

# 深圳市集美新材料股份有限公司



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）



方正证券承销保荐有限责任公司  
FOUNDER FINANCING SERVICES CO.,LTD

二〇二〇年十二月

## 深圳证券交易所：

贵所于 2020 年 8 月 6 日出具的《关于深圳市集美新材料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〕010285 号）（以下简称“审核问询函”）已收悉。深圳市集美新材料股份有限公司（以下简称“集美新材”、“发行人”或“公司”）与方正证券承销保荐有限责任公司（以下简称“方正承销保荐”或“保荐机构”）、广东华商律师事务所（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”）等相关方对审核问询函所列问题进行了逐项核查，现回复如下，请审核。

如无特别说明，本回复使用的简称与《深圳市集美新材料股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市招股说明书（申报稿）》（以下简称“招股说明书”）中的释义相同。

本回复不同字体对应的内容如下：

|                 |         |
|-----------------|---------|
| 审核问询函所列问题       | 黑体（不加粗） |
| 审核问询函所列问题的回复及说明 | 宋体（不加粗） |
| 对招股说明书的修改与补充    | 楷体（加粗）  |

本回复中若出现总计数尾数与所列数值总和尾数不符的情况，均为四舍五入所致。

## 目 录

|                             |     |
|-----------------------------|-----|
| 问题 1：关于股东 .....             | 4   |
| 问题 2：关于关联方 .....            | 17  |
| 问题 3：关于员工 .....             | 34  |
| 问题 4：关于合规经营 .....           | 40  |
| 问题 5：关于产品 .....             | 44  |
| 问题 6：关于行业竞争与市场地位 .....      | 51  |
| 问题 7：关于核心技术与知识产权 .....      | 65  |
| 问题 8：关于房产租赁 .....           | 74  |
| 问题 9：关于同行业可比公司 .....        | 83  |
| 问题 10：关于与四川普什的采购及投资 .....   | 96  |
| 问题 11：关于营业收入 .....          | 113 |
| 问题 12：关于外销收入 .....          | 157 |
| 问题 13：关于客户 .....            | 166 |
| 问题 14：关于成本及采购 .....         | 191 |
| 问题 15：关于主要供应商 .....         | 202 |
| 问题 16：关于毛利率 .....           | 211 |
| 问题 17：关于固定资产和无形资产 .....     | 221 |
| 问题 18：关于期间费用 .....          | 231 |
| 问题 19：关于应收账款 .....          | 250 |
| 问题 20：关于存货 .....            | 261 |
| 问题 21：关于报告期内业绩变化 .....      | 266 |
| 问题 22：关于分红政策 .....          | 268 |
| 问题 23：关于税收优惠 .....          | 272 |
| 问题 24：关于疫情影响 .....          | 280 |
| 问题 25：关于招股说明书信息披露的完整性 ..... | 286 |

## 问题 1：关于股东

申报材料显示，发行人前身集美有限于 2006 年 1 月由陈秋鹏、黄若青出资设立，注册资本 50 万元。2008 年 4 月，黄若青将其持有的集美有限 10%的股权转让给黄妙如。2017 年 1 月，发行人向公司 29 名自然人定向发行股票 735 万股，发行价格为每股 1 元。2017 年 6 月至 2019 年 6 月，陈秋鹏通过全国股转系统向 9 名自然人转让所持股份，向 3 名自然人受让公司股份，交易价格存在差异。黄若青与黄妙如为兄妹关系，陈秋鹏与黄妙如为夫妻关系。

请发行人补充披露：

（1）黄若青转让股权退出发行人的原因，说明股东陈秋鹏、黄妙如 2015 年增资资金来源，是否存在委托持股、信托持股或者其他未披露的利益安排；

（2）2017 年 1 月向公司董事、监事和高级管理人员以及核心员工定向增发是否构成股权激励，核心员工的岗位职务及任职时间，是否涉及股份支付；

（3）报告期内，陈秋鹏通过全国股权系统转让和受让股份的背景，交易价格不同的原因及合理性，是否涉及股份支付；出让方和受让方中是否存在外部股东，如存在，补充披露相关股东的基本情况，是否与发行人及其控股股东、实际控制人、董监高、客户和供应商等存在亲属关系、关联关系或其他利益安排，是否存在股权纠纷或潜在纠纷；

（4）说明历次股权转让、分红、整体变更等过程中涉及到的自然人股东缴纳个人所得税、发行人代扣代缴情况，是否存在违反税收法律法规的情形。

请保荐人、发行人律师发表明确意见。请申报会计师说明报告期内是否存在应计未计股份支付情况，如存在，请说明未计提的原因及合理性，是否符合《企业会计准则》的规定，并测算在报告期内进行股份支付会计处理对发行人财务报表的影响。

回复如下：

第（1）问：黄若青转让股权退出发行人的原因，说明股东陈秋鹏、黄妙如 2015 年增资资金来源，是否存在委托持股、信托持股或者其他未披露的利益安排；

（一）关于黄若青转让股权退出发行人的原因

2006 年 1 月 17 日，由陈秋鹏、黄若青共同出资设立集美有限。集美有限设

立时注册资本 50 万元，两名出资人均以货币资金出资，其中陈秋鹏出资 40 万元，黄若青出资 10 万元。

集美有限设立后不久，黄若青因与陈秋鹏的经营理念不一致，欲独立开展业务，决定转让其持有的集美有限全部股权。

## （二）关于陈秋鹏、黄妙如 2015 年增资资金来源

2015 年 7 月 13 日，经集美有限股东会决议通过，公司新增注册资本 2,700 万元，新增注册资本由原股东陈秋鹏和黄妙如以货币资金认缴，其中陈秋鹏认缴 2,160 万元，黄妙如认缴 540 万元。本次增资后，集美有限注册资本增加至 3,000 万元。

上述增资资金来源为陈秋鹏夫妇的自有资金，主要为其多年从事眼镜批发零售业务的累计经营所得。陈秋鹏夫妇从事的眼镜批发零售业务的具体经营实体除兴如眼镜外，还包括广州市越秀区兴如眼镜经营部，该企业的类型为个体工商户，设立于 2000 年 9 月 18 日，法定代表人为黄妙如，经营范围为销售眼镜及配件，该经营部于 2011 年 4 月 8 日注销登记。

陈秋鹏、黄妙如该次增资不存在委托持股、信托持股或者其他未披露的利益安排的情况。

关于上述两项情况及发行人报告其外的整个历史沿革情况，发行人在招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“三、发行人的股本和股东变化情况”中补充披露如下：

## （二）公司报告期外的股本及股东变化情况

### 1、2006 年 1 月集美有限设立

集美有限成立于 2006 年 1 月 17 日，由陈秋鹏、黄若青共同出资设立。

集美有限设立时注册资本 50 万元，两名出资人均以货币资金出资，其中陈秋鹏出资 40 万元，黄若青出资 10 万元。

集美有限设立时的股权结构如下：

| 序号  | 股东名称 | 出资方式 | 出资额（万元） | 出资比例（%） |
|-----|------|------|---------|---------|
| 1   | 陈秋鹏  | 货币资金 | 40.00   | 80.00   |
| 2   | 黄若青  | 货币资金 | 10.00   | 20.00   |
| 合 计 |      |      | 50.00   | 100.00  |

2006年1月16日，深圳国鹏会计师事务所出具了深国鹏验字[2006]第005号《验资报告》，对上述出资事项进行了审验。

2006年1月17日，深圳市工商行政管理局向集美有限核发工商登记注册号为4403012201899的《企业法人营业执照》。

## 2、2008年4月，集美有限第一次股权转让

集美有限设立后不久，黄若青因与陈秋鹏的经营理念不一致，欲独立开展业务，决定转让其持有的集美有限全部股权。

2007年7月5日，集美有限股东会审议通过，同意黄若青将其持有的集美有限全部出资额以10万元的价格转让予其妹黄妙如。同日，黄若青与黄妙如签订了《股权转让合同》。

该次股权转让后有限的股本结构如下：

| 序号  | 股东名称 | 出资额（万元） | 持股比例（%） |
|-----|------|---------|---------|
| 1   | 陈秋鹏  | 40.00   | 80.00   |
| 2   | 黄妙如  | 10.00   | 20.00   |
| 合 计 |      | 50.00   | 100.00  |

2008年4月22日，深圳市工商行政管理局就该股权变更事项予以核准，并换发新的《企业法人营业执照》。

## 3、2009年10月，集美有限第一次增资

2009年10月4日，经集美有限股东会决议通过，公司新增注册资本250万元，新增注册资本由原股东陈秋鹏和黄妙如以货币资金认缴，其中陈秋鹏认缴200万元，黄妙如认缴50万元。本次增资后，集美有限注册资本增加至300万元。

该次增资完成前后，有限公司的股权结构如下：

| 序号  | 股东名称 | 增资前         |             | 实缴<br>出资额<br>(万元) | 增资后         |             |
|-----|------|-------------|-------------|-------------------|-------------|-------------|
|     |      | 出资额<br>(万元) | 持股比例<br>(%) |                   | 出资额<br>(万元) | 持股比例<br>(%) |
| 1   | 陈秋鹏  | 40.00       | 80.00       | 200.00            | 240.00      | 80.00       |
| 2   | 黄妙如  | 10.00       | 20.00       | 50.00             | 60.00       | 20.00       |
| 合 计 |      | 50.00       | 100.00      | 250.00            | 300.00      | 100.00      |

2009年10月21日，深圳佳和会计师事务所出具了深佳和验字[2009]第430号《验资报告》，对上述出资事项进行了审验。

2009年10月29日，深圳市市场监督管理局就上述变更事项予以核准，并换发了新的《企业法人营业执照》。

#### 4、2015年7月，集美有限第二次增资

2015年7月13日，经集美有限股东会决议通过，公司新增注册资本2,700万元，新增注册资本由原股东陈秋鹏和黄妙如以货币资金认缴，其中陈秋鹏认缴2,160万元，黄妙如认缴540万元。本次增资后，集美有限注册资本增加至3,000万元。

上述增资资金来源为陈秋鹏夫妇的自有资金，主要为其多年从事眼镜批发零售业务的累计经营所得。陈秋鹏夫妇从事的眼镜批发零售业务的具体经营实体除兴如眼镜外（兴如眼镜具体情况请参见本招股说明书“第七节 公司治理与独立性”之“八、同业竞争”中的相关内容），还包括广州市越秀区兴如眼镜经营部，该企业的类型为个体工商户，设立于2000年9月18日，法定代表人为黄妙如，经营范围为销售眼镜及配件，该经营部于2011年4月8日注销登记。

陈秋鹏、黄妙如该次增资不存在委托持股、信托持股或者其他未披露的利益安排的情况。

该次增资完成前后，有限公司的股权结构如下：

| 序号  | 股东名称 | 增资前         |             | 实缴<br>出资额<br>(万元) | 增资后         |             |
|-----|------|-------------|-------------|-------------------|-------------|-------------|
|     |      | 出资额<br>(万元) | 持股比例<br>(%) |                   | 出资额<br>(万元) | 持股比例<br>(%) |
| 1   | 陈秋鹏  | 240.00      | 80.00       | 2,160.00          | 2,400.00    | 80.00       |
| 2   | 黄妙如  | 60.00       | 20.00       | 540.00            | 600.00      | 20.00       |
| 合 计 |      | 300.00      | 100.00      | 2,700.00          | 3,000.00    | 100.00      |

2015年7月24日，北京兴华会计师事务所（特殊普通合伙）出具了[2015]京会兴验字第10010076号验资报告，对上述出资事项进行了审验。

2015年7月14日，深圳市市场监督管理局就上述变更事项予以核准。

#### 5、2015年10月集美有限整体变更为股份有限公司

2015年9月18日集美有限作出决定，同意集美有限各股东作为股份公司的发起人，以集美有限经审计的账面净资产额折股整体变更为股份有限公司，同时将公司名称变更为“深圳市集美新材料股份有限公司”。

根据北京兴华会计师事务所（特殊普通合伙）出具的[2015]京会审字第10010253号《审计报告》，集美有限截至2015年7月31日的净资产为

41,884,223.85 元。全体发起人一致同意以上净资产按 1.021:1 的比例折合为股份公司股本 4,100 万股,每股面值 1 元,净资产扣除股本后的余额 884,223.85 元计入资本公积。

2015 年 9 月 18 日,北京兴华会计师事务所(特殊普通合伙)出具[2015]京会兴验字第 10010095 号《验资报告》,对各发起人的出资情况进行了审验。

2015 年 9 月 18 日,集美新材召开创立大会暨第一次股东大会。

2015 年 10 月 15 日,深圳市市场监督管理局核发了变更后的《企业法人营业执照》,股份公司设立。

股份公司设立后的股本结构如下:

| 序号  | 股东名称 | 股份数(万股)  | 持股比例(%) |
|-----|------|----------|---------|
| 1   | 陈秋鹏  | 3,280.00 | 80.00   |
| 2   | 黄妙如  | 820.00   | 20.00   |
| 合 计 |      | 4,100.00 | 100.00  |

#### 6、公司股份在股转系统挂牌

2016 年 2 月 17 日,经《关于同意深圳市集美新材料股份有限公司股票在全国中小企业股份转让系统挂牌的函》(股转系统函[2016]1210 号)同意,公司在股转系统挂牌,证券简称为“集美新材”,证券代码为:836312。公司股票于 2016 年 4 月 5 日起在股转系统挂牌公开转让。

#### 7、2016 年 7 月,权益分派

经公司 2016 年 6 月 6 日召开的 2016 年度第一次临时股东大会审议通过,公司于 2016 年 6 月 8 日实施 2015 年度权益分派,每 10 股送红股 0.9 股、转增 0.2 股,合计增加注册资本(股本)451 万元,注册资本(股本)变更为 4,551 万元。

2016 年 7 月 15 日,公司完成了该次权益分派工商变更登记。

该次权益分派完成前后,股份公司的股权结构如下:

| 序号  | 股东名称 | 增资前         |             | 新增股数<br>(万股) | 增资后         |             |
|-----|------|-------------|-------------|--------------|-------------|-------------|
|     |      | 持股数<br>(万股) | 持股比例<br>(%) |              | 持股数<br>(万股) | 持股比例<br>(%) |
| 1   | 陈秋鹏  | 3,280.00    | 80.00       | 360.80       | 3,640.80    | 80.00       |
| 2   | 黄妙如  | 820.00      | 20.00       | 90.20        | 910.20      | 20.00       |
| 合 计 |      | 4,100.00    | 100.00      | 451.00       | 4,551.00    | 100.00      |

**保荐机构发表的意见：**

保荐机构访谈了股权转让双方，核查了股权转让相关协议及工商资料，保荐机构认为，发行人已披露黄若青转让股权退出发行人的原因，该原因真实、合理。

保荐机构访谈了增资方陈秋鹏夫妇，核查了陈秋鹏夫妇除发行人以外的经营实体的情况，核查了 2015 年增资时的缴款凭证和银行转账记录，保荐机构认为，发行人已披露陈秋鹏、黄妙如 2015 年增资集美有限的资金来源，该增资资金来源于陈秋鹏夫妇的自有资金；陈秋鹏、黄妙如该次增资不存在委托持股、信托持股或者其他未披露的利益安排的情况。

第（2）问：2017 年 1 月向公司董事、监事和高级管理人员以及核心员工定向增发是否构成股权激励，核心员工的岗位职务及任职时间，是否涉及股份支付；

就上述问题，发行人在招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“三、发行人报告期内的股本和股东变化情况”之“（四）报告期内公司股本和股东的变化情况”之“1、2017 年 1 月，定向增发”中补充披露如下：

上述核心员工的岗位职务及任职时间如下：

| 序号 | 股东姓名 | 认购数量（股） | 岗位职务         | 任职时间             |
|----|------|---------|--------------|------------------|
| 1  | 吴鲜艳  | 100,000 | 温州分公司经理      | 2015年9月1日        |
| 2  | 陈镇洲  | 110,000 | 压板主管         | 2006 年 8 月 21 日  |
| 3  | 张记恩  | 100,000 | 回收部主管        | 2009 年 6 月 1 日   |
| 4  | 李志曼  | 100,000 | 混料部主管        | 2010 年 5 月 1 日   |
| 5  | 山 雄  | 100,000 | 挤板主管         | 2010 年 8 月 1 日   |
| 6  | 麻清娥  | 70,000  | 仓库主管         | 2011 年 5 月 17 日  |
| 7  | 肖寒莺  | 70,000  | 生产计划及物料管理部主管 | 2012 年 12 月 24 日 |
| 8  | 朱 敏  | 40,000  | 财务部主管        | 2015 年 9 月 1 日   |
| 9  | 熊礼迁  | 70,000  | 温州分公司业务员     | 2011 年 11 月 30 日 |
| 10 | 章胜春  | 70,000  | 温州分公司业务员     | 2012 年 4 月 1 日   |
| 11 | 邹丽君  | 60,000  | 市场业务代表       | 2013 年 6 月 24 日  |
| 12 | 陈帝其  | 60,000  | 挤料车间班长       | 2013 年 5 月 1 日   |
| 13 | 王壮波  | 110,000 | 挤料车间班长       | 2013 年 2 月 1 日   |
| 14 | 第五亚洲 | 60,000  | 开发部调色开发技术班长  | 2015 年 6 月 1 日   |
| 15 | 李和平  | 60,000  | 混料部班长        | 2010 年 7 月 5 日   |
| 16 | 蓝玉和  | 20,000  | 压板部班长        | 2013 年 1 月 8 日   |

| 序号 | 股东姓名 | 认购数量（股） | 岗位职务    | 任职时间       |
|----|------|---------|---------|------------|
| 17 | 陈树忍  | 20,000  | 压板部班长   | 2013年3月4日  |
| 18 | 胡锦飞  | 30,000  | 技术部模具班长 | 2009年10月8日 |

该次发行新增股份于 2016 年 12 月 2 日在中国证券登记结算有限责任公司完成股份登记，12 月 5 日起在全国中小企业股份转让系统挂牌。

该次增资，系为增强公司凝聚力而实施的员工持股行为，不属于股权激励。

根据《企业会计准则第 11 号——股份支付》相关规定，该次增资行为构成股份支付，具体的会计处理如下：

根据北京兴华会计师事务所（特殊普通合伙）出具的编号为[2016]京会兴审字第 10010084 号标准无保留意见的《审计报告》，截至 2015 年 12 月 31 日，公司的每股净资产为 1.15 元；公司于 2016 年 6 月完成 2015 年度权益分派（送红股及转增股本），该次权益分派完成后，公司每股净资产为 1.03 元。以每股净资产为基准，综合考虑所处行业、成长性，并与投资者沟通后最终确定该次股份增发的发行价格为 1.00 元/股。公司自 2016 年 4 月挂牌以来，未引进外部投资者，未进行过交易，且无同行业上市公司，无公开交易市场价格可供参考。故公司该次股票发行参考 2015 年度权益分派后的每股净资产 1.03 元/股作为公允价格（按 2015 年净利润对应的摊薄后的市盈率为 4.7 倍）。根据《企业会计准则第 11 号——股份支付》，确认股份支付费用的金额为  $(1.03-1.00) \times 753 \text{ 万股} = 22.59 \text{ 万元}$ ，一次性计入 2016 年管理费用。

保荐机构发表的意见：

保荐机构认为：

发行人已披露公司该次增资核心员工的岗位职务和任职时间；发行人该次增资行为不属于股权激励；该次增资行为发行人已按股份支付进行会计处理，相关处理过程和结果符合《企业会计准则第 11 号——股份支付》的规定。

第（3）问：报告期内，陈秋鹏通过全国股权系统转让和受让股份的背景，交易价格不同的原因及合理性，是否涉及股份支付；出让方和受让方中是否存在外部股东，如存在，补充披露相关股东的基本情况，是否与发行人及其控股股东、实际控制人、董监高、客户和供应商等存在亲属关系、关联关系或其他利益安排，是否存在股权纠纷或潜在纠纷；

就上述问题，发行人在招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“三、发行人报告期内的股本和股东变化情况”之“（四）报告期内公司股本和股东的变化情况”之“2、2017年6月至2019年6月，陈秋鹏通过股转系统转让及受让公司股份”中进行修改及补充披露。原招股说明书分两张表格分别披露陈秋鹏出让及受让股份的情况，现修改为一张表格汇总披露。

具体的修改及补充披露内容如下：

2017年6月至2019年6月，陈秋鹏通过股转系统转让及受让其所持股份的汇总情况如下：

| 交易时间       | 受让方 | 出让方 | 转让股数<br>(股) | 交易价格<br>(元/股) | 交易方式   |
|------------|-----|-----|-------------|---------------|--------|
| 2017/06/15 | 林文山 | 陈秋鹏 | 20,000      | 2.00          | 盘中协议转让 |
| 2017/10/19 | 张丽波 | 陈秋鹏 | 300,000     | 2.00          |        |
| 2017/11/03 | 陈秋鹏 | 胡锦飞 | 30,000      | 1.00          |        |
| 2018/01/19 | 杨 静 | 陈秋鹏 | 1,000       | 1.31          | 盘中竞价交易 |
|            | 陈秋鹏 | 李志曼 | 100,000     | 1.31          | 盘后协议转让 |
| 2018/03/29 | 林文山 | 陈秋鹏 | 1,000       | 2.02          | 盘中竞价交易 |
|            |     | 陈秋鹏 | 1,350,000   | 2.02          | 盘后协议转让 |
|            | 孟繁荣 | 陈秋鹏 | 100,000     | 2.02          |        |
|            | 陈小东 | 陈秋鹏 | 1,290,000   | 2.02          |        |
| 2018/03/30 | 张玉仙 | 陈秋鹏 | 1,000       | 2.11          | 盘中竞价交易 |
|            | 陈海生 | 陈秋鹏 | 100,000     | 2.11          | 盘后协议转让 |
| 2019/06/05 | 杨 静 | 陈秋鹏 | 1,000       | 3.22          | 盘中竞价交易 |
|            | 陈秋鹏 | 李冲平 | 250,000     | 3.22          | 盘后协议转让 |

#### （1）陈秋鹏出让及受让股份的背景

上述陈秋鹏出让股份的对象中，林文山、张丽波、孟繁荣、陈小东及陈海生为陈秋鹏的朋友，其均看好公司的发展前景。由于陈秋鹏夫妇持股比例较高，且发行人原股东中除陈秋鹏夫妇外均为发行人员工，无外部股东，通过出让一定的股权，增加外部股东人数，有利于法人治理结构的完善。

上述陈秋鹏受让股份的对象胡锦飞、李志曼及李冲平为公司前员工。该三名员工均为2016年12月通过定向增发入股公司。根据当时签订的增资协议，因其在入股后三年内离职，其所认购的股份由陈秋鹏回购。

上述陈秋鹏出让股份的对象中，杨静和张玉仙为新三板公众投资者。2018年1月15日，股转公司实行新的股票交易规则，不允许在盘中进行协议转让，必须在盘后进行，且需根据盘中交易形成的价格确定协议转让价格。为完成上述盘后协议转让，在需进行盘后协议转让的当日，陈秋鹏在盘中卖出最低交易手数（1,000股）的股票，公众投资者杨静和张玉仙通过竞价交易购得。

## （2）交易价格的形成情况

陈秋鹏出让予其朋友林文山、张丽波、孟繁荣、陈小东及陈海生的股权转让价格的基础由转让双方协商确定。转让双方约定转让价格不低于2.00元/股，最终交易价格按转让当日盘中竞价形成的价格确定。因不同交易日盘中竞价交易形成的价格不同，造成各次转让最终实际交易价格存在小幅差异，该价格差异具有合理性。

根据入股时的增资协议，陈秋鹏回购公司前员工胡锦飞、李志曼及李冲平所持股份的价格为1元/股。因交易规则要求，陈秋鹏回购李志曼及李冲平的盘后协议转让价格均高于1元/股。通过股转系统的交易完成后，李志曼及李冲平分别通过现金及银行转账的形式将收到的转让款中超过1元/股的部分返还予陈秋鹏。因此，陈秋鹏受让三名离职员工股份的实际转让价格均为1元/股，不存在差异。

## （3）出让方及受让方中外部股东的基本情况

上述股权交易方中存在外部股东。

外部股东杨静和张玉仙为新三板公众投资者，其通过股转系统竞价交易购得公司股份。

外部股东林文山、张丽波、孟繁荣、陈小东及陈海生为陈秋鹏的朋友，上述股东的基本情况如下：

林文山，男，1973年出生，中国国籍，无境外永久居留权，1990年高中毕业。1991年至1993年从军；1994年至1999年自由职业；2000年至今自营升隆百货。

张丽波，女，1980年出生，中国国籍，无境外永久居留权，大学专科学历。1997年至2001年2月自由职业；2001年3月至2003年8月任职于深圳国有免税珠宝世界，任珠宝营业员；2003年9月至2005年12月自由职业；2005年12月至今任职于周大福珠宝金行，任店务经理。

孟繁荣，男，1971 年出生，中国国籍，无境外永久居留权，硕士研究生学历。1993 年至 1994 年任工商银行哈尔滨西十二支行会计；1994 年至 1995 年任君安证券黑龙江营业部总裁秘书；1996 年至 1997 年任黑龙江龙电集团投资公司投资银行部经理；1997 年至 2000 年任亚洲电力中国代表处投资银行部经理；2000 年至 2001 年任黑龙江省容维投资顾问有限责任公司总经理；2001 年至 2015 年任深圳创新投资集团东北区域公司总经理；2015 年至今年任深圳蓝马资本管理有限公司总经理。

陈小东，男，1963 年出生，中国国籍，无境外永久居留权，1979 年高中毕业。1979 年至 1982 年任职于揭阳机床厂；1982 年至今均为自由职业。

陈海生，男，1982 年出生，中国国籍，无境外永久居留权，硕士研究生学历。2007 年毕业于英国诺丁汉大学；2007 年至 2008 年，任职于深圳市龙岗区贸易工业局，普通职员；2008 年至 2011 年，任深圳市斯伦斯科技有限公司总经理；2011 年至 2014 年，任广西尚客文化传媒有限公司总经理；2014 年至 2017 年任杭州中微电子股份有限公司深圳区总监；2017 年至 2018 年自由职业；2018 年至今，任深圳市永长泰实业发展有限公司法定代表人。

上述股东中，陈海生为深圳市永长泰实业发展有限公司的控股股东、法定代表人。永长泰为公司主要经营场地的出租方，除该情况外，上述外部股东与公司及其控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员、客户和供应商等不存在亲属关系、关联关系或其他利益安排，不存在股权纠纷或潜在纠纷。

#### （4）是否涉及股份支付

陈秋鹏出让股权的受让方中，除陈海生外，无公司的控股股东、实际控制人、员工、供应商或客户，不涉及股份支付。

2018 年 3 月 30 日，陈秋鹏以 2.11/股的价格转让 10 万股公司股票予陈海生。陈海生系公司主要经营场地出租方永长泰的控股股东、法定代表人。

自 2014 年 3 月起，公司与永长泰即确定了长期的厂房租赁关系，该次股权转让与永长泰提供的租赁服务无关。

陈海生受让股份的价格系股转系统盘中竞价交易形成，该价格高于公司 2017 年末经审计的每股净资产，且高于同期陈秋鹏向其朋友林文山、张丽波、孟繁荣、陈小东转让股份的价格，该转让价格公允。

综上，陈秋鹏转让股份予陈海生，不是以获取对方的服务为目的，转让价格

公允，根据《企业会计准则第 11 号—股份支付》的规定，该股权转让不涉及股份支付。

**保荐机构发表的意见：**

通过对各次股权转让双方的访谈、查阅股转系统发布的交易办法、访谈发行人的主要供应商及客户、访谈发行人董事、监事及高级管理人员，保荐机构认为：

发行人已披露陈秋鹏通过股转系统转让和受让股份的背景，披露的转让背景真实合理。

陈秋鹏出让及受让股份的交易价格系根据转让双方的约定及公开市场交易价格确定，转让价格公允，具有合理性。

根据《企业会计准则第 11 号—股份支付》的规定，陈秋鹏转让股权不涉及股份支付。

陈秋鹏出让及受让股份的对象中存在外部股东，发行人已披露了外部股东的基本情况。外部股东中，陈海生为深圳市永长泰实业发展有限公司的控股股东、法定代表人。永长泰为发行人主要经营场地的出租方，除该情况外，外部股东与发行人及其控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员、客户和供应商等不存在亲属关系、关联关系或其他利益安排，不存在股权纠纷或潜在纠纷。

第（4）问：说明历次股权转让、分红、整体变更等过程中涉及到的自然人股东缴纳个人所得税、发行人代扣代缴情况，是否存在违反税收法律法规的情形。

就上述问题，发行人在招股说明书“第五节 发行人基本情况”中补充披露如下：

**六、公司历次股权转让、分红、整体变更等过程中涉及到的个人所得税缴纳情况**

公司历次股权转让、分红、整体变更等过程涉及的个人所得税缴纳事项汇总表如下：

| 编号 | 应税事项 | 具体内容                        | 缴纳情况      |
|----|------|-----------------------------|-----------|
| 1  | 现金分红 | 2017 年 5 月，现金分红 265.20 万元   | 依相关政策暂免缴纳 |
|    |      | 2017 年 9 月，现金分红 1,856.40 万元 |           |
|    |      | 2018 年 5 月，现金分红 2,652.00 万元 |           |
|    |      | 2019 年 5 月，现金分红 3,447.60 万元 |           |
|    |      | 2020 年 5 月，现金分红 2,652.00 万元 |           |

| 编号 | 应税事项 | 具体内容                                    | 缴纳情况      |
|----|------|-----------------------------------------|-----------|
| 2  | 整体变更 | 2015 年 9 月，注册资本增加到 4,100 万元             | 全部缴纳完毕    |
| 3  | 转增股本 | 2016 年 6 月，公积金转增股本，每 10 股转增 0.2 股       | 依相关政策暂免缴纳 |
| 4  | 股权转让 | 2017 年 6 月至 2019 年 6 月，陈秋鹏转让股份 316.4 万股 | 依相关政策暂免缴纳 |

1、公司股份于 2016 年 4 月 5 日起在股转系统挂牌公开转让。在挂牌之前，公司无分配股利情况；在挂牌之后，公司分配股利所涉及的个人所得税均由中国证券登记结算有限责任公司代扣，由本公司代缴。

2、2015 年 9 月，集美有限整体变更设立股份公司，公司注册资本由 3,000 万元增加到 4,100 万元，涉及个人所得税 220 万元。该应纳税所得额为非现金所得，根据国家税务总局深圳市税务局出具的《个人所得税分期缴纳备案表》，上述全部税款可延期缴纳至 2020 年 12 月 31 日。2020 年 8 月 12 日，纳税义务人陈秋鹏和黄妙如全额缴纳了税款。

3、公司于 2016 年 6 月 8 日实施资本公积金转增股本，每 10 股转增 0.2 股。根据国家税务总局发布的《关于股权激励和转增股本个人所得税征管问题的公告》（2015 年第 80 号）的规定，上市公司或在新三板挂牌的企业转增股本（不含以股票发行溢价形成的资本公积转增股本），按上市公司、新三板公司有关股息红利差别化政策执行。公司该次转增股本前无溢价增资行为，且该次转增股本的股东均持有公司的股份超过一年以上，符合财政部、国家税务总局、中国证监会联合发布的《关于继续实施全国中小企业股份转让系统挂牌公司股息红利差别化个人所得税政策的公告》（2019 年第 78 号）规定的暂免征收个人所得税的情形。公司该次资本公积金转增股本事项暂免缴纳个人所得税。

4、公司历次股权转让中，产生转让所得的，为公司控股股东陈秋鹏于 2017 年 6 月至 2019 年 6 月间通过股转系统转让其所持有的公司股份，合计转让 316.4 万股。根据财政部、国家税务总局、中国证监会联合发布的《关于个人转让全国中小企业股份转让系统挂牌公司股票有关个人所得税政策的通知》（财税〔2018〕137 号）的有关规定，对于个人转让在新三板挂牌公司挂牌后取得的股票的所得，暂免征收个人所得税。陈秋鹏在公司新三板挂牌后，于 2016 年 12 月，通过定向增发，取得公司股份 400 万股，因此，陈秋鹏于 2017 年 6 月至 2019 年 6 月间通过股转系统转让的 316.4 万股公司股份产生的所得，可暂免缴纳个人所得税。该免征事项已获得国家税务总局深圳市税务局确认。

**公司历次股权转让、分红、整体变更等过程中产生个人所得税纳税义务的，相关纳税义务人均依法予以全额缴纳，不存在违反税收法律法规的情形。**

**保荐机构发表的意见：**

经核查并计算发行人历次股权转让、分红、整体变更等过程中发生的应纳税所得，查阅相关法规、主管税务机关出具的相关文件以及纳税义务人的相关完税凭证，保荐机构认为：发行人历次股权转让、分红、整体变更等过程中产生个人所得税纳税义务的，相关纳税义务人均依法予以全额缴纳，不存在违反税收法律法规的情形。

## 问题 2：关于关联方

申报材料显示，发行人实际控制人陈秋鹏投资企业包括广州市兴如眼镜有限公司、上海闽江实业有限公司。发行人董事、监事、高级管理人员中多人曾在华意胶板（深圳）有限公司任职。此外，公司实际控制人黄妙如之兄黄若青，控制深圳市鑫源泰塑胶有限公司、深圳市龙岗区横岗鑫美泰胶板行两家经营主体。

请发行人补充披露：

（1）广州市兴如眼镜有限公司报告期内的主要财务数据、上海闽江实业有限公司的主营业务或对外投资主体和主要财务数据，是否存在与发行人重叠的客户、供应商，是否与发行人客户、供应商存在业务、资金往来，是否存在为发行人分担成本费用情形；

（2）深圳市鑫源泰塑胶有限公司、深圳市龙岗区横岗鑫美泰胶板行、华意胶板（深圳）有限公司在技术、人员、资产、经营场地、客户、供应商等方面与发行人的关系，是否为发行人提供技术支持或劳务服务，是否与发行人存在业务竞争，是否与发行人的控股股东、实际控制人、客户、供应商存在业务、资金往来。

请保荐人、发行人律师发表明确意见。

回复如下：

第（1）问：广州市兴如眼镜有限公司报告期内的主要财务数据、上海闽江实业有限公司的主营业务或对外投资主体和主要财务数据，是否存在与发行人重叠的客户、供应商，是否与发行人客户、供应商存在业务、资金往来，是否存在为发行人分担成本费用情形；

就兴如眼镜的相关情况，发行人在招股说明书“第七节 公司治理与独立性”之“八、同业竞争”之“（一）控股股东、实际控制人及其控制的其他企业与公司不存在同业竞争的情况”中补充披露如下：

兴如眼镜近三年一期的主要财务数据（未经审计）如下：

单位：万元

| 项 目  | 2020年1-6月/末 | 2019年/2019年末 | 2018年/2018年末 | 2017年/2017年末 |
|------|-------------|--------------|--------------|--------------|
| 总资产  | 94.71       | 53.79        | 51.86        | 37.34        |
| 净资产  | -97.11      | -99.03       | -85.55       | -55.80       |
| 营业收入 | 56.05       | 53.98        | 39.70        | 38.12        |

| 项 目 | 2020年1-6月/末 | 2019年/2019年末 | 2018年/2018年末 | 2017年/2017年末 |
|-----|-------------|--------------|--------------|--------------|
| 净利润 | 1.92        | -13.48       | -29.75       | -17.95       |

兴如眼镜与公司不存在重叠的客户、供应商，与公司的客户、供应商不存在业务或资金往来，不存在为公司分担成本费用的情形。

就闽江实业的相关情况，发行人在招股说明书“第七节 公司治理与独立性”之“九、关联方及关联交易”之“（一）现有关联方”“4、公司控股股东、实际控制人控制或有重大影响的其他企业”中补充披露如下：

闽江实业实际从事的业务为投资管理，其近三年合并口径的主要财务数据（未经审计）如下：

单位：万元

| 项 目  | 2019年/2019年末 | 2018年/2018年末 | 2017年/2017年末 |
|------|--------------|--------------|--------------|
| 总资产  | 18,743.13    | 18,446.44    | 19,033.31    |
| 净资产  | 3,252.23     | 3,351.84     | 3,482.10     |
| 营业收入 | 324.18       | 445.53       | 183.64       |
| 净利润  | -99.60       | -130.26      | -506.02      |

闽江实业投资管理的实体为其全资子公司上海森博实业有限公司，该公司成立于2004年2月18日，注册资本5,000万元，住所为上海市奉贤区金海公路2898弄1-193号，法定代表人龚春欢，实际从事的业务为自有房屋租赁业务。闽江实业及其子公司森博实业与公司不存在重叠的客户、供应商，与公司的客户、供应商不存在业务或资金往来，不存在为公司分担成本费用的情形。

保荐机构发表的意见：

#### 1、关于兴如眼镜

保荐机构访谈了陈秋鹏夫妇；取得了兴如眼镜的主要客户及供应商名单以及兴如眼镜报告期的银行资金流水；访谈了发行人的4家主要供应商，占发行人报告期内每年采购的95%以上；访谈了111家主要客户，占发行人最近三年每年销售收入的70%以上，确认兴如眼镜与发行人不存在重叠的客户、供应商，与公司的客户、供应商不存在业务或资金往来。

对于兴如眼镜是否存在为发行人承担成本或费用的情况，除上述核查方式外，保荐机构还采取了如下核查方式：①核查了兴如眼镜报告期的银行资金流水；②

对发行人进行了穿行测试，包括采购与付款循环、货币资金循环；③对发行人营业成本、存货、期间费用等科目进行了核查。

综上，保荐机构认为，兴如眼镜与发行人不存在重叠的客户、供应商，与发行人的客户、供应商不存在业务或资金往来，不存在为发行人分担成本费用的情形。

## 2、关于闽江实业及其子公司森博实业

保荐机构现场查看、访谈了闽江实业、森博实业的控股股东、法定代表人，确认闽江实业实际从事投资管理业务，森博实业实际从事房屋租赁业务；闽江实业、森博实业与发行人不存在重叠的客户、供应商。

对于闽江实业、森博实业是否存在为发行人承担成本或费用的情况，除上述核查方式外，保荐机构还采取了如下核查方式：①访谈了发行人的4家主要供应商（占发行人报告期内每年采购的95%以上）111家主要客户（占近三年每年销售收入的70%以上）；②对发行人的成本、费用进行分析，并核查发行人的银行流水；③对发行人进行了穿行测试：采购与付款循环、货币资金循环；④对下述会计科目进行了核查：营业成本、存货、期间费用。

综上，保荐机构认为，闽江实业、森博实业与发行人不存在重叠的客户、供应商，与发行人的客户、供应商不存在业务或资金往来，不存在为发行人分担成本费用情形。

**第（2）问：深圳市鑫源泰塑胶有限公司、深圳市龙岗区横岗鑫美泰胶板行、华意胶板（深圳）有限公司在技术、人员、资产、经营场地、客户、供应商等方面与发行人的关系，是否为发行人提供技术支持或劳务服务，是否与发行人存在业务竞争，是否与发行人的控股股东、实际控制人、客户、供应商存在业务、资金往来。**

### 1、关于鑫源泰与鑫美泰

公司实际控制人之一黄妙如之兄黄若青，控制鑫源泰、鑫美泰两家经营主体，为公司的关联方。鑫源泰、鑫美泰的主营业务为醋酸纤维素板材设计开发、生产及销售，与发行人相同。上述关联方的基本情况如下：

#### （1）深圳市鑫源泰塑胶有限公司

|      |                                                                          |         |                 |
|------|--------------------------------------------------------------------------|---------|-----------------|
| 企业类别 | 有限公司                                                                     | 成立时间    | 2009 年 8 月 30 日 |
| 注册资本 | 50 万元                                                                    |         |                 |
| 注册地址 | 深圳市龙岗区横岗街道四联社区排榜砖厂工业区 6 栋                                                |         |                 |
| 经营范围 | 五金、塑胶、眼镜配件的生产加工（不含再生资源回收经营）；国内贸易（法律、行政法规、国务院决定规定在登记前须经批准的项目除外）；货物及技术进出口。 |         |                 |
| 股东构成 | 股东名称                                                                     | 出资比例（%） |                 |
|      | 黄若青                                                                      | 60.00   |                 |
|      | 黄燕莲                                                                      | 40.00   |                 |
|      | 合 计                                                                      | 100.00  |                 |

## （2）深圳市龙岗区横岗鑫美泰胶板行

|      |                               |      |                |
|------|-------------------------------|------|----------------|
| 企业类别 | 个体工商户                         | 成立时间 | 2009 年 1 月 6 日 |
| 注册资本 | 2 万元                          | 经营者  | 黄若青            |
| 注册地址 | 深圳市龙岗区横岗街道四联社区排榜砖厂工业区 6 栋 1 楼 |      |                |
| 经营范围 | 塑胶板材的购销（不含再生资源购销、储存及分拣整理活动）   |      |                |

就鑫源泰、鑫美泰与发行人的竞争关系、关联关系等情况，保荐机构采取了以下核查方式：

### （1）关联关系的背景情况

2006 年 1 月 17 日，集美有限设立，注册资本 50 万元，其中陈秋鹏出资 80%，黄若青出资 20%。2007 年 7 月 5 日，集美有限第一次股权转让，黄若青将 10 万元出资转让给黄妙如。

黄若青因与陈秋鹏的经营理念不一致，欲独立开展业务。黄若青转让集美有限股权后，设立了鑫源泰、鑫美泰，继续从事胶板行业。黄若青退出集美有限，仅涉及股权转让，不涉及设备、客户等经营资源的分割；该股权转让行为，已于 2007 年 7 月经深圳市公证处公证。

经访谈陈秋鹏夫妇、以及与陈秋鹏夫妇和黄若青关系均密切的相关人员，因双方在集美有限合作期间产生的巨大矛盾，在黄若青退出集美有限后，黄若青与黄妙如断绝了兄妹关系，并断绝了一切往来。鑫源泰、鑫美泰虽然是发行人的关联方，但因关联关系的实际破裂，鑫源泰、鑫美泰不配合发行人本次发行的相关核查工作。

针对上述黄妙如与黄若青兄妹关系破裂的情况，保荐机构执行了以下核查工

作：

① 当事人以外人员访谈，具体情况如下：

| 序号 | 姓 名 | 身份、与黄妙如、黄若青的关系                                                      | 被访谈者陈述的核心内容                                                                                                  |
|----|-----|---------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1  | 黄炳治 | 黄妙如、黄若青的父亲                                                          | “他们兄妹间很久没有来往了，十多年没有来往；不见面，也不打电话，各过各的；十多年不聚在一起了，过年也不聚”。                                                       |
| 2  | 谢雪梅 | 黄妙如、黄若青的母亲                                                          |                                                                                                              |
| 3  | 徐文元 | 执业医师，在黄妙如家乡开诊所，与陈秋鹏、黄妙如以及黄若青是二十年的朋友；2007 年黄妙如与黄若青兄妹关系破裂，其担任双方的调解人   | “应该是 2007 年他们就闹掰了，各自分开了，当时我还作为调解人进行了调解；从那时起，十几年了双方没有联系，没有往来；当时闹矛盾分开时，我调解时，还涉及了对黄妙如父母的赡养问题；对于生意，双方各干各的，互不干扰”。 |
| 4  | 黄良鸿 | 鑫美泰的司机；与黄妙如一家是一个村子的，与黄妙如、黄若青从小就认识；集美有限设立后，曾经给陈秋鹏开过车，2011 年去了鑫美泰当司机。 | “2007 年黄若青自己出去做生意，双方闹矛盾，大概 2008 年左右，黄若青还到集美的门市部来闹事；从 2011 年我到鑫美泰开车以来，没见过陈秋鹏和黄妙如来找过黄若青，他们之间应该没有来往了”。          |

② 陈秋鹏、黄妙如电话记录核查

陈秋鹏使用一个中国电信的手机号。根据中国电信的业务规则，其向客户提供最近 12 个月的通话记录。保荐机构核查了该手机号自 2019 年 12 月 1 日至 2020 年 12 月 8 日的通话记录，未发现与黄若青及其配偶黄燕莲使用的手机号进行通话的记录。

黄妙如使用二个中国移动的手机号。根据中国移动的业务规则，其向客户提供最近 6 个月的通话记录。保荐机构核查了该 2 个手机号自 2020 年 7 月 1 日至 2020 年 12 月 8 日的通话记录，未发现与黄若青及其配偶黄燕莲使用的手机号进行通话的记录。

(2) 资金流水核查

经核查发行人 2015 年 1 月至 2020 年 6 月的银行流水，发行人与鑫源泰、鑫美泰、黄若青及其配偶黄燕莲不存在资金往来；

经核查公司实际控制人陈秋鹏、黄妙如 2017 年 1 月至 2020 年 11 月的银行流水，陈秋鹏、黄妙如与鑫源泰、鑫美泰、黄若青及其配偶黄燕莲不存在资金往来。

(3) 供应商访谈

经访谈发行人报告期内前 3 大物料供应商（占发行人报告期内各期采购总额的比例均在 96%以上），上述公司与鑫源泰、鑫美泰以及黄若青均不存在业务或

资金往来。具体如下：

| 序号    | 供应商名称 | 访谈日期      | 与发行人的交易金额（单位：万元） |          |          |              |           |
|-------|-------|-----------|------------------|----------|----------|--------------|-----------|
|       |       |           | 2017 年度          | 2018 年度  | 2019 年度  | 2020 年 1-6 月 | 合计        |
| 1     | 四川普什  | 2019-12-3 | 3,146.95         | 3,847.50 | 4,481.14 | 1,107.47     | 12,583.06 |
| 2     | 伊玛塑胶  | 2020-1-16 | 2,729.24         | 2,331.50 | 1,901.70 | 457.22       | 7,419.66  |
| 3     | 大川塑料  | 2020-4-21 | 1,086.64         | 389.40   | 5.39     | -            | 1,481.43  |
| 合计    |       |           | 6,962.83         | 6,568.39 | 6,388.23 | 1,564.69     | 21,484.15 |
| 采购总额  |       |           | 7,149.44         | 6,747.56 | 6,591.16 | 1,619.34     | 22,107.49 |
| 占比（%） |       |           | 97.39            | 97.34    | 96.92    | 96.63        | 97.18     |

访谈发行人报告期内外协加工提供商深圳市雷克斯眼镜有限公司（报告期内为发行人提供的外协加工服务金额合计为 190.73 万元），该公司的主营业务为眼镜生产与销售，利用其加工能力为发行人提供样圈加工服务（将醋酸纤维素板材加工为眼镜架或眼镜架的组成部分，以展示效果）。经访谈，该公司报告期内向鑫美泰采购了少量醋酸纤维素板材，不存在资金往来、利益转移等影响独立性的情形。具体如下：

| 供应商名称        | 访谈日期      | 与发行人的交易金额（万元） |        |        |              |        |
|--------------|-----------|---------------|--------|--------|--------------|--------|
|              |           | 2017 年        | 2018 年 | 2019 年 | 2020 年 1-6 月 | 合计     |
| 深圳市雷克斯眼镜有限公司 | 2020-4-13 | 69.04         | 86.10  | 31.37  | 4.22         | 190.73 |

#### （4）客户访谈

访谈发行人共计 111 家客户，2017 年、2018 年及 2019 访谈客户的销售收入占当期销售收入的比例均超过 70%，2020 年 1-6 月超过 67%。经访谈，上述客户与鑫源泰、鑫美泰均不存在资金往来、利益转移等影响独立性的情形；其中 73 家客户报告期内存在自鑫源泰、鑫美泰采购胶板的情况，2017 年、2018 年、2019 年及 2020 年 1-6 月，发行人与重叠客户的交易金额占与访谈客户交易总金额的比例分别为 55.33%、55.62%、56.38%和 54.09%。具体情况如下：

| 序号 | 客户名称                  | 访谈日期      | 是否与鑫源泰/鑫美泰存在购销关系 | 与发行人的交易金额（单位：万元） |          |          |              |          | 备注   |
|----|-----------------------|-----------|------------------|------------------|----------|----------|--------------|----------|------|
|    |                       |           |                  | 2017 年度          | 2018 年度  | 2019 年度  | 2020 年 1-6 月 | 合计       |      |
| 1  | 深圳市龙岗区横岗六约星辉眼镜厂       | 2019-6-13 | 否                | 227.99           | -        | -        | -            | 227.99   | 同一控制 |
| 2  | 美成（江门）实业有限公司          | 2019-6-13 | 否                | -                | 1.90     | 17.46    | 0.75         | 20.11    |      |
| 3  | 深圳市全域贸易有限公司           | 2019-6-13 | 否                | -                | 284.55   | 606.29   | 9.75         | 900.60   |      |
| 4  | 升腾眼镜（深圳）有限公司          | 2019-6-13 | 否                | 111.65           | 129.31   | -        | 66.01        | 306.98   |      |
| 5  | 雅骏光学科技（深圳）有限公司        | 2019-6-11 | 是                | -                | -        | 354.95   | 118.72       | 473.67   | 同一控制 |
| 6  | 雅视光学发展（深圳）有限公司        | 2019-6-11 | 是                | 19.90            | 175.20   | -        | -            | 195.10   |      |
| 7  | 深圳市龙岗区横岗镇黄阁坑雅骏眼镜制造厂   | 2019-6-11 | 是                | 114.61           | 256.88   | 95.18    | -            | 466.66   |      |
| 8  | 高信眼镜厂有限公司             | 2019-6-6  | 是                | 73.11            | 163.22   | 92.83    | -            | 329.16   | 同一控制 |
| 9  | 东莞凤岗雁田高信眼镜制造厂         | 2019-6-6  | 是                | -                | -        | 6.12     | -            | 6.12     |      |
| 10 | 东莞高信眼镜有限公司            | 2019-6-6  | 是                | -                | -        | 68.56    | 33.11        | 101.66   |      |
| 11 | 东莞市艺品眼镜制品有限公司         | 2019-6-6  | 是                | 1.36             | 2.23     | 3.73     | 1.05         | 8.36     |      |
| 12 | 香港新兴眼镜制造厂有限公司         | 2019-6-11 | 否                | 37.73            | 276.67   | 289.16   | 70.15        | 673.71   | 同一控制 |
| 13 | 东莞新溢眼镜制造有限公司          | 2019-6-11 | 否                | 4.54             | -        | 5.85     | 0.46         | 10.86    |      |
| 14 | 深圳市金科环球贸易有限公司         | 2019-6-12 | 否                | 55.86            | -        | -        | -            | 55.86    | 同一控制 |
| 15 | 深圳市伏恒眼镜制品有限公司         | 2019-6-12 | 否                | 17.15            | 156.94   | 197.73   | 50.12        | 421.95   |      |
| 16 | 华清眼镜(深圳)有限公司          | 2019-6-12 | 是                | 253.25           | 237.69   | 224.98   | 46.34        | 762.26   | 同一控制 |
| 17 | 江西华清眼镜有限公司            | 2019-6-12 | 是                | 63.37            | 79.35    | 88.55    | 32.12        | 263.39   |      |
| 18 | 陆逊梯卡华宏（东莞）眼镜有限公司      | 2019-6-4  | 否                | 2,248.97         | 1,935.69 | 1,933.52 | 549.99       | 6,668.17 | 同一控制 |
| 19 | Luxottica Group S.p.A | 2019-6-20 | 否                | 22.93            | 436.62   | 480.72   | 177.34       | 1,117.60 |      |
| 20 | 霞飞诺眼镜工业（苏州）有限公司       | 2019-6-3  | 否                | 100.31           | 164.18   | 88.71    | 29.83        | 383.03   | 无    |

| 序号 | 客户名称              | 访谈日期      | 是否与鑫源泰/鑫美泰存在购销关系 | 与发行人的交易金额（单位：万元） |         |         |              |          | 备注   |
|----|-------------------|-----------|------------------|------------------|---------|---------|--------------|----------|------|
|    |                   |           |                  | 2017 年度          | 2018 年度 | 2019 年度 | 2020 年 1-6 月 | 合计       |      |
| 21 | 深圳市恩赐精密科技有限公司     | 2019-6-6  | 是                | 60.51            | 199.46  | 143.71  | 49.42        | 453.10   | 无    |
| 22 | 瑞安市开宇眼镜制造厂        | 2019-6-5  | 是                | 59.54            | 58.29   | 41.71   | -            | 159.53   | 无    |
| 23 | 联利泰眼镜（鹰潭）有限公司     | 2019-6-4  | 否                | 34.40            | 58.22   | 66.98   | 18.79        | 178.39   | 同一控制 |
| 24 | 东莞联信眼镜有限公司        | 2019-6-4  | 否                | 43.04            | 44.22   | 44.71   | 7.77         | 139.73   |      |
| 25 | 东莞市联顺眼镜有限公司       | 2019-6-4  | 否                | 53.07            | 68.20   | 20.72   | 5.56         | 147.54   |      |
| 26 | 温州市瓯海眼镜有限公司       | 2019-6-5  | 是                | 483.96           | 276.86  | 308.97  | 83.40        | 1,153.19 | 无    |
| 27 | 浙江方氏眼镜制造有限公司      | 2019-6-5  | 是                | 182.92           | 210.20  | 235.88  | 46.55        | 675.55   | 无    |
| 28 | 江西省威东光学有限公司       | 2019-6-4  | 是                | 155.94           | 200.31  | 312.13  | 72.27        | 740.65   | 无    |
| 29 | 潮州市启泰（归湖）眼镜制造有限公司 | 2019-6-14 | 否                | 248.52           | 172.26  | 91.95   | 38.63        | 551.34   | 无    |
| 30 | 中山拓开光学有限公司        | 2019-6-13 | 是                | 172.21           | 166.34  | 132.94  | 26.83        | 498.32   | 无    |
| 31 | 温州三杉光学有限公司        | 2019-6-6  | 是                | 152.12           | 152.74  | 202.85  | 15.54        | 523.25   | 无    |
| 32 | 巨龙光学（福建）有限公司      | 2019-6-6  | 是                | 138.49           | 133.15  | 130.57  | 23.31        | 425.52   | 无    |
| 33 | 联华眼镜（深圳）有限公司      | 2019-6-13 | 是                | 135.87           | 166.02  | 142.24  | 33.31        | 477.44   | 无    |
| 34 | 浙江亨达光学有限公司        | 2019-6-5  | 是                | 132.65           | 87.03   | 107.41  | 18.29        | 345.37   | 无    |
| 35 | 东莞华星眼镜制造有限公司      | 2019-6-26 | 已停业，未确认          | 91.00            | 74.03   | -       | -            | 165.03   | 无    |
| 36 | 温州市依瑾眼镜有限公司       | 2019-6-5  | 是                | 53.41            | 43.08   | 35.87   | 16.68        | 149.05   | 无    |
| 37 | 新华强眼镜制造(深圳)有限公司   | 2019-6-26 | 已停业，未确认          | 78.57            | 20.07   | -       | -            | 98.64    | 无    |
| 38 | 东莞艾卡尔实用眼镜有限公司     | 2019-6-5  | 是                | 125.00           | 129.66  | 122.64  | 35.79        | 413.09   | 无    |
| 39 | 华强眼镜（深圳）有限公司      | 2019-6-6  | 否                | 82.83            | 100.78  | 50.27   | 8.70         | 242.57   | 无    |
| 40 | 温州市金达眼镜有限公司       | 2019-6-5  | 是                | 41.80            | 79.64   | 75.24   | 13.39        | 210.07   | 无    |

| 序号 | 客户名称           | 访谈日期       | 是否与鑫源泰/鑫美泰存在购销关系 | 与发行人的交易金额（单位：万元） |         |         |              |        | 备注 |
|----|----------------|------------|------------------|------------------|---------|---------|--------------|--------|----|
|    |                |            |                  | 2017 年度          | 2018 年度 | 2019 年度 | 2020 年 1-6 月 | 合计     |    |
| 41 | 东莞宏达眼镜有限公司     | 2019-6-18  | 已停业，未确认          | 48.13            | -       | -       | -            | 48.13  | 无  |
| 42 | 瑞安市华美眼镜有限公司    | 2019-6-5   | 是                | 125.24           | 132.74  | 147.99  | 30.12        | 436.08 | 无  |
| 43 | 温州市朗盛光学有限公司    | 2019-6-4   | 否                | 101.46           | 117.68  | 113.62  | 35.94        | 368.70 | 无  |
| 44 | 诚益光学（厦门）有限公司   | 2019-6-19  | 否                | 106.27           | 40.71   | 52.56   | 7.74         | 207.29 | 无  |
| 45 | 温州市爱氏光学实业有限公司  | 2019-6-4   | 是                | 121.81           | 133.04  | 71.90   | 20.46        | 347.21 | 无  |
| 46 | 青田昌顺工艺眼镜有限公司   | 2019-6-4   | 是                | 17.79            | 106.30  | 72.67   | 6.85         | 203.60 | 无  |
| 47 | 东莞汇俊眼镜制品有限公司   | 2019-6-5   | 是                | 110.24           | 118.38  | 219.37  | 38.94        | 486.94 | 无  |
| 48 | 深圳市康视保眼镜有限公司   | 2019-6-5   | 是                | 104.14           | 90.11   | 70.71   | 17.50        | 282.46 | 无  |
| 49 | 温州市黎东眼镜有限公司    | 2019-6-4   | 是                | 91.75            | 94.07   | 84.73   | 14.38        | 284.93 | 无  |
| 50 | 傲天眼镜(深圳)有限公司   | 2019-6-5   | 是                | 91.54            | 91.33   | 76.73   | 13.46        | 273.07 | 无  |
| 51 | 瑞安市佐丹妮光学眼镜有限公司 | 2019-6-5   | 是                | 87.22            | 94.07   | 93.37   | 21.80        | 296.45 | 无  |
| 52 | 温州市中民眼镜有限公司    | 2019-6-5   | 是                | 136.91           | 122.42  | 149.37  | 18.33        | 427.04 | 无  |
| 53 | 深圳市群美光学科技有限公司  | 2019-6-11  | 是                | 73.28            | 97.93   | 24.93   | 6.37         | 202.50 | 无  |
| 54 | 温州市恒伟光学有限公司    | 2019-6-4   | 是                | 73.15            | 95.09   | 73.28   | 13.41        | 254.93 | 无  |
| 55 | 东莞精亚眼镜有限公司     | 2019-6-5   | 是                | 72.04            | 99.44   | 61.60   | 8.24         | 241.32 | 无  |
| 56 | 瑞安市凯洛诗眼镜厂      | 2019-6-5   | 是                | 64.02            | 80.86   | 58.77   | 10.40        | 214.05 | 无  |
| 57 | 东莞恒惠眼镜有限公司     | 2019-6-5   | 是                | 62.32            | 95.63   | 118.23  | 31.88        | 308.06 | 无  |
| 58 | 瑞安市嘉豪眼镜有限公司    | 2019-6-5   | 是                | 43.55            | 85.45   | 43.66   | 13.31        | 185.98 | 无  |
| 59 | 瑞安市精丽眼镜有限公司    | 2019-6-5   | 否                | 44.35            | 83.34   | 98.90   | 9.97         | 236.55 | 无  |
| 60 | 深圳斯伟达眼镜有限公司    | 2019-12-11 | 是                | 29.40            | 59.35   | 76.87   | 16.65        | 182.27 | 无  |

| 序号 | 客户名称                        | 访谈日期       | 是否与鑫源泰/鑫美泰存在购销关系 | 与发行人的交易金额（单位：万元） |         |         |              |        | 备注   |
|----|-----------------------------|------------|------------------|------------------|---------|---------|--------------|--------|------|
|    |                             |            |                  | 2017 年度          | 2018 年度 | 2019 年度 | 2020 年 1-6 月 | 合计     |      |
| 61 | 东莞美光眼镜制品有限公司                | 2019-12-12 | 是                | 52.54            | 75.28   | 116.80  | 26.11        | 270.73 | 无    |
| 62 | 瑞安市华星眼镜制造有限公司               | 2019-12-17 | 是                | 13.76            | 56.52   | 71.51   | 13.11        | 154.91 | 无    |
| 63 | 温州海诚光学有限公司                  | 2019-12-17 | 是                | 44.36            | 56.79   | 142.19  | 24.24        | 267.58 | 无    |
| 64 | 温州喜爱普光学有限公司                 | 2019-12-17 | 是                | 96.47            | 71.25   | 98.21   | 43.64        | 309.58 | 无    |
| 65 | 快奇眼镜江西有限公司                  | 2019-12-18 | 是                | 19.59            | 42.53   | 75.32   | 29.33        | 166.78 | 无    |
| 66 | 文华眼镜制造厂有限公司                 | 2020-8-18  | 否                | 35.00            | 18.38   | 35.88   | 0.98         | 90.24  | 同一控制 |
| 67 | 文华眼镜制造（深圳）有限公司              | 2020-8-18  | 否                | -                | -       | 0.06    | 1.71         | 1.77   |      |
| 68 | ETNIA BARCELONA LTD         | 2020-8-19  | 否                | 2.15             | 17.81   | 74.41   | 4.04         | 98.42  | 同一控制 |
| 69 | 中山市黄圃镇信义眼镜有限公司              | 2020-8-19  | 否                | -                | -       | -       | 0.03         | 0.03   |      |
| 70 | 深圳市本益科技有限公司                 | 2020-8-19  | 是                | -                | 19.01   | 52.15   | 23.00        | 94.16  | 无    |
| 71 | 越南宝光                        | 2020-8-20  | 否                | 54.24            | 68.41   | 65.96   | 5.03         | 193.64 | 无    |
| 72 | NANNINI ITALIAN QUALITY SRL | 2020-8-27  | 否                | 25.91            | 19.09   | 25.66   | 0.36         | 71.02  | 无    |
| 73 | 深圳市佳尚光学有限公司                 | 2020-9-24  | 是                | 63.86            | 50.43   | 77.33   | 25.13        | 216.75 | 无    |
| 74 | 深圳市晶辉眼镜制造有限公司               | 2020-9-24  | 是                | 63.13            | 32.80   | 26.52   | 4.55         | 127.00 | 无    |
| 75 | 美雅眼镜（深圳）有限公司                | 2020-9-24  | 是                | 41.65            | 33.01   | 34.33   | 10.79        | 119.79 | 无    |
| 76 | 深圳市慧明眼镜有限公司                 | 2020-9-24  | 是                | 62.99            | 18.60   | 10.30   | 1.69         | 93.59  | 无    |
| 77 | 深圳市圆铭源眼镜有限公司                | 2020-9-24  | 是                | 50.55            | 36.45   | 36.98   | 5.09         | 129.07 | 无    |
| 78 | 深圳市东慧实业有限公司                 | 2020-9-24  | 是                | 66.43            | 71.09   | 45.01   | 7.98         | 190.51 | 无    |
| 79 | 深圳欣泰阳眼镜有限公司                 | 2020-9-24  | 否                | 42.12            | 35.77   | 37.09   | 8.76         | 123.75 | 无    |
| 80 | 深圳市雅迪眼镜制造有限公司               | 2020-9-25  | 是                | 50.49            | 72.47   | 43.20   | 23.73        | 189.89 | 无    |

| 序号  | 客户名称          | 访谈日期      | 是否与鑫源泰/鑫美泰存在购销关系 | 与发行人的交易金额（单位：万元） |         |         |              |        | 备注 |
|-----|---------------|-----------|------------------|------------------|---------|---------|--------------|--------|----|
|     |               |           |                  | 2017 年度          | 2018 年度 | 2019 年度 | 2020 年 1-6 月 | 合计     |    |
| 81  | 深圳市富贝斯特科技有限公司 | 2020-9-25 | 否                | 6.99             | 27.44   | 55.46   | 8.34         | 98.23  | 无  |
| 82  | 深圳市坪山新区标捷眼镜厂  | 2020-9-25 | 是                | 32.54            | 38.00   | 53.87   | 7.65         | 132.06 | 无  |
| 83  | 温州三马眼镜有限公司    | 2020-9-26 | 是                | 61.23            | 52.88   | 38.76   | 9.25         | 162.11 | 无  |
| 84  | 瑞安市星辉眼镜有限公司   | 2020-9-26 | 是                | 28.38            | 51.00   | 37.46   | 5.17         | 122.02 | 无  |
| 85  | 瑞安市左右眼镜有限公司   | 2020-9-26 | 是                | 54.03            | 32.86   | 30.24   | 10.93        | 128.05 | 无  |
| 86  | 温州市明禾光学眼镜有限公司 | 2020-9-26 | 是                | 63.27            | 34.70   | 22.46   | 4.57         | 125.00 | 无  |
| 87  | 瑞安市星宇眼镜有限公司   | 2020-9-26 | 是                | 54.38            | 47.88   | 54.09   | 9.56         | 165.91 | 无  |
| 88  | 瑞安市嘉怡眼镜有限公司   | 2020-9-26 | 是                | 62.99            | 51.31   | 51.42   | 14.05        | 179.77 | 无  |
| 89  | 瑞安市金泰光学眼镜有限公司 | 2020-9-26 | 否                | 35.72            | 44.59   | 34.43   | 4.90         | 119.63 | 无  |
| 90  | 瑞安市君驰光学眼镜有限公司 | 2020-9-26 | 是                | 51.63            | 42.84   | 33.98   | 7.10         | 135.55 | 无  |
| 91  | 温州新宣眼镜有限公司    | 2020-9-26 | 否                | -                | 33.04   | 44.05   | 3.76         | 80.85  | 无  |
| 92  | 温州市朗驰眼镜有限公司   | 2020-9-26 | 是                | -                | 6.02    | 55.02   | 18.20        | 79.24  | 无  |
| 93  | 瑞安市正大眼镜有限公司   | 2020-9-26 | 是                | 40.76            | 34.86   | 40.91   | 11.28        | 127.81 | 无  |
| 94  | 温州茂铭眼镜有限公司    | 2020-9-27 | 是                | 39.28            | 14.76   | 42.29   | 6.12         | 102.45 | 无  |
| 95  | 温州市旭民眼镜有限公司   | 2020-9-27 | 是                | -                | 30.53   | 47.79   | 8.31         | 86.63  | 无  |
| 96  | 温州海派眼镜有限公司    | 2020-9-27 | 是                | 44.47            | 34.88   | 31.29   | 6.92         | 117.56 | 无  |
| 97  | 温州市尚轩光学有限公司   | 2020-9-27 | 是                | 44.35            | 29.88   | 42.72   | 7.05         | 124.00 | 无  |
| 98  | 温州市壹度眼镜有限公司   | 2020-9-27 | 是                | -                | 4.39    | 44.91   | 5.43         | 54.73  | 无  |
| 99  | 浙江通达光学有限公司    | 2020-9-28 | 否                | 39.97            | 41.64   | 59.11   | 14.45        | 155.17 | 无  |
| 100 | 浙江泰德光学有限公司    | 2020-9-28 | 是                | 17.83            | 45.83   | 57.35   | 7.21         | 128.21 | 无  |

| 序号          | 客户名称              | 访谈日期      | 是否与鑫源泰/鑫美泰存在购销关系 | 与发行人的交易金额（单位：万元） |           |           |              |           | 备注 |
|-------------|-------------------|-----------|------------------|------------------|-----------|-----------|--------------|-----------|----|
|             |                   |           |                  | 2017 年度          | 2018 年度   | 2019 年度   | 2020 年 1-6 月 | 合计        |    |
| 101         | 温州柏康眼镜制造有限公司      | 2020-9-28 | 否                | 49.20            | 41.98     | 24.22     | 2.64         | 118.04    | 无  |
| 102         | 温州铂亮光学有限公司        | 2020-9-28 | 是                | 62.98            | 58.36     | 54.88     | 16.14        | 192.37    | 无  |
| 103         | 深圳市潮新视界眼镜技术开发有限公司 | 2020-9-28 | 否                | 42.13            | 77.94     | 42.91     | 16.31        | 179.29    | 无  |
| 104         | 青田湛胜眼镜有限公司        | 2020-9-28 | 是                | 43.27            | 67.89     | 61.79     | 7.12         | 180.07    | 无  |
| 105         | 深圳市深强丰眼镜有限公司      | 2020-9-28 | 否                | 21.07            | 24.85     | 32.76     | 8.50         | 87.17     | 无  |
| 106         | 深圳市展鹏慧聪眼镜制造有限公司   | 2020-9-28 | 是                | 12.00            | 23.03     | 29.99     | 21.85        | 86.88     | 无  |
| 107         | 深圳市鑫丽颖光电有限公司      | 2020-9-28 | 否                | 24.06            | 27.86     | 36.85     | 11.22        | 100.00    | 无  |
| 108         | 温州海际汇光学有限公司       | 2020-9-28 | 是                | 43.82            | 42.00     | 30.44     | 14.65        | 130.91    | 无  |
| 109         | 创彰科技（深圳）有限公司      | 2020-9-29 | 是                | 18.78            | 18.66     | 44.59     | 3.38         | 85.41     | 无  |
| 110         | 佛山市顺德区伦教朗琴眼镜厂     | 2020-9-29 | 是                | 36.94            | 33.26     | 46.01     | 9.76         | 125.97    | 无  |
| 111         | 深圳市骏联光学科技有限公司     | 2020-9-30 | 否                | 36.00            | 28.45     | 30.41     | 8.41         | 103.28    | 无  |
| 访谈合计        |                   |           |                  | 9,336.48         | 10,518.26 | 10,911.74 | 2,585.27     | 33,351.75 |    |
| 其中：重叠客户合计   |                   |           |                  | 5,166.02         | 5,852.25  | 6,152.23  | 1,398.31     | 18,568.82 |    |
| 重叠客户合计/访谈合计 |                   |           |                  | 55.33%           | 55.64%    | 56.38%    | 54.09%       | 55.68%    |    |
| 主营业务收入      |                   |           |                  | 13,212.34        | 14,861.75 | 15,464.10 | 3,854.61     | 47,392.80 |    |
| 访谈合计/主营业务收入 |                   |           |                  | 70.66%           | 70.77%    | 70.56%    | 67.07%       | 70.37%    |    |

针对访谈中发现的与鑫源泰、鑫美泰有业务往来的 73 家客户，选取其中 51 家，进行专项访谈；报告期内各期，专项访谈的企业的发行人销售金额占发行人与重叠客户交易总金额的比例均在 50%以上。经访谈，保荐机构认为，鑫源泰、鑫美泰与上述客户的销售金额远低于发行人；鑫源泰、鑫美泰与发行人的销售渠道独立，各自独立开展业务，不存在订单转移、利益转移等影响独立性的情形。具体情况如下：

单位：万元

| 序号 | 客户名称                | 访谈日期      | 报告期公司销售金额合计 | 报告期鑫源泰、鑫美泰销售规模                                    |
|----|---------------------|-----------|-------------|---------------------------------------------------|
| 1  | 温州市瓯海眼镜有限公司         | 2020-4-21 | 1,153.19    | 年均采购约 150 万元                                      |
| 2  | 雅骏光学科技（深圳）有限公司      | 2020-4-22 | 473.67      | 少量采购                                              |
| 3  | 雅视光学发展（深圳）有限公司      | 2020-4-22 | 195.10      |                                                   |
| 4  | 深圳市龙岗区横岗镇黄阁坑雅骏眼镜制造厂 | 2020-4-22 | 466.66      |                                                   |
| 5  | 华清眼镜(深圳)有限公司        | 2020-4-14 | 762.26      | 2017 年 21.59 万元, 2018 年 12.80 万元, 2019 年 38.92 万元 |
| 6  | 江西华清眼镜有限公司          | 2020-4-14 | 263.39      |                                                   |
| 7  | 东莞汇俊眼镜制品有限公司        | 2020-4-16 | 486.94      | 采购量约为发行人的 1/7                                     |
| 8  | 高信眼镜厂有限公司           | 2020-4-17 | 329.16      | 2017-2019 年累计不超过 1 万元                             |
| 9  | 东莞凤岗雁田高信眼镜制造厂       | 2020-4-17 | 6.12        |                                                   |
| 10 | 东莞高信眼镜有限公司          | 2020-4-17 | 101.66      |                                                   |
| 11 | 东莞市艺品眼镜制品有限公司       | 2020-4-17 | 8.36        |                                                   |
| 12 | 温州市中民眼镜有限公司         | 2020-4-21 | 427.04      | 2017-2019 年累计不超过 10 万元                            |
| 13 | 深圳市恩赐精密科技有限公司       | 2020-4-17 | 453.10      | 2017-2019 年累计不超过 5 万元                             |
| 14 | 东莞艾卡尔实用眼镜有限公司       | 2020-4-13 | 413.09      | 2017-2019 年累计采购 5-6 万元                            |
| 15 | 东莞恒惠眼镜有限公司          | 2020-4-13 | 308.06      | 年均 30-40 万元                                       |
| 16 | 深圳市康视保眼镜有限公司        | 2020-4-15 | 282.46      | 2017-2019 年累计约 100 万元                             |
| 17 | 傲天眼镜(深圳)有限公司        | 2020-4-15 | 273.07      | 2017-2019 年累计仅数千元                                 |
| 18 | 东莞美光眼镜制品有限公司        | 2020-4-16 | 270.73      | 采购金额极少                                            |
| 19 | 东莞精亚眼镜有限公司          | 2020-4-16 | 241.32      | 采购量为发行人的 1/3 至 2/3                                |
| 20 | 深圳市群美光学科技有限公司       | 2020-4-14 | 202.50      | 2018-2019 年累计约 10 万元                              |
| 21 | 深圳斯伟达眼镜有限公司         | 2020-4-15 | 182.27      | 2017-2019 年累计约 400-500 万元                         |
| 22 | 温州市依瑾眼镜有限公司         | 2020-4-21 | 149.05      | 年采购金额 1-2 万元                                      |
| 23 | 深圳市佳尚光学有限公司         | 2020-9-24 | 216.75      | 存在零星购销业务                                          |
| 24 | 深圳市晶辉眼镜制造有限公司       | 2020-9-24 | 127.00      | 不便透露                                              |
| 25 | 美雅眼镜（深圳）有限公司        | 2020-9-24 | 119.79      | 极少量                                               |
| 26 | 深圳市慧明眼镜有限公司         | 2020-9-24 | 93.59       | 很少                                                |
| 27 | 深圳市圆铭源眼镜有限公司        | 2020-9-24 | 137.45      | 年均几万元                                             |
| 28 | 深圳市东慧实业有限公司         | 2020-9-24 | 190.51      | 很少，基本可以忽略                                         |

| 序号 | 客户名称            | 访谈日期      | 报告期公司销售金额合计 | 报告期鑫源泰、鑫美泰销售规模                    |
|----|-----------------|-----------|-------------|-----------------------------------|
| 29 | 深圳市雅迪眼镜制造有限公司   | 2020-9-25 | 189.89      | 采购数量相对较少                          |
| 30 | 深圳市坪山新区标捷眼镜厂    | 2020-9-25 | 132.06      | 少量                                |
| 31 | 温州三马眼镜有限公司      | 2020-9-26 | 162.11      | 规模较小，约为发行人的 1/6                   |
| 32 | 瑞安市星辉眼镜有限公司     | 2020-9-26 | 122.02      | 很少                                |
| 33 | 瑞安市左右眼镜有限公司     | 2020-9-26 | 128.05      | 采购量很少                             |
| 34 | 温州市明禾光学眼镜有限公司   | 2020-9-26 | 125.00      | 采购量很小                             |
| 35 | 瑞安市星宇眼镜有限公司     | 2020-9-26 | 165.91      | 采购量很小                             |
| 36 | 瑞安市嘉怡眼镜有限公司     | 2020-9-26 | 179.77      | 采购量很小                             |
| 37 | 瑞安市君驰光学眼镜有限公司   | 2020-9-26 | 135.55      | 采购量很小                             |
| 38 | 温州市朗驰眼镜有限公司     | 2020-9-26 | 79.24       | 2017-2019 年年均约 0.5 万元             |
| 39 | 瑞安市正大眼镜有限公司     | 2020-9-26 | 127.81      | 2017-2019 年年均约 0.6 万元             |
| 40 | 温州茂铭眼镜有限公司      | 2020-9-27 | 102.45      | 2017-2019 年年均约 100 万元             |
| 41 | 温州市旭民眼镜有限公司     | 2020-9-27 | 86.63       | 201-2019 年年均约 5 万元                |
| 42 | 温州海派眼镜有限公司      | 2020-9-27 | 117.56      | 2017-2019 年年均约 1-2 万元             |
| 43 | 温州市尚轩光学有限公司     | 2020-9-27 | 124.00      | 2017-2019 年年均不超过 2 万元             |
| 44 | 温州市壹度眼镜有限公司     | 2020-9-27 | 54.73       | 2017-2019 年年均约 3-5 万元             |
| 45 | 浙江泰德光学有限公司      | 2020-9-28 | 128.21      | 2017-2019 年年均约 5-6 万元             |
| 46 | 温州铂亮光学有限公司      | 2020-9-28 | 192.37      | 2017-2018 年年均 1-2 万元，2019 年后几乎无合作 |
| 47 | 青田湛胜眼镜有限公司      | 2020-9-28 | 180.07      | 2017-2019 年年均约 8-9 万元             |
| 48 | 深圳市展鹏慧聪眼镜制造有限公司 | 2020-9-28 | 86.88       | 2017-2019 年年均不超过 1 万元             |
| 49 | 温州海际汇光学有限公司     | 2020-9-28 | 130.91      | 2017-2019 年年均十多万元                 |
| 50 | 创彰科技（深圳）有限公司    | 2020-9-29 | 85.41       | 2017-2019 年年均几千元                  |
| 51 | 佛山市顺德区伦敦朗琴眼镜厂   | 2020-9-29 | 125.97      | 2017-2019 年年均几千元                  |

#### （5）关于鑫源泰、鑫美泰经营规模的核查

##### ①国家企业信用信息公示系统”查询

经查询“国家企业信用信息公示系统”，两家公司的员工人数如下：

鑫源泰 2017 年年报、2018 年年报及 2019 年年报显示社保缴纳人数分别为 47 人、48 人以及 50 人，社保缴纳人数显示其员工人数较少；鑫美泰为个体工商户，2017 年年报、2018 年年报以及 2019 年年报均显示其“从业人数”为 1 人，发行人的经营规模远超过鑫源泰、鑫美泰。

##### ②实地走访鑫源泰、鑫美泰

鑫源泰注册地址为深圳市龙岗区横岗街道四联社区排榜砖厂工业区 6 栋；鑫美泰注册地址为深圳市龙岗区横岗街道四联社区排榜砖厂工业区 6 栋 1 楼。经走

访，两者实际经营地址与注册地址相同，均在同一栋楼上，楼体多处可见“鑫美泰”字样。该栋楼高三层，楼房旁边的几间简易板房亦为其车间，总营业面积估计在集美新材的 1/3 左右。

经查询工商系统及实地走访，保荐机构认为，鑫源泰、鑫美泰的经营规模明显小于发行人。

就鑫源泰、鑫美泰的相关问题，发行人在招股说明书“第七节 公司治理与独立性”之“九、关联方及关联交易”之“（一）现有关联方”之“5、公司控股股东、实际控制人关系密切的家庭成员及其控制的企业”中补充披露如下：

鑫源泰及鑫美泰自设立以来，与公司在技术、人员、资产、经营场地方面不存在任何关系，不存在为公司提供技术或劳务服务的情况；

鑫源泰及鑫美泰均从事与公司相同的业务，与公司的部分销售客户存在销售业务往来，该两企业与公司存在业务竞争关系；

公司的主要供应商（占公司年采购额 95%以上）与鑫源泰及鑫美泰不存在业务和资金往来；

鑫源泰及鑫美泰自设立以来与公司及公司的控股股东、实际控制人不存在业务和资金往来；

鑫源泰和鑫美泰与公司系独立开展业务，不存在转移订单，互相介绍业务或让渡业务机会等影响独立性的行为；

公司及其实际控制人，与鑫源泰、鑫美泰及其实际控制人黄若青及其配偶不存在资金往来，亦不存在关联交易；

报告期内，鑫源泰、鑫美泰的员工数量、营业面积显著小于公司的相关数据。

综上，鑫源泰及鑫美泰与公司存在竞争关系，但不存在影响发行人独立性 & 损害发行人利益的情形。

## 2、关于华意胶板

华意胶板（深圳）有限公司成立于 1995 年，是意大利 MAZZUCHELLI 1849 集团与香港捷成集团及日本 Daicel craft 有限公司的合资公司，是国内主要的醋酸纤维胶板生产商之一，产品主要用于制造眼镜架，是公司最主要的竞争对手之一。

华意胶板的控股股东为 MAZZUCHELLI 1849，该公司是一家具有一百多年历史的意大利家族企业，其在生产和经销醋酸纤维板材领域拥有世界领先的地

位。

就华意胶板的相关问题,发行人在招股说明书“第六节 业务和技术”之“三、公司在行业中的市场地位”之“(五)行业内主要企业情况”中补充披露如下:

上述公司中,华意胶板为公司在醋酸纤维素板材行业最主要的竞争对手之一,除公司部分核心员工曾在该公司任职外(具体情况请参见本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“十一、发行人董事、监事、高级管理人员及其他核心人员情况”之“(一)董事、监事、高级管理人员简介”中的相关内容),其在技术、人员、资产、经营场地方面与公司不存在任何关系,且不存在为公司提供技术支持和劳务服务的情况。

作为同行业主要竞争对手,华意胶板的客户和供应商与公司的客户和供应商存在重合。华意胶板与公司及公司的控股股东、实际控制人不存在业务或资金往来。

保荐机构发表的意见:

1、关于鑫源泰和鑫美泰

经核查,保荐机构认为:

①2007年,黄若青将股权转让给黄妙如,退出集美新材的经营,系自愿行为,股权转让协议已经公证;黄若青退出集美新材不涉及经营资产、人员的分割;

②发行人及其实际控制人,与鑫源泰、鑫美泰及其实际控制人黄若青及其配偶不存在资金往来,亦不存在关联交易;

③鑫源泰、鑫美泰与发行人的主要供应商不存在重叠;与部分客户存在重叠。经核查,鑫源泰和鑫美泰与发行人系独立开展业务,不存在转移订单,互相介绍业务或让渡业务机会等影响独立性的行为;

④报告期内,鑫源泰、鑫美泰的员工数量、营业面积显著小于发行人。

综上,保荐机构认为:

鑫源泰及鑫美泰与发行人在技术、人员、资产、经营场地方面不存在任何关系,不存在为发行人提供技术或劳务服务的情况。

鑫源泰及鑫美泰自设立以来与发行人及发行人的控股股东、实际控制人不存在业务和资金往来。

鑫源泰及鑫美泰均从事与发行人相同的业务,与发行人的部分销售客户存在

销售业务往来，与发行人的主要供应商不存在业务往来。

鑫源泰及鑫美泰与发行人存在竞争关系，但不存在影响发行人独立性，损害发行人利益的情况。

## 2、关于华意胶板

保荐机构查阅了华意胶板及其母公司的官方网站，访谈了发行人实际控制人及发行人的主要客户和供应商，核查了报告期内发行人的银行资金流水以及发行人实际控制人、董事、监事、高级管理人员的个人银行卡资金流水，保荐机构认为：华意胶板为发行人在醋酸纤维素板材行业最主要的竞争对手之一，除发行人部分核心员工曾在该公司任职外，其在技术、人员、资产、经营场地方面与发行人不存在任何关系，且不存在为发行人提供技术支持和劳务服务的情况。

作为同行业主要竞争对手，华意胶板的客户和供应商与发行人的客户和供应商存在重合。华意胶板与发行人及发行人的控股股东、实际控制人不存在业务或资金往来。

### 问题 3：关于员工

根据申报材料，报告期内，发行人及其子公司员工人数分别为 258 人、270 人、265 人。

请发行人：

(1) 补充披露报告期内发行人员工人数与业务规模是否匹配，以及员工流动情况、离职率等；

(2) 补充披露“研发费用”中的“外购服务支出”的具体内容，发行人是否存在劳务派遣或劳务外包等，相关劳务用工是否符合《劳动法》《劳务派遣暂行规定》等法律法规的规定；

(3) 补充披露报告期内发行人员工的学历情况和年龄结构，是否与公司在行业内研发技术水平和技术优势相匹配；

(4) 在招股说明书中进一步量化分析发行人“专业人才流失的风险”。

请保荐人、发行人律师发表明确意见。

回复如下：

第（1）问：补充披露报告期内发行人员工人数与业务规模是否匹配，以及员工流动情况、离职率等；

就上述问题，发行人在招股说书“第五节 发行人基本情况”之“十二、发行人员工及社会保障情况”之“（一）员工情况”中补充披露如下：

#### 2、公司员工流动情况

公司所处的广东省深圳市，是我国外来人口占比最高的城市，人员流动性较大。报告期内，公司员工的流动性较高，2017 年、2018 年、2019 年及 2020 年上半年，公司员工年平均离职率分别为 8.98%、7.79%、7.00%和 8.11%。公司离职员工中，生产工人占绝大多数，报告期内，公司各年离职的生产工人人数占总离职人数的比例均超过 70%。从离职时间分布来看，每年的 1 月及 12 月是公司离职员工最多的时期，该两个月末的员工人数处于较低水平。2020 年上半年，受新冠疫情影响，公司二季度的生产工人离职率较高。

#### 3、公司员工人数与业务规模匹配情况

报告期内公司员工人数与业务规模的变动情况如下：

| 项 目           | 2020 年 1-6 月 |            | 2019 年度   |            | 2018 年度   |            | 2017 年度   |
|---------------|--------------|------------|-----------|------------|-----------|------------|-----------|
|               | 数 额          | 变化率<br>(%) | 数 额       | 变化率<br>(%) | 数 额       | 变化率<br>(%) | 数 额       |
| 期末员工人数 (名)    | 209          | -21.13     | 265       | -1.85      | 270       | 4.65       | 258       |
| 各期年平均员工人数 (名) | 243          | -14.13     | 283       | 2.91       | 275       | 12.70      | 244       |
| 直接人工 (万元)     | 264.47       | —          | 947.76    | 5.54       | 898.04    | 25.20      | 717.31    |
| 产品产量 (吨)      | 467.69       | —          | 1,945.04  | 1.27       | 1,920.59  | 17.81      | 1,630.18  |
| 产品销量 (吨)      | 468.02       | —          | 1,868.48  | 3.49       | 1,805.43  | 14.18      | 1,581.26  |
| 主营业务收入 (万元)   | 3,854.61     | —          | 15,464.10 | 4.05       | 14,861.75 | 12.48      | 13,212.34 |

2019 年度相比 2018 年度, 公司的业务规模小幅增长, 期末员工人数减少 5 人, 年度平均员工人数增长 2.91%, 直接人工成本增长 5.54%, 员工人数变化与业务规模的变化匹配; 2018 年度相比 2017 年度, 公司业务规模有一定幅度的增长, 期末员工人数小幅增长, 年度平均员工人数增长 12.70%, 直接人工成本增长 25.20%, 员工人数变化与业务规模的变化匹配。

公司 2019 年员工人均产值与橡胶和塑料行业部分上市公司 (与公司产品类型相对接近) 比较情况如下:

| 公司代码      | 公司名称 | 2019 年末员工人数<br>(名) | 2019 年主营业务收入<br>(万元) | 人均产值<br>(万元) |
|-----------|------|--------------------|----------------------|--------------|
| 603657.SH | 春光科技 | 1326               | 54,603.17            | 41.18        |
| 688299.SH | 长阳科技 | 515                | 89,690.31            | 174.16       |
| 002735.SZ | 王子新材 | 2,120              | 130,032.37           | 61.34        |
| 300717.SZ | 华信新材 | 400                | 31,536.04            | 78.84        |
| 831748.OC | 雅格股份 | 40                 | 638.44               | 15.96        |
| 本公司       | 本公司  | 265                | 15,464.10            | 58.36        |

上表公司中, 雅格股份主营业务收入较小, 未形成规模效应, 长阳科技生产自动化程度较高, 人均产值较高; 除该两公司外, 公司的人均产值与同行业上市公司差异较小, 公司的员工人数与业务规模相匹配。

#### 保荐机构发表的意见:

保荐机构核查了发行人报告期各期的员工名册、工资表、产品的产销量等情况, 保荐机构认为: 发行人报告期内的人员流动较大、离职率较高, 主要为生产工人, 与发行人当地的用工环境及生产特点相适应; 因每年的 1 月及 12 月是发行人全年员工人数较少的时期, 发行人各报告期末的员工人数变化与各报告期的

业务规模变化存在小幅差异，但比较各年月平均员工人数和直接人工成本的变化情况，发行人各报告期的员工人数变化与发行人的业务规模变化相匹配。

通过与同行业公众公司的比较，发行人与同行业公众公司的人均产值差异不大，保荐机构认为，发行人报告期内员工人数与业务规模相匹配。

第（2）问：补充披露“研发费用”中的“外购服务支出”的具体内容，发行人是否存在劳务派遣或劳务外包等，相关劳务用工是否符合《劳动法》《劳务派遣暂行规定》等法律法规的规定；

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“十、经营成果分析”之“（三）利润表其他项目逐项分析”之“1、期间费用”之“（3）研发费用”中详细披露了“外购服务支出的具体内容”，相关内容如下：

#### “② 外购服务

报告期内，公司存在委托外部企业加工镜架样品和饰品用于研发的情况，具体如下：

| 外购服务商         | 加工内容 | 2020 年 1-6 月 |           | 2019 年度     |           | 2018 年度     |           | 2017 年度     |           |
|---------------|------|--------------|-----------|-------------|-----------|-------------|-----------|-------------|-----------|
|               |      | 加工费<br>(万元)  | 占比<br>(%) | 加工费<br>(万元) | 占比<br>(%) | 加工费<br>(万元) | 占比<br>(%) | 加工费<br>(万元) | 占比<br>(%) |
| 厦门至简光学有限公司    | 镜架样品 | 4.09         | 7.20      | 49.28       | 41.76     | 33.38       | 27.94     | -           | -         |
| 深圳市雷克斯眼镜有限公司  | 镜架样品 | 4.22         | 7.43      | 31.37       | 26.58     | 86.10       | 72.06     | 69.04       | 100.00    |
| 深圳市康视保眼镜有限公司  | 镜架样品 | 48.48        | 85.37     | 30.95       | 26.23     | -           | -         | -           | -         |
| 品威眼镜（深圳）有限公司  | 镜架样品 | -            | -         | 6.15        | 5.21      | -           | -         | -           | -         |
| 东阳市凯易达工艺品有限公司 | 饰品   | -            | -         | 0.25        | 0.21      | -           | -         | -           | -         |
| 合 计           |      | 56.79        | 100.00    | 118.00      | 100.00    | 119.48      | 100.00    | 69.04       | 100.00    |

2017 年、2018 年、2019 年及 2020 年 1-6 月，计入研发费用的外协加工费占当期研发费用的比例分别为 11.59%、16.14%、15.18%及 20.41%。

#### A. 外购服务的主要原因

##### a) 镜架样品的委托加工服务

公司在开发新的色彩、图纹和结构的醋酸纤维素板材时，需以镜架样品的形式评估效果。公司无镜架生产线，镜架样品需交由其他厂商进行加工处理。

##### b) 饰品的委托加工服务

醋酸纤维素板材除能作为眼镜的制造材料，也可作为发夹、头饰、耳环等饰品的制作材料。2019 年，公司开发了少量醋酸纤维素板材，通过委托加工的形式

制作成少量饰品，以评估效果。

#### B. 外购服务的定价机制

公司向拟定的外购服务厂商提供加工要求和加工方案并进行询价，外购服务厂商在参考生产成本和费用的基础上加上一定的利润率后向公司提出报价，公司根据报价合理选定外购服务厂商，签订外购服务合同。”

发行人在招股说明书首次出现“外购服务支出”的“第六节 业务和技术”之“七、公司拥有的核心技术及研究开发情况”之“（四）研发费用及其主要构成情况”中补充相关引征如下：

公司研发费用中，“外购服务支出”的具体内容，请参见本招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十、经营成果分析”之“（三）利润表其他项目逐项分析”之“1、期间费用”之“（3）研发费用”中的相关内容。

关于劳务派遣及劳务外包的情况，发行人在招股说书“第五节 发行人基本情况”之“十二、发行人员工及社会保障情况”之“（一）员工情况”中补充披露如下：

#### 5、公司劳务派遣或劳务外包情况

报告期内，公司于2019年4月30日与2020年4月30日与深圳市龙岗区保安服务公司（以下简称“龙岗保安”）签订《保安服务合同》，自2019年5月1日至2021年4月30日，由龙岗保安派遣2名保安员为公司提供门卫、巡逻、守护等保安护卫服务。

上述劳务派遣行为符合《劳动法》、《劳务派遣暂行规定》等法律法规的规定。除上述情况外，公司报告期内不存在其他劳务派遣或劳务外包的情况。

#### 保荐机构发表的意见：

发行人已在招股说明书中披露“研发费用”中的“外购服务支出”的具体内容。

发行人报告期内，于2019年5月起，由保安服务公司派遣2名保安员，为发行人提供安保服务。保荐机构核查了相关劳务派遣合同，核查了提供劳务服务的公司的相关资质许可，并访谈了发行人的人力资源负责人，保荐机构认为：发行人报告期内的上述劳务派遣行为符合《劳动法》、《劳务派遣暂行规定》等法律法规的规定；除上述情况外，发行人报告期内不存在其他劳务派遣或劳务外包的

情况。

第（3）问：补充披露报告期内发行人员工的学历情况和年龄结构，是否与公司在行业内研发技术水平和技术优势相匹配；

就上述问题，发行人在招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“十二、发行人员工及社会保障情况”之“（一）员工情况”中补充披露如下：

#### 4、公司员工的年龄构成及学历构成情况

报告期内，公司员工的年龄构成如下：

单位：名

| 年 龄       | 2020 年 6 月 末 | 2019 年 末 | 2018 年 末 | 2017 年 末 |
|-----------|--------------|----------|----------|----------|
| 30 岁及以下   | 61           | 114      | 119      | 127      |
| 31 至 40 岁 | 94           | 102      | 107      | 89       |
| 41 至 50 岁 | 46           | 43       | 41       | 40       |
| 50 岁以上    | 8            | 6        | 3        | 2        |
| 合 计       | 209          | 265      | 270      | 258      |

报告期内，公司员工的学历构成如下：

单位：名

| 年 龄           | 2020 年 6 月 末 | 2019 年 末 | 2018 年 末 | 2017 年 末 |
|---------------|--------------|----------|----------|----------|
| 本科及以上学历       | 15           | 18       | 20       | 17       |
| 专科学历          | 34           | 39       | 33       | 31       |
| 专科以下学历        | 160          | 208      | 217      | 210      |
| 合 计           | 209          | 265      | 270      | 258      |
| 大学专科以上人员占比（%） | 23.44        | 21.51    | 19.63    | 18.60    |

2017 年、2018 年、2019 年及 2020 年 1-6 月，公司具有大学专科及以上学历的员工人数占各期期末员工人数的比例分别为 18.60%、19.63%、21.51%和 23.44%，逐年提高。公司员工的学历结构与公司在行业内的研发技术优势相匹配。

保荐机构发表的意见：

发行人已披露了报告期发行人员工的年龄结构和学历结构。保荐机构核查了发行人员工的学历情况，访谈了发行人的核心研发人员。保荐机构认为，发行人的研究开发属于应用性研发，包括生产模具、工艺的研发以及产品色彩、纹理、图案等视觉效果的研发，对研发人员的学历要求不高，对研发人员在相关领域的实践经验及美学素养要求较高，发行人的学历结构与发行人在行业内的研发技术优势相匹配。

第(4)问：在招股说明书中进一步量化分析发行人“专业人才流失的风险”。

就该事项，发行人在招股说明书“第四节 风险因素”之“十、专业人才流失的风险”中补充披露如下：

公司是一家专业从事中高端眼镜框架制造用醋酸纤维素板材研发、生产和销售的生产型企业，公司业务经营的开拓和发展在很大程度上依赖于技术人员的研发能力、管理人员的行业经验、以及销售人员的市场开拓能力。2017年、2018年、2019年及2020年上半年，公司员工年平均离职率分别为8.98%、7.79%、7.00%和8.11%，离职率较高，离职人员中也包括专业人才；2017年、2018年、2019年及2020年上半年，公司管理人员和研发人员的年平均离职率分别为1.23%、1.82%、0.52%和0.75%。如果公司管理人员与专业技术人员出现大比例流失，将可能对公司经营产生不利影响。

保荐机构发表的意见：

发行人已在招股说明书中量化分析并披露了“专业人才流失的风险”。经核查报告期发行人员工的流动情况及离职率情况，保荐机构认为，发行人已如实充分披露了相关风险。

## 问题 4：关于合规经营

申报材料显示，公司已通过 GB/T19001-2016/ISO9001:2015 质量管理体系认证，建立了完善的质量控制制度和运行体系，实现了对原材料及成品的有效质量管控。公司生产的醋酸纤维素板材未被列入工业产品生产许可目录，无需办理和取得工业产品生产许可证。公司无与业务相关的经营或生产许可。

请发行人：

(1) 结合发行人业务环节、主要客户、内部控制措施等，补充披露发行人商品质量控制流程，报告期内的产品合格率情况，是否能够有效防范产品质量风险，是否存在产品质量纠纷或潜在纠纷；

(2) 补充披露发行人经营境外业务是否须取得所在国家或地区的行业准入资质，如是，补充披露相关取得情况、境外业务开展是否合法合规。

请保荐人、发行人律师发表明确意见。

回复如下：

第（1）问：结合发行人业务环节、主要客户、内部控制措施等，补充披露发行人商品质量控制流程，报告期内的产品合格率情况，是否能够有效防范产品质量风险，是否存在产品质量纠纷或潜在纠纷。

发行人在招股说明书“第六节 业务与技术”中补充披露如下：

### 九、公司产品质量控制情况

#### （一）质量控制体系

公司非常重视产品质量的维护和提升，致力于符合企业发展和特色的质量管理体系建设。目前公司已通过 GB/T19001-2016/ISO9001:2015 质量管理体系认证，构建了采购、生产、销售各环节的质量控制体系，制定了《来料检验规范》、《过程检验规范》、《成品检验规范》、《生产过程控制程序》、《产品质量监测控制程序》、《产品检验控制程序》等一系列规范性文件，通过质量控制流程提升和保证公司产品质量。公司建立了 SAP 信息管理系统，协同各部门对产品生产过程进行全面跟踪和控制。由于公司产品生产存在“小批量、多批次”的特点，通过系统的产品质量控制规范，可减少生产资源的损耗，增强产品质量的可控性，为下游客户提供品质优良、色彩丰富、结构多样的醋酸纤维素板材。

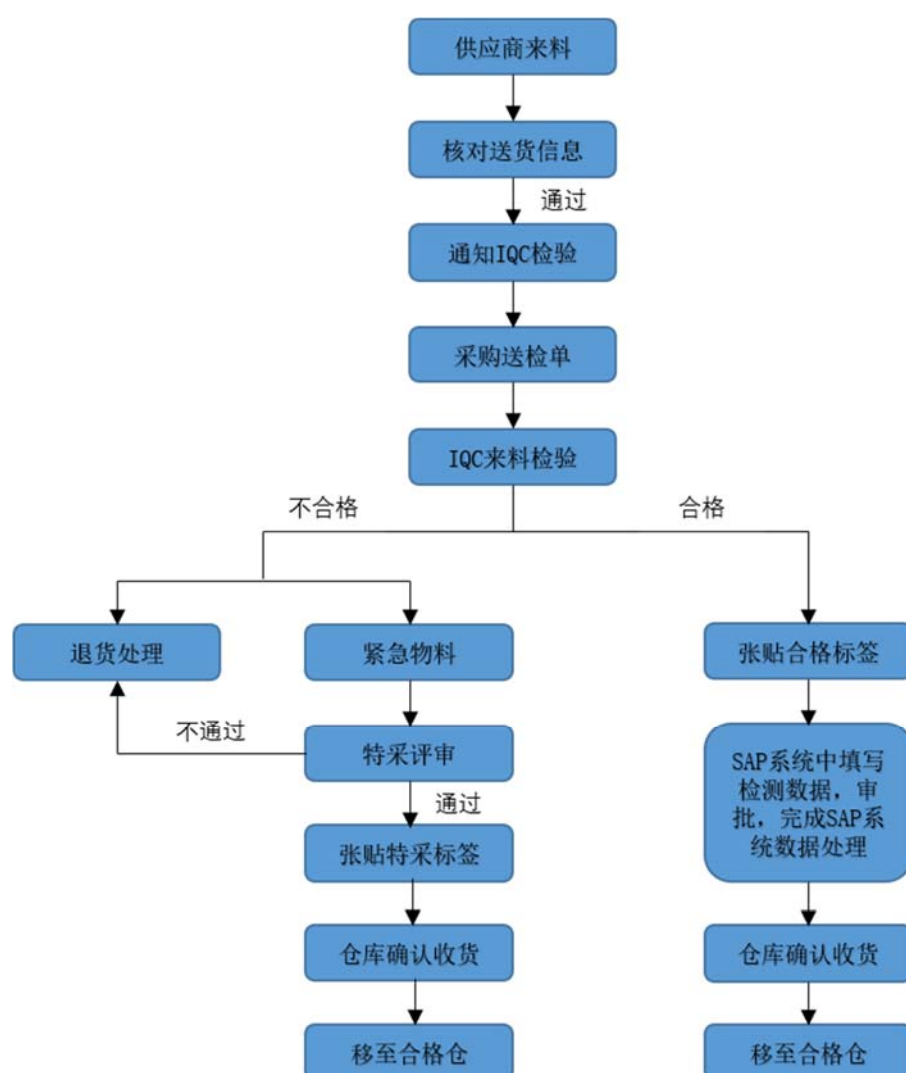
#### （二）质量控制措施

公司一贯坚持“质量第一、服务客户”的质量方针，通过有效运行并不断完善品质管控措施，强化公司产品品质管理，各环节具体质量控制措施如下：

### 1、采购环节的质量控制

公司与原材料行业的知名企业进行合作，保证原材料供应和质量稳定；公司制定了《供应商管理控制程序》等供应商管理制度，对供应商的供货能力、供货周期和产品质量进行评价和管理；公司设有 IQC（来料质量控制）人员负责原材料质量控制，通过《来料检测作业指导书》标准对水分、黄度、裂痕等指标进行检测，确保原材料品质符合产品生产要求。

公司采购环节的质量控制流程如下：

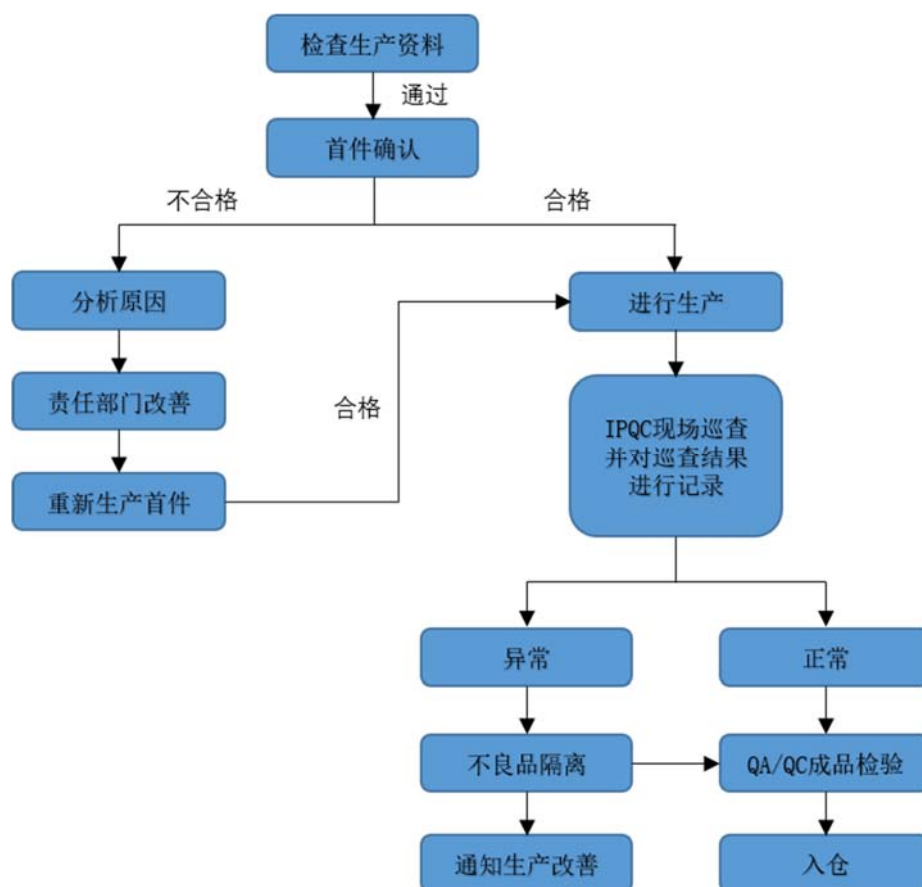


### 2、生产环节的质量控制

公司设有专门的 IPQC（制程质量控制）人员负责制程控制，制定了《过程检验规范》，在产品生产过程中杜绝气泡的产生，通过人工和设备结合的方式严

格控制可能存在的批次色差。目前，公司已设立专门的实验室，对产品拉力、弹性模量、撞击、硬度、缩水、抗老化及紫外线等性能进行严密监测，通过首件确认、终检把关等方式控制产品合格率，严格保证产品品质。由于行业无专用设备供应商，公司的生产设备多为定制化设备，由公司内部高级生产人员负责设备的开发和改进以适应不同产品的生产要求，通过不断调整和优化生产工艺，进一步保证产品质量的稳定。

公司生产环节的质量控制流程如下：



### 3、销售环节的质量控制

公司产品销售设有专门的质量检验程序，产品生产完成后由 OQC（出货质量控制）人员负责按照《成品检验规范》和《GB/T2828.1-2003 抽样标准》的接收质量限，进行成品检验，检验合格后方可办理入库并进入销售环节。出货时，当客户有检验要求或产品库存时间较长时由 OQC 人员负责重检，确保产品质量符合客户要求。

### 4、售后服务环节的质量控制

公司制定了《客户满意度调查程序》，营销中心负责针对客户满意度进行调

查和分析，形成分析报告，品质部按照调查结果采取相应改进措施，能够为客户提供售后回访，售后质量跟踪，质量信息反馈等全面完整的服务。

### （三）质量控制效果

2017年、2018年、2019年及2020年1-6月，公司销售产品的退换货率分别为0.53%、0.63%、0.54%和0.33%，处于极低水平。

依据深圳市市场监督管理局出具的证明，报告期内公司没有违反质量监督管理有关法律法规的记录。

综合上述情况，报告期内公司能够有效控制和防范产品质量风险，不存在产品质量纠纷和潜在纠纷。

#### 保荐机构发表的意见：

通过对发行人相关产品质量控制制度、控制措施及实施情况的核查，依据质量监督管理部门出具的证明，结合对发行人主要客户的走访，保荐机构认为，报告期内发行人产品质量控制制度及措施执行情况良好，产品退换货率极低，能够有效控制和防范产品质量风险，不存在产品质量纠纷和潜在纠纷。

第（2）问：补充披露发行人经营境外业务是否须取得所在国家或地区的行业准入资质，如是，补充披露相关取得情况、境外业务开展是否合法合规。

发行人在招股说明书第“第六节 业务与技术”之“八、公司境外经营情况”中补充披露如下：

### （三）公司境外经营业务资质及合法合规情况

依据公司聘请的意大利律师 ARMANDO CATARISANO 和香港林李黎律师事务所以分别出具的境外法律意见书，公司境外全资下属企业美能公司和意大利集美所经营的业务不属于所在国家或地区划定的特殊行业，无需获得行业准入资质，公司境外经营业务合法、合规。

#### 保荐机构发表的意见：

通过对发行人境外公司注册信息及业务开展情况的核查，依据发行人聘请的境外律师出具的法律意见，保荐机构认为，发行人境外公司经营的业务不属于所在国家或地区划定的特殊行业，无需获得行业准入资质。报告期内，发行人境外经营业务符合所在国家或地区法律法规的要求。

## 问题 5：关于产品

据招股说明书披露，发行人产品为醋酸纤维素板材，分为挤板系列和压板系列。发行人以醋酸纤维素板材为载体，融合行业最新流行趋势和时尚元素为客户提供流行度高、时尚性强、色彩新颖、结构多样的高品质镜架板材。

请发行人：

(1) 补充披露挤板系列和压板系列产品的分类标准和依据，除了工艺和销售单价不同外，二者在技术指标、生产工艺、原材料构成、营业成本、产品性能、终端用途等方面是否存在差异，压板系列产品单价远高于挤板系列产品的原因及合理性；

(2) 结合下游主要客户的其他供应商情况，补充披露醋酸纤维素板材是否存在被其他材料或产品完全替代的风险；

(3) 结合发行人产品在行业上下游中的定位和角色，发行人上下游企业是否具备醋酸纤维素板材的直接生产能力，发行人业务是否存在被替代的风险。

请保荐人发表明确意见。

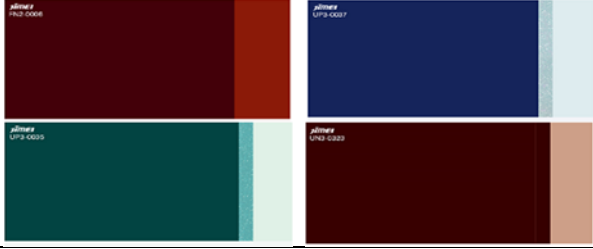
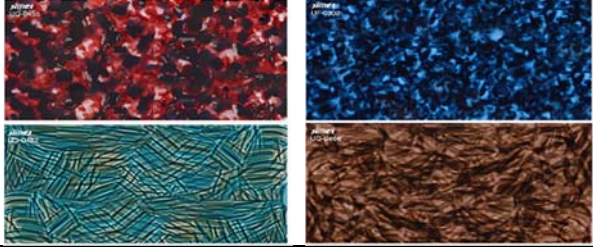
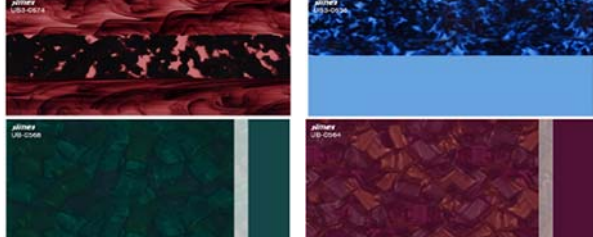
回复如下：

第（1）问：补充披露挤板系列和压板系列产品的分类标准和依据，除了工艺和销售单价不同外，二者在技术指标、生产工艺、原材料构成、营业成本、产品性能、终端用途等方面是否存在差异，压板系列产品单价远高于挤板系列产品的原因及合理性。

发行人在招股说明书“第六节 业务与技术”之“一、公司主营业务、主要产品及变化情况”之“（二）公司主要产品及用途”中修改及补充披露如下：

“按照生产工艺的不同，公司生产的醋酸纤维素板材可分为挤板系列和压板系列两大类，具体情况如下：

| 公司主要产品 |       |                                                                                     |                                                               |                    |
|--------|-------|-------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------|--------------------|
| 产品类型   |       | 图示                                                                                  | 产品特点                                                          | 用途                 |
| 挤板系列   | 挤板单色类 |  | 1、经调色、混料、抽粒、挤出等工序后制成；<br>2、可通过色粉的变换，调制出实色、浊色、透色、珠光等不同质感的颜色效果； | 中高端太阳镜、老花镜和光学镜架的制造 |
|        |       |  |                                                               |                    |

| 公司主要产品 |                                                                                     |                                                                                  |                    |
|--------|-------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------|--------------------|
| 产品类型   | 图示                                                                                  | 产品特点                                                                             | 用途                 |
| 挤板系列   |                                                                                     | 3、色彩感丰富、质感好和易加工等特点。                                                              |                    |
|        |    | 1、经调色、混料、抽粒、挤出等工序后制成；<br>2、可通过模具实现多色共挤后形成简约或多彩的花纹及结构；<br>3、花纹丰富、颜色多变、质感好和易加工等特点。 |                    |
|        |    | 1、经调色、混料、抽粒、挤出等工序后制成；<br>2、可通过色彩的叠加实现质感的变换；<br>3、色彩感丰富、层次感分明。                    |                    |
|        |   | 1、经调色、混料、抽粒、挤出等工序后制成；<br>2、可通过不同颜色及不同色彩质感的变换，做出渐变效果；<br>3、渐变自然、色彩柔和。             |                    |
| 压板系列   |  | 在模具中加入预着色和预成型的颗粒，将其通过热压成型，生产出具有较好的美学和机械性能的板材。                                    | 中高端太阳镜、老花镜和光学镜架的制造 |
|        |  | 1、具有工序多、结构复杂、工艺难度较大等特点；<br>2、结合高清打印、其他材质与胶板相粘合，可将各种动物纹、水彩画、风景等体现在产品中，颜色图案更加丰富。   |                    |

上述两类产品在技术指标、原材料构成及终端用途方面均不存在差异，在生产工艺方面的差异请参见本节“一、（六）主要产品工艺流程”，产品特点方面的差异请见上表，营业成本方面的差异情况如下：

| 产品类型 |       | 平均单位营业成本（元/公斤） |       |       |       |
|------|-------|----------------|-------|-------|-------|
|      |       | 2020年1~6月      | 2019年 | 2018年 | 2017年 |
| 挤板系列 | 挤板绞花类 | 49.25          | 45.80 | 40.61 | 43.75 |

| 产品类型 |        | 平均单位营业成本（元/公斤） |       |       |       |
|------|--------|----------------|-------|-------|-------|
|      |        | 2020年1~6月      | 2019年 | 2018年 | 2017年 |
|      | 挤板渐变类  | 46.33          | 44.51 | 42.40 | 46.37 |
|      | 挤板单色类  | 31.39          | 30.87 | 33.79 | 41.16 |
|      | 挤板层板类  | 41.58          | 40.13 | 39.78 | 44.29 |
|      | 综合营业成本 | 38.21          | 37.10 | 37.39 | 43.00 |
| 压板系列 | 压板碎花类  | 51.67          | 50.79 | 59.85 | 60.69 |
|      | 压板拼板类  | 65.55          | 61.75 | 55.86 | 55.82 |
|      | 综合营业成本 | 55.69          | 54.24 | 58.50 | 59.13 |

发行人在招股说明书“第六节 业务与技术”之“四、公司销售情况及主要客户”之“（二）主要产品的主要客户群体及价格变动情况”之“2、报告期内主要产品平均价格变动（不含税）情况”中，就压板系列产品单价远高于挤板系列产品的原因及合理性补充披露如下：

报告期内，公司压板系列产品平均单价远高于挤板系列产品平均单价的主要原因如下：（1）生产工艺方面，压板产品较挤板产品更为复杂，为实现碎花、拼接等图纹效果，需对挤板进行粉碎加工后，再进行压板成型工序，物料耗用相对于挤板更大，单位成本更高；（2）挤板采用的热成型抽拉工艺，仅能实现色彩和图纹的简单组合变换，压板采用的热压成型工艺可通过添加由各类挤板粉碎加工后获得的颗粒和形状，实现不同色彩及图纹的复杂变换效果，产品附加值更高，市场竞争力更强；（3）由于生产工艺的差别，压板产品较挤板产品能够更好的与时尚潮流元素相融合，实现更多色彩及图纹的组合变换，更受下游眼镜制造厂商的青睐，从而更易接受更高的价格。

#### 保荐机构发表的意见：

通过对发行人产品生产工艺、生产成本、产品特性及销售情况的调查，以及下游客户的访谈，保荐机构认为，发行人修改及补充披露的上述内容真实、准确，与发行人实际业务情况相符，发行人压板系列产品单价远高于挤板系列产品的原因合理。

第（2）问：结合下游主要客户的其他供应商情况，补充披露醋酸纤维素板材是否存在被其他材料或产品完全替代的风险；

就上述问题，发行人在招股说明书“第六节 业务与技术”之“二、公司所处行业基本情况”之“（三）行业基本情况”中补充披露如下：

### 5、醋酸纤维素板材被其他材料或产品完全替代的可能性

根据下游眼镜市场情况，眼镜生产厂商采用的镜架材料主要为醋酸纤维素、硝酸纤维素、环氧树脂、尼龙等塑料材料，以及铜合金、镍合金、镍铜合金、钛合金等金属材料，其中硝酸纤维素材料因易受酸性物质侵蚀、易燃、易褪色、老化发黄变脆的缺点，已被很少采用；环氧树脂材料因镜架成型后伸缩幅度有限，使用量相对较低；尼龙材料因手感质地硬、易断裂、吸湿性大、尺寸稳定性较差，主要用于部分装饰性眼镜的制造。与其他镜架材料相比，醋酸纤维素材料具有易着色、易加工抛光、手感好、加工性能好、抗老化、不易燃烧、耐腐蚀性强的特点，其原料（醋酸纤维素胶粒）来源于棉花或木材纤维，较其他塑料和金属材料具有更好的亲肤性能。与金属材料相比，醋酸纤维素材料拥有更多的色彩和图纹变换，能够更好的融入时尚潮流元素。因此，醋酸纤维素材料已成为眼镜生产厂商广泛采用的镜架材料之一。

各类材料的特点及在镜架制造方面的具体应用如下：

| 类型 |      | 优点                                | 缺点                     | 应用范围                        |
|----|------|-----------------------------------|------------------------|-----------------------------|
| 塑料 | 醋酸纤维 | 透明性好、易着色、易加工抛光、手感好、加工性能好、抗老化、不易燃烧 | 易受酮、高浓度酸、碱侵蚀，机械强度稍差    | 应用广泛，是一般化学架的主要材料，可分为注塑架和板材架 |
|    | 硝酸纤维 | 可塑性好、易加工成型、着色性好、外观漂亮、硬度较大、不易扭弯    | 易受酸性物质侵蚀、易燃、易褪色、老花发黄变脆 | 已很少采用                       |
|    | 环氧树脂 | 质轻、色彩鲜艳、弹性好、寿命长、不易弯曲变形            | 镜架成型后伸缩幅度有限            | 主要用于制造部分名牌镜架                |
|    | 尼龙   | 具有高度的可塑还原性、颜色丰富、强度大、成本低           | 手感质地硬、易断裂、吸湿性大、尺寸稳定性较差 | 装饰性眼镜                       |
| 金属 | 铜合金  | 成本低、易加工                           | 耐腐蚀性差、易生锈、易变形          | 低档镜架                        |
|    | 镍合金  | 耐腐蚀性较好、不易生锈、机械强度较好                | 易造成皮肤过敏                | 中高档镜架                       |
|    | 镍铜合金 | 抗腐蚀、强度较高、焊接牢固                     | 易发生脱镀、被腐蚀现象            | 中档镜架                        |
|    | 钛合金  | 质轻、耐腐蚀、抗过敏、强度高                    | 工艺性能差、抗磨性较差、成本较高       | 中高档金属镜架的主流                  |

醋酸纤维素材料的应用比例总体与眼镜市场潮流趋势相关，近年来在眼镜产品中的应用情况受眼镜消费市场及时尚潮流趋势的变化影响，具有一定的波动性。

依据 Luxottica Annual Report 报告, 2014 年至 2018 年, 陆逊梯卡使用的眼镜材料中, 醋酸纤维素板材的应用占比均保持在 20%以上, 金属材料的应用占比均保持在 30%以上, 硝酸纤维、环氧树脂、尼龙等其他材料的合计应用占比则保持在 40%以上。

从公司近年产品销售情况及下游眼镜生产厂商的材料需求来看, 醋酸纤维素板材凭借其在成本、价格、性能, 以及在色彩、图纹和结构变换多样, 能与时尚潮流元素有效融合, 并能与其他眼镜材料拼接达到特有的混搭效果等方面的优势, 倍受下游眼镜生产厂商及眼镜消费市场的青睐, 已成为眼镜产品制造的主要原材料之一, 使用量仅次于用量最大的金属材料。

综上所述, 公司生产的醋酸纤维素板材不存在被其他材料或产品完全替代的可能。

#### 保荐机构发表的意见:

通过对发行人下游客户的访谈, 及市场信息的查阅, 保荐机构认为, 发行人生产的醋酸纤维素板材系下游眼镜生产厂商广泛使用的镜架材料之一, 较其他塑料和金属材料具有材料轻质、不易老化、色彩丰富、图纹多样、时尚性强、亲肤性好等显著优点, 已成为板材眼镜生产的主要镜架材料, 市场空间较大, 市场需求稳定, 不存在被其他材料或产品完全替代的风险。

第(3)问: 结合发行人产品在行业上下游中的定位和角色, 发行人上下游企业是否具备醋酸纤维素板材的直接生产能力, 发行人业务是否存在被替代的风险。

就上述问题, 发行人在招股说明书“第六节 业务与技术”之“三、公司在行业中的市场地位”之“(六)行业发展态势”中补充披露如下:

#### 7、公司业务被上下游行业替代的可能性

##### (1) 公司产品上下游行业向公司业务延伸的可能性

公司上游行业定位于基础材料的研发生产, 基础材料一般面向多行业应用。公司上游公司主要生产塑料级醋酸纤维素, 应用于高档眼镜, 工具手柄, 隐形胶带, 油漆以及其他与人体能直接接触的产品, 如按钮, 汽车方向盘, 玩具等, 应用广泛。该行业公司的业务向某类下游应用延伸的可能性较小。

公司下游为眼镜生产行业, 眼镜生产厂商采用的镜架材料包括醋酸纤维素、硝酸纤维素、环氧树脂、尼龙等塑料材料, 以及铜合金、镍合金、镍铜合金、钛

合金等金属材料，材料来源广泛。眼镜生产商的业务向上游某特定材料延伸的可能性较小。

## （2）公司产品上下游企业直接生产醋酸纤维素板材的门槛

公司上下游企业较难具备直接生产醋酸纤维素的能力，原因如下：

### 1) 产品设计门槛

随着眼镜时尚装饰功能日益凸显，产品设计既要满足适用需求，更要在产品中及时融入顺应消费潮流、引导流行趋势的时尚潮流元素，对镜架材料的色彩、图纹、结构及模具的开发设计能力提出较高要求，需要企业具备较强的创新设计能力。企业只有在模具开发、色彩调配、图纹设计、结构搭配、生产工艺等方面持续深入研发和长时间的积累，持续探索新工艺、新技术、新产品，才能及时开发和生产出符合市场需求的产品。

### 2) 客户资源门槛

Luxottica（陆逊梯卡）、Safilo（霞飞诺）等国际一线眼镜厂商为本行业重要的客户，具有较为严格的供应商认证体系，产品认证周期较长，对行业企业的开发设计能力、供货能力、资金实力、经营规模、商业信誉与售后服务保障能力等诸多方面具有严格的要求。

### 3) 专业人才门槛

醋酸纤维素板材的生产要求企业拥有包括开发设计、机械、材料等多领域专业人才在内的开发设计团队及专业技术人员，以应对不断变化的开发设计和生产需求，确保产品开发的及时性和产品质量的稳定性。随着眼镜产品时尚化趋势的不断增强，市场对眼镜材料的创新性、时尚元素及色彩创意提出更高要求，企业需要能够对时尚潮流拥有敏锐判断力、具备丰富开发设计经验的专业人才作为支撑，及时挖掘并精确传达时尚信息和流行元素，并辅以稳定、专业的专业技术队伍，为开发设计成果的产业化实施及稳定产品质量提供有力保障。

### 4) 生产经验门槛

醋酸纤维素板材主要应用于板材镜架的制造，在生产过程中对色差，结构性差异以及拉力、弹性模量、撞击、硬度等性能指标有着严格的要求，若产品存在明显色差或产生气泡都将导致产品报废，需要多年的生产经验积累以确保产品稳定性，提升成品率。此外，本行业企业所采用的专业设备多为定制化设备，需积累长期的生产经验才能准确把握设备升级改造和工艺改良优化的要点，提高

生产效率，降低生产成本。其次，本行业生产具有“小批量、多批次”的特点，需通过长期生产管理经验的积累形成有序的生产组织能力，在满足下游客户多样化需求的同时，减少物料损耗，达到降本增效的目的。

#### 5) 产品质量门槛

眼镜作为人们改善视力、保护眼睛、展现个人品味及追求时尚潮流的重要载体，对镜架材料的质量具有较高要求，坚韧度好、牢固耐用、易加工、材质轻、无刺激的镜架材料越来越受到市场的青睐和消费者的认可。随着人们消费水平的提高，镜架质量已成为消费者选购的重要考量，因此镜架材料质量的优劣对镜架产品的质量起到了决定性的作用，直接影响镜架产品的市场需求。为能给下游眼镜制造厂商提供品种多样、质量稳定、性能优异、品质优良的镜架材料，本行业企业需投入大量物力和财力持续改进生产工艺、培养专业技术人员、完善质量控制体系，通过长期的生产实践，稳定产品质量，提高产品品质，以产品为核心、质量为准绳，赢得客户和市场的认可，提高市场占有率。

综上所述，公司业务不存在被上下游企业替代的风险。

#### 保荐机构发表的意见：

通过对发行人客户及供应商的访谈，对发行人所处行业及上下游行业情况的调查与了解，保荐机构认为，发行人上下游企业主观上向发行人业务延伸的意愿较弱，客观上不完全具备直接开展发行人业务的能力，发行人业务不存在被上下游企业替代的风险。

## 问题 6：关于行业竞争与市场地位

据招股说明书披露，发行人凭借优异的开发设计能力、丰富多彩的产品颜色、新颖时尚的图纹创意、多样变换的产品结构、稳定可靠的产品质量及良好的企业形象，产品应用于中高端板材眼镜架的制造，与众多国内外知名眼镜制造厂商建立了长期稳定的合作关系，公司是国内眼镜板材行业的领先企业。色彩创新、图纹创意，及其与时尚潮流元素的有效融合是发行人持续保持产品创新及市场竞争力的核心驱动力。

请发行人：

（1）结合发行人主营业务演变情况，补充披露“色彩创新、图纹创意，及其与时尚潮流元素的有效融合”的具体表现和业务范围，是否具有行业内客观评价标准；结合发行人的人员构成、技术水平、产品定价、市场需求等因素，量化分析发行人“对色彩、图纹、结构的创新性设计与开发”能力较强的原因和评价依据；

（2）结合发行人对下游眼镜制造行业的市场占有率和醋酸纤维素板材对眼镜镜架材料的市场渗透率等，补充披露发行人是“国内眼镜板材行业的领先企业”的判断依据和原因，并明确“中高端板材眼镜架”的具体判断标准；结合发行人主要客户和产品定位情况，说明报告期发行人产品销售数量和金额占主要客户同类原材料采购比重，销售单价与客户其他供应商销售单价是否存在明显差异，发行人产品是否具备较高的技术含量和较强市场竞争力；

（3）补充披露发行人产品醋酸纤维素与其他眼镜板材，如硝酸纤维素、环氧树脂、尼龙及镍、钛等合金材料在镜架制造领域的比较情况，包括但不限于产品性能、单价、技术含量、市场份额、未来市场容量等方面情况，以及与同行业可比公司或主要眼镜生产商相关产品的市场份额对比情况。

请保荐人发表明确意见。

回复如下：

第（1）问：结合发行人主营业务演变情况，补充披露“色彩创新、图纹创意，及其与时尚潮流元素的有效融合”的具体表现和业务范围，是否具有行业内客观评价标准；结合发行人的人员构成、技术水平、产品定价、市场需求等因素，量化分析发行人“对色彩、图纹、结构的创新性设计与开发”能力较强的原因和评价依据。

发行人在招股说明书“第六节 业务与技术”之“三、公司在行业中的市场地位”之“（三）公司的竞争优势”中补充披露如下：

#### 7、产品的创新创意优势

公司自成立以来，始终致力于中高端板材眼镜用醋酸纤维素板材的开发设计、生产和销售。随着眼镜产品的装饰性与时尚性需求的日渐增长，公司十分重视产品色彩的创新和图纹的创意，以及与时尚潮流元素的有效融合，不断推出符合市场需求，色彩丰富、图纹新颖、富含时尚潮流元素的产品，形成了公司产品的核心竞争力。公司产品色彩、图纹及时尚元素的开发设计灵感，除主要来源于PANTONE（潘通）、WGSN（沃斯全球时尚网）等权威潮流预测机构外，还来源于POP色彩趋势、时尚芭莎、ELLE、视觉生活、VOGUE等潮流时尚资讯及网站。公司产品展现的色彩、图纹及时尚效果主要取决于客户的主观感受及终端眼镜产品的市场接受度，行业内尚未形成客观的评价标准。

上述潮流预测机构、潮流时尚资讯及网站的简要情况如下：

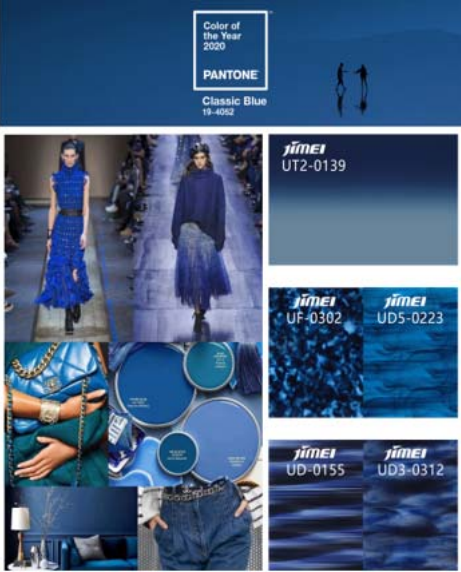
| 序号 | 名称            | 简要情况                                                                                                                                                                                        |
|----|---------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1  | PANTONE（潘通）   | PANTONE 成立于 1953 年，是一家专门开发和研究色彩而闻名全球的权威机构，经过几十年的发展，现已经将其配色系统延伸到色彩占有重要地位的各行各业，如数码技术、纺织、塑胶、绘图、建筑和室内装饰及涂料等，满足设计和生产专业人士的需要。其色卡为国际通用的标准色卡，已经成为当今交流色彩信息的国际统一标准语言。PANTONE 每年发布最新潮流色，也成为时尚行业的色彩指示标。 |
| 2  | WGSN（沃斯全球时尚网） | WGSN 是专业趋势预测服务提供商，代表着放眼世界的全球潮流互联网，致力于提供线上订阅服务和专业咨询。透过潮流趋势分析、商业信息以及累积的报告和图片，为时尚、生活、设计、零售、电子商务等多个行业提供趋势预测、创意灵感和商业资讯。                                                                          |
| 3  | POP 色彩趋势      | POP 色彩趋势提供服装最新、最前沿、最具权威的专业的流行趋势预测分析报告，从色彩、图案、面辅料、剪裁细节、工艺、配饰等方面，预测未来的色彩流行方向。眼镜作为配饰中重要的元素之一，与服装的颜色相呼应，因此服装的潮流色彩对于眼镜有极其重要的参考意义。                                                                |
| 4  | 时尚芭莎          | 《时尚芭莎 Harper's BAZAAR》创刊于 2001 年，是中国内地杂志《时尚芭莎》和美国赫斯特出版集团《Harper's BAZAAR》版权合作的时尚类杂志，在中国内地出版发行。2006 年，该杂志获得新浪网络盛典年度专业领域最权威时尚杂志奖。为中国女性提供时尚资讯、流行趋势，带来美学与智慧。                                    |
| 5  | ELLE          | 《ELLE》是 1945 年创刊的专注于时尚、美容、法国时尚杂志，全球超过 150 个版权商和 250 产品种类。它代表女性——自信的、有活力的、有魄力的、活泼的、好奇的、有魅力的、自由的形象。通过对时尚流行趋势的精确分析、传播、选择，《ELLE》不仅拥有全世界的时尚读者，更在产品形象上形成独一无二的                                     |

| 序号 | 名称                    | 简要情况                                                                                                                            |
|----|-----------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|    |                       | 风格。                                                                                                                             |
| 6  | 视觉生活                  | 《视觉生活》(V. MAGAZINE)是香港唯一一家专业眼镜媒体,为眼镜行业人士和所有关注眼镜时尚的大众提供丰富的眼镜情报、设计师动态和行业资讯,是亚洲眼镜流行指标,V. MAGAZINE 以传统实体杂志与新媒体平台双轨并行,放送时尚眼镜界最精彩的内容。 |
| 7  | 20/20                 | 20/20 全球时尚眼镜杂志,涵盖全球眼镜资讯,为设计师和时尚达人们提供丰富的时尚眼镜款型及色彩运用,动态信息,品牌资讯,                                                                   |
| 8  | VOGUE                 | 《VOGUE》是由美国康泰纳仕集团出版发行的一本期刊。创刊于1892年,是世界上历史悠久广受尊崇的一本综合性时尚生活类杂志,杂志内容涉及时装、化妆、美容、健康、娱乐和艺术等各个方面,被奉为世界的 Fashion Bible (时尚圣典)。         |
| 9  | EYEB00K               | 时尚眼镜杂志,网罗时尚眼镜图片,品牌故事及行业资讯。                                                                                                      |
| 10 | www.vogue.com.cn      | 专业潮流时尚网站,囊括每季国际时装发布和潮流趋势解读,专注于潮流服饰、流行服装、美容美体、护肤彩妆、珠宝配饰、奢侈品、名表、手袋、鞋靴等时尚领域,了解全球时尚动态。                                              |
| 11 | hypebeast.cn/about    | 为结合实体与线上流行资讯的新媒体,在时尚文化领域中扮演着突破性的推动角色。从街头文化到高端时装,纵观全球时尚潮流发展。                                                                     |
| 12 | www.notjustalabel.com | 潮人社区网站,聚集了几千个世界一流的设计师,有很多独立设计师品牌,还有一些量产的超新品牌。                                                                                   |
| 13 | theimpression.com     | 时尚潮流网站,汇集全球时尚品牌资讯。                                                                                                              |
| 14 | www.net-a-porter.com  | 知名权威奢侈品网站,会更新全球时尚奢侈品推荐、穿搭配饰等内容。                                                                                                 |

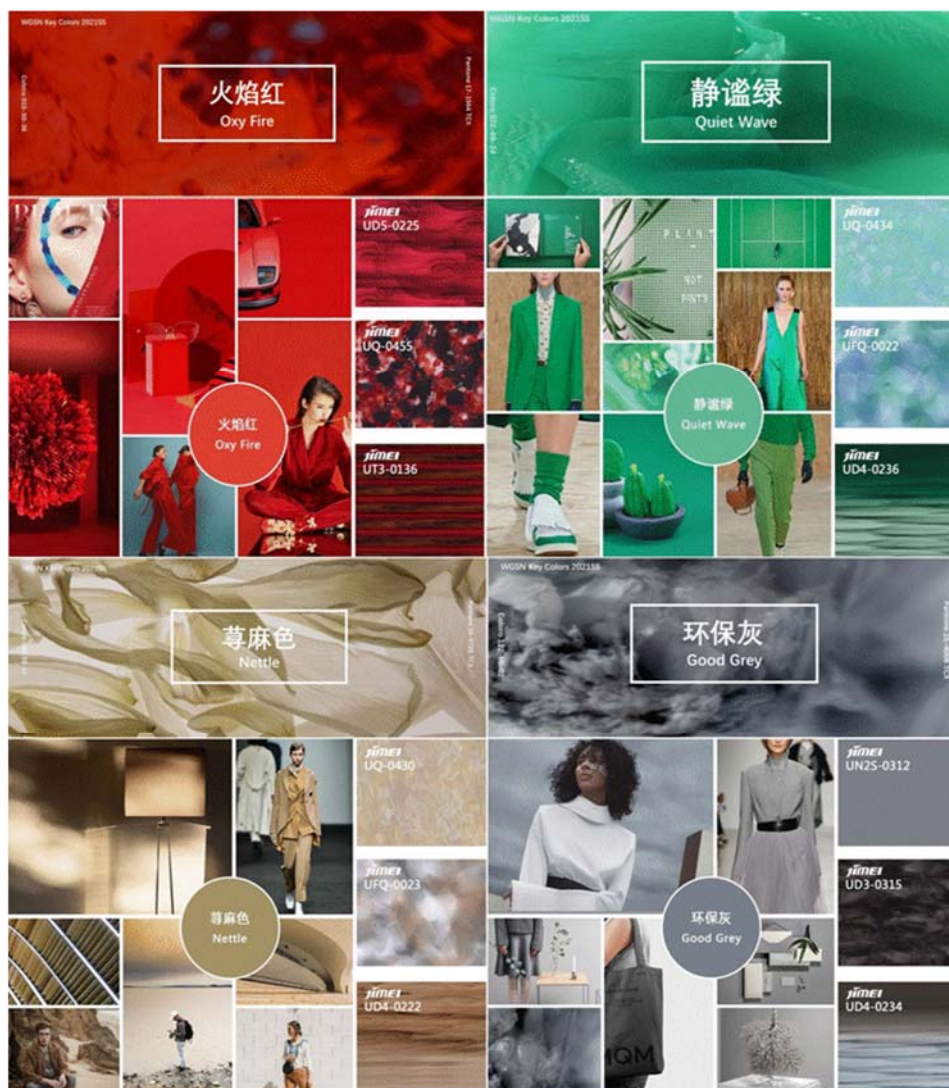
### (1) 公司产品对潮流色彩的运用及有效融合

颜色在板材中的运用决定了板材整体风格是否贴合潮流时尚,因此公司在色彩的选择与搭配中,公司会参考 PANTONE 色卡,将最新的潮流色彩运用于公司产品。PANTONE 作为一家专门从事色彩开发研究的全球知名权威机构,其推出的 PANTONE 色卡被运用于各行各业,且 PANTONE 每年都会根据各个领域的参考去选出一个指标性的年度代表色,用来表达当年正在发生的全球时代精神。

报告期内,公司对流行色彩的具体运用如下:

|                                                                                     |                                                                                                                                                                                        |
|-------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|    | <p>2018 年 PANTONE 发布的潮流色为“紫外光”(色号 PANTONE 18-3838TPX)，紫外光暗示了宇宙的神秘，以及我们未知的世界。广袤无垠的夜空象征着无限的可能，并继续激励着我们追求一个超越我们自己世界的渴望。公司在 2017 年提前开发了“紫外光”元素的板材，引领潮流时尚。(附图中，右侧“jimei”字样图片为本公司具体产品示例)</p> |
|   | <p>2019 年 PANTONE 年度流行色为“珊瑚橙”(色号 PANTONE 16-1546)，这是一个充满生命力的色彩，象征着我们对于乐观和愉悦的天生追求，为现代生活注入活力。色彩是一个平衡的镜头，透过它我们体验自然环境与数字技术的交融。(附图中，右侧“jimei”字样图片为本公司具体产品示例)</p>                            |
|  | <p>2020 年 PANTONE 年度流行色为“经典蓝”(色号 PANTONE 19-4052)，这是一个永恒不朽的蓝色调，简约中流露优雅的，给人一种平静的感觉。就像是薄暮时的天空，一望无际的蓝色能够唤起人类对于广袤无垠夜空的无限遐想，经典蓝鼓励着我们透过显而易见的事实，拓展思维，放飞想象。(附图中，右侧“jimei”字样图片为本公司具体产品示例)</p>   |

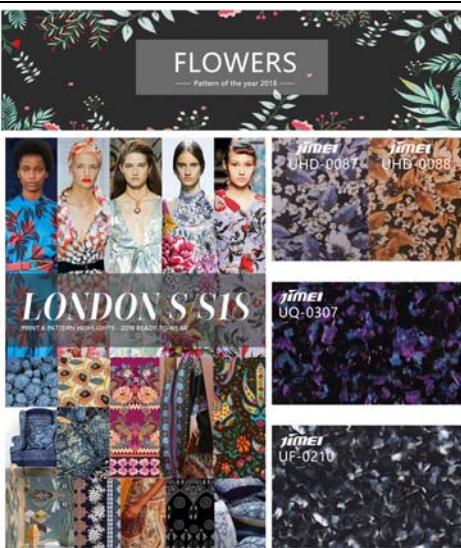
公司除参考 PANTONE 年度流行色，还会参考 WGSN 潮流预测等其他流行色资讯，及时把握色彩流行趋势，开发出极具时尚色彩的眼镜板材，具体表现如下：



注：上述图片中，右侧“jime”字样图片为本公司具体产品示例。

## (2) 公司对于潮流图纹的运用及融合

除潮流色彩的运用外，板材同样可以与潮流图纹相结合，展现出丰富的纹理与花色。报告期内，公司对潮流图纹的具体运用如下：

|                                                                                     |                                                                                                                                                                                      |
|-------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|    | <p>2018 年碎花图案成为潮流，碎花不仅具有复古文艺风格，也能突显女性的优雅气质。公司将碎花的元素融入到板材设计中，增加了板材的时尚感。（附图中，右侧“jimei”字样图片为本公司具体产品示例）</p>                                                                              |
|   | <p>2018 和 2019 年的潮流纹理中，几何纹理的运用十分广泛，其不规则的线条美，表现出平面与立体的交织，构筑新的想像空间，在建筑设计、绘画创作，服装面料等领域都有运用。公司将几何纹理的表现形式融入到板材设计中，使其更具立体感与丰富性。（附图中，右侧“jimei”字样图片为本公司具体产品示例）</p>                           |
|  | <p>自然元素在各类产品领域中的热度始终较高，不同自然元素的运用，能够展现出原生态与自然感的美学效果。WGSN 发布的最新潮流资讯中包含了“原生态珠光”元素，其灵感来源于地质形态与纹理，收缩表面与不规则褶皱，渐变珠光可以提升整体质感，表现奢华的气质。2019 年公司已将该元素融入到板材设计中。（附图中，右侧“jimei”字样图片为本公司具体产品示例）</p> |

在人员构成方面，公司参与产品研发的人员分为专职研发人员和辅助研发人员，其中专职研发人员主要负责色彩、图纹、结构的创新创意设计、时尚潮流元素与产品的有效融合、研发项目的具体实施。辅助研发人员主要为公司生产部

门、技术部门和销售部门人员。生产部门和技术部门人员主要参与产品技术工艺的产业化实施、技术工艺的优化调整、以及机器设备的升级改造等有关生产技术工艺方面的研发活动；销售部门人员主要参与产品市场化研究和流行趋势分析等涉及产品设计开发的研发活动。截至 2019 年末，公司共计拥有研发人员 27 人，其中专职研发人员 18 名，辅助研发人员 9 名，构建了一支多部门参与、多岗位协同、反应快速、工作高效的研发队伍。

在技术水平方面，公司于 2017 年着手构建色彩数据库，以便于色彩配方的数据化管理和调用，降低人工调色产生的误差，达到稳定产品质量的目的。目前公司拥有 140 种基础色，可调配出近 8 万种色彩搭配。公司自行设计和改进了自动化程度较高的混料、烤料、挤板、压板和刨板生产线，采用精度高、质量稳定、成品率高的热转印、干法热压等先进生产工艺，并在长期的生产实践中对机器设备及工艺技术持续改进，提高生产的自动化和智能化水平，保证产品品质、提高生产效率。公司在技术水平方面的具体表现详见本节“五、公司在行业中的竞争地位”之“（三）3、生产优势”。

在产品定价方面，公司产品定位于中高端眼镜板材，主要客户为陆逊梯卡、霞飞诺、雅视光学、新兴光学、华清眼镜等拥有众多中高端眼镜品牌或为其进行代工的国内外一线眼镜生产厂商。经过多年的行业深耕，公司凭借高效的产品研发、丰富的产品种类、创新的色彩组合、新颖的图纹创意、过硬的产品质量，不断向市场和客户推出并提供富含时尚潮流元素的中高端眼镜产品制造用醋酸纤维素板材，在产品定价方面较为主动。

经向公司主要客户了解，公司产品性能与质量能够满足中高端眼镜产品生产要求，产品定价遵从市场化原则，在参照市场同类产品价格的基础上向客户进行报价并最终协商确定。产品定价比同类进口产品相对较低，基本与国内市场同类产品保持一致，具有较强的市场竞争力和较高的性价比。

在市场需求方面，2017 年、2018 年和 2019 年公司产品销售种类逐年增加，分别为 4,869 种、5,339 种和 5,681 种。为能及时把握市场机遇，满足客户对产品色彩、图纹及时尚潮流元素方面随时可能变换的需求，公司不断加强产品的研发储备，并适时向市场推出成熟产品。报告期内，公司共计完成色彩配方开发 3,932 项，图纹开发 1,732 项，结构开发 831 项，形成新产品总计 1,374 项，累计实现销售收入 2,296.23 万元。

综合上述，公司在产品色彩、图纹、结构的创新性设计与开发方面能力较强，是公司持续保持产品竞争力和新增利润增长点的重要手段。公司在产品的创新创意方面的竞争优势较为明显。

保荐机构发表的意见：

保荐机构认为：

通过对发行人的人员构成、研发情况、技术情况、销售情况的核查，以及对发行人主要客户的访谈，上述补充披露内容与发行人业务的实际情况相符。

发行人依据上述方面，对其在产品“色彩、图纹、结构的创新性设计与开发能力较强”的阐述原因合理，评价依据充分。

第（2）问：结合发行人对下游眼镜制造行业的市场占有率和醋酸纤维素板材对眼镜镜架材料的市场渗透率等，补充披露发行人是“国内眼镜板材行业的领先企业”的判断依据和原因，并明确“中高端板材眼镜架”的具体判断标准；结合发行人主要客户和产品定位情况，说明报告期发行人产品销售数量和金额占主要客户同类原材料采购比重，销售单价与客户其他供应商销售单价是否存在明显差异，发行人产品是否具备较高的技术含量和较强市场竞争力。

发行人在招股说明书“第六节 业务与技术”之“一、公司主营业务、主要产品及变化情况”之“（一）公司主营业务”中修改及补充披露如下：

依据本公司报告期第一大客户，也是全球最大的眼镜生产、批发和零售商陆逊梯卡在国内独资设立的生产企业东莞华宏向本公司出具的有关醋酸纤维素板材采购情况的答复，本公司系其最大的内资板材供应商，占其年板材采购量的20%以上。另据浙江省眼镜行业协会公众号“眼镜基地”于2019年8月28日刊载的《中国眼镜胶板业突飞猛进，超越全球胶板市场半壁江山》报导，公司产品年销量在国内眼镜板材行业中排名居前。因此，本公司是国内眼镜板材行业的领先企业。

公司产品主要应用于中高端板材眼镜的制造，上述“中高端板材眼镜”是指具有较高品牌知名度的高品牌附加值眼镜产品。公司的主要客户为陆逊梯卡、霞飞诺、雅视光学、新兴光学、华清眼镜等知名眼镜制造企业，上述企业拥有Ray-Ban、Oakley、Burberry和Gucci等众多国际中高端眼镜品牌，或为上述品牌代工。公司主要客户的总体情况如下：

| 序号 | 客户 LOGO                                                                             | 客户简称                | 客户简介                                                                                                                                                                                                                            |
|----|-------------------------------------------------------------------------------------|---------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1  |    | Luxottica<br>(陆逊梯卡) | 眼科镜片、处方镜架和太阳镜设计、制造和分销的全球领导者，拥有 Ray-Ban、Oakley、Vogue 及 Persol 等高端眼镜自主品牌，及 Armani、Chanel、Prada 和 Burberry 等国际知名品牌的零售权。同时拥有全球最庞大的眼镜零售网络之一，全球范围内约有 9,000 家门店，包括知名眼镜零售连锁品牌 LensCrafters (亮视点)，遍布北美、澳洲、欧洲、中国大陆、中国香港、马来西亚、新加坡等多个国家和地区。 |
| 2  |    | Safilo<br>(霞飞诺)     | 全球著名高端眼镜生产商，主要产品包括镜架、太阳眼镜、体育用品及部件等，主要品牌包括 Safilo、Oxydo、Blue Bay、Carrera 和 Smith，在意大利、美国及中国大陆设有公司，产品远销全球 130 多个国家和地区。                                                                                                            |
| 3  |    | 雅视光学                | 设计、制造及销售不同类型光学产品的领先企业（港交所股票代码：01120），业务范围主要包括设计制造、分销及零售。                                                                                                                                                                        |
| 4  |    | 瓯海眼镜                | 专业生产多系列多品种高中档眼镜的企业，主要产品包括太阳镜架、光学镜架、老花镜架等多个系列，产品出口到欧美、东南亚、非洲等多个区域。                                                                                                                                                               |
| 5  |    | 新兴光学                | 世界领先的 ODM 眼镜制造商之一（港交所股票代码：00125），主营业务为生产及销售光学镜架、太阳镜架及相关产品。                                                                                                                                                                      |
| 6  |  | 方氏眼镜                | 集设计、研发、制造、分销和零售为一体的现代化企业。方氏眼镜在业内近年来多次被授予“先进生产企业”、“成长型企业”、“浙江省眼镜协会常务副会长单位”、“浙江眼镜十强企业”等荣誉称号。                                                                                                                                      |
| 7  |  | 恒发光学                | 著名香港眼镜制造商（港交所股票代码：01134），旗下拥有深圳华清眼镜有限公司和江西华清眼镜有限公司两大高端眼镜研发、生产加工基地，与全球知名眼镜企业 Safilo、Marcolin&Viva、Derigo、Specsavers、Grandvison 等建立长期战略合作关系，产品远销欧洲、北美、澳洲、香港、新加坡等国家和地区。                                                            |
| 8  |  | 三杉光学                | 专业从事光学及太阳眼镜设计、开发、制造和销售的大型民营企业，大部分产品远销美国、澳大利亚、欧洲和亚洲等海外市场，公司与诸多知名品牌合作。                                                                                                                                                            |
| 9  |  | 巨龙光学                | 专业生产高档光学镜架、太阳镜架的中国/意大利合资企业。公司拥有长期为国际品牌提供 ODM 和 OEM 生产的经验；产品远销欧美。                                                                                                                                                                |

报告期内，公司按产品价格区分的不同定位产品的平均销售价格、销售占比及与市场其他同类产品价格的比较情况如下：

| 按产品价格区分 | 平均销售价格<br>(元/公斤) | 2019 年度      |           | 2018 年度      |           | 2017 年度      |           | 同类产品价格<br>(元/公斤) |
|---------|------------------|--------------|-----------|--------------|-----------|--------------|-----------|------------------|
|         |                  | 销售金额<br>(万元) | 占比<br>(%) | 销售金额<br>(万元) | 占比<br>(%) | 销售金额<br>(万元) | 占比<br>(%) |                  |
| 高端产品    | 116.52           | 7,651.70     | 49.48     | 7,159.53     | 48.17     | 6,280.44     | 47.53     | 100.00 及以上       |
| 中端产品    | 79.04            | 4,842.70     | 31.32     | 4,895.22     | 32.94     | 4,814.07     | 36.44     | 60.00~100.00     |
| 低端产品    | 49.22            | 2,969.70     | 19.20     | 2,806.99     | 18.89     | 2,117.84     | 16.03     | 60.00 以下         |
| 合 计     |                  | 15,464.10    | 100.00    | 14,861.75    | 100.00    | 13,212.34    | 100.00    |                  |

关于发行人销售单价与客户其他供应商销售单价是否存在明显差异，发行人说明如下：

公司的客户中无境内上市或挂牌公司；公司客户中有境外上市公司，但由于境外上市公司信息披露要求低于境内，所以公司无法通过公开信息获得公司客户从其他供应商采购同类产品的精确价格信息。此外，对于采购价格，属于商业敏感信息，公司的客户也不愿提供具体的内容。根据保荐机构及申报会计师对公司主要客户的访谈，公司主要客户认为，公司产品的销售价格略低于同类产品的进口价格，与国内其他供应商同类产品的价格差异不大。

**保荐机构发表的意见：**

通过查询行业相关公开资料、对发行人主要客户进行访谈，保荐机构认为，发行人属于国内眼镜板材行业的领先企业，发行人关于“国内眼镜板材行业的领先企业”的表述客观、准确。

保荐机构通过查阅行业相关公开资料、对发行人主要客户进行访谈，确认发行人的主要客户拥有世界知名的眼镜、奢侈品品牌，或为这些品牌代工。通过对主要客户的访谈，保荐机构认为，发行人的主要客户均为中高端眼镜的制造商，部分客户也确认了发行人的产品主要用于中高端产品的生产，发行人关于“产品主要应用于中高端板材眼镜的制造”的表述真实准确；发行人产品的销售单价与发行人客户其他供应商的销售单价不存在明显差异。

**第（3）问：补充披露发行人产品醋酸纤维素与其他眼镜板材，如硝酸纤维素、环氧树脂、尼龙及镍、钛等合金材料在镜架制造领域的比较情况，包括但不限于产品性能、单价、技术含量、市场份额、未来市场容量等方面情况，以及与同行业可比公司或主要眼镜生产商相关产品的市场份额对比情况。**

发行人在招股说明书“第六节 业务与技术”之“二、公司所处行业基本情况”之“（三）行业基本情况”之“2、镜架及镜架材料行业发展概况”之“（2）醋酸纤维素材料成为镜架生产的重要原材料”中修改及补充披露如下：

**“（2）醋酸纤维素材料成为镜架生产的重要原材料**

醋酸纤维素又称为醋酸纤维素酯，由棉花纤维或木材纤维乙酰化而成，是重要的纤维素有机酸酯，其作为多孔膜材料，具有选择性高、透水量大、加工便捷等特点。根据乙酰化程度可将醋酸纤维素分为一醋酸纤维素、二醋酸纤维素及三

醋酸纤维素，其中二醋酸纤维素应用最为广泛，其外观具有光泽优雅、手感佳、可染性强、颜色鲜明等特征，在纺织、卷烟、生物医学及塑料制品等领域得到广泛应用，是制造镜架及镜片、汽车方向盘、日用品等的重要原材料。

醋酸纤维素材料属于热塑性材料，以透明度高、易着色、易加工抛光、手感好、不易老化等特点，日益受到消费市场的青睐，已成为镜架制造的主要原材料之一。目前，醋酸纤维镜架按生产工艺可分为板材镜架和注塑镜架，板材镜架由醋酸纤维板材铣切加工而成，应用较为广泛，主要用于中高端镜架的制造；注塑架由醋酸纤维素胶粒经注塑机注塑成型，成本较低，主要用于低端镜架的制造。

在镜架市场中，时尚化的款式、优异的材质、精湛的工艺是消费者选购时考虑的主要因素。醋酸纤维素材料产品以其色彩丰富、图纹多样、可在不同生活及社交场景与着装搭配形成较好的视觉感受，成为展现眼镜时尚潮流元素的重要载体。醋酸纤维素材料应用比例总体与眼镜市场潮流趋势相关，近年来醋酸纤维素材料在眼镜产品中的应用情况受时尚潮流趋势变化的影响具有一定的波动性，据陆逊梯卡报告显示，2018年醋酸纤维素材料在其眼镜产品中的应用比例为24%。

随着新材料、新技术的不断涌现和改进，镜架材料的种类不断丰富，一般要求其具有材质轻、坚韧度好、牢固耐用、易加工、不易变形、对皮肤无刺激等特点。根据镜架的材质，镜架材料可分为塑料、金属及天然材料三大类。随着新材料及新技术的发展，硝酸纤维素、醋酸纤维素、环氧树脂、尼龙等合成材料及镍、钛等各种合金材料在镜架制造领域均得到了广泛应用。

上述眼镜材料在产品性能、市场价格、技术含量、市场份额、市场容量及其与同行业企业和主要客户相关产品市场份额的比较情况如下：

#### ① 产品性能

醋酸纤维素材料及其他眼镜材料在产品性能及应用方面的比较情况如下：

| 类型 |      | 优点                                 | 不足                     | 应用范围                        |
|----|------|------------------------------------|------------------------|-----------------------------|
| 塑料 | 醋酸纤维 | 透明性好、易着色、易加工抛光、手感好、加工性能好、不易老化、不易燃烧 | 易受酮、高浓度酸、碱侵蚀，机械强度稍差    | 应用广泛，是一般化学架的主要材料，可分为注塑架和板材架 |
|    | 硝酸纤维 | 可塑性好、易加工成型、着色性好、外观漂亮、硬度较大、不易扭弯     | 易受酸性物质侵蚀、易燃、易褪色、老花发黄变脆 | 已很少采用                       |

| 类型   |      | 优点                      | 不足                     | 应用范围         |
|------|------|-------------------------|------------------------|--------------|
|      | 环氧树脂 | 质轻、色彩鲜艳、弹性好、寿命长、不易弯曲变形  | 镜架成型后伸、缩幅度有限           | 主要用于制造部分名牌镜架 |
|      | 尼龙   | 具有高度的可塑还原性、颜色丰富、强度大、成本低 | 手感质地硬、易断裂、吸湿性大、尺寸稳定性较差 | 装饰性眼镜        |
| 金属   | 铜合金  | 成本低、易加工                 | 耐腐蚀性差、易生锈、易变形          | 低档镜架         |
|      | 镍合金  | 耐腐蚀性较好、不易生锈、机械强度较好      | 易造成皮肤过敏                | 中高档镜架        |
|      | 镍铜合金 | 抗腐蚀、强度较高、焊接牢固           | 易发生脱镀、被腐蚀现象            | 中档镜架         |
|      | 钛合金  | 质轻、耐腐蚀、抗过敏、强度高          | 工艺性能差、抗磨性较差、成本较高       | 中高档金属镜架的主流   |
| 天然材料 | 玳瑁   | 重量轻、光泽性好、经久耐用且具有保存价值    | 易断裂、成本高                | 高档镜架         |

## ② 产品价格

天然材料由于获取难度较大、加工成本较高，市场价格相对于金属材料 and 塑料材料较高；金属材料中，钛合金材料价格普遍高于其他合金材料，但总体高于塑料材料；塑料材料中，醋酸纤维素材料因其轻质、环保、耐用、亲肤性好等优点，价格普遍高于其他塑料材料。总体而言，天然材料价格最高，其次为金属材料，最后为塑料材料。

## ③ 技术含量

天然材料的技术含量主要体现在眼镜产品的后期制作和与其他材料的拼接利用方面，不涉及原料的生产；金属材料的技术含量主要体现在合金材料的合成及改性方面，其中记忆钛、钛合金及其他贵金属合金材料的技术含量较高，但相较于天然材料和塑料材料，在色彩和图纹变换方面较为单一；醋酸纤维素、尼龙等塑料材料的技术含量主要体现在色彩、图纹的时尚效果及与目标色彩和图纹的相似度和稳定性方面，对产品的色彩、图纹、结构及质量具有较高要求。

## ④ 市场份额

鉴于全球眼镜板材领域尚无高公信力的市场份额情况统计数据，因此依据全球最大眼镜生产、批发和零售商陆逊梯卡对各类眼镜材料的应用来具体说明市场份额情况，具有一定的代表性。近年来，眼镜材料的应用受眼镜消费市场及时尚潮流趋势的变化影响，具有一定的波动性。依据 Luxottica Annual Report 报告，2014 年至 2018 年，陆逊梯卡使用的眼镜材料中，醋酸纤维素板材的应用

占比均保持在 20%以上，金属材料的应用占比均保持在 30%以上，硝酸纤维、环氧树脂、尼龙等其他材料的合计应用占比则保持在 40%以上。

从公司近年产品销售情况及下游眼镜生产厂商的材料需求来看，醋酸纤维素板材凭借其在成本、价格、性能，以及在色彩、图纹和结构变换多样，能与时尚潮流元素有效融合，并能与其他眼镜材料拼接达到特有的混搭效果等方面的优势，倍受下游眼镜生产厂商及眼镜消费市场的青睐，已成为眼镜产品制造的主要原材料之一，使用量仅次于用量最大的金属材料。

### ⑤ 市场容量

眼镜材料的市场容量主要取决于眼镜产品行业的发展。在全球经济增长、眼睛护理和用眼健康意识日益提高、人口老龄化加剧及眼镜装饰作用和时尚潮流需求日益凸显等因素的影响下，全球眼镜市场处于稳定发展阶段。据 Essilorluxottica 数据显示，2018 年全球眼镜市场规模为 1,050 亿欧元，预计未来一段时间内将以每年 4%的增长率稳步增长。

我国拥有全球潜力最大的眼镜消费市场，在我国经济快速发展及消费水平不断提高、近视低龄化、人口老龄化、消费者用眼健康意识逐渐增强等因素的驱动下，我国眼镜市场仍拥有巨大的增长潜力。据 Euromonitor 预测，预计到 2020 年我国眼镜市场规模将达 851.77 亿元。从镜架市场来看，据 Frost & Sullivan 数据显示，由于近年来我国人口的日益增长及国民消费水平的不断提升，我国镜架市场规模由 2013 年的 17.80 亿元增至 2017 年的 20.80 亿元，年复合增长率约 4.00%，预计 2022 年将增至 26.60 亿元，期间年复合增长率约 5.30%。

受时尚潮流及眼镜款式、消费观念等因素影响，依据全球最大眼镜生产、批发和零售商陆逊梯卡历年对各类眼镜材料的应用情况来看，各类眼镜材料的市场容量主要受眼镜产品的时尚潮流及款式变化、消费者需求和偏好等因素影响，其中金属材料和醋酸纤维素材料相较于其他材料仍将因轻质、耐用、易于加工、亲肤性好等优点，拥有较大的市场容量和较高的市场份额。

### ⑥ 与同行业企业和主要客户相关产品市场份额的比较情况

据浙江省眼镜行业协会公众号“眼镜基地”于 2019 年 8 月 28 日刊载的《中国眼镜胶板业突飞猛进，超越全球胶板市场半壁江山》报导：“全球销量排行前五的企业有：一是 Mazzucchelli 胶板，年销量 3 千多吨；二是金余胶板，年销量

3千多吨；三是Laes胶板，年销量2千多吨；四是集美新材，年销量2千多吨；五是金亮胶板，年销量2千多吨。其中，Mazzucchelli胶板、Laes胶板为意大利企业，金余胶板、集美新材、金亮胶板为中国企业。”。国际眼镜板材老牌生产企业意大利Mazzucchelli公司成立于1849年，是全球成立最早的胶板生产企业，华意胶板系意大利Mazzucchelli公司在华独资设立的生产基地。

另据全球最大的眼镜生产、批发和零售商陆逊梯卡在国内独资设立的生产企业东莞华宏向本公司出具的有关醋酸纤维素板材采购情况的答复，本公司系其最大的国内醋酸纤维素板材供应商，占其板材采购的20%以上。

综合上述情况，公司在国内醋酸纤维素板材行业内拥有的市场份额相对较高。

保荐机构发表的意见：

通过对行业信息及相关资料的查阅，结合发行人主要客户的访谈情况，保荐机构认为，发行人上述对于产品、业务、市场容量及市场份额的描述客观、真实，与发行人产品、业务及所处行业的实际情况相符。

## 问题 7：关于核心技术与知识产权

根据申报材料，发行人关键核心技术为色彩数据化管理系统，拥有近 8 万种色彩配方，能够实现快速找色、精准配色，降低人工配色误差，缩短研发周期，提高生产效率，但发行人未将其申请专利。公司拥有发明专利 3 项，实用新型专利 14 项，外观设计专利 1 项，软件著作权 12 项。此外，公司与浙江大学深圳研究院合作，重点进行彩色线条抽片打碎一体化成型工艺设计的研究。

请发行人：

（1）根据《公开发行证券的公司信息披露内容与格式准则第 28 号——创业板公司招股说明书（2020 年修订）》第五十四条的要求，补充披露主要产品或服务的核心技术来源，是否均为自主研发，发行人的核心技术采取的技术保护措施是否充足，对色彩配方采取的具体保护措施及其有效性；核心技术人员的取得的专业资质及重要科研成果和获得奖项情况等；

（2）补充披露报告期内每年新增色彩配方数量，与每年新开发产品、研发人员数量的匹配情况；发行人同样花色品种产品是否向多个客户销售，发行人与客户是否存在销售限制条款，是否与客户存在色彩配方合作研发情况和共有知识产权的情形，色彩配方是否存在纠纷或潜在纠纷；

（3）补充披露发行人 3 项发明专利受让取得情况，包括转让方基本情况、与发行人的关系、转让原因、转让价格及定价公允性，3 项发明专利目前使用状态为技术储备的原因，相关专利与发行人目前实际应用的技术方面的协同效果，是否属于公司核心技术，上述专利对发行人生产经营的重要程度。

请保荐人、发行人律师发表明确意见。

回复如下：

第（1）问：根据《公开发行证券的公司信息披露内容与格式准则第 28 号——创业板公司招股说明书（2020 年修订）》第五十四条的要求，补充披露主要产品或服务的核心技术来源，是否均为自主研发，发行人的核心技术采取的技术保护措施是否充足，对色彩配方采取的具体保护措施及其有效性；核心技术人员的取得的专业资质及重要科研成果和获得奖项情况等。

发行人在招股说明书“第六节 业务与技术”之“七、公司拥有的核心技术和研究开发情况”之“（一）公司拥有的核心技术及应用情况”中补充披露如下：

## （一）公司拥有的核心技术及应用情况

截至本招股说明书签署日，公司的核心技术均为自主研发，应用于生产领域，情况如下：

| 序号 | 核心技术               | 主要内容                                                                                                                            | 对应专利                                     | 技术来源 |
|----|--------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------|------|
| 1  | 低平台可拖动式物料车升降装置     | 有效解决了物料小车底盘过低无法升降问题，安装简单省力，安装位置可随意更换，随时拖动，且可直接推到升降台面上，使用方便，操作简单。                                                                | 一种物料升降装置<br>ZL201820778111.9             | 自主研发 |
| 2  | 压力可调式大批量色片渗色测试专用夹具 | 利用弹簧压力代替砝码重力，省力又安全，且压力大小可任意调节，使用方便，操作简单。同时，一次可测试色片 30~50 片。                                                                     | 一种色片渗色测试夹具<br>ZL201820777934.X           | 自主研发 |
| 3  | 链轮可调式新型链条张紧机构      | 省去传统方式中的导杆和支架，将导杆和支架集合在一根推杆上。使得加工简单，且零件数量少，组装简易，安装便捷，并可通过调节链轮轴上的螺纹，实现链轮前后方向调整，确保链轮安装在正确的平面上。                                    | 一种链条张紧机构和由其构成的链条驱动装置<br>ZL201820827497.8 | 自主研发 |
| 4  | 便捷式料斗放料装置          | 设置了旋转盖及锁紧手柄，放料时可随时转动旋转盖遮挡物料，便捷省力，操作简单。                                                                                          | 一种挤出机的放料斗<br>ZL201820797122.1            | 自主研发 |
| 5  | 可自动回收冷凝废油的烟管防雨罩    | 解决了传统防雨罩存在的缺陷，使防雨罩上的油滴全部自动回收至烟管底部，经排油阀排出后处理，并有效解决了油滴污染环境的问题。                                                                    | 一种回收废油的烟管装置<br>ZL201820797945.4          | 自主研发 |
| 6  | 环境友好的新型水磨机         | 克服了传统水磨机的缺陷，将冷却水设置在工作台下方的封闭空间，且将砂带与胶板的刚性接触变为柔性接触，磨削效果更好，工作效率更高。                                                                 | 一种胶板水磨装置<br>ZL201820921010.2             | 自主研发 |
| 7  | 吹料机新型物料防飞溅罩        | 在物料出口处设置了防飞溅装置，使物料高速飞出时迅速泄力，确保物料不再四处飞溅，且安装简单，使用效果良好。                                                                            | 一种吹料装置<br>ZL201820875101.7               | 自主研发 |
| 8  | 带阻流条的单色挤出模具        | 针对单色板材挤出成型的模具进行了一些改进，使得产品品质更高，适用范围更宽，关键内容包括：模腔内增加阻流条的作用是减缓熔胶中间部分流速，使熔胶流动平缓，从而达到颜色均匀；机咀可换，即挤出宽度可变，针对不同款型眼镜架或饰品可减少边角料浪费。          | 带缓冲的单色挤出模具<br>ZL201520505719.0           | 自主研发 |
| 9  | 用于表面仿木纹的眼镜架板材模具    | 主要对木材纹理的模仿，一次挤出成型。产品纹理自然逼真，生产流程缩短，效率提高，降低生产成本。关键内容包括：一次成型，生产效率及成品率较上述已有两种工艺大幅提高；不需二次热压拼合，节约能源；产品层内结构灵活可调，调整规格方便，产品纹理自然逼真；可量化生产， | 用于表面仿木纹的眼镜架板材模具<br>ZL201520503949.3      | 自主研发 |

| 序号 | 核心技术          | 主要内容                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | 对应专利                            | 技术来源 |
|----|---------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------|------|
|    |               | 花型颜色稳定；质量稳定，无开裂爆料风险。                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |                                 |      |
| 10 | 设有调节压条的三层共挤模具 | 对传统三层共挤模具进行了一系列的优化改进，有效解决了传统模具常有的结构不准且难以控制，透色及珠光类产品颜色不均匀，起皱波浪明显等不良，关键内容包括：主要增加了调节压条，及分两次拼合，针对传统三层共挤模具所产生的一些不良进行了有效控制，产品良率提高。                                                                                                                                                                                                          | 三层共挤模具<br>ZL201520524603.1      | 自主研发 |
| 11 | 组合式线条共挤模具     | 有效解决一直困扰板材厂家对线条类模具开发费用高及开发周期长等问题，关键内容包括：开发效率高，时效性强；相比独立模具制造成本大幅降低；子模外形标准化，便于模具开发及管理；更换子模方便快捷。                                                                                                                                                                                                                                         | 眼镜架塑胶板材成型模具<br>ZL201520505214.4 | 自主研发 |
| 12 | 眼镜架腿料板材模具     | 将一种眼镜腿料的传统手工拼接的工艺变为一次挤出成型，使其可进行切割或者弯折加工，容易加工，应用范围广，关键内容包括：一次成型，生产效率及成品率大幅提高；不需二次热压拼合，节约能源；产品颜色可灵活配搭，调整规格方便；可量化生产，花型颜色稳定，与眼镜生产厂家自动化设备匹配使之提高效率；质量稳定，无开裂爆料风险。                                                                                                                                                                            | 眼镜架腿料板材模具<br>ZL201520505720.3   | 自主研发 |
| 13 | 塑胶类片材真空热转印机   | 由于塑胶自身吸水率偏高，不耐高温，遇热软化，使得热转印过程中经常出现图案不清晰、材料严重变形或与转印纸粘在一起难以脱离等问题，不能达到使用要求，成品率较低，关键内容包括：增加了抽真空设备，当产品进入转印模腔后密封抽真空，去除掉塑胶片材所挥发水份，油墨在热升华过程中不受微小气泡干扰，提高转印率，使得图案清晰度提高；液压压力可调，增加压力设定功能，且由 PLC 控制，从而保证了转印时压力准确度，提高成品率；PLC 程序控制，工作过程参数包括转印温度、转印时间、真空度、压力大小，转印台面切换速度，除转印温度由独立温控表控制外，其他参数均由 PLC 程序控制，操作简单，调节便捷；采取了上下双面加热，多点控温，热量双向传导，确保热量传导迅速，分布均匀。 | 一种真空热转印设备<br>ZL201520522169.3   | 自主研发 |
| 14 | 色彩数据库         | 通过对色粉进行不同用量添加的测试和分析，寻找配方的平衡与稳定，实现对色粉用量配比的精细化控制和数据化管理，降低人工调色产生的色差几率，有利于在开发初期对产品质量的稳定性进行预估，缩短开发时间，降低开发成本。                                                                                                                                                                                                                               | -                               | 自主研发 |

公司鉴于色彩数据库的建设需进行长期积累，且公司对于色彩配方具有一定的独占性，考虑到以色彩配方的形式申请专利在审查过程可能存在技术外泄的风险，因此公司对色彩配方采取与相关研发人员签订《技术保密协议》的措施进行保护。截至目前，公司色彩配方未出现技术外泄的情况。

公司对除色彩配方以外的核心技术均采取申请专利并与研发人员签订技术保密协议的方式措施进行保护，截至目前，公司未出现核心技术外泄的情况。

发行人在招股说明书“第六节 业务与技术”之“七、公司拥有的核心技术和研究开发情况”之“（六）研发机构及其他核心人员情况”之“2、研发人员情况”中补充披露如下：

公司核心技术人员中，陈秋鹏和曹维府共同取得的研发成果主要为核心生产技术，具体情况如下：

| 研发成果               | 专利名称                 | 专利号              |
|--------------------|----------------------|------------------|
| 低平台可拖式物料车升降装置      | 一种物料升降装置             | ZL201820778111.9 |
| 压力可调式大批量色片渗色测试专用夹具 | 一种色片渗色测试夹具           | ZL201820777934.X |
| 链轮可调式新型链条张紧机构      | 一种链条张紧机构和由其构成的链条驱动装置 | ZL201820827497.8 |
| 便捷式料斗放料装置          | 一种挤出机的放料斗            | ZL201820797122.1 |
| 可自动回收冷凝废油的烟管防雨罩    | 一种回收废油的烟管装置          | ZL201820797945.4 |
| 环境友好的新型水磨机         | 一种胶板水磨装置             | ZL201820921010.2 |
| 吹料机新型物料防飞溅罩        | 一种吹料装置               | ZL201820875101.7 |

除上述情况外，公司核心技术人员未取得其他专业资质、重要科研成果或获得奖项。

#### 保荐机构发表的意见：

保荐机构通过对发行人核心生产技术专利取得情况，以及相关技术保护措施有效性的核查，保荐机构认为，发行人的核心生产技术来源均为自主研发，核心生产技术专利均为原始取得，并通过与相关技术研发人员签订《技术保密协议》的方式对核心生产技术进行了有效保护，截止目前发行人未发生技术失密的情况，发行人采用的技术保密措施充足有效；发行人核心技术人员取得的研发成果真实有效。

第（2）问：补充披露报告期内每年新增色彩配方数量，与每年新开发产品、研发人员数量的匹配情况；发行人同样花色品种产品是否向多个客户销售，发行

人与客户是否存在销售限制条款，是否与客户存在色彩配方合作研发情况和共有知识产权的情形，色彩配方是否存在纠纷或潜在纠纷。

发行人在招股说明书“第六节 业务与技术”之“七、公司拥有的核心技术和研究开发情况”之“（六）研发机构及其他核心人员情况”之“2、研发人员情况”中补充披露如下：

报告期内，公司研发人员基本保持在 25 人左右，全部参与新产品的开发，其中参与色彩配方研发的人员基本保持在 8 至 10 人。2017 年、2018 年及 2019 年，公司各期新开发色彩配方数量分别为 1,534 种、965 种和 1,433 种，新开发产品数量分别为 492 种、461 种和 421 种。

由于公司色彩配方及新产品的开发主要为产品色彩及图纹效果的设计开发，需要研发人员具备较强的色彩辨识度和调色敏感度，以及对时尚流行元素的捕捉能力，并能在工艺技术层面实际可行，因此更加注重研发人员的实践经验和对色彩、图纹及时尚流行元素的感知能力。公司研发人员绝大多数具备 3 至 5 年的本行业工作经验，部分研发人员具有 10 年以上的本行业工作经验。公司在研发人员的配备方面较为全面，构建了以专业研发为核心、生产销售为辅助的研发团队，形成了多业务人员协作、各业务部门协同的高效研发模式。

综上所述，从公司研发人员的平均产出、人员构成及行业经验方面来看，报告期内公司新增色彩配方及新产品开发数量，与研发人员数量基本匹配。

发行人在招股说明书“第六节 业务与技术”之“一、公司主营业务、主要产品及变化情况”之“（四）公司主要经营模式”之“4、销售模式”中补充披露如下：

公司产品的色彩配方、图纹设计均由公司自主研发。在客户的产品定制需求下，客户仅向公司提出产品色彩及图纹的意向性需求，不会向公司提供具体的色彩配方及图纹设计方案，需由公司根据客户的意向性需求进行自主开发设计，公司对产品的色彩配方和图纹设计拥有完整的所有权，因此公司与客户之间不存在产品的销售限制，同样花色产品可向多个客户进行销售。

发行人在招股说明书“第六节 业务与技术”之“七、公司拥有的核心技术和研究开发情况”之“（一）公司拥有的核心技术及应用情况”中补充披露如下：

截止目前，公司与客户不存在色彩配方的合作研发情况和共有知识产权的

情形，公司拥有色彩配方不存在纠纷或潜在权利纠纷。

保荐机构发表的意见：

通过对报告期内发行人新增色彩配方、新产品开发数量、研发人员构成、合作开发情况的调查，保荐机构认为，发行人研发人员的配备符合发行人实际业务需求，与发行人研发模式相适应，报告期内新增色彩配方及新产品开发数量与研发人员数量基本匹配。

发行人产品的色彩配方及图纹设计均由发行人自主进行，与客户不存在色彩配方的合作开发情况和共有知识产权的情形，不存在纠纷或潜在权利纠纷。

保荐机构认为，发行人在产品销售方面未因客户的定制需求受到销售限制，同样花色产品可向多个客户进行销售，截止目前不存在因产品销售限制导致的客户纠纷。

第（3）问：补充披露发行人 3 项发明专利受让取得情况，包括转让方基本情况、与发行人的关系、转让原因、转让价格及定价公允性，3 项发明专利目前使用状态为技术储备的原因，相关专利与发行人目前实际应用的技术方面的协同效果，是否属于公司核心技术，上述专利对发行人生产经营的重要程度。

发行人在招股说明书“第六节 业务与技术”之“六、公司拥有的主要固定资产、无形资产及其他资源要素”之“（二）无形资产”之“2、专利”中补充披露如下：

上述专利中，存在 3 项公司用于技术储备的发明专利，具体情况如下：

（1）专利出让方基本情况

“一种塑料板切割机构（专利号：ZL201610363420.5）”和“挤塑机自动抽索装置（专利号：ZL201410001075.1）”的发明专利，系公司通过蚌埠汇和知识产权代理有限公司分别从专利权人佛山市联智科创科技有限公司和重庆大学受让取得。

“一种低甲醛释放的木质素基脲醛树脂胶粘剂的制备方法（专利号：ZL201310604628.8）”的发明专利，系公司通过深圳市中兴达知识产权营运有限公司从专利权人张新艳处受让取得。

上述出让方及代理机构，除重庆大学以外的基本情况如下：

① 佛山市联智科创科技有限公司

|         |                                                                                                                                                              |          |                    |
|---------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|--------------------|
| 法定代表人   | 付淑珍                                                                                                                                                          | 成立时间     | 2016 年 4 月 28 日    |
| 注册资本    | 100 万元                                                                                                                                                       | 统一社会信用代码 | 91440605MA4UP2WX7T |
| 企业地址    | 佛山市南海区桂城街道宝石西路 1 号 C 时代南海互联网产业园 [夏北综合楼]副楼 2 楼 B069 号                                                                                                         |          |                    |
| 主营业务    | 软件开发；信息系统集成服务；信息技术咨询服务；数据处理和存储服务；工程和技术研究和试验发展（新能源研发）；医学研究和试验发展；新材料科技推广服务；节能技术推广服务；生物技术推广服务；计算机、软件及辅助设备批发；其他机械设备及电子产品批发（金属制品批发和进出口，通用设备批发和进出口）；计算机、软件及辅助设备零售。 |          |                    |
| 股东构成    | 股东名称                                                                                                                                                         |          | 出资比例（%）            |
|         | 付淑珍                                                                                                                                                          |          | 50                 |
|         | 连 围                                                                                                                                                          |          | 50                 |
|         | 合 计                                                                                                                                                          |          | 100                |
| 主要人员及任职 | 付淑珍任经理、执行董事；连围任监事。                                                                                                                                           |          |                    |

## ②蚌埠汇和知识产权代理有限公司

|         |                                                                                               |          |                    |
|---------|-----------------------------------------------------------------------------------------------|----------|--------------------|
| 法定代表人   | 李光辉                                                                                           | 成立时间     | 2019 年 2 月 28 日    |
| 注册资本    | 50 万元                                                                                         | 统一社会信用代码 | 91340311MA2TGEE60Y |
| 企业地址    | 安徽省蚌埠市淮上区中恒大厦第 D2 栋 1 单元 20 层 09 室                                                            |          |                    |
| 主营业务    | 知识产权、商标、专利、著作权事务代理；国内广告设计、制作、发布及代理；图纹设计；会展服务；品牌策划、推广服务；软件开发；科技项目申报咨询服务科技项目可行性咨询服务；科技项目信息咨询服务。 |          |                    |
| 股东构成    | 股东名称                                                                                          |          | 出资比例（%）            |
|         | 黄 磊                                                                                           |          | 40                 |
|         | 李光辉                                                                                           |          | 40                 |
|         | 韩昌利                                                                                           |          | 20                 |
|         | 合 计                                                                                           |          | 100                |
| 主要人员及任职 | 李光辉任执行董事、总经理；韩昌利任监事。                                                                          |          |                    |

## ③深圳市中兴达知识产权营运有限公司

|       |                                                                                                                                                                                     |          |                     |
|-------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|---------------------|
| 法定代表人 | 廖庆文                                                                                                                                                                                 | 成立时间     | 2005 年 8 月 9 日      |
| 注册资本  | 1,000 万元                                                                                                                                                                            | 统一社会信用代码 | 914403007787767982J |
| 企业地址  | 深圳市南山区桂庙路与南山大道交汇处新绿岛大厦 13A                                                                                                                                                          |          |                     |
| 主营业务  | 一般经营项目：知识产权代理；提供知识产权顾问服务及相关信息咨询；企业知识产权管理培训；企业营销策略、企业管理咨询、经济信息咨询；知识产权信息数据库管理及研发；知识产权管理软件的技术开发、技术咨询及销售；计算机软硬件的开发及销售；版权代理；商标代理；信息咨询；经营电子商务；翻译服务；企业管理咨询；受托资产管理；网络平台的设计开发；智能化软硬件设计开发及销售。 |          |                     |
| 股东构成  | 股东名称                                                                                                                                                                                |          | 出资比例（%）             |

|         |                          |     |
|---------|--------------------------|-----|
|         | 广东中兴达知识产权集团有限公司          | 85  |
|         | 深圳市中达瑞力投资合伙企业（有限合伙）      | 10  |
|         | 蔡伟华                      | 5   |
|         | 合 计                      | 100 |
| 主要人员及任职 | 周庆文任总经理；丘淡光任执行董事；蔡伟华任监事。 |     |

公司及其控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员与上述专利出让方及代理机构不存在关联关系。

## （2）专利转让的原因

公司拟将上述专利技术用于生产工艺的研发和改进。

## （3）转让价格的确定

2015年6月，专利权人张新艳与本公司签订《专利权转让合同》，将其拥有的“一种低甲醛释放的木质素基脲醛树脂胶粘剂的制备方法”发明专利转让予本公司，经协商确定的转让价格为50,000元，并委托深圳市中兴达知识产权运营有限公司办理相关专利转让事宜。

2015年9月，公司已将上述专利转让价款全部支付完毕。

2019年9月，专利权人佛山市联智新创科技有限公司和重庆大学分别与本公司签订《专利权转让合同》，将其分别拥有的“一种塑料板切割机构”和“挤塑机自动抽索装置”发明专利转让予本公司，经协商确定的转让价格合计为50,880.00元，并委托蚌埠汇和知识产权代理公司办理相关专利转让事宜。

2019年10月，公司已将上述专利转让价款全部支付完毕。

## （4）上述发明专利作为技术储备的具体原因

一种低甲醛释放的木质素基脲醛树脂胶粘剂的制备方法（专利号：ZL201310604628.8），该专利系公司拟用于塑木复合材料（醋酸纤维素胶板复合天然木板）的开发。该项技术能使醋酸纤维素板材与天然木材完美粘合，可使塑木材料既有丰富的色彩，如玉般的质感，又有天然木纹的自然纹理，属于一种新型板材的工艺开发。由于该项工艺仍处于研发阶段，未投入实际应用，因此公司将其作为技术储备。

一种塑料板切割机构（专利号：ZL201610363420.5），该专利系公司考虑到将来产能扩张及设备改进需求，引进的一种自动化程度较高的板材切割方法，能够进一步提高醋酸纤维素板材的切割效率。由于公司现有自动裁板锯设备尚可满足目前的产能需求，该技术尚未运用于实际生产，因此公司将其作为技术储备。

挤塑机自动抽索装置（专利号：ZL201410001075.1），该专利系公司准备用于醋酸纤维材料与金属线（钛线、铜线等）共挤技术的研发。醋酸纤维料包覆铜合金线或其他金属线，可免除切割板材腿料、高频加热、打铜针等多道工序，眼镜生产厂商可直接用来加工眼镜腿料。由于该技术研发工作尚在准备阶段，因此公司将其作为技术储备。

鉴于上述原因，上述 3 项发明专利尚未与公司实际应用的生产技术产生有效协同，目前仅为公司将来拟用于生产技术研发和改进的技术储备，尚不属于公司核心技术，对公司生产经营不构成重要影响。

保荐机构发表的意见：

保荐机构认为：

保荐机构通过对专利转让协议、价款支付凭证、专利出让方及代理机构情况及专利应用情况的调查，依据代理机构及专利出让方出具的情况说明，发行人目前拥有的上述 3 项发明专利，系通过专业知识产权代理机构从专利权人处受让取得，专利出让方对上述发明专利拥有完整的所有权和处分权，转让价格系在参考同期同类型专利转让价格的基础上，由双方协商确定，价格公允。

发行人及其控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员与上述专利出让方及代理机构不存在关联关系。

发行人引进上述专利系为满足其业务发展及技术研发需求，与发行人的业务相关度较高，可有效应用于发行人生产业务环节。由于上述专利尚未应用于发行人生产环节或处于研发准备阶段，因此上述专利处于技术准备状态的情况真实、准确。

## 问题 8：关于房产租赁

据招股说明书披露，发行人及其子公司不存在房屋及建筑物形成的固定资产，共租赁生产经营用房 8 处。

请发行人：

（1）补充说明租赁房产的租金定价公允性，出租方与发行人、控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员及其关系密切人员是否存在关联关系或其他未披露的利益安排；

（2）补充披露租赁房产是否为合法建筑，出租方是否具有处分权；结合发行人生产场地是否存在特殊环境要求、生产线工艺流程、主要产品生产周期、生产线拆装周期及搬迁成本等情况，补充披露相关厂房搬迁是否对发行人持续经营存在重大不利影响；

（3）在招股说明书“重大风险提示”部分，就发行人及其子公司无自有房屋及建筑物对发行人持续经营能力的不良影响进行风险揭示。

请保荐人、发行人律师发表明确意见。

回复如下：

第（1）问：补充说明租赁房产的租金定价公允性，出租方与发行人、控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员及其关系密切人员是否存在关联关系或其他未披露的利益安排。

### 1、公司租赁房产的租金定价情况

公司租赁房产的租赁价格均以市场化方式协商确定。报告期内，公司租赁房产的平均租赁价格与周边同类房产租赁价格的比较情况如下：

| 出租人            | 房屋坐落                                       | 面积<br>(m <sup>2</sup> ) | 平均租赁<br>价格<br>(元/m <sup>2</sup> /月) | 同类房产<br>租赁价格<br>(元/m <sup>2</sup> /月) |
|----------------|--------------------------------------------|-------------------------|-------------------------------------|---------------------------------------|
| 深圳市永长泰实业发展有限公司 | 龙岗区园山街道荷坳金源工业区永长泰 4#厂房 4#宿舍                | 6,800                   | 15.26                               | 15.00                                 |
| 旭程电子（深圳）有限公司   | 龙岗区园山街道荷坳社区金源路金源工业区 8-15 号 1#厂房第一层部分及第四层部分 | 1,906                   | 21.50                               | 15.00                                 |
| 江西金都湾置业有限公司    | 江西省鹰潭市余江中童君悦名府                             | 190.37                  | 17.80                               | 22.00                                 |

| 出租人                             | 房屋坐落                                                       | 面积<br>(m <sup>2</sup> ) | 平均租赁<br>价格<br>(元/m <sup>2</sup> /<br>月) | 同类房产<br>租赁价格<br>(元/m <sup>2</sup> /<br>月) |
|---------------------------------|------------------------------------------------------------|-------------------------|-----------------------------------------|-------------------------------------------|
|                                 | 11 栋一层 102、103、104 商铺                                      |                         |                                         |                                           |
| 强强集团有限公司物业分公司                   | 浙江省温州市瓯海区娄桥工业区今汇路 299 号强强集团有限公司办公楼一、二层                     | 1,034                   | 27.70                                   | 27.25                                     |
| Narchi Enrico                   | Viale Cadore 23/D 32014 Ponte nelle Alpi Belluno (意大利贝卢诺市) | 142                     | 5.98 欧元                                 | 5.30 欧元                                   |
| Stilo Optical Technology S.R.L. | Via Cal Ludent 59 Pederobba Treviso (意大利特雷维索市)             | 100                     | 2.00 欧元                                 | -                                         |
| Baradel Valenti Egidio          | Belluno Via Masi Simonetti 48/A (意大利贝卢诺市)                  | 287                     | 5.23 欧元                                 | 5.30 欧元                                   |
| Baron Nausicaa                  | Belluno Via Masi Simonetti 48/F (意大利贝卢诺市)                  |                         |                                         |                                           |

注：公司向境外自然人 Narchi Enrico 租赁的房产已于 2020 年 1 月 31 日结束租赁；公司向境外企业 Stilo Optical Technology S.R.L. 租赁的房产已于 2019 年 9 月 30 日结束租赁。

上表中，坐落于深圳市龙岗区的租赁房产周边同类房产租赁价格，系来源于拟上市公司深圳秋田微电子股份有限公司披露的《招股说明书（申报稿）》中的相关数据。深圳秋田微电子股份有限公司比邻本公司，其租赁房产的出租方与本公司相同。

上表中，坐落于江西鹰潭和浙江温州的租赁按房产周边同类房产租赁价格，系通过向同区域房产中介或同类房产出租方问询取得。

公司境外租赁房产的周边同类房产租赁价格，系通过网络查询同区域房产租赁价格取得。

## 2、出租方基本情况

### （1）深圳市永长泰实业发展有限公司

|       |                                           |          |                    |
|-------|-------------------------------------------|----------|--------------------|
| 法定代表人 | 陈海生                                       | 成立时间     | 2000 年 4 月 19 日    |
| 注册资本  | 500 万元                                    | 统一社会信用代码 | 91440300723010325Y |
| 企业地址  | 深圳市龙岗区横岗街道华侨新村第一幢一楼                       |          |                    |
| 经营范围  | 兴办实业；国内贸易；货物及技术进出口；经济信息咨询；园林绿化、家政服务；建筑工程。 |          |                    |
| 股东构成  | 股东名称                                      | 出资比例（%）  |                    |
|       | 陈海生                                       | 90       |                    |
|       | 陈海平                                       | 10       |                    |

|         |                                                                                               |     |
|---------|-----------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
|         | 合 计                                                                                           | 100 |
| 主要人员及任职 | 陈海生任总经理、执行董事；陈海平任监事。                                                                          |     |
| 与本公司的关系 | 陈海生持有本公司 10 万股股份，占总股本的 0.189%。除上述股权关系外，该企业与本公司及控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员及其关系密切人员不存在关联关系或其他权益关系。 |     |

## (2) 旭程电子（深圳）有限公司

|         |                                                           |          |                    |
|---------|-----------------------------------------------------------|----------|--------------------|
| 法定代表人   | 黄奇波                                                       | 成立时间     | 2002 年 7 月 8 日     |
| 注册资本    | 2,000 万元港币                                                | 统一社会信用代码 | 91440300738821067W |
| 企业地址    | 深圳市龙岗区横岗镇荷坳金源工业园区第 11 栋 1-2 楼                             |          |                    |
| 经营范围    | 生产经营保险丝、温控器；电子元器件、数字控制系统、软件开发、设计，销售自行开发的成果。货物及技术进口（不含分销）。 |          |                    |
| 股东构成    | 股东名称                                                      |          | 出资比例（%）            |
|         | 旭光晖电子公司                                                   |          | 75                 |
|         | 深圳市旭程投资合伙企业（有限合伙）                                         |          | 25                 |
|         | 合 计                                                       |          | 100                |
| 主要人员及任职 | 黄奇波任董事长、总经理；陈建珍、黄奇标任董事；林幼琼任监事。                            |          |                    |
| 与本公司的关系 | 与本公司及控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员及其关系密切人员不存在关联关系或权益关系。         |          |                    |

## (3) 江西金都湾置业有限公司

|         |                                                   |          |                    |
|---------|---------------------------------------------------|----------|--------------------|
| 法定代表人   | 余军发                                               | 成立时间     | 2014 年 6 月 12 日    |
| 注册资本    | 3,000 万元                                          | 统一社会信用代码 | 91360622309231640Y |
| 企业地址    | 江西省余江县眼镜产业园亨通路 1 号                                |          |                    |
| 经营范围    | 房地产开发、经营；房屋租赁。                                    |          |                    |
| 股东构成    | 股东名称                                              |          | 出资比例（%）            |
|         | 余军发                                               |          | 50                 |
|         | 鹰潭金鼎建设工程有限公司                                      |          | 50                 |
|         | 合 计                                               |          | 100                |
| 主要人员及任职 | 余军发任总经理、执行董事；刘献左任监事。                              |          |                    |
| 与本公司的关系 | 与本公司及控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员及其关系密切人员不存在关联关系或权益关系。 |          |                    |

## (4) 强强集团有限公司

|       |           |          |                    |
|-------|-----------|----------|--------------------|
| 法定代表人 | 黄聪弟       | 成立时间     | 2003 年 5 月 23 日    |
| 注册资本  | 15,200 万元 | 统一社会信用代码 | 91330300749841784A |

|         |                                                                                                                                                                                    |         |
|---------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------|
| 企业地址    | 温州市瓯海区娄桥工业区今汇路9号                                                                                                                                                                   |         |
| 经营范围    | 金属制品、眼镜及配件、塑料制品、服装、鞋、防火门、安全门的制造；汽车配件、摩托车配件、机电产品、纺织品、建筑材料、金属材料、卫生洁具配件、玻璃制品、皮件、皮具、机械设备、仪器仪表、化工产品（不含危险、监控及易制毒化学品）的销售；自营和代理货物进出口、技术进出口；对酒店、市场的投资；锁具、五金制品的质量检测业务；房地产开发（凭有效资质经营）；物业管理服务。 |         |
| 股东构成    | 股东名称                                                                                                                                                                               | 出资比例（%） |
|         | 黄聪弟                                                                                                                                                                                | 28.125  |
|         | 胡进杰                                                                                                                                                                                | 28.125  |
|         | 唐志文                                                                                                                                                                                | 17.00   |
|         | 蔡恩弟                                                                                                                                                                                | 12.50   |
|         | 田志东                                                                                                                                                                                | 8.00    |
|         | 潘教挺                                                                                                                                                                                | 6.25    |
|         | 合 计                                                                                                                                                                                | 100.00  |
| 主要人员及任职 | 黄聪弟任董事长；胡进杰任副董事长、总经理；唐志文任董事；潘教挺任董事；刘永初任监事；田志东任监事。                                                                                                                                  |         |
| 与本公司的关系 | 与本公司及控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员及其关系密切人员不存在关联关系或权益关系。                                                                                                                                  |         |

除上述境内房产租赁情况外，公司境外房产租赁均为向意大利当地自然人和企业租赁，其中出租方 Narchi Enrico、Baradel Valenti Egidio 和 Baron Nausicaa 均为自然人，Stilo Optical Technology S.R.L.为当地企业，上述自然人和企业与本公司及控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员及其关系密切人员不存在关联关系或权益关系。

综合上述情况，公司租赁的上述房产系通过市场化方式与出租方协商确定，租赁价格与周边同类房产租赁价格基本一致，租赁定价公允，房产出租方与公司及控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员及其关系密切人员不存在关联关系或其他未披露的利益安排。

### 保荐机构发表的意见：

通过对发行人租赁房产出租方基本情况及其与发行人关系的核查，以及发行人租赁房产所在地周边同类房产租赁价格的调查，保荐机构认为，发行人房产租赁价格与周边同类房产租赁价格基本一致，发行人向旭程电子（深圳）有限公司租赁房产价格较高的原因系该租赁房产为其向发行人转租，在覆盖原始租赁成本的情况下做的合理溢价，租赁价格经双方协商确定，价格公允。

依据出租人企业及主要人员的基本情况，出租方在业务、人员及权益关系方面与发行人及其控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员及其密切人员不存在关联关系或其他未披露的利益安排。

第（2）问：补充披露租赁房产是否为合法建筑，出租方是否具有处分权；结合发行人生产场地是否存在特殊环境要求、生产线工艺流程、主要产品生产周期、生产线拆装周期及搬迁成本等情况，补充披露相关厂房搬迁是否对发行人持续经营存在重大不利影响。

发行人在招股说明书“第六节 业务与技术”之“六、公司拥有的主要固定资产、无形资产及其他资源要素”之“（五）使用他人资产或资产被他人使用情况”中修改及补充披露如下：

报告期内，公司共计进行了 8 处房产租赁，均作为公司生产经营场所使用，具体情况如下：

| 序号 | 承租方   | 出租人                             | 所有权人                            | 产权证编号                                     | 坐落                                               | 面积<br>(m <sup>2</sup> ) | 租赁用途  |
|----|-------|---------------------------------|---------------------------------|-------------------------------------------|--------------------------------------------------|-------------------------|-------|
| 1  | 本公司   | 深圳市永长泰实业发展有限公司                  | 深圳市永长泰实业发展有限公司                  | 深房地字第 6000150613 号<br>深房地字第 60000148782 号 | 龙岗区园山街道荷坳金源工业区永长泰 4#厂房 4#宿舍                      | 6,800                   | 厂房及宿舍 |
| 2  | 本公司   | 旭程电子（深圳）有限公司                    | 深圳市永长泰实业发展有限公司                  | 深房地字第 6000150612 号                        | 龙岗区园山街道荷坳社区金源路金源工业区 8-15 号 1#厂房第一层部分及第四层部分       | 1,906                   | 办公、仓储 |
| 3  | 江西分公司 | 江西金都湾置业有限公司                     | 江西金都湾置业有限公司                     | 赣（2017）余江县不动产权第 0003088 号                 | 江西省鹰潭市余江中童君悦名府 11 栋一层 102、103、104 商铺             | 190.37                  | 办公、仓储 |
| 4  | 温州分公司 | 强强集团有限公司<br>物业分公司               | 强强集团有限公司                        | 温房权证瓯海区字第 0234853 号                       | 浙江省温州市瓯海区娄桥工业区今汇路 299 号强强集团有限公司办公楼一、二层           | 1,034                   | 办公、仓储 |
| 5  | 意大利集美 | Narchi Enrico                   | Narchi Enrico                   | 租赁已于 2020 年 1 月 31 日结束，出租人不提供             | Viale Cadore 23/D 32014 Ponte nelle Alpi Belluno | 142                     | 办公    |
| 6  |       | Stilo Optical Technology S.R.L. | Stilo Optical Technology S.R.L. | 租赁已于 2019 年 9 月 30 日结束，出租人不提供             | Via Cal Lusern 59 Pederobba Treviso              | 100                     | 仓储    |
| 7  |       | Baradel Valenti Egidio          | Baradel Valenti Egidio          | Visura per immobile<br>Visura n. : T2608  | Belluno Via Masi Simonetti 48/A                  | 275                     | 办公、仓储 |
| 8  |       | Baron Nausicaa                  | Baron Nausicaa                  | Visura per immobile<br>Visura n. : T2539  | Belluno Via Masi Simonetti 48/F                  |                         |       |

上述出租人对本公司出租的房产均为具有产权证书的合法建筑，其中旭程电子（深圳）有限公司向本公司出租的房产已经产权人深圳市永长泰实业发展有限公司书面同意，因此上述出租人对以上房产具有完整的处分权。

### 保荐机构发表的意见：

通过对发行人租赁房产所有权人及产权证书的核查，保荐机构认为，发行人租赁的上述房产均为具有产权证书的合法建筑，其中旭程电子（深圳）有限公司向本公司出租房产的转租行为已经产权人深圳市永长泰实业发展有限公司书面同意，因此上述房产出租人对以上房产具有完整的处分权。

发行人在招股说明书“第六节 业务与技术”之“六、公司拥有的主要固定资产、无形资产及其他资源要素”之“（一）固定资产”之“2、房屋及建筑物”中修改及补充披露如下：

目前，公司及其下属企业生产经营场所均为租赁取得，尚无自有房屋及建筑物，若主要生产经营场所的租赁关系无法维持，公司主要经营场所存在搬迁的可能。

公司从事的醋酸纤维素板材生产业务不存在高污染、高能耗、高排放、高危险或高危害的情形，对于生产场地不存在特殊环境要求，普通工业厂房通电通水即可进行生产；挤板生产采用不间断连续生产方式，主要工艺流程为混料、烤料和挤出，单条产线涉及的工艺设备相对较少，设备拆卸、组装和移动相对简单；压板生产采用间歇式生产方式，主要工艺流程包括混料、烤料、挤出、碎料、碎料后混料和烤料、装模、升温热压、冷却定性、刨板、水磨等，工艺复杂程度较高，单条产线涉及的工艺设备较多，诸如热压机、烤板机和碎料机等设备体积较大，拆卸、组装复杂，移动不便。

公司挤板产品的生产周期通常为 10 至 15 天，压板产品的生产周期通常为 20 至 27 天。

依据上述情况，公司根据现有设备数量和生产规模，采用滚动式搬迁的方式，对设备拆装周期和搬迁成本进行初步估算，若公司现有主要经营场所的租赁关系无法维持，在已取得其他经营场所且已具备工业供水和供电条件的情况下，预计 60 天内可完成设备的整体搬迁并恢复生产。其中，挤板的搬迁及停产时长约为 10 天，30 天可完全恢复生产，压板的搬迁及停产时长约为 28 天，60 天内可完全恢复生产。整体搬迁成本主要为场地租赁费用、厂区装修投入、设备拆装及运输费用合计预估约 400 万元。停产期间对收入的影响，按照公司 2019 年度挤板收入规模 8,266.56 万元和压板收入规模 7,197.54 万元（销售规模/（28 天/

月\*12月)\*停产天数)，简单估算的收入影响金额为845.83万元，占2019年度主营业务收入的5.47%，对公司经营业绩影响较小。

综合上述情况，公司租赁厂房的整体搬迁不会对公司的持续经营产生重大不利影响。

**保荐机构发表的意见：**

通过对发行人生产场地、生产条件、机器设备、工艺流程进行了实地勘察，结合发行人生产业务及经营情况对发行人厂房搬迁成本的估算进行了核对，保荐机构认为，发行人所处行业及从事的业务不存在高污染、高能耗、高排放及高风险的情况，对生产场地不存在特殊环境要求。

发行人对整体搬迁成本的估算系结合不同产品的工艺流程、生产周期，设备复杂化程度、拆装周期和运输便利性，以及搬迁停产期间对经营业绩的影响等可预见情况做出的合理估算，预估的搬迁成本对发行人经营业绩的影响较小，且持续时间较短，因此不会对发行人未来持续经营产生重大不利影响。

第（3）问：在招股说明书“重大风险提示”部分，就发行人及其子公司无自有房屋及建筑物对发行人持续经营能力的不利影响进行风险揭示。

发行人在招股说明书“重大事项提示”中补充披露如下：

**三、无自有房屋的风险**

目前，公司及其下属企业生产经营场所均为租赁取得，尚无自有房屋及建筑物，若主要生产经营场所的租赁关系无法维持，在公司主要经营场所搬迁期间可能会对公司持续经营及经营业绩产生不利影响。

**保荐机构发表的意见：**

依据发行人在本回复“8、关于房产租赁”第（2）问中的补充披露内容及保荐机构发表的意见，保荐机构认为，发行人已依据房产租赁的实际情况及可预见的风险，将因发行人及下属企业未拥有自有房产和建筑物可能对持续经营能力构成的不利影响进行了充分的披露，披露内容真实、完整，与发行人资产和业务情况相符。

**修正披露情况：关于房产租赁的修正披露**

发行人在原招股说明书“第六节 业务与技术”之“六、公司拥有的主要固

定资产、无形资产及其他资源要素”之“（五）使用他人资产或资产被他人使用情况”中，因笔误，将报告期江西分公司的商铺租赁价格单位披露为“元/月”，实际应为“元/年”。发行人在招股说明书中修改披露如下：

3、江西分公司的房屋租赁

2018年8月17日，本公司与江西金都湾置业有限公司签订商铺租赁协议，租赁其拥有的合计面积为190.37平方米的商铺作为江西分公司办公及仓储场所，租赁期为2018年10月17日至2024年10月16日，租赁金额如下：

| 租赁协议              | 租赁期间                  | 租赁金额       |
|-------------------|-----------------------|------------|
| 2018年8月17日签订的租赁协议 | 2018.10.17~2021.10.16 | 36,550 元/年 |
|                   | 2021.10.17~2024.10.16 | 38,835 元/年 |

## 问题 9：关于同行业可比公司

根据申报材料，发行人披露主要竞争企业包括华意胶板（深圳）有限公司、中山德利塑胶挤压有限公司、温州金余塑胶板有限公司、浙江金亮塑料胶板有限公司。目前国内上市及挂牌公司中，与发行人从事相同或相近业务的企业仅为温州雅格胶板股份有限公司，但由于规模很小，发行人无法与其在经营情况、市场地位、技术实力等方面进行比较。发行人无法通过权威公开渠道获得行业内其他可比公司在经营情况、市场地位及技术实力等方面的业务关键数据，因此暂无法就上述方面与同行业其他可比公司进行比较。公司在财务指标分析中选取的同行业上市公司为春光科技、长阳科技、王子新材、华信新材，上述公司的主要产品与应用领域与发行人存在差异。

请发行人：

（1）进一步补充披露同行业可比公司（包括上市公司、近三年被上市公司并购的标的公司）情况，应最大程度确保可比公司的产品、应用领域、客户与发行人可比，并补充说明发行人关键经营数据、主要产品销售单价、毛利率、主要原材料采购价格及其报告期变动趋势等业务指标与同行业可比公司的比较情况；

（2）补充披露温州雅格胶板股份有限公司等竞争对手的业务模式、生产工艺、采购渠道、销售市场、主要客户情况，并对比与发行人存在的差异；前述竞争对手在市场占有率、品牌声誉、产品质量、产品技术性能、关键技术指标等衡量核心竞争力的关键业务数据与指标等方面的比较情况，并据此说明发行人属于“在醋酸纤维素板材行业处于领先地位”的判断依据，发行人竞争优势和行业地位的相关信息披露是否真实、准确、完整；

（3）补充披露温州雅格胶板股份有限公司的业务规模、行业地位、主要财务数据，包括但不限于最近三年一期的营业收入、净利润、毛利率、经营活动产生的现金流量净额，分析并说明与发行人的差异情况，发行人与该公司的毛利率水平及变动趋势是否存在不一致，如存在，说明差异原因及合理性。

请保荐人、申报会计师发表明确意见，并说明核查过程和结论。

回复如下：

第（1）问：进一步补充披露同行业可比公司（包括上市公司、近三年被上

市公司并购的标的公司)情况,应最大程度确保可比公司的产品、应用领域、客户与发行人可比,并补充说明发行人关键经营数据、主要产品销售单价、毛利率、主要原材料采购价格及其报告期变动趋势等业务指标与同行业可比公司的比较情况

(一)公司的主要产品为醋酸纤维素板材,生产醋酸纤维素板材的企业中无已上市的公众公司或近三年被上市公司并购的标的公司,在新三板挂牌的公众公司仅温州雅格胶板股份有限公司一家,发行人在招股说明书“第六节 业务与技术”之“三、公司在行业中的市场地位”之“(五)行业内主要企业情况”中补充披露如下:

“行业内主要企业情况具体如下:

| 主要企业         | 企业简介                                                                                                   |
|--------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 华意胶板(深圳)有限公司 | 公司成立于1995年,位于广东省深圳市,是意大利MAZZUCHELLI1849集团与香港捷成集团及日本Daicelcraft有限公司的合资公司,是国内主要的醋酸纤维胶板生产商之一,产品主要用于制造眼镜架。 |
| 中山德利塑胶挤压有限公司 | 公司成立于2002年,位于广东省中山市,主要产品包括醋酸纤维素制板、醋酸纤维素粒、聚碳酸酯制板、机器设备等,是全球著名时尚品牌的主要供应商之一。                               |
| 温州金余塑胶板有限公司  | 公司成立于2003年,位于浙江省温州市,是我国主要的醋酸纤维素板料厂家之一,致力于为客户提供时尚色彩组合、创新结构的新产品,产品广泛用于醋酸眼镜镜架制造商和艺术品制造商。                  |
| 浙江金亮塑料胶板有限公司 | 公司成立于2004年。总部位于浙江温州,在国内有深圳,丹阳,厦门,江西办事处。产品广泛应用于眼镜行业。                                                    |
| 温州雅格胶板股份有限公司 | 公司成立于2005年,位于浙江省温州市,是一家专业从事醋酸纤维素眼镜胶板生产与销售的企业。公司于2014年12月在新三板挂牌,股票代码为831748。”                           |

雅格股份在公开转让说明书和定期报告中未披露主要产品销售单价、主要原材料采购价格,就发行人关键经营数据、毛利率及其报告期变动趋势等业务指标与同行业可比公司的比较情况,公司在招股说明书“第六节 业务与技术”之“三、公司在行业中的市场地位”之“(七)公司与同行业可比公司在经营情况、市场地位、技术实力等方面的比较情况”中补充披露如下:

#### 1、与雅格股份比较

截至本招股说明书签署日,国内上市及挂牌公司中,与发行人从事相同业务

的企业仅雅格股份。2017 年、2018 年、2019 年及 2020 年 1-6 月雅格股份的营业收入为 1,350.58 万元、899.17 万元、640.37 万元及 146.60 万元。根据雅格股份的公开转让说明书披露,“公司当前规模较小”,行业地位较低。

公司就关键经营数据、毛利率、其他主要财务指标及报告期变动趋势等与雅格股份进行比较如下:

| 项 目                | 2020 年 1-6 月 |          | 2019 年度 |           | 2018 年度 |           | 2017 年度  |           |
|--------------------|--------------|----------|---------|-----------|---------|-----------|----------|-----------|
|                    | 雅格股份         | 本公司      | 雅格股份    | 本公司       | 雅格股份    | 本公司       | 雅格股份     | 本公司       |
| 营业收入(万元)           | 146.60       | 3,892.57 | 640.37  | 15,634.06 | 899.17  | 14,949.32 | 1,350.58 | 13,283.09 |
| 营业收入变动(%)          | ——           | ——       | -28.78  | 4.58      | -33.42  | 12.54     | ——       | ——        |
| 净利润(万元)            | -11.44       | 831.33   | -83.49  | 4,163.36  | -17.74  | 3,019.13  | -38.95   | 3,503.03  |
| 净利润变动(%)           | ——           | ——       | -370.66 | 37.90     | -54.45  | -13.81    | ——       | ——        |
| 扣非后净利润(万元)         | -13.39       | 717.50   | -90.75  | 3,955.09  | -21.25  | 2,803.36  | -62.60   | 3,329.90  |
| 扣非后净利润变动(%)        | ——           | ——       | -327.09 | 41.08     | -66.05  | -15.81    | ——       | ——        |
| 经营活动产生的现金流量净额(万元)  | -40.90       | 1,870.28 | -100.78 | 4,343.90  | 179.91  | 3,194.49  | 712.58   | 3,205.62  |
| 经营活动产生的现金流量净额变动(%) | ——           | ——       | -156.02 | 35.98     | -74.75  | -0.35     | ——       | ——        |
| 毛利率(%)             | 17.84        | 46.64    | 24.23   | 47.81     | 23.05   | 45.38     | 13.05    | 41.66     |
| 毛利率变动(%)           | ——           | ——       | 1.18    | 2.43      | 10.00   | 3.72      | ——       | ——        |

2017 年、2018 年、2019 年及 2020 年 1-6 月雅格股份的营业收入分别是公司营业收入的 10.17%、6.01%、4.10%及 3.77%,与公司相比规模较小且呈逐年下降趋势。根据雅格股份公开转让说明书,其销售区域中华东地区占 90%以上,其中以浙江省内为主,前五名客户主要在温州市,而公司的销售区域广泛分布于境内的广东、浙江、江西、福建等省份及境外。

2017 年、2018 年、2019 年及 2020 年 1-6 月雅格股份的净利润和扣非后净利润均为负,经营活动产生的现金流量净额分别是发行人的 22.23%、5.63%、-2.32%及-2.19%,与发行人相比盈利水平较低,主要是因为其规模较小,无法实现规模效应,毛利率较低,且毛利无法完全覆盖期间费用。

2017 年、2018 年、2019 年及 2020 年 1-6 月雅格股份的毛利率分别比本公司低 28.61%、22.33%、23.58%及 28.80%。根据雅格股份公开转让说明书和历年年度报告,一方面,雅格股份“为留住客户降低价格”,反映了其销售单价较低,另一方面,“由于产量下降,固定成本不变,导致产品的单位生产成本增加”,

反映了其单位生产成本较高。本公司是高新技术企业，产品附加值相对较高，且规模较大，因此毛利率相对较高并能够维持较高水平。

(二) 因增加公司与雅格股份的对比情况，公司在招股说明书相应部分进行了补充披露或修订补充披露，具体如下：

(1) 就坏账准备计提比例与雅格股份的比较，公司在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十一、资产质量分析”之“(二) 主要流动资产分析”之“3、应收账款”之“(2) 应收账款质量分析”之“③ 坏账准备计提比例与可比上市公司的比较情况”中补充披露如下：

与公司业务相同的公众公司为雅格股份，其报告期内账龄为1年以内、1~2年、2~3年和3年以上的应收账款坏账准备计提比例分别为3%、20%、50%和100%，其中1年以内的计提比例低于本公司，1~2年和2~3年的计提比例高于本公司，3年以上的计提比例与本公司相同。报告期各期末本公司账龄为1年以内的应收账款占比均超过98%，公司的应收账款坏账准备计提比例更为谨慎。

(2) 就固定资产折旧年限及残值率、长期待摊费用摊销年限及无形资产摊销年限与雅格股份的比较，具体请参见公司对本问询函之“问题17：关于固定资产和无形资产”之“第(3)问：按照同行业可比同类设备、软件或长期待摊的折旧或摊销年限模拟测算并披露对发行人报告期各期业绩及财务数据的影响”之回复。

(3) 就资产周转能力与雅格股份的比较，公司在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十一、资产质量分析”之“(四) 资金周转能力分析”之“2、同行业上市公司资产周转能力对比分析”中补充披露如下：

2017年、2018年、2019年及2020年1-6月雅格股份的应收账款周转率分别为3.20、3.06、2.06及0.74，略低于本公司。根据公开信息，其账龄超过1年的应收账款所占比例高于本公司，且营业收入逐年下降。

2017年、2018年、2019年及2020年1-6月雅格股份的存货周转率分别为1.71、1.59、1.02及0.20，低于本公司。根据雅格股份年度报告，“存货的周转速度低主要是库存商品较多引起，存货占用大量资金”。

(4) 就偿债能力与雅格股份的比较，公司在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十二、偿债能力、流动性与持续经营能力分析”之“(二)

偿债能力分析”之“2、同行业上市公司偿债能力对比分析”中补充披露如下：

2017年、2018年、2019年及2020年1-6月雅格股份的资产负债率（合并）分别为8.08%、3.85%、5.86%及9.98%，低于本公司；流动比率分别为9.33、19.77、13.22及7.60，高于本公司。雅格股份与本公司都具有较强的偿债能力。

（5）就毛利率与雅格股份的比较，具体请参见对本问询函之“问题16.关于毛利率”之“第（3）问：结合发行人所处的行业竞争地位分析维持较高毛利率且大幅高于同行业竞争对手的原因及可持续性”之回复。

（6）就期间费用率与雅格股份的比较，具体请参见对本问询函之“问题18：关于期间费用”之“第（4）问：结合业务类别及竞争格局、经营模式、期间费用具体构成等差异情况，分析并披露报告期销售费用率、管理费用率、研发费用率、财务费用率与同行业可比公司差异原因及合理性分析；补充披露期间费用的归集是否准确，是否存在漏记或者跨期确认的情形，是否存在关联方或前关联方为发行人承担管理费用的情况。”之回复。

（三）为增加投资者对公司业务情况和经营成果的理解，公司另外选择了一家眼镜镜片企业“明月镜片”和一家下游企业“雅视光学”，就产品、应用领域、客户、关键经营数据和财务指标等与公司进行比较，并在招股说明书“第六节 业务与技术”之“三、公司在行业中的市场地位”中补充披露如下：

## （八）公司与眼镜行业其他企业的比较情况

### 1、与明月镜片比较

明月镜片是一家国内领先的综合类眼镜镜片生产商，于2020年7月提交在创业板发行并上市申请。

根据其招股说明书（申报稿），明月镜片的业务涵盖树脂原料的研发、生产及销售，镜片光学结构、光学膜层及功能化镜片的研发及设计，树脂镜片大规模工业化生产及个性化定制生产，镜架设计及成镜的生产、销售。

明月镜片的主营业务收入主要来源于镜片和原料，销售模式包括直销和经销，镜片销售以自有品牌为主。报告期内其主要客户为JINS INC.、郑州市惠济区明月眼镜商行等眼镜零售商、经销商、贸易商等，主要供应商为镜片用化工原料生产商。

(1) 公司就关键经营数据、毛利率、其他主要财务指标及报告期变动趋势等与明月镜片进行比较如下:

| 项 目                     | 2019 年度   |           | 2018 年度   |           | 2017 年度   |           |
|-------------------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
|                         | 明月<br>镜片  | 本公司       | 明月<br>镜片  | 本公司       | 明月<br>镜片  | 本公司       |
| 营业收入 (万元)               | 55,250.12 | 15,634.06 | 50,941.85 | 14,949.32 | 42,626.82 | 13,283.09 |
| 营业收入变动 (%)              | 8.46      | 4.58      | 19.51     | 12.54     | ——        | ——        |
| 净利润 (万元)                | 8,057.41  | 4,163.36  | 4,184.53  | 3,019.13  | 2,168.65  | 3,503.03  |
| 净利润变动 (%)               | 92.55     | 37.90     | 92.96     | -13.81    | ——        | ——        |
| 扣非后净利润 (万元)             | 6,592.46  | 3,955.09  | 4,407.19  | 2,803.36  | 2,565.24  | 3,329.90  |
| 扣非后净利润变动 (%)            | 49.58     | 41.08     | 71.80     | -15.81    | ——        | ——        |
| 经营活动产生的现金流量<br>净额 (万元)  | 9,039.34  | 4,343.90  | 8,313.51  | 3,194.49  | 4,878.94  | 3,205.62  |
| 经营活动产生的现金流量<br>净额变动 (%) | 8.73      | 35.98     | 70.40     | -0.35     | ——        | ——        |
| 主营业务毛利率 (%)             | 51.24     | 48.33     | 44.78     | 45.64     | 40.45     | 41.88     |
| 主营业务毛利率变动 (%)           | 6.46      | 2.69      | 4.33      | 3.77      | ——        | ——        |

注:截至本招股说明书签署日,明月镜片尚未披露 2020 年半年度数据。

报告期内明月镜片的营业收入大于本公司,营业收入的变动趋势与本公司基本一致。

报告期内明月镜片的净利润、扣非后净利润及经营活动产生的现金流量净额均大幅增长,主要是因为 2018 年及 2019 年其主营业务毛利率分别比上年度上升 4.33%和 6.46%。

2017 年明月镜片的主营业务毛利率与本公司基本持平,2018 年及 2019 年其主营业务毛利率大幅上升,根据明月镜片招股说明书(申报稿),主要是因为:  
①公司品牌影响力逐步增强镜片单价有所提升;②成镜产品内部结构调整单位成本有所下降;③电商自营零售业务快速发展,零售渠道单价较高且成镜业务逐步形成规模化发展态势带来单位成本进一步降低。

(2) 公司就资产周转能力指标与明月镜片进行比较如下:

| 项 目     | 2019 年度  |      | 2018 年度  |      | 2017 年度  |      |
|---------|----------|------|----------|------|----------|------|
|         | 明月<br>镜片 | 本公司  | 明月<br>镜片 | 本公司  | 明月<br>镜片 | 本公司  |
| 应收账款周转率 | 4.33     | 3.46 | 4.51     | 3.37 | 3.78     | 3.29 |
| 存货周转率   | 2.22     | 5.11 | 2.60     | 5.39 | 2.69     | 7.43 |

明月镜片的应收账款周转率与本公司较为接近；明月镜片的存货周转率低于本公司，主要是因为产品类型和业务结构不同。

(3) 公司就偿债能力指标与明月镜片进行比较如下：

| 项 目           | 2019 年度   |          | 2018 年度  |          | 2017 年度  |          |
|---------------|-----------|----------|----------|----------|----------|----------|
|               | 明月<br>镜片  | 本公司      | 明月<br>镜片 | 本公司      | 明月<br>镜片 | 本公司      |
| 资产负债率（母公司）    | 30.17     | 13.75    | 42.48    | 13.35    | 44.75    | 16.17    |
| 流动比率（倍）       | 3.07      | 6.55     | 1.43     | 6.73     | 1.24     | 5.49     |
| 速动比率（倍）       | 2.17      | 5.28     | 0.87     | 5.37     | 0.85     | 4.53     |
| 利息保障倍数（倍）     | 75.93     | 252.08   | 13.61    | -        | 6.61     | -        |
| 息税折旧摊销前利润（万元） | 12,618.59 | 5,091.23 | 8,720.41 | 3,846.13 | 6,096.35 | 4,287.59 |

明月镜片规模大于本公司，报告期内其息税折旧摊销前利润大于本公司。除息税折旧摊销前利润外，报告期内明月镜片的其他偿债能力指标略低于本公司，主要是因为其在报告期内的短期借款高于本公司。

(4) 公司就期间费用率指标与明月镜片进行比较如下：

单位：%

| 项 目   | 2019 年度  |      | 2018 年度  |      | 2017 年度  |      |
|-------|----------|------|----------|------|----------|------|
|       | 明月<br>镜片 | 本公司  | 明月<br>镜片 | 本公司  | 明月<br>镜片 | 本公司  |
| 销售费用率 | 18.80    | 6.36 | 15.08    | 5.17 | 11.56    | 2.39 |
| 管理费用率 | 9.99     | 6.27 | 12.27    | 6.23 | 15.15    | 4.67 |
| 研发费用率 | 2.94     | 4.97 | 3.01     | 4.95 | 3.57     | 4.49 |

明月镜片销售费用率大于本公司，主要是因为其产品更接近终端消费者，公司投入用于品牌推广的广告费和业务宣传费较多。

明月镜片管理费用率大于本公司，主要是因为其人对高管及部分核心员工进行了股权激励，2017 年、2018 年及 2019 年股份支付占其管理费用的比例分别为 27.81%、24.12%和 5.15%。

明月镜片研发费用率小于本公司，主要是因为其规模较大，研发费用率基数大于本公司。

## 2、与雅视光学比较

雅视光学是一家在香港上市的 ODM 眼镜产品制造商(股票代码:01120.HK)，其主要产品为光学眼镜镜架和太阳眼镜。

(1) 公司就关键经营数据、毛利率、其他主要财务指标及报告期变动趋势等与雅视光学进行比较如下：

| 项 目                     | 2019 年度      |              | 2018 年度      |              | 2017 年度      |              |
|-------------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
|                         | 雅视光学<br>(港币) | 本公司<br>(人民币) | 雅视光学<br>(港币) | 本公司<br>(人民币) | 雅视光学<br>(港币) | 本公司<br>(人民币) |
| 营业收入 (万元)               | 104,096.20   | 15,634.06    | 119,601.30   | 14,949.32    | 102,818.80   | 13,283.09    |
| 营业收入变动 (%)              | -12.96       | 4.58         | 16.32        | 12.54        | ——           | ——           |
| 净利润 (万元)                | -13,175.30   | 4,163.36     | -3,458.60    | 3,019.13     | -66,894.70   | 3,503.03     |
| 净利润变动 (%)               | -280.94      | 37.90        | 94.83        | -13.81       | ——           | ——           |
| 经营活动产生的现金流量<br>净额 (万元)  | 5,201.60     | 4,343.90     | -5,629.10    | 3,194.49     | 4,606.80     | 3,205.62     |
| 经营活动产生的现金流量<br>净额变动 (%) | 192.41       | 35.98        | -222.19      | -0.35        | ——           | ——           |
| 毛利率 (%)                 | 17.23        | 47.81        | 21.58        | 45.38        | 15.32        | 41.66        |
| 毛利率变动 (%)               | -4.35        | 2.43         | 6.26         | 3.72         | ——           | ——           |

雅视光学是本公司的客户，报告期内明月镜片的营业收入大于本公司，营业收入波动较小。

报告期各年雅视光学的净利润均为负，一方面是因为其毛利率低于本公司及明月镜片等眼镜材料制造商，另一方面其管理费用率较高。

报告期各年雅视光学经营活动产生的现金流量净额波动较大，主要是因为其 2018 年毛利率高于 2017 年和 2019 年，导致 2019 年净利润及经营活动产生的现金流量净额高于 2017 年和 2019 年。

报告期内雅视光学的毛利率低于本公司，主要是因为产品类型、业务结构和市场地位不同。

(2) 公司就资产周转能力指标与雅视光学进行比较如下：

| 项 目     | 2019 年度  |      | 2018 年度  |      | 2017 年度  |      |
|---------|----------|------|----------|------|----------|------|
|         | 雅视<br>光学 | 本公司  | 雅视<br>光学 | 本公司  | 雅视<br>光学 | 本公司  |
| 应收账款周转率 | 3.61     | 3.46 | 3.94     | 3.37 | 3.33     | 3.29 |
| 存货周转率   | 5.39     | 5.11 | 5.58     | 5.39 | 5.50     | 7.43 |

雅视光学的应收账款周转率、存货周转率与本公司较为接近。

(3) 公司就偿债能力指标与雅视光学进行比较如下：

| 项 目       | 2019 年度 |        | 2018 年度 |       | 2017 年度 |       |
|-----------|---------|--------|---------|-------|---------|-------|
|           | 雅视光学    | 本公司    | 雅视光学    | 本公司   | 雅视光学    | 本公司   |
| 资产负债率（合并） | 31.17   | 13.91  | 30.43   | 13.54 | 29.68   | 16.17 |
| 流动比率（倍）   | 1.61    | 6.55   | 1.67    | 6.73  | 1.65    | 5.49  |
| 速动比率（倍）   | 1.26    | 5.28   | 1.27    | 5.37  | 1.32    | 4.53  |
| 利息保障倍数（倍） | -144.92 | 252.08 | -21.09  | -     | -140.41 | -     |

报告期内雅视光学的利息保障倍数为负，主要是为因为其净利润为负。报告期内雅视光学的其他偿债能力指标均低于本公司，主要是因为其在报告期内的应付账款余额较大。

（4）公司就期间费用率指标与雅视光学进行比较如下：

单位：%

| 项 目   | 2019 年度 |      | 2018 年度 |      | 2017 年度 |      |
|-------|---------|------|---------|------|---------|------|
|       | 雅视光学    | 本公司  | 雅视光学    | 本公司  | 雅视光学    | 本公司  |
| 销售费用率 | 3.10    | 6.36 | 3.10    | 5.17 | 2.90    | 2.39 |
| 管理费用率 | 27.01   | 6.27 | 26.03   | 6.23 | 34.17   | 4.67 |

雅视光学的管理费用率远高于本公司，销售费用率低于本公司，一方面是因为雅视光学旗下拥有五家子公司，管理成本相对较高，另一方面是因为雅视光学在香港上市，财务数据依香港财务报告准则出具，与《企业会计准则》存在分类差异。

保荐机构发表的意见：

经检索上市公司资料、新三板挂牌公司资料及近三年被上市公司并购的标的公司，查询可比上市公司公开信息，比较分析发行人与可比上市公司财务数据及相关信息，保荐机构认为：

除无法获得相关信息的指标以外，与同行业可比公司比较，发行人的关键经营数据、毛利率及其他重要财务指标不存在无法合理解释的异常情况。

发行人已披露同行业可比公司情况，并最大程度确保可比公司的产品、应用领域、客户与发行人可比，已披露情况真实、准确、完整。

除因无法获得可比公众公司主要产品销售单价、主要原材料采购价格未进行比较外，发行人已补充说明并披露发行人关键经营数据、毛利率及其报告期变动趋势等业务指标与同行业可比公司的比较情况，并补充披露发行人主要财务指标

与雅格股份的比较情况，该说明和披露情况真实、合理。

第（2）问：补充披露温州雅格胶板股份有限公司等竞争对手的业务模式、生产工艺、采购渠道、销售市场、主要客户情况，并对比与发行人存在的差异；前述竞争对手在市场占有率、品牌声誉、产品质量、产品技术性能、关键技术指标等衡量核心竞争力的关键业务数据与指标等方面的比较情况，并据此说明发行人属于“在醋酸纤维素板材行业处于领先地位”的判断依据，发行人竞争优势和行业地位的相关信息披露是否真实、准确、完整；

雅格股份在公开转让说明书中未披露市场占有率、品牌声誉、产品质量、产品技术性能、关键技术指标等方面的情况，无法进行比较。

就雅格股份的业务模式（商业模式）、生产工艺、采购渠道、销售市场、主要客户情况，并对比与发行人存在的差异，发行人在招股说明书“第六节 业务与技术”之“三、公司在行业中的市场地位”之“（七）公司与同行业可比公司在经营情况、市场地位、技术实力等方面的比较情况”中补充披露如下：

根据雅格股份的公开转让说明书，雅格股份的商业模式为：

“公司的业务立足于眼镜制造业，……，公司生产的挤拉系列胶板与压拼系列胶板产品能为国内外眼镜制造商、光学制造厂商等客户提供重量较轻、光泽度好、款式美观、较为时尚的醋酸纤维素胶板。公司主要采用直接销售模式推介公司产品、品牌，以‘接单生产’、‘对通用产品适当备货’的经营模式，通过直接面向国内外眼镜、光学制造商进行销售，……，报告期内，公司的收入来源是通过向客户提供高质量、高水准、性能优良的醋酸纤维素胶板，从中获取收入并实现利润。”本公司的商业模式与雅格股份类似。

雅格股份披露的生产工艺流程为：

（1）挤拉系列胶板



（2）压拼系列胶板



就挤板生产而言，本公司的生产工艺流程还包括确认颜色、烤料、挤出首件、确认颜色结构、质量抽检等；就压板生产而言，本公司的生产工艺流程还包括首

件生产、确认颜色结构、质量抽检等，本公司生产工艺流程更为精细、严格。

雅格股份未明确披露采购渠道，根据其 2019 年年度报告，前五名供应商情况如下：

| 序号  | 供应商            | 采购金额（万元） | 年度采购占比（%） |
|-----|----------------|----------|-----------|
| 1   | 上海紫汇实业有限公司     | 261.00   | 51.55     |
| 2   | 东莞斯曼塑胶制品有限公司   | 232.09   | 45.84     |
| 3   | 广州市山毅贸易有限公司    | 7.80     | 1.54      |
| 4   | 远东塑胶染料（深圳）有限公司 | 1.99     | 0.39      |
| 5   | 广州市穗博贸易有限公司    | 1.19     | 0.24      |
| 合 计 |                | 504.06   | 99.56     |

注：东莞斯曼塑胶制品有限公司于 2019 年 4 月更名为东莞创耀塑料有限公司。

从上表可见，雅格股份采购金额较小，其中上海紫汇实业有限公司为醋酸纤维素胶粒贸易商，东莞斯曼塑胶制品有限公司为醋酸纤维素胶粒生产商，也是本公司的供应商，广州市山毅贸易有限公司和广州市穗博贸易有限公司为贸易商，远东塑胶染料（深圳）有限公司为色粉供应商，可见雅格股份主要通过贸易商采购。本公司的醋酸纤维素胶粒全部直接采购自生产商，主要因为本公司规模较大，与雅格股份的采购渠道存在差异。

根据雅格股份 2019 年年度报告，前五名客户情况如下：

| 序号  | 客 户         | 销售金额（万元） | 年度销售占比（%） |
|-----|-------------|----------|-----------|
| 1   | 温州市旭民眼镜有限公司 | 80.51    | 12.57     |
| 2   | 温州市中民眼镜有限公司 | 76.31    | 11.92     |
| 3   | 温州喜爱普光学有限公司 | 44.48    | 6.95      |
| 4   | 温州市朗盛光学有限公司 | 23.12    | 3.61      |
| 5   | 温州市恒伟光学有限公司 | 19.35    | 3.02      |
| 合 计 |             | 243.77   | 38.07     |

从上表可见，雅格股份的客户主要集中在温州地区。本公司的销售区域广泛分布于境内的广东、浙江、江西、福建等省份及境外。雅格股份 2019 年前五名客户均为本公司的客户，上述客户在本公司 2019 年销售客户中的排名分别为 64 名、13 名、27 名、24 名和 40 名。

从工艺流程、采购渠道、销售市场、主要客户等方面来看，公司优于同行业

公众公司，符合公司关于“在醋酸纤维素板材行业处于领先地位”的判断，公司竞争优劣势和行业地位的相关信息披露真实、准确、完整。

**保荐机构发表的意见：**

经检索雅格股份公司资料、新三板挂牌公告及年度报告，比较分析雅格股份与本公司业务模式、生产工艺、采购渠道、销售市场、主要客户情况等方面的差异，本保荐机构认为：

与发行人主营业务相同的雅格股份未披露市场占有率、品牌声誉、产品质量、产品技术性能、关键技术指标等方面的情况，无法进行比较；雅格股份业务模式、生产工艺与发行人类似；采购渠道与发行人差异较大，雅格股份主要通过贸易商采购；雅格股份的销售市场小于本公司；雅格股份的主要客户与本公司重叠，销售规模小于本公司。从采购渠道、销售市场、主要客户等方面来看，公司优于主营业务相同的雅格股份，符合发行人关于“在醋酸纤维素板材行业处于领先地位”的判断，发行人竞争优劣势和行业地位的相关信息披露真实、准确、完整。

发行人已披露上述情况，已披露情况真实、准确、完整。

**第（3）问：补充披露温州雅格胶板股份有限公司的业务规模、行业地位、主要财务数据，包括但不限于最近三年一期的营业收入、净利润、毛利率、经营活动产生的现金流量净额，分析并说明与发行人的差异情况，发行人与该公司的毛利率水平及变动趋势是否存在不一致，如存在，说明差异原因及合理性。**

就温州雅格胶板股份有限公司的业务规模、行业地位、主要财务数据，及与发行人的差异情况，发行人与该公司的毛利率水平及变动趋势及原因，公司已在本问题第（1）问中进行合并回复并补充披露，具体请参见对本问题第（1）问中的回复。

**保荐机构发表的意见：**

经检索雅格股份公司资料、新三板挂牌公告及年度报告，比较分析雅格股份与本公司业务规模、行业地位、主要财务数据的差异，保荐机构认为：

雅格股份规模较小，行业地位较低，与发行人的可比性较差，其主要财务数据与发行人存在一定差异。

发行人已披露雅格股份的业务规模、行业地位、主要财务数据及与发行人的

差异情况，发行人已披露雅格股份的毛利率水平及变动趋势及与发行人存在差异的原因，已披露情况真实、准确、完整、合理。

**第（4）问：请保荐人、申报会计师发表明确意见，并说明核查过程和结论。**

**（一）核查程序**

- 1、通过同花顺金融数据终端（iFind）及其他公开途径搜索同行业可比公司（包括上市公司、近三年被上市公司并购的标的公司）情况；
- 2、检索上市公司资料、新三板挂牌公司资料，查询可比公司公开信息；
- 3、比较并分析可比公司与发行人业务模式、生产工艺、采购渠道、销售市场、主要客户等方面与发行人存在的差异。

**（二）核查意见**

经核查，保荐人认为，目前国内上市及挂牌公司中，与发行人从事相同或相近业务的企业仅为温州雅格胶板股份有限公司，其业务规模与发行人相比差距较大，发行人的财务指标、业务情况等与雅格股份存在一定差异。发行人已披露同行业可比公司相关情况并与发行人进行比较分析，已披露情况真实、准确、完整、合理。

## 问题 10：关于与四川普什的采购及投资

申报材料显示，发行人第一大供应商四川普什醋酸纤维素有限责任公司（以下简称四川普什）为四川省宜宾五粮液集团有限公司二级子公司，发行人 2018 年 9 月以 612.92 万元参股该公司 9.89% 的股权。报告期内，发行人向四川普什采购醋酸纤维素胶粒的金额分别为 3,146.95 万元、3,847.50 万元和 4,481.14 万元，占发行人采购总额的比重分别为 44.02%、57.02% 和 67.99%。发行人 2020 年进行会计差错更正，追溯调整 2018 年末对四川普什的长期股权投资，全额计提了减值准备。

根据招股说明书，公司向四川普什采购的醋酸纤维素胶粒中，采购量最大的型号为“GCA-CS01-LX”，占采购总量的 90% 以上。2017 年至 2019 年公司向四川普什采购该产品的均价与四川普什向其他客户销售该产品的平均售价的差异率分别为 -0.07%、0.12% 和 1.55%。2017 年至 2019 年，公司向四川普什采购胶粒的均价，与公司向其他供应商采购胶粒的均价的差异率（不考虑年度返利因素）分别为 2.06%、1.57% 和 1.92%。公司当年采购总量达到一定标准时，可获得四川普什给予的返利。

请发行人：

（1）结合四川普什的股权结构、简要历史沿革、主营业务、生产规模、产品特性、国内醋酸纤维素胶粒其他供应商和市场公开价格、最近三年主要财务数据等，补充分析并披露发行人参股四川普什的背景和原因，股权收购的定价依据，关联交易的公允性，是否从事与发行人相同或类似业务，是否与发行人客户、供应商存在业务、资金往来；

（2）结合报告期内发行人采购醋酸纤维素胶粒的情况、其他供应商产能、珠三角同类产品产能情况、发行人关于醋酸纤维素胶粒的具体品质要求，补充分析并披露发行人地处广东向四川普什大额采购的原因、必要性及合理性；

（3）结合国内醋酸纤维素胶粒行业竞争情况、整体产能规模、区域分布、集中度情况以及不同供应商所能提供的产品品质差异情况，补充分析并说明发行人供应商高度集中的合理性，是否符合行业惯例和商业实质，发行人是否对四川普什的采购是否存在重大依赖；

（4）结合收购时四川普什财务数据、业务规模、历史上向集团资金拆借的具

体情况、剔除资金拆借补计提利息后的营业利润变动情况，补充分析并披露发行人 2018 年 9 月参股三个月后即全额减值的原因及合理性，调整事项和时点是否符合《企业会计准则》的规定；

(5) 提供与四川普什的采购合同、投资合同，结合参股前后采购合同权利义务约定情况，分析并披露参股前后采购量、付款条件、结算价格、运输费用承担方式、返利政策是否存在变化，如存在，分析并披露变化的原因及合理性；

(6) 补充披露向四川普什采购原材料返利具体条款，采购返利的会计处理，是否符合《企业会计准则》的规定，相关采购返利金额是否与采购规模及返利条款相匹配；

(7) 补充披露预付账款中预付四川普什的款项的具体内容，分析并披露报告期各期预付账款发生额是否与采购合同约定的结算条款及采购金额相匹配。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

回复如下：

第（1）问：结合四川普什的股权结构、简要历史沿革、主营业务、生产规模、产品特性、国内醋酸纤维素胶粒其他供应商和市场公开价格、最近三年主要财务数据等，补充分析并披露发行人参股四川普什的背景和原因，股权收购的定价依据，关联交易的公允性，是否从事与发行人相同或类似业务，是否与发行人客户、供应商存在业务、资金往来；

就四川普什的相关情况，发行人在招股说明书“第七节 公司治理与独立性”之“九、关联方及关联交易”之“（一）现有关联方”“3、公司合并范围外的参股公司”中补充披露如下：

#### （1）四川普什简要历史沿革

2007 年 8 月 9 日，经宜宾市政府国有资产监督管理委员会及宜宾市商务局批准，普什集团和意大利 M&G Finanziaria S.p.A. 共同出资设立四川普什，设立后的股权结构如下：

| 序号  | 股东名称   | 出资额（万元）   | 出资比例（%） |
|-----|--------|-----------|---------|
| 1   | 普什集团   | 13,400.00 | 67.00   |
| 2   | M&G 控股 | 6,600.00  | 33.00   |
| 合 计 |        | 20,000.00 | 100.00  |

2017 年四川普什的外方股东 M&G 控股的母公司 Mossi Ghisolfi Group 申请破产，M&G 控股决定退出四川普什的投资；本公司、深圳市前海清源实业投资有限公司、蔡志锋及都丽拟购买意大利 M&G 控股所持有的四川普什全部股权。为简化及加快外方股东退出流程，2018 年 2 月，本公司、前海清源、蔡志锋及都丽委托普什集团代为购买意大利 M&G 控股所持有的四川普什的全部股权。2018 年 7 月代购的股权完成变更手续，2018 年 9 月，受托方普什集团将其代购购买的四川普什 33%的股权转让予委托方。该次股权变更后四川普什的股权结构如下：

| 序号  | 股东名称 | 出资份额（万元）  | 出资比例（%） |
|-----|------|-----------|---------|
| 1   | 普什集团 | 13,400.00 | 67.00   |
| 2   | 前海清源 | 2,404.00  | 12.02   |
| 3   | 本公司  | 1,978.00  | 9.89    |
| 4   | 蔡志锋  | 1,638.00  | 8.19    |
| 5   | 都丽   | 580.00    | 2.90    |
| 合 计 |      | 20,000.00 | 100.00  |

上述股权变更后至今，四川普什的股权结构未发生变化。

## （2）四川普什的主营业务、生产规模、产品特性及最近三年财务数据

四川普什的主营业务为醋酸纤维素和醋酸酐的生产、研发和销售，其中塑料级二醋酸纤维素年产能 15,000 吨左右，现阶段年产量为 10,000 吨左右。

醋酸纤维素胶粒具备优良的着色性能，加工性能，其所制成的制品手感良好，色泽亮丽。

经四川华强会计师事务所有限公司审计的四川普什最近三年主要财务数据如下（补计提利息费用前）：

| 项 目               | 2019年<br>12月31日 | 2018年<br>12月31日 | 2017年<br>12月31日 |
|-------------------|-----------------|-----------------|-----------------|
| 资产总计（万元）          | 132,674.89      | 144,901.41      | 152,591.64      |
| 所有者权益（万元）         | -12,129.78      | 3,679.14        | 9,465.91        |
| 项 目               | 2019年度          | 2018年度          | 2017年度          |
| 营业收入（万元）          | 100,118.69      | 80,231.80       | 75,846.71       |
| 净利润（万元）           | -15,759.17      | -5,817.95       | -877.68         |
| 经营活动产生的现金流量净额（万元） | 11,346.44       | 11,651.81       | 2,071.93        |

### (3) 参股四川普什的背景和原因，股权收购的定价依据

#### ① 参股四川普什的背景

四川普什成立于 2007 年 8 月，为中意合资企业，中方股东普什集团持有 67% 的股权；外方股东 M&G 控股持有 33% 的股权，四川普什的实际控制人为四川省宜宾市国资委。

2017 年 M&G 控股的母公司 Mossi Ghisolfi Group 申请破产，M&G 集团拟将其持有的四川普什的股权受让。同时，普什集团有意为四川普什引入战略投资者。通过遴选和磋商，普什集团与包括本公司在内的四家投资者形成股权投资意向。2018 年 2 月，包括本公司在内的四家投资者与普什集团签订《股权代购委托协议》，由普什集团代为购买 M&G 控股持有的四川普什的股权。2018 年 9 月普什集团、本公司、前海清源、蔡志锋及都丽共同签订《合资合同》，公司完成对四川普什的股权收购。

#### ② 公司参股四川普什的原因

四川普什为全球少数几家拥有塑料级二醋酸纤维素产品生产技术以及生产能力的公司之一。公司自 2014 年开始从四川普什采购醋酸纤维素胶粒，四川普什的醋酸纤维素胶粒产品质量稳定，经过多年的合作，本公司与四川普什建立了良好的合作关系。投资四川普什有利于本公司建立稳定的原材料供应，有利于公司长期稳定发展。

四川普什在醋酸纤维素领域拥有较大的规模优势和雄厚的技术实力，投资四川普什，是公司在醋酸纤维素板材产业链上的战略布局，符合公司的长远利益。

#### ③ 股权收购的定价依据

四川普什 33% 的股权受让价格为 300 万美元，该价格由股权受让方委托普什集团与出让方 M&G 控股协商确定。

就四川普什与公司发生的关联交易的公允性，发行人在招股说明书“第七节 公司治理与独立性”之“十、关联交易情况”之“（二）经常性关联交易”中修改披露如下：

“醋酸纤维素胶粒无市场公开交易价格。公司向四川普什采购的醋酸纤维素胶粒中，采购量最大的型号为“GCA-CS01-LX”，占采购总量的 90% 左右。2017 年、2018 年、2019 年及 2020 年 1-6 月公司向四川普什采购该产品的均价，与

四川普什向其他客户销售该产品的平均售价的差异率分别为-0.07%、0.12%、1.55%和1.27%。该差异率的计算公式为： $(\text{四川普什向其他客户销售均价} - \text{公司向四川普什采购均价}) \div \text{公司向四川普什采购均价} \times 100\%$ 。

2017年、2018年、2019年及2020年1-6月，公司向四川普什采购胶粒的均价，与公司向其他供应商采购胶粒的均价的差异率（不考虑年度返利因素）分别为2.06%、1.57%、1.92%和2.95%。该差异率的计算公式为： $(\text{公司向其他供应商采购均价} - \text{公司向四川普什采购均价}) \div \text{公司向四川普什采购均价} \times 100\%$ 。

公司与四川普什的关联交易，遵循了市场化定价原则：四川普什向公司销售的价格与四川普什向其他客户销售的价格不存在明显差异；公司从四川普什采购的价格比公司从非关联方采购的价格略低，系商务政策差异的合理体现（公司与四川普什的采购交易为先款后货，与其他供应商的采购为先货后款）。同时，2018年9月公司参股四川普什前后，该关联交易与其他同类交易的价格差异率未发生明显变化，该关联交易价格公允。”

就四川普什是否从事与本公司相同或类似业务，是否与本公司客户、供应商存在业务、资金往来，发行人在招股说明书“第七节 公司治理与独立性”之“九、关联方及关联交易”之“（一）现有关联方”之“3、公司合并范围外的参股公司”中补充披露如下：

#### **（4）四川普什与公司的其他关联关系**

四川普什的主营业务为醋酸纤维素和醋酸酐的生产、研发和销售；本公司的主营业务为醋酸纤维素板材设计开发、生产及销售。四川普什与本公司系产业上下游关系，四川普什不存在从事与本公司相同或类似业务的情况。

四川普什与本公司的主要客户、主要供应商不存在业务或资金往来。

#### **保荐机构发表的意见：**

经检索四川普什的工商信息，查阅发行人入股四川普什的相关协议，访谈包括四川普什在内的发行人主要供应商及主要客户，核查报告期发行人采购的主要原材料的价格，保荐机构认为，发行人已充分分析并披露参股四川普什的背景和原因，股权收购的定价依据，关联交易的公允性，以及是否从事与发行人相同或类似业务，是否与发行人客户、供应商存在业务、资金往来，已披露情况真实、准确、完整。

保荐机构认为，发行人入股四川普什的股权，来源于四川普什原外方股东持有的股权，发行人参股四川普什系利用外方股东退出持股的契机，实现双方战略合作的需要，四川普什及普什集团在该次股权转让中并没有财务收益；发行人与四川普什的关联采购价格系按照市场化原则确定，价格公允；四川普什不存在从事与发行人相同或类似业务的情况，其与发行人的主要客户、主要供应商不存在业务或资金往来。

发行人已披露上述情况，已披露内容真实、准确、完整。

第（2）问：结合报告期内发行人采购醋酸纤维素胶粒的情况、其他供应商产能、珠三角同类产品产能情况、发行人关于醋酸纤维素胶粒的具体品质要求，补充分析并披露发行人地处广东向四川普什大额采购的原因、必要性及合理性；

就发行人报告期内向四川普什大额采购的原因、必要性及合理性，发行人在招股说明书“第六节 业务和技术”之“五、公司采购情况及主要供应商”之“（四）报告期内向前五名供应商采购情况”中补充披露如下：

醋酸纤维素胶粒由塑料级二醋酸纤维素制成。目前国内从事醋酸纤维素胶粒生产的规模厂家有四家，具体情况如下：

| 公司名称       | 年产能（吨） | 所在地区   | 其他情况   |
|------------|--------|--------|--------|
| 四川普什       | 15,000 | 四川省宜宾市 | 内资企业   |
| 伊玛塑胶       | 9,000  | 广东省深圳市 | 外商独资企业 |
| 中峰化学有限公司   | 10,000 | 山东省滕州市 | 中外合资企业 |
| 东莞创耀塑料有限公司 | 不详     | 广东省东莞市 | 外商独资企业 |

除上述供应商外，发行人报告期内的第三大醋酸纤维素胶粒供应商大川塑料，自2018年起逐步减少了醋酸纤维素胶粒的生产和相关业务，并于2019年3月关闭了醋酸纤维素胶粒生产线，退出了相关经营。

上述供应商中，四川普什为宜宾五粮液集团的控股公司，实际控制人为宜宾市国资委，其年醋酸纤维素胶粒产能为15,000吨；伊玛塑胶为外商独资企业，设立于2002年6月，注册资本620万美元，由世界醋酸纤维素材料领先企业美国伊士曼化工（Eastman Chemical）和公司最主要的行业竞争对手之一华意胶板的母公司—意大利MAZZUCHELLI 1849共同出资设立，其年醋酸纤维素胶粒产能为9,000吨。公司报告期年醋酸纤维素采购量为2,300吨左右。

公司对于采购的醋酸纤维素胶粒的品质要求，包括胶粒的水分含量、黄度、熔融指数和裂痕度。公司醋酸纤维素胶粒供应商提供的产品不存在品质差异，均能达到公司对原材料的品质要求。

公司醋酸纤维素胶粒主要供应商中，伊玛塑胶位于深圳市龙华新区；四川普什位于四川省宜宾市。公司为四川普什的股东，四川普什更能保障公司原材料供应的稳定性；在包含运费的情况下，四川普什的产品价格略低于伊玛塑胶；到货时间方面，四川普什至公司的运输时间仅2天。出于保障供应稳定、降低原材料成本的考虑，公司大额采购四川普什的产品，具有必要性和合理性。

保荐机构发表的意见：

发行人及保荐机构通过搜索醋酸纤维素胶粒行业公开资料、查阅相关行业研究报告及其他合理方法，未查询到有关珠江三角洲醋酸纤维素胶粒产能的权威数据，故未在招股说明书中披露相关情况。

保荐机构通过访谈发行人醋酸纤维素胶粒主要供应商、查阅发行人关于原材料采购的质量检验资料、核查发行人报告期对各主要供应商的原材料采购价格，保荐机构认为，发行人醋酸纤维素胶粒供应商提供的产品不存在品质差异；发行人在到货时间差异不大的情况下，出于保障供应安全、降低原材料成本的考虑，大额采购四川普什的产品，具有必要性和合理性。

发行人已披露上述情况，已披露内容真实、准确、完整。

第（3）问：结合国内醋酸纤维素胶粒行业竞争情况、整体产能规模、区域分布、集中度情况以及不同供应商所能提供的产品品质差异情况，补充分析并说明发行人供应商高度集中的合理性，是否符合行业惯例和商业实质，发行人是否对四川普什的采购是否存在重大依赖；

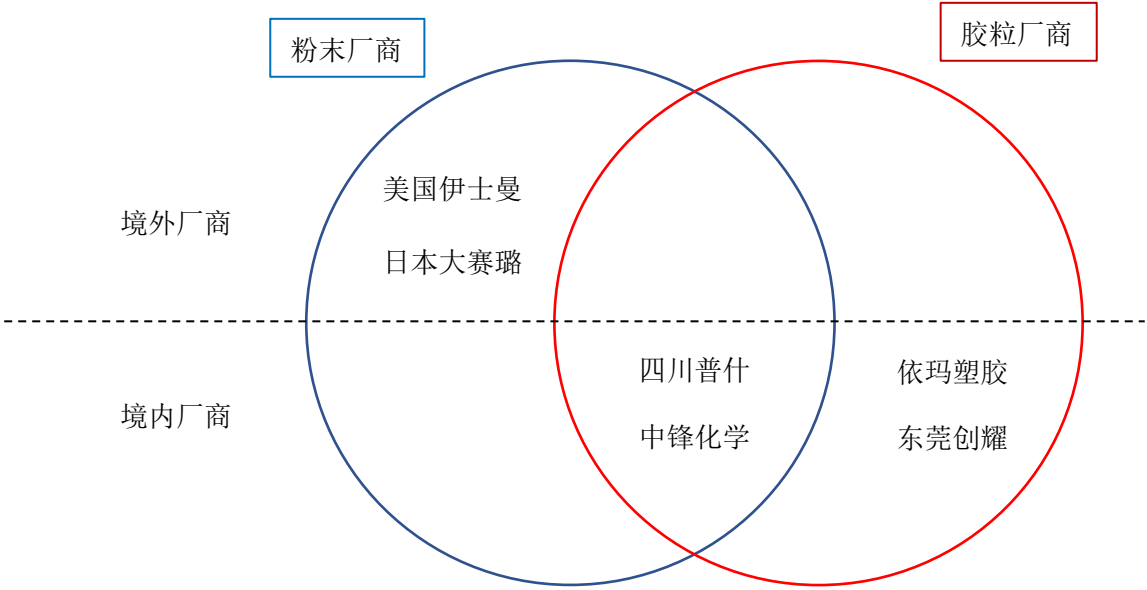
报告期内，公司供应商集中度较高，主要原因有两方面。一方面，公司产品的原材料成本构成中，醋酸纤维素胶粒成本占到原材料成本的95%以上，报告期公司采购集中度较高的供应商均为醋酸纤维素胶粒生产商；另一方面，国内醋酸纤维素胶粒的生产商集中度较高，公司集中采购，有利于保证原材料质量的稳定性、供货的及时性和降低采购成本。

眼镜用板材所使用的醋酸纤维素专业上称为塑料级二醋酸纤维素。塑料级二醋酸纤维素是指结合酸含量约为55%，用于塑料领域的醋酸纤维素。

目前，全球塑料级二醋酸纤维素需求量在 3 万吨左右，中国的需求量最大，其他需求主要集中在欧洲及北美；全球塑料级二醋酸纤维素生产商仅有四家，分别是美国伊士曼化学、日本大赛璐株式会社、四川普什和中峰化学有限公司。

塑料级二醋酸纤维素胶粒（以下简称“醋酸纤维素胶粒”）由塑料级二醋酸纤维素粉制成。目前国内从事醋酸纤维素胶粒生产的规模厂家有四家，分别为四川普什、依玛塑胶、中峰化学有限公司和东莞创耀塑料有限公司。

境内外醋酸纤维素粉及醋酸纤维素胶粒主要生产厂商总体情况如下图：



注：醋酸纤维素胶粒由醋酸纤维素粉制成；上图中依玛塑胶为美国伊士曼化学在我国的境内子公司。

上图中 4 家醋酸纤维素胶粒生产厂商的具体情况如下：

| 公司名称       | 年产能<br>(吨) | 所在地区   | 其他情况              |
|------------|------------|--------|-------------------|
| 四川普什       | 15,000     | 四川省宜宾市 | 内资企业，生产醋酸纤维素及胶粒   |
| 伊玛塑胶       | 9,000      | 广东省深圳市 | 外商独资企业，仅生产醋酸纤维素胶粒 |
| 中峰化学有限公司   | 10,000     | 山东省滕州市 | 中外合资企业，生产醋酸纤维素及胶粒 |
| 东莞创耀塑料有限公司 | 不详         | 广东省东莞市 | 外商独资企业，仅生产醋酸纤维素胶粒 |

上述企业中，四川普什与伊玛塑胶的品质无明显差异，均能达到公司对原材料品质要求。

新三板挂牌公司雅格股份系与公司主营业务相同或相近的唯一公众公司，其主营业务为醋酸纤维素胶板的生产、开发和销售。2019 年其前两大供应商合计采购金额占原材料总采购金额的比例为 97.39%，供应商高度集中。

综上，公司供应商集中度较高符合行业特点和商业实质，具有合理性和必要性。报告期内，公司集中采购的供应商与公司合作时间均超过 5 年，合作基础良好，相关的业务具有稳定性及可持续性。

公司醋酸纤维素胶粒供应商提供的产品不存在品质差异，均能达到公司对原材料的品质要求。公司主要原材料醋酸纤维素胶粒的供应商具有可替代性，相关产品市场为充分竞争的市场，单一供应商不存在垄断地位；公司与四川普什的交易遵循市场化原则，公司对四川普什的采购不存在重大依赖。

#### **保荐机构发表的意见：**

保荐机构通过访谈发行人醋酸纤维素胶粒主要供应商、查阅发行人关于原材料采购的质量检验资料、查看醋酸纤维素胶粒行业公开资料、查阅相关行业研究报告、分析比较同行业公众公司的相关情况、核查发行人报告期与主要供应商签订的采购合同或订单，保荐机构认为：

报告期内，发行人供应商集中度较高，主要原因有两方面。一方面，发行人产品的原材料成本构成中，醋酸纤维素胶粒成本占到原材料成本的 95%以上，报告期发行人采购集中度较高的供应商均为醋酸纤维素胶粒生产商；另一方面，国内醋酸纤维素胶粒的生产商集中度较高，发行人集中采购，有利于保证原材料质量的稳定性、供货的及时性和降低采购成本，发行人供应商集中度较高符合行业特点和商业实质，具有合理性和必要性；发行人供应商集中度较高，不会对发行人持续经营能力构成重大不利影响。

发行人醋酸纤维素胶粒供应商提供的产品不存在品质差异，均能达到发行人对原材料的品质要求；发行人主要原材料醋酸纤维素胶粒的供应商具有可替代性，相关产品市场为充分竞争的市场，单一供应商不存在垄断地位；发行人与四川普什的交易遵循市场化原则，发行人对四川普什的采购不存在重大依赖。

发行人已披露上述情况，已披露内容真实、准确、完整。

**第（4）问：结合收购时四川普什财务数据、业务规模、历史上向集团资金拆借的具体情况、剔除资金拆借补计提利息后的营业利润变动情况，补充分析并**

披露发行人 2018 年 9 月参股三个月后即全额减值的原因及合理性，调整事项和时点是否符合《企业会计准则》的规定；

2018 年 9 月公司收购时，四川普什财务数据、业务规模、剔除资金拆借补计提利息后的营业利润变动情况如下：

单位：万元

| 报表项目        | 金额<br>(补计利息前) | 金额<br>(补计利息后) | 变动额<br>(增+/减-) |
|-------------|---------------|---------------|----------------|
| 流动资产        | 39,953.87     | 39,953.87     | -              |
| 非流动资产       | 103,846.20    | 103,846.20    | -              |
| 资产合计        | 143,800.06    | 143,800.06    | -              |
| 流动负债        | 138,760.26    | 151,311.22    | 12,550.96      |
| 其中：应付利息     | -             | 12,550.96     | 12,550.96      |
| 非流动负债       | 1,381.09      | 1,381.09      | -              |
| 负债合计        | 140,141.35    | 152,692.31    | 12,550.96      |
| 实收资本        | 20,000.00     | 20,000.00     | -              |
| 资本公积及其他综合收益 | -64.35        | -64.35        | -              |
| 未分配利润       | -16,276.94    | -28,827.90    | -12,550.96     |
| 所有者权益合计     | 3,658.71      | -8,892.25     | -12,550.96     |
| 营业总收入       | 63,101.91     | 63,101.91     | -              |
| 营业毛利        | 1,447.97      | 1,447.97      | -              |
| 营业总成本       | 68,896.52     | 70,537.38     | 1,640.85       |
| 其中：销售、管理费用  | 3,308.14      | 3,308.14      | -              |
| 财务费用        | 2,344.14      | 3,984.99      | 1,640.85       |
| 营业利润        | -5,794.61     | -7,435.46     | -1,640.85      |
| 净利润         | -5,799.61     | -7,440.46     | -1,640.85      |

四川普什历史上向普什集团资金拆借的具体情况如下：

单位：万元

| 日期      | 借款本金      | 归还本金      | 本金余额       | 未付利息      | 本息余额       |
|---------|-----------|-----------|------------|-----------|------------|
| 2008 年度 | 28,053.60 | -         | 28,053.60  | -         | 28,053.60  |
| 2009 年度 | 27,330.00 | 3,500.00  | 51,883.60  | 2,251.19  | 54,134.79  |
| 2010 年度 | 38,808.12 | 48.81     | 90,642.91  | 5,415.07  | 96,057.98  |
| 2011 年度 | 35,890.57 | 1,100.00  | 125,433.48 | 7,342.53  | 132,776.01 |
| 2012 年度 | 26,536.14 | 18,236.75 | 133,732.86 | 15,375.48 | 149,108.34 |

| 日期           | 借款本金      | 归还本金      | 本金余额       | 未付利息      | 本息余额       |
|--------------|-----------|-----------|------------|-----------|------------|
| 2013 年度      | 7,000.00  | 9,500.00  | 131,232.86 | 23,746.48 | 154,979.35 |
| 2014 年度      | 7,500.00  | 30,500.00 | 108,232.86 | 31,737.76 | 139,970.62 |
| 2015 年度      | 7,000.00  | 50,987.55 | 64,245.31  | 36,770.38 | 101,015.69 |
| 2016 年度      | 4,000.00  | 22,016.40 | 46,228.91  | 41,270.65 | 87,499.56  |
| 2017 年度      | 10,900.00 | 4,100.00  | 53,028.91  | 45,933.48 | 98,962.38  |
| 2018 年度      | -         | 150.00    | 52,878.91  | 50,738.12 | 103,617.03 |
| 2019 年度      | 7,300.00  | 8,178.91  | 52,000.00  | 54,001.34 | 106,001.34 |
| 2020 年 1-6 月 | -         | -         | 52,000.00  | 55,016.00 | 107,016.00 |

就公司 2018 年 9 月参股三个月后即全额减值的原因及合理性、调整事项和时点是否符合《企业会计准则》的规定，公司在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十、经营成果分析”之“（三）利润表其他项目逐项分析”之“6、资产减值损失”中补充披露如下：

**公司参股四川普什三个月后即全额减值的原因及合理性：**

四川普什自 2008 年开始陆续向普什集团借支资金，四川普什未在借款期间完整计付利息。2019 年 11 月，四川普什方告知公司其历史上存在向普什集团借款但未完整计提利息的情况。截止到公司参股日，四川普什累计未付利息余额为 49,532.71 万元，其中，累计已确认未支利息 36,981.75 万元，累计未确认未付利息为 12,550.96 万元。公司得知具体情况后，对 2018 年度的财务报表进行了追溯调整。

一方面，四川普什成立后，向普什集团持续举债经营，经补提利息后四川普什的亏损进一步扩大，2018 年 12 月 31 日补提利息后，四川普什的净资产减少至-9,422.78 万元，2018 年末长期股权投资已出现明显的减值迹象。另一方面，截至 2018 年末，四川普什向普什集团借支资金本息余额近 10 亿元，该项借款后续每年仍有超过 2,000 万元的利息费用。四川普什财务费用较高，销售毛利较低，销售毛利难以弥补经营费用，公司管理层判断在可预见的未来期间，四川普什经营状况无法得到改善。在此情况下，为了避免资产价值高估，公司基于会计信息质量的谨慎性要求，于 2018 年末对该项长期股权投资全额计提减值准备，符合《企业会计准则》的规定。

四川普什是普什集团的子公司之一，专业从事醋酸纤维素和醋酸酐的生产、

研发和销售，目前拥有三条醋酸纤维素生产线，可以生产纺丝级二醋酸纤维素、塑料级二醋酸纤维素和三醋酸纤维素等产品，年产量为 25,000 吨左右。其中塑料级二醋酸纤维素年产能 15,000 左右，现阶段年产量为 10,000 吨左右。

纺丝级二醋酸纤维素主要用于生产香烟过滤嘴、高档服装；塑料级二醋酸纤维素主要用于高档眼镜、工具手柄、隐形胶带、油漆以及其他与人体能直接接触的产品；三醋酸纤维素主要用于液晶显示器偏振片的保护膜。

根据四川普什未经审计的财务报表，截止 2020 年 6 月 30 日，其总资产为 140,895.64 万元，净资产为-12,129.76 万元，2020 年 1-6 月的营业收入为 60,796.58 万元。

#### **保荐机构发表的意见：**

经核查四川普什集团提供的相关财务和业务资料，保荐机构认为：发行人 2018 年 9 月参股三个月后即全额减值系基于四川普什 2018 年末的财务状况和未来的经营前景作出的谨慎估计，具备合理性，调整事项和时点符合《企业会计准则》的规定。

发行人已披露上述情况，已披露内容真实、准确、完整。

**第（5）问：提供与四川普什的采购合同、投资合同，结合参股前后采购合同权利义务约定情况，分析并披露参股前后采购量、付款条件、结算价格、运输费用承担方式、返利政策是否存在变化，如存在，分析并披露变化的原因及合理性；**

关于发行人与四川普什签订的采购合同请见本问询函回复之附件 2；投资合同请见本问询函回复之附件 3。

就上述问题，发行人在招股说明书“第七节 公司治理与独立性”之“十、关联交易情况”之“（二）经常性关联交易”中补充披露如下：

#### **2、公司参股四川普什前后，向四川普什采购情况的比较**

2018 年 9 月，公司参股四川普什前后，有关醋酸纤维素胶粒采购的付款条件均为先款后货，运输费用均由四川普什承担，未发生变化；采购量、结算价格及返利政策的变化，系因公司业务需求的增加及市场因素的影响所致，具体情况如下：

##### **（1）采购量的变化情况**

2017年、2018年、2019年及2020年1-6月，公司向四川普什采购醋酸纤维素胶粒的采购量分别为1,066吨、1,352吨、1,586.94吨和390吨，呈逐年增长的趋势。形成上述变化的主要原因为报告期内四川普什的醋酸纤维素胶粒价格较其他供应商具有一定的价格优势，且产品质量稳定，品质较高。四川普什与公司其他醋酸纤维素胶粒供应商价格比较情况（不考虑年度返利因素）如下：

单位：元/千克

| 采购单价        | 2020年1-6月 | 2019年度 | 2018年度 | 2017年度 |
|-------------|-----------|--------|--------|--------|
| 采购自四川普什 ①   | 28.47     | 28.75  | 28.88  | 29.89  |
| 采购自其他供应商 ②  | 29.31     | 29.30  | 29.33  | 30.50  |
| 差异率 (②-①)/① | 2.95%     | 1.92%  | 1.57%  | 2.06%  |

注：上述价格均为到厂价，供应商承担运费

公司向四川普什采购的醋酸纤维素胶粒中，采购量最大的型号为“GCA-CS01-LX”，占采购总量的90%左右。报告期内，公司向四川普什采购该产品的均价，与四川普什向其他客户销售该产品平均售价的比较情况如下：

单位：元/吨

| 销售单价          | 2020年1-6月 | 2019年度 | 2018年度 | 2017年度 |
|---------------|-----------|--------|--------|--------|
| 四川普什向本公司销售 ①  | 31,600    | 31,645 | 32,800 | 34,506 |
| 四川普什向其他客户销售 ② | 32,000    | 32,134 | 32,839 | 34,481 |
| 差异率 (②-①)/①   | 1.27%     | 1.55%  | 0.12%  | -0.07% |

注：上述价格为含税价格

## (2) 结算价格的变化情况

报告期内，公司向四川普什采购的醋酸纤维素胶粒型号主要为GCA-PC01-LX和GCA-CS01-LX，上述两种原材料的采购占比情况如下：

单位：公斤

| 采购量         | 2020年1-6月 | 2019年度       | 2018年度       | 2017年度     |
|-------------|-----------|--------------|--------------|------------|
| GCA-PC01-LX | 37,000    | 133,000.00   | 131,000.00   | 135,750.00 |
| 采购量占比 (%)   | 9.49      | 8.38         | 9.69         | 12.73      |
| GCA-CS01-LX | 350,000   | 1,450,500.00 | 1,221,000.00 | 930,250.00 |
| 采购量占比 (%)   | 89.74     | 91.40        | 90.31        | 87.27      |
| 其他          | 3,000     | 3,439.50     | -            | -          |

|           |         |              |              |              |
|-----------|---------|--------------|--------------|--------------|
| 采购量占比 (%) | 0.77%   | 0.22         | 0.00         | 0.00         |
| 合计        | 390,000 | 1,586,939.50 | 1,352,000.00 | 1,066,000.00 |

上述两种原材料的价格调整情况如下：

单位：元/吨

| 产品名称        | 2017-1-1  | 2017-9-19 | 2017-10-17 | 2018-5-1  | 2019-4-1  | 2019-8-26 |
|-------------|-----------|-----------|------------|-----------|-----------|-----------|
|             | 报告期初      | 第一次调价     | 第二次调价      | 第三次调价     | 第四次调价     | 第五次调价     |
| GCA-PC01-LX | 32,188.03 | 31,760.68 | 31,760.68  | 31,767.24 | 31,858.41 | 31,858.41 |
| GCA-CS01-LX | 30,529.91 | 30,102.56 | 28,564.10  | 28,577.59 | 28,849.56 | 27,964.60 |

2017年9月、2017年10月和2019年8月的三次价格调整，系根据当期市场情况，经双方协商确定；2018年5月和2019年4月的两次价格调整，系考虑增值税下调的影响，经双方协商确定。

### (3) 返利政策的变化情况

| 期 间                                       | 返利政策                                                                                                                                                |
|-------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 2017 年度                                   | 采购总量达到 1,200 吨，GCA-PC01-LX 每吨返利 460 元，GCA-CS01-LX 每吨返利 420 元。                                                                                       |
| 2018 年 01 月 01 日<br>~<br>2019 年 01 月 31 日 | 采购总量达到 1,300 吨，GCA-PC01-LX 每吨返利 460 元，GCA-CS01-LX 每吨返利 420 元。                                                                                       |
| 2019 年 02 月 01 日<br>~<br>2020 年 01 月 31 日 | GCA-PC01-LX、GCA-CS01-LX 采购总量大于等于 1,300 吨小于 1,400 吨，按采购总量每吨返利 525 元；采购总量大于等于 1,400 吨小于 1,500 吨，每吨返利 575 元；采购总量大于等于 1,500 吨，每吨返利 595 元。               |
| 2020 年 02 月 01 日<br>~<br>2021 年 01 月 31 日 | GCA-PC01-LX、GCA-CS01-LX 和 ECA-CS01-P3 采购总量大于等于 1,300 吨小于 1,400 吨，按采购总量每吨返利 525 元；采购总量大于等于 1,400 吨小于 1,500 吨，每吨返利 575 元；采购总量大于等于 1,500 吨，每吨返利 595 元。 |

注：返利条款涉及的金额为含税金额。

报告期内，随着公司业务需求的不断增加，醋酸纤维素胶粒的采购量逐年增大，鉴于四川普什在原材料供应、质量和价格方面的优势，以及四川普什对客户稳定性的需求，经双方协商确定对返利政策进行相应的调整，通过提高返利条件和返利金额的方式，增强双方的合作关系。

### 保荐机构发表的意见：

通过核查发行人参股四川普什前后的采购合同，访谈四川普什相关人员，保荐机构认为，发行人参股四川普什前后，采购合同中约定的付款条件和运费承担方式均未发生变化，采购量、结算价格和返利政策的变化系发行人和四川普什根据业务需求及市场变化做出的市场化调整，具有合理性。

发行人已披露上述情况，已披露内容真实、准确、完整。

第（6）问：补充披露向四川普什采购原材料返利具体条款，采购返利的会计处理，是否符合《企业会计准则》的规定，相关采购返利金额是否与采购规模及返利条款相匹配；

就上述问题，发行人在招股说明书“第七节 公司治理与独立性”之“十、关联交易情况”之“（二）经常性关联交易”中补充披露如下：

### 3、向四川普什采购原材料有关的返利情况

| 合同期间            | 返利条款                                                                                               | 采购规模（吨）   | 计提返利    |
|-----------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|---------|
| 2020.02-2021.01 | 合同期内，乙方采购总量：1300吨≤采购总量<1400吨，返利525元每吨；1400吨≤采购总量<1500吨，返利575元每吨；1500吨≤采购总量，返利595元每吨。返利金额在最后一次提货中抵扣 | —         | —       |
| 2019.02-2020.01 | 合同期内，乙方采购总量：1300吨≤采购总量<1400吨，返利525元每吨；1400吨≤采购总量<1500吨，返利575元每吨；1500吨≤采购总量，返利595元每吨。返利金额在最后一次提货中抵扣 | 1,521.30吨 | 77.14万元 |
| 2018.01-2019.01 | 合同期内，乙方采购总量达到1300吨时，不同产品返利金额为420-460元每吨。返利金额在最后一次提货中抵扣                                             | 1,300吨    | 43.21万元 |
| 2017.01-2017.12 | 合同期内，乙方采购总量达到1200吨时，不同产品返利金额为420-460元每吨。返利金额在最后一次提货中抵扣                                             | 1,200.88吨 | 37.50万元 |

注①：返利条款涉及的金额为含税金额，计提返利金额为不含税金额。

注②：2020年1-6月，因公司不能确定全年是否能达到返利条款所规定的采购规模，因此未计提采购返利。

上述采购返利额度的计算过程如下：

单位：万元

| 返利订单期间                 | 采购量 (吨)  |        |          | 返利标准 (元/吨) |      | 测算返利金额 | 实际返利金额 | 年末计提返利金额  |
|------------------------|----------|--------|----------|------------|------|--------|--------|-----------|
|                        | 型号 A     | 型号 B   | 小计       | 型号 A       | 型号 B |        |        |           |
| 2017.01.01 -2017.12.31 | 897.13   | 134.75 | 1,031.88 | 420        | 460  | 37.50  | 43.64  | 37.50     |
| 2018.01.01 -2018.02.16 | 148.00   | 21.00  | 169.00   | 420        | 460  | 6.14   |        | 直接返, 不需计提 |
| 小 计                    | 1,045.13 | 155.75 | 1,200.88 |            |      | 43.64  |        |           |
| 2018.02.17 -2018.12.31 | 1,073.00 | 110.00 | 1,183.00 | 420        | 460  | 43.21  | 47.49  | 43.21     |
| 2019.01.01 -2019.01.31 | 106.00   | 11.00  | 117.00   | 420        | 460  | 4.27   |        | 直接返, 不需计提 |
| 小 计                    | 1,179.00 | 121.00 | 1,300.00 |            |      | 47.49  |        |           |
| 2019.02.01 -2019.12.31 | 1,344.50 | 124.80 | 1,469.30 | 595        | 595  | 77.37  | 80.01  | 77.14     |
| 2020.01.01 -2020.01.08 | 48.00    | 4.00   | 52.00    | 595        | 595  | 2.74   |        | 直接返, 不需计提 |
| 小 计                    | 1,392.50 | 128.80 | 1,521.30 | 595        | 595  | 80.10  |        |           |

经双方协商, 四川普什同意以截止至 2018 年农历新年前 (2018 年 2 月 16 日前) 的订单数量作为 2017 年度返利达成条件进行返利。

综上, 公司向从四川普什取得的采购返利金额与采购规模及返利条款相匹配。

公司向四川普什采购返利的会计处理如下:

公司当年度的返利均在下一年度实际获得抵减, 年末, 公司根据合同约定的返利价格对采购返利予以计提, 会计处理如下:

(1) 当期计提返利时

借: 预付账款

贷: 主营业务成本

(2) 下期获得返利时冲减应付账款

借: 应付账款

贷: 预付账款

保荐机构发表的意见:

通过核查发行人与四川普什签订的采购合同, 了解公司返利条件、返利操作过程, 并复核返利的计算和会计处理, 保荐机构认为, 发行人关于向四川普什采购的返利的会计处理恰当, 符合《企业会计准则》有关“企业会计的确认、计量和报告应当以权责发生制为基础”的规定, 相关采购返利金额与采购规模及返利条款相匹配。

发行人已披露上述情况，已披露内容真实、准确、完整。

第（7）问：补充披露预付账款中预付四川普什的款项的具体内容，分析并披露报告期各期预付账款发生额是否与采购合同约定的结算条款及采购金额相匹配。

就上述问题，发行人在招股说明书“第七节 公司治理与独立性”之“十、关联交易情况”之“（二）经常性关联交易”中补充披露如下：

#### 4、预付四川普什的款项情况

报告期内，公司预付账款中预付四川普什款项的具体内容均为醋酸纤维素胶粒采购款，合同约定的结算条件均为先款后货；报告期内，公司预付四川普什的发生额、合同金额及采购金额的匹配关系如下：

单位：万元

| 项 目          | 2020 年 1-6 月 | 2019 年   | 2018 年   | 2017 年   |
|--------------|--------------|----------|----------|----------|
| 预付账款发生额（含税）① | 1,080.80     | 5,202.06 | 4,614.76 | 3,568.61 |
| 订单金额（含税）②    | 1,080.80     | 5,202.06 | 4,614.76 | 3,568.61 |
| 匹配度（%）③=①÷②  | 100.00       | 100.00   | 100.00   | 100.00   |
| 采购金额（含税）④    | 1,107.47     | 5,089.83 | 4,473.28 | 3,681.93 |
| 匹配度（%）⑤=①÷④  | 97.59        | 102.20   | 103.16   | 96.92    |

公司根据生产需要向四川普什发出采购订单，并按订单金额支付预付款，报告期各期，公司预付四川普什的预付账款的发生额与采购订单约定的金额完全匹配，与合同约定的先款后货的结算条件相匹配；

公司在报告期各期末根据订单的约定支付预付款后，存在该订单（预付款）对应的货物于下期期初发货的情况，该订单金额计入下期采购金额；此外，报告期各期初计入该期的采购金额也存在系上期末支付预付款，在本期交货的情况。因此，报告期各期，公司预付四川普什的预付账款发生额与当期采购金额存在小额差异，扣除上述跨期因素后，两者匹配。

保荐机构发表的意见：

通过检查采购合同条款，预付账款明细账等，保荐机构认为，报告期内，发行人向四川普什采购货款均采用先款后货的结算方式，公司报告期各期预付账款发生额与采购合同约定的结算条款及采购金额相匹配。

## 问题 11：关于营业收入

据招股说明书披露，报告期内发行人主营业务收入分别为 13,212.34 万元、14,861.75 万元和 15,464.10 万元，主营业务收入来自于醋酸纤维素板材系列产品，包括挤板系列和压板系列，其中，挤板系列包括挤板单色类、挤板绞花类、挤板层板类、挤板渐变类产品，压板系列包括碎花料、拼板料。其他业务收入分别为 70.75 万元、87.57 万元和 169.96 万元，主要为废料销售收入。发行人主要销售区域集中在广东和浙江，报告期内前述两个地区销售占比合计分别为 88.8%、82.97%和 81.88%。发行人内销产品收入确认方法为：对于客户自提的产品销售，公司在客户提货时确认收入；对于公司将货物配送至客户指定地点的产品销售，在发出货物并经客户签收的当期确认收入。

2018 年、2019 年，挤板销售收入较上年分别增长 9.12%、6.90%，增长稳定的原因为挤板是基本款板材，用途广泛需求增长稳定，且价格波动小。2018 年、2019 年，压板销售收入较上年分别增长 16.38%、0.96%，压板销售持续增长原因系消费升级以及 2018 年增加对压板的展会投入。2019 年压板销售数量比 2018 年下降 1.94%，一方面是因为经过 2018 年销售数量大幅增长之后，2019 年销售数量有所回落，另一方面个别客户调整产品结构，减少了对压板的采购。销售价格方面，2018 年挤板平均销售单价较 2017 年下降 3.93%，原因系不同产品型号结构存在差异以及 2018 年销售折扣较多；2019 年压板平均销售单价比 2018 上升 2.95%，公司按型号以含税价对客户报价，报告期内增值税税率有所下降间接导致产品价格上升，此外，2019 年公司通过意大利集美的外销收入大幅上升，导致整体平均销售价格有所上升。

请发行人：

(1) 按照挤板单色类、挤板绞花类、挤板层板类、挤板渐变类、压板碎花料、压板拼板料等细分分类并结合订单获取情况、具体运用领域及客户类型、各类产品对应的下游主要客户产品需求、同行业竞争及发展趋势等，量化分析并披露报告期内发行人销售收入变动的原因及合理性，是否与同行业竞争对手变动一致，如存在不一致，请结合发行人所处的行业竞争地位补充分析并披露不一致的原因；分类披露通过企业招标、商务洽谈、参与行业展会等方式获取的收入金额及占比情况；

(2) 报告期各期挤板产品收入中的挤板单色类、挤板绞花类、挤板层板类、挤板渐变类的具体销售数量、金额、平均单价情况；结合各细分产品报告期各期的销售情况、不同细分产品的市场潮流更替、对应主要客户销售情况及金额、客户调整产品结构及展会投入的具体情况，定量分析并披露报告期内挤板类产品收入持续增长、压板类产品销量各年大幅变动的原因及合理性，结合报告期内参加展会的具体时间、内容等情况分析展会投入能否准确划分至挤板和压板，相关投入所带来的挤板和压板的具体收入及客户情况；

(3) 提供主要客户销售合同，结合主要合同权利义务约定情况补充披露报告期内发行人对主要客户的退货条件、销售折扣政策与返利政策，相关政策执行时间，是否具有一贯性，是否存在销售折扣、返利条款进行调整或放松的情形，报告期各期发行人产品退货、销售折扣及返利的具体金额，分析并披露相关折扣或返利金额是否与对应的客户销售额相匹配，相关会计处理以及是否符合《企业会计准则》的规定；

(4) 定量分析并披露主要产品价格与主要材料采购价格变动的联动方式，与同类产品市场价格变动趋势的比较情况及差异原因，结合挤板类和压板类的具体细分产品类型的平均价格及销量占比情况、税率变化情况及定量影响、外销单价及占比情况、销售折扣的金额及影响等，进一步定量分析并披露报告期内挤板类产品单价 2018 年下降、压板类产品 2019 年增长的原因及合理性；

(5) 结合下游行业区域分布情况、行业竞争状况、发行人市场地位等，进一步分析并披露发行人主要收入集中在广东、浙江的原因及合理性，是否存在市场拓展的障碍，是否存在地区依赖，是否与同行业可比公司一致；

(6) 补充披露发行人报告期各期是否存在退换货情况，如存在，请披露客户名称、退换货原因、具体金额与数量、退换内容、退还条款及会计处理方式；是否存在期末集中确认收入、期初退货的情形；其他业务收入中废料销售对应的成本如何计量及结转，其他业务收入与其他业务成本的会计处理方式，是否符合《企业会计准则》规定，进一步说明废料成本与产品生产成本如何划分及其准确性，废料销量与正常产品销量之间是否具有匹配性；

(7) 根据《公开发行证券的公司信息披露内容与格式准则第 28 号——创业板公司招股说明书（2020 年修订）》第七十六条的相关规定，补充披露发行人各

季度收入及占比情况，结合同行业可比公司或下游主要客户各季度收入或销量占比，分析并披露发行人收入季节性变化是否与同行业及下游主要客户保持一致，公司报告期内季度收入与净利润是否符合行业与业务特征；

(8) 结合公司与各不同客户签订合同的一般条款、业务流程、对产品权利义务转移时点的约定、业内通常认定原则、销售结算方式，并对照《企业会计准则》对收入确认的一般性条件要求，详细披露客户自提模式及货物发出及客户验收模式的收入及占比情况，不同模式下收入确认时点、条件、所取得的外部证据及依据，是否存在跨期确认收入情形，是否存在未签订合同提前确认收入的情况。

请保荐人、申报会计师发表明确意见，说明对报告期各期发行人收入的核查程序，包括但不限于走访客户、发函和回函情况、函证样本的选择方法、收入的截止性测试等。

回复如下：

第(1)问：按照挤板单色类、挤板绞花类、挤板层板类、挤板渐变类、压板碎花料、压板拼板料等细分分类并结合订单获取情况、具体运用领域及客户类型、各类产品对应的下游主要客户产品需求、同行业竞争及发展趋势等，量化分析并披露报告期内发行人销售收入变动的原因及合理性，是否与同行业竞争对手变动一致，如存在不一致，请结合发行人所处的行业竞争地位补充分析并披露不一致的原因；分类披露通过企业招标、商务洽谈、参与行业展会等方式获取的收入金额及占比情况；

就上述情况，公司在招股说明书“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) 营业收入情况”之“2、主营业务收入变动分析”中量化分析并补充披露如下：

(4) 按细分类别分析公司主营业务收入变动的原因及合理性

报告期内公司主营业务收入按细分类别明细如下：

| 项 目   | 2020 年 1-6 月 |           | 2019 年度    |           | 2018 年度    |           | 2017 年度    |           |
|-------|--------------|-----------|------------|-----------|------------|-----------|------------|-----------|
|       | 金额<br>(万元)   | 占比<br>(%) | 金额<br>(万元) | 占比<br>(%) | 金额<br>(万元) | 占比<br>(%) | 金额<br>(万元) | 占比<br>(%) |
| 挤板绞花类 | 662.70       | 17.19     | 2,794.65   | 18.07     | 2,612.45   | 17.58     | 2,582.87   | 19.55     |
| 挤板渐变类 | 128.69       | 3.34      | 341.22     | 2.21      | 315.77     | 2.12      | 331.22     | 2.51      |

| 项 目   | 2020 年 1-6 月 |           | 2019 年度    |           | 2018 年度    |           | 2017 年度    |           |
|-------|--------------|-----------|------------|-----------|------------|-----------|------------|-----------|
|       | 金额<br>(万元)   | 占比<br>(%) | 金额<br>(万元) | 占比<br>(%) | 金额<br>(万元) | 占比<br>(%) | 金额<br>(万元) | 占比<br>(%) |
| 挤板单色类 | 868.40       | 22.53     | 3,175.38   | 20.53     | 2,730.27   | 18.37     | 2,131.63   | 16.13     |
| 挤板层板类 | 475.24       | 12.33     | 1,955.31   | 12.64     | 2,074.23   | 13.96     | 2,040.96   | 15.45     |
| 挤板小计  | 2,135.03     | 55.39     | 8,266.56   | 53.46     | 7,732.71   | 52.03     | 7,086.68   | 53.64     |
| 压板碎花类 | 1,199.23     | 31.11     | 4,813.52   | 31.13     | 4,588.67   | 30.88     | 4,071.13   | 30.81     |
| 压板拼板类 | 520.35       | 13.50     | 2,384.03   | 15.42     | 2,540.37   | 17.09     | 2,054.54   | 15.55     |
| 压板小计  | 1,719.58     | 44.61     | 7,197.54   | 46.54     | 7,129.04   | 47.97     | 6,125.67   | 46.36     |
| 合 计   | 3,854.61     | 100.00    | 15,464.10  | 100.00    | 14,861.75  | 100.00    | 13,212.34  | 100.00    |

2020 年 1-6 月公司主营业务收入按细分类别与上年同期相比变动情况如下：

| 项 目   | 2020 年 1-6 月较 2019 年 1-6 月 |        |
|-------|----------------------------|--------|
|       | 增量 (万元)                    | 增幅 (%) |
| 挤板绞花类 | -591.99                    | -47.18 |
| 挤板渐变类 | 16.68                      | 14.89  |
| 挤板单色类 | -446.69                    | -33.97 |
| 挤板层板类 | -454.26                    | -48.87 |
| 挤板小计  | -1,476.27                  | -40.88 |
| 压板碎花类 | -928.46                    | -43.64 |
| 压板拼板类 | -512.18                    | -49.60 |
| 压板小计  | -1,440.65                  | -45.59 |
| 合 计   | -2,916.92                  | -43.08 |

受新冠病毒肺炎疫情的影响，2020 年 1-6 月公司主营业务收入按细分类别较上年同期有较大幅度的下降。

2017 年、2018 年及 2019 年公司主营业务收入按细分类别变动情况如下：

| 项 目   | 2019 年较 2018 年 |        | 2018 年较 2017 年 |        |
|-------|----------------|--------|----------------|--------|
|       | 增量 (万元)        | 增幅 (%) | 增量 (万元)        | 增幅 (%) |
| 挤板绞花类 | 182.21         | 6.97   | 29.58          | 1.15   |
| 挤板渐变类 | 25.45          | 8.06   | -15.45         | -4.67  |
| 挤板单色类 | 445.11         | 16.30  | 598.64         | 28.08  |
| 挤板层板类 | -118.92        | -5.73  | 33.27          | 1.63   |
| 挤板小计  | 533.84         | 6.90   | 646.03         | 9.12   |
| 压板碎花类 | 224.85         | 4.90   | 517.54         | 12.71  |

| 项 目   | 2019 年较 2018 年 |        | 2018 年较 2017 年 |        |
|-------|----------------|--------|----------------|--------|
|       | 增量 (万元)        | 增幅 (%) | 增量 (万元)        | 增幅 (%) |
| 压板拼板类 | -156.34        | -6.15  | 485.83         | 23.65  |
| 压板小计  | 68.51          | 0.96   | 1,003.37       | 16.38  |
| 合 计   | 602.35         | 4.05   | 1,649.40       | 12.48  |

2018 年公司主营业务收入比 2017 年增长 1,649.40 万元，增幅 12.48%，增长主要来源于挤板单色类、压板碎花类和压板拼板类。2019 年公司主营业务收入比 2018 年增长 602.35 万元，增幅 4.05%，增长主要来源于挤板绞花类、挤板单色类和压板碎花类。

报告期内挤板单色类持续增长，主要是因为挤板单色类为基本款产品，市场需求量大，增长稳定。报告期内压板碎花类持续增长，主要是因为压板碎花类是最近两年的流行趋势，市场需求旺盛。

客户向公司下达的同一张订单上包含不同细分类别的产品，2019 年公司的 SAP 信息管理系统上线之前，无法有效追踪统计不同细分类别产品的订单数量。公司的挤板、压板及其细分类别除在生产工艺和营业成本方面存在差异外，在运用领域、客户类型上不存在差异，其市场需求的变动主要取决于终端流行趋势的变化和下游品牌商对流行趋势的预判。由于压板工艺生产的产品色彩图纹更为丰富，可以为客户提供更多的选择，且毛利率更高，因此公司在稳定挤板收入的同时积极通过国际眼镜展会等方式推介中高端压板产品。

参加国际眼镜展会的企业主要为眼镜材料制造商、眼镜制造商、眼镜品牌商和相关仪器制造商等。公司在参加展会时通过展示新开发设计的和传统优质的胶板样板吸引客户，样板可以直观反映公司产品的色彩图纹和质量，并附有本公司的产品编码，通过交流和沟通，对于眼镜制造商和眼镜品牌商初步认可的产品，公司会提供样板给对方。

展会是集中向客户展示和推介产品的平台，兼具推广企业形象和文化的功能，在展会现场不会产生销售协议或订单，展会之后，眼镜制造商和眼镜品牌商在业务需要时直接按产品编码和相应报价向公司下订单。公司平时也会经常通过拜访或邮寄的方式提供样板给客户，且与展会提供的样板存在重合，无法有效追踪订单来源。展会可以集中向客户展示和推介产品并接触大量潜在客户，根据管理层和销售人员的经验，参加展会后公司订单有所上升，对公司销售收入的增

长具有促进作用。

MIDO（意大利米兰光学眼镜展）、SILMO（巴黎国际光学眼镜展）和 Hong Kong Optical Fair（香港国际眼镜展）一般于每年 2 月、9 月和 11 月举办。从 2018 年开始公司大规模参加上述展会，参展费用主要包括展位费、展位设计及装修费、差旅费等，不区分挤板和压板，相关投入所带来的具体收入及客户无法区分。参加展会时的展示和推介是以流行的色彩图纹为主，因压板板材的色彩图纹较挤板板材更为丰富，且近两年碎花类等压板板材成为流行趋势，因此展会对压板销售影响较大。

（5）报告期内公司主营业务收入变动与同行业可比公司比较情况

与公司主营业务相同或相近的公众公司仅有在新三板挂牌的企业雅格股份（831748.00），其报告期内主营业务收入明细如下：

| 项 目  | 2020 年上半年  |           | 2019 年度    |           | 2018 年度    |           | 2017 年度    |           |
|------|------------|-----------|------------|-----------|------------|-----------|------------|-----------|
|      | 金额<br>(万元) | 占比<br>(%) | 金额<br>(万元) | 占比<br>(%) | 金额<br>(万元) | 占比<br>(%) | 金额<br>(万元) | 占比<br>(%) |
| 挤板系列 | 97.95      | 66.81     | 406.60     | 63.49     | 602.11     | 66.96     | 856.67     | 63.43     |
| 压板系列 | 47.20      | 32.20     | 225.60     | 35.23     | 263.59     | 29.31     | 408.85     | 30.27     |
| 其他系列 | 1.45       | 0.99      | 6.24       | 0.97      | 30.26      | 3.37      | 80.73      | 5.98      |
| 合 计  | 146.60     | 100.00    | 638.44     | 100.00    | 895.95     | 100.00    | 1,346.24   | 100.00    |

2020 年 1-6 月雅格股份主营业务收入明细比上年同期变动如下：

| 项 目  | 2020 年 1-6 月较 2019 年 1-6 月 |        |
|------|----------------------------|--------|
|      | 增量 (万元)                    | 增幅 (%) |
| 挤板系列 | -97.44                     | -49.87 |
| 压板系列 | -49.66                     | -51.27 |
| 其他系列 | -1.91                      | -56.88 |
| 合 计  | -149.01                    | -50.41 |

受新冠病毒肺炎疫情的影响，2020 年 1-6 月雅格股份主营业务收入按细分类别比上年同期均有较大幅度的下降。

2017 年、2018 年及 2019 年雅格股份主营业务收入明细变动如下：

| 项 目  | 2019 年较 2018 年 |        | 2018 年较 2017 年 |        |
|------|----------------|--------|----------------|--------|
|      | 增量 (万元)        | 增幅 (%) | 增量 (万元)        | 增幅 (%) |
| 挤板系列 | -195.51        | -32.47 | -254.57        | -29.72 |
| 压板系列 | -37.99         | -14.41 | -145.26        | -35.53 |
| 其他系列 | -24.02         | -79.38 | -50.47         | -62.52 |
| 合 计  | -257.51        | -28.74 | -450.29        | -33.45 |

雅格股份主营业务收入呈下降趋势，而公司主营业务收入持续增长，变动趋势不一致。根据雅格股份年度报告披露，“公司改变经营策略，不再采用低价来吸引客户，而是以优质争取客源，短期内一方面会丧失掉部分客流，另一方面客户单次下单的数量减少，从而使营业额明显下降”，雅格股份“为了回笼资金减少应收账款，对一些欠款时间长信誉不好的客户不再提供销售，同时加强催款工作，对某些客户要求必须先付清欠款，才能供货，这样无形中就使部分客户转向其他账龄时间长的供货商”。

#### 保荐机构发表的意见：

经了解发行人细分类别产品订单获取情况、具体运用领域及客户类型、各类产品对应的下游主要客户，核查和分析发行人主营业务收入明细、细分类别及变动，获取和分析同行业公众公司财务数据，了解和核查公司参与展会的情况等，保荐机构认为：

发行人报告期内销售收入细分类别存在一定波动，主要是受市场需求、流行趋势和展会推介等影响；发行人销售收入及变动情况优于雅格股份，主要是因为雅格股份规模较小；发行人的销售协议或订单全部通过商务洽谈获得。

发行人已披露上述情况，已披露情况真实、合理。

第（2）问：报告期各期挤板产品收入中的挤板单色类、挤板绞花类、挤板层板类、挤板渐变类的具体销售数量、金额、平均单价情况；结合各细分产品报告期各期的销售情况、不同细分产品的市场潮流更替、对应主要客户销售情况及金额、客户调整产品结构及展会投入的具体情况，定量分析并披露报告期内挤板类产品收入持续增长、压板类产品销量各年大幅变动的原因及合理性，结合报告期内参加展会的具体时间、内容等情况分析展会投入能否准确划分至挤板和压板，相关投入所带来的挤板和压板的具体收入及客户情况；

就上述问题，公司在招股说明书“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)营业收入情况”之“2、主营业务收入变动分析”中量化分析并补充披露如下：

(6) 报告期内挤板收入持续增长、压板销量各年大幅变动的原因及合理性

① 细分类别产品收入、销量、平均单价明细情况

报告期内公司主营业务收入按细分类别收入、销量和平均单价如下：

| 项 目   | 2020 年 1-6 月 |             |            |             |              |
|-------|--------------|-------------|------------|-------------|--------------|
|       | 金额<br>(万元)   | 金额占比<br>(%) | 重量<br>(千克) | 重量占比<br>(%) | 单价<br>(元/千克) |
| 挤板绞花类 | 662.70       | 17.19       | 70,570.21  | 15.08       | 93.91        |
| 挤板渐变类 | 128.69       | 3.34        | 16,383.99  | 3.50        | 78.55        |
| 挤板单色类 | 868.40       | 22.53       | 167,978.45 | 35.89       | 51.70        |
| 挤板层板类 | 475.24       | 12.33       | 69,628.86  | 14.88       | 68.25        |
| 挤板小计  | 2,135.03     | 55.39       | 324,561.51 | 69.35       | 65.78        |
| 压板碎花类 | 1,199.23     | 31.11       | 101,937.75 | 21.78       | 117.64       |
| 压板拼板类 | 520.35       | 13.50       | 41,517.44  | 8.87        | 125.33       |
| 压板小计  | 1,719.58     | 44.61       | 143,455.19 | 30.65       | 119.87       |
| 合 计   | 3,854.61     | 100.00      | 468,016.70 | 100.00      | 82.36        |

(续上表)

| 项 目   | 2019 年度    |             |              |             |              |
|-------|------------|-------------|--------------|-------------|--------------|
|       | 金额<br>(万元) | 金额占比<br>(%) | 重量<br>(千克)   | 重量占比<br>(%) | 单价<br>(元/千克) |
| 挤板绞花类 | 2,794.65   | 18.07       | 302,257.27   | 16.18       | 92.46        |
| 挤板渐变类 | 341.22     | 2.21        | 43,435.30    | 2.32        | 78.56        |
| 挤板单色类 | 3,175.38   | 20.53       | 615,163.39   | 32.92       | 51.62        |
| 挤板层板类 | 1,955.31   | 12.64       | 290,764.43   | 15.56       | 67.25        |
| 挤板小计  | 8,266.56   | 53.46       | 1,251,620.38 | 66.99       | 66.05        |
| 压板碎花类 | 4,813.52   | 31.13       | 422,435.50   | 22.61       | 113.95       |
| 压板拼板类 | 2,384.03   | 15.42       | 194,425.69   | 10.41       | 122.62       |
| 压板小计  | 7,197.54   | 46.54       | 616,861.19   | 33.01       | 116.68       |
| 合 计   | 15,464.10  | 100.00      | 1,868,481.58 | 100.00      | 82.76        |

(续上表)

| 项 目   | 2018 年度    |             |            |             |              |
|-------|------------|-------------|------------|-------------|--------------|
|       | 金额<br>(万元) | 金额占比<br>(%) | 重量<br>(千克) | 重量占比<br>(%) | 单价<br>(元/千克) |
| 挤板绞花类 | 2,612.45   | 17.58       | 287,126.70 | 15.90       | 90.99        |
| 挤板渐变类 | 315.77     | 2.12        | 39,703.04  | 2.20        | 79.53        |

|       |           |        |              |        |        |
|-------|-----------|--------|--------------|--------|--------|
| 挤板单色类 | 2,730.27  | 18.37  | 526,921.96   | 29.19  | 51.82  |
| 挤板层板类 | 2,074.23  | 13.96  | 322,645.16   | 17.87  | 64.29  |
| 挤板小计  | 7,732.71  | 52.03  | 1,176,396.86 | 65.16  | 65.73  |
| 压板碎花类 | 4,588.67  | 30.88  | 416,217.18   | 23.05  | 110.25 |
| 压板拼板类 | 2,540.37  | 17.09  | 212,819.55   | 11.79  | 119.37 |
| 压板小计  | 7,129.04  | 47.97  | 629,036.73   | 34.84  | 113.33 |
| 合 计   | 14,861.75 | 100.00 | 1,805,433.60 | 100.00 | 82.32  |

(续上表)

| 项 目   | 2017 年度    |             |              |             |              |
|-------|------------|-------------|--------------|-------------|--------------|
|       | 金额<br>(万元) | 金额占比<br>(%) | 重量<br>(千克)   | 重量占比<br>(%) | 单价<br>(元/千克) |
| 挤板绞花类 | 2,582.87   | 19.55       | 281,344.72   | 17.79       | 91.80        |
| 挤板渐变类 | 331.22     | 2.51        | 39,727.56    | 2.51        | 83.37        |
| 挤板单色类 | 2,131.63   | 16.13       | 404,695.87   | 25.59       | 52.67        |
| 挤板层板类 | 2,040.96   | 15.45       | 310,021.24   | 19.61       | 65.83        |
| 挤板小计  | 7,086.68   | 53.64       | 1,035,789.39 | 65.50       | 68.42        |
| 压板碎花类 | 4,071.13   | 30.81       | 370,826.87   | 23.45       | 109.79       |
| 压板拼板类 | 2,054.54   | 15.55       | 174,645.28   | 11.04       | 117.64       |
| 压板小计  | 6,125.67   | 46.36       | 545,472.15   | 34.50       | 112.30       |
| 合 计   | 13,212.34  | 100.00      | 1,581,261.54 | 100.00      | 83.56        |

2020 年 1-6 月公司挤板收入按细分类别较上年同期变动情况如下:

| 项 目   | 2020 年 1-6 月较 2019 年 1-6 月 |        |
|-------|----------------------------|--------|
|       | 增额 (万元)                    | 增幅 (%) |
| 挤板绞花类 | -591.99                    | -47.18 |
| 挤板渐变类 | 16.68                      | 14.89  |
| 挤板单色类 | -446.69                    | -33.97 |
| 挤板层板类 | -454.26                    | -48.87 |
| 合 计   | -1,476.27                  | -40.88 |

受新冠病毒肺炎疫情的影响,2020 年 1-6 月公司挤板主营业务收入按细分类别较上年同期有较大幅度的下降。

2017 年、2018 年及 2019 年挤板细分类别收入变化分析如下:

## A. 挤板产品收入持续增长的细分情况

| 项 目   | 2019 年较 2018 年 |        | 2018 年较 2017 年 |        |
|-------|----------------|--------|----------------|--------|
|       | 增额 (万元)        | 增幅 (%) | 增额 (万元)        | 增幅 (%) |
| 挤板绞花类 | 182.21         | 6.97   | 29.58          | 1.15   |
| 挤板渐变类 | 25.45          | 8.06   | -15.45         | -4.67  |
| 挤板单色类 | 445.11         | 16.30  | 598.64         | 28.08  |
| 挤板层板类 | -118.92        | -5.73  | 33.27          | 1.63   |
| 合 计   | 533.84         | 6.90   | 646.03         | 9.12   |

挤板产品收入持续增长具体表现为挤板单色类 2018 年及 2019 年分别比上一年度增长 598.64 万元及 445.11 万元，增幅 28.08%及 16.30%，挤板绞花类产品 2018 年及 2019 年分别比上一年度增长 29.58 万元和 182.21 万元，增幅 1.15%及 6.97%。

2020 年 1-6 月挤板产品销量变化较上年同期变化情况如下：

| 项 目   | 2020 年 1-6 月较 2019 年 1-6 月 |        |
|-------|----------------------------|--------|
|       | 增量 (千克)                    | 增幅 (%) |
| 挤板绞花类 | -65,062.30                 | -47.97 |
| 挤板渐变类 | 2,041.78                   | 14.24  |
| 挤板单色类 | -83,670.36                 | -33.25 |
| 挤板层板类 | -67,623.61                 | -49.27 |
| 合 计   | -214,314.48                | -39.77 |

受新冠病毒肺炎疫情的影响，2020 年 1-6 月公司挤板销量按细分类别较上年同期有较大幅度的下降。

2017 年、2018 年及 2019 年挤板产品销量变化的细分情况如下：

| 项 目   | 2019 年较 2018 年 |        | 2018 年较 2017 年 |        |
|-------|----------------|--------|----------------|--------|
|       | 增量 (千克)        | 增幅 (%) | 增量 (千克)        | 增幅 (%) |
| 挤板绞花类 | 15,130.56      | 5.27   | 5,781.98       | 2.06   |
| 挤板渐变类 | 3,732.26       | 9.40   | -24.52         | -0.06  |
| 挤板单色类 | 88,241.43      | 16.75  | 122,226.09     | 30.20  |
| 挤板层板类 | -31,880.73     | -9.88  | 12,623.92      | 4.07   |
| 合 计   | 75,223.52      | 6.39   | 140,607.47     | 13.57  |

挤板产品销量持续增长具体表现为挤板单色类 2018 年及 2019 年分别比上一年度增长 122,226.09 千克及 88,241.43 千克，增幅 30.20%及 16.75%，挤板绞花类产品 2018 年及 2019 年分别比上一年度增长 5,781.98 千克和 15,130.56 千克，增幅 2.06%及 5.27%。其中挤板单色类为基本款产品，市场需求量大，增

长较快；挤板绞花类色彩较为丰富且价格低于压板，市场需求稳定，逐年小幅增长。

#### B. 压板产品收入变动的细分情况

2020 年 1-6 月公司压板收入按细分类别较上年同期变动情况如下：

| 项 目   | 2020 年 1-6 月较 2019 年 1-6 月 |        |
|-------|----------------------------|--------|
|       | 增额（万元）                     | 增幅（%）  |
| 压板碎花类 | -928.46                    | -43.64 |
| 压板拼板类 | -512.18                    | -49.60 |
| 合 计   | -1,440.65                  | -45.59 |

受新冠病毒肺炎疫情的影响，2020 年 1-6 月公司压板收入按细分类别较上年同期有较大幅度的下降。

2017 年、2018 年及 2019 年公司压板收入按细分类变动情况如下：

| 项 目   | 2019 年较 2018 年 |       | 2018 年较 2017 年 |       |
|-------|----------------|-------|----------------|-------|
|       | 增额（万元）         | 增幅（%） | 增额（万元）         | 增幅（%） |
| 压板碎花类 | 2,248.51       | 4.90  | 5,175.40       | 12.71 |
| 压板拼板类 | -1,563.45      | -6.15 | 4,858.27       | 23.65 |
| 合 计   | 685.07         | 0.96  | 10,033.68      | 16.38 |

压板产品收入变动主要是因为 2018 年压板碎花类收入比 2017 年增长 5,175.40 万元，增幅 12.71%，而 2019 年比 2018 年增长 2,248.51，增幅仅 4.90%；2018 年压板拼板类收入比 2017 年增长 4,858.27 万元，增幅 23.65%，而 2019 年比 2018 年下降 1,563.45 万元，降幅 6.15%。

2020 年 1-6 月压板产品销量变化较上年同期变化情况如下：

| 项 目   | 2020 年 1-6 月较 2019 年 1-6 月 |        |
|-------|----------------------------|--------|
|       | 增量（千克）                     | 增幅（%）  |
| 压板碎花类 | -85,425.15                 | -45.59 |
| 压板拼板类 | -43,571.42                 | -51.21 |
| 合 计   | -128,996.57                | -44.93 |

受新冠病毒肺炎疫情的影响，2020 年 1-6 月公司压板销量按细分类别较上年同期有较大幅度的下降。

2017 年、2018 年及 2019 年压板产品销量变动的细分情况如下：

| 项 目   | 2019 年较 2018 年 |        | 2018 年较 2017 年 |        |
|-------|----------------|--------|----------------|--------|
|       | 增量 (千克)        | 增幅 (%) | 增量 (千克)        | 增幅 (%) |
| 压板碎花类 | 6,218.32       | 1.49   | 45,390.31      | 12.24  |
| 压板拼板类 | -18,393.86     | -8.64  | 38,174.27      | 21.86  |
| 合 计   | -12,175.54     | -1.94  | 83,564.58      | 15.32  |

压板产品销量变动主要是因为 2018 年压板碎花类销量比 2017 年增长 45,390.31 千克,增幅 12.24%,而 2019 年比 2018 年增长 6,218.32 千克,增幅仅 1.49%;2018 年压板拼板类销量比 2017 年增长 38,174.27 千克,增幅 21.86%,而 2019 年比 2018 年下降 18,393.86 千克,降幅 8.64%。2018 年销量比 2017 年大幅增长主要是因为公司从 2018 年开始参加国际眼镜展会,销量有所增长,其中压板产品销量增长幅度较大,且当年碎花类和拼板类产品流行趋势明显,导致当年压板销量大幅增长。

## ② 市场潮流更替的影响

公司每年都会提前收集最新的潮流资讯和时尚元素,结合到板材的研发中,定期为客户提供流行度高、时尚性强、色彩新颖、结构多样的高品质镜架板材,为公司营业收入的持续增长提供了潮流基础。

2018 年碎花图案风靡全球,碎花不仅具有复古文艺风格,也突显女性的优雅气质,因此公司将花的元素融入到板材中,增加板材的时尚感。几何纹理的运用十分广泛,其不规则的线条美,表现出平面与立体的交织,构筑新的想象空间,在建筑设计、绘画创作,服装面料等领域有广泛应用,公司将几何纹理的表现形式也融入到板材中,使其更具立体感与丰富性,备受客户的青睐。上述因素导致 2018 年碎花类和拼板类销售量大幅增长。

与色彩图纹和时尚元素有关的内容具体请参见“第六节 业务与技术”之“三、公司在行业中的市场地位”之“(三) 公司的竞争优势”之“7、产品的创新创意优势”。

## ③ 主要客户销售情况的影响

## A. 挤板产品主要客户销售收入情况

2020 年 1-6 月挤板产品主要客户（2019 年收入前十名）销售收入、变动情况及占挤板销售收入变动总额的比例较上年同期情况如下：

| 客户名称 <sup>注1</sup> | 2020 年 1-6 月 | 2019 年 1-6 月 | 2020 年 1-6 月较 2019 年 1-6 月 |                      |
|--------------------|--------------|--------------|----------------------------|----------------------|
|                    |              |              | 金额                         | 占比 (%) <sup>注2</sup> |
| 陆逊梯卡华宏（东莞）眼镜有限公司   | 365.09       | 678.53       | -313.44                    | 21.23                |
| 美成（江门）实业有限公司       | 39.72        | 98.40        | -58.68                     | 3.97                 |
| 华清眼镜（深圳）有限公司       | 43.61        | 84.49        | -40.88                     | 2.77                 |
| 温州市瓯海眼镜有限公司        | 49.06        | 79.63        | -30.56                     | 2.07                 |
| 江西省威东光学有限公司        | 35.91        | 55.63        | -19.72                     | 1.34                 |
| 雅骏光学科技（深圳）有限公司     | 41.62        | 69.43        | -27.81                     | 1.88                 |
| 温州市中民眼镜有限公司        | 13.87        | 82.26        | -68.39                     | 4.63                 |
| 新兴眼镜制造厂有限公司        | 23.34        | 61.04        | -37.70                     | 2.55                 |
| 浙江方氏眼镜制造有限公司       | 23.99        | 46.92        | -22.93                     | 1.55                 |
| 温州三杉光学有限公司         | 6.88         | 36.92        | -30.04                     | 2.03                 |
| 合 计                | 643.08       | 1,293.23     | -650.16                    | 44.04                |

注 1：已合并列示同一控制下的所有企业。

注 2：此处占比是指某客户变动额占挤板产品变动总额的比例，反映了单个客户收入变动对挤板产品整体收入变动的的影响程度。

2020 年 1-6 月公司对上述客户的挤板销售收入比 2019 年 1-6 月下降 650.16 万元，受新冠病毒肺炎疫情的影响，对主要客户的挤

板销售收入均下降。

2017 年、2018 年及 2019 年挤板产品主要客户（2019 年收入前十名）销售收入、变动情况及占挤板销售收入变动总额的比例如下：

单位：万元

| 客户名称 <sup>注1</sup> | 2019 年   | 2018 年   | 2017 年   | 2019 年较 2018 年 |                      | 2018 年较 2017 年 |                      |
|--------------------|----------|----------|----------|----------------|----------------------|----------------|----------------------|
|                    |          |          |          | 金额             | 占比 (%) <sup>注2</sup> | 金额             | 占比 (%) <sup>注3</sup> |
| 陆逊梯卡华宏（东莞）眼镜有限公司   | 1,306.91 | 1,444.37 | 1,542.91 | -137.46        | -25.75               | -98.54         | -15.25               |
| 美成（江门）实业有限公司       | 333.46   | 159.25   | 136.16   | 174.21         | 32.63                | 23.09          | 3.57                 |
| 华清眼镜（深圳）有限公司       | 187.45   | 226.28   | 201.19   | -38.83         | -7.27                | 25.09          | 3.88                 |
| 温州市瓯海眼镜有限公司        | 172.03   | 148.17   | 261.78   | 23.86          | 4.47                 | -113.62        | -17.59               |
| 江西省威东光学有限公司        | 170.32   | 125.63   | 109.75   | 44.69          | 8.37                 | 15.88          | 2.46                 |
| 雅骏光学科技（深圳）有限公司     | 142.84   | 145.06   | 48.57    | -2.22          | -0.42                | 96.50          | 14.94                |
| 温州市中民眼镜有限公司        | 138.47   | 104.55   | 119.02   | 33.92          | 6.35                 | -14.47         | -2.24                |
| 新兴眼镜制造厂有限公司        | 134.96   | 140.04   | 24.51    | -5.09          | -0.95                | 115.53         | 17.88                |
| 浙江方氏眼镜制造有限公司       | 124.65   | 106.71   | 93.67    | 17.93          | 3.36                 | 13.04          | 2.02                 |
| 温州三杉光学有限公司         | 95.16    | 73.46    | 60.94    | 21.71          | 4.07                 | 12.51          | 1.94                 |
| 合 计                | 2,806.24 | 2,673.52 | 2,598.51 | 132.72         | 24.86                | 75.01          | 11.61                |

注 1：已合并列示同一控制下的所有企业。

注 2：此处占比是指某客户销售变动额占挤板产品销售变动总额的比例，反映了单个客户收入变动对挤板产品整体收入变动的的影响程度。

2018 年公司对上述客户的挤板销售收入比 2017 年增长 75.01 万元, 增长较多的为新兴眼镜制造厂有限公司和雅骏光学科技(深圳)有限公司。2019 年公司对上述客户的挤板销售收入比 2018 年增长 132.72 万元, 增长较多的为美成实业和江西省威东光学有限公司。东莞华宏挤板采购额逐年下降, 主要是因为东莞华宏的产品更为高端, 使用的原材料以压板为主且占比呈逐年增加的趋势。

由于眼镜板材色彩图纹种类较多, 眼镜制造商数量众多、竞争激烈, 因此公司的客户集中度较低, 这个特点同样体现在收入增长上, 按对每 10 名客户最近三年挤板销售收入增长情况及挤板销售收入增长总额的比例如下:

单位: 万元

| 2019 年排名  | 2019 年<br>销售额范围 | 2019 年较 2018 年 |        | 2018 年较 2017 年 |        |
|-----------|-----------------|----------------|--------|----------------|--------|
|           |                 | 金额             | 占比 (%) | 金额             | 占比 (%) |
| 第 1-10 名  | 95.16 - 1306.91 | 132.72         | 24.86  | 75.01          | 11.61  |
| 第 11-20 名 | 65.35 - 91.51   | 63.07          | 11.82  | 233.53         | 36.15  |
| 第 21-30 名 | 48.08 - 64.67   | 142.62         | 26.72  | 83.65          | 12.95  |
| 第 31-40 名 | 37.56 - 47.02   | 44.85          | 8.40   | 64.42          | 9.97   |
| 第 41-50 名 | 33.82 - 37.39   | 110.10         | 20.62  | 78.16          | 12.10  |
| 合 计       |                 | 493.37         | 92.42  | 534.78         | 82.78  |

## B. 挤板产品主要客户销量情况

2020 年 1-6 月挤板产品主要客户（2019 年收入前十名）销量、变动情况及占挤板销量变动总额的比例较上年同期情况如下：

单位：千克

| 客户名称 <sup>注1</sup> | 2020 年 1-6 月 | 2019 年 1-6 月 | 2020 年 1-6 月较 2019 年 1-6 月 |                      |
|--------------------|--------------|--------------|----------------------------|----------------------|
|                    |              |              | 重量                         | 占比 (%) <sup>注2</sup> |
| 陆逊梯卡华宏（东莞）眼镜有限公司   | 48,367.22    | 91,358.37    | -42.99                     | 20.06                |
| 美成（江门）实业有限公司       | 5,915.82     | 13,786.84    | -7.87                      | 3.67                 |
| 华清眼镜（深圳）有限公司       | 8,804.28     | 18,463.53    | -9.66                      | 4.51                 |
| 江西省威东光学有限公司        | 5,116.91     | 7,987.62     | -2.87                      | 1.34                 |
| 温州市瓯海眼镜有限公司        | 6,435.75     | 11,357.53    | -4.92                      | 2.30                 |
| 浙江方氏眼镜制造有限公司       | 3,894.26     | 7,495.27     | -3.60                      | 1.68                 |
| 新兴眼镜制造厂有限公司        | 3,403.74     | 9,212.40     | -5.81                      | 2.71                 |
| 温州市中民眼镜有限公司        | 2,128.83     | 11,674.57    | -9.55                      | 4.45                 |
| 雅骏光学科技（深圳）有限公司     | 5,440.43     | 9,777.45     | -4.34                      | 2.02                 |
| 深圳市恩赐精密科技有限公司      | 8,257.67     | 6,720.99     | 1.54                       | -0.72                |
| 合 计                | 97,764.91    | 187,834.57   | -90.07                     | 42.03                |

注 1：已合并列示同一控制下的所有企业。

注 2：此处“占比”是指某客户变动额占挤板产品变动总额的比例，反映了单个客户销量变动对挤板产品整体销量变动的的影响程度。

2020 年 1-6 月公司对上述客户的挤板销量比 2019 年 1-6 月下降 90.07 千克，受新冠病毒肺炎疫情的影响，对主要客户的挤板销售收入均下降。

2017 年、2018 年及 2019 年挤板产品主要客户（2019 年销量前十名）销量、变动情况及占挤板销量变动总额的比例如下：

单位：千克

| 客户名称 <sup>注1</sup> | 2019 年     | 2018 年     | 2017 年     | 2019 年较 2018 年 |                      | 2018 年较 2017 年 |                      |
|--------------------|------------|------------|------------|----------------|----------------------|----------------|----------------------|
|                    |            |            |            | 重量             | 占比 (%) <sup>注2</sup> | 重量             | 占比 (%) <sup>注3</sup> |
| 陆逊梯卡华宏（东莞）眼镜有限公司   | 175,937.54 | 206,824.89 | 203,120.13 | -30,887.35     | -41.06               | 3,704.76       | 2.63                 |
| 美成（江门）实业有限公司       | 44,975.43  | 23,200.22  | 19,219.24  | 21,775.21      | 28.95                | 3,980.98       | 2.83                 |
| 华清眼镜（深圳）有限公司       | 38,942.91  | 45,257.19  | 35,662.40  | -6,314.28      | -8.39                | 9,594.79       | 6.82                 |
| 江西省威东光学有限公司        | 24,711.45  | 19,306.96  | 15,925.13  | 5,404.49       | 7.18                 | 3,381.83       | 2.41                 |
| 温州市瓯海眼镜有限公司        | 24,656.42  | 22,814.68  | 42,830.11  | 1,841.74       | 2.45                 | -20,015.43     | -14.23               |
| 浙江方氏眼镜制造有限公司       | 21,415.98  | 16,178.24  | 13,428.10  | 5,237.73       | 6.96                 | 2,750.14       | 1.96                 |
| 新兴眼镜制造厂有限公司        | 20,793.29  | 20,329.83  | 3,545.26   | 463.46         | 0.62                 | 16,784.57      | 11.94                |
| 温州市中民眼镜有限公司        | 20,636.26  | 15,704.26  | 17,826.18  | 4,932.00       | 6.56                 | -2,121.92      | -1.51                |
| 雅骏光学科技（深圳）有限公司     | 19,776.81  | 20,785.29  | 7,424.69   | -1,008.48      | -1.34                | 13,360.60      | 9.50                 |
| 深圳市恩赐精密科技有限公司      | 18,557.46  | 11,660.27  | 3,846.87   | 6,897.19       | 9.17                 | 7,813.40       | 5.56                 |
| 合 计                | 410,403.55 | 402,061.83 | 362,828.11 | 8,341.72       | 11.09                | 39,233.72      | 27.90                |

注 1：已合并列示同一控制下的所有企业。

注 2、注 3：此处“占比”是指某客户变动额占挤板产品变动总额的比例，反映了单个客户销量变动对挤板产品整体销量变动的影响程度。

2018 年公司对上述客户的挤板销量比 2017 年增长 39,233.72 千克,增长较多的为新兴眼镜制造厂有限公司和雅骏光学科技(深圳)有限公司。2019 年公司对上述客户的挤板销量比 2018 年增长 8,341.72 千克,增长较多的为美成实业、江西省威东光学有限公司和深圳市恩赐精密科技有限公司。2019 年东莞华宏挤板采购量下降,主要是因为东莞华宏的产品更为高端,使用的原材料以压板为主且占比呈增长趋势。

由于眼镜板材色彩图纹种类较多,眼镜制造商数量众多、竞争激烈,因此公司的客户集中度较低,这个特点同样体现在销量增长上,按对每十名客户报告期内挤板销量增长情况如下:

| 2019 年<br>排名 | 2019 年<br>销量范围(千克) | 2019 年较 2018 年 |       | 2018 年较 2017 年 |       |
|--------------|--------------------|----------------|-------|----------------|-------|
|              |                    | 金额(元)          | 占比(%) | 金额(元)          | 占比(%) |
| 第 1-10 名     | 18,557-175,938     | 8,341.72       | 11.09 | 39,233.72      | 27.90 |
| 第 11-20 名    | 9,965-12,016       | 29,586.17      | 39.33 | 23,272.18      | 16.55 |
| 第 21-30 名    | 7,635-9,924        | 1,496.49       | 1.99  | 28,968.43      | 20.60 |
| 第 31-40 名    | 6,051-7,227        | 12,208.06      | 16.23 | 8,719.69       | 6.20  |
| 第 41-50 名    | 5,111-5,963        | 18,901.46      | 25.13 | -419.95        | -0.30 |
| 第 51-60 名    | 4,481-5,106        | 2,463.27       | 3.27  | 8,485.24       | 6.03  |
| 合 计          |                    | 72,997.18      | 93.77 | 108,259.30     | 76.99 |

## C. 压板类产品主要客户销售收入情况

2020 年 1-6 月压板产品主要客户（2019 年收入前十名）销售收入、变动情况及占压板销售收入变动总额的比例较上年同期情况如下：

| 客户名称 <sup>注1</sup> | 2020 年 1-6 月 | 2019 年 1-6 月 | 2020 年 1-6 月较 2019 年 1-6 月 |                     |
|--------------------|--------------|--------------|----------------------------|---------------------|
|                    |              |              | 金额（万元）                     | 占比（%） <sup>注2</sup> |
| 陆逊梯卡华宏（东莞）眼镜有限公司   | 362.23       | 564.87       | -202.64                    | 14.07               |
| 雅骏光学科技（深圳）有限公司     | 77.10        | 106.76       | -29.66                     | 2.06                |
| 美成（江门）实业有限公司       | 36.80        | 91.74        | -54.95                     | 3.81                |
| 新兴眼镜制造厂有限公司        | 47.27        | 62.27        | -15.00                     | 1.04                |
| 东莞汇俊眼镜制品有限公司       | 24.92        | 64.05        | -39.13                     | 2.72                |
| 江西省威东光学有限公司        | 36.37        | 41.86        | -5.49                      | 0.38                |
| 温州市瓯海眼镜有限公司        | 34.34        | 46.50        | -12.16                     | 0.84                |
| 深圳市伏恒眼镜制品有限公司      | 33.61        | 73.20        | -39.59                     | 2.75                |
| 华清眼镜（深圳）有限公司       | 34.86        | 44.69        | -9.83                      | 0.68                |
| 浙江方氏眼镜制造有限公司       | 22.57        | 51.61        | -29.04                     | 2.02                |
| 合 计                | 710.05       | 1,147.55     | -437.50                    | 30.37               |

注 1：已合并列示同一控制下的所有企业。

注 2：此处“占比”是指某客户变动额占压板产品变动总额的比例，反映了单个客户收入变动对压板产品整体收入变动的的影响程度。

2020 年 1-6 月公司对上述客户的挤板销售收入比 2019 年 1-6 月下降 650.16 万元，受新冠病毒肺炎疫情的影响，对主要客户的挤

板销售收入均下降。

压板类产品主要客户（2019 年收入前十名）销售收入、变动情况及占压板销售收入变动总额的比例如下：

单位：万元

| 客户名称 <sup>注1</sup> | 2019 年   | 2018 年   | 2017 年   | 2019 年较 2018 年 |                      | 2018 年较 2017 年 |                      |
|--------------------|----------|----------|----------|----------------|----------------------|----------------|----------------------|
|                    |          |          |          | 金额             | 占比 (%) <sup>注2</sup> | 金额             | 占比 (%) <sup>注3</sup> |
| 陆逊梯卡华宏（东莞）眼镜有限公司   | 1,107.34 | 927.94   | 728.99   | 179.39         | 261.86               | 198.96         | 19.83                |
| 雅骏光学科技（深圳）有限公司     | 307.29   | 287.02   | 85.94    | 20.27          | 29.59                | 201.08         | 20.04                |
| 美成（江门）实业有限公司       | 290.30   | 256.51   | 203.48   | 33.78          | 49.31                | 53.04          | 5.29                 |
| 新兴眼镜制造厂有限公司        | 160.06   | 140.06   | 17.76    | 20.00          | 29.20                | 122.30         | 12.19                |
| 东莞汇俊眼镜制品有限公司       | 154.02   | 75.01    | 82.08    | 79.01          | 115.34               | -7.07          | -0.70                |
| 江西省威东光学有限公司        | 141.81   | 74.69    | 46.18    | 67.12          | 97.98                | 28.50          | 2.84                 |
| 温州市瓯海眼镜有限公司        | 136.94   | 128.69   | 222.17   | 8.25           | 12.04                | -93.48         | -9.32                |
| 深圳市伏恒眼镜制品有限公司      | 130.13   | 97.55    | 40.02    | 32.58          | 47.56                | 57.53          | 5.73                 |
| 华清眼镜（深圳）有限公司       | 126.09   | 90.76    | 115.43   | 35.33          | 51.57                | -24.67         | -2.46                |
| 浙江方氏眼镜制造有限公司       | 111.23   | 103.48   | 89.25    | 7.75           | 11.31                | 14.24          | 1.42                 |
| 合 计                | 2,665.20 | 2,181.71 | 1,631.30 | 483.49         | 705.75               | 550.41         | 54.86                |

注 1：已合并列示同一控制下的所有企业。

注 2、注 3：此处“占比”是指某客户变动额占压板产品变动总额的比例，反映了单个客户收入变动对压板产品整体收入变动的的影响程度。

2018 年公司对上述客户的压板销售收入比 2017 年增长 550.41 万元，占 2018 年压板销售收入比 2017 年总增长额的 54.86%，增长较多的为东莞华宏、雅骏光学科技（深圳）有限公司和新兴眼镜制造厂有限公司。2019 年公司对上述客户的销售收入比 2018 年增长 483.49 万元，增长较多的为东莞华宏、东莞汇俊眼镜制品有限公司和江西省威东光学有限公司。

由上表可见，公司对上述主要客户的压板销售收入 2019 年比 2018 年有一定的增长。亦有部分客户 2019 年因调整采购结构，增加或维持挤板采购额的同时减少了压板的采购额，导致公司 2019 年压板销售收入总额与 2018 年相比基本持平。公司部分客户增加或维持挤板采购额的同时减少的压板的采购额及占 2019 年压板销售收入变动总额的比例举例如下：

单位：万元

| 客户名称              | 2019 年① | 2018 年② | ①减②    | 占比 (%)  |
|-------------------|---------|---------|--------|---------|
| 潮州市启泰(归湖)眼镜制造有限公司 | 65.91   | 141.89  | -75.99 | -110.92 |
| 深圳市恩赐精密科技有限公司     | 52.20   | 116.83  | -64.63 | -94.34  |

## D. 压板类产品主要客户销量情况

2020 年 1-6 月压板产品主要客户（2019 年收入前十名）销量、变动情况及占压板销量变动总额的比例较上年同期情况如下：

单位：千克

| 客户名称 <sup>注1</sup> | 2020 年 1-6 月 | 2019 年 1-6 月 | 2020 年 1-6 月较 2019 年 1-6 月 |                     |
|--------------------|--------------|--------------|----------------------------|---------------------|
|                    |              |              | 重量                         | 占比（%） <sup>注2</sup> |
| 陆逊梯卡华宏（东莞）眼镜有限公司   | 27,928.61    | 45,137.67    | -17,209.06                 | -17.21              |
| 雅骏光学科技（深圳）有限公司     | 6,371.92     | 9,441.62     | -3,069.70                  | -3.07               |
| 美成（江门）实业有限公司       | 3,319.33     | 8,078.62     | -4,759.29                  | -4.76               |
| 江西省威东光学有限公司        | 3,341.59     | 3,939.04     | -597.45                    | -0.60               |
| 新兴眼镜制造厂有限公司        | 3,849.24     | 5,224.22     | -1,374.98                  | -1.37               |
| 东莞汇俊眼镜制品有限公司       | 2,186.78     | 5,301.74     | -3,114.96                  | -3.11               |
| 温州市瓯海眼镜有限公司        | 2,918.79     | 3,989.52     | -1,070.73                  | -1.07               |
| 深圳市伏恒眼镜制品有限公司      | 2,920.98     | 6,507.71     | -3,586.73                  | -3.59               |
| 华清眼镜（深圳）有限公司       | 3,039.06     | 4,155.38     | -1,116.32                  | -1.12               |
| 浙江方氏眼镜制造有限公司       | 2,110.53     | 4,895.61     | -2,785.08                  | -2.79               |
| 合 计                | 57,986.83    | 96,671.14    | -38,684.31                 | -38.68              |

注 1：已合并列示同一控制下的所有企业。

注 2：此处“占比”是指某客户变动额占压板产品变动总额的比例，反映了单个客户销量变动对压板产品整体销量变动的的影响程度。

2020 年 1-6 月公司对上述客户的压板销量比 2019 年 1-6 月下降 38,684.31 千克，受新冠病毒肺炎疫情的影响，对主要客户的压

板销量均下降。

压板产品主要客户（2019 年销量前十名）销量、变动情况及占挤板销量变动总额的比例如下：

单位：千克

| 客户名称 <sup>注1</sup> | 2019 年     | 2018 年     | 2017 年     | 2019 年较 2018 年 |                      | 2018 年较 2017 年 |                      |
|--------------------|------------|------------|------------|----------------|----------------------|----------------|----------------------|
|                    |            |            |            | 重量             | 占比 (%) <sup>注2</sup> | 重量             | 占比 (%) <sup>注3</sup> |
| 陆逊梯卡华宏（东莞）眼镜有限公司   | 87,674.99  | 79,783.69  | 63,878.28  | 7,891.30       | -64.81               | 15,905.41      | 19.03                |
| 雅骏光学科技（深圳）有限公司     | 26,227.36  | 25,033.11  | 7,845.54   | 1,194.25       | -9.81                | 17,187.57      | 20.57                |
| 美成（江门）实业有限公司       | 25,259.68  | 22,211.03  | 18,538.49  | 3,048.65       | -25.04               | 3,672.54       | 4.39                 |
| 江西省威东光学有限公司        | 13,371.44  | 7,217.08   | 4,373.36   | 6,154.36       | -50.55               | 2,843.72       | 3.40                 |
| 新兴眼镜制造厂有限公司        | 13,266.48  | 11,680.61  | 1,460.93   | 1,585.87       | -13.03               | 10,219.68      | 12.23                |
| 东莞汇俊眼镜制品有限公司       | 12,868.00  | 6,313.31   | 6,958.09   | 6,554.69       | -53.83               | -644.78        | -0.77                |
| 温州市瓯海眼镜有限公司        | 11,616.24  | 11,611.02  | 20,085.71  | 5.22           | -0.04                | -8,474.69      | -10.14               |
| 深圳市伏恒眼镜制品有限公司      | 11,465.72  | 9,253.67   | 3,826.55   | 2,212.05       | -18.17               | 5,427.12       | 6.49                 |
| 华清眼镜（深圳）有限公司       | 11,338.17  | 8,630.77   | 10,672.17  | 2,707.40       | -22.24               | -2,041.40      | -2.44                |
| 浙江方氏眼镜制造有限公司       | 10,470.56  | 9,971.22   | 8,379.40   | 499.34         | -4.10                | 1,591.82       | 1.90                 |
| 合 计                | 223,558.65 | 191,705.51 | 146,018.52 | 31,853.13      | -261.62              | 45,686.99      | 54.67                |

注 1：已合并列示同一控制下的所有企业。

注 2、注 3：此处“占比”是指某客户变动额占压板产品变动总额的比例，反映了单个客户销量变动对压板产品整体销量变动的影响程度。由于 2019 年压板销量较 2018 年小幅下降 12,175.54 千克，基数较小，导致 2019 年较 2018 年单个客户变动额占压板产品变动总额的比例较大。

2018 年公司对上述客户的压板销量比 2017 年增长 45,686.99 千克,占 2018 年压板销量比 2017 年总增长量的 54.67%,增长较多的为东莞华宏、雅骏光学科技(深圳)有限公司和新兴眼镜制造厂有限公司。2019 年公司对上述客户的销量比 2018 年增长 31,853.13 千克,增长较多的为东莞华宏、东莞汇俊眼镜制品有限公司和江西省威东光学有限公司。

由上表可见,公司对上述主要客户的压板销量 2019 年比 2018 年有一定的增长。亦有部分客户 2019 年因调整采购结构,增加或维持挤板采购量的同时减少了压板的采购量,导致公司 2019 年压板销售总量比 2018 年下降。公司部分客户在增加或维持挤板采购量的同时减少的压板的采购量及占 2019 年压板销量变动总额的比例如下:

单位: 千克

| 客户名称              | 2019 年①  | 2018 年②   | ①减②       | 占比 (%) |
|-------------------|----------|-----------|-----------|--------|
| 潮州市启泰(归湖)眼镜制造有限公司 | 5,467.34 | 12,009.55 | -6,542.21 | 53.73  |
| 深圳市恩赐精密科技有限公司     | 4,461.28 | 9,466.85  | -5,005.57 | 41.11  |

就报告期内展会投入能否准确划分至挤板和压板,相关投入所带来的挤板和压板的具体收入及客户情况,公司已在第(1)问进行回复,具体请参见对第(1)问之回复。

#### 保荐机构发表的意见:

通过核查公司销售收入和销量及变动情况,获取公司关于产品市场潮流更替的信息和资料,检查公司展会费用明细,保荐机构认为:

发行人报告期各期挤板产品收入中的挤板单色类、挤板绞花类、挤板层板类、挤板渐变类的销售数量、金额、平均单价及变化情况合理;报告期内挤板类产品收入持续增长、压板类产品销量各年大幅变动具有合理性;公司的销售协议或订单全部通过商务洽谈获得。

公司已披露上述情况,已披露情况真实、合理。

第(3)问:提供主要客户销售合同,结合主要合同权利义务约定情况补充披露报告期内发行人对主要客户的退货条件、销售折扣政策与返利政策,相关政策执行时间,是否具有一贯性,是否存在销售折扣、返利条款进行调整或放松的

情形，报告期各期发行人产品退货、销售折扣及返利的具体金额，分析并披露相关折扣或返利金额是否与对应的客户销售额相匹配，相关会计处理以及是否符合《企业会计准则》的规定；

发行人已提供主要客户的销售合同，请见本问询函回复之附件 1。

就上述问题，发行人在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“五、主要会计政策和会计估计”之“（一）收入确认原则和计量方法”中量化分析并补充披露如下：

#### 5、主要客户的退货条件、销售折扣政策与返利政策，相关政策执行时间

| 客户名称             | 项 目  | 2020 年 1-6 月                                                                                       | 2019 年度                         | 2018 年度                                                                        | 2017 年度                                                           |
|------------------|------|----------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------|
| 陆逊梯卡华宏（东莞）眼镜有限公司 | 退货条件 | 材料存在任何缺陷、瑕疵、不合格                                                                                    |                                 |                                                                                |                                                                   |
|                  | 返利政策 | 不再单独计提                                                                                             | 经双方沟通确认，2019 年直接降价 2% 销售，不再单独返利 | 合同期内，采购总量：250 吨≤采购总量<350 吨，返利货款总额 2%；350 吨≤采购总量<450 吨，返利货款总额 2.5%，返利不包括 S9 的货款 | 合同期内，采购总量：250 吨≤采购总量<350 吨，返利货款总额 2%；350 吨≤采购总量<450 吨，返利货款总额 2.5% |
|                  | 执行时间 | 无                                                                                                  | 无                               | 2018. 01-2018. 12                                                              | 2016. 01-2017. 12                                                 |
| 美成（江门）实业有限公司     | 退货条件 | 需方提出有质量问题并经供方确认确有质量问题的                                                                             |                                 |                                                                                |                                                                   |
|                  | 返利政策 | 合同期内，采购实际总付款：600 万元≤实际付款<800 万元，返利总额 2%；800 万元≤实际付款<1000 万元，返利总额 3%                                |                                 | 无                                                                              | 无                                                                 |
|                  | 执行时间 | 2019. 08-2020. 07                                                                                  | 2019. 08-2020. 07               | 无                                                                              | 无                                                                 |
| 雅骏光学科技（深圳）有限公司   | 退货条件 | 产品存在质量问题                                                                                           |                                 |                                                                                |                                                                   |
|                  | 返利政策 | 无                                                                                                  | 无                               | 无                                                                              | 无                                                                 |
|                  | 执行时间 | 无                                                                                                  | 无                               | 无                                                                              | 无                                                                 |
| 华清眼镜（深圳）有限公司     | 退货条件 | 需方提出有质量问题并经供方确认确有质量问题的                                                                             |                                 |                                                                                |                                                                   |
|                  | 返利政策 | 合同期内，采购实际总付款：100 万元≤实际总付款<200 万元，返利总额 2.5%；200 万元≤实际总付款<300 万元，返利总额 3%；300 万元≤实际总付款<400 万元，返利总额 4% |                                 |                                                                                |                                                                   |
|                  | 执行时间 | 2020. 01-2020. 12                                                                                  | 2019. 01-2019. 12               | 2018. 01-2018. 12                                                              | 2017. 01-2017. 12                                                 |
| 江西省威东光学有限公司      | 退货条件 | 需方提出有质量问题并经供方确认确有质量问题的                                                                             |                                 |                                                                                |                                                                   |

| 客户名称          | 项 目  | 2020 年 1-6 月                                                                                                                                                                                                                                                                                 | 2019 年度                                                                                                                      | 2018 年度                                                                                                                                    | 2017 年度           |
|---------------|------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------|
|               | 返利政策 | 合同期内, 采购实际总付款: 120 万元 $\leq$ 实际总付款 $<$ 260 万元, 返利货款总额 4%; 实际总付款 $\geq$ 260 万元, 返利货款总额 5%                                                                                                                                                                                                     |                                                                                                                              | 合同期内, 采购实际总付款: 实际总付款 $\geq$ 120 万元, 返利总额 4%                                                                                                | 无                 |
|               | 执行时间 | 2019. 11-2020. 10                                                                                                                                                                                                                                                                            | 2018. 11-2019. 10                                                                                                            | 2017. 11-2018. 10                                                                                                                          | 无                 |
| 温州市瓯海眼镜有限公司   | 退货条件 | 需方提出有质量问题并经供方确认确有质量问题的                                                                                                                                                                                                                                                                       |                                                                                                                              |                                                                                                                                            |                   |
|               | 返利政策 | 连续三年采购未达到返利条件, 因此未再签返利协议                                                                                                                                                                                                                                                                     |                                                                                                                              | 合同期内, 采购实际总付款: 500 万元 $\leq$ 实际总付款 $<$ 600 万元, 返利总额 3%; 600 万元 $\leq$ 实际总付款 $<$ 700 万元, 返利总额 3.5%; 700 万元 $\leq$ 实际总付款 $<$ 800 万元, 返利总额 4% |                   |
|               | 执行时间 | 无                                                                                                                                                                                                                                                                                            | 无                                                                                                                            | 2018. 01-2018. 12                                                                                                                          | 2017. 01-2017. 12 |
| 香港新兴眼镜制造厂有限公司 | 退货条件 | 需方提出有质量问题并经供方确认确有质量问题的                                                                                                                                                                                                                                                                       |                                                                                                                              |                                                                                                                                            |                   |
|               | 返利政策 | 合同期内, 采购总量: 采购总量 $<$ 30 吨, 返利货款总额 3%; 30 吨 $\leq$ 采购总量 $<$ 40 吨, 返利货款总额 4%; 40 吨 $\leq$ 采购总量 $<$ 50 吨, 返利货款总额 4.5%; 50 吨 $\leq$ 采购总量 $<$ 60 吨, 返利货款总额 5%; 60 吨 $\leq$ 采购总量 $<$ 70 吨, 返利货款总额 5.5%; 70 吨 $\leq$ 采购总量 $<$ 80 吨, 返利货款总额 6%; 80 吨 $\leq$ 采购总量 $<$ 90 吨, 返利货款总额 6.5%; 90 吨以上, 返 7% |                                                                                                                              |                                                                                                                                            | 无                 |
|               | 执行时间 | 2020. 01-2020. 12                                                                                                                                                                                                                                                                            | 2019. 01-2019. 12                                                                                                            | 2018. 01-2018. 12                                                                                                                          | 无                 |
| 浙江方氏眼镜制造有限公司  | 退货条件 | 需方提出有质量问题并经供方确认确有质量问题的                                                                                                                                                                                                                                                                       |                                                                                                                              |                                                                                                                                            |                   |
|               | 返利政策 | 受疫情影响, 客户预计采购达不到一定的金额, 因此尚未签订返利协议                                                                                                                                                                                                                                                            | 合同期内, 采购实际总付款: 300 万元 $\leq$ 实际付款 $<$ 400 万元, 返利总额 2%; 400 万元 $\leq$ 实际付款 $<$ 440 万元, 返利总额 2.5%; 实际付款 $\geq$ 440 万元, 返利总额 3% | 合同期内, 采购实际总付款: 200 万元 $\leq$ 实际付款 $<$ 250 万元, 返利总额 2%; 250 万元 $\leq$ 实际付款 $<$ 300 万元, 返利总额 2.5%; 实际付款 $\geq$ 300 万元, 返利总额 3%               |                   |
|               | 执行时间 | 无                                                                                                                                                                                                                                                                                            | 2019. 01-2019. 12                                                                                                            | 2018. 01-2018. 12                                                                                                                          | 2017. 01-2017. 12 |
| 东莞汇俊眼镜制品有限公司  | 退货条件 | 需方提出有质量问题并经供方确认确有质量问题的                                                                                                                                                                                                                                                                       |                                                                                                                              |                                                                                                                                            |                   |
|               | 返利政策 | 无                                                                                                                                                                                                                                                                                            | 无                                                                                                                            | 无                                                                                                                                          | 无                 |
|               | 执行时间 | 无                                                                                                                                                                                                                                                                                            | 无                                                                                                                            | 无                                                                                                                                          | 无                 |
| 温州三杉光学有限公司    | 退货条件 | 需方提出有质量问题并经供方确认确有质量问题的                                                                                                                                                                                                                                                                       |                                                                                                                              |                                                                                                                                            |                   |
|               | 返利政策 | 无                                                                                                                                                                                                                                                                                            | 无                                                                                                                            | 无                                                                                                                                          | 无                 |
|               | 执行时间 | 无                                                                                                                                                                                                                                                                                            | 无                                                                                                                            | 无                                                                                                                                          | 无                 |

报告期内，部分客户与其关联方或合作方共同执行返利政策，合并结算返利是否，共同执行返利政策的客户如下：

(1) 江西华清眼镜有限公司、华清眼镜（深圳）有限公司两家合并计算返利是否达标；

(2) 浙江方氏眼镜制造有限公司、瑞安市华星眼镜制造有限公司、瑞安市凯洛诗眼镜厂、重庆华腾眼镜有限责任公司四家合并计算返利是否达标；

(3) 温州市朗臣眼镜有限公司、温州市朗盛光学有限公司、温州市朗驰眼镜有限公司三家合并计算返利是否达标；

(4) 东莞联信眼镜有限公司、东莞市联顺眼镜有限公司、联利泰眼镜（鹰潭）有限公司三家合并计算返利是否达标。

(5) 高信眼镜厂有限公司、高信眼镜国际有限公司、东莞市艺品眼镜制品有限公司、东莞高信眼镜有限公司四家合并计算返利是否达标；

产品销售给客户后，除因产品本身存在质量瑕疵允许客户换货或退货外，其他原因造成的存货质量问题，公司不承担任何责任。

公司主要基于对客户销售规模和日常产品销售价格等情况给予符合条件的客户 2%~5% 左右的销售返利。报告期内，部分客户的返利政策有所调整，主要是在返利政策标准范围以内根据客户的销售规模和达标情况进行的合理调整，公司返利政策标准基本稳定，具有一贯性，不存在销售折扣、返利条款放宽的情形。

6、报告期各期公司产品退货、销售折扣及返利的具体金额，及与相关折扣或返利金额与对应的客户销售额的匹配性

(1) 报告期各期发行人产品退换货及返利情况

单位：万元

| 项 目     | 2020 年 1-6 月 | 2019 年度   | 2018 年度   | 2017 年度   |
|---------|--------------|-----------|-----------|-----------|
| 退换金额①   | 12.66        | 82.99     | 93.30     | 69.58     |
| 返利金额②   | 注            | 72.91     | 93.42     | 65.45     |
| 主营业务收入③ | 3,854.61     | 15,464.10 | 14,861.75 | 13,212.34 |
| ①÷③ (%) | 0.33         | 0.54      | 0.63      | 0.53      |
| ②除③ (%) | —            | 0.47      | 0.63      | 0.50      |

注：由于按客户年度采购额判断是否触发返利，因此公司 2020 年 6 月末未计提返利。

## (2) 返利金额及与对应客户的销售匹配性

公司给予客户的返利均按年度销售情况计算。2017 年、2018 年及 2019 年，公司所有客户中给予返利的客户销售金额及相应的返利金额、返利比例情况如下：

## ① 2017 年度

单位：万元

| 客户名称          | 返利前收入①   | 约定返利比例② | 测算返利金额③=①*② | 实际返利金额④ | 返利测算差⑤=③-④ | 备注   |
|---------------|----------|---------|-------------|---------|------------|------|
| 东莞华宏          | 2,301.60 | 2%      | 46.03       | 52.63   | -6.60      |      |
| 华清眼镜（深圳）有限公司  | 261.81   | 4%      | 10.47       | 8.56    | 1.91       | 合并计算 |
| 江西华清眼镜有限公司    | 65.50    | 4%      | 2.62        | 2.13    | 0.49       |      |
| 东莞联信眼镜有限公司    | 43.74    | 2%      | 0.87        | 0.70    | 0.17       | 合并计算 |
| 东莞市联顺眼镜有限公司   | 53.87    | 2%      | 1.08        | 0.80    | 0.28       |      |
| 联利泰眼镜（鹰潭）有限公司 | 35.03    | 2%      | 0.70        | 0.63    | 0.07       |      |
| 合 计           | 2,761.55 | -       | 61.77       | 65.45   | -3.68      |      |

## ② 2018 年度

单位：万元

| 客户名称          | 返利前收入①   | 约定返利比例② | 测算返利金额③=①*② | 实际返利金额④ | 返利测算差⑤=③-④ | 备注   |
|---------------|----------|---------|-------------|---------|------------|------|
| 东莞华宏          | 1,979.03 | 2%      | 39.58       | 43.34   | -3.76      |      |
| 华清眼镜（深圳）有限公司  | 247.25   | 4%      | 9.89        | 9.56    | 0.33       | 合并计算 |
| 江西华清眼镜有限公司    | 82.56    | 4%      | 3.30        | 3.21    | 0.09       |      |
| 浙江方氏眼镜制造有限公司  | 213.36   | 2%      | 4.27        | 3.16    | 1.11       | 合并计算 |
| 瑞安市凯洛诗眼镜厂     | 81.98    | 2%      | 1.64        | 1.12    | 0.52       |      |
| 新兴眼镜集团        | 288.20   | 4%      | 11.53       | 11.53   | -          |      |
| 江西省威东光学有限公司   | 208.64   | 4%      | 8.35        | 8.33    | 0.02       |      |
| 东莞市联顺眼镜有限公司   | 69.33    | 2%      | 1.39        | 1.13    | 0.26       | 合并计算 |
| 联利泰眼镜（鹰潭）有限公司 | 59.38    | 2%      | 1.19        | 1.16    | 0.03       |      |
| 东莞联信眼镜有限公司    | 44.93    | 2%      | 0.90        | 0.71    | 0.19       |      |
| 东莞高信眼镜制造厂     | 170.25   | 4%      | 6.81        | 7.03    | -0.22      |      |
| 中山拓开光学有限公司    | 169.48   | 2%      | 3.39        | 3.14    | 0.25       |      |
| 合 计           | 3,614.39 | -       | 92.24       | 93.42   | -1.18      |      |

## ③ 2019 年度

单位：万元

| 客户名称          | 返利前收入①   | 约定返利比例② | 测算返利金额③=①*② | 实际返利金额④ | 返利测算差⑤=③-④ | 备注   |
|---------------|----------|---------|-------------|---------|------------|------|
| 浙江方氏眼镜制造有限公司  | 241.69   | 2.5%    | 6.04        | 5.81    | 0.23       | 合并计算 |
| 瑞安市华星眼镜制造有限公司 | 73.11    | 2.5%    | 1.83        | 1.84    | -0.01      |      |
| 瑞安市凯洛诗眼镜厂     | 60.07    | 2.5%    | 1.50        | 1.49    | 0.01       |      |
| 重庆华腾眼镜有限责任公司  | 16.04    | 2.5%    | 0.40        | 0.40    | -          |      |
| 江西省威东光学有限公司   | 325.23   | 5%      | 16.26       | 13.10   | 3.16       |      |
| 华清眼镜（深圳）有限公司  | 234.01   | 4%      | 9.36        | 9.03    | 0.33       | 合并计算 |
| 江西华清眼镜有限公司    | 92.13    | 4%      | 3.69        | 3.58    | 0.11       |      |
| 香港新兴眼镜制造厂有限公司 | 299.35   | 4%      | 11.97       | 10.19   | 1.78       |      |
| 温州市朗盛光学有限公司   | 116.69   | 3%      | 3.50        | 3.53    | -0.03      | 合并计算 |
| 温州市朗驰眼镜有限公司   | 56.50    | 3%      | 1.70        | 1.70    | -          |      |
| 温州市朗臣眼镜有限公司   | 36.84    | 3%      | 1.11        | 1.12    | -0.01      |      |
| 高信眼镜厂有限公司     | 96.92    | 5%      | 4.85        | 4.09    | 0.76       | 合并计算 |
| 东莞高信眼镜有限公司    | 72.17    | 5%      | 3.61        | 3.61    | -          |      |
| 高信眼镜国际有限公司    | 27.24    | 5%      | 1.36        | 1.34    | 0.02       |      |
| 东莞市艺品眼镜制品有限公司 | 3.92     | 5%      | 0.20        | 0.19    | 0.01       |      |
| 瑞安市华美眼镜有限公司   | 150.69   | 2%      | 3.01        | 3.10    | -0.09      |      |
| 温州海诚光学有限公司    | 146.02   | 3%      | 4.38        | 4.40    | -0.02      |      |
| 中山拓开光学有限公司    | 135.25   | 2%      | 2.71        | 2.66    | 0.05       |      |
| 温州市黎东眼镜有限公司   | 86.24    | 2%      | 1.72        | 1.73    | -0.01      |      |
| 合 计           | 2,270.11 | -       | 79.20       | 72.91   | 6.29       |      |

2017 年和 2018 年，公司计提返利时以回款为基础计提，因此各客户均有一定差异；2017 年及 2018 年，公司实际计提的返利与测算返利的利差异合计分别为 3.68 万元和 1.18 万元，差异较小。

自 2019 年开始，公司对东莞华宏不再实行返利政策，而是直接降价 2% 销售。

美成（江门）实业有限公司的返利期间为 2019 年 8 月至 2020 年 7 月，2019 年末公司尚不能合理预计其是否能达到返利条件，因此 2019 年度未计提返利。

2019 年，高信眼镜厂有限公司与香港新兴眼镜制造厂有限公司实际返利与测算返利存在差异的主要原因是：两家公司的销售金额不含税，但在计提返利时以含税金额计算，导致重复扣税所致。

浙江方氏眼镜制造有限公司差异主要是因为其有部分现款销售不需进行返利。江西省威东光学有限公司差异主要是因为其返利期间为 2018 年 11 月至 2019 年 10 月。扣除此两家公司的差异影响后, 返利计提差异为 2.90 万元, 差异额较小。

综上, 2017 年、2018 年及 2019 年, 公司对客户实际计提的返利金额与测算返利金额差异极小; 返利金额与对应客户的销售金额相匹配。

#### 7. 销售退换货及销售返利的会计处理

(1) 客户退换货时, SAP 系统中会形成退货单和出库单并生成出入库凭证, 即, 对退回的产品, 公司冲销应收账款与收入, 同时, 对领出的产品确认收入, 具体会计分录如下:

借: 应收账款 (负数)

贷: 主营业务收入 (负数)

借: 主营业务成本 (负数)

贷: 库存商品 (负数)

借: 应收账款

贷: 主营业务收入

借: 主营业务成本

贷: 库存商品

由于退换货的情况较少发生, 所以公司对于退换货均在当期进行账务处理, 未计提预计负债。

#### (2) 销售返利的会计处理

##### ①期末计提销售返利时

借: 主营业务收入

贷: 预计负债

##### ②实际返利时

借: 预计负债

贷: 应收账款

保荐机构发表的意见:

经核查发行人与主要客户的销售合同及订单; 核查发行人的退换货及返利政

策；核查发行人报告期内发生的退换货及返利的具体情况；查看相关财务资料及会计凭证，保荐机构认为，发行人对部分客户的返利政策有所调整，但返利政策标准基本稳定，具有一贯性，不存在销售折扣、返利条款放宽的情形；报告期返利金额与对应客户的销售相匹配，相关会计处理符合《企业会计准则》有关“企业会计的确认、计量和报告应当以权责发生制为基础”的规定。

第（4）问：定量分析并披露主要产品价格与主要材料采购价格变动的联动方式，与同类产品市场价格变动趋势的比较情况及差异原因，结合挤板类和压板类的具体细分产品类型的价格及销量占比情况、税率变化情况及定量影响、外销单价及占比情况、销售折扣的金额及影响等，进一步定量分析并披露报告期内挤板类产品单价 2018 年下降、压板类产品 2019 年增长的原因及合理性；

就报告期内主要产品价格与主要材料采购价格变动的联动方式，公司在招股说明书“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）营业收入情况”之“4、报告期内公司产品销售数量、销售单价变化情况及原因说明”之“（2）报告期内公司产品销售单价变化情况及原因”中量化分析并补充披露如下：

③ 报告期内公司主要产品单价与主要原材料采购单价变动情况如下：

单位：元/千克

| 客户名称        | 2020 年<br>1-6 月 | 2019 年 | 2018 年 | 2017 年 | 2020 年 1-6 月<br>较 2019 年 | 2019 年较<br>2018 年 | 2018 年较<br>2017 年 |
|-------------|-----------------|--------|--------|--------|--------------------------|-------------------|-------------------|
| 醋酸纤维素胶粒采购单价 | 28.66           | 28.55  | 28.81  | 29.94  | 0.39%                    | -0.90%            | -3.77%            |
| 挤板平均销售单价    | 65.78           | 66.05  | 65.73  | 68.42  | -0.40%                   | 0.48%             | -3.93%            |
| 压板平均销售单价    | 119.87          | 116.68 | 113.33 | 112.30 | 2.73%                    | 2.95%             | 0.92%             |

从上表可见，公司产品销售单价与主要原材料醋酸纤维素胶粒采购单价的变动趋势不一致，公司未就主要产品价格与主要材料采购价格变动建立联动方式。报告期内主要原材料醋酸纤维素胶粒采购价格变化较小，且公司产品毛利率较高，原材料采购价格变动对公司产品销售价格的影响较小。

与公司主营业务相同或相近的公众公司仅有在新三板挂牌的企业雅格股份，其在公开转让说明书及年度报告中未披露产品销售量及价格，公司无法获得公开市场价格。就报告期内挤板类产品单价 2018 年下降的原因及合理性，公司在招股说明书“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）营业收入情况”之“4、报告期内公司产品销售数量、销售单价变化情况及原因说明”之“（2）报告期内公司产品销售单价变化情况及原因”之“① 2018年平均销售单价与2017年差异及原因”中量化分析并修改补充披露如下：

“A. 公司的产品主要用于时尚产业，客户存在个性化、多样化的需求，报告期内不同年份公司销售产品的型号结构存在差异。

**挤板细分产品类别 2018 年与 2017 年平均销售单价及销量占比情况**

| 项 目   | 2018 年度      |              |             | 2017 年度      |              |             |
|-------|--------------|--------------|-------------|--------------|--------------|-------------|
|       | 单价<br>(元/千克) | 重量<br>(千克)   | 重量占比<br>(%) | 单价<br>(元/千克) | 重量<br>(千克)   | 重量占比<br>(%) |
| 挤板绞花类 | 90.99        | 287,126.70   | 24.41       | 91.80        | 281,344.72   | 27.16       |
| 挤板渐变类 | 79.53        | 39,703.04    | 3.37        | 83.37        | 39,727.56    | 3.84        |
| 挤板单色类 | 51.82        | 526,921.96   | 44.79       | 52.67        | 404,695.87   | 39.07       |
| 挤板层板类 | 64.29        | 322,645.16   | 27.43       | 65.83        | 310,021.24   | 29.93       |
| 合 计   | 65.73        | 1,176,396.86 | 100.00      | 68.42        | 1,035,789.39 | 100.00      |

报告期内公司销售的产品各级类别和名称示例如下：

| 项 目  | 一级分类     | 二级分类           | 三级分类            | 四级分类                            | 五级分类                                                            |
|------|----------|----------------|-----------------|---------------------------------|-----------------------------------------------------------------|
| 类别名称 | 类别       | 细分类别           | 型号              | 编码                              | 细分编码                                                            |
| 分类原则 | 生产工艺     | 花色图纹大类         | 是否定制、价格差异、花色图纹  | 唯一花色图纹                          | 规格大小                                                            |
| 示 例  | 挤板<br>压板 | 挤板绞花类<br>压板碎花类 | J2<br>UD3<br>UQ | J2-01635<br>UD3-0143<br>UQ-0205 | J2-01635-170X1400/8<br>UD3-0143-190X1400/4<br>UQ-0205-170X700/4 |
| 类别数量 | 2        | 6              | 约200            | 约10,000                         | 约36,000                                                         |

公司的产品按三级分类分为 200 余个型号，公司按型号以含税价对客户报价。报告期内对同一客户的含税报价变化较小，对不同客户的报价略有差异。公司不同年份同一产品类别或同一产品细分类别内部具体型号的销量有所变化，对同一客户的具体型号销量有所变化，是导致公司不同年份同一产品类别或同一细分类别平均销售单价发生变化的主要原因。

2018 年挤板绞花类、挤板渐变类、挤板单色类和挤板层板类平均销售单价比 2017 年分别下降 0.89%、4.61%、1.63%和 2.35%，与挤板平均销售单价变动趋势一致。

B. 对于部分主要客户销量较大的产品，经过单独协商，在预期销量增长的情况下，公司会对个别客户个别产品编码的销售单价进行调整。如 2018 年公司对某客户产品编码为 J2-0\*\*\*5 的销售单价比 2017 年降低 13.38%，对销售额的影响为 39.18 万元，对挤板平均销售单价的影响为 0.33 元/千克。

C. 公司与主要客户达成销售折扣协议，公司根据客户当年的采购数量或采购额，给予一定的级差销售折扣。2018 年销售数量 and 销售额增长较多，导致销售折扣比 2017 年增加 27.97 万元，平均销售单价下降。销售折扣及其变动对平均销售单价的影响如下：

| 项目               | 2018 年   | 2017 年   | 2018 年较 2017 年 |
|------------------|----------|----------|----------------|
| 销售折扣（万元）         | 93.42    | 65.45    | 27.97          |
| 销量（吨）            | 1,805.43 | 1,581.26 | 224.17         |
| 对平均销售单价的影响（元/千克） | 0.52     | 0.41     | 0.10           |

2018 年挤板和压板的平均销售单价分别为 65.73 元/千克和 113.33 元/千克，销售折扣变动的影响占挤板和压板平均销售单价的影响分别为 0.16%和 0.09%，对挤板平均销售单价的影响大于对压板平均销售单价的影响。

就报告期内压板类产品 2019 年产品单价增长的原因及合理性，公司在招股说明书“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）营业收入情况”之“4、报告期内公司产品销售数量、销售单价变化情况及原因说明”之“（2）报告期内公司产品销售单价变化情况及原因”之“② 2019 年平均销售单价与 2018 年差异及原因”中量化分析并修改补充披露如下：

**A. 压板细分产品类别 2019 年与 2018 年平均销售价格及销量占比情况**

| 项 目   | 2019 年度      |            |             | 2018 年度      |            |             |
|-------|--------------|------------|-------------|--------------|------------|-------------|
|       | 单价<br>(元/千克) | 重量<br>(千克) | 重量占比<br>(%) | 单价<br>(元/千克) | 重量<br>(千克) | 重量占比<br>(%) |
| 压板碎花类 | 113.95       | 422,435.50 | 68.48       | 110.25       | 416,217.18 | 66.17       |
| 压板拼板类 | 122.62       | 194,425.69 | 31.52       | 119.37       | 212,819.55 | 33.83       |
| 合计    | 116.68       | 616,861.19 | 100.00      | 113.33       | 629,036.73 | 100.00      |

2019 年压板碎花类和压板拼板类平均单价比 2018 年分别上升 3.36%和 2.72%，与压板平均单价变动趋势一致。

B. 公司的产品分为挤出系列和压板系列两大类，具体又依花色、特色分为

200 余个型号，公司按型号以含税价对客户报价。报告期内公司的含税报价变化较小，2018 年 5 月起公司主要产品适用的增值税税率由 17%调整为 16%；自 2019 年 4 月起公司主要产品适用的增值税税率由 16%调整为 13%，增值税税率的调整间接导致公司产品的销售价格上升。

**a) 增值税税率调整的理论影响**

| 项目             | 2019 年 4 月以后 | 2018 年 5 月<br>-2019 年 3 月 | 2018 年 4 月以前 |
|----------------|--------------|---------------------------|--------------|
| 税率 ①           | 13%          | 16%                       | 17%          |
| 含税价（假设为 100） ② | 100          | 100                       | 100          |
| 不含税价 ③=②/（1+①） | 88.50        | 86.21                     | 85.47        |
| 不含税价变动比例       | 2.65%        | 0.86%                     | —            |

**b) 增值税税率调整的实际影响**

| 项 目              | 2019 年①      | 2018 年②      | ①减②       |
|------------------|--------------|--------------|-----------|
| 应交增值税贷方发生额（万元）   | 913.71       | 1,024.68     | -111.17   |
| 销售量（千克）          | 1,868,481.58 | 1,805,433.60 | 63,047.98 |
| 对平均销售单价的影响（元/千克） | 4.89         | 5.68         | -0.79     |

C. 通过意大利集美销售的产品价格高于内销和母公司直接外销的产品价格，2019 年公司通过意大利集美的外销收入大幅上升，导致整体平均销售价格有所上升。2018 年及 2019 年公司压板境内外平均销售单价及占比情况如下：

| 地区  | 产品    | 2019 年度      |            |             | 2018 年度      |            |             |
|-----|-------|--------------|------------|-------------|--------------|------------|-------------|
|     |       | 单价<br>(元/千克) | 重量<br>(千克) | 重量占比<br>(%) | 单价<br>(元/千克) | 重量<br>(千克) | 重量占比<br>(%) |
| 境内  | 压板碎花类 | 111.02       | 387,223.11 | 62.77       | 109.17       | 380,750.70 | 60.53       |
|     | 压板拼板类 | 121.47       | 186,028.83 | 30.16       | 118.75       | 203,848.43 | 32.41       |
| 小 计 |       | 114.41       | 573,251.94 | 92.93       | 112.51       | 584,599.13 | 92.94       |
| 境外  | 压板碎花类 | 146.09       | 35,212.39  | 5.71        | 121.80       | 35,466.48  | 5.64        |
|     | 压板拼板类 | 148.04       | 8,396.86   | 1.36        | 133.39       | 8,971.12   | 1.43        |
| 小 计 |       | 146.47       | 43,609.25  | 7.07        | 124.14       | 44,437.60  | 7.06        |
| 合 计 |       | 116.68       | 616,861.19 | 100.00      | 113.33       | 629,036.73 | 100.00      |

公司境外压板平均销售单价高于境内平均销售单价，2018 年境外压板平均销售单价是境内的 1.10 倍，2019 年境外压板平均销售单价是境内的 1.28 倍。

2019 年境外压板销售平均单价比 2018 年增长 22.32 元/千克，增幅 17.98%，主要是因为公司于 2018 年底意大利集美开始正式运营之前，货物离境后的运费由客户承担，意大利集美开始正式运营后，通过意大利集美销售的货物离境后的运费由公司承担，并相应提高了最终销售价格。

**保荐机构发表的意见：**

经检查发行人销售收入明细，分析收入、销量、单价及变动情况，核查发行人原材料采购情况，获取税率变动的相关规定、发行人销售折扣明细，分析检查税率变动和销售折扣变化情况，保荐机构认为：

发行人主要原材料醋酸纤维素胶粒采购价格变化较小，对主要产品价格的影响较小，公司未就主要产品价格与主要材料采购价格变动建立联动方式。与发行人主营业务相同的公众公司雅格股份未披露主要产品价格，无法与同类产品市场价格变动趋势进行比较。挤板类产品单价 2018 年下降主要是因为销售产品结构和客户结构变化、对部分销量较大的产品降价和销售折扣的影响。压板类产品单价 2019 年增长主要是因为销售产品结构和客户结构变化、增值税率变动和外销平均销售单价的变动。

发行人已披露上述情况，已披露情况真实、准确、完整，已披露原因真实、合理。

**第（5）问：结合下游行业区域分布情况、行业竞争状况、发行人市场地位等，进一步分析并披露发行人主要收入集中在广东、浙江的原因及合理性，是否存在市场拓展的障碍，是否存在地区依赖，是否与同行业可比公司一致；**

就结合下游行业区域分布情况、行业竞争状况、发行人市场地位等，进一步分析并披露发行人主要收入集中在广东、浙江的原因及合理性，是否存在市场拓展的障碍，是否存在地区依赖，是否与同行业可比公司一致等情况，公司在招股说明书“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）营业收入情况”之“3、主营业务收入分地区情况”中量化分析并补充披露如下：

目前，凭借我国在制造技术、生产成本、劳动力资源等方面的比较优势，全球眼镜产业已全面向中国迁移，形成了广东深圳（以生产中高档镜架为主）、福建厦门（以生产中高端太阳镜为主）、浙江温州（以生产中低端镜架为主）、江苏丹阳（以生产镜片为主）的四大眼镜生产基地，且已形成集聚镜架、镜片、配件、

机械模具等配套产业较为完善的产业体系。鉴于上述情况，报告期内公司产品的主要销售区域为广东深圳和浙江温州。

公司在近年来眼镜产业发展快速的江西鹰潭设立分公司，产品销售逐年增长，成为公司第三大产品销售区域。同时，公司还积极拓展海外市场及国内其他地区市场，并在香港和意大利设立销售公司，不断为公司寻求新客户和利润增长来源。

公众公司中与公司主营业务相同的新三板挂牌企业雅格股份其销售区域主要集中在浙江省。

综合上述情况，报告期内公司主要销售区域集中在广东和浙江，系因其产业集中度较高所致，公司不存在市场开拓的障碍或地区依赖。公司产品销售区域的分布与同行业可比公司一致。

**保荐机构发表的意见：**

通过了解眼镜产业趋势发展情况，获得和分析发行人营业收入区分地区分布情况，保荐机构认为，发行人收入集中在广东、浙江主要是受眼镜产业地域分布的影响，不存在市场拓展的障碍，不存在地区依赖，与同行业可比公司一致。

发行人已披露上述情况，已披露情况真实、合理。

第（6）问：补充披露发行人报告期各期是否存在退换货情况，如存在，请披露客户名称、退换货原因、具体金额与数量、退换内容、退还条款及会计处理方式；是否存在期末集中确认收入、期初退货的情形；其他业务收入中废料销售对应的成本如何计量及结转，其他业务收入与其他业务成本的会计处理方式，是否符合《企业会计准则》规定，进一步说明废料成本与产品生产成本如何划分及其准确性，废料销量与正常产品销量之间是否具有匹配性；

退换货的会计处理方式已在本问题第（3）小问进行了说明和披露，就其他上述问题，发行人在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“五、主要会计政策和会计估计”之“（一）收入确认原则和计量方法”中量化分析并补充披露如下

**8、发行人报告期内退换货的有关情况**

**（1）报告期内退换货具体情况**

| 项 目 | 退换内容 | 重量（千克） | 金额（万元） | 原因 |
|-----|------|--------|--------|----|
|-----|------|--------|--------|----|

|              |       |           |       |      |
|--------------|-------|-----------|-------|------|
| 2020 年 1-6 月 | 挤板、压板 | 1,792.83  | 12.66 | 质量换货 |
| 2019 年度      | 挤板、压板 | 9,965.46  | 82.99 | 质量换货 |
| 2018 年度      | 挤板、压板 | 10,197.43 | 93.30 | 质量换货 |
| 2017 年度      | 挤板、压板 | 8,270.98  | 69.58 | 质量换货 |

产品销售给客户后，除因产品本身存在质量瑕疵允许客户换货或退货外，其他情况下不允许退货。

## (2) 报告期内退换货的客户明细

| 年度                               | 客户名称               | 重量 (千克)  | 金额 (元)     |
|----------------------------------|--------------------|----------|------------|
| 2020 年 1-6 月退货额大于等于 5 千元的客户      | 雅骏光学科技 (深圳) 有限公司   | 165.81   | 19,105.78  |
|                                  | 深圳市恩赐精密科技有限公司      | 438.83   | 10,096.96  |
|                                  | 东莞美光眼镜制品有限公司       | 73.42    | 9,810.99   |
|                                  | 江西省威东光学有限公司        | 97.68    | 7,616.61   |
|                                  | 深圳市千兆眼镜制造有限公司      | 73.70    | 7,326.55   |
|                                  | 升腾眼镜 (深圳) 有限公司     | 46.96    | 5,555.02   |
|                                  | 德元 (广州) 眼镜贸易有限公司   | 84.72    | 5,023.22   |
|                                  | 小 计                | 981.12   | 64,535.13  |
| 2020 年 1-6 月退货额小于 5 千元的 65 家客户合计 |                    | 811.71   | 62,057.15  |
| 2019 年退货额大于等于 2 万元的客户            | 高信眼镜厂有限公司          | 259.15   | 24,123.31  |
|                                  | 江西省威东光学有限公司        | 214.30   | 20,516.06  |
|                                  | 陆逊梯卡华宏 (东莞) 眼镜有限公司 | 1,255.06 | 164,688.32 |
|                                  | 温州市瓯海眼镜有限公司        | 289.41   | 23,742.60  |
|                                  | 温州市瑞特光学有限公司        | 338.78   | 20,632.80  |
|                                  | 温州市旭民眼镜有限公司        | 1,211.97 | 77,684.19  |
|                                  | 霞飞诺眼镜工业 (苏州) 有限公司  | 300.88   | 33,828.00  |
|                                  | 雅骏光学科技 (深圳) 有限公司   | 339.94   | 22,235.29  |
|                                  | 小 计                | 4,209.49 | 387,450.57 |
| 2019 年退货额小于 2 万元的 196 家客户合计      |                    | 5,755.97 | 442,467.94 |
| 2018 年退货额大于等于 2 万元的客户            | 东莞市石排铭枫实业有限公司      | 268.92   | 22,284.34  |
|                                  | 江西省威东光学有限公司        | 342.58   | 28,056.41  |
|                                  | 陆逊梯卡华宏 (东莞) 眼镜有限公司 | 440.51   | 35,547.45  |
|                                  | 美雅眼镜 (深圳) 有限公司     | 241.94   | 27,166.78  |
|                                  | 深圳市八六八光学眼镜有限公司     | 221.09   | 23,620.69  |

| 年度                          | 客户名称               | 重量（千克）   | 金额（元）      |
|-----------------------------|--------------------|----------|------------|
|                             | 深圳市恩赐精密科技有限公司      | 240.77   | 30,335.73  |
|                             | 深圳市群美光学科技有限公司      | 212.06   | 22,585.31  |
|                             | 升腾眼镜（深圳）有限公司       | 222.45   | 22,975.02  |
|                             | 温州经济技术开发区威特利光学有限公司 | 264.71   | 31,627.62  |
|                             | 温州市朗驰眼镜有限公司        | 189.84   | 38,721.42  |
|                             | 温州市瓯海眼镜有限公司        | 1,102.05 | 61,620.94  |
|                             | 霞飞诺眼镜工业（苏州）有限公司    | 855.30   | 100,979.88 |
|                             | 雅视光学发展（深圳）有限公司     | 251.47   | 28,224.67  |
|                             | 小 计                | 4,853.69 | 473,746.26 |
| 2018 年退货额小于 2 万元的 213 家客户合计 |                    | 5,343.74 | 459,291.83 |
| 2017 年退货额大于等于 2 万元的客户       | 潮州市启泰（归湖）眼镜制造有限公司  | 532.42   | 33,707.44  |
|                             | 东莞汇俊眼镜制品有限公司       | 407.71   | 49,214.85  |
|                             | 东莞实用眼镜有限公司         | 289.96   | 38,731.94  |
|                             | 陆逊梯卡华宏（东莞）眼镜有限公司   | 869.09   | 65,878.55  |
|                             | 温州三杉光学有限公司         | 169.29   | 21,963.03  |
|                             | 温州市瓯海眼镜有限公司        | 671.87   | 44,662.98  |
|                             | 小 计                | 2,940.34 | 254,158.79 |
| 2017 年退货额小于 2 万元的 174 家客户合计 |                    | 5,330.64 | 441,595.54 |

### （3）是否存在期末集中确认收入、期初退货的情形

公司报告期各期末最后一月的销售以及下年初退货情况如下表：

单位：万元

| 项 目        | 2020 年 1-6 月 | 2019 年   | 2018 年   | 2017 年   |
|------------|--------------|----------|----------|----------|
| 当期末月主营业务收入 | 585.08       | 1,313.28 | 1,160.53 | 1,338.93 |
| 次月退货额      | 1.53         | 0.85     | 5.36     | 6.84     |
| 退货比率（%）    | 0.26         | 0.06     | 0.46     | 0.51     |

2017 年 12 月、2018 年 12 月、2019 年 12 月及 2020 年 6 月的次月退货比率分别为 0.45%、0.46%、0.06%和 0.26%，不存在期末集中确认收入、期初退货的情形。

### 9、公司报告期内废料销售的相关情况

#### （1）废料销售的会计处理

废料主要是公司订单切换和生产过程中产生的不良品经分拣之后的废品，

公司废料的产生与其日常产品生产过程密切相关。分配材料成本时，由于废料的数量、金额较小，废料不分摊材料成本，材料成本全部由正常产品承担。确认收入及结转销售成本时，公司将废料销售收入确认为其他业务收入，同时从销售成本中转出同等金额到其他业务成本，即废料销售未产生其他业务利润。具体会计处理如下：

借：应收账款/银行存款

贷：其他业务收入

借：其他业务成本

贷：主营业务成本

## (2) 废料销量与正常产品销量对比情况

| 项 目            | 2020 年 1-6 月 | 2019 年度      | 2018 年度      | 2017 年度      |
|----------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| 废料产生数量（千克）     | 108,681.00   | 452,523.64   | 380,100.00   | 453,147.00   |
| 废料销售数量（千克）     | 115,076.00   | 490,252.30   | 338,000.00   | 454,951.00   |
| 期末废料结存（千克）     | 16,176.34    | 22,571.34    | 60,300.00    | 18,200.00    |
| 正常产品产量（千克）     | 467,694.89   | 1,945,035.88 | 1,920,587.10 | 1,630,178.74 |
| 正常产品销售数量（千克）   | 468,016.70   | 1,868,481.57 | 1,805,433.59 | 1,581,261.54 |
| 废料产生数量占总产量的比例  | 18.86%       | 18.87%       | 16.52%       | 21.75%       |
| 废料销售数量占总销售量的比例 | 19.74%       | 20.78%       | 15.77%       | 22.34%       |

自 2018 年起，公司产品的良品率有较大幅度的提升，公司 2018 年至 2020 年 1-6 月废料销售占总销售量的年平均比例为 18.76%，较 2017 年有明显下降。公司 2019 年废料销售占总销售量的比例较 2018 年有所上升，系 2018 年末废料结存较多，2018 年产生的部分废料在 2019 年实现销售。报告期内，剔除上述合理原因造成的差异外，公司废料销量与正常产品销量之间具有匹配性。

## 保荐机构发表的意见：

通过检查、分析、比较发行人期末销售和期后退换货记录和废料销售记录，了解废料形成原因及会计处理方式等，保荐机构认为，发行人不存在期末集中确认收入、期初退货的情形；发行人对废料销售收入与成本结转的会计处理方式符合《企业会计准则》规定；剔除合理原因造成的差异外，发行人废料销量与正常产品销量之间具有匹配性。

第（7）问：根据《公开发行证券的公司信息披露内容与格式准则第 28 号——创业板公司招股说明书（2020 年修订）》第七十六条的相关规定，补充披露发行人各季度收入及占比情况，结合同行业可比公司或下游主要客户各季度收入或销量占比，分析并披露发行人收入季节性变化是否与同行业及下游主要客户保持一致，公司报告期内季度收入与净利润是否符合行业与业务特征；

就发行人各季度收入及占比情况，发行人收入季节性变化是否与同行业及下游主要客户保持一致，公司报告期内季度收入与净利润是否符合行业与业务特征等情况，公司在招股说明书“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）营业收入情况”中补充披露如下：

## 6、营业收入分季度情况

（1）报告期内，公司营业收入分季度情况如下：

| 季度   | 2020 年 1-6 月 |           | 2019 年     |           | 2018 年     |           | 2017 年     |           |
|------|--------------|-----------|------------|-----------|------------|-----------|------------|-----------|
|      | 金额<br>(万元)   | 占比<br>(%) | 金额<br>(万元) | 占比<br>(%) | 金额<br>(万元) | 占比<br>(%) | 金额<br>(万元) | 占比<br>(%) |
| 第一季度 | 2,104.78     | 54.07     | 2,576.51   | 16.48     | 2,827.94   | 18.92     | 2,303.96   | 17.35     |
| 第二季度 | 1,787.79     | 45.93     | 4,295.78   | 27.48     | 3,905.15   | 26.12     | 3,184.81   | 23.98     |
| 第三季度 | -            | -         | 4,442.34   | 28.41     | 4,029.54   | 26.95     | 3,605.25   | 27.14     |
| 第四季度 | -            | -         | 4,319.43   | 27.63     | 4,186.69   | 28.01     | 4,189.07   | 31.54     |
| 合计   | 3,892.57     | 100.00    | 15,634.06  | 100.00    | 14,949.32  | 100.00    | 13,283.09  | 100.00    |

公司报告期各期营业收入分季度占比情况较为稳定。

第一季度收入较低，第二至四季度收入较为稳定。第一季度收入相对较低主要是因为春节假期时间较长，对生产和经营影响较大。整体而言公司的主营业务收入不存在明显的季节性。

2020 年第二季度收入低于第一季度，主要是因为受境外新冠病毒肺炎疫情发展的影响，第二季度订单比第一季度下降。

（2）近三年，公司营业收入分上下半年与相关公司对比情况如下：

| 年度     |     | 本公司        |           | 雅格股份       |           | 陆逊梯卡        |           | 雅视光学        |           |
|--------|-----|------------|-----------|------------|-----------|-------------|-----------|-------------|-----------|
|        |     | 金额<br>(万元) | 占比<br>(%) | 金额<br>(万元) | 占比<br>(%) | 金额<br>(亿欧元) | 占比<br>(%) | 金额<br>(亿港元) | 占比<br>(%) |
| 2017 年 | 上半年 | 5,488.77   | 41.32     | 407.91     | 30.20     | 49.17       | 53.54     | 5.29        | 51.46     |
|        | 下半年 | 7,794.32   | 58.68     | 942.67     | 69.80     | 42.67       | 46.46     | 4.99        | 48.54     |

| 年度     | 本公司        |           | 雅格股份       |           | 陆逊梯卡        |           | 雅视光学        |           |
|--------|------------|-----------|------------|-----------|-------------|-----------|-------------|-----------|
|        | 金额<br>(万元) | 占比<br>(%) | 金额<br>(万元) | 占比<br>(%) | 金额<br>(亿欧元) | 占比<br>(%) | 金额<br>(亿港元) | 占比<br>(%) |
| 合 计    | 13,283.09  | 100.00    | 1,350.58   | 100.00    | 91.84       | 100.00    | 10.28       | 100.00    |
| 2018 年 | 上半年        | 6,733.09  | 45.04      | 395.17    | 43.95       | 45.53     | 5.57        | 46.57     |
|        | 下半年        | 8,216.23  | 54.96      | 504.00    | 56.05       | 43.76     | 6.39        | 53.43     |
| 合 计    | 14,949.32  | 100.00    | 899.17     | 100.00    | 89.29       | 100.00    | 11.96       | 100.00    |
| 2019 年 | 上半年        | 6,872.29  | 43.96      | 295.60    | 46.16       | —         | 5.46        | 52.45     |
|        | 下半年        | 8,761.78  | 56.04      | 344.77    | 53.84       | —         | 4.95        | 47.55     |
| 合 计    | 15,634.06  | 100.00    | 640.37     | 100.00    | —           | —         | 10.41       | 100.00    |

注：雅格股份为主营业务与本公司相同的公众公司，陆逊梯卡、雅视光学和新兴光学为披露了中期报告的公司前十名客户或其控股公司。陆逊梯卡于 2019 年 3 月从米兰证券交易所退市。

雅格股份为主营业务与本公司相同的公众公司，从公司营业收入分季度情况来看，公司与雅格股份上下半年收入波动趋势一致。上半年收入相对较低主要是因为春节假期时间较长，对生产和经营影响较大。整体而言醋酸纤维素板材行业主营业务收入不存在明显的季节性。

陆逊梯卡和雅视光学为公司的客户，其上下半年营业收入较为平稳，上述企业接近最终消费者，眼镜行业终端消费不存在明显的季节性。公司报告期内收入季节性变化与同行业及下游主要客户保持一致，符合行业与业务特征。

(3) 报告期内公司净利润分季度情况如下：

| 季度   | 2020 年 1-6 月 |           | 2019 年     |           | 2018 年     |           | 2017 年     |           |
|------|--------------|-----------|------------|-----------|------------|-----------|------------|-----------|
|      | 金额<br>(万元)   | 占比<br>(%) | 金额<br>(万元) | 占比<br>(%) | 金额<br>(万元) | 占比<br>(%) | 金额<br>(万元) | 占比<br>(%) |
| 第一季度 | 508.98       | 61.23     | 538.17     | 12.93     | 589.05     | 19.51     | 338.21     | 9.65      |
| 第二季度 | 322.35       | 38.77     | 1,254.36   | 30.13     | 1,092.20   | 36.18     | 695.03     | 19.84     |
| 第三季度 | —            | —         | 1,261.77   | 30.31     | 1,174.42   | 38.90     | 1,357.78   | 38.76     |
| 第四季度 | —            | —         | 1,109.06   | 26.64     | 163.47     | 5.41      | 1,112.01   | 31.74     |
| 合 计  | 831.33       | 100.00    | 4,163.36   | 100.00    | 3,019.13   | 100.00    | 3,503.03   | 100.00    |

公司净利润波动大于营业收入的波动。第一季度净利润较低，主要是因为受春节假期影响第一季度收入较低。第四季度净利润较低，首先是因为奖金等年末一次性支出影响当季净利润，其次是因为偶然性事项影响，如 2018 年第四季度主要是因为公司于 2018 年末全额计提了投资四川普什的长期股权投资减值准备 560.46 万元。

2020 年第二季度净利润低于第一季度，主要是因为受境外新冠病毒肺炎疫

情发展的影响，第二季度订单比第一季度下降。

(4) 报告期内，公司净利润分上下半年与雅格股份的对比情况如下：

| 年度     |     | 本公司        |           | 雅格股份       |           |
|--------|-----|------------|-----------|------------|-----------|
|        |     | 金额<br>(万元) | 占比<br>(%) | 金额<br>(万元) | 占比<br>(%) |
| 2019 年 | 上半年 | 1,792.53   | 43.05     | 0.17       | -0.45     |
|        | 下半年 | 2,370.83   | 56.95     | -39.12     | 100.45    |
| 合 计    |     | 4,163.36   | 100.00    | -38.95     | 100.00    |
| 2018 年 | 上半年 | 1,681.25   | 55.69     | 19.54      | -110.14   |
|        | 下半年 | 1,337.88   | 44.31     | -37.28     | 210.14    |
| 合 计    |     | 3,019.13   | 100.00    | -17.74     | 100.00    |
| 2017 年 | 上半年 | 1,033.24   | 29.50     | -40.48     | 48.48     |
|        | 下半年 | 2,469.79   | 70.50     | -43.01     | 51.52     |
| 合 计    |     | 3,503.03   | 100.00    | -83.49     | 100.00    |

雅格股份规模较小，净利润波动较大，无法体现行业与业务特征。

保荐机构发表的意见：

经检索上市公司资料、新三板挂牌公司资料，查询可比上市公司及上市主要客户公开信息，比较分析发行人与可比上市公司的营业收入及净利润，并比较分析发行人与上市主要客户的营业收入，保荐机构认为，发行人收入季节性变化与同行业及下游主要客户保持一致；从可比上市公司的公开信息中无法观察到公司所处的行业和业务的净利润存在明显的行业和业务特征。

发行人已披露上述情况，已披露情况真实、合理。

第（8）问：结合公司与各不同客户签订合同的一般条款、业务流程、对产品权利义务转移时点的约定、业内通常认定原则、销售结算方式，并对照《企业会计准则》对收入确认的一般性条件要求，详细披露客户自提模式及货物发出及客户验收模式的收入及占比情况，不同模式下收入确认时点、条件、所取得的外部证据及依据，是否存在跨期确认收入情形，是否存在未签订合同提前确认收入的情况。

就上述问题，发行人在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“五、主要会计政策和会计估计”之“（一）收入确认原则和计量方法”中量化分析并补充披露如下

### 3、公司与不同客户签订合同的一般条款、业务流程、对产品权利义务转移时点的约定

公司采用直销模式销售产品，即通过买断式销售的方式直接向下游眼镜生产企业销售产品。在产品销售过程中，公司与主要客户签订框架合同协议，不同客户之间除结算方式存在差异之外，一般条款基本一致，合同约定公司根据客户签发并经公司确定的订单进行交易。公司销售合同的一般条款如下：

(1) 接受订单：公司接受客户订单后，依据订单所列产品特点，结合现有库存情况进行排单生产或直接备货出库。

(2) 配送交付：约定由公司配送货物的，公司将货物配送至客户指定地点交货，单次配送货物重量少于一定重量的，运费由客户负责；客户到公司自提的，费用自理。

(3) 验收：客户收到产品后直接验收，或按照公司提供的样品进行验收。

(4) 结算：采用配送月结方式的，为发货后 10~180 天，自提为现款现货。

### 4、公司收入确认政策的具体执行情况

不同模式下，报告期公司的销售收入及占比情况如下：

| 项 目    |          | 2020 年 1-6 月 | 2019 年度   | 2018 年度   | 2017 年度   |
|--------|----------|--------------|-----------|-----------|-----------|
| 送货验收模式 | 销售金额（万元） | 3,730.49     | 14,923.85 | 14,317.05 | 12,721.90 |
|        | 销售占比（%）  | 96.78        | 96.51     | 96.33     | 96.29     |
| 客户自提模式 | 销售金额（万元） | 124.12       | 540.24    | 544.69    | 490.45    |
|        | 销售占比（%）  | 3.22         | 3.49      | 3.67      | 3.71      |

报告期内，公司产品销售以送货验收为主，通过送货验收方式销售产品的比例超过 96%。

不同模式下，公司销售收入的确认时点、条件、所取得的外部证据及依据情形如下：

| 项 目           | 货物发出及验收模式                                    | 自提模式          |
|---------------|----------------------------------------------|---------------|
| 公司收入确认时点、条件   | 发出货物并经客户签收的当期确认收入                            | 公司在客户提货时确认收入  |
| 同行业确认标准（雅格股份） | 本公司在商品发出，客户签收送货单时，商品所有权上的主要风险和报酬转移给购货方，确认收入。 |               |
| 取得的外部证据及依据    | 发票、客户签收单                                     | 发票、客户签收单、收款凭证 |
| 收入是否跨期        | 否                                            | 否             |

报告期内，公司产品销售收入确认时点、条件符合《企业会计准则》对收入确认的一般性条件要求，且与同行业公司的收入确认方式一致；公司不存在提前确认收入的情况。

报告期内，公司客户中有小部分采用现款结算，此类客户销售由于采用现款现货方式，不存在提前确认收入的问题。

保荐机构发表的意见：

通过检查发行人与客户的合同交易条款，对比会计准则规定及同行业公司的收入确认时点和方式，对收入确认凭证进行截止检查等，保荐机构认为，发行人收入确认时点符合会计准则的要求，发行人不存在跨期确认收入或提前确认收入的情况。

第（9）问：说明对报告期各期发行人收入的核查程序，包括但不限于走访客户、发函和回函情况、函证样本的选择方法、收入的截止性测试等

保荐机构履行的主要核查程序如下：

- 1、执行销售与收款循环穿行测试，了解销售与收款的核算要求和执行情况；
- 2、抽查收入确认相关凭证和支持性文件，了解收入确认的真实性、准确性和完整性；
- 3、访谈报告期内的重要客户，访谈家数 111 家，2017 年、2018 年及 2019 访谈客户的销售收入占当期销售收入的比例均超过 70%，2020 年 1-6 月超过 67%。
- 4、执行函证程序。2017 年、2018 年、2019 年及 2020 年 1-6 月，发函客户销售收入占发行人当期销售收入的比例分别为 66.40%、66.38%、62.53%和 52.42%，相应期间的回函率分别为 96.92%、89.59%、92.36%和 86.21%。
- 5、执行收入的截止性测试，选取截止日前后出库单样本追查至明细账，抽取截止日前后凭证样本追查至出库单，检查是否存在跨期。

## 问题 12：关于外销收入

申报材料显示，发行人报告期内外销收入分别为 271.82 万元、1,257.19 万元和 1,339.29 万元，占比分别为 2.06%、8.46%和 8.66%。外销产品在货物出库，并报关出口后，依据出口发票、出口报关单和货运单据确认收入。

请发行人：

(1) 补充披露海外销售的销售模式，相关合作主体承担的主要义务和责任；海外销售合同主要收入确认条款，对产品权利义务转移时点的约定，收入确认时点及外部证据，是否存在跨期确认收入情形；境外客户是否存在第三方回款情况；分析并披露报告期内出口收入持续增长的原因及合理性；

(2) 补充披露发行人境外销售的情况，包括客户名称、所属国家或地区、是否为新增客户、交易内容及金额、收入占比、产品用途及是否为最终使用客户、合作历史，说明上述客户的设立时间、注册资本、股权结构、主要业务、是否从事与发行人相同或相似的业务，与发行人及其股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员、其他核心人员之间是否存在关联关系；

(3) 补充说明报告期内外销收入、海关报关数据、增值税退税金额等相关数据的匹配性。

请保荐人、申报会计师发表明确意见，并说明境外客户及销售收入的核查过程、结论和依据。

回复如下：

第（1）问：补充披露海外销售的销售模式，相关合作主体承担的主要义务和责任；海外销售合同主要收入确认条款，对产品权利义务转移时点的约定，收入确认时点及外部证据，是否存在跨期确认收入情形；境外客户是否存在第三方回款情况；分析并披露报告期内出口收入持续增长的原因及合理性；

就上述问题，公司在招股说明书“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）营业收入情况”之“3、主营业务收入分地区情况”中补充披露如下：

**（1）境外销售的销售模式及相关合作主体承担的主要义务和责任**

公司境外销售采用直销模式销售产品，即通过买断式销售的方式直接向客

户销售产品。在产品销售过程中，公司采用与主要客户签订框架协议、商务协议等方式，保证产品销售的稳定。公司的主要义务和责任有：① 按照订单或协议规定的时间和地点交付客户订购的产品；② 在交付产品时提供适用的货运单据；③ 保证交付的产品不存在瑕疵和缺陷，符合客户提出的要求；④ 及时修理或更换存在缺陷或不符合客户要求的产品。购买方的主要义务和责任有：① 及时检验并确认收货；② 货物价款应当于确认收货或发票出具后的相应信用期内及时支付。

(2) 境外销售合同主要收入确认条款，对产品权利义务转移时点的约定，收入确认时点及外部证据

公司的境外销售通过深圳集美和意大利集美实现。通过深圳集美实现境外销售的协议使用的贸易术语主要为 FCA 香港，即卖方将货物交付买方在香港指定的运送人或其他人为交货，自交货时起，货物灭失或损毁的风险即转移。在具体确认收入时，由于深圳距离香港较近，自深圳报关至货交香港运送人在同一天内完成，因此深圳集美在货物出库并报关出口后，依据出口发票、出口报关单和货运单据确认收入。在实际操作中，部分交易也使用 FOB 贸易术语，即卖方将货物放置于指定装运港由买方指定的船舶上，当货物放置于该船舶上时，货物灭失或损毁的风险即转移，而买方自该点起承担一切费用，公司依据出口发票、出口报关单和货运单据确认收入。

通过意大利集美实现的境外销售的合同/订单未列明具体的贸易术语和确认条件，在实际执行时，由客户至意大利集美自提货物，公司在客户提货时依据交付凭据确认收入。

(3) 公司境外销售不存在跨期确认收入和第三方回款的情况

(4) 报告期内出口收入持续增长的原因及合理性

报告期内主营业务外销收入情况如下：

| 项 目         | 2020 年 1-6 月 | 2019 年   | 2018 年   | 2017 年 |
|-------------|--------------|----------|----------|--------|
| 外销收入（万元）    | 442.02       | 1,339.29 | 1,257.19 | 271.82 |
| 增幅（%，较上年同期） | -32.48       | 6.53     | 362.50   | ——     |

2020 年 1-6 月境外销售收入为 442.02 万元，较上年同期下降 32.48%，主要是受到新冠病毒肺炎疫情的影响，境外需求下降。

2017 年、2018 年及 2019 年，境外销售收入分别为 271.82 万元、1,257.19 万元和 1,339.29 万元，逐年上升。最近三年出口收入持续增长的量价分析如下：

| 项 目            | 2019 年     | 2018 年     | 2017 年    |
|----------------|------------|------------|-----------|
| 销量（千克）         | 128,291.10 | 148,019.26 | 31,758.79 |
| 平均销售单价（元/千克）   | 104.39     | 84.93      | 85.59     |
| 销量对收入变动的影响（万元） | -167.56    | 995.07     | ——        |
| 单价对收入变动的影响（万元） | 249.66     | -9.70      | ——        |
| 收入变动合计（万元）     | 82.10      | 985.37     | ——        |

销量对收入变动的影响=上年平均销售单价\*（本年销量-上年销量）；单价对收入变动的影响=本年销量\*（本年平均销售单价-上年平均销售单价）。

2018 年境外销售收入比 2017 年增长 985.37 万元，增幅 362.50%，具体表现为销量上升，主要是因为：①因 Luxottica Group S.p.A 的意大利供应商供货情况不稳定，Luxottica Group S.p.A 转向增加对本公司的采购，导致外销收入增加 413.69 万元；②公司从 2018 年开始积极参与眼镜行业主要国际专业性展会，提高了公司的知名度，进一步在境外推广了公司的产品，对新兴眼镜制造厂有限公司、高信眼镜厂有限公司等老客户的销售额上升，对上述客户 2018 年销售收入比 2017 年增长 329.05 万元，此外还新增 VIETOPTICAL CO.,LTD、Marcolin Asia Limited 和文华眼镜制造厂有限公司等境外客户，对上述客户 2018 年的销售收入为 53.53 万元。

2019 年境外销售收入比 2018 年增长 82.10 万元，增幅 6.53%，主要表现为平均销售单价的上升，2019 年境外销售平均销售单价上升主要是因为 2018 年末意大利集美正式运营，2019 年公司部分境外销售转由通过意大利集美实现，从公司至意大利集美的运费由公司承担，相应的平均销售单价大幅提升，2019 年意大利集美平均销售单价是同期其他外销平均销售单价的 1.54 倍。

保荐机构发表的意见：

通过问询财务总监，了解公司收入确认的相关政策；访谈海外客户，核查客户的真实性；执行销售和收款循环穿行测试，了解发行人海外销售的流程和收入确认执行情况；查看销售合同；获得并分析境外销售明细；执行截止性测试和函证程序，保荐机构认为，发行人境外销售的销售模式合理，相关合作主体承担的主要义务和责任清晰；发行人根据销售合同主要收入确认条款，对产品权利义务

转移时点的约定，依据适当的外部证据确认收入，不存在跨期确认收入的情形；发行人境外客户不存在第三方回款情况。报告期内发行人出口收入持续增长主要是因为公司积极参加展会及设立意大利集美，具有合理性。

发行人已披露上述情况，已披露内容真实、合理。

第（2）问：补充披露发行人境外销售的情况，包括客户名称、所属国家或地区、是否为新增客户、交易内容及金额、收入占比、产品用途及是否为最终使用客户、合作历史，说明上述客户的设立时间、注册资本、股权结构、主要业务、是否从事与发行人相同或相似的业务，与发行人及其股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员、其他核心人员之间是否存在关联关系；

公司在招股说明书“第六节 业务和技术”之“四、公司销售情况及主要客户”中补充披露如下：

#### （四）报告期公司外销客户情况

报告期内，本公司的外销收入合计为 3,310.33 万元，Luxottica Group S.p.A、香港新兴眼镜制造厂有限公司、高信眼镜厂有限公司、CREATIONS PONCET F、Etnia Barcelona Limited、INDEPENDENT EYEWEAR MANUFACTURING, LLC、NANNINI Italian Quality S.r.l. 等 7 家客户合计占报告期内发行人外销收入比例超过 75%。

上述客户的相关情况如下：

| 客户名称                                   | 国家/地区 | 成立时间       | 注册资本          | 股权结构                                                                                         | 合作历史/是否新增客户                                                               |
|----------------------------------------|-------|------------|---------------|----------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------|
| Luxottica Group S.p.A                  | 意大利   | 1996-2-19  | 38,099.42 万欧元 | ESSILORLUXOTTICA S.A. 持股 100%                                                                | 发行人与该公司的境内子公司东莞华宏自 2011 年开始合作，与该公司自 2017 年开始合作；<br>属于报告期内新增的外销客户          |
| 香港新兴眼镜制造厂有限公司                          | 中国香港  | 1996-10-24 | 2 港币          | Sun Hing Optical International Group Limited 持股 100%                                         | 发行人与该公司的境内子公司东莞新溢眼镜制造有限公司自 2008 年开始合作，与该公司自 2016 年开始合作；<br>不属于报告期内新增客户    |
| 高信眼镜厂有限公司                              | 中国香港  | 1997-7-30  | 2 港币          | Champion Honour Ltd/Red Brick Enterprise Ltd 各持股 50%                                         | 发行人与该公司的境内子公司东莞凤岗雁田高信眼镜制造厂自 2008 年开始合作，与该公司自 2017 年开始合作；<br>属于报告期内新增的外销客户 |
| CREATIONS PONCET F                     | 法国    | 2009-2-2   | 10,000 欧元     | M Fabrice PONCET 持股 100%                                                                     | 自 2017 年开始合作；<br>属于报告期内新增客户                                               |
| Etnia Barcelona Limited                | 中国香港  | 2010-11-4  | 10,000 港币     | Etnia Barcelona, S.L. 持股 100%                                                                | 自 2017 年开始合作；<br>属于报告期内新增客户                                               |
| INDEPENDENT EYEWEAR MANUFACTURING, LLC | 美国    | 2014-5-2   | 不详            | 主要股东为 Europa Eyewear Corp.                                                                   | 自 2017 年开始合作；<br>属于报告期内新增客户                                               |
| NANNINI Italian Quality S.r.l.         | 意大利   | 2008-10-1  | 59,000 欧元     | DEGL' INCERTI TOCCI<br>DAVIDE/GALLINARI SRL/Costa<br>Pisani Edgardo 分别持股<br>61.11%/30%/8.89% | 自 2016 年开始合作；<br>不属于报告期内新增客户                                              |

与上述客户有关的财务数据如下：

单位：万元

| 客户名称                                      | 2020 年<br>1-6 月 | 占主营业<br>务收入比<br>例 (%) | 2019 年<br>度 | 占主营业<br>务收入比<br>例 (%) | 2018 年<br>度 | 占主营业<br>务收入比<br>例 (%) | 2017 年<br>度 | 占主营业<br>务收入比<br>例 (%) | 报告期合计    |
|-------------------------------------------|-----------------|-----------------------|-------------|-----------------------|-------------|-----------------------|-------------|-----------------------|----------|
| Luxottica Group S.p.A                     | 177.34          | 4.60%                 | 480.72      | 3.11                  | 436.62      | 2.94                  | 22.93       | 0.17                  | 1,117.60 |
| 香港新兴眼镜制造厂有限公司                             | 70.15           | 1.82%                 | 289.16      | 1.87                  | 276.67      | 1.86                  | 37.73       | 0.29                  | 673.71   |
| 高信眼镜厂有限公司                                 | -               | -                     | 79.75       | 0.52                  | 163.22      | 1.10                  | 73.11       | 0.55                  | 316.08   |
| CREATIONS PONCET F                        | 30.41           | 0.79%                 | 87.23       | 0.56                  | 75.57       | 0.51                  | 4.06        | 0.03                  | 197.27   |
| Etnia Barcelona Limited                   | 4.04            | 0.10%                 | 74.41       | 0.48                  | 17.81       | 0.12                  | 2.15        | 0.02                  | 98.42    |
| INDEPENDENT EYEWEAR<br>MANUFACTURING, LLC | 8.74            | 0.23%                 | 51.09       | 0.33                  | 26.59       | 0.18                  | 5.71        | 0.04                  | 92.14    |
| NANNINI Italian Quality S.r.l.            | 0.36            | 0.01%                 | 25.66       | 0.17                  | 19.09       | 0.13                  | 25.91       | 0.20                  | 71.02    |
| 合计                                        | 291.04          | 7.55%                 | 1,122.62    | 7.26                  | 1,026.28    | 6.91                  | 171.60      | 1.30                  | 2,566.23 |
| 出口总计                                      | 442.02          | 11.47%                | 1,339.29    | 8.66                  | 1,257.19    | 8.46                  | 271.82      | 2.06                  | 3,310.33 |
| 以上公司合计占出口总计的比例 (%)                        | 65.84%          | —                     | 83.82       | —                     | 81.63       | —                     | 63.13       | —                     | 77.52%   |

报告期内，上述外销客户与本公司交易的内容均为醋酸纤维素板材的采购，产品均用于眼镜产品的制造；除 CREATIONS PONCET F、INDEPENDENT EYEWEAR MANUFACTURING, LLC 未获得相关资料外，上述其他外销客户主要业务均为眼镜的生产和销售，均未从事与本公司相同或相似的业务，且均为最终使用客户。

上述外销客户与本公司及控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员均不存在关联关系。

保荐机构发表的意见：

经核查保荐机构认为，发行人就上述境外客户基本信息的披露真实、准确、完整，上述境外客户与发行人及其控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员不存在关联关系。

第（3）问：补充说明报告期内外销收入、海关报关数据、增值税退税金额等相关数据的匹配性。

公司报告期内外销收入、海关报关数据、增值税退税金额情况如下：

单位：万元

| 报告期          | 外销收入（母公司口径） | 海关报关数据   | 增值税退税 |
|--------------|-------------|----------|-------|
| 2020 年 1-6 月 | 310.22      | 309.87   | 无     |
| 2019 年度      | 1,208.25    | 1,223.42 | 无     |
| 2018 年度      | 1,408.37    | 1,433.55 | 无     |
| 2017 年度      | 271.82      | 274.42   | 无     |

报告期内，公司外销收入占比不到 10%，根据免抵退税政策，退税额为零。报告期内，公司的外销收入与当期海关报关数据相匹配。

保荐机构发表的意见：

经核查发行人海关报关单据，保荐机构认为，发行人报告期内外销收入与海关报关数据相匹配；报告期内发行人外销收入占比不到 10%，根据免抵退税政策，退税额为零。

第（4）问：说明境外客户及销售收入的核查过程、结论和依据；

保荐机构的核查过程和依据：

1、核查程序

（1）查询国家企业信用信息公示系统（www.gsxt.gov.cn）网站，确认东莞华

宏与 Luxottica Group S.p.A、东莞新溢眼镜制造有限公司与香港新兴眼镜制造厂有限公司、东莞凤岗雁田高信眼镜制造厂与高信眼镜厂有限公司之间的母子公司关系；

(2) 查询香港公司注册处网上查册中心网站 ([www.icris.cr.gov.hk](http://www.icris.cr.gov.hk))，查阅了香港新兴眼镜制造厂有限公司、高信眼镜厂有限公司及 Etnia Barcelona Limited 共 3 家公司的《周年申报表》，确认其所在地、设立时间、注册资本及股权结构；

(3) 查阅了中国出口信用保险公司出具的 Luxottica Group S.p.A、CREATIONS PONCET F、INDEPENDENT EYEWEAR MANUFACTURING, LLC 和 NANNINI Italian Quality S.r.l. 共 4 家公司的海外资信报告，确认其所在地、设立时间、注册资本及股权结构；

(4) 对 Luxottica Group S.p.A 等 6 家外销客户进行访谈，该 6 家客户占发行人报告期内外销收入总额的 70.18%，了解其主要业务，以及与发行人的合作历史等信息，确认其均为最终用户，均未从事与发行人相同或相似的业务，与发行人及其股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员之间不存在关联关系。通过对上述主要外销客户信息资料的查询，结合以上访谈内容，对发行人与主要外销客户交易的真实性及合理性进行验证；

(5) 通过采用销售与收款循环测试的方式，核查销售合同、订单、出库单、报关单、发票、银行回单及记账凭证等单据，对发行人外销环节内部控制的有效性进行验证；

(6) 采用收入截止性测试的方式，核查收入确认是否存在跨期现象；

(7) 获取发行人报告期内由中国电子口岸系统导出的出口信息，检查出口报关单，与账面数据进行核对，核查外销收入的真实性、准确性及完整性；

(8) 对发行人的主要股东、董事、监事及高级管理人员进行访谈，确认其与发行人的外销客户不存在关联关系。

## 2、核查结论

经核查，保荐机构认为，发行人境外销售的销售模式合理，相关合作主体承担的主要义务和责任清晰；发行人根据销售合同主要收入确认条款，对产品权利义务转移时点的约定，依据适当的外部证据确认收入，不存在跨期确认收入的情形；发行人境外客户不存在第三方回款情况；境外客户与发行人及其控股股东、

实际控制人、董事、监事、高级管理人员不存在关联关系；发行人报告期内外销收入与海关报关数据相匹配；发行人报告期各期的外销收入真实、准确、完整。

## 问题 13：关于客户

申报材料显示，报告期内，发行人主要客户销售占比分别为 33.77%、32.79%、34.76%，其中客户深圳市全域贸易有限公司（以下简称全域贸易）接受美成（江门）实业有限公司（以下简称美成实业）委托代其向本公司进行采购。

请发行人补充披露：

（1）除前述客户外，发行人其他客户是否均为眼镜厂商，并披露小规模眼镜生产企业、个体工商户等各类客户销售额及占比情况，报告期内是否存在贸易类客户，如有，请披露客户名称、交易内容、是否实现最终销售及最终客户使用情况；

（2）美成实业委托全域贸易向发行人采购的原因及合理性，两种销售模式下同类产品的定价原则是否一致，同一时期发行人对全域贸易销售价格与直接对美成实业销售价格是否一致，相关资金、货物流转及发票开具情况，并进一步说明发行人与全域贸易间是否属于实质上的购销交易；报告期内是否存在其他眼镜厂商委托经销商向发行人采购的情形，如有，请披露客户名称、金额及占比；

（3）主要产品对应的主要客户情况及金额，主要客户的实际控制人、发行人在其同类项目采购体系中所处地位，客户获取途径、未来交易持续性、是否存在长期合作协议、相关定价依据及价格公允性，同类型产品向不同客户的销售价格和毛利率是否存在差异，如存在，说明差异原因及合理性；该等客户与发行人及其控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员之间是否存在关联关系，发行人关联方与客户是否存在业务、资金往来；发行人的直接、间接股东是否在发行人主要客户拥有权益或任职；

（4）结合报告期各期新增客户数量、种类、对应销售金额及占当期收入比重情况，补充披露主要新增客户的背景，与发行人是否存在关联关系，发行人新客户开拓能力，是否对主要客户存在重大依赖，补充分析并披露公司向主要客户、新增客户销售毛利、毛利率水平，并分析差异情况和原因；报告期内是否存在既是客户又是供应商的情形。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

回复如下：

第（1）问：除前述客户外，发行人其他客户是否均为眼镜厂商，并披露小规模眼镜生产企业、个体工商户等各类客户销售额及占比情况，报告期内是否存在贸易类客户，如有，请披露客户名称、交易内容、是否实现最终销售及最终客户使用情况；

关于上述情况，公司在招股说明书“第六节 业务与技术”之“四、公司销售情况与主要客户”之“（三）报告期内销售收入前十名客户”中补充披露如下：

公司客户按照其工商登记类型具体划分为公司制企业、个体工商户、个人独资企业等类型，各类型客户的销售额及占比情况如下：

| 项 目      | 2020 年 1-6 月 |           | 2019 年     |           | 2018 年     |           | 2017 年     |           |
|----------|--------------|-----------|------------|-----------|------------|-----------|------------|-----------|
|          | 金额<br>(万元)   | 比例<br>(%) | 金额<br>(万元) | 比例<br>(%) | 金额<br>(万元) | 比例<br>(%) | 金额<br>(万元) | 比例<br>(%) |
| 主营业务收入金额 | 3,854.61     | 100.00    | 15,464.10  | 100.00    | 14,861.75  | 100.00    | 13,212.34  | 100.00    |
| 其中：公司制企业 | 3,705.61     | 96.13     | 14,742.07  | 95.33     | 13,962.04  | 93.95     | 12,191.66  | 92.27     |
| 个体工商户    | 61.93        | 1.61      | 312.26     | 2.02      | 278.52     | 1.87      | 309.23     | 2.34      |
| 个人独资企业   | 39.24        | 1.02      | 151.09     | 0.98      | 178.06     | 1.20      | 228.39     | 1.73      |
| 个人客户     | 25.18        | 0.65      | 74.64      | 0.48      | 96.91      | 0.65      | 52.19      | 0.40      |
| 来料加工企业   | 11.60        | 0.30      | 134.83     | 0.87      | 287.84     | 1.94      | 365.69     | 2.77      |
| 组织形式不详   | 5.76         | 0.15      | 18.56      | 0.12      | 22.31      | 0.15      | 25.01      | 0.19      |
| 股份合作制    | 2.57         | 0.07      | 12.44      | 0.08      | 17.25      | 0.12      | 10.06      | 0.08      |
| 合伙企业     | 1.59         | 0.04      | 9.19       | 0.06      | 7.28       | 0.05      | 13.52      | 0.10      |
| 集体所有制    | 1.13         | 0.03      | 9.02       | 0.06      | 11.54      | 0.08      | 16.59      | 0.13      |

报告期内，公司客户中的全域贸易系接受美成实业委托向公司采购。除全域贸易外，公司的其他客户不存在贸易类客户。公司除全域贸易外的其他客户均为眼镜厂商。

保荐机构发表的意见：

保荐机构执行了以下核查程序：

①实地走访了美成实业、全域贸易；查阅了发行人与全域贸易、美成实业之间的相关交易单据（包括合同或订单、送货单、收款银行回单等）；就全域贸易相关情况向发行人销售人员进行了问询；

②查阅了报告期的销售明细表；

③查阅了发行人客户在国家企业信用信息公示系统、香港公司注册处网上查

册中心网站、客户官方网站的公开信息；

④查阅了发行人 SAP 系统中的客户信用期；

⑤访谈报告期内的重点客户，访谈家数 111 家，2017 年、2018 年及 2019 访谈客户的销售收入占当期销售收入的比例均超过 70%，2020 年 1-6 月超过 67%，该等客户均为眼镜厂商，未发现贸易类客户。

经上述核查，保荐机构认为：

发行人所披露的各类型客户的销售额及占比情况，符合实际情况。报告期内，发行人客户中的全域贸易系接受美成实业委托向发行人采购。保荐机构对发行人的重点客户进行了访谈，该等客户均为眼镜厂商，未发现贸易类客户。

第（2）问：美成实业委托全域贸易向发行人采购的原因及合理性，两种销售模式下同类产品的定价原则是否一致，同一时期发行人对全域贸易销售价格与直接对美成实业销售价格是否一致，相关资金、货物流转及发票开具情况，并进一步说明发行人与全域贸易间是否属于实质上的购销交易；报告期内是否存在其他眼镜厂商委托经销商向发行人采购的情形，如有，请披露客户名称、金额及占比；

美成实业、升腾眼镜（深圳）有限公司（以下简称为“升腾眼镜”）和深圳市龙岗区横岗六约星辉眼镜厂（以下简称为“星辉眼镜”）均系美成集团控制的企业，全域贸易接受美成实业委托代其向公司进行采购。

2017 年度、2018 年度、2019 年度及 2020 年 1-6 月，美成实业委托全域贸易向公司采购的金额分别是 0.00 万元、284.55 万元、606.29 万元和 9.75 万元。

美成实业委托全域贸易向公司采购，主要发生在 2018 年和 2019 年，原因是美成实业当时人员配置不完善；从 2020 年 3 月开始，美成实业已主要通过升腾眼镜（深圳）有限公司向公司采购并出口至孟加拉，不再委托全域贸易。

公司向全域贸易销售胶板，对应的订单由美成集团采购中心下达给本公司，亦即：公司对全域贸易的销售，以及公司对美成实业的销售，订单均由美成集团采购中心下达。两种销售模式下同类产品的定价原则一致。

报告期内，公司向美成实业、全域贸易、升腾眼镜及星辉眼镜销售的挤板销售金额及平均价格情况如下：

| 客户名称 | 挤板销售金额（万元）      |            |            |            | 挤板销售平均单价（元/千克）  |            |            |            |
|------|-----------------|------------|------------|------------|-----------------|------------|------------|------------|
|      | 2020 年<br>1-6 月 | 2019<br>年度 | 2018<br>年度 | 2017<br>年度 | 2020 年<br>1-6 月 | 2019<br>年度 | 2018<br>年度 | 2017<br>年度 |
| 美成实业 | 0.31            | 10.51      | 1.13       | -          | 69.41           | 73.92      | 76.14      | -          |
| 全域贸易 | 3.00            | 322.95     | 119.34     | -          | 59.82           | 74.83      | 70.16      | -          |
| 升腾眼镜 | 36.41           | -          | 38.78      | 48.34      | 69.09           | -          | 66.85      | 71.27      |
| 星辉眼镜 | -               | -          | -          | 87.82      | -               | -          | -          | 70.95      |

报告期内，公司向美成实业、全域贸易、升腾眼镜及星辉眼镜销售的压板销售金额及平均价格情况如下：

| 客户名称 | 压板销售金额（万元）      |            |            |            | 压板销售平均单价（元/千克）  |            |            |            |
|------|-----------------|------------|------------|------------|-----------------|------------|------------|------------|
|      | 2020 年<br>1-6 月 | 2019<br>年度 | 2018<br>年度 | 2017<br>年度 | 2020 年<br>1-6 月 | 2019<br>年度 | 2018<br>年度 | 2017<br>年度 |
| 美成实业 | 0.44            | 6.95       | 0.77       | -          | 108.69          | 111.98     | 115.36     | -          |
| 全域贸易 | 6.75            | 283.34     | 165.21     | -          | 119.41          | 116.51     | 116.80     | -          |
| 升腾眼镜 | 29.60           | -          | 90.53      | 63.31      | 111.59          | -          | 116.58     | 108.44     |
| 星辉眼镜 | -               | -          | -          | 140.17     | -               | -          | -          | 110.84     |

报告期内，公司对美成集团所属公司销售产品的具体型号超过 500 种。公司及保荐机构核查比对了报告期对美成集团所属公司销售的所有具体型号产品的交易价格，报告期内，同一时期，公司对全域贸易销售的同一型号的产品价格与直接对美成实业销售的价格完全一致。

关于“美成实业委托全域贸易向发行人采购的原因及合理性，两种销售模式下同类产品的定价原则是否一致，同一时期发行人对全域贸易销售价格与直接对美成实业销售价格是否一致，相关资金、货物流转及发票开具情况，并进一步说明发行人与全域贸易间是否属于实质上的购销交易”，公司在招股说明书“第六节 业务与技术”之“四、公司销售情况与主要客户”之“（三）报告期内销售收入前十名客户”中补充披露如下：

美成实业委托全域贸易向公司采购的情况如下：美成实业为美成集团的全资子公司，其职能之一是作为美成集团的采购中心。美成集团总部位于香港，业务范围包括眼镜设计、研发、生产及销售，是全球最大的眼镜制造商之一。美成集团创始人家族于 1987 年在深圳设立深圳市龙岗区横岗六约星辉眼镜厂（企业类型为来料加工企业，经营期限至 2017 年），又于 2017 年成立升腾眼镜（深圳）有限公司，均从事眼镜制造。随着深圳各项制造业要素成本提高，美成集团逐渐

减少大陆产能。美成集团在孟加拉国设立的美成孟加拉，是美成集团目前主要的生产基地。由于孟加拉国眼镜配套产业不够完善，美成孟加拉生产所需的原材料主要采购自中国大陆，其中包括向本公司采购醋酸纤维素板材。全域贸易主要从事进出口业务代理，而美成实业当时人员配置不完善，故美成实业将进出口业务委托给全域贸易。从 2020 年 3 月开始，美成实业已主要通过升腾眼镜（深圳）有限公司向公司采购并出口至孟加拉，不再委托全域贸易。

公司向美成实业直接销售以及通过全域贸易间接向美成孟加拉销售，两种销售模式下同类产品的定价原则一致，同一时期公司对全域贸易销售价格与美成实业销售价格一致。

公司向全域贸易销售的流程为：美成集团采购中心通过电子邮件向公司下达采购订单，并指定货物接收方为全域贸易；公司按时间要求送货至交货地址，全域贸易清点确认并签收；公司按月与全域贸易进行对账，确认双方当月完成的订单及金额；公司向全域贸易开具发票；全域贸易按约定账期通过银行转账向公司支付货款。公司与全域贸易间属于实质购销交易。

关于“报告期内是否存在其他眼镜厂商委托经销商向发行人采购的情形，如有，请披露客户名称、金额及占比”，公司在招股说明书“第六节 业务与技术”之“四、公司销售情况与主要客户”之“（三）报告期内销售收入前十名客户”中补充披露如下：

报告期内，公司客户中的全域贸易系接受美成实业委托向公司采购，除前述客户外，不存在其他眼镜厂商委托经销商向公司采购的情形。

保荐机构发表的意见：

保荐机构执行了以下核查程序：

- （1）实地走访了美成实业、深圳市全域贸易有限公司；
- （2）视频访谈了美成孟加拉、美成集团（视频访谈时间在 2020 年 4 月，疫情原因无法进行实地走访）；
- （3）查询国家企业信用信息公示系统（[www.gsxt.gov.cn](http://www.gsxt.gov.cn)）及深圳信用网（[www.szcredit.com.cn](http://www.szcredit.com.cn)），查阅了 4 家境内企业（美成实业、深圳市全域贸易有限公司、深圳市龙岗区横岗六约星辉眼镜厂、升腾眼镜（深圳）有限公司）的《企业信用信息公示报告》；

(4) 查询香港公司注册处网上查册中心网站 ([www.icris.cr.gov.hk](http://www.icris.cr.gov.hk)), 查阅了 3 家香港企业, 包括美成集团、美成实业和香港星辉眼镜制造厂有限公司的《周年申报表》、《商业登记证》等资料。

(5) 查询了美成集团的官方网站 (<https://mazen.group/>), 查阅了其关于发展历程、制造工厂等的相关介绍;

(6) 查阅了发行人与全域贸易和美成实业的相关交易单据(包括合同、订单、送货单、收款银行回单等); 针对销售价格问题进行了比较分析, 就定价原则向发行人销售人员进行了询问, 查阅了发行人对全域贸易和美成实业所执行的销售价格清单;

(7) 查阅了美成实业发送给发行人的关于美成孟加拉经由全域贸易进行物料采购的函件、查阅了升腾眼镜(深圳)有限公司与发行人及全域贸易三方之间签订的《担保合同》(主要内容为若全域贸易因故不能正常向发行人支付货款, 则升腾眼镜(深圳)有限公司自愿承担全域贸易在合同期限内拖欠发行人的所有货款)、查阅了美成实业关于委托全域贸易采购的直接原因的邮件;

(8) 查阅了报告期的销售明细表;

(9) 访谈报告期内的重点客户, 访谈家数 111 家, 2017 年、2018 年及 2019 访谈客户的销售收入占当期销售收入的比例均超过 70%, 2020 年 1-6 月超过 67%, 该等客户除全域贸易外, 未发现其他眼镜厂商委托经销商向公司采购的情形。

经上述核查, 保荐机构认为:

美成实业委托全域贸易向发行人采购的原因符合实际情况, 具有合理性, 两种销售模式下同类产品的定价原则一致, 同一时期发行人对全域贸易销售价格与直接对美成实业销售价格一致。发行人所披露的相关资金、货物流转及发票开具情况符合实际情况, 发行人与全域贸易间属于实质上的购销交易。报告期内, 发行人客户中的全域贸易系接受美成实业向公司采购。保荐机构对发行人的重要客户进行了访谈, 该等客户除全域贸易外, 未发现其他眼镜厂商委托经销商向发行人采购的情形。

第(3)问: 主要产品对应的主要客户情况及金额, 主要客户的实际控制人、发行人在其同类项目采购体系中所处地位, 客户获取途径、未来交易持续性、是否存在长期合作协议、相关定价依据及价格公允性, 同类型产品向不同客户的销

售价格和毛利率是否存在差异，如存在，说明差异原因及合理性；该等客户与发行人及其控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员之间是否存在关联关系，发行人关联方与客户是否存在业务、资金往来；发行人的直接、间接股东是否在发行人主要客户拥有权益或任职；

关于“主要产品对应的主要客户情况及金额；该等客户与发行人及其控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员之间是否存在关联关系”，发行人已在原招股说明书“第六节 业务与技术”之“四、公司销售情况与主要客户”之“（三）报告期内销售收入前十名客户”中把销售金额、所在地、注册资本、成立时间、关联关系等披露如下：

“

| 报告期             | 客户名称                  | 销售内容    | 销售金额<br>（万元） | 占主营业务<br>收入的比例<br>（%） | 是否<br>关联 | 所在地 | 注册资本          | 成立时间       | 备注                         |
|-----------------|-----------------------|---------|--------------|-----------------------|----------|-----|---------------|------------|----------------------------|
| 2020 年<br>1~6 月 | 陆逊梯卡华宏（东莞）眼镜有限公司      | 醋酸纤维素板材 | 549.99       | 14.27                 | 否        | 东莞  | 14,071.93 万美元 | 2002.09.19 | Luxottica 控<br>制的企业        |
|                 | Luxottica Group S.p.A |         | 177.34       | 4.60                  | 否        | 意大利 | 2,911.17 万欧元  | 1996.02.19 |                            |
|                 | 小 计                   |         | 727.33       | 18.87                 |          |     |               |            |                            |
|                 | 雅骏光学科技（深圳）有限公司        | 醋酸纤维素板材 | 118.72       | 3.08                  | 否        | 深圳  | 20,000 万港元    | 2018.08.30 |                            |
|                 | 温州市瓯海眼镜有限公司           | 醋酸纤维素板材 | 83.40        | 2.16                  | 否        | 温州  | 3,000 万元人民币   | 1993.06.24 |                            |
|                 | 华清眼镜（深圳）有限公司          | 醋酸纤维素板材 | 46.34        | 1.20                  | 否        | 深圳  | 5,856 万港元     | 2005.04.06 | 恒发光学<br>（HK01134）<br>控制的企业 |
|                 | 江西华清眼镜有限公司            |         | 32.12        | 0.83                  | 否        | 江西  | 450 万美元       | 2016.05.31 |                            |
|                 | 小 计                   |         | 78.46        | 2.04                  |          |     |               |            |                            |
|                 | 升腾眼镜（深圳）有限公司          | 醋酸纤维素板材 | 66.01        | 1.71                  | 否        | 深圳  | 400 万美元       | 2017.03.20 | 注 1                        |
|                 | 深圳市全域贸易有限公司           |         | 9.75         | 0.25                  | 否        | 深圳  | 100 万元人民币     | 2013.06.05 |                            |
|                 | 美成（江门）实业有限公司          |         | 0.75         | 0.02                  | 否        | 江门  | 2,000 万港元     | 2018.08.28 |                            |
|                 | 小 计                   |         | 76.52        | 1.99                  |          |     |               |            |                            |
|                 | 江西省威东光学有限公司           | 醋酸纤维素板材 | 72.27        | 1.87                  | 否        | 江西  | 500 万元人民币     | 2013.04.28 |                            |
|                 | 香港新兴眼镜制造厂有限公司         | 醋酸纤维素板材 | 70.15        | 1.82                  | 否        | 香港  | --            | 1996.10.24 |                            |

| 报告期     | 客户名称                   | 销售内容    | 销售金额<br>（万元） | 占主营业务<br>收入的比例<br>（%） | 是否<br>关联 | 所在地 | 注册资本          | 成立时间       | 备注                         |
|---------|------------------------|---------|--------------|-----------------------|----------|-----|---------------|------------|----------------------------|
|         | 东莞新溢眼镜制造有限公司           |         | 0.46         | 0.01                  | 否        | 东莞  | 3,400 万美元     | 2006.12.31 | 新兴光学<br>（HK00125）<br>控制的企业 |
|         | 小 计                    |         | 70.61        | 1.83                  |          |     |               |            |                            |
|         | 深圳市伏恒眼镜制品有限公司          | 醋酸纤维素板材 | 50.12        | 1.30                  | 否        |     |               |            |                            |
|         | 深圳市恩赐精密科技有限公司          | 醋酸纤维素板材 | 49.42        | 1.28                  | 否        | 深圳  | 625 万港元       | 2012.05.09 |                            |
|         | 浙江方氏眼镜制造有限公司           | 醋酸纤维素板材 | 46.55        | 1.21                  | 否        | 瑞安  | 508 万元人民币     | 1999.03.06 |                            |
|         | 合 计                    |         | 1,373.41     | 35.63                 |          |     |               |            |                            |
| 2019 年度 | 陆逊梯卡华宏（东莞）眼镜有限公司       | 醋酸纤维素板材 | 1,933.52     | 12.50                 | 否        | 东莞  | 14,071.93 万美元 | 2002.09.19 | Luxottica 控<br>制的企业        |
|         | Luxottica Group S.p.A. |         | 480.72       | 3.11                  | 否        | 意大利 | 2,911.17 万欧元  | 1996.02.19 |                            |
|         | 小 计                    |         | 2,414.24     | 15.61                 |          |     |               |            |                            |
|         | 深圳市全域贸易有限公司            | 醋酸纤维素板材 | 606.29       | 3.92                  | 否        | 深圳  | 100 万元人民币     | 2013.06.05 | 注 1                        |
|         | 美成（江门）实业有限公司           |         | 17.46        | 0.11                  | 否        | 江门  | 2,000 万港元     | 2018.08.28 |                            |
|         | 小 计                    |         | 623.75       | 4.03                  |          |     |               |            |                            |
|         | 雅骏光学科技（深圳）有限公司         | 醋酸纤维素板材 | 354.95       | 2.30                  | 否        | 深圳  | 20,000 万港元    | 2018.08.30 | 雅视光学<br>（HK01120）<br>控制的企业 |
|         | 深圳市龙岗区横岗镇黄阁坑雅骏眼镜制造厂    |         | 95.18        | 0.62                  | 否        | 深圳  | 200 万港元       | 2001.05.17 |                            |
|         | 小 计                    |         | 450.13       | 2.92                  |          |     |               |            |                            |

| 报告期                    | 客户名称          | 销售内容             | 销售金额<br>（万元） | 占主营业务<br>收入的比例<br>（%） | 是否<br>关联 | 所在地 | 注册资本         | 成立时间          | 备注                         |
|------------------------|---------------|------------------|--------------|-----------------------|----------|-----|--------------|---------------|----------------------------|
|                        | 华清眼镜（深圳）有限公司  | 醋酸纤维素板材          | 224.98       | 1.45                  | 否        | 深圳  | 5,856 万港元    | 2005.04.06    | 恒发光学<br>（HK01134）<br>控制的企业 |
|                        | 江西华清眼镜有限公司    |                  | 88.55        | 0.57                  | 否        | 江西  | 450 万美元      | 2016.05.31    |                            |
|                        | 小 计           |                  | 313.54       | 2.02                  |          |     |              |               |                            |
|                        | 江西省威东光学有限公司   | 醋酸纤维素板材          | 312.13       | 2.02                  | 否        | 江西  | 500 万元人民币    | 2013.04.28    |                            |
|                        | 温州市瓯海眼镜有限公司   | 醋酸纤维素板材          | 308.97       | 2.00                  | 否        | 温州  | 3,000 万元人民币  | 1993.06.24    |                            |
|                        | 香港新兴眼镜制造厂有限公司 | 醋酸纤维素板材          | 289.16       | 1.87                  | 否        | 香港  | --           | 1996.10.24    | 新兴光学<br>（HK00125）<br>控制的企业 |
|                        | 东莞新溢眼镜制造有限公司  |                  | 5.85         | 0.04                  | 否        | 东莞  | 3,400 万美元    | 2006.12.31    |                            |
|                        | 小 计           |                  | 295.01       | 1.91                  |          |     |              |               |                            |
|                        | 浙江方氏眼镜制造有限公司  | 醋酸纤维素板材          | 235.88       | 1.52                  | 否        | 瑞安  | 508 万元人民币    | 1999.03.06    |                            |
|                        | 东莞汇俊眼镜制品有限公司  | 醋酸纤维素板材          | 219.37       | 1.42                  | 否        | 东莞  | 150 万美元      | 2007.01.16    |                            |
|                        | 温州三杉光学有限公司    | 醋酸纤维素板材          | 202.85       | 1.31                  | 否        | 温州  | 1,000 万元人民币  | 2000.11.28    |                            |
|                        | 合 计           |                  | 5,375.88     | 34.76                 |          |     |              |               |                            |
|                        | 2018 年度       | 陆逊梯卡华宏（东莞）眼镜有限公司 | 醋酸纤维素板材      | 1,935.69              | 13.02    | 否   | 东莞           | 14,071.93 万美元 | 2002.09.19                 |
| Luxottica Group S.p.A. |               | 436.62           |              | 2.94                  | 否        | 意大利 | 2,911.17 万欧元 | 1996.02.19    |                            |
| 小 计                    |               | 2,372.31         | 15.96        |                       |          |     |              |               |                            |

| 报告期 | 客户名称                | 销售内容    | 销售金额<br>（万元） | 占主营业务<br>收入的比例<br>（%） | 是否<br>关联 | 所在地 | 注册资本        | 成立时间       | 备注                         |
|-----|---------------------|---------|--------------|-----------------------|----------|-----|-------------|------------|----------------------------|
|     | 深圳市龙岗区横岗镇黄阁坑雅骏眼镜制造厂 | 醋酸纤维素板材 | 256.88       | 1.73                  | 否        | 深圳  | 200 万港元     | 2001.05.17 | 雅视光学<br>（HK01120）<br>控制的企业 |
|     | 雅视光学发展（深圳）有限公司      |         | 175.20       | 1.18                  | 否        | 深圳  | 7,000 万港元   | 2001.08.22 |                            |
|     | 小 计                 |         | 432.08       | 2.91                  |          |     |             |            |                            |
|     | 深圳市全域贸易有限公司         | 醋酸纤维素板材 | 284.55       | 1.91                  | 否        | 深圳  | 100 万元人民币   | 2013.06.05 | 注 2                        |
|     | 升腾眼镜（深圳）有限公司        |         | 129.31       | 0.87                  | 否        | 深圳  | 400 万美元     | 2017.03.20 |                            |
|     | 美成（江门）实业有限公司        |         | 1.90         | 0.01                  | 否        | 江门  | 2,000 万港元   | 2018.08.28 |                            |
|     | 小 计                 |         | 415.76       | 2.80                  |          |     |             |            |                            |
|     | 华清眼镜（深圳）有限公司        | 醋酸纤维素板材 | 237.69       | 1.60                  | 否        | 深圳  | 5,856 万港元   | 2005.04.06 | 恒发光学<br>（HK01134）<br>控制的企业 |
|     | 江西华清眼镜有限公司          |         | 79.35        | 0.53                  | 否        | 江西  | 450 万美元     | 2016.05.31 |                            |
|     | 小 计                 |         | 317.04       | 2.13                  |          |     |             |            |                            |
|     | 温州市瓯海眼镜有限公司         | 醋酸纤维素板材 | 276.86       | 1.86                  | 否        | 温州  | 3,000 万元人民币 | 1993.06.24 |                            |
|     | 香港新兴眼镜制造厂有限公司       | 醋酸纤维素板材 | 276.67       | 1.86                  | 否        | 香港  | --          | 1996.10.24 |                            |
|     | 浙江方氏眼镜制造有限公司        | 醋酸纤维素板材 | 210.20       | 1.41                  | 否        | 瑞安  | 508 万元人民币   | 1999.03.06 |                            |
|     | 江西省威东光学有限公司         | 醋酸纤维素板材 | 200.31       | 1.35                  | 否        | 江西  | 500 万元人民币   | 2013.04.28 |                            |
|     | 深圳市恩赐精密科技有限公司       | 醋酸纤维素板材 | 199.46       | 1.34                  | 否        | 深圳  | 625 万港元     | 2012.05.09 |                            |

| 报告期     | 客户名称                   | 销售内容    | 销售金额<br>（万元） | 占主营业务<br>收入的比例<br>（%） | 是否<br>关联 | 所在地 | 注册资本          | 成立时间       | 备注                         |
|---------|------------------------|---------|--------------|-----------------------|----------|-----|---------------|------------|----------------------------|
|         | 潮州市启泰（归湖）眼镜制造有限公司      | 醋酸纤维素板材 | 172.26       | 1.16                  | 否        | 潮州  | 1,150 万港元     | 1989.05.05 |                            |
|         | 合 计                    |         | 4.872.95     | 32.79                 |          |     |               |            |                            |
| 2017 年度 | 陆逊梯卡华宏（东莞）眼镜有限公司       | 醋酸纤维素板材 | 2,248.97     | 17.02                 | 否        | 东莞  | 14,071.93 万美元 | 2002.09.19 | Luxottica 控<br>制的企业        |
|         | Luxottica Group S.p.A. |         | 22.93        | 0.17                  | 否        | 意大利 | 2,911.17 万欧元  | 1996.02.19 |                            |
|         | 小 计                    |         | 2,271.90     | 17.19                 |          |     |               |            |                            |
|         | 温州市瓯海眼镜有限公司            | 醋酸纤维素板材 | 483.96       | 3.66                  | 否        | 温州  | 3,000 万元人民币   | 1993.06.24 |                            |
|         | 深圳市龙岗区横岗六约星辉眼镜厂        | 醋酸纤维素板材 | 227.99       | 1.73                  | 否        | 深圳  | 64.70 万港元     | 1987.07.21 | 美成集团控<br>制的企业              |
|         | 升腾眼镜（深圳）有限公司           |         | 111.65       | 0.85                  | 否        | 深圳  | 400 万美元       | 2017.03.20 |                            |
|         | 小 计                    |         | 339.64       | 2.57                  |          |     |               |            |                            |
|         | 华清眼镜（深圳）有限公司           | 醋酸纤维素板材 | 253.25       | 1.92                  | 否        | 深圳  | 5,856 万港元     | 2005.04.06 | 恒发光学<br>（HK01134）<br>控制的企业 |
|         | 江西华清眼镜有限公司             |         | 63.37        | 0.48                  | 否        | 江西  | 450 万美元       | 2016.05.31 |                            |
|         | 小 计                    |         | 316.62       | 2.40                  |          |     |               |            |                            |
|         | 潮州市启泰（归湖）眼镜制造有限公司      | 醋酸纤维素板材 | 248.52       | 1.88                  | 否        | 潮州  | 1,150 万港元     | 1989.05.05 |                            |
|         | 浙江方氏眼镜制造有限公司           | 醋酸纤维素板材 | 182.92       | 1.38                  | 否        | 瑞安  | 508 万元人民币     | 1999.03.06 |                            |
|         | 中山拓开光学有限公司             | 醋酸纤维素板材 | 172.21       | 1.30                  | 否        | 中山  | 670 万美元       | 1998.11.30 |                            |

| 报告期 | 客户名称         | 销售内容    | 销售金额<br>(万元) | 占主营业务<br>收入的比例<br>(%) | 是否<br>关联 | 所在地 | 注册资本        | 成立时间       | 备注 |
|-----|--------------|---------|--------------|-----------------------|----------|-----|-------------|------------|----|
|     | 江西省威东光学有限公司  | 醋酸纤维素板材 | 155.94       | 1.18                  | 否        | 江西  | 500 万元人民币   | 2013.04.28 |    |
|     | 温州三杉光学有限公司   | 醋酸纤维素板材 | 152.12       | 1.15                  | 否        | 温州  | 1,000 万元人民币 | 2000.11.28 |    |
|     | 巨龙光学（福建）有限公司 | 醋酸纤维素板材 | 138.49       | 1.05                  | 否        | 福建  | 600 万美元     | 2006.12.06 |    |
|     | 合 计          |         | 4,462.30     | 33.77                 |          |     |             |            |    |

注 1：全域贸易接受美成实业委托代其向本公司进行采购，故将上述两名客户合并为同一客户计算销售金额；

注 2：升腾眼镜（深圳）有限公司与美成实业均系美成集团控制的企业，全域贸易接受美成实业委托代其向本公司进行采购，故将上述三名客户合并为同一客户计算销售金额。

报告期内，公司不存在向单一客户销售占当期销售总额 50%的情况；公司、公司控股股东及实际控制人、董事、监事、高级管理人员及其关系密切的家庭成员与上述客户不存在关联关系，不存在上述客户及其控股股东、实际控制人是公司前员工、前关联方、前股东、公司实际控制人的密切家庭成员等可能导致利益倾斜的情形。”

关于“主要客户的实际控制人、发行人在其同类项目采购体系中所处地位，客户获取途径、未来交易持续性、是否存在长期合作协议、相关定价依据及价格公允性，同类型产品向不同客户的销售价格和毛利率是否存在差异，如存在，说明差异原因及合理性；发行人关联方与客户是否存在业务、资金往来”，公司在招股说明书“第六节 业务与技术”之“四、公司销售情况与主要客户”之“（三）报告期内销售收入前十名客户”中补充披露如下：

| 序号 | 客户名称                   | 股东（合作方）                       | 法定代表人     | 主要人员                                                                                       | 实际控制人                | 客户获取途径 | 长期合作协议 | 是否与鑫源泰、鑫美泰存在业务往来 |
|----|------------------------|-------------------------------|-----------|--------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------|--------|--------|------------------|
| 1  | 陆逊梯卡华宏(东莞)眼镜有限公司       | 陆逊梯卡荷兰有限公司                    | 路易吉·弗兰卡维拉 | 董事:路易吉·弗兰卡维拉、孔翮敏、法比奥·邦克里斯提阿诺、吉古色贝·贝尔蒂、卢卡·德·加斯贝利                                            | Leonardo Del Vecchio | 展会洽谈   | 有      | 否                |
| 2  | Luxottica Group S.p.A. | EssilorLuxottica S.A.         | —         | 董事: Leonardo Del Vecchio、Luigi Francavilla、Francesco Milleri、Leonardo Maria Del Vecchio 等; |                      |        | 有      |                  |
| 3  | 深圳市全域贸易有限公司            | 方有年、袁勇军、杨锦鹏                   | 杨锦鹏       | 执行董事兼总经理: 杨锦鹏                                                                              | 杨锦鹏                  | 委托方指定  | 有      | 否                |
| 4  | 升腾眼镜(深圳)有限公司           | 香港星辉眼镜制造厂有限公司                 | 张锦华       | 执行董事: 张耀姿;<br>总经理: 张锦华                                                                     | 张锦德、张锦华、张明和、卢德佩      | 展会洽谈   | 无      |                  |
| 5  | 深圳市龙岗区横岗六约星辉眼镜厂        | 香港星辉眼镜制造厂有限公司、深圳市横岗六约经济发展有限公司 | —         | 负责人: 何毓馨                                                                                   |                      |        | 无      |                  |
| 6  | 美成(江门)实业有限公司           | 美成集团有限公司                      | 吴彩越       | 执行董事: 张耀姿;                                                                                 |                      |        | 有      |                  |

| 序号 | 客户名称                | 股东（合作方）                                      | 法定代表人 | 主要人员                   | 实际控制人       | 客户获取途径 | 长期合作协议 | 是否与鑫源泰、鑫美泰存在业务往来 |
|----|---------------------|----------------------------------------------|-------|------------------------|-------------|--------|--------|------------------|
|    |                     |                                              |       | 经理：吴彩越                 |             |        |        |                  |
| 7  | 雅骏光学科技（深圳）有限公司      | 雅骏眼镜制造厂有限公司                                  | 王财富   | 董事：王财富、李志雄、吴逸珊；总经理：李志雄 | 吴海英         | 业内介绍   | 有      | 是                |
| 8  | 深圳市龙岗区横岗镇黄阁坑雅骏眼镜制造厂 | 雅骏眼镜制造厂有限公司、深圳市黄阁坑股份合作公司                     | —     | 负责人：王财富                |             |        | 无      |                  |
| 9  | 雅视光学发展（深圳）有限公司      | Artland Technology Limited（英属维京群岛）           | 曾红亮   | 董事：曾红亮、张杏桃、王财富         |             |        | 有      |                  |
| 10 | 华清眼镜（深圳）有限公司        | 恒发光学有限公司                                     | 郭君宇   | 执行董事兼总经理：郭君宇           | 郭君晖、郭君宇、陈燕华 | 业内介绍   | 有      | 是                |
| 11 | 江西华清眼镜有限公司          | 恒发光学有限公司                                     | 郭君宇   | 执行董事兼总经理：郭君宇           |             |        | 有      |                  |
| 12 | 江西省威东光学有限公司         | 包威东、汤德会、江西德盛光电有限公司                           | 汤德会   | 执行董事兼总经理：汤德会           | —           | 业务拜访   | 有      | 是                |
| 13 | 温州市瓯海眼镜有限公司         | 陈国光、王风华、胡爱华                                  | 戴小珍   | 执行董事兼总经理：戴小珍           | 陈国光         | 展会洽谈   | 有      | 是                |
| 14 | 香港新兴眼镜制造厂有限公司       | Sun Hing Optical International Group Limited | —     | 董事：顾毅勇、顾嘉勇、陈智荣、梁卓邦     | 顾毅勇、顾嘉勇     | 展会洽谈   | 无      | 否                |

| 序号 | 客户名称              | 股东（合作方）                | 法定代表人                           | 主要人员                                                                                           | 实际控制人                           | 客户获取途径 | 长期合作协议 | 是否与鑫源泰、鑫美泰存在业务往来 |
|----|-------------------|------------------------|---------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------|--------|--------|------------------|
| 15 | 东莞新溢眼镜制造有限公司      | 香港新兴眼镜制造厂有限公司          | 陈智荣                             | 执行董事兼总经理：<br>陈智荣                                                                               |                                 |        | 无      |                  |
| 16 | 浙江方氏眼镜制造有限公司      | 方孔利、林济好、江晓黄            | 方孔利                             | 执行董事兼总经理：<br>方孔利                                                                               | 方孔利                             | 业内介绍   | 有      | 是                |
| 17 | 东莞汇俊眼镜制品有限公司      | 汇俊眼镜制品有限公司             | 余树荣                             | 董事：余树荣、刘秉辉、黄惠莲                                                                                 | —                               | 业内介绍   | 有      | 是                |
| 18 | 温州三杉光学有限公司        | 吕隼、陈珍琦                 | 吕隼                              | 执行董事：吕隼                                                                                        | 吕隼                              | 业务拜访   | 有      | 是                |
| 19 | 深圳市恩赐精密科技有限公司     | 齐研有限公司                 | 陈霭和                             | 执行董事：陈霭和；<br>总经理：尹耀基                                                                           | 陈霭和                             | 业务拜访   | 有      | 是                |
| 20 | 潮州市启泰（归湖）眼镜制造有限公司 | 启泰眼镜制造厂有限公司、潮安县归湖建筑材料厂 | 刘维歆                             | 董事：刘维歆、陈财顺、蓝金生；总经理：刘维歆                                                                         | 刘德延                             | 业务拜访   | 有      | 否                |
| 21 | 中山拓开光学有限公司        | 直布罗陀班多马有限公司            | Robin Bjorn Christian Totterman | 董事：Robin Bjorn Christian Totterman、Marc Rene Andre Louis Lefebvre、Brice Pierre Georges Denize； | Robin Bjorn Christian Totterman | 业务拜访   | 有      | 是                |

| 序号 | 客户名称          | 股东（合作方）                              | 法定代表人 | 主要人员                   | 实际控制人 | 客户获取途径 | 长期合作协议 | 是否与鑫源泰、鑫美泰存在业务往来 |
|----|---------------|--------------------------------------|-------|------------------------|-------|--------|--------|------------------|
|    |               |                                      |       | 经理：张平羽                 |       |        |        |                  |
| 22 | 巨龙光学（福建）有限公司  | Fudin Julong (HK) Limited、福鼎冰凌贸易有限公司 | 董贛兵   | 董事：董贛兵、董贛明、李小爱；总经理：董贛兵 | 董贛明   | 业务拜访   | 有      | 是                |
| 23 | 深圳市伏恒眼镜制品有限公司 | 黄汝宾、王宇                               | 黄汝宾   | 执行董事兼总经理：黄汝宾           | 王道敏   | 业内介绍   | 有      | 否                |

公司在主要客户的同类项目采购体系中相比其他胶板厂商处于相对优势地位，未来交易具有可持续性。公司与主要客户之间的定价依据均为按照市场价格协商定价，相关交易价格具有公允性。公司同类型产品向不同客户的销售价格和毛利率不存在显著差异。

公司的关联方中，鑫源泰、鑫美泰因从事与公司相同的业务，与上述部分客户存在购销业务往来，不存在资金往来；公司其他关联方与上述主要客户不存在业务、资金往来。（关于关联方鑫源泰、鑫美泰的具体情况及相关核查内容，请参见本问询函回复问题二第2小问答复中的相关内容）

截至本问询函回复出具日，公司的股东均为自然人，即股东均为直接股东，不存在间接股东。关于“发行人的直接、间接股东是否在发行人主要客户拥有权益或任职”，公司在招股说明书“第六节 业务与技术”之“四、公司销售情况与主要客户”之“（三）报告期内销售收入前十名客户”中补充披露如下：

**公司的股东未在公司主要客户拥有权益或任职。**

**保荐机构发表的意见：**

保荐机构执行了以下核查程序：

（1）查阅了发行人与主要客户之间的销售合同；

（2）查阅了报告期的销售明细表；

（3）查询了主要客户相关的官方网站，包括：Luxottica Group S.p.A.（相关网址为：[www.luxottica.com/en](http://www.luxottica.com/en)，[www.essilorluxottica.com](http://www.essilorluxottica.com)）、美成集团（[mazen.group/](http://mazen.group/)）、雅视光学（[www.artsgroup.com/](http://www.artsgroup.com/)）、恒发光学（即华清眼镜，[www.kelfred.com.hk/zh/](http://www.kelfred.com.hk/zh/)）、瓯海眼镜（[www.ouhaiglasses.com](http://www.ouhaiglasses.com)）、新兴光学（[www.sunhingoptical.com/en](http://www.sunhingoptical.com/en)）、方氏眼镜（[www.fangshioptical.com](http://www.fangshioptical.com)）、三杉光学（[www.sanshanoptical.com](http://www.sanshanoptical.com)）、启泰光学（[www.ktoptical.com](http://www.ktoptical.com)）、巨龙光学（[www.gdoptical.net](http://www.gdoptical.net)）等，了解主要客户相关介绍；

（4）查阅了境内主要客户的《企业信用信息公示报告》；对于境内主要客户的股东或者主要客户本身即属于香港企业的，查询香港公司注册处网上查册中心网站（[www.icris.cr.gov.hk](http://www.icris.cr.gov.hk)），查阅了相关企业的《周年申报表》等资料，了解了发行人主要客户之间存在的关联关系（控制关系）；

（5）查阅了 EssilorLuxottica 在其官网所公布的年报等资料，并查阅了其他已

成为上市公司的主要客户的年报和其他公告，包括：雅视光学（1120.HK）、恒发光学（1134.HK）、新兴光学（0125.HK）；

（6）查阅了 Luxottica Group S.p.A.和新兴眼镜（SUN HING OPTICAL MANUFACTORY LIMITED）的《海外资信报告》（由中国出口信用保险公司出具）；

（7）执行函证程序。2017年、2018年、2019年及2020年1-6月，发函客户销售收入占发行人当期销售收入的比例分别为66.40%、66.38%、62.53%和52.42%，相应期间的回函率分别为96.92%、89.59%、92.36%和86.21%。

（8）访谈了发行人共计111家客户，访谈提纲内容包括：基本情况、实际控制人情况、发行人在其同类项目采购体系中所处地位、客户获取途径、未来交易持续性、销售合同信息、相关定价依据及价格公允性、主要客户与发行人及其控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员之间是否存在关联关系，发行人关联方与客户是否存在业务、资金往来（特别是与鑫源泰、鑫美泰是否存在业务、资金往来）、发行人的股东是否在发行人主要客户拥有权益或任职；访谈了发行人33名股东中除张玉仙、杨静外的31名股东，确认该等股东未在主要客户拥有权益或任职；

（9）对保荐机构在访谈发行人客户中确认的与鑫源泰、鑫美泰存在客户重叠的客户，选取其中的55家（按销售入口径，占重合客户的50%以上），进行专项访谈；

经上述核查，保荐机构认为：

发行人所披露的主要产品对应的主要客户情况及金额，以及主要客户的实际控制人、客户获取途径、长期合作协议等情况，与实际情况相一致。

发行人在主要客户的同类项目采购体系中相比其他胶板厂商处于相对优势地位，未来交易具有可持续性。发行人与主要客户之间的定价依据均为按照市场价格协商定价，相关交易价格具有公允性。发行人同类型产品向不同客户的销售价格和毛利率不存在显著差异。

发行人主要客户与发行人及其控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员之间不存在关联关系。发行人的关联方中，鑫源泰、鑫美泰与发行人部分客户存在业务往来，不存在资金往来；发行人其他关联方与主要客户不存在业务、

资金往来。

发行人的股东未在发行人主要客户拥有权益或任职。

第（4）问：结合报告期各期新增客户数量、种类、对应销售金额及占当期收入比重情况，补充披露主要新增客户的背景，与发行人是否存在关联关系，发行人新客户开拓能力，是否对主要客户存在重大依赖，补充分析并披露公司向主要客户、新增客户销售毛利、毛利率水平，并分析差异情况和原因；报告期内是否存在既是客户又是供应商的情形。

关于“报告期各期新增客户数量、种类、对应销售金额及占当期收入比重情况”，公司在招股说明书“第六节 业务与技术”之“四、公司销售情况与主要客户”之“（三）报告期内销售收入前十名客户”中补充披露如下：

报告期各期公司新增客户数量、种类情况如下：

| 项 目       | 2020 年 1-6 月 | 2019 年 | 2018 年 | 2017 年 |
|-----------|--------------|--------|--------|--------|
| 新增客户数量（个） | 61           | 158    | 198    | 340    |
| 其中：公司制企业  | 51           | 126    | 173    | 258    |
| 个体工商户     | 5            | 14     | 12     | 36     |
| 个人独资企业    | 1            | 2      | 6      | 18     |
| 个人客户      | 4            | 12     | -      | 2      |
| 来料加工企业    | -            | -      | -      | 1      |
| 组织形式不详    | -            | 2      | 5      | 18     |
| 股份合作制     | -            | -      | 1      | 4      |
| 合伙企业      | -            | 2      | 1      | 3      |

报告期各期公司新增客户对应销售金额及占当期收入比重情况如下：

| 项 目           | 2020 年 1-6 月 | 2019 年    | 2018 年    | 2017 年    |
|---------------|--------------|-----------|-----------|-----------|
| 主营业务收入金额（万元）  | 3,854.61     | 15,464.10 | 14,861.75 | 13,212.34 |
| 对新增客户销售金额（万元） | 61.15        | 347.98    | 548.37    | 924.56    |
| 新增客户收入占比（%）   | 1.59         | 2.25      | 3.69      | 7.00      |

2017 年、2018 年、2019 年及 2020 年 1-6 月，公司新增客户数量分别为 340 户、198 户、158 户和 61 户，新增客户销售金额分别为 924.56 万元、548.37 万元、347.98 万元和 61.15 万元，公司新客户开拓能力较好。关于“主要新增客户的背景，与发行人是否存在关联关系，发行人新客户开拓能力，是否对主要客户存在重大依赖”，针对报告期年销售额超过 50 万元的新增客户，公司在招股说明

书“第六节 业务与技术”之“四、公司销售情况与主要客户”之“（三）报告期内销售收入前十名客户”中补充披露如下：

报告期内，公司主要新增客户中 Creations Poncet F、ETNIA BARCELONA Limited、Independent Eyewear Manufacturing, LLC 的情况请参见“第六节 业务和技术”之“四、公司销售情况及主要客户”之“（四）报告期公司外销客户情况”中的相关内容，其他主要新增客户情况如下：

| 序号 | 客户名称          | 所在地 | 注册资本   | 成立时间         | 股东         | 法定代表人 | 主要人员                      |
|----|---------------|-----|--------|--------------|------------|-------|---------------------------|
| 1  | 深圳市伏恒眼镜制品有限公司 | 深圳  | 150 万元 | 2016. 04. 21 | 黄汝宾、王宇     | 黄汝宾   | 执行董事兼总经理：黄汝宾；<br>监事：王宇    |
| 2  | 温州市依瑾眼镜有限公司   | 温州  | 200 万元 | 2016. 12. 20 | 林正松、金宝玲    | 金宝玲   | 执行董事兼总经理：金宝玲；<br>监事：林正松   |
| 3  | 瑞安市华星眼镜制造有限公司 | 温州  | 50 万元  | 2017. 03. 22 | 郝建成、谢阳     | 林南荣   | 执行董事：谢阳；经理：林南荣；<br>监事：郝建成 |
| 4  | 快奇眼镜江西有限公司    | 鹰潭  | 500 万元 | 2016. 12. 02 | 浙江快奇控股有限公司 | 周浩    | 执行董事兼总经理：周浩；<br>监事：林甲升    |
| 5  | 深圳市本益科技有限公司   | 深圳  | 100 万元 | 2017. 10. 18 | 陈伟涛、陈纯玲    | 陈纯玲   | 执行董事兼总经理：陈纯玲；<br>监事：陈伟涛   |

公司主要新增客户与公司不存在关联关系。公司新客户开拓能力较好。

公司对主要客户不存在重大依赖。

关于“公司向主要客户、新增客户销售毛利、毛利率水平；报告期内是否存在既是客户又是供应商的情形”情况，公司在招股说明书“第六节 业务与技术”之“四、公司销售情况与主要客户”之“（三）报告期内销售收入前十名客户”中补充披露如下：

报告期内公司向主要客户、新增客户销售毛利、毛利率水平情况如下：

| 项 目           | 2020 年 1-6 月 | 2019 年   | 2018 年   | 2017 年   |
|---------------|--------------|----------|----------|----------|
| 向主要客户销售毛利（万元） | 706.80       | 2,739.64 | 2,217.92 | 1,908.61 |
| 向主要客户销售毛利率（%） | 51.46        | 50.96    | 45.48    | 42.77    |
| 向新增客户销售毛利（万元） | 32.30        | 163.66   | 239.13   | 384.09   |
| 向新增客户销售毛利率（%） | 52.82        | 47.03    | 43.61    | 39.18    |

报告期内，公司向主要客户、新增客户销售毛利、毛利率水平不存在明显差异。

报告期内，厦门至简光学有限公司、深圳市雷克斯眼镜有限公司、深圳市康视保眼镜有限公司和品威眼镜（深圳）有限公司既是公司客户，又是公司外协加工服务的供应商。除上述企业外，公司客户中不存在既是客户又是供应商的情形。

报告期内，公司对上述 4 家客户的销售金额情况如下：

单位：万元

| 客户名称         | 2020 年 1-6 月 | 2019 年 | 2018 年 | 2017 年 |
|--------------|--------------|--------|--------|--------|
| 厦门至简光学有限公司   | 2.47         | 8.99   | 9.67   | 19.87  |
| 深圳市雷克斯眼镜有限公司 | -            | 5.17   | 5.16   | 2.58   |
| 深圳市康视保眼镜有限公司 | 17.50        | 70.71  | 90.11  | 104.14 |
| 品威眼镜（深圳）有限公司 | 3.63         | 29.45  | 26.00  | 32.25  |

公司对上述 4 家客户的销售内容均为醋酸纤维素板材。

关于上述 4 家企业作为公司外协加工供应商的情况，公司已在原招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十、经营成果分析”之“（三）利润表其他项目逐项分析”中披露如下：

“报告期内，公司存在委托外部企业加工镜架样品和饰品用于研发的情况，具体如下：

| 外购服务商         | 加工内容 | 2019 年度     |           | 2018 年度     |           | 2017 年度     |           |
|---------------|------|-------------|-----------|-------------|-----------|-------------|-----------|
|               |      | 加工费<br>(万元) | 占比<br>(%) | 加工费<br>(万元) | 占比<br>(%) | 加工费<br>(万元) | 占比<br>(%) |
| 厦门至简光学有限公司    | 镜架样品 | 49.28       | 41.76     | 33.38       | 27.94     | -           | -         |
| 深圳市雷克斯眼镜有限公司  | 镜架样品 | 31.37       | 26.58     | 86.10       | 72.06     | 69.04       | 100.00    |
| 深圳市康视保眼镜有限公司  | 镜架样品 | 30.95       | 26.23     | -           | -         | -           | -         |
| 品威眼镜（深圳）有限公司  | 镜架样品 | 6.15        | 5.21      | -           | -         | -           | -         |
| 东阳市凯易达工艺品有限公司 | 饰品   | 0.25        | 0.21      | -           | -         | -           | -         |
| 合 计           |      | 118.00      | 100.00    | 119.48      | 100.00    | 69.04       | 100.00    |

2017 年、2018 年及 2019 年，计入研发费用的外协加工费占当期研发费用的比例分别为 11.59%、16.14%和 15.18%。”

### 保荐机构发表的意见：

保荐机构执行了以下核查程序：

- （1）查阅了发行人报告期内的销售明细表与成本明细表；
- （2）访谈了 5 家境内主要新增客户，查阅了该 5 家客户的企业信用信息公示报告；
- （3）查阅了中国出口信用保险公司出具的 CREATIONS PONCET F、ETNIA BARCELONA Limited 和 INDEPENDENT EYEWEAR MANUFACTURING, LLC 共 3 家公司的海外资信报告，确认其所在地、设立时间、注册资本及股权结构等背景信息；对 Etnia Barcelona Limited 进行了访谈；通过查询香港公司注册处网上查册中心网站（[www.icris.cr.gov.hk](http://www.icris.cr.gov.hk)），查阅了 ETNIA BARCELONA Limited 的《周年申报表》；查阅了 CREATIONS PONCET F 官网（[www.anacole.fr](http://www.anacole.fr)）和 ETNIA BARCELONA Limited 的官网（[www.etniabarcelona.com/en/](http://www.etniabarcelona.com/en/)）；
- （4）对既是客户又是供应商的 4 家企业，访谈了深圳市雷克斯眼镜有限公司和深圳市康视保眼镜有限公司，查阅了相关销售和采购资料，向发行人进行了询问；查阅了采购明细表，未发现其他既是客户又是供应商的情形。

保荐机构认为：

发行人所披露的报告期各期新增客户数量、种类、对应销售金额及占当期收入比重情况，符合实际情况；所披露的主要新增客户背景符合实际情况，发行人主要新增客户与发行人不存在关联关系；发行人新客户开拓能力较好；发行人对

主要客户不存在重大依赖。发行人所披露的向主要客户、新增客户的销售毛利、毛利率情况符合实际情况且不存在明显差异；报告期内，厦门至简光学有限公司、深圳市雷克斯眼镜有限公司、深圳市康视保眼镜有限公司和品威眼镜（深圳）有限公司既是发行人客户，又是发行人外协加工服务的供应商，除上述企业外，发行人客户中不存在既是客户又是供应商的情形。

## 问题 14：关于成本及采购

申报材料显示，公司报告期内采购的原材料为醋酸纤维素胶粒、色粉、PE 胶袋、软化油等，其中醋酸纤维素胶粒的采购金额占总采购金额的 97.00%以上。报告期内，公司主营业务成本分别为 7,679.12 万元、8,078.13 万元、7,989.69 万元。报告期内，公司主营业务成本中的直接材料、人工费用和制造费用占比存在波动，其中，报告期内直接材料占比逐年下降、制造费用占比逐年增长、直接人工占比 2018 年大幅增长。发行人 2019 年主营业务成本下降，原因系公司更新设备改进工艺，提高了成品率，且公司主要原材料醋酸纤维素胶粒价格下降，使挤板和压板的单位生产成本下降。公司主营业务成本中，挤板的成本略大于压板。

请发行人：

(1) 按照挤板单色类、挤板绞花类、挤板层板类、挤板渐变类、压板碎花料、压板拼板料等类别分析并披露报告期内发行人各主要产品营业成本结构是否存在不一致，如存在，结合各主要产品原材料采购价格变动、各主要产品对应原材料消耗配比、各主要产品生产工艺变化分析并披露不一致的原因及合理性；说明各主要产品单位成本构成情况，存在变动的分析并披露原因及合理性；

(2) 结合各主要产品料工费金额及占比情况、各主要产品产量占比情况、主要原材料采购价格变动、报告期内生产工人人数及工资水平变化、维修费用具体情况进一步定量分析并披露原材料成本占比逐年下降、人工费用及制造费用占比逐年增长的原因及合理性；

(3) 补充说明报告期各期公司采购醋酸纤维素胶粒、色粉、PE 胶袋、软化油等主要材料平均价格与市场价格比较情况及差异原因，采购价格是否公允；

(4) 补充披露报告期各期公司原材料采购量和采购金额是否与发行人业务规模相匹配，采购、耗用主要材料数量，各材料耗用数量与各产品产量之间对应关系；公司报告期各期耗用能源数量，与产品产量之间的对应关系。

请保荐人、申报会计师发表明确意见，并说明报告期内发行人成本完整性，是否存在外协生产企业、其他关联方代发行人支付成本、费用的情形。

回复如下：

第（1）问：按照挤板单色类、挤板绞花类、挤板层板类、挤板渐变类、压

板碎花料、压板拼板料等类别分析并披露报告期内发行人各主要产品营业成本结构是否存在不一致，如存在，结合各主要产品原材料采购价格变动、各主要产品对应原材料消耗配比、各主要产品生产工艺变化分析并披露不一致的原因及合理性；说明各主要产品单位成本构成情况，存在变动的分析并披露原因及合理性；

就报告期内发行人各主要产品营业成本结构，公司在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十、经营成果分析”之“（二）营业成本情况”之“4、主营业务成本分要素构成分析”中补充披露如下：

（1）报告期内公司细分类别营业成本构成明细如下：

| 2020 年<br>1-6 月 | 直接材料       |           | 直接人工       |           | 制造费用       |           | 合计         |           |
|-----------------|------------|-----------|------------|-----------|------------|-----------|------------|-----------|
|                 | 金额<br>(万元) | 比例<br>(%) | 金额<br>(万元) | 比例<br>(%) | 金额<br>(万元) | 比例<br>(%) | 金额<br>(万元) | 比例<br>(%) |
| 挤板绞花类           | 239.84     | 69.01     | 44.39      | 12.77     | 63.32      | 18.22     | 347.55     | 100.00    |
| 挤板渐变类           | 52.58      | 69.27     | 9.60       | 12.64     | 13.73      | 18.08     | 75.90      | 100.00    |
| 挤板单色类           | 362.00     | 68.65     | 68.06      | 12.91     | 97.24      | 18.44     | 527.31     | 100.00    |
| 挤板层板类           | 197.87     | 68.35     | 38.03      | 13.14     | 53.59      | 18.51     | 289.49     | 100.00    |
| 挤板小计            | 852.30     | 68.72     | 160.08     | 12.91     | 227.88     | 18.37     | 1,240.25   | 100.00    |
| 压板碎花类           | 360.37     | 68.41     | 69.36      | 13.17     | 97.02      | 18.42     | 526.76     | 100.00    |
| 压板拼板类           | 187.29     | 68.82     | 35.03      | 12.87     | 49.83      | 18.31     | 272.15     | 100.00    |
| 压板小计            | 547.67     | 68.55     | 104.39     | 13.07     | 146.85     | 18.38     | 798.91     | 100.00    |
| 合 计             | 1,399.96   | 68.65     | 264.47     | 12.97     | 374.73     | 18.38     | 2,039.16   | 100.00    |
| 2019 年          | 直接材料       |           | 直接人工       |           | 制造费用       |           | 合计         |           |
|                 | 金额<br>(万元) | 比例<br>(%) | 金额<br>(万元) | 比例<br>(%) | 金额<br>(万元) | 比例<br>(%) | 金额<br>(万元) | 比例<br>(%) |
| 挤板绞花类           | 1,032.02   | 74.55     | 163.70     | 11.82     | 188.69     | 13.63     | 1,384.40   | 100.00    |
| 挤板渐变类           | 144.74     | 74.87     | 22.68      | 11.73     | 25.90      | 13.40     | 193.32     | 100.00    |
| 挤板单色类           | 1,412.95   | 74.40     | 225.39     | 11.87     | 260.67     | 13.73     | 1,899.00   | 100.00    |
| 挤板层板类           | 867.47     | 74.34     | 138.36     | 11.86     | 161.04     | 13.80     | 1,166.87   | 100.00    |
| 挤板小计            | 3,457.17   | 74.45     | 550.13     | 11.85     | 636.30     | 13.70     | 4,643.60   | 100.00    |
| 压板碎花类           | 1,592.41   | 74.22     | 255.29     | 11.90     | 297.84     | 13.88     | 2,145.53   | 100.00    |
| 压板拼板类           | 892.47     | 74.34     | 142.34     | 11.86     | 165.75     | 13.81     | 1,200.56   | 100.00    |
| 压板小计            | 2,484.87   | 74.26     | 397.63     | 11.88     | 463.59     | 13.85     | 3,346.09   | 100.00    |
| 合 计             | 5,942.04   | 74.37     | 947.76     | 11.86     | 1,099.89   | 13.77     | 7,989.69   | 100.00    |
| 2018 年          | 直接材料       |           | 直接人工       |           | 制造费用       |           | 合计         |           |

|        | 金额<br>(万元) | 比例<br>(%) | 金额<br>(万元) | 比例<br>(%) | 金额<br>(万元) | 比例<br>(%) | 金额<br>(万元) | 比例<br>(%) |
|--------|------------|-----------|------------|-----------|------------|-----------|------------|-----------|
| 挤板绞花类  | 883.60     | 75.77     | 130.43     | 11.18     | 152.09     | 13.04     | 1,166.11   | 100.00    |
| 挤板渐变类  | 127.82     | 75.92     | 18.61      | 11.06     | 21.92      | 13.02     | 168.35     | 100.00    |
| 挤板单色类  | 1,351.24   | 75.89     | 197.91     | 11.12     | 231.35     | 12.99     | 1,780.50   | 100.00    |
| 挤板层板类  | 972.48     | 75.78     | 142.80     | 11.13     | 168.04     | 13.09     | 1,283.32   | 100.00    |
| 挤板小计   | 3,335.13   | 75.83     | 489.76     | 11.14     | 573.40     | 13.04     | 4,398.29   | 100.00    |
| 压板碎花类  | 1,892.92   | 75.99     | 275.25     | 11.05     | 322.84     | 12.96     | 2,491.02   | 100.00    |
| 压板拼板类  | 901.58     | 75.84     | 133.02     | 11.19     | 154.22     | 12.97     | 1,188.83   | 100.00    |
| 压板小计   | 2,794.50   | 75.94     | 408.28     | 11.09     | 477.06     | 12.96     | 3,679.84   | 100.00    |
| 合 计    | 6,129.64   | 75.88     | 898.04     | 11.12     | 1,050.46   | 13.00     | 8,078.13   | 100.00    |
| 2017 年 | 直接材料       |           | 直接人工       |           | 制造费用       |           | 合计         |           |
|        | 金额<br>(万元) | 比例<br>(%) | 金额<br>(万元) | 比例<br>(%) | 金额<br>(万元) | 比例<br>(%) | 金额<br>(万元) | 比例<br>(%) |
| 挤板绞花类  | 962.92     | 78.23     | 114.73     | 9.32      | 153.26     | 12.45     | 1,230.91   | 100.00    |
| 挤板渐变类  | 145.11     | 78.77     | 16.63      | 9.03      | 22.48      | 12.20     | 184.22     | 100.00    |
| 挤板单色类  | 1,300.25   | 78.06     | 156.47     | 9.39      | 208.95     | 12.54     | 1,665.67   | 100.00    |
| 挤板层板类  | 1,073.87   | 78.21     | 127.25     | 9.27      | 171.92     | 12.52     | 1,373.04   | 100.00    |
| 挤板小计   | 3,482.16   | 78.18     | 415.07     | 9.32      | 556.61     | 12.50     | 4,453.84   | 100.00    |
| 压板碎花类  | 1,756.50   | 78.05     | 211.42     | 9.39      | 282.56     | 12.56     | 2,250.48   | 100.00    |
| 压板拼板类  | 762.34     | 78.20     | 90.82      | 9.32      | 121.64     | 12.48     | 974.80     | 100.00    |
| 压板小计   | 2,518.84   | 78.10     | 302.24     | 9.37      | 404.20     | 12.53     | 3,225.28   | 100.00    |
| 合 计    | 6,001.00   | 78.15     | 717.31     | 9.34      | 960.81     | 12.51     | 7,679.12   | 100.00    |

公司细分类别产品营业成本结构基本一致。

(2) 报告期内主要细分类别产品单位成本构成情况如下：

| 2020 年<br>1-6 月 | 单位直接材料       |           | 单位直接人工       |           | 单位制造费用       |           | 单位成本合计       |           |
|-----------------|--------------|-----------|--------------|-----------|--------------|-----------|--------------|-----------|
|                 | 金额<br>(元/千克) | 比例<br>(%) | 金额<br>(元/千克) | 比例<br>(%) | 金额<br>(元/千克) | 比例<br>(%) | 金额<br>(元/千克) | 比例<br>(%) |
| 挤板绞花类           | 33.99        | 69.01     | 6.29         | 12.77     | 8.97         | 18.22     | 49.25        | 100.00    |
| 挤板渐变类           | 32.09        | 69.27     | 5.86         | 12.64     | 8.38         | 18.08     | 46.33        | 100.00    |
| 挤板单色类           | 21.55        | 68.65     | 4.05         | 12.91     | 5.79         | 18.44     | 31.39        | 100.00    |
| 挤板层板类           | 28.42        | 68.35     | 5.46         | 13.14     | 7.70         | 18.51     | 41.58        | 100.00    |
| 挤板小计            | 26.26        | 68.72     | 4.93         | 12.91     | 7.02         | 18.37     | 38.21        | 100.00    |

|        |              |           |              |           |              |           |              |           |
|--------|--------------|-----------|--------------|-----------|--------------|-----------|--------------|-----------|
| 压板碎花类  | 35.35        | 68.41     | 6.80         | 13.17     | 9.52         | 18.42     | 51.67        | 100.00    |
| 压板拼板类  | 45.11        | 68.82     | 8.44         | 12.87     | 12.00        | 18.31     | 65.55        | 100.00    |
| 压板小计   | 38.18        | 68.55     | 7.28         | 13.07     | 10.24        | 18.38     | 55.69        | 100.00    |
| 合 计    | 29.86        | 68.65     | 5.64         | 12.97     | 7.99         | 18.38     | 43.50        | 100.00    |
| 2019 年 | 单位直接材料       |           | 单位直接人工       |           | 单位制造费用       |           | 单位成本合计       |           |
|        | 金额<br>(元/千克) | 比例<br>(%) | 金额<br>(元/千克) | 比例<br>(%) | 金额<br>(元/千克) | 比例<br>(%) | 金额<br>(元/千克) | 比例<br>(%) |
| 挤板绞花类  | 34.14        | 74.55     | 5.42         | 11.82     | 6.24         | 13.63     | 45.80        | 100.00    |
| 挤板渐变类  | 33.32        | 74.87     | 5.22         | 11.73     | 5.96         | 13.40     | 44.51        | 100.00    |
| 挤板单色类  | 22.97        | 74.40     | 3.66         | 11.87     | 4.24         | 13.73     | 30.87        | 100.00    |
| 挤板层板类  | 29.83        | 74.34     | 4.76         | 11.86     | 5.54         | 13.80     | 40.13        | 100.00    |
| 挤板小计   | 27.62        | 74.45     | 4.40         | 11.85     | 5.08         | 13.70     | 37.10        | 100.00    |
| 压板碎花类  | 37.70        | 74.22     | 6.04         | 11.90     | 7.05         | 13.88     | 50.79        | 100.00    |
| 压板拼板类  | 45.90        | 74.34     | 7.32         | 11.86     | 8.53         | 13.81     | 61.75        | 100.00    |
| 压板小计   | 40.28        | 74.26     | 6.45         | 11.88     | 7.52         | 13.85     | 54.24        | 100.00    |
| 合 计    | 31.80        | 74.37     | 5.07         | 11.86     | 5.89         | 13.77     | 42.76        | 100.00    |
| 2018 年 | 单位直接材料       |           | 单位直接人工       |           | 单位制造费用       |           | 单位成本合计       |           |
|        | 金额<br>(元/千克) | 比例<br>(%) | 金额<br>(元/千克) | 比例<br>(%) | 金额<br>(元/千克) | 比例<br>(%) | 金额<br>(元/千克) | 比例<br>(%) |
| 挤板绞花类  | 30.77        | 75.77     | 4.54         | 11.18     | 5.30         | 13.04     | 40.61        | 100.00    |
| 挤板渐变类  | 32.19        | 75.92     | 4.69         | 11.06     | 5.52         | 13.02     | 42.40        | 100.00    |
| 挤板单色类  | 25.64        | 75.89     | 3.76         | 11.12     | 4.39         | 12.99     | 33.79        | 100.00    |
| 挤板层板类  | 30.14        | 75.78     | 4.43         | 11.13     | 5.21         | 13.09     | 39.78        | 100.00    |
| 挤板小计   | 28.35        | 75.83     | 4.16         | 11.14     | 4.87         | 13.04     | 37.39        | 100.00    |
| 压板碎花类  | 45.48        | 75.99     | 6.61         | 11.05     | 7.76         | 12.96     | 59.85        | 100.00    |
| 压板拼板类  | 42.36        | 75.84     | 6.25         | 11.19     | 7.25         | 12.97     | 55.86        | 100.00    |
| 压板小计   | 44.43        | 75.94     | 6.49         | 11.09     | 7.58         | 12.96     | 58.50        | 100.00    |
| 合 计    | 33.95        | 75.88     | 4.97         | 11.12     | 5.82         | 13.00     | 44.74        | 100.00    |
| 2017 年 | 单位直接材料       |           | 单位直接人工       |           | 单位制造费用       |           | 合计           |           |
|        | 金额<br>(元/千克) | 比例<br>(%) | 金额<br>(元/千克) | 比例<br>(%) | 金额<br>(元/千克) | 比例<br>(%) | 金额<br>(元/千克) | 比例<br>(%) |
| 挤板绞花类  | 34.23        | 78.23     | 4.08         | 9.32      | 5.45         | 12.45     | 43.75        | 100.00    |
| 挤板渐变类  | 36.53        | 78.77     | 4.19         | 9.03      | 5.66         | 12.20     | 46.37        | 100.00    |
| 挤板单色类  | 32.13        | 78.06     | 3.87         | 9.39      | 5.16         | 12.54     | 41.16        | 100.00    |
| 挤板层板类  | 34.64        | 78.21     | 4.10         | 9.27      | 5.55         | 12.52     | 44.29        | 100.00    |

|       |       |       |      |      |      |       |       |        |
|-------|-------|-------|------|------|------|-------|-------|--------|
| 挤板小计  | 33.62 | 78.18 | 4.01 | 9.32 | 5.37 | 12.50 | 43.00 | 100.00 |
| 压板碎花类 | 47.37 | 78.05 | 5.70 | 9.39 | 7.62 | 12.56 | 60.69 | 100.00 |
| 压板拼板类 | 43.65 | 78.20 | 5.20 | 9.32 | 6.96 | 12.48 | 55.82 | 100.00 |
| 压板小计  | 46.18 | 78.10 | 5.54 | 9.37 | 7.41 | 12.53 | 59.13 | 100.00 |
| 合 计   | 37.95 | 78.15 | 4.54 | 9.34 | 6.08 | 12.51 | 48.56 | 100.00 |

公司细分类别产品单位成本构成基本一致。各期主要产品单位成本构成情况存在一定的变动，变动原因与主营业务成本分要素构成波动原因相同。

主营业务成本分要素构成分析原因已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十、经营成果分析”之“（二）营业成本情况”之“4、主营业务成本分要素构成分析”中披露，具体内容如下：

“公司营业成本中占比最大的为直接材料。2017年、2018年及2019年，公司主营业务成本中直接材料金额分别为6,001.00万元、6,129.64万元和5,942.04万元，占主营业务成本的比重分别为78.15%、75.88%和74.37%。直接材料占主营业务成本的比重逐渐下降，首先是因为公司的直接材料主要为醋酸纤维素胶粒，报告期内醋酸纤维素胶粒价格受市场行情变化影响呈下降趋势，其次，直接工人和制造费用占比的上升间接导致直接材料占比下降。

2017年、2018年及2019年，直接人工的金额分别为717.31万元、898.04万元和947.76万元，占主营业务成本的比重分别为9.34%、11.12%和11.86%，直接人工金额和占比逐年上升，主要是因为生产工人工资水平上升。

2017年、2018年及2019年，制造费用的金额分别为960.81万元、1,050.46万元和1,099.89万元，占主营业务成本的比重分别为12.51%、13.00%和13.77%。制造费用主要由水电费、职工薪酬、折旧摊销等构成。报告期内，制造费用占主营业务成本的比例上升主要是因为职工薪酬和维修费用增加。

2020年1-6月直接材料、直接人工和制造费用的金额为1,399.96万元、264.47万元和374.73万元，比重分别为68.65%、12.97%和18.38%。与2019年相比，2020年1-6月制造费用占比上升，而直接材料占比下降，主要是因为受新冠病毒肺炎疫情及春节假期的影响，2020年1-6月销量仅为2019年的25.05%，而固定资产、无形资产等长期资产折旧摊销等固定成本波动较小。”

保荐机构发表的意见：

通过核查和分析主要产品营业成本结构，获取并分析主要产品原材料采购价

格及变动情况，保荐机构认为，发行人报告期内公司细分类别营业成本构成一致，主要产品单位成本构成一致，存在变动的原因主要是原材料价格波动、工资水平波动和维修费用变动等。

发行人已披露上述情况，已披露内容真实、准确、完整、合理。

第（2）问：结合各主要产品料工费金额及占比情况、各主要产品产量占比情况、主要原材料采购价格变动、报告期内生产工人人数及工资水平变化、维修费用具体情况进一步定量分析并披露原材料成本占比逐年下降、人工费用及制造费用占比逐年增长的原因及合理性；

就上述问题，发行人在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十、经营成果分析”之“（二）营业成本情况”之“4、主营业务成本分要素构成分析”中补充披露如下：

### （3）报告期直接材料、直接人工及制造费用占比变动情况

公司报告期各期直接材料、直接人工及制造费用占比情况如下表：

单位：%

| 产品类别  | 成本类别 | 2020年1-6月 | 2019年 | 2018年 | 2017年 |
|-------|------|-----------|-------|-------|-------|
| 挤板绞花类 | 直接材料 | 69.01     | 74.55 | 75.77 | 78.23 |
|       | 直接人工 | 12.77     | 11.82 | 11.18 | 9.32  |
|       | 制造费用 | 18.22     | 13.63 | 13.04 | 12.45 |
| 挤板渐变类 | 直接材料 | 69.27     | 74.87 | 75.92 | 78.77 |
|       | 直接人工 | 12.64     | 11.73 | 11.06 | 9.03  |
|       | 制造费用 | 18.09     | 13.40 | 13.02 | 12.20 |
| 挤板单色类 | 直接材料 | 68.65     | 74.40 | 75.89 | 78.06 |
|       | 直接人工 | 12.91     | 11.87 | 11.12 | 9.39  |
|       | 制造费用 | 18.44     | 13.73 | 12.99 | 12.54 |
| 挤板层板类 | 直接材料 | 68.35     | 74.34 | 75.78 | 78.21 |
|       | 直接人工 | 13.14     | 11.86 | 11.13 | 9.27  |
|       | 制造费用 | 18.51     | 13.80 | 13.09 | 12.52 |
| 压板碎花类 | 直接材料 | 68.41     | 74.22 | 75.99 | 78.05 |
|       | 直接人工 | 13.17     | 11.90 | 11.05 | 9.39  |
|       | 制造费用 | 18.42     | 13.88 | 12.96 | 12.56 |
| 压板拼板类 | 直接材料 | 68.82     | 74.34 | 75.84 | 78.20 |
|       | 直接人工 | 12.87     | 11.86 | 11.19 | 9.32  |
|       | 制造费用 | 18.31     | 13.81 | 12.97 | 12.48 |

| 产品类别 | 成本类别 | 2020 年 1-6 月 | 2019 年 | 2018 年 | 2017 年 |
|------|------|--------------|--------|--------|--------|
| 合 计  | 直接材料 | 68.65        | 74.37  | 75.88  | 78.15  |
|      | 直接人工 | 12.97        | 11.86  | 11.12  | 9.34   |
|      | 制造费用 | 18.38        | 13.77  | 13.00  | 12.51  |

受春节放假和疫情因素导致的开工率不足的影响,2020 年 1-6 月较 2019 年,公司主要产品直接材料占比下降了 5.72 个百分点,直接人工占比、制造费用占比分别上升了 1.11 和 4.61 个百分点。

受人均工资水平(包括直接人工和制造费用中的人工)上升以及原料采购价格下降影响,2019 年较 2018 年,主要产品的直接材料占比下降了 1.51 个百分点,直接人工占比、制造费用占比分别上升了 0.74 和 0.77 个百分点;2018 年较 2017 年,主要产品的直接材料占比下降了 2.27 个百分点,直接人工占比、制造费用占比分别上升了 1.78 和 0.49 个百分点。

#### (4) 报告期内各主要产品占总产量的比例情况

单位：%

| 项 目      | 2020 年 1-6 月 | 2019 年 | 2018 年 | 2017 年 |
|----------|--------------|--------|--------|--------|
| 挤板单色类    | 35.67        | 32.56  | 29.02  | 25.52  |
| 挤板绞花类    | 16.24        | 16.12  | 16.10  | 17.53  |
| 挤板层板类    | 13.32        | 15.20  | 17.94  | 19.54  |
| 挤板渐变类    | 3.88         | 2.35   | 2.10   | 2.51   |
| 挤板产量占比小计 | 69.11        | 66.23  | 65.16  | 65.10  |
| 压板碎花料    | 21.72        | 23.25  | 22.77  | 23.73  |
| 压板拼板料    | 9.17         | 10.52  | 12.07  | 11.18  |
| 压板产量占比小计 | 30.89        | 33.77  | 34.84  | 34.90  |
| 合 计      | 100.00       | 100.00 | 100.00 | 100.00 |

产品结构方面,报告期各期产量占比有小幅变动,其中,挤板产量占比略有上升,由于生产挤板比生产压板的工序少,挤板产量占比增加会相对减少单位人工成本和单位制造费用以及生产过程中的原料损耗,从而降低单位产品原料消耗占比。

#### (5) 主要原材料采购价格变动、报告期内生产工人人数及工资水平变化、维修费用情况

| 年 度          | 醋酸纤维素<br>胶粒价格<br>(元/千克) | 价格变<br>动率<br>(%) | 年平均生<br>产人员人<br>数 (人) | 生产工人<br>人均工资<br>(元/月) | 人均工<br>资增长<br>率 (%) | 维修费<br>(万元) | 维修费<br>变动率<br>(%) |
|--------------|-------------------------|------------------|-----------------------|-----------------------|---------------------|-------------|-------------------|
| 2020 年 1-6 月 | 28.71                   | 0.56             | 138                   | 3,378.66              | -30.04              | 10.18       | -78.11            |
| 2019 年度      | 28.55                   | -0.90            | 176                   | 4,829.15              | 4.54                | 46.50       | 70.69             |
| 2018 年度      | 28.81                   | -3.77            | 168                   | 4,619.38              | 11.52               | 27.59       | 69.78             |
| 2017 年度      | 29.94                   | —                | 142                   | 4,142.36              | —                   | 16.25       | —                 |

2018 年，受材料价格下降 3.77%、生产人员人均工资增长 11.52%以及制造费用中维修费用上升影响，使原材料成本占比下降 2.27 个百分点。

2019 年，受材料价格下降 0.9%、生产人员人均工资增长 4.54%以及制造费用中维修费用上升影响，使原材料成本占比下降 1.51 个百分点。

2020 年 1-6 月，受 2020 年厂房租金上涨和新冠病毒肺炎疫情对产量的重大影响，公司固定制造成本占比上升，原材料成本占比下降 5.72 个百分点；因开工不足，生产工人工资中的浮动部分大幅减少，导致 2020 年上半年生产工人人均工资大幅下降。

保荐机构发表的意见：

通过比较分析各主要产品产量占比变动，原材料采购价格变动以及人均工资增长等情况，保荐机构认为，报告期内，受主要原材料价格、人均工资水平以及产品结构及产量等变动影响，发行人原材料成本占比逐年下降、人工费用及制造费用占比逐年增长，发行人成本结构变动具备合理性。

第（3）问：补充说明报告期各期公司采购醋酸纤维素胶粒、色粉、PE 胶袋、软化油等主要材料平均价格与市场价格的比较情况及差异原因，采购价格是否公允；

1、公司产品主要原材料采购价格与市场价格的比较情况

公司产品的主要原材料中，色粉、PE 胶袋、软化油等均为品种繁多，市场供应量充足，流通量较大的一般工业品；醋酸纤维素胶粒的品种较多，市场供应量较为充足，市场化程度较高，公司需根据自身需求通过市场化方式，结合供货能力、产品质量和价格等因素与供应商协商定价。

鉴于上述主要原材料属于不存在公开市场统一价格的非大宗商品，因此无法将其采购价格与市场价格进行比较。

## 2、原材料采购价格的公允性

### （1）醋酸纤维素胶粒

2017年、2018年、2019年和2020年1-6月，公司产品主要原材料中，醋酸纤维素胶粒的采购金额分别占当期原材料采购总额的97.75%、97.69%、97.09%和96.63%，是公司最为主要的原材料。

2017年、2018年、2019年和2020年1-6月，公司向四川普什采购胶粒的均价，与公司向其他供应商采购胶粒的均价的差异率（不考虑年度返利因素）分别为2.06%、1.57%、1.92%和2.95%。该差异率的计算公式为： $(\text{公司向其他供应商采购均价} - \text{公司向四川普什采购均价}) \div \text{公司向四川普什采购均价} \times 100\%$ 。

公司向四川普什采购的醋酸纤维素胶粒中，采购量最大的型号为“GCA-CS01-LX”，占采购总量的90%左右。2017年、2018年、2019年及2020年1-6月公司向四川普什采购该产品的均价，与四川普什向其他客户销售该产品的平均售价的差异率分别为-0.07%、0.12%、1.55%和1.27%。该差异率的计算公式为： $(\text{四川普什向其他客户销售均价} - \text{公司向四川普什采购均价}) \div \text{公司向四川普什采购均价} \times 100\%$ 。

依据上述比较情况，报告期内公司采购醋酸纤维素胶粒的价格公允。

### （2）其他主要原材料采购价格的公允性

2017年、2018年、2019年及2020年1-6月，公司产品主要原材料中，色粉、PE胶袋、软化油的采购金额合计分别占当期原材料采购总额1.19%、1.34%、1.63%和1.92%，占比极低。上述原材料系公司根据具体生产需求，通过市场询价，选取物优价廉的供应商进行采购，采购价格均采用市场化方式协商确定，采购价格公允。

### 保荐机构发表的意见：

依据四川普什出具的发行人与其他第三方采购价格情况的说明、通过对发行人向四川普什采购醋酸纤维素胶粒价格与其他供应商采购价格的比较分析，以及相关原材料采购合同和询价资料的核查，保荐机构认为，发行人生产所需主要原材料均为品类较多、市场化程度较高、市场供应充足的非大宗商品，不存在公开市场统一报价。发行人原材料采购价格的确定，均系根据业务需求通过市场化方式选取供应商并与其协商确定，采购价格公允。

第（4）问：补充披露报告期各期公司原材料采购量和采购金额是否与发行人业务规模相匹配，采购、耗用主要材料数量，各材料耗用数量与各产品产量之间对应关系；公司报告期各期耗用能源数量，与产品产量之间的对应关系；

就上述问题，发行人在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十、经营成果分析”之“（二）营业成本情况”之“4、主营业务成本分要素构成分析”中补充披露如下：

（6）报告期各期公司原材料采购量和采购金额及与发行人业务规模匹配情况

| 项 目            | 2020 年 1-6 月 | 2019 年度      | 2018 年度      | 2017 年度      |
|----------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| 醋酸纤维素胶粒采购量(千克) | 546,000.00   | 2,241,512.90 | 2,287,685.37 | 2,334,671.03 |
| 采购金额(万元)       | 1,567.66     | 6,399.23     | 6,591.84     | 6,988.87     |
| 耗用量(千克)        | 533,415.80   | 2,236,083.45 | 2,276,370.69 | 2,182,396.03 |
| 采购耗用比(%)       | 97.70        | 99.76        | 99.51        | 93.48        |
| 完工产量(千克)       | 467,955.21   | 1,945,035.88 | 1,920,587.10 | 1,630,178.74 |
| 产量胶粒耗用比(%)     | 87.73        | 86.98%       | 84.37%       | 74.70%       |

醋酸纤维素胶粒是公司主要原材料，占采购总额的比例超过 97%。报告期内，公司主要原料采购耗用比近在 93.48%~99.76%之间，原料采购量与公司业务规模相匹配。

2017 年底，公司更新部分切断拖拉牵引机组、挤出机组等新生产设备，降低了损耗，同时公司优化排产订单减少换模次数，使公司的投入产出比从 74.70% 提高到了 84.37%。

（7）公司报告期各期生产耗用能源数量与产品产量之间的对应关系

| 项 目         | 2020 年 1-6 月 | 2019 年度      | 2018 年度      | 2017 年度      |
|-------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| 完工产量(千克)    | 467,955.21   | 1,945,035.88 | 1,920,587.10 | 1,630,178.74 |
| 生产耗用数量(kWh) | 1,493,308.80 | 5,947,948.80 | 5,950,540.80 | 5,356,915.20 |
| 单位能耗(kWh)   | 3.19         | 3.06         | 3.10         | 3.29         |
| 变动比例(%)     | 4.25         | -1.30        | -5.7%        | —            |

2020 年 1-6 月，单位能耗较 2019 年增长 4.25%，主要是 2020 年 1-6 月公司产量较低，公司租赁的厂房和办公室未分开安装电表，各年生产用电和管理用电之间按固定比例分摊，当产量相对较低时，按固定比例分摊的单位产品能耗会

相对较高。

公司 2018 年单位能耗较 2017 年降低 5.71%，一是 2017 年底更新部分切断拖拉牵引机组、挤出机组等新生产设备，改进生产流程，进行首件确认，提高了成品率产出率，相对降低了单位能耗；二是公司租赁的厂房和办公室未分开安装电表，各年生产用电和管理用电之间按固定比例分摊，当产量相对较低时，按固定比例分摊的单位产品能耗会相对较高。

保荐机构发表的意见：

通过核查发行人原材料采购，消耗及完工入库情况，对比分析产品单位能源消耗情况，保荐机构认为，报告期内发行人的原料采购量与发行人业务规模相匹配，投入产出比的变化系发行人提升生产效率的结果，符合发行人的实际情况；发行人单位能源消耗与产量相匹配，变动原因真实、合理。

第（5）问：请保荐人、申报会计师说明报告期内发行人成本完整性，是否存在外协生产企业、其他关联方代发行人支付成本、费用的情形

保荐机构的核查程序：

1、向管理层了解公司原料供应及价格变动情况，了解产品生产过程及成本构成情况；

2、执行采购与付款、生产与存货穿行测试，了解生产成本和营业成本的核算要求和执行情况；

3、抽查原材料采购、生产成本结转、营业成本结转和费用确认凭证，了解原材料采购、成本结转和费用确认的真实性、准确性和完整性；

4、对存货期末盘点进行监盘，了解发行人存货盘点内部控制，检查期末存货存在性、准确性和完整性；

5、执行实质性分析程序，对营业成本分产品类别、分区域和分月度进行分析；

6、访谈发行人的供应商，包括外协生产企业，了解发行人原材料采购和外协加工情况。

经核查，保荐机构认为，报告期内发行人成本具有完整性，不存在外协生产企业、其他关联方代发行人支付成本、费用的情形。

## 问题 15：关于主要供应商

报告期各期，公司对前五名供应商采购额总计占当期采购额的比重分别为 98.12%、97.96%、97.50%。发行人以前年度向四川普什、伊玛塑胶、大川（清新）塑料制品有限公司、东莞创耀塑料有限公司等四家公司均采购醋酸纤维素胶粒，2019 年仅向四川普什、伊玛塑胶采购醋酸纤维素胶粒。根据招股说明书，国内能生产符合发行人产品品质要求的胶粒的企业不超过 5 家。

请发行人：

（1）披露 2019 年集中向四川普什、伊玛塑胶采购的原因及合理性，各月向不同供应商平均采购价格及对比情况，分析并披露是否存在差异，如存在，说明原因及合理性；结合伊玛塑胶的股权结构、历史沿革、主营业务、生产规模、产品特性、国内醋酸纤维素胶粒其他供应商产品品质差异等，补充分析并披露发行人向伊玛塑胶集中采购的原因及合理性；

（2）补充披露主要供应商基本情况，包括但不限于设立时间、注册资本、实际控制人、经营规模、发行人采购占其收入的比重、合作历史等，与主要供应商的交易及结算流程；报告期内主要供应商分别属于贸易商还是生产商，相关定价原则情况；

（3）补充披露同类产品供应商采购价格间比较情况，如存在差异，差异情况及原因；补充提供与主要供应商的采购合同，并说明除与四川普什存在采购返利外，与其他供应商是否亦存在采购返利情形，如存在，补充披露主要采购返利条款，相关返利金额的计提及实际返还情况，相关会计处理是否符合《企业会计准则》的规定。

请保荐人、申报会计师发表明确意见，说明对发行人报告期内向供应商采购真实性的核查过程、结论，包括但不限于核查方式、各方式下核查供应商家数、标的选择方法、核查采购金额占比、核查结果，并说明相关核查是否充分。

回复如下：

第（1）问：披露 2019 年集中向四川普什、伊玛塑胶采购的原因及合理性，各月向不同供应商平均采购价格及对比情况，分析并披露是否存在差异，如存在，说明原因及合理性；结合伊玛塑胶的股权结构、历史沿革、主营业务、生产规模、

产品特性、国内醋酸纤维素胶粒其他供应商产品品质差异等，补充分析并披露发行人向伊玛塑胶集中采购的原因及合理性；

公司在招股说明书“第六节 业务与技术”之“五、公司采购情况及主要供应商”之“（五）报告期内向四川普什与伊玛塑胶的采购情况”补充披露如下：

#### （五）报告期内向四川普什与伊玛塑胶的采购情况

##### 1、集中向四川普什、伊玛塑胶采购的原因及合理性

2019 年，公司向四川普什和伊玛塑胶集中采购的主要原因如下：（1）2017 年及 2018 年，公司的主要醋酸纤维素胶粒供应商为四川普什、伊玛塑胶和大川塑料。四川普什、伊玛塑胶和大川塑料 2017 年分别占醋酸纤维素胶粒采购总额的 45.03%、39.05%和 15.55%，合计占比 99.63%；2018 年分别占醋酸纤维素胶粒采购总额的 58.37%、35.37%和 5.91%，合计占比 99.65%。自 2019 年 3 月，大川塑料不再从事醋酸纤维素胶粒的生产业务，故公司的采购向四川普什、伊玛塑胶集中；（2）四川普什和伊玛塑胶的产能充足、供货能力强、产品质量稳定，生产的醋酸纤维素胶粒在品质方面无明显差异，均能很好满足公司的生产需求；（3）四川普什和伊玛塑胶在采购返利方面的优惠条件较 2018 年均有所提高，集中采购能够获得更多的量价优惠。

##### 2、主要供应商平均采购价格比较情况

2019 年，公司醋酸纤维素胶粒主要供应商为四川普什和伊玛塑胶，分别占当期醋酸纤维素胶粒采购总量的 70.80%和 29.05%，合计占 99.84%；分别占当期醋酸纤维素胶粒采购总额的 70.03%和 29.72%，合计占 99.74%。

2019 年，公司按月向不同供应商采购醋酸纤维素胶粒的平均价格及其比较情况如下：

单位：元/千克

| 月份  | 四川普什① | 伊玛塑胶② | 价格差异（②-①） |
|-----|-------|-------|-----------|
| 1 月 | 28.39 | -     | -         |
| 2 月 | 28.31 | 28.71 | 0.40      |
| 3 月 | 28.19 | 28.74 | 0.56      |
| 4 月 | 28.53 | 29.22 | 0.69      |
| 5 月 | 28.57 | 29.26 | 0.70      |
| 6 月 | 28.64 | 29.25 | 0.62      |

| 月份   | 四川普什① | 伊玛塑胶② | 价格差异 (②-①) |
|------|-------|-------|------------|
| 7 月  | 28.62 | 29.23 | 0.61       |
| 8 月  | 28.43 | 29.26 | 0.83       |
| 9 月  | 27.80 | 29.28 | 1.48       |
| 10 月 | 28.11 | 29.29 | 1.18       |
| 11 月 | 27.67 | 29.23 | 1.57       |
| 12 月 | 27.89 | 29.31 | 1.42       |

2019 年，公司自四川普什采购价格较伊玛塑胶便宜的原因有：

(1) 公司达到了四川普什的年度返利条件，取得了返利；

(2) 公司向四川普什采购需先款后货，相比之下，伊玛塑胶给予公司 30 天的账期，伊玛塑胶的付款条件更为优越。

### 3、向伊玛塑胶集中采购的原因及合理性

伊玛塑胶为伊玛香港有限公司持股 100% 的港资企业，伊玛香港有限公司系世界醋酸纤维素材料领先企业美国伊士曼化工 (Eastman Chemical) 和本公司最主要的行业竞争对手之一华意胶板的母公司——意大利 MAZZUCHELLI 1849 共同出资设立。伊玛塑胶注册资本 620 万美元，成立日期 2002 年 06 月 27 日，2017 年以来无股权变动。

伊玛塑胶专业从事醋酸纤维素胶粒的生产，是国内领先的醋酸纤维素胶粒生产企业，具有年产 9,000 吨醋酸纤维素胶粒的生产能力。伊玛塑胶的醋酸纤维素胶粒产品质量稳定，与四川普什的产品在品质方面无明显差异，均能很好满足公司的生产需求。

公司向伊玛塑胶集中采购的主要原因为：(1) 伊玛塑胶系国内领先的醋酸纤维素胶粒生产企业，具备年产醋酸纤维素胶粒 9,000 吨的能力，产品品质能很好满足公司的生产需求；(2) 公司与伊玛塑胶自 2006 年开始合作，合作时间久、互信关系良好；(3) 集中采购使公司具备更强的议价能力，获取更优惠的价格；

(4) 伊玛塑胶给予公司 30 天的账期，较四川普什更为优越；(5) 伊玛塑胶生产场所位于深圳，较四川普什具有区位优势，能够作为公司原料来源的有效补充，避免出现原料短缺的情况。

保荐机构发表的意见：

保荐机构通过查询发行人的采购明细表，查阅四川普什与伊玛塑胶的采购合

同、获取其产能信息并进行访谈，查询伊玛塑胶的工商信息，认为发行人已充分披露 2019 年集中向四川普什、伊玛塑胶采购的原因系其产品具备价格及品质优势，说明发行人向上述两家供应商采购价格的差异原因系付款条件差异及年度返利因素，并披露发行人向伊玛塑胶集中采购的原因系其具备品质及区位优势。

第（2）问：补充披露主要供应商基本情况，包括但不限于设立时间、注册资本、实际控制人、经营规模、本公司采购占其收入的比重、合作历史等，与主要供应商的交易及结算流程；报告期内主要供应商分别属于贸易商还是生产商，相关定价原则情况；

公司在招股说明书“第六节 业务与技术”之“五、公司采购情况及主要供应商”之“（四）报告期内向前五名供应商采购情况”补充披露如下：

报告期内，公司各年度前 5 大供应商为四川普什、伊玛塑胶、大川塑料、深圳市龙岗区明旭塑胶颜料行、广州纵诚化工科技有限公司、深圳市彤浩联发包装材料有限公司、东莞创耀塑料有限公司、上海仕秀精细化工有限公司。

前述供应商中，四川普什、伊玛塑胶和大川塑料为公司的主要供应商。2017 年、2018 年、2019 年和 2020 年 1-6 月，公司向四川普什的采购金额，占原材料采购总额的比例分别为 44.02%、57.02%、67.99%和 68.39%；向伊玛塑胶的采购金额，占原材料采购总额的比例分别为 38.17%、34.55%、28.85%和 28.23%；向大川塑料的采购金额，占原材料采购总额的比例分别为 15.20%、5.77%、0.08%和 0.00%。2017 年、2018 年、2019 年和 2020 年 1-6 月，公司向上述三家供应商的采购金额，合计占原材料采购总额的比例分别为 97.39%、97.34%、96.92%和 96.63%，占比极高。报告期内，发行人与其交易情况如下：

| 名 称  | 采购内容    | 采购金额（万元）     |          |          |          |
|------|---------|--------------|----------|----------|----------|
|      |         | 2020 年 1-6 月 | 2019 年   | 2018 年   | 2017 年   |
| 四川普什 | 醋酸纤维素胶粒 | 1,107.47     | 4,481.14 | 3,847.50 | 3,146.95 |
| 伊玛塑胶 | 醋酸纤维素胶粒 | 457.22       | 1,901.70 | 2,331.50 | 2,729.24 |
| 大川塑料 | 醋酸纤维素胶粒 | -            | 5.39     | 389.40   | 1,086.64 |

四川普什、伊玛塑胶和大川塑料的基本情况如下：

| 供应商名称 | 设立时间         | 注册资本      | 实际控制人                                                                                    | 合作历史         |
|-------|--------------|-----------|------------------------------------------------------------------------------------------|--------------|
| 四川普什  | 2007. 08. 09 | 20,000 万元 | 宜宾市国资委                                                                                   | 自 2014 年开始合作 |
| 伊玛塑胶  | 2002. 06. 27 | 620 万美元   | Eastman Chemical, Asia Pacific Pte.Ltd 和 Mazzucchelli 1849S.p.A. 各出资 50%通过伊玛香港有限公司在华出资设立 | 自 2006 年开始合作 |
| 大川塑料  | 2001. 12. 24 | 150 万美元   | 廖华清                                                                                      | 自 2013 年开始合作 |

四川普什系四川省宜宾五粮液集团有限公司二级子公司，自成立以来专业从事醋酸纤维素的生产，是国内领先的醋酸纤维素生产企业，具有年产 15,000 吨醋酸纤维素胶粒的生产能力，目前醋酸纤维素胶粒实际产量为年产 10,000 吨。2017 年、2018 年、2019 年和 2020 年 1-6 月，公司向四川普什采购醋酸纤维素的金额分别占其收入总额的 4.15%、4.80%、4.48%和 1.82%。

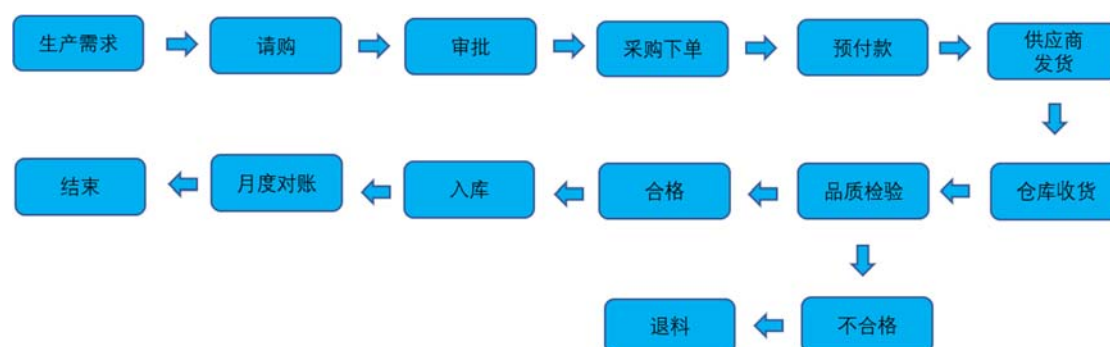
伊玛塑胶系世界醋酸纤维素材料领先企业美国伊士曼化工（Eastman Chemical）和公司最主要的行业竞争对手之一华意胶板的母公司—意大利 MAZZUCHELLI 1849 共同出资设立，专业从事醋酸纤维素胶粒的生产，是国内领先的醋酸纤维素胶粒生产企业，具有年产 9,000 吨醋酸纤维素胶粒的生产能力。

大川塑料为港资企业，主营业务为生产、加工、销售 PP、PVC、CA 等塑料及塑料制品。自 2019 年 3 月，不再从事醋酸纤维素胶粒的生产业务。

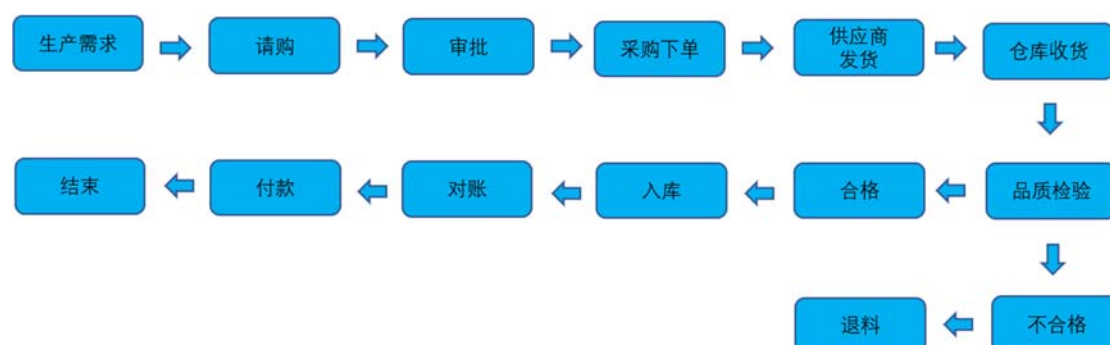
上述三家公司均为生产商，本公司向其采购的定价原则均为依据市场情况协商定价。

报告期内，公司与上述三家公司的交易及结算流程，主要差异在付款条件。四川普什为先款后货，伊玛塑胶、大川塑料给予公司一定的账期。

公司与四川普什的交易及结算流程如下：



公司与伊玛塑胶、大川塑料的交易及结算流程如下：



报告期，公司其他供应商基本情况如下：

报告期内，深圳市龙岗区明旭塑胶颜料行、广州纵诚化工科技有限公司、深圳市彤浩联发包装材料有限公司、东莞创耀塑料有限公司和上海仕秀精细化工有限公司，年度采购金额均未超过 30 万元。报告期内，发行人与其交易情况如下：

| 供应商名称           | 采购内容    | 采购金额（万元）     |        |        |        |
|-----------------|---------|--------------|--------|--------|--------|
|                 |         | 2020 年 1-6 月 | 2019 年 | 2018 年 | 2017 年 |
| 深圳市龙岗区明旭塑胶颜料行   | 色粉      | 6.21         | 25.21  | 17.77  | 26.22  |
| 广州纵诚化工科技有限公司    | 色粉      | 9.58         | 23.48  | 13.09  | 4.79   |
| 深圳市彤浩联发包装材料有限公司 | PE 胶袋   | 3.27         | 14.58  | 13.22  | 10.02  |
| 东莞创耀塑料有限公司      | 醋酸纤维素胶粒 | -            | 11.01  | 23.44  | 26.04  |
| 上海仕秀精细化工有限公司    | 软化油     | 4.00         | 13.27  | 10.39  | 13.59  |

上述公司基本情况如下：

| 供应商名称           | 设立时间        | 注册资本    | 股东       | 采购定价原则         |
|-----------------|-------------|---------|----------|----------------|
| 深圳市龙岗区明旭塑胶颜料行   | 2002. 5. 30 | N/A     | 经营者：卓建因  | 依据市场情况<br>协商定价 |
| 广州纵诚化工科技有限公司    | 2017. 4. 18 | 300 万元  | 陈颖婷、熊辉   | 依据市场情况<br>协商定价 |
| 深圳市彤浩联发包装材料有限公司 | 2011. 8. 9  | 10 万元   | 郑黄花      | 依据市场情况<br>协商定价 |
| 东莞创耀塑料有限公司      | 2005. 8. 16 | 560 万港币 | 创耀塑料有限公司 | 依据市场情况<br>协商定价 |
| 上海仕秀精细化工有限公司    | 1996. 1. 2  | 300 万元  | 赵士平      | 依据市场情况<br>协商定价 |

### 保荐机构发表的意见：

通过查询主要供应商的工商信息，获取四川普什与伊玛塑胶的产能信息，获取四川普什的审计报告，访谈四川普什、伊玛塑胶与大川塑料并对其进行采购与付款循环测试，保荐机构认为，发行人已充分披露主要供应商基本情况，报告期内主要供应商均属于生产商，发行人向主要供应商采购的定价原则均为依据市场情况协商定价。

第（3）问：补充披露同类产品供应商采购价格间比较情况，如存在差异，差异情况及原因；补充提供与主要供应商的采购合同，并说明除与四川普什存在采购返利外，与其他供应商是否亦存在采购返利情形，如存在，补充披露主要采购返利条款，相关返利金额的计提及实际返还情况，相关会计处理是否符合《企业会计准则》的规定。

发行人已补充提供与主要供应商的采购合同（见本问询函回复之附件2）。

就上述问题，发行人在招股说明书“第六节 业务与技术”之“五、公司采购情况及主要供应商”之“（六）主要供应商基本情况”补充披露如下：

#### 1、醋酸纤维素胶粒供应商价格比较情况

报告期内，公司醋酸纤维素胶粒各主要供应商采购平均单价比较如下：

单位：元/千克

| 供应商             | 2020 年 1-6 月 | 2019 年度 | 2018 年度 | 2017 年度 |
|-----------------|--------------|---------|---------|---------|
| 四川普什醋酸纤维素有限责任公司 | 28.47        | 28.24   | 28.46   | 29.52   |
| 伊玛塑胶（深圳）有限公司    | 29.31        | 29.21   | 29.09   | 30.29   |
| 大川（清新）塑料制品有限公司  | -            | -       | 29.93   | 29.92   |

报告期内，公司向四川普什的采购价格较其他供应商略低，主要有以下几个原因，一是公司向四川普什采购额显著大于其他供应商，且结算方式为先款后货，因此价格相对较低；二是四川普什是采购浆粕加工成醋酸纤维素，再用醋酸纤维素加工成胶粒，而其他供应商是直接采购醋酸纤维素加工成胶粒，四川普什的产业链更长，价格调整空间更大；三是四川普什地处西南地区，而其他供应商地处广东，且伊玛塑胶是外商独资企业，其人力成本相对更高。

由于大川塑料 2019 年 3 月不再从事醋酸纤维素胶粒的生产业务，公司 2019 年初向其采购属于零星采购，因此采购价格相对较高。

## 2、除四川普什以外的主要供应商的返利情况

近三年，公司向大川塑料采购原料无返利，向伊玛塑胶采购的返利情况如下：

| 项 目      | 2019 年度                          | 2018 年度                         | 2017 年度                                                                 |
|----------|----------------------------------|---------------------------------|-------------------------------------------------------------------------|
| 返利条款     | 最低年成交总数量达到 1000 吨，单价下降 0.3 元/kg。 | 最低年成交总数量达到 1000 吨，单价下降 0.1 元/kg | 达 900 吨，1%的返点；达 1000 吨，2%返点，返利在第 12 月份内执行完毕，2017 年 11 月至 12 月以新价格订货后不返点 |
| 年实际采购量   | 651.05 吨                         | 801.5 吨                         | 901 吨                                                                   |
| 是否达到返利条件 | 否                                | 否                               | 是                                                                       |
| 返利金额     | 未返利                              | 未返利                             | 27.86 万元（含税）                                                            |

公司 2017 年向伊玛塑胶采购的原料的返利已在当年执行完毕，因此当年末不再计提，而是在返利时直接冲减了当期采购成本。上述返利的会计处理方式符合《企业会计准则》的规定

## 保荐机构发表的意见：

通过核查不同供应商的采购合同、订单及返利协议或返利申请报告，比较采购价格差异及其变动，保荐机构认为，发行人向不同供应商采购同类产品的价格存在较小差异，差异原因合理；公司向其他供应商取得的采购返利已在采购当期取得，相关会计处理符合《企业会计准则》的规定。

第（4）问：说明对发行人报告期内向供应商采购真实性的核查过程、结论，包括但不限于核查方式、各方式下核查供应商家数、标的选择方法、核查采购金额占比、核查结果，并说明相关核查是否充分

## 1、保荐机构核查程序

针对报告期内发行人原材料采购较为集中的原因及合理性，以及原材料采购的真实性，保荐机构采用了实地走访、电话访谈、函证、采购与付款循环测试、原材料入库截止性测试的核查方式，具体情况如下：

（1）通过实地走访和电话访谈的方式，对报告期内发行人前三大供应商四川普什、伊玛塑胶和大川塑料的基本情况进行了核查。2017年、2018年、2019年和2020年1-6月，发行人对上述三家供应商的采购金额合计分别占当年原材料采购总额的97.39%、97.34%、96.92%和96.63%。通过对上述供应商公开信息资料的查询，结合以上访谈内容，对发行人与供应商交易的真实性及合理性进行验证。

（2）通过函证的方式，对报告期内上述前三大供应商与发行人的交易金额、应付账款余额、预付账款余额进行确认，据此对交易的真实性及采购金额的准确性和完整性进行核查。

（3）通过采用采购与付款循环测试的方式，对发行人报告期各年前五大供应商采购订单每季度抽样1笔，每年随机抽样其他供应商采购订单5笔，合计抽样供应商采购订单75笔，核查采购合同、请购单、订单、入库单、发票、银行回单及记账凭证等单据，据此对发行人采购环节内部控制的有效性进行验证。

（4）通过采用原材料入库截止性测试的方式，针对报告期各期末的原材料入库情况，在各期末前后各抽取原材料入库样本，核查交易是否存在跨期的现象。

## 2、保荐机构核查意见

保荐机构通过实地走访、电话访谈，对主要供应商存续的真实性进行了核查，并通过函证、原材料入库截止性测试、采购与付款循环测试，验证有关采购环节内控执行的有效性和采购交易的真实性，经上述方式核查后，保荐机构认为，保荐机构已采用了必要的核查手段和适当的核查方式，核查依据充分，确信报告期内发行人与供应商的交易真实性。

## 问题 16：关于毛利率

报告期内，发行人主营业务毛利率分别为 41.88%、45.64%和 48.33%，毛利率逐年大幅增长。根据招股说明书，2018 年挤板毛利率比 2017 年上升 5.97 个百分点，主要原因为主要原材料醋酸纤维素胶粒价格下降以及更换部分切断拖拉牵引机组、挤出机组等挤板生产设备，投入产出比提高了 8.71%；2019 年压板毛利率比 2018 年上升 5.13 个百分点，主要原因为主要原材料醋酸纤维素胶粒价格小幅下降以及公司提高生产计划和管理能力，降低了压板损耗和单位生产成本。根据公开信息，同行业竞争对手雅格胶板毛利率仅 20%左右。

请发行人：

(1) 结合各类产品的具体类型销量占比、原材料价格波动及毛利率情况、挤板和压板对应的主要机器设备成新率及设备更新进展，定量分析并披露报告期各期挤板类和压板类产品毛利率增长的原因及合理性，就主要原材料价格波动、机器设备更新导致的投入产出比波动分别对挤板类和压板类产品毛利率进行敏感性分析；

(2) 结合公司提高生产计划和管理能力的具体措施，进一步分析说明压板类产品 2019 年毛利率大幅增长而挤板类产品毛利率基本维持不变的原因及合理性；

(3) 结合发行人所处的行业竞争地位分析维持较高毛利率且大幅高于同行业竞争对手的原因及可持续性。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

回复如下：

第（1）问：结合各类产品的具体类型销量占比、原材料价格波动及毛利率情况、挤板和压板对应的主要机器设备成新率及设备更新进展，定量分析并披露报告期各期挤板类和压板类产品毛利率增长的原因及合理性，就主要原材料价格波动、机器设备更新导致的投入产出比波动分别对挤板类和压板类产品毛利率进行敏感性分析；

（一）就结合各类产品的具体类型销量占比定量分析报告期内挤板产品毛利率增长的原因及合理性，公司在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十、经营成果分析”之“（四）毛利及毛利率分析”之“2、毛利率及变

动趋势分析”之“(3) 毛利率变动按产品类别分析”之“① 挤板毛利率变动分析”中定量分析并修改补充披露如下：

公司报告期内挤板细分类别毛利率、销售额占比及毛利率变动情况如下：

| 项目    | 2020 年 1-6 月 |             |               | 2019 年度    |             |               |
|-------|--------------|-------------|---------------|------------|-------------|---------------|
|       | 毛利率<br>(%)   | 收入占比<br>(%) | 毛利率<br>变动 (%) | 毛利率<br>(%) | 收入占比<br>(%) | 毛利率<br>变动 (%) |
| 挤板绞花类 | 47.56        | 31.04       | -2.91         | 50.46      | 33.81       | -4.90         |
| 挤板渐变类 | 41.02        | 6.03        | -2.33         | 43.35      | 4.13        | -3.34         |
| 挤板单色类 | 39.28        | 40.67       | -0.92         | 40.20      | 38.41       | 5.41          |
| 挤板层板类 | 39.08        | 22.26       | -1.24         | 40.32      | 23.65       | 2.19          |
| 合计    | 41.91        | 100.00      | -1.92         | 43.83      | 100.00      | 0.71          |

(续上表)

| 项目    | 2018 年度    |             |               | 2017 年度    |             |
|-------|------------|-------------|---------------|------------|-------------|
|       | 毛利率<br>(%) | 收入占比<br>(%) | 毛利率<br>变动 (%) | 毛利率<br>(%) | 收入占比<br>(%) |
| 挤板绞花类 | 55.36      | 33.78       | 3.02          | 52.34      | 36.45       |
| 挤板渐变类 | 46.69      | 4.08        | 2.30          | 44.38      | 4.67        |
| 挤板单色类 | 34.79      | 35.31       | 12.93         | 21.86      | 30.08       |
| 挤板层板类 | 38.13      | 26.82       | 5.40          | 32.73      | 28.80       |
| 合计    | 43.12      | 100.00      | 5.97          | 37.15      | 100.00      |

注：挤板毛利率=绞花类毛利率\*绞花类收入占比+渐变类毛利率\*渐变类收入占比+单色类毛利率\*单色类收入占比+层板类毛利率\*层板类收入占比

2018 年挤板毛利率比 2017 年上升 5.97 个百分点，主要是因为挤板单色类毛利率上升 12.93%且销售收入占比上升 5.23%。

2019 年挤板毛利率与 2018 年基本持平，其中挤板绞花类毛利率下降 4.90%，而其销售收入占比较高且变化较小；同时，挤板单色类在毛利率上升 5.41%的情况下销售收入占比上升 3.10%。

2020 年 1-6 月挤板毛利率比 2019 年小幅下降，各细分类别毛利率变化趋势与挤板毛利率变化趋势一致，主要是因为受新冠病毒肺炎疫情和春节假期的影响，2020 年 1-6 月的销量仅为 2019 年的 25.05%，产品分摊的固定成本上升，从而单位营业成本上升。

细分类别销售额占比主要受细分类别销量和销售单价的影响。公司报告期内挤板细分类别销量和销售单价的情况如下：

| 项目    | 2020 年 1-6 月 |                |             | 2019 年度     |                |             |
|-------|--------------|----------------|-------------|-------------|----------------|-------------|
|       | 销量占比<br>(%)  | 销售单价<br>(元/千克) | 收入占比<br>(%) | 销量占比<br>(%) | 销售单价<br>(元/千克) | 收入占比<br>(%) |
| 挤板绞花类 | 21.74        | 93.91          | 31.04       | 24.15       | 92.46          | 33.81       |
| 挤板渐变类 | 5.05         | 78.55          | 6.03        | 3.47        | 78.56          | 4.13        |
| 挤板单色类 | 51.76        | 51.70          | 40.67       | 49.15       | 51.62          | 38.41       |
| 挤板层板类 | 21.45        | 68.25          | 22.26       | 23.23       | 67.25          | 23.65       |
| 合计    | 100.00       | 65.78          | 100.00      | 100.00      | 66.05          | 100.00      |

(续上表)

| 项目    | 2018 年度     |                |             | 2017 年度     |                |             |
|-------|-------------|----------------|-------------|-------------|----------------|-------------|
|       | 销量占比<br>(%) | 销售单价<br>(元/千克) | 收入占比<br>(%) | 销量占比<br>(%) | 销售单价<br>(元/千克) | 收入占比<br>(%) |
| 挤板绞花类 | 24.41       | 90.99          | 33.78       | 27.16       | 91.80          | 36.45       |
| 挤板渐变类 | 3.37        | 79.53          | 4.08        | 3.84        | 83.37          | 4.67        |
| 挤板单色类 | 44.79       | 51.82          | 35.31       | 39.07       | 52.67          | 30.08       |
| 挤板层板类 | 27.43       | 64.29          | 26.82       | 29.93       | 65.83          | 28.80       |
| 合计    | 100.00      | 65.73          | 100.00      | 100.00      | 68.42          | 100.00      |

注：挤板综合单价=绞花类单价\*绞花类销量占比+渐变类单价\*渐变类销量占比+单色类单价\*单色类销量占比+层板类单价\*层板类销量占比

2018 年挤板单色类销售收入占比较 2017 年上升 5.23%，主要是因为挤板单色类销量占比上升 5.72%；

2019 年挤板单色类销售收入占比较 2018 年上升 3.10%，主要是因为挤板单色类销量占比上升 4.36%；

(二)就结合原材料价格波动及毛利率情况定量分析报告期内挤板产品毛利率增长的原因及合理性，公司在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十、经营成果分析”之“(四)毛利及毛利率分析”之“2、毛利率及变动趋势分析”之“(3)毛利率变动按产品类别分析”之“① 挤板毛利率变动分析”中定量分析并修改补充披露如下：

“A. 公司产品的主要原材料醋酸纤维素胶粒价格受市场行情变化影响呈下降趋势，2018 年醋酸纤维素胶粒平均采购单价比 2017 年下降 3.77%。

原材料价格波动与挤板毛利率对比情况如下：

| 项 目             | 2019 年 | 2018 年 | 2017 年 |
|-----------------|--------|--------|--------|
| 醋酸纤维素胶粒单价（元/千克） | 28.55  | 28.81  | 29.94  |
| 醋酸纤维素胶粒单价变动（%）  | -0.90  | -3.77  | ——     |
| 挤板毛利率（%）        | 43.83  | 43.12  | 37.15  |
| 挤板毛利率变动（%）      | 0.71   | 5.97   | ——     |

2018 年挤板毛利率比 2017 年增长 5.97%，2018 年醋酸纤维素胶粒单价比 2017 年下降 3.77%，变化方向合理。2019 年挤板毛利率和醋酸纤维素胶粒单价变化均较小。”

（三）就结合压板对应的主要机器设备成新率及设备更新进展定量分析报告期内挤板产品毛利率增长的原因及合理性，公司在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十、经营成果分析”之“（四）毛利及毛利率分析”之“2、毛利率及变动趋势分析”之“（3）毛利率变动按产品类别分析”之“①挤板毛利率变动分析”中定量分析并修改补充披露如下：

“B.2017 年底 2018 年初公司更换了部分切断拖拉牵引机组、挤出机组等挤板生产设备，改进生产工艺，较大幅度降低了损耗，使公司的投入产出比提高了 8.71%。

2019 年末公司挤板主要机器设备明细和成新率如下：

| 项 目        | 账面原值       | 账面余额       | 开始使用时间     | 成新率    |
|------------|------------|------------|------------|--------|
| 三芯大挤出模具    | 448,717.95 | 249,729.35 | 2015/4/30  | 55.65% |
| 三芯大挤出模具    | 435,897.44 | 239,142.05 | 2015/3/31  | 54.86% |
| JH 系列模具    | 235,000.00 | 11,750.00  | 2006/1/31  | 5.00%  |
| 挤板模具       | 196,923.08 | 142,347.91 | 2017/1/22  | 72.29% |
| J5 系列模具    | 180,000.00 | 9,000.00   | 2006/1/31  | 5.00%  |
| 挤出模具       | 178,905.99 | 110,903.67 | 2015/12/31 | 61.99% |
| 水冷拉条挤出机    | 176,923.08 | 104,069.74 | 2015/8/31  | 58.82% |
| 三层皮子挤出模具   | 169,230.77 | 95,523.98  | 2015/5/31  | 56.45% |
| ZTE52 挤出机组 | 152,136.76 | 123,227.68 | 2017/12/31 | 81.00% |
| J3H 系列模具   | 145,000.00 | 48,543.04  | 2012/12/31 | 33.48% |

从上表可见，ZTE52 挤出机组为公司于 2017 年末更新的挤板设备，其他于 2017 年末更新的挤板设备为 3 套冲床切断、拖拉牵引机，明细如下：

| 项 目        | 账面原值      | 账面余额      | 开始使用时间     | 成新率    |
|------------|-----------|-----------|------------|--------|
| 冲床切断、拖拉牵引机 | 68,376.07 | 54,841.71 | 2017/11/30 | 80.21% |
| 冲床切断、拖拉牵引机 | 68,376.07 | 54,841.71 | 2017/11/30 | 80.21% |
| 冲床切断、拖拉牵引机 | 68,376.07 | 54,841.71 | 2017/11/30 | 80.21% |

从上表可见，上述更新的设备促进了 2018 年挤板投入产出率的提高，从而提高 2018 年挤板毛利率。”

（四）就结合各类产品的具体类型销量占比定量分析报告期内压板产品毛利率增长的原因及合理性，公司在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十、经营成果分析”之“（四）毛利及毛利率分析”之“2、毛利率及变动趋势分析”之“（3）毛利率变动按产品类别分析”之“②压板毛利率变动分析”中定量分析并修改补充披露如下：

公司报告期内压板细分类别毛利率、销量占比及毛利率变动情况如下：

| 项目    | 2020 年 1-6 月 |          |           | 2019 年度 |          |           |
|-------|--------------|----------|-----------|---------|----------|-----------|
|       | 毛利率 (%)      | 收入占比 (%) | 毛利率变动 (%) | 毛利率 (%) | 收入占比 (%) | 毛利率变动 (%) |
| 压板碎花类 | 56.08        | 69.74    | 0.65      | 55.43   | 66.88    | 9.71      |
| 压板拼板类 | 47.70        | 30.26    | -1.94     | 49.64   | 33.12    | -3.56     |
| 合计    | 53.54        | 100.00   | 0.03      | 53.51   | 100.00   | 5.13      |

（续上表）

| 项目    | 2018 年度 |          |           | 2017 年度 |          |
|-------|---------|----------|-----------|---------|----------|
|       | 毛利率 (%) | 收入占比 (%) | 毛利率变动 (%) | 毛利率 (%) | 收入占比 (%) |
| 压板碎花类 | 45.71   | 64.37    | 0.99      | 44.72   | 66.46    |
| 压板拼板类 | 53.20   | 35.63    | 0.65      | 52.55   | 33.54    |
| 合计    | 48.38   | 100.00   | 1.03      | 47.35   | 100.00   |

注：压板毛利率=碎花类毛利率\*碎花类收入占比+拼板类毛利率\*拼板类收入占比

2018 年压板毛利率比 2017 年上升 1.03 个百分点，压板碎花类和压板拼板类毛利率变动趋势与压板整体毛利率变动趋势一致，其中压板拼板类毛利率上升 0.65%，销售收入占比上升 2.09%。

2019 年压板毛利率比 2018 年上升 5.13%，其中压板碎花类毛利率上升 9.71%，销售收入占比上升 2.51%。

2020 年 1-6 月压板毛利率与 2019 年基本持平。

细分类别销售额占比主要受细分类别销量和销售单价的影响。公司报告期内挤板细分类别销量和销售单价的情况如下：

| 项目    | 2020 年 1-6 月 |                |             | 2019 年度     |                |             |
|-------|--------------|----------------|-------------|-------------|----------------|-------------|
|       | 销量占比<br>(%)  | 销售单价<br>(元/千克) | 收入占比<br>(%) | 销量占比<br>(%) | 销售单价<br>(元/千克) | 收入占比<br>(%) |
| 压板碎花类 | 71.06        | 117.64         | 69.74       | 68.48       | 113.95         | 66.88       |
| 压板拼板类 | 28.94        | 125.33         | 30.26       | 31.52       | 122.62         | 33.12       |
| 合计    | 100.00       | 119.87         | 100.00      | 100.00      | 116.68         | 100.00      |

(续上表)

| 项目    | 2018 年度     |                |             | 2017 年度     |                |             |
|-------|-------------|----------------|-------------|-------------|----------------|-------------|
|       | 销量占比<br>(%) | 销售单价<br>(元/千克) | 收入占比<br>(%) | 销量占比<br>(%) | 销售单价<br>(元/千克) | 收入占比<br>(%) |
| 压板碎花类 | 66.17       | 110.25         | 64.37       | 67.98       | 109.79         | 66.46       |
| 压板拼板类 | 33.83       | 119.37         | 35.63       | 32.02       | 117.64         | 33.54       |
| 合计    | 100.00      | 113.33         | 100.00      | 100.00      | 112.30         | 100.00      |

注：压板综合单价=碎花类单价\*碎花类销量占比+拼板类单价\*拼板类销量占比

2018 年压板拼板类销售收入占比较 2017 年上升 2.09%，一方面是因为销量占比上升 1.82%，另一方面是因为销售单价上升 1.73 元/千克。

2019 年压板碎花类销售收入占比较 2018 年上升 2.51%，一方面是因为销量占比上升 2.31%，另一方面是因为销售单价上升 3.70 元/千克；

(五)就结合原材料价格波动及毛利率情况定量分析报告期内压板产品毛利率增长的原因及合理性，公司在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十、经营成果分析”之“(四)毛利及毛利率分析”之“2、毛利率及变动趋势分析”之“(3)毛利率变动按产品类别分析”之“② 压板毛利率变动分析”中定量分析并修改补充披露如下：

“A. 公司产品的主要原材料醋酸纤维素胶粒价格受市场行情变化影响呈下降趋势，2019 年醋酸纤维素胶粒平均采购单价比 2018 年下降 0.90%。

原材料价格波动与压板毛利率对比情况如下

| 项 目              | 2019 年 | 2018 年 | 2017 年 |
|------------------|--------|--------|--------|
| 醋酸纤维素胶粒单价 (元/千克) | 28.55  | 28.81  | 29.94  |
| 醋酸纤维素胶粒单价变动 (%)  | -0.90  | -3.77  | ——     |
| 压板毛利率 (%)        | 53.51  | 48.38  | 47.35  |
| 压板毛利率变动 (%)      | 5.13   | 1.03   | ——     |

2018 年压板毛利率比 2017 年增长 1.03%，2018 年醋酸纤维素胶粒单价比 2017 年下降 3.77%，变化方向合理。毛利率上升的幅度不及醋酸纤维素胶粒单价下降的幅度，主要是因为工资水平上升导致压板的单位直接人工由 2018 年的 5.54 元/千克上升至 6.49 元/千克。

2019 年压板毛利率比 2018 年增长 5.13%，2019 年醋酸纤维素胶粒单价比 2018 年下降 0.90%，变化方向合理。毛利率上升的幅度超过醋酸纤维素胶粒单价的幅度，主要是为 2019 年压板销售单价比 2018 年上升 2.95%”

(六)就结合压板对应的主要机器设备成新率及设备更新进展定量分析报告期内压板产品毛利率增长的原因及合理性，公司在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十、经营成果分析”之“(四)毛利及毛利率分析”之“2、毛利率及变动趋势分析”之“(3)毛利率变动按产品类别分析”之“②压板毛利率变动分析”中定量分析并修改补充披露如下：

#### “C. 压板主要机器设备成新率及更新进展

2019 年末公司压板主要机器设备明细如下：

单位：元

| 项 目         | 账面原值         | 账面余额       | 开始使用时间     | 成新率    |
|-------------|--------------|------------|------------|--------|
| 导热油加热层压机热压机 | 1,205,128.25 | 861,594.29 | 2016/12/31 | 71.49% |
| 导热油加热层压机    | 1,205,128.23 | 861,594.27 | 2016/12/31 | 71.49% |
| 热压机         | 598,290.63   | 342,521.37 | 2015/3/31  | 57.25% |
| 压板机         | 427,350.42   | 196,581.06 | 2013/12/31 | 46.00% |
| 冷热同台、层压机    | 401,709.40   | 229,930.36 | 2015/6/30  | 57.24% |
| 压板机         | 265,000.00   | 61,579.02  | 2011/11/30 | 23.24% |
| 热压机         | 256,410.27   | 144,871.63 | 2015/2/28  | 56.50% |
| 冷热同台、层压机    | 256,410.26   | 142,702.51 | 2015/4/30  | 55.65% |
| 冷热同台、层压机    | 256,410.25   | 142,702.54 | 2015/4/30  | 55.65% |
| 回流线         | 247,863.24   | 177,207.30 | 2016/12/31 | 71.49% |
| 压板机         | 230,769.24   | 99,230.72  | 2013/8/31  | 43.00% |
| 自动涂胶水机      | 203,883.50   | 178,058.22 | 2018/8/24  | 87.33% |

公司于 2018 年 8 月新增自动涂胶水机，实现该流程的自动化，提高了生产效率，对压板毛利率提高带来积极影响。”

(七)就主要原材料价格波动、机器设备更新导致的投入产出比波动分别对挤板类和压板类产品毛利率进行敏感性分析，公司在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十、经营成果分析”之“(四)毛利及毛利率分析”

之“2、毛利率及变动趋势分析”之“(3) 毛利率变动按产品类别分析”中定量分析并补充披露如下：

**“③ 主要原材料价格波动、投入产出比波动对挤板类和压板类产品毛利率的敏感性分析**

以2019年直接材料、直接人工和制造费用构成为基础，假设原材料价格上升1%、2%、5%和10%，计算挤板和压板产品毛利率对原材料价格波动的敏感性如下：

| 原材料价格波动 | 1%     | 2%     | 5%     | 10%    |
|---------|--------|--------|--------|--------|
| 挤板毛利率波动 | -0.42% | -0.84% | -2.09% | -4.18% |
| 压板毛利率波动 | -0.35% | -0.69% | -1.73% | -3.45% |

挤板毛利率和压板毛利率对原材料价格的敏感性均为负，其中挤板毛利率对原材料价格的敏感性略大于压板。

以2019年的投入产出率为基础，假设投入产出率上升1%、2%、5%和10%，计算挤板和压板产品毛利率对投入产出比波动的敏感性如下：

| 投入产出率波动 | 1%    | 2%    | 5%    | 10%   |
|---------|-------|-------|-------|-------|
| 挤板毛利率波动 | 0.65% | 1.28% | 3.09% | 5.85% |
| 压板毛利率波动 | 0.53% | 1.06% | 2.55% | 4.84% |

挤板毛利率和压板毛利率对原材料价格的敏感性均为正，其中挤板毛利率对原材料价格的敏感性略大于压板。”

**保荐机构发表的意见：**

通过核查和分析发行人产品的具体类型销量占比、原材料价格波动及毛利率情况，获得并挤板和压板对应的主要机器设备清单，分析主要机器设备及原材料价格波动和投入产出比波动，保荐机构认为：

发行人报告期内挤板和压板产品毛利率增长主要是受单位成本变动、平均销售单价变动影响；就发行人主要原材料价格波动、机器设备更新导致的投入产出比波动，分别对挤板和压板产品毛利率进行敏感性分析，主要原材料价格波动、投入产出比波动对挤板和压板产品毛利率均存在一定影响。

发行人已披露上述情况，已披露内容真实、准确、完整、合理。

第（2）问：结合公司提高生产计划和管理能力的具体措施，进一步分析说

## 明压板类产品 2019 年毛利率大幅增长而挤板类产品毛利率基本维持不变的原因及合理性

就结合公司提高生产计划和管理能力的具体措施,进一步分析说明压板类产品 2019 年毛利率大幅增长而挤板类产品毛利率基本维持不变的原因及合理性,公司已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十、经营成果分析”之“(四)毛利及毛利率分析”之“2、毛利率及变动趋势分析”之“(3)毛利率变动按产品类别分析”之“② 压板毛利率变动分析”中补充披露如下:

“B. 2019 年公司提高了生产计划和管理能力,有效降低了压板损耗和单位生产成本。2019 年公司优化压板生产计划和提高压板生产管理能力,导致压板单位成本下降,毛利率上升的措施有:(a)对于销量较好的压板产品,公司以计划订单的方式提前增加单次产量,减少生产批次,有效降低了损耗;(b)优化压板生产工艺,调整作业方法,提高生产效率,例如公司于 2019 年 5 月更换热压水泵和管道,使每趟压板生产冷却时间由 55 分钟缩短至 50 分钟,每趟压板生产时间由 90 分钟缩短至 85 分钟,每趟压板生产时间缩短 5.6%;(c)压板作业人员流失率从 2018 年的 15%降低到 2019 年的 9%,熟练工人生产效率较高,对产品产量和质量都有促进作用;(d)公司于 2019 年 1 月新增小型自动压片机,专门用于生产压板样板,减少生产压板样板占用压板生产线造成的效率损失。”

保荐机构发表的意见:

通过了解发行人提高压板生产计划和压板生产管理能力的具体措施,保荐机构认为,2019 年发行人实施的优化压板生产计划和提高压板生产管理能力的措施,有效降低了压板单位成本,提升毛利率。

发行人已披露上述内容,已披露内容真实、准确、完整、合理。

## 第(3)问:结合发行人所处的行业竞争地位分析维持较高毛利率且大幅高于同行业竞争对手的原因及可持续性

就结合发行人所处的行业竞争地位分析维持较高毛利率且大幅高于同行业竞争对手的原因及可持续性,公司在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十、经营成果分析”之“(四)毛利及毛利率分析”之“3、同行业上市公司毛利率比较”中补充披露如下:

公众公司中与公司主营业务相同或相近的仅有新三板挂牌企业雅格股份,

报告期内雅格股份与公司毛利率的情况如下：

| 公司代码      | 公司名称 | 毛利率（%）       |        |        |        |
|-----------|------|--------------|--------|--------|--------|
|           |      | 2020 年 1-6 月 | 2019 年 | 2018 年 | 2017 年 |
| 831748.00 | 雅格股份 | 17.84        | 24.23  | 23.05  | 13.05  |
| 本公司       |      | 46.64        | 47.81  | 45.38  | 41.66  |

2017 年、2018 年、2019 年及 2020 年 1-6 月雅格股份的毛利率分别比本公司低 28.61%、22.33%、23.58%及 28.80%。根据雅格股份公开转让说明书和历年年度报告，一方面，雅格股份“为留住客户降低价格”，反映了其销售单价较低，另一方面，“由于产量下降，固定成本不变，导致产品的单位生产成本增加”，反映了其单位生产成本较高。雅格股份规模较小，无法实现规模效应，因此毛利率较低，本公司是高新技术企业，产品附加值相对较高，质量稳定，且规模较大，在醋酸纤维素板材行业处于领先地位，因此毛利率较高，并具有可持续性。

保荐机构发表的意见：

通过核查发行人行业地位，获取并分析同行业可比公司公开信息，保荐机构认为，发行人是高新技术企业，产品附加值相对较高，质量稳定，且规模较大，在醋酸纤维素板材行业处于领先地位，因此与同行业企业相比，毛利率较高，具有可持续性。

发行人已披露上述内容，已披露内容真实、准确、完整、合理。

## 问题 17：关于固定资产和无形资产

申报材料显示，发行人固定资产中的机器设备、运输设备和办公及其他设备的折旧年限分别为 10 年、5-10 年、5-10 年，无形资产 SAP 软件摊销年限为 10 年，长期待摊费用中的装修支出摊销年限为 3-10 年。公司固定资产折旧年限、无形资产摊销年限、长期待摊费用摊销年限与同行业上市公司存在一定差异。

请发行人：

（1）结合公司固定资产主要构成、效用，并结合公司业务的一般流程，分析并披露公司期末公司生产使用的固定资产余额及构成的合理性，是否与发行人业务规模相匹配，是否与同行业可比公司相匹配；

（2）补充说明固定资产中主要设备的明细内容及对应的具体折旧年限，主要机器设备、运输设备、办公及其他设备折旧年限是否符合行业惯例，是否超出主要机器设备、运输设备、办公及其他设备的平均使用年限，是否符合《企业会计准则》的相关规定；SAP 软件、装修支出摊销年限的合理性，是否符合《企业会计准则》的相关规定；

（3）按照同行业可比同类设备、软件或长期待摊的折旧或摊销年限模拟测算并披露对发行人报告期各期业绩及财务数据的影响。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

回复如下：

第（1）问：结合公司固定资产主要构成、效用，并结合公司业务的一般流程，分析并披露公司期末生产使用的固定资产余额及构成的合理性，是否与发行人业务规模相匹配，是否与同行业可比公司相匹配；

就公司期末生产使用的固定资产余额及构成的合理性，是否与发行人业务规模相匹配，是否与同行业可比公司相匹配，发行人在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十一、资产质量分析”之“（三）非流动资产分析”之“1、固定资产”补充披露如下：

## (1) 2020 年 6 月末公司机器设备账面原值、账面价值及构成情况如下:

| 类别<br>(一级) | 类别<br>(二级) | 账面原值<br>(万元) | 账面价值<br>(万元) | 原值比例<br>(%) | 成新率<br>(%) |
|------------|------------|--------------|--------------|-------------|------------|
| 生产设备       | 挤板设备       | 983.59       | 431.43       | 51.34       | 43.86      |
|            | 压板设备       | 614.42       | 349.51       | 32.07       | 56.88      |
|            | 回收设备       | 95.45        | 45.99        | 4.98        | 48.19      |
|            | 混料设备       | 63.76        | 38.60        | 3.33        | 60.53      |
|            | 其他设备       | 43.87        | 21.73        | 2.29        | 49.53      |
| 生产设备小计     |            | 1,801.08     | 887.25       | 94.01       | 49.26      |
| 开发测试设备     |            | 114.67       | 66.33        | 5.99        | 57.84      |
| 合 计        |            | 1,915.75     | 953.58       | 100.00      | 49.78      |

公司的机器设备以生产设备为主。开发测试设备用于产品开发和测试,生产设备中的回收设备用于回收生产过程中产生的废料,经分拣加工后可以用于清洗机器、生产挤板或压板。其他主要生产设备的具体情况如下:

## ① 混料设备和挤板设备用于生产挤板。

挤板的主要生产流程包括混料、烤料、挤出等。用于混料的设备主要有混色机、上料机、注塑机等,期末账面原值和账面价值分别为 63.76 万元和 38.60 万元;用于烤料的设备主要有不锈钢耐腐烤箱等,期末账面原值和账面价值分别为 78.39 万元和 29.37 万元;用于挤出的设备主要有挤出机(组)、挤出模具、色粉机等,期末账面原值和账面价值分别为 789.40 万元和 344.60 万元;挤板设备中的其他设备主要为用于牵引板材至裁板机的牵引机,期末账面原值和账面价值分别为 38.71 万元和 16.39 万元。

## ② 压板设备用于生产压板。

挤板生产为压板生产的前序工序,挤板经碎板后形成挤碎料用于生产压板,压板的主要生产流程包括热压、刨板等。用于热压的设备主要有层压机、热压机、压板机等,期末账面原值和账面价值分别为 522.52 万元和 292.93 万元;用于刨板的设备主要有刨板机、刨料机等,期末账面原值和账面价值分别为 12.68 万元和 7.88 万元。

公司的机器设备余额和构成合理。

## (2) 机器设备账面原值与产量的匹配关系

| 项目              | 2020 年 1-6 月/<br>2020 年 6 月末 | 2019 年（末）    | 2018 年（末）    | 2017 年（末）    |
|-----------------|------------------------------|--------------|--------------|--------------|
| 机器设备账面原值（万元）    | 1,915.75                     | 1,911.58     | 1,869.75     | 1,694.39     |
| 产能（千克）          | 1,153,433.60                 | 1,945,223.62 | 1,915,823.62 | 1,915,823.62 |
| 产量（千克）          | 467,694.89                   | 1,945,035.88 | 1,920,587.10 | 1,630,178.74 |
| 每万元设备产能（千克, 年化） | 1,204.16                     | 1,017.60     | 1,024.64     | 1,130.69     |
| 每万元设备产量（千克, 年化） | 488.26                       | 1,017.50     | 1,027.19     | 962.11       |

报告期各期每万元设备产能较为稳定;2020 年 1-6 月每万元设备产量下降,主要是受新冠病毒肺炎疫情的影响;2017 年、2018 年及 2019 年每万元设备产量较为稳定,机器设备账面原值与产量匹配。

### (3) 2020 年 6 月末公司的机器设备与同行业可比公司比较情况

单位：万元

| 公司代码      | 公司名称 | 营业收入      | 机器设备<br>账面原值 | 每万元设备<br>营业收入 |
|-----------|------|-----------|--------------|---------------|
| 603657.SH | 春光科技 | 30,122.11 | 11,432.46    | 2.63          |
| 688299.SH | 长阳科技 | 41,599.01 | 46,431.45    | 0.90          |
| 002735.SZ | 王子新材 | 58,950.90 | 16,608.48    | 3.55          |
| 300717.SZ | 华信新材 | 12,079.19 | 27,204.13    | 0.44          |
| 简单平均      |      | 35,687.80 | 25,419.13    | 1.40          |
| 本公司       |      | 3,892.57  | 1,915.75     | 2.03          |

数据来源：根据可比上市公司公开信息统计。

2020 年 6 月末公司的每万元设备营业收入高于同行业可比公司平均水平。春光科技每万元设备营业收入高于其他同行业可比公司,主要是因为每万元设备营业收入与产品性质和生产设备的通用性有关,王子新材的主要产品为塑料包装材料,企业可以通过调整花纹图案和生产设备所使用的模具生产出不同类型的包装材料,生产设备的通用性较大。公司可以通过调整配色图纹和模具生产不同色彩图纹的板材,生产设备的通用性较大,因此每万元设备营业收入也较高。

2020 年 6 月末雅格股份的营业收入和机器设备账面原值分别为 146.60 万元和 472.02 万元,每万元设备营业收入为 0.31 万元。公司每万元设备营业收入的比例高于雅格股份,一方面是因为公司规模远大于雅格股份,存在规模效益,另一方面雅格股份规模较小,抗风险能力较弱,受新冠病毒肺炎疫情的影响较大。

公司的机器设备余额与公司业务规模相匹配,与同行业可比公司相比存在

差异，但与公司的行业特点和业务特点相吻合，具有合理性。

保荐机构发表的意见：

通过检查公司固定资产清单和效用，了解公司业务的一般流程，保荐机构认为，发行人期末生产使用的固定资产余额及构成具有合理性，与发行人业务规模相匹配，与同行业可比公司存在一定差异，但具有合理性。

发行人已披露上述情况，已披露情况真实、合理。

第（2）问：补充说明固定资产中主要设备的明细内容及对应的具体折旧年限，主要机器设备、运输设备、办公及其他设备折旧年限是否符合行业惯例，是否超出主要机器设备、运输设备、办公及其他设备的平均使用年限，是否符合《企业会计准则》的相关规定；SAP 软件、装修支出摊销年限的合理性，是否符合《企业会计准则》的相关规定；

1、关于固定资产折旧年限，是否符合《企业会计准则》的相关规定

公司固定资产中主要设备的明细内容及对应的具体折旧年限如下：

单位：万元

| 资产类别 | 资产明细        | 原值     | 残值率（%） | 占比（%） | 折旧年限 |
|------|-------------|--------|--------|-------|------|
| 机器设备 | 导热油加热层压机    | 241.03 | 5      | 12.58 | 10 年 |
|      | 冷热同台、层压机    | 91.45  | 5      | 4.77  | 10 年 |
|      | 热压机         | 85.47  | 5      | 4.46  | 10 年 |
|      | J 系列模具      | 292.84 | 5      | 15.29 | 10 年 |
|      | 110-512 模具  | 62.39  | 5      | 3.26  | 10 年 |
|      | UD 系列模具     | 21.95  | 5      | 1.15  | 10 年 |
|      | 压板模具        | 35.65  | 5      | 1.86  | 10 年 |
|      | 三芯机出模具      | 60.51  | 5      | 3.16  | 10 年 |
|      | 45CA 片材押出主机 | 28.51  | 5      | 1.49  | 10 年 |
|      | 45 押出主机     | 19.66  | 5      | 1.03  | 10 年 |
|      | 不锈钢烤箱、烤箱    | 90.15  | 5      | 4.71  | 10 年 |
|      | 45 挤出/机械挤出机 | 25.15  | 5      | 1.31  | 10 年 |
|      | 60 挤出/机械挤出机 | 56.97  | 5      | 2.97  | 10 年 |
|      | 冲床切断、拖拉牵引机  | 20.51  | 5      | 1.07  | 10 年 |
|      | 高速混料/色机     | 11.38  | 5      | 0.59  | 10 年 |
|      | 回流线         | 24.79  | 5      | 1.29  | 10 年 |
|      | 立式三辊压光机     | 32.97  | 5      | 1.72  | 10 年 |

| 资产类别     | 资产明细      | 原值       | 残值率（%） | 占比（%）  | 折旧年限     |
|----------|-----------|----------|--------|--------|----------|
|          | 激光打标机     | 26.21    | 5      | 1.37   | 10 年     |
|          | 牵引机/架     | 28.34    | 5      | 1.48   | 10 年     |
|          | 三层皮子挤出模具  | 16.92    | 5      | 0.88   | 10 年     |
|          | 注塑机       | 38.29    | 5      | 2.00   | 10 年     |
|          | 自动涂胶水机    | 20.39    | 5      | 1.06   | 10 年     |
|          | 测色计       | 19.44    | 5      | 1.01   | 10 年     |
|          | 色分机       | 11.60    | 5      | 0.61   | 10 年     |
|          | 小 计       | 1,362.57 | —      | 71.12  | —        |
|          | 机器设备总计    | 1,915.75 |        | 100.00 | —        |
| 运输设备     | 奔驰越野车     | 213.98   | 5      | 59.15  | 10 年     |
|          | 丰田商务车     | 84.60    | 5      | 23.38  | 10 年     |
|          | 其他车辆等     | 63.20    | 1-5    | 17.47  | 10 年、5 年 |
|          | 小 计       | 361.78   | —      | 100.00 | —        |
|          | 运输设备总计    | 361.78   | —      | 100.00 | —        |
| 办公及其他设备  | 门房雨棚      | 55.98    | 5      | 11.78  | 10 年     |
|          | 变压器       | 55.55    | 5      | 11.69  | 10 年     |
|          | 电梯        | 42.38    | 5      | 8.92   | 10 年     |
|          | 空调        | 48.98    | 5      | 10.30  | 5 年      |
|          | 电脑        | 26.30    | 5      | 5.53   | 5 年      |
|          | 服务器       | 23.23    | 5      | 4.89   | 5-10 年   |
|          | 家具        | 30.99    | 5      | 6.52   | 5 年      |
|          | 铁（货）架     | 32.43    | 5      | 6.82   | 10 年     |
|          | 通风管道      | 18.50    | 5      | 3.89   | 10 年     |
|          | 配电柜       | 16.00    | 5      | 3.37   | 10 年     |
|          | 小 计       | 350.34   | —      | 73.71  | —        |
|          | 办公及其他设备总计 | 475.31   | —      | 100.00 | —        |
| 主要设备资产合计 |           | 2,074.69 | —      | 75.37  | —        |
| 固定资产合计   |           | 2,752.85 | —      | 100.00 | —        |

公司固定资产折旧年限与同行业公司固定资产折旧比较如下：

| 项 目     | 雅格股份   | 春光科技   | 长阳科技   | 王子新材   | 华信新材    | 本公司    |
|---------|--------|--------|--------|--------|---------|--------|
| 生产设备    | 5-10 年 | 3-10 年 | 3-20 年 | 10 年   | 10-15 年 | 10 年   |
| 运输工具    | 5 年    | 3-10 年 | 5 年    | 5 年    | 8 年     | 5-10 年 |
| 办公及其他设备 | 3 年    | 3-5 年  | 3-5 年  | 5-10 年 | 5 年     | 5-10 年 |

与同行业公司相比，公司机器设备折旧年限与雅格股份、春光科技和王子新材较为接近，短于长阳科技的平均折旧年限；公司运输设备折旧年限与春光科技较为接近，长于雅格股份、长阳科技和王子新材；办公及其他设备折旧年限与王子新材一致，长于雅格股份、春光科技和长阳科技。公司固定资产折旧年限处于同行业公司的固定资产折旧年限区间之内，符合行业惯例。

公司报告期内处置的主要固定资产的使用情况

| 设备名称   | 原值（万元） | 购置时间        | 出售时间        | 实际使用期间  | 折旧年限 |
|--------|--------|-------------|-------------|---------|------|
| 调色机    | 3.00   | 2006 年 4 月  | 2017 年 12 月 | 11.67 年 | 10 年 |
| 不锈钢烤箱  | 8.50   | 2006 年 4 月  | 2017 年 12 月 | 11.67 年 | 10 年 |
| 拉板机    | 18.75  | 2006 年 5 月  | 2017 年 12 月 | 11.58 年 | 10 年 |
| 牵引架    | 9.10   | 2006 年 1 月  | 2017 年 12 月 | 12.00 年 | 10 年 |
| 牵引架    | 9.10   | 2009 年 12 月 | 2017 年 12 月 | 8.00 年  | 10 年 |
| 35 挤出机 | 3.20   | 2006 年 1 月  | 2017 年 12 月 | 12.00 年 | 10 年 |
| 小压板机   | 12.50  | 2009 年 7 月  | 2019 年 3 月  | 9.67 年  | 10 年 |
| 45#挤出机 | 5.00   | 2006 年 1 月  | 2019 年 6 月  | 13.50 年 | 10 年 |

从报告期内公司主要设备使用情况和出售情况看，除个别设备外，公司设备实际使用年限超过折旧年限。

运输设备方面，根据 2013 年 5 月 1 日起施行的《机动车强制报废标准规定》，其他小、微型营运载客汽车使用 10 年，其他载货汽车（包括半挂牵引车和全挂牵引车）使用 15 年。公司运输设备的折旧年限在营运年限范围之内。

办公及其他设备中，折旧年限为 10 年的主要是公司在租赁厂区及办公室配置的用房雨棚、变压器、电梯以及服务器等。

公司固定资产折旧年限未超出主要机器设备、运输设备、办公及其他设备的平均使用年限，符合《企业会计准则》关于“企业根据固定资产的性质和使用情况，合理确定固定资产的使用寿命”的要求。

2、关于 SAP 软件、装修支出摊销年限的合理性，是否符合《企业会计准则》的相关规定

公司 SAP 软件、装修支出摊销年限与同行业比较如下：

| 项 目    | 雅格股份 | 春光科技  | 长阳科技  | 王子新材 | 华信新材 | 本公司    |
|--------|------|-------|-------|------|------|--------|
| SAP 软件 | 无    | 3-5 年 | 2-5 年 | 3 年  | 无    | 10 年   |
| 装修费    | 无    | 无     | 5 年   | 3 年  | 无    | 3-10 年 |

#### （1）SAP 软件

与同行业上市公司相比，公司无形资产的摊销年限较长。无形资产为公司购买的 SAP 信息管理系统软件，该软件是全球领先的企业资源管理（ERP）解决方案，SAP 软件为平台型的信息管理系统软件，已与公司订单管理、生产过程管理等业务高度融合，公司预期至少能够满足公司未来 10 年的企业资源管理需要，且不存法定权利的期限，因此按 10 年摊销。实务中，也有较多上市公司对此类软件按 5~10 年摊销。

#### （2）装修费

与同行业上市公司相比，公司长期待摊费用摊销年限较长。公司的装修支出主要是因租用生产厂房和办公室而发生的装修费，其中，深圳办公区和车间装修费的摊销期限为 10 年；江西分公司装修费的摊销期限为 6 年；温州分公司装修费的摊销期限为 3 年。公司租用厂房用于生产，相应的办公室与厂区在同一区域，基于此，公司并不会对厂区和办公区域进行频繁地装修翻新，且已签订的租赁合同约定的租赁期限大于等于摊销期限，故公司确定的装修支出的摊销期限具有合理性。

#### 保荐机构发表的意见：

通过对比分析同行业公司固定资产折旧年限，软件资产和装修支出的摊销年限之间的差异及原因，保荐机构认为：

发行人固定资产折旧年限处于同行业发行人的固定资产折旧年限区间之内，符合行业惯例。发行人固定资产折旧年限未超出主要机器设备、运输设备、办公

及其他设备的平均使用年限，符合《企业会计准则》关于“企业根据固定资产的性质和使用情况，合理确定固定资产的使用寿命”的要求。

发行人对 SAP 软件、装修支出摊销年限的确定是根据软件和装修支出性质和用途确定的，具有合理性，符合《企业会计准则》有关在确认资产的使用寿命时，应当充分考虑资产的寿命周期等因素，谨慎地估计资产的使用寿命的要求。

**第（3）问：按照同行业可比同类设备、软件或长期待摊的折旧或摊销年限模拟测算并披露对发行人报告期各期业绩及财务数据的影响。**

与公司主营业务相同或相近的公众公司仅有在新三板挂牌企业雅格股份，但其规模较小且未披露具体设备的折旧年限，无法获得同类设备的折旧年限，因此公司以其机器设备的平均折旧年限模拟测算对发行人报告期各期业绩及财务数据的影响，并在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十一、资产质量分析”之“（三）非流动资产分析”之“1、固定资产”补充披露如下：

**与公司主营业务相同但规模较小的新三板挂牌企业雅格股份（831748.00）的机器设备的折旧年限和残值率分别为 5 至 10 年和 5%，略低于同行业可比上市。**

**即使按照雅格股份机器设备的平均折旧年限（即 7.5 年）计算，2017 年、2018 年和 2019 年折旧年限差异对本公司利润总额的影响分别为 44.77 万元、27.58 万元和 57.90 万元，占当期利润总额的比例为 1.11%、0.77%和 1.21%，也不存在重大影响。**

对于按照同行业可比同类软件摊销年限模拟测算对发行人报告期各期业绩及财务数据的影响，公司已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十一、资产质量分析”之“（三）非流动资产分析”之“2、无形资产”进行了披露，现对与雅格股份有关的内容进行补充披露，已披露和补充披露内容如下：

“与可比上市公司相比，本公司无形资产摊销年限高于可比上市公司水平。公司的无形资产为 SAP 信息管理系统软件，该软件是全球领先的企业资源管理（ERP）解决方案，实施时为公司提供定制化服务，并可在以后年度为公司提供运维服务。SAP 软件为平台型的信息管理系统软件，本公司管理层认为 SAP 软件预期能够满足公司未来 10 年的企业资源管理需要。

按可比上市公司平均摊销年限与本公司摊销年限的差额计算，2018 年和

2019 年上述差异对本公司利润总额的影响分别为 1.93 万元和 23.19 万元，占当期利润总额的比例为 0.05%和 0.48%，不存在重大影响。

**与公司主营业务相同但规模较小的新三板挂牌企业雅格股份（831748.0C）报告期内不存在无形资产。”**

对于按照同行业可比同类长期待摊的摊销年限模拟测算对发行人报告期各期业绩及财务数据的影响，公司已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十一、资产质量分析”之“（三）非流动资产分析”之“3、长期待摊费用”进行了披露，现对与雅格股份有关的内容进行补充披露，已披露和补充披露内容如下：

“与可比上市公司相比，本公司长期待摊费用摊销年限高于可比上市公司水平，按可比上市公司平均摊销年限与公司摊销年限的差额计算，2017 年、2018 年及 2019 年上述差异对本公司利润总额的影响分别为 38.07 万元、40.16 万元和 40.57 万元，占当期利润总额的比例为 0.94%、1.12%和 0.85%，不存在重大影响。

**与公司主营业务相同但规模较小的新三板挂牌企业雅格股份（831748.0C）报告期内不存在长期待摊费用。”**

对于公司的无形资产摊销年限、长期待摊费用摊销年限与同行业上市公司相比存在的差异，公司已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“五、主要会计政策和会计估计”之“（十）重大会计政策或会计估计与同行业上市公司差异情况”之“2、公司的重大会计估计与同行业上市公司差异情况”进行了汇总披露，现进行修改补充披露如下：

“公司的无形资产摊销年限、长期待摊费用摊销年限与同行业上市公司相比存在一定差异，摊销年限的差异对当年利润总额的影响如下：

| 项 目      | 2020 年 1-6 月 |                     | 2019 年度      |                     | 2018 年度      |                     | 2017 年度      |                     |
|----------|--------------|---------------------|--------------|---------------------|--------------|---------------------|--------------|---------------------|
|          | 影响金额<br>(万元) | 占利润总额<br>的比例<br>(%) | 影响金额<br>(万元) | 占利润总额<br>的比例<br>(%) | 影响金额<br>(万元) | 占利润总额<br>的比例<br>(%) | 影响金额<br>(万元) | 占利润总额<br>的比例<br>(%) |
| 无形资产摊销   | 11.60        | 1.24                | 23.19        | 0.48                | 1.93         | 0.05                | -            | -                   |
| 长期待摊费用摊销 | 20.19        | 2.16                | 40.57        | 0.85                | 40.16        | 1.13                | 38.07        | 0.94                |
| 合 计      | 31.79        | 3.40                | 63.76        | 1.33                | 42.09        | 1.18                | 38.07        | 0.94                |

无形资产摊销年限、长期待摊费用摊销年限与同行业上市公司相比存在的差异对公司利润总额的影响较小。与公司主营业务相同但规模较小的新三板挂

**牌企业雅格股份（831748.00）报告期内不存在无形资产和长期待摊费用。”**

**保荐机构发表的意见：**

经核查，保荐机构认为，发行人已按照同行业可比同类设备、软件或长期待摊的折旧或摊销年限，模拟测算对发行人报告期各期业绩及财务数据的影响，该模拟结果真实、准确，对发行人报告期各期业绩及财务数据无重大影响。

## 问题 18：关于期间费用

据招股说明书披露,公司期间费用金额分别为 1,538.90 万元、2,449.41 万元、2,786.18 万元。其中,除职工薪酬外,销售费用主要包括宣传促销费、运杂费,管理费用中咨询服务费、租赁水电费占比较高,研发费用中物料消耗费、外购服务支出占比较高。

请发行人:

(1)说明报告期列入销售费用、管理费用、研发费用的人员部门构成、人数、级别分布、入职时间分布、基本工资和奖金构成、奖金与绩效匹配关系等相关信息,相关工资与同地区同行业比较情况;

(2)列示报告期内主要运输业务提供商的名称及金额、收费标准,分析并披露报告期运杂费变动是否与报告期收入规模、销量、发货数量及销售区域相匹配;补充披露发行人销售模式、运输费用承担方式在报告期内是否发生变化,是否符合行业惯例;定量分析并披露 2019 年运杂费大幅增长的原因及合理性;

(3)说明宣传促销费的主要内容,2017 未发生该等费用,2018 年和 2019 年金额较大的原因及合理性;咨询服务费的具体业务内容、交易对象及对应金额;按租赁房产及用途分类说明租赁水电费的金额及占比情况,分析说明报告期各期租赁水电费与业务规模、生产规模的匹配性;

(4)结合业务类别及竞争格局、经营模式、期间费用具体构成等差异情况,分析并披露报告期销售费用率、管理费用率、研发费用率、财务费用率与同行业可比公司差异原因及合理性分析;补充披露期间费用的归集是否准确,是否存在漏记或者跨期确认的情形,是否存在关联方或前关联方为发行人承担管理费用的情况。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

回复如下:

第(1)问:说明报告期列入销售费用、管理费用、研发费用的人员部门构成、人数、级别分布、入职时间分布、基本工资和奖金构成、奖金与绩效匹配关系等相关信息,相关工资与同地区同行业比较情况;

1、报告期列入销售费用、管理费用、研发费用的人员部门构成、人数、级

## 别分布、入职时间分布、基本工资和奖金构成、奖金与绩效匹配关系

| 费用类别 | 项 目        |         | 2020 年 1-6 月                                                              | 2019 年度                                                                   | 2018 年度                                                                   | 2017 年度                                                      |
|------|------------|---------|---------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------|
| 销售费用 | 年平均人数（人）   |         | 37                                                                        | 41                                                                        | 36                                                                        | 24                                                           |
|      | 级别分布       |         | 销售总监 1 人<br>总监助理 1 人<br>经理 5 人<br>业务员 13 人<br>销售服务 17 人                   | 销售总监 1 人<br>经理 5 人<br>业务员 13 人<br>销售服务 22 人                               | 销售总监 1 人<br>经理 3 人<br>业务员 13 人<br>销售服务 19 人                               | 销售总监 1 人<br>总监助理 1 人<br>经理 2 人<br>业务员 7 人<br>销售服务 13 人       |
|      | 入职时间分布     | 1 年以内   | 1 人                                                                       | 9 人                                                                       | 13 人                                                                      | 3 人                                                          |
|      |            | 1-5 年   | 23 人                                                                      | 19 人                                                                      | 15 人                                                                      | 15 人                                                         |
|      |            | 5-10 年  | 11 人                                                                      | 11 人                                                                      | 7 人                                                                       | 4 人                                                          |
|      |            | 10-15 年 | 2 人                                                                       | 2 人                                                                       | 1 人                                                                       | 2 人                                                          |
|      | 基本工资（万元）   |         | 177.74                                                                    | 392.49                                                                    | 285.87                                                                    | 171.00                                                       |
|      | 奖金（万元）     |         | 8.37                                                                      | 57.51                                                                     | 37.42                                                                     | 24.23                                                        |
|      | 人均基本工资（万元） |         | 4.80                                                                      | 9.57                                                                      | 7.94                                                                      | 7.13                                                         |
|      | 人均奖金（万元）   |         |                                                                           | 1.40                                                                      | 1.04                                                                      | 1.01                                                         |
|      | 奖金变动额（万元）  |         | -1.40                                                                     | 0.36                                                                      | 0.03                                                                      | —                                                            |
| 管理费用 | 平均人数（人）    |         | 38                                                                        | 41                                                                        | 35                                                                        | 37                                                           |
|      | 级别分布       |         | 董事长 1 人<br>总经理助理 1 人<br>副总 1 人<br>总监 1 人<br>经理 4 人<br>主管 3 人<br>其他职员 27 人 | 董事长 1 人<br>总经理助理 1 人<br>副总 1 人<br>总监 1 人<br>经理 2 人<br>主管 2 人<br>其他职员 33 人 | 董事长 1 人<br>总经理助理 1 人<br>副总 1 人<br>总监 1 人<br>经理 2 人<br>主管 2 人<br>其他职员 27 人 | 董事长 1 人<br>副总 1 人<br>总监 1 人<br>经理 1 人<br>主管 2 人<br>其他职员 31 人 |
|      | 入职时间分布     | 1 年以内   | 3 人                                                                       | 14 人                                                                      | 12 人                                                                      | 17 人                                                         |
|      |            | 1-5 年   | 28 人                                                                      | 20 人                                                                      | 16 人                                                                      | 13 人                                                         |
|      |            | 5-10 年  | 4 人                                                                       | 4 人                                                                       | 5 人                                                                       | 5 人                                                          |
|      |            | 10-15 年 | 3 人                                                                       | 3 人                                                                       | 2 人                                                                       | 2 人                                                          |
|      | 基本工资（万元）   |         | 183.35                                                                    | 412.52                                                                    | 343.92                                                                    | 196.66                                                       |
|      | 奖金（万元）     |         | -                                                                         | 50.78                                                                     | 33.32                                                                     | 55.95                                                        |
|      | 人均基本工资（万元） |         | 4.83                                                                      | 10.06                                                                     | 9.83                                                                      | 5.32                                                         |

| 费用类别 | 项 目        | 2020 年 1-6 月             | 2019 年度                  | 2018 年度                  | 2017 年度                  |
|------|------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| 研发费用 | 人均奖金（万元）   | -                        | 1.24                     | 0.95                     | 1.51                     |
|      | 奖金变动额（万元）  | -1.24                    | 0.29                     | -0.56                    | —                        |
|      | 年平均人数（人）   | 16                       | 19                       | 16                       | 13                       |
|      | 级别分布       | 经理 1 人<br>其他开发人员<br>15 人 | 经理 1 人<br>其他开发人员<br>18 人 | 经理 1 人<br>其他开发人员<br>15 人 | 经理 1 人<br>其他开发人员<br>12 人 |
|      | 入职时<br>间分布 | 1 年以内                    | 1 人                      | 6 人                      | 5 人                      |
|      |            | 1-5 年                    | 13 人                     | 10 人                     | 8 人                      |
|      |            | 5-10 年                   | 2 人                      | 3 人                      | 3 人                      |
|      |            | 10-15 年                  | -                        | -                        | -                        |
|      | 基本工资（万元）   | 66.09                    | 155.84                   | 124.93                   | 64.55                    |
|      | 奖金（万元）     | -                        | 9.06                     | 7.31                     | 9.47                     |
|      | 人均基本工资（万元） | 4.13                     | 8.20                     | 7.81                     | 4.97                     |
|      | 人均奖金（万元）   | -                        | 0.48                     | 0.46                     | 0.73                     |
|      | 奖金变动额（万元）  | -0.48                    | 0.02                     | -0.27                    |                          |

公司职员的薪酬结构为：以基本工资为主，年终奖金以职员月薪为基础，结合绩效考核系数、出勤率、年终奖系数以及工龄系数计算确定。

报告期内，公司基本工资呈增长趋势，管理人员和研发人员 2018 年人均基本工资较 2017 年大幅提升而人均奖金下降，主要原因是 2018 年公司优化调整了高管薪酬中基本工资和奖金的结构所致。

## 2、相关工资与同地区同行业比较情况

（1）与深圳市城镇私营单位就业人员平均工资（不含公司承担的福利、社保及公积金等）比较情况

单位：万元

| 项 目  | 公 司       | 2019 年度 | 2018 年度 | 2017 年度 |
|------|-----------|---------|---------|---------|
| 人均工资 | 集美新材      | 9.08    | 8.21    | 5.94    |
|      | 深圳市城镇私营单位 | 7.02    | 6.36    | 5.93    |
|      | 差异额       | 2.06    | 1.85    | 0.01    |

注：数据来源《深圳市统计年鉴》

由上表可知，近三年，发行人平均工资均高于深圳市城镇私营单位就业人

员平均工资。

(2) 与同地区、同行业上市公司比较

公司选取同处于深圳市并从事塑料制品的研发、生产及销售的深圳王子新材料股份有限公司，进行各部门年人均薪酬的比较如下：

单位：万元

| 类 别                     | 公 司    | 2019 年度 | 2018 年度 | 2017 年度 |
|-------------------------|--------|---------|---------|---------|
| 销售人员                    | 王子新材   | 12.65   | 9.19    | 7.45    |
|                         | 本公司    | 12.01   | 11.73   | 8.82    |
|                         | 差异率（%） | -0.64   | 2.54    | 1.37    |
| 管理人员                    | 王子新材   | 19.72   | 17.13   | 14.37   |
|                         | 本公司    | 14.04   | 14.49   | 8.72    |
|                         | 差异率（%） | -5.68   | -2.64   | -5.65   |
| 研发人员                    | 王子新材   | 6.53    | 6.63    | 10.97   |
|                         | 本公司    | 9.33    | 8.88    | 6.06    |
|                         | 差异     | 2.80    | 2.25    | -4.91   |
| 销售、管理及<br>研发人员总人<br>均薪酬 | 王子新材   | 14.64   | 13.12   | 11.46   |
|                         | 本公司    | 12.33   | 12.32   | 8.28    |
|                         | 差异率（%） | -2.31   | -0.8    | -3.18   |

由上表可知，与同地区同行业上市公司相比，公司销售人员、管理人员和研发人员的总体平均薪酬略低于同地区同行业上市公司，其中，销售人员平均薪酬比较接近，管理人员、研发人员平均薪酬存在一定差距，具体如下：

(1) 公司管理人员薪酬相对较低，主要是因为公司规模较小，且为非上市公司，管理成本相对较低；而王子新材为上市公司，其管理人员尤其是高管人员薪酬相对较高。

(2) 公司研发人员人均薪酬相对略高，主要因为公司作为具有自主设计开发能力的高新技术企业，基于市场需求和内部创新的需要，保持稳定的设计开发投入。随着业务规模不断扩展，公司研发人员薪酬逐步提高。

保荐机构发表的意见：

近三年，发行人平均工资均高于深圳市城镇私营单位就业人员平均工资。

与同地区同行业上市公司相比，发行人管理人员平均薪酬略低于同地区同行业上市公司，主要是因为发行人规模较小，且为非上市公司，管理成本相对较低，

而王子新材上市公司，其管理人员尤其是高管人员薪酬相对较高。

第（2）问：列示报告期内主要运输业务提供商的名称及金额、收费标准，分析并披露报告期运杂费变动是否与报告期收入规模、销量、发货数量及销售区域相匹配；补充披露发行人销售模式、运输费用承担方式在报告期内是否发生变化，是否符合行业惯例；定量分析并披露 2019 年运杂费大幅增长的原因及合理性；

#### 1、报告期内公司主要运输业务提供商的名称及运费金额、收费标准

| 供应商名称                            | 运费金额（万元）     |        |        |        | 收费标准                        |
|----------------------------------|--------------|--------|--------|--------|-----------------------------|
|                                  | 2020 年 1-6 月 | 2019 年 | 2018 年 | 2017 年 |                             |
| D B GROUP CHINA LTD              | -            | 74.82  | -      | -      | 26.2 港币/Kg                  |
| CTI GLOBAL LOGISTICS HK LTD UNIT | 65.25        | 64.21  | -      | -      | 3-3.7 美元/Kg                 |
| 浙江楚越物流有限公司                       | 4.89         | 26.49  | 24.93  | 6.55   | 400-420 元/吨                 |
| 天地国际运输代理（中国）有限公司深圳分公司            | 1.54         | 15.08  | 2.09   | 3.69   | 注                           |
| 深圳市捷恒达物流有限公司                     | 3.15         | 11.22  | 10.23  | -      | 首重:8-18 元/Kg，续重:0.7-13 元/Kg |
| 深圳盛辉物流有限公司                       | 0.41         | 5.55   | 2.38   | 3.00   | 400-600 元/吨                 |
| 深圳联一供应链有限公司                      | -            | -      | 4.83   | 2.16   | 依单次数大小约 0.65-1.25 元/Kg      |
| 深圳市罗湖区共发达货运市场鹿富货运部               | 1.57         | -      | -      | 25.06  | 0.45 元/Kg                   |
| 深圳市同乐亚风物流有限公司                    | 2.84         | -      | -      | -      | 1 吨以上 0.8-1.3 元/Kg          |

注：该运输公司主要承担法国、意大利等欧洲国家运输业务，2017 年、2018 年、2019 年及 2020 年上半年，其收费标准分别为 33-38 元/Kg、34-40 元/Kg、36-52 元/Kg 和 37-54 元/Kg。除该公司外，其他运输公司的收费标准在报告期内未发生变化。

#### 2、运杂费变动与报告期收入规模、销量及销售区域的匹配性

就运杂费变动及匹配情况，发行人在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十、经营成果分析”之“（三）利润表其他项目逐项分析”之“1、期间费用”之“（1）销售费用”中补充披露如下：

##### ① 运杂费与销售收入的比对

单位：万元

| 销售区域  | 项 目     | 2020 年 1-6 月 | 2019 年    | 2018 年    | 2017 年    |
|-------|---------|--------------|-----------|-----------|-----------|
| 境内    | 运杂费①    | 13.99        | 57.79     | 48.45     | 37.96     |
|       | 销售收入②   | 3,412.59     | 14,124.80 | 13,604.55 | 12,940.52 |
|       | ①÷② (%) | 0.41         | 0.41      | 0.36      | 0.29      |
| 境外    | 运杂费①    | 72.76        | 177.68    | 7.85      | 4.92      |
|       | 销售收入②   | 442.02       | 1,339.29  | 1,257.19  | 271.82    |
|       | ①÷② (%) | 16.46        | 13.27     | 0.62      | 1.81      |
| 境内外合计 | 运杂费①    | 86.75        | 235.47    | 56.30     | 42.88     |
|       | 销售收入②   | 3,854.61     | 15,464.10 | 14,861.75 | 13,212.34 |
|       | ①÷② (%) | 2.25         | 1.52      | 0.38      | 0.32      |

报告期内，公司运杂费对销售收入比逐年上升。2020 年 1-6 月，运杂费对销售收入比由 2019 年的 1.52% 上升至 2.25%，主要是受疫情影响，国外运输批量下降且运费按单计价，导致运费单价出现大幅上涨；2019 年度运杂费对销售收入比由 2018 年的 0.38% 上升至 1.52%，主要是由于境外运费承担方式发生变化所致。

## ② 运杂费与销量的比对

单位：万元

| 销售区域  | 项 目       | 2020 年 1-6 月 | 2019 年   | 2018 年   | 2017 年   |
|-------|-----------|--------------|----------|----------|----------|
| 境内    | 运杂费①      | 13.99        | 57.79    | 48.45    | 37.96    |
|       | 销量② (吨)   | 429.98       | 1,740.19 | 1,657.41 | 1,549.50 |
|       | ①÷② (元/吨) | 325          | 332      | 292      | 245      |
| 境外    | 运杂费①      | 72.76        | 177.68   | 7.85     | 4.92     |
|       | 销量② (吨)   | 38.84        | 128.29   | 148.02   | 31.76    |
|       | ①÷② (元/吨) | 18,733       | 13,850   | 530      | 1,549    |
| 境内外合计 | 运杂费①      | 86.75        | 235.47   | 56.30    | 42.88    |
|       | 销量② (吨)   | 468.82       | 1,868.48 | 1,805.43 | 1,581.26 |
|       | ①÷② (元/吨) | 1,850        | 1,260    | 312      | 271      |

报告期内，公司运杂费对销量比，也就是每吨销量的运杂费逐年上升。

## ③ 近三年，公司运杂费的变动及与收入规模的变动比对

| 项 目           | 区域 | 2019 年度 | 2018 年度 | 2017 年度 | 2019 较 2018<br>变动率 | 2018 较 2017<br>变动率 |
|---------------|----|---------|---------|---------|--------------------|--------------------|
| 运 杂 费<br>(万元) | 境内 | 57.79   | 48.45   | 37.96   | 19.28%             | 27.63%             |
|               | 境外 | 177.68  | 7.85    | 4.92    | 2,163.44%          | 59.55%             |
|               | 合计 | 235.47  | 56.30   | 42.88   | 318.24%            | 31.30%             |

| 项 目              | 区域   | 2019 年度   | 2018 年度   | 2017 年度   | 2019 较 2018<br>变动率 | 2018 较 2017<br>变动率 |
|------------------|------|-----------|-----------|-----------|--------------------|--------------------|
| 收入<br>规模<br>(万元) | 省外地区 | 6,237.60  | 5,985.81  | 5,870.03  | 4.21%              | 1.97%              |
|                  | 省内地区 | 7,887.20  | 7,618.74  | 7,070.49  | 3.52%              | 7.75%              |
|                  | 境内小计 | 14,124.80 | 13,604.55 | 12,940.52 | 3.82%              | 5.13%              |
|                  | 境外   | 1,339.29  | 1,257.19  | 271.82    | 6.53%              | 362.51%            |
|                  | 合计   | 15,464.10 | 14,861.75 | 13,212.34 | 4.05%              | 12.48%             |
| 销量<br>(吨)        | 境内   | 1,740.19  | 1,657.41  | 1,549.50  | 4.99%              | 6.96%              |
|                  | 境外   | 128.29    | 148.02    | 31.76     | -13.33%            | 366.06%            |
|                  | 合计   | 1,868.48  | 1,805.43  | 1,581.26  | 3.49%              | 14.18%             |

从总体来看,报告期内公司境内产品销售的运杂费变动与收入规模、销量变动趋势相匹配;报告期内公司境外销售的运杂费变动较大,主要由境外运费承担方式改变造成的,具体分析如下:

2018 年较 2017 年境外收入增长 362.51%,销量增长 366.06%,而运杂费仅增长 59.55%,主要是因为公司外销产品离岸后的运费均由客户承担。

2019 年较 2018 年境外收入增长 6.53%,销量下降 13.33%,而境外运杂费增长 169.83 万元,增幅 2,163.44%。主要原因是:公司 2018 年底成立意大利集美,公司部分境外销售转由通过意大利集美实现,从公司至意大利集美的运费由公司承担。意大利集美销售收入由 2018 年的 0.95 万元增长至 2019 年的 593.33 万元,2019 年与意大利集美相关的运费为 155.53 万元,意大利集美通过提高产品销售价格覆盖相关的运费。

报告期内扣除运杂费前后外销平均单价的变化情况如下

| 项 目    | 扣除运杂费前/后 | 2020 年 1-6 月 | 2019 年   | 2018 年   | 2017 年 |
|--------|----------|--------------|----------|----------|--------|
| 运杂费    | ——       | 72.76        | 177.68   | 7.85     | 4.92   |
| 外销收入   | 扣除运杂费前   | 442.02       | 1,339.29 | 1,257.19 | 271.82 |
|        | 扣除运杂费后   | 369.26       | 1,161.61 | 1,249.34 | 266.90 |
| 外销重量   | ——       | 38.84        | 128.29   | 148.02   | 31.76  |
| 外销平均单价 | 扣除运杂费前   | 11.38        | 10.44    | 8.49     | 8.56   |
|        | 扣除运杂费后   | 9.51         | 9.05     | 8.44     | 8.40   |

可见扣除运杂费后外销平均单价的变动较为平稳,无异常变化。

3、补充披露发行人销售模式、运输费用承担方式在报告期内是否发生变化,是否符合行业惯例

就上述问题，发行人在招股说明书“第六节 业务和技术”之“一、公司主营业务、主要产品及变化情况”之“（四）公司主要经营模式”之“4、销售模式”中补充披露如下：

### （3）公司销售模式、运费承担方式在报告期的变动情况

公司报告期内的销售模式未发生变化，即通过买断式销售的方式直接向眼镜厂家销售产品，与同行业挂牌公司雅格股份一致，符合行业惯例。

公司内销产品的运输费用由本公司承担，该方式在报告期内未发生变化；由本公司直接销售的外销产品的运输费用由外销客户承担，该方式报告期内未发生变化；公司 2018 年底成立意大利集美，自 2019 年开始，公司部分境外销售转由通过意大利集美销售，外销产品从公司至意大利集美的运输费用由本公司承担，意大利集美通过提高产品销售价格覆盖相关的运费。公司销售产品的运费承担方式符合行业惯例。

### 4、定量分析并披露 2019 年运杂费大幅增长的原因及合理性

单位 万元

| 区 域                | 2019 年度    | 2018 年度    | 2019 较 2018<br>变动率（%） |
|--------------------|------------|------------|-----------------------|
| 境内（万元）             | 57.79      | 48.45      | 19.28                 |
| 境外（万元）             | 177.68     | 7.85       | 2,163.44              |
| 其中：运往意大利运费（万元）     | 155.53     | —          | —                     |
| 意大利公司运费（万元）        | 6.94       | —          | —                     |
| 境外运费单价变动（天地国际运输公司） | 36-52 元/Kg | 35-40 元/Kg | —                     |

公司 2019 年运费增长主要系外销产品运费承担方式的变化所致，2019 年公司运杂费大幅增长具有合理性。

### 保荐机构发表的意见：

经访谈发行人相关人员，核查发行人报告期内与主要客户的销售合同及与产品运输有关的相关凭证、单据，保荐机构认为，发行人内销产品的运杂费变化与收入、销量变动一致；发行人外销产品的运杂费变化与收入、销量变动有差异，主要系运费承担方式的变化所致，发行人 2019 年运杂费大幅增长具有合理性。

第（3）问：说明宣传促销费的主要内容，2017 未发生该等费用，2018 年和 2019 年金额较大的原因及合理性；咨询服务费的具体业务内容、交易对象及对

应金额；按租赁房产及用途分类说明租赁水电费的金额及占比情况，分析说明报告期各期租赁水电费与业务规模、生产规模的匹配性；

### 1、宣传促销费的主要内容

单位：万元

| 费用明细 | 具体内容                                                                                               | 2020年1-6月 | 2019年度 | 2018年度 |
|------|----------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|--------|--------|
| 展会费  | 米兰 MIDO 展展位费、装修费、展会服务费、展位设计费、产品设计费等                                                                | 1.83      | 49.31  | 77.60  |
|      | 香港参展费、设计费、装修费、电费等                                                                                  | -         | 43.10  | 45.95  |
|      | 法国 silmo 展展位费、装修费、设计费、电费等                                                                          | -         | 24.45  | 5.85   |
|      | 德国 Munich 展装修费等                                                                                    | 0.37      | 8.83   | 4.66   |
|      | 纽约展酒店、机票费                                                                                          | -         | 1.28   | —      |
|      | 日本展展会服务费                                                                                           | -         | —      | 1.07   |
|      | 其他                                                                                                 | -         | 0.58   | 0.02   |
|      | 小计                                                                                                 | 2.20      | 127.55 | 135.15 |
| 咨询费  | FRANCESCO FRESCO 咨询费：2018 年香港、意大利分公司开办前聘用当地意大利个人提供运营咨询、翻译服务，每月固定支付 10000 欧元，此外每月支付对方代垫的公司筹备开办相关交通费 | -         | 7.86   | 22.89  |
|      | 其他                                                                                                 | -         | 0.01   | 3.17   |
|      | 小计                                                                                                 | -         | 7.87   | 26.06  |
| 赞助费  | 深圳传力达策划赞助费，赞助中传横岗 WDC 摩登舞、拉丁舞世界锦标赛                                                                 | -         | -      | 18.87  |
| 广告费  | 广告服务等                                                                                              | 0.16      | 1.24   | 0.33   |
| 合 计  |                                                                                                    | 2.36      | 136.66 | 180.41 |

为有效开拓境外市场，当面了解终端品牌客户的需求，公司从 2018 年开始大规模参加意大利米兰 MIDO 展、法国 silmo 展等大型展会，发生了较大的宣传推广费。与此同时，公司境外销售收入迅速增长，2017 年境外销售收入为 271.82 万元，2018 年较 2017 年境外销售收入增加 985.37 万元，涨幅为 362.51%。公司 2017 未发生宣传促销费用，2018 年和 2019 年相关费用发生金额较大具有合理性。

### 2、咨询服务费的具体业务内容、交易对象及对应金额

单位：万元

| 期 间             | 交易对象                         | 内 容                       | 金 额   |
|-----------------|------------------------------|---------------------------|-------|
| 2020 年<br>1-6 月 | 东莞市远景环保科技有限公司                | 评价服务费                     | 1.98  |
|                 | 广东华商律师事务所                    | 委托代理费                     | 1.70  |
|                 | 深圳市骏德商务顾问有限公司                | 委托代理费                     | 1.48  |
|                 | 深圳中天和信                       | 集美(东莞)工商注册代理费             | 0.20  |
|                 | 深圳中天和信                       | 企业认定及相关业务服务费              | 1.93  |
|                 | 深圳卓才管理                       | 人力资源服务费                   | 3.84  |
|                 | 中国证券登记结算有限公司北京分公司            | 信息查询服务费                   | 0.11  |
|                 | 中联税务师事务所（深圳）有限公司             | 深圳公司 2019 年度税审报告费         | 0.47  |
|                 | 温州华财                         | 2020 年 1 月至 6 月代理费        | 0.36  |
|                 | 中联税务师事务所（深圳）有限公司             | 2019 年税审报告费温州分公司          | 0.28  |
|                 | STUDIODR.MENEGHELLOEUGENIO   | 财务公司代理费                   | 1.42  |
|                 | 合 计                          | —                         | 13.78 |
| 2019 年度         | 瑞华会计师事务所                     | 审计费                       | 28.30 |
|                 | 广东华商律师事务所                    | 律师顾问费                     | 10.00 |
|                 | 深圳市思普达软件系统股份有限公司             | SAP 系统年度及软件实施服务费          | 9.48  |
|                 | 深圳市久驰管理咨询有限公司                | 高新技术企业认定咨询服务费             | 7.72  |
|                 | 深圳天大联合会计师事务所                 | 税务审计费                     | 7.12  |
|                 | BSI GROUP ITALIA SRL         | BSI 集团为 Luxottica 验厂咨询费   | 5.78  |
|                 | 全国中小企业股份转让系统有限责任公司           | 挂牌年费                      | 3.77  |
|                 | 深圳中鑫达信息咨询有限公司                | 知识产权咨询服务费                 | 2.21  |
|                 | STUDIO DR.MENEGHELLO EUGENIO | 支付业务代理费                   | 1.67  |
|                 | 其他                           | ISO 监督审核费用、技术咨询服务费、税审报告费等 | 4.38  |
|                 | 合 计                          | —                         | 80.43 |
| 2018 年度         | 深圳市拓普理德咨询公司                  | 人才培训咨询                    | 48.54 |
|                 | 瑞华会计师事务所                     | 审计费                       | 28.30 |
|                 | 中国民族证券                       | 财务顾问费                     | 20.00 |
|                 | 厦门市闪石投资管理咨询有限公司              | 项目可行性研究咨询服务               | 14.56 |
|                 | 华金证券股份有限公司                   | 持续督导费                     | 13.36 |
|                 | 广东华商律师事务所                    | 律师费                       | 9.43  |
|                 | 东莞市优赛科创企业管理咨询有限公司            | 技术咨询费                     | 7.14  |
|                 | 深圳高嘉宏科技有限公司                  | 软件服务费                     | 4.33  |

|         |                              |                      |        |
|---------|------------------------------|----------------------|--------|
|         | 全国中小企业股份转让系统有限责任公司           | 挂牌年费                 | 3.77   |
|         | 深圳市骏德商务顾问公司                  | 设立香港子公司有关服务费         | 3.20   |
|         | 中国检验认证集团深圳有限公司               | 体系认证费用               | 1.79   |
|         | 深圳市拓普理德咨询公司                  | 鉴证咨询                 | 1.68   |
|         | 深圳市嘉信瑞税务师事务所                 | 税审报告审核费              | 1.13   |
|         | STUDIO DR.MENEGHELLO EUGENIO | 成立意大利集美的财务咨询费        | 1.00   |
|         | 其他                           | 财务顾问服务费、环保咨询费、律师服务等  | 4.11   |
| 合 计     |                              | —                    | 162.34 |
| 2017 年度 | 广东华商律师事务所                    | 律师费                  | 56.60  |
|         | 瑞华会计师事务所                     | 尽职调查                 | 37.74  |
|         | 财通证券股份有限公司                   | 定增顾问费、督导费            | 14.15  |
|         | 北京兴华会计师事务所                   | 审计费                  | 12.26  |
|         | 全国中小企业股份转让系统有限责任公司           | 挂牌年费                 | 3.77   |
|         | 其他                           | 深圳市骏德财务顾问费、中国结算查询服务费 | 0.82   |
| 合 计     |                              | —                    | 125.34 |

### 3、按租赁房产及用途分类说明租赁水电费的金额及占比情况

| 项 目     | 2020 年 1-6 月 |           | 2019 年     |           | 2018 年     |           | 2017 年     |           |
|---------|--------------|-----------|------------|-----------|------------|-----------|------------|-----------|
|         | 金额<br>(万元)   | 比例<br>(%) | 金额<br>(万元) | 比例<br>(%) | 金额<br>(万元) | 比例<br>(%) | 金额<br>(万元) | 比例<br>(%) |
| 办公宿舍用租赁 | 66.34        | 27.15     | 117.81     | 19.16     | 70.34      | 11.98     | 42.48      | 7.91      |
| 生产用租赁   | 177.99       | 72.85     | 497.18     | 80.84     | 517.03     | 88.02     | 494.72     | 92.09     |
| 合 计     | 244.33       | 100.00    | 614.99     | 100.00    | 587.37     | 100.00    | 537.2      | 100.00    |

2019 年办公宿舍租赁水电费比 2018 年增长较多，主要是因为 2019 年温州分公司搬迁，扩大办公面积，以及意大利集美租赁办公场所和仓库；2020 年 1-6 月生产用租赁水电费较 2019 年同期下降，主要是受疫情影响产量下降，耗用的水电量下降。

### 4、分析说明报告期各期租赁水电费与业务规模、生产规模的匹配性

| 项 目 | 2020 年 1-6 月 | 2019 年度 | 2018 年度 | 2017 年度 |
|-----|--------------|---------|---------|---------|
|-----|--------------|---------|---------|---------|

|                 |        |          |          |          |
|-----------------|--------|----------|----------|----------|
| 租赁水电费（万元）       | 177.99 | 614.99   | 587.37   | 537.20   |
| 销售量（吨）          | 468.82 | 1,868.48 | 1,805.43 | 1,581.26 |
| 产量（吨）           | 467.96 | 1,945.04 | 1,920.59 | 1,630.18 |
| 单位销量租赁水电费（万元/吨） | 0.38   | 0.33     | 0.33     | 0.34     |
| 单位产量租赁水电费（万元/吨） | 0.38   | 0.32     | 0.31     | 0.33     |

由上表可见，报告期内，单位产销量所耗用的租赁水电费在 0.31 万元至 0.34 万元之间，各年度单位产品耗用额变动较小，各年度租赁水电费的变动与销量、产量一致，租赁水电费与业务规模、生产规模相匹配；2020 年 1-6 月单位租赁水电费上升，主要是受新冠疫情影响产量下降影响所致。

### 保荐机构发表的意见：

保荐机构核查了发行人报告期内宣传促销费的主要内容；查看了发行人报告期内与咨询服务费有关的合同、凭证，保荐机构认为，发行人报告期内发生的宣传促销费及咨询服务费真实、合理、准确。

保荐机构核查了发行人报告内各期租赁水电费的支出情况，并与发行人的业务规模、生产规模进行了比较，保荐机构认为，发行人报告期内发生的租赁水电费金额合理、真实、准确，与发行人的业务规模和生产规模相匹配。

第（4）问：结合业务类别及竞争格局、经营模式、期间费用具体构成等差异情况，分析并披露报告期销售费用率、管理费用率、研发费用率、财务费用率与同行业可比公司差异原因及合理性分析；补充披露期间费用的归集是否准确，是否存在漏记或者跨期确认的情形，是否存在关联方或前关联方为发行人承担管理费用的情况。

就期间费用率与同行业公司的比较情况，发行人在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十、经营成果分析”之“（三）利润表其他项目逐项分析”之“1、期间费用”中修改补充披露如下：

### （5）与同行业可比公众公司期间费用率水平比较分析

#### ① 销售费用率比较

| 公司代码      | 公司名称 | 销售费用率（%）     |         |         |         |
|-----------|------|--------------|---------|---------|---------|
|           |      | 2020 年 1-6 月 | 2019 年度 | 2018 年度 | 2017 年度 |
| 831748.00 | 雅格股份 | 5.55         | 10.31   | 6.16    | 3.19    |

|           |      |      |      |      |       |
|-----------|------|------|------|------|-------|
| 603657.SH | 春光科技 | 1.24 | 3.13 | 3.28 | 3.26  |
| 688299.SH | 长阳科技 | 5.14 | 3.81 | 3.54 | 4.90  |
| 002735.SZ | 王子新材 | 7.38 | 6.29 | 5.66 | 4.90  |
| 300717.SZ | 华信新材 | 3.82 | 4.71 | 4.29 | 4.04  |
| 简单平均      |      | 4.63 | 5.65 | 4.59 | 4.06  |
| 本公司       |      | 8.07 | 6.36 | 5.17 | 2.39  |
| 差 异       |      | 3.44 | 0.71 | 0.58 | -1.67 |

数据来源：根据可比公众公司公开信息统计。

公司 2017 年销售费用率低于同行业可比公司，2018 年和 2019 年与同行业较为接近，2020 年 1-6 月高于同行业可比公司。从销售规模和销售费用具体构成两方面进行具体比较分析如下：

#### A. 销售规模比较：

| 公司代码      | 公司名称 | 销售费用规模（万元）   |            |           |           |
|-----------|------|--------------|------------|-----------|-----------|
|           |      | 2020 年 1-6 月 | 2019 年度    | 2018 年度   | 2017 年度   |
| 831748.OC | 雅格股份 | 146.60       | 640.37     | 899.17    | 1,350.58  |
| 603657.SH | 春光科技 | 30,122.11    | 56,286.63  | 50,708.44 | 45,655.84 |
| 688299.SH | 长阳科技 | 41,599.01    | 91,026.11  | 69,103.99 | 46,746.02 |
| 002735.SZ | 王子新材 | 58,950.90    | 132,560.12 | 91,169.41 | 59,818.69 |
| 300717.SZ | 华信新材 | 12,079.19    | 31,568.70  | 30,659.78 | 28,383.88 |
| 简单平均      |      | 28,579.56    | 62,416.39  | 48,508.16 | 36,391.00 |
| 本公司       |      | 3,892.57     | 15,634.06  | 14,949.32 | 13,283.09 |
| 差 异       |      | 24,686.99    | 46,782.33  | 33,558.84 | 23,107.91 |

数据来源：根据可比公众公司公开信息统计。

由上表可见，雅格股份销售规模小于本公司，销售费用率较大；春光科技、长阳科技、王子新材、华信新材销售规模大于本公司，销售费用率的基数大，固定销售费用率相对较低，因此销售费用率小于本公司或与本公司相近。

2017 年销售费用率低于同行业可比公司主要原因为：一是运输费用率低于同行业，因为本公司支持自提和配送两种取货方式，且客户所在区域主要为广东省内和华东地区，距离较近；二是 2017 年无广告促销费，本公司自 2018 年起才开始大规模参加米兰展等大型展会，进行宣传促销活动。

2020 年 1-6 月销售费用率高于同行业可比公司主要原因为：受疫情影响，

2020 年 1-6 月的营业收入较上年同期大幅下降，销售费用中的薪酬支出费用率占比大幅提升，而春光科技、长阳科技、王子新材营业收入下降幅度相对较小，销售费用中的薪酬支出费用率占比变动较小。

B. 销售费用具体明细费用率比较如下表：

单位：%

| 销售费用分类 | 本公司             |           |           |           | 行业平均            |           |           |           | 差异              |           |           |           |
|--------|-----------------|-----------|-----------|-----------|-----------------|-----------|-----------|-----------|-----------------|-----------|-----------|-----------|
|        | 2020 年<br>1-6 月 | 2019<br>年 | 2018<br>年 | 2017<br>年 | 2020 年<br>1-6 月 | 2019<br>年 | 2018<br>年 | 2017<br>年 | 2020 年<br>1-6 月 | 2019<br>年 | 2018<br>年 | 2017<br>年 |
| 职工薪酬支出 | 5.24            | 3.15      | 2.82      | 1.59      | 1.88            | 1.86      | 1.34      | 1.22      | 3.36            | 1.29      | 1.48      | 0.37      |
| 折旧与摊销  | 0.08            | 0.04      | 0.02      | 0.02      | -               | 0.01      | 0.02      | 0.01      | 0.08            | 0.03      | -         | 0.01      |
| 办公通讯费  | 0.15            | 0.09      | 0.11      | 0.09      | 0.11            | 0.23      | 0.26      | 0.27      | 0.04            | -0.14     | -0.15     | -0.18     |
| 交通差旅费  | 0.25            | 0.44      | 0.54      | 0.32      | 0.11            | 0.23      | 0.26      | 0.27      | 0.14            | 0.21      | 0.28      | 0.05      |
| 业务招待费  | 0.01            | 0.12      | 0.08      | 0.04      | 0.19            | 0.19      | 0.24      | 0.29      | -0.18           | -0.07     | -0.16     | -0.25     |
| 广告促销费  | 0.06            | 0.87      | 1.21      | -         | 0.10            | 0.33      | 0.18      | 0.32      | -0.04           | 0.54      | 1.03      | -0.32     |
| 运输报关费  | 2.23            | 1.51      | 0.38      | 0.32      | 1.29            | 1.40      | 1.54      | 1.44      | 0.94            | 0.11      | -1.16     | -1.12     |
| 维护服务费  | -               | 0.01      | -         | -         | 0.26            | 0.15      | 0.07      | 0.03      | -0.26           | -0.14     | -0.07     | -0.03     |
| 样品费    | -               | -         | -         | -         | 0.06            | 0.72      | 0.38      | 0.07      | -0.06           | -0.72     | -0.38     | -0.07     |
| 咨询服务费  | -               | -         | -         | -         | 0.46            | 0.42      | 0.20      | -         | -0.46           | -0.42     | -0.2      | -         |
| 仓储费    | -               | -         | -         | -         | 0.02            | 0.02      | 0.02      | 0.01      | -0.02           | -0.02     | -0.02     | -0.01     |
| 其他费    | 0.05            | 0.13      | 0.01      | 0.01      | 0.15            | 0.09      | 0.08      | 0.13      | -0.1            | 0.04      | -0.07     | -0.12     |
| 合 计    | 8.07            | 6.36      | 5.17      | 2.39      | 4.63            | 5.65      | 4.59      | 4.06      | 3.44            | 0.71      | 0.58      | -1.67     |

数据来源：根据可比公众公司公开信息统计。

② 管理费用率比较：

| 公司代码      | 公司名称 | 管理费用率 (%)    |         |         |         |
|-----------|------|--------------|---------|---------|---------|
|           |      | 2020 年 1-6 月 | 2019 年度 | 2018 年度 | 2017 年度 |
| 831748.00 | 雅格股份 | 23.56        | 22.46   | 18.42   | 11.97   |
| 603657.SH | 春光科技 | 8.45         | 7.51    | 7.33    | 7.01    |
| 688299.SH | 长阳科技 | 5.95         | 5.37    | 3.41    | 4.43    |
| 002735.SZ | 王子新材 | 6.00         | 6.31    | 8.11    | 8.84    |
| 300717.SZ | 华信新材 | 4.90         | 4.98    | 4.54    | 3.84    |

|           |       |      |      |       |
|-----------|-------|------|------|-------|
| 简单平均      | 9.77  | 9.33 | 8.36 | 7.22  |
| 本公司       | 12.13 | 6.27 | 6.23 | 4.67  |
| 差异 1      | -2.36 | 3.06 | 2.13 | 2.55  |
| 剔除雅格股份后平均 | 6.32  | 6.04 | 5.85 | 6.03  |
| 差异 2      | 5.81  | 0.23 | 0.38 | -1.36 |

数据来源：根据可比公众公司公开信息统计。

由于雅格股份销售规模只有数百万元，管理费用分摊率较高，不具可比性。剔除雅格股份后，公司管理费用率低于同行业可比公司平均值，主要是同行业中王子新材管理费用率明显高于其他公司。

本公司管理费用率高于长阳科技和华信新材，低于王子新材和春光科技。其中王子新材 2017 年向石峰等 72 名激励对象定向增发限制性股票，构成股份支付而确认的费用总额为 661 万元，剔除王子新材后，行业平均管理费用率与本公司较为接近。

2020 年 1-6 月，公司管理费用率高于同行业可比公司主要原因主要是受销售收入大幅下降影响，具体与销售费率差异原因相同。

管理费用具体明细费用率比较：

单位：%

| 管理费用分类 | 本公司             |           |           |           | 行业平均            |           |           |           | 差异              |           |           |           |
|--------|-----------------|-----------|-----------|-----------|-----------------|-----------|-----------|-----------|-----------------|-----------|-----------|-----------|
|        | 2020 年<br>1-6 月 | 2019<br>年 | 2018<br>年 | 2017<br>年 | 2020 年<br>1-6 月 | 2019<br>年 | 2018<br>年 | 2017<br>年 | 2020 年<br>1-6 月 | 2019<br>年 | 2018<br>年 | 2017<br>年 |
| 职工薪酬   | 6.36            | 3.68      | 3.39      | 2.43      | 3.32            | 3.12      | 3.19      | 3.08      | 3.04            | 0.56      | 0.20      | -0.65     |
| 咨询服务费  | 0.35            | 0.51      | 1.09      | 0.94      | 0.87            | 0.76      | 0.45      | 0.60      | -0.52           | -0.25     | 0.64      | 0.34      |
| 折旧与摊销  | 1.24            | 0.61      | 0.48      | 0.44      | 0.86            | 0.67      | 0.72      | 0.86      | 0.38            | -0.06     | -0.24     | -0.42     |
| 办公通讯费  | 0.66            | 0.56      | 0.53      | 0.39      | 0.53            | 0.50      | 0.53      | 0.57      | 0.13            | 0.06      | -         | -0.18     |
| 租赁水电费  | 1.61            | 0.71      | 0.47      | 0.32      | 0.08            | 0.15      | 0.13      | 0.12      | 1.53            | 0.56      | 0.34      | 0.20      |
| 交通差旅费  | 0.15            | 0.16      | 0.24      | 0.13      | 0.15            | 0.25      | 0.26      | 0.28      | -               | -0.09     | -0.02     | -0.15     |
| 业务招待费  | 0.04            | 0.01      | 0.01      | 0.02      | 0.24            | 0.40      | 0.42      | 0.32      | -0.20           | -0.39     | -0.41     | -0.30     |
| 其他     | 1.72            | 0.03      | 0.02      | 0.00      | 0.27            | 0.19      | 0.15      | 0.20      | 1.45            | -0.16     | -0.13     | -0.20     |
| 合 计    | 12.13           | 6.27      | 6.23      | 4.67      | 6.32            | 6.04      | 5.85      | 6.03      | 5.81            | 0.23      | 0.38      | -1.36     |

数据来源：根据可比公众公司公开信息统计。

### ③ 研发费用率比较

| 公司代码 | 公司名称 | 研发费用率 (%) |
|------|------|-----------|
|------|------|-----------|

|           |      | 2020 年 1-6 月 | 2019 年度 | 2018 年度 | 2017 年度 |
|-----------|------|--------------|---------|---------|---------|
| 831748.00 | 雅格股份 | —            | —       | —       | —       |
| 603657.SH | 春光科技 | 3.71         | 3.91    | 3.08    | 2.93    |
| 688299.SH | 长阳科技 | 4.64         | 4.19    | 3.96    | 4.62    |
| 002735.SZ | 王子新材 | 1.35         | 1.08    | 0.73    | 0.72    |
| 300717.SZ | 华信新材 | 3.24         | 3.29    | 3.15    | 3.13    |
| 简单平均      |      | 3.23         | 3.12    | 2.73    | 2.85    |
| 本公司       |      | 7.15         | 4.97    | 4.95    | 4.49    |
| 差异 1      |      | 3.92         | 1.85    | 2.22    | 1.64    |
| 剔除王子新材后平均 |      | 3.86         | 3.80    | 3.40    | 3.56    |
| 差异 2      |      | 3.29         | 1.17    | 1.55    | 0.93    |

数据来源：根据可比公众公司公开信息统计。

报告期内公司的研发费用率略高于行业平均数，但与长阳科技较为接近。从销售规模和研发费用具体构成两方面进行具体分析如下：

#### A. 销售规模比较

春光科技、长阳科技、王子新材、华信新材销售规模大于本公司，研发费用率小于本公司或与本公司相近。因此，报告期内本公司研发费用率高于同行业可比公司的部分原因为本公司规模相对较小，研发费用率的分摊基数小，造成固定研发费用率高。

#### B. 研发费用具体明细费用率比较

单位：%

| 研发费用分类 | 本公司          |        |        |        | 行业平均         |        |        |        | 差异           |        |        |        |
|--------|--------------|--------|--------|--------|--------------|--------|--------|--------|--------------|--------|--------|--------|
|        | 2020 年 1-6 月 | 2019 年 | 2018 年 | 2017 年 | 2020 年 1-6 月 | 2019 年 | 2018 年 | 2017 年 | 2020 年 1-6 月 | 2019 年 | 2018 年 | 2017 年 |
| 职工薪酬   | 1.77         | 1.13   | 0.95   | 0.59   | 1.47         | 1.46   | 1.37   | 1.37   | 0.30         | -0.33  | -0.42  | -0.78  |
| 物料消耗   | 3.70         | 2.94   | 2.96   | 3.30   | 1.86         | 1.98   | 1.55   | 1.48   | 1.84         | 0.96   | 1.41   | 1.82   |
| 外购服务支出 | 1.46         | 0.75   | 0.80   | 0.52   | 0.00         | 0.01   | 0.11   | 0.23   | 1.46         | 0.74   | 0.69   | 0.29   |
| 折旧与摊销  | 0.16         | 0.08   | 0.07   | 0.06   | 0.25         | 0.23   | 0.21   | 0.23   | -0.09        | -0.15  | -0.14  | -0.17  |
| 其 他    | 0.06         | 0.07   | 0.17   | 0.02   | 0.28         | 0.12   | 0.16   | 0.25   | -0.22        | -0.05  | 0.01   | -0.23  |
| 合 计    | 7.15         | 4.97   | 4.95   | 4.49   | 3.86         | 3.80   | 3.40   | 3.56   | 3.29         | 1.17   | 1.55   | 0.93   |

数据来源：根据可比公众公司公开信息统计。

由上表可见，报告期内公司研发费用率大于行业平均，主要有以下两个原因：

一是材料费用率高于同行业，主要是公司研发活动需紧跟时尚潮流发展趋

势和客户具体需求，试制不同色彩、图纹和结构的产品，物料消耗较大。

二是外购服务支出比例高于同行业。因为公司在开发新的色彩、图纹和结构的醋酸纤维素板材时，需以镜架样品的形式评估效果，但公司无镜架生产线，作为效果评估的镜架样品需交由其他厂商进行加工处理。

#### ④ 财务费用率比较

| 公司代码      | 公司名称 | 财务费用率 (%)    |         |         |         |
|-----------|------|--------------|---------|---------|---------|
|           |      | 2020 年 1-6 月 | 2019 年度 | 2018 年度 | 2017 年度 |
| 831748.00 | 雅格股份 | -1.32        | -0.60   | -0.43   | -0.30   |
| 603657.SH | 春光科技 | -1.14        | -2.24   | -1.47   | 1.62    |
| 688299.SH | 长阳科技 | -0.02        | 1.79    | 2.81    | 5.91    |
| 002735.SZ | 王子新材 | -0.04        | 0.08    | -0.12   | 0.40    |
| 300717.SZ | 华信新材 | -1.12        | -0.55   | -0.94   | 0.84    |
| 简单平均      |      | -0.73        | -0.30   | -0.03   | 1.69    |
| 本公司       |      | 0.15         | 0.22    | 0.04    | 0.04    |
| 差 异       |      | 0.88         | 0.52    | 0.07    | -1.65   |

数据来源：根据可比公众公司公开信息统计。

公司 2017 年财务费用率低于同行业可比公司，2018 年和 2019 年与同行业较为接近，2020 年 1-6 月高于同行业可比公司

财务费用具体明细费用率比较：

单位：%

| 财务费用分类 | 本公司          |        |        |        | 行业平均         |        |        |        | 差异           |        |        |        |
|--------|--------------|--------|--------|--------|--------------|--------|--------|--------|--------------|--------|--------|--------|
|        | 2020 年 1-6 月 | 2019 年 | 2018 年 | 2017 年 | 2020 年 1-6 月 | 2019 年 | 2018 年 | 2017 年 | 2020 年 1-6 月 | 2019 年 | 2018 年 | 2017 年 |
| 利息支出   | 0.04         | 0.12   | -      | -      | 0.20         | 0.57   | 0.74   | 1.26   | -0.16        | -0.45  | -0.74  | -1.26  |
| 减：利息收入 | 0.01         | 0.01   | 0.01   | 0.03   | 0.52         | 0.67   | 0.30   | 0.13   | -0.51        | -0.66  | -0.29  | -0.10  |
| 汇兑净损失  | 0.04         | 0.07   | 0.01   | 0.05   | -0.40        | -0.19  | -0.50  | 0.51   | 0.44         | 0.26   | 0.51   | -0.46  |
| 其 他    | 0.08         | 0.04   | 0.04   | 0.02   | -0.01        | -0.01  | 0.03   | 0.05   | 0.09         | 0.05   | 0.01   | -0.03  |
| 合 计    | 0.15         | 0.22   | 0.04   | 0.04   | -0.73        | -0.30  | -0.03  | 1.69   | 0.88         | 0.52   | 0.07   | -1.65  |

数据来源：根据可比公众公司公开信息统计。

由上表可见,公司 2017 年财务费用率低于同行业可比公司主要因为 2017 年末借款, 因此无利息支出。2020 年 1-6 月, 公司财务费用率与同行业差异主要是发行人境外子公司形成汇兑损失, 而同行业是汇兑收益。

就发行人报告期的期间费用归集是否准确的问题, 发行人在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十、经营成果分析”之“(三) 利润表其他项目逐项分析”之“1、期间费用”中补充披露如下:

**(6) 报告期内公司期间费用归集的准确性**

公司期间费用主要包括职工薪酬、折旧与摊销、办公通讯、交通差旅、租金水电等几大类。

① 职工薪酬: 按照人员所属的职能部门归集。销售部门人员薪酬计入销售费用, 财务部、人力资源部、总经办、IT 部、后勤部人员工资计入管理费用, 开发部、工程部人员工资计入研发费用。

② 折旧与摊销: 按照设备使用的职能部门归集。

销售部门使用的办公及其他设备的折旧计入销售费用, 管理部门使用的办公及其他设备的折旧计入管理费用, 研发部门使用的设备折旧计入研发费用。

SAP 软件费的摊销计入管理费用。

装修费按照装修场所归集, 办公区的装修费摊入管理费用, 车间装修费摊入制造费用。

③ 办公通讯、交通差旅等其他费用: 按照报销人及费用所归属的职能部门归集。

报告期内, 公司不存在漏记或者跨期确认期间费用的情形。对于每月固定存在的费用, 如员工工资、设备折旧、租金水电等费用, 财务人员每月底会再次对系统中的数据进行核查; 对于员工报销的办公通讯费、交通差旅费等, 年底向各部门发邮件提醒员工提供本年度的相关报销单据; 对于主要的承运商, 公司每个月根据承运商的对账单计提运输。

公司资金独立、财务独立、人员独立, 相关管理费用均由公司承担, 不存在关联方或前关联方为公司承担管理费用的情况。

保荐机构发表的意见:

经核查, 报告期内, 2017 年由于发行人提货方式和宣传促销方面的差异, 发

行人销售费用率低于同行业平均水平，2018 年和 2019 年销售费用率与同行业公司较为接近；扣除王子新材因股权激励而增加了管理费用之外，发行人管理费用率与行业平均水平接近；由于发行人研发物料消耗以及外购服务方面的差异，研发费用略率高于同行业平均水平；2017 年由于各公司融资结构的差异，发行人财务费用率低于同行业平均水平；2018 年和 2019 年因发行人境外客户增加，外币核算的情况的差异，财务费用率略高于同行业平均水平。综上，保荐机构认为，发行人与同行业公司各期间费用率的差异具有合理性。

经核查，保荐机构认为，发行人按照划分的职能部门归集期间费用；每月底、年底存在催收核查程序，不存在漏记或者跨期确认的情形；通过与同行业公司管理费用率的比较并抽查相关资金流水等，发行人不存在关联方或前关联方为发行人承担管理费用的情况。

## 问题 19：关于应收账款

申报材料显示，报告期各期末，公司应收账款账面价值分别为 4,233.37 万元、4,332.42 万元和 4,175.65 万元，应收账款余额占当年营业收入的比例分别为 32.34%、30.95%、28.74%。公司报告期内应收账款账龄集中在一年以内，报告期各期末一年以内应收账款占比分别为 100%、99.81%、98.68%，给予老客户的信用期通常为 30 天、60 天、90 天及 120 天，对于部分新增客户及采购量小的客户，通常采用先款后货的方式。根据招股说明书，2020 年初新冠肺炎疫情在全球爆发，下游企业流动性受到影响，对公司应收账款回款造成一定的不利影响。报告期内，发行人对应收账款进行了会计估计变更。

请发行人：

(1) 结合报告期内主要客户信用政策变化的具体情况分析并披露报告期内应收账款波动的原因及合理性，是否存在放宽信用政策对部分客户实现收入增长的情形；

(2) 补充披露各期末逾期应收账款情况及期后回收情况，并列示各期末期后半年、半年至一年、一年至两年、两年以上回收金额及占比，定量分析并披露新冠疫情对应收账款回款的影响，结合前述情况进一步分析并披露应收账款坏账准备计提的充分性；

(3) 补充说明应收账款会计估计变更的原因，是否符合《深圳证券交易所创业板股票首次公开发行上市审核问答》问题 28 的要求，对当期财务数据的影响，变更时点前后公司的生产经营是否发生重大变化，是否与同行业可比公司一致。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

回复如下：

第（1）问：结合报告期内主要客户信用政策变化的具体情况分析并披露报告期内应收账款波动的原因及合理性，是否存在放宽信用政策对部分客户实现收入增长的情形；

公司给予客户的信用期主要分为 30 天、60 天、90 天及 120 天。报告期内公司主要客户信用政策（信用期）变化情况，如下表所示：

| 序号 | 客户名称           | 信用期变更时间    | 变更前  | 变更后  |
|----|----------------|------------|------|------|
| 1  | 东莞汇俊眼镜制品有限公司   | 2018 年 1 月 | 60 天 | 90 天 |
| 2  | 东莞华宏           | 2018 年 8 月 | 60 天 | 90 天 |
| 3  | 雅骏光学科技（深圳）有限公司 | 2020 年 1 月 | 30 天 | 60 天 |

公司主要客户中，除东莞汇俊眼镜制品有限公司的信用期在 2018 年 1 月从 60 天变更为 90 天、东莞华宏的信用期在 2018 年 8 月从 60 天变更为 90 天、雅骏光学科技（深圳）有限公司的信用期在 2020 年 1 月从 30 天变更为 60 天外，公司其他主要客户的信用期在报告期内未发生变化。

2017 年度和 2018 年度，公司对东莞汇俊眼镜制品有限公司的销售额分别为 110.24 万元和 118.38 万元，销售额稳中略升；2017 年末和 2018 年末，公司对东莞汇俊眼镜制品有限公司的应收账款账面余额分别为 35.26 万元和 33.43 万元。

2018 年度和 2019 年度，公司对东莞华宏的销售额分别为 1,935.69 万元和 1,933.52 万元，销售额基本稳定；2018 年末和 2019 年末，公司对东莞华宏的应收账款账面余额分别为 924.49 万元和 722.37 万元。

2019 年度和 2020 年 1-6 月，公司对雅骏光学科技（深圳）有限公司的销售额分别为 354.95 万元和 118.72 万元；2019 年末和 2020 年 6 月 30 日，公司对雅骏光学科技（深圳）有限公司的应收账款账面余额分别为 109.15 万元和 119.28 万元。

关于“报告期内应收账款波动的原因及合理性”，公司已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十一、资产质量分析”之“（二）主要流动资产分析”之“3、应收账款”中披露如下：

“应收账款总体变动情况：

| 项 目      | 2020/6/30  |           | 2019/12/31 |           | 2018/12/31 |           | 2017/12/31 |           |
|----------|------------|-----------|------------|-----------|------------|-----------|------------|-----------|
|          | 金额<br>(万元) | 比例<br>(%) | 金额<br>(万元) | 比例<br>(%) | 金额<br>(万元) | 比例<br>(%) | 金额<br>(万元) | 比例<br>(%) |
| 应收账款账面余额 | 2,690.88   | 100.00    | 4,443.88   | 100.00    | 4,600.37   | 100.00    | 4,272.90   | 100.00    |
| 坏账准备金额   | 179.74     | 6.68      | 268.23     | 6.04      | 267.94     | 5.82      | 39.53      | 0.93      |
| 应收账款账面价值 | 2,511.14   | 93.32     | 4,175.65   | 93.96     | 4,332.42   | 94.18     | 4,233.37   | 99.07     |

2017 年末、2018 年末、2019 年末及 2020 年 6 月末，公司应收账款账面价值分别为 4,233.37 万元、4,332.42 万元、4,175.65 万元及 2,511.14 万元，占流动资产总额的比重分别为 49.55%、50.16%、43.14%及 26.10%。2020 年 6 月末应收

账款账面价值占流动资产总额的比重下降，主要是因为受新冠肺炎和春节假期的影响，2020年1-6月营业收入下降。

公司根据客户的信用情况和业务规模给予一定的信用期，信用期主要为30天、60天、90天及120天。业务规模较大的客户一般信用较好，公司给予该类客户的信用期相对较长，期末应收账款余额多为该类客户欠款。

2018年末应收账款余额较2017年末增长7.66%，主要系主营业务收入增长导致。

2017年（末）、2018年（末）及2019年（末）公司应收账款余额、主营业务收入金额及增长情况如下：

| 项 目                  | 2019年（末）  | 2018年（末）  | 2017年（末）  |
|----------------------|-----------|-----------|-----------|
| 应收账款账面余额（万元）         | 4,443.88  | 4,600.37  | 4,272.90  |
| 主营业务收入金额（万元）         | 15,464.10 | 14,861.75 | 13,212.34 |
| 应收账款账面余额占主营业务收入比例（%） | 28.74     | 30.95     | 32.34     |

报告期公司较为严格地执行信用期制度，各期末应收账款账面余额与当期主营业务收入的比率基本稳定。

2017年末、2018年末、2019年末及2020年6月末，公司应收账款账面余额分别为4,272.90万元、4,600.37万元、4,443.88万元及2,690.88万元，其中，以账龄为基础计提坏账准备的应收账款余额为4,233.37万元、4,560.84万元、4,398.46万元及2,645.46万元。

报告期各期末，公司以账龄为基础计提坏账准备的应收账款账龄及相应的坏账准备情况如下：

| 账龄   | 2020年6月30日  |        |          |          |
|------|-------------|--------|----------|----------|
|      | 账面余额（万元）    | 比例（%）  | 坏账准备（万元） | 账面价值（万元） |
| 1年以内 | 2,604.49    | 98.45  | 130.22   | 2,474.27 |
| 1~2年 | 40.97       | 1.55   | 4.10     | 36.87    |
| 合计   | 2,645.46    | 100.00 | 134.32   | 2,511.14 |
| 账龄   | 2019年12月31日 |        |          |          |
|      | 账面余额（万元）    | 比例（%）  | 坏账准备（万元） | 账面价值（万元） |
| 1年以内 | 4,340.57    | 98.68  | 217.03   | 4,123.54 |
| 1~2年 | 57.89       | 1.32   | 5.79     | 52.10    |
| 合计   | 4,398.46    | 100.00 | 222.82   | 4,175.65 |
| 账龄   | 2018年12月31日 |        |          |          |

|       | 账面余额（万元）         | 比例（%）  | 坏账准备（万元） | 账面价值（万元） |
|-------|------------------|--------|----------|----------|
| 1 年以内 | 4,552.30         | 99.81  | 227.56   | 4,324.74 |
| 1~2 年 | 8.54             | 0.19   | 0.85     | 7.68     |
| 合计    | 4,560.84         | 100.00 | 228.41   | 4,332.42 |
| 账龄    | 2017 年 12 月 31 日 |        |          |          |
|       | 账面余额（万元）         | 比例（%）  | 坏账准备（万元） | 账面价值（万元） |
| 1 年以内 | 4,233.37         | 100.00 | -        | 4,233.37 |
| 合计    | 4,233.37         | 100.00 | -        | 4,233.37 |

报告期内，公司制定并执行的信用政策中，给予老客户的信用期通常为 30 天、60 天、90 天及 120 天，对于部分新增客户及采购量小的客户，通常采用先款后货的方式。实现销售后，公司要求销售人员对客户及时跟踪，了解客户的日常经营情况，根据应收账款信用期及时催款，对于出现回款超过一定期限的客户，暂停向其供货。由于公司对销售款项采取了“事前、事中、事后”等不同的控制措施，保证了公司销售款项及时收回。

报告期内，公司 98%以上的应收账款账龄在 1 年以内，应收账款质量较好。”

综上，报告期前三年各期末，公司应收账款账面余额与当期主营业务收入的 比例基本稳定，且账龄在 1 年以内的应收账款保持基本稳定，公司不存在放宽信用政策对部分客户实现收入增长的情形。

就上述情况，公司在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十一、资产质量分析”之“（二）主要流动资产分析”之“3、应收账款”之“（1）应收账款总体变动情况”中补充披露如下：

报告期内公司主要客户信用政策（信用期）变化情况，如下表所示：

| 序号 | 客户名称           | 信用期变更时间    | 变更前  | 变更后  |
|----|----------------|------------|------|------|
| 1  | 东莞汇俊眼镜制品有限公司   | 2018 年 1 月 | 60 天 | 90 天 |
| 2  | 东莞华宏           | 2018 年 8 月 | 60 天 | 90 天 |
| 3  | 雅骏光学科技（深圳）有限公司 | 2020 年 1 月 | 30 天 | 60 天 |

公司主要客户中，除东莞汇俊眼镜制品有限公司的信用期在 2018 年 1 月从 60 天变更为 90 天、东莞华宏的信用期在 2018 年 8 月从 60 天变更为 90 天、雅骏光学科技（深圳）有限公司的信用期在 2020 年 1 月从 30 天变更为 60 天外，公司其他主要客户的信用期在报告期内未发生变化。2017 年度和 2018 年度，公司对东莞汇俊眼镜制品有限公司的销售额分别为 110.24 万元和 118.38 万元。

2018 年度和 2019 年度，公司对东莞华宏的销售额分别为 1,935.69 万元和 1,933.52 万元。2019 年度和 2020 年 1-6 月，公司对雅骏光学科技（深圳）有限公司的销售额分别为 354.95 万元和 118.72 万元。公司不存在放宽信用政策对部分客户实现收入增长的情形。

**保荐机构发表的意见：**

保荐机构查阅了发行人与东莞汇俊眼镜制品有限公司、雅骏光学科技（深圳）有限公司之间的购销合同、发行人关于东莞华宏信用期变更的往来邮件；查阅了发行人 SAP 系统中的客户信用期；查阅了发行人报告期内销售明细表和应收款项明细表。

保荐机构认为，发行人主要客户中，除了东莞汇俊眼镜制品有限公司的信用期在 2018 年 1 月从 60 天变更为 90 天、东莞华宏的信用期在 2018 年 8 月从 60 天变更为 90 天、雅骏光学科技（深圳）有限公司的信用期在 2020 年 1 月从 30 天变更为 60 天外，发行人其他主要客户的信用期在报告期内未发生变化。发行人所披露的应收账款波动的原因符合实际情况，具备合理性。发行人不存在放宽信用政策对部分客户实现收入增长的情形。

**第（2）问：补充披露各期末逾期应收账款情况及期后回收情况，并列示各期末期后半年、半年至一年、一年至两年、两年以上回收金额及占比，定量分析并披露新冠疫情对应收账款回款的影响，结合前述情况进一步分析并披露应收账款坏账准备计提的充分性；**

关于上述情况，公司在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十一、资产质量分析”之“（二）主要流动资产分析”之“3、应收账款”之“（2）应收账款质量分析”之“① 应收账款账龄分析”中修改补充披露如下：

**报告期各期末，公司逾期应收账款情况及期后回收情况如下：**

| 项 目              | 2020/06/30 | 2019/12/31 | 2018/12/31 | 2017/12/31 |
|------------------|------------|------------|------------|------------|
| 应收账款账面余额（万元）     | 2,690.88   | 4,443.88   | 4,600.37   | 4,272.90   |
| 逾期应收账款金额（万元）     | 787.89     | 527.10     | 645.51     | 352.73     |
| 逾期比例（%）          | 29.28      | 11.86      | 14.03      | 8.26       |
| 应收账款期后回款金额（万元）   | 2,070.37   | 4,329.10   | 4,521.38   | 4,227.49   |
| 应收账款期后回款占比（%）    | 76.94      | 97.42      | 98.28      | 98.94      |
| 逾期应收账款期后回款金额（万元） | 461.64     | 427.14     | 588.77     | 307.31     |
| 逾期应收账款期后回款占比（%）  | 58.59      | 81.04      | 91.21      | 87.12      |

注：应收账款逾期标准为超过约定的收款时间而尚未回款的金额。2019 年末的期后回款占比=2019 年末至回款截止日即 2020 年 9 月 30 日的回款金额/2019 年末的应收账款余额，其他期间同理。逾期应收账款期后回款金额的回款截止日为 2020 年 9 月 30 日。

2017 年末、2018 年末、2019 年末及 2020 年 6 月 30 日，公司逾期应收账款余额分别为 352.73 万元、645.51 万元、527.10 万元和 787.89 万元，占各期末应收账款余额的比重分别为 8.26%、14.03%、11.86%和 29.28%。截至 2020 年 9 月 30 日，上述各期末逾期应收账款的回款金额分别为 307.31 万元、588.77 万元、427.14 万元和 461.64 万元，占各期末逾期应收账款余额的比例分别为 87.12%、91.21%、81.04%和 58.59%。

2018 年末、2019 年末及 2020 年 6 月 30 日，公司存在逾期一年以上的应收账款，余额分别为 48.07 万元、103.31 万元和 86.08 万元，其中 39.53 万元、45.42 万元和 45.42 万元已单项全额计提坏账准备。2020 年 6 月 30 日公司逾期一年以上的应收账款截至本招股说明书签署日尚未取得回款。除已单项计提坏账准备的逾期客户外，其他客户信用状况良好。

2017 年末、2018 年末、2019 年末及 2020 年 6 月 30 日，公司应收账款截至 2020 年 9 月 30 日的期后回款金额分别为 4,227.49 万元、4,521.38 万元、4,329.10 万元和 2,070.37 万元，占各期末应收账款余额的比重分别为 98.94%、98.28%、97.42%和 76.94%。2020 年初新冠肺炎疫情在全球爆发，下游企业流动性受到影响，对公司应收账款回款造成一定的不利影响。

公司报告期各期末应收账款期后回收金额，按各期末期后半年、半年至一年、一年至两年、两年以上的列示情况如下：

| 项 目          | 2020/06/30 |           | 2019/12/31 |           | 2018/12/31 |           | 2017/12/31 |           |
|--------------|------------|-----------|------------|-----------|------------|-----------|------------|-----------|
|              | 金额<br>(万元) | 比例<br>(%) | 金额<br>(万元) | 比例<br>(%) | 金额<br>(万元) | 比例<br>(%) | 金额<br>(万元) | 比例<br>(%) |
| 应收账款期后回款金额   | 2,070.37   | 100.00    | 4,329.10   | 100.00    | 4,521.38   | 100.00    | 4,227.49   | 100.00    |
| 其中：期后半年内回款金额 | 2,070.37   | 100.00    | 4,185.28   | 96.68     | 4,328.48   | 95.73     | 4,198.98   | 99.33     |
| 期后半年至一年回款金额  | -          | -         | 143.82     | 3.32      | 169.86     | 3.76      | 28.51      | 0.67      |
| 期后一年至两年回款金额  | -          | -         | -          | -         | 23.04      | 0.51      | -          | -         |
| 期后两年以上回款金额   | -          | -         | -          | -         | -          | -         | -          | -         |

2017 年末、2018 年末、2019 年末和 2020 年 6 月 30 日，公司应收账款期后回收金额回款时间在期后半年内的比例分别是 99.33%、95.73%、96.68%和 100.00%，回款时间在期后半年至一年的比例分别是 0.67%、3.76%、3.32%和 0.00%。

综上，公司 2020 年 6 月 30 日应收账款回款受到新冠疫情一定影响，除此之外，报告期前三年各期末公司应收账款回款比例超过 96.00%且回收时间基本在期后一年以内，公司对账龄为 1 年以内（含 1 年）的应收账款的坏账准备计提比例为 5.00%，因此，公司应收账款坏账准备计提充分。

#### 保荐机构发表的意见：

保荐机构查阅了发行人报告期应收款项明细表和账龄分析表及回款情况表，查阅了发行人 SAP 系统中的客户信用期，对发行人回款情况进行了分析。

#### 保荐机构认为：

发行人对各期末逾期应收账款情况及期后回收情况的披露符合实际情况，按各期末期后半年、半年至一年、一年至两年、两年以上列示的回收金额及占比符合实际情况，新冠疫情对应收账款回款造成一定的不利影响，发行人应收账款坏账准备计提充分。

第（3）问：补充说明应收账款会计估计变更的原因，是否符合《深圳证券交易所创业板股票首次公开发行上市审核问答》问题 28 的要求，对当期财务数据的影响，变更时点前后公司的生产经营是否发生重大变化，是否与同行业可比公司一致。

#### 1、关于“应收账款会计估计变更的原因”

为了更好地反映公司应收款项面临的风险，进一步加强对应收账款的管理，也为更公允、恰当地反映公司的财务状况和经营成果，提供更可靠、更准确的会

计信息，结合公司业务情况，公司变更应收款项的坏账准备计提比例。

公司应收账款坏账准备计提比例变更（会计估计变更）的具体内容为：1 年以内（含 1 年）的计提比例从 0%变更为 5%，2-3 年计提比例从 50%变更为 30%。由于在报告期内，公司 96%以上的应收账款账龄在 1 年以内，故该次变更主要影响公司 1 年以内（含 1 年）的应收款项。

2、关于“是否符合《深圳证券交易所创业板股票首次公开发行上市审核问答》问题 28 的要求”

《深圳证券交易所创业板股票首次公开发行上市审核问答》问题 28 中，适用于公司的内容为：

“报告期内发行人会计政策和会计估计应保持一致性，不得随意变更，若有变更应符合企业会计准则的规定。变更时，保荐人及申报会计师应关注是否有充分、合理的证据表明变更的合理性，并说明变更会计政策或会计估计后，能够提供更可靠、更相关的会计信息的理由；对会计政策、会计估计的变更，应履行必要的审批程序。如无充分、合理的证据表明会计政策或会计估计变更的合理性，或者未经批准擅自变更会计政策或会计估计的，或者连续、反复地自行变更会计政策或会计估计的，视为滥用会计政策或会计估计。

发行人应在招股说明书中披露重要会计政策、会计估计变更或会计差错更正情形及其原因。”

① 关于“符合企业会计准则的规定”：《企业会计准则第 28 号——会计政策、会计估计变更和差错更正》中关于会计估计变更的内容如下：

“第八条 企业据以进行估计的基础发生了变化，或者由于取得新信息、积累更多经验以及后来的发展变化，可能需要对会计估计进行修订。会计估计变更的依据应当真实、可靠。

会计估计变更，是指由于资产和负债的当前状况及预期经济利益和义务发生了变化，从而对资产或负债的账面价值或者资产的定期消耗金额进行调整。

第九条 企业对会计估计变更应当采用未来适用法处理。

会计估计变更仅影响变更当期的，其影响数应当在变更当期予以确认；既影响变更当期又影响未来期间的，其影响数应当在变更当期和未来期间予以确认。

第十条 企业难以对某项变更区分为会计政策变更或会计估计变更的，应当

将其作为会计估计变更处理。

第十六条 企业应当在附注中披露与会计估计变更有关的下列信息：

- （一）会计估计变更的内容和原因。
- （二）会计估计变更对当期和未来期间的影响数。
- （三）会计估计变更的影响数不能确定的，披露这一事实和原因。”

公司经逐条核对《企业会计准则第 28 号——会计政策、会计估计变更和差错更正》中关于会计估计变更的内容，确认公司情况符合该准则的要求。

② 关于“发行人应在招股说明书中披露重要会计政策、会计估计变更或会计差错更正情形及其原因”，公司已在原招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“五、主要会计政策和会计估计”之“（九）重要会计政策、会计估计变更和会计差错更正”之“2、重大会计估计变更”中披露如下：

“为了更好地反映公司应收款项面临的风险，经 2018 年 3 月 16 日第一届董事会第二十次会议决议审议通过，从 2018 年起公司对应收款项账龄组合坏账准备计提比例进行了变更，变更前后的坏账准备计提比例如下：

| 账 龄          | 变更前计提比例（%） | 变更后计提比例（%） |
|--------------|------------|------------|
| 1 年以内（含 1 年） | 0          | 5          |
| 1~2 年        | 10         | 10         |
| 2~3 年        | 50         | 30         |
| 3 年以上        | 100        | 100”       |

3、关于“对当期财务数据的影响”，公司已在原招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“五、主要会计政策和会计估计”之“（九）重要会计政策、会计估计变更和会计差错更正”之“2、重大会计估计变更”中披露如下：

“坏账准备计提比例变更对 2018 年当期财务报表的影响如下：

| 受影响的报表项目 | 影响金额（单位：元）    |
|----------|---------------|
| 应收账款     | -2,275,569.55 |
| 其他应收款    | -38,518.99    |
| 递延所得税资产  | 347,113.28    |
| 盈余公积     | -196,697.53   |
| 未分配利润    | -1,770,277.73 |

| 受影响的报表项目 | 影响金额（单位：元）     |
|----------|----------------|
| 资产减值损失   | 2,314,088.54   |
| 所得税费用    | -347,113.28    |
| 净利润      | -1,966,975.26” |

4、关于“变更时点前后公司的生产经营是否发生重大变化”

变更时点前后，公司的生产经营未发生重大变化。

5、关于“是否与同行业可比公司一致”

公司应收款项坏账准备计提比例与同行业可比公司的比较情况见下表：

| 类 别             | 应收款项坏账准备计提比例（%） |       |       |       |       |       |
|-----------------|-----------------|-------|-------|-------|-------|-------|
|                 | 1 年以内           | 1~2 年 | 2~3 年 | 3~4 年 | 4~5 年 | 5 年以上 |
| [603657.SH]春光科技 | 5               | 10    | 30    | 50    | 80    | 100   |
| [688299.SZ]长阳科技 | 5               | 15    | 50    | 100   |       |       |
| [002735.SZ]王子新材 | 3               | 10    | 20    | 30    | 50    | 100   |
| [300717.SZ]华信新材 | 5               | 20    | 50    | 100   |       |       |
| [831748.OC]雅格股份 | 3               | 20    | 50    | 100   |       |       |
| 发行人             | 5               | 10    | 30    | 100   |       |       |

数据来源：根据可比公司公开信息统计。

公司应收款项坏账准备计提比例与同行业可比公司基本一致。报告期内公司96%以上的应收账款账龄在1年以内，公司1年以内的计提比例为同行业公司中最高5%，公司坏账计提谨慎，坏账政策合理。

综上，公司应收账款坏账准备计提比例与同行业可比公司一致，公司应收款项坏账准备计提政策谨慎合理，符合企业会计准则的要求。

**保荐机构发表的意见：**

保荐机构执行了以下核查程序：

（1）查阅了发行人在全国中小企业股份转让系统指定信息披露平台（[www.neeq.com.cn](http://www.neeq.com.cn)）披露的关于变更应收款项坏账准备计提比例的董事会决议公告（公告编号：2018-003）、监事会决议公告（公告编号：2018-004）和专项公告（公告编号：2018-005）；

（2）查阅了《深圳证券交易所创业板股票首次公开发行上市审核问答》的问题28；

(3) 查阅了《企业会计准则第 28 号——会计政策、会计估计变更和差错更正》;

(4) 查阅并复核了发行人坏账准备计提比例变更对当期财务报表的影响;

(5) 查阅了发行人坏账准备计提比例变更时点前后的财务报表并就生产经营情况向发行人相关人员进行了问询;

(6) 查阅了 5 家同行业可比公司的年报或招股说明书中关于应收款项坏账准备计提比例的内容;

经以上核查, 保荐机构认为:

发行人已披露应收账款会计估计变更的原因并符合实际情况; 发行人应收款项坏账准备计提比例变更符合《深圳证券交易所创业板股票首次公开发行上市审核问答》问题 28 的要求; 发行人已披露应收账款会计估计变更对当期财务数据的影响, 变更时点前后发行人的生产经营未发生重大变化, 发行人应收款项坏账准备计提比例与同行业可比公司一致。

## 问题 20：关于存货

据招股说明书披露，报告期内，公司存货主要包括原材料、在产品、发出商品、库存商品等。报告期各期末，公司的存货账面价值分别为 1,430.58 万元、1,597.57 万元和 1,596.37 万元。

请发行人：

(1) 结合经营模式、生产周期及过程，分析并披露存货结构是否与公司生产经营特点相符，是否与年度订单计划相匹配，库存商品占比逐年提高是否与同行业可比公司一致；补充说明存货中库存商品单位成本与当期结转营业成本部分产品单位成本的比较情况，是否存在重大差异；

(2) 补充分析并披露库存商品报告期各期大幅增长的原因及合理性，定量分析各期末公司存货跌价准备测试情况，计提是否充分。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

回复如下：

第（1）问：结合经营模式、生产周期及过程，分析并披露存货结构是否与公司生产经营特点相符，是否与年度订单计划相匹配，库存商品占比逐年提高是否与同行业可比公司一致；补充说明存货中库存商品单位成本与当期结转营业成本部分产品单位成本的比较情况，是否存在重大差异；

1、报告期内，公司期末存货构成情况

| 项 目  | 2020/06/30 |           | 2019/12/31 |           | 2018/12/31 |           | 2017/12/31 |           |
|------|------------|-----------|------------|-----------|------------|-----------|------------|-----------|
|      | 金额<br>(万元) | 比例<br>(%) | 金额<br>(万元) | 比例<br>(%) | 金额<br>(万元) | 比例<br>(%) | 金额<br>(万元) | 比例<br>(%) |
| 原材料  | 55.35      | 3.47      | 59.97      | 3.76      | 204.91     | 12.83     | 308.86     | 21.59     |
| 在产品  | 226.02     | 14.16     | 253.22     | 15.86     | 307.20     | 19.23     | 249.56     | 17.44     |
| 库存商品 | 1,314.92   | 82.37     | 1,267.51   | 79.40     | 1,082.69   | 67.77     | 872.16     | 60.97     |
| 发出商品 | 0.004      | 0.0003    | 15.68      | 0.98      | 2.76       | 0.17      | -          | -         |
| 合 计  | 1,596.30   | 100.00    | 1,596.37   | 100.00    | 1,597.57   | 100.00    | 1,430.58   | 100.00    |

就存货结构是否与公司生产经营特点相符，是否与年度订单计划相匹配，发行人在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十一、资产质量分析”之“（二）主要流动资产分析”之“6、存货”中补充披露如下：

公司主要原材料为醋酸纤维素胶粒，占原材料采购总额的 97%以上，由于原

材料较为单一，供货来源稳定，备料较为便利，因此期末存货结构中原材料占比较小。

公司挤板类产品的生产周期为 10 天至 15 天，压板类产品的生产周期为 20 天至 27 天，生产周期较短，因此期末存货结构中在产品占比较小。

为进一步降低生产成本，减少“小批量、多批次”生产带来的额外损耗，公司提高了通用产品备货量，因此期末存货结构中库存商品占比较高且呈上升趋势。2017 年末、2018 年末、2019 年末及 2020 年 6 月 30 日的库存商品，在之后的 3 个月中分别销售 89.30%、83.09%、51.00%和 67.93%。其中 2019 年末的库存商品，销售速度受到新冠肺炎疫情较大影响，2020 年 6 月 30 日的库存商品销售速度已逐步恢复。

公司采用订单生产为主、计划生产为辅的模式。受下游眼镜市场潮流趋势变换、客户需求变化较快的影响，公司产品的生产具有小批量、多批次、多品类的特点，需根据客户订单要求进行排产，因此公司未针对客户或产品制定年度生产计划。

综上，公司的存货构成与生产经营特点相符。

## 2、期末库存商品的变动趋势与同行业公司的比较情况

发行人在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十一、资产质量分析”之“（二）主要流动资产分析”之“6、存货”之“（2）存货变动分析”之“③ 库存商品变动分析”中补充披露如下：

报告期内，公司库存商品在存货中的占比逐年提高，与同行业可比公司雅格股份的变动趋势一致。报告期内雅格股份库存商品占比情况如下：

| 科 目       | 2020 年 6 月 30 日 | 2019 年末 | 2018 年末 | 2017 年末 |
|-----------|-----------------|---------|---------|---------|
| 库存商品（万元）  | 493.98          | 404.24  | 296.35  | 256.65  |
| 存货（万元）    | 642.41          | 548.58  | 406.57  | 463.34  |
| 库存商品占比（%） | 76.89           | 73.69   | 72.89   | 55.39   |

## 3、库存商品单位成本与当期结转营业成本部分产品单位成本的比较情况

报告期内，公司存货中库存商品的单位成本与当期结转营业成本中产品单位成本的比较情况如下：

单位：元/千克

| 单位成本 | 2020 年 6 月 30 日 | 2019 年（末） | 2018 年（末） | 2017 年（末） |
|------|-----------------|-----------|-----------|-----------|
| 库存商品 | 47.83           | 44.18     | 41.67     | 46.93     |
| 营业成本 | 43.57           | 42.76     | 44.74     | 48.56     |
| 差异额  | 4.26            | 1.42      | -3.07     | -1.63     |

存货中库存商品单位成本与当期结转营业成本部分产品单位成本，不存在重大差异。2017 年末、2018 年末库存商品单位成本较当期结转营业成本中产品单位成本略低，系 2017 及 2018 年公司生产成本呈下降趋势，库存商品单位成本主要反映年末生产成本，故略低于当期结转营业成本中产品单位成本。2019 年末库存商品的单位成本较当期结转营业成本中产品单位成本略高，系 2019 年年内公司的生产成本较为平稳，2019 年 12 月的生产成本计入了 39.95 万元的年终奖励，部分 12 月生产的产品形成年末库存，以致 2019 年末的库存商品的单位成本有所提高。由于疫情影响，自 2020 年 2 月份开始，发行人开工率较低，导致单位成本上升；疫情前生产的存货在 2020 年上半年实现销售，降低了当期结转营业成本部分产品单位成本的上升幅度，2020 年 6 月 30 日的库存商品成本上升更为明显。

#### 保荐机构发表的意见：

通过对发行人报告期内存货结构的分析，结合发行人生产经营模式和业务特点，保荐机构认为，发行人的存货结构与其生产经营特点相符，具有合理性。

通过与同行业公司库存商品变化趋势的比较，保荐机构认为，报告期内发行人库存商品的变动趋势与同行业公司一致。通过对报告期内发行人库存商品单位成本与当期结转营业成本中产品单位成本的比较分析，上述产品单位成本之间不存在重大差异。

**第（2）问：补充分析并披露库存商品报告期各期大幅增长的原因及合理性，定量分析各期末公司存货跌价准备测试情况，计提是否充分。**

就库存商品报告期各期大幅增长的原因及合理性，发行人在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十一、资产质量分析”之“（二）主要流动资产分析”之“6、存货”补充披露如下：

#### **（5）公司库存商品报告期各期大幅增长的原因及合理性**

单位：万元

| 项 目    | 2020 年 1-6 月 |          | 2019 年度   |          | 2018 年度   |          | 2017 年度   |
|--------|--------------|----------|-----------|----------|-----------|----------|-----------|
|        | 余额           | 变动比例 (%) | 余额        | 变动比例 (%) | 余额        | 变动比例 (%) | 余额        |
| 存货     | 1,596.30     | 0.00     | 1,596.37  | -0.08    | 1,597.57  | 11.67    | 1,430.58  |
| 其中：原材料 | 55.35        | -7.70    | 59.97     | -70.73   | 204.91    | -33.66   | 308.86    |
| 库存商品   | 1,314.92     | 3.74     | 1,267.51  | 17.07    | 1,082.69  | 24.14    | 872.16    |
| 主营业务收入 | 3,854.61     | -75.07   | 15,464.10 | 4.05     | 14,861.75 | 12.48    | 13,212.34 |

报告期内，库存商品余额持续增长，库存商品增加主要是因为：（1）随着产品类别增加和销售规模扩大，库存商品存量需求上升所致；（2）为进一步降低生产成本，减少“小批量、多批次”生产带来的额外损耗，公司提高了通用产品备货量；（3）由于受各期末排产和采购进度差异影响，原材料结余下降，转换为库存商品的余额上升。2020 年 1-6 月，受新冠疫情影响，公司销售大幅下降，但库存商品并未下降，主要是 2020 年 7 月开始客户需求大幅增加，公司为满足市场需求进行了适当的生产储备所致。公司库存商品报告期各期大幅增长具有合理性。

就发行人各期末存货跌价准备测试情况，计提是否充分，发行人在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十一、资产质量分析”之“（二）主要流动资产分析”之“6、存货”之“（4）存货跌价准备的计提情况”之“② 存货跌价准备的计提情况”中补充披露如下：

“公司主要产品为醋酸纤维素板材，主要原材料为醋酸纤维素胶粒，影响公司存货跌价的主要因素是产品价格下跌或产品变质导致可变现净值低于存货成本。公司按照成本与可变现净值孰低的方法对存货进行减值测试，报告期各期末公司存货不存在减值的情形。具体减值测试情况如下：

#### A. 库存商品跌价准备测试情况

单位：万元

| 类别<br>年度         | 挤板产品   |          | 压板产品   |          | 测试比例 (%) |
|------------------|--------|----------|--------|----------|----------|
|                  | 账面成本   | 可变现净值    | 账面成本   | 可变现净值    |          |
| 2020 年 6 月 30 日  | 723.92 | 1,060.75 | 509.70 | 916.90   | 93.82    |
| 2019 年 12 月 31 日 | 672.80 | 1,111.06 | 503.36 | 1,031.75 | 92.79    |
| 2018 年 12 月 31 日 | 519.13 | 990.62   | 446.23 | 898.88   | 89.16    |

| 类别<br>年度    | 挤板产品   |        | 压板产品   |        | 测试比例<br>(%) |
|-------------|--------|--------|--------|--------|-------------|
|             | 账面成本   | 可变现净值  | 账面成本   | 可变现净值  |             |
| 2017年12月31日 | 449.55 | 712.21 | 241.53 | 450.18 | 79.24       |

注：可变现净值=预计销售价格\*期末结存重量-预估的销售费用-相关税费（城建税及附加），其中，预计销售价格取相关产品期末或期初的销售价格，预估的销售费用=当年实际发生销售费用/当年主营业务收入\*预估的销售收入

#### B. 原材料及在产品货跌价准备测试情况

单位：万元

| 类别<br>年度    | 原材料    |        | 在产品    |        | 测试比例<br>(%) |
|-------------|--------|--------|--------|--------|-------------|
|             | 账面成本   | 可变现净值  | 账面成本   | 可变现净值  |             |
| 2020年6月30日  | 55.35  | 107.71 | 226.02 | 397.05 | 100.00      |
| 2019年12月31日 | 59.97  | 135.19 | 253.22 | 509.39 | 100.00      |
| 2018年12月31日 | 204.91 | 472.12 | 307.20 | 685.56 | 100.00      |
| 2017年12月31日 | 308.86 | 786.76 | 249.56 | 547.75 | 100.00      |

注：原材料及在产品可变现净值=原材料及在产品加工成产品后的预计售价-原材料及在产品账面价值-至完工将要发生的人工成本和制费-估计的销售费用-相关税费后”

#### 保荐机构发表的意见：

经核查，保荐机构认为，发行人报告期各期末库存商品增长系受销售增长以及期末排产完工进度影响，具有合理性；发行人已按照成本与可变现净值孰低的方法对存货进行了减值测试，发行人期末存货不存在跌价情形。

## 问题 21：关于报告期内业绩变化

报告期内,发行人营业收入分别为 13,283.09 万元、14,949.32 万元和 15,634.06 万元,报告期内营业收入小幅增长,发行人扣除非经常性损益后归属母公司所有者的净利润分别为 3,329.90 万元、2,803.36 万元和 3,955.09 万元,2019 年扣除非经常性损益后归属母公司所有者的净利润大幅增长。

请发行人结合报告期内收入、成本、毛利、费用、利得及损失等变化情况定量分析 2019 年发行人收入小幅增长的情况下,2019 年扣除非经常性损益后归属母公司所有者的净利润大幅增长的原因及合理性。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

### 回复如下：

2018 年及 2019 年公司营业收入、营业成本、毛利、费用、利得及损失、净利润和扣除非经常性损益后归属母公司所有者的净利润等变化情况如下：

单位：万元

| 项 目                               | 2019 年          | 2018 年          | 2019 年 比 2018 年 |
|-----------------------------------|-----------------|-----------------|-----------------|
| 营业收入                              | 15,634.06       | 14,949.32       | 684.75          |
| 营业成本                              | 8,159.65        | 8,165.30        | -5.65           |
| 毛利                                | 7,474.41        | 6,784.02        | 690.39          |
| 期间费用                              | 2,786.18        | 2,449.41        | 336.77          |
| 其他收益                              | 173.86          | 169.51          | 4.35            |
| 信用减值损失                            | -3.69           | -               | 3.69            |
| 资产减值损失                            | -               | -792.74         | -792.74         |
| <b>营业利润</b>                       | <b>4,785.93</b> | <b>3,582.70</b> | <b>1,203.23</b> |
| 营业外收支                             | 9.86            | 1.10            | 8.76            |
| <b>利润总额</b>                       | <b>4,782.56</b> | <b>3,581.60</b> | <b>1,200.96</b> |
| <b>净利润</b>                        | <b>4,163.36</b> | <b>3,019.13</b> | <b>1,144.22</b> |
| 非经常性损益净额                          | 208.27          | 215.78          | -7.51           |
| <b>扣除非经常性损益后归属<br/>母公司所有者的净利润</b> | <b>3,955.09</b> | <b>2,803.36</b> | <b>1,151.73</b> |

2019 年公司非经常性损益比 2018 年下降 7.51 万元,变动很少,对扣除非经常性损益后归属母公司所有者的净利润变动的的影响较小。

2019 年公司扣除非经常性损益后归属母公司所有者的净利润比 2018 年增加 1,151.73 万元,主要有以下原因:

(1) 2019 年营业收入比 2018 年增加 684.75 万元,而营业成本略有下降,

综合影响毛利增加 690.39 万元

(2) 2019 年期间费用比 2018 年增加 336.77 万元，对利润指标的影响为-336.77 万元；

(3) 2018 年公司资产减值损失和信用减值损失为 792.74 万元，而 2019 年公司资产减值损失和信用减值损失为 3.69 万元，该项变化对利润指标的影响为 789.05 万元。

2018 年公司资产减值损失主要有两部分构成：

① 坏账损失 232.29 万元。2018 年坏账准备计提的金额较大，主要是因为公司当年变更了应收款项坏账准备计提的会计估计。

② 长期股权投资减值损失 560.46 万元。公司于 2018 年 9 月以 612.92 万元受让四川普什 9.89%的股权。2018 年 10 月至 12 月，四川普什账面净利润（含利息还原）和其他综合收益分别为-569.30 万元和 38.77 万元，公司持有的 9.89%股权确认的投资收益和其他综合收益分别为-56.30 万元和 3.83 万元。

一方面，四川普什成立后，向普什集团持续举债经营，经补提利息后四川普什的亏损进一步扩大，2018 年 12 月 31 日补提利息后，四川普什的净资产减少至-9,422.78 万元，2018 年末长期股权投资已出现明显的减值迹象。另一方面，截止到 2018 年末，四川普什向普什集团借支资金本息余额近 10 亿元，该项借款后续每年仍有超过 4,000 万元的利息费用。四川普什财务费用高，销售毛利低，销售毛利难以弥补经营费用，公司管理层判断在四川普什可预见的期间，其经营状况无法得到改善。在此情况下，为了避免资产价值高估，公司基于会计信息质量的谨慎性要求，于 2018 年末对该项长期股权投资全额计提减值准备。

上述三项的影响总额合计为 1,142.68 万元，与扣除非经常性损益后归属母公司所有者的净利润的变动金额 1,151.73 万元基本一致。

**保荐机构发表的意见：**

经核查，保荐机构认为，发行人 2019 年收入小幅增长的情况下扣除非经常性损益后归属母公司所有者的净利润大幅增长的原因为：2019 年收入增长及毛利率增加；发行人 2019 年度未再发生如 2018 年度同等规模的资产减值损失；此外 2019 年期间费用的增加也抵减了发行人扣非净利润的增长；发行人报告期内的业绩变化合理。

## 问题 22：关于分红政策

据招股说明书披露，报告期各期，发行人现金分红金额分别为 2,652 万元、3,447.60 万元和 2,652.00 万元。

请发行人结合上市前后公司章程关于分红政策的约定情况，说明上市后发行人现金分红政策是否与上市前存在较大差异，现金分红实际执行情况是否与分红政策一致，是否有利于保护投资者利益。结合未来资金使用安排补充分析并披露发行人未来是否存在大额现金分红不可持续的风险。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

### 回复如下：

报告期各期，发行人现金分红金额分别为 2,652 万元、3,447.60 万元和 2,652.00 万元，金额较大。截止 2020 年 6 月 30 日，发行人控股股东、实际控制人陈秋鹏夫妇合计收到分红款 7,486.19 万元，该款项使用情况如下：

单位：万元

| 用 途    | 金 额      | 占 比（%） |
|--------|----------|--------|
| 金融机构理财 | 2,589.15 | 34.59  |
| 对外借款   | 4,555.21 | 60.85  |
| 个人购房   | 341.83   | 4.57   |
| 合 计    | 7,486.19 | 100.00 |

对外借款的明细情况如下：

单位：万元

| 借款对象 | 关系 | 金 额      | 占 比（%） | 借款用途   |
|------|----|----------|--------|--------|
| 黄海玉  | 同乡 | 2,400.21 | 52.69  | 粮油生意周转 |
| 杜海雁  | 朋友 | 1,500.00 | 32.93  | 购买股权使用 |
| 龚春芳  | 朋友 | 355.00   | 7.79   | 家庭事务需要 |
| 罗创平  | 同乡 | 300.00   | 6.59   | 茶叶生意周转 |
| 合 计  | -  | 4,555.21 | 100.00 | -      |

上述对外借款的对象为陈秋鹏夫妇的亲朋好友，不存在借款予发行人的客户、供应商或其关联方的情形。

上市前公司章程关于现金分红政策的内容如下：

“公司可以采取现金、股票或者现金与股票相结合等法律法规允许的其他方式分配利润，并积极推进以现金方式分配股利；股东违规占用公司资金的，公司应当扣减该股东所分配的现金红利，以偿还其占用的资金”。

报告期内公司现金分红实际执行情况如下：

| 权益年度   | 实施年度   | 决议情况                              | 股利分配情况                        | 占相应年度净利润的比例（%） |
|--------|--------|-----------------------------------|-------------------------------|----------------|
| 2016 年 | 2017 年 | 2017 年 5 月,经集美新材 2016 年年度股东大会决议通过 | 现金红利 265.20 万元                | 12.35          |
| 2017 年 |        | 2017年9月， 经集美新材2017年第三次临时股东大会决议通过  | 现金红利1,856.40万元                | 128.70         |
|        |        | 2018年                             | 2018年5月， 经集美新材2017年年度股东大会决议通过 |                |
| 2018 年 | 2019年  | 2019年5月， 经集美新材2018年年度股东大会决议通过     | 现金红利3,447.60万元                | 114.19         |
| 2019 年 | 2020年  | 2020年5月， 经集美新材2019年年度股东大会决议通过     | 现金红利2,652.00万元                | 63.70          |

报告期内公司积极推进以现金方式分配股利，与上市前分红政策一致。

上市后公司章程关于现金分红政策的内容如下：

## “2、分配方式

采取现金、股票、现金与股票相结合或法律、法规允许的其他方式分配股利，在有条件的情况下，公司可以进行中期利润分配。

## 3、分配顺序

公司优先选择现金分红的利润分配方式，如不符合现金分红条件，再选择股票股利的利润分配方式。

## 4、利润分配的条件

公司实施现金利润分配时须同时满足下列条件：

（1）公司累计可供股东分配的利润为正值，即公司弥补以前年度亏损、提取公积金后所余的累计可供股东分配的利润为正值；

（2）审计机构对公司该年度财务报告出具标准无保留意见的审计报告；

(3) 公司无重大投资计划或重大现金支出等事项发生(“重大投资”、“重大现金支出”指公司未来十二个月内拟对外投资、收购资产或购买设备累计支出达到或超过公司最近一期经审计净资产的 30%，且超过 5,000 万元的情形)，且当年货币资金余额充裕；

(4) 最近三年以现金方式累计分配的利润不少于最近三年实现的年均可分配利润的百分之三十。

## 5、现金分红政策

公司董事会应当综合考虑所处行业特点、发展阶段、自身经营模式、盈利水平以及是否有重大资金支出安排等因素，区分下列情形，并按照本章程规定的程序，提出差异化的现金分红政策：

(1) 公司发展阶段属成熟期且无重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 80%；

(2) 公司发展阶段属成熟期且有重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 40%；

(3) 公司发展阶段属成长期且有重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 20%；

公司发展阶段不易区分但有重大资金支出安排的，按照前项规定处理。”

上市后发行人现金分红政策与上市前不存在重大差异，上市后的现金分红政策将上市前的现金分红政策进行具体化，将现金分红比例与不同的适用情形进行细化，提出差异化的现金分红政策，有利于保护投资者利益。

就结合未来资金使用安排补充分析并披露发行人未来是否存在大额现金分红不可持续的风险，发行人在招股说明书“第四节 风险因素”中补充披露如下：

### 十四、大额现金分红不可持续的风险

公司积极推进以现金方式分配股利，2017 年、2018 年及 2019 年公司现金分红的金额分别为 4,508.40 万元、3,447.60 万元和 2,652.00 万元。公司制定了上市后的现金分红政策，规定了差异化的现金分红比例。如果上市后公司有除募投项目之外的重大投资计划或重大现金支出等事项发生，公司现金分红比例可能无法维持上市前的水平。

保荐机构发表的意见：

经查阅实际控制人陈秋鹏夫妇的 2017 年至 2019 年的证券账户明细、银行账户明细，就相关情况经向陈秋鹏夫妇进行了解；并经访谈黄海玉、杜海雁、龚春芳、罗创平，查阅杜海雁、龚春芳出具的借据，保荐机构认为，发行人上述所列示的分红款使用情况及对外借款的明细情况与实际相符。

经查阅发行人上市前后的公司章程、上市前关于现金分红的股东大会资料及相关发放公告，保荐机构认为，本次发行前发行人的现金分红实际执行情况与分红政策一致；发行人上市后的现金分红政策与上市前不存在较大差异，上市后的现金分红政策将上市前的现金分红政策进行具体化，将现金分红比例与不同的适用情形进行细化，有利于保护投资者利益；发行人上市后存在大额现金分红不可持续的风险，发行人已在招股说明书中就该情况进行了风险提示。

## 问题 23：关于税收优惠

申报材料显示，发行人于 2019 年 12 月取得高新技术企业的税收优惠待遇，2019 年度至 2021 年度均适用 15%的企业所得税税率。同时，2016 年至 2018 年 10 月期间以及 2019 年 7 月 1 日起，公司出口产品适用 13%的增值税退税率。报告期各期，发行人税金及附加分别为 115.40 万元、157.81 万元和 147.56 万元。报告期各期末，应缴税费余额分别为 572.36 万元、555.88 万元及 520.94 万元。

请发行人：

(1) 结合报告期各期采购及销售规模补充说明并披露城市维护建设税与收入规模及变动的匹配性；

(2) 结合报告期内经营业绩、采购与收入、各项成本费用变动、税收政策等方面的变化逐项说明应交税费明细变动的原因及合理性；

(3) 说明各报告期纳税申报表与财务报表申报项目存在差异的原因及合理性，纳税调整项目的内容。

请保荐人、申报会计师发表明确意见，说明发行人报告期内经营成果对政府补助、税收优惠等是否存在重大依赖，并发表明确意见。

回复如下：

第（1）问：结合报告期各期采购及销售规模补充说明并披露城市维护建设税与收入规模及变动的匹配性；

就该问题，发行人在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“六、公司的主要税项及相关税收优惠”之“（一）主要税种及税率”中补充披露如下：

### 3、报告期公司城市维护建设税与公司当期收入规模及变动的匹配性

公司各期采购、销售规模及城市维护建设税计提测算情况如下表：

单位：万元

| 项 目                 | 2020 年 1-6 月 | 2019 年度   | 2018 年度   | 2017 年度   |
|---------------------|--------------|-----------|-----------|-----------|
| 境内销售收入①             | 3,412.59     | 14,124.80 | 13,604.55 | 12,940.52 |
| 采购原料金额②             | 1,619.34     | 6,591.16  | 6,747.56  | 7,149.44  |
| 其他可抵扣进项税③           | 28.15        | 151.34    | 153.12    | 114.50    |
| 增值税测算④=（①-②）*适用税率-③ | 204.98       | 906.63    | 985.60    | 869.98    |

| 项 目                 | 2020 年 1-6 月 | 2019 年度 | 2018 年度 | 2017 年度 |
|---------------------|--------------|---------|---------|---------|
| 免抵税额⑤               | 40.33        | 176.82  | 189.73  | 34.94   |
| 测算城建税⑥= (④+⑤) *城建税率 | 17.17        | 75.84   | 82.27   | 63.34   |
| 城市维护建设税             | 17.10        | 76.76   | 84.55   | 65.90   |
| 测算差异                | 0.07         | -0.92   | -2.28   | -2.56   |

上表中，其他可抵扣进项税包括，营改增后的固定资产进项税、费用类（如水电费、中介费、交通费、办公费等）进项税；免抵税额是指当期出口免抵税额，根据财税[2005] 25 号，当期免抵的增值税税额应纳入城市维护建设税和教育费附加、地方教育附加的计征范围。

受进项税发票认证抵扣时间差等因素影响，城市维护建设税测算结果有小幅差异。根据采购、销售规模对应纳增值税及城建税的测算过程及结果表明，公司城市维护建设税与收入规模及变动相匹配。

保荐机构发表的意见：

经核查，保荐机构认为，发行人报告期内公司城市维护建设税与发行人的收入规模及变动情况相匹配。

第（2）问：结合报告期内经营业绩、采购与收入、各项成本费用变动、税收政策等方面的变化逐项说明应交税费明细变动的原因及合理性；

近三年，公司应交税费明细及变动情况如下：

单位：万元

| 项 目     | 2020 年 6 月末 |        | 2019 年末 |        | 2018 年末 |        | 2017 年末 |
|---------|-------------|--------|---------|--------|---------|--------|---------|
|         | 金额          | 变动率（%） | 金额      | 变动率（%） | 金额      | 变动率（%） | 金额      |
| 增值税     | 40.79       | -46.38 | 76.07   | -49.43 | 150.44  | -1.42  | 152.60  |
| 城市维护建设税 | 3.24        | -49.51 | 6.42    | 51.77  | 4.23    | -63.75 | 11.67   |
| 教育费附加   | 2.32        | -49.56 | 4.59    | 51.99  | 3.02    | -63.83 | 8.35    |
| 企业所得税   | 107.19      | -74.93 | 427.53  | 8.35   | 394.58  | -1.29  | 399.74  |
| 个人所得税   | 3.05        | -47.16 | 5.77    | 77.54  | 3.25    | -      | -       |
| 其他      | 0.21        | -63.16 | 0.57    | 62.86  | 0.35    | -      | -       |

（1）增值税变动原因

2020 年 6 月末较 2019 年末下降 46.38%，主要是公司 2020 年 1-6 月受新冠疫情影响，销售收入出现较大幅下降所致。在内销收入同比小幅增长的情况下，

应交增值税 2019 年末较 2018 年末和 2017 年末分别下降 49.43%、50.15%，主要原因如下：一是由于当地税收征管原因，2017 年 11 月和 2018 年 11 月的增值税申报后暂缓缴纳（2018 年城市维护建设税已缴纳），致使 2017 年末和 2018 年末的应交增值税包含了 11 月和 12 月两个月的未缴税金；二是增值税税率由 17% 和 16% 下调为 13%。

## （2）城市维护建设税变动原因

2020 年 6 月末较 2019 年末下降 49.51%，主要是公司 2020 年 1-6 月受新冠疫情影响，销售收入下降致使城市维护建设税的计缴基数即应纳增值税额大幅下降所致。2019 年末与 2018 年末相比，应交城市维护建设税增长 51.77%，主要是 2018 年 12 月销项税、进项税差小于 2019 年度所致。2018 年末与 2017 年末相比，应交城市维护建设税下降 63.75%，一是 2018 年的销项税、进项税差小于 2017 年，二是同应交增值税一样，由于当地税收征管原因，2017 年 11 月的城市维护建设税申报后暂缓缴纳所致。报告期内各年销项税、进项税如下表：

单位 万元

| 项 目         | 2020 年 6 月 | 2019 年 12 月 | 2018 年 12 月 | 2017 年 12 月 |
|-------------|------------|-------------|-------------|-------------|
| 销项税         | 69.30      | 162.90      | 160.96      | 241.65      |
| 进项税         | 28.55      | 86.67       | 130.83      | 154.76      |
| 税差（不含免抵退影响） | 40.75      | 76.22       | 30.13       | 86.90       |

## （3）应交所得税变动原因

所得税费用及应交所得税计算情况如下表：

单位 万元

| 项 目         | 2020 年 1 至 6 月 |         | 2019 年    |         | 2018 年    |          | 2017 年    |
|-------------|----------------|---------|-----------|---------|-----------|----------|-----------|
|             | 金额             | 变动率（%）  | 金额        | 变动率（%）  | 金额        | 变动率（%）   | 金额        |
| 营业收入        | 3,892.57       | -75.10  | 15,634.06 | 4.58    | 14,949.32 | 12.54    | 13,283.09 |
| 营业总成本       | 3,178.58       | -71.35  | 11,093.39 | 2.98    | 10,772.52 | 14.55    | 9,404.17  |
| 其他收益        | 51.06          | -70.63  | 173.86    | 2.57    | 169.51    | 1058.65  | 14.63     |
| 投资收益-理财     | 10.74          | -82.96  | 63.01     | -26.25  | 85.44     | 81.21    | 47.15     |
| 营业外收支等      | -0.87          | -80.54  | -4.47     | 306.36  | -1.10     | -100.77  | 142.38    |
| 减值损失及公允价值变动 | 160.53         | 1591.57 | 9.49      | -101.20 | 792.74    | 1905.41  | 39.53     |
| 投资损失-联营企业   | -              | -       | -         | -100.00 | 56.30     | -        | -         |
| 利润总额        | 935.45         | -80.24  | 4,733.58  | 28.64   | 3,679.62  | -9.00    | 4,043.56  |
| 主要纳税调整      | -413.62        | -34.82  | -634.58   | -338.21 | 266.39    | -171.28% | -373.70   |

| 项 目        | 2020 年 1 至 6 月 |         | 2019 年  |         | 2018 年  |         | 2017 年  |
|------------|----------------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|
|            | 金额             | 变动率 (%) | 金额      | 变动率 (%) | 金额      | 变动率 (%) | 金额      |
| 其中：减值损失等   | -160.53        | -       | 9.49    | -       | 792.74  | -       | 39.53   |
| 折扣加计等      | -253.09        | -       | -644.07 | -       | -526.35 | -       | -413.23 |
| 应纳所得税额     | 100.94         | -83.68  | 618.49  | 1.31    | 610.50  | 8.60    | 562.14  |
| 已预交归属当期所得税 | 5.03           | -97.37  | 190.96  | -11.56  | 215.92  | 32.96   | 162.4   |
| 期末应交所得税    | 107.19         | -74.93  | 427.53  | 8.35    | 394.58  | -1.29   | 399.74  |

2017 年至 2019 年，公司营业收入、营业总成本同步增长，但 2018 年由于计提了 792.74 万元的长期股权投资减值准备和坏账准备，致使 2018 年利润总额出现 9.00% 的下降。由于减值准备不可扣税前扣除，因此，公司应纳税所得税额持续增长。报告期各期末应交所得税的变动主要是由于利润减少以及预交所得税变动较大所致。2020 年 1-6 月受新冠疫情影响，销售收入和利润总额下降致期末应交所得税下降。

#### 保荐机构发表的意见：

经核查，保荐机构认为，报告期内，发行人应交税费明细变动反映了发行人业务状况以及预缴状况，变动原因合理。

#### 第（3）问：说明各报告期纳税申报表与财务报表申报项目存在差异的原因及合理性，纳税调整项目的内容

1、公司纳税申报表与申报财务报表项目存在差异主要原因：一是分公司独立纳税申报，未与总公司汇总纳税，而母公司申报财务报表项目是包含分公司的数据以及对总分公司内部交易进行了抵销；二是部分利润项目列报差异；三是因追溯调整资产减值损失及返利形成的差异，具体情况如下：

##### （1）2019 年度

单位：万元

| 报表项目   | 纳税申报表项目   | 申报财务报表项目  | 差异      | 差异原因   |         |            |      |
|--------|-----------|-----------|---------|--------|---------|------------|------|
|        |           |           |         | 分公司数据  | 总分抵销    | 列报差异       | 追溯调整 |
| 营业收入   | 15,315.37 | 15,452.57 | 137.20  | 242.00 | -104.80 |            |      |
| 减：营业成本 | 8,208.63  | 8,208.63  | -       |        |         |            |      |
| 税金及附加  | 145.49    | 147.09    | 1.60    | 1.60   |         |            |      |
| 销售费用   | 778.19    | 856.36    | 78.17   | 78.17  |         |            |      |
| 管理费用   | 1,667.82  | 953.53    | -714.30 | 62.87  |         | -777.17 注① |      |

| 报表项目     | 纳税申报表项目  | 申报财务报表项目 | 差异      | 差异原因  |      |            |      |
|----------|----------|----------|---------|-------|------|------------|------|
|          |          |          |         | 分公司数据 | 总分抵销 | 列报差异       | 追溯调整 |
| 研发费用     | -        | 777.17   | 777.17  |       |      | 777.17 注①  |      |
| 财务费用     | 20.78    | 20.69    | -0.09   | -0.09 |      |            |      |
| 加：其他收益   | -        | 173.86   | 173.86  | 1.08  |      | 172.78 注②  |      |
| 投资收益     | 63.01    | 63.01    | -       |       |      |            |      |
| 公允价值变动收益 | 13.19    | 13.19    | -       |       |      |            |      |
| 信用减值损失   | -        | -1.19    | -1.19   | -1.17 |      | -0.02 注③   |      |
| 资产减值损失   | 0.02     | -        | -0.02   |       |      | -0.02 注③   |      |
| 资产处置收益   | -        | -1.10    | -1.10   |       |      | -1.10 注④   |      |
| 加：营业外收入  | 175.73   | 3.24     | -172.49 | 0.29  |      | -172.78 注② |      |
| 减：营业外支出  | 7.64     | 6.54     | -1.10   |       |      | -1.10 注④   |      |
| 利润总额     | 4,738.73 | 4,733.58 | -5.15   |       |      |            |      |

注①：纳税申报表将研发费列示在管理费用中；

注②：纳税申报表将其他收益列示营业外收入中；

注③：纳税申报表将信用减值损失列示在资产减值损失中；

注④：纳税申报表将资产处置损失列示在营业外支出中。

## (2) 2018 年度

单位：万元

| 报表项目    | 纳税申报表项目   | 申报财务报表项目  | 差异      | 差异原因   |         |            |           |
|---------|-----------|-----------|---------|--------|---------|------------|-----------|
|         |           |           |         | 分公司数据  | 总分抵销    | 列报差异       | 追溯调整      |
| 营业收入    | 14,941.97 | 15,039.03 | 97.06   | 242.20 | -145.14 |            |           |
| 减：营业成本  | 8,201.38  | 8,201.38  | -       |        |         |            |           |
| 税金及附加   | 155.72    | 157.57    | 1.85    | 1.85   |         |            |           |
| 销售费用    | 689.62    | 740.99    | 51.37   | 51.37  |         |            |           |
| 管理费用    | 1,639.73  | 920.06    | -719.67 | 20.66  |         | -740.33 注① |           |
| 研发费用    | -         | 740.33    | 740.33  |        |         | 740.33 注①  |           |
| 财务费用    | 4.22      | 4.02      | -0.20   | -0.20  |         |            |           |
| 加：其他收益  | -         | 169.51    | 169.51  |        |         | 169.51 注②  |           |
| 投资收益    | 83.63     | 29.14     | -54.49  |        |         |            | -54.49 注③ |
| 资产减值损失  | -231.43   | -792.61   | -561.18 | 0.72   |         |            | 560.46 注④ |
| 资产处置收益  | -         | -         | -       |        |         |            |           |
| 加：营业外收入 | 169.51    | -         | -169.51 |        |         | -169.51 注② |           |
| 减：营业外支出 | 1.09      | 1.10      | 0.01    | 0.01   |         |            |           |
| 利润总额    | 4,271.92  | 3,679.62  | -592.30 |        |         |            |           |

注①：纳税申报表将研发费列示在管理费用中；

注②：纳税申报表将其他收益列示营业外收入中；

注③：公司因联营企业四川普什少计提 2018 年度利息费用而追溯调整对四川普什的投资收益 54.49 万元；

注④：因联营企业四川普什 2018 年度及以前期间少确认利息费用而追溯调整长期股权投资损失 560.46 万元。

(3) 2017 年度；

单位：万元

| 报表项目    | 纳税申报表项目   | 申报财务报表项目  | 差异      | 差异原因   |        |            |          |
|---------|-----------|-----------|---------|--------|--------|------------|----------|
|         |           |           |         | 分公司数据  | 总分抵销   | 列报差异       | 追溯调整     |
| 营业收入    | 13,245.49 | 13,283.09 | 37.60   | 104.60 | -70.60 |            | 3.61 注①  |
| 减：营业成本  | 7,675.71  | 7,749.86  | 74.16   |        |        |            | 74.16 注② |
| 税金及附加   | 114.78    | 115.40    | 0.61    | 0.61   |        |            |          |
| 销售费用    | 291.54    | 317.00    | 25.47   | 25.47  |        |            |          |
| 管理费用    | 1,203.36  | 620.44    | -582.92 | 12.93  |        | -595.85 注③ |          |
| 研发费用    | -         | 595.85    | 595.85  |        |        | 595.85 注③  |          |
| 财务费用    | 5.68      | 5.61      | -0.07   | -0.07  |        |            |          |
| 加：其他收益  | -         | 14.63     | 14.63   |        |        | 14.63 注④   |          |
| 投资收益    | 47.15     | 47.15     | -       |        |        |            |          |
| 资产减值损失  | -39.53    | -39.53    | -       |        |        |            |          |
| 资产处置收益  | -         | -5.79     | -5.79   |        |        | -5.79 注⑤   |          |
| 加：营业外收入 | 165.49    | 150.86    | -14.63  |        |        | -14.63 注④  |          |
| 减：营业外支出 | 8.48      | 2.68      | -5.79   |        |        | -5.79 注⑤   |          |
| 利润总额    | 4,119.05  | 4,043.56  | -75.49  |        |        |            |          |

注①：2018 年追溯调整以前年度的销售返利影响主营业务收入 3.61 万元；

注②：2018 年追溯调整以前年度的采购返利影响主营业务成本 74.16 万元；

注③：纳税申报表将研发费列示在管理费用中；

注④：纳税申报表将其他收益列示营业外收入中；

注⑤：纳税申报表将资产处置损失列示在营业外支出中。

## 2、公司纳税调整项目的内容

| 项 目             | 2019 年度  | 2018 年度  | 2017 年度  |
|-----------------|----------|----------|----------|
| (1) 利润总额（纳税申报表） | 4,738.73 | 4,271.92 | 4,119.05 |

| 项 目          | 2019 年度  | 2018 年度  | 2017 年度  |
|--------------|----------|----------|----------|
| (2) 纳调整增加项:  |          |          |          |
| ①业务招待费调增     | 7.18     | 4.65     | 2.77     |
| ②计提坏账准备      |          | 231.43   | 39.53    |
| ③计提返利        |          | 28.90    | 12.63    |
| ④确认对联营企业投资损失 |          | 1.81     |          |
| ⑤政府补助        |          |          | 50.67    |
| ⑥其他          |          | 1.09     | 1.93     |
| (3) 纳税调减事项   |          |          |          |
| ①加计扣除        | 582.87   | 555.25   | 425.86   |
| ②公允价值变动收益    | 6.50     |          |          |
| ③支付返利        | 61.20    |          |          |
| ④坏账准备转回/核销   | 2.63     |          |          |
| (4) 应纳税所得额   | 4,092.70 | 3,984.56 | 3,800.72 |

### 保荐机构发表的意见:

经核查,保荐机构认为,发行人纳税申报表与申报财务报表项目存在差异的主要原因如下,一是发行人的公司独立纳税申报,未与总公司汇总纳税,而母公司申报财务报表项目是包含分公司的数据以及总分公司内部交易抵销数据;二是部分利润项目列报差异;三是因追溯调整资产减值损失及返利形成的差异。上述差异原因具有合理性。

第(4)问:请保荐人、申报会计师发说明发行人报告期内经营成果对政府补助、税收优惠等是否存在重大依赖,并发表明确意见。

### 1、报告期政府补助的情况及对利润总额的影响

单位 万元

| 项 目                | 2020 年 1-6 月 | 2019 年度  | 2018 年度  | 2017 年度  |
|--------------------|--------------|----------|----------|----------|
| 政府补助               | 935.44       | 173.86   | 169.51   | 164.63   |
| 申报报表利润总额           | 51.06        | 4,782.56 | 3,581.60 | 4,043.56 |
| 政府补助对利润总额的影响比例 (%) | 5.46%        | 3.64     | 4.73     | 4.07     |

报告期各期,公司获得的政府补助金额占当期公司利润总额的比例不到 6%,公司报告期内的经营成果对政府补助不存在重大依赖。

### 2、报告期税收优惠的情况及对利润总额的影响

单位 万元

| 项 目               | 2020 年 1-6 月 | 2019 年度  | 2018 年度  | 2017 年度  |
|-------------------|--------------|----------|----------|----------|
| 按 15%计算境内所得税费用①   | 935.44       | 618.05   | 575.10   | 540.53   |
| 按 25%计算境内所得税费用②   | 111.51       | 1,031.92 | 962.39   | 900.88   |
| 税收优惠金额（②-①）       | 189.50       | 413.87   | 387.29   | 360.35   |
| 申报报表利润总额          | 77.99        | 4,782.56 | 3,581.60 | 4,043.56 |
| 税收优惠对利润总额的影响比例（%） | 8.34         | 8.65     | 10.81    | 8.91     |

报告期内，公司税收优惠占公司利润总额的比例分在 10%左右，公司报告期的经营成果对税收优惠不存在重大依赖。

#### 保荐机构发表的意见：

经核查，保荐机构认为，报告期各期，发行人获得的政府补助金额占当期公司利润总额的比例不到 5%，发行人报告期内的经营成果对政府补助不存在重大依赖；2017 年、2018 年、2019 年及 2020 年 1-6 月，发行人享受的税收优惠分别为 360.35 万元、387.29 万元、413.87 万元和 77.99 万元，税收优惠占公司利润总额的比例分别为 8.91%、10.81%、8.65%和 8.34%，发行人报告期的经营成果对税收优惠不存在重大依赖。

## 问题 24：关于疫情影响

据招股说明书披露，受眼镜行业复工复产时间的影响，短期内将可能对公司的客户订单及产品生产产生一定影响，进而影响公司的短期经营业绩。若疫情不能得到有效的缓解或控制，疫情对公司经营业绩的影响将进一步加剧。目前因疫情下游企业流动性受到影响，对公司应收账款回款造成一定的不利影响。

请发行人结合疫情期间开工比例、订单签订及变化情况、合同履行情况、上下游厂商停工复工情况，补充说明是否存在因为疫情关系延迟或取消执行订单的情形，如存在延迟或取消的，披露延迟或取消订单的具体情况，对公司 2020 年上半年营业收入的同比影响，对应存货是否存在减值迹象，相关存货跌价准备计提是否充分；结合 2020 年上半年产能、产量、销量及与去年同期对比情况，补充说明并披露新冠疫情对发行人经营状况及财务状况的影响，是否对发行人的持续经营能力产生重大不利影响。请保荐人、申报会计师发表明确意见。

### 回复如下：

#### 1、疫情期间公司的开工比例如下：

| 期 间        | 正常工时（天） | 实际工时（天） | 开工比例（%） |
|------------|---------|---------|---------|
| 2020 年 1 月 | 11      | 11      | 100     |
| 2020 年 2 月 | 17      | 12      | 71      |
| 2020 年 3 月 | 26      | 25      | 96      |
| 2020 年 4 月 | 25      | 18      | 72      |
| 2020 年 5 月 | 25      | 18      | 72      |
| 2020 年 6 月 | 25      | 18      | 72      |

2020 年 1 月受元旦和春节放假影响，开工天数较少；2020 年 2 月，受疫情影响，开工天数较少。

#### 2、订单情况及与上年同期比较情况

| 期 间        | 订单重量（千克）   | 2019 年同期订单重量（千克） | 变动额（千克）     | 变动比例（%） |
|------------|------------|------------------|-------------|---------|
| 2020 年 2 月 | 67,465.71  | 110,392.43       | -42,926.72  | -38.89  |
| 2020 年 3 月 | 201,144.84 | 187,697.42       | 13,447.42   | 7.16    |
| 2020 年 4 月 | 46,954.53  | 188,048.68       | -141,094.15 | -75.03  |
| 2020 年 5 月 | 62,657.15  | 168,955.99       | -106,298.84 | -62.92  |
| 2020 年 6 月 | 76,529.05  | 162,022.06       | -85,493.01  | -52.77  |

受新冠疫情影响，除3月份外，公司订单重量同比大幅下降。

### 3、上下游厂商停工复工情况

据了解，供应商方面，四川普什2月初正常开工，伊玛塑胶2月中旬开工；客户方面，公司主要客户中，少部分客户在2月中旬复工，多数客户在2月下旬至3月初复工，具体情况如下：

| 客 户     | 复工时间 | 复工简介                                          |
|---------|------|-----------------------------------------------|
| 客户1     | 2月中旬 | 各月调休3-7天                                      |
| 客户2（境外） | 不适用  | 3月中旬开始出货减少，4-5月各停线2-3周                        |
| 客户3     | 3月初  | 3月份前半个月每天8小时双休，3月份下半月人员基本开始恢复正常6天10小时班制。      |
| 客户4     | 2月中旬 | 3月人员到位基本恢复正轨，4月起根据工厂实际生产需求适当放假或是调休，一个月生产15天左右 |
| 客户5     | 3月初  | 4、5、6月每天上班8小时，月休8天。                           |
| 客户6     | 2月下旬 | 4、5、6月上班时间为8小时双休，正常上班时间为每周6天                  |
| 客户7     | 2月下旬 | 3、4、5三个月车间陆续裁员每天8小时，6月下旬开始车间招人，车间调为正常10小时上班   |
| 客户8     | 2月下旬 | 3、4月根据订单8小时和10小时轮班制5月为8小时双休                   |
| 客户9     | 3月初  | 4月每天上班5小时，月休8天，5、6月每天8小时休8天                   |
| 客户10    | 2月中旬 | 2-4月每天10小时休两天，5月开始每周六天工作制                     |
| 客户11    | 2月中旬 | 2-3月份每周6天，每晚加班，4月份开始每周5天                      |
| 客户12    | 3月初  | 3月正常上班，4月份每周5天，不加班                            |
| 客户13    | 2月下旬 | 2月和3月正常上班，4月办公室一周5天，产线不加班，                    |
| 客户14    | 2月中  | 2月-3月正常上班周一至周六，产线基本上保持周一至周五                   |
| 客户15    | 2月中  | 2-3月正常上班加班，4-8月只上周一至周五。                       |

### 4、延迟或取消订单的情况

就新冠疫情对公司经营的具体影响，发行人在招股说明书“重大事项提示”之“二、新冠病毒疫情影响公司经营业绩的风险”中补充披露如下：

#### （一）新冠疫情对公司经营情况的具体影响

本次新冠疫情发生后，公司存在部分客户当月下订单后暂停或取消执行订单的情形，具体如下：

#### 1、订单取消或暂停的数量情况

| 月份      | 订单暂停重量<br>(千克) | 订单取消重量<br>(千克) | 暂停/取消小<br>计(千克) | 订单重量<br>(千克) | 暂停/取消<br>比例(%) |
|---------|----------------|----------------|-----------------|--------------|----------------|
| 2020年2月 | 46.98          | 674.39         | 721.37          | 67,465.71    | 1.07           |

| 月份      | 订单暂停重量<br>(千克) | 订单取消重量<br>(千克) | 暂停/取消小<br>计(千克) | 订单重量<br>(千克) | 暂停/取消<br>比例(%) |
|---------|----------------|----------------|-----------------|--------------|----------------|
| 2020年3月 | 6,987.04       | 3,614.59       | 10,601.63       | 201,144.84   | 5.27           |
| 2020年4月 | 313.25         | 982.41         | 1,295.66        | 46,954.53    | 2.76           |
| 2020年5月 | 65.40          | 991.86         | 1,057.26        | 62,657.15    | 1.69           |
| 2020年6月 | 59.98          | 289.22         | 349.20          | 76,529.05    | 0.46           |
| 合 计     | 7,472.65       | 6,552.47       | 14,025.12       | 454,751.28   | 3.08           |

## 2、订单取消或暂停涉及的金额情况

单位：万元

| 月份      | 暂停/取消金额 | 销售金额     | 暂停/取消金额与收入比例(%) |
|---------|---------|----------|-----------------|
| 2020年2月 | 5.70    | 277.70   | 2.05            |
| 2020年3月 | 83.88   | 1,276.29 | 6.57            |
| 2020年4月 | 7.72    | 594.96   | 1.30            |
| 2020年5月 | 10.24   | 590.39   | 1.73            |
| 2020年6月 | 2.25    | 585.08   | 0.38            |
| 合 计     | 109.79  | 3,854.61 | 2.85            |

## 3、公司2020年上半年经营情况入与2019年同期比较情况如下：

| 项 目        | 2019年1-6月  | 2020年1-6月  | 下降数量       | 下降幅度(%) |
|------------|------------|------------|------------|---------|
| 实际出货重量(千克) | 809,852.46 | 468,016.70 | 341,835.76 | 42.20   |
| 对应收入金额(万元) | 6,793.69   | 3,854.61   | 2,939.08   | 43.26   |

受新冠疫情影响，发行人出货重量同比下降341.84吨，其中订单取消影响6.55吨。

### (二) 因疫情影响，公司相关存货跌价准备计提是否充分

公司产品主要原材料为醋酸纤维素胶粒，其性能稳定，公司的主要原材料均在保质期内，不存在变质、毁损等无法使用的情形；同时，尽管公司疫情期间产销量下滑，但公司仍持续需要使用该等原料用于生产，并持续为公司带来盈利。因而公司原料不存在减值的情形。

公司主要采用订单式生产，除部分通用品以外，期末在产品、库存商品均有相应的订单对应，且该等订单仍在执行过程中；在产品、库存商品中公司已按通用品备货的部分，尽管公司疫情期间产销量下滑，但公司仍持续需要使用该等存货用于生产经营，并持续为公司带来盈利。因而公司的在产品、库存商品也不存在减值的情形。

相关存货跌价准备测算及期后销售情况如下：

单位：万元

| 期 间             | 挤板产品   |          | 压板产品   |          | 原材料   |        | 在产品    |        |
|-----------------|--------|----------|--------|----------|-------|--------|--------|--------|
|                 | 账面成本   | 可变现净值    | 账面成本   | 可变现净值    | 账面成本  | 可变现净值  | 账面成本   | 可变现净值  |
| 2019 年末         | 672.8  | 1,111.06 | 503.36 | 1,031.75 | 59.97 | 135.19 | 253.22 | 509.39 |
| 2020 年 1 季度销售成本 | 651.98 | —        | 422.74 | —        | —     | —      | —      | —      |

就新冠疫情是否影响发行人的持续经营能力，发行人在招股说明书“重大事项提示”之“二、新冠病毒疫情影响公司经营业绩的风险”中修改补充披露如下：

### （三）新冠疫情对公司持续经营能力的影响

公司 2020 年上半年产能、产量、销量与去年同期的对比情况如下：

| 项 目          |        | 挤板类产品      | 压板类产品      | 合 计          |
|--------------|--------|------------|------------|--------------|
| 2020 年 1-6 月 | 产能（千克） | 737,280.00 | 416,153.60 | 1,153,433.60 |
|              | 产量（千克） | 323,214.04 | 144,480.85 | 467,694.89   |
|              | 销量（千克） | 324,561.51 | 143,455.19 | 468,016.70   |
| 2019 年 1-6 月 | 产能（千克） | 725,760.00 | 409,651.20 | 1,135,411.20 |
|              | 产量（千克） | 533,844.51 | 278,403.56 | 812,248.07   |
|              | 销量（千克） | 537,970.54 | 271,881.91 | 809,852.46   |
| 产量变动比例（%）    |        | -39.46     | -48.10     | -42.42       |
| 销量变动比例（%）    |        | -39.67     | -47.22     | -42.21       |

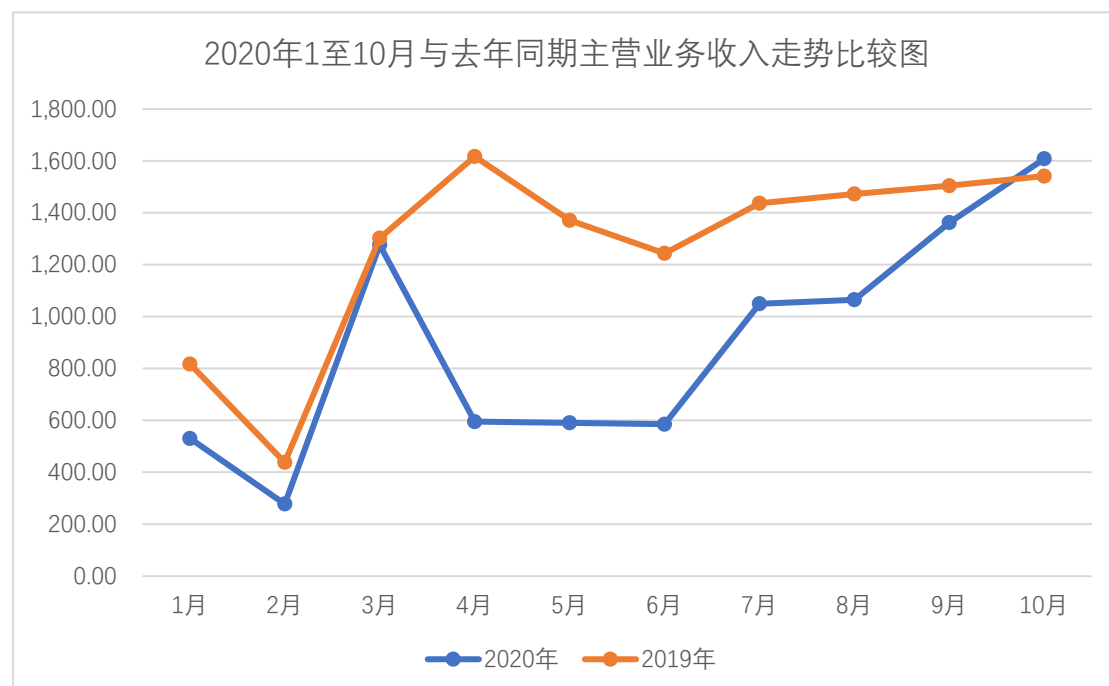
公司的产品属于时尚消费行业的上游产品，新冠疫情爆发以来，公司生产所需原材料市场供应稳定，但公司销售端受到较大影响。2020 年上半年，产品产量同比下降 42.64%，销量同比下降 42.21%。随着疫情及其防控措施趋于稳定和常态化，从 2020 年 7 月份开始，公司产品销售大幅回升。

2020 年 1-10 月，公司主营业务收入与去年同期的比较情况如下：

单位：万元

| 主营业务收入 | 2020年①   | 2019②    | ①÷②（%） |
|--------|----------|----------|--------|
| 1月     | 530.19   | 816.88   | 64.90  |
| 2月     | 277.70   | 438.34   | 63.35  |
| 3月     | 1,276.29 | 1,302.00 | 98.03  |
| 4月     | 594.96   | 1,616.61 | 36.80  |
| 5月     | 590.39   | 1,370.81 | 43.06  |
| 6月     | 585.08   | 1,249.05 | 46.84  |

| 主营业务收入 | 2020年①   | 2019②     | ①÷② (%) |
|--------|----------|-----------|---------|
| 7月     | 1,049.20 | 1,436.61  | 73.03   |
| 8月     | 1,064.79 | 1,472.43  | 72.32   |
| 9月     | 1,361.21 | 1,492.51  | 91.20   |
| 10月    | 1,608.31 | 1,541.01  | 104.37  |
| 合 计    | 8,938.12 | 12,736.25 | 70.18   |



从上图可见，至 2020 年 10 月，公司产品销售已基本恢复到正常水平并略有增长。

根据容诚会计师事务所出具的容诚审字[2020]518Z0863 号《审阅报告》，2020 年 1 至 9 月，公司简要比较利润表如下：

单位：万元

| 项 目           | 2020 年 7-9 月 | 2019 年 7-9 月 | 2020 年 1-9 月 | 2019 年 1-9 月 |
|---------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| 营业收入          | 3,500.11     | 4,442.34     | 7,392.68     | 11,314.63    |
| 营业利润          | 997.59       | 1,511.58     | 1,933.91     | 3,578.97     |
| 净利润           | 842.37       | 1,297.05     | 1,642.41     | 3,054.30     |
| 扣除非经常性损益后的净利润 | 742.30       | 1,201.30     | 1,428.51     | 2,859.35     |

公司经营现金净流量持续为正且同比增长，可动用的货币资金充裕，资产负债率低，偿债能力较强，2020 年上半年相关数据及财务指标如下表：

单位：万元

| 项 目       | 2020年1-6月 | 2019年1-6月 | 变动额    |
|-----------|-----------|-----------|--------|
| 经营现金净流量   | 1,858.23  | 1,475.63  | 382.60 |
| 货币资金及理财产品 | 5,164.77  | 4,240.76  | 924.01 |
| 资产负债率     | 28.34%    | 35.94%    | -7.60% |
| 流动比率      | 3.07      | 2.30      | 0.77   |

综上，新冠疫情对公司经营业绩的影响主要集中在2020年上半年，并对公司全年业绩产生一定的影响；但随着疫情的稳定和防控措施的常态化，公司下游行业的需求逐步恢复，至2020年9月已恢复到正常水平。新冠疫情不会对发行人的持续经营能力产生重大不利影响。

保荐机构发表的意见：

通过对发行人2020年1至9月经营数据与同期数据的比较，以及对公司现金流等数据和指标的分析，保荐机构认为：新冠疫情爆发初期对发行人的经营产生较大不利影响，但该影响是暂时性的，随着疫情及其防控措施趋于稳定和常态化，公司经营逐步好转，现金流量稳定，偿债能力较强，新冠疫情不会对公司的持续经营能力产生重大不利影响。

## 问题 25：关于招股说明书信息披露的完整性

根据招股说明书，发行人披露无对报告期经营活动、财务状况或未来发展等具有重要影响的已履行和正在履行的合同。此外，招股说明书未完整披露重要主体的承诺事项。

请发行人全文检查招股说明书信息披露的完整性，是否存在重大遗漏。请保荐人、发行人律师说明发行人及股东的各项承诺事项是否符合中国证监会和深圳证券交易所相关规则的规定，并按照中国证监会《关于进一步推进新股发行体制改革的意见》和相关监管问答的相关要求补充披露相关承诺。

### 回复如下：

#### 1、关于重大合同

对于非销售及采购合同，发行人无对报告期经营活动、财务状况或未来发展等具有重要影响的已履行和正在履行的合同。

发行人日常的产品销售及原材料采购，系通过订单的形式进行，相关订单频次高，金额小。虽然发行人与部分客户签署了购销合同、合作协议等框架协议，但这些协议仅有交货方式、付款方式及账期等交易条款，不含交易价格或交易数量等实质性条款，实质性的交易内容均通过订单确定；发行人与供应商签订的购销合同、合作协议等框架协议，虽然部分含价格或数量条款，但协议均明确按订单执行；发行人认为，其与客户及供应商签订的购销合同、合作协议等框架性协议，对协议双方的销售或采购行为无强制性，不是对双方交易行为或未来发生的交易行为的保证，如在招股说明书“重大合同”项下披露，可能会误导投资者。

综上，发行人披露无对报告期经营活动、财务状况或未来发展等具有重要影响的已履行和正在履行的合同。

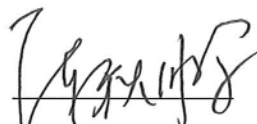
#### 2、关于发行人及股东的各项承诺事项

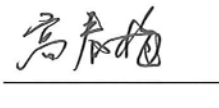
发行人在招股说明书“重大事项提示”中补充披露发行人及股东的各项承诺事项的完整内容。

保荐机构核查了相关披露内容，保荐机构认为，发行人已按照中国证监会《关于进一步推进新股发行体制改革的意见》和相关监管问答的相关要求完整披露了发行人及股东的各项承诺事项，各项承诺事项的内容符合中国证监会和深圳证券交易所相关规则的规定。

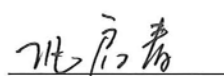
（本页无正文，为《深圳市集美新材料股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市申请文件审核问询函的回复》之发行人签章页）

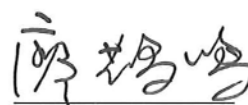
全体董事：

  
陈秋鹏

  
高春梅

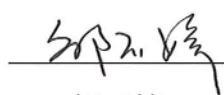
  
朱瑞倩

  
巩启春

  
廖鹤鸣

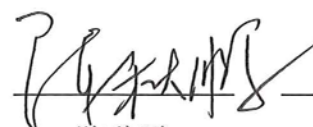
全体监事：

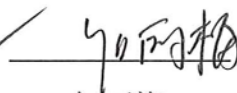
  
曹维府

  
邹玉婷

  
张 震

全体高级管理人员：

  
陈秋鹏

  
伍丽梅

  
朱瑞倩

深圳市集美新材料股份有限公司

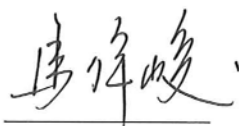
2020年 12 月 14 日



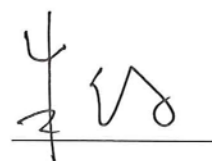
## 保荐机构（主承销商）声明

本公司已对《深圳市集美新材料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》进行了核查，确认回复的内容真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担相应的法律责任。

保荐代表人：



马倬峻



朱仁慈

方正证券承销保荐有限责任公司

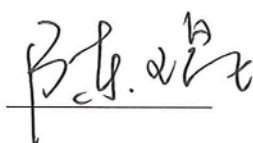
2020 年 12 月 14 日



## 保荐机构（主承销商）总经理声明

本人已认真阅读《深圳市集美新材料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，了解问询函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，审核问询函回复不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对上述文件的真实性、准确性、完整性、及时性承担相应法律责任。

保荐机构总经理：

  
陈 琨

方正证券承销保荐有限责任公司

2020 年 12 月 14 日

