

**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
的审核问询函的回复**

容诚会计师事务所(特殊普通合伙)

中国·北京

**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
审核问询函的回复**

容诚专字[2020]518Z0322 号

深圳证券交易所：

根据贵所《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）的要求，对审核问询函中需要申报会计师核查和说明的问题，容诚会计师事务所（特殊普通合伙）（以下简称“我们”）对深圳市集美新材料股份有限公司（以下简称“集美新材”或“公司”“发行人”）相关资料进行了核查，现回复如下：

一、审核问询 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：

（一）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；

（二）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；

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：

1.定向股票发行是否涉及股份支付

2016年8月15日，公司2016年第三次临时股东大会审议通过了《关于深圳市集美新材料股份有限公司股票发行方案的议案》，本次股票发行已于2016年8月底完成缴款，共计发行股数7,530,000股。本次股票发行新增股份于2016年12月5日起在全国中小企业股份转让系统挂牌转让，并于2017年1月13日进行了工商变更登记。

公司本次股票发行涉及29名认购对象，其中，陈秋鹏、黄妙如为公司实际控制人和在册股东，其余27名新增投资者为公司董事、监事、高级管理人员及核心员工。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。

申报会计师认为：

本次股票发行涉及股份支付，但不属于报告期内的股份支付，涉及的股份支付费用已于2016年度一次性计入当期损益。

2.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

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（股）	交易价格（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

交易时间	受让方	出让方	转让股数（股）	交易价格（元/股）	交易方式
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）陈秋鹏转让及受让股份的背景

上述陈秋鹏转让股份的对象中，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。

上述陈秋鹏转让股份的对象中，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

陈秋鹏转让予其朋友林文山、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，李志曼及李冲平通过现金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）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。

申报会计师认为：

陈秋鹏通过全国股权系统转让和受让股份，不是为获取职工和其他方提供服务而进行的交易，转让价格公允，不涉及股份支付。报告期内，公司未发生股份支付事项，不存在应计未计股份支付情况。

二、审核问询 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：

（一）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；

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。

1.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 Daicel craft

主要企业	企业简介
	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料生产与销售的企业。公司于 2014 年 12 月在新三板挂牌，股票代码为 831748。

2. 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：

（1）与雅格股份比较

目前国内上市及挂牌公司中，与发行人从事相同业务的企业仅温州雅格胶板股份有限公司。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，“公司当前规模较小”，行业地位较低。

①公司就关键经营数据、毛利率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。

②就资产周转能力与雅格股份的比较

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”。

③就偿债能力与雅格股份的比较

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。

④就毛利率与雅格股份的比较

具体请参见对本问询函之“审核问询 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。

⑤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“审核问询 18：关于期间费用”之“第（四）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。

（2）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 镜片	本公司	明月 镜片	本公司	明月 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 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：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 镜片	本公司	明月 镜片	本公司	明月 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 镜片	本公司	明月 镜片	本公司	明月 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 镜片	本公司	明月 镜片	本公司	明月 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。

（3）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 (港币)	本公司 (人民币)	雅视光学 (港币)	本公司 (人民币)	雅视光学 (港币)	本公司 (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 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 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	
	雅视光学	本公司	雅视光学	本公司	雅视光学	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：

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。

申报会计师意见：

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，申报会计师认为：

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。

（二）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；

1.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。

2.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

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，公司优于主营业务相同的雅格股份，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，公司竞争优势和行业地位的相关信息披露真实、准确、完整。

申报会计师意见：

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，申报会计师认为：

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。

（三）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（一）问中进行合并回复，具体请参见对本问题第（一）问中的回复。

申报会计师意见：

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，申报会计师认为：

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。

（四）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。

1.核查过程：

（1）通过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。

2.核查结论：

经核查，申报会计师认为，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。

三、审核问询 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：

（一）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；

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，四川省宜宾普什集团有限公司（以下简称“普什集团”）和意大利 M&G Finanziaria S.p.A.（M&G 控股股份公司，以下简称“M&G 控股”）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	四川宜宾普什集团有限公司	13,400.00	67.00
2	意大利 M&G 控股有限公司	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（以下简称“M&G 集团”）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、深圳市前海清源实业投资有限公司、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	四川省宜宾普什集团有限公司	13,400.00	67.00
2	深圳市前海清源实业投资有限公司	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为 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 12月31日	2018年 12月31日	2017年 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转让。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、深圳市前海清源实业投资有限公司、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投资。

（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，其中，由公司购买 9.89%股权的受让价格为 89.91 万美元（折人民币 612.92 万元）。该转让价格以 2018 年末四川普什净资产 9,465.91 万元为基础，由股权受让方委托普什集团与出让方 M&G 公司协商确定。

4.四川普什与公司发生的关联交易的公允性

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 2.94%。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。

5.四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

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客户、供应商不存在业务或资金往来。

申报会计师意见：

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，申报会计师认为：

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。

（二）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；

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，公司舍近求远，大额采购四川普什的产品，具有必要性和合理性。

申报会计师意见：

申报会计师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，申报会计师认为：

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，发行人大额采购四川普什的产品，具有必要性和合理性。

（三）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；

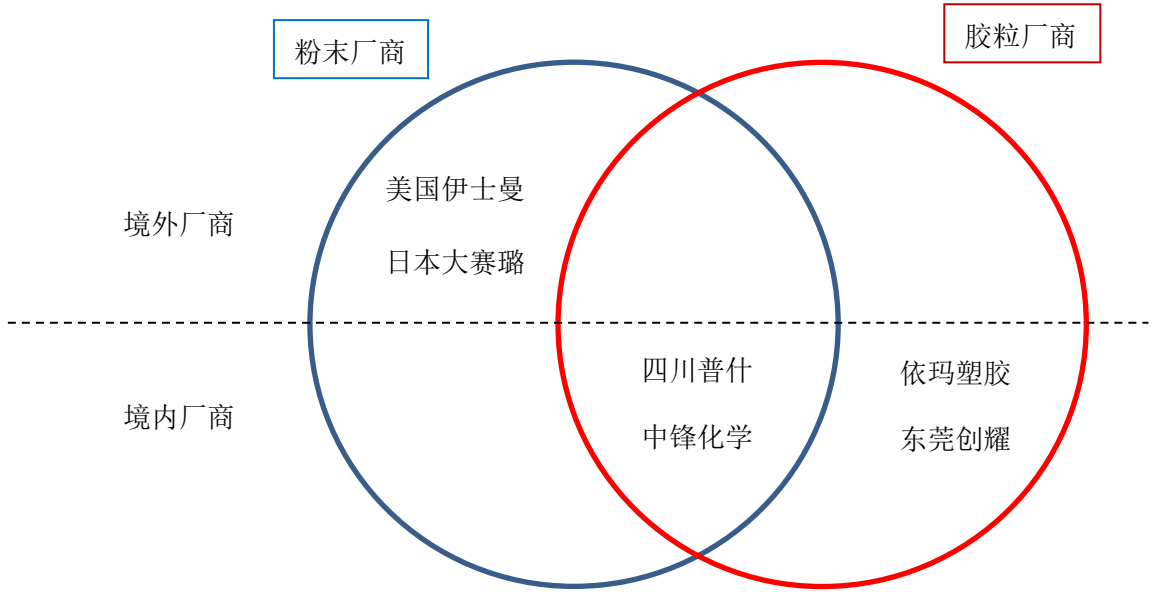
报告期内，公司供应商集中度较高，主要原因有两方面。一方面，公司产品的原材料成本构成中，醋酸纤维素胶粒成本占到原材料成本的 95%以上，报告期公司采购集中度较高的供应商均为醋酸纤维素胶粒生产商；另一方面，国内醋酸纤维素胶粒的生产商集中度较高，公司集中采购，有利于保证原材料质量的稳定性、供货的及时性和降低采购成本。

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（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%，供应商集中度较高。

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。另外，虽然四川普什已资不抵债，但由于四川普什是五粮液集团旗下企业，实际控制人为宜宾国资委，其目前资不抵债状况主要是财务利息成本较高造成的，财务利息以集团内部资金往来为主，作为当地重要企业，四川普什因资不抵债而不能持续经营的可能性较小。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。

申报会计师意见：

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，申报会计师认为：

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。

（四）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；

1.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

单位：万元

报表项目	金额(补计利息前)	金额（补计利息后）	变动额（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

2.历史上向四川普什集团资金拆借的具体情况

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
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

3. 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

四川普什自 2008 年开始陆续向四川宜宾普什集团有限公司借支资金，四川普什并未在借款期间完整计付利息，但直到 2019 年 11 月，四川普什方告知公司，其历史上存在向四川宜宾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，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，向四川宜宾普什集团有限公司持续举债经营，经补提利息后四川普什公司的亏损进一步扩大，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，四川普什向四川宜宾普什集团有限公司借支资金本息余额近 10 亿元，该项借款后续每年仍有超过 2000 万元的利息费用。四川普什经营、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

素年产能为 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。

申报会计师意见：

经核查四川普什集团提供的财务和业务资料，申报会计师认为：

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。

（五）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；

1. 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。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	公式	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	$(\text{②}-\text{①})/\text{①}$	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 ~ 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 ~ 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 ~ 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。

申报会计师意见：

通过核查发行人参股四川普什前后的采购合同、返利协议，访谈四川普什相关人员，申报会计师认为：

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。

（六）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；

1.向四川普什采购原材料返利具体条款，相关采购返利金额是否与采购规模及返利条款相匹配

合同期间	2020.02-2021.01	2019.02 -2020.01	2018.01 -2019.01	2017.01-2017.12
返利条款注①	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，	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，	合同期内，乙方 采购总量达到 1300 吨时，不同 产品返利金额为	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

	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	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	420-460 元每吨。 返利金额在最后 一次提货中抵扣	元每吨。返利金额 在最后一次提货 中抵扣
采购规模	注②	1521.30 吨	1300 吨	1200.88 吨
计提返利 注①		77.14 万元	43.21 万元	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

采购返利计算过程如下：

返利订单期间	采购量（吨）			返利标准（元/吨）		测算返利金 额（万元）	实际返利金 额（万元）	年末计提返利 金额（万元）
	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。

综上所述，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。

2. 采购返利的会计处理

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

申报会计师意见：

通过过核查发行人与四川普什鉴定的采购合同、返利协议，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，申报会计师认为：

公司对采购对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。

(七) 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。

预付四川普什的具体内容、预付账款发生额、合同结算条款及采购金额如下：

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。

申报会计师意见：

通过检查采购合同条款，预付账款明细账等，申报会计师认为：

报告期内，公司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。

四、审核问询 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 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，是否具有连贯性，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：

(一) 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；

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(万元)	占比 (%)	金额 (万元)	占比 (%)	金额 (万元)	占比 (%)	金额 (万元)	占比 (%)
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
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

项 目	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额(万元)	占比 (%)	金额 (万元)	占比 (%)	金额 (万元)	占比 (%)	金额 (万元)	占比 (%)
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
压板拼板类	-156.34	-6.15	485.83	23.65

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。

2.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.OC），其报告期内主营业务收入明细如下：

项 目	2020年1-6月		2019年度		2018年度		2017年度	
	金额（万元）	占比（%）	金额（万元）	占比（%）	金额（万元）	占比（%）	金额（万元）	占比（%）
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

报告期内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赊账时间长的供货商”。

申报会计师意见：

通过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,获取和分析同行业上市公司财务数据等，申报会计师认为：

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。

（二）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；

1.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

项 目	2020 年 1-6 月				
	金额（万元）	金额占比（%）	重量（千克）	重量占比（%）	单价（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 (万元)	金额占比 (%)	重量 (千克)	重量占比 (%)	单价 (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 (万元)	金额占比 (%)	重量 (千克)	重量占比 (%)	单价 (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 (万元)	金额占比 (%)	重量 (千克)	重量占比 (%)	单价 (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

2. 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

(1) 各细分产品报告期各期的销售情况

①挤板产品收入持续增长的细分情况

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：

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

报告期内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。

②压板产品销售变动的细分情况

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。

（3）主要客户销售情况的影响

①挤板产品主要客户销售情况

A 挤板产品主要客户报告期内销售收入如下：

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 ^{注 1}	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（%） ^{注 2}
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 ^{注 1}	2019 年	2018 年	2017 年	2019 年较 2018 年		2018 年较 2017 年	
				金额	占比（%） ^{注 2}	金额	占比（%） ^{注 3}
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 2017 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：

2019 年排名	2019 年销售额范围（万元）	2019 年较 2018 年（万元）	2018 年较 2017 年（万元）
第 1-10 名	95.16 - 1306.91	132.72	75.01
第 11-20 名	65.35 - 91.51	63.07	233.53
第 21-30 名	48.08 - 64.67	142.62	83.65
第 31-40 名	37.56 - 47.02	44.85	64.42
第 41-50 名	33.82 - 37.39	110.10	78.16
合 计		493.37	534.78

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 ^{注 1}	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（%） ^{注 2}
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 ^{注1}	2019 年	2018 年	2017 年	2019 年较 2018 年		2018 年较 2017 年	
				重量	占比（%） 注2	重量	占比（%） 注3
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 年排名	2019 年 销量范围（千克）	2019 年较 2018 年		2018 年较 2017 年	
		金额（万元）	占比（%）	金额（万元）	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

②压板类产品主要客户销售情况

A 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：

单位：万元

客户名称 ^{注 1}	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（%） ^{注 2}
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 ^{注 1}	2019 年	2018 年	2017 年	2019 年较 2018 年		2018 年较 2017 年	
				金额	占比(%) 注 2	金额	占比(%) 注 3
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

B 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 ^{注1}	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（%） ^{注2}
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 ^{注1}	2019 年	2018 年	2017 年	2019 年较 2018 年		2018 年较 2017 年	
				重量	占比（%） 注2	重量	占比（%） 注3
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 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

（4）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，详见审核问询 11 第（一）问之回复。

申报会计师意见：

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，检查公司展会费用明细，申报会计师认为：

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。

（三）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；

1.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	不再单独返利	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	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
业有限公司	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			
	返利政策	合同期内, 采购实际总付款: 120 万元<=实际总付款<260 万元, 返利货款总额 4%; 实际总付款>=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>=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<=实际总付款<600 万元,返利总额 3%; 600 万元<=实际总付款<700 万元,返利总额 3.5%; 700 万元<=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<=采购总量<40 吨, 返利货款总额 4%; 40 吨<=采购总量<50 吨, 返利货款总额 4.5%; 50 吨<=采购总量<60 吨, 返利货款总额 5%; 60 吨<=采购总量<70 吨, 返利货款总额 5.5%; 70 吨<=采购总量<80 吨, 返利货款总额 6%; 80 吨<=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

客户名称	项 目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
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<=实际付款<400万元,返利总额2%;400万元<=实际付款<440万元,返利总额2.5%;实际付款>=440万元,返利总额3%	合同期内,采购实际总付款:200万元<=实际付款<250万元,返利总额2%;250万元<=实际付款<300万元,返利总额2.5%;实际付款>=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

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,公司不予承担任何责任。

公司主要基于对客户销售规模以及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(如美成(江门)实业有限公司,其2017年度、2018年度无返利政策,2019年开始给予返利政策),主要是该类客户2017年、2018年向公司的采购量已达到一定规模之后,公司对客户未来期间的销售给予了相应的返利政策。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。

2.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

(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

由于尚无法合理估计客户全年向发行人的采购额能否达到返利条款的规定，因此发行人 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) 2019 年度

单位：万元

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

自 2019 年开始，公司对陆逊梯卡华宏（东莞）眼镜有限公司销售直接降价 2%，因此不再返利。美成（江门）实业有限公司的返期间为 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。

高信眼镜厂有限公司与香港新兴眼镜制造厂有限公司差异主要是因为两家公司的销售金额已经是不含税，但在计提返利时作为了含税金额导致重复扣税所致。

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。

2) 2018 年度及 2017 年度

单位：万元

年 度	客户名称	返利前收入①	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
2018 年	东莞联信眼镜有限公司	44.93	2%	0.90	0.71	0.19	合并 计算
	东莞市联顺眼镜有限公司	69.33	2%	1.39	1.13	0.26	
	联利泰眼镜（鹰潭）有限公司	59.38	2%	1.19	1.16	0.03	
	江西华清眼镜有限公司	82.56	4%	3.30	3.21	0.09	合并
	华清眼镜（深圳）有限公司	247.25	4%	9.89	9.56	0.33	计算
	瑞安市凯洛诗眼镜厂	81.98	2%	1.64	1.12	0.52	合并
	浙江方氏眼镜制造有限公司	213.36	2%	4.27	3.16	1.11	计算
	东莞高信眼镜制造厂	170.25	4%	6.81	7.03	-0.22	
	江西省威东光学有限公司	208.64	4%	8.35	8.33	0.02	
	陆逊梯卡华宏(东莞)眼镜有限公司	1,979.03	2%	39.58	43.34	-3.76	
	中山拓开光学有限公司	169.48	2%	3.39	3.14	0.25	
	新兴眼镜集团	288.2	4%	11.53	11.53	-	
	合计	3,614.39		92.24	93.42	-1.18	
2017 年	陆逊梯卡华宏(东莞)眼镜有限公司	2,301.60	2%	46.03	52.63	-6.60	
	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	
	华清眼镜（深圳）有限公司	261.81	4%	10.47	8.56	1.91	合并
	江西华清眼镜有限公司	65.50	4%	2.62	2.13	0.49	计算
	合计	2,761.55		61.77	65.45	-3.68	

2018 年及 2017 年计提返利时以回款为基础计提，因此各公司均有一定差异，2018 年、2017 年计提返利差异合计分别为-1.18 万元、-3.67 万元，差异较小。

公司对客户计提返利以返利期间的销售及回款为基础计算确认，返利金额与对应客户的销售匹配。

3.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，冲销应收与收入，同时，对领出的产品确认收入，具体会计处理如下：

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

（2）销售返利

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

申报会计师意见：

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，申报会计师认为：

公司的退换货、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；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。

（四）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；

1.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

（1）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 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年	2020 年 1-6 月 较 2019 年	2019 年较 2018 年	2018 年较 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。

（2）与公司主营业务相同的公众公司仅有在新三板挂牌的企业雅格股份

（831748.OC），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。

2.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

（1）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

1) 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（元/千克）	重量（千克）	重量占比（%）	单价（元/千克）	重量（千克）	重量占比（%）
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
-----	-------	--------------	--------	-------	--------------	--------

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

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 压板	挤板绞花类 压板碎花类	J2	J2-01635	J2-01635-170X1400/8
			UD3	UD3-0143	UD3-0143-190X1400/4
			UQ	UQ-0205	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。

2) 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 (元/千克)	重量 (千克)	重量占比 (%)	单价 (元/千克)	重量 (千克)	重量占比 (%)
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。

（2）增值税税率调整的影响

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。

1) 增值税税率调整的理论影响

项 目	2019 年 4 月以后	2018 年 5 月 -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%	-

2) 增值税税率调整的实际影响

项 目	2019 年	2018 年	2019 年较 2018 年
应交增值税贷方发生额（万元）	913.71	1,024.68	-110.97
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

（3）外销单价及占比情况

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 (元/千克)	重量 (千克)	重量占比 (%)	单价 (元/千克)	重量 (千克)	重量占比 (%)
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。

（4）销售折扣的影响

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 年销售数量和销售额增长较多，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。

申报会计师意见：

通过核查公司销售收入、销量、单价及变动情况，核查公司原材料采购情况，检查税率变动和销售折扣变化情况，申报会计师认为：

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。

（五）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；

报告期内，公司主营业务收入分地区构成如下：

项 目	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额 (万元)	占比 (%)	金额 (万元)	占比 (%)	金额 (万元)	占比 (%)	金额 (万元)	占比 (%)
境内：	3,412.59	88.53	14,124.80	91.34	13,604.55	91.54	12,940.52	97.94
广东	1,971.63	51.15	7,887.20	51.00	7,618.74	51.26	7,070.49	53.51
浙江	1,055.67	27.39	4,775.52	30.88	4,686.64	31.53	4,662.40	35.29
江西	211.45	5.49	776.44	5.02	632.66	4.26	498.80	3.78
福建	84.97	2.2	330.95	2.14	292.41	1.97	372.77	2.82
江苏	54.2	1.41	204.65	1.32	281.67	1.90	241.71	1.83
其他	34.67	0.9	150.05	0.97	92.44	0.62	94.35	0.71
境外：	442.02	11.47	1,339.29	8.66	1,257.19	8.46	271.82	2.06
意大利	274.35	7.12	670.57	4.34	541.54	3.64	84.23	0.64
中国香港	71.13	1.85	407.51	2.64	469.01	3.16	110.84	0.84
其他	96.53	2.5	261.21	1.69	246.64	1.66	76.75	0.58
合 计	3,412.59	88.53	15,464.10	100.00	14,861.75	100.00	13,212.34	100.00

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。

申报会计师意见：

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，申报会计师认为：

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。

（六）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；

1.发行人报告期各期的退换货情况，包括客户名称、退换货原因、具体金额与数量、退换内容、退换条款及会计处理方式

（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
	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) 公司对退换货的会计处理方式

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，冲销应收与收入，同时，对领出的产品确认收入，具体会计处理如下：

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

2. 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 年度	2018 年度	2017 年度
各期最后一月销售(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%

2020 年 1-6 月、2019 年 12 月、2018 年 12 月、2017 年 12 月的销售退货比率分别为 0.26%、0.06%、0.46%、0.45%、不存在期末集中确认收入、期初退货的情形。

3. 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

(1) 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，由于废料数量、金额不重要，因此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 (末)	2018 年度 (末)	2017 年度 (末)
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
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。

申报会计师意见：

通过检查、分析、比较公司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，申报会计师认为：

公司不在期末集中确认收入、期初退货的情形，公司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，废料销量与正常产品销量之间的匹配差异有合理原因。

（七）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；

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 (万元)	占比 (%)	金额 (万元)	占比 (%)	金额 (万元)	占比 (%)	金额 (万元)	占比 (%)
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 (万元)	占比 (%)	金额 (万元)	占比 (%)	金额 (亿欧元)	占比 (%)	金额 (亿港元)	占比 (%)
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
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	50.99	5.57	46.57
	下半年	8,216.23	54.96	504.00	56.05	43.76	49.01	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 (万元)	占比 (%)	金额 (万元)	占比 (%)	金额 (万元)	占比 (%)	金额 (万元)	占比 (%)
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 (万元)	占比 (%)	金额 (万元)	占比 (%)
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。

申报会计师意见：

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，申报会计师认为：

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 and 业务的净利润存在明显的行业和业务特征。

（八）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。

1.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，公司采用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。

2.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

（1）《企业会计准则》对收入确认的一般性条件要求与公司的交货方式对照销售商品收入同时满足下列条件的，才能予以确认：

①企业已将商品所有权上的主要风险和报酬转移给购货方

公司依据约定在客户指定地点将产品交付客户后，从交易的实质上看，商品所有权上的所有风险和报酬随之转移。

②企业既没有保留通常与所有权相联系的继续管理权，也没有对已售出的商品实施有效控制

公司将产品交付客户后，未保留进一步管理产品的权利，也未再对产品实施有效控制。

③收入的金额和相关的已发生或将发生的成本能够可靠地计量

公司交付给客户的产品，是依据客户订单进行，订单中注明了交易数量和价格，表明收入能够可靠计量。成本方面，产品是由公司自行生产完成并经过本核算后确定的，成本能够可靠计量。

④相关的经济利益很可能流入企业

公司交付给客户的产品符合合同要求，客户承诺按约定结算方式付款且客户并非陷入经营困境，通常表明相关的经济利益很可能流入公司。

（2）公司不同模式下的销售收入及占比情况

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	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	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%。

（3）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、条件与同行业公司的收入确认方式一致。

3.是否存在未签订合同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。

申报会计师意见：

通过检查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，申报会计师认为：

公司收入确认时点符合会计准则的要求，未签订合同的客户主要是采用现款结算的小额及零星订单客户，公司不存在提前确认收入的情况。

（九）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。

1.核查程序

（1）访谈公司总经理、财务总监及分管销售业务负责人，了解公司业务类别、业务发展、客户变化、销售政策、主要客户采购要求、供货情况等；

（2）检查主要的销售合同，识别与商品所有权上的主要风险和报酬转移相关的条款，评价收入确认政策是否符合企业会计准则的规定；

（3）对营业收入按月度、产品、客户等实施实质性分析程序，识别是否存在重大或异常波动，并查明波动原因；

（4）走访主要客户，了解公司与客户之间交易变动情况、信用政策等信息；2017年-2019年走访客户的销售收入占营业收入的比例超过65%，2020年1-6月超过62%；

（5）向主要客户进行函证，确认与主要客户的销售额及往来余额信息；报告期内函证销售情况如下表：

项 目	2020年1-6月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
销售金额（万元）	3,854.61	15,464.10	14,861.75	13,212.34
发函金额（万元）	2,044.24	9,731.10	9,895.95	8,819.98
发函比例	53.03%	62.93%	66.59%	66.76%
回函比例（以家数计）	77.78%	91.57%	93.83%	89.87%
回函比例（以金额计）	80.83%	93.37%	90.30%	95.29%
选样方法	金额选样 对余额大于 15 万元，销 售额大于 30	金额分层选样 其中： （1）销售额大于 80 万元的全选；	金额分层选样 其中： （1）销售额大于 80 万元的全选；	金额分层选样 其中： （1）销售额大于 80 万元的全选；

	万元的客户 进行函证	(2)销售额小于 80 万元的随机选取	(2)销售额小于 80 万元的随机选取	(2) 销售额小于 80 万元的随机选取
--	---------------	------------------------	------------------------	-------------------------

(6) 查阅公司明细账、相关合同、出库单、销售回款单据；

(7) 对资产负债表日前后确认的营业收入核对至出货签收单等支持性文件，评价营业收入是否在恰当期间确认，收入截止是否正确；

(8) 了解销售退换货情况、退货原因、并对销售退换货情况进行检查。

五、审核问询 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：

(一) 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；

1.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

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.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

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，而买方自该点起负担一切费用，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.境外客户是否存在第三方回款情况

公司境外客户均是直接回款，不存在通过第三方回款情况。

4.分析并披露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。

申报会计师意见：

通过访谈销售总监、财务总监，了解公司外销收入增长原因以及海外销售的流程和收入确认会计政策；查看销售合同；核对、分析境外销售明细、出口报关单据以及海关电子口岸数据；函证、检查销售回款及执行截止性测试。申报会计师认为：

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。

（二）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；

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	设立时间	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	380,994,210 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； 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； 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； 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； 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； 属于报告期内新增客户
INDEPENDENT EYEWEAR	美国	2014-5-2	不详	主要股东为 Europa Eyewear Corp.	自 2017 年开始合作； 属于报告期内新增客户

客户名称	国家/ 地区	设立时间	注册 资本	股权结构	合作历史/是否新增客户
MANUFACTURING, LLC					
NANNINI Italian Quality S.r.l.	意大利	2008-10-1	59,000 欧元	DEGL'INCERTI TOCCI DAVIDE/GALLIN ARI SRL/Costa Pisani Edgardo 分别 持股 61.11%/30%/8.89%	自 2016 年开始合作； 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：

客户名称	2020 年 1-6 月	占主营业 务收入 比例 (%)	2019 年 度	占主营业 务收入 比 例(%)	2018 年 度	占主营业 务收入 比 例(%)	2017 年度	占主营业 务收入 比 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 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。

申报会计师意见：

经核查申报会计师认为：

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。

（三）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

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表：

单位：万元

项 目	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，增值税退税金额为零，主要是公司出口销售收入占比不到 10%，根据免抵退税政策，应退税额为零。

申报会计师意见：

经核查，申报会计师认为：

报告期内外销收入、海关报关数据是匹配的，增值税退税金额为零主要是公司出口收入占比较低，应退税额为零。

（四）说明境外客户及销售收入的核查过程、结论和依据。

1. 核查过程、依据

（1）向销售、财务部门了解公司出品销售规模、销售方式；

（2）查询国家企业信用信息公示系统（www.gsxt.gov.cn）网站，确认确认东莞华宏与 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、文华眼镜制造（深圳）有限公司与文华眼镜制造厂有限公司之间的母子公司关系

（3）查询香港公司注册处网上查册中心网站（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、Etnia Barcelona Limited 及文华眼镜制造厂有限公司共 4 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；

(4) 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；

(5) 对于出口收入，获取电子口岸信息并与账面记录核对（电子口岸信息核对比例 100%），检查销售合同、出口报关单、货运提单、销售发票等支持性文件；

(6) 对 Luxottica Group S.p.A 等主要境外客户（4 家）进行走访、访谈（占外销收入的 66.43%），并对主要境外客户（4 家）函证，了解外销客户的基本情况以及公司与境外客户之间交易及关联方关系等信息。

2.核查结论

申报会计师认为：

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。

六、审核问询 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：

（一）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；

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 (万元)	比例 (%)	金额 (万元)	比例 (%)	金额 (万元)	比例 (%)	金额 (万元)	比例 (%)
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。

申报会计师意见：

1.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询问；

（2）查阅了报告期的销售明细账；

（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）对发行人重要客户进行了访谈，该等客户均为眼镜厂商，未发现贸易类客户。

2.核查结论：

经上述核查，申报会计师认为：

发行人所披露的关于赊销客户和其他各类客户的销售额及占比情况，符合实际情况。报告期内，发行人赊销客户中的全域贸易系接受美成实业委托向发行人采购。申报会计师对发行人的重要客户进行了访谈，该等客户均为眼镜厂商。

（二）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；

1.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

（1）美成实业委托全域贸易向发行人采购的原因及合理性

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。

（2）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

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 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 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 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 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。

（3）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。

2.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

报告期内，在公司的赊销客户中，除全域贸易系接受美成实业向公司采购外，不存在其他眼镜厂商委托经销商向公司采购的情形。

申报会计师意见：

1.核查程序：

（1）实地走访了美成实业、全域贸易；

（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）及深圳信用网（www.szcredit.com.cn），查阅了 4 家境内企业（美成实业、全域贸易、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），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问询，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进行采购原因的邮件；

(8)对发行人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公司采购的情形。

2.核查结论：

经核查，申报会计师认为：

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。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。通过对发行人重要客户访谈，除全域贸易系接受美成实业向公司采购外，未发现其他眼镜厂商委托经销商向公司采购的情形。

（三）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；

1.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

报告期	客户名称	销售内容	销售金额 (万元)	占主营业务 收入的比例 (%)	是否 关联	所在地	注册资本	成立时间	备注
2020 年 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 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 (HK01134) 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	新 兴 光 学 (HK00125) 控制的企业
	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	
	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

报告期	客户名称	销售内容	销售金额 (万元)	占主营业务 收入的比例 (%)	是否 关联	所在地	注册资本	成立时间	备注
	Luxottica Group S.p.A.		480.72	3.11	否	意大利	2,911.17 万欧元	1996.02.19	制的企业
	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 (HK01120) 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					
	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 (HK01134) 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 (HK00125) 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 控 制的企业
	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					
	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

报告期	客户名称	销售内容	销售金额 (万元)	占主营业务 收入的比例 (%)	是否 关联	所在地	注册资本	成立时间	备注
	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	(HK01120) 控制的企业
	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 (HK01134) 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	
	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 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 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

报告期	客户名称	销售内容	销售金额 (万元)	占主营业务收入 的比例 (%)	是否 关联	所在地	注册资本	成立时间	备注
	江西华清眼镜有限公司		63.37	0.48	否	江西	450 万美元	2016.05.31	(HK01134) 控制的企业
	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	
	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。”

2.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

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、资金往来（注释）
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、孔翩敏、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；			无	
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； 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； 经理：吴彩越			有	
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	雅骏眼镜制造厂有限公	--	负责人：王财富			无	

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、资金往来（注释）
	阁坑雅骏眼镜制造厂	司、深圳市黄阁坑股份合作公司						
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			无	
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、陈智燊、梁卓邦	顾毅勇、顾嘉勇	展会洽谈	无	否
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	陈智燊	执行董事兼总经理：陈智燊			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：方孔利	方孔利	业内介绍	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、资金往来（注释）
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； 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； 经理：张平羽	Robin Bjorn Christian Totterman	业务拜访	有	是
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	董赣兵	董事：董赣兵、董赣明、李小爱； 总经理：董赣兵	董赣明	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。

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。

3.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

公司的股东未在公司主要客户拥有权益或任职。

申报会计师意见：

1.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，www.essilorluxottica.com）、美成集团（mazen.group/）、雅视光学（www.artsgroup.com/）、恒发光学（即华清眼镜，www.kelfred.com.hk/zh/）、瓯海眼镜（www.ouhaiglasses.com）、新兴光学（www.sunhingoptical.com/en）、方氏眼镜（www.fangshioptical.com）、三杉光学（www.sanshanoptical.com）、启泰光学（www.ktopical.com）、巨龙光学（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），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)对主要客户进行了函证和实地走访,其中,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。

2.核查结论:

经核查,申报会计师认为:

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。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。

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。

(四)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。

1.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

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	980.43
占比	1.59	2.25	3.69	7.42

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。

2.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

报告期内，公司主要新增客户中 Creations Poncet F、ETNIA BARCELONA Limited、Independent Eyewear Manufacturing,LLC 的情况请参见对审核问询 12（二）的回复，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 万人民币	2016.04.21	黄汝宾、王宇	黄汝宾	执行董事兼总经理：黄汝宾； 监事：王宇
2	温州市依瑾眼镜有限公司	温州	200 万人民币	2016.12.20	林正松、金宝玲	金宝玲	执行董事兼总经理：金宝玲； 监事：林正松
3	瑞安市华星眼镜制造有限公司	温州	50 万人民币	2017.03.22	郝建成、谢阳	林南荣	执行董事：谢阳； 经理：林南荣； 监事：郝建成
4	快奇眼镜江西有限公司	鹰潭	500 万人民币	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； 监事：林甲升

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
5	深圳市本益科技有限公司	深圳	100 万人民币	2017.10.18	陈伟涛、陈纯玲	陈纯玲	执行董事兼总经理：陈纯玲； 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。

3.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

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	2,216.26	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。

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	占比	加工费	占比	加工费	占比

外购服务商	加工内容	2019 年度		2018 年度		2017 年度	
		(万元)	(%)	(万元)	(%)	(万元)	(%)
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%。

申报会计师意见：

1.核查程序：

（1）查阅了发行人报告期内的销售明细表；

（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），查阅了 ETNIA BARCELONA Limited 的《周年申报表》；查阅了 CREATIONS PONCET F 官网（www.anacole.fr）和 ETNIA BARCELONA Limited 的官网（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。

2.核查结论：

经核查，申报会计师认为：

发行人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，公司客户中不存在既是客户又是供应商的情形。

七、审核问询 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的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：

（一）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；

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

报告期内公司细分类别营业成本构成明细如下：

2020 年 1-6 月	直接材料		直接人工		制造费用		合计	
	金额 (万元)	比例 (%)	金额 (万元)	比例 (%)	金额 (万元)	比例 (%)	金额 (万元)	比例 (%)
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 (万元)	比例 (%)	金额 (万元)	比例 (%)	金额 (万元)	比例 (%)	金额 (万元)	比例 (%)
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 (万元)	比例 (%)	金额 (万元)	比例 (%)	金额 (万元)	比例 (%)	金额 (万元)	比例 (%)
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 (万元)	比例 (%)	金额 (万元)	比例 (%)	金额 (万元)	比例 (%)	金额 (万元)	比例 (%)
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.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

报告期内主要细分类别产品单位成本构成情况如下：

2020 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
--------	--------	--------	--------	--------

1-6 月	金额 (元/千克)	比例 (%)	金额 (元/千克)	比例 (%)	金额 (元/千克)	比例 (%)	金额 (元/千克)	比例 (%)
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 (元/千克)	比例 (%)	金额 (元/千克)	比例 (%)	金额 (元/千克)	比例 (%)	金额 (元/千克)	比例 (%)
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 (元/千克)	比例 (%)	金额 (元/千克)	比例 (%)	金额 (元/千克)	比例 (%)	金额 (元/千克)	比例 (%)
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 (元/千克)	比例 (%)	金额 (元/千克)	比例 (%)	金额 (元/千克)	比例 (%)	金额 (元/千克)	比例 (%)
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分析原因相同。

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。

申报会计师意见：

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，申报会计师认为：

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。

（二）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；

1.主要产品料工费金额及占比情况：

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。

2.报告期内各主要产品产量占比情况

单位：%

项 目	2020 年 1-6 月产量占比	2019 年产量占比	2018 年产量占比	2017 年产量占比
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。

3.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、维修费用具体情况如下：

年 度	醋酸纤维素 胶粒价格 (元/千克)	价格变 动率	生产人员 人数 (人)	生产工人均 工资 (元/月)	人均工资 增长率	维修费 (万元)	维修费 变动率
-----	-------------------------	-----------	----------------	-------------------	-------------	-------------	------------

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%。

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%。

2020 年 1-6 月，受 2020 年初新签租赁合同的租金上涨以及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。

申报会计师意见：

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，申报会计师认为：

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变动等变动影响，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，成本结构变动具备合理性。

（三）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2.94%。该差异率的计算公式为：（公司向其他供应商采购均价－公司向四川普什采购均价）÷公司向四川普什采购均价×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：（四川普什向其他客户销售均价－公司向四川普什采购均价）÷公司向四川普什采购均价×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。

申报会计师意见：

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，申报会计师认为：

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。

（四）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。

1.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。

通过优化排产订单减少换模次数，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，降低了损耗，使公司的产量胶粒耗用比从 74.70%提高到了 84.37%。

2020 年 1-6 月、2019 年，由于在产品余额逐年下降，因此产量胶粒耗用比进一步提高。

2.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%	-5.71%	-

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。

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。

申报会计师意见：

通过对比检查公司原材料采购，消耗及完工入库情况，对比分析产品单位能源消耗情况，申报会计师认为：

公司的原料采购量与公司业务规模相匹配，投入产出比符合公司生产管理的变动情况，单位能源消耗变动合理。

（五）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。

1.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）结合原材料价格变动人均工资变动分析公司产品结构变动是否合理，分析投入产出及单位产品的能源消耗情况；

（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。

2.核查结论：

经核查，申报会计师认为：

报告期内发行人成本完整，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。

八、审核问询 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：

（一）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；

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	伊玛塑胶	价格差异
1 月	28.39	-	-
2 月	28.31	28.71	0.40
3 月	28.19	28.74	0.55
4 月	28.53	29.22	0.69
5 月	28.57	29.26	0.69
6 月	28.64	29.25	0.61
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	1.56
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，获得了年度返利；
- （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。

申报会计师意见：

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，申报会计师认为：

发行人 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，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，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。

（二）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；

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。

前述供应商中，四川普什、伊玛塑胶和大川塑料为本公司的主要供应商。2017 年、2018 年、2019 年和 2020 年 1-6 月，公司向三家供应商的采购情况如下：

期间	四川普什		伊玛塑胶		大川塑料		合计	
	金额	占比%	金额	占比%	金额	占比%	金额	占比%
2020 年 1-6 月	1,107.47	68.39	457.22	28.23		0.00	1,564.69	96.62
2019 年	4,481.14	67.99	1,901.70	28.85	5.39	0.08	6,388.23	96.92
2018 年	3,847.50	57.02	2,331.50	34.55	389.40	5.77	6,568.40	97.34

2017 年	3,146.95	44.02	2,729.24	38.17	1,086.64	15.20	6,962.83	97.39
--------	----------	-------	----------	-------	----------	-------	----------	-------

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。

1.四川普什、伊玛塑胶和大川（清新）塑料制品有限公司基本情况

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%。

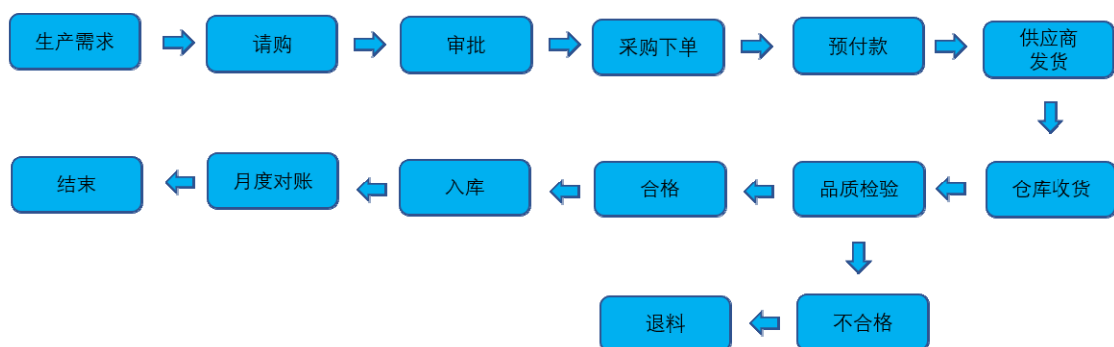
伊玛塑胶系世界醋酸纤维素材料领先企业美国伊士曼化工（Eastman Chemical）和公司最主要的行业竞争对手之一华意胶板的母公司—意大利 MAZZUCHELLI 1849 共同出资设立，专业从事醋酸纤维素胶粒的生产，是国内领先的醋酸纤维素胶粒生产企业，具有年产 9,000 吨醋酸纤维素胶粒的生产能力。

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。

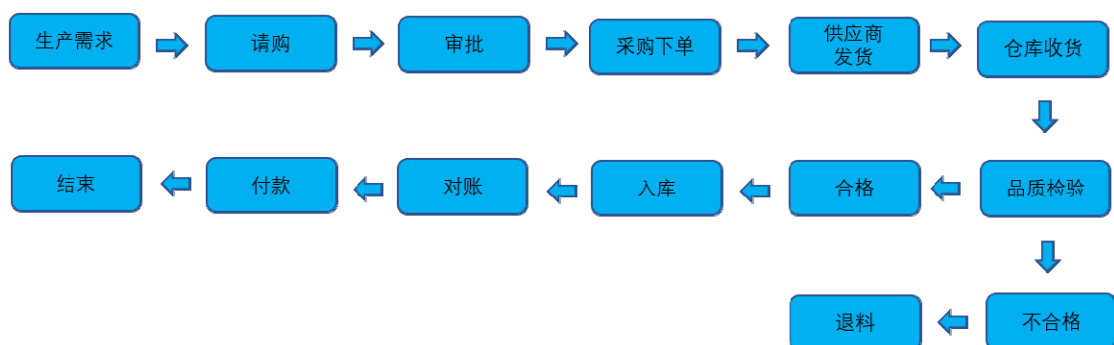
上述三家公司均为生产商，本公司向其采购的定价原则均为依据市场情况协商定价。

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、大川塑料司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：



2.其他供应商基本情况

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和东莞创耀塑料有限公司，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	依据市场情况协商定价
广州纵诚化工科技有限	2017.4.18	300 万元	陈颖婷、熊辉	依据市场情况协

供应商名称	设立时间	注册资本	股东	采购定价原则
公司				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	依据市场情况协商定价

申报会计师意见：

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及检查采购合同，申报会计师认为：

发行人已充分披露主要供应商的基本情况，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。

（三）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。

1.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
报告期内，公司各主要供应商采购平均单价间比较如下：

单位：元/千克

项 目	供应商	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
采购价格	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	-	32.65	29.93	29.92
价格差异	四川普什与伊玛塑胶	-0.84	-0.97	-0.63	-0.77
	四川普什与大川塑料	-	-4.41	-1.47	-0.40
	伊玛塑胶与大川塑料	-	-3.44	-0.84	0.37

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.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

公司向大川塑料采购原料无返利，向伊玛塑胶采购返利情况如下：

项 目	2020 年	2019 年度	2018 年度	2017 年度
返利条款	全年订购量 700 吨以上但低于 800 吨，免费赠送 1 吨，全年订购量 800 吨以上，再赠送 3 吨	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	2020 年 1-6 月尚未	651.05 吨	801.5 吨	901 吨
是否达到返利条件	满一年，尚不能确	否	否	是
返利金额	定否能获得返利	未返利	未返利	27.86 万元（含税）

3.相关会计处理是否符合《企业会计准则》的规定

公司 2017 年向伊玛塑胶采购的原料的返点已在当年执行完毕，因此公司年末不再计提，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。

申报会计师意见：

通过检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，申报会计师认为：

公司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。

（四）请保荐人、申报会计师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.核查过程、方式

（1）向采购部、财务部了解供应商分布情况、原料供应及采购结算等情况；

(2) 获取公司采购管理相关制度，并对采购付款进行穿行测试和控制测试；

(3) 通过企业工商信息查询系统软件查询主要供应商的工商注册信息、确定供应商真实性（核查 10 家）；

(4) 获取公司与主要供应商签订的采购合同或订单，查阅合同条款是否存在异常（核查 4 家）；

(5) 获取公司采购明细，检查向主要供应商采购金额、价格及占比变动的情况（核查 2 家）；

(6) 抽查与主要供应商之间的采购明细账，检查原料采购凭证、付款记录（核查 3 家）；

(7) 对主要供应商进行函证和实地走方，具体如下：

①对主要供应商的函证情况

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
采购金额（万元）	1,619.34	6,591.16	6,747.56	7,149.44
发函金额（万元）	1,616.14	6,493.54	6,674.84	5,160.57
发函比例	99.80%	98.52%	98.92%	72.18%
回函比例	100%	100%	99.21%	98.50%
发函家数	3 家	3 家	5 家	5 家
选样方法	由于公司原料比较单一，主要原料采购占比超过 97%，且主要供应商只有 2 家，因此，对主要原料应商全部函证，其他随机抽取	由于公司原料比较单一，主要原料采购占比超过 97%，且主要供应商只有 2 家，因此，对主要原料应商全部函证，其他随机抽取	由于公司原料比较单一，主要原料采购占比超过 97%，且主要供应商只有 2 家，因此，对主要原料应商全部函证，其他随机抽取	由于公司原料比较单一，主要原料采购占比超过 97%，且主要供应商只有 3 家，因此，对主要原料应商全部函证，其他随机抽取

③对主要原料供应商四川普什、伊玛塑胶、大川（清新）塑料进行访谈，报告期内，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 98.50%、97.39%、97.34%和 96.92%。

2.核查结论

经核查，申报会计师认为：

申报会计师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，报告期内发行人与供应商的交易是真实的。

九、审核问询 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：

（一）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；

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

(1)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 (%)	收入占比 (%)	毛利率 变动 (%)	毛利率 (%)	收入占比 (%)	毛利率 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

续前表

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 (%)
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 (%)	销售单价 (元/千克)	收入占比 (%)	销量占比 (%)	销售单价 (元/千克)	收入占比 (%)
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

续前表

项 目	2018 年度			2017 年度		
	销量占比 (%)	销售单价 (元/千克)	收入占比 (%)	销量占比 (%)	销售单价 (元/千克)	收入占比 (%)
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%。

(2)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

原材料价格波动与挤板毛利率对比情况如下：

项 目	2019 年度	2018 年度	2017 年度
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。

(3)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

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。

(4)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

续前表

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，其中压板拼版类毛利率上升 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 (%)	销售单价 (元/千克)	收入占比 (%)	销量占比 (%)	销售单价 (元/千克)	收入占比 (%)
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

续前表

项 目	2018 年度			2017 年度		
	销量占比 (%)	销售单价 (元/千克)	收入占比 (%)	销量占比 (%)	销售单价 (元/千克)	收入占比 (%)
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。

(5)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%。

(6)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

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。

2.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

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。

申报会计师意见：

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，核查挤板和压板对应的主要机器设备，及原材料价格波动和投入产出比波动，申报会计师认为：

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。

（二）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；

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的措施，导致压板单位成本下降，毛利率上升的措施有：

1.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；

2. 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%；

3. 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；

4.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。

申报会计师意见：

通过了解公司提高生产计划和管理能力的具体措施，申报会计师认为：

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。

（三）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。

公众公司中与公司主营业务相同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.OC	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。

申报会计师意见：

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，申报会计师认为：

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，因此与同行业公司相比，毛利率较高，具有可持续性。

十、审核问询 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：

（一）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；

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 (一级)	类别 (二级)	账面原值 (万元)	账面价值 (万元)	原值比例 (%)	成新率 (%)
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。开发和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道工序，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. 机器设备账面余额与产量的匹配关系

项 目	2020 年 1-6 月/ 2020 年 6 月末	2019 年（末）	2018 年（末）	2017 年（末）
机器设备余额（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）	1,204.16	1,017.60	1,024.64	1,130.69
每万元设备产量（千克）	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 账面原值	每万元设备 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。

申报会计师意见：

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，申报会计师认为：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。

（二）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.固定资产中主要设备的明细内容及对应的具体折旧年限

单位：万元

资产类别	资产明细	原值	残值率%	类别占比	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
	激光打标机	26.21	5	1.37%	10 年

资产类别	资产明细	原值	残值率%	类别占比	折旧年限
	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%	

2. 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

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	集美新材
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。

3.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

(1) 报告期内减少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。

(2) 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。

(3) 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门窗雨棚、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。

4.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	集美新材
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是合理的。

申报会计师意见：

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，申报会计师认为：

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。

公司对 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年限时，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。

（三）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。

1.与公司主营业务完全相同但规模较小的新三板挂牌企业雅格股份（831748.OC）同类设备的折旧年限和残值率比较：

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.OC）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。

2.按照同行业可比同类软件的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。

与公司主营业务完全相同但规模较小的新三板挂牌企业雅格股份（831748.OC）报告期内不存在无形资产。”

3.按照同行业可比同类长期待摊的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

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 (万元)	占利润总额 的比例 (%)	影响金额 (万元)	占利润总额 的比例 (%)	影响金额 (万元)	占利润总额 的比例 (%)	影响金 额 (万元)	占利润总 额的比例 (%)
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.OC）报告期内不存在无形资产和长期待摊费用。

申报会计师意见：

通过对公司按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结果的复核，申报会计师认为：

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。

十一、审核问询 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：

（一）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	平均人数（人）		37	41	36	24
	级别分布		销售总监 1 人 总监助理 1 人 经理 5 人 业务员 13 人 销售服务 17 人	销售总监 1 人 经理 5 人 业务员 13 人 销售服务 22 人	销售总监 1 人 经理 3 人 业务员 13 人 销售服务 19 人	销售总监 1 人 总监助理 1 人 经理 2 人 业务员 7 人 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 总经理助理 1 人 副总 1 人 总监 1 人 经理 4 人 主管 3 人 其他职员 27 人	董事长 1 人 总经理助理 1 人 副总 1 人 总监 1 人 经理 2 人 主管 2 人 其他职员 33 人	董事长 1 人 总经理助理 1 人 副总 1 人 总监 1 人 经理 2 人 主管 2 人 其他职员 27 人	董事长 1 人 副总 1 人 总监 1 人 经理 1 人 主管 2 人 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

费用类别	项 目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
	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
	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	
研发费用	平均人数（人）	16	19	16	13
	级别分布	经理 1 人 其他开发人员 15 人	经理 1 人 其他开发人员 18 人	经理 1 人 其他开发人员 15 人	经理 1 人 其他开发人员 12 人
	入职时间分布	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 年大有提升而奖金同比下降，主要原因是 2018 年优化调整了高管薪酬中基本工资和奖金的结构所致。由于奖金一般在年终考核计算，因此 2020 年 1-6 月无奖金。

2. 相关工资与同地区同行业比较情况

（1）与深圳市城镇非私营单位就业人员以及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

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
	城镇非私营单位	12.56	11.03	9.91
	城镇私营单位	7.02	6.36	5.93
	与城镇非私营单位差异	-3.48	-2.82	-3.97
	与城镇私营单位差异	2.06	1.85	0.01

注：数据来源《深圳市统计年鉴》

由上表可知，发行人平均工资低于深圳市城镇非私营单位就业人员平均数，主要是因为发行人属于地处深圳市龙岗区的私营企业，但与深圳市私营单位就业人员平均工资相比，发行人的工资水平相对更高。

（2）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（含公司承担的福利、社保及公积金等）的比较如下：

单位：万元

项 目	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
	集美新材	12.01	11.73	8.82
	差异	-0.64	2.54	1.37
管理人员	王子新材	19.72	17.13	14.37
	集美新材	14.04	14.49	8.72
	差异	-5.68	-2.64	-5.65
研发人员	王子新材	6.53	6.63	10.97
	集美新材	9.33	8.88	6.06
	差异	2.80	2.25	-4.91
销售、管理及研发人员总人均薪酬	王子新材	14.64	13.12	11.46
	集美新材	12.33	12.32	8.28
	差异	-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，销售人员人均薪酬比较接近，而管理人员、研发人员薪酬差较相对较大，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，主要因为王子新材非高新技术企业，而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。

申报会计师意见：

通过核查公司人员及薪酬资料，并与同地区、同行业上市公司相比，申报会计师

认为：

公司薪酬增长源于基本工资以及业绩考核等，与公司业绩增长具备一定的匹配性。与同地区私营企业平均工资水平相比，公司的工资水平相对更高。与同行业上市公司相比，公司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，而王子新材上市公司，其管理人员尤其是高管人员薪酬相对较高。

（二）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.报告期内主要运输业务提供商的名称及金额、收费标准

项 目	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	运费金额 (万元)	收费标准	运费金额 (万元)	收费标准	运费金额 (万元)	收费标准	运费金额 (万元)	收费标准
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	400-420 元/吨	26.49	400-420 元/ 吨	24.93	400-420 元/ 吨	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	法国、意大利等 37-54 元/Kg	15.08	法国、意大利等 36-52 元 /Kg	2.09	法国、意大利等 35-40 元 /Kg	3.69	法国、意大利等 33-38 元 /Kg
深圳市捷恒达物流有限公司	3.15	首重:8-18 元/ Kg, 续重:0.7-13 元/ Kg	11.22	首重:8-18 元/ Kg, 续重:0.7-13 元/ Kg	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	400-600 元/吨	5.55	400-600 元/吨	2.38	400-600 元/吨	3.00	400-600 元/吨
深圳联一供应链有限公司	-	-	-	-	4.83	依单次量大小约 0.65-1.25 元/ Kg	2.16	依单次量大小约 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	0.45 元/Kg	-	-	-	-	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	-	-	-	-	-	-
---------------	------	---------------------------	---	---	---	---	---	---

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

(1) 运费与收入、销量、销售区域比较

项目	区域	2002 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
运杂费（万元）	境内	13.99	57.79	48.45	37.96
	境外	72.76	177.68	7.85	4.92
运杂费小计		86.75	235.47	56.30	42.88
收入规模（万元）	境内	3,412.59	14,124.80	13,604.55	12,940.52
	境外	442.02	1,339.29	1,257.19	271.82
收入规模小计		3,854.61	15,464.10	14,861.75	13,212.34
运杂费占收入的比例		2.25%	1.52%	0.38%	0.32%
其中：境内运费占境内收入比例	境内	0.41%	0.41%	0.36%	0.29%
境外运费占境外收入比例	境外	16.46%	13.27%	0.62%	1.81%
销量（吨）	境内	429.98	1,740.19	1,657.41	1,549.50
	境外	38.84	128.29	148.02	31.76
销量小计		468.82	1,868.48	1,805.43	1,581.26
运杂费占销量的比例		18.50%	12.60%	3.12%	2.71%
其中：境内运费占境内销量比例	境内	3.25%	3.32%	2.92%	2.45%
境外运费占境外销量比例	境外	187.33%	138.50%	5.30%	15.49%

2020 年 1-6 月,运杂费占收入比例由 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。如从国内运往意大利的运费单价,2020 年 4、5 月份平均约为 10 欧元/KG,而去年同期均价约为 4 欧元/KG。

2019 年度运费占收入比例由 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,详见下表说明。

(2) 运费变动比较

项目	区域	2002 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度	2019 较 2018 变动率	2018 较 2017 变动率
运杂费 (万元)	境内	13.99	57.79	48.45	37.96	19.28%	27.63%
	境外	72.76	177.68	7.85	4.92	2163.44%	59.55%

项目	区域	2002 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度	2019 较 2018 变动率	2018 较 2017 变动率
	合计	86.75	235.47	56.30	42.88	318.24%	31.30%
收入规模 (万元)	省外地区	1,440.96	6,237.60	5,985.81	5,870.03	4.21%	1.97%
	省内地区	1,971.63	7,887.20	7,618.74	7,070.49	3.52%	7.75%
	境内小计	3,412.59	14,124.80	13,604.55	12,940.52	3.82%	5.13%
	境外	442.02	1,339.29	1,257.19	271.82	6.53%	362.51%
	合计	3,854.61	15,464.10	14,861.75	13,212.34	4.05%	12.48%
销量(吨)	境内	429.98	1,740.19	1,657.41	1,549.50	4.99%	6.96%
	境外	38.84	128.29	148.02	31.76	-13.33%	366.06%
	合 计	468.82	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：

(1) 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。

(2) 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

(1) 公司销售模式为直销，即通过买断式销售的方式直接向眼镜厂家销售产品，与同行业雅格股份一致，符合行业惯例。

(2) 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

区 域	2019 年度	2018 年度	2019 较 2018 变动率
境内（万元）	57.79	48.45	19.28%
境外（万元）	177.68	7.85	2163.44%
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。

申报会计师意见：

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，申报会计师认为：

报告期内，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。

(三) 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、翻译等服务，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	广告服务费等	0.16	1.24	0.33
合 计		2.36	136.66	180.41

2017 未发生该费用，2018 年和 2019 年金额较大的主要原因如下：

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 年境外销售收入上涨 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

期间	交易对象	内容	金额（万元）
2020 年 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责任公司北京分公司	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
	STUDIORDR.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 系统年度服务费及软件实施服务费	9.48
	深圳久驰	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	鉴证咨询及审计费	7.12
	BSIGROUPITALIASRL	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	咨询服务费	2.21
	STUDIORDR.MENEGHELLOEUGENIO	支付财务公司代理费	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	人才培养咨询	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
	厦门闪石	鉴证咨询服务	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
	东莞优赛科创	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	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

	STUDIODR.MENEGHELLOEUGENIO	成立意大利集美财务咨询费	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

单位：万元

用途	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额	占比(%)	金额	占比(%)	金额	占比(%)	金额	占比(%)
办公宿舍用 租赁水电费	66.34	27.15	117.81	19.16	70.34	11.98	42.48	7.91
生产用租赁 水电费	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	537.20	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，2017 年至 2019 年，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。

申报会计师意见：

通过检查发行人报告期内宣传促销费的主要内容，查看发行人报告期内与咨询服务费有关的合同、凭证；检查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，申报会计师认为：

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，宣传促销费 2018 年和 2019 年金额较大是合理的；报告期各期租赁水电费与发行人业务规模、生产规模相匹配。

（四）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。

1.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

（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.OC	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

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：

①销售规模比较：

公司代码	公司名称	销售规模（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

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，销售费用率的分摊基数大，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。

②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 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

销售费用分类	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
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

(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.OC	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

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，2017 年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偏高于其他公司，2020 年 1-6 月高于同行业可比公司。

①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。

②管理费用具体明细费用率比较:

单位: %

项 目	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	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

(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.OC	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

报告期内公司的研发费用率高于可比公司平均水平，主要是同行业中，王子新材非高新技术企业，其研发费用率低，拉低了同行业平均水平。本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：

①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。

②研发费用具体明细费用率比较

单位：%

项 目	本公司				行业平均				差异			
	2020 年	2019	2018	2017	2020 年	2019	2018	2017	2020 年	2019	2018	2017
	1-6 月	年	年	年	1-6 月	年	年	年	1-6 月	年	年	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

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，主要是公司研发需紧跟时尚潮流发展趋势和客户具体需求，试制不同采色、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.OC	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

公司 2017 年财务费用率低于同行业可比公司，2018 年、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：%

项 目	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

由上表可见，2017 年财务费用率低于同行业可比公司主要因为 2017 年未借款，因此无利息支出。2020 年 1-6 月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。

2.补充披露期间费用的归集是否准确

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）办公通讯费、交通差旅费等其他费用：按照报销人及费用所归属的职能部门归集。

3.补充披露是否存在漏记或者跨期确认的情形

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；

对于主要承运商，公司每个月根据承运商的对账单计提运输。

因此，公司不存在漏记或者跨期确认的情形。

4.补充披露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

公司资金独立、财务独立、人员独立，与相关管理费用均由公司承担，不存在关联方或前关联方为发行人承担管理费用的情况。

申报会计师意见：

通过比较分析同行业各项费用率差异，检查费用归集方式及执行截止测试，抽查相关资金流水等，申报会计师认为：

报告期内，2017 年由于提货方式和宣传促销方面的差异，公司销售费用率低于同行业，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，公司管理费用率与行业比较接近。2020 年 1-6 月，受疫情影响公司销售收入下降幅度大于同行业，致使公司销售费用率和管理费用率高于同行业。报告期内，由于公司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；2017 年由于各公司融资结构的差异，财务费用率低于同行业，2018 年和 2019 年随着国外客户增加，由于外币核算的情况的差异，财务费用率略高于同行业公司。因此，公司与同行业各费用率的差异是合理的。

公司按照职能部门归集各项期间费用；不存在漏记或者跨期确认的情形；公司不存在关联方或前关联方为发行人承担管理费用的情况。

十二、审核问询 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：

(一)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；

1. 报告期内主要客户信用政策变化的具体情况

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。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。

报告期内，公司应收账款总体变动情况如下：

项 目	2020 年 6 月 30 日		2019/12/31		2018/12/31		2017/12/31	
	金额 (万元)	变动比 例 (%)	金额 (万元)	变动比 例 (%)	金额 (万元)	变动比 例 (%)	金额 (万元)	变动比 例 (%)
应收账款账面余额	2,690.88	-39.45	4,443.88	-3.40	4,600.37	7.66	4,272.90	-

2020 年 6 月末应收账款账下降，主要是因为受新冠肺炎和春节假期的影响，2020 年 1-6 月营业收入下降所致；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例基本稳定。

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情况如下：

单位：万元

账 龄	2020 年 6 月 30 日	2019 年 12 月 31 日	2018 年 12 月 31 日	2017 年 12 月 31 日
1 年以内	2,604.49	4,340.57	4,552.30	4,272.90
1~2 年	40.97	57.89	48.07	-
2~3 年	-	45.42	-	-
合 计	2,645.46	4,398.46	4,600.37	4,272.90

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，公司近 98%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。

申报会计师意见：

通过比较报告期内发行人主要客户的信用期变化情况以及应收账款变动情况，申报会计师认为：

发行人主要客户中，除东莞汇俊眼镜制品有限公司及东莞华宏的信用期在 2018 年发生变化外，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。

（二）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；

1.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	4,269.76	4,521.38	4,227.49
应收账款期后回款占比（%）	76.94	96.08	98.28	98.94
逾期应收账款期后回款金额（万元）	461.64	376.94	570.24	307.31
逾期应收账款期后回款占比（%）	58.59	71.51	88.34	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。

2.报告期各期末，应收账款按各期末期后半年、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 (万元)	比例 (%)	金额 (万元)	比例 (%)	金额 (万元)	比例 (%)	金额 (万元)	比例 (%)
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。

申报会计师意见：

通过查阅发行人报告期应收账款明细表和账龄分析表及期后回款情况，申报会计师认为：

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不利影响，公司应收账款坏账准备计提充分。

（三）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。

回复：

1.公司应收账款会计估计变更的原因

随着公司规模不断扩张，各类客户不断增加，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，并对会计估计变更采用未来适用法进行会计处理。

公司应收账款坏账准备计提变更（会计估计变更）的具体情况如下表：

账 龄	变更前计提比例（%）	变更后计提比例（%）
1 年以内（含 1 年）	0.00	5.00
1~2 年	10.00	10.00
2~3 年	50.00	30.00
3 年以上	100.00	100.00

2.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：

同时，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。

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。

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“对会计政策、会计估计的变更，应履行必要的审批程序”。

公司本次会计估计变更业经 2018 年 3 月 16 日第一届董事会第二十次会议审议通过。

3.关于“对当期财务数据的影响”

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
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 98% 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的 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。

申报会计师意见：

申报会计师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）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。

经核查，申报会计师认为：

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。

十三、审核问询 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：

（一）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 (万元)	比例 (%)	金额 (万元)	比例 (%)	金额 (万元)	比例 (%)	金额 (万元)	比例 (%)
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

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

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 月末	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（末）	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。

申报会计师意见：

通过对发行人生产经营特点、报告期内存货结构、单位成本的比较分析，与同行业公司库存商品变化趋势的比较，申报会计师认为：

发行人的存货结构与其生产经营特点相符，具有合理性。报告期内发行人库存商品的变动趋势与同行业公司一致。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之间不存在重大差异。

（二）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。

1.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

单位：万元

项 目	2020 年 1-6 月/末		2019 年度/末		2018 年度/末		2017 年度/末	
	余额	变动比例	余额	变动比例	余额	变动比例	余额	变动比例
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	-

2017 年至 2019 年，库存商品余额持续增长，增幅分别为 17.07%和 24.14%，而销售收入同期增长分别为 4.05%和 12.48%，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。公司库存商品报告期各期大幅增长具有合理性。

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。

2. 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

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：

（1）库存商品货跌价准备测试情况：

单位：万元

类别 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%
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

（2）原材料及在产品货跌价准备测试情况：

单位：万元

类别 年度	原材料		在产品		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	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

申报会计师意见：

经核查库存商品变动原因以及期末存货减值测试过程和结果，申报会计师认为：

公司期末库存商品增长是受销售增长以及期末排产完工进度影响，具有合理性；公司期末存货不存在跌价情形。

十四、审核问询 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：

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
营业利润	4,785.93	3,582.70	1,203.23
营业外收支	9.86	1.10	8.76
利润总额	4,782.56	3,581.60	1,200.96
净利润	4,163.36	3,019.13	1,144.22
非经常性损益净额	208.27	215.78	-7.51
扣除非经常性损益后归属母公司所有者的净利润	3,955.09	2,803.36	1,151.73

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，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，对利润指标的影响为 789.05 万元。

2018 年公司资产减值损失较大，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。长期股权投资计提原因见审核问询 10（四）之回复。

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。

申报会计师意见：

通过对发行人 2019 年净利润同比大幅增长原因的分析复核，申报会计师认为：

发行人 2019 年发行人扣非后的母公司净利润相比 2018 年大幅增长的原因为：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。

十五、审核问询 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：

1.报告期分红及分红资金主要去向

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。

2.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。

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	25,891,537.00	34.59
对外借款	45,552,081.00	60.85
个人购房	3,418,282.00	4.57
合 计	74,861,900.00	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、供应商或其他关联方的情形。

3. 上市后公司章程关于现金分红政策的内容如下:

(1) 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。

(2) 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。

(3) 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。

（4）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。

3.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：

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。

申报会计师意见：

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，申报会计师认为：

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，申报会计师认为：

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。

十六、审核问询 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：

（一）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；

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
销售金额（内销）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
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

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较小差异。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。

申报会计师意见：

经测算比较，申报会计师认为：

报告期内，公司城市维护建设税与公司的收入规模及变动情况相匹配。

（二）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表：

单位：万元

项 目	2020-6-30		2019-12-31		2018-12-31		2017-12-31
	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.报告期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1-6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

项 目	2020 年 1-6 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
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。

申报会计师意见：

经核查，申报会计师认为：

报告期内，公司应交税费明细变动反映了公司业务状况以及预缴状况，变动原因合理。

（三）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等形成的差异，具体如下：

(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	
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	-				

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
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			-14.63④	
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

单位：万元

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
(2) 纳税调整增加项：			
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

申报会计师意见：

经核查，申报会计师认为：

公司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等形成的差异。上述差异原因具有合理性。

（四）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
利润总额	935.44	4,782.56	3,581.60	4,043.56
政府补助	51.06	173.86	169.51	164.63
政府补助占利润总额比例（%）	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在 3.64%至 5.46%之间，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
利润总额	935.44	4,782.56	3,581.60	4,043.56
境内所得税费用	111.51	618.05	575.10	540.53
按 25%税率计算的所得税费用	189.50	1,031.92	962.39	900.88
税收优惠金额	77.99	413.87	387.29	360.35
税收优惠占利润总额比例	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。

申报会计师意见：

通过对公司获得的政府补助和税收优惠占利润总额的比较，申报会计师认为：

报告期各期，公司获得的政府补助金额占公司利润总额不到 5%，公司对政府补助不存在重大依赖。公司享受的税收优惠分别为 77.99 万元、413.87 万元、387.29 万元和 360.35 万元，税收优惠占公司利润总额的比例分别为 8.34%、8.65%、10.81%和 8.91%。

公司享受的税收优惠政策主要是高新技术企业税收优惠，具有持续性、稳定性，不会对公司生产经营产生重大影响，公司对税收优惠不存在重大依赖。

十七、审核问询 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：

1.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

（1）疫情期间公司的开工比例如下

月 份	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，正常工作时间较短，属于正常放假，自 2020 年 2 月开始，受疫情影响开工天数下降。

(2) 订单签订及变化情况、合同履行情况

日期	订单重量（千克）	日期	订单重量（千克）	变动额（千克）	变动比例
2020年2月	67,465.71	2019年2月	110,392.43	-42,926.72	-38.89%
2020年3月	201,144.84	2019年3月	187,697.42	13,447.42	7.16%
2020年4月	46,954.53	2019年4月	188,048.68	-141,094.15	-75.03%
2020年5月	62,657.15	2019年5月	168,955.99	-106,298.84	-62.92%
2020年6月	76,529.05	2019年6月	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，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，具体如下：

客户名称	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月、5月、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月只上一至周五。

(4) 受疫情影响，客户存在在当月下订单后暂停或取消执行订单的情形，具体如

下：

日 期	订单暂停重 量（千克）	订单取消重 量（千克）	暂停/取消 小计（千克）	订单重量 （千克）	暂停/取消 重量比例	暂停/取消金 额（万元）	销售金额 （万元）	暂停/取消金 额与收入比例
2020年2月	46.98	674.39	721.37	67,465.71	1.07%	5.70	277.70	2.05%
2020年3月	6,987.04	3,614.59	10,601.63	201,144.84	5.27%	83.88	1,276.29	6.57%
2020年4月	313.25	982.41	1,295.66	46,954.53	2.76%	7.72	594.96	1.30%
2020年5月	65.40	991.86	1,057.26	62,657.15	1.69%	10.24	590.39	1.73%
2020年6月	59.98	289.22	349.20	76,529.05	0.46%	2.25	585.08	0.38%
合 计	7,472.65	6,552.47	14,025.12	454,751.28	3.08%	109.79	3,854.61	2.85%

（5）对公司 2020 年上半年营业收入的同比影响

项 目	2019 年 1-6 月	2020 年 1-6 月	下降情况	下降比例
实际出货重量（千克）	809,852.46	468,016.70	341,835.76	42.21%
对应收入金额（万元）	6,793.69	3,854.61	2,939.08	43.26%

综上，受疫情影响，发行人出货重量同比下降 341,835.76 千克，其中订单取消影响 6,552.47 千克，其他同比下降原因主要为：受疫情影响客户未下订单以及同比期间正常销售可能发生的增减变动。

（6）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

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迹象。

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迹象。

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	672.80	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	-	-	-	-	-
---------------------	--------	---	--------	---	---	---	---	---

2.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

（1）公司 2020 年上半年及同期产能、产量、销售及与去年同期对比情况如下：

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%

公司所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 月至 2020 年 9 月公司主营业务收入变动如下：

单位：万元

主营业务收入	2020年①	2019年②	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
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
合 计	7,329.81	11,195.24	65.47

从上表可见，至 2020 年 9 月，公司产品销售已基本恢复到正常水平。同时，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
经营现金净流量	1,870.28	1,475.63	394.65
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年上半年的业绩影响较大，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正初步逐步恢复，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。

申报会计师意见：

通过对2020年1-9月经营数据变动比较以及对公司现金流等数据和指标的分析，申报会计师认为：

新冠疫情爆发初期对公司经营形成一定影响，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。

(本页无正文, 为容诚会计师事务所(特殊普通合伙)《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的回复》容诚专字[2020] 518Z0322号报告之签字盖章页)



中国注册会计师:
(项目合伙人):



中国注册会计师:



2020 年12月14日