	产品开发	2023年5月-2025年12月	孙长义, 占福洲等5人	36.34	无	产品研发中
16	免处理CTP版用高效引发剂的研发及应用	进行中	产品开发	2023年5月-2025年12月	孙长义, 占福洲等5人	36.05	无	产品研发中
17	无保护层无底涂型免处理CTP版的研制	进行中	产品开发	2023年3月-2025年12月	孙长义, 占福洲, 孙媛媛等4人	104.55	无	产品研发中
18	CTP版生产用环保型封孔工艺	进行中	工艺改进	2023年4月-2025年12月	孙长义, 占福洲, 孟起凡等5人	86.25	无	产品研发中
19	CTP版生产用环保型电解工艺	进行中	工艺改进	2023年2月-2025年12月	孙长义, 占福洲, 孟起凡等5人	162.37	无	产品研发中
20	热敏阳图CTP版生产用底涂层生产工艺的研究	已结束	工艺改进	2020年6月-2022年9月	孙长义、占福洲、孙媛媛等4人	1,190.82	在审发明专利1项 (ZL202210502607.4), 授权实用新型专利1项 (ZL202221223234.9)	无直接对应收入

序号	项目	研发进度	研发类别	起止时间	主要参与人员	累计投入金额	形成的专利	相关产品收入
21	CTP版生产线废气燃烧热量回收利用系统	已结束	配套系统研究	2020年5月-2022年11月	孙长义、占福洲等4人	997.37	授权实用新型专利2项 (ZL202121210412.X、ZL202121389937.4)	无直接对应收入
22	阴阳图通用型CTP版封孔工艺的研究	已结束	工艺改进	2020年4月-2022年7月	孙长义、占福洲、王泽等5人	944.34	授权实用新型专利2项 (ZL202121140950.6、ZL202121356470.3)	无直接对应收入
23	双层热敏阳图CTP版的研制	已结束	产品开发	2019年5月-2021年10月	孙长义、占福洲、孙媛媛等4人	1,119.94	授权发明专利1项 (ZL202110655450.4)	热敏CTP版材 2022年收入 11.21亿元
24	单涂层阴图热敏CTP版的研制	已结束	产品开发	2019年5月-2021年12月	孙长义、占福洲、孟起凡等5人	1,028.80	授权发明专利1项 (ZL202110647171.3)	
25	水显影型免处理UV光源计算机直接制版(UV-CTP版)的研制	已结束	产品开发	2019年1月-2021年7月	孙长义、占福洲、王泽等5人	1,015.01	在审发明专利1项 (ZL202110633680.0)	尚未实现销售
26	传统型3.94mm柔性树脂版的改进	已结束	产品改进	2019年1月-2020年10月	JUN YANG(杨俊)、牛善平等5人	704.62	授权实用新型专利1项 (ZL202121106776.3)	报告期累计收入 10,959.05万元
27	双涂层水显影型免处理CTP版的研制	已结束	产品开发	2018年6月-2020年9月	孙长义、占福洲、王泽等5人	569.57	授权发明专利1项 (ZL201910058581.7)	尚未实现销售
28	单涂层直接上机型免处理CTP版的研制	已结束	产品开发	2018年4月-2020年10月	孙长义、占福洲、孙媛媛等4人	598.20	授权发明专利1项 (ZL201910070878.5)	尚未实现销售
29	双涂层直接上机型免处理CTP版的研制	已结束	产品开发	2018年3月-2020年12月	孙长义、占福洲、孟起凡等5人	593.67	无	尚未实现销售
30	1.7mm激光数码型柔性树脂版的开发	已结束	产品开发	2019年7月-2020年10月	JUN YANG(杨俊)、牛善平等5人	335.72	授权实用新型专利2项 (ZL202121106763.6、ZL202121106765.5)	报告期累计收入 2,332.83万元

3、研发人员相关情况

(1) 研发人员认定标准及构成情况

根据《国家税务总局关于研发费用税前加计扣除归集范围有关问题的公告》（国家税务总局公告 2017 年第 40 号）的规定，直接从事研发活动人员包括研究人员、技术人员、辅助人员。公司研发人员的认定标准系根据员工所属部门及具体工作职责确定，将研发技术中心下属直接从事研发和相关技术活动，以及专门对前述活动进行管理的人员认定为研发人员。

公司研发人员系按照研发技术中心下属部门组织研发活动的实施与管理，各下属部门的职能及人员构成情况如下：

序号	研发部门	部门职能	岗位设置	报告期末部门人数
1	新产品开发部	根据公司产品类别分为胶印分部和柔印分部。主要负责公司未来新产品的开发，分为两大类开发方向：一是针对现有产品的更新和升级，通过技术服务部的信息反馈和销售市场部的产品反馈，针对当前产品在客户中存在的主要问题对产品改进；二是紧跟市场动向和竞争对手动向，通过参与各种学术会议、行业技术交流等，开拓新的产品及新的应用。	技术总监、总工程师、总工程师助理、技术工程师、技术员助理	31 人
2	装备工艺部	主要负责生产工艺改进升级及生产设备维护更新，根据历史生产经验，追踪生产过程中的关键数据，充分考虑生产过程中的各种因素对产品质量的影响，对生产工艺及相关生产设备进行改造升级，从而提升产品生产效率和良品率，提升生产设备的自动化和智能化。	装备工艺工程师、工艺技术人员、信息工程师主管、电气技术员	21 人
3	检测分析部	根据公司产品类别分为胶印分部和柔印分部。主要负责新产品开发过程中产品的质量控制和检测，其工作包括试制产品的抽检测试、试制过程关键生产参数的追踪测试、新下线产品的性能测试及抗老化测试等。	分析室主任、分析室主任助理、分析技术人员、化验分析师、质量分析师、测试工程师	16 人
4	技术创新部	主要负责追踪并解决日常客户在使用产品的过程中出现各种问题，充分了解客户在使用过程中遇到的问题，配合其他部门进行技术攻关。同时，时刻关注市场动向，把握市场上产品发展的趋势和动向，配合新产品开发部的技术和产品的升级换代。	技术支持工程师、技术支持专员	6 人

(2) 研发人员数量及平均薪酬分析

①研发人员数量较多的原因分析

报告期各期末，公司研发人员数量分别为 67 人、73 人、79 人和 74 人，

人数相对较多，主要原因如下：

自 2003 年上海强邦设立以来，作为印刷版材行业的新进入者，通过引进优秀人才及近二十年的持续研发投入，陆续攻克了 PS 版材、CTP 版材、柔性树脂版、免处理 CTP 版材的生产技术，并对前述产品不断进行改进升级，凭借优异、稳定的产品质量获得市场广泛认可。得益于多年的持续研发投入，公司已发展成为国内规模最大的民营印刷版材生产企业，并因此形成重视研发创新的企业文化。

从印刷行业的发展历程来看，印刷方式及相关印刷技术一直处于不断创新、改进升级的状态，下游客户及监管机构从印刷效率、印刷成本、印刷质量、绿色环保等方面，对印刷版材产品的要求不断提高。因此，为了保持市场竞争力，公司需要维持规模较大的研发团队从事新产品（如：免处理 CTP 版材）的开发以及现有产品（如：CTP 版材及柔性树脂版）的改进升级。同时，印刷版材生产需要采用多种工艺，生产工艺水平对版材产品最终质量的影响很大，产品研发过程中需要对相关的生产工艺进行改造，以及通过升级工艺水平以提高版材产品的批量生产质量，因此公司设立了专门的装备工艺部，负责生产工艺改进升级及生产设备维护更新。此外，在产品的研发过程中，需要对试制过程关键生产参数进行追踪测试、对试制产品的性能进行检测分析，新产品开发部根据反馈的检测数据调整研发方案，公司设立了检测分析部专门承担该项工作。另外，公司还设立了技术创新部，负责沟通了解客户使用过程中遇到的问题、关注市场动向及版材产品发展趋势，将获取的信息反馈给其他研发部门，配合公司的产品研发及生产技术、工艺的改进升级。

②研发部门人均薪酬较低的原因分析

报告期内，公司各部门人均薪酬及同行业公司研发部门人均薪酬如下：

单位：万元

公司名称	项目	2023年1-6月	2022年度	2021年度	2020年度	
发行人	总体人均薪酬	销售部门	9.56	22.17	22.58	19.42
		管理部门	6.83	14.50	15.14	13.35
		研发部门	6.83	14.06	13.89	12.63
	不含高层人员的人均薪酬	销售部门	5.46	13.91	15.17	12.11
		管理部门	5.57	11.60	12.24	10.68
		研发部门	6.34	13.17	13.13	12.06
汇达印通	研发部门人均薪酬	2.28	4.98	5.91	5.72	

天成股份	研发部门人均薪酬	4.71	8.70	9.57	4.52
新图新材	研发部门人均薪酬	/	/	15.65	14.32

【注】：新图新材自 2022 年 11 月起在全国中小企业股份转让系统终止挂牌。

报告期内，公司研发人员平均薪酬与销售人员及管理人员平均薪酬相比较低，主要受高层人员的影响，公司销售及管理部门高层人员的薪酬较高且人数较多，因此拉高了部门总体人均薪酬，剔除高层人员的影响，研发部门的人均薪酬与销售及管理部门不存在显著差异。

与同行业公司相比，公司研发部门人均薪酬高于汇达印通及天成股份，略低于新图新材，主要系新图新材销售毛利率较高、盈利能力较强，支付给员工的薪酬水平较高。

（五）比较热敏 CTP 版、UV-CTP 版、免处理版、感光树脂柔性版、PS 版产品的产品特性、下游应用场景、主要客户等方面的差异，说明上述各类产品收入规模、毛利率及毛利贡献情况。

热敏 CTP 版、UV-CTP 版、免处理 CTP 版及 PS 版均属于胶印版材，应用于胶版印刷，其下游应用场景基本相同，主要为书籍、报刊、杂志、包装等大批量商业快速印刷领域；感光树脂柔性版应用于柔版印刷，属于凸版印刷的一种，主要用于印刷瓦楞纸包装、纸包装、软包装、标签等。前述版材的产品特性及主要客户情况如下：

产品类别	产品特性	主要客户
PS 版	作为一种用于胶版印刷的版材，相对其他印刷方式，具有砂目细密且分辨率高、图文还原精准度高、印刷速度快、印刷质量相对稳定、印刷周期短等特点。	PS 版市场大多已被 CTP 版替代，终端客户主要为经济欠发达国家或地区的印刷企业
UV-CTP 版	也称为 CTcP (Computer-to-conventional plate)，指在传统 PS 版上进行计算机直接制版，其感光涂层的配方与 PS 版相似，制版时曝光使用的光线波长范围均为 405-410nm 的紫外光（即 UV），为了适应激光快速扫描的特点，UV-CTP 版提高了感光涂层的感光速度。 相对传统 PS 版，采用数字化制版流程，无需制作菲林胶片，制版成本下降、效率提升，具有更高的网点还原精度，印刷效果更加精细。	热敏 CTP 版和 UV-CTP 版是目前胶印版材市场的主流产品，遍布国内外主要印刷市场，终端客户包括大、中、小规模各类印刷及制版企业
热敏 CTP 版	曝光使用的波长 830nm 红外激光，在可见光谱之外，因此制版时可以明室操作；利用热成像原理，感光涂层将吸收的光能转化为热能后发生分解或固化反应，曝光后获得的网点精准、分辨率高，成像质量好、耐印率高。	
免处理 CTP	相对传统 CTP 版材，制版过程无需化学显影、冲	使用免处理 CTP 版印刷无需投

版	洗，对环境污染更少，简化了制版流程、提高了印刷效率，印版质量更加稳定，但目前产品成本及售价均较高。	资显影设备、可以节省厂房空间，终端客户主要为首次引进CTP的中小型印刷企业
柔性感光树脂版	应用于柔版印刷，印刷使用的水性油墨和UV油墨均不含重金属和有害健康的溶剂，更加环保、健康；适应的印刷介质非常广泛，如瓦楞纸、铜版纸、牛皮纸、金银卡纸、塑料薄膜、铝箔纸等；耐印率很高，可达三十万到近百万印，是胶印版材的数倍，但印刷精度与胶印版材尚存在一定差距。	柔版印刷在欧美等发达国家普及率较高，终端客户主要为欧美市场的印刷及制版企业

报告期内，公司研发的免处理CTP版还处于小批量生产送终端客户试样阶段，尚未实现销售，公司主营业务收入及毛利率分产品构成情况如下：

单位：万元

产品类别	2023年1-6月			2022年度		
	收入	毛利率	毛利占比	收入	毛利率	毛利占比
热敏CTP版	50,762.15	12.35%	71.02%	112,126.89	12.34%	68.34%
UV-CTP版	11,359.02	11.96%	15.39%	34,537.05	11.71%	19.97%
PS版	881.31	7.82%	0.78%	3,365.33	9.30%	1.55%
柔性感光树脂版	3,370.92	33.56%	12.81%	5,750.30	35.70%	10.14%
合计	66,373.39	13.30%	100.00%	155,779.58	12.99%	100.00%

产品类别	2021年度			2020年度		
	收入	毛利率	毛利占比	收入	毛利率	毛利占比
热敏CTP版	99,089.52	11.41%	65.62%	71,482.93	15.71%	67.43%
UV-CTP版	39,233.13	7.82%	17.80%	29,169.30	11.25%	19.70%
PS版	3,501.04	7.92%	1.61%	3,537.12	9.57%	2.03%
柔性感光树脂版	5,620.28	45.88%	14.97%	3,709.19	48.61%	10.83%
合计	147,443.97	11.68%	100.00%	107,898.54	15.43%	100.00%

报告期内，公司业务收入和毛利主要来源于热敏CTP版和UV-CTP版产品，PS版销售收入较少、毛利率较低，对公司的毛利贡献较低，感光树脂柔性版的销售收入相对较低，但其毛利率较高，因此对公司的毛利贡献较高。

（六）说明国家对印刷行业环保、绿色发展的政策要求，发行人绿色环保版材产品情况，相关政策及变化情况对发行人生产经营的影响。

1、国家对印刷行业环保、绿色发展的政策要求

近年来，国家各部委出台了一系列关于印刷业环保、绿色发展的政策，具体情况如下：

序号	政策名称	发布机构	发布时间	相关内容
1	《关于推进印刷业绿色化发展的意见》	国家新闻出版署、国家发展改革委等5部委	2019年9月	提出了“加强印刷业绿色化发展制度系统设计，推动印刷业绿色化发展全面升级，守正创新推动印刷业高质量发展”，对“绿色印刷”实施过程和要求进行了进一步完善、推动和升级。

2	《产业结构调整指导目录（2019年本）》	国家发改委	2019年11月	将“机组式柔性版印刷机（印刷速度≥250米/分钟）”、“CTP直接制版机（成像速度≥35张/小时，版材幅宽≥750毫米，重复精度0.01毫米，分辨率≥3000dpi）”等先进绿色、环保工艺装备列入“鼓励类”；并将“PE802型双合页印刷机”、“TR801型系列立式平台印刷机”等落后印刷工艺装备列入“淘汰类”。
3	《印刷工业污染防治可行技术指南》	生态环境部	2020年1月	提出了印刷工业废气、废水、固体废物和噪声污染防治一系列可行技术，推动印刷工业污染防治技术进步。
4	《包装印刷业有机废气治理工程技术规范》	生态环境部	2021年4月	规定了包装印刷业有机废气治理工程的设计、施工、验收和运行维护的技术要求，以规范包装印刷业有机废气治理工程建设和运行管理。
5	《印刷业“十四五”时期发展专项规划》	国家新闻出版署	2021年12月	将“绿色发展成为常态，形成产业提质增效和生态环境改善的良性循环”作为2035年发展目标任务之一，并明确“推进高速免处理CTP版材、数字化柔性版材、绿色油墨、环保橡皮布等印刷器材国产化进程”。
6	《排污单位自行监测技术指南印刷工业》	生态环境部	2022年7月	规定了印刷工业排污单位自行监测的一般要求、监测方案制定、信息记录和报告的基本内容及要求，以指导和规范印刷工业排污单位的自行监测工作。
7	《印刷工业大气污染物排放标准》	生态环境部	2023年1月	对印刷企业提出了新的要求：一是现有印刷企业自2024年7月1日起，其大气污染物排放控制按照新标准的规定执行，不再执行《大气污染物综合排放标准》中的相关规定；二是新建企业或者企业新扩建、技改需要从2023年起执行该标准。该标准规定了印刷工业大气污染物排放控制要求、监测和监督管理要求，将有效促进印刷工业的技术进步和绿色持续发展。

综上所述，我国出台了推广绿色印刷设备与耗材、发展绿色印刷方式与工艺、降低印刷过程污染与能耗等多方面相关政策，涉及印前、印刷、印后全过程，为我国印刷业环保、绿色发展营造了良好的政策环境。

2、发行人绿色环保版材产品情况

发行人绿色环保版材产品主要包括免处理CTP胶印版材与柔性版材。

在免处理CTP胶印版材方面，目前公司已完成了产品的自主研发并进入小规模生产阶段。公司掌握了相关核心生产工艺技术，并成功将三层涂布改进为一层涂布，从而大幅提高了版材的生产效率和良品率，拥有“一种单涂层直接上机免处理CTP版”、“一种多涂层水显影型免处理直接上机印刷版”、“一种免处理CTP版用热敏型成膜树脂及其制备方法”、“一种耐擦伤免处理CTP版及其制备方法”、“一种亲水性免处理版保护胶及其制备方法”等发明专利。

在柔性版材方面，公司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，拥有“消除各向异性的感光树脂柔性版及其制成的柔性印刷版”、“一种感光树脂组合物、制备方法及其制成的柔性印刷版”2项发明专利以及“一种生产柔性印刷树脂版的温度控制装置”、“一种双螺杆挤出机”等9项实用新型专利。公司柔性版材自2018年实现规模化生产，现已开发出十多种规格产品，销售规模快速扩大。最近三年，公司柔性版材销量由19.64万平方米增长至30.13万平方米，年均复合增长率达到23.84%。

3、相关政策及变化情况对发行人生产经营的影响

上述多项政策的出台，有利于绿色环保印刷版材的推广应用，有利于拥有核心技术与持续创新能力的领先企业发展，有利于印刷产业的优化升级与绿色、高质量发展。

发行人作为具有自主研发和持续创新能力的高新技术企业、全球印刷版材领先企业之一、国内少数具备柔性版材生产能力的企业之一，已掌握了免处理CTP胶印版材和柔性版材的生产工艺和核心技术，并拟通过本次募集资金投资项目的实施扩大上述绿色环保印刷版材生产能力，为相关政策深化落实与市场需求持续释放奠定坚实的产能基础。因此，相关政策及变化情况将对发行人生产经营产生积极影响。

二、中介机构核查意见

请保荐人发表明确意见。

（一）核查过程、依据

- 1、访谈公司总经理、核心技术人员，查阅网络公开资料，了解胶印版材、柔性版材的技术发展历程，相关产品的技术特性、下游应用场景及主要客户；
- 2、访谈公司核心技术人员，了解公司胶印版材、柔性版材产品的研发情况，以及相关生产技术与行业主流技术水平的差异；
- 3、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；
- 4、获取公司产品销售明细，统计细分产品销售数量、销售收入、毛利率及

毛利情况；

5、查阅国家新闻出版署历年发布的《新闻出版产业分析报告》，了解下游各领域印刷品需求变化情况；

6、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；

7、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；

8、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；

9、查阅中国印刷及设备器材工业协会印刷器材分会发布的《2021 年度印刷器材行业经营情况统计表》，了解国内柔性版材厂商情况及具体产量；

10、查阅公司董监高及核心技术人员调查表，了解公司核心技术人员履历；

11、访谈公司核心技术人员，了解其曾任职于同行业企业的情况，是否曾签署竞业禁止协议；

12、查阅公司研发项目立项资料及核算明细，了解研发项目的名称、起止时间、主要参与人员、研发投入情况；

13、访谈公司核心技术人员，了解公司研发项目形成的专利情况、相关技术先进性，以及研发人员数量较多、人均薪酬较低的原因；

14、获取并查阅公司研发人员清单，了解相关人员的专业、受教育程度、岗位职责情况，判断其是否满足研发人员认定标准；

15、查询了解国家各主管部门发布的印刷行业环保、绿色发展的相关政策内容，分析其对发行人生产经营的影响。

(二) 核查意见

经核查，保荐机构认为：

1、公司胶印 CTP 版及 PS 版、柔性版材的技术水平与行业主流技术水平不存在明显差异，公司细分产品结构与行业发展趋势基本一致；

2、最近三年受经济环境不稳定影响，公司下游出版物、包装装潢等印刷品需求略有下降，媒体传播数字化、包装低碳环保等发展趋势对传统印刷品需求

存在一定程度不利影响，但在我国经济规模不断扩大的背景下，下游出版物、包装装潢印刷品需求未来将保持增长态势，为印刷版材行业创造了良好的发展空间，结合发行人的市场地位和竞争优势，经营业绩具有较大的增长潜力；

3、公司胶印版材和柔性版材关键参数和性能指标与国外同行业公司相比基本一致，凭借多年生产管理经验和规模优势，公司产品具有较强竞争力；

4、公司核心技术人员具有丰富的从业经验及专业背景，未与曾任职的同行业公司签署竞业禁止协议，公司主要研发项目的研发内容均与主营业务相关，形成了较为丰富的研发成果，公司研发团队构成及研发人员认定标准合理，公司配备的研发人员数量较多主要系为保障市场竞争力及企业长远发展，研发部门人均薪酬与销售、管理部门相比较低主要系研发高层人员数量少、薪酬相对较低所致，剔除高层人员的影响后研发部门的人均薪酬与销售及管理部门不存在显著差异；

5、公司热敏 CTP 版材和 UV-CTP 版材产品毛利率相对较低，但其收入规模较大，因此毛利主要来源于前述两款产品，公司柔性版材收入规模较小，但其毛利率较高，因此是公司毛利的重要补充；

6、国家陆续出台了多项政策促进印刷行业朝着环保、绿色方向发展，公司已成功开发绿色环保版材产品并实现批量销售，相关政策将会对发行人生产经营产生积极影响。

2. 关于收购上海强邦

申报材料显示：

(1) 2020 年 12 月，强邦有限及其子公司上海甚龙与上海强邦签订《资产重组协议》。2020 年 12 月 31 日，强邦有限及上海甚龙已取得与版材业务相关的设备、存货、应收账款，并完成客户及供应商关系转移手续。发行人确定合并日为 2020 年 12 月 31 日，相关资产收购款与 2021 年支付完毕。

(2) 上海强邦员工共有 56 人转移至强邦有限、上海分公司及上海甚龙，其中 1 人于 2020 年 12 月 31 日前重新入职，46 人于 2021 年 1 月 1 日重新入职，9 人于 2021 年 3 月 1 日重新入职。

(3) 上海强邦版材业务存货于 2020 年 12 月 31 日办理了交接手续，自 2020 年 12 月至 2021 年 1 月陆续转移。

请发行人：

(1) 说明对上海强邦业务收购对价支付的具体情况，包括交易时间、交易金额、交易方式、付款方、收款方等，分析合并日确定早于收购款支付是否符合《企业会计准则》要求。

(2) 说明上海强邦版材业务相关人员在资产重组中的转移安排、相关合同约定等，大部分转移员工于 2021 年 1 月和 3 月重新入职的原因，发行人是否在 2020 年 12 月 31 日合并日即控制上海强邦相关业务人员。

(3) 说明存货于 2020 年 12 月 31 日所办理交接手续的具体内容，来自上海强邦存货的实际入库情况，包括批次、类型、数量、金额及入库时间，结合上述情况论证是否与 2020 年 12 月 31 日对资产重组中来自上海强邦的存货取得实质控制权。

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) 说明对上海强邦业务收购对价支付的具体情况，包括交易时间、交易金额、交易方式、付款方、收款方等，分析合并日确定早于收购款支付是否符合《企业会计准则》要求。

1、收购对价具体支付情况

2020年12月26日，强邦有限及其子公司上海甚龙与上海强邦签订《业务重组协议》，其关于交易价款及付款期限的条款约定如下：

相关条款	协议约定内容
重组交易标的的交易价款	①按照2020年12月31日账面净值转让与版材业务相关的设备、存货、应收账款，并对前述资产进行评估以确认是否存在减值；②上海强邦拥有的版材业务相关知识产权无偿转让给强邦有限和上海甚龙。
付款期限	各方同意，于本协议签署之后且最迟不晚于2021年12月31日前，结清转让设备、应收账款、存货的交易价款

依据《业务重组协议》约定，发行人与上海强邦业务重组的交易金额确定为12,006.12万元，具体支付情况如下：

单位：万元

收款方	付款方	付款日期	支付金额	备注
上海强邦	强邦新材	2021-10-22	1,493.52	-
		2021-12-02	1,500.00	-
		2021-12-09	1,500.00	-
		2021-12-10	1,600.00	-
		2021-12-23	1,110.17	-
	上海甚龙	2021-02-02	3,230.14	-
		2021-03-19	413.70	-
		2021-08-30	-55.54	设备款计算错误，退回差额
		2021-11-05	1,893.44	-
		2021-12-23	-94.67	应收账款原系按账面余额购买，退回坏账准备金额
合计			12,590.76	含增值税584.63万元

2、业务重组的合并日判断

(1) 《企业会计准则》的相关规定

《企业会计准则第20号——企业合并》规定：“合并日或购买日是指合并方或购买方实际取得对被合并方或被购买方控制权的日期，即被合并方或被购买方的净资产或生产经营决策的控制权转移给合并方或购买方的日期。”

《企业会计准则第20号——企业合并》应用指南规定：“同时满足下列条件的，通常可认为实现了控制权的转移：

- ①企业合并合同或协议已获股东大会等通过。
- ②企业合并事项需要经过国家有关主管部门审批的，已获得批准。
- ③参与合并各方已办理了必要的财产权转移手续。
- ④合并方或购买方已支付了合并价款的大部分（一般应超过50%），并且有能力、有计划支付剩余款项。

⑤合并方或购买方实际上已经控制了被合并方或被购买方的财务和经营政策，并享有相应的利益、承担相应的风险。”

（2）本次业务重组控制权转移的判断

截至公司认定的业务合并日 2020 年 12 月 31 日，企业会计准则应用指南规定的上述 5 项条件中，本次业务重组符合第①、③、⑤项条件，第②项条件不适用，合并价款尚未支付，不满足第④项条件。

根据中国证券监督管理委员会会计部编制的《上市公司执行企业会计准则案例解析（2020）》（以下简称《案例解析（2020）》），其在“案例 3-02 购买日/合并日的判断”中做出如下解析：

“购买日/合并日是购买方/合并方获得对被购买方/被合并方控制权的日期。在实务操作中，应当结合企业合并合同或协议的约定及其他有关的影响因素，按照实质重于形式的原则进行判断。其认为，企业会计准则应用指南所提出的五项条件中，第①、②项条件是判断购买日的必要条件，第③、⑤项条件是围绕“控制”的定义来考虑的，这两项条件属于对实质控制权的判断，应该结合“控制”的定义进行判断，第④项条件在一定意义上是对“控制”转移的合理性判断。”

由上述解析可见，在判断控制权是否转移时，第④项条件可以提供一定的参考意义，但并非必要条件。根据《案例解析（2020）》中列举的案例分析，虽然在购买日，该案例交易的合并对价尚未支付，有关财产的权属过户手续尚未办理完毕，但相关交易已取得了必要的审批程序、签订了移交资产约定书、派驻了董事、总经理等高级管理人员，已构成对被购买方实质控制，因此案例交易的购买日确定符合企业会计准则的规定。即，在满足上述①、②、③、⑤项条件的情况下，即构成实质控制，即可确定购买日。

关于企业会计准则应用指南所提出第④项条件，即合并价款的支付情况，根据《案例解析（2020）》中的分析，在购买方尚未支付大部分价款或者在无法确定购买方有能力支付所有价款的情况下，出售方一般不会放弃自己所控制的资产，除非有其他特殊原因使得出售方愿意提前放弃控制权。基于这一逻辑，对价支付在一定意义上可以用来合理判断控制权是否已经实质转移，作为控制权转移合理性的一项辅助性判断条件，但并非实质性条件。截至 2020 年

12月31日，安徽强邦本次业务合并虽然尚未支付合并价款，但由于转让双方系受同一实际控制人控制，购买方有意愿、有能力、有计划支付相应对价，出售方对此亦明确知晓，因此对价的支付时间不会影响控制权的转移，并非构成控制权是否转移的实质性判断条件。

企业会计准则规定：“合并日或购买日是指被合并方或被购买方的净资产或生产经营决策的控制权转移给合并方或购买方的日期”。截至2020年12月31日，本次业务合并价款虽然尚未支付，但本次业务合并已履行了必要的审议程序，办理了必要的财产权转移手续，安徽强邦已控制了上海强邦人员、采购、生产、销售、研发等业务核心环节，上海强邦自2020年12月31日停止版材业务经营，此后未再从事任何与印刷版材相关的生产或销售业务，安徽强邦实际上已经控制了所收购业务的财务和经营政策，并享有相应的利益、承担相应的风险，于2020年12月31日取得所收购业务的控制权。因此，本次业务合并的合并日虽然早于合并价款支付日期，但其确定方式及依据符合《企业会计准则》的规定。

(3) 近期过会 IPO 企业的业务重组案例

①万得凯科技创业板 IPO 项目

该项目于2022年4月8日通过创业板上市委审议会议，2022年6月13日获得证监会同意注册。

根据创业板 IPO 企业浙江万得凯流体设备科技股份有限公司（以下简称“万得凯科技”）披露的招股说明书及历次问询回复，其存在同一控制下的业务合并。

2017年1月19日，浙江万得凯铜业有限公司（以下简称“万得凯铜业”）与万得凯科技签订《资产及业务收购框架协议》，随后于2017年至2019年陆续签订了关于存货、生产设备、知识产权、土地和房产、运输工具的相关资产转让协议，并对相关资产履行了评估、过户等手续。万得凯科技业务重组相关资产转让、人员转移的具体情况如下：

项目	转移或支付情况
房产及土地	2017年，由于万得凯铜业的部分建筑物尚未办理产权证，无法办理过户程序，因此未与其他资产同步转让至万得凯科技名下，万得凯科技在相关土地、房产转让前先以资产租赁的方式使用该等不动产。 2019年12月，万得凯科技与万得凯铜业签订《资产转让协议》，约定由万得凯科技收购万得凯铜业拥有的土地及地上建筑物。前述土地使用权和建筑物的账

	面价值为 8,628.82 万元，相关款项已于 2020 年 6 月之前结清，2021 年 4 月，万得凯科技就本次房产、土地转让办理完成了相应的过户登记手续。
生产设备	2017 年 6 月 8 日，万得凯铜业与万得凯科技签署《资产转让协议》，约定由万得凯科技收购万得凯铜业的主要生产设备，前述设备分别于 2017 年 6 月、10 月、12 月分三批由公司购入，相关款项于 2018 年 2 月支付完毕。
运输工具	2017 年，由于希望继续保有原车牌号码，万得凯铜业的车辆未与其他资产同步转让至万得凯科技名下，万得凯科技先期以资产租赁的方式使用该等运输工具。2019 年 12 月，万得凯科技与万得凯铜业签订资产转让协议，约定将万得凯铜业的运输工具 7 项全部转让予万得凯科技。
存货	2017 年 1 月至 2018 年 2 月，万得凯铜业与万得凯科技签署了 13 份《资产转让协议》，约定由万得凯科技分批收购万得凯铜业的存货，双方约定以账面价值作为资产转让价格。其中，账面价值 6,982.07 万元的存货在 2017 年末交割完毕，账面价值 389.76 万元的存货在 2018 年 2 月末交割完毕，相关款项已于 2019 年 8 月之前结清。
商标	2017 年 2 月和 8 月，万得凯科技与万得凯铜业先后签订了 2 份《商标权转让协议》，约定将 7 个商标权无偿转让至万得凯科技名下，截至 2018 年 11 月已完成前述商标权的变更手续。
专利	2017 年 3 月和 11 月，万得凯科技与万得凯铜业先后签订了 2 份《专利权转让协议》，约定将 68 项专利权无偿转让给万得凯科技，万得凯科技已于 2018 年 4 月办理完毕上述专利的变更手续。
资产收购款	截至 2017 年 12 月 31 日，万得凯科技已向万得凯铜业支付收购价款 1,671.41 万元，占全部购买资产价款的比例为 7.13%，支付比例低于 50%。
人员	2017 年，万得凯铜业陆续有 370 名员工转移至万得凯科技名下，2018 年起，万得凯铜业已无实际生产经营，所有人员全部转移至万得凯科技，并重签劳动合同。

万得凯科技上述业务重组的合并日确定为 2017 年 12 月 31 日，其认为：“截至 2017 年 12 月 31 日，公司本次业务合并已经取得了必要的审批程序，办理了必要的财产权转移手续，公司已控制了万得凯铜业人员、采购、生产、销售、研发等业务核心环节，万得凯铜业已停止经营，因此公司实际上已经控制了所收购业务的财务和经营政策，并享有相应的利益、承担相应的风险，公司已于 2017 年 12 月 31 日取得所收购业务的控制权。因此将公司同一控制下业务合并万得凯铜业的合并日确定为 2017 年 12 月 31 日，合并日的确定方式及依据符合《企业会计准则》的规定。”

②明阳电气创业板 IPO 项目

该项目于 2022 年 10 月 28 日通过创业板上市委审议会议。

根据创业板 IPO 企业广东明阳电气股份有限公司（以下简称“明阳电气”）披露的招股说明书及历次问询回复，其存在同一控制下的业务合并，具体情况如下：

2019 年 12 月 1 日，广东明阳电气有限公司（以下简称“明阳有限”，明阳电气前身）与控股股东中山明阳签署《业务重组框架协议》，约定以 2019 年 11

月 30 日为重组基准日，中山明阳将从事成套开关设备、箱式变电站业务及相关的资产、人员和知识产权一并转移至明阳有限，明阳有限于 2019 年 12 月 31 日取得重组业务的控制权，并于当日完成业务重组。相关资产实际交割情况、人员和业务的转移情况如下：

A、资产实际交割情况

序号	协议名称	资产转让内容	约定交割时间	实际交割时间
1	固定资产采购合同	机器设备、运输设备及办公设备	2019.12.31	2019.12.31
		全自动套号码管端子压着机	2019.12.31	2019.12.31
2	材料采购合同	原材料	2020.01.04 前	2019.12.31
		在制品	2020.01.04 前	2019.12.31
		库存商品及发出商品	2019.12.31	2019.12.31
3	专利转让合同	专利	2019.12.31 交付全部资料，所有权利转移，手续办理不影响发行人享有相关权利	2019.12.31（相关变更登记手续于 2021.1 之前分批完成）
4	软件著作权转让协议	软件著作权		2019.12.31（相关变更登记手续于 2020.8 之前分批完成）
5	商标转让协议	商标		2019.12.31（境内商标变更登记手续于 2020 年 8 月完成，境外商标变更登记手续于 2021 年 8 月之前完成）
6	域名转让协议	域名		2019.12.31（相关变更登记手续于 2020.9 之前分批完成）

B、人员的转移情况

中山明阳与重组业务相关员工已于 2019 年 12 月 31 日解除劳动合同，自 2020 年 1 月 1 日起，重组业务相关员工与明阳有限签订劳动合同，由明阳有限进行统一管理并由明阳有限发放薪酬。

C、业务的转移情况

按照业务重组框架协议，自重组基准日起，涉及重组业务的项目，原则上开始以公司为主体进行项目的投标、承接及合同的签署和履行。对中山明阳前期已签署或待签署的业务合同，中山明阳、公司和客户通过重新签署协议的方式，将原合同项下权利义务转移至明阳有限，公司按照新签协议约定直接销售给客户。对于部分大型国企和上市公司客户，重组基准日后无法及时变更的部分合同，公司通过中山明阳转售给客户，中山明阳平进平出，不获取利润。

D、合并对价支付情况

明阳有限按照《业务重组框架协议》的约定，于 2020 年 8 月支付完毕全部对价。本次重组交易对价为 8,996.82 万元（不含税），税费 1,169.59 万元，合计 10,166.41 万元。由于本次重组系同一控制下的业务合并，发行人根据自身资金调度情况，对款项的支付时间、相应的资金来源等进行具体安排。本次重组对价实际支付情况如下：

单位：万元

序号	付款时间	金额
1	2020/03/27	1,000.00
2	2020/06/01	550.00
3	2020/06/19	3,000.00
4	2020/08/12	5,616.41
合计		10,166.41

明阳电气上述业务重组的合并日确定为 2019 年 12 月 31 日，其认为：“虽然截至 2019 年 12 月 31 日，本次重组业务相关的商标、专利、软件著作权、域名等无形资产的过户手续尚在办理中、本次交易的价款尚未完全支付，但相关资产权属的变更、价款的后续支付已作好安排，本次重组交易发生转回或撤销的可能性极低，合并价款支付不存在不确定性，公司已于 2019 年 12 月 31 日实质取得重组业务的控制权。根据《企业会计准则》、应用指南及相关案例的规则要求，将 2019 年 12 月 31 日作为本次重组业务的合并日，符合企业会计准则的相关规定。”

（二）说明上海强邦版材业务相关人员在资产重组中的转移安排、相关合同约定等，大部分转移员工于 2021 年 1 月和 3 月重新入职的原因，发行人是否在 2020 年 12 月 31 日合并日即控制上海强邦相关业务人员。

2020 年 12 月 26 日，强邦有限及其子公司上海甚龙与上海强邦签订《业务重组协议》，约定：“在转让重组资产的同时，上海强邦同意将与版材业务相关的人员转移至强邦有限及其子公司上海甚龙，即相关人员与上海强邦解除劳动合同后与强邦有限及其子公司上海甚龙重新签署劳动合同”。

上海强邦胶印版材业务相关人员除个别愿意转移至安徽广德，大部分已解聘，并支付了相应经济补偿金，柔版业务相关人员除少量人员离职外，大部分已转移至子公司上海甚龙。上海强邦员工共有 56 人转移至发行人、上海分公司及上海甚龙，其中 1 人重新签订的劳动合同日期为 2020 年 12 月 1 日，46 人

重新签订的劳动合同日期为 2021 年 1 月 1 日，9 人重新签订的劳动合同日期为 2021 年 3 月 1 日。2021 年 3 月 1 日重新入职的 9 人系司机、清洁工、厨师、保安等辅助人员，业务合并完成后未及时与其重新签订劳动合同，其他与生产经营密切相关的销售、采购、研发、生产、财务等部门的员工均已及时办理重新入职手续，合并日前后的销售、采购、研发、柔版生产及财务核算等各项工作均在持续进行，从事前述工作人员的工作内容、工作职责、工作状态未发生变化，仅为人事关系由上海强邦转移至发行人及其子公司，与企业的隶属关系随着劳动合同的重新签订自然过渡至发行人及其子公司，发行人在合并日即可控制上海强邦相关业务人员。

(三) 说明存货于 2020 年 12 月 31 日所办理交接手续的具体内容，来自上海强邦存货的实际入库情况，包括批次、类型、数量、金额及入库时间，结合上述情况论证是否与 2020 年 12 月 31 日对资产重组中来自上海强邦的存货取得实质控制权。

上海强邦存货中胶印版材相关产成品及原材料出售给强邦新材，柔性版材相关产成品及原材料出售给上海甚龙，因上海甚龙租用上海强邦生产场地及仓库，截至 2020 年 12 月 31 日，大部分存货均已转运至强邦新材，其中有少量已有外销订单的胶印版材库存商品考虑后续就近报关出口的便利性，先由上海甚龙代为接收，后续于 2021 年 1 月运输发送至客户。相应存货由上海强邦向公司及子公司上海甚龙出具存货交接清单，双方对相应存货进行清点确认，双方约定自存货交接完毕后，相应存货控制权及处置权均交由接收方享有，双方分别办理出入库程序并签署《资产交接确认书》完成存货交接手续。

来自上海强邦存货的办理情况如下：

类型	名称	单位	数量	金额	办理入库时间
产成品	印刷版材	万平方米、万元	68.03	1,418.23	2020/12/25-2020/12/31
原材料	化工材料	吨、万元	106.53	382.88	2020/12/27-2020/12/31
	聚脂薄膜	万平方米、万元	41.63	215.64	2020/12/31
	泡棉	万片、万元	8.99	64.36	2020/12/31
	铝卷	吨、万元	18.38	31.35	2020/12/21
	其他	万元	/	64.21	2020/12/24-2020/12/31
合计			-	2,176.67	-

【注】：其他系木箱、纸箱、衬纸、牛皮纸等包装材料。

综上所述，强邦新材及上海甚龙接收的上海强邦存货已于 2020 年 12 月 31 日经各方办理完成出入库程序，对移交货物进行清点确认并办理完成存货交接手续，已获取相应货物的实质控制权。

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、查阅强邦有限、上海强邦关于业务重组的相关股东会决议，以及双方签订的《业务重组协议》；

2、查阅评估机构就业务重组相关资产出具的《资产评估报告》、上海强邦 2020 年末经审计的财务报表及相关资产明细表，确认交易价格适当；

3、核查发行人及上海甚龙的资金流水，查阅业务收购款支付明细；

4、查阅发行人及上海强邦通知客户业务转移的邮件或其他沟通记录，了解其沟通的具体内容及日期；

5、查阅双方签署的《资产交接确认书》，以及设备、存货转移的物流单据，确认资产交接的手续及日期；

6、现场检查上海强邦经营场地，观察是否继续从事板材相关业务的生产经营；

7、登录国家知识产权局网站、中国版权保护中心网站，查询业务重组相关专利、商标、软件著作权的权利人变更登记情况；

8、访谈公司行政人事负责人，了解上海强邦员工转移情况及其在合并日前后的工作情况，并抽查相关人员与安徽强邦、上海分公司及上海甚龙签订的劳动合同；

9、查阅《企业会计准则》及《上市公司执行企业会计准则案例解析（2020）》关于业务重组合并日的规定及解析，判断发行人业务重组完成时点的合理性；

10、查阅万得凯科技及明阳电气招股说明书及历次问询意见回复文件，了解其业务重组事项的相关情况；

11、获取上海强邦员工转移清单，了解转移人员的岗位职责及重新签订合

同的日期；

12、获取并查看上海强邦存货出库单、强邦新材及上海甚龙存货入库单、存货移交清单、《资产交接确认书》等原始单据，并关注相关移交手续资料时间适当性。

（二）核查意见

经核查，保荐机构、申报会计师认为：

1、综合合并双方针对业务重组履行的决策程序、上海强邦版材业务相关的客户关系、各类资产及人员的转移过程、以及《企业会计准则》关于企业合并的相关规定进行判断，截至 2020 年 12 月 31 日安徽强邦已取得所收购业务的控制权，合并日确定早于收购款支付符合《企业会计准则》要求；

2、发行人及子公司上海甚龙在 2020 年 12 月 26 日与上海强邦签订《业务重组协议》对人员转移做出安排，上海强邦大部分人员已在 2021 年 1 月 1 日前转移，少量辅助人员于 2021 年 3 月 1 日转移，对完成业务重组无实质影响，相关人员与企业的隶属关系随着劳动合同的重新签订自然过渡至发行人及其子公司，发行人在合并日即可控制上海强邦相关业务人员。

3、强邦新材及上海甚龙接收的上海强邦存货已于 2020 年 12 月 31 日经各方办理完成出入库程序，对移交货物进行清点确认并办理完成存货交接手续，已获取相应货物的实质控制权。

3. 关于香港强邦、SPE 公司及 ABE 集团

申报材料显示：

(1) 香港强邦是发行人实际控制人控制的其他企业，持有上海强邦 100% 的股权，曾为发行人的外销贸易平台，持有发行人版材经销商 SPE 公司 20% 的股权。

(2) 因上海强邦与发行人业务重组后不再从事印刷版材业务，香港强邦拟将所持 SPE 股份转让给发行人。为加快境外投资审批流程，由香港强邦先将其持有的 SPE 股权全部转让给 ABE 集团，再由发行人自 ABE 集团处受让取得 SPE 公司 20% 的股权。

(3) 2021 年 8 月 2 日，发行人取得 SPE 公司 20% 的股权；2021 年 11 月 30 日，取得安徽省商务厅的《企业境外投资证书》，2021 年 12 月 30 日，取得安徽省发展和改革委员会的《境外投资项目备案通知书》，对收购 SPE 公司 20% 股权项目予以备案。

(4) 报告期内，发行人向香港强邦的关联销售金额分别为 4254.50 万元、0 万元和 0 万元，香港强邦对外销售客户为 ABEZETA, S.A. 及 SPE，二者亦从发行人处直接采购版材。2020 年 10 月起，发行人直接对外出口，未与香港强邦再发生关联销售。

(5) ABEZETA, S.A. 与 SPE 均为 ABE 集团子公司，报告期各期，发行人向 ABE 集团的销售金额合计（包括 ABEZETA, S.A.、SPE 和通过香港强邦销售给前两者的金额）分别为 15,255.62 万元、30,995.50 万元和 35,444.61 万元，2021 年大幅增长，主要系欧洲等境外市场需求增长。

请发行人：

(1) 结合相关法律法规比较境内企业收购境外公司股权时不同转让方所适用的审批流程差异，论证通过 ABE 集团获得 SPE 股权的合法合规性。

(2) 说明入股 SPE 各环节时点顺序（包括内外部审批、相关协议签署、对价支付、工商变更等），结合相关法律法规说明是否符合事前备案要求。

(3) 说明报告期内存在同时采用直接销售和通过香港强邦销售给 ABEZETA, S.A. 及 SPE 的原因，比较对 ABEZETA, S.A.、SPE 和香港强邦的

销售单价、毛利率，分析三者之间及与公司平均水平的差异并说明差异的合理性。

(4) 分析对 ABE 集团销售收入、销售数量变化与除 ABE 集团外的境外销售情况变化趋势的一致性，比较对 ABE 集团销售均价与除 ABE 集团外的境外销售均价差异并分析合理性，结合各区域终端需求情况量化分析 ABE 集团收入大幅增长的原因，说明 ABE 集团下游主要客户情况及终端销售实现情况。

请保荐人发表明确意见，发行人律师对问题（1）（2）发表明确意见，申报会计师对问题（3）（4）发表明确意见；请保荐人和申报会计师说明对 ABE 集团终端销售真实性核查的具体情况，包括核查方式、所取得证据、核查比例、核查结论及依据的充分性。

回复：

一、发行人说明事项

(一) 结合相关法律法规比较境内企业收购境外公司股权时不同转让方所适用的审批流程差异，论证通过 ABE 集团获得 SPE 股权的合法合规性。

境内企业收购境外公司股权适用《企业境外投资管理办法》（国家发展和改革委员会令第 11 号）和《境外投资管理办法》（商务部 2014 年第 3 号令）的规定，商务部门和发改部门针对企业涉及敏感国家和地区、敏感行业的境外投资，实行核准管理；对于其他情形的境外投资，实行备案管理。因发行人收购 SPE 股权不涉及敏感国家和地区或敏感行业，因此据前述法律规定，该次境外投资适用备案管理，不论转让方是香港强邦或是 ABE 集团，发行人本次收购所适用的境外投资法定备案程序不存在区别。

根据境外投资代办机构的意见，即在境外投资审核实践中，境内企业收购境外公司股权时，若股权转让交易的转让方为中国境内自然人控制的企业，则审核流程将较为复杂耗时。根据境外投资代办机构说明，因香港强邦属于中国境内自然人控制的企业，若发行人自香港强邦收购 SPE 的股权，监管部门需要增加审核香港强邦的相关资料，包括香港强邦的基本工商登记资料、历史沿革、历年审计报告、香港强邦与 ABE 集团共同投资 SPE 的原因及背景等内容。同时，监管部门也会要求提供 SPE 控股股东 ABE 集团的相应资料。为

此，发行人及香港强邦为准备这些资料需要额外花费较长的时间。因此，为加快境外投资的审核流程，同时彻底解除上海强邦与印刷版材的相关业务，确保在 2021 年 12 月 31 日（即首次申报的报告期末）前完成发行人对 SPE 的股权收购事项，发行人在办理该次境外投资的审批手续时采纳了代办机构的意见，即香港强邦退出 SPE 后由发行人自 ABE 集团处受让取得 SPE 20%的股权。

根据《企业境外投资管理办法》和《境外投资管理办法》，香港强邦向 ABE 集团转让 SPE 股权无需在中国大陆履行相应发改部门和商务部门的核准或备案程序。发行人自 ABE 集团处受让取得 SPE 20%的股权已履行了发改部门和商务部门的备案程序，并获得了安徽省商务厅出具的《企业境外投资证书》和安徽省发展和改革委员会出具的《境外投资项目备案通知书》，以及通过中国银行股份有限公司广德支行在国家外汇管理局宣城市中心支局办理完毕投资 SPE 的外汇登记手续并取得了《业务登记凭证》。根据安徽省商务厅于 2023 年 4 月出具的《关于安徽强邦并购 SPE 20%股权备案情况的说明》，安徽省商务厅对发行人提供的境外投资备案材料进行了审核，认为符合《境外投资管理办法》有关规定，予以备案。此外，根据安徽省商务厅网站、安徽省发展和改革委员会网站、国家税务总局安徽省税务局网站、广德市人民政府（广德市发展和改革委员会、广德市商务局）网站的公开信息，发行人不存在因境外投资、外汇、外商投资、税收方面的违法行为而被处罚的记录。基于上述，发行人通过 ABE 集团获得 SPE 的股权合法合规。

（二）说明入股 SPE 各关键环节时点顺序（包括内外部审批、相关协议签署、对价支付、工商变更等），结合相关法律法规说明是否符合事前备案要求。

发行人入股 SPE 各关键环节时点顺序如下：

关键环节	时间	主要事项
内部审批	2021 年 5 月 14 日	发行人执行董事郭良春签署董事决议，同意强邦有限以 120 万欧元的价格向 ABE 集团购买其所持 SPE 20%的股权。
协议签署	2021 年 8 月 2 日	签署股权转让协议并完成公证
股东身份登记		发行人在 SPE 的股东名册上被登记成为 SPE 股东
外部审批	2021 年 11 月 30 日	安徽省商务厅向发行人出具了编号为“境外投资证第 N3400202100172 号”的《企业境外投资证书》，对发行人收购 SPE 20%股权项目予以备案

	2021年12月30日	安徽省发展和改革委员会向发行人出具了编号为“皖发改外资备[2021]85号”的《境外投资项目备案通知书》，就发行人收购 SPE 20%股权项目予以备案
对价支付	2021年12月31日	发行人通过中国银行股份有限公司广德支行在国家外汇管理局宣城市中心支局办理完毕投资 SPE 的外汇登记手续并取得了《业务登记凭证》，同日购汇并向 ABE 集团支付了全部转让价款

根据《企业境外投资管理办法》第三十二条规定，属于备案管理范围的项目，投资主体应当在项目实施前（指投资主体或其控制的境外企业为项目投入资产、权益）取得备案通知书。

根据《境外投资管理办法》地方企业投资非涉及敏感国家和地区、敏感行业的，报所在地省级商务主管部门备案。根据发布于全国境外投资管理和服务网络系统的《境外投资核准备案常见问题解答》（http://jwzt.ndrc.gov.cn/jwzt/newsHeader/selectBodyByIdNew?id=_n3hGUA GUEeyi06voYQMjzw）之第 50 项解答，如境内企业 A 拟设立境外企业 a，则 A 应当在为 a 投入资产、权益或提供融资、担保之前取得项目核准文件或备案通知书。A 可以先注册境外企业 a，但在实际出资前（实缴注册资金、为并购或投资投入资产权益等）应当取得项目核准文件或备案通知书。

发行人系在取得《境外投资项目备案通知书》后，才向境外支付股权转让价款，此前未投入任何资金或资产权益，符合《企业境外投资管理办法》关于项目实施前备案的要求。发行人在 SPE 股东名册上登记为股东的日期虽早于安徽省商务厅完成备案及向发行人出具《企业境外投资证书》的日期，但未违反《境外投资管理办法》的强制性或禁止性规定，安徽省商务厅亦就发行人并购 SPE 公司 20%股权之备案手续出具了合规说明。因此，发行人本次入股 SPE 未违反境外投资相关法律法规的规定。

（三）说明报告期内存在同时采用直接销售和通过香港强邦销售给 ABEZETA, S.A.及 SPE 的原因，比较对 ABEZETA, S.A.、SPE 和香港强邦的销售单价、毛利率，分析三者之间及与公司平均水平的差异并说明差异的合理性。

1、2020 年同时采用直接销售和通过香港强邦销售给 ABEZETA, S.A.及 SPE 的原因

香港强邦曾承担发行人海外贸易业务的职能，ABEZETA, S.A.及 SPE 与发

行人已合作多年，系发行人主要境外客户，2020年10月前其采购发行人生产的印刷版材时，根据采购人员过往合作的业务习惯选择从发行人或香港强邦采购印刷版材，故导致 ABEZETA, S.A.及 SPE 2020年除直接从发行人采购了大量的印刷版材产品外，还通过香港强邦采购发行人的印刷版材。

为减少和规范关联交易，自2020年10月起发行人与香港强邦之间未再发生关联销售，ABEZETA, S.A.及 SPE 采购的印刷版材均由发行人直接对外出口，业务关系未转移到公司其他客户。

2、对 ABEZETA, S.A.、SPE 和香港强邦的销售单价、毛利率及差异的合理性分析

(1) 胶印版材

报告期内，发行人对 ABEZETA, S.A.、SPE、香港强邦和其他境外客户销售胶印版材的销售单价、毛利率情况如下：

单位：元/平方米

胶印版材	2023年1-6月		2022年度		2021年度		2020年度	
	销售单价	毛利率	销售单价	毛利率	销售单价	毛利率	销售单价	毛利率
ABEZETA, S.A.	18.61	10.31%	20.31	10.78%	18.07	8.71%	16.92	17.29%
SPE	19.71	11.01%	20.86	10.37%	18.55	9.21%	17.29	19.18%
香港强邦	/	/	/	/	/	/	15.93	13.30%
其他境外客户	19.47	16.05%	20.99	16.21%	17.64	9.70%	16.78	17.67%

从技术水平及使用效果来看热敏 CTP 版优于 UV-CTP 版，因此一般在公司产品厚度等规格相同的情况下，热敏 CTP 版的销售单价和毛利率高于 UV-CTP 版；由于胶印版材的主要原材料为铝卷且其单位价值较高，因此一般在公司产品型号相同的情况下，厚版相较薄版铝卷用量多、成本高，故厚版销售单价较高，但其产品附加值未随铝卷用量增加同比例增加，因此毛利率相对较低。

2020年度，发行人对 ABEZETA, S.A.、SPE、香港强邦和其他境外客户各类胶印版材的销售收入情况如下：

单位：万元

公司名称	版材类型	金额	占比
ABEZETA, S.A.	热敏CTP版	4,490.87	60.64%
	UV-CTP版	2,715.35	36.66%
	PS版	199.71	2.70%
	合计	7,405.93	100.00%

SPE	热敏CTP版	2,833.92	81.44%
	UV-CTP版	622.00	17.88%
	PS版	23.76	0.68%
	合计	3,479.68	100.00%
香港强邦	热敏CTP版	1,856.45	43.63%
	UV-CTP版	2,193.10	51.55%
	PS版	204.96	4.82%
	合计	4,254.50	100.00%
其他境外客户	热敏CTP版	9,342.86	45.77%
	UV-CTP版	9,880.19	48.40%
	PS版	1,190.05	5.83%
	合计	20,413.10	100.00%

2020 年公司对香港强邦销售单价和毛利率略低，主要原因系：①产品结构存在差异，2020 年公司对香港强邦胶印版材销售收入中 UV-CTP 版占比为 51.55%，占比相对较高；②2020 年 1-9 月发行人将香港强邦作为外销的贸易平台公司，部分出口销售先由强邦新材出售至香港强邦，再由香港强邦作为贸易平台留存合理毛利对外销售，故发行人对香港强邦的售价相对较低。

报告期各期，公司对 ABEZETA, S.A.、SPE 销售单价与其他境外客户基本一致。

2020 年度，公司对 ABEZETA, S.A.毛利率与其他境外客户基本一致。公司对 SPE 毛利率略高，主要系产品结构存在差异，2020 年公司对 SPE 胶印版材销售收入中热敏 CTP 版占比为 81.44%，占比较高所致。

2021 年度，公司对 ABEZETA, S.A.、SPE 毛利率与其他境外客户基本一致。

2022 年度和 2023 年 1-6 月，公司对 ABEZETA, S.A.、SPE 与其他境外客户销售不同厚度的胶印版材情况如下：

单位：万元、元/平方米

2023 年 1-6 月					
客户名称	厚度	销售金额	占比	单价	毛利率
ABEZETA, S. A.	不超过 0.27mm	6,398.60	90.10%	18.06	10.55%
	超过 0.27mm	702.92	9.90%	25.92	8.20%
	小计	7,101.52	100.00%	18.61	10.31%
SPE	不超过 0.27mm	4,664.53	84.58%	18.80	11.15%
	超过 0.27mm	850.44	15.42%	26.74	10.23%
	小计	5,514.97	100.00%	19.71	11.01%

其他境外客户	不超过 0.27mm	13,556.31	97.33%	19.30	16.04%
	超过 0.27mm	372.55	2.67%	28.61	16.31%
	小计	13,928.86	100.00%	19.47	16.05%
2022 年度					
客户名称	厚度	销售金额	占比	单价	毛利率
ABEZETA, S.A.	不超过 0.27mm	19,606.62	89.89%	19.70	11.06%
	超过 0.27mm	2,205.35	10.11%	27.93	8.25%
	小计	21,811.97	100.00%	20.31	10.78%
SPE	不超过 0.27mm	11,327.08	83.58%	19.90	10.69%
	超过 0.27mm	2,225.59	16.42%	27.69	8.75%
	小计	13,552.67	100.00%	20.86	10.37%
其他境外客户	不超过 0.27mm	34,195.14	98.20%	20.87	16.22%
	超过 0.27mm	626.28	1.80%	29.83	15.47%
	小计	34,821.42	100.00%	20.99	16.21%

2022 年度和 2023 年上半年，公司对 ABEZETA, S.A.、SPE 毛利率低于其他境外客户，主要原因系：①厚度等规格存在差异，ABEZETA, S.A.、SPE 和其他境外客户 2022 年采购的胶印版材中厚版（厚度超过 0.27mm）占比分别为 10.11%、16.42%和 1.80%，2023 年 1-6 月采购的胶印版材中厚版（厚度超过 0.27mm）占比分别为 9.90%、15.42%和 2.67%，ABEZETA, S.A.和 SPE 采购的厚版比例高于其他境外客户；②采购需求量高的客户，销售价格相对较低，2022 年度和 2023 年上半年 ABE 集团系公司第一大客户，公司给予了一定的价格优惠，对其销售的产品毛利率相对较低。

（2）柔性版材

报告期内，发行人对 ABEZETA, S.A.、SPE、香港强邦和其他境外客户销售柔性版材的销售单价、毛利率情况如下：

单位：元/平方米

柔性版材	2023 年 1-6 月		2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	销售单价	毛利率	销售单价	毛利率	销售单价	毛利率	销售单价	毛利率
ABEZETA, S.A.	235.25	36.59%	231.55	44.60%	247.45	53.36%	262.03	61.16%
SPE	/	/	/	/	342.70	68.78%	253.54	59.32%
香港强邦	/	/	/	/	/	/	/	/
其他境外客户	227.84	37.56%	234.67	42.74%	236.82	54.59%	267.88	60.87%

报告期内，公司对 SPE 柔性版材销售金额分别为 6.68 万元、1.39 万元、0 万元和 0 万元，占当期柔性版材境外销售金额比例仅分别为 0.92%、0.10%、0.00%和 0.00%，SPE 各期仅采购几十至数百平方米的柔性版材用于

终端客户试样，故销售价格和毛利率与其他境外公司存在一定差异。

报告期内，公司对 ABEZETA, S.A.和其他境外客户柔性版材销售价格、毛利率基本一致，不存在重大差异。

（四）分析对 ABE 集团销售收入、销售数量变化与除 ABE 集团外的境外销售情况变化趋势的一致性，比较对 ABE 集团销售均价与除 ABE 集团外的境外销售均价差异并分析合理性，结合各区域终端需求情况量化分析 ABE 集团收入大幅增长的原因，说明 ABE 集团下游主要客户情况及终端销售实现情况。

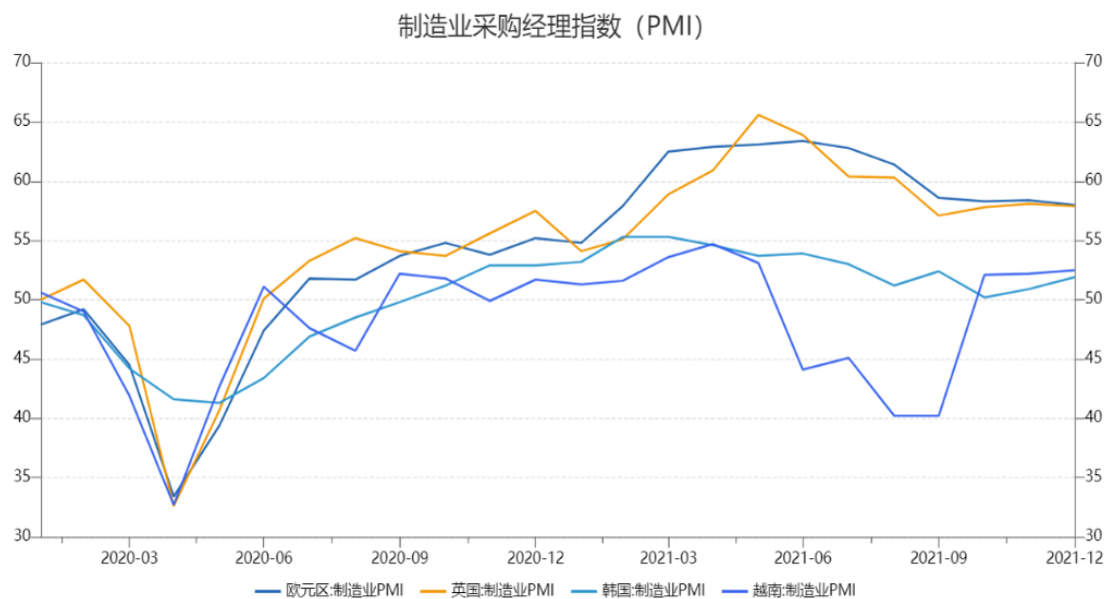
1、对 ABE 集团销售收入、销售数量变化与其他境外客户销售情况变化具有一致性

报告期内，发行人境外销售收入主要来源于欧洲及亚洲地区，对 ABE 集团销售收入、销售数量变动与其他境外客户销售情况变动趋势对比如下：

单位：万元、万平方米、元/平方米

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
销售收入	ABE集团	12,692.06	-33.49%	35,444.61	14.35%	30,995.50	103.17%	15,255.62
	其他境外客户	15,001.36	-21.78%	36,624.42	25.28%	29,233.60	39.05%	21,023.97
	境外小计	27,693.42	-27.62%	72,069.04	19.66%	60,229.10	66.01%	36,279.59
销售数量	ABE集团	661.68	-27.67%	1,724.02	2.22%	1,686.42	86.06%	906.37
	其他境外客户	720.12	-19.54%	1,667.03	4.46%	1,595.84	30.97%	1,218.46
	境外小计	1,381.80	-23.65%	3,391.05	3.31%	3,282.25	54.47%	2,124.83
胶印版材 销售单价	ABE集团	19.08	-8.28%	20.52	12.31%	18.27	9.31%	16.71
	其他境外客户	19.47	-7.14%	20.99	18.94%	17.64	5.12%	16.78
	差异	-0.39	/	-0.47	/	0.62	/	-0.07
	差异率	-2.06%	/	-2.28%	/	3.42%	/	-0.43%

【注】：2020 年香港强邦从公司采购的版材产品均销售给 ABEZETA, S.A.及 SPE，故将其采购金额、数量合并计入 ABE 集团，下同。



数据来源: Wind

由上表可见,报告期内发行人对 ABE 集团的销售收入和销量变动趋势与其他境外客户销售情况变动趋势一致,2021 年度变动幅度明显高于其他境外客户变动情况,主要原因系:①欧洲属于印刷业较发达的地区,与亚洲地区相比 2020 年受经济下行影响更为严重,市场需求下滑程度更深,2021 年度发行人对 ABE 集团和其他境外客户的销量较 2019 年度分别增长 18.55%和 1.78%,境外终端市场需求逐渐恢复至经济下行前水平;②2021 年 ABE 集团加大市场开拓力度,向德国、意大利、东欧等市场规模较大的版材市场进行深度拓展,在市场需求恢复的背景下,且公司产品相较柯达公司、爱克发等境外竞争对手具有较强竞争力,ABE 集团客户数量较 2020 年增加约 30 家,根据 ABE 提供的销售情况,2021 年在西班牙、南美和东欧等传统区域销售额相较 2020 年约增长 526 万欧元,增幅约 30%,在新兴开拓的意大利和德国市场销售额相较 2020 年约增长 323 万欧元,增幅约 78%;③2021 年,ABE 集团所在的欧洲市场整体向好,且受国内海运船期紧张等因素影响 ABE 集团相应增加备货,2021 年末 ABEZETA, S.A.和 SPE 合并存货较 2020 年末大幅增加 1,115.20 万欧元,在 2022 年实现销售。综合影响,使得最近三年 ABE 集团销量增幅高于其他境外客户。2023 年上半年,全球经济增速放缓,境外需求不及预期,尤其欧洲市场受通胀因素影响,与亚洲地区相比市场需求下滑程度更深。

2、对 ABE 集团销售均价与其他境外客户销售均价差异及合理性

报告期内，发行人对 ABE 集团销售均价与其他境外客户销售均价对比情况如下：

单位：元/平方米

项目	2023年1-6月		2022年度		2021年度		2020年度	
	胶印版材	柔性版材	胶印版材	柔性版材	胶印版材	柔性版材	胶印版材	柔性版材
ABE 集团	19.08	235.25	20.52	231.55	18.27	247.93	16.71	261.53
其他境外客户	19.47	227.84	20.99	234.67	17.64	236.82	16.78	267.88
差异	-0.39	7.41	-0.47	-3.12	0.62	11.11	-0.07	-6.35
差异率	-2.06%	3.15%	-2.28%	-1.35%	3.42%	4.48%	-0.43%	-2.43%

公司对 ABE 集团销售均价与其他境外客户销售均价主要系受采购规模、产品结构、厚度等规格影响，差异率均在 5%以内，不存在重大差异，差异原因详见本问题回复之“（三）/2、对 ABEZETA, S.A.、SPE 和香港强邦的销售单价、毛利率及差异的合理性分析”。

3、最近三年对 ABE 集团收入大幅增长的原因

最近三年，发行人对 ABE 集团收入大幅增长的量化分析具体如下：

单位：万元、万平方米、元/平方米

项目	2023年1-6月		2022年度		2021年度		2020年度
	金额	增长率	金额	增长率	金额	增长率	金额
销售收入	12,692.06	-33.49%	35,444.61	14.35%	30,995.50	103.17%	15,255.62
销售数量	661.68	-27.67%	1,724.02	2.22%	1,686.42	86.06%	906.37
胶印版材单价	19.08	-8.28%	20.52	12.31%	18.27	9.31%	16.71
柔性版材单价	235.25	2.65%	231.55	-6.61%	247.93	-5.20%	261.53
销售数量变动对收入影响	-5,255.05	/	578.01	/	13,128.60	/	/
销售单价变动对收入影响	-1,136.44	/	3,871.10	/	2,611.28	/	/
合计收入变动	-6,391.49	/	4,449.11	/	15,739.88	/	/

【注】：销售数量变动对收入影响=Σ（本期销售数量-上期销售数量）*上期销售价格；销售单价变动对收入影响=Σ（本期销售价格-上期销售价格）*本期销售数量

报告期内，发行人对 ABE 集团销售收入持续上升。报告期各期，发行人对 ABE 集团销售的主要产品为胶印版材，胶印版材各期销售收入占比均超过 99%。

2021 年度，发行人对 ABE 集团销售收入较 2020 年度增加 15,739.88 万元，大幅增长 103.17%，主要原因系 ABE 集团所在欧洲市场需求恢复至经济下行前水平及印刷版材价格上涨综合影响所致，具体来说：（1）2020 年终端

市场需求受经济下行影响较 2019 年出现较大幅度下滑，尤其是 ABE 集团所在的欧洲市场下滑较为明显，随着欧洲市场疫情影响逐步消除，发行人 2021 年对 ABE 集团销量呈回升态势，较 2019 年增长 18.55%，因此，2021 年度公司对 ABE 集团销售收入增长主要系海外地区尤其 ABE 集团负责开拓的欧洲地区市场需求快速恢复所致；此外，2021 年度 ABE 集团加大对欧洲市场的开拓力度，凭借发行人优异的产品质量和具有竞争力的价格，在法国、德国等原本比利时爱克发公司市场占有率较高的地区市场开拓取得较好效果，综合使得公司对 ABE 集团销售数量大幅增加 86.06%，该因素使销售收入增加 13,128.60 万元；（2）公司胶印版材产品主要原材料铝卷价格 2021 年处于单边快速上升趋势，公司相应调增对 ABE 集团胶印版材销售单价，该因素使销售收入增加 2,611.28 万元。

2022 年度，发行人对 ABE 集团销售收入较 2021 年度增加 4,449.11 万元，增长 14.35%，主要原因系：（1）2022 年度公司胶印版材产品主要原材料铝卷价格上半年持续高位波动，下半年适度回落，铝卷总采购单价较 2021 年度进一步上升，公司相应调增对 ABE 集团胶印版材销售单价，该因素使销售收入增加 3,871.10 万元；（2）ABE 集团的终端市场需求稳中有升，使得产品销量小幅增加 2.22%，该因素使销售收入增加 578.01 万元。

2023 年上半年，发行人对 ABE 集团销售收入较 2022 年同期减少 6,391.49 万元，下降 33.49%，主要原因系：（1）2023 年受欧美等主要经济体处于通胀高企、利率上升的不利局面影响，全球经济增速放缓，ABE 集团的下游市场需求有所下降，发行人对 ABE 集团产品销量较 2022 年同期减少 27.67%，该因素使销售收入下降 5,255.05 万元；（2）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 2.19 万元/吨，公司对 ABE 集团胶印版材销售单价随之由 2022 年度的 20.52 元/平方米下调至 2023 年 1-6 月的 19.08 元/平方米，该因素使销售收入下降 1,136.44 万元。

综上所述，最近三年发行人对 ABE 集团收入大幅增长主要是受欧洲等海外地区终端市场需求恢复以及公司持续积极采取调价措施以应对铝卷价格上涨影响所致，2023 年上半年发行人对 ABE 集团收入较 2022 年同期有所下降主要是

受全球经济增速放缓，欧洲等海外地区经济终端市场需求下降以及公司因原材料铝卷价格下降而调价影响所致。

4、ABE 集团下游主要客户情况及终端销售实现情况

根据获取的 ABE 集团财务报表，报告期内其存货余额及存货周转情况如下：

单位：万欧元、天

项目	2023年1-6月 /2023.6.30	2022 年度 /2022.12.31	2021 年度 /2021.12.31	2020 年度 /2020.12.31
营业成本	2,842.47	6,569.56	4,244.27	2,567.64
期末存货	760.33	1,456.34	1,609.71	494.50
存货周转天数	70.19	84.01	89.24	78.08
期末存货/营业成本	13.37%	22.17%	37.93%	19.26%

【注】：存货周转天数=360 天*存货平均余额/营业成本；2023 年 1-6 月存货周转天数、期末存货/营业成本已进行年化处理

ABE 集团下游主要客户系欧洲、南美洲等地区印刷企业。报告期内，ABE 集团销售发行人产品占其营业收入的比例约为 70%至 80%，存货余额一般维持 2-3 个月销量的库存水平。2021 年末 ABE 集团存货余额有所上升，主要系：① 2021 年度欧洲等海外地区市场需求快速恢复，且 ABE 集团不断开拓新市场及新客户，业务规模增长使得 ABE 集团增加安全库存水平；②2021 年度海运行业集装箱短缺、船期延误等不确定性增加，为减少供应的不确定性，ABE 集团主动增加备货库存量。2022 年末 ABE 集团存货余额较高，主要系 2023 年春节时间较早，ABE 集团在扩大销售规模的同时增加备货所致。ABE 集团存货周转天数 2021 年度有所增加，2022 年度保持较高水平，主要系 2021 年末和 2022 年末 ABE 集团存货余额较高，综合使得 2021 年和 2022 年平均存货余额增加，进而使得存货周转率下降所致。ABE 集团 2023 年 6 月末存货余额已减少至 760.33 万欧元，占当期营业成本的比例（年化处理）下降至 13.37%，存货周转天数（年化处理）亦进一步下降。报告期内，ABE 集团终端销售实现情况较好，除其因产品发货周期和合理备货产生的存货余额外，产品均已实现最终销售。

二、中介机构核查意见

请保荐人发表明确意见，发行人律师对问题（1）（2）发表明确意见，申

报会计师对问题（3）（4）发表明确意见。

（一）核查过程、依据

1、查阅巴塞罗那商业登记处（REGISTRO MERCANTIL DE BARCELONA）出具的商业信息证明，了解 SPE 的基本情况；

2、查阅 LOGMA CONSULTING, S.L.出具的法律意见及 SPE 的股东证明，了解 SPE 历次股权变动情况；

3、取得发行人与境外投资的代办机构签署的《咨询服务协议》、访谈发行人境外投资的代办机构，了解发行人对 SPE 进行投资的备案办理过程；

4、查阅发行人出资 SPE 的董事决定，了解发行人入股 SPE 的内部审批情况；

5、查阅发行人关于收购 SPE 20%股权事项取得的《企业境外投资证书》《境外投资项目备案通知书》《业务登记凭证》，了解发行人入股 SPE 的外部审批情况；

6、查阅安徽省商务厅出具的《关于安徽强邦并购 SPE 公司 20%股权备案情况的说明》，了解发行人入股 SPE 的备案手续的合规情况；

7、查阅发行人相关主管部门出具的合规证明、登录安徽省商务厅网站、安徽省发展和改革委员会网站、国家税务总局安徽省税务局网站、广德市人民政府网站等网站查询，了解发行人在境外投资、外汇、外商投资及税收方面的合规情况；

8、访谈公司销售负责人，了解公司直接销售和通过香港强邦销售给 ABEZETA, S.A.及 SPE 的原因；

9、获取公司报告期各期收入成本明细表，核查公司对 ABEZETA, S.A.、SPE、香港强邦和其他境外客户的销售单价、毛利率，分析差异的合理性；

10、访谈公司销售负责人和 ABE 集团业务负责人，了解和分析对 ABE 集团收入大幅增长的原因、下游主要客户情况及终端销售实现情况；

11、对 ABE 集团主要终端客户执行走访程序，了解主要终端客户的基本情况、与 ABE 集团合作情况、各期交易情况等，并对 ABE 集团主要终端客户仓库进行查看，观察是否存放公司产品以核实 ABE 集团对其销售真实性；

12、获取 ABE 集团报告期各期财务报表，分析其终端销售实现情况。

（二）核查意见

经核查，保荐机构、发行人律师及申报会计师认为：

1、不论转让方是香港强邦或 ABE 集团，发行人本次境外投资均适用备案管理方式，且相关境外投资的备案程序不存在区别，发行人通过 ABE 集团获得 SPE 股权合法合规；

2、发行人在 SPE 股东名册上登记为股东的日期虽早于安徽省商务厅完成备案及向发行人出具《企业境外投资证书》的日期，但发行人本次入股 SPE 的项目实施（即实际向 ABE 集团支付股权转让价款）是在取得商务部门和发改部门的相关备案和证书后，未违反境外投资相关法律法规的规定；

3、公司对 ABEZETA, S.A.、SPE 和香港强邦的销售单价、毛利率的差异具有合理性；三者之间及与公司平均水平的差异具有合理性；

4、公司对 ABE 集团销售收入、销售数量变化与其他境外客户销售情况变化具有一致性；公司对 ABE 集团销售均价与其他境外客户销售均价的差异具有合理性；ABE 集团终端销售实现情况较好，除其因产品发货周期和合理备货产生的存货余额外，产品均实现最终销售。

三、ABE 集团终端销售真实性核查情况

请保荐人和申报会计师说明对 ABE 集团终端销售真实性核查的具体情况，包括核查方式、所取得证据、核查比例、核查结论及依据的充分性。

（一）核查程序

1、获取 ABE 集团报告期各期对主要终端客户销售情况表，结合 ABE 集团各期财务报表中营业收入情况、公司各期销售给 ABE 集团销售明细情况，综合判断 ABE 集团对主要终端客户销售明细表的真实合理性；

2、对 ABE 集团主要终端客户执行走访程序，了解主要终端客户的基本情况、与 ABE 集团合作情况、各期交易情况等，具体核查情况如下：

单位：家、万平方米

项目	2023 年 1-6 月	2022 年度	2021 年度	2020 年度
访谈终端客户家数	62	62	56	48
访谈终端客户销售数量	354.38	733.45	338.75	235.93
公司对 ABE 集团销售数量	661.68	1,724.02	1,686.42	906.37
占比	53.56%	42.54%	20.09%	26.03%

3、访谈过程中对 ABE 集团主要终端客户仓库进行查看，观察是否存放公司产品以核实 ABE 集团对其销售真实性；

4、获取 ABE 集团报告期各期财务报表，了解 ABE 集团各期销售实现情况及各期末存货情况，判断 ABE 集团期末存货合理性，核查情况如下：

项目	单位	2023 年 1-6 月	2022 年度	2021 年度	2020 年度
ABE 集团营业收入	万欧元	3,310.69	7,313.47	4,670.56	2,928.61
ABE 集团期末存货	万欧元	760.33	1,456.34	1,609.71	494.50
公司对 ABE 集团销售额	万元	12,692.06	35,444.61	30,995.50	15,255.62
ABE 集团期末存货占当期公司对 ABE 集团销售额比例	-	23.59%	30.53%	37.49%	26.01%

【注】：ABE 集团期末存货占当期公司对 ABE 集团销售额比例=ABE 集团期末存货*各期欧元兑换人民币期初期末平均汇率/公司对 ABE 集团销售额，2023 年 1-6 月该比例已年化处理

由上表可知，ABE 集团采购额随同其对外实现的营业收入增加而增长，2021 年 ABE 集团期末存货金额占公司当期对其销售金额的比例较 2020 年有所增加，主要系 2021 年度 ABE 集团业务规模快速增长、海运行业集装箱短缺、船期延误等不确定性增加，ABE 集团主动增加备货库存量所致。2023 年上半年国际海运恢复正常，ABE 集团积极消化备货存货，ABE 集团期末存货占当期公司对 ABE 集团销售额比例随之降低。

（二）核查结论

经核查，保荐机构和申报会计师认为 ABE 集团终端销售具有真实性，相应核查依据充分。

4. 关于收入波动

申报材料显示：

(1) 报告期各期，公司主营业务收入分别为 107,898.54 万元、147,443.97 万元和 155,779.58 万元，胶印版材收入占比超 96%，柔性版材收入占比较小。

(2) 报告期各期，公司境外销售收入占主营业务收入的比例分别为 33.62%、40.85%和 46.26%。

(3) 公司其他业务收入主要为废铝销售收入，报告期各期金额分别为 1,202.46 万元、2,766.96 万元和 3,715.93 万元。

请发行人：

(1) 说明报告期内胶印版材、柔性版材收入变动原因，分析销售数量、销售均价变化的合理性，比较与同行业可比公司收入波动趋势的一致性和同类产品销售价格的差异。

(2) 说明报告期各期热敏 CTP 版、UV-CTP 版、免处理版、感光树脂柔性版、PS 版等细分产品的收入及占比、价格、数量、毛利率及变化情况，分析变化原因及合理性，是否符合下游需求变化及行业发展趋势。

(3) 说明境外销售中 FOB、CIF 等不同贸易方式的收入金额及占比，不同贸易方式下的收入确认原则、时点及依据，销售收入和运保费的会计处理是否符合《企业会计准则》要求，各期出口退税额、海运费收入与相关境外销售额的匹配关系，投保金额与投保收入的匹配关系。

(4) 说明各期废铝产生数量与版材产量的匹配性，是否与行业和生产工艺特点一致，废铝销售价格的公允性、是否与市场价格存在显著差异，废料成本核算、结转和销售的会计处理是否符合《企业会计准则》要求，成本核算是否真实准确、相关内部控制制度是否建立健全并有效执行，废铝销售毛利贡献及毛利率波动情况，废铝销售的主要客户基本情况、是否与发行人存在关联关系或其他利益安排。

(5) 说明报告期内各季度收入金额及占比情况。

请保荐人、申报会计师发表明确意见，并说明：

(1) 境外销售核查的具体情况，包括核查措施、所取得证据、核查比

例、核查结论及依据的充分性。

(2) 截止性测试的具体情况 & 核查结论，是否存在跨期确认收入的情形。

请发行人律师说明境外销售的结算方式、跨境资金流动及结换汇情况，是否符合国家外汇及税务等相关法律法规的规定。

回复：

一、发行人说明事项

(一) 说明报告期内胶印版材、柔性版材收入变动原因，分析销售数量、销售均价变化的合理性，比较与同行业可比公司收入波动趋势的一致性和同类产品销售价格的差异。

1、胶印版材、柔性版材销售收入、销售数量及销售单价变化的合理性

报告期内，公司胶印版材、柔性版材销售收入、销售数量和销售单价变动情况如下：

单位：万元、万平方米、元/平方米

版材类型	项目	2023年1-6月		2022年度		2021年度		2020年度
		金额	增幅	金额	增幅	金额	增幅	金额
胶印版材	销售收入	63,002.48	-18.25%	150,029.27	5.79%	141,823.68	36.12%	104,189.35
	销售数量	3,330.80	-10.25%	7,376.86	-5.17%	7,779.18	21.30%	6,413.07
	销售单价	18.92	-8.92%	20.34	11.56%	18.23	12.22%	16.25
柔性版材	销售收入	3,370.92	28.45%	5,750.30	2.31%	5,620.28	51.52%	3,709.19
	销售数量	18.45	29.48%	30.13	3.74%	29.04	47.85%	19.64
	销售单价	182.74	-0.80%	190.87	-1.37%	193.53	2.48%	188.84

(1) 胶印版材

报告期内，公司胶印版材销售收入系公司主营业务收入的主要来源，销售收入分别为 104,189.35 万元、141,823.68 万元、150,029.27 万元和 63,002.48 万元，最近三年整体呈逐年上升趋势，2023 年 1-6 月呈下降趋势。

①2021 年度与 2020 年度销售收入变动分析

2021 年度，公司胶印版材销售收入较 2020 年度增长 36.12%，主要原因系：

A、销售数量

报告期内，公司胶印版材境内、境外销售数量具体情况如下：

单位：万平方米

区域	2023年1-6月		2022年度		2021年度		2020年度
	销售数量	增幅	销售数量	增幅	销售数量	增幅	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
合计	3,330.80	-10.25%	7,376.86	-5.17%	7,779.18	21.30%	6,413.07

2020 年度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，尤其境外市场需求下滑程度较大。2021 年度，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相较 2020 年大幅上升 54.40%；境内终端市场需求稳定增长，公司胶印版材境内销售数量相较 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%。

B、销售单价

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，公司胶印版材主要原材料铝卷采购单价由 2020 年的 1.70 万元/吨上涨至 2021 年的 2.18 万元/吨。2021 年针对原材料铝卷价格单边快速上升的趋势，公司积极与下游客户协商调整销售单价，使得胶印版材销售单价较 2020 年上升 12.22%。

②2022 年度与 2021 年度销售收入变动分析

2022 年度，公司胶印版材销售收入较 2021 年度增长 5.79%，主要原因系：

A、销售数量

2022 年由于国内经济增速放缓，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%。

B、销售单价

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胶印版材主要原材料铝卷价格，但铝卷采购单价仍由 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主要原材料价格波动，使得胶印版材销售单价较 2021 年度上升 11.56%。虽然公司 2022 年度胶印版材销售数量小幅下降，但同时胶印版材销售单价提升，销售收入相应有所增长。

③2023 年 1-6 月与 2022 年同期销售收入变动分析

2023 年上半年，公司胶印版材销售收入较 2022 年同期下降 18.25%，主要原因系：

A、销售数量

2023 年 1-6 月国内胶印版材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%；但受美元持续加息等事件影响，全球经济增速放缓，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%。

B、销售单价

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 2.19 万元/吨，使得公司胶印版材销售单价较 2022 年同期下降 8.92%。

(2) 柔性版材

报告期内，公司柔性版材销售收入分别为 3,709.19 万元、5,620.28 万元、5,750.30 万元和 3,370.92 万元，柔性版材销售收入占比相对较低，但呈持续稳定增长态势。

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。

①2021 年度与 2020 年度销售收入变动分析

2021 年度，公司柔性版材销售收入较 2020 年度增长 51.52%，主要原因

系：

A、销售数量

报告期内，公司柔性版材境内、境外销售数量具体情况如下：

单位：万平方米

区域	2023年1-6月		2022年度		2021年度		2020年度
	销售数量	增幅	销售数量	增幅	销售数量	增幅	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
合计	18.45	29.48%	30.13	3.74%	29.04	47.85%	19.64

公司柔性版材处于业绩快速增长阶段，2021 年度，随着经济环境逐步稳定，境内外柔性版材市场需求迅速增长，使得公司柔性版材销售数量相较 2020 年上升 47.85%。

B、销售单价

受原材料价格上涨、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，但为保持公司柔性版材产品的市场竞争力，销售单价仅小幅上升 2.48%。

②2022 年度与 2021 年度销售收入变动分析

2022 年度，公司柔性版材销售收入较 2021 年度增长 2.31%，主要原因系：

A、销售数量

2022 年由于国内经济增速放缓，国内柔性版材终端市场需求有所下滑，公司柔性版材境内销售数量相较 2021 年小幅下降 5.19%；境外柔性版材终端市场需求旺盛，公司积极开拓境外市场，公司柔性版材境外销售数量相较 2021 年增长 40.03%，综合使得公司柔性版材销售数量相较增长 3.74%。

B、销售单价

受国内经济增速放缓影响，柔性版材市场需求受到一定抑制，为刺激柔性版材市场客户需求，公司适当调低柔性版材产品销售价格，较 2021 年下降 1.37%。

③2023 年 1-6 月与 2022 年同期销售收入变动分析

2023 年上半年，公司柔性版材销售收入较 2022 年同期增长 28.45%，主要原因系：2023 年上半年境内外柔性版材市场需求旺盛，公司积极开拓境内外市

场，柔性版材销售数量相较 2022 年同期增长 29.48%；此外，为保持公司柔性版材产品的市场竞争力，公司适当调低柔性版材产品销售价格，较 2022 年同期小幅下降 0.80%，综合使得公司柔性版材销售收入增长 28.45%。

综上所述，公司报告期内胶印版材、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，销售数量、销售单价变化具有合理性。

2、与同行业可比公司收入波动趋势的一致性 & 同类产品销售价格的差异

报告期内，公司与同行业可比公司营业收入对比情况如下：

单位：万元

公司名称	2023 年 1-6 月	2022 年度		2021 年度		2020 年度
	营业收入	营业收入	增幅	营业收入	增幅	营业收入
汇达印通	23,413.71	51,144.80	36.78%	37,391.70	35.14%	27,669.46
天成股份	9,046.27	17,085.35	0.84%	16,942.65	35.64%	12,490.51
新图新材	/	/	/	24,863.94	17.07%	21,237.85
发行人	67,464.75	158,848.47	5.73%	150,252.24	37.52%	109,258.13

数据来源：可比公司公开披露的定期报告，新图新材自 2022 年 11 月起在全国中小企业股份转让系统终止挂牌。

从整体规模来看，近年来公司在印刷版材产品市场份额居于国内第二，收入仅次于乐凯华光，高于汇达印通、天成股份、新图新材等同行可比公司。从波动趋势来看，最近三年发行人与前述同行业可比公司的营业收入波动趋势基本一致，均呈上涨趋势。2022 年度汇达印通营业收入增幅高于发行人，主要系其调整营销战略，通过降低单价以增加公司销售业绩。

汇达印通、天成股份和新图新材报告期内均仅公开披露其各类细分产品营业收入，未披露其单位价格及销量信息，故无法对单位价格进行测算。公司产品销售价格系在生产成本、合理利润的基础上，综合考虑市场竞品价格情况、产品所处生命周期、客户采购规模等因素确定，与同行业可比公司同类产品定价模式基本一致。

(二) 说明报告期各期热敏 CTP 版、UV-CTP 版、免处理版、感光树脂柔性版、PS 版等细分产品的收入及占比、价格、数量、毛利率及变化情况，分析变化原因及合理性，是否符合下游需求变化及行业发展趋势。

报告期各期，公司各类细分产品的收入、价格、数量、毛利率等具体情况

如下：

单位：万元、元/平方米、万平方米

版材类型	2023年1-6月					
	收入	占比	价格	数量	毛利率	毛利率变动
热敏CTP版	50,762.15	76.48%	19.08	2,660.04	12.35%	0.32%
UV-CTP版	11,359.02	17.11%	18.25	622.50	11.96%	1.20%
PS版	881.31	1.33%	18.26	48.25	7.82%	-1.85%
感光树脂柔性版	3,370.92	5.08%	182.74	18.45	33.56%	-1.54%
合计	66,373.39	100.00%	/	3,349.24	13.30%	0.88%
版材类型	2022年度					
	收入	占比	价格	数量	毛利率	毛利率变动
热敏CTP版	112,126.89	71.98%	20.58	5,449.19	12.34%	0.93%
UV-CTP版	34,537.05	22.17%	19.70	1,753.35	11.71%	3.89%
PS版	3,365.33	2.16%	19.31	174.32	9.30%	1.38%
感光树脂柔性版	5,750.30	3.69%	190.87	30.13	35.70%	-10.18%
合计	155,779.58	100.00%	/	7,406.99	12.99%	1.31%
版材类型	2021年度					
	收入	占比	价格	数量	毛利率	毛利率变动
热敏CTP版	99,089.52	67.20%	18.55	5,341.01	11.41%	-4.30%
UV-CTP版	39,233.13	26.61%	17.56	2,234.38	7.82%	-3.43%
PS版	3,501.04	2.37%	17.18	203.79	7.92%	-1.65%
感光树脂柔性版	5,620.28	3.81%	193.53	29.04	45.88%	-2.73%
合计	147,443.97	100.00%	/	7,808.22	11.68%	-3.75%
版材类型	2020年度					
	收入	占比	价格	数量	毛利率	毛利率变动
热敏CTP版	71,482.93	66.25%	16.51	4,330.48	15.71%	/
UV-CTP版	29,169.30	27.03%	15.71	1,856.61	11.25%	/
PS版	3,537.12	3.28%	15.65	225.97	9.57%	/
感光树脂柔性版	3,709.19	3.44%	188.84	19.64	48.61%	/
合计	107,898.54	100.00%	/	6,432.71	15.43%	/

1、热敏 CTP 版、UV-CTP 版和 PS 版等胶印版材

报告期内，发行人热敏 CTP 版、UV-CTP 版和 PS 版毛利率整体呈先降后升趋势，各期变动原因分析如下：

(1) 2021 年较 2020 年变动原因

2021 年度，发行人热敏 CTP 版、UV-CTP 版和 PS 版毛利率较 2020 年度均有所下滑，主要原因系：

①热敏 CTP 版、UV-CTP 版和 PS 版均为胶印版材，其主要原材料铝卷价

格大幅上涨。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，公司主要原材料铝卷采购单价由 2020 年的 1.70 万元/吨上涨至 2021 年的 2.18 万元/吨，材料成本上涨使得公司热敏 CTP 版、UV-CTP 版和 PS 版单位成本随之有所上升；

②2021 年针对原材料铝卷大幅上涨的趋势，公司积极与下游客户协商调整售价，但由于铝卷价格呈单边快速上升趋势，公司调价频率及幅度未能完全覆盖成本上涨的影响。

（2）2022 年较 2021 年变动原因

2022 年度，发行人热敏 CTP 版、UV-CTP 版和 PS 版毛利率较 2021 年度均有所回升，主要原因系：

①2022 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主要原材料铝卷价格，主要原材料铝卷采购单价仍由 2021 年的 2.18 万元/吨上涨至 2022 年的 2.37 万元/吨，材料成本持续上涨使得公司热敏 CTP 版、UV-CTP 版和 PS 版单位成本随之上升；

②公司持续积极与下游客户协商调价以应对主要原材料价格波动，使得胶印版材各类细分产品单位销售价格较 2021 年度均有所上升。

（3）2023 年上半年较 2022 年同期变动原因

2023 年上半年，发行人热敏 CTP 版、UV-CTP 版毛利率较 2022 年同期小幅上升，主要原因系：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 2.19 万元/吨，公司热敏 CTP 版、UV-CTP 版销售单价亦有所下调，综合使得热敏 CTP 版、UV-CTP 版产品毛利率较 2022 年小幅上升。2023 年上半年，发行人 PS 版毛利率较 2022 年同期小幅下降，主要系 2023 年上半年发行人销售的 PS 版由自产变成对外采购，故毛利率小幅下降。

（4）主要原材料上涨的应对措施

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价格变动超过

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。

为了应对铝卷价格大幅上涨对公司盈利产生的不利影响，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价格变动超过约定金额，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。

综上所述，报告期内热敏 CTP 版、UV-CTP 版和 PS 版等胶印版材毛利率波动主要是受 2021 年以来主要原材料铝卷价格大幅上涨，以及 2022 年公司持续积极采取调价等措施以应对铝卷价格上涨影响所致。

2、感光树脂柔性版

感光树脂柔性版生产工艺复杂、工序多、技术要求高，市场竞争力较强，因此其毛利率相对较高。报告期内，公司感光树脂柔性版产品毛利率呈逐年下降趋势。

(1) 2021 年较 2020 年变动原因

2021 年度，感光树脂柔性版产品毛利率较 2020 年度小幅下降，主要原因系：

①2021 年公司感光树脂柔性版主要原材料热塑性弹性体采购单价由 2020 年的 1.64 万元/吨上涨至 1.86 万元/吨，材料成本上涨使得公司感光树脂柔性版单位成本随之有所上升；

②受原材料价格上涨、市场竞争影响，公司积极与下游客户协商调整售价，但为保持公司感光树脂柔性版产品的市场竞争力，销售价格仅小幅上升 2.48%，公司调价频率及幅度未能完全覆盖成本上涨的影响。

（2）2022 年较 2021 年变动原因

2022 年度，感光树脂柔性版产品毛利率较 2021 年度有所下降，主要原因系：

①2022 年度公司感光树脂柔性版主要原材料热塑性弹性体采购单价由 2021 年的 1.86 万元/吨上涨至 2.07 万元/吨，使得感光树脂柔性版单位直接材料成本上涨；此外，公司感光树脂柔性版产线位于上海市嘉定区，2022 年上半年上海地区企业普遍停工停产，公司感光树脂柔性版产量下降较多，导致生产效率下降，单位制造费用上升，综合使得公司感光树脂柔性版单位成本有所上升；

②受国内经济增速放缓影响，柔性版材市场需求受到一定抑制，为刺激柔性版材市场客户需求，公司适当调低感光树脂柔性版产品销售价格，较 2021 年下降 1.37%。

（3）毛利率下滑的应对措施

为了应对公司感光树脂柔性版毛利率持续下降的趋势，公司积极采取以下措施降低上述不利因素的影响：

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，报告期内感光树脂柔性版毛利率波动主要是受 2021 年以来主要原材料热塑性弹性体价格上涨，以及 2022 年上半年上海工厂停工停产导致

的感光树脂柔性版生产效率下降影响所致。

3、公司印刷版材销售情况符合下游需求变化及行业发展趋势

公司印刷版材销售情况符合下游需求变化，具体详见本问题回复之“（一）/1、胶印版材、柔性版材销售收入、销售数量及销售单价变化的合理性”。

在胶印版材领域，国产胶印版材主要有热敏 CTP 版材、UV-CTP 版材、PS 版材、光敏 CTP 版材等。热敏 CTP 版质量容易控制，出版质量稳定，网点再现性好，分辨率高与网点边缘锐利清晰，印刷时容易达到水墨平衡，具有良好的印刷适性，对可见光不敏感，可以在明室操作。根据中国印刷及设备器材工业协会数据，我国热敏 CTP 版材占据主要地位，2021 年其销量占胶印版材销量的比重为 73.26%，系现阶段胶印版材领域需求和应用最多的产品。报告期内，公司销售的产品以热敏 CTP 版为主，其销量占公司胶印版材销量比例分别为 67.53%、68.66%、73.87%和 79.86%，呈逐年上升趋势，符合胶印版材行业发展趋势。

此外，近年来，我国胶印版材产、销量稳步增长，2019 年分别达到 4.77 亿平方米与 4.99 亿平方米。2020 年受下游需求收缩影响，胶印版材产销量虽下降至 4.61 亿平方米与 4.84 亿平方米，但仍处于较高水平。2021 年，我国胶印版材产销实现较快恢复，达到历史最高的 4.87 亿平方米与 5.17 亿平方米。最近三年，公司胶印版材销售收入分别为 104,189.35 万元、141,823.68 万元和 150,029.27 万元，呈稳步上升趋势，亦符合胶印版材行业发展趋势。

在柔性版材领域，由于柔版印刷具有绿色环保、承印材料广泛、耐印力强、制版周期短、制版费用低等优良特性，近年来发展迅速，在包装印刷市场具备较强竞争优势，市场份额逐渐扩大。最近三年，公司柔性版材销售收入分别为 3,709.19 万元、5,620.28 万元和 5,750.30 万元，呈持续稳定增长态势，符合柔性版材行业发展趋势。

（三）说明境外销售中 FOB、CIF 等不同贸易方式的收入金额及占比，不同贸易方式下的收入确认原则、时点及依据，销售收入和运保费的会计处理是否符合《企业会计准则》要求，各期出口退税额、海运费收入与相关境外销售额的匹配关系，投保金额与投保收入的匹配关系。

1、报告期各期境外销售中 FOB、CIF 等不同贸易方式的收入金额及占比

报告期内，公司境外销售中 FOB、CIF 等不同贸易方式的收入金额及占比如下：

单位：万元

贸易方式	2023年1-6月		2022年度		2021年度		2020年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
FOB	21,014.53	75.88%	50,979.37	70.74%	44,075.40	73.18%	20,282.33	55.91%
CIF	6,678.89	24.12%	21,089.66	29.26%	16,153.70	26.82%	15,997.26	44.09%
合计	27,693.42	100.00%	72,069.04	100.00%	60,229.10	100.00%	36,279.59	100.00%

由上表可见，自 2021 年度以来，公司与境外客户交易多以 FOB 交易结算，公司外销收入主要以 FOB 贸易方式为主。

2、不同贸易方式下的收入确认原则、时点及依据，销售收入和运保费的会计处理是否符合《企业会计准则》要求

（1）不同贸易方式下的收入确认原则、时点及依据

公司与外销客户签订的合同根据《国际贸易术语解释通则》的通用规定执行，根据贸易术语通则，在 FOB、CIF 贸易方式下，与货物所有权相关的毁损、灭失风险自在装船时越过船舷后转移给买方。因此，在 FOB、CIF 贸易方式下，公司根据合同约定将产品运送至装运港报关，取得报关单、出口放行通知书及货运提单等收款凭证，将完成报关手续、产品装船并取得提单视为商品所有权上的主要风险和报酬已转移并作为客户取得产品控制权的时点确认收入。公司以合同/订单、出库单、报关单、货运提单等作为外销收入确认的依据。

（2）销售收入和运保费的会计处理符合《企业会计准则》要求

报告期内，公司销售收入和运保费的会计处理符合《企业会计准则》的规定，具体分析如下：

①销售收入的会计处理

报告期内，公司在境外销售的具体模式如下：

贸易方式	运保费承担
FOB	公司承担内陆运费，不承担运保费（运至目的地港口的海运费及保险费）
CIF	根据是否为客户垫付运保费，公司 CIF 分为两种方式： A、公司与客户按照 FOB 商定产品价，客户指定船运公司及保险公司，公司垫付海运保费，按照 CIF 方式进行报关出口产品，客户按照公司垫付海运保费金额及产品销售金额与公司分别进行结算；

	B、公司与客户按照 CIF 商定产品价，公司自主选择船运公司及保险公司，公司承担海运保费，按照 CIF 方式进行报关出口产品，客户按照合同金额与公司进行结算。
--	---

报告期内，公司不同贸易方式下销售收入的会计处理情况如下：

贸易方式	会计处理
FOB	根据双方确认的销售合同/订单金额计入营业收入-产品收入。
CIF	A、公司垫付运保费：根据双方确认的销售合同/订单金额扣减运保费后的金额计入营业收入-产品收入；公司垫付的运保费金额计入其他应收款-代垫海运保费；此种模式下，公司依据客户指定的船运公司，协助其报关并代垫海运保费款项，发行人的身份是代理人角色，因此采用净额法确认收入； B、公司承担运保费：根据双方确认的销售合同/订单金额扣减运保费后的金额计入营业收入-产品收入；离港后发生的运保费金额计入营业收入-海运保费收入。

在执行新收入准则的情况下，公司与客户签订的 **FOB** 贸易方式的销售合同/订单金额不涉及运保费，公司按照因向客户转让商品而预期有权收取的对价确认收入，计入营业收入-产品收入符合企业会计准则的规定。

CIF 方式下产生的海运保费（运至目的港口的海运费及保险费）分为以下两种情况：

A、海运保费系客户委托订船，海运保费由发行人垫付，发行人向物流公司货代公司支付海运保费，并与客户结算。该种方式下发行人以报关单总金额确认应收账款总额，以剔除运保费金额后的金额确认收入，代垫的海运保费部分不确认收入。发行人对海运保费金额确认“其他应收款-代垫海运保费”，待客户回款代垫海运保费金额后冲回。

根据《〈企业会计准则第 14 号——收入〉应用指南》七（三）主要责任人和代理人：主要责任人或代理人的判断原则如下，企业在判断其是主要责任人还是代理人时，应当根据其承诺的性质，也就是履约义务的性质，确定企业在某项交易中的身份是主要责任人还是代理人。企业承诺自行向客户提供特定商品的，其身份是主要责任人；企业承诺安排他人提供特定商品的，即为他人提供协助的，其身份是代理人。主要责任人应当按照已收或应收的对价总额确认收入，代理人应当按照预期有权收取的佣金或手续费（即净额）确认收入。

海运保费系客户委托订船该类方式下，基于实质重于形式原则下，根据新收入准则及应用指南的相关规定，公司依据客户指定的船运公司，协助其报关并代垫海运保费款项，发行人的身份是代理人，因此采用净额法确认收入，发

行人相关收入确认会计处理符合《企业会计准则》相关要求。

B、海运保费系发行人自主订船，为外销客户提供运保服务过程中，发行人通过询价方式自主选择确定运输代理，独立支付运费及保险费并承担运费及保险费价格变动风险。

2020年1月1日起，公司执行《企业会计准则第14号收入》（2017年修订）的相关规定：“企业应当按照分摊至各单项履约义务的交易价格计量收入，交易价格，是指企业因向客户转让商品而预期有权收取的对价金额。”

“控制权转移给客户之前发生的运输活动不构成单项履约义务，而只是企业为了履行合同而从事的活动，相关成本应当作为合同履约成本。控制权转移给客户之后发生的运输活动则可能表明企业向客户提供了一项运输服务，企业应当考虑该项服务是否构成单项履约义务。”

海运保费系发行人自主订船该类方式下，公司与客户签订的合同/订单交易金额中包含由发行人承担的海运保费，其中货物离港后发生的运输保险服务系控制权转移之后发生，构成单项履约义务。公司按照因向客户提供运保活动而有权收取的海运费单独确认海运保费收入，按照合同/订单金额扣除单项履约义务对价后的金额确认产品销售收入，发行人相关收入确认会计处理符合《企业会计准则》相关要求。

②海运保费的会计处理

报告期内，不同贸易方式下海运保费的会计处理情况如下：

贸易方式	离港后海运保费会计处理
FOB	客户承担，公司不做账务处理。
CIF	A、公司代垫，公司不做损益科目的账务处理，将海运保费金额计入其他应收款-代垫海运保费科目，待客户回款代垫海运保费金额后冲回。
	B、公司承担，公司计入营业成本-海运保费。

A、对于代垫的 CIF 海运保费金额由客户承担，公司不做账务处理，基于实质重于形式原则下，根据新收入准则及应用指南的相关规定，代理人身份采用净额法确认收入，发行人相关海运保费会计处理符合《企业会计准则》相关要求；

B、根据新收入准则及应用指南的相关规定，公司将 CIF 贸易方式下离港后发生的运保费作为单项履约义务，在实际发生时单独确认营业成本-海运保费成本，发行人相关海运保费会计处理符合《企业会计准则》相关要求。

综上所述，公司销售收入和运保费的会计处理方式符合《企业会计准则》的规定。

3、各期出口退税额与境外销售额匹配关系

报告期内，公司境外销售收入与出口退税金额的匹配情况如下：

单位：万元

项目	2023年1-6月	2022年度	2021年度	2020年度
公司出口收入（A）	27,693.42	72,069.04	60,229.10	36,279.59
本期出口尚未申报退税销售额（B）	543.00	14,339.64	11,846.65	6,182.32
上期出口本期申报退税销售额（C）	14,339.64	11,846.65	6,182.32	14,091.18
可申报出口退税销售额（D=A-B+C）	41,490.06	69,576.04	54,564.77	44,188.46
免抵退税额（E）	5,393.71	9,044.89	7,093.42	5,744.50
免抵退税额/可申报出口退税销售额（F=E/D）	13%	13%	13%	13%
适用退税率	13%	13%	13%	13%

报告期内，出口退税额与境外销售收入匹配，出口退税额占境外销售收入的比例与适用退税率匹配。

4、各期海运保费金额与相关境外销售额的匹配关系

单位：万元

项目	2023年1-6月	2022年度	2021年度	2020年度
CIF 境外销售收入（A）	6,678.89	21,089.66	16,153.70	15,997.26
CIF 相应海运保费金额（B）	79.23	705.10	450.18	75.48
CIF 相应海运保费金额占 CIF 境外销售收入比重（C=B/A）	1.19%	3.34%	2.79%	0.47%

【注】：CIF 相应海运保费金额包括买方委托订船后卖方垫付离港后发生的运保费金额及卖方自主订船并独立承担离港后发生的运保费金额。

报告期内，CIF 贸易方式下海运保费金额占收入的比重分别为 0.47%、2.79%、3.34%和 1.19%，呈现逐年上涨趋势，主要系 2020 年末以来，受国际航运公司集装箱海运运力紧张、订舱困难，相应国际海运费上涨幅度较大所致。2023 年 1-6 月，CIF 贸易方式下海运保费金额占收入的比重下降，主要系国际航运公司集装箱海运运力恢复，相应国际海运费下降幅度较大所致。各期海运保费金额与相关境外销售额匹配，不存在重大异常。



数据来源：Wind

5、各期投保金额与投保收入的匹配关系

报告期内，为避免境外客户的回款风险，公司与中国出口信用保险公司（以下简称为“中信保”）签订了短期出口信用保险合同，对公司出口业务的部分货款进行投保。公司主要针对非即期付款、非信用证结算的客户进行出口信用保险投保。

报告期各期投保金额与投保收入的匹配关系如下：

单位：万元

项目	序号	2023年1-6月	2022年度	2021年度	2020年度
投保金额（万美元）	A=（B+C）	2,000.00	2,173.47	3,358.67	1,219.67
其中：保单约定投保金额（万美元）	B	2,000.00	2,000.00	2,500.00	500.00
其中：追加投保金额（万美元）	C	-	173.47	858.67	719.67
美元平均汇率	D	6.9252	6.7208	6.4512	6.8996
投保金额	E=A*D	13,850.33	14,607.45	21,667.46	8,415.23
投保收入	F	3,449.22	14,607.45	21,667.46	8,415.23
投保金额与投保收入配比关系	G=E/F	401.55%	100.00%	100.00%	100.00%
境外销售收入	H	27,693.42	72,069.04	60,229.10	36,279.59
投保收入与境外收入配比关系	I=F/H	12.46%	20.27%	35.98%	23.20%

由上表可知，报告期各期，投保金额与外销投保收入匹配，公司中信保投保收入占总体外销收入的比例（即投保收入占境外收入比例）分别为23.20%、35.98%、20.27%和12.46%。2022年度中信投保金额较2021年度有所下降，主要原因系合同《短期出口信用保险综合保险保险单》约定投保方式

不同，2021 年度为无须申报方式（即默认全额投保），2022 年度变更为发行人自主选择申报方式（即被保险人应按照《保险单明细表》列明的申报方式，将符合本保单适保范围或约定保险范围的全部出口在责任生效后 15 个工作日内向保险人申报）。2022 年度，发行人对部分收款风险较低的客户不再进行投保，减少投保金额，使得投保比例下降。2023 年 1-6 月，公司对投保范围内的外销客户销售收入尚未达到保单约定投保额，故公司中信保投保收入占总体外销收入的比例进一步降低。

综上，报告期各期投保金额与投保收入匹配，具有匹配性。

（四）说明各期废铝产生数量与版材产量的匹配性，是否与行业和生产工艺特点一致，废铝销售价格的公允性、是否与市场价格存在显著差异，废料成本核算、结转和销售的会计处理是否符合《企业会计准则》要求,成本核算是否真实准确、相关内部控制制度是否建立健全并有效执行，废铝销售毛利贡献及毛利率波动情况，废铝销售的主要客户基本情况、是否与发行人存在关联关系或其他利益安排。

1、各期废铝产生数量与版材产量的匹配性

公司报告期各期废铝主要为产品生产加工及研发试制过程中产生的裁切边角料和不良品，报告期各期废铝产生数量与胶印版材产量及铝卷领用量匹配关系如下：

项目	序号	单位	2023 年 1-6 月	2022 年度	2021 年度	2020 年度
废铝产生数量	A	吨	809.08	1,969.39	1,976.22	1,537.04
胶印版材产量	B	万平方米	3,154.06	7,314.08	7,863.44	6,350.70
单位胶印版材产量产生废铝量	C=A/B	吨/万平方米	0.26	0.27	0.25	0.24

由上表可知，2020 年度及 2021 年度单位胶印板材产量产生废铝量较为平稳，2022 年度及 2023 年 1-6 月有所上升，主要系：①2022 年新能源动力电池产量较上年成倍增长，电池铝箔需求随之上升，由于电池铝箔加工费相对较高，铝材加工企业将部分产能转向生产电池铝箔，造成铝卷供应非常紧张，为保障正常生产经营，公司放宽了铝卷采购的质量要求，导致胶版产品的良品率有所下降，相应生产废铝数量增加；②公司胶版第一生产线已投产十余年，2022 年公司将其停产改造升级，试生产过程中产生一定数量的废铝。报告期内公司废铝产生数量整体与胶印板材生产数量具有匹配性并与公司工艺生产特点

一致。

2、废铝销售价格的公允性

报告期内，公司废铝销售定价主要为在大宗商品铝锭价格基础上进行一定折价并结合市场行情商业谈判而来，公司各期废铝销售价格与大宗商品铝锭平均价格对比情况如下：

单位：万元、吨、万元/吨

项目	序号	2023年1-6月	2022年度	2021年度	2020年度
废铝销售收入	R1	1,066.52	3,025.52	2,766.96	1,202.46
其他业务收入	R2	1,091.36	3,068.89	2,808.27	1,359.58
占比	R1/R2	97.72%	98.59%	98.53%	88.44%
废铝销售数量	Q	743.92	1,961.98	1,871.50	1,200.48
废铝销售单价	A= R1/Q	1.43	1.54	1.48	1.00
铝锭平均价格	B	1.84	1.99	1.89	1.40
差异额	C=B-A	0.41	0.45	0.42	0.40

数据来源：Wind，铝锭平均价格= \sum 上海期货交易所铝每工作日收盘价/工作日天数

由上表可知，报告期内公司废铝销售价格基本与大宗商品铝锭平均价格波动一致，废铝销售价格具有公允性，与市场价格不存在显著差异。

3、废料成本核算

公司废料成本核算方法如下：生产废料为产品生产加工过程中产生的裁切边角料和不良品，公司每月月末根据当月废铝的平均销售单价，确定废铝当月的入库单位成本，结合当月入库废料数量确定入库废料成本。

销售废料时，公司依据过磅记录确认销售重量，并根据相关废料的当月加权平均出库单位成本以及当月销售废料数量结转营业成本。

对此，公司制定了完善的废料管理内部控制制度，对废料的归集、入库、存储、处置及财务核算等全流程进行了规范管理，关键控制节点以及岗位人员设置合理，实施过程中，通过生产部门、仓管部门及财务部门的相互监督和交叉复核，确保废料数量、成本核算的准确性和完整性，公司对废料管理相关的关键内部控制得到了有效执行。

综上所述，公司废料成本核算、结转和销售的会计处理符合《企业会计准则》要求，成本核算真实准确、相关内部控制制度建立健全并有效执行。

4、废铝销售毛利贡献及毛利率波动情况

报告期各期公司废铝销售毛利及毛利率情况如下：

单位：万元

项目	2023年1-6月	2022年度	2021年度	2020年度
销售毛利	-18.95	-35.39	27.09	24.75
销售毛利贡献率	-0.21%	-0.18%	0.16%	0.15%
毛利率	-1.78%	-1.15%	0.96%	1.82%

由上表可知，公司废铝销售毛利贡献率极小，对公司经营不产生重大影响，报告期各期毛利率逐年下滑，主要系2021年四季度及2022年3-6月大宗商品铝锭价格急剧下降，公司废铝销售存在月度延迟，按照当月平均废铝销售价格核算当月废铝入库成本，次月实现销售时废铝价格下跌形成亏损所致。



数据来源：Wind

5、废铝销售主要客户情况

公司废铝销售主要客户基本情况如下：

单位：万元

公司名称	成立时间	注册资本	注册地址	股权结构	经营范围
长葛市贵源金属炉料有限公司	2009/3/10	5,000	长葛市大周镇大周村	张小荣持股60%，韩俊涛持股40%	铝杆、铝棒、铝锭、铝粒、铝线、铝块、铝合金制品、铜合金制品、不锈钢制品加工销售；炉料销售。
长葛市硕通金属有限公司	2016/1/13	100	长葛市大周镇庞庄村	薛皓文持股100%	铝合金制品、铜合金制品、不锈钢制品加工销售；金属材料、矿产品、炉料销售。
长葛市嘉	2016/12/5	500	长葛市大周镇	赵世兴持股100%	锡合金、铅合金、炉料

公司名称	成立时间	注册资本	注册地址	股权结构	经营范围
兴合金有限公司			赵明寰村		销售；金属制品加工销售；废旧金属收购销售
枞阳金程商贸有限公司	2021/4/21	1,000	安徽省铜陵市枞阳县连城工业园区	吴胜国持股60%，钱坤持股40%	再生资源回收；生产性废旧金属回收；再生资源加工；再生资源销售；金属矿石销售。
山东嘉澍供应链管理有限公司	2020/10/28	5,000	山东省滨州市邹平市高新街道办事处会仙一路建宇商城A座东排401号	李保国持股100%	供应链管理服务；金属材料销售；金属结构销售；高性能有色金属及合金材料销售；新型金属功能材料销售；金属包装容器及材料销售；金属矿石销售；非金属矿及制品销售；再生资源销售；有色金属合金销售；锻件及粉末冶金制品销售；建筑材料销售。
河北中耐冶金炉料有限公司	2008/8/21	1,000	邯郸冀南新区台城乡东郝村村北	章晓奇持股 28%，张竹英持股 26%，张保强持股 23%，程子刚持股 18%，周永军持股 5%	复合脱氧剂（硅铝钡合金）制造；有色金属（不含稀有贵金属）、耐火材料、机电设备及配件、钢材、建材（不含木材）、铁精粉、焦炭、五金产品的销售。

报告期各期，公司前五大废铝销售客户占比超过 80%，主要为废旧金属回收单位，与公司不存在关联关系或其他利益安排，其中三家废铝销售客户在河南省长葛市大周镇，主要系长葛市大周产业集聚区以废旧金属的回收、加工、销售为主导产业，形成了再生铝、再生镁合金、再生不锈钢三大产业基地，该地区为废旧金属回收产业集中地。

（五）说明报告期内各季度收入金额及占比情况。

报告期内，公司各季度收入金额及占比情况如下：

单位：万元

项目	2023年1-6月		2022年度		2021年度		2020年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
第一季度	31,217.85	46.27%	36,822.00	23.18%	29,573.56	19.68%	21,106.97	19.32%
第二季度	36,246.90	53.73%	44,444.18	27.98%	37,151.40	24.73%	27,308.89	24.99%
第三季度	-	-	39,574.39	24.91%	38,934.15	25.91%	29,516.15	27.02%
第四季度	-	-	38,007.90	23.93%	44,593.13	29.68%	31,326.12	28.67%
合计	67,464.75	100.00%	158,848.47	100.00%	150,252.24	100.00%	109,258.13	100.00%

由上表可知，公司各个季度的收入占比相对均衡，不存在明显季节性波

动，公司收入集中性较低，不存在集中确认收入的情况。

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、访谈公司管理层、销售业务负责人，了解公司产品销售收入、销售数量和销售单价变化原因以及公司产品定价策略；

2、获取公司报告期各期销售收入明细，核查发行人各类产品的销售情况；

3、查阅同行业可比公司公开披露的定期报告，获取主要竞争对手的销售收入、经营策略等信息；

4、获取公司报告期各期收入成本明细表，核查各细分产品的收入及占比、价格、数量、毛利率及变化情况，分析变化的合理性；

5、访谈公司销售负责人和研发负责人，了解下游市场需求变化及行业发展趋势；

6、检查发行人销售合同/订单，了解发行人收入确认方法、时点；统计发行人外销收入中 FOB、CIF 等不同贸易方式下的收入金额及占比，检查不同贸易方式下收入确认时点、运保费会计处理是否合理；

7、获取运保费用明细，了解中国出口集装箱运价指数（CCFI），了解报告期各期国际船运公司集装箱海运运力紧张、订舱困难变动趋势，分析海运费单价波动的合理性，分析 CIF 相应海运保费金额与 CIF 境外销售额的匹配关系；

8、获取外贸企业出口退税明细申报表，与账面外销收入记录进行分析核对；

9、获取出口信用保险合同，查阅公司出口信用保险投保的相关记录、凭证，比对分析出口信用保险与外销投保收入规模的匹配性；

10、获取并查阅公司《公司废品废料管理制度》，了解废料相关内部控制制度建立情况；

11、访谈公司管理层及相应部门人员，了解公司内部控制制度实际执行情况，并抽取样本执行控制测试；

12、获取并查阅公司各期废铝产生、胶印版材、铝卷生产投入等生产数据资料，访谈公司生产负责人了解公司生产工艺特点，对比分析公司相应生产数据配比合理性；

13、查询报告期内大宗商品铝锭销售价格并与公司报告期各期废铝销售价格对比分析，核查公司废料销售定价公允性情况；

14、访谈公司财务部相关人员，了解公司废料成本核算、结转和销售的会计处理方法；

15、获取并查阅公司废铝销售毛利及毛利率变动情况；

16、访谈公司销售负责人并查询国家企业信用信息公示系统、天眼查、企查查等网站，了解公司废料销售的定价方法及公司主要废料客户背景情况，核查是否与公司存在关联关系或其他利益安排；

17、获取并查阅公司报告期内各季度销售收入金额及占比情况，分析是否存在销售季节性特点。

(二) 核查意见

经核查，保荐机构、申报会计师认为：

1、公司报告期内胶印版材、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，销售数量、销售单价变化具有合理性，公司与同行业可比公司收入变动趋势一致，同行业可比公司未披露细分产品单价，公司与其同类产品定价模式基本一致；

2、报告期内公司细分产品的收入及占比、价格、数量、毛利率存在一定程度波动，具有合理的原因，公司印刷版材销售情况符合下游需求变化及行业发展趋势；

3、报告期内，发行人外销业务中 FOB、CIF 等贸易方式下的收入确认原则、时点、依据恰当，销售收入和运保费的会计处理符合《企业会计准则》的规定，海运费金额与 CIF 境外销售额相匹配，出口退税额与出口销售收入相匹配，出口退税额占出口销售收入的比例与适用退税率相匹配，投保金额与投保收入相匹配；

4、各期废铝产生数量与胶印版材产量相匹配，与公司生产工艺特点一致，

废铝销售价格公允、与市场价格不存在显著差异，废料成本核算、结转和销售的会计处理符合《企业会计准则》要求，成本核算真实准确、相关内部控制制度建立健全并有效执行，废铝销售毛利贡献极小对公司业务不产生重大影响，毛利率波动受铝价波动影响有所变动，废铝销售的主要客户为废旧金属回收加工企业，与公司不存在关联关系或其他利益安排；

5、公司报告期内各季度收入金额及占比相对平均，不存在明显季度性波动情况。

三、对发行人境外销售的核查情况

（一）境外销售核查的具体情况，包括核查措施、所取得证据、核查比例、核查结论及依据的充分性。

1、报告期各期境外销售核查的具体情况，包括核查措施、所取得证据、核查比例

（1）境外客户访谈

保荐机构、申报会计师对境外客户执行实地及视频访谈程序，了解主要经销商的基本情况、与公司合作背景情况、各期交易情况等，核查比例如下：

单位：家、万元

项目	2023年1-6月	2022年度	2021年度	2020年度
境外客户访谈数量	15	15	16	17
访谈客户销售金额	21,760.77	56,720.73	51,426.53	29,815.70
占境外收入比例	78.58%	78.70%	85.38%	82.18%
其中：实地走访比例	52.57%	54.42%	56.15%	48.03%
视频访谈比例	26.01%	24.29%	29.24%	34.15%

（2）函证

保荐机构、申报会计师对境外客户实施了函证程序，根据回函信息确认各期销售交易发生额及往来款余额。境外客户函证的具体情况如下：

单位：万元

项目	2023年1-6月	2022年度	2021年度	2020年度
境外收入	27,693.42	72,069.04	60,229.10	36,279.59
境外客户发函金额	23,495.71	57,206.92	48,432.89	27,391.33
境外客户发函比例	84.84%	79.38%	80.41%	75.50%
境外客户回函确认金额	23,428.48	57,206.92	47,252.49	26,469.02
境外客户回函差异金额	-	-	-	-

境外客户回函确认金额占总额比例	84.60%	79.38%	78.45%	72.96%
境外客户未回函替代测试确认金额	67.23	-	1,180.40	922.31
境外客户未回函替代测试金额占总额比例	0.24%	-	1.96%	2.54%
境外客户回函与替代测试确认金额占总额比例	84.84%	79.38%	80.41%	75.50%
发函方式	邮寄	邮寄	邮寄	邮寄

(3) 细节测试

针对客户销售收入执行了细节测试，抽取销售合同或订单、出库单、报关单、提单等原始单据，核查收入的真实性和准确性。

报告期内，收入细节测试具体情况如下：

单位：万元

项目	2023年1-6月	2022年度	2021年度	2020年度
境外收入	27,693.42	72,069.04	60,229.10	36,279.59
细节测试确认金额	23,367.29	61,340.43	52,693.30	29,677.14
细节测试确认比例	84.38%	85.11%	87.49%	81.80%

(4) 访谈管理层及查阅公司销售合同

访谈发行人管理层和销售负责人，了解销售业务的开展、主要境外客户向发行人采购产品的原因、合理性；了解发行人对于境外客户的定价策略和结算方式；获取并查阅了与主要客户签署的年度框架协议、销售合同或订单等合同文件，了解发行人与主要境外客户的合作背景，核查结算方式、主要合同条款等。

2、核查结论

经核查，公司报告期各期境外销售收入真实、准确、完整。

(二) 截止性测试的具体情况及核查结论，是否存在跨期确认收入的情形。

1、截止性测试的具体情况

(1) 获取公司报告期各期末前后一个月的销售收入明细表，从中选取记账凭证，从收入记账凭证出发，追查至相应的销售合同或订单、销售出库单、签收单、内销客户对账单、报关单、提单、发票等单据，关注相关单据的日期，查看是否存在跨期确认收入现象。

(2) 从收入确认单据出发，抽样获取公司报告期各期末前后一个月的收入确认单据销售合同或订单、销售出库单、签收单、内销客户对账单、报关单、提单、发票等单据，追查至记账凭证，检查收入的完整性，确认收入是否记录

于正确的期间。

(3) 报告期各期选取的样本及测试情况如下：

单位：万元

项目	2023年1-6月	2022年度	2021年度	2020年度
资产负债表日前一个月及资产负债表日后一个月的收入金额	23,736.08	20,301.13	30,613.08	22,755.19
截止性测试金额	21,568.95	18,752.52	29,165.49	20,685.79
核查比例	90.87%	92.37%	95.27%	90.91%
是否存在跨期	否	否	否	否

2、核查结论

报告期内，公司不存在跨期确认收入的情况。

四、对发行人境外销售涉及的资金流转核查情况

请发行人律师说明境外销售的结算方式、跨境资金流动及结换汇情况，是否符合国家外汇及税务等相关法律法规的规定。

1、境外销售的结算方式

经核查，报告期内，公司境外主要客户结算方式以电汇（T/T）为主，少量客户采用信用证（L/C）结算。

2、跨境资金流动情况

(1) 跨境资金流入情况

经核查，报告期各期，发行人跨境资金流入情况如下：

币种	项目	2023年1-6月	2022年	2021年	2020年
美元（万美元）	收境外客户货款	3,531.74	10,838.52	9,381.87	5,324.70
欧元（万欧元）	收境外客户货款	19.11	1.91	1.91	-

(2) 跨境资金流出情况

经核查，报告期各期，发行人发生跨境资金流出情况如下：

币种	项目	2023年1-6月	2022年	2021年	2020年
美元（万美元）	付境外供应商采购款	61.28	132.76	84.51	61.46
	付技术服务费	-	-	-	6.00
日元（万元）	付技术服务费	-	-	180.00	-
欧元（万欧元）	付投资款	-	-	120.00	-
英镑（万英镑）	付展会费	-	-	-	0.32

(3) 结换汇情况

经核查，报告期各期，发行人的结汇资金主要来源于境外销售收入、及向

境内银行借美元贷款，结汇后用于生产经营；发行人的换汇主要用于境外采购、技术服务费支出及投资 SPE，结汇换汇涉及的金额情况如下：

项目	币种	2023年1-6月	2022年	2021年	2020年
结汇	美元（万美元）	3,487.67	9,150.86	10,533.39	5,560.74
	欧元（万欧元）	21.00	-	-	-
换汇	人民币换欧元（万欧元）	-	1.50	120.00	-
	人民币换日元（万日元）	-	-	180.00	-
	美元换英镑（万英镑）	-	-	-	0.32

3、符合国家外汇及税务等相关法律法规的规定

报告期内，在《中华人民共和国对外贸易法》要求办理对外贸易经营者备案期间，发行人及其子公司上海甚龙分别取得了编号为 04455083、04077180 的《对外贸易经营者备案登记表》。

根据国家外汇管理局、海关总署、国家税务总局于 2012 年 6 月 27 日发布的编号为国家外汇管理局公告 2012 年第 1 号《关于货物贸易外汇管理制度改革的公告》，外汇局根据企业贸易外汇收支的合规性及其与货物进出口的一致性，将企业分为 A、B、C 三类。A 类企业进口付汇单证简化，可凭进口报关单、合同或发票等任何一种能够证明交易真实性的单证在银行直接办理付汇，出口收汇无需联网核查；银行办理收付汇审核手续相应简化。对 B、C 类企业在贸易外汇收支单证审核、业务类型、结算方式等方面实施严格监管，B 类企业贸易外汇收支由银行实施电子数据核查，C 类企业贸易外汇收支须经外汇局逐笔登记后办理。报告期内，发行人及其子公司属于 A 类企业，发行人已在具有经营外汇资质的银行开立了收取外汇的外币账户，通过指定银行进行收汇及结算。

国家税务总局广德市税务局经济开发区税务分局于 2022 年 4 月 6 日、国家税务总局广德市税务局于 2022 年 7 月 18 日、2023 年 1 月 11 日、2023 年 7 月 7 日出具了证明，证明自 2019 年 1 月 1 日至 2023 年 6 月 30 日，发行人无因违法违规被该局行政处罚的情形。国家外汇管理局宣城市中心支局于 2022 年 1 月 20 日、2022 年 7 月 29 日、2023 年 1 月 6 日、2023 年 7 月 7 日出具了证明，证明发行人自 2019 年 1 月 1 日至 2023 年 6 月 30 日期间，没有因违反外汇管理规定被其行政处罚的情形。根据国家税务总局网站、国家税务总局安徽省税务局网站、国家税务总局宣城市税务局网站、国家外汇管理局网站、国

家外汇管理局安徽省分局网站、国家企业信用信息公示系统、企查查、天眼查等网站的公示情况，发行人不存在违反税收、外汇管理等违法违规情形，未有因此而受到行政处罚的情形。

4、核查过程

发行人律师履行了下列核查程序：

（1）获取并查阅发行人与境外主要客户签署的销售合同并与发行人境外主要客户及发行人财务负责人访谈，了解境外主要客户的结算方式；

（2）访谈发行人财务负责人，抽查公司报告期内收取、支付外汇的涉外收入申报单、境外汇款申请书，以及抽查公司报告期内销售合同、采购合同、技术服务合同、投资协议等，了解公司报告期内跨境资金流动情况；

（3）查阅发行人提供的相关统计资料，调取发行人开立的外币账户资金流水并与发行人开立外币账户的银行经办人员访谈，获取报告期内发行人跨境资金流动及结换汇明细；

（4）查阅相关政府主管部门出具的发行人报告期内不存在税收、外汇相关违法违规情况的证明；

（5）登录国家税务总局网站、国家税务总局安徽省税务局网站、国家税务总局宣城市税务局网站、国家外汇管理局网站、国家外汇管理局安徽省分局网站、国家企业信用信息公示系统、企查查、天眼查等网站查询公示情况，了解发行人是否存在税务及外汇方面的行政处罚或负面信息。

5、核查意见

发行人律师认为，报告期内发行人境外销售的结算方式、跨境资金流动及结换汇符合国家外汇及税务等相关法律法规的规定。

5. 关于主要经销客户

申报材料显示：

(1) 报告期各期，公司经销收入分别为 106,191.68 万元、145,451.99 万元和 153,211.43 万元，占主营业务收入的比例超 98%，同行业可比公司汇达印通、天成股份、新图新材以直销为主。

(2) 报告期内，公司向前五名客户合计销售额占当期销售总额的比例分别为 34.93%、43.02%和 42.50%，前十大客户主要位于珠三角、长三角及西班牙、韩国、土耳其等，与公司合作时间较长。

(3) 报告期内，公司对 JEIL P&P INDUSTRY CO.,LTD 销售金额分别为 2,255.79 万元、3,384.19 万元和 5,376.70 万元，对 RENDA INTERNATIONAL TRADING (HK) LIMITED 销售金额分别为 1,508.17 万元、2,011.24 万元和 3,006.79 万元，销售增长较快。

(4) 广东强邦印刷器材股份有限公司成立于 2014 年，成立当年即与公司开始合作，与公司无关联关系，报告期内为公司主要客户，销售金额分别为 5,581.41 万元、6,182.78 万元和 5,203.51 万元。

(5) 报告期内，公司关联方经销商销售收入占营业收入的比例分别为 11.35%、12.53%和 12.00%，2021 年胶印版材外销的关联方销售价格高于非关联方销售价格 3.99%。

请发行人：

(1) 结合印刷版材下游客户类型、终端需求分布特征、公司规模及经营策略等角度分析以经销模式为主的商业合理性，是否符合行业特征。

(2) 说明与前十大经销商客户的合作情况，包括但不限于客户名称、实际控制人、主要经营地、经销发行人产品去向、采购发行人产品占其同类产品采购的比例、销售发行人产品占其营业收入的比例。

(3) 结合终端客户需求变化及销售实现情况说明对 JEIL P&P INDUSTRY CO.,LTD、REDA INTERNATIONAL TRADING (HK) LIMITED 的销售金额快速增长的原因及合理性。

(4) 说明与广东强邦的具体合作背景，2014 年至 2022 年各年销售金额及变化原因，对广东强邦的销售价格、销售毛利与发行人平均水平的差异，终

端销售实现情况；广东强邦的实际控制人、股东、董监高、员工等是否与发行人及其实际控制人、股东、董监高、员工及前员工存在关联关系、委托持股或其他利益安排，发行人与广东强邦及其关联方是否存在非经营性资金往来、业务往来，是否共用“强邦”字号、是否存在纠纷或影响发行人生产经营的独立性。

(5) 说明 2021 年度外销胶印版材关联方销售价格与非关联方销售价格差异的原因，区分内、外销比较关联方和非关联方销售毛利率的差异并分析合理性。

(6) 说明主要客户与发行人、实际控制人、董监高及前述人员关系密切的家庭成员、关联方及前关联方、股东及前股东、员工及前员工等是否存在关联关系或其他利益安排。

请保荐人、申报会计师发表明确意见，并区分内销、外销说明对主要经销客户终端销售是否实现的核查情况，包括核查措施、所取得证据、总体及分区域核查比例、核查结论及依据的充分性。

回复：

一、发行人说明事项

(一) 结合印刷版材下游客户类型、终端需求分布特征、公司规模及经营策略等角度分析以经销模式为主的商业合理性，是否符合行业特征。

1、印刷版材下游客户类型、终端需求分布特征和行业特征

公司主要从事印刷版材的研发、生产与销售，属于印刷版材生产商，下游应用行业为印刷业，公司产品广泛应用于印刷书籍报刊、画册说明书、瓦楞纸箱、食品包装盒（袋）、药品包装物、不干胶标签、RFID 电子标签等多种印刷品。发行人主要产品的境内和境外销售均以经销模式为主，因此下游客户主要为经销商，终端客户为印刷厂商和制版企业，公司产品销往国内 28 个省、自治区和直辖市以及境外 60 余个国家和地区，终端客户具有数量众多、集中度较低、区域分布广泛的特点。

公司采取经销模式为主的销售模式一方面可以充分利用经销商本地化、专业化、靠近终端客户的渠道优势，整合该区域分散的终端客户，更好地满足终端客户的需求，提升公司在当地市场的品牌知名度，维护公司良好的品牌形

象，从而促进销售收入的增长；另一方面，印刷厂商常用耗材包括印刷版材、橡皮布、油墨等，该类耗材成本在印刷厂商的生产成本中占比较低，通常由经销商统一对接、销售，因此采用经销模式方便印刷厂商统一采购耗材，提升效率。

因此，就印刷版材下游客户类型、终端需求分布特征和行业特征而言，发行人采用以经销模式为主的销售模式具有商业合理性。

2、公司规模及经营策略

公司自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，逐步建立了覆盖面较广的销售网络和完善的经销商管理体系，以满足业务规模增长的需要。经历近 20 年的发展，公司以经销为主的经营策略已经较为成熟和稳定，为公司的产品销售提供了广阔的市场空间，公司进而发展成为国内规模最大的印刷版材制造商之一，市场份额国内排名第二、全球排名前五，因此，采用经销模式为主的销售模式适用于发行人现有的发展水平和业务规模。发行人若采取直销模式并自建销售团队进行客户开拓及客户维护成本较高，不具备经济效益。

因此，从公司规模和经营策略来看，发行人采用以经销模式为主的销售模式具有商业合理性。

3、同行业可比公司经销情况

公司与同行业可比公司的销售模式对比如下：

单位：亿元

公司名称	销售模式	最近三年平均销售收入
汇达印通	公司采取直接销售的方式	3.87
天成股份	在客户较为集中的地区设立办事处直接以点对点的方式为区域内客户提供长期的配套销售服务，对于客户不集中或新开拓的市场，公司通过寻找当地代理商负责销售	1.55
新图新材	公司主要产品的国内销售以直接销售模式为主、以经销商销售模式为辅的模式；公司主要产品的国外销售均采用经销商销售	2.31
发行人	公司主要产品的境内和境外销售均以经销模式为主	13.95

【注】：可比公司公开披露的定期报告仅披露销售政策，未披露经销商模式的销售比例和毛利。新图新材自 2022 年 11 月起在全国中小企业股份转让系统终止挂牌，其最近三年平均销售收入系 2020 年度和 2021 年度平均营业收入。

报告期内，发行人主要产品的境内和境外销售均以经销模式为主，公司主

营业务中来自经销模式的销售收入占主营业务收入的比例分别为 98.42%、98.65%、98.35%和 97.89%，同行业可比公司披露的销售模式并非以经销模式为主，未披露经销商模式的销售比例。

发行人通过经销商模式实现的销售比例大于同行业可比公司，具有合理性，主要原因如下：公司终端客户包括印刷厂商和制版企业，具有地域分布广、较为分散的特点。公司营业收入规模远高于同行业可比公司，采取经销模式可以降低沟通成本，集中精力和资源加强对产品的创新和研发，从而不断提高产品的市场竞争力；同时经销商具有较为丰富的客户资源及市场需求的快速响应能力，可以更好地满足终端客户的需求，提升发行人产品的品牌知名度以及扩大产品的市场影响力和销售规模。

综上所述，发行人采取以经销模式为主的销售模式具有商业合理性，符合行业特征。

（二）说明与前十大经销商客户的合作情况，包括但不限于客户名称、实际控制人、主要经营地、经销发行人产品去向、采购发行人产品占其同类产品采购的比例、销售发行人产品占其营业收入的比例。

1、报告期内，发行人与前十大经销商的合作情况如下：

单位：万元

序号	经销商名称	开始合作年份	销售金额				实际控制人	主要经营地	采购发行人产品占其同类产品采购的比例	销售发行人产品占其营业收入的比例
			2023年1-6月	2022年度	2021年度	2020年度				
1	ABEZETA ,S.A.	2007年	7,177.09	21,891.94	17,948.71	7,514.76	ABEZETA GROUP,S.L	西班牙及拉美地区	约80%	约70%
	SPE	2016年	5,514.97	13,552.67	13,046.79	3,486.36		除西班牙外的其他欧洲国家	约90%	约80%
	小计		12,692.06	35,444.61	30,995.50	11,001.12				
2	深圳市克伦特印刷设备有限公司	2009年	1,043.10	5,670.07	10,179.00	8,782.14	杨继光、虞红夫妻	中国广东省	约50%	约30%
	深圳市临泉印刷器材有限公司	2017年	516.88	4,301.76	3,953.69	2,423.76			约50%	约30%
	深圳市孟佳沅电脑制版有限公司	2022年	1,938.46	1,480.89	-	-	虞岩（系虞红之近亲属）		约50%	约50%
	东莞市四维印刷器材有限公司	2022年	1,419.87	801.06	-	-			约50%	约50%
	上海克伦特印刷器材有限公司	2020年	-	-	-	5.15	杨继光、虞红夫妻		约1%	约1%
	小计		4,918.32	12,253.78	14,132.69	11,211.05				
3	广州冠宇印刷材料有限公司	2019年	2,778.16	4,579.21	4,459.26	3,644.09	沈庆峰、陈明英夫妻	中国广东省	约80%	约75%
	广州玺康贸易有限公司	2009年	1,155.06	3,651.37	3,391.14	2,476.38			约75%	约75%
	广州市启盛印刷科技有限公司	2021年	1,148.50	994.87	588.81	-			约80%	约80%
	小计		5,081.72	9,225.45	8,439.21	6,120.47				
4	JEIL P&P INDUSTRY CO.,LTD	2015年	1,309.30	5,376.70	3,384.19	2,255.79	SHIM, JAE-HOON	亚洲韩国	约90%	约85%
5	广东强邦印刷器材有限公司	2014年	2,442.85	5,203.51	6,182.78	5,581.41	肖基福	中国广东省	约80%	约50%

6	山东隆耀印刷材料有限公司	2010年	2,003.05	4,846.79	4,458.61	3,878.65	高凡	中国山东省	约80%	约80%
7	上海众鹤国际贸易有限公司	2005年	1,570.13	3,728.68	3,168.78	2,320.32	黄伟	亚洲印度尼西亚	约80%	约20%
8	SCREEN HD KOREA CO.,LTD.	2012年	2,213.10	3,718.11	4,887.95	3,313.45	SCREEN HOLDINGS CO.,LTD.	亚洲韩国	约60%	约10%
9	杭州蓉光印刷器材有限公司	2009年	1,749.85	3,205.68	3,091.32	2,560.44	林金虎	中国浙江省	约80%	约80%
10	RENDA INTERNATIONAL TRADING (HK) LIMITED	2017年	1,478.08	3,006.79	2,011.24	1,508.17	申军	亚洲越南	约90%	约80%
11	HEIDELBERG GRAFIK TICARET SERVIS LTD STI.	2014年	1,601.82	1,794.80	2,816.82	1,438.20	Heidelberger Druckmaschinen Aktiengesellschaft	亚洲土耳其	约50%	约10%
12	香港强邦	2013年	-	-	-	4,254.50	郭良春家族	中国香港	约100%	约100%
合计		-	37,060.28	87,804.90	83,569.09	55,443.57	-	-	-	-

由上表可知，公司前十大经销商均为与公司合作时间较长，经销商采购产品去向为销售给印刷厂和制版企业，公司在前十大经销商同类产品采购比例较高，因经销商经营业务范围不同，版材业务收入占各经销商营业收入比例存在一定差异。

(三) 结合终端客户需求变化及销售实现情况说明对 JEIL P&P INDUSTRY CO.,LTD、RENDA INTERNATIONAL TRADING (HK) LIMITED 的销售金额快速增长的原因及合理性。

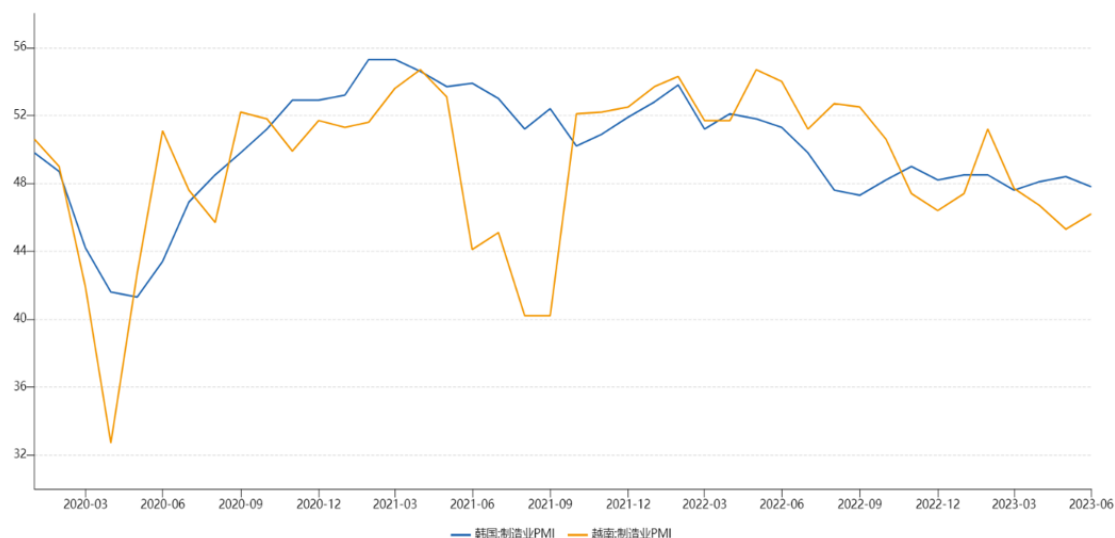
1、对 JEIL P&P INDUSTRY CO.,LTD 销售金额快速增长的原因及合理性

报告期内，公司对 JEIL P&P INDUSTRY CO.,LTD（以下简称“JEIL P&P”）的销售情况如下：

单位：万元

项目	2023年1-6月	2022年度		2021年度		2020年度
	营业收入	营业收入	增幅	营业收入	增幅	营业收入
销售收入	1,309.30	5,376.70	58.88%	3,384.19	50.02%	2,255.79

制造业采购经理指数 (PMI)



数据来源：Wind

报告期内，公司对 JEIL P&P 销售金额分别为 2,255.79 万元、3,384.19 万元、5,376.70 万元和 1,309.30 万元，最近三年销售增长较快，主要原因系：
 ①最近三年受主要原材料铝卷价格上涨影响，公司产品销售单价持续上涨，2023 年 1-6 月铝材价格波动较小，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 2.19 万元/吨，公司产品销售单价亦有所下降；
 ②JEIL P&P 系主营业务在韩国的印刷行业经销商，终端客户主要系韩国的印刷厂、制版企业，报告期内韩国制造业采购经理指数（PMI）和经济呈明显复苏后波动的态势，GDP 分别为 1,940.73 万亿韩元、2,071.66 万亿韩元、2,150.58 万亿韩元和 1,075.39 万亿韩元，最近三年韩国印刷版材市场需求亦

较为旺盛；③2021年 JEIL P&P 开始配套销售印刷设备和印刷版材，使新客户采购印刷设备的同时搭配使用发行人的印刷版材，进而增加发行人印刷版材使用量；④JEIL P&P 能及时响应客户需求，与客户保持良好的合作关系，且其实际控制人具有近 30 年印刷行业从业经验，具有较强的客户拓展能力。报告期内其致力于挖掘优质客户，销售策略的重心逐渐向产品需求量较大的客户转移，最近三年开拓 JMPRINT 等韩国当地印刷厂，销售规模持续扩大。

2、对 RENDA INTERNATIONAL TRADING (HK) LIMITED 销售金额快速增长的原因及合理性

报告期内，公司对 RENDA INTERNATIONAL TRADING (HK) LIMITED（以下简称“RENDA”）的销售情况如下：

单位：万元

项目	2023年1-6月	2022年度		2021年度		2020年度
	营业收入	营业收入	增幅	营业收入	增幅	营业收入
销售收入	1,478.08	3,006.79	49.50%	2,011.24	33.36%	1,508.17

报告期内，公司对 RENDA 销售金额分别为 1,508.17 万元、2,011.24 万元、3,006.79 万元和 1,478.08 万元，最近三年销售增长较快，主要原因系：①最近三年受主要原材料铝卷价格上涨影响，公司产品销售单价持续上涨；②RENDA 系主营业务在越南的印刷行业经销商，终端客户主要系越南的印刷厂、制版企业，报告期内越南制造业采购经理指数（PMI）整体呈复苏态势，此外越南经济呈快速增长趋势，GDP 分别为 8,044.38 万亿越南盾、8,479.67 万亿越南盾、9,513.33 万亿越南盾和 4,741.48 万亿越南盾，越南印刷版材市场需求亦持续增加；③越南当地的一家印刷版材厂商 2020 年因市场竞争和行业布局调整等因素从印刷行业转移至化工行业，RENDA 积极争取到该印刷版材厂商原部分客户；④RENDA 长期配套销售印刷设备和印刷版材，使客户采购印刷设备的同时搭配使用发行人的印刷版材，进而增加发行人印刷版材使用量；⑤RENDA 拥有以客户需求为中心的售前售后服务体系，最近三年积极参加印刷展会和进行广告宣传，在维系老客户的同时积极开拓新客户，扩大现有销售规模。

3、对 JEIL P&P 及 RENDA 的收入核查情况

针对公司对 JEIL P&P 及 RENDA 的销售收入，保荐机构及申报会计师主

要执行了以下核查程序：

(1) 执行实地走访程序，了解其基本情况、与公司合作背景情况、各期交易情况等；

(2) 实施了函证程序，根据回函信息确认各期销售交易发生额及往来款余额；

(3) 执行细节测试，抽取销售合同或订单、出库单、报关单、提单等原始单据，核查收入的真实性和准确性；

(4) 对 JEIL P&P 的部分下游客户进行实地走访，了解 JEIL P&P 与交易情况、销售强邦新材的版材情况等；

(5) 访谈发行人管理层和销售负责人，了解销售业务的开展、主要境外客户向发行人采购产品的原因、合理性，了解发行人对于境外客户的定价策略和结算方式；

(6) 获取并查阅了与主要客户签署的年度框架合同、销售合同或订单等合同文件，了解发行人与主要境外客户的合作背景，核查结算方式、主要合同条款等。

经核查，保荐机构及申报会计师认为报告期各期公司对 JEIL P&P 及 RENDA 的销售收入真实、准确、完整。

(四) 说明与广东强邦的具体合作背景，2014 年至 2022 年各年销售金额及变化原因，对广东强邦的销售价格、销售毛利与发行人平均水平的差异，终端销售实现情况；广东强邦的实际控制人、股东、董监高、员工等是否与发行人及其实际控制人、股东、董监高、员工及前员工存在关联关系、委托持股或其他利益安排，发行人与广东强邦及其关联方是否存在非经营性资金往来、业务往来，是否共用“强邦”字号、是否存在纠纷或影响发行人生产经营的独立性。

1、与广东强邦具体的合作背景

除广东强邦外，其实际控制人肖基福控制的佛山市锦印纸业有限公司（以下简称“佛山锦印”）还曾与公司发生交易，广东强邦和佛山锦印的基本情况如下：

公司名称	广东强邦印刷器材有限公司（曾用名：佛山市强邦印刷器材有限公	佛山市锦印纸业有限公司（曾用名：佛山市南海锦印物资贸易有限
------	-------------------------------	-------------------------------

	司)	公司)
注册地址	佛山市南海区大沥镇盐步南方工业区 20 号	佛山市南海区大沥镇盐步南方工业区 19 号
注册资本	1,000 万元人民币	500 万元人民币
成立日期	2014 年 6 月 23 日	2009 年 3 月 18 日
企业类型	有限责任公司 (自然人独资)	有限责任公司 (自然人投资或控股)
股权结构	肖基福持有其 100% 的股权	肖基福、何伟峰分别持有其 98%、2% 的股权
执行董事	肖基福	何伟峰
实际经营业务	从事印刷设备、印刷版材的贸易	目前主要从事包装纸制品的贸易
实际控制人	肖基福	肖基福

广东强邦和佛山锦印的实际控制人肖基福具有丰富的印刷行业从业经验，2011 年从发行人其他客户了解到发行人印刷版材性能较好、性价比较高，故经其朋友介绍与发行人建立业务联系。2011 年广东强邦尚未成立，肖基福通过佛山锦印与公司开展业务合作。随着发行人印刷版材的品牌知名度逐步提升，佛山锦印为扩大其在当地的市场份额，加深与发行人的业务合作关系，其实际控制人于 2014 年成立广东强邦，经营印刷版材贸易业务。肖基福在广东强邦成立后仍通过佛山锦印与发行人进行业务合作，2018 年由于其业务发展规划和调整，佛山锦印的经营业务以包装纸制品的贸易为主，印刷版材业务转为仅由广东强邦与发行人进行业务合作。

2、对广东强邦 2014 年至 2022 年各年销售金额及变化原因，对广东强邦的销售价格、销售毛利与发行人平均水平的差异，终端销售实现情况

(1) 对广东强邦的销售金额及变化原因

公司对广东强邦和佛山锦印合计 2014 年至 2023 年 1-6 月各年的销售金额如下：

单位：万元

项目	2014年度	2015年度	2016年度	2017年度	2018年度
销售金额	1,565.03	2,149.33	2,709.39	3,201.72	4,137.82
项目	2019年度	2020年度	2021年度	2022年度	2023年1-6月
销售金额	5,859.01	5,581.41	6,182.78	5,203.52	2,442.85

2014 年度至 2019 年度，公司对广东强邦和佛山锦印合计的销售金额呈逐年上升趋势，主要原因系：公司 2014 年度至 2019 年度业务规模呈整体上升趋势，随着公司印刷版材市场知名度的提升及广东强邦和佛山锦印对终端市场的开拓力度加大，公司对其销售金额亦随之上升。2020 年度公司对广东强邦销售

金额较上年小幅下降 277.60 万元，主要系受全球经济下行影响，产品销售数量下降所致。2021 年度公司对广东强邦销售金额较上年增长 601.37 万元，主要系国内经济运行保持稳定恢复态势，印刷版材市场需求逐渐复苏，广东强邦凭借发行人产品竞争力扩大终端客户数量及产品市场份额所致。2022 年度公司对广东强邦销售金额下降 979.26 万元，主要系 2022 年受国内经济增速放缓影响，其产品销售数量下降所致。2023 年上半年公司对广东强邦销售金额较 2022 年同期下降 370.42 万元，主要系受销售单价随原材料铝卷价格下降而下降所致。

(2) 对广东强邦的销售价格、销售毛利与发行人平均水平的差异及终端销售实现情况

报告期内，发行人仅向广东强邦销售胶印版材产品，公司对广东强邦和境内公司胶印版材的销售价格、销售毛利情况如下：

单位：元/平方米

公司名称	2023 年 1-6 月		2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	销售单价	毛利率	销售单价	毛利率	销售单价	毛利率	销售单价	毛利率
广东强邦	18.58	10.56%	20.07	10.63%	18.36	9.69%	15.64	8.87%
境内公司	18.66	11.31%	19.99	11.01%	18.42	11.07%	16.00	12.71%
差异	-0.08	-0.75%	0.08	-0.38%	-0.07	-1.38%	-0.36	-3.84%

报告期内，公司对广东强邦销售单价和毛利率整体低于对境内公司平均水平，主要原因系广东强邦报告期各期均为公司前五大客户，采购需求量高的客户，销售价格及毛利率相对较低。

2022 年度公司对广东强邦销售单价略高于境内公司平均水平，主要原因系产品结构存在差异，一般在公司产品厚度等规格相同的情况下，热敏 CTP 版的销售单价和毛利率高于 UV-CTP 版，2022 年公司对广东强邦胶印版材销售收入中热敏 CTP 版占比较高，而 2021 年和 2020 年该比例相对较低。

报告期内，广东强邦存货余额一般维持 15-20 天销量的库存水平，终端销售实现情况较好，除其因产品发货周期和合理备货产生的存货余额外，产品均实现最终销售。

3、发行人与广东强邦的独立性

广东强邦的实际控制人、股东、董监高、员工等与发行人及其实际控制人、股东、董监高、员工及前员工不存在关联关系、委托持股或其他利益安

排，发行人与广东强邦及其关联方不存在非经营性资金往来、业务往来。

发行人与广东强邦共用“强邦”字号，不存在纠纷或影响发行人生产经营的独立性的不利影响，具体如下：

(1) 发行人与广东强邦主营业务不同

公司自成立至今一直使用“强邦”字号，经过工商行政管理部门核准后合法登记使用“强邦”字号，使用“强邦”字号受到法律保护。发行人的主营业务为印刷版材的研发、生产与销售，产品销售以经销模式为主，而广东强邦系发行人的经销商，主营业务为印刷设备、印刷版材的贸易，并不涉及印刷版材的研发、生产。发行人面向的客户主要系印刷行业的经销商，广东强邦面向的客户主要系印刷厂、制版企业等终端客户，在共同使用相同字号时由于客户群体差异较大，未造成市场混淆，不影响发行人生产经营的独立性。

(2) 发行人与广东强邦不存在纠纷或潜在纠纷

根据中国裁判文书网、中国执行信息公开网等公开网站查询及发行人和广东强邦实际控制人确认，发行人与广东强邦共用“强邦”字号不存在纠纷或潜在纠纷。

(五) 说明 2021 年度外销胶印版材关联方销售价格与非关联方销售价格差异的原因，区分内、外销比较关联方和非关联方销售毛利率的差异并分析合理性。

1、2021 年度外销胶印版材关联方销售价格与非关联方销售价格差异的原因

2021 年度，外销胶印版材关联方销售价格与非关联方销售价格情况如下：

单位：万元、元/平方米

项目	类型	厚度	销售金额	销售占比	销售价格
关联方	热敏CTP版	不超过0.27mm	7,232.91	55.44%	18.43
		超过0.27mm	206.97	1.59%	26.22
		小计	7,439.88	57.03%	18.58
	UV-CTP版	不超过0.27mm	4,641.34	35.58%	17.54
		超过0.27mm	926.74	7.10%	25.74
		小计	5,568.08	42.68%	18.52
	PS版	不超过0.27mm	37.44	0.29%	15.42
		超过0.27mm	-	-	/
		小计	37.44	0.29%	15.42

	胶印版材合计	不超过0.27mm	11,911.69	91.31%	18.06
		超过0.27mm	1,133.71	8.69%	25.83
		小计	13,045.40	100.00%	18.55
非关联方	热敏CTP版	不超过0.27mm	24,045.43	52.48%	18.16
		超过0.27mm	775.36	1.69%	25.88
		小计	24,820.79	54.17%	18.33
	UV-CTP版	不超过0.27mm	18,140.98	39.59%	16.98
		超过0.27mm	1,184.51	2.59%	25.46
		小计	19,325.49	42.18%	17.33
	PS版	不超过0.27mm	1,587.88	3.47%	15.72
		超过0.27mm	82.75	0.18%	25.70
		小计	1,670.63	3.65%	16.03
	胶印版材合计	不超过0.27mm	43,774.28	95.54%	17.56
		超过0.27mm	2,042.62	4.46%	25.63
		小计	45,816.91	100.00%	17.81

整体来说，由于关联方中 SPE 销量较大，价格相对优惠。公司 2021 年外销胶印版材关联方销售价格略高于非关联方，主要原因系：（1）公司对境外关联方胶印版材销售收入中热敏 CTP 版和 UV-CTP 版占比高于非关联方，热敏 CTP 版和 UV-CTP 版的销售单价高于 PS 版；（2）公司 2021 年对境外关联方客户销售的胶印版材中厚版占比高于境外非关联方客户，厚版相较薄版销售单价相对较高。

2、关联方和非关联方销售毛利率的差异及合理性

报告期内，发行人对关联方客户销售的主要产品为胶印版材，对关联方客户柔性版材销售金额分别为 6.68 万元、5.42 万元、0 万元和 3.30 万元，占当期柔性版材销售金额比例仅分别为 0.18%、0.10%、0.00%和 0.10%，关联方客户各期仅采购几十至数百平方米的柔性版材用于终端客户试样。报告期内，发行人与关联方及非关联方客户胶印版材销售毛利率情况如下：

项目	性质	2023年1-6月		2022年度		2021年度		2020年度	
		内销	外销	内销	外销	内销	外销	内销	外销
胶印版材	关联方	11.46%	11.01%	10.71%	10.37%	11.18%	9.21%	12.15%	15.95%
	非关联方	11.30%	14.11%	11.03%	14.12%	11.06%	9.31%	12.75%	17.57%
	差异	0.16%	-3.11%	-0.32%	-3.74%	0.13%	-0.10%	-0.60%	-1.62%

（1）境内毛利率差异合理性

报告期内，发行人对境内关联方客户胶印版材销售毛利率与境内非关联方客户基本一致。

(2) 境外毛利率差异合理性

2020 年度，发行人对境外关联方客户胶印版材销售毛利率低于境外非关联方客户 1.62%，主要原因系 2020 年度境外关联方客户采购金额相较其他单家境外客户相对较大，采购需求量高的客户，毛利率相对较低。

2021 年度，发行人对境外关联方客户胶印版材销售毛利率与境外非关联方客户基本一致，主要原因系 2021 年度胶印版材主要原材料铝卷价格持续上涨，境外毛利率整体较低，当年公司对境外采购需求量高的客户销售价格优惠力度较小。

2022 年度，发行人对境外关联方客户胶印版材销售毛利率低于境外非关联方客户 3.74%，主要原因系：①厚度等规格存在差异，公司 2022 年对境外关联方客户和境外非关联方客户销售的胶印版材中厚版（厚度超过 0.27mm）占比分别为 16.42%和 5.00%，对关联方客户销售的厚版占比高于境外非关联方客户，厚版与薄版相比销售毛利率相对较低；②2022 年度境外关联方客户采购金额相较其他单家境外客户相对较大，采购需求量高的客户，毛利率相对较低。

2023 年 1-6 月，发行人对境外关联方客户胶印版材销售毛利率低于境外非关联方客户 3.11 个百分点，主要原因系：①厚度等规格存在差异，公司 2023 年 1-6 月对境外关联方客户和境外非关联方客户销售的胶印版材中厚版（厚度超过 0.27mm）占比分别为 15.42%和 5.11%，对关联方客户销售的厚版占比高于境外非关联方客户，厚版与薄版相比销售毛利率相对较低；②2023 年 1-6 月境外关联方客户采购金额相较其他单家境外客户相对较大，采购需求量高的客户，毛利率相对较低。

综上所述，发行人关联方和非关联方客户销售毛利率存在一定差异，具有合理性。

(六) 说明主要客户与发行人、实际控制人、董监高及前述人员关系密切的家庭成员、关联方及前关联方、股东及前股东、员工及前员工等是否存在关联关系或其他利益安排。

发行人客户较为集中，报告期内，发行人前十大客户销售收入占比分别为 48.05%、54.28%、54.14%和 52.99%。报告期各期发行人前十大客户中，关联

方或比照关联方披露的公司如下：

序号	公司名称	性质	关系
1	SPE	关联方	发行人参股公司
2	香港强邦	关联方	实际控制人控制的其他公司
3	杭州蓉光印刷器材有限公司	比照关联方披露的公司	实际控制人家族成员王玉兰之姐的儿子控制的公司

发行人在定价时以市场化价格为基础确定，定价公允，不存在对公司或关联方的利益输送。

除上述关联方或比照关联方披露的公司外，报告期各期发行人前十大客户与发行人、实际控制人、董监高及前述人员关系密切的家庭成员、关联方及前关联方、股东及前股东、员工及前员工等不存在关联关系或其他利益安排。

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、访谈发行人销售负责人，了解发行人下游客户类型，终端客户分布情况，公司规模和经营策略；

2、查询同行业可比公司采用经销模式的情况，分析发行人采用以经销模式为主的商业合理性；

3、访谈公司前十大经销商及公司管理层、销售人员，了解公司与前十大经销商的经营情况及与公司合作情况，包括但不限于经销商实际控制人、主要经营地、经销公司产品去向、采购公司产品占其同类产品采购的比例、销售公司产品占其营业收入的比例；

4、通过国家企业信用信息公示系统、企查查、天眼查等网站查询前十大客户工商资料，核查客户实际控制人、所在地等基本情况；

5、获取报告期内公司销售收入明细表，核查公司前十大经销商销售金额；

6、访谈公司管理层、外销负责人，取得 JEIL P&P INDUSTRY CO.,LTD、RENDA INTERNATIONAL TRADING (HK) LIMITED 销量变动说明，了解并分析其销售金额快速增长的原因；

7、查阅韩国和越南报告期内 GDP 数据，了解韩国和越南经济发展趋势；

8、访谈公司销售负责人、广东强邦实际控制人，了解发行人与广东强邦的

合作背景、销售收入变化原因、终端销售实现情况、是否存在纠纷或潜在纠纷等情况；

9、访谈发行人管理层、广东强邦实际控制人，获取广东强邦员工花名册，了解广东强邦的实际控制人、股东、董监高、员工等是否与发行人及其实际控制人、股东、董监高、员工及前员工存在关联关系、委托持股或其他利益安排；

10、登录中国裁判文书网、中国执行信息公开网等公开网站，查询发行人与广东强邦共用“强邦”字号是否存在纠纷或潜在纠纷；

11、获取公司报告期各期收入成本明细表，核查关联方和非关联方客户销售价格、毛利率，分析差异的原因及合理性；

12、查阅发行人实际控制人、董事、监事和高级管理人员填写的调查表，获取关联自然人控制的或担任董事、高级管理人员的企业名单，核查关联方界定的完整性；

13、查阅《公司法》、《企业会计准则》、《上市公司信息披露管理办法》及《深圳证券交易所股票上市规则（2023年修订）》关于关联方的相关规定，登录国家企业信用信息公示系统查询发行人的关联方并核查关联方界定的完整性；

14、获取发行人员工花名册，结合关联方信息，与前述客户公开信息进行比对，确认是否存在关联关系或其他利益安排；

15、获取发行人实际控制人、董监高、关键岗位人员、控股股东、持股5%以上股东的银行账户流水，核查其与发行人主要客户是否存在资金往来的情形；

16、访谈发行人主要客户，确认其与发行人及其关联方是否存在关联关系或其他利益安排。

（二）核查意见

经核查，保荐机构、申报会计师认为：

1、综合考虑印刷版材下游客户类型、终端需求分布特征、公司规模及经营策略，发行人采取以经销模式为主的销售模式具有商业合理性，符合行业特征；

2、公司前十大经销商均为与公司合作时间较久，经销商采购产品去向为销售给印刷厂和制版企业，公司在前十大经销商同类产品采购比例较高，因经销商经营业务范围不同，版材业务收入占各经销商营业收入比例存在一定差异；

3、最近三年公司对 JEIL P&P INDUSTRY CO.,LTD、RENDA INTERNATIONAL TRADING (HK) LIMITED 的销售金额快速增长具有合理性；

4、公司对广东强邦的销售价格、销售毛利与发行人平均水平的差异具有合理性；终端销售实现情况较好，除其因产品发货周期和合理备货产生的存货余额外，产品均实现最终销售；广东强邦的实际控制人、股东、董监高、员工等与发行人及其实际控制人、股东、董监高、员工及前员工不存在关联关系、委托持股或其他利益安排；发行人与广东强邦及其关联方不存在非经营性资金往来、业务往来；公司与广东强邦共用“强邦”字号，不存在纠纷或影响发行人生产经营的独立性；

5、发行人关联方和非关联方客户销售毛利率存在一定差异，具有合理性；

6、报告期各期发行人前十大客户中，SPE 和香港强邦系发行人关联方，杭州蓉光印刷器材有限公司系比照关联方披露的公司，发行人定价公允，不存在对公司或关联方的利益输送；除前述关联方或比照关联方披露的公司外，报告期各期发行人前十大客户与发行人、实际控制人、董监高及前述人员关系密切的家庭成员、关联方及前关联方、股东及前股东、员工及前员工等不存在关联关系或其他利益安排。

三、主要经销客户终端销售核查情况

请保荐人、申报会计师发表明确意见，区分内销、外销说明对主要经销客户终端销售是否实现的核查情况，包括核查措施、所取得证据、总体及分区域核查比例、核查结论及依据的充分性。

（一）核查程序

1、获取并查阅了由公司直发终端客户的销售明细，抽样检查相关送货单据、物流单据，并通过企查查、天眼查、百度地图等网站核查终端客户地址与送货地址一致性。报告期各期，公司直发终端客户情况及核查比例情况如下：

单位：万平方米

项目	区域	2023年1-6月	2022年度	2021年度	2020年度
内销销售数量	华东地区	874.52	1,799.40	1,934.58	1,799.28
	华南地区	726.40	1,565.66	1,884.52	1,862.04
	其他	366.51	650.88	706.87	646.56
	小计	1,967.44	4,015.94	4,525.97	4,307.88
内销直发终端数量	华东地区	557.08	1,316.16	1,012.75	1,045.03
	华南地区	363.28	846.49	884.64	904.86
	其他	258.60	382.14	266.15	284.79
	小计	1,178.95	2,544.78	2,163.55	2,234.68
核查的内销直发终端数量	华东地区	178.85	351.58	357.40	318.65
	华南地区	181.68	468.99	583.71	598.82
	其他	45.83	108.68	95.06	69.55
	小计	406.36	929.25	1,036.17	987.02
内销直发终端占内销数量比例	华东地区	63.70%	73.14%	52.35%	58.08%
	华南地区	50.01%	54.07%	46.94%	48.59%
	其他	70.56%	58.71%	37.65%	44.05%
	小计	59.92%	63.37%	47.80%	51.87%
核查数量占内销直发终端数量比例	华东地区	32.10%	26.71%	35.29%	30.49%
	华南地区	50.01%	55.40%	65.98%	66.18%
	其他	17.72%	28.44%	35.72%	24.42%
	小计	34.47%	36.52%	47.89%	44.17%
核查数量占公司销售数量比例	-	12.13%	12.55%	13.27%	15.34%

【注】：（1）公司不存在直发外销终端客户情况；

（2）抽样方法说明：公司直发终端销售笔数较多，但在交易模式、公司性质等特征上整体差异较小，样本间的主要差异特征为直发终端销售数量。保荐机构、申报会计师将公司直发终端客户交易数量近似等效于直发终端客户的规模特征，基于直发各终端客户年度销售量并结合主要销售区域，将直发终端销售的终端客户明细进行分层抽样，分层抽样主要目的为提高核查效率，分层的目标是减少每一层中项目的变异性，从而在不增加抽样风险的情况下减少样本规模。具体分层抽样方法为：将直发到终端的销售明细作为总体样本，以终端收货单位为主体将总体样本销售数量进行汇总，终端收货单位分为各年度直发终端的销售面积大于10万平方米、5万到10万平方米、1万到5万平方米和1万平方米以下四类，针对各年度直发到终端的销售面积大于10万平的收货单位全部作为抽中的样本进行核查，针对其他三类收货单位，随机抽取直发到终端的收货单位作为抽中的样本进行核

查，对被选取为样本的收货单位，核查单笔发货面积 3,000 平以上的订单，并保证每类样本抽查的直发到终端的销售面积不低于各类样本销售面积的 20%。经核查抽中样本的物流单、送货单据和物流地址，如均无差异，则认为该样本相关直发到终端整体的销售数量真实、准确。

(3) 直发终端客户的认定标准：公司与经销商签订销售合同并向经销商开具发票收取货款，相应合同产品由公司直接发货至经销商指定的终端客户现场，认定为公司产品直发终端客户。

2、获取并查阅了报告期各期境内外主要经销商对其主要终端客户销售情况表，随机抽取 1-2 笔经销商与主要终端客户交易相关合同、送货签收单、发票、银行回单等进行穿行检查，并结合公司各期销售给经销商销售明细情况，综合判断经销商对主要终端客户销售明细表真实合理性。

3、根据主要经销商提供的其主要终端客户情况表，对主要终端客户进行访谈，了解其基本情况、与经销商合作及各期交易情况，核查情况如下：

(1) 总体情况

单位：万平方米

项目	2023年1-6月	2022年度	2021年度	2020年度
访谈的终端客户家数	338	366	347	333
访谈的终端客户销售数量	1,102.13	2,183.87	1,916.03	1,542.26
访谈的终端客户销售数量占公司当期销售数量比例	32.91%	29.48%	24.54%	23.98%
其中：实地走访比例	32.21%	28.71%	23.37%	22.99%
视频访谈比例	0.70%	0.77%	1.17%	0.99%

(2) 内销

单位：家、万平方米

项目	区域	2023年1-6月	2022年度	2021年度	2020年度
访谈的内销终端客户家数	华东地区	125	147	144	144
	华南地区	106	107	94	91
	其他	24	29	32	32
	小计	255	283	270	267
访谈的内销终端客户销售数量	华东地区	285.14	539.04	552.01	521.87
	华南地区	320.87	613.68	671.13	529.42
	其他	32.90	73.67	141.01	83.24
	小计	638.91	1,226.39	1,364.15	1,134.53
访谈的内销终端客户销售数	华东地区	32.60%	29.96%	28.53%	29.00%

量占公司当期内销销售数量比例	华南地区	44.17%	39.20%	35.61%	28.43%
	其他	8.98%	11.32%	19.95%	12.87%
	小计	32.47%	30.54%	30.14%	26.34%
其中：实地走访比例	-	31.29%	29.12%	28.13%	24.86%
视频访谈比例	-	1.18%	1.42%	2.02%	1.47%
访谈的内销终端客户销售数量占公司当期销售数量比例	-	19.08%	16.56%	17.47%	17.64%
其中：实地走访比例	-	18.38%	15.79%	16.30%	16.65%
视频访谈比例	-	0.70%	0.77%	1.17%	0.99%

(3) 外销

单位：家、万平方米

项目	区域	2023年1-6月	2022年度	2021年度	2020年度
访谈的外销终端客户家数	欧洲	62	62	56	48
	亚洲	21	21	21	18
	其他	-	-	-	-
	小计	83	83	77	66
访谈的外销终端客户销售数量	欧洲	354.38	733.45	338.75	235.93
	亚洲	108.84	224.03	213.13	171.80
	其他	-	-	-	-
	小计	463.22	957.48	551.88	407.73
访谈的外销终端客户销售数量占公司当期外销销售数量比例	欧洲	52.91%	41.81%	20.04%	25.99%
	亚洲	15.53%	14.48%	14.25%	15.21%
	其他	-	-	-	-
	小计	33.52%	28.24%	16.81%	19.19%
其中：实地走访比例	-	33.52%	28.24%	16.81%	19.19%
视频访谈比例	-	-	-	-	-
访谈的外销终端客户销售数量占公司当期销售数量比例	-	13.83%	12.93%	7.07%	6.34%
其中：实地走访比例	-	13.83%	12.93%	7.07%	6.34%
视频访谈比例	-	-	-	-	-

4、根据主要经销商提供的其主要终端客户情况表，对报告期各期主要终端客户与经销商交易情况进行了函证，以确认经销商对终端客户销售的真实性，函证确认情况如下：

(1) 内销

单位：家、万平方米

项目	区域	2023年1-6月	2022年度	2021年度	2020年度
----	----	-----------	--------	--------	--------

函证的内销终端客户家数	华东地区	88	117	125	134
	华南地区	41	49	57	61
	其他	31	36	39	39
	小计	160	202	221	234
函证的内销终端客户销售数量	华东地区	203.28	408.05	487.00	505.35
	华南地区	117.37	318.61	462.44	413.95
	其他	32.32	69.13	139.43	79.32
	小计	352.97	795.79	1,088.87	998.61
函证的内销终端客户销售数量占公司当期内销销售数量比例	华东地区	23.24%	22.68%	25.17%	28.09%
	华南地区	16.16%	20.35%	24.54%	22.23%
	其他	8.82%	10.62%	19.72%	12.27%
	小计	17.94%	19.82%	24.06%	23.18%
函证的内销终端客户销售数量占公司当期销售数量比例	-	10.54%	10.74%	13.95%	15.52%

(2) 外销

因已对外销主要终端客户均进行访谈，故未对外销主要终端客户进行发函询证。

5、根据主要经销商提供的报告期各期收发存记录，核查其产品出入库情况及期末库存情况，并对比分析主要经销商期末存货是否合理及是否存在压货情况，报告期各期主要经销商期末库存情况分析如下：

(1) 总体情况

单位：万平方米

项目	2023年1-6月	2022年度	2021年度	2020年度
公司对提供收发存记录的经销商销售数量	2,652.17	5,711.07	6,216.05	4,750.58
公司对提供收发存记录的经销商销售数量占当期销售数量比例	79.19%	77.10%	79.61%	73.85%
提供收发存记录的经销商期末存货数量	376.92	524.64	429.22	309.85
提供收发存记录的经销商期末存货数量占其当期采购量比例	14.21%	9.19%	6.91%	6.52%

由上表可知，2020年度及2021年度公司主要经销商期末库存数量占当期采购量比例相对稳定，2022年度公司主要经销商期末库存数量占当期采购量比例有所上升，主要系2023年春节时间较早，外销主要经销商在扩大销售规模的同时增加备货所致。整体而言，公司经销商基于自身安排进行的合理备货外，公司产品已实现最终销售。

(2) 内销

单位：万平方米

项目	区域	2023年1-6月	2022年度	2021年度	2020年度
公司对提供收发存记录的经销商销售数量	华东地区	591.19	1,239.23	1,336.78	1,267.15
	华南地区	691.64	1,421.23	1,802.22	1,753.24
	其他	226.33	267.70	275.87	249.66
	小计	1,509.16	2,928.16	3,414.88	3,270.06
公司对提供收发存记录的经销商销售数量占当期内销数量比例	-	76.71%	72.91%	75.45%	75.91%
公司对提供收发存记录的经销商销售数量占当期销售数量比例	-	45.06%	39.53%	43.73%	50.83%
提供收发存记录的经销商期末存货数量	华东地区	33.52	30.56	41.31	40.47
	华南地区	62.83	38.92	55.17	67.00
	其他	17.45	15.67	16.81	13.32
	小计	113.80	85.14	113.29	120.79
提供收发存记录的经销商期末存货数量占其当期采购量比例	华东地区	5.67%	2.47%	3.09%	3.19%
	华南地区	9.08%	2.74%	3.06%	3.82%
	其他	7.71%	5.85%	6.09%	5.34%
	小计	7.54%	2.91%	3.32%	3.69%

由上表可知，公司主要经销商期末库存数量占当期采购量比例较小，除基于自身安排进行的合理备货外，其采购的公司产品已实现最终销售。

(3) 外销

单位：万平方米

项目	区域	2023年1-6月	2022年度	2021年度	2020年度
公司对提供收发存记录的经销商销售数量	欧洲	661.68	1,757.09	1,686.50	639.37
	亚洲	473.15	972.18	1,042.21	781.52
	其他	8.18	53.65	72.47	59.63
	小计	1,143.01	2,782.92	2,801.17	1,480.52
公司对提供收发存记录的经销商销售数量占当期外销数量比例	-	82.72%	82.07%	85.34%	69.68%
公司对提供收发存记录的经销商销售数量占当期销售数量比例	-	34.13%	37.57%	35.87%	23.02%
提供收发存记录的经销商期末存货数量	欧洲	148.19	303.14	188.47	76.77
	亚洲	106.75	129.17	125.50	111.87
	其他	8.18	7.18	1.97	0.41
	小计	263.13	439.50	315.94	189.06
提供收发存记录的经销商期末存货数量占其当期采购量比例	欧洲	22.40%	17.25%	11.17%	12.01%
	亚洲	22.56%	13.29%	12.04%	14.31%

	其他	100.00%	13.39%	2.72%	0.69%
	小计	23.02%	15.79%	11.28%	12.77%

【注】：其中欧洲地区提供收发存记录的经销商期末存货数量仅包括仓库中印刷版材产品数量，未包括在途物资的数量。

相比于内销经销商，鉴于外销出口销售需要报关出口、预定船运及运输时间较长，公司外销经销商通常需要比内销经销商预备更多安全库存，故外销经销商期末库存数量占其当期采购量比例较高，除基于自身安排进行的合理备货外，境外经销商采购的公司产品已实现最终销售。

6、访谈过程中对主要终端客户仓库进行查看，观察是否存放公司产品以核实经销商对其销售真实性。

综合上述核查程序，保荐机构、申报会计师对经销商终端销售核查的总体结果如下：

单位：万平方米

项目	2023年1-6月	2022年度	2021年度	2020年度
直发终端核查的终端客户销售数量	406.36	929.25	1,036.17	987.02
访谈的终端客户销售数量	1,102.13	2,183.87	1,916.03	1,542.26
函证的终端客户销售数量	352.97	795.79	1,088.87	998.61
小计	1,861.46	3,908.91	4,041.06	3,527.89
剔除不同核查方式下重复的终端客户销售数量	362.42	714.32	995.04	874.75
核查的终端客户销售数量	1,499.04	3,194.59	3,046.02	2,653.14
核查的终端客户销售数量占公司当期销售数量比例	44.76%	43.13%	39.01%	41.24%

【注】：直发终端核查的终端客户销售数量=内销直发终端数量*核查数量占内销直发终端数量比例

（二）核查意见

经核查，保荐机构、申报会计师认为主要经销客户终端销售具有真实性，相关核查依据充分。

6. 关于毛利率

申报材料显示：

（1）报告期各期，公司胶印版材毛利率分别 14.25%、10.33%和 12.12%，高于可比公司汇达印通和天成股份、低于新图新材。

（2）报告期各期，公司柔性版材毛利率分别为 51.10%、47.91%和 38.36%，持续下降。

请发行人：

（1）从单位价格、单位成本角度量化分析报告期内发行人胶印版材毛利率高于汇达印通和天成股份的原因，考虑销售费用后比较发行人胶印版材与新图新材毛利率的差异并分析合理性。

（2）结合柔性版材产品主要客户调价机制、产品竞争力等分析毛利率持续下降的原因，与可比公司同类产品毛利率变化的差异，导致柔性版材毛利率下降的不利因素是否将持续。

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）从单位价格、单位成本角度量化分析报告期内发行人胶印版材毛利率高于汇达印通和天成股份的原因，考虑销售费用后比较发行人胶印版材与新图新材毛利率的差异并分析合理性。

汇达印通、天成股份和新图新材报告期内均仅公开披露其各类产品营业收入及营业成本，未披露其单位价格、单位成本及销量信息，故无法对单位价格、单位成本进行测算。

1、发行人与汇达印通和天成股份胶印版材毛利率差异及合理性

报告期内，发行人与汇达印通、天成股份各类胶印版材销售收入及毛利率情况如下：

单位：万元

2023年1-6月									
版材类型	汇达印通			天成股份			发行人		
	金额	占比	毛利率	金额	占比	毛利率	金额	占比	毛利率
PS版	/	/	/	/	/	/	881.31	1.40%	7.82%
UV-CTP版	/	/	/	/	/	/	11,359.02	18.03%	11.96%

热敏 CTP 版	/	/	/	/	/	/	50,762.15	80.57%	12.35%
胶印版材合计	20,355.64	100.00%	9.33%	8,034.77	100.00%	10.83%	63,002.48	100.00%	12.22%
2022 年度									
版材类型	汇达印通			天成股份			发行人		
	金额	占比	毛利率	金额	占比	毛利率	金额	占比	毛利率
PS 版	-	-	/	435.88	2.55%	4.57%	3,365.33	2.24%	9.30%
UV-CTP 版	17,048.77	35.14%	7.74%	5,013.88	29.35%	10.30%	34,537.05	23.02%	11.71%
热敏 CTP 版	31,461.54	64.86%	7.54%	11,635.60	68.10%	9.86%	112,126.89	74.74%	12.34%
胶印版材合计	48,510.31	100.00%	7.61%	17,085.35	100.00%	9.85%	150,029.27	100.00%	12.12%
2021 年度									
版材类型	汇达印通			天成股份			发行人		
	金额	占比	毛利率	金额	占比	毛利率	金额	占比	毛利率
PS 版	-	-	/	300.80	1.78%	4.40%	3,501.04	2.47%	7.92%
UV-CTP 版	11,620.10	32.97%	7.55%	5,492.73	32.52%	9.11%	39,233.13	27.66%	7.82%
热敏 CTP 版	23,622.33	67.03%	9.02%	11,099.33	65.70%	10.08%	99,089.52	69.87%	11.41%
胶印版材合计	35,242.43	100.00%	8.54%	16,892.86	100.00%	9.67%	141,823.68	100.00%	10.33%
2020 年度									
版材类型	汇达印通			天成股份			发行人		
	金额	占比	毛利率	金额	占比	毛利率	金额	占比	毛利率
PS 版	-	-	/	462.70	3.73%	9.74%	3,537.12	3.39%	9.57%
UV-CTP 版	7,746.26	30.76%	9.12%	5,462.60	44.00%	11.37%	29,169.30	28.00%	11.25%
热敏 CTP 版	17,440.37	69.24%	10.70%	6,489.87	52.27%	11.06%	71,482.93	68.61%	15.71%
胶印版材合计	25,186.63	100.00%	10.22%	12,415.17	100.00%	11.15%	104,189.35	100.00%	14.25%

数据来源：根据可比公司公开披露的定期报告计算得出，新图新材自 2022 年 11 月起在全国中小企业股份转让系统终止挂牌，下同。汇达印通、天成股份未披露 2023 年 1-6 月不同类型胶印版材收入及毛利率。

报告期内，发行人、汇达印通和天成股份均以销售热敏 CTP 版、UV-CTP 版为主。一般在公司产品厚度等规格相同的情况下，热敏 CTP 版的毛利率高于 UV-CTP 版。

汇达印通胶印版材毛利率低于发行人，且处于行业较低水平，主要原因系：（1）根据汇达印通年度报告披露“公司调整营销战略，以降低利润促进公司销售，增加公司产品在市场中的占有份额”，汇达印通降低胶印版材产品销售单价以扩大市场占有率；（2）其采用不同的定价及回款策略。同行业公司对国内客户通常采取先货后款，给予一定信用期的销售模式，汇达印通对国内客户采用先款后货、国外客户采用预付款 60%发货的销售模式，以较低的销售价

格保证较高的回款要求。

天成股份胶印版材毛利率略低于发行人，主要原因系：（1）发行人与天成股份的产品结构存在一定差异，热敏 CTP 版毛利率高于 UV-CTP 版，发行人报告期各期热敏 CTP 版销售收入占比高于天成股份；（2）根据天成股份 2021 年度报告披露“本年度公司合理优化市场布局，调整销售结构，加大现款销售”，天成股份降低胶印版材销售单价以提升回款要求和扩大市场占有率；

（3）发行人不断优化产品性能，公司产品受到印刷行业下游众多企业的广泛认可，具有较高的市场地位，胶印版材产品定价亦具有一定优势；（4）发行人业务规模远高于天成股份，相对具备规模效应和供应商议价优势。

2、发行人与新图新材胶印版材毛利率差异及合理性

新图新材执行新收入准则后 2020 年仍将运输费计入销售费用核算，未计入营业成本核算；报告期内新图新材将产品包装费计入销售费用核算，发行人及其他同行业可比公司将产品包装费计入营业成本核算。2020 年度和 2021 年度，考虑销售费用中的运输费及包装费后，新图新材胶印版材毛利率情况如下：

单位：万元

版材类型	2021 年度			2020 年度		
	金额	占比	毛利率	金额	占比	毛利率
PS 版	1.66	0.01%	-37.31%	6.43	0.03%	-0.60%
UV-CTP 版	-	-	-	-	-	-
热敏 CTP 版	23,075.07	99.99%	16.19%	19,920.15	99.97%	22.11%
胶印版材合计	23,076.73	100.00%	16.19%	19,926.58	100.00%	22.11%

数据来源：根据可比公司公开披露的定期报告计算得出，销售费用按各类版材收入占比分摊。

新图新材境内销售以直接销售为主，产生的销售费用较多，保持较高的毛利率。2020 年度和 2021 年度，考虑将全部销售费用计入主营业务成本，模拟计算发行人与新图新材胶印版材的毛利率情况如下：

版材类型	2021 年度		2020 年度	
	新图新材	发行人	新图新材	发行人
PS 版	-40.43%	7.02%	-4.81%	8.63%
UV-CTP 版	-	6.92%	-	10.31%
热敏 CTP 版	13.08%	10.51%	17.91%	14.77%
胶印版材合计	13.07%	9.43%	17.90%	13.31%

数据来源：根据可比公司公开披露的定期报告计算得出，销售费用按各类版材收入占比分摊。

考虑将全部销售费用计入主营业务成本后，新图新材胶印版材毛利率仍高于发行人，主要原因系：（1）虽然新图新材是国内较早进入印刷版材市场的厂商之一，但其主要依赖与已有客户群体的长期合作关系，在其营收规模远低于发行人的情况下，其采取直销模式可采取较高的产品定价；（2）发行人与新图新材的产品结构存在一定差异，热敏 CTP 版毛利率高于 UV-CTP 版，新图新材以销售热敏 CTP 版为主，报告期各期其销售热敏 CTP 版收入占其胶印版材营业收入均超过 99%，该比例远高于发行人；（3）2020 年和 2021 年，发行人固定资产综合折旧率分别为 7.88%和 7.83%，新图新材固定资产综合折旧率分别为 3.42%和 3.34%，新图新材机器设备购买时间较长，多数机器设备已足额计提累计折旧，计入营业成本的折旧费相对较小。

综上所述，发行人与同行业可比公司毛利率差异主要系销售模式、回款模式和产品性能导致的销售定价差异及产品结构等因素所致，具有合理性。

（二）结合柔性版材产品主要客户调价机制、产品竞争力等分析毛利率持续下降的原因，与可比公司同类产品毛利率变化的差异，导致柔性版材毛利率下降的不利因素是否将持续。

柔性版材产品生产工艺较为复杂，精细程度要求较高。公司作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。公司通过持续研发创新，有效掌握了柔性版材生产的关键材料与核心技术工艺，产品性能、新品研发及生产能力等方面显著提升。公司柔性版材于 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、欧洲等多个地区，销售规模快速扩大，市场地位显著提升。

1、报告期内柔性版材毛利率变动分析

由于公司于 2020 年 1 月 1 日起执行新收入准则，根据新准则公司将计入销售费用的属于合同履约成本的运输费用调整至营业成本，剔除运输费用影响后，报告期内，公司柔性版材毛利率变化情况如下：

单位：元/平方米

项目	2023 年 1-6 月	2022 年度	2021 年度	2020 年度
----	--------------	---------	---------	---------

	金额	变动率/ 变动额	金额	变动率/ 变动额	金额	变动率/ 变动额	金额
单位价格	182.74	-0.80%	190.87	-1.37%	193.53	2.48%	188.84
单位成本	117.33	1.91%	117.66	16.71%	100.81	9.17%	92.34
毛利率	35.80%	-1.70%	38.36%	-9.55%	47.91%	-3.19%	51.10%

汇达印通、天成股份和新图新材均仅生产和销售胶印版材，产品不涉及柔性版材；柔性版材国外同行业公司美国杜邦、富林特、旭化成及国内同行业公司乐凯华光均未公开披露柔性版材产品毛利率，故无法对比公司与可比公司同类产品毛利率变化的差异。

（1）2021 年度与 2020 年度柔性版材毛利率变动分析

2021 年度，柔性版材产品毛利率较 2020 年度下降 3.19 个百分点，主要原因系：

①2021 年公司柔性版材主要原材料热塑性弹性体采购单价由 2020 年的 1.64 万元/吨上涨至 1.86 万元/吨，公司柔性版材单位直接材料成本随之上升，使得公司柔性版材单位成本较 2020 年上升 9.17%；

②公司在柔性版材生产成本、合理利润的基础上，综合考虑市场竞品价格情况、产品所处生命周期、客户采购规模等因素，制定较为完整的价格体系。柔性版材产品主要原材料热塑性弹性体等市场价格发生剧烈波动，或市场竞争环境发生剧烈变化时，公司会及时与下游客户沟通调整销售价格。2021 年受原材料价格上涨影响，公司积极与下游客户协商调整售价，但为保持公司柔性版材产品的市场竞争力，销售价格仅小幅上升 2.48%，公司调价幅度未能完全覆盖成本上涨的影响。

（2）2022 年度与 2021 年度柔性版材毛利率变动分析

2022 年度，柔性版材产品毛利率较 2021 年度下降 9.55 个百分点，主要原因系：

①2022 年度公司柔性版材主要原材料热塑性弹性体采购单价由 2021 年的 1.86 万元/吨上涨至 2.07 万元/吨，公司柔性版材单位直接材料成本随之上升；此外，公司柔性版材产线位于上海市嘉定区，2022 年上半年上海地区企业普遍停工停产，公司柔性版材产量下降较多，导致生产效率下降，单位制造费用亦有所增加，综合使得公司柔性版材单位成本较 2021 年上升 16.71%；

②受国内经济增速放缓影响，国内柔性版材市场需求受到一定抑制，为刺

激国内柔性版材市场客户需求，以及逐步推进柔性版材国产化进程，扩大国外柔性版材市场份额，公司 2022 年适当调低柔性版材产品销售价格，较 2021 年下降 1.37%。在前述调价措施的积极影响下，公司 2022 年柔性版材销售数量稳中有升，较 2021 年增加 3.74%。

(3) 2023 年 1-6 月与 2022 年同期柔性版材毛利率变动分析

2023 年 1-6 月，柔性版材产品毛利率相较 2022 年同期下降 1.70 个百分点，主要原因系：

①公司柔性版材主要原材料热塑性弹性体采购单价由 2022 年的 2.07 万元/吨上涨至 2023 年上半年的 2.13 万元/吨，相应公司柔性版材原材料单位成本较 2022 年同期上升。然而 2023 年上半年境内外柔性版材市场需求旺盛，且 2022 年度停工停产因素消除，使得 2023 年上半年产量和生产效率提升，单位人工成本和单位制造费用下降，综合使得柔性版材单位成本较 2022 年同期小幅上升 1.91%；

②为保持公司柔性版材产品的市场竞争力，公司适当调低柔性版材产品销售价格，单位价格较 2022 年同期小幅下降 0.80%，综合使得柔性版材产品毛利率小幅下降。

综上所述，报告期内柔性版材毛利率持续下降主要是受 2021 年以来主要原材料热塑性弹性体价格上涨以及为应对原材料价格上涨、刺激市场需求和扩大市场份额采取的调价措施影响等因素所致。

2、导致柔性版材毛利率下降的不利因素是否将持续

(1) 原材料成本上升的不利因素

报告期内公司柔性版材原材料价格逐年上升，进而对柔性版材毛利率产生负面影响。公司柔性版材原材料价格的波动主要系受原材料供求关系等因素影响，该价格未来短期内仍可能呈上升趋势。

(2) 销售价格下降的不利因素

公司柔性版材销售价格受产品成本、市场竞品价格情况、产品所处生命周期、客户采购规模等因素综合影响。一般情况下，公司产品在新上市时市场竞争力较强，定价相对较高；采购需求量高的客户，销售价格相对较低。公司作为国内少数具备柔性版材生产能力的企业之一，柔性版材产品正处于快速发展

阶段，公司不断开拓境内外市场，市场地位显著提升。随着柔性版材市场逐渐进入成熟期，或公司未来进一步开拓柔性版材市场，若客户采购量增加，柔性版材销售价格短期内仍可能下降。

上述导致柔性版材毛利率下降的不利因素未来短期内可能仍会存在，但长期来看柔性版材毛利率将趋于稳定，不利因素不会对公司柔性版材的毛利率持续产生负面影响。

为了应对公司柔性版材毛利率持续下降的趋势，公司积极采取以下措施降低上述不利因素的影响：

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。

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、访谈公司管理层和销售负责人，了解胶印版材毛利率与同行业可比公司差异原因及合理性，了解柔性版材毛利率变动的的原因及合理性；

2、获取公司报告期各期收入成本明细表，对胶印版材各类产品毛利率进行分析，核查柔性版材毛利率变动情况、原因及合理性；

3、复核成本计算过程，检查单位成本中直接材料、直接人工及制造费用的计算和分配合理性及准确性；

4、获取报告期内公司主营业务成本明细，分析原材料价格变动对毛利率的影响情况；

5、访谈公司管理层、销售负责人和研发负责人，了解柔性版材产品调价机制、产品竞争力，以及公司针对柔性版材毛利率下降的不利因素应对措施；

6、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，获取其业

务种类、销售模式、主要经营业绩等信息，计算和分析其胶印版材各类产品毛利率。

（二）核查意见

经核查，保荐机构、申报会计师认为：

1、发行人与同行业可比公司毛利率差异主要系销售模式、回款模式和产品性能导致的销售定价差异及产品结构等因素所致，具有合理性；

2、报告期内柔性版材毛利率持续下降主要是受 2021 年以来主要原材料热塑性弹性体价格上涨以及为应对原材料价格上涨、刺激市场需求和扩大市场份额采取的调价措施影响等因素所致；导致柔性版材毛利率下降的不利因素未来短期内可能仍会存在，但长期来看柔性版材毛利率将趋于稳定。

7. 关于其他财务问题

申报材料显示：

(1) 报告期各期，发行人前五大供应商采购总额占当期材料采购总额的 72.07%、73.63%和 77.05%，所采购原材料均为铝卷；对共建新材料（苏州）有限公司的铝卷采购金额从 2020 年的 1,672.81 万元增长至 2021 年的 11,988.44 万元，2021 年采购单价 1.99 万元/吨，当年铝卷总体采购均价为 1.93 万元/吨。

(2) 发行人生产经营过程中的主要污染物为废水、废气和固体废弃物，报告期各期环保费用支出分别为 333.36 万元、406.22 万元和 582.98 万元。

(3) 报告期各期，公司胶印版材存货周转率分别为 8.43、10.42 和 8.64，2020 年和 2021 年可比公司平均值分别为 2.81 和 4.24，发行人解释主要系采用“经销为主，直销为辅”的销售模式提高销售效率、采用“订单导向和销售预测”的采购生产模式减少存货周转时间，同行业可比公司主要采用直销等销售模式和“以销定产、以产定采”的采购生产模式。

(4) 2020 年和 2021 年公司现金分红分别为 3,375 万元和 500 万元，本次募集 14,000 万元用于偿还银行贷款及补充流动资金。

请发行人：

(1) 说明前五大供应商销售的主要产品、业务规模、发行人采购占其业务规模的比例、发行人采购占其同类产品销售规模的比例，2021 年对共建新材料（苏州）有限公司铝卷采购大幅增长且采购单价高于总体均价的原因及合理性。

(2) 结合数据说明报告期内主要污染物排放量与产能产量的匹配关系，工业废水排放量持续下降的原因，环保费用支出与污染物排放量的匹配关系。

(3) 说明经销为主的销售模式如何提高销售效率、优于直销为主的同行业公司，采购生产以“订单导向和销售预测”如何使存货周转率高于“以销定产、以产定采”的商业合理性，充分分析胶印版材存货周转率远高于同行业可比公司的原因及合理性。

(4) 结合公司财务状况、现金流及资金需求等情况,说明发行人进行大额分红的合理性,相关股东收到分红款后的实际用途，发行人是否存在通过现金分

红调节利润、支付员工薪酬、体外资金循环的情形；上市前进行大额分红后利用募集资金还贷补流的合理性,是否损害新股东的权益。

请保荐人、申报会计师发表明确意见，并结合中国证监会《监管规则适用指引——发行类第 5 号》“5-15 资金流水核查”的要求说明资金流水核查情况，并提供专项核查报告。

回复：

一、发行人说明事项

（一）说明前五大供应商销售的主要产品、业务规模、发行人采购占其业务规模的比例、发行人采购占其同类产品销售规模的比例，2021 年对共建新材料（苏州）有限公司铝卷采购大幅增长且采购单价高于总体均价的原因及合理性。

1、公司向前五大供应商采购情况

公司前五大供应商均为铝卷供应商，其最近三年经营情况如下：

单位：亿元

序号	供应商名称	主要产品	经营情况			
			项目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
1	栋梁铝业有限公司	铝合金型材、印刷版用铝板基、铝合金模板、铝单板等	业务规模	11.10	9.10	5.40
			采购占比 ¹	28.06%	35.62%	26.21%
			采购占比 ²	39.88%	46.18%	36.14%
2	镇江源龙铝业有限责任公司	铝箔、铝带、铝板、铝锭、铝棒、铝管等	业务规模	18.90	15.20	/
			采购占比 ¹	16.30%	13.89%	/
			采购占比 ²	55.96%	46.91%	/
3	威海海鑫新材料有限公司	铝板、铝带、铝箔等	业务规模	24.40	23.00	17.60
			采购占比 ¹	6.79%	8.19%	6.40%
			采购占比 ²	9.07%	10.92%	8.53%
4	共建新材料（苏州）有限公司	铝板	业务规模	2.30	2.20	0.70
			采购占比 ¹	60.29%	54.95%	25.09%
			采购占比 ²	62.41%	56.42%	28.79%
5	江苏鼎胜新能源材料股份有限公司	空调铝箔、单零箔、双零箔、铝板带、新能源汽车铝箔等	业务规模	216.05	181.68	124.27
			采购占比 ¹	0.43%	0.62%	0.94%
			采购占比 ²	11.24%	10.76%	12.07%
6	江阴博威合金材料有限公司	铝箔、铝板、铝卷	业务规模	/	/	9.40
			采购占比 ¹	/	/	14.81%
			采购占比 ²	/	/	44.99%
7	安徽金誉材料	铝合金锭坯、铝板、	业务规模	31.80	22.52	18.33

	股份有限公司	铝箔、压花铝板等	采购占比 ¹	2.73%	2.57%	4.42%
			采购占比 ²	95.60%	37.83%	49.71%

【注】：采购占比¹系行人采购金额占供应商业务规模的比例，采购占比²系行人采购金额占供应商同类产品销售规模的比例。

2、2021 年对共建新材料（苏州）有限公司采购变动分析

2021 年，公司向共建新材料（苏州）有限公司（以下简称“共建新材”）分季度采购情况及铝卷总体采购情况如下：

项目		一季度	二季度	三季度	四季度	合计
对共建新材	采购量（吨）	361.89	1,757.06	1,856.36	2,033.95	6,009.25
	采购量占比	6.02%	29.24%	30.89%	33.85%	100.00%
	采购单价（万元/吨）	1.67	1.89	2.06	2.09	1.99
全部铝卷	采购量（吨）	13,207.62	15,718.54	13,930.70	14,044.67	56,901.53
	采购量占比	23.21%	27.62%	24.48%	24.68%	100.00%
	采购单价（万元/吨）	1.69	1.87	2.07	2.08	1.93
对共建新材采购量占全部铝卷采购量的比例		2.74%	11.18%	13.33%	14.48%	10.56%

2021 年前三季度铝材市场价呈持续上升趋势，第四季度初达到年内高点后有所下降，公司各季度向共建新材的采购均价与铝材市场价走势基本一致。2021 年，受限电对电解铝产能影响以及新能源动力电池产量大幅增长，电池铝箔需求随之上升，使得印刷用铝卷供应十分紧张，在共建新材产品品质符合要求且产能有保证情况下，发行人加大了对共建新材的采购量。2021 年公司对共建新材的采购均价为 1.99 万元/吨，高于公司采购铝卷的总体均价，主要系公司在铝价较高的三、四季度对共建新材的采购量占比较高所致。



数据来源：Wind

(二) 结合数据说明报告期内主要污染物排放量与产能产量的匹配关系，工业废水排放量持续下降的原因，环保费用支出与污染物排放量的匹配关系。

1、污染物排放情况分析

报告期各期，主要污染物排放量与产品产量的配比情况如下：

单位：万平方米、吨、吨/万平方米

项目		2023年1-6月	2022年度	2021年度	2020年度
产量	胶印版材	3,154.06	7,314.08	7,863.44	6,350.70
	柔性版材	20.22	26.02	35.78	20.34
	合计	3,174.28	7,340.10	7,899.22	6,371.04
工业废水	排放总量	249,149.70	535,178.00	569,581.00	621,104.00
	单位产出	78.49	72.91	72.11	97.49
工业废气	排放总量	14.63	34.13	36.47	29.46
	单位产出 (kg/万平方米)	4.61	4.65	4.62	4.62
边角料、残次品	产出总量	809.08	1,969.39	1,976.22	1,537.04
	单位产出	0.25	0.27	0.25	0.24

(1) 工业废水产出量分析

报告期各期，工业废水排放量分别为 621,104.00 吨、569,581.00 吨、535,178.00 吨和 249,149.70 吨，单位产出量分别为 97.49 吨/万平方米、72.11 吨/万平方米、72.91 吨/万平方米和 78.49 吨/万平方米，2020 年排放量和单位产出量均较高，主要受上海强邦生产线的影响所致，具体分析如下：

胶印版材的生产包含多道水洗工艺及车间、设备冲洗，对水的耗用量较大，其生产线呈直线排布，铝基板从产线一端进入生产设备构成的密闭空间

后，各工序连续不断进行，版材从产线另一端输出，经裁切、检验、包装后入库。因此，产线只要处于开机状态就会持续耗水，生产用水与产线开机时长密切相关，但版材产量除了与开机时长有关，还受出卷速度影响，根据不同版材的生产要求，公司产线的出卷速度可控制在 10-30 米/分钟不等。

2020 年，公司开机的胶印版材生产线包含上海强邦的 1 条，上海强邦的产线建设时间较长、相对落后，出卷速度较慢、耗水量较高，生产效率相对较低，因此导致工业废水的排放量和单位产出量均较高。2021 年之后，上海强邦不再从事印刷版材生产，公司还通过工艺改进增加循环用水量、加强生产用水管理等措施来降低了产线耗水量，因此废水单位产出量下降较多。

2021 年和 2022 年，工业废水单位产量基本保持稳定，2022 年工业废水排放量较 2021 年进一步下降，主要系产品产量下降所致，2023 年上半年工业废水单位产量有所上升，主要系胶印版材产能利用率下降、生产效率降低所致。

（2）其他污染物产出量分析

报告期各期，工业废气单位产出量基本保持稳定。

报告期各期，边角料、残次品单位产出量分别为 0.24 吨/万平方米、0.25 吨/万平方米、0.27 吨/万平方米和 0.25 吨/万平方米，2022 年单位产出量相对较高，主要系胶印版材良品率下降及胶版第一生产线停产改造影响，具体情况为：①2022 年新能源动力电池产量较上年成倍增长，电池铝箔需求随之上升，由于电池铝箔加工费相对较高，铝材加工企业将部分产能转向生产电池铝箔，造成铝卷供应非常紧张，为保障正常生产经营，公司放宽了铝卷采购的质量要求，导致胶版产品的良品率有所下降；②公司胶版第一生产线已投产十余年，2022 年公司将其停产改造升级，试生产过程中耗用了一定数量的原材料，并产生了较多的废品。

2、环保费用支出分析

报告期内，公司环保费用支出具体构成情况如下：

单位：万元

项目	2023 年 1-6 月	2022 年度	2021 年度	2020 年度
固废处置费用	94.40	201.89	185.98	118.45
物料费用	64.21	287.39	156.04	155.62
人工费用	23.52	51.59	51.44	44.61
其他费用	5.11	42.11	12.76	14.68

合计	187.24	582.98	406.22	333.36
----	--------	--------	--------	--------

公司环保费用支出一方面与污染物排放量相关，另一方面也受各地环保治理要求变化的影响，近年来无论从政策层面还是实际执行力度上，各地政府对环保治理的要求愈发严格，因此公司报告期内的环保费用支出金额持续增加，2022 年物料费用增加较多，主要系用于处理污染物的物料用量增加及采购价格有所上涨所致。

(三) 说明经销为主的销售模式如何提高销售效率、优于直销为主的同行业公司，采购生产以“订单导向和销售预测”如何使存货周转率高于“以销定产、以产定采”的商业合理性，充分分析胶印版材存货周转率远高于同行业可比公司的原因及合理性。

1、公司及同行业公司存货及经营规模

报告期各期，公司及同行业公司期末存货及经营规模情况如下：

单位：万元

公司名称	项目	2023年1-6月/ 2023.6.30	2022年度/ 2022.12.31	2021年度/ 2021.12.31	2020年度/ 2020.12.31
汇达印通	营业成本	21,329.45	47,257.18	34,198.43	24,935.57
	存货平均余额	5,099.27	4,802.86	4,424.61	6,357.72
	存货周转率	4.18	9.84	7.73	3.92
天成股份	营业成本	8,051.79	15,428.76	15,296.52	11,096.13
	存货平均余额	8,918.19	8,983.13	7,695.17	5,725.73
	存货周转率	0.90	1.72	1.99	1.94
新图新材	营业成本	/	/	20,573.85	15,517.41
	存货平均余额	/	/	6,875.96	6,031.74
	存货周转率	/	/	2.99	2.57
行业平均	营业成本	14,690.62	31,342.97	23,356.27	17,183.04
	存货平均余额	7,008.73	6,892.99	6,331.91	6,038.40
	存货周转率	2.54	5.78	4.24	2.81
公司	营业成本-胶印版材	55,304.94	131,840.90	127,174.57	89,342.87
	存货平均余额-胶印版材	13,782.90	15,262.41	12,209.44	10,597.47
	存货周转率-胶印版材	4.01	8.64	10.42	8.43
公司胶印版材营业成本对比行业平均水平倍数		3.76	4.21	5.44	5.20
公司胶印版材存货余额对比行业平均水平倍数		1.97	2.21	1.93	1.76

数据来源：根据可比公司公开披露的定期报告计算得出，新图新材自 2022 年 11 月起在全国中小企业股份转让系统终止挂牌。

公司主要采用经销模式，经营规模远高于直销为主的同行业公司，主要系终端客户包括印刷厂、制版企业，具有地域分布广、较为分散的特点，公司采取经销模式可以降低沟通成本，同时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，提高销售效率。

公司采购生产采用“订单导向和销售预测”相结合，系公司客户群稳定，主要客户均合作多年，公司根据预测客户需求、未来订单判断和公司生产周期等因素制定符合自身经营特点的备货周期，经过多年的生产经营，公司已形成一套高效、成熟的存货采购及储备模式和运营机制，在公司经营规模为同行业可比公司 4 倍多的情况下，公司期末平均存货库存规模未同比例高于同行业可比公司，从而提高了公司存货周转率。

2022 年度及 2023 年 1-6 月，汇达印通存货周转率略高于公司，主要系其 2022 年度起调整营销战略，通过降低利润、扩大市场销售区域方式增加销售规模，存货周转率加快所致。

公司与同行业可比公司产品产量对比情况如下：

公司名称	产品产量
汇达印通	年产量可达 2,400 万平方米
天成股份	年生产各种印刷版材 2,000 万平方米
新图新材	2 条高速全自动印刷版材生产线，年生产能力达到 1,500 万平方米
公司	报告期内，公司胶印版材产量分别为 6,350.70 万平方米、7,863.44 万平方米、7,314.08 万平方米和 3,154.06 万平方米

数据来源：可比公司官网、公开披露的定期报告、公开转让说明书、企业社会责任报告等

公司已拥有 7 条胶印版材生产线、1 条柔性版材生产线，胶印版材年产能达 8,000 万平方米，对于各类型产品进行专线专做，能够快速响应对客户各产品的销售需求，并且长期合作的主要原材料铝卷供应商距离公司较近，公司主要原材料采购周期较短，故而不需要对主要原材料及各类型产品进行大量备货，而对于产能较低的同行业可比公司，其生产线较少，为及时满足客户销售需求需要对不同种类产品进行一定备货，因此同行业可比公司存货周转率低于公司。

综上所述，公司通过经销模式降低沟通成本，同时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，提高销售效率；公司采购生产采用“订单导向和销售预测”相结合，经过多年的生产经营，公司已形成一套高效、成熟的存货采购及储备模式和运营机制，并拥有 7 条胶印版材生产线、1 条柔性版材生产线，对于各类型产品进行专线专做，能够快速响应客户各产品的销售需求，及长期合作的主要原材料铝卷供应商距离公司较近，公司主要原材料采购周期较短，故而在经营规模远高于同行业可比公司的情况下，公司期末平均存货规模未同比例高于同行业可比公司，从而提高了公司存货周转率。

（四）结合公司财务状况、现金流及资金需求等情况,说明发行人进行大额分红的合理性,相关股东收到分红款后的实际用途，发行人是否存在通过现金分红调节利润、支付员工薪酬、体外资金循环的情形；上市前进行大额分红后利用募集资金还贷补流的合理性,是否损害新股东的权益。

1、发行人历次分红情况

发行人自成立以来，共进行了三次分红，历次分红款的实际用途情况如下：

单位：万元

序号	分红情况	分红款使用情况	
		用途	金额
1	2020 年 5 月，公司分红 875 万元（含税），扣税后股东实得分红款 700 万元	冲抵郭良春从强邦新材的借款	700
2	2020 年 11 月，公司分红 2,500 万元（含税），扣税后股东实得分红款 2,000 万元	(1) 借款给发行人员工，用于缴纳员工持股平台出资款	600
		(2) 转账给实际控制人家族成员郭俊成、郭俊毅，用于缴纳员工持股平台出资款	400
		(3) 支付安徽弘圣投资款	300
		(4) 支付元邦合伙投资款	200
		(5) 郭良春归还上海强邦的借款	100
		(6) 冲抵郭良春从强邦新材的借款	10
		(7) 购买理财产品及个人其他零星支出	390
3	2021 年 12 月，公司分红 500 万元（含税），扣税后股东实得分红款 400 万元	发行人股改时注册资本由 10,000 万元增至 12,000 万元，分红款用于缴纳由此产生的个人所得税	400

公司大额分红主要发生在 2021 年之前，2019 年和 2020 年强邦有限单体报表中经营活动产生的现金流量净额分别为 4,469.66 万元和 2,167.31 万元，资金状况良好，足够支付 2020 年 3,375 万元的分红款。

从上表可见，历次分红款主要用于偿还实际控制人从公司的借款、缴纳员工持股平台部分出资款、缴纳股改产生的个人所得税以及实际控制人对外投资等，分红目的系服务于 IPO 申报前规范内控、员工股权激励及股份制改造等常规事项，不存在通过现金分红调节利润、支付员工薪酬、体外资金循环的情形。

2、大额分红后利用募集资金还贷补流的合理性

2021 年，公司主要原材料铝卷的市场价格呈单边快速上升趋势，且上游铝卷市场供应紧张，供应商对付款期限收紧，为确保铝卷能够及时稳定供应，公司合理增加备货并预付一定铝卷采购款项，营运资金需求大幅增加，因此公司通过银行借款来满足增长的资金需求，2021 年末银行借款余额由 2020 年末的 1,001.08 万元增至 15,608.21 万元。2021 年四季度以来铝卷市场价格总体保持高位震荡运行，因此公司原材料采购的资金需求及银行借款余额亦维持在较大规模，随着业务规模继续扩大，公司偿还银行借款及补充流动资金的需求较为急迫，因此拟实施“偿还银行贷款及补充流动资金”的募投项目，相关募投项目的实施可以优化公司资金结构、降低财务成本、增强公司资金实力，不存在损害新股东权益的情形。

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、查询主要供应商工商登记信息及其官网介绍，了解其经营范围及主要经营产品；

2、获取主要供应商关于其主要产品及经营规模的说明文件；

3、访谈公司采购负责人，了解 2021 年公司对共建新材料（苏州）有限公司的铝卷采购大幅增长的原因；

4、获取公司对共建新材料（苏州）有限公司 2021 年度的采购明细，分析采购价格变动情况与市场价是否一致；

5、对比报告期主要污染物的单位产量产出情况，分析其变动的合理性；

6、获取公司环保费用支出明细，分析其与污染物排放量的匹配性；

7、访谈公司管理层及销售人员，了解公司产品销售的行业特性，公司采取经销为主的原因及经销模式对比同行业可比公司直销模式的优势；

8、访谈采购部门负责人、生产部门负责人、销售部门负责人，了解公司各产品的生产工艺及工序，了解采购周期、生产周期、销售周期、安全库存的情况；并查阅同行业公司公开披露的年度报告，对比分析可比公司与公司存货周转率差异情况及原因；

9、核查公司股东银行流水，了解历次大额分红的具体用途并分析是否合理；

10、访谈公司管理层及财务负责人，了解公司资金需求及银行借款余额大幅增加的原因。

(二) 核查意见

经核查，保荐机构、申报会计师认为：

1、公司前五大供应商均系规模较大的铝材加工企业，发行人采购金额占其业务规模的比例大部分在 30%以下，占其同类产品销售规模的比例相对较高，2021 年公司对共建新材料（苏州）有限公司的铝卷采购大幅增长主要系双方合作加深公司加大采购量，采购单价高于总体均价主要系铝材价格总体呈上升趋势，而公司 2021 年下半年对其采购占比较高所致；

2、报告期内主要污染物排放量与主要产量基本匹配，工业废水排放量持续下降主要系老旧产线淘汰、工艺改进、加强用水管理带来的单位耗水量下降以及 2022 年产量下降所致，公司环保费用支出与污染物排放量基本匹配；

3、公司通过经销模式降低沟通成本，同时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，提高销售效率；公司采购生产采用“订单导向和销售预测”相结合，经过多年的生产经营，公司已形成一套高效、成熟的存货采购及储备模式和运营机制，且公司拥有 8 条印刷版材生产线，对于各类型产品进行专线专做，能够快速响应客户各产品的销售需求，故而在经营规模远高于同行业可比公司的情况下，报告期各期末存货规模未同比例高于同行业可比公司，从而提高了公司存货周转率；

4、发行人实施大额分红前的资金状况良好，分红目的系服务于 IPO 申报

前规范内控、员工股权激励及股份制改造等常规事项，不存在通过现金分红调节利润、支付员工薪酬、体外资金循环的情形；铝价上涨及供应紧张导致公司资金需求大幅增加，利用募集资金还贷补流可以优化公司资金结构、降低财务成本、增强公司资金实力，不存在损害新股东权益情形。

三、资金流水核查情况

请保荐人、申报会计师结合中国证监会《监管规则适用指引——发行类第5号》“5-15 资金流水核查”的要求说明资金流水核查情况，并提供专项核查报告。

（一）资金流水的整体核查情况

1、资金流水的核查范围

保荐机构及申报会计师按照中国证监会《监管规则适用指引——发行类第5号》“5-15 资金流水核查”的要求，结合发行人所处的经营环境、行业类型、业务流程、规范运作水平、主要财务数据水平及变动趋势等，确定发行人及相关法人、自然人资金流水核查的具体程序和异常标准。

保荐机构、申报会计师选取的相关法人、自然人范围主要包括公司合并范围内主体、控股股东、持股 5%以上股东、其他关联公司及比照关联方披露的公司、实际控制人、董事（独立董事除外）、监事、高级管理人员和关键岗位人员，关键岗位人员包括财务经理、出纳、核心技术人员、主要销售人员等。

此外，保荐机构、申报会计师综合判断发行人是否存在以下情形，决定是否扩大核查范围，具体情况如下：

序号	核查事项	发行人是否存在相关情形	是否扩大核查范围
1	发行人备用金、对外付款等资金管理存在重大不规范情形	否	否
2	发行人毛利率、期间费用率、销售净利率等指标各期存在较大异常变化，或者与同行业公司存在重大不一致	否	否
3	发行人经销模式占比较高或大幅高于同行业公司，且经销毛利率存在较大异常	发行人经销模式占比较高，但报告期内主要产品经销毛利率波动具有合理性，不存在异常	否

序号	核查事项	发行人是否存在相关情形	是否扩大核查范围
4	发行人将部分生产环节委托其他方进行加工的，且委托加工费用大幅变动，或者单位成本、毛利率大幅异于同行业	否	否
5	发行人采购总额中进口占比较高或者销售总额中出口占比较高，且对应的采购单价、销售单价、境外供应商或客户资质存在较大异常	报告期各期，发行人外销收入占比分别为33.62%、40.85%、46.26%和41.72%，但对应的销售单价、境外客户资质不存在异常	否
6	发行人重大购销交易、对外投资或大额收付款，在商业合理性方面存在疑问	否	否
7	董事、监事、高管、关键岗位人员薪酬水平发生重大变化	否	否
8	其他异常情况	否	否

综合考虑上述因素，保荐机构、申报会计师确定的资金流水核查范围具体如下：

类别	核查主体名称/姓名	核查账户数量(个)
公司合并范围内主体	强邦新材、安徽中邦、上海甚龙、上海强邦	73
控股股东、实际控制人	元邦合伙、郭良春、王玉兰、郭俊成、郭俊毅	61
持股5%以上股东	昱龙合伙、强邦合伙	2
其他关联公司及比照关联方披露的公司	安徽弘圣、邑兆实业、主爵贸易、香港强邦、乔科投资、ABLE、申瓯压缩机、龙港强邦、南京江南雨印刷设备有限公司、武汉市哥德堡印刷器材有限公司、东莞市锦晟印刷器材有限公司、东莞市彩度印刷器材有限公司、中山市联日旺印刷材料商行、中山市锵邦印刷器材有限公司、杭州蓉光印刷器材有限公司、永康市强邦贸易有限公司	23
董事（独立董事除外）、监事、高级管理人员	李长华、林文丰、何敬生、JUN YANG（杨俊）、胡文、娄立斌、孙媛媛、刘庆	81
关键岗位人员（财务经理、出纳、核心技术人员、主要销售人员）	孙长义、陈凤兰、诸建芳、范丽琴、谢延婷、潘福永、黄慧樱、赵永庆、陆华青、黄合涛	99
合计		339

2、资金流水的获取方式

(1) 对于公司合并范围内主体、控股股东、持股 5%以上股东、其他关联公司及比照关联方披露的公司等法人主体的银行账户（以下简称“法人账户”），对于境内法人账户，保荐机构及申报会计师陪同企业经办人员前往开户银行现场打印报告期内的银行账户开立清单及银行流水；对于境外法人账

户，保荐机构及申报会计师受签证办理影响无法前往实地打印，在保荐机构及申报会计师全程监督下公司经办人员登录银行官方网站下载并当场发送取得。

(2) 对于公司实际控制人、董事（独立董事除外）、监事、高级管理人员、关键岗位人员等自然人的银行账户（以下简称“自然人账户”），对于境内自然人账户，保荐机构及申报会计师陪同相关人员前往境内主要银行（包括主要国有银行、股份制银行和地方性银行），现场打印获取报告期内借记卡的银行流水。对于前述人员境外银行账户的资金流水，保荐机构、申报会计师受签证办理影响无法前往实地打印，在保荐机构及申报会计师全程监督下由前述人员登录官网下载报告期内借记卡的银行对账单并当场发送给中介机构。此外，保荐机构、申报会计师通过前述人员云闪付 APP 查询其相关银行账户的开立情况。

3、核查金额重要性水平确定方法和依据

(1) 法人账户：单笔资金收支 20 万元以上的银行流水，以及与同一交易对手连续多笔资金收支累计 20 万元以上的银行流水；

(2) 自然人账户：单笔资金收支 5 万元以上的银行流水，以及与同一交易对手连续多笔资金收支累计 5 万元以上的银行流水。

(二) 资金流水的主要核查程序及证据

1、公司合并范围内主体

(1) 查阅发行人资金管理相关制度，了解发行人财务部门设置及资金相关的授权、审批、支付等情况，执行资金循环穿行测试，分析制度的设计和执行是否存在缺陷；

(2) 获取公司合并范围内主体企业信用报告、已开立银行账户清单、报告期内银行账户日记账，以及报告期内存续及注销的所有银行账户的资金流水；

(3) 对公司合并范围内主体报告期各期末的银行账户余额、银行借款、注销账户、担保情况等信息进行函证，并对函证收发过程进行控制；检查银行函证回函所列信息是否相符、对回函信息差异进行核查；

(4) 获取公司合并范围内主体报告期内的银行日记账，将其与取得的已开立银行结算账户清单、银行账户对账单、银行函证信息进行核对，以确认账户信息的完整性；

(5) 对超过重要性水平或存在异常情形的交易进行核查，了解相关交易背景及合理性，确认相关交易的准确性与完整性，并查看包括会计记账凭证、审批单、合同文件等相关资料；

(6) 核查公司合并范围内主体是否与发行人合并范围外其他关联方、主要客户、供应商之间存在异常资金往来、是否存在体外资金循环的情形；

(7) 取得公司合并范围内主体出具的已完整提供银行账户流水的承诺。

2、控股股东、持股 5%以上股东、其他关联公司及比照关联方披露的公司（以下简称“发行人相关其他主体”）

(1) 获取发行人相关其他主体报告期内存续及注销的所有银行账户的资金流水；

(2) 核查报告期内发行人相关其他主体与公司合并范围内主体之间的资金流水往来记录，反向确认与验证关联交易的准确性与完整性；

(3) 对超过重要性水平或异常的交易逐笔进行核查，核查交易对手方的身份、交易背景、发生的真实性等，重点关注是否与发行人主要客户、供应商、其他关联方之间存在异常资金往来；

(4) 交叉核对发行人相关其他主体彼此之间及各银行账户间银行流水以确认是否遗漏名下的其他银行账户，并取得上述公司出具的已完整提供银行账户流水的承诺。

3、实际控制人、董事（独立董事除外）、监事、高级管理人员、关键岗位人员（以下简称“发行人相关自然人”）

(1) 获取发行人相关自然人的个人信用报告、云闪付一键查卡个人银行卡报告、账户注销证明、报告期内存续及注销的银行账户的资金流水；

(2) 核查上述银行流水，反向核查通过发行人的银行账户与上述自然人个人账户之间的资金往来，以及对上述自然人账户之间的资金往来进行交叉核对，确认提供的银行账户是否齐备；

(3) 对于超过重要性水平或存在异常情形的交易，访谈及核查交易对手方的身份、交易背景、发生的真实性等，重点关注是否与发行人主要客户、供应商、其他关联方之间存在异常资金往来；

(4) 对于发行人相关自然人与其配偶、成年子女、兄弟姐妹等关系亲密成

员之间的大额资金流水记录，访谈了解相关资金往来的发生背景，并获取相关资金流水最终用途的消费依据或书面文件等；

(5) 核查报告期内发行人与董事（独立董事除外）、监事、高级管理人员、关键岗位人员之间的资金流水往来记录，确认相关员工薪酬记录的完整性与准确性；

(6) 前往国内大型银行和公司所在地当地银行现场查询银行开户情况，对报告期内发行人相关自然人各自名下银行互转情况和相互之间的银行转账记录进行了交叉核对，以确认银行账户的完整性，并获取了云闪付一键查卡个人银行卡报告、相关自然人出具的已提供全部银行账户资金流水的承诺函。

(三) 主要核查事项

1、发行人资金管理相关内部控制制度是否存在较大缺陷

保荐机构、申报会计师查阅发行人《货币资金管理制度》、《销售与收款管理制度》、《采购与付款管理制度》、《备用金管理制度》、《防范控股股东及其关联方资金占用制度》等相关资金管理制度，了解发行人财务部门设置及资金相关的授权、审批、支付等情况；针对发行人报告期内的大额资金流水记录进行专项核查，并抽取大额收款与付款记录进行测试，评价发行人资金管理相关内部控制的有效性。

经核查，发行人于 2023 年 6 月 30 日按照《企业内部控制基本规范》和相关规定建立的针对资金管理的相关内部控制，资金管理相关内部控制制度不存在较大缺陷。

2、是否存在银行账户不受发行人控制或未在发行人财务核算中全面反映的情况，是否存在发行人银行开户数量等与业务需要不符的情况

保荐机构、申报会计师前往境内相关开户银行现场取得发行人报告期内的银行账户清单及相关资金流水，对银行账户执行函证程序，并将获取的已开立账户清单、企业信用报告与发行人账面的银行账户、发行人主要关联方的资金流水记录等进行交叉核对；结合发行人报告期内经营情况、相关银行账户资金流水记录及资金用途情况，确认银行开户数量的合理性。

经核查，报告期内，发行人不存在银行账户不受发行人控制或未在发行人财务核算中全面反映的情况，亦不存在发行人银行开户数量等与业务需要不符

的情况。

3、发行人大额资金往来是否存在重大异常，是否与公司经营活动、资产购置、对外投资等不相匹配

保荐机构、申报会计师查阅公司合并范围内主体报告期内全部银行账户的资金流水，对单笔 20 万元（或等值外币）及以上的资金往来记录进行专项核查，了解相关资金往来的交易背景及其合理性，并抽查相关合同、审批单、银行回单等原始单据，确认核查是否与发行人经营活动、资产购置、对外投资等相匹配。

报告期内，发行人大额资金流入主要来源于发行人收到的贷款、银行借款、增资款、关联方资金拆入等，大额资金流出主要包括支付采购货款、采购服务款、采购长期资产、职工薪酬、偿还银行借款、缴纳税款、偿还关联方资金拆入款等。

发行人于 2020 年度向关联方上海强邦拆入资金 7,078.26 万元，归还资金 5,000 万元；于 2021 年度向关联方上海强邦拆入资金 6,070.12 万元，归还资金 8,148.38 万元，截至 2021 年 12 月 31 日已全部归还。保荐机构与申报会计师查阅了相关明细账及银行交易凭证。

上述资金拆借，发行人参考金融机构人民币贷款基准利率及贷款市场报价利率（LPR）按天计息，具有公允性，未损害发行人或发行人其他股东的利益。

经核查，报告期内，发行人大额资金往来不存在重大异常的情形，亦不存在与发行人经营活动、资产购置、对外投资等不相匹配的情形。

4、发行人与控股股东、实际控制人、董事、监事、高管、关键岗位人员等是否存在异常大额资金往来

保荐机构、申报会计师取得公司合并范围内主体报告期内全部银行账户的资金流水，对核查标准以内的资金往来记录进行专项核查；同时，获取发行人员工花名册及相关人员工资明细表，与主要关联方及相关自然人报告期内的资金流水进行双向核对，重点了解除薪酬发放以外其他大额资金往来的发生背景及合理性。

报告期内，发行人与控股股东、实际控制人、董事、监事、高管、关键岗

位人员之间大额资金往来主要包括增资款、支付薪酬、报销款、备用金等。

发行人于 2020 年度期初存在与实控人郭良春之间的拆出资金 810 万元，于当年度全部收回，其中 710 万元系以郭良春当年度应收公司分红款进行冲抵，其余 100 万以现金收回。

上述资金拆借，发行人参考金融机构人民币贷款基准利率及贷款市场报价利率（LPR）按天计息，具有公允性，未损害发行人或发行人其他股东的利益。

经核查，报告期内，发行人与控股股东、实际控制人、董事、监事、高管、关键岗位人员等不存在异常大额资金往来。

5、发行人是否存在大额或频繁取现的情形，是否无合理解释；发行人同一账户或不同账户之间，是否存在金额、日期相近的异常大额资金进出的情形，是否无合理解释

保荐机构、申报会计师取得公司合并范围内主体报告期内全部银行账户的资金流水，重点关注是否存在大额或频繁取现；对报告期内借贷方大额资金往来进行专项核查，查看发行人银行账户大额资金进出对应的交易对方、交易原因、交易凭证等信息及其匹配性，重点关注是否存在金额、日期相近的异常大额资金进出的情形。抽查取现资金使用的相关凭证，访谈财务人员确认取现资金用途。

经核查，报告期内，发行人不存在大额或频繁取现的情形，亦不存在同一账户或不同账户之间金额、日期相近的异常大额资金进出的情形。

6、发行人是否存在大额购买无实物形态资产或服务（如商标、专利技术、咨询服务等）的情形；如存在，相关交易的商业合理性是否存在疑问

保荐机构、申报会计师对报告期内发行人借贷方大额资金往来进行专项核查，关注大额资金往来的背景及合理性，并结合无形资产清单、商标专利证书、管理费用明细账等核查发行人是否存在大额购买商标、专利技术、咨询服务等无实物形态资产或服务情形。

经核查，除正常采购中介机构（包括审计服务、法律顾问等）等咨询服务外，报告期内，发行人不存在大额购买无实物形态资产或其他咨询服务的情形。

7、发行人实际控制人个人账户大额资金往来较多且无合理解释，或者频繁出现大额存现、取现情形

保荐机构、申报会计师查阅发行人实际控制人报告期内的银行账户资金流水，对于报告期内单笔超过 5 万元或当日存取现超过 5 万元以上的资金往来进行逐笔核查，通过访谈相关自然人、取得交易对手方书面确认、取得资金用途的相关证明文件、原始单据等对款项用途、性质、交易合理性进行确认。

报告期内，发行人实际控制人个人账户大额资金往来主要为公司分红、薪酬发放、租金收入、理财投资、出资款、房屋购置装修、个人借款、家庭内部往来等资金往来，不存在异常且无合理解释的情形，亦不存在频繁出现大额存现、取现的情形。

经核查，报告期内，发行人实际控制人个人账户不存在大额资金往来较多且无合理解释，或者频繁出现大额存现、取现情形。

8、发行人实际控制人、董事、监事、高管、关键岗位人员是否从发行人获得大额现金分红款、薪酬或资产转让款、转让发行人股权获得大额股权转让款，主要资金流向或用途存在重大异常

保荐机构、申报会计师获取发行人报告期内的未分配利润科目明细表，分红股东会决议，发行人花名册及工资表；查阅发行人、实际控制人、董事（独立董事除外）、监事、高管、关键岗位人员等报告期内的银行账户资金流水，核查与识别是否从发行人获得大额现金分红款、薪酬或资产转让款、转让发行人股权获得大额股权转让款，了解相关交易发生的背景原因，并确认主要资金流向或用途是否存在重大异常的情形。

报告期内，发行人与实际控制人之间分红款主要用于偿还从公司合并范围内主体的借款、借款给发行人员工用于缴纳员工持股平台出资款、投资款、购买理财产品等；在发行人处任职的实际控制人、董事（独立董事除外）、监事、高级管理人员、关键岗位人员的领取薪酬情况与公司业务发展情况相匹配，相关薪酬资金流向或用途不存在重大异常。

经核查，除上述情形外，报告期内发行人实际控制人、董事、监事、高管、关键岗位人员不存在从发行人获得其他大额薪酬或资产转让款、转让发行人股权获得大额股权转让款的情形。

9、控股股东、实际控制人、董事、监事、高管、关键岗位人员与发行人关联方、客户、供应商是否存在异常大额资金往来

(1) 保荐机构、申报会计师查阅发行人控股股东、实际控制人、董事（独立董事除外）、监事、高管、关键岗位人员等报告期内的银行账户资金流水，针对大额流水与发行人关联方，客户、供应商，报告期各期前十大客户及供应商法定代表人、股东、董监高清单进行比对，核查是否存在与前述主体的大额资金往来，了解与分析相关资金往来发生的背景，并与相关方取得相关合同、资金支付凭证等依据。

(2) 走访报告期内发行人的主要客户、供应商，通过访谈确认发行人的主要客户、供应商与发行人的控股股东、实际控制人、董事、监事、高管、关键岗位人员不存在资金往来或其他利益安排；

(3) 查阅报告期内发行人主要关联方的银行账户流水，检查是否与发行人控股股东、实际控制人、董事、监事、高管、关键岗位人员存在资金往来。

经核查，发行人控股股东、实际控制人、董事、监事、高管、关键岗位人员与发行人关联方、客户、供应商不存在异常大额资金往来。

10、是否存在关联方代发行人收取客户款项或支付供应商款项的情形

保荐机构、申报会计师查阅发行人主要关联方、实际控制人、董事（独立董事除外）、监事、高管、关键岗位人员等报告期内的银行账户资金流水，对于前述关联方与发行人客户、供应商之间的资金流水记录进行逐笔核查，对款项性质、发生背景和原因、交易对手方的合理性等进行分析，重点关注是否存在与发行人主要关联方、客户、供应商之间的异常大额资金往来或其他利益安排，并通过走访主要客户或供应商的方式了解与发行人是否存在关联方代收代付等情形。

经核查，发行人不存在关联方代发行人收取客户款项或支付供应商款项的情形。

（四）中介机构核查意见

经核查，保荐机构、申报会计师认为：

1、发行人已按照《企业内部控制基本规范》和相关规定建立的针对资金管理的相关内部控制，资金管理相关内部控制制度不存在较大缺陷。不存在资金

闭环回流、体外资金循环形成销售回款或承担成本费用。

2、报告期内，发行人不存在银行账户不受发行人控制或未在发行人财务核算中全面反映的情况，亦不存在发行人银行开户数量等与业务需要不符的情况。

3、报告期内，发行人大额资金往来不存在重大异常的情形，亦不存在与发行人经营活动、资产购置、对外投资等不相匹配的情形。

4、报告期内，发行人与控股股东、实际控制人、董事（独立董事除外）、监事、高管、关键岗位人员等不存在异常大额资金往来。

5、报告期内，发行人不存在大额或频繁取现的情形，亦不存在同一账户或不同账户之间金额、日期相近的异常大额资金进出的情形。

6、报告期内，除正常采购中介机构（包括审计服务、法律顾问等）等咨询服务外，不存在大额购买无实物形态资产或其他咨询服务的情形。

7、报告期内，发行人实际控制人个人账户不存在大额资金往来较多且无合理解释，或者频繁出现大额存现、取现情形。

8、报告期内，除分红用于偿还从公司合并范围内主体的借款、借款给发行人员工用于缴纳员工持股平台出资款、投资款、购买理财产品外，发行人实际控制人、董事（独立董事除外）、监事、高管、关键岗位人员不存在从发行人其他大额薪酬或资产转让款、转让发行人股权获得大额股权转让款的情形。

9、报告期内，发行人控股股东、实际控制人、董事、监事、高管、关键岗位人员与发行人关联方、客户、供应商不存在异常大额资金往来。

10、报告期内，发行人不存在关联方代发行人收取客户款项或支付供应商款项的情形。

8. 关于股权激励

申报材料显示，2020年12月，发行人与李长华等激励对象约定通过强邦合伙间接持有公司6.58%的股份，强邦合伙财产份额除郭俊成出外其他合伙人出资金额中的80%来源于郭良春借款，根据约定应于2025年12月31日前归还。

请发行人说明强邦合伙的合伙人通过郭良春借款出资的约定情况、利率水平，员工持股平台是否存在股权代持情形。

请保荐人、发行人律师发表明确意见。

回复：

一、发行人说明事项

请发行人说明强邦合伙的合伙人通过郭良春借款出资的约定情况、利率水平，员工持股平台是否存在股权代持情形。

1、借款出资的约定情况、利率水平

强邦合伙9名合伙人共认缴出资825.00万元，除郭俊成外的其他8名合伙人（以下简称“借款人”）的出资中，20%为自有资金出资，80%为实际控制人郭良春借款。前述借款人与郭良春签署了借款协议，协议约定郭良春向借款人提供无息借款，借款用于向强邦合伙支付股权激励认购款，借款人应于收到借款当日向强邦合伙支付全部认购价款，前述借款应于2025年12月31日前全部归还。借款协议同时约定了协议的解除和终止条款、违约责任及赔偿、法律适用和争议解决条款。

2、员工持股平台是否存在代持情形

根据强邦合伙合伙人填写的调查表、确认函及核查强邦合伙的合伙人签署的劳动合同，强邦合伙的合伙人全部为发行人的员工，员工持股平台不存在股权代持的情形。强邦合伙所持发行人股份的锁定期为自发行人股票上市之日起三十六个月。

二、中介机构核查意见

请保荐人、发行人律师发表明确意见。

（一）核查过程、依据

1、访谈强邦合伙的合伙人并查阅其签署的调查表，了解其认购强邦合伙平台份额的出资来源；

2、查阅发行人员工持股平台强邦合伙的各合伙人出资的银行凭证及强邦合伙报告期内的资金流水，了解各合伙人对员工持股平台的出资情况；

3、查阅强邦合伙部分合伙人与实际控制人家族成员郭良春签署的借款协议及郭良春报告期内的资金流水，验证强邦合伙合伙人的出资来源情况；

4、查阅强邦合伙的合伙人出具的不存在代持的说明确认函。

（二）核查意见

经核查，保荐机构、发行人律师认为：

强邦合伙的 8 名合伙人（除郭俊成外）通过郭良春提供的无息借款及自有资金向强邦合伙出资，该等借款将于 2025 年 12 月 31 日到期，强邦合伙作为员工持股平台不存在股权代持的情况。

（此页无正文，为安徽强邦新材料股份有限公司《关于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申请文件审核问询函的回复报告》之盖章页）

安徽强邦新材料股份有限公司



2023年9月19日

发行人董事长声明

本人已认真阅读安徽强邦新材料股份有限公司本次审核问询函回复报告的全部内容，确认本次审核问询函回复报告内容真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并承担相应法律责任。

董事长签名：  _____
郭良春


安徽强邦新材料股份有限公司
2023年9月19日

（此页无正文，为海通证券股份有限公司《关于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申请文件审核问询函的回复报告》之签字盖章页）

保荐代表人签名： 黄蕾
黄蕾

周永鹏
周永鹏

法定代表人签名： 周杰
周杰



2023年9月19日

声明

本人已认真阅读安徽强邦新材料股份有限公司本次审核问询函回复报告的全部内容，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，本次审核问询函回复报告不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对上述文件的真实性、准确性、完整性、及时性承担相应法律责任。

法定代表人签名：_____



周杰



海通证券股份有限公司

2023年9月19日