

新乡市瑞丰新材料股份有限公司

（新乡县大召营镇（新获路北））



关于新乡市瑞丰新材料股份有限公司
申请首次公开发行股票并在创业板
上市的审核中心意见落实函的回复



东兴证券股份有限公司
DONGXING SECURITIES CO., LTD.

保荐人（主承销商）

（北京市西城区金融大街 5 号（新盛大厦）12、15 层）

关于新乡市瑞丰新材料股份有限公司
申请首次公开发行股票并在创业板
上市的审核中心意见落实函的回复

深圳证券交易所：

贵所《关于新乡市瑞丰新材料股份有限公司申请首次公开发行股票并在创业板上市的审核中心意见落实函》（审核函〔2020〕010131 号）（以下简称“落实函”）已收悉。

新乡市瑞丰新材料股份有限公司（以下简称“发行人”、“本公司”、“公司”、“瑞丰新材”）与保荐机构东兴证券股份有限公司（以下简称“保荐机构”、“保荐人”、“东兴证券”）等相关方对落实函中所列问题进行了逐条落实、核查，现回复如下（以下简称“本回复”），请予审核。

除另有说明外，本回复中的简称和名词释义与《新乡市瑞丰新材料股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市招股说明书（上会稿）》（以下简称“招股说明书”）中的含义一致。

落实函所列问题	黑体加粗
落实函所列问题的回复	宋体
对招股说明书的修改、补充披露	楷体加粗

目 录

问题 1	3
问题 2	13
问题 3	17

问题 1、请发行人：（1）结合产品下游应用领域补充披露发行人最终客户情况，说明发行人客户开拓方式及未来市场开拓能力；（2）结合与主要客户的合作历史说明客户的稳定性，是否与主要客户签订长期合作协议；（3）说明并披露报告期内部分客户退出前十大客户的原因，相关客户是否终止与发行人合作或采购金额大幅减少，若是，请做进一步说明。请保荐人、申报会计师核查并发表明确意见。

（一）结合产品下游应用领域补充披露发行人最终客户情况，说明发行人客户开拓方式及未来市场开拓能力

【回复】

1、结合产品下游应用领域补充披露发行人最终客户情况

公司已在招股说明书“第六节 业务与技术”之“三、发行人的销售情况和主要客户”之“（二）销售情况”之“3、产品的主要客户群体”补充披露如下：

“报告期内，公司润滑油添加剂下游客户主要为润滑油添加剂复合剂生产厂商和润滑油生产厂商，无碳纸显色剂下游客户主要为无碳复写纸生产厂商。

主要产品	客户类别	主要代表企业
润滑油添加剂	润滑油添加剂复合剂生产厂商	中石化、中石油
	润滑油生产厂商	Innova Refining and Trading FZE、青岛康普顿石油化工有限公司
无碳纸显色剂	无碳复写纸生产厂商	金华盛纸业（苏州工业园区）有限公司、广东冠豪高新技术股份有限公司

如上表所示，公司产品的最终用户主要为润滑油生产厂商（润滑油添加剂复合剂生产厂商采购公司产品生产出复合剂后亦系主要用于生产润滑油）、无碳复写纸生产厂商，虽然公司产品的直接客户除生产型客户外，亦有部分贸易型客户，但贸易型客户采购公司产品后仍最终销售给生产型企业。这和公司产品的性质有关，具体分析如下：

公司产品为精细化工品，按用途分为润滑油添加剂、无碳纸显色剂两大类。其中润滑油添加剂又分为单剂和复合剂，单剂产品通常对于润滑油的性能改善只具有单一的功效，单剂产品主要有清净剂、分散剂、抗氧抗腐剂、高温抗氧剂等，主要用于复合剂的生产；复合剂通常具有复合效应，主要为多种单剂产品与不同类型的基础油混合加工而成，主要用于生产润滑油。公司产品为工业

用品，大众消费者无法直接使用，一般还需要经过再生产加工生成润滑油或无碳复写纸等最终产品才销售给大众消费者。

（1）润滑油添加剂

公司对外销售的润滑油添加剂的最终用户主要为润滑油生产厂商，如中石化所属的长城润滑油、中石油所属的昆仑润滑油、Innova Refining and Trading FZE、青岛康普顿石油化工有限公司等相关润滑油生产厂商，该类企业采购润滑油添加剂生产成润滑油产品后，再将其润滑油产品销售给大众消费者。发行人未进行润滑油的生产。

（2）无碳纸显色剂

公司无碳纸显色剂产品的最终用户主要为无碳复写纸生产厂商，如金华盛纸业（苏州工业园区）有限公司、广东冠豪高新技术股份有限公司等，该类企业采购无碳纸显色剂生产成无碳复写纸产品后，再将其无碳复写纸产品销售给终端消费者如快递公司、增值税发票制造企业等。”

2、说明发行人客户开拓方式及未来市场开拓能力

报告期内，公司销售收入快速增长，2017年至2019年度，公司营业收入由46,579.04万元增长至65,670.76万元，复合增长率为18.74%，增长较快。除报告期内公司不断深化产品研发和技术推广力度、持续加大研发技术投入，促使公司产品质量及知名度和美誉度不断提升，为公司产品销售增长提供了有力保障外，报告期内公司亦积极采取了多种营销措施，大力开拓境内外市场，主要采取了如下客户开拓方式：

（1）公司下设市场部，积极通过互联网搜索、参加相关行业会议、行业学术交流会议（通常行业内主要上下游企业均会参加）、订阅行业期刊杂志等方式，了解并获取本行业国内外发展动向、行业内下游客户分布、客户信息、客户沟通渠道及联系方式等，了解并获取有关行业内客户的招投标信息等，公司销售人员进而积极进行客户开拓；

（2）公司积极参加国内外知名大型行业展会，如中国国际润滑油品及应用技术展览会、润滑油及添加剂行业的技术交流会、ICIS Base oil & Lubricant Conference（ICIS基础油和添加剂展会，www.icisconference.com/asianbaseoils）、F+L Week（<https://www.fuelsandlubes.com/>）等，既推介了公司产品，亦获取了

较多下游客户信息。公司通过参展或参加展会，主动与下游潜在客户建立联系，并向对方提供产品介绍书等相关宣传册、播放公司相关影像资料从而立体的向客户展现公司研发、生产的实力。参展同时，公司亦会派出相关技术专家，对公司产品的性能、关键指标等信息与客户进行沟通，后续根据客户需要提供相关样品以供客户检测试用，并根据客户的反馈不断改进相关产品性能指标以符合客户的需求；

（3）随着公司技术水平及产销规模的持续提升，公司实力和知名度亦得到了较大提升，除积极参加相关行业会议外，公司作为上海市润滑油品行业协议添加剂专业委员会主任单位，亦积极组织举办润滑油添加剂行业会议，邀请行业内专家学者、下游客户等到公司生产经营所在地举办行业讲座，探讨行业发展趋势并邀请相关人员到公司厂区实地参观考察，从而提高公司行业内声誉并拓展下游客户。此外，公司亦会通过地方行业协会等组织或参加区域性行业会议，或由地方行业协会推荐拜访潜在客户，积极推介公司产品；

（4）公司销售人员在获得有关潜在客户信息后，积极通过上门拜访、电话、即时通讯软件、邮件等与客户进行充分沟通，了解客户需求，发送公司介绍及产品宣传册，并组织由销售人员、产品经理、技术专家等组成的销售团队，向客户进行全方位立体介绍公司，或者邀请客户上门参观考察、与公司聘请的境内外技术专家沟通探讨以满足其需求，积极沟通达成销售等；

（5）针对公司市场部了解的国内外主要下游客户的情况，根据了解到的客户年需求情况，公司设置并及时更新重点开发拓展的企业名录，按区域对销售人员进行分区域划片负责，针对大型客户设置大客户销售团队，集中优势资源进行开拓及提供全方位服务；

（6）针对获取到的招投标、邀标等信息，如中石化、中石油、金华盛纸业等，公司积极予以应标，并与客户积极进行产品技术沟通，努力争取获得有关招标订单；

（7）除上述积极主动采取客户开拓方式外，随着公司产品种类的不断丰富及质量的不断提升，公司知名度和产品美誉度也得到了较大提升，得到了越来越多客户的认可，部分下游客户亦会在老客户、行业协会、行业专家等推荐下，主动联系公司沟通购销情况，从而促进了公司产品销售。

此外，针对老客户，公司将其放在了相当重要的位置，销售人员给与持续的跟踪沟通，经常与客户进行沟通，及时关注客户需求，并积极推荐公司产品，努力争取客户的增量需求并力争其存量需求等。

随着公司产销规模的持续提升，公司目前已处于行业内较为领先的地位，公司的知名度和产品美誉度也得到了较大的提升，公司也已具备了较强的市场开拓能力。未来，除仍积极采取上述市场开拓措施、持续加大市场开拓力度外，公司将进一步加大相关产品的研发投入，不断提升公司产品质量、不断提高产品品质、丰富产品类型，不断提升公司产品市场竞争力，从而不断提高公司产品销售规模，相关主要措施如下：

（1）公司将进一步加大对润滑油添加剂研发投入，积极提升产品技术含量，加快推动台架试验和行车试验，加快进行境内外知名机构的产品认证，加快由中低级别向中高级别的润滑油添加剂拓展，打破进入对产品认证有较高要求的大型外资润滑油企业的壁垒。截至本回复出具日，公司已在美国 Intertek、中石化、中石油等知名专业台架试验机构完成目前主流使用的汽机油 SN 级别发动机台架试验及柴机油 CH-4 级别的发动机台架试验，为公司产品的进一步拓展提供了较有力的保证，如在相关台架试验通过后，公司前期持续保持沟通的大型外资润滑油厂商加快了沟通合作的步伐。此外，中美摩擦亦会推进国际知名复合剂生产企业等重新构建区域供应系统，加快本地化采购步伐，为公司提供了一定的机会。

此外，随着公司资金实力的提升，公司亦会持续加快更高级别机油的台架试验工作，近期在已获得 SN 级别台架试验的基础上争取年内通过 SN+级别的台架试验，下一步开展更高级别的汽机油 SP 级别的发动机台架试验及柴机油 CK-4 级别的发动机台架试验工作，通过不断的产品技术提升来提高产品竞争能力，提升产品技术壁垒，逐步缩小与国外知名润滑油添加剂供应商产品技术之间的差距，亦为国家“加快实现国产替代进口”的目标提供助力；

（2）公司将继续优化、完善公司销售团队，逐步扩大销售业务范围，扩充并不断提高子公司销售人员的营销能力，充分利用子公司地理位置优势以及所在地的销售资源及销售渠道，从而形成母子公司销售合力，进一步拓展销售半径，积极实施走出去战略，积极拓展海外市场的销售；

（3）公司将积极拓展润滑油添加剂单剂及无碳纸显色剂应用范围，目前，

公司润滑油添加剂除主要适用下游润滑油生产厂商的需要外，还开拓了适用橡塑行业的添加剂产品；公司无碳纸显色剂除主要适用于下游无碳复写纸生产厂商的需求外，亦拓展了适用胶片行业的相关产品，不断拓展产品的适用范围亦为公司提供了新的业务增长点。

【保荐机构及申报会计师核查意见】

保荐机构及申报会计师访谈了发行人高级管理人员，访谈了行业专家，查阅了相关行业资料，了解了发行人产品构成及具体应用领域，走访了发行人产品主要下游客户及了解了产品最终应用场景，了解了发行人客户开拓方式及未来市场开拓能力等。

经核查，保荐机构及申报会计师认为，发行人产品的最终用户主要为润滑油生产厂商及无碳复写纸生产厂商，发行人积极采取了多种有效的市场开拓方式，未来具有较强的市场开拓能力。

（二）结合与主要客户的合作历史说明客户的稳定性，是否与主要客户签订长期合作协议

【回复】

报告期内，公司前五大客户各期销售情况及合作历史情况如下：

单位：万元

2019 年度				
序号	公司名称	销售金额	销售占比	开始合作时间
1	中国石油化工集团公司	5,477.36	8.34%	2003 年
2	广州天润新材料有限公司	4,663.77	7.10%	2018 年
3	Innova Refining and Trading FZE	3,716.55	5.66%	2019 年
4	锦州康泰润滑油添加剂股份有限公司	2,669.05	4.06%	2005 年
5	Union Group International Enterprise Co., Ltd.	2,519.39	3.84%	2019 年
	合计	19,046.12	29.00%	
	2019 年营业收入	65,670.76		
2018 年度				
序号	公司名称	销售金额	销售占比	开始合作时间
1	中国石油化工集团有限公司	5,437.65	10.25%	2003 年
2	广州天润新材料有限公司	3,012.18	5.68%	2018 年

3	中国石油天然气股份有限公司	2,939.04	5.54%	2011 年
4	锦州康泰润滑油添加剂股份有限公司	2,220.03	4.19%	2005 年
5	富龙投资集团有限公司	1,642.07	3.10%	2005 年
	合计	15,250.97	28.75%	
	2018 年营业收入	53,046.61		
2017 年度				
序号	公司名称	销售金额	销售占比	开始合作时间
1	中国石油化工集团有限公司	4,932.60	10.59%	2003 年
2	Hindustan Trading Corporation	4,650.89	9.98%	2011 年
3	上海恺跃国际贸易有限公司	2,458.81	5.28%	2011 年
4	中国石油天然气股份有限公司	2,176.73	4.67%	2011 年
5	锦州康泰润滑油添加剂股份有限公司	2,020.12	4.34%	2005 年
	合计	16,239.16	34.86%	
	2017 年营业收入	46,579.04		

注：上表客户系按同一控制下合并口径披露；合作时间为同一控制下公司最早合作的时间。

截至本回复报告出具日，公司前五大客户合作时间分类情况如下：

合作期限	家数（个）	占比
10 年以上（含 10 年）	3	33.33%
5 到 10 年（含 5 年）	3	33.33%
5 年以下	3	33.33%
合计	9	100.00%

由上表可见，报告期内，公司前五大客户中，合作 5 年以上客户达到 6 家，占 66.66%，合作 5 年以下的客户主要为随着公司润滑油添加剂业务快速发展，公司于 2019 年度新开拓的客户 Innova Refining and Trading FZE、Union Group International Enterprise Co., Ltd.经多次沟通、考察、评估，其对公司产品比较认可，当年采购量较大排在了前五大客户，截至目前，相关客户依然与公司保持了良好的商业往来。

公司 2017 年度的前五大客户上海恺跃国际贸易有限公司由于其他客户销售增长以及其下游客户需求的变化，其未进入公司 2018 年度及 2019 年度前五大客户，但仍与公司保持了良好的合作关系，其 2018 年度、2019 年度的采购额分别为 841.95 万元、1,579.93 万元。该公司原主要采购公司的单剂产品，2018 年度

受下游终端客户需求量减少影响，其减少了对公司产品的采购，2019 年度，随着公司复合剂产品品质有效提升，其加大了对公司复合剂产品的采购，公司对其销售额有所回升。

公司 2018 年度前五大客户富龙投资集团有限公司受公司其他客户采购规模的影响，其未进入公司 2017 年度和 2019 年度的前五大客户，但其与公司保持了长期良好的合作关系，其 2017 年度、2019 年度的采购额分别为 1,648.28 万元、1,379.05 万元。

公司 2018 年新增客户广州天润新材料有限公司（以下简称“广州天润”）系公司原海外事业部经理狄加胜控制公司，狄加胜从公司离职后，公司原主要客户 Hindustan Trading Corporation（狄加胜独自开拓并全权负责后续维护）未再与公司签订新的销售订单，而狄加胜通过其控制的广州天润继续从事润滑油添加剂及无碳纸显色剂相关销售业务，并与公司开展商品贸易，成为公司 2018 年度及 2019 年度前五大客户。

综上，公司主要客户大部分为合作多年的老客户，新开发的客户亦持续进行交易，公司主要客户保持相对稳定。

报告期内，公司与上述客户签订的为框架采购协议或者产品购销合同，未与上述客户签订长期合作协议。

【保荐机构及申报会计师核查意见】

保荐机构及申报会计师查阅了发行人客户档案及相关销售资料，访谈了发行人销售负责人，了解了发行人主要客户构成及业务开始合作期间，查阅了主要客户合同及期后交易情况，取得发行人出具的声明文件，对主要客户进行了走访及发函询证等。

经核查，保荐机构及申报会计师认为，发行人与主要客户建立了良好的合作关系，保持了较好的稳定性，发行人与主要客户未签订长期合作协议。

（三）说明并披露报告期内部分客户退出前十大客户的原因，相关客户是否终止与发行人合作或采购金额大幅减少，若是，请做进一步说明

【回复】

公司已在招股说明书“第六节 业务与技术”之“三、发行人的销售情况和

主要客户”之“（二）销售情况”补充披露如下：

“6、报告期内部分客户退出前十大客户的原因

报告期各期，公司前十大客户情况如下：

单位：万元

序号	公司名称	销售金额	销售占比
2019 年度			
1	中国石油化工集团有限公司	5,477.36	8.34%
2	广州天润新材料有限公司	4,663.77	7.10%
3	Innova Refining and Trading FZE	3,716.55	5.66%
4	锦州康泰润滑油添加剂股份有限公司	2,669.05	4.06%
5	Union Group International Enterprise Co., Ltd.	2,519.39	3.84%
6	中国石油天然气股份有限公司	2,407.22	3.68%
7	Petroleum Technology FZC	2,323.58	3.55%
8	Lubritech trading FZE	2,079.25	3.17%
9	Sephahan oil company	1,772.57	2.71%
10	上海恺跃国际贸易有限公司	1,579.93	2.41%
	合计	29,208.67	44.52%
2018 年度			
1	中国石油化工集团有限公司	5,437.65	10.25%
2	广州天润新材料有限公司	3,012.18	5.68%
3	中国石油天然气股份有限公司	2,939.04	5.54%
4	锦州康泰润滑油添加剂股份有限公司	2,220.03	4.19%
5	富龙投资集团有限公司	1,642.07	3.10%
6	Biddle Sawyer Corporation	1,495.87	2.82%
7	广州锐圣研化工科技有限公司	1,465.30	2.76%
8	International Petroleum Products & Additives Company, Inc.	1,313.72	2.48%
9	Hindustan Trading Corporation	1,289.14	2.43%
10	Premier Six Pte Ltd	1,244.29	2.35%
	合计	22,059.29	41.58%
2017 年度			
1	中国石油化工集团有限公司	4,932.60	10.59%
2	Hindustan Trading Corporation	4,650.89	9.98%

3	上海恺跃国际贸易有限公司	2,458.81	5.28%
4	中国石油天然气股份有限公司	2,176.73	4.67%
5	锦州康泰润滑油添加剂股份有限公司	2,020.12	4.34%
6	Premier Six Pte Ltd	1,841.99	3.95%
7	富龙投资集团有限公司	1,648.28	3.54%
8	广州锐圣研化工科技有限公司	1,501.69	3.22%
9	中信金属香港有限公司	1,333.44	2.86%
10	Biddle Sawyer Corporation	1,297.19	2.78%
	合计	23,861.74	51.23%

注：上表客户系按同一控制下合并口径披露。

(1) 2019 年度较 2018 年度退出前十大客户情况

2019 年度 Biddle Sawyer Corporation, Hindustan Trading Corporation, International Petroleum Products & Additives Company, Inc., Premier Six Pte Ltd, 广州锐圣研化工科技有限公司和富龙投资集团有限公司共计 6 家公司退出前十大客户,退出的主要原因在于其他客户的采购额增长速度较快及或该等客户采购额下降所致。具体分析如下:

① Biddle Sawyer Corporation 2019 年度采购额 1,121.50 万元,排名公司客户 15 名,其采购额较 2018 年度下降了约 25%,主要受“中美贸易战”加征关税的影响。

② International Petroleum Products & Additives Company, Inc. 2019 年度采购额 1,394.01 万元,排名公司客户 12 名,其采购额较 2018 年度增长了约 6%,排名下降受其他客户采购额增加较多所致。

③ 广州锐圣研化工科技有限公司 2019 年度采购额 1,499.33 万元,排名公司客户 11 名,其采购额较 2018 年度增长了约 2%,排名下降受其他客户采购额增加较多所致。

④ 富龙投资集团有限公司 2019 年度采购额 1,379.05 万元,排名公司客户 13 名,其采购额较 2018 年度下降了约 16%,下降的主要原因受票据电子化等因素影响,其无碳复写纸产销下降引起其对公司的采购额有所下降。

⑤ Premier Six Pte Ltd 2019 年度退出公司前十大客户主要系其 2019 年度销售额为 445.80 万元,较 2018 年度下降了 64.17%,下降幅度较大,主要原因系该客户为公司开发的东南亚地区老客户(公司于 2013 年起与其合作),2019

年度东南亚市场竞争较为激烈，公司产品售价相对较高，导致其生产的润滑油价格在当地不具有竞争优势，其下游客户对其产品的采购下降所致。

⑥ Hindustan Trading Corporation 2019 年退出公司前十大客户主要原因系负责公司与 Hindustan Trading Corporation 销售业务的公司海外事业部经理狄加胜离职，该公司系狄加胜独自开拓并全权负责后续维护，该公司于 2018 年度 6 月起未再与公司开展新的直接合作，而是成为了广州天润的下游客户，因此该客户 2019 年度退出公司前十大客户。

除 Hindustan Trading Corporation 因上述原因外，上述其他客户报告期内与公司保持了持续良好的合作关系，未终止合作。

(2) 2018 年度较 2017 年度退出前十大客户情况

公司 2018 年前十大客户相较 2017 年，上海恺跃国际贸易有限公司与中信金属香港有限公司退出公司前十大客户行列，具体原因如下：

① 上海恺跃国际贸易有限公司位列公司当年客户第 15 位，其 2018 年采购额 841.95 万元，较 2017 年度下降 65.76%，2017 年至 2018 年度，其主要采购公司单剂产品，2018 年度，受其下游客户需求减少的影响，其采购公司单剂产品下降较大，因此导致其 2018 年度采购额下降较多，随着公司复合剂产品质量的提升，其 2019 年度采购公司复合剂产品较多，当年采购额达到了 1,579.93 万元，已经回升了较多。

② 中信金属香港有限公司为公司贸易型客户，位列公司 2018 年度客户第 14 位，其 2018 年度采购额 847.77 万元，较 2017 年度下降 36.42%，主要受其下游客户结构发生变化及其客户需求减少的影响，其对公司相关产品采购额有所下降。

报告期内，上述两家客户与公司保持了良好的持续合作关系，未终止合作。”

【保荐机构及申报会计师核查意见】

保荐机构及申报会计师访谈了发行人销售负责人，查阅了发行人与前十大客户的销售资料，了解了报告期内发行人前十大客户销售情况及其变化情况，询问了相关客户变动的原因并对主要客户进行了实地走访以及函证等。

经核查，保荐机构及申报会计师认为，报告期内，发行人部分客户退出前十大客户原因合理，未见异常情况。

问题 2、根据申报材料，公司前主要客户中的印度客户 Hindustan Trading Corporation 由前员工狄加胜独自开拓并全权负责后续维护，狄加胜从公司离职后，Hindustan Trading Corporation 未再与公司签订新的销售订单，转为向狄加胜控制的广州天润采购。请发行人披露：（1）发行人与广州天润的合作情况，是否签订长期协议，相关客户的稳定性；（2）发行人是否存在其他员工独立开发、独立维护重要客户的情形，若存在，请测算相关情形占营业收入的比例，披露是否存在其他员工离职引起的重要客户流失的风险。请保荐人核查并发表明确意见。

（一）发行人与广州天润的合作情况，是否签订长期协议，相关客户的稳定性

【回复】

公司已在招股说明书“第六节 业务与技术”之“三、发行人的销售情况和主要客户”之“（二）销售情况”之“4、前五大客户销售情况”之“（1）报告期各期新增前五大客户情况”之“②2018 年度相较 2017 年度新增前五大客户情况”之“B、广州天润新材料有限公司”补充披露如下：

“2017 年度至 2019 年度，Hindustan Trading Corporation（简称“汉斯顿国际”）及广州天润各年度销售情况如下：

单位：万元

客户名称	2019 年度	2018 年度	2017 年度
汉斯顿国际	-	1,289.14	4,650.89
广州天润	4,663.77	3,012.18	-
合计	4,663.77	4,301.32	4,650.89

从上表来看，报告期内，公司销售给汉斯顿国际及广州天润各年度销售额合计为 4,650.89 万元、4,301.32 万元和 4,663.77 万元，不存在重大异常变化。广州天润销售额于 2018 年度及 2019 年度快速增长主要原因系：公司原海外事业部经理狄加胜离职后通过其控制的广州天润开展润滑油添加剂商品销售活动，由于印度客户汉斯顿国际由狄加胜独自开发并进行后续维护，因此其离职后，汉斯顿国际开始转向通过广州天润与公司进行业务合作，因此公司对广州天润的销售快速增长，但发行人 2017 年度至 2019 年度对汉斯顿国际及广州天润的合计销售额分别为 4,650.89 万元、4,301.32 万元和 4,663.77 万元，整体未发生较大异常变化。

(a) 公司与广州天润报告期内的具体合作情况

公司自 2018 年开始与广州天润合作以来，合作情况良好。报告期公司与广州天润的具体销售情况如下：

单位：万元

项目	2019 年度	2018 年度	2017 年度
一、润滑油添加剂	4,562.68	2,995.06	-
清净剂	3,083.40	1,848.70	-
抗氧抗腐剂	1,419.78	1,097.63	-
高温抗氧剂	59.50	48.72	-
二、无碳纸显色剂	101.09	17.13	-
合计	4,663.77	3,012.18	-

从上表看，公司销售给广州天润的产品主要为润滑油添加剂，占比 97%以上。广州天润于 2018 年 6 月开始与公司进行业务合作，汉斯顿国际自 2018 年 6 月起未再与公司进行直接销售合作，故将 2018 年度公司销售给广州天润的润滑油添加剂产品销售均价与 2018 年度公司销售给汉斯顿国际均价对比分析如下：

单位：元/吨

项目	清净剂		高温抗氧剂		抗氧抗腐剂	
	销售均价	占比	销售均价	占比	销售均价	占比
广州天润	12,583.04	61.73%	25,377.16	1.63%	12,411.02	36.65%
汉斯顿国际	13,507.59	74.21%	28,750.76	1.78%	12,682.79	24.01%

如上表，公司销售给广州天润的润滑油添加剂产品销售均价略低于销售给汉斯顿销售均价，主要原因为汉斯顿为海外客户，而广州天润为国内客户，公司外贸客户不含税销售价格略高于内贸客户价格。

2018 年度，公司销售给广州天润的润滑油添加剂产品平均价格与类似型号的内贸产品平均价格比较如下表：

单位：元/吨

型号	占销售给广州天润总额比	销售给广州天润产品均价	销售给其他客户产品均价	差异
RF1106TR	56.32%	12,415.03	12,631.89	-1.72%
RF2202	32.09%	12,297.67	11,869.36	3.61%
RF1123	4.89%	14,724.14	14,841.34	-0.79%
RF2203	3.43%	13,194.92	12,586.85	4.83%
RF3323	1.00%	25,086.21	24,869.35	0.87%

型号	占销售给广州天润总额比	销售给广州天润产品均价	销售给其他客户产品均价	差异
RF1022X	0.92%	13,793.10	13,759.47	0.24%
RF5057	0.62%	25,862.07	26,311.34	-1.71%
RF1107	0.17%	18,103.45	20,773.26	-12.85%

从上表来看，公司销售给广州天润的主要型号产品的销售均价与销售给国内其他客户的销售均价差异不大。

2019 年度，公司销售给广州天润的润滑油添加剂产品平均价格与类似型号的内贸产品平均价格比较如下表：

单位：元/吨

型号	销售占比	销售给广州天润产品均价	销售给其他客户产品均价	均价差异
RF1106TR	51.83%	12,769.71	12,938.19	-1.30%
RF2202	25.80%	12,563.82	12,880.24	-2.46%
RF1106B	6.69%	12,014.21	11,573.32	3.81%
RF2203	3.90%	13,539.82	13,245.22	2.22%
RF1107	3.62%	18,170.63	20,282.48	-10.41%
RF1123	3.35%	15,006.43	12,928.43	16.07%
RF3323	0.74%	25,497.41	25,153.42	1.37%
RF2204	0.74%	15,752.21	16,231.68	-2.95%
RF5057	0.53%	28,141.59	26,878.61	4.70%
RF1122	0.37%	14,262.54	13,434.74	6.16%
RF1106E	0.26%	15,044.25	14,913.63	0.88%

如上表，公司销售给广州天润的主要产品平均价格与类似产品平均销售价格总体上无明显差别，个别型号因采购量、产品客户构成等因素影响波动较大，但占比相对较小，公司不存在利益输送的情况，亦不存在通过该公司进行调节业绩的情形。

(b) 公司与广州天润是否签订长期协议，公司与该客户的稳定性

自 2018 年 6 月公司与广州天润开始合作以来，公司未与其签订长期协议，亦未有其他特殊安排，公司与广州天润签订的产品购销商业合同无重大异常条款，与其他国内客户签署的商业合同亦无实质差别，产品销售定价亦系公司产品向国内客户销售的市场价。公司与广州天润均为各自独立的经营实体，双方之间仅限正常商业合作关系，双方亦可以通过其他通道进行各自的采购和销售，

公司与广州天润除正常商业合作关系外，无其他现时或潜在的关联关系，不存在其他特殊利益安排。

报告期内公司与广州天润保持了良好的持续合作关系。狄加胜自公司离职自主创业后，其在润滑油添加剂行业工作多年，广州天润作为其重要的创业平台，其会继续通过广州天润从事润滑油添加剂等产品销售活动；且鉴于公司产品质量在业内具有较强的竞争力，公司具有较高的品牌知名度和产品美誉度，广州天润依然会选择公司作为其主要的供货商。同时，鉴于润滑油添加剂行业特性，下游大客户一般选定供应商后，为保证产品质量及品质连续性，一般不会再轻易变换供应商，因此狄加胜为保证其客户使用产品的连续性，也存在与公司进行长期商业合作的意愿。

因此，虽然公司与广州天润未签订长期合作协议，但公司与其仍将保持持续稳定的合作。

综上，公司 2018 年度新增的主要客户广州天润虽系公司原海外事业部经理狄加胜所控制，且当年即发生了较大的销售额，但从历史渊源及合作情况看，不存在异常情形，具有商业合理性，且公司与广州天润的销售定价公允，交易真实，不存在关联交易非关联化的情形，亦不存在利益输送的情形，公司与广州天润的合作保持了较高的稳定性。”

（二）发行人是否存在其他员工独立开发、独立维护重要客户的情形，若存在，请测算相关情形占营业收入的比例，披露是否存在其他员工离职引起的重要客户流失的风险；

【回复】

公司已在招股说明书“第六节 业务与技术”之“三、发行人的销售情况和主要客户”之“（二）销售情况”之“4、前五大客户销售情况”之“（2）公司前五大客户中由公司前员工控制的公司情况”中补充披露如下：

“.....

报告期内，除公司 2017 年、2018 年的重要客户 Hindustan Trading Corporation 系由公司原海外事业部经理狄加胜独立开发、独立维护及重要客户广州天润系狄加胜所控制外，发行人不存在其他员工独立开发、独立维护重要客户的情形。公司不存在因其他员工离职而引起重要客户流失的风险。”

【保荐机构核查意见】

保荐机构对广州天润进行了实地走访，访谈了广州天润的负责人狄加胜，详细了解了其从发行人离职并自主创业的原因及背景，了解了广州天润与发行人合作情况及合作意愿，以及报告期广州天润向发行人采购产品的具体型号、数量、金额、及其销售终端客户情况等信息；获取了广州天润的营业执照、财务报表、纳税申报表等资料进一步验证发行人与其交易的真实性；对广州天润销售情况进行了发函询证；查阅了发行人与广州天润相关的销售合同、发票、出库单、运输单据等资料，执行了销售与收款循环穿行测试，进一步验证了广州天润销售的真实准确性等；访谈了发行人销售负责人及主要销售人员，核查了报告期内销售人员的变动情况，并对离职人员原负责的客户销售情况进行了核查。

经核查，保荐机构认为，发行人与广州天润未签订长期合作协议，保持了良好的合作关系，报告期内发行人与广州天润的合作保持了较高的稳定性；发行人不存在其他员工独立开发、独立维护重要客户的情形，亦不存在因其他员工离职而引起的重要客户流失的风险。

问题 3、根据申报材料，发行人报告期内境外收入增长较快。请发行人：（1）进一步结合境外收入的具体区域、客户情况披露境外收入增长较快的原因和合理性；（2）说明获取中东地区客户的方式，相关采购占客户同类型采购的比例，结合公司产品的优劣势、中东地区客户原供应商情况等分析中东地区销售收入大幅增长的合理性；（3）披露各报告期末中东客户应收账款情况，包括金额、账龄、坏账准备计提情况、期后回款情况等，说明是否存在难以收回情形，相关应收账款坏账计提是否充分。请保荐人、申报会计师核查并发表明确意见，并请保荐人在《保荐工作报告》中详细说明对上述事项的核查方式、过程、核查结论。

（一）进一步结合境外收入的具体区域、客户情况披露境外收入增长较快的原因和合理性

【回复】

公司已在招股说明书“第六节 业务与技术”之“三、发行人的销售情况和主要客户”之“（二）销售情况”之“2、公司主营产品收入构成以及具体产品销售收入、价格及变动情况”之“（4）报告期内公司主营业务境外销售情况”补充

披露如下：

“报告期内，公司主营业务收入境外销售情况如下：

单位：万元

项目	2019 年度		2018 年度		2017 年度
	金额	增幅	金额	增幅	金额
销售额	22,594.46	65.73%	13,633.03	5.17%	12,962.31

报告期内，公司主营业务境外销售区域分布情况如下：

单位：万元

地区分布	2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	销售额	占外销收入比例	销售额	占外销收入比例	销售额	占外销收入比例
中东地区	11,841.89	52.41%	3,757.32	27.56%	253.93	1.96%
中国香港	3,688.75	16.33%	1,951.52	14.31%	2,284.57	17.62%
新加坡	2,016.14	8.92%	1,550.16	11.37%	1,449.24	11.18%
美国	1,545.46	6.84%	2,472.25	18.13%	2,558.36	19.74%
荷兰	1,212.68	5.37%	879.02	6.45%	960.40	7.41%
乌克兰	594.11	2.63%	544.85	4.00%	208.30	1.61%
印度	110.18	0.49%	1,300.00	9.54%	4,650.89	35.88%
其他	1,585.24	7.02%	1,177.91	8.64%	596.62	4.60%
合计	22,594.46	100.00%	13,633.03	100.00%	12,962.31	100.00%

由上表所示，公司 2018 年度境外销售小幅增长了 5.17%，2019 年度境外销售额增长了 8,961.43 万元较上年上涨了 65.73%。2019 年度公司境外销售大幅增长的主要原因在于其他境外销售区域保持相对平稳的基础上中东地区销售额大幅增长，中东地区销售额增加了 8,084.57 万元较上年大幅上涨了 215.17%。

公司销往中东地区的产品主要为公司清净剂、分散剂及复合剂等润滑油添加剂产品，销售额由 2018 年度 3,757.32 万元增长至 2019 年度 11,841.89 万元，大幅增长主要来源于以下几个方面的贡献：①随着公司经营规模的持续提升，公司的资金实力也大幅提升，公司产品研发技术投入力度持续加大，公司产品的性能和产品种类愈加完善，公司产品在该地区的知名度和美誉度得到了较大提升，带来了该地区客户对公司产品认可度的提升；②公司推行全员营销策略（即在考核销售人员业绩指标时不再完全锁定销售人员原所属销售区域）以来，公司积极开拓海外中东地区市场的效应得以显现。随着公司润滑油添加剂产能规模的持续提升，公司亦不断加大了境内外销售拓展的力度，尤其是中东地区，

公司委派由经验丰富的销售骨干、技术骨干、外聘专家等组成推广团队积极参加在阿联酋定期举办的 ICIS Base oil & Lubricant Conference（国际知名的 ICIS 基础油和添加剂展会），大力宣传推荐公司产品，了解客户产品性能需求，积极深入分析探讨产品指标，并适时邀请客户赴公司参观考察，努力争取客户合作。经过积极努力的多次沟通交流，2019 年公司拓展了中东地区新客户如 Innova Refining and Trading FZE、Petroleum Technology FZC、PARAMOUNT OIL TRADING FZE 等，该三家客户即实现了约 7,400 万元的收入；③虽然中东地区高端车型较多，但该地区整体上仍然系以中低端车型为主，因此该地区润滑油消费以物美价廉为主要趋势，为价格相对较低的国内润滑油添加剂企业提供了较大的市场空间。公司已在润滑油添加剂行业深耕近 20 年，在润滑油添加剂单剂上面取得了较大进步，目前也已成为了国内规模较大的知名添加剂公司之一，公司于 2014 年涉足复合剂研发、生产，经过多年的研发投入，复合剂的产品质量、品质等方面亦有较大的提高，在润滑油添加剂复合剂中低级别领域能够满足润滑油生产厂商的需要。

因此，公司凭借着产品品质以及具有竞争力的产品价格逐步扩大了中东地区市场销售规模，进而促进了公司整体境外销售的增长。”

【保荐机构及申报会计师核查意见】

保荐机构及申报会计师访谈了发行人销售负责人，查阅了发行人与境外主要销售客户的销售合同、发票、报关单、运输单据、收款单据、出库单等并与海关数据进行了比对分析，了解了报告期内发行人境外主要销售客户销售情况及其变化情况，询问了相关客户变动的原因并对主要境外客户进行了实地走访以及函证等。

经核查，保荐机构及申报会计师认为，报告期内，发行人境外销售收入 2018 年度较 2017 年度小幅增长，2019 年度较 2018 年度大幅增长主要系其中东地区的销售大幅增长所致，发行人境外收入增长较快的原因合理，未见异常情况。

（二）说明获取中东地区客户的方式，相关采购占客户同类型采购的比例，结合公司产品的优劣势、中东地区客户原供应商情况等分析中东地区销售收入大幅增长的合理性

【回复】

报告期内，公司中东地区的销售收入增长较快。针对中东地区客户，公司主要采取以下方式获取客户：

1、积极参加行业国际展会，如公司重点参加了在阿联酋定期举办的 ICIS Base oil & Lubricant Conference（国际知名的基础油和添加剂行业展会），拓展了较多新客户；

2、公司通过行业期刊杂志、互联网搜索等方式获取中东客户信息，通过邮件、即时通讯软件、电话、上门拜访等渠道积极与客户进行沟通，通过向客户发送产品宣传册、安排技术专家交流、邀请客户赴公司参观考察、向客户发送测试样品等方式，努力与客户达成合作；

3、公司中东地区部分老客户在使用公司产品后，亦会向其他客户推荐公司产品或将其他有需求的客户向公司推荐；

4、部分客户在当地了解到公司产品信息后，主动联系公司沟通合作情况等。

此外，针对老客户，公司销售人员亦持续对其进行跟踪沟通，经常性与客户沟通购销情况，实时了解客户需求，努力争取老客户的增量需求及存量需求。

报告期内，公司中东地区的主要客户情况如下：

单位：万元

客户名称	2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
Innova Refining and Trading FZE 及其关联方	3,716.55	31.38%	-	0.00%	-	-
Lubritech trading FZE 及其关联方	2,079.25	17.56%	1,139.65	30.33%	116.09	45.72%
Petroleum TECHNOLOGY FZC	2,323.58	19.62%	-	0.00%	-	-
Sephahan oil company	1,304.69	11.02%	305.66	8.13%	-	-
Paramount Oil Trading FZE	1,360.86	11.49%	-	0.00%	-	-
Top Polymers FZC	677.80	5.72%	530.54	14.12%	68.96	27.16%
Solvochem FZCO	212.80	1.80%	176.44	4.70%	-	-

Iranol Oil company	-	-	577.98	15.38%	-	-
合计	11,675.53	98.60%	2,730.26	72.67%	185.05	72.87%
中东地区销售额	11,841.89	100.00%	3,757.32	100.00%	253.93	100.00%

根据客户提供的相关资料及或经对上述主要客户走访了解到的信息，上述主要客户采购公司产品占其采购同类型产品的比重情况如下：

客户名称	采购公司产品占比情况
Innova Refining and Trading FZE 及其关联方	约占同类比重 40%-50%
Lubritech trading FZE 及其关联方	同类别润滑油添加剂前期主要从其他公司采购，后期主要从瑞丰新材采购，其他类别润滑油添加剂从其他公司购买，采购公司产品占其总采购额的 20%左右
Petroleum Technology FZC	约占同类比重 80%，占总采购额比重 25%
Sephahan oil company	年均总采购额约 2.5 亿美元，采购公司产品金额占其总采购额约为 2%
Paramount Oil Trading FZE	占同类比重 5%-10%
Top Polymers FZC	润滑油添加剂仅采购瑞丰新材产品
Solvochem FZCO	占同类比重约 70%，约占总采购添加剂金额的 5%
Iranol Oil company	占同类比重约 40%，占总采购额比例约为 1.5%

注：1、同类比重为客户向公司采购的某一类别产品（如清净剂类别产品、分散剂类别产品、复合剂类别产品等）金额占客户该类别总采购金额的比例。涉及两种以上类别产品的，同类比重为客户向公司采购的各类别产品之和占客户采购的相同各类别产品之和的比例；

2、占总采购额的比例为客户向公司采购的产品占客户所有采购金额（包括添加剂及客户的其他采购）的比例；

3、Solvochem FZCO 未提供总采购额比例，但提供了向公司采购的产品金额占其采购的所有添加剂金额的比例；

4、Sephahan oil company 基于商业保密考虑，未向公司提供其采购同类产品金额的占比情况，仅提供了年采购额，其占比为占其采购总额比例。

报告期内，随着公司产品研发技术投入力度持续加大，公司产品的性能和产品种类愈加完善，公司知名度和产品美誉度得到了较大提升，公司产品无论从产品质量、产品品质以及产品的多样性上均取得了较大的进步，部分中低级别的润滑油添加剂产品性能与国际知名润滑油添加剂生产厂商之间的差距越来越小，公司相关产品顺利通过了柴机油 CH-4 级别、汽机油 SN 级别的台架试验即是较好的表现，因此公司产品基于良好的性价比优势得到了越来越多中东地区客户的认可。根据中东地区客户实地走访获知，上述客户对公司产品质量比较满意。根据对主要客户 Innova Refining and Trading FZE、Lubritech trading FZE、Sephahan oil company、Petroleum Technology FZC 的访谈，其认为公司产品价格具有竞争优势；

根据对主要客户 Paramount Oil Trading FZE、Iranol Oil company、Top Polymers FZC 的访谈，其对公司产品价格感到满意，Solvochem FZCO 认为公司产品价格与市场价格相差不大（该公司采购额相对较低）。因此凭借着公司产品较好的性价比优势，公司润滑油添加剂产品逐渐在中东地区打开市场，并得以迅速增长。

同时，根据对公司 2019 年度主要新增中东生产型客户 Innova Refining and Trading 的访谈，其润滑油添加剂供应商除瑞丰新材外还包括欧美地区供应商；根据 Solvochem FZCO 访谈得知，其主要货源来自中国和欧洲；其他主要客户基于商业秘密考虑未告知其供应商情况。因此，从主要客户有关供应商来源及公司产品性价比优势看，公司产品中东地区销售快速增长尤其是 2019 年度大幅增长具有合理性。

此外，根据国际四大润滑油添加剂之一雅富顿公开披露的 2019 年年报信息，其 EMEA 地区（即欧洲、中东、非洲、印度）的销售额由 2018 年度的 7.56 亿美元下降至 7.00 亿美元。同时，根据锦州康泰润滑油添加剂股份有限公司曾公开披露过的招股说明书（申报稿），其 2015 年至 2017 年度，境外销售快速增长，其主要境外销售地区亦为中东地区。因此，从侧面信息来看，公司产品中东地区销售快速增长亦具有合理性。

综上，随着中国润滑油添加剂生产企业的产品技术水平不断提升，中国润滑油添加剂公司在中东地区的销售具有较强的增长潜力。公司凭借着润滑油添加剂产品技术水平的持续提升、具有较强竞争力的产品售价以及不断加大的市场开拓力度，逐步打开了中东地区市场，树立了品牌声誉，得到了越来越多中东地区客户的认可，促使公司产品在中东地区销售得以持续提升。综上，公司中东地区客户收入大幅增长具有合理性。

【保荐机构及申报会计师核查意见】

保荐机构及申报会计师访谈了发行人销售负责人，查阅了发行人与中东地区主要客户的销售合同、发票、报关单、运输单据、收款单据、出库单等并与海关数据进行了比对分析，了解了发行人获得相关客户的方式，查阅了有关展会资料，查阅了相关同行业公司公开披露的有关信息，对主要中东地区客户进行了实地走访以及发函询证等，走访了解了相关主要客户采购公司产品的占比情况及其供应商情况等，相关核查情况如下：

单位：万元

项目	2019 年度	2018 年度	2017 年度
中东地区客户销售收入	11,841.89	3,757.32	253.93
中东地区客户销售收入回函金额	9,424.07	2,199.72	116.09
回函金额占中东地区客户销售收入比重	79.58%	58.55%	45.72%
中东地区客户销售收入走访金额	11,675.53	2,730.27	185.05
走访金额占中东地区客户销售收入比重	98.60%	72.67%	72.87%

经核查，保荐机构及申报会计师认为，报告期内，发行人中东地区客户销售收入大幅增长的原因合理，未见异常情况。

（三）披露各报告期末中东客户应收账款情况，包括金额、账龄、坏账准备计提情况、期后回款情况等，说明是否存在难以收回情形，相关应收账款坏账计提是否充分；

【回复】

公司已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十三、资产质量分析”之“（一）资产构成及其变化分析”之“2、流动资产构成及其变化”之“（4）应收账款”补充披露如下：

“⑥各报告期末中东地区客户应收账款情况

报告期各期末，公司中东地区客户应收账款情况如下：

单位：万元

项目	期末金额	1 年以内	1-2 年	坏账准备计提金额	坏账计提比例	期后回款情况	回款比例
2019 年末	3,773.19	3,451.42	321.77	204.75	5.43%	3,050.50	80.85%
2018 年末	1,641.46	1,641.46	-	82.07	5.00%	1,641.46	100.00%
2017 年末	96.46	96.46	-	4.82	5.00%	96.46	100.00%

注：1、期后回款截止时点为截至 2020 年 6 月 30 日；

2、2019 年末 1-2 年的应收账款期后已全部回款。

报告期各期末，公司中东地区客户应收账款账龄主要在 1 年以内，期后回款比例分别为 100.00%、100.00%和 80.85%，整体回款情况良好，不存在无法收回的情形。公司历史上对中东客户的销售回款情况良好，报告期内个别 1-2 年账龄的应收款期后亦全额回款，未发生过坏账损失情况，亦未发生过法律纠纷，

公司与中东地区主要客户亦保持了良好的合作关系，公司按照坏账准备计提政策计提了坏账准备，相关坏账准备的计提充分。

截至 2020 年 6 月 30 日，公司中东地区客户尚未回款金额为 722.69 万元，主要系客户 Ravankari Padide Iranian 尚未回款 701.98 万元。该客户系公司保持了良好合作关系的重点客户之一，其 2017 年度、2018 年度、2019 年度自公司采购额分别为 116.09 万元、1,139.65 万元、2,079.25 万元，逐年快速增加，累计采购额达 3,334.99 万元。受 2020 年“新冠疫情”及中东地区国际政治形势的影响，其付款进度稍慢，但其尚未回款金额仅占该客户累计采购额的 21.05%、占该客户 2019 年度采购额的 33.76%、占全部中东地区客户 2019 年末应收款的 18.60%、占全部中东地区客户 2019 年度销售额的 5.93%，占比较低，对公司不存在重大影响，且该公司已回函确认相关欠款情况并表示积极予以回款，故该笔欠款形成损失的可能性较小。”

【保荐机构及申报会计师核查意见】

保荐机构及申报会计师访谈了发行人销售负责人、财务负责人，查阅了发行人中东地区客户的销售资料并执行了内控测试，查阅了有关海关资料及收款单据等，复核了应收账款账龄情况及坏账准备计提情况，查阅了期后回款单据，实地走访并函证了中东地区主要客户等，具体核查情况如下：

单位：万元

项目	2019 年末	2018 年末	2017 年末
中东地区客户期末应收账款余额	3,773.19	1,641.46	96.46
中东地区客户应收账款回函金额	3,332.09	1,465.63	96.41
中东地区客户应收账款回函率	88.31%	89.29%	99.94%

经核查，保荐机构及申报会计师认为，发行人中东地区客户应收账款整体回款良好，不存在难以收回的情形，相关应收账款坏账准备计提充分。

（以下无正文）

（本页无正文，为新乡市瑞丰新材料股份有限公司关于《新乡市瑞丰新材料股份有限公司申请首次公开发行股票并在创业板上市的审核中心意见落实函的回复》的签章页）

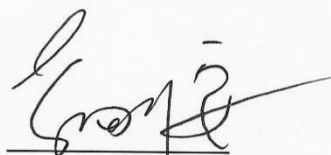
新乡市瑞丰新材料股份有限公司

2020年7月28日



（本页无正文，为东兴证券股份有限公司关于《新乡市瑞丰新材料股份有限公司关于首次公开发行股票并在创业板上市审核中心意见落实函的回复》之签章页）

保荐代表人（签字）：


李刚安


魏 威

保荐机构董事长（签字）：


魏庆华



声 明

本人已认真阅读新乡市瑞丰新材料股份有限公司本次落实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，落实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。

保荐机构董事长、法定代表人（签字）：

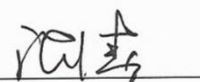

魏庆华



声 明

本人已认真阅读新乡市瑞丰新材料股份有限公司本次落实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，落实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。

保荐机构总经理（签字）：



张 涛

