

关于中山华利实业集团股份有限公司 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的回复

容诚专字[2020]518Z0404 号

深圳证券交易所：

贵所于 2020 年 10 月 20 日下发的《关于中山华利实业集团股份有限公司申请首次公开发行股票并在创业板上市的审核中心意见落实函》（审核函[2020]010610 号）已收悉。容诚会计师事务所（特殊普通合伙）（以下简称“申报会计师”）就申报会计师核查并发表明确意见相关问题进行了逐项落实、核查，现回复如下，请予以审核。

如无特别说明，本回复所用简称与招股说明书所用简称具有相同含义。本回复若出现总数与各分项数值之和尾数不符的情况，均为四舍五入原因造成。

问题 1 关于同行业比较

申报材料显示：

（1）同行业可比公司丰泰企业向其主要客户 Nike 的销售单价在 120 元至 140 元左右，高于发行人向 Nike 销售产品平均单价；

（2）发行人同行业可比公司主要系裕元集团、丰泰企业，上述企业与发行人同时存在 Nike、Converse 等主要客户，报告期发行人销量增速显著高于同行业公司；

（3）发行人称报告期内业绩持续增长与所处行业及下游行业变动趋势一致，2018 年发行人收入增速 23.96%，而同行业可比公司平均增速为 0.79%，部分同行业可比公司 2018 年收入同比下滑。

请发行人：

（1）补充披露向 Nike 销售运动休闲鞋单价低于丰泰企业的原因，是否系 Nike 的不同价格鞋履品类在向供应商分配订单时有所侧重，上述安排的原因及合理性；

(2) 补充披露主要客户分别向发行人和向裕元集团、丰泰企业等可比公司采购的产品, 在类别、档次、工艺流程、样品确认、采购规模等方面存在的异同;

(3) 补充披露主要客户在确定供应商时的主要考察因素, 发行人在相关因素上与可比公司的优劣势情况, 发行人报告期销量、收入增速高于同行业可比公司的原因;

(4) 补充披露是否存在原有市场份额被竞争对手挤占的情形, 是否存在主要客户停止或减少向发行人采购的风险及应对措施, 结合前述情况补充风险提示;

(5) 补充说明关于“发行人报告期内业绩持续增长与所处行业趋势一致”的描述是否合理准确, 若不准确, 请修改完善。

请保荐人、申报会计师核查并发表明确意见。

回复:

一、补充披露向 Nike 销售运动休闲鞋单价低于丰泰企业的原因, 是否系 Nike 的不同价格鞋履品类在向供应商分配订单时有所侧重, 上述安排的原因及合理性

Nike 公司为全球最大的运动鞋服品牌商, 其运动鞋包括跑步鞋、篮球鞋、足球鞋、滑板鞋、健身/训练鞋、网球/高尔夫鞋、休闲鞋等众多产品系列, 各具体产品系列的技术特点、工艺要求、消费群体、市场规模、产品定价存在差异。Nike 公司通常会基于其运营效率、产品长远规划等因素的考量, 就各具体的产品系列在其供应链系统选择适配制造商进行合作。Nike 公司对供应商要求高, 经过长期动态考核逐步加深与供应商的合作关系。

丰泰企业从 20 世纪 70 年代开始与 Nike 合作, 合作时间超过 40 年, 根据其 2019 年年报披露, 其生产的鞋类产品适用于篮球、棒球、美式足球及高尔夫球等各项运动或一般休闲领域, 占 Nike 出货量约 1/6。

发行人向 Nike 公司销售的运动休闲鞋包括旗下 Converse 品牌和 Nike 品牌(丰泰企业主要销售 Nike 品牌的产品), 报告期内, 发行人 Converse 品牌运动休闲鞋销售额占其向 Nike 公司销售运动休闲鞋金额的比重分别为 71.73%、71.46%、70.39%和 65.66%, 由于不同品牌的价格策略不同, 发行人 Converse 品牌运动休闲鞋平均销售单价低于 Nike 品牌, 报告期内发行人 Converse 品牌运动休闲鞋平均销售单价分别为 60.08 元/双、64.78 元/双、71.02 元/双和 72.50 元/双, 发行人 Nike 品牌运动休闲鞋平

均销售单价分别为 70.43 元/双、69.11 元/双、72.41 元/双和 80.20 元/双。

发行人与 Nike 品牌从 2012 年开始合作，在 Nike 品牌供应商体系中属于新生代成员，目前与 Nike 品牌合作的运动休闲鞋产品主要为跑步鞋和滑板鞋等系列，主要适用于一般运动和日常穿着。丰泰企业与 Nike 品牌的合作年限更长，其与 Nike 品牌合作的产品系列更丰富，产品还包括专业运动系列，产品平均单价相对更高。发行人凭借良好的产品品质、突出的开发设计能力以及快速响应能力不断加深与 Nike 品牌的合作，报告期内发行人对 Nike 品牌运动休闲鞋的销售额和平均销售单价总体呈不断上升趋势。

综上所述，发行人向 Nike 公司销售运动休闲鞋单价低于丰泰企业的原因主要系：①发行人向 Nike 公司旗下 Converse 品牌销售占比较高，受不同品牌价格策略影响，发行人 Converse 品牌运动休闲鞋平均销售价格低于 Nike 品牌；②发行人、丰泰企业与 Nike 品牌的合作年限及合作的产品系列存在差异，导致产品平均售价有所差异。发行人向 Nike 公司销售运动休闲鞋单价低于丰泰企业系 Nike 公司根据产品系列选择适配的制造商，由于不同的产品系列的价格有差异，导致不同价格鞋履品类在向供应商分配订单时有所侧重，两者销售价格差异具有合理性。

上述情况已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十、经营成果分析”之“（一）营业收入分析”中补充披露。

二、补充披露主要客户分别向发行人和向裕元集团、丰泰企业等可比公司采购的产品，在类别、档次、工艺流程、样品确认、采购规模等方面存在的异同

报告期内，发行人及同行业可比公司主要客户（品牌）如下：

公司	主要客户（品牌）
裕元集团	Adidas、Asics、Converse、New Balance、Nike、Puma、Reebok、Salomon 及 Timberland 等
钰齐国际	The North Face、DKL（迪卡侬）、Meindl、Salewa、La Sportiva、Vans、Under Armour、Merrell 等
丰泰企业	Nike 等
发行人	Nike、Converse、Vans、Puma、UGG、Columbia、Under Armour、HOKA ONE ONE 等

根据同行业可比公司年报资料等可查询到的公开信息，报告期内发行人及同行业

可比公司主要客户向其采购的产品，在类别、档次、工艺流程、样品确认、采购规模等方面存在的异同情况如下：

（一）产品类别

2017 年至 2019 年，发行人与可比公司各产品类别销售收入平均占比情况如下：

公司	运动休闲鞋 (运动类)	运动休闲鞋 (休闲类)	户外靴鞋	运动凉鞋/拖鞋及 其他
裕元集团	79.22%	19.07%		1.71%
钰齐国际	10.73%	/	87.73%	1.53%
丰泰企业	100.00%			
发行人	66.70%	8.11%	16.11%	9.08%

注 1：由于裕元集团年报资料中仅披露“休闲鞋/户外鞋”的销售收入数据，故列示相关比例时予以合并；

注 2：丰泰企业年报资料中未披露各产品类别销售收入的具体数据，但根据其年报资料显示，其产品以运动鞋为主，主要生产 Nike 等品牌运动鞋。

发行人产品以运动休闲鞋（运动类）为主，同时在户外靴鞋、运动休闲鞋（休闲类）和运动凉鞋/拖鞋及其他等产品领域均具有一定的销售规模，产品结构与同行业可比公司相比更均衡，具体情况如下：

1、裕元集团

裕元集团是全球最大的运动鞋制造商，其产品类别主要由运动鞋、休闲鞋/户外鞋和运动凉鞋组成，与发行人产品结构相比，其运动鞋占比相对较高，休闲鞋/户外鞋和运动凉鞋的占比较低。

2、钰齐国际

钰齐国际主要生产户外鞋、运动鞋和其他，其中户外鞋收入占比超过 80%，客户主要为世界知名户外鞋品牌商，与发行人产品结构相比存在显著差异。

3、丰泰企业

丰泰企业产品以运动鞋为主，其第一大客户 Nike 销售占比超过 80%，根据其年报披露，其生产的鞋类产品适用于篮球、棒球、美式足球及高尔夫球等各项运动或一般休闲时穿着，发行人所生产的 Nike 运动鞋主要适用于一般性运动或日常穿着，即与发行人产品相比，丰泰企业的 Nike 运动鞋占比较高且产品系列更丰富，还包括专业运动

系列。

（二）产品档次

发行人客户主要为全球知名鞋履运动品牌，发行人主要客户及同行业可比公司未在其公开披露的信息中对产品档次进行区分，主要从产品功能、应用场景等方面对产品系列进行区分，因此无法从产品档次角度进行对比。

（三）工艺流程

根据同行业可比公司公开年报等资料中披露的信息，同行业可比公司鞋履产品制造的工艺流程主要由鞋面生产、鞋底生产和面底贴合三个步骤组成，均包括裁断、针车、成型等主要生产工序，与发行人相比不存在重大差异。

（四）样品确认

发行人客户在接收发行人制作的样品后一般会进行三轮样品的确认，通过后由客户在展销会上进行新品发布，并根据经销商、消费者对样品的反馈情况、预测销量向发行人下达量产订单。从客户提供平面设计图到新产品定样时间周期一般为6-12个月。

同行业可比公司未披露其向客户提供样品的具体确认流程，但根据其已披露的其他信息可知，同行业公司亦在新产品的开发阶段即与品牌客户进行沟通，为品牌客户提供产品开发设计服务，即同行业可比公司样品开发模式方面与发行人不存在重大差异。

（五）采购规模

同行业可比公司中，除丰泰企业外，裕元集团、钰齐国际均未披露对其主要客户的销售额，其主要客户亦未披露对裕元集团、钰齐国际的采购额。

根据公开信息查询，2017年至2019年发行人与丰泰企业向Nike销售产品的收入情况对比如下：

单位：万元

公司	2019 年度	增幅	2018 年度	增幅	2017 年度
丰泰企业	1,460,828.22	23.14%	1,186,355.20	9.46%	1,083,844.15
发行人	413,207.40	31.14%	315,080.67	13.50%	277,601.53

注：资料来源于上市公司公开披露资料，其中丰泰企业2020年1-6月未披露其对Nike的销售

收入数据，因此未予列示。

如上表所示，2017-2019 年，Nike 向发行人的采购规模小于丰泰企业，向发行人采购规模增幅快于丰泰企业。

上述内容已在招股说明书“第六节 业务与技术”之“四、发行人主营业务情况”之“（五）主要产品产销情况”中补充披露。

三、补充披露主要客户在确定供应商时的主要考察因素，发行人在相关因素上与可比公司的优劣势情况，发行人报告期销量、收入增速高于同行业可比公司的原因

（一）主要客户在确定供应商时的主要考察因素

全球知名运动鞋履品牌企业在选择合作的制造商时很谨慎，考量的因素众多，重点考察合作生产商的开发能力、生产能力、质量管理、交货期、劳工保护、环保与社会责任等情况。具体的考察因素体现在以下几个方面：

序号	考察角度	具体考察因素
1	综合考察	产能与规模
		劳动力、人权
		环保、社会责任
		与其他品牌合作历史
		业务水平与行业经验
2	开发能力考察	开发人员与素质
		开发设备
		开发周期
		历史开发成就等
3	生产能力考察	质量控制流程
		供应链管理能力
		应急交付能力
		生产设备、工艺与技术
		精益生产能力等

品牌运营企业持续对运动鞋履制造商进行动态考核，在满足上述考量角度时，运动鞋履制造商的报价也是品牌运营商的重要考量因素。

（二）发行人在相关因素上与可比公司的优劣势情况

发行人系全球领先的运动鞋履制造企业，在相关因素上与可比公司优势主要表现在以下三点：

1、快速交付能力优势

快速交付能力在相关因素表现为较短的开发周期、较强的开发队伍、先进的开发设备、较好的供应链管理能力和应急交付能力等。运动鞋履属于快速消费品，产品需及时到达消费市场，这就需要运动鞋履制造企业确保交付及时性。得益于公司具备完善的供应链体系、突出的开发设计能力、成熟的生产流程及熟练的生产人员等，对于紧急订单，公司能将交付时间缩短至一半以上，公司具备快速交付能力优势。

2、成本优势

成本影响报价，在满足同等条件的情况下，价格也是品牌运营企业的重要考量因素。公司相对于主要竞争对手，具有一定的综合成本优势，主要体现在：

（1）合理的战略布局使得成本较低

公司自 2005 年开始在境外布局，当前公司将主要的生产工厂设在越南北部。主要竞争对手的工厂主要设在越南南部、印尼、印度等其他亚洲国家和地区；与越南南部相比，越南北部劳动力资源丰富、工资水平较低，拥有较强人力资源优势；且越南北部距离中国较近，生产所需的主要原材料运输距离近，节约运输时间与成本。

（2）提升自动化水平降低成本

公司利用自身的生产技术持续进行生产线自动化改造，如公司自行研发不停顿模板系统，配合不间断电脑针车使用，每台电脑针车可增加约 10% 的生产数量；公司作为运动鞋履制造行业少数能自产编织鞋面的企业之一，使用电脑编织一体成型鞋面生产设备，使企业编织鞋面生产效率大幅提升。结合自身生产工艺对部分生产环节进行自动化改造，提高了公司产品品质稳定性，同时提高了生产效率，有效降低了制造成本。

3、优质客户资源优势

优质客户资源在相关因素表现为与其他品牌合作情况、企业的业务水平与行业经验、历史开发成就等。全球运动鞋服市场份额的前十的企业中，Nike、VF、Puma、

Columbia、Under Armour 均为公司主要客户，公司是 Converse、UGG、Vans、Puma、Columbia、HOKA ONE ONE、Cole Haan 等全球知名品牌的鞋履产品的最大供应商。相对于部分主要竞争对手，公司的客户相对分散，对单一客户不产生重大依赖。公司与前五大客户均具有较长的合作历史，公司具有较多的长期稳定的优质客户。

在相关因素上与可比公司劣势主要表现在：

1、生产能力不足

产能规模是品牌运营企业考量鞋履制造企业的核心角度之一。从长期来看，运动鞋履制造行业市场增长较快，发行人现有生产能力已不能满足日益增长的订单需求。产能不足不仅限制了公司市场份额的进一步扩大，在影响公司经营业绩的同时，对公司优质客户资源的培育、深挖亦造成一定影响。

2、融资渠道单一

公司目前融资渠道较为单一，主要依靠短期商业信用、银行借款、经营利润积累，这对公司扩张产能、扩大市场份额及长期发展形成了一定掣肘；主要竞争对手均为上市公司，融资渠道较多，产能扩张等有足够的资金支持。

（三）发行人报告期销量、收入增速高于同行业可比公司的原因

1、价格优势带动订单量与收入的增长

在同等满足上述考量因素的前提下，运动鞋履制造商向品牌运营企业报价时，具备成本优势的运动鞋履制造商对客户的报价相对较低，品牌运营企业的订单将往成本更低的运动鞋履制造商倾斜。公司相对同行业可比公司具有较强的成本优势，公司在报告期的销量与收入增速高于同行业可比公司。

2、快速交付能力赢得客户认可

公司除能满足正常订单的及时交付外，还具备快速满足客户紧急追加订单的交付能力，使得公司具有较强的竞争优势，一方面，对于热销、爆款产品，市场需求超过客户预期，客户希望抓住机会快速补货，避免缺货、断货等情形；另一方面，快速交付能降低客户库存备货的资金占用压力，同时降低库存积压风险。快速交付能力赢得了知名客户的高度认可，报告期内，公司对主要客户的销售增长速度高于同行业可比

公司。

上述内容已在招股说明书“第六节 业务与技术”之“二、发行人所处行业基本情况”之“(二) 行业发展状况”、“第六节 业务与技术”之“三、发行人在行业中的竞争地位”之“(二) 发行人的竞争优势与劣势”、“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十、经营成果分析”之“(一) 营业收入分析”中补充披露。

四、补充披露是否存在原有市场份额被竞争对手挤占的情形，是否存在主要客户停止或减少向发行人采购的风险及应对措施，结合前述情况补充风险提示

报告期内，公司对主要客户的销售金额及增速如下：

单位：万元

序号	客户名称	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度
		收入金额	占上年比重	收入金额	同比增长	收入金额	同比增长	收入金额
1	Nike	230,819.90	55.86%	413,207.40	31.14%	315,080.67	13.50%	277,601.53
2	VF	145,237.50	37.28%	389,620.93	11.27%	350,148.06	49.31%	234,506.11
3	Deckers	109,546.84	41.70%	262,714.25	17.00%	224,533.39	14.16%	196,688.64
4	Puma	89,530.32	56.16%	159,425.06	79.02%	89,055.02	35.76%	65,596.32
5	Columbia	44,932.01	55.15%	81,465.51	18.34%	68,839.95	21.97%	56,440.35
合计		620,066.59	47.46%	1,306,433.15	24.70%	1,047,657.10	26.10%	830,832.95

2017 年至 2019 年，全球运动鞋履市场规模增速在 15%以内，而公司的相对应期间的增速保持在 20%以上，公司的市场份额稳步提升。2020 年 1-6 月，受全球新冠疫情影响，在主要客户采购明显缩减的情况下，公司对 Nike、Puma、Columbia 等客户在 2020 年 1-6 月的销售额占 2019 年全年的一半以上，仍呈现增长态势，公司对上述客户的原有市场份额目前不存在被竞争对手挤占的情形。

2020 年 1-6 月，对 VF、Deckers 的销售额占 2019 年全年的 37.28%、41.70%。VF、Deckers 向公司的采购有所下降，根据 VF 与 Deckers 的公告，受新冠疫情影响，VF 与 Deckers 的销售与采购出现较大幅度的下降，发行人在上述客户的市场份额未出现被竞争对手明显挤占的情形。

全球主要的运动鞋履品牌企业一般选择大型的运动鞋履专业制造商长期合作，并将订单向优势企业倾斜，近年来，发行人凭借自身优势与主要客户合作不断加深，销售收入持续增加，但受全球新冠疫情的影响，可能存在会有部分客户停止或减少向公司采购的风险。

针对上述风险，一方面，公司将继续加强自身的开发设计能力、快速生产交付能力等竞争优势建设，深耕原有优质客户；另一方面，公司积极拓展新客户，2020年新冠疫情以来，公司已成功拓展瑞士慢跑运动知名品牌 On Running，与 Asics、New Balance 等全球知名运动鞋履品牌正在积极沟通合作关系。

上述内容已在招股说明书“第六节 业务与技术”之“四、发行人主营业务情况”之“（五）主要产品产销情况”与“第四节 风险因素”之“一、经营风险”之“（九）主要客户停止或减少向发行人采购的风险”中补充披露。

五、补充说明关于“发行人报告期内业绩持续增长与所处行业趋势一致”的描述是否合理准确，若不准确，请修改完善

报告期内，发行人与同行业上市公司鞋履制造业务的收入变动对比如下：

单位：万元

公司	2020年1-6月	2019年度		2018年度		2017年度
	营业收入	营业收入	变动幅度	营业收入	变动幅度	营业收入
裕元集团	1,577,793.38	3,831,826.86	7.15%	3,575,994.34	-3.12%	3,691,246.76
钰齐国际	120,396.80	283,941.22	30.52%	217,548.98	-3.91%	226,397.30
丰泰企业	771,544.28	1,598,321.67	17.22%	1,363,488.66	9.41%	1,246,250.07
同行业公司平均值	823,244.82	1,904,696.58	18.30%	1,719,010.66	0.79%	1,721,298.04
发行人	691,669.34	1,513,411.69	22.40%	1,236,476.96	23.96%	997,514.09

注：同行业鞋履制造业务营业收入变动幅度平均值为当期各上市公司鞋履制造业务营业收入变动幅度的平均值。

2018年度，虽然同行业上市公司裕元集团和钰齐国际鞋履制造业务的收入相较于2017年略有下滑，但同行业上市公司平均增速为0.79%，发行人增幅为23.96%；2019年度，同行业上市公司鞋履制造业务的收入均保持了增长，平均增幅为18.30%，发行人增幅为22.40%。关于“发行人报告期内业绩持续增长与所处行业趋势一致”的描述

主要是基于发行人收入变动与同行业上市公司变动平均值为正增长所得出的结论，招股说明书中表述不存在错误，关于该部分表述，已修改为“报告期内，公司主营业务收入与同行业上市公司鞋履制造业务收入整体均处于增长趋势，公司增长速度快于同行业上市公司”。

六、申报会计师核查意见

（一）核查程序

为核查上述问题，申报会计师履行了下列核查程序：

1、查询发行人主要客户和同行业可比公司年报、网站等公开披露信息，了解其产品构成和销售情况；获取发行人营业收入明细表，查阅发行人向 Nike 等客户销售产品的类别及销售价格等情况，访谈了解发行人向 Nike 销售运动休闲鞋单价低于丰泰企业的原因及合理性；

2、查询发行人主要客户和同行业可比公司年报、网站等公开披露信息，了解发行人主要客户向同行业可比公司采购产品的类别、档次、工艺流程、样品确认、采购规模等方面的情况，并与发行人的产品情况进行对比；

3、访谈发行人董事长及相关业务负责人，了解客户考察公司的角度；

4、查阅发行人审计报告，分析主要客户在报告期内的变化及趋势，查询主要客户在报告期内的年度报告及相关行业研究报告。

（二）核查意见

经核查，申报会计师认为：

1、发行人向 Nike 销售运动休闲鞋单价低于丰泰企业主要系 Nike 根据产品系列选择适配的制造商，由于不同的产品系列的价格有差异，导致不同价格鞋履品类在向供应商分配订单时有所侧重，两者销售价格差异具有合理性；

2、与同行业可比公司相比，发行人主要客户向发行人采购的产品类别存在一定差异；发行人产品的工艺流程及样品开发模式与同行业可比公司基本一致；根据公开披露的信息显示，2017 年至 2019 年 Nike 向发行人的采购规模小于丰泰企业，向发行人采购规模增幅快于丰泰企业；

3、发行人主要客户及同行业可比公司未在其公开披露的信息中对产品档次进行区分，主要从产品功能、应用场景等方面对产品系列进行区分，因此无法从产品档次角度进行对比；发行人同行业可比公司样品确认周期，以及主要客户向同行业可比公司采购规模数据（除 Nike 向丰泰企业采购额之外），通过公开资料无法获取，故申报会计师无法获取相关数据、信息；

4、发行人主要客户在确定供应商时的主要考察因素较多，发行人报告期销量、收入增速高于同行业可比公司的原因具有合理性；

5、报告期内，发行人在主要客户中的市场份额不存在被竞争对手明显挤占的情形，受新冠疫情的影响，发行人存在主要客户停止或减少向发行人采购的风险，发行人采取了有效的应对措施；

6、“发行人报告期内业绩持续增长与所处行业趋势一致”的相关表述已经完善。

问题 6 关于新冠疫情的影响

申报材料显示，2017-2019 年，发行人收入复合增长率超过 20%，受疫情影响，发行人 2020 年 1-6 月收入、净利润和扣除非经常性损益的净利润分别为 693,079.90 万元、77,471.47 万元和 77,748.51 万元，分别占 2019 年收入、净利润和扣除非经常性损益的净利润的 45.70%、42.54%和 44.46%。2020 年 1-6 月直接人工平均人数减少 9.44%，受疫情影响公司对 2019 年新增储备人员及入职时间较短的基层员工进行了裁员；2020 年 1-6 月产能利用率为 85.69%，较 2019 年 95.28%有所下滑。

请发行人补充披露：

（1）新冠疫情对体育用品产业或运动鞋产业的影响情况，产业是否较以往出现增长放缓或下滑的情形；

（2）目前在手订单和研发进展与往年的比较情况，生产订单、新产品研发是否受新冠疫情出现减少、放缓的情形；

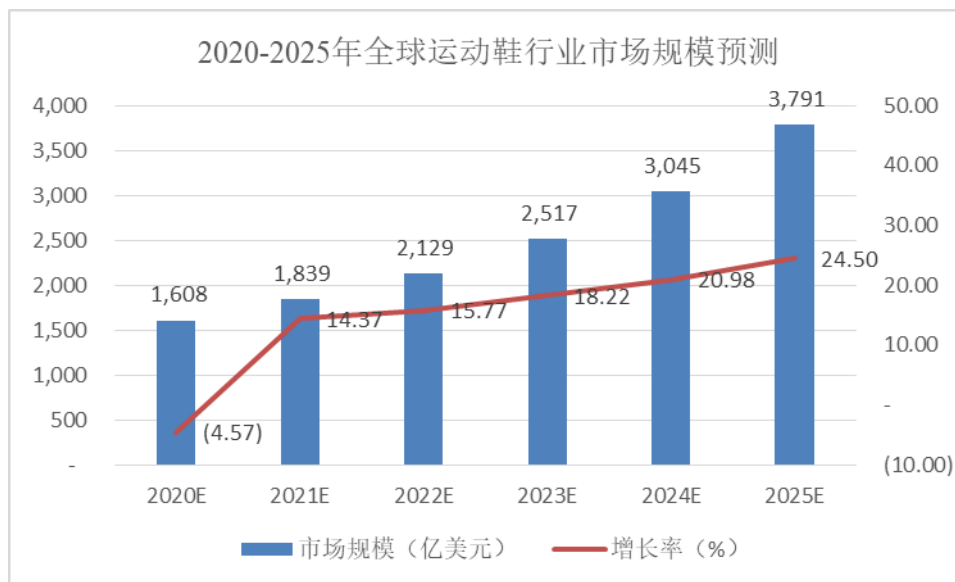
（3）从收到客户订单到销售发货确认收入周期的时长情况，结合目前在手订单、收到订单频率情况，分析疫情对发行人未来业绩的影响。

请保荐人、申报会计师核查并发表明确意见。

回复：

一、新冠疫情对体育用品产业或运动鞋产业的影响情况，产业是否较以往出现增长放缓或下滑的情形

根据前瞻产业研究院数据显示，受此次新冠疫情的影响，2020 年全球运动鞋需求量将有所下降，市场规模降至 1,608 亿美元，同比下降 4.57%，自 2021 年开始，全球运动鞋市场需求将保持稳定增长，2021-2025 年复合增长率保持在 14% 以上，2025 年全球运动鞋市场规模将达到 3,791 亿美元左右。2021-2025 年全球运动鞋市场规模及增长率情况如下：



数据来源：前瞻产业研究院

新冠疫情对全球运动鞋产业产生不利影响，2020 年将出现小幅下滑的情形，但新冠疫情在全球蔓延至今已超半年以上，各国、各地区对新冠疫情的管控已有一定的经验，虽然社交活动有所限制，但同期居家运动和网络消费活动增加，大部分人群也更重视健康与运动，运动鞋履行业的需求将迎来复苏并将维持较高的增长态势。

上述内容已在招股书“第六节 业务与技术”之“二、发行人所处行业基本情况”之“（二）行业发展状况”中补充披露。

二、目前在手订单和研发进展与往年的比较情况，生产订单、新产品研发是否受新冠疫情出现减少、放缓的情形

截至 2020 年 9 月 30 日, 公司在手订单(已接单未确认收入)金额约为 432,759.58 万元, 其中预计在今年第四季度出货的订单金额约为 412,513.93 万元。

基于目前在手订单情况, 2020 年全年预计收入如下:

单位: 万元

2020 年 1-9 月收入 (未审数)	2020 年 10-12 月预 计收入	2020 年全年 预计收入	2019 年收入	2020 年预计收入较 2019 年变动幅度
1,030,808.88	390,000.00	1,420,808.88	1,516,566.13	-6.31%

注: 公司 2020 年全年收入为预计数, 可能与最终数据存在差异, 主要原因系: 1、部分在手订单可能因交期变动影响 2020 年第四季度确认收入的金额; 2、客户可能在 2020 年第四季度追加紧急订单, 该部分订单亦可能在 2020 年第四季度形成收入, 该部分数据尚无法准确预计。

基于目前在手订单情况, 公司 2020 年全年收入预计为 1,420,808.88 万元, 较 2019 年下降约 6%。

发行人客户通常会定期根据预计销售情况, 与发行人沟通未来的采购计划。根据发行人与客户的沟通情况, Nike、Under Armour、Puma、HOKA ONE ONE 等品牌预计有较好成长, 同时公司将新增部分知名新客户, 发行人预计 2021 年收入将恢复增长。

目前公司正在开发的 2021 年秋冬款共 4,125 款, 相对于去年开发的 2020 年秋冬款(共 4,079 款)有所增长, 新产品开发未因新冠疫情出现减少、放缓。

综上, 虽然受新冠疫情影响, 但基于发行人与客户的沟通情况及目前新产品的开发情况, 发行人预计 2021 年收入将恢复增长。

上述内容已在招股书“第六节 业务与技术”之“二、发行人所处行业基本情况”之“(二) 行业发展状况”与“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十、经营成果分析”之“(一) 营业收入分析”中补充披露。

三、从收到客户订单到销售发货确认收入周期的时长情况, 结合目前在手订单、收到订单频率情况, 分析疫情对发行人未来业绩的影响

(一) 收到客户订单到销售发货确认收入周期

发行人收到客户订单到销售发货确认收入通常周期为 2-4 个月, 受新冠疫情影响, 2020 年 1-6 月部分订单产品交期有所延迟(延迟约 1-4 周), 相应发货确认收入亦有所延迟, 自 2020 年第三季度开始, 发行人已恢复至正常的销售发货确认收入周期。

（二）结合目前在手订单、收到订单频率情况，分析疫情对发行人未来业绩的影响

受新冠疫情影响，虽然主要客户在下达订单的数量方面有所减少，但各品牌下达订单的频率未调整，每月下单 1-3 次。同时，客户还会根据市场情况采用每月紧急订单方式下达订单，通过额外的紧急订单来补充其市场超预期情况下的采购需求。

新冠疫情在全球蔓延至今已超半年以上，各国各地区对新冠疫情的管控已有一定的经验，虽然社交活动有所限制，但同期居家运动和网络消费活动增加，Nike、Puma、Deckers 等客户 2020 年下半年的业绩有望逐步恢复，但在新冠疫情尚未得到有效控制情况下，客户下单更为谨慎，通过紧急订单方式增强对货品时效性的管控，这种情况下需要发行人具备快速订单响应能力。受新冠疫情影响，截至 2020 年 9 月 30 日，发行人在手订单（已接单未确认收入）金额约为 432,759.58 万元，其中预计在今年第四季度出货的订单金额约为 412,513.93 万元，2020 年全年预计收入较 2019 年下降约 6%。

发行人具备较强的新产品开发能力，能够快速响应市场需求变化，有效控制产品成本，降低客户经营风险，在此次新冠疫情下，更能突出发行人的核心竞争优势，吸引各运动品牌增加对发行人订单的份额。同时发行人也积极开展与新品牌的合作，比如：发行人已与瑞士慢跑运动知名品牌 On Running 确定合作关系，并完成样品确认，预计 2020 年底前下达订单，2021 年一季度开始交货；此外，发行人目前正在与全球前十大运动品牌 ASICS 和 New Balance 进行积极沟通，商议未来长期合作事宜。

2017-2019 年，发行人保持较快增长，收入复合增长率为 23.09%，受新冠疫情影响，发行人预计 2020 年全年营业收入较 2019 年下降约 6%，收入小幅下降。若新冠疫情未出现进一步全球范围严重恶化，发行人预计，随着新冠疫情对行业影响逐步降低、发行人加大新客户开发力度，发行人 2021 年营业收入及利润将恢复增长态势。

上述内容已在招股书“第六节 业务与技术”之“二、发行人所处行业基本情况”之“（二）行业发展状况”与“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十、经营成果分析”之“（一）营业收入分析”中补充披露。

四、申报会计师核查意见

（一）核查程序

为核查上述问题，申报会计师履行了下列核查程序：

- 1、查询前瞻产业研究院数据及资料，分析新冠疫情对运动鞋履行业的影响；
- 2、获取发行人截至目前在手订单信息，对发行人预测全年收入金额进行复核；
- 3、了解发行人目前及 2019 年同期新产品开发情况；
- 4、获取发行人主要品牌订单，发货单、货运提单信息，了解从获取订单到收入确认时间周期，不同品牌下单频率情况；
- 5、向发行人了解受新冠疫情影响情况以及应对新冠疫情采取的相应措施。

（二）核查意见

经核查，申报会计师认为：

- 1、新冠疫情对全球运动鞋产业产生不利影响，2020 年市场将出现小幅下滑的情形，新冠疫情得到控制后，全球运动鞋产业将迎来复苏及增长；
- 2、受新冠疫情影响，发行人基于目前在手订单情况，预计 2020 年全年收入较 2019 年下降约 6%，同时根据发行人与客户对未来采购计划的沟通，发行人预计 2021 年收入将恢复增长；
- 3、发行人新产品开发未因新冠疫情出现减少、放缓；
- 4、受新冠疫情影响，虽然客户在下达订单的数量方面有所减少，但下达订单的频率未调整，同时客户还会根据市场情况采用每月紧急订单方式下达订单；
- 5、若新冠疫情未出现进一步全球范围严重恶化，发行人预计，随着新冠疫情对行业影响逐步降低、发行人加大新客户开发力度，发行人 2021 年营业收入及利润将恢复增长态势。

问题 7 关于中介机构对收入的函证情况

申报材料显示，报告期函证确认收入金额占比分别为 66.11%、69.71%、66.97%和 80.71%，请中介机构补充说明“函证确认收入金额”的具体含义，是否存在回函不符情形及其占比情况，差异原因及核查结论。

回复：

一、请中介机构补充说明“函证确认收入金额”的具体含义

保荐机构和申报会计师在申报材料中披露的“函证确认收入金额”系通过向客户发函并收到客户回函的收入金额，包括回函相符和回函不符，经过核实差异后，发行人收入可以确认的金额。

二、是否存在回函不符情形及其占比情况，差异原因及核查结论

（一）回函不符占比情况及差异原因

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
回函不符客户家数（家）	2	-	-	-
回函不符客户发函收入金额（A）	190,169.51	-	-	-
回函不符客户回函收入金额（B）	198,684.79	-	-	-
差异金额（C=A-B）	-8,515.28	-	-	-
差异事项调节之后确认收入金额	190,169.51	-	-	-
发行人营业收入总额（D）	693,079.90	1,516,566.13	1,238,848.02	1,000,918.39
回函差异金额占总收入比例（E=C/D）	-1.23%	-	-	-

2020 年 1-6 月，回函不符主要客户系 VF 及 Columbia，其中 VF 回函金额较发行人发函金额高 8,552.54 万元。通过落实差异原因，差异原因系：按照合同约定，发行人与 VF 主要采用 DAT/DAP 贸易结算方式，按照货物交至指定目的地或目的港时确认收入。2017-2019 年发行人与客户按合同约定的方式对销售金额确认一致。VF 对 2020 年 1-6 月数据回函时，系按其订单系统导出的已发货订单资料进行汇总，由于发货时间早于货物运抵客户指定目的地或目的港时间，所以 VF 回函金额高于发行人发函金额。Columbia 回函金额较发行人发函金额低 37.26 万元。通过落实差异原因，差异原因系：发行人与 Columbia 主要采用 FCA 贸易结算方式，将产品交给客户指定的承运

人后确认销售收入。2020 年 1-6 月临近期末部分货物已交给承运人，而相关单据传递存在时间差，Columbia 尚未确认此部分采购，所以 Columbia 回函金额略低于发行人发函金额。通过核实差异原因，对差异事项进行调整，确认收入与发函收入金额一致。

（二）核查过程

为核查上述问题，申报会计师履行了下列核查程序：

- 1、整理客户函证发函及回函情况；
- 2、对回函差异事项原因进行了解，取得发行人提供的函证差异事项调节表，复核发行人对函证差异事项的调节过程是否合理；
- 3、对回函差异事项询问发行人客户差异原因，取得客户对回函差异原因进行解释的邮件回复记录；
- 4、对回函差异事项进行核查，主要查阅报关单、承运货物收据、装箱单、提单等货运资料及发票资料。取得发行人客户订单系统导出的订单明细记录，抽查贸易结算方式为 DAT/DAP 订单明细记录，核对货物运抵目的港的时间点是否与发行人确认收入的时间点存在差异。

（三）申报会计师核查意见

经核查，申报会计师认为：

- 1、“函证确认收入金额”系通过向客户发函并收到客户回函的收入金额，包括回函相符和回函不符，经过核实差异后，发行人收入可以确认的金额；
- 2、2017-2019 年，收入函证不存在回函不符情形，2020 年 1-6 月存在回函不符情形，差异金额占总收入比例 1.23%，主要原因系：（1）VF 本次回函系按照订单系统导出的已发货订单资料进行汇总，未按合同约定的货物交至指定目的地或目的港进行确认，导致回函金额高于发行人发函金额；（2）Columbia 相关收入确认单据传递存在时间差导致回函金额略低于发行人发函金额；
- 3、发行人对函证回函差异的调节过程合理，函证回函差异事项与业务单据记录内容匹配。

（本页以下无正文）

（以下无正文，为中山华利实业集团股份有限公司容诚专字[2020]518Z0404 号专项意见之签字盖章页）



中国注册会计师：
（项目合伙人）

潘新华

中国注册会计师
潘新华
110001540093

中国注册会计师：

杨运辉

中国注册会计师
杨运辉
110001540298

中国注册会计师：

郭晓磊

中国注册会计师
郭晓磊
110101300335

2020 年 10 月 26 日



统一社会信用代码

911101020854927874

营业执照

(副本) (5-1)



扫描二维码登录
“国家企业信用
信息公示系统”
了解更多登记、
备案、许可、监
管信息

名称 容诚会计师事务所(特殊普通合伙)

类型 特殊普通合伙企业

负责人 肖厚发

经营范围

审查企业会计报表,出具审计报告;验证企业资本,出具验资报告;办理企业合并、分立、清算事宜中的审计业务,出具有关报告;基本建设年度财务决算审计;代理记账;会计咨询、税务咨询、管理咨询、会计培训;法律、法规规定的其他业务;软件开发。(市场主体依法自主选择经营项目,开展经营活动;依法须经批准的项目,经相关部门批准后依批准的内容开展经营活动;不得从事国家和本市产业政策禁止和限制类项目的经营活动。)

成立日期 2013年12月10日
合伙期限 2013年12月10日至 长期

主要经营场所

北京市西城区阜成门外大街22号1幢外经贸大厦
901-22至901-26



登记机关

2020年 07 月 23 日

国家企业信用信息公示系统网址: <http://www.gsxt.gov.cn>

市场主体应当于每年1月1日至6月30日通过
国家企业信用信息公示系统报送公示年度报告。

国家市场监督管理总局监制



证书序号: 000392

会计师事务所 证券、期货相关业务许可证

经财政部、中国证券监督管理委员会审查, 批准
容诚会计师事务所 (特殊普通合伙) 执行证券、期货相关业务。

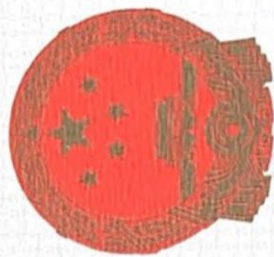
首席合伙人: 肖厚发



证书号: 18

发证时间: 二〇一九年七月

证书有效期至: 二〇二一年七月 二日



会计师事务所
执业证书

名称：容诚会计师事务所（特殊普通合伙）

首席合伙人：肖厚发

主任会计师：

经营场所：北京市西城区阜成门外大街22号1幢外经贸大厦901-22至901-26

组织形式：特殊普通合伙

执业证书编号：11010032

批准执业文号：京财会许可[2013]0067号

批准执业日期：2013年10月25日



证书序号：0011869

说明

- 1、《会计师事务所执业证书》是证明持有人经财政部门依法审批，准予执行注册会计师法定业务的凭证。
- 2、《会计师事务所执业证书》记载事项发生变动的，应当向财政部门申请换发。
- 3、《会计师事务所执业证书》不得伪造、涂改、出租、出借、转让。
- 4、会计师事务所终止或执业许可注销的，应当向财政部门交回《会计师事务所执业证书》。



发证机关：

北京市财政局

二〇一三年六月十八日

中华人民共和国财政部制



潘新华

110001540093

深圳市注册会计师协会

证书编号: 110001540093

批准注册协会: 广东省注册会计师协会
Authorized Institute of CPAs

发证日期: 2005 年 6 月 10 日
Date of Issuance

年度检验登记

Annual Renewal Registration

本证书经检验合格
This certificate is valid
for another year after
this renewal.

2017.05.25



姓名: 潘新华
Full name
性别: 男
Sex
出生日期: 1979-02-23
Date of birth
工作单位: 利安达信隆会计师事务所珠海分所
Working unit
身份证号码: 340202197902231013
Identity card No.



注册会计师工作单位变更事项登记

Registration of the Change of Working Unit by a CPA

同意调出
Agree the holder to be transferred from

转出协会盖章
CPAs
2019年12月18日

同意调入
Agree the holder to be transferred to

转入协会盖章
CPAs
2019年12月18日

注意事项

- 一、注册会计师执行业务，必要时须向委托方出示本证书。
- 二、本证书只限于本人使用，不得转让、涂改。
- 三、注册会计师停止执行业务时，应将本证书缴还主管注册会计师协会。
- 四、本证书如遗失，应立即向主管注册会计师协会报告，登报声明作废后，办理补发手续。

NOTES

1. When practising, the CPA shall show the client this certificate when necessary.
2. This certificate shall be exclusively used by the holder. No transfer or alteration shall be allowed.
3. The CPA shall return the certificate to the competent Institute of CPAs when the CPA stops conducting statutory business.
4. In case of loss, the CPA shall report to the competent Institute of CPAs immediately and go through the procedure of reissue after making an announcement of loss on the newspaper.



证书编号: 110001540298
No. of Certificate
批准注册协会: 深圳市注册会计师协会
Authorized Institute of CPAs
发证日期: 2009 年 10 月 09 日
Date of Issuance



杨运辉
110001540298
深圳市注册会计师协会

一年
or after



姓名: 杨运辉
Full name
性别: 男
Sex
出生日期: 1984-09-01
Date of birth
工作单位: 利安达会计师事务所有限责任公司
Working unit
身份证号: 511621198409010776
Identity card No.



注册会计师工作单位变更事项登记
Registration of the Change of Working Unit by a CPA

同意调入
Agree the holder to be transferred from

转出协会盖章
Sum of the transfer-out Institute of CPAs

2013 年 9 月 15 日

同意调入
Agree the holder to be transferred to

转入协会盖章
Sum of the transfer-in Institute of CPAs

2013 年 9 月 15 日

转出: 瑞华会计师事务所(普通合伙)深圳

- 注意: 事项
- 一、注册会计师执行业务, 必须按照委托方出示本证书。
 - 二、本证书只限于本人使用, 不得转让、涂改。
 - 三、注册会计师停止执行业务时, 应将本证书交还主管注册会计师协会。
 - 四、本证书如遗失, 应立即向主管注册会计师协会报告, 登报声明作废后, 办理补发手续。

NOTES

1. When practising, the CPA shall show the client this certificate when necessary.
2. This certificate shall be exclusively used by the holder. No transfer or alteration shall be allowed.
3. The CPA shall return the certificate to the competent Institute of CPAs when the CPA stops conducting statutory business.
4. In case of loss, the CPA shall report to the competent Institute of CPAs immediately, and go through the procedure of reissue after making an announcement of loss on the newspaper.

转入: 瑞华会计师事务所(普通合伙)深圳



姓名 郭晓磊
Full name
性别 女
Sex
出生日期 1986-07-16
Date of birth
工作单位 瑞华会计师事务所(特殊普通合伙)深圳分所
Working unit
身份证号码 330283198607160524
Identity card No.



年度检验登记

本证书经检验合格，继续有效一年。
This certificate is valid for another year after this renewal.

证书编号: 110101300335
No. of Certificate
批准注册协会: 深圳市注册会计师协会
Authorized Institute of CPAs
发证日期: 2014 年 05 月 19 日
Date of Issuance

注册会计师工作单位变更事项登记

同意调出
Agree the holder to be transferred from

2019年 11月 30日
转出协会盖章
Stamp of the transfer-out Institute of CPAs
月 日

同意调入
Agree the holder to be transferred to

2019年 11月 30日
转入协会盖章
Stamp of the transfer-in Institute of CPAs
月 日

注册会计师工作单位变更事项登记

同意调出
Agree the holder to be transferred from

转出协会盖章
Stamp of the transfer-out Institute of CPAs
年 月 日

同意调入
Agree the holder to be transferred to

转入协会盖章
Stamp of the transfer-in Institute of CPAs
年 月 日

年度检验登记

本证书经检验合格，继续有效一年。
This certificate is valid for another year after this renewal.



年度检验登记

一年
after



110101300335
深圳市注册会计师协会

年 月 日