关于嘉亨家化股份有限公司

首次公开发行股票并在创业板上市申请文件

审核问询函的回复

保荐机构（主承销商）

安信证券股份有限公司
Essence Securities Co., Ltd.

（深圳市福田区金田路 4018 号安联大厦 35 层、28 层 A02 单元）

关于嘉亨家化股份有限公司
首次公开发行股票并在创业板上市申请文件
审核问询函的回复

深圳证券交易所：

根据贵所于 2020 年 7 月 22 日出具的《关于嘉亨家化股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市申请文件的审核问询函》（审核函[2020]010138 号）（以下简称“审核问询函”）的要求，嘉亨家化股份有限公司（以下简称“嘉亨家化”、“公司”或“发行人”），会同安信证券股份有限公司（以下简称“保荐机构”）、北京德恒律师事务所（以下简称“发行人律师”）、容诚会计师事务所（特殊普通合伙）（以下简称“申报会计师”），对审核问询函中提出的问题进行了逐项落实、核查，并出具本回复，请予审核。

除另有说明外，本回复所用释义与《嘉亨家化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》（以下简称“《招股说明书》”）中的释义保持一致。本报告中的报告期覆盖 2017 年、2018 年、2019 及 2020 年 1-6 月。

本回复所用字体对应内容如下：

审核问询函所列问题	**黑体**
对问题的回复	宋体
《招股说明书》补充披露或修改的内容	**楷体、加粗**

本回复若出现总数与各分项数值之和尾数不符的情况，为四舍五入原因造成。

目 录

目 录.....2
1、关于股权变动。.....13
回复：.....13
问题（1）：.....13
回复：.....13
问题（2）：.....16
回复：.....16
问题（3）：.....23
回复：.....23
问题（4）：.....27
回复：.....27
问题（5）：.....29
回复：.....29
问题（6）：.....31
回复：.....31
问题（7）：.....34
回复：.....34
2、关于子公司。.....36
回复：.....36
问题（1）：.....36
回复：.....36
问题（2）：.....37
回复：.....37
问题（3）：.....37
回复：.....37
问题（4）：.....38
回复：.....38
问题（5）：.....40
回复：.....40

问题（6）：.....41
回复：.....41
3、关于上海诚壹。.....42
回复：.....42
问题（1）：.....42
回复：.....42
问题（2）：.....44
回复：.....44
问题（3）：.....46
回复：.....46
4、关于关联方及关联交易。.....47
回复：.....47
问题（1）：.....47
回复：.....47
问题（2）：.....49
回复：.....49
问题（3）：.....50
回复：.....50
问题（4）：.....52
回复：.....53
问题（5）：.....55
回复：.....55
问题（6）：.....56
回复：.....56
问题（7）：.....57
回复：.....57
5、关于生产销售模式.....59
回复：.....59
问题（1）：.....59
回复：.....60
问题（2）：.....60

回复：.....60
问题（3）：.....61
回复：.....62
问题（4）：.....67
回复：.....67
问题（5）：.....69
回复：.....69
问题（6）：.....69
回复：.....69
问题（7）：.....74
回复：.....74
6、关于营业收入与销售价格。.....76
回复：.....76
问题（1）：.....76
回复：.....76
问题（2）：.....79
回复：.....79
问题（3）：.....83
回复：.....83
问题（4）：.....86
回复：.....86
问题（5）：.....88
回复：.....88
7、关于主要客户。.....89
回复：.....89
问题（1）：.....89
回复：.....89
问题（2）：.....108
回复：.....108
问题（3）：.....109
回复：.....109

问题（4）：.....110
回复：.....110
问题（5）：.....111
回复：.....112
问题（6）：.....118
回复：.....118
8、关于应收账款。.....119
回复：.....119
问题（1）：.....119
回复：.....120
问题（2）：.....122
回复：.....122
问题（3）：.....123
回复：.....123
问题（4）：.....123
回复：.....123
问题（5）：.....125
回复：.....125
9、关于境外销售。.....126
回复：.....127
问题（1）：.....127
回复：.....127
问题（2）：.....128
回复：.....128
问题（3）：.....130
回复：.....130
问题（4）：.....130
回复：.....130
问题（5）：.....131
回复：.....131
问题（6）：.....132

回复：..... 132
10、关于毛利率。.....135
回复：.....135
问题（1）：..... 135
回复：..... 136
问题（2）：..... 137
回复：..... 137
问题（3）：..... 140
回复：..... 140
问题（4）：..... 141
回复：..... 141
问题（5）：..... 143
回复：..... 143
问题（6）：..... 146
回复：..... 146
11、关于采购价格。.....147
回复：.....147
问题（1）：..... 147
回复：..... 147
问题（2）：..... 153
回复：..... 153
问题（3）：..... 154
回复：..... 154
问题（4）：..... 158
回复：..... 159
问题（5）：..... 160
回复：..... 160
12、关于供应商.....161
回复：.....161
问题（1）：..... 161
回复：..... 161

问题（2）：.....166
回复：.....166
问题（3）：.....169
回复：.....169
问题（4）：.....170
回复：.....170
问题（5）：.....170
回复：.....171
问题（6）：.....171
回复：.....171
13、关于应付账款。.....173
回复：.....173
问题（1）：.....173
回复：.....173
问题（2）：.....176
回复：.....176
问题（3）：.....180
回复：.....180
问题（4）：.....188
回复：.....188
问题（5）：.....189
回复：.....189
14、关于主营业务成本。.....190
回复：.....191
问题（1）：.....191
回复：.....191
问题（2）：.....198
回复：.....198
问题（3）：.....203
回复：.....204
问题（4）：.....207

回复：..... 207
问题（5）：..... 208
回复：..... 208
问题（6）：..... 208
回复：..... 208
问题（7）：..... 209
回复：..... 209
15、关于存货。.....210
回复：.....211
问题（1）：..... 211
回复：..... 211
问题（2）：..... 214
回复：..... 214
问题（3）：..... 215
回复：..... 215
问题（4）：..... 217
回复：..... 217
问题（5）：..... 218
回复：..... 218
问题（6）：..... 220
回复：..... 220
问题（7）：..... 222
回复：..... 222
问题（8）：..... 224
回复：..... 224
16、关于主要非流动资产。.....225
回复：.....225
问题（1）：..... 225
回复：..... 226
问题（2）：..... 228
回复：..... 228

问题（3）： 230
回复： 230
问题（4）： 231
回复： 231
问题（5）： 232
回复： 232
问题（6）： 233
回复： 233
17、关于期间费用。 234
回复： 234
问题（1）： 234
回复： 234
问题（2）： 236
回复： 236
问题（3）： 239
回复： 239
问题（4）： 242
回复： 242
问题（5）： 245
回复： 245
18、关于应付职工薪酬。 246
回复： 246
问题（1）： 246
回复： 246
问题（2）： 247
回复： 247
问题（3）： 247
回复： 247
问题（4）： 248
回复： 248
19、关于不动产租赁。 248

问题（1）： 249
回复： 249
问题（2）： 252
回复： 252
问题（3）： 253
回复： 254
问题（4）： 255
回复： 255
20、关于担保合同。 256
回复： 256
问题（1）： 256
回复： 256
问题（2）： 257
回复： 257
问题（3）： 261
回复： 261
21、关于社保公积金。 262
回复： 262
问题（1）： 262
回复： 262
问题（2）： 268
回复： 268
问题（3）： 269
回复： 270
问题（4）： 272
回复： 272
22、关于人员情况。 273
回复： 273
23、关于市场地位。 276
回复： 277
问题（1）： 277

回复：..... 277
问题（2）：..... 278
回复：..... 279
问题（3）：..... 286
回复：..... 286
问题（4）：..... 287
回复：..... 287
问题（5）：..... 294
回复：..... 294
24、关于新冠疫情。.....294
回复：.....295
问题（1）：..... 295
回复：..... 295
问题（2）：..... 297
回复：..... 297
问题（3）：..... 298
回复：..... 299
问题（4）：..... 299
回复：..... 299
25、关于环保事项。.....300
回复：.....300
问题（1）：..... 300
回复：..... 300
问题（2）：..... 304
回复：..... 304
问题（3）：..... 305
回复：..... 305
问题（4）：..... 306
回复：..... 306
26、关于税务处罚。.....307
回复：.....307

27、关于第三方回款。.....309
回复：.....309
问题（1）：.....309
回复：.....309
问题（2）：.....310
回复：.....310
问题（3）：.....311
回复：.....311
问题（4）：.....311
回复：.....311
问题（5）：.....312
回复：.....312
问题（6）：.....312
回复：.....312
28、关于第三方数据。.....313
回复：.....313

1、关于股权变动。

申报材料显示，发行人设立时为外商投资企业，发行人及子公司上海嘉亨在设立时均存在出资实际到位时间晚于公司章程规定的期限的情形。报告期内，发行人实施员工持股计划，并存在增资等股权变动情况。

请发行人：（1）补充披露发行人是否属于外商投资限制类行业，发行人自设立以来享受的外商投资企业税收优惠情况，是否存在需要返还税收优惠情形；（2）发行人及子公司上海嘉亨在设立时均存在出资实际到位时间晚于公司章程规定的期限的情形，请发行人补充说明上述事项的影响，是否符合外资管理等相关规定，是否可能被相关部门处罚。并补充披露在历次股权变动中，发行人股东是否全面履行出资义务、出资方式是否存在瑕疵，如存在出资瑕疵请说明补救措施；（3）补充披露员工持股平台泉州众亨的具体人员构成，在发行人任职情况，员工离职后的权益处理，内部流转及退出机制，规范运作情况；（4）结合历次股权变动情况、持股平台人员及股份变动情况逐项说明是否涉及股份支付，确定权益工具公允价值的确认方法及相关计算过程，股份支付是否存在服务期限等限制性条款，股份支付会计处理是否符合《企业会计准则》相关规定；（5）补充披露报告期内股权变动的价格、定价依据及公允性、价款支付情况、资金来源及合法合规性；（6）补充披露历次股权变动履行的程序是否合法合规，历次股权转让、增资、分红、整体变更等过程中涉及到的控股股东及实际控制人缴纳所得税、发行人代扣代缴情况，是否存在违反税收法律法规等规范性文件的情况，是否构成重大违法行为。请保荐人、发行人律师、申报会计师对上述事项核查并发表明确意见。

回复：

问题（1）：

补充披露发行人是否属于外商投资限制类行业，发行人自设立以来享受的外商投资企业税收优惠情况，是否存在需要返还税收优惠情形。

回复：

一、发行人不属于外商投资限制类行业

国务院于 2002 年颁布《指导外商投资方向规定》，该规定系国务院对于外商投资方向的指导，适用于我国境内投资举办的外商投资企业及其他形式的外商投

资项目。《指导外商投资方向规定》第四条规定，“外商投资项目分为鼓励、允许、限制和禁止四类。鼓励类、限制类和禁止类的外商投资项目，列入《外商投资产业指导目录》。不属于鼓励类、限制类和禁止类的外商投资项目，为允许类外商投资项目。允许类外商投资项目不列入《外商投资产业指导目录》”。

经对照发行人设立以来的商务部、国家发展和改革委员会历次发布的《外商投资产业指导目录》《外商投资准入特别管理措施（负面清单）》等相关规定，发行人所处行业或从事业务均不属于“限制类”、“禁止类”外商投资项目。具体如下：

名称	施行时间	是否属于限制类或禁止类
《外商投资产业指导目录（2004 年修订）》	2005 年 1 月	日用化学产品制造、塑料制品业未被列入“限制外商投资产业目录”、“禁止外商投资产业目录”
《外商投资产业指导目录（2007 年修订）》	2007 年 12 月	日用化学产品制造、塑料制品业未被列入“限制外商投资产业目录”、“禁止外商投资产业目录”
《外商投资产业指导目录（2011 年修订）》	2012 年 1 月	日用化学产品制造、塑料制品业未被列入“限制外商投资产业目录”、“禁止外商投资产业目录”
《外商投资产业指导目录（2015 年修订）》	2015 年 4 月	日用化学产品制造、塑料制品业未被列入“限制外商投资产业目录”、“禁止外商投资产业目录”
《外商投资产业指导目录（2017 年修订）》	2017 年 7 月	日用化学产品制造、塑料制品业未被列入“限制外商投资产业目录”、“禁止外商投资产业目录”
《外商投资准入特别管理措施（负面清单）（2018 年版）》	2018 年 7 月	日用化学产品制造、塑料制品业未被列入负面清单，不属于负面清单领域
《外商投资准入特别管理措施（负面清单）（2019 年版）》	2019 年 7 月	日用化学产品制造、塑料制品业未被列入负面清单，不属于负面清单领域
《外商投资准入特别管理措施（负面清单）（2020 年版）》	2020 年 7 月	日用化学产品制造、塑料制品业未被列入负面清单，不属于负面清单领域

发行人已在招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“二、发行人改制设立情况”补充披露如下：

综上所述，**自发行人 2005 年 7 月 15 日设立以来，发行人不属于外商投资限制类行业。**

二、发行人自设立以来享受的外商投资企业税收优惠情况

1、外商投资企业税收优惠的相关法规

《中华人民共和国外商投资企业和外国企业所得税法》（2008 年 1 月 1 日失效）规定：“对生产性外商投资企业，经营期在十年以上的，从开始获利的年度起，第一年和第二年免征企业所得税，第三年至第五年减半征收企业所得税，但

是属于石油、天然气、稀有金属、贵重金属等资源开采项目的，由国务院另行规定。外商投资企业实际经营期不满十年的，应当补缴已免征、减征的企业所得税税款。”

《中华人民共和国企业所得税法》（2008 年 1 月 1 日施行）第 57 条规定：“本法公布前已经批准设立的企业，依照当时的税收法律、行政法规规定，享受低税率优惠的，按照国务院规定，可以在本法施行后五年内，逐步过渡到本法规定的税率；享受定期减免税优惠的，按照国务院规定，可以在本法施行后继续享受到期满为止，但因未获利而尚未享受优惠的，优惠期限从本法施行年度起计算。”

2、发行人享受外商投资企业税收优惠情况

根据泉州名城税务师事务所有限公司出具的《2007 年度企业所得税汇算清缴纳税申报鉴证报告》（泉名税外审字[2008]第 110 号）、《2008 年度企业所得税汇算清缴纳税申报鉴证报告》（泉名城税外审[2009]166 号）、《2010 年度企业所得税汇算清缴纳税申报鉴证报告》（泉名城税外审[2011]378 号）、《2011 年度企业所得税年度纳税申报鉴证报告》（泉名税司外审[2012]105 号）和泉州市华天税务师有限责任公司出具的《2009 年度企业所得税汇算清缴纳税申报鉴证报告》（泉华天税审字[2010]第 168 号），发行人 2007 年、2008 年免征企业所得税，2009 年至 2011 年减半征收企业所得税。2007 年至 2011 年期间已免征、减半征收的企业所得税共计 8,918,780.00 元。

3、发行人不存在需要返还税收优惠情形

发行人前身泉州华硕设立于 2005 年 7 月 15 日，泉州华硕作为生产性外商投资企业经营期已满十年。根据《中华人民共和国外商投资企业和外国企业所得税法》和《中华人民共和国企业所得税法》的规定，泉州华硕作为外商投资企业经营期已满十年，享受的税收优惠政策合法、有效，不存在返还已免征、减征税款并被处罚的风险。

发行人自设立以来，已通过历年税务年检及外商投资企业联合年检。此外，根据国家税务总局泉州市鲤城区税务局出具的《证明》，“嘉亨家化自 2017 年 1 月 1 日至 2020 年 6 月 30 日期间，发行人一直依法按时、足额申报并缴纳各项应纳税项，依据有关税务的法律、法规或其他规范性文件享受税收优惠，通过历年税务年检，未发现有拖欠、漏缴、偷逃税款或其他违反有关税务的法律、法规或

其他规范性文件的行为，也不存在因违反有关税务的法律、法规或其他规范性文件而被或可能被调查、处罚的情况，与我局也没有关税务方面的争议”。

发行人已在招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“二、发行人改制设立情况”补充披露如下：

综上所述，**发行人不存在需要返还税收优惠的情形。**

问题（2）：

发行人及子公司上海嘉亨在设立时均存在出资实际到位时间晚于公司章程规定的期限的情形，请发行人补充说明上述事项的影响，是否符合外资管理等相关规定，是否可能被相关部门处罚。并补充披露在历次股权变动中，发行人股东是否全面履行出资义务、出资方式是否存在瑕疵，如存在出资瑕疵请说明补救措施。

回复：

一、发行人及子公司上海嘉亨在设立时均存在出资实际到位时间晚于公司章程规定的期限的情形，请发行人补充说明上述事项的影响，是否符合外资管理等相关规定，是否可能被相关部门处罚

1、相关规定

《中华人民共和国外资企业法实施细则（2001 修订）》（2001 年 4 月 12 日生效实施）第三十条规定：“外国投资者缴付出资的期限应当在设立外资企业申请书和外资企业章程中载明。外国投资者可以分期缴付出资，但最后一期出资应当在营业执照签发之日起 3 年内缴清。其中第一期出资不得少于外国投资者认缴出资额的 15%，并应当在外资企业营业执照签发之日起 90 天内缴清。外国投资者未能在前款规定的期限内缴付第一期出资的，外资企业批准证书即自动失效。外资企业应当向工商行政管理机关办理注销登记手续，缴销营业执照；不办理注销登记手续和缴销营业执照的，由工商行政管理机关吊销其营业执照，并予以公告。”

《中华人民共和国外资企业法实施细则（2001 修订）》（2001 年 4 月 12 日生效实施）第三十一条规定：“第一期出资后的其他各期的出资，外国投资者应当如期缴付。无正当理由逾期 30 天不出资的，依照本实施细则第三十条第二款的规定处理。”

2、泉州华硕逾期出资的相关情况

泉州华硕设立于 2005 年 7 月 15 日，公司成立时注册资本为 320 万美元，曾本生以货币认缴 271 万美元，以设备认缴 49 万美元。根据泉州华硕设立时经批复的公司章程，曾本生应在营业执照签发之日起三个月内认缴注册资本的 15%，其余的在三年内缴足，泉州华硕各期实缴出资情况如下：

（1）第一期实缴出资

2005 年 7 月 19 日，曾本生以 400 万港元（折合 514,138.82 美元）出资。2005 年 7 月 27 日，泉州名城有限责任会计师事务所对本次出资进行审验并出具《验资报告》（泉名会所外验Ⅰ[2005]266 号）。

（2）第二期实缴出资

2006 年 2 月 27 日至 2007 年 6 月 21 日，曾本生先后以 1,700 万港元（折合 2,178,360.08 美元）和机器设备 32,775 美元合计 2,211,135.08 美元出资。2008 年 7 月 8 日，泉州名城有限责任会计师事务所对本次出资进行审验并出具《验资报告》（泉名会所外验Ⅰ[2008]176 号）。

曾本生用于出资的机器设备系其拥有的一台立式贴标机，型号为 900/F-B（PUCK），原产国为泰国，购置日期为 2005 年 7 月，启用日期为 2006 年 9 月。2018 年 3 月 15 日，厦门市大学资产评估土地房地产估价有限责任公司出具资产评估报告（大学评估[2017]820128 号），采用成本法对上述机器设备评估作价 32,832 美元。

（3）变更出资

2008 年 7 月 18 日，泉州华硕决定将剩余 457,225 美元的设备投资款变更为现金投资。2008 年 7 月 28 日，泉州市鲤城区对外贸易经济合作局出具《关于同意泉州华硕实业有限公司变更投资构成的批复》（泉鲤外经贸[2008]71 号），同意泉州华硕将以进口机械设备 457,225 美元投资款变更为现汇投入。变更后，泉州华硕的投资构成为现汇 3,167,225 美元、进口先进机械设备 32,775 美元。

（4）第三期实缴出资

2009 年 2 月 11 日，曾本生以 21 万美元出资。2009 年 2 月 25 日，泉州名城有限责任会计师事务所对本次出资进行审验并出具《验资报告》（泉名会所外验Ⅰ[2009]27 号）。

（5）第四期实缴出资

2009 年 3 月 26 日，曾本生以 14.5 万美元出资。2009 年 4 月 14 日，泉州名城有限责任会计师事务所对本次出资进行审验并出具《验资报告》（泉名会所外验Ⅰ[2009]80 号）。

（6）第五期实缴出资

2009 年 5 月 5 日，曾本生以 11.9 万美元出资。2009 年 5 月 11 日，泉州名城有限责任会计师事务所对本次出资进行审验并出具《验资报告》（泉名会所外验Ⅰ[2009]99 号）。

（7）第六期实缴出资

2009 年 7 月 7 日，曾本生以 726.10 美元出资。2009 年 7 月 16 日，泉州名城有限责任会计师事务所对本次出资进行审验并出具《验资报告》（泉名会所外验Ⅰ[2009]182 号）。

泉州华硕 2009 年以来的四次实缴出资合计 474,726.10 美元（占比 14.84%）实际到位时间晚于公司章程规定的期限，存在逾期出资的情形；但前述逾期出资部分占比较小，且均于 2009 年 7 月足额缴付到位，不存在出资未到位的情形。

根据《中华人民共和国行政处罚法》第二十九条规定，违法行为在二年内未被发现的，不再给予行政处罚，法律另有规定的除外；前款规定的期限，从违法行为发生之日起计算；违法行为有连续或者继续状态的，从行为终了之日起计算。根据上述规定，泉州华硕逾期出资的行为自 2009 年 7 月已经终止，已经超过《中华人民共和国行政处罚法》规定的二年处罚时效，且泉州华硕自成立以来已通过历年的外商投资企业联合年检，相关政府管理机关并未对其逾期出资的情况提出异议或者给予处罚。

根据泉州市鲤城区商务局出具的《证明》，泉州华硕股东未能在规定期限内履行完毕出资义务的情形我局已知悉，泉州华硕上述情况不构成重大违法行为，且鉴于泉州华硕的注册资本已全部实缴到位，逾期出资的情形得以有效补正，此后没有出现违反外资管理规范的行为，我局没有因上述事项对泉州华硕和相关股东进行过处罚，今后也不会因上述事项对泉州华硕和相关股东进行处罚。公司自设立以来，在我局职能管辖范围内未查到违反外商投资企业相关规定的情形，未查到因违反外商投资企业相关法律、法规而受到我局行政处罚的情形。

综上，发行人上述逾期出资情形虽不符合外资管理等相关规定，但不影响泉州华硕及发行人存续的合法性、有效性，不会对发行人本次发行上市造成实质性障碍。

3、上海嘉亨逾期出资的相关情况

上海嘉亨设立于 2007 年 8 月 16 日，成立时注册资本为 1,000 万美元，全部由曾本生以货币认缴。根据上海嘉亨设立时经批复的公司章程，曾本生应在营业执照签发之日起三个月内认缴其注册资本的 15%，其余的在二年内缴足，上海嘉亨各期实缴出资情况如下：

（1）第一期实缴出资

截至 2007 年 9 月 6 日，曾本生以 1,200 万港元（折合 1,540,029 美元）出资，占认缴注册资本的 15.40%。2007 年 9 月 19 日，上海宏华会计师事务所有限公司对本次出资进行审验并出具《验资报告》（宏华验资[2007]1131 号）。

（2）第二期实缴出资

截至 2008 年 6 月 30 日，曾本生以 2,320 万港元（折合 2,977,742 美元）完成第二期出资，累计实缴注册资本 45.18%。2008 年 7 月 29 日，上海宏大东亚会计师事务所有限公司对本次出资进行审验并出具《验资报告》（沪宏会师报字[2008]第 HB0205 号）。

（3）第三期实缴出资

截至 2009 年 1 月 9 日，曾本生以 6,499,680.00 港元（折合 834,680.98 美元）完成第三期出资，累计实缴注册资本 53.52%。2009 年 2 月 2 日，上海宏华会计师事务所有限公司对本次出资进行审验并出具《验资报告》（宏华验资[2009]2032 号）。

（4）第四期实缴出资

截至 2009 年 7 月 16 日，曾本生以 300 万港元（折合 387,086.29 美元）完成第四期出资，累计实缴注册资本 57.39%。2009 年 7 月 29 日，上海宏华会计师事务所有限公司对本次出资进行审验并出具《验资报告》（宏华验资[2009]2342 号）。

（5）第五期实缴出资

截至 2009 年 8 月 6 日，曾本生以 400 万港元（折合 516,127.90 美元）完成第五期出资，累计实缴注册资本 62.56%。2009 年 8 月 26 日，上海宏华会计师事

务所有限公司对本次出资进行审验并出具《验资报告》（宏华验资[2009]2400 号）。

2009 年 8 月 14 日，上海市松江区经济委员会同意上海嘉亨注册资本认缴时间由营业执照签发之日起二年内缴足，变更为营业执照签发之日起三年内缴足。

（6）第六期实缴出资

截至 2009 年 12 月 15 日，曾本生以 3,999,950.00 港元（折合 515,989.92 美元）完成第六期出资，累计实缴注册资本 67.72%。2009 年 12 月 28 日，上海宏华会计师事务所有限公司对本次出资进行审验并出具《验资报告》（宏华验资[2009]2606 号）。

（7）第七期实缴出资

截至 2010 年 3 月 18 日，曾本生以 3,999,950.00 港元（折合 515,360.82 美元）完成第七期出资，累计实缴注册资本 72.87%。2010 年 4 月 6 日，上海宏华会计师事务所有限公司对本次出资进行审验并出具《验资报告》（宏华验资[2010]2038 号）。

（8）第八期实缴出资

截至 2010 年 4 月 28 日，曾本生以 5,951,964.00 港元（折合 766,542.93 美元）完成第八期出资，累计实缴注册资本 80.54%。2010 年 5 月 17 日，上海宏华会计师事务所有限公司对本次出资进行审验并出具《验资报告》（宏华验资[2010]2120 号）。

（9）第九期实缴出资

截至 2010 年 6 月 10 日，曾本生以 5,499,950.00 港元（折合 704,946.65 美元）完成第九期出资，累计实缴注册资本 87.59%。2010 年 6 月 24 日，上海宏华会计师事务所有限公司对本次出资进行审验并出具《验资报告》（宏华验资[2010]2305 号）。

（10）第十期实缴出资

截至 2010 年 9 月 16 日，曾本生以 6,999,950.00 港元（折合 901,217.12 美元）完成第十期出资，累计实缴注册资本 96.60%。2010 年 9 月 27 日，上海宏华会计师事务所有限公司对本次出资进行审验并出具《验资报告》（宏华验资[2010]2517 号）。

（11）第十一期实缴出资

截至 2011 年 3 月 22 日，曾本生以 2,653,187.47 港元（折合 340,276.39 美元）完成第十一期出资，累计实缴注册资本 100%。2011 年 3 月 29 日，上海宏华会计师事务所有限公司对本次出资进行审验并出具《验资报告》（宏华验资[2011]2142 号）。

上海嘉亨第十期、第十一期出资合计 1,241,493.51 美元（占比 12.41%）实际到位时间晚于公司章程规定的期限，存在逾期出资的情形；但前述逾期出资部分占比较小，且均于 2011 年 3 月足额缴付到位，不存在出资未到位的情形。

根据《中华人民共和国行政处罚法》第二十九条规定，违法行为在二年内未被发现的，不再给予行政处罚，法律另有规定的除外；前款规定的期限，从违法行为发生之日起计算；违法行为有连续或者继续状态的，从行为终了之日起计算。根据上述规定，上海嘉亨逾期出资的行为自 2011 年 3 月已经终止，已经超过《中华人民共和国行政处罚法》规定的二年处罚时效，且上海嘉亨自成立以来已通过历年的外商投资企业联合年检，相关政府管理机关并未对其逾期出资的情况提出异议或者给予处罚。

根据上海市松江区市场监督管理局出具的《证明》，上海嘉亨自 2007 年 8 月 16 日至 2011 年 12 月 16 日，没有因违反工商行政管理有关法律法规的违法行为而受到本机关行政处罚的记录。

综上，上海嘉亨上述逾期出资情形虽不符合外资管理等相关规定，但不影响上海嘉亨存续的合法性、有效性，不会对发行人本次发行上市造成实质性障碍。

二、在历次股权变动中，发行人股东是否全面履行出资义务、出资方式是否存在瑕疵，如存在出资瑕疵请说明补救措施。

1、发行人股东已全面履行出资义务

发行人历次股权变动过程中，发行人股东实缴出资情况如下：

序号	变动情况	实缴情况	验资报告文号
1	2005 年 7 月公司设立，曾本生认缴出资 320 万美元，其中以货币认缴 3,167,225 美元，以设备认缴 32,775 美元。	已全部实缴完毕，并由会计师事务所出具验资报告	泉名会所外验Ⅰ[2005]266 号 泉名会所外验Ⅰ[2008]176 号 泉名会所外验Ⅰ[2009]27 号 泉名会所外验Ⅰ[2009]80 号 泉名会所外验Ⅰ[2009]99 号 泉名会所外验Ⅰ[2009]182 号

2	2011 年 8 月第一次增资，曾本生新增认缴出资 500 万美元。	已全部实缴完毕，并由会计师事务所出具验资报告	泉名会所外验Ⅰ[2011]170 号 闽华兴所泉外验Ⅰ[2011]003 号
3	2016 年 2 月第二次增资，福建汇鑫、福建汇水新增认缴出资 52.3404 万美元。	已全部实缴完毕，并由会计师事务所出具验资报告	致同验字[2016]第 350ZA0058 号
4	2016 年 9 月第三次增资，福建汇水、嘉禾常兴、泉州恒亨新增认缴出资 50.1409 万美元。	已全部实缴完毕，并由会计师事务所出具验资报告	致同验字[2017]第 350ZB0053 号
5	2017 年 11 月第四次增资，泉州中和、华扬宗兴、福建汇火、泉州宝荣、福建锋达、厦门群盛、上海辉盈新增认缴出资 180.7622 万美元。	已全部实缴完毕，并由会计师事务所出具验资报告	致同验字[2017]第 350ZB0063 号
6	2018 年 5 月发行人整体变更设立股份公司，原有限公司登记在册的股东作为股份公司的发起人，发起人以各自在有限公司所占的注册资本比例，对应折为各自占股份公司的股份比例。	已全部实缴完毕，并由会计师事务所出具验资报告	致同验字[2018]第 350ZA0025 号
7	2019 年 6 月股份公司增资，泉州众亨新增认缴出资 33.97 万元。	已全部实缴完毕，并由会计师事务所出具验资报告	致同验字[2019]第 350ZB0020 号

2、发行人股东的出资方式不存在瑕疵

发行人历史上存在一次以实物出资的情形，其余均以货币或现汇出资；发行人以实物出资的方式和金额已经泉州市鲤城区对外贸易经济合作局出具的《关于同意泉州华硕实业有限公司变更投资构成的批复》（泉鲤外经贸[2008]71 号）核准，该出资的实物为曾本生在境外购买并通过海关报关进口交付泉州华硕使用的生产设备，设备为一台立式贴标机，型号为 900/F-B（PUCK），原产国为泰国，购置日期为 2005 年 7 月，启用日期为 2006 年 9 月。

《中华人民共和国公司法（2005 修订）》第二十七条规定，股东可以用货币出资，也可以用实物、知识产权、土地使用权等可以用货币估价并可以依法转让的非货币财产作价出资；对作为出资的非货币财产应当评估作价，核实财产，不得高估或者低估作价。第二百一十八条规定，外商投资的有限责任公司和股份有限公司适用本法；有关外商投资的法律另有规定的，适用其规定。

《中华人民共和国外资企业法实施细则（2001 年修订）》第二十六条规定，外国投资者以机器设备作价出资的，该机器设备应当是外资企业生产所必需的设备；该机器设备的作价不得高于同类机器设备当时的国际市场正常价格；对作价

出资的机器设备，应当列出详细的作价出资清单，包括名称、种类、数量、作价等，作为设立外资企业申请书的附件一并报送审批机关。第二十八条规定，作价出资的机器设备运抵中国口岸时，外资企业应当报请中国的商检机构进行检验，由该商检机构出具检验报告。

根据《国家出入境检验检疫局关于做好当前外商投资财产价值鉴定工作的通知》（国检检[1999]第 205 号），从 1999 年 10 月 1 日起，各地出入境检验检疫机构对外商独资企业进口设备不再进行强制性的价值鉴定。

就实物出资事项，发行人委托厦门市大学资产评估土地房地产估价有限责任公司对发行人股东用于出资的生产设备进行了评估，并出具资产评估报告（大学评估[2017]820128 号），上述实物出资评估的价值为 32,832 美元，不低于实物出资的价值。发行人实物资产出资事项，已根据有关法律规定获得审批机关的批准、验资机构的验证、公司登记机关的核准，已履行相关法律程序。

综上所述，在历次股权变动中，发行人股东已全面履行了出资义务，出资方式不存在瑕疵。

问题（3）：

补充披露员工持股平台泉州众亨的具体人员构成，在发行人任职情况，员工离职后的权益处理，内部流转及退出机制，规范运作情况。

回复：

一、员工持股平台的具体人员构成及在发行人任职情况

1、泉州众亨

截至本回复出具之日，泉州众亨的合伙人均系发行人员工，泉州众亨的合伙人出资情况及各位合伙人在发行人的任职情况如下：

序号	合伙人姓名	合伙人身份/在公司任职	出资额（万元）	出资比例（%）	合伙人类型
1	陈晓玲	车间主任	6.95	2.95	普通合伙人
2	龙　韵	副总经理	34.08	14.47	有限合伙人
3	严珍红	上海嘉亨质量部总监	20.80	8.83	有限合伙人
4	刘志峰	上海嘉亨工程部主管	13.90	5.90	有限合伙人
5	钟世强	珠海嘉亨技术员	6.95	2.95	有限合伙人
6	张艳萍	上海嘉亨研发工程师	6.95	2.95	有限合伙人
7	孙云卿	上海嘉亨业务员	6.95	2.95	有限合伙人
8	杨英霞	财务部经理	6.95	2.95	有限合伙人

序号	合伙人姓名	合伙人身份/在公司任职	出资额（万元）	出资比例（%）	合伙人类型
9	解　磊	浙江嘉亨研发经理	6.95	2.95	有限合伙人
10	廖延水	浙江嘉亨车间主任	6.95	2.95	有限合伙人
11	赵大华	车间主任	6.95	2.95	有限合伙人
12	魏志祥	IT 主管	6.95	2.95	有限合伙人
13	江　娟	上海嘉亨业务员	6.95	2.95	有限合伙人
14	田振华	上海嘉亨财务经理	6.95	2.95	有限合伙人
15	陈钦江	技术员	6.95	2.95	有限合伙人
16	王培锋	浙江嘉亨车间主任	6.95	2.95	有限合伙人
17	陈雅琳	财务会计	6.95	2.95	有限合伙人
18	郑书满	浙江嘉亨车间主任	6.95	2.95	有限合伙人
19	赵立志	天津嘉亨生产经理	6.95	2.95	有限合伙人
20	陈丽芬	审计部经理	6.95	2.95	有限合伙人
21	陈孟锻	车间主任	6.95	2.95	有限合伙人
22	罗　浩	上海嘉亨研发经理	6.95	2.95	有限合伙人
23	杨金鹏	浙江嘉亨车间副主任	6.95	2.95	有限合伙人
24	李亚楠	上海嘉亨采购员	6.95	2.95	有限合伙人
25	郝雷雷	上海嘉亨研发工程师	6.95	2.95	有限合伙人
26	刘　云	上海嘉亨业务员	6.95	2.95	有限合伙人
27	袁玉梅	上海嘉亨研发主管	6.95	2.95	有限合伙人
合计			**235.51**	**100.00**	**-**

2、嘉禾常兴

截至本回复出具之日，嘉禾常兴的合伙人均系发行人员工，嘉禾常兴的合伙人出资情况及各位合伙人在发行人的任职情况如下：

序号	合伙人姓名/名称	合伙人身份/在公司任职	出资额（万元）	出资比例（%）	合伙人类型
1	徐　勇	副总经理、董事会秘书	354.47	42.91	普通合伙人
2	陈聪明	财务总监	267.53	32.39	有限合伙人
3	许聪艳	副总经理	33.44	4.05	有限合伙人
4	蔡金根	生产经理	20.06	2.43	有限合伙人
5	李晓峰	珠海嘉亨总经理	20.06	2.43	有限合伙人
6	王　琰	监事、生产部经理	20.06	2.43	有限合伙人
7	辜少芳	采购经理	13.38	1.62	有限合伙人
8	苏霁晓	研发经理	13.38	1.62	有限合伙人
9	翁馥颖	董事、人事行政部经理	13.38	1.62	有限合伙人
10	吴丽彬	财务会计	13.38	1.62	有限合伙人
11	吴丽萍	监事会主席、质量部经理	10.03	1.21	有限合伙人
12	蔡冰冰	业务经理	6.69	0.81	有限合伙人
13	陈满花	浙江嘉亨业务经理	6.69	0.81	有限合伙人
14	林其川	财务会计	6.69	0.81	有限合伙人

15	吴桂珠	仓库主管	6.69	0.81	有限合伙人
16	吴玮斌	财务会计	6.69	0.81	有限合伙人
17	吴玉梅	车间主任	6.69	0.81	有限合伙人
18	谢　军	车间主任	6.69	0.81	有限合伙人
合　　计			**826.00**	**100.00**	

3、泉州恒亨

截至本回复出具之日，泉州恒亨的合伙人均系发行人员工，泉州恒亨的合伙人出资情况及各位合伙人在发行人的任职情况如下：

序号	合伙人姓名	合伙人身份/在公司任职	出资额（万元）	出资比例（%）	合伙人类型
1	范洋洋	监事、业务经理	33.51	10.31	普通合伙人
2	龙　韵	副总经理	134.03	41.24	有限合伙人
3	严珍红	上海嘉亨质量部总监	33.51	10.31	有限合伙人
4	卢菊明	上海嘉亨研发经理	33.51	10.31	有限合伙人
5	姜子燕	上海嘉亨业务员	20.15	6.20	有限合伙人
6	张辉黎	上海嘉亨人事行政部经理	16.73	5.15	有限合伙人
7	何　英	上海嘉亨财务会计	13.39	4.12	有限合伙人
8	李伟宇	浙江嘉亨车间主任	13.39	4.12	有限合伙人
9	吴惠娜	浙江嘉亨仓库主管	13.39	4.12	有限合伙人
10	郝建波	车间主任	6.695	2.06	有限合伙人
11	何伟新	车间主任	6.695	2.06	有限合伙人
合计			**325.00**	**100.00**	

二、员工离职后的权益处理、内部流转及退出机制、规范运作情况

泉州众亨、嘉禾常兴、泉州恒亨（以下统称“员工持股平台”）员工离职后的权益处理、内部流转及退出机制，主要体现在各员工持股平台的《合伙协议》、参与员工签署出具的《承诺函》，具体如下：

1、合伙人之间可以相互转让在合伙企业中的全部或者部分财产份额，转让时除了应当通知其他合伙人之外，还需经过执行事务合伙人书面同意。合伙人向合伙人以外的人转让其在合伙企业中的全部或者部分财产份额时，转让时除了应当通知其他合伙人之外，还需经过执行事务合伙人书面同意。

2、员工通过员工持股平台获得的公司股份，在公司首次公开发行并上市前，除根据《承诺函》的规定须予以转让或退出，或取得公司控股股东曾本生的书面认可外，不得转让给第三人，也不得主动要求退出或要求公司回购。

3、在公司成功上市后，员工出售股权应遵守相关法律法规、证监会、交易

所等相关规定和公司《招股说明书》中的相关承诺。

4、如果在公司尚未上市之前出现以下任何一种情况，员工自愿将其对员工持股平台的出资按照实际出资金额出售给曾本生指定的第三方，该第三方按照员工的认购成本价支付相应对价。

（1）员工因为如下情形被公司提前解除劳动合同：

A、严重违反公司规章制度，致使公司与员工解除劳动合同；

B、严重失职，营私舞弊，给公司利益造成重大损害，致使公司与员工解除劳动合同；

C、同时与其他用人单位建立劳动关系，致使公司与员工解除劳动合同；

D、被依法追究刑事责任的，致使公司与员工解除劳动合同；

E、其他存在违反国家规定或公司规章制度、并损害公司利益或声誉的行为；

（2）员工发生法律及相关规定不得持有公司股份的情形；

（3）因自身原因主动辞职；

（4）在公司首次公开发行并上市前，曾本生以书面形式同意员工将所持股份转让给第三人的。

员工持股平台员工离职后的权益处理、内部流转及退出机制，在《合伙协议》及员工出具的《承诺函》中没有体现的，则根据《中华人民共和国合伙企业法》及相关法律法规处理。

员工持股平台系依法设立并有效存续的有限合伙企业，除持有发行人股份外，未开展其他经营活动；员工持股平台的设立遵循公司自主决定、员工自愿参加的原则，不存在以摊派、强行分配等方式强制实施员工持股计划的情形；员工持股平台自设立以来，均按照法律、法规及相关合伙协议约定规范运行。

发行人已在招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“六、发行人主要股东及实际控制人基本情况”之“（五）持有发行人股份的其他股东”补充披露如下：

嘉禾常兴的合伙人均为发行人员工，嘉禾常兴已根据合伙协议及承诺函的约定建立健全了员工离职后的权益处理、内部流转及退出机制，嘉禾常兴自设立以来均规范运行。

泉州恒亨的合伙人均为发行人员工，泉州恒亨已根据合伙协议及承诺函的约定建立健全了员工离职后的权益处理、内部流转及退出机制，泉州恒亨自设

立以来均规范运行。

泉州众亨的合伙人均为发行人员工，泉州众亨已根据合伙协议及承诺函的约定建立健全了员工离职后的权益处理、内部流转及退出机制，泉州众亨自设立以来均规范运行。

问题（4）：

结合历次股权变动情况、持股平台人员及股份变动情况逐项说明是否涉及股份支付，确定权益工具公允价值的确认方法及相关计算过程，股份支付是否存在服务期限等限制性条款，股份支付会计处理是否符合《企业会计准则》相关规定。

回复：

一、发行人历次股份变动情况

时间	事项	股东名称	股东类型
2005 年 7 月	设立	曾本生	控股股东
2011 年 8 月	第一次增资	曾本生	控股股东
2016 年 2 月	第二次增资	福建汇鑫	外部投资者
		福建汇水	外部投资者
2016 年 9 月	第三次增资	福建汇水	外部投资者
		嘉禾常兴	员工持股平台
		泉州恒亨	员工持股平台
2017 年 11 月	第四次增资	泉州中和	外部投资者
		华扬宗兴	外部投资者
		福建汇火	外部投资者
		泉州宝荣	外部投资者
		福建锋达	外部投资者
		厦门群盛	外部投资者
		上海辉盈	外部投资者
2019 年 6 月	第五次增资	泉州众亨	员工持股平台

二、外部投资者入股不涉及股份支付情形

根据《企业会计准则第 11 号——股份支付》准则规定，股份支付是指企业为获取职工或其他方提供服务而授予权益工具或者承担以权益工具为基础确认的负债的交易。上述外部投资者均为财务投资，不是公司客户、供应商，未向公司提供服务，增资价格公允，故不存在股份支付的情况。

三、员工持股平台入股不存在应确认股份支付费用的情形

嘉禾常兴、泉州恒亨、泉州众亨均为员工持股平台，分别在第三次、第五次增资入股。

1、嘉禾常兴、泉州恒亨

发行人第二次增资、第三次增资情况如下：

单位：万元、万美元、元/美元注册资本

时间	事项	股东名称	投资金额	增加实收资本	价格	股东类型
2016 年 2 月	第二次增资	福建汇鑫	2,000.0000	43.6170	45.85	外部投资者
		福建汇水	400.0000	8.7234	45.85	外部投资者
2016 年 9 月	第三次增资	福建汇水	1,150.0000	25.0818	45.85	外部投资者
		嘉禾常兴	824.9800	17.9930	45.85	员工持股平台
		泉州恒亨	323.9800	7.0661	45.85	员工持股平台

2016 年 9 月，嘉禾常兴、泉州恒亨与福建汇水同时增资入股，本次增资价格为 45.85 元/美元注册资本，与 2016 年 2 月、2016 年 9 月外部机构投资者增资的定价一致，价格公允，不存在应确认股份支付费用的情形。

2、泉州众亨

发行人第四次、第五次增资情况如下：

单位：万元、万股、元/股

时间	事项	股东名称	投资金额	持有公司股份	价格	股东类型
2017 年 11 月	第四次增资	泉州中和	1,300.0000	188.1509	6.91	外部投资者
		华扬宗兴	1,470.0000	212.7555	6.91	外部投资者
		福建汇火	1,040.0000	150.5209	6.91	外部投资者
		泉州宝荣	550.0000	79.6021	6.91	外部投资者
		福建锋达	520.0000	75.2601	6.91	外部投资者
		厦门群盛	520.0000	75.2601	6.91	外部投资者
		上海辉盈	3,120.0000	451.5619	6.91	外部投资者
2019 年 6 月	第五次增资	泉州众亨	234.7134	33.9672	6.91	员工持股平台

2019 年 6 月，泉州众亨增资价格与 2017 年 11 月外部投资者的增资价格一致。2017 年 11 月外部财务投资者增资，系看好公司的发展前景，按照公司 2018 年预计经营业绩作为确定公司价值的基础；公司 2019 年初筹划新设员工持股平台泉州众亨时，系以公司 2018 年扣除非经常性损益孰低后的净利润作为估值基础，两次增资的估值基础基本一致。按照 2018 年扣除非经常性损益孰低后的净利润测算，泉州众亨增资的市盈率约为 13 倍，价格公允，不存在应确认股份支付费用的情形。

四、持股平台的企业内部财产份额转让不存在应确认股份支付费用的情形

报告期内，员工持股平台历次内部财产份额转让情况如下：

单位：万元、%

企业名称	转让时间	转让方	受让方	转让份额	转让比例	转让价格	定价依据
嘉禾常兴	2018 年 7 月	吕琼瑜	吴玉梅	6.69	0.81	6.69	原价转让
			谢　军	6.69	0.81	6.69	原价转让
泉州恒亨	2017 年 6 月	王　辉	张辉黎	13.39	4.12	13.39	原价转让
		陈婉臻		3.34	1.03	3.34	原价转让
	2018 年 3 月	苏瑞蓉	郝建波	6.695	2.06	6.695	原价转让
			何伟新	6.695	2.06	6.695	原价转让
	2019 年 5 月	张　毅	卢菊明	33.51	10.31	33.51	原价转让
泉州众亨	2019 年 10 月	杨子一	罗　浩	6.94764	2.95	6.94764	原价转让
	2020 年 7 月	顾　钧	刘志峰	6.94764	2.95	6.94764	原价转让

报告期内，除吕琼瑜因个人资金需要转让其持有嘉禾常兴的财产份额外，其他人员转让财产份额的原因均为个人离职；根据员工持股平台各参与员工出具的《承诺函》约定，员工退伙需将其对持股平台的出资按照实际出资金额转让给其他公司在职员工。故不存在应确认股份支付费用的情形。

综上，发行人历次增资价格是各方依据公司当时的实际经营情况、评估价格等综合因素协商谈判确定，定价公允，增资行为不构成股份支付，符合《企业会计准则》的相关会计处理要求；发行人员工持股平台入股公司时以公允价格入股，不存在应确认股份支付费用的情形；嘉禾常兴、泉州恒亨、泉州众亨员工持股平台中员工出资份额转让，系按照员工持股平台约定的方式处置，未约定服务期限，不存在应确认股份支付费用的情形。

问题（5）：

补充披露报告期内股权变动的价格、定价依据及公允性、价款支付情况、资金来源及合法合规性。

回复：

发行人已在招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“二、发行人改制设立情况”补充披露如下：

发行人报告期内的股权变动情况如下：

1、2017 年 11 月，有限公司第四次增资

2017 年 10 月 26 日，泉州华硕召开董事会，同意泉州华硕增资 180.7622 万美元，新增出资由泉州中和、华扬宗兴、福建汇火、泉州宝荣、福建锋达、厦门群盛、上海辉盈认缴。其中，泉州中和以人民币 1,300 万元认缴 27.5811 万美元

注册资本，华扬宗兴以人民币 1,470 万元认缴 31.1879 万美元注册资本，福建汇火以人民币 1,040 万元认缴 22.0649 万美元注册资本，泉州宝荣以人民币 550 万元认缴 11.6689 万美元注册资本，福建锋达以人民币 520 万元认缴 11.0324 万美元注册资本，厦门群盛以人民币 520 万元认缴 11.0324 万美元注册资本，上海辉盈以人民币 3,120 万元认缴 66.1946 万美元注册资本。

上述股东看好公司的发展前景，因此认购了该次新增股份，并进一步完善公司股权结构和公司治理。该次增资价格为人民币 47.13 元/每 1 美元注册资本，折合 6.91 元/股，该次增资价格系综合考虑公司的经营情况、盈利水平、所处行业及成长性等因素，与投资者充分协商后确定，定价公允。

2017 年 11 月 30 日，致同会计师事务所（特殊普通合伙）对本次增资进行了审验并出具《验资报告》（致同验字（2017）第 350ZB0063 号），**上述股东的认购款已足额支付，用于增资的资金为其合法的财产，资金来源合法、合规。**

2、2018 年 5 月，整体变更设立股份公司

2018 年 5 月 2 日，泉州华硕召开董事会，同意泉州华硕整体变更为股份有限公司。同日，各发起人股东签署了《发起人协议》。根据致同会计师事务所（特殊普通合伙）出具的《审计报告》（致同审字[2018]第 350ZA0252 号），泉州华硕以 2017 年 11 月 30 日经审计账面净资产 305,141,732.58 元为基础，折为公司股份 75,260,328 股，余额计入资本公积，各出资人的持股比例保持不变。

2018 年 5 月 28 日，致同会计师事务所（特殊普通合伙）对本次整体变更设立股份公司的出资进行审验并出具了《验资报告》（致同验字〔2018〕第 350ZA0025 号）。

3、2019 年 6 月，股份公司第一次增资

2019 年 5 月 30 日，公司召开 2019 年第一次临时股东大会，同意增加泉州众亨为新股东，同时公司注册资本由 7,526.03 万元增加至 7,560.00 万元。泉州众亨以现金 234.71 万元认缴 33.97 万元注册资本，增资价格为 6.91 元/股。泉州众亨系员工持股平台，本次增资系公司为实现与公司骨干员工共同发展而对股权结构进行的调整。该次增资价格与公司 2017 年 11 月外部机构投资者增资价格相同。

2019 年 6 月 27 日，致同会计师事务所（特殊普通合伙）对本次增资进行了审验并出具《验资报告》（致同验字[2019]第 350ZB0020 号），**泉州众亨的认购款**

已足额支付，其用于出资的资金为其合法的财产，资金来源合法、合规。

问题（6）：

补充披露历次股权变动履行的程序是否合法合规，历次股权转让、增资、分红、整体变更等过程中涉及到的控股股东及实际控制人缴纳所得税、发行人代扣代缴情况，是否存在违反税收法律法规等规范性文件的情况，是否构成重大违法行为。

回复：

一、历次股权变动履行的程序合法合规

发行人历次股权变动履行的相关程序如下：

序号	股权变动情况	公司内部程序	政府部门审批/备案程序
1	2011 年 8 月第一次增资，曾本生新增认缴出资 500 万美元	2011 年 6 月 28 日，泉州华硕唯一股东、董事曾本生作出决定，公司决定增资 500 万美元	2011 年 7 月 15 日，福建省对外贸易经济合作厅出具《福建省对外贸易经济合作厅关于同意泉州华硕实业有限公司增资事项的批复》（闽外经贸外资[2011]286 号），批准了本次增资的相关事项。 2011 年 7 月 15 日，福建省人民政府向公司核发了新的《中华人民共和国外商投资企业批准证书》（商外资闽府外资字[2005]0052 号）。 2011 年 8 月 19 日，泉州市工商行政管理局核准了本次工商变更登记。
2	2016 年 2 月第二次增资，福建汇鑫、福建汇水新增认缴出资 52.3404 万美元	2016 年 1 月 19 日，泉州华硕唯一股东、董事曾本生作出决定，公司决定增资 52.3404 万美元	2016 年 1 月 25 日，泉州市鲤城区商务局出具《关于同意泉州华硕实业有限公司增加注册资本、投资总额等变更事项的批复》（泉鲤政商务[2016]12 号），批准了本次增资的相关事项。 2016 年 1 月 27 日，福建省人民政府向公司核发了新的《中华人民共和国外商投资企业批准证书》（商外资闽泉合资字[2005]0041 号）。 2016 年 2 月 27 日，泉州市工商行政管理局核准了本次工商变更登记。

3	2016 年 9 月第三次增资，福建汇水、嘉禾常兴、泉州恒亨新增认缴出资 50.1409 万美元	2016 年 8 月 8 日，泉州华硕董事会作出决议，同意公司增资 50.1409 万美元	2016 年 8 月 23 日，泉州市鲤城区商务局出具《关于同意泉州华硕实业有限公司增加注册资本、投资总额等变更事项的批复》（泉鲤政商务审[2016]21 号），批准了本次增资的相关事项。 2016 年 8 月 24 日，福建省人民政府向公司核发了新的《中华人民共和国外商投资企业批准证书》（商外资闽泉合资字[2005]0041 号）。 2016 年 9 月 7 日，泉州市工商行政管理局核准了本次工商变更登记。
4	2017 年 11 月第四次增资，泉州中和、华扬宗兴、福建汇火、泉州宝荣、福建锋达、厦门群盛、上海辉盈新增认缴出资 180.7622 万美元	2017 年 10 月 26 日，泉州华硕董事会作出决议，同意公司增资 180.7622 万美元	2017 年 11 月 15 日，泉州市工商行政管理局核准了本次工商变更登记。 2017 年 11 月 23 日，泉州市鲤城区商务局出具《外商投资企业变更备案回执》（闽泉鲤资备 201700051），对本次增资的相关事项进行了备案。
5	2018 年 5 月发行人整体变更设立股份公司	2018 年 5 月 2 日，泉州华硕董事会作出决议：同意以发起设立的方式，将公司整体变更为股份有限公司，原有限公司登记在册的股东作为股份公司的发起人	2018 年 5 月 30 日，发行人取得泉州市工商行政管理局核发的统一社会信用代码为 91350500775373224G 的《营业执照》。 2018 年 6 月 15 日，发行人取得泉州市鲤城区商务局出具的《外商投资企业变更备案回执》（闽泉鲤资备 201800034），就发行人整体变更事项进行了备案。
6	2019 年 6 月股份公司增资，泉州众亨新增认缴出资 33.97 万元	2019 年 5 月 30 日，公司股东大会作出决议，同意公司增资 33.97 万元	2019 年 6 月 10 日，泉州市市场监督管理局核准了本次工商变更登记。 2019 年 6 月 14 日，泉州市鲤城区商务局出具《外商投资企业变更备案回执》（闽泉鲤资备 201900022），对本次增资的相关事项进行了备案。

发行人已在招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“二、发行人改制设立情况”补充披露如下：

综上所述，**发行人历次股权变动所履行的程序符合法律、法规的相关规定，合法合规，真实有效。**

二、历次股权转让、增资、分红、整体变更等过程中涉及到的控股股东及实际控制人缴纳所得税、发行人代扣代缴情况，是否存在违反税收法律法规等规范性文件的情况，是否构成重大违法行为

1、关于历次股权转让、增资、分红的税收缴纳情况

发行人自设立以来不存在股权转让、分红的情形，发行人历次增资均以货币出资，不涉及以未分配利润、公积金转增注册资本的情况，因此不涉及自然人股东需缴纳个人所得税的情况。

2、关于整体变更的税收缴纳情况

泉州华硕于 2018 年 5 月 30 日整体变更为股份有限公司，整体变更前泉州华硕的注册资本为 1,103.2435 万美元。根据《关于外商投资的公司审批登记管理法律适用若干问题的执行意见》（工商外企字[2006]81 号）第八条之规定，“作为公司注册资本的外币与人民币或者外币与外币之间的折算，应按发生（缴款）当日中国人民银行公布的汇率的中间价计算”；2018 年 3 月 16 日，致同会计师事务所（特殊普通合伙）出具的《审计报告》（致同审字[2018]第 350ZA0252 号）审计确认，截至 2017 年 11 月 30 日，泉州华硕实收注册资本为 1,103.2435 万美元，折合成人民币为 75,260,327.54 元。

泉州华硕整体变更为股份有限公司时，按照整体变更前后股本保持不变的原则设置股份公司股本。考虑到股份公司股份数须为整数，因此整体变更后将股本设置为 75,260,328 股。

根据《国家税务总局关于进一步加强高收入者个人所得税征收管理的通知》（国税发[2010]54 号）等相关规定，有限责任公司整体变更为股份有限公司涉及以未分配利润、盈余公积和资本公积转增股本情形的，应当依法征收个人所得税。如前文所述，发行人股改方案系按照整体变更前后股本保持不变的原则进行，不涉及以未分配利润、盈余公积和资本公积转增股本。

根据《财政部、国家税务总局关于个人所得税若干政策问题的通知》（财税字〔1994〕20 号）的规定，外籍个人从外商投资企业取得的股息、红利所得，免征个人所得税，发行人控股股东、实际控制人曾本生先生系香港居民，依据前述规定无需缴纳个人所得税。

根据财政部、国家税务总局《关于个人独资企业和合伙企业投资者征收个人所得税的规定》及其相关规定，合伙企业以每一个合伙人为纳税义务人，投资者应向企业实际经营管理所在地主管税务机关申报缴纳个人所得税；投资者从合伙企业取得的生产经营所得，由合伙企业向企业实际经营管理所在地主管税务机关申报缴纳投资者应纳的个人所得税，并将个人所得税申报表抄送投资者。因此，

对于发行人的合伙企业股东，发行人不承担代扣代缴义务，由其根据相关法规自行申报相关个人所得税。

根据国家税务总局泉州市鲤城区税务局出具的《证明》，嘉亨家化自 2017 年 1 月 1 日至 2020 年 6 月 30 日期间，发行人一直依法按时、足额申报并缴纳各项应纳税项，依据有关税务的法律、法规或其他规范性文件享受税收优惠，通过历年税务年检，未发现有拖欠、漏缴、偷逃税款或其他违反有关税务的法律、法规或其他规范性文件的行为，也不存在因违反有关税务的法律、法规或其他规范性文件而被或可能被调查、处罚的情况，与我局也没有关税务方面的争议。

为进一步保护公司利益及其他股东的权益，公司控股股东、实际控制人曾本生先生出具承诺：“如根据国家法律、法规、税收征管规定或税收征管机关的要求，须就发行人整体变更为股份公司事宜缴纳相关税款而未缴纳，并因此导致发行人承担责任或遭受损失的，本人将及时、足额地向发行人赔偿其所发生的与此有关的所有损失”。

发行人已在招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“二、发行人改制设立情况”补充披露如下：

综上所述，**发行人历史上不存在股权转让、分红的情形；发行人历次增资、整体变更过程中控股股东及实际控制人曾本生先生无需缴纳个人所得税，发行人无需履行代扣代缴义务；发行人及控股股东均不存在违反税收法律法规等规范性文件的情况。**

问题（7）：

请保荐人、发行人律师、申报会计师对上述事项核查并发表明确意见。

回复：

保荐机构、发行人律师、申报会计师履行了以下核查程序：

1、将发行人所属行业与商务部、国家发展和改革委员会历次发布的《外商投资产业指导目录》《外商投资准入特别管理措施（负面清单）》等相关规定进行比对，核实发行人是否属于外商投资限制类行业；

2、了解发行人自设立以来享受的外商投资企业所得税税收优惠情况，结合《中华人民共和国外商投资企业和外国企业所得税法》和《中华人民共和国企业所得税法》相关规定，判断是否存在需返还税收优惠的情形；

3、查阅发行人自设立以来的全套工商登记档案资料，书面审查了发行人首次设立、历次股权转让、转增股本及整体变更的相关协议或合同、内外部审批文件、评估报告及备案文件、验资报告等文件，核查工商、商务主管部门出具的相关证明，取得发行人实物出资的入账凭证、评估报告；了解发行人及子公司上海嘉亨设立时逾期出资的情况；了解历年股权变动过程中是否存在控股股东及实际控制人需缴纳个人所得税的情况。

4、获取发行人及员工持股平台嘉禾常兴、泉州恒亨、泉州众亨的工商档案资料、历次增资协议、董事会决议、验资报告等资料，了解发行人历次股权变动情况，核实转让价格的公允性；了解公司历次股权变动及员工持股平台内部份额转让情况；检查发行人发生的股份变动是否涉及股份支付，核实会计处理是否符合《企业会计准则第 11 号——股份支付》的相关规定。

经核查，保荐机构、发行人律师、申报会计师认为：

1、发行人不属于外商投资限制类行业，发行人前身泉州华硕作为外商投资企业已满十年，符合享受外商投资企业税收优惠的条件，不存在需返还税收优惠的情形。

2、发行人、上海嘉亨逾期出资情形虽不符合外资管理等相关规定，但不影响发行人、上海嘉亨存续的合法性、有效性，不会对发行人本次发行上市造成实质性障碍；在历次股权变动中，发行人股东已全面履行了出资义务，并由会计师事务所出具验资报告，出资方式不存在瑕疵。

3、员工持股平台的合伙人均为发行人员工，员工持股平台已根据合伙协议及承诺函的约定建立健全了员工离职后的权益处理、内部流转及退出机制，员工持股平台自设立以来均规范运行。

4、公司员工持股平台入股公司时以公允价格入股，不存在应确认股份支付费用的情形；嘉禾常兴、泉州恒亨、泉州众亨员工持股平台中因个人原因退伙或离职员工出资份额转让，系按照员工持股平台各参与员工出具的《承诺函》中约定的处置方式，不存在应确认股份支付费用的情形。

5、发行人报告期内增资价格公允，新增股东出资款均已到位，资金来源合法合规。

6、发行人历次增资所履行的程序符合法律、法规的相关规定，合法合规，

真实有效。发行人历史上不存在股权转让、分红的情形；发行人历次增资、整体变更过程中控股股东及实际控制人曾本生先生无需缴纳个人所得税，发行人无需履行代扣代缴义务；发行人及控股股东均不存在违反税收法律法规等规范性文件的情况。

2、关于子公司。

申报材料显示，公司拥有 3 家全资子公司，3 家全资孙公司。报告期内发行人收购了曾焕彬、曾雅萍、庄朝辉持有的香港华美 100%股权。

请发行人补充披露：（1）发行人与各子公司、孙公司主要产品、客户的差异情况，相关主体的业务定位与区别；（2）香港华美成立的背景、目的、具体从事业务；（3）香港华美被发行人收购其股权前与发行人发生商业往来的时间、金额及交易内容，发行人与香港华美交易的定价公允性，合理性及必要性；（4）在发行人收购香港华美股权后，香港华美主要从事业务，主要财务数据，涉及发行人内部销售的，说明内部定价情况，是否合理；（5）香港华美的纳税情况，相关税收适用的法律法规，是否存在因转移定价等被要求补税等情形。请保荐人、发行人律师、申报会计师对上述事项核查并发表明确意见。

回复：

问题（1）：

发行人与各子公司、孙公司主要产品、客户的差异情况，相关主体的业务定位与区别。

回复：

发行人已在招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“五、发行人子公司情况”补充披露如下：

公司主要从事日化产品 OEM/ODM 及塑料包装容器的研发设计、生产，具备化妆品和家庭护理产品的研发、配制、灌装及塑料包装容器设计、制造的一体化综合服务能力。

发行人及各子公司、孙公司的业务定位、主要产品、主要服务客户情况如下：

发行人主体	业务定位	主要产品	主要服务客户
嘉亨家化	塑料包装容器的研发、生产和销	塑料包装	强生、上海家化、壳牌、百雀羚

	售，2020 年增加化妆品粉类业务	**粉类化妆品**	**强生**
上海嘉亨	**化妆品、家庭护理产品等日化产品的研发、生产和销售**	**化妆品**	**强生、郁美净、贝泰妮、保利沃利**
		家庭护理产品	**益海嘉里、利洁时、强生**
浙江嘉亨	**塑料包装容器及香皂的研发、生产和销售**	**塑料包装**	**上海家化、壳牌、强生、百雀羚**
		香皂	**强生、利洁时、上海家化**
天津嘉亨	**塑料包装容器的生产和销售**	**塑料包装**	**壳牌**
珠海嘉亨	**塑料包装容器的生产和销售**	**塑料包装**	**壳牌**
香港华美	**化妆品、塑料包装容器的销售**	-	**SLG Brands Limited、Meiyume（UK）Ltd.**
湖州嘉亨	**化妆品及塑料包装容器生产基地**	**尚处于建设期，未实际开展经营活动。**	

问题（2）：

香港华美成立的背景、目的、具体从事业务。

回复：

发行人已在招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“五、发行人子公司情况”之“（一）全资子公司、孙公司”之“5、香港华美”补充披露如下：

2001 年 1 月，张一举、邓荣兴、蔡凌浩三人共同出资设立香港华美前身 MDM International Limited，设立时注册资本 100 港元，其中蔡凌浩持股 34%，张一举持股 33%，邓荣兴持股 33%。上述三人与发行人、发行人控股股东及实际控制人、董事、监事、高级管理人员、其他核心人员等均没有关联关系。

2003 年 7 月，蔡凌浩、邓荣兴、张一举分别将其持有的 MDM International Limited 股权转让给曾焕彬、曾雅萍、庄朝辉，转让价格为 1 港元/股。同时 MDM International Limited 更名为华美工业有限公司，转让完成后曾焕彬持股 70%、曾雅萍持股 20%、庄朝辉持股 10%。

曾焕彬、曾雅萍、庄朝晖 2003 年收购香港华美后，主要从事贸易服务。香港华美于 2010 年开始与发行人进行商业往来，主要向发行人采购塑料包装容器和日化产品并向香港、欧美等区域销售。

问题（3）：

香港华美被发行人收购其股权前与发行人发生商业往来的时间、金额及交易内容，发行人与香港华美交易的定价公允性，合理性及必要性。

回复：

香港华美与发行人的商业往来开始于 2010 年，香港华美主要向发行人采购塑料包装容器和日化产品并向香港、欧美等区域销售。

根据发行人与曾焕彬、曾雅萍、庄朝辉签订的《股权转让协议》，香港华美股权转让的计价基准日为 2017 年 6 月 30 日，自该日起转让方在香港华美的权益归受让方即发行人享有。

香港华美被发行人收购前两年及一期，即 2015 年、2016 年、2017 年 1-6 月，发行人向香港华美销售情况如下：

单位：万元、个、吨、元/个、元/吨

年度	销售方	产品类型	销售金额	销量	单价	同类产品平均单价
2017 年 1-6 月	嘉亨家化	塑料包装容器	24.59	389,143	0.63	0.51
	上海嘉亨	化妆品	20.52	7.57	27,117.81	23,222.47
2016 年	嘉亨家化	塑料包装容器	212.83	3,961,570	0.54	0.55
	上海嘉亨	化妆品	217.04	42.54	51,024.57	25,524.78
2015 年	嘉亨家化	塑料包装容器	264.30	5,254,716	0.50	0.48
	上海嘉亨	化妆品	605.88	195.31	31,022.27	22,714.74

发行人收购香港华美前，双方交易金额较小，发行人对香港华美的销售单价与当年平均销售单价差异主要系产品类别、结构差异所致，定价公允。香港华美作为发行人在香港的海外业务对接窗口，为发行人在境外贸易开展起到促进作用，发行人与香港华美的交易具有合理性及必要性。

问题（4）：

在发行人收购香港华美股权后，香港华美主要从事业务，主要财务数据，涉及发行人内部销售的，说明内部定价情况，是否合理。

回复：

发行人已在招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“五、发行人子公司情况”之“（一）全资子公司、孙公司”之“5、香港华美”补充披露如下：

1、香港华美经营情况

香港华美被发行人收购后，主要从事化妆品、塑料包装容器的销售业务，香港华美所销售商品主要采购自发行人。报告期内，香港华美业务规模较小。

报告期内，香港华美的主要财务数据如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月/2020 年 6 月 30 日	2019 年/2019 年 12 月 31 日	2018 年/2018 年 12 月 31 日	2017 年/2017 年 12 月 31 日
资产总额	262.80	203.93	137.10	93.44
净资产	71.71	119.06	107.20	-74.82
营业收入	159.29	1,133.69	953.75	497.02

项目	2020 年 1-6 月 /2020 年 6 月 30 日	2019 年 /2019 年 12 月 31 日	2018 年 /2018 年 12 月 31 日	2017 年 /2017 年 12 月 31 日
营业成本	116.93	927.98	704.82	357.73
净利润	-49.75	-22.27	-2.00	-114.70

报告期内，发行人境外销售与香港华美销售情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
境外销售收入	**5,664.79**	**5,699.53**	**4,528.12**	**3,257.78**
其中：塑料包装容器	1,208.87	3,638.16	3,018.14	2,247.37
化妆品	238.88	1,082.52	907.45	443.44
家庭护理产品	4,217.05	978.84	602.54	566.97
香港华美收入	**159.29**	**1,133.69**	**953.75**	**497.02**
其中：塑料包装容器	5.29	62.78	41.93	53.58
化妆品	154.00	1,056.27	904.95	443.44
家庭护理产品	0.00	14.63	0.00	0.00

报告期内，发行人境外化妆品销售收入主要通过香港华美实现。对于境外塑料包装容器、家庭护理产品销售收入对应的主要客户壳牌、强生、利洁时等，由发行人境内主体直接对接并保持业务往来。

2、发行人向香港华美内部销售的定价及其合理性

报告期内，发行人向香港华美销售情况如下：

单位：万元、个、吨、元/个、元/吨

年度	销售方	产品类型	销售金额	销量	单价	同类产品平均单价
2020 年 1-6 月	嘉亨家化	塑料包装容器	4.25	47,323	0.90	0.60
	上海嘉亨	化妆品	113.04	23.76	47,573.09	23,410.45
2019 年	嘉亨家化	塑料包装容器	50.44	640,906	0.79	0.60
	上海嘉亨	化妆品	874.89	195.51	44,749.87	21,078.03
2018 年	嘉亨家化	塑料包装容器	27.19	561,648	0.48	0.51
	上海嘉亨	化妆品	462.24	107.45	43,020.56	17,811.70
2017 年 7-12 月	嘉亨家化	塑料包装容器	18.03	292,221	0.62	0.51
	上海嘉亨	化妆品	216.87	119.80	18,102.72	23,222.47

香港华美作为发行人在境外的销售窗口，主要通过在香港参加展会等形式获取境外客户订单并保持与客户的沟通交流，接到订单后，由上海嘉亨或嘉亨家化生产，发行人在与香港华美交易过程中，充分考虑了香港华美的费用发生情况，给予香港华美一定的毛利率，维持香港华美的正常运营。

报告期内，发行人向香港华美销售产品单价与当年同类产品平均单价差异主要系细分产品类别、结构差异所致，其中，2018 年以来发行人向香港华美销售

的化妆品平均单价较高，主要系销售给最终客户 SLG Brands Limited 的套装产品平均价格较高所致。该类产品由公司提供配方开发、生产工艺论证，基于公司稳定的质量控制和交货能力，外销客户对价格接受度较高。

香港华美与发行人之间的内部交易定价，综合考虑了对最终客户定价、交易内容、香港华美正常运营的费用等因素，定价合理，交易具有真实的商业背景。

问题（5）：

香港华美的纳税情况，相关税收适用的法律法规，是否存在因转移定价等被要求补税等情形。

回复：

发行人已在招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“五、发行人子公司情况”之“（一）全资子公司、孙公司”之“5、香港华美”补充披露如下：

1、香港华美的纳税情况，相关税收适用的法律法规

报告期内，香港华美的纳税情况如下：

单位：万元

税种	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
企业所得税	0.00	0.00	0.00	预缴 2.89 万港元

根据《香港特别行政区税务条例》有关规定：香港公司所得税为“利得税”，并根据地域来源性原则征收。当公司业务在香港本地产生，企业需征税，有限公司的征税标准是：利润在 200 万以下的征收 8.25%，利润在 200 万以上的需按 16.5%缴税。若企业以离岸方式进行运营，所有业务均不在香港本地产生，则所产生利润无需交税。

报告期内，香港华美销售规模较小，剔除采购成本、人员工资、其他运营费用后，处于略微亏损状态，无需交纳企业所得税。香港华美 2017 年预缴的企业所得税已于 2018 年退回。

2、香港华美不存在因转移定价等被要求补税等情形

报告期内，香港华美与发行人、上海嘉亨发生交易，涉及各主体报告期内的所得税税率如下：

公司名称	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
嘉亨家化	15.00%	15.00%	15.00%	15.00%
上海嘉亨	25.00%	25.00%	25.00%	25.00%

公司名称	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
香港华美	16.50%	16.50%	16.50%	16.50%

报告期内，香港华美主要从上海嘉亨采购化妆品销售给境外客户，向嘉亨家化采购塑料包装的金额较小。**报告期内，发行人不存在通过转移定价将利润留存在企业所得税/利得税税率较低的主体的情形。**

发行人及其子公司上海嘉亨报告期各年度已进行企业所得税汇算清缴；香港华美报告期各年度已向税务部门进行纳税申报，主管税务部门均没有提出异议。根据发行人、上海嘉亨所在地税务部门出具的证明，发行人、上海嘉亨在报告期内依法缴纳各项税费，未发现有拖欠、漏缴、偷逃税款或其他违反有关税务法律、法规或其他规范性文件的情况；根据香港华美法律意见书，香港华美在报告期内按规定申报公司的经营状况和报税，不存在被税务处罚情况。

综上所述，报告期内由于香港华美一直处于亏损状态，无需交纳企业所得税；香港华美与发行人其他主体的内部交易定价公允，**不存在因转移定价等被要求补税的情形。**

问题（6）：

请保荐人、发行人律师、申报会计师对上述事项核查并发表明确意见。

回复：

保荐机构、发行人律师、申报会计师履行了以下核查程序：

1、了解发行人设立或收购子公司的目的及业务定位，确定内部交易的合理性及必要性；

2、取得香港华美自设立以来的商事登记资料，了解发行人实际控制人及其亲属收购香港华美的背景及发行人收购香港华美的背景，了解其业务、财务状况；

3、获取香港华美与发行人其他主体的内部交易明细，分析内部交易变动趋势是否正常、定价是否公允、是否存在通过发行人不同主体之间不公允交易定价规避税负的情况，获取香港华美报告期内所得税申报表，核实纳税情况与账面是否一致；获取发行人及其子公司上海嘉亨主管税务机关出具的发行人报告期内依法缴纳各项税费的证明。

经核查，保荐机构、发行人律师、申报会计师认为：

1、发行人及各子公司、孙公司业务定位明确；

2、发行人收购香港华美系为避免潜在的同业竞争、减少关联交易，具有合理的商业理由，收购定价公允；

3、发行人与香港华美的交易充分考虑了对最终客户定价、交易内容、香港华美正常运营的费用等因素，定价合理公允，交易具有合理性和必要性；

4、香港华美不存在因转移定价等被要求补税等情形。

3、关于上海诚壹。

申报材料显示，发行人报告期内注销的孙公司上海诚壹在 2014 年 10 月前由上海家化、自然人陈伟各持股 50%。

请发行人补充披露：（1）公司收购上海诚壹的原因，收购价格定价的公允性，发行人受让相关股权时是否能够从公开信息获取土地改造计划，是否与上海家化存在其他利益安排；（2）上海诚壹业务由浙江嘉亨承接的具体安排，相关资产、人员的转移及安置情况，生产设备等是否能够继续使用、是否足额计提减值，并量化说明上述业务承接对发行人报告期主要财务数据的影响。

请保荐人、申报会计师核查并发表明确意见。

回复：

问题（1）：

公司收购上海诚壹的原因，收购价格定价的公允性，发行人受让相关股权时是否能够从公开信息获取土地改造计划，是否与上海家化存在其他利益安排。

回复：

发行人已在招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“五、发行人子公司情况”之“（二）报告期内注销或转让的子公司”补充披露如下：

一、公司收购上海诚壹的原因

上海诚壹主要从事塑料包装容器的生产和销售，被收购前系上海家化（600315.SH）持股 50%的子公司，并纳入上海家化合并财务报表核算。根据上海家化 2014 年年度报告披露，上海家化在 2014 年年初聘请了贝恩咨询来协助制定五年发展战略，明确上海家化的主营业务将聚焦三大领域，即美容护肤、个人护理和家居护理；**为集中发展主营业务，上海家化决定逐步剥离或注销非主业子公司，如上海诚壹、上海家博日用化学品有限公司、上海家化宏元房地产开发**

有限公司等。

由于发行人与上海家化保持长期业务往来，在获悉上海家化拟转让上海诚壹股权后，考虑到上海诚壹与发行人的主营业务重合度较高，发行人决定通过收购上海诚壹以扩大公司产能，更好的服务发行人的经营发展战略。

综上，发行人收购上海诚壹是基于公司生产经营、业务发展的需要，符合商业逻辑，具备收购合理性。

二、收购价格定价的公允性

根据上海久信会计师事务所有限公司出具《审计报告》（沪久信专字[2014]第 1038 号），截至 2014 年 8 月 31 日，上海诚壹账面资产总额 42,605,511.98 元，负债总额 25,586,933.62 元，所有者权益 17,018,578.36 元。根据北京中同华资产评估有限公司出具《资产评估报告书》（中同华评报字[2014]第 464 号），上海诚壹在评估基准日 2014 年 8 月 31 日的净资产评估值为 17,476,892.65 元。

2014 年 9 月 26 日，上海诚壹作出股东会决议，同意上海家化、陈伟将其所持有的 50%、50%股权转让给上海嘉亨。同日，上海嘉亨与上海家化、陈伟签署了《股权转让协议》，本次股权转让价格以上海诚壹截至 2014 年 8 月 31 日经评估净资产为依据，并经转让各方协商确定，最终上海诚壹 100%股权作价 17,476,892.65 元，定价公允。2014 年 10 月，上海嘉亨分别向上海家化、陈伟支付了全部股权转让款。

三、发行人受让相关股权时是否能够从公开信息获取土地改造计划，是否与上海家化存在其他利益安排

发行人于 2014 年年中开始与上海家化洽谈收购上海诚壹事宜，并于 2014 年 10 月完成对上海诚壹的收购，在收购期间，发行人没有从公开信息获取上海诚壹承租的上海市宝山区大场工业公司厂房所处地块有土地改造计划。

2015 年末，上海诚壹收到上海市宝山区大场工业公司的口头通知，根据上海市住房和城乡建设管理委员会向宝山区人民政府印发的《关于确认宝山区大场镇联东村、蓟村村、丰收村、丰明村“城中村”改造地块实施方案的函》（沪建管函〔2015〕44 号），上海诚壹承租的位于宝山区锦秋路 78 号的厂房被纳入宝山区大场镇城中村改造范围，上海市宝山区大场工业公司拟提前解除与上海诚壹签

署的《租赁合同》，并要求上海诚壹于 2016 年 11 月 30 日前从租赁厂房、场地内搬出。

综上，发行人受让上海诚壹股权时未从公开信息渠道或其他途径获取到上海诚壹租赁地块的土地改造计划，发行人与上海家化也不存在其他利益安排。

问题（2）：

上海诚壹业务由浙江嘉亨承接的具体安排，相关资产、人员的转移及安置情况，生产设备等是否能够继续使用、是否足额计提减值，并量化说明上述业务承接对发行人报告期主要财务数据的影响。

回复：

一、上海诚壹业务由浙江嘉亨承接的具体安排

上海诚壹主要从事塑料包装容器的生产和销售，于 2016 年 11 月起正式停产，上海诚壹原有客户与浙江嘉亨接洽并建立合作关系后，由浙江嘉亨自主承接订单并开展相关经营活动。上海诚壹在订单履行完毕并收回全部货款后申请清算注销。

二、上海诚壹相关资产、人员的转移及安置情况，生产设备等是否能够继续使用、是否足额计提减值，并量化说明上述业务承接对发行人报告期主要财务数据的影响。

发行人已在招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“五、发行人子公司情况”之“（二）报告期内注销或转让的子公司”补充披露如下：

1、上海诚壹相关资产转移及处置情况

（1）存货

单位：万元

项目	上海诚壹销售给浙江嘉亨			浙江嘉亨对外销售		
	主营业务收入	主营业务成本	毛利	主营业务收入	主营业务成本	毛利
2017 年	3.54	3.46	0.08	1.17	0.82	0.35
2018 年	43.02	42.95	0.07	66.32	43.05	23.27
2019 年				0.02	0.01	0.01
2020 年	-	-	-	0.08	0.07	0.01
合计	46.56	46.41	0.15	67.59	43.95	23.64

报告期内，上海诚壹将 46.41 万存货以 46.56 万元销售给浙江嘉亨，其中 2.61 万元浙江嘉亨生产领用，剩余 43.95 万元存货以 67.59 万元对外销售，实现毛利

23.64 万元。

（2）固定资产

2016 年，上海诚壹将主要设备转让给浙江嘉亨及嘉亨家化，并将无法转移的配电设备等做报废处理，具体如下：

单位：万元

项目	转让给浙江嘉亨		转让给嘉亨家化		报废处置	
	固定资产原值	累计折旧	固定资产原值	累计折旧	固定资产原值	累计折旧
机器设备	1,461.50	713.20	22.60	19.63	426.39	279.94
电子及其他设备	45.28	34.16	-	-	43.33	30.08
合计	1,506.78	747.36	22.60	19.63	469.72	310.01

上海诚壹按照账面价值将固定资产转让给浙江嘉亨、嘉亨家化，并按照资产剩余使用年限计提折旧，对报告期内利润总额未产生重大影响。

报告期内，上海诚壹资产处置情况如下：

单位：万元

项目	2017 年转让给上海嘉亨		2018 年转让给非关联方		2018 年报废处置	
	固定资产原值	累计折旧	固定资产原值	累计折旧	固定资产原值	累计折旧
运输设备	79.41	35.65	14.45	4.47	-	-
电子设备	-	-	-	-	1.15	1.13

2017 年，上海诚壹按照账面价值将运输设备转让给上海嘉亨，确认资产处置收益 0.5 万元,并按照资产剩余使用年限计提折旧，对报告期内利润总额不产生重大影响。2018 年，上海诚壹将车辆牌照按照上海市相关政策拍卖销售给非关联第三方，销售价格 27.69 万元，确认资产处置收益 17.71 万元。

（3）模具

2017 年 1 月，上海诚壹将一套模具按照账面价值 14.42 万元转让给浙江嘉亨，于 2017 年 10 月摊销完毕，摊销金额 14.42 万元计入 2017 年制造费用。

2、人员的转移及安置情况

上海诚壹 2016 年 11 月停产前，共有 127 名员工。公司决定由浙江嘉亨承接上海诚壹的资产、业务和人员，对于不愿意前往浙江嘉亨工作的员工，上海诚壹与其协商解除劳动关系。截止 2016 年末，上海诚壹根据不同岗位职责分批次与 122 名员工依法解除劳动合同，并按照相关法律法规支付员工安置费用合计 337.38 万元。剩余 5 名员工中，3 名财务人员和 2 名销售人员负责上海诚壹少量未完成订单的跟踪及日常财务处理，上述 5 名员工的安置费已于 2016 年支付。

其中 1 名销售人员于 2017 年解除劳动合同，剩余 4 名员工于 2018 年解除劳动合同，同时上海诚壹又支付了安置费用 10.12 万元。

3、设备转入浙江嘉亨、上海嘉亨及嘉亨家化后的使用情况

固定资产转入浙江嘉亨、上海嘉亨及嘉亨家化后均处于良好运行状态，能保证公司的日常生产活动正常开展，结合报告期各年末固定资产盘点情况，通过对比未来现金流量现值与固定资产价值孰高，进行固定资产减值测试，经测试无需计提减值准备。

问题（3）：

请保荐人、申报会计师核查并发表明确意见。

回复：

保荐机构、申报会计师履行了以下核查程序：

1、了解发行人收购上海诚壹的背景，取得相关审计报告、资产评估报告，股权收购款支付凭证、银行水单；了解上海诚壹承租厂房所在地的土地改造计划，核实发行人知晓土地改造计划时间是否早于发行人收购上海诚壹股权日；

2、了解上海诚壹业务由浙江嘉亨承接的具体安排，注销前相关资产、人员的转移及安置情况，并分析上述业务对发行人报告期内财务数据的影响情况；

3、了解上海诚壹相关固定资产转入发行人其他主体后的使用情况，获取发行人固定资产盘点表及固定资产减值测试记录，核实上海诚壹相关固定资产的继续使用及减值计提情况。

经核查，保荐机构、申报会计师认为：

1、发行人收购上海诚壹是基于公司生产经营、业务发展的需要，符合商业逻辑，具备收购合理性；收购定价以经评估的净资产为依据，协商确定，定价公允；发行人受让上海诚壹股权时未从公开信息渠道或其他途径获取到上海诚壹租赁地块的土地改造计划，发行人与上海家化也不存在其他利益安排。

2、浙江嘉亨承接上海诚壹原有业务具有商业合理性；上海诚壹注销前，相关资产、人员已妥善转移及安置；生产设备等转入发行人其他主体后均处于良好运行状态，无需计提减值；浙江嘉亨承接上海诚壹业务对发行人报告期主要财务数据未产生重大影响。

4、关于关联方及关联交易。

申报材料显示，报告期内，公司子公司香港华美向实际控制人及其家庭成员租赁办公场所，同时公司存在关联方资金拆借、转贷等偶发性关联交易。

请发行人补充披露：（1）报告期内公司向关联方租赁办公场所、向关联方购买资产或股权的原因，定价的公允性、关联交易的必要性；（2）关联委托贷款发生原因、合规性以及相关利率是否公允；（3）报告期各期关联方注销或拟注销企业设立以来的生产经营情况、财务状况、存续期间是否合法经营、注销前从事的业务与发行人的主营业务之间的关系、注销后资产、管理人员和生产人员的工作去向，与发行人是否重叠；（4）关联方转贷的相关情况，包括不限于相关交易形成时间、原因、资金流向和使用用途、利息、违反有关法律法规具体情况及后果、后续可能影响的承担机制、整改措施、相关内控建立及运行情况；（5）是否存在公司关联方替公司承担成本、费用的情况，是否存在关联交易非关联化情况；（6）偶发性关联交易产生的利润及对发行人当期经营成果的影响、交易对公司主营业务的影响。请保荐人、发行人律师、申报会计师对上述事项核查并发表明确意见。

回复：

问题（1）：

报告期内公司向关联方租赁办公场所、向关联方购买资产或股权的原因，定价的公允性、关联交易的必要性。

回复：

发行人已在招股说明书“第七节 公司治理与独立性”之“九、关联方及关联关系”之“（二）关联交易情况”补充披露如下：

一、公司向关联方租赁办公场所

报告期内，公司子公司香港华美向实际控制人及其家庭成员租赁办公场所的具体情况如下：

单位：㎡、港元、港元/㎡/月

出租人	报告期内时间起止	租赁地	面积	月租金	单位租金	当地同类房产单位租金区间
曾本生、朱美珍	2017.01.01-2018.12.31	香港九龙湾宏照道 39 号企业广场 3 期 1602 室	133.33	20,000	150	130-323

出租人	报告期内时间起止	租赁地	面积	月租金	单位租金	当地同类房产单位租金区间
曾本生、朱美珍	2017.01.01-2018.12.31	香港九龙湾宏照道 39 号企业广场 3 期 1602 室	133.33	20,000	150	130-323
曾雅萍	2018.12.01-2020.11.30	香港九龙湾常悦道 9 号企业广场 1 期 3 座 1005 室	100.00	22,000	220	

注：当地同类房产单位租金区间来源于企业广场在 2017 年 1 月至 2020 年 6 月期间在香港中原地产网站（https://hk.centanet.com）的出租成交记录。

香港华美租赁的房产主要用于办公用途，对于房产结构并无特殊要求，发行人实际控制人曾本生及其配偶朱美珍拥有的位于香港企业广场的房产符合香港华美租赁要求，香港华美按照房屋所在地市场租赁价格租赁了该处房产。2018 年 12 月，曾本生、朱美珍拟出售该处房产，为方便业务交接，香港华美与曾雅萍签订租赁协议，搬迁至曾雅萍拥有的同样位于香港企业广场的房产，价格参照市场租赁价格确定。

报告期内，发行人向关联方租赁办公场所的租金与房产所在地同类房产的租金不存在明显差异，租赁定价公允。

二、2017 年公司向关联方购买股权

香港华美系发行人实际控制人及其家庭成员曾经控制的公司，主要从事化妆品、塑料包装容器的销售，为避免同业竞争、减少关联交易，并作为公司在香港的贸易窗口，公司决定通过同一控制下合并，收购香港华美 100%股权。**股权转让价格以香港华美截至 2017 年 6 月 30 日经致同会计师事务所（特殊普通合伙）审计净资产-77.06 万元为参考，转让各方协商确定，最终转让作价 5 万港元，定价公允。**

三、2017 年公司向关联方支付土地、房产款项

2012 年 4 月 28 日，泉州华硕与实际控制人曾本生同一控制下的泉州华达签订《土地使用权及房产转让协议》，泉州华达将位于泉州市鲤城区江南火炬工业区的一宗国有土地使用权及 7 座房屋所有权以 3,425.12 万元的价格转让给泉州华硕，该转让价格系以相关资产的账面净值作为定价依据，定价公允。由于泉州华硕业务发展较快，生产经营对流动资金需求较大，没有一次性支付全部土地、房

产款项，截至 2017 年 10 月，泉州华硕应付泉州华达款项为 2,986.23 万元。2017 年 11 月，泉州华硕引入外部财务投资者，泉州华硕用增资款偿还了应付关联方泉州华达的剩余土地、房产款项。

问题（2）：

关联委托贷款发生原因、合规性以及相关利率是否公允。

回复：

发行人已在招股说明书“第七节 公司治理与独立性”之“九、关联方及关联关系”之“（二）关联交易情况”补充披露如下：

一、关联委托贷款的基本情况

2017 年，公司实际控制人之一曾本生为公司提供委托贷款的情形如下：

委托方	借款方	借款金额（万元）	利率	借款起止日	受托银行
曾本生	公司	1,200.00	浮动利率，一年一定，年利率为同期同档次国家基准利率上浮 30%。	2015.01.27-2017.02.07	兴业银行股份有限公司泉州分行
	上海嘉亨	1,000.00		2015.03.10-2017.04.20	兴业银行股份有限公司泉州分行
		1,000.00		2015.03.27-2017.11.01	
		1,000.00		2015.04.17-2017.11.13	
		1,000.00		2015.07.24-2017.11.22	
	上海诚壹	1,000.00	固定利率，按照每笔借款提款日单笔借款期限所对应的人民银行公布的同期同档次基准利率基础上浮 30%，直至借款到期日。	2015.01.29-2017.03.03	中国农业银行股份有限公司泉州鲤城支行

二、关联委托贷款发生原因

由于发行人业务发展较快，短期内对流动资金有较大需求，但受限于银行信贷政策以及发行人可供抵押资产有限等原因，发行人获取银行贷款支持存在一定困难，在此背景下，为规范借贷行为，曾本生本着公平、互利的原则向发行人及其子公司提供委托贷款，帮助公司缓解流动资金压力。

三、关联委托贷款的合规性

根据中国人民银行于 1996 年颁布并实施的《贷款通则》（中国人民银行令

[1996 年 2 号]）第七条的规定，委托贷款系指由政府部门、企事业单位及个人等委托人提供资金，由贷款人（即受托人）根据委托人确定的贷款对象、用途、金额、期限、利率等代理发放、监督使用并协助收回的贷款，其风险由委托人承担，贷款人（即受托人）收取手续费，不得代垫资金。贷款人（受托人）只收取手续费，不承担贷款风险；第二条的规定，本通则所称贷款人，系指在中国境内依法设立的经营贷款业务的中资金融机构。本通则所称借款人，系指从经营贷款业务的中资金融机构取得贷款的法人、其他经济组织、个体工商户和自然人。

曾本生向发行人及其子公司提供委托贷款的贷款人（受托人）均为在中国境内依法设立的经营贷款业务的中资金融机构，具有办理委托贷款业务的资质。曾本生、发行人及其子公司与金融机构均按照要求签署了三方（委托人、借款人、贷款人）委托贷款借款协议，该等协议系各方在平等自愿的基础上签订，未违反法律法规的强制性规定，合同合法有效。

综上，曾本生向发行人及其子公司提供委托贷款的事项符合法律法规的要求。

四、关联委托贷款的利率是否公允

根据中国人民银行官网（http://www.pbc.gov.cn/）公布的金融机构人民币贷款基准利率，2015 年 1 月至 7 月，一至五年期（含五年）人民币贷款基准利率范围为 5.25%-6%，而委托贷款的年利率为同期同档次国家基准利率上浮 30%，即 6.825%-7.8%，根据发行人与商业银行在 2015 年 1 月至 7 月签署的同期同档次借款合同，发行人直接获得商业银行贷款的年利率范围为 6.1525%-6.42%，前述委托贷款利率与发行人直接向商业银行贷款的利率差异不大，符合同期贷款利率的市场化水平，前述关联委托贷款的利率是公允的。

问题（3）：

报告期各期关联方注销或拟注销企业设立以来的生产经营情况、财务状况、存续期间是否合法经营、注销前从事的业务与发行人的主营业务之间的关系、注销后资产、管理人员和生产人员的工作去向，与发行人是否重叠。

回复：

发行人已在招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“六、发行人主要股东及实际控制人基本情况”之“（三）控股股东和实际控制人控制的其他企业”补充

披露如下：

报告期内，发行人注销关联方的情况如下：

1、香港华达

香港华达系曾本生控制的香港公司，成立于 1993 年 3 月 2 日，业务范围为贸易与投资，于 2019 年 12 月 6 日注销。**报告期内，香港华达未从事实际的生产经营业务，未编制财务报表，不存在需要处理的资产、管理人员和生产人员，其在资产、人员和业务等方面与发行人不存在重叠关系。**

根据曾本生填写的 2016/17 课税年度、2017/18 课税年度、2018/19 课税年度和 2019/20 课税年度的个别人士报税表显示，报告期内，香港华达没有实际营业，利得税申报均为零申报。

根据翁余阮律师行（香港）出具的《关于华达贸易投资公司法律尽职调查意见书》，香港华达自成立至结束营业前，无违法和违规经营记录，不存在被税务处罚情况；香港华达在结束营业之前合法经营、没有受到香港监管机构处罚、没有被任何政府的调查或指控。

2、泉州华达

泉州华达系香港华达的全资子公司，成立于 1993 年 12 月 22 日，经营范围为机械、五金配件加工（不含电镀），于 2019 年 6 月 10 日注销。**报告期内，泉州华达未从事实际的生产经营业务，2017 年末、2018 年末资产均为货币资金，不存在需要处理的其他资产、管理人员和生产人员，其在资产、人员和业务等方面与发行人不存在重叠关系。**

报告期内，泉州华达的财务状况如下：

单位：万元

项目	2019 年/2019 年 12 月 31 日	2018 年/2018 年 12 月 31 日	2017 年/2017 年 12 月 31 日
资产总额	-	77.52	77.35
净资产	-	77.52	77.35
营业收入	-	-	3.13
净利润	-4.91	0.16	2.59

注：以上数据未经审计

根据泉州市鲤城区商务局、泉州市鲤城区人力资源和社会保障局、泉州市鲤城生态环境局、泉州市鲤城区住房和城乡建设局及国家外汇管理局泉州市中心支局等部门出具的证明，并登录泉州华达所在地的市场监督、税务、土地等相关政

府部门网站查询，**泉州华达自 2017 年 1 月 1 日起至其注销之日止，不存在行政处罚的记录。**

3、上海飞华塑胶制品有限公司

上海飞华塑胶制品有限公司系香港华达控股子公司，成立于 1995 年 6 月 2 日，经营范围为生产销售塑料包装制品、日用塑料制品，于 2018 年 4 月 4 日注销。报告期内，上海飞华塑胶制品有限公司未从事实际的生产经营业务，**未编制财务报表，不存在需要处理的资产、管理人员和生产人员，其在资产、人员和业务等方面与发行人不存在重叠关系。**

上海飞华自 2017 年 1 月 1 日起至其注销之日止，不存在行政处罚的记录。

4、上海诚壹

上海诚壹系上海嘉亨的全资子公司，成立于 2003 年 6 月 11 日，经营范围为塑胶制品、包装用品开发、制造、加工（以上限分支经营）销售；塑胶专业领域内从事技术开发、技术转让、技术咨询、技术服务。

2016 年，因上海诚壹承租的上海市宝山区大场工业公司厂房被纳入宝山区大场镇城中村改造范围，上海市宝山区大场工业公司与上海诚壹签订租赁合同提前解除协议。考虑到上海地区房屋租金、员工成本较高，上海嘉亨决定注销上海诚壹并成立浙江嘉亨承接上海诚壹的资产、业务和人员，对于不愿意前往浙江嘉亨工作的员工，上海诚壹与其协商解除劳动关系，并给予经济补偿金。2018 年 10 月 22 日，上海诚壹取得上海市宝山区市场监督管理局出具的《准予注销登记通知书》，准予其注销。

报告期内，上海诚壹的财务状况如下：

单位：万元

项目	2018 年/2018 年 12 月 31 日	2017 年/2017 年 12 月 31 日
资产总额	-	1,479.45
净资产	-	1,422.68
营业收入	43.02	1,137.11
净利润	-10.87	142.02

上海诚壹自 2017 年 1 月 1 日起至其注销之日止，不存在行政处罚的记录。

注销后上海诚壹资产、管理人员和生产人员的工作去向详见本回复第 3 题“问题（2）”之回复。

问题（4）：

关联方转贷的相关情况，包括不限于相关交易形成时间、原因、资金流向和使用用途、利息、违反有关法律法规具体情况及后果、后续可能影响的承担机制、整改措施、相关内控建立及运行情况。

回复：

发行人已在招股说明书“第七节 公司治理与独立性”之“九、关联方及关联关系”之“（二）关联交易情况”补充披露如下：

一、关联方转贷的形成时间、金额

2017 年，公司曾与泉州市洛江圣通润滑油有限公司（以下简称“洛江圣通”）发生过转贷行为，具体情况如下：

单位：万元

借款银行	借款合同编号	转入洛江圣通账户时间	转回公司账户时间	金额
中国农业银行泉州鲤城支行	35010120160007578	2017/01/17	2017/01/17-01/19	1,000
	35010120170001159	2017/03/09	2017/03/09-03/13	1,000
	35010120170002092	2017/04/17	2017/04/18-04/19	1,000
合 计				**3,000**

洛江圣通系公司实际控制人曾本生的妻弟朱世文控制的公司，成立于 2001 年，注册资本 50 万元，主要从事润滑油的生产和销售。报告期内，除上述转贷行为外，公司未与洛江圣通发生过其他交易，也未通过其他第三方进行银行贷款周转。

二、关联方转贷的原因、资金流向和使用用途、利息

由于发行人业务发展较快，短期内对流动资金有较大需求，2017 年，公司为满足贷款银行受托支付要求，通过洛江圣通进行贷款资金周转，贷款银行将贷款资金转入洛江圣通账户后，洛江圣通几天内即将资金转入公司账户，不存在占用公司资金或收取利息、费用、获得利益的情形，也不存在损害公司股东利益或造成公司财产流失的情形。公司获得的周转贷款全部用于支付货款等生产经营活动。

三、违反有关法律法规具体情况及后果、后续可能影响的承担机制

根据《贷款通则》的相关规定，借款人应当按借款合同约定用途使用贷款，否则由贷款人对其部分或全部贷款加收利息；情节特别严重的，由贷款人停止

支付借款人尚未使用的贷款，并提前收回部分或全部贷款。发行人上述转贷行为不符合《贷款通则》的相关规定，但鉴于发行人通过上述关联方账户周转贷款资金的贷款合同均已履行完毕，发行人已按贷款合同约定如期偿还贷款本息，不存在逾期还款的情形，未给相关贷款银行造成损失，不存在《中华人民共和国合同法》第五十二条和《最高人民法院关于审理民间借贷案件适用法律若干问题的规定》第十四条规定的合同无效情形，发行人亦未因此遭受相关部门的行政处罚。

根据发行人与借款银行签署的贷款协议，发行人的转贷行为不符合贷款协议的约定；但发行人通过转贷获得的贷款全部用于生产经营活动，未将相关款项用于非经营性活动谋取利益。发行人转贷行为不属于以转贷牟利为目的，套取金融机构信贷资金高利转贷他人的行为；不属于以非法占有为目的，诈骗银行或者其他金融机构的贷款的行为；不存在主观故意或恶意骗取银行贷款、恶意扰乱金融结算秩序的情形；不存在使用转贷资金用于资金拆借、证券投资、股权投资、房地产投入或国家禁止生产、经营的领域和用途的情形；不存在损害发行人及发行人中小股东利益的情形；不属于《中华人民共和国刑法》第 193 条规定的贷款诈骗、第 175 条规定的骗取贷款罪的行为。

根据中国农业银行股份有限公司泉州鲤城支行确认：“上述借款均已按时还本付息，借款合同已履行完毕，泉州华硕与我行不存在纠纷和潜在纠纷。此外，自 2017 年 1 月 1 日以来，嘉亨家化股份有限公司及其前身泉州华硕实业有限公司在我行的历次借款合同均履行了我行正常的审批程序，该公司根据借款合同的要求支取、使用借款并按期还本付息，不存在违约情形，未损害我行利益，与我行之间亦不存在任何纠纷或潜在纠纷。”

根据中国人民银行泉州市中心支行于 2020 年 7 月 2 日出具的《企业信用报告》，发行人不存在行政处罚记录。

此外，公司实际控制人曾本生、曾焕彬出具承诺：“如公司因截至承诺函出具之日前与关联方转贷的行为遭受处罚或被追究责任的，本人将承担公司因此遭受的损失。”

四、整改措施、相关内控建立及运行情况

报告期内，针对与关联方发生的转贷行为，公司的整改措施、相关内控建

立及运行情况如下：

1、停止相关非经营性资金往来、转贷等行为，自 2017 年 4 月起，公司未再发生转贷行为；

2、组织董事、监事、高级管理人员及财务人员等深入学习《公司法》《流动资金贷款管理暂行办法》《企业内部控制基本规范》及其配套指引等相关法律法规，提高资金管理安全性和使用规范性的意识；

3、公司整体变更为股份公司后，根据《公司法》《企业内部控制基本规范》等法律、法规、规范性文件的规定及《公司章程》的要求，公司建立健全法人治理结构，同时建立了完善的内部控制制度，上述内控制度均得到了有效执行。

综上所述，发行人上述转贷行为不符合法律、法规的相关规定，但鉴于发行人通过上述关联方账户周转贷款资金的贷款合同均已履行完毕，同时发行人建立了完善的内部控制制度，2017 年之后没有再发生转贷的情形，上述转贷行为不会对本次发行产生实质性影响。

问题（5）：

是否存在公司关联方替公司承担成本、费用的情况，是否存在关联交易非关联化情况。

回复：

报告期内，发行人 5%以上股东、实际控制人控制或曾经控制的企业的主要财务数据如下；

单位：万元

关联方名称	项目	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
上海辉盈	营业收入	0	0	0	0
	营业成本	0	0	0	0
	销售费用	0	0	0	0
	管理费用	0.60	1.20	1.20	1.20
	财务费用	0	0	0	0.02
	净利润	-0.60	-1.20	-1.20	-1.22
福建汇鑫	营业收入	0	0	0	0
	营业成本	0	0	0	0
	销售费用	0	0	0	0
	管理费用	60.15	0.20	71.03	61.74
	财务费用	-0.58	-0.83	-0.57	-0.39
	净利润	-19.78	0.30	-70.46	-61.35
福建汇水	营业收入	0	0	0	0
	营业成本	0	0	0	0
	销售费用	0	0	0	0

	管理费用	0.19	0.20	0.03	67.31
	财务费用	0.09	0.15	0.14	0.09
	净利润	-0.28	-0.35	-0.17	-67.08
福建汇火	营业收入	0	0	0	0
	营业成本	0	0	0	0
	销售费用	0	0	0	0
	管理费用	0.19	0.16	0.03	0.77
	财务费用	0.03	0.10	0.06	-0.06
	净利润	-0.22	-0.26	-0.09	-0.71
泉州华达	营业收入	-	0	0	3.13
	营业成本	-	0	0	3.13
	销售费用	-	0	0	0
	管理费用	-	5.00	0.03	-0.01
	财务费用	-	-0.09	-0.19	-0.02
	净利润	-	-4.91	0.16	2.59

实际控制人曾经控制的关联方香港华达、上海飞华塑胶制品有限公司在报告期内未实际从事经营业务，未编制财务报表。

发行人已在招股说明书“第七节 公司治理与独立性”之“九、关联方及关联关系”之“（三）关联交易对公司财务状况和经营成果的影响以及独立董事的意见”补充披露如下：

公司主要从事日化产品 OEM/ODM 及塑料包装容器的研发设计、生产，**公司与关联方业务、产品、资产、技术、研发、人员等方面严格分开，能够进行独立管控、独立核算。发行人合并报表已完整承担了各项经营业务的相关成本、费用，发行人成本、费用的发生与其生产经营规模相匹配，不存在关联方替发行人承担成本、费用以及其他向发行人输送利益的情形。**

报告期内，发行人不存在关联交易非关联化的情形。

问题（6）：

偶发性关联交易产生的利润及对发行人当期经营成果的影响、交易对公司主营业务的影响。

回复：

报告期内，偶发性关联交易对发行人当期经营成果的影响汇总如下：

单位：万元、%

序号	交易内容	报告期内交易时间	对利润总额的影响			
			2020年1-6月	2019年	2018年	2017年
1	向关联方拆借资金	2017年	-	-	-	-31.70
2	关联方为公司提供委托借款	2017年	-	-	-	-202.70

序号	交易内容	报告期内交易时间	对利润总额的影响			
			2020年1-6月	2019年	2018年	2017年
3	关联方为公司借款提供担保	2017年至2020年6月	-	-	-	-
4	支付关联方土地、房产款项	2017年	-	-	-	-
5	接受关联方提供劳务	2017年、2018年	-	-	-2.29	-0.64
6	收购香港华美100%股权	2017年	-	-	-	-
7	关联方转贷	2017年	-	-	-	-
当期利润总额			**4,977.10**	**7,833.12**	**5,116.55**	**2,320.28**
占当期利润总额的比例			**-**	**-**	**-0.04**	**-10.13**

发行人偶发性关联交易主要发生在 2017 年，其中：

1、2017 年，发行人向实际控制人及其家庭成员拆借资金，支付利息合计 31.70 万元。

2、2017 年，发行人向实际控制人支付委托借款的利息合计 202.70 万元。

3、2017 年至今，实际控制人为公司借款提供担保，对利润总额没有影响。

4、2017 年，发行人向泉州华达支付土地、房产款项，对利润总额没有影响。

5、2017 年、2018 年，发行人聘请关联方对公司日常经营废水、废气排放进行监测，分别发生费用 0.64 万元、2.29 万元，金额很小，对利润总额的影响很小。

6、2017 年，发行人收购香港华美 100%股权，属于同一控制下企业合并，收购作价 5 万港元，合并中取得的净资产账面价值与所支付对价 5 万港元之间的差额 42,361.60 元冲减资本公积-股本溢价，对利润总额没有影响。

7、2017 年，发行人通过关联方洛江圣通进行关联转贷，洛江圣通将收到的银行款项全额转至公司账户，不存在占用公司资金或收取费用、获得利益的情形，对利润总额没有影响。

公司主要从事日化产品 OEM/ODM 及塑料包装容器的研发设计、生产，上述偶发性关联交易对公司主营业务没有造成重大影响。

问题（7）：

请保荐人、发行人律师、申报会计师对上述事项核查并发表明确意见。

回复：

保荐机构、发行人律师、申报会计师履行了以下核查程序：

1、了解和评价与关联交易相关的关键内部控制设计，并测试关键控制执行

的有效性；

2、获取发行人向曾本生、朱美珍、曾雅萍租赁房产的房屋租赁合同，及与泉州华达签订的《土地使用权及房屋转让协议》，了解关联交易的背景和商业合理性，分析关联交易价格的公允性；

3、获取《股权转让协议》、《董事会决议》，了解发行人收购香港华美的背景和必要性，核实合并价格的公允性和收购时点的准确性，检查会计处理是否符合企业会计准则的规定；

4、获取关联方委托贷款合同及利息测算表，核实贷款金额、贷款利率、贷款期限等合同信息、分析贷款利率是否公允并检查利息支出计算的准确性。

5、了解香港华达、泉州华达、上海飞华、上海诚壹的生产经营情况及财务状况，通过中国裁判文书网查询是否存在诉讼事项；了解各家公司的主营业务及注销后资产、人员情况的转移情况，核实是否与发行人重叠；

6、获取关联方转贷行为涉及的银行借款合同及对应的资金流水，了解关联方转贷发生的原因、资金流向和使用用途，判断是否违反法律、法规的相关规定；获取《企业征信报告》，核实发行人的转贷行为是否存在行政处罚记录；

7、获取发行人 5%以上股东、实际控制人控制或曾经控制的企业的财务报表，检查是否存在关联方替发行人承担成本、费用以及其他向发行人输送利益的情形；

8、了解发生偶发性关联交易的原因及合理性，并分析关联交易产生的利润对发行人当期经营成果的影响，交易对公司主营业务是否产生重大影响。

经核查，保荐机构、发行人律师、申报会计师认为：

1、报告期内，公司向关联方租赁办公场所、向关联方购买资产或股权，均具有合理的商业原因，定价公允；

2、关联委托贷款系发行人生产经营所需，贷款利率公允；

3、香港华达、泉州华达及上海飞华在报告期内均未实际经营，人员、资产处置合理，注销后人员、资产去向与发行人不存在重叠关系；上海诚壹注销后，主要业务由浙江嘉亨承接，相关资产、人员已妥善转移及安置，不存在相关法律纠纷；

4、关联方转贷未对贷款银行造成损失，且均用于生产经营，发行人上述转

贷行为不符合法律、法规的相关规定，但鉴于发行人通过上述关联方账户周转贷款资金的贷款合同均已履行完毕，同时发行人建立了完善的内部控制制度，2017年之后没有再发生转贷的情形，上述转贷行为不会对本次发行产生实质性影响；

5、发行人与关联方业务、产品、资产、技术、研发、人员等方面严格分开，能够进行独立管控、独立核算，不存在关联方替发行人承担成本费用，亦不存在关联交易非关联化的情况；

6、偶发性关联交易对公司利润总额的影响很小，对发行人的主营业务、经营成果未产生重大影响。

5、关于生产销售模式

申报材料显示，公司日化产品生产目前以 OEM 模式为主，同时为部分品牌商提供 ODM 服务。

请发行人补充披露：（1）OEM、ODM 模式在采购方式、成本构成、生产流程、产品类型、主要客户等方面的差异；（2）各类型产品 OEM、ODM 模式的销售收入、利润及占比情况；（3）OEM 模式下，发行人按照客户提供的配方，根据客户需求量，从指定供应商采购或者自主采购原材料，进行批量生产，满足客户安全性、功效性等质量要求。请发行人结合采购合同中对采购商的指定情况、相关原材料控制情况、采购及销售价款的结算情况等补充披露 OEM 模式下采用总额法确认收入的合规性；（4）发行人是否持有自有品牌，如是请补充披露销售金额及比例，如否请补充披露原因及披露是否具有业务拓展的核心竞争力；（5）发行人与客户之间是否存在关于发行人经营自有品牌的限制性约定，发行人目前或将来从事自有品牌经营是否违反该等约定，是否存在纠纷或侵权风险；（6）OEM、ODM 模式下发行人与客户的权利义务划分约定及发行人对客户的保密责任，是否存在泄密引起的诉讼风险，并补充风险提示。

请保荐人、发行人律师、申报会计师对上述事项核查并发表明确意见。

回复：

问题（1）：

OEM、ODM 模式在采购方式、成本构成、生产流程、产品类型、主要客户等方面的差异。

回复：

公司日化产品 OEM、ODM 模式如下：OEM 模式即按照客户提供的配方，结合自身生产工艺，根据客户需求量，从指定供应商采购或者自主采购原材料，进行批量生产，满足客户安全性、功效性等质量要求。ODM 模式下，在配方确定、工艺流程设计等阶段，公司即与客户不断沟通反馈，为客户提供有针对性的产品方案，在产品制造阶段，根据产品方案，选定供应商、制定生产计划和生产工艺，进行批量生产。

发行人已在招股说明书“第六节 业务和技术”之“一、发行人主营业务、主要产品及其变化情况”之“（四）主要经营模式”之“2、生产模式”补充披露如下：

OEM、ODM 模式的主要差别在于：OEM 模式下，公司一般根据客户提供的配方并将其转换为适合公司的工艺，经客户确认后生产加工为成品；ODM 模式下，公司根据客户产品需求，从原料供应、配方构成、生产工艺等方面进行开发，公司按照双方确认的配方工艺进行生产。

OEM、ODM 模式的主要情况对比如下：

项目	OEM 模式	ODM 模式
采购方式	从指定供应商采购或自主采购	自主采购，少量材料从指定供应商采购
成本构成	根据客户需求、与客户签订的合同条款、产品类别、业务开展的实际情况不同，成本构成不同。 对于由客户提供原辅材料的产品，其成本构成通常主要为加工费成本；对于由发行人采购原辅材料的产品，其成本构成通常为公司采购的主要原辅材料、包材、加工费成本。	成本构成包括公司采购的主要原辅材料、包材、加工费成本。
生产流程	OEM 模式、ODM 模式二者工艺流程没有明显不同，日化产品均需要配制、灌装，生产工艺随着产品品类而有所差异。	
主要产品类型	化妆品、家庭护理产品	化妆品
主要客户	强生、益海嘉里、郁美净、贝泰妮、利洁时、多特瑞、百雀羚、上海家化	保利沃利、尚赫、气味图书馆

问题（2）：

各类型产品 OEM、ODM 模式的销售收入、利润及占比情况。

回复：

发行人已在招股说明书“第六节 业务和技术”之“一、发行人主营业务、主要产品及其变化情况”之“（四）主要经营模式”之“2、生产模式”补充披露如下：

报告期内，公司日化产品 OEM、ODM 模式的销售收入、利润及占比情况如下：

单位：万元、%

项目		2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
OEM 模式	销售收入	19,445.13	24,313.51	22,131.42	13,961.75
	收入占比	89.53	76.28	86.93	88.88
	毛利	6,102.66	5,365.66	4,018.82	3,129.45
	毛利占比	91.20	73.37	81.38	84.45
ODM 模式	销售收入	2,275.18	7,560.65	3,327.22	1,747.53
	收入占比	10.47	23.72	13.07	11.12
	毛利	588.70	1,947.24	919.72	576.40
	毛利占比	8.80	26.63	18.62	15.55

报告期内，公司化妆品 OEM、ODM 模式的销售收入、利润及占比情况如下：

单位：万元、%

项目		2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
OEM 模式	销售收入	11,403.01	15,535.72	12,866.79	7,845.93
	收入占比	83.88	67.81	79.62	82.55
	毛利	3,892.69	4,279.32	2,695.19	2,081.75
	毛利占比	87.29	69.03	74.63	79.09
ODM 模式	销售收入	2,191.31	7,375.48	3,293.15	1,658.28
	收入占比	16.12	32.19	20.38	17.45
	毛利	566.94	1,920.21	916.45	550.44
	毛利占比	12.71	30.97	25.37	20.91

报告期内，公司家庭护理产品 OEM、ODM 模式的销售收入、利润及占比情况如下：

单位：万元、%

项目		2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
OEM 模式	销售收入	8,042.11	8,777.79	9,264.63	6,115.82
	收入占比	98.97	97.93	99.63	98.56
	毛利	2,209.97	1,086.33	1,323.63	1,047.70
	毛利占比	99.03	97.57	99.75	97.58
ODM 模式	销售收入	83.87	185.17	34.07	89.25
	收入占比	1.03	2.07	0.37	1.44
	毛利	21.76	27.04	3.27	25.96
	毛利占比	0.97	2.43	0.25	2.42

问题（3）：

OEM 模式下，发行人按照客户提供的配方，根据客户需求量，从指定供应商采购或者自主采购原材料，进行批量生产，满足客户安全性、功效性等质量要求。请发行人结合采购合同中对采购商的指定情况、相关原材料控制情况、采购

及销售价款的结算情况等补充披露 OEM 模式下采用总额法确认收入的合规性。

回复：

报告期内，OEM 模式下公司主要客户包括强生、益海嘉里、郁美净、贝泰妮、利洁时、多特瑞（上海）精油有限公司及多特瑞（上海）商贸有限公司（以下简称“多特瑞”）、百雀羚、上海家化等。报告期内，上述客户占公司 OEM 模式销售收入的比例分别为 99.47%、98.62%、86.80%和 84.64%。公司与上述客户签订的合同相关条款如下：

OEM 客户	主要合作产品	对采购商的指定情况及采购价款的结算情况	相关原材料控制情况	销售价款的结算情况
强生	化妆品、家庭护理产品	发行人从强生指定供应商购买某些材料，采购价格系强生与指定供应商商定，其他条款由发行人与指定供应商协商确定。发行人自费保留生产产品所需的资源。	强生没有义务赔偿发行人在与强生选定的供应商的合同中所遭受的任何损失，发行人应确保在考虑了商定的材料最低订购量和订购提前期后，才向强生选定的供应商下达用于生产产品的材料订单。发行人自费保留生产产品所需的资源。	强生按商定的适用价格向发行人支付每一款产品的费用，费用包括材料成本、转换成本、产品生产的其他成本和物流成本等。
郁美净	化妆品、家庭护理产品	生产配方中的所有原料辅料和产品包装物，发行人必须使用且仅能使用郁美净专供的物资。 随着发行人与郁美净合作深入，新增产品主要由发行人自行采购主要原辅材料。	发行人对送达的物资负责管理，承担所有材料和产品丢失或损害的风险。	郁美净向发行人支付的价格涵盖从发行人接收到原辅材料开始到成品出厂为止的所有生产及管理费用，对于由发行人自行购买原辅材料的，购买成品价格涵盖所有包材、原料、加工费及全部管理费。
贝泰妮	化妆品	贝泰妮根据生产计划负责向发行人提供相应的原料、包装材料及辅助材料，并送至发行人仓库。	发行人按照贝泰妮提供的检测标准代为验收原料、物料并设立专用仓库存放保管，及时提供准确的入	贝泰妮需按合同约定按时承付加工费。

			库单、出库单、质量检验报告及相关的统计报表给贝泰妮。	
利洁时	家庭护理产品	除非特殊约定，发行人应负责所有原材料和包装材料的采购并向利洁时提供产品成品。考虑特殊情况，部分物料必须由利洁时下采购订单给物料供应商，由发行人向利洁时下采购订单采购该等物料。利洁时将于发行人在系统中完成其向利洁时所下订单收货后向发行人开具发票。	物料的所有权将在发行人付全款后转移至发行人。	发行人应提供全方位的服务（即发行人应负责所有原材料和包装材料的采购并向利洁时提供产品成品），发行人应就包含这些成本和费用在内的产品成品价格向买方开具发票。
益海嘉里	家庭护理产品	1、2017 年-2019 年 6 月 发行人与益海嘉里选定的原、辅料（包括生产原料、生产辅料及包装材料）供应商签订采购合同，发行人每月根据益海嘉里确认的原、辅料价格直接向供应商采购所需材料并承担费用。 2、2019 年 7 月至今 由益海嘉里提供主要日化原料表面活性剂等，发行人向益海嘉里指定的供应商采购生产辅料及包装材料进行生产。	1、2017 年-2019 年 6 月 对材料的进厂接收，发行人应按益海嘉里的收货标准来收货，发行人根据益海嘉里的要求备充足的实时材料库存确保日常生产的及时稳定性。 2、2019 年 7 月至今 益海嘉里供货的原料货权归益海嘉里，由发行人代管代用。	1、2017 年-2019 年 6 月 益海嘉里向发行人支付材料费（主要原料、辅料、包材）和加工费。 2、2019 年 7 月至今 益海嘉里向发行人支付材料费（辅料、包材）和加工费。
多特瑞	化妆品	产品生产、产品包装需要的原辅材料中除指定原料	发行人承担所有材料和产品丢失	购买成品价格涵盖所有包材、原

		外，由发行人于生产前进行采购。除指定原料外，发行人对自行采购的原辅材料质量全面承担保证责任。	或损害的风险。	料、加工费等。
百雀羚	化妆品	除 ODM 配方原料以及百雀羚许可的代购包材，其他原物料均向百雀羚指定原物料供应商“上海百雀羚供应链管理有限公司”购买。 2018 年 10 月以来，由百雀羚提供原辅材料及包装材料。	因管理不当造成原物料损失，导致订单不能按期达成，发行人除有责任及时申报，并补充采购原物料外，还需对因缓交货物导致百雀羚的损失承担责任。	百雀羚向发行人支付订单价款，该价款包括了产品加工的费用、发行人购买的原材料费用、运输费、检测费、税金、利润、发行人履约补救措施支出等全部费用。 2018 年 10 月以来，百雀羚仅向发行人支付产品加工的费用。
上海家化	家庭护理产品	生产产品所需原材料除双方明确约定外，由发行人提供。上海家化指定原材料供应商的，发行人应向指定供应商采购。	上海家化提供的原材料由发行人负相应的管理责任，发生毁损、灭失的，由发行人负责赔偿。发行人提供的原材料所有权归发行人。	上海家化需按合同约定按时支付加工费或定作费。

发行人已在招股说明书“第六节 业务和技术”之“一、发行人主营业务、主要产品及其变化情况”之“（四）主要经营模式”之“2、生产模式”补充披露如下：

报告期内，发行人 OEM 模式下收入确认包括总额法和净额法，是根据发行人与客户签订的合同条款、产品类别、业务开展的实际情况，按照企业会计准则确定。如果是由发行人采购原辅材料（含向指定供应商采购或自主采购）的，相应的原辅材料计入产品成本，收入确认金额包括原辅材料、加工费、利润在内；如果是由客户提供原辅材料的，相应的原辅材料不计入产品成本、不确认收入。

发行人主要 OEM 客户就原辅材料指定供应商，主要考虑产品开发验证阶段已确定使用的原辅材料型号及相关指标不能随意更改，以便于产品质量控制，同时可以通过自身规模优势获取较有优势的采购价格，由 OEM 企业与指定供应商直接采购结算，也减少了其供应链管理风险。

报告期内，发行人与上述客户合作过程中，由发行人向指定供应商采购或自主采购原辅材料的，包括强生（除少量露得清产品）、利洁时、益海嘉里、多特瑞（除少量精油产品）、上海家化（香皂产品），发行人在供应商交付原材料后取得所有权并承担原材料采购的资金和库存风险，发生毁损、灭失的由发行人自行承担，客户没有原材料的管理权也不承担库存风险；产品生产过程中，发行人需将采购的原材料通过乳化混合、灌装、包装等复杂工艺转化成客户所需成品；产品销售时，销售价格包括主要原辅材料、加工费、利润在内的全额销售价格。因此，发行人向指定供应商采购或自主采购原辅材料进行生产销售的产品，产品成本及收入涵盖发行人采购的原辅材料，以总额法确认加工后成品的销售收入符合公司与上述客户的实际合作情况，符合企业会计准则的规定。

报告期内，发行人与郁美净合作不断深化，不同产品的合作模式有所不同。其中，郁美净儿童霜（软管装）、浴后乳及身体乳等产品系由发行人采购原辅材料，相关产品定价包括主要原辅材料、加工费、利润在内，以总额法确认收入；郁美净儿童霜（袋装）、润肤霜（2019 年以来）等产品，由郁美净提供原辅材料，对郁美净提供的原辅材料不计入产品成本，仅将加工费确认收入，以净额法结算。

报告期内，发行人与贝泰妮、上海家化（除香皂产品）、强生少量露得清产

品、多特瑞少量精油产品的合作中，主要由客户提供原辅材料，发行人以净额法结算。

报告期内，2018 年 9 月及以前，发行人与百雀羚合作的部分礼盒套装产品系由百雀羚提供原辅材料，以净额法结算；其他产品由发行人采购原辅材料，以总额法确认收入。2018 年 10 月至今，发行人与百雀羚合作的产品均由百雀羚提供原辅材料，以净额法结算。

报告期内，公司日化产品以总额法、净额法确认的收入情况如下：

单位：万元、%

项目	2020 年 1-6 月		2019 年		2018 年		2017 年	
	收入	占比	收入	占比	收入	占比	收入	占比
总额法	19,317.88	88.94	27,334.02	85.76	22,115.32	86.87	14,006.12	89.16
净额法	2,402.44	11.06	4,540.13	14.24	3,343.32	13.13	1,703.16	10.84
合计	21,720.31	100.00	31,874.16	100.00	25,458.64	100.00	15,709.28	100.00

贝泰妮、郁美净、上海家化是以净额法确认收入的主要客户，报告期内，上述客户以净额法确认的收入合计分别为 1,560.75 万元、2,894.43 万元、4,164.65 万元和 2,320.57 万元，占净额法确认收入的比例合计分别为 91.64%、86.57%、91.73%和 96.59%。

问题（4）：

发行人是否持有自有品牌，如是请补充披露销售金额及比例，如否请补充披露原因及披露是否具有业务拓展的核心竞争力。

回复：

发行人目前没有持有自有品牌，原因如下：

1、我国化妆品 OEM/ODM 行业处于发展的上升期，市场空间较大

随着我国居民收入增长带来消费能力的提升，以及化妆品品牌商的持续投入和消费者培育，我国化妆品市场持续增长，化妆品品牌商投入大量资源进行品牌和渠道建设，专注产品设计、营销模式创新、消费者需求分析等，将产品生产委托给化妆品制造商，充分利用 OEM/ODM 企业成熟的厂房、设备、管理团队及技术，一方面能减少厂房、设备及研发资金投入，降低投资风险；同时有效缩短新产品的开发和供应周期，高效扩大市场份额，巩固优势地位。

出于竞争的压力和长期发展的需要，品牌商需要与制造服务商建立和保持稳定的合作，从而带动了我国化妆品 OEM/ODM 及配套包装行业的发展，为化妆

品制造商带来广阔的市场前景。

2、发行人自设立以来专注于研发、制造，与品牌商形成稳定的合作关系

在公司设立之初，即从事塑料包装容器的生产和销售，主要客户为知名日化产品品牌商，随着公司与客户合作加深，公司敏锐洞悉化妆品品牌商的生产、研发外包需求，逐步切入日化产品 OEM/ODM 业务，形成日化产品 OEM/ODM 与塑料包装业务协同发展的策略。公司自设立之初即不直接面对终端消费者，而是为品牌商提供制造、研发服务，凭借稳定高效的生产能力、严格的质量管控、快速迭代的技术研发，在行业内形成了较强的市场影响力，成为多个国内外知名日化品牌的核心供应商。

品牌商也需要与具有竞争力的制造服务企业合作，以降低成本和提高自身竞争力。公司通过多年投入，已建立相对完善的产品研发体系及质量控制体系，严格执行质量标准，保证产品品质，维护并提升公司商誉；具备稳定的技术研发能力和产品转化能力，在产品设计、配方工艺等方面与客户有深度的参与和合作；不断引进先进设备、改进制造工艺、优化业务流程、改善运营管理，提高弹性生产和快速交货能力。品牌商为满足消费国在产品质量、技术、安全等方面的严格标准，需要与供应商长期合作，以保证其优质稳定的产品供应链，发行人丰富的客户资源也为公司长期持续稳定的发展奠定了坚实的基础。

3、建设自有品牌需要团队、经验、资金，不能一蹴而就

作为日用消费品，品牌和营销渠道是自有品牌的主要因素。一方面，企业只有在产品质量管控、企业文化、营销网络、专业服务等多方面经过长期不懈的努力，才能在行业内逐渐树立起自己的品牌，获得消费者的认可与信任。对于新进入者而言，树立品牌的成本要高于原有企业维持和巩固品牌的成本，而且所需的时间可能会更长。另一方面，只有拥有强大的渠道销售能力，才能消化掉企业工业化规模生产出的产品，建立起覆盖百货、超市、日化专营店、电商等零售终端的全国性营销网络需要具备成熟的品牌、丰富的运营经验、优秀的管理团队，投入大量资金，并经过长时间的积累，很难一蹴而就。

发行人已在招股说明书“第六节 业务和技术”之“一、发行人主营业务、主要产品及其变化情况”之“（四）主要经营模式”之“2、生产模式”补充披露如下：

综上，**在中国化妆品市场快速发展及产业链分工的背景下，公司拟专注于**

已有的研发、制造、质量管理优势，并进一步提高包装容器设计能力、化妆品配方及原料研发能力以及产品制造能力，不断扩大竞争优势。凭借与多家品牌商的长期合作及在行业内建立的良好声誉，稳步扩大经营规模并为品牌客户提供更具竞争力的产品和服务，公司目前没有打造自有品牌的规划。

问题（5）：

发行人与客户之间是否存在关于发行人经营自有品牌的限制性约定，发行人目前或将来从事自有品牌经营是否违反该等约定，是否存在纠纷或侵权风险。

回复：

发行人已在招股说明书“第六节 业务和技术”之“一、发行人主营业务、主要产品及其变化情况”之“（四）主要经营模式”之“2、生产模式”补充披露如下：

发行人与 ODM/OEM 客户之间不存在关于发行人经营自有品牌的限制性约定，发行人目前或将来从事自有品牌经营未违反与客户之间的约定，不存在纠纷或侵权风险。

问题（6）：

OEM、ODM 模式下发行人与客户的权利义务划分约定及发行人对客户的保密责任，是否存在泄密引起的诉讼风险，并补充风险提示。

回复：

一、发行人与客户的权力义务划分约定

1、OEM 模式

报告期内，OEM 模式下公司主要客户包括强生、益海嘉里、郁美净、贝泰妮、利洁时、多特瑞、百雀羚、上海家化等。公司与上述客户的权力义务划分约定如下：

原材料和库存管理条款、定价条款详见本题“问题（3）”之回复。

客户名称	知识产权	产品交付及风险转移
强生	产品上所贴商标的权利和利益以及强生知识产权，均专有地属于强生，生产商不得有可能影响强生知识产权的行为。	发行人承担所有的交付成本，包括包装、搬运、存储和运输。 产品交付到交货地点后，所有权转移给强生。

客户名称	知识产权	产品交付及风险转移
益海嘉里	益海嘉里负责提供技术标准及其他相关标准文件，发行人提供产品质量必须符合益海嘉里产品技术标准和其他相关标准文件要求。	发行人须按规定的时间和数量交货，发行人提供配套仓储服务，包括出入库装卸、货物保管、货物收发、在运输工具上放置货物等，益海嘉里负责货物运输。发行人交付给益海嘉里的产品所有权归益海嘉里。
郁美净	郁美净商标归天津郁美净集团有限公司独家拥有并使用。乙方没有经过甲方的书面允许下，不可为了乙方公司利益和其他个人、公司的利益，对其他的个人、公司或团体使用该商标。	产品生产完毕，发行人将产品送交郁美净收货时，需提供全套本批生产记录及出厂检验报告。 交货地点在郁美净指定的仓库，郁美净负责货物运输的工作和费用。
贝泰妮	1、贝泰妮提供产品生产工艺和封样，包括配方及配制技术文件、灌包生产技术文件、确认的标准样品等。 2、贝泰妮提供相关的质量标准和技术要求，发行人按照提供的生产计划和工艺文件、标样以及产品质量标准和技术要求进行生产。	发行人负责根据贝泰妮送货通知将相关货品送至相应仓库，由贝泰妮在收货地验收。
利洁时	利洁时在合同期间及终止后的任何时间保留产品配方的所有权。 双方都拥有某些与产品生产相关的专有技术，这些专有技术现在是并将继续作为引入该技术一方的财产。	发行人根据 EXW（工厂交货）方式在交付地点向利洁时交付产品，利洁时指定货代前往发行人处取货。
多特瑞	多特瑞所提供的所有软件、商标、著作权、商业秘密、配方、专业技术和工艺、美术、图形和设计成分，包括图像、照片、插图、图表、音频、剪辑、视频剪辑、文本、手稿在内的所有内容及在本合同项下使用的发行人开发或者提供的一切有关方法和工艺，其权利属于多特瑞，多特瑞具备完全的知识产权或相应授权。	发行人负责运输，交货地点为订单所确认的多特瑞指定点，货品的风险自产品交付给多特瑞时转移给多特瑞。
百雀羚	与合同标的有关的样品、绘图、设计、制模、包装、规格、技术资料等的知识产权（包括但不限于版权、商标、专利和专有技术）属于百雀羚所有（发行人自有专利除外）。	发行人生产的产品应按照百雀羚需求的数量和批次，及时交付至百雀羚指定仓储。 发行人有责任选择资质齐全的物流公司承运合同标的物，承担订单产品进入百雀羚指定卡板前的一切费用和风险。
上海家化	上海家化提供的配方、生产合同所需的包装黑稿、印刷制版、商标、标签等相关资料其所有权及知识产权均归上海家化所有。	产品由发行人负责运输至上海家化指定地点，并承担运输费用和风险。

2、ODM 模式

报告期内，ODM 模式下公司主要客户包括保利沃利科技（武汉）有限公司（以下简称“保利沃利”）、尚赫（天津）科技开发有限公司（以下简称“尚赫”）、

天津气味悦泽化妆品有限公司及北京奕天世代商贸有限公司（以下简称“气味图书馆”）等。公司与上述客户的权力义务划分约定如下：

客户名称	原材料和 库存管理	知识产权	定价条款	产品交付及 风险转移
保利沃利	发行人根据保利沃利生产订单要求，准备所有的设备（人员）并组织安排生产；如生产订单所需原辅材料应由保利沃利提供的，保利沃利应在规定的时间内提供给发行人。发行人对送达的所有物资负责管理。	发行人开发产品配方及工艺，产品的配方和图文稿的所有权均属于保利沃利，在协议有效期内或有效期满后，未经保利沃利书面许可，发行人不得将所有配方和图文稿委托第三方工厂生产。	产品价格涵盖相应的原辅材料以及成品出厂为止的所有生产及管理费用，不含双方明确约定由保利沃利提供的原辅材料。	产品生产完毕，发行人将产品交付保利沃利，交货地点原则上在发行人仓库，保利沃利负责货物运输的工作和费用。
尚赫	发行人对尚赫提供的原材料、物料以及生产加工完成后的商品负有保管义务，出现损坏、灭失等情况，发行人应赔偿尚赫全部损失。	发行人开发产品配方及工艺，发行人生产加工的产品经双方确认后，其调配产品的配方及其用料比例和供应商资料、生产现场的生产工艺需提供给尚赫，生产配方及生产加工工艺归属尚赫。	产品价格涵盖相应的原辅材料以及成品出厂为止的所有生产及管理费用。	交货地点为审核指定的位于天津的仓库，产品运至指定交货地点并经尚赫验收合格后视为交付完成。运输保险的费用由尚赫承担。
气味图书馆	如生产订单所需原辅材料应由气味图书馆提供的，气味图书馆应在规定的时间内提供给发行人。发行人负责管理上述物资，承担所有材料和产品丢失或损害的风险。	发行人开发产品配方和工艺，其知识产权属于气味图书馆，发行人仅可将上述资料用于约定产品的制作。	产品价格涵盖相应的原辅材料以及成品出厂为止的所有生产及管理费用，不含双方明确约定由气味图书馆提供的原辅材料。	产品生产完毕，发行人将产品交付气味图书馆，交货地点原则上在发行人仓库，气味图书馆负责货物运输的工作和费用。

二、保密条款

客户名称	保密条款
强生	1、***发行人和强生均同意仅将从另一方收到的机密信息用于履行其在本协议和/或适用的《产品附录》下的义务，未经另一方事先书面同意，不得将此类机密信息透露给任何第三方。***上述义务应在本协议和/或适用《产品附录》期满后 5 年内有效，以较晚者为准；在本协议和/或适用《产品附录》终止后十（10）年内有效，以较晚者为准。 2、为履行本协议和/或适用的《产品附录》的目的，各当事方可以将另一方的机密信息披露给需要知悉的雇员、关联公司，以及其代理商或顾问；但接收方必须事先获得代理商和顾问的同意，同意对此类信息保密，并且不得将本机密信息用于除本协议和/或适用的《产品附录》所允许的目的以外的其他目的。各当事方应至少使用与保护其专有或机密信息相同的谨慎标准，来确保此类员

	工、代理、顾问和关联公司不会披露或未经授权使用另一方的机密信息。 3、未经另一方事先书面同意，发行人和强生均不得向任何第三方泄露或以任何方式发布与本协议和/或适用《产品附录》条款有关的任何非公开信息，另一方也不得无理拒绝或延迟同意。
益海嘉里	1、对于涉及益海嘉里商标或标识的包装物发行人必须保证其不对外流失，当发行人有节余，应把节余部分给益海嘉里继续使用，所有包装物的残次品发行人应当根据益海嘉里要求进行销毁并向益海嘉里出具书面销毁报告，否则益海嘉里将追究发行人法律责任。 2、在合同签订、协商和履行过程中、今后合作中涉及到益海嘉里的商业秘密（包括但不限于本合同以及产品配方、工艺技术、包装信息、价格、数量、商业计划、销售数据、生产量、客户信息等商业、技术相关信息），发行人均不得泄漏给第三方，否则应承担由此给益海嘉里造成的一切经济损失。***益海嘉里也有义务替发行人保密相关信息。*** 3、标注有益海嘉里注册商标、标识或 LOGO 的包装材料，发行人不得挪作他用，否则一律视为对益海嘉里注册商标的侵害，发行人按挪用材料价值的 5 倍向益海嘉里支付违约金，此外，益海嘉里将保留追究发行人商标侵权法律责任的权利。
郁美净	1、“机密信息”指发行人从郁美净所得到和学到所有的相关信息、物质材料、公司信息、合作信息及相关事项。 2、发行人同意对以上“机密信息”进行保密。在没有经过郁美净的书面允许下，不可以为了发行人公司的利益或其他个人、公司的利益，对其他的个人、公司或团体直接或间接的泄露该信息。 3、任何一方违约，将承担由此产生的所有法律责任和后果，并且双方保留对此事的追诉权。任何一方员工违反“机密信息”条款，由其公司承担违约责任。
贝泰妮	1、定牌加工货品的所有商标、构成资材、半成品的设计和指定的图案所有权均属于贝泰妮。 2、发行人不得使用贝泰妮商标生产或提供委第三方用于其他任何货品，不得以任何形式销售甲方货品。 3、双方必须严格遵守本合同的保密要求，不得向第三方泄露合同内容，包括但不限于合作信息、公司信息、货品信息、加工计划、加工费用、货品配方、工艺文件、质量指标检测方法等技术资料及相关内容。 4、贝泰妮、发行人双方按照本合同进行货品制造、加工、供货所需要的所有技术信息，是基于保密的条件提供的。双方无论在任何情况下，未经对方事先同意不得将有关合同货品的技术信息的全部或部分向第三方公开。***双方应妥善管理，使相互取得的技术信息在本合同目的以外不被泄露盗用，或不因其他任何原因公开给第三方。***发行人不得与假冒或仿冒贝泰妮知识产权的客户合作，若有该类客户主动寻求与合作的，发行人须在第一时间将该客户全部信息告知贝泰妮。
利洁时	1、利洁时或其关联方可能向其披露与产品有关的和其他潜在生产合同有关的保密信息。发行人应当对保密信息严格保守秘密（本协议期限内和协议终止或到期后），不得向第三人披露，仅能够向根据本协议目的需要知悉的且同意承担与发行人相似保密义务的员工披露。特别是，发行人不得向任何第三人披露任何包含在规格中的信息，除非该信息非因发行人过错被公众知悉或适用法律或法院命令或其他有管辖权的政府要求。 2、发行人同意，仅为根据本协议向利洁时或其关联方生产和供应产品的目的的使用保密信息，不得为其他目的或为其自身或第三方利益使用保密信息。发行人将本着尽职和诚信原则保护利洁时业务的声誉和保守其知悉的、本协议之前或之中获得的业务事项的秘密性。 3、本协议期限内和终止后任何时间，利洁时或其他情形下任何利洁时关联方保留产品配方的所有权。为避免歧义，该信息构成保密信息。 4、***任何各方拥有一定与产品生产相关的专有技术。为避免歧义，该专有技术是，并持续为各方所有且应当被视为保密信息。***
多特瑞	1、“保密信息”是指多特瑞或其“关联方”向发行人或其“授权接受方”披露的所有财务、经营、运行、技术、经济、知识产权和所有任何性质的信息，不论是有形的还是无形的，不论是以书面的还是

	口头的形式披露，包括但不限于多特瑞和其关联方的受保护技术。 2、发行人同意在任何时候对保密信息全部保守机密；只为履行其本合同项下的义务而不为任何其他目的使用保密信息；不使用保密信息，也不为其自己的或者为本合同规定以外的目的制作保密信息的修改版本、提高版本、改写版本、或用倒序制作方法重新构成保密信息；不复制保密信息或其任何部分，除非发行人为履行本合同项下的义务必须这样做；不影响、损害、阻碍、损伤多特瑞对保密信息或其任一部分的权利，也不提起索赔、反诉或其他程序反对多特瑞此等权利；不出售、披露、转让、出租保密信息，或以其他任何方式将其进行交易；不向本合同当事人以外的人披露、泄漏或透露保密信息。 3、双方必须严格遵守本合同的保密要求，不得向第三方泄露合同内容，包括但不限于合作信息、公司信息、货品信息、加工计划、加工费用、货品配方、工艺文件、质量指标检测方法等技术资料及相关内容。 4、***双方按照本合同进行货品制造、加工、供货所需要的所有技术信息，是基于保密的条件提供的。双方无论在何种情况下，未经对方事先同意不得将有关合同货品的技术信息的全部或部分向第三方公开。双方应妥善管理，使相互取得的技术信息在本合同目的以外不被泄露盗用，或不因其它任何原因公开给第三方。*** 5、一方违反保密协议，给对方造成损失的，应赔偿对方因此遭受的一切损失、损害、成本及花费，包括但不限于合理的律师费、公证费、诉讼费、仲裁费、差旅费、其他支付的所有费用。
百雀羚	1、***双方对本合同涉及的所有技术资料以及在新品开发过程中知晓的技术资料（包括但不限于质量指标、检验方法、生产流程、工艺技术等），知识产权（包括但不限于商标、定作物外观设计等），协议内容（包括但不限于价格、合同条款）以及所知悉的对方财务、业务及其他信息负有保密的义务。非经对方书面同意，不得擅自或允许任何第三人使用、泄露、披露上述保密信息（包括发行人员工关联方）。*** 2、本合同规定的保密义务不随本合同的终止而终止，发行人在合同终止后继续承担上述保密义务。
上海家化	1、未经上海家化事先书面同意，发行人不得将本合同的内容、为起草本协议而交换的信息以及在履行本合同过程中知悉的任何上海家化信息包括但不仅限于产品配方、生产工艺操作流程和要求、包装材料文案、图纸、黑稿、印刷制版等（合称“保密信息”）透露、或转让给任何第三方或许可任何第三方透露、使用或转让。本合同终止后，本条规定的保密义务应继续有效。如果发行人违反本条规定，应承担由此给上海家化造成的所有损失。 2、尽管有上述的规定，发行人仍可向其职员透露保密信息，但这种透露应当是发行人为履行其在本合同下的义务所必需的，并且发行人应使上述职员同意承担与本合同中所包含的保密义务同样或更严格的保密义务。上述职员所造成的任何保密信息的泄漏应视为发行人泄密，仍应由发行人承担责任。
保利沃利	1、双方必须严格遵守本合同的保密要求，不得向第三方泄露合同内容，包括但不限于合作信息、公司信息、产品信息、加工计划、加工费用、产品配方、工艺文件、质量指标检测方法等技术资料及相关内容。但因国家相关行政、执法、监管等部门要求披露的除外。 2、***双方按照本合同进行产品制造、加工、供货所需要的所有技术信息，是基于保密的条件提供的。双方无论在何种情况下，未经对方事先同意不得将有关合同货品的技术信息的全部或部分向第三方公开。***双方应妥善管理使相互取得的技术信息在本合同目的以外不被泄露使用，或不因其他任何原因公开给第三方。但因国家相关行政、执法、监管等部门要求披露的除外。
尚赫	1、***双方应当采取适当、充分的保密措施，妥善保管自对方接收的所有资料（“保密资料”），未经对方事先书面同意，不得把所接收的保密资料（合同、订单、配方、生产工艺等）以任何形式透露给本合同以外第三方，以及本公司内部的无关人员。*** 2、双方之间的保密资料（合同、订单、配方、生产工艺等）仅用于本合同项目，不得以任何方式另作他用。任何一方对在合作过程中已成为无须继续使用的有关资料以及对方不时要求归还的保

	密资料，应按披露方要求归还，并不得保留任何形式的副本。 3、若任何一方违反了上述保密义务，造成对方保密资料泄露，则应当承担相应的法律责任，并赔偿由此给对方造成的相应经济损失。
气味图书馆	1、双方必须严格遵守本合同的保密要求，不得向第三方泄露合同内容，包括但不限于合作信息、公司信息、产品信息、加工计划、加工费用、产品配方、工艺文件、质量指标检测方法等技术资料及相关内容。但因国家相关行政、执法、监管等部门要求披露的除外。 2、***双方按照本合同进行产品制造、加工、供货所需要的所有技术信息，是基于保密的条件提供的。双方无论在何种情况下，未经对方事先同意不得将有关合同货品的技术信息的全部或部分向第三方公开。双方应妥善管理，使相互取得的技术信息在本合同目的以外不被泄露盗用，或不因其它任何原因公开给第三方。***但因国家相关行政、执法、监管等部门要求披露的除外。

发行人与客户签订的合同中均有保密条款，对双方交易的商业信息及技术信息进行了保密的权利义务约定。日化产品生产过程中，配方、工艺等均属于知识产权或者专有技术。OEM 模式下，虽然配方由客户提供，但是配方在发行人处转换过程中，必然会有生产工艺的调整，形成发行人的专有技术信息；ODM 模式下，配方、生产工艺一般由发行人开发或者与客户共同开发，自然会形成双方知悉的技术信息资料。因此，一般情况下，双方均负有对交易对方的保密义务。发行人严格遵守与客户的相关约定，报告期内，未发生因商业、技术信息泄密而导致的诉讼、仲裁事项。

发行人已在招股说明书“第四节 风险因素”补充披露了以下内容：

“发行人从事日化产品 OEM/ODM 业务时，均与客户签订了保密条款，对双方交易过程中涉及到配方、生产工艺等技术信息进行了保密约定。发行人严格遵守与客户的相关约定，报告期内，未发生因商业、技术信息泄密而导致的诉讼、仲裁事项。虽然公司采取了各项有效措施保守商业秘密，但不排除一些意外情况发生导致有关商业秘密泄露，使公司面临诉讼风险。”

问题（7）：

请保荐人、发行人律师、申报会计师对上述事项核查并发表明确意见。

回复：

保荐机构、发行人律师、申报会计师履行了以下核查程序：

1、了解发行人 OEM/ODM 模式下的采购方式、成本构成、生产流程、产品类型、主要客户及其供应商指定情况等方面内容；

2、获取报告期内销售明细表，分析各类型产品 OEM、ODM 模式的销售收入、利润及占比变动情况；

3、选取样本检查报告期内 OEM 模式下主要客户对应的销售合同，关注合同中关于指定供应商、销售结算等相关约定；检查客户指定的供应商对应的采购合同，关注合同中关于原材料控制权转移、采购结算等相关约定。核实 OEM 模式下收入确认方式、财务处理是否符合《企业会计准则》的相关规定；

4、了解报告期内 ODM/OEM 模式下发行人与主要客户关于权利义务划分及保密责任的相关约定，并通过裁判文书网等公开信息渠道查询发行人存在的诉讼事项，核查是否存在因商业、技术信息泄密导致的法律纠纷；

5、走访主要客户，对发行人与客户的合作模式进行确认。

经核查，保荐机构、发行人律师、申报会计师认为：

1、发行人 OEM/ODM 模式的主要区别在于：OEM 模式下，公司一般根据客户提供的配方并将其转换为适合公司的工艺，经客户确认后生产加工为成品；ODM 模式下，公司根据客户产品需求，从原料供应、配方构成、生产工艺等方面进行开发，公司按照双方确认的配方工艺进行生产。报告期内，发行人 ODM 业务收入、毛利占比不断提升。

2、报告期内，发行人 OEM 模式下收入确认采用总额法还是净额法，是根据发行人与客户签订的合同条款、产品类别、业务开展的实际情况，按照企业会计准则确定。

3、在中国化妆品市场快速发展及产业链分工的背景下，公司专注于已有的研发、制造、质量管理优势，凭借与多家品牌商的长期合作及在行业内建立的良好声誉，稳步扩大经营规模并为品牌客户提供更具竞争力的产品和服务，公司目前没有打造自有品牌的规划。

4、发行人与 ODM/OEM 客户之间不存在关于发行人经营自有品牌的限制性约定，发行人目前或将来从事自有品牌经营未违反与客户之间的约定，不存在纠纷或侵权风险。

5、发行人与客户签订的合同中均有保密条款，对双方交易的商业信息及技术信息进行了保密的权利义务约定。一般情况下，双方均负有对交易对方的保密义务。发行人严格遵守与客户的相关约定，报告期内，未发生因商业、技术信息泄密而导致的诉讼、仲裁事项。

6、关于营业收入与销售价格。

申报材料显示，发行人塑料包装容器、家庭护理产品销售收入占比持续下滑，塑料包装容器 2019 年销售收入比 2018 年基本持平。与此同时，报告期内，发行人 2019 年塑料包装容器的产量及销量与 2018 年相比有明显下滑，家庭护理产品产量及销量与 2018 年相比有明显上升。

请发行人补充披露：（1）各主要产品的销售价格，与市场公开报价、可比公司销售价格差异情况。如有较大差异的，补充说明原因及合理性；（2）报告期内主要产品销售收入占比变化的原因及合理性；（3）报告期内家庭护理产品销售收入与产销量变动趋势不一致的原因及合理性；（4）发行人收入季节性情况，是否与同行业可比公司一致。

请保荐人、申报会计师对上述事项核查并发表明确意见。

回复：

问题（1）：

各主要产品的销售价格，与市场公开报价、可比公司销售价格差异情况。如有较大差异的，补充说明原因及合理性。

回复：

发行人已在招股说明书“第六节 业务和技术”之“四、主要服务或产品的销售情况和主要客户”之“（一）主要产品生产销售情况”之“3、主要产品的销售价格”补充披露如下：

一、塑料包装容器

1、与市场公开报价、可比公司价格对比情况

报告期内，公司塑料包装容器平均单价与可比公司对比如下：

单位：元/个

项目		2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
通产丽星		-	0.68	0.64	0.61
锦盛新材	膏霜瓶	-	5.26	4.79	4.71
	乳液瓶	-	6.69	6.37	6.12
发行人		0.60	0.60	0.51	0.51
其中：吹塑类		1.34	1.24	1.13	1.13
注塑类		0.21	0.24	0.20	0.19

项目	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
软管类	0.67	0.65	0.68	0.63
注吹类	0.56	0.67	0.60	0.74

报告期内，公司塑料包装容器产品规格繁多，通常以成本加成为基础，参考同类产品市场价格确定销售价格。通常情况下，产品材质、工艺复杂程度、产品克重等均影响产品成本进而影响销售价格，同时客户议价能力等也是决定销售价格的重要因素。

报告期内，公司塑料包装容器平均单价与通产丽星相比不存在明显差异。发行人与通产丽星均具备注塑、吹塑、软管产品系列，主要原材料为 PE、PP 等合成树脂，原材料、生产工艺类似，面对的主要为日化产品客户，两者销售价格不存在明显差异。

报告期内，公司塑料包装容器平均单价与锦盛新材有较大差异，主要系锦盛新材主要产品为亚克力（PMMA）材质的化妆品塑料包装容器，亚克力原材料价格较 PE、PP 高，同时生产工艺的差异导致产品成本较高。报告期内，锦盛新材塑料包装业务产品销售单价高于发行人主要系成本较高所致。

2、报告期内价格波动原因分析

报告期内，公司产品定价方式未发生改变，塑料包装各类产品平均单价较为稳定，2019 年以来塑料包装平均单价有所上升，主要系占比较高的吹塑类产品平均单价上升所致。报告期内，吹塑类产品的销售金额分别为 23,572.48 万元、28,132.06 万元、28,634.30 万元和 11,561.87 万元，销售占比分别为 65.71%、63.78%、64.33%和 68.38%，占比稳中有升。吹塑类产品主要为塑料包装瓶，产品较重，相应成本较高，因此平均单价较高。

2019 年，吹塑类产品单价较 2018 年增加 0.11 元，主要原因是：公司为上海家化生产的洗衣液塑料瓶，销售增加，该类产品重量较大，单价较高。2018 年销售收入为 1,094.03 万元，占当年吹塑类产品销售收入的比例为 3.89%，平均单价为 4.42 元；2019 年销售收入为 1,810.95 万元，占当年吹塑类产品销售收入的比例为 6.32%，平均单价为 4.66 元。该类产品销售增加，导致 2019 年吹塑类平均单价较 2018 年增加 0.12 元。

2020 年 1-6 月，吹塑类产品单价较 2019 年增加 0.10 元，主要原因是：2020 年 1-6 月，受疫情影响，公司对北京大宝化妆品有限公司销售收入下降较为明显，

其销售收入占吹塑类产品的比例由 2019 年的 13.78%下降至 2020 年 1-6 月的 6.45%，单价分别为 0.42 元和 0.44 元，销售单价较低的产品销售占比降低，提升了吹塑类产品的平均单价。

二、化妆品

发行人是 OEM/ODM 模式的护肤类、洗护类化妆品研发生产企业，主要客户包括强生、郁美净、贝泰妮、保利沃利、尚赫、多特瑞、百雀羚等国内外知名企业。

在国内上市公司中，青松股份全资子公司诺斯贝尔是一家专注于面膜、护肤品和湿巾的化妆品生产企业，诺斯贝尔化妆品业务以 ODM 为主、OEM 为辅，其主要客户为屈臣氏、伽蓝集团、利洁时、植物医生等品牌商。

此外，上海家化、珀莱雅、拉芳家化等化妆品品牌及生产商也属于发行人同行业公司。其中，上海家化主要从事护肤类、洗护类、家居护理类、婴幼儿喂哺类产品的研发、生产和销售，珀莱雅主要产品为大众护肤品，拉芳家化主要产品为洗发露、沐浴露、护发素等洗护类产品。

上海家化、珀莱雅未披露其每吨化妆品的单价。2017-2019 年，公司化妆品平均单价与市场公开报价、可比公司对比如下：

单位：元/吨

项目	2019 年	2018 年	2017 年
拉芳家化	21,830	24,330	25,070
诺斯贝尔（护肤品）	46,190.42	50,846.75	47,221.09
发行人	21,078.03	17,811.70	23,222.47

由于发行人与上述公司在经营模式、产品结构、客户结构等方面存在差异，导致产品单价不同。

三、家庭护理产品

发行人是 OEM/ODM 模式的家庭护理产品研发生产企业，主要产品包括香皂、洗手液、消毒液、洗洁精、洗衣液、花露水等，主要客户为强生、利洁时、益海嘉里、上海家化。2017-2019 年，发行人家庭护理产品主要为洗洁精、香皂、洗衣液，合计占家庭护理产品销售收入的比例为 95.15%、96.10%和 86.77%。

2017-2019 年，公司家庭护理产品平均单价如下：

单位：元/吨

项目	2019 年	2018 年	2017 年
发行人	3,643.82	4,732.53	5,053.82
其中：洗洁精	2,977.72	3,468.68	3,303.10
香皂	11,022.95	11,761.77	12,171.23
洗衣液	1,703.67	7,942.66	7,555.72

2017-2019 年，发行人各类家庭护理产品单价总体较为稳定，略有下降。其中，2019 年洗衣液单价较低，主要系公司 2019 年向上海家化销售洗衣液 8,103.55 吨，由于该产品由上海家化提供主要原料和包材，公司仅收取加工费，单价为 737.38 元/吨。剔除上海家化的影响，2019 年洗衣液产品平均单价为 5,698.79 元/吨。

同行业上市公司中，上海家化未披露其每吨家庭护理产品的单价，发行人选取拉芳家化香皂产品与发行人香皂产品对比如下：

单位：元/吨

项目	2019 年	2018 年	2017 年
发行人香皂	11,022.95	11,761.77	12,171.23
拉芳家化香皂	20,861.10	16,430.56	18,791.19

由于拉芳家化为品牌及生产商，发行人为 OEM/ODM 经营模式。发行人与拉芳家化在经营模式、客户结构等方面存在差异，导致产品单价不同。

问题（2）：

报告期内主要产品销售收入占比变化的原因及合理性。

回复：

发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“九、盈利能力分析”之“（一）营业收入分析”之“2、主营业务收入产品构成分析”补充披露如下：

一、主要产品销售收入占比变化情况

报告期内，公司主营业务收入按产品划分的构成情况如下：

单位：万元、%

产品名称	2020 年 1-6 月		2019 年		2018 年		2017 年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
塑料包装容器	16,907.71	43.77	44,509.21	58.27	44,106.84	63.40	35,873.86	69.55
日化产品	21,720.31	56.23	31,874.16	41.73	25,458.64	36.60	15,709.28	30.45
其中：化妆品	13,594.32	35.19	22,911.20	30.00	16,159.93	23.23	9,504.21	18.43
家庭护理产品	8,125.99	21.04	8,962.96	11.73	9,298.70	13.37	6,205.07	12.03
主营业务收入	38,628.02	100	76,383.36	100	69,565.48	100	51,583.14	100

报告期内，公司塑料包装业务收入占比逐步下降，由 2017 年的 69.55%下降至 2020 年 1-6 月的 43.77%，日化产品 OEM/ODM 业务收入占比逐步上升，由 2017 年的 30.45%上升至 2020 年 1-6 月的 56.23%。

公司坚持日化产品 OEM/ODM 与塑料包装业务协同发展的策略，一体化的服务能力可有效提高客户的供应链管理效率。报告期内，公司与主要客户紧密合作，业务类型向塑料包装、日化产品的不同类别不断拓展，根据客户需求，塑料包装、日化产品的业务规模动态变化，与公司实际生产经营状况相符。

二、日化产品销售变动原因及合理性

报告期内，公司日化产品销售收入占比不断提升，主要系：

1、从需求看，洗护类、大众护肤类化妆品以及香皂、消毒液、洗手液、洗洁精等家庭护理产品，具有一定消费刚性，随着居民收入水平和消费能力持续提高，以及健康、安全意识的增强，品牌产品的消费需求增长，消费人群、场景、频次进一步提升，日化产品的需求不断增长。

2、从产业链看，一方面，部分成熟品牌商逐步减少自有产能，向品牌运营商转变，在保证产品质量的前提下，更多将生产制造委托给专业的第三方进行，以相对较低的成本获得更高收益；另一方面，在化妆品更新换代速度不断加快、线上线下销售渠道尤其是电商经济快速发展的背景下，新兴品牌商充分利用 OEM/ODM 企业成熟的厂房、设备、管理团队及技术，减少厂房、设备及研发资金投入，可降低投资风险，同时有效缩短新产品的开发和供应周期。产业链专业化分工的背景下，委托加工将成为化妆品生产研发的常态模式。

3、从公司自身看，经过 10 年的发展，公司在日化产品生产工艺、质量管控方面积累了丰富的经验，已与国内外多家知名日化产品品牌商建立了稳定合作，建立了符合国家规定、行业要求、客户标准的生产和质量管理体系。报告期内，公司与强生、郁美净、贝泰妮、利洁时等主要客户的合作不断深化，合作品类不断增加，对配方工艺的持续研发、良好的市场声誉，吸引了保利沃利、尚赫、气味图书馆、珀莱雅等新兴及成熟品牌与公司合作。公司客户群体不断增加，销售收入稳步增长。

随着日化产品需求的增长，在产业链外包、专业化生产制造的发展趋势下，公司日化产品业务规模将保持增长态势。

（一）化妆品销售变动分析

报告期内，化妆品销售收入分别为 9,504.21 万元、16,159.93 万元、22,911.20 万元和 13,594.32 万元，占主营业务收入的比例分别为 18.43%、23.23%、30.00%和 35.19%，快速增长。公司化妆品主要客户为强生、郁美净、贝泰妮、保利沃利、尚赫、多特瑞、百雀羚、飞利浦等。报告期内，上述客户化妆品业务收入变动如下：

单位：万元

客户	2020 年 1-6 月	2019 年		2018 年		2017 年
	金额	金额	变动	金额	变动	金额
强生	3,864.89	5,076.43	134.71	4,941.72	-403.22	5,344.94
郁美净	1,574.90	3,765.55	2,430.22	1,335.33	899.14	436.19
贝泰妮	1,591.88	2,081.18	-3.99	2,085.17	704.42	1,380.75
保利沃利	3,054.83	2,901.59	2,901.59	-	-	-
尚赫	777.01	2,867.36	1,946.97	920.39	918.50	1.89
多特瑞	862.76	1,265.80	220.07	1,045.73	714.71	331.02
百雀羚	57.93	178.15	-2,367.29	2,545.44	2,328.64	216.80
飞利浦	10.78	104.98	-69.64	174.62	-171.63	346.25
合计	11,794.98	18,241.04	5,192.64	13,048.40	4,990.57	8,057.83
化妆品收入	13,594.32	22,911.20	6,751.27	16,159.93	6,655.72	9,504.21
占比（%）	86.76	79.62	-	80.75	-	84.78

1、2018 年与 2017 年变动分析

2018 年公司化妆品销售收入较 2017 年增长 6,655.72 万元，主要系发行人子公司上海嘉亨不断加大化妆品 OEM/ODM 业务开拓力度，与客户合作产品品类、范围不断拓展，主要客户郁美净、贝泰妮、尚赫、多特瑞、百雀羚销售收入实现增长。

郁美净销售收入增长来源于儿童霜系列产品，贝泰妮销售收入增长来源于其敏感肌护肤品，尚赫销售收入增长来源于其活性金系列、玻妃凝胶系列产品，多特瑞销售收入增长来源于其精油概念的多款膏霜乳液类产品。

百雀羚 2018 年化妆品销售收入增长 2,328.64 万元，主要原因是：发行人与百雀羚的合作历史较长，始终为百雀羚重要的包材供应商之一，双方均有意愿扩大合作范围，鉴于发行人长期为强生等客户提供化妆品 OEM 服务，产品质量稳定、供货能力较强，符合百雀羚化妆品 OEM 供应商的认证标准，2018 年双方扩大了化妆品合作规模。

2、2019 年与 2018 年变动分析

2019 年公司化妆品销售收入较 2018 年增长 6,751.27 万元，主要受郁美净、保利沃利、尚赫、百雀羚等销售收入变动的影响。

郁美净销售收入增长 2,430.22 万元，主要系 2018 年以来，公司与郁美净化妆品 OEM 业务合作范围不断扩大，乳液、洗面奶、保湿霜、润肤霜、沐浴露等儿童系列产品，各细分品类产品收入持续增长。

保利沃利为 2019 年新增客户，公司与保利沃利合作的产品主要为洗发露、沐浴露、护发素等洗护类化妆品，保利沃利旗下产品以网络销售为主，近年来在互联网平台有良好销售表现。由于保利沃利自身销售规模快速增长，对发行人 OEM/ODM 业务需求快速增加，2019 年即实现销售收入 2,901.59 万元。

发行人与尚赫的合作开始于 2017 年，随着产品研发、配方工艺的成熟，发行人为尚赫生产的 ODM 产品销售规模快速增长，2019 年，尚赫活性金系列、玻妃凝胶系列产品销售规模分别增长 234.90%、274.49%。

公司 2019 年与百雀羚的合作有较大幅度下降，主要系公司 2018 年与百雀羚合作的“经典”系列、“气韵”系列、“三生花”系列、“水能量”系列产品，由于成本和产品定价的因素，均出现了略微亏损。2019 年考虑到公司从事该类产品生产无法获得利润，且公司化妆品 OEM/ODM 业务拓展情况良好、产能有限，公司经与百雀羚协商，缩减了化妆品产品合作规模。发行人仍然是百雀羚重要的包材供应商，保持良好的合作关系。

3、2020 年 1-6 月与 2019 年变动分析

2020 年 1-6 月，公司化妆品收入仍然稳步增长，其中强生、保利沃利是增长的主要来源。

强生化妆品销售收入增长，主要系公司前期筹备的婴儿爽身粉项目实现销售，2020 年 1-6 月实现销售收入 1,955.11 万元，占当期强生化妆品销售收入的 50.59%，带动强生化妆品销售收入增长。

保利沃利销售收入增长，仍然是基于其自身业务发展较快，2020 年 1-6 月的销售规模即与 2019 年基本持平。

（二）家庭护理产品销售变动分析

详见本题问题（3）之回复。

三、塑料包装产品销售变动原因及合理性

报告期内，公司塑料包装业务收入稳步增长，公司顺应市场消费需求的发展趋势，在与强生、上海家化、壳牌等知名品牌保持紧密合作关系的基础上，以稳定的质量、快速的响应能力赢得新的订单。在原有产品销售增加的基础上，新增不同系列、规格型号产品的生产和销售，公司对主要客户的销售收入均有所增长。

单位：万元

客户	2020 年 1-6 月	2019 年		2018 年		2017 年
	金额	金额	变动	金额	变动	金额
壳牌	6,406.70	16,014.86	-331.35	16,346.21	1,209.27	15,136.94
上海家化	4,531.22	11,640.05	1,261.95	10,378.10	2,338.45	8,039.65
强生	2,388.26	11,203.23	1,679.65	9,523.58	1,308.57	8,215.01
合计	13,326.18	38,858.13	2,610.23	36,247.90	4,856.30	31,391.60
塑料包装容器收入	16,907.71	44,509.21	402.37	44,106.84	8,232.98	35,873.86
占比	78.81	87.30	-	82.18	-	87.51

2020 年 1-6 月，由于疫情，受客户开工、物流运输等因素影响，公司对壳牌、上海家化、强生的塑料包装销售收入均不同程度下滑。其中 Shell Hong Kong Limited 的 2020 年 1-6 月销售收入 1,081.02 万元，2019 年为 2,980.22 万元；北京大宝化妆品有限公司 2020 年 1-6 月销售收入 1,636.95 万元，2019 年为 6,947.11 万元。疫情流行高峰已逐渐减弱，国民经济正在逐步恢复，公司上下游企业的生产经营已逐渐恢复正常，公司塑料包装业务生产经营已恢复常态。

问题（3）：

报告期内家庭护理产品销售收入与产销量变动趋势不一致的原因及合理性。

回复：

一、报告期内家庭护理产品销售情况

报告期内，家庭护理产品销售收入分别为 6,205.07 万元、9,298.70 万元、8,962.96 万元和 8,125.99 万元，有所增长。公司家庭护理产品主要客户为益海嘉里、利洁时、强生，主要产品为“洁劲 100”洗洁精、“滴露”洗手液及香皂、“强生婴儿”香皂及“邦迪”消毒液等。

报告期内，公司家庭护理产品的销售收入与产销量情况如下：

项目	2020 年 1-6 月		2019 年		2018 年		2017 年
	金额	变动（%）	金额	变动（%）	金额	变动（%）	金额
销售收入（万元）	8,125.99	-	8,962.96	-3.61	9,298.70	49.86	6,205.07
产量（吨）	8,267.57	-	24,655.44	24.27	19,840.71	66.13	11,943.09

项目	2020 年 1-6 月		2019 年		2018 年		2017 年
	金额	变动（%）	金额	变动（%）	金额	变动（%）	金额
销量（吨）	8,017.08	-	24,597.72	25.19	19,648.46	60.03	12,278.00
平均单价（元/吨）	10,135.84	178.17	3,643.82	-23.00	4,732.53	-6.36	5,053.82

报告期内，公司家庭护理产品前五名客户销售情况如下：

单位：万元、%、吨

项目	排名	客户名称	销售金额	占比	销量
2020 年 1-6 月	1	强生	5,076.36	62.47	2,532.92
	2	利洁时	1,516.79	18.67	1,317.14
	3	上海家化	1,118.74	13.77	3,178.31
	4	益海嘉里	215.34	2.65	876.19
	5	郁美净	112.29	1.38	70.84
	合计		**8,039.52**	**98.94**	**7,975.40**
2019 年	1	益海嘉里	3,679.62	41.05	12,615.83
	2	利洁时	2,084.50	23.26	1,739.24
	3	强生	1,967.54	21.95	1,709.71
	4	上海家化	755.71	8.43	8,255.75
	5	多特瑞	213.27	2.38	95.17
	合计		**8,700.64**	**97.07**	**24,415.70**
2018 年	1	益海嘉里	5,747.54	61.81	16,557.51
	2	利洁时	1,618.49	17.41	1,481.32
	3	强生	1,601.69	17.22	1,381.21
	4	郁美净	210.2	2.26	122.79
	5	多特瑞	78.29	0.84	40.21
	合计		**9,256.20**	**99.54**	**19,583.04**
2017 年	1	益海嘉里	3,104.81	50.04	8,590.22
	2	强生	2,220.38	35.78	1,832.21
	3	利洁时	566.97	9.14	677.81
	4	郁美净	173.60	2.80	189.08
	5	多特瑞	103.63	1.67	39.18
	合计		**6,169.39**	**99.42**	**11,328.50**

二、家庭护理产品销售变动分析

发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“九、盈利能力分析”之“（一）营业收入分析”之“2、主营业务收入产品构成分析”补充披露如下：

（一）2018 年与 2017 年变动分析

2018 年公司家庭护理产品销售收入较 2017 年增长 49.86%，产量较 2017 年

增长 66.13%，销量较 2017 年增长 60.03%，销售收入与产销量变动基本匹配，平均销售单价略微下降。2018 年家庭护理产品销售规模及产销量增长，系公司与主要客户进一步加强合作，益海嘉里洗洁精产品、利洁时香皂产品的销售收入增长所致。

（二）2019 年与 2018 年变动分析

2019 年公司家庭护理产品销售收入较 2018 年下降 3.61%，产量较 2018 年增长 24.47%，销量较 2018 年增长 25.19%。2019 年产销量增长的同时销售收入略微下降，主要原因如下：

1、公司为加强与长期客户上海家化的合作关系，不断拓展产品领域，2019 年开始为上海家化生产洗衣液及香皂等家庭护理产品。其中洗衣液产品由上海家化提供主要原材料，公司仅收取加工费。2019 年公司新增对上海家化销售洗衣液 8,103.55 吨，实现销售收入 597.54 万元。家庭护理产品销量大幅增长，由于公司仅将加工费确认为收入，销售收入没有匹配增长；同时由于洗衣液销量较大，单价较低，2019 年家庭护理产品平均销售单价较 2018 年下降 23%。

2、在总体产能有限的情形下，公司减少了洗洁精等产品的生产，2019 年公司对益海嘉里的销售收入有所下降。

（三）2020 年 1-6 月与 2019 年变动分析

2020 年 1-6 月公司家庭护理产品销售收入有较大增长，主要系强生、利洁时、上海家化等客户的需求增长。销售收入较大增长同时，产销量没有同比增长，主要系产品结构变化，销售单价较高的产品销售占比上升。具体如下：

1、2018 年 9 月强生将 Cologne 花露水和邦迪消毒液授权给发行人生产，发行人经过 1 年多时间，对人员、场地、设备进行筹备，2020 年上述两款产品实现销售收入，其中 Cologne 花露水实现销售收入 1,675.89 万元，销售单价 37,792.56 元/吨；邦迪消毒液实现销售收入 2,574.44 万元，销售单价 18,515.65 元/吨。

2、由于疫情爆发以及由此带来的消费者健康与卫生意识提高，消费者倾向更频繁地清洁及消毒双手、衣服及清洁家庭环境，市场对香皂、洗手液、消毒液等的需求增加，预期该等产品的需求仍将高企，利洁时、上海家化对公司的采购持续增加。

问题（4）：

发行人收入季节性情况，是否与同行业可比公司一致。

回复：

发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“九、盈利能力分析”之“（一）营业收入分析”之“4、主营业务收入季节性分析”补充披露如下：

2017-2019 年，公司主营业务收入季节分布情况列示如下：

单位：万元、%

项目	2019 年		2018 年		2017 年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
第一季度	16,314.94	21.36	12,436.71	17.88	10,771.09	20.88
第二季度	19,149.44	25.07	14,649.25	21.06	10,904.22	21.14
第三季度	20,902.77	27.37	22,513.57	32.36	15,194.61	29.46
第四季度	20,016.22	26.20	19,965.95	28.70	14,713.23	28.52
合计	76,383.36	100.00	69,565.48	100.00	51,583.14	100.00

报告期内，公司下半年收入略高于上半年，公司主要产品季节性分析如下：

一、塑料包装容器

2017-2019 年，公司塑料包装容器销售收入季节性分布如下：

单位：万元、%

项目	2019 年		2018 年		2017 年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
第一季度	9,936.97	22.33	8,899.92	20.18	7,575.16	21.12
第二季度	11,279.66	25.34	9,916.94	22.48	8,141.50	22.69
第三季度	12,587.41	28.28	13,612.64	30.86	10,009.78	27.90
第四季度	10,705.17	24.05	11,677.34	26.48	10,147.41	28.29
合计	44,509.21	100.00	44,106.84	100.00	35,873.86	100.00

公司塑料包装容器销售收入季节波动性不明显，下半年销售收入占比略高。其中，第一季度销售占比较低，主要系受到春节假期停产的影响；下半年销售占比略高，其中较为重要的原因是受公司护肤品塑料包装业务的影响，由于护肤品的市场需求主要在秋冬季节，导致公司下半年塑料包装销售收入略高。

2017-2019 年，锦盛新材、通产丽星的销售收入季节性分布如下：

单位：%

项目	2019 年	2018 年	2017 年

	发行人	锦盛新材	通产丽星	发行人	锦盛新材	通产丽星	发行人	锦盛新材	通产丽星
第一季度	22.33	25.90	41.93	20.18	19.63	42.64	21.12	23.10	42.84
第二季度	25.34	24.00		22.48	29.23		22.69	23.84	
第三季度	28.28	24.69	58.07	30.86	27.65	57.36	27.90	25.08	57.16
第四季度	24.05	25.41		26.48	23.49		28.29	27.98	

同行业可比公司的销售季节性特征不明显，下半年销售收入占比略高，公司收入季节性分布情况和行业状况相符。

二、化妆品

2017-2019 年，公司化妆品销售收入按季节性分布如下：

单位：万元、%

项目	2019 年		2018 年		2017 年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
第一季度	3,796.39	16.57	1,863.35	11.53	1,596.04	16.79
第二季度	4,959.54	21.65	2,480.87	15.35	1,606.52	16.90
第三季度	6,738.46	29.41	6,453.51	39.94	3,817.89	40.17
第四季度	7,416.82	32.37	5,362.20	33.18	2,483.76	26.14
合计	22,911.20	100.00	16,159.93	100.00	9,504.21	100.00

公司化妆品销售收入存在一定的季节性，主要受产品结构的影响。膏霜乳液等护肤类产品的需求主要在秋冬季节，洗发露、沐浴露等洗护类产品的需求季节性不明显。2017-2019 年，公司护肤类化妆品收入占比分别为 66.99%、71.30%和 62.90%，洗护类化妆品收入占比分别为 22.18%、20.65%和 26.89%。公司护肤类产品占比较高，同时化妆品品牌商为“双十一”“双十二”等线上促销活动备货，因此公司化妆品第三、四季度销售占比较高。随着公司洗护类产品占比逐步提升，公司化妆品销售的季节性分布将更加均衡。

2017-2019 年，上海家化、珀莱雅、拉芳家化等化妆品品牌及生产商的销售季节性如下：

单位：%

项目	2019 年			2018 年			2017 年		
	上海家化	珀莱雅	拉芳家化	上海家化	珀莱雅	拉芳家化	上海家化	珀莱雅	拉芳家化
上半年	51.62	42.58	47.42	51.35	44.09	45.78	51.69	46.75	43.76
下半年	48.38	57.42	52.58	48.65	55.91	54.22	48.31	53.25	56.24

上海家化主要从事护肤类、洗护类、家居护理类、婴幼儿喂哺类产品的研发、生产和销售，珀莱雅主要产品为大众护肤品，拉芳家化主要产品为洗发露、

沐浴露、护发素等洗护类产品。上海家化产品相对全面均衡，上下半年季节性不明显，珀莱雅、拉芳家化下半年销售均略高于上半年。发行人化妆品业务的季节性与同行业公司不存在明显差异。

三、家庭护理产品

2017-2019 年，公司家庭护理产品销售收入按季节性分布如下：

单位：万元、%

项目	2019 年		2018 年		2017 年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
第一季度	2,581.58	28.80	1,673.44	18.00	1,599.88	25.78
第二季度	2,910.24	32.47	2,251.44	24.21	1,156.20	18.63
第三季度	1,576.90	17.59	2,447.42	26.32	1,366.93	22.03
第四季度	1,894.23	21.14	2,926.40	31.47	2,082.06	33.56
合计	8,962.96	100.00	9,298.70	100.00	6,205.07	100.00

发行人家庭护理产品主要包括香皂、洗手液、消毒液、洗洁精、洗衣液等，销售季节性波动主要受客户需求的影响。2017 年、2018 年第四季度销售占比较高，主要系节假日较多、客户为“双十一”“双十二”等线上促销活动备货等因素影响。2019 年第一、二季度销售占比较高，主要系益海嘉里对公司订单需求增加所致。

问题（5）：

请保荐人、申报会计师对上述事项核查并发表明确意见。

回复：

保荐机构、申报会计师履行了以下核查程序：

核查发行人报告期内销售明细，计算各产品类别销售单价，并访谈业务负责人，结合发行人经营模式，了解各产品销售收入变动的原因，与同行业可比公司进行比较，了解发行人销售价格、季节性波动是否符合行业特征。

经核查，保荐机构、申报会计师认为：

1、公司各类产品平均单价与市场公开价格不存在明显差异，差异主要系产品结构、客户结构不同所致。

2、报告期内，公司日化产品、塑料包装销售收入有所变动，主要系根据客户需求，塑料包装、日化产品的业务规模动态变化，与公司实际生产经营状况相

符。

3、报告期内，家庭护理产品销售收入与产销量变动趋势不一致，主要系 2019 年对上海家化销售的洗衣液产品数量较大，平均单价较低所致；2020 年 1-6 月，主要系对强生销售的 Cologne 花露水和邦迪消毒液平均单价较高所致；具有合理性。

4、报告期内各产品类型收入波动合理，主要产品季节性波动趋势与同行业可比公司基本一致。

7、关于主要客户。

申报材料显示，发行人客户集中度较高，报告期内，前五名客户的收入占比分别为 83.38%、77.44%及 70.97%。

请发行人：（1）按主要产品类别补充披露报告期各期合并口径（并保留明细）前五名客户的基本情况、合作历史、销售内容、销售金额、数量、销售对应生产模式（OEM/ODM）、占比情况，并分析主要客户变动情况及其原因；（2）结合同行业可比上市公司情况，补充披露客户集中度是否符合行业特性，是否对主要客户存在重大依赖；（3）补充披露获取主要客户的方式，主要客户是否建立合格供应商认证制度，公司或其产品是否取得该等认证，相关交易的定价原则；（4）补充披露报告期内是否存在大额退换货情形，如存在，补充披露退换货所涉及的具体事项、金额、占当期营业收入比例、客户名称、是否为关联方、会计处理方法，对发行人生产经营是否存在重大不利影响；（5）补充披露与既是客户又是供应商的相关主体交易的具体情况，对比与独立第三方的交易定价情况，交易的必要性及价格公允性。

请保荐人、申报会计师对上述事项核查并发表明确意见。

回复：

问题（1）：

按主要产品类别补充披露报告期各期合并口径（并保留明细）前五名客户的基本情况、合作历史、销售内容、销售金额、数量、销售对应生产模式（OEM/ODM）、占比情况，并分析主要客户变动情况及其原因；

回复：

发行人已在招股说明书“第六节 业务和技术”之“四、主要服务或产品的销售情况和主要客户”之“（三）按主要产品类别前五名客户的基本情况”补充披露如下：

1、报告期内，发行人主要产品类别的合并口径（保留明细）前五名客户名称、销售内容、销售金额、数量及占比情况如下：

（1）2020 年 1-6 月

单位：万个（塑料包装容器）、吨（化妆品/家庭护理产品）、万元、%

产品类别	排名	客户名称	客户名称（合并明细）	主要销售内容	销售数量	销售金额	销售占比
塑料包装容器	1	壳牌	浙江壳牌化工石油有限公司	注塑类、吹塑类	2,157.23	2,223.95	13.15
			壳牌（天津）润滑油有限公司	注塑类、吹塑类	1,469.36	1,721.54	10.18
			壳牌（珠海）润滑油有限公司	注塑类、吹塑类	1,306.66	1,148.26	6.79
			Shell Hong Kong limited	注塑类、吹塑类	1,313.44	1,081.02	6.39
			壳牌（天津）石油化工有限公司	注塑类、吹塑类	256.75	175.65	1.04
			Hankook Shell Oil Co Ltd	注塑类	216.24	55.61	0.33
			壳牌（上海）技术有限公司	注塑类、吹塑类	0.44	0.67	0.00
			小计		6,720.12	6,406.70	37.89
	2	上海家化	上海家化联合股份有限公司	注塑类、注吹类、吹塑类、软管类	5,302.06	3,763.94	22.26
			上海家化海南日用化学品有限公司	注塑类、注吹类、吹塑类	3,232.76	767.29	4.54
			小计		8,534.82	4,531.22	26.80
	3	强生	北京大宝化妆品有限公司	注塑类、吹塑类	5,029.41	1,636.95	9.68
			强生（中国）有限公司	注塑类、吹塑类	740.72	699.69	4.14

产品类别	排名	客户名称	客户名称（合并明细）	主要销售内容	销售数量	销售金额	销售占比
			Johnson & Johnson Pte. Ltd., Korea	注塑类、吹塑类	27.98	45.06	0.27
			Johnson & Johnson Sdn Bhd	吹塑类	3.25	6.55	0.04
			小计		5,801.36	2,388.26	14.13
	4	百雀羚	上海百雀羚供应链管理有限公司	注塑类、注吹类	3,496.45	1,011.37	5.98
	5	拜尔斯道夫	拜尔斯道夫个人护理用品（中国）有限公司	注塑类、注吹类	698.28	347.95	2.06
			拜尔斯道夫日化（武汉）有限公司	注吹类	21.15	23.01	0.14
			小计		719.43	370.96	2.19
	前五名客户合计				25,272.17	14,708.52	86.99
化妆品	1	强生	强生（中国）有限公司	护肤类、粉	709.89	3,212.89	23.63
			北京大宝化妆品有限公司	护肤类	71.94	395.09	2.91
			上海嗳呵母婴用品国际贸易有限公司	护肤类、洗护类	51.06	172.04	1.27
			Johnson & Johnson Pte. Ltd.	护肤类	3.69	84.88	0.62
			小计		836.58	3,864.89	28.43
	2	保利沃利	保利沃利科技（武汉）有限公司	洗护类	806.85	2,954.09	21.73
			武汉允心创造生物科技有限公司	洗护类	20.63	100.74	0.74
			小计		827.48	3,054.83	22.47

产品类别	排名	客户名称	客户名称（合并明细）	主要销售内容	销售数量	销售金额	销售占比
	3	贝泰妮	云南贝泰妮生物科技集团股份有限公司（原名:昆明贝泰妮生物科技有限公司）	护肤类	657.38	1,591.88	11.71
	4	郁美净	天津郁美净集团有限公司	护肤类、洗护类	2,213.17	1,574.90	11.58
	5	多特瑞	多特瑞（上海）精油有限公司	护肤类	53.91	682.03	5.02
			多特瑞（上海）商贸有限公司	护肤类	42.59	180.73	1.33
			小计		96.50	862.76	6.35
	前五名客户合计				4,631.12	10,949.26	80.54
家庭护理产品	1	强生	Johnson & Johnson Pte. Ltd.	消毒液、花露水	1,737.88	4,056.57	49.92
			强生（中国）有限公司	消毒液、香皂	553.58	635.50	7.82
			上海强生有限公司	消毒液	95.18	191.38	2.36
			上海嗳呵母婴用品国际贸易有限公司	花露水、洗衣液、香皂	145.48	190.54	2.34
			强生（中国）投资有限公司	消毒液	0.80	2.38	0.03
			小计		2,532.92	5,076.36	62.47
	2	利洁时	利洁时家化（中国）有限公司	洗手液、香皂、消毒液	1,157.67	1,356.31	16.69
			Reckitt Benckiser Hong Kong Limited	洗衣液	129.20	131.72	1.62
			Reckitt Benckiser Malaysia Limited	洗衣液	30.27	28.76	0.35
			小计		1,317.14	1,516.79	18.67

产品类别	排名	客户名称	客户名称（合并明细）	主要销售内容	销售数量	销售金额	销售占比
	3	上海家化	上海家化联合股份有限公司	洗衣液、香皂	3,178.31	1,118.74	13.77
	4	益海嘉里	益海嘉里食品营销有限公司	洗洁精	876.19	215.34	2.65
	5	郁美净	天津郁美净集团有限公司	花露水、香皂	70.84	112.29	1.38
	前五名客户合计				7,975.40	8,039.52	98.94

（2）2019 年

单位：万个（塑料包装容器）、吨（化妆品/家庭护理产品）、万元、%

产品类别	排名	客户名称	客户名称（合并明细）	主要销售内容	销售数量	销售金额	销售占比
塑料包装容器	1	壳牌	浙江壳牌化工石油有限公司	注塑类、吹塑类	5,484.48	5,896.52	13.25
			壳牌（天津）润滑油有限公司	注塑类、吹塑类	2,639.83	3,893.20	8.75
			Shell Hong Kong limited	注塑类、吹塑类	3,437.29	2,980.22	6.70
			壳牌（珠海）润滑油有限公司	注塑类、吹塑类	3,278.24	2,932.80	6.59
			壳牌（天津）石油化工有限公司	注塑类、吹塑类	311.76	182.91	0.41
			Hankook Shell Oil Co Ltd	注塑类	510.00	125.82	0.28
			Shell Pakistan Limited	注塑类	7.20	2.74	0.01
			壳牌（上海）技术有限公司	注塑类、吹塑类	0.42	0.64	0.00
			小计		15,669.23	16,014.86	35.98

产品类别	排名	客户名称	客户名称（合并明细）	主要销售内容	销售数量	销售金额	销售占比
	2	上海家化	上海家化联合股份有限公司	注塑类、吹塑类、软管类	14,934.04	10,779.05	24.22
			上海家化海南日用化学品有限公司	注塑类、注吹类、吹塑类	6,870.89	860.99	1.93
			小计		21,804.93	11,640.05	26.15
	3	强生	北京大宝化妆品有限公司	注塑类、吹塑类	20,229.97	6,947.11	15.61
			强生（中国）有限公司	注塑类、吹塑类	4,886.44	3,932.45	8.84
			Johnson & Johnson Pte. Ltd.	注塑类	220.20	280.26	0.63
			Johnson & Johnson Pte. Ltd., Korea	注塑类、吹塑类	30.80	43.41	0.10
			小计		25,367.40	11,203.23	25.17
	4	百雀羚	上海百雀羚供应链管理有限公司	注塑类、注吹类	5,746.65	1,700.50	3.82
	5	拜尔斯道夫	拜尔斯道夫个人护理用品（中国）有限公司	注塑类、注吹类	1,564.34	796.49	1.79
			拜尔斯道夫日化（武汉）有限公司	注塑类、注吹类、吹塑类	773.29	482.32	1.08
			小计		2,337.63	1,278.81	2.87
	前五名客户合计				70,925.84	41,837.45	94.00
化妆品	1	强生	强生（中国）有限公司	护肤类、粉	1,345.88	3,238.32	14.13
			北京大宝化妆品有限公司	护肤类	159.78	935.65	4.08
			上海嗳呵母婴用品国际贸易有限公司	护肤类、洗护类	187.44	876.20	3.82

产品类别	排名	客户名称	客户名称（合并明细）	主要销售内容	销售数量	销售金额	销售占比
			Johnson & Johnson Pte. Ltd.	其他类	14.57	26.25	0.11
			小计		1,707.68	5,076.43	22.16
	2	郁美净	天津郁美净集团有限公司	护肤类、洗护类	4,948.95	3,765.55	16.44
	3	保利沃利	保利沃利科技（武汉）有限公司	洗护类	800.00	2,901.59	12.66
	4	尚赫（天津）科技开发有限公司	尚赫（天津）科技开发有限公司	护肤类	433.13	2,867.36	12.52
	5	贝泰妮	云南贝泰妮生物科技集团股份有限公司（原名:昆明贝泰妮生物科技有限公司）	护肤类	898.04	2,081.18	9.08
	前五名客户合计				8,787.80	16,692.10	72.86
家庭护理产品	1	益海嘉里	益海嘉里食品营销有限公司	洗洁精	12,615.83	3,679.62	41.05
	2	利洁时	利洁时家化（中国）有限公司	消毒液、香皂	887.31	1,258.28	14.04
			Reckitt Benckiser Hong Kong Limited	洗衣液	809.68	787.09	8.78
			Reckitt Benckiser Malaysia Limited	洗衣液	42.25	39.13	0.44
			小计		1,739.24	2,084.50	23.26
	3	强生	强生（中国）有限公司	香皂	1,423.60	1,475.75	16.47
			上海嗳呵母婴用品国际贸易有限公司	香皂、花露水	242.57	353.81	3.95
			Johnson & Johnson Pte. Ltd.	花露水	43.54	137.98	1.54

产品类别	排名	客户名称	客户名称（合并明细）	主要销售内容	销售数量	销售金额	销售占比
			小计		1,709.71	1,967.54	21.95
	4	上海家化	上海家化联合股份有限公司	洗衣液、香皂	8,255.75	755.71	8.43
	5	多特瑞	多特瑞（上海）商贸有限公司	洗衣液	87.82	190.29	2.12
			多特瑞（上海）精油有限公司	洗衣液、消毒液	7.35	22.98	0.26
			小计		95.17	213.27	2.38
	前五名客户合计				24,415.70	8,700.64	97.07

（3）2018 年

单位：万个（塑料包装容器）、吨（化妆品/家庭护理产品）、万元、%

产品类别	排名	客户名称	客户名称（合并明细）	主要销售内容	销售数量	销售金额	销售占比
塑料包装容器	1	壳牌	浙江壳牌化工石油有限公司	注塑类、吹塑类	5,322.46	5,998.69	13.60
			壳牌（天津）润滑油有限公司	注塑类、吹塑类	2,638.82	4,201.10	9.52
			壳牌（珠海）润滑油有限公司	注塑类、吹塑类	2,954.03	3,068.65	6.96
			Shell Hong Kong limited	注塑类、吹塑类	3,126.74	2,721.68	6.17
			壳牌（天津）石油化工有限公司	注塑类、吹塑类	262.13	245.67	0.56
			Hankook Shell 0IL CO LTD	注塑类	453.69	106.50	0.24
			Shell Pakistan Limited	注塑类	6.80	3.15	0.01
			壳牌（上海）技术有限公司	注塑类、吹塑类	0.52	0.78	0.00

产品类别	排名	客户名称	客户名称（合并明细）	主要销售内容	销售数量	销售金额	销售占比
			小计		14,765.19	16,346.21	37.06
	2	上海家化	上海家化联合股份有限公司	注塑类、吹塑类、软管类	20,430.34	9,662.16	21.91
			上海家化海南日用化学品有限公司	注塑类、注吹类、吹塑类	4,810.45	715.94	1.62
			小计		25,240.79	10,378.10	23.53
	3	强生	北京大宝化妆品有限公司	注塑类、吹塑类	24,565.87	7,708.27	17.48
			强生（中国）有限公司	注塑类、吹塑类	3,023.03	1,815.31	4.12
			小计		27,588.90	9,523.58	21.59
	4	百雀羚	上海百雀羚供应链管理有限公司	注塑类、注吹类、吹塑类	10,695.46	3,066.74	6.95
	5	苏州绿叶日用品有限公司	苏州绿叶日用品有限公司	注塑类、吹塑类	2,134.74	1,740.02	3.95
	前五名客户合计				80,425.08	41,054.66	93.08
化妆品	1	强生	强生（中国）有限公司	护肤类、粉	1,142.29	2,552.67	15.80
			上海嗳呵母婴用品国际贸易有限公司	护肤类、洗护类	313.16	1,220.52	7.55
			北京大宝化妆品有限公司	护肤类	210.45	1,168.53	7.23
			小计		1,665.89	4,941.72	30.58
	2	百雀羚	上海百雀羚日用化学有限公司	护肤类	1,475.49	2,545.44	15.75
	3	贝泰妮	昆明贝泰妮生物科技有限公司	护肤类	881.68	2,085.17	12.90

产品类别	排名	客户名称	客户名称（合并明细）	主要销售内容	销售数量	销售金额	销售占比
	4	郁美净	天津郁美净集团有限公司	护肤类、洗护类	1,838.01	1,335.33	8.26
	5	多特瑞	多特瑞（上海）商贸有限公司	护肤类	147.79	1,045.73	6.47
	前五名客户合计				6,008.86	11,953.38	73.97
家庭护理产品	1	益海嘉里	益海嘉里食品营销有限公司	洗洁精	16,557.51	5,747.54	61.81
	2	利洁时	利洁时家化（中国）有限公司	洗手液、香皂	820.97	1,015.95	10.93
			Reckitt Benckiser Hong Kong Limited	洗衣液	641.99	586.04	6.30
			Reckitt Benckiser Malaysia Limited	洗衣液	18.36	16.50	0.18
			小计		1,481.32	1,618.49	17.41
	3	强生	强生（中国）有限公司	香皂	1,134.82	1,241.35	13.35
			上海嗳呵母婴用品国际贸易有限公司	香皂、花露水	246.39	360.34	3.88
			小计		1,381.21	1,601.69	17.22
	4	郁美净	天津郁美净集团有限公司	香皂、花露水	122.79	210.20	2.26
	5	多特瑞	多特瑞（上海）精油有限公司	洗衣液	30.20	58.77	0.63
			多特瑞（上海）商贸有限公司	洗衣液、洗手液、香皂	10.01	19.52	0.21
			小计		40.21	78.29	0.84
	前五名客户合计				19,583.04	9,256.20	99.54

（4）2017 年

单位：万个（塑料包装容器）、吨（化妆品/家庭护理产品）、万元、%

产品类别	排名	客户名称	客户名称（合并明细）	主要销售内容	销售数量	销售金额	销售占比
塑料包装容器	1	壳牌	浙江壳牌化工石油有限公司	注塑类、吹塑类	4,440.44	4,966.66	13.84
			壳牌（珠海）润滑油有限公司	注塑类、吹塑类	3,063.54	3,119.14	8.69
			壳牌（天津）润滑油有限公司	注塑类、吹塑类	1,554.01	2,506.49	6.99
			壳牌（天津）石油化工有限公司	注塑类、吹塑类	1,972.89	2,450.47	6.83
			Shell Hong Kong limited	注塑类、吹塑类	2,318.81	1,880.61	5.24
			Hankook Shell Oil Co Ltd	注塑类	446.93	211.73	0.59
			Shell Vietnam Limited	注塑类	0.14	1.29	0.00
			壳牌（上海）技术有限公司	注塑类、吹塑类	0.38	0.56	0.00
			小计		13,797.14	15,136.94	42.19
	2	强生	北京大宝化妆品有限公司	注塑类、吹塑类	21,034.32	6,537.99	18.22
			强生（中国）有限公司	注塑类、吹塑类	3,240.22	1,677.03	4.67
			小计		24,274.54	8,215.01	22.90
	3	上海家化	上海家化联合股份有限公司	注塑类、吹塑类、软管类	17,753.93	7,608.91	21.21
			上海家化海南日用化学品有限公司	注塑类、注吹类、吹塑类	4,613.80	430.74	1.20
			小计		22,367.73	8,039.65	22.41
	4	百雀羚	上海百雀羚供应链管理有限公司	注塑类、注吹类、吹塑类	5,380.46	1,673.46	4.66

产品类别	排名	客户名称	客户名称（合并明细）	主要销售内容	销售数量	销售金额	销售占比
			上海百雀羚日用化学有限公司	注塑类、注吹类	270.65	58.63	0.16
			小计		5,651.12	1,732.09	4.83
	5	上海大联石油化工有限公司	上海大联石油化工有限公司	吹塑类	179.23	718.89	2.00
	前五名客户合计				66,269.77	33,842.59	94.34
化妆品	1	强生	强生（中国）有限公司	护肤类、粉	1,404.75	2,141.34	22.53
			上海嗳呵母婴用品国际贸易有限公司	护肤类、洗护类	482.06	1,643.04	17.29
			北京大宝化妆品有限公司	护肤类	289.39	1,560.56	16.42
			小计		2,176.20	5,344.94	56.24
	2	贝泰妮	昆明贝泰妮生物科技有限公司	护肤类	589.27	1,380.75	14.53
	3	郁美净	天津郁美净集团有限公司	护肤类	140.24	436.19	4.59
	4	飞利浦	飞利浦（中国）投资有限公司	护肤类、洗护类	50.16	346.25	3.64
	5	多特瑞	多特瑞（上海）商贸有限公司	护肤类、洗护类	67.74	331.02	3.48
	前五名客户合计				3,023.61	7,839.16	82.48
家庭护理产品	1	益海嘉里	益海嘉里食品营销有限公司	洗洁精	8,590.22	3,104.81	50.04
	2	强生	强生（中国）有限公司	香皂	1,344.03	1,700.22	27.40
			上海嗳呵母婴用品国际贸易有限公司	洗衣液、香皂、花露水	488.17	520.17	8.38

产品类别	排名	客户名称	客户名称（合并明细）	主要销售内容	销售数量	销售金额	销售占比
			小计		1,832.21	2,220.38	35.78
	3	利洁时	Reckitt Benckiser Hong Kong Limited	洗衣液	620.28	521.45	8.40
			Reckitt Benckiser Malaysia Limited	洗衣液	57.53	45.53	0.73
			小计		677.81	566.97	9.14
	4	郁美净	天津郁美净集团有限公司	香皂	189.08	173.60	2.80
	5	多特瑞	多特瑞（上海）商贸有限公司	洗手液	39.18	103.63	1.67
	前五名客户合计				11,328.49	6,169.39	99.42

2、报告期各期发行人各主要产品类别合并口径前五名客户共 15 家，基本情况、销售对应生产模式（OEM/ODM）如下：

产品类别	客户名称	基本情况	销售对应生产模式
塑料包装容器、化妆品、家庭护理产品	强生	Johnson & Johnson（美国强生公司），1886 年成立于美国，为世界知名的医疗健康企业。报告期内，发行人与强生深度合作，与强生下属的 8 家公司均有业务往来。 其中境内客户强生（中国）有限公司、上海嗳呵母婴用品国际贸易有限公司、上海强生有限公司、北京大宝化妆品有限公司均为客户强生（中国）投资有限公司的全资子公司，强生（中国）投资有限公司于 1998 年 5 月成立于上海，为强生的控股子公司（83.36%）。 境外客户 Johnson & Johnson Pte. Ltd.、Johnson & Johnson Pte. Ltd., Korea、Johnson & Johnson Sdn Bhd 分别注册于新加坡、韩国及马来西亚。	化妆品、家庭护理产品为 OEM 模式
塑料包装容器	壳牌	Royal Dutch Shell plc（荷兰皇家壳牌），1907 年成立于荷兰，为世界知名的石油化工企业。报告期内，发行人与壳牌深度合作，与壳牌下属的 9 家公司均有业务往来。 9 家公司的住所地及壳牌的持股比例（截至 2019 年 12 月 31 日）如下：浙江壳牌化工石油有限公司（浙江嘉兴，100%）、壳牌（天津）润滑油有限公司（天津，100%）、壳牌（珠海）润滑油有限公司（珠海，100%）、壳牌（天津）石油化工有限公司（天津，100%）、壳牌（上海）技术有限公司（上海，100%）、Shell Hong Kong limited（香港，100%）、Hankook Shell Oil Co Ltd（韩国，54%）、Shell Pakistan Limited（巴基斯坦，76%）、Shell Vietnam Limited（越南，100%）。	仅为塑料包装客户，不适用
塑料包装容器、家庭护理产品	上海家化	上海家化（600315.SH）主要从事化妆品和日用化学品的开发、生产和销售，2001 年 3 月于上交所主板上市。 上海家化海南日用化学品有限公司为上海家化控股子公司（97.33%），2004 年 7 月成立于海南省澄迈县，注册资本 3,000 万元。	家庭护理产品为 OEM 模式
家庭护理产品	益海嘉里	益海嘉里食品营销有限公司主业从事食品经营，经营范围包括日化产品的批发、零售、进出口，2009 年 3 月成立于上海，注册资本 6,800 万元，为知名食用油品牌商益海嘉里金龙鱼粮油食品股份有限公司的全资子公司。	OEM
塑料包装容	百雀羚	上海百雀羚日用化学有限公司为国内知名的化	化妆品为

产品类别	客户名称	基本情况	销售对应生产模式
器、化妆品		妆品品牌商，2000 年 10 月成立于上海，注册资本 3,000 万元，控股股东为李强（97.2%）。上海百雀羚供应链管理有限为上海百雀羚日用化学有限公司的全资子公司。	OEM 模式
化妆品、家庭护理产品	郁美净	天津郁美净集团有限公司为国内知名的化妆品品牌商，2000 年 6 月成立于天津，注册资本 4,102.15 万元，控股股东为天津海胜御美投资合伙企业（有限合伙）。	OEM
化妆品	贝泰妮	云南贝泰妮生物科技集团股份有限公司（原名：昆明贝泰妮生物科技有限公司）是一家重点针对敏感性肌肤的专业化妆品生产企业，2010 年 5 月成立于云南昆明，注册资本 36,000 万元，控股股东为昆明诺娜科技有限公司（54.23%）。	OEM
家庭护理产品	利洁时	Reckitt Benckiser Group Plc（利洁时集团），1823 年成立于英国，为世界知名的快速消费品企业。报告期内，发行人有 3 名客户为利洁时的下属公司，它们的住所地及利洁时的持股比例（截至 2019 年 12 月 31 日）分别为：利洁时家化（中国）有限公司（湖北荆州，100%）、Reckitt Benckiser Hong Kong Limited（香港，100%）、Reckitt Benckiser Malaysia Limited（马来西亚，100%）。	OEM
化妆品	保利沃利	保利沃利科技（武汉）有限公司主要从事个人护理产品的生产、销售，2016 年 12 月成立于湖北武汉，注册资本 157.06 万元，第一大股东为李莎莎（47.75%）。武汉允心创造生物科技有限公司为保利沃利科技（武汉）有限公司的全资子公司。	OEM、ODM
化妆品	尚赫（天津）科技开发有限公司	尚赫（天津）科技开发有限公司主要从事护肤品的生产、销售，2004 年 9 月成立于天津，注册资本 1,887.18 万元，控股股东为天津尚赫保健用品有限公司（56.52%）。	ODM
化妆品、家庭护理产品	多特瑞	多特瑞上海（商贸）有限公司主要从事精油产品的销售，2014 年 5 月成立于上海，注册资本 8,000 万元，为 do TERRA Hong Kong Limited 的全资子公司。多特瑞（上海）精油有限公司为多特瑞上海（商贸）有限公司的全资子公司。	OEM
塑料包装容器	拜尔斯道夫	Beiersdorf AG（拜尔斯道夫股份公司），1882 年成立于德国，为世界知名的护肤品生产企业。报告期内，发行人有 2 名客户为拜尔斯道夫的下属公司：拜尔斯道夫个人护理用品（中国）有限公司和拜尔斯道夫日化（武汉）有限公司，分别位于湖北仙桃和湖北武汉，均为拜尔斯道夫	仅为塑料包装客户，不适用

产品类别	客户名称	基本情况	销售对应生产模式
		100%持股。	
塑料包装容器、化妆品	苏州绿叶日用品有限公司	苏州绿叶日用品有限公司主要从事化妆品、个人护理产品、家居用品等的生产、销售，2011 年 4 月成立于苏州，注册资本 13,980 万元，控股股东为徐建成（52.23%）。	化妆品为 OEM 模式
塑料包装容器	上海大联石油化工有限公司	上海大联石油化工有限公司主要从事石油化工相关产品的销售，2000 年 6 月成立于上海，控股股东为玉门石油管理局有限公司（55.4%），玉门石油管理局有限公司是中国石油天然气有限公司的全资子公司。	仅为塑料包装客户，不适用
化妆品	飞利浦	Royal Philips（荷兰皇家飞利浦），1891 年成立于荷兰，为世界知名的健康科技公司。发行人客户飞利浦中国（投资）有限公司于 1990 年 8 月成立于上海,为飞利浦电子中国有限公司(Philips Electronics China B.V.）之全资子公司，后者为一家在荷兰注册的公司，隶属于飞利浦。	ODM

3、报告期内发行人主要客户与发行人的合作历史、变动情况及其原因

（1）强生

发行人与强生的合作开始于 2007 年，基于对发行人质量控制、生产交货能力的认可,并经过严格审核,发行人进入强生包材供应链。2011 年发行人以 OEM 模式为业务发展起点，以“质量优先于利润”的产品理念，通过了强生的认证，进入强生日化产品供应链。发行人对强生的销售涵盖塑料包装、化妆品、家庭护理产品，品类不断增多，合作不断深化。报告期内，发行人对强生的销售收入稳步增长，始终为第一大客户。

（2）壳牌

发行人与壳牌的合作开始于 2013 年，经过壳牌的供应商审核后，发行人与壳牌建立了合作。根据壳牌的业务布局，为便于安排生产、销售和物流，发行人设立天津嘉亨、珠海嘉亨，满足壳牌天津、珠海、香港、东亚及东南亚等区域的产品需求，同时浙江嘉亨向浙江壳牌供应塑料包装容器。因多年与壳牌合作过程中优秀的质量表现及在防伪防盗等方面的技术创新，发行人于 2020 年 8 月获得壳牌“最优供应商奖”，公司是国内唯一一家获得此项荣誉的塑料包装盖品类供应商。发行人与壳牌合作关系长期稳定，报告期内各期均为发行人第二大客户、塑料包装业务第一大客户。

（3）上海家化

发行人与上海家化的合作开始于 2007 年，报告期内，上海家化均为发行人第三大客户、塑料包装业务前三大客户，与发行人合作关系长期稳定。报告期内，发行人不断扩大与上海家化的合作领域，2019 年以来，发行人对上海家化洗衣液、香皂产品销售收入快速增长，2019 年、2020 年 1-6 月均为家庭护理产品业务前五大客户。

（4）益海嘉里

发行人与益海嘉里的合作开始于 2014 年，益海嘉里通过行业内资源与发行人接洽并建立合作关系。2017-2019 年，发行人对益海嘉里的销售快速增长，为发行人家庭护理产品业务第一大客户。其中 2019 年销售金额较 2018 年有所下降，主要系 2019 年 7 月以来，表面活性剂等生产洗洁精的主要原材料转为益海嘉里提供，发行人与益海嘉里的定价剔除了表面活性剂等原材料的成本。2020 年 1-6 月，发行人对益海嘉里销售收入下降幅度较大，主要系发行人减少了洗洁精产品的销售，转而与益海嘉里在消毒类产品领域寻求合作，尚未实现规模收入所致。

（5）百雀羚

发行人与百雀羚的合作开始于 2008 年，报告期内，百雀羚均为发行人塑料包装业务第四大客户，与发行人合作较为稳定。百雀羚 2017 年、2018 年均为发行人第五大客户，2019 年发行人对百雀羚销售收入 1,878.66 万元，未进入前五大客户，主要系随着发行人日化产品业务快速增长，日化产品客户销售收入增加。

（6）郁美净

发行人与郁美净的合作开始于 2016 年，系发行人长期跟踪郁美净的战略发展需求，并通过前期小批量产品合作、严格的产品质量检验，郁美净逐步将儿童霜等明星产品交付由发行人生产。报告期内，郁美净与发行人合作品类不断增加，发行人对其销售收入稳步增长，均为发行人化妆品业务前五大客户。

（7）贝泰妮

发行人与贝泰妮的合作开始于 2015 年，系双方通过行业内资源了解并接洽后建立合作关系。报告期内，贝泰妮均为发行人化妆品业务前五大客户，与发行人合作较为稳定，发行人对其销售收入随着双方合作不断加深而有所增长。

（8）利洁时

发行人与利洁时的合作开始于 2012 年，系双方通过行业内资源了解并接洽后建立合作关系。报告期内，利洁时均为发行人家庭护理产品业务第二/三大客户，与发行人合作较为稳定。2018 年以来，利洁时将其旗下品牌“滴露”部分香皂、洗手液、洗护类产品委托发行人生产，发行人对利洁时的销售收入持续增长。

（9）保利沃利科技（武汉）有限公司（保利沃利）

发行人与保利沃利的合作开始于 2019 年，系双方通过行业内资源了解并接洽后建立合作关系。根据天猫数据，保利沃利旗下品牌“三谷”旗舰店在 2019 年 6 月洗护类销售排名第 3，在 2019 年 11 月洗护类销售排名第 5，由于保利沃利自身销售规模快速增长，对发行人 OEM/ODM 业务需求快速增加，2019 年为发行人化妆品业务第三大客户，2020 年 1-6 月为发行人化妆品业务第二大客户。

（10）尚赫（天津）科技开发有限公司（尚赫）

发行人与尚赫的合作开始于 2017 年，系双方通过行业内资源了解并接洽后建立合作关系。2017-2019 年，随着产品研发、配方工艺的成熟，发行人为尚赫生产的 ODM 产品销售规模快速增长，2020 年 1-6 月，尚赫因销售渠道受疫情影响，销售规模下降，对发行人的采购有所下降。

（11）多特瑞

发行人与多特瑞的合作开始于 2016 年，系双方通过行业内资源了解并接洽后建立合作关系。发行人主要向多特瑞销售化妆品及家庭护理产品，报告期内，发行人对多特瑞的销售规模不断增长。

（12）拜尔斯道夫

发行人与拜尔斯道夫的合作开始于 2016 年，系双方通过行业内资源了解并接洽后建立合作关系。发行人主要为拜尔斯道夫“美涛”产品提供塑料包装，报告期内双方合作情况良好，发行人对其销售金额总体呈现增长态势，并进入 2019 年及 2020 年 1-6 月塑料包装容器销售前五大客户（均位列第五）。

（13）苏州绿叶日用品有限公司（苏州绿叶）

苏州绿叶从事化妆品、个人护理产品、家居用品等的生产、销售，主要向发行人采购塑料包装，与发行人的合作开始于 2017 年，系双方通过行业内资源了解并接洽后建立合作关系。2018 年，苏州绿叶自身销售规模快速增长，对塑料包装的需求增加，对发行人的采购相应增加，2018 年成为发行人塑料包装业

务第五大客户。2019 年以来，由于苏州绿叶对发行人塑料包装的需求减少，对发行人采购规模下降。

（14）上海大联石油化工有限公司（大联石油）

大联石油为嘉实多的代工厂，从发行人采购机油瓶塑料包装并灌装内容物后销售给嘉实多，发行人与大联石油的合作开始于 2015 年。2017 年，大联石油为发行人塑料包装业务第五大客户，销售金额 718.89 万元。2018 年以来，随着大联石油业务需求下降，对发行人的采购规模下降。

（15）飞利浦

发行人与飞利浦的合作开始于 2012 年，双方通过行业内资源了解并接洽后建立合作关系。飞利浦为发行人 2017 年化妆品销售第五大客户，销售金额 346.25 万元，后由于飞利浦产品结构调整，发行人对其销售金额逐年下降。

问题（2）：

结合同行业可比上市公司情况，补充披露客户集中度是否符合行业特性，是否对主要客户存在重大依赖。

回复：

发行人已在招股说明书“第六节 业务和技术”之“四、主要服务或产品的销售情况和主要客户”之“（五）公司客户集中度情况”补充披露如下：

报告期内，发行人及同行业可比上市公司通产丽星、锦盛新材、诺斯贝尔前五大客户销售占比情况如下：

项目	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
通产丽星	未披露	30.16%	39.65%	40.18%
锦盛新材	54.37%	52.58%	47.99%	49.58%
诺斯贝尔	-	-	43.29%	57.29%
发行人	73.28%	70.97%	77.44%	83.38%

发行人主要从事日化产品 OEM/ODM 及塑料包装容器的研发设计、生产，可为客户提供包材及内容物的一站式服务，与客户的合作更加全面，对主要客户的销售占比较高，但不存在单一客户销售收入或毛利占比超过 30%的情形。报告期内，发行人前五名客户销售收入占比呈下降趋势。报告期内，同行业可比上市公司前五名客户销售收入占比在 30.16%-57.29%，普遍较高。

发行人的主要客户均为全球和国内知名的化妆品、日化产品厂商及新兴品牌商，品牌商为确保产品质量和稳定货源，不会轻易改变供应商。公司以稳定

高效的生产能力、严格的质量管控、快速迭代的技术研发，成为客户长期稳定的合作伙伴。公司目前客户集中度相对较高，与公司所处的发展阶段有关，公司凭借良好的市场声誉，不断吸引国内外客户寻求合作，在日化产品行业产业链分工的背景下，发行人将不断扩大客户群体，并通过募集资金投资项目扩大产能，充分满足客户对生产能力、质量控制等方面的要求，进一步赢得发展优势，客户集中度将有所降低。

综上，发行人的客户集中度与行业特性相符，对主要客户不存在客户依赖。

问题（3）：

补充披露获取主要客户的方式，主要客户是否建立合格供应商认证制度，公司或其产品是否取得该等认证，相关交易的定价原则。

回复：

关于发行人获取主要客户的方式，详见本题“问题（1）”之“3、报告期内发行人主要客户与发行人的合作历史、变动情况及其原因”之回复。

发行人已在招股说明书“第六节 业务和技术”之“四、主要服务或产品的销售情况和主要客户”之“（四）客户认证情况”补充披露如下：

报告期内发行人主要客户建立合格供应商认证制度的情况、发行人或发行人产品取得该等认证的情况、相关交易的定价原则如下：

融入国内外知名日化品牌商的供应链，需要通过客户 3-6 个月的现场验厂等一系列审核程序，客户对包括厂房、设备、供应商管理、生产流程及过程控制、品质管理流程、研发及检验、追溯性、环境、安全、人力资源等进行详细严格的审核。在通过供应商资质审核后，公司需进行产品开发或配方及工艺转移、试车验证，成品试产后还需进行稳定性、兼容性等测试。测试结果符合标准后，客户才会向公司下达正式订单。随着客户产品的顺利交货并经与客户一段时间的合作磨合后，客户综合评估公司的研发及技术能力、生产能力、质量控制能力等，和公司合作的产品品类及订单量才会不断增加。同时，客户会持续每年对发行人进行定期、不定期审核 。

客户名称	合格供应商认证制度	发行人/产品是否取得其认证
强生	初次验厂审核，强生中国区每年进行定期、不定期审核，强生亚太区每两年对化妆品进行审核	是

壳牌	初次验厂审核，每年定期、不定期审核	是
上海家化	初次验厂审核，每年定期、不定期审核	是
益海嘉里	初次验厂审核，每年定期、不定期审核	是
百雀羚	初次验厂审核，每年定期、不定期审核	是
郁美净	对潜在供应商进行全面评审	是
贝泰妮	初次验厂审核，每年定期审核	是
利洁时	初次验厂审核，每年定期、不定期审核	是
保利沃利科技（武汉）有限公司	对潜在供应商进行全面评审	是
尚赫（天津）科技开发有限公司	初次验厂审核，每年定期审核	是
多特瑞	初次验厂审核，每年定期审核	是
拜尔斯道夫	对潜在供应商进行全面评审	是
苏州绿叶日用品有限公司	对潜在供应商进行全面评审	是
上海大联石油化工有限公司	对潜在供应商进行全面评审	是
飞利浦	对潜在供应商进行全面评审	是

发行人与各主要客户交易的定价原则如下：采用成本加成法，综合考虑产品成本计算的基础上，根据产品类别、预计订单量、客户合作历史、对公司业务拓展的影响等，与客户协商确定价格。

问题（4）：

补充披露报告期内是否存在大额退换货情形，如存在，补充披露退换货所涉及的具体事项、金额、占当期营业收入比例、客户名称、是否为关联方、会计处理方法，对发行人生产经营是否存在重大不利影响。

回复：

发行人已在招股说明书“第六节 业务和技术”之“四、主要服务或产品的销售情况和主要客户”之“（六）退换货情况”补充披露如下：

报告期内，发行人退换货金额较小，具体如下：

单位：万元、%

项目	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
退换货金额	32.30	194.55	150.03	77.62
其中：换货	29.51	184.67	146.19	75.42
退货	2.80	9.88	3.84	2.20
营业收入	39,217.11	78,565.86	71,801.30	53,297.40
退换货率	0.08	0.25	0.21	0.15
其中：换货率	0.08	0.24	0.20	0.14
退货率	0.01	0.01	0.01	0.00

报告期内，公司前五大退换货客户情况如下：

单位：万元、%

序号	客户名称	是否为关联方	退换货类型	金额	占当期退换货比例	占营业收入比例
2020 年 1-6 月						
1	强生	否	换货、退货	11.75	36.36	0.03
2	北京东彩日用化学品有限公司	否	换货	4.59	14.21	0.01
3	壳牌	否	换货	3.73	11.55	0.01
4	益海嘉里	否	换货、退货	3.69	11.43	0.01
5	上海家化	否	换货、退货	3.01	9.31	0.01
合计				26.77	82.86	0.07
2019 年						
1	尚赫（天津）科技开发有限公司	否	换货、退货	94.70	48.68	0.12
2	益海嘉里	否	换货、退货	27.81	14.29	0.04
3	上海家化	否	换货	17.20	8.84	0.02
4	强生	否	换货	14.74	7.58	0.02
5	浙江汉莎洗涤用品有限公司	否	换货	8.84	4.55	0.01
合计				163.30	83.94	0.21
2018 年						
1	上海家化	否	换货、退货	36.70	24.46	0.05
2	壳牌	否	换货、退货	34.86	23.24	0.05
3	苏州绿叶日用品有限公司	否	换货、退货	25.27	16.85	0.04
4	碧辟（中国）工业油品有限公司	否	换货	12.08	8.05	0.02
5	益海嘉里	否	换货	9.40	6.26	0.01
总计				118.31	78.86	0.16
2017 年						
1	强生	否	换货、退货	18.11	23.33	0.03
2	壳牌	否	换货、退货	14.66	18.88	0.03
3	利洁时	否	换货	14.46	18.62	0.03
4	上海家化	否	换货	11.74	15.13	0.02
5	拜尔斯道夫	否	换货	6.59	8.49	0.01
总计				65.55	84.45	0.12

报告期内，公司退换货金额很小，主要系外包装及少量产品质量瑕疵所致。退换货情形对发行人的生产经营不存在重大不利影响。

发行人退换货会计处理：公司对已确认收入但客户要求退货的产品，在退货产品收回入库后，冲减当期营业收入和营业成本；对客户要求换货的产品，公司通常在换货产品收回入库后，重新发货给客户，对换货产生的费用调整营业成本，不调整营业收入。

问题（5）：

补充披露与既是客户又是供应商的相关主体交易的具体情况，对比与独立第

三方的交易定价情况，交易的必要性及价格公允性。

回复：

发行人已在招股说明书“第六节 业务和技术”之“四、主要服务或产品的销售情况和主要客户”之“（七）与既是客户又是供应商的相关主体交易的具体情况”补充披露如下：

1、既是客户又是供应商的相关主体交易的具体情况

报告期内，既是发行人客户又是供应商的相关主体有 5 家，分别为客户益海嘉里与供应商丰益油脂科技有限公司（同为益海嘉里金龙鱼粮油食品股份有限公司之全资子公司）、百雀羚、利洁时、郁美净、上海家化。报告期内发行人与上述相关主体交易金额情况如下（销售金额为营业收入口径，采购金额为总采购额）：

单位：万元

序号	公司名称	交易类型	主要交易内容	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
1	益海嘉里	销售	家庭护理产品	224.71	3,762.84	5,777.13	3,105.19
	丰益油脂科技有限公司	采购	表面活性剂	14.65	1,078.45	2,375.17	755.88
2	百雀羚	销售	塑料包装容器、化妆品	1,069.34	1879.65	5,612.57	1,949.25
		采购	包材、日化原料	0.00	4.85	2,021.84	266.07
3	利洁时	销售	家庭护理产品	2,066.14	2,430.72	2,432.34	724.21
		采购	日化原料、包材	677.41	240.60	785.29	0.00
4	郁美净	销售	化妆品、家庭护理产品	1,885.51	4,325.67	1,688.23	865.65
		采购	包材、日化原料	86.96	259.10	296.86	62.26
5	上海家化	销售	塑料包装容器、家庭护理产品	5,660.96	12,571.99	11,054.55	8,215.02
		采购	包材、日化原料	259.68	69.22	-	-
合计		销售		10,906.66	24,970.87	26,564.81	14,859.32
		采购		1,038.69	1,652.22	5,479.15	1,084.21

益海嘉里、百雀羚、利洁时、郁美净、上海家化均为知名的日化品牌商，出于对产品个性化需要、品质管控、原材料规模采购价格优势、供应链集中管理的考虑，存在部分原材料向客户采购的情形。采购、销售定价均按照市场价格确定，不存在以采购原材料为前提从而促进销售的情况。

2、既是发行人客户又是供应商的原因、金额变动和必要性分析

（1）益海嘉里及丰益油脂

益海嘉里及丰益油脂同为益海嘉里金龙鱼粮油食品股份有限公司之全资子

公司。丰益油脂是全球重要的油脂化学品企业，在原材料价格、质量等方面具有较强优势。报告期内，益海嘉里指定发行人向丰益油脂采购表面活性剂，用于生产洗洁精产品。发行人向丰益油脂的采购金额随着对益海嘉里洗洁精产品销售金额的增长而增长。2019 年 7 月以来，发行人与益海嘉里的合作方式发生调整，表面活性剂变更为由益海嘉里提供，因此，发行人 2019 年以来对丰益油脂的采购金额有所下降。

（2）百雀羚

报告期内，与发行人发生交易的为上海百雀羚日用化学有限公司（以下简称“百雀羚日化”）、上海百雀羚供应链管理有限公司（以下简称“百雀羚供应链”），其中百雀羚供应链为百雀羚体系的供应链管理平台。据发行人与百雀羚合同约定，除 ODM 配方原料以及百雀羚许可的包材，用以生产百雀羚产品的其他原材料均应向百雀羚供应链采购。2018 年，发行人向百雀羚采购、销售金额较高，主要系当年发行人向百雀羚日化销售的“SOD 蜜”及“气韵”、“三生花”礼盒套装等化妆品，所需的包材、日化原料等主要向百雀羚供应链采购，当年发行人向百雀羚销售化妆品实现收入 2,545.44 万元，向百雀羚供应链采购金额为 2,021.84 万元。2019 年以来，发行人与百雀羚日化在化妆品领域的合作较少，相应向百雀羚供应链采购的金额较小。

（3）利洁时

报告期内，发行人主要向利洁时销售家庭护理产品，采购表面活性剂、包材、芳香剂等。根据发行人与利洁时签订的《框架协议》，“除非特殊约定，发行人应负责所有原材料和包装材料的采购并向利洁时提供产品成品。考虑特殊情况，部分物料必须由利洁时下采购订单给物料供应商，由发行人向利洁时下采购订单采购该等物料。”报告期内，发行人向利洁时的采购金额根据需求而定。

（4）郁美净

发行人主要向郁美净销售化妆品，同时采购少量包材、皮肤调理剂、芳香剂等。在与发行人合作的部分产品中，主要原材料由郁美净提供，随着双方合作不断深入，新增的型号、规格产品多由发行人负责原材料的采购，由于客户产品的香型、包装等个性化需要，郁美净要求发行人向其采购部分芳香剂等，用于儿童霜等明星产品的生产。因此，报告期内，发行人存在少量向郁美净采购的情形。

（5）上海家化

发行人主要向上海家化销售塑料包装容器、家庭护理产品。2019 年、2020 年，因客户产品的个性化需要，发行人向上海家化采购少量芳香剂等，用于生产香皂产品，金额较小。

3、销售定价、采购定价公允性分析

（1）益海嘉里与丰益油脂

报告期内，发行人对益海嘉里家庭护理产品的销售单价、对丰益油脂的采购单价如下：

单位：万元、元/吨

主体名称	交易内容	2020 年 1-6 月			2019 年		
		金额	单价	平均单价	金额	单价	平均单价
益海嘉里	家庭护理产品	215.34	2,457.71	10,135.84	3,679.62	2,916.67	3,643.82
丰益油脂	表面活性剂	-	-	-	1,033.28	6,962.45	7,549.33
主体名称	交易内容	2018 年			2017 年		
		金额	单价	平均单价	金额	单价	平均单价
益海嘉里	家庭护理产品	5,747.54	3,471.26	4,732.53	3,104.81	3,614.36	5,053.82
丰益油脂	表面活性剂	2,288.16	6,554.00	6,869.55	705.12	5,904.53	6,696.72

报告期内，发行人向益海嘉里销售的家庭护理产品主要为洗洁精，其销售价格低于家庭护理产品平均单价；向丰益油脂采购的表面活性剂用于益海嘉里洗洁精生产，平均单价相对较低，主要原因是：公司采购的表面活性剂种类较多，用于生产洗护类化妆品及洗洁精、香皂等家庭护理产品，其中用于生产洗护类化妆品的表面活性剂平均采购单价较高，导致公司表面活性剂整体采购单价相对较高。

报告期内，发行人向益海嘉里销售、向丰益油脂采购价格基于市场价格确定，价格公允。

（2）百雀羚

报告期内，发行人主要向百雀羚销售塑料包装容器，销售情况如下：

单位：万元、元/个

项目	2020 年 1-6 月			2019 年		
	金额	单价	平均单价	金额	单价	平均单价
塑料包装	1,011.37	0.29	0.60	1,700.50	0.30	0.60
其中：注塑类	390.12	0.19	0.21	653.21	0.19	0.24
注吹类	370.73	0.36	0.56	476.09	0.38	0.67
吹塑类	139.48	0.64	1.34	317.47	0.55	1.24
软管类	111.05	0.51	0.67	253.74	0.51	0.65
项目	2018 年			2017 年		

	金额	单价	平均单价	金额	单价	平均单价
塑料包装	3,066.74	0.29	0.51	1,732.09	0.31	0.51
其中：注塑类	1,246.59	0.18	0.20	808.51	0.21	0.19
注吹类	879.42	0.39	0.60	235.34	0.49	0.74
吹塑类	677.72	0.55	1.13	626.45	0.54	1.13
软管类	263.01	0.58	0.68	61.79	0.34	0.63

报告期内，发行人向百雀羚销售的注塑类塑料包装产品与同类塑料包装平均单价基本一致，其他类塑料包装单价有所差异，主要系规格大小、重量差异所致，定价公允。

报告期内，发行人向百雀羚采购的主要为包材，包括玻璃容器、包装礼盒等，占向百雀羚采购金额的比例为 59.27%，由于该等包材在大小、印刷要求等方面个性化较强，不同产品间的价格可比性不强，难以进行对比分析。发行人与百雀羚按照市场化原则进行交易定价，定价公允。

（3）利洁时

报告期内，发行人主要向利洁时销售香皂、消毒液、洗手液、洗衣液等各类家庭护理产品，主要向利洁时采购表面活性剂。具体交易情况如下：

单位：万元、元/吨

项目	交易内容	2020 年 1-6 月			2019 年		
		金额	单价	平均单价	金额	单价	平均单价
销售	家庭护理产品	1,516.79	11,515.74	10,135.84	2,084.50	11,985.12	3,643.82
	其中；香皂	777.03	10,842.32	11,109.45	669.29	12,316.56	11,022.95
	洗衣液	160.47	10,062.71	1,397.76	826.23	9,698.27	1,703.67
	洗手液	371.55	12,188.78	13,050.93	12.96	12,894.05	20,562.60
	消毒液	207.73	15,254.78	18,194.37	576.03	17,253.84	17,504.13
采购	表面活性剂	394.89	5,981.71	7,647.86	161.51	6,053.42	7,549.33
项目	交易内容	2018 年			2017 年		
		金额	单价	平均单价	金额	单价	平均单价
销售	家庭护理产品	1,618.49	10,925.97	4,732.53	566.97	8,364.81	5,053.82
	其中；香皂	919.09	12,987.35	11,761.77	-	-	-
	洗衣液	602.54	9,124.53	7,942.66	566.97	8,364.81	7,555.72
	洗手液	76.18	8,660.38	8,920.55	-	-	-
	消毒液	20.67	8,164.06	8,164.06	-	-	-
采购	表面活性剂	512.37	6,295.14	6,869.55	-	-	-

2019 年、2020 年 1-6 月，洗衣液平均单价较低，主要系公司 2019 年、2020 年 1-6 月分别向上海家化销售洗衣液 8,103.55 吨、2,323.86 吨，由于该产品由上海家化提供主要原料和包材，公司仅收取加工费，单价分别为 737.38 元/吨、709.81 元/吨。剔除上海家化的影响，2019 年、2020 年 1-6 月洗衣液产品平均单

价为 5,698.79 元/吨、9,380.30 元/吨。报告期内，发行人向利洁时销售的家庭护理产品与同类产品平均单价不存在明显差异。

报告期内，发行人向利洁时采购的表面活性剂单价低于发行人采购表面活性剂的平均单价，主要原因是：发行人向利洁时采购的表面活性剂为皂基类，用于生产香皂，报告期内，公司皂基类表面活性剂的平均采购单价如下：

单位：元/吨

项目	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年
皂基类表面活性剂平均采购价格	5,001.37	4,790.51	5,477.66
发行人向利洁时采购价格	5,981.71	6,053.42	6,295.14

发行人向利洁时采购的皂基类表面活性剂价格高于公司平均采购单价。

报告期内，发行人对利洁时销售、采购价格基于市场价格确定，价格公允。

（4）郁美净

报告期内，发行人主要向郁美净销售化妆品，销售情况如下：

单位：万元、元/吨

2020 年 1-6 月			2019 年		
金额	单价	平均单价	金额	单价	平均单价
1,574.90	7,116.03	23,292.94	3,765.55	7,608.79	21,078.03
2018 年			2017 年		
金额	单价	平均单价	金额	单价	平均单价
1,335.33	7,265.07	17,811.70	436.19	31,102.90	23,222.47

2018 年以来，发行人向郁美净销售的化妆品单价总体稳定，低于发行人化妆品平均单价，主要系发行人为郁美净生产不同型号化妆品的合作模式不同。部分产品为委托加工，由郁美净提供包材、主要原材料，相应产品定价不包括上述包材、主要原材料的成本；部分产品为发行人采购包材、主要原材料，相应产品定价包括了包材、原材料成本。

（5）上海家化

报告期内，发行人主要向上海家化销售塑料包装容器和家庭护理产品，2019 年以来采购少量芳香剂日化原料及包材，由用于生产香皂等家庭护理类产品。具体情况如下：

单位：万元、元/吨

项目	交易内容	2020 年 1-6 月			2019 年		
		金额	单价	平均单价	金额	单价	平均单价
销售	塑料包装容器	4,531.22	0.53	0.60	11,640.05	0.53	0.60
销售	家庭护理产品	1,118.74	3,519.90	10,135.84	755.71	915.37	3,643.82
	其中：香皂	878.85	11,180.91	11,109.45	157.15	10,898.27	11,022.95

	洗衣液	164.95	709.81	1,397.76	597.54	737.38	1,703.67
采购	芳香剂	103.26	112,119.87	159,894.44	17.76	112,422.15	157,036.55
项目	交易内容	2018 年			2017 年		
		金额	单价	平均单价	金额	单价	平均单价
销售	塑料包装容器	10,378.10	0.41	0.51	8,039.65	0.36	0.51
销售	家庭护理产品	-	-	-	-	-	-
采购	芳香剂	-	-	-	-	-	-

报告期内，发行人向上海家化销售的塑料包装容器单价与发行人销售同类产品的平均单价不存在明显差异，家庭护理产品单价低于同类产品平均单价是因为发行人主要向上海家化销售洗衣液、香皂等家庭护理产品，其中洗衣液产品由上海家化提供主要原材料，发行人仅收取加工费，因此 2019 年发行人对上海家化家庭护理产品销售单价低于平均单价，2020 年 1-6 月销售单价有所上升，主要系香皂产品销售占比提升所致，2020 年 1-6 月发行人向上海家化销售香皂 878.85 万元,占上海家化家庭护理产品销售收入的 78.56%,销售单价为 11,180.91 元/吨，与发行人香皂产品销售单价不存在明显差异。

报告期内，发行人向上海家化采购的芳香剂单价低于发行人采购芳香剂的平均单价，主要系型号、规格差异所致。销售、采购价格基于市场价格确定，价格公允。

综上，发行人与既是客户又是供应商相关主体的交易均出于合理的商业逻辑和生产经营所需，相关交易定价基于市场价格协商确定，价格公允。

4、关于壳牌及中海壳牌

报告期内，发行人向壳牌销售塑料包装，向中海壳牌采购合成树脂。中海壳牌系中国海油下属控股子公司中海石油化工投资有限公司和壳牌各自持有 50%股权的公司，并各自拥有 5 个董事席位，中国海油、壳牌均未将中海壳牌纳入合并报表范围。

中海壳牌不是壳牌的指定供应商，合成树脂是大宗化工原料，发行人分别与壳牌和中海壳牌洽谈塑料包装容器的销售和合成树脂的采购，销售及采购合成树脂定价均按照市场价格确定。

报告期内，发行人与壳牌、中海壳牌的具体交易情况如下：

单位：万元、元/个、元/吨

主体名称	交易内容	2020 年 1-6 月			2019 年		
		金额	单价	平均单价	金额	单价	平均单价
壳牌	塑料包装容器	6,406.70	0.95	0.60	16,014.86	1.02	0.60

中海壳牌石油化工有限公司	合成树脂	1,118.00	6,015.58	6,560.30	6,386.88	7,491.11	7,687.33
主体名称	交易内容	2018 年			2017 年		
		金额	单价	平均单价	金额	单价	平均单价
壳牌	塑料包装容器	16,346.21	1.11	0.51	15,136.94	1.10	0.51
中海壳牌石油化工有限公司	合成树脂	2,714.39	9,144.02	9,296.59	1,195.87	8,878.04	8,626.19

报告期内，发行人向壳牌销售的塑料包装容器单价高于平均单价，主要系发行人向壳牌销售的主要为 1L、4L 的机油瓶，规格型号较大，耗用的原材料较多，因此单价较高。发行人向中海壳牌石油化工有限公司采购的合成树脂单价与发行人采购同类原材料的单价不存在明显差异。

综上，发行人与壳牌、中海壳牌的销售、采购交易均基于市场价格确定，定价公允。

问题（6）：

请保荐人、申报会计师对上述事项核查并发表明确意见。

回复：

保荐人、申报会计师履行了以下核查程序：

1、获取发行人主要客户清单，通过国家企业信用信息公示系统、企业官网等公开信息渠道，核实客户的基本情况；与管理层沟通了解公司与主要客户的合作历史、变动情况及其原因；

2、对重要客户进行实地走访，了解双方合作情况，核实客户信息的真实性；

3、获取同行业可比公司的财务数据，了解可比公司的客户集中度情况，分析发行人客户集中度是否符合行业特性，是否对主要客户存在重大依赖；

4、与管理层沟通了解公司主要客户的合格供应商认证制度和发行人取得其认证的相关情况以及相关交易的定价原则，分析交易定价的合理性；

5、了解发行人报告期内客户的退换货金额及原因，核实发行人关于退换货的会计处理是否恰当；

6、检查发行人与既是客户又是供应商的相关主体签订的协议，了解相关交易的性质及必要性；获取报告期各期收入成本明细表、采购明细表，统计与既是客户又是供应商的相关主体以及独立第三方的交易及定价情况，分析价格的公允性。

经核查，保荐机构、申报会计师认为：

1、报告期各期发行人主要客户变动均由发行人或客户生产、经营状况变动所导致，原因合理。

2、发行人的客户集中度符合行业特性，对主要客户不存在重大依赖。

3、发行人主要客户已建立合格供应商认证制度，且发行人取得该等认证；相关交易的定价原则合理。

4、报告期内不存在大额退换货情况，退换货的相关会计处理符合《企业会计准则》要求。

5、发行人与既是客户又是供应商的相关主体的交易具有必要性，价格相对公允。

8、关于应收账款。

申报材料显示，报告期各期末，公司应收账款净额分别为 16,966.51 万元、24,044.72 万元和 18,063.96 万元，占流动资产的比例分别为 55.67%、57.46%和 41.97%。

请发行人：（1）结合发行人各类产品的信用政策、收入确认时点以及各期应收账款期初余额、本期新增金额、本期收回金额、期末余额，补充披露报告期各期末发行人应收账款余额波动原因，是否符合发行人实际经营情况；（2）上海家化在各报告期均是发行人第一大应收账款客户、第三大客户，补充披露发行人对上海家化的信用政策是否与其他主要客户存在差异，相关应收款项是否存在逾期情形；（3）补充披露报告期各期发行人信用政策是否发生变化、是否存在放宽信用政策提前确认收入的情形；（4）结合发行人对各类产品、各类客户的信用政策，补充披露各期末应收账款期后回款情况、超出合同约定付款时点的应收账款金额及期后回款情况，各期逾期客户情况、逾期原因、是否存在回款风险、坏账准备计提是否充分。

请保荐人、申报会计师核查并发表明确意见。

回复：

问题（1）：

结合发行人各类产品的信用政策、收入确认时点以及各期应收账款期初余

额、本期新增金额、本期收回金额、期末余额，补充披露报告期各期末发行人应收账款余额波动原因，是否符合发行人实际经营情况。

回复：

一、发行人各类产品的信用政策、收入确认时点

公司主要从事日化产品 OEM/ODM 及塑料包装容器的研发设计、生产，具备化妆品和家庭护理产品的研发、配制、灌装及塑料包装容器设计、制造的一体化综合服务能力。公司的主要产品包括护肤类、洗护类、香水等化妆品，香皂、消毒液、洗手液、洗洁精等家庭护理产品，以及配套的塑料包装容器。

发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十、资产质量分析”之“（一）流动资产分析”之“3、应收账款”补充披露如下：

1、收入确认时点

（1）自 2020 年 1 月 1 日起

境内销售产品收入确认需满足以下条件：本公司已根据合同约定将产品交付给客户且客户已接受该商品，已经收回货款或取得了收款凭证且相关的经济利益很可能流入，商品所有权上的主要风险和报酬已转移，商品的法定所有权已转移；

境外销售产品收入确认需满足以下条件：本公司已根据合同约定将产品报关，已经收回货款或取得了收款凭证且相关的经济利益很可能流入，商品所有权上的主要风险和报酬已转移，商品的法定所有权已转移。

（2）2019 年及以前

公司产品销售分境内销售与境外销售。境内销售根据销售合同约定在所有权转移时点确认产品收入，具体收入确认时点为货物发出并经客户签收后确认为产品销售收入。境外销售根据销售合同的约定，在商品所有权发生转移时点确认产品销售收入，一般情况下在出口业务办妥报关出口手续后确认产品销售收入。

2、信用政策

公司按照客户来划分信用政策。在结算方面，对于长期合作客户，每月按实际发生的业务量与客户进行结算，信用期一般为 0.5-4 个月。对于新客户，公司一般预收 30%-70%款项，再组织生产。公司与客户结算以电汇为主。

根据客户资质情况、双方合作情况（产品类型、合作时间），公司给与不同客户的信用期有所差异。

二、报告期各期，应收账款期初余额、本期新增金额、本期收回金额、期末余额

报告期内各期，公司应收账款期初余额、本期新增金额、本期收回金额、期末余额具体情况如下表所示：

单位：万元

期间	期初余额	本期新增	本期收回	期末余额
2020 年 1-6 月	18,629.07	43,481.78	37,662.76	24,448.09
2019 年	24,791.50	88,221.19	94,383.61	18,629.07
2018 年	17,492.28	82,728.61	75,429.40	24,791.50
2017 年	19,741.92	61,960.61	64,210.24	17,492.28

报告期内，公司应收账款发生和收回情况正常。公司按照内控制度对客户和应收账款进行管理，按照客户信用政策规定的信用期提示付款和催收货款，各年度销售回款情况良好。

三、报告期各期末发行人应收账款余额波动原因，是否符合发行人实际经营情况

发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十、资产质量分析”之“（一）流动资产分析”之“3、应收账款”补充披露如下：

报告期内，公司应收账款增长、收入增长及应收账款周转率情况如下：

单位：万元、%

项目	2020.06.30	2019.12.31	2018.12.31	2017.12.31
应收账款余额	24,448.09	18,629.07	24,791.50	17,492.28
应收账款余额增幅	31.24	-24.86	41.73	-
项目	**2020 年 1-6 月**	**2019 年**	**2018 年**	**2017 年**
营业收入	39,217.11	78,565.86	71,801.30	53,297.40
营业收入增幅	-	9.42	34.72	-
应收账款周转率	1.88	3.73	3.50	2.95
应收账款周转天数	96	97	103	122

报告期各期末，发行人应收账款余额波动主要与营业收入和回款情况相关。2018 年末应收账款余额增长与营业收入增长基本匹配；2019 年，公司销售收入小幅增长，由于公司加强了对客户的信用期管理和款项催收，客户回款较为及时，2019 年末公司应收账款余额减少 6,162.42 万元。2020 年 6 月末，公司应收账款余额较 2019 年末增加的原因是上半年强生、利洁时等主要客户销售收入增加，年中应收账款增加所致。

问题（2）：

上海家化在各报告期均是发行人第一大应收账款客户、第三大客户，补充披露发行人对上海家化的信用政策是否与其他主要客户存在差异，相关应收款项是否存在逾期情形；

回复：

一、上海家化的信用政策是否与其他主要客户存在差异

上海家化在各报告期均是发行人第一大应收账款客户、第三大客户，系公司长期合作客户。在款项结算方面，对于长期合作客户，公司每月按实际发生的业务量与客户进行结算，信用期一般为 0.5-4 个月。由于上海家化系公司重要合作客户以及综合评估其信用状况，公司给与其信用期 120 天，其他客户一般不超过 90 天，报告期内公司给与上海家化的信用期未发生调整。

二、上海家化相关应收款项是否存在逾期情形

发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十、资产质量分析”之“（一）流动资产分析”之“3、应收账款”补充披露如下：

报告期期各期末，公司与上海家化两家公司产生业务往来，相关应收款项余额、逾期金额及收回情况如下：

1、上海家化联合股份有限公司

单位：万元、%

期间	应收账款余额	逾期金额	期后 3 个月逾期金额回款	逾期三个月回款率
2020 年 6 月末	4,430.95	257.30	257.30	100
2019 年末	5,518.60	528.36	528.36	100
2018 年末	5,770.16	1,522.98	1,522.98	100
2017 年末	4,555.00	185.08	185.08	100

注：2020 年 6 月末，期后 3 个月逾期金额回款和逾期三个月回款率，均以截至 2020 年 7 月末回款情况计算。

2、上海家化海南日用化学品有限公司

单位：万元、%

期间	应收账款余额	逾期金额	期后 3 个月逾期金额回款	逾期三个月回款率
2020 年 6 月末	713.99	59.57	57.84	97.10
2019 年末	266.48	0	不适用	不适用
2018 年末	293.61	0	不适用	不适用

期间	应收账款余额	逾期金额	期后 3 个月逾期金额回款	逾期三个月回款率
2017 年末	183.79	4.98	4.98	100

注：2020 年 6 月末，期后 3 个月逾期金额回款和逾期三个月回款率，均以截至 2020 年 7 月末回款情况计算。

报告期期各期末，上海家化相关应收款项有所逾期，但是均在期后三个月内回款，不存在异常情况。

问题（3）：

补充披露报告期各期发行人信用政策是否发生变化、是否存在放宽信用政策提前确认收入的情形；

回复：

报告期各期发行人信用政策未发生变化，报告期各期不存在放宽信用政策提前确认收入的情形。报告期内，公司前五大客户的具体信用政策详见本题之“问题（1）”之回复。

发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十、资产质量分析”之“（一）流动资产分析”之“3、应收账款”补充披露：

“报告期内发行人信用政策未发生变化，不存在放宽信用政策提前确认收入的情形。”

问题（4）：

结合发行人对各类产品、各类客户的信用政策，补充披露各期末应收账款期后回款情况、超出合同约定付款时点的应收账款金额及期后回款情况，各期逾期客户情况、逾期原因、是否存在回款风险、坏账准备计提是否充分。

回复：

发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十、资产质量分析”之“（一）流动资产分析”之“3、应收账款”补充披露如下：

一、报告期各期末应收账款期后回款情况

报告期各期末，公司应收账款期后回款情况具体如下表所示：

单位：万元、%

期末时点	期末余额	2018 年回款金额	2019 年回款金额	2020 年 1-6 月回款金额	2020 年 7 月回款金额	回款金额占期末余额比例
2020 年 6 月末	24,448.09	不适用	不适用	不适用	7,410.65	30.31

期末时点	期末余额	2018 年回款金额	2019 年回款金额	2020 年 1-6 月回款金额	2020 年 7 月回款金额	回款金额占期末余额比例
2019 年末	18,629.07	不适用	不适用	18,525.35	61.77	99.77
2018 年末	24,791.50	不适用	24,715.05	52.79	-	99.90
2017 年末	17,492.28	17,474.65	15.86	1.78	-	100

二、超出合同约定付款时点的应收账款金额及期后回款情况

报告期各期末，公司超出合同约定付款时点的应收账款金额及期后回款情况具体如下表所示：

单位：万元、%

期末时点	期末超出合同约定付款时点余额	2018 年回款金额	2019 年回款金额	2020 年 1-7 月回款金额	期末超出合同约定付款时点余额累计回款金额占比
2020 年 6 月末	2,266.67	不适用	不适用	1,898.14	83.74
2019 年末	1,535.63	不适用	不适用	1,510.56	98.37
2018 年末	4,716.99	不适用	4,703.30	3.09	99.78
2017 年末	922.66	905.12	15.76	1.78	100.00

注：2020 年 6 月末，期末超出合同约定付款时点余额，2020 年 1-7 月回款金额为 2020 年 7 月回款金额。

三、各期逾期客户情况、逾期原因、是否存在回款风险、坏账准备计提是否充分

报告期各期末，公司超出合同约定付款时点的应收账款金额对应客户相对集中，主要来源于前五大逾期客户。报告期各期末，应收账款逾期客户前五名情况如下：

单位：万元、%

年度	排名	客户名称	逾期金额	占总逾期金额比例	应收账款余额	期后 3 个月回款
2020 年 6 月末	1	利洁时家化（中国）有限公司	423.37	18.68	2,013.50	423.37
	2	浙江壳牌化工石油有限公司	300.99	13.28	1,754.99	299.03
	3	强生（中国）有限公司	282.83	12.48	2,053.39	282.83
	4	上海家化联合股份有限公司	257.30	11.35	4,430.95	257.30
	5	壳牌（珠海）润滑油有限公司	253.22	11.17	867.30	253.22
	应收账款逾期客户前五名合计		1,517.70	66.96	11,120.13	1,515.75
2019 年末	1	上海家化联合股份有限公司	528.36	34.41	5,518.60	528.36
	2	壳牌（天津）润滑油有限公司	248.99	16.21	1,099.08	248.99
	3	天津郁美净集团有限公司	173.19	11.28	821.82	173.19
	4	上海百雀羚供应链管理有限公司	150.08	9.77	934.75	150.08

	5	强生（中国）有限公司	70.62	4.60	1,116.82	70.62
		应收账款逾期客户前五名合计	1,171.24	76.27	9,491.07	1,171.24
2018 年末	1	上海家化联合股份有限公司	1,522.98	32.29	5,770.16	1,522.98
	2	强生（中国）有限公司	580.79	12.31	1,974.56	580.79
	3	利洁时家化（中国）有限公司	450.72	9.56	1,545.27	450.72
	4	壳牌（天津）润滑油有限公司	398.36	8.45	1,379.67	398.36
	5	浙江壳牌化工石油有限公司	385.78	8.18	2,001.85	385.78
		应收账款逾期客户前五名合计	3,338.63	70.78	12,671.51	3,338.63
2017 年末	1	上海百雀羚供应链管理有限公司	317.38	34.40	1,384.56	317.38
	2	上海家化联合股份有限公司	185.08	20.06	4,555.00	185.08
	3	强生（中国）有限公司	140.68	15.25	1,249.46	140.68
	4	上海嗳呵母婴用品国际贸易有限公司	74.39	8.06	411.24	74.39
	5	上海大联石油化工有限公司	59.50	6.45	259.01	59.50
		应收账款逾期客户前五名合计	777.04	84.22	7,859.27	777.04

注：2020 年 6 月末，期末逾期金额，期后三个月回款金额为截至 2020 年 7 月底回款金额。

公司逾期客户主要是上海家化、强生、壳牌、利洁时，由于内部付款审批等原因，有所逾期，但在期后三个月内基本收回，相关客户为行业内经营稳定、信誉良好的跨国企业或知名品牌企业，回款风险较小。公司已经按照相关政策要求计提坏账准备。

同行业可比公司中，采用账龄分析法的坏账准备计提政策如下：

项目	通产丽星	锦盛新材	诺斯贝尔	发行人
1 年以内（含 1 年）	3	5	5	3
1-2 年	10	10	10	10
2-3 年	30	30	30	30
3 年以上	100	100	100	100

发行人采用账龄分析法的坏账准备计提政策与同行业可比公司基本一致，坏账准备计提充分。

问题（5）：

请保荐人、申报会计师对上述事项核查并发表明确意见。

回复：

保荐机构和申报会计师履行了以下核查程序：

1、了解和评价与应收账款相关的内部控制设计，并测试关键控制执行的有效性；

2、与管理层沟通了解，对与产品销售收入确认有关的控制权转移时点进行

分析评估，进而评价产品销售收入的确认政策是否符合企业会计准则的要求；

3、获取发行人信用政策，检查各客户信用政策差异的合理性，同时对重要客户进行实地走访，确认信用政策的准确性；

4、选取样本检查销售合同，核实信用期约定条款是否与客户信用政策一致，比较报告期内信用期是否发生变化；

5、选取样本对本期应收账款发生额和余额进行函证，以确认客户应收账款余额的准确性；

6、获取应收账款明细账，结合银行流水核查，检查应收账款回款情况，核实回款金额的准确性；检查应收账款期后回款情况，分析客户逾期原因是否合理；

7、获取应收账款坏账准备计提表，结合公司坏账计提政策、信用政策，核查应收账款期末余额、期末坏账准备计提金额的准确性。

经核查，保荐机构和申报会计师认为：

1、报告期各期末，发行人应收账款余额波动主要与营业收入和回款情况相关，符合发行人实际经营情况；

2、发行人根据客户资质情况、双方合作情况（产品类型、合作时间），给与不同客户的信用期有所差异，具有合理性；报告期各期末，上海家化相关应收款项有所逾期，但均在期后三个月内回款，不存在异常情况；

3、报告期各期发行人信用政策未发生变化，不存在放宽信用政策提前确认收入的情形；

4、发行人逾期客户主要是上海家化、强生、壳牌、利洁时，由于内部付款审批等原因，有所逾期，但在期后三个月内基本收回，相关客户为行业内经营稳定、信誉良好的跨国企业或知名品牌企业，不存在回款风险；发行人已按照相关政策要求计提坏账准备，公司坏账准备计提充分。

9、关于境外销售。

申报材料显示，报告期各期，发行人境外销售收入分别为 3,257.78 万元、4,528.12 万元和 5,699.53 万元，占比分别为 6.32%、6.51%、7.46%。

请发行人补充披露：（1）境外销售区域以及不同区域销售的主要产品、金额及占比；（2）主要境外客户的开发历史、交易背景，大额合同订单的签订依据、

执行过程；（3）外销主要结算货币，是否使用外汇管理工具进行外汇风险管理。

请保荐人和申报会计师：（1）核查发行人出口退税情况是否与发行人境外销售规模相匹配；（2）结合报告期内主要结算货币对人民币的汇率变动趋势，核查外销收入和汇兑损益之间是否匹配；（3）结合物流运输记录、资金划款凭证、发货验收单据、出口单证与海关数据、中国出口信用保险公司数据、最终销售或使用等情况，说明境外客户及销售收入的核查过程、结论和依据。

回复：

问题（1）：

境外销售区域以及不同区域销售的主要产品、金额及占比。

回复：

发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“九、盈利能力分析”之“（一）营业收入分析”之“3、主营业务收入地域构成分析”补充披露如下：

报告期内，发行人境外销售主要客户为强生、利洁时、壳牌等跨国公司的境外子公司，以及 Meiyume（UK）Limited、SLG Brand Limited，主要销售区域为香港、东亚及东南亚、英国等。报告期内，发行人境外销售区域以及不同区域销售的主要产品、金额及占比情况如下：

单位：万元、%

产品类型	销售区域		2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
塑料包装容器	香港	金额	1,081.24	2,980.22	2,721.68	1,880.61
		占比	19.09	52.29	60.11	57.73
	东亚及东南亚	金额	122.34	533.43	108.28	213.02
		占比	2.16	9.36	2.39	6.54
	其他	金额	5.29	124.52	188.18	153.75
		占比	0.09	2.18	4.16	4.72
	小计	金额	1,208.87	3,638.16	3,018.14	2,247.37
		占比	21.34	63.83	66.65	68.98
化妆品	欧洲	金额	154.00	1,058.00	729.21	359.25
		占比	2.72	18.56	16.10	11.03
	其他	金额	84.88	24.53	178.24	84.19
		占比	1.50	0.43	3.94	2.58
	小计	金额	238.88	1,082.52	907.45	443.44
		占比	4.22	18.99	20.04	13.61
家庭护理产品	香港	金额	131.72	787.09	586.04	521.45
		占比	2.33	13.81	12.94	16.01

产品类型	销售区域		2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
	东亚及东南亚	金额	4,085.33	177.11	16.50	45.53
		占比	72.12	3.11	0.36	1.40
	其他	金额	-	14.63	-	-
		占比	-	0.26	-	-
	小计	金额	4,217.05	978.84	602.54	566.97
		占比	74.44	17.17	13.31	17.40
合 计		金额	5,664.79	5,699.53	4,528.12	3,257.78
		占比	100.00	100.00	100.00	100.00

问题（2）：

主要境外客户的开发历史、交易背景，大额合同订单的签订依据、执行过程。

回复：

发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“九、盈利能力分析”之“（一）营业收入分析”之“3、主营业务收入地域构成分析”补充披露如下：

一、主要境外客户的开发历史、交易背景

报告期内，发行人境外销售主要客户为强生、利洁时、壳牌等跨国公司的境外子公司，以及 Meiyume（UK）Limited、SLG Brand Limited，均为直销。报告期内，发行人对主要境外客户销售情况如下：

单位：万元、%

年度	排名	客户名称	主要销售内容	销售金额	占境外收入比例
2017 年	1	壳牌	塑料包装容器	2,093.62	64.27
	2	利洁时	家庭护理产品	566.97	17.40
	3	Kokomo Limited	化妆品	181.70	5.58
	4	LF Beauty（UK）Limited	化妆品	177.54	5.45
	5	Revlon Consumer Products Corp	塑料包装容器	94.56	2.90
	前五名客户合计			3,114.40	95.60
2018 年	1	壳牌	塑料包装容器	2,831.33	62.53
	2	利洁时	家庭护理产品	602.54	13.31
	3	Meiyume（UK）Limited，原名 LF Beauty（UK）Limited	化妆品	416.32	9.19
	4	Synlatex Ltd，更名为 SLG Brands Limited	化妆品	228.33	5.04
	5	Revlon Consumer Products Corp	塑料包装容器	132.26	2.92
	前五名客户合计			4,210.78	92.99
2019 年	1	壳牌	塑料包装容器	3,108.78	54.54
	2	SLG Brands Limited	家庭护理产品、化妆品	989.71	17.36
	3	利洁时	家庭护理产品	826.23	14.50
	4	强生	塑料包装容器、家庭护	487.90	8.56

年度	排名	客户名称	主要销售内容	销售金额	占境外收入比例
			理产品、化妆品		
	5	Cosmax Bti Korea	塑料包装容器	83.93	1.47
	前五名客户合计			5,496.55	96.44
2020年1-6月	1	强生	塑料包装容器、家庭护理产品、化妆品	4,193.07	74.02
	2	壳牌	塑料包装容器	1,136.63	20.06
	3	利洁时	家庭护理产品	160.47	2.83
	4	SLG Brands Limited	化妆品	150.51	2.66
	5	Cosmax Bti Korea	塑料包装容器	15.11	0.27
	前五名客户合计			5,655.79	99.84

发行人主要境外客户的开发时间、交易背景情况如下：

客户名称		客户开发时间、交易背景
强生	Johnson & Johnson Pte. Ltd.	发行人与强生签订框架协议，涵盖了与强生境外公司的业务，境外公司根据其需求，向发行人下达订单，由发行人直接发货到境外公司。 发行人自 2019 年开始与强生境外公司发生交易。
	Johnson & Johnson Pte. Ltd.,Korea	
	Johnson & Johnson Sdn Bhd	
利洁时	Reckitt Benckiser Hong Kong Limited	发行人与利洁时签订框架协议，涵盖了与利洁时境外公司的业务，境外公司根据其需求，向发行人下达订单，由发行人直接发货到境外公司。 发行人自 2015 年开始与利洁时境外公司发生交易。
	Reckitt Benckiser Malaysia Limited	
壳牌	Shell Hong Kong limited	发行人与壳牌签订框架协议，涵盖了与壳牌境外公司的业务，境外公司根据其需求，向发行人下达订单，由发行人直接发货到境外公司。 发行人自 2014 年开始与壳牌境外公司发生交易。
	Hankook Shell Oil Co Ltd.	
	Shell Pakistan Limited	
	Shell Vietnam Limited	
Meiyume（UK）Limited，原名 LF Beauty（UK）Limited		位于英国，原系利丰（00494.HK）的子公司，现为香港冯氏集团子公司，是一家美妆产品和解决方案一站式服务供应商。发行人通过展会、客户拜访于 2010 年建立了合作关系。
SLG Brands Limited，原名 Synlatex Ltd		成立于 1985 年，位于英国，是一家从事品牌开发与推广、产品销售的公司，年销售收入 3 亿元左右。发行人通过展会、客户拜访于 2018 年建立了合作关系。

二、大额合同订单的签订依据、执行过程

报告期内，公司凭借良好的产品性能与主要境外客户均保持良好的合作关系。客户首先对公司及产品进行认证，通过认证后，向公司下达大额订单时主要考虑公司提供的报价、交货周期以及产品质量稳定性等因素，公司主要考虑目前产能饱和度等因素，双方经协商一致后，签署合同订单。

合同订单的执行流程如下：

1、组织生产：公司接到订单后，销售部门向生产部门下达生产通知单，生产部门根据生产通知单组织原材料备货和生产。

2、发货及确认收入：公司产品经检验合格后向海关报关出口，取得报关单，并取得提单（运单），确认收入。

3、收款：按照合同约定，客户在信用期内汇款至公司账户。

问题（3）：

外销主要结算货币，是否使用外汇管理工具进行外汇风险管理。

回复：

发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“九、盈利能力分析”之“（一）营业收入分析”之“3、主营业务收入地域构成分析”补充披露如下：

报告期内，公司外销主要结算货币为美元和港元。公司主要境外销售客户强生、利洁时、壳牌、Meiyume（UK）Limited 为大型跨国企业或其子公司，SLG Brands Limited 成立时间久，经营规模较大。上述客户信用情况良好，回款周期较短，报告期内回款情况良好，因此报告期内公司未使用外汇管理工具进行外汇风险管理。

报告期内，发行人 2017 年发生汇兑损失 64.05 万元、2018 年至 2020 年 6 月分别发生汇兑收益 74.31 万元、54.14 万元和 15.80 万元，占利润总额的比例分别为 2.76%、1.45%、0.69%和 0.32%，占比较低，汇率变动对利润总额的影响较小。为控制汇率风险，公司时刻关注汇率变动情况，加强对境外销售应收账款的管理，确保应收账款在信用期内收回。

问题（4）：

发行人出口退税情况是否与发行人境外销售规模相匹配。

回复：

报告期内，发行人出口退税金额情况如下：

单位：万元、%

项目	2020年1-6月	2019年	2018年	2017年
免抵退税额	604.70	773.03	532.33	407.87
其中：当期免抵税额	357.71	614.54	414.37	303.61
出口退税金额	246.99	158.49	117.96	104.26
境外销售收入	5,664.79	5,699.53	4,528.12	3,257.78
免抵退税额占境外销售收入比例	**10.67**	**13.56**	**11.76**	**12.52**
出口退税金额占境外销售收入比例	**4.36**	**2.78**	**2.61**	**3.20**

报告期内，免抵退税额占境外销售收入的比例分别为 12.52%、11.76%、13.56%和 10.67%，与发行人出口退税率基本匹配。由于发行人境外销售收入占比较低，税额免抵后，发行人出口退税金额较小，出口退税金额与境外销售规模

相匹配。

问题（5）：

结合报告期内主要结算货币对人民币的汇率变动趋势，核查外销收入和汇兑损益之间是否匹配。

回复：

报告期内，发行人外销收入以美元、港元进行结算，美元、港元汇率变动情况及外销收入和汇兑损益的匹配情况如下：

项目	2020 年 1-6 月		2019 年		2018 年		2017 年	
	美元	港元	美元	港元	美元	港元	美元	港元
年初汇率	6.9762	0.89578	6.8632	0.87620	6.5342	0.83591	6.9370	0.89451
年末汇率	7.0795	0.91344	6.9762	0.89578	6.8632	0.87620	6.5342	0.83591
汇率变动	0.1033	0.01766	0.1130	0.01958	0.3290	0.04029	-0.4028	-0.05860
外销收入（万美元、万港元）	691.32	870.34	499.37	2,559.54	361.17	2,533.47	268.27	1,622.59
汇率变动对外销收入的影响（万元）	71.41	15.37	56.43	50.12	118.82	102.07	-108.06	-95.08
小计（万元）	86.78		106.54		220.90		-203.14	
财务费用汇兑损益（万元）	-15.80		-54.14		-74.31		64.05	

2017 年，人民币处于升值区间，汇率变动对外销收入的影响为负数，产生汇兑损失，财务费用汇兑损益为正数；2018 年以来，人民币处于贬值区间，汇率变动对外销收入的影响为正数，产生汇兑收益，财务费用汇兑损益为负数。汇率变动对外汇收入的影响与财务费用汇兑损益的变动方向一致。二者绝对金额有所差异，主要系测算汇率变动对外汇收入的影响时，系根据期初期末汇率变动进行测算，由于发行人实际是按照每笔外销收入逐笔确认汇兑损益，在人民币汇率处于单向变动区间时，测算的汇率变动影响会大于实际汇兑损益金额。

报告期各期末，公司外币货币性资产和负债情况如下：

单位：万美元、万港元

项目	2020.06.30	2019.12.31	2018.12.31	2017.12.31
货币资金				
其中：美元	111.72	321.65	34.14	22.75
港元	198.15	158.05	73.31	32.79
应收账款				
其中：美元	432.71	104.42	75.02	35.85
港元	405.28	666.58	371.23	322.96
其他应收款				

项目	2020.06.30	2019.12.31	2018.12.31	2017.12.31
港元	4.90	4.90	0.50	0.25
应付账款				
其中：美元	8.13	13.24	16.00	13.59
港元	0.80	-	8.30	23.54
其他应付款				
其中：港元	-	3.20	0.50	-

受外币汇率波动影响，公司外币货币性资产和负债在经营过程中产生汇兑损益波动。2017 年受人民币升值影响产生汇兑损失，2018 年以来受人民币贬值影响产生汇兑收益，公司汇兑损益与美元/港元汇率变动情况基本一致。报告期内发行人的出口收入和汇兑损益相匹配。

问题（6）：

结合物流运输记录、资金划款凭证、发货验收单据、出口单证与海关数据、中国出口信用保险公司数据、最终销售或使用等情况，说明境外客户及销售收入的核查过程、结论和依据。

回复：

一、物流运输记录、资金划款凭证、发货验收单据、出口单证等的核查情况

保荐机构、申报会计师首先取得了外销部分的收入明细账，汇总加计与公司报表披露的外销收入核对一致。核查了强生、壳牌、利洁时的订单，关注产品名称、交易金额、交易数量、信用期等，检查记账凭证及其后附的销售出库单、销售发票和出口报关单。对于采用海运运输方式的，检查船运提货单，核实装船日期和收货人等；对于采用陆路运输方式的，检查客户签收单，核实签收日期、销售数量等，核实发行人外销收入的真实性、入账时间的准确性。并结合银行流水核查，检查应收账款回款情况，核实回款方与合同签订方是否一致，回款金额的准确性，核实是否存在通过第三方账户付款的情况。

经核查，发行人收入单据完整，收入确认真实、准确、完整。发行人外销客户银行流水金额与发行人账面应收账款明细账记录一致；报告期内存在境外第三方回款的情形，金额分别为 37.37 万元、0 万元、294.53 万元和 1,815.70 万元，系公司对强生的部分境外销售回款由强生集团内财务子公司支付，具有商业合理性，2020 年 1-6 月，强生境外第三方回款金额增加，主要系 2020 年 1-6 月公司向强生境外公司销售的“Cologne”花露水和“邦迪”消毒液收入规模较大，相应境

外第三方回款增加；2020 年 1-6 月，公司对强生境外销售收入为 4,193.07 万元，较以前年度增幅较大。

二、海关数据、中国出口信用保险公司数据核查

1、海关数据

保荐机构、申报会计师取得海关盖章确认的出口收入证明，登陆中国电子口岸（http://www.chinaport.gov.cn），通过报关单查询下载界面，获取报关单（出口退税联），与出口报关时取得的纸质报关单进行核对，具体如下：

单位：万元、%

项目	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年	报告期合计
发行人出口收入（账面数据）	5,622.80	5,537.64	4,070.67	3,040.78	18,271.88
发行人出口金额（海关数据）	5,223.44	5,490.76	4,066.02	2,987.87	17,768.08
差异	**399.36**	**46.88**	**4.65**	**52.91**	**503.80**
差异率	**7.10**	**0.85**	**0.11**	**1.74**	**2.76**

经核查，报告期内发行人出口收入与海关收入证明、报关单基本一致，2017-2019 年差异主要是实际出口报关与海关统计之间的时间性差异所致。2020 年 1-6 月差异相对较大，主要系根据强生与发行人签订的约定，由于发行人在“Cologne”花露水和“邦迪”消毒液项目前期投入较大，经双方协商，在原产品单价的基础上，对 2019 年 11 月 1 日至 2020 年 10 月 31 日期间的产品单价进行调整，调整总额合计为 84 万美元。强生将该笔调整金额一次性支付给发行人，发行人根据产品实际销量对单价进行调整。由于该笔调整金额未实际报关，因此发行人 2020 年 1-6 月出口收入数据与海关数据有所差异。

2、中国出口信用保险公司数据

发行人的境外主要客户与公司业务合作关系稳定，具有较好的信用和回款能力，报告期内回款情况良好，因此发行人未就境外出口业务购买保险。

三、访谈及函证情况

报告期内，保荐机构及会计师对发行人的主要境外客户强生、壳牌、利洁时的境外公司及其他公司进行了函证，具体如下：

单位：万元、%

项目	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
本期收入金额	5,664.79	5,699.53	4,528.12	3,257.78
发函金额	5,405.23	5,063.17	4,142.59	2,964.67

发函比例	95.42	88.83	91.49	91.00
回函金额	4,141.45	894.54	2,721.68	1,880.61
回函比例	73.11	15.69	60.11	57.73

2019 年回函比例较低，主要系受疫情影响，强生、壳牌境外公司未回函。申报会计师核查了强生、壳牌的订单，检查记账凭证及其后附的销售出库单、销售发票和出口报关单，并核查了期后回款情况。

报告期内，发行人境外收入回款情况如下：

单位：万元、%

期末时点	期末余额	2018 年回款金额	2019 年回款金额	2020 年 1-6 月回款金额	2020 年 7 月回款金额	回款金额占比
2020 年 6 月末	3,433.59	不适用	不适用	不适用	661.55	19.27
2019 年末	1,325.49	不适用	不适用	1,284.95	35.15	99.59
2018 年末	839.42	不适用	837.64	1.78	0.00	100.00
2017 年末	504.11	502.36	-0.04	1.78	0.00	100.00

报告期内，发行人境外收入回款情况良好。

发行人与强生、壳牌境外公司的业务往来系由中国区相关业务人员跟进，因此保荐机构及申报会计师实地访谈了强生、壳牌中国区相关业务人员，对强生、壳牌境外业务情况进行了确认。发行人境外销售收入真实、准确、完整。

四、保荐机构、申报会计师核查意见。

保荐机构、申报会计师履行了以下核查程序：

1、了解和评价与收入确认相关的内部控制设计，并测试关键控制执行的有效性；

2、获取并检查发行人与物流公司签订的运输协议，分析发行人运输费用变动与销售收入变动的合理性，对主要物流公司的交易额进行发函并取得回函，核实运输费用的真实性，通过检查运费的期后付款情况，核实运输费用的完整性；

3、登陆中国电子口岸（http://www.chinaport.gov.cn），获取海关出口明细，与财务账外销收入进行核对，验证发行人外销收入与中国电子口岸数据是否匹配；

4、获取并检查发行人报告期增值税纳税申报表，核查申报表中外销收入是否与发行人账面数是否存在差异，以及产生差异的原因；获取发行人出口退税计算表，核实出口退税金额的准确性，是否有申报表一致；

5、了解发行人对公司出口业务是否向中国出口信用保险公司进行投保的情况；

6、获取并检查出口报关单和运输方式，对于采用海运运输方式的，检查船运提货单，核实装船日期和收货人等，对于采用陆路运输方式的，检查客户签收单，核实签收提起、销售数量等，核实发行人外销收入的真实性、入账时间的准确性。

经核查，保荐机构、申报会计师认为：

1、境外销售收入与物流运输记录、资金收款凭证、发货验收单据、出口单证等相匹配，发行人境外客户及销售收入真实准确，符合企业会计准则的规定；

2、出口业务主要结算货币为美元和港币，汇兑收益情况与美元/港币汇率变动情况基本一致，外销收入和汇兑损益之间具有匹配关系；

3、发行人报告期内出口退税情况与境外销售规模相匹配。

10、关于毛利率。

申报材料显示，报告期内，公司主营业务综合毛利率分别为 24.91%、25.29%和 28.27%，各产品报告期内毛利率存在较大波动。

请发行人补充披露：（1）不同客户之间毛利率是否存在较大差异，如存在较大差异，请进一步说明差异的原因及合理性；（2）2018 年化妆品毛利率异常波动的具体原因，发行人与个别客户合作的部分产品出现亏损的具体情况、包括且不限于合作背景、销售内容、定价机制、收款情况、是否存在关联关系；（3）报告期内家庭护理产品毛利率持续下降的原因及合理性；（4）结合主要客户所处行业、主要经营模式补充披露报告期内发行人化妆品、家庭护理产品毛利率与可比上市公司对比情况；（5）发行人内销、外销总体及分类别产品毛利率情况，是否存在较大差异，如存在较大差异的补充披露原因及合理性。

请保荐人、申报会计师对上述事项核查并发表明确意见。

回复：

问题（1）：

不同客户之间毛利率是否存在较大差异，如存在较大差异，请进一步说明差异的原因及合理性

回复：

报告期内，公司主要从事日化产品 OEM/ODM 及塑料包装容器的研发设计、生产，具备化妆品和家庭护理产品的研发、配制、灌装及塑料包装容器设计、制造的一体化综合服务能力。

按照同类产品业务，对比分析不同客户之间产品毛利率情况如下：

发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“九、盈利能力分析”之“（四）各产品毛利率分析”补充披露如下：

一、塑料包装容器业务

塑料包装容器业务主要客户为壳牌、强生、上海家化，报告期各期均在前三名，三家客户销售收入合计占报告期各期塑料包装容器业务销售收入的比例达到 80%左右。

报告期内，不同客户塑料包装容器业务毛利率存在差异，具体原因如下：

1、产品应用领域不同

报告期内，公司塑料包装容器产品下游应用领域主要包括润滑油领域和日化产品领域。

润滑油应用领域塑料包装，产品性能侧重于容器密封性、瓶壁质量均衡性；日化产品应用领域塑料包装的产品性能除作为内容物容器外，还侧重于营销功能，且内容物涉及人体皮肤，多维度品质要求较高，日化应用领域塑料包装容器产品毛利率通常相对较高。

2、规模化生产程度不同

公司塑料包装容器受各客户产品的设计、营销需要、终端销量等因素影响，在产品规格大小、装饰要求、规模化生产程度等方面存在较大差异，定制化特征明显。对于工艺成熟稳定、规格大小相对集中、销量较大的产品，公司可利用专用设备进行规模化生产，毛利率较高。

对于规格大小及型号较多、销售规模分散的产品，因规模化生产程度相对较低，成本较高，相应的毛利率较低。

3、合成树脂市场价格是影响塑料包装容器毛利率的重要因素。2019 年以来，合成树脂市场价格处于下行区间，公司合成树脂平均采购价格下降，原材料成本下降，产品价格的动态调整相对滞后，发行人塑料包装业务毛利率呈上升趋

势。

二、化妆品业务

报告期各期，公司化妆品业务前五名客户包括强生、郁美净、贝泰妮、保利沃利科技（武汉）有限公司（以下简称“保利沃利”）、尚赫（天津）科技开发有限公司（以下简称“尚赫”）、多特瑞、百雀羚、飞利浦（中国）投资有限公司（以下简称“飞利浦”）等。

报告期内，公司化妆品业务不同客户毛利率存在一定差异，主要原因是：公司主要以 OEM 方式为客户提供化妆品生产服务，不同客户的化妆品产品差异较大，异质化程度较高。受合作历史、产品类别、合作模式、生产工艺复杂度、生产规模等因素影响，不同客户毛利率存在一定差异，差异原因合理。

三、家庭护理产品业务

报告期内，公司家庭护理产品主要客户是强生、利洁时、益海嘉里、上海家化，四家客户家庭护理产品销售收入合计占家庭护理产品业务销售收入的比例达到 95%左右。

报告期内，公司不同客户家庭护理产品毛利率有所差异，主要系家庭护理产品的品类较多，包括香皂、消毒液、洗衣液、洗洁精等，不同产品毛利率存在差异，境内境外销售、客户合作模式不同亦会导致产品毛利率不同。

问题（2）：

2018 年化妆品毛利率异常波动的具体原因，发行人与个别客户合作的部分产品出现亏损的具体情况、包括且不限于合作背景、销售内容、定价机制、收款情况、是否存在关联关系；

回复：

2018 年，公司化妆品毛利率有所波动，主要系公司与百雀羚合作的部分化妆品产品受定价、成本的影响，出现微小亏损所致，平均毛利率为-1.91%。公司与百雀羚的合作具体情况如下：

发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“九、盈利能力分析”之“（四）各产品毛利率分析”之“2、化妆品”补充披露如下：

一、合作背景及过程、销售内容、定价机制、收款情况

公司与百雀羚保持长期稳定的合作关系，主要为百雀羚提供塑料包装容器产品，是百雀羚重要的塑料包材供应商之一。

报告期内，公司与百雀羚在塑料包装容器和化妆品业务的合作情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
塑料包装容器	1,011.37	1,700.50	3,066.74	1,732.09
化妆品	57.93	178.15	2,545.44	216.80
合计	1,069.30	1,878.66	5,612.19	1,948.89

报告期期初，公司确立了日化产品 OEM/ODM 与塑料包装业务协同发展的策略，不断加大化妆品 OEM/ODM 业务开拓力度。鉴于发行人长期为强生等客户提供化妆品 OEM 服务，产品质量稳定、供货能力较强，符合百雀羚化妆品 OEM 供应商的认证标准，2018 年百雀羚将 4 个品类的化妆品交由发行人生产，扩大双方化妆品合作规模。

2018 年，公司向百雀羚销售化妆品的具体情况如下：

单位：万元、%

排名	具体产品	收入	毛利率
1	百雀羚经典系列	1,287.76	-3.19
2	百雀羚气韵系列	817.65	-1.06
3	百雀羚三生花系列	191.24	-1.92
4	百雀羚水能量系列	248.80	1.98
合计		2,545.44	-1.91

2018 年百雀羚交由公司生产的化妆品，系从百雀羚原有供应商转移而来，定价基础成熟，百雀羚希望公司参考其原有定价；鉴于百雀羚系国内知名品牌，双方具有良好的合作关系，公司考虑到潜在的 OEM/ODM 长期战略合作机会，同意按照保本原则定价，由于该类产品涵盖礼盒套装，包装环节需要较多的人工，实际生产过程中成本高于预期，导致公司该类产品略有亏损。2018 年公司对百雀羚化妆品销售收入为 2,545.44 万元，相关应收款项已结清。

2019 年考虑到公司从事该类产品生产无法获得利润，且公司化妆品 OEM/ODM 业务拓展情况良好、产能有限，公司经与百雀羚协商，缩减了化妆品产品合作规模。发行人仍然是百雀羚重要的塑料包材供应商，保持良好的合作关系。

二、是否存在关联关系

报告期内，公司与百雀羚合作的主体包括上海百雀羚日用化学有限公司和上海百雀羚供应链管理有限公司。

1、上海百雀羚日用化学有限公司的基本信息

企业名称：上海百雀羚日用化学有限公司

法定代表人：李强

注册资本：3,000 万元

成立日期：2000 年 10 月 13 日

经营范围：一般项目：日用化学品的技术开发、技术服务，包装装潢设计，装潢材料、日用化学品（除危险化学品、监控化学品、烟花爆竹、民用爆炸物品、易制毒化学品）、日用百货、家用电器、 服装服饰、办公用品、香精香料、五金材料、珠宝首饰、工艺品（象牙及其制品除外）、一类 医疗器械、消毒用品的销售，一类医疗器械、消毒用品、日用化学品的生产、制造、加工（限分支机构经营），从事货物与技术的进出口业务。（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）

股权结构如下：

单位：万元、%

序号	股东名称	出资金额	比例
1	李强	2,916	97.20
2	朱晨晖	84	2.80
	合计	**3,000**	**100.00**

2、上海百雀羚供应链管理有限公司的基本信息

企业名称：上海百雀羚供应链管理有限公司

法定代表人：张弘

注册资本：1,000 万元

成立日期：2015 年 10 月 1 日

经营范围：供应链管理，塑料制品、金属制品、工艺品、纸制品、包装材料、金属材料、化妆品、化妆 品原料（除危险化学品、监控化学品、民用爆炸物品、易制毒化学品）、化工原料及产品（除危险化学品、监控化学品、民用爆炸物品、易制毒化学品）批发、零售。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）

股权结构如下：

单位：万元、%

序号	股东名称	出资金额	比例
1	上海百雀羚日用化学有限公司	1,000.00	100
	合计	**1,000.00**	**100**

经核查，公司及股东、董监高与百雀羚不存在关联关系。

问题（3）：

报告期内家庭护理产品毛利率持续下降的原因及合理性；

回复：

报告期内，公司家庭护理产品毛利率分别为 17.30%、14.27%、12.42%和27.46%，具体情况如下：

单位：万元、%

项目	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
营业收入	**8,125.99**	**8,962.96**	**9,298.70**	**6,205.07**
营业成本	**5,894.26**	**7,849.58**	**7,971.81**	**5,131.41**
毛利率	**27.46**	**12.42**	**14.27**	**17.30**

注：2020 年 1-6 月毛利率数据剔除了按照新收入确认准则计入成本的运输费、包装费，下同。

报告期内，公司家庭护理产品业务毛利率有所波动，主要系客户结构及产品销售结构变动所致。

2017 年至 2019 年，公司家庭护理产品业务毛利率逐年下降，主要是 2018 年益海嘉里洗洁精业务毛利率下降，以及 2019 年上海家化洗衣液业务亏损所致，具体如下：

2018 年公司家庭护理产品毛利率较 2017 年有所下降，主要系益海嘉里洗洁精产品配方工艺调整、需求大幅增加导致成本上升，导致 2018 年洗洁精产品毛利率下降至 10.32%。2018 年益海嘉里洗洁精产品收入占家庭护理产品收入的比例超过 60%，其毛利率下降，导致公司家庭护理产品整体业务毛利率下降。

2019 年公司家庭护理产品毛利率较 2018 年有所下降，主要系公司为上海家化生产的洗衣液产品亏损所致，剔除上海家化洗衣液的影响，公司 2019 年家庭护理产品毛利率为 16.97%，较 2018 年有所上升。

2020 年 1-6 月，公司家庭护理产品毛利率明显上升，主要原因是：

（1）2020 年 1-6 月，强生“邦迪”消毒液销售收入快速增长，实现收入 2,574.44 万元，占家庭护理产品收入的 31.68%，平均毛利率为 38.83%，导致公司家庭

护理产品业务毛利率上升；

（2）由于疫情爆发以及由此带来的消费者健康与卫生意识提高，消费者对香皂、洗手液、消毒液等的需求增加，2020 年 1-6 月，上海家化向公司采购了 878.85 万元的香皂产品，毛利率为 16.41%，上海家化家庭护理产品毛利率为 14.55%，较 2019 年上升幅度较大；

（3）受产能限制及洗洁精产品毛利率较低的影响，2020 年 1-6 月，公司对益海嘉里洗洁精业务销售收入大幅下降，降低了毛利率较低产品对家庭护理产品整体毛利率的影响。

问题（4）：

结合主要客户所处行业、主要经营模式补充披露报告期内发行人化妆品、家庭护理产品毛利率与可比上市公司对比情况；

回复：

一、化妆品可比上市公司

由于化妆品的业务分类繁多，各个公司的业务模式、产品类型、主要客户等方面均存在较大差异，与发行人业务相同、规模相当的公司较少，目前在 A 股市场难以找到完全与公司可比的上市公司。从所属行业、业务类型以及信息披露的完整性等角度考虑，公司及保荐机构选取了诺斯贝尔、上海家化、珀莱雅、拉芳家化作为公司化妆品的同行业可比公司。

诺斯贝尔化妆品股份有限公司成立于 2004 年，是一家专注于面膜、护肤品和湿巾的设计、研发和制造于一体的综合型化妆品生产企业，系上市公司青松股份（300132）全资子公司。诺斯贝尔化妆品业务以 ODM 为主、OEM 为辅，报告期内，其主要客户为屈臣氏、伽蓝集团、利洁时、植物医生等品牌商。

上海家化主要从事护肤类、洗护类、家居护理类、婴幼儿喂哺类产品的研发、生产和销售；珀莱雅主要产品为大众护肤品；拉芳家化主要产品为洗发露、沐浴露、护发素等洗护类产品。

发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“九、盈利能力分析”之“（四）各产品毛利率分析”之“2、化妆品”补充披露如下：

报告期内，发行人与同行业公司化妆品业务毛利率对比如下：

单位：%

期间	上海家化	珀莱雅	拉芳家化	诺斯贝尔	发行人 化妆品业务
2020 年 1-6 月	-	59.90	-	-	32.81
2019 年	62.45	64.05	56.33	25.43	27.06
2018 年	63.37	64.09	61.07	23.76	22.35
2017 年	69.29	61.71	60.88	26.13	27.69

注 1：诺斯贝尔 2019 年数据来源于其审计报告，2017、2018 年数据来源青松股份公告的发行股份购买资产报告书（收购标的诺斯贝尔）；上海家化、珀莱雅、拉芳家化数据来源于年报及半年报。

注 2：发行人 2020 年 1-6 月毛利率数据剔除了按照新收入确认准则计入成本的运输费、包装费。

2017 年至 2019 年，发行人化妆品业务毛利率与诺斯贝尔相比不存在明显差异，双方在业务模式上相似，在主要产品和主要客户上有所不同。发行人化妆品毛利率低于上海家化、珀莱雅、拉芳家化等品牌及生产商，主要系品牌商具有较强的品牌和渠道壁垒，议价能力较强，毛利率较高。

二、家庭护理产品可比上市公司

由于家庭护理产品的业务分类繁多，业务模式、产品类型、主要客户等方面均存在较大差异，与发行人业务相同、规模相当的公司较少，目前在 A 股市场难以找到完全与公司可比的上市公司，从所属行业、业务类型以及信息披露的完整性等角度考虑，公司及保荐机构选取了上海家化家庭护理业务、拉芳家化香皂业务进行比较。

发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“九、盈利能力分析”之“（四）各产品毛利率分析”之“3、家庭护理产品”补充披露如下：

报告期内，发行人与同行业公司家庭护理产品业务毛利率对比如下：

单位：%

期间	上海家化 家庭护理业务	拉芳家化 香皂业务	发行人家庭护理产品 业务
2020 年 1-6 月	-	-	27.46
2019 年	49.26	34.68	12.42
2018 年	46.62	39.18	14.27
2017 年	53.55	39.59	17.30

注：发行人 2020 年 1-6 月毛利率数据剔除了按照新收入确认准则计入成本的运输费、包装费。

发行人家庭护理产品毛利率低于上海家化、拉芳家化等品牌及生产商，主要系品牌商具有较强的品牌和渠道壁垒，议价能力较强，毛利率较高。

问题（5）：

发行人内销、外销总体及分类别产品毛利率情况，是否存在较大差异，如存在较大差异的补充披露原因及合理性。

回复：

发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“九、盈利能力分析”之“（四）各产品毛利率分析”之“4、内销外销毛利率分析”补充披露如下：

发行人外销收入涉及塑料包装容器、化妆品和家庭护理产品业务。发行人外销收入主要来源于强生、壳牌、利洁时等国际品牌客户，公司与上述客户采购部门对接过程中，根据客户需求，直接向其香港、东南亚等区域子公司供货。此外，发行人香港子公司通过参加香港化妆品展会等方式亦产生少量外销化妆品业务。

报告期内，发行人外销收入分别为 3,257.78 万元、4,528.12 万元、5,699.53 万元和 5,664.79 万元，占主营业务收入的比例分别为 6.32%、6.51%、7.46%和 14.66%，外销收入占比较低。

报告期内，发行人内外销毛利率情况如下：

单位：万元、%

项目	2020 年 1-6 月		2019 年		2018 年		2017 年	
	金额	毛利率	金额	毛利率	金额	毛利率	金额	毛利率
内销	32,963.23	30.38	70,683.83	27.49	65,037.36	24.76	48,325.36	24.58
外销	5,664.79	35.66	5699.53	37.94	4,528.12	32.78	3,257.78	29.79
合计	38,628.02	31.15	76,383.36	28.27	69,565.48	25.29	51,583.14	24.91

注：2020 年 1-6 月毛利率数据剔除了按照新收入确认准则计入成本的运输费、包装费，下同。

一、塑料包装容器

报告期内，发行人塑料包装容器内外销毛利率情况如下：

单位：万元、%

项目	2020 年 1-6 月			2019 年		
	收入	收入占比	毛利率	收入	收入占比	毛利率
内销	15,698.84	92.85	30.91	40,871.04	91.83	31.56

外销	1,208.87	7.15	40.51	3,638.16	8.17	37.98
合计	16,907.71	100.00	31.59	44,509.21	100.00	32.09
项目	2018 年			2017 年		
	收入	收入占比	毛利率	收入	收入占比	毛利率
内销	41,088.71	93.16	28.30	33,626.49	93.74	25.04
外销	3,018.14	6.84	33.86	2,247.37	6.26	32.04
合计	44,106.84	100.00	28.68	35,873.86	100.00	25.48

报告期内，公司塑料包装容器的外销收入占比较低，主要外销客户是壳牌，占塑料包装外销收入的 90%左右。壳牌外销毛利略高于内销毛利，主要是因为壳牌外销的塑料包装主要为宝马等品牌定制的产品，产品开发和制造难度相对复杂，产品定价相对较高。

报告期内，塑料包装外销毛利率高于内销毛利率具有合理性。

二、化妆品

报告期内，公司化妆品内外销毛利率情况如下：

单位：万元、%

项目	2020 年 1-6 月			2019 年		
	收入	收入占比	毛利率	收入	收入占比	毛利率
内销	13,355.45	98.24	32.70	21,828.68	95.28	26.39
外销	238.88	1.76	38.55	1,082.52	4.72	40.52
合计	13,594.32	100.00	32.81	22,911.20	100.00	27.06
项目	2018 年			2017 年		
	收入	收入占比	毛利率	收入	收入占比	毛利率
内销	15,252.49	94.38	21.71	9,060.77	95.33	27.39
外销	907.45	5.62	33.04	443.44	4.67	33.83
合计	16,159.93	100.00	22.35	9,504.21	100.00	27.69

报告期内，公司化妆品外销收入占比较低，化妆品毛利率水平主要由内销毛利率决定。

报告期内，公司外销客户主要为 SLG Brands Limited、Meiyume（UK）Limited 和 Kokomo Limited，公司为其提供化妆品 ODM 服务。上述客户的基本情况及合作背景如下：

1、SLG Brands Limited，成立于 1985 年，位于英国，是一家从事品牌开发与推广、产品销售的公司，年销售收入 3 亿元左右。发行人通过展会、客户拜访于 2018 年建立了合作关系。

2、Meiyume（UK）Limited，原名 LF Beauty（UK）Limited，位于英国，

原系利丰（00494.HK）的子公司，现为香港冯氏集团子公司，是一家美妆产品和解决方案一站式服务供应商。发行人通过展会、客户拜访于 2010 年建立了合作关系。

3、Kokomo Limited，位于英国，在健康和美容方面拥有超过 30 年的经验。发行人通过展会、客户拜访于 2017 年建立了合作关系。由于其需求发生变化，2019 年开始未向发行人采购产品，报告期内，该客户向公司采购金额不大。

报告期内，公司对上述外销客户的销售情况如下：

单位：万元、%

项目	2020 年 1-6 月			2019 年		
	收入	收入占比	毛利率	收入	收入占比	毛利率
SLG Brands Limited	150.51	63.01	46.86	975.07	90.07	40.39
Meiyume（UK）Limited	3.49	1.46	44.79	82.93	7.66	40.59
Kokomo Limited	-	-	-			
合计	154.00	64.47	46.82	1,058.00	97.73	40.41
项目	2018 年			2017 年		
	收入	收入占比	毛利率	收入	收入占比	毛利率
SLG Brands Limited	228.33	25.16	46.33	-	-	-
Meiyume（UK）Limited	416.32	45.88	28.17	177.54	40.04	49.71
Kokomo Limited	57.95	6.39	19.16	181.70	40.98	14.81
合计	702.61	77.43	33.33	359.25	81.01	32.05

注：收入占比为占当期化妆品外销金额的比重

报告期内，上述客户化妆品毛利率较为稳定。公司向 SLG Brands Limited、Meiyume（UK）Limited 销售的产品主要为化妆品礼盒套装，由公司提供配方开发、生产工艺论证，基于公司稳定的质量控制和交货能力，外销客户对价格接受度较高，因此毛利率较高。报告期内，公司化妆品外销毛利率高于内销毛利率具有合理性。

三、家庭护理产品

报告期内，公司家庭护理产品毛利率情况如下：

单位：万元、%

项目	2020 年 1-6 月			2019 年		
	收入	收入占比	毛利率	收入	收入占比	毛利率
内销	3,908.94	48.10	20.29	7,984.12	89.08	9.66
外销	4,217.05	51.90	34.11	978.84	10.92	34.94

合计	**8,125.99**	**100.00**	**27.46**	**8,962.96**	**100.00**	**12.42**
项目	**2018 年**			**2017 年**		
	收入	**收入占比**	**毛利率**	**收入**	**收入占比**	**毛利率**
内销	**8,696.16**	**93.52**	**13.39**	**5,638.10**	**90.86**	**17.26**
外销	**602.54**	**6.48**	**26.94**	**566.97**	**9.14**	**17.70**
合计	**9,298.70**	**100.00**	**14.27**	**6,205.07**	**100.00**	**17.30**

报告期内，公司家庭护理产品外销收入占比有所变化，2017-2019 年外销占比不到 10%，2020 年 1-6 月外销占比超过 50%，主要系公司对强生境外子公司销售的消毒液、花露水等产品销售收入快速增长所致。

报告期内，公司家庭护理产品的外销毛利率高于内销毛利率，主要原因是客户及内外销产品结构不同所致。外销收入主要来源于强生消毒液及花露水产品、利洁时洗衣液产品；内销收入主要来源于益海嘉里洗洁精产品、强生香皂产品、利洁时香皂及消毒液产品、上海家化洗衣液产品。

报告期内，因外销、内销客户及产品结构不同，家庭护理产品外销毛利率高于内销毛利率，具有合理性。

问题（6）：

请保荐人、申报会计师对上述事项核查并发表明确意见。

回复：

保荐机构和申报会计师履行了以下核查程序：

1、获取发行人报告期内主营业务收入、主营业务成本明细表，按照产品类型、客户、销售区域进行毛利率波动分析，核实毛利率波动的原因以及波动的合理性；

2、了解发行人与百雀羚合作化妆品业务的背景、销售内容、定价机制，核实发行人是否与百雀羚存在关联关系，检查货款回款情况，并对 2018 年与百雀羚合作化妆品业务出现亏损的原因进行分析；

3、将发行人报告期内化妆品、家庭护理产品毛利率与同行业可比公司进行对比，分析差异的合理性。

经核查，保荐机构和申报会计师认为：

1、不同客户之间毛利率存在一定差异，系产品结构、合作模式、生产工艺复杂度、生产规模、客户议价能力等差异所致，具有合理性；

2、2018 年化妆品毛利率低于报告期其他年度主要是由于当年度发行人与百雀羚的业务量远高于其他年度，同时发行人考虑到双方潜在的长期战略合作机会确定了相对较低的交易价格，导致 2018 年化妆品毛利率偏低；

3、2017 至 2019 年家庭护理产品毛利率持续下降的原因合理；

4、化妆品、家庭护理业务毛利率与同行业可比上市公司业务相比有所差异，原因合理；

5、发行人内、外销毛利率存在一定差异，差异原因合理。

11、关于采购价格。

申报材料显示，报告期各期发行人主要原材料采购金额分别为 30,333.61 万元、43,865.60 万元及 42,197.26 万元。

请发行人补充披露：（1）报告期内各期主要原材料采购金额和采购结构变动情况与业务规模变化的匹配性，相关采购单价变动的原因及合理性；（2）主要原材料市场价格和第三方可比价格是否存在明显差异，相关交易定价是否公允；（3）结合各类业务的生产流程，补充披露各项成本和费用在不同的生产环节和不同的产品线之间的分配原则和过程，成本结转是否准确；（4）各类业务对主要原材料的消耗数量，并结合各类业务的备料周期和生产周期，单位产品的原材料消耗情况，披露原材料的采购数量与生产与销售是否匹配。

请保荐人和申报会计师对上述事项核查并明确发表意见。

回复：

问题（1）：

报告期内各期主要原材料采购金额和采购结构变动情况与业务规模变化的匹配性，相关采购单价变动的原因及合理性。

回复：

一、报告期内各期主要原材料采购金额和采购结构变动情况与业务规模变化的匹配性

发行人已在招股说明书“第六节 业务和技术”之“五、主要原材料和能源及其供应情况”之“（一）主要原材料和能源耗用情况”之“1、主要原材料的采购情况”补充披露如下：

报告期内，公司主要原材料采购与业务规模变化如下：

单位：万元、%

项目		2020 年 1-6 月		2019 年		2018 年		2017 年	
		金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
日化产品	原材料采购	6,935.13	32.50	9,635.26	22.83	7,830.55	17.85	4,555.44	15.02
	收入	21,720.31	56.23	31,874.16	41.73	25,458.64	36.60	15,709.28	30.45
	占收入比例	31.93	-	30.23	-	30.76	-	29.00	-
塑料包装	原材料采购	6,050.09	28.35	15,583.77	36.93	18,885.25	43.05	15,008.31	49.48
	收入	16,907.71	43.77	44,509.21	58.27	44,106.84	63.40	35,873.86	69.55
	占收入比例	35.78	-	35.01	-	42.82	-	41.84	-
合计	采购	21,338.92	100.00	42,197.26	100.00	43,865.60	100.00	30,333.61	100.00
	主营业务收入	38,628.02	100.00	76,383.36	100.00	69,565.48	100.00	51,583.14	100.00
	占收入比例	55.24	-	55.24	-	63.06	-	58.81	-

报告期内，日化产品原材料采购金额占日化产品收入的比例较为稳定，随着公司日化产品业务规模上升，对原材料的采购金额也逐年增加。

塑料包装原材料采购金额占塑料包装收入的比例 2017 年、2018 年较为稳定，2019 年、2020 年 1-6 月有所下降，主要系塑料包装主要原材料合成树脂的价格 2019 年以来处于下行区间，采购金额有所减少。报告期内，合成树脂的采购情况如下：

单位：万元、吨、元/吨

2020 年 1-6 月			2019 年		
金额	数量	单价	金额	数量	单价
5,374.18	8,191.98	6,560.30	14,052.11	18,279.58	7,687.33
2018 年			2017 年		
金额	数量	单价	金额	数量	单价
17,508.33	18,833.06	9,296.59	13,788.73	15,984.74	8,626.19

报告期内，日化产品原材料、塑料包装原材料的采购占比与公司日化产品、塑料包装业务规模匹配。

二、报告期内，公司主要原材料的采购单价变动的原因及合理性

报告期内，公司主要原材料的平均采购单价情况如下：

单位：万元、吨、元/吨、个、元/个

材料类别		2020 年 1-6 月			2019 年			2018 年			2017 年		
		金额	数量	平均单价	金额	数量	平均单价	金额	数量	平均单价	金额	数量	平均单价
化妆品、家庭护理产品原材料	表面活性剂	2,058.82	2,692.03	7,647.86	3,378.17	4,474.79	7,549.33	4,011.94	5,840.18	6,869.55	2,263.99	3,380.74	6,696.72
	润肤剂	454.71	168.84	26,931.58	1,139.29	422.37	26,973.66	738.48	175.73	42,024.44	395.23	86.59	45,642.32
	芳香剂	934.32	58.43	159,894.44	939.47	59.82	157,036.55	600.28	53.00	113,253.09	373.79	31.18	119,901.55
	保湿剂	420.15	216.78	19,381.42	842.96	338.24	24,921.94	565.82	303.23	18,659.99	288.26	133.42	21,605.85
	皮肤调理剂	638.69	92.51	69,038.04	818.63	51.00	160,529.97	690.76	33.25	207,760.35	471.68	34.60	136,327.43
	柔顺剂	411.48	77.07	53,390.81	645.98	96.63	66,852.06	36.99	8.64	42,839.43	32.45	9.15	35,463.04
	防腐剂	300.97	34.38	87,551.00	557.69	52.06	107,118.30	340.54	45.17	75,385.90	178.86	24.19	73,925.44
	增稠剂	292.66	84.08	34,807.78	439.66	176.38	24,926.31	224.51	178.77	12,558.51	184.19	123.47	14,917.84
	乳化剂	108.39	23.13	46,863.61	191.25	55.70	34,337.82	158.66	43.35	36,595.30	106.36	24.03	44,259.46
	其他添加剂	1,314.94	1,550.94	8,478.36	682.18	1,284.51	5,310.78	462.56	1,122.49	4,120.84	260.62	355.69	7,327.20
塑料包装原材料	合成树脂	5,374.18	8,191.98	6,560.30	14,052.11	18,279.58	7,687.33	17,508.33	18,833.06	9,296.59	13,788.73	15,984.74	8,626.19
	色母	675.91	170.40	39,666.27	1,531.67	399.09	38,379.23	1,376.92	417.17	33,006.34	1,219.58	367.36	33,198.55
其他	标签	2,532.19	150,840,155	0.17	5,012.48	301,720,926	0.17	4,136.79	248,682,824	0.17	3,214.28	175,399,392	0.18

发行人已在招股说明书“第六节 业务和技术”之“五、主要原材料和能源及其供应情况”之“（一）主要原材料和能源耗用情况”之“2、主要原材料的价格变动情况”补充披露如下：

因公司目前日化产品业务以 OEM 模式为主，客户产品配方不同、使用的原料生产厂家、品牌型号等差别较大，导致公司原材料种类、规格、型号较多。除合成树脂、表面活性剂、色母、标签外，其他原材料较为分散，单项价格波动对公司成本影响较小。公司所需的原材料市场竞争充分，供应充足，原材料的市场价格主要受市场供需关系的影响，采购价格变动趋势与市场价格基本一致，同时也受采购原材料品种、规格的结构性影响。

1、合成树脂

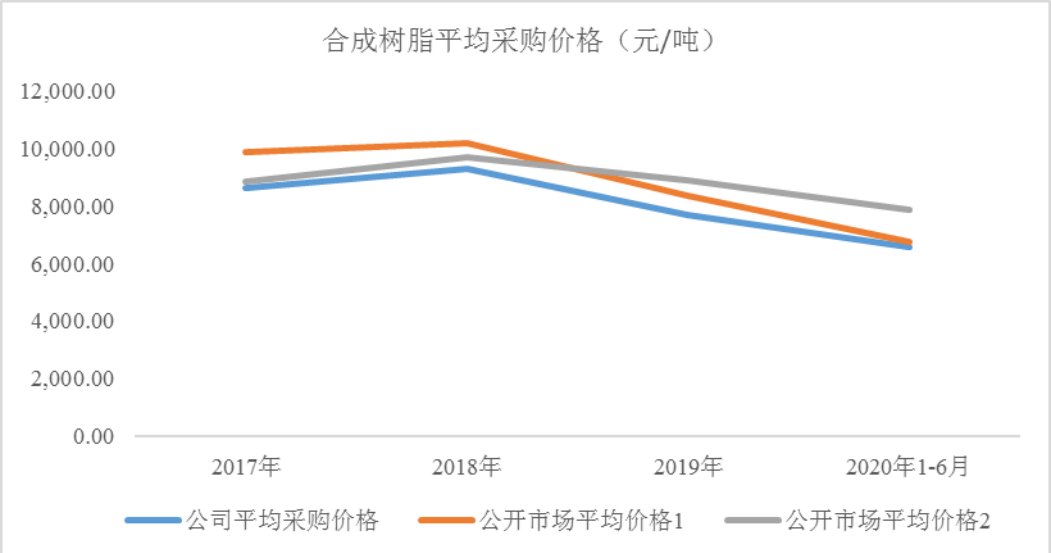
报告期内，公司采购的主要原材料中，合成树脂存在成熟的交易市场，公司采购单价与公开市场平均价格对比情况如下表所示：

单位：元/吨

原材料	项目	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
合成树脂	采购单价	6,560.30	7,687.33	9,296.59	8,626.19
	公开市场平均价格 1	6,750.44	8,363.82	10,174.39	9,893.09
	公开市场平均价格 2	7,888.19	8,913.87	9,705.45	8,865.61

注：合成树脂公开市场平均价格 1 数据来源于 wind，HDPE-扬子石化出厂价；合成树脂公开市场平均价格 2 数据来源于 wind，PP-国家统计局数据；

公司合成树脂的采购单价与公开市场平均价格变动趋势基本一致。



2、表面活性剂

报告期内，公司表面活性剂采购单价如下：

单位：元/吨

原材料	项目	2020年1-6月	2019年	2018年	2017年
表面活性剂	采购单价	7,647.86	7,549.33	6,869.55	6,696.72
	其中：皂基类	5,001.37	4,790.51	5,477.66	5,900.80
	非皂基类	13,432.13	10,241.17	7,445.29	7,611.69

公司表面活性剂采购金额较大的两家供应商为丰益油脂科技有限公司、泰柯棕化（张家港）有限公司，均为客户指定供应商，客户与指定供应商根据市场价格协商确定采购价格。对于非指定供应商，发行人表面活性剂采购价格系以市场价格为基础并与供应商协商确定，定价公允。

3、其他原材料

公司其他原材料采购单价变动的原因主要系：公司日化产品业务以OEM模式为主，客户产品使用的原料生产厂家、品牌型号等差别较大，同一类型的原料因生产厂家、原产地、纯净度以及提炼来源等不同导致价格差异较大。公司一般考虑产品生产计划、原材料质量控制、单位采购成本及采购周期，按成本最小化的原则进行采购，因各年客户产品结构发生变化，导致对应使用的原料各年度采购数量存在差异，造成原材料的平均价格发生波动。

报告期内，公司主要原材料采购单价变动的原因如下：

（1）润肤剂

2019年、2020年1-6月润肤剂采购单价下降的原因主要系：公司采购白油主要用于生产郁美净儿童系列产品，其中2019年采购了107.61吨白油，平均单价为8,200.67元/吨；2020年1-6月采购了43.01吨白油，平均单价为7,513.38元/吨。剔除前述影响后，2019年、2020年1-6月润肤剂平均单价分别为33,391.76元/吨、33,568.93元/吨，与2017年、2018年平均单价差异较小。

（2）芳香剂

2019年、2020年1-6月芳香剂采购单价上升的原因主要系：公司采购知名品牌 Givaudan（奇华顿）的香精主要用于生产强生花露水、强生香皂等产品，其中2019年采购了6.19吨Givaudan香精，平均单价为350,266.54元/吨；2020年1-6月采购了8.30吨Givaudan香精，平均单价为319,669.64元/吨。剔除前述影响后，2019年、2020年1-6月芳香剂平均单价分别为134,723.81元/吨、133,453.45元/吨，与2017年、2018年平均单价差异较小。

（3）保湿剂

报告期内，保湿剂平均单价较为稳定，其中 2019 年保湿剂平均单价相对较高，主要原因系：2019 年公司购买了 0.415 吨 GeniusCare HA 原料，主要用于生产气味图书馆、尚赫、保利沃利等客户的产品，GeniusCare HA 平均单价为 334.71 万元/吨，剔除上述影响后，2019 年保湿剂平均单价为 20,840.80 元/吨，与其他年度差异较小。

（4）皮肤调理剂

皮肤调理剂的种类、型号和规格繁多，包括各种天然提取物，不同皮肤调理剂单价差异较大，价格范围从几千元至几百万元不等。2020 年 1-6 月皮肤调理剂采购单价下降幅度较大的原因主要系：公司采购了 LC-Sur S2、LC-Care M2 两款原料，主要生产保利沃利旗下“三谷”洗护类产品，由于 2020 年 1-6 月“三谷”洗护类产品销售规模较大，发行人相应采购的原料数量较多。2020 年 1-6 月，发行人采购了 29.37 吨 LC-Sur S2，平均单价为 30,973.45 元/吨；采购了 29.43 吨 LC-Care M2，平均单价为 40,707.97 元/吨。剔除前述影响后，2020 年 1-6 月皮肤调理剂平均单价为 126,931.52 元/吨，与 2017 年、2018 年平均单价差异较小。

（5）柔顺剂

2019 年、2020 年 1-6 月柔顺剂采购单价总体较高的原因主要系：2019 年以来，保利沃利“三谷”洗护类产品销售规模较大，公司采购了知名品牌陶氏柔顺剂用于生产保利沃利“三谷”洗护类产品。其中 2019 年采购了 56.90 吨陶氏柔顺剂，平均单价为 78,003.95 元/吨；2020 年 1-6 月采购了 47.55 吨陶氏柔顺剂，平均单价为 61,882.07 元/吨。剔除前述影响后，2019 年、2020 年 1-6 月柔顺剂平均单价分别为 50,880.84 元/吨、39,716.69 元/吨，与 2017 年、2018 年平均单价差异较小。

（6）防腐剂

防腐剂的种类、型号和规格繁多，不同防腐剂单价差异较大，价格范围从几万元至上百万元不等。2019 年、2020 年 1-6 月防腐剂采购单价总体较高的原因主要系：2019 年以来，公司 ODM 业务占比提升，为保证产品质量，公司采购了知名品牌舒美、英狄士、嘉法狮等的防腐剂，主要用于生产保利沃利、尚赫、气味图书馆等客户的产品。上述品牌防腐剂单价较高，超过 10 万元/吨，采购数量的增加，导致 2019 年、2020 年 1-6 月防腐剂平均单价有所上升。

（7）增稠剂

2019 年、2020 年 1-6 月增稠剂采购单价总体上升的原因主要系：公司采购知名品牌路博润的增稠剂主要用于生产郁美净儿童系列产品及多特瑞、“嗳呵”、“维多利亚的秘密”等护肤类产品。其中 2019 年采购了 7.75 吨路博润增稠剂，平均单价为 124,634.43 元/吨；2020 年 1-6 月采购了 3.35 吨路博润增稠剂，平均单价为 126,642.68 元/吨。剔除前述影响后，2019 年、2020 年 1-6 月增稠剂平均单价分别为 20,343.00 元/吨、30,994.99 元/吨，与 2017 年、2018 年平均单价差异较小。

（8）乳化剂

2018 年、2019 年乳化剂采购单价总体较低的原因主要系：公司采购了较多单硬脂酸甘油酯主要用于生产郁美净儿童霜、乳液产品，2018 年、2019 年随着郁美净相关产品销售规模增长，公司采购的单硬脂酸甘油酯数量较多。报告期内，单硬脂酸甘油酯采购数量分别为 7.08 吨、12.58 吨、23.30 吨、6.88 吨。剔除前述影响，2018 年、2019 年乳化剂平均单价分别为 47,887.75 元/吨、53,321.87 元/吨，与 2017 年及 2020 年 1-6 月平均单价差异较小。

（9）其他添加剂

发行人其他添加剂包括 PH 调节剂、溶剂、清凉剂、抗氧化剂、珠光剂、螯合剂等，种类繁多。2020 年 1-6 月其他添加剂采购金额、数量、单价较高，主要系公司为生产强生邦迪消毒液产品，采购了大量异丙醇，采购金额 768.99 万元，采购数量 978.56 吨，平均单价为 7,858.41 元/吨。

问题（2）：

主要原材料市场价格和第三方可比价格是否存在明显差异，相关交易定价是否公允。

回复：

报告期内，公司主要原材料采购价格如下：

单位：元/吨、元/个、%

项目		2020 年 1-6 月		2019 年		2018 年		2017 年	
		单价	采购占比	单价	采购占比	单价	采购占比	单价	采购占比
日化产品原材料	表面活性剂	7,647.86	9.65	7,549.33	8.01	6,869.55	9.15	6,696.72	7.46
	润肤剂	26,931.58	2.13	26,973.66	2.70	42,024.44	1.68	45,642.32	1.30
	芳香剂	159,894.44	4.38	157,036.55	2.23	113,253.09	1.37	119,901.55	1.23

	保湿剂	19,381.42	1.97	24,921.94	2.00	18,659.99	1.29	21,605.85	0.95
	皮肤调理剂	69,038.04	2.99	160,529.97	1.94	207,760.35	1.57	136,327.43	1.55
	柔顺剂	53,390.81	1.93	66,852.06	1.53	42,839.43	0.08	35,463.04	0.11
	防腐剂	87,551.00	1.41	107,118.30	1.32	75,385.90	0.78	73,925.44	0.59
	增稠剂	34,807.78	1.37	24,926.31	1.04	12,558.51	0.51	14,917.84	0.61
	乳化剂	46,863.61	0.51	34,337.82	0.45	36,595.30	0.36	44,259.46	0.35
	其他添加剂	8,478.36	6.16	5,310.78	1.62	4,120.84	1.05	7,327.20	0.86
塑料包装原材料	合成树脂	6,560.30	25.18	7,687.33	33.30	9,296.59	39.91	8,626.19	45.46
	色母	39,666.27	3.17	38,379.23	3.63	33,006.34	3.14	33,198.55	4.02
其他	标签	0.17	11.87	0.17	11.88	0.17	9.43	0.18	10.60

公司原材料种类、规格、型号繁多，多达几千种，公司所需的原材料主要为大宗化工材料，市场竞争充分，供应充足。原材料的市场价格主要受市场供需关系的影响，采购价格变动趋势与市场价格基本一致，同时也受采购原材料品种、规格的结构性影响。

报告期内，公司采购的主要原材料中，合成树脂存在成熟的交易市场，交易价格公开透明，报告期内，公司合成树脂的采购单价与公开市场平均价格变动趋势基本一致。其他原材料价格变动分析详见本题“问题（1）”之回复。

问题（3）：

结合各类业务的生产流程，补充披露各项成本和费用在不同的生产环节和不同的产品线之间的分配原则和过程，成本结转是否准确。

回复：

一、各类业务生产流程

（一）生产模式

公司的生产模式主要为订单式生产，公司结合客户的需求计划、自身的实际产能、产品的生产流程耗时等因素制定排产计划，组织生产制造。

1、塑料包装容器

对于塑料包装容器产品，公司根据客户需求进行产品设计，与客户沟通确认后，安排开发模具并试生产。经客户对产品外观及功能的测试、验证评审后，开始大批量生产。生产过程中，公司对产品进行不间断的巡检、抽检，按照客户的工艺要求，进行贴标、丝印、烫金、组装等程序，直至产品入库。

2、日化产品

公司日化产品生产目前以 OEM 模式为主，同时为部分品牌商提供 ODM 服

务。OEM 模式即按照客户提供的配方，结合自身生产工艺，根据客户需求量，从指定供应商采购或者自主采购原材料，进行批量生产，满足客户安全性、功效性等质量要求。ODM 模式下，在配方确定、工艺流程设计等阶段，公司即与客户不断沟通反馈，为客户提供有针对性的产品方案，在产品制造阶段，根据产品方案，选定供应商、制定生产计划和生产工艺，进行批量生产。

（二）生产业务流程

1、塑料包装容器

公司塑料包装容器包括吹塑类、注塑类、注吹类和软管类产品，主要生产工艺流程如下：

（1）注塑、吹塑、注吹



（2）软管



吹塑类、注塑类和注吹类产品生产通常需要两个步骤：前道精密成型和后道印刷/贴标/烫金、组装，具体如下：

产品类型	生产步骤	生产车间	生产工序
塑料包装容器（除软管）	前道	吹塑、注塑、注吹车间	计量混料、系统上料、吹塑/注塑成型
	后道	装配车间	印刷/贴标/烫金、组装

软管类产品生产工序全部在软管车间完成，完工后产成品检验入库。

2、日化产品

公司日化产品包括液体类产品、香皂类产品、粉类产品，主要生产工艺流程如下：

（1）液体类化妆品（以膏霜乳液为代表）



（2）香皂类



（3）粉单元类



液体类化妆品生产通常需要两个步骤：前道配制和后道灌装、包装，具体如下：

产品类型	生产步骤	生产车间	生产工序
化妆品、家庭护理产品（除香皂类、粉类产品）	前道	配置车间	基础原料加温溶解、乳化均质、保温搅拌、冷却、过滤出料
	后道	灌装车间	灌装、包装

香皂类产品、粉类产品采用连续生产，生产工序分别全部在香皂车间、粉车间完成，生产周期较短，完工后成品检验入库。

二、各类业务成本的归集与核算方法

发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“九、盈利能力分析”之“（二）营业成本分析”之“5、成本核算方法”补充披露如下：

（一）塑料包装容器

公司塑料包装容器存在多个生产步骤，注塑/吹塑/注吹类产品存在为下一步继续生产而备用入库的半成品，因此公司以各生产车间中的产品作为成本计算对象，成本核算采用逐步结转分步法；软管类产品成本均在软管车间核算，成本核算采用品种法。

1、生产成本各项目归集和分配

（1）直接材料

每月末，根据各车间在仓库实际领用的原材料及加权平均单价，直接归集至各车间的“生产成本—直接材料”。每月末，根据各产品物料定额成本占车间当月物料定额成本总额的比例，分配直接材料，归集至各产品的直接材料。

对于注塑/吹塑/注吹类产品，下一步骤领用上一步骤的半成品时，按上一步骤的完工半成品价值进行结转，根据实际领用数量、加权平均结转单价计入下一步骤各产品的“生产成本—直接材料”。

（2）直接人工

每月末，根据各车间的人员及需计提的工资、奖金、社保及其他福利等薪酬金额，直接归集至各车间的“生产成本—直接人工”。每月末，根据各产品工时总额占车间工时总额的比例，分配直接人工，归集至各产品直接人工。

（3）制造费用

每月根据各车间实际发生的制造费用情况，直接归集至各车间的“生产成本—制造费用”。每月末，根据各产品工时总额占车间工时总额的比例，分配制造费用，归集至各产品制造费用。

2、完工产品和在产品之间生产成本的分配

月末，根据各步骤的完工产品和在产品数量，按照约当产量法，在该步骤的完工产品、在产品之间进行分配。

3、产成品结转至发出商品

每月末，根据月末一次加权平均的方法计算产品出库单价，按照销售出库数量结转计算发出商品金额，将成本由产成品结转至发出商品。

4、营业成本结转

产品销售满足收入确认条件时。根据确认收入的产品数量和发出商品单位成本将成本从发出商品结转至主营业务成本。

（二）日化产品

公司日化产品（除香皂类、粉类产品外）存在多个生产步骤，存在为下一步继续生产而备用入库的半成品，因此公司以各生产车间中的产品作为成本计算对象，成本核算采用逐步结转分步法；香皂类、粉类产品分别在香皂车间、

粉车间核算，成本核算采用品种法。

1、生产成本各项目归集和分配

（1）直接材料

每月末，根据月末一次加权平均的方法计算材料领用单价，按照领料数量计算并归集到各产品的直接材料。

对于非香皂类、粉类产品，下一步骤领用上一步骤的完工半成品时，按上一步的完工半成品价值进行结转，根据实际领用数量、加权平均结转单价计入下一工序各产品的“生产成本—直接材料”。

（2）直接人工

每月末，根据各车间的人员及需计提的工资、奖金、社保及其他福利等薪酬金额，直接归集至各车间的“生产成本—直接人工”。每月末，根据各产品工时总额占车间工时总额的比例，分配直接人工，归集至各产品直接人工。

（3）制造费用

每月根据各车间实际发生的制造费用情况，直接归集至各车间的“生产成本—制造费用”。每月末，根据各产品工时总额占车间工时总额的比例，分配制造费用，归集至各产品制造费用。

2、完工产品和在产品之间生产成本的分配

日化产品各车间步骤的生产周期较短，月末无在产品，故每月发生的生产成本无需在各步骤的完工产品和在产品之间分配。

3、产成品结转至发出商品

每月末，根据月末一次加权平均的方法计算产品出库单价，按照销售出库数量结转计算发出商品金额，将成本由产成品结转至发出商品。

4、营业成本结转

产品销售满足收入确认条件时。根据确认收入的产品数量和发出商品单位成本将成本从发出商品结转至主营业务成本。

综上所述，公司的成本结转准确。

问题（4）：

各类业务对主要原材料的消耗数量，并结合各类业务的备料周期和生产周期，单位产品的原材料消耗情况，披露原材料的采购数量与生产与销售是否匹配。

回复：

发行人主要从事日化产品 OEM/ODM 及塑料包装业务。塑料包装业务主要耗用原材料为合成树脂、色母。日化产品包括护肤类、洗护类等化妆品，香皂、消毒液、洗手液、洗洁精、洗衣液、花露水等家庭护理产品，种类较多，所需原料类别、生产消耗数量等存在较大差异。报告期内，主要原材料的期初结存、本期采购、本期生产消耗、期末结存的数量金额，详见本回复 14 题之“问题（2）”之回复。各类产品原材料投入产品的匹配关系如下：

1、塑料包装容器

塑料包装容器的主要原材料是合成树脂和色母，报告期内，单位重量塑料包装容器需要耗用的合成树脂、色母如下：

单位：吨

项目	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
塑料包装产量	7,538.02	18,194.36	18,189.33	15,703.94
合成树脂耗用量	7,611.36	18,266.02	18,566.42	15,697.14
色母耗用量	160.26	388.19	403.59	358.09
单位合成树脂耗用量	1.01	1.00	1.02	1.00
单位色母耗用量	0.02	0.02	0.02	0.02

2、日化产品

日化产品中，洗护类化妆品及香皂、洗洁精、洗衣液、洗手液等家庭护理产品，均需要耗用表面活性剂，报告期内，表面活性剂是耗用量最多的日化原料，分别为 3,230.77 吨、5,735.07 吨、4,575.83 吨和 2,437.05 吨。报告期内，单位重量上述日化产品需要耗用的表面活性剂如下：

单位：吨

项目	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
洗护类化妆品及香皂、洗洁精、洗衣液、洗手液产量	8,944.05	19,626.53	23,330.65	13,019.52
占日化产品产量的比例	63.61%	72.40%	79.73%	80.56%
表面活性剂耗用量	2,437.05	4,575.83	5,735.07	3,230.77
单位表面活性剂耗用量	0.27	0.23	0.25	0.25

注：由于上海家化洗衣液的表面活性剂由上海家化提供，2019 年剔除了上海家化洗衣液产量的影响。

报告期内，主要原材料的投入产出稳定在合理的区间范围，原材料的采购数量与生产耗用基本匹配。报告期内，公司产销率保持在 100%左右，产销率较高，公司业务模式为订单式生产，采购的原材料主要用于当期产品生产，当期生产的

产品基本可以实现销售收入，原材料采购与销售规模相匹配。

问题（5）：

请保荐人和申报会计师对上述事项核查并明确发表意见。

回复：

保荐机构、申报会计师履行了以下核查程序：

1、了解和评价与采购与付款、生产和仓储相关的内部控制设计，并测试相关控制执行的运行有效性；

2、选取样本并检查报告期内采购合同，检查采购品种、采购金额、采购数量、交货时间等关键合同要素，检查相关材料的入库单、发票以及相关付款情况，核实采购的真实性；

3、选取样本对发行人报告期内供应商采购发生额及往来款项余额执行函证程序，进一步核实采购金额和期末余额的真实性；

4、对原材料的采购金额执行分析性程序，分析报告期内主要原材料的采购金额与业务规模的匹配情况，结合第三方可比价格分析原材料采购单价变动的合理性，核实采购价格是否合理；

5、了解发行人主要产品生产流程，成本核算方法，对发行人报告各期直接材料、直接人工、制造费用的分配过程进行复核，并选取样本重新计算，检查成本计算的准确性；

6、对原材料、半成品、库存商品等主要存货类型执行发出计价测试程序，检查存货成本结转的准确性；

7、对发行人主要产品的投入产出情况进行测算并结合发行人的实际生产经营情况分析投入产出的合理性；分析原材料的采购数量的变动与生产与销售是否匹配，核实报告各期采购数量是否合理。

经核查，保荐机构、申报会计师认为：

1、报告期各期发行人主要原材料采购金额和采购结构变动情况与业务规模相匹配，采购单价变动合理，交易定价公允；

2、发行人各项成本和费用的分配原则和过程，成本结转符合公司实际经营情况，成本结转准确；

3、发行人各类业务原材料的消耗量与产成品产量之间的比例稳定，公司原材料的采购规模本期生产情况及销售情况基本匹配。

12、关于供应商

申报材料显示，报告期各期发行人向前五大供应商采购金额分别为 8,856.84 万元、11,510.93 万元和 11,946.42 万元。

请发行人：（1）补充披露主要原材料，如表面活性剂、合成树脂及包材的前五大供应商情况，包括但不限于供应商名称、股权结构、成立时间、注册资本、采购内容、采购数量、采购金额及占比、定价依据及其公允性；（2）补充披露发行人向主要供应商采购金额变动的原因及合理性，各期新增供应商的原因及合理性；（3）补充披露发行人报告期内是否存在注册成立当年或次年即成为发行人前五大供应商的情形，如存在请说明详细情况并说明合理性；（4）补充披露发行人与主要供应商的业务由来、合作情况及合作的稳定性，主要供应商与发行人及其控股股东、实际控制人、董监高其他核心人员以及本次发行中介机构及签字人员，是否存在关联关系或其他利益关系；（5）通过表格披露客户指定的供应商名称、采购内容、采购金额及占比情况。

请保荐人和申报会计师对上述事项核查并明确发表意见。

回复：

问题（1）：

补充披露主要原材料，如表面活性剂、合成树脂及包材的前五大供应商情况，包括但不限于供应商名称、股权结构、成立时间、注册资本、采购内容、采购数量、采购金额及占比、定价依据及其公允性。

回复：

发行人已在招股说明书“第六节 业务和技术”之“五、主要原材料和能源及其供应情况”之“（三）表面活性剂、合成树脂及包材的前五大供应商情况”补充披露如下：

1、报告期内，发行人表面活性剂、合成树脂及包材的前五大供应商名称、采购数量、采购金额及占比如下：

（1）表面活性剂

单位：吨、万元、%

年度	序号	供应商名称	采购数量	采购金额	金额占比
2020 年 1-6 月	1	泰柯棕化（张家港）有限公司	1,231.40	604.65	29.37
	2	利洁时家化（中国）有限公司	660.16	394.89	19.18
	3	上海奇鸣生物科技有限公司	97.17	211.67	10.28
	4	广州合孚化工有限公司	173.20	162.72	7.90
	5	广州合淼生物科技有限公司	27.70	84.51	4.10
	前五名合计		2,189.62	1,458.43	70.84
2019 年	1	丰益油脂科技有限公司	1,484.07	1,033.28	30.59
	2	泰柯棕化（张家港）有限公司	1,960.10	926.23	27.42
	3	上海尤文化工有限公司	282.07	310.37	9.19
	4	上海汇朗化学有限公司	67.46	199.23	5.90
	5	广州合淼生物科技有限公司	60.14	182.01	5.39
	前五名合计		3,853.84	2,651.12	78.48
2018 年	1	丰益油脂科技有限公司	3,491.24	2,288.16	57.03
	2	利洁时家化（中国）有限公司	806.82	499.28	12.44
	3	泰柯棕化（张家港）有限公司	922.73	469.49	11.70
	4	上海尤文化工有限公司	257.09	262.98	6.55
	5	湖南丽臣奥威实业有限公司	88.00	82.09	2.05
	前五名合计		5,565.86	3,601.99	89.78
2017 年	1	泰柯棕化（张家港）有限公司	1,821.15	1,082.65	47.82
	2	丰益油脂科技有限公司	1,194.21	705.12	31.15
	3	上海尤文化工有限公司	105.93	121.33	5.36
	4	扬子石化－巴斯夫有限责任公司	57.60	78.16	3.45
	5	上海兆衡实业有限公司	15.44	59.37	2.62
	前五名合计		3,194.33	2,046.63	90.40

注：占比为采购金额占该期表面活性剂采购总额的比重

（2）合成树脂

单位：吨、万元、%

年度	序号	供应商名称	采购数量	采购金额	金额占比
2020 年 1-6 月	1	中海壳牌石油化工有限公司	1,858.50	1,118.00	20.80
	2	上海烯成实业有限公司	1,163.40	722.45	13.44
	3	山东华鲁国际贸易有限公司、山东华创国际贸易有限公司	933.00	597.25	11.11
	4	隆鑫集团（福建）有限公司	777.03	548.04	10.20
	5	奔诺能源化工有限公司	658.75	436.62	8.12
	前五名合计		5,390.68	3,422.36	63.68
2019 年	1	中海壳牌石油化工有限公司	8,525.95	6,386.88	45.45
	2	奔诺能源化工有限公司	1,283.75	950.72	6.77
	3	隆鑫集团（福建）有限公司	1,159.42	916.66	6.52
	4	中国石油天然气股份有限公司华南化工销售厦门分公司	874.00	698.14	4.97
	5	腾龙特种树脂（厦门）有限公司	708.40	509.26	3.62

年度	序号	供应商名称	采购数量	采购金额	金额占比
	前五名合计		12,551.51	9,461.66	67.33
2018 年	1	中海壳牌石油化工有限公司	2,968.48	2,714.39	15.50
	2	奔诺能源化工有限公司	2,234.21	2,119.28	12.10
	3	山东华鲁国际贸易有限公司、山东华创国际贸易有限公司	2,167.90	2,029.48	11.59
	4	江门市华翔实业有限公司	962.25	931.72	5.32
	5	Hanwha Total Petrochemical Co., Ltd.	844.00	916.12	5.23
	前五名合计		9,176.84	8,710.97	49.75
2017 年	1	山东华鲁国际贸易有限公司、山东华创国际贸易有限公司	2,690.93	2,324.24	16.86
	2	常州云汉塑料有限公司	2,481.85	2,116.66	15.35
	3	中海壳牌石油化工有限公司	1,347.00	1,195.87	8.67
	4	厦门海润进出口有限公司	1,076.87	960.81	6.97
	5	中国石油天然气股份有限公司华南化工销售厦门分公司	1,037.98	925.89	6.71
	前五名合计		8,634.62	7,523.46	54.56

注：占比为采购金额占该期合成树脂采购总额的比重

（3）包材

单位：PCS、万元、%

年度	序号	供应商名称	采购数量	采购金额	金额占比
2020 年 1-6 月	1	苏州市麦点彩印有限公司	4,130,292	351.23	6.70
	2	家利塑胶（上海）有限公司	17,760,400	287.00	5.47
	3	江门敬记塑胶厂有限公司	2,302,135	273.49	5.22
	4	上海金山纸业有限公司	1,296,490	237.77	4.54
	5	上海扬盛印务有限公司	1,988,141	237.22	4.52
	前五名合计		27,477,458	1,386.71	26.45
2019 年	1	江门敬记塑胶厂有限公司	7,271,283	822.70	7.91
	2	上海扬盛印务有限公司	8,763,924	797.67	7.67
	3	上海美美尚雋印刷有限公司	14,810,043	555.36	5.34
	4	广州市佳旭包装材料有限公司	272,722,472	551.38	5.30
	5	苏州市麦点彩印有限公司	6,022,245	510.68	4.91
	前五名合计		309,589,967	3,237.80	31.14
2018 年	1	上海百雀羚供应链管理有限公司	14,699,117	1,176.03	10.85
	2	上海扬盛印务有限公司	8,750,284	831.37	7.67
	3	苏州鉅盛塑胶科技有限公司	3,339,254	636.49	5.87
	4	广州市佳旭包装材料有限公司	290,143,890	581.78	5.37
	5	江门敬记塑胶厂有限公司	4,901,114	550.18	5.08
	前五名合计		321,833,659	3,775.85	34.84
2017 年	1	上海扬盛印务有限公司	10,564,906	986.05	14.43
	2	江门敬记塑胶厂有限公司	5,503,086	548.14	8.02

年度	序号	供应商名称	采购数量	采购金额	金额占比
	3	广州市佳旭包装材料有限公司	220,329,539	430.49	6.30
	4	万臣塑料制品（上海）有限公司	2,825,094	389.16	5.70
	5	苏州鉅盛塑胶科技有限公司	2,002,927	348.33	5.10
	前五名合计		241,225,552	2,702.18	39.55

注：占比为采购金额占该期包材采购总额的比重

2、报告期内，发行人的表面活性剂、合成树脂及包材的前五大供应商名称、股权结构、成立时间、注册资本如下：

原材料类别	前五大供应商名称	股权结构（%）	成立时间	注册资本
表面活性剂	丰益油脂科技有限公司	益海嘉里金龙鱼粮油食品股份有限公司（100）	2014 年 6 月 25 日	850 万美元
	泰柯棕化（张家港）有限公司	KLK Premier Capital Limited（100）	2004 年 1 月 5 日	11,500 万美元
	利洁时家化（中国）有限公司	利洁时健康（美国）有限公司（100）	1996 年 4 月 5 日	17,900 万美元
	上海尤文化工有限公司	顾卫兵（97.5）、顾思帆（2）、杨卫珍（0.5）	2003 年 4 月 16 日	1,000 万元
	广州合淼生物科技有限公司	杨小鲁（65）、蔡加奇（19）、蒋荣鹏（7）、冯伟芳（5）、鄢梅（4）	2016 年 5 月 31 日	200 万元
	上海汇朗化学有限公司	于洪斌（40）、洪琦（20）、詹小明（20）、余伯承（20）	2009 年 9 月 9 日	625 万元
	上海兆衡实业有限公司	上海汇衡实业有限公司（90.01）、蔡恩东（9.99）	1999 年 10 月 26 日	500 万元
	上海奇鸣生物科技有限公司	肖会连（100）	2017 年 8 月 15 日	1,000 万元
	广州合孚化工有限公司	董学军（78.5）、范小华（11.5）、台建庭（10.0）	2015 年 1 月 21 日	1,000 万元
	扬子石化－巴斯夫有限责任公司	中国石油化工股份有限公司（30）、巴斯夫投资有限公司（30）、中国石化集团资产经营管理有限公司（10）、中国石化扬子石油化工有限公司（10）、巴斯夫欧洲公司（10）、巴斯夫（中国）有限公司（10）	2000 年 12 月 4 日	127.04 亿元
	湖南丽臣奥威实业有限公司	湖南丽臣实业股份有限公司（100）	2001 年 2 月 13 日	1,000 万元

原材料类别	前五大供应商名称	股权结构（%）	成立时间	注册资本
合成树脂	中海壳牌石油化工有限公司	壳牌南海私有有限公司（50）、中国石油化工投资有限公司（50）	2000 年 12 月 28 日	242 亿元
	奔诺能源化工有限公司	浙江前程投资股份有限公司（51）、上海奔凌实业有限公司（29）、奕慧资源控股有限公司（20）	2015 年 4 月 29 日	5,000 万元
	隆鑫集团（福建）有限公司	蔡汉章（70）、蔡勇狮（30）	2000 年 12 月 13 日	8,000 万元
	山东华鲁国际贸易有限公司	刘衍文（43）、济南文旅经贸有限公司（37）、战晓妮（20）	2005 年 12 月 30 日	1,000 万元
	山东华创国际贸易有限公司	济南文璇经贸有限公司（94）、战晓妮（6）	2014 年 9 月 29 日	300 万元
	中国石油天然气股份有限公司华南化工销售厦门分公司	为中国石油天然气股份有限公司之分公司	2010 年 1 月 25 日	-
	Hanwha Total Petrochemical Co., Ltd.	Total Holdings（50）,Hanhwa General Co., Ltd.（50）	2003 年 7 月 31 日	958.27 亿韩元
	常州云汉塑料有限公司	顾晓春（100）	2010 年 2 月 23 日	100 万元
	江门市华翔实业有限公司	吴国荣（100）	2000 年 8 月 14 日	1 亿元
	上海烯成实业有限公司	李键（100）	2018 年 3 月 2 日	500 万元
	厦门海润进出口有限公司	吴颖锋（90）、梁婷婷（10）	1998 年 6 月 10 日	3,900 万元
	腾龙特种树脂（厦门）有限公司	华利财务有限公司（50）、环阳有限公司（50）	2002 年 4 月 11 日	10,440 万美元
包材	上海扬盛印务有限公司	杨志训（70）、金素梅（30）	1998 年 1 月 24 日	5,000 万元
	江门敬记塑胶厂有限公司	敬记塑胶厂有限公司（100）	1993 年 2 月 11 日	7,920 万元
	广州市佳旭包装材料有限公司	溢升控股有限公司（100）	2005 年 2 月 23 日	400 万港元
	上海百雀羚供应链管理有限公司	上海百雀羚日用化学有限公司（100）	2015 年 10 月 1 日	1,000 万元
	苏州鉅盛塑胶科技有限公司	张喆（52）、陈玲（48）	2011 年 11 月 7 日	400 万元
	万臣塑料制品（上海）有限公司	万汇包装有限公司（100）	2007 年 1 月 15 日	80 万美元
	苏州市麦点彩印有限公司	王建平（60）、张小芬（40）	2001 年 5 月 17 日	4,000 万元
	上海金山纸业有限公司	茅建平（82）、茅帅杰	2010 年 9 月 19 日	5,000 万元

原材料类别	前五大供应商名称	股权结构（%）	成立时间	注册资本
		（18）		
	上海美美尚隽印刷有限公司	上海美美印刷有限公司（49）、吴隽（21.4）、贺水金（21.4）、周学军（5.1）、张逸洪（3.1）	2012 年 12 月 21 日	3,331.1 万元
	家利塑胶（上海）有限公司	班德有限公司（100）	2001 年 12 月 26 日	2,123.33 万美元

注：Hanwha Total Petrochemical Co., Ltd.的股权结构及股本信息均摘自其 2019 年年度审计报告，为截至 2019 年 12 月 31 日数据。

3、定价依据及定价公允性

（1）表面活性剂

报告期内，公司表面活性剂采购金额较大的两家供应商为丰益油脂科技有限公司、泰柯棕化（张家港）有限公司，均为客户指定供应商，客户与指定供应商根据市场价格确定采购价格。对于非指定供应商，发行人表面活性剂采购价格系以市场价格为基础并与供应商协商确定，定价公允。

（2）合成树脂

合成树脂为大宗化工原料，市场价格较为公开，发行人一般以市场价格为基础，结合采购数量、原材料的质量、供应商报价、运输成本等因素综合考虑，定价公允。

（3）包材

包材的定价依据主要分为两种情况：对于由客户指定的包材供应商，发行人以经客户与指定供应商协商确定的价格进行采购；对于发行人自主开发的供应商，发行人首先确定对包材规格、型号等需求，并在供应商提供报价后进行比价，根据价格、材质等因素综合选择。包材的标准化程度较低，单价差异较大，发行人对市场价格的判断主要基于多家不同供应商的报价。发行人包材采购价格系以市场价格为基础确定，定价公允。

问题（2）：

补充披露发行人向主要供应商采购金额变动的原因及合理性，各期新增供应商的原因及合理性。

回复：

发行人已在招股说明书“第六节 业务和技术”之“五、主要原材料和能源及其供应情况”之“（二）报告期内主要供应商及其变动情况”补充披露如下：

1、报告期内，进入发行人前五大供应商的供应商共有 10 家，发行人向其采购金额的变动情况如下：

单位：万元

序号	供应商名称	主要采购内容	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
1	中海壳牌石油化工有限公司	合成树脂	1,118.00	6,386.88	2,714.39	1,195.87
2	苏州江天包装彩印有限公司及同一控制下公司	标签	1,163.58	2,391.25	2,272.61	2,137.42
3	丰益油脂科技有限公司	表面活性剂	14.65	1,078.45	2,375.17	755.88
4	山东华鲁国际贸易有限公司、山东华创国际贸易有限公司	合成树脂	597.25	472.32	2,029.48	2,324.24
5	奔诺能源化工有限公司	合成树脂	436.62	950.72	2,119.28	383.59
6	泰柯棕化（张家港）有限公司	表面活性剂	620.73	968.96	487.98	1,082.65
7	上海奇鸣生物科技有限公司	润肤剂、保湿剂、皮肤调理剂、柔顺剂、防腐剂等	778.82	1,120.88	371.34	8.67
8	常州云汉塑料有限公司	合成树脂	0.00	0.00	160.66	2,116.66
9	上海烯成实业有限公司	合成树脂	722.45	208.62	320.23	0.00
10	东营市海科新源化工有限责任公司	其他添加剂	789.43	74.87	35.35	10.31
合计			6,241.54	13,652.94	12,886.47	10,015.27

注 1：苏州江天包装彩印有限公司及其同一控制下公司，包括苏州江天包装彩印有限公司、天津江津印刷科技有限公司、广州江粤印刷科技有限公司。

注 2：东营市海科新源化工有限责任公司于 2020 年 7 月更名为山东海科新源材料科技股份有限公司。

2、报告期内向主要供应商采购金额的变动原因及合理性，各期新增供应商的原因及合理性

（1）中海壳牌石油化工有限公司（中海壳牌）

中海壳牌主要生产烯烃和其他衍生品作为基础化工原料供应中国市场，发行人与其合作开始于 2014 年。中海壳牌的合成树脂具有价格优势、供应稳定，因此报告期内发行人向中海壳牌的采购不断增加。2020 年 1-6 月，因中海壳牌原材料价格优势减少，发行人对中海壳牌的采购有所下降，发行人仍将与中海壳牌保持较为稳定的合作关系。

（2）苏州江天包装彩印有限公司及同一控制下公司（苏州江天）

苏州江天主要生产标签，发行人与其合作开始于 2013 年，系壳牌、百雀羚、

上海家化等客户的指定供应商。报告期内，发行人向苏州江天采购金额稳定上升，合作关系不断深化。

（3）丰益油脂科技有限公司（丰益油脂）

丰益油脂是全球重要的油脂化学品企业，发行人与丰益油脂的合作开始于 2014 年。报告期内，益海嘉里指定发行人向丰益油脂采购表面活性剂，用于生产洗洁精产品。发行人向丰益油脂的采购金额随着对益海嘉里洗洁精产品销售金额的增长而增长。2019 年 7 月以来，发行人与益海嘉里的合作方式发生调整，表面活性剂变更为由益海嘉里提供，因此，发行人 2019 年以来对丰益油脂的采购金额有所下降。

（4）山东华鲁国际贸易有限公司、山东华创国际贸易有限公司（山东华鲁、山东华创）

山东华鲁、山东华创为合成树脂贸易商，位于山东济南，发行人与其合作开始于 2014 年，主要系天津嘉亨向其采购。2019 年，由于中海壳牌的合成树脂价格优势较为明显，因此公司增加了对中海壳牌的采购，相应减少了对山东华鲁、山东华创的采购。2020 年 1-6 月，发行人综合考虑原材料质量、价格等，对山东华鲁、山东华创的采购金额有所回升。

（5）奔诺能源化工有限公司（奔诺能源）

奔诺能源为合成树脂贸易商，位于上海，发行人与其合作开始于 2017 年，主要系浙江嘉亨向其采购。2018 年，综合考虑原材料价格、运输成本等因素，发行人向奔诺能源采购的合成树脂金额有较大幅度增加。2019 年以来，随着发行人向中海壳牌采购增加，对奔诺能源的采购有所下降，仍保持长期的合作关系。

（6）泰柯棕化（张家港）有限公司（泰柯棕化）

发行人与泰柯棕化的合作开始于 2014 年，系强生指定供应商，报告期内，发行人向其采购皂粒类表面活性剂，用于生产强生、上海家化等客户的香皂产品。2018 年，由于强生香皂产品销售下降，发行人向泰柯棕化采购的皂粒金额有所下降。2019 年以来，发行人香皂产品销售增长，发行人向泰柯棕化采购金额逐步回升。

（7）上海奇鸣生物科技有限公司（奇鸣生物）

奇鸣生物主要代理高砂、赢创等品牌的化妆品原料，发行人与奇鸣生物的合作开始于 2017 年。报告期内，随着发行人化妆品 ODM 业务增加，自主采购的原料增多，为保证产品质量，发行人综合考虑原料品牌、性价比、响应速度、运输成本等，选择与奇鸣生物合作。2019 年、2020 年 1-6 月，发行人对奇鸣生物的采购金额持续上升。

（8）常州云汉塑料有限公司（常州云汉）

常州云汉为合成树脂贸易商，位于常州，发行人与其合作开始于 2016 年，主要系浙江嘉亨、上海嘉亨向其采购。2017 年，发行人向其采购合成树脂金额较高，2018 年以来，考虑价格及运输成本等因素，公司减少了对常州云汉的采购，并逐步增加了对中海壳牌、奔诺能源、上海烯成等合成树脂供应商的采购，2019 年、2020 年 1-6 月发行人未向常州云汉采购。

（9）上海烯成实业有限公司（上海烯成）

上海烯成为合成树脂贸易商，位于上海，发行人与其合作开始于 2018 年，主要系浙江嘉亨向其采购。由于上海烯成的合成树脂逐步具备价格优势，并综合考虑原材料质量、运输成本，2020 年 1-6 月发行人向其采购增加，成为第五大供应商。

（10）东营市海科新源化工有限责任公司（东营海科）

东营海科为日化原料供应商，发行人与其合作开始于 2011 年，系强生指定供应商。2020 年 1-6 月，发行人向东营海科采购金额大幅增长，主要系当期发行人对强生消毒水产品的销售增长较快，金额为 2,574.44 万元，导致发行人对异丙醇的采购需求增加所致。

问题（3）：

补充披露发行人报告期内是否存在注册成立当年或次年即成为发行人前五大供应商的情形，如存在请说明详细情况并说明合理性。

回复：

发行人已在招股说明书“第六节 业务和技术”之“五、主要原材料和能源及其供应情况”之“（二）报告期内主要供应商及其变动情况”补充披露如下：

3、报告期内，发行人前五大供应商的成立时间及排名变动情况如下：

供应商名称	成立时间	2017 年	2018 年	2019 年	2020 年 1-6 月

供应商名称	成立时间	2017 年	2018 年	2019 年	2020 年 1-6 月
山东华鲁国际贸易有限公司、山东华创国际贸易有限公司	2005 年 12 月（山东华鲁） 2014 年 9 月（山东华创）	1	5	-	-
苏州江天包装彩印有限公司及同一控制下公司	1992 年 8 月（苏州江天） 2016 年 2 月（天津江津） 2015 年 8 月（广州江粤）	2	3	2	1
常州云汉塑料有限公司	2010 年 2 月	3	-	-	-
中海壳牌石油化工有限公司	2000 年 12 月	4	1	1	2
泰柯棕化（张家港）有限公司	2004 年 1 月	5	-	5	-
丰益油脂科技有限公司	2014 年 6 月	-	2	4	-
奔诺能源化工有限公司	2015 年 4 月	-	4	-	
上海奇鸣生物科技有限公司	2017 年 8 月	-	-	3	4
东营市海科新源化工有限责任公司	2002 年 10 月	-	-	-	3
上海烯成实业有限公司	2018 年 3 月	-	-	-	5

注：苏州江天包装彩印有限公司及其同一控制下公司，包括苏州江天包装彩印有限公司、天津江津印刷科技有限公司、广州江粤印刷科技有限公司。

报告期内，发行人供应商不存在注册成立当年或次年即成为发行人前五大供应的情形。

问题（4）：

补充披露发行人与主要供应商的业务由来、合作情况及合作的稳定性，主要供应商与发行人及其控股股东、实际控制人、董监高其他核心人员以及本次发行中介机构及签字人员，是否存在关联关系或其他利益关系。

回复：

关于“发行人与主要供应商的业务由来、合作情况及合作的稳定性”，详见本题“问题（2）”之的回复。

发行人已在招股说明书“第六节 业务和技术”之“五、主要原材料和能源及其供应情况”之“（二）报告期内主要供应商及其变动情况”补充披露如下：

报告期内，发行人主要供应商与发行人及其控股股东、实际控制人、董监高、其他核心人员以及本次发行中介机构及签字人员不存在关联关系或其他利益关系。

问题（5）：

通过表格披露客户指定的供应商名称、采购内容、采购金额及占比情况。

回复：

发行人已在招股说明书“第六节 业务和技术”之“五、主要原材料和能源及其供应情况”之“（四）客户指定供应商情况”补充披露如下：

报告期内，发行人有 186 名供应商为客户指定供应商，发行人主要向上述供应商采购标签、色母、部分日化原料及包材。报告期内，发行人向指定供应商采购金额如下：

单位：万元、%

项目	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
标签	2,469.91	4,913.00	4,040.57	3,191.69
色母	528.30	1,241.03	996.77	927.90
日化原料	4,763.98	5,932.01	5,855.82	3,509.38
包材	3,422.95	6,526.08	8,469.93	4,919.75
其他	196.68	129.46	766.93	16.59
合计	11,381.82	18,741.58	20,130.02	12,565.31
占当年采购金额的比例	53.34	44.41	45.89	41.42

报告期内，前十大指定供应商的名称、采购内容、采购金额及占比情况如下：

单位：万元、%

序号	客户指定供应商名称	主要采购内容	采购金额	占比
1	苏州江天包装彩印有限公司及其同一控制下公司	标签	7,964.85	5.78
2	丰益油脂科技有限公司	表面活性剂	4,224.14	3.07
3	泰柯棕化（张家港）有限公司	表面活性剂	3,160.32	2.29
4	上海扬盛印务有限公司	包材	2,852.31	2.07
5	苏州雅利印刷有限公司及其子公司	标签、包材	2,748.33	2.00
6	上海百雀羚供应链管理有限公司	包材等	2,292.76	1.66
7	安配色色母粒制造（上海）有限公司	色母	2,201.46	1.60
8	江门敬记塑胶厂有限公司	包材	2,194.51	1.59
9	广州市佳旭包装材料有限公司	包材	1,798.69	1.31
10	利洁时家化（中国）有限公司	表面活性剂、包材等	1,703.30	1.24
合计			31,140.67	22.61

问题（6）：

请保荐人、申报会计师对上述事项核查并发表明确意见。

回复：

保荐机构、申报会计师履行了以下核查程序：

1、获取公司报告期各期采购明细表，统计分析公司与主要原材料前五大供

应商的交易情况；通过国家企业信用信息公示系统、企查查、天眼查等公开网络渠道，查阅报告期各期发行人主要供应商的经营范围、成立时间、注册资本等信息，了解其经营范围与发行人采购产品是否相符，供应商的注册资本等数据与发行人交易规模是否具有一致性，分析其股东信息、关键管理人员等相关信息与发行人实际控制人、董监高等信息是否存在实质或潜在的关联关系。

2、访谈公司负责采购的相关人员，了解公司原材料采购的定价过程、依据；通过网络从第三方获取相关原材料的价格信息并与公司采购价格进行比较，评价公司采购价格的公允性；

3、获取发行人的采购台账，分析报告期各期发行人主要供应商和采购金额的变动情况；

4、获取发行人的供应商管理制度，了解供应商的选取方式，了解发行人主要原材料供应商的合作时间及历史，结合报告期内发行人主要供应商变动情况，分析判断主要供应商的稳定性；

5、获取并检查发行人报告期内主要供应商的采购合同，核查交易定价、条款是否公允；

6、走访报告期内各主要供应商，查看其经营场所，了解其基本情况，核实合作历史、交易金额、产品定价原则、关联关系等相关信息；

7、获取客户指定供应商清单，选取样本检查客户指定供应商对应的采购合同、入库单、发票、付款回单等支持性文件，核实其采购内容及采购金额的真实性和准确性。

经核查，保荐机构、申报会计师认为：

1、发行人与主要供应商的交易真实、定价依据合理、采购价格相对公允。

2、发行人向主要供应商采购金额的变动、各期新增供应商等情况均由原材料市场价格波动、发行人生产经营状况变动所导致，原因合理。

3、发行人报告期内不存在注册成立当年或次年即成为发行人前五大供应商的情形。

4、发行人主要供应商与发行人及其控股股东、实际控制人、董监高及其他核心人员以及本次发行中介机构及签字人员不存在关联关系或其他利益关系。

5、发行人与指定供应商的交易真实、合理。

13、关于应付账款。

申报材料显示，报告期各期末，公司应付账款余额分别为 6,444.84 万元、11,286.94 万元和 12,595.78 万元，占负债总额的比例分别为 33.85%、41.71%和 48.14%。

请发行人补充披露：(1)报告期各期末应付账款余额较高并逐年增长的原因，是否存在账龄超过 1 年的款项，是否存在争议或纠纷，披露应付账款水平、应付账款占采购额的比例与同行业可比公司是否存在差异及差异合理性；(2) 报告期各期末应付账款与主要供应商、采购合同匹配情况，相关采购合同的执行情况，报告期应付账款结算是否存在支付给个人、非合同指定账户的情形，如有请披露原因；(3) 报告期主要应付账款对应的采购内容、付款政策、供应商给发行人的信用政策，结合前述信息和账龄情况，付款是否符合同约定、是否信用逾期及逾期原因，是否存在拖欠供应商款项的情形；(4) 应付账款期后结算情况，结合回款情况和资金需求等，补充披露是否存在流动性风险。

请保荐人、申报会计师对上述事项核查并发表明确意见。

回复：

问题（1）：

报告期各期末应付账款余额较高并逐年增长的原因，是否存在账龄超过 1 年的款项，是否存在争议或纠纷，披露应付账款水平、应付账款占采购额的比例与同行业可比公司是否存在差异及差异合理性；

回复：

发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十一、偿债能力、流动性与持续经营能力分析”之“（一）负债情况分析”之“2、应付账款”补充披露如下：

一、报告期各期末应付账款余额较高并逐年增长的原因

报告期各期末，公司应付账款余额分别为 6,444.84 万元、11,286.94 万元、12,595.78 万元和 15,066.98 万元。报告期各期末，公司应付账款具体构成如下：

单位：万元

项目	2020 年 6 月末	2019 年末	2018 年末	2017 年末
材料款	12,332.19	10,856.24	9,370.89	5,267.72

项目	2020 年 6 月末	2019 年末	2018 年末	2017 年末
工程、设备款	1,365.91	842.33	594.98	349.61
租赁费	340.63	273.98	257.42	176.49
运费	433.70	267.79	427.12	243.81
其他	594.55	355.45	636.53	407.21
合 计	**15,066.98**	**12,595.78**	**11,286.94**	**6,444.84**

公司报告期内的应付账款主要为应付原材料采购款、设备款等，其中应付原材料采购款分别为 5,267.72 万元、9,370.89 万元、10,856.24 万元和 12,332.19 万元，占比分别为 81.74%、83.02%、86.19%和 81.85%。**报告期内，应付账款余额逐年上升主要是公司经营规模扩大采购额增加所致。**

（一）主要付款信用政策

报告期内，公司日化产品内容物所需的主要原材料包括表面活性剂、润肤剂、皮肤调理剂、保湿剂、芳香剂及其他添加剂等，塑料包装产品所需的主要原材料包括合成树脂（PE、PP 等）、色母等。

其中表面活性剂、合成树脂（PE、PP 等）等原材料，公司一般需要预付大部分款项，公司该类原材料对应的供应商期末应付账款金额很小。对应塑料包装容器所需的其他原辅材料、日化产品所需的原料和包材，通常情况下，发行人与供应商采用定期结算付款方式,付款结算期限通常为货到后 30 天至 120 天，货到票到后支付。受原材料分批次到货时间、供应商发票开具时间以及发行人付款流程影响，对主要供应商实际的采购付款周期约为 4-5 个月。

通常情况下，发行人与工程、设备供应商根据采购内容具体协议约定，主要付款结算方式为分阶段付款方式，签订合同后预付部分款，发货前预付部分款，到货安装验收后再付部分款项，有时留有一定质保金，具体根据采购情况确定。

（二）应付账款变动具体分析

报告期各期末，发行人应付材料款与采购金额的匹配如下：

单位：万元、%

项目	2020 年 6 月末/ 2020 年 1-6 月	2019 年末/ 2019 年		2018 年末/ 2018 年		2017 年末/ 2017 年
	金额	金额	增幅	金额	增幅	金额
应付材料款	12,332.19	10,856.24	15.85	9,370.89	77.89	5,267.72
采购金额	21,338.92	42,197.26	-3.80	43,865.60	44.61	30,333.61
剔除合成树脂、表面活性剂后的采购金额	13,905.91	24,766.98	10.84	22,345.33	56.47	14,280.88

2018 年末，公司应付材料款余额增幅为 77.89%，主要系当年原材料采购金

额较 2017 年增长 44.61%，其中剔除合成树脂、表面活性剂后的采购金额较 2017 年增长 56.47%，与应付账款余额增幅基本匹配。2019 年末，公司应付材料款余额增幅为 15.85%，当年剔除合成树脂、表面活性剂后的采购金额较 2018 年增长 10.84%，与应付账款余额增幅基本匹配。

综上所述，公司报告期内应付账款余额增幅合理，公司具有较强的支付能力，主要供应商与公司合作稳定。

二、是否存在账龄超过 1 年的款项，是否存在争议或纠纷

报告期各期末，应付账款的账龄情况如下：

单位：万元、%

项目	2020.6.30		2019.12.31		2018.12.31		2017.12.31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
1 年以内	14,604.66	96.93	12,276.79	97.47	10,836.97	96.01	6,130.56	95.12
1-2 年	180.16	1.20	47.16	0.37	310.83	2.75	257.55	4.00
2-3 年	35.33	0.23	159.87	1.27	137.81	1.22	54.86	0.85
3 年以上	246.83	1.64	111.96	0.89	1.33	0.01	1.89	0.03
合计	15,066.98	100.00	12,595.78	100.00	11,286.94	100.00	6,444.84	100.00

报告期各期末，账龄超过 1 年的应付账款分别为 314.29 万元、449.97 万元、318.99 万元和 462.32 万元，占各期末应付账款的比例分别为：4.88%、3.98%、2.53%和 3.07%，占比较小。

发行人部分应付账款账龄在 1 年以上，主要原因有以下两方面：（1）未到合同付款条件及质保期未到形成的待付尾款；（2）供应商未请求付款的待付款，主要是公司设备、工程供应商未请求付款的设备、工程尾款。2020 年 6 月末，发行人账龄 1 年以上的应付账款如下：

单位：万元

序号	款项性质	2020.6.30
1	未到合同付款条件及质保期未到形成的待付尾款	128.51
2	供应商未请求付款的待付款	333.80
合计		462.32

报告期内，发行人账龄超过 1 年的应付账款不存在争议或纠纷。

三、披露应付账款水平、应付账款占采购额的比例与同行业可比公司是否存在差异及差异合理性

2017 年至 2019 年，公司应付账款水平、应付账款占采购额的比例与同行业

可比公司对比如下：

单位：万元、%

可比公司	项目	2019 年	2018 年	2017 年
通产丽星	应付账款	37,980.37	16,192.40	16,736.09
	应付账款占采购额比例	34.92	25.43	28.83
锦盛新材	应付账款	1,870.92	2,112.54	2,655.85
	应付账款占采购额比例	16.81	13.38	21.07
诺斯贝尔	应付账款	38,011.61	29,412.66	25,497.45
	应付账款占采购额比例	24.17	25.23	27.40
嘉亨家化	应付账款	12,595.78	11,286.94	6,444.84
	应付账款占采购额比例	29.85	25.73	21.25

注：由于诺斯贝尔未披露 2019 年采购金额，2019 年诺斯贝尔应付账款、应付账款占采购额的比例，采用的是青松股份的相关数据。

公司应付账款水平、应付账款占采购额的比例在同行业可比公司波动范围，不存在重大差异，符合行业特征。

问题（2）：

报告期各期末应付账款与主要供应商、采购合同匹配情况，相关采购合同的执行情况，报告期应付账款结算是否存在支付给个人、非合同指定账户的情形，如有请披露原因；

回复：

发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十一、偿债能力、流动性与持续经营能力分析”之“（一）负债情况分析”之“2、应付账款”补充披露如下：

一、报告期各期末应付账款与主要供应商、采购合同匹配情况，相关采购合同的执行情况

（一）报告期各期末应付账款与主要供应商匹配情况

1、应付账款前五名情况

报告期各期末，应付账款金额前 5 名情况如下：

单位：万元、%

年度	排名	供应商名称	采购内容	金额	占应付账款比例
2020 年 6 月末	1	苏州江天包装彩印有限公司及其同一控制下公司	标签、包材	1,090.41	7.24
	2	东营市海科新源化工有限责任公司	日化原料	684.54	4.54

年度	排名	供应商名称	采购内容	金额	占应付账款比例
	3	利洁时家化（中国）有限公司	包材、日化原料	560.92	3.72
	4	上海奇鸣生物科技有限公司	日化原料	521.11	3.46
	5	浙江练南建设集团有限公司	生产基地建设工程	520.00	3.45
	应付账款前五名合计			3,376.99	22.41
2019 年末	1	苏州江天包装彩印有限公司及其同一控制下公司	标签、包材	926.59	7.36
	2	广州合淼生物科技有限公司	日化原料	732.57	5.82
	3	上海扬盛印务有限公司	包材	691.11	5.49
	4	上海正伟印刷有限公司	标签、包材	507.50	4.03
	5	上海奇鸣生物科技有限公司	日化原料	487.64	3.87
	应付账款前五名合计			3,345.41	26.56
2018 年末	1	苏州江天包装彩印有限公司及其同一控制下公司	标签、包材	919.51	8.15
	2	上海百雀羚供应链管理有限公司	包材、日化原料	845.57	7.49
	3	利洁时家化（中国）有限公司	包材、日化原料	695.67	6.16
	4	苏州雅利印刷有限公司及其子公司	标签、包材	427.72	3.79
	5	上海扬盛印务有限公司	包材	363.65	3.22
	应付账款前五名合计			3,252.11	28.81
2017 年末	1	苏州江天包装彩印有限公司及其同一控制下公司	标签、包材	894.37	13.88
	2	上海扬盛印务有限公司	包材	610.02	9.47
	3	上海百雀羚供应链管理有限公司	包材、日化原料	266.71	4.14
	4	江门敬记塑胶厂有限公司	包材	237.19	3.68
	5	苏州雅利印刷有限公司及其子公司	标签、包材	189.59	2.94
	应付账款前五名合计			2,197.88	34.10

2、原材料供应商前五名情况

报告期内，公司向前五名原材料供应商的采购情况如下：

单位：万元、%

年度	排名	供应商名称	主要采购内容	采购金额	占总采购比例
2020 年 1-6 月	1	苏州江天包装彩印有限公司及同一控制下公司	标签	1,163.58	5.45
	2	中海壳牌石油化工有限公司	合成树脂	1,118.00	5.24
	3	东营市海科新源化工有限责任公司	其他添加剂	789.43	3.70
	4	上海奇鸣生物科技有限公司	润肤剂、保湿剂、皮肤调理剂、柔顺剂、防腐剂等	778.82	3.65
	5	上海烯成实业有限公司	合成树脂	722.45	3.39
	前五名供应商合计			4,572.29	21.43
2019 年	1	中海壳牌石油化工有限公司	合成树脂	6,386.88	15.14
	2	苏州江天包装彩印有限公司及同一控制下公司	标签	2,391.25	5.67

年度	排名	供应商名称	主要采购内容	采购金额	占总采购比例
	3	上海奇鸣生物科技有限公司	润肤剂、保湿剂、皮肤调理剂、柔顺剂、防腐剂等	1,120.88	2.66
	4	丰益油脂科技有限公司	表面活性剂	1,078.45	2.56
	5	泰柯棕化（张家港）有限公司	表面活性剂	968.96	2.30
	前五名供应商合计			11,946.42	28.31
2018年	1	中海壳牌石油化工有限公司	合成树脂	2,714.39	6.19
	2	丰益油脂科技有限公司	表面活性剂	2,375.17	5.41
	3	苏州江天包装彩印有限公司及同一控制下公司	标签	2,272.61	5.18
	4	奔诺能源化工有限公司	合成树脂	2,119.28	4.83
	5	山东华鲁国际贸易有限公司、山东华创国际贸易有限公司	合成树脂	2,029.48	4.63
	前五名供应商合计			11,510.93	26.24
2017年	1	山东华鲁国际贸易有限公司、山东华创国际贸易有限公司	合成树脂	2,324.24	7.66
	2	苏州江天包装彩印有限公司及同一控制下公司	标签	2,137.42	7.05
	3	常州云汉塑料有限公司	合成树脂	2,116.66	6.98
	4	中海壳牌石油化工有限公司	合成树脂	1,195.87	3.94
	5	泰柯棕化（张家港）有限公司	表面活性剂	1,082.65	3.57
	前五名供应商合计			8,856.84	29.20

报告期内，公司应付账款前五名与供应商前五名存在差异，主要原因是表面活性剂、合成树脂（PE、PP 等）等原材料，公司一般需要预付大部分款项，公司该类原材料供应商期末应付款项较少，但是其采购金额较大，导致公司期末应付账款供应商主要是标签、包材、日化原料供应商。

报告期各期末，公司应付账款主要应付对象与主要供应商存在差异，符合行业特征及发行人与供应商的结算信用政策。

（二）报告期各期末应付账款与采购合同匹配情况，相关采购合同的执行情况

报告期内，报告期各期末应付账款与采购情况具体如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
采购总额	21,338.92	42,197.26	43,865.60	30,333.61
其中：合成树脂	5,374.18	14,052.11	17,508.33	13,788.73
表面活性剂	2,058.82	3,378.17	4,011.94	2,263.99
其他采购	13,905.91	24,766.98	22,345.33	14,280.88
应付账款-材料款	12,332.19	10,856.24	9,370.89	5,267.72
其他采购/应付账款-	1.13	2.28	2.38	2.71

材料款				
付款周期（月）	5.32	5.26	5.03	4.43

原材料表面活性剂、合成树脂（PE、PP 等）等原材料，公司一般需要预付大部分款项，公司该类原材料对应的供应商期末应付账款金额很小。剔除表面活性剂、合成树脂的采购金额，报告期内，公司原材料采购付款周期为 4-5 个月。大多数供应商给公司的信用期为票到 60 天-120 天，受原材料分批次到货时间、供应商发票开具时间以及发行人付款流程影响，对主要供应商实际的采购付款周期约为 4-5 个月。

公司报告期各期末应付账款与采购合同额匹配，公司采购合同执行情况正常。

二、报告期应付账款结算是否存在支付给个人、非合同指定账户的情形，如有请披露原因

发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十一、偿债能力、流动性与持续经营能力分析”之“（一）负债情况分析”之“2、应付账款”补充披露如下：

“报告期发行人应付账款结算支付给个人、非合同指定账户的情形如下：

单位：万元

期间	支付个人金额	支付非合同指定账户金额	合计金额
2020 年 1-6 月	9.77	-	9.77
2019 年	4.04	55.00	59.04
2018 年	27.21	-	27.21
2017 年	21.72	-	21.72

报告期内，公司应付账款结算存在支付给个人、非合同指定账户的情形，具体原因如下：

1、公司支付给个人款项，主要是公司采购员垫资采购零星车间配件、辅料，公司向采购员报销相关采购款，报告期内金额较小。

2、2019 年公司支付非合同指定账户金额，系支付给同一控制下的不同主体。吴江奥星空调净化工程有限公司、苏州厦顺空调净化工程有限公司为同一控制下的主体，为公司提供空调装修安装工程服务，与公司长期合作。2019 年，公司与吴江奥星空调净化工程有限公司签订合同，实际付款时，工程款项 55 万元支付给苏州厦顺空调净化工程有限公司。”

问题（3）：

报告期主要应付账款对应的采购内容、付款政策、供应商给发行人的信用政策，结合前述信息和账龄情况，付款是否符合同约定、是否信用逾期及逾期原因，是否存在拖欠供应商款项的情形。

回复：

通常情况下，发行人与供应商采用定期结算付款方式，付款结算期限通常为货到后 30 天至 120 天，货到票到后支付。受原材料分批次到货时间、供应商发票开具时间以及发行人付款流程影响，对主要供应商实际的采购付款周期约为 4-5 个月。**由于双方结算未及时完成付款流程等原因导致部分应付款项存在逾期，账龄基本在 1 年以内，公司已在合理付款时间内付款，不存在拖欠供应商款项的情形。**

报告期各期末，公司前 10 名应付材料款、金额超过 50 万元的应付工程设备款对应的采购内容、付款政策、供应商给发行人的信用政策等情况具体如下：

一、原材料

单位：万元、%

年度	排名	供应商名称	采购内容	应付余额	占应付账款比例	供应商给发行人的信用政策	账龄	逾期金额	逾期原因
2020 年 6 月末	1	苏州江天包装彩印有限公司及其同一控制下公司	标签、包材	1,090.41	7.24	-	一年以内	241.24	
		其中：苏州江天包装彩印有限公司	标签、包材	696.61	4.62	票到 90 天/120 天	一年以内	161.97	长期合作，少量款项逾期
		广州江粤印刷科技有限公司	标签	270.28	1.79	票到 60 天	一年以内	79.26	走付款流程
		天津江津印刷科技有限公司	标签	123.52	0.82	票到 60 天	一年以内	未逾期	-
	2	东营市海科新源化工有限责任公司	日化原料	684.54	4.54	票到 60 天	一年以内	197.59	走付款流程
	3	利洁时家化（中国）有限公司	包材、日化原料	560.92	3.72	票到 30 天	一年以内	11.07	走付款流程
	4	上海奇鸣生物科技有限公司	日化原料	521.11	3.46	票到 30 天	一年以内	未逾期	-
	5	苏州雅利印刷有限公司及其子公司	标签、包材	443.41	2.94	-	一年以内	89.69	
		其中：苏州雅利印刷有限公司	标签、包材	406.41	2.70	票到 60 天/90 天	一年以内	89.69	长期合作，少量款项逾期
		雅唯（天津）标签印刷有限公司	标签	19.62	0.13	票到 60 天	一年以内	未逾期	-
		雅利（广州）印刷有限公司	标签	17.38	0.12	票到 30 天	一年以内	未逾期	-
	6	苏州市麦点彩印有限公司	包材	435.13	2.89	票到 60 天	一年以内	283.61	走付款流程
	7	上海扬盛印务有限公司	包材	340.60	2.26	票到 60 天	一年以内	203.36	长期合作，部分款项逾期
	8	上海美美尚隽印刷有限公司	包材	277.40	1.84	票到 60 天/90 天	一年以内	158.06	走付款流程
	9	奥普拉（太仓）塑料制品有限公司	标签	269.43	1.79	票到 60 天	一年以内	173.42	走付款流程
	10	家利塑胶（上海）有限公司	包材	263.36	1.75	票到 60 天	一年以内	140.92	走付款流程

年度	排名	供应商名称	采购内容	应付余额	占应付账款比例	供应商给发行人的信用政策	账龄	逾期金额	逾期原因
	前十名合计			**4,886.32**	**32.43**			**1,498.95**	
2019 年末	1	苏州江天包装彩印有限公司及其同一控制下公司	标签、包材	926.59	7.36	-	一年以内	128.61	
		其中：苏州江天包装彩印有限公司	标签、包材	595.62	4.73	票到 90 天/120 天	一年以内	128.61	长期合作，少量款项逾期
		广州江粤印刷科技有限公司	标签	176.95	1.40	票到 60 天	一年以内	未逾期	-
		天津江津印刷科技有限公司	标签	154.02	1.22	票到 60 天	一年以内	未逾期	-
	2	广州合淼生物科技有限公司	日化原料	732.57	5.82	票到 30 天	一年以内	244.87	走付款流程
	3	上海扬盛印务有限公司	包材	687.87	5.46	票到 60 天	一年以内	622.09	长期合作，部分款项逾期
	4	上海正伟印刷有限公司	标签	507.50	4.03	票到 120 天	一年以内	344.11	长期合作，部分款项逾期
	5	上海奇鸣生物科技有限公司	日化原料	487.64	3.87	票到 30 天	一年以内	未逾期	-
	6	江门敬记塑胶厂有限公司	包材	451.88	3.59	票到 30 天	一年以内	421.05	走付款流程
	7	苏州市麦点彩印有限公司	包材	427.75	3.40	票到 60 天	一年以内	149.80	走付款流程
	8	苏州雅利印刷有限公司及其子公司	标签、包材	374.83	2.98	-	一年以内	131.13	
		其中：苏州雅利印刷有限公司	标签、包材	345.38	2.74	票到 60 天/90 天	一年以内	130.50	长期合作，少量款项逾期
		雅唯（天津）标签印刷有限公司	标签	22.58	0.18	票到 60 天	一年以内	0.63	走付款流程
		雅利（广州）印刷有限公司	标签、包材	6.87	0.05	票到 30 天	一年以内	未逾期	-
	9	上海泛鹰商贸有限公司	日化原料	233.82	1.86	票到 30 天/60 天	一年以内	208.00	走付款流程

年度	排名	供应商名称	采购内容	应付余额	占应付账款比例	供应商给发行人的信用政策	账龄	逾期金额	逾期原因
	10	广州市佳旭包装材料有限公司	包材	206.30	1.64	票到 30 天/60 天	一年以内	11.45	走付款流程
	前十名合计			**5,036.74**	**39.99**			**2,261.11**	
2018 年末	1	苏州江天包装彩印有限公司及其同一控制下公司	标签、包材	919.51	8.15	-	一年以内	205.02	
		其中：苏州江天包装彩印有限公司	标签	553.60	4.90	票到 90 天/120 天	一年以内	69.40	与客户约定改由票据支付
		广州江粤印刷科技有限公司	标签	188.27	1.67	票到 60 天	一年以内	83.31	走付款流程
		天津江津印刷科技有限公司	标签	177.64	1.57	票到 60 天	一年以内	52.31	走付款流程
	2	上海百雀羚供应链管理有限公司	包材、日化原料	845.57	7.49	票到 30 天	一年以内	未逾期	-
	3	利洁时家化（中国）有限公司	包材、标签、日化原料	695.67	6.16	票到 30 天	11.07 万元为 1-2 年，其余为一年以内	115.65	走付款流程
	4	苏州雅利印刷有限公司及其子公司	标签、包材	427.72	3.79	-	一年以内	119.20	
		其中：苏州雅利印刷有限公司	标签、包材	363.45	3.22	票到 60 天/90 天	一年以内	109.31	长期合作，少量款项逾期
		雅唯（天津）标签印刷有限公司	标签	37.62	0.33	票到 60 天	一年以内	0.63	走付款流程
		雅利（广州）印刷有限公司	标签、包材	26.64	0.24	票到 30 天	一年以内	9.25	走付款流程
	5	上海扬盛印务有限公司	包材	363.65	3.22	票到 60 天	2.54 万元为 1-2 年，其余为一年以内	111.99	长期合作，部分款项逾期
	6	上海正伟印刷有限公司	标签	325.13	2.88	票到 120 天	一年以内	109.35	走付款流程

年度	排名	供应商名称	采购内容	应付余额	占应付账款比例	供应商给发行人的信用政策	账龄	逾期金额	逾期原因
	7	江门敬记塑胶厂有限公司	包材	231.20	2.05	票到 30 天	一年以内	111.61	走付款流程
	8	上海美美尚隽印刷有限公司	包材、标签	209.35	1.85	票到 60 天	一年以内	56.78	走付款流程
	9	天津中荣印刷科技有限公司	包材	208.59	1.85	票到 90 天	一年以内	96.62	走付款流程
	10	富祥塑胶制品（上海）有限公司	包材	182.81	1.62	票到 60 天	一年以内	56.90	走付款流程
	前十名合计			**4,409.19**	**39.06**			**983.12**	
2017 年末	1	苏州江天包装彩印有限公司及其同一控制下公司	标签、包材	894.37	13.88	-	一年以内	111.04	
		其中：苏州江天包装彩印有限公司	标签、包材	468.72	7.27	票到 90 天/120 天	一年以内	11.61	走付款流程
		广州江粤印刷科技有限公司	标签	266.28	4.13	票到 60 天	一年以内	99.42	走付款流程
		天津江津印刷科技有限公司	标签	159.38	2.47	票到 60 天	一年以内	未逾期	-
	2	上海扬盛印务有限公司	包材	610.02	9.47	票到 60 天	0.39 万元为 1-2 年，其余为一年以内	424.51	长期合作，存在部分款项逾期
	3	上海百雀羚供应链管理有限公司	日化原料、标签	266.71	4.14	票到 30 天	0.60 万元为 1-2 年，其余为一年以内	0.60	走付款流程
	4	江门敬记塑胶厂有限公司	包材	237.19	3.68	票到 30 天	一年以内	183.95	走付款流程
	5	苏州雅利印刷有限公司及其子公司	标签、包材	189.59	2.94	-	一年以内	34.05	
		其中：苏州雅利印刷有限公司	标签、包材	156.10	2.42	票到 60 天/90 天	一年以内	34.05	走付款流程
		雅唯（天津）标签印刷有限公司	标签	33.48	0.52	票到 60 天	一年以内	未逾期	-

年度	排名	供应商名称	采购内容	应付余额	占应付账款比例	供应商给发行人的信用政策	账龄	逾期金额	逾期原因
	6	安配色色母粒制造（上海）有限公司	色母	148.45	2.30	票到 30 天/60 天	一年以内	18.00	走付款流程
	7	苏州钜盛塑胶科技有限公司	包材	125.49	1.95	票到 30 天	一年以内	未逾期	-
	8	广州市佳旭包装材料有限公司	包材	118.95	1.85	票到 60 天	一年以内	0.33	走付款流程
	9	嘉善人民印刷包装有限公司	包材	108.95	1.69	票到 60 天	一年以内	31.45	走付款流程
	10	上海西玛塑料包装有限公司	包材	103.91	1.61	票到 60 天	一年以内	54.11	走付款流程
	前十名合计			**2,803.62**	**43.50**			**858.03**	

注：苏州江天包装彩印有限公司及其同一控制下公司包括苏州江天包装彩印有限公司、广州江粤印刷科技有限公司、天津江津印刷科技有限公司；苏州雅利印刷有限公司及其子公司包括苏州雅利印刷有限公司、雅唯（天津）标签印刷有限公司、雅利（广州）印刷有限公司。

二、工程、设备款

报告期各期末，金额超过 50 万元的应付工程、设备款情况如下：

单位：万元、%

期间	排名	供应商名称	采购内容	应付余额	占应付账款比例	供应商给发行人的信用政策	账龄	逾期金额	逾期原因
2020 年 6 月末	1	浙江练南建设集团有限公司	湖州生产基地建设工程	520.00	3.45	桩基完成并经验收合格付 8%，基础完成并经验收合格付 12%，车间主体二层楼面完成并经验收合格付 12%，车间主体三层楼面完成并经验收合格付 20%，主体全部结项完成并经验收合格付 20%，五方主体竣工验收合格付 20.5%，竣工验收合格一年付 5%，余款 2.5%作	一年以内	未逾期	

期间	排名	供应商名称	采购内容	应付余额	占应付账款比例	供应商给发行人的信用政策	账龄	逾期金额	逾期原因
						为质保金于竣工验收合格满 2 年付清			
	2	上海诚兴机械电子有限公司	设备	307.81	2.04	预付 50%，发货前付 40%，剩余 10%作为质保金在合格一年后的第一周内付清	32.69 万元为 1-2 年，其余为一年以内	260.06	设备运行调试中
	3	吴江奥星空调净化工程有限公司、苏州厦顺空调净化工程有限公司	车间装修安装工程	185.26	1.23	合同生效后 3 个工作日内预付 30%；施工材料及人员进场后 5 个工作日内付 40-50%；施工完成并经验收合格后付 15-25%；1 年保修期满后付 5%	57.58 万元为 1-2 年，其余为一年以内	185.26	长期合作，部分款项逾期
	4	强生（中国）有限公司	设备	61.87	0.41	收到发票后 15 日内付清	一年以内	61.87	走付款流程
	合计			**1,074.94**	**7.13**			**507.19**	
2019 年末	1	吴江奥星空调净化工程有限公司、苏州厦顺空调净化工程有限公司	车间装修安装工程	354.16	2.81	合同生效后 3 个工作日内预付 30%；施工材料及人员进场后 5 个工作日内付 40-50%；施工完成并经验收合格后付 15-25%；1 年保修期满后付 5%	一年以内	249.91	长期合作，部分款项逾期
	2	强生（中国）有限公司	设备	61.87	0.49	收到发票后 15 日内付清	一年以内	61.87	走付款流程
	3	无锡旌科科技有限公司	设备	60.13	0.48	合同生效 5 个工作日内预付 50%，出厂测试完成后 5 个工作日内付 30%，验收后 5 个工作日内付剩余 20%（小剂量包装一体机）；合同生效 5 个工作日内付全款（立式半自动灌装机）	一年以内	60.13	走付款流程

期间	排名	供应商名称	采购内容	应付余额	占应付账款比例	供应商给发行人的信用政策	账龄	逾期金额	逾期原因
	4	上海诚兴机械电子有限公司	设备	51.75	0.41	预付 50%，发货前付 40%，剩余 10%作为质保金在合格一年后的第一周内付清	一年以内	47.05	走付款流程
	合计			**527.91**	**4.19**			**418.96**	
2018 年末	1	吴江奥星空调净化工程有限公司	车间装修安装工程	299.79	2.66	合同生效后 3 个工作日内预付 30%；施工材料及人员进场后 5 个工作日内付 40-50%；施工完成并经验收合格后付 15-25%；1 年保修期满后付 5%	34.31 万元为 1-2 年，24.38 万元为 2-3 年，其余为一年以内	199.94	工程未完结，对方未请款
	2	上海诚兴机械电子有限公司	设备	97.47	0.86	预付 50%，发货前付 40%，剩余 10%作为质保金在合格一年后的第一周内付清	一年以内	54.47	走付款流程
	合计			**397.26**	**3.52**			**254.41**	
2017 年末	1	吴江奥星空调净化工程有限公司	车间装修安装工程	58.52	0.91	合同生效后 3 个工作日内预付 30%；施工材料及人员进场后 5 个工作日内付 50%;施工完成并经验收合格后付 15%;1 年保修期满后付 5%	24.38 万元为 1-2 年，其余为一年以内	52.22	工程未完结，对方未请款
	合计			**58.52**	**0.91**			**52.22**	

问题（4）：

应付账款期后结算情况，结合回款情况和资金需求等，补充披露是否存在流动性风险。

回复：

发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十一、偿债能力、流动性与持续经营能力分析”之“（六）流动性风险分析”补充披露如下：

“1、发行人期后结算情况

报告期期后，发行人付款情况正常，不存在流动性风险。报告期后，付款情况具体如下表所示：

单位：万元、%

期末时点	期末应付账款余额	2020年7月付款金额	付款金额占期末余额比例
2020年6月末	15,066.98	4,402.21	29.22

2、发行人应收账款回款良好

2020年6月末，公司应收账款余额为24,448.09万元，期后一个月回款金额为7,410.65万元，占比30.31%。发行人期后回款情况良好。公司主要客户为行业内经营稳定、信誉良好的跨国企业或知名民族品牌企业，有效保证了应收账款的收款质量。应收账款的持续回款能够为发行人带来现金流入，保障发行人支付能力。

3、发行人保有维持正常经营的货币资金

报告期各期末，公司货币资金余额分别为1,867.11万元、4,142.53万元、11,113.55万元和7,541.20万元。发行人货币资金余额能够维持企业正常经营和支付能力。

4、公司可预见的重大资本支出计划主要为本次募集资金投资项目，具体如下表所示：

单位：万元

项目名称	投资总额	拟投入募集资金金额	建设期	备案文号
化妆品及塑料包装容器生产基地建设项目	35,693	35,500	24个月	2019-330503-26-03-816877
技术研发中心升级建设项目	3,341	3,300	24个月	2019-310117-73-03-006825
补充流动资金	5,000	5,000	-	
合计	44,034	43,800	-	

5、报告期内，公司流动负债和非流动负债的比重维持在相对稳定的水平，

债务期限结构良好

公司负债主要为流动负债，报告期内各期末，流动负债占负债总额的比例均超过 99%。报告期内，公司流动负债和非流动负债的比重维持在相对稳定的水平，债务期限结构良好，与公司业务发展相匹配。

公司主要通过如下措施管理流动性风险：积极开拓相关授信合作银行，并加深与相关银行的合作，扩大授信规模；在资金使用上，亦注重科学合理安排债务期限结构，在额度、期限、融资渠道方面尽量保持分散，避免融资集中到期。

综上所述，发行人期后付款情况正常，应收账款回收良好，保有维持正常经营的货币资金，能够维持企业正常经营和支付能力，可预见的重大资本支出计划主要为本次募集资金投资项目，公司通过获取银行贷款等方式管理公司现金流，发行人支付能力正常，不存在流动性风险。”

问题（5）：

请保荐人、申报会计师对上述事项核查并发表明确意见。

回复：

保荐机构和申报会计师履行了以下核查程序：

1、获取发行人报告期各期应付账款账龄分析表，选取样本核实账龄划分的准确性，关注是否存在账龄超过一年的大额应付账款并核实长期挂账原因；

2、分析报告期各期末应付账款余额的变动合理性，并将应付账款余额占采购额的比例与同行业可比公司进行对比，核实是否存在差异，以及产生差异的合理性；

3、选取样本检查报告期内主要供应商的采购合同，关注信用期、结算方式与应付账款期末余额是否匹配，是否存在逾期支付款项的情况；

4、获取发行人报告期内的银行对账单，关注付款日期、支付金额、交易对手等信息与账面记录是否一致，核实是否存在支付给个人或第三方的情形；

5、选取样本对发行人报告期内主要供应商的交易金额及应付账款余额进行函证，核实报告期各期交易金额及各期末余额的真实性与准确性；

6、了解发行人报告各期应收账款回款及期后收款情况、应付账款付款及期后付款情况，结合现金流量表数据，分析发行人是否存在流动性风险 。

经核查，保荐机构和申报会计师认为：

1、发行人报告期各期末应付账款余额较高并逐年增长主要原因系与供应商的结算所致，真实合理，符合公司实际经营情况；报告期期末发行人部分应付账款账龄在 1 年以上的原因真实合理，不存在争议或纠纷，发行人应付账款水平、应付账款占采购额的比例与同行业可比公司不存在重大差异。

2、报告期各期末主要应付账款对象与主要供应商存在一定差异，差异原因具有合理性；报告期各期末主要应付账款余额与采购合同中约定的信用期及结算方式基本匹配；报告期内存在少量支付给个人或第三方的情况，经核实原因具有合理性。

3、报告期内应付账款发生额主要为应付原材料采购款、工程及设备款，存在少数逾期支付的情况，发行人不存在大额拖欠供应商款项的情形。

4、发行人应付账款期后结算情况正常，且应收账款回款良好，不存在流动性风险。

14、关于主营业务成本。

申报材料显示，报告期内发行人主营业务成本分别为 38,736.33 万元、51,974.96 万元和 54,788.90 万元。

请发行人：（1）补充披露报告期内按成本结构细分的各产品主营业务成本的构成及金额占比情况，主要项目成本结构变动的原因及合理性，与项目营业收入、业务量变动的匹配情况，并说明各业务成本的归集与分类核算方法；（2）补充披露报告期各期发行人主要原材料的期初结存、本期生产、本期消耗、期末结存的数量金额，及主要产品报告期内原材料投入产出的匹配关系；（3）结合原材料价格及采购量、生产人员数量及平均薪资、产品工艺流程变化等具体情况，分析并披露报告期各期营业成本结构中料、工、费占比的变动原因及合理性；（4）结合生产模式及业务流程，补充披露产品成本的主要核算方法和核算过程、成本的归集对象，产品成本确认、计量、结转的完整性与合规性；（5）披露主要能源耗用量与产销量的配比关系；（6）结合发行人主要生产性固定资产的变动情况，补充披露其与各期产能的匹配关系。

请保荐人、申报会计师对上述情况核查并发表明确意见。

回复：

问题（1）：

补充披露报告期内按成本结构细分的各产品主营业务成本的构成及金额占比情况，主要项目成本结构变动的原因及合理性，与项目营业收入、业务量变动的匹配情况，并说明各业务成本的归集与分类核算方法。

回复：

一、报告期内按成本结构细分的各产品主营业务成本的构成及金额占比情况，主要项目成本结构变动的原因及合理性，与项目营业收入、业务量变动的匹配情况

发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“九、盈利能力分析”之“（二）营业成本分析”之“4、各类产品成本结构变动分析”补充披露如下：

报告期内，主营业务成本按照产品构成及金额占比情况如下：

单位：万元、%

项目	2020 年 1-6 月		2019 年		2018 年		2017 年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
塑料包装容器	11,565.90	43.49	30,227.65	55.17	31,454.86	60.52	26,732.90	69.01
化妆品	9,134.68	34.35	16,711.67	30.50	12,548.29	24.14	6,872.02	17.74
家庭护理产品	5,894.26	22.16	7,849.58	14.33	7,971.81	15.34	5,131.41	13.25
合　计	**26,594.84**	**100.00**	**54,788.90**	**100.00**	**51,974.96**	**100.00**	**38,736.33**	**100.00**

注：为提高报告各期数据的可比性，2020 年 1-6 月的主营业务成本结构中未包含因执行新收入准则而计入主营业务成本的包装费、运输费。

（一）塑料包装容器

报告期内，塑料包装容器主营业务成本构成及金额占比情况如下：

单位：万元、%

项目	2020 年 1-6 月		2019 年		2018 年		2017 年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
直接材料	**7,351.95**	**63.57**	**20,677.67**	**68.41**	**21,881.73**	**69.57**	**18,171.27**	**67.97**
直接人工	**1,586.53**	**13.72**	**3,836.29**	**12.69**	**3,756.13**	**11.94**	**3,290.45**	**12.31**
制造费用	**2,627.42**	**22.72**	**5,713.69**	**18.90**	**5,817.01**	**18.49**	**5,271.18**	**19.72**
合　计	**11,565.90**	**100.00**	**30,227.65**	**100.00**	**31,454.86**	**100.00**	**26,732.90**	**100.00**

注：为提高报告各期数据的可比性，2020 年 1-6 月的主营业务成本结构中未包含因执行新收入准则而计入塑料包装容器主营业务成本的包装费、运输费。

报告期内，塑料包装容器主营业务成本中，直接材料、直接人工、制造费用占比较为稳定，占比波动情况及原因如下：

1、直接材料

报告期内，公司塑料包装容器主营业务成本中，直接材料占比分别为67.97%、69.57%、68.41%和63.57%，较为稳定。

直接材料占比变化主要与合成树脂采购单价的变动有关。2018 年合成树脂采购单价较2017 年上升7.77%，2019 年较2018 年下降17.31%，2020 年1-6 月较2019 年下降14.66%，直接材料占比随之波动。2020 年1-6 月受春节假期及疫情影响，塑料包装产量、销量下降，原材料领用减少，折旧、摊销等固定制造费用仍在发生,两方面因素叠加影响,导致2020 年1-6 月直接材料占比较2019 年下降4.84 个百分点。

2、直接人工

报告期内，公司塑料包装容器主营业务成本中，直接人工占比分别为12.31%、11.94%、12.69%和13.72%，较为稳定。

2017-2019 年，直接人工金额不断上升，随着主要原材料价格波动、折旧摊销等制造费用的变动，直接人工占比略有变化。2020 年1-6 月，受春节及疫情影响，塑料包装产量、销量下降，人工成本下降幅度较小，导致直接人工占比略有上升。

3、制造费用

报告期内，公司塑料包装容器主营业务成本中，制造费用占比分别为19.72%、18.49%、18.90%和22.72%，较为稳定。其中2020 年1-6 月制造费用占比增加，主要原因是：受春节假期及疫情影响，塑料包装产量、销量下降，折旧、摊销等固定制造费用仍在发生，导致制造费用占比较2019 年上升3.82 个百分点。

4、与项目营业收入、业务量变动的匹配情况

报告期内，塑料包装容器成本各项目与销售收入、销量变动的匹配情况如下：

单位：万元、万个、、%

项目	2020 年1-6 月		2019 年		2018 年		2017 年
	金额	增幅	金额	增幅	金额	增幅	金额

直接材料	7,351.95	-28.89	20,677.67	-5.50	21,881.73	20.42	18,171.27
直接人工	1,586.53	-17.29	3,836.29	2.13	3,756.13	14.15	3,290.45
制造费用	2,627.42	-8.03	5,713.69	-1.78	5,817.01	10.35	5,271.18
合计	11,565.90	-23.47	30,227.65	-3.90	31,454.86	17.66	26,732.90
收入	16,907.71	-24.03	44,509.21	0.91	44,106.84	22.95	35,873.86
销量	28,249.57	-24.24	74,576.04	-12.99	85,708.17	21.25	70,689.05

注：2020 年 1-6 月增幅=（当期金额*2-2019 年金额）/2019 年金额。

2018 年，直接材料增长 20.42%，与销售收入、销量的增幅基本一致；销售规模扩大的同时，直接人工、制造费用没有同比增长，增幅略小于销售收入、销量增幅。

2019 年，销售收入基本保持不变，直接材料下降 5.50%，主要系合成树脂采购价格下降 17.31%所致。直接人工、制造费用与 2018 年相比小幅波动。

2020 年 1-6 月，直接材料下降 28.89%，销售收入下降 24.03%，销量下降 24.24%，变动幅度基本一致；由于制造费用相对固定，下降幅度小于销售收入、销量。

（二）化妆品

报告期内，化妆品主营业务成本构成及金额占比情况如下：

单位：万元、%

项目	2020 年 1-6 月		2019 年		2018 年		2017 年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
直接材料	6,217.05	68.06	10,826.58	64.78	8,723.45	69.52	4,692.48	68.28
直接人工	1,803.89	19.75	3,968.72	23.75	2,443.79	19.48	1,088.35	15.84
制造费用	1,113.74	12.19	1,916.37	11.47	1,381.05	11.01	1,091.19	15.88
合　计	9,134.68	100.00	16,711.67	100.00	12,548.29	100.00	6,872.02	100.00

注：为提高报告各期数据的可比性，2020 年 1-6 月的主营业务成本结构中未包含因执行新收入准则而计入化妆品主营业务成本的包装费、运输费。

报告期内，化妆品主营业务成本中，直接材料、直接人工、制造费用占比总体较为稳定，占比波动情况及原因如下：

1、直接材料

报告期内，公司化妆品主营业务成本中，直接材料占比分别为 68.28%、69.52%、64.78%和 68.06%，较为稳定。其中 2019 年直接材料占比较低，主要原因是：

一方面，2019 年，郁美净儿童霜（袋装）销售收入 968.81 万元较 2018 年

385.44 万元有较大幅度增长，郁美净儿童霜（袋装）主要原料和包材由郁美净提供，因此其成本结构中，直接材料占比较低几乎为 0，直接人工和制造费用 2019 年较 2018 年增加 419.62 万元。

另一方面，2019 年，公司对气味图书馆销售收入较 2018 年有较大幅度增长，其中新增香水产品收入 334.30 万元、成本 345.87 万元，该类产品由气味图书馆提供包材，且其产品包装设计较为复杂，需要多道人工操作，人工成本和制造费用占比较高，达到 88.71%，直接人工和制造费用 2019 年较 2018 年增加 306.83 万元，影响了直接材料占比。

2019 年，剔除上述郁美净儿童霜（袋装）、气味图书馆香水产品变动金额的影响，2019 年直接材料占比为 68.68%，与其他年度相比不存在明显差异。

2、直接人工

化妆品通常需要通过包装设计来实现产品营销，包括产品组合、产品不同层次包装等，因此化妆品生产后端包装环节人工需求较大，导致化妆品成本结构中人工占比相对较高。报告期内化妆品直接人工逐年上升，主要系公司化妆品业务快速增长，客户群体不断增加，产品不断丰富，客户销售收入稳步上升，生产规模扩大，生产人员人数增加。

2018 年，直接人工占比较 2017 年上升，主要原因是贝泰妮“薇诺娜”系列产品销售收入增长以及本年新增郁美净儿童霜（袋装）销售，两者由客户提供主要原料和包材，直接人工占比较高。其中，贝泰妮 2018 年销售收入增加导致销售成本增加 411.30 万元，其中直接人工占比约 74%；新增郁美净儿童霜（袋装）销售，该产品 2018 年销售成本 220.78 万元，其中直接人工占比约 72%。

2019 年，直接人工占比较 2018 年进一步上升，主要原因是：郁美净儿童霜（袋装）销售收入持续增长，其成本结构中直接人工占比较高；此外，气味图书馆新增香水产品销售，其成本 345.87 万元，由客户提供主要包材，且其产品包装设计较为复杂，耗用人工较多，人工成本占比较高，达到 63%。

2020 年 1-6 月，直接人工占比较 2019 年有所下降，主要原因是：公司主要化妆品生产基地位于上海，地方出台社保减免等政策支持企业运营，2020 年上半年，上海嘉亨社保减免金额为 436.40 万元，化妆品人工成本有所下降。

3、制造费用

2018 年，制造费用占比较 2017 年降低，主要原因是：2018 年化妆品产销量增加，材料成本和人工成本显著增加的同时，折旧摊销等制造费用变动幅度相对较小，导致成本结构中制造费用的占比降低 4.87 个百分点。2018 年以来，化妆品制造费用占比相对稳定。

4、与项目营业收入、业务量变动的匹配情况

报告期内，化妆品成本各项目与化妆品销售收入、销量变动的匹配情况如下：

单位：万元、吨、%

项目	2020 年 1-6 月		2019 年		2018 年		2017 年
	金额	增幅	金额	增幅	金额	增幅	金额
直接材料	6,217.05	14.85	10,826.58	24.11	8,723.45	85.90	4,692.48
直接人工	1,803.89	-9.09	3,968.72	62.40	2,443.79	124.54	1,088.35
制造费用	1,113.74	16.23	1,916.37	38.76	1,381.05	26.56	1,091.19
合计	9,134.68	9.32	16,711.67	33.18	12,548.29	82.60	6,872.02
销售收入	13,594.32	18.67	22,911.20	41.78	16,159.93	70.03	9,504.21
销量	5,836.24	7.39	10,869.71	19.81	9,072.65	121.68	4,092.68

注：2020 年 1-6 月增幅=（当期金额*2-2019 年金额）/2019 年金额。

2018 年，直接材料增加 85.90%，与化妆品销售收入增幅基本一致，销量增幅较多，主要系郁美净儿童霜（袋装）、贝泰妮“薇诺娜”系列产品主要原料及包材由客户提供，导致直接材料未与销量同比变动。2018 年，直接人工增长 124.54%，与销量增幅 121.68%基本一致，主要系化妆品后端包装环节人工需求较大，直接人工增加与销量基本匹配。在直接材料、直接人工随着收入、销量快速增长的同时，折旧摊销等制造费用增幅有限，小于销售收入、销量增幅。

2019 年，直接材料增幅小于销售收入增幅，直接人工增幅大于销售收入增幅，主要原因是：郁美净儿童霜（袋装）产品成本构成中，直接材料占比几乎为 0，主要为直接人工及制造费用，导致直接人工和制造费用 2019 年较 2018 年增加 419.62 万元；此外，2019 年新增气味图书馆香水产品销售，包装较为复杂，耗用人工较多，人工成本占比达到 63%，远高于当年 23.75%的平均直接人工占比。由于折旧摊销等制造费用相对固定，制造费用增幅略小于销售收入增幅。

2020 年 1-6 月，直接材料、制造费用与销售收入增幅基本一致；直接人工下降，主要系上海嘉亨社保减免 436.40 万元所致。

（三）家庭护理产品

报告期内，家庭护理产品主营业务成本构成及金额占比情况如下：

单位：万元、%

项目	2020 年 1-6 月		2019 年		2018 年		2017 年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
直接材料	4,441.29	75.35	5,636.87	71.81	6,657.65	83.51	4,004.51	78.04
直接人工	844.58	14.33	1,210.53	15.42	640.36	8.03	549.54	10.71
制造费用	608.39	10.32	1,002.19	12.77	673.80	8.45	577.37	11.25
合　计	5,894.26	100.00	7,849.58	100.00	7,971.81	100.00	5,131.41	100.00

注：为提高报告各期数据的可比性，2020 年 1-6 月的主营业务成本结构中未包含因执行新收入准则而计入家庭护理产品主营业务成本的包装费、运输费。

报告期内，公司家庭护理产品主营业务成本主要由直接材料构成，占主营业务成本比例分别为 78.04%、83.51%、71.81%和 75.35%。

1、直接材料

2017-2019 年，公司家庭护理产品主要为洗洁精、香皂、洗衣液。

2018 年，直接材料占比略有上升，主要系益海嘉里洗洁精产品中直接材料占比超过 80%，2018 年公司对益海嘉里销售规模增幅较大，其成本占家庭护理产品成本的比例由 2017 年的 58.07%增加至 2018 年的 63.37%，益海嘉里成本占比提升，导致 2018 年家庭护理产品直接材料占比提升。

2019 年，直接材料占比下降幅度较大，主要系 2019 年公司与上海家化达成洗衣液 OEM 合作，该产品的主要原料及包材由上海家化提供，直接材料占比很低，成本构成主要为直接人工和制造费用，成本合计 903.77 万元。剔除上海家化洗衣液产品的影响，2019 年直接材料占比为 81.11%，与以前年度不存在明显差异。

2020 年 1-6 月，直接材料占比略有提升，主要原因是：一方面，公司新增强生“Cologne”儿童花露水，销售收入 1,675.89 万元，生产规模相对较大，摊薄了制造费用，直接材料占比 80%左右；另一方面，2020 年 1-6 月，直接材料占比很低的上海家化洗衣液销售减少。

2、直接人工

2018 年，直接人工占比较 2017 年下降 2.68 个百分点，主要原因是直接材料成本增加较多，导致直接人工占比下降。

2019 年，直接人工占比较 2018 年增加 7.39 个百分点，主要原因是：公司 2019 年为上海家化生产的洗衣液产品，由上海家化提供主要原料和包材，成本

构成主要为直接人工和制造费用。剔除上海家化的影响，2019 年，直接人工占比为 9.90%，与以前年度不存在明显差异。

2020 年 1-6 月，直接人工占比与 2019 年相比差异较小，较 2017 年、2018 年有所提升，主要原因是：新增的强生“Cologne”儿童花露水和“邦迪”消毒液，合计销售收入超过 4,000 万元，规格相对较小，包装环节需要人工较多，导致直接人工占比较高。

3、制造费用

2018 年，制造费用占比较 2017 年下降 2.80 个百分点，主要原因是：一方面，直接材料成本增加较多；另一方面，香皂成品经过生产工艺调整，以及规模化生产，制造费用摊薄。

2019 年，制造费用占比较 2018 年增加 4.32 个百分点，主要原因是受上海家化洗衣液产品的影响，剔除该影响，2019 年制造费用占比为 8.99%，与以前年度不存在明显差异。

2020 年 1-6 月，制造费用占比与以前年度相比没有明显差异。

4、与项目营业收入、业务量变动的匹配情况

报告期内，家庭护理产品成本各项目与销售收入、销量变动的匹配情况如下：

单位：万元、吨、%

项目	2020 年 1-6 月		2019 年		2018 年		2017 年
	金额	增幅	金额	增幅	金额	增幅	金额
直接材料	4,441.29	57.58	5,636.87	-15.33	6,657.65	66.25	4,004.51
直接人工	844.58	39.54	1,210.53	89.04	640.36	16.53	549.54
制造费用	608.39	21.41	1,002.19	48.74	673.80	16.70	577.37
合计	5,894.26	50.18	7,849.58	-1.53	7,971.81	55.35	5,131.41
销售收入	8,125.99	81.32	8,962.96	-3.61	9,298.70	49.86	6,205.07
销量	8,017.08	-34.81	24,597.72	25.19	19,648.46	60.03	12,278.00

注：2020 年 1-6 月增幅=（当期金额*2-2019 年金额）/2019 年金额。

2018 年，直接材料增幅与销售收入、销量增幅基本一致；由于相关生产人员和生产性固定资产等相对固定，直接人工、制造费用相对稳定，增幅小于销售收入、销量增幅。

2019 年，直接材料下降 15.33%，销售收入下降 3.61%，销量增长 25.19%，同时直接人工、制造费用大幅增长。主要原因是：2019 年公司新增上海家化洗

衣液 OEM 业务，该类产品由上海家化提供主要原料和包材，公司仅收取加工费，成本构成主要为直接人工和制造费用。剔除上海家化洗衣液的影响，2019 年，直接材料、直接人工、制造费用的占比分别为 81.11%、9.90%、8.99%，与以前年度不存在明显差异；销售收入下降 10.04%、销量下降 16.05%，成本构成各项目的变动与销售收入、销量变动基本一致。

2020 年 1-6 月，成本构成各项目与销售收入增长方向一致，其中直接人工、制造费用增幅相对较小，直接材料与销售收入增幅差异不大。销售收入增长同时，销量下降 34.81%，主要系 2020 年 1-6 月，公司新增强生“Cologne”花露水、“邦迪”消毒液产品销售，“Cologne”花露水实现销售收入 1,675.89 万元，销售单价 37,792.56 元/吨；“邦迪”消毒液实现销售收入 2,574.44 万元，销售单价 18,515.65 元/吨。销售单价较高的产品收入占比较高，导致销售收入增长的同时，销量下降。

二、说明各业务成本的归集与分类核算方法

各业务成本的归集与分类核算方法，详见本回复问题 11 之“问题（3）”之回复。

问题（2）：

补充披露报告期各期发行人主要原材料的期初结存、本期生产、本期消耗、期末结存的数量金额，及主要产品报告期内原材料投入产出的匹配关系。

回复：

一、发行人主要原材料的期初结存、本期采购、本期消耗、期末结存的数量金额

报告期内，发行人主要原材料的期初结存、本期采购、本期消耗、期末结存情况如下：

1、2017 年

单位：万元、吨

材料类别		2017 年期初		采购入库		生产领料		其他出库		2017 年期末	
		数量	金额	数量	金额	数量	金额	数量	金额	数量	金额
化妆品、家庭护理产品原料	表面活性剂	232.28	184.78	3,380.74	2,263.99	3,230.77	2,086.08	138.60	113.18	243.65	249.50
	润肤剂	13.07	99.71	86.59	395.23	66.69	312.45	8.84	43.05	24.14	139.44
	芳香剂	5.49	73.12	31.18	373.79	27.05	314.96	0.89	21.88	8.72	110.07
	保湿剂	14.06	71.64	133.42	288.26	128.02	268.37	0.67	4.58	18.78	86.95
	皮肤调理剂	7.69	130.17	34.60	471.68	28.53	304.07	0.32	11.65	13.44	286.14
	柔顺剂	0.81	3.12	9.15	32.45	6.69	20.76	0.06	0.34	3.21	14.47
	防腐剂	5.69	46.39	24.19	178.86	22.37	151.40	0.27	1.18	7.24	72.68
	增稠剂	18.21	35.93	123.47	184.19	116.36	151.64	0.42	6.53	24.90	61.95
	乳化剂	3.34	24.53	24.03	106.36	19.75	96.50	0.52	3.79	7.09	30.61
	其他添加剂	31.47	41.26	355.69	260.62	350.92	221.24	0.54	0.64	35.70	80.00
塑料包装原材料	合成树脂	1,822.98	1,584.76	15,984.74	13,788.73	15,697.14	13,498.54	216.60	181.36	1,893.98	1,693.59
	色母	122.16	347.10	367.36	1,219.58	358.09	1,179.50	6.40	14.16	125.02	373.02
其他	标签		205.74		3,214.28	-	3,169.44	-	27.64	-	222.95
	包材		825.22		6,832.85	-	4,463.66	-	2,207.17	-	987.24
	其他		69.28		722.72	-	249.00	-	386.57	-	156.43
合计		**2,277.24**	**3,742.74**	**20,555.17**	**30,333.61**	**20,052.39**	**26,487.60**	**374.15**	**3,023.72**	**2,405.87**	**4,565.03**

2、2018 年

单位：万元、吨

材料类别		2018 年期初		采购入库		生产领料		其他出库		2018 年期末	
		数量	金额	数量	金额	数量	金额	数量	金额	数量	金额
化妆品、家庭护理产品原料	表面活性剂	243.65	249.50	5,840.18	4,011.94	5,735.07	3,910.08	45.37	53.66	303.39	297.70
	润肤剂	24.14	139.44	175.73	738.48	153.12	641.57	13.95	32.52	32.79	203.83
	芳香剂	8.72	110.07	53.00	600.28	43.03	468.81	1.57	24.38	17.12	217.16
	保湿剂	18.78	86.95	303.23	565.82	268.63	501.00	15.99	28.07	37.39	123.70
	皮肤调理剂	13.44	286.14	33.25	690.76	31.89	565.18	1.17	43.47	13.64	368.24
	柔顺剂	3.21	14.47	8.64	36.99	7.82	27.09	0.75	9.47	3.28	14.91
	防腐剂	7.24	72.68	45.17	340.54	40.92	304.85	1.30	10.80	10.19	97.57
	增稠剂	24.90	61.95	178.77	224.51	174.26	202.88	0.32	2.92	29.09	80.65
	乳化剂	7.09	30.61	43.35	158.66	44.30	153.65	0.21	1.96	5.94	33.65
	其他添加剂	35.70	80.00	1,122.49	462.56	1,006.70	420.07	6.44	14.66	145.05	107.84
塑料包装原材料	合成树脂	1,893.98	1,693.59	18,833.06	17,508.33	18,566.42	17,228.15	467.34	422.11	1,693.28	1,551.66
	色母	125.02	373.02	417.17	1,376.92	403.59	1,303.70	7.83	31.27	130.78	414.97
其他	标签		222.95		4,136.79	-	3,918.22	-	43.68	-	397.83
	包材		987.24		10,837.57	-	7,561.55	-	2,780.42	-	1,482.83
	其他		156.43		2,175.45	-	1,988.65	-	71.39	-	271.84
合计		**2,405.87**	**4,565.03**	**27,054.03**	**43,865.60**	**26,475.75**	**39,195.46**	**562.24**	**3,570.79**	**2,421.94**	**5,664.39**

3、2019 年

单位：万元、吨

材料类别		2019 年期初		采购入库		生产领料		其他出库		2019 年期末	
		数量	金额	数量	金额	数量	金额	数量	金额	数量	金额
化妆品、家庭护理产品原料	表面活性剂	303.39	297.70	4,474.79	3,378.17	4,575.83	3,360.09	41.99	36.21	160.36	279.57
	润肤剂	32.79	203.83	422.37	1,139.29	352.59	1,000.70	42.40	54.04	60.17	288.37
	芳香剂	17.12	217.16	59.82	939.47	53.56	715.55	6.49	92.44	16.89	348.64
	保湿剂	37.39	123.70	338.24	842.96	313.64	771.78	17.18	17.00	44.80	177.88
	皮肤调理剂	13.64	368.24	51.00	818.63	46.50	597.75	1.84	25.91	16.30	563.21
	柔顺剂	3.28	14.91	96.63	645.98	85.94	593.77	0.52	1.84	13.44	65.28
	防腐剂	10.19	97.57	52.06	557.69	50.29	522.52	2.23	11.65	9.73	121.09
	增稠剂	29.09	80.65	176.38	439.66	185.83	414.23	1.23	3.54	18.42	102.54
	乳化剂	5.94	33.65	55.70	191.25	48.94	176.98	2.75	3.60	9.94	44.32
	其他添加剂	145.05	107.84	1,284.51	682.18	796.69	492.35	14.18	27.11	618.70	270.55
塑料包装原材料	合成树脂	1,693.28	1,551.66	18,279.58	14,052.11	18,266.02	14,236.57	396.45	322.41	1,310.39	1,044.79
	色母	130.78	414.97	399.09	1,531.67	388.19	1,498.90	10.18	37.65	131.50	410.09
其他	标签		397.83		5,012.48		4,880.99	-	87.90	-	441.43
	包材		1,482.83		10,398.20		6,877.31	-	2,792.54	-	2,211.18
	其他		271.84		1,567.54		1,490.63	-	82.74	-	266.01
合计		**2,421.93**	**5,664.39**	**25,690.17**	**42,197.26**	**25,164.01**	**37,630.11**	**537.44**	**3,596.58**	**2,410.64**	**6,634.95**

4、2020 年 1-6 月

单位：万元、吨

材料类别		2020 年期初		采购入库		生产领料		其他出库		2020 年 6 月末	
		数量	金额	数量	金额	数量	金额	数量	金额	数量	金额
化妆品、家庭护理产品原料	表面活性剂	160.36	279.57	2,692.03	2,058.82	2,437.05	1,780.88	56.52	44.29	358.82	513.22
	润肤剂	60.17	288.37	168.84	454.71	155.91	452.68	13.79	11.63	59.30	278.77
	芳香剂	16.89	348.64	58.43	934.32	48.06	797.49	0.41	5.56	26.86	479.91
	保湿剂	44.80	177.88	216.78	420.15	191.54	388.85	0.08	0.61	69.96	208.57
	皮肤调理剂	16.30	563.21	92.51	638.69	37.82	465.22	0.03	2.90	70.95	733.76
	柔顺剂	13.44	65.28	77.07	411.48	64.56	333.83	0.02	0.12	25.93	142.81
	防腐剂	9.73	121.09	34.38	300.97	22.32	227.00	1.32	4.76	20.47	190.31
	增稠剂	18.42	102.54	84.08	292.66	55.43	197.30	0.06	0.66	47.02	197.23
	乳化剂	9.94	44.32	23.13	108.39	24.17	105.57	0.08	0.97	8.82	46.18
	其他添加剂	618.70	270.55	1,550.94	1,314.94	1,928.47	1,247.00	13.07	27.00	228.10	311.50
塑料包装原材料	合成树脂	1,310.39	1,044.79	8,191.98	5,374.18	7,611.36	5,027.91	274.64	191.44	1,616.36	1,199.62
	色母	131.50	410.09	170.40	675.91	160.26	649.12	1.23	3.99	140.41	432.90
其他	标签		441.43		2,532.19	-	2,469.73	-	18.59		485.30
	包材		2,211.18		5,242.42	-	3,500.50	-	1,371.12		2,581.98
	其他		266.01		579.09	-	506.39	-	44.96		293.74
合计		**2,410.64**	**6,634.95**	**13,360.56**	**21,338.92**	**12,736.95**	**18,149.47**	**361.24**	**1,728.61**	**2,673.01**	**8,095.79**

二、主要产品报告期内原材料投入产出的匹配关系

发行人主要从事日化产品 OEM/ODM 及塑料包装业务。塑料包装业务主要耗用原材料为合成树脂、色母。日化产品包括护肤类、洗护类等化妆品，香皂、消毒液、洗手液、洗洁精、洗衣液、花露水等家庭护理产品，种类较多，所需原料类别、生产消耗数量等存在较大差异。各类产品原材料投入产品的匹配关系如下：

1、塑料包装容器

塑料包装容器的主要原材料是合成树脂和色母，报告期内，单位重量塑料包装容器需要耗用的合成树脂、色母如下：

单位：吨

项目	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
塑料包装产量	7,538.02	18,194.36	18,189.33	15,703.94
合成树脂耗用量	7,611.36	18,266.02	18,566.42	15,697.14
色母耗用量	160.26	388.19	403.59	358.09
单位合成树脂耗用量	1.01	1.00	1.02	1.00
单位色母耗用量	0.02	0.02	0.02	0.02

2、日化产品

日化产品中，洗护类化妆品及香皂、洗洁精、洗衣液、洗手液等家庭护理产品，均需要耗用表面活性剂，报告期内，表面活性剂是耗用量最多的日化原料，分别为 3,230.77 吨、5,735.07 吨、4,575.83 吨和 2,437.05 吨。报告期内，单位重量上述日化产品需要耗用的表面活性剂如下：

单位：吨

项目	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
洗护类化妆品及香皂、洗洁精、洗衣液、洗手液产量	8,944.05	19,626.53	23,330.65	13,019.52
占日化产品产量的比例	63.61%	72.40%	79.73%	80.56%
表面活性剂耗用量	2,437.05	4,575.83	5,735.07	3,230.77
单位表面活性剂耗用量	0.27	0.23	0.25	0.25

注：由于上海家化洗衣液的表面活性剂由上海家化提供，2019 年剔除了上海家化洗衣液产量的影响。

报告期内，公司主要原材料的投入产出较为稳定，匹配关系合理。

问题（3）：

结合原材料价格及采购量、生产人员数量及平均薪资、产品工艺流程变化等

具体情况，分析并披露报告期各期营业成本结构中料、工、费占比的变动原因及合理性。

回复：

一、报告期内主营业务成本结构情况

报告期内，公司主营业务成本按性质构成情况如下：

单位：万元、%

产品名称	2020 年 1-6 月		2019 年		2018 年		2017 年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
塑料包装容器	**11,565.90**	**100.00**	**30,227.65**	**100.00**	**31,454.86**	**100.00**	**26,732.90**	**100.00**
直接材料	7,351.95	63.57	20,677.67	68.41	21,881.73	69.57	18,171.27	67.97
直接人工	1,586.53	13.72	3,836.29	12.69	3,756.13	11.94	3,290.45	12.31
制造费用	2,627.42	22.72	5,713.69	18.90	5,817.01	18.49	5,271.18	19.72
化妆品	**9,134.68**	**100.00**	**16,711.67**	**100.00**	**12,548.29**	**100.00**	**6,872.02**	**100.00**
直接材料	6,217.05	68.06	10,826.58	64.78	8,723.45	69.52	4,692.48	68.28
直接人工	1,803.89	19.75	3,968.72	23.75	2,443.79	19.48	1,088.35	15.84
制造费用	1,113.74	12.19	1,916.37	11.47	1,381.05	11.01	1,091.19	15.88
家庭护理产品	**5,894.26**	**100.00**	**7,849.58**	**100.00**	**7,971.81**	**100.00**	**5,131.41**	**100.00**
直接材料	4,441.29	75.35	5,636.87	71.81	6,657.65	83.51	4,004.51	78.04
直接人工	844.58	14.33	1,210.53	15.42	640.36	8.03	549.54	10.71
制造费用	608.39	10.32	1,002.19	12.77	673.80	8.45	577.37	11.25
主营业务成本	**26,594.84**	**100.00**	**54,788.90**	**100.00**	**51,974.96**	**100.00**	**38,736.33**	**100.00**
直接材料	18,010.29	67.72	37,141.12	67.79	37,262.83	71.69	26,868.26	69.36
直接人工	4,235.00	15.92	9,015.54	16.46	6,840.28	13.16	4,928.33	12.72
制造费用	4,349.55	16.35	8,632.24	15.76	7,871.85	15.15	6,939.74	17.92

注：为提高报告各期数据的可比性，2020 年 1-6 月的主营业务成本结构中未包含因执行新收入准则而计入化妆品主营业务成本的包装费、运输费。

报告期内，公司主营业务成本构成较为稳定。

发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“九、盈利能力分析”之“（二）营业成本分析”之“3、主营业务成本项目构成分析”补充披露如下：

1、直接材料 2019 年以来有所下降，主要原因是：一方面，塑料包装的主要原材料合成树脂市场价格处于下行区间，公司平均采购价格 2019 年较 2018 年下降 17.31%，2020 年 1-6 月较 2019 年下降 14.66%；另一方面，2019 年郁美净儿童霜（袋装）及气味图书馆香水产品销售较 2018 年增长幅度较大，其成本构成中直接材料占比很低。上述两方面因素对直接材料 2019 年以来下降影响较

大。

2、报告期内，直接人工总体呈上升趋势，主要原因是：一方面，日化产品生产后端包装环节人工需求较大，随着日化产品业务快速增长，客户群体不断增加，产品不断丰富，销售收入稳步上升，生产规模扩大，生产人员人数增加，人均薪酬水平不断上升，直接人工上升；另一方面，报告期内，郁美净儿童霜（袋装）、贝泰妮"薇诺娜"系列产品、上海家化洗衣液产品等，主要由客户提供原料和包材，成本构成中直接人工占比较高，该类产品合作模式的不同也增加了直接人工占比。

3、报告期内，制造费用总体稳定，制造费用占比主要受直接材料、直接人工变动的相对影响。

二、原材料价格及采购量、生产人员数量及平均薪资、产品工艺流程变化等具体情况

1、原材料价格及采购量

报告期内，公司主要原材料采购价格如下：

单位：元/吨、元/个、%

项目		2020 年 1-6 月		2019 年		2018 年		2017 年	
		单价	采购占比	单价	采购占比	单价	采购占比	单价	采购占比
日化产品原材料	表面活性剂	7,647.86	9.65	7,549.33	8.01	6,869.55	9.15	6,696.72	7.46
	润肤剂	26,931.58	2.13	26,973.66	2.70	42,024.44	1.68	45,642.32	1.30
	芳香剂	159,894.44	4.38	157,036.55	2.23	113,253.09	1.37	119,901.55	1.23
	保湿剂	19,381.42	1.97	24,921.94	2.00	18,659.99	1.29	21,605.85	0.95
	皮肤调理剂	69,038.04	2.99	160,529.97	1.94	207,760.35	1.57	136,327.43	1.55
	柔顺剂	53,390.81	1.93	66,852.06	1.53	42,839.43	0.08	35,463.04	0.11
	防腐剂	87,551.00	1.41	107,118.30	1.32	75,385.90	0.78	73,925.44	0.59
	增稠剂	34,807.78	1.37	24,926.31	1.04	12,558.51	0.51	14,917.84	0.61
	乳化剂	46,863.61	0.51	34,337.82	0.45	36,595.30	0.36	44,259.46	0.35
	其他添加剂	8,478.36	6.16	5,310.78	1.62	4,120.84	1.05	7,327.20	0.86
塑料包装原材料	合成树脂	6,560.30	25.18	7,687.33	33.30	9,296.59	39.91	8,626.19	45.46
	色母	39,666.27	3.17	38,379.23	3.63	33,006.34	3.14	33,198.55	4.02
其他	标签	0.17	11.87	0.17	11.88	0.17	9.43	0.18	10.60

因公司目前日化产品业务以 OEM 模式为主，客户产品配方不同、使用的原料生产厂家、品牌型号等差别较大，导致公司原材料种类、规格、型号较多。除合成树脂、表面活性剂、色母、标签外，其他原材料较为分散，单项价格波动对

公司成本影响较小。

报告期内，合成树脂、表面活性剂、色母、标签等主要原材料的采购数量、采购价格如下：

单位：万元、吨、万元/吨、个、元/个

主要原材料	期间	采购金额	采购数量	采购单价
合成树脂	2020 年 1-6 月	5,374.18	8,191.98	6,560.30
	2019 年	14,052.11	18,279.58	7,687.33
	2018 年	17,508.33	18,833.06	9,296.59
	2017 年	13,788.73	15,984.74	8,626.19
表面活性剂	2020 年 1-6 月	2,058.82	2,692.03	7,647.86
	2019 年	3,378.17	4,474.79	7,549.33
	2018 年	4,011.94	5,840.18	6,869.55
	2017 年	2,263.99	3,380.74	6,696.72
色母	2020 年 1-6 月	675.91	170.40	39,666.27
	2019 年	1,531.67	399.09	38,379.23
	2018 年	1,376.92	417.17	33,006.34
	2017 年	1,219.58	367.36	33,198.55
标签	2020 年 1-6 月	2,532.19	150,840,155	0.17
	2019 年	5,012.48	301,720,926	0.17
	2018 年	4,136.79	248,682,824	0.17
	2017 年	3,214.28	175,399,392	0.18

主要原材料中，合成树脂占比最大，2019 年以来其平均采购价格下降幅度较大。虽然表面活性剂、色母 2019 年以来平均采购价格呈上升趋势，但是其占比相对合成树脂较低。

报告期内，上述三种原材料的采购占比及采购价格变动情况如下：

单位：%

项目	2020 年 1-6 月		2019 年		2018 年		2017 年
	采购占比	平均采购价格变动	采购占比	平均采购价格变动	采购占比	平均采购价格变动	采购占比
合成树脂	25.18	-14.66	33.30	-17.31	39.91	7.77	45.46
表面活性剂	9.65	1.31	8.01	9.90	9.15	2.58	7.46
色母	3.17	3.35	3.63	16.28	3.14	-0.58	4.02

原材料加权采购价格变动=∑原材料采购占比*平均采购价格变动。2019 年上述三种原材料加权采购价格较 2018 年下降 4.38 个百分点，2020 年 1-6 月上述三种原材料加权采购价格较 2019 年下降 3.46 个百分点。主要原材料平均采购价格下降，导致 2019 年以来直接材料占比下降。

2、生产人员数量及平均薪资

报告期内，公司生产人员数量及平均工资情况如下：

单位：万元、人

期间	工资总额	生产人员数量	平均工资
2020 年 1-6 月	5,140.75	1,907	2.70
2019 年	10,669.42	1,694	6.30
2018 年	8,600.64	1,599	5.38
2017 年	6,257.75	1,143	5.47

注：生产人员数为期间月度平均值取整。

2018 年，公司直接人工较 2017 年增加，主要系日化产品业务快速增长，上海嘉亨生产人员增加，以及浙江嘉亨投产后塑料包装业务规模快速上升，增加了生产人员。

2019 年，公司直接人工较 2018 年增加，主要系公司业务规模持续增长的情况下，增加了生产人员，且平均工资上涨所致。

2020 年 1-6 月，公司生产人员持续增加。2020 年 1-6 月，直接人工占比较 2019 年略有下降，主要原因是：国家出台社保减免政策支持企业运营，2020 年 1-6 月，公司社保减免合计 618.63 万元，社保减免优惠使直接人工有所下降。

3、产品工艺流程变化

报告期内，塑料包装容器、化妆品、家庭护理产品的工艺流程均未发生重大变化。公司部分产品与客户的合作模式不同，其中郁美净儿童霜（袋装）、贝泰妮“薇诺娜”系列、上海家化洗衣液产品，直接材料占比很低，成本构成主要为直接人工和制造费用。上述产品合作模式差异，对报告期内料、工、费的占比波动形成一定影响。

各产品主营业务成本的构成及金额占比情况、主要项目成本结构变动的原因及合理性，详见本题“问题（1）”之回复。

问题（4）：

结合生产模式及业务流程，补充披露产品成本的主要核算方法和核算过程、成本的归集对象，产品成本确认、计量、结转的完整性与合规性。

回复：

发行人生产模式及业务流程，产品成本的主要核算方法和核算过程、成本的归集对象，产品成本确认、计量、结转的完整性与合规性，详见本回复 11 题之“问题（3）”之回复。

发行人已将所有成本（直接材料、直接人工及制造费用）归集并分配至各具体规格产品。销售产品时，根据销售的不同明细规格产品的加权平均成本结转至该产品的营业成本，收入成本已分产品一一对应，成本已按照不同产品清晰归类。发行人已制定相应的内部控制制度、成本核算流程，以确保所有的耗费及劳务均按正确的金额反映在产品成本中。

综上所述，发行人产品成本确认、计量、结转完整、合规。

问题（5）：

披露主要能源耗用量与产销量的配比关系。

回复：

发行人已在招股说明书“第六节 业务和技术”之“五、主要原材料和能源及其供应情况”之“（一）主要原材料和能源耗用情况”之“3、主要能源的耗用情况”补充披露如下：

报告期内，发行人电能耗用与产销量匹配如下：

单位：元、万个、吨、元/万个、元/吨

项目	2020 年 1-6 月		2019 年	
	塑料包装容器	日化产品	塑料包装容器	日化产品
电费	9,838,102.50	2,377,673.69	21,732,190.34	4,658,739.58
产量	31,209.89	14,059.93	72,906.14	35,212.25
销量	28,249.57	13,853.32	74,576.04	35,467.43
单位电费	315.22	169.11	298.08	132.30
项目	2018 年		2017 年	
	塑料包装容器	日化产品	塑料包装容器	日化产品
电费	22,311,082.48	2,867,822.77	20,669,782.39	1,792,633.77
产量	89,895.05	29,261.91	72,131.12	16,161.16
销量	85,708.17	28,721.11	70,689.05	16,370.68
单位电费	248.19	98.01	286.56	110.92

塑料包装容器所需机器设备投入规模较大，设备运转耗电量较高。报告期内，塑料包装容器单位电费较为稳定；日化产品单位电费有所上升，主要系化妆品生产时间较长，对空气净化设备系统的要求更高，在灌装、包装环节增加了自动化设备，导致单位电费有所上升。

问题（6）：

结合发行人主要生产性固定资产的变动情况，补充披露其与各期产能的匹配关系。

回复：

发行人已在招股说明书“第六节 业务和技术”之“四、主要服务或产品的销售情况和主要客户”之“（一）主要产品生产销售情况”补充披露如下：

报告期内，发行人生产性固定资产原值与产能的匹配如下：

单位：万元、万个、吨、元/万个、元/吨

项目	塑料包装容器			
	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
生产性固定资产	14,598.31	14,373.54	13,509.34	12,673.29
产能	87,000	87,000	83,000	70,000
单位产出	1,677.97	1,652.13	1,627.63	1,810.47
项目	日化产品			
	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
生产性固定资产	8,174.99	7,010.96	4,378.23	3,224.77
产能	38,000	35,000	27,000	15,000
单位产出	2,151.31	2,003.13	1,621.57	2,149.85

报告期内，日化产品、塑料包装单位产出基本保持稳定。其中 2018 年日化产品单位产能有所下降，主要系洗洁精等家庭护理产品产量大幅增加，平均单价相对较低，单位产出较低。

问题（7）：

请保荐人、申报会计师对上述情况核查并发表明确意见。

回复：

保荐机构、申报会计师履行了以下核查程序：

1、了解和评价生产与仓储循环相关的关键内部控制设计，并测试关键控制执行的有效性；

2、了解发行人主要产品生产流程、成本核算方法，核实各业务的成本归集与分配方法是否符合《企业会计准则》的相关规定；

3、分析报告期内主要产品成本结构中直接材料、直接人工、制造费用的占比变动情况，核实产生变动的原因以及原因的合理性；

4、获取报告期内的生产成本计算表，对各期直接材料、直接人工、制造费用的分配过程进行复核，并选取样本重新计算，检查成本分配的准确性；

5、获取报告期内各车间原材料的领用情况，结合各车间产品的产出量，分析主要产品报告期内原材料的投入产出匹配情况；

6、对原材料、半成品、库存商品等主要存货类型执行发出计价测试程序，

检查成本结转是否准确；并核实主营业务成本中各产品的成本结转数量与销售数量是否一致；

7、获取发行人报告期各期电费统计表，复核发行人电费分摊是否准确，分析电费耗用量与产销量是否匹配；

8、获取发行人报告期各期固定资产清单，了解主要生产设备的产能情况，分析产能增加与生产性固定资产的变动情况是否匹配。

经核查，保荐机构、申报会计师认为：

1、发行人的主营业务成本结构中直接材料、直接人工、制造费用的归集与分类核算方法，成本确认、计量、结转符合企业实际经营情况，产品成本结转方法准确；

2、发行人报告期各期主要原材料生产、消耗、结存与实际情况基本一致，主要产品的原材料投入产出基本匹配；

3、发行人报告各期主营业务成本结构中直接材料、直接人工、制造费用的变动原因具有合理性；

4、报告期各期发行人电费耗用量与发行人各类产品产能和产量具有合理的配比关系，各期单位耗用量因生产经营的具体情况存在合理的差异；

5、发行人产能增加与主要生产性固定资产的变动基本匹配。

15、关于存货。

申报材料显示，公司的生产模式主要为订单式生产，公司结合客户的需求计划、自身的实际产能、产品的生产流程耗时等因素制定排产计划。报告期各期末，公司存货分别为 9,212.83 万元、12,072.46 万元和 12,406.13 万元。

请发行人补充披露：（1）2018 年存货余额大幅上升的原因和合理性，结合采购周期、生产周期、销售模式、供货周期披露存货各项构成明细变动的原因及合理性；（2）主要产品的生产周期及发货周期，并结合可比公司情况披露期末存货占流动资产比例较高是否符合行业惯例；（3）报告期各期末存货与主要订单的对应关系，报告期末未对应订单的存货金额、占比及形成原因；（4）结合生产模式和销售方式，披露报告期内存货各项目的发生、计价、核算和结转情况，成本费用的归集和结转是否与实际生产流转一致；（5）存货跌价准备的测试过程，未

计提存货跌价准备是否具有充分的判断依据及合理性；(6)主要类型库房的面积、实际使用面积、日常存货存放地、管理流程。

请发行人说明存货盘点情况，包括盘点时间、地点、人员、范围、各类存货盘点方法、程序、盘点比例、账实相符的情况、盘点结果，是否存在盘点差异及产生原因、处理措施；请申报会计师详细说明对报告期存货实施的监盘程序特别是针对发行人存货存放在多个地点采取的审计程序、监盘比例及监盘结果。

请保荐人和申报会计师对上述事项核查并发表明确意见。

回复：

问题（1）：

2018 年存货余额大幅上升的原因和合理性，结合采购周期、生产周期、销售模式、供货周期披露存货各项构成明细变动的原因及合理性。

回复：

发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十、资产质量分析”之“（一）流动资产分析”之“6、存货”补充披露如下：

告期各期末，公司各类存货账面价值如下表所示：

单位：万元、%

项目	2020.06.30		2019.12.31		2018.12.31		2017.12.31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
原材料	8,095.79	57.77	6,634.95	53.48	5,664.39	46.92	4,565.03	49.55
在产品及半成品	2,019.49	14.41	2,197.08	17.71	2,016.87	16.71	1,556.99	16.90
库存商品	2,898.40	20.68	2,953.86	23.81	3,477.28	28.80	2,142.04	23.25
发出商品	514.78	3.67	171.60	1.38	320.14	2.65	113.70	1.23
委托加工物资	7.58	0.05	11.71	0.09	9.62	0.08	15.11	0.16
模具	477.61	3.41	436.92	3.52	584.17	4.84	819.95	8.90
合计	14,013.66	100.00	12,406.13	100.00	12,072.46	100.00	9,212.83	100.00
营业成本	29,030.04	-	55,984.58	-	53,481.41	-	39,942.72	-
存货周转天数	82	-	79	-	72	-	79	-
原材料周转天数	46	-	40	-	34	-	37	-
在产品及半成品周转天数	13	-	14	-	12	-	15	-
库存商品周转天数	18	-	21	-	19	-	19	-
发出商品周转天数	2	-	2	-	1	-	5	-

报告期内，公司存货余额呈上升趋势，2018 年末存货余额较 2017 年末增长 31.04%，主要系公司订单需求和销售规模增加，为保证产品的及时生产与供应，增加备货所致。存货各明细增减变动分析列示如下：

一、原材料余额的合理性

报告期各期末，原材料占存货的比例分别为 49.55%、46.92%、53.48%和57.77%，主要为生产日化产品及塑料包装产品的原材料。报告期各期末，公司主要业务对应的原材料账面价值如下表所示：

单位：万元、%

项目	2020.06.30		2019.12.31		2018.12.31		2017.12.31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
日化产品	3,102.25	38.32	2,261.45	34.08	1,545.25	27.28	1,131.81	24.79
塑料包装	1,632.52	20.17	1,454.88	21.93	1,966.63	34.72	2,066.61	45.27
其他	3,361.02	41.52	2,918.62	43.99	2,152.50	38.00	1,366.61	29.94
合计	8,095.79	100.00	6,634.95	100.00	5,664.39	100.00	4,565.03	100.00

1、日化产品

公司期末原材料主要为生产日化产品而备货的原材料。公司日化产品包括护肤类、洗护类、香水等化妆品，香皂、消毒液、洗手液、洗洁精等家庭护理产品，生产所需原材料主要包括包材和内容物原料，种类、规格、型号繁多。

不同原材料采购周期存在差异，其中：内包材（塑料包装、玻璃包装等直接与内容物接触的包材）采购周期一般为 30 天，外包材（纸箱、花盒、礼盒等）采购周期一般为 7-15 天；内容物原料采购周期一般为 7-15 天，其中香精、提取物等采购周期一般为 30-60 天。发行人会根据客户预测需求、在手订单、产品生产计划、单位采购成本，按成本最小化的原则进行采购。随着公司日化产品业务规模快速增长，对日化原料及包材的型号、规格需求增加，公司相应增加了原材料备货。

2、塑料包装

塑料包装原材料主要为合成树脂、色母等，标准化程度较高，存储成本低、保质期长。合成树脂采购周期一般为 7 天，用于生产壳牌瓶盖、“大宝 SOD 蜜”瓶盖的合成树脂需要进口，采购周期为 45 天左右。报告期内，发行人综合考虑客户预测需求、在手订单、采购周期、市场价格走势等因素进行备料。

二、在产品及半成品余额的合理性

报告期各期末，在产品及半成品金额分别为 1,556.99 万元、2,016.87 万元、2,197.08 万元和 2,019.49 万元，主要构成为已完成配制待灌装的化妆品、家庭护理产品以及待贴标/印刷/烫金的塑料包装容器，在产品及半成品规模随着公司业

务规模的增长，有所上升。

报告期各期末，公司在产品及半成品构成如下：

单位：万元、%

项目	2020.06.30		2019.12.31		2018.12.31		2017.12.31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
日化产品	865.08	42.84	932.40	42.44	404.41	20.05	180.01	11.56
塑料包装	1,154.41	57.16	1,264.68	57.56	1,612.46	79.95	1,376.99	88.44
合计	2,019.49	100.00	2,197.08	100.00	2,016.87	100.00	1,556.99	100.00

对于日化产品 OEM/ODM 业务，客户一般滚动下订单给发行人，由于需要生产的品类较多，配制、灌装设备不同，发行人需要根据客户订单量、交货期进行排产，动态调整产能分配。日化产品配制、灌装所需时间较短，一般不超过 7 天，同时日化产品微生物及理化检测需要 7 天以上，因此日化产品的生产周期一般为 15 天。

对于塑料包装产品，从精密成型到印刷/贴标/烫金、检测成品入库，一般生产周期为 7-10 天。对于销量较大的塑料包装产品，公司会根据客户预测需求进行备货，提前生产一些半成品，满足客户订单交货期的需求。

报告期内，公司在产品及半成品周转天数分别为 15 天、12 天、14 天和 13 天，在产品及半成品周转情况基本与产品生产周期、发行人生产模式等因素相匹配，符合发行人业务模式和实际经营情况，具有合理性。

三、库存商品余额的合理性

报告期各期末，库存商品金额分别为 2,142.04 万元、3,477.28 万元、2,953.86 万元和 2,898.40 万元，占存货的比例分别为 23.25%、28.80%、23.81%和 20.68%。公司采取订单式生产模式，具体交货数量按照客户订单的要求分批交付，为确保交货的及时性，公司根据客户需求情况，合理安排生产，动态维持库存商品的规模。报告期各期末，公司库存商品主要构成如下：

单位：万元、%

项目	2020.06.30		2019.12.31		2018.12.31		2017.12.31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
日化产品	989.33	34.13	1,160.86	39.30	1,557.59	44.79	785.94	36.69
塑料包装	1,909.07	65.87	1,793.00	60.70	1,919.69	55.21	1,356.09	63.31
合计	2,898.40	100.00	2,953.86	100.00	3,477.28	100.00	2,142.04	100.00

报告期各期末，日化产品金额相对较小，均有订单对应，主要系尚未发货

的产品。塑料包装产品，对于强生、壳牌等长期合作客户，由于其产品需求量比较大，规格相对集中，交货及时性要求高，客户一般会向发行人提出未来 3 个月的需求预测，为保证供货及时性，公司通常保有一定量的库存并进行动态调整，避免订单量突然增加造成的压力。

四、发出商品余额的合理性

报告期各期末，发出商品金额分别为 113.70 万、320.14 万元、171.60 万元和 514.78 万元，占存货的比例分别为 1.23%、2.65%、1.38%和 3.67%，公司发出商品规模较小。发出商品的形成和规模的大小，主要受到执行销售订单中关于产品交付、验收等条款规定的影响，受到货物运输和客户的验收周期的影响。报告期内发出商品与公司经营模式以及业务实际情况相匹配，各期末发出商品不存在提前或延迟确认收入的情形。

问题（2）：

主要产品的生产周期及发货周期，并结合可比公司情况披露期末存货占流动资产比例较高是否符合行业惯例。

回复：

一、主要产品的生产周期及发货周期

1、日化产品

日化产品配制、灌装所需时间较短，一般不超过 7 天，同时日化产品微生物及理化检测需要 7 天以上，因此日化产品的生产周期一般为 15 天。公司与客户签订销售订单后，约定的交货期一般为 30 天左右。

2、塑料包装容器

塑料包装产品从精密成型到印刷/贴标/烫金、检测成品入库，一般生产周期为 7-10 天。公司与客户签订销售订单后，约定的交货期一般为 30-45 天，交货时按照客户订单的要求分批交付。

二、存货占比情况

发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十、资产质量分析”之“（一）流动资产分析”之“6、存货”补充披露如下：

报告期内，同行业可比公司存货占流动资产的比例列示如下：

单位：万元

项目	公司名称	2020.06.30	2019.12.31	2018.12.31	2017.12.31
存货	通产丽星	117,331.54	94,169.86	20,794.10	17,855.28
	锦盛新材	5,228.54	4,782.87	6,296.52	4,787.89
	诺斯贝尔	-	33,683.84	36,189.58	26,630.81
	发行人	14,013.66	12,406.13	12,072.46	9,212.83
流动资产	通产丽星	465,143.43	368,583.53	88,402.36	83,916.97
	锦盛新材	24,369.33	23,261.56	19,560.81	16,173.30
	诺斯贝尔	-	131,987.54	106,132.12	90,943.95
	发行人	47,332.68	43,035.43	41,844.13	30,477.26
存货占流动资产的比例	通产丽星	25.22%	25.55%	23.52%	21.28%
	锦盛新材	21.46%	20.56%	32.19%	29.60%
	诺斯贝尔	-	25.52%	34.10%	29.28%
	发行人	29.61%	28.83%	28.85%	30.23%

注：数据来源于可比上市公司公开披露的定期报告。

报告期内公司存货占流动资产的比例稳定在 30%左右，与同行业可比公司不存在明显差异。2019 年，公司存货占流动资产的比例略高于同行业可比公司，主要原因系公司营业收入稳步增长，订单需求增加，公司根据订单情况、客户预测需求采购原材料并提前生产部分半成品。公司存货占流动资产的比例较高符合行业惯例。

问题（3）：

报告期各期末存货与主要订单的对应关系，报告期末未对应订单的存货金额、占比及形成原因。

回复：

发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十、资产质量分析”之“（一）流动资产分析”之“6、存货”补充披露如下：

一、报告期各期末存货与主要订单的对应关系

报告期各期末，存货与主要订单的对应关系如下：

单位：万元、%

期间	项目	在产品及半成品	库存商品	发出商品
2020 年 1-6 月	账面金额	2,019.49	2,898.40	514.78
	对应订单余额	1,259.90	2,204.31	514.78
	占比	62.39	76.05	100
	未对应订单余额	759.60	694.09	-

	占比	37.61	23.95	-
2019 年	账面金额	2,197.08	2,953.86	171.60
	对应订单余额	1,363.15	2,584.02	171.60
	占比	62.04	87.48	100
	未对应订单余额	833.93	369.85	-
	占比	37.96	12.52	-
2018 年	账面金额	2,016.87	3,477.28	320.14
	对应订单余额	827.47	3,181.08	320.14
	占比	41.03	91.48	100
	未对应订单余额	1,189.40	296.20	-
	占比	58.97	8.52	-
2017 年	账面金额	1,556.99	2,142.04	113.70
	对应订单余额	618.54	1,837.96	113.70
	占比	39.73	85.80	100
	未对应订单余额	938.45	304.08	-
	占比	60.27	14.20	-

二、未对应订单的存货金额、占比及形成原因

1、在产品及半成品

报告期各期末，在产品及半成品占存货的比例分别为 16.90%、16.71%、17.71%和 14.41%，主要为已完成配制待灌装的化妆品、家庭护理产品以及待贴标/印刷/烫金的塑料包装容器。

报告期各期末，公司在产品及半成品期末账面价值与在手订单的匹配如下：

单位：万元

业务	项目	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
日化产品	账面价值	865.08	932.40	404.41	180.01
	有对应在手订单的存货金额	865.08	932.40	404.41	180.01
塑料包装容器	账面价值	1,154.41	1,264.68	1,612.46	1,376.99
	有对应在手订单的存货金额	394.82	430.75	423.06	438.54
合计	账面价值	2,019.49	2,197.08	2,016.87	1,556.99
	有对应在手订单的存货金额	1,259.90	1,363.15	827.47	618.54

报告期各期末，日化产品没有在产品，其半成品一般均有对应订单，半成品金额较大，主要系日化产品已配制完成待灌装、或处于微生物及理化检测过程中。塑料包装容器由于强生、壳牌等长期合作客户产品需求量比较大，规格相对较少，一般会向发行人提出未来 3 个月的需求预测，为保证供货及时性，公司通常提前生产一些半成品，避免订单量突然增加造成的压力。

2、库存商品

报告期各期末，公司库存商品期末账面价值与在手订单的匹配关系如下：

单位：万元

业务	项目	2020年1-6月	2019年	2018年	2017年
日化产品	账面价值	989.33	1,160.86	1,557.59	785.94
	有对应在手订单的存货金额	989.33	1,160.86	1,557.59	785.94
塑料包装容器	账面价值	1,909.07	1,793.00	1,919.69	1,356.09
	有对应在手订单的存货金额	1,214.97	1,423.16	1,623.49	1,052.02
合计	账面价值	2,898.40	2,953.86	3,477.28	2,142.04
	有对应在手订单的存货金额	2,204.31	2,584.02	3,181.08	1,837.96

报告期各期末，对于日化产品的库存商品，一般均有对应的在手订单；对于塑料包装的库存商品，为保证供货及时性，公司通常提前生产一些产品，避免订单量突然增加造成的压力，上述产品虽然没有客户直接订单对应，但一般均符合客户的订单预测需求。

问题（4）：

结合生产模式和销售方式，披露报告期内存货各项目的发生、计价、核算和结转情况，成本费用的归集和结转是否与实际生产流转一致。

回复：

一、生产模式及销售方式

公司的生产模式主要为订单式生产，公司结合客户的需求计划、自身的实际产能、产品的生产流程耗时等因素制定排产计划，组织生产制造。其中，公司日化产品生产目前以 OEM 模式为主，同时为部分品牌商提供 ODM 服务。

公司采用直接销售的模式，根据客户需求，按就近原则布局生产和销售，凭借高效的供应链管理能力，快速满足客户的交货需求，向客户提供日化产品及配套塑料包装的一站式服务。

二、报告期内公司存货各项目的发生、计价、核算和结转情况

项目	发生、核算时点	计价与结转
原材料	材料采购入库验收	财务部门根据入库单进行会计处理，从采购到入库前所发生的全部支出，包括购买价款、相关税费、运输费、装卸费、保险费以及其他可归属于存货采购成本的费用计入原材料科目；领用时采用月末加权平均法进行计价。

半成品	半成品主要构成为已完成配制待灌装的化妆品、家庭护理产品以及待贴标/印刷/烫金的塑料包装容器，由半成品入库时核算自制半成品成本	每月末按照实际半成品产量和料工费耗用量以计量半成品生产成本并由生产成本结转至自制半成品，领用自制半成品继续生产时采用月末加权平均法进行计价。
库存商品	达到可出售条件的，完工产品结转入产成品仓	每月末按照实际产成品产量和料工费耗用量以计量产成品生产成本并由生产成本结转至产成品。销售时采用月末加权平均法进行计价并结转计入主营业务成本，期末发出的库存商品如处于运输过程中未达到收入确认条件，则计入发出商品。
发出商品	期末库存商品已出库，处于运输过程中但未达到收入确认条件	库存商品在产品发出时采用月末加权平均法进行成本确认，符合收入确认条件后相应结转计入主营业务成本
委托加工物资	原材料、半成品等办理委托加工出库手续	根据每月发出的数量及月末加权平均单价，结转作为委托加工物资的发出成本；根据与加工方实际结算的加工费，计入委托加工物资-加工费。收回完工的物资后，从委托加工物资转入半成品或库存商品。
模具	模具开发完工入库、采购模具验收入库	采用月末加权平均法进行计价，公司的模具主要系按客户要求进行开发的模具及外购入库的模具，在模具直接销售出库时或者自行领用时计入发出商品或长期待摊费用。

公司报告期内存货各项目的发生、计价、核算和结转真实准确。

三、成本费用的归集和结转是否与实际生产流转一致

公司成本费用的归集和结转与实际生产流转一致，具体详见本回复“第 11 题问题（3）”之回复。

问题（5）：

存货跌价准备的测试过程，未计提存货跌价准备是否具有充分的判断依据及合理性。

回复：

一、公司存货跌价准备的计提政策

资产负债表日按成本与可变现净值孰低计量，存货成本高于其可变现净值的，计提存货跌价准备，计入当期损益。

在确定存货的可变现净值时，以取得的可靠证据为基础，并且考虑持有存货的目的、资产负债表日后事项的影响等因素。

1、库存商品和用于出售的材料等直接用于出售的存货，在正常生产经营过程中，以该存货的估计售价减去估计的销售费用和相关税费后的金额确定其可变现净值。为执行销售合同或者劳务合同而持有的存货，以合同价格作为其可变现净值的计量基础；如果持有存货的数量多于销售合同订购数量，超出部分的存货可变现净值以一般销售价格为计量基础。用于出售的材料等，以市场价格作为其可变现净值的计量基础。

2、需要经过加工的材料存货，在正常生产经营过程中，以所生产的产成品的估计售价减去至完工时估计将要发生的成本、估计的销售费用和相关税费后的金额确定其可变现净值。如果用其生产的产成品的可变现净值高于成本，则该材料按成本计量；如果材料价格的下降表明产成品的可变现净值低于成本，则该材料按可变现净值计量，按其差额计提存货跌价准备。

3、存货跌价准备一般按单个存货项目计提；对于数量繁多、单价较低的存货，按存货类别计提。

4、资产负债表日如果以前减记存货价值的影响因素已经消失，则减记的金额予以恢复，并在原已计提的存货跌价准备的金额内转回，转回的金额计入当期损益。

二、存货减值测试情况

根据《企业会计准则第 1 号——存货》的规定，公司制定了存货跌价准备计提政策，并根据以下实际情形于资产负债表日对存货减值情况进行测试。

公司的原材料、在产品及半成品、委托加工物资等均属于需要继续加工的存货，库存商品、发出商品属于直接用于出售的存货，在期末确定存货是否需要计提减值准备时，会先对库存商品和发出商品进行测试，再对原材料、在产品及半成品等其他存货进行减值测试。

1、库存商品及发出商品的减值测试

对于期末已签订销售合同或订单的产成品或发出商品，按照合同或订单约定的价格进行测算；对于期末未对应合同或订单的产成品，则比照最近同类产品的市价，按照“存货可变现净值”与“期末存货金额”孰低原则进行测算和判断是否需计提跌价。公司的库存商品品类较多，且公司主营业务毛利率维持在 25%-30%的水平，发生减值的可能性较低，经测试其可变现净值高于成本，不存在减值，

无需计提存货跌价准备。

公司的发出商品主要系在途商品，尚未满足公司收入确认条件，且销售价格减去估计的销售费用和税费后高于成本，因此公司发出商品不存在减值。

2、在产品及半成品的减值测试

公司的在产品及半成品系由于满足客户或生产工艺的产成品供货需求而预先生产的或处于加工中间阶段的产品，因产成品售价和加工成本相对稳定，考虑继续加工成本后，其可变现净值高于成本，经测试不存在减值。

3、原材料及委托加工物资的减值测试

公司原材料主要为生产产成品而备货，报告期内主要原材料产品采购价格较为稳定或呈下降趋势，但产成品销售价格相对稳定，考虑继续加工成本后，其可变现净值高于成本，不存在减值。对于少部分直接销售的原材料，则根据已签订合同或订单的价格进行测算。

4、模具的减值测试

公司的模具包含用于出售及自用两部分，对于用于出售的模具，根据已签订的合同或订单约定的价格减去估计的销售费用和税费后，其可变现净值高于成本，不存在减值；对于自用的模具，结合对应产品的销售毛利率水平进行判断，报告期内公司主营业务毛利率维持在 25%-30%的水平，对应产品未发生减值，故自用的模具无需计提减值。

综上所述，报告期内公司产品毛利率维持在较高水平，且毛利率逐年上升，销售情况良好。发行人存货跌价准备的计提政策符合企业会计准则的相关规定；公司未计提存货跌价准备与企业实际经营情况相符，具有合理性。

问题（6）：

主要类型库房的面积、实际使用面积、日常存货存放地、管理流程。

回复：

一、发行人存货仓储情况

发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十、资产质量分析”之“（一）流动资产分析”之“6、存货”补充披露如下：

截至 2020 年 6 月 30 日，嘉亨家化、上海嘉亨租赁了部分房产用于仓储，浙江嘉亨、天津嘉亨、珠海嘉亨的房产均为租赁，发行人存货仓储情况如下：

存放地		主要类型仓库	库房建筑面积（㎡）	库房使用面积（㎡）	存货类别
嘉亨家化	自有	原材料	2,269.20	2,036.20	主要为塑料包装存货，少量粉类化妆品存货
		半成品	3,819.60	3,380.40	
		产成品	4,960.80	4,316.40	
		模具	802.00	790.00	
		粉类化妆品	656.40	596.40	
		小计	12,508.00	11,119.40	
	租赁	原材料	650.00	416.00	
		产成品	650.00	416.00	
		小计	1,300	832.00	
	合计		13,808.00	11,951.40	
上海嘉亨	自有	原材料	6,912	6,047	全部为日化产品存货
		半成品	2,548	2,036	
		产成品	3,564	3,264	
		小计	13,024	11,347	
	租赁	原材料	21,520	19,820	
		产成品	4,438	4,338	
		小计	25,958	24,158	
	合计		38,982	35,505	
浙江嘉亨		原材料	7,293.00	5,131.00	主要为塑料包装存货，少量香皂类产品存货
		半成品	8,292.20	6,658.20	
		产成品	7,202.00	4,700.00	
		香皂类产品	1,322.00	830.00	
		合计	24,109.20	17,319.20	
天津嘉亨		原材料	1,210.00	810.00	全部为塑料包装存货
		半成品	3,210.85	2,315.00	
		产成品	880.00	720.00	
		合计	5,300.85	3,845.00	
珠海嘉亨		原材料	808.37	722.39	全部为塑料包装存货
		半成品	1,676.26	1,221.37	
		产成品	1,935.19	1,551.15	
		合计	4,419.82	3,494.91	

二、内部管理流程

为加强对公司库存物资的内部控制，保证库存物资的验收入库、存储保管和领料出库业务的规范有序，揭示和防止差错，公司制定了《存货内部控制制度》；为规范所有运至公司的原材料、包装材料、半成品的收货操作，保证收货的正确性，公司制定了《仓库收货管理程序》；为确保及时和准确地发放原辅材料、半成品及产成品，保证生产顺利进行，公司制定了《仓库发货管理程序》。

公司所有外购物资验收入库前，均须经公司质量管理部门检验；待检验合格

放行后由仓库管理员进行验收入库；质量管理部门确认为免检物资的，可以直接由仓库管理员进行验收入库。物资验收时须把实物与《送货单》等单据上列示的品名、规格、数量等相互对照；货物如发生短缺、破损等情形，应尽快查明原因并上报物资管理部门负责人，由物资管理部门负责人做出相应的处理意见。物资经验收正确无误后，由仓库管理员按《送货单》等单据上列示的品名、规格、数量等资料办理入库手续；验收人员严格按规定的程序和要求进行验收，凡不符合条件的一律不予验收。

公司仓管员根据审核后的《发货通知单》安排发货，并开具销售出库单。发货时必须经过严格检验，不得擅自发货和随意替换货物，确保所发货物与《销售出库单》一致，在运输过程须确保货物安全和及时到达。

公司每年至少对库存物资进行一次全面的盘点，盘点工作必须有财务人员参加；盘点时应对每一种库存材料进行实地点数，同时填写实际库存数量，然后按该类别物资的账面单价计算其总金额，将所得实际库存材料金额与账面库存金额进行比较；库存物资出现盘盈、盘亏、变质老化、毁损等现象须及时查明原因，并按规定程序进行处理，如属于人为因素造成的，须追究相关责任人的责任。

问题（7）：

请发行人说明存货盘点情况，包括盘点时间、地点、人员、范围、各类存货盘点方法、程序、盘点比例、账实相符的情况、盘点结果，是否存在盘点差异及产生原因、处理措施；请申报会计师详细说明对报告期存货实施的监盘程序特别是针对发行人存货存放在多个地点采取的审计程序、监盘比例及监盘结果。

回复：

一、发行人存货盘点情况

公司为加强企业内部管理和及时掌握存货数量及状态，控制产品质量风险，对存货进行定期盘点。公司存货采取永续盘存制，每月末，由仓库管理人员、车间人员定期对月末存货进行盘点，财务部进行抽盘检查。年中和年末，由公司财务部编制存货盘点计划，并组织各部门对仓库以及车间存货进行全面盘点。各组盘点人员需将实盘数记录于盘点表中，并于盘点结束后在盘点表中签名确认。

报告期内，公司存货的盘点情况如下：

项　目	2020.06.30	2019.12.31	2018.12.31	2017.12.31
盘点范围	公司各材料仓库、在产品及半成品仓库、成品仓库	公司各材料仓库、在产品及半成品仓库、成品仓库	公司各材料仓库、在产品及半成品仓库、成品仓库	公司各材料仓库、在产品及半成品仓库、成品仓库
盘点时间	2020 年 6 月 29 日	2019 年 12 月 30 日	2018 年 12 月 30 日	2017 年 12 月 30 日
盘点地点	泉州市鲤城区江南火炬工业区、上海市松江区佘山镇陶干路 1069 号、嘉善县魏塘街道长盛路 138 号、天津经济技术开发区中区纺三路济盛街 36 号、珠海市南水镇南港东路南侧安宇工业园 1 号厂房、上海嘉亨租赁仓库			
盘点人员	仓库管理人员、车间人员、财务人员	仓库管理人员、车间人员、财务人员	仓库管理人员、车间人员、财务人员	仓库管理人员、车间人员、财务人员
监盘人员	会计师：王镇江、陈燕春、谢嘉伟等 保荐机构：阴豪、陈博涵、陈卓然	会计师：王镇江、陈燕春、谢嘉伟等 保荐机构：阴豪、陈博涵	会计师：李倩、王镇江、陈燕春等	会计师：王镇江、陈燕春、董炜炜等
监盘金额	10,274.24 万元	9,284.77 万元	8,400.40 万元	5,532.43 万元
监盘比例	73.32%	74.84%	69.58%	60.05%
盘点及监盘结果	与账面无重大差异	与账面无重大差异	与账面无重大差异	与账面无重大差异

报告期内，公司存货盘点情况正常，不存在重大盘盈盘亏情况。盘点结束后由财务部人员负责汇总盘点结果，并编制盘点差异汇总表，交予财务部负责人，并组织各相关部门对盘点差异进行情况调查，核实差异原因，对盘盈或盘亏的存货作相关账务处理。

综上所述，公司已经建立了较为完善的存货盘点制度，各类存货存放情况良好，各期末盘点情况良好，报告期各年年末存货盘点不存在重大差异。

二、会计师监盘程序

1、针对发行人存货存放在多个地点采取的审计程序：监盘前，获取发行人的存货盘点计划、存货存放地点清单，复核盘点工作安排的合理性，核查盘点清单及存货存放地点的完整性。安排所有监盘小组对塑料包装容器、日化产品存放于多个地点的存货按照重要性水平在同一时间实施监盘；

2、根据获取的存货存放清单结合公司的存货情况制定存货监盘计划，了解存货的内容、性质、各存货项目的重要程度及存放场所，评估与存货相关的重大错报风险和重要性等方面。监盘计划包括监盘目标、范围、时间安排、人员分工、要点及注意事项等内容；

3、到达现场后，先对存货的存放情况进行观察，确定应纳入盘点范围的存货是否已经适当整理和排列，是否附有标识，防止遗漏或重复盘点；

4、存货监盘过程中，执行双向抽盘。首先，从存货盘点记录中选取期末结存金额大于重要性或性质特殊的样本追查至实物，确认存货盘点记录的准确性；其次，从实物中随机选取存货项目追查至盘点记录，确认存货盘点记录的完整性；

5、对监盘时发现的差异，查明原因，并及时提请发行人更正；

6、监盘过程中特别关注存货的状况，观察发行人存货是否存在毁损、陈旧等无法使用的情况；

7、在存货监盘结束前，再次观察盘点现场并检查抽盘记录，以确定从盘点记录中选取的存货项目是否均已盘点并得到恰当记录；

8、盘点结束后，各审计监盘小组编制“抽盘表”及“存货监盘小结”。

问题（8）：

请保荐人和申报会计师对上述事项核查并发表明确意见。

回复：

保荐机构和申报会计师履行了以下核查程序：

1、了解和评价与采购与付款、生产和仓储循环相关的关键内部控制设计，并测试关键控制执行的运行有效性；

2、访谈生产部门、采购部门人员，了解发行人主要原材料及主要产品的采购周期、生产周期、发货周期，核实存货周转天数的合理性；

3、分析报告期各期末存货余额的变动原因及合理性，并将存货余额占流动资产比例与同行业可比公司进行对比，核实是否存在差异，以及产生差异的合理性；

4、获取报告期各期末尚未完成的销售订单情况，核实报告期各期末存货主要项目余额与尚未完成的销售订单的匹配关系，并分析存货余额未对应订单的原因及原因的合理性；

5、了解发行人主要产品生产流程、成本核算方法，核实各业务的成本归集与分配方法是否符合《企业会计准则》的相关规定；

6、了解发行人存货跌价准备的计提政策，对报告期各期末存货减值测试的过程进行复核，核实是否符合《企业会计准则》的相关规定；

7、了解发行人的仓库及房屋建筑物的分布和用途，与存货盘点表中存放地点进行核对，核实是否存在差异。

经核查，保荐机构和申报会计师认为：

1、发行人报告期各期末存货余额变动具有合理性，变动趋势符合发行人实际经营情况；

2、存货占流动资产比例较高，与其订单式生产、合理安排存货备货量的生产模式相吻合；存货占流动资产的比例与同行业可比公司相比，不存在明显差异；

3、报告期各期末存货主要项目与尚未完成的销售订单的匹配情况符合发行人的实际生产经营情况；

4、报告期内存货各项目的发生、计价、核算和结转与实际生产流程一致；

5、报告期各期末存货主要项目的可变现净值基本均高于账面价值，未计提存货减值准备理由较合理，符合《企业会计准则》的相关规定；

6、发行人主要仓库情况与盘点表中存货存放地点相匹配；

7、对报告期各期末存货执行了监盘程序，监盘结果与发行人账面无重大差异。

16、关于主要非流动资产。

申报材料显示，公司非流动资产主要为固定资产、无形资产和长期待摊费用。固定资产占非流动资产的比例分别为 79.52%、80.85%和 76.75%，其中机器设备占比较高。

请发行人补充披露：（1）与可比同行业公司固定资产周转率差异情况及原因；（2）发行人固定资产、无形资产、长期待摊费用的折旧/摊销计提是否谨慎、合理，是否与同行业可比公司一致，相关折旧/摊销计提是否准确；（3）报告期内主要非流动资产减值测算的过程和计算方法，未计提减值准备是否谨慎合理。

请发行人说明：（1）固定资产盘点情况，包括盘点时间、地点、人员、范围、盘点方法、程序、盘点比例、账实相符的情况、盘点结果，是否存在盘点差异及产生原因、处理措施；（2）无形资产的具体内容、获取方式、价款支付、入账成本、后续核算、实际使用等情况。

请保荐人、会计师对上述情况核查并发表明确意见。

回复：

问题（1）：

与可比同行业公司固定资产周转率差异情况及原因。

回复：

一、发行人及同行业可比公司固定资产周转率情况

报告期内，公司及同行业可比公司固定资产情况如下：

单位：万元、%

项目		2020.06.30		2019.12.31		2018.12.31		2017.12.31	
		账面净值	占比	账面净值	占比	账面净值	占比	账面净值	占比
通产丽星	房屋及建筑物	75,356.95	62.22	76,524.78	62.06	42,100.36	47.29	43,488.10	49.11
	机器设备	35,310.99	29.16	35,731.32	28.98	36,651.34	41.17	37,766.61	42.64
	运输设备	507.05	0.42	525.78	0.43	312.72	0.35	183.32	0.21
	电子设备及其他设备	9,930.26	8.20	10,530.46	8.54	9,960.48	11.19	7,122.51	8.04
	合计	**121,105.25**	**100.00**	**123,312.34**	**100.00**	**89,024.90**	**100.00**	**88,560.54**	**100.00**
锦盛新材	房屋及建筑物	6,166.23	50.60	6,387.79	49.80	6,830.90	51.32	7,274.02	53.54
	机器设备	5,457.15	44.79	5,842.57	45.55	6,213.71	46.68	5,954.89	43.83
	运输设备	460.49	3.78	485.36	3.78	132.43	0.99	171.20	1.26
	电子设备及其他设备	101.28	0.83	110.36	0.86	134.56	1.01	186.16	1.37
	合计	**12,185.15**	**100.00**	**12,826.09**	**100.00**	**13,311.60**	**100.00**	**13,586.26**	**100.00**
诺斯贝尔	房屋及建筑物	-	-	8,788.00	28.81	9,206.06	31.18	6,454.85	32.34
	机器设备	-	-	20,006.18	65.59	18,185.65	61.59	11,209.06	56.16
	运输设备	-	-	946.92	3.10	1,033.88	3.50	717.99	3.60
	电子设备及其他设备	-	-	761.51	2.50	1,103.15	3.74	1,575.51	7.89
	合计	**-**	**-**	**30,502.61**	**100.00**	**29,528.74**	**100.00**	**19,957.41**	**100.00**
嘉亨家化	房屋及建筑物	4,911.59	23.52	5,051.34	24.67	5,331.34	29.88	5,534.13	32.95
	机器设备	14,465.65	69.26	13,896.15	67.88	11,234.23	62.96	10,047.92	59.83
	运输设备	465.84	2.23	520.58	2.54	457.85	2.57	515.12	3.07
	电子设备	264.03	1.26	180.54	0.88	155.91	0.87	151.34	0.90
	其他设备	779.84	3.73	823.54	4.02	664.14	3.72	544.89	3.24
	合计	**20,886.95**	**100.00**	**20,472.16**	**100.00**	**17,843.49**	**100.00**	**16,793.41**	**100.00**

发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十、资产质量分析”之“（二）非流动资产分析”之“1、固定资产”补充披露如下：

报告期内，公司及同行业可比公司固定资产周转率情况如下：

单位：万元

项目		2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
通产丽星	销售收入	**82,162.38**	**214,951.49**	**136,919.71**	**122,437.25**
	平均固定资产净值	**122,208.80**	**106,168.62**	**88,792.72**	**89,188.31**

项目		2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
	固定资产周转率	0.67	2.02	1.54	1.37
锦盛新材	销售收入	12,671.39	34,287.93	36,064.26	30,059.62
	平均固定资产净值	12,505.62	13,068.85	13,448.93	12,947.39
	固定资产周转率	1.01	2.62	2.68	2.32
诺斯贝尔	销售收入	-	217,845.89	197,804.29	154,596.68
	平均固定资产净值	-	30015.675	24743.075	18,348.56
	固定资产周转率	-	7.26	7.99	8.43
嘉亨家化	销售收入	39,217.11	78,565.86	71,801.30	53,297.40
	平均固定资产净值	20,679.56	19,157.83	17,318.45	16,369.02
	固定资产周转率	1.90	4.10	4.15	3.26

报告期内，发行人固定资产周转率总体呈上升趋势，主要系公司主营业务收入持续增长。随着浙江嘉亨全面投产、承接并扩大塑料包装业务，上海嘉亨主要经营化妆品及家庭护理产品业务，更加清晰的业务布局和持续释放的产能为公司的收入增长奠定了坚实的基础。

二、固定资产周转率差异分析

发行人主营日化产品 OEM/ODM 及塑料包装容器的研发设计、生产业务，通产丽星、锦盛新材主营日化产品塑料包装业务，诺斯贝尔主营化妆品 ODM 业务。报告期内，公司固定资产周转率高于通产丽星、锦盛新材，低于诺斯贝尔。

1、发行人固定资产周转率高于通产丽星及锦盛新材，系固定资产结构不同所致。通产丽星及锦盛新材房屋及建筑物占固定资产的比例远高于发行人，公司房屋及建筑物占固定资产比例较低的原因系公司子公司浙江嘉亨、天津嘉亨、珠海嘉亨主要生产经营场所均为租赁房产，上海嘉亨租赁部分房产用于仓储。剔除房屋及建筑物的影响后，报告期内，发行人与通产丽星、锦盛新材的固定资产周转率如下：

项目	2020.06.30	2019.12.31	2018.12.31	2017.12.31
通产丽星	1.43	3.31	2.98	2.64
锦盛新材	2.03	5.31	5.64	5.51
嘉亨家化	2.50	5.63	6.04	4.98

注：计算通产丽星 2019 年固定资产周转率时，剔除了科技创新服务营业收入 60,078.99 万元；计算 2020 年 6 月 30 日固定资产周转率时，剔除了科技创新服务营业收入 16,185.98 万元。

剔除房屋及建筑物的影响后，公司固定资产周转率与锦盛新材基本一致，

仍高于通产丽星，主要系通产丽星已上市多年，与公司所处的发展阶段不同，并且通产丽星固定资产净值远大于发行人，导致固定资产周转率存在一定差异。

2、发行人固定资产周转率低于诺斯贝尔，主要是因为发行人同时开展塑料包装容器产品和日化产品业务，诺斯贝尔主要从事日化产品业务，由于所生产的产品类型不同，导致设备投入情况存在差异。根据发行人日化产品销售收入与生产日化产品的机器设备进行测算，报告期内，发行人与诺斯贝尔的固定资产周转率如下：

项目	2020.06.30	2019.12.31	2018.12.31	2017.12.31
诺斯贝尔	-	7.26	7.99	8.43
嘉亨家化	3.55	6.96	8.61	6.36

公司日化产品机器设备对应的固定资产周转率与诺斯贝尔不存在重大差异。

问题（2）：

发行人固定资产、无形资产、长期待摊费用的折旧/摊销计提是否谨慎、合理，是否与同行业可比公司一致，相关折旧/摊销计提是否准确。

回复：

发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十、资产质量分析”之“（二）非流动资产分析”之“1、固定资产”补充披露如下：

一、固定资产

报告期内，公司固定资产的折旧政策如下：

类别	折旧方法	折旧年限（年）	残值率（%）	年折旧率（%）
房屋建筑物	年限平均法	25-30	10	3.60-3.00
机器设备	年限平均法	5-10	10	18.00-9.00
运输设备	年限平均法	5-10	10	18.00-9.00
电子设备	年限平均法	5	10	18.00
其他设备	年限平均法	5-10	10	18.00-9.00

公司固定资产的折旧政策及其与同行业可比公司的对比情况如下：

公司名称	房屋建筑物		机器设备		运输设备		办公设备及其他/电子设备	
	折旧年限（年）	残值率（%）	折旧年限（年）	残值率（%）	折旧年限（年）	残值率（%）	折旧年限（年）	残值率（%）
通产丽星	30、35、40	5	10-20	3-5	5、6	5	3、5、8	5
锦盛新材	20	5	10	5	4-5	5	3-5	5

公司名称	房屋建筑物		机器设备		运输设备		办公设备及其他/电子设备	
	折旧年限（年）	残值率（%）	折旧年限（年）	残值率（%）	折旧年限（年）	残值率（%）	折旧年限（年）	残值率（%）
诺斯贝尔	20-30	10	5-10	10	5-10	10	5-10	10
发行人	25-30	10	5-10	10	5-10	10	5、5-10	10

公司与同行业公司固定资产采用的折旧方法均为年限平均法，年折旧率=（1-预计净残值率）/折旧年限（年），发行人固定资产折旧年限、残值率与同行业上市公司相比不存在重大差异，符合行业特征，具有合理性。同时，公司固定资产折旧政策执行情况良好，不存在应计提折旧未计提的情形，相关折旧计提准确。

发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十、资产质量分析”之“（二）非流动资产分析”之“3、无形资产”补充披露如下：

二、无形资产

报告期内，公司无形资产主要系土地使用权和计算机软件，具体情况如下：

单位：万元、%

项目	2020.06.30		2019.12.31		2018.12.31		2017.12.31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
土地使用权	3,747.06	98.58	3,789.40	98.50	1,729.50	96.34	1,772.00	96.45
计算机软件	53.83	1.42	57.70	1.50	65.69	3.66	65.16	3.55
合计	3,800.89	100.00	3,847.11	100.00	1,795.19	100.00	1,837.16	100.00

公司在取得无形资产时分析判断其使用寿命，使用寿命有限的无形资产，在使用寿命内采用直线法摊销。发行人与同行业可比公司的无形资产摊销政策如下：

项目	摊销年限（年）			
	通产丽星	锦盛新材	诺斯贝尔	发行人
土地使用权	50	50	50	50
计算机软件	3、5	3-5	5-10	10

公司无形资产摊销政策与同行业上市公司基本相同，不存在应摊销未计提情况，相关摊销计提准确。

发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十、资产质量分析”之“（二）非流动资产分析”之“4、长期待摊费用”补充披露如下：

三、长期待摊费用

报告期内，公司长期待摊费用主要为厂房装修费及模具，具体情况如下：

单位：万元

项目	2020.06.30	2019.12.31	2018.12.31	2017.12.31
装修费	708.90	788.29	963.03	1,097.40
模具	584.30	717.23	283.42	308.58
合计	1,293.20	1,505.53	1,246.44	1,405.98

公司长期待摊费用在受益期内平均摊销，发行人与同行业可比公司的长期待摊费用摊销政策如下：

项目	摊销年限（年）			
	通产丽星	锦盛新材	诺斯贝尔	发行人
装修费	5	-	在受益期内按直线法分期摊销	5、10
模具	-	3	-	2

发行人长期待摊费用的摊销计提政策与同行业可比公司不存在重大差异，相对谨慎、合理，相关摊销计提准确。

问题（3）：

报告期内主要非流动资产减值测算的过程和计算方法，未计提减值准备是否谨慎合理。

回复：

一、资产减值方法

对公司的固定资产、无形资产等的资产减值，按以下方法确定：

于资产负债表日判断资产是否存在可能发生减值的迹象，存在减值迹象的，公司将估计其可收回金额，进行减值测试。

可收回金额根据资产的公允价值减去处置费用后的净额与资产预计未来现金流量的现值两者之间较高者确定。公司以单项资产为基础估计其可收回金额；难以对单项资产的可收回金额进行估计的，以该资产所属的资产组为基础确定资产组的可收回金额。资产组的认定，以资产组产生的主要现金流入是否独立于其他资产或者资产组的现金流入为依据。

当资产或资产组的可收回金额低于其账面价值时，公司将其账面价值减记至可收回金额，减记的金额计入当期损益，同时计提相应的资产减值准备。

二、资产减值测试情况

1、固定资产

报告期内，公司产能利用率处于饱和状态，各固定资产均处于正常使用状态，且相关产品和服务的毛利率一直保持在较高水平，固定资产相关资产组的未来现金流量良好，未发现存在减值迹象，未对固定资产计提减值准备，符合会计准则的规定和公司实际经营情况，不存在应计提减值准备未计提的情形。

具体测试过程如下：

（1）报告期各期末，公司对固定资产进行盘点，实地观察固定资产的状态及使用情况，未发现长期闲置、陈旧及损坏的设备。

（2）报告期内，公司经营情况稳定，收入规模持续增长，公司亦无终止使用或提前处置固定资产的计划。

（3）根据《企业会计准则》相关规定，对固定资产执行减值测试。可回收金额按照资产预计未来现金流量现值确定，通过比较可收回金额与固定资产账面价值孰高，进而判断是否需计提减值准备。

资产预计未来现金流量现值，通过综合考虑客户、订单及产能等因素，对未来五年收入进行预测，结合各报告期前 3 年的平均销售净利率，预估未来五年净利润，取同期贷款五年以上基准利率作为折现率，测算出未来现金流量现值。

经测算，报告期各期末公司固定资产可收回金额均高于账面价值，无需计提减值准备。

2、无形资产

公司无形资产主要是土地使用权，公司无形资产于资产负债表日均不存在减值迹象，未计提减值准备，不存在应计提减值准备未足额计提情况。

问题（4）：

固定资产盘点情况，包括盘点时间、地点、人员、范围、盘点方法、程序、盘点比例、账实相符的情况、盘点结果，是否存在盘点差异及产生原因、处理措施。

回复：

报告期内，公司固定资产盘点情况如下：

1、盘点时间、地点、人员、范围

项目	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
盘点时间	2020/06/30	2019/12/31	2018/12/31	2017/12/31
盘点地点	嘉亨家化、上海嘉亨、浙江嘉亨、天津嘉亨、珠海嘉亨			

项目	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
盘点人员	各资产使用部门人员、财务人员、会计师、保荐机构	各资产使用部门人员、财务人员、会计师、保荐机构	各资产使用部门人员、财务人员、会计师	各资产使用部门人员、财务人员、会计师
盘点范围	所有固定资产，包括房屋建筑物、机器设备、运输设备、电子设备及其他			
盘点比例	100%	100%	100%	100%
监盘比例	76.78%	77.75%	65.57%	70.70%

2、盘点方法及程序

（1）根据盘点需求，财务部制定盘点计划提前发送到资产管理部门，资产管理部门提前清查并整理；

（2）执行盘点程序时，对于存放在公司的资产，财务人员与资产管理部门专职人员采用现场实地盘点方式，核查盘点数量、资产质量情况、核对资产编号、规格型号、存放地点等；

（3）财务部门采用全盘方式，将所有固定资产纳入盘点范围；

（4）执行年度盘点程序时，除执行上述盘点程序外，还要加入外部审计人员随机抽查的方式进行复核盘点程序，核查资产数量、资产质量情况、核对资产编号、规格型号、存放地点等。

3、盘点结果

报告期内，发行人固定资产保管完好，无闲置或损毁等情况，监盘结果账实相符，不存在重大异常情况。

问题（5）：

无形资产的具体内容、获取方式、价款支付、入账成本、后续核算、实际使用等情况。

回复：

报告期内，公司无形资产包括土地使用权和计算机软件，其获取方式、入账成本、后续核算、实际使用情况如下：

1、土地使用权

序号	产权证号	使用期限至	获取方式	入账成本（万元）	后续核算	实际使用情况
1	闽（2019）泉州市不动产权第0033982-0033988 号	2062.02.15	受让	1,054.77	按照不动产权证登记的使用年限 50 年进行摊销	嘉亨家化自用
2	沪（2018）松字不动	2057.04.04	受让	1,070.43	按照不动产权证	上海嘉亨自用

	产权第 004407 号				登记的使用年限 50 年进行摊销	
3	浙（2019）湖州市（南浔）不动产权第 0072382 号	2069.10.30	出让	2,109.44	按照不动产权证登记的使用年限 50 年进行摊销	用于建设化妆品及塑料包装容器生产基地，于 2020 年 5 月 22 日开工。

2、计算机软件

公司计算机软件系公司陆续购置形成，截至 2020 年 6 月末，前述软件账面原值为 115.52 万元，净值为 53.83 万元。前述软件摊销期限按照实际使用年限确认为 10 年。

问题（6）：

请保荐人、会计师对上述情况核查并发表明确意见。

回复：

保荐机构、申报会计师履行了以下核查程序：

1、了解和评价与长期资产相关的关键内部控制设计，并测试关键控制执行的有效性；

2、了解发行人非流动资产折旧/摊销政策，评价折旧/摊销政策是否符合企业会计准则相关规定，分析折旧/摊销政策是否合理；

3、获取同行业可比公司非流动资产折旧/摊销政策，与发行人相关折旧/摊销政策进行比较，核实是否与同行业可比公司存在差异，并分析政策差异的合理性；

4、计算发行人固定资产周转率并与同行业可比公司进行比较，核实是否与同行业可比公司存在差异，并分析产生差异的原因；

5、获取发行人报告期内的固定资产盘点计划及盘点表，了解固定资产存放情况，抽取单项金额较大的固定资产执行监盘程序，查看固定资产的使用状态，关注是否存在闲置、陈旧、损毁等情况；

6、复核发行人固定资产、无形资产、长期待摊费用的测算过程，核实测算依据、测算结果的准确性，并判断是否符合企业会计准则的相关规定。

7、获取发行人报告期内购置土地使用权对应的土地出让合同、不动产权证、银行付款单据等支持性文件，核实入账时间及入账金额的准确性。

经核查，保荐机构、申报会计师认为：

1、发行人固定资产周转率与公司经营状况相符，与同行业可比公司固定资产周转率的差异能够合理解释；

2、固定资产、无形资产、长期待摊费用的折旧/摊销计提合理，与同行业可比公司基本一致，符合会计准则的规定及发行人实际情况；

3、报告期内主要非流动资产未计提减值准备符合《企业会计准则第 8 号——资产减值》的相关规定；

4、发行人固定资产保管完好，无闲置或损毁等情况，监盘结果账实相符，不存在重大异常情况；无形资产入账时间、入账价值准确，后续核算方式恰当。

17、关于期间费用。

申报材料显示，发行人报告期内公司期间费用率分别为 20.60%、17.73%和 18.59%。

请发行人：（1）补充披露销售费用率、管理费用率、研发费用率、财务费用率与同行业可比公司对比情况，是否存在重大差异及合理性；（2）补充披露报告期内发行人收入大幅增长的情况下，2019 年销售费用中包装费降低的原因及合理性；（3）结合报告期内运输量、运输半径、价格变动情况，补充披露报告期内运输费基本持平的原因及合理性；（4）结合员工人数变化、职级分布，补充披露报告期内发行人人均薪酬情况、与同行业可比公司是否明显偏低。

请保荐人、申报会计师对上述事项核查并发表明确意见。

回复：

问题（1）：

补充披露销售费用率、管理费用率、研发费用率、财务费用率与同行业可比公司对比情况，是否存在重大差异及合理性；

回复：

发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“九、盈利能力分析”之“（五）期间费用分析”之“1、期间费用率对比分析”补充披露如下：

2017-2019 年，公司期间费用率与同行业可比公司对比如下：

单位：%

项目	可比公司	2019 年	2018 年	2017 年
销售费用率	通产丽星	4.37	4.72	4.33

	锦盛新材	3.22	2.79	3.02
	诺斯贝尔	4.03	4.20	4.14
	发行人	5.75	6.56	6.60
管理费用率	通产丽星	11.77	5.43	5.69
	锦盛新材	8.90	8.07	8.23
	诺斯贝尔	4.25	3.51	3.95
	发行人	9.74	8.47	10.56
研发费用率	通产丽星	4.30	5.31	4.72
	锦盛新材	3.75	3.87	3.57
	诺斯贝尔	3.26	3.25	3.05
	发行人	2.31	2.01	1.89
管理及研发费用率	通产丽星	16.07	10.75	10.41
	锦盛新材	12.64	11.94	11.80
	诺斯贝尔	7.51	6.77	7.00
	发行人	12.05	10.48	12.45
财务费用率	通产丽星	0.99	-0.38	0.89
	锦盛新材	-0.41	-0.25	1.19
	诺斯贝尔	-0.08	-0.21	0.30
	发行人	0.79	0.70	1.55

注：通产丽星数据来源于年报；锦盛新材数据来源于其招股说明书；诺斯贝尔 2019 年数据来源于其 2019 年度审计报告，2017 年、2018 年数据来源于青松股份公告的发行股份购买资产报告书（收购标的诺斯贝尔）。

1、销售费用率

报告期内，同行业可比公司销售费用率均不高，主要系从业务模式看，行业内公司一般与主要客户保持较为长期稳定的合作关系，主动营销需求相对较少，销售费用主要由职工薪酬、运费等构成。

发行人销售费用率高于同行业可比公司，主要系发行人除从事塑料包装业务外，还从事一体化的日化产品业务，日化产品销售对外包装的要求较高，包括纸箱、周转箱、立体袋、平口袋、缠绕膜、封箱胶带等，导致销售费用中包装费金额较高，包装费占发行人销售费用的 50%-60%。2017-2019 年，包装费占发行人营业收入的比例分别为 3.65%、3.75%和 3.09%，若剔除包装费的影响，2017-2019 年内发行人销售费用率为分别为 2.95%、2.81%和 2.66%，与锦盛新材不存在明显差异。

2、管理及研发费用率

发行人管理及研发费用率合计与通产丽星、锦盛新材基本一致，略高于诺斯贝尔。主要系诺斯贝尔销售规模较大，年销售收入超过 20 亿元，规模效应显著，管理费用、研发费用率相对较低。

3、财务费用率

发行人财务费用率与通产丽星、诺斯贝尔较为接近。财务费用率与各公司的银行融资等较为相关，通产丽星、诺斯贝尔财务费用率较低，主要系上市公司融资渠道广泛，银行借款金额较小，利息支出较低所致；锦盛新材财务费用率有所波动，主要系其出口收入占比 50%-60%，汇兑损益对财务费用的影响较大。报告期内，随着发行人经营业绩不断提升，偿还了长期借款及委托借款，财务费用率下降。

问题（2）：

补充披露报告期内发行人收入大幅增长的情况下，2019 年销售费用中包装费降低的原因及合理性；

回复：

发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“九、盈利能力分析”之“（五）期间费用分析”之“2、销售费用”补充披露如下：

一、包装费基本情况

报告期内，公司包装费情况如下：

单位：万元、%

项目	2020 年 1-6 月		2019 年		2018 年		2017 年
	金额	增幅	金额	增幅	金额	增幅	金额
包装费	1,288.90	6.17	2,428.07	-9.87	2,693.83	38.53	1,944.61
主营业务收入	38,628.02	1.14	76,383.36	9.80	69,565.48	34.86	51,583.14
占比	3.34		3.18		3.87		3.77

注 1：2020 年 1-6 月因执行新收入准则，原计入销售费用的包装费计入主营业务成本。

注 2：2020 年 1-6 月增幅=（当期金额*2-2019 年金额）/2019 年金额。

包装费主要系公司销售产品的外包装，如纸箱、周转箱、立体袋、平口袋、缠绕膜、封箱胶带等发生的费用。报告期内，公司包装费分别为 1,944.61 万元、2,693.83 万元、2,428.07 万元和 1,288.90 万元，占主营业务收入的比例分别为 3.77%、3.87%、3.18%和 3.34%，占比较为稳定。

不同产品、客户对外包装的质量、规格需求有所差异，部分产品外包装由客户提供，产品单价的高低也会影响包装费占客户销售收入的比例。2019 年包装费较 2018 年有所下降，主要系塑料包装容器、家庭护理产品包装费下降，以及化妆品包装费增幅较小所致。2018 年、2019 年，各类产品销售收入与包装费的对应关系如下：

单位：万元

项目	2019 年			2018 年	
	收入	包装费	包装费变动	收入	包装费
主营业务	76,383.36	2,428.07	-265.76	69,565.48	2,693.83
塑料包装	44,509.21	1,207.91	-83.45	44,106.84	1,291.36
日化产品	31,874.16	1,220.15	-182.32	25,458.63	1,402.47
其中：化妆品	22,911.20	675.96	52.64	16,159.93	623.32
家庭护理产品	8,962.96	544.19	-234.96	9,298.70	779.15

二、各类产品包装费变动分析

（一）塑料包装容器产品包装费变动分析

2018 年、2019 年塑料包装容器业务对应的包装费占销售收入的比例分别为 2.93%、2.71%，金额减少 83.45 万元，主要原因是：

一方面，公司塑料包装容器包装费用中大部分为纸箱费用，纸箱单价 2019 年比 2018 年有所降低，以相同规格纸箱计算，2019 年纸箱单价比 2018 年平均下降 7.62%，以相同规格纸箱 2019 年的使用量计算，因单价降低导致包装费下降 57.76 万元。另一方面，2019 年公司经与客户协商，在保证产品运输需求和环保安全的基础上，部分产品使用塑料周转箱替代原有纸箱，循环使用降低了包装成本。

报告期内，纸箱相关的主要材料瓦楞纸和纸浆价格走势如下：

单位：元/吨

期间	2017 年	2018 年	2019 年	2020 年 1-6 月
瓦楞纸价格	4,070.70	4,295.08	3,480.62	3,469.86
变动比例	-	5.51%	-18.96%	-0.31%
纸浆价格	5,615.09	6,136.62	4,674.03	4,023.32
变动比例	-	9.29%	-23.83%	-13.92%

数据来源：1、瓦楞纸价格，根据 wind 数据库的国家统计局-价格指数-流通领域生产资料价格-流通领域重要生产资料价格-瓦楞纸：全国，计算均值；2、纸浆价格，根据 wind 数

据库的国家统计局-价格指数-流通领域生产资料价格-流通领域重要生产资料价格-纸浆：漂白化学浆：全国，计算均值。

2019 年与 2018 年相比，瓦楞纸价格下降了 18.96%，纸浆价格下降了 23.83%，与公司纸箱平均价格下降趋势一致。

（二）化妆品销售收入与包装费变动分析

化妆品涉及的包装费 2019 年与 2018 年相比增长 52.64 万元，包装费占化妆品销售收入的比例下降 0.91 个百分点，主要是不同客户的产品对包装需求不同所致。

2018 年、2019 年，化妆品前五大客户销售收入与包装费的对应关系如下：

单位：万元、%

序号	2019 年				2018 年			
	客户名称	收入	包装费	包装费占比	客户名称	收入	包装费	包装费占比
1	强生	5,076.43	309.80	6.10	强生	4,941.72	311.29	6.30
2	郁美净	3,765.55	93.00	2.47	百雀羚	2,545.44	87.64	3.44
3	保利沃利	2,901.59	49.51	1.71	贝泰妮	2,085.17	21.68	1.04
4	尚赫	2,867.36	38.76	1.35	郁美净	1,335.33	31.39	2.35
5	贝泰妮	2,081.18	14.11	0.68	多特瑞	1,045.73	28.33	2.71
	小计	16,692.11	505.18	3.03	小计	11,953.38	480.33	4.02
	化妆品合计	22,911.20	675.96	2.95	化妆品合计	16,159.93	623.32	3.86
	前五名客户占比	72.86	74.29	-	前五名客户占比	73.97	77.03	-

2019 年，化妆品包装费占收入的比例下降了 0.91 个百分点，其中前五名客户包装费占收入的比例下降了 0.99 个百分点。下降的原因主要是：2019 年前五名客户中，新增保利沃利、尚赫，其产品单价相对较高，对应外包装占收入的比例较低；此外，郁美净儿童霜部分外包装由客户提供，因此其包装费占比较低。上述包装费占比较低的客户销售收入增长，导致 2019 年化妆品包装费增幅较小，包装费占收入的比例下降。

（三）家庭护理产品收入与包装费变动分析

2018 年、2019 年，家庭护理产品前五大客户销售收入与包装费的对应关系如下：

单位：万元、%

序号	2019 年				2018 年			
	客户名称	收入	包装费	包装费占比	客户名称	收入	包装费	包装费占比
1	益海嘉里	3,679.62	285.90	7.77	益海嘉里	5,747.54	458.35	7.97
2	利洁时	2,084.50	101.07	4.85	利洁时	1,618.49	217.86	13.46
3	强生	1,967.54	130.03	6.61	强生	1,601.69	92.17	5.75
4	上海家化	755.71	7.00	0.93	郁美净	210.20	3.98	1.89
5	多特瑞	213.27	10.72	5.03	多特瑞	78.29	1.82	2.32
	小计	8,700.64	534.73	6.15	小计	9,256.21	774.18	8.36
	家庭护理产品合计	8,962.96	544.19	6.07	家庭护理产品合计	9,298.70	779.15	8.38
	前五名客户占比	97.07	98.25	-	前五名客户占比	99.54	99.36	-

2019 年，家庭护理产品包装费占收入的比例下降了 2.31 个百分点，其中前五名客户包装费占收入的比例下降了 2.21 个百分点。下降的原因主要是：

1、益海嘉里洗洁精产品单价相对较低，同等销售收入对应销量较大，需要的外包装较多，其包装费占比较高。2019 年，益海嘉里销售收入、销量下降，导致包装费下降 172.45 万元。

2、利洁时家庭护理产品包装费金额减少 116.79 万元，主要系 2019 年利洁时香皂产品销售收入下降 27.18%，对应包装费金额下降 124.08 万元。2019 年利洁时收入增长来源于消毒液产品，对外包装需求较少，因此虽然 2019 年利洁时销售收入增长，但包装费有较大幅度下降。

3、2019 年新增前五名客户上海家化，由于上海家化洗衣液产品等外包装由上海家化提供，公司仅提供封箱胶带，包装费很低。

问题（3）：

结合报告期内运输量、运输半径、价格变动情况，补充披露报告期内运输费基本持平的原因及合理性；

回复：

发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“九、盈利能力分析”之“（五）期间费用分析”之“2、销售费用”补充披露如下：

一、运输费基本情况

报告期内，公司运输费情况如下：

单位：万元、%

项目	2020 年 1-6 月		2019 年		2018 年		2017 年
	金额	增幅	金额	增幅	金额	增幅	金额
运输费	846.03	0.98	1,675.66	2.23	1,639.06	32.14	1,240.39
主营业务收入	38,628.02	1.14	76,383.36	9.80	69,565.48	34.86	51,583.14
占比	2.19		2.19		2.36		2.40

注 1：2020 年 1-6 月因执行新收入准则，原计入销售费用的运输费计入主营业务成本。

注 2：2020 年 1-6 月增幅=（当期金额*2-2019 年金额）/2019 年金额。

运输费主要系公司将产品运送至客户指定地点发生的费用。报告期内，公司运输费分别为 1,240.39 万元、1,639.06 万元、1,675.66 万元和 846.03 万元，占主营业务收入的比例分别为 2.40%、2.36%、2.19%和 2.19%，占比总体较为稳定，除销售收入外，公司运输费用同时受客户运输半径、运输价格变动、运输费承担方式等影响。

二、报告期内运输费变动的原因及合理性

1、运输半径

公司运费根据地域分类主要分为境内、境外运费，其中境内运费占比较大，境外销售以 FOB 模式为主，公司只需承担由工厂至出境港口的内陆运费及相关报关、装卸费用。报告期内，公司主营业务收入按地域分布情况如下：

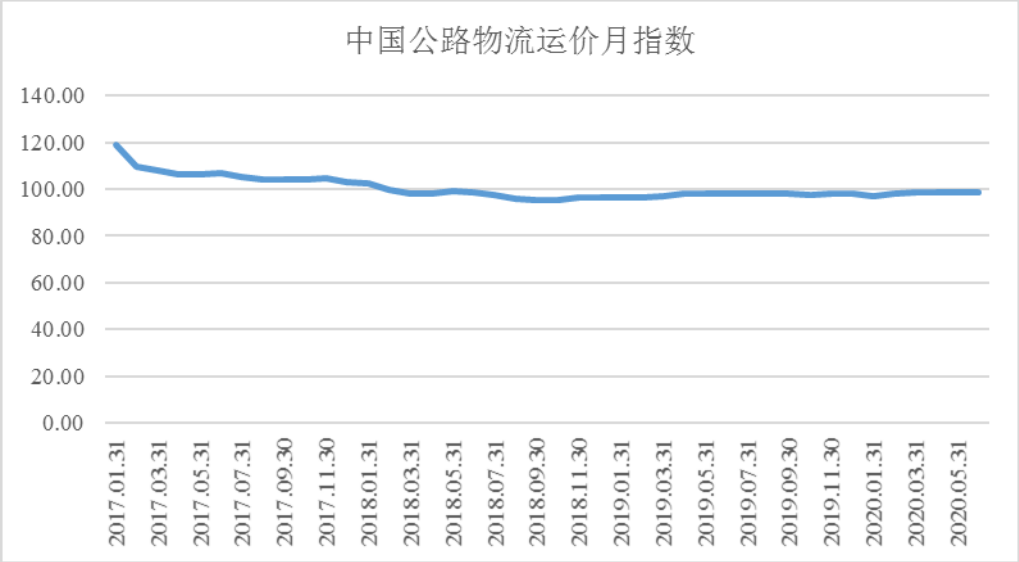
单位：万元、%

区域	2020 年 1-6 月		2019 年		2018 年		2017 年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
境内	32,963.23	85.34	70,683.83	92.54	65,037.36	93.49	48,325.36	93.68
其中：华东	16,758.53	43.38	38,104.35	49.89	40,039.22	57.56	28,790.78	55.81
华北	7,017.39	18.17	20,926.13	27.40	16,494.42	23.71	13,937.89	27.02
华南	2,189.04	5.67	3,606.47	4.72	3,191.54	4.59	3,439.69	6.67
境外	5,664.79	14.66	5,699.53	7.46	4,528.12	6.51	3,257.78	6.32
合计	38,628.02	100.00	76,383.36	100.00	69,565.48	100.00	51,583.14	100.00

报告期内，公司主要销售市场为华东、华北、华南等化妆品产业链较为集中、经济比较发达、消费水平较高的地区，报告期内，各区域销售收入占比较为稳定，运输半径未发生重大变化。

2、运输价格

2017 年-2020 年 6 月，中国公路物流运价指数基本保持稳定，不存在大幅波动，报告期内公司与运输物流公司报价未有明显波动情况。



3、运输量

按照与客户签订的合同约定，郁美净、尚赫、气味图书馆等化妆品客户，其货物提取方式为自提，由客户承担运输费。其中，郁美净 2019 年 7 月开始在上海嘉亨附近租赁仓库，由上海嘉亨将货物送至其仓库，运输费由上海嘉亨承担，由于运输距离很近，运输费用很少。

报告期内，运输费变动与运输费承担方式相关。公司运输费变动情况与主营业务收入增长情况对比如下：

单位：万元、%

项目	2020 年 1-6 月		2019 年		2018 年		2017 年
	金额	增幅	金额	增幅	金额	增幅	金额
运输费	846.03	0.98	1,675.66	2.23	1,639.06	32.14	1,240.39
主营业务收入	38,628.02	1.14	76,383.36	9.80	69,565.48	34.86	51,583.14
塑料包装容器	16,907.71	-24.03	44,509.21	0.91	44,106.84	22.95	35,873.86
化妆品	13,594.32	18.67	22,911.20	41.78	16,159.93	70.03	9,504.21
家庭护理产品	8,125.99	81.32	8,962.96	-3.61	9,298.70	49.86	6,205.07

注：2020 年 1-6 月增幅=（当期金额*2-2019 年金额）/2019 年金额。

2019 年，运输费增长 2.23%，小于主营业务收入增长幅度，主要原因是：2019 年公司收入增长主要来源于化妆品业务，郁美净、尚赫、气味图书馆等化妆品客户，其运输费主要由客户承担。

单位：万元

项目	2019 年		2018 年
	金额	增加金额	金额
化妆品合计	22,911.20	6,751.27	16,159.93
郁美净	3,765.55	2,430.23	1,335.33

项目	2019 年		2018 年
	金额	增加金额	金额
尚赫	2,867.36	1,946.97	920.39
气味图书馆	1,797.43	1,395.13	402.30
小计	8,430.34	5,772.33	2,658.01

剔除上述客户 2018 年、2019 年化妆品销售收入，公司主营业务收入 2019 年较 2018 年增长 1.56%，运输费变动与销售收入变动基本匹配。

综上所述，公司运输费用受运输量、运输半径、运输单价等因素综合影响，2019 年运输费增长幅度小于营业收入增幅，主要系 2019 年增加的营业收入主要为化妆品，化妆品客户郁美净、尚赫、气味图书馆，其运输费主要由客户承担。剔除上述影响，报告期内，公司运输费与主营业务收入增长基本匹配，不存在异常情况。

问题（4）：

结合员工人数变化、职级分布，补充披露报告期内发行人人均薪酬情况、与同行业可比公司是否明显偏低。

回复：

发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十一、偿债能力、流动性与持续性经营能力分析”之“（一）负债情况分析”之“5、应付职工薪酬”补充披露如下：

一、总体薪酬对比情况

2017-2019 年，公司人均薪酬、与同行业可比公司对比情况如下：

单位：万元、人、万元/年

项目	2019 年	2018 年	2017 年
职工薪酬	15,847.97	12,741.77	9,847.54
人员数量	2,240	2,062	1,566
公司人均薪酬	7.07	6.18	6.29
同行业薪酬情况：			
通产丽星	12.67	9.47	8.74
锦盛新材	8.79	9.05	7.72
青松股份（诺斯贝尔）	6.38	6.93	-

注 1：公司人员数量为期间月均人数取整，与期末数量有所差异；

注 2：青松股份公告的发行股份购买资产报告书（收购标的诺斯贝尔）及审计报告，未披露 2017 年薪酬及人数，故 2017 年平均薪酬无法列示，下同。

2017-2019 年，公司人均薪酬与青松股份（诺斯贝尔）不存在明显差异，略低于锦盛新材、通产丽星。公司主要从事日化产品 OEM/ODM 及塑料包装业务，日化产品后端包装环节、塑料包装容器在线外观检测及包装等对人工需求较大，随着公司业务规模快速增长，生产人员增长幅度较大，人均薪酬不高。报告期内，公司人均薪酬呈上升趋势，与行业可比公司相比不存在明显偏低的情形。

二、营销服务人员费用

2017-2019 年，公司营销服务人员人均薪酬、与同行业可比公司对比情况如下：

单位：万元、人、万元/年

项目	2019 年	2018 年	2017 年
职工薪酬	314.14	281.37	234.10
人员数量	38	36	33
公司销售人员人均薪酬	8.27	7.82	7.09
同行业薪酬情况：			
通产丽星	10.33	18.46	18.33
锦盛新材	15.61	15.83	13.45
青松股份（诺斯贝尔）	12.34	16.34	-

注：公司人员数量为期间月均人数取整，与期末数量有所差异。

公司销售人员人均薪酬低于同行业可比公司，公司营销服务人员包括销售业务人员及货运驾驶员，销售业务人员主要负责客户维护、订单跟踪等，不负责开发客户。锦盛新材、青松股份（诺斯贝尔）客户集中度较公司低，主动营销需求、市场开发、参加行业展会等较多，销售人员薪酬相对较高。通产丽星总部位于深圳，薪酬水平相对较高。

三、管理人员薪酬

2017-2019 年，公司管理人员人均薪酬、与同行业可比公司对比情况如下：

单位：万元、人、万元/年

项目	2019 年	2018 年	2017 年
职工薪酬	3,835.04	3,060.30	2,807.02
人员数量	380	324	309
公司管理人员人均薪酬	10.09	9.45	9.08
其中：中层及以上管理人员数量	26	26	24
中层及以上管理人员人均薪酬	27.69	26.26	23.63
普通管理行政人员数量	354	298	285

项目	2019 年	2018 年	2017 年
普通管理行政人员人均薪酬	8.80	7.98	7.86
同行业薪酬情况：			
通产丽星	19.90	9.13	9.04
锦盛新材	24.60	24.37	18.67
青松股份（诺斯贝尔）	7.83	14.57	-

注：公司人员数量为期间月均人数取整，与期末数量有所差异。

公司管理人员人均薪酬与通产丽星、青松股份（诺斯贝尔）接近，低于锦盛新材，处于行业正常水平范围。由于公司普通管理行政人员占比较高，导致整体管理人员平均薪酬较低。

四、研发人员薪酬

2017-2019 年，公司研发人员人均薪酬、与同行业可比公司对比情况如下：

单位：万元、人、万元/年

项目	2019 年	2018 年	2017 年
职工薪酬	1,029.38	799.45	548.66
人员数量	128	103	81
公司研发人员人均薪酬	8.04	7.76	6.77
同行业薪酬情况：			
通产丽星	4.87	3.64	-
锦盛新材	8.70	9.40	8.25
青松股份（诺斯贝尔）	9.24	8.68	-

注：公司人员数量为期间月均人数取整，与期末数量有所差异；通产丽星人均薪酬为其技术工人人均薪酬。

公司研发人员人均薪酬与同行业公司相比不存在明显差异，略低于锦盛新材、青松股份（诺斯贝尔），主要系公司研发人员主要分布于泉州和上海，其中泉州塑料包装研发人员较多，当地人均薪酬相对较低，导致整体研发人员平均薪酬较低。

2017- 2019 年，公司研发人员人均薪酬按照区域结构划分情况如下表所示：

单位：万元、人、万元/年

项目	2019 年	2018 年	2017 年
职工薪酬	1,029.38	799.45	548.66
月均人数	128	103	81
公司研发人员人均薪酬	8.04	7.76	6.77
其他（除泉州）人均薪酬	8.86	8.32	8.36
职工薪酬	469.53	349.39	167.11

项目	2019 年	2018 年	2017 年
人数	53	42	20
泉州人均薪酬	7.46	7.38	6.25
职工薪酬	559.85	450.06	381.55
人数	75	61	61

注：公司人员数量为期间月均人数，与期末数量有所差异。

问题（5）：

请保荐人、申报会计师对上述事项核查并发表明确意见。

回复：

保荐机构和申报会计师履行了以下核查程序：

1、了解和评价与管理循环、工薪与人事循环相关的内部控制设计，并测试相关控制执行的运行有效性；

2、获取发行人报告期各期销售费用率、管理费用率、研发费用率、财务费用率，并与同行业可比公司的相关比率进行对比分析，检查是否与同行业可比公司存在差异，并检查产生差异的原因；

3、获取发行人报告期内销售费用中包装费的发生额，核实产生波动的原因以及原因的合理性；

4、选取样本对发行人报告期内包装物供应商的发生额以及期末余额执行函证程序，核实包装费的真实性；

5、获取发行人报告期各期运输费用的发生额，结合运输量、运输价格、运输半径对发行人报告期内运输费的波动原因进行分析，并核实波动是否与公司的实际经营情况相符，波动是否具有合理性。

6、选取样本检查运输合同、运输费对账单，对主要运输公司各期的发生额进行函证，核实运输费发生的真实性和准确性；

7、对销售费用、管理费用、研发费用进行截止测试，检查费用是否记录在正确的会计期间；

8、结合发行人员工职级分布、人数、薪资构成等要素，分析报告期内职工薪酬波动的原因，是否与公司的实际生产经营情况相符，并与同行业可比公司进行对比，核实是否存在重大差异以及产生差异的原因。

经核查，保荐机构和申报会计师认为：

1、发行人报告期各期销售费用率、管理费用率、研发费用率、财务费用率与同行业可比公司对比不存在重大差异，费用率水平合理；

2、2019 年发行人收入增长的情况下，销售费用中包装费降低具有合理性；

3、报告期内发行人运输费基本持平，主要系客户自提比例提升，与运输量、运输半径、价格变动基本匹配，未见重大异常；

4、报告期内发行人员工人数变化、职级分布、人均薪酬变化符合公司实际情况，与同行业可比公司对比不存在重大差异。

18、关于应付职工薪酬。

申报材料显示，报告期各期末，公司应付职工薪酬余额分别为 848.21 万元、1,201.75 万元和 1,579.89 万元。

请发行人补充披露：（1）报告期内各年计提工资、奖金及发放的有关情况；（2）结合员工数量变化、人均薪酬水平变动情况，补充披露应付职工薪酬余额变动原因，是否存在长期挂账情形；（3）报告期内是否存在现金支付工资的情形。

请保荐人、申报会计师对上述事项核查并发表明确意见。

回复：

问题（1）：

报告期内各年计提工资、奖金及发放的有关情况。

回复：

发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十一、偿债能力、流动性与持续性经营能力分析”之“（一）负债情况分析”之“5、应付职工薪酬”补充披露如下：

报告期各期末，发行人应付职工薪酬余额分别为 848.21 万元、1,201.75 万元、1,579.89 万元和 1,373.84 万元，占当期负债总额的比例分别为 4.46%、4.44%、6.04%和 4.99%，主要为应付短期薪酬，包括应付工资及奖金、工会经费和职工教育经费、社保公积金。

单位：万元

类别	2020.06.30	2019.12.31	2018.12.31	2017.12.31
工资及奖金	1,224.14	1,409.76	1,073.24	773.57
工会经费和职工教育经费	95.82	34.66	46.03	15.22
社保公积金	53.88	135.48	82.49	59.42

类别	2020.06.30	2019.12.31	2018.12.31	2017.12.31
合计	1,373.84	1,579.89	1,201.75	848.21

报告期内，公司计提工资、奖金及发放情况如下：

单位：万元

类别	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
薪酬计提数	7,526.06	15,847.97	12,741.77	9,847.54
其中：奖金计提数	-	312.35	241.50	121.98
薪酬上期计提本期发放数	1,579.89	1,201.75	848.21	806.00
其中：奖金发放数	312.35	241.50	121.98	93.94
薪酬当期计提当期发放数	6,152.22	14,268.08	11,540.02	8,999.33
期后薪酬发放数	1,373.84	1,579.89	1,201.75	848.21
其中：奖金发放数	-	312.35	241.50	121.98

发行人于当月计提当月职工工资并于次月支付，每年年末根据实际经营情况计算全年奖金并于次年年初支付。

问题（2）：

结合员工数量变化、人均薪酬水平变动情况，补充披露应付职工薪酬余额变动原因，是否存在长期挂账情形。

回复：

报告期内，公司员工数量、人均薪酬水平变动情况如下：

单位：万元、人

项目	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
应付职工薪酬余额	1,373.84	1,579.89	1,201.75	848.21
应付职工薪酬计提额	7,526.06	15,847.97	12,741.77	9,847.54
月平均薪酬发放人数	2,456	2,240	2,062	1,566
人均薪酬	3.06	7.07	6.18	6.29

报告期内，随着公司业务规模不断扩大，员工人数增加，人均薪酬水平提升，以及公司经营业绩逐年增长，各部门年度绩效完成情况良好，各年奖金计提逐年增加，故应付职工薪酬期末余额逐年增长。应付职工薪酬余额变动与公司人均薪酬及员工人数变化相符。

发行人于当月计提当月职工工资并于次月支付，每年年末根据实际经营情况计算全年奖金并于次年年初支付，不存在长期应付薪酬挂账的情形。

问题（3）：

报告期内是否存在现金支付工资的情形。

回复：

报告期内，公司存在现金支付工资的情形，具体情况如下：

单位：万元、%

项目	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
现金支付工资的金额	0.67	13.18	4.35	5.01
其中：春节开工福利费		11.62	1.10	1.75
工资发放总金额	7,732.11	15,469.83	12,388.23	9,805.33
现金支付工资占工资发放总金额的比例	0.01	0.09	0.04	0.05

报告期内，公司存在少量现金支付工资的情形，金额占当期工资发放总金额的比例极小。主要系公司子公司按照所在地习俗，春节开工福利费以现金形式发放，发行人将上述福利费计入薪酬总额，不存在少计成本费用的情形。其他零星现金支付主要系支付给离职员工的结算工资等。

问题（4）：

请保荐人、申报会计师对上述事项核查并发表明确意见。

回复：

保荐机构、申报会计师履行了以下核查程序：

1、了解公司与薪酬计提、发放相关的内控制度，并测试关键内部控制执行的有效性；

2、获取并查阅发行人的员工名册、工资表以及薪酬计提、发放明细，结合报告期内公司员工数量、人均薪酬的变动情况，分析发行人报告期内薪酬变动是否与实际经营情况相符，是否存在少计提薪酬的情况；

3、核查报告期内发行人现金明细账，核实发行人采用现金支付薪酬的金额，分析现金支付的合理性和必要性。

经核查，保荐机构、申报会计师认为：

1、报告期内发行人薪酬的计提、发放以及应付职工薪酬期末余额的变动与公司实际经营情况相符，不存在长期应付薪酬挂账的情形；

2、报告期内发行人存在现金支付薪酬的情形，现金支付占全年薪酬支付的比例极低，发行人将以现金支付的福利费计入薪酬总额，不存在少计成本费用的情形，现金支付存在合理性。

19、关于不动产租赁。

申报材料显示，发行人租赁部分不动产用于生产、仓储、办公，且部分不动产暂未取得产权证书。

请发行人补充披露：（1）租赁用房是否为合法建筑、房屋权属是否存在纠纷，是否履行了必要的租赁备案等程序；（2）租赁房产的出租方与发行人是否存在关联关系，租赁价格是否公允，是否存在利益输送情形；（3）租赁房屋建筑物占发行人生产经营场所的面积的比重，相关租赁房产是否存在搬迁风险，如存在，披露对发行人生产经营的具体影响。请保荐人、发行人律师对上述事项核查并发表明确意见。

回复：

问题（1）：

租赁用房是否为合法建筑、房屋权属是否存在纠纷，是否履行了必要的租赁备案等程序。

回复：

发行人已在招股说明书“第六节 业务和技术”之“六、主要固定资产及无形资产”之“（一）主要固定资产”之“2、租赁不动产”补充披露如下：

一、发行人租赁房屋的权属情况

截至本回复出具之日，发行人租赁的与生产、仓储、办公相关的房屋权属情况如下：

序号	承租方	出租方	位置	登记证号	用途	面积（㎡）	租赁期限
1	发行人	蔡清辉	鲤城区火炬工业区火炬街 1 号	泉房产证鲤城区[鲤]字第 201118297 号	仓储	1,300.00	2019.11.01-2021.10.31
2	上海嘉亨	国一特种纸（上海）有限公司	上海市松江区佘山镇强业路 278 号	沪[2017]松字不动产权第 047443 号	仓储	3,183.00	2019.06.26-2021.06.25
3		上海盈燕实业有限公司	松江区佘山镇泗陈公路 4968 号	沪（2018）松字不动产权第 021374 号	仓储	8,670.00	2020.07.10-2022.07.09
4		上海大发电器有限公司	上海市松江区佘山工业区吉业路 218 号	沪[2017]松字不动产权第 002243 号	仓储	4,438.00	2019.01.01-2020.12.31
5				-	仓储	2,000.00	2018.11.20-2020.11.20

6		上海美利达电子科技有限公司	上海市松江区佘山工业园区陶干路1058号	-	仓储	512.00	2019.01.01-2020.12.31
7						2,000.00	2020.04.01-2022.03.31
8						1,000.00	2020.07.01-2020.12.31
9						2,400.00	2020.07.01-2022.03.31
10		上海永智企业发展有限公司	松江工业园区佘山分区明业路1066-1068号	-	仓储	7,932.00	2020.06.08-2022.06.07
11						2,644.00	2020.07.16-2021.07.15
12		姚义伦	佘山镇强业路278号	-	仓储	3,204.00	2019.03.23-2021.03.22
13						3,204.00	2019.06.01-2021.05.31
14				沪房地松字[2006]第031072号	仓储	2,667.00	2020.05.18-2022.05.17
15	浙江嘉亨	浙江长盛滑动轴承股份有限公司	嘉善县魏塘工业园区长盛路128号	嘉善县房权证善字第00078824号、00062631号、00062642号、S0049642号、S0049643号、S0049644号、00110912号	生产、仓储、办公	25,903.23（其中有产权证24,500.70，无产权证临时用房1,402.53）	2016.10.01-2026.09.30
16			嘉善县魏塘工业园区长盛路138号	嘉善县房权证善字第S0048103号、S0048104号、S0052378号、S0052379号	生产、仓储、办公	17,482.24（其中有房产证16,477.51，无房产证临时用房1,004.73）	2016.10.01-2026.09.30
17	天津嘉亨	天津友鹏科技发展有限公司	滨海新区轻纺经济区纺三路以东、轻二路以南	房地证津字第149011500024号	生产、仓储、办公	11,648.85	2020.04.15-2025.04.14

18	珠海嘉亨	珠海安宇企业有限公司	珠海市金湾区南水镇南港东路南侧安宇工业园	粤房地证字第C3964264号、粤房地证字第C5229982号、粤房地证字第C3964266号	生产、仓储、办公	8,219.37	2018.07.05-2023.07.04
19	香港华美	曾雅萍	香港九龙湾常悦道9号企业广场1期3座1005室	物业参考编号：B7891152	办公	100.00	2018.12.01-2020.11.30

在上述租赁房产中，上海嘉亨租赁的第5-13项房产、浙江嘉亨租赁的第15-16项中2,407.26平方米临时用房暂未取得产权证书；**其余租赁房产的产权人均已取得不动产权证，其产权清晰，为合法建筑。**

由于上海嘉亨、浙江嘉亨租赁的部分房产未取得产权证书，存在拆迁、终止使用等风险，存在因租赁房产违规建设或权属争议导致上海嘉亨、浙江嘉亨与出租方的租赁关系无法持续的风险，可能会影响正常使用。但该等房屋仅作为仓储之用，可替换性较强。因此，其存在的权属瑕疵情形不会对发行人的业务经营造成重大不利影响。

根据上海市松江区佘山镇人民政府出具的证明：上海嘉亨承租的房产及土地未被列入政府拆迁计划、城市改造计划或土地收储规划范围，未来五年内不会被改变用途或被拆迁；政府相关部门未发出过任何要求拆除、拆迁相关房产的文件及要求。

综上，发行人租赁的上述房产中，除第5-13项房产及第15-16项房产中2,407.26平方米临时用房外，其他租赁房产均为合法建筑。发行人租赁的部分房产未办理产权证书，存在权属瑕疵，但其存在的权属瑕疵情形不会对发行人的业务经营造成重大不利影响。

二、发行人所租赁的房屋权属不存在纠纷

经访谈上海大发电器有限公司、上海美利达电子科技有限公司、国一特种纸（上海）有限公司、姚义伦等出租方，并通过中国裁判文书网等网络公开途径检索，**发行人租赁上述房产的出租方、所有权人不存在与该等房屋权属纠纷有关的诉讼或仲裁信息，未因房屋权属问题与其他主体产生任何纠纷或争议。**

综上，截至本回复出具之日，发行人所租赁的上述房屋权属不存在纠纷。

三、发行人租赁用房履行租赁备案程序的情况

在上述租赁房产中，除第 15-16 项租赁房产已办理租赁合同登记备案手续外（未取得产权证书的 2,407.26 平方米临时用房未办理登记备案），其他租赁合同均未办理登记备案。

根据《中华人民共和国城市房地产管理法》及《商品房屋租赁管理办法》的规定，房屋租赁应向房产管理部门登记备案，但根据《合同法》《最高人民法院关于审理城镇房屋租赁合同纠纷案件具体应用法律若干问题的解释》（法释[2009]11 号）等相关规定，房屋租赁合同未办理租赁备案登记手续，不影响租赁合同效力。

针对上述公司租赁房产未履行房屋租赁登记备案手续而产生的法律瑕疵，公司控股股东曾本生、实际控制人曾本生及曾焕彬已出具《承诺函》，“对于因未办理租赁登记备案而被政府部门处罚导致发行人产生损失的，承诺人将承担所有被行政处罚的结果，并对发行人造成的损失给予补偿。”

综上，上述承租的部分房屋未办理登记备案手续的情形不符合《中华人民共和国城市房地产管理法》及《商品房屋租赁管理办法》的规定，存在法律瑕疵，但该等法律瑕疵不影响租赁合同的法律效力；发行人及其子公司根据相关租赁合同可依法使用该等房屋，发行人部分租赁房屋未进行租赁备案登记的瑕疵不会对发行人的持续经营及本次发行上市造成不利影响。

问题（2）：

租赁房产的出租方与发行人是否存在关联关系，租赁价格是否公允，是否存在利益输送情形。

回复：

一、租赁房产的出租方与发行人是否存在关联关系

除香港华美租赁房产的出租方曾雅萍系曾本生的女儿、曾焕彬的妹妹之外，发行人租赁房产的其他出租方与发行人之间不存在关联关系。

二、租赁价格公允，不存在利益输送情形

发行人已在招股说明书“第六节 业务和技术”之“六、主要固定资产及无形资产”之“（一）主要固定资产”之“2、租赁不动产”补充披露如下：

发行人租赁的与生产、仓储、办公相关的房产的租赁价格情况如下：

单位：元/㎡/月

序号	承租方	出租方	位置	租赁价格	当地同类房产租金区间
1	发行人	蔡清辉	鲤城区火炬工业区火炬街 1 号	16	8.4-24.9
2	上海嘉亨	国一特种纸（上海）有限公司	松江区佘山镇强业路 278 号	31.94	19.5-39
3		上海盈燕实业有限公司	松江区佘山镇泗陈公路 4968 号	33	33-34.5
4		上海大发电器有限公司	上海市松江区佘山工业区吉业路 218 号	33.46	33-36
5		上海美利达电子科技有限公司	上海市松江区佘山工业园区陶干路 1058 号	27.07-28.29	24-37.5
6		上海永智企业发展有限公司	松江工业园区佘山分区明业路 1066-1068 号	19.01-22.20	18-42
7		姚义伦	佘山镇强业路 278 号	27.36-28.90	19.5-37.5
8	浙江嘉亨	浙江长盛滑动轴承股份有限公司	嘉善县魏塘工业园区长盛路 128 号	9.73-10.93	5.1-23.1
9			嘉善县魏塘工业园区长盛路 138 号	9.71-10.91	5.1-23.1
10	天津嘉亨	天津友鹏科技发展有限公司	滨海新区轻纺经济区纺三路以东、轻二路以南	13.59	13.5-20.1
11	珠海嘉亨	珠海安宇企业有限公司	珠海市南水镇南港东路南侧安宇工业园	15.5	14.1-18
12	香港华美	曾雅萍	香港九龙湾常悦道 9 号企业广场 1 期 3 座 1005 室	220 港元	130-323 港元

注：当地同类房产租金区间系根据 58 同城、安居客、链家、房天下、久久厂房网等网络公开信息查询统计。

发行人上述租赁房屋的租赁价格系依据厂房周边均价、市场供需状况等信息与出租方协商确定，所确定的租赁价格在周边均价范围之内，租赁价格公允，不存在利益输送情形。

综上，除香港华美租赁房产的出租方曾雅萍系曾本生的女儿、曾焕彬的妹妹之外，发行人租赁房产的其他出租方与发行人之间不存在关联关系；发行人上述租赁房屋的租赁价格系依据厂房周边均价、市场供需状况等信息与出租方协商确定，所确定的租赁价格在周边均价范围之内，租赁价格公允，不存在利益输送情形。

问题（3）：

租赁房屋建筑物占发行人生产经营场所的面积的比重，相关租赁房产是否存在搬迁风险，如存在，披露对发行人生产经营的具体影响。

回复：

发行人已在招股说明书“第六节 业务和技术”之“六、主要固定资产及无形资产”之“（一）主要固定资产”之“2、租赁不动产”补充披露如下：

一、租赁房屋建筑物占发行人生产经营场所的面积的比重

截至本回复出具之日，发行人及其子公司自有房屋建筑物及其租赁房屋建筑物的情况如下：

序号	承租方	自有面积（㎡）	租赁面积（㎡）	租赁用途
1	发行人	42,270.41	1,300.00	仓储
2	上海嘉亨	32,222.71	43,854.00	仓储
3	浙江嘉亨	0.00	43,385.47	生产、仓储、办公
4	天津嘉亨	0.00	11,648.85	生产、仓储、办公
5	珠海嘉亨	0.00	8,219.37	生产、仓储、办公
6	香港华美	0.00	100.00	办公
合计		74,493.12	108,507.69	-

发行人租赁的与生产、仓储、办公相关用房的建筑物面积合计约为108,507.69平方米，占发行人生产经营场所的面积比重约为59.29%。

二、相关租赁房产是否存在搬迁风险，如存在，披露对发行人生产经营的具体影响

由于上海嘉亨、浙江嘉亨租赁的部分房产未取得产权证书，存在拆迁、终止使用等风险，存在因租赁房产违规建设或权属争议导致上海嘉亨、浙江嘉亨与出租方的租赁关系无法持续的风险，可能会影响正常使用，从而面临搬迁的风险。除上述情形外，发行人租赁的其他房产，在租赁双方诚信履约的情况下，不能续租及搬迁的风险较小。

根据上海市松江区佘山镇人民政府出具的证明：上海嘉亨承租的房产及土地未被列入政府拆迁计划、城市改造计划或土地收储规划范围，未来五年内不会被改变用途或被拆迁；政府相关部门未发出过任何要求拆除、拆迁相关房产的文件及要求。

针对公司部分租赁房产面临的搬迁风险，公司控股股东曾本生、实际控制人曾本生及曾焕彬已出具《承诺函》，“在公司承租物业的租赁期限内，如因出

租人不适格、租赁物业权属争议或租赁物业其法律属性不适合作为相关租赁合同的标的物等原因，导致公司被有权部门认定为租赁合同无效或被第三人主张权利而无法继续使用该等租赁物业的，由本人负责及时落实新的租赁物业，并承担由此产生的搬迁、装修及可能产生的其他费用（包括但不限于经营损失、索赔款等）。”

综上，发行人租赁的部分房产存在的权属瑕疵情形将导致发行人面临搬迁的风险，但该等房产仅作为仓储之用，且同等条件房产在当地附近供应较为充分，具有很强的可替代性，因此即使搬迁更换相关房产，发行人亦可在短期内找到合适的替代性房产，不会对发行人生产经营活动产生重大不利影响。

问题（4）：

请保荐人、发行人律师对上述事项核查并发表明确意见。

回复：

保荐机构及发行人律师履行了以下核查程序：

查阅了发行人房屋权证、土地使用权证，取得并复核了公司与各出租方签订的租赁合同，实地查看了公司自有房产、租赁房产情况，通过房产中介查询验证了租赁房产周边的租赁情况，并于发行人律师讨论了相关租赁房产的合法合规性、必要性和合理性。

经核查，保荐机构、发行人律师认为：

1、发行人租赁房屋的权属不存在纠纷，相关租赁合同合法有效，未办理租赁备案登记不影响租赁合同的效力，不存在不能续租的风险。

2、除香港华美租赁房产的出租方曾雅萍系曾本生的女儿、曾焕彬的妹妹之外，发行人租赁房产的其他出租方与发行人之间不存在关联关系；发行人上述租赁房屋的租赁价格系依据厂房周边均价、市场供需状况等信息与出租方协商确定，所确定的租赁价格在周边均价范围之内，租赁价格公允，不存在利益输送情形。

3、发行人租赁的部分房产存在的权属瑕疵情形将导致发行人面临搬迁的风险，但该等房产仅作为仓储之用，且同等条件房产在当地附近供应较为充分，具有很强的可替代性，不会对发行人生产经营活动产生重大不利影响。

20、关于担保合同。

申报材料显示，发行人部分专利、不动产被质押或抵押。

请发行人补充披露：（1）质押的专利是否属于核心专利，该专利对发行人经营业绩的贡献、对发行人的重要性，主合同还款情况，发行人是否存在无法还款的可能，结合借款合同、质押合同的主要条款，相关专利是否存在质押权实现风险、如质押权实现的具体影响及是否存在重大不利影响；（2）抵押的不动产的基本情况，包括被担保债权情况、担保合同约定的抵押权实现情形、抵押权人是否有可能行使抵押权及其对发行人生产经营的影响。请保荐人、发行人律师对上述事项核查并发表明确意见。

回复：

问题（1）：

质押的专利是否属于核心专利，该专利对发行人经营业绩的贡献、对发行人的重要性，主合同还款情况，发行人是否存在无法还款的可能，结合借款合同、质押合同的主要条款，相关专利是否存在质押权实现风险、如质押权实现的具体影响及是否存在重大不利影响。

回复：

2019 年 1 月 28 日，发行人与中国农业银行股份有限公司泉州鲤城支行（以下简称“农业银行”）签订《流动资金借款合同》（合同编号 35010120190000512），发行人向农业银行借款 2,000 万元，借款发放期间为 2019 年 1 月 24 日至 2020 年 1 月 23 日，借款期限为一年；同日，发行人与农业银行签订《最高额权利质押合同》，将发行人的 5 项专利出质给农业银行，作为流动资金借款的担保。

发行人已在招股说明书“第六节 业务和技术”之“六、主要固定资产及无形资产”之“（二）主要无形资产”之“3、专利”补充披露如下：

发行人质押专利的具体情况如下：

序号	专利号	专利权人	专利名称	类别	主要应用	是否属于核心专利
1	2015104706371	发行人、上海嘉亨	一种防伪瓶盖	发明专利	瓶盖类产品	是
2	2015107552549	发行人	一种翻盖翻转寿命测试装置	发明专利	翻盖类产品	是

序号	专利号	专利权人	专利名称	类别	主要应用	是否属于核心专利
3	2016107834200	发行人	一种瓶盖双切环装置及全自动生产设备	发明专利	双切环瓶盖类产品	是
4	2017204638665	发行人	一种新型的化妆品容器瓶	实用新型	化妆品塑料包装	是
5	2017209723804	发行人	一种瓶盖铰牙注塑模具	实用新型	瓶盖类产品	是

上述 5 项专利应用产品多、使用范围广，对发行人具有持续性的重要经营贡献。由于借款合同已履行完毕，发行人已按时归还上述借款本息，上述专利权质押已经登记注销。

综上，发行人用于质押的专利对发行人具有持续性的重要经营贡献，属于发行人的核心专利；由于借款合同已履行完毕，发行人已按时归还上述借款本息，上述专利权质押已登记注销，相关专利不存在质押权实现的风险，不会对发行人生产经营造成影响。

问题（2）：

抵押的不动产的基本情况，包括被担保债权情况、担保合同约定的抵押权实现情形、抵押权人是否有可能行使抵押权及其对发行人生产经营的影响。

回复：

一、关于发行人抵押不动产的相关情况

1、发行人抵押的不动产的基本情况

2017 年 8 月 11 日，发行人前身泉州华硕与中国农业银行股份有限公司泉州鲤城支行（以下简称“农业银行”）签订编号为“35100620170004107”的《最高额抵押合同》，将发行人所有的 7 项不动产抵押给农业银行，用于担保发行人与农业银行自 2017 年 8 月 11 日至 2020 年 8 月 10 日期间形成的债权，担保债权的最高额为 7,207.68 万元。发行人更名为嘉亨家化后与农业银行重新签订了《最高额抵押合同》（合同编号：35100620190011233），将发行人所有的 7 项不动产抵押给农业银行，用于担保发行人与农业银行自 2019 年 7 月 31 日至 2022 年 7 月 30 日期间形成的债权，担保债权的最高额为 7,208.67 万元。

发行人抵押的不动产基本情况如下：

序号	证书编号	权利人	坐落	权利类型	用途	面积	使用期限至	取得方式
1	闽[2019]泉州市不动产权第 0033982 号	发行人	鲤城区江南火炬工业区常兴路 289 号 1 幢整幢	国有建设用地使用权/房屋所有权	工业用地/厂房	宗地面积 22,834.6 ㎡/房屋建筑面积 2,078.67 ㎡	2062 年 2 月 15 日	受让取得
2	闽[2019]泉州市不动产权第 0033983 号	发行人	鲤城区江南火炬工业区常兴路 289 号 2 幢整幢	国有建设用地使用权/房屋所有权	工业用地/厂房	宗地面积 22,834.6 ㎡/房屋建筑面积 5,354.57 ㎡	2062 年 2 月 15 日	受让取得
3	闽[2019]泉州市不动产权第 0033984 号	发行人	鲤城区江南火炬工业区常兴路 289 号 3 幢整幢	国有建设用地使用权/房屋所有权	工业用地/厂房	宗地面积 22,834.6 ㎡/房屋建筑面积 10,565.25 ㎡	2062 年 2 月 15 日	受让取得
4	闽[2019]泉州市不动产权第 0033985 号	发行人	鲤城区江南火炬工业区常兴路 289 号 Ⅲ幢整幢	国有建设用地使用权/房屋所有权	工业用地/厂房	宗地面积 22,834.6 ㎡/房屋建筑面积 3,662.90 ㎡	2062 年 2 月 15 日	受让取得
5	闽[2019]泉州市不动产权第 0033986 号	发行人	鲤城区江南火炬工业区常兴路 289 号 Ⅴ 幢整幢	国有建设用地使用权/房屋所有权	工业用地/厂房	宗地面积 22,834.6 ㎡/房屋建筑面积 16,202.01 ㎡	2062 年 2 月 15 日	受让取得
6	闽[2019]泉州市不动产权第 0033987 号	发行人	鲤城区江南火炬工业区常兴路 289 号 Ⅳ幢整幢	国有建设用地使用权/房屋所有权	工业用地/厂房	宗地面积 22,834.6 ㎡/房屋建筑面积 3,672.45 ㎡	2062 年 2 月 15 日	受让取得
7	闽[2019]泉州市不动产权第 0033988 号	发行人	鲤城区江南火炬工业区常兴路 289 号综合楼整幢	国有建设用地使用权/房屋所有权	工业用地/工业	宗地面积 22,834.6 ㎡/房屋建筑面积 734.56 ㎡	2062 年 2 月 15 日	受让取得

2、担保债权的情况

截至本回复出具之日，发行人与农业银行正在履行的借款合同如下：

序号	签署日期	金额（万元）	到期日	合同/授信协议编号
1	2020.07.14	700	2021.07.13	35010120200002371
2	2020.07.22	600	2021.07.21	35010120200003522
合计		**1,300**	-	-

3、担保合同约定的抵押权实现情形

《最高额抵押合同》第十一条，抵押权的实现：发生下列情形之一的，抵押权人有权行使抵押权，并可以与抵押人协商以抵押物折价，或者以拍卖、变卖抵押物的价款优先受偿。所得价款不足以清偿本合同项下所担保的债权的，抵押权

人可以选择将该款项用于归还本金、利息、罚息、复利或者费用等：

（1）任一主合同项下债务履行期限届满，抵押权人未受清偿。“期限届满”包括主合同项下债务履行期限届满，以及抵押权人依照国家法律法规规定或者主合同的约定宣布主合同项下债权提前到期的情形；

（2）债务人、抵押人被撤销、吊销营业执照、责令关闭或者出现其他解散事由；

（3）债务人、抵押人被人民法院受理破产申请或者裁定和解；

（4）债务人、抵押人死亡、被宣告失踪或者被宣告死亡；

（5）抵押物被查封、扣押、监管或者被采取其他强制措施；

（6）抵押物毁损、灭失或者被征收、征用；

（7）抵押人未按抵押权人要求恢复抵押物的价值或者提供相应的担保；

（8）抵押人违反本合同项下义务；

（9）其他严重影响抵押权实现的情形。

4、抵押权人是否有可能行使抵押权及其对发行人生产经营的影响

发行人设立抵押的土地、房产均系为自身银行贷款提供担保，截至本回复出具之日，发行人《最高额抵押合同》项下担保的借款余额为 1,300 万元。发行人签署的银行借款合同均处于正常履行状态，不存在合同约定的抵押权人实现抵押权的情形；发行人将在合同约定期限内按时归还借款本息，设立抵押的土地、房产不会被处置变现。报告期内发行人营业收入和净利润稳步增长，截至 2020 年 6 月 30 日，发行人资产负债率（母公司）为 7.05%，流动比率和速动比率分别为 1.73 和 1.22，货币资金余额为 1,578.41 万元，货币资金充足，偿债风险完全可控。此外，根据中国人民银行泉州市中心支行于 2020 年 7 月 2 日出具的《企业信用报告》，发行人不存在不良负债余额。

发行人已在招股说明书“第十一节 其他重要事项”之“一、重大合同”之“（一）主要固定资产”之“（四）担保合同”补充披露如下：

综上，**发行人生产经营正常，具有持续稳定经营能力和较强的偿债能力，已设立抵押的土地、房产不存在被处置的风险。**

二、关于上海嘉亨抵押不动产的相关情况

1、上海嘉亨抵押的不动产的基本情况

上海嘉亨与上海浦东发展银行股份有限公司松江支行（以下简称“浦发银行”）签订《最高额抵押合同》（合同编号：ZD9808201300000003）、《最高额抵押合同之变更合同》（合同编号：ZD980820130000003-1），将上海嘉亨所有的 1 项不动产抵押给浦发银行，用于担保上海嘉亨与浦发银行自 2013 年 1 月 22 日至 2023 年 1 月 21 日期间形成的债权，担保债权的最高额为 10,000 万元，上海嘉亨抵押的不动产的基本情况如下：

证书编号	权利人	坐落	权利类型	用途	面积	使用期限至	取得方式
沪[2018] 松字不动产权第 004407 号	上海嘉亨	松江区佘山镇陶干路 1069 号	国有建设用地使用权/房屋所有权	工业用地/房屋	宗地面积 20,102 ㎡/建筑面积 32,222.71 ㎡	2057 年 4 月 4 日	受让/自建取得

2、担保债权的情况

截至本回复出具之日，上海嘉亨与浦发银行正在履行的借款合同如下：

序号	签署日期	借款金额（万元）	借款到期日	合同/授信协议编号
1	2019.09.10	800	2020.09.09	98082019280272
2	2019.10.17	1,000	2020.10.17	98082019280312
3	2019.11.04	800	2020.11.04	98082019280324
4	2020.01.10	1,000	2021.01.09	98982020280005
5	2020.03.10	1,000	2021.03.09	98082020280061
6	2020.06.19	1,600	2021.06.21	98082020280228
7	2020.08.07	800	2021.08.06	98082020280267
8	2020.08.26	800	2020.09.25	98082020280289
合计		**7,800.00**	-	-

3、担保合同约定的抵押权实现情形

《最高额抵押合同》4.1 条，抵押权的处分情形：在发生以下任一情形时，抵押权人有权依法处分抵押财产，以实现抵押权：

（1）债务人构成主合同项下违约的；

（2）抵押人构成本合同项下违约的；

（3）发生主合同项下债权人可以提前实现债权的情形的；

（4）发生本合同双方约定可以处分抵押财产的其他情形。

《最高额抵押合同》4.1 条，抵押权的实现：若发生本合同约定的处分抵押财产的情形时，抵押权人有权按下列任一方式处分任何抵押财产：

（1）与抵押人协议以抵押财产折价或者以拍卖、变卖抵押财产所得的价款

清偿全部债务；协议不成的，抵押权人可以直接请求人民法院拍卖、变卖抵押财产以清偿全部债务；

（2）抵押财产折价或者拍卖、变卖后，其价款超过抵押财产所担保的全部债权的部分归抵押人所有，不足部分由债务人清偿。抵押权人有权自行决定抵押财产处分所得价款的清偿顺序；

（3）抵押权人处分抵押财产后，处分抵押财产所得用于清偿或提前清偿其所担保主合同项下债务；对于贷款以外的融资业务，若抵押权人尚未发生垫款，则抵押权人有权将处分抵押财产所得款项进行提存并划入抵押权人指定的账户或者划入债务人保证金账户，以备对外支付或作为日后抵押权人可能发生垫款的保证金，双方确认无需再另行签署保证金质押合同；

（4）以法律允许或双方约定的其他方式处置抵押财产，从而实现抵押权。

4、抵押权人是否有可能行使抵押权及其对上海嘉亨生产经营的影响

上海嘉亨设立抵押的土地、房产均系为自身银行贷款提供担保，截至本回复出具之日，上海嘉亨《最高额抵押合同》项下担保的借款余额为 7,800 万元。上海嘉亨签署的银行借款合同均处于正常履行状态，不存在合同约定的抵押权人实现抵押权的情形；上海嘉亨将在合同约定期限内按时归还借款本息，设立抵押的土地、房产不会被处置变现。报告期内上海嘉亨营业收入和净利润稳步增长，截至 2020 年 6 月 30 日，上海嘉亨资产负债率为 50.64%，流动比率和速动比率分别为 1.01 和 0.65，货币资金余额为 3,661.03 万元，货币资金充足，偿债风险完全可控。此外，根据中国人民银行征信中心上海分中心于 2020 年 7 月 14 日出具的《企业信用报告》，上海嘉亨不存在不良负债余额。

综上，上海嘉亨生产经营正常，具有持续稳定经营能力和较强的偿债能力，已设立抵押的土地、房产不存在被处置的风险。

问题（3）：

请保荐人、发行人律师对上述事项核查并发表明确意见。

回复：

保荐机构、发行人律师履行了以下核查程序：

取得发行人专利、不动产的质押及抵押合同，取得担保合同对应的银行贷款合同，了解质押专利对发行人生产经营的贡献和重要性，发行人流动性状况。

经核查，保荐机构、发行人律师认为：

1、发行人用于质押的专利对发行人具有持续性的重要经营贡献，属于发行人的核心专利；由于借款合同已履行完毕，发行人已按时归还上述借款本息，上述专利权质押已登记注销，相关专利不存在质押权实现的风险，不会对发行人生产经营造成影响。

2、发行人生产经营正常，具有持续稳定经营能力和较强的偿债能力，已设立抵押的土地、房产不存在被处置的风险。

21、关于社保公积金。

申报材料显示，报告期各期末，发行人员工人数分别为 1,343 人、1580 人、1814 人，公司及子公司部分员工未缴纳各项社会保险及住房公积金，其中各年住房公积金缴纳人数仅为 165 人、181 人和 416 人。

请发行人补充披露：（1）报告期各期发行人正式员工应缴未缴社会保险和住房公积金的人数、金额、原因及对发行人各期净利润的影响；（2）是否存在需要补缴的情况；如需补缴，补缴对发行人经营业绩的影响；（3）报告期各期，发行人是否存在劳务派遣，如存在，披露劳务派遣员工的人数、占比、各项社会保险及公积金的缴纳情况以及发行人与其员工之间是否存在劳动合同纠纷的情况，发行人劳务派遣方式的用工制度是否符合国家有关规定。请保荐人、发行人律师对上述事项核查并发表明确意见。

回复：

问题（1）：

报告期各期发行人正式员工应缴未缴社会保险和住房公积金的人数、金额、原因及对发行人各期净利润的影响。

回复：

发行人已在招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“九、发行人员工情况”之“（三）发行人执行的社会保障制度和住房公积金制度”补充披露如下：

一、发行人缴纳社会保险、住房公积金员工人数情况

报告期内，公司缴纳社会保险及住房公积金的情况如下：

单位：人

时间	项目	员工人数	实缴人数	其中新农合、新农保	未缴社保公积金人数
2020/06/30	养老保险（含新农保）	2,244	2,074	-	170
	医疗保险（含新农合）		2,071	-	173
	工伤保险		2,077	-	167
	失业保险		2,074	-	170
	生育保险		2,072	-	172
	住房公积金		883	-	1,361
2019/12/31	养老保险（含新农保）	1,814	1,448	122	366
	医疗保险（含新农合）		1,609	266	205
	工伤保险		1,814	-	0
	失业保险		1,321	-	493
	生育保险		1,342	-	472
	住房公积金		416	-	1,398
2018/12/31	养老保险（含新农保）	1,580	995	81	585
	医疗保险（含新农合）		1,088	163	492
	工伤保险		1,580	-	0
	失业保险		909	-	671
	生育保险		921	-	659
	住房公积金		181	-	1,399
2017/12/31	养老保险（含新农保）	1,343	814	42	529
	医疗保险（含新农合）		867	78	476
	工伤保险		1,081	-	262
	失业保险		720	-	623
	生育保险		741	-	602
	住房公积金		165	-	1,178

注 1：新农村社会保险指新型农村社会养老保险（以下简称“新农保”）和新型农村合作医疗（以下简称“新农合”）。

注 2：未缴社保公积金人数=员工人数-实缴人数

注 3：每年养老保险、医疗保险、工伤保险、失业保险、生育保险缴纳/未缴纳人数略有不同，主要系员工缴纳不同社保险种的意愿略有差异所致。

公司在泉州、上海、浙江、天津、珠海均有生产经营场所，其中泉州、浙江作为民营经济较为发达的地区，每年吸引了大量外来务工人员就业。公司聘用的外来务工人员多为农村户口，通常自身参与新农保、新农合并在宅基地上拥有自建房。由于员工配合缴纳社会保险和住房公积金，将降低员工实际收入，且该类员工流动性较大，因此员工缴纳意愿较低，**发行人难以追溯规范到位。**

报告期内，发行人根据国家及地方社会保险和住房公积金相关规定，将社会保险和住房公积金缴纳流程具体化，缴纳社会保险和住房公积金的比例不断

提升。截至 2020 年 6 月末，除外籍员工、已在其他单位缴纳社会保险和住房公积金、新入职员工正在办理相关手续、退休返聘等特殊情形无法及时缴纳社会保险和住房公积金以外，公司基本为全部符合条件的员工缴纳了社会保险，并逐步提高住房公积金的覆盖范围。

二、发行人为农村籍员工缴纳新农村社会保险的合理、合规性

1、新农合、新农保属于社会保险的范畴

近年来，国家大力推行城乡居民社会保险制度建立。根据《国务院办公厅转发卫生部等部门关于建立新型农村合作医疗制度意见的通知》（国办发[2003]3 号）的有关规定，到 2010 年，实现在全国建立基本覆盖农村居民的新型农村合作医疗制度的目标，减轻农民因疾病带来的经济负担，提高农民健康水平；新型农村合作医疗制度实行个人缴费、集体扶持和政府资助相结合的筹资机制。

根据《中华人民共和国社会保险法》第二十条、二十二条和二十四条的规定，国家建立和完善新型农村社会养老保险制度。新型农村社会养老保险实行个人缴费、集体补助和政府补贴相结合。国家建立和完善城镇居民社会养老保险制度。省、自治区、直辖市人民政府根据实际情况，可以将城镇居民社会养老保险和新型农村社会养老保险合并实施。国家建立和完善新型农村合作医疗制度。

2、新农合、新农保与社会保险相互衔接

根据《国务院关于整合城乡居民基本医疗保险制度的意见》（国发[2016]3 号）的有关规定，城乡居民医保制度覆盖范围包括现有城镇居民医保和新农合所有应参保（合）人员，即覆盖除职工基本医疗保险应参保人员以外的其他所有城乡居民。农民工和灵活就业人员依法参加职工基本医疗保险，有困难的可按照当地规定参加城乡居民医保。

根据《国务院关于建立统一的城乡居民基本养老保险制度的意见》（国发[2014]8 号）的有关规定，将合并实施新农保和城居保两项制度，在全国范围内建立统一的城乡居民基本养老保险制度；年满 16 周岁（不含在校学生），非国家机关和事业单位工作人员及不属于职工基本养老保险制度覆盖范围的城乡居民，可以在户籍地参加城乡居民养老保险；城乡居民养老保险制度与职工基本养老保险、优抚安置、城乡居民最低生活保障、农村五保供养等社会保障制度以及农村部分计划生育家庭奖励扶助制度的衔接，按有关规定执行。

根据《城乡养老保险制度衔接暂行办法》（人社部发[2014]17 号）的有关规定，参加城镇职工养老保险和城乡居民养老保险人员，达到城镇职工养老保险法定退休年龄后，城镇职工养老保险缴费年限满 15 年（含延长缴费至 15 年）的，可以申请从城乡居民养老保险转入城镇职工养老保险，按照城镇职工养老保险办法计发相应待遇；城镇职工养老保险缴费年限不足 15 年的，可以申请从城镇职工养老保险转入城乡居民养老保险，待达到城乡居民养老保险规定的领取条件时，按照城乡居民养老保险办法计发相应待遇。

根据上述规定，原缴纳新农合、新农保的员工可依法转为缴纳城乡居民基本医疗保险、城乡居民基本养老保险，满足一定条件后未来可与职工养老保险、职工基本医疗保险衔接。

3、现有政策不鼓励就业人员重复参保

根据《城乡养老保险制度衔接暂行办法》（人社部发[2014]17 号）的有关规定，参保人员不得同时领取城镇职工养老保险和城乡居民养老保险待遇，对于同时领取城镇职工养老保险和城乡居民养老保险待遇的，终止并解除城乡居民养老保险关系，除政府补贴外的个人账户余额退还本人，已领取的城乡居民养老保险基础养老金应予以退还；本人不予退还的，由社会保险经办机构负责从城乡居民养老保险个人账户余额或者城镇职工养老保险基本养老金中抵扣。

根据《国务院关于整合城乡居民基本医疗保险制度的意见》（国发[2016]3 号）的有关规定，城乡居民医保制度覆盖范围包括现有城镇居民医保和新农合所有应参保（合）人员，即覆盖除职工基本医疗保险应参保人员以外的其他所有城乡居民。农民工和灵活就业人员依法参加职工基本医疗保险，有困难的可按照当地规定参加城乡居民医保。各地要完善参保方式，促进应保尽保，避免重复参保。

三、发行人其他未缴纳社会保险和住房公积金的原因

报告期内，发行人未缴纳社会保险及住房公积金的员工人数、原因分布如下：

1、2020 年 1-6 月

单位：人

未缴原因	养老保险（含新农保）	医疗保险（含新农合）	工伤保险	失业保险	生育保险	住房公积金
退休返聘人员	42	44	42	42	44	41

未缴原因	养老保险（含新农保）	医疗保险（含新农合）	工伤保险	失业保险	生育保险	住房公积金
当月新增入职	110	110	110	110	110	110
外单位参保	9	10	6	9	9	7
香港强积金	5	5	5	5	5	5
其他	4	4	4	4	4	1,198
合计	170	173	167	170	172	1,361

2、2019 年

单位：人

未缴原因	养老保险（含新农保）	医疗保险（含新农合）	工伤保险	失业保险	生育保险	住房公积金
退休返聘人员	37	37	-	37	37	35
当月新增入职	14	14	-	14	14	14
外单位参保	2	2	-	2	2	2
香港强积金	5	5	-	5	5	5
其他	308	147	-	435	414	1,342
合计	366	205	0	493	472	1,398

3、2018 年

单位：人

未缴原因	养老保险（含新农保）	医疗保险（含新农合）	工伤保险	失业保险	生育保险	住房公积金
退休返聘人员	27	27	-	27	27	25
当月新增入职	25	25	-	25	25	25
外单位参保	2	2	-	2	2	2
香港强积金	6	6	-	6	6	6
其他	525	432	-	611	599	1,341
合计	585	492	0	671	659	1,399

4、2017 年

单位：人

未缴原因	养老保险（含新农保）	医疗保险（含新农合）	工伤保险	失业保险	生育保险	住房公积金
退休返聘人员	18	18	17	18	18	17
当月新增入职	6	6	6	6	6	6
外单位参保	3	3	2	3	3	3
香港强积金	6	6	6	6	6	6
其他	496	443	231	590	569	1,146
合计	529	476	262	623	602	1,178

在未缴社会保险、住房公积金的员工中，存在以下情况：

（1）退休返聘人员

根据相关法律法规，退休返聘人员不需要缴纳社会保险费和住房公积金，

因此未计入应缴人数。

（2）当月新增入职

报告期内，公司部分员工为当期期末新聘用员工，因入职时间晚于公司当月办理社会保险的时间，导致公司无法在当期为员工缴纳社会保险。

（3）外单位参保

因个人原因，公司存在部分员工在原单位参保。

（4）香港强积金

公司香港籍员工在香港缴纳强积金，未在公司缴纳社保及住房公积金。

（5）其他未缴纳社会保险和住房公积金的原因

报告期内，公司存在部分员工入职前从未缴纳社保或者员工年龄偏高，经公司多次劝说后仍选择放弃缴纳社保。此外，报告期期初发行人未对农村籍员工的新农村社会保险缴纳进行统筹规范，未对相关员工缴纳的新农村社会保险进行报销，而该等员工的流动性较大，发行人难以追溯规范到位。

公司农村户籍的员工人数较多，该部分员工在户籍地一般拥有宅基地和自建住房，缴纳城镇住房公积金的意愿较低，根据《国务院关于解决农民工问题的若干意见》（国发[2006]5 号）和建设部、财政部、中国人民银行《关于住房公积金管理若干具体问题的指导意见》（建金管[2005]5 号）的相关规定，国家未强制城镇企业为农村户籍员工缴纳住房公积金。为保障上述员工的住宿需求，发行人已为其提供员工宿舍或住房补贴，并积极劝导该部分员工缴纳住房公积金。

公司持续向员工宣传国家有关社会保障和住房公积金管理方面的法律、法规和规范性文件的要求，鼓励员工配合公司为其缴纳社会保险费及住房公积金，因此，报告期内该等员工人数逐渐降低。

四、应缴未缴社会保险和住房公积金的金额及对发行人各期净利润的影响

根据发行人各主体所在地城镇社会保险和住房公积金的最低缴费标准，以“未缴原因-其他”的人数为口径进行计算，报告期内，发行人应缴未缴社会保险和住房公积金的金额及对各期净利润的影响如下：

单位：万元、%

项目	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
补缴社会保险金额	0.92	127.85	393.26	361.49
补缴公积金金额	119.53	227.61	223.18	181.29

项目	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
小计	120.45	355.46	616.44	542.78
减：所得税影响额	30.01	69.29	125.94	109.75
合计	90.44	286.18	490.50	433.03
扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润	3,928.85	6,227.76	4,149.83	1,707.92
合计占比	2.30	4.60	11.82	25.35

报告期内，发行人应缴未缴社会保险及住房公积金金额占当期扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润的比例分别为 25.35%、11.82%、4.60%和 2.30%，对发行人经营业绩造成一定的影响，但影响程度在报告期内逐渐降低。其中 2018 年、2019 年扣减测算金额后，扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润合计为 9,600.92 万元，仍符合创业板上市条件，不会对发行人本次发行上市构成障碍。

问题（2）：

是否存在需要补缴的情况；如需补缴，补缴对发行人经营业绩的影响。

回复：

报告期内，发行人应缴未缴社会保险及住房公积金金额占当期扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润的比例较低，如需补缴，对发行人净利润的影响较小，不会对本次发行上市造成障碍。

报告期内，发行人各主体所在地人力资源和社会保障局及住房公积金管理中心均出具了无违法违规证明，具体如下：

1、根据泉州市鲤城区人力资源和社会保障局出具的《证明》，公司未受到人力资源和社会保障部门的行政处罚；根据泉州市住房公积金管理中心出具的《证明》，公司无因违反住房公积金法律、法规受处罚的情况。

2、根据上海市松江区人力资源和社会保障局出具的《证明》，未发现上海嘉亨有因违反劳动保障政策法规而受到处罚的记录；根据上海市公积金管理中心出具的《证明》，上海嘉亨住房公积金账户处于正常缴存状态，未有行政处罚记录。

3、根据嘉兴市嘉善县人力资源和社会保障局出具的《证明》，浙江嘉亨未受到人力资源和社会保障部门的行政处罚；根据嘉兴市住房公积金管理中心嘉善县分中心出具的《证明》，自建立账户以来，浙江嘉亨住房公积金账户处于正常缴存状态，未有行政处罚记录。

4、根据天津市经济技术开发区人力资源和社会保障局出具的《证明》，未接

到过关于天津嘉亨违反劳动保障法律法规以及社会保险法律和规章规定的举报投诉，亦未对该公司进行过行政处罚；根据天津市住房公积金管理中心出具的《证明》，自开户缴存以来，天津嘉亨未受到过行政处罚。

5、根据国家税务总局珠海经济技术开发区税务局社会保险费和非税收入股出具的《证明》，珠海嘉亨申报的社会保险费已全部缴清，暂未发现因违反有关社会保险法律、法规而受到税务机关处罚的情况；根据珠海市住房公积金管理中心高栏管理部出具的《证明》，珠海嘉亨未受到过行政处罚。

此外，公司控股股东曾本生、实际控制人曾本生及曾焕彬出具如下承诺："①本人将通过行使股东权利、履行股东职责，保证和促使发行人及其子公司依法遵守社会保险（包括养老保险、医疗保险、失业保险、生育保险和工伤保险）及住房公积金相关法律法规规定，履行为其员工缴纳社会保险费和住房公积金的义务。②如发行人及其子公司因有关政府部门或司法机关在任何时候认定发行人及其子公司需补缴社会保险费（包括养老保险、医疗保险、工伤保险、失业保险、生育保险）和住房公积金，或因社会保险费和住房公积金事宜受到处罚，或被任何相关方以任何方式提出有关社会保险费和住房公积金的合法权利要求，本人将无条件全额承担有关政府部门或司法机关认定的需由发行人及其子公司补缴的全部社会保险费和住房公积金、罚款或赔偿款项，全额承担被任何相关方以任何方式要求的社会保险费、住房公积金或赔偿款项，以及发行人及其子公司因上述事项所支付的所有相关费用，并督促发行人尽快整改到位。"

综上，报告期内，发行人已逐步规范社保公积金缴纳事项，发行人及其子公司主管人力资源和社会保障局、住房公积金管理中心均确认报告期内发行人不存在违反社保、住房公积金法律法规而受到处罚的情形。如需补缴，报告期内各年需补缴金额对发行人净利润的影响较小，且发行人控股股东、实际控制人已出具了相关承诺。发行人上述社保、住房公积金缴纳事宜，不会对发行人本次发行上市构成实质性障碍。

问题（3）：

报告期各期，发行人是否存在劳务派遣，如存在，披露劳务派遣员工的人数、占比、各项社会保险及公积金的缴纳情况以及发行人与其员工之间是否存在劳动合同纠纷的情况，发行人劳务派遣方式的用工制度是否符合国家有关规定。

回复：

发行人已在招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“九、发行人员工情况”之“（三）发行人执行的社会保障制度和住房公积金制度”补充披露如下：

一、发行人劳务派遣员工的人数、占比、各项社会保险及公积金的缴纳情况

报告期各期末，发行人劳务派遣用工人数及其占发行人正式员工用工总量的比例如下：

单位：人、%

时间	正式员工人数	劳务派遣用工人数	劳务派遣用工比例
2020 年 06 月 30 日	**2,244**	**163**	**7.26**
2019 年 12 月 31 日	**1,814**	**84**	**4.63**
2018 年 12 月 31 日	**1,580**	**261**	**16.52**
2017 年 12 月 31 日	**1,343**	**90**	**6.70**

根据《劳动合同法》《社会保险法》《住房公积金管理条例》的相关规定以及发行人与劳务派遣单位签署的《劳务派遣协议》的约定，发行人非为劳务派遣人员缴纳社会保险及住房公积金的直接义务人。发行人将劳务派遣员工的社会保险、住房公积金对应款项包含在向劳务派遣单位支付的劳务派遣费用中，由派遣单位缴存劳务派遣员工的社会保险、住房公积金。

二、发行人劳务派遣方式的用工制度是否符合国家有关规定

1、发行人目前采取劳务派遣方式的用工制度符合国家有关规定

根据《劳动合同法》第六十六条规定，劳动合同用工是我国的企业基本用工形式。劳务派遣用工是补充形式，只能在临时性、辅助性或者替代性的工作岗位上实施。

根据《劳务派遣暂行规定》的相关规定，用工单位只能在临时性、辅助性或者替代性的工作岗位上使用被派遣劳动者。用工单位应当严格控制劳务派遣用工数量，使用的被派遣劳动者数量不得超过其用工总量的 10%。

自 2019 年 1 月起，发行人使用的被派遣劳动者数量未超过用工总量的 10%，符合《劳务派遣暂行规定》关于人数与比例的规定。同时，发行人采用劳务派遣用工方式所涉及的岗位主要为生产车间的临时性或辅助性的工作岗位，以上岗位流动性较大，可替代性较高，且对于学历、技能与经验要求较低，通过简

单培训即可胜任，符合《劳务派遣暂行规定》等法律、法规及规范性文件的规定。

综上所述，发行人目前采取劳务派遣方式的用工制度符合国家有关规定。

2、发行人报告期初的劳务派遣用工不规范问题对本次发行不构成实质性障碍

2018 年末，发行人存在使用被派遣劳动者的数量超过发行人用工总量 10%的情形，不符合《劳务派遣暂行规定》的相关规定。针对上述情形，发行人在报告期内已按照《劳务派遣暂行规定》的相关规定对用工制度进行了整改。自 2019 年 1 月以来，发行人使用被派遣劳动者的数量占发行人用工总量的比例已符合《劳务派遣暂行规定》的相关规定。

发行人在报告期初存在的劳务派遣事项不符合相关规定的情形，不构成本次发行上市的法律障碍，具体理由如下：

（1）发行人报告期初存在的劳务派遣事项不属于《劳动合同法》《劳务派遣暂行规定》《劳动保障监察条例》及《重大劳动保障违法行为社会公布办法》等劳动相关的法律法规规定的重大违法行为。

（2）根据《劳动合同法》第九十二条规定，劳务派遣单位、用工单位违反本法有关劳务派遣规定的，由劳动行政部门责令限期改正；逾期不改正的，以每人五千元以上一万元以下的标准处以罚款。截至本回复出具之日，公司未收到过劳动行政部门责令限期整改的通知，不存在逾期不改正的情形。

（3）根据发行人及其子公司所在地人力资源和社会保障部门出具的《证明》，报告期内，发行人及子公司未因违反劳动和社会保障方面法律、法规和规范性文件的要求受到行政处罚的情形，具体证明内容详见本题“问题（2）”之回复。

（4）为避免发行人因报告期初劳务派遣用工不规范问题可能遭受的损失，发行人控股股东曾本生、实际控制人曾本生及曾焕彬亦出具承诺，“如应有权部门的要求或决定，公司及其子公司因劳务派遣事宜遭受损失，或受到有关主管部门处罚，则本人将以连带责任方式无条件全额承担，保证公司及其子公司不会因此受到任何损失。”

综上，发行人在报告期初存在的劳务派遣事项不符合相关规定的情形，不

会对发行人的生产经营造成重大影响，且未受到行政处罚，不属于重大违法行为，不构成本次发行上市的法律障碍。

三、发行人与其员工之间是否存在劳动合同纠纷的情况

报告期内，发行人与其员工存在两起已了结的劳动合同纠纷，具体情况如下：

2019 年 5 月 24 日，张某向上海市松江区劳动人事争议仲裁委员会申请仲裁，请求：上海嘉亨支付张某违法解除劳动合同赔偿金 39,958 元。2019 年 7 月 8 日，上海市松江区劳动人事争议仲裁委员会作出《裁决书》（松劳人仲[2019]办字第 1962 号），裁决如下：张某之仲裁请求，本会不予支持。

2019 年 12 月 9 日，章某向上海市松江区人民法院起诉，请求：①恢复章某和上海嘉亨的劳动关系；②上海嘉亨按章某原工资待遇（4,600 元/月）支付自 2019 年 7 月 26 日至判决生效之日的工资。2020 年 2 月 20 日，上海市松江区人民法院作出《民事判决书》（[2019]沪 0117 民初 20290 号），判决如下：驳回章某的全部诉讼请求。

综上，报告期内，发行人与员工之间存在的上述劳动合同纠纷案件涉及的员工数量、争议金额较少且已结案，不会对发行人持续经营造成不利影响。

问题（4）：

请保荐人、发行人律师对上述事项核查并发表明确意见。

回复：

保荐机构和发行人律师履行了以下核查程序：

1、查阅了发行人报告期内的员工花名册、社会保险和住房公积金缴纳明细和当地主管机构出具的确认，查阅了发行人报告期内员工缴纳新农合、新农保的证明及其他参保证明，查阅了发行人及其下属公司当地的社会保障管理制度和政策规范，测算了发行人应缴未缴的社会保险和住房公积金金额及影响。

2、查阅了发行人及其下属公司当地主管部门出具的不存在违法违规和行政处罚的证明，查阅了发行人控股股东、实际控制人关于社保公积金的相关承诺。

3、取得劳务派遣员工花名册、了解发行人劳务派遣用工的合理性、合规性，取得劳务派遣合同，通过中国裁判文书网等查询发行人是否存在劳动纠纷情况。

经核查，保荐机构和发行人律师认为：

1、公司劳动用工和员工社会保障符合相关法律法规的规定，发行人早期存在欠缴员工社会保障的不规范情形，形成原因合理，报告期内发行人已逐渐整改到位。经测算，2017 年、2018 年、2019 年和 2020 年 1-6 月发行人应缴未缴社会保险及住房公积金金额当期扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润的比例分别为 25.35%、11.82%、4.60%和 2.30%，如需补缴，会对发行人经营业绩造成一定的影响，但影响程度逐渐降低，不会对发行人本次发行上市构成实质障碍。根据发行人及其主要子公司当地社会保险、住房公积金主管部门出具的证明，报告期内发行人及其子公司不存在因违反社会保险、住房公积金相关法律、法规而被处罚的情形。

2、发行人劳务派遣方式的用工制度符合国家有关规定，2018 年存在劳务派遣员工超过劳动用工总量 10%的情形，未对发行人的生产经营造成重大影响，且未受到行政处罚，不属于重大违法行为，不构成本次发行上市的法律障碍。2019 年存在两起已了结的发行人与员工的劳动合同纠纷，争议金额较少且已结案，不会对发行人持续经营造成不利影响。

22、关于人员情况。

申报材料显示，发行人部分董监高曾在客户或保荐人任职，如公司副总经理龙韵曾在强生任职、副总及董秘徐勇曾在保荐人任职等。

请发行人梳理并补充披露报告期董事、监事、高级管理人员及其他核心人员曾在发行人关联方、客户、供应商、保荐人、律师、会计师等任职的具体情况，并通过表格列示相关人员名称、在发行人职务，曾任职相关方的单位名称、职务及期限，是否存在竞业禁止相关规定及履行情况，相关任职是否存在潜在纠纷，是否存在法律诉讼风险。请保荐人、发行人律师核查并发表明确意见。

回复：

一、发行人报告期董事、监事、高级管理人员及其他核心人员曾在发行人关联方、客户、供应商、保荐人、律师、会计师等任职的具体情况，并通过表格列示相关人员名称、在发行人职务，曾任职相关方的单位名称、职务及期限

发行人已在招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“八、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员情况”之“（二）董事、监事的提名和选聘情况”补充披露如下：

除发行人副总经理龙韵曾在发行人客户强生任职、副总经理及董事会秘书徐勇曾在保荐机构安信证券股份有限公司处任职外，发行人其他董事、监事、高级管理人员及核心人员不存在曾在发行人关联方、客户、供应商、保荐机构、律师、会计师等任职的情形。

龙韵、徐勇的工作履历如下：

序号	姓名	在发行人处担任职务	工作履历		
			公司	任职	起止时间
1	龙 韵	副总经理	强生（中国）医疗器械有限公司	化学及工艺工程师	1995.03-1996.10
			强生（中国）有限公司	生产主管	1996.10-2005.09
			上海强生有限公司	生产经理	2005.10-2014.02
			上海嘉亨	副总经理	2014.02 至今
			发行人	副总经理	2018.05 至今
2	徐 勇	副总经理、董事会秘书	德勤华永会计师事务所（特殊普通合伙）南京分所	高级咨询顾问	2008.09-2011.06
			华泰联合证券有限责任公司	投资银行部项目经理	2011.07-2014.07
			安信证券股份有限公司	投资银行部高级业务副总裁	2014.08-2016.04
			发行人	副总经理、董事会秘书	2016.05 至今

龙韵系由于个人职业规划的原因于 2014 年从强生离职，徐勇系由于家庭和个人职业规划的原因于 2016 年从安信证券股份有限公司离职。

二、发行人董事、监事、高级管理人员及其他核心人员与曾任职单位是否存在竞业竞争相关规定及履行情况，相关任职是否存在潜在纠纷，是否存在法律诉讼风险

1、关于竞业禁止的相关规定

根据《中华人民劳动合同法》第二十三条第二款规定：对负有保密义务的劳动者，用人单位可以在劳动合同或者保密协议中与劳动者约定竞业限制条款，并约定在解除或者终止劳动合同后，在竞业限制期限内按月给予劳动者经济补偿。

劳动者违反竞业限制约定的，应当按照约定向用人单位支付违约金。

第二十四条规定：竞业限制的人员限于用人单位的高级管理人员、高级技术人员和其他负有保密义务的人员。竞业限制的范围、地域、期限由用人单位与劳动者约定，竞业限制的约定不得违反法律、法规的规定。在解除或者终止劳动合同后，前款规定的人员到与本单位生产或者经营同类产品、从事同类业务的有竞争关系的其他用人单位，或者自己开业生产或者经营同类产品、从事同类业务的竞业限制期限，不得超过二年。

据上，“竞业限制”属于劳动者基于劳动关系及协议约定而对用人单位负有的义务。公司独立董事聂学民、李磊、黄兴孪及外部董事郑平与公司均不存在劳动关系。

2、发行人董事、监事、高级管理人员及其他核心人员与曾任职单位是否存在竞业竞争相关规定及履行情况

发行人已在招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“八、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员情况”之“（二）董事、监事的提名和选聘情况”补充披露如下：

发行人董事、监事、高级管理人员及其他核心人员中，除罗浩外，与曾任职单位均不存在竞业限制的相关约定。

根据罗浩与雅芳美容化妆品研发（上海）有限公司（以下简称“雅芳”）签署的《劳动合同》，该合同中存在竞业限制的条款，同时合同约定：“竞业限制条款的实际生效取决于离职时雅芳的通知，若雅芳需要员工按约定履行竞业限制条款，则应在员工离职之日起3日内发送一份《竞业限制开始的通知》，员工收到上述通知后不得拒绝履行；如果员工在上述期限内未受到上述通知，则竞业限制条款自动失效。”

罗浩在离职后未收到雅芳向其发送的《竞业限制开始通知》，雅芳也未按照劳动合同的约定向其支付竞业限制经济补偿金，劳动合同约定的竞业限制条款自动失效。

雅芳不是发行人客户。

3、相关任职是否存在潜在纠纷，是否存在法律诉讼风险

发行人已在招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“八、董事、监事、高

级管理人员及其他核心人员情况”之“（二）董事、监事的提名和选聘情况”补充披露如下：

发行人及其相关董事、监事、高级管理人员、其他核心人员未因竞业禁止、保守商业秘密或者其他事项被相关人员的曾任职单位主张过权利，现时与相关人员的原任职单位不存在纠纷或潜在纠纷。

综上所述，除罗浩外，发行人的其他董事、监事、高级管理人员及核心人员（与公司未建立劳动关系的聂学民、李磊、黄兴孪、郑平四人除外）与曾任职单位均不存在竞业限制的相关约定；罗浩与雅芳签订的《劳动合同》中约定的竞业限制条款自罗浩离职时已自动失效；发行人及其相关董事、监事、高级管理人员、核心人员未因竞业禁止或者其他事项被相关人员的曾任职单位主张过权利，现时与相关人员的曾任职单位不存在纠纷或潜在纠纷。

三、核查意见

保荐机构、发行人律师取得并访谈确认发行人董事、监事、高级管理人员及其他核心人员的工作履历，了解龙韵从强生离职、徐勇从安信证券股份有限公司离职的情况，取得罗浩与雅芳美容化妆品研发（上海）有限公司签署的劳动合同，了解竞业禁止等相关条款。

经核查，保荐机构、发行人律师认为：发行人董事、监事、高级管理人员及其他核心人员履职正常，相关任职不存在潜在纠纷，不存在法律诉讼风险。

23、关于市场地位。

申报材料显示，公司多次获得客户授予的荣誉奖项，公司系高新技术企业，福建省知识产权优势企业、福建省科技型企业及福建省科技小巨人企业，拥有“福建省日化塑料包装容器企业工程技术研究中心”和“福建省工业设计中心”等研发创新平台，系中国包装联合会常务理事单位。公司多项设计获得“包豪斯奖”“创意中国设计大奖”、全国艺术与设计大展“学院派奖”“金点概念设计奖”等。

请发行人：（1）补充说明上述荣誉或奖项的评选范围、获奖时间，发行人及其关联方是否曾为相关组织方或主办方提供资金支持或赞助；（2）结合行业技术水平及特点、新产品研发周期、市场容量及变化趋势，补充披露发行人核心技术竞争优势及其先进性、发行人的技术水平所处阶段，产品研发情况、技术水平、

产品质量等；（3）补充披露发行人在行业中的竞争地位，包括发行人各类产品的市场占有率在报告期的变化情况，并说明相关数据来源；（4）进一步结合发行人所处行业发展趋势、业务特点及发行人自身业务开展实际情况，完善公司的市场地位、公司技术水平及特点、行业竞争状况、公司竞争优势等部分内容。

请保荐人和发行人律师对上述事项核查并发表明确意见。

回复：

问题（1）：

补充说明上述荣誉或奖项的评选范围、获奖时间，发行人及其关联方是否曾为相关组织方或主办方提供资金支持或赞助。

回复：

发行人取得的上述荣誉或奖项，不存在发行人及其关联方为相关组织方或主办方提供资金支持或赞助的情形，具体评选范围、获奖时间、相关组织方或主办方如下：

序号	奖项、荣誉、资质名称	评选范围	获得时间	主办方/评审方
1	零缺陷项目合作伙伴	强生中国供应商	2013 年	强生
2	2013 Zero Defect Annual Award-2013 年最佳实践奖	强生中国供应商	2013 年	强生
3	2014 年度零缺陷质量参与奖	强生中国供应商	2014 年	强生
4	“SOD 蜜新装上市”-杰出贡献奖	强生中国供应商	2014 年	强生
5	最佳战略合作伙伴	郁美净供应商	2018 年	郁美净
6	优秀供应商 2011~2012	上海家化供应商	2012 年	上海家化
7	最佳合作伙伴奖 2013~2014	百雀羚供应商	2014 年	百雀羚
8	高新技术企业	在《国家重点支持的高新技术领域》内，持续进行研究开发与技术成果转化，形成企业核心自主知识产权，并以此为基础开展经营活动，在中国境内（不包括港、澳、台地区）注册的居民企业。	2018/11	福建省科学技术厅/福建省财政厅/国家税务总局福建省税务局
9	福建省知识产权优势企业	知识产权创造、运用、保护和管理工作全面推进，运用知识产权制度参与市场竞争能力在全省同行业中处于领先水平的企业。	2015/5	福建省知识产权局
10	福建省科技型企业	依托一定数量的科技人员从事科学技术研究开发活动，取得自主知识产权并将其转化为高新技术产品或服务，从而实现可持续发展的中小企业。	2015/9	福建省科学技术厅

序号	奖项、荣誉、资质名称	评选范围	获得时间	主办方/评审方
11	福建省科技小巨人企业	以新一代信息技术、新材料、高端装备制造、节能环保、新能源、生物与新医药、海洋高新、现代农业等战略新兴产业领域为重点，培育一批专精特的行业龙头企业，一批拥有自主知识产权和自主品牌的创新型企业。	2016/6	福建省科学技术厅/福建省发展和改革委员会/福建省经济和信息化委员会/福建省财政厅
12	福建省日化塑料包装容器企业工程技术研究中心	具有法人资格并具备科研开发、服务能力和相关条件的在闽企事业单位，按属地原则，通过设区市科技局推荐申报。	2016/6	福建省科学技术厅
13	福建省工业设计中心	具有较强工业设计创新能力、管理规范、业绩突出，能示范带动行业设计创新的企业工业设计中心或工业设计企业。	2016/10	福建省经济和信息化委员会
14	中国包装联合会常务理事单位	中国包装联合会是经国务院批准成立的国家级行业协会之一，是中国包装行业的自律性行业组织，截至目前共有 51 名常务理事。	2014/12	中国包装联合会
15	创意中国设计大奖-防假环保机油瓶-工业设计类-二等奖	中国内地及港澳台地区，凡年龄在 18 周岁以上的设计师、设计机构、高等院校设计专业师生、以及有相关设计实践的人士均可投稿参评。	2016/9	北京中外视觉艺术院/中外设计研究院/中国创意同盟网
16	创意中国设计大奖-喜样年华-工业设计类-优秀奖	中国内地及港澳台地区，凡年龄在 18 周岁以上的设计师、设计机构、高等院校设计专业师生、以及有相关设计实践的人士均可投稿参评。	2018/9	
17	创意中国设计大奖-智能护肤仪-工业设计类-优秀奖	中国内地及港澳台地区，凡年龄在 18 周岁以上的设计师、设计机构、高等院校设计专业师生、以及有相关设计实践的人士均可投稿参评。	2018/9	
18	包豪斯奖-肌·至-专业组-银奖	国际、国内各类设计机构或设计师个人、企业设计部门从业人员均可投稿参评。	2017/2	北京包豪斯文化艺术院/包豪斯国际设计协会/包豪斯奖国际设计大赛组委会
19	学院派奖-初心-产品造型类-入选奖	国际、国内各类设计机构或设计师个人、企业设计部门从业人员均可投稿参评。	2018/9	
20	学院派奖-尽收眼底-产品造型类-二等奖	国际、国内各类设计机构或设计师个人、企业设计部门从业人员均可投稿参评。	2018/9	
21	学院派奖-喜样年华-产品造型类-入选奖	国际、国内各类设计机构或设计师个人、企业设计部门从业人员均可投稿参评。	2018/9	
22	金点概念设计奖-别梭-产品设计（入围前 50 名）	学生、设计师或公司均可投稿参评。	2018/1	台湾设计研究院

问题（2）：

结合行业技术水平及特点、新产品研发周期、市场容量及变化趋势，补充披

露发行人核心技术竞争优势及其先进性、发行人的技术水平所处阶段，产品研发情况、技术水平、产品质量等。

回复：

一、市场容量及变化趋势

随着中国化妆品消费市场的增长，个性化、差异化带来的消费市场细分促使化妆品品牌商将更多的精力集中在品牌经营及市场开拓，而将产品生产甚至研发环节委托给专业企业。中国化妆品消费市场的增长、各类化妆品品牌商的发展策略变化，为日化产品 OEM/ODM 及其配套塑料包装制造商提升整体业务、实现稳定的供应链合作提供了新的发展空间。

1、居民收入水平和消费能力持续提高，化妆品市场需求的增长空间巨大

近年来，我国宏观经济持续保持稳定发展态势，随着居民可支配收入的稳定增长，消费者经济实力与消费观念的改变，对化妆品了解的加深，化妆品消费升级趋势明显，化妆品进入全民消费时代。随着线上销售渠道迅速发展，在社交电商、社交 APP 裂变式传播以及网红经济的推动下，扩大了品牌客群覆盖、刺激了消费意愿，国内线上化妆品消费额迅速提升。2018 年中国化妆品市场规模达到 4,102.3 亿元，同比增长 12.3%，是全球增长最快的国家，预计 2023 年中国化妆品市场规模可达到 5,494.2 亿元。

2、化妆品行业的持续发展，为化妆品 OEM/ODM 企业提供良好的发展机遇

化妆品消费需求迭代加速的趋势下，化妆品品牌商需要快速反应的柔性供应链做支撑。随着国内居民消费能力的提升，消费者需求个性化、差异化特征愈发明显，行业内品牌商需要通过多元化的产品组合以及健康时尚的设计理念来迎合消费者需求，以提升品牌整体的覆盖能力；同时，线上销售渠道尤其是社交媒体、电商平台的快速发展，带来品牌推广方式的多元化，促使化妆品品牌商将更多的精力集中在化妆品的品牌经营及市场开拓，而将产品生产甚至研发环节委托给专业企业，从而实现新产品快速上市，降低生产运营成本。中国在化妆品研发、生产等领域具备完整的产业链，人才资源与研发成本具有较为明显的比较优势，为国内化妆品 OEM/ODM 企业带来良好的发展机遇。

3、一站式服务企业具有较强竞争优势

随着化妆品市场需求不断增加，化妆品包装市场也随之增长。塑料的多样性

及可塑性令塑料材料及其复合材料在日化产品包装中的应用范围越来越大，成为日渐流行的包装物料，市场需求大幅增长。化妆品生产是一个复杂的系统工程，包括化妆品内容物及化妆品包装的研发设计、生产，二者相辅相成，具有一站式服务能力的企业，不仅大大降低了客户成本，也提高了对客户需求的综合服务水平，具有较强竞争优势。

二、行业技术水平

1、日化产品

国内日化企业经过多年发展，行业内企业生产模式逐步向自动化、智能化发展，各类生产卫生标准得以确立，理化及微生物检验也被运用到生产过程中。现阶段日化行业在生产制造工艺方面整体已经较为成熟，但原料及基础成分的研发、产品配方与消费者适应性研究、人体皮肤生理特性研究等方面仍与国际日化企业有一定差距，是国内日化企业未来需要加大投入的关键方面。

2、塑料包装

从塑料包装生产制造的过程来看，核心技术环节包括产品设计、模具设计与制造、注塑/吹塑/软管生产工艺及印刷烫金等。塑料包装行业经过近年的快速发展，生产技术及工艺、印刷烫金等技术环节相对成熟，但是在产品设计环节，受限于设计理念和水平等因素，仍然存在较大提升空间。在材料方面，绿色、环保成为发展趋势，可再生利用的包装材料是未来包装材料的主要选择方向。

三、发行人核心技术竞争优势及其先进性

（一）日化产品相关技术

公司日化产品业务以 OEM 模式为发展起点，以“质量优先于利润”的产品理念，通过了强生等品牌商的严格认证。公司核心技术主要体现在配方、工艺的持续研发，以及对产品安全性、功效性、质量稳定性的有力管控。

1、配方和工艺

化妆品配方主要由数十种不同功效的原料混合配制而成，在研制配方时，有多种类型的天然或化学成分可供选择，原料构成及配比的变动会导致化妆品功效、物理、化学特性发生变动，导致产品气味、色泽、肤感的不同，从而满足客户不同概念需求。化妆品生产工艺主要是利用乳化锅、灌装机等设备，通

过加热、乳化、搅拌等物理手段进行，工艺核心在于研发、生产人员对于投料时间、投料剂量的掌控，以及对如乳化速度、搅拌速度、温度等生产设备参数的设定。

化妆品配方及工艺的技术积累无法一蹴而就，需要经验丰富的研发团队，通过对行业上下游产业链的深刻了解，才能快速响应、满足客户产品需求。公司在长期的日化产品生产过程中，持续保持与原料供应商的技术交流，并根据客户需求，通过对上百种原料的作用效果筛选、最佳剂量的确定和不同活性成分的复配协同增效研究，以及体系稳定技术、控制技术、工艺参数的积累，基于日化产品制备原理、工艺优化、安全有效性研究、稳定性控制等多个方面构建完备的技术体系。公司拥有膏霜乳液、护肤清洁、护发清洁、散粉、香水、花露水等多种品类剂型产品的配方及生产工艺，形成公司的自有技术，并积极布局相关配方及工艺的专利申请。公司丰富的实验数据、实践形成的工艺及方法，为公司配方开发提供了科学、客观的研发手段。

日化产品需要根据市场、客户需求进行快速迭代研发，公司具备稳定的技术研发能力和产品转化能力。OEM 模式下，公司可以将客户提供的配方快速转换为适合发行人设备、环境、人员的工艺技术，15 天左右即可形成符合客户质量要求的完整工艺及技术控制文件，完成试产准备，有效缩短客户的配方及工艺转换周期。ODM 模式下，发行人拥有专业的实验室，配备了先进的研发设备、检测设备及分析设备，能够对产品各项微生物及理化指标进行精密分析检测；研发人员具备长期的产品研发经验，熟悉主要化妆品原料的功效特性并与国际知名原料商或其代理商密切沟通合作，及时获取最新的原料研究成果，专注于配方的功效性、温和性、安全性、各种植物天然提取物及概念成分的应用。公司研发人员可根据客户对产品的外观、功效、安全需求，2-3 周内初步确定配方、生产工艺及完成试产，一般 3 个月左右可完成产品稳定性、兼容性、微生物及理化指标检测、包装材料测试，满足客户快速迭代、快速生产的需求。

2、质量控制体系

公司高度重视质量控制体系的建设，从来料检验、在线检验、成品检验，形成源头管理、过程可控、质量稳定、结果高效的质量控制流程。公司已经获得 ISO9001 质量管理体系认证、ISO14001 环境管理体系认证、GMPC 化妆品良好

操作规范认证及 ISO22716 化妆品良好生产规范认证。

在原料方面，公司严格筛选，主要采购行业内认可的国际知名品牌原料，包括巴斯夫、陶氏、芬美意、赢创、帝斯曼、路博润、奇华顿等，从源头保证化妆品的安全性。在生产方面，公司拥有先进的纯水处理系统、空调净化系统、10 万级化妆品洁净生产车间，从水源、空气、操作等各方面提供洁净安全的生产环境。产品批量生产前，公司需经过 2-3 个月的实验室及小批量试验，对配方及工艺参数进行不断论证，确保产品的安全和质量稳定性；在产品生产过程中及成品交付客户前，公司进行严格的微生物检测、理化检测，基于多年为知名品牌商提供产品和服务的质量管理、检测经验，确保量产产品质量长期稳定。

3、ODM 业务占比提升

OEM 模式是公司日化产品业务稳定增长的基础，公司主要为国内外知名品牌提供 OEM 服务。ODM 模式是公司现在及未来发展方向，是公司研发能力不断提升的途径，也是公司研发实力的体现，在 ODM 研发领域公司坚持开放的视野，选择符合市场需求、拥有技术门槛的产品作为研发目标。同时，OEM 工艺研发过程也能够为 ODM 研发提供契机，两方面研发活动相辅相成，齐头并进。

报告期内，公司 ODM 模式的主要客户包括保利沃利科技（武汉）有限公司、尚赫（天津）科技开发有限公司、天津气味悦泽化妆品有限公司及北京奕天世代商贸有限公司等，报告期内，ODM 模式下公司化妆品分别实现收入 1,658.28 万元、3,293.15 万元、7,375.48 万元和 2,191.31 万元，占化妆品收入的比例分别为 17.45%、20.38%、32.19%和 16.12%。

（二）塑料包装相关技术

公司具备较为全面的吹塑、注塑、注吹以及软管等精密成型工艺，以及印刷、贴标、烫金、丝印、热收缩等一体化服务能力，可为客户提供产品设计、模具开发、生产工艺开发、产品质量检验和测试等体系化高质量的包装解决方案，并围绕外观设计、模具开发、自动化辅助设备、工艺等形成了一系列专利。公司核心技术的先进性主要体现在以下几点：

1、较为全面的塑料包装生产工艺

公司通过长期的技术积累，建立了较为全面的吹塑、注塑、注吹以及软管等精密成型技术体系，可为客户提供全方位的日化产品塑料包装解决方案。

一方面，公司的生产设备涵盖了注塑机、吹塑机、注吹成型设备、拉管及注头机、丝印机等，能满足客户多品类塑料包装产品需求，生产技术储备涵盖了自动上料、模具开发与成型设备匹配、成型参数设置、零部件产品自动传送、成型产品自动分拣等技术环节，不断提高各个环节的生产效率、产品质量及成型精度；另一方面，日化产品与塑料包装的搭配，需要考虑品牌的定位和整体风格，也需要从技术上确保产品安全及实用，公司拥有较为完整的精密成型技术及较为全面的质量检测仪器，并就注塑、吹塑、注吹、软管生产及印刷、烫金、贴标等装饰工艺制订了较为完善的老化、高低温、翻折、测漏、测色等检测标准，可以根据客户不同产品的主要使用环境、运输要求等，生产适合的塑料包装，增强了对客户的一体化服务能力。

2、产品设计

公司重点落在客户需求的技术可行性，可通过计算机模拟产品外观、尺寸、性能是否符合工艺要求。公司针对塑料包装积累了丰富的经验数据，涵盖了产品主要质量控制指标：使用韧性和工艺强度、仿形握力和开关力度、表面质感和触感柔性等，通过系统化的抗压、变形、跌落、关键尺寸测量、相关模具加工精度等生产工艺参数的稳定性测试和科学验证，大量的数据和比对分析为公司产品设计奠定了科学的基础。**针对防伪防盗、轻量化、环保原料的使用等行业发展趋势，持续开发及推广应用相关技术；结合品牌客户的主要消费群体、品牌形象等，在外观、造型方面设计高度契合的包装产品。公司深度参与了“大宝SOD蜜”塑料包装设计，为其新装上市做出杰出贡献；为壳牌设计了采用独特切环防伪防盗结构的塑料包装瓶盖，为其产品在国内的批量生产做出重要贡献。因多年与壳牌合作过程中优秀的质量表现及在防伪防盗等方面的技术创新，发行人于2020年8月获得壳牌“最优供应商奖”，公司是国内唯一一家获得此项荣誉的塑料包装盖品类供应商。**

3、模具开发

模具是塑料包装成型的核心，从设计图纸到产成品需通过匹配的模具生产实现，同时模具具有非标准的工艺特点，公司经过多年经验和技术积累，建立了模具开发流程及加工标准体系，**形成热流道注塑进胶系统、多腔型模具、双色产品共挤共注模具、高壁厚透明材料应用模具等核心技术。**目前，公司向主要客户强

生、上海家化、郁美净、壳牌等销售的产品，对应的各类模具多由公司负责开发，**公司开发的模具具有较强的可靠性与稳定性，使用寿命一般可达到5年，大大提高了产品质量稳定性和标准化水平。此外，**公司一方面通过模具结构研发和设计，**根据产品需求量设计多腔型模具**，并借助科学的模流分析，结合热流道成型技术，可节约原材料20%-40%；另一方面，通过模具周边装备的精准配套，降低模具损耗的同时，提质增效。

4、自动化生产

公司塑料包装生产除部分环节需要人工检测外，自动化程度较高，包括自动计量及混料、自动供料、模具视觉检测、自动理瓶传送及分拣装置等，公司积极应用视频辅助和智能控制等生产手段，极大提高了生产效率和产品质量，标准化的生产最大化满足客户的质量要求和交货计划。

公司在产品设计、模具开发、设备自动化的技术基础上，为诸多品牌商客户开发了近千款塑料包装，有机结合外观设计、功能结构、实用性能，设计出仿厚壁膏霜瓶、防伪防盗瓶盖、具有测量功能的翻盖式瓶盖、双腔合一的挤塑吹瓶等，并实现大批量生产。公司主动与客户探讨再生塑料利用的解决方案，并积极投入可循环使用环保型包装及生产工艺的持续性研发和应用。

（三）发行人的技术水平所处阶段

1、日化产品

公司日化产品业务以 OEM 模式为发展起点，以“质量优先于利润”的产品理念，通过了强生等品牌商的严格认证，公司核心技术主要体现在配方、工艺的持续研发，以及对产品安全性、功效性、质量稳定性的有力管控，公司日化产品的主营业务收入均来自于核心技术。

OEM 模式是公司日化产品业务稳定增长的基础，公司主要为国内外知名品牌提供 OEM 服务。目前公司 ODM 收入占比不高，报告期内，ODM 模式下公司化妆品分别实现收入 1,658.28 万元、3,293.15 万元、7,375.48 万元和 2,191.31 万元，占化妆品收入的比例分别为 17.45%、20.38%、32.19%和 16.12%。ODM 模式是公司现在及未来发展方向，是公司研发能力不断提升的途径，也是公司研发实力的体现，在 ODM 研发领域公司坚持开放的视野，选择符合市场需求、拥有技术门槛的产品作为研发目标。

2、塑料包装

公司具备较为全面的吹塑、注塑、注吹以及软管等精密成型工艺，以及印刷、贴标、烫金、丝印、热收缩等一体化服务能力，可为客户提供产品设计、模具开发、生产工艺开发、产品质量检验和测试等体系化高质量的包装解决方案，并围绕外观设计、模具开发、自动化辅助设备、工艺等形成了一系列专利。公司塑料包装技术、生产工艺成熟，主营业务收入均来自于核心技术。

未来公司将基于“福建省日化塑料包装容器企业工程技术研究中心”和“福建省工业设计中心”等研发创新平台，招募更多经验丰富的研发技术人员，购买先进的工业设计软件、先进的设备，进一步提高公司产品设计、模具设计开发能力及制造稳定性。

四、新产品研发周期及产品研发情况

对于日化产品，OEM模式客户的核心诉求是在高质量标准下稳定产出，公司可以将客户提供的配方快速转换为适合发行人设备、环境、人员的工艺技术，15天左右即可形成符合客户质量要求的完整工艺及技术控制文件，完成试产准备，有效缩短客户的配方转换周期。ODM模式下，客户的需求在于新产品开发速度快，配方工艺确定后生产响应速度快，在上述前提下具备优秀的质量控制能力。公司研发人员可根据客户对产品的外观、功效、安全需求，2-3周内初步确定配方、生产工艺及完成试产，一般3个月左右可完成产品稳定性、兼容性、微生物及理化指标检测、包装材料测试，检测，开始批量生产，满足客户产品快速迭代、快速生产的需求。

日化产品包装具有更新换代快、规格品种多等特征，要求日化塑料包装企业具备大规模的生产能力和快速的反应能力。公司是国内少数自身拥有产品设计能力、精密模具开发技术的塑料包装企业，可进行高精度、长寿命的模具开发设计，更快速响应不同客户的需求，持续不断的开发出新产品。报告期内，公司为客户开发新产品的平均周期从产品设计、模具开发、试样、生产验证，一般需要 3 个月时间，对于不需要重新开发模具的新产品，一般 15 天左右可完成产品生产验证，实现批量生产。

五、产品质量

公司高度重视质量控制体系的建设，从来料检验、在线检验、成品检验，形成源头管理、过程可控、质量稳定、结果高效的质量控制流程。公司已经获得 ISO9001 质量管理体系认证、ISO14001 环境管理体系认证、GMPC 化妆品良好操作规范认证及 ISO22716 化妆品良好生产规范认证。在实验检测仪器方面，公司拥有高效液相色谱仪、气相色谱仪、红外光谱仪、滑动熔点测量仪、顶压仪、测厚仪、测色仪、跌落试验机等较为全面的实验检测仪器设备，能够就日化产品的微生物、理化指标、成分含量以及塑料包装的各项性能指标等进行全面检测，公司还与行业权威检测机构保持密切合作，就某些有特殊要求的产品委托权威检测机构进行检测验证，确保产品安全稳定、质量可靠。

公司的产品质量长期维持在较高水平，与公司的质量控制体系直接相关。融入国内外知名日化品牌商的供应链，需要通过客户 3-6 个月的现场验厂等一系列审核程序，客户对包括厂房、设备、供应商管理、生产流程及过程控制、品质管理流程、研发及检验、追溯性、环境、安全、人力资源等进行详细严格的审核。在通过供应商资质审核后，公司需进行产品开发或配方及工艺转移、试车验证，成品试产后还需进行稳定性、兼容性等测试。测试结果符合标准后，客户才会向公司下达正式订单。随着客户产品的顺利交货并经与客户一段时间的合作磨合后，客户综合评估公司的研发及技术能力、生产能力、质量控制能力等，和公司合作的产品品类及订单量才会不断增加。按照行业经验，从开始对供应商进行资质审核到正式下达订单一般需 6-12 个月的时间。

发行人在与国内外知名客户长期合作过程中，建立了符合国家法律法规、国家标准、行业技术规范和客户严格要求的质量控制体系。报告期内，公司始终按照规范严格的质量控制体系进行研发、生产、销售，未因产品质量问题导致危害消费者健康、监管处罚、客户纠纷、诉讼及仲裁等事项。

问题（3）：

补充披露发行人在行业中的竞争地位，包括发行人各类产品的市场占有率在报告期的变化情况，并说明相关数据来源。

回复：

公司以日化产品 OEM/ODM 与塑料包装业务协同发展为策略，可为国内外知名日化企业提供日化产品及配套塑料包装的一站式服务，是行业内少数兼具日

化产品及塑料包装研发、设计和生产能力的企业。

对于日化产品，目前 OEM/ODM 企业以中小企业居多，行业集中度较低，通过公开渠道取得行业整体产能产量等数据的难度较大，所以发行人未能取得准确的市场份额数据资料。2019 年，国内领先的化妆品 ODM 企业诺斯贝尔实现营业收入 21.78 亿元。

对于塑料包装产品，根据中国包装联合会出具的《中国包装行业年度运行报告》，2017-2019 年，发行人塑料包装业务的市场占有率如下：

单位：亿元

项目	2019 年	2018 年	2017 年
包装行业规模以上企业收入	10,032.53	9,703.23	11,719.01
包装行业规模以上企业数量（家）	7,916	7,830	7,650
包装行业规模以上企业平均收入	1.27	1.24	1.53
规模以上塑料包装箱及容器制造企业收入	1,592.16	1,571.35	1,892.60
发行人塑料包装收入	4.45	4.41	3.59
市场占有率	0.28%	0.28%	0.19%

注：规模以上指年主营业务收入 2,000 万元及以上。

2017-2019 年，包装行业规模以上企业 7,000-8,000 家，平均收入分别为 1.53 亿元、1.24 亿元和 1.27 亿元。2017-2019 年，发行人塑料包装收入分别为 3.59 亿元、4.41 亿元和 4.45 亿元，占全国规模以上塑料包装箱及容器制造企业合计收入的比例分别为 0.19%、0.28%和 0.28%，市场份额总体稳定，高于行业平均水平。

问题（4）：

进一步结合发行人所处行业发展趋势、业务特点及发行人自身业务开展实际情况，完善公司的市场地位、公司技术水平及特点、行业竞争状况、公司竞争优势等部分内容。

回复：

一、发行人在已在招股说明书“第六节 业务和技术”之“三、公司在行业中的竞争地位”之“（一）公司的市场地位”中补充披露如下：

“（一）公司的市场地位

公司主要从事日化产品 OEM/ODM 及塑料包装容器的研发设计、生产，具备化妆品和家庭护理产品的研发、配制、灌装及塑料包装容器设计、制造的一体

化综合服务能力。公司以日化产品 OEM/ODM 与塑料包装业务协同发展为策略，可为国内外知名日化企业提供日化产品及配套塑料包装的一站式服务。公司以稳定高效的生产能力、严格的质量管控、快速迭代的技术研发，在行业内形成了较强的市场影响力，成为多个国内外知名日化品牌的核心供应商。

公司主要客户如强生、郁美净等，对供应商稳定生产能力和质量控制能力具有较高的要求，公司通过严格的质量认证及考核成功融入其供应链体系，长期为强生婴儿、郁美净等婴幼儿及儿童产品提供生产服务，充分体现了公司对产品安全性、功效性、质量稳定性的有力管控。公司与国内外品牌客户建立了长期互利共赢的合作关系，共同分享行业增长机遇，并多次获得客户授予的荣誉奖项，为公司带来良好的市场声誉和品牌形象。公司多次被强生认定为“零缺陷项目合作伙伴”，为“大宝 SOD 蜜新装上市”做出杰出贡献，系郁美净“最佳战略合作伙伴”、上海家化“优秀供应商”、百雀羚“最佳合作伙伴”、**壳牌“最优供应商”**。

公司始终把技术研发作为发展的原动力，是行业内少数兼具日化产品及塑料包装研发、设计和生产能力的企业。公司系高新技术企业，福建省知识产权优势企业、福建省科技型企业及福建省科技小巨人企业，拥有“福建省日化塑料包装容器企业工程技术研究中心”和“福建省工业设计中心”等研发创新平台，系中国包装联合会常务理事单位。

公司在塑料包装外观设计、模具开发、注塑/吹塑/软管等各项生产工艺均积累了丰富经验，多项设计获得“包豪斯奖”、“创意中国设计大奖”、全国艺术与设计大展“学院派奖”、“金点概念设计奖”等；**2017-2019 年，发行人塑料包装收入占全国规模以上塑料包装箱及容器制造企业合计收入的比例分别为 0.19%、0.28%和 0.28%，市场份额总体稳定，高于行业平均水平。**在化妆品领域，公司不断加大在配方研发及优化、生产工艺流程优化设计等方面的投入，已备案的化妆品 900 余件，在 OEM 的基础上，不断提升 ODM 业务的比例，**报告期内，公司化妆品 ODM 业务收入占比分别为 17.45%、20.38%、32.19%和 16.12%。**随着塑料包装设计、化妆品配方迭代研发及各项工艺控制技术的不断提升，公司将积极切入品牌商产品供应链的各个环节，垂直整合和优化设计制造与经营模式，实现快速量产和更为高效的供应链管理。”

二、发行人已在招股说明书“第六节 业务和技术”之“三、公司在行业中的竞

争地位”之“（二）公司技术水平及特点”中补充披露如下：

“（二）公司技术水平及特点

公司主要客户为日化产品行业企业，公司的创新、创造、创意建立在实用且以市场为导向的发明、配方以及深受客户和终端消费者认可的技术基础之上。公司与国内外知名客户长期紧密合作，客户对公司生产技术和质量控制的高标准、高要求，促使公司不断加强研发投入，形成符合客户及行业要求的技术和质量标准，以及完整的产品研发、制造、生产流程和质量控制体系，组建了经验丰富的研发团队。”

公司日化产品、塑料包装相关技术水平及先进性详见本题“问题（2）”之回复。

三、发行人在已在招股说明书“第六节 业务和技术”之“三、公司在行业中的竞争地位”之“（三）行业竞争状况”中补充披露如下：

“（三）行业竞争状况

1、行业竞争格局

在化妆品制造领域，从全球看，我国化妆品 OEM/ODM 企业发展历史相对较短，在整体技术水平和规模方面与国外先进企业存在较大差距，在中高端研发领域竞争力偏弱。**国内 OEM/ODM 企业生产的产品在相同原料品质和技术工艺下，价格优势明显，具有较高的性价比。从国内看，目前化妆品生产许可获证企业 5,000 余家**，行业市场竞争激烈，市场集中度较低，总体上以中小企业居多，随着行业监管加强，化妆品生产将逐步向具有严格质量控制、符合环保标准的自主品牌及规模较大的 OEM/ODM 企业集中。**随着国内 OEM/ODM 企业设备、产能、技术及相关配套不断提升，国际日化品牌商已逐渐将订单转向国内生产商，成为国内 OEM|/ODM 企业主要客户来源之一。**

塑料包装行业内参与者数量多，但绝大多数为中小规模企业，根据中国包装联合会数据显示，**2019 年我国包装行业规模以上企业 7,916 家，平均收入 1.24 亿元**。随着国内化妆品市场规模的快速增长，化妆品品牌之间的竞争不断加剧，在选择塑料包装供应商时将更加注重生产规模、产品质量、资质认证及技术水平等，以保证自身产品的供应和质量，因此规模相对较大、质量管理能力较强的塑

料包装企业将持续受益。”

四、发行人在招股说明书“第六节 业务和技术”之“三、公司在行业中的竞争地位”之“（四）同行业主要企业情况”中补充披露如下：

“（四）同行业主要企业情况

……

5、诺斯贝尔化妆品股份有限公司

诺斯贝尔化妆品股份有限公司成立于 2004 年，是一家专注于面膜、护肤品和湿巾的设计、研发和制造于一体的综合型化妆品生产企业，系上市公司青松股份（300132）全资子公司。根据诺斯贝尔 2019 年度审计报告，诺斯贝尔 2019 年实现营业收入 21.78 亿元，净利润 2.52 亿元。

6、上海家化联合股份有限公司（600315）

上海家化联合股份有限公司成立于 1995 年，2001 年在上交所主板上市，主要从事护肤类、洗护类、家居护理类、婴幼儿喂哺类产品的研发、生产和销售，主要品牌包括六神、佰草集、高夫、美加净、启初、家安、玉泽、双妹、汤美星等。根据其 2019 年年报及 2020 年半年报，上海家化最近一年及一期实现营业收入 75.97 亿元、36.85 亿元。

7、珀莱雅化妆品股份有限公司（603605）

珀莱雅化妆品股份有限公司成立于 2006 年，2017 年在上交所主板上市，是一家专注于化妆品的研发、生产和销售的企业，主要产品包括护肤类、洁肤类、美容（彩妆）类等化妆品。根据其 2019 年年报及 2020 年半年报，珀莱雅最近一年及一期实现营业收入 31.24 亿元、13.84 亿元。

8、拉芳家化股份有限公司（603630）

拉芳家化股份有限公司成立于 2001 年，2017 年在上交所主板上市，主要从事日用化学产品的研发、生产与销售，主要产品包括洗发水、护发素、沐浴露、香皂、膏霜洗护产品。根据其 2019 年年报及 2020 年半年报，拉芳家化最近一年及一期实现营业收入 9.65 亿元、4.04 亿元。”

五、发行人在招股说明书“第六节 业务和技术”之“三、公司在行业中的竞争地位”之“（五）公司竞争优势”中补充披露如下：

“（五）公司竞争优势

1、丰富的客户资源及长期稳定的合作关系

发行人的主要客户均为全球和国内知名的化妆品、日化产品厂商及新兴品牌商，包括强生、上海家化、郁美净、贝泰妮、百雀羚、益海嘉里、壳牌、利洁时、拜尔斯道夫、保利沃利科技（武汉）有限公司、尚赫（天津）科技开发有限公司、天津气味悦泽化妆品有限公司等，遴选合格供应商的认证程序严格复杂且历时较长。发行人通过多年积累，已成功进入众多国际领先品牌的合格供应商体系，并已与客户建立了长期稳定的合作伙伴关系。**公司与主要客户强生、上海家化、百雀羚已合作 10 余年，与壳牌已合作 7 年，与强生、上海家化、郁美净、百雀羚、保利沃利科技（武汉）有限公司、尚赫（天津）科技开发有限公司等客户在塑料包装及日化产品领域均已形成多品类、多方位的深度合作。**公司通过深入了解客户需求，**首先满足客户在高质量标准下稳定产出的核心诉求，同时**深入探索新产品的研发，协助客户缩短产品开发周期；凭借先进的技术、优质的产品和专业的服务满足客户不同种类、规格的产品需求，赢得了客户的长期信任，为公司带来了良好的市场声誉和影响力，**吸引国内外日化品牌企业与公司开展业务合作，**为公司长期持续稳定的发展奠定了坚实的基础。

2、长期技术储备及持续的创新研发

日化产品的研发涉及生命科学、精细化工、皮肤科学、制造工艺等多学科的交叉研究与运用，塑料包装研发包括材料改性、产品及模具设计、工艺设计及材料和产品的检测能力提升等，均需要强大的技术研发团队支持。公司已经初步建成功能齐备的研发体系和稳定、高效、经验丰富的技术研发团队，拥有一批资深的研发和应用技术专家，对产品配方设计、包装设计、消费趋势等方面具备深刻的理解。

日化产品及塑料包装需要根据市场、客户需求进行快速迭代研发，公司具备稳定的技术研发能力和产品转化能力。在化妆品生产方面，公司不断加深在配方研发及优化、生产工艺流程优化设计等方面的投入，通过对各种材料、乳化方式、介质粘度和分散度、配伍性等进行研究，实现安全性、功效稳定性控制；**OEM 模式下，公司可以将客户提供的配方快速转换为适合发行人设备、环境、人员的工艺技术，15 天左右即可形成符合客户质量要求的完整工艺及技术控制文件，**

完成试产准备，有效缩短客户的配方转换周期。ODM 模式下，发行人拥有专业的实验室，配备了先进的研发设备、检测设备及分析设备，能够对产品各项微生物及理化指标进行精密分析检测；研发人员具备长期的产品研发经验，熟悉主要化妆品原料的功效特性并与国际知名原料商或其代理商密切沟通合作，及时获取最新的原料研究成果，专注于配方的功效性、温和性、安全性、各种植物天然提取物及概念成分的应用。公司研发人员可根据客户对产品的外观、功效、安全需求，2-3 周内初步确定配方、生产工艺及完成试产，满足客户快速迭代、快速生产的需求。在塑料包装方面，公司可设计开发该类产品所需的精密模具，并不断深化精密成型等工艺技术，在设计阶段向客户提出富有建设性的意见，达成产品设计要求，同时持续研发吹塑、注塑、注吹以及软管等生产工艺，提高生产效率并有效节约生产成本。

截至招股说明书签署日，**公司拥有 171 项境内专利**及 1 项境外专利，其中发明专利 32 项。公司被认定为高新技术企业，通过工信部信息化和工业化融合管理体系认证、福建省知识产权优势企业认证、福建省科技型企业认证及福建省科技小巨人企业认证，拥有“福建省日化塑料包装容器企业工程技术研究中心”和“福建省工业设计中心”等研发创新平台。

3、快速响应的生产能力及卓越的品质管控

公司拥有先进的纯水处理系统、空调净化系统、MES 控制系统、配制生产线、灌装生产线、注塑机、吹瓶机、丝印机，拥有 10 万级化妆品洁净生产车间，具备稳定的生产能力。凭借优良的生产管理，公司能快速整合各方面资源，**动态调整产能分配，**在较短时间内完成产品设计、原材料采购以及组织生产、产品配送等所有工作，满足客户对产品质量及交货期的要求，**其中化妆品交货期一般为 30 天，对于加急订单可以在 20 天内完成配制、灌装、微生物及理化检测、包装、运输的交货流程**。通过先进的生产制造体系及持续的工艺、设备改进，为项目产品质量的高品质和稳定性提供保障。

公司通过多年投入，已建立相对完善的产品设计体系及质量控制体系，从客户需求、设计开发、原材料管理、进料检验、生产计划排配、制程生产管理、出货管理等各方面进行全流程的质量控制，明确规定了质量管理、环境管理等各项要求和内容。目前公司及主要下属公司已经获得 ISO9001 质量管理体系认证、

ISO14001 环境管理体系认证、GMPC 化妆品良好操作规范认证及 ISO22716 化妆品良好生产规范认证。

在实验检测仪器方面，公司拥有高效液相色谱仪、气相色谱仪、红外光谱仪、滑动熔点测量仪、顶压仪、测厚仪、测色仪、跌落试验机等较为全面的实验检测仪器设备，能够就日化产品的微生物、理化指标、成分含量以及塑料包装的各项性能指标等进行全面检测，公司还与行业权威检测机构保持密切合作，就某些有特殊要求的产品委托权威检测机构进行检测验证，确保产品安全稳定、质量可靠。

公司的产品质量长期维持在较高水平，与公司的质量控制体系直接相关。融入国内外知名日化品牌商的供应链，需要通过客户 3-6 个月的现场验厂等一系列审核程序，客户对包括厂房、设备、供应商管理、生产流程及过程控制、品质管理流程、研发及检验、追溯性、环境、安全、人力资源等进行详细严格的审核。在通过供应商资质审核后，公司需进行产品开发或配方及工艺转移、试车验证，成品试产后还需进行稳定性、兼容性等测试。测试结果符合标准后，客户才会向公司下达正式订单。随着客户产品的顺利交货并经与客户一段时间的合作磨合后，客户综合评估公司的研发及技术能力、生产能力、质量控制能力等，和公司合作的产品品类及订单量才会不断增加。按照行业经验，从开始对供应商进行资质审核到正式下达订单一般需 6-12 个月的时间。公司后续将持续提高并改进产品质量控制体系，通过严格的来料检验、在线检测及成品检验，进一步巩固公司产品良品率较高的突出优势，着力提升盈利能力和综合竞争力。

4、重要区域的多点布局及一站式的综合服务

经过多年发展，公司目前已形成了包括多家子公司、孙公司的经营架构，初步完成以海峡西岸经济区为总部，对长三角、粤港澳大湾区、京津冀等区域的战略布局。公司紧跟客户及产业应用，根据主要客户的发展布局，安排生产、销售和物流，快速应对客户的产品交货需求，并向客户提供日化产品及配套塑料包装的一站式制造服务。

日化产品内容物及包装的研发设计、生产，二者相辅相成，**在日化产品的研发过程中，包装与内容物往往需要进行一体化开发、设计，日化企业在决定品牌的定位及整体风格后，需要与包材供应商、OEM/ODM 企业分别进行沟通，**

确保包材和内容物的特性、交货时间等不发生冲突，最后再分别向包材供应商、OEM/ODM 企业采购，最终形成完整的产品。在产品批量生产阶段，需要充分协调包材供应商与 OEM/ODM 企业的生产调度、产品质量等，才能确保产品如期交货并控制质量风险。公司从整合、优化客户供应链的角度出发，日化产品 OEM/ODM 与塑料包装业务协同发展，降低了客户内外部沟通及质量控制成本，提高供应效率。公司的一站式服务能力，满足日化产品行业客户成本控制、产品质量、交货周期、品牌快速迭代的综合需求，进一步增强客户粘性，不断加强与客户的深度合作，扩大公司产品的市场占有率。”

问题（5）：

请保荐人和发行人律师对上述事项核查并发表明确意见。

回复：

保荐机构、发行人律师取得公司获得荣誉奖项的文件，访谈了发行人总经理及研发负责人，就市场容量及发展趋势、行业技术水平、发行人技术水平、竞争优势、产品研发、质量控制等进行了解，并查询同行业可比公司经营情况、公司市场占有率等数据。

经核查，保荐机构、发行人律师认为：1、发行人取得的荣誉或奖项，不存在发行人及其关联方为相关组织方或主办方提供资金支持或赞助的情形：2、发行人日化产品 OEM/ODM 及塑料包装业务协同发展，在日化产品配方、工艺的持续研发，较为全面的塑料包装生产工艺，以及对产品安全性、功效性、质量稳定性的有力管控等方面体现了公司的技术水平，公司具有较强的竞争优势。

24、关于新冠疫情。

请发行人结合主要客户生产经营受新冠疫情影响程度，补充披露：（1）新冠疫情对发行人近期生产经营和财务状况的影响程度，包括具体影响面、停工及开工复工程度、日常订单或重大合同的履行是否存在障碍、预计上半年产能产量销量等业务指标情况及是否发生重大变化；（2）如新冠疫情对发行人有较大或重大影响，该影响是否为暂时性或阶段性，是否已采取必要的解决措施，未来期间是否能够逆转并恢复正常状态，是否会对全年经营业绩情况产生重大负面影响，对发行人持续经营能力及发行条件是否有重大不利影响；（3）请在重大事项提示中

补充披露上述重大信息，并完善下一报告期业绩预计信息披露。

请保荐人、申报会计师对上述事项核查并发表明确意见。

回复：

问题（1）：

新冠疫情对发行人近期生产经营和财务状况的影响程度，包括具体影响面、停工及开工复工程度、日常订单或重大合同的履行是否存在障碍、预计上半年产能产量销量等业务指标情况及是否发生重大变化。

回复：

一、新冠疫情对发行人生产经营和财务状况的具体影响

公司主要从事日化产品 OEM/ODM 及塑料包装容器的研发设计、生产，公司产品具有一定消费刚性，并不属于受疫情直接影响的行业。但由于疫情导致延期复工，公司及主要客户、主要供应商的生产经营均受到一定程度的影响，下游客户受延期复工的影响，对公司产品的具体订单也会相应延后。疫情对公司的销售、生产和采购未产生重大不利影响。具体情况如下：

1、销售方面

公司产品主要为护肤类、洗护类等化妆品，香皂、洗手液、消毒液、洗洁精、洗衣液等家庭护理产品，以及配套的塑料包装。第一季度，因疫情原因，公司及上下游复工率不足、客户开工时间有所推迟、物流资源紧张等，对公司订单生产及产品交付造成一定影响。随着 2020 年 3 月底公司全面复工复产，订单执行及交货恢复正常，疫情对公司整体订单情况影响较小。由于疫情爆发以及由此带来的消费者健康与卫生意识提高，消费者倾向更频繁地清洁及消毒双手、衣服及清洁家庭环境，市场对香皂、洗手液、消毒液等的需求增加，2020 年 1-6 月，公司上述产品实现销售收入 5,707.10 万元，预期上述产品需求仍将维持在较高水平。

2、生产方面

公司于 2020 年 2 月 10 日开始部分进行复工，开工率逐步上升，随着疫情逐步得到控制，公司已全面恢复生产，2020 年 3 月下旬开工率已达到 100%。疫情发生以来，公司按照政府相关部门的部署和安排成立了疫情防控工作组，制订了《“新型冠状病毒感染的肺炎疫情”工作方案》，采取了外地返回人员隔离观察、高风险地区人员延迟返岗、建立员工健康档案、配齐防疫物资、严格环境消杀、彻

底排查风险隐患、加强安全培训等措施，确保公司复工复产安全、平稳、有序进行，截至目前员工未出现确诊、疑似案例。随着疫情逐步得到控制，公司生产已恢复正常。

3、采购方面

公司主要原材料为表面活性剂、合成树脂等大宗基础原材料，以及芳香剂、保湿剂、防腐剂等日化原料，公司主要从境内供应商或者境外原料商的境内代理商采购原材料，直接境外采购很少，公司供应商主要分布在长三角、珠三角、环渤海湾区域，受疫情影响较小，市场供应充足。由于公司会根据客户订单预测储备原材料，疫情期间公司原材料充足，能够保证生产需求，疫情影响可控。

综上，疫情对公司短期销售产生一定不利影响，但随着疫情好转及主要客户逐步复工复产，影响逐步减弱。2020 年 1-6 月，公司实现营业收入 39,217.11 万元，同比增长 8.69%，实现扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润 3,928.85 万元，同比增长 108.59%，疫情对公司财务状况的影响较小。

二、停工及开工复工程度

公司于 2020 年 1 月 23 日春节休假，原定于 2020 年 2 月 1 日复工，疫情发生后，受疫情及政府防控措施影响，公司复工日期延迟至 2020 年 2 月 10 日。复工初期，受各地疫情防控措施影响，外地员工因交通不便未能及时返岗，2 月中旬时开工率约 40%。随着疫情好转，员工陆续返岗，开工率逐步上升，2020 年 2 月底开工率达 60%左右，3 月底开工率达 100%。

三、日常订单或重大合同的履行是否存在障碍

由于疫情影响，复工时间延后，同时复工后受疫情防控要求以及公司出于安全考虑，人员流动受到一定控制。一季度为公司销售淡季，发行人收到订单后会根据自身产品的到货时间来与客户相应约定交付时间，因此并未因疫情而明显延迟交货，公司通常也会根据客户的预测需求适当备货，因此日常订单或重大合同的履行不存在障碍，未发生诉讼纠纷或合同取消的情形。随着国内疫情逐步得到控制，影响订单生产、产品交付的相关履行障碍将得到消除，公司将积极在后续期间予以赶工，保证后续生产交付计划落实，保障日常订单及重大合同的后续履行。

四、上半年公司产能、产量、销量等业务指标未发生重大不利变化

2020 年上半年，公司各类产品产能、产量、销量等业务指标如下：

单位：万元、万个、吨

项目		2020 年 1-6 月	2019 年
塑料包装容器	营业收入	16,907.71	44,509.21
	产能	87,000	87,000
	产量	31,209.89	72,906.14
	销量	28,249.57	74,576.04
日化产品	营业收入	21,720.31	31,874.16
	产能	38,000	35,000
	产量	14,059.93	35,212.25
	销量	13,853.32	35,467.43

随着疫情得到有效控制，公司 2020 年上半年生产经营恢复正常，产能、产量、销量等业务指标未发生重大不利变化。

问题（2）：

如新冠疫情对发行人有较大或重大影响，该影响是否为暂时性或阶段性，是否已采取必要的解决措施，未来期间是否能够逆转并恢复正常状态，是否会对全年经营业绩情况产生重大负面影响，对发行人持续经营能力及发行条件是否有重大不利影响。

回复：

一、疫情对发行人的影响是暂时性和阶段性的

疫情的发生对发行人以及其客户和供应商的短期生产经营的带来了一定影响，但上述影响为暂时性影响，主要体现为物流的滞后以及回款的延迟。发行人收到订单后会根据自身产品所需原材料的到货时间来与客户相应约定交付时间，因此并未因疫情而明显延迟交货。随着疫情平稳度过，公司的生产经营活动目前已恢复至正常水平。

此外，因疫情的影响，市场对香皂、洗手液、消毒液的需求增长较快，发行人 2020 年以来该类业务发展良好，对 2020 年上半年业绩存在正面影响。2020 年 1-6 月，公司上述产品实现销售收入 5,707.10 万元，预期上述产品的需求仍将维持在较高水平。综上所述，疫情对发行人的生产经营不构成重大影响，相关影响是暂时性和阶段性的。

二、发行人已采取必要措施应对疫情的影响

自疫情发生以来，公司按照中央及地方各级政府出台的政策要求，积极做好疫情防控各项工作，努力减少疫情带来的负面影响。

公司在第一时间成立了疫情防控工作组，严格落实各级政府部门防控要求，并制定防控机制和应急方案，采取了外地返回人员隔离观察、高风险地区人员延迟返岗、建立员工健康档案、配齐防疫物资、严格环境消杀、彻底排查风险隐患、加强安全培训等措施，确保公司复工复产安全、平稳、有序进行。同时，做好与客户、供应商的沟通，力求将本次疫情对公司的不利影响降至最低。

通过以上全面的防疫措施和积极的经营管理举措，公司有效确保了员工的身体健康，为全面复工提供了良好保障，最大限度降低了疫情对公司经营的影响。公司按照政府要求及时复工，目前各项经营业务已逐渐恢复，疫情对于公司生产经营的影响总体可控。

三、未来期间发行人生产经营可恢复正常状态

目前，疫情流行高峰已逐渐减弱，国民经济正在逐步恢复，公司上下游企业的生产经营已逐渐恢复正常，公司目前也已经全面复工，预计未来期间生产经营可恢复正常状态。

四、疫情不会对发行人全年经营业绩情况产生重大负面影响，也不会对发行人持续经营能力及发行条件产生重大不利影响

单位：万元、%

项目	2020 年 1-6 月	上年同期	同期对比
营业收入	39,217.11	36,081.78	8.69
净利润	3,987.09	1,961.36	103.28
扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润	3,928.85	1,883.55	108.59

综上，根据发行人目前的复工情况以及生产经营情况，疫情对发行人的经营不构成重大影响，属于暂时性、阶段性的影响，发行人已经采取必要的解决措施，未来能够恢复正常状态，预计新冠疫情不会对发行人的全年业绩及持续经营能力产生重大影响，也不会对发行条件产生重大不利影响。

问题（3）：

请在重大事项提示中补充披露上述重大信息，并完善下一报告期业绩预计信息披露。

回复：

发行人已在招股说明书“重大事项提示”之“一、本公司提请投资者关注下列风险，并请认真阅读“风险因素”一节的全部内容”对上述事项进行了完善及补充披露，具体如下：

“（四）新冠肺炎疫情对公司生产经营的影响

受 2020 年 1 月爆发的新型冠状病毒肺炎疫情影响，发行人复工时间推迟，部分员工因管控要求无法按时到岗，部分上游及下游企业由于复工时间推迟，开工率与往年同期相比较低，上述情况对公司采购及销售活动均产生了一定影响。目前疫情流行高峰已经过去，工业企业生产逐渐恢复正常，公司也已经全面复工，生产经营已基本恢复正常。

如果疫情情况反复甚至影响加剧，导致公司及上下游企业停产停工，对公司的采购和销售造成重大影响，则可能会对公司的生产经营造成一定负面影响。”

问题（4）：

请保荐人、申报会计师对上述事项核查并发表明确意见。

回复：

保荐机构、申报会计师履行了以下核查程序：

1、对公司管理层进行访谈，了解新冠疫情对公司生产经营的影响情况及应对措施；

2、查阅发行人所在地政府部门的相关规定、政府部门对公司下达的复工通知书；

3、获取发行人截止 2020 年 6 月 30 日在手订单明细，核实新冠疫情是否对公司业务产生重大不利影响；

4、实地查看发行人的生产经营场所，观察公司生产复工状况，核实生产经营是否恢复正常；

5、将 2020 年 1-6 月的主要财务数据与 2019 年 1-6 月的财务数据进行比较分析，核实新冠疫情对经营业绩及持续经营能力是否产生重大影响。

经核查，保荐机构、申报会计师认为：

新冠疫情对发行人近期生产经营和财务状况未造成重大影响，公司已全面复工，日常订单或重大合同的履行不存在障碍，产能产量销量等业务指标不存在重大变化。疫情对发行人仅为暂时性影响，发行人已采取必要的解决措施，并恢复至正常状态，不会对全年经营业绩、持续经营能力及发行条件产生重大负面影响。但若全球疫情持续蔓延，无法短期得到控制或出现反复，则公司营收和盈利水平存在下降的风险。

25、关于环保事项。

申报材料显示，公司生产过程产生的污染物主要为工业废水、废气及固体废弃物。

请发行人补充披露：（1）发行人生产经营中涉及环境污染的具体环节、主要污染物名称及排放量、主要处理设施及处理能力；（2）报告期内发行人环保投资和相关费用成本支出情况，环保设施实际运行情况，报告期内环保投入、环保相关成本费用是否与处理公司生产经营所产生的污染相匹配；（3）募投项目所采取的环保措施及相应的资金来源和金额，公司生产经营与募集资金投资项目是否符合国家和地方环保要求。

请保荐人、发行人律师核查并发表明确意见。

回复：

问题（1）：

发行人生产经营中涉及环境污染的具体环节、主要污染物名称及排放量、主要处理设施及处理能力。

回复：

发行人已在招股说明书“第六节 业务和技术”之“一、发行人主营业务、主要产品及其变化情况”之“（六）生产经营中涉及的主要环节污染物、主要处理设施及处理能力”补充披露如下：

1、发行人生产经营中涉及环境污染的具体环节、主要污染物名称及排放量、主要处理设施及处理能力如下：

（1）嘉亨家化

污染物类别	具体环节	主要污染物名称	排放量	主要处理设施	处理能力
废气	印刷工序	印刷有机废气（非甲烷总烃）	0.435t/a	收集后经 UV 光解、活性炭净化设施处理后通过排气筒排放	达标排放
	吹塑车间	注塑有机废气（非甲烷总烃）	2.073t/a	收集后经活性炭净化设施处理后通过排气筒排放	达标排放
	热痱粉及爽身粉配料工序	称料粉尘废气	6.99t/a	收集后经除尘设施处理后通过排气筒排放	达标排放
	燃烧天然气发生蒸汽	燃气废气	0.457t/a（其中颗粒物排放量 0.037t/a；SO_2 排放量 0.047t/a;NO_x 排放量 0.373t/a）	蒸汽发生器燃气废气集中收集后通过排气筒排放	达标排放
	无组织废气	非甲烷总烃	0.337t/a	收集后排放	达标排放
废水	生产活动	生产废水	270t/a（其中 COD 排放量 0.054t/a,NH_3-N 排放量 0.003t/a）	经一体化预处理设施处理后排放至晋江仙石污水处理厂	达标排放
	员工生活	生活废水	14,370t/a（其中 COD 排放量 5.030t/aNH_3-N 排放量 0.647t/a）	经化粪池处理后排放至晋江仙石污水处理厂	达标排放
固体废物	塑料瓶生产	废品及边角料	131t/a	收集后经破碎后回用于生产	100%
	使用原料	废原料包装袋	25t/a	由环卫部门统一清运	100%
	化妆品分装称配料	收集粉尘	7t/a	由环卫部门统一清运	100%
	印刷工序	废油墨空桶	980 个/a	委托有危废处置资质的单位外运处置	100%
	清洁	清洁抹布	0.5t/a	委托有危废处置资质的单位外运处置	100%
	丝印工序	废丝印网布	0.1t/a	委托有危废处置资质的单位外运处置	100%
	生产废水	污泥	1t/a	由环卫部门统一清运	100%
	活性炭净化处理	废活性炭	7.5t/a	委托有危废处置资质的单位外运处置	100%
	设备清洁	溶剂空桶	15 个/a	由供应商回收利用	100%
	员工生活	生活垃圾	60t/a	由环卫部门统一清运	100%
噪声	吹瓶机、注射机、印刷机、冷却塔及空压机等	噪声	源强 75-105dB（A）	基础减振、隔声罩、厂房墙体隔声等	达标排放

（2）上海嘉亨

污染物类别	具体环节	主要污染物名称	排放量	主要处理设施	处理能力
废气	生产、乙醇储罐	非甲烷总烃	0.12t/a	经车间换风系统收集、活性炭净化装置处理后通过排气筒排放	达标排放
	污水处理站	NH_3	0.097t/a	污水处理站废气密闭负压收集、碱喷淋、通过排气筒排放	达标排放
		H_2S	0.0042t/a		达标排放
		臭气	3,520（无量纲）		达标排放
	锅炉	颗粒物	0.015t/a	采用超低氮燃烧锅炉	达标排放
		SO_2	0.06t/a		
		NO_x	0.34t/a		
废水	清洗	清洗废水	27,842.8t/a	经厂区污水处理站处理后，纳入市政污水管网	达标排放
	碱喷淋	碱喷淋废水	20t/a		
	员工生活	食堂废水	716.7t/a	经隔油预处理后纳入市政污水管网	
	冷却塔	冷却塔废水	100t/a	纳入市政污水管网	
	反冲洗	反冲洗废水	500t/a		
	员工生活	生活污水	5,130t/a		
固体废物	工业生产	废一般包装材料、残渣、废样品、废琼脂、废 RO 膜	10.3t/a	外运处置	100%
	危险废物	废活性炭、污泥	16t/a	委托有资质的单位处理	100%
	员工生活	生活垃圾	61.2t/a	分类收集，并交由环卫部门统一清运处理处置	100%
噪声	生产设备	噪声	昼间≤55dB（A）	选用低噪声设备、基础减振、厂房隔声窗	达标排放

（3）天津嘉亨

污染物类别	具体环节	主要污染物名称	排放量	主要处理设施	处理能力
废气	聚乙烯加热融化	VOCs	34.5mg/m³；759.5KG/a	收集后经 15m 高排气筒 P1 达标排放	达标排放
	塑料边角料和不合格产品破碎	粉尘	1mg/m³；0.05t/a	加强管理，经除尘器处理后经 15m 高排气筒 P2 达标排放	达标排放
废水	员工生活	生活污水	1620m³/a（其中 SS 排放量 50-400mg/L；COD 排放量 200-500mg/L；BOD_5 排放量 100-300mg/L；氨氮排放量	经化粪池处理后排入轻纺经济区污水处理厂处理	达标排放，不会对周围水环境产生明显影响

			20-5-mg/L；总磷排放量 2-5mg/L）		
固体废物	除尘器过滤截流	除尘器粉尘	0.0475t/a	回用于生产	100%，不会产生二次污染
	设备定期维护	废机油	100L/a	交有资质单位处理	100%，不会产生二次污染
	员工生活	生活垃圾	11.25t/a	环卫部门集中清运	100%，不会产生二次污染
噪声	破碎机、风机运行	噪声	源强 75-90dB（A），经处理后综合影响值30-60dB（A）	选用低噪声设备，并采取隔声、减振措施	达标排放，对外环境无明细影响

（4）浙江嘉亨

污染物类别	具体环节	主要污染物名称	排放量	主要处理设施	处理能力
废气	丝印车间、软管车间、注塑吹塑车间	VOCs	0.82t/a	通过集气罩分别收集后，进入活性炭吸附装置处理，净化处理后由 15m 高排气筒高空排放	达标排放
	员工食堂	油烟废气	0.01296t/a	经油烟净化器处理后高空排放	达标排放
废水	员工生活	生活污水	7,140t/a（其中 COD_{Cr} 排放量 2.249t/a；NH_3-N 排放量 0.225t/a）	食堂废水经隔油池、生活污水经化粪池预处理达标后接入区域污水管网，委托嘉兴联合污水处理厂处理达标后排放	达标排放
固体废物	丝印印刷工序	废油墨桶	0.05t/a	收集后原厂家回收	100%，无害化
	烫金工序	废烫金纸	0.2t/a	收集后出售给回收公司综合利用	100%，资源化
	生产工序	废包装材料	10t/a	收集后出售给回收公司综合利用	100%，资源化
	废气处理工序	废活性炭	3.5t/a	收集后委托有资质单位处置	100%，无害化
	员工生活	生活垃圾	54t/a	收集由环卫部门统一处置	100%，资源化
噪声	生产设备	噪声	源强 75-85dB（A）	选用低噪声的设备和机械；加强噪声设备的维护管理；门采用双道隔声门；合理布置设备安装位置；加强生产管理，切实做到	达标排放

				项目夜间不生产	

（5）珠海嘉亨

污染物类别	具体环节	主要污染物名称	排放量	主要处理设施	处理能力
废气	挤出自动成型工具	VOCs	0.383-1.38mg/m^3	经车间排风机直接外排	处理达标，对大气环境影响不大
废水	车间员工	生活污水	1,890t/a（其中 SS 排放量 3.78t/a；COD 排放量 5.29t/a；BOD_5 排放量 2.27t/a；氨氮排放量 0.47t/a）	经三级化粪池处理后通过污水管道进入市政管网流入南水水质净化厂处理达标后在排放	达标排放，对接纳水体影响较小
固体废物	自动成型工序	废塑料	8.4t/a	集中存放，回收作原料循环利用	100%，对周围环境基本不造成影响
	检修设备	油污抹布、废机油及废弃空油罐	0.1t/a	属于危险废物，须委托具有相应资质危险废物许可证的单位进行收集、运输、贮存和处置	100%，对环境的不良影响比较小
	员工生活	生活垃圾	0.25t/a	交市环卫部门集中处理	100%，对环境的不良影响比较小
噪声	自动成型机、贴标机、空压机等	噪声	昼间≤60dB（A）；夜间≤50dB（A）	选用低噪声设备，采取隔声、消声、减振等措施减少噪声对外界环境的影响	处理达标

问题（2）：

报告期内发行人环保投资和相关费用成本支出情况，环保设施实际运行情况，报告期内环保投入、环保相关成本费用是否与处理公司生产经营所产生的污染相匹配。

回复：

发行人已在招股说明书“第六节 业务和技术”之“一、发行人主营业务、主要产品及其变化情况”之“（六）生产经营中涉及的主要环节污染物、主要处理设施及处理能力”补充披露如下：

2、报告期内发行人环保投入分别为 87.46 万元、173.88 万元、289.42 万元

及 125.53 万元，具体情况如下：

单位：万元

环保投入类型	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
环保设备投资	30.50	120.00	76.87	18.80
环保费用支出	95.03	169.41	97.01	68.66
合计	125.53	289.42	173.88	87.46

环保设备投资为购买环保设备、购建环保设施等的支出；环保费用支出主要为废水排放及固废处理费用、垃圾处理费用、环保监测费用、环保安全管理人员工资等费用。报告期内，发行人环保设施实际运行情况正常。

报告期内发行人环保投入、环保相关成本费用总体随着公司当期生产经营规模的变化而变化，与处理公司生产经营所产生的污染相匹配。

问题（3）：

募投项目所采取的环保措施及相应的资金来源和金额，公司生产经营与募集资金投资项目是否符合国家和地方环保要求。

回复：

发行人已在招股说明书“第六节 业务和技术”之“一、发行人主营业务、主要产品及其变化情况”之“（六）生产经营中涉及的主要环节污染物、主要处理设施及处理能力”补充披露如下：

3、发行人募投项目所采取的环保措施及相应的资金来源和金额情况

（1）化妆品及塑料包装容器生产基地建设项目

污染物类别	处理措施
废气	乳化废气经冷凝回收装置处理后与投料及灌装废气一起经活性炭吸附装置处理后，通过 15m 排气筒排放；吹塑、注塑、挤塑、印刷、呼吸废气经活性炭吸附装置处理后，通过 15m 排气筒排放；活性炭脱附废气脱附后经催化燃烧装置处理后，通过 15m 排气筒排放
废水	营运期生活污水经化粪池预处理后排入污水管道，送至湖州光正水质净化有限公司集中处理，达标排放；营运期生产废水经过自建污水站处理后排入污水管道，送至湖州光正水质净化有限公司集中处理，达标排放
固体废物	生活垃圾由环卫部门统一清运处理；废包装材料出售给物资回收单位，不排放；污水站污泥委托清运处理，不排放；废反渗透膜由厂家回收；废包装桶、废活性炭、废印版、含油墨废抹布、废催化剂等委托资质单位处置
噪声	采用混凝土墙面，厂区合理布置绿化；在满足生产需要的前提下，选用低噪声的设备和器械；加强噪声设备的维护管理，避免因不正常运行所导致的噪声增大；要求正常生产时车间门窗关闭

该项目环保投资预估为 740 万元，资金来源为自筹资金。该项目于 2019 年

12 月 20 日取得湖州市生态环境局南浔分局出具的《关于湖州嘉亨实业有限公司化妆品及塑料包装容器生产基地建设项目环境影响报告表的审查意见》（浔环管[2019]36 号），符合地方环保要求。

（2）技术研发中心升级建设项目

污染物类别	处理措施
废气	打印废气、打样废气由通风橱、集气罩等收集，活性炭净化装置处理，10*排气筒排放，系统风量 6000m³/h；厂内非甲烷总烃由车间逸散；食堂油烟废气设 1 套油烟净化装置，经净化处理后由 6m 高 9*排气筒排放
废水	纯水制备尾水、清洗废水由厂区污水处理站处理后纳入市政污水管网；食堂废水由隔油池处理后纳入市政污水管网；生活污水由园区污水管网收集，从园区污水排口纳入市政污水管网
固体废物	废塑包样品、纯水制备 RO 膜外售综合利用；废化妆品样品、实验废物、沾染化学品的废包装容器、废培养基、废滤网、废活性炭、餐厨垃圾委托有资质单位处理；生活垃圾委托环卫部门清运
噪声	采用低噪声设备，安装减震垫，风机进出风口软管连接、加装消声器，墙体隔声等方式降噪。厂界昼间噪声排放达到《工业企业厂界环境噪声排放标准》（GB12348-2008）中 1 类标准，夜间不生产

该项目环保投资预估为 150 万元，资金来源为自筹资金。该项目于 2019 年 12 月 6 日取得上海市松江区生态环境局出具的《关于上海嘉亨日用化学品有限公司新增技术研发中心建设项目环境影响报告表的审批意见》（松环保许管[2019]723 号），符合地方环保要求。

4、公司生产经营符合国家和地方环保要求

公司主要从事日化产品 OEM/ODM 及塑料包装容器的研发设计、生产，生产经营不涉及重污染行业。报告期内，发行人及其子公司在生产经营中能够遵守国家有关环保法律法规，落实了相关环保措施，相应的环保设施运行正常，外排污染物达标。发行人及子公司报告期内没有发生环境污染事故，亦未受到环保主管部门的行政处罚，不存在环保方面的违法违规行为，发行人及其子公司生产经营符合国家环境保护的相关要求。

问题（4）：

请保荐人、发行人律师核查并发表明确意见。

回复：

保荐机构、发行人律师履行了以下核查程序：

1、查阅发行人及其子公司各建设项目的环境影响评价报告表及其验收、审

批文件。

2、查阅发行人及其子公司的环保投入明细及相应合同、发票凭证。

3、查阅发行人募投项目的环境影响评价报告表、可行性研究报告、环评批复文件。

4、检索发行人及其子公司所在地环保主管部门网站及国家生态环境部网站。

5、实地查看发行人生产经营场所环保设施及其运行情况。

6、对发行人的有关负责人员进行了访谈。

经核查，保荐机构、发行人律师认为：

1、报告期内发行人环保设施的实际运行情况正常，报告期内环保投入、环保相关成本费用与处理公司生产经营所产生的污染相匹配。

2、公司生产经营与募集资金投资项目符合国家和地方环保要求。

26、关于税务处罚。

申报材料显示，报告期内，发行人孙公司天津嘉亨因未按期申报企业所得税、增值税及个人所得税多次被税务机关处罚。

请发行人补充披露上述违规事项发生原因，相关内控措施是否有效，以及就相关事项在报告期内的整改情况。请保荐人核查并发表明确意见。

回复：

一、天津嘉亨因被税务机关处罚的基本情况

报告期内，天津嘉亨共受到两次税务机关的行政处罚，具体如下：

1、2017 年 7 月 18 日，天津市经济技术开发区国家税务局第三税务所出具《税务行政处罚决定书》（简易）（津经国税三简罚[2017]229 号），由于天津嘉亨 2017 年 4 月 1 日至 2017 年 6 月 30 日企业所得税、2017 年 6 月 1 日至 2017 年 6 月 30 日增值税未按期进行申报，根据《中华人民共和国税收征收管理法》第六十二条，对天津嘉亨处以罚款 200 元。天津嘉亨于 2017 年 7 月 18 日完成企业所得税、增值税的申报，于 2017 年 7 月 18 日缴纳罚款 200 元。

2、2019 年 1 月 24 日，国家税务总局天津经济技术开发区税务局洞庭路税务所出具《税务行政处罚决定书》（简易）（津经税简罚[2019]241 号），由于天津

嘉亨 2018 年 11 月 1 日至 2018 年 11 月 30 日个人所得税未按期进行申报，根据《中华人民共和国税收征收管理法》第六十二条，对天津嘉亨处以罚款 200 元。天津嘉亨于 2019 年 1 月 24 日完成个人所得税申报，于 2019 年 1 月 29 日缴纳罚款 200 元。

根据《中华人民共和国税收征收管理法》第六十二条的规定：“纳税人未按照规定的期限办理纳税申报和报送纳税资料的，或者扣缴义务人未按照规定的期限向税务机关报送代扣代缴、代收代缴税款报告表和有关资料的，由税务机关责令限期改正，可以处二千元以下的罚款；情节严重的，可以处二千元以上一万元以下的罚款。”上述行政处罚均未超过 200 元，均属于简易处罚，且天津嘉亨已按时缴纳罚款，并对上述行为进行纠正。

综上所述，天津嘉亨上述税务处罚情节较轻微，不属于重大行政处罚，未发生重大违法违规行为。

二、上述违规事项发生原因、相关内控措施是否有效、相关事项在报告期内的整改情况

发行人已在招股说明书“第七节 公司治理与独立性”之“五、发行人最近三年及一期违法违规行为情况”补充披露如下：

“天津嘉亨两次受到税务机关行政处罚的事项发生原因主要由于相关财务人员的疏忽，申报经验不足而导致逾期未办理完成纳税申报和报送纳税资料。在发现逾期申报后及时补正，发行人并无主观故意，且积极配合税务局处理意见，并按照处罚决定及时全额缴纳了处罚罚款。

上述行政处罚发生后，发行人针对逾期未办理纳税申报事项制定了相应的整改措施，具体如下：（1）对相关岗位人员通报批评，警示教育；（2）为避免、减少相关事项发生，对相关岗位人员进行了税务相关知识及申报系统操作培训，特别强调了纳税时间安排，要求相关岗位人员严格根据税务机关的要求及时申报、缴纳税款；（3）建立了纳税环节规范运作的工作制度，对纳税流程进行详细规定，从而有效避免相关事项发生。截至本回复出具之日，发行人及其子/孙公司未再发生因逾期未办理纳税申报事项而受到行政处罚的情形。

发行人为合理控制税务风险，防范税务违法行为，结合公司实际情况，就涉税事项制订了相关管理制度，对发行人及其子/孙公司的税务管理工作，包括

税务登记、税务核算、纳税申报缴纳及发票管理、与税务部门的沟通、税务档案管理等涉税具体事项进行了规范。发行人财务总监统筹涉税工作组织与管理，各子/孙公司财务经理为该公司税务负责人，各公司结合自身实际情况，在税务负责人领导下执行有关职责工作。发行人内控措施健全、有效。”

三、保荐机构核查意见

保荐机构取得天津嘉亨税务处罚决定书、银行水单，访谈了发行人财务总监及相关财务人员，取得发行人内控管理相关制度。

经核查，保荐机构认为，天津嘉亨在报告期内受到税务行政处罚，违法行为轻微，不属于主观故意规避税务监管的行为，且及时按照处罚决定缴纳罚款，积极整改，违法行为未造成严重后果，不属于重大违法违规行为，不会对发行人的生产经营以及本次发行上市构成实质性障碍。除上述税务行政处罚外，发行人在报告期内不存在其他因违反税务法律、行政法规而受到过行政处罚的情形。发行人内控措施健全、有效。

27、关于第三方回款。

请发行人补充披露申报期内回款方与签订合同方不一致的第三方回款情形（如有），包括不限于：（1）各类回款方与签订合同方的关系、各期回款金额及占收入比例；（2）第三方回款的原因、必要性及商业合理性；（3）发行人及其实际控制人、董监高或其他关联方与第三方回款的支付方是否存在关联关系或其他利益安排；（4）境外销售涉及境外第三方的，其代付行为的商业合理性或合法合规性；（5）如签订合同时已明确约定由其他第三方代购买方付款，该交易安排是否具有合理原因。

请保荐人、申报会计师按照《深圳证券交易所创业板股票首次公开发行上市审核问答》第 26 条的要求核查并发表明确意见。

回复：

问题（1）：

各类回款方与签订合同方的关系、各期回款金额及占收入比例。

回复：

发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十、资产

质量分析”之“（一）流动资产分析”之“3、应收账款”补充披露如下：

报告期内，公司存在回款方与签订合同方不一致的第三方回款情形，金额分别为 192.90 万元、1,824.38 万元、1,143.65 万元和 1,815.70 万元，占当期营业收入的比例分别为 0.36%、2.54%、1.46%和 4.63%，占比较小。

公司第三方回款主要包括两种情形：1、同一最终控制方下关联公司代为付款；2、客户关联自然人代付。具体如下：

单位：万元、%

项目	2020 年 1-6 月		2019 年		2018 年		2017 年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
同一最终控制方下关联公司代为付款	1,815.70	100.00	1,143.65	100.00	1,824.38	100.00	37.37	52.67
其中：强生	1,815.70	100.00	294.53	25.75	-	-	37.37	52.67
百雀羚	-	-	849.12	74.25	1,824.38	100.00	-	-
客户关联自然人代付	-	-	-	-	-	-	33.58	47.33
合计	1,815.70	100.00	1,143.65	100.00	1,824.38	100.00	70.95	100.00
营业收入	39,217.11	4.63	78,565.86	1.46	71,801.30	2.54	53,297.40	0.13

问题（2）：

第三方回款的原因、必要性及商业合理性。

回复：

发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十、资产质量分析”之“（一）流动资产分析”之“3、应收账款”补充披露如下：

1、客户关联自然人代付

报告期内，公司存在少量的客户关联自然人代付情形，原因主要为该等客户为中小民营企业，为方便付款，客户法定代表人直接将款项转账至公司银行账户。针对该第三方回款情形，公司已经下发通知进行规范，要求各业务人员与客户进行沟通，避免发生客户关联自然人代付款的情形。2018 年以来，公司未再发生客户关联自然人代付货款的情形。

2、同一最终控制方下关联公司代为付款

公司客户强生属于大型跨国公司，报告期内，其部分境外销售回款系通过其同一控制下的 J.C. General Services BV 回款。客户所属的集团公司出于资金集中管理的需要，通过集团的财务公司、支付平台或者指定公司代客户支付货款，具有商业上的合理性和必要性。

公司客户百雀羚存在第三方回款的原因主要系：报告期内，与发行人发生交易的为上海百雀羚日用化学有限公司（以下简称“百雀羚日化”）、上海百雀羚供应链管理有限公司（以下简称“百雀羚供应链”），其中百雀羚供应链为百雀羚体系的供应链管理平台。据发行人与百雀羚合同约定，除 ODM 配方原料以及百雀羚许可的包材，用以生产百雀羚产品的其他原材料均由百雀羚旗下供应链平台百雀羚供应链提供。2018 年、2019 年，百雀羚的第三方回款，主要系公司对百雀羚日化的部分应收账款由公司对百雀羚供应链的应付账款支付，即应收账款与应付账款债权债务抵消所致。

报告期内，公司第三方回款情形符合实际经营情况，不影响公司收入以及销售回款的真实性、准确性。

问题（3）：

发行人及其实际控制人、董监高或其他关联方与第三方回款的支付方是否存在关联关系或其他利益安排。

回复：

发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十、资产质量分析”之“（一）流动资产分析”之“3、应收账款”补充披露如下：

公司及公司实际控制人、董监高或其他关联方与第三方回款的支付方均不存在关联关系或其他利益安排。

问题（4）：

境外销售涉及境外第三方的，其代付行为的商业合理性或合法合规性。

回复：

报告期内，公司境外销售涉及境外第三方回款，具体情况如下：

单位：万元、%

项目	2020年1-6月	2019 年	2018 年	2017 年
境外销售第三方回款	1,815.70	294.53	-	37.37
境外销售收入	5,664.79	5,699.53	4,528.12	3,257.78
境外第三方回款占境外销售收入比例	32.05	5.17	-	1.15
营业收入	39,217.11	78,565.86	71,801.30	53,297.40
境外第三方回款占当期营业收入比例	4.63	0.37	-	0.07

报告期内，发行人境外第三方回款均系强生的第三方回款。强生属于大型跨国公司，其部分境外销售回款系通过其同一控制下的 J.C. General Services BV 回款。客户所属的集团公司出于资金集中管理的需要，通过集团的财务公司、支付

平台或者指定公司代客户支付货款，具有商业上的合理性和必要性，相关代付行为合法合规，不存在涉嫌违反所在国家或销售地相关法律规定的情况。

2020 年 1-6 月，强生境外第三方回款金额增加，主要系 2020 年 1-6 月公司向强生境外公司销售的“Cologne”花露水和“邦迪”消毒液收入规模较大，相应境外回款增加；2020 年 1-6 月，公司对强生境外销售收入为 4,193.07 万元，较以前年度增幅较大。

问题（5）：

如签订合同时已明确约定由其他第三方代购买方付款，该交易安排是否具有合理原因

回复：

公司在签订合同时不存在明确约定由其他第三方代购买方付款的交易安排。

问题（6）：

请保荐人、申报会计师按照《深圳证券交易所创业板股票首次公开发行上市审核问答》第 26 条的要求核查并发表明确意见。

回复：

保荐机构、申报会计师履行了以下核查程序：

1、了解公司销售与收款循环相关的内部控制制度，并测试关键内部控制执行的有效性；

2、取得发行人与第三方回款相关业务涉及的销售合同或订单、发票、收入确认单据、出口报关单据，确定应收账款的归属期间，并检查第三方回款的银行流水及代付款协议，核查发行人第三方回款的真实性，是否存在虚构交易或调节账龄的情形，以及资金流、实物流与合同约定及商业实质是否一致；

3、通过查询企业信用信息系统、企业官网等公开信息渠道等，核查第三方回款的支付方与发行人及其实际控制人、董事、监事、高级管理人员之间的关联关系；

4、境外销售涉及境外第三方的，通过查询企业官网并获取客户邮件确认境外第三方与境外客户的关系，核查其代付行为的商业合理性或合法合规性；

5、通过查询裁判文书网等公开信息渠道等，查询发行人存在的诉讼事项，核查是否存在因第三方回款导致的货款归属纠纷；

6、取得发行人与第三方回款相关业务涉及的销售合同或订单，核查是否在签订合同时已明确约定由其他第三方代购买方付款，交易安排是否具有合理原因。

经核查，保荐机构、申报会计师认为：

1、报告期内发行人第三方回款真实，不存在虚构交易或调节账龄的情形；

2、第三方回款具备商业合理性，发行人及其实际控制人、董事、监事、高级管理人员及其他关联方与第三方回款方不存在关联关系或其他利益安排；

3、境外销售涉及境外第三方的，其代付行为具有商业合理性及合法合规性；

4、报告期内，发行人不存在因第三方回款导致的货款归属纠纷；

5、发行人在签订合同时不存在明确约定由其他第三方代购买方付款的交易安排；

6、报告期内发行人第三方回款相关业务资金流、实物流与合同约定及商业实质一致。

28、关于第三方数据。

请发行人更新招股说明书引用的 Euromonitor 等第三方数据，并补充说明资料的发布时间、发布方式、发行人获取方式、发行人是否支付费用及具体金额，上述数据、资料是否专门为发行人定制，相关资料或文字的作者与发行人、实际控制人、董监高的关系，该等外部数据、资料是否真实、准确、客观。

请保荐人、发行人律师按照《首发业务若干问题问答》第 45 条的要求核查并发表明确意见。

回复：

一、发行人引用第三方数据来源

序号	数据	资料来源
1	2014-2019 年，我国居民人均可支配收入从 20,167 元增长至 30,733 元，年均复合增长率达 8.79%。而居民收入水平的增长为我国整体消费能力的增强提供了有利的环境，人均居民消费支出亦由 2014 年的 14,491 元	国家统计局发布的《中国统计年鉴》（2014 年-2019 年）

	增长至 2019 年的 21,559 元，年均复合增长率为 8.27%。	
2	近年来中国化妆品消费额占居民可支配收入的比例维持在 1.1%左右，表明化妆品趋近于刚性需求。	Euromonitor、《中国统计年鉴》、《社会消费品零售总额数据》
3	2014-2019 年，国内限额以上化妆品零售额从 1,822.1 亿元增长至 2,973.4 亿元，年均复合增长率达 10.29%，增速跑赢社会消费品零售总额增速。	国家统计局发布的《社会消费品零售总额数据》（2014 年-2019 年）
4	2018 年中国化妆品市场规模达到 4,102.3 亿元，同比增长 12.3%，是全球增长最快的国家，预计 2023 年中国化妆品市场规模可达到 5,494.2 亿元。	Euromonitor，国信证券 2020 年 2 月发布的研究报告《深挖产业价值，启征黄金赛道》
5	**2018 年我国男士护理市场规模为 144.85 亿元，预计到 2023 年突破 200 亿元**，“他经济”成为化妆品市场新的增长点。	Euromonitor，万联证券 2019 年 12 月发布的研究报告《化妆品行业深度系列（一）》
6	**2018 年中国婴幼儿与儿童产品规模为 197.07 亿元，增长率为 15.36%，预计未来几年的增长率都在 15%左右。**	
7	国内线上化妆品消费额迅速提升，2018 年，国内电商销售占比 27.4%，成为化妆品第一大销售渠道。	Euromonitor，国金证券 2019 年 12 月发布的研究报告《2020 年化妆品行业投资策略》
8	2017 年全球塑料包装市场市场规模为 1,979.8 亿美元，预计到 2025 年年均复合增长率为 3.9%；2017 年中国塑料包装市场市场规模为 496.4 亿美元，预计到 2025 年年均复合增长率为 4.4%。	Grand View Research 2018 年发布的《Plastic Packaging Market Analysis and Segment Forecasts to 2025》
9	2017 年，全球化妆品塑料包装市场规模约为 110 亿美元，未来 5 年年均复合增长率约为 4.9%。	Mordor Intelligence 2018 年发布的《Global Cosmetic Packaging Market》
10	目前国内家庭护理产品的市场规模超过 1,000 亿元，且仍将保持稳步增长，将带动配套塑料包装的市场规模上升。	Euromonitor，中国洗涤用品工业协会 2016 年发布的《中国洗涤用品行业发展第十三个五年（2016~2020 年）规划》
11	2025 年家庭护理塑料包装全球市场规模预计为 583.2 亿美元，国内市场规模也将达到 137.7 亿美元。	Grand View Research 2018 年发布的《Plastic Packaging Market Analysis and Segment Forecasts to

		2025》
12	**从国内看，目前化妆品生产许可获证企业 5,000 余家。**	国家药品监督管理局，化妆品生产许可信息管理系统服务平台
13	塑料包装行业内参与者数量多，但绝大多数为中小规模企业，根据中国包装联合会数据显示，**2019 年我国包装行业规模以上企业 7,916 家，平均收入 1.24 亿元。**	中国包装联合会 2020 年发布的《中国包装行业 2019 年度运行报告》

上述资料发布机构的具体情况如下：

1、Euromonitor

欧睿国际，全球知名的主要从事消费品市场调查的咨询公司，独立为各个国家、地区的消费细分市场提供数据分析及战略研究等各类信息。

2、Grand View Research

Grand View Research 是一家总部位于美国洛杉矶的市场调研和咨询公司，世界著名学术机构和财富 500 强公司应用其数据库来了解全球和地区商业环境，覆盖了对全球 25 个主要国家 46 个行业的深入分析。

3、Mordor Intelligence

Mordor Intelligence 是一家总部位于印度的咨询公司，特定领域的研究专家团队不断跟踪市场，已与 20 个行业的 1,700 多家企业合作，为 3,500 多个项目提供精确的数据。

4、中国洗涤用品工业协会

中国洗涤用品工业协会是由洗涤用品、表面活性剂、油脂化工及相关领域内的生产企业、事业、科研、教育等单位、组织和个人自愿结成的全国性、行业性、非营利性社会组织，成立于 1983 年 9 月，是经民政部批准登记注册的具有独立法人的国家级社团组织。

5、中国包装联合会

中国包装联合会是经国务院批准成立的国家级行业协会之一，是中国包装行业的自律性行业组织，拥有近 6,000 个各级会员。

二、保荐机构、发行人律师核查意见

保荐机构、发行人律师履行了以下核查程序：

1、网络搜索招股说明书引用数据来源的市场研究机构、行业协会背景，查阅其网站、公开披露信息、相关报告，并与同行业披露数据进行对比；

2、查询发行人、实际控制人、发行人董事、监事、高级管理人员的对外投资情况等，确认上述机构与发行人及相关人员不存在关联关系。

经核查，保荐机构、发行人律师认为：

1、发行人招股说明书所引用的外部数据、资料均来源于政府机构、行业协会、专业行业调研机构、证券研究报告等，具有较高程度的真实性、准确性、权威性、客观性。

2、发行人所引用的行业数据主要通过网络检索等公开渠道获得，未支付费用，发行人所引用的行业数据、资料非专门为发行人定制。

3、上述资料及文章的作者与发行人、实际控制人、发行人董事、监事、高级管理人员不存在关联关系，所引用的数据、资料具有真实性、准确性、权威性、客观性、独立性。

（此页无正文，为《关于嘉亨家化股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市申请文件审核问询函的回复》之盖章页）



嘉亨家化股份有限公司

2020 年 8 月 31 日

发行人董事长声明

本人已认真阅读《关于嘉亨家化股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市申请文件审核问询函的回复》的全部内容，确认本问询函回复不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性、及时性承担相应法律责任。

发行人董事长签名：

曾本生

嘉亨家化股份有限公司

2020 年 8 月 31 日

（此页无正文，为安信证券股份有限公司关于《关于嘉亨家化股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市申请文件审核问询函的回复》之签字盖章页）

保荐代表人签名：

阴 豪　　樊长江

安信证券股份有限公司

2020 年 8 月 31 日

保荐机构董事长声明

本人已认真阅读安信证券股份有限公司《关于嘉亨家化股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市申请文件审核问询函的回复》的全部内容，了解本回复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，本回复不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性、及时性承担相应法律责任。

保荐机构董事长签名：

黄炎勋

安信证券股份有限公司

2020 年 8 月 31 日