



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
审核中心意见落实函的回复

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
审核中心意见落实函的回复**

深圳证券交易所：

根据贵所于 2020 年 10 月 19 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的审核中心意见落实函》（审核函〔2020〕010603 号）（以下简称“意见落实函”）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”），对意见落实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：

意见落实函所列问题	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、关于未来发展规划。	3
回复：	3
2、关于社保和公积金。	10
回复：	11

1、关于未来发展规划。

申报材料显示，发行人将坚持日化产品及配套塑料包装一站式服务的发展战略，致力于发展成为国内一流的日化产品及配套塑料包装一站式服务提供商。

请发行人进一步结合核心竞争力、相关业务市场规模、获取新业务的难易程度、相关行业的竞争情况等进一步披露发行人未来发展规划，并充分披露未来的业务拓展可能存在的风险。

请保荐人发表明确意见。

回复：

一、发行人核心竞争力

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。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。

公司的核心竞争力主要体现在：

1、丰富的客户资源及长期稳定的合作关系

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。公司与主要客户长期合作，其中与强生、上海家化、百雀羚已合作 10 余年，与壳牌、利洁时、益海嘉里、郁美净等已合作 5 年以上或近 5 年，公司与主要客户在塑料包装及日化产品领域已形成多品类、多方位的深度合作，支持公司业务规模的稳步增长。

2、长期技术储备及持续的创新研发

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。公司拥有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，快速响应、满足客户产品需求。

在日化产品方面，OEM 模式下，公司可以将客户提供的配方快速转换，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，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。

在塑料包装方面，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。

3、卓越的品质管控

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，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。公司及主要下属子公司已经获得 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。

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。

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、一站式的综合服务

日化产品内容物及包装的研发设计、生产，二者相辅相成，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。发行人可为日化产品客户提供单独的塑料包装、单独的日化产品内容物生产或者一站式的服务，为客户提供多元化的不同产品维度的方案选择，与客户的合作更加多元、全面。

二、发行人相关业务市场规模及市场竞争情况

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、日化产品

（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）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。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，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。

2、塑料包装

随着日化产品市场需求不断增加，日化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，预计 2023 年全球化妆品塑料包装市场规模将达到 148 亿美元；预计 2025 年全球家庭护理产品塑料包装市场规模将达到 583.2 亿美元。

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。此外，化妆品生产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。

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。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。

三、新业务获取

公司在 2005 年设立之初，即从事塑料包装容器的生产和销售，2011 年以 OEM 模式为业务发展起点，进入日化产品业务领域。公司在行业内经营多年，在工艺、质量管控方面积累了丰富的经验，并形成良好的市场声誉，国内外客户群体不断增加。

公司新业务的获取，一方面通过深耕优质客户，持续深化服务，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。发行人主要客户中，公司与强生、上海家化、百雀羚等的合作从塑料包装开始，逐步增加化妆品、家庭护理产品业务；公司与郁美净的合作从化妆品开始，逐步增加家庭护理产品及少量塑料包装业务；公司与利洁时的合作涵盖了香皂、消毒液、洗手液、洗衣液等各类家庭护理产品及少量化妆品。报告期内，发行人与主要客户的合作较为稳定，未来公司将继续以日化产品 OEM/ODM 与塑料包装业务协同发展的策略，为客户提供多元化的不同产品维度的方案选择，与客户的合作更加多元、全面，增强对客户的一体化服务能力。

另一方面，公司凭借良好的市场声誉，不断吸引国内外客户寻求合作，报告期内，公司对保利沃利、尚赫、气味图书馆等品牌商的销售收入增长较快，目前公司已经与全球知名日化企业联合利华展开合作。未来公司将进一步完善营销体系，构建富有竞争力的激励制度，引进和培养营销队伍，加大营销投入力度；积极通过参加行业展会、行业研讨会及客户拜访等，加大公司宣传并提升公司形象；深入了解客户需求及市场发展趋势，积极向客户推荐公司的研发设计成果及产品解决方案，主动建立合作关系，进一步拓展业务。

四、公司未来三年业务发展规划

发行人已在招股说明书“第九节 募集资金运用及未来发展规划”之“四、公司未来发展与规划”之“（二）公司未来三年业务发展规划”补充披露如下：

公司将积极开拓市场，并利用募集资金进一步扩大产能，进一步提高公司技术中心的研发实力，积极实施人才扩充计划，为公司未来发展积累良好的基础。具体计划包括：

1、业务开拓计划

随着居民经济实力的提高与消费观念的改变，日化产品行业呈快速发展趋势。同时，线上销售渠道的快速发展，以及社交媒体、网红经济等带来品牌推

广方式的多元化，促使日化产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，从而实现新产品快速上市，降低生产运营成本，日化产品 OEM/ODM 及配套塑料包装行业面临快速发展的机遇。

公司将进一步完善营销体系，构建富有竞争力的激励制度，引进和培养营销队伍，加大营销投入力度；积极通过参加行业展会、行业研讨会及客户拜访等，加大公司宣传并提升公司形象；深入了解客户需求及市场发展趋势，积极向客户推荐公司的研发设计成果及产品解决方案，主动建立合作关系，进一步拓展业务。

公司新业务的获取，一方面，深耕优质客户，持续深化服务，通过严格的质量管控和高效的反应能力，稳定扩大业务规模。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，优质客户需求量大稳定，有利于公司长期、可持续的发展。未来公司将继续以日化产品 OEM/ODM 与塑料包装业务协同发展的策略，深入了解客户需求并与公司研发设计团队等高效配合，从塑料包装、化妆品或家庭护理产品等某一领域着手，向客户提供富有市场价值的产品解决方案并建立合作关系，进而不断扩大与客户在塑料包装、化妆品、家庭护理产品等领域的合作广度和深度。

另一方面，公司凭借良好的市场声誉，不断吸引国内外客户寻求合作，随着化妆品品牌的培育周期缩短，帮助新锐品牌实现产品开发及快速上市。公司将密切追踪市场消费及技术趋势，开发具有前瞻性的创新产品，并通过积极参加行业展会、客户拜访等，主动向客户推荐公司日化产品配方及包装设计方案，高效稳定合规的实现产品生产，快速满足大批量和紧急订单需求，以更加强大的研发设计能力及灵活的生产能力获取新业务机会。

2、产能扩大规划

我国庞大的人口基数、居民可支配收入增长带来的消费升级、销售渠道尤其是线上渠道多元化、消费理念变革、消费人群增加等因素都将推动我国化妆品行业快速持续发展，中国化妆品消费需求将进一步扩大。中国化妆品市场规模的快速增长，对化妆品生产产能的需求不断增加，为化妆品 OEM/ODM 及塑料包装容器行业的发展提供了基础，为公司主营业务的快速发展创造了机遇。在此背景

下，公司现有产能扩张与行业市场发展相比已经滞后，生产能力在很大程度上制约了公司盈利水平的提高。基于上述情形，公司计划利用募集资金建设“化妆品及塑料包装容器生产基地建设项目”，在全面提升生产能力的基础上，优化产品结构。

公司“化妆品及塑料包装容器生产基地建设项目”建成达产后，预计可以实现年产 38,000 吨化妆品及 30,000 万件塑料包装的产能。公司将全力做好该项目的设计规划，加快建设进度，并准备投产前的人员储备及管理体系建设，争取早日顺利投产。同时，就现有成熟产能，公司将进一步加大技术改造力度，针对稳定且订单量大的产品，持续引进或开发自动化程度高的生产设备以及自动投料、智能检测等辅助设备，努力提高生产效率及降低成本。另外，就小批量多批次的产品，设计更为灵活的生产线，满足客户需求的同时便于快速切换，进而提高产能使用效率。

3、技术研发和产品开发计划

公司以加大研发力度为手段，以提升产品性能和品质为导向，不断增加产品的技术竞争力，具体表现为：

（1）增加研发资金投入，推动研发项目开展

公司拟继续加大研发投入比例，提高研发成果含金量，切实提升研发投入效率。公司将在现有“国家高新技术企业”、“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”等研发平台的基础上，适时启动化妆品相关研发中心、重点实验室等研发平台申请。加快推进募投项目“技术研发中心升级建设项目”的建设进度，购置先进的研发、检测设备，引进优秀的研发人才，充实研发团队。保持与国内外知名原料商及科研院所的密切沟通合作，及时获取最新的原料研究成果；进一步研发、改进膏霜乳液、护肤清洁、护发清洁、散粉、香水、花露水等各品类、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；配备更为先进的工业设计软件，进一步提升公司塑料包装产品设计及模具开发效率。凭借产品线的延伸和多品类、高端化带动整体销售额的攀升。

（2）严格落实研发质量管理体系，保证研发质量

公司将增加对产品配方、产品包装设计等的检测力度，通过一整套体系将研

发过程固化并严格执行，保证产品在研发端的质量。建设与研发项目更加吻合的激励制度和成果分享体系，以保持更加持久健康的研发创新活力。

五、业务拓展风险

发行人已在招股说明书“第四节 风险因素”之“一、经营风险”补充披露如下：

（七）业务拓展风险

公司在 2005 年设立之初，即从事塑料包装容器的生产和销售，2011 年以 OEM 模式为业务发展起点，进入日化产品业务领域。公司在行业内经营多年，在工艺、质量管控方面积累了丰富的经验，并形成良好的市场声誉，国内外客户群体不断增加。未来公司业务的拓展对公司的研发与技术支持、质量控制、制造产能等提出更高要求，如果公司不能及时有效地满足上述要求，导致现有客户需求转移到其他企业，或者新客户拓展不达预期，公司将存在经营业绩不能持续增长的风险。

六、核查意见

保荐机构履行了以下核查程序：

访谈了发行人总经理及销售、研发、生产负责人，就市场容量及发展趋势、市场竞争情况、发行人竞争优势、技术水平、产品研发、质量控制等方面进行了解，并查询同行业公司经营情况等数据。

经核查，保荐机构认为：

日化产品及配套塑料包装市场规模较大，发行人坚持日化产品 OEM/ODM 与塑料包装业务协同发展的策略，具有较强的竞争优势，公司制定了切实可行的业务发展计划，并充分提示了业务拓展的风险。

2、关于社保和公积金。

申报材料显示，报告期发行人未缴纳社保、公积金比例较大，发行人在审核问询回复中称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。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。

请发行人说明未来是否存在因未缴纳社保、公积金被相关主管部门处罚的风险,如国家强制城镇企业为农村户籍员工缴纳住房公积金可能对发行人财务状况的影响,并请进行充分的风险提示。

请保荐人、发行人律师、申报会计师发表明确意见。

回复:

一、发行人关于社会保险、住房公积金缴纳情况的说明

报告期内,发行人存在部分员工未缴纳社会保险、住房公积金的情形,主要系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,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

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
	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

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，报告期内，发行人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城镇社会保险。

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，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，并逐步提高住房公积金的覆盖范围。

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证明，证明报告期内发行人不存在因违反劳动保障、社会保险、公积金方面的法律、法规而被处罚的情形。

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。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%，如需补缴，会对发行人经营业绩造成一定影响，但影响程度逐渐降低，发行人控股股东、实际控制人已经做出补缴义务承诺，发行人未来仍存在因报告期内未缴纳部分社会保险、住房公积金的处罚和补缴风险。

二、如国家强制城镇企业为农村户籍员工缴纳住房公积金可能对发行人财务状况的影响

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
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

如国家强制城镇企业为农村户籍员工缴纳住房公积金，报告期内，需要补缴的住房公积金金额分别为 181.29 万元、223.18 万元、227.61 万元和 119.53 万元，对发行人经营业绩的影响较小。

若未来相关部门对社会保险和住房公积金的缴纳提出更高要求，发行人将按照相关部门的要求为员工缴纳社会保险和住房公积金。

发行人已在招股说明书“第四节 风险因素”之“五、法律风险”补充披露如下：

“（四）发行人员工社会保险、住房公积金补缴和处罚的风险

报告期内，由于公司农村户籍员工人数较多且员工流动性较大，公司存在部分员工未缴纳社会保险及住房公积金的情形。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%，如需补缴，会对发行人经营业绩造成一定影响，但影响程度逐渐降低。虽然发行人及子/孙公司所在地相关主管部门已出具相应证明，证明报告期内发行人不存在因违反劳动保障、社会保险、公积金方面的法律、法规而被处罚的情形，且实际控制人已经做出补缴义务承诺，但发行人未来仍存在因报告期内未缴纳部分社会保险、住房公积金的补缴和处罚风险。”

三、核查意见

保荐机构、发行人律师、申报会计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。

经核查，保荐机构、发行人律师、申报会计师认为：

1、报告期内，公司存在部分员工未缴纳社会保险及住房公积金的情形，实际控制人已经做出补缴义务承诺，但若未来相关部门对社会保险和住房公积金的缴纳提出更高要求，则发行人可能存在补缴及处罚风险。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，报告期内发行人已逐渐整改规范。根据发行人及其主要子/孙公司当地社会保险、住房公积金主管部门出具的证明，报告期内发行人及其子/孙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、如国家强制城镇企业为农村户籍员工缴纳住房公积金，报告期内补缴金额分别为 181.29 万元、223.18 万元、227.61 万元和 119.53 万元，对发行人经营业绩的影响较小。

（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审核中心意见落实函的回复》之盖章页）



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审核中心意见落实函的回复》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



（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审核中心意见落实函的回复》之签字盖章页）

保荐代表人签名：

阴豪

阴 豪

樊长江

樊长江



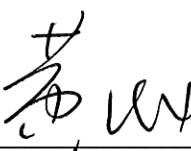
安信证券股份有限公司

2020 年 10 月 20 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审核中心意见落实函的回复》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 10 月 20 日