创业板投资风险提示

本次股票发行后拟在创业板市场上市，该市场具有较高的投资风险。创业板公司具有创新投入大、新旧产业融合成功与否存在不确定性、尚处于成长期、经营风险高、业绩不稳定、退市风险高等特点，投资者面临较大的市场风险。投资者应充分了解创业板市场的投资风险及本公司所披露的风险因素，审慎作出投资决定。

深圳市集美新材料股份有限公司

深圳市龙岗区横岗街道金源路8-16号1至4层

首次公开发行股票并在创业板上市

招 股 说 明 书

（申报稿）

本公司的发行申请尚需经深圳证券交易所和中国证监会履行相应程序。本招股说明书不具有据以发行股票的法律效力，仅供预先披露之用。投资者应当以正式公告的招股说明书作为投资决定的依据。

保荐人（主承销商）

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

北京市朝阳区北四环中路27号院5号楼

重 要 声 明

中国证监会、交易所对本次发行所作的任何决定或意见，均不表明其对注册申请文件及所披露信息的真实性、准确性、完整性作出保证，也不表明其对发行人的盈利能力、投资价值或者对投资者的收益作出实质性判断或保证。任何与之相反的声明均属虚假不实陈述。

根据《证券法》的规定，股票依法发行后，发行人经营与收益的变化，由发行人自行负责；投资者自主判断发行人的投资价值，自主作出投资决策，自行承担股票依法发行后因发行人经营与收益变化或者股票价格变动引致的投资风险。

发行人及全体董事、监事、高级管理人员承诺招股说明书及其他信息披露资料不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性承担个别和连带的法律责任。

发行人控股股东、实际控制人承诺本招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性承担个别和连带的法律责任。

公司负责人和主管会计工作的负责人、会计机构负责人保证招股说明书中财务会计资料真实、完整。

发行人及全体董事、监事、高级管理人员、发行人的控股股东、实际控制人以及保荐人、承销的证券公司承诺因发行人招股说明书及其他信息披露资料有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券发行和交易中遭受损失的，将依法赔偿投资者损失。

保荐人及证券服务机构承诺因其为发行人本次公开发行制作、出具的文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给投资者造成损失的，将依法赔偿投资者损失。

发行概况

发行股票类型	境内发行人民币普通股（A 股）
发行股数	公开发行新股 1,769 万股，占发行后总股本的比例为 25.01%，原股东不公开发售股份
每股面值	人民币 1.00 元
每股发行价格	[ ]元/股
发行日期	[ ]年[ ]月[ ]日
拟上市证券交易所和板块	深圳证券交易所创业板
发行后总股本	7,073 万股
保荐人（主承销商）	方正证券承销保荐有限责任公司
招股说明书签署日期	二〇二〇年 月 日

重大事项提示

本公司特别提请投资者注意，在作出投资决策之前，务必认真阅读本招股说明书正文内容，并特别关注以下重要事项：

一、发行人及其股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员及中介机构作出的重要承诺

（一）关于股份锁定承诺及减持价格承诺

1、发行人控股股东及实际控制人陈秋鹏承诺

自发行人首次公开发行股票并上市之日起36个月内，本人不转让或者委托他人管理本人直接或间接持有的发行人首次公开发行股票前已发行的股份，也不由发行人回购该等股份。若因发行人进行权益分派等导致本人持有的发行人股份发生变化的，本人仍将遵守上述承诺。

本人直接或间接所持有发行人股票在锁定期满后两年内减持的，减持价格不低于发行价；发行人上市后6个月内如发行人股票连续20个交易日的收盘价均低于发行价，或者上市后6个月期末收盘价低于发行价，本人直接或间接持有发行人股票的锁定期限将自动延长至少6个月。如果发行人上市后，发生派息、送股、资本公积转增股本等除权除息事项的，上述发行价将为除权除息后的价格。

在本人担任发行人董事及/或高级管理人员期间，本人在前述锁定期满后每年转让的股份不超过本人直接或间接所持有的发行人股份总数的25%，离职后半年内不转让本人直接或间接所持有的发行人股份。

若本人在任期届满前离职的，除离职后半年内，不得转让本人持有的公司股份外，本人在就任时确定的任期内和任期届满后6个月内，每年转让的股份不得超过本人直接或间接持有的公司股份总数的25%；

本人在发行人首次公开发行股票上市之日起6个月内申报离职的，自申报离职之日起18个月内不得转让本人直接持有的发行人股份；在发行人首次公开发行股票上市之日起第7个月至第12个月之间申报离职的，自申报离职之日起12个月内不得转让本人直接持有的发行人股份。若因发行人进行权益分派等导致本人持有的发行人股份发生变化的，本人仍将遵守上述承诺。

本人减持非集中竞价取得的股份的，或在锁定期届满后减持本次发行前直接或间接持有的公司股份的，应当依照中国证券会制定的《上市公司股东、董监高减持股份的若干规定》及深圳证券交易所制定的《深圳证券交易所上市公司股东及董事、监事、高级管理人员减持股份实施细则》等法律、法规及规则进行减持，并依照届时适用的法律、法规及交易所业务规则履行相关程序。

本人将持有的发行人股票或其他具有股权性质的证券在卖出后6个月内买入，或买入后6个月内卖出，由此所得全部收益归发行人所有。

本人保证不会因职务变更、离职等原因不遵守上述承诺。本人如违反上述股份变动相关承诺，除按照法律、法规、中国证券监督管理委员会和深圳证券交易所的相关规定承担法律责任外，本人还应将因违反承诺而获得的全部收入上缴给发行人，本人保证在接到董事会发出的收入上缴通知之日起20日内将该等收入上缴公司。如法律、行政法规、部门规章或中国证券监督管理委员会、证券交易所规定或要求股份锁定期长于本承诺，则本人直接和间接所持公司股份锁定期和限售条件自动按该等规定和要求执行。

2、发行人实际控制人黄妙如承诺

自发行人首次公开发行股票并上市之日起36个月内，本人不转让或者委托他人管理本人直接或间接持有的发行人首次公开发行股票前已发行的股份，也不由发行人回购该等股份。若因发行人进行权益分派等导致本人持有的发行人股份发生变化的，本人仍将遵守上述承诺。

本人直接或间接所持有发行人股票在锁定期满后两年内减持的，减持价格不低于发行价；发行人上市后6个月内如发行人股票连续20个交易日的收盘价均低于发行价，或者上市后6个月期末收盘价低于发行价，本人直接或间接持有发行人股票的锁定期限将自动延长至少6个月。如果发行人上市后，发生派息、送股、资本公积转增股本等除权除息事项的，上述发行价将为除权除息后的价格。

本人将持有的发行人股票或其他具有股权性质的证券在卖出后6个月内买入，或买入后6个月内卖出，由此所得全部收益归发行人所有。

如法律、行政法规、部门规章或中国证券监督管理委员会、证券交易所规定或要求股份锁定期长于本承诺，则本人直接和间接所持公司股份锁定期和限售条件自动按该等规定和要求执行。

3、持有公司股份的董事、监事、高级管理人员朱瑞倩、高春梅、曹维府、邹玉婷及张震承诺

自发行人首次公开发行股票并上市之日起12个月内，本人不转让或者委托他人管理本人直接或间接持有的发行人首次公开发行股票前已发行的股份，也不由发行人回购该等股份。若因发行人进行权益分派等导致本人持有的发行人股份发生变化的，本人仍将遵守上述承诺。

本人直接或间接所持有发行人股票在锁定期满后两年内减持的，减持价格不低于发行价；发行人上市后6个月内如发行人股票连续20个交易日的收盘价均低于发行价，或者上市后6个月期末收盘价低于发行价，本人直接或间接持有发行人股票的锁定期限将自动延长至少6个月。如果发行人上市后，发生派息、送股、资本公积转增股本等除权除息事项的，上述发行价将为除权除息后的价格。

在本人担任发行人董事/监事/高级管理人员期间，本人在前述锁定期满后每年转让的股份不超过本人直接或间接所持有的发行人股份总数的25%。

若本人在任期届满前离职的，除离职后半年内，不得转让本人持有的公司股份外，本人在就任时确定的任期内和任期届满后6个月内，每年转让的股份不得超过本人直接或间接持有的公司股份总数的25%。

本人在发行人首次公开发行股票上市之日起6个月内申报离职的，自申报离职之日起18个月内不得转让本人直接持有的发行人股份；在发行人首次公开发行股票上市之日起第7个月至第12个月之间申报离职的，自申报离职之日起12个月内不得转让本人直接持有的发行人股份。若因发行人进行权益分派等导致本人持有的发行人股份发生变化的，本人仍将遵守上述承诺。

本人减持非集中竞价取得的股份的，或在锁定期届满后减持本次发行前直接或间接持有的公司股份的，应当依照中国证券会制定的《上市公司股东、董监高减持股份的若干规定》及深圳证券交易所制定的《深圳证券交易所上市公司股东及董事、监事、高级管理人员减持股份实施细则》等法律、法规及规则进行减持，并依照届时适用的法律、法规及交易所业务规则履行相关程序。

本人将持有的发行人股票或其他具有股权性质的证券在卖出后6个月内买入，或买入后6个月内卖出，由此所得全部收益归发行人所有。

本人保证不会因职务变更、离职等原因不遵守上述承诺。本人如违反上述股

份变动相关承诺，除按照法律、法规、中国证券监督管理委员会和深圳证券交易所的相关规定承担法律责任外，本人还应将因违反承诺而获得的全部收入上缴给发行人，本人保证在接到董事会发出的收入上缴通知之日起20日内将该等收入上缴公司。如法律、行政法规、部门规章或中国证券监督管理委员会、证券交易所规定或要求股份锁定期长于本承诺，则本人直接和间接所持公司股份锁定期和限售条件自动按该等规定和要求执行。

（二）本次发行前持股5%以上股东持股意向及减持意向

本次发行前，持有公司5%以上股份的股东为公司实际控制人陈秋鹏和黄妙如，其持股意向及减持意向如下：

1、对于本次发行上市前持有的发行人股份，本人将严格遵守已做出的关于所持发行人的股份锁定的承诺，在锁定期内，不出售本次发行上市前持有的发行人股份。

2、本人将长期持有发行人的股份。在锁定期满后两年内，如本人拟减持所持发行人股份，将遵守中国证监会、交易所关于股份减持的相关规定，结合发行人稳定股价、日常经营、资本运作的需要，审慎制定股份减持计划，在股份锁定期满后逐步减持，股份减持的价格应不低于发行人首次公开发行股票的发行价。如果发行人上市后，发生派息、送股、资本公积转增股本等除权除息事项的，上述发行价将为除权除息后的价格。

3、如本人拟减持股份的，本人将采用集中竞价、大宗交易、协议转让等法律、法规允许的方式转让发行人股份，并按照《上市公司股东、董监高减持股份的若干规定》、《深圳证券交易所创业板股票上市规则》、《深圳证券交易所上市公司股东及董事、监事、高级管理人员减持股份实施细则》等规则及时、准确地履行信息披露义务。

4、若本人因未履行上述承诺而获得收入的，所得收入归公司所有，如果因其未履行上述承诺事项给公司或者其他投资者造成损失的，其将向公司或者其他投资者依法承担赔偿责任。

（三）关于公司上市后三年内稳定股价的预案及相关承诺

为稳定公司股价，保护中小股东和投资者利益，公司特制定了股价稳定预案，

公司、公司控股股东、董事、高级管理人员已就公司股价稳定预案作出了相关承诺。公司上市后三年内稳定股价的预案具体如下：

1、启动股价稳定措施的具体条件和程序

（1）预警条件：当公司股票连续5个交易日的收盘价低于每股净资产的120%时，公司将在10个交易日内召开投资者见面会，与投资者就公司经营状况、财务指标、发展战略进行深入沟通。

（2）启动条件及程序：当公司股票连续20个交易日的收盘价低于每股净资产时，公司应当在5个交易日内召开董事会审议稳定股价具体方案，并提交股东大会审议。

（3）停止条件：在上述第2项稳定股价具体方案的实施期间内，如公司股票连续20个交易日收盘价高于每股净资产时，将停止实施股价稳定措施。

执行上述启动条件和程序且稳定股价具体方案实施期满后，若再次触发启动条件，则再次启动稳定股价措施。

2、稳定股价措施的责任主体

稳定股价措施的责任主体包括公司控股股东、实际控制人和公司，以及公司上市时的董事（不包括独立董事和外部董事，以下称“执行董事”）和高级管理人员、公司上市后三年内新任职的非独立董事和高级管理人员。

3、稳定股价的具体措施

当触发前述稳定股价启动条件时，公司控股股东、实际控制人、执行董事和高级管理人员应依照法律、法规、规范性文件和公司章程的规定，积极配合并保证公司按照要求制定并启动稳定股价的实施方案。公司按以下顺序实施股价稳定措施：

（1）公司回购股票

当触发前述稳定股价启动条件时，公司应在5个交易日内召开董事会，讨论公司向社会公众股东回购公司股份的方案，并提交股东大会审议。

在股东大会审议通过股份回购方案后，公司依法通知债权人，向证券监督管理部门、证券交易所等主管部门报送相关材料，办理审批或备案手续。

在完成必需的审批、备案、信息披露等程序后，公司方可实施相应的股份回购方案。

公司回购股份的资金为自有资金，回购股份的价格不超过上一个会计年度终了时经审计的每股净资产的价格，回购股份的方式为以法律法规允许的交易方式向社会公众股东回购股份。公司单次用于回购的资金金额不超过上一年度经审计的归属于母公司所有者净利润的20%，且单次回购股份不超过公司总股本的2%。

公司董事会公告回购股份预案后，公司股票收盘价连续5交易日超过最近一期经审计的每股净资产，公司董事会应作出决议终止回购股份事宜，且在未来3个月内不再启动股份回购事宜。回购期间，如遇除权除息，回购价格作相应调整。

如果公司股价已经不满足启动稳定公司股价措施的条件的，公司可不再实施向社会公众股东回购股份。回购股份后，公司的股权分布应当符合上市条件。

公司向社会公众股东回购公司股份应符合公司法、证券法以及中国证监会、证券交易所关于上市公司回购股份的规定。

（2）公司控股股东或实际控制人增持公司股票

当公司完成股价稳定措施——公司回购股票后，公司股票连续10个交易日的收盘价仍低于公司上一会计年度经审计的每股净资产时，或无法实施股价稳定措施——公司回购股票时，公司控股股东或实际控制人应通过法律法规允许的交易方式买入公司股票以稳定公司股价。

公司控股股东或实际控制人在启动股价稳定措施时应提前三个交易日公告具体实施方案。公司控股股东或实际控制人买入公司股份后，公司的股权分布应当符合上市条件。

公司控股股东或实际控制人通过法律法规允许的交易方式买入公司股份，买入价格不高于公司上一会计年度终了时经审计的每股净资产。单次用于增持的资金金额不超过公司上市后控股股东和实际控制人累计从公司所获得现金分红金额的 20%；累计用于增持的资金金额不超过公司上市后控股股东、实际控制人及其控制的企业累计从公司所获得现金分红金额的 50%。如果公司股价已经不满足启动稳定公司股价措施的条件的，公司控股股东或实际控制人可不再买入公司股份。

公司控股股东或实际控制人买入公司股份应符合相关法律、法规的规定，需要履行证券监督管理部门、证券交易所等主管部门审批的，应履行相应的审批手

续。因未获得批准而未买入公司股份的，视同已履行本预案及承诺。

（3）公司执行董事、高级管理人员增持公司股票

当公司完成股价稳定措施——控股股东增持公司股票后，公司股票连续10个交易日的收盘价仍低于公司上一会计年度经审计的每股净资产时，或无法实施股价稳定措施——控股股东增持公司股票时，公司时任执行董事、高级管理人员（包括本预案承诺签署时尚未就任或未来新选聘的公司执行董事、高级管理人员）应通过法律法规允许的交易方式买入公司股票以稳定公司股价。

公司执行董事、高级管理人员在启动股价稳定措施时应提前三个交易日公告具体实施方案。公司执行董事、高级管理人员买入公司股份后，公司的股权分布应当符合上市条件。

公司执行董事、高级管理人员通过法律法规允许的交易方式买入公司股份，买入价格不高于公司上一会计年度终了时经审计的每股净资产。各执行董事、高级管理人员用于购买股份的金额为公司执行董事、高级管理人员上一会计年度从公司领取税后薪酬额的20%；单一会计年度累计用于增持的资金金额不超过上一年度自公司领取税后薪酬及津贴总和的50%。

如果公司股价已经不满足启动稳定公司股价措施的条件的，执行董事、高级管理人员可不再买入公司股份。

公司执行董事、高级管理人员买入公司股份应符合相关法律、法规的规定，需要履行证券监督管理部门、证券交易所等主管部门审批的，应履行相应的审批手续。因未获得批准而未买入公司股份的，视同已履行本预案及承诺。

4、约束措施

在启动股价稳定措施的条件满足时，如公司、控股股东、实际控制人、执行董事、高级管理人员未采取上述稳定股价的具体措施，上述主体承诺接受以下约束措施：

（1）公司、控股股东、实际控制人、执行董事、高级管理人员将在公司股东大会及中国证监会指定报刊上公开说明未采取上述稳定股价措施的具体原因并向公司股东和社会公众投资者道歉。

（2）如果控股股东或实际控制人未采取上述稳定股价的具体措施的，则控股股东及实际控制人持有的公司股份不得转让，直至其按本预案的规定采取相应

的稳定股价措施并实施完毕。在此期间，公司有权扣留应向控股股东及实际控制人支付的现金分红。

（3）自稳定股价措施的启动条件触发之日起，公司董事会应在10个交易日内召开董事会会议，审议通过稳定公司股价方案及其实施期间并公告，同时发出召开股东大会通知。董事会不履行上述义务的，全体董事以上一年度薪酬为限对股东承担赔偿责任。

（4）如果执行董事、高级管理人员未采取上述稳定股价的具体措施的，将在前述事项发生之日起10个交易日内，公司停止发放未履行承诺的执行董事、高级管理人员的薪酬，同时该等董事、高级管理人员持有的公司股份不得转让，直至该等董事、高级管理人员按本预案的规定采取相应的股价稳定措施并实施完毕。

（5）如因相关法律、法规对于社会公众股股东最低持股比例的规定导致公司在一定时期内无法履行回购义务的，公司可免于前述惩罚，但亦应积极采取其他措施稳定股价。

（四）关于招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏的承诺

1、发行人承诺

招股说明书所载之内容不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏之情形，且公司对招股说明书所载之内容真实性、准确性、完整性、及时性承担相应的法律责任。

若证券监督管理部门或其他有权部门认定招股说明书存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏之情形，且该等情形对判断公司是否符合法律规定的发行条件构成重大且实质影响的，则本公司将在中国证券监督管理委员会或有权部门认定有关违法事实后30天内启动依法回购首次公开发行的全部新股工作，回购价格不低于公司首次公开发行股份的发行价，期间公司如有派发股利、送股、转增股本等除权除息事项，上述价格相应调整。

若招股说明书存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券交易中遭受损失的，则公司将依法赔偿投资者损失。

上述承诺为本公司真实意思表示，本公司自愿接受监管机构、自律组织及社会公众的监督，若违反上述承诺本公司将依法承担相应法律责任。

2、发行人控股股东、实际控制人陈秋鹏及实际控制人黄妙如承诺

招股说明书所载之内容不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏之情形，且本人对招股说明书所载之内容真实性、准确性、完整性、及时性承担相应的法律责任。

如发行人本次申请首次公开发行股票并上市的招股说明书有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，对判断发行人是否符合法律规定的发行条件构成重大、实质影响的，本人将利用发行人的控股股东及/或实际控制人地位促成发行人在中国证券监督管理委员会认定有关违法事实后30天内启动依法回购发行人首次公开发行的全部新股工作。

如发行人招股说明书有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券交易中遭受损失的，本人将依法赔偿投资者损失。

上述承诺为本人真实意思表示，本人自愿接受监管机构、自律组织及社会公众的监督，若违反上述承诺本人将依法承担相应法律责任。

3、发行人全体董事、监事、高级管理人员承诺

招股说明书所载之内容不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏之情形，且本人对招股说明书所载之内容真实性、准确性、完整性、及时性承担相应的法律责任。

如发行人招股说明书有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券交易中遭受损失的，本人将依法赔偿投资者损失。

上述承诺为本人真实意思表示，本人自愿接受监管机构、自律组织及社会公众的监督，若违反上述承诺本人将依法承担相应法律责任。

（五）对欺诈发行上市的股份购回承诺

1、发行人

发行人作出如下承诺：

（1）本公司保证本次公开发行并在创业板上市不存在任何欺诈发行的情形。

（2）如本公司不符合发行上市条件，以欺骗手段骗取发行注册并已经发行上市的，本公司将在中国证监会等有权部门确认后5个工作日内启动股份购回程序，购回本次公开发行的全部新股。”

2、发行人控股股东及实际控制人

发行人控股股东、实际控制人陈秋鹏及实际控制人黄妙如作出如下承诺：

（1）本人保证发行人本次公开发行股票并在创业板上市不存在任何欺诈发行的情形。

（2）如发行人不符合发行上市条件，以欺骗手段骗取发行注册并已经发行上市的，本人将在中国证监会等有权部门确认后5个工作日内启动股份购回程序，购回发行人本次公开发行的全部新股。

（六）发行人关于摊薄即期回报的填补措施及相关承诺

1、发行人填补即期回报的相关措施

由于本次募集资金投资项目有一定的建设期和达产期，在此期间股东回报仍将通过公司现有业务产生收入和利润实现。本次发行后公司股本增加，公司每股收益和净资产收益率等指标有可能在短期内出现下降，请投资者注意公司即期回报被摊薄的风险。公司拟通过多种措施防范即期回报被摊薄的风险，积极应对外部环境变化，增厚未来收益，实现公司业务的可持续发展，以填补股东回报，充分保护中小股东的利益，具体措施如下：

（1）加快募投项目投资进度，提高募集资金使用效率

公司本次募集资金投资项目均围绕于主营业务。本次募集资金到位前，为尽快实现募集资金投资项目效益，公司将积极调配资源，力争提前完成募集资金投资项目的前期准备工作；本次发行募集资金到位后，公司将加快推进募集资金投资项目建设，争取早日达产并实现预期效益，增加以后年度的股东回报，降低本次发行导致的股东即期回报摊薄的风险。

（2）加强募集资金管理，保证募集资金有效使用

公司依据《深圳证券交易所股票上市规则》、《上市公司监管指引第 2 号—上市公司募集资金管理和使用的监管要求》等法律法规以及公司实际情况，制定了《募集资金管理制度》。本次发行募集资金到位后，公司将按照《募集资金管理制度》的规定对募集资金进行专项管理，严格履行申请和审批手续，按投资计划申请、审批、使用募集资金，并对使用情况进行检查与监督，以确保募集资金的有效管理和使用。

（3）持续完善公司治理，为公司发展提供制度保障

公司将严格遵循《公司法》、《证券法》、《上市公司治理准则》等法律、法规

和规范性文件的要求，不断完善公司治理结构，确保股东能够充分行使权利；确保董事会能够按照法律、法规和公司章程的规定行使职权，做出科学、迅速和审慎的决策；确保独立董事能够认真履行职责，维护公司整体利益，尤其是中小股东的合法权益；确保监事会能够独立有效地行使对董事、经理和其他高级管理人员及公司财务的监督权和检查权，为公司发展提供制度保障。

（4）优化投资回报机制

为建立对投资者持续、稳定、科学的回报规划与机制，对利润分配做出制度性安排，保证利润分配政策的连续性和稳定性，公司根据证监会《上市公司监管指引第 3 号——上市公司现金分红》、《关于进一步落实上市公司现金分红有关事项的通知》（证监发[2012]37号）等相关要求制定了公司章程。对公司上市后适用的《公司章程（草案）》明确了公司利润分配尤其是现金分红的具体条件、比例等，完善了公司利润分配的决策程序以及利润分配政策的调整原则。

综上，以上措施的有效实施，有利于增强公司的核心竞争力和持续盈利能力，填补股东回报。但是，公司经营仍面临内外部风险和多种不确定因素，上述措施的实施不等于对公司未来利润做出保证。

2、控股股东、实际控制人对公司填补回报措施能够得到切实履行作出的承诺

为保障公司填补回报的措施能够得到切实履行，公司控股股东、实际控制人陈秋鹏及实际控制人黄妙如承诺：

（1）本人不越权干预公司经营管理活动，不侵占公司利益。

（2）本人承诺不无偿或以不公平条件向其他单位或者个人输送利益，也不采用其他方式损害公司利益。

（3）本承诺出具日后至公司本次发行实施完毕前，若中国证券监督管理委员会作出关于填补回报措施及其承诺的其他新的监管规定，且上述承诺不能满足中国证券监督管理委员会该等规定时，本人承诺届时将按照中国证券监督管理委员会的最新规定出具补充承诺。

（4）本人承诺切实履行公司制定的有关填补回报措施以及对此作出的任何有关填补回报措施的承诺，若本人违反该等承诺并给公司或者投资者造成损失的，本人愿意依法承担对公司或者投资者的补偿责任。

作为填补回报措施相关责任主体之一，若本人违反上述承诺或拒不履行上述承诺，本人同意中国证券监督管理委员会等证券监管机构按照其制定或发布的有关规定、规则，对本人作出相关处罚或采取相关监管措施。

3、公司董事及高级管理人员对公司填补回报措施能够得到切实履行作出的承诺

公司的董事、高级管理人员承诺忠实、勤勉地履行职责，维护公司和全体股东的合法权益，对公司本次发行上市摊薄即期回报采取的填补措施能够得到切实履行作出以下承诺：

（1）承诺不无偿或以不公平条件向其他单位或者个人输送利益，也不采用其他方式损害公司利益。

（2）承诺对本人的职务消费行为进行约束。

（3）承诺不动用公司资产从事与其履行职责无关的投资、消费活动。

（4）承诺由董事会或薪酬与考核委员会制定的薪酬制度与公司填补回报措施的执行情况相挂钩。

（5）承诺公司股权激励（如有）的行权条件与公司填补回报措施的执行情况相挂钩。

（6）本承诺出具日后至公司本次发行实施完毕前，若中国证券监督管理委员会作出关于填补回报措施及其承诺的其他新的监管规定，且上述承诺不能满足中国证券监督管理委员会该等规定时，本人承诺届时将按照中国证券监督管理委员会的最新规定出具补充承诺。

（7）本人承诺切实履行公司制定的有关填补回报措施以及对此作出的任何有关填补回报措施的承诺，若本人违反该等承诺并给公司或者投资者造成损失的，本人愿意依法承担对公司或者投资者的赔偿责任。

作为填补回报措施相关责任主体之一，若本人违反上述承诺或拒不履行上述承诺，本人同意中国证券监督管理委员会和深圳证券交易所等证券监管机构按照其制定或发布的有关规定、规则，对本人作出相关处罚或采取相关监管措施。

（七）利润分配政策的安排及承诺

发行人的利润分配政策及相关安排详见本招股说明书“第十节 投资者保护”之“二、发行人的股利分配政策和决策程序”。

（八）未能履行首次公开发行股票相关承诺事项的约束措施

1、发行人

公司将严格履行就发行人本次发行上市所作出的所有公开承诺事项，积极接受社会监督。

（1）如发行人的承诺未能履行、确已无法履行或无法按期履行的（因相关法律法规、政策变化、自然灾害及其他不可抗力等发行人无法控制的客观原因导致的除外），发行人将采取以下措施：

1）及时、充分披露发行人承诺未能履行、无法履行或无法按期履行的具体原因并向公司股东和社会公众投资者道歉；

2）向发行人投资者提出补充承诺或替代承诺，以尽可能保护投资者的权益；

3）将上述补充承诺或替代承诺提交发行人股东大会审议；

4）发行人将对相关责任人进行调减或停发薪酬或津贴、职务降级等形式处罚（如该等人员在公司领薪任职）；同时，发行人将立即停止制定或实施重大资产购买、出售等行为，以及增发股份、发行公司债券以及重大资产重组等资本运作行为，直至发行人履行相关承诺；

5）在股东大会及中国证监会指定的披露媒体上公开说明未履行承诺的具体原因，并向股东和社会公众投资者道歉。

6）如果因本公司未履行相关承诺事项，致使投资者在证券交易中遭受损失的，本公司将依法向投资者赔偿相关损失：

①在中国证券监督管理委员会认定公司招股说明书存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏后30日内，公司将启动赔偿投资者损失的相关工作；

②投资者损失根据与投资者协商确定的金额，或者依据证券监督管理部门、司法机关认定的方式或金额确定。

（2）如因相关法律法规、政策变化、自然灾害及其他不可抗力等发行人无法控制的客观原因导致发行人承诺未能履行、确已无法履行或无法按期履行的，发行人将采取以下措施：

1）及时、充分披露发行人承诺未能履行、无法履行或无法按期履行的具体原因；

2）向发行人的投资者提出补充承诺或替代承诺，以尽可能保护发行人投资

者的权益；

3）在股东大会及中国证监会指定的披露媒体上公开说明未履行承诺的具体原因。

2、发行人控股股东及实际控制人

公司控股股东、实际控制人将严格履行就发行人本次发行上市所作出的所有公开承诺事项，积极接受社会监督。

（1）如本人承诺未能履行、确已无法履行或无法按期履行的（因相关法律法规、政策变化、自然灾害及其他不可抗力等本人无法控制的客观原因导致的除外），本人将采取以下措施：

1）通过发行人及时、充分披露本人承诺未能履行、无法履行或无法按期履行的具体原因并向公司股东和社会公众投资者道歉；

2）向发行人及其投资者提出补充承诺或替代承诺，以尽可能保护发行人及其投资者的权益；

3）将上述补充承诺或替代承诺提交发行人股东大会审议；

4）本人违反承诺所得收益将归属于发行人，因此给发行人或投资者造成损失的，将依法对发行人或投资者进行赔偿。如果未承担前述赔偿责任，则本人持有的发行人股份在本人履行完毕前述赔偿责任之前不得转让，同时发行人有权扣减本人所获分配的现金红利用于承担前述赔偿责任。

（2）如因相关法律法规、政策变化、自然灾害及其他不可抗力等本人无法控制的客观原因导致本人承诺未能履行、确已无法履行或无法按期履行的，本人将采取以下措施：

1）通过发行人及时、充分披露本人承诺未能履行、无法履行或无法按期履行的具体原因；

2）向发行人及其投资者提出补充承诺或替代承诺，以尽可能保护发行人及其投资者的权益。

3、发行人全体董事、监事、高级管理人员

公司董事、监事及高级管理人员将严格履行就发行人本次发行上市所作出的所有公开承诺事项，积极接受社会监督。

（1）如本人承诺未能履行、确已无法履行或无法按期履行的（因相关法律法

规、政策变化、自然灾害及其他不可抗力等本人无法控制的客观原因导致的除外），本人将采取以下措施：

1）通过发行人及时、充分披露本人承诺未能履行、无法履行或无法按期履行的具体原因并向公司股东和社会公众投资者道歉；

2）向发行人及其投资者提出补充承诺或替代承诺，以尽可能保护发行人及其投资者的权益；

3）将上述补充承诺或替代承诺提交发行人股东大会审议；

4）本人将在前述事项发生之日起10个交易日内，停止领取薪酬，同时本人持有的公司股份（若有）不得转让，直至本人履行完成相关承诺事项。

5）本人违反承诺所得收益将归属于发行人，因此给发行人或投资者造成损失的，将依法对发行人或投资者进行赔偿。

6）如公司申请首次公开发行股票并上市的招股说明书有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券交易中遭受损失的，且未按其作出的承诺依法赔偿投资者损失的，本人同意接受中国证监会和深圳证券交易所等证券监管机构按照其制定或发布的有关规定、规则，对本人作出相关处罚或采取相关管理措施。

（2）如因相关法律法规、政策变化、自然灾害及其他不可抗力等本人无法控制的客观原因导致本人承诺未能履行、确已无法履行或无法按期履行的，本人将采取以下措施：

1）通过发行人及时、充分披露本人承诺未能履行、无法履行或无法按期履行的具体原因；

2）向发行人及其投资者提出补充承诺或替代承诺，以尽可能保护发行人及其投资者的权益。

（九）证券服务机承诺

1、方正证券承销保荐有限责任公司承诺

若因本公司为发行人本次公开发行制作、出具的文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给投资者造成损失的，将依法赔偿投资者损失。

2、容诚会计师事务所（特殊普通合伙）承诺

因本所为发行人首次公开发行制作、出具的文件有虚假记载、误导性陈述或

者重大遗漏，给投资者造成损失的，在该等违法事实被认定后，将依法赔偿投资者损失。

3、广东华商律师事务所承诺

本所为发行人首次公开发行股票并在创业板上市制作、出具的文件不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏；若因本所为发行人首次公开发行股票并在创业上市制作、出具的文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给投资者造成损失的，本所将依法赔偿投资者损失。

二、新冠病毒疫情影响公司经营业绩的风险

（一）新冠疫情对公司经营情况的具体影响

本次新冠疫情发生后，公司存在部分客户当月下订单后暂停或取消执行订单的情形，具体如下：

1、订单取消或暂停的数量情况

月份	订单暂停重量（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/取消比例（%）
2020年2月	46.98	674.39	721.37	67,465.71	1.07
2020年3月	6,987.04	3,614.59	10,601.63	201,144.84	5.27
2020年4月	313.25	982.41	1,295.66	46,954.53	2.76
2020年5月	65.40	991.86	1,057.26	62,657.15	1.69
2020年6月	59.98	289.22	349.20	76,529.05	0.46
合 计	7,472.65	6,552.47	14,025.12	454,751.28	3.08

2、订单取消或暂停涉及的金额情况

单位：万元

月份	暂停/取消金额	销售金额	暂停/取消金额与收入比例（%）
2020年2月	5.70	277.70	2.05
2020年3月	83.88	1,276.29	6.57
2020年4月	7.72	594.96	1.30
2020年5月	10.24	590.39	1.73
2020年6月	2.25	585.08	0.38
合 计	109.79	3,854.61	2.85

3、公司2020年上半年经营情况入与2019年同期比较情况如下：

项 目	2019年1-6月	2020年1-6月	下降数量	下降幅度（%）

实际出货重量（千克）	809,852.46	468,016.70	341,835.76	42.20
对应收入金额（万元）	6,793.69	3,854.61	2,939.08	43.26

受新冠疫情影响，发行人出货重量同比下降 341.84 吨，其中订单取消影响 6.55 吨。

（二）因疫情影响，公司相关存货跌价准备计提是否充分

公司产品主要原材料为醋酸纤维素胶粒，其性能稳定，公司的主要原材料均在保质期内，不存在变质、毁损等无法使用的情形；同时，尽管公司疫情期间产销量下滑，但公司仍持续需要使用该等原料用于生产，并持续为公司带来盈利。因而公司原料不存在减值的情形。

公司主要采用订单式生产，除部分通用品以外，期末在产品、库存商品均有相应的订单对应，且该等订单仍在执行过程中；在产品、库存商品中公司已按通用品备货的部分，尽管公司疫情期间产销量下滑，但公司仍持续需要使用该等存货用于生产经营，并持续为公司带来盈利。因而公司的在产品、库存商品也不存在减值的情形。

相关存货跌价准备测算及期后销售情况如下：

单位：万元

期　间	挤板产品		压板产品		原材料		在产品	
	账面成本	可变现净值	账面成本	可变现净值	账面成本	可变现净值	账面成本	可变现净值
2019 年末	672.8	1,111.06	503.36	1,031.75	59.97	135.19	253.22	509.39
2020 年 1 季度销售成本	651.98	—	422.74	—	—	—	—	—

（三）新冠疫情对公司持续经营能力的影响

公司 2020 年上半年产能、产量、销量与去年同期的对比情况如下：

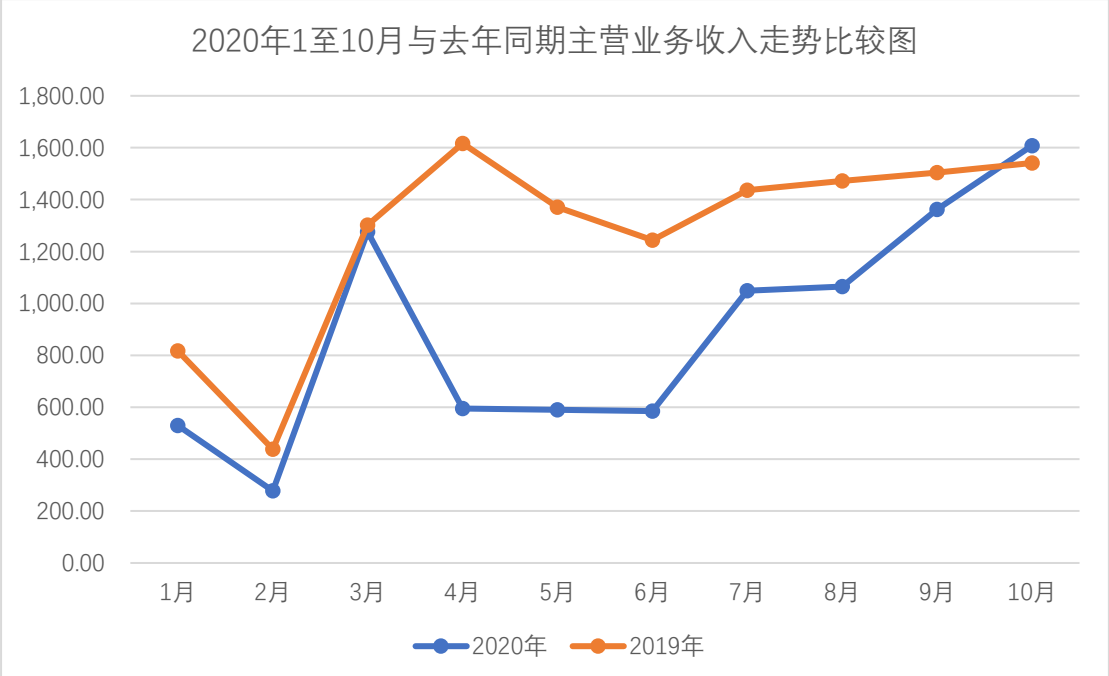
项　目		挤板类产品	压板类产品	合 计
2020 年 1-6 月	产能（千克）	737,280.00	416,153.60	1,153,433.60
	产量（千克）	323,214.04	144,480.85	467,694.89
	销量（千克）	324,561.51	143,455.19	468,016.70
2019 年 1-6 月	产能（千克）	725,760.00	409,651.20	1,135,411.20
	产量（千克）	533,844.51	278,403.56	812,248.07
	销量（千克）	537,970.54	271,881.91	809,852.46
产量变动比例（%）		-39.46	-48.10	-42.42
销量变动比例（%）		-39.67	-47.22	-42.21

公司的产品属于时尚消费行业的上游产品，新冠疫情爆发以来，公司生产所需原材料市场供应稳定，但公司销售端受到较大影响。2020 年上半年，产品产量同比下降 42.64%，销量同比下降 42.21%。随着疫情及其防控措施趋于稳定和常态化，从 2020 年 7 月份开始，公司产品销售大幅回升。

2020 年 1-10 月，公司主营业务收入与去年同期的比较情况如下：

单位：万元

主营业务收入	2020年①	2019②	①÷②（%）
1月	530.19	816.88	64.90
2月	277.70	438.34	63.35
3月	1,276.29	1,302.00	98.03
4月	594.96	1,616.61	36.80
5月	590.39	1,370.81	43.06
6月	585.08	1,249.05	46.84
7月	1,049.20	1,436.61	73.03
8月	1,064.79	1,472.43	72.32
9月	1,361.21	1,492.51	91.20
10月	1,608.31	1,541.01	104.37
合　计	8,938.12	12,736.25	70.18



从上图可见，至 2020 年 10 月，公司产品销售已基本恢复到正常水平并略有增长。

根据容诚会计师事务所出具的容诚审字[2020]518Z0863 号《审阅报告》，

2020 年 1 至 9 月，公司简要比较利润表如下：

单位：万元

项　目	2020 年 7-9 月	2019 年 7-9 月	2020 年 1-9 月	2019 年 1-9 月
营业收入	3,500.11	4,442.34	7,392.68	11,314.63
营业利润	997.59	1,511.58	1,933.91	3,578.97
净利润	842.37	1,297.05	1,642.41	3,054.30
扣除非经常性损益后的净利润	742.30	1,201.30	1,428.51	2,859.35

公司经营现金净流量持续为正且同比增长，可动用的货币资金充裕，资产负债率低，偿债能力较强，2020 年上半年相关数据及财务指标如下表：

单位：万元

项　目	2020年1-6月	2019年1-6月	变动额
经营现金净流量	1,858.23	1,475.63	382.60
货币资金及理财产品	5,164.77	4,240.76	924.01
资产负债率	28.34%	35.94%	-7.60%
流动比率	3.07	2.30	0.77

综上，新冠疫情对公司经营业绩的影响主要集中在2020年上半年，并对公司全年业绩产生一定的影响；但随着疫情的稳定和防控措施的常态化，公司下游行业的需求逐步恢复，至2020年9月已恢复到正常水平。新冠疫情不会对发行人的持续经营能力产生重大不利影响。

三、无自有房屋的风险

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

四、本次发行前滚存利润分配方案

根据公司2020年第二次临时股东大会决议，公司本次发行前的滚存未分配利润由本次发行完成后的新老股东共同享有。

五、对发行人持续盈利能力产生重大不利影响的因素及保荐人对发行人持续盈利能力的核查结论意见

发行人所面临的风险因素，包括报告期内实际发生以及未来可能发生的重大不利影响，已在本招股说明书“第四节 风险因素”中分析并完整披露，发行人特别提醒投资者仔细阅读相关内容。

发行人不存在以下对公司持续盈利能力构成重大不利影响的情形：

1、发行人的经营模式、产品或服务的品种结构已经或者将发生重大变化，并对发行人的持续盈利能力构成重大不利影响；

2、发行人的行业地位或发行人所处行业的经营环境已经或者将发生重大变化，并对发行人的持续盈利能力构成重大不利影响；

3、发行人在用的商标、专利等重要资产或者技术的取得或者使用存在重大不利变化的风险；

4、发行人近一年的营业收入或净利润对关联方或者有重大不确定性的客户存在重大依赖；

5、发行人近一年的净利润主要来自合并财务报表范围以外的投资收益；

6、其他可能对发行人持续盈利能力构成重大不利影响的情形。

保荐机构经核查后认为，发行人具备持续盈利能力。具体情况参见本招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十、经营成果分析”。

六、发行人财务报告审计基准日后的主要经营状况

截至本招股说明书签署日，公司整体经营情况良好，公司经营模式、主要原材料采购规模和采购价格、主要产品的生产、销售规模及销售价格，主要客户及供应商的构成、税收政策以及其他可能影响投资者判断的重大事项方面未发生重大不利变化。

根据容诚会计师事务所出具的容诚审字[2020]518Z0863号《审阅报告》，2020年三季度，公司实现营业收入3,500.11万元，净利润842.37万元，扣除非经常性损益后的净利润742.30万元；2020年1-9月，公司实现营业收入7,392.68万元，净利润1,642.41万元，扣除非经常性损益后的净利润1,428.51万元。

七、投资者应认真阅读本招股说明书正文内容，充分了解公司所披露的风险因素，审慎作出投资决定

上述重大事项提示并不能涵盖公司全部的风险及其他重要事项，请投资者认

真阅读招股说明书“第四节 风险因素”章节的全部内容。

目 录

重大事项提示 3

一、发行人及其股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员及中介机构作出的重要承诺 3

二、新冠病毒疫情影响公司经营业绩的风险 18

三、无自有房屋的风险 18

四、本次发行前滚存利润分配方案 21

五、对发行人持续盈利能力产生重大不利影响的因素及保荐人对发行人持续盈利能力的核查结论意见 21

六、发行人财务报告审计基准日后的主要经营状况 22

七、投资者应认真阅读本招股说明书正文内容，充分了解公司所披露的风险因素，审慎作出投资决定 22

第一节 释义 29

一、通用词汇 29

二、专业词汇 29

第二节 概览 33

一、发行人及本次发行的中介机构基本情况 33

二、本次发行概况 33

三、报告期内主要财务数据及主要财务指标 35

四、公司主营业务情况 35

五、公司产品的创新、创意情况 36

六、发行人的具体上市标准 36

七、发行人公司治理特殊安排等重要事项 36

八、募集资金用途 36

第三节 本次发行概况 38

一、本次发行的基本情况 38

二、本次发行的有关机构 38

三、发行人与有关中介机构的股权关系和其他权益关系 40

四、发行上市的重要日期 40

第四节 风险因素 41
一、市场竞争的风险 41
二、原材料供应商选择面较小的风险 41
三、主要原材料价格波动的风险 41
四、税收优惠政策调整的风险 42
五、出口退税政策调整的风险 42
六、汇率波动的风险 42
七、新冠病毒疫情影响公司经营业绩的风险 43
八、实际控制人控制的风险 43
九、公司规模快速扩张带来的管理风险 43
十、专业人才流失的风险 43
十一、募集资金投资项目的风险 44
十二、创新能力不足的风险 44
十三、色彩配方及图纹创意被他人效仿的风险 44
十四、大额现金分红不可持续的风险 45
第五节 发行人基本情况 46
一、发行人基本情况 46
二、发行人的设立情况 46
三、发行人报告期内的股本和股东变化情况 47
四、发行人报告期内的重大资产重组情况 60
五、发行人在其他证券市场的挂牌情况 60
六、公司历次股权转让、分红、整体变更等过程中涉及到的个人所得税缴纳情况 60
七、发行人的股权结构 62
八、发行人控股子公司及参股公司情况 62
九、持有发行人 5%以上股份的主要股东及实际控制人的基本情况 64
十、发行人股本情况 65
十一、发行人董事、监事、高级管理人员及其他核心人员情况 67
十二、发行人员工及社会保障情况 74
第六节 业务与技术 79

一、公司主营业务、主要产品及变化情况 79
二、公司所处行业基本情况 91
三、公司在行业中的市场地位 107
四、公司销售情况及主要客户 130
五、公司采购情况及主要供应商 153
六、公司拥有的主要固定资产、无形资产及其他资源要素 162
七、公司拥有的核心技术和研究开发情况 173
八、公司境外经营情况 180
九、公司产品质量控制情况 181
第七节 公司治理与独立性 185
一、公司法人治理结构的建立健全及运行情况 185
二、特别表决权股份或类似安排的基本情况 189
三、协议控制架构的具体安排 189
四、公司管理层对内部控制完整性、合理性及有效性的自我评估意见及注册会计师的鉴证意见 189
五、发行人报告期内的违法违规情况 190
六、公司报告期内资金占用及对外担保情况 190
七、发行人直接面向市场独立持续经营的能力 190
八、同业竞争 192
九、关联方及关联关系 194
十、关联交易情况 200
第八节 财务会计信息与管理层分析 208
一、报告期内主要财务报表 208
二、注册会计师的审计意见 212
三、影响公司未来盈利能力或财务状况的主要因素和对公司具有核心意义，或其变动对业绩变动具有较强预示作用的指标 213
四、财务报表的编制基础、合并财务报表范围及变化情况 216
五、主要会计政策和会计估计 217
六、公司的主要税项及相关税收优惠 259
七、非经常性损益 262
八、主要财务指标 263

九、期后事项、或有事项、承诺事项和其他重要事项.....265
十、经营成果分析.....266
十一、资产质量分析.....344
十二、偿债能力、流动性与持续经营能力分析.....368
十三、重大投资或资本性支出.....382
第九节 募集资金运用与未来发展规划.....208
一、本次发行的募集资金数额.....383
二、本次募集资金运用概况.....383
三、本次募集资金项目与公司现有主营业务的关系.....390
四、本次募集资金项目实施的可行性.....391
五、醋酸纤维素板材智能工厂建设项目详细情况.....393
六、研发设计中心建设项目详细情况.....402
七、本次募集资金运用对财务状况和经营成果的影响.....408
八、公司对本次募集资金项目新增产能的消化能力分析.....409
九、公司未来发展规划及目标.....411
第十节 投资者保护.....415
一、发行人投资者关系的主要安排.....415
二、发行人的股利分配政策和决策程序.....417
三、本次发行完成前滚存利润的分配安排.....420
四、发行人股东投票机制的建立情况.....420
五、依法落实保护投资者合法权益规定的各项措施.....421
第十一节 其他重要事项.....422
一、重大合同.....422
二、对外担保情况.....422
三、诉讼、仲裁或行政处罚事项.....422
四、公司控股股东、实际控制人报告期内的刑事犯罪或重大违法行为.....422
第十二节 声明.....423
一、发行人全体董事、监事及高级管理人员声明.....423
二、控股股东、实际控制人声明.....424

三、保荐机构（主承销商）声明.....425
保荐机构（主承销商）管理层声明.....426
四、发行人律师声明.....427
五、审计机构声明.....428
六、评估机构声明.....429
七、验资机构声明.....431
第十三节 附件 432

第一节 释义

在本招股说明书中，除非文义另有所指，下列词语或简称具有如下含义：

一、通用词汇

本公司、公司、股份公司、发行人、集美新材	指	深圳市集美新材料股份有限公司（2015 年 10 月，公司名称由“深圳市集美塑胶有限公司”变更为现名）
集美有限	指	深圳市集美塑胶有限公司
美能公司	指	美能（香港）控股有限公司
意大利集美	指	JIMEI ITALY S.R.L.
集美东莞	指	集美（东莞）新材料有限公司
兴如眼镜	指	广州市兴如眼镜有限公司
四川普什	指	四川普什醋酸纤维素有限责任公司
股转系统	指	全国中小企业股份转让系统
最近三年	指	2017 年、2018 年及 2019 年
报告期、三年一期	指	2017 年、2018 年、2019 年及 2020 年 1 至 6 月
A 股	指	人民币普通股
社会公众股	指	发行人向社会公开发行的面值为 1 元的人民币普通股
本次发行	指	本次公开发行面值 1 元的人民币 A 股普通股的行为
上市	指	发行人股票在深圳证券交易所创业板挂牌交易的行为
元、万元	指	除另有说明外，元指人民币元、万元指人民币万元
股东大会	指	深圳市集美新材料股份有限公司股东大会
董事会	指	深圳市集美新材料股份有限公司董事会
监事会	指	深圳市集美新材料股份有限公司监事会
《公司章程》	指	《深圳市集美新材料股份有限公司公司章程》
《公司章程（草案）》	指	《深圳市集美新材料股份有限公司公司章程（草案）》
方正承销保荐、保荐机构	指	方正证券承销保荐有限责任公司
容诚会计师事务所	指	容诚会计师事务所（特殊普通合伙）
国务院	指	中华人民共和国国务院

财政部	指	中华人民共和国财政部
海关总署	指	中华人民共和国海关总署
国家统计局	指	中华人民共和国国家统计局
Euromonitor	指	欧睿信息咨询公司（Euromonitor International Ltd.）
陆逊梯卡、Luxottica	指	陆逊梯卡集团（Luxottica Group S.p.A.）
依视路、Essilor	指	依视路国际（Essilor International S.A.）
霞飞诺、Safilo	指	霞飞诺集团（Safilo Group S.p.A.）
雅视光学	指	雅视光学集团有限公司
新兴光学	指	SUN HING VISION GROUP HOLDINGS LIMITED
瓯海眼镜	指	温州市瓯海眼镜有限公司
伊玛塑胶	指	伊玛塑胶（深圳）有限公司
Ray-Ban	指	雷朋，美国品牌之一，主营产品为太阳镜
Oakley	指	欧克利，美国运动品牌，主营产品为眼镜、运动鞋及帽子等
Burberry	指	博柏利，极具英国传统风格的奢侈品牌，经营范围包括成衣、配饰、手袋等
Gucci	指	古驰，意大利时尚品牌，产品包括时装、皮具、皮鞋、手表、领带、丝巾、香水、家居用品及宠物用品等
Armani	指	阿玛尼，以服装设计师 Giorgio Armani 命名的一个服饰品牌，产品包含服装、牛仔、内衣、配件及香氛等
Prada	指	普拉达，意大利品牌之一，产品包括男女成衣、皮具、鞋履、眼镜及香水等
东莞华宏	指	陆逊梯卡华宏（东莞）眼镜有限公司
华意胶板	指	华意胶板（深圳）有限公司
大川塑料	指	大川（清新）塑料制品有限公司
鑫源泰	指	深圳市鑫源泰塑胶有限公司
鑫美泰	指	深圳市龙岗区横岗鑫美泰胶板行
普什集团	指	四川省宜宾普什集团有限公司
前海清源	指	深圳市前海清源实业投资有限公司
M&G 控股	指	M&G 控股股份公司(M&G Finanziaria S.p.A.)
美成实业	指	美成（江门）实业有限公司
美成集团	指	美成集团有限公司

美成孟加拉	指	美成（孟加拉）实业有限公司(MAZEN (BanglaDesh) Industries Limited)
全域贸易	指	深圳市全域贸易有限公司
雅格股份	指	温州雅格胶板股份有限公司

二、专业词汇

光学眼镜	指	利用透镜、棱镜、角膜接触镜、人工晶状体等矫正视力，消除视力疲劳，保护或治疗眼睛
太阳镜	指	为防止太阳强光及紫外线刺激造成对人眼伤害的视力保护用品
镜架	指	眼镜的重要组成部分，主要起支撑镜片的作用
醋酸纤维素	指	Cellulose acetate，简称 CA，是纤维素分子中羟基用醋酸酯化后得到的一种化学改性的天然高聚物
硝酸纤维素	指	Nitrocellulose，简称 NC，又称为赛璐珞，为纤维素与硝酸酯化反应的产物
环氧树脂	指	Araldite，是环氧氯丙烷与双酚 A 或多元醇的缩聚产物，是一种热固性树脂
尼龙	指	Polyamide，又称聚酰胺，简称 PA，是分子主链上含有重复酰胺基团的热塑性树脂总称
镍	指	元素符号 Ni，是近似银白色、硬而有延展性并具有铁磁性的金属元素，可高度磨光和抗腐蚀
钛	指	元素符号 Ti，是一种银白色的过渡金属，其特征为重量轻、强度高、具金属光泽，耐湿氯气腐蚀
玳瑁	指	海龟科玳瑁属大型海龟，表面光滑，具有褐色和淡黄相间的血丝花纹，呈覆瓦状排列
乙酰化	指	将有机化合物分子中的氮、氧、碳原子上引入乙酰基的反应
SAP	指	System Applications and Products，SAP 公司的软件产品，提供企业管理解决方案
MES	指	Manufacturing Execution System，制造企业生产过程执行系统，是一套面向制造企业车间执行层的生产信息化管理系统
ISO9001	指	是质量管理体系标准，用于证实组织具有提供满足顾客要求和适用法规要求的产品的能力，目的在于增进顾客满意度

特别说明：

1、本招股说明书部分表格中单项数据加总数与表格合计数可能存在微小差异，均因计算过程中的四舍五入所形成。

2、本招股说明书中涉及的相关国家或地区经济以及行业的事实、预测和统计，包括本公司的市场份额等信息，来源于一般认为可靠的各种公开信息渠道。本公司从上述来源转载或摘录信息时，已保持了合理的谨慎，但是由于编制方法可能存在潜在偏差等原因，此等信息可能与国内或国外所编制的其他资料不一致。

第二节 概览

本概览仅对招股说明书全文做扼要提示。投资者作出投资决策前，应认真阅读招股说明书全文。

一、发行人及本次发行的中介机构基本情况

（一）发行人基本情况	
发行人名称	深圳市集美新材料股份有限公司
成立日期	有限公司成立日期：2006 年 1 月 17 日
	整体变更设立股份公司日期：2015 年 10 月 15 日
注册资本	5,304 万元
法定代表人	陈秋鹏
注册地址	深圳市龙岗区横岗街道金源路 8－16 号 1 至 4 层
主要生产经营地址	深圳市龙岗区横岗街道金源路 8－16 号 1 至 4 层
控股股东	陈秋鹏
实际控制人	陈秋鹏、黄妙如
行业分类	橡胶和塑料制品业（分类编码 C29）
在其他交易场所挂牌或上市的情况	全国中小企业股份转让系统基础层挂牌（股票代码 836312）
（二）本次发行的有关中介机构	
保荐人、主承销商	方正证券承销保荐有限责任公司
发行人律师	广东华商律师事务所
审计机构	容诚会计师事务所（特殊普通合伙）
评估机构	北京国融兴华资产评估有限责任公司

二、本次发行概况

（一）本次发行的基本情况			
股票种类	境内发行人民币普通股（A 股）		
每股面值	1.00 元		
发行股数	1,769 万股	占发行后总股本的比例	25.01%
其中：发行新股数量	1,769 万股	占发行后总股本的比例	25.01%
股东公开发售股份数量	不适用	占发行后总股本的比例	不适用

发行后总股本	7,073 万股		
每股发行价格	[ ]元		
发行市盈率	[ ]倍（发行价格除以每股收益，每股收益按发行前一年度扣除非经常性损益前后孰低的净利润除以本次发行后总股本计算）		
发行前每股净资产	[ ]元	发行前每股收益	[ ]元
发行后每股净资产	[ ]元	发行后每股收益	[ ]元
发行市净率	[ ]倍（按每股发行价格除以发行前每股净资产）		
发行方式	本次发行拟采用网下向询价对象配售与网上向符合资格的社会公众投资者定价发行相结合的方式或中国证监会认可的其他发行方式		
发行对象	符合国家法律法规和监管机构规定条件的询价对象和已在深圳证券交易所开立A股股票账户并已开通创业板市场交易账户的境内自然人、法人等投资者（国家法律、法规和规范性文件禁止购买者除外）		
承销方式	余额包销		
拟公开发售股份股东	不适用		
发行费用的分摊原则	公司本次发行上市涉及的承销费、保荐费、审计费、律师费、信息披露费、发行手续费等发行费用均由发行人承担		
募集资金总额	[ ]万元		
募集资金净额	[ ]万元		
募集资金投资项目	醋酸纤维素板材智能工厂建设项目		
	研发设计中心建设项目		
发行费用概算	本次发行费用总额为[ ]万元，其中： 承销保荐费用[ ]万元 审计、验资费用[ ]万元 律师费用[ ]万元 信息披露费用[ ]万元 发行手续费用及其他费用[ ]万元		
（二）本次发行上市的重要日期			
刊登发行公告日期	[ ]年[ ]月[ ]日		
开始询价推介日期	[ ]年[ ]月[ ]日		
刊登定价公告日期	[ ]年[ ]月[ ]日		
申购日期和缴款日期	[ ]年[ ]月[ ]日		
股票上市日期	[ ]年[ ]月[ ]日		

三、报告期内主要财务数据及主要财务指标

项 目	2020年6月30日	2019年12月31日	2018年12月31日	2017年12月31日
资产总计（万元）	11,420.37	11,621.27	10,733.87	10,626.48
归属于母公司股东权益（万元）	8,183.14	10,002.56	9,280.39	8,908.60
资产负债率（母公司）	28.06%	13.75%	13.35%	16.17%
项 目	2020年1-6月	2019年度	2018年度	2017年度
营业收入（万元）	3,892.57	15,634.06	14,949.32	13,283.09
净利润（万元）	831.33	4,163.36	3,019.13	3,503.03
归属于母公司所有者的净利润（万元）	831.33	4,163.36	3,019.13	3,503.03
扣除非经常性损益后归属母公司所有者的净利润（万元）	718.75	3,955.09	2,803.36	3,329.90
基本每股收益（元/股）	0.16	0.78	0.57	0.66
稀释每股收益（元/股）	0.16	0.78	0.57	0.66
加权平均净资产收益率（%）	6.89	39.82	30.82	37.03
经营活动产生的现金流量净额（万元）	1,870.28	4,343.90	3,194.49	3,205.62
现金分红（万元）	—	2,652.00	3,447.60	4,508.40
研发投入占营业收入的比例（%）	7.15	4.97	4.95	4.49

注：加权平均净资产收益率及每股收益的计算中净利润以扣除非经常性损益前后较低者为准

四、公司主营业务情况

公司是专业从事醋酸纤维素板材设计开发、生产及销售的高新技术企业。公司通过对色彩、图纹、结构的创新设计与开发，生产富含时尚潮流元素的醋酸纤维素板材，应用于中高端板材眼镜架的制造。

经过多年的发展，公司打造了一支经验丰富、专业高效的研发设计和生产队伍。公司以眼镜产业的快速发展为依托，以醋酸纤维素板材为载体，融合行业最新流行趋势和时尚元素为客户提供流行度高、时尚性强、色彩新颖、结构多样的高品质镜架板材。

公司凭借优异的开发设计能力、丰富的产品花色、可靠的产品质量、良好的企业形象，与 Luxottica、Safilo、雅视光学、新兴光学、瓯海眼镜等众多国内外知名眼镜制造厂商建立了长期稳定的合作关系。其中 Luxottica 系全球最大眼镜制造商，公司是其在华独资企业——华宏（东莞）眼镜有限公司最大的内资板材

供应商。上述客户拥有 Ray-Ban、Oakley、Burberry 和 Gucci 等众多国际一线眼镜品牌或品牌授权。公司是国内眼镜板材行业的领先企业。

五、公司产品的创新、创意情况

公司始终以行业技术领先和引领行业发展为战略导向，不断提升工艺技术水平，提高生产效率，稳定产品质量，目前公司拥有发明专利 3 项，实用新型专利 14 项，外观设计专利 1 项，自主开发并获得与生产工艺技术配套的软件著作权 12 项。公司通过持续的工艺技术改进和开发，形成了稳定高效的生产能力，成品率和产品质量均获得稳步提升，公司在行业内拥有较为明显的技术优势。

产品开发设计方面，公司建立了较为完善的研发设计体系，组建了行业经验丰富的研发设计团队，具备较强的模具开发设计及色彩、图纹、结构的创新性搭配能力，通过深入研究时尚设计发展趋势，能够为客户提供色彩丰富、图纹新颖、结构多样的醋酸纤维素板材定制开发和生产服务。凭借多年的开发设计经验，公司建立了色彩管理数据库系统，不断完善和优化色彩方案的信息化管理，目前公司已累积形成近 8 万种产品色彩方案，有助于实现快速找色、精准配色。2017 年、2018 年及 2019 年，公司开发销售的产品花色品种分别为 4,869 种、5,339 种和 5,681 种，公司凭借出色的产品创新、创意能力，在行业内取得了一定的竞争优势。

六、发行人的具体上市标准

公司符合并适用《深圳证券交易所创业板股票发行上市审核规则》第二十二条第（一）款规定的上市标准：最近两年净利润均为正，且累计净利润不低于人民币 5,000 万元。

七、发行人公司治理特殊安排等重要事项

截止本招股说明书签署日，发行人不存在公司治理特殊安排等重要事项。

八、募集资金用途

公司本次募集资金项目的投资总额 24,114.66 万元，本次募集资金（扣除发行费用）将全部用于募集资金项目的实施。

公司拟将募集资金按照项目需求的轻重缓急进行以下投入，具体情况如下：

序号	项目名称	投资总额（万元）	备案证项目代码	备案到期日
1	醋酸纤维素板材智能工厂建设项目	18,532.72	2020-441900-29-03-038829	2022 年 5 月 18 日
2	研发设计中心建设项目	5,581.94		
	合　计	24,114.66		

本次募集资金（扣除发行费用）到位前，公司可根据项目建设的需要，使用自有资金或银行借款对上述项目进行先期投入。本次募集资金（扣除发行费用）到位后，公司将优先安排募集资金对项目先期投入进行置换。

如本次募集资金（扣除发行费用）不能满足上述拟投资项目的资金需求，不足部分由公司自筹解决。

第三节 本次发行概况

一、本次发行的基本情况

（一）股票种类：境内发行人民币普通股（A 股）

（二）每股面值：1.00 元

（三）发行股数：本次拟公开发行 1,769 万股人民币普通股股票，占发行后总股本的 25.01%

（四）每股发行价格：[ ]元

（五）发行市盈率（发行价格除以每股收益，每股收益按发行前一年度扣除非经常性损益前后孰低的净利润除以本次发行后总股本计算）：[ ]倍

（六）本次发行前每股净资产（按[ ]公司年[ ]月[ ]日经审计归属于母公司股东权益除以发行前总股本计算）：[ ]元

（七）预计发行后每股净资产（按本公司发行前最近一期末经审计的归属于母公司的股东权益加上本次发行募集资金净额之和除以发行后总股本计算）：[ ]元

（八）发行市净率（按每股发行价格除以本次发行后每股净资产计算）：[ ]倍

（九）发行方式：本次发行拟采用网下向询价对象配售与网上向符合资格的社会公众投资者定价发行相结合的方式或中国证监会认可的其他发行方式

（十）发行对象：符合国家法律法规和监管机构规定条件的询价对象和已在深圳证券交易所开立 A 股股票账户并已开通创业板市场交易账户的境内自然人、法人等投资者（国家法律、法规和规范性文件禁止购买者除外）。

（十一）承销方式：余额包销

（十二）发行费用概算：本次发行费用总额为[ ]万元，其中承销费及保荐费[ ]万元；律师费用[ ]万元；审计及验资费用[ ]万元；用于本次发行的信息披露费用[ ]万元；发行手续费用及其他费用[ ]万元。

二、本次发行的有关机构

（一）保荐机构（主承销商）

名称：方正证券承销保荐有限责任公司

法定代表人：陈琨

住所：北京市朝阳区北四环中路 27 号院 5 号楼

联系电话：010-59355800

传真：010-59355800

保荐代表人：马倬峻、朱仁慈

项目协办人：张亮

项目组成员：曹翔、张新乐、韦耀兵、宗超

（二）发行人律师

名称：广东华商律师事务所

负责人：高树

住所：深圳市福田区深南大道 4011 号香港中旅大厦 21-24 层

联系电话：0755-83025555

传真：0755-83025068

经办律师：欧阳方亮、杨栎洁、郑天河、陈晓青

（三）发行人审计机构

名称：容诚会计师事务所（特殊普通合伙）

负责人：肖厚发

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

联系电话：010-66001692

传真：010-66001392

经办会计师：欧昌献、郭春林

（四）发行人评估机构

名称：北京国融兴华资产评估有限责任公司

负责人：赵向阳

住所：北京市西城区裕民路 18 号北环中心 25 层

联系电话：010-051667811

传真：010-82253743

经办评估师：黎军、张曼

（五）股份登记机构

名称：中国证券登记结算有限责任公司深圳分公司

住所：广东省深圳市深南中路 1093 号中信大厦 18 楼

电话：0755-25938000

传真：0755-25988122

（六）收款银行

名称：[ ]

账户：[ ]

账号：[ ]

三、发行人与有关中介机构的股权关系和其他权益关系

截止本招股说明书签署日，上述与本次发行有关的中介机构及其负责人、高级管理人员、经办人员未直接或间接持有公司股票或与公司有其他权益关系。

四、发行上市的重要日期

刊登发行公告日期	[ ]年[ ]月[ ]日
开始询价推介日期	[ ]年[ ]月[ ]日
刊登定价公告日期	[ ]年[ ]月[ ]日
申购日期	[ ]年[ ]月[ ]日
缴款日期	[ ]年[ ]月[ ]日
预计股票上市日期	[ ]年[ ]月[ ]日

第四节 风险因素

投资者在评价发行人本次发行的股票时，除本招股说明书提供的其他各项资料以外，应特别注意下述各项风险因素。下述各项风险因素根据重要性原则及可能影响投资决策的程度大小排序，但该排序并不表示风险因素会依次发生。

一、市场竞争的风险

公司生产的醋酸纤维素板材是制造中高端眼镜板材镜架的主要原材料。随着人们生活品质的提高、消费观念的提升，眼镜作为展现个人气质、生活品位的时尚消费品，其在日常生活和社交场景中的重要性日益显现。时尚眼镜消费市场的增长，为醋酸纤维素板材生产企业打开了广阔的市场空间，也吸引了更多的企业进入该行业。公司若不能及时把握市场动态和消费趋势，不断开展新产品研发以满足市场的多样化需求和消费偏好，通过增强差异化竞争优势，进一步推动产品高端化进程，以保持行业竞争地位和市场竞争优势，公司将可能面临更为严峻的市场竞争。

二、原材料供应商选择面较小的风险

公司产品的主要原材料为醋酸纤维素胶粒。生产醋酸纤维素胶粒投资规模大，技术门槛高，国内能生产符合公司产品品质要求的胶粒的企业不超过 5 家，公司原材料供应商的选择面较小。若公司现有醋酸纤维素胶粒供应商无法及时向公司提供产品，且公司未能及时找到替代供应商，公司将面临原材料供应不足的风险。

三、主要原材料价格波动的风险

公司产品的主要原材料为醋酸纤维素胶粒，占材料成本的 90%以上，其市场价格波动将对生产成本产生直接影响。上述主要原材料的市场价格主要受市场供求关系的影响。如果上述主要原材料的市场价格波动较大，将可能对公司的盈利能力产生较大影响。

四、税收优惠政策调整的风险

依据公司于 2016 年 11 月 21 日取得的深圳市科技创新委员会、深圳市财政委员会、深圳市国家税务局、深圳市地方税务局联合颁发的编号为 GR201644201130 的《高新技术企业证书》，以及公司于 2019 年 12 月 9 日取得的深圳市科技创新委员会、深圳市财政局及国家税务总局深圳市税务局联合颁发的高新技术企业证书（证书编号：GR201944203056），根据《中华人民共和国企业所得税法》及其实施条例关于高新技术企业的税收规定，公司 2016 年至 2018 年度、2019 年度至 2021 年度均适用 15%的企业所得税税率。该资质有效期满后，如果公司未能被继续认定为高新技术企业，或者国家对高新技术企业所得税优惠政策做出调整，将可能对公司的经营业绩产生一定程度的影响。

五、出口退税政策调整的风险

公司生产的醋酸纤维素板材部分用于出口。根据《财政部、国家税务总局关于进一步推进出口货物实行免抵退税办法的通知》（财税[2002]7 号）规定：“生产企业自营或委托外贸企业代理出口自产货物，除另有规定外，增值税一律实行免、抵、退税管理办法。”2016 年至 2018 年 10 月，公司出口产品适用 13%的增值税退税率。根据《关于调整部分产品出口退税率的通知》（财税[2018]123 号），自 2018 年 11 月起，公司出口产品适用 16%的增值税退税率。根据财政部、税务总局、海关总署 2019 年第 39 号公告，公司自 2019 年 7 月 1 日起，出口产品适用 13%的增值税退税率。如果国家对出口退税政策做出进一步调整，将可能对公司的经营业绩产生一定程度的影响。

六、汇率波动的风险

2017 年、2018 年、2019 年及 2020 年 1 至 6 月，公司产品出口销售金额分别为 271.82 万元、1,257.19 万元、1,339.29 万元和 442.02 万元，分别占当期主营业务收入的 2.06%、8.46%、8.66%和 11.47%。随着公司海外销售渠道的逐步拓展，产品出口销售规模将逐渐增加。如果汇率出现较大波动，将可能对公司的经营业绩产生一定程度的影响。

七、新冠病毒疫情影响公司经营业绩的风险

自 2020 年 1 月新冠病毒疫情逐渐向全国乃至全世界蔓延以来，我国及其他国家纷纷采取停工停产、暂缓或延迟复工的措施阻止新冠病毒疫情的持续蔓延，对以劳动密集型为特征的制造类企业影响较大，受到下游眼镜产品制造行业复工复产时间变化的影响，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。

八、实际控制人控制的风险

根据发行方案，本次发行后，公司实际控制人陈秋鹏、黄妙如将合计持有公司 4,772.60 万股的股份，占本次发行后股本总额的 67.476%，仍为本公司的实际控制人。若陈秋鹏、黄妙如利用其控制地位或影响力，通过行使投票权或其他方式对公司经营决策等方面进行控制或影响，可能对本公司及中小股东的利益产生不利影响。

九、公司规模快速扩张带来的管理风险

本次发行后，公司的资产规模将大幅增长，相应人员将得到快速扩充，使公司的组织架构和管理体系趋于复杂，经营决策和风险控制的难度增加，对公司市场开拓、生产管理及人员管理都提出了更高的要求。如果公司管理水平不能适应公司快速发展的需求，组织结构和管理模式未能随着公司的快速发展及时获得调整和完善，公司将可能面临因规模快速扩张带来的经营管理风险。

十、专业人才流失的风险

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

与专业技术人员出现大比例流失，将可能对公司经营产生不利影响。

十一、募集资金投资项目的风险

公司本次募集资金项目为“醋酸纤维素板材智能工厂建设项目”和“研发设计中心建设”，项目投资总额为 24,114.66 万元，本次发行股票募集资金将全部用于上述项目的实施。

上述募集资金投资项目的制定是在综合考虑当前政策环境、市场需求、行业趋势、技术发展方向、产品价格以及原材料供应等诸多相关因素，结合公司自身发展需求及特有经营模式的情况下合理做出。由于上述募集资金投资项目的实施需要一定时间，若本次发行股票的募集资金不能及时到位，或在上述项目实施过程中受到实际实施进度、市场环境变化、国家产业政策发生重大调整等不可预见因素的影响，致使项目预算投入及预期收益存在一定程度的不确定性，可能会对上述项目预期收益的实现产生直接影响。

十二、创新能力不足的风险

公司通过对色彩、图纹、结构的创新性设计与开发，生产富含时尚潮流元素的醋酸纤维素板材，主要应用于中高端板材眼镜的制造。其中，色彩创新、图纹创意，及其与时尚潮流元素的有效融合是公司持续保持产品创新及市场竞争力的核心驱动力，如果公司在产品创新方面不能保持良好稳定的发展态势，无法及时满足市场和客户的产品需求，或根据产品流行趋势进行前瞻性设计和开发，公司将可能面临因产品创新能力不足导致产品不被市场认可或被其他产品替代的风险。

十三、色彩配方及图纹创意被他人效仿的风险

公司目前所掌握的关键核心技术为色彩数据化管理系统，经过多年实践与经验的积累，公司的色彩数据化管理系统已拥有近 8 万种色彩配方，能够实现快速找色、精准配色，降低人工配色误差，缩短研发周期，提高生产效率。虽然公司产品的色彩配方及图纹创意均由公司自主设计开发并掌握，但出于技术保密的考虑，并未将其申请成专利，因此公司产品在色彩配方及图纹创意方面并不具备很

强的排他性，存在公司产品的色彩配方及图纹创意可能被他人效仿的风险。

十四、大额现金分红不可持续的风险

公司积极推进以现金方式分配股利，2017 年、2018 年及 2019 年公司现金分红的金额分别为 4,508.40 万元、3,447.60 万元和 2,652.00 万元。公司制定了上市后的现金分红政策，规定了差异化的现金分红比例。如果上市后公司有除募投项目之外的重大投资计划或重大现金支出等事项发生，公司现金分红比例可能无法维持上市前的水平。

第五节 发行人基本情况

一、发行人基本情况

1、中文名称：深圳市集美新材料股份有限公司

2、英文名称：Shenzhen Jimei New Material Co., Ltd.

3、注册资本：5,304 万元

4、法定代表人：陈秋鹏

5、有限责任公司成立日期：2006 年 1 月 17 日

6、整体变更设立股份有限公司日期：2015 年 10 月 15 日

7、住　　所：深圳市龙岗区横岗街道金源路 8－16 号 1 至 4 层

8、邮政编码：518115

9、电　　话：0755-28692111

10、传　　真：0755-89529222

11、互联网网址：http://www.jimei123.com

12、电子信箱：dongmi@jimei123.com

13、信息披露和投资者关系管理负责人：朱瑞倩 0755-28692111

二、发行人的设立情况

发行人系由集美有限以整体变更方式设立。

（一）集美有限的设立

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

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

集美有限设立时的股权结构如下：

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

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

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

（二）集美有限整体变更为股份有限公司

2015 年 9 月 5 日集美有限作出决定，同意集美有限各股东作为股份公司的发起人，以集美有限经审计的账面净资产额折股整体变更为股份有限公司，同时将公司名称变更为“深圳市集美新材料股份有限公司”。

根据北京兴华会计师事务所（特殊普通合伙）出具的[2015]京会兴审字第 10010253 号《审计报告》，集美有限截至 2015 年 7 月 31 日的净资产为 41,884,223.85 元。全体发起人一致同意以上述净资产按 1.021:1 的比例折合为股份公司股本 4,100 万股，每股面值 1 元，净资产扣除股本后的余额 884,223.85 元计入资本公积。

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

2015 年 9 月 18 日，集美新材召开创立大会暨第一次股东大会。

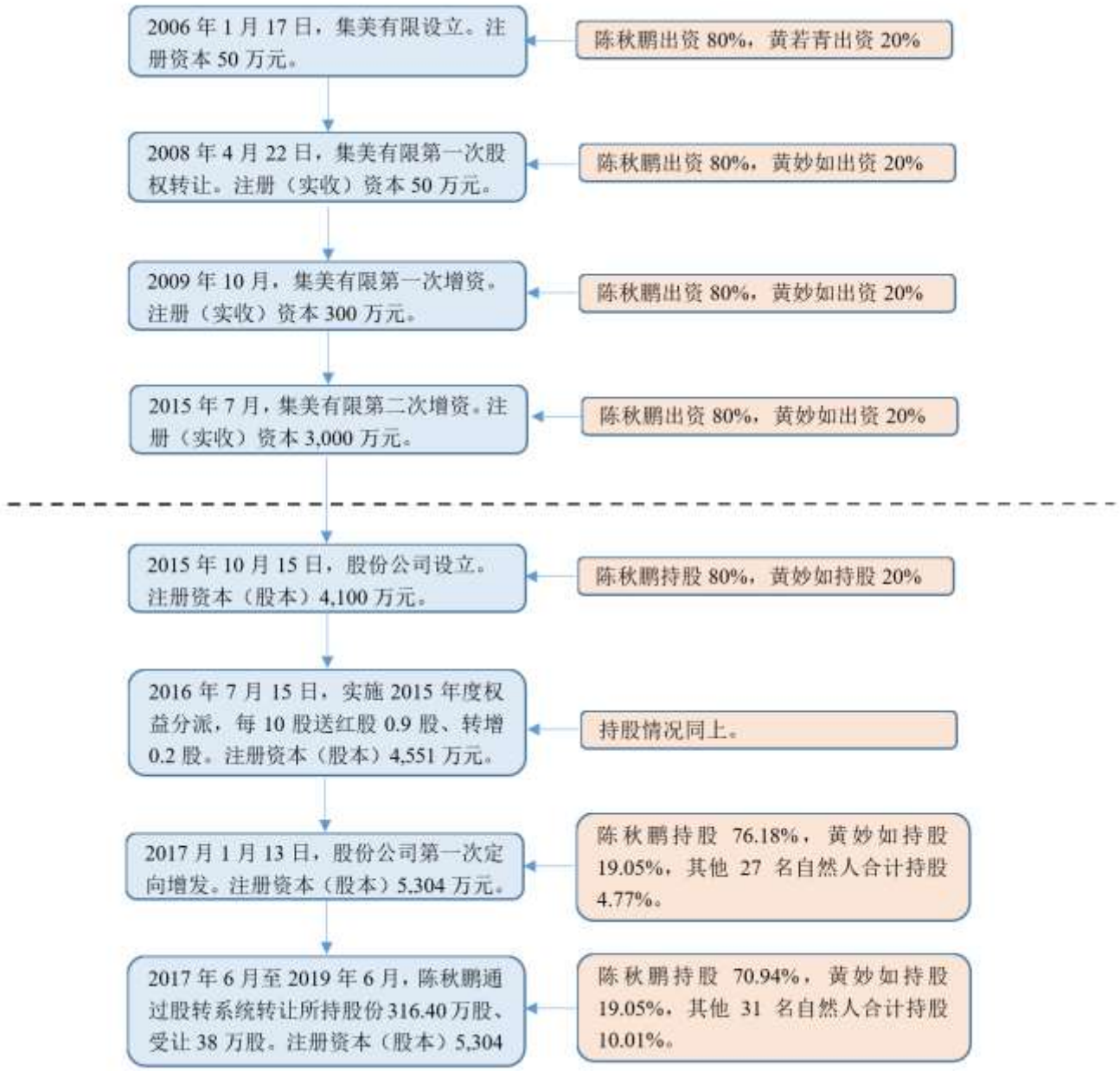
2015 年 10 月 15 日，深圳市市场监督管理局核发了变更后的《营业执照》，股份公司设立。

股份公司设立后的股本结构如下：

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

三、发行人的股本和股东变化情况

（一）公司股本形成及演变情况概览



（二）公司报告期外的股本及股东变化情况

1、2006 年 1 月集美有限设立

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

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

集美有限设立时的股权结构如下：

序号	股东名称	出资方式	出资额（万元）	出资比例（%）
1	陈秋鹏	货币资金	40.00	80.00

序号	股东名称	出资方式	出资额（万元）	出资比例（%）
2	黄若青	货币资金	10.00	20.00
合 计			50.00	100.00

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

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

2、2008 年 4 月，集美有限第一次股权转让

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

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

该次股权转让后有限的股本结构如下：

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

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

3、2009 年 10 月，集美有限第一次增资

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

该次增资完成前后，有限公司的股权结构如下：

序号	股东名称	增资前		实缴出资额（万元）	增资后	
		出资额（万元）	持股比例（%）		出资额（万元）	持股比例（%）
1	陈秋鹏	40.00	80.00	200.00	240.00	80.00

序号	股东名称	增资前		实缴出资额（万元）	增资后	
		出资额（万元）	持股比例（%）		出资额（万元）	持股比例（%）
2	黄妙如	10.00	20.00	50.00	60.00	20.00
合 计		50.00	100.00	250.00	300.00	100.00

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

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

4、2015 年 7 月，集美有限第二次增资

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

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

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

该次增资完成前后，有限公司的股权结构如下：

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

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

2015 年 7 月 14 日，深圳市市场监督管理局就上述变更事项予以核准。

5、2015 年 10 月集美有限整体变更为股份有限公司

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

根据北京兴华会计师事务所（特殊普通合伙）出具的[2015]京会审字第 10010253 号《审计报告》，集美有限截至 2015 年 7 月 31 日的净资产为 41,884,223.85 元。全体发起人一致同意以上述净资产按 1.021:1 的比例折合为股份公司股本 4,100 万股，每股面值 1 元，净资产扣除股本后的余额 884,223.85 元计入资本公积。

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

2015 年 9 月 18 日，集美新材召开创立大会暨第一次股东大会。

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

股份公司设立后的股本结构如下：

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

6、公司股份在股转系统挂牌

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

7、2016 年 7 月，权益分派

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

2016 年 7 月 15 日，公司完成了该次权益分派工商变更登记。

该次权益分派完成前后，股份公司的股权结构如下：

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

（三）报告期内公司股本和股东的变化情况

1、2017 年 1 月，定向增发

经 2016 年 8 月 15 日召开的公司 2016 年度第三次临时股东大会审议通过，公司决定增发新股。公司该次定向发行的发行对象为 29 名自然人，其中包括公司董事、监事和高级管理人员 11 人（含在册股东 2 人），公司核心员工 18 人。该次增发共发行股票 753 万股，全部以现金认购。发行价格为每股 1 元，均为普通股。具体认购情况如下：

序号	股东姓名	认购数量（股）	是否新增	投资者身份
1	陈秋鹏	4,000,000	原股东	董事长、总经理、董事会秘书
2	黄妙如	1,000,000	原股东	董事、副总经理
3	李冲平	250,000	新增投资者	董事
4	高春梅	220,000	新增投资者	董事
5	朱瑞倩	220,000	新增投资者	董事、财务负责人
6	杨楚珍	120,000	新增投资者	董事
7	曹维府	130,000	新增投资者	监事
8	邹玉婷	120,000	新增投资者	监事
9	周水平	80,000	新增投资者	监事
10	张　震	80,000	新增投资者	监事
11	陈宏兵	60,000	新增投资者	监事
12	吴鲜艳	100,000	新增投资者	核心员工
13	陈镇洲	110,000	新增投资者	核心员工
14	张记恩	100,000	新增投资者	核心员工
15	李志曼	100,000	新增投资者	核心员工

序号	股东姓名	认购数量（股）	是否新增	投资者身份
16	山　雄	100,000	新增投资者	核心员工
17	麻清娥	70,000	新增投资者	核心员工
18	肖寒莺	70,000	新增投资者	核心员工
19	朱　敏	40,000	新增投资者	核心员工
20	熊礼迁	70,000	新增投资者	核心员工
21	章胜春	70,000	新增投资者	核心员工
22	邹丽君	60,000	新增投资者	核心员工
23	陈帝其	60,000	新增投资者	核心员工
24	王壮波	110,000	新增投资者	核心员工
25	第五亚洲	60,000	新增投资者	核心员工
26	李和平	60,000	新增投资者	核心员工
27	蓝玉和	20,000	新增投资者	核心员工
28	陈树忍	20,000	新增投资者	核心员工
29	胡锦飞	30,000	新增投资者	核心员工
合计		7,530,000	—	—

上述核心员工的岗位职务及任职时间如下：

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

序号	股东姓名	认购数量（股）	岗位职务	任职时间
15	李和平	60,000	混料部班长	2010 年 7 月 5 日
16	蓝玉和	20,000	压板部班长	2013 年 1 月 8 日
17	陈树忍	20,000	压板部班长	2013 年 3 月 4 日
18	胡锦飞	30,000	技术部模具班长	2009 年 10 月 8 日

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

该次增资，系为增强公司凝聚力而实施的员工持股行为，不属于股权激励。

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

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

2016 年 10 月 21 日，北京兴华会计师事务所（特殊普通合伙）出具［2016］京会兴验字第 10010073 号《验资报告》，对出资情况进行了审验。

2017 年 1 月 13 日，公司完成了该次定向增发工商变更登记。

该次定向增发完成前后，股份公司的股权结构如下：

序号	股东姓名	增资前		新增股数（万股）	增资后	
		持股数（万股）	持股比例（%）		持股数（万股）	持股比例（%）
1	陈秋鹏	3,640.80	80.00	400.00	4,040.80	76.18
2	黄妙如	910.20	20.00	100.00	1,010.20	19.05

序号	股东姓名	增资前		新增股数（万股）	增资后	
		持股数（万股）	持股比例（%）		持股数（万股）	持股比例（%）
3	李冲平	—	—	25.00	25.00	0.47
4	高春梅	—	—	22.00	22.00	0.41
5	朱瑞倩	—	—	22.00	22.00	0.41
6	曹维府	—	—	13.00	13.00	0.25
7	杨楚珍	—	—	12.00	12.00	0.23
8	邹玉婷	—	—	12.00	12.00	0.23
9	陈镇洲	—	—	11.00	11.00	0.21
10	王壮波	—	—	11.00	11.00	0.21
11	吴鲜艳	—	—	10.00	10.00	0.19
12	张记恩	—	—	10.00	10.00	0.19
13	李志曼	—	—	10.00	10.00	0.19
14	山　雄	—	—	10.00	10.00	0.19
15	周水平	—	—	8.00	8.00	0.15
16	张　震	—	—	8.00	8.00	0.15
17	麻清娥	—	—	7.00	7.00	0.13
18	肖寒莺	—	—	7.00	7.00	0.13
19	熊礼迁	—	—	7.00	7.00	0.13
20	章胜春	—	—	7.00	7.00	0.13
21	陈宏兵	—	—	6.00	6.00	0.11
22	邹丽君	—	—	6.00	6.00	0.11
23	陈帝其	—	—	6.00	6.00	0.11
24	第五亚洲	—	—	6.00	6.00	0.11
25	李和平	—	—	6.00	6.00	0.11
26	朱　敏	—	—	4.00	4.00	0.08
27	胡锦飞	—	—	3.00	3.00	0.06
28	蓝玉和	—	—	2.00	2.00	0.04
29	陈树忍	—	—	2.00	2.00	0.04
合 计		4,551.00	100.00	753.00	5,304.00	100.00

2、2017 年 6 月至 2019 年 6 月，陈秋鹏通过股转系统转让及受让公司股份

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
2017/10/19	张丽波	陈秋鹏	300,000	2.00	
2017/11/03	陈秋鹏	胡锦飞	30,000	1.00	
2018/01/19	杨　静	陈秋鹏	1,000	1.31	盘中竞价交易
	陈秋鹏	李志曼	100,000	1.31	盘后协议转让
2018/03/29	林文山	陈秋鹏	1,000	2.02	盘中竞价交易
		陈秋鹏	1,350,000	2.02	盘后协议转让
	孟繁荣	陈秋鹏	100,000	2.02	
	陈小东	陈秋鹏	1,290,000	2.02	
2018/03/30	张玉仙	陈秋鹏	1,000	2.11	盘中竞价交易
	陈海生	陈秋鹏	100,000	2.11	盘后协议转让
2019/06/05	杨　静	陈秋鹏	1,000	3.22	盘中竞价交易
	陈秋鹏	李冲平	250,000	3.22	盘后协议转让

（1）陈秋鹏出让及受让股份的背景

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

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

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

（2）交易价格的形成情况

陈秋鹏出让予其朋友林文山、张丽波、孟繁荣、陈小东及陈海生的股权转让

价格的基础由转让双方协商确定。转让双方约定转让价格不低于 2.00 元/股，最终交易价格按转让当日盘中竞价形成的价格确定。因不同交易日盘中竞价交易形成的价格不同，造成各次转让最终实际交易价格存在小幅差异，该价格差异具有合理性。

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

（3）出让方及受让方中外部股东的基本情况

上述股权交易方中存在外部股东。

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

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

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

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

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

理有限公司总经理。

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

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

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

（4）是否涉及股份支付

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

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

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

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

综上，陈秋鹏转让股份予陈海生，不是以获取对方的服务为目的，转让价格公允，根据《企业会计准则第 11 号—股份支付》的规定，该股权转让不涉及股份支付。

（5）股份变动后的股权结构

上述股权变动后，公司的股本和股东持股情况如下：

序号	股东名称	所持股份数（万股）	持股比例（%）
1	陈秋鹏	3,762.40	70.935
2	黄妙如	1,010.20	19.046
3	林文山	137.10	2.585
4	陈小东	129.00	2.432
5	张丽波	30.00	0.566
6	高春梅	22.00	0.415
7	朱瑞倩	22.00	0.415
8	曹维府	13.00	0.245
9	杨楚珍	12.00	0.226
10	邹玉婷	12.00	0.226
11	陈镇洲	11.00	0.207
12	王壮波	11.00	0.207
13	吴鲜艳	10.00	0.189
14	张记恩	10.00	0.189
15	山　雄	10.00	0.189
16	孟繁荣	10.00	0.189
17	陈海生	10.00	0.189
18	周水平	8.00	0.151
19	张　震	8.00	0.151
20	麻清娥	7.00	0.132
21	肖寒莺	7.00	0.132
22	熊礼迁	7.00	0.132
23	章胜春	7.00	0.132
24	陈宏兵	6.00	0.113
25	邹丽君	6.00	0.113
26	陈帝其	6.00	0.113
27	第五亚洲	6.00	0.113
28	李和平	6.00	0.113
29	朱　敏	4.00	0.075
30	蓝玉和	2.00	0.038
31	陈树忍	2.00	0.038
32	杨　静	0.20	0.004
33	张玉仙	0.10	0.002

序号	股东名称	所持股份数（万股）	持股比例（%）
合　计		5,304.00	100.000

上述股权变动后，截至本招股说明书签署日，公司的股权结构及股东持股情况未发生变化。

四、发行人报告期内的重大资产重组情况

公司报告期内未发生过重大资产重组。

五、发行人在其他证券市场的挂牌情况

公司股份于 2016 年 4 月 5 日起，在股转系统挂牌公开转让，证券简称“集美新材”，证券代码 836312。

公司股份在股转系统挂牌公开转让期间，未受到过相关行政处罚。

截止本招股说明书签署日，公司股票仍在股转系统挂牌公开转让。

公司在股转系统挂牌期间披露的信息与本次发行文件披露的信息不存在差异。

六、公司历次股权转让、分红、整体变更等过程中涉及到的个人所得税缴纳情况

公司历次股权转让、分红、整体变更等过程涉及的个人所得税缴纳事项汇总表如下：

编号	应税事项	具体内容	缴纳情况
1	现金分红	2017 年 5 月，现金分红 265.20 万元	依相关政策暂免缴纳
		2017 年 9 月，现金分红 1,856.40 万元	
		2018 年 5 月，现金分红 2,652.00 万元	
		2019 年 5 月，现金分红 3,447.60 万元	
		2020 年 5 月，现金分红 2,652.00 万元	
2	整体变更	2015 年 9 月，注册资本增加到 4,100 万元	全部缴纳完毕
3	转增股本	2016 年 6 月，公积金转增股本，每 10 股转增 0.2 股	依相关政策暂免缴纳
4	股权转让	2017 年 6 月至 2019 年 6，陈秋鹏转让股份 316.4 万股	依相关政策暂免缴纳

1、公司股份于 2016 年 4 月 5 日起在股转系统挂牌公开转让。在挂牌之前，

公司无分配股利的情况；在挂牌之后，公司分配股利所涉及的个人所得税均由中国证券登记结算有限责任公司代扣，由本公司代缴。

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

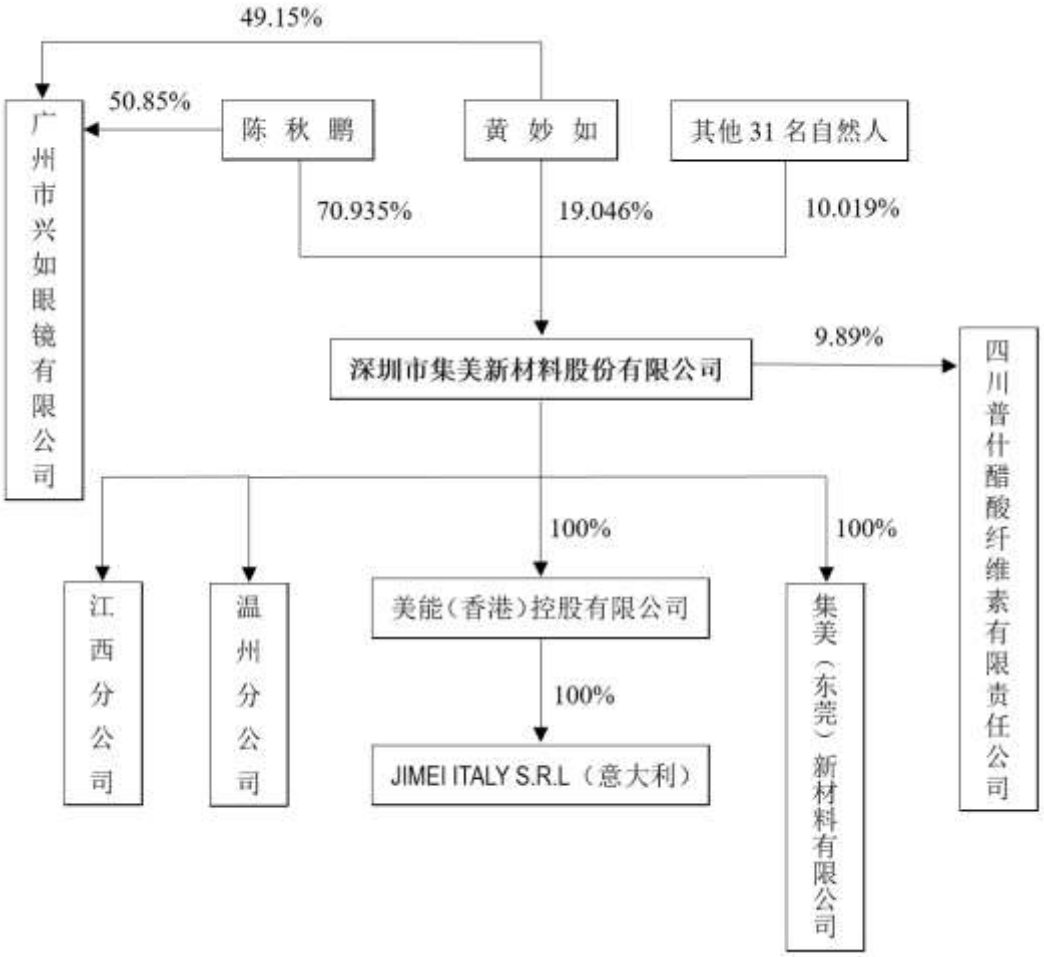
3、公司于 2016 年 6 月 8 日实施资本公积金转增股本，每 10 股转增 0.2 股。根据国家税务总局发布的《关于股权奖励和转增股本个人所得税征管问题的公告》（2015 年第 80 号）的规定，上市公司或在新三板挂牌的企业转增股本（不含以股票发行溢价形成的资本公积转增股本），按上市公司、新三板公司有关股息红利差别化政策执行。公司该次转增股本前无溢价增资行为，且该次转增股本的股东均持有公司的股份超过一年以上，符合财政部、国家税务总局、中国证监会联合发布的《关于继续实施全国中小企业股份转让系统挂牌公司股息红利差别化个人所得税政策的公告》（2019 年第 78 号）规定的暂免征收个人所得税的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

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

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

七、发行人的股权结构

截止本招股说明书签署日，发行人及其实际控制人控制的其他企业股权结构图如下：



八、发行人控股子公司及参股公司情况

（一）控股子公司情况

1、美能（香港）控股有限公司

控制关系	全资子公司	成立时间	2017 年 7 月 18 日
注册资本	10 万美元	实收资本	10 万美元
注册地址	香港九龙湾新蒲岗大有街 3 号万迪广场 19H		
主要生产经营地	香港九龙湾新蒲岗大有街 3 号万迪广场 19H		
主营业务	塑胶板材销售及进出口业务		
与发行人主营业务的关系	销售与发行人主营业务相同的产品		

股东构成	股东名称	持股比例	
	集美新材	100%	
主要财务数据（万元）	项　目	2020 年 6 月末/2020 年 1-6 月	2019 年末/2019 年
	总资产	63.22	62.62
	净资产	63.22	62.62
	净利润	-0.63	-2.02
	审计情况	已经审计	已经审计

2、JIMEI ITALY S.R.L.（意大利集美）

控制关系	全资子公司	成立时间	2018 年 6 月 14 日
注册资本	1 万欧元	实收资本	1 万欧元
注册地址	Belluno (BL) Via Masi Simonetti 48/A CAP 32100		
主要生产经营地	Belluno (BL) Via Masi Simonetti 48/A CAP 32100		
主营业务	醋酸纤维素板材的销售业务		
与发行人主营业务的关系	发行人主营产品的销售业务		
股东构成	股东名称	持股比例	
	美能公司	100%	
主要财务数据（万元）	项　目	2020 年 6 月末/2020 年 1-6 月	2019 年末/2019 年
	总资产	360.01	346.20
	净资产	12.43	34.52
	净利润	22.21	64.48
	审计情况	已经审计	已经审计

3、集美（东莞）新材料有限公司

控制关系	全资子公司	成立时间	2020 年 4 月 27 日
注册资本	500 万元	实收资本	0 元
注册地址	广东省东莞市桥头镇桥头中兴路 223 号之一1 号楼 303 室		
主营业务	醋酸纤维素板材的研发生产		
与发行人主营业务的关系	发行人本次发行募集资金运用项目实施主体，目前未开展经营业务。		
股东构成	股东名称		持股比例
	深圳市集美新材料股份有限公司		100%

（二）参股公司基本情况

公司的参股公司为四川普什醋酸纤维素有限责任公司，其基本情况如下：

控制关系	参股公司	成立时间	2007 年 8 月 9 日
注册资本	20,000 万元	实收资本	20,000 万元
注册地址	四川省宜宾市长宁县长宁镇曙光村 9 社		
主要生产经营地	四川省宜宾市长宁县长宁镇曙光村 9 社		
主营业务	多种醋酸纤维素及醋酸酐产品的生产和销售业务		
与发行人主营业务的关系	发行人主营产品的主要原材料供应商		
股东构成	股东名称		持股比例（%）
	四川省宜宾普什集团有限公司		67.00
	深圳市前海清源实业投资有限公司		12.02
	深圳市集美新材料股份有限公司		9.89
	蔡志锋		8.19
	都　丽		2.90
	合　计		100.00
主要财务数据（万元）	项　目	2020 年 6 月末/2020 年 1-6 月	2019 年末/2019 年
	总资产	140,895.64	132,674.89
	净资产	-12,129.76	-12,129.78
	净利润	0.40	-15,759.17
	审计情况	未经审计	经四川华强会计师事务所审计

九、持有发行人 5%以上股份的主要股东及实际控制人的基本情况

（一）持有发行人 5%以上股份的主要股东及实际控制人的基本情况

持有发行人 5%以上股份的股东及实际控制人为陈秋鹏、黄妙如夫妇。本次发行前，陈秋鹏、黄妙如分别直接持有公司 70.94%和 19.05%的股份，合计持有公司 89.99%的股份。

陈秋鹏先生为中国国籍，无境外永久居留权，身份证号码为 4405251971********，

住所为广东省珠海市香洲区拱北粤华路****。

黄妙如女士为中国国籍，无境外永久居留权，身份证号码为 4405271973********，住所为广东省深圳市龙岗区爱南路 662 号星河时代花园 A2 区****。

（二）控股股东和实际控制人直接或间接持有发行人的股份是否存在质押或其他有争议的情况

截至本招股说明书签署日，公司控股股东、实际控制人持有发行人的股份不存在质押、冻结或其他有争议的情况。

十、发行人股本情况

（一）本次拟发行股份数量及本次发行前后公司股本结构

1、公司本次拟发行股份数量

公司本次拟公开发行 1,769 万股人民币普通股，不涉及原股东公开发售股份。

2、本次发行前后公司股本结构

公司本次发行前总股本 5,304 万股，本次拟公开发行 1,769 万股，发行后总股本为 7,073 万股；本次拟发行新股股数占发行后总股本的比例为 25.01%。

3、本次发行前后公司股东持股数量及比例变化情况

序号	股东名称	本次发行前		本次发行后	
		持股数（万股）	持股比例（%）	持股数（万股）	持股比例（%）
1	陈秋鹏	3,762.40	70.935	3,762.40	53.194
2	黄妙如	1,010.20	19.046	1,010.20	14.282
3	林文山	137.10	2.585	137.10	1.938
4	陈小东	129.00	2.432	129.00	1.824
5	张丽波	30.00	0.566	30.00	0.424
6	高春梅	22.00	0.415	22.00	0.311
7	朱瑞倩	22.00	0.415	22.00	0.311
8	曹维府	13.00	0.245	13.00	0.184
9	杨楚珍	12.00	0.226	12.00	0.170
10	邹玉婷	12.00	0.226	12.00	0.170
11	陈镇洲	11.00	0.207	11.00	0.156

序号	股东名称	本次发行前		本次发行后	
		持股数（万股）	持股比例（%）	持股数（万股）	持股比例（%）
12	王壮波	11.00	0.207	11.00	0.156
13	吴鲜艳	10.00	0.189	10.00	0.141
14	张记恩	10.00	0.189	10.00	0.141
15	山　雄	10.00	0.189	10.00	0.141
16	孟繁荣	10.00	0.189	10.00	0.141
17	陈海生	10.00	0.189	10.00	0.141
18	周水平	8.00	0.151	8.00	0.113
19	张　震	8.00	0.151	8.00	0.113
20	麻清娥	7.00	0.132	7.00	0.099
21	肖寒莺	7.00	0.132	7.00	0.099
22	熊礼迁	7.00	0.132	7.00	0.099
23	章胜春	7.00	0.132	7.00	0.099
24	陈宏兵	6.00	0.113	6.00	0.085
25	邹丽君	6.00	0.113	6.00	0.085
26	陈帝其	6.00	0.113	6.00	0.085
27	第五亚洲	6.00	0.113	6.00	0.085
28	李和平	6.00	0.113	6.00	0.085
29	朱　敏	4.00	0.075	4.00	0.057
30	蓝玉和	2.00	0.038	2.00	0.028
31	陈树忍	2.00	0.038	2.00	0.028
32	杨　静	0.20	0.004	0.20	0.003
33	张玉仙	0.10	0.002	0.10	0.001
34	社会公众	—	—	1,769.00	25.011
合 计		5,304.00	100.00	7,073.00	100.00

（二）本次发行前的前 10 名股东及其在发行人处担任的职务

截止本招股说明书签署日，公司前 10 名股东均为自然人股东，其持股数量、持股比例及在发行人处任职情况如下：

序号	股东姓名	持股数量（万股）	持股比例（%）	在公司任职情况
1	陈秋鹏	3,762.40	70.935	董事长、总经理
2	黄妙如	1,010.20	19.046	—

序号	股东姓名	持股数量（万股）	持股比例（%）	在公司任职情况
3	林文山	137.10	2.585	—
4	陈小东	129.00	2.432	—
5	张丽波	30.00	0.566	—
6	高春梅	22.00	0.415	董事、销售总监
7	朱瑞倩	22.00	0.415	董事、董事会秘书、财务总监
8	曹维府	13.00	0.245	监事会主席、技术部经理
9	杨楚珍	12.00	0.226	销售经理
10	邹玉婷	12.00	0.226	监事、开发部经理

（三）发行人国有股份或外资股份的情况

发行人本次发行前不存在国有股份和外资股份。

（四）近一年新增股东情况

2019 年 1 月 1 日至本招股书签署日，发行人无新增股东的情况。

（五）本次发行前各股东之间关联关系

本次发行前，公司股东陈秋鹏与黄妙如为夫妻关系，杨楚珍与陈镇洲为夫妻关系。本次发行前，陈秋鹏、黄妙如、杨楚珍、陈镇洲分别直接持有公司 70.935%、19.046%、0.226%、0.207%的股份。

除此之外，公司股东之间不存在关联关系。

十一、发行人董事、监事、高级管理人员及其他核心人员情况

截止本招股说明书签署日，公司核心技术人员均任公司董事或监事，公司除董事、监事、高级管理人员以外，无其他核心人员。本招股说明书本节本条以下内容均不含其他核心人员情况。

（一）董事、监事、高级管理人员简介

公司共有董事 5 名、监事 3 名、高级管理人员 3 名，上述人员的简要情况如下：

1、董事

姓　名	职　务	提名人	本届任职期间
陈秋鹏	董事长	控股股东	2018 年 09 月 18 日至 2021 年 09 月 17 日
朱瑞倩	董　事	控股股东	2018 年 09 月 18 日至 2021 年 09 月 17 日
高春梅	董　事	控股股东	2018 年 09 月 18 日至 2021 年 09 月 17 日
巩启春	独立董事	董事会	2018 年 09 月 18 日至 2021 年 09 月 17 日
廖鹊鸣	独立董事	董事会	2019 年 10 月 10 日至 2021 年 09 月 17 日

本届董事任期三年，上述董事的简历如下：

陈秋鹏先生，1971 年出生，中国国籍，无境外永久居留权，高中学历。2002 年 11 月至今，任兴如眼镜执行董事；2006 年 1 月至 2015 年 9 月，任集美有限执行董事、经理；2015 年 9 月起至 2016 年 11 月，任集美新材董事长、总经理、董事会秘书；2016 年 11 月至今，任集美新材董事长、总经理。

朱瑞倩女士，1974 年出生，中国国籍，无境外永久居留权，大专学历，ICPA（国际注册会计师）。1999 年 3 月至 2004 年 6 月，任职于忠礼塑胶（深圳）有限公司；2004 年 6 月至 2012 年 1 月，任港华鸿记实业（深圳）有限公司财务主任；2012 年 2 月至 2015 年 9 月，任集美有限财务负责人；2015 年 9 月至今，历任集美新材董事、财务总监、董事会秘书。

高春梅女士，1977 年出生，中国国籍，无境外永久居留权，本科学历。1998 年 7 月至 1999 年 5 月，任《中国证券大全》编委会编辑；1999 年 6 月至 2003 年 3 月，任深圳市金帝食品有限公司销售部市场推广主管；2003 年 4 月至 2008 年 7 月，任华意胶板销售部区域市场主管；2009 年 7 月至 2015 年 9 月，任集美有限销售经理；2015 年 9 月至今，任集美新材董事、销售总监。

巩启春先生，1972 年出生，中国国籍，无境外永久居留权，本科学历，注册会计师、注册税务师。巩启春先生先后任职于中冶第 17 冶金建设集团、深圳同人会计师事务所、深圳鹏城会计师事务所有限公司、中汇会计师事务所（特殊普通合伙）、中审众环会计师事务所（特殊普通合伙），现任中审众环会计师事务所（特殊普通合伙）执业会计师、合伙人；2018 年 9 月至今，任集美新材独立董事。

廖鹊鸣先生，1966 年出生，中国国籍，无境外永久居留权，本科学历。1995 年 2 月至 2003 年 8 月，执业于广东海印律师事务所；2003 年 9 月至今，任广东海云天律师事务所执业律师、创始合伙人；先后任广州市南沙区第一届政协委员、第二届政协常委、第三届政协常委、清远仲裁委员会仲裁员、广州市律师协会行

政法委员会委员、广州市南沙区人民法院司法监督员、广州铁路中级法院、广州市司法局律师调解工作室调解律师；2019 年 8 月至今，任集美新材独立董事。

2、监事

姓　名	职　务	提名人	本届任职期间
曹维府	监事会主席	控股股东	2018 年 09 月 18 日至 2021 年 09 月 17 日
邹玉婷	监　事	控股股东	2018 年 09 月 18 日至 2021 年 09 月 17 日
张　震	职工监事	职工代表大会	2018 年 09 月 18 日至 2021 年 09 月 17 日

本届监事任期三年，上述监事的简历如下：

曹维府先生，1970 年出生，中国国籍，无境外永久居留权，本科学历。1992 年 9 月至 1997 年 5 月，任职于山西普天电缆厂研究所；1997 年 5 月至 2006 年 1 月，任华意胶板有限公司设备部主管、生产部主管；2006 年 1 月至 2012 年 9 月，任深圳大运中心管理有限公司设备运行保障部主管；2012 年 9 月至 2015 年 9 月，任集美有限技术部主管；2015 年 9 月至今，任集美新材监事会主席、技术部经理。

张震先生，1979 年出生，中国国籍，无境外永久居留权，大专学历。2002 年 3 月至 2003 年 5 月，任江门人人乐购物营管部营管员；2004 年 11 月至 2005 年 5 月，任梅州市鼎好珠宝有限公司电脑机械部技术管理；2005 年 6 月至 2006 年 11 月，任深圳市方中天电脑公司培训讲师；2006 年 12 月至 2015 年 9 月，任集美有限电脑部主管；2015 年 9 月至今，任集美新材监事、IT 部经理。

邹玉婷女士，1986 年出生，中国国籍，无境外永久居留权，大专学历。2006 年 10 月至 2011 年 10 月，任华意胶板有限公司翻译兼产品开发；2011 年 11 月至 2012 年 11 月，任中山德利塑胶挤压有限公司产品开发主管；2013 年 5 月至 2015 年 9 月，任集美有限开发部主管；2015 年 9 月至今，任集美新材监事、开发部经理。

3、高级管理人员

姓　名	职　务	任职期间
陈秋鹏	总经理	2018 年 09 月 18 日至 2021 年 09 月 17 日
伍丽梅	副总经理	2018 年 04 月 24 日至 2021 年 09 月 17 日
朱瑞倩	财务总监、董事会秘书	2018 年 09 月 18 日至 2021 年 09 月 17 日

上述高级管理人员的简历如下：

陈秋鹏先生，请参见本节“十、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员情况”之“（一）董事、监事及高级管理人员简介”之“1、董事”中的相关内容。

伍丽梅女士，1977 年出生，中国国籍，无境外永久居留权，大专学历。2004 年 11 月至 2007 年 3 月，任东莞市堡盛威塑胶五金制品有限公司生产经理；2007 年 4 月至 2011 年 2 月，任东莞市堡威塑胶五金工模有限公司副总经理；2011 年 3 月至 2014 年 12 月，任东莞堡盛威塑胶五金制品有限公司副总经理；2015 年 3 月至 2017 年 2 月任东莞高更盛五金制品有限公司董事长助理；2017 年 5 月至 2018 年 3 月任集美新材总经理助理；2018 年 4 月至今，任集美新材副总经理。

朱瑞倩女士，请参见本节“十、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员情况”之“（一）董事、监事及高级管理人员简介”之“1、董事”中的相关内容。

（二）董事、监事及高级管理人员的兼职情况

截至本招股说明书签署日，公司董事、监事及高级管理人员兼职情况如下表所示：

姓　名	发行人任职	兼职单位	与发行人关联关系	兼职单位职务
陈秋鹏	董事长、总经理	广州市兴如眼镜有限公司	控股股东控股的企业	执行董事
巩启春	独立董事	中审众环会计师事务所	无关联	执业会计师
		深圳市仙迪化妆品股份有限公司	无关联	独立董事
廖鹊鸣	独立董事	广东海云天律师事务所	无关联	执业律师
朱瑞倩	董事	四川普什醋酸纤维素有限责任公司	发行人参股公司	董事

截至本招股说明书签署日，除上述兼职情况外，公司其他董事、监事及高级管理人员均未在其他单位兼职。

（三）董事、监事及高级管理人员相互之间的亲属关系

公司董事、监事及高级管理人员之间不存在亲属关系。

（四）董事、监事及高级管理人员与公司签订的协议、所作承诺及履行情况

截至本招股说明书签署日，公司与董事（除独立董事外）、监事及高级管理

人员签署了《劳动合同》。公司与独立董事签署了《劳务合同》。除前述合同或协议外，公司董事、监事及高级管理人员未与公司签订其他协议。

截至本招股说明书签署日，公司与董事、监事及高级管理人员签订的协议履行良好，未出现不履行有关协议的情形。

（五）发行人董事、监事及高级管理人员近两年的变动情况及其原因

1、董事变动情况

2018 年 9 月 18 日，公司董事会换届。为实行独立董事制度，2018 年 9 月 18 日，公司召开 2018 年第二次临时股东大会，聘任巩启春、仇智坚为公司独立董事，黄妙如、杨楚珍、李冲平不再担任公司董事职务。

2019 年 10 月 10 日，公司召开 2019 年第二次临时股东大会，聘任廖鹊鸣为公司独立董事，仇智坚因个人原因，不再担任公司独立董事职务。

2、监事变动情况

2018 年 9 月 18 日，公司监事会换届。根据股东推荐选举曹维府、邹玉婷为监事，与职工代表大会选举产生的监事张震一起组成第二届监事会。

3、高级管理人员变动情况

公司原董事、副总经理黄妙如系公司董事长、总经理陈秋鹏的配偶。为进一步完善公司治理结构，2018 年 4 月 24 日，公司召开第一届董事会第二十一次会议，聘任伍丽梅为公司副总经理，黄妙如不再担任公司副总经理。

4、近两年内公司董事、监事及高级管理人员的变动对公司的影响

近两年内，发行人为完善公司治理结构及满足上市规则需要，调整了 3 名董事，同时调整了一名高级管理人员（三名被调整的董事之一）。新聘任的董事为独立董事；新聘任的副总经理为公司原总经理助理。离任的董事，除公司实际控制人之一黄妙如外，仍在公司担任重要管理职务。上述董事、高级管理人员的变动对发行人的生产经营不会产生重大不利影响，不构成重大变动。

（六）董事、监事及高级管理人员的对外投资情况

截至本招股说明书签署日，公司董事长、总经理的对外投资情况如下：

序号	被投资公司名称	注册资本（万元）	出资比例（%）
1	广州市兴如眼镜有限公司	118.00	50.85
2	上海闵江实业有限公司	5,000.00	25.00

截至本招股说明书签署日，公司独立董事廖鹊鸣的对外投资情况如下：

序号	被投资企业（机构）名称	注册资本（万元）	出资比例（%）
1	广东海云天律师事务所	—	合伙人
2	广州市奕胜咨询服务有限公司	100.00	15.00

公司董事、监事及高级管理人员的上述对外投资与发行人不存在利益冲突。

截至本招股说明书签署日，除持有本公司股份及上述情况外，公司董事、监事及高级管理人员不存在其他对外投资情况。

（七）董事、监事、高级管理人员及其近亲属的持股情况

1、持有公司股份情况

截至本招股说明书签署日，公司董事、监事、高级管理人员及其近亲属直接持有发行人股份的情况如下：

序号	姓　名	职务/亲属关系	股份数量（股）	股权比例（%）
1	陈秋鹏	董事长、总经理	37,624,000	70.9351
2	黄妙如	陈秋鹏配偶	10,102,000	19.0460
3	高春梅	董事	220,000	0.4148
4	朱瑞倩	董事、董事会秘书、财务总监	220,000	0.4148
5	曹维府	监事会主席	130,000	0.2451
6	邹玉婷	监事	120,000	0.2262
7	张　震	职工监事	80,000	0.1508

除上述情况外，公司董事、监事、高级管理人员及其近亲属不存在其他直接或间接持有发行人股份的情况。

2、公司董事、监事、高级管理人员及其近亲属所持股份的质押或冻结情况

截至本招股说明书签署日，公司董事、监事、高级管理人员及其近亲属所持有的公司股份不存在质押或冻结的情况，亦不存在诉讼纠纷的情形。

（八）董事、监事及高级管理人员的薪酬情况

1、公司董事、监事及高级管理人员在本公司领薪情况

发行人董事（不含独立董事）、监事及高级管理人员的薪酬由基本工资、绩效工资组成；独立董事在公司只领取独立董事津贴，标准为每人每年 6 万元（税前）。公司董事、监事、高级管理人员的薪酬标准由董事会及监事会依据公司的薪酬制度审议评定，最后经公司股东大会审议通过。

在本公司领取薪酬的董事（不含独立董事）、监事、高级管理人员，除依法享有的养老保险、医疗保险、失业保险、工伤保险、生育保险和住房公积金外，不存在其他特殊的福利待遇和退休金计划。

最近三年，公司董事、监事及高级管理人员的薪酬总额及占利润总额比例情况如下：

年度	2019 年	2018 年	2017 年
薪酬总额（万元）	257.16	296.07	194.65
利润总额（万元）	4,782.56	3,581.60	4,043.56
占 比（%）	5.38	8.27	4.81

2、最近一年在发行人及其关联公司领取收入的情况

2019 年度，公司董事、监事及高级管理人员在发行人领取薪酬（税前）情况如下：

序号	姓 名	职 务	薪酬或津贴（万元）
1	陈秋鹏	董事长、总经理	67.74
2	朱瑞倩	董事、财务总监、董事会秘书	34.95
3	高春梅	董事	39.17
4	巩启春	独立董事	6.00
5	廖鹊鸣	独立董事	1.75
6	曹维府	监事会主席	21.15
7	邹玉婷	监事	25.28
8	张 震	监事	12.64
9	伍丽梅	副总经理	44.23
10	仇智坚	独立董事（2019 年 10 月离任）	4.25
合 计			257.16

2019 年，公司董事、监事及高级管理人员无在发行人关联企业领取收入的情况；除以上薪酬安排外，上述人员无退休金计划和其它福利待遇。

（九）本次公开发行申报前已经制定或实施的股权激励及相关安排

发行人本次公开发行申报前无已经制定或实施的股权激励及相关安排。

十二、发行人员工及社会保障情况

（一）员工情况

1、公司近三年一期员工人数（含子公司）及变化情况如下：

期间	2020 年 6 月末	2019 年末	2018 年末	2017 年末
员工人数（名）	209	265	270	258

截止 2020 年 6 月 30 日，公司员工共 209 名，专业结构如下：

构成分类	分类项目	人数（名）	占总人数比例（%）
专业结构	生产人员	120	57.42
	管理人员	31	14.83
	销售人员	35	16.75
	研发人员	23	11.00
	合 计	209	100.00

2、公司员工流动情况

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

3、公司员工人数与业务规模匹配情况

报告期内公司员工人数与业务规模的变动情况如下：

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

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

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

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

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

4、公司员工的年龄构成及学历构成情况

报告期内，公司员工的年龄构成如下：

单位：名

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

报告期内，公司员工的学历构成如下：

单位：名

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

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

5、公司劳务派遣或劳务外包情况

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

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

（二）发行人执行社会保障制度、住房公积金制度情况

依据《中华人民共和国劳动法》和地方相关法规、规范性文件，公司实行劳动合同制。公司已根据国家和地方政府的有关规定，为符合条件的员工办理了包括养老保险、医疗保险、失业保险、工伤保险以及生育保险在内的各项社会保险以及住房公积金，并缴纳了相关社会保险费用和住房公积金费用。

1、缴纳社保及公积金具体情况

报告期内，公司员工缴纳各项社会保险的具体情况如下：

单位：名

项目（2020 年 6 月末）	在册员工人数	缴纳人数	未缴纳人数
养老保险	209	173	36
失业保险	209	209	0
工伤保险	209	209	0
生育保险	209	209	0
医疗保险	209	209	0

单位：名

项目（2019 年末）	在册员工人数	缴纳人数	未缴纳人数
养老保险	265	191	74
失业保险	265	261	4
工伤保险	265	261	4
生育保险	265	261	4
医疗保险	265	261	4

单位：名

项目（2018 年末）	在册员工人数	缴纳人数	未缴纳人数
养老保险	270	192	87
失业保险	270	270	0
工伤保险	270	270	0
生育保险	270	270	0
医疗保险	270	270	0

单位：名

项目（2017 年末）	在册员工人数	缴纳人数	未缴纳人数
养老保险	258	150	108
失业保险	258	258	0
工伤保险	258	258	0
生育保险	258	258	0
医疗保险	258	258	0

报告期内，发行人部分员工未缴纳养老保险，该部分员工为非城镇户口，均已在各自户籍地办理了城乡居民基本养老保险；截止 2020 年 6 月，公司有 36 名员工未缴纳养老保险，该部分员工为非城镇户口，均已在各自户籍地办理了城乡居民基本养老保险。

报告期内，公司员工缴纳住房公积金的具体情况如下：

单位：名

年份	在册员工人数	缴纳人数	未缴纳人数
2020 年 6 月末	209	208	1
2019 年末	265	21	244
2018 年末	270	20	250
2017 年末	258	5	253

2017 年、2018 年及 2019 年，公司大部分员工未缴纳住房公积金，该部分员工为非深圳籍城镇户口，公司已为该部分员工提供了免费住宿。

自 2020 年 2 月起，公司已为符合缴纳条件的全部员工缴纳了住房公积金，未缴纳的 1 名员工为公司意大利子公司聘用的外籍员工。

2、守法合规情况

报告期内公司及其分支机构的员工社保、住房公积金的缴纳基数均高于公司及其分支机构所在地的最低缴纳基数，公司及其分支机构不存在因违反社会保险、住房公积金相关的法律、法规或者规章而受到行政处罚的情形。

3、部分员工未缴纳社会保险及住房公积金对持续经营的影响

报告期内，公司如给全体员工缴纳社会保险及住房公积金，其对报告期公司净利润的影响均不超过 3%，影响较小。

公司控股股东、实际控制人已作出承诺：“在公司首次公开发行股票并上市前，公司及其子公司如因未及时、足额为其员工缴纳社会保险、住房公积金，而被社会保险主管部门或者其他主管部门要求补缴社会保险、住房公积金的，或因此受到处罚或被任何利益相关方以任何方式提出权利要求时，本人将无条件全额承担公司应补缴的全部社会保险费、住房公积金及处罚款项，并全额承担利益相关方提出的赔偿、补偿款项，以及由上述事项产生的应由公司负担的其他所有相关费用，保证公司不会因此而受到损失，且放弃向公司要求追偿的任何权利。”

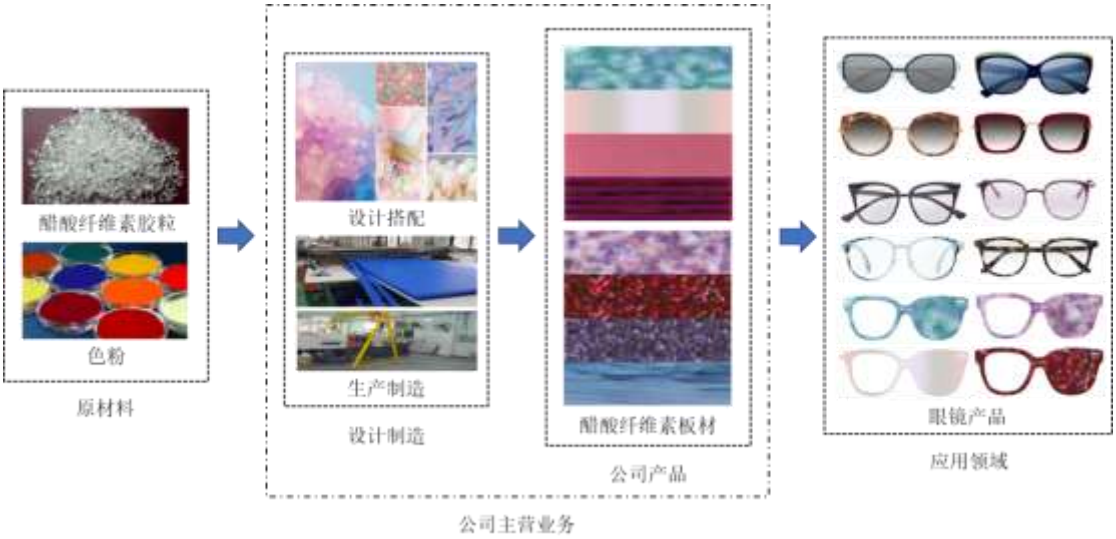
综上，公司部分员工未缴纳社会保险及住房公积金对公司的持续经营不会产生不利影响。

第六节 业务与技术

一、公司主营业务、主要产品及变化情况

（一）公司主营业务

公司是专业从事醋酸纤维素板材设计开发、生产及销售的高新技术企业。公司通过对色彩、图纹、结构的创新设计与开发，生产富含时尚潮流元素的醋酸纤维素板材，应用于中高端板材眼镜架的制造。



经过多年的发展，公司打造了一支经验丰富、专业高效的研发设计和生产队伍。公司以眼镜产业的快速发展为依托，以醋酸纤维素板材为载体，融合行业最新流行趋势和时尚元素为客户提供流行度高、时尚性强、色彩新颖、结构多样的高品质镜架板材。

公司凭借优异的开发设计能力、丰富多彩的产品颜色、新颖时尚的图纹创意、多样变换的产品结构、稳定可靠的产品质量及良好的企业形象，与 Luxottica、Safilo、雅视光学、新兴光学、华清眼镜等众多国内外知名眼镜制造厂商建立了长期稳定的合作关系，其中 Luxottica 系全球最大的眼镜生产、批发和零售商，公司是其在华独资企业——陆逊梯卡华宏（东莞）眼镜有限公司最大的内资板材供应商。上述客户拥有 Ray-Ban、Oakley、Burberry 和 Gucci 等众多国际一线眼镜品牌或品牌授权。公司是国内眼镜板材行业的领先企业。

依据本公司报告期第一大客户，也是全球最大的眼镜生产、批发和零售商陆逊梯卡在国内独资设立的生产企业东莞华宏向本公司出具的有关醋酸纤维素板

材采购情况的答复，本公司系其最大的内资板材供应商，占其年板材采购量的 20%以上。另据浙江省眼镜行业协会公众号“眼镜基地”于 2019 年 8 月 28 日刊载的《中国眼镜胶板业突飞猛进，超越全球胶板市场半壁江山》报导，公司产品年销量在国内眼镜板材行业中排名居前。因此，本公司是国内眼镜板材行业的领先企业。

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

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

序号	客户 LOGO	客户简称	客户简介
8	SANSHAN	三杉光学	专业从事光学及太阳眼镜设计、开发、制造和销售的大型民营企业，大部分产品远销美国、澳大利亚、欧洲和亚洲等海外市场，公司与诸多知名品牌合作。
9	G&D	巨龙光学	专业生产高档光学镜架、太阳镜架的中国/意大利合资企业。公司拥有长期为国际品牌提供 ODM 和 OEM 生产的经验；产品远销欧美。

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

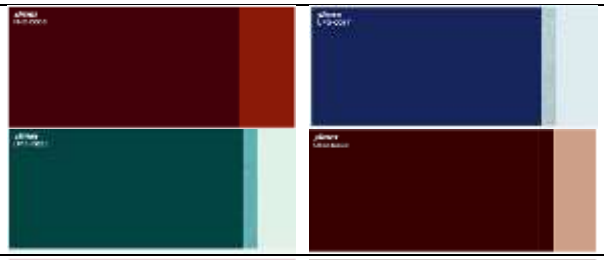
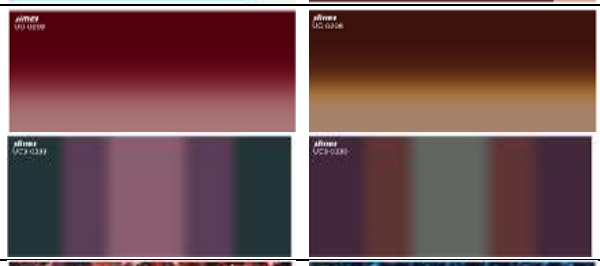
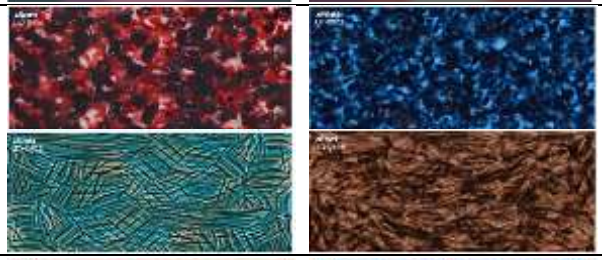
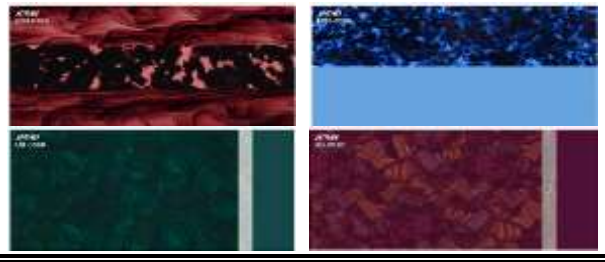
按产品价格区分	平均销售价格（元/公斤）	2019 年度		2018 年度		2017 年度		同类产品价格（元/公斤）
		销售金额（万元）	占比（%）	销售金额（万元）	占比（%）	销售金额（万元）	占比（%）	
高端产品	116.52	7,651.70	49.48	7,159.53	48.17	6,280.44	47.53	100.00 及以上
中端产品	79.04	4,842.70	31.32	4,895.22	32.94	4,814.07	36.44	60.00～100.00
低端产品	49.22	2,969.70	19.20	2,806.99	18.89	2,117.84	16.03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

（二）公司主要产品及用途

公司主要产品为醋酸纤维素板材系列产品，是制作眼镜（光学镜/太阳镜等）镜架的重要材料，并可应用于时尚饰品、汽车内饰、高端工艺品等其他领域。目前，公司已形成挤板系列和压板系列两大类产品，涵盖挤出单色类、挤出绞花类、挤出层板类、挤出渐变类、压板碎花类和压板拼板类六个细分品类，包含单色、多层色、渐进色、玳瑁色、绞花料、打印料、碎花料、高清料、拼板等色彩种类繁多、图纹创意新颖、结构丰富多样、富含时尚潮流元素的产品系列，可向客户提供近 8 万种产品色彩方案和图纹的定制开发与生产服务。

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

公司主要产品				
产品类型		图示	产品特点	用途
挤板系列	挤板单色类		1、经调色、混料、抽粒、挤出等工序后制成； 2、可通过色粉的变换，调制出实色、浊色、透色、珠光等不同质感的颜色效果； 3、色彩感丰富、质感好和易加工等特点。	中高端太阳镜、老花镜和光学镜架的制造

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

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

产品类型		平均单位营业成本（元/公斤）			
		2020 年 1～6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
挤板系列	挤板绞花类	49.25	45.80	40.61	43.75
	挤板渐变类	46.33	44.51	42.40	46.37
	挤板单色类	31.39	30.87	33.79	41.16

产品类型		平均单位营业成本（元/公斤）			
		2020 年 1～6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
	挤板层板类	41.58	40.13	39.78	44.29
	综合营业成本	38.21	37.10	37.39	43.00
压板系列	压板碎花类	51.67	50.79	59.85	60.69
	压板拼板类	65.55	61.75	55.86	55.82
	综合营业成本	55.69	54.24	58.50	59.13

（三）报告期公司主营业务收入构成情况

1、按应用领域分类

报告期内，公司主营业务按产品类别划分如下：

产品	2020 年 1～6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额（万元）	占主营业务收入的比例（%）	金额（万元）	占主营业务收入的比例（%）	金额（万元）	占主营业务收入的比例（%）	金额（万元）	占主营业务收入的比例（%）
挤板系列	2,135.03	55.39	8,266.56	53.46	7,732.71	52.03	7,086.68	53.64
压板系列	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

2、销售按区域分类

（1）报告期内，公司主营业务按境内销售区域划分如下：

区域	2020 年 1～6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额（万元）	占主营业务收入的比例（%）	金额（万元）	占主营业务收入的比例（%）	金额（万元）	占主营业务收入的比例（%）	金额（万元）	占主营业务收入的比例（%）
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	2.20	330.95	2.14	292.41	1.97	372.77	2.82
江苏	54.20	1.41	204.65	1.32	281.67	1.90	241.71	1.83
其他	34.67	0.89	150.04	0.97	92.43	0.62	94.35	0.71
合 计	3,412.59	88.53	14,124.80	91.34	13,604.55	91.54	12,940.52	97.94

（2）报告期内，公司主营业务按境外销售区域划分情况如下：

区域	2020 年 1～6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额（万元）	占主营业务收入的比例（%）	金额（万元）	占主营业务收入的比例（%）	金额（万元）	占主营业务收入的比例（%）	金额（万元）	占主营业务收入的比例（%）
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
其他地区	96.53	2.50	261.21	1.69	246.64	1.66	76.75	0.58
合 计	442.02	11.47	1,339.29	8.66	1,257.19	8.46	271.82	2.06

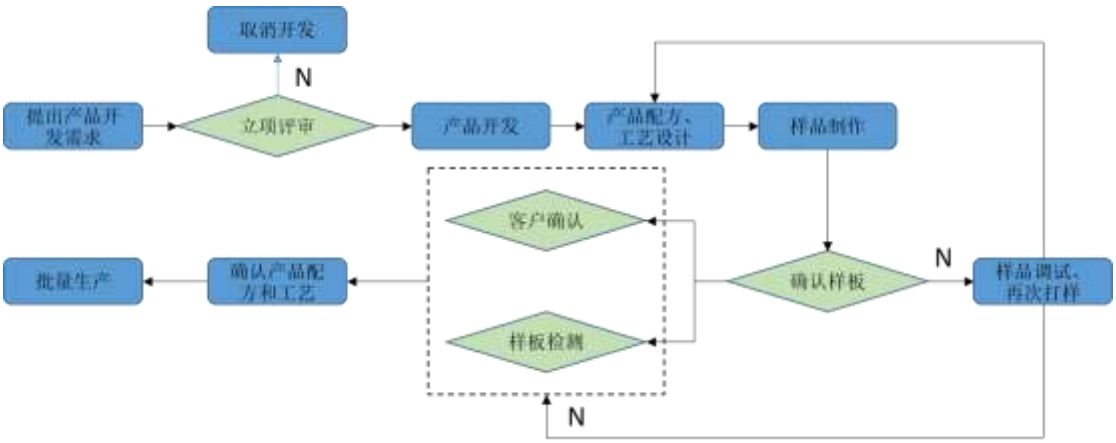
（四）公司主要经营模式

1、研发模式

公司高度重视新产品和新技术的开发，推动公司业务的持续性和创新性发展。公司以客户需求为主要研发导向，针对不同客户的个性化、多样化需求，不断提升生产模具及产品颜色、图纹和结构的创新设计能力，丰富产品种类，缩短研发周期，以求在最短的时间内满足客户的定制化需求。多年来，公司已为东莞华宏等诸多国内外知名眼镜生产厂商提供定制开发和生产服务，形成了稳定的合作关系。公司通过对行业相关政策和规划、时尚潮流发展趋势及下游客户需求等信息的收集、整理、分析，就产品研发方向与客户频繁密切交流，并进行前瞻性开发和推荐，以保证公司的长期可持续发展。

公司以开发部门及销售部门为主导，在生产部门、工艺品质部门以及管理层的共同决策下，严格执行立项、市场可行性评审、样品生产、产品检测、批量化生产的研发流程。

公司研发流程如下：

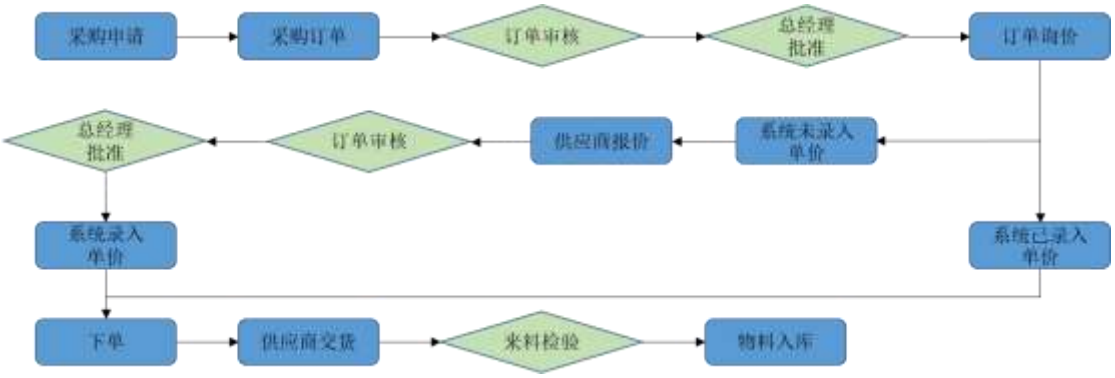


2、采购模式

公司采购的原材料为醋酸纤维素胶粒、色粉和部分辅料，采用“计划采购”模式，选择几家行业内可靠的供应商，由采购人员与供应商商定供货质量、交货期、服务等，并与合格供应商签订年度采购协议。公司根据市场需求、产品库存及实际订单情况制定年度和月度采购计划，并设有专门的采购人员向供应商进行采购。

为保证原材料采购价格的合理稳定、供货的及时以及品质的优良，公司主要原材料采购以四川普什及伊玛塑胶等行业内知名企业为主，报告期内公司已与上述主要供应商建立了稳定的原材料供应渠道。公司采购部会对供应商的供货质量、价格合理性、供货及时性和售后服务等进行评价，在同等条件下选取评价好的供应商进行采购。公司制定并严格执行《采购管理控制程序》、《供应商管理控制程序》和《来料检验规范》等有关采购的内部控制制度，确保采购流程的高效、合理。

公司采购流程如下：



3、生产模式

公司下游客户主要为眼镜制造企业，其需求具有小批量、多批次、个性化、定制化的特点，单个客户单次订购数量和金额较小，订单数量较多，因此公司采用订单生产和计划生产相结合的生产模式。订单生产即在接到客户订单后，按照订单的具体要求制定生产计划，自主组织安排生产，是公司产品主要的生产方式，约占全部产品生产的 70%；计划生产即公司依据产品销售情况，按生产计划生产部分客户需求量大的标准化产品，约占全部产品生产的 30%。

公司在生产过程中高度重视产品质量控制，建立了严格的产品质量检测体系，通过首件确认、生产过程管控、终检把关等方式，对产品色差、结构性差异及性能指标进行严密监测，制定了《过程检验规范》、《产品检验控制程序》等生产

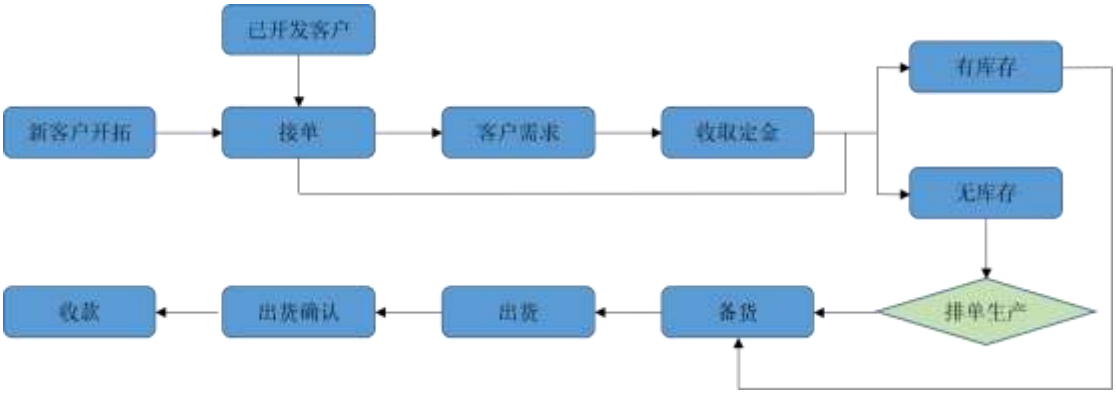
管理制度，严格控制产品质量，提高产品质量的稳定性。公司已通过 GB/T19001-2016/ISO9001:2015 质量管理体系认证，建立了完善的质量控制制度和运行体系，实现了对原材料及成品的有效质量管控。

4、销售模式

（1）报告期公司销售模式及流程

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。目前，公司在国内外市场均采用直销模式销售产品，其中主要销售客户以深圳、温州、江西等眼镜制造业集聚区域的专业眼镜生产厂商为主。

公司销售流程如下：



公司在醋酸纤维素板材领域深耕多年，凭借良好的开发设计能力、稳定可靠的产品质量、合适的产品价格及全面周到的服务，积累了众多国内外长期稳定的客户，具有良好的市场口碑。公司通过多种方式积极开拓市场，一方面公司以时尚潮流趋势及客户的个性化需求为前提，持续加强与现有客户的沟通和深度合作，为客户开发设计个性化、时尚化的产品；另一方面，公司通过公司官网、参加国内外专业展会、上门推介等方式积极寻求与新客户的合作机会。

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

在产品的销售限制，同样花色产品可向多个客户进行销售。

（2）产品定价模式：公司产品定价采用市场定价的模式，即参考同类产品市场价格，结合公司产品定位，确定产品价格。

（3）公司销售模式、运费承担方式在报告期的变动情况

公司报告期内的销售模式未发生变化，即通过买断式销售的方式直接向眼镜厂家销售产品，与同行业挂牌公司雅格股份一致，符合行业惯例。

公司内销产品的运输费用由本公司承担，该方式在报告期内未发生变化；由本公司直接销售的外销产品的运输费用由外销客户承担，该方式报告期内未发生变化；公司 2018 年底成立意大利集美，自 2019 年开始，公司部分境外销售转由通过意大利集美销售，外销产品从公司至意大利集美的运输费用由本公司承担，意大利集美通过提高产品销售价格覆盖相关的运费。公司销售产品的运费承担方式符合行业惯例。

5、盈利模式

报告期内，公司主要的盈利模式为向国内外知名眼镜产品制造企业销售公司自主设计、开发和生产的色彩丰富、图纹新颖、结构多样的醋酸纤维素板材。

公司产品属于眼镜产业链中重要的基础原料，是眼镜产品与文化、潮流、时尚元素实现有效融合的重要载体。经过多年的行业深耕，凭借丰富的产品开发和生产经验、极具前瞻性的产品开发能力、敏锐高效的市场反应速度以及优异的产品质量，公司获得了陆逊梯卡、霞飞诺、雅视光学、新兴光学、华清眼镜等旗下拥有众多国际知名眼镜及时尚品牌的国内外知名眼镜产品制造商的青睐（详见本节“三、公司在行业中的市场地位”之“（三）公司的竞争优势”之“2、客户资源优势”），形成了稳定的合作关系。由于上述客户的市场影响力和品牌影响力较强，部分客户使用的授权品牌国际知名度较高，产品附加值高，品牌溢价能力强，中高端眼镜产品板材成本占最终售价的比例很低，品牌商更注重板材等原材料的质量和创意。多年来，公司凭借极具时尚创意的设计开发能力、优质可靠的产品质量、稳定高效的生产能力，不断向客户提供丰富的产品选择，以及能够满足客户多样化需求的产品定制开发和生产服务，使公司在产品价格方面获得了较强的议价能力，能够保持较高的盈利水平。

在产品的开发和生产过程中，产品的色彩配方、图纹方案、结构搭配和工艺技术均由公司自行设计、开发和掌握，形成了公司独有的产品竞争力。下游眼镜

产品制造厂商为能保持板材眼镜产品色彩、图纹和结构的稳定和品质的统一，通常不会更换眼镜板材供应商，并会随着信任关系的逐步建立，逐渐加深与公司的合作，建立长期稳定的供应关系，增强了公司与客户的粘合力，提高了公司的产品议价能力，提升了公司产品的盈利空间，为公司盈利水平的持续稳定增长提供了保障。

6、影响公司经营模式的关键因素及未来变化趋势

公司采用的经营模式系综合自身设计开发能力及生产工艺、下游市场需求等因素，根据多年的经营管理经验累积形成，与行业及市场特点相适应，能够有效保障公司各职能部门的高效稳定运作，优化成本费用控制。

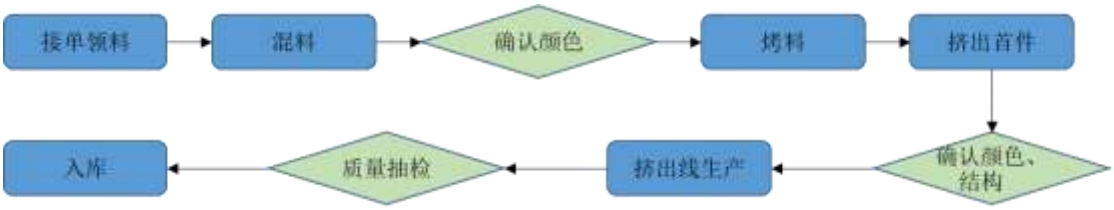
报告期内，公司的经营模式未发生重大变化，相关经营模式的影响因素亦未发生重大变化。在可预见的将来，公司所处行业及市场未出现重大变化的情况下，公司的经营模式亦不会发生重大变化。

（五）公司设立以来的主营业务、主要产品、主要经营模式的演变情况

公司成立以来，一直专注于醋酸纤维素板材的开发设计、生产和销售。报告期内，公司的主营业务、主要产品、主要经营模式均未发生重大变化。

（六）主要产品工艺流程

1、挤出类产品



上述工艺流程主要环节具体如下：

（1）接单领料

根据客户订单内部转换成生产计划，车间按计划领料生产。

（2）混料

根据生产计划，按物料清单配方进行调色，确认配方后将色粉和醋酸纤维素胶粒进行混合着色。

（3）确认颜色

按配方调色后，机打色牌确认与色板是否一致，确认一致后对混料着色后的醋酸纤维素胶粒进行干燥除湿。

（4）烤料

混料后干燥除湿，防止产品因胶粒湿度大而出现品质问题。

（5）挤出首件

批量生产前进行首件确认，保证产品色彩和效果符合客户要求。

（6）确认颜色、结构

将首件产品与样板的颜色和结构进行核对，确定符合标准。

（7）挤出线生产

依据经确认的颜色和结构，设定设备参数，根据色彩配方批量混料和烤料后开始上线生产。

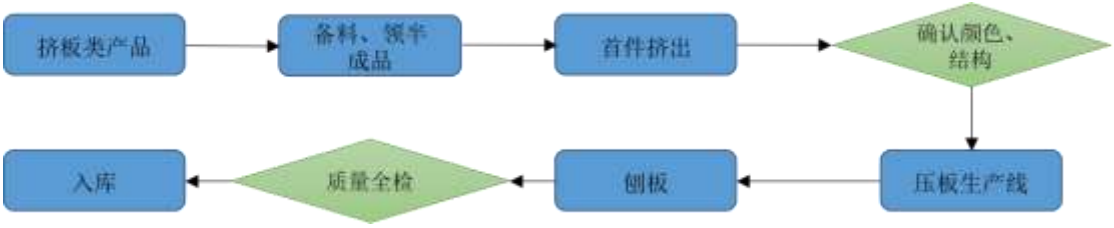
（8）质量抽检

根据 AQL（接受质量限度）抽样水准进行抽样，对外观不良或存在串色、气泡等不良现象的产品挑送判定为不合格处理，将合格产品贴标打包。

（9）入库

将合格产品接收入库，由仓库进行统一管理。

2、压板类产品



上述工艺流程主要环节具体如下：

（1）备料，领用半成品

通过飞边、干燥、搅拌、碎板等工序，将压板所需原材料和半成品准备就绪。

（2）首件生产

批量生产前进行规定数量的首件生产，保证产品色彩和效果符合要求。

（3）确认颜色、结构

对产品颜色、结构和展示效果与样板进行比对，确认符合标准。

（4）生产

根据产品要求对设备参数进行设定，通过热压成型工序进行批量生产。

（5）刨板

通过刨板工序对产品表面进行磨光处理，对产品尺寸和厚度进行修整。

（6）质量全检

对全部压板产品进行质量检验，保证产品品质。

（7）入库

将合格产品接收入库，由仓库进行统一管理。

（七）环境保护情况

1、主要污染物

公司所属的橡胶和塑料制品制造行业不属于高污染、高能耗、高排放的行业，从事的醋酸纤维素板材生产不存在高危险、高危害、高污染的情形，影响环境的主要因素为设备噪声，以及生产过程中产生的少量有机废气。

2、主要处理措施及处理能力

（1）设备噪声

噪声主要来源于设备，执行 GB12348-2008 的 II 类标准，公司通过选用低噪声设备，采取隔声、减振等降噪措施，合理设置与规划厂区的平面布置，降低噪声对周边的影响。

（2）有机废气

有机废气主要来自生产设备的热气散发，不存在有毒有害气体。公司通过在生产车间配备通风换气设备，及时将散发的有机废气排出车间，保证车间内空气的流通，有机废气排放符合相关国家标准。

3、公司生产经营符合环境保护要求的情况

① 公司所处行业不属于国家环境保护部门重点关注与核查的污染行业；

② 公司从事醋酸纤维素板材的生产不存在高危险、高危害、高污染的情形，影响环境的主要因素为工业噪声和有机废气；

③ 公司生产过程中产生的工业噪声通过选用低噪声设备，采取隔声、减振等降噪措施降低噪声对周边的影响；有机废气通过通风换气设备及时排出车间，并符合对空排放标准，不会对周围环境质量造成危害性影响。

④ 根据深圳市生态环境局出具的《关于深圳市集美新材料股份有限公司等单位环保守法情况的函》，报告期内公司无环保行政处罚的记录。

综合上述情况，报告期内公司在生产经营过程中能够遵守国家和地方有关环境保护的法律法规，规范运作，未发生因违反环境保护方面的法律法规遭受处罚的情况。

二、公司所处行业基本情况

（一）公司所属行业类别

根据中国证监会发布的《上市公司行业分类指引》（2012 年修订），公司从事的业务属于“C 制造业”之“C29 橡胶和塑料制品业”；根据国家统计局发布的《国民经济行业分类》（GB/T 4754-2017）的分类标准，公司所属行业为“C29 橡胶和塑料制品业”之“C2922 塑料板、管、型材制造”。

（二）行业监管体制、行业主要法律法规及政策

1、行业主管部门

公司所处行业的行政主管部门包括国家发改委和工信部。其中，国家发改委主要负责对全国工业和服务业的发展进行宏观指导，负责行业发展规划的研究、产业政策的制定，指导行业结构调整、行业体制改革、技术进步和技术改造等工作；工信部的主要职责是提出行业发展战略和政策，拟订并组织实施行业发展规划，推进产业结构战略性调整和优化升级；指导行业技术创新和技术进步，组织实施有关国家科技重大专项，推进相关科研成果产业化等。

2、行业自律组织

公司所处行业的自律组织包括中国塑料加工工业协会、中国眼镜协会。

中国塑料加工工业协会是塑料行业主要的全国性自律组织，协会下设塑料节水器材、人造革合成革、塑料管道、注塑制品、工程塑料、氟塑料加工、医用塑料、改性塑料等三十多个专业委员会，涵盖全国塑料行业研究、开发、加工应用等领域。协会作为政府部门与会员单位联系的桥梁和纽带承担管理职能，反映行业意愿、研究行业发展方向、协助编制行业发展规划和经济技术政策、协调行业内外发展，促进塑料行业的技术水平和整体水平的提升。

中国眼镜协会是中国眼镜行业自律管理的主体，是眼镜制造行业唯一的全国性行业组织，协会下设眼镜架、眼镜片及毛坯、角膜接触镜、设备仪器、验光配镜、质量检测和科学教育七个专业委员会，各专业委员会根据协会的委托开展专业活动，主要职能为：企业服务，自律、协调、监督和维护企业合法权益，协助政府加强行业管理。

3、行业主要法律法规

公司所属行业相关的主要法律法规有《中华人民共和国产品质量法》、《中华人民共和国产品计量法》、《眼镜制配计量监督管理办法》、《眼镜产品生产许可证实施细则》等。

4、行业主要政策

公司主要产品为醋酸纤维素板材，主要应用于眼镜镜架的制造，是眼镜产业链中重要的基础材料。目前，国家尚未针对醋酸纤维素板材等眼镜材料行业制定专属的行业政策，但眼镜产业作为我国轻工业的重要组成部分，受到国家产业政策的支持和鼓励，推动了眼镜产业链上下游行业的共同发展。

国家有关眼镜产业发展的主要政策如下：

政策文件	颁布机构	颁布时间	主要内容
《中国共产党第十九次全国代表大会报告》	全国代表大会	2017 年 10 月	加快建设制造强国，加快发展先进制造业，推动互联网、大数据、人工智能和实体经济深度融合；支持传统产业优化升级，加快发展现代服务业，瞄准国际标准提高水平；促进我国产业迈向全球价值链中高端，培育若干世界级先进制造业集群。
《文化部“十三五”时期文化产业发展规划》	文化部	2017 年 4 月	提出支持文化创意和设计服务发展，推进文化创意产品开发，充分发挥创意设计对国民经济相关产业的支撑作用；推动文化创意和设计服务与装备制造业和消费品工业深度融合，提升产品附加价值。
《轻工业发展规划（2016～2020 年）》	工信部	2016 年 8 月	推动眼镜工业向高品质、轻质化和时尚化方向发展。加快光学性能优化、材料轻质化、表面增强、抗损自洁等核心技术研发和应用。重点发展以矫正视力为主，适合不同年龄群体需求，具有护眼、保健、时尚、智能等多种功能产品；提高生产过程的自动化、智能化水平；实施精品制造，以基础条件较好，具有一定品牌知名度和国际竞争力的企业为主体，实施精品制造工程。在皮革、工艺美术、五金制品、日用陶瓷、自行车、钟表、日用玻璃、眼镜等行业推出一批科技含量高、附加值高、设计精美、制作精细、性

政策文件	颁布机构	颁布时间	主要内容
			能优越的精品；推动塑料制品工业向功能化、轻量化、生态化、微型化方向发展；大力发展超小型、超高精度、超高速、智能控制的塑料高端加工设备，加大对塑料加工设备精密化、智能化改造，加快高精度塑料检测设备及仪器研发及应用。
《中华人民共和国国民经济和社会发展第十三个五年规划纲要》	国务院	2016 年 3 月	以提高制造业创新能力和基础能力为重点，推进信息技术与制造技术深度融合，促进制造业朝高端、智能、绿色、服务方向发展，培育制造业竞争新优势。
《国家重点支持的高新技术领域》	科技部 财政部 税务总局	2016 年 1 月	支持高强、耐高温、耐磨、超韧的高性能工程塑料和特种工程塑料分子的设计技术和改性技术；改性的工程塑料制备技术； 具有特殊性能和用途的高附加值热塑性树脂制备技术；关键的聚合物单体制备技术等。
《深圳市推进眼镜产业转型升级专项行动方案（2014～2016 年）》	深圳市人民政府	2014 年 5 月	提出实现眼镜产业全面转型升级，打造品牌影响力大、营销渠道完善、研发设计高端、时尚创意引领的优势传统产业，努力将深圳建设成为全球知名的高端眼镜研发制造基；发挥企业主体作用，支持符合条件的眼镜企业设立研发设计中心，加强概念设计，着力对新产品、新技术、新工艺进行研发设计，增强企业核心竞争力；加强两化融合，在眼镜企业生产经营环节广泛应用移动互联网、物联网和云计算等新一代信息技术，大力普及企业资源计划、供应链、客户关系等管理信息系统，促进业务流程优化，推动企业管理创新。
《“十二五”时期文化产业倍增计划》	文化部	2012 年 2 月	完善相关政策措施，营造创意设计氛围，不断提高创意设计能力，统筹推动创意设计业快速发展，提高文化产品的创意设计水平，充分发挥创意设计对文化产业、制造业、服务业等各产业领域的促进作用。
《国家中长期科学和技术发展规划纲要》(2006～2020 年)	国务院办公厅	2006 年 2 月	用高新技术改造和提升制造业。大力推进制造业信息化，积极发展基础原材料，大幅度提高产品档次、技术含量和附加值，全面提升制造业整体技术水平。

（三）行业基本情况

公司是以色彩创新和图纹创意为核心，通过对色彩、图纹及结构的创新性设计和搭配，与文化、时尚及潮流元素进行有效结合，设计、开发和生产出应用于中高端板材眼镜产品制造，符合现代消费审美及时尚生活品位的醋酸纤维素板材。因此公司所处行业的发展及产品市场的需求与眼镜行业的发展息息相关。

1、眼镜行业发展概况

（1）眼镜市场规模稳定增长

眼镜主要由镜片及镜架组成，用以改善视力、保护眼睛或作装饰用途，可矫正包括近视、远视、散光、老视或斜视等多种视力问题。眼镜按外形可分为全框眼镜、半框眼镜、无框眼镜及隐形眼镜；按功能可分为近视眼镜、老花眼镜、散光眼镜、太阳眼镜等；按镜架材料可分为金属眼镜、塑料眼镜、混合材料眼镜等。

随着社会经济的发展及人们消费观念的升级，对产品的多样化、个性化需求日益显现，对眼镜产品的需求由视力保健的单一功能性层面逐步上升至人文、美学等立体消费层面，眼镜产品的色彩、款式及功能等不断增加，产品种类日益繁多，为眼镜行业的发展带来新的契机。

近年来，受全球经济增长、手机等移动设备普及、人口老龄化及眼镜装饰作用日益凸显等因素影响，全球眼镜市场处于稳定发展阶段。据 Euromonitor 数据显示，2017 年全球眼镜市场总规模达 1,298 亿美元[1]，同比增长 1.6%。我国作为全球眼镜主要消费国之一，在国民收入水平不断提高、近视低龄化及人口老龄化因素的驱动下，市场增长潜力巨大。据 GFK 数据显示，2017 年我国眼镜市场销售额达 505 亿元，同比增长 11%，其中镜架及太阳镜市场销售额达 235 亿元，占我国眼镜市场的 47%。

（2）我国已成为全球重要眼镜生产基地

① 我国眼镜产业集群及产业链配套日趋完善

随着国内生产制造能力的提升及西方劳动力成本不断提高，我国以劳动力资源丰富、市场潜力巨大及政策优惠等优势，成为眼镜制造产业转移的重要承接国。国际知名眼镜企业纷纷在国内设厂，推动了我国眼镜产业的发展。目前，我国已形成了广东深圳（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，且镜架、镜片、配件、机械模具等配套产业较为完善，进一步促进了我国眼镜产业的发展。

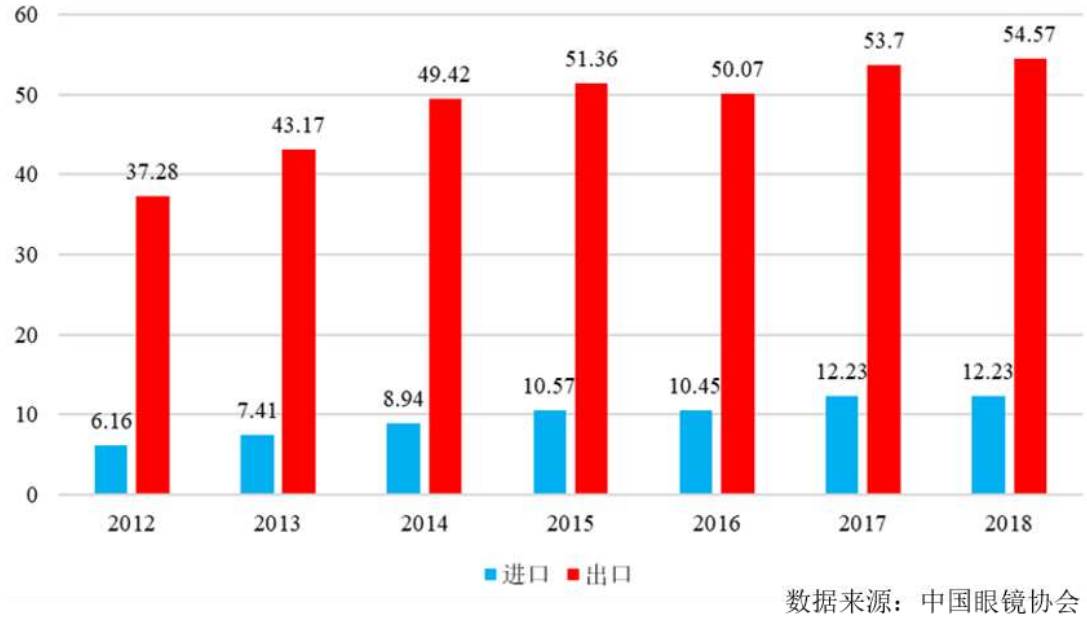
② 我国眼镜产品进出口情况

我国既是全球最主要的眼镜产品生产国，也是重要的消费国。近年来，在政府支持外贸型经济发展、国际产业转移、国产品牌影响力日益增加及产品开发设

[1] 数据来源：Euromonitor 链接：https://blog.euromonitor.com/2018/01/channel-overview-eyewear.html

计水平不断提高等因素的影响下，我国眼镜产业进出口市场呈现稳定发展态势，其中以出口为主。2018 年我国眼镜产品（不含仪器设备）进出口额分别为 12.23 亿美元和 54.57 亿美元，2012～2018 年期间的年复合增长率分别为 12.11%和 6.56%。目前，我国眼镜厂商以为国外主流厂商代工为主，缺乏品牌效应，随着国内企业品牌意识的逐步增强及产品开发设计能力的提高，我国眼镜产品出口市场仍存在较大的发展空间。

2012-2018年我国眼镜产品进出口情况（亿美元）



数据来源：中国眼镜协会

我国眼镜产品出口主要包括太阳镜等成品镜、镜架及镜片等几大类型，其中以成品镜和镜架的出口为主，分别占我国 2018 年眼镜产品出口额的 54.33%和 24.21%。镜架产品出口额持续上升，由 2012 年的 8.77 亿美元增长至 2018 年的 13.21 亿美元，年复合增长率 7.07%。随着我国眼镜行业的不断发展，以及品牌影响力和开发设计水平的逐步提高，我国眼镜产品的国际竞争力日益增强，带动了我国眼镜产品出口需求的不断增长。

2012～2018 年我国主要眼镜产品出口变动情况

单位：亿美元

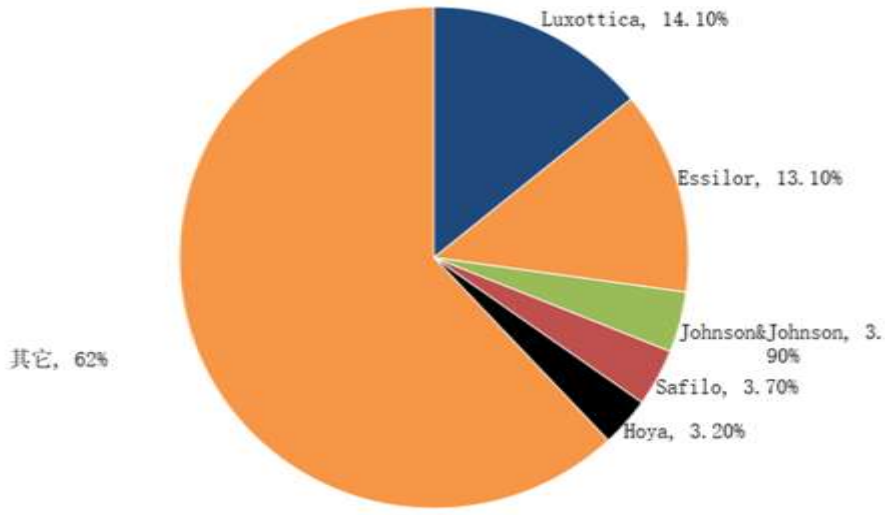
类型	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
成品镜	19.77	24.92	26.44	26.70	28.31	29.81	29.65
镜架	8.77	9.72	11.16	11.23	11.24	11.48	13.21
镜片	6.48	7.26	10.33	11.94	9.00	10.73	9.84

数据来源：中国眼镜协会

（3）国际知名眼镜制造商具有较高的市场影响力

全球眼镜市场经过多年发展，已形成了较为完善的产业体系，整体市场化程度较高。Luxottica、Safilo、Essilor、Johnson&Johnson 及 Hoya 等国际知名眼镜制造商凭借在时尚潮流趋势研究、产品设计和品牌营销方面的优势，在全球眼镜市场拥有重要的市场地位。据 Euromonitor 数据显示，上述眼镜制造商占据全球眼镜市场约 38%的份额[2]，其中集供应链、经销商、服务商于一体的陆逊梯卡优势最为明显，占全球眼镜市场份额的 14.10%，而全球知名镜片生产厂商依视路占全球眼镜市场份额的 13.10%。

全球眼镜市场份额情况



数据来源：Euromonitor

国际知名眼镜制造商通过对设计美学和工艺美学的不断钻研，凭借全球领先的设计水准、精湛的生产工艺及优异的材质，引领全球眼镜市场时尚潮流的发展。陆逊梯卡作为全球最大的眼镜集团，拥有 Ray-Ban、Oakley、Vogue 及 Persol 等高端眼镜自主品牌，以及 Armani、Chanel、Prada 和 Burberry 等国际知名品牌的零售权，并拥有由 Sunglass Hut 及 Lens Crafters 等品牌组成的全球最大的眼镜销售网络，在全球眼镜市场具有较高的市场地位。霞飞诺作为全球知名的高端眼镜制造商之一，拥有 Safilo、Oxydo、Blue Bay、Carrera 和 Smith 等全球知名品牌，在全球镜架及太阳镜市场具有较高的市场影响力。

国际眼镜品牌商不断进行全球化并购和拓展旗下品牌，以提高其在全球眼镜

[2] 数据来源：《陆逊梯卡：联姻依视路 一个意式企业的国际化进程》

市场的竞争力。以陆逊梯卡为例，其于 1999 年收购 Ray-Ban 并逐步发展其他自有品牌，陆续收购 Sunglasses Hut、Pearle Vision 及 Lens Crafters 等连锁眼镜店以拓宽其销售渠道，并统一代理包括 Armani、Brooks Brothers、Bulgari、Burberry、Chanel 和 Coach 等多个设计师品牌，奠定了其在全球眼镜市场的领导地位。

2、镜架及镜架材料行业发展概况

（1）镜架成为个人时尚需求的重要载体

镜架作为眼镜的重要组成部分，按结构可分为全框架、半框架、无框架等几大类型，除起支撑镜片的作用外，还具备时尚装饰功能，是个人时尚需求的重要载体。随镜架色彩、材质及设计风格的不同，在季节变换、快时尚风向、生活多元化等不同环境下可展现不同的时尚潮流。在不同年代的社会环境、流行文化、社会观念等变化的影响下，不同年代的眼镜潮流款式各异。

眼镜潮流趋势发展情况如下：

年代	图示	特点
20 世纪 30 年代	 	该年代眼镜主要特点为薄，无框的六边形透明镜片眼镜和圆形太阳镜最为流行。
20 世纪 40 年代	 	二战结束后，以 Ray-Ban 为代表的飞行员框型受到市场的青睐，此外，融入更多工业化设计元素的猫眼系列眼镜风靡一时。
20 世纪 50 年代	 	大圆框太阳镜为该时代时尚潮流的代表。
20 世纪 60 至 70 年代	 	受嬉皮文化流行影响，衣服和配饰的时尚性日益受到关注，镜架逐步向高、宽等方向发展，是时尚潮流的代表。
20 世纪 80 年代	 	该年代镜架尺寸逐步变小，更加符合大众的审美观，且眼镜色彩搭配更为亮丽。
20 世纪 90 年代	 	人们注重实用性和美观上的和谐感，“小圆薄”的眼镜架型得到青睐。

年代	图示	特点
21 世纪以来		细框平面四方镜更受青睐，更加符合现代商务谈判及工作的需求，且个性及流行趋势变化日益凸显。

近年来，受全球经济发展、消费者收入提高及消费意识升级等因素的影响，眼镜产品的个性化及时尚消费需求日趋明显，眼镜的修饰美观作用日益受到关注，流行、新颖、富有时尚感的眼镜产品逐步受到消费者的青睐，镜架也逐步向款式多样化、外观时尚化、品质高端化的方向发展。为满足市场的消费需求，眼镜制造商和设计师开发设计不同款式、色彩、图纹及材质的眼镜产品，产品系列日趋丰富。镜架在展现时尚潮流趋势中起到重要作用，促使镜架材料生产企业逐步向开发及生产高品质、多色彩的镜架材料方向发展。

（2）醋酸纤维素材料成为镜架生产的重要原材料

醋酸纤维素又称为醋酸纤维素酯，由棉花纤维或木材纤维乙酰化而成，是重要的纤维素有机酸酯，其作为多孔膜材料，具有选择性高、透水量大、加工便捷等特点。根据乙酰化程度可将醋酸纤维素分为一醋酸纤维素、二醋酸纤维素及三醋酸纤维素，其中二醋酸纤维素应用最为广泛，其外观具有光泽优雅、手感佳、可染性强、颜色鲜明等特征，在纺织、卷烟、生物医学及塑料制品等领域得到广泛应用，是制造镜架及镜片、汽车方向盘、日用品等的重要原材料。

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

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

随着新材料、新技术的不断涌现和改进，镜架材料的种类不断丰富，一般要

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

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

① 产品性能

醋酸纤维素材料及其他眼镜材料在产品性能及应用方面的比较情况如下：

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

② 产品价格

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

③ 技术含量

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

④ 市场份额

鉴于全球眼镜板材领域尚无高公信力的市场份额情况统计数据，因此依据全球最大眼镜生产、批发和零售商陆逊梯卡对各类眼镜材料的应用来具体说明市场份额情况，具有一定的代表性。近年来，眼镜材料的应用受眼镜消费市场及时尚潮流趋势的变化影响，具有一定的波动性。依据 Luxottica Annual Report 报告，2014 年至 2018 年，陆逊梯卡使用的眼镜材料中，醋酸纤维素板材的应用占比均保持在 20%以上，金属材料的应用占比均保持在 30%以上，硝酸纤维、环氧树脂、尼龙等其他材料的合计应用占比则保持在 40%以上。

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

⑤ 市场容量

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

我国拥有全球潜力最大的眼镜消费市场，在我国经济快速发展及消费水平不断提高、近视低龄化、人口老龄化、消费者用眼健康意识逐渐增强等因素的驱动下，我国眼镜市场仍拥有巨大的增长潜力。据 Euromonitor 预测，预计到 2020

年我国眼镜市场规模将达 851.77 亿元。从镜架市场来看，据 Frost & Sullivan 数据显示，由于近年来我国人口的日益增长及国民消费水平的不断提升，我国镜架市场规模由 2013 年的 17.80 亿元增至 2017 年的 20.80 亿元，年复合增长率约 4.00%，预计 2022 年将增至 26.60 亿元，期间年复合增长率约 5.30%。

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

⑥ 与同行业企业和主要客户相关产品市场份额的比较情况

据浙江省眼镜行业协会公众号“眼镜基地”于 2019 年 8 月 28 日刊载的《中国眼镜胶板业突飞猛进，超越全球胶板市场半壁江山》报导：“全球销量排行前五的企业有：一是 Mazzucchelli 胶板，年销量 3 千多吨；二是金余胶板，年销量 3 千多吨；三是 Laes 胶板，年销量 2 千多吨；四是集美新材，年销量 2 千多吨；五是金亮胶板，年销量 2 千多吨。其中，Mazzucchelli 胶板、Laes 胶板为意大利企业，金余胶板、集美新材、金亮胶板为中国企业。”。国际眼镜板材老牌生产企业意大利 Mazzucchelli 公司成立于 1849 年,是全球成立最早的胶板生产企业，华意胶板系意大利 Mazzucchelli 公司在华独资设立的生产基地。

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

综合上述情况,公司在国内醋酸纤维素板材行业内拥有的市场份额相对较高。

3、镜架材料市场发展前景

（1）眼镜的时尚消费需求日益凸显

目前，眼镜的社会角色正发生显著变化，除具备专业保护视力和矫正视力的实用功能外，还兼具时尚装饰功能，已成为人们展现潮流个性、彰显个人品位与魅力的重要配饰。在我国宏观经济持续稳定发展、国民收入不断提高及消费观念转型升级等因素的推动下，舒适、时尚、美观的眼镜消费需求不断增长，逐渐成为消费者购买眼镜产品的决定性因素之一，款式多样、富有时尚气息的眼镜产品作为个人时尚的重要载体，日益受到消费者的青睐。

镜架作为眼镜的重要组成部分，是眼镜装饰功能的主要载体，随色彩、材质及设计风格的不同，可展现不同的时尚潮流特征，因此持续提高镜架的时尚特征和嵌入时尚元素已成为镜架材料的重要发展方向。醋酸纤维素材料以其透明性好、质地轻、色彩丰富、图纹多样等特点，在满足消费者对色彩和时尚追求的同时能够给予更多的选择，已成为展现眼镜时尚消费特征的重要镜架材料。

（2）时尚潮流趋势研究是行业发展的关键因素

在眼镜产业链中，欧美品牌如 Ray-Ban、Oakley、Burberry、Chanel 等，在时尚潮流趋势研究、产品设计和品牌营销方面具有明显的比较优势，米兰、巴黎、伦敦等国际时尚创意中心已成为国际一线品牌的发源地，引领全球市场的设计风格及潮流走向，具有很高的产品附加值。与之相比，我国眼镜产业在时尚创意和设计方面起步较晚，长期以来偏重于眼镜的实用功能研究，落后于市场发展需求，在镜架材料和款式方面缺乏符合人文特征、时代特征及消费市场时尚潮流需求的前瞻性探索和研究。

目前，国内眼镜制造企业仍以为国际一线品牌代工为主，自主品牌较少且知名度不高。镜架材料作为眼镜产业链中重要的基础环节，是展现眼镜产品所蕴含的文化、时尚潮流元素的重要载体。在镜架款式、色彩、图纹日益多元化和时尚化发展的背景下，提升产品开发设计能力，已成为镜架材料生产企业提高产品竞争力，提升产品附加值的关键因素。

（3）眼镜消费市场的持续增长，为镜架材料市场提供了广阔的发展空间

目前，我国是世界上视力缺陷群体规模最大的国家，近视等视力缺陷疾病发病率处于较高水平，在智能手机等电子设备日益普及、近视低龄化趋势日益明显和人口老龄化日益加剧等因素的影响下，国民视力缺陷患病率呈上升趋势，近视低龄化现象较为严重，随着人们对用眼健康重视程度的不断提高，产生了庞大的眼镜市场刚性需求。同时，随着人们消费能力的不断提升和对眼镜时尚潮流需求的不断增加，“一人多镜”的消费理念逐渐被消费者所接受，购买多副眼镜用于不同生活和社交场景已逐渐成为眼镜消费者的消费习惯，据 Euromonitor 数据显示，2021 年全球眼镜市场规模将达 1,360 亿美元。眼镜消费市场的持续增长，为镜架材料市场提供了广阔的发展空间。

（4）自动化、智能化生产进程日益加快

在新一轮工业革命的推动下，智能制造已成为整个制造业重塑的核心和关键，其重要性和经济效益不断凸显，成为制造业高端化发展的重要方向之一。自动化技术有利于提高设备的无人化操作水平，提高系统可靠性；智能化有利于提高设备的可操作性，促使生产方式向精益化转变。因此，不断提升自动化、智能化生产水平已逐步成为制造业企业发展的核心与关键。

经过多年的发展，眼镜材料的生产工艺和技术虽已成熟，但生产过程的自动化程度不高，人工操作环节较多，配色、刨板等重要环节仍需人工进行操作，物料损耗和人工成本较高，不利于生产效率的提高和产品质量的稳定。因此，自动化、智能化生产进程的日益加快，有助于提升眼镜材料行业的整体制造水平，提高产品质量的稳定性和生产效率，提升行业整体盈利空间，实现从“制造”转向“智造”的跨越式发展。

4、眼镜消费市场发展前景

近年来，在全球经济增长、眼睛护理和用眼健康意识日益提高、人口老龄化加剧及眼镜装饰作用日益凸显等因素影响下，全球眼镜市场处于稳定发展阶段，据 Euromonitor 数据显示，预计 2021 年将达 1,360 亿美元。据陆逊梯卡数据显示，预计 2016～2021 年镜架销售同比增幅将达 19%，至 2021 年全球镜架需求量将达到 12 亿副。

我国拥有全球潜力最大的眼镜消费市场，在我国经济快速发展及消费水平不断提高、近视低龄化、人口老龄化、消费者用眼健康意识逐渐增强等因素的驱动下，我国眼镜市场仍拥有巨大的增长潜力。据 Euromonitor 预测，预计到 2020 年我国眼镜市场规模将达 851.77 亿元[3]。从镜架市场来看，据 Frost & Sullivan 数据显示，由于近年来我国人口的日益增长及国民消费水平的不断提升，我国镜架市场规模由 2013 年的 17.80 亿元增至 2017 年的 20.80 亿元，年复合增长率约 4.00%，预计 2022 年将增至 26.60 亿元，期间年复合增长率约 5.30%。

[3] 数据来源：中国轻工业网 链接：http://www.clii.com.cn/zhhylm//201803/t20180307_3918017.html

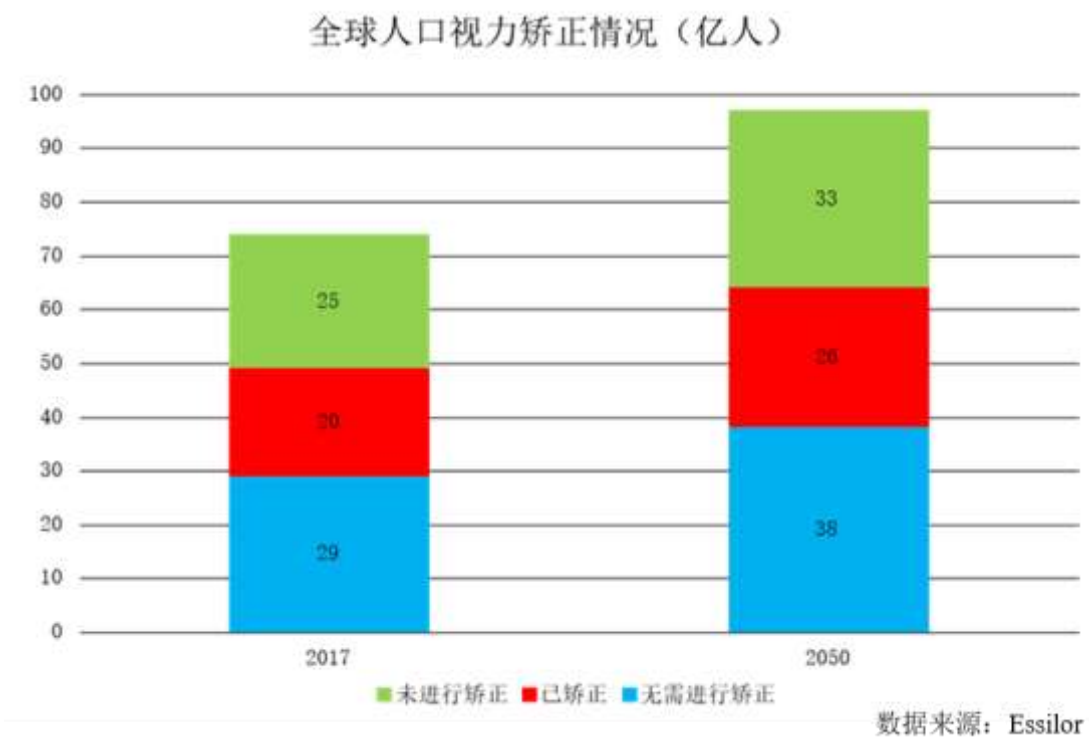


数据来源：弗若斯特沙利文

总体来看，眼镜市场发展情况受适用群体、经济发展、时尚潮流等因素的影响较为明显，具体如下：

（1）庞大的刚性需求驱动眼镜市场发展

良好的视力对个人的生活、学习和工作至关重要，以屈光不正和老视为代表的视力缺陷已成为全球重大公共卫生和社会问题之一，对人们生活工作造成负面影响。据 Essilor 数据显示，2017 年全球约 45 亿人需要进行视力矫正，占总人口的 60.81%，其中仅有 20 亿人佩戴眼镜或进行视力矫正，至 2050 年全球需进行视力矫正人数将达 59 亿人，较 2017 年增加 14 亿人。



（2）个人收入增长和消费水平的提高成为眼镜市场发展的重要驱动力

随着收入增长与生活水平提高，人们对视力保护意识日益增强，高品质、更具护眼功能的眼镜产品愈发受到消费者青睐，越来越多的消费者从以前一味追求眼镜单一的保护视力功能，转变为展现个人品位和魅力与保护视力并重的复合功能方向发展，越发关注眼镜对保护视力的重要性及时尚美观的装饰性，消费者对眼镜产品的价格敏感度日益降低，“一人多镜”的消费理念为眼镜产业带来了更大的市场空间。

（3）时尚潮流发展对眼镜市场发展具有重要的推动作用

眼镜产品除具备专业视力矫正、保护眼睛的实用功能外，修饰美观的作用日益受到关注，流行、新颖、富有时尚感的眼镜产品逐步受到消费者的青睐，高品质、时尚美观的设计成为消费者购买的重要因素，个性化、时尚化、品牌化消费趋势逐渐成为主流消费趋势。眼镜作为时尚潮流元素的重要载体，在季节变换、快时尚风向、生活多元化等不同环境下需要展现出不同的时尚潮流元素，促使眼镜制造商和设计师越来越注重开发款式新颖、图纹多样、色彩丰富的眼镜产品，以满足消费者在不同生活和社交场景佩戴眼镜产品的时尚化需求，如与工作、居

家、休闲、运动、派对或沙滩等。其中，太阳镜作为展现个人时尚诉求的代表，除具备防止太阳强光刺激造成对人眼伤害的视力保护功能外，已成为人们追求时尚潮流及展现个人形象与魅力的重要配饰，是时尚潮流人群的必备饰品，市场增速较快。此外，户外活动和旅游度假频次的增加也为太阳镜的市场需求起到了积极的促进作用。据 Euromonitor 数据显示，我国太阳镜销售额由 2012 年的 71 亿元增至 2018 年的 107.70 亿元，年复合增速为 7.19%，处于快速发展阶段。在个人消费水平不断提高、时尚消费观念日益提升、时尚眼镜产品日益丰富等因素的影响下，眼镜产品的时尚化趋势将进一步拓宽眼镜市场的发展空间。

5、醋酸纤维素板材被其他材料或产品完全替代的可能性

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

各类材料的特点及在镜架制造方面的具体应用如下：

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

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

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

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

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

综上所述，公司生产的醋酸纤维素板材不存在被其他材料或产品完全替代的可能。

三、公司在行业中的市场地位

（一）公司的市场地位

公司是专业从事中高端板材眼镜产品用醋酸纤维素板材开发设计、生产和销售的高新技术企业，公司拥有挤板系列和压板系列两大类产品，涵盖挤出单色类、挤出绞花类、挤出层板类、挤出渐变类、压板碎花类和压板拼板类六个细分品类的系列产品，公司储备近 8 万种色彩及图文方案，为客户提供定制化的产品。经

过多年的发展，公司积累了丰富的产品设计、生产和销售经验，凭借优异的开发与设计能力、丰富的产品体系、可靠的产品质量、良好的企业形象，成功进入 Luxottica、Safilo 等国际一线眼镜制造商的供应链体系，并与其建立了稳定的供应关系，目前公司已成为全球最大的眼镜制造商 Luxottica 在国内独资设立的生产企业东莞华宏最大的内资眼镜板材供应商，为公司的可持续发展提供了有力的保障。

工艺技术开发方面，公司始终以行业技术领先和引领行业发展为战略导向，不断提升工艺技术水平，提高生产效率，稳定产品质量，目前公司拥有发明专利 3 项，实用新型专利 14 项，外观设计专利 1 项，自主开发并获得与生产工艺技术配套的软件著作权 12 项。公司通过持续的工艺技术改进和开发，形成了稳定高效的生产能力，成品率和产品质量均获得稳步提升，公司在行业内拥有较为明显的技术优势。

产品开发设计方面，公司建立了较为完善的研发设计体系，组建了行业经验丰富的研发设计团队，具备较强的模具开发设计及色彩、图纹、结构的创新性搭配能力。凭借多年的开发设计经验，公司建立了色彩管理数据库系统，不断完善和优化色彩方案的信息化管理，目前公司已累积形成近 8 万种产品色彩方案，有助于实现快速找色、精准配色，提高产品开发及生产效率，稳定产品质量，公司在行业内具有较强的开发设计优势。

客户资源方面，公司通过对下游客户需求及市场发展趋势精准的把控，凭借高效的开发设计能力、丰富的开发设计经验、稳定可靠的产品质量及优质的售后服务，赢得了国内外众多知名眼镜制造商的认可。公司已与全球最大的眼镜产品生产、批发和零售商 Luxottica、全球第二大眼镜企业 Safilo、国内知名眼镜制造企业雅视光学、新兴光学、华清眼镜等众多国内外一线眼镜制造商建立了稳定的合作关系。公司通过参与客户产品的前瞻性开发，以及为客户提供创新性色彩及图纹方案，持续巩固和深化与客户的合作关系，形成合作共赢、共同发展的良性发展模式，公司在行业内具有较强的客户资源优势。

（二）公司的技术特点及水平

经过多年的发展，公司在模具开发及色彩、图纹、结构的创新和搭配方面具有丰富的开发设计经验和专业化生产优势。公司积极参与国际性专业展会，加强

与时尚品牌及潮流预测平台的互动，准确捕捉行业最新的流行趋势和时尚元素。通过设计开发新的图案模具，凭借色彩管理数据库系统准确、快速地找色和配色能力，实现时尚潮流元素与色彩的有效结合，为维护公司产品的市场竞争力提供了充分保障，在行业中的技术领先优势较为明显。

在生产技术方面，公司着力于提升生产设备的自动化、智能化水平，引入开式热媒油压力机、涂胶机器人等自动化生产设备，对混料、烤料、挤出、压板及刨板等关键环节持续进行设备改造及工艺改进，例如改造挤出设备的牵引方式及螺杆结构、压板设备电加热系统等，使机器设备更加适合公司的生产模式，提高生产效率；采用热转印、干湿法等精度高、质量稳定、材料报废率低的先进工艺等。产品质量控制是板材生产的关键环节，公司设有专门的质检人员负责产品生产过程控制，在生产过程中对产品色差及结构性差异进行严密监测，防止气泡及色差等不良情况的产生。公司设有专门的实验室对拉力、弹性模量、撞击、硬度、缩水、抗老化及紫外线等性能指标进行检测，严格保证产品的出厂质量。

（三）公司的竞争优势

公司基于前瞻性设计、差异化创新，定位于眼镜市场的中高端客户，为眼镜制造商提供个性化、时尚化、高附加值的产品，在眼镜用醋酸纤维素板材领域具有较强的竞争优势，具体表现如下：

1、研发设计优势

（1）技术创新平台和人才团队

公司一直注重通过技术创新驱动业绩发展。自成立以来，公司不断加大技术创新投入，从人才培育、研发环境、激励制度等多方面构建稳定、高效的技术创新平台。

多年来，公司引进和吸收各类行业内高端人才，打造了一支经验丰富、专业优秀、具备较强自主创新能力的设计团队。一方面，公司通过积极参与 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）等国际专业展会进行品牌推广，积极与国际一线品牌商展开交流，准确捕捉行业最新流行趋势和时尚潮流元素，及时把握市场需求，汲取设计灵感，拓宽创意思路，为公司产品注入新的流行时尚元素，持续提升公司及产品的市场竞争力；另一方面，公司通过对市场需求及时尚潮流信息的把握，积极

开发设计新型图案模具，将色彩和图纹的设计与时尚潮流元素完美结合，开发出满足客户和市场需求的产品。

（2）产学研合作模式

公司坚持“科研强企”的观念，在自主研发的基础上，积极利用社会创新资源，构建校企联合的产学研合作研发模式。公司与浙江大学深圳研究院合作，以公司为载体，浙江大学深圳研究院为技术支撑，重点进行彩色线条抽片打碎一体化成型工艺设计的研究。

（3）持续的研发投入

公司十分重视新产品的开发设计和新技术的创新研究，依据公司战略发展目标，制定科学合理的研发计划，持续加大研发投入。2017 年度、2018 年度及 2019 年度，公司研究开发投入分别为 595.85 万元、740.33 万元和 777.17 万元，分别占当期营业收入的 4.49%、4.95%和 4.97%，为公司产品和技术的持续研发和改进提供充足的资金支持，增强了公司的技术研发能力，提升了公司产品的市场竞争力。

（4）技术及产品创新

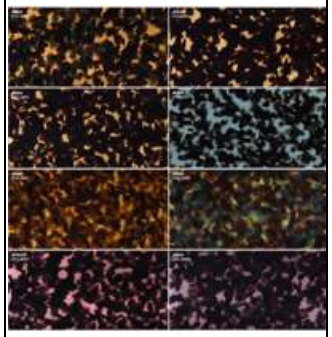
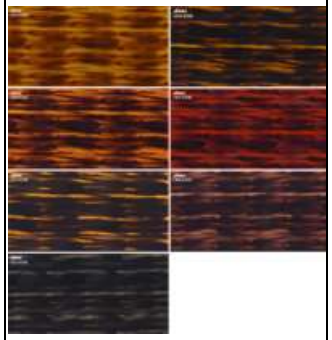
随着企业技术进步的全面推进，公司在醋酸纤维素板材开发设计及生产方面取得了一系列的创新成果。截止本招股说明书签署日，公司已拥有发明专利 3 项，实用新型专利 14 项，外观设计专利 1 项，自主开发并获得的软件著作权 12 项，自主开发设计出玳瑁、绞花料、拼板、打印料等色彩丰富、结构多样的醋酸纤维素板材，并于 2016 年和 2019 年连续被认定为高新技术企业。公司积极推进色彩数据库的建设和完善，利用经验数据建立起快速找色、精准配色、拥有近 8 万种产品色彩方案的色彩管理数据库系统，提升开发效率，降低开发成本，为公司的研发和生产管理的持续优化起到积极的推动作用。

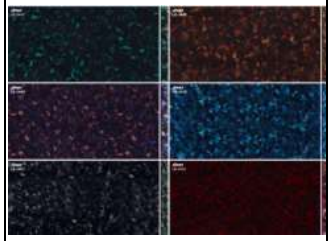
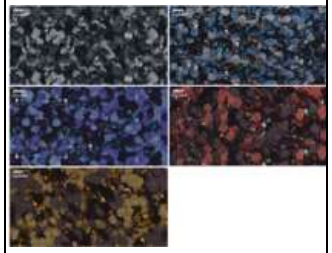
① 公司主要技术创新成果

详见本节“六、公司拥有的主要固定资产、无形资产及其他资源要素”之“（二）无形资产”之“2、专利”和“3、软件著作权”。

② 公司主要产品创新成果

序号	产品系列	公司产品	创意来源	镜架效果	产品特色
1	单色				单色类产品分为实色、浊色、透色、珠光色，由深至浅，运用面最广，可与各种不同类别不同款型的板材搭配，实现丰富的产品组合。
2	多层色				多层色是将不同质感的颜色通过挤出方式一体挤出层次分明色彩多样的产品类型，可做两层至五层的效果，因其色彩丰富，层次多样，可满足客户对于眼镜设计精雕花式的不同需求，在眼镜设计中广泛被运用。

序号	产品系列	公司产品	创意来源	镜架效果	产品特色
3	玳瑁色				玳瑁又名龟甲色，通常以不同色系的深啡和浅啡色为主色，呈现琥珀般的质感，通过加入不同的色系，使玳瑁色既不失其天然的质感，又增加了不同的时尚元素，是众多眼镜及饰品品牌的必选色。
4	绞花料				绞花料通常以山川沟壑、叶脉、水波纹、木纹、牛角纹和线条等元素为灵感来源，通过不同的颜色搭配，实现自然元素之美，其丰富的花纹与颜色，可满足不同光学镜和太阳镜的需求。
5	渐近色				渐近色，从一种色彩到另一种色彩的渐变，无限接近，然后不间断地渲染于整个画面，在服装及其它很多产品中都有运用，板材中渐近颜色的变幻也为眼镜的设计提供了更多的可能性，使之与其它时尚单品的搭配完美贴合。

序号	产品系列	公司产品	创意来源	镜架效果	产品特色
6	拼板				拼板可将两种或两种以上不同颜色不同花纹的板材拼合在一起，优势在于它融合了更多元素和可能性，使得颜色更加丰富，花纹内容更加特别。甚至还可将板材切割成不同形状对拼，或者加入不同材质的材料混拼，其丰富的工艺类型及颜色，受到高端品牌客户的青睐。
7	打印料				打印料相较于丝印图案类产品的优势在于可将极其细密的图案直接打印到板材中，纹理细腻丰富，省去了二次热压工序，品质稳定，适用于立体细致花纹。
8	碎花料				碎花类产品可将不同形状，不同颜色的颗粒混搭一体热压成型，其不规则的纹理与丰富颜色碰撞可表现很多不同的概念，如大理石、花布纹、彩色玻璃、万花筒、珊瑚等。其丰富的花纹与颜色，赋予产品更多的内涵，不仅在眼镜上广泛运用，也是饰品类产品的不错选择。

序号	产品系列	公司产品	创意来源	镜架效果	产品特色
9	高清料				高清料产品，可将电脑中任意图案通过热转印技术转印到板材中，经二次热压成型，因其不受图案及颜色的限制，可最大限度实现想象与效果的结合，图案与板材不同颜色的组合，使产品更为丰富。

2、客户资源优势

公司在多年经营中，凭借突出的开发设计能力、稳定可靠的产品质量、以及全面周到的服务，赢得了众多国内外一线眼镜制造商的认可与赞誉，并与其建立了稳定的合作关系，为公司经营业绩的持续稳定提供保障。目前，公司主要客户包括全球最大的眼镜产品生产、批发和零售商 Luxottica、全球第二的眼镜企业 Safilo，以及国内知名眼镜制造企业雅视光学、新兴光学、华清眼镜、瓯海眼镜等众多国内外一线眼镜制造商。上述客户在眼镜行业内处于领先地位，营销网络较为完善，产品市场需求旺盛、品牌知名度和美誉度较高，对公司提升行业形象，提高市场占有率起到重要作用。

公司主要客户情况如下：

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

序号	客户 LOGO	客户简称	客户简介
8	SANSHAN	三杉光学	专业从事光学及太阳眼镜设计、开发、制造和销售的大型民营企业，大部分产品远销美国、澳大利亚、欧洲和亚洲等海外市场，公司与诸多知名品牌合作。
9	G&D	巨龙光学	专业生产高档光学镜架、太阳镜架的中国/意大利合资企业。公司拥有长期为国际品牌提供 ODM 和 OEM 生产的经验；产品远销欧美。

经过多年的行业深耕，公司产品及服务品质获得客户的广泛认可，与客户合作关系日渐加深，公司在行业内知名度和影响力获得显著提升。目前，公司已成为全球最大的眼镜生产、批发和零售商 Luxottica 在国内独资设立的生产企业东莞华宏最大的内资眼镜板材供应商。

3、生产优势

公司作为国内专业从事眼镜用醋酸纤维素板材生产的优势企业之一，拥有丰富的产品开发和生产经验，在色彩创新、图纹创意、结构变换等方面形成了特有的竞争优势。公司自行设计和改进了自动化程度较高的混料、烤料、挤板、压板及刨板生产线，采用精度高、质量稳定、成品率高的热转印等先进生产工艺。公司根据产品图纹创意和结构变换的需要，对产品模具进行持续开发和投入，自行开发设计了带阻流条的单色挤出模具、用于表面仿木纹的眼镜架板材模具、设有调节压条的三层共挤模具、组合式线条共挤模具、眼镜架腿料板材模具等众多独有的产品模具，在丰富公司产品结构、提升工艺技术水平的同时，增强了公司的生产优势。

公司产品生产具有“小批量、多批次”的特点，面对客户日趋复杂多变的个性化、多样化需求，需及时对产品生产计划做出相应调整，对生产的专业化管理提出了很高要求。公司成立专门的 PMC（生产计划及物料管理）部门，及时准确制定合理的原材料采购计划、生产计划、物料周转计划，持续进行生产分析及改进，提高生产效率，降低物料损耗。公司采用 SAP 信息管理系统，通过生产工艺管理，对机器参数进行管理和监控，实现生产过程的数字化管控。

4、产品质量优势

公司始终将产品的质量放在首要位置，建立了良好的质量控制体系，产品质量获得国内外众多客户的一致认可与好评，在行业内拥有较为明显的产品质量优势。公司于 2019 年通过 GB/T19001-2016/ISO9001:2015 质量控制体系认证，产品通过欧盟 RoHS、REACH 法规标准认证，符合 US California Proposition 65 的相关规定。

公司成立了专门的质量控制部门，建立了严格的供应商评估与控制体系、生产管理流程及质量控制体系、客户服务体系，从产品开发设计到产品交付的每个环节，都予以周密的管理和监控。公司设有专门的实验室对产品色差、结构性差异及性能指标进行监测，通过首件确认、生产过程管控、终检把关等方式严格控制产品质量。公司定期对员工开展质量意识和质量控制方法的培训，提高员工质量管理意识，有效保证了公司产品质量的稳定。

5、管理优势

公司不断完善、规范内部控制制度和管理体系，建立了一支熟悉行业及市场、具有先进管理经验和开拓创新精神的管理团队，能够积极顺应行业发展趋势和市场需求变化，及时、高效地制定符合公司实际的发展战略，灵活应对外部变化，把握市场热点，实现公司长期可持续发展。公司拥有一批在眼镜行业深耕多年的专业管理人员，具有眼镜生产制造、眼镜材料及眼镜零售的全产业链从业经验，能准确把握行业发展趋势制定经营战略，使公司始终位于行业发展前列。

公司高度注重信息系统的建设，建立了 SAP 信息管理系统，加强了公司物流、资金流、信息流之间的融合及流程的标准化管理，有效整合了开发设计、生产、采购、库存管理、销售等活动，公司运营效率获得稳步提升，订单交货周期得以明显缩短，客户需求得以快速响应。

6、区位优势

公司位于深圳，是我国四大眼镜生产基地之一，以生产中高端眼镜产品为主，拥有完善的产业配套体系。深圳是珠三角地区经济最发达的城市之一，区位优势较为明显。公司位于眼镜制造集聚区，一方面，供应链物流及产成品运输体系较为完善，可有效提高公司的生产运营效率，为公司在竞争日益激烈的市场中保持较强的经营能力提供外部保障；另一方面，通过产业集聚区内开展行业交流、研讨、展会等方式，有利于及时了解新工艺、新技术、新产品等最新的行业发展信息，掌握产品市场时尚潮流变换趋势，为公司的可持续发展提供驱动力。

7、产品的创新创意优势

公司自成立以来，始终致力于中高端板材眼镜用醋酸纤维素板材的开发设计、生产和销售。随着眼镜产品的装饰性与时尚性需求的日渐增长，公司十分重视产品色彩的创新和图纹的创意，以及与时尚潮流元素的有效融合，不断推出符

合市场需求，色彩丰富、图纹新颖、富含时尚潮流元素的产品，形成了公司产品的核心竞争力。公司产品色彩、图纹及时尚元素的开发设计灵感，除主要来源于PANTONE（潘通）、WGSN（沃斯全球时尚网）等权威潮流预测机构外，还来源于POP色彩趋势、时尚芭莎、ELLE、视觉生活、VOGUE等潮流时尚资讯及网站。公司产品展现的色彩、图纹及时尚效果主要取决于客户的主观感受及终端眼镜产品的市场接受度，行业内尚未形成客观的评价标准。

上述潮流预测机构、潮流时尚资讯及网站的简要情况如下：

序号	名称	简要情况
1	PANTONE（潘通）	PANTONE成立于1953年，是一家专门开发和研究色彩而闻名全球的权威机构，经过几十年的发展，现已经将其配色系统延伸到色彩占有重要地位的各行各业，如数码技术、纺织、塑胶、绘图、建筑和室内装饰及涂料等，满足设计和生产专业人士的需要。其色卡为国际通用的标准色卡，已经成为当今交流色彩信息的国际统一标准语言。PANTONE每年发布最新潮流色，也成为时尚行业的色彩指示标。
2	WGSN（沃斯全球时尚网）	WGSN是专业趋势预测服务提供商，代表着放眼世界的全球潮流互联网，致力于提供线上订阅服务和专业咨询。透过潮流趋势分析、商业信息以及累积的报告和图片，为时尚、生活、设计、零售、电子商务等多个行业提供趋势预测、创意灵感和商业资讯。
3	POP色彩趋势	POP色彩趋势提供服装最新、最前沿、最具权威的专业的流行趋势预测分析报告,从色彩、图案、面辅料、剪裁细节、工艺、配饰等方面,预测未来的色彩流行方向。眼镜作为配饰中重要的元素之一，与服装的颜色相呼应，因此服装的潮流色彩对于眼镜有极其重要的参考意义。
4	时尚芭莎	《时尚芭莎Harper's BAZAAR》创刊于2001年，是中国内地杂志《时尚芭莎》和美国赫斯特出版集团《Harper's BAZAAR》版权合作的时尚类杂志，在中国内地出版发行。2006年，该杂志获得新浪网络盛典年度专业领域最权威时尚杂志奖。为中国女性提供时尚资讯、流行趋势，带来美学与智慧。
5	ELLE	《ELLE》是1945年创刊的专注于时尚、美容、法国时尚杂志，全球超过150个版权商和250产品种类。它代表女性——自信的、有活力的、有魄力的、活泼的、好奇的、有魅力的、自由的形象。通过对时尚流行趋势的精确分析、传播、选择，《ELLE》不仅拥有全世界的时尚读者，更在产品形象上形成独一无二的风格。
6	视觉生活	《視覺生活》(V.MAGAZINE)是香港唯一家专业眼镜媒体，为眼镜行业人士和所有关注眼镜时尚的大众提供丰富的眼镜情报、设计师动态和行业资讯，是亚洲眼镜流行指标，V.MAGAZINE以传统实体杂志与新媒体平台双轨并行，放送时尚眼镜界最精彩的内容。
7	20/20	20/20全球时尚眼镜杂志,涵盖全球眼镜资讯,为设计师和时尚达人们提供丰富的时尚眼镜款型及色彩运用，动态信息，品牌资讯，

序号	名称	简要情况
8	VOGUE	《VOGUE》是由美国康泰纳仕集团出版发行的一本期刊。创刊于1892年，是世界上历史悠久广受尊崇的一本综合性时尚生活类杂志，杂志内容涉及时装、化妆、美容、健康、娱乐和艺术等各个方面，被奉为世界的Fashion Bible（时尚圣典）。
9	EYEBOOK	时尚眼镜杂志，网罗时尚眼镜图片，品牌故事及行业资讯。
10	www.vogue.com.cn	专业潮流时尚网站，囊括每季国际时装发布和潮流趋势解读，专注于潮流服饰、流行服装、美容美体、护肤彩妆、珠宝配饰、奢侈品、名表、手袋、鞋靴等时尚领域，了解全球时尚动态。
11	hypebeast.cn/about	为结合实体与线上流行资讯的新媒体，在时尚文化领域中扮演着突破性的推动角色。从街头文化到高端时装，纵观全球时尚潮流发展。
12	www.notjustalabel.com	潮人社区网站，聚集了几千个世界一流的设计师，有很多独立设计师品牌，还有一些量产的超新品牌。
13	theimpression.com	时尚潮流网站，汇集全球时尚品牌资讯。
14	www.net-a-porter.com	知名权威奢侈品网站，会更新全球时尚奢侈品推荐、穿搭配饰等内容。

（1）公司产品对潮流色彩的运用及有效融合

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

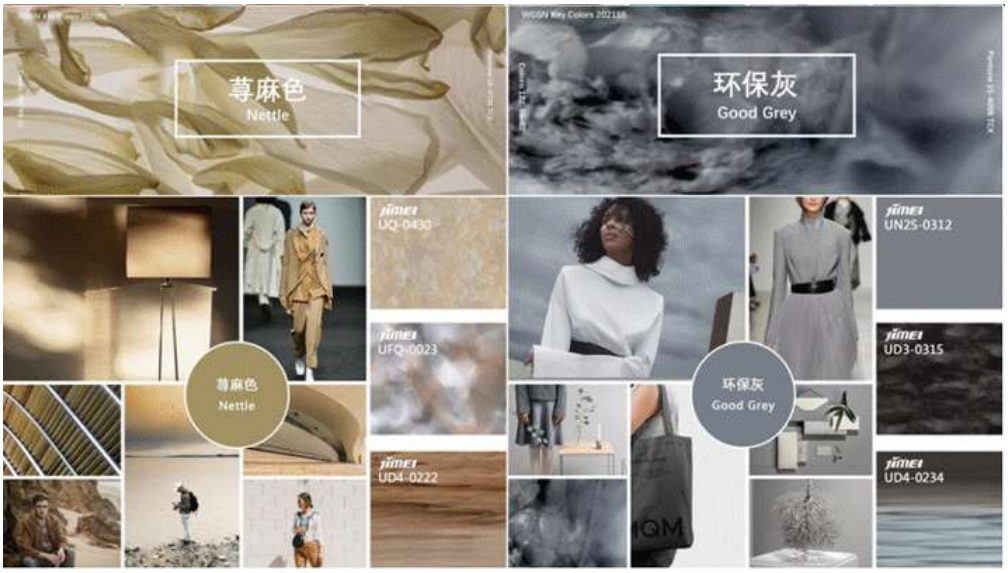
报告期内，公司对流行色彩的具体运用如下：

	2018年PANTONE发布的潮流色为“紫外光”（色号 PANTONE 18-3838TPX），紫外光暗示了宇宙的神秘，以及我们未知的世界。广袤无垠的夜空象征着无限的可能，并继续激励着我们追求一个超越我们自己世界的渴望。公司在2017年提前开发了“紫外光”元素的板材，引领潮流时尚。（附图中，右侧“jimei”字样图片为本公司具体产品示例）

	2019 年 PANTONE 年度流行色为“珊瑚橙”(色号 PANTONE 16-1546)，这是一个充满生命力的色彩，象征着我们对乐观和愉悦的天生追求，为现代生活注入活力。色彩是一个平衡的镜头，透过它我们体验自然环境与数字技术的交融。（附图中，右侧“jimei”字样图片为本公司具体产品示例）
	2020 年 PANTONE 年度流行色为“经典蓝”(色号 PANTONE19-4052)，这是一个永恒不朽的蓝色调，简约中流露优雅的，给人一种平静的感觉。就像是薄暮时的天空，一望无际的蓝色能够唤起人类对于广袤无垠夜空的无限遐想，经典蓝鼓励着我们透过显而易见的事实，拓展思维，放飞想象。(附图中，右侧“jimei”字样图片为本公司具体产品示例）

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





注：上述图片中，右侧“jimei”字样图片为本公司具体产品示例。

（2）公司产品对潮流图纹的运用及有效融合

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

	**2018 年碎花图案成为潮流，碎花不仅具有复古文艺风格，也能突显女性的优雅气质。公司将碎花的元素融入到板材设计中，增加了板材的时尚感。（附图中，右侧“jimei”字样图片为本公司具体产品示例）**

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

在人员构成方面，公司参与产品研发的人员分为专职研发人员和辅助研发人员，其中专职研发人员主要负责色彩、图纹、结构的创新创意设计、时尚潮流元素与产品的有效融合、研发项目的具体实施。辅助研发人员主要为公司生产部门、技术部门和销售部门人员。生产部门和技术部门人员主要参与产品技术工艺的产业化实施、技术工艺的优化调整、以及机器设备的升级改造等有关生产技术工艺方面的研发活动；销售部门人员主要参与产品市场化研究和流行趋势分析等涉及产品设计开发的研发活动。截至 2019 年末，公司共计拥有研发人员 27 人，其中专职研发人员 18 名，辅助研发人员 9 名，构建了一支多部门参与、多岗位协同、反应快速、工作高效的研发队伍。

在技术水平方面，公司于 2017 年着手构建色彩数据库，以便于色彩配方的数据化管理和调用，降低人工调色产生的误差，达到稳定产品质量的目的。目前

公司拥有140种基础色，可调配出近8万种色彩搭配。公司自行设计和改进了自动化程度较高的混料、烤料、挤板、压板和刨板生产线，采用精度高、质量稳定、成品率高的热转印、干法热压等先进生产工艺，并在长期的生产实践中对机器设备及工艺技术持续改进，提高生产的自动化和智能化水平，保证产品品质、提高生产效率。公司在技术水平方面的具体表现详见本节“五、公司在行业中的竞争地位”之“（三）3、生产优势”。

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

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

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

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

（四）公司的竞争劣势

公司虽然凭借突出的色彩创新及图纹创意能力、成熟的产品生产工艺、可靠的产品质量在眼镜板材领域赢得了优势竞争地位，但由于公司生产经营场地面积有限，公司无法对现有厂区进行大规模产能扩充，不利于公司业务规模和盈利水

平的进一步提升。

（五）行业内主要企业情况

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 MAZZUCCHELLI1849 集团与香港捷成集团及日本 Daicel craft 有限公司的合资公司，是国内主要的醋酸纤维胶板生产商之一，产品主要用于制造眼镜架。
中山德利塑胶挤压有限公司	公司成立于 2002 年，位于广东省中山市，主要产品包括醋酸纤维素制板、醋酸纤维素粒、聚碳酸酯制板、机器设备等，是全球著名时尚品牌的主要供应商之一。
温州金余塑胶板有限公司	公司成立于 2003 年，位于浙江省温州市，是我国主要的醋酸纤维素板料厂家之一，致力于为客户提供时尚色彩组合、创新结构的新产品，产品广泛用于醋酸眼镜镜架制造商和艺术品制造商。
浙江金亮塑料胶板有限公司	公司成立于 2004 年。总部位于浙江温州，在国内有深圳，丹阳，厦门，江西办事处。产品广泛应用于眼镜行业。
温州雅格胶板股份有限公司	**公司成立于 2005 年，位于浙江省温州市，是一家专业从事醋酸纤维素眼镜胶板生产与销售的企业。公司于 2014 年 12 月在新三板挂牌，股票代码为 831748。”**

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

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

（六）行业发展态势

1、国家政策的大力支持为本行业提供了良好的发展环境

眼镜产业与国民经济发展息息相关，其发展得到国家产业政策的大力支持。近年来，我国政府陆续出台一系列产业发展相关政策，在税收、投资等方面给予产业支持，国务院发布的《轻工业调整和振兴规划》指出扶持中小企业，培育产

业集群，提高出口退税率，为眼镜产业发展营造了良好的政策环境。工信部印发的《轻工业发展规划（2016～2020 年）》提出在眼镜等行业推出一批科技含量高、附加值高、设计精美、制作精细、性能优越的精品，推动眼镜工业向高品质、轻质化和时尚化方向发展，进一步促进眼镜产业链的发展。本行业作为眼镜产业链的基础型行业，势必将随着眼镜产业的进一步发展，获得更大的发展空间。

2、居民购买力提高及消费观念升级驱动眼镜市场发展

近年来，随着我国宏观经济持续稳定增长，我国居民收入水平有了大幅提高，生活水平明显改善，居民购买力得到显著提升，人们对非生活必需品和高端消费品消费需求的增加，推动了眼镜市场的发展。收入水平的提高促使消费观念升级，居民消费逐步由功能型向享受型转变，在保证产品质量与功能的前提下，消费者更注重品牌体验，时尚化、个性化的消费需求不断涌现。眼镜作为展现时尚潮流元素的重要载体，消费者对眼镜的色彩、图纹、材质的个性化和多样化需求日益凸显，健康消费、体验式消费和时尚消费逐步成为消费者新的追求。

随着经济的发展和财富的积累，我国庞大的中产阶级群体是品牌眼镜等高端消费品的重要参与者，群体的日益扩大推动了眼镜消费市场的稳步发展。人们在拥有一定的经济基础后，越来越注重精神层面的追求，品牌消费和时尚消费逐步成为中产阶级消费群体的消费习惯。据瑞信研究院发布的《全球财富报告》显示，至 2021 年全球中产阶级（1～10 万美元财富）将达到 11 亿人，其中一半来自中国。镜架是眼镜时尚装饰功能的重要载体，其中板材镜架具有其他材质不可替代的时尚潮流可塑性，具有广阔的发展潜力。

3、下游应用领域的扩大为本行业开辟了新的发展空间

随着醋酸纤维素板材制造工艺的进步，凭借其优异的材料性能和时尚美观的图纹，已逐步拓展至时尚饰品、高端工艺品等领域，为本行业开辟了新的发展空间。

4、国际产业转移推动眼镜材料市场的发展

我国已成为全球主要的眼镜生产基地和出口基地，同时也是主要的眼镜消费国，其中深圳已成为全球知名中高档品牌眼镜的主要生产基地。国际产业转移为我国眼镜产业的发展提供了新的发展机遇，有利于我国形成完善的眼镜产业配套体系，促进眼镜制造集聚区的形成，刺激了我国眼镜材料等配套产品市场需求的增加，对眼镜材料市场的发展起到积极推动作用。

5、产品设计风格日新月异推动眼镜板材市场的发展

当前，眼镜的装饰功能日益得到消费者的重视，产品个性化、时尚化、多元化的需求日益凸显，眼镜已成为展现个人品位的重要载体。与金属及其他材质相比，醋酸纤维素材料的色彩和图纹设计丰富、结构多样，便于融入时尚元素，产品风格多样性强，更契合潮流发展趋势，受到市场的青睐，产品更新换代日益加快。

随着新工艺、新技术的不断应用，玳瑁、仿木、牛仔布、混搭等多种设计风格的镜架产品不断涌现，同一风格的产品亦有多种表现形式，备受市场青睐，如近年来混搭风格持续升温，表现为板材架和金属架的搭配、板材间的拼接，以及板材与装饰品的搭配，采用雕刻、镶嵌等工艺实现板材与图案的结合，多种风格使板材成为镜架市场的主要材质，推动包含醋酸纤维素板材在内的眼镜板材市场的进一步发展。

6、市场竞争较为激烈

国内眼镜材料生产企业数量较多，规模较小，呈现分散化竞争格局，行业尚未形成明确的产品标准，产品质量参差不齐，行业竞争较为激烈。面对日益激烈的市场竞争，行业内企业需积极致力于新技术、新工艺的应用、新产品的设计开发、生产及品质管理，提升产品质量，不断向市场推出优势产品，保持行业优势地位，提升产品市场竞争力。

7、公司业务被上下游行业替代的可能性

（1）公司产品上下游行业向公司业务延伸的可能性

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

公司下游为眼镜生产行业，眼镜生产厂商采用的镜架材料包括醋酸纤维素、硝酸纤维素、环氧树脂、尼龙等塑料材料，以及铜合金、镍合金、镍铜合金、钛合金等金属材料，材料来源广泛。眼镜生产商的业务向上游某特定材料延伸的可能性较小。

（2）公司产品上下游企业直接生产醋酸纤维素板材的门槛

公司上下游企业较难具备直接生产醋酸纤维素的能力，原因如下：

1）产品设计门槛

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

2）客户资源门槛

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

3）专业人才门槛

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

4）生产经验门槛

醋酸纤维素板材主要应用于板材镜架的制造，在生产过程中对色差，结构性差异以及拉力、弹性模量、撞击、硬度等性能指标有着严格的要求，若产品存在明显色差或产生气泡都将导致产品报废，需要多年的生产经验积累以确保产品稳定性，提升成品率。此外，本行业企业所采用的专业设备多为定制化设备，需积累长期的生产经验才能准确把握设备升级改造和工艺改良优化的要点，提高生产效率，降低生产成本。其次，本行业生产具有“小批量、多批次”的特点，需通过长期生产管理经验的积累形成有序的生产组织能力，在满足下游客户多样化需求的同时，减少物料损耗，达到降本增效的目的。

5）产品质量门槛

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

综上所述，公司业务不存在被上下游企业替代的风险。

（七）公司与同行业可比公司在经营情况、市场地位、技术实力等方面的比较情况

截至本招股说明书签署日，国内上市及挂牌公司中，与发行人从事相同业务的企业仅雅格股份。2017 年、2018 年及 2019 年雅格股份的营业收入为 1,350.58 万元、899.17 万元及 640.37 万元。根据雅格股份的公开转让说明书披露，“公司当前规模较小”，行业地位较低。

根据雅格股份的公开转让说明书，雅格股份的商业模式为：

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

雅格股份披露的生产工艺流程为：

（1）挤拉系列胶板



（2）压拼系列胶板



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

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

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

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

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

根据雅格股份 2019 年年度报告，前五名客户情况如下：

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

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

从工艺流程、采购渠道、销售市场、主要客户等方面来看，公司优于同行业公众公司，符合公司关于“在醋酸纤维素板材行业处于领先地位”的判断，公司竞争优劣势和行业地位的相关信息披露真实、准确、完整。

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

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

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

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

2017年、2018年、2019年及2020年1～6月，雅格股份的毛利率分别比本

公司低28.61%、22.33%、23.58%及28.80%。根据雅格股份公开转让说明书和历年年度报告，一方面，雅格股份“为留住客户降低价格”，反映了其销售单价较低，另一方面，“由于产量下降，固定成本不变，导致产品的单位生产成本增加”，反映了其单位生产成本较高。本公司是高新技术企业，产品附加值相对较高，且规模较大，因此毛利率相对较高并能够维持较高水平。

（八）公司与眼镜行业其他企业的比较情况

1、与明月镜片比较

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

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

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

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

项　目	2019年度		2018年度		2017年度	
	明月镜片	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：截至本招股说明书签署日，明月镜片尚未披露2020年半年度数据。

报告期内明月镜片的营业收入大于本公司，营业收入的变动趋势与本公司基本一致。

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

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

（2）公司就资产周转能力指标与明月镜片进行比较如下：

项　目	2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	明月镜片	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。

2、与雅视光学比较

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

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

项 目	2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	雅视光学（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：

单位：%

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

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

四、公司销售情况及主要客户

（一）主要产品产量、销量及产能利用情况

报告期内，公司主要产品的产量、销量及产能情况如下：

产品类别	时间	产能（公斤）	产量（公斤）	销量（公斤）	产能利用率（%）	产销率（%）
挤板系列产品	2020 年 1～6 月	619,500.00	323,214.04	324,561.51	52.17	100.42
	2019 年度	1,239,000.00	1,288,161.15	1,251,620.38	103.97	97.16
	2018 年度	1,209,600.00	1,251,501.59	1,176,396.86	103.46	94.00
	2017 年度	1,209,600.00	1,061,314.08	1,035,789.39	87.74	97.59
压板系列产品	2020 年 1～6 月	353,111.81	144,480.85	143,455.19	40.92	99.29
	2019 年度	706,223.62	656,874.73	616,861.19	93.01	93.91
	2018 年度	706,223.62	669,085.51	629,036.73	94.74	94.01
	2017 年度	706,223.62	568,864.66	545,472.15	80.55	95.89

注：产能=机器设备的每小时产能×11 小时/天×28 天/月×12 个月；产能利用率=产量/产能；产销率=销量/产量。

2017 年末、2018 年末、2019 年末及 2020 年中期，公司生产设备的原值分别为 1,694.39 万元、1,869.75 万元、1,911.58 万元和 1,915.75 万元，小幅增长。公司的产能、经营规模与公司生产设备的原值具有匹配性。

（二）主要产品的主要客户群体及价格变动情况

1、主要产品的主要客户群体

公司产品的客户主要为眼镜产品制造企业，最终用途为眼镜镜架的制造。

2、报告期内主要产品平均价格变动（不含税）情况

产品类别	单位	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
挤板系列产品	元/kg	65.78	66.05	65.73	68.42
压板系列产品	元/kg	119.87	116.68	113.33	112.30

报告期内，公司压板系列产品平均单价远高于挤板系列产品平均单价的主要原因如下：（1）生产工艺方面，压板产品较挤板产品更为复杂，为实现碎花、拼接等图纹效果，需对挤板进行粉碎加工后，再进行压板成型工序，物料耗用相对于挤板更大，单位成本更高；（2）挤板采用的热成型抽拉工艺，仅能实现色彩和图纹的简单组合变换，压板采用的热压成型工艺可通过添加由各类挤板粉

碎加工后获得的颗粒和形状，实现不同色彩及图纹的复杂变换效果，产品附加值更高，市场竞争力更强；（3）由于生产工艺的差别，压板产品较挤板产品能够更好的与时尚潮流元素相融合，实现更多色彩及图纹的组合变换，更受下游眼镜制造厂商的青睐，从而更易接受更高的价格。

（三）报告期内销售收入前十名客户

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				

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
	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 控制的企业
	Luxottica Group S.p.A.		480.72	3.11	否	意大利	2,911.17 万欧元	1996.02.19	
	小　计		2,414.24	15.61					
	深圳市全域贸易有限公司	醋酸纤维素板材	606.29	3.92	否	深圳	100 万元人民币	2013.06.05	注 1
	美成（江门）实业有限公司		17.46	0.11	否	江门	2,000 万港元	2018.08.28	
	小　计		623.75	4.03					
	雅骏光学科技（深圳）有限公司	醋酸纤维素板材	354.95	2.30	否	深圳	20,000 万港元	2018.08.30	雅视光学（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	
	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	

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
	小　计		295.01	1.91					新兴光学（HK00125）控制的企业
	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（HK01120）控制的企业
	雅视光学发展（深圳）有限公司		175.20	1.18	否	深圳	7,000 万港元	2001.08.22	
	小　计		432.08	2.91					
	深圳市全域贸易有限公司	醋酸纤维素板材	284.55	1.91	否	深圳	100 万元人民币	2013.06.05	注 2
	升腾眼镜（深圳）有限公司		129.31	0.87	否	深圳	400 万美元	2017.03.20	
	美成（江门）实业有限公司		1.90	0.01	否	江门	2,000 万港元	2018.08.28	
	小　计		415.76	2.80					
	华清眼镜（深圳）有限公司	醋酸纤维素板材	237.69	1.60	否	深圳	5,856 万港元	2005.04.06	
	江西华清眼镜有限公司		79.35	0.53	否	江西	450 万美元	2016.05.31	

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
	小　计		317.04	2.13					恒发光学（HK01134）控制的企业
	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	
	江西华清眼镜有限公司		63.37	0.48	否	江西	450 万美元	2016.05.31	

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
	小　计		316.62	2.40					恒发光学（HK01134）控制的企业
	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。

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。

美成实业委托全域贸易向公司采购的情况如下：美成实业为美成集团的全资子公司，其职能之一是作为美成集团的采购中心。美成集团总部位于香港，业务范围包括眼镜设计、研发、生产及销售，是全球最大的眼镜制造商之一。美成集团创始人家族于1987年在深圳设立深圳市龙岗区横岗六约星辉眼镜厂（企业类型为来料加工企业，经营期限至2017年），又于2017年成立升腾眼镜（深圳）有限公司，均从事眼镜制造。随着深圳各项制造业要素成本提高，美成集团逐渐减少大陆产能。美成集团在孟加拉国设立的美成孟加拉，是美成集团目前主要的生产基地。由于孟加拉国眼镜配套产业不够完善，美成孟加拉生产所需的原材料主要采购自中国大陆，其中包括向本公司采购醋酸纤维素板材。全域贸易主要从事进出口业务代理，而美成实业当时人员配置不完善，故美成实业将进出口业务委托给全域贸易。从2020年3月开始，美成实业已主要通过升腾眼镜（深圳）有限公司向公司采购并出口至孟加拉，不再委托全域贸易。

公司向美成实业直接销售以及通过全域贸易间接向美成孟加拉销售，两种销售模式下同类产品的定价原则一致，同一时期公司对全域贸易销售价格与美成实业销售价格一致。

公司向全域贸易销售的流程为：美成集团采购中心通过电子邮件向公司下达采购订单，并指定货物接收方为全域贸易；公司按时间要求送货至交货地址，全域贸易清点确认并签收；公司按月与全域贸易进行对账，确认双方当月完成的订单及金额；公司向全域贸易开具发票；全域贸易按约定账期通过银行转账向公司支付货款。公司与全域贸易间属于实质购销交易。

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

报告期，公司主要客户其他情况如下：

序号	客户名称	股东（合作方）	法定代表人	主要人员	实际控制人	客户获取途径	长期合作协议	是否与鑫源泰、鑫美泰存在业务往来
1	陆逊梯卡华宏(东莞)眼镜有限公司	陆逊梯卡荷兰有限公司	路易吉.弗兰卡维拉	董事:路易吉.弗兰卡维拉、孔翮敏、法比奥.邦克里斯提阿诺、吉古色贝.贝尔蒂、卢卡.德.加斯贝利	Leonardo Del Vecchio	展会洽谈	有	否
2	Luxottica Group S.p.A.	EssilorLuxottica S.A.	—	董事: Leonardo Del Vecchio、Luigi Francavilla、Francesco Milleri、Leonardo Maria Del Vecchio等;			有	
3	深圳市全域贸易有限公司	方有年、袁勇军、杨锦鹏	杨锦鹏	执行董事兼总经理:杨锦鹏	杨锦鹏	委托方指定	有	否
4	升腾眼镜（深圳）有限公司	香港星辉眼镜制造厂有限公司	张锦华	执行董事：张耀姿; 总经理：张锦华	张锦德、张锦华、张明和、卢德佩	展会洽谈	无	
5	深圳市龙岗区横岗六约星辉眼镜厂	香港星辉眼镜制造厂有限公司、深圳市横岗六约经济发展有限公司	—	负责人：何毓馨			无	
6	美成（江门）实业有限公司	美成集团有限公司	吴彩越	执行董事：张耀姿;			有	

序号	客户名称	股东（合作方）	法定代表人	主要人员	实际控制人	客户获取途径	长期合作协议	是否与鑫源泰、鑫美泰存在业务往来
				经理：吴彩越				
7	雅骏光学科技（深圳）有限公司	雅骏眼镜制造厂有限公司	王财富	董事：王财富、李志雄、吴逸珊；总经理：李志雄	吴海英	业内介绍	有	是
8	深圳市龙岗区横岗镇黄阁坑雅骏眼镜制造厂	雅骏眼镜制造厂有限公司、深圳市黄阁坑股份合作公司	—	负责人：王财富			无	
9	雅视光学发展（深圳）有限公司	Artland Technology Limited（英属维京群岛）	曾红亮	董事：曾红亮、张杏桃、王财富			有	
10	华清眼镜（深圳）有限公司	恒发光学有限公司	郭君宇	执行董事兼总经理：郭君宇	郭君晖、郭君宇、陈燕华	业内介绍	有	是
11	江西华清眼镜有限公司	恒发光学有限公司	郭君宇	执行董事兼总经理：郭君宇			有	
12	江西省威东光学有限公司	包威东、汤德会、江西德盛光电有限公司	汤德会	执行董事兼总经理：汤德会	—	业务拜访	有	是
13	温州市瓯海眼镜有限公司	陈国光、王风华、胡爱华	戴小珍	执行董事兼总经理：戴小珍	陈国光	展会洽谈	有	是
14	香港新兴眼镜制造厂有限公司	Sun Hing Optical International Group Limited	—	董事：顾毅勇、顾嘉勇、陈智燊、梁卓邦	顾毅勇、顾嘉勇	展会洽谈	无	否

序号	客户名称	股东（合作方）	法定代表人	主要人员	实际控制人	客户获取途径	长期合作协议	是否与鑫源泰、鑫美泰存在业务往来
15	东莞新溢眼镜制造有限公司	香港新兴眼镜制造厂有限公司	陈智燊	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
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；	Robin Bjorn Christian Totterman	业务拜访	有	是

序号	客户名称	股东（合作方）	法定代表人	主要人员	实际控制人	客户获取途径	长期合作协议	是否与鑫源泰、鑫美泰存在业务往来
				经理：张平羽				
22	巨龙光学（福建）有限公司	Fudin Julong (HK) Limited、福鼎冰凌贸易有限公司	董赣兵	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。

公司的股东未在公司主要客户拥有权益或任职。

报告期各期公司新增客户数量、种类情况如下：

项　目	2020 年 1～6 月	2019 年	2018 年	2017 年
新增客户数量（个）	61	158	198	340
其中：公司制企业	51	126	173	258
个体工商户	5	14	12	36
个人独资企业	1	2	6	18
个人客户	4	12	-	2
来料加工企业	-	-	-	1
组织形式不详	-	2	5	18
股份合作制	-	-	1	4
合伙企业	-	2	1	3

报告期各期公司新增客户对应销售金额及占当期收入比重情况如下：

项　目	2020 年 1～6 月	2019 年	2018 年	2017 年
主营业务收入金额（万元）	3,854.61	15,464.10	14,861.75	13,212.34
对新增客户销售金额（万元）	61.15	347.98	548.37	924.56
占 比（%）	1.59	2.25	3.69	7.00

报告期内，公司主要新增客户中 Creations Poncet F、ETNIA BARCELONA Limited、Independent Eyewear Manufacturing,LLC 的情况请参见本节之“四、公司销售情况及主要客户”之“（四）报告期公司外销客户情况”中的相关内容，其他主要新增客户情况如下：

序号	客户名称	所在地	注册资本	成立时间	股东	法定代表人	主要人员
1	深圳市伏恒眼镜制品有限公司	深圳	150 万元	2016.04.21	黄汝宾、王宇	黄汝宾	执行董事兼总经理：黄汝宾； 监事：王宇
2	温州市依瑾眼镜有限公司	温州	200 万元	2016.12.20	林正松、金宝玲	金宝玲	执行董事兼总经理：金宝玲； 监事：林正松
3	瑞安市华星眼镜制造有限公司	温州	50 万元	2017.03.22	郝建成、谢阳	林南荣	执行董事：谢阳；经理：林南荣； 监事：郝建成
4	快奇眼镜江西有限公司	鹰潭	500 万元	2016.12.02	浙江快奇控股有限公司	周浩	执行董事兼总经理：周浩； 监事：林甲升
5	深圳市本益科技有限公司	深圳	100 万元	2017.10.18	陈伟涛、陈纯玲	陈纯玲	执行董事兼总经理：陈纯玲； 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。

报告期内公司向主要客户、新增客户销售毛利、毛利率水平情况如下：

项　目	2020年1～6月	2019年	2018年	2017年
向主要客户销售毛利（万元）	706.80	2,739.64	2,217.92	1,908.61
向主要客户销售毛利率（%）	51.46	50.96	45.48	42.77
向新增客户销售毛利（万元）	32.30	163.66	239.13	384.09
向新增客户销售毛利率（%）	52.82	47.03	43.61	39.18

报告期内，公司向主要客户、新增客户销售毛利、毛利率水平不存在明显差异。

报告期内，厦门至简光学有限公司、深圳市雷克斯眼镜有限公司、深圳市康视保眼镜有限公司和品威眼镜（深圳）有限公司既是公司客户，又是公司外协加工服务的供应商。除上述企业外，公司客户中不存在既是客户又是供应商的情形。

（四）报告期公司外销客户情况

报告期内，本公司的外销收入合计为 3,310.33 万元，Luxottica Group S.p.A、香港新兴眼镜制造厂有限公司、高信眼镜厂有限公司、CREATIONS PONCET F、Etnia Barcelona Limited、INDEPENDENT EYEWEAR MANUFACTURING, LLC、NANNINI Italian Quality S.r.l.等7家客户合计占报告期内发行人外销收入比例超过75%。

上述客户的相关情况如下：

客户名称	国家/地区	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	1996.02.19	38,099.42万欧元	ESSILORLUXOTTICA S.A.持股100%	发行人与该公司的境内子公司东莞华宏自 2011 年开始合作，与该公司自2017年开始合作； 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	1997.07.30	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	2009.02.02	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	2010.11.04	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 MANUFACTURING, LLC	美国	2014.05.02	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
NANNINI Italian Quality S.r.l.	意大利	2008.10.01	59,000欧元	DEGL’INCERTI TOCCI DAVIDE/GALLINARI 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：

单位：万元

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。

五、公司采购情况及主要供应商

（一）原材料采购情况

公司报告期内采购的原材料为醋酸纤维素胶粒、色粉等，其中醋酸纤维素胶粒的采购金额占总采购金额的 96.00%以上，具体采购情况如下：

原材料	2020 年 1~6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额（万元）	占当期采购总额的比例（%）	金额（万元）	占当期采购总额的比例（%）	金额（万元）	占当期采购总额的比例（%）	金额（万元）	占当期采购总额的比例（%）
醋酸纤维素胶粒	1,564.69	96.63	6,399.23	97.09	6,591.84	97.69	6,988.87	97.75
色粉	23.90	1.48	79.58	1.21	62.92	0.93	58.76	0.82
PE 胶袋	3.27	0.20	14.58	0.22	13.22	0.20	12.89	0.18
软化油	4.00	0.25	13.27	0.20	14.02	0.21	13.59	0.19
其他	23.48	1.45	84.50	1.28	65.56	0.97	75.33	1.06
合　计	1,619.34	100.00	6,591.16	100.00	6,747.56	100.00	7,149.44	100.00

注：其他主要包括纸板、溶剂油、打包带、吊牌、标签、高清转印墨水等辅助材料。

（二）主要原材料价格

报告期内，公司主要原材料平均采购价格（不含税）如下：

原材料	单位	2020 年 1～6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
醋酸纤维素胶粒	元/公斤	28.66	28.55	28.81	29.94
色粉	元/克	0.23	0.18	0.17	0.19
PE 胶袋	元/公斤	13.07	13.08	13.16	12.94
软化油	元/公斤	12.12	12.06	11.38	12.36

报告期内，公司主要原材料平均价格出现一定幅度的波动系受原材料市场行情变化所致。

（三）主要能源供应情况

公司生产所需能源以电力为主，电力由公司经营所在地的电力公司统一供应，报告期内公司电力消耗及支出情况如下：

项　目	2020 年 1～6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
电力消耗（kWh）	1,555,530.00	6,195,780.00	6,198,480.00	5,580,120.00
电力支出（万元）	111.76	386.53	397.86	370.53
平均价格（元/kWh）	0.72	0.62	0.64	0.66

2019 年度公司的电力消耗较 2018 年度略有下降，主要原因是公司进行了节能降耗措施。

（四）报告期内向前五名供应商采购情况

报告期	供应商名称	主要采购内容	采购金额（万元）	占采购总额的比例（%）	是否关联	注册地址	注册资本（万元）	成立时间
2020 年 1～6 月	四川普什醋酸纤维素有限责任公司	醋酸纤维素胶粒	1,107.47	68.39	是	四川省宜宾市长宁县长宁镇曙光村 9 社	20,000	2007.08.09
	伊玛塑胶（深圳）有限公司	醋酸纤维素胶粒	457.22	28.23	否	深圳市龙华区大浪街道同胜社区龙泉科技工业园 3 号 1 层、2 层	美元 620	2002.06.27
	广州纵诚化工科技有限公司	色粉	9.58	0.59	否	广州市海珠区荷风街 14 号 1605 房	300	2017.04.18
	深圳市龙岗区明旭塑胶颜料行	色粉	6.21	0.38	否	深圳市龙岗区龙城街道爱联社区前进村一巷 9 号	200	2002.05.30
	上海仕秀精细化工有限公司	软化油	4.00	0.25	否	上海市松江区洞泾镇渔洋浜村 656 号	300	1996.01.02
	合　计		1,584.48	97.84				
2019 年度	四川普什醋酸纤维素有限责任公司	醋酸纤维素胶粒	4,481.14	67.99	是	四川省宜宾市长宁县长宁镇曙光村 9 社	20,000	2007.08.09
	伊玛塑胶（深圳）有限公司	醋酸纤维素胶粒	1,901.70	28.85	否	深圳市龙华区大浪街道同胜社区龙泉科技工业园 3 号 1 层、2 层	美元 620	2002.06.27
	深圳市龙岗区明旭塑胶颜料行	色粉	25.21	0.38	否	深圳市龙岗区龙城街道爱联社区前进村一巷 9 号	200	2002.05.30
	广州纵诚化工科技有限公司	色粉	23.48	0.36	否	广州市海珠区荷风街 14 号 1605 房	300	2017.04.18
	深圳市彤浩联发包装材料有限公司	PE 胶袋	14.58	0.22	否	深圳市龙岗区龙城街道爱联社区陂头背新村二区 19 号一、二楼	10	2011.08.09
	合　计		6,446.11	97.50				
2018 年度	四川普什醋酸纤维素有限责任公司	醋酸纤维素胶粒	3,847.50	57.02	是	四川省宜宾市长宁县长宁镇曙光村 9 社	20,000	2007.08.09
	伊玛塑胶（深圳）有限公司	醋酸纤维素胶粒	2,331.50	34.55	否	深圳市龙华区大浪街道同胜社区龙泉科技工业园 3 号 1 层、2 层	美元 620	2002.06.27

报告期	供应商名称	主要采购内容	采购金额（万元）	占采购总额的比例（%）	是否关联	注册地址	注册资本（万元）	成立时间
	大川（清新）塑料制品有限公司	醋酸纤维素胶粒	389.40	5.77	否	清新县太平马岳工业园	美元 150	2001/12/24
	东莞创耀塑料有限公司	醋酸纤维素胶粒	23.44	0.35	否	广东省东莞市桥头镇桥头莲湖路南一街 128 号	港币 560	2005.08.16
	深圳市龙岗区明旭塑胶颜料行	色粉	17.77	0.26	否	深圳市龙岗区龙城街道爱联社区前进村一巷 9 号	200	2002.05.30
	合　计		6,609.61	97.96				
2017 年度	四川普什醋酸纤维素有限责任公司	醋酸纤维素胶粒	3,146.95	44.02	是	四川省宜宾市长宁县长宁镇曙光村 9 社	20,000	2007.08.09
	伊玛塑胶（深圳）有限公司	醋酸纤维素胶粒	2,729.24	38.17	否	深圳市龙华区大浪街道同胜社区龙泉科技工业园 3 号 1 层、2 层	美元 620	2002.06.27
	大川（清新）塑料制品有限公司	醋酸纤维素胶粒	1,086.64	15.20	否	清新县太平马岳工业园	美元 150	2001/12/24
	深圳市龙岗区明旭塑胶颜料行	色粉	26.22	0.37	否	深圳市龙岗区龙城街道爱联社区前进村一巷 9 号	200	2002.05.30
	东莞创耀塑料有限公司	醋酸纤维素胶粒	26.04	0.36	否	广东省东莞市桥头镇桥头莲湖路南一街 128 号	港币 560	2005.08.16
	合　计		7.015.10	98.12				

注：四川普什与本公司的关联关系及关联采购，详见本招股说明书“第七节 公司治理与独立性”之“九、关联方及关联关系”及“十、关联交易情况”。

报告期内，公司除与四川普什存在因投资形成的关联关系，并由公司董事朱瑞倩出任其董事职务外，公司、公司控股股东实际控制人、董事、监事、高级管理人员及其关系密切的家庭成员与上述供应商不存在关联关系，不存在上述供应商或其控股股东、实际控制人是本公司前员工、前关联方、前股东、实际控制人的密切家庭成员等可能导致利益倾斜的情形。

报告期内，公司各年度前5大供应商为四川普什、伊玛塑胶、大川塑料、深圳市龙岗区明旭塑胶颜料行、广州纵诚化工科技有限公司、深圳市彤浩联发包装材料有限公司、东莞创耀塑料有限公司、上海仕秀精细化工有限公司。

前述供应商中，四川普什、伊玛塑胶和大川塑料为本公司的主要供应商。2017年、2018年、2019年和2020年1～6月，公司向四川普什的采购金额，占原材料采购总额的比例分别为44.02%、57.02%、67.99%和68.39%；向伊玛塑胶的采购金额，占原材料采购总额的比例分别为38.17%、34.55%、28.85%和28.23%；向大川塑料的采购金额，占原材料采购总额的比例分别为15.20%、5.77%、0.08%和0.00%。2017年、2018年、2019年和2020年1～6月，公司向上述三家供应商的采购金额，合计占原材料采购总额的比例分别为97.39%、97.34%、96.92%和96.63%，占比极高。

报告期内，发行人与其交易情况如下：

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
四川普什	醋酸纤维素胶粒	1,107.47	4,481.14	3,847.50	3,146.95
伊玛塑胶	醋酸纤维素胶粒	457.22	1,901.70	2,331.50	2,729.24
大川塑料	醋酸纤维素胶粒	-	5.39	389.40	1,086.64

四川普什、伊玛塑胶和大川塑料的基本情况如下：

供应商名称	设立时间	注册资本	实际控制人	合作历史
四川普什	2007.08.09	20,000万元	宜宾市国资委	自2014年开始合作
伊玛塑胶	2002.06.27	620万美元	Eastman Chemical, Asia Pacific Pte.Ltd和Mazzucchelli 1849S.p.A.各出资50%通过伊玛香港有限公司在华出资设立	自2006年开始合作
大川塑料	2001.12.24	150万美元	廖华清	自2013年开始合作

四川普什系四川省宜宾五粮液集团有限公司二级子公司，自成立以来专业从事醋酸纤维素的生产，是国内领先的醋酸纤维素生产企业，具有年产15,000吨醋酸纤维素胶粒的生产能力，目前醋酸纤维素胶粒实际产量为年产10,000吨。2017年、2018年、2019年和2020年1～6月，公司向四川普什采购醋酸纤维素的金额分别占其收入总额的4.15%、4.80%、4.48%和1.82%。

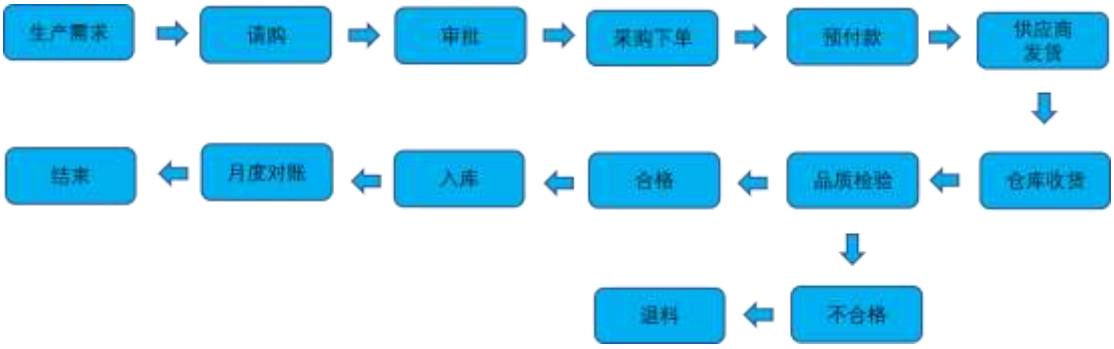
伊玛塑胶系世界醋酸纤维素材料领先企业美国伊士曼化工（Eastman Chemical）和公司最主要的行业竞争对手之一华意胶板的母公司—意大利 MAZZUCCHELLI 1849 共同出资设立，专业从事醋酸纤维素胶粒的生产，是国内领先的醋酸纤维素胶粒生产企业,具有年产 9,000 吨醋酸纤维素胶粒的生产能力。

大川塑料为港资企业，主营业务为生产、加工、销售 PP、PVC、CA 等塑料及塑料制品。自 2019 年 3 月，不再从事醋酸纤维素胶粒的生产业务。

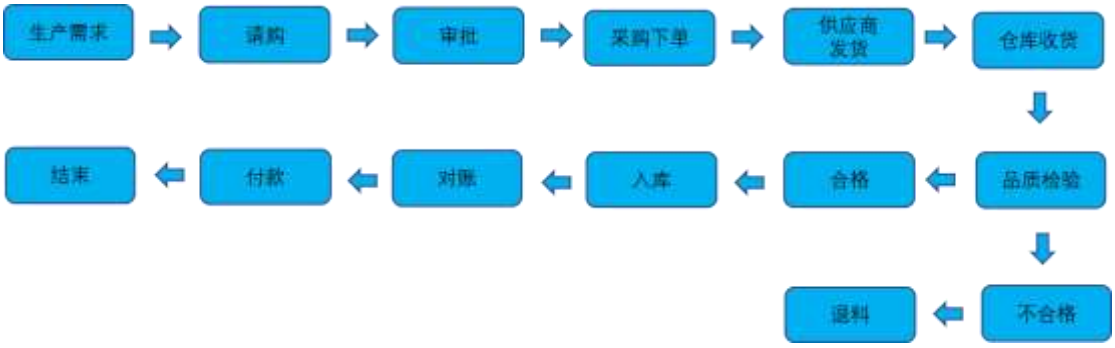
上述三家公司均为生产商，本公司向其采购的定价原则均为依据市场情况协商定价。

报告期内，公司与上述三家公司的交易及结算流程，主要差异在付款条件。四川普什为先款后货，伊玛塑胶、大川塑料给予公司一定的账期。

公司与四川普什的交易及结算流程如下：



公司与伊玛塑胶、大川塑料的交易及结算流程如下：



报告期，公司其他供应商基本情况如下：

报告期内，深圳市龙岗区明旭塑胶颜料行、广州纵诚化工科技有限公司、深圳市彤浩联发包装材料有限公司、东莞创耀塑料有限公司和上海仕秀精细化工有限公司，年度采购金额均未超过 30 万元。报告期内，发行人与其交易情况如下：

供应商名称	采购内容	采购金额（万元）			
		2020 年 1～6 月	2019 年	2018 年	2017 年
深圳市龙岗区明旭塑胶颜料行	色粉	6.21	25.21	17.77	26.22
广州纵诚化工科技有限公司	色粉	9.58	23.48	13.09	4.79
深圳市彤浩联发包装材料有限公司	PE 胶袋	3.27	14.58	13.22	10.02
东莞创耀塑料有限公司	醋酸纤维素胶粒	-	11.01	23.44	26.04
上海仕秀精细化工有限公司	软化油	4.00	13.27	10.39	13.59

上述公司基本情况如下：

供应商名称	设立时间	注册资本	股东	采购定价原则
深圳市龙岗区明旭塑胶颜料行	2002.05.30	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公司	2017.04.18	300 万元	陈颖婷、熊辉	依据市场情况协商定价
深圳市彤浩联发包装材料有限公司	2011.08.09	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	2005.08.16	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	1996.01.02	300 万元	赵士平	依据市场情况协商定价

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。

新三板挂牌公司雅格股份（证券代码“831748”，证券简称“雅格股份”）系与公司主营业务相同或相近的唯一公众公司，其主营业务为醋酸纤维素胶板的生产、开发和销售。2019 年其前两大供应商合计采购金额占原材料总采购金额的比例为 97.39%，供应商高度集中。

公司供应商集中度较高符合行业特点和商业逻辑，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 年以上，合作基础良好，

相关的业务具有稳定性及可持续性。公司与主要供应商的交易，均采用公开、公平的方式进行，交易定价参照市场价格，交易价格公允。

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，单一供应商不存垄断地位；公司与主要供应商的交易遵循市场化原则，双方的合作基础稳定，具有可持续性。保荐机构认为，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。

报告期内公司向各主要醋酸纤维素胶粒供应商的采购情况如下：

供应商	2020年1～6月		2019年度		2018年度		2017年度	
	金额（万元）	占当期胶粒采购总额的比例（%）	金额（万元）	占当期胶粒采购总额的比例（%）	金额（万元）	占当期采购胶粒总额的比例（%）	金额（万元）	占当期胶粒采购总额的比例（%）
四川普什	1,107.47	70.78	4,481.14	70.03	3,847.50	58.37	3,146.95	45.03
伊玛塑胶	457.22	29.22	1,901.70	29.72	2,331.50	35.37	2,729.24	39.05
大川塑料	-	-	5.39	0.08	389.40	5.91	1,086.64	15.55
其他	-	-	11.00	0.17	23.44	0.36	26.04	0.37
合　计	1,564.69	100.00	6,399.23	100.00	6,591.84	100.00	6,988.87	100.00

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 MAZZUCCHELLI 1849 共同出资设立，其年醋酸纤维素胶粒产能为9,000吨。公司报告期年醋酸纤维素采购量为2,300吨左右。

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

公司醋酸纤维素胶粒主要供应商中，伊玛塑胶位于深圳市龙华新区；四川普什位于四川省宜宾市。公司为四川普什的股东，四川普什更能保障公司原材料供应的稳定性；在包含运费的情况下，四川普什的产品价格略低于伊玛塑胶；到货

时间方面，四川普什至公司的运输时间仅 2 天。出于保障供应稳定、降低原材料成本的考虑，公司大额采购四川普什的产品，具有必要性和合理性。

（五）报告期内向四川普什与伊玛塑胶的采购情况

1、集中向四川普什、伊玛塑胶采购的原因及合理性

2019 年，公司向四川普什和伊玛塑胶集中采购的主要原因如下：（1）2017 年及 2018 年，公司的主要醋酸纤维素胶粒供应商为四川普什、伊玛塑胶和大川塑料。四川普什、伊玛塑胶和大川塑料 2017 年分别占醋酸纤维素胶粒采购总额的 45.03%、39.05%和 15.55%，合计占比 99.63%；2018 年分别占醋酸纤维素胶粒采购总额的 58.37%、35.37%和 5.91%，合计占比 99.65%。自 2019 年 3 月，大川塑料不再从事醋酸纤维素胶粒的生产业务，故公司的采购向四川普什、伊玛塑胶集中；（2）四川普什和伊玛塑胶的产能充足、供货能力强、产品质量稳定，生产的醋酸纤维素胶粒在品质方面无明显差异，均能很好满足公司的生产需求；（3）四川普什和伊玛塑胶在采购返利方面的优惠条件较 2018 年均有所提高，集中采购能够获得更多的量价优惠。

2、主要供应商平均采购价格比较情况

2019 年，公司醋酸纤维素胶粒主要供应商为四川普什和伊玛塑胶，分别占当期醋酸纤维素胶粒采购总量的 70.80%和 29.05%，合计占 99.84%；分别占当期醋酸纤维素胶粒采购总额的 70.03%和 29.72%，合计占 99.74%。

2019 年，公司按月向不同供应商采购醋酸纤维素胶粒的平均价格及其比较情况如下：

单位：元/千克

月份	四川普什①	伊玛塑胶②	价格差异（②-①）
1 月	28.39	-	-
2 月	28.31	28.71	0.40
3 月	28.19	28.74	0.56
4 月	28.53	29.22	0.69
5 月	28.57	29.26	0.70
6 月	28.64	29.25	0.62
7 月	28.62	29.23	0.61
8 月	28.43	29.26	0.83

月份	四川普什①	伊玛塑胶②	价格差异（②-①）
9月	27.80	29.28	1.48
10月	28.11	29.29	1.18
11月	27.67	29.23	1.57
12月	27.89	29.31	1.42

2019年，公司自四川普什采购价格较伊玛塑胶便宜的原因有：

（1）公司达到了四川普什的年度返利条件，取得了返利；

（2）公司向四川普什采购需先款后货，相比之下，伊玛塑胶给予公司30天的账期，伊玛塑胶的付款条件更为优越。

3、向伊玛塑胶集中采购的原因及合理性

伊玛塑胶为伊玛香港有限公司持股 100%的港资企业，伊玛香港有限公司系世界醋酸纤维素材料领先企业美国伊士曼化工（Eastman Chemical）和本公司最主要的行业竞争对手之一华意胶板的母公司—意大利 MAZZUCCHELLI 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。

六、公司拥有的主要固定资产、无形资产及其他资源要素

（一）固定资产

1、固定资产情况

截至 2020 年 6 月 30 日，公司固定资产账面原值为 2,752.84 万元，累计折旧为 1,345.23 万元，固定资产净值为 1,407.61 万元，具体情况如下：

项目	固定资产原值（万元）	累计折旧（万元）	固定资产净值（万元）	成新率（%）
生产设备	1,915.75	962.17	953.58	49.78
运输工具	361.78	128.99	232.79	64.35
办公及其他设备	475.31	254.07	221.24	46.55
总　计	2,752.84	1,345.23	1,407.61	51.13

2、房屋及建筑物

截至本招股说明书签署之日，公司生产经营所用房屋及建筑物均通过租赁取得，公司不存在房屋及建筑物形成的固定资产，具体租赁情况详见本节“六、公司拥有的主要固定资产、无形资产及其他资源要素”之“（五）使用他人资产或资产被他人使用情况”。

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

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

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

依据上述情况，公司根据现有设备数量和生产规模，采用滚动式搬迁的方式，对设备拆装周期和搬迁成本进行初步估算，若公司现有主要经营场所的租赁关系无法维持，在已取得其他经营场所且已具备工业供水和供电条件的情况下，预计 60 天内可完成设备的整体搬迁并恢复生产。其中，挤板的搬迁及停产时长约

为 10 天，30 天可完全恢复生产，压板的搬迁及停产时长约为 28 天，60 天内可完全恢复生产。整体搬迁成本主要为场地租赁费用、厂区装修投入、设备拆装及运输费用合计预估约 400 万元。停产期间对收入的影响，按照公司 2019 年度挤板收入规模 8,266.56 万元和压板收入规模 7,197.54 万元（销售规模/（28 天/月*12 月）*停产天数），简单估算的收入影响金额为 845.83 万元，占 2019 年度主营业务收入的 5.47%，对公司经营业绩影响较小。

综合上述情况，公司租赁厂房的整体搬迁不会对公司的持续经营产生重大不利影响。

3、主要固定资产

截至 2020 年 6 月 30 日，公司的主要固定资产为生产设备，其中原值在 50 万以上的生产设备具体情况如下：

序号	设备名称	原值（元）	净值（元）	剩余使用期间（月）	成新率（%）
1	导热油加热层压机热压机	1,205,128.25	804,350.69	78	66.74
2	导热油加热层压机	1,205,128.23	804,350.67	78	66.74
3	压板机	923,119.66	315,187.88	97	34.14
4	冷热同台、层压机	914,529.91	471,895.23	176	51.60
5	热压机	854,700.90	448,931.44	113	52.52
6	45CA 片材押出主机	584,278.79	379,285.49	728	64.92
7	变压器	555,555.55	370,799.95	78	66.74

公司生产设备使用状况良好，但总体成新率较低。随着本次募集资金项目的实施，公司生产设备的成新率将大幅提高，为公司产品持续稳定高效的生产提供充足保障。

（二）无形资产

截至本招股说明书签署日，公司生产经营场所均为租赁取得，拥有的无形资产中不存在土地使用权，主要无形资产为商标、专利和软件著作权等，具体内容如下：

1、商标

截至本招股说明书签署日，公司共计拥有商标 3 项，具体情况如下：

序号	商标	注册号	注册人	核定使用商品/服务项目	有效期
1		第 7003090 号	本公司	合成橡胶；半加工醋酸纤维素；醋酸纤维素（半加工的）；塑料板；塑料条；半加工塑料物质；非金属软管；绝缘材料；橡胶或塑料制（填充或衬垫用）包装材料；封拉线（卷烟）	2020.06.28～2030.06.27
2		第 12472996 号	本公司	合成橡胶；橡胶或塑料制（填充或衬垫用）包装材料	2016.05.21～2026.05.20
3		第 17502579 号	本公司	塑料板；塑料条；非金属软管；绝缘材料；封拉线（卷烟）	2016.11.14～2026.11.13
4		**第 41449110 号**	**本公司**	**半加工醋酸纤维素；半加工塑料物质；合成橡胶；橡皮圈；塑料条；塑料板；非金属软管；封拉线（卷烟）；电绝缘材料；橡胶或塑料制填充材料**	**2020.10.07-2030.10.06**

2、专利

截至本招股说明书签署日，公司拥有发明专利 3 项，实用新型专利 15 项，外观设计专利 1 项，具体情况如下：

序号	专利类别	专利号	专利名称	取得方式	起算时间	有效期	应用状态
1	实用新型	ZL201920061448.2	一种板材涂胶水装置	原始取得	2019.01.14	10 年	生产应用
2	实用新型	ZL201820921010.2	一种胶板水磨装置	原始取得	2018.06.13	10 年	生产应用
3	实用新型	ZL201820875101.7	一种吹料装置	原始取得	2018.06.06	10 年	生产应用
4	实用新型	ZL201820827497.8	一种链条张紧机构和由其构成的链条驱动装置	原始取得	2018.05.30	10 年	生产应用
5	实用新型	ZL201820797122.1	一种挤出机的放料斗	原始取得	2018.05.25	10 年	生产应用
6	实用新型	ZL201820797945.4	一种回收废油的烟管装置	原始取得	2018.05.25	10 年	生产应用
7	实用新型	ZL201820778111.9	一种物料升降装置	原始取得	2018.05.23	10 年	生产应用
8	实用新型	ZL201820777934.X	一种色片渗色测试夹具	原始取得	2018.05.23	10 年	生产应用
9	实用新型	ZL201520522169.3	一种真空热转印设备	原始取得	2015.07.17	10 年	生产应用
10	实用新型	ZL201520524603.1	三层共挤模具	原始取得	2015.07.17	10 年	生产应用
11	实用新型	ZL201520505719.0	带缓冲的单色挤出模具	原始取得	2015.07.13	10 年	生产应用
12	实用新型	ZL201520503949.3	用于表面仿木纹的眼镜架板材模具	原始取得	2015.07.13	10 年	生产应用
13	实用新型	ZL201520505214.4	眼镜架塑胶板材成型模具	原始取得	2015.07.13	10 年	生产应用
14	实用新型	ZL201520505720.3	眼镜架腿料板材模具	原始取得	2015.07.13	10 年	生产应用
15	发明专利	ZL201310604628.8	一种低甲醛释放的木质素基脲醛树脂胶黏剂的制备方法	受让取得	2013.11.26	20 年	技术储备
16	发明专利	ZL201610363420.5	一种塑料板切割机构	受让取得	2016.05.25	20 年	技术储备
17	发明专利	ZL201410001075.1	挤塑机自动抽索装置	受让取得	2014.01.02	20 年	技术储备
18	外观设计	ZL201930561211.6	色卡展示架	原始取得	2019.10.15	10 年	实际应用

序号	专利类别	专利号	专利名称	取得方式	起算时间	有效期	应用状态
19	实用新型	ZL201921730568.3	一种可旋转的色卡展示架结构	原始取得	2019.10.15	10 年	实际应用

上述专利中，存在 3 项公司用于技术储备的发明专利，具体情况如下：

（1）专利出让方基本情况

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

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

上述出让方及代理机构，除重庆大学以外的基本情况如下：

① 佛山市联智新创科技有限公司

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

② 蚌埠汇和知识产权代理有限公司

法定代表人	李光辉	成立时间	2019 年 2 月 28 日
注册资本	50 万元	统一社会信用代码	91340311MA2TGEE60Y
企业地址	安徽省蚌埠市淮上区中恒大厦第 D2 栋 1 单元 20 层 09 室		
主营业务	知识产权、商标、专利、著作权事务代理；国内广告设计、制作、发布及代理；图纹设计；会展服务；品牌策划、推广服务；软件开发；科技项目申报咨询服务科技项目可行性咨询服务；科技项目信息咨询服务。		

股东构成	股东名称	出资比例（%）
	黄　磊	40
	李光辉	40
	韩昌利	20
	合　计	100
主要人员及任职	李光辉任执行董事、总经理；韩昌利任监事。	

③ 深圳市中兴达知识产权营运有限公司

法定代表人	廖庆文	成立时间	2005 年 8 月 9 日
注册资本	1,000 万元	统一社会信用代码	9144030077877679 82J
企业地址	深圳市南山区桂庙路与南山大道交汇处新绿岛大厦 13A		
主营业务	一般经营项目：知识产权代理；提供知识产权顾问服务及相关信息咨询；企业知识产权管理培训；企业营销策略、企业管理咨询、经济信息咨询；知识产权信息数据库管理及研发；知识产权管理软件的技术开发、技术咨询及销售；计算机软硬件的开发及销售；版权代理；商标代理；信息咨询；经营电子商务；翻译服务；企业管理咨询；受托资产管理；网络平台的设计开发；智能化软硬件设计开发及销售。		
股东构成	股东名称		出资比例（%）
	广东中兴达知识产权集团有限公司		85
	深圳市中达瑞力投资合伙企业（有限合伙）		10
	蔡伟华		5
	合　计		100
主要人员及任职	周庆文任总经理；丘淡光任执行董事；蔡伟华任监事。		

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

（2）专利转让的原因

公司拟将上述专利技术用于生产技术工艺的研发和改进。

（3）转让价格的确定

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

2015 年 9 月，公司已将上述专利转让价款全部支付完毕。

2019 年 9 月，专利权人佛山市联智新创科技有限公司和重庆大学分别与本公司签订《专利权转让合同》，将其分别拥有的“一种塑料板切割机构”和“挤

塑机自动抽索装置”发明专利转让予本公司，经协商确定的转让价格合计为50,880.00元，并委托蚌埠汇和知识产权代理公司办理相关专利转让事宜。

2019年10月，公司已将上述专利转让价款全部支付完毕。

（4）上述发明专利作为技术储备的具体原因

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

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

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

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

3、软件著作权

截至本招股说明书签署日，公司共计拥有计算机软件著作权12项，具体情况如下：

序号	软件名称	登记号	首次发表日期	取得方式
1	集美图案色彩智能优化软件V1.0	2018SR551801	2018/03/20	原始取得
2	集美眼镜图案多种方案规划及实时数据处理系统V1.0	2018SR552771	2018/05/08	原始取得
3	集美镜架参数数据采集处理应用软件V1.0	2018SR552385	2018/02/27	原始取得
4	集美智能3D打印基座的数据检测系统V1.0	2018SR552789	2018/05/08	原始取得

序号	软件名称	登记号	首次发表日期	取得方式
5	集美 3D 图案设计处理系统 V1.0	2018SR552375	2018/02/27	原始取得
6	集美图案在线自动化模拟设计软件 V1.0	2018SR551810	2018/03/20	原始取得
7	集美眼镜形态设计及绘图软件 V1.0	2018SR552779	2018/05/08	原始取得
8	集美眼镜模型优化方案软件 V1.0	2018SR551817	2018/03/20	原始取得
9	集美图案管理与工艺智能预测系统软件 V1.0	2018SR552395	2018/02/27	原始取得
10	集美三维模拟成品系统软件 V1.0	2015SR209152	2015/08/30	原始取得
11	集美配色及管理软件 V1.0	2015SR209100	2015/08/30	原始取得
12	集美热压机程序控制系统 V1.0	2015SR208905	2015/08/30	原始取得

4、域名

截至本招股说明书签署日，公司拥有域名 2 项，具体情况如下：

序号	域名	域名所有人	发证单位	有效期至
1	Jimei123.cn	本公司	阿里云计算有限公司	2015.12.17～2021.12.17
2	Jimei123.com	本公司	北京新网互联科技有限公司	2007.11.15～2027.11.15

（三）与业务相关的经营及生产许可

公司生产的醋酸纤维素板材未被列入工业产品生产许可目录，无需办理和取得工业产品生产许可证。

截止本招股说明书签署日，本公司无与业务相关的经营或生产许可。

（四）特许经营权

截至本招股说明书签署日，公司从事的生产经营活动不存在特许经营的情况。

（五）使用他人资产或资产被他人使用情况

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

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

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

1、本公司向深圳市永长泰实业发展有限公司租赁厂房及宿舍

2014 年 3 月 1 日，本公司与深圳市永长泰实业发展有限公司签订厂房租赁协议，租赁其拥有的面积为 6,800 平方米厂房，作为生产厂房和员工宿舍，租赁期为 2014 年 3 月 1 日至 2020 年 2 月 28 日，租赁金额如下：

租赁协议	租赁期间	租赁金额
2014 年 3 月 1 日签订的租赁协议	2014.03.01～2017.02.28	88,400 元/月
	2017.03.01～2017.10.31	95,200 元/月
2017 年 10 月 25 日签订的补充协议	2017.11.01～2018.01.31	105,200 元/月
2018 年 1 月 25 日签订的补充协议	2018.02.01～2020.02.28	110,820 元/月

2019 年 12 月 26 日，本公司与深圳市永长泰实业发展有限公司就前述厂房租赁重新签订租赁协议，租赁期为 2020 年 2 月 29 日至 2026 年 2 月 28 日，租赁金额如下：

租赁协议	租赁期间	租赁金额
2019 年 12 月 26 日签订的租赁协议	2020.02.29～2023.02.28	190,400 元/月
	2023.03.01～2026.02.28	210,800 元/月

2、本公司向旭程电子（深圳）有限公司租赁厂房

2017 年 11 月 1 日，本公司与旭程电子（深圳）有限公司签订厂房租赁合同，租赁旭程电子（深圳）有限公司向深圳市永长泰实业发展有限公司承租的面积为 1,906 平方米厂房，作为办公及仓储场所，租赁期为 2017 年 11 月 1 日至 2020 年 8 月 31 日，租赁金额如下：

租赁协议	租赁期间	租赁金额
2017 年 11 月 1 日签订的租赁协议	2017.11.01～2018.12.31	38,120 元/月
2018 年 12 月 30 日签订的补充协议	2019.01.01～2020.08.31	43,838 元/月

2020 年 8 月 28 日，本公司与旭程电子（深圳）有限公司签订厂房租赁合同，继续租赁旭程电子（深圳）有限公司向深圳市永长泰实业发展有限公司承租的面积为 1,906 平方米厂房，作为办公及仓储场所，租赁期为 2020 年 9 月 1 日至 2023 年 8 月 31 日，租赁金额为 60,992 元/月。

3、江西分公司的房屋租赁

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

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

4、温州分公司的房屋租赁

2016 年 1 月 8 日，本公司与温州市视达眼镜厂签订房屋租赁协议，租赁其拥有的坐落于温州市瓯海娄桥上汇豪新路 51 号，面积为 260 平方米的房屋作为温州分公司办公及仓储场所，租赁期为 2016 年 1 月 10 日至 2018 年 1 月 9 日，租赁金额为 34,320 元/年。

2018 年 1 月 6 日，本公司与温州市视达眼镜厂就前述房屋租赁重新签订租赁协议，租赁期为 2018 年 1 月 10 日至 2019 年 1 月 9 日，租赁金额为 46,800 元/年。

2019 年 1 月 24 日，本公司与强强集团有限公司物业分公司签订厂房租赁协议，租赁其拥有的合计面积为 1,034 平方米的厂房作为温州分公司办公及仓储场所，租赁期为 2019 年 3 月 15 日至 2021 年 3 月 14 日，租赁金额为 343,680 元/年；2021 年 3 月 15 日至 2022 年 3 月 14 日期间的年租金随市场浮动并由双方协商确定。

5、意大利集美的房屋租赁

2018 年 8 月 31 日，意大利集美与 Narchi Enrico 签订房屋租赁协议，租赁其拥有的坐落于 Viale Cadore 23/D 32014 Ponte nelle Alpi Belluno 的房屋作为意大利集美办公场所，租赁期为 2018 年 9 月 1 日至 2021 年 8 月 31 日，租赁面积为 142 平方米，租赁金额为 10,200.00 欧元/年。该房屋租赁合同已于 2020 年 1 月 31 日提前结束。

2018 年 9 月 17 日，意大利集美与 Stilo Optical Technology S.R.L.签订房屋租赁协议，租赁其拥有的坐落于 Via Cal Lusent 59 Pederobba Treviso 的房屋作为意大利集美仓储场所，租赁期为 2018 年 10 月 1 日至 2019 年 9 月 30 日，租赁面积为 100 平方米，租赁金额为 2,400.00 欧元/年。

2019 年 12 月 13 日，本公司与 Baradel Valenti Egidio 和 Baron Nausicaa 共同签订房屋租赁协议，租赁其分别拥有的坐落于 Belluno Via Masi Simonetti 48/A 和 Belluno Via Masi Simonetti 48/F 的房屋作为意大利集美办公及仓储场所，租赁期为 2020 年 2 月 1 日至 2026 年 1 月 31 日，租赁金额分别为 8,400 欧元/年和 9,600 欧元/年。

6、关于公司租赁主要生产经营场所对未来经营影响的说明

根据出租人提供的相关物业产权证书、与本公司签订的《租赁协议》及书面确认文件，确认上述房屋出租人对相应房屋拥有完整的所有权或使用权，旭程电子（深圳）有限公司将其向深圳市永长泰实业发展有限公司租赁的部分房屋转租于发行人的行为，已获得房屋所有权人深圳市永长泰实业发展有限公司的书面确认，对公司完整取得该等房屋的使用权不构成影响。鉴于租赁期内公司与上述出租人的履约情况良好，且主要生产经营场所的租赁期限较长，因此不会对公司未来的生产经营产生不利影响。

此外，公司拟通过购置国有建设用地使用权的方式，利用本次发行的募集资金新建生产经营场所，避免因长期租赁主要生产经营场所可能对未来经营造成的不利影响。

（六）其他对公司经营发生作用的资源要素

截至 2019 年 12 月 31 日，公司除上述与生产经营相关的房屋建筑物、生产设备等固定资产，商标和专利等无形资产，以及经营和生产许可外，无其他对公司经营发生作用的关键资源要素。

七、公司拥有的核心技术和研究开发情况

（一）公司拥有的核心技术及应用情况

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

序号	核心技术	主要内容	对应专利	技术来源
1	低平台可拖动式物料车升降装置	有效解决了物料小车底盘过低无法升降问题，安装简单省力，安装位置可随意更换，随时拖动，且可直接推到升降台面上，使用方便，操作简单。	一种物料升降装置 ZL201820778111.9	自主研发
2	压力可调式大批量色片渗色测试专用夹具	利用弹簧压力代替砝码重力，省力又安全，且压力大小可任意调节，使用方便，操作简单。同时，一次可测试色片 30~50 片。	一种色片渗色测试夹具 ZL201820777934.X	自主研发
3	链轮可调式新型链条张紧机构	省去传统方式中的导杆和支架，将导杆和支架集合在一根推杆上。使得加工简单，且零件数量少，组装简易，安装便捷，并可通过调节链轮轴上的螺纹，实现链轮前后方向调整，确保链轮安装在正确的平面上。	一种链条张紧机构和由其构成的链条驱动装置 ZL201820827497.8	自主研发

序号	核心技术	主要内容	对应专利	技术来源
4	便捷式料斗放料装置	设置了旋转盖及锁紧手柄，放料时可随时转动旋转盖遮挡物料，便捷省力，操作简易。	一种挤出机的放料斗 ZL201820797122.1	自主研发
5	可自动回收冷凝废油的烟管防雨罩	解决了传统防雨罩存在的缺陷，使防雨罩上的油滴全部自动回收到烟管底部，经排油阀排出后处理，并有效解决了油滴污染环境的问题。	一种回收废油的烟管装置 ZL201820797945.4	自主研发
6	环境友好的新型水磨机	克服了传统水磨机的缺陷，将冷却水设置在工作台下方的封闭空间，且将砂带与胶板的刚性接触变为柔性接触，磨削效果更好，工作效率更高。	一种胶板水磨装置 ZL201820921010.2	自主研发
7	吹料机新型物料防飞溅罩	在物料出口处设置了防飞溅装置，使物料高速飞出时迅速泄力，确保物料不再四处飞溅，且安装简单，使用效果良好。	一种吹料装置 ZL201820875101.7	自主研发
8	带阻流条的单色挤出模具	针对单色板材挤出成型的模具进行了一些改进，使得产品品质更高，适用范围更宽，关键内容包括：模腔内增加阻流条的作用是减缓熔胶中间部分流速，使熔胶流动平缓，从而达到颜色均匀；机咀可换，即挤出宽度可变，针对不同款型眼镜架或饰品可减少边角料浪费。	带缓冲的单色挤出模具 ZL201520505719.0	自主研发
9	用于表面仿木纹的眼镜架板材模具	主要对木材纹理的模仿，一次挤出成型。产品纹理自然逼真，生产流程缩短，效率提高，降低生产成本。关键内容包括：一次成型，生产效率及成品率较上述已有两种工艺大幅提高；不需二次热压拼合，节约能源；产品层内结构灵活可调，调整规格方便，产品纹理自然逼真；可量化生产，花型颜色稳定；质量稳定，无开裂爆料风险。	用于表面仿木纹的眼镜架板材模具 ZL201520503949.3	自主研发
10	设有调节压条的三层共挤模具	对传统三层共挤模具进行了一系列的优化改进，有效解决了传统模具常有的结构不准且难以控制，透色及珠光类产品颜色不均匀，起皱波浪明显等不良，关键内容包括：主要增加了调节压条，及分两次拼合，针对传统三层共挤模具所产生的一些不良进行了有效控制，产品良率提高。	三层共挤模具 ZL201520524603.1	自主研发
11	组合式线条共挤模具	有效解决一直困扰板材厂家对线条类模具开发费用高及开发周期长等问题，关键内容包括：开发效率高，时效性强；相比独立模具制造成本大幅降低；子模外形标准化，便于模具开发及管理；更换子模方便快捷。	眼镜架塑胶板材成型模具 ZL201520505214.4	自主研发
12	眼镜架腿料板材模具	将一种眼镜腿料的传统手工拼接的工艺变为一次挤出成型，使其可进行切割或者弯折加工，容易加工，应用范围广，关键内容包括：一次成型，生产效率及成品率大幅提高；不需二次热压拼合，节约能源；产品颜色可灵活配搭，调整规格方便；可	眼镜架腿料板材模具 ZL201520505720.3	自主研发

序号	核心技术	主要内容	对应专利	技术来源
		量化生产，花型颜色稳定，与眼镜生产厂家自动化设备匹配使之提高效率；质量稳定，无开裂爆料风险。		
13	塑胶类片材真空热转印机	由于塑胶自身吸水率偏高，不耐高温，遇热软化，使得热转印过程中经常出现图案不清晰、材料严重变形或与转印纸粘在一起难以脱离等问题，不能达到使用要求，成品率较低，关键内容包括：增加了抽真空设备，当产品进入转印模腔后密封抽真空，去除掉塑胶片材所挥发水份，油墨在热升华过程中不受微小气泡阻扰，提高转印率，使得图案清晰度提高；液压压力可调，增加压力设定功能，且由 PLC 控制，从而保证了转印时压力准确度，提高成品率；PLC 程序控制，工作过程参数包括转印温度、转印时间、真空度、压力大小，转印台面切换速度，除转印温度由独立温控表控制外，其他参数均由 PLC 程序控制，操作简单，调节便捷；采取了上下双面加热，多点控温，热量双向传导，确保热量传导迅速，分布均匀。	一种真空热转印设备 ZL201520522169.3	自主研发
14	**色彩数据库**	**通过对色粉进行不同用量添加的测试和分析，寻找配方的平衡与稳定，实现对色粉用量配比的精细化控制和数据化管理，降低人工调色产生的色差几率，有利于在开发初期对产品质量的稳定性进行预估，缩短开发时间，降低开发成本。**	**-**	自主研发

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

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

截止目前，公司与客户不存在色彩配方的合作研发情况和共有知识产权的情形，公司拥有的色彩配方不存在纠纷或潜在权利纠纷。

（二）核心技术产品收入占营业收入的比例

报告期内，公司核心技术产品收入占营业收入的比例如下：

项　目	2020 年 1～6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
核心技术产品收入（万元）	3,854.61	15,464.10	14,861.75	13,212.34

项　目	2020 年 1～6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
营业收入（万元）	3,892.57	15,634.06	14,949.32	13,283.09
占营业收入比例（%）	99.02	98.91	99.41	99.47

（三）在研项目情况

目前，公司正在从事的自主研发项目及研发进展如下：

序号	项目名称	进展阶段	研发目标
1	色彩管理系统	色彩分类，系统配方对接	色彩系统化管理
2	细线条方片抽粒	设计开发中	设计开发细线条方片压板类产品
3	贝壳纹炫彩拼板	小样试产中	设计开发贝壳纹炫彩拼板类产品
4	梦幻水彩双色搅花共挤模	模具试制中	设计开发梦幻水彩双搅花类产品
5	菱形巧克力纹搅花	模具试制中	设计开发菱形巧克力搅花
6	月光石效果板材	小样试产中	设计开发月光石效果板材
7	扎染布纹效果板材	小样试产中	设计开发扎染布纹效果产品
8	清新小碎花绞花压板	设计开发中	设计开发清新小碎花绞花压板类产品
9	涂鸦压板类	小样试产中	设计开发涂鸦压板类产品
10	冰晶碎花压板	小样试产中	设计开发冰晶碎花压板类产品
11	水墨画双色搅花	小样试产中	设计开发水墨画双色搅花类产品
12	海底礁石类压板	设计开发中	设计开发仿海底礁类压板产品
13	暗色搅花与单色共挤产品	设计开发中	设计开发暗色搅花与单色共挤类产品
14	撞色夹心拼板	设计开发中	设计开发撞色夹心拼板类产品

（四）研发费用及其主要构成情况

报告期内，公司研发费用占营业收入的比例如下：

类　别	2020 年 1～6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
研发费用（万元）	278.16	777.17	740.33	595.85
营业收入（万元）	3,892.57	15,634.06	14,949.32	13,283.09
占比（%）	7.15	4.97	4.95	4.49

公司非常重视核心技术及产品的研究开发，研发费用投入有利于增强公司核心技术优势和提升产品技术水平，进一步增强企业综合竞争力，保障公司的行业领先地位。

报告期内公司研发费用主要构成情况如下：

项　目	2020 年 1～6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额（万元）	占研发费用的比例（%）	金额（万元）	占研发费用的比例（%）	金额（万元）	占研发费用的比例（%）	金额（万元）	占研发费用的比例（%）
职工薪酬支出	68.74	24.71	177.31	22.81	142.01	19.18	78.75	13.22
物料消耗	143.97	51.76	458.86	59.04	442.47	59.77	437.70	73.46
折旧与摊销	6.05	2.17	12.17	1.57	10.98	1.48	8.06	1.35
外购服务支出	56.79	20.41	118.00	15.18	119.48	16.14	69.04	11.59
其他费	2.62	0.94	10.84	1.39	25.39	3.43	2.29	0.39
合 计	278.16	100.00	777.17	100.00	740.33	100.00	595.85	100.00

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

（五）公司的技术合作情况

截至本招股说明书签署日，公司在研合作项目 1 个，具体如下：

合作机构	项目名称	主要研发内容	研究成果分配方案	采取的保密措施
浙江大学深圳研究院	彩色线条抽片打碎一体化成型工艺设计	进行彩色线条抽片打碎一体化成型工艺设计工艺路线图、工艺技术指标等方面的工作。	（1）有关此项目的所有专利、技术成果、知识产权归双方共同拥有；（2）项目合作前各自独立开发的技术成果归各自所有；（3）项目实施过程中新产生的技术成果，归公司所有；（4）集美新材享有 80%的项目开发收益，浙江大学深圳研究院享有 20%的项目开发收益。	项目完成后合作机构将本项目有关的技术资料移交给公司，双方共同保密。

（六）研发机构及其他核心人员情况

1、研发机构设置

公司的研发机构为产品开发部，下设开发部经理、产品设计师、配方研制组等，具体职能如下：

项目	职能介绍
开发部经理	根据市场与潮流动向，结合公司工艺，制定自主研发计划，统筹并监督实行；给团队相应的设计指导与支持，确保开发顺利完成。评估客户开发可行性及风险性，作好品质管控，新产品图推广，研发系统审核与监督，研发管理制度的制订与执行。
产品设计师	结合公司工艺设计样板，评估样板可行性，安排新产品品质测试，建立产品档案。

项目	职能介绍
配方研制组	根据产品设计要求，调试调制配方，并测试，及时登记配方档案。
调色技术组	根据产品设计要求，进行调色测试，及时做好调色档案。
模具技术组	模具技术开发，调试，试产跟踪。
工程实验组	建立档案，跟踪试产报告作分析。
产品工艺组	产品技术及工艺问题的技术支持，制作 SOP，生产品质异常处理，生产效率改善，不合格品分析及改进。

2、研发人员情况

公司研发部门自成立以来，一直注重技术研发人才的引进、培养和储备。随着公司对技术研发的持续投入，公司研发人才队伍也不断壮大，为公司的持续发展提供技术支持。截至 2020 年 6 月 30 日，公司研发人员共计 23 名，占公司员工人数的 11.00%，其中核心技术人员 3 名，包括陈秋鹏、曹维府和邹玉婷。

报告期内，公司研发人员变动情况如下：

时　间	2020 年 6 月末	2019 年末	2018 年末	2017 年末
研发及技术人员（人）	23	27	26	26
员工总数（人）	209	265	270	258
占　比（%）	11.00	10.19	9.63	10.08

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

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

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

其他核心人员简历详见本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“十、发行人董事、监事、高级管理人员及其他核心人员情况”之“（一）董事、监事、高级管理人员简介”。

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

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

除上述情况外，公司核心技术人员未取得其他专业资质、重要科研成果或获得奖项。

（七）公司保持技术创新的机制

在可持续发展的原则下，公司高度重视技术研发投入力度，将技术创新和产品创新作为提升公司整体竞争力的核心。经过多年的技术积累与创新，公司已建立一套切实有效的技术创新机制，保障技术创新活动能够持续顺利开展。

目前，公司的主要技术创新机制如下：

1、不断完善人才储备及用人

公司根据行业的技术发展变化、自身的业务需要，不断完善人才储备和用人机制，为员工提供发展空间、展示才能以及职位晋升的机会。公司通过人才选拔任用、加强人才的继续教育、培养人才的实践能力、加强人才交流、引进优秀人才等方式，健全人才的培养机制，提升公司对人才的吸引力、凝聚力。公司还通过与高校进行合作，共建多种形式的人才培养机制，满足公司对技术人才的需求，为公司的持续创新提供有力支持。

2、持续高水平的研发投入

公司高度重视产品和技术的创新工作，在人力、物力、财力等方面对技术研发和产品创新进行重点倾斜。报告期内，公司各期的研发投入占当期主营业务收

入的比例近 5%。通过持续高水平的研发投入和多年的技术积累，公司已掌握醋酸纤维素板材领域一系列核心技术。未来，公司仍将保持较高水平的研发投入，不断改善产品与技术创新环境和条件，进一步提升公司的研发创新效率，强化公司的核心竞争力。

八、公司境外经营情况

报告期内，公司在境外设有全资子公司美能公司和全资子公司意大利集美，均为公司在境外设立的海外销售公司，主要从事海外市场的开拓及客户的维护，不从事产品生产业务，其拥有的主要资产为在日常业务经营活动中形成货币资金、应收账款及少量存货，对公司经营业绩产生的直接贡献较低。（上述境外的公司的基本情况，详见本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“七、发行人控股子公司及参股公司情况”之“（一）控股子公司情况”）

（一）美能公司的主要资产及盈利情况

美能公司于 2017 年 7 月 18 日在中国香港注册成立，报告期内其拥有的主要资产及盈利情况如下：

单位：万港币

主要资产	2020 年 6 月 30 日	2019 年 12 月 31 日	2018 年 12 月 31 日
货币资金	23.44	25.90	58.94
其他应收款	34.86	34.90	35.82
长期股权投资	9.11	9.11	9.11
盈利指标	2020 年 1～6 月	2019 年度	2018 年度
营业收入	0.00	45.98	26.72
营业利润	-6.96	-2.30	-6.28
净利润	-6.96	-2.30	-6.28

（二）意大利集美的主要资产及盈利情况

意大利集美于 2018 年 6 月 14 日在意大利注册成立，报告期内其拥有的主要资产及盈利情况如下：

单位：万欧元

主要资产	2020 年 6 月 30 日	2019 年 12 月 31 日
货币资金	18.16	16.45
应收账款	6.35	5.84
存货	18.86	20.40

盈利指标	2020 年 1～6 月	2019 年度
营业收入	33.80	76.99
营业利润	-3.96	9.69
净利润	-2.85	8.35

（三）公司境外经营业务资质及合法合规情况

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

九、公司产品质量控制情况

（一）质量控制体系

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

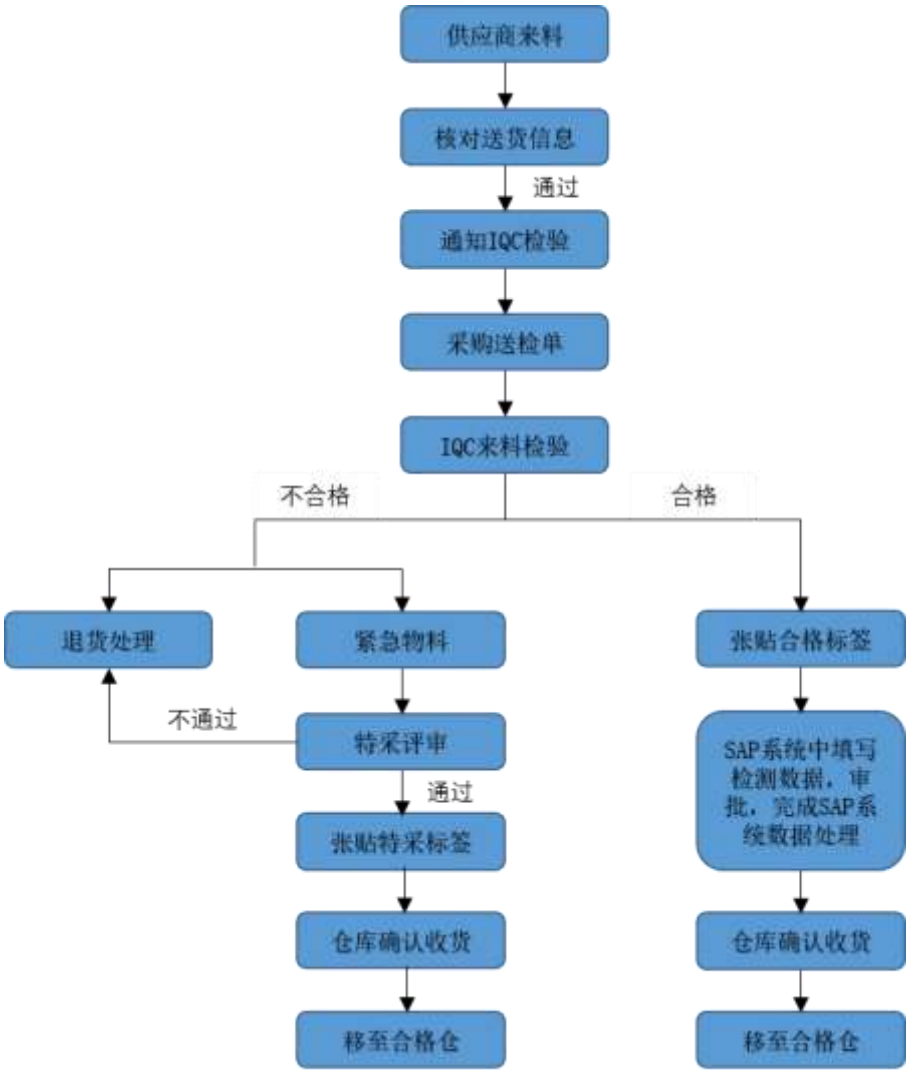
（二）质量控制措施

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

1、采购环节的质量控制

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

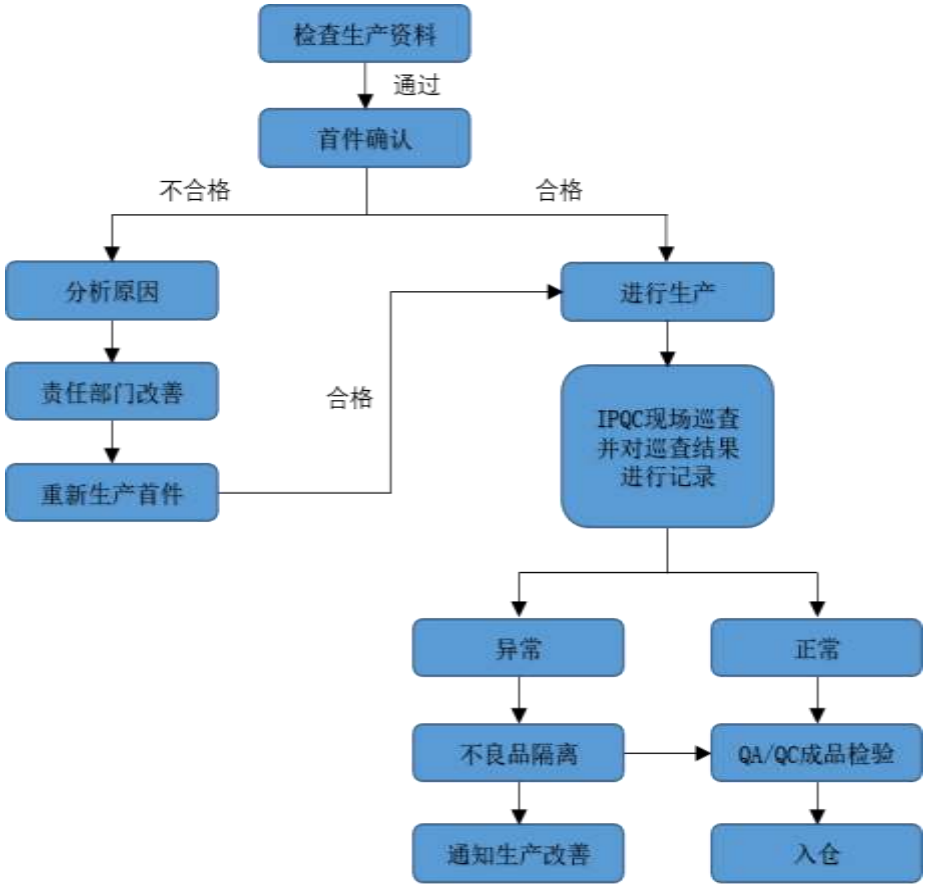
公司采购环节的质量控制流程如下：



2、生产环节的质量控制

公司设有专门的 IPQC（制程质量控制）人员负责制程控制，制定了《过程检验规范》，在产品生产过程中杜绝气泡的产生，通过人工和设备结合的方式严格控制可能存在的批次色差。目前，公司已设立专门的实验室，对产品拉力、弹性模量、撞击、硬度、缩水、抗老化及紫外线等性能进行严密监测，通过首件确认、终检把关等方式控制产品合格率，严格保证产品品质。由于行业无专用设备供应商，公司的生产设备多为定制化设备，由公司内部高级生产人员负责设备的开发和改进以适应不同产品的生产要求，通过不断调整和优化生产工艺，进一步保证产品质量的稳定。

公司生产环节的质量控制流程如下：



3、销售环节的质量控制

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

4、售后服务环节的质量控制

公司制定了《客户满意度调查程序》，营销中心负责针对客户满意度进行调查和分析，形成分析报告，品质部按照调查结果采取相应改进措施，能够为客户提供售后回访，售后质量跟踪，质量信息反馈等全面完整的服务。

（三）质量控制效果

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

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

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

第七节 公司治理与独立性

一、公司法人治理结构的建立健全及运行情况

根据《公司法》、《证券法》、《上市公司治理准则》、《深圳证券交易所创业板股票上市规则》及《深圳证券交易所创业板上市公司规范运作指引》和《公司章程》等有关法律、法规、规范性文件和中国证监会的相关要求，公司制定了《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》、《监事会议事规则》、《独立董事工作制度》、《总经理工作细则》、《董事会秘书工作细则》等，明确了股东大会、董事会、监事会、独立董事、总经理及董事会秘书的权责范围和工作程序，为公司法人治理结构的规范化运行提供了制度保证。

（一）报告期内发行人股东大会、董事会、监事会的实际运行情况

1、股东大会的运行情况

报告期内，公司召开了 16 次股东大会，基本情况如下：

序号	会议名次	召开时间	股东出席情况
1	2016 年年度股东大会	2017 年 5 月 11 日	24 名，占股份总数的 99.02%
2	2017 年第一次临时股东大会	2017 年 7 月 20 日	12 名，占股份总数的 97.68%
3	2017 年第二次临时股东大会	2017 年 8 月 25 日	11 名，占股份总数的 97.61%
4	2017 年第三次临时股东大会	2017 年 9 月 18 日	11 名，占股份总数的 97.61%
5	2017 年第四次临时股东大会	2017 年 10 月 16 日	11 名，占股份总数的 97.61%
6	2017 年第五次临时股东大会	2017 年 12 月 12 日	10 名，占股份总数的 96.95%
7	2018 年第一次临时股东大会	2018 年 1 月 8 日	10 名，占股份总数的 96.95%
8	2017 年年度股东大会	2018 年 5 月 18 日	9 名，占股份总数的 72.46%
9	2018 年第二次临时股东大会	2018 年 9 月 18 日	7 名，占股份总数的 90.96%
10	2018 年第三次临时股东大会	2018 年 11 月 9 日	7 名，占股份总数的 90.96%
11	2018 年年度股东大会	2019 年 5 月 24 日	5 名，占股份总数的 71.67%
12	2019 年第一次临时股东大会	2019 年 6 月 19 日	4 名，占股份总数的 71.82%
13	2019 年第二次临时股东大会	2019 年 10 月 10 日	5 名，占股份总数的 71.97%
14	2020 年第一次临时股东大会	2020 年 4 月 13 日	6 名，占股份总数的 72.39%
15	2020 年第二次临时股东大会	2020 年 4 月 16 日	6 名，占股份总数的 72.39%
16	2019 年年度股东大会	2020 年 5 月 29 日	6 名，占股份总数的 72.39%

上述股东大会会议的召集、提案、出席、议事、表决、决议均符合《公司法》、《公司章程》及《股东大会议事规则》的规定，会议记录完整规范。股东大会召开及决议内容合法有效，不存在股东违反《公司法》及其他规定行使职权的情况。

2、董事会的运行情况

报告期内，公司召开了 25 次董事会会议，全体董事均出席了会议，基本情况如下：

序号	会议名次	召开时间
1	第一届董事会第十一次会议	2017 年 1 月 18 日
2	第一届董事会第十二次会议	2017 年 3 月 13 日
3	第一届董事会第十三次会议	2017 年 4 月 16 日
4	第一届董事会第十四次会议	2017 年 7 月 3 日
5	第一届董事会第十五次会议	2017 年 8 月 8 日
6	第一届董事会第十六次会议	2017 年 8 月 28 日
7	第一届董事会第十七次会议	2017 年 9 月 29 日
8	第一届董事会第十八次会议	2017 年 11 月 24 日
9	第一届董事会第十九次会议	2017 年 12 月 22 日
10	第一届董事会第二十次会议	2018 年 3 月 16 日
11	第一届董事会第二十一次会议	2018 年 4 月 24 日
12	第一届董事会第二十二次会议	2018 年 8 月 29 日
13	第二届董事会第一次会议	2018 年 9 月 18 日
14	第二届董事会第二次会议	2018 年 10 月 24 日
15	第二届董事会第三次会议	2019 年 4 月 29 日
16	第二届董事会第四次会议	2019 年 6 月 4 日
17	第二届董事会第五次会议	2019 年 8 月 30 日
18	第二届董事会第六次会议	2020 年 1 月 8 日
19	第二届董事会第七次会议	2020 年 1 月 20 日
20	第二届董事会第八次会议	2020 年 3 月 27 日
21	第二届董事会第九次会议	2020 年 4 月 1 日
22	第二届董事会第十次会议	2020 年 4 月 20 日
23	第二届董事会第十一次会议	2020 年 4 月 30 日
24	第二届董事会第十二次会议	2020 年 6 月 8 日
25	第二届董事会第十三次会议	2020 年 6 月 24 日

上述董事会会议的召集、提案、出席、议事、表决、决议均符合《公司法》、《公司章程》及《董事会议事规则》的规定，会议记录完整规范。董事会召开及决议内容合法有效，不存在董事违反《公司法》及其他规定行使职权的情况。

3、监事会的运行情况

报告期内，公司召开了 11 次监事会会议，全体监事均出席了会议，基本情况如下：

序号	会议名次	召开时间
1	第一届监事会第五次会议	2017 年 4 月 16 日
2	第一届监事会第六次会议	2017 年 8 月 28 日
3	第一届监事会第七次会议	2018 年 3 月 16 日
4	第一届监事会第八次会议	2018 年 4 月 24 日
5	第一届监事会第九次会议	2018 年 8 月 29 日
6	第二届监事会第一次会议	2018 年 9 月 18 日
7	第二届监事会第二次会议	2019 年 4 月 29 日
8	第二届监事会第三次会议	2019 年 8 月 30 日
9	第二届监事会第四次会议	2020 年 3 月 27 日
10	第二届监事会第五次会议	2020 年 4 月 1 日
11	第二届监事会第六次会议	2020 年 4 月 30 日

上述监事会会议的召集、提案、出席、议事、表决、决议均符合《公司法》、《公司章程》及《监事会议事规则》的规定，会议记录完整规范。监事会召开及决议内容合法有效，不存在监事违反《公司法》及其他规定行使职权的情况。

（二）独立董事制度的建立健全及运行情况

为完善公司董事会结构、加强董事会决策功能，公司根据《公司法》及《公司章程》的有关规定，参照中国证监会《上市公司治理准则》、《关于在上市公司建立独立董事制度的指导意见》，制定了《深圳市集美新材料股份有限公司独立董事工作制度》，对独立董事任职资格、提名、选举、职权和职责，以及履行职责所需的保障进行了具体的规定。

公司 5 名董事会成员中，2 名为独立董事，其中 1 名为会计专业人士。独立董事自上任以来，严格按照《公司章程》、《董事会议事规则》、《独立董事工作制度》等相关法律、法规的规定，积极参与公司治理，出席历次董事会，勤勉尽责

地履行独立董事职责，对需要独立董事发表意见的事项发表意见。公司独立董事在关联交易管理、内部控制有效运行的监督检查、法人治理结构的规范化运作等方面发挥了积极有效的作用，不存在独立董事对公司有关事项曾提出异议的情况。

（三）董事会秘书制度的建立健全及运行情况

根据《公司章程》的规定，公司设董事会秘书，负责公司股东大会和董事会会议的筹备、文件保管以及公司股东资料管理，办理信息披露事务等事宜。

为规范公司行为，保证公司董事会秘书能够依法行使职权，公司制定了《深圳市集美新材料股份有限公司董事会秘书工作细则》，对董事会秘书的任职资格、职责及任免进行了规定。

董事会秘书自任职以来严格按照《公司章程》及《董事会秘书工作细则》有关规定筹备董事会和股东大会会议，认真履行了各项职责，确保了公司董事会和股东大会的依法召开，在公司的运作中起到了积极的作用。

（四）董事会专门委员会设置及情况

公司董事会下设审计委员会，并制定了相应的实施细则。

2020 年 6 月 8 日，公司第二届董事会第十二次会议通过决议，决定设立审计委员会，并推选独立董事巩启春、廖鹊鸣以及董事高春梅为委员，其中巩启春为主任委员。

公司董事会审计委员会设立后至本招股说明书签署日，共召开了一次会议。该次会议严格按照《公司章程》、《董事会审计委员会工作细则》的规定对职权范围内的公司事务进行讨论决策，较好地履行了工作职责，进一步完善了公司治理结构。

2020 年 4 月 1 日，公司召开第二届董事会第九次会议，制定了上市后启用的《董事会提名委员会工作细则（草案）》、《董事会薪酬与考核委员会工作细则（草案）》以及《董事会战略委员会工作细则（草案）》。公司拟在本次发行后设立战略、提名、薪酬与考核委员会。

（五）公司治理存在的缺陷及改进情况

报告期内，公司治理规范，不存在缺陷，公司董事会或高级管理人员不存在违反《公司法》及其他规定行使职权的情形。

二、特别表决权股份或类似安排的基本情况

截至本招股说明书签署日，发行人不存在特别表决权股份或类似安排的情况。

三、协议控制架构的具体安排

截至本招股说明书签署日，发行人不存在协议控制架构的安排。

四、公司管理层对内部控制完整性、合理性及有效性的自我评估意见及注册会计师的鉴证意见

（一）公司管理层对公司内部控制完整性、合理性、有效性的自我评估意见

发行人按照财政部、证监会等部门联合发布的《企业内部控制基本规范》（财会[2008]7 号），建立了内部控制制度并对其进行了评估。发行人出具了《深圳市集美新材料股份有限公司董事会关于内部控制有效性的自我评价报告》，其结论为：

“根据公司财务报告内部控制重大缺陷的认定情况，于内部控制评价报告基准日，不存在财务报告内部控制重大缺陷，董事会认为，公司已按照企业内部控制规范体系和相关规定的要求在所有重大方面保持了有效的财务报告内部控制。

根据公司非财务报告内部控制重大缺陷认定情况，于内部控制评价报告基准日，公司未发现非财务报告内部控制重大缺陷。

自内部控制评价报告基准日至内部控制评价报告发出日之间未发生影响内部控制有效性评价结论的因素。”

（二）注册会计师对发行人内部控制的鉴证意见

公司本次发行的审计机构容诚会计师事务所就公司的内部控制制度出具了容诚专字[2020]518Z0284 号《深圳市集美新材料股份有限公司内部控制鉴证报告》，认为：集美新材公司于 2020 年 6 月 30 日按照《企业内部控制基本规范》和相关规定在所有重大方面保持了有效的财务报告内部控制。

五、发行人报告期内的违法违规情况

发行人严格按照《公司法》等相关法律法规和《公司章程》的规定规范运作、依法经营。根据工商、税收、土地、环保、劳动与社会保障等主管部门的证明或意见，及保荐机构、发行人律师的审慎核查，公司报告期内不存在重大违法违规行为。

报告期内，公司因在给客户快递增值税专用发票过程中，快递公司遗失相关发票，主管税务机关分别于 2018 年 1 月 24 日、2018 年 10 月 22 日、2018 年 12 月 24 日和 2019 年 1 月 22 日对公司作出税务行政处罚，罚款金额均为 100 元。

保荐机构及发行人律师认为，上述违规行为显著轻微、罚款数额较小，不构成重大违法违规。

除上述行政处罚外，报告期内，发行人不存在其他违法、违规的情形。

六、公司报告期内资金占用及对外担保情况

公司整体变更设立股份公司后，逐步建立健全法人治理结构，按照相关法律法规制定了关联交易管理制度、对外担保管理制度等一系列内部控制制度，并有效运行。报告期内，公司不存在资金被控股股东、实际控制人及其控制的其他企业以借款、代偿债务、代垫款项或者其他方式占用的情况，也不存在为控股股东、实际控制人及其控制的其他企业提供担保的情况。

七、发行人直接面向市场独立持续经营的能力

公司在资产、人员、财务、机构、业务等方面与现有控股股东、实际控制人及其控制的其他企业完全分开、独立运作，公司拥有独立完整的研发、采购、生产、销售体系，具有面向市场独立持续经营的能力。

（一）资产完整方面

公司系集美有限整体变更设立的股份有限公司，完整地承继了集美有限的全部资产和负债。公司具备与生产经营有关的主要生产系统、辅助生产系统和配套设施，合法拥有与生产经营有关的厂房、生产设备以及商标、专利、非专利技术的所有权或使用权，具有独立的原料采购和产品销售系统。公司资产权属清晰、完整，不存在对股东及其他机构依赖的情况。

（二）人员独立方面

公司拥有独立运行的人力资源体系，对公司员工按照有关规定和制度实施管理，公司的人事与工资管理与股东严格分离。公司董事、监事及高级管理人员严格按照《公司法》和《公司章程》等有关规定产生，其任职、兼职情况符合相关法律法规的规定。公司的总经理、副总经理、财务负责人和董事会秘书等高级管理人员未在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业中担任除董事、监事以外的其他职务，亦未在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业领薪；公司的财务人员未在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业中兼职。

（三）财务独立方面

公司设有独立的财务会计部门，根据现行会计准则和相关法规、条例，结合公司实际情况，建立了独立的财务核算体系和财务管理制度，能够独立作出财务决策，具有规范的财务会计制度和对分公司、子公司的财务管理制度。公司拥有独立的银行账户，独立进行经济业务结算，不存在与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业共用银行账户的情况。公司依法独立进行纳税申报并履行缴税义务，独立对外签订合同，建立了独立的工资管理制度。目前，公司不存在为控股股东、实际控制人及其控制的其他企业提供任何形式的担保，或以公司名义借入款项转借给控股股东、实际控制人及其控制的其他企业使用的情况。

（四）机构独立方面

公司根据经营发展需要，设有股东大会、董事会、监事会和经营管理层在内的组织机构体系，明确了职权范围，建立了较为完善的法人治理结构。

公司的生产经营和办公机构与控股股东及其控制的其他企业完全分开，不存在混合经营、合署办公的情形。控股股东及其控制的其他企业未干预公司的机构设置。

（五）业务独立方面

报告期内，公司一直从事醋酸纤维素板材的研发、生产和销售业务，拥有独立完整的研发、生产、采购及销售系统，具备独立面向市场的自主经营能力，公司的业务独立于控股股东、实际控制人及其控制的其他企业。公司与控股股东、

实际控制人及其控制的其他企业不存在同业竞争，以及严重影响独立性或者显失公平的关联交易。

（六）主营业务、控制权和管理团队稳定性

截至本招股说明书签署之日，公司的主营业务、控制权和管理团队稳定；最近 2 年内，公司的主营业务和董事、高级管理人员均没有发生重大不利变化；公司控股股东和受控股股东、实际控制人支配的股东所持公司的股份权属清晰；公司最近 2 年实际控制人没有发生变更；公司不存在导致控制权可能变更的重大权属纠纷。

（七）对持续经营有重大影响的事项

截至本招股说明书签署日，公司不存在涉及主要资产、核心技术、商标的重大权属纠纷，不存在重大偿债风险，不存在重大担保、诉讼、仲裁等或有事项，也不存在经营环境已经或将要发生的重大变化等对持续经营有重大影响的事项。

八、同业竞争

（一）控股股东、实际控制人及其控制的其他企业与本公司不存在同业竞争的情况

公司的控股股东为陈秋鹏，实际控制人为陈秋鹏、黄妙如夫妇，其直接或间接控制的其他企业为兴如眼镜，企业情况如下：

法定代表人	陈秋鹏	成立时间	2002 年 12 月 19 日
注册资本	118 万元	实收资本	118 万元
注册地址	广州市越秀区人民中路 322 号五羊城酒店主楼 362 号		
经营范围	眼镜批发；眼镜零售；商品批发贸易（许可审批类商品除外）；商品零售贸易（许可审批类商品除外）		
股东构成	股东名称		出资比例（%）
	陈秋鹏		50.85
	黄妙如		49.15
	合　计		100.00

集美新材的经营范围为：塑胶板材生产和销售；饰品的生产、加工和销售；新材料的技术开发；国内贸易；经营进出口业务；信息咨询；仓储服务；配送服务。集美新材实际从事的业务为醋酸纤维素板材的设计开发、生产和销售。

兴如眼镜经营范围与公司不存在重叠的情况，亦未实际从事与公司相同或相似的业务，兴如眼镜与公司不存在同业竞争。

根据本次发行上市方案，公司本次募集资金将全部投资于原有主营业务领域，本次募集资金投资项目的实施，不会改变公司主营业务，也不会产生同业竞争。

兴如眼镜近三年一期的主要财务数据（未经审计）如下：

单位：万元

项 目	2020年1-6月/末	2019年/2019年末	2018年/2018年末	2017年/2017年末
总资产	94.71	53.79	51.86	37.34
净资产	-97.11	-99.03	-85.55	-55.80
营业收入	56.05	53.98	39.70	38.12
净利润	1.92	-13.48	-29.75	-17.95

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

（二）控股股东及实际控制人避免同业竞争承诺

发行人控股股东、实际控制人陈秋鹏、黄妙如均已向发行人出具关于避免同业竞争的承诺函，内容如下：

1、本人将严格按照中国法律法规（包括但不限于中国证券监督管理委员会颁布实施的部门规章及证券交易所颁布实施的规范性文件）中与上市公司关联方信息披露相关的规定，如实披露本人及近亲属所直接或间接控制的企业及其他关联方的信息。

2、本人及本人直接或间接控制的其他企业保证不会在中国境内或境外以任何方式（包括但不限于单独经营、通过合资经营或拥有另一公司或企业的股权及其他权益）直接或间接从事或参与任何与集美新材目前及今后进行的主营业务构成竞争的任何业务或活动，不以任何方式从事或参与生产任何与集美新材产品相同、相似或可能取代集美新材产品的业务活动。

3、集美新材及其子公司将来开拓新的业务领域，集美新材及其子公司享有优先权，本人及本人直接或间接控制的其他企业将不再发展同类业务。

4、在本人作为集美新材控股股东及实际控制人期间，若本人或本人直接或间接控股或实际控制的企业将来可能获得任何与集美新材产生直接或者间接竞争的业务机会，本人将立即通知集美新材并尽力促成该等业务机会按照集美新材能够接受的合理条款和条件优先提供给集美新材。

5、本人承诺不利用任何方式从事影响或可能影响集美新材经营、发展的业务或活动。

6、本人保证本人的配偶、父母及配偶的父母、年满 18 周岁的子女及其配偶遵守本承诺。

7、若本人及本人的配偶、父母及配偶的父母、年满 18 周岁的子女及其配偶违反上述承诺而所获的利益及权益将归集美新材及其控股企业所有；本人愿意承担因本人及本人的配偶、父母及配偶的父母、年满 18 周岁的子女及其配偶违反上述承诺而给集美新材及其控股企业造成的一切损失、损害和开支。

8、本承诺函将持续有效，直至本人不再作为集美新材的控股股东、实际控制人时为止。

九、关联方及关联关系

根据《公司法》和企业会计准则及中国证监会的相关规定，截止本招股说明书签署日，公司的关联方及关联关系情况如下：

（一）现有关联方

1、公司控股股东、实际控制人

关联方姓名	与公司的关联关系
陈秋鹏	持有公司发行前总股本的 70.94%的股份，为公司控股股东、实际控制人之一
黄妙如	持有公司发行前总股本的 19.05%的股份，为公司实际控制人之一

2、其他持有公司 5%以上股份的股东

除陈秋鹏、黄妙如外，公司不存在持股 5%以上的股东。

3、公司合并范围外的参股公司

公司合并报表范围外的参股公司为四川普什，公司持有其 9.89%的权益。

四川普什为四川省宜宾五粮液集团有限公司二级子公司，其基本情况如下：

控制关系	参股公司	成立时间	2007 年 8 月 9 日
注册资本	20,000 万元	实收资本	20,000 万元
注册地址	四川省宜宾市长宁县长宁镇曙光村 9 社		
主营业务	多种醋酸纤维素及醋酸酐产品的生产和销售业务		
股东构成	股东名称		出资比例（%）
	四川省宜宾普什集团有限公司		67.00
	深圳市前海清源实业投资有限公司		12.02
	深圳市集美新材料股份有限公司		9.89
	蔡志锋		8.19
	都　丽		2.90
	合　计		100.00

（1）四川普什简要历史沿革

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

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

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

序号	股东名称	出资份额（万元）	出资比例（%）
1	普什集团	13,400.00	67.00
2	前海清源	2,404.00	12.02

序号	股东名称	出资份额（万元）	出资比例（%）
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 控股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、前海清源、蔡志锋及都丽共同签订《合资合同》，公司完成对四川普什的股权投资。

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

（4）四川普什与公司的其他关联关系

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

四川普什与本公司的主要客户、主要供应商不存在业务或资金往来。

4、公司控股股东、实际控制人控制或有重大影响的其他企业

序号	关联方名称	与公司的关联关系
1	广州市兴如眼镜有限公司	公司实际控制人陈秋鹏、黄妙如控制的企业
2	上海闳江实业有限公司	公司控股股东、实际控制人陈秋鹏参股的企业

兴如眼镜的基本情况请参见本节“八、同业竞争”之“（一）控股股东、实际控制人及其控制的其他企业与本公司不存在同业竞争的情况”中的相关内容。

闳江实业的基本情况如下：

控制关系	重大影响	成立时间	2016 年 2 月 3 日
注册资本	5,000 万元	实收资本	5,000 万元
注册地址	上海市奉贤区金海公路 2898 弄 1-193 号 31 幢 2 号楼 937 室		

经营范围	商务信息咨询，企业管理咨询，电子商务（不得从事金融业务），从事水族工程技术领域内的技术开发、技术咨询、技术服务、技术转让，建筑装修装饰建设工程专业施工，机电安装建设工程施工，城市及道路照明建设工程专业施工，园林绿化工程施工，环保设备、机电设备、制冷设备、五金交电、金属材料、建筑材料、装潢材料、包装材料、清洁用品、化工产品及原料（除危险化学品、监控化学品、民用爆炸物品、易制毒化学品）、观赏鱼批发、零售，货物运输代理。	
股东构成	股东名称	出资比例（%）
	龚春欢	65.00
	陈秋鹏	25.00
	刘信灿	5.00
	吴江峰	5.00
	合　计	100.00

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

单位：万元

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

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

5、公司控股股东、实际控制人关系密切的家庭成员及其控制的企业

公司控股股东、实际控制人的关系密切的家庭成员及其控制的企业均为公司的关联方；其中公司实际控制人黄妙如之兄黄若青，控制深圳市鑫源泰塑胶有限公司、深圳市龙岗区横岗鑫美泰胶板行两家经营主体，为公司的关联方。

上述关联方的基本情况如下：

（1）深圳市鑫源泰塑胶有限公司

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

（2）深圳市龙岗区横岗鑫美泰胶板行

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

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

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

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

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

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

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

报告期内，鑫源泰、鑫美泰的员工数量、营业面积显著小于公司的相关数据。

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

6、公司董事、监事、高级管理人员以及其对外投资、兼职的企业

公司董事、监事及高级管理人员均为公司的关联方。

公司董事、监事及高级管理人员的基本情况，以及其对外投资、兼职情况，请参见本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“十、发行人董事、监事、高级管理人员及其他核心人员情况”中的相关内容。

7、公司董事、监事、高级管理人员关系密切的家庭成员

公司董事、监事、高级管理人员关系密切的家庭成员均为发行人的关联方。

（二）报告期内曾经的关联方

公司报告期内曾经的关联方如下：

序号	关联自然人姓名	与公司的关联关系	不再任职的时间
1	仇智坚	前独立董事	2019 年 10 月 10 日
2	李冲平	前董事	2018 年 9 月 18 日
3	杨楚珍	前董事	2018 年 9 月 18 日
4	周水平	前监事	2018 年 9 月 18 日
5	陈宏兵	前监事	2018 年 9 月 18 日

十、关联交易情况

（一）关联交易汇总表

报告期内，发行人关联交易汇总情况如下：

单位：万元

关联交易内容	2020年1-6月	2019年度	2018年度	2017年度
采购原材料醋酸纤维素胶粒	1,107.47	4,481.14	3,847.50	3,146.95
实际控制人为发行人借款提供担保	1,500.00	1,500.00	—	—
发行人向公司员工借款（港币）	—	—	5.00	—

（二）经常性关联交易

报告期内，公司向关联方四川普什采购醋酸纤维素胶粒，具体情况如下：

期间	采购金额（万元）	占同类采购比重（%）	占营业成本比重（%）
2020 年 1-6 月	1,107.47	70.78%	53.32%
2019 年度	4,481.14	70.03	54.92
2018 年度	3,847.50	58.37	47.12
2017 年度	3,146.95	45.03	40.61

注：四川普什于 2018 年 10 月成为本公司的联营企业，自该时间至 2018 年末，公司向其采购的金额为 1,181.43 万元。

报告期内，公司向四川普什的采购金额逐年增长，其中 2018 年比 2017 年增长 700.55 万元，2019 年比 2018 年增长 633.64 万元。

1、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：（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%。

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

自 2014 年起，四川普什即成为公司的原材料供应商。四川普什为国内最大的醋酸纤维素胶粒生产厂商之一，其产品质量稳定，品质上乘，能较好地满足公司产品的品控要求，该关联交易具有必要性，未来仍将持续进行。

2、公司参股四川普什前后，向四川普什采购情况的比较

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

（1）采购量的变化情况

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

单位：元/千克

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

注：上述价格均为到厂价，供应商承担运费

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

单位：元/吨

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

注：上述价格为含税价格

（2）结算价格的变化情况

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

单位：公斤

采购量	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
GCA-PC01-LX	37,000	133,000.00	131,000.00	135,750.00
采购量占比（%）	9.49	8.38	9.69	12.73
GCA-CS01-LX	350,000	1,450,500.00	1,221,000.00	930,250.00
采购量占比（%）	89.74	91.40	90.31	87.27
其他	3,000	3,439.50	-	-
采购量占比（%）	0.77%	0.22	0.00	0.00
合计	390,000	1,586,939.50	1,352,000.00	1,066,000.00

上述两种原材料的价格调整情况如下：

单位：元/吨

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

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

（3）返利政策的变化情况

期　间	返利政策
2017 年度	采购总量达到 1,200 吨，GCA-PC01-LX 每吨返利 460 元，GCA-CS01-LX 每吨返利 420 元。
2018 年 01 月 01 日 ~ 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 月 ~ 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。

3、向四川普什采购原材料有关的返利情况

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

注①：返利条款涉及的金额为含税金额，计提返利金额为不含税金额。

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

上述采购返利额度的计算过程如下：

单位：万元

返利订单期间	采购量（吨）			返利标准（元/吨）		测算返利金额	实际返利金额	年末计提返利金额
	型号 A	型号 B	小计	型号 A	型号 B			
2017.01.01 -2017.12.31	897.13	134.75	1,031.88	420	460	37.50	43.64	37.50
2018.01.01 -2018.02.16	148.00	21.00	169.00	420	460	6.14		直接返，不需计提
小 计	1,045.13	155.75	1,200.88			43.64		
2018.02.17 -2018.12.31	1,073.00	110.00	1,183.00	420	460	43.21	47.49	43.21
2019.01.01 -2019.01.31	106.00	11.00	117.00	420	460	4.27		直接返，不需计提
小 计	1,179.00	121.00	1,300.00			47.49		

返利订单期间	采购量（吨）			返利标准（元/吨）		测算返利金额	实际返利金额	年末计提返利金额
	型号 A	型号 B	小计	型号 A	型号 B			
2019.02.01 -2019.12.31	1,344.50	124.80	1,469.30	595	595	77.37		77.14
2020.01.01 -2020.01.08	48.00	4.00	52.00	595	595	2.74	80.01	直接返，不需计提
小 计	1,392.50	128.80	1,521.30	595	595	80.10		

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

综上，公司向从四川普什取得的采购返利金额与采购规模及返利条款相匹配。

公司向四川普什采购返利的会计处理如下：

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

（1）当期计提返利时

借：预付账款

贷：主营业务成本

（2）下期获得返利时冲减应付账款

借：应付账款

贷：预付账款

4、预付四川普什的款项情况

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

单位：万元

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

公司根据生产需要向四川普什发出采购订单，并按订单金额支付预付款，报

告期各期，公司预付四川普什的预付账款的发生额与采购订单约定的金额完全匹配，与合同约定的先款后货的结算条件相匹配；

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

（三）偶发性关联交易

1、接受关联方担保

报告期内，公司存在接受关联方担保的情况，具体如下：

担保方	担保额	担保起始日	担保到期日	担保履行情况
陈秋鹏、黄妙如	1,500 万元	2019 年 1 月 9 日	2020 年 1 月 9 日	履行完毕

公司在该项担保下借入银行贷款共计 300 万元。

2、关联方资金借入

出借方	金额（港币）	借入日期	归还日期	是否计息
杨楚珍	5 万元	2018 年 5 月 21 日	2019 年 6 月 27 日	否

2018 年 5 月，公司全资子公司美能公司因在香港恒生银行开设银行账户需要存入港币 5 万元，时任公司董事杨楚珍（已于 2018 年 9 月 17 日任期届满离任），以个人资金向上述账户存入港币 5 万元。美能公司已于 2019 年 6 月 27 日将该款项归还杨楚珍。本次关联交易为小额偶发，未记利息。

（四）关联方往来款项余额

报告期内，2017 年、2018 年及 2019 年末，公司存在预付关联方款项及应付关联方款项的情况，具体如下：

单位：万元

款项性质	关联方	2019 年末余额	2018 年末余额	2017 年末余额
预付账款	四川普什	160.62	129.40	37.50
其他应付款	杨楚珍	-	4.38	-

注 1：四川普什于 2018 年 10 月成为本公司的联营企业；

注 2：其他应付款下杨楚珍之款项，为 5 万元港币，折算人民币为 4.38 万元。

（五）关联交易对公司财务状况和经营成果的影响

1、经常性关联交易对财务状况及经营成果的影响

报告期内公司与四川普什的经常性关联交易定价合理公允，对公司长期持续运营无不利影响。同时，公司可采购其他供应商的同类型产品，公司对该关联交易不存在重大依赖。

2、偶发性关联交易对财务状况及经营成果的影响

报告期内公司与关联方的偶发性关联交易系为满足公司融资需求或经营所需，对公司影响较小，不存在损害公司及其他股东合法利益的情形。

（六）公司报告期内关联交易审议情况及独立董事对关联交易发表的意见

按照《公司章程》的要求，公司报告期内的关联交易均履行董事会或股东大会的审议程序；涉及关联董事的事项，关联董事回避了对于该项议案的表决；涉及关联股东的事项，关联股东回避了该议案的表决。对于需独立董事发表意见的关联交易，公司独立董事已经发表了独立意见，认为公司报告期内发生的关联交易具备合理性和必要性，关联交易价格公允，没有损害公司和股东的利益。

第八节 财务会计信息与管理层分析

本节披露或引用的财务会计数据，非经特别说明，均引自容诚会计师事务所出具标准无保留意见的《审计报告》（容诚审字[2020]518Z0790 号）。

本节的财务会计数据及有关的分析说明反映了本公司 2017 年 12 月 31 日、2018 年 12 月 31 日、2019 年 12 月 31 日、2020 年 6 月 30 日的财务状况以及 2017 年度、2018 年度、2019 年度、2020 年 1-6 月的经营成果和现金流量。

本节披露的与财务会计信息相关的重大事项以公司报告期内各项业务开展的实际情况为基础，按照各期合并口径利润总额的 5%确定重要性水平。

投资者欲更详细地了解本公司报告期的财务状况、经营成果、现金流量及会计政策，请参阅公司财务报告和审计报告全文。

本节讨论与分析所指的数据，除非特别说明，均指合并口径数据。

一、报告期内主要财务报表

（一）合并资产负债表

单位：元

资　产	2020/6/30	2019/12/31	2018/12/31	2017/12/31
流动资产：				
货币资金	5,295,719.01	3,882,955.16	5,363,636.90	4,573,171.77
交易性金融资产	46,351,932.44	31,631,870.03	-	-
应收账款	25,111,404.86	41,756,467.94	43,324,242.66	42,333,714.13
预付款项	819,146.88	2,256,990.39	1,357,023.66	434,329.63
其他应收款	615,468.90	722,623.03	734,200.88	58,953.00
存货	15,962,969.27	15,963,657.83	15,975,659.63	14,305,758.43
其他流动资产	2,061,297.82	580,125.25	19,622,852.09	23,729,059.61
流动资产合计	**96,217,939.18**	**96,794,689.63**	**86,377,615.82**	**85,434,986.57**
非流动资产：				
长期股权投资	-	-	-	-
固定资产	14,076,143.36	15,237,153.29	16,550,177.51	16,637,735.37
在建工程	-	-	-	-
无形资产	1,051,200.47	1,113,647.99	1,238,543.03	-
长期待摊费用	1,906,162.34	2,072,972.54	2,278,951.24	2,388,137.34
递延所得税资产	677,355.27	706,976.74	724,069.42	243,703.70
其他非流动资产	274,854.37	287,254.37	169,300.00	1,560,233.98

资　产	2020/6/30	2019/12/31	2018/12/31	2017/12/31
非流动资产合计	**17,985,715.81**	**19,418,004.93**	**20,961,041.20**	**20,829,810.39**
资产总计	**114,203,654.99**	**116,212,694.56**	**107,338,657.02**	**106,264,796.96**
流动负债：				
短期借款	-	3,000,000.00	-	-
应付账款	1,623,342.43	3,187,191.89	4,243,544.63	6,703,831.69
预收款项	-	76,918.82	77,197.27	241,713.36
合同负债	131,848.54	-	-	-
应付职工薪酬	1,284,337.29	3,076,401.27	2,646,268.90	1,996,684.62
应交税费	1,567,970.04	5,209,361.57	5,558,824.09	5,723,623.81
其他应付款	26,726,518.18	234,898.86	313,544.27	908,563.80
其他流动负债	6,541.03	-	-	-
流动负债合计	**31,340,557.51**	**14,784,772.41**	**12,839,379.16**	**15,574,417.28**
长期借款		-	-	-
预计负债	402,462.44	729,091.99	934,239.42	1,097,705.91
递延收益	629,283.30	673,233.30	761,133.30	506,700.00
其他非流动负债		-	-	-
非流动负债合计	**1,031,745.74**	**1,402,325.29**	**1,695,372.72**	**1,604,405.91**
负债合计	**32,372,303.25**	**16,187,097.70**	**14,534,751.88**	**17,178,823.19**
股本	53,040,000.00	53,040,000.00	53,040,000.00	53,040,000.00
资本公积	290,123.85	290,123.85	290,123.85	290,123.85
其他综合收益	66,289.36	53,857.45	46,593.78	-
盈余公积	13,935,475.28	13,935,475.28	9,814,262.33	6,709,741.74
未分配利润	14,499,463.25	32,706,140.28	29,612,925.18	29,046,108.18
归属于母公司股东权益合计	**81,831,351.74**	**100,025,596.86**	**92,803,905.14**	**89,085,973.77**
少数股东权益		-	-	-
股东权益合计	**81,831,351.74**	**100,025,596.86**	**92,803,905.14**	**89,085,973.77**
负债和股东权益总计	**114,203,654.99**	**116,212,694.56**	**107,338,657.02**	**106,264,796.96**

（二）合并利润表

单位：元

项　目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
一、营业总收入	**38,925,697.53**	**156,340,625.27**	**149,493,165.15**	**132,830,913.17**
其中：营业收入	38,925,697.53	156,340,625.27	149,493,165.15	132,830,913.17
二、营业总成本	**31,785,828.15**	**110,933,919.70**	**107,725,240.79**	**94,041,660.06**
其中：营业成本	20,771,235.56	81,596,535.17	81,652,994.91	77,498,637.43
税金及附加	309,000.77	1,475,580.34	1,578,144.80	1,153,976.24
销售费用	3,143,068.22	9,942,069.76	7,725,512.15	3,170,017.22

项　目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
管理费用	4,723,009.98	9,801,448.06	9,309,714.29	6,204,407.48
研发费用	2,781,637.27	7,771,665.47	7,403,309.27	5,958,523.23
财务费用	57,876.35	346,620.90	55,565.37	56,098.46
其中：利息费用	14,608.75	190,475.66	-	-
利息收入	4,283.33	9,300.19	11,273.99	39,927.54
加：其他收益	510,552.49	1,738,606.82	1,695,147.11	146,274.93
投资收益	107,368.20	630,066.20	291,374.07	471,515.29
其中：对联营企业和合营企业的投资收益	-	-	-563,033.06	-
公允价值变动收益	730,962.61	131,870.03	-	-
信用减值损失	874,368.19	-36,949.64	-	-
资产减值损失	-	-	-7,927,437.34	-395,310.71
资产处置收益	-	-10,955.31	-	-57,926.63
三、营业利润	**9,363,120.87**	**47,859,343.67**	**35,827,008.20**	**38,953,805.99**
加：营业外收入	0.69	32,399.52	-	1,508,585.64
减：营业外支出	8,687.54	66,168.16	10,988.57	26,832.04
四、利润总额	**9,354,434.02**	**47,825,575.03**	**35,816,019.63**	**40,435,559.59**
减：所得税费用	1,041,111.05	6,192,003.55	5,624,682.04	5,405,252.21
五、净利润	**8,313,322.97**	**41,633,571.48**	**30,191,337.59**	**35,030,307.38**
（一）按经营持续性分类				
1、持续经营净利润		41,633,571.48	30,191,337.59	35,030,307.38
2、终止经营净利润		-	-	-
（二）按所有权归属分类				
1、归属于母公司股东的净利润	8,313,322.97	41,633,571.48	30,191,337.59	35,030,307.38
2、少数股东损益	-	-	-	-
六、其他综合收益的税后净额	**12,431.91**	**7,263.67**	**46,593.78**	
归属母公司所有者的其他综合收益的税后净额	12,431.91	7,263.67	46,593.78	-
（一）不能重分类进损益的其他综合收益	-	-	-	-
（二）将重分类进损益的其他综合收益	12,431.91	7,263.67	46,593.78	-
其中：权益法下可转损益的其他综合收益	-	-	38,340.61	-
外币财务报表折算差额	12,431.91	7,263.67	8,253.17	
归属于少数股东的其他综合收益的税后净额	-	-	-	-
七、综合收益总额	**8,325,754.88**	**41,640,835.15**	**30,237,931.37**	**35,030,307.38**

项　目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
归属于母公司所有者的综合收益总额	8,325,754.88	41,640,835.15	30,237,931.37	35,030,307.38
归属于少数股东的综合收益总额	-	-	-	-
八、每股收益：				
（一）基本每股收益（元/股）	0.16	0.78	0.57	0.66
（二）稀释每股收益（元/股）	0.16	0.78	0.57	0.66

（三）合并现金流量表

单位：元

项　目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
一、经营活动产生的现金流量：				
销售商品、提供劳务收到的现金	60,743,466.83	176,590,267.90	168,115,378.79	150,311,423.13
收到的税费返还	-	-	-	-
收到其他与经营活动有关的现金	661,841.82	2,235,881.34	1,980,698.60	1,636,546.47
经营活动现金流入小计	**61,405,308.65**	**178,826,149.24**	**170,096,077.39**	**151,947,969.60**
购买商品、接受劳务支付的现金	19,890,215.52	83,460,409.49	88,811,270.01	88,005,005.96
支付给职工以及为职工支付的现金	10,633,603.05	24,695,288.47	22,203,595.50	14,081,626.44
支付的各项税费	7,410,511.59	17,252,161.08	18,129,364.84	13,496,545.92
支付其他与经营活动有关的现金	4,768,171.29	9,979,338.94	9,006,907.08	4,308,568.24
经营活动现金流出小计	**42,702,501.45**	**135,387,197.98**	**138,151,137.43**	**119,891,746.56**
经营活动产生的现金流量净额	**18,702,807.20**	**43,438,951.26**	**31,944,939.96**	**32,056,223.04**
二、投资活动产生的现金流量：				
取得投资收益收到的现金	107,368.20	696,956.28	854,407.13	471,515.29
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	784.07	235,023.81	-	43,800.00
收到其他与投资活动有关的现金	10,900.20	-	4,010,000.00	-
投资活动现金流入小计	**119,052.47**	**931,980.09**	**4,864,407.13**	**515,315.29**
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	82,585.52	1,651,996.78	3,434,295.11	3,794,181.97
投资支付的现金	-	-	6,129,247.09	-
支付其他与投资活动有关的现金	14,000,000.00	12,000,000.00	-	23,510,000.00
投资活动现金流出小计	**14,082,585.52**	**13,651,996.78**	**9,563,542.20**	**27,304,181.97**
投资活动产生的现金流量净额	**-13,963,533.05**	**-12,720,016.69**	**-4,699,135.07**	**-26,788,866.68**
三、筹资活动产生的现金流量：				
吸收投资收到的现金	-	-	-	-
取得借款收到的现金	-	3,000,000.00	-	-
收到其他与筹资活动有关的现金	-	-	121,053.00	563,000.00
筹资活动现金流入小计	**-**	**3,000,000.00**	**121,053.00**	**563,000.00**

项　目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
偿还债务支付的现金	3,000,000.00	-	-	-
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	14,608.75	34,666,475.66	26,520,000.00	21,216,000.00
其中：子公司支付给少数股东的股利、利润	-	-	-	-
支付其他与筹资活动有关的现金	1,471,556.34	543,154.00	23,474.40	-
筹资活动现金流出小计	**4,486,165.09**	**35,209,629.66**	**26,543,474.40**	**21,216,000.00**
筹资活动产生的现金流量净额	**-4,486,165.09**	**-32,209,629.66**	**-26,422,421.40**	**-20,653,000.00**
四、汇率变动对现金及现金等价物的影响	**-7,676.11**	**10,013.35**	**-32,918.36**	**-66,417.19**
五、现金及现金等价物净增加额	**245,432.95**	**-1,480,681.74**	**790,465.13**	**-15,452,060.83**
加：期初现金及现金等价物余额	3,882,955.16	5,363,636.90	4,573,171.77	20,025,232.60
六、期末现金及现金等价物余额	**4,128,388.11**	**3,882,955.16**	**5,363,636.90**	**4,573,171.77**

二、注册会计师的审计意见

（一）审计意见类型

容诚会计师事务所作为公司本次公开发行的财务审计机构，对本公司 2017 年 12 月 31 日、2018 年 12 月 31 日、2019 年 12 月 31 日、2020 年 6 月 30 日的合并资产负债表和母公司资产负债表，2017 年度、2018 年度、2019 年度、2020 年 1-6 月的合并利润表和母公司利润表、合并股东权益变动表和母公司股东权益变动表、合并现金流量表和母公司现金流量表以及财务报表附注进行了审计，并出具了编号为容诚审字[2020]518Z0790 号的标准无保留意见《审计报告》，认为：

“财务报表在所有重大方面按照企业会计准则的规定编制，公允反映了集美新材公司 2017 年 12 月 31 日、2018 年 12 月 31 日、2019 年 12 月 31 日、2020 年 6 月 30 日的合并及母公司财务状况以及 2017 年度、2018 年度、2019 年度、2020 年 1-6 月的合并及母公司经营成果和现金流量”。

（二）关键审计事项

关键审计事项	该事项在审计中是如何应对的
（一）收入确认	
集美新材公司的营业收入主要来自于眼镜架用醋酸纤维素胶板的生产和销售。2017年度、2018年度、2019年度、2020年1-6月的收入	（1）了解与收入确认相关的关键内部控制，评价这些控制的设计，确定其是否得到执行，并测试相关内部控制的运行有效性；、 （2）检查主要的销售合同，识别与商品所有

分别为13,283.09万元、14,949.32万元、15,634.06万元、3,892.56万元。 根据销售交货方式不同，对于需要将产品送至客户指定地点的，公司在将产品送至客户指定地点后确认收入；对于客户自提的，公司在客户提货时确认收入。 由于营业收入是集美新材公司关键业绩指标之一，可能存在管理层通过不恰当的收入确认以达到特定目标或预期的固有风险。同时，收入确认涉及重大管理层判断。因此，我们将收入确认的真实性和截止性确定为关键审计事项。	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）对于内销收入，以抽样方式检查与收入确认相关的支持性文件，包括销售合同或订单、销售发票、出货签收单及销售回款单据；对于出口收入，获取电子口岸信息并与账面记录核对，并以抽样方式检查销售合同、出口报关单、货运提单、销售发票等支持性文件； （5）对主要客户进行实地走访，并向主要客户函证本期销售额； （6）以抽样方式对资产负债表日前后确认的营业收入核对至出货签收单、出口报关单、货运提单等支持性文件，评价营业收入是否在恰当期间确认。
（二）关联方交易	
2018年度、2019年度、2020年1-6月公司向联营企业四川普什醋酸纤维素有限责任公司采购3,904.18万元、4,481.14万元、1,107.47万元（其中2018年度属于关联交易的金额为1,181.43万元），联营企业为集美新材公司第一大供应商。我们认为，集美新材向关联采购的真实性、交易价格的公允性对财务报表影响重要，因此，我们将此关联交易确定为关键审计事项。	（1）查阅公司的关联方交易管理制度以及董事会对该关联交易决策程序，判断该关联交易的合法合规性，以及是否经过恰当的授权批准； （2）实地走访关联方供应商并访谈相关人员，了解关联方采购的形成过程以及关联方交易的必要性和公允性； （3）比较关联方的采购价格与向非关联方同类原料的采购价格，判断交易价格是否公允。

三、影响公司未来盈利能力或财务状况的主要因素和对公司具有核心意义，或其变动对业绩变动具有较强预示作用的指标

（一）影响公司未来盈利能力或财务状况的主要非财务因素

1、产品特点及业务模式

公司是专业从事醋酸纤维素板材设计开发、生产及销售的企业，直接客户为国内外主要眼镜制造商。公司生产的醋酸纤维素板材主要用于中高端板材眼镜架的制造，为众多国际一线眼镜品牌所采用，是国内眼镜板材行业的领先企业。

中高端眼镜产品附加值较高，存在较大的利润空间，而板材成本占中高端眼

镜最终售价的比例很低，品牌商更注重板材等原材料的质量和创意，是公司可以维持较高盈利水平的行业基础。公司通过参加国际展会、丰富产品花色、提高产品质量，加强与眼镜制造商的合作及与一线眼镜品牌的联系，为维持和提高盈利水平奠定了业务基础。如果未来公司所处行业的特点发生变化或公司的业务模式无法适应行业的发展趋势，可能对公司未来盈利能力或财务状况造成不利影响。

2、市场需求及行业竞争

受经济发展、消费者收入提高及消费意识升级等因素的影响，眼镜产品的个性化及时尚消费需求日趋明显，镜架逐步向款式多样化、外观时尚化、品质高端化的方向发展，市场需求的增长为公司的持续盈利奠定了市场基础。

根据镜架的材质，镜架材料可分为塑料、金属及天然材料三大类。公司产品的市场需求不仅受到经济发展、消费者收入水平等因素的影响，还受到消费者对使用不同材料眼镜的偏好及时尚趋势的影响。在行业内部，既存在生产不同眼镜制造商之间的竞争，也存在不同镜架材料的生产商之间的竞争。如果未来市场需求发生不利变化或行业竞争加剧，可能对公司的盈利能力或财务状况造成不利影响。

3、公司规模及产能

公司虽然凭借较强的技术实力和优异的产品质量在镜架板材领域中赢得了优势地位，但经营规模仍较小。经营规模较小一方面限制了公司销售收入的增长，另一方面使公司集中于毛利率较高的中高端板材产品的设计开发和生产销售。如果未来公司规模及产能扩大，一方面公司的营业收入可能进一步增长，另一方面公司主营业务综合毛利率可能会下降。

4、宏观环境及经济周期

消费者对眼镜产品，特别是时尚类眼镜产品的需求，与经济发展、消费者收入水平具有较强的相关性。宏观经济周期波动会一定程度上影响眼镜行业，导致眼镜产销量和价格相应出现波动，因此，我国及全球宏观经济的周期性、收入水平的波动将影响到本公司业务情况，给公司业务发展和销售收入带来一定的影响。

宏观环境的偶发性事件对公司的业务发展也存在一定影响，自 2020 年 1 月新冠病毒疫情逐渐向全国乃至全世界蔓延以来，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，将对公司的盈利能力或财务状况造成不利影响。

（二）影响公司未来盈利能力或财务状况的主要财务因素

1、产品价格和营业收入

眼镜材料种类丰富，醋酸纤维素板材的应用与市场潮流趋势相关。醋酸纤维素板材的生产企业较多，行业竞争日益加剧。公司若不能及时把握市场动态和消费趋势，不断开展新产品研发以满足市场的多样化需求和消费偏好，以保持行业竞争地位和市场竞争优势，公司的产品价格和营业收入可能会受到影响。

2、原材料价格和营业成本

公司产品成本主要由直接材料、直接人工和制造费用构成，其中直接材料主要为醋酸纤维素胶粒。若未来主要原材料的价格发生重大变化，或人工成本上升、各项能耗和折旧等制造费用增长，将会对公司的营业成本及盈利能力产生影响。

3、期间费用

公司期间费用包括销售费用、管理费用、研发费用和财务费用，公司期间费用总额随公司经营规模的扩大而相应增长。公司未来将持续加大市场拓展和设计开发投入，以扩张公司的市场份额和提升产品竞争力，市场拓展费用和研发费用的增加可能影响公司未来的盈利状况。

4、税收优惠

公司为高新技术企业，2016 年至 2018 年、2019 年至 2021 年均适用 15%的企业所得税税率。公司享受税收优惠政策对公司的利润也有较大的影响。与税收优惠政策相关的风险详见本招股说明书“第四节 风险因素”之“四、税收优惠政策调整的风险”。

（三）对公司具有核心意义，或其变动对业绩变动具有较强预示作用的指标

根据所处的行业状况及自身业务特点，公司管理层认为对公司业绩具有较强预示作用的指标如下：

财务指标	2020年1-6月	2019年度	2018年度	2017年度
营业收入（万元）	3,892.57	15,634.06	14,949.32	13,283.09

主营业务毛利率（%）	47.10	48.33	45.64	41.88
应收账款周转率（次）	1.09	3.46	3.37	3.29
存货周转率（次）	1.30	5.11	5.39	7.43
扣除非经常性损益后归属于公司股东的净利润（万元）	717.50	3,955.09	2,803.36	3,329.90
经营活动产生的现金流量净额（万元）	1,870.28	4,343.90	3,194.49	3,205.62

报告期内影响公司盈利能力的主要指标分析详见本节之“十、经营成果分析”、“十一、资产质量分析”及“十二、偿债能力、流动性与持续经营能力分析”。

四、财务报表的编制基础、合并财务报表范围及变化情况

（一）财务报表的编制基础

本公司以持续经营为基础，根据实际发生的交易和事项，按照企业会计准则及其应用指南和准则解释的规定进行确认和计量，在此基础上编制财务报表。此外，本公司还按照中国证监会《公开发行证券的公司信息披露编报规则第 15 号——财务报告的一般规定》（2014 年修订）披露有关财务信息。

（二）合并财务报表范围及变化情况

公司合并财务报表的合并范围以控制为基础加以确定。

1、报告期末纳入合并财务报表范围的子公司基本情况

子公司名称	注册地	注册资本	持股比例	
			直接	间接
美能（香港）控股有限公司	香港	10 万美元	100%	-
JIMEI ITALY S.R.L.	意大利	1 万欧元	-	100%
集美（东莞）新材料有限公司	东莞	500 万元	100%	-

2、报告期公司合并报表范围的变化情况

子公司名称	变化类型	变化原因	变化时间
美能（香港）控股有限公司	增加	新设	2017 年
JIMEI ITALY S.R.L.	增加	新设	2018 年
集美（东莞）新材料有限公司	增加	新设	2020 年

五、主要会计政策和会计估计

（一）收入确认原则和计量方法

1、收入确认原则

（1）一般原则

收入是本公司在日常活动中形成的、会导致股东权益增加且与股东投入资本无关的经济利益的总流入。

本公司在履行了合同中的履约义务，即在客户取得相关商品控制权时确认收入。取得相关商品控制权，是指能够主导该商品的使用并从中获得几乎全部的经济利益。

合同中包含两项或多项履约义务的，本公司在合同开始日，按照各单项履约义务所承诺商品或服务的单独售价的相对比例，将交易价格分摊至各单项履约义务，按照分摊至各单项履约义务的交易价格计量收入。

交易价格是本公司因向客户转让商品或服务而预期有权收取的对价金额，不包括代第三方收取的款项。在确定合同交易价格时，如果存在可变对价，本公司按照期望值或最可能发生金额确定可变对价的最佳估计数，并以不超过在相关不确定性消除时累计已确认收入极可能不会发生重大转回的金额计入交易价格。合同中如果存在重大融资成分，本公司将根据客户在取得商品控制权时即以现金支付的应付金额确定交易价格，该交易价格与合同对价之间的差额，在合同期间内采用实际利率法摊销，对于控制权转移与客户支付价款间隔未超过一年的，本公司不考虑其中的融资成分。

满足下列条件之一的，属于在某一时段内履行履约义务；否则，属于在某一时点履行履约义务：

① 客户在本公司履约的同时即取得并消耗本公司履约所带来的经济利益；

② 客户能够控制本公司履约过程中在建的商品；

③ 本公司履约过程中所产出的商品具有不可替代用途，且本公司在整个合同期间内有权就累计至今已完成的履约部分收取款项。

对于在某一时段内履行的履约义务，本公司在该段时间内按照履约进度确认收入，但是，履约进度不能合理确定的除外。本公司按照投入法（或产出法）确定提供服务的履约进度。当履约进度不能合理确定时，本公司已经发生的成本预

计能够得到补偿的，按照已经发生的成本金额确认收入，直到履约进度能够合理确定为止。

对于在某一时点履行的履约义务，本公司在客户取得相关商品控制权时点确认收入。在判断客户是否已取得商品或服务控制权时，本公司会考虑下列迹象：

① 本公司就该商品或服务享有现时收款权利，即客户就该商品负有现时付款义务；

② 本公司已将该商品的法定所有权转移给客户，即客户已拥有了该商品的法定所有权；

③ 本公司已将该商品的实物转移给客户，即客户已实物占有该商品；

④ 本公司已将该商品所有权上的主要风险和报酬转移给客户，即客户已取得该商品所有权上的主要风险和报酬；

⑤ 客户已接受该商品

2、收入具体计量方法

内销产品收入：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。

外销产品收入：公司在货物出库，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。

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

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

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

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

（3）验收：客户收到产品后直接验收，或按照公司提供的样品进行验收。

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

4、公司收入确认政策的具体执行情况

不同模式下，报告期公司的销售收入及占比情况如下：

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

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

不同模式下，公司销售收入的确认时点、条件、所取得的外部证据及依据情形如下：

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

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

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

5、主要客户的退货条件、销售折扣政策与返利政策，相关政策执行时间

客户名称	项 目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
陆逊梯卡华宏（东莞）眼镜有限公司	退货条件	材料存在任何缺陷、瑕疵、不合格			
	返利政策	不再单独计提	经双方沟通确认，2019 年直接降价 2%销售，不再单独返利	合同期内，采购总量：250 吨≤采购总量＜350 吨，返利货款总	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≤

客户名称	项 目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
				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	采购总量＜450 吨，返利货款总额 2.5%
	执行时间	无	无	2018.01-2018.12	2016.01-2017.12
美成（江门）实业有限公司	退货条件	需方提出有质量问题并经供方确认确有质量问题的			
	返利政策	合同期内，采购实际总付款：600 万元≤实际付款＜800 万元，返利总额 2%；800 万元≤实际付款＜1000 万元，返利总额 3%		无	无
	执行时间	2019.08-2020.07	2019.08-2020.07	无	无
雅骏光学科技（深圳）有限公司	退货条件	产品存在质量问题			
	返利政策	无	无	无	无
	执行时间	无	无	无	无
华清眼镜（深圳）有限公司	退货条件	需方提出有质量问题并经供方确认确有质量问题的			
	返利政策	合同期内，采购实际总付款：100 万元≤实际总付款＜200 万元，返利总额 2.5%；200 万元≤实际总付款＜300 万元，返利总额 3%；300 万元≤实际总付款＜400 万元，返利总额 4%			
	执行时间	2020.01-2020.12	2019.01-2019.12	2018.01-2018.12	2017.01-2017.12
江西省威东光学有限公司	退货条件	需方提出有质量问题并经供方确认确有质量问题的			
	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			无

客户名称	项 目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
		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%			
	执行时间	2020.01-2020.12	2019.01-2019.12	2018.01-2018.12	无
浙江方氏眼镜制造有限公司	退货条件	需方提出有质量问题并经供方确认确有质量问题的			
	返利政策	受疫情影响，客户预计采购达不到一定的金额，因此尚未签订返利协议	合同期内，采购实际总付款：300 万元≤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

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

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

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

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

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

（5）高信眼镜厂有限公司、高信眼镜国际有限公司、东莞市艺品眼镜制品

有限公司、东莞高信眼镜有限公司四家合并计算返利是否达标；

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

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

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

（1）报告期各期发行人产品退换货及返利情况

单位：万元

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

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

（2）返利金额及与对应客户的销售匹配性

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

① 2017 年度

单位：万元

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

客户名称	返利前收入①	约定返利比例②	测算返利金额③=①*②	实际返利金额④	返利测算差⑤=③-④	备注
联利泰眼镜（鹰潭）有限公司	35.03	2%	0.70	0.63	0.07	
合 计	2,761.55	-	61.77	65.45	-3.68	

② 2018 年度

单位：万元

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

③ 2019 年度

单位：万元

客户名称	返利前收入①	约定返利比例②	测算返利金额③=①*②	实际返利金额④	返利测算差⑤=③-④	备注
浙江方氏眼镜制造有限公司	241.69	2.5%	6.04	5.81	0.23	合并计算
瑞安市华星眼镜制造有限公司	73.11	2.5%	1.83	1.84	-0.01	
瑞安市凯洛诗眼镜厂	60.07	2.5%	1.50	1.49	0.01	
重庆华腾眼镜有限责任公司	16.04	2.5%	0.40	0.40	-	
江西省威东光学有限公司	325.23	5%	16.26	13.10	3.16	
华清眼镜（深圳）有限公司	234.01	4%	9.36	9.03	0.33	合并计算
江西华清眼镜有限公司	92.13	4%	3.69	3.58	0.11	
香港新兴眼镜制造厂有限公司	299.35	4%	11.97	10.19	1.78	
温州市朗盛光学有限公司	116.69	3%	3.50	3.53	-0.03	

客户名称	返利前收入①	约定返利比例②	测算返利金额③=①*②	实际返利金额④	返利测算差⑤=③-④	备注
温州市朗驰眼镜有限公司	56.50	3%	1.70	1.70	-	合并计算
温州市朗臣眼镜有限公司	36.84	3%	1.11	1.12	-0.01	
高信眼镜厂有限公司	96.92	5%	4.85	4.09	0.76	合并计算
东莞高信眼镜有限公司	72.17	5%	3.61	3.61	-	
高信眼镜国际有限公司	27.24	5%	1.36	1.34	0.02	
东莞市艺品眼镜制品有限公司	3.92	5%	0.20	0.19	0.01	
瑞安市华美眼镜有限公司	150.69	2%	3.01	3.10	-0.09	
温州海诚光学有限公司	146.02	3%	4.38	4.40	-0.02	
中山拓开光学有限公司	135.25	2%	2.71	2.66	0.05	
温州市黎东眼镜有限公司	86.24	2%	1.72	1.73	-0.01	
合 计	2,270.11	-	79.20	72.91	6.29	

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

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

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

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

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

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

7.销售退换货及销售返利的会计处理

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

具体会计分录如下：

借：应收账款（负数）

贷：主营业务收入（负数）

借：主营业务成本（负数）

贷：库存商品（负数）

借：应收账款

贷：主营业务收入

借：主营业务成本

贷：库存商品

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

（2）销售返利的会计处理

①期末计提销售返利时

借：主营业务收入

贷：预计负债

②实际返利时

借：预计负债

贷：应收账款

8、发行人报告期内退换货的有关情况

（1）报告期内退换货具体情况

项 目	退换内容	重量（千克）	金额（万元）	原因
2020 年 1-6 月	挤板、压板	1,792.83	12.66	质量换货
2019 年度	挤板、压板	9,965.46	82.99	质量换货
2018 年度	挤板、压板	10,197.43	93.30	质量换货
2017 年度	挤板、压板	8,270.98	69.58	质量换货

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

（2）报告期内退换货的客户明细

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

年度	客户名称	重量（千克）	金额（元）
2018年退货额小于2万元的213家客户合计		5,343.74	459,291.83
2017年退货额大于等于2万元的客户	潮州市启泰（归湖）眼镜制造有限公司	532.42	33,707.44
	东莞汇俊眼镜制品有限公司	407.71	49,214.85
	东莞实用眼镜有限公司	289.96	38,731.94
	陆逊梯卡华宏（东莞）眼镜有限公司	869.09	65,878.55
	温州三杉光学有限公司	169.29	21,963.03
	温州市瓯海眼镜有限公司	671.87	44,662.98
	小　计	2,940.34	254,158.79
2017年退货额小于2万元的174家客户合计		5,330.64	441,595.54

（3）是否存在期末集中确认收入、期初退货的情形

公司报告期各期末最后一月的销售以及下年初退货情况如下表：

单位：万元

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

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

9、公司报告期内废料销售的相关情况

（1）废料销售的会计处理

废料主要是公司订单切换和生产过程中产生的不良品经分拣之后的废品，公司废料的产生与其日常产品生产过程密切相关。分配材料成本时，由于废料的数量、金额较小，废料不分摊材料成本，材料成本全部由正常产品承担。确认收入及结转销售成本时，公司将废料销售收入确认为其他业务收入，同时从销售成本中转出同等金额到其他业务成本，即废料销售未产生其他业务利润。具体会计处理如下：

借：应收账款/银行存款

　　贷：其他业务收入

借：其他业务成本

贷：主营业务成本

（2）废料销量与正常产品销量对比情况

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

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

（二）金融工具的确认和计量

自 2019 年 1 月 1 日起适用

金融工具，是指形成一方的金融资产并形成其他方的金融负债或权益工具的合同。

1、金融工具的确认和终止确认

当本公司成为金融工具合同的一方时，确认相关的金融资产或金融负债。

金融资产满足下列条件之一的，终止确认：

（1）收取该金融资产现金流量的合同权利终止；

（2）该金融资产已转移，且符合下述金融资产转移的终止确认条件。

金融负债（或其一部分）的现时义务已经解除的，终止确认该金融负债（或该部分金融负债）。本公司（借入方）与借出方之间签订协议，以承担新金融负债方式替换原金融负债，且新金融负债与原金融负债的合同条款实质上不同的，终止确认原金融负债，并同时确认新金融负债。本公司对原金融负债（或其一部分）的合同条款作出实质性修改的，应当终止原金融负债，同时按照修改后的条

款确认一项新的金融负债。

以常规方式买卖金融资产，按交易日进行会计确认和终止确认。常规方式买卖金融资产，是指按照合同条款规定，在法规或市场惯例所确定的时间安排来交付金融资产。交易日，是指本公司承诺买入或卖出金融资产的日期。

2、金融资产的分类与计量

本公司在初始确认时根据管理金融资产的业务模式和金融资产的合同现金流量特征，将金融资产分类为：以摊余成本计量的金融资产、以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产、以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产。除非本公司改变管理金融资产的业务模式，在此情形下，所有受影响的相关金融资产在业务模式发生变更后的首个报告期间的第一天进行重分类，否则金融资产在初始确认后不得进行重分类。

金融资产在初始确认时以公允价值计量。对于以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产，相关交易费用直接计入当期损益，其他类别的金融资产相关交易费用计入其初始确认金额。因销售商品或提供劳务而产生的、未包含或不考虑重大融资成分的应收票据及应收账款，本公司则按照收入准则定义的交易价格进行初始计量。

金融资产的后续计量取决于其分类：

（1）以摊余成本计量的金融资产

金融资产同时符合下列条件的，分类为以摊余成本计量的金融资产：本公司管理该金融资产的业务模式是以收取合同现金流量为目标；该金融资产的合同条款规定，在特定日期产生的现金流量，仅为对本金和以未偿付本金金额为基础的利息的支付。对于此类金融资产，采用实际利率法，按照摊余成本进行后续计量，其终止确认、按实际利率法摊销或减值产生的利得或损失，均计入当期损益。

（2）以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产

金融资产同时符合下列条件的，分类为以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产：本公司管理该金融资产的业务模式是既以收取合同现金流量为目标又以出售金融资产为目标；该金融资产的合同条款规定，在特定日期产生的现金流量，仅为对本金和以未偿付本金金额为基础的利息的支付。对于此类金融资产，采用公允价值进行后续计量。除减值损失或利得及汇兑损益确认为当期

损益外，此类金融资产的公允价值变动作为其他综合收益确认，直到该金融资产终止确认时，其累计利得或损失转入当期损益。但是采用实际利率法计算的该金融资产的相关利息收入计入当期损益。

本公司不可撤销地选择将部分非交易性权益工具投资指定为以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产，仅将相关股利收入计入当期损益，公允价值变动作为其他综合收益确认，直到该金融资产终止确认时，其累计利得或损失转入留存收益。

（3）以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产

上述以摊余成本计量的金融资产和以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产之外的金融资产，分类为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产。对于此类金融资产，采用公允价值进行后续计量，所有公允价值变动计入当期损益。

3、金融负债的分类与计量

本公司将金融负债分类为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债、低于市场利率贷款的贷款承诺及财务担保合同负债及以摊余成本计量的金融负债。

金融负债的后续计量取决于其分类：

（1）以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债

该类金融负债包括交易性金融负债（含属于金融负债的衍生工具）和指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债。初始确认后，对于该类金融负债以公允价值进行后续计量，除与套期会计有关外，产生的利得或损失（包括利息费用）计入当期损益。但本公司对指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债，由其自身信用风险变动引起的该金融负债公允价值的变动金额计入其他综合收益，当该金融负债终止确认时，之前计入其他综合收益的累计利得和损失应当从其他综合收益中转出，计入留存收益。

（2）贷款承诺及财务担保合同负债

贷款承诺是本公司向客户提供的一项在承诺期间内以既定的合同条款向客户发放贷款的承诺。贷款承诺按照预期信用损失模型计提减值损失。

财务担保合同指，当特定债务人到期不能按照最初或修改后的债务工具条款

偿付债务时，要求本公司向蒙受损失的合同持有人赔付特定金额的合同。财务担保合同负债以按照依据金融工具的减值原则所确定的损失准备金额以及初始确认金额扣除按收入确认原则确定的累计摊销额后的余额孰高进行后续计量。

（3）以摊余成本计量的金融负债

初始确认后，对其他金融负债采用实际利率法以摊余成本计量。

除特殊情况外，金融负债与权益工具按照下列原则进行区分：

① 如果本公司不能无条件地避免以交付现金或其他金融资产来履行一项合同义务，则该合同义务符合金融负债的定义。有些金融工具虽然没有明确地包含交付现金或其他金融资产义务的条款和条件，但有可能通过其他条款和条件间接地形成合同义务。

② 如果一项金融工具须用或可用本公司自身权益工具进行结算，需要考虑用于结算该工具的本公司自身权益工具，是作为现金或其他金融资产的替代品，还是为了使该工具持有方享有在发行方扣除所有负债后的资产中的剩余权益。如果是前者，该工具是发行方的金融负债；如果是后者，该工具是发行方的权益工具。在某些情况下，一项金融工具合同规定本公司须用或可用自身权益工具结算该金融工具，其中合同权利或合同义务的金额等于可获取或需交付的自身权益工具的数量乘以其结算时的公允价值，则无论该合同权利或合同义务的金额是固定的，还是完全或部分地基于除本公司自身权益工具的市场价格以外变量（例如利率、某种商品的价格或某项金融工具的价格）的变动而变动，该合同分类为金融负债。

4、衍生金融工具及嵌入衍生工具

衍生金融工具初始以衍生交易合同签订当日的公允价值进行计量，并以其公允价值进行后续计量。公允价值为正数的衍生金融工具确认为一项资产，公允价值为负数的确认为一项负债。

除现金流量套期中属于套期有效的部分计入其他综合收益并于被套期项目影响损益时转出计入当期损益之外，衍生工具公允价值变动而产生的利得或损失，直接计入当期损益。

对包含嵌入衍生工具的混合工具，如主合同为金融资产的，混合工具作为一个整体适用金融资产分类的相关规定。如主合同并非金融资产，且该混合工具不

是以公允价值计量且其变动计入当期损益进行会计处理，嵌入衍生工具与该主合同在经济特征及风险方面不存在紧密关系，且与嵌入衍生工具条件相同、单独存在的工具符合衍生工具定义的，嵌入衍生工具从混合工具中分拆，作为单独的衍生金融工具处理。如果该嵌入衍生工具在取得日或后续资产负债表日的公允价值无法单独计量，则将混合工具整体指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产或金融负债。

5、金融工具减值

本公司对于以摊余成本计量的金融资产、以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的债权投资、合同资产、租赁应收款、贷款承诺及财务担保合同等，以预期信用损失为基础确认损失准备。

（1）预期信用损失的计量

预期信用损失，是指以发生违约的风险为权重的金融工具信用损失的加权平均值。信用损失，是指本公司按照原实际利率折现的、根据合同应收的所有合同现金流量与预期收取的所有现金流量之间的差额，即全部现金短缺的现值。其中，对于本公司购买或源生的已发生信用减值的金融资产，应按照该金融资产经信用调整的实际利率折现。

整个存续期预期信用损失，是指因金融工具整个预计存续期内所有可能发生的违约事件而导致的预期信用损失。

未来 12 个月内预期信用损失，是指因资产负债表日后 12 个月内（若金融工具的预计存续期少于 12 个月，则为预计存续期）可能发生的金融工具违约事件而导致的预期信用损失，是整个存续期预期信用损失的一部分。

于每个资产负债表日，本公司对于处于不同阶段的金融工具的预期信用损失分别进行计量。金融工具自初始确认后信用风险未显著增加的，处于第一阶段，本公司按照未来 12 个月内的预期信用损失计量损失准备；金融工具自初始确认后信用风险已显著增加但尚未发生信用减值的，处于第二阶段，本公司按照该工具整个存续期的预期信用损失计量损失准备；金融工具自初始确认后已经发生信用减值的，处于第三阶段，本公司按照该工具整个存续期的预期信用损失计量损失准备。

对于在资产负债表日具有较低信用风险的金融工具，本公司假设其信用风险

自初始确认后并未显著增加，按照未来 12 个月内的预期信用损失计量损失准备。

本公司对于处于第一阶段和第二阶段、以及较低信用风险的金融工具，按照其未扣除减值准备的账面余额和实际利率计算利息收入。对于处于第三阶段的金融工具，按照其账面余额减已计提减值准备后的摊余成本和实际利率计算利息收入。

对于应收票据、应收账款及应收融资款，无论是否存在重大融资成分，本公司均按照整个存续期的预期信用损失计量损失准备。

① 应收款项

对于存在客观证据表明存在减值，以及其他适用于单项评估的应收票据、应收账款，其他应收款、应收款项融资及长期应收款等单独进行减值测试，确认预期信用损失，计提单项减值准备。对于不存在减值客观证据的应收票据、应收账款、其他应收款、应收款项融资及长期应收款或当单项金融资产无法以合理成本评估预期信用损失的信息时，本公司依据信用风险特征将应收票据、应收账款、其他应收款、应收款项融资及长期应收款等划分为若干组合，在组合基础上计算预期信用损失，确定组合的依据如下：

应收票据确定组合的依据如下：

应收票据组合 1 商业承兑汇票

应收票据组合 2 银行承兑汇票

对于划分为组合的应收票据，本公司参考历史信用损失经验，结合当前状况以及对未来经济状况的预测，通过违约风险敞口和整个存续期预期信用损失率，计算预期信用损失。

应收账款确定组合的依据如下：

应收账款组合 1 应收关联方客户（合并范围内）

应收账款组合 2 应收其他客户

对于划分为组合的应收账款，本公司参考历史信用损失经验，结合当前状况以及对未来经济状况的预测，编制应收账款账龄与整个存续期预期信用损失率对照表，计算预期信用损失。

其他应收款确定组合的依据如下：

其他应收款组合 1 应收利息

其他应收款组合 2 应收股利

其他应收款组合 3 应收押金和保证金

其他应收款组合 4 应收其他款项

对于划分为组合的其他应收款，本公司参考历史信用损失经验，结合当前状况以及对未来经济状况的预测，通过违约风险敞口和未来 12 月内或整个存续期预期信用损失率，计算预期信用损失。

② 债权投资、其他债权投资

对于债权投资和其他债权投资，本公司按照投资的性质，根据交易对手和风险敞口的各种类型，通过违约风险敞口和未来 12 个月内或整个存续期预期信用损失率，计算预期信用损失。

（2）具有较低的信用风险

如果金融工具的违约风险较低，借款人在短期内履行其合同现金流量义务的能力很强，并且即便较长时期内经济形势和经营环境存在不利变化但未必一定降低借款人履行其合同现金流量义务的能力，该金融工具被视为具有较低的信用风险。

（3）信用风险显著增加

本公司通过比较金融工具在资产负债表日所确定的预计存续期内的违约概率与在初始确认时所确定的预计存续期内的违约概率，以确定金融工具预计存续期内发生违约概率的相对变化，以评估金融工具的信用风险自初始确认后是否已显著增加。

在确定信用风险自初始确认后是否显著增加时，本公司考虑无须付出不必要的额外成本或努力即可获得的合理且有依据的信息，包括前瞻性信息。本公司考虑的信息包括：

① 信用风险变化所导致的内部价格指标是否发生显著变化；

② 预期将导致债务人履行其偿债义务的能力是否发生显著变化的业务、财务或经济状况的不利变化；

③ 债务人经营成果实际或预期是否发生显著变化；债务人所处的监管、经济或技术环境是否发生显著不利变化；

④ 作为债务抵押的担保物价值或第三方提供的担保或信用增级质量是否发

生显著变化。这些变化预期将降低债务人按合同规定期限还款的经济动机或者影响违约概率；

⑤ 预期将降低债务人按合同约定期限还款的经济动机是否发生显著变化；

⑥ 借款合同的预期变更，包括预计违反合同的行为是否可能导致的合同义务的免除或修订、给予免息期、利率跳升、要求追加抵押品或担保或者对金融工具的合同框架做出其他变更；

⑦ 债务人预期表现和还款行为是否发生显著变化；

⑧ 合同付款是否发生逾期超过（含）30 日。

根据金融工具的性质，本公司以单项金融工具或金融工具组合为基础评估信用风险是否显著增加。以金融工具组合为基础进行评估时，本公司可基于共同信用风险特征对金融工具进行分类，例如逾期信息和信用风险评级。

通常情况下，如果逾期超过 30 日，本公司确定金融工具的信用风险已经显著增加。除非本公司无需付出过多成本或努力即可获得合理且有依据的信息，证明虽然超过合同约定的付款期限 30 天，但信用风险自初始确认以来并未显著增加。

（4）已发生信用减值的金融资产

本公司在资产负债表日评估以摊余成本计量的金融资产和以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的债权投资是否已发生信用减值。当对金融资产预期未来现金流量具有不利影响的一项或多项事件发生时，该金融资产成为已发生信用减值的金融资产。金融资产已发生信用减值的证据包括下列可观察信息：

发行方或债务人发生重大财务困难；债务人违反合同，如偿付利息或本金违约或逾期等；债权人出于与债务人财务困难有关的经济或合同考虑，给予债务人在任何其他情况下都不会做出的让步；债务人很可能破产或进行其他财务重组；发行方或债务人财务困难导致该金融资产的活跃市场消失；以大幅折扣购买或源生一项金融资产，该折扣反映了发生信用损失的事实。

（5）预期信用损失准备的列报

为反映金融工具的信用风险自初始确认后的变化，本公司在每个资产负债表日重新计量预期信用损失，由此形成的损失准备的增加或转回金额，应当作为减值损失或利得计入当期损益。对于以摊余成本计量的金融资产，损失准备抵减该

金融资产在资产负债表中列示的账面价值；对于以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的债权投资，本公司在其他综合收益中确认其损失准备，不抵减该金融资产的账面价值。

（6）核销

如果本公司不再合理预期金融资产合同现金流量能够全部或部分收回，则直接减记该金融资产的账面余额。这种减记构成相关金融资产的终止确认。这种情况通常发生在本公司确定债务人没有资产或收入来源可产生足够的现金流量以偿还将被减记的金额。

已减记的金融资产以后又收回的，作为减值损失的转回计入收回当期的损益。

6、金融资产转移

金融资产转移是指下列两种情形：

① 将收取金融资产现金流量的合同权利转移给另一方；

② 将金融资产整体或部分转移给另一方，但保留收取金融资产现金流量的合同权利，并承担将收取的现金流量支付给一个或多个收款方的合同义务。

（1）终止确认所转移的金融资产

已将金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬转移给转入方的，或既没有转移也没有保留金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬的，但放弃了对该金融资产控制的，终止确认该金融资产。

在判断是否已放弃对所转移金融资产的控制时，根据转入方出售该金融资产的实际能力。转入方能够单方面将转移的金融资产整体出售给不相关的第三方，且没有额外条件对此项出售加以限制的，则公司已放弃对该金融资产的控制。

本公司在判断金融资产转移是否满足金融资产终止确认条件时，注重金融资产转移的实质。

金融资产整体转移满足终止确认条件的，将下列两项金额的差额计入当期损益：

① 所转移金融资产的账面价值；

② 因转移而收到的对价，与原直接计入其他综合收益的公允价值变动累计额中对于终止确认部分的金额（涉及转移的金融资产为根据《企业会计准则第 22 号-金融工具确认和计量》第十八条分类为以公允价值计量且其变动计入其他综

合收益的金融资产的情形）之和。

金融资产部分转移满足终止确认条件的，将所转移金融资产整体的账面价值，在终止确认部分和未终止确认部分（在此种情况下，所保留的服务资产视同继续确认金融资产的一部分）之间，按照转移日各自的相对公允价值进行分摊，并将下列两项金额的差额计入当期损益：

① 终止确认部分在终止确认日的账面价值；

② 终止确认部分的对价，与原计入其他综合收益的公允价值变动累计额中对应终止确认部分的金额（涉及转移的金融资产为根据《企业会计准则第 22 号-金融工具确认和计量》第十八条分类为以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产的情形）之和。

（2）继续涉入所转移的金融资产

既没有转移也没有保留金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬的，且未放弃对该金融资产控制的，应当按照其继续涉入所转移金融资产的程度确认有关金融资产，并相应确认有关负债。

继续涉入所转移金融资产的程度，是指企业承担的被转移金融资产价值变动风险或报酬的程度。

（3）继续确认所转移的金融资产

仍保留与所转移金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬的，应当继续确认所转移金融资产整体，并将收到的对价确认为一项金融负债。

该金融资产与确认的相关金融负债不得相互抵销。在随后的会计期间，企业应当继续确认该金融资产产生的收入（或利得）和该金融负债产生的费用（或损失）。

7、金融资产和金融负债的抵销

金融资产和金融负债应当在资产负债表内分别列示，不得相互抵销。但同时满足下列条件的，以相互抵销后的净额在资产负债表内列示：

本公司具有抵销已确认金额的法定权利，且该种法定权利是当前可执行的；

本公司计划以净额结算，或同时变现该金融资产和清偿该金融负债。

不满足终止确认条件的金融资产转移，转出方不得将已转移的金融资产和相关负债进行抵销。

以下金融工具会计政策适用于 2018 年度及以前

1、金融资产的分类

（1）以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产

包括交易性金融资产和直接指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产，前者主要是指本公司为了近期内出售而持有的股票、债券、基金以及不作为有效套期工具的衍生工具投资。这类资产在初始计量时按照取得时的公允价值作为初始确认金额，相关的交易费用在发生时计入当期损益。支付的价款中包含已宣告但尚未发放的现金股利或已到付息但尚未领取的债券利息，单独确认为应收项目。在持有期间取得利息或现金股利，确认为投资收益。资产负债表日，本公司将这类金融资产以公允价值计量且其变动计入当期损益。这类金融资产在处置时，其公允价值与初始入账金额之间的差额确认为投资收益，同时调整公允价值变动损益。

（2）持有至到期投资

主要是指到期日固定、回收金额固定或可确定，且本公司具有明确意图和能力持有至到期的国债、公司债券等。这类金融资产按照取得时的公允价值和相关交易费用之和作为初始确认金额。支付价款中包含的已到付息期但尚未发放的债券利息，单独确认为应收项目。持有至到期投资在持有期间按照摊余成本和实际利率计算确认利息收入，计入投资收益。处置持有至到期投资时，将所取得价款与该投资账面价值之间的差额计入投资收益。

（3）应收款项

应收款项主要包括应收账款和其他应收款等。应收账款是指本公司销售商品或提供劳务形成的应收款项。应收账款按从购货方应收的合同或协议价款作为初始确认金额。

（4）可供出售金融资产

主要是指本公司没有划分为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产、持有至到期投资、贷款和应收款项的金融资产。可供出售金融资产按照取得该金融资产的公允价值和相关交易费用之和作为初始确认金额。支付的价款中包含的已到付息期但尚未领取的债券利息或已宣告但尚未发放的现金股利，单独确认为应收项目。可供出售金融资产持有期间取得的利息或现金股利计入投资收

益。

可供出售金融资产是外币货币性金融资产的，其形成的汇兑损益应当计入当期损益。采用实际利率法计算的可供出售债务工具投资的利息，计入当期损益；可供出售权益工具投资的现金股利，在被投资单位宣告发放股利时计入当期损益。资产负债表日，可供出售金融资产以公允价值计量，且其变动计入其他综合收益。处置可供出售金融资产时，将取得的价款与该金融资产账面价值之间差额计入投资收益；同时，将原计入所有者权益的公允价值变动累计额对应处置部分的金额转出，计入投资收益。

2、金融负债的分类

（1）以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债，包括交易性金融负债和指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债；这类金融负债初始确认时以公允价值计量，相关交易费用直接计入当期损益，资产负债表日将公允价值变动计入当期损益。

（2）其他金融负债，是指以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债以外的金融负债。

3、金融负债与权益工具的区分

除特殊情况外，金融负债与权益工具按照下列原则进行区分：

（1）如果本公司不能无条件地避免以交付现金或其他金融资产来履行一项合同义务，则该合同义务符合金融负债的定义。有些金融工具虽然没有明确地包含交付现金或其他金融资产义务的条款和条件，但有可能通过其他条款和条件间接地形成合同义务。

（2）如果一项金融工具须用或可用本公司自身权益工具进行结算，需要考虑用于结算该工具的本公司自身权益工具，是作为现金或其他金融资产的替代品，还是为了使该工具持有方享有在发行方扣除所有负债后的资产中的剩余权益。如果是前者，该工具是发行方的金融负债；如果是后者，该工具是发行方的权益工具。在某些情况下，一项金融工具合同规定本公司须用或可用自身权益工具结算该金融工具，其中合同权利或合同义务的金额等于可获取或需交付的自身权益工具的数量乘以其结算时的公允价值，则无论该合同权利或合同义务的金额是固定的，还是完全或部分地基于除本公司自身权益工具的市场价格以外变量（例如利

率、某种商品的价格或某项金融工具的价格）的变动而变动，该合同分类为金融负债。

4、金融资产转移

金融资产转移是指下列两种情形：

① 将收取金融资产现金流量的合同权利转移给另一方；

② 将金融资产整体或部分转移给另一方，但保留收取金融资产现金流量的合同权利，并承担将收取的现金流量支付给一个或多个收款方的合同义务。

（1）终止确认所转移的金融资产

已将金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬转移给转入方的，或既没有转移也没有保留金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬的，但放弃了对该金融资产控制的，终止确认该金融资产。

在判断是否已放弃对所转移金融资产的控制时，注重转入方出售该金融资产的实际能力。转入方能够单独将转入的金融资产整体出售给予其不存在关联方关系的第三方，且没有额外条件对此项出售加以限制的，表明企业已放弃对该金融资产的控制。

本公司在判断金融资产转移是否满足金融资产终止确认条件时，注重金融资产转移的实质。

金融资产整体转移满足终止确认条件的，将下列两项金额的差额计入当期损益：

① 所转移金融资产的账面价值；

② 因转移而收到的对价，与原直接计入所有者权益的公允价值变动累计额（涉及转移的金融资产为可供出售金融资产的情形）之和。

金融资产部分转移满足终止确认条件的，将所转移金融资产整体的账面价值，在终止确认部分和未终止确认部分（在此种情况下，所保留的服务资产视同未终止确认金融资产的一部分）之间，按照各自的相对公允价值进行分摊，并将下列两项金额的差额计入当期损益：

① 终止确认部分的账面价值；

② 终止确认部分的对价，与原直接计入所有者权益的公允价值变动累计额中对应终止确认部分的金额（涉及转移的金融资产为可供出售金融资产的情形）

之和。

（2）继续涉入所转移的金融资产

既没有转移也没有保留金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬的，且未放弃对该金融资产控制的，应当按照其继续涉入所转移金融资产的程度确认有关金融资产，并相应确认有关负债。

继续涉入所转移金融资产的程度，是指该金融资产价值变动使企业面临的风险水平。

（3）继续确认所转移的金融资产

仍保留与所转移金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬的，应当继续确认所转移金融资产整体，并将收到的对价确认为一项金融负债。

该金融资产与确认的相关金融负债不得相互抵销。在随后的会计期间，企业应当继续确认该金融资产产生的收入和该金融负债产生的费用。所转移的金融资产以摊余成本计量的，确认的相关负债不得指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债。

5、金融负债终止确认

金融负债的现时义务全部或部分已经解除的，终止确认该金融负债或其一部分。

将用于偿付金融负债的资产转入某个机构或设立信托，偿付债务的现时义务仍存在的，不终止确认该金融负债，也不终止确认转出的资产。

与债权人之间签订协议，以承担新金融负债方式替换现存金融负债，且新金融负债与现存金融负债的合同条款实质上不同的，终止确认现存金融负债，并同时确认新金融负债。

对现存金融负债全部或部分的合同条款作出实质性修改的，终止确认现存金融负债或其一部分，同时将修改条款后的金融负债确认为一项新金融负债。

金融负债全部或部分终止确认的，将终止确认部分的账面价值与支付的对价（包括转出的非现金资产或承担的新金融负债）之间的差额，计入当期损益。

6、金融资产和金融负债的抵销

金融资产和金融负债应当在资产负债表内分别列示，不得相互抵销。但同时

满足下列条件的，以相互抵销后的净额在资产负债表内列示：

本公司具有抵销已确认金额的法定权利，且该种法定权利是当前可执行的；

本公司计划以净额结算，或同时变现该金融资产和清偿该金融负债。

不满足终止确认条件的金融资产转移，转出方不得将已转移的金融资产和相关负债进行抵销。

7、金融资产减值测试方法及减值准备计提方法

（1）金融资产发生减值的客观证据：

① 发行方或债务人发生严重财务困难；

② 债务人违反了合同条款，如偿付利息或本金发生违约或逾期等；

③ 债权人出于经济或法律等方面的考虑，对发生财务困难的债务人作出让步；

④ 债务人可能倒闭或进行其他财务重组；

⑤ 因发行方发生重大财务困难，该金融资产无法在活跃市场继续交易；

⑥ 无法辨认一组金融资产中的某项资产的现金流量是否已经减少，但根据公开的数据对其进行总体评价后发现，该组金融资产自初始确认以来的预计未来现金流量确已减少且可计量；

⑦ 债务人经营所处的技术、市场、经济或法律环境等发生重大不利变化，使权益工具投资人可能无法收回投资成本；

⑧ 权益工具投资的公允价值发生严重或非暂时性下跌，例如权益工具投资于资产负债表日的公允价值低于其初始投资成本超过 50%（含 50%）或低于其初始投资成本持续时间超过 12 个月（含 12 个月）。

低于其初始投资成本持续时间超过 12 个月（含 12 个月）是指，权益工具投资公允价值月度均值连续 12 个月均低于其初始投资成本；

⑨ 其他表明金融资产发生减值的客观证据。

（2）金融资产的减值测试（不包括应收款项）

① 以摊余成本计量的金融资产

如果有客观证据表明该金融资产发生减值，则将该金融资产的账面价值减记至预计未来现金流量（不包括尚未发生的未来信用损失）现值，减记金额计入当期损益。

预计未来现金流量现值，按照该持有至到期投资的原实际利率折现确定，并考虑相关担保物的价值（取得和出售该担保物发生的费用予以扣除）。原实际利率是初始确认该持有至到期投资时计算确定的实际利率。对于浮动利率的持有至到期投资，在计算未来现金流量现值时可采用合同规定的现行实际利率作为折现率。

本公司对摊余成本计量的金融资产进行减值测试时，将金额大于或等于 500 万元的金融资产作为单项金额重大的金融资产，此标准以下的作为单项金额非重大的金融资产。

对单项金额重大的金融资产单独进行减值测试，如有客观证据表明其已发生减值，确认减值损失，计入当期损益；对单项金额不重大的金融资产，单独进行减值测试或包括在具有类似信用风险特征的金融资产组合中进行减值测试。

单独测试未发生减值的金融资产（包括单项金额重大和不重大的金融资产），包括在具有类似信用风险特征的金融资产组合中再进行减值测试；已单项确认减值损失的金融资产，不包括在具有类似信用风险特征的金融资产组合中进行减值测试。

本公司对以摊余成本计量的金融资产确认减值损失后，如有客观证据表明该金融资产价值已恢复，且客观上与确认该损失后发生的事项有关，原确认的减值损失予以转回，计入当期损益。但是，该转回后的账面价值不超过假定不计提减值准备情况下该金融资产在转回日的摊余成本。

② 可供出售金融资产减值测试

可供出售金融资产发生减值的，在确认减值损失时，将原直接计入所有者权益的公允价值下降形成的累计损失一并转出，计入资产减值损失。可供出售债务工具金融资产发生减值后，利息收入按照确定减值损失时对未来现金流量进行折现采用的折现率作为利率计算确认。

对于已确认减值损失的可供出售债务工具，在随后的会计期间公允价值已上升且客观上与确认原减值损失确认后发生的事项有关的，原确认的减值损失予以转回，计入当期损益。可供出售权益工具投资发生的减值损失，不得通过损益转回。

（三）应收款项坏账准备的计提

以下应收款项会计政策适用 2018 年度及以前

1、单项金额重大并单项计提坏账准备的应收款项

单项金额重大的判断依据或金额标准：本公司将单项金额在 500 万元以上应收款项确定为单项金额重大的应收款项。

单项金额重大并单项计提坏账准备的计提方法：对于单项金额重大的应收款项，单独进行减值测试。有客观证据表明其发生了减值的，根据其未来现金流量现值低于其账面价值的差额，确认减值损失，并据此计提相应的坏账准备。

短期应收款项的预计未来现金流量与其现值相差很小的，在确定相关减值损失时，可不对其预计未来现金流量进行折现。

2、按信用风险特征组合计提坏账准备的应收款项

确定组合的依据：

组合 1：对单项金额重大单独测试未发生减值的应收款项汇同单项金额不重大的应收款项，本公司以账龄作为信用风险特征组合。

组合 2：应收合并范围内关联方组合

按组合计提坏账准备的计提方法：

组合 1：根据以前年度按账龄划分的各段应收款项实际损失率作为基础，结合现时情况确定本年各账龄段应收款项组合计提坏账准备的比例，据此计算本年应计提的坏账准备。

组合 2：若无客观证据表明其发生减值，不予计提坏账准备。

各账龄段应收款项组合计提坏账准备的比例具体如下：

账龄	应收账款计提比例（%）	其他应收款计提比例（%）
1 年以内（含 1 年）	5.00	5.00
1-2 年	10.00	10.00
2-3 年	30.00	30.00
3 年以上	100.00	100.00

3、单项金额不重大但单项计提坏账准备的应收款项

对单项金额不重大但已有客观证据表明其发生了减值的应收款项，按账龄分析法计提的坏账准备不能反映实际情况，本公司单独进行减值测试，根据其未来现金流量现值低于其账面价值的差额，确认减值损失，并据此计提相应的坏账准

备。

（四）存货的确认和计量

1、存货的分类

存货是指本公司在日常活动中持有以备出售的产成品或商品、处在生产过程中的在产品、在生产过程或提供劳务过程中耗用的材料和物料等，包括原材料、生产成本、库存商品、发出商品、周转材料等。

2、发出存货的计价方法

本公司存货发出时采用加权平均法计价。

3、存货的盘存制度

本公司存货采用永续盘存制，每年至少盘点一次，盘盈及盘亏金额计入当年度损益。

4、存货跌价准备的计提方法

资产负债表日按成本与可变现净值孰低计量，存货成本高于其可变现净值的，计提存货跌价准备，计入当期损益。

在确定存货的可变现净值时，以取得的可靠证据为基础，并且考虑持有存货的目的、资产负债表日后事项的影响等因素。

（1）产成品、商品和用于出售的材料等直接用于出售的存货，在正常生产经营过程中，以该存货的估计售价减去估计的销售费用和相关税费后的金额确定其可变现净值。为执行销售合同或者劳务合同而持有的存货，以合同价格作为其可变现净值的计量基础；如果持有存货的数量多于销售合同订购数量，超出部分的存货可变现净值以一般销售价格为计量基础。用于出售的材料等，以市场价格作为其可变现净值的计量基础。

（2）需要经过加工的材料存货，在正常生产经营过程中，以所生产的产成品的估计售价减去至完工时估计将要发生的成本、估计的销售费用和相关税费后的金额确定其可变现净值。如果用其生产的产成品的可变现净值高于成本，则该材料按成本计量；如果材料价格的下降表明产成品的可变现净值低于成本，则该材料按可变现净值计量，按其差额计提存货跌价准备。

（3）存货跌价准备一般按单个存货项目计提；对于数量繁多、单价较低的存

货，按存货类别计提。

（4）资产负债表日如果以前减记存货价值的影响因素已经消失，则减记的金额予以恢复，并在原已计提的存货跌价准备的金额内转回，转回的金额计入当期损益。

5、周转材料的摊销方法

（1）低值易耗品摊销方法：在领用时采用一次转销法。

（2）包装物的摊销方法：在领用时采用一次转销法。

（五）长期股权投资的核算方法

本公司长期股权投资包括对被投资单位实施控制、重大影响的权益性投资，以及对合营企业的权益性投资。本公司能够对被投资单位施加重大影响的，为本公司的联营企业。

1、确定对被投资单位具有共同控制、重大影响的依据

共同控制，是指按照相关约定对某项安排所共有的控制，并且该安排的相关活动必须经过分享控制权的参与方一致同意后才能决策。在判断是否存在共同控制时，首先判断所有参与方或参与方组合是否集体控制该安排，如果所有参与方或一组参与方必须一致行动才能决定某项安排的相关活动，则认为所有参与方或一组参与方集体控制该安排。其次再判断该安排相关活动的决策是否必须经过这些集体控制该安排的参与方一致同意。如果存在两个或两个以上的参与方组合能够集体控制某项安排的，不构成共同控制。判断是否存在共同控制时，不考虑享有的保护性权利。

重大影响，是指投资方对被投资单位的财务和经营政策有参与决策的权力，但并不能够控制或者与其他方一起共同控制这些政策的制定。在确定能否对被投资单位施加重大影响时，考虑投资方直接或间接持有被投资单位的表决权股份以及投资方及其他方持有的当期可执行潜在表决权在假定转换为对被投资方单位的股权后产生的影响，包括被投资单位发行的当期可转换的认股权证、股份期权及可转换公司债券等的影响。

当本公司直接或通过子公司间接拥有被投资单位 20%（含 20%）以上但低于 50%的表决权股份时，一般认为对被投资单位具有重大影响，除非有明确证据表明该种情况下不能参与被投资单位的生产经营决策，不形成重大影响。

2、初始投资成本确定

（1）企业合并形成的长期股权投资，按照下列规定确定其投资成本：

①同一控制下的企业合并，合并方以支付现金、转让非现金资产或承担债务方式作为合并对价的，在合并日按照被合并方所有者权益在最终控制方合并财务报表中的账面价值的份额作为长期股权投资的初始投资成本。长期股权投资初始投资成本与支付的现金、转让的非现金资产以及所承担债务账面价值之间的差额，调整资本公积；资本公积不足冲减的，调整留存收益；

② 同一控制下的企业合并，合并方以发行权益性证券作为合并对价的，在合并日按照被合并方所有者权益在最终控制方合并财务报表中的账面价值的份额作为长期股权投资的初始投资成本。按照发行股份的面值总额作为股本，长期股权投资初始投资成本与所发行股份面值总额之间的差额，调整资本公积；资本公积不足冲减的，调整留存收益；

③ 非同一控制下的企业合并，以购买日为取得对被购买方的控制权而付出的资产、发生或承担的负债以及发行的权益性证券的公允价值确定为合并成本作为长期股权投资的初始投资成本。合并方为企业合并发生的审计、法律服务、评估咨询等中介费用以及其他相关管理费用，于发生时计入当期损益。

（2）除企业合并形成的长期股权投资以外，其他方式取得的长期股权投资，按照下列规定确定其投资成本：

① 以支付现金取得的长期股权投资，按照实际支付的购买价款作为投资成本。初始投资成本包括与取得长期股权投资直接相关的费用、税金及其他必要支出；

② 以发行权益性证券取得的长期股权投资，按照发行权益性证券的公允价值作为初始投资成本；

③ 通过非货币性资产交换取得的长期股权投资，如果该项交换具有商业实质且换入资产或换出资产的公允价值能可靠计量，则以换出资产的公允价值和相关税费作为初始投资成本，换出资产的公允价值与账面价值之间的差额计入当期损益；若非货币资产交换不同时具备上述两个条件，则按换出资产的账面价值和相关税费作为初始投资成本。

④ 通过债务重组取得的长期股权投资，以所放弃债权的公允价值和可直接

归属于该资产的税金等其他成本确定其入账价值，并将所放弃债权的公允价值与账面价值之间的差额，计入当期损益。

3、后续计量及损益确认方法

本公司能够对被投资单位实施控制的长期股权投资采用成本法核算；对联营企业和合营企业的长期股权投资采用权益法核算。

（1）成本法

采用成本法核算的长期股权投资，追加或收回投资时调整长期股权投资的成本；被投资单位宣告分派的现金股利或利润，确认为当期投资收益。

（2）权益法

按照权益法核算的长期股权投资，一般会计处理为：

本公司长期股权投资的投资成本大于投资时应享有被投资单位可辨认净资产公允价值份额的，不调整长期股权投资的初始投资成本；长期股权投资的初始投资成本小于投资时应享有被投资单位可辨认净资产公允价值份额的，其差额计入当期损益，同时调整长期股权投资的成本。

本公司按照应享有或应分担的被投资单位实现的净损益和其他综合收益的份额，分别确认投资收益和其他综合收益，同时调整长期股权投资的账面价值；本公司按照被投资单位宣告分派的利润或现金股利计算应享有的部分，相应减少长期股权投资的账面价值；被投资单位除净损益、其他综合收益和利润分配以外所有者权益的其他变动，调整长期股权投资的账面价值并计入所有者权益。在确认应享有被投资单位净损益的份额时，以取得投资时被投资单位可辨认净资产的公允价值为基础，对被投资单位的净利润进行调整后确认。被投资单位采用的会计政策及会计期间与本公司不一致的，应按照本公司的会计政策及会计期间对被投资单位的财务报表进行调整，并据以确认投资收益和其他综合收益等。本公司与联营企业及合营企业之间发生的未实现内部交易损益按照享有的比例计算归属于本公司的部分予以抵销，在此基础上确认投资损益。本公司与被投资单位发生的未实现内部交易损失属于资产减值损失的，应全额确认。

因追加投资等原因能够对被投资单位施加重大影响或实施共同控制但不构成控制的，按照原持有的股权投资的公允价值加上新增投资成本之和，作为改按权益法核算的初始投资成本。原持有的股权投资分类为可供出售金融资产的，其

公允价值与账面价值之间的差额，以及原计入其他综合收益的累计公允价值变动应当转入改按权益法核算的当期损益。

因处置部分股权投资等原因丧失了对被投资单位的共同控制或重大影响的，处置后的剩余股权改按公允价值计量，其在丧失共同控制或重大影响之日的公允价值与账面价值之间的差额计入当期损益。原股权投资因采用权益法核算而确认的其他综合收益，在终止采用权益法核算时采用与被投资单位直接处置相关资产或负债相同的基础进行会计处理。

4、减值测试方法及减值准备计提方法

对子公司、联营企业及合营企业的投资，计提资产减值的方法见“（八）长期资产减值”。

（六）固定资产的确认和计量

固定资产是指为生产商品、提供劳务、出租或经营管理而持有的使用寿命超过一年的单位价值较高的有形资产。

1、确认条件

固定资产在同时满足下列条件时，按取得时的实际成本予以确认：

① 与该固定资产有关的经济利益很可能流入企业。

② 该固定资产的成本能够可靠地计量。

固定资产发生的后续支出，符合固定资产确认条件的计入固定资产成本；不符合固定资产确认条件的在发生时计入当期损益。

2、各类固定资产的折旧方法

本公司从固定资产达到预定可使用状态的次月起按年限平均法计提折旧，按固定资产的类别、估计的经济使用年限和预计的净残值率分别确定折旧年限和年折旧率如下：

类别	折旧方法	折旧年限（年）	残值率（%）	年折旧率（%）
机器设备	年限平均	10	5	9.50
运输设备	年限平均	5～10	5	9.50～19.00
办公及其他设备	年限平均	5～10	5	9.50～19.00

对于已经计提减值准备的固定资产，在计提折旧时扣除已计提的固定资产减值准备。

每年年度终了，公司对固定资产的使用寿命、预计净残值和折旧方法进行复核。使用寿命预计数与原先估计数有差异的，调整固定资产使用寿命。

3、融资租入固定资产的认定依据、计价方法和折旧方法

本公司在租入的固定资产实质上转移了与资产有关的全部风险和报酬时确认该项固定资产的租赁为融资租赁。融资租赁取得的固定资产的成本，按租赁开始日租赁资产公允价值与最低租赁付款额现值两者中较低者确定。融资租入的固定资产采用与自有固定资产相一致的折旧政策计提租赁资产折旧。能够合理确定租赁期届满时将会取得租赁资产所有权的，在租赁资产使用年限内计提折旧；无法合理确定租赁期届满时能够取得租赁资产所有权的，在租赁期与租赁资产使用寿命两者中较短的期间内计提折旧。

（七）无形资产的确认和计量

1、无形资产的计价方法

按取得时的实际成本入账。

2、无形资产使用寿命及摊销

（1）使用寿命有限的无形资产的使用寿命估计情况：

项目	预计使用寿命	依据
SAP 软件	10 年	参考能为公司带来经济利益的期限确定使用寿命

每年年度终了，公司对使用寿命有限的无形资产的使用寿命及摊销方法进行复核。经复核，本期末无形资产的使用寿命及摊销方法与以前估计未有不同。

（2）无法预见无形资产为企业带来经济利益期限的，视为使用寿命不确定的无形资产。对于使用寿命不确定的无形资产，公司在每年年度终了对使用寿命不确定的无形资产的使用寿命进行复核，如果重新复核后仍为不确定的，于资产负债表日进行减值测试。

（3）无形资产的摊销

对于使用寿命有限的无形资产，本公司在取得时确定其使用寿命，在使用寿命内采用直线法系统合理摊销，摊销金额按受益项目计入当期损益。具体应摊销金额为其成本扣除预计残值后的金额。已计提减值准备的无形资产，还应扣除已计提的无形资产减值准备累计金额。使用寿命有限的无形资产，其残值视为零，

但下列情况除外：有第三方承诺在无形资产使用寿命结束时购买该无形资产或可以根据活跃市场得到预计残值信息，并且该市场在无形资产使用寿命结束时很可能存在。

对使用寿命不确定的无形资产，不予摊销。每年年度终了对使用寿命不确定的无形资产的使用寿命进行复核，如果有证据表明无形资产的使用寿命是有限的，估计其使用寿命并在预计使用年限内系统合理摊销。

3、划分内部研究开发项目的研究阶段和开发阶段具体标准

（1）本公司将为进一步开发活动进行的资料及相关方面的准备活动作为研究阶段，无形资产研究阶段的支出在发生时计入当期损益。

（2）在本公司已完成研究阶段的工作后再进行的开发活动作为开发阶段。

4、开发阶段支出资本化的具体条件

开发阶段的支出同时满足下列条件时，才能确认为无形资产：

（1）完成该无形资产以使其能够使用或出售在技术上具有可行性；

（2）具有完成该无形资产并使用或出售的意图；

（3）无形资产产生经济利益的方式，包括能够证明运用该无形资产生产的产品存在市场或无形资产自身存在市场，无形资产将在内部使用的，能够证明其有用性；

（4）有足够的技术、财务资源和其他资源支持，以完成该无形资产的开发，并有能力使用或出售该无形资产；

（5）归属于该无形资产开发阶段的支出能够可靠地计量。

（八）长期资产减值

对子公司、联营企业和合营企业的长期股权投资、采用成本模式进行后续计量的投资性房地产、固定资产、在建工程、无形资产、商誉等（存货、按公允价值模式计量的投资性房地产、递延所得税资产、金融资产除外）的资产减值，按以下方法确定：

于资产负债表日判断资产是否存在可能发生减值的迹象，存在减值迹象的，本公司将估计其可收回金额，进行减值测试。对因企业合并所形成的商誉、使用寿命不确定的无形资产和尚未达到可使用状态的无形资产无论是否存在减值迹象，每年都进行减值测试。

可收回金额根据资产的公允价值减去处置费用后的净额与资产预计未来现金流量的现值两者之间较高者确定。本公司以单项资产为基础估计其可收回金额；难以对单项资产的可收回金额进行估计的，以该资产所属的资产组为基础确定资产组的可收回金额。资产组的认定，以资产组产生的主要现金流入是否独立于其他资产或者资产组的现金流入为依据。

当资产或资产组的可收回金额低于其账面价值时，本公司将其账面价值减记至可收回金额，减记的金额计入当期损益，同时计提相应的资产减值准备。

就商誉的减值测试而言，对于因企业合并形成的商誉的账面价值，自购买日起按照合理的方法分摊至相关的资产组；难以分摊至相关的资产组的，将其分摊至相关的资产组组合。相关的资产组或资产组组合，是能够从企业合并的协同效应中受益的资产组或者资产组组合，且不大于本公司确定的报告分部。

减值测试时，如与商誉相关的资产组或者资产组组合存在减值迹象的，首先对不包含商誉的资产组或者资产组组合进行减值测试，计算可收回金额，确认相应的减值损失。然后对包含商誉的资产组或者资产组组合进行减值测试，比较其账面价值与可收回金额，如可收回金额低于账面价值的，确认商誉的减值损失。

资产减值损失一经确认，在以后会计期间不再转回。

（九）重要会计政策、会计估计变更和会计差错更正

1、重大会计政策变更

2017 年 6 月，财政部发布了《企业会计准则解释第 9 号—关于权益法下投资净损失的会计处理》、《企业会计准则解释第 10 号—关于以使用固定资产产生的收入为基础的折旧方法》、《企业会计准则解释第 11 号—关于以使用无形资产产生的收入为基础的摊销方法》及《企业会计准则解释第 12 号—关于关键管理人员服务的提供方与接受方是否为关联方》等四项解释，本公司于 2018 年 1 月 1 起执行上述解释。

2018 年 6 月 15 日财政部发布了《财政部关于修订印发 2018 年度一般企业财务报表格式的通知》（财会【2018】15 号）。2019 年 4 月 30 日，财政部发布的《关于修订印发 2019 年度一般企业财务报表格式的通知》（财会【2019】6 号），对（财会【2018】15 号）文的报表格式作了部分修订，要求对已执行新金融工具准则但未执行新收入准则和新租赁准则的企业应按如下规定编制财务报表：

资产负债表中将“应收票据及应收账款”行项目拆分为“应收票据”及“应收账款”；增加“应收款项融资”项目，反映资产负债表日以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的应收票据和应收账款等；将“应收股利”和“应收利息”归并至“其他应收款”项目；将“固定资产清理”归并至“固定资产”项目；将“工程物资”归并至“在建工程”项目；将“应付票据及应付账款”行项目拆分为“应付票据”及“应付账款”；将“应付股利”和“应付利息”归并至“其他应付款”项目；将“专项应付款”归并至“长期应付款”项目。

利润表中在投资收益项目下增加“以摊余成本计量的金融资产终止确认收益（损失以“-”号填列）”的明细项目；从“管理费用”项目中分拆出“研发费用”项目，并在“研发费用”项目增加了计入管理费用的自行开发无形资产摊销金额；在财务费用项目下分拆“利息费用”和“利息收入”明细项目。

2019 年 9 月 19 日，财政部发布了《关于修订印发《合并财务报表格式（2019 版）》的通知》（财会【2019】16 号），与财会【2019】6 号文配套执行。

本公司根据财会【2019】6 号、财会【2019】16 号规定的财务报表格式编制比较报表，并采用追溯调整法变更了相关财务报表列报。相关合并财务报表列报调整影响如下：

单位：元

项　目	2018 年度（合并）		2017 年度（合并）	
	变更前	变更后	变更前	变更后
管理费用	-	-	12,162,930.71	6,204,407.48
研发费用	-	-	-	5,958,523.23

相关母公司报表列报调整影响如下：

单位：元

项　目	2018 年度（母公司）		2017 年度（母公司）	
	变更前	变更后	变更前	变更后
管理费用	-	-	12,162,930.71	6,204,407.48
研发费用	-	-	-	5,958,523.23

财政部于 2017 年 3 月 31 日分别发布了《企业会计准则第 22 号—金融工具确认和计量》（财会【2017】7 号）、《企业会计准则第 23 号—金融资产转移》（财会【2017】8 号）、《企业会计准则第 24 号—套期会计》（财会【2017】9 号），于 2017 年 5 月 2 日发布了《企业会计准则第 37 号—金融工具列报》（财会【2017】

14 号）（上述准则以下统称“新金融工具准则”）。要求境内上市企业自 2019 年 1 月 1 日起执行新金融工具准则。本公司于 2019 年 1 月 1 日执行上述新金融工具准则，对会计政策的相关内容进行调整，详见本节“五、主要会计政策和会计估计”之“（二）金融工具的确认和计量”中的相关内容。

于 2019 年 1 月 1 日之前的金融工具确认和计量与新金融工具准则要求不一致的，本公司按照新金融工具准则的规定，对金融工具的分类和计量（含减值）进行追溯调整，将金融工具原账面价值和在新金融工具准则施行日（即 2019 年 1 月 1 日）的新账面价值之间的差额计入 2019 年 1 月 1 日的留存收益或其他综合收益。同时，本公司未对比较财务报表数据进行调整。

2019 年 5 月 9 日，财政部发布《企业会计准则第 7 号—非货币性资产交换》（财会【2019】8 号），根据要求，本公司对 2019 年 1 月 1 日至执行日之间发生的非货币性资产交换，根据本准则进行调整，对 2019 年 1 月 1 日之前发生的非货币性资产交换，不进行追溯调整，本公司于 2019 年 6 月 10 日起执行本准则。

2019 年 5 月 16 日，财政部发布《企业会计准则第 12 号—债务重组》（财会【2019】9 号），根据要求，本公司对 2019 年 1 月 1 日至执行日之间发生的债务重组，根据本准则进行调整，对 2019 年 1 月 1 日之前发生的债务重组，不进行追溯调整，本公司于 2019 年 6 月 17 日起执行本准则。

2017 年 7 月 5 日，财政部发布了《企业会计准则第 14 号—收入（2017 年修订）》（财会【2017】22 号）（以下简称“新收入准则”）。要求境内上市企业自 2020 年 1 月 1 日起执行新收入准则。本公司于 2020 年 1 月 1 日执行新收入准则，对会计政策的相关内容进行调整。新收入准则要求首次执行该准则的累积影响数调整首次执行当年年初（即 2020 年 1 月 1 日）留存收益及财务报表其他相关项目金额，对可比期间信息不予调整。在执行新收入准则时，本公司仅对首次执行日尚未完成的合同的累计影响数进行调整。

上述会计政策未对公司报表形成累积影响，公司无累计影响调整事项。

会计政策变更经本公司于 2019 年 4 月 29 日召开的二届董事会第三次会议、2020 年 4 月 30 日召开的第二届董事会第十一次会议批准。

2、重大会计估计变更

为了更好地反映公司应收款项面临的风险，经 2018 年 3 月 16 日第一届董事

会第二十次会议决议审议通过，从 2018 年起公司对应收款项账龄组合坏账准备计提比例进行了变更，变更前后的坏账准备计提比例如下：

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

坏账准备计提比例变更对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
盈余分积	-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

3、首次执行新金融工具准则调整首次执行当年年初财务报表相关项目情况

合并资产负债表

项　目	2018 年 12 月 31 日	2019 年 1 月 1 日	调整数（单位：元）
交易性金融资产	不适用	19,566,890.08	19,566,890.08
其他流动资产	19,622,852.09	122,852.09	-19,500,000.00
递延所得税资产	724,069.42	714,035.91	-10,033.51
盈余公积	9,814,262.33	9,819,947.99	5,685.66
未分配利润	29,612,925.18	29,664,096.09	51,170.91
公允价值变动损益	-	66,890.08	66,890.08
所得税费用	5,624,682.04	5,634,715.55	10,033.51

母公司资产负债表

项　目	2018 年 12 月 31 日	2019 年 1 月 1 日	调整数（单位：元）
交易性金融资产	不适用	19,566,890.08	19,566,890.08
其他流动资产	19,622,852.09	122,852.09	-19,500,000.00
递延所得税资产	597,741.17	587,707.66	-10,033.51
盈余公积	9,814,262.33	9,819,947.99	5,685.66

项　目	2018 年 12 月 31 日	2019 年 1 月 1 日	调整数（单位：元）
未分配利润	30,466,793.51	30,517,964.42	51,170.91
公允价值变动损益	-	66,890.08	66,890.08
所得税费用	5,751,010.29	5,761,043.80	10,033.51

4、首次执行新金融工具准则追溯调整前期比较数据的说明

（1）于 2019 年 1 月 1 日，执行新金融工具准则前后金融资产的分类和计量对比表

① 合并财务报表

单位：元

2018 年 12 月 31 日（原金融工具准则）			2019 年 1 月 1 日（新金融工具准则）		
项 目	计量类别	账面价值	项目	计量类别	账面价值
货币资金	摊余成本	5,363,636.90	货币资金	摊余成本	5,363,636.90
其他流动资产-理财产品	摊余成本	19,500,000.00	交易性金融资产	以公允价值计量且其变动计入当期损益	19,566,890.08
应收账款	摊余成本	43,324,242.66	应收账款	摊余成本	43,324,242.66
其他应收款	摊余成本	734,200.88	其他应收款	摊余成本	734,200.88

② 母公司财务报表

单位：元

2018 年 12 月 31 日（原金融工具准则）			2019 年 1 月 1 日（新金融工具准则）		
项 目	计量类别	账面价值	项目	计量类别	账面价值
货币资金	摊余成本	4,473,947.69	货币资金	摊余成本	4,473,947.69
其他流动资产-理财产品	摊余成本	19,500,000.00	交易性金融资产	以公允价值计量且其变动计入当期损益	19,566,890.08
应收账款	摊余成本	44,441,803.88	应收账款	摊余成本	44,441,803.88
其他应收款	摊余成本	1,022,746.10	其他应收款	摊余成本	1,022,746.10

（2）于 2019 年 1 月 1 日，按新金融工具准则将原金融资产账面价值调整为新金融工具准则账面价值的调节表

① 合并财务报表

单位：元

项　目	2018 年 12 月 31 日账面价值（原金融工具准则）	重分类	重新计量	2019 年 1 月 1 日账面价值（新金融工具准则）
新金融工具准则下以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产				
其他流动资产-理财产品	19,500,000.00	-	-	-
减：转出至交易性金融资产	-	19,500,000.00	-	-
加：公允价值重新计量	-	-	66,890.08	-
交易性金融资产（新金融工具准则列示金额）	-	-	-	19,566,890.08

② 母公司财务报表

单位：元

项目	2018 年 12 月 31 日账面价值（原金融工具准则）	重分类	重新计量	2019 年 1 月 1 日账面价值（新金融工具准则）
新金融工具准则下以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产				
其他流动资产	19,500,000.00	-	-	-
减：转出至交易性金融资产	-	19,500,000.00	-	-
加：公允价值重新计量	-	-	66,890.08	-
交易性金融资产（新金融工具准则列示金额）	-	-	-	19,566,890.08

（3）于 2019 年 1 月 1 日，执行新金融工具准则将原金融资产减值准备调整到新金融工具准则金融资产减值准备的调节表

① 合并财务报表

单位：元

计量类别	2018 年 12 月 31 日计提的减值准备（原金融工具准则）	重分类	重新计量	2019 年 1 月 1 日计提的减值准备（新金融工具准则）
以摊余成本计量的金融资产				
应收账款减值准备	2,679,418.24	-	-	2,679,418.24
其他应收款减值准备	38,778.99	-	-	38,778.99

② 母公司财务报表

单位：元

计量类别	2018 年 12 月 31 日计提的减值准备（原金融工具准则）	重分类	重新计量	2019 年 1 月 1 日计提的减值准备（新金融工具准则）
以摊余成本计量的金融资产				
应收账款减值准备	2,679,418.24	-	-	2,679,418.24
其他应收款减值准备	37,444.95	-	-	37,444.95

4、首次执行新收入准则调整首次执行当年年初财务报表相关项目情况

（1）合并资产负债表 单位：元

项　目	2019 年 12 月 31 日	2020 年 1 月 1 日	调整数
流动负债：			
预收账款	76,918.82	-	-76,819.82
合同负债	不适用	68,069.75	68,069.75
其他流动负债	不适用	8,849.07	8,849.07

于 2020 年 1 月 1 日，本公司将与商品销售和提供劳务相关的预收账款 76,918.82 元重分类至合同负债，对其税金部分重分类至其他流动负债。

（2）母公司资产负债表 单位：元

项　目	2019 年 12 月 31 日	2020 年 1 月 1 日	调整数
流动负债：			
预收账款	61,000.60	-	-61,000.60
合同负债	不适用	53,982.83	53,982.83
其他流动负债	不适用	7,017.77	7,017.77

于 2020 年 1 月 1 日，本公司将与商品销售和提供劳务相关的预收账款 61,000.60 元重分类至合同负债，对其税金部分重分类至其他流动负债。

6、会计差错更正

报告期内公司不存在会计差错更正。

（十）重大会计政策或会计估计与同行业上市公司差异情况

1、公司的重大会计政策与同行业上市公司差异情况

公司的重大会计政策与同行业上市公司不存在重大差异。

2、公司的重大会计估计与同行业上市公司差异情况

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。

无形资产摊销年限与同行业上市公司比较的具体情况请参见本节“十一、资产质量分析”之“（三）非流动资产分析”之“2、无形资产”；长期待摊费用摊销年限与同行业上市公司比较的具体情况请参见本节“十一、资产质量分析”之“（三）非流动资产分析”之“3、长期待摊费用”。

六、公司的主要税项及相关税收优惠

（一）主要税种及税率

1、母公司主要税种及税率

税　种	计税依据	执行税率
增值税	按税法规定计算销售货物和应税劳务收入的销项税额，在扣除当期允许抵扣的进项税额后，差额部分为应交增值税	6%、13%、16%、17%
企业所得税	应纳税所得额	15%
城市维护建设税	实际缴纳的流转税税额	7%
教育费附加	实际缴纳的流转税税额	3%
地方教育费附加	实际缴纳的流转税税额	2%

（1）母公司发生的增值税应税货物销售行为，自 2017 年 1 月 1 日至 2018 年 4 月 30 日适用 17%税率；根据《财政部、税务总局关于调整增值税税率的通知》（财税[2018]32 号）规定，自 2018 年 5 月 1 日起，适用税率调整为 16%；根据《财政部、税务总局、海关总署关于深化增值税改革有关政策的公告》（2019 年

第 39 号）规定，自 2019 年 4 月 1 日起，适用税率调整为 13%。母公司发生的增值税应税劳务服务行为，适用 6%税率。

（2）母公司为高新技术企业，企业所得税按应纳税所得额的 15%缴纳，具体请参见本节“六、公司的主要税项及相关税收优惠”之“（二）税收优惠及批文”。

2、分公司及子公司主要税种及税率

（1）深圳市集美新材料股份有限公司温州分公司

税　种	计税依据	执行税率
增值税	按税法规定计算销售货物和应税劳务收入的销项税额，在扣除当期允许抵扣的进项税额后，差额部分为应交增值税	13%、16%、17%
企业所得税	应纳税所得额	20%、25%
城市维护建设税	实际缴纳的流转税税额	7%
教育费附加	实际缴纳的流转税税额	3%
地方教育费附加	实际缴纳的流转税税额	2%

（2）深圳市集美新材料股份有限公司江西分公司

税　种	计税依据	执行税率
增值税	按税法规定计算销售货物和应税劳务收入的销项税额，在扣除当期允许抵扣的进项税额后，差额部分为应交增值税	13%、16%
企业所得税	应纳税所得额	25%
城市维护建设税	实际缴纳的流转税税额	5%
教育费附加	实际缴纳的流转税税额	3%
地方教育费附加	实际缴纳的流转税税额	2%

（3）美能（香港）控股有限公司

税　种	计税依据	执行税率
利得税	应评税利润	8.25%

（4）JIMEIITALYS.R.L

税　种	计税依据	执行税率
增值税（IVA）	应纳税增值额	22%
公司所得税（IRES）	应纳税所得额	27.90%

3、报告期公司城市维护建设税与公司当期收入规模及变动的匹配性

公司各期采购、销售规模及城市维护建设税计提测算情况如下表：

单位：万元

项　目	2020年1-6月	2019年度	2018年度	2017年度
境内销售收入①	3,412.59	14,124.80	13,604.55	12,940.52
采购原料金额②	1,619.34	6,591.16	6,747.56	7,149.44
其他可抵扣进项税③	28.15	151.34	153.12	114.50
增值税测算④=（①-②）*适用税率-③	204.98	906.63	985.60	869.98
免抵税额⑤	40.33	176.82	189.73	34.94
测算城建税⑥=（④+⑤）*城建税率	17.17	75.84	82.27	63.34
城市维护建设税	17.10	76.76	84.55	65.90
测算差异	0.07	-0.92	-2.28	-2.56

上表中，其他可抵扣进项税包括，营改增后的固定资产进项税、费用类（如水电费、中介费、交通费、办公费等）进项税；免抵税额是指当期出口免抵税额，根据财税［2005］25 号，当期免抵的增值税税额应纳入城市维护建设税和教育费附加、地方教育附加的计征范围。

受进项税发票认证抵扣时间差等因素影响，城市维护建设税测算结果有小幅差异。根据采购、销售规模对应纳增值税及城建税的测算过程及结果表明，公司城市维护建设税与收入规模及变动相匹配。

（二）税收优惠及批文

1、母公司企业所得税

报告期内公司被认定为高新技术企业，根据《中华人民共和国企业所得税法》、《中华人民共和国企业所得税法实施条例》、《高新技术企业认定管理办法》（国科发火〔2016〕32 号）和《高新技术企业认定管理工作指引》（国科发火〔2016〕195 号）等有关规定，公司所得税按照应纳税所得额的 15%缴纳。

公司分别于 2016 年 11 月 21 日及 2019 年 12 月 9 日取得相关部门联合颁发的《高新技术企业证书》（证书编号：GR201644201130 和 GR201944203056），有效期均为 3 年，对应的企业所得税优惠期为 2016 年至 2021 年。

2、温州分公司企业所得税

温州分公司根据《财政部、税务总局关于扩大小型微利企业所得税优惠政策范围的通知》（财税〔2017〕43 号）、《财政部、税务总局关于进一步扩大小型微利企业所得税优惠政策范围的通知》（财税〔2018〕77 号）的规定，对 2017 年度

应纳税所得额低于 50 万元（含 50 万元）的部分、对 2018 年度应纳税所得额低于 100 万元（含 100 万元）的部分，减按 50%计入应纳税所得额，并按 20%的税率缴纳企业所得税。

3、香港子公司利得税

根据香港特区政府税务局《2018 年税务（修订）（第 3 号）条例》有关规定，在利得税两级制下，子公司美能公司首二百万元应评税利润的利得税率为 8.25%（即标准税率的一半）。

七、非经常性损益

根据中国证监会《公开发行证券的公司信息披露解释性公告第 1 号——非经常性损益[2008]》的有关规定，本公司编制了 2017 年度、2018 年度、2019 年度及 2020 年 1-6 月的非经常性损益明细表，并由容诚会计师事务所出具了容诚专字[2020] 518Z0285 号鉴证报告。依据经鉴证的非经常性损益明细表，报告期内公司非经常性损益的具体内容及其对净利润的影响如下：

单位：万元

非经常损益明细	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
非流动资产处置损益	-0.62	-4.20	-	-5.28
计入当期损益的政府补助（与企业业务密切相关，按照国家统一标准定额或定量享受的政府补助除外）	51.06	173.86	169.51	164.63
委托投资收益（理财产品公允价值变动损益及投资收益）	83.83	76.19	85.44	47.15
除上述各项之外的其他营业外收入和支出	-0.25	-0.27	-1.10	-2.33
非经常性损益合计	134.02	245.58	253.86	204.16
减：所得税影响额	20.19	37.31	38.08	31.03
非经常性损益净额	113.83	208.27	215.78	173.13
减：少数股东权益影响额	-	-	-	-
归属于母公司普通股股东的非经常性损益净额	113.83	208.27	215.78	173.13

2017 年、2018 年及 2019 年，公司归属于母公司普通股股东的非经常性损益分别为 173.13 万元、215.78 万元和 208.27 万元，占归属于母公司普通股股东的净利润比重分别为 4.94%、7.15%和 5.00%，所占比重较小，不会对发行人持续盈利能力构成重大影响。

2020 年 1-6 月公司归属于母公司普通股股东的非经常性损益为 113.83 万元，

占归属于母公司普通股股东的净利润比重为13.69%，主要是因为2020年1-6月受到新冠病毒肺炎疫情和春节假期的影响，营业收入下降，净利润基数较小。

八、主要财务指标

（一）基本财务指标

财务指标	2020年1-6月或2020/12/31	2019年度或2019/12/31	2018年度或2018/12/31	2017年度或2017/12/31
流动比率（倍）	3.07	6.55	6.73	5.49
速动比率（倍）	2.47	5.28	5.37	4.53
资产负债率（合并）	28.35%	13.93%	13.54%	16.17%
资产负债率（母公司）	28.06%	13.75%	13.35%	16.17%
应收账款周转率（次/年）	1.09	3.46	3.37	3.29
存货周转率（次/年）	1.30	5.11	5.39	7.43
息税折旧摊销前利润（万元）	936.90	5,091.23	3,846.13	4,287.59
归属于发行人股东的净利润（万元）	831.33	4,163.36	3,019.13	3,503.03
归属于发行人股东扣除非经常性损益后的净利润（万元）	717.50	3,955.09	2,803.36	3,329.90
研发投入占营业收入的比例	7.15%	4.97%	4.95%	4.49%
利息保障倍数（倍）	641.33	252.08	-	-
每股经营活动产生的现金流量（元）	0.35	0.82	0.60	0.60
每股净现金流量（元）	0.005	-0.03	0.01	-0.29
归属于公司普通股股东的每股净资产（元）	1.54	1.89	1.75	1.68
无形资产（土地使用权、水面养殖权和采矿权除外）占净资产的比例	1.28%	1.11%	1.33%	-

注：上述指标的计算公式如下：

1、流动比率＝流动资产/流动负债

2、速动比率＝[流动资产－存货－预付账款－其他流动资产（除理财产品）]/流动负债

3、资产负债率＝负债总额/资产总额

4、应收账款周转率＝营业收入/应收账款平均账面余额

5、存货周转率＝营业成本/存货平均账面余额

6、息税折旧摊销前利润＝税前利润+费用化利息支出+折旧支出+摊销

7、归属于发行人股东的净利润=净利润－少数股东损益

8、归属于发行人股东扣除非经常性损益后的=净利润－少数股东损益－税后非经常性损益

9、研发投入占营业收入的比例=（研发费用+本期资本化的开发支出）/营业收入

10、利息保障倍数＝息税前利润/利息费用

11、每股经营活动产生的现金流量净额＝经营活动的现金流量净额/期末普通股份总数

12、每股净现金流量＝现金及现金等价物净增减额/期末普通股份总数

13、归属于发行人股东的每股净资产＝归属于发行人股东的净资产/期末普通股份总数

14、无形资产（土地使用权、水面养殖权和采矿权除外）占净资产的比例=无形资产（土地使用权、水面养殖权和采矿权除外）/净资产

除特别说明外，上述指标的计算均以本公司合并财务报表的数据为基础，本招股说明书其他位置提到的上述财务指标的计算公式与此相同。

（二）净资产收益率和每股收益

按照证监会《公开发行证券的公司信息披露解释性公告第 1 号——非经常性损益》[2008 年修订]（证监会公告[2008]43 号）和《公开发行证券的公司信息披露编报规则第 9 号——净资产收益率和每股收益的计算及披露》（2010 年修订）的要求，公司 2017 年、2018 年、2019 年及 2020 年 1-6 月的净资产收益率及每股收益如下：

年 度	财务指标	加权平均净资产收益率（%）	每股收益（元/股）	
			基本	稀释
2020 年 1-6 月	归属于公司普通股股东的净利润	7.98	0.16	0.16
	扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润	6.89	0.14	0.14
2019 年度	归属于公司普通股股东的净利润	41.92	0.78	0.78
	扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润	39.82	0.75	0.75
2018 年度	归属于公司普通股股东的净利润	33.20	0.57	0.57
	扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润	30.82	0.53	0.53
2017 年度	归属于公司普通股股东的净利润	38.96	0.66	0.66
	扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润	37.03	0.63	0.63

注 1：上述数据计算公式如下：

加权平均净资产收益率=P0/（E0＋NP÷2＋Ei×Mi÷M0–Ej×Mj÷M0±Ek×Mk÷M0）

其中：P0 分别对应于归属于公司普通股股东的净利润、扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润；NP 为归属于公司普通股股东的净利润；E0 为归属于公司普通股股

东的期初净资产；Ei 为报告期发行新股或债转股等新增的、归属于公司普通股股东的净资产；Ej 为报告期回购或现金分红等减少的、归属于公司普通股股东的净资产；M0 为报告期月份数；Mi 为新增净资产次月起至报告期期末的累计月数；Mj 为减少净资产次月起至报告期期末的累计月数；Ek 为因其他交易或事项引起的净资产增减变动；Mk 为发生其他净资产增减变动次月起至报告期期末的累计月数。

基本每股收益=P0÷S

S=S0＋S1＋Si×Mi÷M0–Sj×Mj÷M0-Sk

其中：P0 为归属于公司普通股股东的净利润或扣除非经常性损益后归属于普通股股东的净利润；S 为发行在外的普通股加权平均数；S0 为期初股份总数；S1 为报告期因公积金转增股本或股票股利分配等增加股份数；Si 为报告期因发行新股或债转股等增加股份数；Sj 为报告期因回购等减少股份数；Sk 为报告期缩股数；M0 报告期月份数；Mi 为增加股份次月起至报告期期末的累计月数；Mj 为减少股份次月起至报告期期末的累计月数。

稀释每股收益=P1/（S0＋S1＋Si×Mi÷M0–Sj×Mj÷M0–Sk+认股权证、股份期权、可转换债券等增加的普通股加权平均数）

其中，P1 为归属于公司普通股股东的净利润或扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润，并考虑稀释性潜在普通股对其影响，按《企业会计准则》及有关规定进行调整。公司在计算稀释每股收益时，应考虑所有稀释性潜在普通股对 P1 和加权平均股数的影响，按照其稀释程度从大到小的顺序计入稀释每股收益，直至稀释每股收益达到最小值。

九、期后事项、或有事项、承诺事项和其他重要事项

（一）资产负债表日后事项

截至本招股说明书签署日，公司无需要披露的资产负债表日后事项。

（二）或有事项

截至本招股说明书签署日，公司无需要披露的重大或有事项。

（三）承诺事项

公司的承诺事项主要为不可撤销的经营租赁承诺，具体情况如下：

单位：万元

项　目	2020 年 6 月末	2019 年末	2018 年末	2017 年末
资产负债表日后第 1 年	289.76	299.77	235.20	229.93

项　目	2020 年 6 月末	2019 年末	2018 年末	2017 年末
资产负债表日后第 2 年	271.04	280.80	299.77	217.48
资产负债表日后第 3 年	254.85	253.59	280.80	282.00
以后年度	716.59	847.29	1,100.89	1,295.45
合　计	1,532.25	1,681.46	1,916.66	2,024.86

（四）其他重要事项

截至本招股说明书签署之日，公司不存在其他需披露的其他重要事项

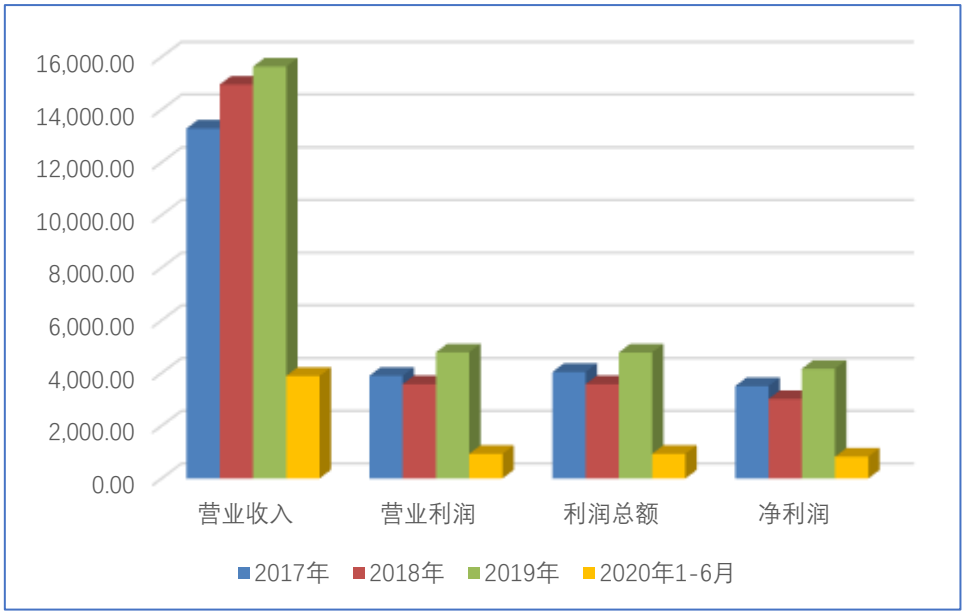
十、经营成果分析

公司主营业务为醋酸纤维素板材的设计开发、生产及销售，通过设计开发新型图案模具和色彩、款式及结构的创新性搭配，并经混料、烤料、挤出、压板等生产工艺制成独具特色、高附加值、富含时尚潮流元素的醋酸纤维素板材系列产品，实现镜架功能与时尚美学的紧密结合。公司产品主要应用于中高端眼镜框架的生产，并可用于时尚饰品、汽车内饰、高端工艺品等领域。报告期内，公司经营业绩持续增长，盈利能力逐步增强。

单位：万元

项　目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
营业收入	3,892.57	15,634.06	14,949.32	13,283.09
其中：主营业务收入	3,854.61	15,464.10	14,861.75	13,212.34
营业成本	2,077.12	8,159.65	8,165.30	7,749.86
营业利润	936.31	4,785.93	3,582.70	3,895.38
利润总额	935.44	4,782.56	3,581.60	4,043.56
净利润	831.33	4,163.36	3,019.13	3,503.03
归属于母公司所有者的净利润	717.50	4,163.36	3,019.13	3,503.03
主营业务毛利率（%）	47.10	48.33	45.64	41.88

报告期内营业收入、营业利润、利润总额、净利润对比图（单位：万元）



2017 年、2018 年及 2019 年，公司营业收入分别为 13,283.09 万元、14,949.32 万元和 15,634.06 万元，净利润分别为 3,503.03 万元、3,019.13 万元和 4,163.36 万元。报告期内，公司营业收入持续增长，盈利状况良好。

2020 年 1-6 月受到新冠病毒肺炎疫情和春节假期的影响，公司的营业收入和净利润下降。

（一）营业收入情况

报告期内，公司营业收入由主营业务收入和其他业务收入构成，其金额和占比具体情况如下：

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（%）
主营业务收入	3,854.61	99.02	15,464.10	98.91	14,861.75	99.41	13,212.34	99.47
其他业务收入	37.96	0.98	169.96	1.09	87.57	0.59	70.75	0.53
合计	3,892.57	100.00	15,634.06	100.00	14,949.32	100.00	13,283.09	100.00

报告期内公司营业收入几乎全部由主营业务收入构成，其他业务收入占比极小，主要为销售废料的收入。

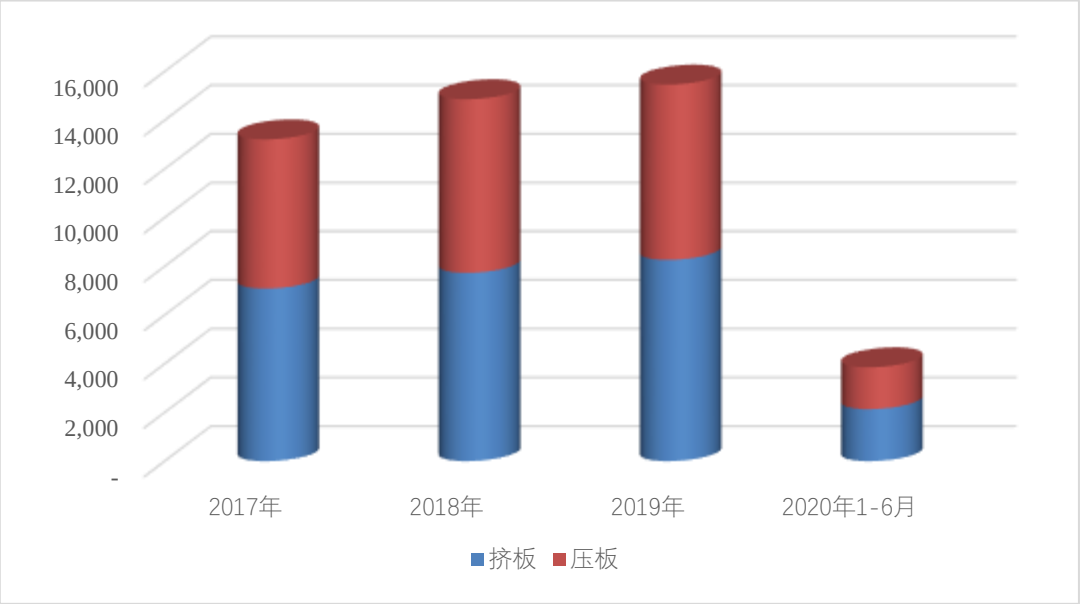
1、主营业务收入构成分析

公司产品按工艺不同分为压板和挤板产品，报告期内公司主营业务收入具体构成如下：

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（%）
挤　板	2,135.03	55.39	8,266.56	53.46	7,732.71	52.03	7,086.68	53.64
压　板	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

报告期内公司主营业务收入构成图如下：

主营业务收入各类产品构成图（单位：万元）



2020 年 1-6 月受到新冠病毒肺炎疫情和春节假期的影响，公司的营业收入和净利润下降，截至本招股说明书签署日，公司的生产和销售情况已基本恢复至去年同期水平，具体请参见本招股说明书“重大事项提示”之“二、新冠病毒疫情影响公司经营业绩的风险”。以下分析以 2017 年、2018 年及 2019 年为主。

2、主营业务收入变动分析

报告期内，公司主营业务收入稳定增长，由 2017 年的 13,212.34 万元增长到 2019 年的 15,464.10 万元，增长 2,251.75 万元，复合增长率为 8.19%。公司产品增长情况见下表：

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	533.84	6.90	646.03	9.12
压　板	68.51	0.96	1,003.37	16.38
合　计	602.35	4.05	1,649.40	12.48

（1）主营业务收入总体变动分析

报告期内，公司主营业务收入总体呈增长趋势，2018 年较 2017 年增长 12.48%，2019 年较 2018 年增长 4.05%。主营业务收入持续增长的原因主要是：

① 下游需求旺盛拉动行业发展

随着社会经济的发展及人们消费观念的转型升级，对产品的多样化、个性化需求日益明显，对眼镜产品的需求由视力保健的单一层面逐步上升至人文、美学等立体消费层面，眼镜产品颜色、款式及功能等不断增加，产品种类日益繁多，市场容量不断扩大。2017 年我国眼镜市场销售额达 505 亿元，同比增长 11%，其中镜架及太阳镜市场销售额达 235 亿元，占我国眼镜市场的 47%。

② 公司产品与下游需求深度契合

公司通过参与国内外展会积极捕捉行业最新的流行趋势和时尚元素，及时把握市场需求的最新动态，汲取设计灵感，不断满足客户对色彩、时尚元素的需求，提升公司及产品的市场竞争力。

③ 公司不断丰富色彩，提供更多选择

公司拥有较强的自主设计开发能力，积极推进色彩数据库的建设，已形成行业内较为完善的色彩管理档案室及色彩管理系统数据库，为服务客户提供了坚实的技术基础。

（2）挤板收入变动分析

报告期内，挤板收入复合增长率为 8.00%，2018 年挤板销售收入较 2017 年增长 9.12%，2019 年较 2018 年增长 6.90%，增长较为稳定，主要是因为：

① 挤板是基本款板材，用途广泛，需求增长稳定。

挤板包括挤出单色板类、挤出绞花类、挤出层板类和挤出渐变类等，类别多样用途广泛，可用于中高低各种档次的眼镜产品，需求增长较为稳定。

② 价格波动小。

挤板由调色、混料、抽粒、挤出等工序制成，通过不同色粉的搭配、模具的

使用形成不同类型的挤板。挤板的工序少于压板，价格相对较低，波动较小。

（3）压板收入变动分析

报告期内，公司压板收入复合增长率为 8.40%，2018 年压板销售收入较 2017 年增长 16.38%，2019 年较 2018 年增长 0.96%，压板销售持续增长，主要是因为：

① 消费升级带动压板市场增长

压板主要用于中高端镜架、饰品类产品。随着社会经济的发展及人们消费观念的转型升级，对眼镜产品的高端化、时尚化需求日益明显，公司生产的压板品质高、色彩丰富，受到下游生产商和最终消费者的青睐。

② 公司增加对压板的展会投入。

从 2018 年开始公司积极参与 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）等国际专业性展会，积极推介中高端压板板材产品，导致当年压板销售收入大幅增长。

（4）按细分类别分析公司主营业务收入变动的原因及合理性

报告期内公司主营业务收入按细分类别明细如下：

项　目	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额（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
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

项　目	2020 年 1-6 月较 2019 年 1-6 月	
	增量（万元）	增幅（%）
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呈下降趋势。

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
压板小计	68.51	0.96	1,003.37	16.38
合　计	602.35	4.05	1,649.40	12.48

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

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

客户向公司下达的同一张订单上包含不同细分类别的产品，2019 年公司的 SAP 信息管理系统上线之前，无法有效追踪统计不同细分类别产品的订单数量。公司的挤板、压板及其细分类别除在生产工艺和营业成本方面存在差异外，在运

用领域、客户类型上不存在差异，其市场需求的变动主要取决于终端流行趋势的变化和下游品牌商对流行趋势的预判。由于压板工艺生产的产品色彩图纹更为丰富，可以为客户提供更多的选择，且毛利率更高，因此公司在稳定挤板收入的同时积极通过国际眼镜展会等方式推介中高端压板产品。

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

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

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

（5）报告期内公司主营业务收入变动与同行业可比公司比较情况

与公司主营业务相同或相近的公众公司仅有在新三板挂牌的企业雅格股份（831748.OC），其报告期内主营业务收入明细如下：

项　目	2020 年上半年		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额（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

项　目	2020年上半年		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（%）
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呈下降趋势。

2017年、2018年及2019年雅格股份主营业务收入明细变动如下：

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

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

（6）报告期内挤板收入持续增长、压板销量各年大幅变动的原因及合理性

① 细分类别产品收入、销量、平均单价明细情况

报告期内公司主营业务收入按细分类别收入、销量和平均单价如下：

项　目	2020 年 1-6 月				
	金额（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

2020 年 1-6 月公司挤板收入按细分类别较上年同期变动情况如下：

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

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

2017 年、2018 年及 2019 年挤板细分类别收入变化分析如下：

A. 挤板产品收入持续增长的细分情况

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

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

品 2018 年及 2019 年分别比上一年度增长 29.58 万元和 182.21 万元，增幅 1.15% 及 6.97%。

2020 年 1-6 月挤板产品销量变化较上年同期变化情况如下：

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

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

2017 年、2018 年及 2019 年挤板产品销量变化的细分情况如下：

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

挤板产品销量持续增长具体表现为挤板单色类 2018 年及 2019 年分别比上一年度增长 122,226.09 千克及 88,241.43 千克，增幅 30.20%及 16.75%，挤板绞花类产品 2018 年及 2019 年分别比上一年度增长 5,781.98 千克和 15,130.56 千克，增幅 2.06%及 5.27%。其中挤板单色类为基本款产品，市场需求量大，增长较快；挤板绞花类色彩较为丰富且价格低于压板，市场需求稳定，逐年小幅增长。

B. 压板产品收入变动的细分情况

2020 年 1-6 月公司压板收入按细分类别较上年同期变动情况如下：

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

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

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

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

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

2020 年 1-6 月压板产品销量变化较上年同期变化情况如下：

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

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

2017 年、2018 年及 2019 年压板产品销量变动的细分情况如下：

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

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

当年压板销量大幅增长。

② 市场潮流更替的影响

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

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

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

③ 主要客户销售情况的影响

A. 挤板产品主要客户销售收入情况

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

客户名称[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影响程度。

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

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

单位：万元

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

B. 挤板产品主要客户销量情况

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

单位：千克

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

C. 压板类产品主要客户销售收入情况

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

客户名称[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（万元）	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影响程度。

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

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

单位：万元

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

D. 压板类产品主要客户销量情况

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

单位：千克

客户名称[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

3、主营业务收入分地区情况

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	2.20	330.95	2.14	292.41	1.97	372.77	2.82
江苏	54.20	1.41	204.65	1.32	281.67	1.90	241.71	1.83
其他	34.67	0.90	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	2.50	261.21	1.69	246.64	1.66	76.75	0.58
合　计	3,854.61	100.00	15,464.10	100.00	14,861.75	100.00	13,212.34	100.00

从销售的地区分布看，本公司产品的销售区域主要为国内四大眼镜生产基地（深圳、温州、厦门和丹阳）所在的广东、浙江、福建、江苏等地区，以及近年

大力发展眼镜行业的鹰潭所在的江西省。2017 年、2018 年、2019 年及 2020 年 1-6 月，上述区域的销售额占销售总额的比例分别为 97.23%、90.92%、90.37%及 87.63%。

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。

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，主要是因为公司从 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。

（1）境外销售的销售模式及相关合作主体承担的主要义务和责任

公司境外销售采用直销模式销售产品，即通过买断式销售的方式直接向客户销售产品。在产品销售过程中，公司采用与主要客户签订框架协议、商务协议等方式，保证产品销售的稳定。公司的主要义务和责任有：① 按照订单或协议规定的时间和地点交付客户订购的产品；② 在交付产品时提供适用的货运单据；③ 保证交付的产品不存在瑕疵和缺陷，符合客户提出的要求；④ 及时修理或更换存在缺陷或不符合客户要求的产品。购买方的主要义务和责任有：① 及时检验并确认收货；② 货物价款应当于确认收货或发票出具后的相应信用期内及时支付。

（2）境外销售合同主要收入确认条款，对产品权利义务转移时点的约定，收入确认时点及外部证据

公司的境外销售通过深圳集美和意大利集美实现。通过深圳集美实现境外销售的协议使用的贸易术语主要为 FCA 香港，即卖方将货物交付买方在香港指定的运送人或其他人为交货，自交货时起，货物灭失或损毁的风险即转移。在具体确认收入时，由于深圳距离香港较近，自深圳报关至货交香港运送人在同一天内完成，因此深圳集美在货物出库并报关出口后，依据出口发票、出口报关单和货运单据确认收入。在实际操作中，部分交易也使用 FOB 贸易术语，即卖方将货物放置于指定装运港由买方指定的船舶上，当货物放置于该船舶上时，货物灭失或损毁的风险即转移，而买方自该点起负担一切费用，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）公司境外销售不存在跨期确认收入和第三方回款的情况

（4）报告期内出口收入持续增长的原因及合理性

报告期内主营业务外销收入情况如下：

项　目	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
外销收入（万元）	442.02	1,339.29	1,257.19	271.82
增幅（%，较上年同期）	-32.48	6.53	362.50	——

2020 年 1-6 月境外销售收入为 442.02 万元，较上年同期下降 32.48%，主要是受到新冠病毒肺炎疫情的影响，境外需求下降。

2017 年、2018 年及 2019 年，境外销售收入分别为 271.82 万元、1,257.19 万元和 1,339.29 万元，逐年上升。最近三年出口收入持续增长的量价分析如下：

项　目	2019 年	2018 年	2017 年
销量（千克）	128,291.10	148,019.26	31,758.79
平均销售单价（元/千克）	104.39	84.93	85.59
销量对收入变动的影响（万元）	-167.56	995.07	——
单价对收入变动的影响（万元）	249.66	-9.70	——
收入变动合计（万元）	82.10	985.37	——

销量对收入变动的影响=上年平均销售单价*（本年销量-上年销量）；单价对收入变动的影响=本年销量*（本年平均销售单价-上年平均销售单价）。

2018 年境外销售收入比 2017 年增长 985.37 万元，增幅 362.50%，具体表现为销量上升，主要是因为：①因 Luxottica Group S.p.A 的意大利供应商供货情况不稳定，Luxottica Group S.p.A 转向增加对本公司的采购，导致外销收入增加 413.69 万元；②公司从 2018 年开始积极参与眼镜行业主要国际专业性展会，提高了公司的知名度，进一步在境外推广了公司的产品，对新兴眼镜制造厂有限公司、高信眼镜厂有限公司等老客户的销售额上升，对上述客户 2018 年销售收入比 2017 年增长 329.05 万元，此外还新增 VIETOPTICAL CO.,LTD、Marcolin Asia Limited 和文华眼镜制造厂有限公司等境外客户，对上述客户 2018 年的销售收入为 53.53 万元。

2019 年境外销售收入比 2018 年增长 82.10 万元，增幅 6.53%，主要表现为平均销售单价的上升，2019 年境外销售平均销售单价上升主要是因为 2018 年末意大利集美正式运营，2019 年公司部分境外销售转由通过意大利集美实现，从公司至意大利集美的运费由公司承担，相应的平均销售单价大幅提升，2019 年意大利集美平均销售单价是同期其他外销平均销售单价的 1.54 倍。

4、报告期内公司产品销售数量、销售单价变化情况及原因说明

产品类别	项　目	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度
		数据	变动（%）	数据	变动（%）	数据	变动（%）	数据
挤板	销售数量（千克）	324,561.51	—	1,251,620.38	6.39	1,176,396.86	13.57	1,035,789.39
	销售单价（元/千克）	65.78	-0.40	66.05	0.48	65.73	-3.93	68.42
压板	销售数量（千克）	143,455.19	—	616,861.19	-1.94	629,036.73	15.32	545,472.15
	销售单价（元/千克）	119.87	2.73	116.68	2.95	113.33	0.92	112.30
合计	销售数量（千克）	468,016.70	—	1,868,481.58	3.49	1,805,433.60	14.18	1,581,261.54
	销售单价（元/千克）	82.36	-0.49	82.76	0.54	82.32	-1.48	83.56

（1）报告期内公司产品销售数量变化情况及原因

由上表可见，2018 年及 2019 年公司销售数量比上年同期分别增加 14.18%和 3.49%，报告期内，公司销售数量持续增长，主要是由于公司生产经营规模扩大和市场开拓力度加强。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，另一方面因个别客户调整产品结构，减少了对压板的采购。

（2）报告期内公司产品销售单价变化情况及原因

2020 年 1-6 月公司产品平均销售单价与 2019 年相比波动较小。2020 年 1-6 月公司压板平均销售单价比 2019 年略有上升，主要是受压板产品各型号销售结构变动的影响。2017 年、2018 年和 2019 年产品销售单价变化情况及原因的分析如下：

① 2018 年平均销售单价与 2017 年差异及原因

由上表可见，2018 年公司产品整体平均销售单价较 2017 年下降 1.48%，其中 2018 年挤板平均销售单价较 2017 下降 3.93%，主要是因为：

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

挤板细分产品类别 2018 年与 2017 年平均销售单价及销量占比情况

项　目	2018 年度			2017 年度		
	单价（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

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 UD3 UQ	J2-01635 UD3-0143 UQ-0205	J2-01635-170X1400/8 UD3-0143-190X1400/4 UQ-0205-170X700/4
类别数量	2	6	约200	约10,000	约36,000

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

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

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

C. 公司与主要客户达成销售折扣协议，公司根据客户当年的采购数量或采购额，给予一定的级差销售折扣。2018 年销售数量和销售额增长较多，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。

② 2019 年平均销售单价与 2018 年差异及原因

由上表可见，2019 年公司整体平均销售单价比 2018 年上升 0.54%，其中 2019 年压板平均销售单价比 2018 上升 2.95%，主要是因为：

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

项 目	2019 年度			2018 年度		
	单价（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。

B. 公司的产品分为挤出系列和压板系列两大类，具体又依花色、特色分为

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

a）增值税税率调整的理论影响

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

b）增值税税率调整的实际影响

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

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

地区	产品	2019 年度			2018 年度		
		单价（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。

③ 报告期内公司主要产品单价与主要原材料采购单价变动情况如下：

单位：元/千克

客户名称	2020 年 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。

5、现金收款和第三方回款

（1）公司存在部分小额现金收款的情况

报告期内，公司小额现金收款的具体情况如下：

时　间	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
现金收款笔数	42	433	1,573	1,065
现金收款金额（万元）	13.81	95.88	142.90	353.63
营业收入（万元）	3,892.57	15,634.06	14,949.32	13,283.09
占营业收入的比例（%）	0.35	0.61	0.96	2.66

涉及小额现金收款的客户与发行人不存在关联关系。实际控制人及发行人董监高等关联方与客户不存在资金往来。

① 公司现金收款的原因

采用现金支付货款的客户主要为小规模眼镜生产企业及个体工商户，其向公司购买的产品主要为样板和少量成品板材，由于此类客户的采购量较小、采购金额较低、采购频次和所需产品类型均不确定，出于货款支付便利性的考虑，此类客户通常采用提货时以现金支付的方式结算货款，造成报告期内公司存在现金收款的情况。

② 公司有关现金收款的控制措施

为有效降低现金收款，公司开通了银行 POS 机、微信、支付宝等支付渠道，要求客户通过以上非现金方式支付货款至公司对公账户，以及规定对于单笔采购

金额大于 3 万元的客户只能以非现金方式对公转账支付的措施，控制和减少客户以现金方式支付小额货款的情况。

为有效规范现金收款，公司制定了现金收款管理制度，现金收款由出纳办理，要求客户签署现金收款单并向其开具收据。产品出库时，应由客户签收，仓库管理员或送货人员核对客户信息与现金收款单一致。财务部依据出库单和现金收款凭据确认收入。

③ 现金收款对公司未来经营的影响

公司开通了银行 POS 机、微信、支付宝等支付渠道，要求客户通过以上非现金方式支付货款至公司对公账户，并通过严格执行有关内部控制制度，规范现金收款流程，有效减少和规范现金收款。因部分零散客户出于支付便捷性及其他因素的考虑采用现金方式支付小额货款存在其必要性和合理性，此类情形仍将在公司的未来经营中持续存在。

公司将持续加强与此类客户的沟通，通过执行严格的内部控制程序，进一步缩减和控制现金收款。

鉴于报告期内公司客户现金支付金额及其占公司营业收入的比例较低，且逐年大幅下降，客户现金支付情况已得到有效控制和改善，因此不会对公司未来经营构成不利影响。

④ 保荐机构对发行人现金交易真实性、合理性和必要性的核查结论。

经核查，保荐机构认为发行人的现金收款具有真实性、合理性和必要性。

（2）公司存在部分第三方回款的情况

报告期内，公司第三方回款的具体情况如下：

单位：万元

项　目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
客户第三方支付金额	181.53	201.80	795.63	718.12
其中：POS 机支付金额	23.45	114.28	351.16	255.07
网银支付金额	157.09	42.30	268.01	264.55
微信支付金额	0.99	34.50	114.96	57.83
支付宝支付金额	-	10.72	61.50	140.67
营业收入	3,892.57	15,634.06	14,949.32	13,283.09
占营业收入的比例（%）	4.66	1.29	5.32	5.41

公司第三方回款的相关方与公司不存在关联关系。

① 第三方回款的必要性和合理性

报告期内，公司存在部分客户通过第三方支付货款的情况。此类客户主要为由其指派的提货人员通过银行 POS 机、网银、微信、支付宝方式支付小额货款的客户，其向公司购买的产品主要为样板和少量成品板材。

存在第三方回款的公司客户主要为小规模眼镜生产企业及个体工商户，此类客户的采购量较小、采购金额较低、采购频次和所需产品类型均不确定，出于货款支付便利性的考虑，通过其关联个人支付货款。报告期公司上述第三方回款情况具有必要性和合理性。

② 公司有关第三方回款的控制措施

公司制定了第三方回款管理制度，要求销售部门根据订单及上门取货客户的需要打印《出货通知单》或《送货单》，并将付款人带至财务部收款处，财务部出纳接到销售部门的出货通知单后，根据出货通知单上的金额收取货款。以 POS 机、微信及支付宝方式收取货款之前，由付款人填写《代付款说明》，然后办理销售收款，连同《出货通知单》、及 POS 机的收款单据一起交由付款人签名。客户以个人名义汇款入公司帐户的，由客户出具《付款委托书》，并在《付款委托书》上签章确认。由销售人员发送支付二维码给到客户收款的，应同时将《代付款说明》发给客户签字后交到财务出纳处。财务部出纳收到《代付款说明》、《送货单》及《收据》后将单据附在相对应的凭证后。

③ 第三方回款对公司未来经营的影响

鉴于报告期内公司客户第三方支付金额及其占公司营业收入的比例较低，且逐年下降，客户第三方支付规模已得到有效控制和缩减，第三方回款对公司未来经营不存在重大影响。

④ 保荐机构对发行人第三方回款所对应的营业收入真实性的核查结论

经核查，保荐机构认为发行人第三方回款对应的营业收入具有真实性，不存在虚构交易或调节账龄情形。

6、营业收入分季度情况

（1）报告期内，公司营业收入分季度情况如下：

季度	2020 年 1-6 月		2019 年		2018 年		2017 年	
	金额（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

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）报告期内，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。

（二）营业成本情况

1、营业成本的构成

报告期内，公司的营业成本构成如下：

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（%）
主营业务成本	2,039.16	98.17	7,989.69	97.92	8,078.13	98.93	7,679.12	99.09
其他业务成本	37.96	1.83	169.96	2.08	87.17	1.07	70.75	0.91
合　计	2,077.12	100.00	8,159.65	100.00	8,165.30	100.00	7,749.86	100.00

2017 年、2018 年及 2019 年，公司营业成本分别为 7,749.86 万元、8,165.30 万元和 8,159.65 万元，与营业收入变动的趋势基本一致，随着营业收入的增长，营业成本也相应提高。其中主营业务成本占营业成本比重较大，其他业务成本占营业成本比重较小。公司的其他业务收入主要为销售废料的收入，其成本以与收入相同的金额进行核算。

2020 年 1-6 月，公司营业成本为 2,077.12 万元，与营业收入变动趋势基本一致，主要是受到新冠病毒肺炎疫情和春节假期的影响，营业收入下降。

2、主营业务成本分产品构成分析

公司报告期内主营业务成本分产品构成如下：

项　目	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	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	1,240.25	60.82	4,643.60	58.12	4,398.29	54.45	4,453.84	58.00
压　板	798.91	39.18	3,346.09	41.88	3,679.84	45.55	3,225.28	42.00
合　计	2,039.16	100.00	7,989.69	100.00	8,078.13	100.00	7,679.12	100.00

公司主营业务成本中，挤板的成本略大于压板。报告期内，公司主营业务的构成比例变化较小。

3、主营业务成本分产品变动分析

2017 年、2018 年及 2019 年公司主营业务成本变动情况如下：

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	245.31	5.58	-55.55	-1.25
压　板	-333.75	-9.07	454.57	14.09
合　计	-88.44	-1.09	399.01	5.20

2018 年公司的主营业务成本较 2017 年增长 5.20%，一方面是因为主营业务收入增长了 12.48%，主营业务成本随之增长；另一方面，公司更新设备改进工

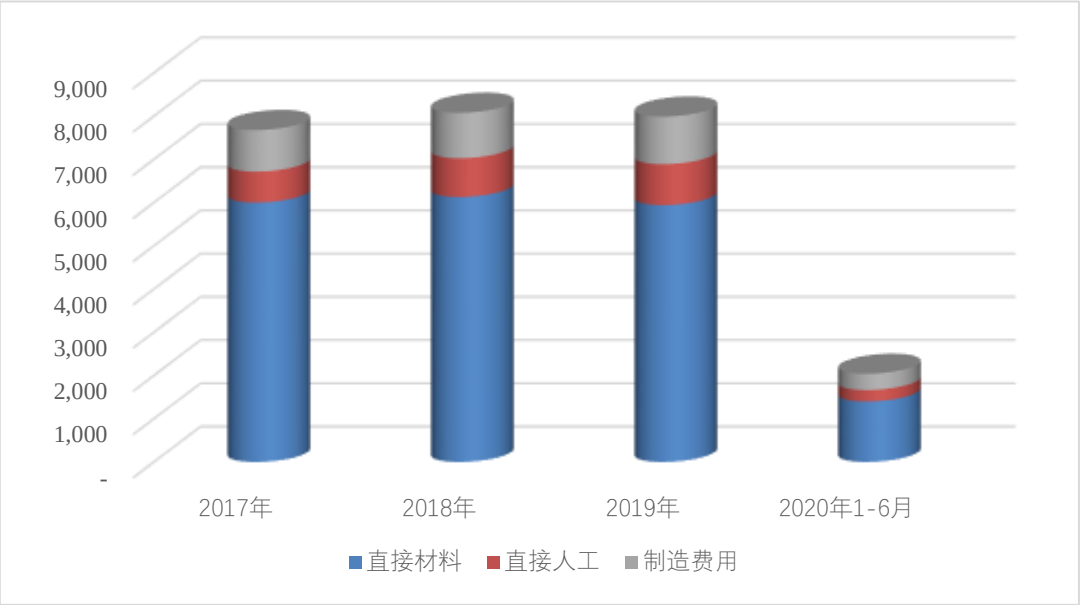
艺，提高了成品率，且公司的主要原材料醋酸纤维素胶粒价格下降，使挤板和压板的单位生产成本下降。

2019 年主营业务成本比 2018 年略有下降，主要系在公司 2019 年主营业务收入增幅较小的情况下，原材料价格略有下降所致。

4、主营业务成本分要素构成分析

项　目	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额（万元）	比例（%）	金额（万元）	比例（%）	金额（万元）	比例（%）	金额（万元）	比例（%）
直接材料	1,399.96	68.65	5,942.04	74.37	6,129.64	75.88	6,001.00	78.15
直接人工	264.47	12.97	947.76	11.86	898.04	11.12	717.31	9.34
制造费用	374.73	18.38	1,099.89	13.77	1,050.46	13.00	960.81	12.51
合　计	2,039.16	100.00	7,989.69	100.00	8,078.13	100.00	7,679.12	100.00

主营业务成本分要素构成图（单位：万元）



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。”

（1）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）报告期内主要细分类别产品单位成本构成情况如下：

2020 年 1-6 月	单位直接材料		单位直接人工		单位制造费用		单位成本合计	
	金额（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波动原因相同。

（3）报告期直接材料、直接人工及制造费用占比变动情况

公司报告期各期直接材料、直接人工及制造费用占比情况如下表：

单位：%

产品类别	成本类别	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
挤板绞花类	直接材料	69.01	74.55	75.77	78.23
	直接人工	12.77	11.82	11.18	9.32
	制造费用	18.22	13.63	13.04	12.45
挤板渐变类	直接材料	69.27	74.87	75.92	78.77
	直接人工	12.64	11.73	11.06	9.03
	制造费用	18.09	13.40	13.02	12.20
挤板单色类	直接材料	68.65	74.40	75.89	78.06
	直接人工	12.91	11.87	11.12	9.39
	制造费用	18.44	13.73	12.99	12.54
挤板层板类	直接材料	68.35	74.34	75.78	78.21
	直接人工	13.14	11.86	11.13	9.27
	制造费用	18.51	13.80	13.09	12.52
压板碎花类	直接材料	68.41	74.22	75.99	78.05
	直接人工	13.17	11.90	11.05	9.39
	制造费用	18.42	13.88	12.96	12.56
压板拼板类	直接材料	68.82	74.34	75.84	78.20
	直接人工	12.87	11.86	11.19	9.32
	制造费用	18.31	13.81	12.97	12.48
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

产品类别	成本类别	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
	制造费用	18.38	13.77	13.00	12.51

受春节放假和疫情因素导致的开工率不足的影响,2020 年 1-6 月较 2019 年,公司主要产品直接材料占比下降了 5.72 个百分点，直接人工占比、制造费用占比分别上升了 1.11 和 4.61 个百分点。

受人均工资水平（包括直接人工和制造费用中的人工）上升以及原料采购价格下降影响，2019 年较 2018 年，主要产品的直接材料占比下降了 1.51 个百分点，直接人工占比、制造费用占比分别上升了 0.74 和 0.77 个百分点；2018 年较 2017 年，主要产品的直接材料占比下降了 2.27 个百分点，直接人工占比、制造费用占比分别上升了 1.78 和 0.49 个百分点。

（4）报告期内各主要产品占总产量的比例情况

单位：%

项　目	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
挤板单色类	35.67	32.56	29.02	25.52
挤板绞花类	16.24	16.12	16.10	17.53
挤板层板类	13.32	15.20	17.94	19.54
挤板渐变类	3.88	2.35	2.10	2.51
挤板产量占比小计	69.11	66.23	65.16	65.10
压板碎花料	21.72	23.25	22.77	23.73
压板拼板料	9.17	10.52	12.07	11.18
压板产量占比小计	30.89	33.77	34.84	34.90
合 计	100.00	100.00	100.00	100.00

产品结构方面，报告期各期产量占比有小幅变动，其中，挤板产量占比略有上升，由于生产挤板比生产压板的工序少，挤板产量占比增加会相对减少单位人工成本和单位制造费用以及生产过程中的原料损耗，从而降低单位产品原料消耗占比。

（5）主要原材料采购价格变动、报告期内生产工人人数及工资水平变化、维修费用情况

年 度	醋酸纤维素胶粒价格（元/千克）	价格变动率（%）	年平均生产人员人数（人）	生产工人人均工资（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个百分点。

2019年，受材料价格下降0.9%、生产人员人均工资增长4.54%以及制造费用中维修费用上升影响，使原材料成本占比下降1.51个百分点。

2020年1-6月，受2020年厂房租金上涨和新冠病毒肺炎疫情对产量的重大影响，公司固定制造成本占比上升，原材料成本占比下降5.72个百分点；因开工不足，生产工人工资中的浮动部分大幅减少，导致2020年上半年生产工人人均工资大幅下降。

（6）报告期各期公司原材料采购量和采购金额及与发行人业务规模匹配情况

项　目	2020年1-6月	2019年度	2018年度	2017年度
醋酸纤维素胶粒采购量（千克）	546,000.00	2,241,512.90	2,287,685.37	2,334,671.03
采购金额（万元）	1,567.66	6,399.23	6,591.84	6,988.87
耗用量（千克）	533,415.80	2,236,083.45	2,276,370.69	2,182,396.03
采购耗用比（%）	97.70	99.76	99.51	93.48
完工产量（千克）	467,955.21	1,945,035.88	1,920,587.10	1,630,178.74
产量胶粒耗用比（%）	87.73	86.98%	84.37%	74.70%

醋酸纤维素胶粒是公司主要原材料，占采购总额的比例超过97%。报告期内，公司主要原料采购耗用比近在93.48%～99.76%之间，原料采购量与公司业务规模相匹配。

2017年底，公司更新部分切断拖拉牵引机组、挤出机组等新生产设备，降低了损耗，同时公司优化排产订单减少换模次数，使公司的投入产出比从74.70%提高到了84.37%。

（7）公司报告期各期生产耗用能源数量与产品产量之间的对应关系

项　目	2020年1-6月	2019年度	2018年度	2017年度
完工产量（千克）	467,955.21	1,945,035.88	1,920,587.10	1,630,178.74

生产耗用数量（kWh）	1,493,308.80	5,947,948.80	5,950,540.80	5,356,915.20
单位能耗（kWh）	3.19	3.06	3.10	3.29
变动比例（%）	4.25	-1.30	-5.7%	—

2020 年 1-6 月，单位能耗较 2019 年增长 4.25%，主要是 2020 年 1-6 月公司产量较低，公司租赁的厂房和办公室未分开安装电表，各年生产用电和管理用电之间按固定比例分摊，当产量相对较低时，按固定比例分摊的单位产品能耗会相对较高。

公司 2018 年单位能耗较 2017 年降低 5.71%，一是 2017 年底更新部分切断拖拉牵引机组、挤出机组等新生产设备，改进生产流程，进行首件确认，提高了成品率产出率，相对降低了单位能耗；二是公司租赁的厂房和办公室未分开安装电表，各年生产用电和管理用电之间按固定比例分摊，当产量相对较低时，按固定比例分摊的单位产品能耗会相对较高。

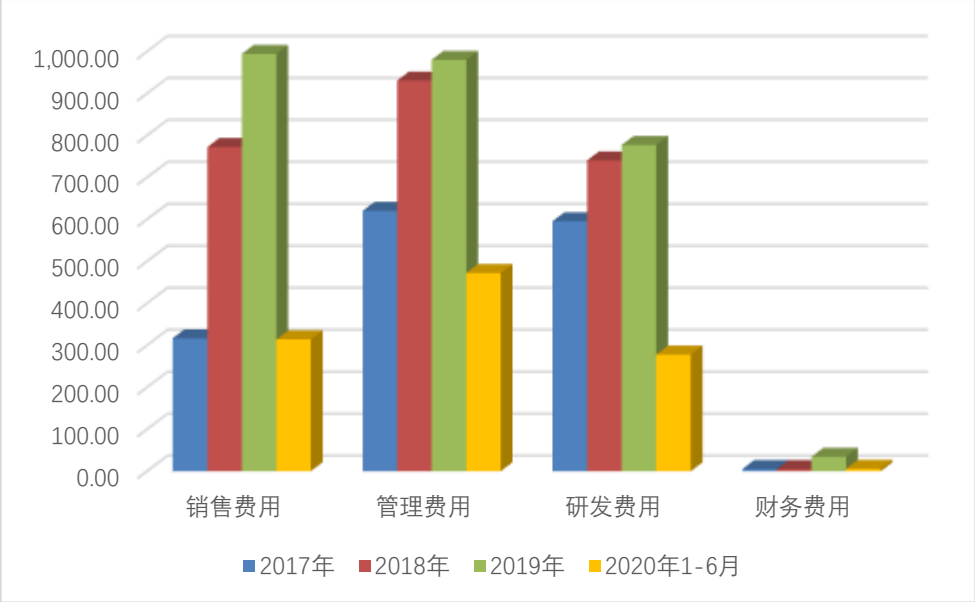
（三）利润表其他项目逐项分析

1、期间费用

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*（%）
销售费用	314.31	8.07	994.21	6.36	772.55	5.17	317.00	2.39
管理费用	472.30	12.13	980.14	6.27	930.97	6.23	620.44	4.67
研发费用	278.16	7.15	777.17	4.97	740.33	4.95	595.85	4.49
财务费用	5.79	0.15	34.66	0.22	5.56	0.04	5.61	0.04
合　计	1,070.56	27.50	2,786.18	17.82	2,449.41	16.38	1,538.90	11.59

*占营业收入的比重

期间费用结构及趋势图（单位：万元）



2017 年、2018 年及 2019 年，公司期间费用分别为 1,538.90 万元、2,449.41 万元和 2,786.18 万元，占营业收入的比重分别为 11.59%、16.38%和 17.82%。报告期内，期间费用金额和占营业收入的比重逐年上升，主要是因为公司处于成长期，为促进业务发展，各项费用支出大幅增加，超过了营业收入的增长速度。

2020 年 1-6 月，公司期间费用为 1,070.56 万元，占营业收入的比重为 27.50%，比以前年度大幅上升，主要是因为受新冠病毒肺炎疫情及春节假期影响，2020 年 1-6 月营业收入下降，而折旧摊销、职工薪酬等费用变动较小。

（1）销售费用

报告期内，公司销售费用明细如下：

项　目	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（%）
职工薪酬	203.82	64.85	492.45	49.53	422.33	54.67	211.65	66.77
宣传促销费	2.36	0.75	136.66	13.75	180.41	23.35	-	-
交通差旅费	9.92	3.16	68.67	6.91	81.04	10.49	41.78	13.18
运杂费	86.75	27.60	235.47	23.68	56.30	7.29	42.88	13.53
办公通讯费	5.78	1.84	14.09	1.42	15.89	2.06	11.45	3.61
业务招待费	0.50	0.16	19.41	1.95	11.72	1.52	5.54	1.75
折旧与摊销	3.15	1.00	6.14	0.62	2.89	0.37	2.92	0.92
其他	2.03	0.65	21.30	2.14	1.97	0.25	0.77	0.24
合　计	314.31	100.00	994.21	100.00	772.55	100.00	317.00	100.00

公司的销售费用主要由销售人员薪酬、宣传促销费、交通差旅费及运杂费等构成。2020 年 1-6 月各项具体费用占比的变动主要是由宣传促销费大幅下降导

致的，受新冠病毒肺炎疫情的影响，各大国际眼镜展会暂时停办，公司 2020 年尾 1-6 月未参与眼镜展会。2017 年、2018 年及 2019 年公司销售费用分别为 317.00 万元、772.55 万元和 994.21 万元，占当期营业收入的比重分别为 2.39%、5.17%和 6.36%，销售费用金额和占营业收入的比重逐年上升，主要是因为：

① 公司处于成长期，为适应业务发展需要，销售人员数量和薪酬水平上升。

A. 2018 年销售人员薪酬较 2017 年增加 210.68 万元，主要是因为：（a）意大利集美从 2018 年开始正式营业，意大利集美负责人的月薪为 1 万欧元，2018 年其薪酬合计为人民币 93.30 万元；（b）为拓展业务提升业绩，2018 年销售人员数量较 2017 年增多；（c）公司提高了员工薪酬和奖金。

B. 2019 年销售人员薪酬比 2018 年增加 70.12 万元，主要是因为 2019 年 5 月公司整体调薪，平均工资水平上升。

② 公司从 2018 年开始大规模参加米兰展等大型展会，宣传促销费大幅增加；

③ 公司于 2018 年 7 月设立意大利集美，从 2019 年开始通过意大利集美产生的销售增加，导致从母公司到意大利集美的运杂费相应增加。公司设立意大利集美以前，货物离境后的运费由客户承担。设立意大利集美以后，通过意大利集美产生的外销，离境后至意大利的运费内化为公司的销售费用，并相应提高最终销售价格。因时尚产品的时效性较强，且每批次运输量较小，运输主要以空运方式进行，运输成本较高。

2019 年其他销售费用主要包括意大利集美产生的税费 6.8 万元和租用仓库的租金 6.5 万元。

① 运杂费与销售收入的比对

单位：万元

销售区域	项 目	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
境内	运杂费①	13.99	57.79	48.45	37.96
	销售收入②	3,412.59	14,124.80	13,604.55	12,940.52
	①÷②（%）	0.41	0.41	0.36	0.29
境外	运杂费①	72.76	177.68	7.85	4.92
	销售收入②	442.02	1,339.29	1,257.19	271.82
	①÷②（%）	16.46	13.27	0.62	1.81
境内外合计	运杂费①	86.75	235.47	56.30	42.88
	销售收入②	3,854.61	15,464.10	14,861.75	13,212.34
	①÷②（%）	2.25	1.52	0.38	0.32

报告期内，公司运杂费对销售收入比逐年上升。2020 年 1-6 月，运杂费对销售收入比由 2019 年的 1.52%上升至 2.25%，主要是受疫情影响，国外运输批量下降且运费按单计价，导致运费单价出现大幅上涨；2019 年度运杂费对销售收入比由 2018 年的 0.38%上升至 1.52%，主要是由于境外运费承担方式发生变化所致。

② 运杂费与销量的比对

单位：万元

销售区域	项 目	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
境内	运杂费①	13.99	57.79	48.45	37.96
	销量②（吨）	429.98	1,740.19	1,657.41	1,549.50
	①÷②（元/吨）	325	332	292	245
境外	运杂费①	72.76	177.68	7.85	4.92
	销量②（吨）	38.84	128.29	148.02	31.76
	①÷②（元/吨）	18,733	13,850	530	1,549
境内外合计	运杂费①	86.75	235.47	56.30	42.88
	销量②（吨）	468.82	1,868.48	1,805.43	1,581.26
	①÷②（元/吨）	1,850	1,260	312	271

报告期内，公司运杂费对销量比，也就是每吨销量的运杂费逐年上升。

③ 近三年，公司运杂费的变动及与收入规模的变动比对

项 目	区域	2019 年度	2018 年度	2017 年度	2019 较 2018 变动率	2018 较 2017 变动率
运杂费（万元）	境内	57.79	48.45	37.96	19.28%	27.63%
	境外	177.68	7.85	4.92	2,163.44%	59.55%
	合计	235.47	56.30	42.88	318.24%	31.30%
收入规模（万元）	省外地区	6,237.60	5,985.81	5,870.03	4.21%	1.97%
	省内地区	7,887.20	7,618.74	7,070.49	3.52%	7.75%
	境内小计	14,124.80	13,604.55	12,940.52	3.82%	5.13%
	境外	1,339.29	1,257.19	271.82	6.53%	362.51%
	合计	15,464.10	14,861.75	13,212.34	4.05%	12.48%
销量（吨）	境内	1,740.19	1,657.41	1,549.50	4.99%	6.96%
	境外	128.29	148.02	31.76	-13.33%	366.06%
	合计	1,868.48	1,805.43	1,581.26	3.49%	14.18%

从总体来看，报告期内公司境内产品销售的运杂费变动与收入规模、销量变动趋势相匹配；报告期内公司境外销售的运杂费变动较大，主要由境外运费承担

方式改变造成的，具体分析如下：

2018 年较 2017 年境外收入增长 362.51%，销量增长 366.06%，而运杂费仅增长 59.55%，主要是因为公司外销产品离岸后的运费均由客户承担。

2019 年较 2018 年境外收入增长 6.53%，销量下降 13.33%，而境外运杂费增长 169.83 万元，增幅 2,163.44%。主要原因是：公司 2018 年底成立意大利集美，公司部分境外销售转由通过意大利集美实现，从公司至意大利集美的运费由公司承担。意大利集美销售收入由 2018 年的 0.95 万元增长至 2019 年的 593.33 万元，2019 年与意大利集美相关的运费为 155.53 万元，意大利集美通过提高产品销售价格覆盖相关的运费。

报告期内扣除运杂费前后外销平均单价的变化情况如下

项 目	扣除运杂费前/后	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
运杂费	——	72.76	177.68	7.85	4.92
外销收入	扣除运杂费前	442.02	1,339.29	1,257.19	271.82
	扣除运杂费后	369.26	1,161.61	1,249.34	266.90
外销重量	——	38.84	128.29	148.02	31.76
外销平均单价	扣除运杂费前	11.38	10.44	8.49	8.56
	扣除运杂费后	9.51	9.05	8.44	8.40

可见扣除运杂费后外销平均单价的变动较为平稳，无异常变化。

（2）管理费用

报告期内，公司管理费用明细如下：

项 目	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（%）
职工薪酬	247.60	52.42	575.79	58.75	507.28	54.49	322.49	51.98
咨询服务费	13.78	2.92	80.43	8.21	162.34	17.44	125.34	20.20
折旧与摊销	48.28	10.22	95.00	9.69	71.28	7.66	58.58	9.44
办公通讯费	25.77	5.46	87.52	8.92	79.46	8.54	52.19	8.41
租赁水电费	62.78	13.29	111.25	11.35	70.34	7.56	42.48	6.85
交通差旅费	5.90	1.25	25.70	2.62	36.11	3.88	16.87	2.72
业务招待费	1.54	0.33	1.15	0.12	0.81	0.09	2.44	0.39
其他	66.65	14.11	3.30	0.34	3.36	0.36	0.05	0.01
合 计	472.30	100.00	980.14	100.00	930.97	100.00	620.44	100.00

公司管理费用主要为管理人员薪酬、咨询服务费、业务招待费、租赁水电费、折旧摊销及办公通讯费。2017 年、2018 年及 2019 年公司管理费用分别为 620.44

万元、930.97 万元和 980.14 万元，占当期营业收入的比重分别为 4.67%、6.23%和 6.27%，管理费用金额和占营业收入的比重逐年上升，主要是因为：

① 公司处于成长期，为适应业务发展的需要及完善管理体制，报告期内，公司管理人员数量和薪酬水平呈上升趋势。

② 公司 2018 年 6 月上线 SAP 财务系统，导致公司管理费用中的折旧与摊销费用上升；

③ 公司办公通讯费主要包括办公费、网络服务费、通讯费、快递费和会务费等，随着公司人员增加，办公通讯费逐年增加。

（3）研发费用

报告期内，公司研发费用明细如下：

项　目	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（%）
职工薪酬	68.74	24.71	177.31	22.81	142.01	19.18	78.75	13.22
物料消耗	143.97	51.76	458.86	59.04	442.47	59.77	437.70	73.46
外购服务支出	56.79	20.41	118.00	15.18	119.48	16.14	69.04	11.59
折旧与摊销	6.05	2.17	12.17	1.57	10.98	1.48	8.06	1.35
其他	2.62	0.94	10.84	1.39	25.39	3.43	2.29	0.39
合　计	278.16	100.00	777.17	100.00	740.33	100.00	595.85	100.00

公司研发费用主要为研发人员薪酬、物料消耗和外购服务支出。2017 年、2018 年、2019 年及 2020 年 1-6 月公司研发费用分别为 595.85 万元、740.33 万元、777.17 万元及 278.16 万元，占当期营业收入的比重分别为 4.49%、4.95%、4.97%及 7.15%，研发费用占营业收入的比重处于合理水平。2020 年 1-6 月研发费用占营业收入的比重上升，主要是因为受新冠病毒肺炎和春节假期的影响，2020 年 1-6 月营业收入下降。

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，公司保持稳定的设计开发投入。随着业务规模不断扩大，公司在设计开发上的投入逐步提高，2017 年至 2019 年度研发费用复合增长率为 14.21%。公司持续进行设计开发投入，取得了包括多项专利权和软件著作权等自主知识产权，积累了多项技术成果，为未来发展奠定了基础。

① 报告期内，公司所开展主要研发项目的情况如下：

单位：万元

产品或项目	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
RD45 贝壳纹炫彩拼板类板材设计	48.85			
RD46 清新小碎花类板材设计	52.09			
RD47 扎染布纹效果压板类板材设计	26.23			
RD48 月光石效果挤板板材设计	32.33			
RD49 细线条方片抽粒压板板材设计	32.41			
RD50 梦幻水彩双色搅花类板材设计	65.53			
RD51 撞色夹心拼板类板材设计	20.72			
RD37 炫彩碎花类板材设计		103.92	-	-
RD38 三色渐变类板材设计		77.71	-	-
RD39 波浪纹双搅花类产品		111.99	-	-
RD40 粗细线条共挤工艺研发设计		124.11	-	-
RD41 仿草木簇状双搅花板材设计		62.07	-	-
RD42 菱形片压板类工艺材料设计		79.72	-	-
RD43 人鱼姬新材料拼板工艺研发设计		101.43	-	-
RD44 仿彩色玻璃灯压板板材设计		116.22	-	-
RD25 万花筒花纹板材类产品		-	34.78	-
RD26 仿蕾丝花纹板材类产品		-	85.38	-
RD27 炫彩抽条类压板板材项目		-	51.39	-
RD28 眼镜架板材多层共挤板材项目		-	52.56	-
RD29 絮状搅花花纹板材类产品		-	53.83	-
RD30 眼镜架板材抽粒压板板材项目		-	67.10	-
RD31 搅花打碎类压板板材项目		-	87.08	-
RD32 彩色线条压板类产品		-	68.87	-
RD33 网状渐变绞花类产品		-	66.51	-
RD34 马赛克状花纹板材类产品		-	39.90	-
RD35 仿珊瑚花纹板材类产品		-	65.01	-
RD36 礁石状压板花纹板材类产品		-	67.92	-
RD13 高清类产品		-	-	25.90
RD14 激光打印类产品		-	-	79.47
RD15 闪粉类产品		-	-	60.69
RD16 线条抽片类产品		-	-	29.73
RD17 线条渐变类产品		-	-	76.35
RD18 对拼类产品		-	-	23.64
RD19 羽状双搅花类产品		-	-	55.01
RD20 水波纹类产品		-	-	40.59
RD21 圆片线条类产品		-	-	72.90
RD22 仿雪花类产品		-	-	30.44
RD23 大理石纹类产品		-	-	34.71

产品或项目	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
RD24 渐变搅花类产品		-	-	66.43
合计	278.16	777.17	740.33	595.85

上述项目均已完成。发行人将研发项目支出全部计入当期费用，公司不存在研发费用资本化的情形。

② 外购服务

报告期内，公司存在委托外部企业加工镜架样品和饰品用于研发的情况，具体如下：

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

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

A. 外购服务的主要原因

a）镜架样品的委托加工服务

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

b）饰品的委托加工服务

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

B. 外购服务的定价机制

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

（4）财务费用

报告期内，公司财务费用明细如下：

项　目	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（%）
利息支出	1.46	25.24	19.05	54.95	-	-	-	-
减：利息收入	0.43	7.40	0.93	2.68	1.13	20.29	3.99	71.17
加：汇兑净损失	1.39	23.94	10.46	30.19	1.44	25.99	6.81	121.40
其他	3.37	58.22	6.08	17.55	5.24	94.30	2.79	49.77
合　计	5.79	100.00	34.66	100.00	5.56	100.00	5.61	100.00

2017 年、2018 年、2019 年及 2020 年 1-6 月，公司财务费用分别为 5.61 万元、5.56 万元、34.66 万元及 5.79 万元，占当期营业收入的比重分别为 0.04%、0.04%、0.22%及 0.15%，占比极小。公司利息支出为银行短期借款产生的利息，利息收入为银行存款产生的利息，汇兑净损失为公司以外币核算的直接出口产生的汇兑损益，其他主要为银行手续费。2019 年财务费用较 2017 年和 2018 年大幅增加，主要因以前年度公司未发生银行借款，而公司 2019 年 1 月向中国银行申请了一年期流动资金贷款 300 万元。

（5）与同行业可比公众公司期间费用率水平比较分析

① 销售费用率比较

公司代码	公司名称	销售费用率（%）			
		2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
831748.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

数据来源：根据可比公众公司公开信息统计。

公司 2017 年销售费用率低于同行业可比公司，2018 年和 2019 年与同行业较为接近，2020 年 1-6 月高于同行业可比公司。从销售规模和销售费用具体构成两方面进行具体比较分析如下：

A.销售规模比较：

公司代码	公司名称	销售费用规模（万元）			
		2020年1-6月	2019年度	2018年度	2017年度
831748.OC	雅格股份	146.60	640.37	899.17	1,350.58
603657.SH	春光科技	30,122.11	56,286.63	50,708.44	45,655.84
688299.SH	长阳科技	41,599.01	91,026.11	69,103.99	46,746.02
002735.SZ	王子新材	58,950.90	132,560.12	91,169.41	59,818.69
300717.SZ	华信新材	12,079.19	31,568.70	30,659.78	28,383.88
简单平均		28,579.56	62,416.39	48,508.16	36,391.00
本公司		3,892.57	15,634.06	14,949.32	13,283.09
差　异		24,686.99	46,782.33	33,558.84	23,107.91

数据来源：根据可比公众公司公开信息统计。

由上表可见，雅格股份销售规模小于本公司，销售费用率较大；春光科技、长阳科技、王子新材、华信新材销售规模大于本公司，销售费用率的基数大，固定销售费用率相对较低，因此销售费用率小于本公司或与本公司相近。

2017年销售费用率低于同行业可比公司主要原因为：一是运输费用率低于同行业，因为本公司支持自提和配送两种取货方式，且客户所在区域主要为广东省内和华东地区，距离较近；二是2017年无广告促销费，本公司自2018年起才开始大规模参加米兰展等大型展会，进行宣传促销活动。

2020年1-6月销售费用率高于同行业可比公司主要原因为：受疫情影响，2020年1-6月的营业收入较上年同期大幅下降，销售费用中的薪酬支出费用率占比大幅提升，而春光科技、长阳科技、王子新材营业收入下降幅度相对较小，销售费用中的薪酬支出费用率占比变动较小。

B.销售费用具体明细费用率比较如下表：

单位：%

销售费用分类	本公司				行业平均				差异			
	2020年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

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
业务招待费	0.01	0.12	0.08	0.04	0.19	0.19	0.24	0.29	-0.18	-0.07	-0.16	-0.25
广告促销费	0.06	0.87	1.21	-	0.10	0.33	0.18	0.32	-0.04	0.54	1.03	-0.32
运输报关费	2.23	1.51	0.38	0.32	1.29	1.40	1.54	1.44	0.94	0.11	-1.16	-1.12
维护服务费	-	0.01	-	-	0.26	0.15	0.07	0.03	-0.26	-0.14	-0.07	-0.03
样品费	-	-	-	-	0.06	0.72	0.38	0.07	-0.06	-0.72	-0.38	-0.07
咨询服务费	-	-	-	-	0.46	0.42	0.20	-	-0.46	-0.42	-0.2	-
仓储费	-	-	-	-	0.02	0.02	0.02	0.01	-0.02	-0.02	-0.02	-0.01
其他费	0.05	0.13	0.01	0.01	0.15	0.09	0.08	0.13	-0.1	0.04	-0.07	-0.12
合 计	8.07	6.36	5.17	2.39	4.63	5.65	4.59	4.06	3.44	0.71	0.58	-1.67

数据来源：根据可比公众公司公开信息统计。

② 管理费用率比较：

公司代码	公司名称	管理费用率（%）			
		2020年1-6月	2019年度	2018年度	2017年度
831748.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

数据来源：根据可比公众公司公开信息统计。

由于雅格股份销售规模只有数百万元，管理费用分摊率较高，不具可比性。剔除雅格股份后，公司管理费用率低于同行业可比公司平均值，主要是同行业中王子新材管理费用率明显偏高于其他公司。

本公司管理费用率高于长阳科技和华信新材，低于王子新材和春光科技。其中王子新材2017年向石峰等72名激励对象定向增发限制性股票，构成股份支付而确认的费用总额为661万元，剔除王子新材后，行业平均管理费用率与本公

司较为接近。

2020 年 1-6 月，公司管理费用率高于同行业可比公司主要原因主要是受销售收入大幅下降影响，具体与销售费率差异原因相同。

管理费用具体明细费用率比较：

单位：%

管理费用分类	本公司				行业平均				差异			
	2020 年 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

数据来源：根据可比公众公司公开信息统计。

③ 研发费用率比较

公司代码	公司名称	研发费用率（%）			
		2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
831748.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

数据来源：根据可比公众公司公开信息统计。

报告期内公司的研发费用率略高于行业平均数，但与长阳科技较为接近。从销售规模和研发费用具体构成两方面进行具体分析如下：

A.销售规模比较

春光科技、长阳科技、王子新材、华信新材销售规模大于本公司，研发费用率小于本公司或与本公司相近。因此，报告期内本公司研发费用率高于同行业可比公司的部分原因为本公司规模相对较小，研发费用率的分摊基数小，造成固定研发费用率高。

B.研发费用具体明细费用率比较

单位：%

研发费用分类	本公司				行业平均				差异			
	2020年1-6月	2019年	2018年	2017年	2020年1-6月	2019年	2018年	2017年	2020年1-6月	2019年	2018年	2017年
职工薪酬	1.77	1.13	0.95	0.59	1.47	1.46	1.37	1.37	0.30	-0.33	-0.42	-0.78
物料消耗	3.70	2.94	2.96	3.30	1.86	1.98	1.55	1.48	1.84	0.96	1.41	1.82
外购服务支出	1.46	0.75	0.80	0.52	0.00	0.01	0.11	0.23	1.46	0.74	0.69	0.29
折旧与摊销	0.16	0.08	0.07	0.06	0.25	0.23	0.21	0.23	-0.09	-0.15	-0.14	-0.17
其 他	0.06	0.07	0.17	0.02	0.28	0.12	0.16	0.25	-0.22	-0.05	0.01	-0.23
合 计	7.15	4.97	4.95	4.49	3.86	3.80	3.40	3.56	3.29	1.17	1.55	0.93

数据来源：根据可比公众公司公开信息统计。

由上表可见，报告期内公司研发费用率大于行业平均，主要有以下两个原因：

一是材料费用率高于同行业，主要是公司研发活动需紧跟时尚潮流发展趋势和客户具体需求，试制不同色彩、图纹和结构的产品，物料消耗较大。

二是外购服务支出比例高于同行业。因为公司在开发新的色彩、图纹和结构的醋酸纤维素板材时，需以镜架样品的形式评估效果，但公司无镜架生产线，作为效果评估的镜架样品需交由其他厂商进行加工处理。

④ 财务费用率比较

公司代码	公司名称	财务费用率（%）			
		2020年1-6月	2019年度	2018年度	2017年度
831748.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

数据来源：根据可比公众公司公开信息统计。

公司 2017 年财务费用率低于同行业可比公司，2018 年和 2019 年与同行业较为接近，2020 年 1-6 月高于同行业可比公司

财务费用具体明细费用率比较：

单位：%

财务费用分类	本公司				行业平均				差异			
	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
利息支出	0.04	0.12	-	-	0.20	0.57	0.74	1.26	-0.16	-0.45	-0.74	-1.26
减:利息收入	0.01	0.01	0.01	0.03	0.52	0.67	0.30	0.13	-0.51	-0.66	-0.29	-0.10
汇兑净损失	0.04	0.07	0.01	0.05	-0.40	-0.19	-0.50	0.51	0.44	0.26	0.51	-0.46
其 他	0.08	0.04	0.04	0.02	-0.01	-0.01	0.03	0.05	0.09	0.05	0.01	-0.03
合 计	0.15	0.22	0.04	0.04	-0.73	-0.30	-0.03	1.69	0.88	0.52	0.07	-1.65

数据来源：根据可比公众公司公开信息统计。

由上表可见,公司 2017 年财务费用率低于同行业可比公司主要因为 2017 年未借款，因此无利息支出。2020 年 1-6 月，公司财务费用率与同行业差异主要是发行人境外子公司形成汇兑损失，而同行业是汇兑收益。

（6）报告期内公司期间费用归集的准确性

公司期间费用主要包括职工薪酬、折旧与摊销、办公通讯、交通差旅、租金水电等几大类。

① 职工薪酬：按照人员所属的职能部门归集。销售部门人员薪酬计入销售费用，财务部、人力资源部、总经办、IT 部、后勤部人员工资计入管理费用，开发部、工程部人员工资计入研发费用。

② 折旧与摊销：按照设备使用的职能部门归集。

销售部门使用的办公及其他设备的折旧计入销售费用，管理部门使用的办公及其他设备的折旧计入管理费用，研发部门使用的设备折旧计入研发费用。

SAP 软件费的摊销计入管理费用。

装修费按照装修场所归集，办公区的装修费摊入管理费用，车间装修费摊入

制造费用。

③ 办公通讯、交通差旅等其他费用：按照报销人及费用所归属的职能部门归集。

报告期内，公司不存在漏记或者跨期确认期间费用的情形。对于每月固定存在的费用，如员工工资、设备折旧、租金水电等费用，财务人员每月底会再次对系统中的数据进行核查；对于员工报销的办公通讯费、交通差旅费等，年底向各部门发邮件提醒员工提供本年度的相关报销单据；对于主要的承运商，公司每个月根据承运商的对账单计提运输。

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

2、其他收益

报告期内，公司其他收益明细如下：

单位：万元

项　目	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
与企业日常活动相关的政府补助	51.06	173.86	169.51	14.63
合　计	51.06	173.86	169.51	14.63

2017 年、2018 年、2019 年及 2020 年 1-6 月，公司的其他收益分别为 14.63 万元、169.51 万元、173.86 万元及 51.06，占利润总额的比例分别为 0.36%、4.73%、3.64%及 5.46%。

报告期内公司的其他收益全部为与企业日常活动相关的政府补助，与政府补助有关的内容具体请参见本部分“10、政府补助”的内容。

3、投资收益

报告期内，公司投资收益明细如下：

单位：万元

项　目	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
理财产品收益	10.74	63.01	85.44	47.15
权益法核算的长期股权投资收益	-	-	-56.30	-
合　计	10.74	63.01	29.14	47.15

2017 年、2018 年、2019 年及 2020 年 1-6 月，公司的投资收益分别为 47.15 万元、29.14 万元、63.01 万元及 2020 年 1-6 月，占利润总额的比例分别为 1.17%、0.81%、1.32%及 1.15%。

报告期内，理财产品收益为公司以闲置资金购买浮动收益理财产品的收益，与理财产品相关的内容具体请参见本节“十一、资产质量分析”之“（二）主要流动资产分析”之“2、交易性金融资产”，权益法核算的长期股权投资收益为公司投资四川普什产生的投资收益，与长期股权投资相关的内容具体请参见本部分之“6、资产减值损失”。

4、公允价值变动收益

公司计提的信用减值损失情况如下：

单位：万元

项　目	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
理财产品公允价值变动收益	73.10	13.19	-	-
合　计	73.10	13.19	-	-

2019 年公司的理财产品公允价值变动收益为 13.19 万元，占利润总额的比例为 0.28%，与理财产品相关的内容具体请参见本节“十一、资产质量分析”之“（二）主要流动资产分析”之“2、交易性金融资产”。

5、信用减值损失

公司的信用减值损失情况如下：

单位：万元

项　目	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
坏账损失	87.44	-3.69	-	-
合　计	87.44	-3.69	-	-

公司的信用减值损失为计提的坏账损失。2018 年以前，公司的坏账损失在资产减值损失项目列示，自 2019 年 1 月 1 日起公司开始执行新金融工具准则，将坏账损失在信用减值损失项目列示。

2017 年、2018 年、2019 年及 2020 年 1-6 月，公司计提的坏账损失分别为 39.53 万元、232.29 万元、3.69 万元及 87.44 万元，占利润总额的比例分别为 0.98%、6.49%、0.08%和 9.35%。2018 年坏账损失计提的金额较大，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。2020 年坏账损失计提金额占利润总额的比例较高，主要是因为受到新冠病毒肺炎疫情和春节假期的影响，2020 年 1-6 月营业利润下降。

6、资产减值损失

公司计提的资产减值损失情况如下：

单位：万元

项　目	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
坏账损失	-	-	-232.29	-39.53
长期股权投资减值损失	-	-	-560.46	-
合　计	-	-	-792.74	-39.53

2017 年及 2018 年，公司计提的资产减值损失为 39.53 万元和 792.74 万元，占利润总额的比例分别为 0.98%和 22.13%。

公司的资产减值损失主要为坏账损失和长期股权投资减值损失，坏账损失的具体情况请参见本部分之“5、信用减值损失”。

公司的长期股权投资减值损失为公司投资四川普什计提的减值损失。公司于 2018 年 9 月以 612.92 万元受让四川普什 9.89%的股权。2018 年 10 月至 12 月，四川普什账面净利润（含利息还原）和其他综合收益分别为-569.30 万元和 38.77 万元，本公司持有的 9.89%股权确认的投资收益和其他综合收益分别为-56.30 万元和 3.83 万元。

长期股权投资的可收回金额根据资产的公允价值减去处置费用后的净额与资产预计未来现金流量的现值两者之间较高者确定。由于截至 2018 年末四川普什净资产为负，公司以其净资产近似作为公允价值，2018 年末四川普什的公允价值减去处置费用后的净额为负，且预期未来现金流量情况也为负，出于会计核算的谨慎性考虑，公司对该长期股权投资全额计提了资产减值损失。该资产减值损失对公司未来期间的经营业绩不存在影响。

公司参股四川普什三个月后即全额减值的原因及合理性：

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

一方面，四川普什成立后，向普什集团持续举债经营，经补提利息后四川普什的亏损进一步扩大，2018 年 12 月 31 日补提利息后，四川普什的净资产减少至-9,422.78 万元，2018 年末长期股权投资已出现明显的减值迹象。另一方面，截至 2018 年末，四川普什向普什集团借支资金本息余额近 10 亿元，该项借款后

续每年仍有超过 2,000 万元的利息费用。四川普什财务费用较高，销售毛利较低，销售毛利难以弥补经营费用，公司管理层判断在可预见的未来期间，四川普什经营状况无法得到改善。在此情况下，为了避免资产价值高估，公司基于会计信息质量的谨慎性要求，于 2018 年末对该项长期股权投资全额计提减值准备，符合《企业会计准则》的规定。

7、资产处置收益

报告期内，公司资产处置收益明细如下：

单位：万元

项　目	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
非流动资产处置收益	-	-1.10	-	-5.79
合　计	-	-1.10	-	-5.79

2017 年、2018 年、2019 年及 2020 年 1-6 月，公司的资产处置损失分别为 5.79 万元、0 万元、1.10 万元及 0 元，占利润总额的比例分别为 0.14%、0%、0.02%及 0%。报告期内资产处置收益为负，全部为固定资产处置损失。

8、营业外收入

报告期内，公司营业外收入明细如下：

单位：万元

项　目	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
与企业日常活动无关的政府补助	-	-	-	150.00
非流动资产毁损报废利得	-	-	-	0.51
其他	-	3.24	-	0.35
合　计	-	3.24	-	150.86

2017 年及 2019 年公司营业外收入分别为 150.86 万元和 3.24 万元，占利润总额的比例分别为 3.73%和 0.07%。报告期内公司的营业外收入主要为与企业日常活动无关的政府补助，与政府补助相关的内容具体请参见本部分之“10、政府补助”。

9、营业外支出

报告期内，公司营业外支出明细如下：

单位：万元

项　目	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
罚款及滞纳金	-	-	0.01	0.01
非流动资产毁损报废损失	0.62	3.10	-	-
其他	0.25	3.51	1.09	2.67
合　计	0.87	6.62	1.10	2.68

2017 年、2018 年、2019 年及 2020 年 1-6 月，公司营业外支出分别为 2.68 万元、1.10 万元、6.62 万元及 0.87 万元，占当期利润总额的比重分别为 0.07%、0.03%、0.14%及 0.09%，占比极小。

10、政府补助

（1）报告期内，公司对政府补助的核算方法如下：

① 公司将收到的如下两种政府补助确认为递延收益：一是将与资产相关的政府补助确认为递延收益，并在相关资产使用寿命内平均分配计入当期损益；二是将与收益相关的政府补助，用于补偿以后期间的相关费用或损失的，确认为递延收益，并在确认相关费用的期间计入当期损益；

② 公司将收到的与当期或以前年度收益相关的政府补助直接计入当期损益；

③ 计入当期损益的政府补助中，与公司日常活动相关的政府补助，按照经济业务的实质，计入其他收益或冲减相关成本费用；与日常活动无关的政府补助，计入营业外收支。

（2）报告期内公司政府补助明细及变动情况如下：

① 2017 年公司政府补助明细及变动情况：

单位：万元

项　目	与资产相关/与收益相关	是否与公司日常活动相关	与政府补助相关的递延收益期初余额	本期收到的政府补助	本期计入其他收益的政府补助	本期计入营业外收支的政府补助	与政府补助相关的递延收益期末金额
资金技术改造（第一批）扶持金	与资产相关	是	-	56.30	5.63	-	50.67
新三板挂牌补贴项目资助经费	与收益相关	否	-	50.00	-	50.00	-
新三板挂牌专项扶持资金	与收益相关	否	-	100.00	-	100.00	-
稳岗补贴	与收益相关	是	-	9.00	9.00	-	-
合　计			-	215.30	14.63	150.00	50.67

② 2018 年公司政府补助明细及变动情况：

单位：万元

项目	与资产相关/与收益相关	是否与公司日常活动相关	与政府补助相关的递延收益期初余额	本期收到的政府补助	本期计入其他收益的政府补助	本期计入营业外收支的政府补助	与政府补助相关的递延收益期末金额
资金技术改造（第一批）扶持金	与资产相关	是	50.67	-	5.63	-	45.04
资金技术改造专项扶持资金	与资产相关	是	-	31.60	0.53	-	31.07
稳岗补贴	与收益相关	是	-	4.64	4.64	-	-
2017 年经济与科技发展专项扶持资金	与收益相关	是	-	20.00	20.00	-	-
2018 年经济与科技发展专项扶持资金	与收益相关	是	-	63.10	63.10	-	-
2016、2017 年国家高新技术企业认定奖补资金	与收益相关	是	-	5.00	5.00	-	-
工商、高新企业用电补贴（10 月）	与收益相关	是	-	41.70	41.70	-	-
工商、高新企业用电补贴（11 月）	与收益相关	是	-	28.92	28.92	-	-
合　计			50.67	194.96	169.51	-	76.11

③ 2019 年公司政府补助明细及变动情况：

单位：万元

项目	与资产相关/与收益相关	是否与公司日常活动相关	与政府补助相关的递延收益期初余额	本期收到的政府补助	本期计入其他收益的政府补助	本期计入营业外收支的政府补助	与政府补助相关的递延收益期末金额
资金技术改造（第一批）扶持金	与资产相关	是	45.04	-	5.63	-	39.41
资金技术改造专项扶持资金	与资产相关	是	31.07	-	3.16	-	27.91
工商、高新企业用电补贴（1 月）	与收益相关	是	-	9.07	9.07	-	-
工商、高新企业用电补贴（2 月）	与收益相关	是	-	7.09	7.09	-	-
工商、高新企业用电补贴（5 月）	与收益相关	是	-	15.13	15.13	-	-
工商、高新企业用电补贴（6 月）	与收益相关	是	-	15.26	15.26	-	-
工商、高新企业用电补贴（8 月）	与收益相关	是	-	15.75	15.75	-	-
工商、高新企业用电补贴（9 月）	与收益相关	是	-	8.23	8.23	-	-
工商、高新企业用电补贴（10 月）	与收益相关	是	-	-	-	-	-
工商、高新企业用电补贴（11 月）	与收益相关	是	-	15.90	15.90	-	-
深圳科技创新委员会研发资助款	与收益相关	是	-	45.40	45.40	-	-
2018 年第七批科技企业研发投入激励扶持资金	与收益相关	是	-	28.39	28.39	-	-
稳岗补贴	与收益相关	是	-	3.77	3.77	-	-
社保返还	与收益相关	是	-	1.08	1.08		
合　计			76.11	165.07	173.86	-	67.32

③ 2020 年 1-6 月公司政府补助明细及变动情况：

单位：万元

项目	与资产相关/与收益相关	是否与公司日常活动相关	与政府补助相关的递延收益期初余额	本期收到的政府补助	本期计入其他收益的政府补助	本期计入营业外收支的政府补助	与政府补助相关的递延收益期末金额
资金技术改造（第一批）扶持金	与资产相关	是	39.41	-	2.82	-	36.59
资金技术改造专项扶持资金	与资产相关	是	27.91	-	1.58	-	26.33
失业保险金返还	与收益相关	是	-	38.55	38.55	-	-
市政府代缴 2 月基本电费	与收益相关	是	-	4.40	4.40	-	-
市市场监督局 2018 年深圳市第二批专利申请资助款	与收益相关	是	-	1.00	1.00	-	-
稳岗补贴	与收益相关	是	-	2.58	2.58	-	-
深圳自来水污水处理费补贴	与收益相关	是	-	0.13	0.13	-	-
合　计			67.32	46.66	51.06	-	62.93

11、税项分析

（1）税金及附加

报告期内，公司税金及附加明细如下：

单位：万元

项　目	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
城市维护建设税	17.10	76.76	84.55	65.90
教育费附加	12.20	54.84	60.40	47.07
印花税	1.60	6.61	5.06	2.43
其他税费	-	9.35	7.80	-
合　计	30.90	147.56	157.81	115.40

2017 年、2018 年、2019 年及 2020 年 1-6 月，公司税金及附加分别为 115.40 万元、157.81 万元、147.56 万元及 30.90 万元，占当期利润总额的比例分别为 2.85%、4.41%、3.09%及 3.30%。公司缴纳的税金及附加以城市维护建设税和教育费附加为主，税基为当期流转税缴纳额。

（2）所得税费用

报告期内公司所得税费用情况如下：

单位：万元

项　目	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
当期所得税	100.94	618.49	610.50	562.14
递延所得税	3.17	0.72	-48.04	-21.61
合　计	104.11	619.20	562.47	540.53

2017 年、2018 年、2019 年及 2020 年 1-6 月，公司所得税费用分别为 540.53 万元、562.47 万元、619.20 万元及 104.11 万元，占利润总额比例分别为 13.37%、15.70%、12.95%及 11.13%。报告期内递延所得税费用主要因公司计提信用减值准备、资产减值准备，确认递延收益、预计负债及抵销内部销售未实现的损益造成的会计与税收差异影响所致。

12、报告期内净利润的主要来源

报告期内，公司营业利润、利润总额及净利润的情况具体为：

单位：万元

项　目	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
营业利润	936.31	4,785.93	3,582.70	3,895.38
利润总额	935.44	4,782.56	3,581.60	4,043.56
营业利润占利润总额的比例（%）	100.09	100.07	100.03	96.34

项　目	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
净利润	831.33	4,163.36	3,019.13	3,503.03
扣非后归属于母公司所有者的净利润	717.50	3,955.09	2,803.36	3,329.90

2017 年、2018 年、2019 年及 2020 年 1-6 月，发行人的净利润分别为 3,503.03 万元、3,019.13 万元、4,163.36 万元及 831.33 万元，扣非后归属于母公司净利润分别为 3,329.90 万元、2,803.36 万元、3,955.09 万元及 717.50 万元。公司的净利润主要来源于业务经营产生的营业利润，2017 年、2018 年、2019 年及 2020 年 1-6 月，公司营业利润占利润总额的比例分别为 96.34%、100.03%和 100.07%及 100.09%。

2018 年及 2019 年公司净利润较上一会计年度分别变动-13.81%和 37.90%，2018 年净利润下降的主要原因是公司投资四川普什的长期股权投资于 2018 年末全额计提了资产减值损失。扣除上述影响后，报告期内公司净利润呈持续增长趋势，净利润的增长主要来自主营业务收入增长及毛利率水平的提升。

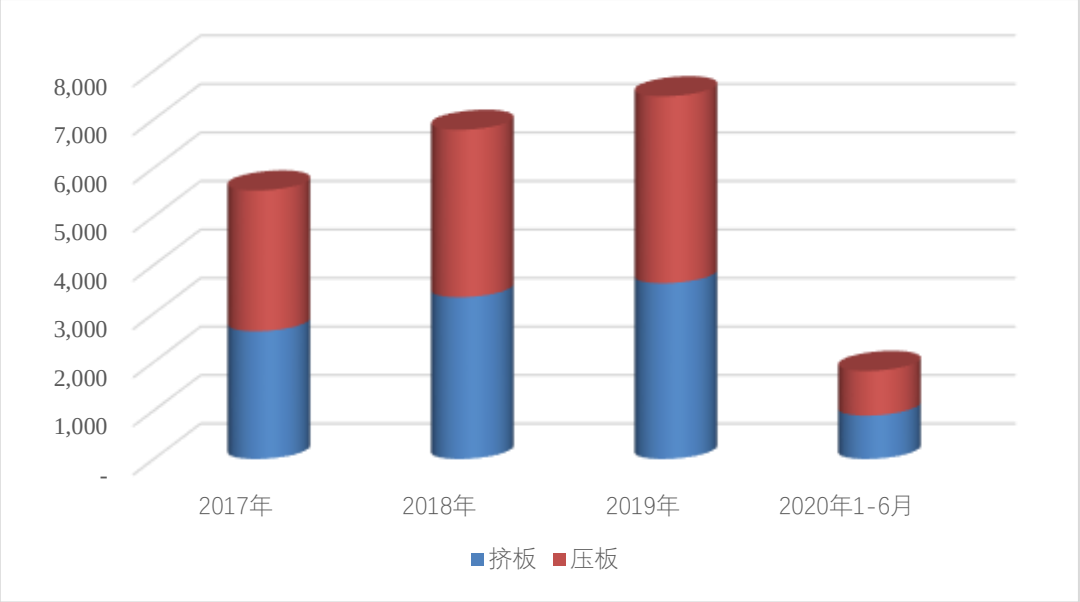
（四）毛利及毛利率分析

1、毛利结构分析

报告期内公司主营业务毛利额和占比如下表所示：

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	894.78	49.29	3,622.96	48.47	3,334.42	49.15	2,632.84	47.58
压 板	920.67	50.71	3,851.45	51.53	3,449.19	50.85	2,900.39	52.42
合　计	1,815.45	100.00	7,474.41	100.00	6,783.61	100.00	5,533.23	100.00

主营业务毛利结构图（单位：万元）



2017 年、2018 年及 2019 年，公司主营业务毛利分别为 5,533.23 万元、6,783.61 万元和 7,474.41 万元，2019 年比 2018 年增长 10.18%，2018 年比 2017 年增长 22.60%，公司毛利保持持续增长趋势。2020 年 1-6 月，公司主营业务毛利为 1,815.45 万元，比 2019 年下降较多，主要是因为受到新冠病毒肺炎疫情和春节假期的影响，2020 年 1-6 月营业收入下降较多。

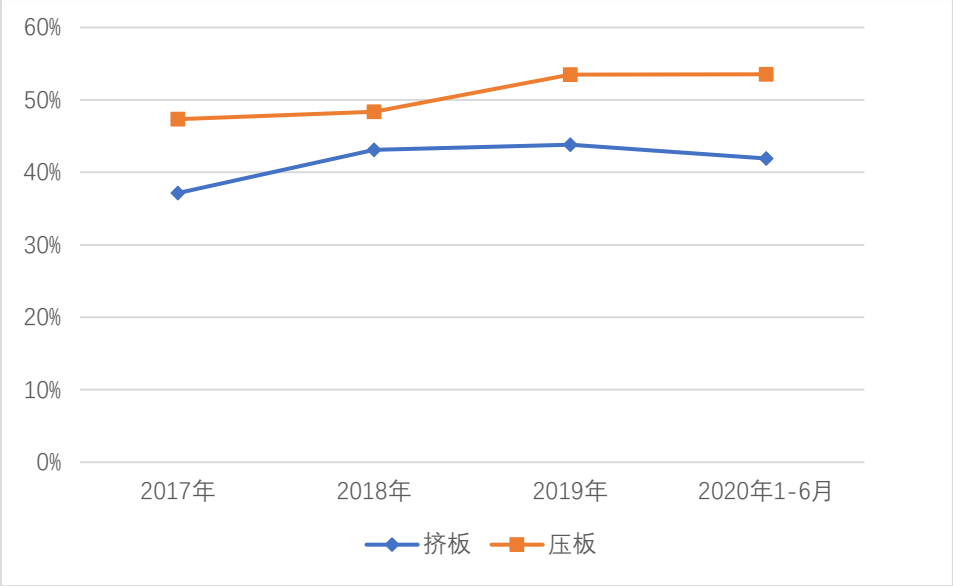
公司主营业务毛利由挤板和压板贡献。挤板和压板均保持稳定增长趋势，毛利结构及其变化与同期营业收入及结构变动趋势相匹配。

2、毛利率及变动趋势分析

报告期内公司主营业务毛利率和收入占比如下表所示：

项　目	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	毛利率（%）	收入占比（%）	毛利率（%）	收入占比（%）	毛利率（%）	收入占比（%）	毛利率（%）	收入占比（%）
挤 板	41.91	55.39	43.83	53.46	43.12	52.03	37.15	53.64
压 板	53.54	44.61	53.51	46.54	48.38	47.97	47.35	46.36
合　计	47.10	100.00	48.33	100.00	45.64	100.00	41.88	100.00

主营业务毛利率趋势图



（1）影响毛利率变动的因素

公司是专业从事醋酸纤维素板材设计开发、生产及销售的企业，公司以研发设计为驱动，辅以规模化的生产制造及健全的品质控制体系，通过设计开发新型图案模具和色彩、款式及结构的创新性，在业内赢得了良好的市场口碑。报告期内影响公司主营业务综合毛利率变动的因素如下：

① 行业因素

公司生产的板材主要用于中高端眼镜产品，主要客户包括在全球排名前列的眼镜产品制造商 Luxottica、Safilo，以及国内知名眼镜制造企业雅视光学、瓯海眼镜、新兴光学等一线眼镜制造商。中高端眼镜产品板材成本占最终售价的比例很低，品牌商更注重板材等原材料的质量和创意，是公司可以稳定毛利率的行业基础。公司通过不断丰富产品花色、提高产品质量，加强与下游制造商的合作，为提高毛利率奠定了业务基础。

② 营销策略

欧洲是全球中高端眼镜品牌的重要集中地和主要市场。公司通过积极参与在欧洲举办的国际专业展会进行品牌推广，准确捕捉行业最新流行趋势和时尚潮流元素，及时把握市场需求。2018 年公司设立意大利集美，公司产品在意大利当地的销售单价高于境内销售，有利于提高毛利率。

③ 生产工艺

公司在多年经营中，凭借稳定可靠的产品质量赢得了众多国内外一线眼镜制造商的认可与赞誉，报告期内公司持续更新设备、改进生产工艺，有效地提高了

良品率，减少损耗，从而降低单位成本，提升毛利率。

④ 销售价格

报告期内公司各型号产品含增值税的产品报价变化较小。自 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 月起由 16%调整为 13%，间接导致公司各型号产品的产品价格略有上升。另外，意大利集美销售的产品价格较高，2019 年其销售收入大幅上升，导致整体平均销售价格有所上升。

⑤ 原材料价格

公司生产产品的原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呈下降趋势。

（2）量化分析毛利率变动的原因

上述因素影响结果对主营业务综合毛利率最终体现在挤板、压板产品毛利率变动和挤板、压板产品结构变动上，因此，可以从各类产品毛利率变动和各类产品结构变动进一步量化分析公司综合毛利率变动原因，具体影响如下：

项　目	2020 年 1-6 月 较 2019 年	2019 年 较 2018 年	2018 年 较 2017 年
各类产品毛利率变动对主营业务综合毛利率的影响	-1.05%	2.76%	3.60%
各类产品结构变动对主营业务综合毛利率的影响	-0.19%	-0.07%	0.16%
主营业务综合毛利率实际变动	-1.24%	2.69%	3.77%

注：各类产品毛利率变动对主营业务综合毛利率的影响=Σ【本期各类产品销售比重×（本期毛利率－上期毛利率）】；各类产品结构变动对主营业务综合毛利率的影响=Σ【上期毛利率×（本期各产品收入占比－上期各产品收入占比）】；

2017 年、2018 年及 2019 年，公司主营业务综合毛利率分别为 41.88%、45.64%和 48.33%，毛利率逐年增长。

2018 年度，公司主营业务综合毛利率较上期上升 3.77%，其中各类产品毛利率变动影响毛利率 3.60%，主要是由于挤板产品毛利率较 2017 年上升 5.97%；另外，各类产品结构变动影响毛利率 0.16%，主要是由于压板销售额占比较上期增加 1.61%。

2019 年度，公司主营业务综合毛利率较 2018 年度上升 2.69%，其中各类产品毛利率变动影响毛利率 2.76%，主要是由于压板毛利率较 2018 年上升 5.13%；另外，各类产品结构变动影响毛利率-0.07%，主要是由于压板销售额占比较上期下降 1.43%。

2020 年 1-6 月，公司主营业务综合毛利率较 2018 年度下降 1.24%，其中各类产品毛利率变动影响毛利率下降 1.05%，主要是由于挤板毛利率较 2018 年下降 1.92%；另外，各类产品结构变动影响毛利率下降 0.19%，主要是由于压板销售额占比较上期下降 1.93%。

（3）毛利率变动按产品类别分析

公司的产品分为挤板和压板两大类，2017 年、2018 年及 2019 年，挤板毛利率分别为37.15%、43.12%和 43.83%，压板毛利率分别为 47.35%、48.38%和 53.51%。各类产品毛利率的变动主要表现为销售单价和单位成本的变动。

报告期内，公司产品平均销售价格及单位成本变动分产品类别情况如下：

单位：元/千克

项目	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	销售单价	单位成本	销售单价	单位成本	销售单价	单位成本	销售单价	单位成本
挤板	65.78	38.21	66.05	37.10	65.73	37.39	68.42	43.00
压板	119.87	55.69	116.68	54.24	113.33	58.50	112.30	59.13
合计	82.36	43.57	82.76	42.76	82.32	44.74	83.56	48.56

① 挤板毛利率变动分析

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

（续上表）

项目	2018 年度			2017 年度	
	毛利率（%）	收入占比（%）	毛利率变动（%）	毛利率（%）	收入占比（%）
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

（续上表）

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%。

2019 年挤板毛利率比 2018 年上升 0.71 个百分点，波动较小。2018 年挤板毛利率比 2017 年上升 5.97 个百分点。主要是因为在平均销售单价下降 3.93%的情况下单位成本下降了 13.05%，挤板平均销售单价下降的主要原因请参见本节“十、经营成果分析”之“（一）营业收入情况”之“4、报告期内公司产品销售数量、销售单价变化情况及原因说明”，挤板单位成本的大幅下降主要是因为：

A. 公司产品的主要原材料醋酸纤维素胶粒价格受市场行情变化影响呈下降趋势，2018 年醋酸纤维素胶粒平均采购单价比 2017 年下降 3.74%；

原材料价格波动与挤板毛利率对比情况如下：

项　目	2019 年	2018 年	2017 年
醋酸纤维素胶粒单价（元/千克）	28.55	28.81	29.94
醋酸纤维素胶粒单价变动（%）	-0.90	-3.77	——
挤板毛利率（%）	43.83	43.12	37.15
挤板毛利率变动（%）	0.71	5.97	——

2018 年挤板毛利率比 2017 年增长 5.97%，2018 年醋酸纤维素胶粒单价比 2017 年下降 3.77%，变化方向合理。2019 年挤板毛利率和醋酸纤维素胶粒单价变化均较小。

B. 2017 年底 2018 年初公司更换了部分切断拖拉牵引机组、挤出机组等挤板生产设备，改进生产工艺，较大幅度降低了损耗，使公司的投入产出比提高了 8.71%。

2019 年末公司挤板主要机器设备明细和成新率如下：

项　目	账面原值	账面余额	开始使用时间	成新率
三芯大挤出模具	448,717.95	249,729.35	2015/4/30	55.65%
三芯大挤出模具	435,897.44	239,142.05	2015/3/31	54.86%
JH 系列模具	235,000.00	11,750.00	2006/1/31	5.00%
挤板模具	196,923.08	142,347.91	2017/1/22	72.29%
J5 系列模具	180,000.00	9,000.00	2006/1/31	5.00%
挤出模具	178,905.99	110,903.67	2015/12/31	61.99%
水冷拉条挤出机	176,923.08	104,069.74	2015/8/31	58.82%
三层皮子挤出模具	169,230.77	95,523.98	2015/5/31	56.45%
ZTE52 挤出机组	152,136.76	123,227.68	2017/12/31	81.00%
J3H 系列模具	145,000.00	48,543.04	2012/12/31	33.48%

从上表可见，ZTE52 挤出机组为公司于 2017 年末更新的挤板设备，其他于

2017 年末更新的挤板设备为 3 套冲床切断、拖拉牵引机，明细如下：

项　目	账面原值	账面余额	开始使用时间	成新率
冲床切断、拖拉牵引机	68,376.07	54,841.71	2017/11/30	80.21%
冲床切断、拖拉牵引机	68,376.07	54,841.71	2017/11/30	80.21%
冲床切断、拖拉牵引机	68,376.07	54,841.71	2017/11/30	80.21%

从上表可见，上述更新的设备促进了 2018 年挤板投入产出率的提高，从而提高 2018 年挤板毛利率。

② 压板毛利率变动分析

公司报告期内压板细分类别毛利率、销量占比及毛利率变动情况如下：

项目	2020 年 1-6 月			2019 年度		
	毛利率（%）	收入占比（%）	毛利率变动（%）	毛利率（%）	收入占比（%）	毛利率变动（%）
压板碎花类	56.08	69.74	0.65	55.43	66.88	9.71
压板拼板类	47.70	30.26	-1.94	49.64	33.12	-3.56
合计	53.54	100.00	0.03	53.51	100.00	5.13

（续上表）

项目	2018 年度			2017 年度	
	毛利率（%）	收入占比（%）	毛利率变动（%）	毛利率（%）	收入占比（%）
压板碎花类	45.71	64.37	0.99	44.72	66.46
压板拼板类	53.20	35.63	0.65	52.55	33.54
合计	48.38	100.00	1.03	47.35	100.00

注：压板毛利率=碎花类毛利率*碎花类收入占比+拼板类毛利率*拼板类收入占比

2018 年压板毛利率比 2017 年上升 1.03 个百分点，压板碎花类和压板拼板类毛利率变动趋势与压板整体毛利率变动趋势一致，其中压板拼版类毛利率上升 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

（续上表）

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；

2018年压板毛利率比2017年上升1.03个百分点，波动较小。2019年压板毛利率比2018年上升5.13个百分点，主要是因为在平均销售单价上升2.95%的情况下单位成本下降了7.27%，压板平均销售单价上升的主要原因请参见本节“十、经营成果分析”之“（一）营业收入情况”之“4、报告期内公司产品销售数量、销售单价变化情况及原因说明”，压板单位成本的大幅下降主要是因为：

A. 公司产品的主要原材料醋酸纤维素胶粒价格受市场行情变化影响呈下降趋势，2019年醋酸纤维素胶粒平均采购单价比2018年下降0.92%；

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。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。

B. 2019 年公司提高了生产计划和管理能力，有效降低了压板损耗和单位生产成本。**2019 年公司优化压板生产计划和提高压板生产管理能力，导致压板单位成本下降，毛利率上升的措施有：**（a）对于销量较好的压板产品，公司以计划订单的方式提前增加单次产量，减少生产批次，有效降低了损耗；**（b）优化压板生产工艺，调整作业方法，提高生产效率，例如于 2019 年 5 月更换热压水泵和管道，减少冷却时间，缩短单位生产时间；（c）压板作业人员流失率降低，熟练工人生产效率较高，对产品产量和质量都有促进作用；（d）公司于 2019 年 1 月新增小型自动压片机，专门用于生产压板样板，减少生产压板样板占用压板生产线造成的效率损失。**

C. 压板主要机器设备成新率及更新进展

2019 年末公司压板主要机器设备明细如下：

单位：元

项　目	账面原值	账面余额	开始使用时间	成新率
导热油加热层压机热压机	1,205,128.25	861,594.29	2016/12/31	71.49%
导热油加热层压机	1,205,128.23	861,594.27	2016/12/31	71.49%
热压机	598,290.63	342,521.37	2015/3/31	57.25%
压板机	427,350.42	196,581.06	2013/12/31	46.00%
冷热同台、层压机	401,709.40	229,930.36	2015/6/30	57.24%
压板机	265,000.00	61,579.02	2011/11/30	23.24%
热压机	256,410.27	144,871.63	2015/2/28	56.50%
冷热同台、层压机	256,410.26	142,702.51	2015/4/30	55.65%
冷热同台、层压机	256,410.25	142,702.54	2015/4/30	55.65%
回流线	247,863.24	177,207.30	2016/12/31	71.49%
压板机	230,769.24	99,230.72	2013/8/31	43.00%
自动涂胶水机	203,883.50	178,058.22	2018/8/24	87.33%

公司于 2018 年 8 月新增自动涂胶水机，实现该流程的自动化，提高了生产效率，对压板毛利率提高带来积极影响。

③ 主要原材料价格波动、投入产出比波动对挤板类和压板类产品毛利率的敏感性分析

以 2019 年直接材料、直接人工和制造费用构成为基础，假设原材料价格上升 1%、2%、5%和 10%，计算挤板和压板产品毛利率对原材料价格波动的敏感性如下：

原材料价格波动	1%	2%	5%	10%
挤板毛利率波动	-0.42%	-0.84%	-2.09%	-4.18%
压板毛利率波动	-0.35%	-0.69%	-1.73%	-3.45%

挤板毛利率和压板毛利率对原材料价格的敏感性均为负，其中挤板毛利率对原材料价格的敏感性略大于压板。

以2019年的投入产出率为基础,假设投入产出率上升1%、2%、5%和10%，计算挤板和压板产品毛利率对投入产出比波动的敏感性如下：

投入产出率波动	1%	2%	5%	10%
挤板毛利率波动	0.65%	1.28%	3.09%	5.85%
压板毛利率波动	0.53%	1.06%	2.55%	4.84%

挤板毛利率和压板毛利率对原材料价格的敏感性均为正，其中挤板毛利率对原材料价格的敏感性略大于压板。

3、同行业上市公司毛利率比较

公司代码	公司名称	毛利率（%）			
		2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
603657.SH	春光科技	31.50	34.20	33.76	36.33
688299.SH	长阳科技	36.08	33.72	28.29	27.91
002735.SZ	王子新材	20.95	21.18	24.36	24.93
300717.SZ	华信新材	28.86	29.22	26.99	29.58
平　均		29.35	29.58	28.35	29.69
本公司		46.64	47.81	45.38	41.66

数据来源：根据可比上市公司公开信息统计。

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。根据中国证监会发布的《上市公司行业分类指引》（2012 年修订），公司从事的业务属于“C 制造业”之“C29 橡胶和塑料制品业”，公司选择了塑料制品业中与本公司营业收入和盈利水平近似的公司作为可比公司进行比较。

上述同行业上市公司中，春光科技的主要产品是用于清洁电器的伸缩软管、挤出软管、吹塑软管、吸塑软管和复合缠绕软管连接器等，主要原材料为聚乙烯类、PVC 等；长阳科技的主要产品为反射膜、功能膜片材料、背板基膜、光学基膜等，主要原材料为 PET 膜级切片、母粒及树脂、聚酯切片；王子新材的主要产品为塑料包装材料，主要原材料为聚乙烯原料、聚酯片材等；华信新材的主要产

品为 PVC（用于制造银行卡、各类 IC 卡等）、激光材料、带胶膜、打印膜片等，主要原材料为 PVC 树脂、钛白粉、稳定剂等。公司与上述可比公司虽同属塑料制品业，但公司的主要产品为醋酸纤维素板材，主要原材料为醋酸纤维素，由棉绒经醋酸活化后制备，单位成本高于普通塑料。从市场来看，公司产品主要用于中高端眼镜，由于板材成本占中高端眼镜最终售价的比例很低，品牌商更注重板材等原材料的质量和创意，且公司产品技术含量较高、质量稳定，在醋酸纤维素板材行业处于领先地位，因此公司毛利率与上述塑料行业上市公司不具有可比性。

公众公司中与公司主营业务相同或相近的仅有新三板挂牌企业雅格股份，报告期内雅格股份与公司毛利率的情况如下：

公司代码	公司名称	毛利率（%）			
		2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
831748.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。

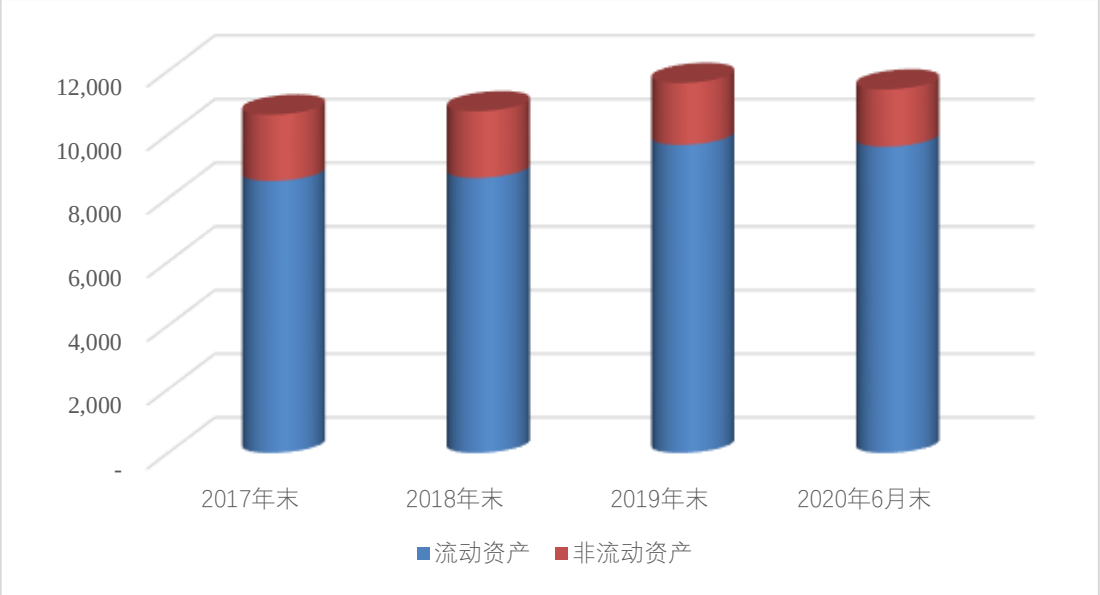
十一、资产质量分析

（一）资产的构成及其变化分析

报告期内，公司资产构成情况如下：

项　目	2020/06/30		2019/12/31		2018/12/31		2017/12/31	
	金额（万元）	占比（%）	金额（万元）	占比（%）	金额（万元）	占比（%）	金额（万元）	占比（%）
流动资产合计	9,621.79	84.25	9,679.47	83.29	8,637.76	80.47	8,543.50	80.40
非流动资产合计	1,798.57	15.75	1,941.80	16.71	2,096.10	19.53	2,082.98	19.60
资产总计	11,420.37	100.00	11,621.27	100.00	10,733.87	100.00	10,626.48	100.00

公司资产总额及变动趋势图（单位：万元）



2017 年末、2018 年末及 2019 年末，公司资产总额分别为 10,626.48 万元、10,733.87 万元和 11,621.27 万元，资产规模持续增长。资产总额的增长主要是因为公司主营业务增长导致净利润和现金流量增加。2020 年 6 月末公司资产总额为 11,420.37 万元，比 2019 年末略有下降，一方面是因为受到新冠病毒肺炎疫情和春节假期的影响，2020 年 1-6 月主营业务收入下降，净利润增长较少，另一方面公司于 2020 年归还了 300 万元银行借款本金及利息。

（二）主要流动资产分析

公司流动资产的主要构成情况如下：

项　目	2020/6/30		2019/12/31		2018/12/31		2017/12/31	
	金额（万元）	占比（%）	金额（万元）	占比（%）	金额（万元）	占比（%）	金额（万元）	占比（%）
货币资金	529.57	5.50	388.30	4.01	536.36	6.21	457.32	5.35
交易性金融资产	4,635.19	48.17	3,163.19	32.68	-	-	-	-
应收账款	2,511.14	26.10	4,175.65	43.14	4,332.42	50.16	4,233.37	49.55
预付账款	81.91	0.85	225.70	2.33	135.70	1.57	43.43	0.51
其他应收款	61.55	0.64	72.26	0.75	73.42	0.85	5.90	0.07
存货	1,596.30	16.59	1,596.37	16.49	1,597.57	18.50	1,430.58	16.74
其他流动资产	206.13	2.14	58.01	0.60	1,962.29	22.72	2,372.91	27.77
合　计	9,621.79	100.00	9,679.47	100.00	8,637.76	100.00	8,543.50	100.00

2017 年末、2018 年末及 2019 年末，公司流动资产总额分别为 8,543.50 万元、8,637.76 万元及 9,679.47 万元，流动资产总额稳步上升。2020 年 6 月末公司流动资产总额为 9,621.79 万元，比 2019 年末略有下降，主要是因为受到新冠病

毒肺炎疫情和春节假期的影响，2020 年 1-6 月营业收入下降，应收账款余额随之下降。

公司流动资产主要由交易性金融资产、应收账款、存货和其他流动资产构成，2017 年末、2018 年末、2019 年末及 2020 年 6 月末上述四项资产余额合计占流动资产的比例平均分别为 94.07%、91.37%、92.91%及 93.01%。流动资产的具体情况分析如下：

1、货币资金

项　目	2020/6/30		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（%）
库存现金	8.94	1.69	13.02	3.35	13.77	2.57	5.90	1.29
银行存款	403.89	76.27	373.83	96.27	522.59	97.43	451.42	98.71
其他货币资金	116.73	22.04	1.45	0.37	-	-	-	-
合　计	529.57	100.00	388.30	100.00	536.36	100.00	457.32	100.00
其中：存放在境外的款项总额	165.97	31.34	151.77	39.09	88.97	16.59	-	-

截至 2017 年末、2018 年末、2019 年末及 2020 年 6 月末，公司货币资金余额分别为 457.32 万元、536.36 万元、388.30 万元及 529.57 万元，占流动资产比重分别为 5.35%、6.21%、4.01%及 5.50%。公司货币资金金额和占流动资产的比重变动较小，主要是因为公司执行严格的货币资金管理制度，注重理财规划，闲置资金主要用于购买理财产品，具体请参见本部分之“2、交易性金融资产”和“7、其他流动资产”。

2019 年公司的其他货币资金主要为存放于支付宝、微信支付等第三方支付平台的资金；2020 年 6 月末公司的其他货币资金为在途资金，对方已汇出，月底尚未到账，公司于 2020 年 7 月 3 日收到该笔汇款。公司存放在境外的款项为意大利集美的库存现金和银行存款。

2、交易性金融资产

项　目	2020/6/30		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（%）
理财产品	4,635.19	100.00	3,163.19	100.00	-	-	-	-
合　计	4,635.19	100.00	3,163.19	100.00	-	-	-	-

2018 年以前，公司将理财产品在其他流动资产项目列示，自 2019 年 1 月 1

日起公司开始执行新金融工具准则，将理财产品在交易性金融资产项目列示。

2019 年末公司的交易性金融资产系购买的金融机构理财产品，其中本金 3,150 万元、公允价值变动收益 13.19 万元；2020 年 6 月末公司的交易性金融资产系购买的金融机构理财产品，其中本金 4,550 万元、公允价值变动收益 85.19 万元。

公司以闲置资金购买理财产品的主要目的为提高资金利用率，公司购买的理财产品为期限较短、风险较低的金融机构理财产品，对公司的资金安排或流动性不存在重大不利影响。

3、应收账款

（1）应收账款总体变动情况

项　目	2020/6/30		2019/12/31		2018/12/31		2017/12/31	
	金额（万元）	比例（%）	金额（万元）	比例（%）	金额（万元）	比例（%）	金额（万元）	比例（%）
应收账款账面余额	2,690.88	100.00	4,443.88	100.00	4,600.37	100.00	4,272.90	100.00
坏账准备金额	179.74	6.68	268.23	6.04	267.94	5.82	39.53	0.93
应收账款账面价值	2,511.14	93.32	4,175.65	93.96	4,332.42	94.18	4,233.37	99.07

2017 年末、2018 年末、2019 年末及 2020 年 6 月末，公司应收账款账面价值分别为 4,233.37 万元、4,332.42 万元、4,175.65 万元及 2,511.14 万元，占流动资产总额的比重分别为 49.55%、50.16%、43.14%及 26.10%。2020 年 6 月末应收账款账面价值占流动资产总额的比重下降，主要是因为受新冠病毒肺炎和春节假期的影响，2020 年 1-6 月营业收入下降。

公司根据客户的信用情况和业务规模给予一定的信用期，信用期主要为 30 天、60 天、90 天及 120 天。业务规模较大的客户一般信用较好，公司给予该类客户的信用期相对较长，期末应收账款余额多为该类客户欠款。

2018 年末应收账款余额较 2017 年末增长 7.66%，主要系主营业务收入增长导致。

2017 年（末）、2018 年（末）及 2019 年（末）公司应收账款余额、主营业务收入金额及增长情况如下：

项　目	2019 年（末）	2018 年（末）	2017 年（末）
应收账款账面余额（万元）	4,443.88	4,600.37	4,272.90
主营业务收入金额（万元）	15,464.10	14,861.75	13,212.34
应收账款账面余额占主营业务收入比例（%）	28.74	30.95	32.34

报告期公司较为严格地执行信用期制度，各期末应收账款账面余额与当期主营业务收入的比例基本稳定。

报告期内公司主要客户信用政策（信用期）变化情况，如下表所示：

序号	客户名称	信用期变更时间	变更前	变更后
1	东莞汇俊眼镜制品有限公司	2018 年 1 月	60 天	90 天
2	东莞华宏	2018 年 8 月	60 天	90 天
3	雅骏光学科技（深圳）有限公司	2020 年 1 月	30 天	60 天

公司主要客户中，除东莞汇俊眼镜制品有限公司的信用期在 2018 年 1 月从 60 天变更为 90 天、东莞华宏的信用期在 2018 年 8 月从 60 天变更为 90 天、雅骏光学科技（深圳）有限公司的信用期在 2020 年 1 月从 30 天变更为 60 天外，公司其他主要客户的信用期在报告期内未发生变化。2017 年度和 2018 年度，公司对东莞汇俊眼镜制品有限公司的销售额分别为 110.24 万元和 118.38 万元。2018 年度和 2019 年度，公司对东莞华宏的销售额分别为 1,935.69 万元和 1,933.52 万元。2019 年度和 2020 年 1-6 月，公司对雅骏光学科技（深圳）有限公司的销售额分别为 354.95 万元和 118.72 万元。公司不存在放宽信用政策对部分客户实现收入增长的情形。

（2）应收账款质量分析

① 应收账款账龄分析

2017 年末、2018 年末、2019 年末及 2020 年 6 月末，公司应收账款账面余额分别为 4,272.90 万元、4,600.37 万元、4,443.88 万元及 2,690.88 万元，其中，以账龄为基础计提坏账准备的应收账款余额为 4,233.37 万元、4,560.84 万元、4,398.46 万元及 2,645.46 万元。

报告期各期末，公司以账龄为基础计提坏账准备的应收账款账龄及相应的坏账准备情况如下：

账龄	2020 年 6 月 30 日			
	账面余额（万元）	比例（%）	坏账准备（万元）	账面价值（万元）
1 年以内	2,604.49	98.45	130.22	2,474.27

1~2 年	40.97	1.55	4.10	36.87
合计	2,645.46	100.00	134.32	2,511.14
账龄	2019 年 12 月 31 日			
	账面余额（万元）	比例（%）	坏账准备（万元）	账面价值（万元）
1 年以内	4,340.57	98.68	217.03	4,123.54
1~2 年	57.89	1.32	5.79	52.10
合计	4,398.46	100.00	222.82	4,175.65
账龄	2018 年 12 月 31 日			
	账面余额（万元）	比例（%）	坏账准备（万元）	账面价值（万元）
1 年以内	4,552.30	99.81	227.56	4,324.74
1~2 年	8.54	0.19	0.85	7.68
合计	4,560.84	100.00	228.41	4,332.42
账龄	2017 年 12 月 31 日			
	账面余额（万元）	比例（%）	坏账准备（万元）	账面价值（万元）
1 年以内	4,233.37	100.00	-	4,233.37
合计	4,233.37	100.00	-	4,233.37

报告期内，公司制定并执行的信用政策中，给予老客户的信用期通常为 30 天、60 天、90 天及 120 天，对于部分新增客户及采购量小的客户，通常采用先款后货的方式。实现销售后，公司要求销售人员对客户及时跟踪，了解客户的日常经营情况，根据应收账款信用期及时催款，对于出现回款超过一定期限的客户，暂停向其供货。由于公司对销售款项采取了“事前、事中、事后”等不同的控制措施，保证了公司销售款项及时收回。

报告期内，公司 98%以上的应收账款账龄在 1 年以内，应收账款质量较好。

报告期各期末，公司逾期应收账款情况及期后回收情况如下：

项　目	2020/06/30	2019/12/31	2018/12/31	2017/12/31
应收账款账面余额（万元）	2,690.88	4,443.88	4,600.37	4,272.90
逾期应收账款金额（万元）	787.89	527.10	645.51	352.73
逾期比例（%）	29.28	11.86	14.03	8.26
应收账款期后回款金额（万元）	2,070.37	4,329.10	4,521.38	4,227.49
应收账款期后回款占比（%）	76.94	97.42	98.28	98.94
逾期应收账款期后回款金额（万元）	461.64	427.14	588.77	307.31
逾期应收账款期后回款占比（%）	58.59	81.04	91.21	87.12

注：应收账款逾期标准为超过约定的收款时间而尚未回款的金额。2019 年末的期后回款占

比=2019 年末至回款截止日即 2020 年 9 月 30 日的回款金额/2019 年末的应收账款余额，其他期间同理。逾期应收账款期后回款金额的回款截止日为 2020 年 9 月 30 日。

2017 年末、2018 年末、2019 年末及 2020 年 6 月 30 日，公司逾期应收账款余额分别为 352.73 万元、645.51 万元、527.10 万元和 787.89 万元，占各期末应收账款余额的比重分别为 8.26%、14.03%、11.86%和 29.28%。截至 2020 年 9 月 30 日，上述各期末逾期应收账款的回款金额分别为 307.31 万元、588.77 万元、427.14 万元和 461.64 万元，占各期末逾期应收账款余额的比例分别为 87.12%、91.21%、81.04%和 58.59%。

2018 年末、2019 年末及 2020 年 6 月 30 日，公司存在逾期一年以上的应收账款，余额分别为 48.07 万元、103.31 万元和 86.08 万元，其中 39.53 万元、45.42 万元和 45.42 万元已单项全额计提坏账准备。2020 年 6 月 30 日公司逾期一年以上的应收账款截至本招股说明书签署日尚未取得回款。除已单项计提坏账准备的逾期客户外，其他客户信用状况良好。

2017 年末、2018 年末、2019 年末及 2020 年 6 月 30 日，公司应收账款截至 2020 年 9 月 30 日的期后回款金额分别为 4,227.49 万元、4,521.38 万元、4,329.10 万元和 2,070.37 万元，占各期末应收账款余额的比重分别为 98.94%、98.28%、97.42%和 76.94%。2020 年初新冠肺炎疫情在全球爆发，下游企业流动性受到影响，对公司应收账款回款造成一定的不利影响。

公司报告期各期末应收账款期后回收金额，按各期末期后半年、半年至一年、一年至两年、两年以上的列示情况如下：

项 目	2020/06/30		2019/12/31		2018/12/31		2017/12/31	
	金额（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。

② 坏账准备计提

2017 年末、2018 年末、2019 年末及 2020 年 6 月末，应收账款坏账准备余额分别为 39.53 万元、267.94 万元、268.23 万元及 179.74 万元，占应收账款账面余额的比例分别为 0.93%、5.82%、6.04%及 6.68%。从 2018 年末开始，坏账准备金额占应收账款余额的比例大幅上升，主要是因为公司于 2018 年调整了坏账准备计提比例的会计估计，并适用未来适用法。使用调整后的计提比例测算，2017 年公司应补提的坏账准备金额为 211.67 万元，占当期利润总额比例为 5.23%。报告期内公司不存在较大额度的应收账款坏账损失，公司坏账准备计提充分，能够有效覆盖坏账损失的风险。

2017 年末、2018 年末、2019 年末及 2020 年 6 月末，公司应收账款账面余额分别为 4,272.90 万元、4,600.37 万元、4,443.88 万元及 2,690.88 万元，其中，以账龄为基础计提坏账准备的应收账款余额为 4,233.37 万元、4,560.84 万元、4,398.46 万元及 2,645.46 万元，具体参见本部分之“①应收账款账龄分析”，单独计提坏账准备的应收账款余额为 39.53 万元、39.53 万元、45.42 万元及 45.42 万元，具体情况如下：

报告期各期末，公司应收东莞宏达眼镜有限公司的货款余额为 39.53 万，为单独计提坏账准备的应收账款。因该公司无力支付货款，且被其他债权人起诉已进入破产清算阶段，预计难以收回，基于谨慎性考虑，公司对应收上述客户款项全额计提了坏账准备。

2019 年末及 2020 年 6 月末，单独计提坏账准备的应收账款余额还包括应收深圳市传奇眼镜制品有限公司 4.81 万元和应收深圳市兴华宇眼镜制造厂 1.08 万元，上述应收账款账龄较长且很难有效催收，基于谨慎性考虑，公司对应收上述客户款项全额计提了坏账准备。

③ 坏账准备计提比例与可比上市公司的比较情况

公司应收账款坏账准备计提比例与可比上市公司比较情况如下表：

公司代码	公司名称	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.SH	长阳科技	5%	15%	50%	100%	100%	100%
002735.SZ	王子新材	3%	10%	20%	30%	50%	100%
300717.SZ	华信新材	5%	20%	50%	100%	100%	100%
发行人		5%	10%	30%	100%	100%	100%

数据来源：根据可比上市公司公开信息统计。

由上表可见，与可比上市公司相比，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。报告期内公司未发生重大坏账损失，公司坏账计提合理。

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

（3）应收账款集中度分析

2019年6月末公司应收账款账面余额前五名情况如下：

序号	单位名称	期末余额（万元）	占应收账款期末余额的比例（%）	坏账准备（万元）	备注
1	陆逊梯卡华宏（东莞）眼镜有限公司	426.70	15.86	21.34	注 1
	Luxottica Group S.p.A.	15.88	0.59	0.79	
	小　计	442.58	16.45	22.13	
2	雅骏光学科技（深圳）有限公司	119.28	4.43	5.96	
3	香港新兴眼镜制造厂有限公司	93.67	3.48	4.68	注 2
	东莞新溢眼镜制造有限公司	0.52	0.02	0.03	
	小　计	94.19	3.50	4.71	
4	温州市瓯海眼镜有限公司	84.71	3.15	4.24	
5	温州三杉光学有限公司	79.10	2.94	3.96	
合　计		819.87	30.47	40.99	

注1：Luxottica Group S.p.A.控制的企业。

注2：香港新兴眼镜制造厂有限公司控制的企业。

报告期各期末，公司应收账款前五名客户均规模较大，信誉较好，回款正常，与公司有着长期稳定的业务合作关系。各期末，公司应收账款前五名中无当年新增的客户。

2017年末、2018年末、2019年末及2020年6月末，公司前五名客户应收账款合计占报告期各期末应收账款账面余额的比重分别为30.67%、33.59%、28.29%及30.47%，应收账款集中度较低。

4、预付款项

项　目	2020/6/30		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（%）
1 年以内	75.93	92.70	224.22	99.34	135.70	100.00	43.43	100.00
1~2 年	4.50	5.49	1.48	0.66	-	-	-	-
2 年以上	1.48	1.81	-	-	-	-	-	-
合　计	81.91	100.00	225.70	100.00	135.70	100.00	43.43	100.00

2017 年末、2018 年末、2019 年末及 2020 年 6 月末，预付款项账面价值分别为 43.43 万元、135.70 万元、225.70 万元及 81.91 万元，占流动资产的比重分别为 0.51%、1.57%、2.33%及 0.85%。

公司的预付账款为预付的原材料和服务采购款，其中主要为预付四川普什的原材料采购款。2017 年末、2018 年末及 2019 年末对四川普什的预付账款余额分别为 37.50 万元、129.40 万元和 160.62 万元，逐年上升，一方面是因为四川普什产品质量稳定，随着公司入股四川普什，合作更为紧密；另一方面根据公司与四川普什签订的销售合同，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，2017 年、2018 年及 2019 年公司获得的返利分别为 37.50 万元、43.21 万元和 77.14 万元，于期末计提并列示于预付账款。

2020 年 6 月末公司对四川普什的预付账款余额为 0，因为公司原材料库存能够满足生产需要，于 2020 年 6 月末不存在执行中的四川普什采购订单。2020 年 6 月末预付账款主要包括预付温州分公司房租 28.70 万元及预付米兰展相关费用 29.18 万元。

5、其他应收款

2017 年末、2018 年末、2019 年末及 2020 年 6 月末，公司其他应收款金额分别为 5.90 万元、73.42 万元、72.26 万元及 61.55 万元。占流动资产的比重分别为 0.07%、0.85%、0.75%及 0.64%。报告期各期末，公司无应收利息和应收股利，其他应收款构成主要为押金、保证金、代垫款项和业务备用金。报告期各期末，公司其他应收款余额中不存在应收关联方的款项。

报告期各期末，其他应收款明细如下：

项　目	2020 年 6 月 30 日			
	账面余额（万元）	比例（%）	坏账准备（万元）	账面价值（万元）
押金、保证金	55.28	82.12	5.08	50.20
代垫款项	12.04	17.88	0.69	11.35
业务备用金	-	-	-	-
合　计	67.31	100.00	5.77	61.55
项　目	2019 年 12 月 31 日			
	账面余额（万元）	比例（%）	坏账准备（万元）	账面价值（万元）
押金、保证金	56.80	73.84	3.45	53.34
代垫款项	19.87	25.83	1.18	18.69
业务备用金	0.26	0.34	0.03	0.23
合　计	76.92	100.00	4.66	72.26
项　目	2018 年 12 月 31 日			
	账面余额（万元）	比例（%）	坏账准备（万元）	账面价值（万元）
押金、保证金	34.58	44.74	1.74	32.84
代垫款项	34.74	44.95	1.74	33.01
业务备用金	7.97	10.31	0.40	7.57
合计	77.30	100.00	3.88	73.42
项　目	2017 年 12 月 31 日			
	账面余额（万元）	比例（%）	坏账准备（万元）	账面价值（万元）
押金、保证金	0.20	3.39	-	0.20
代垫款项	3.54	60.06	-	3.54
业务备用金	0.83	14.15	-	0.83
其他	1.32	22.39	-	1.32
合　计	5.90	100.00	-	5.90

2020 年 6 月末，公司其他应收款账龄构成如下：

账　龄	其他应收款账面余额		坏账准备（万元）
	金额（万元）	占比（%）	
1 年以内	53.63	79.67	2.68
1~2 年	5.80	8.61	0.58
2~3 年	7.68	11.42	2.31
3 年以上	-	-	-
合　计	67.31	100.00	5.77

截至报告期末，公司其他应收账款结构合理，坏账准备计提充分，不存在回款风险。

2019 年 6 月末，公司其他应收款前五名如下：

单位名称	性质	期末余额（万元）	占其他应收款期末余额的比例（%）	已计提坏账准备（万元）
深圳市永长泰实业发展有限公司	押金	38.08	56.57	1.90
员工	代垫社保费	10.14	15.07	0.51
旭程电子（深圳）有限公司保证金	押金	7.62	11.33	2.29
强强集团有限公司	押金	3.00	4.46	0.30
深圳市红荷森泉置业发展有限公司	押金	2.40	3.57	0.12
合计	—	61.25	90.99	5.12

6、存货

项　目	2020/6/30		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

2017 年末、2018 年末、2019 年末及 2020 年 6 月末，公司存货账面价值分别为 1,430.58 万元、1,597.57 万元、1,596.37 万元及 1,596.30 万元，占流动资产的比重分别为 16.74%、18.50%、16.49%及 16.59%。报告期各期末，公司存货余额占流动资产的比例相对稳定。

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。

（1）公司存货的具体形态

公司的存货包括原材料、在产品、库存商品、发出商品；公司原材料主要为醋酸纤维素胶粒和色粉，在验收入库后，根据实际采购成本计价；公司在产品包括生产线上在产产品的生产成本，以及将用于生产压板的挤碎料，公司的库存商品主要包括挤板和压板；公司的发出商品为已出库但尚未收到客户确认单的产品。

（2）存货变动分析

2017 年末、2018 年末、2019 年末及 2020 年 6 月末，公司存货账面价值分别为 1,430.58 万元、1,597.57 万元、1,596.37 万元及 1,596.30 万元。2018 年末公司存货账面价值比 2017 年上升 11.67%，与主营业务成本增长的趋势基本一致。

2017 年末、2018 年末、2019 年末及 2020 年 6 月末，原材料、在产品和库存商品占存货账面价值的比例分别为 100%、99.83%、99.02%及 99.9997%，原材料、在产品和库存商品是公司存货的主要构成项目。

① 原材料变动分析

2018 年末及 2019 年末，公司原材料账面价值分别较上年末减少 103.95 万元和 144.95 万元，降幅分别为 33.66%和 70.74%。主要是因为公司建立了较为稳定的原材料供应渠道，提高了原材料管理水平，有效降低了原材料库存。

② 在产品变动分析

2019 年末，公司在产品账面价值较 2018 年末下降了 53.99 万元，降幅为 17.57%，2018 年末，公司在产品账面价值较 2017 年末增长了 57.65 万元，增幅为 23.10%。公司在产品余额与期末生产排期有关，存在一定的波动性。

③ 库存商品变动分析

2018 年末及 2019 年末，公司库存商品账面价值分别较上年末增长 210.53 万元和 184.82 万元，增幅分别为 24.14%和 17.07%，一方面是因为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，另一方面公司通过内部订单的方式

增加单次生产的数量以降低损耗提高成品率，导致库存商品存量上升。

报告期内，公司库存商品在存货中的占比逐年提高，与同行业可比公司雅格股份的变动趋势一致。报告期内雅格股份库存商品占比情况如下：

科 目	2020 年 6 月 30 日	2019 年末	2018 年末	2017 年末
库存商品（万元）	493.98	404.24	296.35	256.65
存货（万元）	642.41	548.58	406.57	463.34
库存商品占比（%）	76.89	73.69	72.89	55.39

（3）2020 年 6 月末存货的库龄

2020 年 6 月末存货明细的库龄情况具体为：

单位：万元

项 目	1 年以内	1~2 年	2~3 年	3 年以上	合计
原材料	51.96	3.38	-	-	55.35
在产品	203.44	19.52	3.06	-	226.02
库存商品	1,231.05	71.07	12.80	-	1,314.92
发出商品	0.004	-	-	-	0.004
合 计	1,486.46	93.98	15.86	-	1,596.30
比例（%）	93.12	5.89	-	-	100.00

公司主要按客户订单安排生产，大部分库存商品和在产品有外部订单对应。公司为降低损耗提高成品率，对于部分基础款产品，根据销售预期增加单次生产的数量，形成了金额较大的备货。

公司存货库龄主要在 1 年以内，库龄 1-2 年的存货主要为公司根据计划订单生产的基础款产品，其中在产品中库龄 1-2 年的为用于生产上述产品中压板产品的挤碎料。

醋酸纤维素板材的物理性质和化学性质稳定，不易变形变旧，抗腐蚀性能优良，库龄较长的存货不存在因变质问题影响销售的情况。公司按照成本与可变现净值孰低的方法对存货计提资产减值损失，经计算，报告期内公司存货无减值。

（4）存货跌价准备的计提情况

① 存货跌价准备的计提方法

存货跌价准备按单个存货项目的成本高于其可变现净值的差额提取。其中：对于库存商品等直接用于出售的商品存货，在正常生产经营过程中，以该存货的估计售价减去估计的销售费用和相关税费后的金额，确定其可变现净值；对于原

材料，公司对其中呆滞部分计提存货跌价准备。

② 存货跌价准备的计提情况

公司主要产品为醋酸纤维素板材，主要原材料为醋酸纤维素胶粒，影响公司存货跌价的主要因素是产品价格下跌或产品变质导致可变现净值低于存货成本。公司按照成本与可变现净值孰低的方法对存货进行减值测试，报告期各期末公司存货不存在减值的情形。**具体减值测试情况如下：**

A.库存商品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

B.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”

（5）公司库存商品报告期各期大幅增长的原因及合理性

单位：万元

项　目	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度
	余额	变动比例（%）	余额	变动比例（%）	余额	变动比例（%）	余额
存货	1,596.30	0.00	1,596.37	-0.08	1,597.57	11.67	1,430.58
其中：原材料	55.35	-7.70	59.97	-70.73	204.91	-33.66	308.86

项　目	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度
	余额	变动比例（%）	余额	变动比例（%）	余额	变动比例（%）	余额
库存商品	1,314.92	3.74	1,267.51	17.07	1,082.69	24.14	872.16
主营业务收入	3,854.61	-75.07	15,464.10	4.05	14,861.75	12.48	13,212.34

报告期内，库存商品余额持续增长，库存商品增加主要是因为：（1）随着产品类别增加和销售规模扩大，库存商品存量需求上升所致；（2）为进一步降低生产成本，减少“小批量、多批次”生产带来的额外损耗，公司提高了通用产品备货量；（3）由于受各期末排产和采购进度差异影响，原材料结余下降，转换为库存商品的余额上升。2020 年 1-6 月，受新冠疫情影响，公司销售大幅下降，但库存商品并未下降，主要是 2020 年 7 月开始客户需求大幅增加，公司为满足市场需求进行了适当的生产储备所致。公司库存商品报告期各期大幅增长具有合理性。

7、其他流动资产

单位：万元

项　目	2020/6/30	2019/12/31	2018/12/31	2017/12/31
待抵扣税金及预缴税金	9.05	8.10	12.29	11.42
理财产品	-	-	1,950.00	2,351.00
IPO 中介费	194.83	49.31	-	-
其他	2.25	0.61	-	10.49
合　计	206.13	58.01	1,962.29	2,372.91

2017 年末、2018 年末、2019 年末及 2020 年 6 月末，发行人其他流动资产金额分别为 2,372.91 万元、1,962.29 万元、58.01 万元及 206.13 万元，占流动资产的比重分别为 27.77%、22.72%、0.60%及 2.14%。其他流动资产主要为理财产品及 IPO 中介费。

公司的理财产品为购买的金融机构浮动收益理财产品。2018 年以前，公司将理财产品在其他流动资产项目列示，自 2019 年 1 月 1 日起，公司开始执行新金融工具准则，将理财产品在交易性金融资产项目列示。

公司的 IPO 中介费为支付给证券公司、会计师事务所、律师事务所等与 IPO 直接相关的费用，依规定暂挂其他流动资产，待发行完成时冲抵资本公积。

（三）非流动资产分析

公司非流动资产的构成情况如下：

项目	2020/6/30		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（%）
固定资产	1,407.61	78.26	1,523.72	78.47	1,655.02	78.96	1,663.77	79.87
无形资产	105.12	5.84	111.36	5.74	123.85	5.91	-	-
长期待摊费用	190.62	10.60	207.30	10.68	227.90	10.87	238.81	11.46
递延所得税资产	67.74	3.77	70.70	3.64	72.41	3.45	24.37	1.17
其他非流动资产	27.49	1.53	28.73	1.48	16.93	0.81	156.02	7.49
合　计	1,798.57	100.00	1,941.80	100.00	2,096.10	100.00	2,082.98	100.00

2017 年末、2018 年末、2019 年末及 2020 年 6 月末，公司非流动资产总额分别为 2,082.98 万元、2,096.10 万元、1,941.80 万元及 1,798.57 万元，占当期资产总额的比重分别为 19.60%、19.53%、16.71%及 15.75%。公司非流动资产主要由固定资产、长期待摊费用和其他非流动资产组成。

1、固定资产

报告期各期末，公司固定资产构成情况如下：

项　目	2020/6/30		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（%）
机器设备	953.58	67.74	1,029.28	67.55	1,112.46	67.22	1,203.25	72.32
运输设备	232.79	16.54	249.28	16.36	277.25	16.75	198.96	11.96
办公及其他设备	221.24	15.72	245.15	16.09	265.31	16.03	261.56	15.72
合　计	1,407.61	100.00	1,523.72	100.00	1,655.02	100.00	1,663.77	100.00

公司的固定资产为机器设备、运输设备、办公及其他设备。2017 年末、2018 年末、2019 年末及 2020 年 6 月末，公司固定资产账面价值分别为 1,663.77 万元、1,655.02 万元、1,523.72 万元及 1,407.61 万元，占当期非流动资产的比重分别为 79.87%、78.96%、78.47%及 78.26%，占比较高，与公司的生产经营模式相匹配。

2020 年 6 月末公司的固定资产原值、累计折旧及成新率如下：

类　别	折旧年限	原值（万元）	累计折旧（万元）	净值（万元）	成新率（%）
机器设备	10 年	1,915.75	962.17	953.58	49.78
运输设备	5~10 年	361.78	128.99	232.79	64.35
办公及其他设备	5~10 年	475.31	254.07	221.24	46.55
合　计		2,752.85	1,345.23	1,407.61	51.13

公司固定资产折旧年限和残值率与可比上市公司比较情况如下表：

公司代码	公司名称	机器设备		运输设备		办公及其他设备	
		折旧年限	残值率	折旧年限	残值率	折旧年限	残值率
603657.SH	春光科技	3~10 年	5%	3~10 年	5%	3-5 年	5%
688299.SH	长阳科技	3~20 年	5%	5 年	5%	3-5 年	5%
002735.SZ	王子新材	10 年	10%	5 年	10%	5-10 年	10%
300717.SZ	华信新材	10~15 年	5%	8 年	5%	5 年	5%
发行人		10 年	5%	5-10 年	5%	5-10 年	5%

数据来源：根据可比上市公司公开信息统计。

由上表可见，与可比上市公司相比，发行人固定资产的折旧年限和残值率谨慎合理，符合企业会计准则的要求。

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。

（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。开发测试设备用于产品开发和测试，生产设备中的回收设备用于回收生产过程中产生的废料，经分拣加工后可以用于清洗机器、生产挤板或压板。其他主要生产设备的具体情况如下：

① 混料设备和挤板设备用于生产挤板。

挤板的主要生产流程包括混料、烤料、挤出等。用于混料的设备主要有混色机、上料机、注塑机等，期末账面原值和账面价值分别为 63.76 万元和 38.60 万元；用于烤料的设备主要有不锈钢耐腐烤箱等，期末账面原值和账面价值分别为 78.39 万元和 29.37 万元；用于挤出的设备主要有挤出机（组）、挤出模具、色粉机等，期末账面原值和账面价值分别为 789.40 万元和 344.60 万元；挤板设备中的其他设备主要为用于牵引板材至裁板机的牵引机，期末账面原值和账面价值分别为 38.71 万元和 16.39 万元。

② 压板设备用于生产压板。

挤板生产为压板生产的前序工序，挤板经碎板后形成挤碎料用于生产压板，压板的主要生产流程包括热压、刨板等。用于热压的设备主要有层压机、热压机、压板机等，期末账面原值和账面价值分别为 522.52 万元和 292.93 万元；用于刨板的设备主要有刨板机、刨料机等，期末账面原值和账面价值分别为 12.68 万元和 7.88 万元。

公司的机器设备余额和构成合理。

（2）机器设备账面原值与产量的匹配关系

项目	2020 年 1-6 月/2020 年 6 月末	2019 年（末）	2018 年（末）	2017 年（末）
机器设备账面原值（万元）	1,915.75	1,911.58	1,869.75	1,694.39
产能（千克）	1,153,433.60	1,945,223.62	1,915,823.62	1,915,823.62
产量（千克）	467,694.89	1,945,035.88	1,920,587.10	1,630,178.74
每万元设备产能（千克,年化）	1,204.16	1,017.60	1,024.64	1,130.69
每万元设备产量（千克，年化）	488.26	1,017.50	1,027.19	962.11

报告期各期每万元设备产能较为稳定;2020 年 1-6 月每万元设备产量下降，主要是受新冠病毒肺炎疫情的影响；2017 年、2018 年及 2019 年每万元设备产量较为稳定，机器设备账面原值与产量匹配。

（3）2020 年 6 月末公司的机器设备与同行业可比公司比较情况

单位：万元

公司代码	公司名称	营业收入	机器设备账面原值	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

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
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。

2、无形资产

2017 年末，公司无无形资产。2018 年末、2019 年末及 2020 年 6 月末，公司无形资产账面价值分别为 123.85 万元、111.36 万元及 105.12 万元，全部为软件，占当期非流动资产比重分别为 5.91%、5.74%及 5.84%。

公司的无形资产为 SAP 信息管理系统软件，原值为 124.90 万元，按 10 年摊销。

公司无形资产摊销年限与可比上市公司比较情况如下表：

公司代码	公司名称	软件
603657.SH	春光科技	3~5 年
688299.SH	长阳科技	2~5 年
002735.SZ	王子新材	3 年
300717.SZ	华信新材	—
平均		3.5 年
发行人		10 年

数据来源：根据可比上市公司公开信息统计。

与可比上市公司相比，发行人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，发行人管理层认为 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发行人摊销年限的差额计算，2018 年、2019 年及 2020 年 1-6 月上述差异对发行人利润总额的影响分别为 1.93 万元、23.19 万元及 23.19 万元，占当期利润总额的比例为 0.05%、0.48%及 2.48%，不存在重大影响。

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

3、长期待摊费用

报告期各期末，公司长期待摊费用构成情况如下：

单位：万元

项　目	2020/6/30	2019/12/31	2018/12/31	2017/12/31
装修支出	190.62	207.30	227.90	238.81
合　计	190.62	207.30	227.90	238.81

2017 年末、2018 年末、2019 年末及 2020 年 6 月末，公司长期待摊费用账面价值分别为 238.81 万元、227.90 万元、207.30 万元及 190.62 万元，占当期非流动资产的比重分别为 11.46%、10.87%、10.68%及 10.60%。

报告期内，公司的长期待摊费用主要有：深圳办公区和车间装修，初始成本为 266.96 万元，摊销期限为 10 年；江西分公司装修费用，初始成本为 16.00 万元，摊销期限为 6 年；温州分公司装修费用，初始成本为 12.00 万元，摊销期限为 3 年。

公司长期待摊费用摊销年限与可比上市公司比较情况如下表：

公司代码	公司名称	装修费
603657.SH	春光科技	——
688299.SH	长阳科技	5 年
002735.SZ	王子新材	3 年
300717.SZ	华信新材	——
平均		4 年
发行人		3~10 年

数据来源：根据可比上市公司公开信息统计。

与可比上市公司相比，公司长期待摊费用摊销年限高于可比上市公司水平，按可比上市公司平均摊销年限与公司摊销年限的差额计算，2017 年、2018 年、2019 年及 2020 年 1-6 月上述差异对发行人利润总额的影响分别为 38.07 万元、40.16 万元、40.57 万元及 40.38 万元，占当期利润总额的比例为 0.94%、1.12%、0.85%及 4.32%，不存在重大影响。

与公司主营业务相同但规模较小的新三板挂牌企业雅格股份（831748.OC）报告期内不存在长期待摊费用。

4、递延所得税资产

公司递延所得税资产以递延所得税资产和递延所得税负债抵消后的净额列示。2017 年末、2018 年末及 2019 年末，公司递延所得税资产净额分别为 24.37 万元、72.41 万元及 70.70 万元。

其中，报告期内公司抵消前递延所得税资产明细如下：

单位：万元

项 目	2020/6/30		2019/12/31		2018/12/31		2017/12/31	
	可抵扣暂时性差异	递延所得税资产	可抵扣暂时性差异	递延所得税资产	可抵扣暂时性差异	递延所得税资产	可抵扣暂时性差异	递延所得税资产
资产减值准备	-	-	-	-	271.69	40.83	39.53	5.93
信用减值准备	185.50	28.33	272.89	41.47	-	-	-	-
递延收益	62.93	9.44	67.32	10.10	76.11	11.42	50.67	7.60
预计负债	40.25	6.04	72.91	10.94	93.42	14.01	109.77	16.47
可抵扣亏损	53.87	14.38	0.23	0.06	-	-	-	-
抵销内部销售未实现的损益	73.51	20.51	77.73	21.69	52.64	12.63	-	-
合 计	416.05	78.70	491.08	84.25	493.86	78.89	199.97	30.00

报告期内，公司递延所得税资产主要是计提的坏账准备、递延收益、预计负债和抵销内部销售未实现的损益等时间性差异产生的递延所得税资产项目。

报告期内公司抵消前递延所得税负债明细如下：

单位：万元

项　目	2020/6/30		2019/12/31		2018/12/31		2017/12/31	
	应纳税暂时性差异	递延所得税负债	应纳税暂时性差异	递延所得税负债	应纳税暂时性差异	递延所得税负债	应纳税暂时性差异	递延所得税负债
预付账款	-	-	77.14	11.57	43.21	6.48	37.50	5.63
公允价值变动	73.10	10.96	13.19	1.98				
合　计	73.10	10.96	90.32	13.55	43.21	6.48	37.50	5.63

预付账款的应纳税暂时性差异为根据协议约定计提的供应商采购返利。

5、其他非流动资产

报告期各期末，公司其他非流动资产构成情况如下：

项　目	2020/6/30		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（%）
预付设备款	27.49	100.00	28.73	100.00	16.93	100.00	-	-
预付汽车款	-	-	-	-	-	-	89.80	57.56
预付软件款	-	-	-	-	-	-	66.22	42.44
合　计	27.49	100.00	28.73	100.00	16.93	100.00	156.02	100.00

2017 年末、2018 年末、2019 年末及 2020 年 6 月末，公司其他非流动资产分别为 156.02 万元、16.93 万元、28.73 万元及 27.49 万元，占当期非流动资产总额的比重分别为 7.49%、0.81%、1.48%及 1.53%。报告期各期末，公司的其他非流动资产为预付固定资产或无形资产的款项，上述预付款项的账龄均为 1 年以内。

（四）资产周转能力分析

1、资产周转能力指标分析

报告期内，公司主要资产周转能力指标如下：

项　目	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
应收账款周转率（次/年）	1.09	3.46	3.37	3.29
存货周转率（次/年）	1.30	5.11	5.39	7.43
总资产周转率（次/年）	0.34	1.40	1.40	1.38

2017 年、2018 年及 2019 年，公司应收账款周转率分别为 3.29、3.37 和 3.46；存货周转率分别为 7.43、5.39 和 5.11；总资产周转率分别为 1.38、1.40 和 1.40。最近三年，公司应收账款周转率、存货周转率及总资产周转率总体保持稳定。

2020 年 1-6 月应收账款周转率、存货周转率和总资产周转率均较低，主要是因为受到新冠病毒肺炎疫情和春节假期的影响，2020 年 1-6 月公司营业收入下降。

2017 年、2018 年及 2019 年，公司应收账款周转率稳中有升，主要是因为公司在营业收入持续增长的同时完善应收账款管理制度，严格执行信用期制度。

2018 年公司存货周转率比 2017 年下降 2.04 次/年，主要是随着公司业务发展，产成品备货增加，存货余额增长所致。

未来随着公司生产规划能力和管理能力的不断优化，应收账款余额及存货余额的水平将会得到更好的控制，公司营运能力将逐步提高。

2、同行业上市公司资产周转能力对比分析

2017 年、2018 年、2019 年及 2020 年 1-6 月，本公司的同行业上市公司资产周转能力指标如下表所示：

单位：次/年

公司代码	公司名称	应收账款周转率			
		2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
603657.SH	春光科技	1.62	3.15	3.04	3.36
688299.SH	长阳科技	1.38	3.16	2.78	2.34
002735.SZ	王子新材	1.45	3.33	3.13	2.80
300717.SZ	华信新材	1.04	2.58	2.56	2.82
平　均		1.37	3.06	2.88	2.83
本公司		1.09	3.46	3.37	3.29
公司代码	公司名称	存货周转率			
		2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
603657.SH	春光科技	3.68	8.55	8.79	8.07
688299.SH	长阳科技	2.88	7.85	7.77	5.87
002735.SZ	王子新材	3.81	10.31	8.47	6.67
300717.SZ	华信新材	1.64	5.16	6.12	7.32
平　均		3.00	7.97	7.79	6.98
本公司		1.30	5.11	5.39	7.43
公司代码	公司名称	总资产周转率			
		2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
603657.SH	春光科技	0.30	0.58	0.71	1.06
688299.SH	长阳科技	0.20	0.54	0.56	0.43
002735.SZ	王子新材	0.50	1.18	0.99	0.85
300717.SZ	华信新材	0.19	0.50	0.53	0.61

平　均	0.30	0.70	0.70	0.74
本公司	0.34	1.40	1.40	1.38

数据来源：根据可比上市公司公开信息统计。

与同行业上市公司相比，公司应收账款周转率、存货周转率和总资产周转率均处于良好水平。公司的总资产周转率较可比公司相对较高，主要是因为公司资产结构中，固定资产比例较低。

公司制定并执行了严格的信用政策，应收账款周转率较高。

公司 2018 年和 2019 年存货周转率略低于可比公司，主要是随着公司业务发展，产成品备货增加，存货余额增长所致。

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”。

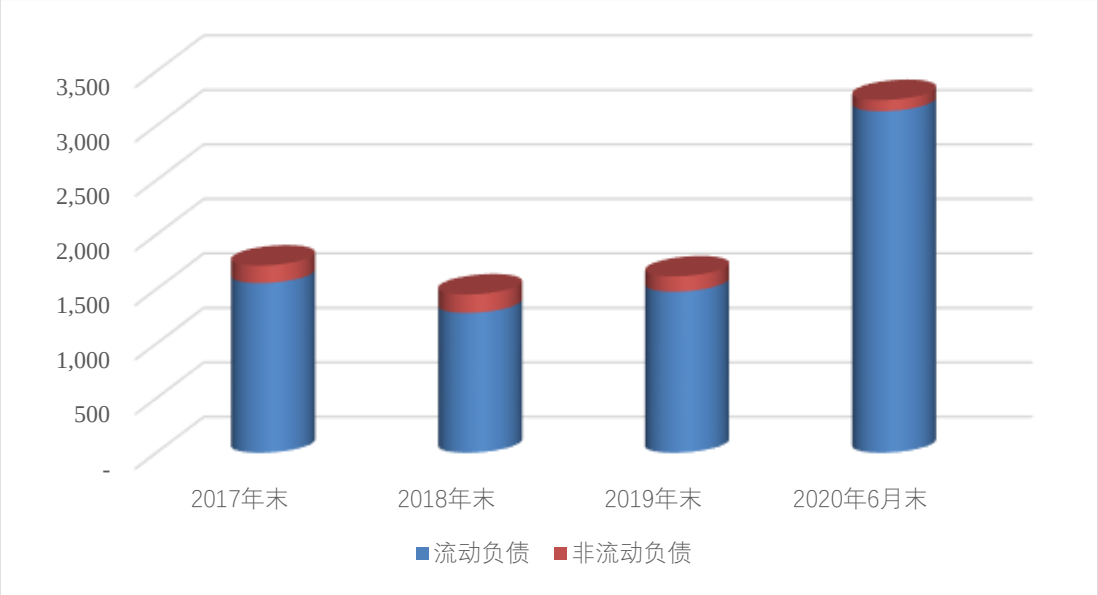
十二、偿债能力、流动性与持续经营能力分析

（一）主要债项分析

报告期内，公司负债构成情况如下：

项　目	2020/6/30		2019/12/31		2018/12/31		2017/12/31	
	金额（万元）	占比（%）	金额（万元）	占比（%）	金额（万元）	占比（%）	金额（万元）	占比（%）
流动负债	3,134.06	96.81	1,478.48	91.34	1,283.94	88.34	1,557.44	90.66
非流动负债	103.17	3.19	140.23	8.66	169.54	11.66	160.44	9.34
负债合计	3,237.23	100.00	1,618.71	100.00	1,453.48	100.00	1,717.88	100.00

公司资产总额及变动趋势图（单位：万元）



2017 年末、2018 年末、2019 年末及 2020 年 6 月末，公司负债总额分别为 1,717.88 万元、1,453.48 万元、1,618.71 万元及 3,237.23 万元。公司负债分为流动负债和非流动负债，其中主要为流动负债。2020 年 6 月末，公司负债总额大幅上升，主要是因为 2020 年 6 月末存在应付未付的股利 2,652 万元。

报告期内，公司流动负债构成情况如下：

项　目	2020/6/30		2019/12/31		2018/12/31		2017/12/31	
	金额（万元）	占比（%）	金额（万元）	占比（%）	金额（万元）	占比（%）	金额（万元）	占比（%）
短期借款	-	-	300.00	20.29	-	-	-	-
应付账款	162.33	5.18	318.72	21.56	424.35	33.05	670.38	43.04
预收款项	-	-	7.69	0.52	7.72	0.60	24.17	1.55
合同负债	13.18	0.42						
应付职工薪酬	128.43	4.10	307.64	20.81	264.63	20.61	199.67	12.82
应交税费	156.80	5.00	520.94	35.23	555.88	43.30	572.36	36.75
其他应付款	2,672.65	85.28	23.49	1.59	31.35	2.44	90.86	5.83
其他流动负债	0.65	0.02						
流动负债合计	3,134.06	100.00	1,478.48	100.00	1,283.94	100.00	1,557.44	100.00

2017 年末、2018 年末及 2019 年末，公司流动负债总额分别为 1,557.44 万元、1,283.94 万元和 1,478.48 万元，流动负债主要为短期借款、应付账款、应付职工薪酬及应交税费等。2020 年 6 月末，公司流动负债总额为 3,134.06 万元，比 2019 年末大幅上升，主要是因为 2020 年 6 月末存在应付未付的股利 2,652 万元。

报告期内，公司非流动负债构成情况如下：

项　目	2020/6/30		2019/12/31		2018/12/31		2017/12/31	
	金额（万元）	占比（%）	金额（万元）	占比（%）	金额（万元）	占比（%）	金额（万元）	占比（%）
预计负债	40.25	39.01	72.91	51.99	93.42	55.11	109.77	68.42
递延收益	62.93	60.99	67.32	48.01	76.11	44.89	50.67	31.58
非流动负债合计	103.17	100.00	140.23	100.00	169.54	100.00	160.44	100.00

2017 年末、2018 年末、2019 年末及 2020 年 6 月末，公司非流动负债金额分别为 160.44 万元、169.54 万元、140.23 万元及 103.17 万元。报告期各期末，公司非流动负债全部为预计负债和递延收益。

报告期内，公司的负债的主要情况分析如下：

1、短期借款

报告期内各期末，公司仅 2019 年末存在短期借款，余额 300.00 万元，占流动负债的比例为 20.29%。2019 年末短期借款余额为银行借款，以应收账款作质押担保，实际控制人作保证担保。

报告期内，公司短期借款中无逾期未偿还款项。

2、应付账款

报告期内，公司应付账款主要为应付材料款、电费和劳务费等。2017 年末、2018 年末、2019 年末及 2020 年 6 月末，应付账款余额分别为 670.38 万元、424.35 万元、318.72 万元及 162.33 万元，占流动负债的比例分别为 43.04%、33.05%、21.56%及 5.18%。

报告期各期末，应付账款持续下降，一方面是因为公司加强生产规划，有效控制原材料余额，对应的应付账款余额下降，另一方面报告期内公司对四川普什的采购金额逐年增加，而公司与其交易方式为先款后货。

2020 年 6 月末，应付账款前五名供应商的采购内容、金额及占比、账龄如下：

供应商名称	采购内容	期末余额（万元）	占比*（%）	账龄
伊玛塑胶（深圳）有限公司	货款	89.22	54.96	1 年以内
深圳供电局有限公司	电费	20.27	12.48	1 年以内
深圳市康视保眼镜有限公司	加工费	20.02	12.34	1 年以内
明利机电（深圳）有限公司	加工费	5.80	3.57	1 年以内

供应商名称	采购内容	期末余额（万元）	占比*（%）	账龄
厦门至简光学有限公司	设备款	4.84	2.98	1 年以内
合　计		140.15	86.33	

*占应付账款期末余额的比例

报告期末各期末，应付账款中无应付持有公司 5%以上（含 5%）以上表决权股份的股东单位的欠款。

报告期末各期末，公司无账龄超过 1 年的重要应付账款。

3、预收账款和合同负债

2017 年末、2018 年末及 2019 年末，公司预收款项余额分别为 24.17 万元、7.72 万元和 7.69 万元，占流动负债比重分别为 1.55%、0.60%和 0.52%，占比较小。公司预收款项主要为预收货款。因执行新收入准则，自 2020 年 1 月 1 日，公司与商品销售和提供劳务相关的预收货款在合同负债项目列示。2020 年 6 月末，公司合同负债余额为 13.18 万元。

报告期内，公司预收账款/合同负债的账龄结构如下：

项　目	2020/6/30		2019/12/31		2018/12/31		2017/12/31	
	金额（万元）	占比（%）	金额（万元）	占比（%）	金额（万元）	占比（%）	金额（万元）	占比（%）
1 年以内	13.11	99.45	7.59	98.65	7.72	100.00	24.17	100.00
1-2 年	0.07	0.55	0.10	1.35	-	-	-	-
2 年以上	-	-	-	-	-	-	-	-
合　计	13.18	100.00	7.69	100.00	7.72	100.00	24.17	100.00

报告期各期末，公司 98%以上的预收账款账龄均在 1 年以内，报告期各期末无账龄超过 1 年的重要预收账款。

4、应付职工薪酬

项　目	2020/6/30		2019/12/31		2018/12/31		2017/12/31	
	金额（万元）	占比（%）	金额（万元）	占比（%）	金额（万元）	占比（%）	金额（万元）	占比（%）
短期薪酬	128.29	99.89	307.50	99.95	264.49	99.95	199.55	99.94
离职后福利-设定提存计划	0.14	0.11	0.14	0.05	0.13	0.05	0.12	0.06
辞退福利	-	-	-	-	-	-	-	-
一年内到期的其他福利	-	-	-	-	-	-	-	-
应付职工薪酬合计	128.43	100.00	307.64	100.00	264.63	100.00	199.67	100.00

2017 年末、2018 年末、2019 年末及 2020 年 6 月末，公司应付职工薪酬金额分别为 199.67 万元、264.63 万元、307.64 万元及 128.43 万元，占流动负债比重分别为 12.82%、20.61%和 20.81%及 4.10%。

2017 年末、2018 年末及 2019 年末，公司应付职工薪酬余额持续增长，主要系公司业务发展员工人数增加，同时营业收入的提升导致员工薪酬及绩效奖金增长。2020 年 6 月末应付职工薪酬余额和占比均下降，主要是因为受到新冠病毒肺炎疫情的影响，开工不足，员工人数和薪酬下降。

5、应交税费

项　目	2020/6/30		2019/12/31		2018/12/31		2017/12/31	
	金额（万元）	占比（%）	金额（万元）	占比（%）	金额（万元）	占比（%）	金额（万元）	占比（%）
应交增值税	40.79	26.01	76.07	14.60	150.44	27.06	152.60	26.66
企业所得税	107.19	68.36	427.53	82.07	394.58	70.98	399.74	69.84
城市维护建设税	3.24	2.07	6.42	1.23	4.23	0.76	11.67	2.04
教育费附加	2.32	1.48	4.59	0.88	3.02	0.54	8.35	1.46
个人所得税	3.05	1.94	5.77	1.11	3.25	0.58	-	-
其他税费	0.21	0.13	0.57	0.11	0.35	0.06	-	-
应交税费合计	156.80	100.00	520.94	100.00	555.88	100.00	572.36	100.00

2017 年末、2018 年末、2019 年末及 2020 年 6 月末，公司应交税费金额分别为 572.36 万元、555.88 万元、520.94 万元及 156.80 万元，占流动负债比重分别为 36.75%、43.30%、35.23%及 5.00%。

2020 年 6 月末应交税费余额和比重较低，一方面是因为半年度尚未进行汇算清缴，企业所得税等应交税费余额低于全年，另一方面因为受到新冠病毒肺炎疫情的影响，营业收入和人工费用等支出下降，各项税费随之下降。

公司应交税费主要为应交增值税和企业所得税。2019 年末应交增值税比 2017 年、2018 年明显下降，一方面是因为公司适用的主要增值税税率自 2019 年 4 月 1 日开始由 16%调整为 13%，另一方面应交增值税余额与增值税缴纳时间有关，存在一定的偶然性。报告期内公司当期所得税逐年增加，与公司的营业收入和净利润水平相匹配，应交企业所得税的波动主要是由企业所得税的预缴与汇算清缴的差异所致。

6、其他应付款

报告期内各期末，其他应付款具体构成如下：

项　目	2020/6/30		2019/12/31		2018/12/31		2017/12/31	
	金额（万元）	占比（%）	金额（万元）	占比（%）	金额（万元）	占比（%）	金额（万元）	占比（%）
应付股利	2,652.00	99.23	-	-	-	-	-	-
应付费用	13.39	0.50	16.67	70.97	21.43	68.35	90.84	99.98
应付员工垫资	5.86	0.22	5.41	23.04	9.87	31.49	0.02	0.02
其他	1.41	0.05	1.41	5.99	0.05	0.16	-	-
合　计	2,672.65	100.00	23.49	100.00	31.35	100.00	90.86	100.00

2017 年末、2018 年末、2019 年末及 2020 年 6 月末，公司其他应付款余额分别为 90.86 万元、31.35 万元、23.49 万元及 2,672.65 万元，占流动负债比重分别为 5.83%、2.44%、1.59%及 85.28%，2020 年 6 月末其他应付款余额和比重较高，主要是因为 2020 年 6 月末存在应付未付的股利 2,652.00 万元，该笔应付股利于 2020 年 7 月完成支付。

应付费用主要为应付食材费、煤气费支出等，2017 年应付费用较大，主要是为应付深圳办公区装修费 78.81 万元。

7、其他流动负债

2020 年 6 月末，公司其他流动负债余额为 0.65 万元，性质为待转增值税销项税额贷方余额。因执行新收入准则，自 2020 年 1 月 1 日，公司与商品销售和提供劳务相关的预收货款在合同负债项目列示，对应税金部分在其他流动负债列示。

8、预计负债

报告期各期末，公司预计负债的具体构成如下：

项　目	2020/6/30		2019/12/31		2018/12/31		2017/12/31	
	金额（万元）	占比（%）	金额（万元）	占比（%）	金额（万元）	占比（%）	金额（万元）	占比（%）
销售返利	40.25	100.00	72.91	100.00	93.42	100.00	109.77	100.00
合　计	40.25	100.00	72.91	100.00	93.42	100.00	109.77	100.00

2017 年末、2018 年末及 2019 年末，公司预计负债余额分别为 109.77 万元、93.42 万元和 72.91 万元，占非流动负债比重分别为 68.42%、55.11%和 51.99%。报告期内公司预计负债全部为销售返利。本公司与部分客户签订的协议条款约定，销售或回款达到一定金额给予返利。公司于各年末，根据协议约定及截止年末销

售和回款情况，计提了相应的返利。

2020 年 6 月末公司的预计负债余额为 40.25 万元，为 2019 年末计提但尚未冲抵的 2019 年销售返利，公司在实际发生返利时直接冲抵对应客户的应收账款。

9、递延收益

报告期各期末，公司递延收益余额构成情况如下：

项　目	2020/6/30		2019/12/31		2018/12/31		2017/12/31	
	金额（万元）	占比（%）	金额（万元）	占比（%）	金额（万元）	占比（%）	金额（万元）	占比（%）
与资产相关的政府补助	62.93	100.00	67.32	100.00	76.11	100.00	50.67	100.00
与收益相关的政府补助	-	-	-	-	-	-	-	-
合　计	62.93	100.00	67.32	100.00	76.11	100.00	50.67	100.00

2017 年末、2018 年末、2019 年末及 2020 年 6 月末，公司递延收益余额分别为 50.67 万元、76.11 万元、67.32 万元及 62.93 万元，占当期非流动负债的比例分别为 31.58%、44.89%、48.01%及 60.99%。公司递延收益的余额波动较小，全部为与资产相关的政府补助。与政府补助相关的内容请参见本节“十、经营成果分析”之“（三）利润表其他项目逐项分析”之“10、政府补助”。

（二）偿债能力分析

1、偿债能力指标分析

报告期内，公司主要偿债能力指标如下：

财务指标	2020 年 1-6 月/2020 年 6 月末	2019 年（末）	2018 年（末）	2017 年（末）
资产负债率（合并）（%）	28.35	13.93	13.54	16.17
资产负债率（母公司）（%）	28.06	13.75	13.35	16.17
流动比率（倍）	3.07	6.55	6.73	5.49
速动比率（倍）	2.47	5.28	5.37	4.53
利息保障倍数（倍）	641.33	252.08	-	-
息税折旧摊销前利润（万元）	936.90	5,091.23	3,846.13	4,287.59

2020 年 1-6 月利息保障倍数高于 2019 年，主要是因为公司于 2020 年 1 月归还了银行借款 300 万元，相应的利息金额大幅下降。除此之外，2020 年 1-6 月/2020 年 6 月末各项偿债能力指标均低于报告期其他年度，一方面是因为 2020 年 6 月末公司存在应付未付的股利 2,652.00 万元，另一方面是因为受到新冠病毒肺炎疫情和春节假期的影响，公司的营业收入和利润下降。在各项偿债能力指标降

低的情况下，公司依然具有较强的偿债能力。

对报告期其他年度各项偿债能力指标的分析如下：

（1）资产负债率分析

公司合并资产负债率与母公司资产负债率差异较小，2017 年末、2018 年末及 2019 年末，公司合并资产负债率分别为 16.17%、13.54%和 13.93%，处于较低水平。

2018 年末资产负债率较 2017 年末下降 2.63%，主要是因为公司加强生产规划，有效安排原材料采购，2018 年末对应的应付账款余额较 2017 年末下降 246.03 万元。2019 年末资产负债率较 2018 年末上升 0.39%，主要是因为 2019 年公司新增了短期借款 300 万元。

（2）流动比率、速动比率分析

2017 年末、2018 年末及 2019 年末，公司的流动比率分别为 5.49、6.73 和 6.55，公司的速动比率分别为 4.53、5.37 和 5.28。报告期内本公司的流动比率和速动比率均较高，公司资产状况良好，商业信用、金融机构信用记录良好，具有较强的短期偿债能力。

（3）公司的长期偿债能力分析

从息税折旧摊销前利润来看，2017 年、2018 年及 2019 年，公司的息税折旧摊销前利润分别为 4,287.59 万元、3,846.13 万元和 5,091.23 万元。公司 2018 年息税折旧摊销前利润下降主要是由投资事项导致，对公司日常经营不存在重大影响。报告期内公司息税折旧摊销前利润的复合增长率为 8.97%，息税折旧摊销前利润的增长进一步增强了公司的长期偿债能力。

从利息保障倍数来看，2017 年和 2018 年公司无利息支出，2019 年利息保障倍数为 252.08，公司具有较强的长期偿债能力。

2、同行业上市公司偿债能力对比分析

2017 年末、2018 年末、2019 年末及 2020 年 6 月末，公司的同行业上市公司偿债能力指标如下表所示：

公司代码	公司名称	资产负债率（合并）（%）			
		2020 年 6 月末	2019 年末	2018 年末	2017 年末
603657.SH	春光科技	14.71	12.46	12.28	27.77
688299.SH	长阳科技	20.30	21.57	53.53	54.48

002735.SZ	王子新材	33.89	38.23	38.27	32.25
300717.SZ	华信新材	9.31	10.91	9.67	10.25
简单平均		19.55	20.79	28.44	31.19
本公司		28.35	13.93	13.54	16.17
公司代码	公司名称	流动比率（倍）			
		2020 年 6 月末	2019 年末	2018 年末	2017 年末
603657.SH	春光科技	5.23	6.36	7.13	2.58
688299.SH	长阳科技	3.74	3.52	1.27	1.65
002735.SZ	王子新材	1.94	1.86	2.19	2.64
300717.SZ	华信新材	7.11	5.92	7.24	7.96
简单平均		4.51	4.41	4.46	3.71
本公司		3.07	6.55	6.73	5.49
公司代码	公司名称	速动比率（倍）			
		2020 年 6 月末	2019 年末	2018 年末	2017 年末
603657.SH	春光科技	4.71	5.93	4.75	2.26
688299.SH	长阳科技	3.40	3.26	1.11	1.36
002735.SZ	王子新材	1.53	1.54	1.88	1.70
300717.SZ	华信新材	5.16	4.95	5.24	4.32
简单平均		3.70	3.92	3.24	2.41
本公司		2.47	5.28	5.37	4.53

数据来源：根据可比上市公司公开信息统计。

与同行业上市公司相比，公司资产负债率、流动比率和速动比率均处于良好水平。公司经营稳健，资本结构合理，偿债能力较强。

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。

（三）报告期内股利分配的实施情况

权益年度	实施年度	决议情况	股利分配情况
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
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
	2018年	2018年5月，经集美新材2017年年度股东大会决议通过	现金红利2,652.00万元
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
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

（四）现金流量分析

报告期内公司现金流量基本情况如下：

单位：万元

项　目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
经营活动产生的现金流量净额	1,870.28	4,343.90	3,194.49	3,205.62
投资活动产生的现金流量净额	-1,396.35	-1,272.00	-469.91	-2,678.89
筹资活动产生的现金流量净额	-448.62	-3,220.96	-2,642.24	-2,065.30
汇率变动对现金的影响	-0.77	1.00	-3.29	-6.64
现金及现金等价物净增加额	24.54	-148.07	79.05	-1,545.21

1、经营活动现金流量分析

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
销售商品、提供劳务收到的现金	6,074.35	17,659.03	16,811.54	15,031.14
收到的税费返还	-	-	-	-
收到其他与经营活动有关的现金	66.18	223.59	198.07	163.65
经营活动现金流入小计	**6,140.53**	**17,882.61**	**17,009.61**	**15,194.80**
购买商品、接受劳务支付的现金	1,989.02	8,346.04	8,881.13	8,800.50
支付给职工以及为职工支付的现金	1,063.36	2,469.53	2,220.36	1,408.16
支付的各项税费	741.05	1,725.22	1,812.94	1,349.65
支付其他与经营活动有关的现金	476.82	997.93	900.69	430.86
经营活动现金流出小计	**4,270.25**	**13,538.72**	**13,815.11**	**11,989.17**
经营活动产生的现金流量净额	**1,870.28**	**4,343.90**	**3,194.49**	**3,205.62**

发行人经营活动现金流入主要为销售商品、提供劳务所收到的现金，经营活动现金流出主要为购买商品、接收劳务所支付的现金。

（1）报告期经营活动产生现金流量变动分析

2017 年、2018 年及 2019 年，公司销售商品、提供劳务所收到的现金分别为 15,031.14 万元、16,811.54 万元和 17,659.03 万元。公司报告期内销售商品、提供劳务收到的现金持续增加，主要是由于报告期内营业收入持续增加。

2017 年、2018 年及 2019 年，公司购买商品、接受劳务支付的现金分别为 8,800.50 万元、8,881.13 万元和 8,346.04 万元，主要为购买醋酸纤维素胶粒等原材料支付的现金。2019 年购买商品、接受劳务支付的现金比 2018 年下降 535.09 万元，一方面是因为主要原材料价格下降，2019 年采购额比 2018 年下降 156.40 万元，另一方面是因为增值税税率下降导致采购商品进项税额现金支出下降

229.36 万元。

2020 年 1-6 月公司各项经营活动现金流量项目均下降，主要是因为受到新冠病毒肺炎疫情和春节假期的影响，营业收入、营业成本及各项费用均明显下降。

报告期内，公司收到其他与经营活动有关的现金主要为政府补助，公司支付其他与经营活动有关的现金主要为除职工薪酬和物料以外的付现期间费用。

（2）报告期经营活动产生现金流量净额与净利润差异说明

2017 年、2018 年、2019 年及 2020 年 1-6 月，公司经营活动产生的现金流量净额分别为 3,205.62 万元、3,194.49 万元、4,343.90 万元和 1,870.28，净利润分别为 3,503.03 万元、3,019.13 万元、4,163.36 万元和 831.33。经营活动产生的现金流量净额与净利润差异的具体构成如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
经营活动产生的现金流量净额①	1,870.28	4,343.90	3,194.49	3,205.62
净利润②	831.33	4,163.36	3,019.13	3,503.03
差异③=①-②	1,038.95	180.54	175.36	-297.41
其中：资产减值准备	-	-	792.74	39.53
信用减值准备	-87.44	3.69	-	-
固定资产折旧、油气资产折耗、生产性生物资产折旧	123.76	244.54	236.56	218.65
无形资产摊销	6.24	12.49	1.04	-
长期待摊费用摊销	16.68	32.59	26.92	25.38
处置固定资产、无形资产和其他长期资产的损失（收益以“-”号填列）	-	1.10	-	-
固定资产报废损失（收益以“-”号填列）	0.62	3.10	-	5.28
公允价值变动损失（收益以“-”号填列）	-73.10	-13.19	-	-
财务费用（收益以“-”号填列）	2.73	19.67	3.40	6.64
投资损失（收益以“-”号填列）	-10.74	-63.01	-29.14	-47.15
递延所得税资产减少（增加以“-”号填列）	3.17	0.72	-48.04	-21.61
递延所得税负债增加（减少以“-”号填列）	-	-	-	-
存货的减少（增加以“-”号填列）	0.11	1.20	-166.99	-775.57
经营性应收项目的减少（增加以“-”号填列）	1,907.06	73.57	-450.13	-351.97
经营性应付项目的增加（减少以“-”号填列）	-738.04	-134.20	-191.85	609.04
其他	-112.13	-1.73	0.83	-5.63

报告期内，扣除利润表中非现金性损益的影响外，造成公司经营活动产生的现金流量净额与净利润差异的主要原因是存货的增减变动、经营性应收和应付项目的增减变动。报告期内，经营活动产生的现金流量净额与净利润差异具体原因

如下：

① 2017 年度经营活动产生的现金流量净额为 3,205.62 万元，与当期净利润的差额为-297.41 万元，主要是由于经营性应收项目增加 351.97 万元，其中应收账款余额增加 327.46 万元。

② 2018 年度经营活动产生的现金流量净额为 3,194.49 万元，与当期净利润的差额为 175.36 万元。主要是因为：虽然公司 2018 年经营性应收、应付等项目的变动均导致经营活动产生的现金流量净额减少，但由于公司当期存在大额非现金损益，即公司全额计提了长期股权投资减值准备 560.46 万元，抵消后导致经营活动产生的现金流量净额大于当期净利润。

③ 2019 年度经营活动产生的现金流量净额为 4,343.90 万元，经营活动产生的现金流量净额与当期净利润的差额为 180.54 万元，主要是由固定资产折旧等日常非现金性损益造成。

④ 2020 年 1-6 月经营活动产生的现金流量净额为 1,870.28 万元，经营活动产生的现金流量净额与当期净利润的差额为 1,038.95 万元，主要是由经营性应收项目变动导致，其中 2020 年 6 月末应收账款账面余额比 2019 年末下降 1,753.00 万元。

2、投资活动现金流量分析

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
收回投资所收到的现金	-	-	-	-
取得投资收益收到的现金	10.74	69.70	85.44	47.15
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	0.08	23.50	-	4.38
收到其他与投资活动有关的现金	1.09	-	401.00	-
投资活动现金流入小计	**11.91**	**93.20**	**486.44**	**51.53**
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	8.26	165.20	343.43	379.42
投资支付的现金	-	-	612.92	-
支付其他与投资活动有关的现金	1,400.00	1,200.00	-	2,351.00
投资活动现金流出小计	**1,408.26**	**1,365.20**	**956.35**	**2,730.42**
投资活动产生的现金流量净额	**-1,396.35**	**-1,272.00**	**-469.91**	**-2,678.89**

报告期内，公司投资活动产生的现金流入主要系取得投资收益收到的现金、收到其他与投资活动有关的现金。公司投资活动产生的现金流出主要系购建固定

资产、无形资产和其他长期资产支付的现金、投资支付的现金和支付其他与投资活动有关的现金构成。

2017 年、2018 年、2019 年及 2020 年 1-6 月，公司取得投资收益收到的现金分别为 47.15 万元、85.44 万元、69.70 万元及 10.74 万元，主要为购买理财产品的收益。

2018 年，公司收到其他与投资活动有关的现金为 401.00 万元，为收回理财产品本金的款项。

2017 年、2018 年、2019 年及 2020 年 1-6 月，公司购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金分别为 379.42 万元、343.43 万元、165.20 万元及 8.26 万元，其中 2017 年主要为因扩大生产的需要而购置的机器设备和模具，2018 年主要为管理和业务需要购买的车辆以及新上线的 SAP 信息管理系统，2019 年主要为新增办公和其他设备。

2018 年，公司投资支付的现金 612.92 万元为投资四川普什支付的投资款。

2017 年、2019 年及 2020 年 1-6 月，公司支付其他与投资活动有关的现金分别为 2,351.00 万元、1,200.00 万元及 1,400.00 万元，均为购买理财产品支出的款项。

3、筹资活动现金流量分析

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
吸收投资收到的现金	-	-	-	-
取得借款收到的现金	-	300.00	-	-
收到其他与筹资活动有关的现金	-	-	12.11	56.30
筹资活动现金流入小计	**-**	**300.00**	**12.11**	**56.30**
偿还债务支付的现金	300.00	-	-	-
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	1.46	3,466.65	2,652.00	2,121.60
其中：子公司支付给少数股东的股利、利润	-			
支付其他与筹资活动有关的现金	147.16	54.32	2.35	-
筹资活动现金流出小计	**448.62**	**3,520.96**	**2,654.35**	**2,121.60**
筹资活动产生的现金流量净额	**-448.62**	**-3,220.96**	**-2,642.24**	**-2,065.30**

2017 年、2018 年、2019 年及 2020 年 1-6 月，公司筹资活动现金净流量分别为-2,065.30 万元、-2,642.24 万元、-3,220.96 万元和-448.62 万元。报告期内，公

司筹资活动流出的现金主要系分配股利支付的现金和偿还债务支付的现金，2017年、2018年及2019年，公司分别分配并支付前一年度股利2,121.60万元、2,652.00万元和3,447.60万元，2020年1-6月，公司归还银行借款300.00万元。

（五）流动性风险分析

报告期内，公司负债主要为流动负债，流动比率、速动比率相对较高；2017年末、2018年末、2019年末及2020年1-6月合并口径的资产负债率分别为16.17%、13.54%、13.93%及28.35%，维持在相对较低水平。公司2017年、2018年、2019年及2020年1-6月经营活动产生的现金流量净额分别为3,205.62万元、3,194.49万元、4,343.90万元及1,870.28万元，现金流情况良好，公司面临的流动性风险较低。公司正处于业务发展阶段，而报告期内公司主要通过自有资金实现业务发展。本次发行上市后，公司资产负债率将进一步降低，偿债能力相应提升，且融资方式将更加多样、灵活，有利于公司保持良好的资本结构，进一步降低流动性风险。

（六）持续经营能力分析

公司是专业从事醋酸纤维素板材设计开发、生产及销售的高新技术企业。2017年、2018年及2019年公司的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，复合增长率为8.19%，报告期内年度主营业务持续增长。2017年、2018年及2019年公司的净利润分别为3,503.03万元、3,019.13万元和4,163.36万元，复合增长率为9.02%，整体保持增长趋势。

2020年1-6月公司营业收入为3,892.57万元，净利润为831.33万元，受到新冠病毒肺炎疫情等偶然性因素和春节假期的影响，2020年1-6月公司营业收入和净利润有所下降。

近年来，受全球经济增长、手机等移动设备普及、人口老龄化及眼镜装饰作用日益凸显等因素影响，全球眼镜市场处于稳定发展阶段。据Euromonitor数据显示，2017年全球眼镜市场总规模达1,298亿美元，同比增长1.6%。我国作为全球眼镜主要消费国之一，在国民收入水平不断提高、近视低龄化及人口老龄化因素的驱动下，市场增长潜力巨大。据GFK数据显示，2017年我国眼镜市场销售额达505亿元，同比增长11%，其中镜架及太阳镜市场销售额达235亿元，占我国眼镜市场的47%。

未来，公司将继续立足于发展前景广阔的眼镜市场，为眼镜制造行业提供色彩丰富、花式繁多、时尚流行、品质优异的醋酸纤维素板材。公司将始终坚持“色彩创新和图文创意相结合”的产品发展方向，在现有醋酸纤维素板材生产的基础上，注重进行色彩、图纹和结构的潮流趋势研究与应用，为客户提供更为时尚潮流的产品；积极推进色彩数据库建设，着力于构建行业内较为完善的色彩管理档案室及色彩管理系统数据库；对现有设备及工艺技术不断进行改造和升级，引进国内外先进生产技术设备，提高生产自动化和智能化水平；积极开拓海内外新市场，加强营销队伍建设，提高售后服务水平，树立良好的品牌形象，提高市场占有率；重视内部人才培养，引进外部优秀人才，完善和优化考核及激励制度，加大培训力度，促使人才结构和公司需求科学匹配。

截至本招股说明书签署日，公司在持续经营能力方面不存在重大不利变化。基于公司报告期内业绩情况、眼镜行业整体发展趋势以及公司未来发展计划，公司认为自身不存在重大的持续经营风险。

十三、重大投资或资本性支出

报告期内公司的重大投资或资本性支出主要为扩大产能所增加的固定资产投资支出和提高管理水平所增加的无形资产，详情如下表所示：

单位：万元

资本性支出类别	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	8.26	165.20	343.43	379.42
投资所支付的现金	-	-	612.92	-
合计	8.26	165.20	956.35	379.42

与投资活动相关的内容具体请参见本节“十二、偿债能力、流动性与持续经营能力分析”之“（四）现金流量分析”之“2、投资活动现金流量分析”。

除本次募集资金投资项目外，公司不存在未来可预见的其他重大资本性支出计划及资金需求量。

第九节 募集资金运用与未来发展规划

一、本次发行的募集资金数额

经公司于 2020 年 4 月 16 日召开的 2020 年第二次临时股东大会审议通过，公司本次拟向社会公众公开发行人民币普通股（A 股）1,769 万股，募集资金数额将根据市场和询价情况确定。

二、本次募集资金运用概况

（一）本次募集资金项目

公司本次募集资金项目的投资总额 24,114.66 万元，本次募集资金（扣除发行费用）将全部用于募集资金项目的实施。

公司拟将募集资金按照项目需求的轻重缓急进行以下投入，具体情况如下：

序号	项目名称	投资总额（万元）	备案证项目代码	备案到期日
1	醋酸纤维素板材智能工厂建设项目	18,532.72	2020-441900-29-03-038829	2022 年 5 月 18 日
2	研发设计中心建设项目	5,581.94		
	合　计	24,114.66		

（二）本次募集资金项目的投入周期及进度安排

本次募集资金（扣除发行费用）到位后，公司将按以下安排实施拟投资项目：

序号	项目名称	募集资金投入（万元）	建设期（月）	投资进度安排（含建设期）（万元）			
				T 年	T+1 年	T+2 年	T+3 年
1	醋酸纤维素板材智能工厂建设项目	18,532.72	24	7,337.50	11,195.22	-	-
2	研发设计中心建设项目	5,581.94	48	772.20	1,407.23	2,137.51	1,265.00
	合　计	24,114.66		8,109.70	12,602.45	2,137.51	1,265.00

注：以上投资进度安排可在项目实施周期内，根据项目完成进度予以合理调整。

（三）本次募集资金项目的性质、实施方式及环评情况

序号	项目名称	建设类别	实施主体	实施方式	环境影响评价	
					审批部门	批准文号
1	醋酸纤维素板材智能工厂建设项目	新建	集美东莞	自建	东莞市生态环境局	东环建[2020]5859 号
2	研发设计中心建设项目					

（四）本次募集资金的使用安排

本次募集资金（扣除发行费用）到位前，公司可根据项目建设的需要，使用自有资金或银行借款对上述项目进行先期投入。本次募集资金（扣除发行费用）到位后，公司将优先安排募集资金对项目先期投入进行置换。

如本次募集资金（扣除发行费用）不能满足上述拟投资项目的资金需求，不足部分由公司自筹解决；如本次募集资金（扣除发行费用）超出预计资金需求，超出部分将用于补充公司流动资金。

（五）募集资金专项存储制度

公司将严格按照相关法律法规的规定，管理和使用募集资金。公司 2020 年第二次临时股东大会审议通过了《募集资金管理制度（草案）》，实施募集资金专项使用和存储制度，公司募集资金将存放于董事会决定的专户集中管理，做到专款专用，具体制度条款如下：

1、募集资金专户存储

公司应当审慎选择商业银行并开设募集资金专项账户（以下简称“专户”），募集资金应当存放于公司董事会决定的专户集中管理，专户不得存放非募集资金或用作其它用途。同一投资项目所需资金应当在同一专户存储，募集资金专户数量不得超过募集资金投资项目的个数。

公司存在两次以上融资的，应当分别设置募集资金专户。

实际募集资金净额超过计划募集资金金额（以下简称“超募资金”）也应当存放于募集资金专户管理。

公司应当在募集资金到位后一个月内与保荐机构、存放募集资金的商业银行（以下简称“商业银行”）签订三方监管协议（以下简称“协议”）。协议至少应当包括以下内容：

（一）公司应当将募集资金集中存放于专户中；

（二）募集资金专户账号、该专户涉及的募集资金项目、存放金额和期限；

（三）公司一次或十二个月以内累计从专户支取的金额超过一千万元人民币或发行募集资金总额扣除发行费用后的净额（以下简称“募集资金净额”）的 10%的，公司及商业银行应当及时通知保荐机构；

（四）商业银行每月向公司出具银行对账单，并抄送保荐机构；

（五）保荐机构可以随时到商业银行查询专户资料；

（六）保荐机构的督导职责、商业银行的告知及配合职责、保荐机构和商业银行对公司募集资金使用的监管方式；

（七）公司、商业银行、保荐机构的权利、义务及违约责任；

（八）商业银行三次未及时向保荐机构出具对账单或者通知专户大额支出情况，以及存在未配合保荐机构查询与调查专户资料情形的，公司可以终止协议并注销该募集资金专户。

公司应当在全部协议签订后及时报深圳证券交易所备案并公告协议主要内容。

公司通过控股子公司实施募投项目的，应当由公司、实施募投项目的控股子公司、商业银行和保荐机构共同签署三方监管协议，上市公司及其控股子公司应当视为共同一方。

上述协议在有效期届满前提前终止的，公司应当自协议终止之日起一个月内与相关当事人签订新的协议，并及时报深圳证券交易所备案后公告。

2、募集资金使用

公司应当按照发行申请文件中承诺的募集资金投资计划使用募集资金。出现严重影响募集资金投资计划正常进行的情形时，公司应当及时报告深圳证券交易所并公告。

公司募集资金投资项目不得为持有交易性金融资产和可供出售的金融资产、借予他人、委托理财等财务性投资，不得直接或者间接投资于以买卖有价证券为主要业务的公司。

公司不得将募集资金通过质押、委托贷款或其他方式变相改变募集资金用途。

公司应当确保募集资金使用的真实性和公允性，防止募集资金被关联人占用或挪用，并采取有效措施避免关联人利用募集资金投资项目获取不正当利益。

公司董事会应当在每半年全面核查募集资金投资项目的进展情况。

募集资金投资项目年度实际使用募集资金与最近一次披露的募集资金投资计划当年预计使用金额差异超过 30%的，公司应当调整募集资金投资计划，并在募集资金年度使用情况的专项报告中披露最近一次募集资金年度投资计划、目前实际投资进度、调整后预计分年度投资计划以及投资计划变化的原因等。

募集资金投资项目出现以下情形之一的，公司应当对该项目的可行性、预计收益等进行论证，决定是否继续实施该项目,并在最近一期定期报告中披露项目

的进展情况、出现异常的原因以及调整后的募集资金投资计划（如有）：

（一）募集资金投资项目涉及的市场环境发生重大变化的；

（二）募集资金投资项目搁置时间超过一年的；

（三）超过最近一次募集资金投资计划的完成期限且募集资金投入金额未达到相关计划金额 50%的；

（四）其他募集资金投资项目出现异常的情形。

公司决定终止原募集资金投资项目的，应当尽快、科学地选择新的投资项目。

公司以募集资金置换预先已投入募投项目的自筹资金的，应当经公司董事会审议通过、注册会计师出具鉴证报告及独立董事、监事会、保荐人发表明确同意意见并履行信息披露义务后方可实施，置换时间距募集资金到账时间不得超过 6 个月。

公司已在发行申请文件中披露拟以募集资金置换预先投入的自筹资金且预先投入金额确定的，应当在置换实施前对外公告。

公司用闲置募集资金暂时用于补充流动资金的，应当经董事会审议通过，独立董事、监事会、保荐机构发表明确同意意见并披露，且应当符合以下条件：

（一）不得变相改变募集资金用途或者影响募集资金投资计划的正常进行；

（二）单次补充流动资金时间不得超过 12 个月；

（三）已归还前次用于暂时补充流动资金的募集资金（如适用）；

闲置募集资金用于补充流动资金时，仅限于与主营业务相关的生产经营使用，不得直接或间接安排用于新股配售、申购或者用于股票及其衍生品种、可转债等的交易。

公司用闲置募集资金补充流动资金事项的，应当经公司董事会审议通过，并在两个交易日内公告以下内容：

（一）本次募集资金的基本情况，包括募集时间、募集资金金额、募集资金净额及投资计划等；

（二）募集资金使用情况；

（三）闲置募集资金补充流动资金的金额及期限；

（四）闲置募集资金补充流动资金预计节约财务费用的金额、导致流动资金不足的原因、是否存在变相改变募集资金投向的行为和保证不影响募集资金项目正常进行的措施；

（五）独立董事、监事会、保荐机构出具的意见；

（六）交易所要求的其他内容。

补充流动资金到期日之前，公司应将该部分资金归还至募集资金专户，并在资金全部归还后 2 个交易日内报告深圳证券交易所并公告。

公司应当根据公司的发展规划及实际生产经营需求，妥善安排超募资金的使用计划，提交董事会审议通过后及时披露。

独立董事和保荐机构应对超募资金的使用计划的合理性和必要性发表独立意见，并与公司的相关公告同时披露，符合《创业板上市规则》第九章应披露的交易、第十章关联交易规定应当提交股东大会审议的，还应当提交股东大会审议。

超募资金原则上应当用于公司的主营业务，不能用于持有交易性金融资产和可供出售的金融资产、借予他人、委托理财（现金管理除外）等财务性投资或者开展证券投资、衍生品投资等高风险投资，不得直接或间接投资于以买卖有价证券为主要业务的公司。

公司计划使用超募资金偿还银行贷款或补充流动资金的，除满足第十八条的规定外，还应当符合以下要求并在公告中披露以下内容：

（一）超募资金用于永久补充流动资金和归还银行贷款的金额，每十二个月内累计不得超过超募资金总额的 30%；

（二）公司最近十二个月内未将自有资金用于持有交易性金融资产和可供出售的金融资产、借予他人、委托理财（现金管理除外）等财务性投资或者从事证券投资、衍生品投资、创业投资等高风险投资；

（三）公司承诺偿还银行贷款或者补充流动资金后十二个月内不进行高风险投资（包括财务性投资）以及为他人提供财务资助；

（四）经董事会全体董事的三分之二以上和全体独立董事同意，并经公司股东大会审议通过；

（五）保荐机构就本次超募资金使用计划是否符合前述条件进行核查并明确表示同意。

超募资金用于暂时补充流动资金的，视同用闲置募集资金暂时补充流动资金。

公司可以对暂时闲置的募集资金（包括超募资金）进行现金管理，其投资的产品必须符合以下条件：

（一）安全性高，满足保本要求，产品发行主体能够提供保本承诺；

（二）流动性好，不得影响募集资金投资计划正常进行。

投资产品不得质押，产品专用结算账户（如适用）不得存放非募集资金或者用作其他用途，开立或者注销产品专用结算账户的，公司应当及时报深圳证券交易所备案并公告。

公司使用闲置募集资金投资产品的，应当经公司董事会审议通过，独立董事、监事会、保荐机构发表明确同意意见。

公司应当在董事会会议后两个交易日内公告下列内容：

（一）本次募集资金的基本情况，包括募集时间、募集资金金额、募集资金净额及投资计划等；

（二）募集资金使用情况；

（三）闲置募集资金投资产品的额度及期限；

（四）募集资金闲置的原因，是否存在变相改变募集资金用途的行为和保证不影响募集资金项目正常进行的措施；

（五）投资产品的收益分配方式、投资范围、产品发行主体提供的保本承诺及安全性分析；

（六）独立董事、监事会、保荐机构出具的意见。

公司应当在面临产品发行主体财务状况恶化、所投资的产品面临亏损等重大风险情形时，及时对外披露风险提示性公告，并说明公司为确保资金安全采取的风险控制措施。

公司以发行证券作为支付方式向特定对象购买资产的，应当确保在新增股份上市前办理完毕上述资产的所有权转移手续，公司聘请的律师事务所应当就资产转移手续完成情况出具专项法律意见书。

公司以发行证券作为支付方式向特定方式购买资产或者募集资金用于收购资产的，相关当事人应当严格遵守和履行涉及收购资产的相关承诺。

3、募集资金投资项目变更

公司应当经董事会审议和股东大会决议通过变更募集资金用途议案后，方可变更募投资金用途。

公司存在下列情形的，视为募集资金用途变更：

（一）取消原募集资金项目，实施新项目；

（二）变更募集资金投资项目实施主体（实施主体由公司变为全资子公司或者由全资子公司变为公司的除外）；

（三）变更募集资金投资项目实施方式；

（四）深圳证券交易所认定为募集资金用途变更的其他情形。

公司董事会应当审慎地进行拟变更后的新募集资金投资项目的可行性分析，确信投资项目具有较好的市场前景和盈利能力，有效防范投资风险，提高募集资金使用效益。

公司变更后的募集资金投向应投资于主营业务。

公司拟变更募投资金用途的，应当在提交董事会审议后两个交易日内报告深圳证券交易所并公告以下内容：

（一）原项目基本情况及变更的具体原因；

（二）新项目的基本情况、可行性分析、经济效益分析和风险提示；

（三）新项目的投资计划；

（四）新项目已经取得或尚待有关部门审批的说明（如适用）；

（五）独立董事、监事会、保荐机构对变更募集资金投向的意见；

（六）变更募集资金投资项目尚需提交股东大会审议的说明；

（七）深圳证券交易所要求的其他内容。

新项目涉及关联交易、购买资产、对外投资的，还应当比照相关规则的规定进行披露。

公司拟将募集资金投资项目变更为合资经营的方式实施的，应当在充分了解合资方基本情况的基础上，慎重考虑合资的必要性，并且公司应当控股，确保对募集资金投资项目的有效控制。

公司变更募投资金用途用于收购控股股东或实际控制人资产（包括权益）的，应当确保在收购后能够有效避免同业竞争及减少关联交易。

公司应当披露与控股股东或实际控制人进行交易的原因、关联交易的定价政策及定价依据、关联交易对公司的影响以及相关问题的解决措施。

公司改变募集资金投资项目实施地点的，应当经董事会审议通过，并在第二个交易日公告，说明改变情况、原因、对募集资金投资项目实施造成的影响以及保荐机构出具的意见。

单个或全部募集资金投资项目完成后，公司将少量节余资金（包括利息收入）用作其他用途应当经董事会审议通过、保荐机构发布明确同意的意见后方可使用。

节余募集资金（包括利息收入）低于一百万人民币或者低于单个项目或者全部项目募集资金承诺投资额 1%的，可以豁免履行前述程序，其使用情况应当在年度报告中披露。

公司节余募集资金（包括利息收入）超过单个或者全部募集资金投资项目计划资金的 30%或者以上，需提交股东大会审议通过。

（六）本次募集资金项目符合国家产业政策、环境保护及其他相关法律、法规和规章的规定

本次募集资金项目已经东莞市发展和改革局备案，获得项目代码为 2020-441900-29-03-038829 的《广东省企业投资项目备案证》。

本次募集资金项目已获得东莞市生态环境局出具的《建设项目环境影响报告表的批复》（东环建[2020]5859 号），同意实施该项目。

公司已与东莞市桥头镇人民政府签订了《项目投资意向协议》，拟通过土地使用权出让的方式，取得坐落于广东省东莞市桥头镇大洲社区桥新西二路（高头岭），面积为 25 亩的国有建设用地使用权，用于本次募集资金项目的实施。

综合上述情况，本次募集资金项目符合国家产业政策、环境保护、土地管理及其他相关法律、法规和规章的规定。

（七）本次募集资金项目的实施对公司独立性的影响

本次募集资金项目的实施不会导致公司与控股股东、实际控制人及控制的其他企业之间产生同业竞争，亦不会对公司的独立性产生不利影响。

三、本次募集资金项目与公司现有主营业务的关系

本次募集资金项目是以公司目前主营业务、主要产品和现有技术为基础，进行的生产线扩充、工艺技术升级和产品结构优化。通过本次募集资金项目的实施，公司的核心竞争力将获得进一步增强，产品结构将获得优化和扩充，有助于扩大公司产品的市场占有率，巩固和增强公司的行业优势地位，符合国家相关产业政策和公司战略发展方向，拥有广阔的发展空间和良好的市场前景，具有较好的经济效益和社会效益。

四、本次募集资金项目实施的可行性

本次募集资金项目符合国家相关产业政策的导向和要求，能够加快公司实现产品结构优化、工艺技术升级和经济效益提升的目标，符合公司的业务发展规划，有利于促进公司持续稳定发展，并为投资者带来合理回报。

（一）本次募集资金项目符合未来市场发展方向

随着收入水平的提高和消费意识的升级，消费者对眼镜的需求已不再局限于视力矫正、保护眼睛的传统功能，眼镜的修饰美观作用日益受到关注，流行、新颖、富有时尚感的眼镜逐步受到消费者的青睐，产品品质优良及设计时尚美观已成为消费者购买眼镜的重要考量。随着眼镜消费时尚化的需求不断增加，醋酸纤维素板材已成为中高端眼镜制造的重要原材料，拥有着广阔的市场空间。

眼镜消费呈多元化发展趋势，主要表现为消费结构、消费群体和消费观念的多元化。就消费结构而言，随着社会经济的发展和消费结构的升级，使眼镜由传统单一的功能性佩戴物品变为了流行繁多的时尚饰品；就消费群体而言，多层化、交叉化的特点显著，主力消费人群从注重视力矫正和护眼功能的 60 年代、70 年代后，转向更加关注色彩、图案及个性化需求的 80 年代、90 年代后；就消费观念而言，眼镜不再仅仅是一种实用工具，还是可以彰显个性、承载时尚、改变整体形象、提升气质的装饰性产品，换镜频率日益提高；其次，时尚消费、整合消费已成为现代人崭新的消费观念，眼镜在现代消费中已成为珠宝消费的组合物、时装消费的整合物、休闲消费的时尚物。消费结构、消费群体和消费观念的重大变化，使得消费者对产品个性化需求日益提升，为时尚个性、色彩多样的醋酸纤维素板材镜架市场提供了良好的发展空间，市场前景广阔。

本次募集资金项目是对公司现有产品结构的优化和产品线的补充，对生产工艺技术和设备的升级改造，有助于公司更专业、更快速、更优质地向市场提供色彩丰富、花式繁多的醋酸纤维素板材，符合未来市场的发展方向。

（二）本次募集资金项目拥有广阔的市场前景

在全球经济增长、眼睛护理和视力保护意识日益提高、人口老龄化加剧及眼镜装饰作用日益凸显等因素的影响下，全球眼镜市场处于稳定发展期间。据 Euromonitor 数据显示，2017 年全球眼镜市场规模为 1,298 亿美元，预计 2021 年将达 1,360 亿美元，期间年复合增速为 1.17%。据 Luxottica 数据显示，预计 2016～

2021 年镜架销售同比增幅将达 19%，至 2021 年全球镜架需求量将达到 12 亿副。我国人口众多，拥有着全球潜力最大的眼镜消费市场，据 GFK 数据显示，2017 年我国眼镜市场销售额达 505 亿元，未来随着我国经济的快速发展及居民消费水平的不断提高，在近视低龄化、人口老龄化、眼部健康意识增强等因素的影响下，我国眼镜市场仍具有巨大的增长潜力，据 Euromonitor 预测，预计到 2020 年我国眼镜市场规模将达 851.77 亿元。随着眼镜消费市场向高端化、个性化、定制化的方向发展，中高端眼镜市场的需求将持续增加，眼镜制造企业对用于生产中高端眼镜的醋酸纤维素板材的需求将持续增长。

近年来，公司在产品需求旺季已出现产能不足、产品供不应求的情况，现有设备产能已不能满足客户需求的增长，产能不足已逐渐成为制约公司业务规模扩张和持续快速发展的瓶颈。

本次募集资金项目实施完毕后，公司醋酸纤维素板材的产能将获得显著提升，能够更快、更好、更充分地满足国内外客户的采购需求，有利于公司及时把握市场机遇和行业发展趋势，满足和适应不断增长与变化的各类消费需求，为经营业绩的持续稳定增长提供保障。

（三）本次募集资金项目与公司发展战略相符合

本次募集资金项目中的“醋酸纤维素板材智能工厂建设项目”是在国家产业政策支持，紧跟行业发展趋势和市场发展方向的背景下，公司围绕主营业务，以现有成熟工艺和核心技术为依托，把握市场机遇，紧跟市场需求，以扩充和优化产品结构，提高设备先进程度，提升工艺技术水平，扩大产品生产规模、增强公司盈利能力为目标而提出。

本次募集资金项目中的“研发设计中心建设项目”是在公司现已掌握的成熟工艺及核心技术的条件下，引进国内外先进研发设备、检测设备和试验设备，引入行业高端人才，建设国内高效率、高标准的研发和信息化中心，旨在进一步提升公司技术和产品研发创新能力，提高产品质量，开发色彩搭配更加丰富、图案花式更为繁多的醋酸纤维素板材。

本次募集资金项目的实施，一方面将使公司生产醋酸纤维素板材的技术水平和产品优势获得进一步巩固和加强，提高公司业务规模和产品生产能力；另一方

面，通过实施“研发设计中心建设项目”，可以优化产品结构、丰富产品种类、提升产品附加值，为公司开辟新的盈利增长点，实现公司更好更快的发展。

（四）募集资金项目具有良好的市场前景和盈利能力

本次募集资金项目所采用的生产和研发设备先进，工艺技术成熟，产品附加值较高，市场前景良好，拥有较好的经济效益。其中，“醋酸纤维素板材智能工厂建设项目”达产后，预计效益为 4,179.47 万元/年（税后）；“研发设计中心建设项目”是对公司现有业务和“醋酸纤维素板材智能工厂建设项目”的有效支持和补充，具有良好的间接效益。

五、醋酸纤维素板材智能工厂建设项目详细情况

（一）项目概况

实施主体：集美东莞

实施方式：待本次募集资金到位后，公司将利用募集资金通过向子公司增资的方式对该项目进行实施，不涉及与他人合作的情况。

建设地点：拟通过国有建设用地使用权出让的方式，取得坐落于广东省东莞市桥头镇大洲社区桥新西二路（高头岭），面积为 25 亩的国有建设用地使用权。2020 年 7 月 8 日，公司与东莞市桥头镇人民政府签订了《项目投资协议》及《补充协议》，并于 2020 年 7 月 15 日向东莞市桥头镇经济联合社总社支付了项目保证金 100 万元，目前相关土地使用权的招标、拍卖和挂牌程序仍在进行中。

公司将在取得该宗国有建设用地使用权后，实施本次募集资金项目。在此期间，如公司所处行业及市场环境，以及项目实施地土地管理、建设规划、税收政策等未发生重大变化，则上述情况不会对本次募集资金项目的具体实施产生重大影响。

项目投资：项目总投资 18,532.72 万元，包括土地购置费用 2,000 万元，基础建设投资 10,675.00 万元，设备投资 3,330.53 万元，流动资金 2,527.19 万元。

建设内容：在已掌握的成熟工艺及核心技术的基础上，通过建设新厂房，引进新装备，研发新技术，建设新生产线，提高醋酸纤维素板材的生产能力和生产效率。

项目资质：该项目实施前，无需提前取得产品经营或生产许可。目前公司已取得的相关产品经营和生产许可情况，详见本招股说明书“第六节 业务与技术”之“六、公司拥有的主要固定资产、无形资产及其他资源要素”之“（三）与业务相关的经营及生产许可”中的相关内容。

技术来源：该项目所采用的产品生产技术均为本公司现有成熟技术，详见本招股说明书“第六节 业务与技术”之“七、公司拥有的核心技术和研究开发情况”之“（一）公司拥有的核心技术及应用情况”。

建设进度：截至本招股说明书签署之日，公司尚未使用自有资金或银行借款对该项目进行先期投入。待本次募集资金到位后，公司将优先置换先期支付的土地购置款项。

（二）项目实施背景及必要性

1、眼镜市场的不断扩大带动了醋酸纤维素板材需求的不断增长

近年来，受全球经济增长、手机等移动设备普及、人口老龄化及眼镜装饰作用日益凸显等因素影响，全球眼镜市场处于稳定发展阶段。据 Euromonitor 数据显示，2017 年全球眼镜市场总规模已达 1,298 亿美元。据 GFK 数据显示，2017 年我国眼镜市场销售额达 505 亿元，同比增长 11%，其中镜架及太阳镜市场销售额达 235 亿元，占我国眼镜市场的 47%。据中国眼镜协会数据显示，2017 年我国眼镜产品（不含仪器设备）进出口额分别为 12.23 亿美元和 53.70 亿美元，2012～2017 年期间的年复合增速分别为 14.70%和 7.57%；其中，镜架、太阳镜及老视镜，占据我国眼镜产品出口的主要市场份额，分别占我国 2017 年眼镜产品出口额的 55.52%和 21.38%，镜架产品出口额呈持续上升趋势，由 2012 年的 8.77 亿美元增至 2017 年的 11.48 亿美元，年复合增速为 5.53%。

醋酸纤维素板材作为广泛应用于中高端板材眼镜镜架制造的主要原材料，随着眼镜行业的不断发展及消费市场的不断扩大，带动了眼镜行业对醋酸纤维素板材需求的不断增长。

2、优质的客户资源为募集资金项目的实施提供了市场保障

眼镜行业经过多年发展，已形成稳定的产业链条，产业分工细化，专业化生产趋势明显，主要分为上游材料市场、中游生产加工市场及下游应用市场。公司处于眼镜行业产业链上游，为眼镜生产加工企业提供原材料，主要产品为中高端

板材眼镜镜架制造用醋酸纤维素板材。目前，公司客户群体包括国内外知名的眼镜产品制造商，如陆逊梯卡、霞飞诺、雅视光学、新兴光学、华清眼镜、瓯海眼镜等，在眼镜生产加工行业占据较大的市场份额。

由于眼镜行业受下游应用市场影响显著，上游材料、生产加工行业需要根据眼镜零售市场变化进行调整。因此公司会为客户提供定制化服务，凭借长期积累的研发和生产经验，加快新品的研发速度，更好更快地满足眼镜生产企业及眼镜消费市场的需求，进一步增强公司与客户的紧密度。首先，公司将通过向客户提供更为优质的产品和服务巩固并深化双方的合作关系，积极参与客户的前期产品开发，提高服务水平，巩固和提高产品的市场份额；其次，公司将凭借品牌、研发、产品质量等优势，与眼镜制造商建立战略合作关系，深化品牌战略，树立良好的品牌形象，提高新项目开发、订单维护、质量跟踪及潜在纠纷问题处理等能力，维护公司在客户群体中的良好形象；再次，公司将通过加强服务人员培训，强化服务人员的服务意识，提高售后服务能力，提升客户满意度，加强企业竞争优势。随着眼镜市场规模不断扩大，零售市场将进一步规模化和规范化，进一步推动眼镜生产加工行业的加速整合，知名度高、规模较大的眼镜生产加工企业将更具市场竞争优势。综上，随着眼镜生产加工行业及消费市场的进一步发展，优质的客户资源将为公司的快速发展提供强劲的推动力，为本项目的顺利实施提供充分的市场保障。

3、提升自动化程度，提高生产效率

近年来，随着国民生活水平的逐渐提高，人力成本逐步提升，企业面临着不断恶化的用工短缺问题，这意味着我国制造业长久以来依靠的劳动力资源丰富、劳动成本低等优势将逐步消失。中高端制造业已成为拉动就业的新引擎，高技术产业从业人员数增速明显高于各产业普通就业人员增速，自动化和智能化制造已成为我国制造业转型升级的新动能。对于制造生产型企业而言，引进自动化和智能化技术是提升生产力的必然举措，是增强公司核心竞争力的必要途径。

目前，公司挤出机、压板机等生产设备虽然在行业中较为先进，但其自动化程度仍然不够，运料、混料、填料、换模、清洗、刨板等工序仍需人工操作，费时费力，人工成本较高，影响了生产效率的进一步提高。

通过本项目的实施，公司将在生产、检测的各个环节新增如智能仓储设备、智能物料输送系统、智能自动调节大型烤炉等自动化和智能化设备，以求达到提

高生产效率，缩短生产周期，降低人工成本，稳定产品质量的目的，为实现生产全流程自动化、检测全流程智能化提供相应保障。

4、打破产能瓶颈，扩大经营规模

公司目前产品可分为挤板系列和压板系列两大类，其中挤出类可分为挤出绞花类与挤出层板类，压板系列可分为碎花类与拼板类。压板产品是挤出绞花类的二次深加工，相比挤出产品，具有更高的技术含量及附加值。压板产品作为公司的核心产品，在国内同类产品中处于前列，能够给公司带来更高的经济效益。压板产品具备颜色组合丰富、产品多样的特点，符合个性化定制需求，有较大的市场发展空间。目前公司场地面积有限、生产效率仍有待提高，制约了公司压板产能的进一步提升，阻碍了公司经营规模的进一步扩大，以及经营业绩的进一步提高，不利于公司更好更快的发展。

通过本项目的实施，公司将围绕核心产品组建新的生产线，采用自动化水平更高的生产设备，提高生产效率，降低生产成本，扩大产品产能，保持公司在行业中设备和技术的领先优势，进一步提升公司及产品的核心竞争力，为公司的可持续发展提供后续保障。

5、契合公司发展，围绕公司主营

公司自 2006 年以来，专注于醋酸纤维素板材的设计开发、生产和销售，凭借多年的醋酸纤维素板材生产经验，拥有业内先进的机器设备及高素质的人员队伍，在模具设计开发、颜色及款型搭配、产品质量等方面具备较强的竞争优势。

通过本项目的实施，公司将对现有设备及工艺技术进行改造和升级，提高自动化、智能化水平；新建生产设施，引进吸收国外先进技术装备，重点发展具有多品种、低损耗的板材生产线，为公司的后续发展提供坚实支撑；改进和优化生产工艺，降低原材料的损耗、提高生产效率和成品率，在公司现有醋酸纤维素板材生产能力和工艺技术的基础上，丰富产品种类、优化产品结构、扩大生产规模，提升盈利能力。

（三）市场前景

1、眼镜行业市场前景及需求

近年来，在全球经济增长、眼睛护理和用眼健康意识日益提高、人口老龄化加剧及眼镜装饰作用日益凸显等因素影响下，全球眼镜市场处于稳定发展阶段。

据 Euromonitor 数据显示，2017 年全球眼镜市场规模为 1,298 亿美元，预计 2021 年将达 1,360 亿美元，期间年复合增速为 1.17%。据陆逊梯卡数据显示，预计 2016～2021 年镜架销售同比增幅将达 19%，至 2021 年全球镜架需求量将达到 12 亿副。

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

眼镜市场受经济发展、时尚潮流变化等因素的影响较为明显，具体如下：

（1）个人收入增长和消费水平的提高成为眼镜市场发展的重要驱动力

随着收入增长与生活水平提高，人们对视力保护意识日益增强，高品质、更具护眼功能的眼镜产品愈发受到消费者青睐，越来越多的消费者从以前一味追求眼镜单一的保护视力功能，转变为展现个人品位和魅力与保护视力并重的复合功能方向发展，越发关注眼镜对保护视力的重要性及时尚美观的装饰性，“一人多镜”的消费理念为眼镜产业带来了更大的市场空间。

（2）时尚潮流变化对眼镜市场发展起到重要的推动作用

眼镜产品的修饰美观作用日益受到关注，流行、新颖、富有时尚感的眼镜产品逐步受到消费者的青睐，高品质、时尚美观的设计成为消费者购买的重要因素，个性化、时尚化、品牌化消费趋势逐渐成为主流消费趋势。眼镜作为时尚潮流元素的重要载体，在季节变换、快时尚风向、生活多元化等不同环境下需要展现出不同的时尚潮流元素，促使眼镜制造商和设计师越来越注重开发款式新颖、图纹多样、色彩丰富的眼镜产品，以满足消费者在不同生活和社交场景佩戴眼镜产品的时尚化需求。其中，太阳镜作为展现个人时尚诉求的代表，除具备防止太阳强光刺激造成对人眼伤害的视力保护功能外，已成为人们追求时尚潮流及展现个人形象与魅力的重要配饰，是时尚潮流人群的必备饰品，市场增速较快。此外，户外活动和旅游度假频次的增加也为太阳镜的市场需求起到了积极的促进作用。据 Euromonitor 数据显示，我国太阳镜销售额由 2012 年的 71 亿元增至 2018 年的 107.70 亿元，年复合增速为 7.19%，处于快速发展阶段。在个人消费水平不断提

高、时尚消费观念日益提升、时尚眼镜产品日益丰富等因素的影响下，眼镜产品的时尚化趋势将进一步拓宽眼镜市场的发展空间。

2、其他领域市场前景及需求

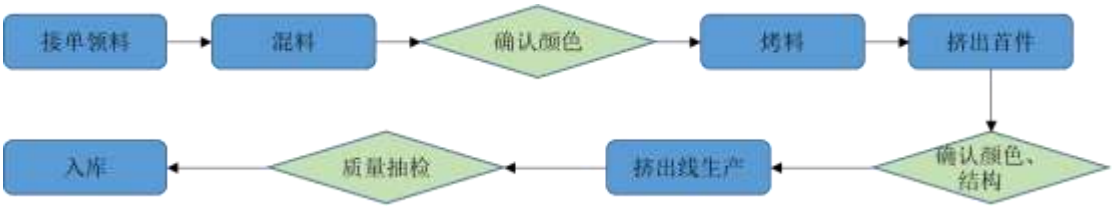
公司生产的醋酸纤维素板材除可以用于眼镜的制造外，还可用于时尚饰品等产品的生产。包括发饰、耳饰及项链等在内的时尚饰品，在不同的生活和社交场景下需展现不同的时尚潮流元素，产品更新换代速度较快。近年来，全球时尚产业发展趋势良好。我国时尚消费人群以女性群体为主，随着我国经济的发展及人们生活水平的提高，女性对时尚饰品的支出不断增加，品牌消费与时尚消费逐渐成为女性消费群体的主要消费。醋酸纤维素板材在时尚饰品生产领域具有广阔的市场前景。

（四）项目技术与工艺

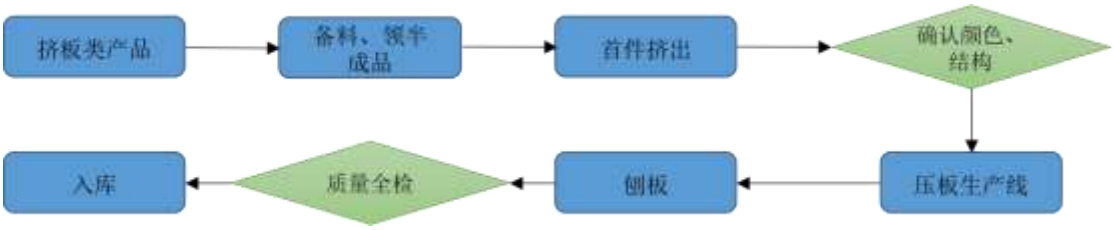
该项目采用的生产工艺均为公司现有成熟技术和工艺，不存在合作开发、技术外购或被许可使用的情况，亦不存在涉及侵犯知识产权或使用受到限制的情形。

该项目生产工艺是在公司已掌握的成熟工艺基础上进行的优化升级，通过提高设备自动化程度，达到降低生产成本，提高生产效率，提升产品质量的目标。

1、挤板生产工艺流程



2、压板生产工艺流程



（五）项目投资概算

项目总投资 18,532.72 万元，包括土地购置费用 2,000 万元，基础建设投资 10,675.00 万元，设备投资 3,330.53 万元，流动资金 2,527.19 万元。

项目投资概算具体内容如下：

序号	投资分项	金额（万元）	投资占比（%）
1	建设用地	2,000.00	10.79
2	土建工程	10,675.00	57.60
3	机器设备	3,330.53	17.97
4	铺底流动资金	2,527.19	13.64
	总投资	18,532.72	100.00

1、基础建设投资

序号	投资分项	金额（万元）	投资占比（%）
1	主体工程	8,750.00	81.97
1.1	生产基地	5,833.34	54.64
1.2	生活配套（宿舍）	1,458.33	13.66
1.3	办公场所	1,458.33	13.66
2	工程建筑其他费用	1,050.00	9.84
3	预备费（基本+涨价）	875.00	8.20
	总投资	10,675.00	100.00

2、设备投资

本项目所采用的设备均由公司向国内外设备制造厂商或经销商进行采购，设备投资的具体情况如下：

投资分项	金额（万元）	投资占比（%）
生产及检测设备	2,486.22	74.65
MES 生产监控系统	385.00	11.56
办公设备	230.00	6.91
设备安装费用	129.31	3.88
环保设备	100.00	3.00
合 计	3,330.53	100.00

（1）生产及检测设备

序号	设备名称	数量（台/套）	品牌/产地	单价（万元）	金额（万元）
1	挤料生产线	18	国产	27.78	500.04
2	注塑机	4	国产	8.75	35.00
3	碎料机	5	国产	10.00	50.00
4	切板锯	3	国产	7.30	21.90
5	切割机	3	国产	80.00	240.00
6	智能仓储设备	1	国产	180.00	180.00
7	智能物料输送系统				
8	智能自动调节大型烤炉	5	国产	10.00	50.00
9	压板生产线	3	国产	333.00	999.00
10	混料机	16	国产	7.50	120.00

序号	设备名称	数量（台/套）	品牌/产地	单价（万元）	金额（万元）
11	修边机	3	国产	3.30	9.90
12	刨板机	12	国产	4.20	50.40
13	数控龙门刨床	3	国产	26.66	79.98
14	机器人	5	进口	30.00	150.00
	合 计				2,486.22

（2）办公设备

序号	设备名称	数量（台/套）	采购来源	单价（万元）	金额（万元）
1	电脑	150	国内采购	1.00	150.00
2	办公家具	1	国内采购	50.00	50.00
3	其他	1	国内采购	30.00	30.00
	合 计				230.00

（六）主要原辅材料供应、动力及运输

1、原辅材料供应

本项目产品所需主要原辅材料为醋酸纤维素胶粒、色粉等，主要通过国内供应商直接采购，市场供应量充足。

2、动力和运输

本项目所需能源动力主要为水、电，由公司向当地公共事业部门直接购买；产品由公司或客户指定的物流公司或物流方式运输，国内客户主要采用陆路运输，国外客户主要采用海洋运输或航空运输。

（七）环保措施

本项目生产过程中会产生废气和噪音，项目环保设施投入金额为 100 万元，均通过本次募集资金进行投入。

1、废气处理措施

本项目生产过程中会产生少量有机废气，主要因设备散热产生，通过在生产车间装备通风换气设备，及时将过滤达标后的有机废气排出车间，充分保证车间内空气的流通，确保废气排放符合《大气污染物综合排放标准》的要求。

2、噪声处理措施

本项目的噪声源主要为设备运行时产生噪声，按国家对噪声防治的要求，采取的主要措施如下：（1）采用建筑隔声和消声措施，对噪声较大的房间门窗、墙

壁采取隔音，以减少室内噪声和震动的传递；（2）尽量选用高效能、低能耗、低噪声的设备；（3）选用低转速、低噪声的风机和电机，风机进出口安装软接头；（4）对转速高的风机，采取隔声罩降低噪音；（5）通风、空调系统风管上均安装消声器或消声弯头；（6）空调机、冷冻机、离心式排风机设减振台座；（7）通过合理布置生产设备，对噪声和振动较大的生产设备安装减震基座或减振垫、管道采用软连接等，将噪声值较大的设备布置在距厂界较远的位置。

3、工厂绿化措施

工厂绿化具有净化、美化环境功能，本次规划采用点、线、面相结合的方式对厂区进行绿化，绿地率满足项目规划要求。

4、环境影响评价

本项目不属于污染项目。项目建成投产后，新增污染源较少，污染物的排放符合国家有关环境保护要求。

（八）产品产量及销售方式

1、产品产量

本项目设计产量为年产醋酸纤维素板材 2,295 吨。

2、销售方式

本项目产品由公司通过直销方式向国内外客户进行销售。

（九）产品质量管理

本项目生产过程中，公司将严格执行 GB/T19001-2016/ISO9001:2015 质量管理体系认证标准，进一步加强和完善采购、生产、销售各环节的质量控制体系，严格按照《产品检验控制程序》、《不合格品控制程序》、《监视与测量设备控制程序》等一系列内部质量控制的规范性文件，对产品从研发、生产及服务进行全面的质量跟踪和控制，运用 SAP 信息管理系统，对生产过程进行全面跟踪和控制，从各个环节对产品质量进行控制。

（十）项目实施进度

本项目建设周期为 24 个月，分为六个阶段，分别为项目筹备、工程实施、设备采购、设备安装与调试、人员培训、项目投产，具体进度安排如下：

项目阶段	时间进度（月）																							
	第一年												第二年											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
项目筹备	√	√	√																					
工程实施		√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√			
设备采购																			√	√	√			
设备安装与调试																			√	√	√	√	√	√
人员培训																					√	√	√	√
项目投产																								√

注：项目开始实施后，各阶段可穿插进行。

（十一）项目经济效益

经测算，本项目达产后，预计可实现年销售收入 20,752.50 万元，实现税后利润 4,179.47 万元（按 25%所得税率）。本项目所得税后财务内部收益率为 19.76%，所得税后投资回收期为 6.78 年（含建设期）。

六、研发设计中心建设项目详细情况

（一）项目概况

实施主体：集美东莞

实施方式：待本次募集资金到位后，公司将利用募集资金通过向子公司增资的方式对该项目进行实施，不涉及与他人合作的情况。

建设地点：拟通过国有建设用地使用权出让的方式，取得坐落于广东省东莞市桥头镇大洲社区桥新西二路（高头岭），面积为 25 亩的国有建设用地使用权。2020 年 5 月，公司已与东莞市桥头镇人民政府签订了《项目投资意向协议》，目前相关土地使用权的招标、拍卖和挂牌程序正在进行中。

公司将在取得该宗国有建设用地使用权后，实施本次募集资金项目。在此期间，如公司所处行业及市场环境，以及项目实施地土地管理、建设规划、税收政策等未发生重大变化，则上述情况不会对本次募集资金项目的具体实施产生重大影响。

项目投资：项目总投资 5,581.94 万元，其中场地及装修投资 965.25 万元，研发软硬件投入 1,454.19 万元，研发费用投入 3,162.50 万元，均通过本次募集资金进行投入。

建设内容：在已掌握的成熟工艺及核心技术的基础上，引进国内外先进研发设备、检测设备和试验设备，引入行业高端人才，建设高效率、高标准的研发设计中心，提升公司技术和产品的研发创新能力，提高产品质量，提升产品品质。

建设进度：截至本招股说明书签署日，公司尚未使用自有资金或银行借款对该项目进行先期投入。待本次募集资金到位后，公司将优先置换先期支付的土地购置款项。

（二）项目实施背景及必要性

1、优化色彩数据库，满足多样化需求

创意设计作为赋予一件物品新用途的关键，可以是对物品的造型进行改变，也可以是对物品的色彩进行丰富运用，通过色彩的运用，赋予其独特的视觉感受和色彩魅力，成为时尚的表现形式。色彩是人类对事物的第一印象，人类在自然中认识色彩，而后创造色彩，并将其运用于生活之中。如今色彩不单纯是指颜色，也代指地方特色、人文特色、传统特色、品牌特色等，通过色彩，能够感受到自然、地方、人文、品牌的魅力。颜色是时尚搭配的灵魂，通过色彩上的搭配，可以达到较好的时尚效果。眼镜已经成为时尚装饰的重要组成部分，眼镜色彩搭配更是受到人们的广泛关注，不再像是以往单一的颜色以及简单的款式，而是有着丰富的颜色，不同色彩搭配会体现出不一样的风格。相比金属眼镜，板材眼镜的质感、颜色和款型更丰富，成为能够更好融合时尚、文化、潮流元素的有效载体。

目前公司拥有 140 种基础色，可调配出近 8 万种色彩搭配，由于基础色过多，且配色对色粉的添加量要求极为严苛，人工调色费时费力，需经验丰富的人员进行操作。公司于 2017 年着手建立起色彩数据库，以便色彩配方的数据化管理和调用，降低人工调色产生的色差几率，达到稳定产品质量的目的。通过本项目的实施，公司拟将色彩数据库进一步丰富和优化，将基础色压缩至 24 种，通过系统进行色彩配方的精准匹配。同时为防止数据库配色出现误差，公司将在车间增加探头，将完成的颜色板材与标准样板进行比对，由电脑分析色彩的匹配和调整。色彩数据库的建立，是公司提高研发效率，及时应对客户及市场需求变化，以及引领行业产品发展趋势的前瞻性建设，是公司提升核心竞争力、提高产品市场竞争力，巩固行业优势地位的重要举措。

2、深化颜色配方研究，增强公司核心竞争力

随着眼镜材料颜色的日益增多，多种颜色在一个系统中的混乱、串色问题日益突出，眼镜材料颜色的稳定性和不易褪色成为客户关注的重点。目前，由于客户和公司的色彩调配人员对颜色的敏感度不同，导致产品存在串色、渗色的情况，不同批次的同类产品可能存在色差。同时，色粉的不稳定性、色粉的用量把握等因素也会造成颜色的不稳定，因此对颜色配方的把握是公司重要的技术研发方向，也是公司最主要的核心竞争力。

色彩数据库的建立可实现对色粉用量配比的精细化。通过对色粉进行不同用量添加的测试和分析，寻找配方的平衡与稳定，有利于在开发初期对产品质量的稳定性进行预估，缩短开发时间，降低开发成本，为稳定后期产品质量提供有效保障。此外，通过开发中央控制自动供料系统，可实现色种控制，进一步提高产品着色的一致性和产品质量的稳定性。

3、提升模具设计能力，提高公司产品竞争力

眼镜设计主要在于眼镜的形状、装饰、色彩等方面，设计效果取决于镜架的整体体现。丰富多变的色彩固然重要，但镜架的花纹与图案也是吸引消费者的重要元素。近年来，公司陆续开发出独有的花纹、图案模具，但与国际知名品牌相比在技术与款型丰富度上仍有一定差距。为此，随着眼镜行业向中高端发展，公司必须进一步提高模具设计能力，更好地满足下游客户的需求，提升产品竞争力。

通过本项目的实施，公司将加大模具的开发力度，丰富模具种类，创新模具搭配，有效提高产品色彩搭配和图案花式的创新能力，增强产品模具的开发和设计能力，加快推动公司产品的持续创新，提高产品市场竞争力，为公司的可持续发展奠定重要基础。

（三）市场前景

本项目是对公司现有业务和“醋酸纤维素板材智能工厂建设项目”的有效支持和补充，具有良好的间接效益。产品市场前景详见本节“六、醋酸纤维素板材智能工厂建设项目详细情况”之“（三）市场前景”。

（四）项目投资概算

项目总投资 5,581.94 万元，其中场地及装修投资 965.25 万元，研发软硬件投入 1,454.19 万元，研发费用投入 3,162.50 万元。

项目投资概算具体内容如下：

序号	投资分项	金额（万元）	投资占比（%）
1	场地及装修	965.25	17.29
2	研发软硬件	1,454.19	26.05
2.1	软硬件投入	1,403.00	25.17
2.2	安装费	38.19	0.68
2.3	实施费	13.00	0.23
3	研发费用	3,162.50	56.66
3.1	人员薪资	1,537.50	27.54
3.2	耗材	750.00	13.44
3.3	设计咨询及交流培训	875.00	15.68
	总投资	5,581.94	100.00

1、场地及装修投入

序号	投资分项	金额（万元）	投资占比（%）
1	主体工程	825.00	85.47
1.1	研发场所	825.00	85.47
2	安防及消防等其他	99.00	10.26
3	基本预备费	41.25	4.27
	总投资	965.25	100.00

2、研发软硬件投入

本项目所采用的设备由公司向国内外设备制造厂商或经销商进行采购，设备投资的具体情况如下：

序号	设备名称	数量（台/套）	品牌/产地	单价（万元）	金额（万元）	用途
1	恒温恒湿机	1	国产	15.00	15.00	材料性能测试
2	氙灯耐候试验箱	1	国产	30.00	30.00	检测颜色
3	研发挤出机	5	国产	40.00	200.00	研发用
4	研发压板机	3	国产	50.00	150.00	研发用
5	高清打印机	4	国产	40.00	160.00	研发生产用
6	全自动丝印机	4	国产	40.00	160.00	研发生产用
7	材料分析室	1		450.00	450.00	材料分析及研发
8	卡尔费休水份测定仪	1	台湾	40.00	40.00	检测水份
9	数据服务器	3	国产	2.50	7.50	数据处理
10	应用服务器	3	国产	2.50	7.50	数据处理
11	WEB 服务器	3	国产	2.50	7.50	数据处理
12	备用服务器	2	国产	2.50	5.00	数据处理
13	防火墙服务器	1	国产	2.00	2.00	数据安全
14	工作站	1	国产	4.50	4.50	数据处理
15	扫描仪	1	国产	0.20	0.20	文件扫描

序号	设备名称	数量（台/套）	品牌/产地	单价（万元）	金额（万元）	用途
16	激光打印机	1	国产	0.80	0.80	文件打印
17	主机机柜	1	定制	3.00	3.00	机柜
18	电话、光纤网络	1	定制	10.00	10.00	信息交流
19	清洗类软件	1	定制	30.00	30.00	
20	备份软件	1	定制	50.00	50.00	
21	云管软件	1	定制	50.00	50.00	
22	环保设备	1	国产	20.00	20.00	
	合 计				1,403.00	

3、研发费用

本项目在新产品设计开发过程中需要依靠研发设计人员持续、大量地进行开拓性色彩搭配和创新型图案设计，为客户的定制需求提供技术支撑。研发费用投入的具体情况及安排如下：

投资分项	人员配置	研发费用投入安排（万元）			
		T+1	T+2	T+3	合计
研发人员薪资	39 人	307.50	615.00	615.00	1,537.50
耗材	-	150.00	300.00	300.00	750.00
设计咨询及培训	-	175.00	350.00	350.00	875.00
投入合计	39 人	632.50	1,265.00	1,265.00	3,162.50

（五）项目实施内容

本项目将整合公司现有技术和研发力量，更新研发设备，添置先进的检测、试验仪器，通过引进高端技术人才，对公司研发部门进行全面升级，提升公司的研发水平。

本项目实施的具体内容如下：

序号	实施内容	拟达到的效果及目的
1	色彩数据库优化	眼镜已经成为时尚装饰的重要组成部分，眼镜色彩搭配更是受到人们的广泛关注，眼镜已不再像是以往那种单一的颜色和简单的款式，颜色和图案搭配日渐丰富，不同色彩搭配会体现出各异的风格。本项目是通过对色彩数据库进行优化，为公司产品的持续开发储备颜色数据，提升公司产品的竞争力。
2	模具设计研发升级	模具的持续研发和设计创新，可以丰富公司产品的花纹、图案、款型、搭配，以达到引领时尚潮流的目的。本项目将开发独有的花型，攻克生产技术难点，提升公司的研发实力，提高公司产品的市场竞争力。

（六）主要原辅材料供应、动力及运输

1、原辅材料供应

本项目产品所需主要原辅材料为醋酸纤维素胶粒、色粉等，主要通过国内供应商进行直接采购，市场供应量充足。

2、动力和运输

本项目所需能源动力主要为水、电，由公司向当地公共事业部门直接购买。

（七）环保措施

本项目生产过程中会产生噪音，项目环保设施投入金额为 20 万元，均通过本次募集资金进行投入。

1、噪声处理措施

本项目的噪声源主要为设备运行时产生噪声，按国家对噪声防治的要求，采取的主要措施如下：（1）采用建筑隔声和消声措施，对噪声较大的房间门窗、墙壁采取隔音，以减少室内噪声和震动的传递；（2）尽量选用高效能、低能耗、低噪声的设备；（3）选用低转速、低噪声的风机和电机，风机进出口安装软接头；（4）对转速高的风机，采取隔声罩降低噪音；（5）通风、空调系统风管上均安装消声器或消声弯头；（6）空调机、冷冻机、离心式排风机设减振台座。

2、环境影响评价

本项目不属于污染项目。项目建成投产后，新增污染源较少，污染物的排放符合国家有关环境保护要求。

（八）产品产量及销售方式

本项目产品仅为产品研发和小试过程生产的试验型产品，不对外进行销售。

（九）项目实施进度

本项目实施周期为 48 个月（包含建设期为 18 个月，研发内容实施期为 30 个月），分为五个阶段，分别为项目筹备、装修工程实施、设备订货及安装调试、人员招聘及培训、研发内容实施，具体进度安排如下：

	时间进度（季度）															
项目阶段	T 年				T+1 年				T+2 年				T+3 年			
	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4
项目筹备	√															

项目阶段	时间进度（季度）															
	T 年				T+1 年				T+2 年				T+3 年			
	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4
装修工程实施		√	√	√	√	√										
设备订货及安装调试						√	√	√	√	√	√					
人员招聘及培训						√	√	√	√	√	√					
研发内容实施							√	√	√	√	√	√	√	√	√	√

注：项目开始实施后，各阶段可穿插进行。

七、本次募集资金运用对财务状况和经营成果的影响

（一）对净资产和每股净资产的影响

本次发行募集资金到位后，公司净资产总额及每股净资产预计将大幅增加，公司的后续融资能力和抗风险能力将获得大幅增强。

（二）对资产收益率和盈利能力的影响

募集资金项目从投入到产生经济效益需要一定的时间，公司净资产收益率在短期内将有所下降。随着募集资金项目的逐步达产和预期收入的逐步实现，公司的营业收入和利润水平将获得提升，净资产收益率将逐步提高。

（三）对资产负债率和资本结构的影响

本次募集资金到位后，公司资产负债率将进一步下降，资产流动性将获得提高，偿债风险将大幅降低，财务结构将获得显著改善，财务风险的防范能力将得到进一步的增强。

（四）费用支出和资产折旧摊销对未来经营成果的影响

按照公司现行资产折旧摊销政策，新增资产及年均折旧摊销情况如下：

序号	项目名称	新增资产及摊销资产（万元）	年均折旧及摊销金额（万元）	年均费用支出（万元）
1	醋酸纤维素板材智能工厂建设项目	16,005.53	677.76	2,196.84
2	研发设计中心建设项目	2,419.44	130.47	316.25
	合　计	18,424.97	808.23	2,513.09

本次募集资金投资项目共计新增资产 18,424.97 万元，每年新增资产折旧及摊销费用 808.23 万元，每年新增管理费用、销售费用、财务费用和研发费用合计 2,513.09 万元。根据募集资金可行性研究报告测算，随着项目逐步实施完成，达

产后每年新增主营业务收入 20,752.50 万元，新增毛利 8,905.90 万元，足以抵消新增资产折旧摊销及费用带来的摊薄影响。

八、公司对本次募集资金项目新增产能的消化能力分析

（一）项目产品的市场前景广阔，消费需求巨大

本次募集资金项目产品为应用于中高端眼镜制造的醋酸纤维素板材，是对公司现有产品的升级和产品结构的优化，符合人们对眼镜产品色彩、图案、材质、时尚、流行的消费升级需求，以及行业未来的发展趋势，具有广阔的市场前景和巨大的消费需求。

有关项目产品市场前景，详见本节“六、醋酸纤维素板材智能工厂建设项目详细情况”之“（三）市场前景”，以及本招股说明书“第六节 业务与技术”之“二、公司所处行业基本情况”之“（三）行业基本情况”之“4、眼镜消费市场发展前景”。

（二）健康与时尚需求增加，推动眼镜板材行业发展

随着经济的发展、消费结构的升级，眼镜逐渐成为时尚必需品，消费群体得到了放大，“一人多镜”成为了趋势，除了消费群体的扩大外，消费观念的转变也推动了眼镜市场的增长。消费群体与消费观念的改变，使得眼镜消费呈多元化趋势，如材质、功能、销售渠道、经营理念，而最为主要的是品种、风格上的多样化，包括大小、形状、颜色、花纹等。在此背景下，各大眼镜品牌通过对眼镜文化的深刻理解，形成了独有的经营特色。意大利的 Luxottica 集团作为全球第一大眼镜公司，其所坚持的核心理念为由精湛工艺打造眼镜产品，其拥有包括 Bvlgari、Burberry、Chanel、Prada、DOLCE&GABBANA 等大量奢侈品牌授权业务，以及旗下自有品牌 Arnette、ESS、K&L、Luxottica、Mosley Tribes、Oakley 等的全球最庞大的眼镜零售网络。根据服装新闻网的数据显示，2016 年全球奢侈品时尚产业销售收入排行榜中 Luxottica 集团排名第 12 位，销售额为 654 亿人民币。对于未来眼镜市场的增长，根据 Luxottica 预测，未来五年镜架与镜片市场都将呈现两位数以上的增长。

醋酸纤维素材料具有易加工、触感好、不易老化、不易燃烧等优点，逐渐受到消费者的青睐，已成为太阳镜及光学眼镜镜架的主要原材料。根据 Vision Watch

的数据显示，当前有 22%的消费者选择板材镜架。未来基于眼镜消费市场发展趋势及醋酸纤维素材料在眼镜制造方面的优势，其在眼镜材料市场中的占比将进一步提高。

（三）公司的客户资源丰富，销售持续稳定

经过多年的经营和发展，公司拥有了较为丰富的客户资源，建立了稳定的合作关系。报告期内，公司产品销售及销售订单持续稳定。（公司拥有的客户资源，详见本招股说明书“第六节 业务与技术”之“三、公司在行业中的市场地位”之“（三）公司的竞争优势”之“2、客户资源优势”）

公司凭借丰富的产品种类、优质的产品质量、良好的商业信用、稳定的客户关系、丰富的客户资源，以及客户所拥有的众多销售网络，将为本次募集资金项目产品的产能释放奠定良好的市场基础，公司完全有能力消化本次募集资金项目新增的产能。

（四）巩固和加深现有客户关系，积极开拓新客户和新市场

公司主要客户为 Luxottica、Safilo 等多个国际一流眼镜厂商，凭借研发、设计、生产、质量等方面的优势，公司已在眼镜行业及市场中建立起良好的声誉。未来，公司将不断完善客户管理，巩固和加深与现有客户的关系，挖掘客户潜力，把握客户规模扩张带来的机遇，强化公司产品在现有市场区域的渗透，提升公司产品销量和市场占有率。

公司将通过销售部门积极开拓市场，寻找更多优质客户资源，与其建立长期稳定的供求关系，完善公司的营销服务网络，提高售后服务质量。此外，公司将通过细分市场、客户类型及区域分布，划分市场区域，优化配置资源，收集市场信息，提升国外市场份额，加大国内市场开发力度，为客户提供满足特定需求的差异化产品和服务。

（五）提升产品质量，提高服务品质

公司将继续做好产品的研发、生产及服务，以建立和持续优化色彩数据库作为市场领先的基础，不断加强新色彩、新创意和新产品的开发，紧跟国内外行业及市场发展趋势，不断提升产品质量，为募集资金项目的实施提供技术和产品支持。借助行业协会的专业会议和产品博览会等，对公司产品进行大规模推广，扩大产品认知度和市场影响力，为项目产品的销售奠定良好的市场基础。

公司本次募集资金项目的实施，将基于目前掌握的一系列核心技术，通过引进高端生产设备，优化生产工艺，提升产品质量控制及检测能力，为客户提供更多色彩丰富、图案新颖、富含流行时尚元素的眼镜材料。

九、公司未来发展规划及目标

（一）整体发展战略

公司将紧紧抓住国家鼓励和支持眼镜、时尚饰品等产业的良好发展契机，以“市场为导向，效益为目标，生产为手段”，打造公司在板材眼镜材料领域的领先地位。自成立以来，公司专注于醋酸纤维素板材的设计开发、生产和销售，凭借优秀的设计开发力量和丰富的设计开发经验，紧跟流行趋势，收集时尚元素，依托公司设计理念及生产技术，开发可引领行业潮流趋势的时尚色彩搭配方案，并将其转化为符合市场需求的新产品。

未来，公司将继续立足于发展前景广阔的眼镜市场，为眼镜制造行业提供色彩丰富、花式繁多、时尚流行、品质优异的醋酸纤维素板材。公司将始终坚持“色彩创新和图文创意相结合”的产品发展方向，在现有醋酸纤维素板材生产的基础上，注重进行色彩、图纹和结构的潮流趋势研究，为客户提供更为潮流时尚的产品；积极推进色彩数据库建设，着力于构建行业内较为完善的色彩管理档案室及色彩管理系统数据库；对现有设备及工艺技术不断进行改造和升级，引进国内外先进生产技术设备，提高生产自动化和智能化水平；积极开拓海内外新市场，加强营销队伍建设，提高售后服务水平，树立良好的品牌形象，提高市场占有率；重视内部人才培养，引进外部优秀人才，完善和优化考核及激励制度，加大培训力度，促使人才结构和公司需求科学匹配。

（二）未来三年的发展目标

1、研发设计计划

公司作为板材眼镜材料领域的领先企业，多年来坚持“生产制造与产品创新相结合”的发展理念，以设计开发和产品创新为业务发展的驱动，重点进行色彩、图纹和结构的潮流趋势研究与应用，收集最新的流行趋势和时尚元素，为客户提供更为时尚的色彩方案，持续完善色彩管理数据库的建设，为公司的色彩设计开发提供创意支持。

公司将通过本次募集资金项目，进一步拓宽设计人才、技术人才的吸纳和培育渠道，加强对眼镜市场发展潮流趋势的前瞻性研究，提升公司的研发设计和创新能力，为客户开发符合市场需求、引导市场潮流的新产品；积极推进色彩数据库建设，并将其与公司的先进生产技术相结合，巩固公司在行业内的优势地位。

2、产能扩张计划

公司凭借多年的醋酸纤维素板材生产经验，拥有业内先进的机器设备及高素质的生产队伍，在模具设计开发、颜色及款型搭配、产品质量等方面竞争优势明显。随着国民消费水平的提高，消费逐步向多元化方向发展，眼镜成为彰显个人个性和品位的重要载体，对眼镜的款式、材质的多元化、个性化需求日益明显。

公司将对现有设备及工艺技术不断进行改造和升级，提高自动化和智能化水平；新建生产设施，引进吸收国外先进技术装备，重点发展具有多品种、低损耗特征的醋酸纤维素板材产能，为公司的后续发展提供强有力的支撑；改进和优化生产工艺，提高产品成品率，降低原材料的损耗。

3、市场开发计划

随着眼镜市场的不断成熟及产品档次的提升，良好的品牌形象对公司市场竞争力的提升日益重要。公司将深化品牌战略，加大品牌推广力度，树立良好的品牌形象；提升色彩及款型搭配能力，把握行业发展潮流，为客户开发符合市场需求、引导时尚潮流的产品，通过调整产品结构，提升产品档次；通过更为优质的产品和服务巩固并深化客户合作关系，大力开拓国内与国际市场，进一步提升公司的品牌影响力；加强营销队伍建设，配备专业的技术服务人才，提升营销人员素质，提升公司的品牌形象和市场占有率。

4、人力资源计划

人力资源建设是公司未来发展的基础保障。公司十分重视管理、技术人才的培养与引进工作，采取外部招聘与内部培养相结合的方式，引进一批中高层管理人才和技术专家；通过加强与高等院校的合作，大力培育和储备专业技术型人才，完善和优化公司的人才结构；加强内部培养体系建设，提升员工的技术水平、业务素质，培养公司发展需要的各类专业人才；完善人力资源方面的激励与考核，制定不同级别、岗位人员的管理制度，完善相应的激励措施，为

员工提供更为广阔的发展空间，形成稳定的人才团队，为公司的快速发展提供保障。

（三）拟定上述发展计划所依据的假设条件及主要困难

1、主要假设条件

（1）公司所处的政治和社会环境、宏观经济处于正常发展状态，未出现影响公司发展的不可抗力因素；

（2）公司所处行业不出现重大的产业政策调整；

（3）公司产品质量未出现重大质量和安全问题；

（4）公司高级管理人员、其他核心人员不发生重大流失；

（5）资金来源可保证项目如期完成，并投入运行；

（6）无其它不可抗拒或不可预见的因素对公司造成重大不利影响等。

2、实施过程中可能面临的主要困难

（1）管理方面

上述业务发展规划的实施，将对公司在战略规划、组织安排、资源配置、人员管理、市场营销、人才储备等方面提出更高的要求。尽管公司目前已建立有效的管理制度和完善的管理体系，但在公司快速发展过程中仍可能因缺乏有效管理致使企业运行效率降低、发展速度放缓。因此，公司在日常管理中能否一直保持高效、协调的运作，将对业务发展目标的早日实现起到决定性作用。

（2）人才方面

随着公司业务发展规划的逐步实施，公司对中高端人才的需求量将逐渐增加。尽管公司目前已拥有一批专业能力强、技术水平高、管理经验丰富的优秀专业技术和管理人员，高端人才的缺乏和行业专家型人才的不足，将在一定程度上影响公司业务发展目标的早日实现。

（四）确保实现规划和目标拟采用的方法或途径

本次发行为公司实现上述业务发展目标提供了资金支持。本次发行后，公司将按计划认真组织项目的实施，使项目尽快达到运营状态，通过生产能力的增强和技术水平的提高，提升公司的核心竞争力。

公司上市后将严格遵照相关要求规范运作、完善法人治理结构、强化决策的科学性和透明度，促进管理体制的升级和完善。未来，公司将以加快技术人才、

管理人才、营销人才等优秀专业人才的引进，积极开拓产品销售市场，提高产品市场占有率，提升公司知名度及品牌影响力，确保公司业务发展目标的最终实现。

（五）业务发展规划与现有业务的关系

经过多年的发展与积累，公司在眼镜材料——醋酸纤维素板材的创新与开发、生产技术和工艺的应用、产品品质、客户资源等方面均取得了较大的竞争优势。近年来，随着眼镜制造行业的快速发展，公司在不断巩固和增强行业竞争优势的同时，积极进行生产工艺改进和产品结构优化，不断推出符合客户需求和市场消费趋势的新产品。公司通过自行开发、引进吸收、自主创新，联合专业院校对新技术及新产品进行开发，增强技术实力，丰富产品种类。目前，公司已发展成为集设计开发、生产、销售于一体，能够引领下游眼镜生产企业时尚潮流趋势，满足定制开发和生产需求的醋酸纤维素板材规模化生产企业。

公司的业务发展规划根据公司核心能力和业务发展目标制定，是对现有业务的发展和延伸。通过实施业务发展规划，公司未来的盈利能力和抗风险能力将得到进一步增强，有利于公司可持续发展，实现企业价值的最大化。公司在业务发展规划实施过程中，将充分利用技术、管理、经验、营销、市场等方面的优势，努力使业务发展目标得以完整实现。

第十节 投资者保护

一、发行人投资者关系的主要安排

（一）发行人信息披露及投资者服务工作

发行人的信息披露及投资者服务工作由董事会统一领导和管理，董事会秘书负责具体的协调和组织信息披露及投资者服务事宜，相关人员的联系方式如下：

董事会秘书：朱瑞倩

联系地址：广东省深圳市龙岗区横岗街道金源路 8-16 号

邮政编码：518115

联系电话：0755-28692111

传　　真：0755-89529222

电子邮箱：dongmi@jimei123.com

（二）发行人信息披露制度安排及流程

为规范公司信息披露行为，确保信息披露真实、准确、完整、及时，根据《证券法》等相关法律、法规、规范性文件及《公司章程》等有关规定，公司制定了《深圳市集美新材料股份有限公司信息披露管理制度》。该制度明确了信息披露的内容、程序、管理、责任追究机制，明确了公司管理人员在信息披露的责任和义务。该制度有助于加强公司与投资者之间的信息沟通，提升规范运作和公司治理水平，切实保护投资者的合法权益。公司建立并逐步完善公司治理与内部控制体系，组织机构运行良好，经营管理规范。

1、信息披露管理制度的主要内容

公司及相关信息披露义务人应当保证所披露的信息真实、准确、完整、公平，简明清晰，通俗易懂，不得有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏。

公司及相关信息披露义务人披露的信息应当同时向所有投资者披露，不得提前向任何单位和个人泄露。但是，法律、行政法规另有规定的除外。

公司及其控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员等作出公开承诺的，应当披露。不履行承诺给投资者造成损失的，应当依法承担赔偿责任。

公司董事、监事、高级管理人员及其他知情人在信息披露前，应当将该信息的知情者控制在最小范围内，不得泄露公司的内幕信息，不得进行内幕交易或配

合他人操纵股票及其衍生品种交易价格。一旦出现未公开重大信息泄露、市场传闻或者股票交易异常波动，公司及相关信息披露义务人应当及时采取措施、报告深圳证券交易所并立即公告。

在内幕信息依法披露前，任何知情人不得公开或者泄露该信息，不得利用该信息进行内幕交易。

依法披露的信息，应当在深圳证券交易所的网站和中国证监会指定的媒体发布，同时将其置备于公司住所、深圳证券交易所，供社会公众查阅。

公司董事长为信息披露工作第一责任人，董事会秘书为信息披露工作主要责任人，负责管理信息披露事务；各部门和下属公司负责人为本部门和下属公司信息披露事务管理和报告的第一责任人。

2、信息披露的流程

公司按照《深圳市集美新材料股份有限公司信息披露管理制度》的规定对临时报告、定期报告等信息披露文件进行审核定稿后，董事会秘书负责：

（1）将该等文件报送深圳证券交易所审核登记；

（2）在中国证监会指定媒体上进行公告；

（3）将信息披露公告文稿和相关备查文件报送深圳证监局，并置备于公司住所供社会公众查阅；

（4）对信息披露文件及公告进行归档保存。

（三）投资者沟通渠道的建立情况

为加强对公司与投资者和潜在投资者之间的沟通，促进公司和投资者之间建立长期、稳定的良性关系，促进公司诚实信用、规范运作，加强投资者对公司的了解，公司制定《深圳市集美新材料股份有限公司投资者关系管理制度》，对投资者关系管理作出详细规定。公司投资者关系管理工作应严格遵守《公司法》、《证券法》等有关法律、法规及中国证监会、深圳证券交易所有关业务规则的规定。公司投资者关系管理工作体现公平、公正、公开原则，平等对待全体投资者，保障所有投资者享有知情权及其它合法权益。

（四）未来开展投资者关系管理的规划

《深圳市集美新材料股份有限公司投资者关系管理制度》对开展投资者关系管理的规划主要约定如下：

董事会秘书为公司投资者关系管理的负责人，董事会办公室为公司的投资者关系管理职能部门，具体负责公司投资者关系管理事务。

投资者关系管理的工作内容为，在遵循公开信息披露原则的前提下，及时向投资者披露影响其决策的相关信息，主要包括：

（1）公司的发展战略，包括公司的发展方向、发展规划、竞争战略和经营方针等；

（2）法定信息披露及其说明，包括定期报告和临时公告等；

（3）公司依法可以披露的经营管理信息；

（4）公司依法可以披露的重大事项，包括公司的重大投资及其变化、资产重组、收购兼并、对外合作、对外担保、重大合同、关联交易、重大诉讼或仲裁、管理层变动以及大股东变化等信息；

（5）企业文化建设；

（6）公司的其他相关信息。

董事会办公室应当尽可能通过多种方式与投资者进行及时、深入和广泛的沟通，并借助互联网等快捷手段，提高沟通效率、降低沟通成本。

二、发行人的股利分配政策和决策程序

（一）本次发行上市前的股利分配政策

根据发行人的《公司章程》，发行人本次发行上市前的股利分配政策如下：

“1、公司实行积极、持续、稳定的利润分配政策，公司利润分配应重视对资者的合理投资回报并兼顾公司当年度的实际经营情况和可持续发展；

2、按照前述规定，公司在提取 10%法定公积金和根据公司发展的需要提取任意公积金后，对剩余的税后利润进行分配。公司利润分配不得超过累计可分配利润的范围，不得损害公司持续经营能力；

3、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；

4、公司可根据生产经营情况、投资规划和长期发展的需要调整利润分配政策，调整后的利润分配政策不得违反法律法规的规定，有关调整利润分配的议案需经董事会审议后提交股东大会批准；

5、公司如遇到战争、自然灾害等不可抗力因素、或公司外部经营环境变化并对公司生产经营状况造成重大影响，或公司自身经营状况发生较大变化时，公司可对利润分配政策进行调整。公司调整利润分配政策应由董事会作出专题论述，详细论证调整理由，形成书面论证报告后提交股东大会以特别决议通过（经出席股东大会的股东所持表决权的 2/3 以上通过）”

（二）本次发行上市后的股利分配政策

根据公司 2020 年第二次临时股东大会审议通过的《公司章程（草案）》，公司本次发行上市后股利分配政策如下：

1、分配原则

公司实行积极、持续、稳定的利润分配政策，公司利润分配应重视对投资者的合理投资回报并兼顾公司当年度的实际经营情况和可持续发展。

2、分配方式

采取现金、股票、现金与股票相结合或法律、法规允许的其他方式分配股利，在有条件的情况下，公司可以进行中期利润分配。

3、分配顺序

公司优先选择现金分红的利润分配方式，如不符合现金分红条件，再选择股票股利的利润分配方式。

4、利润分配的条件

公司实施现金利润分配时须同时满足下列条件：

（1）公司累计可供股东分配的利润为正值，即公司弥补以前年度亏损、提取公积金后所余的累计可供股东分配的利润为正值；

（2）审计机构对公司该年度财务报告出具标准无保留意见的审计报告；

（3）公司无重大投资计划或重大现金支出等事项发生（“重大投资”、“重大现金支出”指公司未来十二个月内拟对外投资、收购资产或购买设备累计支出达到或超过公司最近一期经审计净资产的 30%，且超过 5,000 万元的情形），且当年货币资金余额充裕；

（4）最近三年以现金方式累计分配的利润不少于最近三年实现的年均可分配利润的百分之三十。

5、现金分红政策

公司董事会应当综合考虑所处行业特点、发展阶段、自身经营模式、盈利水平以及是否有重大资金支出安排等因素，区分下列情形，并按照本章程规定的程序，提出差异化的现金分红政策：

（1）公司发展阶段属成熟期且无重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 80%；

（2）公司发展阶段属成熟期且有重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 40%；

（3）公司发展阶段属成长期且有重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 20%；

公司发展阶段不易区分但有重大资金支出安排的，按照前项规定处理。

6、股票股利的发放

公司在经营情况良好且董事会认为公司股票价格与公司股本规模不匹配、发放股票股利有利于公司全体股东整体利益时，可以在满足上述现金分红的条件下，公司可以采用发放股票股利方式进行利润分配，具体分红比例由公司董事会审议通过后，提交股东大会审议决定。

公司分配股票股利的条件及最低比例：当公司当年可供分配利润为正数时，公司可以采用股票股利方式进行利润分配；每次分配股票股利时，每 10 股股票分得的股票股利不少于 1 股；采用股票股利进行利润分配的，应当具有公司成长性、每股净资产的摊薄等真实合理因素；

（三）本次发行上市后的股利分配决策程序

根据公司 2020 年第二次临时股东大会审议通过的《公司章程（草案）》，公司本次发行上市后股利分配决策程序如下：

1、定期报告公布前，公司董事会应在充分考虑公司持续经营能力、保证生产正常经营及发展所需资金和重视对投资者的合理投资回报的前提下，研究论证利润分配的预案，独立董事应在制定现金分红预案时发表明确意见。

2、独立董事可以征集中小股东的意见，提出分红提案，并直接提交董事会审议。

3、公司董事会制定具体的利润分配预案时，应遵守法律、法规和本章程规定的利润分配政策；利润分配预案中应当对留存的当年未分配利润的使用计划或

原则进行说明，独立董事应当就利润分配预案的合理性发表独立意见。

4、股东大会对现金分红具体方案进行审议前，应通过多种渠道主动与股东特别是中小股东进行沟通和交流，包括但不限于电话、传真和邮件沟通或邀请中小股东参会等方式，充分听取中小股东的意见和诉求，并及时答复中小股东关心的问题。

5、公司利润分配方案由董事会制定及审议通过后报由股东大会审议；董事会在制定利润分配方案时应充分考虑独立董事、监事会和社会公众股东的意见。董事会在审议利润分配方案时，须经全体董事过半数表决通过。股东大会在审议利润分配方案时，须经出席股东大会的股东所持表决权的三分之二以上表决同意；股东大会在表决时，应向股东提供网络投票方式。

三、本次发行完成前滚存利润的分配安排

根据公司2020年第二次临时股东大会决议，公司本次发行前的滚存未分配利润由本次发行完成后的新老股东共同享有。

四、发行人股东投票机制的建立情况

公司建立了累积投票制、中小投资者单独计票机制、网络投票制等股东投票机制，能充分保障投资者尤其是中小投资者参与公司重大决策等事项的权利。

（一）累计投票制度

根据公司2020年第二次临时股东大会审议通过的《公司章程（草案）》，公司股东大会就选举董事、监事进行表决时，可以实行累积投票制。股东大会就选举董事、监事进行表决时，如拟选任董事、监事的人数多于1人，实行累积投票制。

前款所称累积投票制是指股东大会选举董事或者监事时，每一股份拥有与应选董事或者监事人数相同的表决权，股东拥有的表决权可以集中使用。董事会应当向股东告知候选董事、监事的简历和基本情况。

（二）中小投资者单独计票机制

根据公司 2020 年第二次临时股东大会审议通过的《公司章程（草案）》，公司股东大会审议影响中小投资者利益的重大事项时，对中小投资者表决应当单

独计票。单独计票结果应当及时公开披露。

（三）提供股东大会网络投票方式

根据公司2020年第二次临时股东大会审议通过的《公司章程（草案）》，公司应在保证股东大会合法、有效的前提下，通过各种方式和途径，优先提供网络形式的投票平台等现代信息技术手段，为股东参加股东大会提供便利。

（四）征集投票权

根据公司2020年第二次临时股东大会审议通过的《公司章程（草案）》，公司董事会、独立董事和符合相关规定条件的股东可以公开征集股东投票权。征集股东投票权应当向被征集人充分披露具体投票意向等信息。禁止以有偿或者变相有偿的方式征集股东投票权。公司不得对征集投票权提出最低持股比例限制。

五、依法落实保护投资者合法权益规定的各项措施

公司不存在特别表决权股份、协议控制架构或类似特殊安排；截止最近一期末，公司不存在尚未盈利或存在累计未弥补亏损的情况。

第十一节 其他重要事项

一、重大合同

截至本招股说明书签署日，公司无对报告期经营活动、财务状况或未来发展等具有重要影响的已履行和正在履行的合同。

二、对外担保情况

截至本招股说明书签署日，发行人无尚在履行的对外担保。

三、诉讼、仲裁或行政处罚事项

截至招股说明书签署日，公司不存在对财务状况、经营成果、声誉、业务活动、未来前景等可能产生较大影响的诉讼或仲裁事项，公司的控股股东、实际控制人、子公司以及公司的董事、监事、高级管理人员未发生作为一方当事人的刑事诉讼、重大诉讼或仲裁事项。

公司董事、监事、高级管理人员报告期内不存在涉及行政处罚、被司法机关立案侦查、被中国证监会立案调查的情况。

四、公司控股股东、实际控制人报告期内的刑事犯罪或重大违法行为

公司控股股东、实际控制人报告期内不存在贪污、贿赂、侵占财产、挪用财产或者破坏社会主义市场经济秩序的刑事犯罪，不存在欺诈发行、重大信息披露违法或者其他涉及国家安全、公共安全、生态安全、生产安全、公众健康安全等领域的重大违法行为。

第十二节 声明

一、发行人全体董事、监事及高级管理人员声明

本公司及全体董事、监事、高级管理人员承诺本招股说明书的内容真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，按照诚信原则履行承诺，并承担相应的法律责任。”

全体董事：

陈秋鹏　高春梅　朱瑞倩

巩启春　廖鹊鸣

全体监事：

曹维府　邹玉婷　张　震

全体高级管理人员：

陈秋鹏　伍丽梅　朱瑞倩

深圳市集美新材料股份有限公司

2020 年 12 月 9 日

二、控股股东、实际控制人声明

本人承诺本招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。

控股股东、实际控制人：

陈秋鹏  黄妙如 



深圳市集美新材料股份有限公司

2020 年 12 月 9 日

三、保荐机构（主承销商）声明

本公司已对招股说明书进行了核查，确认招股说明书的内容真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担相应的法律责任。

保荐代表人：

马倬峻　　朱仁慈

项目协办人：

张 亮

法定代表人兼总裁：

陈 琨

董事长：

徐子兵

方正证券承销保荐有限责任公司

2020 年 12 月 9 日

保荐机构（主承销商）管理层声明

本人已认真阅读深圳市集美新材料股份有限公司招股说明书的全部内容，确认招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对招股说明书真实性、准确性、完整性、及时性承担相应法律责任。

总裁：

陈 琨

董事长：

徐子兵

方正证券承销保荐有限责任公司

2020年 12月 9日

发行人律师声明

本所及经办律师已阅读招股说明书，确认招股说明书与本所出具的法律意见书无矛盾之处。本所及经办律师对发行人在招股说明书中引用的法律意见书的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担相应的法律责任。

广东华商律师事务所

负 责 人：

高树

经办律师：

欧阳方亮

杨栎洁

陈晓青

郑天河

2020 年 12 月 9 日

会计师事务所声明

本所及签字注册会计师已阅读深圳市集美新材料股份有限公司的招股说明书，确认招股说明书与本所出具的审计报告（容诚审字[2020]518Z0790号）、内部控制鉴证报告（容诚专字[2020]518Z0284号）及经本所鉴证的非经常性损益明细表（容诚专字[2020]518Z0285号）无矛盾之处。本所及签字注册会计师对深圳市集美新材料股份有限公司在招股说明书中引用的上述审计报告、内部控制鉴证报告及经本所鉴证的非经常性损益明细表的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对引用的上述内容的真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。

本声明仅供深圳市集美新材料股份有限公司申请首次公开发行股票之目的使用，不得用作任何其他目的。

容诚会计师事务所（特殊普通合伙） 会计师事务所负责人：

肖厚发

中国·北京

中国注册会计师：

欧昌献

中国注册会计师：

郭春林

2020 年 12 月 9 日

六、评估机构声明

本机构及签字注册资产评估师已阅读招股说明书，确认招股说明书与本机构出具的国融兴华评字[2015]第 010299 号资产评估报告无矛盾之处。本机构及签字注册资产评估师对发行人在招股说明书中引用的上述资产评估报告的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。

签字注册资产评估师师：

黎 军

公司负责人：

赵向阳

北京国融兴华资产评估有限责任公司

2020 年 12 月 9 日

评估机构证明

本机构出具的国融兴华评报字[2015]第 010299 号资产评估报告的签字资产评估师之一张曼已退休离职，故深圳市集美新材料股份有限公司本次发行招股说明书评估机构声明中仅有注册评估师黎军签字。

特此证明。

公司负责人：

赵向阳

北京国融兴华资产评估有限责任公司

2020 年 12 月 9 日

七、验资机构声明

本机构及签字注册会计师已阅读招股说明书，确认招股说明书与本机构出具的[2015]京会兴验字第 10010095 号《验资报告》、[2016]京会兴验字第 10010073 号《验资报告》报告无矛盾之处。本机构及签字注册会计师对发行人在招股说明书中引用的上述验资报告的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。

签字注册会计师：

李冬梅

中国注册会计师 李冬梅 110001640018

马德财

中国注册会计师 马德财 110001670117

会计师事务所负责人：

张恩军

北京兴华会计师事务所（特殊普通合伙）

2020 年 12 月 9 日

第十三节 附件

投资者可以查阅与本次公开发行有关的所有正式法律文件，该等文件也在指定网站上披露，具体如下

（一）发行保荐书；

（二）上市保荐书；

（三）法律意见书；

（四）财务报表及审计报告；

（五）公司章程（草案）；

（六）与投资者保护相关的承诺；

（七）发行人及其他责任主体作出的与发行人本次发行上市相关的其他承诺事项；

（八）内部控制鉴证报告；

（九）经注册会计师鉴证的非经常性损益明细表；

（十）中国证监会同意发行人本次公开发行注册的文件；

（十一）其他与本次发行有关的重要文件。