关于浙江优全护理用品科技股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市申请文件的审核问询函中有关财务事项的说明

天健函〔2021〕92号

深圳证券交易所：

由国信证券股份有限公司转来的《关于浙江优全护理用品科技股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市申请文件的审核问询函》（审核函〔2020〕010851 号，以下简称审核问询函）奉悉。我们已对审核问询函所提及的浙江优全护理用品科技股份有限公司（以下简称优全护理公司或公司）财务事项进行了审慎核查，现汇报说明如下。

一、问题 3. 关于金三发卫材和金三发集团

申报文件显示：

（1）2017 年 7 月，发行人注册资本从 2,050 万元增至 8,290 万元，通过增资引入了新股东金三发集团。金三发集团将其持有金三发卫材的 91.67%股权认缴发行人新增出资 5,720 万元；股东严华荣将其持有的金三发卫材的 8.33%股权认缴发行人新增出资 520 万元。根据《资产评估报告》，金三发卫材股权权益价值为 21,377.66 万元。本次增资后，金三发卫材（2012 至 2015 年为发行人控股股东）为发行人全资子公司，构成同一控制下企业合并。

（2）发行人控股股东金三发集团涉及集体企业改制和“摘帽”，以及股权转让和股权代持等事项。金三发卫材涉及集体企业改制和“摘帽”，历史上存在实物出资不实问题。此外，实际控制人历史上存在家庭财产分割事项。

请发行人：

补充披露金三发卫材被重组前一年财务数据和主营业务开展情况，重组的原因、

地址：杭州市江干区钱江路1366号华润大厦B座
Add: Block B, China Resources Building, 1366 Qianjiang Road, Hangzhou, China
网址：www.pccpa.cn

合理性以及重组后的整合情况，被重组方资产总额、营业收入、利润总额占重组前发行人相应科目的比重，是否履行内部审议程序及审计评估程序，相关重组不构成重大资产重组的依据，相关重组是否符合中国证监会《证券期货法律适用意见第 3 号》的规定和《首发业务若干问题解答(2020 年 6 月修订)》问题 35 的要求。

请保荐人、申报会计师对上述问题发表明确意见。

（一）公司补充披露金三发卫材被重组前一年财务数据和主营业务开展情况，重组的原因、合理性以及重组后的整合情况，被重组方资产总额、营业收入、利润总额占重组前发行人相应科目的比重，是否履行内部审议程序及审计评估程序，相关重组不构成重大资产重组的依据，相关重组是否符合中国证监会《证券期货法律适用意见第 3 号》的规定和《首发业务若干问题解答(2020 年 6 月修订)》问题 35 的要求

1.金三发卫材被重组前一年财务数据和主营业务开展情况，被重组方资产总额、营业收入、利润总额占重组前发行人相应科目的比重

重组事项于 2017 年完成，收购前一年金三发卫材的资产总额、营业收入及利润总额分别占优全有限 2016 年的资产总额、营业收入及利润总额的比例如下::

单位：万元

项　目	2016 年 12 月 31 日 资产总额	2016 年度 营业收入	2016 年度 利润总额
金三发卫材	45,601.82	61,522.13	6,209.78
优全有限	13,465.96	9,661.94	-1,124.23
占比	338.65%	636.75%	-552.36%

注：以上数据业经湖州天衡联合会计师事务所审计。

2.重组的原因、合理性及重组后的整合情况

为整合发行人业务、管理等资源，避免同业竞争以及减少关联交易，报告期内，发行人对同一实际控制人所控制的具有类似和相关业务的金三发卫材进行了重组，属于同类业务的整合，具有合理性。

重组后，金三发卫材成为公司的全资子公司，主要从事非织造材料研发、生产和销售，为发行人提供生产所需的非织造材料。

3.重组履行的法定程序

2017 年 7 月 28 日，金三发卫材召开临时股东会，同意金三发集团持有的金三发卫材 91.67%股权(出资额为 5720 万元)以 5720 万元的价格转让给优全有限，该价格

作为金三发集团在优全有限以股权出资方式缴纳的出资额;同意严华荣将持有的金三发卫材 8.33%股权(出资额为 520 万元)以 520 万元的价格转让给优全有限,该价格作为严华荣在优全有限以股权出资方式缴纳的出资额。

2017 年 7 月 31 日,发行人召开股东会决议,同意接受金三发集团以股权方式出资 5,720 万元,同意严华荣以股权方式出资 520 万元;2017 年 7 月 28 日,金三发集团、严华荣、吴晨签订了《浙江优全护理用品科技有限公司增资协议》。2017 年 7 月 31 日,发行人完成本次增资的工商变更登记。

2017 年 7 月 31 日,优全有限通过股东会决议,同意增加公司注册资本至 8,290 万元,新增注册资本分别由金三发集团、严华荣以其持有的金三发卫材股权认缴 5,720 万元、520 万元,差额部分计入资本公积。

上述重组由坤元资产评估有限公司于 2017 年 7 月 28 日出具坤元评报[2017]445 号《评估报告书》,金三发集团持有金三发卫材 91.67%股权的评估价为 19,596.90 万元,严华荣持有金三发卫材 8.33%股权的评估价为 1,780.76 万元。

4.相关重组不构成重大资产重组的依据,相关重组是否符合中国证监会《证券期货法律适用意见第 3 号》的规定和《首发业务若干问题解答(2020 年 6 月修订)》问题 35 的要求

收购前一年金三发卫材的资产总额、营业收入及利润总额均超过了优全有限的 100%,根据中国证监会《证券期货法律适用意见第 3 号》规定,对于同一控制下的重组,被重组方重组前一个会计年度末的资产总额或前一个会计年度的营业收入或利润总额达到或超过重组前发行人相应项目 100%的,为便于投资者了解重组后的整体运营情况,发行人重组后运行一个会计年度后方可申请发行。该重组事项于 2017 年完成,截至申报基准日已完整运行了两个会计年度,满足《证券期货法律适用意见第 3 号》的规定要求。

金三发卫材主要从事非织造材料研发、生产和销售,与优全有限从事护理用品的研发、生产和销售为上下游关系,属于同一产业链,属于《证券期货法律适用意见第 3 号》中“对同一公司控制权人下相同、类似或相关业务进行重组,多是企业集团为实现主营业务整体发行上市、降低管理成本、发挥业务协同优势、提高企业规模经济效应而实施的市场行为。”的重组行为,未造成发行人主营业务发生重大变化,满足《证券期货法律适用意见第 3 号》的规定要求。

本次重组前后金三发卫材均受同一控制，且该控制并非暂时性的，故本次合并属于同一控制下企业合并，满足《首发业务若干问题解答(2020 年 6 月修订)》问题 35 的相关规定。

(二) 核查程序及结论

1.针对上述事项，我们主要执行了以下的核查程序：

(1) 查询金三发集团、金三发卫材、优全护理等工商登记信息，确认该等公司系属于同一企业集团。

(2) 我们审查了优全有限股东会决议、金三发卫材股东会决议；

(3) 查阅公司、金三发卫材的工商登记资料；

(4) 对公司重组金三发卫材的合理性进行分析；

(5) 实地查看公司及金三发卫材生产运营情况；

(6) 获取并核对金三发卫材 2017 年 6 月 30 日基准日的评估报告。

(7) 出具“天健验〔2017〕55 号”《验资报告》，对金三发集团及严华荣以其持有的金三发卫材股权认缴的新增注册资本合计 6,240 万元进行了验证。

2.核查结论

经核查，我们认为：

公司重组金三发卫材为全资子公司履行了必要的内部审议程序及评估程序，相关重组不构成重大资产重组，公司和金三发卫材重组前后均系金三发集团最终控制，系发生在同一企业集团内部企业之间的合并，符合中国证监会《证券期货法律适用意见第 3 号》的规定和《首发业务若干问题解答(2020 年 6 月修订)》问题 35 的要求。

二、问题 5. 关于关联方和关联交易

申报文件显示：

(1) 除发行人外，实际控制人严华荣和吴晨控制了金三发集团、浙江金三发新材科技有限公司、金三发国际集团(香港)有限公司、浙江金三发粘合衬有限公司、长兴金三发进出口有限公司、长兴金晨服装辅料有限公司，参股了浙江永金茶业有限公司，通过金三发集团参股了浙江长兴联合村镇银行股份有限公司和浙江长兴农村商业银行股份有限公司。其中，金三发集团、浙江金三发新材科技有限公司、金三发国际集团(香港)有限公司、浙江金三发粘合衬有限公司、长兴金三发进出口有

限公司、长兴金晨服装辅料有限公司均从事纺织材料的生产或销售业务，但与发行人主营业务无相关性。此外，发行人主要董事、监事、高级管理人员及核心人员均曾在关联方浙江金三发粘合衬有限公司等企业任职。

(2) 报告期内，发行人关联交易较多，且披露不够完整、准确。关联交易包括关联采购、关联销售，代收代付水电、蒸汽及天然气费用，资金拆借、资产租赁及转让、受让商标、金三发集团代收代付发行人及子公司政府补助，以及关联方的应收、应付账款。其中，资金拆借影响金额占比是以“关联资金拆借利息收入-利息支出”与“利润总额”进行对比，相关对比不准确。

(3) 报告期内，注销了实际控制人及其近亲属控制的 10 家关联方企业。

(4) 发行人子公司广东金三发的其他股东叶辉华与发行人客户广东昱升的实际控制人苏艺强为亲属关系。

请发行人：

(1) 列表说明关联方的成立时间、注册地址、注册资本及实缴资本、股权结构、主营业务和实际经营情况、主要财务数据、关联交易等情况；发行人及其子公司与关联方企业在客户、供应商、技术、人员、资产、业务、商标、办公场地、财务管理等方面是否存在关联关系或混同情况，与发行人客户、供应商是否存在资金、业务往来。

(2) 补充说明浙江金三发新材科技有限公司、浙江金三发粘合衬有限公司历史沿革、主营业务和实际经营情况、股权结构、主要财务数据、客户和供应商情况、投资或控制的企业等情况，并说明存续期间业务合法合规情况，报告期与发行人发生的关联交易情况，并分析和披露上述企业与发行人不构成同业竞争的理由是否充分。

(3) 补充说明实际控制人及其关系密切人员是否已全部将关联方的相同或类似业务、资产、人员等整合到发行人，是否有关联方企业的业务与发行人存在替代性、竞争性或利益冲突，是否对发行人独立性产生重大不利影响。

(4) 列表说明注销企业的成立时间、注销时间、主营业务和实际经营情况、业务规模等，补充说明关联方注销的原因，上述关联方与发行人客户、供应商及其关系密切人员是否存在资金、业务往来，是否存在为发行人分担成本支出及费用的情况；注销前是否存在被处罚的情况，相关资产、业务、债务、人员安置情况，发行

人承接的具体内容，是否存在纠纷或潜在纠纷。

（5）列表汇总发行人与金三发集团、浙江金三发新材科技有限公司、浙江金三发粘合衬有限公司等企业拆借资金的金额、原因、资金用途、利率和利息金额、归还金额等情况及履行的程序、整改情况；说明未来是否继续与关联方发生资金往来和交易，是否影响发行人独立性，相关内控制度是否健全并有效执行；修改完善资金拆借影响金额占比等内容；说明报告期内发行人与广东昱升的交易内容、金额及占比情况。

（6）补充说明发行人代收代付水电、蒸汽及天然气费用，资产租赁及转让、受让商标、金三发集团代收代付发行人及子公司政府补助的背景、原因、对发行人生产经营的具体影响、定价公允性，发行人生产经营是否依赖上述资产、商标，是否为发行人的核心商标，受让的商标同时授权关联方使用的原因、合理性，上述情况的整改情况以及对发行人资产完整性和独立性的影响。

（7）补充说明浙江永金茶业有限公司的其他股东与发行人及其关联方是否存在关联关系，浙江永金茶业有限公司及其他股东是否存在为发行人承担成本、费用情况。

（8）补充说明发行人实际控制人参股浙江长兴联合村镇银行、浙江长兴农村商业银行的背景和原因，发行人向其融资或资金、业务往来情况；除发行人的监事会主席曾任职于浙江长兴农村商业银行外，是否存在其他未披露的关联关系或利益安排 ；发行人报告期向小额贷款公司借款的金额、利率、原因和归还情况，发行人及其实际控制人、关联方是否存在向其他小额贷款公司等类金融机构贷款或进行投资的情形。

（9）补充说明报告期内发行人经常性关联交易的合理性、必要性、公允性，参考市场价格协商确定的具体依据；关联方的应收、应付账款的进展情况。

请保荐人、发行人律师、申报会计师发表明确意见，并且：

（1）按照《深圳证券交易所创业板股票首次公开发行上市审核问答》问题 25 的要求说明对发行人内部控制制度健全及有效性的核查过程和核查结论。

（2）按照中国证监会《首发业务若干问题解答(2020 年 6 月修订)》问题 16 的要求说明对关联方认定及关联交易信息披露的完整性、对发行人独立性影响的核查过程和核查结论。

(3) 测算实际控制人控制的浙江金三发新材科技有限公司、浙江金三发粘合衬有限公司等关联方的同类收入或毛利占发行人主营业务收入或毛利的比例是否达到30%以上，如达到，请按照《深圳证券交易所创业板股票首次公开发行上市审核问答》问题5的要求，说明对发行人同业竞争情况的核查过程和核查结论。

（一）列表说明关联方的成立时间、注册地址、注册资本及实缴资本、股权结构、主营业务和实际经营情况、主要财务数据、关联交易等情况；发行人及其子公司与关联方企业在客户、供应商、技术、人员、资产、业务、商标、办公场地、财务管理等方面是否存在关联关系或混同情况，与发行人客户、供应商是否存在资金、业务往来。

1.关联方的成立时间、注册地址、注册资本及实缴资本、股权结构、主营业务和实际经营情况、主要财务数据、关联交易等情况

(1) 截至目前，发行人实际控制人及其关系密切的家庭成员控制或担任董事、高级管理人员的主要企业基本情况如下：

单位：万元

序号	关联方名称	成立时间	注册地址	注册资本	实缴资本	股权结构			主营业务和实际经营情况	主要财务数据（截至 2020.6.30/2020 年 1-6 月）[注]				报告期内是否存在关联交易
						股东	出资额	比例		总资产	净资产	营业收入	净利润	
1.	金三发集团	1996.1.26	长兴县经济技术开发区	5,050	5,050	严华荣	4,797.5	95%	股权投资	27,557.35	26,388.47	-	8,568.34	是
						吴晨	252.5	5%						
2.	高季投资	2018.9.21	浙江省湖州市长兴县太湖街道陆汇路 70 号	652	652	金三发集团	355	54.45%	股权投资	1,393.03	1,239.33	-	-0.16	否
						严华荣	91	13.96%						
						严繁荣等 19 名员工	206	31.60%						
3.	翠麟投资	2018.9.20	浙江省湖州市长兴县太湖街道陆汇路 70 号	338	338	金三发集团	217	64.20%	股权投资	930.66	568.11	-	-	否
						严华荣	9	2.66%						
						乔爱强等 23 名员工	112	33.14%						
4.	韶华咨询	2018.12.11	浙江省湖州市长兴县太湖街道陆汇路 70 号-2	100	100	金三发集团	35	35%	股权投资	300.49	266.89	-	-	否
						刘燊等 32 名员工	65	65%						
5.	金三发科技	2010.6.12	长兴经济开发区 D 区经四路以东、陆汇路以北	1,000	1,000	金三发集团	1,000	100%	水洗加工、机织布的生产和销售	11,056.73	1,392.98	3,023.43	18.05	是
6.	金三发进出口	2012.4.5	长兴经济技术开发区（金家滩路 18 号）3 幢	500	5	金三发集团	450	90%	服装辅料的销售	182.54	3.00	226.01	-10.16	否
						严华荣	50	10%						

序号	关联方名称	成立时间	注册地址	注册资本	实缴资本	股权结构			主营业务和实际经营情况	主要财务数据（截至2020.6.30/2020年1-6月）[注]				报告期内是否存在关联交易
						股东	出资额	比例		总资产	净资产	营业收入	净利润	
7.	金晨辅料	2012.4.5	长兴经济技术开发区(金家滩18号)2幢207室	3	3	金三发集团	2.7	90%	无实际经营	116.40	2.55	-	-	否
						严华荣	0.3	10%						
8.	金三发粘合衬	1992.12.23	浙江省长兴县经济技术开发区	1,399.9752	1,399.9752	金三发集团	822.625	58.76%	漂染加工、服装辅料生产、销售	25,649.77	17,906.28	10,389.30	1,607.02	是
						金三发国际	577.3502	41.24%						
9.	金三发国际	2018.11.30	皇后大道中184-192号恒隆大厦13楼B室	300万美元	-	金三发集团	300万美元	100%	股权投资	0.0001	-	-	-	否
10.	上海美上贸易有限公司	2014.7.22	上海市嘉定区安亭镇墨玉南路1080号508室J1143	100	-	严峻	100	100%	无实际经营					否

注：金三发集团截至2020年6月30日/2020年1-6月的财务数据业经湖州天衡联合会计师事务所(普通合伙)审计。

2.上述关联方企业与发行人在报告期内的关联交易情况

(1) 关联采购

2017 年度，公司向关联方金三发粘合衬采购 10,990.31 元的衬布(一种服装辅料)，金额较小并参考市价格定价。

(2) 关联销售

报告期内，公司向关联方销售护理用品、纸管及非织造材料等，具体情况如下：

单位：元

关联方名称	关联交易内容	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
金三发粘合衬	销售护理用品、纸管、非织造材料	258,221.43	1,366,363.47	2,474,604.83	2,166,970.33
金三发科技	销售护理用品、纸管	103,964.81	473,724.48	662,747.76	352,526.17
金三发集团	销售护理用品	-	-	-	21,012.83
合 计		362,186.24	1,840,087.95	3,137,352.59	2,540,509.33

上述关联交易中，关联方采购护理用品主要用于其职工福利或作为礼品赠送客户，采购非织造材料系直接出售给其衬布客户用作服装包材，采购纸管系作为其衬布的打卷包材，除纸管因系发行人生产中耗用所余或存有瑕疵故接近成本价格予以定价外，护理用品、非织造材料的交易均参照市场价格定价，公允合理。

(3) 关联租赁

报告期内，发行人与关联方发生如下关联租赁事项：

出租方	承租方	租赁标的	租赁标的坐落	租金(元)			
				2017 年度	2018 年度	2019 年度	2020 年 1-6 月
发行人	金三发科技	房屋建筑物	长兴县经济开发区	681,081.08	687,272.73	28,636.36	-
金三发卫材	金三发粘合衬、金三发科技	房屋建筑物及配套设施	李家巷镇白鹤路 218 号	921,168.86	174,545.45	-	-

金三发科技	发行人	房屋建筑物	长兴县太湖街道陆汇路 72 号	162,162.16	163,636.36	156,703.17	-

上述发行人出租的房屋建筑物系其闲置厂房，供关联方生产经营使用；发行人租赁关联方房屋建筑物主要用于日常办公。该等租赁交易的价格主要系参考当地租赁市场价格等因素磋商确定，定价公允合理。为加强资产完整及独立性，发行人已于 2019 年向金三发科技购买了前述租赁物业，此后未再发生租赁关联方不动产的情形。

(4)关联担保

截至 2020 年 6 月 30 日，公司不存在向关联方提供的担保，关联方向公司及其子公司提供的正在履行的担保情况如下：

1)2019 年 11 月 28 日，严华荣、吴晨夫妇与上海浦东发展银行股份有限公司湖州长兴支行签订编号“ZB5202201900000034”的《最高额保证合同》，约定严华荣、吴晨为上海浦东发展银行股份有限公司湖州长兴支行与发行人(债务人)自 2019 年 11 月 28 日至 2024 年 11 月 28 日期间发生的债权提供最高额 6,000 万元的连带责任保证担保。

2)2019 年 11 月 3 日，严华荣、吴晨分别与宁波银行股份有限公司湖州分行签订编号“09100KB199I1M6J”和“09100KB199I2298”的《最高额保证合同》，分别约定严华荣、吴晨为宁波银行股份有限公司湖州分行与发行人(债务人)自 2019 年 11 月 3 日至 2020 年 11 月 30 日期间发生的债权提供最高额 2,000 万元的连带责任保证担保。

3)2019 年 5 月 26 日，严华荣、吴晨夫妇与中国工商银行股份有限公司长兴支行签订编号“2019 年长兴(个保)字 JSF001 号”的《最高额保证合同》，约定严华荣、吴晨为中国工商银行股份有限公司长兴支行与金三发卫材(债务人)自 2019 年 5 月 26 日至 2024 年 5 月 26 日期间发生的债权提供最高额 13,000 万元的连带责任保证担保。

4)2020 年 2 月 28 日，严华荣、吴晨与中国银行股份有限公司长兴县支行签订编号“长兴 2020 人保 018”的《最高额保证合同》，约定严华荣、吴晨为中国银行股份有限公司长兴县支行与金三发卫材(债务人)自 2020 年 2 月 28 日

至 2021 年 2 月 27 日之间发生的债权提供最高额 5,000 万元的连带责任保证担保。

5)2020 年 2 月 28 日，金三发粘合衬与中国银行股份有限公司长兴县支行签订编号“长兴 2020 人保 019”的《最高额保证合同》，约定金三发粘合衬为中国银行股份有限公司长兴县支行与金三发卫材(债务人)自 2020 年 2 月 28 日至 2021 年 2 月 27 日之间发生的债权提供最高额 5,000 万元的连带责任保证担保。

6)2020 年 2 月 21 日，严华荣、吴晨与上海浦东发展银行股份有限公司湖州长兴支行签订编号“ZB5202202000000003”的《最高额保证合同》，约定严华荣、吴晨为上海浦东发展银行股份有限公司湖州长兴支行与金三发卫材(债务人)自 2020 年 2 月 21 日至 2025 年 2 月 21 日之间发生的债权提供最高额 2,000 万元的连带责任保证担保。

7)2020 年 2 月 25 日，严华荣与宁波银行股份有限公司湖州分行签订编号“09100KB209J5MHE”的《最高额保证合同》，约定严华荣为宁波银行股份有限公司湖州分行与金三发卫材(债务人)自 2020 年 2 月 25 日至 2025 年 2 月 25 日期间发生的债权提供最高额 3,500 万元的连带责任保证。

8)2020 年 4 月 18 日，吴晨与宁波银行股份有限公司湖州分行签订编号“09100KB209JMLJC”的《最高额保证合同》，约定吴晨为宁波银行股份有限公司湖州分行与金三发卫材(债务人)自 2020 年 2 月 25 日至 2025 年 2 月 25 日期间发生的债权提供最高额 3,500 万元的连带责任保证。

9)2020 年 7 月 13 日，金三发科技与宁波银行股份有限公司湖州分行签订编号“09100DY209MOKGJ”的《最高额抵押合同》，约定金三发科技为宁波银行股份有限公司湖州分行与金三发卫材(债务人)自 2020 年 2 月 25 日至 2022 年 6 月 10 日之间发生的债权提供最高额 4,333.1 万元的抵押担保。

10)2020 年 3 月 3 日，金三发粘合衬与杭州联合农村商业银行股份有限公司签订编号“杭联银(2020)最保字第 8011320200002072 号”的《最高额保证合同》，约定金三发粘合衬为杭州联合农村商业银行股份有限公司与金三发卫材(债务人)自 2020 年 3 月 3 日至 2022 年 3 月 2 日期间发生的债权提供最高额 2,000 万元的连带责任保证。

11)2020 年 2 月 20 日，吴晨与中国银行股份有限公司佛山分行签订编号“GBZ476630120206144”的《最高额保证合同》，约定吴晨为中国银行股份有限公司佛山分行与广东金三发(债务人)自 2020 年 2 月 1 日至 2025 年 12 月 31 日之间发生的债权提供最高额 2,000 万元的连带责任保证担保。

12)2020 年 2 月 20 日，严华荣与中国银行股份有限公司佛山分行签订编号“GBZ476630120206143”的《最高额保证合同》，约定严华荣为中国银行股份有限公司佛山分行与广东金三发(债务人)自 2020 年 2 月 1 日至 2025 年 12 月 31 日之间发生的债权提供最高额 2,000 万元的连带责任保证担保。

13)2019 年 7 月 25 日，广东金三发与君创国际融资租赁有限公司签订编号为“L190147002”的《融资租赁合同》，约定严华荣为君创国际融资租赁有限公司与广东金三发(债务人)之间 15,331,051.8 元债权债务提供连带责任保证。

(5) 关联资金拆借

1)资金拆入

报告期内发生的发行人自关联方拆入或视同拆入资金的情况如下：

单位：元

关联方	本期拆入	本期归还	本期资金占用利息	期末余额
2019 年度				
金三发粘合衬	-	3,057,821.92	-	-
2018 年度				
金三发粘合衬	99,056,476.02	239,407,930.54	4,367,976.63	3,057,821.92
金三发集团	2,000,000.00	2,000,000.00	-	-
金三发科技	28,461,866.99	30,747,458.09	327,508.36	-
2017 年度				
金三发粘合衬	204,554,862.05	90,794,495.00	1,367,755.80	139,041,299.81
金三发集团	290,000.00	290,000.00	-	-
金三发科技	15,593,173.27	13,952,472.03	246,115.75	1,958,082.74

注：(1)根据金三发卫材、金三发科技、金三发粘合衬以及金三发集团签署的四方债权债务抵销协议，2017 年度，发行人子公司金三发卫材应付金三发科技 662.72 万元和应付金三发粘合衬 118.16 万元以金三发卫材应收金三发集团款项中的 780.88 万元抵销。

(2)2017 年度，出于降低整体资金成本和提高经营效率的考虑，优全有限与金三发粘合

衬之间就银行承兑汇票进行了统筹安排。金三发粘合衬向优全有限转让票据合计 100.4 万元，优全有限向金三发粘合衬转让票据合计 90 万元，涉及无真实交易背景的票据融资行为以及视同资金拆借。

(3)2017 年度和 2018 年 1-5 月，发行人子公司金科进出口收到金三发粘合衬客户货款 236.67 万元和 62.90 万元，截至 2018 年末，金科进出口已向金三发粘合衬偿付该等款项，资金占用期间视同金科进出口拆入资金。

上述无真实交易背景票据融资所涉相应票据均已清理兑付完毕，不存在逾期票据及欠息情况，未对银行等金融机构或其他第三方造成任何实际损失，未发生经济纠纷、损失。自 2018 年 1 月 1 日起，发行人与关联方之间未再实施无真实交易背景的票据融资行为。

发行人及实际控制人已承诺后续仍将严格遵守《中华人民共和国票据法》等法律法规的规定，不再发生无真实交易背景的票据融资等违反法律规定的行为。此外，发行人实际控制人严华荣、吴晨承诺，如果发行人因报告期内曾发生的票据融资行为而被有关部门给予处罚或被任何第三方追究法律责任而须支付任何处罚金额、赔偿或导致公司遭受其他损失，则其承诺及时承担或向发行人作出足额的弥补，以避免发行人因此遭受任何损失。

2020 年 3 月 31 日，中国银行保险监督管理委员会湖州监管分局长兴监管组出具《复函》，鉴于上述票据已清理兑付完毕，不存在逾期票据及欠息情况，未对银行等金融机构或其他第三方造成任何实际损失，未发生经济纠纷、损失，因此，其认为上述不规范情况不构成重大违法违规行为，且其未曾对该两家公司与相关银行开展的承兑汇票业务进行过行政处罚。

发行人的上述票据融资行为不构成重大违法违规行为，对发行人本次发行上市不构成实质性法律障碍。

2)资金拆出

报告期内发生的发行人向关联方拆出或视同拆出资金的情况如下：

单位：元

关联方	本期归还	本期拆出	本期资金占用利息	期末余额
2018 年度				
金三发粘合衬	17,743,750.43	17,718,396.50	25,353.93	--
金三发集团	33,084.29	33,084.29	-	-
2017 年度				
金三发粘合衬	68,608,301.36	68,577,223.21	31,078.15	-

金三发集团	9,798,844.76	1,990,000.00	364,224.18	-

前述资金拆入或拆出交易系企业间因生产、经营需要而发生的民间借贷短期资金融通，资金及占用利息均已及时清偿了结，符合法律、法规和最高人民法院《关于审理民间借贷案件适用法律若干问题的规定》的相关规定。

截止本回复报告出具日，发行人控股股东、实际控制人及其控制的其他企业不存在占用发行人资金的情形。

(6)其他关联交易

1)受让不动产

2017 年 7 月 18 日，发行人与金三发科技签订协议，金三发科技将其位于长兴县太湖街道陆汇路 72 号、不动产权证号为“浙(2017)长兴县不动产权证第 0005328 号”上所载的面积 1,645.21 平方米的土地使用权作价 64.82 万元转让给发行人。该受让不动产交易由双方参照评估情况磋商定价。根据长兴治源土地评估有限公司出具的“长兴治源(2018)(估)字第 077 号”《土地估价报告》，截至评估基准日 2018 年 4 月 2 日,“浙(2017)长兴县不动产权证第 0005328 号”不动产权证所载土地使用权的评估土地总地价为 64.82 万元。

2019 年 7 月 23 日，发行人与金三发科技签订协议，金三发科技将其位于长兴县太湖街道陆汇路 72 号、不动产权证号为“浙(2018)长兴县不动产第 0027203 号”上所载的面积 8,753.58 平方米的土地使用权及其面积 7,858.80 平方米的地上建筑物(综合楼)按评估值 1,336.3475 万元转让给发行人。该受让不动产交易由双方参照评估情况磋商定价。根据湖州正信房地产资产评估事务所(普通合伙)出具的“湖正资(评)字[2019]第 056 号”《浙江金三发科技料科技有限公司名下五层综合楼资产价值评估报告书》，截至评估基准日 2019 年 9 月 15 日，该“浙(2018)长兴县不动产第 0027203 号”不动产权证所载综合楼的资产评估结果为 10,045,865 元。根据湖州辰信房地产估价事务所出具的“湖州辰信(2019)(估)字第 273 号”《土地估价报告》，截至评估基准日 2019 年 7 月 22 日，该“浙(2018)长兴县不动产第 0027203 号”不动产权证所载土地使用权的评估土地总价为 331.76 万元。

因发行人与金三发科技厂区相邻，为合理规划厂区以及进一步加强发行人资产独立性，双方参照评估情况磋商定价实施上述不动产交易，定价公允合理。

2)受让商标及授权关联方使用

2019 年 2 月 26 日，发行人与金三发集团签订《商标权转让协议》，金三发集团将其拥有的注册号为6125243、7104068、675789、1503649、1504568、1503636、12056968、12056352、6022404、12056181、5368242 等 11 项国内注册商标无偿转让与发行人，并相应办结商标所有权人变更登记。同时，根据协议约定，自合同签署日起 3 年的过渡期内，发行人无偿授权金三发粘合衬和金三发科技使用上述注册商标中的 6 项(注册号为 7104068、6125243、1504568、1503649、1503636、675789 的商标)；过渡期后，如仍需发行人授权使用注册商标的，各方另行协商确定注册商标使用费。

前述 11 项注册商标系金三发集团原申请取得，等注册商标核定使用范围包括非织造材料、护理用品和服装辅料等，且其中的 6125243、7104068、675789、1503649、1504568、1503636 等 6 项商标（以下简称“6125243”等 6 项注册商标，该等 6 项注册商标核定范围包括服装辅料产品）在转让前一直由金三发卫材、金三发粘合衬、金三发科技共同使用，该无偿使用行为一直延续至报告期内。为进一步加强发行人资产的独立性和充分保障发行人利益，金三发集团于 2019 年将前述 11 项注册商标无偿转让给发行人。鉴于相关商标注册历史和关联方过往使用事实，在无偿受让前提下，考虑并权衡公平合理的原则，发行人将 6 项商标无偿授权关联方在过渡期间使用。

报告期内，发行人受让注册商标之前无偿使用前述 11 项商标构成关联交易，该情形由公司单纯受益且随商标转让后终止，不存在损害公司及股东利益的情况；发行人上述无偿受让注册商标及在一定期限内无偿授权关联方使用的安排，公平合理，并未损害发行人及其他股东的利益。

3)代收代付往来

报告期内，发行人与关联方之间因办公楼、厂房租赁及部分厂房相邻等原因，存在水电气汽等费用代收代付情况，相关方按照各自实际耗用的水、电、蒸汽和天然气结算相关费用。

2017 年度、2018 年度，因关联方金三发粘合衬生产经营用水电气汽等需要，发行人代为收付相关费用分别为 2,644,880.26 元和 1,928,111.75 元。2017 年度至 2019 年度，因关联方金三发科技生产经营用电需要，发行人代为收付电费

分别为736,930.60元、637,022.75元和99,148.79元。2018年度、2019年度、2020年1-6月，因发行人生产经营用电需要，金三发科技代为收付电费分别为35,818.15元、1,690,230.72元和258,886.32元。

截至报告期末，发行人与关联方金三发粘合衬之间的关联租赁已终止，相关发行人代收关联方水电气汽款项的行为将不再发生；因发行人向关联方金三发科技购买不动产权证号“浙(2018)长兴县不动产第0027203号”项下的土地使用权和房屋所有权，相关电表账户仍登记在金三发科技名下，双方按实际耗用的份额分摊相关费用并由金三发科技代收代付。

4)代收代付政府补助

报告期内，因相关部门统筹安排及归口发放，发行人与关联方金三发集团之间存在政府补助代收代付情况，由金三发集团代为收取政府补助后再支付至相关方，涉及的政府补助具体如下：

2017年度，发行人与子公司金三发卫材获得2016年度加快建设工业强县专项奖励合计4,994,409.76元，其中发行人获得专项奖励资金854,198元，金三发卫材获得专项奖励资金4,140,211.76元。另外，发行人子公司金三发卫材获得教授博士工作站奖励10万元。

2018年度，发行人与子公司金三发卫材获得2017年度支持工业企业发展财政专项资金奖励补助，该等补助包括资金补助及创新券兑现经费。前述资金补助合计4,967,952元，其中发行人获得专项奖励资金1,183,952元，金三发卫材获得专项奖励资金3,784,000元；创新券兑现经费合计678,000元，其中发行人获得创新券兑现经费162,000元，金三发卫材获得创新券兑现经费516,000元。另外，发行人子公司金三发卫材获得企业架设供电专线项目专项补助600万元。

发生上述代收代付主要是因金三发集团对发行人的控股关系，相关部门为便于统筹安排及归口发放，将相关资金统一拨付与金三发集团，金三发集团代为收取后再按照既定比例将相关款项支付至相关企业。2019年起，发行人未再发生与关联方之间的政府补助代收代付行为。

3.发行人及其子公司与前述关联方企业在客户、供应商、技术、人员、资产、业务、商标、办公场地、财务管理等方面是否存在关联关系或混同情况，

以及与发行人客户、供应商是否存在资金、业务往来

(1)发行人及子公司的独立性

发行人及子公司具有完整的业务体系和直接面向市场独立经营的能力，发行人的业务、资产、人员、机构、财务等均独立于股东单位及其他关联方。但发行人与部分关联方企业之间存在商标授权使用及少量客户、供应商重合的情况，具体如下：

1)2019 年 2 月 26 日，发行人将其拥有的注册号为 7104068、6125243、1504568、1503649、1503636、675789 等 6 项国内注册商标无偿授权金三发粘合衬、金三发科技使用 3 年；期满后，金三发粘合衬、金三发科技如仍需发行人授权使用注册商标的，各方另行协商确定注册商标使用费。

金三发集团原申请并取得前述 11 项注册商标，该等注册商标核定使用范围包括非织造材料、护理用品和服装辅料等，且一直由金三发集团及其下属企业共同使用。为进一步加强发行人资产的独立性和充分保障发行人利益，金三发集团于 2019 年将该等注册商标无偿转让给发行人。同时，鉴于前述商标注册核定使用范围和关联方过往使用的事实，考虑并权衡公平合理的原则，发行人同意在 3 年过渡期内无偿授权金三发粘合衬、金三发科技继续使用其中的 6 项注册商标。发行人上述无偿受让注册商标及在一定期限内无偿授权关联方使用的安排，公平合理，并未损害发行人及其他股东的利益，且并不会因此导致同业竞争。

2)金三发粘合衬、金三发科技主要从事服装辅料的生产和销售业务，并对外提供漂染、水洗加工服务，与发行人及子公司不同，但存在少量向相同供应商采购不同原材料或向相同客户销售不同产品的情形。

发行人或前述关联企业与该等重合供应商、客户之间系基于各自生产经营需要及正常的商业交易模式而独立开展的交易，具有合理性；虽系重合的供应商、客户，但各自所购买或销售的主要产品不同，不存在通过该等重合的供应商、客户相互进行利益输送的情形。

除上述披露的情形外，发行人及子公司具有与其生产经营有关的生产系统、辅助生产系统和配套设施，合法拥有与其经营有关的土地、房产、机器设备、配套设施及商标、专利、非专利技术等知识产权的所有权或者使用权，与前述

关联企业之间不存在其他商标、技术或其他资产、办公场地等共用或混同的情况；发行人具有独立完整的生产、采购和销售系统，具有面向市场独立经营的能力，与该等关联企业之间不存在其他供应商、客户重合的情形。

综上，除前述披露的授权关联企业使用商标及少量客户、供应商重合情形外，截至目前，发行人及子公司与前述关联企业在客户、供应商、技术、人员、资产、业务、商标、办公场地、财务管理等方面不存在其他关联关系或混同情况。

(2)前述关联方与发行人客户、供应商的资金、业务往来

报告期内，前述关联方与发行人客户、供应商存在资金、业务往来的情况。

1)资金往来

报告期内，关联方金三发粘合衬和金三发科技与发行人的资金提供方长兴金融服务中心有限公司、德清县中小企业金融服务中心有限公司存在资金往来，详见本题（8）所述。

2)业务往来(相关数据未经审计)

2017-2020年关联方与发行人客户的业务往来情况

序号	公司名称	与发行人关系	关联方名称	交易类型	交易内容	交易金额(万元)				发行人或子公司名称	交易类型	交易内容	交易金额(万元)				发行人或子公司名称	交易类型	交易内容	交易金额(万元)			
						2020年	2019年	2018年	2017年				2020年	2019年	2018年	2017年				2020年	2019年	2018年	2017年
1	博罗县引源制朴有限公司	发行人客户	金三发粘合衬	销售产品	服装辅料	0.63	81.14	164.87	162.36	发行人	销售产品	口罩	0.88				金三发卫材	销售产品	非织造材料	0.20			
2	杭州美心时装设计有限公司	发行人客户	金三发粘合衬	销售产品	服装辅料	0.24	1.43	0.28	0.00	发行人	销售产品	口罩	0.13				金三发卫材						
3	深圳市英泰时装有限公司	发行人客户	金三发粘合衬	销售产品	服装辅料	1.00	1.43	0.42	0.00	发行人	销售产品	口罩	0.39				金三发卫材						
4	长兴卓品纺织科技有限公司	发行人客户	金三发粘合衬	销售产品	服装辅料	0.14	0.51	0.51	0.00	发行人							金三发卫材	销售产品	非织造材料	24.70	3.20		
5	宜兴市腾达衬肩厂	发行人客户	金三发粘合衬	销售产品	服装辅料	0.24	0.05	0.00	0.00	发行人	销售产品	口罩	0.39				金三发卫材						
6	桐乡海锋服饰有限公司	发行人客户	金三发粘合衬	销售产品	服装辅料	0.70	2.77	2.60	1.81	发行人	销售产品	口罩	0.39				金三发卫材						
7	苏州冬琴纺织后整理有限公司	发行人客户	金三发粘合衬	销售产品	服装辅料	2.51	21.18	0.00	0.00	发行人	销售产品	口罩	0.39				金三发卫材						
8	嘉兴伟琳时装有限公司	发行人客户	金三发粘合衬	销售产品	服装辅料	4.46	14.15	14.07	13.69	发行人	销售产品	口罩	0.39				金三发卫材						
9	长兴骏成服装辅料有限公司	发行人客户	金三发粘合衬	销售产品	服装辅料	6.91	30.49	24.26	5.64	发行人							金三发卫材	销售产品	非织造材料	4.18	67.59	31.67	
10	温州多马服饰有限公司	发行人客户	金三发粘合衬	销售产品	服装辅料	9.19	15.05	52.09	19.83	发行人							金三发卫材	销售产品	非织造材料			5.64	1.54
11	青岛酷特智能股份有限公司	发行人客户	金三发粘合衬	销售产品	服装辅料	12.65	12.09	34.99	27.85	发行人							金三发卫材	销售产品	非织造材料	156.38			
12	浙江同悦印务有限公司	发行人客户	金三发粘合衬	销售产品	服装辅料	23.31	166.80	39.20	0.00	发行人							金三发卫材	销售产品	非织造材料	32.46			

13	深圳华丝企业股份有限公司	发行人客户	金三发粘合衬	销售产品	服装辅料	26.22	41.25	45.31	29.97	发行人	销售产品	口罩	0.98				金三发卫材						
14	长兴天衣纺织有限公司	发行人客户	金三发粘合衬	加工服务	漂染加工	48.64	79.02	52.09	0.00	发行人	销售产品	口罩	0.78				金三发卫材						
15	杭州联成华卓实业有限公司	发行人客户	金三发粘合衬	销售产品	服装辅料	65.68	82.32	84.73	59.96	发行人	销售产品	口罩	16.66				金三发卫材						
16	泰州万邦无纺业有限公司	发行人客户	金三发粘合衬	加工服务	漂染加工	66.37	0.00	0.00	0.85	发行人	销售产品	口罩	3.92				金三发卫材	销售产品	非织造材料	175.04			5.53
17	浙江翰仕纺织品有限公司	发行人客户	金三发粘合衬	加工服务	漂染加工	76.88	127.05	0.00	0.00	发行人	销售产品	口罩	1.96				金三发卫材						
18	长兴今飞服装辅料有限公司	发行人客户	金三发粘合衬	加工服务	漂染加工	110.63	121.89	146.47	132.84	发行人	销售产品	口罩	0.40				金三发卫材	销售产品	非织造材料	19.84			
19	长兴明嘉纺织有限公司	发行人客户	金三发粘合衬	加工服务	漂染加工	174.74	58.63	14.08	37.52	发行人	销售产品	口罩	5.88				金三发卫材						
20	长兴森升服装辅料有限公司	发行人客户	金三发粘合衬	加工服务	漂染加工	265.64	231.52	217.66	284.61	发行人	销售产品	口罩	1.96				金三发卫材						
21	杭州盛荷非织造布有限公司	发行人客户	金三发粘合衬	销售产品	服装辅料	281.33	713.73	894.43	539.68	发行人	销售产品	口罩	4.31				金三发卫材						
22	长兴科恩德服装材料有限公司	发行人客户	金三发粘合衬	加工服务	漂染加工	330.06	641.33	634.21	469.03	发行人	销售产品	口罩	1.96				金三发卫材						
23	长兴圣帆纺织有限公司	发行人客户	金三发粘合衬	加工服务	漂染加工	396.50	554.24	350.95	428.30	发行人	销售产品	口罩	0.39				金三发卫材						
24	上海菲克斯衬布有限公司	发行人客户	金三发粘合衬	加工服务	漂染加工	417.31	1,026.74	1,302.08	299.38	发行人	销售产品	口罩	0.98				金三发卫材	销售产品	非织造材料	3.35			
25	广州市胜宏衬布有限公司	发行人客户	金三发粘合衬	销售产品	服装辅料	0.00	11.54	560.93	0.00	发行人							金三发卫材	销售产品	非织造材料	221.21			
26	上海锦如贸易有限公司	发行人客户	金三发粘合衬	销售产品	服装辅料	0.00	3.68	0.00	0.00	发行人	销售产品	尿裤、湿干巾	-	33.31	-	-	金三发卫材						
27	徐斌	发行人客户	金三发粘合衬	销售产品	服装辅料	0.00	0.04	0.00	0.00	发行人	销售产品	湿巾	-	0.74	3.32	-	金三发卫材						

28	上海沃丰服装辅料厂	发行人客户	金三发粘合衬	销售产品	服装辅料	0.00	0.00	0.00	5.49	发行人	销售产品	口罩	1.18	-	-	-	金三发卫材						
					小计	2,364.89	4,121.52	4,737.97	2,700.21			小计	44.32	34.05	3.32	0.00			小计	637.35	70.79	37.31	7.07

2017-2020 年关联方与发行人供应商的业务往来情况

序号	公司名称	与发行人关系	关联方名称	交易类型	交易内容	交易金额				发行人或子公司名称	交易类型	交易内容	交易金额				发行人或子公司名称	交易类型	交易内容	交易金额			
						2020 年	2019 年	2018 年	2017 年				2020 年	2019 年	2018 年	2017 年				2020 年	2019 年	2018 年	2017 年
1	阿里巴巴(中国)网络技术有限公司	发行人供应商	金三发粘合衬	采购服务	技术服务	5.96	6.46	0.00	0.00	发行人	采购服务	技术服务	-	-	13.87	2.02	金三发卫材	采购服务	技术服务	6.63			
2	长兴环达玻璃纤维制造有限公司	发行人供应商	金三发粘合衬	采购材料	无纺布	831.20	695.33	855.05	474.73	发行人	采购材料	复合原料	0.20	-	86.67	149.15	金三发卫材	销售产品	无纺布	671.51	34.55	83.18	24.02
3	长兴锦添包装材料有限公司	发行人供应商	金三发粘合衬	采购材料	筒料	16.08	35.62	59.59	29.51	发行人	采购材料	尿裤、热风原料	15.26	7.98	7.77	-	金三发卫材	采购材料	编织袋、筒料	117.22	43.43	41.76	42.38
4	长兴科意企业管理服务有限公司	发行人供应商	金三发粘合衬	采购服务	技术咨询	1.00	3.00	2.40	0.00	发行人	采购材料	技术咨询	5.00	4.00	1.40	-	金三发卫材	采购材料	筒料	6.00			
5	长兴通利纸业有限公司	发行人供应商	金三发粘合衬	采购材料	纸箱	1.76	2.23	3.54	1.70	发行人	采购材料	尿裤原料	-	-	1.37	111.28	金三发卫材						
6	长兴县质量技术监督检测中心	发行人供应商	金三发粘合衬	采购服务	鉴证咨询	0.02	0.00	0.00	0.00	发行人	采购服务	咨询	0.42	1.04	-	0.43	金三发卫材						
7	传化智联股份有限公司	发行人供应商	金三发粘合衬	采购材料	化工辅料	364.74	457.59	305.64	270.02	发行人	采购材料	化工辅料	0.17	-	-	-	金三发卫材	采购材料	抗静电剂、碱减量渗透剂	25.27			
8	福建省新奇卫生材料有限公司	发行人供应商	金三发粘合衬	采购材料	PE 膜	0.13	0.00	0.00	0.00	发行人	采购材料	尿裤原料	190.87	94.33	98.73	297.39	金三发卫材	销售产品	无纺布	3.52			109.19

9	杭州杭美塑胶有限公司	发行人供应商	金三发粘合衬	采购材料	托盘	75.75	55.55	0.00	0.00	发行人	采购材料	托盘	15.45	-	-	-	金三发卫材	采购材料	托盘	151.35	27.00		49.50
10	湖州欧洛达机械有限公司	发行人供应商	金三发粘合衬	采购设备	变频螺杆空气压缩机	3.30	0.00	0.00	0.56	发行人	采购设备	设备	0.43	2.36	2.65	8.69	金三发卫材	采购设备	变频螺杆空气压缩机	23.08	37.47	16.52	3.30
11	湖州中电送变电工程有限公司	发行人供应商	金三发粘合衬	工程	建造污水池	150.00	0.00	0.00	0.00	发行人	工程	工程	17.90	211.60	346.00	-	金三发卫材	工程	35kv 变电站	8.70	70.00	570.00	0.00
12	华安财产保险股份有限公司湖州中心支公司	发行人供应商	金三发粘合衬	采购服务	车辆保险	1.37	0.81	0.00	0.00	发行人	采购服务	保险费	-	0.45	0.07	0.49	金三发卫材			0.52			
13	沈晶晶	发行人供应商	金三发粘合衬	采购服务	管道维修	3.25	11.54	0.00	0.00	发行人	采购服务	零星维修	-	-	1.38	-	金三发卫材						
14	无锡易纯净化设备有限公司	发行人供应商	金三发粘合衬	采购材料	车间用卷帘门	1.60	0.00	0.00	0.00	发行人	采购设备	设备	1.60	-	-	6.68	金三发卫材	采购设备	风淋室	17.24	20.60	15.78	0.70
15	吴江经济技术开发区伍旺机电设备经营部	发行人供应商	金三发粘合衬	采购设备	环保空调	15.00	0.00	0.00	0.00	发行人	采购设备	设备、工程物资	5.00	32.30	-	-	金三发卫材	采购设备	环保空调	31.09	82.00		
16	浙江恒月新材料股份有限公司	发行人供应商	金三发粘合衬	采购材料	棉布	3.68	0.00	0.00	0.00								金三发卫材	销售产品	无纺布		2.80		
17	浙江建广塑业股份有限公司	发行人供应商	金三发粘合衬	采购材料	托盘	9.50	0.00	0.00	0.00	发行人	采购材料	托盘	58.99	-	-	-	金三发卫材						
18	浙江省科技信息研究院	发行人供应商	金三发粘合衬	采购服务	鉴证咨询	0.26	0.51	0.86	0.51	发行人	采购服务	咨询	-	1.02	0.34	-	金三发卫材	采购服务	鉴证咨询	0.51		0.77	0.00
19	北京天奇智新知识产权代理有限公司杭州分公司	发行人供应商	金三发粘合衬	采购服务	知识产权代理服务	0.00	0.06	1.70	4.23	发行人	采购服务	知识产权代理服务	-	-	-	7.77	金三发卫材	采购服务	知识产权代理服务			16.89	3.07
20	长兴朝晖电源有限公司	发行人供应商	金三发粘合衬	采购材料	空压面机油	0.00	2.52	0.00	0.00	发行人	采购材料	五金材料	5.10	3.75	0.58	-	金三发卫材	采购材料	叉车电瓶	5.00	7.19	12.60	2.52
21	长兴辉煌物流有限公司	发行人供应商	金三发粘合衬	采购服务	运输	0.00	2.52	0.00	0.00	发行人	采购服务	运输	1.91	-	22.66	14.18	金三发卫材	采购服务	运输				10.45

22	长兴天宏保温材料有限公司	发行人供应商	金三发粘合衬	采购材料	管道保温材料	0.00	23.70	0.00	0.00	发行人	采购材料	管道保温材料	4.76	9.98	-	-	金三发卫材			1.82			
23	长兴信达服装材料有限公司	发行人供应商	金三发粘合衬	采购材料	棉布	0.00	0.00	0.14	0.00	发行人	采购材料	湿巾原料	71.71	26.52	14.70	6.16	金三发卫材	采购材料	缠绕膜、拉伸薄	127.11	190.84	219.23	126.70
24	长兴雉城大丰物资经营部	发行人供应商	金三发粘合衬	采购材料	五金材料	0.00	1.37	0.00	0.00	发行人	采购材料	五金材料	0.13	0.16	-	0.25	金三发卫材	采购材料	五金材料	0.96	1.45	3.02	5.02
25	长兴周氏轮胎销售有限公司	发行人供应商	金三发粘合衬	采购服务	叉车修理	0.00	0.36	0.29	0.00	发行人	采购服务	叉车修理费	0.41	0.46	-	-	金三发卫材	采购服务	叉车修理	1.86	1.03	0.30	
26	陈慧平	发行人供应商	金三发粘合衬	工程	燃气工程	0.00	0.00	8.27	0.00	发行人	工程	燃气工程	-	3.20	-	-	金三发卫材	工程	燃气工程	6.00	6.29		
27	东莞市盈康机械设备有限公司	发行人供应商	金三发粘合衬	采购设备	防腐风机	0.00	2.72	0.00	0.00	发行人	采购设备	设备配件	0.48	-	-	-	金三发卫材						
28	广州市邦宁装饰工程有限公司	发行人供应商	金三发粘合衬	采购服务	广交会搭建	0.00	4.65	3.10	0.00	发行人	采购服务	搭建	-	-	1.55	-	金三发卫材						
29	湖州安视优电子科技有限公司	发行人供应商	金三发粘合衬	采购设备	LED 屏	0.00	3.72	0.00	0.00	发行人	采购设备	LED 屏	0.95	10.30	-	-	金三发卫材	采购设备	电子设备	35.15	3.50		
30	湖州华拓计量仪器有限公司	发行人供应商	金三发粘合衬	采购设备	电子汽车衡	0.00	1.00	0.00	0.00	发行人	采购设备	电子仪器	0.66	5.79	0.48	0.57	金三发卫材	采购设备	计量器具	36.46	4.24	4.80	3.23
31	湖州捷信检测有限公司	发行人供应商	金三发粘合衬	采购服务	计量，废气检测	0.00	0.60	2.84	0.00	发行人	采购服务	检测费	0.06	0.08	0.07	-	金三发卫材	采购服务	计量，废气检测费	0.32	0.00	0.10	0.10
32	湖州欧洛达机械有限公司	发行人供应商	金三发粘合衬	采购设备	空气压缩机，干燥机，储气罐	0.00	12.98	0.72	0.00								金三发卫材	采购设备	空气压缩机，干燥机，储气罐	23.08	37.47	16.52	3.30
33	诺力智能装备股份有限公司	发行人供应商	金三发粘合衬	采购设备	设备	0.00	0.45	0.00	0.00	发行人	采购设备	设备、配件	1.44	21.19	-	-	金三发卫材						
34	温州市大荣纺织仪器有限公司	发行人供应商	金三发粘合衬	采购设备	仪器	0.00	0.03	0.00	0.00	发行人	采购设备	仪器	-	-	4.80	-	金三发卫材	采购设备	检测仪器	130.03	0.77	0.11	0.09

35	无锡巨鼎业金属制品有限公司	发行人供应商	金三发粘合衬	采购材料	不锈钢板	0.00	3.52	0.00	0.00	发行人	采购材料	不锈钢板	6.42	-	-	-	金三发卫材					
36	无锡市竞杰物联网科技有限公司	发行人供应商	金三发粘合衬	采购服务	定型机改造	0.00	22.50	0.96	0.00	发行人	采购材料	五金材料	-	1.75	-	-	金三发卫材					
37	宜兴市鸿锦水处理设备有限公司	发行人供应商	金三发粘合衬	采购设备	污水处理设备	0.00	105.20	0.00	0.00	发行人	采购设备	污水处理设备	26.00	176.00	5.00	-	金三发卫材	采购设备	污水处理设备	165.00	851.40	25.01	6.82
38	浙江公信认证有限公司	发行人供应商	金三发粘合衬	采购服务	鉴证咨询	0.00	0.40	1.20	1.00	发行人	采购服务	鉴证咨询	-	3.71	-	1.00	金三发卫材	采购服务	鉴证咨询服务	1.70		1.00	1.70
39	长兴县佳艺木业有限公司	发行人供应商	金三发粘合衬	采购材料	棉布	0.00	0.00	0.00	0.04	发行人	采购材料	湿巾原料	15.02	7.20	9.71	3.73	金三发卫材	采购材料	托盘	79.60	1.65	10.02	20.54
40	长兴实信化工有限公司	发行人供应商	金三发粘合衬	采购材料	化工辅料	0.00	0.00	0.00	0.17	发行人	采购材料	化工辅料、五金材料	1.52	0.76	0.54	1.75	金三发卫材	采购材料	五金材料	5.24	5.54	6.13	1.56
41	长兴太湖小施叉车经营部	发行人供应商	金三发粘合衬	采购材料	叉车配件	0.00	0.00	0.00	2.78	发行人	采购材料	叉车配件	1.85	-	2.08	1.08	金三发卫材						
42	杭州迪冠服装辅料有限公司	发行人供应商	金三发粘合衬	采购材料	棉布	0.00	0.00	0.00	0.75	发行人	采购材料	口罩原料	62.48	-	-	-	金三发卫材						
43	上海绍德旋转接头有限公司	发行人供应商	金三发粘合衬	采购材料	五金配件	0.00	0.00	0.00	0.14	发行人	采购材料	五金配件	-	0.04	-	-	金三发卫材	采购材料	五金配件	0.22		0.50	
44	阿里云计算有限公司	发行人供应商	金三发粘合衬	采购服务	软件服务	0.00	0.00	0.00	0.98								金三发卫材						
45	长兴县人民医院	发行人供应商	金三发粘合衬	采购服务	体检	0.00	0.00	0.00	6.12	发行人	采购服务	体检	-	9.07	4.83	-	金三发卫材	采购服务	体检	13.80			
46	广州市邦宁装饰工程有限公司	发行人供应商	金三发粘合衬	采购服务	搭建	0.00	0.00	0.00	6.10								金三发卫材						
47	杭州海浩商标事务所有限公司	发行人供应商	金三发粘合衬	采购服务	商标注册	0.00	0.00	0.00	0.16	发行人	采购服务	服务	3.60	8.76	0.55	4.28	金三发卫材						
48	人民法院新闻传媒总社	发行人供应商	金三发粘合衬	采购服务	新闻公告	0.00	0.00	0.00	0.06	发行人	采购服务	服务	-	0.03	0.03	-	金三发卫材						

49	通标标准技术服务(上海)有限公司	发行人供应商	金三发粘合衬	采购服务	技术检测	0.00	0.00	0.00	0.78	发行人	采购服务	技术检测	2.76	-	7.04	4.65	金三发卫材	采购服务	技术检测	0.97			
50	中华联合财产保险股份有限公司	发行人供应商	金三发粘合衬	采购服务	团体意外险	0.00	0.00	0.00	0.61	发行人	采购服务	保险	-	-	0.01	0.07	金三发卫材						
51	长兴锦添包装材料有限公司	发行人供应商	金三发新材	采购材料	包装材料	0.00	0.00	0.00	9.41				-	-	-	-	金三发卫材	采购材料	包装材料	117.22	43.43	41.76	42.38
52	杭州杭美塑胶有限公司	发行人供应商	金三发新材	采购材料	托盘	0.00	0.00	0.00	5.15								金三发卫材	采购材料	托盘	151.35	27.00		49.50
53	浙江恒逸石化销售有限公司	发行人供应商	金三发新材	采购材料	化纤	0.00	0.00	0.00	20.04								金三发卫材	采购材料	化纤		46.00	16.87	
54	宜兴市鸿锦水处理设备有限公司	发行人供应商	金三发新材	采购设备	印染废水设备	66.86	9.10	0.00	87.25								金三发卫材	采购设备	污水处理设备	165.00	851.40	25.01	6.82
55	湖州市飞英化学试剂经营部	发行人供应商	金三发新材	采购材料	化工原料	0.00	0.00	0.00	75.94								金三发卫材	采购材料	双氧水	0.19			
56	苏州市岚昱化工有限公司	发行人供应商	金三发新材	采购材料	化工原料	255.79	230.02	7.54	2.73								金三发卫材	采购材料	双氧水	1.10			
57	宜兴市绿波水处理化学用品有限公司	发行人供应商	金三发新材	采购材料	化工原料	0.00	0.00	0.00	0.78								金三发卫材	采购材料	化工原料				0.66
58	上海经闻化工科技有限公司	发行人供应商	金三发新材	采购材料	化工原料	45.00	50.89	46.00	33.75								金三发卫材	采购材料	化工原料		0.94		0.00
59	长兴实信化工有限公司	发行人供应商	金三发新材	采购材料	化工原料	0.00	0.15	0.00	0.12								金三发卫材	采购材料	化工原料	5.24	5.54	6.13	1.56
60	浙江省盐业集团湖州市盐业有限公司	发行人供应商	金三发新材	采购材料	化工原料	0.00	0.00	0.00	0.20								金三发卫材	采购材料	化工原料	0.10	0.70		
61	湖州远达空调电器有限公司	发行人供应商	金三发新材	采购设备	空调	0.00	0.00	0.00	11.50								金三发卫材	采购设备	空调			5.04	

62	浙江中广印业有限公司	发行人供应商	金三发新材	采购材料	化纤	0.00	1.24	0.00	1.28								金三发卫材	采购材料	标签		0.56		0.19
63	长兴奥菱达电梯销售服务中心	发行人供应商	金三发新材	采购服务	电梯保养	1.17	0.00	0.83	0.00	发行人	采购服务	电梯保养	1.25	0.38	-	-	金三发卫材						
64	北京天奇智新知识产权代理有限公司杭州分公司	发行人供应商	金三发新材	采购服务	知识产权	0.00	0.00	0.07	0.00								金三发卫材	采购服务	知识产权			16.89	3.07
65	长兴博力机械设备有限公司	发行人供应商	金三发新材	采购设备	电动升降平台	0.00	0.00	2.40	0.00	发行人	采购设备	升降设备	-	0.37	7.27	2.23	金三发卫材						
66	长兴县城建档案馆	发行人供应商	金三发新材	采购服务	档案服务	0.00	0.00	1.03	0.00	发行人	采购服务	档案服务	-	-	1.46	-	金三发卫材						
67	长兴越通物资贸易有限公司	发行人供应商	金三发新材	采购材料	五金材料	0.00	0.00	2.45	0.00	发行人	采购材料	五金材料	-	0.41	0.33	-	金三发卫材						
68	长兴正泰电器销售有限公司	发行人供应商	金三发新材	采购材料	五金材料	0.00	0.00	13.77	0.00	发行人	采购材料	五金材料	156.62	24.11	-	21.46	金三发卫材	采购材料	五金材料	136.86	225.04	73.88	78.72
69	陈慧平	发行人供应商	金三发新材	采购服务	搬迁	0.00	3.20	1.80	0.00								金三发卫材						
70	传化智联股份有限公司	发行人供应商	金三发科技	采购材料	化工原料	156.93	202.36	294.69	0.00				-	-	-	-	金三发卫材						
71	长兴大合机械有限公司	发行人供应商	金三发科技	采购服务	加工服务	0.00	0.00	0.20	0.00								金三发卫材	采购服务	加工服务		1.46	4.47	0.08
72	浙江省长兴电气工程有限公司	发行人供应商	金三发科技	采购服务	搬迁	0.00	0.00	1.40	0.00	发行人	采购服务	电气安装	92.00				金三发卫材						
73	长兴广电网络科技有限公司	发行人供应商	金三发科技	采购服务	安装服务	0.00	0.00	3.23	0.00	发行人	采购服务	服务	-	-	0.43	-	金三发卫材						
74	无锡广益德金属制品有限公司	发行人供应商	金三发科技	采购材料	五金材料	0.00	78.54	0.00	0.00								金三发卫材	采购材料	五金材料		10.16		
75	湖州鸿安环境科技有限公司	发行人供应商	金三发科技	采购设备	食堂锅炉	0.00	0.00	1.16	0.00	发行人	采购设备	空调	0.89	3.77	-	-	金三发卫材	采购设备	空调	40.57			

76	湖州中电送变电工程有限公司	发行人供应商	金三发科技	工程	厂房工程	73.80	520.00	16.80	0.00								金三发卫材	工程	厂房工程	8.70	70.00	570.00	0.00
77	浙江华洲文仪有限公司	发行人供应商	金三发科技	采购材料	办公桌椅	0.00	0.00	2.95	0.00	发行人	采购材料	办公桌椅	-	2.22	2.75	5.26	金三发卫材	采购材料	办公桌椅				3.56
78	长兴雉城汇强电器经营部	发行人供应商	金三发科技	采购材料	五金材料	0.00	0.00	3.71	0.00	发行人	采购材料	五金材料	-	0.85	0.90	0.51	金三发卫材	采购材料	五金材料	28.23	24.80	28.32	12.93
79	湖州佳杭叉车有限公司	发行人供应商	金三发科技	采购服务	维修	0.00	0.00	0.11	0.00	发行人	采购服务	叉车、维修	1.26	0.86	17.80	21.10	金三发卫材	采购设备、服务	叉车、维修		65.45	1.25	9.58
80	长兴锦仁五金有限公司	发行人供应商	金三发科技	采购材料	五金材料	0.00	0.00	0.29	0.00	发行人	采购材料	五金	0.16	-	2.48	0.14	金三发卫材	采购材料	五金材料	1.16	6.27	4.38	3.65
81	长兴璟辰照明电器有限公司	发行人供应商	金三发科技	采购材料	五金材料	0.00	0.00	0.19	0.00	发行人	采购材料	五金	0.70	0.14	1.16	-	金三发卫材	采购材料	五金材料	4.96	5.71	9.51	4.77
82	浙江久顺服装材料有限公司	发行人供应商	金三发科技	采购材料	坯布	32.44	27.32	12.95	0.00								金三发卫材	销售产品	无纺布	8.95	7.62	9.95	7.10
84	浙江长兴康华建筑安装工程有限公司	发行人供应商	金三发科技	工程	厂房	0.00	250.00	1940.00	0.00	发行人	工程	厂房	-563.17	2,000.00	2,769.00	-	金三发卫材	工程	仓库工程	38.50			
85	湖州科宇电气工程有限公司	发行人供应商	金三发科技	工程	电气安装	0.00	2.00	1.51	0.00	发行人	工程	电气安装	-	2.68	-	2.50	金三发卫材						
86	长兴龙鼎装饰工程有限公司	发行人供应商	金三发科技	工程	装修工程	0.00	0.00	0.01	0.00	发行人	工程	装修工程	7.29	18.03	2.15	-	金三发卫材	工程	零星工程	41.08	27.39	32.15	1.04
87	无锡轻大建筑设计研究院有限公司	发行人供应商	金三发科技	采购服务	设计服务	0.00	0.00	26.00	0.00	发行人	采购服务	设计服务	157.00	44.00	-	13.00	金三发卫材						
88	邱卫平	发行人供应商	金三发科技	采购服务	零星维修	0.00	2.53	1.98	0.00	发行人	采购服务	零星维修	-	-	0.23	-	金三发卫材						
89	杭州胜雄电力器材有限公司	发行人供应商	金三发科技	采购材料	五金材料	0.00	0.00	2.51	0.00	发行人	采购材料	五金材料	-	21.20	-	-	金三发卫材	采购材料	五金材料			22.86	

90	长兴太湖小施叉车经营部	发行人供应商	金三发科技	采购服务	叉车服务	0.00	0.00	7.93	0.00								金三发卫材					
91	湖州市特种设备检测研究院	发行人供应商	金三发科技	采购服务	检测服务	0.08	0.32	0.14	0.00								金三发卫材	采购服务	检测服务	0.13		0.21	0.00
92	长兴天宏保温材料有限公司	发行人供应商	金三发科技	采购服务	管理保温	4.00	20.00	0.00	0.00								金三发卫材	采购材料	热水管保温材料	1.82			
93	吴江经济技术开发区伍旺机电设备经营部	发行人供应商	金三发科技	采购设备	空调	20.00	13.00	0.00	0.00								金三发卫材	采购设备	空调	31.09	82.00		
94	湖州鑫安电子科技有限公司	发行人供应商	金三发科技	采购设备	网络设备	0.00	14.50	0.00	0.00								金三发卫材	采购设备	网络设备		4.16	12.13	
95	长兴银河测绘有限公司	发行人供应商	金三发科技	采购服务	测绘服务	0.00	0.00	1.70	0.00	发行人	采购服务	测绘服务	-	-	-	1.18	金三发卫材						
96	长兴雉城臻臻钢材门市部	发行人供应商	金三发科技	采购材料	五金材料	0.00	0.00	1.23	0.00	发行人	采购材料	五金材料	-	-	-	0.06	金三发卫材	采购材料	五金材料	17.12	47.35	21.21	20.94
97	湖州安视优电子科技有限公司	发行人供应商	金三发科技	采购设备	电脑	0.41	0.00	0.00	0.00								金三发卫材						
98	义乌摞搬力商贸有限公司	发行人供应商	金三发科技	采购服务	修理	0.06	0.00	0.00	0.00	发行人	采购材料	五金材料	0.47	0.86	-	-	金三发卫材						
99	苏州帝奥电梯有限公司	发行人供应商	金三发科技	采购设备	空调	3.31	0.00	0.00	0.00	发行人	采购设备	电梯	-	-	65.74	31.60	金三发卫材						
100	常州升辉建筑装饰工程有限公司	发行人供应商	金三发科技	采购设备	设备	7.20	0.00	0.00	0.00	发行人	工程	工程	8.26	44.93	-	-	金三发卫材						
101	上海物豪塑料有限公司	发行人供应商	金三发科技	采购材料	托盘	23.00	0.00	0.00	0.00	发行人	采购材料	五金材料	-	23.00	-	-	金三发卫材						
102	东莞市盈康机械设备有限公司	发行人供应商	金三发科技	采购设备	负压风机	1.92	0.00	0.00	0.00								金三发卫材						
					小计	11,795.35	12,917.77	13,366.04	13,006.97	-	-	小计	381.27	2,831.62	3,506.56	720.66			小计	2,496.32	2,982.20	1,946.27	660.75

由上表可见，关联方与发行人资金提供方、客户、供应商之间的资金往来和业务往来均系正常开展业务而发生。

资金往来方面，关联方与发行人均存在向长兴金融服务中心有限公司和德清县中小企业金融服务中心有限公司借入资金的情况。一方面长兴金融服务中心有限公司和德清县中小企业金融服务中心有限公司系当地知名金融服务机构，主要面向当地企业提供金融服务属于正常业务范围；另一方面，随着发行人融资渠道拓展和经营现金流逐步充实，发行人向长兴金融服务中心有限公司和德清县中小企业金融服务中心有限公司的借款金额呈下降趋势。2020 年及之后，发行人未与上述企业发生资金往来。

业务往来方面，关联方与发行人存在相同客户、供应商的情况，但相关业务往来较为分散、金额较小，且主要业务内容有所差异。发生该等业务往来主要系基于以下因素：1）发行人与金三发粘合衬、金三发科技的主要经营场所位于同一区划，基于日常生产经营所需能源动力，与浙江长兴东南热力有限责任公司、长兴华润燃气有限公司、国网浙江长兴县供电有限公司等当地能源动力供应单位发生交易，该等交易价格由供应单位定价，详见本回复报告问题 25-（5）所述；2）因 2020 年初突发疫情，发行人响应政府号召面向省内尤其是周边企业销售口罩，导致 2020 年 1-6 月新增较多重叠客户；3）出于便利考虑，发行人与关联方均存在向周边客户销售产品和采购材料、服务、设备、工程建设服务等的情况，部分业务仅个别年度发生且金额较小。

综上，关联方与发行人存在相同客户、供应商的情况具备合理的商业逻辑。

（二）补充说明浙江金三发新材科技有限公司、浙江金三发粘合衬有限公司历史沿革、主营业务和实际经营情况、股权结构、主要财务数据、客户和供应商情况、投资或控制的企业等情况，并说明存续期间业务合法合规情况，报告期与发行人发生的关联交易情况，并分析和披露上述企业与发行人不构成同业竞争的理由是否充分。

1.补充说明浙江金三发新材科技有限公司的历史沿革、主营业务和实际经营情况、股权结构、主要财务数据、客户和供应商情况、投资或控制的企业情况及合规情况

(1) 金三发科技的基本情况

金三发科技主要从事机织布的生产与销售、水洗加工服务，目前股权结构如下：

序号	股东名称/姓名	出资额(万元)	出资比例
1	金三发集团	1,000	100%
合　计		1,000	100%

截至 2020 年 6 月 30 日，金三发科技总资产为 11,056.73 万元，净资产 1,392.98 万元，净利润为 18.05 万元(以上数据未经审计)。

截至目前，金三发科技不存在投资或控制的企业。

(2) 金三发科技的历史沿革

1)2010 年 6 月 12 日设立

金三发科技于 2010 年 6 月 12 日注册登记，注册号为 330522000052727，设立时的注册资本为 1,000 万元，股权结构如下：

序号	股东名称/姓名	出资额(万元)	出资比例
1	金三发集团	950	95%
2	严华荣	50	5%
合　计		1,000	100%

上述注册资本实收情况已经湖州天衡会计师事务所(有限合伙)审验并出具“湖天验报字[2010]第 112 号”“湖天验报字[2010]第 138 号”“湖天验报字[2010]第 140 号”《验资报告》。

2)第一次股权转让

2011 年 12 月 6 日，经股东会同意，金三发卫材分别与金三发集团、严华荣签订《股权转让协议》，约定金三发集团将所持金三发科技 95%的股权(对应出资额 950 万元)以 950 万元的价格转让给金三发卫材，严华荣将所持金三发科技的 5%股权(对应出资额 50 万元)以 50 万元的价格转让给金三发卫材。金三发科技变更为一人有限责任公司。

2011 年 12 月 19 日，金三发科技完成本次工商变更登记。本次变更后，金三发科技的股权结构如下：

序号	股东名称/姓名	出资额(万元)	出资比例

1	金三发卫材	1,000	100%
合　计		1,000	100%

3)第二次股权转让

2016 年 12 月 20 日，金三发卫材与金三发集团签订《股权转让协议》，约定金三发卫材将所持金三发科技 100%股权以 1,000 万元的价格转让给金三发集团。

2016 年 12 月 28 日，金三发科技完成本次工商变更登记。本次变更后，金三发科技的股权结构如下：

序号	股东名称/姓名	出资额(万元)	出资比例
1	金三发集团	1,000	100%
合　计		1,000	100%

(3) 金三发科技的客户、供应商情况

金三发科技的主要原材料为坯布、涤纶长丝、化工原料等，其主要供应商包括常熟市东盛化纤厂、长兴圣帆纺织有限公司、浙江盛邦化纤有限公司、杭州开氏化纤销售有限公司等。

金三发科技的主要产品为机织布，其产品主要向金三发粘合衬销售。

(4) 金三发科技的合规情况

根据金三发科技所在地市场监督管理部门、主管税务机关、安全生产监督管理部门等各主管部门出具的证明，金三发科技存续期间不存在重大行政处罚。

2.补充说明浙江金三发粘合衬有限公司的历史沿革、主营业务和实际经营情况、股权结构、主要财务数据、客户和供应商情况、投资或控制的企业情况及合规情况

(1)金三发粘合衬的基本情况

金三发粘合衬主要从事服装辅料的生产与销售、漂染加工服务，目前股权结构如下：

序号	股东名称/姓名	出资额(万元)	出资比例
1	金三发集团	822.625	58.76%
2	金三发国际	577.3502	41.24%
合　计		1,399.9752	100%

截至 2020 年 6 月 30 日，金三发粘合衬总资产为 25,649.77 万元，净资产

17,906.28 万元，净利润为 1,607.02 万元(以上数据未经审计)。

截至本回复报告出具日，金三发粘合衬不存在投资或控制的企业。

(2) 金三发粘合衬的历史沿革

1)1992 年 12 月 23 日设立

经湖州市对外经济贸易委员会“湖经贸[92]字第 370 号”《关于同意浙江长兴金三角服装材料有限公司合同、章程的批复》批准，金三发粘合衬于 1992 年 12 月 23 日注册登记，注册号为“工商企合浙湖字第 00071 号”，设立时的注册资本为 80 万元，其中服装材料厂以设备（合计 27 万元）及人民币现金（29 万元）出资 56 万元，香港长兴参茸药材公司以港币现汇出资 24 万元。股权结构如下：

序号	股东名称/姓名	出资额(万元)	出资比例
1	服装材料厂	56	70%
2	香港长兴参茸药材有限公司	24	30%
合　计		80	100%

2)第一次增资

1995 年 12 月 3 日，金三发粘合衬董事会作出决议，同意注册资本增加至 255 万元，由现有股东认缴新增出资，均以货币出资。增资后服装材料厂的持股比例为 73.43%，香港长兴参茸药材有限公司的持股比例为 26.57%。

经湖州市对外经济贸易委员会“（95）湖经贸资字第 251 号”《同意浙江长兴金三角服装材料有限公司合营双方增加投资的批复》批准，1995 年 12 月 20 日，金三发粘合衬就本次增资事宜完成工商变更登记。本次增资完成后，金三发粘合衬的股权结构如下：

序号	股东名称/姓名	出资额(万元)	出资比例
1	服装材料厂	187.25	73.43%
2	香港长兴参茸药材有限公司	67.75	26.57%
合　计		255	100%

3)第二次增资

1996 年 1 月 22 日，金三发粘合衬董事会作出决议，同意注册资本增加至 380 万元。该等增资均以货币出资。

经湖州市对外经济贸易委员会“(96)湖经贸资字第 23 号”《同意浙江长兴金三角服装材料有限公司<增资协议书(第 2 号)>的批复》批准,1996 年 4 月 22 日,金三发粘合衬就本次增资事宜完成工商变更登记。本次增资后,金三发粘合衬的股权结构如下:

序号	股东名称/姓名	出资额(万元)	出资比例
1	服装材料厂	279.125	73.5%
2	香港长兴参茸药材有限公司	100.875	26.5%
合　计		380	100%

本次增资出资情况及注册资本实缴情况已经长兴会计师事务所审验并出具“长会(验)字[1996]第 12 号”《验资报告》。

4)第三次增资

1998 年 11 月 16 日,金三发粘合衬董事会作出决议,同意注册资本增加至 480 万元。该等增资均以货币出资。

经湖州市外商投资管理局“(98)湖外投管字第 15 号”《关于同意浙江长兴金三角服装材料有限公司修改合同、章程的批复》、“(98)湖外投管字第 22 号”《关于同意浙江长兴金三角服装材料有限公司修改出资方式的批复》批准,1998 年 12 月 29 日,金三发粘合衬就本次增资事宜完成工商变更登记。本次增资后,金三发粘合衬的股权结构如下:

序号	股东名称/姓名	出资额(万元)	出资比例
1	服装材料厂	352.625	73.5%
2	香港长兴参茸药材有限公司	127.375	26.5%
合　计		480	100%

本次增资出资情况及注册资本实缴情况已经长兴会计师事务所审验并出具“长会(验)字[1998]第 150 号”《验资报告》。

5)第一次股权转让

2002 年 7 月 18 日,经金三发粘合衬董事会决议同意,香港长兴参茸药材有限公司与香港贵族堂滋补品有限公司签订《股权转让协议》,香港长兴参茸药材有限公司将其所持金三发粘合衬 26.5%的股权(对应出资额 127.375 万元)以 127.20 万元的价格转让给香港贵族堂滋补品有限公司。

经浙江省长兴经济技术开发区管理委员会“长开发委[2003]27 号”《关于同意合资企业浙江长兴金三角服装材料有限公司第三次变更合同、章程及董事会名单的批复》批准，2003 年 7 月 15 日，金三发粘合衬就本次股权转让事宜完成工商变更登记。本次股权转让后，金三发粘合衬的股权结构如下：

序号	股东名称/姓名	出资额(万元)	出资比例
1	服装材料厂	352.625	73.5%
2	香港贵族堂滋补品有限公司	127.375	26.5%
合　计		480	100%

6)第四次增资

2004 年 4 月 8 日，金三发粘合衬董事会作出决议，同意注册资本增加至 500 万元。本次增资以货币方式出资。

经浙江省长兴经济技术开发区管理委员会“长开发委[2004]39 号”《关于同意合资企业浙江长兴金三角服装材料有限公司第四次变更合同、章程的批复》批准，2004 年 10 月 18 日，金三发粘合衬就本次增资完成工商变更登记。本次增资后，金三发粘合衬的股权结构如下：

序号	股东名称/姓名	出资额(万元)	出资比例
1	服装材料厂	372.625	74.525%
2	香港贵族堂滋补品有限公司	127.375	25.475%
合　计		500	100%

本次增资出资情况及注册资本实缴情况已经湖州天衡联合会计师事务所审验并出具“湖天验报字[2004]第 70 号”《验资报告》。

7)第二次股权转让

2008 年 11 月 26 日，经金三发粘合衬董事会决议同意，服装材料厂与金三发集团签署股权转让协议,约定服装材料厂将所持金三发粘合衬 74.525%股权(对应出资额 372.625 万元)以 372.625 万元的价格转让给金三发集团。

经浙江长兴经济开发区管理委员会“长开发委[2008]143 号”《关于同意浙江金三发粘合衬有限公司中方股权转让的批复》批准，2008 年 12 月 11 日，金三发粘合衬就本次股权转让完成工商变更登记。本次股权转让后，金三发粘合衬的股权结构如下：

序号	股东名称/姓名	出资额(万元)	出资比例
1	金三发集团	372.625	74.525%
2	香港贵族堂滋补品有限公司	127.375	25.475%
合　计		500	100%

8)吸收合并浙江依斯新卫生用品有限公司

2009 年 12 月 1 日，金三发粘合衬及浙江依斯新卫生用品有限公司分别通过董事会决议，同意金三发粘合衬吸收合并浙江依斯新卫生用品有限公司，浙江依斯新卫生用品有限公司注销。同日，双方签订《合并协议》。

浙江依斯新卫生用品有限公司系金三发卫材与香港贵族堂滋补品有限公司合资设立的有限责任公司，合并前的注册资本为 108.732 万美元，按当时汇率折算人民币 899.975284 万元，其中金三发卫材出资 54.3675 万美元，折合人民币 450 万元；香港贵族堂滋补品有限公司出资 54.3645 万美元，折算 449.975284 万元。

经长兴县对外贸易经济合作局“长外经贸资[2010]10 号”《关于同意外资企业浙江金三发粘合衬有限公司吸收合并浙江依斯新卫生用品有限公司的正式批复》批准，2010 年 4 月 6 日，金三发粘合衬就本次吸收合并浙江依斯新卫生用品有限公司事项完成工商变更登记。合并后，金三发粘合衬的股权结构如下：

序号	股东名称/姓名	出资额(万元)	出资比例
1	金三发集团	372.625	26.62%
2	金三发卫材	450	32.14%
3	香港贵族堂滋补品有限公司	577.350284	41.24%
合　计		1,399.975	100%

本次吸收合并后的注册资本实缴情况已经湖州天衡联合会计师事务所(有限合伙)审验并出具“湖天验报字[2010]第 033 号”《验资报告》。

9)第三次股权转让

2010 年 11 月 11 日，经金三发粘合衬董事会决议同意，金三发卫材与金三发集团签订《股权转让协议》，约定金三发卫材将所持金三发粘合衬 32.14%的股权(对应出资额 450 万元)以 450 万元的价格转让给金三发集团。

经浙江长兴经济开发区管理委员会“长开发委[2010]120 号”《关于同意浙

江金三发粘合衬有限公司股权转让的批复》批准，2010 年 11 月 22 日，金三发粘合衬就本次股权转让完成工商变更登记。本次股权转让后，金三发粘合衬的股权结构如下：

序号	股东名称/姓名	出资额(万元)	出资比例
1	金三发集团	822.625	58.76%
2	香港贵族堂滋补品有限公司	577.350284	41.24%
合　计		1,399.975	100%

10)第四次股权转让

2011 年 12 月 6 日，经金三发粘合衬董事会决议同意，金三发卫材与金三发集团签定《股权转让协议》，约定金三发集团将所持金三发粘合衬 58.76%的股权(对应出资额 822.625 万元)以 822.625 万元的价格转让给金三发卫材。

经长兴经济技术开发区管理委员会“长开发委[2011]114 号”《关于同意浙江金三发粘合衬有限公司股权转让的批复》批准，2011 年 12 月 26 日，金三发粘合衬就本次股权转让完成工商变更登记。本次股权转让后，金三发粘合衬的股权结构如下：

序号	股东名称/姓名	出资额(万元)	出资比例
1	金三发卫材	822.625	58.76%
2	香港贵族堂滋补品有限公司	577.350284	41.24%
合　计		1,399.975	100%

11)第五次股权转让

2016 年 12 月 20 日，经金三发粘合衬董事会决议同意，金三发卫材与金三发集团签定《股权转让协议》，约定金三发卫材将所持金三发粘合衬 58.76%的股权(对应出资额 822.625 万元)以 822.625 万元的价格转让给金三发集团。

2016 年 12 月 26 日，金三发粘合衬就本次股权转让完成工商变更登记。本次股权转让后，金三发粘合衬的股权结构如下：

序号	股东名称/姓名	出资额(万元)	出资比例
1	金三发集团	822.625	58.76%
2	香港贵族堂滋补品有限公司	577.350284	41.24%
合　计		1,399.975	100%

12)第六次股权转让

2018 年 11 月 30 日，经金三发粘合衬董事会决议同意，香港贵族堂滋补品有限公司与金三发国际签定《股权转让协议》，约定香港贵族堂滋补品有限公司将所持金三发粘合衬 41.24%的股权(对应出资额 577.350284 万元)以 1 元的价格转让给金三发集团。

2019 年 1 月 29 日，金三发粘合衬就本次股权转让完成工商变更登记。本次股权转让后，金三发粘合衬的股权结构如下：

序号	股东名称/姓名	出资额(万元)	出资比例
1	金三发集团	822.625	58.76%
2	金三发国际	577.350284	41.24%
合　计		1,399.975	100%

(3) 金三发粘合衬的客户、供应商情况

金三发粘合衬的主要原材料为机织布、粘合衬基布、棉布、热熔胶等，其主要供应商包括金三发科技、长兴环达玻璃纤维制造有限公司、长兴春翔纺织有限公司、南通协鑫热熔胶有限公司等。

金三发粘合衬的主要产品为各类服装辅料，并且对外提供漂染加工服务，其主要客户包括江苏舜天金坛制衣有限公司、重庆中加熙妮服饰有限公司、无锡爱梦服饰有限公司、凯森蒙集团有限公司、平湖华城茂麓制衣有限公司等服装企业。

(4) 金三发粘合衬的合规情况

金三发粘合衬存续期间涉及下述行政处罚：

1) 市场监督处罚

2017 年 10 月 22 日，长兴县市场监督管理局在全省安监联合执法检查中发现，金三发粘合衬使用的 5 台固定式压力容器未按要求办理使用登记且未经定期检验，长兴县市场监督管理局于 2017 年 12 月 27 日出具“（长）市监行罚[2017]第 672 号”《行政处罚决定书》，就金三发粘合衬未办理特种设备使用登记证使用固定式压力容器的行为，责令其限期办理特种设备使用登记证；就金三发粘合衬使用未经检验的固定式压力容器的行为，责令其停止使用未经检验的固定式压力容器的行为，并处以 3 万元罚款。

就上述行政处罚，金三发粘合衬已足额缴纳了罚款。长兴县市场监督管理局于 2021 年 1 月出具《证明》，认定上述行政处罚为一般行政处罚，不属于重大行

政处罚或情节严重的行政处罚。

2) 环保处罚

2016 年 4 月 25 日，长兴县环境保护监测站对金三发粘合衬废水排放进行采样监测发现，金三发粘合衬排放的废水污染物超出排放标准。2016 年 8 月 8 日，长兴县环保局出具“长环罚字[2016]55 号”《行政处罚决定书》，就金三发粘合衬超标排放废水的行为处以 11,716 元罚款。

2018 年 8 月 30 日，湖州环境执法人员在现场检查中发现，金三发粘合衬将厂区废旧食堂作为危险仓库使用，并堆放有 30 桶废油桶，但未按照标准设立危险废物识别标志。2018 年 10 月 18 日，长兴县环境保护局出具“长环罚字[2018]147 号”《行政处罚决定书》，就金三发粘合衬未按规定设置危险废物识别标志的行为处以 43,750 元罚款。

湖州市生态环境局长兴分局于 2021 年 1 月出具《证明》，认定金三发粘合衬就上述相关行为进行了积极整改并按时、足额缴纳了全部罚款；金三发粘合衬上述行为情节轻微且未造成严重后果，未对环境造成影响，不属于重大违法违规行为，上述行政处罚不属于重大行政处罚或情节严重的行政处罚。

除上述两项环保处罚外，金三发粘合衬曾于 2007 年因受湖州市环境保护局处罚缴纳罚款 5 万元。

根据湖州市生态环境局长兴分局出具的《证明》，除上述情形外，金三发粘合衬存续期间不存在其他行政处罚记录。

3.金三发科技、金三发粘合衬与发行人的关联交易、同业竞争情况

(1) 关联交易情况

报告期内，金三发科技、金三发粘合衬与发行人及子公司之间的关联交易详见本回复报告二(一)2 回复之说明。

(2) 同业竞争情况

发行人主要从事非织造材料及护理用品的研发、生产和销售；金三发科技主要从事机织布的生产与销售、水洗加工服务；金三发粘合衬主要从事服装辅料的生产与销售、漂染加工服务。

发行人中从事护理用品生产与销售的主体包括优全护理、蒂斯波斯、上海优全、上海优一、浙江优全、浙江樱王、浙江壹裤、杭州优全、湖州优洁等，其所处行业属于一次性卫生用品行业，与金三发科技、金三发粘合衬所处的纺织行业

不属于同一行业，不存在同业竞争关系。

发行人中从事非织造材料生产与销售的主体包括金三发卫材、广东金三发、江苏金三发、金科进出口等，其所处行业与金三发科技、金三发粘合衬虽同属于纺织行业(C17)，但前者属于产业用纺织品领域，金三发科技、金三发粘合衬属于服装用纺织品领域，发行人和金三发科技、金三发粘合衬主营业务、主要产品及所处细分领域不同，其采购的主要原材料、主要供应商、主要工艺和技术、主要客户以及产品应用不同，不存在竞争关系。列表对比分析如下：

项目	发行人	金三发粘合衬	金三发科技
主营业务和所处行业	非织造材料及护理用品的研发、生产和销售，分别属于纺织行业中的产业用纺织品领域和一次性卫生用品行业	服装辅料的生产与销售、漂染加工服务，属于纺织行业中的产业用纺织品领域	机织布的生产与销售、水洗加工服务，属于纺织行业中的服装用纺织品领域
主要原材料	非织造材料：涤纶短纤、粘胶短纤、聚丙烯 护理用品：非织造材料、高分子复合材料	机织布、粘合衬基布、棉布、热熔胶	坯布、涤纶长丝、化工原料
主要工艺和技术	非织造布：干法成网 护理用品：折叠切割、湿巾药液配比、整体粘合	粘合、漂染	机织、水洗
主要客户	AJ CO.,LTD（韩国）、广东昱升个人护理用品股份有限公司、上海美馨卫生用品有限公司、美馨卫生用品有限公司、金红叶纸业集团有限公司、Jay Tronics Inc.（韩国）等护理用品行业客户	江苏舜天金坛制衣有限公司、重庆中加熙妮服饰有限公司、无锡爱梦服饰有限公司、凯森蒙集团有限公司、平湖华城茂麓制衣有限公司等成衣服装公司	金三发粘合衬
主要供应商	中国石化仪征化纤有限责任公司、中国石化化工销售有限公司华东分公司、上海赛科石油化工有限责任公司、赛得利（福建）纤维有限公司、赛得利（九江）纤维有限公司、唐山三友远达纤维有限公司、唐山三友集团兴达化纤有限公司、中国石油天然气股份有限公司、佛山市塑都塑料材料有限公司、兰精（南京）纤维有限公司、苏州市相城区江南化纤集团有限公司等	金三发科技、长兴环达玻璃纤维制造有限公司、长兴春翔纺织有限公司、南通协鑫热熔胶有限公司等	常熟市东盛化纤厂、长兴圣帆纺织有限公司、浙江盛邦化纤有限公司、杭州开氏化纤销售有限公司等化纤长丝原料公司
产品应用	应用于非纺织行业，最终产品包括纸尿裤和湿干巾等护理用品。用于婴儿纸尿裤、成人失禁用品、卫生巾等一次性卫生吸收用品的面层；充当擦拭用品（湿巾和干巾）的主体	产品作为服装成衣的原材料之一用于各类服装的生产	主要为金三发粘合衬加工机织布

综上，发行人与金三发科技、金三发粘合衬不构成同业竞争，判断理由充分。

（三）补充说明实际控制人及其关系密切人员是否已全部将关联方的相同或类似业务、资产、人员等整合到发行人，是否有关联方企业的业务与发行人存在替代性、竞争性或利益冲突，是否对发行人独立性产生重大不利影响。

除公司及其子公司之外，公司实际控制人及其关系密切人员控制的企业还包括：金三发集团、高季投资、翠麟投资、韶华咨询、金三发粘合衬、金晨辅料、金三发科技、金三发进出口、金三发国际和上海美上。

1.业务方面

金三发科技主要从事机织布的生产与销售、水洗加工服务，金三发粘合衬主要从事服装辅料的生产与销售、漂染加工服务，与发行人主营业务、主要产品及所处行业细分领域不同，其采购的主要原材料、主要供应商、主要工艺和技术、主要客户以及产品应用存在明显差异，不存在经营相同或类似业务的情况。

金三发集团、高季投资、翠麟投资、韶华咨询和金三发国际未开展生产经营活动，仅作为实际控制人股权投资的持股平台，金晨辅料、上海美上无实际经营。上述企业与公司不存在从事相同或类似业务的情形或并未实际经营，因此也不存在将关联方相同或类似的业务、资产及人员等整合到公司的情况。

因此，关联方企业的业务与发行人存在替代性、竞争性或利益冲突的情形。

2.资产方面

固定资产方面，金三发粘合衬、金三发科技现有的设备主要为剑杆织机、提花机、色织机、印染机、定型机、涂层机等传统纺织机械，而发行人使用的生产线主要由自动配料系统、纺丝箱、成网机、热轧机等构成，关联方目前生产所用的设备与发行人不存在共用或共通。除发行人及其下属公司、金三发粘合衬、金三发科技之外，实际控制人控制的其他企业不从事生产制造，未拥有相关生产设备。因发行人与金三发科技厂区相邻，为合理规划厂区以及进一步加强发行人资产独立性，金三发科技分别于 2017 年、2019 年将其拥有的部分不动产转让给发行人。

无形资产方面，金三发集团原申请并取得了注册号为 6125243、7104068、675789、1503649、1504568、1503636、12056968、12056352、6022404、12056181、

5368242 等 11 项注册商标，该等注册商标核定使用范围包括非织造材料、护理用品和服装辅料等，且其中的 6 项商标在转让前一直由金三发卫材、金三发粘合衬、金三发科技共同使用。为进一步加强发行人资产的独立性和充分保障发行人利益，金三发集团于 2019 年将该等 11 项注册商标无偿转让与发行人。

上述资产转让完成后，上述关联企业不再拥有与发行人业务相关的专利、商标等资产。

3.人员方面

截至目前，公司设有独立的人力资源部门，拥有独立、完整的人事管理体系，劳动、人事及工资管理完全独立。发行人与上述关联企业人员招聘相互独立，不存在共用员工的情形。

综上所述，实际控制人及其关系密切人员已全部将关联方的相同或类似业务、资产、人员等整合到发行人，实际控制人及其关系密切人员控制的其他企业的业务与发行人不存在替代性、竞争性或利益冲突，不会对发行人独立性产生重大不利影响。

(四)列表说明注销企业的成立时间、注销时间、主营业务和实际经营情况、业务规模等，补充说明关联方注销的原因，上述关联方与发行人客户、供应商及其关系密切人员是否存在资金、业务往来，是否存在为发行人分担成本支出及费用的情况；注销前是否存在被处罚的情况，相关资产、业务、债务、人员安置情况，发行人承接的具体内容，是否存在纠纷或潜在纠纷。

报告期内，已注销的发行人实际控制人及其近亲属曾经控制或参股的企业主要情况如下：

序号	注销关联方	成立时间	注销时间	主营业务和实际经营情况(注销前)	业务规模(注销前)	注销原因
1	毅华发展有限公司	2002.4.26	2020.2.12	仅投资香港贵族堂滋补品有限公司	-	香港贵族堂滋补品有限公司于2019年1月将所持金三发粘合衬股权转让给金三发国际(金三发集团在香港投资设立的公司)后，已无存续必要，予以注销
2	冠裕发展有限公司	2002.4.23	2020.1.14		-	
3	香港贵族堂滋补品有限公司	2002.5.29	2019.7.19	仅投资金三发粘合衬	-	

序号	注销关联方	成立时间	注销时间	主营业务和实际经营情况(注销前)	业务规模(注销前)	注销原因
4	美国蒂斯波斯(香港)有限公司	2017.1.6	2018.3.16	未实际经营	-	该等公司注销前实际均未开展任何业务，无存续必要，为减少管理成本，发行人实际控制人及近亲属注销该等关联方企业
5	优全国际(香港)有限公司	2010.5.3	2020.5.15	未实际经营	-	
6	Germany Baby Earth(HK)Limited	2013.8.8.	2018.3.16	未实际经营	-	
7	韩国木槿(香港)有限公司	2013.8.8.	2018.3.16	未实际经营	-	
8	美飒国际贸易(上海)有限公司	2014.9.16	2019.12.24	未实际经营	-	
9	湖州睿发新材料有限公司	2016.6.15	2018.3.13	未实际经营	-	
10	宁波汉江投资合伙企业(有限合伙)	2012.3.23	2020.7.21	股权投资	-	股权投资业务结束清盘，予以注销

根据上述关联方的实际经营情况及其书面确认，报告期内，上述关联方与发行人客户、供应商及其关系密切人员不存在资金、业务往来，亦不存在为发行人分担成本支出及费用的情况。

根据相关主管部门出具的证明，湖州睿发新材料有限公司、宁波汉江投资合伙企业（有限合伙）、美飒国际贸易（上海）有限公司存续期间不存在市场监督管理、税务、安全生产及环保相关的行政处罚；根据香港罗拔臣律师事务所和英属维京群岛的 Harney Westwood & Riegels 相应律师出具的法律意见书，上述毅华发展有限公司、冠裕发展有限公司、香港贵族堂滋补品有限公司、美国蒂斯波斯（香港）有限公司、优全国际（香港）有限公司、Germany Baby Earth（HK）Limited、韩国木槿（香港）有限公司在注销前不存在被处罚的情形。

注销前，除部分企业曾存在对外投资持股之情形外，上述关联企业并未实际开展业务，无资产、债务或人员；存在投资持股的上述关联企业注销前已处置相应投资，亦不涉及任何待清理处置的资产、债务或人员。因此，注销时，上述关联企业均不存在任何未结清的债权债务，发行人未曾亦无须承接，对此不存在纠纷或潜在纠纷。

(五)列表汇总发行人与金三发集团、浙江金三发新材科技有限公司、浙江金三发粘合衬有限公司等企业拆借资金的金额、原因、资金用途、利率和利息金额、归还金额等情况及履行的程序、整改情况；说明未来是否继续与关联方

发生资金往来和交易，是否影响发行人独立性，相关内控制度是否健全并有效执行；修改完善资金拆借影响金额占比等内容；说明报告期内发行人与广东昱升的交易内容、金额及占比情况。

1.列表汇总发行人与金三发集团、浙江金三发新材科技有限公司、浙江金三发粘合衬有限公司等企业拆借资金的金额、原因、资金用途、利率和利息金额、归还金额等情况及履行的程序、整改情况

(1) 资金拆借情况

报告期内公司处于快速发展阶段，随着营业收入增长，营运资金投入较大，厂房和生产线建设所需专有设备、备件等固定资产的投资金额也较大。报告期内，公司陆续投建多条水刺、纺粘、纸尿裤和湿干巾生产线，通过银行等间接融资不足以满足资金需求，因此向关联方寻求财务资助。为充分提高资金使用效率，节约资金使用成本，实际控制人将其控制的公司进行统一的资金管理和调度，因此存在发行人及其子公司向关联方拆入和拆出资金的情况。

报告期内，公司与关联方之间的资金拆入或拆出交易情况，详见本题(一)2(5)关联资金拆借”相关内容。

2017 年度和 2018 年度，发行人及其子公司向金三发集团、金三发科技、金三发粘合衬等关联企业拆入资金主要系因营运和项目建设需要向关联企业寻求财务资助，发行人及其子公司向金三发集团、金三发粘合衬拆出资金主要系协助关联企业资金周转等。上述非经营性资金往来均参照同期银行贷款基准利率，按照年利率 5%计收或计付资金占用费。

报告期内公司与关联方之间发生的资金拆入或拆出交易系企业间因生产、经营需要而发生的民间借贷短期资金融通，资金及占用利息均已及时清偿了结，符合法律、法规和最高人民法院《关于审理民间借贷案件适用法律若干问题的规定》的相关规定。

发行人股东大会、董事会、监事会按照《公司法》和《公司章程》的有关规定，对发行人在报告期内的上述关联资金拆借予以审议或确认，关联股东、关联董事均回避表决。发行人独立董事亦就报告期内关联交易情况出具了独立意见。

2019 年至今，发行人控股股东、实际控制人及其控制的其他企业不存在占用发行人资金的情形。

(2)整改情况

公司与关联方之间不规范的资金往来情形主要发生于 2017 年、2018 年，已逐步得到了清理和规范，且自 2019 年起不再新增与关联方的资金拆借行为。

针对上述关联资金往来事项，发行人进行了整改，组织相关经办人员和责任人员学习相关法律法规和公司各项内部控制制度，持续完善公司内部控制制度，加强对于公司货币资金的管理，建立健全了不规范行为的问责机制，防范违反内部控制制度情况的发生。

为进一步规范关联交易行为，2018 年 11 月，公司创立大会暨第一次股东大会审议通过了《股东大会议事规则》《董事会议事规则》《关联交易管理制度》等，明确了包括关联交易的回避表决制度、决策权限、决策程序等在内的关联交易决策制度。自整体变更为股份有限公司起，公司就其各年度预计关联交易，分别召开董事会、监事会、股东大会进行审议，并于 2019 年年度股东大会对公司 2017 年度至 2019 年度发生的关联交易进行了确认。公司就关联交易履行的决策程序与发行人《公司章程》及其他公司治理制度有关关联交易决策程序相符，关联股东、关联董事已在相关会议审议相关交易时回避表决，独立董事和监事会成员发表明确同意意见，关联交易相关制度得到严格执行。

2020 年 9 月 12 日，发行人独立董事出具了独立意见，认为公司报告期内发生的关联交易不存在损害公司及其他非关联股东利益的情况。

2.说明未来是否继续与关联方发生资金往来和交易，是否影响发行人独立性，相关内控制度是否健全并有效执行

关联资金往来方面，发行人已完成了对非经营性关联方资金往来的清理和规范，且自 2019 年起未再发生非经营性关联资金往来。截至目前，发行人控股股东、实际控制人及其控制的其他企业不存在占用发行人资金的情形。发行人亦已建立规范的内部控制制度和执行体系，以避免未来与关联方发生不规范的非经营性资金往来。

在其他关联交易方面，未来发生的主要关联交易包括：（1）因发行人向关联方金三发科技购买不动产权证号“浙（2018）长兴县不动产第 0027203 号”项下的土地使用权和房屋所有权，相关电表账户仍登记在金三发科技名下，双方按实际耗用的份额分摊能源费用并由金三发科技代收代付；（2）根据发行人与金三发集团签订的《商标权转让协议》及《补充协议》，自 2020 年 2 月 26 日起 3

年的过渡期内，发行人无偿授权金三发粘合衬和金三发科技使用 6 项注册商标；过渡期后，如仍需发行人授权使用注册商标的，各方另行协商确定注册商标使用费；（3）关联方可能会向发行人采购少量护理用品等产品用于其职工福利或作为礼品赠送；（4）未来发行人在商业银行融资中，实际控制人等关联方可能会应商业银行要求而为发行人及其子公司的银行融资等相关债务提供担保。预计该等关联交易金额较小或发行人单纯受益，对发行人经营成果的影响较小。

并且，公司已制定了《对外投资管理制度》《关联交易管理制度》《对外担保管理制度》《控股子公司管理制度》《防范控股股东及关联方资金占用管理制度》等内部控制制度，防范非经营性关联资金往来，规范和减少关联交易，确保关联交易行为不损害公司和中小股东的利益。控股股东、实际控制人及其控制的关联企业也作出《关于减少或避免关联交易的承诺》。

发行人及子公司具有完整的业务体系和直接面向市场独立经营的能力，发行人的业务、资产、人员、机构、财务等均独立于股东单位及其他关联方。

预计未来仍可能发生的关联交易不会影响发行人的资产完整、人员独立、财务独立、机构独立和业务独立，不会对发行人的独立性、相关内控制度的健全和有效执行产生重大不利影响。

3.修改完善资金拆借影响金额占比等内容

报告期内，公司与关联方进行资金拆借的利息支出、利息收入及占财务费用中利息费用和利息收入的比例如下所示：

项　目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
资金拆借利息支出(万元)	-	-	469.56	161.39
财务费用-利息费用(万元)	1,035.15	2,676.12	2,365.02	1,218.03
占比	-	-	19.85%	13.25%
资金拆借利息收入(万元)	-	-	2.54	39.53
财务费用-利息收入(万元)	117.42	19.64	13.46	61.72
占比	-	-	18.86%	64.05%

2017 年度和 2018 年度，公司支付关联方资金拆借利息 161.39 万元和 469.56 万元，占当期利息费用的比例分别为 13.25%和 19.85%，收到关联方资金拆借利息 39.53 万元和 2.54 万元，占当期利息收入的比例分别为 64.05%和 18.86%。公

司与关联方之间资金拆借行为对当期的利润总额影响分别为-121.86 万元和-467.02 万元，影响数占当期利润总额的比重分别为 1.65%和 8.21%。

2019 年度和 2020 年 1-6 月，公司未与关联方发生其他资金拆借行为。

4.说明报告期内发行人与广东昱升的交易内容、金额及占比情况。

公司子公司广东金三发的少数股东叶辉华（持有广东金三发 49%的股权）系佛山当地人士，也是发行人主要客户广东昱升个人护理用品股份有限公司实际控制人苏艺强的姻亲（连襟关系，苏艺强系叶辉华的配偶的堂姐夫）。

根据《公司法》《企业会计准则第 36 号——关联方披露》《上市公司信息披露管理办法》和中国证监会、深圳证券交易所的其他相关规定，广东昱升不属于相关认定标准界定的关联方，发行人与广东昱升的交易不认定为关联交易。

(1) 非织造材料及护理用品销售

报告期内，发行人与广东昱升的交易情况如下所示：

单位：万元

年度	主要交易内容	销售金额	占主营业务收入比例
2020 年 1-6 月	非织造材料、护理用品	6,305.53	3.37%
2019 年	非织造材料、护理用品	6,864.68	5.24%
2018 年	非织造材料、护理用品	6,923.03	6.05%
2017 年	非织造材料、护理用品	2,288.83	2.28%

注:广东昱升的销售收入还包括浙江昱升个人护理用品有限公司和湖南昱升个人护理用品有限公司，上述公司由同一实际控制人控制。

发行人主要向广东昱升销售纺粘非织造材料和水刺非织造材料。报告期内，发行人向广东昱升的销售金额分别为 2,288.83 万元、6,923.03 万元、6,864.68 万元和 6,305.53 万元，占主营业务收入的比重分别为 2.28%、6.05%、5.24%和 3.37%。

(2) 租赁厂房及采购能源

报告期内，子公司广东金三发支付广东昱升厂房租赁费分别为 41.14 万元、125.89 万元、124.40 万元和 62.34 万元，占主营业务成本的比例分别为 0.05%、0.13%、0.12%和 0.08%。

因广东金三发租赁广东昱升生产厂房，相关电表账户仍登记在广东昱升名下。广东昱升根据广东金三发实际耗用量，并按照供电局等能源供应单位价格向广东

金三发收取电力等能源费用。报告期内，广东金三发向广东昱升采购能源金额分别为193.17万元、638.99万元、790.35万元和629.55万元，占公司能源采购额的比例分别为3.25%、9.37%、10.03%和16.33%。

（六）补充说明发行人代收代付水电、蒸汽及天然气费用，资产租赁及转让、受让商标、金三发集团代收代付发行人及子公司政府补助的背景、原因、对发行人生产经营的具体影响、定价公允性，发行人生产经营是否依赖上述资产、商标，是否为发行人的核心商标，受让的商标同时授权关联方使用的原因、合理性，上述情况的整改情况以及对发行人资产完整性和独立性的影响。

1.补充说明发行人代收代付水电、蒸汽及天然气费用，资产租赁及转让、受让商标、金三发集团代收代付发行人及子公司政府补助的背景、原因、对发行人生产经营的具体影响、定价公允性

报告期内，发行人与关联方的代收代付水电、蒸汽及天然气费用等关联交易情况如下：

交易事项	原因及背景	对发行人生产经营的影响	定价公允性
代收代付水电、蒸汽及天然气费用	公司及子公司与关联方之间曾经存在办公楼及厂房租赁，双方位于同一园区内，自来水、蒸汽、天然气及供电局对工业园区实施“一园一表单一发票制”所致。	报告期内关联方代收代付能源费用金额占发行人能源采购总额的比例分别为5.69%、3.81%、2.27%和0.51%，占比较小且逐年下降，不会对发行人生产经营产生重大不利影响。	交易双方按实际耗用计量，交易价格即能源供应单位的收费单价，仅为代收代付关系，不存在损害公司及其他非关联股东利益的情况。
资产租赁及转让	发行人及子公司报告期初有部分厂房闲置，而办公场所不足。关联方则由于生产经营需要租赁部分厂房，办公场所尚有富余。双方协商确定租赁事项。为进一步加强发行人资产独立性，关联方已将发行人原租赁用于办公的不动产转让与发行人	为加强资产完整及独立性，发行人已于2019年向金三发科技购买了前述租赁物业，此后未再发生与关联方的不动产租赁事项	厂房及办公楼租赁价格系参考周边租赁价格，定价公允；不动产交易系双方参照评估情况磋商定价，定价公允。

受让商标	金三发集团原申请并取得的11项注册商标核定使用范围包括非织造材料、护理用品和服装辅料等，为进一步提升发行人资产独立性和充分保障发行人利益，金三发集团于2019年将该等注册商标无偿转让与发行人。	发行人受让金三发集团商标，有利于提升发行人资产的独立性，相关安排公平合理，并未损害发行人及其他股东的利益。	发行人单方受益
代收代付发行人及子公司政府补助	发行人及金三发集团属于长兴县太湖街道管辖，金三发卫材属于长兴县李家巷镇管辖。部分政府补助发放部门鉴于跨行政区域发放不利于相关部门统筹安排及归口发放，考虑到金三发集团对发行人的控股关系，因此将相关资金统一拨付与金三发集团，由金三发集团代为收取部分政府补助。	自股份有限公司成立后，发行人及子公司、金三发集团已要求不再经由金三发集团代领政府补助，2017年度和2018年度发生的代收代付政府补助不会对发行人经营活动产生重大不利影响	金三发集团代为收取相关政府补助后再按照既定比例将相关款项支付至相关企业，仅为代收代付关系，不存在损害公司及其他非关联股东利益的情况。

2. 发行人生产经营是否依赖上述资产、商标，是否为发行人的核心商标，受让的商标同时授权关联方使用的原因、合理性，上述情况的整改情况以及对发行人资产完整性和独立性的影响

报告期内，出于使用便利考虑，发行人向关联方租赁房屋作为办公场所，由于该办公场所未用于生产，周边容易找到替代办公场所，且租赁面积仅占发行人自有房产面积的0.65%，发行人生产经营对租赁房产不存在依赖；2019年7月，为提升资产独立性和减少关联交易，发行人按照评估价格向金三发科技购买该房产及对应土地使用权。2019年12月，发行人办理完成上述房屋和土地使用权权属变更手续。报告期内发行人和关联方发生的资产租赁及转让，未对发行人资产完整性和独立性构成重大不利影响。

上述发行人向关联方金三发科技购买房产及对应的土地使用权后，相关电表账户仍登记在金三发科技名下，双方按实际耗用的份额分摊能源费用并由金三发科技代收代付，具有必要性和合理性，且交易金额较小、占比较低，未对发行人资产完整性和独立性构成重大不利影响。

2019年2月26日，发行人与金三发集团签订《商标权转让协议》，金三发集团将其拥有的注册号为6125243、7104068、675789、1503649、1504568、1503636、12056968、12056352、6022404、12056181、5368242等11项国内注册商标无偿转让与发行人，并相应办结商标所有权人变更登记。同时，根据《商标权转让协

议》及《补充协议》约定，自 2019 年 2 月 26 日起 3 年的过渡期内，发行人无偿授权金三发粘合衬和金三发科技使用上述注册商标中的 6 项（注册号为 6125243、7104068、675789、1503649、1504568、1503636 的注册商标）；过渡期后，如仍需发行人授权使用注册商标的，各方另行协商确定注册商标使用费。

公司控股股东金三发集团控制的从事实际生产经营的企业中，使用上述商标的企业及其对商标的依赖度情况如下：

公司名称	主要产品	产品类型	终端用户或使用者	对商标的依赖度
金三发科技	机织布	工业原料	企业	低
金三发粘合衬	粘合衬	工业原料	企业	低
本公司	非织造材料	工业原料	企业	低
	护理用品	消费品	个人	高

一般而言，由于消费品面向个人，商标影响力较工业原料更为重要。上述企业中仅护理用品涉及消费品，因此为支持发行人业务发展和产品推广，并进一步提升资产独立性，金三发集团自愿将上述 11 项国内注册商标无偿转让与发行人。

发行人受让自金三发集团的商标为“金三发”系列和“诗帛”系列商标，其中“金三发”用于非织造材料销售，“诗帛”用于护理用品销售，“金三发”系列和“诗帛”系列商标均系发行人主要产品目前正在使用的商标。

非织造材料作为工业原料，销售对象主要是下游制造厂商，对于商标的依赖度低，因此上述“金三发”系列商标不属于发行人核心商标；而发行人已取得的护理用品适用商标数量较多（报告期末发行人已取得核定使用范围为护理用品的注册商标共计 271 项），上述“诗帛”系列仅为其中一个品类，对于发行人护理用品整体销售影响有限，因此上述“诗帛”系列商标不属于发行人核心商标。

金三发集团原申请并取得的前述 11 项注册商标的核定使用范围包括非织造材料、护理用品和服装辅料等，且其中 6 项注册商标在转让前由金三发卫材、金三发粘合衬、金三发科技共同使用。同时，鉴于前述商标注册历史和关联方过往使用的事实，在无偿受让的前提下，考虑并权衡公平合理的原则，发行人同意在 3 年过渡期内无偿授权金三发粘合衬、金三发科技继续使用该等注册商标中的 6 项（注册号为 6125243、7104068、675789、1503649、1504568、1503636）。发行人上述无偿受让注册商标及在一定期限内无偿授权关联方使用的安排，公平合

理，未损害发行人及其他股东的利益，未对发行人资产完整性和独立性构成重大不利影响。

综上所述，报告期内发行人使用关联方资产的情况均已得到整改。

截至本回复报告出具日，发行人已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主要土地、厂房、机器设备以及商标、专利、非专利技术的所有权或者使用权，具有独立的原料采购和产品销售系统。报告期内发行人关于资产情况的整改不会对发行人资产完整性和独立性构成重大不利影响。

（七）补充说明浙江永金茶业有限公司的其他股东与发行人及其关联方是否存在关联关系，浙江永金茶业有限公司及其他股东是否存在为发行人承担成本、费用情况。

截至本回复报告出具日，浙江永金茶业有限公司的股权结构如下：

序号	股东姓名	认缴出资额(万元)	出资比例(%)
1	张发庆	420.00	70.00
2	严华荣	90.00	15.00
3	戴顺华	90.00	15.00
合计		600.00	100.00

浙江永金茶业有限公司其他股东系自然人张发庆和戴顺华，与发行人及其关联方不存在关联关系。

浙江永金茶业有限公司主营业务为茶叶生产、销售，报告期内，公司曾于2017年向其采购2.42万元茶叶，占公司同期外购茶叶比例为11.86%，公司日常所需茶叶购买渠道较多，2018年起不再向其采购。

发行人及其关联方与永金茶业其他股东张发庆、戴顺华不存在关联关系，永金茶业其他股东张发庆、戴顺华不存在为发行人承担成本、费用情况。

（八）补充说明发行人实际控制人参股浙江长兴联合村镇银行、浙江长兴农村商业银行的背景和原因，发行人向其融资或资金、业务往来情况；除发行人的监事会主席曾任职于浙江长兴农村商业银行外，是否存在其他未披露的关联

关系或利益安排；发行人报告期向小额贷款公司借款的金额、利率、原因和归还情况，发行人及其实际控制人、关联方是否存在向其他小额贷款公司等类金融机构贷款或进行投资的情形

1.发行人实际控制人参股浙江长兴联合村镇银行的背景和原因，发行人向其融资或资金、业务往来情况

2008 年，杭州联合农村商业银行股份有限公司作为主发起人，拟在长兴设立村镇银行。金三发集团作为长兴地区知名企业，受邀参与发起设立。金三发集团认为村镇银行的成立有利于增加地区金融供给、提高地区金融服务效率以及杭州联合银行作为主发起人有较好的管理经验，应邀作为联合发起人之一成立浙江长兴联合村镇银行。

2020 年 3 月，子公司金三发卫材在浙江长兴联合村镇银行开立人民币一般存款账户，截至 2020 年 6 月 30 日，该账户余额为 2.12 万元，均为活期存款。除此外，报告期内，发行人不存在向浙江长兴联合村镇银行融资和资金、业务往来。

2.发行人实际控制人参股浙江长兴农村商业银行的背景和原因，发行人向其融资或资金、业务往来情况

2004 年，长兴县农村信用社应有关政策的要求拟改制成信用联社，金三发卫材作为当地知名企业金三发集团的子公司，参与改制。2005 年 3 月 31 日，长兴县农村信用联社成立。2013 年 1 月，基于自身业务发展资金需求以及集团内对外投资调整，金三发卫材将其持有的浙江长兴农村合作银行（原长兴县农村信用联社）股权转让给母公司金三发集团。2016 年 5 月，浙江长兴农村合作银行变更为浙江长兴农村商业银行股份有限公司。

(1) 报告期内，公司及子公司存在向浙江长兴农村商业银行短期借款情况

单位：万元

公司	期初余额	本期借款	本期还款	期末余额	贷款利率	贷款利息
优全护理	1,590.00	2,580.00	2,580.00	1,590.00	6.3000%/5.4000%	32.30
金三发卫材	2,600.00	-	2,600.00	-	6.3120% 5.8800%	30.80
2020年1-6月合计	4,190.00	2,580.00	5,180.00	1,590.00		63.10
优全护理	1,590.00	1,590.00	1,590.00	1,590.00	6.8730%/6.3000%	99.94

金三发卫材	2,600.00	2,600.00	2,600.00	2,600.00	6.3120% 5.8800%	159.47
2019 年度合计	4,190.00	4,190.00	4,190.00	4,190.00		259.41
优全护理	1,600.00	1,600.00	1,610.00	1,590.00	6.8730%	107.83
金三发卫材	2,900.00	2,600.00	2,900.00	2,600.00	6.6324% 6.3120%	178.07
2018 年度合计	4,500.00	4,200.00	4,510.00	4,190.00		285.90
公司	-	1,600.00		1,600.00	6.8730%	80.64
金三发卫材	1,900.00	3,900.00	2,900.00	2,900.00	6.6324%	196.28
2017 年度合计	1,900.00	5,500.00	2,900.00	4,500.00		276.92

(2) 报告期内，公司及子公司在浙江长兴农村商业银行存款账户余额及年度利息收入情况

单位：万元

项　目	2020 年 6 月 30 日 /2020 年 1-6 月	2019 年 12 月 31 日 /2019 年度	2018 年 12 月 31 日 /2018 年度	2017 年 12 月 31 日 /2017 年度
银行存款账户余额[注]	3,246.98	4,281.42	663.49	218.63
年度利息收入	20.15	18.04	0.22	0.24

[注]该余额包含银行承兑汇票保证金。

报告期内，公司及子公司通过浙江长兴农村商业银行银行存款账户办理正常的收付款业务。

(4) 2018 年度和 2019 年度，金三发卫材在浙江长兴农村商业银行存入承兑汇票保证金 300 万元，开立银行承兑汇票。2020 年 4 月承兑汇票到期后，公司不再在浙江长兴农村商业银行办理银行承兑汇票业务。

3.招股说明书中已披露发行人的监事会主席陈丽娟于 1983 年 12 月至 2015 年 10 月任职于浙江长兴农村商业银行；公司实际控制人严华荣先生现任浙江长兴农村商业银行监事。

因此，招股说明书中已披露发行人的监事会主席陈丽娟曾任职于浙江长兴农村商业银行，公司实际控制人严华荣先生现任浙江长兴农村商业银行监事。该等任职不构成关联关系，发行人与浙江长兴农村商业银行的交易不构成关联交易。公司不存在其他未披露的关联关系或利益安排。

4.发行人报告期向小额贷款公司借款的金额、利率、原因和归还情况，发行人及其实际控制人、关联方是否存在向其他小额贷款公司等类金融机构贷款或进

行投资的情形

(1) 发行人报告期向小额贷款公司借款的金额、利率、原因和归还情况

报告期内，子公司金三发卫材向长兴民间融资服务中心有限公司、长兴金融服务中心有限公司和德清县中小企业金融服务中心有限公司借款情况如下：

单位：万元

小额贷款	期初余额	本期借款	本期归还	期末余额	年利率	归还情况
2019 年度						
长兴民间融资服务中心有限公司	1,000.00	5,000.00	6,000.00	-	7.60%-15.60%	已归还
长兴金融服务中心有限公司	-	28,160.00	28,160.00	-	9.125%-36.50%	已归还
合计	1,000.00	33,160.00	34,160.00	-		
2018 年度						
长兴民间融资服务中心有限公司	-	4,420.00	3,420.00	1,000.00	6.50%-15.60%	部分归还
长兴金融服务中心有限公司	-	11,320.23	11,320.23	-	10.01%-43.20%	已归还
德清县中小企业金融服务中心有限公司	-	44,00.00	44,00.00	-	14.40%-18.00%	已归还
合计	-	15,740.23	14,740.23	1,000.00		

报告期内，金三发卫材出于短期资金周转压力等原因，向长兴民间融资服务中心有限公司等小额贷款公司借入过桥资金周转。截止 2019 年末，金三发卫材已全部归还小额贷款公司借款本息。

除金三发卫材外，发行人及其他子公司不存在向小额贷款公司借款情况。

(2) 公司实际控制人、关联方报告期向小额贷款公司借款的金额、利率、原因和归还情况

单位：万元

小额贷款	期初余额	本期借款	本期归还	期末余额	年利率	归还情况
2018 年度						
长兴金融服务中心有限公司	1,500.00	3,700.00	5,200.00	-	10.00%-36.00%	已归还
德清县中小企业金融服务中心有限公司	1,000.00	1,500.00	2,500.00	-	14.40%-18.00%	已归还
合计	2,500.00	5,200.00	7,700.00	-		

2017 年度						
长兴金融服务中心有限公司	-	3,095.00	1,595.00	1,500.00	10.00%-36.00%	已归还
德清县中小企业金融服务中心有限公司	-	4,600.00	3,600.00	1,000.00	14.40%-18.00%	已归还
合计	-	7,695.00	5,195.00	2,500.00		

注：上述款项的借款人包括金三发粘合衬、金三发科技，相关发生额合并统计

除上述交易外，发行人、控股股东、实际控制人及其控制的其他企业不存在对其他小额贷款公司等类金融机构贷款或进行投资的情形。

(九)补充说明报告期内发行人经常性关联交易的合理性、必要性、公允性，参考市场价格协商确定的具体依据；关联方的应收、应付账款的进展情况。

1.补充说明报告期内发行人经常性关联交易的合理性、必要性、公允性，参考市场价格协商确定的具体依据

(1) 报告期内发行人经常性关联交易的合理性和必要性

序号	关联交易事项	关联交易的合理性和必要性
1	采购衬布	韩国 WY（WONYONG NON-WOVEN FABRIC CO.,LTD）系向子公司长兴金科采购非织造材料过程中，要求搭配少量衬布以便于其产品生产配套。
2	销售护理用品	公司护理用品产品如湿干巾、纸尿裤等适用人群多、受众面广，尤其是湿干巾产品等已成为家庭必需日用品之一。由于发行人护理用品自主品牌在金三发集团内部及长兴当地具有一定的知名度和信赖度，以该等产品作为职工福利发放或礼品赠送客户接受度较高。因此，发行人向关联方销售护理用品具有合理性和必要性。
3	销售非织造材料	部分客户在向关联方采购衬布的同时，也需采购非织造材料作为其服装包装材料，金三发粘合衬采购非织造材料后向其前述客户进行销售，从而更好地满足客户需求。为减少采购过程的交易谈判成本及确保采购及时性，金三发粘合衬向发行人采购非织造材料。因此，发行人向关联方销售非织造材料具有合理性和必要性。
4	销售纸管	发行人非织造材料打卷所用纸管质量要求略高于关联方衬布对纸管质量的要求。发行人在非织造材料打卷、分切过程中产生的余料或使用过程中发现存在瑕疵的，无法继续使用，但仍符合关联方作为衬布打卷包材的质量要求。发行人向关联方销售纸管的价格接近或略低于其成本价，避免余料浪费；关联方也能够以较低的采购价格获取所需的纸管。因此，发行人向关联方销售纸管具有合理性和必要性。

5	代收代付往来	2017 年度至 2019 年度，发行人及子公司与关联方之间存在办公楼及厂房租赁，双方位于同一园区内，自来水、蒸汽、天然气及供电局对工业园区实施“一园一表单一发票制”所致。2020 年 1-6 月，因发行人向金三发科技购买房产相关电表账户仍登记在其名下，双方存在少量电费的代收代付情形。因此，发行人与关联方之间代收代付水电费具有合理性和必要性。

(2) 发行人经常性关联交易的定价依据及公允性

1)采购衬布

发行人向金三发粘合衬采购衬布，结合采购产品的具体型号和采购量及该期间对无关联第三方销售价格等因素综合确定。

2017 年度，关联方向发行人及向非关联方的衬布销售价格及比较情况如下：

期间	产品名称	采购方	销售价格	差异率
2017 年	衬布	发行人	13.86 元/kg	1.73%
		RERAL GARMENT VIETNAM JSC	13.62 元/kg	

如上表所示，发行人采购衬布价格与非关联方差异较小，采购定价公允。

2)销售护理用品和非织造材料

发行人向关联方销售护理用品和非织造材料时，一般以同类型产品向非关联方的销售价格为基础，并结合向关联方的销售规模、付款方式及产品质量要求综合确定销售价格。

① 销售护理用品的公允性比较

报告期内，公司向关联方及非关联方销售护理用品的售价及比较情况如下：

期间	产品名称	产品规格	采购方	销售价格	差异率
2020 年 1-6 月	诗帛滋养精华面膜	5 片/盒 *48 盒	零售	576.00	-
			金三发粘合衬	576.00	
	孩子盟白金版酒精湿巾	20 片/盒 *60 盒	湖南如愿供应链管理有限公司	252.00	4.76%
			金三发粘合衬	240.00	
2019 年度	贝能尊品版压缩毛巾	9 粒*54 盒	广东乐欣母婴用品有限公司	367.20	-2.94%
			金三发粘合衬	378.00	
	恬净超厚超柔魔术大毛巾	5 粒/包 *300 粒/箱	泰顺县爱家母婴用品经营部	360.00	-
			金三发粘合衬	360.00	
2018 年	25 片恬净口	4 包*1 提	蚌埠市淮上区贝巴克母婴用品商店	220.00	-

度	腔湿巾	*20 提	金三发粘合衬	220.00	
	贝能尊品版压缩毛巾	9 粒*54 盒	广东乐欣母婴用品有限公司	367.20	4.41%
			金三发粘合衬	351.00	
	孩子盟保湿纸	3 包*1 提*20 提	西安市长安区太阳宝贝婴童用品店	226.00	2.65%
			金三发粘合衬	220.00	
2017 年	贝能标准装纸尿裤	58 片*1 包*4 包	漯河市源汇区维尼宝贝婴童生活馆	250.67	-3.72%
			金三发集团	260.00	
	贝能尊品版全棉干巾	3 包*1 提*20 提	临海市月亮宝贝孕婴童生活馆	270.00	-3.70%
			金三发粘合衬	280.00	

注：售价差异率=(非关联方售价-关联方售价)/非关联方售价

公司向该等关联企业销售的湿干巾、纸尿裤等护理用品的销售价格与非关联方的售价差异较小，销售价格公允。

② 销售非织造材料的公允性比较

2017 年度、2018 年度和 2019 年度，公司向金三发粘合衬销售非织造材料均价和该产品平均销售比较情况如下：

单位：元/吨、万元

项目	产品名称	产品规格	采购方	销售价格	价差率
2019 年度	SMS 纺粘非织造材料	消光白 14G*160CM	金三发粘合衬	11,504.42	1.54%
			非关联方	11,327.44	
	普通纺粘非织造材料	消光白 20G*150CM	金三发粘合衬	11,627.07	9.28%
			非关联方	10,547.69	
		消光白 15G*150CM	金三发粘合衬	11,881.66	6.09%
			非关联方	11,158.21	
2018 年度	SMS 纺粘非织造材料	消光白抗静电 20G*152CM	金三发粘合衬	13,160.73	-3.19%
			非关联方	13,580.86	
	普通纺粘非织造材料	消光白 20G*150CM	金三发粘合衬	11,727.52	5.27%
			非关联方	11,109.32	
		消光白 15G*150CM	金三发粘合衬	12,028.40	7.11%
			非关联方	11,173.77	

2017 年	SMS 纺粘非织造材料	消光白抗静电 20G*152CM	金三发粘合衬	13,606.32	-2.16%
			非关联方	13,900.39	
	普通纺粘非织造材料	消光白亲水 17G*160CM	金三发粘合衬	11,875.77	2.97%
			非关联方	11,522.93	

2017 年度至 2019 年度，公司向金三发粘合衬和非关联方的整体销售价格差异较小，销售价格公允。

3) 公司向关联方销售纸管

报告期内，发行人向关联方销售纸管系以采购成本为基准与关联方协商定价确定，具体如下

单位：万元

年度	采购方	销售收入	销售成本	毛利率
2020 年 1-6 月	金三发粘合衬	11.07	10.91	1.45%
	金三发科技	10.40	10.11	2.79%
2019 年	金三发粘合衬	62.21	65.80	-5.77%
	金三发科技	47.37	50.28	-6.14%
2018 年	金三发粘合衬	199.77	197.89	0.94%
	金三发科技	65.19	64.23	1.47%
2017 年	金三发粘合衬	183.79	200.28	-8.97%
	金三发科技	35.25	37.02	-5.02%

如上表所示，公司向关联方销售纸管的收入和成本较为接近，定价公允。

4)代收代付往来

报告期内，发行人与关联方之间因办公楼、厂房租赁及部分厂房相邻等原因，存在水电气汽等费用代收代付情况，相关方按照各自实际耗用的水、电、蒸汽和天然气结算相关费用，不存在损害公司及其他非关联股东利益的情况。

2.关联方的应收、应付账款的进展情况

截至 2020 年 6 月末，公司应收金三发粘合衬销售护理用品、纸管等所形成的应收账款账面价值 12.58 万元，应付金三发科技代收代付水、电、蒸汽、天然气等形成的其他应付款 10.24 万元。

截至本回复报告出具日，公司与关联方截至 2020 年 6 月末的应收账款及其他应付款已全部结清。

（十）核查程序及结论

1.针对上述事项，我们主要履行了如下核查程序：

(1)查阅发行人实际控制人或其近亲属控制或担任董事、高管之主要关联企业的注册登记档案、相关财务报表及发行人审计报告，分析关联企业的实际业务，判断与发行人是否存在同业竞争。

(2)实地查看发行人及具有生产经营活动的主要关联方之经营场所，从采购、生产、销售各方面进一步核实关联企业实际业务与发行人的区别与联系。

(3)获取发行人及上述关联企业报告期末的员工名册以及报告期内金三发粘合衬、金三发科技的销售明细、采购明细，对比分析是否存在人员重合、存在相同业务、资金交易对象的情况。

(4)抽查发行人及关联企业与部分主要重合资金提供方、客户、供应商、工程建设方之间的协议与交易凭证，取得了部分主要重合资金提供方、客户、供应商、工程建设方出具的关于是否存在不当利益输送的确认函，分析业务、资金往来的商业逻辑合理性，判断是否存在重合业务、资金往来承担成本、费用的情况。

(5)针对金三发科技的历史沿革、经营情况、客户和供应商情况等，访谈金三发科技相关人员，核实金三发科技历史沿革的合法合规性，了解其业务现状。

(6)针对金三发粘合衬的历史沿革、经营情况、客户和供应商情况等，访谈金三发粘合衬相关人员，核实金三发粘合衬历史沿革的合法合规性，了解其业务现状。

(7)境外关联企业所在地律师出具的法律意见书和境内关联企业所在地主管部门的合规证明，核实关联企业报告期内或存续期间的合法合规性。

(8)查阅长兴县市场监督管理局出具的“(长)市监行罚[2017]第 672 号”《行政处罚决定书》、长兴县环保局出具的“长环罚字[2016]55 号”《行政处罚决定书》、“长环罚字[2018]147 号”《行政处罚决定书》、2007 年湖州市环境保护局处罚文件，获取长兴县市场监督管理局、湖州市生态环境局长兴分局分别

出具的《证明》，结合相关法律法规，进一步判断以上情形未构成重大违法违规及情节严重的行政处罚事项。

(9)访谈发行人实际控制人、财务负责人、关联企业负责人等，对于上述关联企业历史沿革、经营情况、财务状况、合法合规情况、关联交易情况、同业竞争情况进一步核实，并了解关联资金往来、关联交易的未来安排。

(10)查阅金三发粘合衬、金三发科技主要销售合同、采购合同，实地查看金三发粘合衬、金三发科技生产车间、办公场所，对比与发行人业务、资产、人员、财务、机构各方面情况，判断发行人是否满足独立性要求。

(11)查阅已注销的发行人实际控制人及其近亲属曾经控制或参股的企业的工商资料，获取上述企业相关主管部门出具的证明或境外律师出具的法律意见书，并访谈实际控制人严华荣，了解该等企业注销原因、相关资产、业务、债务、人员安置情况，判断其是否存在纠纷或潜在纠纷。

(12)查阅报告期内发行人与关联企业之间资金拆借相关的交易凭证、债权债务抵销协议、2019 年年度股东大会决议、发行人独立董事独立意见等，统计资金拆借情况，分析决策程序，对发行人经营的影响。

(13)获取中国银行保险监督管理委员会湖州监管分局长兴监管组《复函》，查阅《关于审理民间借贷案件适用法律若干问题的规定》等相关规定，确认发行人与关联企业之间资金拆借的合法合规性。

(14)查阅发行人《公司章程》、《股东大会议事规则》、《关联交易管理制度》等内控制度，获取控股股东、实际控制控制人的承诺，确认发行人关于防范关联资金往来的内控整改措施有效。

(15)获取发行人与广东昱升的销售合同、租赁合同、销售明细、租赁厂房和采购能源的款项支付凭证等，统计发行人与广东昱升的交易情况，判断商业逻辑合理性，交易作价公允性。

(16)查阅发行人报告期内水费、电力、蒸汽和天然气费用的明细，获取关联交易相关的《租房协议》、《房产与土地转让协议书》、《商标权转让协议》、政府补助文件，并访谈发行人相关人员，了解关联交易背景、原因，确认相关关联交易的真实性、必要性、合理性、定价公允性。

(17)查阅发行人及上述关联企业的商标、专利及不动产等权属证书并进行了网络检索和官方查证，确认通过关联交易进一步提升了发行人资产完整性和独立性，整改措施有效。

(18)获取浙江永金茶业有限公司的工商登记资料，获取该公司其他参股股东身份信息，网络检索该公司及该公司其他参股股东对外投资或控制企业信息，经核查，该公司及该公司其他参股股东对外投资和控制企业不存在与发行人及其关联企业业务重合的情况。

(19)访谈浙江浙江永金茶业有限公司其他参股股东，了解该公司经营情况、股东投资该公司的背景、未来经营安排，确认该公司及其其他参股股东不存在为发行人承担成本、费用情况

(20)网络查询浙江长兴联合村镇银行、浙江长兴农村商业银行的基本信息，查阅浙江长兴联合村镇银行入股协议、浙江长兴农商银行入股协议，访谈发行人实际控制人严华荣、监事会主席陈丽娟，了解严华荣参股浙江长兴联合村镇银行、浙江长兴农村商业银行的背景和原因，了解严华荣、陈丽娟任职的具体情况，确认持股数量、比例及真实性。

(21)核查发行人在浙江长兴联合村镇银行、浙江长兴农村商业银行开户情况，获取相应银行流水，并通过函证，确认账户及其交易的真实性。

(22)查阅发行人报告期内财务报表、审计报告、发行人与浙江长兴农村商业银行的交易合同、交易明细等，统计和分析交易具体情况。

(23)获取发行人报告期各期末应收账款明细、应付账款明细，统计和分析关联交易的款项结算进展情况。

(24) 获取并核查发行人控股股东、实际控制人及其主要家庭成员、董事(不包括独立董事)、监事、高级管理人员及其配偶报告期内的银行流水，重点核查单笔 50 万元以上的流水记录，经核查，发行人控股股东、实际控制人及其主要家庭成员、董事(不包括独立董事)、监事、高级管理人员及其配偶不存在为发行人承担成本、费用的情况。

2.经核查，我们认为：

(1)截至本回复报告出具日，发行人及子公司与关联企业在客户、供应商、技术、人员、资产、业务、商标、办公场地、财务管理等方面不存在应披露但未

披露的关联关系或混同情况；发行人与部分关联企业存在少量重合客户、供应商情形，该等关联企业因此与该等发行人客户、供应商存在相应交易下的资金、业务往来，该情形主要系因相关方各自经营需要所客观导致，并非混同。

(2) 前述金三发粘合衬受长兴县市场监督管理局、长兴县环境保护局、湖州市环境保护局的四起行政处罚不构成重大行政处罚，相应违法行为不构成重大违法行为；除该两起行政处罚外，金三发科技、金三发粘合衬在存续期间不存在其他违反相关法律法规被处以行政处罚的情形；发行人和金三发科技、金三发粘合衬所处的行业细分领域不同，其采购的主要原材料、主要供应商、主要工艺和技术、主要成品、主要客户以及产品应用均存在明显差异，不存在混同情形，亦不构成同业竞争。

(3)实际控制人及其关系密切人员已全部将关联方的相同或类似业务、资产、人员等整合到发行人，关联方的业务与发行人不存在替代性、竞争性或利益冲突，不会对发行人独立性产生重大不利影响。

(4)报告期内注销的发行人关联企业在注销前均未实际开展业务或已了结其对外投资，并无存续必要，故发行人实际控制人及近亲属注销该等关联方企业；该等注销企业与发行人客户、供应商及其关系密切人员不存在资金、业务往来，不存在为发行人分担成本支出及费用的情况；该等关联企业注销时并无相关资产、业务、债务、人员需清理安置，发行人亦无须承接，对此也不存在任何纠纷或潜在纠纷。

(5)预计未来仍会发生的关联交易不会影响发行人的资产完整、人员独立、财务独立、机构独立和业务独立情况，不会对发行人独立性、相关内控制度的健全和有效执行产生重大不利影响。

(6)发行人代收代付水电、蒸汽及天然气费用，资产租赁及转让、受让商标、金三发集团代收代付发行人及子公司政府补助对发行人生产经营无不利影响、定价公允，发行人生产经营不依赖上述资产；发行人受让商标为核心商标；发行人授权关联方使用商标系为关联方自行申请商标设置缓冲期限，具备合理性；除金三发科技为发行人代收代付电费系因园区规划原因暂时未能调整外，其他关联交易已得到整改情况，不影响发行人资产完整性和独立性。

(7)浙江永金茶业有限公司与发行人及其关联方不存在关联关系，浙江永金茶业有限公司及其他股东不存在为发行人承担成本、费用情况。

(8)发行人的监事会主席曾任职于浙江长兴农村商业银行，公司实际控制人严华荣先生现任浙江长兴农村商业银行监事，该等事项不属于关联关系或关联交易，不存在其他未披露的关联关系或利益安排；报告期内，发行人存在向小额贷款公司借款，截至报告期末均已归还，除本回复报告披露的交易外，发行人、控股股东、实际控制人及其控制的其他企业不存在对其他小额贷款公司等类金融机构贷款或进行投资的情形。

(9)报告期内发行人经常性关联交易具有合理性、必要性、公允性，截至本回复报告出具日，已收回或支付截至报告期末的关联应收、应付账款。

并且：(1)按照《深圳证券交易所创业板股票首次公开发行上市审核问答》问题 25 的要求说明对发行人内部控制制度健全及有效性的核查过程和核查结论。

发行人满足《深圳证券交易所创业板股票首次公开发行上市审核问答》中对于“发行人内部控制制度健全且被有效执行”的要求，具体分析如下：

序号	审核问答	核查情况
1	首发企业申请上市成为公众公司，需要建立、完善并严格实施相关财务内部控制制度，保护中小投资者合法权益。拟上市公司在报告期内作为非公众公司，在财务内控方面存在上述不规范情形的，应通过中介机构上市辅导完成整改或纠正(如收回资金、结束不当行为等措施)和相关内控制度建设，达到与上市公司要求一致的财务内控水平。	发行人报告期内存在资金拆借、转贷及无真实交易背景的票据融资问题，已按照中介机构要求完成整改或纠正。截至报告期末，发行人通过相关内控制度建设，已达到与上市公司要求一致的财务内控水平。
2	对首次申报审计截止日前报告期内存在的财务内控不规范情形，中介机构应根据有关情形发生的原因及性质、时间及频率、金额及比例等因素，综合判断是否构成对内控制度有效性的重大不利影响，是否属于主观故意或恶意行为并构成重大违法违规。	1、报告期内，公司与关联方的资金拆借行为系企业间因生产、经营需要而发生的民间借贷短期资金融通，资金及占用利息均已及时清偿了结，符合法律、法规和最高人民法院《关于审理民间借贷案件适用法律若干问题的规定》的相关规定。公司已建立了与资金拆借相关的内控制度，自 2019 年起至今未再发生新的资金拆借情形。 2、报告期内，公司曾存在银行转贷情形，但鉴于中国银保监会湖州监管分局长兴监管组出具《复函》，认为转贷行为未构成重大违法违规行为，也未曾对该行为进行过行政处罚；取得发行人及其子公司《企业信用报告》，确认发行人及子公司的各项授信业务无逾期(垫款)和欠息记录、资金结算方面均无不良记录，执行结算纪录良好，同时公司已采取了相应整改规范措施，自

		股份公司成立之日起未再发生新的银行转贷情形。 3、报告期内，公司曾存在无真实交易背景的票据融资行为，该等票据均已到期解付，未对票据的后手造成不利影响，公司已进行有效整改，自2018年起不再有违法行为。同时，鉴于中国银保监会湖州监管分局长兴监管组出具《复函》，认为无真实交易背景的票据背书行为未构成重大违法违规行为，也未曾对该行为进行过行政处罚。实际控制人出具承诺，将严格遵守《票据法》并承担因违法行为对公司可能造成的不利影响。 上述内部控制不规范事项均已得到整改，对内部控制有效性不构成重大不利影响，不属于主观故意或恶意行为并构成重大违法违规。
3	发行人已按照程序完成相关问题整改或纠正的，中介机构应结合此前不规范情形的轻重或影响程度的判断，全面核查、测试并确认发行人整改后的内控制度是否已合理、正常运行并持续有效，出具明确意见。	本所出具“天健审〔2020〕9939号”《内部控制鉴证报告》，认为：优全护理公司按照《企业内部控制基本规范》及相关规定于2020年6月30日在所有重大方面保持了有效的内部控制。
4	首次申报审计截止日后，发行人原则上不能再出现上述内控不规范和不能有效执行情形。	自2019年起，发行人未再出现内控不规范或不能有效执行情形。
5	发行人的对外销售结算应自主独立，内销业务通常不应通过关联方或第三方代收货款，外销业务如因外部特殊原因确有必要通过关联方或第三方代收货款的，应能够充分提供合理性证据，不存在审计范围受到限制的重要情形。	报告期内，发行人不存在通过关联方代收货款的情况，存在通过第三方代收货款的情况。 经过整改，公司有效控制了通过第三方回款的情形，降低了第三方回款比例，但个别境内客户操作习惯及境外客户因美元额度有限或结汇手续费较高、结汇手续繁琐等原因，仍委托第三方付款，公司对此已进行了有效管控。在公司建立了有效内部控制的情况下，合理预计第三方回款比例预计将进一步下降。 对于地方代收货款，能够充分提供合理性证据，不存在审计范围受到限制的重要情形。
6	连续12个月内银行贷款受托支付累计金额与相关采购或销售(同一交易对手、同一业务)累计金额基本一致或匹配的，是否属于“转贷”行为。	股份公司成立前，发行人曾存在“转贷”情形。发行人已采取了相应整改规范措施，自股份公司成立之日起未再发生连续12个月内银行贷款受托支付累计金额与相关采购或销售(同一交易对手、同一业务)累计金额基本一致或匹配的“转贷”行为。

我们执行了以下核查程序：

(1)获取并检查发行人的银行流水，查阅了发行人取得银行借款之后的资金往来情况，核查发行人的转贷及整改规范情况。

(2)取得了发行人与关联方之间的应收账款、应付账款、其他应收款、其他应付款等往来账明细，并核对发行人的银行流水，核查发行人的资金被关联方占用以及整改规范情况。

(3)获取发行人票据台账及承兑协议，核查发行人的票据开立、背书是否均

对应真实交易背景。

(4) 获取和核查发行人控股股东、实际控制人及其主要家庭成员、董事(不包括独立董事)、监事、高级管理人员及其配偶报告期内的银行流水，核查公司是否存在通过上述人员个人银行卡代收货款、代付工资费用等情况，核对公司是否存在通过个人卡代收货款、代付工资费用等情况的入账情况。

(5) 获取报告期内公司已开立银行账户清单，并与公司账面记录核对，核实公司银行账户记录的完整性，同时通过银行函证核实公司所有银行账户均已准确记录，核查发行人是否存在向关联方出借账户。

(6) 获取发行人审议关联交易事项的三会文件及独立董事意见，确认相关决策程序的合法合规性。

(7) 查阅公司已建立的相关内部控制制度，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。

(8) 获取发行人控股股东、实际控制人出具的承诺，确认整改措施有效性。

经核查，我们认为：

发行人报告期内财务内控不规范的情形已完成整改和规范，已制订防范关联方资金拆借相关的内部控制相关制度并严格执行，不规范情形交易金额占营业收入比例较低且自 2019 年起不再发生，对内控制度有效性未构成重大不利影响，发行人满足“内部控制制度健全且被有效执行”的要求。

(2)按照中国证监会《首发业务若干问题解答(2020 年 6 月修订)》问题 16 的要求说明对关联方认定及关联交易信息披露的完整性、对发行人独立性影响的核查过程和核查结论。

发行人满足《首发业务若干问题解答(2020 年 6 月修订)》中关联方认定及关联交易信息披露的完整性要求，关联交易对发行人独立性不产生不利影响，具体分析如下：

序号	审核问答	核查情况
1	关于关联方认定。发行人应当按照《公司法》《企业会计准则》和中国证监会的相关规定认定并披露关联方。	发行人已按照《公司法》《企业会计准则第 36 号——关联方披露》《上市公司信息披露管理办法》和中国证监会、深圳证券交易所的其他相关规定等认定标准完整界定关联方。
2	关于关联交易的必要性、合理性和公允性。发行人应披露关联交	发行人已在招股说明书中披露发行人报告期内关联交易的交易内容、交易金额、交易背景以及相关交易与发行人

	易的交易内容、交易金额、交易背景以及相关交易与发行人主营业务之间的关系；还应结合可比市场公允价格、第三方市场价格、关联方与其他交易方的价格等，说明并摘要披露关联交易的公允性，是否存在对发行人或关联方的利益输送。	主营业务之间的关系，并结合可比市场公允价格、第三方市场价格、关联方与其他交易方的价格等，说明并摘要披露关联交易的公允性，不存在对发行人或关联方的利益输送。
3	关于关联交易的决策程序。发行人应当披露章程对关联交易决策程序的规定，已发生关联交易的决策过程是否与章程相符，关联股东或董事在审议相关交易时是否回避，以及独立董事和监事会成员是否发表不同意见等。	公司《公司章程》《股东大会议事规则》《董事会议事规则》《独立董事工作细则》《关联交易管理制度》等治理制度对关联交易决策程序进行了规定。 公司《公司章程》第七十九条规定：“股东大会审议有关关联交易事项时，关联股东不应当参与投票表决，其所代表的有表决权的股份数不计入有效表决总数；股东大会决议的公告应当充分披露非关联股东的表决情况”。第一百一十九条规定：“董事与董事会会议决议事项所涉及的企业有关联关系的，不得对该项决议行使表决权，也不得代理其他董事行使表决权”。公司《股东大会议事规则》第三十八条规定：“股东与股东大会拟审议事项有关联关系时，应当回避表决，其所持有表决权的股份不计入出席股东大会有表决权的股份总数”。公司《董事会议事规则》第二十条规定：“出现下述情形的，董事应当对有关提案回避表决：……(二)《公司章程》规定的因董事与会议提案所涉及的企业有关联关系而须回避的其他情形。在董事回避表决的情况下,有关董事会会议由过半数的无关联关系董事出席即可举行,形成决议须经无关联关系董事过半数通过。出席会议的无关联关系董事人数不足三人的,不得对有关提案进行表决,而应当将该事项提交股东大会审议”。公司《独立董事工作制度》第十八条规定：“独立董事除履行上述职责外，还应当在公司及时通知的情况下对以下事项向董事会或股东大会发表独立意见：……(四)需要披露的关联交易、对外担保(不含对合并报表范围内子公司提供担保)、委托理财、对外提供财务资助、变更募集资金用途、股票及其衍生品种投资等重大事项”。 发行人整体变更为股份有限公司前，未制定关联交易相关的决策制度，因此未就关联交易事项召开董事会或股东会审议。2018 年 11 月 16 日，发行人召开第一次股东大会，审议通过了《股东大会议事规则》《关联交易管理制度》等制度，明确了关联交易的相关决策制度。整体变更后，公司就其各年度预计之日常性关联交易，分别召开董事会、监事会、股东大会进行审议，并于 2019 年年度股东大会对公司报告期内 2017 年度至 2019 年度发生的关联交易进行了确认。公司已发生关联交易的决策过程与发行人《公司章程》及其他公司治理制度有关关联交易决策程序相符，关联股东、董事已在审议相关交易时回避，独立董事和监事会成员发表明确同意意见。
4	关于关联方和关联交易的核查。保荐机构及发行人律师应对发行人的关联方认定，发行人关联交易信息披露的完整性，关联交易的必要性、合理性和公允性，关	我们认为：发行人已按照《公司法》《企业会计准则》和中国证监会的相关规定认定完整界定关联方；发行人报告期内关联交易披露完整，经常性关联交易均为生产经营所必需的采购和销售，与发行人主营业务相适应，且已履行发行人关联交易决策程序，关联交易必要、合理，经对比

	联交易是否影响发行人的独立性、是否可能对发行人产生重大不利影响，以及是否已履行关联交易决策程序等进行充分核查并发表意见。	关联交易单价与发行人向非关联方对比分析，关联定价公允；报告期内，发行人关联交易履行《公司章程》约定的决策程序，不影响其独立性，未对其产生重大不利影响。

我们执行了以下核查程序：

(1)核查发行人按《公司法》《企业会计准则第 36 号——关联方披露》《上市公司信息披露管理办法》和中国证监会、深圳证券交易所相关规定的认定标准确认的关联方；获取并查阅发行人、控股股东董事、监事和高级管理人员调查问卷；通过“国家企业信用信息公示系统”、“企查查”等网站查询平台查询公司关联方的基本情况。

(2)实地走访和函证发行人主要客户和供应商，了解主要客户和供应商及其主要关联方、关键经办人员与公司及其主要关联方之间是否存在关联关系、关联交易、资金往来或其他利益安排，了解主要客户和供应商及其实际控制人与关键经办人员是否与发行人主要控股子公司少数股东存在关联方关系。

(3)查阅发行人关联交易相关合同、发票、出库单等凭证，查看关联交易内容；查看发行人财务账，取得关联方往来款明细账及采购发票列表，核对关联交易金额；取得关联交易同类交易相关合同、发票，对同类交易价格进行对比分析；

(4)查阅发行人关于关联方及其交易的内部控制制度，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；查看发行人审议关联交易事项的三会文件及独立董事意见。

经核查，我们认为：

(1)发行人已按照《公司法》《企业会计准则第 36 号——关联方披露》《上市公司信息披露管理办法》和中国证监会、深圳证券交易所的相关规定认定完整界定关联方。

(2)发行人报告期内关联交易披露完整，经常性关联交易均为生产经营所必要的采购和销售，与发行人主营业务相适应，且已履行发行人当时的关联交易决策程序，关联交易必要、合理，经对比关联交易单价与发行人向非关联方对比分析，关联交易定价公允。

(3)报告期内，发行人关联交易履行《公司章程》规定的决策程序，未对发行人独立性产生重大不利影响。

(3)测算实际控制人控制的浙江金三发新材科技有限公司、浙江金三发粘合衬有限公司等关联方的同类收入或毛利占发行人主营业务收入或毛利的比例是否达到30%以上，如达到，请按照《深圳证券交易所创业板股票首次公开发行上市审核问答》问题 5 的要求，说明对发行人同业竞争情况的核查过程和核查结论。

报告期内，金三发科技主要从事机织布的生产与销售、水洗加工服务，金三发粘合衬主要从事服装辅料的生产与销售、漂染加工服务，均属于服装用纺织品，下游客户主要为服装生产企业，与发行人的主要产品非织造材料和护理用品在主要原材料、主要供应商、主要工艺和技术、主要客户以及产品应用等方面存在显著差异，不属于同类产品，因此不存在同类收入或毛利。

经核查，我们认为：

发行人实际控制人控制的浙江金三发新材科技有限公司、浙江金三发粘合衬有限公司等关联方与发行人不存在同类收入或毛利。

三、问题 6. 关于股权激励

申报文件显示，发行人设立高季投资、翠麟投资、韶华咨询作为发行人激励对象的持股平台，合计持有发行人 9.62%的股份。招股说明书中未完整披露员工持股平台的合伙人情况及股份支付相关内容。

请发行人：

补充说明高季投资、翠麟投资、韶华咨询涉及股份支付的计算结果和过程，股权激励涉及的股份支付权益工具的公允价值的计量方法和结果是否合理，与同期外部投资者入股价格和 PE、PB 倍数对比情况，相关会计处理是否符合《企业会计准则》的规定。

请保荐人、申报会计师按照中国证监会《首发业务若干问题解答(2020 年 6 月修订)》问题 26 的要求对上述问题发表明确意见。

（一）补充说明高季投资、翠麟投资、韶华咨询涉及股份支付的计算结果和过程，股权激励涉及的股份支付权益工具的公允价值的计量方法和结果是否合理，与同期外部投资者入股价格和 PE、PB 倍数对比情况，相关会计处理是否符合《企业会计准则》的规定

1.高季投资、翠麟投资、韶华咨询涉及股份支付的计算结果和过程

(1) 第一次股份支付

项　目	计算过程	金额	说　明
2018 年 12 月 26 日外部投资者增资股份数(万股)	(1)	1,000.00	经协商，外部投资者参照预计的 2018 年度扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润基本每股收益 0.50 元/股(实际 2018 年度为 0.52 元/股)，按照 8.20 倍 PE 估值，定价 4.20 元/股增资入股，公司于 2018 年 12 月 26 日以每股 4.20 元价格向杭州广沣启鸣股权投资合伙企业(有限合伙)和钱海平合计发行股份 1,000 万股
2018 年 12 月 26 日外部投资者入股单价(元)	(2)	4.20	
股权激励涉及的股份支付权益工具的公允价值	(3)	4.20	由于外部投资者入股时间较短，本次股权激励涉及的股份支付权益工具的公允价值直接按外部投资者入股价
2018 年 12 月 12 日高季投资员工持股平台投入股份数(万股)	$(4)_1$	352.00	2018 年 12 月 12 日，金三发集团、严华荣及周守权等 28 名员工签订的《合伙协议》，高季投资以每股 2.67 元的价格向公司增资 3,520,000 股
2018 年 12 月 12 日高季投资员工持股平台投入每股价格	$(5)_1$	2.67	
2018 年 12 月 12 日翠麟投资员工持股平台投入股份数(万股)	$(4)_2$	138.00	2018 年 12 月 12 日，金三发集团、严华荣及叶周全等 29 名员工签订的《合伙协议》，翠麟投资以每股 2.67 元的价格向公司增资 1,380,000 股
2018 年 12 月 12 日翠麟投资员工持股平台投入每股价格	$(5)_2$	2.67	
2018 年 12 月 11 日韶华咨询员工持股平台投入股份数(万股)	$(4)_3$	95.00	2018 年 12 月 11 日，金三发集团和刘燊等 47 名员工签订的《合伙协议》，韶华咨询以每股 2.67 元的价格向公司增资 950,000 股
2018 年 12 月 11 日韶华咨询员工持股平台投入每股价格	$(5)_3$	2.67	
入股价格差额	(6)=(3)-(5)	1.53	
2018 年 12 月确认的股份支付(万元)	(7)=(4)*(6)	895.05	该等员工增资价格为每股 2.67 元，参照公司 2018 年 12 月引入外部投资者每股价格为 4.20 元，确认股权激励的股份支付费用 895.05 万元。

(2) 第二次股份支付

项　目	计算过程	金额	说　明

2019 年 11 月 29 日外部投资者增资股份数(万股)	(1)	1,445.00	经协商，外部投资者参照预计的 2019 年度扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润基本每股收益 0.90 元/股（实际 2019 年度为 0.88 元/股），按照 12.20 倍 PE 估值，定价 11.00 元/股增资入股，公司于 2019 年 11 月 29 日以每股 11.00 元价格向安岱汇智股权投资基金（湖州）合伙企业（有限合伙）等外部投资者合计发行股份 1,445 万股
2019 年 11 月 29 日外部投资者入股单价(元)	(2)	11.00	
股权激励涉及的股份支付权益工具的公允价值	(3)	11.00	由于外部投资者入股时间较短，本次股权激励涉及的股份支付权益工具的公允价值直接按外部投资者入股价
2019 年 10 月，高季投资员工持股平台转让给员工的股份数(万股)	(4)	35.00	2019 年 10 月，金三发集团将其通过高季投资持有的公司的 35 万股以人民币 105 万元转让给钟春辉用于股权激励
2019 年 10 月，高季投资员工持股平台转让给员工的每股价格	(5)	3.00	
入股价格差额	(6)= (3)- (5)	8.00	
2019 年 10 月确认的股份支付(万元)	(7)= (4)* (6)	280.00	钟春辉增资价格为每股 3.00 元，参照公司 2019 年 11 月引入外部投资者每股价格为 11.00 元，确认股权激励的股份支付费用 280.00 万元

2.股权激励涉及的股份支付权益工具的公允价值的计量方法和结果是否合理，与同期外部投资者入股价格和 PE、PB 倍数对比情况

由于股权激励当月或者下一月均有外部投资者入股，且该等外部投资者与公司此前无关联方关系和业务往来，因此公司对股权激励涉及的股份支付权益工具的公允价值的计量方法系采用最近一次引进外部投资者入股价，计量结果合理。与 PE、PB 倍数对比情况如下：

股权激励时点	股权激励公允价格	外部投资者入股价格	PE	PB
2018 年 12 月	4.20	4.20	8.12	1.39
2019 年 10 月	11.00	11.00	12.49	2.24
上涨幅度	161.90%	161.90%	53.79%	61.71%

[注]PE=入股价格/当年度扣非后每股收益；PB=入股价格/各期末每股净资产

2018 年 12 月外部投资者入股价格对应的 PE 和 PB 略低于 2019 年，系涤纶短纤和聚丙烯等主要原料采购价格上涨，公司 2018 年度净利润相比 2017 年度有

所下降，且当期公司开工建设或订购生产线、厂房较多、融资需求较大，外部投资者给与的估值不高。随着公司 2019 年度盈利能力改善，外部投资者入股价格上涨，对应 PE、PB 倍数也在提高。

3.相关会计处理是否符合《企业会计准则》的规定

确认股份支付费用时，对增资或受让的股份立即授予或转让完成且没有明确约定服务期等限制条件的，原则上应当一次性计入发生当期，并作为偶发事项计入非经常性损益。对设定服务期的股份支付，股份支付费用应采用恰当的方法在服务期内进行分摊，并计入经常性损益，发行人及中介机构应结合股权激励方案及相关决议、入股协议、服务合同等有关服务期的条款约定，充分论证服务期认定的依据及合理性。

根据《企业会计准则第 11 号——股份支付》规定：以权益结算的股份支付换取职工提供服务的，应当以授予职工权益工具的公允价值计量。授予后立即可行权的换取职工服务的以权益结算的股份支付，应当在授予日按照权益工具的公允价值计入相关成本或费用，相应增加资本公积。

公司将两次股份支付金额确认为“资本公积”，符合企业会计准则的规定。

(二)发行人满足《首发业务若干问题解答(2020 年 6 月修订)》问题 26 的要求，具体分析如下：

序号	审核问答	核查情况
1	(1)具体适用情形 对于报告期内发行人向职工(含持股平台)、客户、供应商等新增股份，以及主要股东及其关联方向职工(含持股平台)、客户、供应商等转让股份，均应考虑是否适用《企业会计准则第 11 号——股份支付》。对于报告期前的股份支付事项，如对期初未分配利润造成重大影响，也应考虑是否适用《企业会计准则第 11 号——股份支付》。有充分证据支持属于同一次股权激励方案、决策程序、相关协议而实施的股份支付事项的，原则上一并考虑适用。 通常情况下，解决股份代持等规范措施导致股份变动，家族内部财产分割、继承、赠与等非交易行为导致股权变动，资产重组、业务并购、持股方式转换、向老股东同比例配售新股等导致股权变动等，在有充分证据支持相关股份获取与发行人获得其服务无关的情况下，一般无需作为股份支付处理。 对于为发行人提供服务的实际控制人/老股东以低于股份公允价值的价格增资入股事宜，如果根据增资协议，并非所有股东均有权按各自原持股比例获得	2018 年 12 月，发行人员工合计 104 人分别入伙高季投资、翠麟投资以及入伙(新组建)韶华咨询；2018 年 12 月，三家有限合伙企业分别按 2.67 元/股的价格增资认购发行人股份，高季投资新增持股 352 万股，翠麟投资新增持股 138 万股，韶华咨询增资持股 100 万股，该定价系参考并略高于发行人 2018 年 9 月 30 日为基准日整体变更为股份有限公司时的每股净资产 2.51 元/股。属于《企业会计准则第 11 号——股份支付》规定的权益结算的股份支付，发行人参照同期外部投资者入股价格计算了相应的股份支付费用。

	新增股份，对于实际控制人/老股东超过其原持股比例而获得的新增股份，应属于股份支付；如果增资协议约定，所有股东均有权按各自原持股比例获得新增股份，但股东之间转让新增股份受让权且构成集团内股份支付，导致实际控制人/老股东超过其原持股比例获得的新增股份，也属于股份支付。对于实际控制人/老股东原持股比例，应按照相关股东直接持有与穿透控股平台后间接持有的股份比例合并计算。	
2	(2)确定公允价值 存在股份支付事项的，发行人及申报会计师应按照企业会计准则规定的原则确定权益工具的公允价值。在确定公允价值时，应综合考虑如下因素：①入股时间阶段、业绩基础与变动预期、市场环境变化；②行业特点、同行业并购重组市盈率水平；③股份支付实施或发生当年市盈率、市净率等指标因素的影响；④熟悉情况并按公平原则自愿交易的各方最近达成的入股价格或相似股权价格确定公允价值，如近期合理的 PE 入股价，但要避免采用难以证明公允性的外部投资者入股价；⑤采用恰当的估值技术确定公允价值，但要避免采取有争议的、结果显失公平的估值技术或公允价值确定方法，如明显增长预期下按照成本法评估的每股净资产价值或账面净资产。发行人及申报会计师应在综合分析上述因素的基础上，合理确定股份支付相关权益工具的公允价值，充分论证相关权益工具公允价值的合理性。	在确定公允价值时，发行人及申报会计师参照同期外部投资者入股价格，合理确定了股份支付相关权益工具的公允价值，充分论证了相关权益工具公允价值的合理性。
3	(3)计量方式 确认股份支付费用时，对增资或受让的股份立即授予或转让完成且没有明确约定服务期等限制条件的，原则上应当一次性计入发生当期，并作为偶发事项计入非经常性损益。对设定服务期的股份支付，股份支付费用应采用恰当的方法在服务期内进行分摊，并计入经常性损益，发行人及中介机构应结合股权激励方案及相关决议、入股协议、服务合同等有关服务期的条款约定，充分论证服务期认定的依据及合理性。	三家合伙企业高季投资、翠麟投资、韶华咨询所涉《合伙协议》未对激励对象约定服务期等限制条件的，形成的股份支付费用发行人一次性计入发生当期，并作为偶发事项计入非经常性损益。

（三）核查程序及结论

1.针对上述事项，我们主要执行了以下的核查程序：

(1) 获取高季投资、翠麟投资、韶华咨询的《合伙协议》及其签署的股份锁定承诺，了解发行人激励对象持股平台的合伙人构成情况，了解是否约定最低服务年限、人员离职后的股份处理及股份锁定期安排情况、股份受让的定价依据。

(2) 查阅了高季投资、翠麟投资、韶华咨询及其增资入股发行人的相关工商登记注册档案。

(3) 查阅了发行人董事会、股东大会关于前述增资入股的会议记录，了解发行人激励对象持股平台合伙人的选定依据。

(4) 获取了在册激励对象填报的调查问卷、出资缴付凭证以及、发行人或其

子公司与之签订的《劳动合同》、员工花名册等，了解发行人激励对象持股平台合伙人的入职时间、任职情况、出资缴付及出资来源情况。

(5) 获取自合伙企业设立起截至本回复报告出具日财产份额变动(转让)所涉协议、转让价款支付凭证、转让原因说明等资料。

(6) 查阅外部投资者入股的增资入股协议等相关资料，与激励授予价格进行比较分析。

2.核查结论

经核查，我们认为：

公司股份支付相关权益工具公允价值的计量方法及结果合理，相关会计处理符合企业会计准则相关规定。

四、问题 7. 关于子公司

申报文件显示，发行人总共有 10 家子公司、9 家孙公司。其中，杭州优全、广东金三发、江苏金三发、优全信息为控股子公司，浙江丝铂为控股孙公司。报告期内，发行人注销子公司湖州美上。

请发行人：

(1) 补充说明发行人子公司或孙公司少数股东是否持股或控制与发行人从事相同业务或业务往来的公司，是否与发行人的主要客户、供应商存在资金、业务往来。

(2) 补充说明报告期内母公司和各子公司之间的内部交易情况、定价机制，是否利用内部转移定价进行税务筹划。

请保荐人、申报会计师对上述问题发表明确意见。

(一) 补充说明发行人子公司或孙公司少数股东是否持股或控制与发行人从事相同业务或业务往来的公司，是否与发行人的主要客户、供应商存在资金、业务往来

1.公司子公司或孙公司少数股东持股或控制的公司情况如下：

非全资子公司或 孙公司名称	少数股东 名称	少数股东持股或控制的 其他企业
广东金三发科技有限公司	叶辉华	无
杭州优全电子商务有限公司	杭州钱仓电子商务有限公司	无

浙江丝铂新材料科技有限公司	杨新求	无
	张春喜	无
江苏金三发卫生材料科技有限公司	南通威尔非织造新材料有限公司	无
浙江优全信息科技有限公司	汪頔	无
	顾礼华	上海铨铖企业管理中心 上海锦培高新技术服务有限公司 普丽缇文化发展（上海）有限公司

南通威尔在 2020 年 2 月与发行人共同出资设立江苏金三发之前主营产品为湿法非织造布，曾向发行人子公司金三发卫材购买纺粘非织造材料用于生产（报告期内合计金额约 162.53 万元）。南通威尔以其土地使用权及建筑物出资与发行人共同设立江苏金三发，再将其主要生产设备和专利权、专利申请权及对应的技术等资产转让给江苏金三发后，不再继续生产非织造材料产品，但账面原有存货由其自行对外销售处置。2020 年 3-12 月，南通威尔共实现销售收入约 237.92 万元（该数据未经审计）。

除上述情况外，截至目前，发行人子公司或孙公司少数股东持股或控制的公司未从事与发行人主营业务相同的业务，未与发行人进行业务往来。

2.公司子公司或孙公司少数股东与发行人的主要客户、供应商存在资金、业务往来如下：

少数股东名称	是否与发行人的主要客户、供应商存在资金往来	是否与发行人的主要客户、供应商存在业务往来
叶辉华	否	否
杭州钱仓电子商务有限公司	否	否
杨新求	否	否
张春喜	否	否
南通威尔非织造新材料有限公司	否	否
汪頔	否	否
顾礼华	否	否

截至目前，公司子公司或孙公司少数股东与发行人的主要客户、供应商不存在资金往来和业务往来。

（二）补充说明报告期内母公司和各子公司之间的内部交易情况、定价机制，是否利用内部转移定价进行税务筹划

1.报告期内，母公司和各子公司销售情况、定价机制，是否利用内部转移定价进行税务筹划

单位：万元

子公司	2020年1-6月	2019年度	2018年度	2017年度
金三发卫材	1,820.57	906.45	1,103.64	824.50
金科进出口	1,715.68	1,075.16	150.56	587.00
湖州优洁	1,310.92	-	-	-
杭州优全	444.49	1,091.68	114.17	-
湖州供应链	31.18	19.82	-	-
蒂斯波斯	17.13	65.70	441.17	479.35
壹裤电商	-	-	24.21	22.68
合　计	5,339.96	3,158.82	1,833.76	1,913.53
母公司营业收入总额	36,787.38	41,264.55	27,784.41	18,615.29
对子公司销售占比	14.52%	7.66%	6.60%	10.28%

报告期内，金三发卫材和金科进出口的部分客户也需要护理用品和热风非织造材料，为便于客户管理和收款，母公司先将产品销售给金三发卫材和金科进出口，再由金三发卫材和金科进出口实现对外销售，内部销售价格基本参照最终对外销售价格定价，不存在通过内部转移定价进行税务筹划。

湖州优洁和杭州优全均系自营电商业务，自营电商产品均由母公司生产。母公司本期将大部分网店划转至电商经营团队负责，本期对湖州优洁和杭州优全销售增加，母公司销售湖州优洁和杭州优全按照成本定价，湖州优洁和杭州优全所得税税率高于母公司，不存在通过内部转移定价进行税务筹划。

蒂斯波斯和浙江壹裤系子品牌母婴店零售业务，产品来源为委托母公司生产，该部分业务销售规模较小，基本没利润，不存在通过内部转移定价进行税务筹划。

2.报告期内，母公司和各子公司的采购情况、定价机制

单位：万元

子公司	2020年1-6月	2019年度	2018年度	2017年度
金三发卫材	167.57	836.19	8,164.16	5,070.41

广东金三发	150.17	-	45.34	38.80
上海优全	41.40	26.31	58.09	-
杭州优全	92.80	562.09	198.21	-
优全卫材	9,830.21	10,773.99	-	-
湖州供应链	144.97	522.53	-	-
江苏金三发	51.91	-	-	-
美上护理	-	-	-	40.72
合　计	10,479.03	12,721.12	8,465.80	5,149.94
母公司营业成本总额	25,977.43	31,579.58	21,933.41	14,771.85
对子公司采购占比	40.34%	40.28%	38.60%	34.86%

非织造材料作为护理用品主要原材料系金三发卫材生产，因此报告期内，母公司存在较大金额的内部采购；2019 年度优全护理设立子公司优全卫材作为内部采购结算中心，优全护理采购金三发卫材生产的非织造材料通过优全卫材核算，优全卫材按成本核算。优全护理与金三发卫材报告期内企业所得税税率均为15%，不存在通过内部转移定价进行税务筹划。

广东金三发和湖州美上、江苏金三发系零星采购，金额较小，不存在通过内部转移定价进行税务筹划。上海优全主要系对方提供销售服务采购，不属于原材料采购，按照上海优全的成本定价，不存在通过内部转移定价进行税务筹划。

杭州优全和湖州供应链系电商业务服务采购，不属于原材料采购，按照电商交易额的比例确认电商业务服务费，不存在通过内部转移定价进行税务筹划。

（三）核查程序及结论

1.针对上述事项，我们主要执行了以下的核查程序：

(1) 查阅子公司的工商资料以及股份公司关于设立子公司的股东大会、董事会、监事会等会议决策文件，了解子公司的设立情况及合法合规性。

(2) 获取和查阅子公司或孙公司少数股东的调查问卷、身份信息、财务账套等资料，了解少数股东的从业经历、入股的背景和原因、资金来源及合法合规性、对外投资情况，了解少数股东与发行人实际控制人、董监高、核心人员及其关系密切人员、员工或前员工、本次申请发行中介机构及其负责人、工作人员是否存

在关联关系、共同投资或其他未披露的利益安排，了解少数股东是否与发行人的主要客户、供应商存在资金、业务往来。

(3) 查阅子公司报告期内的财务报表。

(4) 查阅发行人关于子公司的内部管理制度等文件。

(5) 获取发行人关于子公司的设立、经营、注销情况的书面说明。

(6) 查阅发行人母公司和各子公司之间销售、采购明细账，了解母子公司之间的内部交易情况，分析是否存在利用内部转移定价进行税务筹划的情况。

(7) 访谈发行人财务负责人，了解发行人母公司及各子公司适用各项税种、税率，内部交易的定价机制。

(8) 获取子公司相关政府主管部门对于有关事项合规性的证明。

(9) 获取注销子公司的工商注销资料及税务清算资料，取得市场监督管理部门、税务主管部门关于注销情况出具的文件，向发行人财务及人力资源部门人员了解注销子公司主要后人员、资产、业务和客户资源的去向。

2.核查结论

经核查，我们认为：

(1) 公发行人子公司或孙公司少数股东不存在持股或控制与发行人从事相同业务或业务往来的公司的情况，与发行人的主要客户、供应商不存在资金往来和业务往来。

(2) 报告期内母公司和各子公司之间的内部交易定价合理，不存在通过内部转移定价进行税务筹划。

五、问题 14.关于疫情影响及业绩波动

申报文件显示：

(1) 2020 年 1-6 月，公司营业收入 18.79 亿元，净利润为 8.63 亿元，主要系发行人产品纺粘非织造材料是生产口罩、防护服和手术服等防护物资的必备原材料，水刺非织造材料是生产酒精湿巾、清洁湿巾等一次性卫生消毒用品的基础原材料，受疫情影响，发行人产品供不应求，销售数量和单价持续攀升。2017 年至 2019 年，纺粘非织造材料单价波动不超过 6%，2020 年 1-6 月，单价由 2019 年的 11,450.79 元/吨上升至 50,710.16 元/吨，上涨 342.85%。2020 年

1-6 月，水刺非织造材料、湿干巾销售单价同比 2019 年上涨 7.52%和 10.95%。

(2) 非织造材料产品在 2020 年上半年严重的供需失衡和较高的利润率吸引着行业内企业加快产能扩张步伐，同时也吸引较多跨行业企业涌入加剧市场竞争，产品供给增加可能导致价格和利润率下降。

(3) 2018 年公司营业收入同比增长 14.11%，净利润下滑 17.38%，主要系原材料价格上升导致毛利率下滑 3.26%及 2018 年确认股份支付费用 895.05 万元。2019 年收入同比增长 14.39%，净利润增长 90.75%，主要系原材料价格下降导致毛利率上升 2.44%、规模效应导致期间费用增长幅度低于收入增长幅度及护理用品 OEM 业务快速发展，提升主营业务毛利率。

请发行人：

(1) 补充披露 2020 年 1-6 月业绩大幅增长的主要影响因素，分业务说明单价和销量的影响情况，补充测算并披露如 2020 年 1-6 月公司产品价格未因疫情大幅上升，2020 年 1-6 月主要财务数据和主要财务指标。

(2) 补充披露截至问询函回复日，公司产品的市场价格是否已恢复正常水平，逐月说明市场价格变动趋势，市场供需情况和市场竞争情况，是否存在供大于求的情况，是否存在库存积压风险；2020 年 1-6 月，公司产品单价大幅上升而单位成本未有明显变化的原因；2020 年上半年公司购置生产线的情况，目前的产能利用率，是否存在生产线闲置的情况或风险，是否须计提资产减值准备。

(3) 补充说明公司和主要客户对价格的约定情况，是否对下游客户具备议价能力，量化分析并披露报告期内原材料价格变动对毛利率的具体影响，发行人控制原材料采购价格波动风险的措施及有效性，并补充完善原材料价格无法传导给下游客户的风险；补充说明不考虑疫情因素的影响，发行人业绩是否存在波动较大的风险。

(4) 完善并重点提示疫情影响导致发行人业绩大幅波动的风险。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

(一) 补充披露 2020 年 1-6 月业绩大幅增长的主要影响因素，分业务说明单价和销量的影响情况，补充测算并披露如 2020 年 1-6 月公司产品价格未因疫情大幅上升，2020 年 1-6 月主要财务数据和主要财务指标

1.2020 年 1-6 月业绩大幅增长的主要影响因素

2020 年 1-6 月，公司营业收入为 187,954.47 万元，净利润为 86,329.39 万元，较 2019 年度均实现大幅上升，主要系：

(1) 疫情影响推高纺粘非织造材料、热风非织造材料单位售价

2020 年初新冠肺炎疫情在全球范围内爆发，口罩、防护服和手术服等防疫物资需求急剧上升，纺粘非织造材料（含熔喷布）、热风非织造材料（其中，克重规格超过 30 克的热风非织造材料一般用于生产 KN95 口罩）作为生产该等防护物资的必备原材料，短期内出现严重的供需失衡、市场价格快速走高。2020 年 1-6 月，公司纺粘非织造材料单位售价上涨至 50,710.16 元/吨，实现毛利 79,953.18 万元，较 2019 年增长 76,704.99 万元；热风非织造材料单位售价上涨至 50,993.57 元/吨，实现毛利 4,581.86 万元，较 2019 年增长 4,567.08 万元，该两项毛利合计较 2019 年增长 81,272,07 万元，是公司 2020 年 1-6 月业绩大幅增长的主要影响因素之一。

(2)水刺非织造材料和湿干巾产销规模持续扩张

随着我国居民的收入水平和消费能力的不断提升、教育水平的普遍提高、医疗保险的广泛覆盖，我国居民健康观念将进一步提升，人们的卫生意识提高会转换到卫生湿干巾的消费额的提高，并向欧美、日本等发达国家靠拢，这些因素进一步带动湿干巾销量的持续增长。受疫情影响，日常清洁消毒观念已深入人心，消费者对湿干巾需求量进一步增加。受益于下游湿干巾市场规模持续扩大，水刺非织造材料作为生产湿干巾的基础材料，市场需求也持续扩大。

顺应市场需求增加，公司持续扩大水刺非织造材料和湿干巾生产设施。2018 年度、2019 年度和 2020 年 1-6 月，公司水刺非织造材料产能分别较上期增长 22.56%、18.98%和 26.00%，湿干巾产能分别较上期增长 102.55%、47.87%和 54.06%。受益于水刺非织造材料和湿干巾产销规模的扩张，2020 年 1-6 月，公司水刺非织造材料和湿干巾分别实现毛利 15,375.95 万元和 11,801.00 万元，合计实现毛利较 2019 年增长 5,750.11 万元，是公司 2020 年 1-6 月业绩大幅增长的另一主要影响因素。

综上所述，疫情推动纺粘非织造材料（含熔喷布）、克重规格超过 30 克的热风非织造材料单位售价上涨及水刺非织造材料、湿干巾产销规模持续扩张是公司

2020 年 1-6 月业绩大幅增长的主要因素。

2.分业务说明单价和销量的影响情况

详见本回复报告六问题 15(1)所述。

3.补充测算并披露如 2020 年 1-6 月公司产品价格未因疫情大幅上升，2020 年 1-6 月主要财务数据和主要财务指标

由于公司纺粘非织造材料、热风非织造材料是生产口罩、防护服等防疫物资的主要基材，受疫情影响，市场价格上涨幅度较大。假设纺粘非织造材料、热风非织造材料销售价格未因疫情大幅上升，即公司 2020 年 1-6 月纺粘非织造材料和热风非织造材料的销售价格与 2019 年度基本持平，则 2020 年 1-6 月主要财务数据和主要财务指标测算如下：

①纺粘非织造材料、热风非织造材料单位售价变动对销售收入的影响

单位：吨、元/吨、万元

项目	销量	假设单位售价	假设销售收入	实际收入	影响数
纺粘非织造材料	19,943.28	11,450.79	22,836.63	101,132.71	-78,296.07
热风非织造材料	667.09	17,839.35	1,190.05	5,719.02	-4,528.96
合计	-	-	24,026.68	106,851.73	-82,825.03

注：由于热风非织造材料受托加工产品单位售价基本稳定，因此仅考虑自产部分。

② 2020 年 1-6 月业绩变动影响情况

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月剔除疫情影响	2020 年 1-6 月实际数据	2019 年度	增长率
营业收入	105,129.44	187,954.47	131,627.45	59.74%
营业成本	77,415.28	77,415.28	104,838.92	47.68%
综合毛利率	26.36%	58.81%	20.35%	6.01%
利润总额	18,000.35	100,825.38	10,580.20	240.26%
净利润	16,466.71	86,329.39	10,064.39	227.23%

注：剔除疫情影响数中按照 2017 年度至 2019 年度平均所得税税率计算所得税费用；增长率系按简单折算全年数计算

如上表所示，若公司纺粘非织造材料、自产热风非织造材料销售价格未因疫情大幅上涨，公司 2020 年 1-6 月可实现净利润 16,466.71 万元，简单折算 2019 年 1-6 月，实现净利润增长 11,434.52 万元，增长幅度为 227.23%。

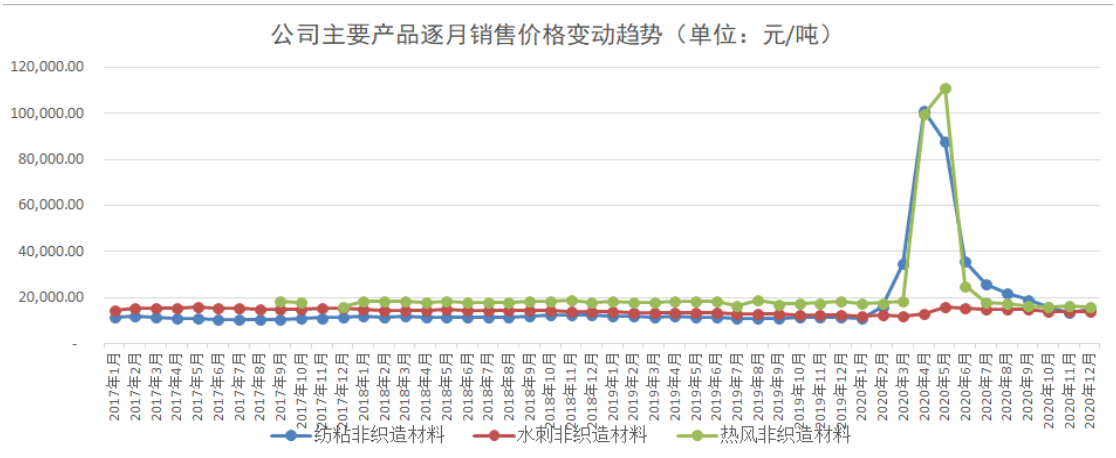
同时，随着居民消费水平的提升、清洁卫生习惯的改变，2020 年以来湿干巾的市场需求呈现持续增长的趋势，伴随着公司水刺非织造材料和湿干巾产能规模持续提升，公司整体销售收入，尤其是水刺非织造材料和湿干巾销售规模持续扩大。

（二）补充披露截至问询函回复日，公司产品的市场价格是否已恢复正常水平，逐月说明市场价格变动趋势，市场供需情况和市场竞争情况，是否存在供大于求的情况，是否存在库存积压风险；2020 年 1-6 月，公司产品单价大幅上升而单位成本未有明显变化的原因；2020 年上半年公司购置生产线的情况，目前的产能利用率，是否存在生产线闲置的情况或风险，是否须计提资产减值准备

1.补充披露截至问询函回复日，公司产品的市场价格是否已恢复正常水平，逐月说明市场价格变动趋势，市场供需情况和市场竞争情况，是否存在供大于求的情况，是否存在库存积压风险；

(1)公司主要产品单位售价及逐月变动趋势情况

1）非织造材料逐月销售价格变动趋势



①纺粘非织造材料

由上图所示，2017 年 1 月至 2020 年 1 月，纺粘非织造材料单位售价基本稳定；2020 年 2 月至 9 月，受新冠肺炎疫情影响，纺粘非织造材料需求量短期内急剧增加，市场供需关系的变化使得纺粘非织造材料单位售价上涨；2020 年 10 月起，随着国内新冠肺炎疫情的有效控制及市场供应量增加，纺粘非织造材料单

位售价已基本恢复至正常水平。

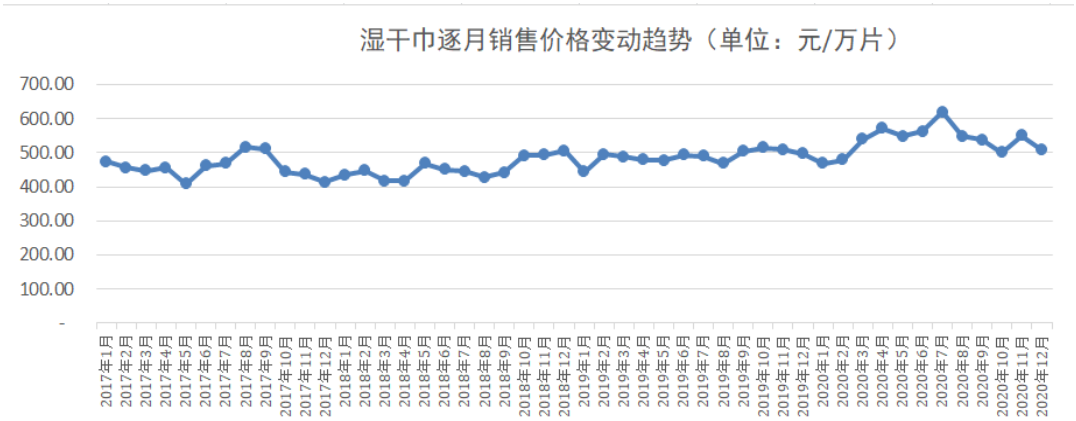
②热风非织造材料

由上图所示，2017 年 9 月至 2020 年 3 月，热风非织造材料单位售价基本稳定；2020 年 4 月至 6 月，一方面，公司生产克重规格超过 30 克的热风非织造材料，主要应用于 KN95 口罩；另一方面，受新冠肺炎疫情影响，KN95 口罩用热风非织造材料需求量短期内急剧增加，市场供需关系的变化使得该类纺粘非织造材料单位售价上涨。2020 年 7 月起，随着国内新冠肺炎疫情的有效控制及市场供应量增加，热风非织造材料单位售价已基本恢复至正常水平。

③水刺非织造材料

随着我国经济水平发展，消费者卫生和健康理念日渐提高，湿干巾产品凭借消毒卫生、便捷易带的特点深受消费者欢迎，已逐渐成为家庭必备的刚需消耗品之一。水刺非织造材料作为生产湿干巾的基础材料，单位售价基本稳定。受疫情影响，日常清洁卫生观念已深入人心，消费者对湿干巾需求量进一步增加，带动水刺非织造材料单位售价稳中有升。

2）湿干巾逐月销售价格变动趋势

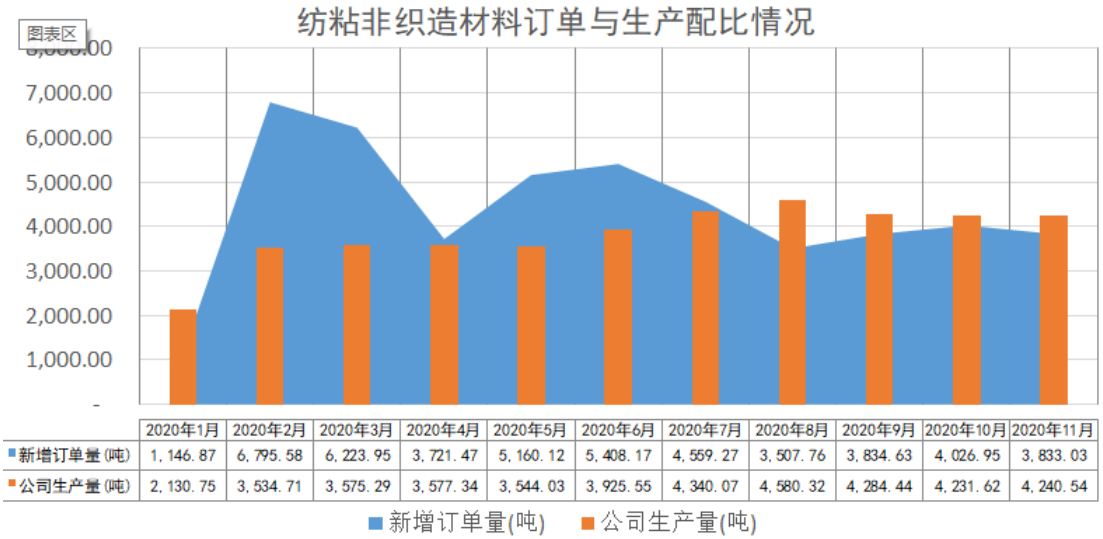


由上图可知，2017 年-2019 年，公司湿干巾销售价格较为稳定，价格波动较小。2020 年开始，受疫情影响和清洁卫生习惯的转变，消费者防护意识改变，对湿干巾需求上升，使得湿干巾的单位售价较报告期初有一定的涨幅，各月单位售价较为稳定，未出现大幅波动情况。

（2）市场供需情况和市场竞争情况，是否存在供大于求的情况，是否存在库存积压风险

截至本报告签署日，公司主要产品供需情况如下：

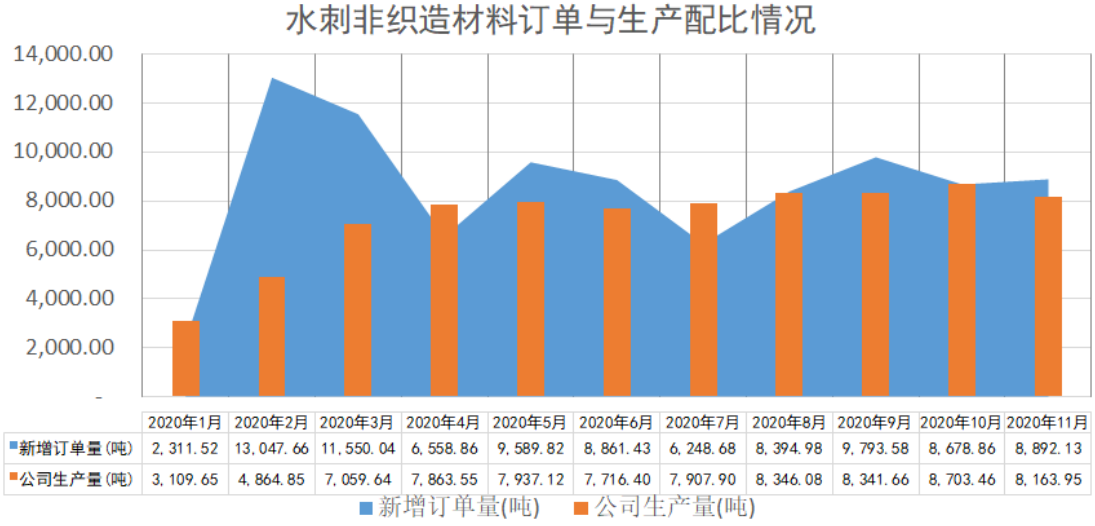
1)纺粘非织造材料各月订单量与生产量的配比情况



	2020年1月	2020年2月	2020年3月	2020年4月	2020年5月	2020年6月	2020年7月	2020年8月	2020年9月	2020年10月	2020年11月
新增订单量(吨)	1,146.87	6,795.58	6,223.95	3,721.47	5,160.12	5,408.17	4,559.27	3,507.76	3,834.63	4,026.95	3,833.03
公司生产量(吨)	2,130.75	3,534.71	3,575.29	3,577.34	3,544.03	3,925.55	4,340.07	4,580.32	4,284.44	4,231.62	4,240.54

由上图可见，受疫情影响，纺粘非织造材料市场需求量短期内急剧增加，公司 2020 年 2 月至 7 月期间当月订单量均高于当月产量，纺粘非织造材料处于供不应求的状态；随着国内疫情得到有效控制，公司纺粘非织造材料新增订单量恢复至正常水平，当月订单量与产量基本接近，处于供需平衡状态。2020 年 7-11 月，部分月度订单小于当月生产量，系公司确保已承接订单量能按时交付，公司在 2020 年 7-11 月份减少新增订单量所致。2020 年 1-11 月，公司纺粘非织造材料的产量为 41,964.66 吨，订单量为 48,217.80 吨，尚有 6,253.14 吨订单未能完成，因此，公司期末纺粘非织造材料不存在存货积压情况。

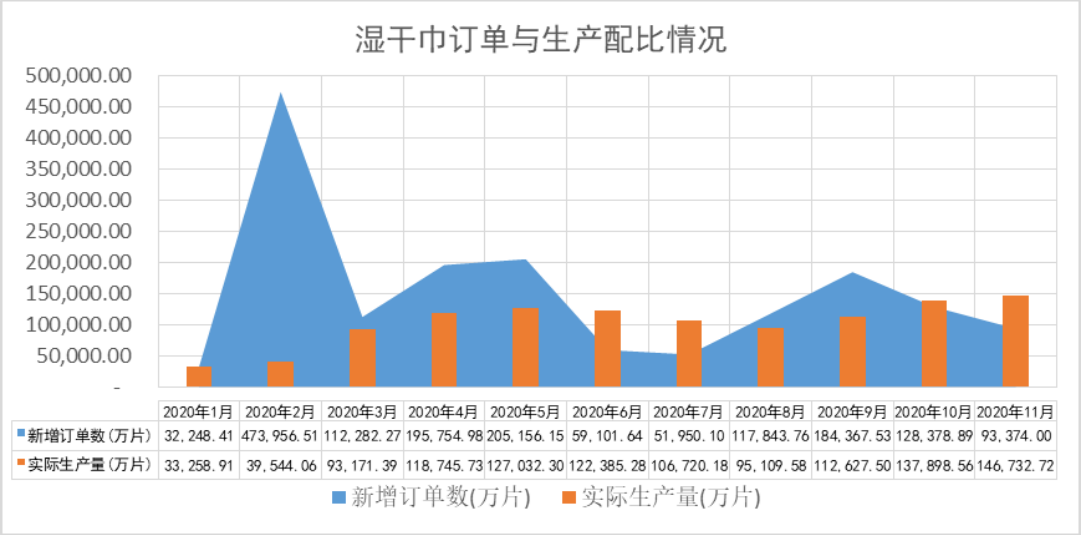
2)水刺非织造材料各月订单量与生产量的配比情况



	2020年1月	2020年2月	2020年3月	2020年4月	2020年5月	2020年6月	2020年7月	2020年8月	2020年9月	2020年10月	2020年11月
新增订单量(吨)	2,311.52	13,047.66	11,550.04	6,558.86	9,589.82	8,861.43	6,248.68	8,394.98	9,793.58	8,678.86	8,892.13
公司生产量(吨)	3,109.65	4,864.85	7,059.64	7,863.55	7,937.12	7,716.40	7,907.90	8,346.08	8,341.66	8,703.46	8,163.95

由上图可见，随着人们的清洁卫生意识进一步加强，生活习惯也有所改变，消费者对酒精湿巾、清洁湿巾等湿干巾需求量持续上升，下游湿干巾生产企业向本公司采购水刺非织造材料订单量也稳步增加。其中，2020 年 2-3 月，受疫情影响，下游需求量急剧增加，但公司受交通限制等防疫措施影响，产量无法满足订单需求。随着国内疫情得到有效控制及公司水刺非织造材料产能利用率上升，供需关系逐渐平衡。目前，公司每月订单量与产量基本接近，未出现供大于求造成存货较大积压的情况。

3）湿干巾各月新增订单与生产量的配比情况



	2020年1月	2020年2月	2020年3月	2020年4月	2020年5月	2020年6月	2020年7月	2020年8月	2020年9月	2020年10月	2020年11月
新增订单数(万片)	32,248.41	473,956.51	112,282.27	195,754.98	205,156.15	59,101.64	51,950.10	117,843.76	184,367.53	128,378.89	93,374.00
实际生产量(万片)	33,258.91	39,544.06	93,171.39	118,745.73	127,032.30	122,385.28	106,720.18	95,109.58	112,627.50	137,898.56	146,732.72

由上图可见，随着人们的清洁卫生意识进一步加强，生活习惯也有所改变，消费者对酒精湿巾、清洁湿巾等湿干巾需求量持续上升，OEM 品牌商向本公司采购量也随之增加。2020 年 2-5 月，酒精湿巾等湿干巾产品在疫情初期需求量较大，该期间湿干巾新增订单量高于公司当月生产量，处于供不应求状态。由于尚未完成订单量较多，在考虑自身产能情况后，公司主动减少了新订单的承接，因而 2020 年 6 月和 7 月的订单量较少。2020 年 8 月开始，公司已逐渐消化掉前期未完成订单后，公司的新增订单与生产量基本接近，处于动态平衡状态中，未出现供大于求造成存货较大积压的情况。

（3）公司主要产品库存及对应在手订单情况

2019 年末和 2020 年 6 月末，公司库存商品对应的在手订单数量情况如下：

单位：吨、万片

非织造材料	2020.6.30	2019.12.31
库存商品数量	3,031.80	2,972.82

对应在手订单数量	2,686.22	2,366.27
占比	88.60%	79.60%
护理用品	2020.6.30	2019.12.31
库存商品数量	66,836.56	58,006.13
对应在手订单数量	39,220.96	33,395.59
占比	58.68%	57.57%

注：占比=对应在手订单数量/库存商品数量；非织造材料包括水刺非织造材料和纺粘非织造材料，护理用品包括湿干巾和纸尿裤。

2019 年末和 2020 年 6 月末，公司非织造材料有对应在手订单的库存商品数量占库存商品数量比例分别为 79.60%和 88.60%，护理用品有对应在手订单的库存商品数量占库存商品数量比例分别为 57.57%和 58.68%，期末库存商品对应在手订单比例较高且呈上升趋势，公司存货积压的风险较低。

2.2020 年 1-6 月，公司产品单价大幅上升而单位成本未有明显变化的原因

2020 年 1-6 月，公司主要产品单位售价及单位成本较 2019 年度变化情况如下：

单位：元/吨、元/万片

项目	单位售价			单位成本		
	2020 年 1-6 月	2019 年度	变动幅度	2020 年 1-6 月	2019 年度	变动幅度
纺粘非织造材料	50,710.16	11,450.79	342.85%	10,619.88	10,203.75	4.08%
水刺非织造材料	14,295.77	13,295.97	7.52%	9,297.84	10,622.15	-12.47%
湿干巾	559.12	503.95	10.95%	338.88	360.22	-5.92%

如上表所示，2020 年 1-6 月，纺粘非织造材料单位售价较 2019 年度增长 342.85%，单位成本增长幅度明显低于单位售价涨幅；水刺非织造材料和湿干巾的单位售价均有不同程度的上涨，其单位成本有不同幅度的下降。公司主要产品单位成本未明显变动，主要系公司非织造材料和湿干巾单位成本中直接材料成本占比较高，原料采购价格未有明显变化，具体如下：

(1) 纺粘非织造材料单位成本的构成

单位：元/吨

单位成本	2020 年 1-6 月			2019 年度
	金额	变动	变动额占成本变动比例	单位成本

直接材料	9,084.17	544.21	130.78%	8,539.96
其中：聚丙烯	8,963.30	634.53	152.48%	8,328.77
直接人工	361.94	-14.82	-3.56%	376.76
制造费用	1,173.77	-113.25	-27.21%	1,287.02
合计	10,619.88	416.13	100.00%	10,203.75

如上表所示，2020 年 1-6 月纺粘非织造材料单位成本较 2019 年度增加 416.13 元/吨，其中直接材料-聚丙烯成本增加 634.53 元/吨，占当期单位成本变动的比例为 152.48%。纺粘非织造材料的生产系通过将聚丙烯加热、拉丝、铺网形成，主要原料聚丙烯的耗用成本占单位成本的比例为 85%左右，聚丙烯的采购价格变动是纺粘非织造材料单位成本变动的主要原因。

2020 年 1-6 月，公司聚丙烯采购均价为 9,210.70 元/吨，较 2019 年度上涨 9.41%，是当期纺粘非织造材料单位成本上涨的重要因素。

(2) 水刺非织造材料单位成本的构成

单位：元/吨

单位成本	2020 年 1-6 月			2019 年度
	金额	变动	变动额占成本变动比例	金额
直接材料	7,561.87	-1,113.12	84.05%	8,674.99
其中：涤纶短纤	3,261.42	-764.99	57.77%	4,026.41
粘胶短纤	4,080.25	-305.60	23.08%	4,385.85
直接人工	300.25	-69.85	5.27%	370.1
制造费用	1,435.72	-141.34	10.67%	1,577.06
合计	9,297.84	-1,324.31	100.00%	10,622.15

如上表所示，2020 年 1-6 月水刺非织造材料单位成本较 2019 年度下降 1,324.31 元/吨，其中直接材料-涤纶短纤和粘胶短纤成本合计下降 1,070.59 元/吨，占当期单位成本变动的比例为 80.84%。水刺非织造材料的生产系通过对涤纶短纤、粘胶短纤等按照一定比例混合、梳理铺网后采用高压水流使纤维抱合、固结成网，主要原料涤纶短纤和黏胶短纤的耗用成本占单位成本的比例为 80%左右，因此主要原料采购价格变动是水刺非织造材料单位成本变动的主要原因。

2020 年 1-6 月，公司涤纶短纤和粘胶短纤的采购单价分别为 5,994.44 元/

吨和 9,605.25 元/吨，较 2019 年度分别下降 16.61%和 5.88%，综合影响当期水刺非织造材料单位成本较 2019 年度下降 12.47%。

(3)湿干巾单位成本的构成

单位：元/万片

单位成本	2020 年 1-6 月			2019 年度
	金额	变动	变动额占成本变动比例	金额
直接材料	269.59	-14.72	68.98%	284.31
其中：水刺非织造材料	154.89	-24.94	116.87%	179.83
直接人工	34.29	-2.47	11.57%	36.76
制造费用	35.00	-4.16	19.49%	39.16
小　计	338.88	-21.34	100.00%	360.22

注：领用自产水刺非织造材料已扣除内部毛利影响。

如上表所示，2020 年 1-6 月湿干巾单位成本较 2019 年度下降 21.34 元/万片，其中直接材料-水刺非织造材料成本下降 24.94 元/万片，占当期单位成本变动的比例为116.87%。公司湿干巾产品系以自产或外购的水刺非织造材料为基材，通过外加药液加工而成。水刺非织造材料成本受涤纶短纤和粘胶短纤采购价格波动影响，其他成本基本稳定，因此直接材料成本变动，尤其是水刺非织造材料成本变动是湿干巾单位成本变动的主要原因。

3.2020 年上半年公司购置生产线的情况，目前的产能利用率，是否存在生产线闲置的情况或风险，是否须计提资产减值准备

2020 年上半年，公司购置或投入使用的生产线包括水刺 12 号生产线、水刺 13 号线和江苏水刺 1 号线。2020 年度，该等生产线情况如下：

新增生产线	账面原值	产能(吨)	产量(吨)	产能利用率
水刺 12 号生产线	3,296.36	5,833.33	5,472.75	93.82%
水刺 13 号生产线	3,239.03	4,083.33	3,713.03	90.93%
江苏水刺 1 号线	1,055.02	1,725.00	1,785.30	103.50%
合计	6,535.39	11,641.67	10,971.09	

注：生产线产能=设计年产能×投产后运行月份数/12，即年化产能

2020 年度，公司 2020 年上半年投产的水刺 12 号生产线、水刺 13 号生产线

和江苏水刺 1 号线的产能利用率分别为 93.82%、90.93%和 103.50%，整体产能利用率处于较高水平。同时，自 2020 年 4 月份以来，公司的水刺非织造材料每月订单量与当月生产量较为匹配，不存在导致水刺生产线闲置的情况，无需因此计提固定资产减值准备。

（三）补充说明公司和主要客户对价格的约定情况，是否对下游客户具备议价能力，量化分析并披露报告期内原材料价格变动对毛利率的具体影响，发行人控制原材料采购价格波动风险的措施及有效性，并补充完善原材料价格无法传导给下游客户的风险；补充说明不考虑疫情因素的影响，发行人业绩是否存在波动较大的风险。

1.补充说明公司和主要客户对价格的约定情况，是否对下游客户具备议价能力

公司与主要客户的产品销售定价是根据原材料采购价格、原料配比、产品规格、生产工艺及市场行情等情况综合考虑后，与客户协商定价。公司与报告期各期前五大客户的销售合同中，关于销售价格约定的具体情况如下：

客户名称	合同条款中关于价格的约定情况
Babycare	产品的价格由甲、乙双方协商制定，具体价格见《报价单》或《产品采购合同》(产品价格若含税，如因税率调整且尚未全额付款的货物，在符合税法规定的情况下，应按照最新的税率计算含税总价并开具增值税发票，并且乙方应配合甲方按照最新的税率变更合同付款条款)。相关价格一经双方书面确认，除原材料成本或人工成本上涨等不可控因素外，乙方不得以任何理由上涨或以其他名义变相上涨价格。
广东昱升	(1)详细的价格和付款条件以采购订单内容为准。除非采购订单另有书面约定，否则采购订单的价格是固定的并适用 2010 年国际贸易术语解释通则的 DDP 买方指定地点条件(包括包装及报关费用)，并且构成卖方为履行订单有权获得的唯一报酬。如果价格和付款条件在订单中没有明确，而需要由后续协商来解决，在此情况下价格和条件只有在买方书面接受后方能生效。涉及价格和收款账户变更的，需由卖方提供加盖合同章或财务章的书面联络函告知买方。 (2)①乙方采购原材料成本+乙方生产费用+税金+乙方利润=产品供货价格。当原材料成本上下浮动超出 3%时，则供货价格随成本浮动而相应变动；当市场行情乙方利润下调时为了维护甲方的利益，在乙方促销期间，甲方可享有乙方促销期间的最低价格。所有报价均为含税、净重、运输到甲方指定收货地点价格，报价单作为本合同附件。 ②为体现乙方原材料成本变动的真实性，乙方应真实披露所有规格的无纺布的原料配比，乙方应如实在定价单内载明各种原料的规格型号、供应厂商及用量，以作为下一次双方的核价依据。 ③乙方应向甲方提供无纺布各种原料的价格公布方式，所提供的公布方式必须为各大化工网站或厂家在其官方网站上所公布的信息，公布的途径及渠道必须合法，公布的

	时间必须有规律性。如甲方对以上公布价格有异议，则乙方必须提供要调价前一个月乙方原材料的采购发票作为核价依据。
郑州万神山卫材有限公司	双方协商确定，合同中未约定销售定价及调价机制。
上海美馨	价格由甲乙双方协商确定为准；结算方式：货到乙方仓库且乙方收到发票后 30 天内乙方必须付清所有欠款，如逾期付款，甲方有权终止合同。
深圳市比亚迪供应链管理有限公司	(1)供方承诺，报价数据信息均基于市场情况及技术开发要求，如果全部或实质上可能影响价格的因素(包括但不限于：产品或服务的数量和/或可适用的条款和条件)是相同或者无可争议地相似，供给需方的产品或服务的价格不得高于供给其他客户同类或类似产品或服务的最优价格； (2)双方可按季(或月)对产品价格进行定期磋商。但当市场价格波动较大时，双方协商解决。如产品没变、原材料降价、厂家降价、需方采购量增加等，经双方确认后按新价格执行：量产供货期间，在任何情况下供方均不能以价格双方未谈妥或其他理由停止供货或短缺供货，否则由此造成需方的一切损失由供方承担； (3)当制造成本有显著变动，超过需方或供方的任何一方承受程度并影响到采购通则项下的产品采购业务，而导致需方或供方希望修订采购单价时，希望修订的一方应以书面形式通知对方，并经协商一致后双方书面确定修订后的采购单价，任何一方不得擅自修改采购单价，因擅自修改而导致相对方产生的一切损失，由擅自修改方承担； (4)随供方制造水平、管理水平、工艺水平的不断提高或完善，需方保留对产品或服务实施降价的权利； (5)试制样件价格原则上不得高于行业标准，试制样件模具件价格应以量产价格为目标。
韩国 AJ	双方协商确定，合同中未约定销售定价及调价机制。
美国 USN	双方协商确定，合同中未约定销售定价及调价机制。
印尼 WZ	双方协商确定，合同中未约定销售定价及调价机制。
金红叶	(1)合同有效期内的结算价格以按照甲方总部采购中心的统购招标价为准； (2)产品的具体名称、规格、数量、单价及总价、交货期限与地点等，根据本合同的特别条款或经双方共同确认的订单确定； (3)后续根据原料(涤纶、粘胶)行情波动，如整体原料涨跌幅超过 5%，将自动调整价格。涤纶和粘胶的行情以：卓创资讯网上华东区涤纶短纤(1.4D*38mm)、粘胶短纤(1.5D*38mm)的市场月报价格为依据，参考每个月的原料涨跌幅。
韩国 JW	双方协商确定，合同中未约定销售定价及调价机制。

如上表所示，除部分前五大客户未在合同中约定明确调价机制外，公司与主要客户均就涤纶短纤、粘胶短纤和聚丙烯采购价格大幅波动情况形成调价约定，原材料采购价格上涨时，公司可与客户协调确定调价幅度；同时，公司主要客户 babycare、广东昱升、金红叶、韩国 AJ 等知名企业对产品品质要求较高，在供应商的选取上较为谨慎，对供应商规模、技术实力、供应能力等有较高的要求，公司已与该等客户建立了较为稳定的合作关系，价格调整时会综合考虑过往合作

历史及未来购销计划。

综上所述，公司对下游客户具备一定的议价能力。

2.量化分析并披露报告期内原材料价格变动对毛利率的具体影响

主要原材料成本变化对非织造材料毛利率的影响

(1) 涤纶短纤、粘胶短纤和聚丙烯等采购价格变动对比原料成本变化

单位：元/吨

项目	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度
	金额	变动比例	金额	变动比例	金额	变动比例	金额
涤纶短纤采购价格	5,994.44	-16.61%	7,188.57	-15.11%	8,467.95	13.79%	7,441.61
单吨水刺非织造材料中涤纶短纤成本	3,261.42	-19.00%	4,026.41	-15.31%	4,754.07	13.11%	4,202.91
粘胶短纤采购价格	9,605.25	-5.88%	10,204.85	-15.73%	12,109.73	-9.29%	13,349.47
单吨水刺非织造材料中粘胶短纤成本	4,080.25	-6.97%	4,385.85	-14.13%	5,107.39	-10.89%	5,731.33
聚丙烯采购价格	9,210.70	9.41%	8,418.64	-5.19%	8,879.85	9.38%	8,118.38
单吨纺粘非织造材料中聚丙烯成本	8,963.30	7.62%	8,328.77	-4.82%	8,750.70	10.43%	7,924.35

由上表可见，报告期内，公司单吨水刺非织造材料和纺粘非织造材料中涤纶短纤、粘胶短纤和聚丙烯成本的变动趋势与涤纶短纤、粘胶短纤和聚丙烯采购价格变动趋势一致，变动比例接近，表明原材料采购价格对于直接材料成本的影响较大。

(2) 涤纶短纤、粘胶短纤和聚丙烯价格波动对非织造材料毛利率影响的量化分析

单位：元/吨

原材料	年度	水刺非织造材料销售单价	每吨产品耗用原材料成本	原材料价格变动对毛利率的影响		
				1%	5%	10%
涤纶短纤	2020 年 1-6 月	14,295.77	3,261.42	-0.23%	-1.14%	-2.28%
	2019 年度	13,295.97	4,026.41	-0.30%	-1.51%	-3.03%
	2018 年度	15,002.00	4,754.07	-0.32%	-1.58%	-3.17%
	2017 年度	15,627.11	4,202.91	-0.27%	-1.34%	-2.69%
粘胶短纤	2020 年 1-6 月	14,295.77	4,080.25	-0.29%	-1.43%	-2.85%
	2019 年度	13,295.97	4,385.85	-0.33%	-1.65%	-3.30%

	2018 年度	15,002.00	5,107.39	-0.34%	-1.70%	-3.40%
	2017 年度	15,627.11	5,731.33	-0.37%	-1.83%	-3.67%
原材料	年度	纺粘非织造材料销售单价	每吨产品耗用原材料成本	原材料价格变动对毛利率的影响		
				1%	5%	10%
聚丙烯	2020 年 1-6 月	50,710.16	8,963.30	-0.17%	-0.86%	-1.73%
	2019 年度	11,450.79	8,328.77	-0.73%	-3.64%	-7.27%
	2018 年度	11,740.86	8,750.70	-0.75%	-3.73%	-7.45%
	2017 年度	11,140.79	7,924.35	-0.71%	-3.56%	-7.11%

注：上述测算是在假定销售单价不变的情况下得出，实际情况下，当原材料采购价格发生变动时，公司通常会根据市场供需对销售价格进行相应调整。因此，原材料价格波动对毛利率的实际影响会小于上述测算值。

如上表所示，若涤纶短纤、粘胶短纤和聚丙烯的采购价格波动，将会对非织造材料的毛利率造成一定影响。

3.发行人控制原材料采购价格波动风险的措施及有效性，并补充完善原材料价格无法传导给下游客户的风险

公司主要原材料为涤纶短纤、粘胶短纤和聚丙烯。报告期内，公司主要原材料采购金额占当期采购总额的比例分别为 84.46%、83.69%、77.57%和 74.48%，占比较高。由于主要原材料具有公开、实时的市场报价，若其价格大幅下跌或形成明显的下跌趋势，虽可降低公司的生产成本，但下游客户可能由此采用较保守的采购或付款策略，或要求公司降低产品价格，这将影响到公司的产品销售和货款回收，从而增加公司的经营风险。相反，在原料价格上涨的情况下，若公司无法及时将成本上涨传导至下游，将导致公司毛利率下降。

如涤纶短纤、粘胶短纤和聚丙烯采购价格上涨 1%，且公司无法将原材料采购价格影响通过销售价格调整消化，则对当期利润总额的影响情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
水刺非织造材料	228.70	373.37	385.34	405.98
纺粘非织造材料	171.93	217.73	212.53	130.86
合计	400.62	591.10	597.87	536.83

如上表所示，如公司未能将主要原料采购价格上涨 1%通过销售定价调整消

化，则对当期利润总额的影响分别为 536.83 万元、597.87 万元、591.10 万元和 400.62 万元。

4.补充说明不考虑疫情因素的影响，发行人业绩是否存在波动较大的风险

由于公司纺粘非织造材料、热风非织造材料是生产口罩、防护服等防疫物资的主要基材，受疫情影响，市场价格上涨幅度较大。假设纺粘非织造材料、热风非织造材料销售价格未因疫情大幅上升，即公司 2020 年 1-6 月纺粘非织造材料和热风非织造材料的销售价格与 2019 年度基本持平，则 2020 年 1-6 月主要财务数据和主要财务指标测算如下：

(1) 纺粘非织造材料和热风非织造材料单位售价变动对收入的影响

单位：吨、元/吨、万元

项目	销量	假设单位售价	假设销售收入	实际收入	影响数
纺粘非织造材料	19,943.28	11,450.79	22,836.63	101,132.71	-78,296.07
热风非织造材料	667.09	17,839.35	1,190.05	5,719.02	-4,528.96
合计	-	-	24,026.68	106,851.73	-82,825.03

注：由于热风非织造材料受托加工产品单位售价基本稳定，因此仅考虑自产部分。

(2) 2020 年 1-6 月业绩变动影响情况

单位：万元

项目	假设数①	2020 年 1-6 月②	2019 年度③	较 2020 年 1-6 月变动④=①-②	较 2019 年度变动⑤=①*2-③
营业收入	105,129.44	187,954.47	131,627.45	-82,825.03	39,315.71
营业成本	77,415.28	77,415.28	104,838.92	-	24,995.82
利润总额	18,000.35	100,825.38	10,580.20	-82,825.03	12,710.25
净利润	16,466.71	86,329.39	10,064.39	-69,862.68	11,434.52
归属母公司所有者的净利润	16,367.58	78,695.82	9,479.76	-62,328.24	11,627.70

注：假设数中按照 2017 年度至 2019 年度平均所得税税率计算所得税费用。

如上表所示，若纺粘非织造材料、热风非织造材料销售价格未因疫情大幅上升，公司 2020 年 1-6 月可实现净利润 16,466.71 万元，简单折算全年数后，较 2019 年简单折算半年净利润增长 11,434.52 万元，增长幅度为 113.61%。

同时，随着居民消费水平的提升、清洁卫生习惯的改变，2020 年以来湿干巾的市场需求呈现持续增长的趋势，伴随着公司水刺非织造材料和湿干巾产能规

模持续提升，公司整体销售收入，尤其是水刺非织造材料和湿干巾的销售规模持续扩大。

综上，即使纺粘非织造材料、热风非织造材料销售价格未因疫情大幅上升，发行人 2020 年 1-6 月经营业绩仍会增长。

（四）完善并重点提示疫情影响导致发行人业绩大幅波动的风险。

2020年新冠肺炎疫情在全球范围内爆发，公司纺粘非织造材料(含熔喷布)、热风非织造材料(其中，克重规格超过 30 克的热风非织造材料一般用于生产 KN95 口罩)等作为防疫物资生产的主要原料，市场需求量短期内急剧增加、市场价格快速走高，导致公司 2020 年 1-6 月业绩显著增长，但疫情引起的公司业绩增长具有偶发性，未来业绩存在不可持续和大幅波动的风险：：

1.业绩影响

2020 年 1-6 月，公司实现营业收入 187,954.47 万元，实现归属于母公司所有者的净利润 78,695.82 万元，营业收入和归属于母公司所有者的净利润较 2019 年度均有大幅增长。产品收入构成方面，受疫情影响，公司纺粘非织造材料和热风非织造材料共实现销售收入 107,009.22 万元，较 2019 年度增长 2.45 倍；剔除该等产品后，公司其他产品实现主营业务收入 79,822.24 万元，简单折算全年数后较 2019 年度增长 59.64%，增长情况良好；如剔除疫情对纺粘非织造材料和热风非织造材料单位售价的影响，即按照纺粘非织造材料和热风非织造材料单位售价与 2019 年持平进行测算，虽然公司营业收入和净利润仍较 2019 年 1-6 月有所增长，但是增幅将一定程度下降，具体测算情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月(实际)		2020 年 1-6 月(不考虑疫情)	
	金额	较 2019 年增幅	金额	较 2019 年增幅
营业收入	187,954.47	185.59%	105,129.44	59.74%
归属于母公司所有者的净利润	78,695.82	1560.29%	16,367.58	245.32%

注：较 2019 年 1-6 月增幅系按照 2019 年年度数据简单折算半年数计算。

2.前五大客户变化影响

2020 年 1-6 月，公司前五大客户新增了郑州万神山卫材有限公司、深圳市

比亚迪供应链管理有限公司等口罩生产企业，与 2019 年前五大客户结构变化较大。截至本招股说明书签署日，我国疫情防控工作已取得阶段性重要成果，口罩、防护服等防疫物资需求未再出现严重供需失衡的情形。郑州万神山卫材有限公司等客户均系在疫情期间设立或新增口罩生产业务，随着疫情得到控制，该等客户逐步减少了口罩生产数量，向本公司采购纺粘非织造材料等也随之减少，公司主要客户结构可能面临变化。

疫情期间，公司品牌知名度得到进一步提升、销售渠道得到进一步拓宽，中长期来看，公司业绩增长具备可持续性。但随着疫情防控进展、市场防疫物资产品产能和竞争增加，公司纺粘非织造材料和热风非织造材料销售收入是否继续保持大幅增长存在一定不确定性，从而短期内净利润大幅增长存在不确定性。

（五）核查程序及核查结论

1.针对上述事项，我们主要执行了以下的核查程序：

(1) 获取发行人报告期内销售明细表，比较主要产品销售价格、销量数量在 2020 年 1-6 月是否异常波动，访谈发行人主要销售负责人，了解 2020 年 1-6 月主要产品销售价格、销售数量变动的背景、原因及合理性。

(2) 获取发行人主要产品报告期内各月销售金额、销售数量和销售价格，分析产品销售价格变化情况。

(3) 复核发行人关于主要产品销售价格对销售收入、净利润影响的计算过程，即发行人关于主要产品纺粘非织造材料、热风非织造材料 2020 年 1-6 月销售价格与 2019 年持平的假设前提下测算的主要财务数据和主要财务指标。

(4) 获取发行人 2020 年各月主要产品新增订单情况和生产量情况，比较分析发行人各月新增订单和生产量之间的匹配关系，判断是否供需平衡。

(5) 实地盘点报告期各期末发行人的存货库存情况，查看存货是否存在积压、呆滞等情况，判断是否存在存货库存积压风险。

(6) 获取发行人报告期内成本明细，分析各期成本结构，进一步分析成本中直接材料的机构，确认原材料价格与产品成本之间的相关关系。

(7) 获取相关行业研究报告、同行业可比公司招股说明书和年度报告等资料，比较发行人采购价格与原材料市场价格、同行业可比公司采购价格之间的差异。

(8) 获取发行人 2020 年新建生产线产能及产量情况，核算各生产线产能利用率；实地查看发行人生产线运行情况，判断是否存在闲置。

(9) 访谈发行人主要生产技术人员，了解公司纺粘非织造材料、热风非织造材料生产线工艺技术、切换生产熔喷布所需设备等，进一步确认是否存在生产线或专用设备闲置的情况和风险，是否需要计提固定资产减值准备。

(10) 获取发行人与主要客户签订的销售合同/订单，采集销售合同/订单中关于调整售价相关的条款约定，结合报告期内发行人主要产品的销售价格变动情况，分析发行人对下游客户的议价能力。

(11) 复核发行人关于报告期内原材料价格变动对毛利率的具体影响的计算过程，分析主要产品毛利率变动影响因素，与原材料价格变动的关系。

(12) 实地走访发行人主要客户，向其了解销售价格的定价方式、定价依据等，分析发行人难以将原材料价格传导给下游客户的风险。

2.核查结论

经核查，我们认为：

(1) 公司披露的 2020 年 1-6 月业绩大幅增长的主要影响因素合理。

(2) 截至本回复报告出具日，发行人产品不存在供大于求的情况，存货积压的风险较低；2020 年 1-6 月新增的生产线不存在闲置的情况，无需因此计提固定资产减值准备。

(3) 发行人对下游客户具备一定议价能力；即使纺粘非织造材料、热风非织造材料销售价格未因疫情大幅上升，发行人 2020 年 1-6 月经营业绩仍会增长。

六、问题 15. 关于收入

申报文件显示：

(1) 2018 年和 2019 年公司主营业务收入分别增长 14,024.64 万元和 16,492.38 万元，主要系非织造材料和护理用品的销售规模逐年增长。发行人未披露报告期内主要产品销售数量。纺粘非织造材料单价随聚丙烯价格变动而变动，水刺非织造材料中直铺水刺售价较低，交叉水刺售价较高，发行人未披露直铺水刺和交叉水刺的具体情况。

(2) 发行人不同业务的收入确认时点不同。护理用品电商平台以客户签收

后 7 天为收入确认时点。

(3) 发行人未披露季度收入的具体情况，未披露报告期内退换货情况。

请发行人：

(1) 补充披露报告期内非织造材料和护理用品各细分产品销售数量、产品价格及变动原因，量化分析报告期内营业收入增长较快的原因；列表对比并披露公司主要产品价格和同行业公司产品价格或市场价格是否存在较大差异，如是，请说明原因及合理性。

(2) 结合报告期内直铺水刺和交叉水刺销售单价、销售金额和销售占比，量化分析并披露水刺非织造材料价格变动原因，补充说明铺水刺和交叉水刺在工艺、技术先进性、原材料、下游应用方面的差异。

(3) 补充披露报告期内分季度收入情况,是否存在季节性,是否存在 11 月、12 月销售金额较高的情况，如是，请说明原因及合理性，发行人是否存在跨期确认收入的情形。

(4) 结合主要合同条款补充说明发行人收入确认时点与合同约定是否一致，是否存在不符的情形，按收入确认原则补充披露报告期内主营业务收入构成；说明内销配送至客户指定收货地点，定做单是否取得客户签收，风险和报酬或控制权是否已转移；电商平台销售以快递签收七天后确认收入和同行业上市公司或其他通过电商销售的上市公司的收入确认原则是否存在较大差异。

(5) 补充说明 2020 年 1-6 月其他护理用品销售收入大幅增长的原因，发行人对其他护理用品未来发展规划。

请保荐人、申报会计师发表明确意见，并说明公司收入核查情况，包括核查方式、过程、比例和结论，并对核查的充分性发表明确意见。

(一)补充披露报告期内非织造材料和护理用品各细分产品销售数量、产品价格及变动原因，量化分析报告期内营业收入增长较快的原因；列表对比并披露公司主要产品价格和同行业公司产品价格或市场价格是否存在较大差异，如是，请说明原因及合理性。

1.补充披露报告期内非织造材料和护理用品各细分产品销售数量、产品价格及变动原因，量化分析报告期内营业收入增长较快的原因

(1)主营业务收入价量变动分析

1）水刺非织造材料收入变动分析

2017 年度、2018 年度和 2019 年度，公司水刺非织造材料销售收入分别为 63,434.22 万元、58,384.47 万元和 59,264.38 万元，2018 年度和 2019 年度销售收入较上期变动幅度分别为-7.96%和 1.51%。2020 年 1-6 月，水刺非织造材料销售收入为 43,980.46 万元。报告期内，水刺非织造材料的销售数量、均价情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
销售数量(吨)	30,764.67	44,573.18	38,917.79	40,592.43
单位售价(元/吨)	14,295.77	13,295.97	15,002.00	15,627.11
销售收入	43,980.46	59,264.38	58,384.47	63,434.22
销量变动对收入的影响	11,272.43	8,484.21	-2,616.97	-
售价变动对收入的影响	3,075.85	-7,604.30	-2,432.78	-
合计收入变动	14,348.28	879.91	-5,049.75	-

注：销量变动对收入的影响＝(本期度销售数量－上期销售数量)×上期销售均价；售价变动对收入的影响＝(本期单位售价－上期单位售价)×本期销售数量；2020 年 1-6 月销量变动、售价变动及合计收入变动影响系将 2019 年度简单折算半年数计算。

2018 年度，公司水刺非织造材料销售收入较上年度下降 5,049.75 万元，主要系：行业竞争方面。行业内对水刺非织造材料的投资在 2016 年开始增加，2017 年达到阶段性高点，新增加产能在 2018 年陆续释放，对国内非织造材料行业的供给数量产生较大影响，使得市场竞争激烈，销售价格有所下降；自用和外销产能分配方面。公司为生产湿干巾领用的水刺非织造材料数量增加，导致对外销售数量略有下降。2018 年度销售均价和销售数量均有所下滑，因而销售收入较 2017 年度下降。

2019 年度，公司水刺非织造材料销售收入较上年度上升 879.91 万元，主要系公司水刺非织造材料产能大幅提升，产量较 2018 年度增加 9,462.94 吨，对外销量也较 2018 年度增加 5,655.39 吨。销量变动对收入的影响为 8,484.21 万元，减少了因销售均价下降和自产领用量增加对销售收入的影响。

2020 年 1-6 月，由于新冠肺炎疫情蔓延，消费者对个人卫生和防护愈加重视，尤其对消毒用酒精湿巾的需求明显增加。公司水刺非织造材料是生产酒精湿巾等一次性卫生消毒用品的基材，为满足终端消费者需求，下游护理用品生产企

业增加向本公司采购，销量增长带动当期收入增长。

2）纺粘非织造材料收入变动分析

2017 年度、2018 年度和 2019 年度，公司纺粘非织造材料销售收入分别为 18,430.40 万元、28,337.11 万元和 29,826.10 万元，2018 年度和 2019 年度同比增幅分别为 53.75%和 5.25%。2020 年 1-6 月，纺粘非织造材料销售收入为 101,132.71 万元。报告期内，纺粘非织造材料的销售数量、均价情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
销售数量(吨)	19,943.28	26,047.20	24,135.47	16,543.17
单位售价(元/吨)	50,710.16	11,450.79	11,740.86	11,140.79
销售收入	101,132.71	29,826.10	28,337.11	18,430.40
销量变动对收入的影响	7,923.58	2,244.54	8,458.42	-
售价变动对收入的影响	78,296.06	-755.55	1,448.29	-
合计收入变动	86,219.64	1,489.00	9,906.71	-

注：销量变动对收入的影响＝(本期度销售数量－上期销售数量)×上期销售均价；售价变动对收入的影响＝(本期单位售价－上期单位售价)×本期销售数量；2020 年 1-6 月销量变动、售价变动及合计收入变动影响系将 2019 年度简单折算半年数计算。

从上表可以看出，2018 年度和 2019 年度纺粘非织造材料销售收入的增长主要系销量增长所带动，2018 年度和 2019 年度销量的增长对销售收入的贡献分别为 8,458.42 万元和 2,244.54 万元。纺粘非织造材料 2018 年度销量大幅增加主要系 2017 年 9 月广东金三发纺粘生产线投产并实现销售，对 2018 年度营业收入贡献 9,079.23 万元。

2020 年 1-6 月，公司纺粘非织造材料产品销售收入较上年度大幅增长，主要系受疫情影响，口罩、防护服和手术服等防护物资需求急剧增加。公司的纺粘非织造材料作为生产该等防护物资的必备原材料，受供求失衡以及市场信息不对称的影响，销售价格随市场因素上涨，是销售收入大幅增长的重要因素。

3）湿干巾

报告期内，公司湿干巾的销售数量、销售均价及其对销售收入的影响情况如下：

单位：万元

湿干巾	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度

销售数量(万片)	535,828.09	661,556.60	367,206.72	210,751.80
销售均价(元/万片)	559.12	503.95	460.96	452.70
销售收入	29,959.30	33,339.44	16,926.94	9,540.66
销量变动对收入的影响	10,333.48	13,568.50	7,082.66	-
售价变动对收入的影响	2,956.17	2,844.00	303.63	-
合计收入变动	13,289.65	16,412.50	7,386.28	-

注：销量变动对收入的影响＝(本期度销售数量－上期销售数量)×上期销售均价；售价变动对收入的影响＝(本期单位售价－上期单位售价)×本期销售数量；2020 年 1-6 月销量变动、售价变动及合计收入变动影响系将 2019 年度简单折算半年数计算。

如上表所示，报告期内公司湿干巾业务收入增长主要系销量变动引起，系由于随着消费者卫生和健康理念的提升，湿干巾产品凭借消毒卫生、便捷易带的特点深受到消费者欢迎，已逐渐成为家庭必备的刚需消耗品之一。2020 年初的疫情爆发进一步刺激了湿干巾市场的消费需求，使湿干巾市场迎来新的增长点，需求量大幅提升。

2.列表对比并披露公司主要产品价格和同行业公司产品价格或市场价格是否存在较大差异，如是，请说明原因及合理性。

公司主要产品价格与同行业公司或市场价格比较

(1)水刺非织造材料

报告期内，公司水刺非织造材料销售价格与同行业公司比较情况如下：

单位：元/吨

公司	2019 年度	2018 年度	2017 年度
金春股份	13,411.88	14,323.41	14,656.24
诺邦股份	13,727.81	15,662.03	18,938.92
稳健医疗	11,168.62	12,824.40	12,065.70
行业平均水平	12,769.44	14,269.95	15,220.29
发行人	13,295.97	15,002.00	15,627.11

注：同行业公司未披露 2020 年 1-6 月数据，故未进行比较。

2017 年度至 2019 年度，公司水刺非织造材料的销售均价分别为 15,627.11 元/吨、15,002.00 元/吨、13,295.97 元/吨，销售价格低于诺邦股份，略高于金春股份和稳健医疗，处于行业中间水平。

公司纺粘非织造材料的同行业公司延江股份和欣龙控股均未单独披露产量，

无法计算同行业公司销售价格，且纺粘非织造材料无公开市场报价，故未进行比较。

(2)湿干巾

报告期内，公司湿干巾销售价格与同行业公司比较情况如下：

单位：元/万片

公司	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
洁雅股份	568.92	621.54	598.03	607.88
稳健医疗	-	2,459.48	2,623.91	2,602.02
本公司	559.12	503.95	460.96	452.70

注：稳健医疗未披露 2020 年 1-6 月数据，故未进行比较。

报告期内，公司湿干巾产品销售价格与接近洁雅股份，低于稳健医疗，主要系稳健医疗销售的湿干巾产品均为自主品牌，且以成本较高的棉花为主要原料，因而售价较高；洁雅股份湿干巾以 ODM 为主，业务附加值较高，销售价格略高于本公司。

（二）结合报告期内直铺水刺和交叉水刺销售单价、销售金额和销售占比，量化分析并披露水刺非织造材料价格变动原因，补充说明铺水刺和交叉水刺在工艺、技术先进性、原材料、下游应用方面的差异。

1.结合报告期内直铺水刺和交叉水刺销售单价、销售金额和销售占比，量化分析并披露水刺非织造材料价格变动原因

(1)水刺非织造材料

报告期内，公司水刺非织造材料单位售价及单位成本变动对毛利率变动的影响因素分析如下：

单位：元/吨

项目	2020 年 1-6 月			2019 年度			2018 年度			2017 年度
	金额	增长额	增长率	金额	增长额	增长率	金额	增长额	增长率	金额
单位售价	14,295.77	999.80	7.52%	13,295.97	-1,706.03	-11.37%	15,002.00	-625.11	-4.00%	15,627.11
单位成本	9,297.84	-1,324.31	-12.47%	10,622.15	-1,488.94	-12.29%	12,111.09	156.49	1.31%	11,954.60
毛利率	34.96%	14.85%	73.85%	20.11%	0.84%	4.36%	19.27%	-4.23%	-18.00%	23.50%

按照生产工艺不同，公司水刺非织造材料可分为直铺水刺和交叉水刺。一般而言，直铺水刺的生产效率快、产量高，售价相对较低；交叉水刺生产工艺更为

复杂、产量较低，售价相对较高。

报告期内，公司水刺非织造材料的单位售价分别为 15,627.11 元/吨、15,002.00 元/吨、13,295.97 元/吨和 14,295.77 元/吨，毛利率分别为 23.50%、19.27%、20.11%和 34.96%，售价和毛利率波动的主要原因系：

1)单位售价变动情况

报告期内，公司直铺水刺和交叉水刺的销售情况及占比如下：

单位：元/吨

水刺非织造材料	直铺水刺			交叉水刺			合计	
	销售额	销量占比	单价	销售额	销售占比	单价	销售额	单价
2020 年 1-6 月	35,203.26	84.76%	13,500.31	8,777.20	15.24%	18,719.60	43,980.46	14,295.77
2019 年度	48,690.03	87.20%	12,526.67	10,574.35	12.80%	18,538.20	59,264.38	13,295.97
2018 年度	45,413.89	82.36%	14,168.83	12,970.58	17.64%	18,891.48	58,384.47	15,002.00
2017 年度	45,175.51	75.68%	14,705.77	18,258.70	24.32%	18,493.86	63,434.22	15,627.11

报告期内，公司直铺水刺销售单价分别为 14,705.77 元/吨、14,168.83 元/吨、12,526.67 元/吨和 13,500.31 元/吨，呈先降后升的趋势；交叉水刺的销售单价分别为 18,493.86 元/吨、18,891.48 元/吨、18,538.20 元/吨和 18,719.60 元/吨，基本保持稳定。报告期内，公司水刺非织造材料的销售单价变动主要系直铺水刺的销量占比和销售单价变动引起，具体如下：

2018 年和 2019 年度，公司陆续投产直铺水刺生产线水刺 10 号线和水刺 11 号线，使得直铺水刺产能分别较上年提升 9,700 吨和 10,000 吨，直铺水刺产品产量占比上升，销量占比分别较上年同期增加 6.68%和 4.84%；此外，由于消费者习惯、偏好等原因，公司湿干巾生产领用水刺非织造材料主要为交叉水刺。随着报告期内公司湿干巾 OEM 业务迅速发展，自主品牌湿干巾的交叉水刺用量也逐年增加。因此，直铺水刺产能产量逐年提升及生产领用交叉水刺数量增加等因素影响，公司售价较低的直铺水刺收入占比上升，整体售价有所下降。

2020 年 1-6 月，受疫情影响，消费者防护意识加强，对清洁湿巾、消毒湿巾的需求上升。公司水刺非织造材料作为湿干巾的基材，也在一定程度上市场需求上升，销售价格有所上涨。

2.说明直铺水刺和交叉水刺在工艺、技术先进性、原材料、下游应用方面的差异

按照成网方式不同，公司的水刺非织造材料可分为直铺水刺和交叉水刺，具体差异情况如下：

项目	直铺水刺	交叉水刺
工艺技术	直铺技术目前由梳理机采用凝聚技术或杂乱技术将纤维梳理成纤网，可根据所需纤网的厚度将梳理机串联排列，铺叠成一定厚度的纤网，纤网输出后直接进入水刺工序，经高压水流来回穿插以固结	交叉技术在梳理机后配置铺网机，如通过“两梳一铺”配置形成半交叉纤网，梳理机输出的纤维网与铺网机成一定角度作往复运动形成纤网，纤网输出后进入水刺工序，经高压水流来回穿插以固结
技术先进性	直铺工艺下只配置梳理机，无需经过铺网环节，使得生产流程短，设备少，生产速度高	交叉工艺下需要同时配置梳理机和铺网机，纤维经梳理后还需经过铺网环节，使得生产流程长，设备较多，生产速度低
	直铺工艺和交叉工艺虽然在生产流程、设备和生产速度上有所差异，但两条技术路径为互补关系，不存在优劣之分，每种技术路径各有技术特点，生产的产品性能不同，面向不同的消费群体和偏好	
原材料	主要原料均为涤纶短纤和粘胶短纤，根据客户用途及需要确定主要原料的用量占比。	
克重范围	克重较低，一般为 20～40g/㎡	克重较高，一般为 40~90g/㎡
纵横向强力比为	6：1～3：1	2：1～1.5：1
技术特点	适用于纵横向强力比要求不高的低面密度水刺非织造材料的生产，具有生产速度快、产量高的特点。	适用于纵横向强力比要求高或要求高克重的水刺非织造材料的生产，生产速度较低、产量较低。
主要应用领域	湿巾	湿巾、干巾、面膜

直铺水刺和交叉水刺均可作为湿干巾的基材，根据不同地区消费者偏好、习惯等因素，公司向国外客户销售的湿巾多采用直铺水刺；国内客户销售的湿巾和干巾采用以交叉水刺为主。

（三）补充披露报告期内分季度收入情况，是否存在季节性，是否存在 11 月、12 月销售金额较高的情况，如是，请说明原因及合理性，发行人是否存在跨期确认收入的情形

1.补充披露报告期内分季度收入情况，是否存在季节性，是否存在 11 月、12 月销售金额较高的情况，如是，请说明原因及合理性

2017 年度至 2019 年度，公司主营业务收入分季度分布情况如下：

单位：万元

项目	2019 年度	2018 年度	2017 年度

	金额	占比	金额	占比	金额	占比
一季度	26,644.58	20.34%	22,704.28	19.83%	20,110.05	20.02%
二季度	31,337.77	23.93%	27,880.11	24.35%	25,833.11	25.71%
三季度	32,887.81	25.11%	28,304.47	24.72%	24,336.54	24.22%
四季度	40,110.79	30.62%	35,599.72	31.09%	30,184.24	30.04%
合计	130,980.96	100.00%	114,488.58	100.00%	100,463.94	100.00%

如上表所示，2017 年度至 2019 年度，受春节假期影响，公司一季度收入占全年收入比重较低；二季度和三季度收入占比较为接近；四季度收入占比在 30%左右，不存在明显的季节性差异。

公司四季度收入中略高于全年平均水平，主要原因如下：

单位：万元

四季度收入	2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
10 月	13,077.09	9.98%	11,762.17	10.27%	10,010.30	9.96%
11 月	13,344.69	10.19%	12,625.81	11.03%	10,952.93	10.90%
12 月	13,689.02	10.45%	11,211.74	9.79%	9,221.02	9.18%
合计	40,110.80	30.62%	35,599.72	31.09%	30,184.24	30.04%
年度平均数	10,915.08		9,540.72		8,372.00	

公司非织造材料主要用于生产湿干巾、纸尿裤等快消品，该类产品在每年“双十一”、“双十二”电商购物节活动中销售金额较大，公司护理用品 OEM 客户及非织造材料客户会在每年 10 月、11 月增加向公司的采购以满足其销售需求。同时，考虑到春节假期影响，客户为确保生产经营稳定性，一般选择在 12 月进行适当备货，因而四季度收入占比略高于平均水平。

2020 年一季度和二季度，公司主营业务收入分别为 48,696.40 万元和 138,135.06 万元，占当期主营业务收入的比重分别为 26.06%和 73.94%。

2.发行人是否存在跨期确认收入的情形

针对公司在报告期是否存在跨期确认收入的情形，我们实施了如下主要核查程序：

(1) 检查资产负债表日前后销售和发货情况，关注是否存在销售异常波动情

况；

(2) 针对公司不同的销售模式并结合公司收入确认政策，分别执行了以下具体的截止性测试程序：

① 境内非织造材料销售：选取资产负债表日前后 10 天的出库明细，对对应的销售订单、销售发票、出库单、客户签收记录、对账单、账面记录等信息进行双向核对；

② 境内护理产品自有品牌线上销售：选取主要线上自营店铺获取报告期所有线上交易流水及结算单，检查实际收款金额或结算金额，并与收入确认金额进行核对；同时，结合 IT 技术，选取各资产负债表日最后 15 天的电商出库单，与支付宝等电商平台流水进行核对，找出各期末最后 15 天的电商出库单没有在当期收款且无退款的出库单对应的商品成本，并与账面保留的各店铺发出商品成本进行比对；

③ 境内护理产品 OEM 销售：选取资产负债表日前后 1 个月的销售记录，对对应的销售订单、出库单、客户签收记录、对账单、账面记录等信息进行双向核对；

④ 境内护理产品经销商销售：选取资产负债表日前后 1 个月的销售记录，对对应的销售订单、出库单、客户签收记录、对账单、账面记录等信息进行双向核对；

⑤ 境外销售：选取资产负债表日前后 1 个月的销售记录，并与对应的出库单、出口报关单、货运提单等信息进行双向核对；

(3) 检查各报告期后销售退回情况，检查是否存在资产负债表日不满足收入确认条件的情况；

(4) 结合应收账款函证，以抽样方式向主要客户函证报告期内销售额；对主要客户实施访谈等核查程序。

经核查，我们认为，发行人报告期内不存在跨期确认收入的情形。

（四）结合主要合同条款补充说明发行人收入确认时点与合同约定是否一致，是否存在不符的情形，按收入确认原则补充披露报告期内主营业务收入构成；说明内销配送至客户指定收货地点，定做单是否取得客户签收，风险和报酬或控制权是否已转移；电商平台销售以快递签收七天后确认收入和同行业上

市公司或其他通过电商销售的上市公司的收入确认原则是否存在较大差异。

1.收入确认时点与合同约定一致

公司收入确认时点主要分为：对于内销产品，由公司负责发运方式，在客户签收后确认收入；由客户自提方式，公司在客户签收提货后确认收入；电商平台销售模式的，公司在客户快递签收七天后确认收入；对于外销产品，公司在产品报关、离港，取得提单后，确认收入。

公司主要合同条款收入确认时点与合同约定情况一致的判断依据如下表所示：

收入确认时点	前五客户名称	合同约定	收入确认时点	是否一致
内销产品，由公司负责发运：在客户签收后确认收入	广东昱升个人护理用品股份有限公司	交货地址：佛山市南海区西樵镇科技工业园广兴路 1 号；货到买方指定交货工厂后，由买方人员按相关包装要求及质量协议标准进行检验，检验合格后收货，检验不合格的不予以收货等。	签收后确认	是
	深圳市比亚迪供应链管理有限公司	交货地点：买方仓库；质量负责期限：如买方对产品质量有异议，到货后一周内，买方应向卖方以书面形式提出。	签收后确认	是
	金红叶纸业集团有限公司	卖方将产品交付至买方指定的地址，买方对产品数量核对无误后入库。	签收后确认	是
	可优比母婴用品有限公司	货物风险自交至买方指定地点，由买方工作人员签收后，转移至买方。	签收后确认	是
	北京京东世纪信息技术有限公司	卖方负责在指定日期将产品运输至买方指定地点交由买方进行验收入库，买方验收入库前的一切风险及运输费用均由卖方承担。	签收后确认	是
内销产品，由客户自提：在客户签收提货后确认收入	杭州贝咖实业有限公司（babycare）	卖方在双方约定时间内将订单产品运送至买方指定的收货地址，由买方根据双方签样样品作为验收标准对产品进行验收，买方完成验收后即视为卖方完成对本合同项下商品向买方的交付，商品交付后，商品及商品相关的所有权利、义务、风险、责任均转移至买方。补充协议约定：如买方因自身仓库存储紧张等原因需要卖方代为存储及保管相应采购订单产品的，买方将按卖方的《销售出库单》确认卖方已交付的产品，交付后	签收提货后确认	是

		产品所有权归买方所有。		
	郑州万神山卫材有限公司	交货地点：卖方仓库，买方自提。	签收提货后确认	是
	安慕斯科技有限公司	买方自提	签收提货后确认	是
	上海美馨卫生用品有限公司	买方自提，装车由卖方负责。	签收提货后确认	是
	苏州市如福纺织科技有限公司	交货地点：卖方仓库，买方自提。	签收提货后确认	是
外销产品：产品报关、离港，取得提单后，确认收入	韩国 AJ	采用 CIF 贸易方式	在产品报关、离港，取得提单后确认	是
	美国 USN	采用 FOB 贸易方式	在产品报关、离港，取得提单后确认	是
	HANUL CO.,LTD	采用 CIF 贸易方式	在产品报关、离港，取得提单后确认	是
	ASIA-LIFE LLC	采用 FOB 贸易方式	在产品报关、离港，取得提单后确认	是
	印尼 WZ	采用 CIF 贸易方式	在产品报关、离港，取得提单后确认	是

注：客户系选取 2020 年 1-6 月不同收入确认时点销售前五客户。

综上所述，公司收入确认时点与合同约定情况一致，不存在不符的情形。

2.主营业务收入按收入确认原则分类

报告期内，公司主营业务收入按不同收入确认原则分类情况如下：

单位：万元

产品及业务	配送方式	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
非织造材料、护理用品自主品牌经销、母婴店及 OEM 业务	公司配送至客户指定收货地点	47,795.56	56,967.06	57,481.91	52,381.63
	客户自提	105,181.44	23,649.75	12,806.21	4,954.47
护理用品电商平台	公司快递至客户指定收货地点	3,819.96	6,394.39	3,843.59	3,789.04
非织造材料、护理用品 OEM 业务	公司配送至出关港口	30,034.50	43,969.76	40,356.87	39,338.80
合计		186,831.46	130,980.96	114,488.58	100,463.94

3.内销配送至客户指定收货地点客户签收情况

公司内销配送至客户指定收货地点的流程主要是：物流部门根据销售部门的发货审批单，组织实施产品销售发货及物流车辆调度；货物装车后出厂前，仓库部在 K3 软件中根据发货通知单开具产品出库单/销售出库单(即定做单)；货物送

达客户指定收货地点后，由客户相应负责人在产品出库单/销售出库单上签字确认。物流公司将客户签收的单据送回公司并结算运费。

产品类别	年度	签收单名称	是否签收	风险和报酬或控制权是否已转移
非织造材料	2020 年 1-6 月	产品出库单	是	是
	2019 年度	产品出库单	是	是
	2018 年度	产品出库单	是	是
	2017 年度	产品出库单	是	是
护理用品	2020 年 1-6 月	销售出库单	是	是
	2019 年度	销售出库单	是	是
	2018 年度	销售出库单	是	是
	2017 年度	销售出库单	是	是

注：babycare2020 年自提部分为发货明细单上签收确认。

4.同行业或通过电商销售的上市公司的收入确认原则

同行业公司中，稳健医疗和豪悦护理存在通过电商平台销售的情况；选取主要通过电商平台实现销售的上市公司三只松鼠进行对比，具体情况如下：

公司名称	主要产品	收入确认原则
稳健医疗	产品包括纯棉柔巾、全棉表层卫生巾、纯棉湿巾等无纺类消费品及婴童用品、婴童服饰、成人服饰等纺织类消费品。	以客户确认交易完成时点为销售收入的确认时间(即以客户在电商平台上主动确认收货的时点和发货后电商平台经过一定期限自动确认收货的时点中较早者确认收入)。
豪悦护理	主要产品涵盖婴儿纸尿裤、成人纸尿裤、经期裤、卫生巾、湿巾等一次性卫生用品。	线上自营：客户通过电商平台向公司下单，公司收到客户订单后发货，根据发货及交付客户的快递数据计算平均到货期为 3 天，公司在发货后 10 天确认收入。
三只松鼠	主要产品为炒货食品、坚果、果干、烘焙、肉制品等休闲食品	客户通过网上平台向公司下单，公司收到客户订单后发货，根据发货及交付客户的快递数据计算平均到货期为 4 天，公司在发货后 4 天确认收入。
本公司	公司的主要产品包括非织造材料和护理用品两大类，其中护理用品主要包括湿干巾和纸尿裤等一次性卫生用品。	消费者将货款支付至电商平台，公司在客户快递签收七天后确认收入。

公司的收入确认时点为客户签收后七天，主要系考虑消费者权益保护法关于七日无理由退货的规定，豪悦护理收入确认时点为发货后 10 天确认收入，剔除

平均到货期 3 天；稳健医疗根据消费者确认收货、电商账户收到货款时确认收入；三只松鼠为发货后 4 天确认收入。

电商平台一般在快递发货后 10 天内自动确认收货，即稳健医疗电商平台收入确认时点在快递发货后 10 天内；豪悦护理为发货后 10 天(一般为快递签收后 7 天)；公司为快递签收后 7 天；三只松鼠为快递签收后 4 天。公司收入确认时点与豪悦护理和稳健医疗基本一致。

综上，公司电商平台销售收入确认原则和确认时点与同行业或通过电商销售的上市公司不存在较大差异。

(五)补充说明 2020 年 1-6 月其他护理用品销售收入大幅增长的原因，发行人对其他护理用品未来发展规划。

报告期内，公司其他护理用品销售收入分别为 184.01 万元、193.98 万元、41.48 万元和 1,431.55 万元，其中 2020 年 1-6 月其他护理用品销售收入大幅增长，主要原因系公司销售口罩实现收入 1,122.83 万元。

公司 2020 年 1-6 月销售口罩的原因系基于国内“新冠肺炎”疫情爆发、省内防疫物资短缺的背景，响应政府号召以自产纺粘非织造材料积极开展口罩销售业务。随着国内疫情基本得到控制，口罩市场供需恢复平衡，公司已停止口罩销售业务。

(六) 核查程序及核查意见

1.针对上述事项，我们主要执行了以下的核查程序：

(1) 按月度获取发行人报告期内非织造材料和护理用品各细分产品的销售数量及销售收入，计算报告期内非织造材料和护理用品的销售价格及变动情况。

(2) 获取同行业公司招股说明书、年度报告等公开信息披露，对比纺粘非织造材料、水刺非织造材料以及湿干巾销售价格及与发行人对应产品的差异，结合同行业公司业务模式、产品定位等分析销售价格差异的合理性。

(3) 获取水刺非织造材料的相关行业资料，了解直铺水刺和交叉水刺在工艺、技术先进性、原材料、下游应用领域等方面的差异；向发行人主要生产技术人员了解不同生产工艺对设备效率、能耗及工时等方面差异，以及产品特性的差异及下游应用的差异性。

(4) 分类汇总发行人报告期内月度、季度收入情况，核查是否存在异常月度或季度收入占比较高的情形；向发行人了解下游客户和终端消费者的购买习惯、行业惯例及同行业情况，分析发行人各季度收入波动的合理性。

(5) 获取同行业公司招股说明书，并对比分析其收入是否存在季节性，收入季度波动与发行人的一致性。

(6) 检查资产负债表日前后销售和发货情况，关注是否存在销售异常波动情况。

(7) 针对公司不同的销售模式并结合公司收入确认政策，分别执行了以下具体的截止性测试程序：

1)境内非织造材料销售：选取资产负债表日前后 10 天的出库明细，对对应的销售订单、销售发票、出库单、客户签收记录、对账单、账面记录等信息进行双向核对；

2)境内护理产品自有品牌线上销售：选取主要线上自营店铺获取报告期所有线上交易流水及结算单，检查实际收款金额或结算金额，并与收入确认金额进行核对；同时，结合 IT 技术，选取各资产负债表日最后 15 天的电商出库单，与支付宝等电商平台流水进行核对，找出各期末最后 15 天的电商出库单没有在当期收款且无退款的出库单对应的商品成本，并与账面保留的各店铺发出商品成本进行比对；

3)境内护理产品 OEM 销售：选取资产负债表日前后 1 个月的销售记录，对对应的销售订单、出库单、客户签收记录、对账单、账面记录等信息进行双向核对；

4)境内护理产品经销商销售：选取资产负债表日前后 1 个月的销售记录，对对应的销售订单、出库单、客户签收记录、对账单、账面记录等信息进行双向核对；

5)境外销售：选取资产负债表日前后 1 个月的销售记录，对对应的出库单、出口报关单、货运提单等信息进行双向核对。

(8) 检查各报告期后销售退回情况，检查是否存在资产负债表日不满足收入确认条件的情况。

(9) 查阅通过电商销售的同行业上市公司的收入确认原则，并与发行人收入确认方法对比是否存在重大差异。

(10) 获取发行人其他护理用品销售明细，核查 2020 年 1-6 月收入增长的主要内容及原因；访谈发行人实际控制人严华荣，了解发行人对其他护理用品未来发展规划。

2.核查结论

经上述核查，我们认为：

(1) 发行人主要产品价格和同行业公司产品价格或市场价格不存在重大差异。

(2) 报告期内，发行人主营业务收入整体不存在明显的季节性波动；发行人 11 月、12 月销售金额较高具有合理性，不存在跨期确认收入的情形。

(3) 发行人收入确认时点与合同约定一致，不存在不符的情形；内销配送至客户指定收货地点，签收单取得客户签收，风险和报酬或控制权已转移；公司电商业务的收入确认原则与同行业或通过电商销售的上市公司的收入确认原则不存在较大差异。

3.并说明公司收入核查情况，包括核查方式、过程、比例和结论，并对核查的充分性发表明确意见

(1) 对于公司收入核查，我们主要履行了如下核查程序：

1)了解与收入确认相关的关键内部控制，评价其设计和执行是否有效，并测试相关内部控制运行的有效性。

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

3)对营业收入及毛利率按月度、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，并分析波动原因。

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、订单、销售发票、出库单、签收记录等；对于出口收入，获取海关询证数据并与账面记录核对，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)结合应收账款函证，以抽样方式向主要客户函证本期销售额；对主要客户实施实地走访、视频访谈等核查程序；报告期内，我们对发行人主要客户函证、走访及抽查销售回款单据情况如下：

①函证情况

项目	2020年1-6月	2019年度	2018年度	2017年度
发函金额(万元)	55,189.06	47,345.63	39,192.22	27,743.15
回函金额(万元)	32,470.22	30,773.92	22,437.27	13,778.75
回函比例	58.83%	66.45%	60.02%	51.72%

②走访情况

项目	2020年1-6月	2019年度	2018年度	2017年度
主营业务收入(万元)	186,831.46	130,980.96	114,488.58	100,463.94
访谈确认金额(万元)	57,707.70	61,569.22	59,039.04	48,360.99
其中：视频访谈确认(万元)	9,337.01	20,674.00	23,768.16	21,143.82
确认比例	30.89%	47.01%	51.57%	48.14%

③销售回款单据抽查情况

项目	2020年1-6月	2019年度	2018年度	2017年度
抽查金额(万元)	53,593.77	41,358.82	39,802.11	30,454.40
销售商品、提供劳务收到的现金(万元)	196,059.93	120,925.35	109,570.23	92,538.21
抽查比例	27.34%	34.20%	36.33%	32.91%

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库单、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。

7)分析并核查主要客户及变化情况，对主要客户了解其基本情况并进行实地走访，以确认销售收入金额以及与优全护理公司是否存在关联关系。

8)从电子口岸系统获取出口数据，同时向海关函证公司报告期内出口销售收入，并与公司的境外销售收入进行匹配性分析。

9)检查与营业收入相关的信息是否已在财务报表中作出恰当列报。

10)查询同行业可比公司相关资料，并与公司进行对比分析。

(2)经核查，我们认为：

1)公司收入确认时点与合同约定一致，不存在不符情形。

2)公司内销配送至客户指定收货地点，客户在销售出库单上签收后，风险和报酬或控制权转移到客户。

3)公司电商平台销售以快递签收七天后确认收入和同行业上市公司或其他

通过电商销售的上市公司的收入确认原则不存在较大差异。

七、问题 16. 关于非织造材料销售

申报文件显示：

(1)公司非织造材料销售以直销模式为主，贸易模式为辅，上述两种模式均为卖断式销售，公司对于贸易客户的销售区域、销售价格不设定限制。

(2)近年来，水刺非织造材料由于工艺先进、无化学粘合剂、产品规格丰富、应用领域广泛，成为非织造材料行业发展速度最快的产品。

(3)水刺设备对产品质量稳定性的关联度高达 85%以上，水刺非织造材料生产线自动化水平非常必要。

请发行人：

(1)补充说明发行人主要贸易客户的情况，与发行人控股股东、实际控制人及其他关联方是否存在关联关系，向贸易类客户和直销客户销售同类产品是否存在价格、毛利率差异，主要贸易类客户终端销售情况。

(2)补充说明发行人水刺非织造材料销售占比呈下滑趋势，纺粘非织造材料销售占比呈上升趋势的原因，和市场发展趋势是否一致。

请申报会计师就问题(1)、(2)发表明确意见。

(一) 补充说明发行人主要贸易客户的情况，与发行人控股股东、实际控制人及其他关联方是否存在关联关系，向贸易类客户和直销客户销售同类产品是否存在价格、毛利率差异，主要贸易类客户终端销售情况

1.报告期内，各期前十大非织造材料贸易客户销售情况如下：

期间	序号	客户名称	主要内容	所在地区	销售额(万元)	占营业收入比例(%)	截至本回复报告出具日终端销售情况
2020 年 1-6 月	1	KS NONWOVEN CO.,LTD	水刺非织造材料	中国·香港	685.98	0.36	已全部实现终端销售
	2	长兴艾斯古德贸易有限公司	水刺非织造材料	中国·浙江	657.37	0.35	已全部实现终端销售
	3	安徽省技术进出口股份有限公司	水刺非织造材料	中国·安徽	611.59	0.33	已全部实现终端销售
	4	长兴环达玻璃纤维制造有限公司	熔喷布口罩	中国·浙江	597.04	0.32	已全部实现终端销售
	5	浙江冠晟新材料科技有限公司	熔喷布水刺	中国·浙江	401.67	0.21	已全部实现终端销售
	6	巴西 PRIME	水刺非织造材料	巴西	374.00	0.20	已全部实现终端销售
	7	成都志信诚义商贸有限公司	熔喷布纺粘	中国·四川	344.37	0.18	已全部实现终端销售

	8	越南 CAT	纺粘 水刺	越南	299.15	0.16	已全部实现终端销售
	9	宁波云悦国际贸易有限公司	熔喷布 纺粘	中国·浙江	270.84	0.14	已全部实现终端销售
	10	广东饰外医疗科技有限公司	熔喷布 纺粘	中国·广东	222.82	0.12	已全部实现终端销售
	合计				4,464.83	2.37	
期间	序号	客户名称	主要内容	所在地区	销售额(万元)	占营业收入比例(%)	截至本回复报告出具日终端销售情况
2019 年度	1	墨西哥 LP	纺粘 水刺	墨西哥	1,109.09	0.84	已全部实现终端销售
	2	巴西 PRIME	纺粘 水刺	巴西	1,021.81	0.78	已全部实现终端销售
	3	长兴艾斯古德贸易有限公司	水刺非织造材料	中国·浙江	986.58	0.75	已全部实现终端销售
	4	越南 CAT	纺粘 水刺	越南	865.84	0.66	已全部实现终端销售
	5	安徽省技术进出口股份有限公司	水刺非织造材料	中国·安徽	705.97	0.54	已全部实现终端销售
	6	GBS TRADE CO., LTD	水刺非织造材料	韩国	571.73	0.43	已全部实现终端销售
	7	泉州兴远供应链管理有限公司	纺粘非织造材料	中国·福建	468.16	0.36	已全部实现终端销售
	8	泉州市共赢进出口有限责任公司	纺粘非织造材料	中国·福建	430.17	0.33	已全部实现终端销售
	9	VINATOKEN CO.,LTD	水刺非织造材料	越南	421.74	0.32	已全部实现终端销售
	10	上海桂智贸易有限公司	纺粘非织造材料	中国·上海	415.52	0.32	已全部实现终端销售
	合计				6,996.61	5.33	
期间	序号	客户名称	主要内容	所在地区	销售额(万元)	占营业收入比例(%)	截至本回复报告出具日终端销售情况
2018 年度	1	巴西 PRIME	纺粘 水刺	巴西	907.50	0.79	已全部实现终端销售
	2	GBS TRADE CO., LTD	水刺非织造材料	韩国	857.73	0.75	已全部实现终端销售
	3	越南 CAT	纺粘非织造材料	越南	742.47	0.64	已全部实现终端销售
	4	长兴艾斯巴达进出口有限公司	水刺非织造材料	中国·浙江	551.71	0.48	已全部实现终端销售
	5	墨西哥 LP	纺粘 水刺	墨西哥	509.75	0.44	已全部实现终端销售
	6	VINATOKEN CO.,LTD	水刺非织造材料	越南	454.06	0.39	已全部实现终端销售
	7	安徽省技术进出口股份有限公司	水刺非织造材料	中国·安徽	381.05	0.33	已全部实现终端销售
	8	上海桂智贸易有限公司	纺粘非织造材料	中国·上海	367.83	0.32	已全部实现终端销售
	9	泉州兴远供应链管理有限公司	纺粘非织造材料	中国·福建	302.05	0.26	已全部实现终端销售
	10	越南 ANH	水刺非织造材料	越南	299.79	0.26	已全部实现终端销售
	合计				5,373.94	4.67	
期间	序号	客户名称	主要内容	所在地区	销售额(万元)	占营业收入比例(%)	截至本回复报告出具日终端销售情况

2017 年度	1	越南 CAT	纺粘水刺	越南	1,222.06	1.21	已全部实现终端销售
	2	VINATOKEN CO.,LTD	水刺非织造材料	越南	988.38	0.98	已全部实现终端销售
	3	巴西 PRIME	纺粘水刺	巴西	723.11	0.72	已全部实现终端销售
	4	PNT CO., LTD	水刺非织造材料	韩国	543.99	0.54	已全部实现终端销售
	5	越南 ANH	纺粘水刺	越南	435.41	0.43	已全部实现终端销售
	6	墨西哥 LP	纺粘水刺	墨西哥	397.60	0.39	已全部实现终端销售
	7	CHUNWOO GLOTEX CO., LTD.	水刺非织造材料	韩国	372.85	0.37	已全部实现终端销售
	8	TOYOTA TSUSHO CORPORATION	水刺非织造材料	日本	342.89	0.34	已全部实现终端销售
	9	上海桂智贸易有限公司	纺粘水刺	中国·上海	323.81	0.32	已全部实现终端销售
	10	泉州市共赢进出口有限责任公司	纺粘非织造材料	中国·福建	298.46	0.30	已全部实现终端销售
	合计				5,648.56	5.60	

[注]长兴艾斯古德贸易有限公司和长兴艾斯巴达进出口有限公司同受蒋雪梅和应宇翔控制，合并披露。

2.报告期内，各期前十大非织造材料贸易客户基本情况如下：

(1) 长兴艾斯古德贸易有限公司

统一社会信用代码	91330522MA2B6M6U7F
法定代表人	蒋雪梅
股权结构	蒋雪梅持股 60%，应宇翔持股 40%
注册资本	500 万元人民币
住　所	浙江省湖州市长兴县经济开发区欧宝办公楼 4 楼局部
经营范围	无纺布，纺织品、塑料粒子、工艺品(除文物、古玩、字画、邮品)、金属制品(除贵、稀及放射性金属)、耐火材料、建筑材料、预包装食品、装饰材料(危险化学品)、医疗器械、汽车零配件、煤炭(无储存)销售，货物进出口、技术进出口，报关代理服务。(依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动)
成立日期	2019-05-09
合作历史	2019 年开始合作
与发行人控股股东、实际控制人及其他关联方是否存在关联关系	否

股东蒋雪梅控制的长兴艾斯巴达进出口有限公司 2017 年前即与公司存在长期合作，因此长兴艾斯古德贸易有限公司设立后即成为公司主要贸易客户。

(2) 长兴艾斯巴达进出口有限公司

统一社会信用代码	91330522074006827H
法定代表人	蒋雪梅
股权结构	蒋雪梅持股 60%，应宇翔持股 40%
注册资本	20 万元人民币
住　所	长兴县雉城街道金陵中路 454 号一层 101
经营范围	货物进出口、技术进出口，无纺布，纺织品、塑料粒子、木制工艺品(除文物、古玩、字画、邮品)、金属制品(除贵、稀及放射性金属)、耐火材料、建筑材料、预包装食品、装饰材料(除油漆)、医疗器械、汽车零配件、煤炭(无储存)、润滑油销售，报关代理服务。(依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动)
成立日期	2013-07-12
合作历史	2017 年以前即开始合作
与发行人控股股东、实际控制人及其他关联方是否存在关联关系	否

(3) 安徽省技术进出口股份有限公司

统一社会信用代码	91340000148941384F
法定代表人	程峰
股权结构	安徽国贸集团控股有限公司持股 47.9487%，安徽顺安得企业管理中心(有限合伙)持股 17.3747%，安徽顺安易企业管理中心(有限合伙)17.2727%，安徽顺安舍企业管理中心(有限合伙)持股 16.7709%，左兵 0.6329%
注册资本	7900 万元人民币
住　所	安徽省合肥市长江西路 459 号
经营范围	自营和代理各类进出口业务以及相关产品的国内销售；食用农产品、预包装食品、乳制品(含婴幼儿配方乳粉)和危险化学品的进出口代理和自营销售；生鲜冻畜禽、水产品销售；汽车(不含小轿车)、医疗器械、燃料油、建材、钢材、煤炭、焦炭、焦沫、兰炭、煤焦油、洁净型煤、活性炭及其他煤制品销售；对外经济技术合作业务；境外工程承包；提供对外经济贸易咨询服务和房屋租赁业务；企业总部管理(含企业集团化管理)从事国际金融组织和外国政府贷款项目采购业务；水泥整厂建设及设备和原料销售。(依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动)
成立日期	1985-03-20
合作历史	2017 年开始合作
与发行人控股股东、实际控制人及其他关联方是否存在关联关系	否

(4) 长兴环达玻璃纤维制造有限公司

统一社会信用代码	91330522747035885D
法定代表人	严伟荣
股权结构	吴月环持股 60%，冯初英持股 40%
注册资本	50 万元人民币
住　所	浙江省长兴县雉城镇新兴工业园区
经营范围	玻璃纤维、服装辅料、非织造布、纺织品用纸管生产、加工、销售
成立日期	2003-02-24
合作历史	2017 年开始合作
与发行人控股股东、实际控制人及其他关联方是否存在关联关系	否

(5) 浙江冠晟新材料科技有限公司

统一社会信用代码	91330522323456299F
法定代表人	董晶晶
股权结构	谢枭持股 100%
注册资本	1000 万元人民币
住　所	浙江省湖州市长兴县雉城街道长安路 135 号 514 室
经营范围	一般项目：生物化工产品技术研发；产业用纺织制成品销售；针纺织品及原料批发；服装辅料销售；第一类医疗器械销售；第二类医疗器械销售；医用口罩批发；医护人员防护用品批发；针纺织品销售；纺织专用设备销售；专用化学产品销售(不含危险化学品)；化工产品销售(不含许可类化工产品)；生物基材料销售；橡胶制品销售；塑料制品销售；服装服饰批发；鞋帽批发；五金产品批发；日用百货销售；化妆品批发；劳动保护用品销售；办公设备耗材销售；技术服务、技术开发、技术咨询、技术交流、技术转让、技术推广(除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动)。许可项目：第三类医疗器械经营；货物进出口；技术进出口(依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动，具体经营项目以审批结果为准)。
成立日期	2014-11-18
合作历史	2018 年开始合作
与发行人控股股东、实际控制人及其他关联方是否存在关联关系	否

(6) 成都志信诚义商贸有限公司

统一社会信用代码	91510107MA62N0JQ96
法定代表人	王玉光
股权结构	王志伟持股 94%，李爽持股 5%，王玉光持股 1%
注册资本	500 万元人民币
住　所	成都市武侯区武侯大道顺江段 77 号 3 栋 14 楼 1、2 号
经营范围	销售：第二类医疗器械、第三类医疗器械、消毒用品、电子产品、机械设备及零配件、塑料制品、防护用品及材料、针纺织品及原料、化工原料(不含危险品)；医疗器械上门维修；企业营销策划；计算机软硬件技术开发、技术转让、技术咨询、技术咨询服务、医疗技术咨询服务；花卉苗木种植、销售、租赁；会务服务。(依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可展开经营活动)
成立日期	2016-11-30
合作历史	2020 年 2 月开始向本公司购买纺粘非织造材料
与发行人控股股东、实际控制人及其他关联方是否存在关联关系	否

(7) 宁波云悦国际贸易有限公司

统一社会信用代码	91330201674743580K
法定代表人	胡庆江
股权结构	浙江原邦材料科技有限公司持股 100%
注册资本	1000 万元人民币
住　所	宁波高新区沧海路 588 号 8-2 室
经营范围	自营或代理货物和技术的进出口，但国家限制经营或禁止进出口的货物和技术除外；消防设备、纺织原料及其产品、服装、工艺品、办公用品、日用品、化工原料及其产品、文具、建筑装饰材料、五金交电、机械设备、机械设备、有色金属、燃料油、电子产品、橡胶制品、模具、染料、汽车配件、塑料原料及制品的批发、零售；船舶及配件的销售；商品信息咨询。
成立日期	2008-06-24
合作历史	2020 年开始向本公司购买纺粘非织造材料
与发行人控股股东、实际控制人及其他关联方是否存在关联关系	否

(8) 广东饰外医疗科技有限公司

统一社会信用代码	91440111076525081H
法定代表人	周建华

股权结构	周建华持股 65%，唐召燕 35%
注册资本	3000 万元人民币
住　所	广州市白云区同德街粤溪北路 98 号 A1102 房
经营范围	生物产品的销售(不含许可经营项目);生物诊断试剂及试剂盒的销售(不含许可审批项目);保安器材销售;劳动防护用品批发;专用设备销售;缝制机械批发;电气机械设备销售;通用机械设备销售;宠物用品批发;编制、缝纫日用品批发;家居饰品批发;箱、包批发;眼镜批发;化妆品批发;纺织品、针织品及原料批发;婴儿用品批发;商品批发贸易(许可审批类商品除外);贸易代理;互联网商品销售(许可审批类商品除外);技术进出口;货物进出口(专营专控商品除外);集邮品批发和进出口;消毒用品销售(涉及许可经营的项目除外);非许可类医疗器械经营;服装辅料批发;头饰批发;鞋批发;帽批发;服装零售;服装辅料零售;帽零售;头饰零售;鞋零售;服装批发;为医院及医疗机构提供环境绿化;医疗用品及器材零售(不含药品及医疗器械);为医疗器械、设备、医疗卫生材料及用品提供专业清洗、消毒和灭菌;运输设备清洗、消毒服务(汽车清洗除外);生活清洗、消毒服务;互联网商品零售(许可审批类商品除外);互联网区块链技术研究开发服务;商品零售贸易(许可审批类商品除外);贸易咨询服务;普通劳动防护用品制造;婴儿用品零售;新材料技术开发服务;新材料技术咨询、交流服务;新材料技术转让服务;医疗技术咨询、交流服务;医疗技术转让服务;科技中介服务;科技信息咨询服务;科技项目代理服务;科技项目招标服务;科技项目评估服务;科技成果鉴定服务;电子设备回收技术咨询服务;纺织品及针织品零售;化妆品零售;眼镜零售;宠物用品零售;计算机零售;计算机零配件零售;软件零售;办公设备耗材零售;打字机、复印机、文字处理机零售;缝制机械零售;劳动防护用品零售;棉纺纱加工;棉织造加工;棉印染精加工;毛条和毛纱线加工;毛织造加工;毛染整精加工;麻纤维纺前加工和纺纱;麻织造加工;麻染整精加工;化纤织造加工;化纤织物染整精加工;床上用品制造;毛巾类制品制造;窗帘、布艺类产品制造;其他家用纺织制成品制造;机织服装制造;针织或钩针编织服装制造;服饰制造;帽子制造;日用及医用橡胶制品制造;纺织科学技术研究服务;服饰检测;细胞制剂及相关产品的销售;干细胞系列技术工程产品的销售;干细胞工程系列产品的销售;放射性药品批发;医疗诊断、监护及治疗设备批发;血液制品经营;中药材批发;中药材批发(收购);生物制品(不含疫苗)批发;化学药制剂、生物制品(含疫苗)批发;互联网药品交易服务;许可类医疗器械经营;卫生材料及医药用品制造;医疗实验室设备和器具制造;医用电子仪器设备的生产(具体生产范围以《医疗器械生产企业许可证》为准);消毒剂制造;医用消毒设备和器具制造;医疗诊断、监护及治疗设备零售;特种劳动防护服装制造;保健食品零售(具体经营项目以《食品经营许可证》为准);中药饮片零售;放射性药品零售;兽用药品销售
成立日期	2013-08-21
合作历史	2020 年 3 月开始向本公司购买纺粘非织造材料
与发行人控股股东、实际控制人及其他关联方是否存在关联关系	否

(9) 泉州兴远供应链管理有限公司

统一社会信用代码	913505820584350669
法定代表人	黄家亮
股权结构	黄家亮持股 65%，吴玲玲持股 30%，黄宇持股 5%
注册资本	100 万元人民币
住　所	福建省泉州市晋江市经济开发区(五里园)泉源路 19 号
经营范围	供应链管理服务；销售：日用品百货、纸制品、塑料制品(不含危险化学品)、服装、鞋帽、无纺布、日用工艺品(不含象牙及其制品)、五金产品、化工产品(不含化学危险品)；货物或技术的进出口业务(国家禁止或限制进出口的货物或技术除外)。(依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动)
成立日期	2012-12-13
合作历史	2018 年开始合作
与发行人控股股东、实际控制人及其他关联方是否存在关联关系	否

(10) 泉州市共赢进出口有限责任公司

统一社会信用代码	91350500789029678G
法定代表人	赖培星
股权结构	福建省共赢稳健集团有限公司持股 100%
注册资本	1000 万元人民币
住　所	晋江市青阳镇崇德路 273 号工行大厦 16 层
经营范围	自营和代理各类商品和技术的进出口，但涉及前置许可、国家限定公司经营或禁止进出口的商品和技术除外；通过互联网及实体店销售：五金、化工产品、建筑材料(以上均不含危险化学品)、机械设备、电子产品、工艺品、针纺织品、百货、鞋、服装、汽车、妇幼用品、预包装食品、卫生材料及医药用品、文具、化妆品及卫生用品、医疗器械、消毒产品(不含危险化学品)；黄金、白银的现货销售(不含须经前置许可项目)；网络技术咨询与服务、网站建设、软件开发与销售；设计制作代理发布广告；企业管理咨询服务。(依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动)
成立日期	2006-06-23
合作历史	2017 年以前即开始合作
与发行人控股股东、实际控制人及其他关联方是否存在关联关系	否

(11) 上海桂智贸易有限公司

统一社会信用代码	9131011455876048X8
法定代表人	罗开琼
股权结构	罗开琼持股 70%，李龙贤持股 30%
注册资本	50 万元人民币
住　所	上海市嘉定区嘉定镇博乐路 70 号 36 幢 4 层 J1588 室
经营范围	许可项目：货物进出口；技术进出口。(依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动，具体经营项目以相关部门批准文件或许可证件为准)一般项目：化工产品销售(不含许可类化工产品)；橡胶制品销售；第一类医疗器械销售；建筑装饰材料销售；建筑材料销售；日用百货销售；机械设备销售；电气机械设备销售；电子产品销售；纺织、服装及家庭用品批发；化妆品批发；玩具及动漫衍生产品批发；工艺美术品及收藏品零售(象牙及其制品除外)；日用口罩(非医用)销售；服装租赁；会议及展览服务。(除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动)
成立日期	2010-07-06
合作历史	2017 年以前即开始合作
与发行人控股股东、实际控制人及其他关联方是否存在关联关系	否

(12) 越南 CAT

法定代表人	Nguyen Van Duong
股权结构	Nguyen Van Duong60%;Nguyen Thi Miun30%;Tran Thi Canh10%
注册资本	60 亿越南盾
住　所	No.221142,Tan Phong.St,Thuy Phuong,Bac Tu Liem,HaNoi,Viet Nam
经营范围	无纺布、绒毛浆、高吸水树脂贸易
成立日期	2010-05-19
合作历史	2017 年以前即开始合作
与发行人控股股东、实际控制人及其他关联方是否存在关联关系	否

(13)VINATOKEN CO.,LTD

法定代表人	Nguyen ThiLai
股权结构	Nguyen ThiLai90%;Le HoANG Son6%;Le Van Ba 4%
注册资本	10 亿越南盾
住　所	157 Nguyen Thi Thip District 7 HCMC

经营范围	无纺布贸易
成立日期	2005 年
合作历史	2017 年以前即开始合作
与发行人控股股东、实际控制人及其他关联方是否存在关联关系	否

（14）墨西哥 LP

法定代表人	Antonio Jauregui
股权结构	DIAZ, EDUARDO、MORENO, HECTOR、MARTINEZ ORTIZ, ARTURO、DE LA TORRE, ANTONIO、VILCHIS, ALEJANDRA
注册资本	$ 249,442,233.00 墨西哥比索
住　所	Av. De La Luz No. 90 Lotes 22 y 23, Parque Industrial La Luz
经营范围	床垫的制造和销售
成立日期	1956 年 9 月 10 日
合作历史	2017 年开始合作
与发行人控股股东、实际控制人及其他关联方是否存在关联关系	否

（15）GBS TRADE CO., LTD

法定代表人	CHO, JIN-SUNG
股权结构	CHO, JIN-SUNG 100%
注册资本	1 亿韩元
住　所	132-2, Unha-ro 99beon-gil Eunhyeon-myeon, Yangju-si, Gyeonggi-do
经营范围	纺织品批发
成立日期	2017 年 9 月
合作历史	2017 年开始合作
与发行人控股股东、实际控制人及其他关联方是否存在关联关系	否

（16）PNT CO., LTD

法定代表人	EOM, SUNG-GIL
股权结构	PNC LABS INC. 100%
注册资本	2.35 亿韩元

住　所	22,Daraeul-gil, Wollong-myeon, Paju-si, Gyeonggi-do
经营范围	其他家用纺织品和纺织品批发
成立日期	2011 年 9 月 27 日
合作历史	2017 年开始合作
与发行人控股股东、实际控制人及其他关联方是否存在关联关系	否

（17）巴西 PRIME

法定代表人	RICARDO PINTO FARIA, MILTON PINTO FARIA JUNIOR
股权结构	RICARDO PINTO FARIA 50%, MILTON PINTO FARIA JUNIOR 50%
注册资本	300 万巴西雷亚尔
住　所	RODOVIA SC 414, Nº,2028 - NOSSA SENHORA DA PAZ 88380-000 - BALNEARIO DE PICARRAS/SC
经营范围	化工产品制造
成立日期	2006 年 7 月 4 日
合作历史	2015 年 6 月开始合作
与发行人控股股东、实际控制人及其他关联方是否存在关联关系	否

（18）KS NONWOVEN CO.,LTD

法定代表人	Jiang Yue（江月）
股权结构	Jiang Yue（江月） 100%
注册资本	1 万港元
住　所	Unit 3, 13/F, Grand City Plaza, 1-7 Sai Lau Kok Rd, Tsuen Wan, NT, HK
经营范围	贸易服务
成立日期	2014 年 5 月 28 日
合作历史	2020 年
与发行人控股股东、实际控制人及其他关联方是否存在关联关系	否

（19）越南 ANH

法定代表人	Nguyen Ba Lam
股权结构	未查到公开信息
注册资本	99 亿越南盾

住　所	D13/39 HAMLET 4A, VINH LOC A WARD
经营范围	运输服务
成立日期	2013 年 1 月 7 日
合作历史	2017 年
与发行人控股股东、实际控制人及其他关联方是否存在关联关系	否

（20）TOYOTA TSUSHO CORPORATION

法定代表人	柏谷一郎
股权结构	Toyota Motor Corporation 21.69%, Toyota Industries Corporation 11.18%, The Master Trust Bank of Japan, Ltd. (trust account) 10.09%, Japan Trustee Services Bank, Ltd. (trust account) 4.43%, MUFG Bank, Ltd. 2.30%, etc.
注册资本	64,936,432,888 日元
住　所	日本名古屋中村区名家 4 丁目 9-8
经营范围	汽车、纺织品、金属制品、机械、能源等
成立日期	1948 年 7 月 1 日
合作历史	2015 年
与发行人控股股东、实际控制人及其他关联方是否存在关联关系	否

注：报告期内前十大国外贸易商 CHUNWOO GLOTEX CO., LTD 未查询到公开的工商信息。

3.报告期内，公司非织造材料直销与贸易模式下平均销售单价、毛利率比较分析：

单位：元/吨

产品	期间	销售价格		毛利率	
		直销	贸易	直销	贸易
纺粘非织造材料	2020 年 1-6 月	52,514.97	27,972.56	79.56%	67.07%
	2019 年度	11,500.26	11,208.88	11.05%	10.08%
	2018 年度	11,875.43	11,092.90	10.95%	9.01%
	2017 年度	11,168.03	11,035.92	12.57%	10.44%
水刺非织造材料	2020 年 1-6 月	14,363.89	13,254.47	35.36%	28.29%
	2019 年度	13,328.85	12,884.71	20.40%	16.32%
	2018 年度	15,029.62	14,633.75	19.50%	16.16%
	2017 年度	15,677.53	15,069.09	23.80%	20.05%

如上表所示，公司直销客户的销售单价和毛利率均略高于贸易客户，主要原因系公司直销客户多为规模较大、知名度较高的湿干巾、纸尿裤等护理用品生产企业，对产品品质要求较高、对产品具体性能有定制化需求，因而销售价格和毛利率也较高；贸易类客户对产品品质要求较低或多采购常规通用型非织造材料，销售价格和毛利率也较低。2020 年 1-6 月，公司纺粘非织造材料直销客户销售价格显著高于贸易客户，主要系公司在疫情期间销售时优先满足下游防疫物资生产企业，该期间的市场价格较高；随着疫情逐步得到控制，公司富余产量向贸易客户销售，该期间市场价格已明显回落。

（二）补充说明发行人水刺非织造材料销售占比呈下滑趋势，纺粘非织造材料销售占比呈上升趋势的原因，和市场发展趋势是否一致

报告期内，公司水刺非织造材料销售收入及其占非织造材料业务收入的比例如下所示：

单位：万元

非织造材料	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
水刺非织造材料	43,980.46	29.13%	59,264.38	65.67%	58,384.47	66.62%	63,434.22	77.33%
纺粘非织造材料	101,132.71	66.98%	29,826.10	33.05%	28,337.11	32.34%	18,430.40	22.47%
热风非织造材料	5,876.51	3.89%	1,149.86	1.27%	912.88	1.04%	161.9	0.20%
小计	150,989.68	100.00%	90,240.34	100.00%	87,634.45	100.00%	82,026.51	100.00%

从上表可以看出，报告期内，水刺非织造材料销售收入占非织造材料业务收入比重分别为 77.33%、66.62%、65.67%和 29.13%，呈下滑趋势；纺粘非织造材料销售收入占比分别为 22.47%、32.34%、33.05%和 66.98%，呈上升趋势，变动趋势原因的具体分析如下：

报告期内，公司水刺和纺粘非织造材料对外销售和内部销售数量的变动情况如下表所示：

单位：吨

项目	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	销量	比例(%)	销量	比例(%)	销量	比例(%)	销量	比例(%)

水刺非织造材料	38,414.25	100.00	53,176.70	100.00	43,795.27	100.00	43,600.25	100.00
其中：对外销售	30,764.67	80.09	44,573.18	83.82	38,917.79	88.86	40,592.43	93.10
内部销售	7,649.57	19.91	8,603.51	16.18	4,877.48	11.14	3,007.82	6.90
纺粘非织造材料	20,536.44	100.00	26,884.93	100.00	25,515.48	100.00	17,715.44	100.00
其中：对外销售	19,943.28	97.11	26,047.20	96.88	24,135.47	94.59	16,543.17	93.38
内部销售	593.16	2.89	837.73	3.12	1,380.01	5.41	1,172.27	6.62

1. 湿干巾业务快速发展，内部领用水刺非织造材料增加

报告期内，公司湿干巾分别实现销售收入 9,540.66 万元、16,926.94 万元、33,339.44 万元和 29,959.30 万元，呈快速增长趋势。公司生产湿干巾产品所需的水刺非织造材料多为内部领用，随着湿干巾业务的蓬勃发展，内部销售量占水刺非织造材料的比重从 6.90%上升至 19.91%，使得水刺非织造材料的销售收入未随着产能增长同比例上升。

与之相反，公司纸尿裤业务在报告期内战略性收缩，产量和销售规模未有明显变化。报告期内，公司生产纸尿裤领用的纺粘非织造材料占比从 6.62%下降至 2.89%。

2. 纺粘非织造材料销售价格涨幅高于水刺非织造材料

单位：元/吨

项目	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度
	销售单价	增长率	销售单价	增长率	销售单价	增长率	销售单价
水刺非织造材料	14,295.77	7.52%	13,295.97	-11.37%	15,002.00	-4.00%	15,627.11
纺粘非织造材料	50,710.16	342.85%	11,450.79	-2.47%	11,740.86	5.39%	11,140.79

如上表所示，报告期内公司水刺非织造材料的销售单价增长率均小于纺粘非织造材料，尤其是 2020 年 1-6 月，受疫情影响，纺粘非织造材料销售单价较 2019 年度大幅上升，使得纺粘非织造材料收入占比上升至 66.98%，虽然水刺非织造材料销售单价涨幅较低，收入占比下降至 29.13%。

综上所述，公司水刺非织造材料销售收入占比不断下降，纺粘非织造材料销售收入占比不断上升，系公司产品结构调整和市场需求变动所致，具有合理性。

（三）核查程序及核查意见

1.针对上述事项，我们主要执行了以下的核查程序：

(1) 获取发行人主要贸易类客户和直销类客户销售合同或订单，核对不同客户对产品质量、原料配比及克重规格等方面的差异，并对比分析不同客户销售定价的差异。

(2) 获取发行人销售明细表，并向发行人主要销售人员了解不同客户销售定价依据及主要成本构成，核查贸易类客户和直销类客户毛利率差异的合理性。

(3) 通过企查查等网络平台及中信保获取国内主要贸易类客户工商信息和主要境外客户资信报告，核查国内外主要贸易类客户与发行人控股股东、实际控制人及其他关联方是否存在关联关系。

(4) 走访非织造材料主要客户，并向其确认是否与发行人控股股东、实际控制人及其他关联方存在关联关系；了解不同客户的对材料质量要求、采购用途及产品最终去向。

(5) 向主要贸易类客户函证其采购发行人产品的终端销售情况

2.核查结论

经上述核查，我们认为：

(1) 截至本回复报告出具日，发行人主要贸易客户与发行人控股股东、实际控制人及其他关联方不存在关联关系；发行人向直销客户销售同类产品的价格和毛利率略高于贸易客户，主要原因系直销客户对产品质量要求较高；主要贸易类客户均已实现终端销售；

(2) 发行人水刺非织造材料收入占比呈下滑趋势、纺粘非织造材料销售占比呈上升趋势，系公司产品结构调整和市场需求变动所致，具有合理性。

八、问题 17. 关于护理用品销售

申报文件显示：

(1)公司成为少数将产业链从非织造材料领域纵向延伸至下游护理用品领域的企业，具有产业链整合优势。公司护理用品包括湿干巾和纸尿裤等一次性卫生用品，护理用品销售模式分为 OEM、电商平台、经销商和母婴店，拥有“贝能”“孩子盟”“汉诚故事”“恬净”“棉品天下”“淳净优+”“都市娃”“壹裤”“优全猫”“诗帛”等自主品牌，同时也为 babycare、网易严选、十月结晶、安慕斯

等知名品牌商提供 OEM 业务。

(2)报告期内，公司护理用品业务的营业收入分别为 18,437.42 万元、26,854.13 万元、40,740.62 万元和 35,841.78 万元，营业收入规模逐年上升。其中公司通过电商平台实现销售收入的金额分别为 3,789.04 万元、3,843.59 万元、6,394.39 万元和 3,819.96 万元，主要是天猫商城和拼多多；通过经销商实现销售收入金额分别为 1,670.24 万元、2,505.53 万元、2,314.28 万元和 3,145.53 万元；通过母婴店销售金额及占比逐年下滑。

请发行人：

(1)补充说明从非织造材料生产企业延伸至下游护理用品领域的优劣势，少数企业进行产业链整合的原因，发行人产能分配情况，护理用品 OEM 业务是否影响发行人非织造材料直销业务，是否导致非织造材料客户流失等风险。

(2)补充披露公司护理用品 OEM 和自主品牌占比，产品是否存在重叠，自有品牌的销售是否影响发行人与 OEM 品牌商的合作稳定性；发行人与 OEM 品牌商之间关于生产、发货、知识产权等方面的主要约定，是否对发行人推广生产自产品牌、生产其他品牌商产品以及品牌商客户自建生产线进行约定或限制。

(3)补充说明电商平台主要自营店铺名称，主要销售产品，主要自营店铺销售额占电商销售收入比例，报告期内主要自营店铺运营数据，分析上述运营数据是否存在异常；补充说明自营店铺是否存在刷单及刷好评情况；是否存在单个账户大额采购的情形，如存在说明原因及合理性；补充说明 2019 年电商渠道实现销售收入大幅增长的原因，开展的主要推广活动，与推广费的匹配性。

(4)补充说明发行人对主要经销商销售情况，包括金额和占比，各期经销商变动情况，平均销售收入，主要经销商期末库存水平，是否存在积压情况，和经销商是否存在退换货条款及报告期实际退换货情况，经销商返利政策及返利金额、会计处理。

(5)补充说明母婴店和经销商模式的差异，母婴店销售收入逐年下滑的原因。

请保荐人、申报会计师发表明确意见，并按照《深圳证券交易所创业板股票首次公开发行上市审核问答》问题 29 的要求，说明对经销商模式下收入的过程、方法和结论。

(一)补充说明从非织造材料生产企业延伸至下游护理用品领域的优劣势，

少数企业进行产业链整合的原因，发行人产能分配情况，护理用品 OEM 业务是否影响发行人非织造材料直销业务，是否导致非织造材料客户流失等风险。

1.补充说明从非织造材料生产企业延伸至下游护理用品领域的优劣势，

目前，非织造材料行业内的企业多数仅从事非织造材料业务，在非织造材料领域内横向拓展，而公司为实施整体发展战略、实现产业链延伸、提升公司行业内影响力和提高公司应对风险能力，积极拓展业务至非织造材料制品领域，使得公司业务布局覆盖产业链的中下游，具有产业链整合优势。

产业链整合优势体现在两个方面：

(1)有利于及时把握市场动态

从非织造材料生产企业切入护理用品生产领域，有利于公司及时掌握终端消费市场的需求变化、消费者使用偏好以及对产品质量的建议和意见。通过介入终端领域，公司能够及时组织技术人员研发或修改非织造材料的生产工艺、样品生产，快速响应下游客户的需求变化。

(2)有利于调整排单

公司作为国内较早进入非织造材料行业的生产商和行业协会重要成员，对行业标准、生产设备、先进工艺和技术的掌握程度均较高，具备生产纸尿裤和湿干巾所需的水刺、纺粘、热风和打孔等所有非织造材料生产能力，全工艺链生产能力一方面为公司节约了成本，缩短了采购时间，更加快速地响应客户的需求；另一方面，公司拥有先进的生产设备和经验丰富的生产管理团队，自产非织造材料使得纸尿裤和湿干巾在质量方面更有保障，增强了客户对公司非织造材料产品的信任度。

2.少数企业进行产业链整合的原因

产业链整合包括从护理用品延伸至上游以及从上游向下游延伸，上游原料生产一般来说是属于资金密集型、技术密集型，切入难度较大，从上游向下游切入相对较为容易。

同行业公司中，金春股份尚未向下游发展，洁雅股份尚未向上游发展，稳健医疗、诺邦股份、欣龙控股均有涉及湿干巾等护理用品行业。

3.发行人产能分配情况，护理用品 OEM 业务是否影响发行人非织造材料直销业务，是否导致非织造材料客户流失等风险

公司非织造材料分为水刺非织造材料和纺粘非织造材料，其中水刺非织造材料主要作为湿干巾的基材，纺粘非织造材料可用于纸尿裤生产。

报告期内，公司非织造材料对外销售、内部销售数量及占比情况如下：

单位：吨

项目	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	销量	占比(%)	销量	占比(%)	销量	占比(%)	销量	占比(%)
水刺非织造材料	38,414.25	100.00	53,176.70	100.00	43,795.27	100.00	43,600.25	100.00
其中：对外销售	30,764.67	80.09	44,573.18	83.82	38,917.79	88.86	40,592.43	93.10
内部销售	7,649.57	19.91	8,603.51	16.18	4,877.48	11.14	3,007.82	6.90
纺粘非织造材料	20,536.44	100.00	26,884.93	100.00	25,515.48	100.00	17,715.44	100.00
其中：对外销售	19,943.28	97.11	26,047.20	96.88	24,135.47	94.59	16,543.17	93.38
内部销售	593.16	2.89	837.73	3.12	1,380.01	5.41	1,172.27	6.62

报告期内，水刺非织造材料对外销数量占整体的比例分别为93.10%、88.86%、83.82%和 80.09%，呈逐年下降趋势，主要系水刺非织造材料是湿干巾的主要原料，随着公司湿干巾 OEM 快速发展，内部销售量和占比也随之增加。同时，由于纸尿裤领域中外资品牌占据市场主导地位，公司纸尿裤的发展未达到预期水平，战略性减少了纸尿裤业务量，因而对外销量占比呈逐年上升趋势。

4.产业链延伸的风险

报告期内，水刺非织造材料对外销数量占整体的比例分别为93.10%、88.86%、83.82%和 80.09%，呈逐年下降趋势，主要系水刺非织造材料是湿干巾的主要原料，随着公司湿干巾 OEM 快速发展，生产领用量和占比也随之增加。如公司湿干巾 OEM 业务持续扩大规模，水刺非织造材料的需求量增加，势必将减少对外销售量；同时，部分非织造材料客户亦主要从事湿干巾 OEM 业务，公司可能与该部分客户产生竞争，从而导致现有水刺非织造材料客户流失及收入下降的风险。

(二)补充披露公司护理用品 OEM 和自主品牌占比，产品是否存在重叠，自有品牌的销售是否影响发行人与 OEM 品牌商的合作稳定性；发行人与 OEM 品牌商之间关于生产、发货、知识产权等方面的主要约定，是否对发行人推广生产自产品牌、生产其他品牌商产品以及品牌商客户自建生产线进行约定或限制。

1.补充披露公司护理用品 OEM 和自主品牌占比，产品是否存在重叠，自有品牌的销售是否影响发行人与 OEM 品牌商的合作稳定性

报告期内，公司护理用品湿干巾和纸尿裤 OEM 业务与自主品牌销售情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
OEM 业务	27,298.17	76.16%	29,228.10	71.74%	16,193.70	60.30%	8,803.13	47.75%
自主品牌	8,543.61	23.84%	11,512.52	28.26%	10,660.43	39.70%	9,634.29	52.25%
合计	35,841.78	100.00%	40,740.62	100.00%	26,854.13	100.00%	18,437.42	100.00%

如上表所示，报告期内公司 OEM 业务和自主品牌的收入规模均呈逐年上涨的趋势，其中 OEM 业务收入增速较快，使得 OEM 业务收入占比逐年上升，自主品牌收入占比逐年下降。

公司销售自主品牌产品包括湿干巾和纸尿裤，与 OEM 品牌商在产品大类上存在重叠，但在具体应用场景或目标客户群体上存在一定差异，不会影响双方的合作稳定性，具体为：1、公司与 OEM 品牌商基于互利互惠的原则开展业务合作，OEM 品牌商未限制公司销售自主品牌产品；2 公司自主品牌产品与 OEM 品牌商定制产品应用场景略有区别，如安慕斯干巾定位为婴儿棉柔巾，适用范围包括婴儿清洁、护理以及替代纸巾和湿巾，公司自主品牌诗帛干巾主要作为年轻女性的毛巾替代品，两者相互替代的情况较少；3、babycare、网易严选、十月结晶、安慕斯等主要品牌商已在湿干巾领域内具备较高的知名度，目标客户多为追求产品知名度、产品品质、价格敏感性较低的消费者；公司目标客户通常为追求性价比、价格敏感性较高的消费群体。除此之外，随着消费者卫生和健康理念的提升，湿干巾产品凭借消毒卫生、便捷易带的特点深受到消费者欢迎，已逐渐成为家庭必备的刚需消耗品之一。2020 年初的疫情爆发进一步刺激了湿干巾市场的消费需求，使湿干巾市场迎来新的增长点，需求量大幅提升。

综上所述，公司自主品牌与 OEM 品牌商产品虽有部分重叠，但由于在目标客户、应用场景上有所区别，且市场需求不断增长的背景下，公司开展自主品牌业务不会影响合作稳定性。

2.发行人与 OEM 品牌商之间关于生产、发货、知识产权等方面的主要约定，

是否对发行人推广生产自产品牌、生产其他品牌商产品以及品牌商客户自建生产线进行约定或限制。

公司护理用品主要 OEM 品牌商客户为 babycare、网易严选、可优比、十月结晶及安慕斯等。报告期内，公司护理用品主要 OEM 品牌商客户与公司的在生产、发货、知识产权等方面的主要约定及其他约定或限制情况如下：

(1)babycare

主要条款	条款内容
生产	贴牌生产方式，甲方以自有品牌的名义及自身的营销网络销售乙方研发设计并生产的产品；代工生产方式，甲方提供产品设计方案和相关技术文件，乙方根据甲方要求生产加工甲方品牌产品
发货	乙方在双方约定时间内将订单产品运送至甲方指定的收货地址，乙方应当在发货当日通过双方商品系统后台或其他双方认可的形式将发货的货物 SKU、数量和物流快递单号告知甲方，以便甲方收货时验收、核对。
知识产权	双方以贴牌生产形式合作的，乙方声明并保证所交付的产品不会侵犯第三人的知识产权，否则侵权责任由乙方承担，甲方有权单方面解除合同，并要求乙方承担相应的经济损失和商誉损失。若本合同涉及第三人所有的知识产权时，乙方应自行支付费用以取得该第三人所有的知识产权许可。乙方应向甲方提供知识产权来源证明、获得相关专利或专利组合的许可证明、许可费支付凭证等证明材料。 双方以代工生产形式合作的，未经甲方书面同意，乙方不得利用从甲方处获得的设计方案或技术方案用于自身产品的生产销售或第三人提供生产加工服务，否则视为乙方构成实质性违约。

注：报告期内，公司与 babycare 交易均为代工生产方式。

公司与 babycare 协议中未就公司向其他品牌商供货、生产自主品牌产品或品牌商客户自建生产等事项进行约定或限制。

(2)网易严选

主要条款	条款内容
生产	乙方按甲方需求提供样品，样品(随附相关试验验证报告及第三方检测报告)经甲方评审合格后乙方安排全套试产，试产通过后方能批量生产(包括产品拓展，如增加颜色、型号等)、样品至少一式两份，双方签字确认后双方各执一份留存。订单履行中如甲方有质量及或技术规格等方面的调整需求，将以邮件+电联形式通知乙方，乙方应在收到通知后立即暂停生产，并配合甲方尽可能落地调整需求。
发货	根据各仓库分配数量，有整车发货及 TC 转运仓发货模式，乙方须根据甲方系统内所指定发货模式按本合同附件四《供应商到货需知》的约定安排发货事宜。乙方将产品运至甲方指定仓库后，甲方按本合同附件四《供应商到货需知》的约定对产品包装、数量进行入仓检验。最终收货仓库验收合格后予以接受；验货不合格的，按附件三《供应商违约处理细则》约定执行。
知识产权	双方理解并确认，甲方及其关联公司单独享有产品制作过程中涉及到的甲方提供的所有品牌、商标、标识、图案以及产品设计等的知识产权(包括但不限于商标权及其申请权、专利权及其申请权、著作权等)。甲方授权乙方

	在本合同约定范围内使用上述知识产权。未经甲方书面同时，乙方不得以超出合同目的范围的任何方式使用或授权他人使用上述知识产权或其他任何与网易相关的品牌、商标、标识、图案以及产品设计等的知识产权，否则甲方有权单方面解除本合同并追究乙方相应的法律责任。因甲方提供的前述内容产生的纠纷，由甲方自行负责解决并承担损失。 双方理解并确认，除双方另行约定，因研发生产委托产品而产生的一切成功(包括但不限于乙方应甲方要求制作的模具)及其知识产权(包括但不限于商标权及其申请权、专利权及其申请权、著作权等)，除研发该产品前乙方已享有的技术、涉及等知识产权外，其余的均归甲方单独所有。如产品使用乙方已有技术、涉及或第三方享有权利的技术、设计的，乙方应当事先向甲方说明并提供相关证明。乙方应确保研发过程中不存在任何侵犯第三方知识产权的情况。如任何第三方就前述甲方享有的知识产权主张权利的，乙方应负责处理并承担因此产生的所有费用和甲方及其关联公司因此产生的额外费用及损失。本协议终止后，乙方不得自行或允许第三方以任何方式使用前述甲方享有的知识产权。

公司与网易严选协议中未就公司向其他品牌商供货、生产自主品牌产品或品牌商客户自建生产等事项进行约定或限制。

(3)可优比

主要条款	条款内容
生产	甲方委托乙方生产 KUB 可优比品牌产品，采用甲方的厂名、厂址、品牌标识；乙方应确保这些产品是不侵犯任何第三方知识产权和合法权益的合格产品。
发货	货物交付运输方式由甲方负责，甲方需妥善安排运输车辆。货物风险自交付至甲方指定地点，由甲方工作人员签收后，转移至甲方，若运输中损坏的产品和外箱均由乙方负责，所产生的的费用需由乙方承担。
知识产权	甲方提供的商标(包括包装设计、图形、汉子、颜色、英文及其组合等)所有权归甲方所有，乙方只能在甲方授权许可的范围内使用，不得私自转让或扩大其适用范围。 品牌的知识产权归属甲方所有，乙方不得以任何形式将合同标的的产品结构、产品图案、产品材料、加工工艺等任何跟产品相关的文件私自转让、传播或扩大其适用范围。

公司与可优比协议中未就公司向其他品牌商供货、生产自主品牌产品或品牌商客户自建生产等事项进行约定或限制。

(4)十月结晶

主要条款	条款内容
生产	产品具体外观及材质、工艺以甲方签样为准
发货	需方下单后后供方需 20 日内交货
知识产权	供方不得私自销售带有需方 LOGO 的产品，一经发现按总采购款的 5 倍处罚并赔偿需方品牌损失费壹拾万元整。 供方保证销售费用需方的产品不对任何第三方构成侵害(包括但不限于第三方专利、上表、著作权、专有技术等)，如需方销售供方贴牌产品因质量问题被投诉或被诉讼，产生的相关处理及赔偿费用由供方全额承担。

公司与十月结晶协议中未就公司向其他品牌商供货、生产自主品牌产品或品

牌商客户自建生产等事项进行约定或限制。

(5)安慕斯

主要条款	条款内容
生产	需方委托供方生产“安慕斯”、“Anmous”商标项下的系列产品
发货	由需方提前通知
知识产权	未约定

公司与安慕斯协议中未就公司向其他品牌商供货、生产自主品牌产品或品牌商客户自建生产等事项进行约定或限制。

(三) 补充说明电商平台主要自营店铺名称，主要销售产品，主要自营店铺销售额占电商销售收入比例，报告期内主要自营店铺运营数据，分析上述运营数据是否存在异常；补充说明自营店铺是否存在刷单及刷好评情况；是否存在单个账户大额采购的情形，如存在说明原因及合理性；补充说明 2019 年电商渠道实现销售收入大幅增长的原因，开展的主要推广活动，与推广费的匹配性。

1.补充说明电商平台主要自营店铺名称，主要销售产品，主要自营店铺销售额占电商销售收入比例，报告期内主要自营店铺运营数据，分析上述运营数据是否存在异常

(1) 电商平台主要自营店铺名称，主要销售产品，主要自营店铺销售额占电商销售收入比例：

单位：万元

自营店铺名称	所属平台	主要销售产品	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
			金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
诗帛旗舰店	天猫	湿干巾	1,299.79	34.03%	2,785.21	43.55%	-	-	-	-
诗帛旗舰店	拼多多	湿干巾	620.71	16.25%	1,134.11	17.74%	-	-	-	-
诗帛优全专卖店	拼多多	湿干巾	445.54	11.66%	-		-	-	-	-
优全母婴专营店	淘宝天猫	纸尿裤	208.94	5.47%	1,779.90	27.84%	3,643.30	94.79%	3,763.39	99.32%
其他店铺			686.63	17.97%	419.34	6.56%	187.18	4.87%	25.65	0.68%
B2B 平台			558.35	14.62%	275.83	4.31%	13.12	0.34%	-	

合 计			3,819.96	100.00%	6,394.39	100.00%	3,843.59	100.00%	3,789.04	100.00%

(2)报告期内主要自营店铺运营数据，分析上述运营数据是否存在异常

店铺	所属平台	2020年1-6月	2019年	2018年	2017年
优全母婴专营店	淘宝天猫	253.59	1,990.16	4,282.00	4,458.84
诗帛旗舰店	淘宝天猫	1,524.57	3,204.23	-	-
诗帛旗舰店	拼多多	711.86	1,376.13	-	-

注：为便于理解电商平台销售业务的原始面貌，上述交易金额采用终端消费者买家支付的含税金额，与公司账面确认收入的金额的差异主要系增值税和公司已发货但尚未满足收入确认条件的部分；因公司电商平台销售的退货率较低，退货前的交易行为同样纳入交易金额的统计范围，下同。

2020年1-6月，公司主要店铺运营数据占比较低，系2020年1-6月公司新开了几个淘宝天猫店铺卖干湿纸巾，包括诗帛优全专卖店(天猫)、顽皮猴旗舰店(天猫)、棉工匠旗舰店(天猫)和优全猫旗舰店(天猫)。

1)主要自营店铺运营数据

①优全母婴专营店(淘宝天猫)

期间	买家数	交易笔数	交易金额	客单价	平均每笔交易金额
2017年	319,651	860,423	44,588,383.04	139.49	51.82
2018年	313,881	784,734	42,820,011.07	136.42	54.57
2019年	165,260	360,448	19,901,626.36	120.43	55.21
2020年1-6月	30,452	42,999	2,535,910.77	83.28	58.98

②诗帛旗舰店(淘宝天猫)

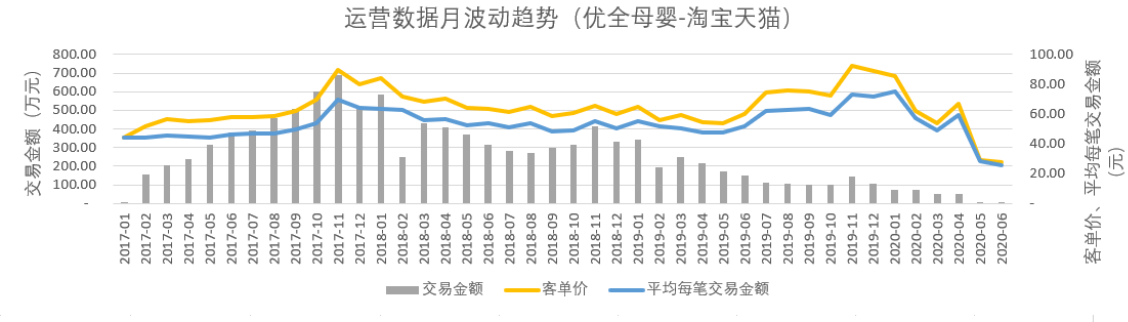
期间	买家数	交易笔数	交易金额	客单价	平均每笔交易金额
2019年	1,681,379	1,962,585	32,042,273.75	19.06	16.33
2020年1-6月	763,943	879,971	15,245,738.65	19.96	17.33

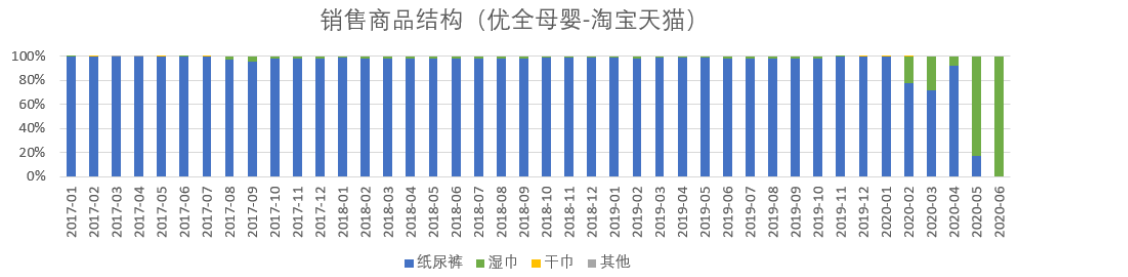
③诗帛旗舰店(拼多多)

期间	买家数	交易笔数	交易金额	客单价	平均每笔交易金额
2019年	861,342	960,817	13,761,323.63	15.98	14.32
2020年1-6月	363,507	408,938	7,118,628.10	19.58	17.41

(2)运营数据分析

①优全母婴专营店(淘宝天猫)

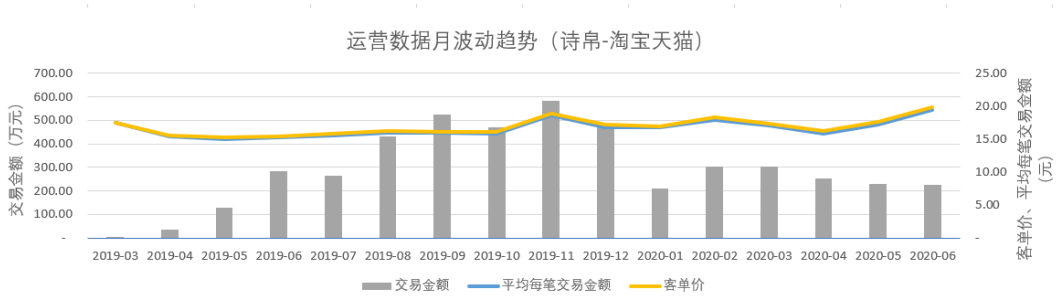


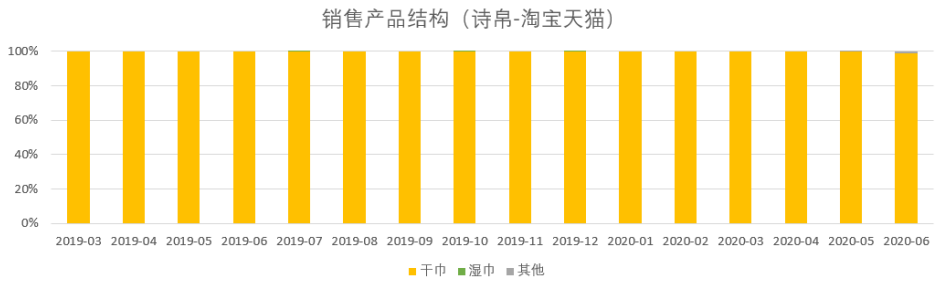


报告期内，优全母婴专营店(淘宝天猫)各年交易金额高峰月份均系 11 月这一电商大型促销期；2018 年起，各月交易金额同比上年呈下降趋势，原因系纸尿裤市场竞争逐渐激烈，导致店铺交易金额下滑；2020 年 1-6 月纸尿裤受疫情影响暂停生产并逐步从店铺下架，同时公司将主要销售商品由纸尿裤转移为干巾，导致店铺用户流失较大。

客单价和平均每笔交易金额整体波动趋势一致。2020 年 2 月起二者金额大幅下降，原因系单价低的干巾交易金额占比提升，显著拉低了店铺客单价和平均每笔交易金额水平。

②诗帛旗舰店(淘宝天猫)

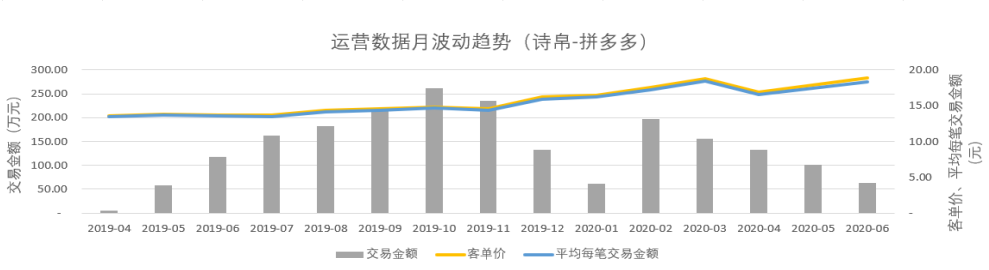


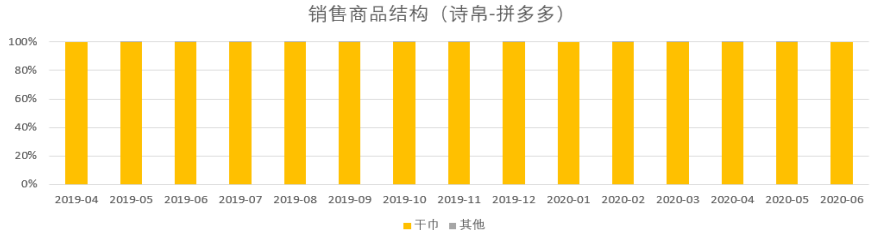


报告期内，诗帛旗舰店(淘宝天猫)自 2019 年 3 月开始运营，全年交易金额整体呈上涨趋势，并于 11 月达到峰值；2020 年 1 月起交易金额大幅下滑，原因系干巾市场已度过红利期，市场竞争逐渐激烈，导致店铺交易金额下滑。

客单价和平均每笔交易金额整体波动趋势一致，相对平稳。因店铺主要商品为单价低的干巾，故客单价和平均每笔交易金额显著低于以纸尿裤为主的优全母婴专营店(淘宝天猫)。

③诗帛旗舰店(拼多多)





报告期内，诗帛旗舰店(淘宝天猫)自 2019 年 3 月开始运营，全年交易金额整体呈上涨趋势，并于 11 月达到峰值；2020 年 1 月起交易金额大幅下滑，原因系干巾市场竞争逐渐激烈，导致店铺交易金额下滑。

客单价和平均每笔交易金额整体波动趋势一致，相对平稳。因店铺主要商品

为单价低的干巾，故客单价和平均每笔交易金额显著低于以纸尿裤为主的优全母婴专营店(淘宝天猫)。

2.补充说明自营店铺是否存在刷单及刷好评情况；

(1) 店铺刷单情况

1)年交易次数分布

2017 年

(数量单位：个、笔；金额单位：元)

年购买次数分组	买家会员数	交易笔数	交易金额	人数占比	金额占比
1 次	163,701	163,701	6,087,860.48	50.74%	13.56%
2-6 次	129,795	417,782	22,054,250.75	40.23%	49.13%
7-12 次	25,037	215,488	12,762,357.35	7.76%	28.43%
13-24 次	3,925	60,085	3,577,479.48	1.22%	7.97%
25 次及以上	149	8,011	406,543.07	0.05%	0.91%
合计	322,607	865,067	44,888,491.13	100.00%	100.00%

2018 年

(数量单位：个、笔；金额单位：元)

年购买次数分组	买家会员数	交易笔数	交易金额	人数占比	金额占比
1 次	213,999	213,999	5,690,505.40	62.88%	12.67%
2-6 次	97,282	307,411	17,503,872.75	28.59%	38.98%
7-12 次	22,666	200,191	14,222,792.16	6.66%	31.68%
13-24 次	6,093	95,779	6,775,337.50	1.79%	15.09%
25 次及以上	279	11,983	708,249.08	0.08%	1.58%
合计	340,319	829,363	44,900,756.89	100.00%	100.00%

2019 年

(数量单位：个、笔；金额单位：元)

年购买次数分组	买家会员数	交易笔数	交易金额	人数占比	金额占比
1 次	2,472,540	2,472,541	38,915,292.80	86.91%	54.97%
2-6 次	358,421	858,227	21,597,202.54	12.60%	30.51%
7-12 次	11,174	97,798	6,985,636.21	0.39%	9.87%

年购买次数分组	买家会员数	交易笔数	交易金额	人数占比	金额占比
13-24 次	2,691	42,679	2,990,866.68	0.09%	4.22%
25 次及以上	180	8,162	303,971.54	0.01%	0.43%
合计	2,845,006	3,479,407	70,792,969.77	100.00%	100.00%

2020 年 1-6 月

(数量单位：个、笔；金额单位：元)

年购买次数分组	买家会员数	交易笔数	交易金额	人数占比	金额占比
1 次	1,717,987	1,717,986	27,828,848.99	89.50%	73.23%
2-6 次	200,109	455,349	9,750,586.26	10.42%	25.66%
7-12 次	1,113	9,321	260,965.95	0.06%	0.69%
13-24 次	216	3,500	81,626.85	0.01%	0.21%
25 次及以上	88	4,632	81,260.48	0.00%	0.21%
合计	1,919,513	2,190,788	38,003,288.53	100.00%	100.00%

根据按账号交易次数分布分析情况表明，各期下单账号年交易次数普遍在 6 次以内，占当期交易总额比例分别为 62.69%、51.66%、85.48%、98.88%，未见交易金额集中分布于高频复购账号的情况。

2)复购间隔时间分布

2017 年

平均复购周期区间	买家数	交易笔数	交易金额	人数占比	金额占比
0 天	164,368	165,967	6,121,289.67	50.95%	13.64%
0-7 天(含)	6,727	20,049	958,692.53	2.09%	2.14%
7-30 天(含)	78,320	403,541	22,481,123.20	24.28%	50.08%
30-90 天(含)	64,486	254,834	14,287,489.22	19.99%	31.83%
90-180 天(含)	7,428	18,077	916,601.78	2.30%	2.04%
180 天以上	1,278	2,599	123,294.73	0.40%	0.27%
合计	322,607	865,067	44,888,491.13	100.00%	100.00%

2018 年

平均复购周期区间	买家数	交易笔数	交易金额	人数占比	金额占比

0 天	215,945	218,627	5,815,516.14	63.45%	12.95%
0-7 天(含)	5,422	16,791	752,070.59	1.59%	1.67%
7-30 天(含)	46,239	281,863	17,757,880.31	13.59%	39.55%
30-90 天(含)	59,348	278,248	18,834,359.97	17.44%	41.95%
90-180 天(含)	10,337	27,635	1,489,368.54	3.04%	3.32%
180 天以上	3,028	6,199	251,561.34	0.89%	0.56%
合计	340,319	829,363	44,900,756.89	100.00%	100.00%

2019 年

平均复购周期区间	买家数	交易笔数	交易金额	人数占比	金额占比
0 天	2,483,275	2,497,737	39,368,962.73	87.29%	55.61%
0-7 天(含)	12,629	31,992	728,018.03	0.44%	1.03%
7-30 天(含)	55,478	203,763	8,997,254.73	1.95%	12.71%
30-90 天(含)	206,313	560,566	17,625,508.21	7.25%	24.90%
90-180 天(含)	79,546	169,623	3,696,838.37	2.80%	5.22%
180 天以上	7,765	15,726	376,387.70	0.27%	0.53%
合计	2,845,006	3,479,407	70,792,969.77	100.00%	100.00%

2020 年 1-6 月

平均复购周期区间	买家数	交易笔数	交易金额	人数占比	金额占比
0 天	1,728,990	1,743,399	28,236,381.40	90.07%	74.30%
0-7 天(含)	12,511	32,765	634,865.02	0.65%	1.67%
7-30 天(含)	29,828	80,697	2,042,909.06	1.55%	5.38%
30-90 天(含)	107,927	252,625	5,470,632.11	5.62%	14.40%
90-180 天(含)	40,253	81,294	1,618,304.94	2.10%	4.26%
180 天以上	4	8	196.00	0.00%	0.00%
合计	1,919,513	2,190,788	38,003,288.53	100.00%	100.00%

根据按复购时间间隔分析情况表明，各期账号平均复购周期普遍在 0 天(即仅在 1 天购买)和 7-90 天内，二者占当期交易总额比例分别为 95.55%、94.45%、93.22%、94.07%，未见短时间内集中购买的情况，与普通消费者的消费习惯相符。

3)跨区县收货情况分布

2017 年

年收货区县数量分组	买家会员数	交易笔数	交易金额	人数占比	金额占比
1 个	294,637	700,937	35,619,565.41	91.33%	79.35%
2-6 个	27,894	158,837	9,047,775.62	8.65%	20.16%
7-50 个	57	1,317	63,401.40	0.02%	0.14%
51-100 个	8	706	32,828.90	0.00%	0.07%
100 个以上	11	3,270	124,919.80	0.00%	0.28%
合计	322,607	865,067	44,888,491.13	100.00%	100.00%

2018 年

年收货区县数量分组	买家会员数	交易笔数	交易金额	人数占比	金额占比
1 个	313,944	655,044	33,404,788.66	92.25%	74.40%
2-6 个	26,268	168,613	11,214,462.64	7.72%	24.98%
7-50 个	93	1,850	80,216.74	0.03%	0.18%
51-100 个	7	724	36,502.80	0.00%	0.08%
100 个以上	7	3,132	164,786.05	0.00%	0.37%
合计	340,319	829,363	44,900,756.89	100.00%	100.00%

2019 年

年收货区县数量分组	买家会员数	交易笔数	交易金额	人数占比	金额占比
1 个	2,767,984	3,241,028	62,866,524.40	97.29%	88.80%
2-6 个	76,842	232,533	7,787,316.06	2.70%	11.00%
7-50 个	161	2,688	79,979.51	0.01%	0.11%
51-100 个	11	881	21,708.80	0.00%	0.03%
100 个以上	8	2,277	37,441.00	0.00%	0.05%
合计	2,845,006	3,479,407	70,792,969.77	100.00%	100.00%

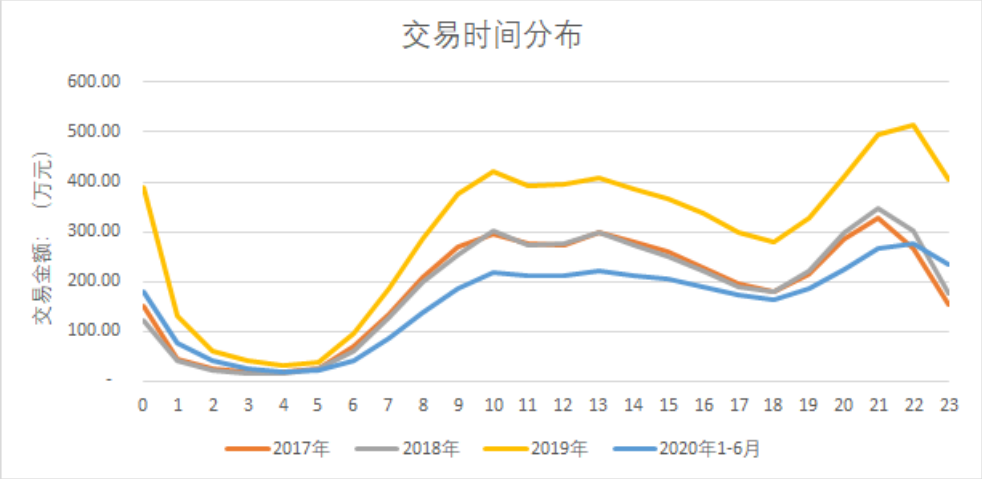
2020 年 1-6 月

年收货区县数量分组	买家会员数	交易笔数	交易金额	人数占比	金额占比

1 个	1,882,559	2,095,539	36,041,795.73	98.07%	94.84%
2-6 个	36,777	90,082	1,880,184.29	1.92%	4.95%
7-50 个	149	2,737	41,441.07	0.01%	0.11%
51-100 个	24	1,588	26,632.67	0.00%	0.07%
100 个以上	4	842	13,234.77	0.00%	0.03%
合计	1,919,513	2,190,788	38,003,288.53	100.00%	100.00%

根据按跨区县收货情况分析情况表明，各期下单账号收货地址所属区县数量普遍在 6 个以内，占当期交易总额比例分别为 99.51%、99.37%、99.80%、99.79%。数量超过 6 个的账号主要系批发商、团购客户以及因个人原因在发货后取消订单客户。

4)交易时间分布



根据按交易时间分布分析情况表明，交易高峰时间出现在 0 点、10 点和 22 点，该等时间点属于电商促销活动的常规起始时间；交易低谷时间出现在 1 点-8 点，该时间段为一般用户的休息时段。各期分时段销售比例基本保持稳定，符合电商运营策略和一般用户的作息习惯。

5)收货省份分布

2017 年

收货省份	买家数	交易笔数	交易金额	金额占比
山东	37,153	94,755	4,265,914.96	9.50%
广东	26,719	67,570	3,913,023.79	8.72%
河南	32,638	80,166	3,783,899.69	8.43%

江苏	22,634	63,066	3,447,576.57	7.68%
浙江	19,922	55,391	3,058,134.47	6.81%
安徽	18,804	52,564	2,885,331.63	6.43%
湖北	15,844	41,049	2,109,954.64	4.70%
河北	19,529	47,375	2,045,227.10	4.56%
四川	12,170	34,674	1,957,934.36	4.36%
福建	11,789	31,757	1,827,878.22	4.07%
广西	10,726	28,205	1,756,983.03	3.91%
湖南	11,991	28,098	1,564,642.24	3.49%
江西	11,881	28,646	1,554,608.11	3.46%
陕西	11,967	31,366	1,526,827.92	3.40%
山西	11,448	28,172	1,204,236.97	2.68%
贵州	5,566	15,032	966,076.19	2.15%
内蒙古	7,685	20,182	959,352.52	2.14%
辽宁	7,349	18,729	905,161.19	2.02%
重庆	5,576	15,963	893,005.54	1.99%
上海	5,322	13,574	708,654.76	1.58%
黑龙江	5,502	13,704	646,954.69	1.44%
吉林	4,719	12,750	613,553.27	1.37%
甘肃	5,684	11,307	558,043.37	1.24%
云南	3,343	7,535	483,060.45	1.08%
北京	3,894	8,687	426,678.22	0.95%
海南	2,244	5,518	318,312.52	0.71%
天津	2,427	5,923	294,302.36	0.66%
宁夏	1,176	2,592	136,106.54	0.30%
新疆	341	513	55,294.77	0.12%
青海	102	146	13,571.74	0.03%
西藏	21	60	8,189.30	0.02%
合计	336,166	865,069	44,888,491.13	100.00%

2018 年

收货省份	买家数	交易笔数	交易金额	金额占比
广东	30,979	68,492	3,859,454.41	8.60%
河南	37,798	78,342	3,497,635.25	7.79%
江苏	21,807	56,439	3,322,706.73	7.40%
山东	37,552	75,948	3,250,455.19	7.24%
浙江	19,294	53,612	3,244,609.47	7.23%
安徽	19,586	51,181	3,055,521.66	6.81%
湖北	15,248	37,052	2,058,570.59	4.58%
四川	11,533	31,863	2,041,974.00	4.55%
江西	12,877	29,898	1,777,969.30	3.96%
河北	22,370	43,252	1,722,687.83	3.84%
福建	11,435	28,395	1,712,837.69	3.81%
广西	12,072	27,676	1,699,059.44	3.78%
湖南	13,495	29,469	1,687,710.68	3.76%
陕西	12,899	32,270	1,679,926.55	3.74%
贵州	5,726	15,644	1,178,129.77	2.62%
山西	12,171	26,609	1,148,818.25	2.56%
甘肃	8,314	21,629	1,146,545.35	2.55%
内蒙古	7,291	19,404	1,013,291.18	2.26%
重庆	5,205	14,586	949,420.27	2.11%
辽宁	7,352	17,198	877,777.66	1.95%
云南	4,586	11,725	790,090.99	1.76%
上海	5,079	12,715	731,295.83	1.63%
黑龙江	5,026	11,161	559,079.53	1.25%
吉林	4,164	9,984	532,825.65	1.19%
北京	3,493	7,627	405,794.73	0.90%
海南	2,517	5,535	319,728.00	0.71%
宁夏	2,079	5,234	285,932.81	0.64%

天津	2,422	5,005	253,239.47	0.56%
新疆	754	1,074	72,839.30	0.16%
青海	205	290	15,181.70	0.03%
西藏	43	79	9,647.61	0.02%
合计	355,372	829,388	44,900,756.89	100.00%

2019 年

收货省份	买家数	交易笔数	交易金额	金额占比
广东	313,399	377,003	7,364,592.23	10.40%
浙江	189,986	235,903	5,201,554.67	7.35%
江苏	188,179	230,953	4,944,605.57	6.98%
河南	194,985	237,969	4,665,434.51	6.59%
山东	204,607	249,551	4,624,582.83	6.53%
安徽	114,437	144,220	3,317,233.54	4.69%
河北	149,732	178,456	3,155,473.56	4.46%
福建	115,393	139,763	2,896,605.51	4.09%
四川	109,789	131,483	2,840,812.48	4.01%
湖南	104,894	125,281	2,581,232.72	3.65%
湖北	92,564	113,653	2,523,309.91	3.56%
陕西	88,147	108,958	2,347,937.03	3.32%
辽宁	108,269	128,298	2,295,404.00	3.24%
江西	79,226	96,604	2,190,402.66	3.09%
广西	76,524	93,510	2,088,082.19	2.95%
黑龙江	93,822	108,897	1,874,869.47	2.65%
山西	75,803	90,965	1,752,398.48	2.48%
贵州	61,247	73,080	1,714,181.88	2.42%
北京	80,284	93,265	1,667,489.74	2.36%
云南	67,924	80,314	1,644,767.19	2.32%
内蒙古	63,257	77,222	1,624,643.99	2.29%
上海	65,050	77,839	1,538,322.83	2.17%

吉林	67,085	78,924	1,409,801.02	1.99%
甘肃	35,969	48,388	1,339,209.50	1.89%
重庆	48,953	58,679	1,270,666.18	1.79%
天津	40,290	46,830	820,691.49	1.16%
海南	24,652	29,573	572,337.88	0.81%
宁夏	18,363	22,515	499,599.55	0.71%
新疆	922	935	17,885.03	0.03%
青海	354	365	7,076.74	0.01%
西藏	69	70	1,765.39	0.00%
合计	2,874,175	3,479,466	70,792,969.77	100.00%

2020 年 1-6 月

收货省份	买家数	交易笔数	交易金额	金额占比
广东	218,790	250,263	4,283,319.64	11.27%
浙江	130,430	150,627	2,865,304.56	7.54%
江苏	127,193	145,573	2,705,853.28	7.12%
河南	138,781	157,675	2,627,161.75	6.91%
山东	135,190	154,713	2,540,040.00	6.68%
河北	101,219	114,437	1,824,751.16	4.80%
安徽	82,339	94,720	1,696,652.28	4.46%
福建	76,235	87,244	1,522,482.51	4.01%
四川	77,061	86,000	1,515,911.66	3.99%
湖南	72,259	80,908	1,365,136.39	3.59%
辽宁	67,546	76,974	1,299,836.20	3.42%
广西	63,382	70,825	1,160,246.41	3.05%
陕西	55,865	63,084	1,138,064.86	2.99%
江西	55,791	62,860	1,088,712.08	2.86%
黑龙江	57,257	63,683	1,041,421.46	2.74%
山西	53,720	59,917	970,854.92	2.55%
云南	47,334	52,617	934,242.36	2.46%

内蒙古	47,139	52,770	909,406.53	2.39%
贵州	46,632	51,558	907,114.27	2.39%
上海	41,188	46,870	895,335.10	2.36%
北京	38,159	42,561	796,173.43	2.10%
吉林	39,746	44,458	747,600.13	1.97%
湖北	39,175	42,442	724,592.89	1.91%
重庆	34,457	38,216	659,183.27	1.73%
甘肃	31,523	35,911	656,746.12	1.73%
天津	23,840	26,782	487,589.12	1.28%
海南	17,983	20,663	348,034.52	0.92%
宁夏	14,537	16,372	289,628.16	0.76%
新疆	45	45	948.67	0.00%
青海	8	8	477.40	0.00%
Null[注]	40	40	455.00	0.00%
西藏	2	2	12.40	0.00%
合计	1,934,866	2,190,818	38,003,288.53	100.00%

[注]:存在收货地址为空的记录，原因是属于补差价商品，无需发货。

根据按收货省份分布分析情况表明，各期下单账号收货省份前 5 名多为广东、浙江、江苏、河南和山东等经济发达或人口数量多的省份，各省份交易金额相对分散，未见集中于个别省份的情况。

报告期内，公司自营店铺年交易次数分布、复购间隔时间分布、跨区县收货情况、交易时间分布以及收货省份分布统计数据均未见异常，公司不存在刷单导致数据异常的情况，也不存在通过刷单获取收入的情况。天猫、京东等电商平台针对在其平台开设的店铺的刷单行为制定了严格的监管规则及实施了严格的监控措施，若店铺被识别存在刷单行为，可能面临删除虚假交易记录、支付违约金甚至下架所有商品的处罚。报告期内，公司店铺不存在因刷单而被电商平台判定为违规的情况。

(2)店铺评价情况

店铺名称	优全母婴专营店	诗帛旗舰店	诗帛旗舰店

店铺名称	优全母婴专营店	诗帛旗舰店	诗帛旗舰店
所属平台	淘宝天猫	淘宝天猫	拼多多
近 30 天支付买家数	183	170,518	34,394
买家评价数	57	45,019	11,393
买家评价率	31.15%	26.40%	33.12%
非默认评价率	47.37%	28.53%	11.46%
买家评论上传图片数	4	3110	2,843
上传图片占比	7.02%	6.91%	24.99%
买家好评率	98.91%	98.01%	98.50%
买家差评率	1.09%	1.99%	1.50%
发起投诉数	-	85	49
发起申诉数	-	-	/
买家投诉率	-	0.05%	0.14%
卖家申诉率	-	-	/
撤销投诉数	-	7	49
纠纷退款率	-	-	-

如上表所示，各个自营店铺评价率基本一致，未见异常。

截至本回复报告出具日，发行人主要店铺对比天猫平台同行业店铺评价情况如下：

项目	诗帛旗舰店(天猫)		优全母婴专营店	
	动态评分	与同行业相比	动态评分	与同行业相比
描述相符	4.7	低于 1.78%	4.9	高于 41.86%
服务态度	4.7	低于 1.51%	4.8	高于 5.86%
物流服务	4.7	低于 1.43%	4.8	持平

如上表所示，公司主要店铺诗帛旗舰店(天猫)动态评分均低于同行业水平，优全母婴专营店部分评分高于同行业水平；同时，公司诗帛旗舰店(拼多多)综合体验分为四星半，位列同类产品畅销榜第 19 名。

综上，公司主要店铺动态评价情况未见异常。

3.是否存在单个账户大额采购的情形，如存在说明原因及合理性；

考虑到公司产品特性，我们定义单个账户大额采购的情形如下：

(1)单笔订单金额大于 1 千元

(数量单位：个、笔；金额单位：元)

期间	买家数	交易笔数	交易金额	占当年自营店铺交易总额比例	客单价	平均每笔金额
2017 年	15	18	27,902.26	0.06%	1,860.15	1,550.13
2018 年	10	10	17,121.35	0.04%	1,712.14	1,712.14
2019 年	16	16	23,229.58	0.03%	1,451.85	1,451.85
2020 年 1-6 月	20	22	61,004.65	0.16%	3,050.23	2,772.94

报告期内，单笔交易金额大于 1 千元的订单的交易金额较低，占当年直营店铺交易总额的比例较低。上表所列大额订单，主要系批发商和团购客户。

(2)下单账户年交易总额大于 2 千元

(数量单位：个、笔；金额单位：元)

期间	买家数	交易笔数	交易金额	占当年自营店铺交易总额比例	客单价	平均每笔金额
2017 年	168	7,251	539,782.57	1.20%	3,212.99	74.44
2018 年	507	13,560	1,450,181.26	3.23%	2,860.32	106.95
2019 年	307	7,629	791,333.20	1.12%	2,577.63	103.73
2020 年 1-6 月	24	1,133	109,789.38	0.29%	4,574.56	96.90

报告期内，年交易总额大于 2 千元的下单账户的交易金额较低，占当年直营店铺交易总额的比例较低。上表所列客户，主要系批发商和团购客户以及纸尿裤个人客户，部分批发商和团购客户在淘宝平台也有店铺，会在该等店铺中分享来自其他店铺的产品内容，如果有买家下单，这些店主再去对应的店铺下单并直接由对应店铺发货给最终用户。

4.补充说明 2019 年电商渠道实现销售收入大幅增长的原因，开展的主要推广活动，与推广费的匹配性

(1)2019 年电商渠道实现销售收入大幅增长的原因

报告期内，公司电商平台的销售收入分别为 3,789.04 万元、3,843.59 万元、6,394.39 万元和 3,819.96 万元，收入规模逐年增长。2019 年电商渠道实现销售收入大幅增长，系 2019 年度“诗帛”品牌的电商收入增加 4,175.20 万元。主要系以下原因：一方面，随着公司在护理用品行业内的工艺技术的积累、自主品牌运营的经验提升，公司 2019 年度推出“诗帛”品牌的一次性洗脸巾；另一方面，

部分用户对于洗脸用毛巾习惯逐渐转为使用一次性干巾，公司“诗帛”品牌的一次性洗脸巾性价比较高，在天猫旗舰店和拼多多平台上推出后销量逐步上升，2019 年度公司共销售“诗帛”品牌的一次性洗脸巾 745.57 万包(其中 50 片装 198.72 万包，100 片装 546.86 万包)。

(2)2019 年度开展的主要推广活动以及与推广费的匹配性

2019 年度，公司电商平台共发生推广服务费 398.14 万元，各店铺推广费与收入的匹配情况如下：

单位：万元

店铺名称	所属平台	实现收入	推广服务费	服务费占比
诗帛旗舰店	淘宝天猫	2,800.42	289.69	10.34%
优全母婴专营店	淘宝天猫	1,759.18	57.76	3.28%
诗帛旗舰店	拼多多	1,217.82	11.43	0.94%
其他		616.97	39.26	6.36%
合计		6,394.39	398.14	6.23%

2019年度，公司电商平台推广服务费主要系新开店铺天猫诗帛旗舰店产生，该店铺按电商收入金额以及买家使用花呗信用卡付款金额扣点的技术服务费及推广服务费共计 289.69 万元，占实现收入的比例为 10.34%。天猫诗帛旗舰店参与的推广活动主要包括天猫品牌新享活动、聚划算、淘宝客、超级推荐和天猫直通车。

优全母婴专营店为公司早期开立的店铺，已有相对稳定的客户群体，未发生较多推广服务费，服务费占收入比例较低；公司诗帛旗舰店在拼多多推广服务费占收入比例，系拼多多平台收取的推广服务费较低，但产品售价略低于天猫平台。

综上，公司推广服务费与收入相匹配。

(四)补充说明发行人对主要经销商销售情况，包括金额和占比，各期经销商变动情况，平均销售收入，主要经销商期末库存水平，是否存在积压情况，和经销商是否存在退换货条款及报告期实际退换货情况，经销商返利政策及返利金额、会计处理

1.公司报告期各期前十大经销商销售情况

年度	客户名称	所在地区	销售金额	占当期经销商销售额比例	截至本回复报告出具日库存水平
2020年1-6月	湖南如愿供应链管理有限公司	湖南	234.89	7.47%	尚有库存25%
	云南康轩经贸有限公司	云南	183.97	5.85%	尚有库存10%
	宜昌智爱商贸有限公司	湖北	133.72	4.25%	尚有库存20%
	湖州东沛进出口有限公司	浙江	96.86	3.08%	尚有库存20%
	武汉兴明华商贸有限公司	湖北	89.71	2.85%	尚有库存40%
	长兴俊杰百货批发部	浙江	89.20	2.84%	尚有库存10%
	蚌埠市淮上区佳源母婴用品商行	安徽	57.88	1.84%	尚有库存10%
	宿州市埇桥区妞仔乐园解集加盟店	安徽	55.85	1.78%	尚有库存5%
	南京伊贝儿母婴用品有限公司	江苏	54.85	1.74%	尚有库存15%
	江阴市茗茵国际贸易有限公司	江苏	42.51	1.35%	尚有库存20%
	合计		1,029.20	33.06%	
2019年	湖南如愿供应链管理有限公司	湖南	403.48	17.43%	均已实现销售
	云南康轩经贸有限公司	云南	178.24	7.70%	均已实现销售
	阜阳市阿喔优品电子商务有限公司	安徽	104.82	4.53%	均已实现销售
	郑州梦之祥企业管理咨询有限公司	河南	103.12	4.46%	均已实现销售
	江阴市茗茵国际贸易有限公司	江苏	76.37	3.30%	均已实现销售
	德州经济技术开发区优全孕婴生活馆	山东	70.61	3.05%	均已实现销售
	长兴俊杰百货批发部	浙江	62.76	2.71%	均已实现销售
	宜昌智爱商贸有限公司	湖北	61.89	2.67%	均已实现销售
	南京伊贝儿母婴用品有限公司	江苏	61.18	2.64%	均已实现销售
	沈阳市皇姑区欣宝卫生用品经销处	辽宁	58.45	2.53%%	均已实现销售
	合计		1,180.92	51.02%	
2018年	湖南如愿供应链管理有限公司	湖南	224.52	8.96%	均已实现销售
	重庆闻誉乐婴幼儿用品有限公司	重庆	188.28	7.51%	均已实现销售
	云南康轩经贸有限公司	云南	154.70	6.17%	均已实现销售
	昆山市玉山镇家恩日用品商行	江苏	103.55	4.13%	均已实现销售
	德州经济技术开发区优全孕婴生活馆	山东	80.55	3.21%	均已实现销售

	安徽萌娃奶爸商贸有限公司	安徽	78.02	3.11%	均已实现销售
	广州乐欣母婴用品有限公司	广东	71.29	2.85%	均已实现销售
	安徽诚硕贸易有限公司	安徽	63.86	2.55%	均已实现销售
	南京婴诺母婴用品有限公司	江苏	57.13	2.28%	均已实现销售
	南京伊贝儿母婴用品有限公司	江苏	56.01	2.24%	均已实现销售
	合计		1,077.91	43.01%	
2017年	重庆闻誉乐婴幼儿用品有限公司	重庆	210.68	12.61%	均已实现销售
	杭州童心锁贸易有限公司	浙江	105.59	6.32%	均已实现销售
	广州乐欣母婴用品有限公司	广东	96.81	5.80%	均已实现销售
	嘉兴如美商贸有限公司	浙江	69.00	4.13%	均已实现销售
	云南康轩经贸有限公司	云南	60.60	3.63%	均已实现销售
	湖南如愿供应链管理有限公司	湖南	60.18	3.60	均已实现销售
	云南高振科技有限公司	云南	47.51	2.84%	均已实现销售
	沈阳橘宝商贸有限公司	辽宁	40.81	2.44%	均已实现销售
	德州经济技术开发区优全孕婴生活馆	山东	40.27	2.41%	均已实现销售
	常栋	江苏	38.51	2.31%	均已实现销售
	合计		769.96	46.09%	

截至本回复报告出具日，公司主要经销商 2017 年度至 2019 年度向本公司采购的护理用品均已实现销售，2020 年 6 月护理用品已多数实现销售，不存在库存积压情况。

2.经销商变动情况

报告期内各期，公司经销商数量变动情况及平均销售收入如下：

经销商数量	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
期初数量	131	133	145	11
新增	220	57	53	134
退出	53	59	65	0
期末数量	298	131	133	145
经销商收入(收入)	3,145.53	2,314.28	2,505.53	1,670.24
平均销售收入(经销商	10.56	17.67	18.84	11.52

收入/期末数量)				

2017 年度至 2019 年度，公司对于业绩不达标的经销商进行主动调整，同时吸收新的经销商进入销售体系，导致新增及退出的经销商家数较多，经销商数量总体保持稳定；2020 年 1-6 月，经销商数量大幅增加，其中大部分系受新冠肺炎疫情影响向公司采购口罩且采购额较小。

报告期内，湖南如愿供应链管理有限公司、云南康轩经贸有限公司、南京伊贝儿母婴用品有限公司等大经销商采购额基本保持前列，相对稳定。广州乐欣母婴用品有限公司 2017 年为第三大经销商，2018-2019 年销售额逐年递减，2020 年公司已经停止与该经销商合作，系因为广州乐欣母婴用品有限公司的加盟店与本公司的客户在同一片区域产生品牌冲突，于是公司停止了合作。此外，经销商渠道的销售收入占公司总销售额的比重较小，经销商平均销售收入较少，经销商的变动对公司带来的影响较小。

3.经销商退换货条款及报告期实际退换货情况

公司与经销商之间采取买断式销售模式，经销商根据其下游客户的需求，向发行人订货，公司接到订单后发货，经销商签收货物后，产品风险报酬转移。

公司对经销商一般的退换货条款为：由于运输不当引起质量问题或包装破损，乙方须在验货时提出异议，并与送货人共同签字注明，甲方确认后负责更换补偿等量货物。因产品本身引起的质量问题，乙方应自收到产品之日起三日内书面提出异议，逾期则视为产品质量及包装符合乙方要求。报告期内各期退换货金额占营业收入的比重如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
经销商收入	3,145.53	2,314.28	2,505.53	1,670.24
经销商退换货金额	17.13	67.09	79.66	70.29
占经销商收入比重	0.54%	2.90%	3.18%	4.21%

经销商退换货原因主要系产品质量瑕疵和货物外包装破损。报告期各期，经销商退换货金额占经销商模式销售收入的比重较低。

4.经销商返利政策及返利金额、会计处理

公司依据不同经销商的采购规模、回款情况、信誉度、品牌忠诚度制定不同的返利条款和返利力度。通常是根据经销商合同期内采购额达到不同层级的标准

来给予不同力度的返利，同时也会区分货物类型分别制定标准。返利的主要形式系货物返利。

会计处理：对于货物返利，公司有三种处理方式：一是冲减应收账款，以扣减销售折扣后的净额收入开具销售发票、确认销售收入；二是将与正常销售货物一同发出的货物返利视同销售，增加开票的数量，但不增加开票金额；三是将单独返还的货物返利借记销售费用，贷记存货有关科目。

报告期内，公司返利金额分别为 8.00 万元、0.21 万元、36.88 万元和 25.48 万元。

（五）补充说明母婴店和经销商模式的差异，母婴店销售收入逐年下滑的原因。

公司自主品牌线下销售包括母婴店和经销商模式，两者主要差异情况如下：

1.是否直接面向终端消费者

经销商模式下，经销商向公司购买自主品牌护理用品后销售给其经销所辖地区的购物中心、超市、母婴店等销售终端，再由销售终端将产品销售给最终消费者；母婴店模式下，母婴店向公司购买自主品牌护理用品后，直接将产品销售给最终消费者。

2.是否为法人主体

经销商客户多为法人主体，具有相对完善的组织结构。日常交易过程中，经销商客户能够按要求向本公司提供营业执照及开票信息等相关资料，经销商客户能够通过开票信息中列示的银行账号作为其主要结算账户；母婴店客户的组织形式多为非公司法人形式的客户，尤其以个体工商户形式居多。由于母婴店客户无对公账户，公司将要求其提供身份证等信息，并以其提供的身份证上的姓名开立的银行账号、支付宝账号等作为其主要结算账户进行管理。

报告期内，公司母婴店客户的销售额分别为 4,175.02 万元、4,311.31 万元、2,803.84 万元和 1,578.12 万元，收入变动原因主要系：母婴店较为分散，需要较多业务人员上门推销开拓市场，营销成本较高。同时，由于母婴店自身规模限制，单次采购额较小，公司往往需要以快递形式发货，运输费用较高。为充分发挥公司在产品研发、生产等方面的竞争优势，公司将护理用品业务发展重心转向

以 OEM 为主，减少了母婴店的市场开拓，导致母婴店客户的销售收入有所下滑。

(六)申报会计师发表明确意见，并按照《深圳证券交易所创业板股票首次公开发行上市审核问答》问题 29 的要求，说明对经销商模式下收入的过程、方法和结论。

1.针对上述事项，我们主要执行了以下的核查程序：

1)获取非织造材料及护理用品行业发展研究报告，了解护理用品与非织造材料的相关性；访谈发行人主要管理人员，了解从上游非织造材料生产企业延伸至下游护理用品或下游延伸至上游所需具备的技术、资金、业务等要素及难点，并向主要管理人员确认发行人从上游延伸至产业链下游特有的优势。

2)获取同行业公司招股说明书、年度报告或其他公开信息，了解同行业公司是否进行产业链延伸及业务进展。

3)实地走访或视频访谈发行人非织造材料主要客户，并向客户确认发行人开展护理用品业务是否会对其向发行人采购材料造成影响。

4)访谈发行人主要销售负责人、生产负责人等管理人员，了解发行人非织造材料产能在自用护理用品和对外销售的分配情况。

5)获取发行人主要 OEM 客户销售合同或订单，核查发行人与主要 OEM 客户就生产、发货、知识产权等方面的主要约定，以及双方是否就发行人生产自主品牌、生产其他品牌商产品及品牌商客户自建生产线进行约定或限制。

6)走访报告期内主要护理用品客户，访谈确认其对于发行人开展自主品牌业务是否知悉，是否会影响其与发行人业务的稳定合作。

7)获取 IT 审计团队出具的专项审计报告，复核 IT 审计团队对公司自营店铺涉及的信息系统执行了穿行测试、收入测算及核对、数据控制测试、交易数据多维分析等专项审计程序，对自营店铺涉及的测试和分析过程以及审计结论进行了复核，确认公司所依赖的与自营店铺销售有关的信息系统在所有重大方面控制有效；OMS 中留存的自营店铺销售数据可靠，与财务数据具有一致性；基于 OMS 系统销售数据对交易日分布、收货地域分布、交易时间分布、金额分布、次数分布、复购间隔时间分布等分析显示下单客户的购买行为是否存在异常。

8)获取发行人经销商、母婴店管理制度，了解发行人对经销商、母婴店设置的准入门槛、区域划分、返利政策及退换货条件等；获取发行人经销商清单及其对应销售情况，复核报告期内发行人经销商变动情况、平均销售收入是否异常；向主要经销商函证核实其向发行人采购商品期末库存情况、是否存在积压情况。

9)获取发行人收发存明细表，核查报告期内实际退换货情况，并向财务人员了解退换货会计处理、返利会计处理。

2.核查结论

经核查，我们认为：

1)护理用品 OEM 业务不会影响发行人非织造材料直销业务，不会导致非织造材料客户流失；发行人已在招股说明书中补充提示相关风险。

2)发行人自主品牌与 OEM 业务存在部分重叠，自有品牌的销售不会影响发行人与 OEM 品牌商的合作稳定性；发行人与主要 OEM 品牌商合同中未对发行人推广生产自产品牌、生产其他品牌商产品以及品牌商客户自建生产线进行约定或限制。

3) 报告期内发行人主要自营店铺运营数据不存在异常；公司主要店铺动态评价情况未见异常；单个账户 1,000 元以上大额采购主要系批发商和团购客户，具有合理性；电商平台销售收入增长与推广费相匹配。

4)主要经销商不存在期末存货积压的情况。

3.按照《深圳证券交易所创业板股票首次公开发行上市审核问答》问题 29 的要求，说明对经销商模式下收入的过程、方法和结论

《审核问答》问题 29 题要求：

重点关注其收入实现的真实性，详细核查经销商具体业务模式及采取经销商模式的必要性，经销商模式下收入确认是否符合企业会计准则的规定，经销商选取标准、日常管理、定价机制(包括营销、运输费用承担和补贴等)、物流(是否直接发货给终端客户)、退换货机制、销售存货信息系统等方面的内控是否健全并有效执行，经销商是否与发行人存在关联关系，对经销商的信用政策是否合理等。

(1)经销商具体业务模式及采取经销商模式的必要性

由于发行人护理用品行业的传统渠道(例如区域性商超、母婴店等)具有较强的地域性特征，发行人在全国范围内选取当地具有一定影响力的经销商共同开发

和深耕当地市场和终端渠道。

因此，借助经销商在资金、专业人员、业务渠道上的资源，可以更有利于公司在短时间内实现比较有效的市场覆盖率，采用经销商模式具有必要性和合理性。

(2)经销商模式下收入确认是否符合企业会计准则的规定

公司与经销商合作模式中，约定由公司负责将产品运输至经销商所指定地点，当公司将货物送至经销商指定地点并且经验收后，公司无法再继续对商品进行管理、实施有效控制，商品控制权转移至经销商，此时收入和成本金额能够可靠计量。因此，以经销商验收货物合格作为收入确认时点，符合《企业会计准则》的规定。

(3)经销商选取标准、日常管理、定价机制(包括营销、运输费用承担和补贴等)、物流(是否直接发货给终端客户)、退换货机制、销售存货信息系统等方面的内控是否健全并有效执行

1)经销商选取标准

公司选取经销商的标准为：1)当地知名的母婴产品运营商或者综合供应链管理公司，具备稳定的客户来源；2)具备比较丰富的快消品经销经验，完善的渠道资源，潜在的市场开拓能力等综合素质；3)经销商有意愿与公司一起推广公司自主品牌护理用品。

2)日常管理

发行人对经销商的管理制度包括：

①经销商不得跨区域、跨渠道销售，如有发现，公司有权立即取消授权；

②经销商应严格遵守公司制定的价格体系，不得擅自提价或降价；

③若经销商自动放弃经销权或连续三个月没有订单，无法完成合同约定内容，公司有权终止本次合同；

④公司负责将产品运输至经销商指定地点；

⑤对于某些经销商，如年度采购金额达到合同约定目标，公司给予年度返利。

3)定价机制

公司向经销商销售的产品主要为自主品牌护理用品，采取竞争性定价策略，即在产品成本和运输费用的基础上，综合考虑产品在市场中的渗透率、经销商采购量，与经销商协商议价。

公司对经销商的定价机制主要由三个因素决定：第一、经销商距离。公司与经销商签订的合同约定，由公司负责将产品运输至经销商指定地点，公司承担费用，因此公司与经销商议价时，需要考虑运费因素；第二、经销商采购量。公司与经销商签订合同时，如约定经销商采购量较大，公司为了提高自主品牌的知名度，可在一定程度上降低销售价格；第三、经销商所在地区护理用品的渗透率。如公司护理用品在经销商所在地区渗透率较低，公司为了快速抢占市场份额，提供自主品牌护理用品的渗透率，公司与经销商议价时可在销售价格上给予一定程度的让步，借此打入当地市场。

4)物流

根据公司与经销商的合同约定，由公司将产品发送至经销商指定地点，但不直接发送给终端客户。

5)退换货机制

若产品未涉及质量问题，没有违反法律法规和合同要求，公司将货物送至经销商指定地点并且经验收后，无法再继续对商品进行管理、实施有效控制，商品控制权转移至经销商，经销商不能要求退货。

6)销售存货信息系统

公司通过 ERP 系统进行存货管理，对合同签订、订单处理、销售发货等业务流程的可靠运行提供了有力保障。

(4)经销商是否与发行人存在关联关系，对经销商的信用政策是否合理

经销商与发行人不存在关联关系。

为了控制货款回收风险，报告期内，发行人与经销商签订的合同都约定了严格的信用政策，原则上需要款到发货。但对于在当地影响力较大，销售渠道广，业务资源丰富的经销商，公司可给予该些经销商一个月以内的信用期。

我们实施了以下核查程序

(1)获取发行人经销商、母婴店管理制度，了解发行人对经销商、母婴店设置的准入门槛、区域划分、返利政策及退换货条件等；获取发行人经销商清单及其对应销售情况，复核报告期内发行人经销商变动情况、平均销售收入是否异常；向主要经销商函证核实其向发行人采购商品期末库存情况、是否存在积压情况；

(2)对发行人报告期内与经销商交易情况进行了函证，回函情况如下：

项　目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
经销商收入金额(万元)	3,145.53	2,314.28	2,505.53	1,670.24
发函金额(万元)	1,313.26	743.35	697.79	755.95
发函比例	41.75%	32.12%	27.85%	45.26%
回函确认金额(万元)	1,313.26	743.35	697.79	521.30
回函比例	100%	100%	100%	68.96%

(3)保荐机构及申报会计师采用实地走访形式进行核查，具体如下表所示：

项　目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
经销商收入金额(万元)	3,145.53	2,314.28	2,505.53	1,670.24
走访经销商金额(万元)	663.57	1,132.89	1,140.30	799.18
走访核查占比	21.10%	48.95%	45.51%	47.85%

(4)了解发行人 ERP 系统的运行方式，并就 ERP 系统的运行有消息执行穿行测试和控制测试，核查系统有效性；抽取部分销售出库单、销售发票、发货单及记账凭证，双向核查销售收入的准确性和真实性；

(5)通过企查查、全国企业信用信息系统等网络查询经销商与发行人及董监高人员是否存在关联关系；对主要经销商实地走访，并向其确认与发行人是否存在关联关系。

经核查，我们认为：

(1) 报告期内发行人经销商销售收入真实。

(2) 发行人采取经销商模式具有合理性和必要性。

(3) 发行人经销商模式下收入确认符合企业会计准则的规定。

(4) 发行人经销商选取标准、日常管理、定价机制(包括营销、运输费用承担和补贴等)、物流(是否直接发货给终端客户)、退换货机制、销售存货信息系统等方面的内控健全并有效执行；经销商与发行人不存在关联关系，对经销商的信用政策合理。

九、问题 18.关于主要客户

申报文件显示：

(1)2020 年，公司积极响应国家号召，生产的非织造材料主要销售给防疫物

资生产企业，相应减少了对原有下游护理用品生产企业的销售，存在原有客户流失的风险，从而对未来经营业绩产生不利影响。

(2)发行人客户集中度较低，前五大客户销售占比为 20%左右。

(3)公司子公司广东金三发向客户广东昱升租赁 9,438 平方米场地用于生产、仓储、办公场所，租赁期限为 2019 年 1 月 1 日至 2037 年 12 月 31 日。

请发行人：

(1)区分非织造材料和护理用品补充说明前十大客户基本情况，包括设立时间、注册资本、股权结构、实际控制人、合作时间、合作背景、获得订单的方式，与发行人及其控股股东、实际控制人、董监高、其他核心人员及其关系密切的家庭成员以及本次发行中介机构及签字人员是否存在关联关系或其他利益关系，并说明报告期内向前十大客户销售具体内容、销售金额、销售模式、数量、单价、毛利率及单价、毛利率变动原因。

(2)结合生产工艺、原料配比、克重规格及客户特殊要求、销售规模等因素，说明发行人对主要客户销售定价依据及公允性，销售同类产品价格是否存在显著差异及差异的原因。

(3)补充披露报告期内发行人主要客户变动较大的原因，广东昱升、babycare 等公司报告期内成为前五大客户的原因，订单和业务的获取方式及合作背景；韩国 JW、印尼 WZ 等客户退出前五大客户的原因，是否还保持合作；补充说明报告期内前十大客户不再合作的情况及具体原因，发行人与主要客户合作的稳定性和可持续性。

(4)补充披露发行人向广东昱升租赁且租赁面积较大的原因，租赁价格公允性，是否存在其他向客户或供应商租赁房产的情况，发行人与广东昱升或其他房东客户在销售政策、信用政策、结算方式、收入确认时点等与其他客户相比是否存在显著差异，双方是否存在关联关系或其他利益安排。

(5)补充披露 2017 年至 2019 年主要客户截至目前的合作情况，是否存在因 2020 年上半年公司减少对护理客户销售导致客户流失的情况，发行人的解决措施及有效性。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。(审核问询函问题十八)

(一)区分非织造材料和护理用品补充说明前十大客户基本情况，包括设立

时间、注册资本、股权结构、实际控制人、合作时间、合作背景、获得订单的方式，与发行人及其控股股东、实际控制人、董监高、其他核心人员及其关系密切的家庭成员以及本次发行中介机构及签字人员是否存在关联关系或其他利益关系，并说明报告期内向前十大客户销售具体内容、销售金额、销售模式、数量、单价、毛利率及单价、毛利率变动原因

1.前十大客户基本情况

(1)非织造材料

报告期内，公司非织造材料前十大客户设立时间、注册资本、股权结构、实际控制人、合作时间、合作背景及获得订单的方式等情况如下：

序号	客户名称	设立时间	注册资本	股权结构	实际控制人/总经理	合作时间	合作背景	获取方式	关联关系
1	广东昱升	2005 年	15,000 万人民币	苏艺强持股 49.07%；广东艺鼎投资有限公司持股 42.93%；苏艺容 5%等	苏艺强	2015 年	上门拜访主动开发	商业洽谈	无
2	郑州万神山卫材有限公司	2020 年	1,000 万元人民币	王长太持股 100%	王长太	2020 年	疫情原因，客户主动寻求	商业洽谈	无
3	深圳市比亚迪供应链管理有限公司	2013 年	50,000 万元人民币	比亚迪股份有限公司持股 100%	王渤	2020 年	疫情原因，客户主动寻求	商业洽谈	无
4	韩国 AJ	1987 年	50 亿韩元	박 진 우 60%；박 운 규 20%；박 성 은 10%；박 성 민 10%	박 진 우	2013 年	展会拓展	商业洽谈	无
5	金红叶	1996 年	134,995 万美元	金光纸业(中国)投资有限公司持股 79.01%；JO GLOBAL INVESTMENT PTE. LTD.持股 20.99%	黄志源	2012 年	上门拜访主动开发	招投标	无
6	上海美馨	2001 年	1,628 万美元	ECOTRADE SOLUTIONS LIMITED 持股 94.00%等	KHATRI SUDHIR SUBHASHCHANDRA	2012 年	上门拜访主动开发	商业洽谈	无
7	美国 USN	1993 年	-	Wind Point Advisors LLC 持股 100%	SHERVIN ZADE	2013 年	上门拜访主动开发	商业洽谈	无
8	苏州市如福纺织科技有限公司	2011 年	500 万元人民币	周得贵持股 80%；杨友芳持股 20%	周得贵	2020 年	疫情原因，客户主动寻求	商业洽谈	无
9	吴江江旭纺织有限公司	2011 年	50 万元人民币	姜迎春持股 100%	姜迎春	2020 年	疫情原因，客户主动寻求	商业洽谈	无
10	湖南恒昌医药集团股份有限公司	2015 年	11,908 万元人民币	湖南赛乐仙企业管理咨询有限公司持股 65.1%；周延奇持股 14.75%；江琎持股 7.89%等	江琎	2020 年	疫情原因，客户主动寻求	商业洽谈	无
11	巴基斯坦 OZO	2005 年	1,000 万元卢比	Sarwat Shakeel 持股 100%	Sarwat Shakeel	2017 年	展会拓展	商业洽谈	无

12	杭州千芝雅卫生用品有限公司	2011 年	21,888 万元人民币	马飞跃持股 61.7%；吴跃持股 38.3%	马飞跃	2011 年	上门拜访主动开发	商业洽谈	无
13	印尼 WZ	1996 年	5,000 亿卢比	GODREJ CONSUMER HOLDINGS (NETHERLANDS)BV of the Netherlands 持股 99.95%等	Dorab Erach Mistry	2012 年	业内介绍	商业洽谈	无
14	印尼 AP	1999 年	150 亿卢比	Mr. Eddy Setiawan 持股 90.7%，Mr. Anton Hartawan Wibisana 持股 9.3%	Eddy etiawan	2013 年	展会拓展	商业洽谈	无
15	韩国 JW	2013 年	30 亿韩元	LEE,JUNG-HO 持股 76%；YANG,JIN-HA 持股 12%等	LEE,JUNG-HO	2015 年	展会拓展	商业洽谈	无
16	创艺卫生用品(苏州)有限公司	2001 年	970 万美元	香港哈索有限公司持股 100%	山田菊夫	2015 年	上门拜访主动开发	商业洽谈	无
17	安徽汉邦日化有限公司	2012 年	4,500 万元人民币	安徽汉邦医疗用品集团有限公司持股 63.33%，郑磊持股 36.67%	郑磊	2016 年	上门拜访主动开发	商业洽谈	无
18	FIRST CHARM CO.,LTD	1999 年	11.65 亿韩元	KIM, SANG-HOE 持股 38.86%，KIM, KYUNG-HYUN 持股 21.53%，KIM, HYANG-RIM 持股 19.76%，PARK, MI-SOOK 持股 15.22%等	金相会	2015 年	客户浏览公司官网接洽	商业洽谈	无

(2) 护理用品

报告期内，护理用品前十大客户设立时间、注册资本、股权结构、实际控制人、合作时间、合作背景及订单方式等情况如下：

序号	客户名称	设立时间	注册资本	股权结构	实际控制人/总经理	合作时间	合作背景	获取方式	关联关系
1	Babycare	2013 年	1,000 万元人民币	李阔持股 99%；郭家森持股 1%等	李阔	2018 年	上门拜访主动开发	商务洽谈	无
2	安慕斯	2016 年	5,000 万元人民币	北京小鹿科技有限公司持股 100%	刘阳	2018 年	上门拜访主动开发	商务洽谈	无

3	上海美馨	2001 年	1,628 万美元	ECOTRADE SOLUTIONS LIMITED 持股 94.00%等	KHATRI SUDHIR SUBHASHCHANDRA	2020 年	疫情原因，客户主动寻求	商务洽谈	无
4	可优比	2016 年	5,000 万元人民币	杭州贝豪实业有限公司持股 100%	杨樊	2016 年	上门拜访主动开发	商务洽谈	无
5	ASIA LIFE LLC	2015 年	2 万俄罗斯卢布	Mr Litvichenko, Denis Olegovich 持股 50%, Mr Bolotov, Denis Aleksandrovich 持股 50%	Litvichenko, Denis legovich	2017 年	展会拓展	商务洽谈	无
6	北京京东世纪信息技术有限公司	2010 年	50,000 万元人民币	北京京东世纪贸易有限公司持股 100%	刘强东	2020 年	上门拜访主动开发	商务洽谈	无
7	网易严选	2016 年	150 万美元	Yanxuan (Hong Kong) Limited(嚴選(香港)有限公司)持股 100%	丁磊	2017 年	上门拜访主动开发	商务洽谈	无
8	LABORATORIO DURANDIN S.A.	1960 年	4.27 亿美元	Rose Marie Teresa Durandin Lavanchy 持股 17.15%,Patrick Miguel Durandin Lavanchy 持股 17.15%,Inversiones Nopadopa S. A.持股 16.18%,Inversiones P y D S.A.持股 16.18%, Matristica de Inversiones S.A.持股 16.18%等	Patrick Miguel Durandin Lavanchy	2016 年	展会拓展	商务洽谈	无
9	GAMA Healthcare Ltd	-	-	-	-	2020 年	业内介绍	商务洽谈	无
10	十月结晶	2010 年	5,000 万元人民币	施军持股 60%；俞佳持股 40%	施军	2016 年	上门拜访主动开发	商务洽谈	无
11	苏州东方之宝生物药业有限公司	2005 年	150 万元人民币	徐炳根持股 45%；徐华持股 40%；徐敏持股 15%	徐炳根	2016 年	上门拜访主动开发	商务洽谈	无
12	ASIA-PACIFIC LINES CO.,LTD	2013 年	1 万俄罗斯卢布	Mrs Valuy, Viktoriya Valeryevna 持股 100%	Mrs Valuy, Viktoriya Valeryevna	2015 年	展会拓展	商务洽谈	无

13	KMART AUSTRALIA LIMITED	1967 年	1600 万澳元	IanBailey 持股 100%	Ian Bailey	2014 年	展会拓展	商务洽谈	无
14	Van Chiang Industrial Corp.	-	-	-	-	2015 年	展会拓展	商务洽谈	无
15	广东宝贝儿婴童用品股份有限公司	2010 年	7,200 万元人民币	张志宾持股 68.5%；汕头市中楷创业投资合伙企业(有限合伙)持股 8.6%； 卢英娜持股 6.5％等	张志宾	2014 年	上门拜访主动开发	商务洽谈	无
16	PT MITRA BERSAMA JAYA	2010 年	9,685,484 万印尼盾	Mr. Lam Sing Hoo of Singapore 持股 25%, Mr. Rudianto 持股 25%, Mr. Suganda 持股 25%, Mr. Suratman 持股 25%	Mr. Suratman	2015 年	展会拓展	商务洽谈	无

上述非织造材料和护理用品前十大客户与发行人及其控股股东、实际控制人、董监高、其他核心人员及其关系密切的家庭成员以及本次发行中介机构及签字人员不存在关联关系或其他利益关系。

2.说明报告期内向前十大客户销售具体内容、销售金额、销售模式、数量、单价、毛利率及单价、毛利率变动原因。

(1)非织造材料前十大客户销售情况

2020 年 1-6 月，公司非织造材料前十大客户销售单价较 2019 年度普遍有所上升，主要系受疫情影响，作为口罩、防护服等防疫物资生产原料的纺粘非织造材料、尤其是熔喷布供不应求，市场价格急剧上涨；而纺粘主要原料聚丙烯的采购价格仅上涨 9.41%，因此公司 2020 年 1-6 月纺粘非织造材料的销售单价和毛利率均高于 2019 年度。同时，疫情进一步加速了消费者卫生防护意识改变，对酒精湿巾、消毒湿巾的需求大幅上升，公司水刺非织造材料作为湿干巾的基材，销售价格随着市场价格的上涨而有所回升；水刺主要原料涤纶短纤和粘胶短纤的采购单价分别较 2019 年度下降 16.61%和 5.88%，使得水刺非织造材料毛利率高于 2019 年度。

1)广东昱升个人护理用品股份有限公司

单位：万元、吨、元/吨

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
销售模式	直销			
销售内容	纺粘非织造材料 水刺非织造材料			
销售额[注 1]	5,973.23	6,681.21	6,778.41	2,216.61
销售数量	2,477.17	5,384.30	5,304.32	1,819.58
销售单价	24,113.12	12,408.68	12,779.03	12,181.96
毛利率	56.14%	13.64%	13.35%	7.84%

注：非织造材料销售额中不包括护理用品收入，下同。

2017 年度，子公司广东金三发开始投产运行，由于当期产量较低、单位成本中分摊的固定成本较高，使得毛利率略低；2018 年度和 2019 年度，公司向广东昱升销售的产品主要为纺粘非织造材料，销售数量、销售额、销售单价及毛利率较为稳定。

2)郑州万神山卫材有限公司

单位：万元、吨、元/吨

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

销售模式	直销			
销售内容	纺粘非织造材料	-	-	-
销售额	4,950.49	-	-	-
销售数量	300.08	-	-	-
销售单价	164,974.72	-	-	-
毛利率	89.93%	-	-	-

郑州万神山卫材有限公司系 2020 年疫情期间开始向本公司采购纺粘非织造材料的防疫物资生产企业，2017 年度、2018 年度和 2019 年度均未产生交易。

3)深圳市比亚迪供应链管理有限公司

单位：万元、吨、元/吨

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
销售模式	直销			
销售内容	纺粘非织造材料	-	-	-
销售额	3,965.53	-	-	-
销售数量	889.20	-	-	-
销售单价	44,596.47	-	-	-
毛利率	77.53%	-	-	-

深圳市比亚迪供应链管理有限公司系 2020 年疫情期间开始向本公司采购纺粘非织造材料的防疫物资生产企业，2017 年度、2018 年度和 2019 年度均未产生交易。

4)AJ CO.,LTD(韩国 AJ)

单位：万元、吨、元/吨

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
销售模式	直销			
销售内容	水刺非织造材料			
销售额	3,921.91	4,728.66	7,272.24	3,868.10
销售数量	2,501.49	3,643.27	4,647.28	2,338.43
销售单价	15,678.31	12,979.16	15,648.38	16,541.44
毛利率	32.29%	18.71%	18.13%	21.82%

2017 年度至 2019 年度，公司向韩国 AJ 销售水刺非织造材料的销售单价呈下降趋势，主要系韩国 AJ 采购多为直铺型水刺，市场供应量较大、竞争激烈，

为保持与韩国 AJ 的合作稳定，公司根据市场行情变化、原材料价格及客户要求等因素综合考虑，适当调整对其销售单价。

2018年度，主要原材料涤纶短纤采购价格上涨幅度高于粘胶短纤下降幅度，单位成本上升，毛利率有所下降；2019 年度，主要原材料涤纶短纤和粘胶短纤采购价格不同程度下降，销售单价下降幅度小于单位成本，毛利率较 2018 年上涨。

5)金红叶纸业集团有限公司

单位：万元、吨、元/吨

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
销售模式	直销			
销售内容	水刺非织造材料 纺粘非织造材料	水刺非织造材料	水刺非织造材料	水刺非织造材料
销售额	3,269.55	3,886.86	3,430.82	3,042.58
销售数量	1,461.25	1,891.89	1,712.55	1,580.16
销售单价	22,375.05	20,544.88	20,033.35	19,254.91
毛利率	47.09%	44.29%	33.72%	33.36%

2017 年度-2019 年度，公司向金红叶水刺非织造材料销售规模基本稳定。

2018 年度，金红叶销售价格基本覆盖因涤纶短纤采购价格上涨引起的单位成本变动，毛利率基本持平；2019 年度，涤纶短纤和粘胶短纤采购价格均出现不同程度的下降，金红叶销售单价仍与 2018 年度基本一致，毛利率较上期大幅上升。

2020 年 1-6 月，金红叶利用自有设备生产口罩，增加向公司采购纺粘非织造材料和熔喷布，因而整体毛利率和销售价格有所上升。

6)上海美馨卫生用品有限公司

单位：万元、吨、元/吨

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
销售模式	直销			
销售内容	水刺非织造材料 纺粘非织造材料	水刺非织造材料 纺粘非织造材料	水刺非织造材料 纺粘非织造材料	水刺非织造材料
销售额	2,193.81	4,126.32	5,462.60	5,995.70
销售数量	1,185.19	2,680.81	3,047.90	3,059.38

销售单价	18,510.24	15,392.05	17,922.50	19,597.78
毛利率	36.91%	22.04%	23.27%	24.56%

2017 年度-2019 年度，公司向上海美馨销售非织造材料的单价呈下降趋势，主要原因系产品结构发生变化，单价较高的全粘胶水刺非织造材料占比逐年下降。该期间，毛利率较为稳定。

7) NEWU.S.NONWOVENS，LLC(美国 USN)

单位：万元、吨、元/吨

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
销售模式	直销			
销售内容	水刺非织造材料			
销售额	2,063.64	4,231.54	2,280.25	2,289.81
销售数量	1,367.61	3,225.40	1,584.55	1,402.36
销售单价	15,089.39	13,119.42	14,390.50	16,328.26
毛利率	40.48%	19.60%	17.26%	27.22%

2017 年度至 2019 年度，公司向美国 USN 销售单价持续下降，主要系美国 USN 采购均为直铺型水刺，市场供应量增加、竞争激烈，为保持与美国 USN 的合作稳定，公司根据市场行情变化、原材料价格及客户要求等因素综合考虑，适当调整对其销售单价。

2018年度，主要原材料涤纶短纤采购价格上涨幅度高于粘胶短纤下降幅度，单位成本上升，毛利率有所下降；2019 年度，主要原材料涤纶短纤和粘胶短纤采购价格不同程度下降，销售单价下降幅度小于单位成本，毛利率较 2018 年上涨。

8)苏州市如福纺织科技有限公司

单位：万元、吨、元/吨

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
销售模式	直销			
销售内容	纺粘非织造材料	-	-	-
销售额	1,873.82	-	-	-
销售数量	351.04	-	-	-
销售单价	53,379.16	-	-	-

毛利率	64.62%	-	-	-

苏州市如福纺织科技有限公司系 2020 年疫情期间开始向本公司采购纺粘非织造材料的防疫物资生产企业，2017 年度、2018 年度和 2019 年度均未产生交易。

9)吴江江旭纺织有限公司

单位：万元、吨、元/吨

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
销售模式	直销			
销售内容	纺粘非织造材料	-	-	-
销售额	1,821.36	-	-	-
销售数量	200.55	-	-	-
销售单价	90,820.16	-	-	-
毛利率	79.49%	-	-	-

吴江江旭纺织有限公司系 2020 年疫情期间开始向本公司采购纺粘非织造材料的防疫物资生产企业，2017 年度、2018 年度和 2019 年度均未产生交易。

10)湖南恒昌医药有限公司

单位：万元、吨、元/吨

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
销售模式	直销			
销售内容	纺粘非织造材料	-	-	-
销售额	1,672.61	-	-	-
销售数量	229.27	-	-	-
销售单价	72,955.50	-	-	-
毛利率	84.03%	-	-	-

湖南恒昌医药有限公司系 2020 年疫情期间开始向本公司采购纺粘非织造材料的防疫物资生产企业，2017 年度、2018 年度和 2019 年度均未产生交易。

11)OZONEENTERPRISE(巴基斯坦 OZO)

单位：万元、吨、元/吨

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

销售模式	直销			
销售内容	纺粘非织造材料			
销售额	427.99	3,061.13	2,139.88	511.17
销售数量	429.27	2,805.42	1,794.29	453.42
销售单价	9,970.23	10,911.49	11,926.07	11,273.65
毛利率	0.39%	6.93%	11.76%	13.28%

2019 年度，因巴基斯坦 OZO 采购规模较大，公司采用薄利多销的销售策略，因而销售单价和毛利率有所下降；2020 年 1-6 月毛利率较低，系其主要在 2020 年 1 月向本公司采购。同时，公司与巴基斯坦 OZO 按照 CIF 模式定价，在确定整体价格后，外销运输成本上涨，上涨部分成本由公司承担，导致营业成本增加，毛利率较低。

12)杭州千芝雅卫生用品有限公司

单位：万元、吨、元/吨

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
销售模式	直销			
销售内容	纺粘非织造材料 水刺非织造材料	纺粘非织造材料	纺粘非织造材料	纺粘非织造材料
销售额	267.14	2,351.50	2,218.54	1,279.05
销售数量	211.90	2,109.28	1,903.17	1,153.82
销售单价	12,607.02	11,148.36	11,657.09	11,085.40
毛利率	19.99%	6.33%	6.51%	6.28%

2017 年度-2019 年度，公司向杭州千芝雅卫生用品有限公司销售非织造材料的销售价格和毛利率基本稳定，销售数量有所上升。2020 年 1-6 月，公司纺粘非织造材料主要供应国内口罩等防疫物资生产企业，因而向杭州千芝雅卫生用品有限公司销售数量有所下降；同时，售价上涨带动毛利率上升。

13)PT.MEGASARIMAKMURJL.PANCASILAV(印尼 WZ)

单位：万元、吨、元/吨

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
销售模式	直销			
销售内容	水刺非织造材料			
销售额	944.86	2,251.30	3,432.74	2,552.60

销售数量	651.87	1,662.13	2,293.57	1,542.29
销售单价	14,494.60	13,544.72	14,966.83	16,550.75
毛利率	36.27%	21.67%	18.25%	29.26%

2018 年度和 2019 年度，公司向印尼 WZ 水刺非织造材料的销售单价持续下降，主要系印尼 WZ 采购多为直铺型水刺，市场供应量增加、竞争激烈，为保持与印尼 WZ 的合作稳定，公司根据市场行情变化、原材料价格及客户要求等因素综合考虑，适当调整对其销售单价。

2018 年度，主要原材料涤纶短纤采购价格上涨幅度高于粘胶短纤下降幅度，单位成本上升，毛利率有所下降；2019 年度，主要原材料涤纶短纤和粘胶短纤采购价格不同程度下降，销售单价下降幅度小于单位成本，毛利率较 2018 年上涨。

14)P.T.ASIAPACIFICFORTUNASARI(印尼 AP)

单位：万元、吨、元/吨

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
销售模式	直销			
销售内容	水刺非织造材料			
销售额	685.43	1,804.88	692.94	484.66
销售数量	417.65	1,202.71	441.11	287.06
销售单价	16,411.50	15,006.75	15,708.95	16,883.64
毛利率	38.81%	25.14%	24.26%	29.16%

2017 年度-2019 年度，随着合作关系的逐渐加深，印尼 AP 对公司产品质量的认可，公司向印尼 AP 销售规模逐年增加，销售价格受涤纶短纤和粘胶短纤采购价格下降而有所下降，毛利率变动幅度较小。

15)JAYTRONICS.INC(韩国 JW)

单位：万元、吨、元/吨

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
销售模式	直销			
销售内容	水刺非织造材料			
销售额	701.37	1,717.51	3,063.33	4,305.30
销售数量	408.85	1,282.25	2,024.15	2,742.31

销售单价	17,154.94	13,394.56	15,133.92	15,699.55
毛利率	41.83%	19.89%	18.02%	23.61%

2017 年度至 2019 年度，公司向韩国 JW 销售单价持续下降，主要系韩国 JW 采购均为直铺型水刺，市场供应量增加、竞争激烈，为保持与韩国 JW 的合作稳定，公司根据市场行情变化、原材料价格及客户要求等因素综合考虑，适当调整对其销售单价。

2018年度，主要原材料涤纶短纤采购价格上涨幅度高于粘胶短纤下降幅度，单位成本上升，毛利率有所下降；2019 年度，主要原材料涤纶短纤和粘胶短纤采购价格不同程度下降，销售单价下降幅度小于单位成本，毛利率较 2018 年上涨。

16)创艺卫生用品(苏州)有限公司

单位：万元、吨、元/吨

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
销售模式	直销			
销售内容	-	水刺非织造材料	水刺非织造材料 纺粘非织造材料	水刺非织造材料 纺粘非织造材料
销售额	-	629.25	1,543.64	1,933.43
销售数量	-	467.69	1,075.51	1,321.22
销售单价	-	13,454.47	14,352.69	14,633.63
毛利率	-	16.56%	16.35%	21.48%

2017 年度-2019 年度，公司向创艺卫生用品(苏州)有限公司销售非织造材料规模持续减少，主要系该客户因自身产业结构调整，减少了护理用品生产业务。2020 年 1-6 月，创艺卫生用品(苏州)有限公司因疫情影响处于半停产状态，因而未再向公司采购。

17)安徽汉邦日化有限公司

单位：万元、吨、元/吨

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
销售模式	直销			
销售内容	水刺非织造材料			
销售额	281.88	34.15	86.03	2,431.57
销售数量	199.96	19.56	50.21	1,585.00

销售单价	14,097.02	17,461.34	17,131.75	15,341.20
毛利率	37.43%	29.40%	26.71%	21.05%

报告期内，公司向安徽汉邦日化有限公司销售水刺非织造材料的规模呈下降趋势，主要系安徽汉邦与同行业公司金春股份距离较近，且金春股份销售单价较低。2018 年度、2019 年度和 2020 年 1-6 月，公司对安徽汉邦日化有限公司销售单价变动系 2018 年度和 2019 年度其主要采购销售单价和毛利率较高的交叉型水刺，2020 年 1-6 月采购为直铺型水刺。

18)FIRSTCHARMCO.,LTD

单位：万元、吨、元/吨

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
销售模式	直销			
销售内容	水刺非织造材料			
销售额	117.64	106.95	376.30	1,904.03
销售数量	100.97	80.22	224.52	1,097.57
销售单价	11,651.50	13,332.05	16,760.40	17,347.65
毛利率	15.24%	11.78%	22.45%	31.84%

报告期内，公司向 FIRST CHARM CO.,LTD 销售水刺非织造材料规模、销售单价和毛利率均有所下降，主要系该客户因自身管理不善发生火灾，经营规模持续缩减，向本公司采购的水刺非织造材料规模和质量要求均有所下降，因而销售单价、销售数量和毛利率有所下降。

(2) 护理用品前十大客户销售情况

1) babycare

单位：万元、万片、元/万片

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
销售模式	OEM			
销售内容	湿干巾			-
销售额[注]	6,535.72	10,848.66	2,775.67	-
销售数量	114,103.44	180,470.37	43,397.81	-
销售单价	572.79	601.13	639.59	-
毛利率	22.76%	23.85%	19.99%	-

注：含同一实际控制人控制的其他公司向本公司采购护理用品的销售额，不包含其他

业务收入销售额。

报告期内，公司向 babycare 销售单价逐年下降，主要系公司与其销售额逐年上升，大批量订单有利于公司减少转产损耗、降低固定成本分摊，为保持长期合作关系，公司在合理价格区间内降低销售单价；2019 年度毛利率略有上升，主要系订单量增加后，固定成本分摊减少，单位成本下降幅度大于销售单价所致。

2）安慕斯

单位：万元、万片、元/万片

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
销售模式	OEM			
销售内容	湿干巾			-
销售额	3,034.65	1,330.24	42.58	-
销售数量	61,913.45	31,695.77	670.95	-
销售单价	490.14	419.69	634.56	-
毛利率	26.66%	20.67%	12.02%	-

报告期内，公司向安慕斯销售额和销售数量持续增加，系公司与其合作后逐渐凭借产品质量和信誉赢得信任，交易规模逐年扩大。

2019 年度，公司向安慕斯湿干巾销售单价较 2018 年度下降幅度较大，主要系 2018 年销售的湿干巾近 50%为盒装，包装成本较高；应客户要求，2019 年度产品主要包装形式转为塑封，销售单价因包装成本下降而下降。

2020 年 1-6 月，公司向安慕斯湿干巾销售单价较 2019 年度有所上升，系公司在疫情期间向其销售单价较高的酒精湿巾，使得当期销售单价和毛利率上升。

3）上海美馨

单位：万元、万片、元/万片

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
销售模式	OEM			
销售内容	湿干巾	-	-	-
销售额	2,304.77	-	-	-
销售数量	18,602.76	-	-	-

销售单价	1,238.94	-	-	-
毛利率	66.80%	-	-	-

上海美馨系 2020 年疫情期间向本公司采购酒精湿巾的企业，2017 年度-2019 年度均未向本公司采购湿干巾或其他护理用品。

4) 可优比

单位：万元、万片、元/万片

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
销售模式	OEM			
销售内容	湿干巾			
销售额	1,628.08	1,357.01	825.14	43.14
销售数量	33,697.53	29,736.79	18,699.43	958.75
销售单价	483.15	456.34	441.26	449.91
毛利率	22.26%	18.09%	20.67%	18.13%

报告期内，公司向可优比销售额和销售数量随着合作关系加深而逐渐增加；销售单价和毛利率基本变动幅度不大，基本稳定。

5) ASIA LIFE LLC

单位：万元、万片、元/万片

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
销售模式	OEM			
销售内容	纸尿裤、湿干巾		湿干巾	
销售额	1,292.58	919.54	130.08	9.23
销售数量	8,627.14	9,318.67	2,438.87	170.80
销售单价	纸尿裤 6,324.29	纸尿裤 6,303.40	533.36	540.33
	湿干巾 489.72	湿干巾 485.97		
毛利率	21.06%	19.69%	20.18%	20.08%

报告期内，公司向 ASIA LIFE LLC 销售内容从湿干巾变为纸尿裤和湿干巾，交易规模随着合作深入逐年增加。2017 年度和 2018 年度，由于客户销售规模较小，公司对其湿干巾的销售单价较高，随着销售规模增加且主要原料水刺非织造材料成本下降，公司在保证一定毛利的基础上对其调整了销售单价。2019 年和 2020 年 1-6 月，公司向 ASIA LIFE LLC 销售纸尿裤的单价较为稳定。

6) 北京京东世纪信息技术有限公司

单位：万元、万片、元/万片

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
销售模式	OEM			
销售内容	湿巾	-	-	-
销售额	1,075.86	-	-	-
销售数量	9,764.07	-	-	-
销售单价	1,101.85	-	-	-
毛利率	68.64%	-	-	-

北京京东世纪信息技术有限公司系 2020 年疫情期间向本公司采购酒精湿巾，2017 年度-2019 年度均未产生交易。

7）网易严选

单位：万元、万片、元/万片

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
销售模式	OEM			
销售内容	湿干巾			
销售额	904.24	1,617.04	1,450.52	311.08
销售数量	14,384.71	27,289.23	25,859.92	5,330.38
销售单价	628.61	592.55	560.91	583.60
毛利率	24.74%	22.69%	24.72%	26.38%

报告期内，公司向网易严选销售额和销售数量随着合作关系加深而逐渐增加；销售单价和毛利率基本变动幅度不大，基本稳定。

8）智利 LAB

单位：万元、万片、元/万片

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
销售模式	OEM			
销售内容	湿干巾			
销售额	866.50	901.68	633.41	746.39
销售数量	15,496.45	16,390.02	15,292.22	17,787.60
销售单价	559.16	550.14	414.20	419.62
毛利率	39.18%	36.49%	26.73%	24.04%

2017 年度和 2018 年度，公司向智利 LAB 销售湿巾产品均为无盖型包装，

2019 年度和 2020 年 1-6 月销售的以带盖湿巾包装为主，因此销售单价上涨；同时，由于上游涤纶短纤和粘胶短纤的采购价格下降，主要基材水刺非织造材料成本下降毛利率有所上升。

(9) GAMA Healthcare Ltd

单位：万元、万片、元/万片

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
销售模式	OEM			
销售内容	湿巾	-	-	-
销售额	828.68	-	-	-
销售数量	7,862.40	-	-	-
销售单价	1,053.98	-	-	-
毛利率	45.25%	-	-	-

GAMA Healthcare Ltd 系 2020 年疫情期间向公司采购消毒湿巾，以前年度均未交易。

10) 十月结晶

单位：万元、万片、元/万片

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
销售模式	OEM			
销售内容	湿干巾、纸尿裤	湿干巾		
销售额[注]	881.62	595.22	1,018.79	312.68
销售数量	23,523.84	17,003.20	29,335.37	8,201.45
销售单价	374.78	350.06	347.29	381.25
毛利率	23.01%	22.53%	19.26%	20.61%

注：含同一实际控制人下的浙江施俞儿实业有限公司、杭州十月结晶母婴用品有限公司的主营业务收入销售额。

2017 年度至 2019 年度，公司向十月结晶销售产品为湿干巾，2020 年 1-6 月增加纸尿裤产品销售；随着双方合作深入，公司向十月结晶销售湿干巾规模、数量呈上升趋势，并新增纸尿裤库产品；销售单价基本稳定，毛利率主要受原材料成本变动而有所起伏。

11) 苏州东方之宝生物药业有限公司

单位：万元、万片、元/万片

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
销售模式	OEM			
销售内容	湿干巾			
销售额	234.56	779.09	440.81	43.63
销售数量	5,482.60	21,739.96	12,503.74	992.88
销售单价	427.82	358.37	352.54	439.39
毛利率	21.67%	7.05%	9.20%	12.88%

报告期内，公司向苏州东方之宝生物药业有限公司销售湿干巾规模呈上升趋势，销售价格和毛利率均系先降后升，主要原因系：2017 年合作初期，该客户采购量较小，公司定价较高，毛利率也相对较高；随着双方合作加深开始，销售规模上升，公司下调了销售单价，毛利率也有所下降；2020 年 1-6 月，公司在疫情期间向其销售单价较高的酒精湿巾，销售单价和毛利率均有所上升。

12) ASIA-PACIFIC LINES CO.,LTD

单位：万元、万片、元/万片

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
销售模式	OEM			
销售内容	湿干巾			-
销售额	353.47	770.11	192.21	-
销售数量	9,934.10	22,674.67	4,978.88	-
销售单价	355.82	339.63	386.05	-
毛利率	26.76%	26.04%	27.81%	-

公司对 ASIA-PACIFIC LINES CO.,LTD 销售的产品为湿巾，2018-2020 年 6 月平均销售单价和毛利率因各期产品结构变化而有所波动，整体波动不大。

(13) KMART AUSTRALIA LIMITED

单位：万元、万片、元/万片

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
销售模式	OEM			
销售内容	湿干巾			
销售额	254.36	727.54	712.60	1,055.17

销售数量	2,313.82	7,190.79	7,337.00	10,977.17
销售单价	1,099.32	1,011.77	971.24	961.24
毛利率	63.85%	62.76%	61.63%	53.00%

报告期内，公司向 KMART AUSTRALIA LIMITED 的湿干巾销售单价波动较为稳定；2017 年度，因部分批次产品返工导致生产成本上升、毛利率下降；随着公司产品质量稳定，2018 年度、2019 年度和 2020 年 1-6 月公司毛利率上升并保持稳定趋势。

14) Van Chiang Industrial Corp.

单位：万元、万片、元/万片

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
销售模式	OEM			
销售内容	湿干巾			
销售额	145.22	448.05	355.21	191.61
销售数量	2,651.02	8,583.74	6,541.75	3,254.62
销售单价	547.80	521.97	543.00	588.74
毛利率	29.62%	26.67%	23.03%	27.30%

随着双方合作关系深入，报告期内公司向 Van Chiang Industrial Corp. 销售湿干巾规模有所上升，销售单价和毛利率变动不大。

15) 广东宝贝儿婴童用品股份有限公司

单位：万元、万片、元/万片

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
销售模式	OEM			
销售内容	-	湿巾		
销售额	-	67.18	325.70	493.55
销售数量	-	1,516.00	7,610.26	12,967.02
销售单价	-	443.16	427.98	380.62
毛利率	-	25.29%	26.23%	8.47%

报告期内公司向广东宝贝儿婴童用品股份有限公司销售规模逐年下降，系由于客户自身经营不善，无法按时支付货款引起。2017 年度，公司为扩大对其销量，部分湿干巾产品实行降价促销所致，销售单价和毛利率较低。

16) PT MITRA BERSAMA JAYA

单位：万元、万片、元/万片

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
销售模式	OEM			
销售内容	湿干巾			
销售额	133.90	365.54	320.22	164.65
销售数量	2,996.20	8,023.50	7,053.96	3,479.70
销售单价	446.89	455.58	453.96	473.17
毛利率	25.67%	33.22%	31.97%	26.31%

报告期内，公司向 PT MITRA BERSAMA JAYA 湿干巾销售单价基本稳定；2018 年、2019 年毛利率上升系主要原料水刺非织造材料成本下降引起；2020 年 1-6 月毛利率下降，系客户要求更换包装方式，包装成本上升，导致 2020 年 1-6 月毛利率下降。

(二)结合生产工艺、原料配比、克重规格及客户特殊要求、销售规模等因素，说明发行人对主要客户销售定价依据及公允性，销售同类产品价格是否存在显著差异及差异的原因。

1.主要客户定价依据

公司与主要客户分别签订框架协议并确立合作关系，框架协议对双方权利义务、结算方式等条款进行约定，但不就具体的产品数量、单价、供货时间等进行约定。在主要客户日常订单或交货指令下达时，公司结合原材料采购价格、原材料配比、克重规格及销售规模等情况综合因素考虑后与客户协商定价，一般定价方法如下：

序号	定价依据	定价方法
1	原材料价格	公司涤纶短纤、黏胶短纤或聚丙烯采购价格上涨时，交易定价随之上涨。
2	原料配比	如水刺非织造材料定价时，一般而言粘胶短纤的采购价格高于涤纶短纤，粘胶短纤比重越高，交易定价越高；纺粘非织造材料中的功能性母粒需要添加越多，交易定价越高。
3	生产工艺	水刺非织造材料定价时，由于半交叉工艺生产效率较低，因此定价时一般高于直铺生产工艺；纺粘非织造材料中使用所需模头越多(如 SSS 和 SSSMS)，交易定价越贵。

4	克重规格	非织造材料克重越高，交易定价越贵；使用克重越高的非织造材料生产湿干巾，交易定价越贵。
5	提货方式	由公司负责发货并承担运输费用的，一般交易定价高于客户上门自提。
6	交易规模	客户规模大、采购量稳定的，交易定价较低。
7	包装形式	单包湿干巾片数越少，包装成本越高，交易定价越高；带盖湿干巾包装定价高于普通包装。

报告期内，公司对主要客户销售定价均采用上述定价方法、并参考市场合理利润率及竞争情况的定价模式，对不同客户定价模式不存在明显差异。

2.公司向主要客户销售同类产品价格是否存在显著差异及差异的原因

(1)纺粘非织造材料

2017 年 2019 年，公司向前五大纺粘客户销售同类型产品的价格对比情况如下：

单位：元/吨

公司名称	2019 年度	2018 年度	2017 年度
广东昱升	12,333.35	12,615.19	12,127.24
杭州千芝雅	11,148.36	11,657.09	11,085.40
广东茵茵	11,742.13	12,215.17	11,477.68
巴基斯坦 OZO	10,911.49	11,926.07	11,273.65
河南百蓓佳	11,457.14	12,550.04	11,318.93
越南 CAT	11,337.83	12,335.97	11,697.28
江苏德邦卫生用品有限公司	12,209.33	12,325.51	11,729.21

2017 年度至 2019 年度，公司向广东昱升的纺粘非织造材料的销售价格普遍高于其他前五大客户，主要原因系广东昱升采购产品底层极柔复合无纺布等定制化功能性产品，所需添加辅料较多，生产和原料配比难度较大，产品销售定价；杭州千芝雅销售价格较低，主要系其采购产品多为纺粘非织造材料型号 SS，生产工艺较为简单、生产效率较高，产品附加值较低，售价也较低。

受新冠肺炎疫情影响，纺粘非织造材料作为口罩、防护服和手术服等防疫物资的必备原材料供不应求，市场价格急剧上涨。2020 年 1-6 月，公司纺粘非织造材料主要客户郑州万神山卫材有限公司、深圳市比亚迪供应链管理有限公司、苏州市如福纺织科技有限公司、吴江江旭纺织有限公司和广东昱升的销售

情况如下：

单位：元/吨、万元

项目	郑州万神山	深圳比亚迪	苏州如福	吴江江旭	广东昱升
销售额	4,950.49	3,965.53	1,873.82	1,821.36	4,160.36
销售单价	164,972.34	44,596.47	53,379.16	90,818.25	31,223.55
销售期间	2-5 月	2-6 月	6 月	3-5 月	1-6 月

如上表所示，公司向郑州万神山和吴江江旭的销售单价较高，主要系郑州万神山和吴江江旭集中于 2020 年 2-5 月期间向本公司采购纺粘非织造材料，尤其是销售单价较高的熔喷布采购占比较高。

(2)水刺非织造材料

报告期内，公司向主要客户销售同类型产品的价格对比情况如下：

单位：元/吨

公司名称	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
韩国 AJ	15,678.31	12,979.16	15,648.38	16,541.44
金红叶	19,475.30	20,544.88	20,033.35	19,254.91
上海美馨	17,852.57	15,457.37	17,922.50	19,597.78
美国 USN	15,089.39	13,119.42	14,390.50	16,328.26
印尼 WZ	14,494.60	13,544.72	14,966.83	16,550.75
韩国 JW	17,154.94	13,394.56	15,133.92	15,699.55
HANUL CO.,LTD	15,531.23	13,170.00	-	-

报告期内，公司主要水刺非织造材料客户的销售单价为先降后升，变动趋势基本保持一致。其中，金红叶销售单价较高，主要系其采购的水刺非织造材料以半交叉型为主，生产工艺复杂。上海美馨销售单价较高，主要系其采购的部分产品要求使用纯粘胶短纤或竹纤维为原料，生产难度较大、原料成本较高。

(3)湿干巾

报告期内，公司向主要客户销售同类型产品的价格对比情况如下：

单位：元/万片

公司名称	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度

Babycare	572.79	601.13	639.59	-
网易严选	628.61	592.55	560.91	583.60
可优比	483.15	456.34	441.26	449.91
上海美馨	1,238.94	-	-	-
十月结晶	326.76	350.06	347.29	381.25
安慕斯	490.14	419.69	634.56	-
ASIA LIFE LLC	489.72	485.97	533.36	540.33
北京京东世纪信息技术有限公司	1,101.85	-	-	-
Kmart AUSTRALIA LIMITED	1,099.32	1,011.77	971.24	961.24
智利 LAB	559.16	550.14	414.20	419.62
GAMA Healthcare Ltd	1,053.98	-	-	-

报告期内，公司向各客户销售的湿干巾由于具体类别、包装要求、销售规模等方面存在差异，因而生产所需耗用的原材料、制造费用等存在一定差异，公司在销售定价时存在一定差异。

公司向上海美馨、北京京东世纪信息技术有限公司和 GAMA Healthcare Ltd 的销售价格较高，主要系该等客户仅在疫情期间向本公司采购销售价格较高的酒精湿巾或消毒湿巾，产品销售定价较高；

公司向 babycare 销售的主要为婴儿手口湿巾，对湿巾质量要求较高，且要求高克重的半交叉水刺非织造材料，原料成本较高，因而定价较高；公司向网易严选销售的湿干巾包括用于厨房和地板等的尺寸较大的湿干巾以及带盖湿巾，所需耗用的原材料更多，因而定价较高；公司向 Kmart AUSTRALIA LIMITED 的销售价格较高，系其湿干巾规格为每包 10 片-30 片之间，包装成本较高、销售定价也较高。

公司向十月结晶销售的价格相对较低，主要原因系：公司向十月结晶销售的主要为手口湿巾，单片湿巾规格较小、采用的水刺非织造材料克重较轻、所需水刺非织造材料少，因而成本较低、销售定价也相对较低。

公司向安慕斯销售定价波动主要原因系：2018 年，公司向安慕斯销售规模较小，且部分产品采用成本较高的纸盒作为包装，销售定价较高；2019 年开始

改为成本较低的塑封包装，且销售规模逐渐扩大，公司适当下调了销售定价；2020 年 1-6 月，安慕斯向公司采购了部分销售价格较高的酒精湿巾和消毒湿巾，导致整体销售单价上升。

(三)补充披露报告期内发行人主要客户变动较大的原因，广东昱升、babycare 等公司报告期内成为前五大客户的原因，订单和业务的获取方式及合作背景；韩国 JW、印尼 WZ 等客户退出前五大客户的原因，是否还保持合作；补充说明报告期内前十大客户不再合作的情况及具体原因，发行人与主要客户合作的稳定性和可持续性。

1.补充披露报告期内发行人主要客户变动较大的原因，广东昱升、babycare 等公司报告期内成为前五大客户的原因，订单和业务的获取方式及合作背景；韩国 JW、印尼 WZ 等客户退出前五大客户的原因，是否还保持合作；

(1)新增前五大客户情况

1)2020 年 1-6 月新增前五名客户情况

发行人 2020 年 1-6 月新增前五名客户分别为郑州万神山卫材有限公司和深圳市比亚迪供应链管理有限公司，具体情况为：

客户名称	成立时间	订单和业务的获取方式	开始合作时间	合作背景
郑州万神山卫材有限公司	2020-02-10	客户业务员主动上门向公司采购非织造材料	2020 年	公司纺粘非织造材料产品系口罩和防护服等防疫物资的主要基材，受“新冠肺炎”疫情影响，口罩、防护服等民用和医用防护品需求大幅增长，使得公司 2020 年 1-6 月对郑州万神山卫材有限公司销售额增加较多
深圳市比亚迪供应链管理有限公司	2013-10-15	客户业务员主动上门向公司采购非织造材料	2020 年	公司纺粘非织造材料产品系口罩和防护服等防疫物资的主要基材，受“新冠肺炎”疫情影响，口罩、防护服等民用和医用防护品需求大幅增长，使得公司 2020 年 1-6 月对深圳市比亚迪供应链管理有限公司销售额增加较多

2)2019 年度新增前五大客户情况

发行人 2019 年度新增前五大客户为 babycare。公司与 babycare 的业务合作关系为公司向上海蓝缕、杭州贝咖、上海夕尔和力荐实业等提供 babycare 品牌湿巾的 OEM 服务，具体情况为：

客户名称	成立时间	订单和业务的获取方式	开始合作时间	新增交易的原因
上海蓝缕	2013-08-12	公司在非织造材料和护理用品领域具有产业链优势，双方接洽后，开展合作关系	2018 年	babycare 湿巾主要通过电商渠道销售，在电商销售领域具有较强的竞争力，曾荣获“2018 年天猫金婴奖”、“京东母婴最具潜力商家奖”、“京东值得妈妈信赖的孕产品牌”等诸多盛誉，在国内母婴市场大获青睐。2019 年，湿干巾行业快速发展，babycare 凭借其 2018 年在国内母婴市场建立的品牌口碑，其湿干巾业务发展迅速，向公司采购的湿干巾金额增加，从而成为 2019 年前五大客户
杭州贝咖	2019-08-14			
上海夕尔	2014-07-17			
力荐实业	2012-09-13			

3)2018 年度新增前五大客户情况

发行人 2018 年度新增前五大客户为广东昱升，具体情况为：

客户名称	成立时间	订单和业务的获取方式	开始合作时间	新增交易的原因
广东昱升	2005-10-28	公司与广东昱升均系产业用纺织品协会成员，双方合作前已有联系。	2015 年	广东昱升主要产品为幼儿、成人的卫生护理用品，主要原料为纺粘非织造材料。2017 年，广东昱升向金三发卫材采购非织造材料，由于运输距离较远、运输成本较高等原因，采购金额较小。2017 年 10 月，广东金三发投入生产，代替金三发卫材成为广东昱升供应商。自 2018 年起，广东昱升向广东金三发采购纺粘非织造材料的规模逐年扩大，成为公司主要客户。

(2)退出前五大客户的情况

2019 年度和 2020 年 1-6 月，韩国 JW、印尼 WZ 和金红叶退出公司前五大客户，但仍与公司继续保持合作。报告期内，该等客户与公司的交易情况如下：

单位：万元

客户名称	2020 年度	2019 年度	2018 年度	2017 年度
韩国 JW	1,626.84	1,717.51	3,063.33	4,305.30
印尼 WZ	2,277.16	2,251.30	3,432.74	2,552.60
金红叶	5,550.51	3,886.86	3,430.82	3,042.58

如上表所示，金红叶和印尼 WZ 报告期内的交易额较为稳定，其退出前五大客户主要系 babycare、广东昱升及上海美馨等客户销售额增加并取代成为前五大客户；韩国 JW 采用分散供应商的采购策略，但仍持续向公司采购非织造材料。

2.补充说明报告期内前十大客户不再合作的情况及具体原因，发行人与主

要客户合作的稳定性和可持续性。

(1)报告期内前十大客户不再合作的情况及具体原因

1)非织造材料

序号	客户名称	终止合作原因
1	郑州万神山卫材有限公司	该等客户系疫情期间转型生产口罩、防护服等防疫物资，在国内疫情得到缓解和有效控制后，该等客户大幅减少或不再生产口罩、防护服等防疫物资，因而不再与本公司继续合作。
2	苏州市如福纺织科技有限公司	
3	吴江江旭纺织有限公司	
4	湖南恒昌医药有限公司	
5	巴基斯坦 OZO	一方面受疫情影响，公司出口销售受到一定限制；另一方面客户自建纺粘生产线并已投入使用，自有产能可满足生产需求，因此不再向本公司采购。

2)护理用品

报告期内，公司护理用品前十大客户中仅有广东宝贝儿婴童用品股份有限公司不再与本公司继续合作，主要系该客户因自身经营困难，无法按时支付货款，公司不再向其销售护理用品。

(2)发行人与主要客户合作的稳定性和可持续性

1)公司与主要客户合作年限长、合作关系紧密

报告期内，公司与前五大客户合作开展情况如下：

序号	公司名称	销售产品	开始合作时间	是否存在中断合作
1	广东昱升	非织造材料	2015 年	否
2	深圳市比亚迪供应链管理有限公司	非织造材料	2020 年	否
3	韩国 AJ	非织造材料	2013 年	否
4	金红叶	非织造材料	2012 年	否
5	上海美馨	非织造材料	2012 年	否
6	美国 USN	非织造材料	2013 年	否
7	印尼 WZ	非织造材料	2012 年	否
8	印尼 AP	非织造材料	2015 年	否
9	韩国 JW	非织造材料	2018 年	否
10	Babycare	湿干巾	2015 年	否

注：主要客户中未列示已不再合作的郑州万神山卫材有限公司。

如上表所示，公司与主要客户合作时间较长，且自合作开始后未出现中断情形，与上述主要客户的合作较为稳定。

公司主要客户多为行业内规模较大的企业，对供应商的研发技术能力、生产制造能力、管理水平、工艺和装备先进性、产品质量及稳定供应等各方面有较为严格的要求，一旦确立合作关系即形成相互依赖、共同发展的长期战略合作关系。

2)公司在行业内具有一定的竞争优势

公司在非织造材料和护理用品行业内具有一定的竞争优势，也是确保与主要客户能保持长期稳定合作的重要因素之一，具体如下：①产业链整合优势。公司业务涵盖非织造材料和护理用品的研发、生产和销售，既从原材料端保证了护理用品的产品品质，也能够从终端市场的反馈对非织造材料进行改良和创新；②差异化定制优势。公司生产和研发团队具有二十多年的从业经验，掌握了国内外非织造材料对生产设备、参数调整和技术特性有着深入的理解，可根据客户差异化需求供应直铺型、半交叉型水刺非织造材料；SSS、SMS、SSMMS等多模头纺粘非织造材料及水刺和纺粘复合非织造材料。

综上所述，公司与主要客户的合作较为稳定，具有可持续性。

(四)补充披露发行人向广东昱升租赁且租赁面积较大的原因，租赁价格公允性，是否存在其他向客户或供应商租赁房产的情况，发行人与广东昱升或其他房东客户在销售政策、信用政策、结算方式、收入确认时点等与其他客户相比是否存在显著差异，双方是否存在关联关系或其他利益安排

1.公司向广东昱升租赁且租赁面积较大的原因

公司非织造材料产品具有体积大、密度低的特点，有一定的经济运输半径。为进一步拓展华南地区市场，公司拟在广东佛山地区设立生产基地，辐射广东及福建地区业务，降低运输成本。由于佛山地区工业用地指标较少、土地出让价格较高，主要客户广东昱升有部分厂房闲置，因此公司决定向广东昱升租赁房产作为子公司广东金三发的生产、办公场所。向广东昱升租赁房产，有利于公司降低运输成本，也有利于及时响应广东昱升的采购需求。

广东金三发作为公司非织造材料的重要生产基地，建有多条纺粘生产线，

需要较大的生产车间和仓库以满足经营需求；其他租赁房屋仅作为办公场所，租赁面积较小。

2.租赁价格公允性

根据公司提供的资料及查询 58 同城网站所载相关租赁信息，工业厂房的租金对比情况如下：

承租方	类别	面积(㎡)	租金单价(元/月/平米)	位置
广东金三发	厂房	9,438.00	12	佛山市南海区西樵镇西樵科技工业园
其他出租房产信息(与广东金三发租赁房产所在区域对比)	工业厂房	20,000.00	9.9	佛山市南海区西樵镇西樵科技工业园
	工业厂房	2,500.00	12	佛山市南海区西樵镇西樵科技工业园
	工业厂房	4,000.00	12	佛山市南海区西樵镇西樵科技工业园
	工业厂房	3,600.00	12.9	佛山市南海区西樵镇西樵科技工业园
	工业厂房	5,000.00	12	佛山市南海区西樵镇联新社区居民委员会
	工业厂房	13,000.00	12.9	佛山市南海区西樵镇

注：周边出租房产信息来源于 58 同城网站所载相关租赁信息。

经核查，广东金三发厂房租赁价格与周边地区的租赁价格基本相当，定价符合市场价格水平，租赁价格公允。

3.其他向客户或供应商租赁房产的情况

除广东昱升外，公司于 2017 年度至 2019 年度期间向关联方金三发科技租赁办公楼的情形，租赁期已于 2019 年 11 月结束。

4.公司与广东昱升、金三发科技的销售政策等情况

公司与广东昱升和金三发科技的销售政策为赊销，每年签订年度框架合同，具体产品销售价格根据具体订单时间的市场价格协商确定，信用政策分别为 60 天和 30 天，结算方式为电汇，收入确认时点为在客户签收后确认收入。

公司对广东昱升的销售政策于其他客户相比不存在显著差异，双方不存在关联关系或其他利益安排；公司与金三发科技的关联交易定价性详见本回复报告二(一)所述。

(五)补充披露 2017 年至 2019 年主要客户截至目前的合作情况，是否存在因 2020 年上半年公司减少对护理客户销售导致客户流失的情况，发行人的解

决措施及有效性。

截至本回复报告报出日，公司对 2017 年至 2019 年主要客户的交易情况如下：

序号	公司	客户类型	2020 年 1-6 月	2020 年 7-12 月
1	上海美馨	生产商	4,498.58	3,004.13
2	韩国 JW	生产商	701.31	925.53
3	韩国 AJ	生产商	3,921.91	3,451.02
4	金红叶	生产商	3,269.55	2,280.96
5	印尼 WZ	生产商	944.86	1,332.30
6	广东昱升	生产商	6,305.53	2,864.96
7	babycare	品牌商	6,540.90	9,575.29
8	美国 USN	生产商	2,063.64	6,888.48

截至 2020 年 12 月，公司对 2017 年至 2019 年主要客户仍保持正常业务合作，尚未出现因对护理客户销售量减少而导致客户流失的情况。

为避免出现非织造材料主要销售给口罩、防护服等防疫物资生产企业而导致原护理用品生产客户流失的情形，公司加速募投项目的投资建设速度，提高非织造材料的产能以满足客户需求。

(六)核查程序及结论

1.针对上述事项，我们主要执行了以下的核查程序：

(1)通过全国企业信用信息系统、企查查等获取发行人主要客户设立时间、注册资本、股权结构、实际控制人等信息；走访发行人主要客户，并向客户确认网络查询工商信息是否准确。

(2)获取发行人报告期内非织造材料和护理用品销售客户明细表，筛选各期前十大客户，结合实地查看和视频访谈形式，向前十大客户了解其业务情况、与发行人合作情况、业务开展方式、订单取得方式、销售额变动原因等情况；确认主要客户与发行人及其控股股东、实际控制人、董监高、其他核心人员及其关系密切的家庭成员以及本次发行中介机构及签字人员是否存在关联关系或其他利益关系。

(3)向发行人董监高、其他核心人员及实际控制人访谈确认其本人或关系密切的家庭成员是否与发行人主要客户存在关联关系或其他利益关系，并获取前述被访谈人员不存在关联关系或其他利益关系的承诺。

(4)获取发行人董监高、其他核心人员及控股股东、实际控制人报告期内银行流水，核查其是否与主要客户存在异常资金往来。

(5)访谈并获取中介机构及签字人员与发行人主要客户不存在关联关系或其他利息关系的承诺函。

(6)获取发行人主要客户销售合同或订单，比较不同客户对原料配比、克重规格、生产工艺等的特殊要求及销售定价的差异，向发行人主要销售负责人、生产技术人员了解不同要求下的的产品生产难度、原料成本及客户采购规模差异等原因，核查不同客户销售定价差异是否具有合理性。

(7)向发行人主要管理人员、销售负责人了解公司不同产品的定价基础、定价调整因素，核查公司对不同客户定价依据是否一致。

(8)获取发行人收入成本明细数据，筛选各类别前十大客户并计算不同客户销售额、销售数量、毛利率及销售单价；向发行人主要销售人员了解前十大客户销售额、销量及销售单价毛利率变动的原因，向财务人员了解该等客户产品成本变动原因及对毛利率的影响。

(9)获取发行人销售明细表，走访报告期内销售额变动较大或新增主要客户，向客户业务合作背景及合作渊源关系；向发行人主要销售负责人了解主要客户销售额减少的原因、目前合作情况及未来合作计划；获取发行人 2017 年至 2020 年销售明细表，核查主要客户变动情况。

(10)通过 58 同城等网站，查询广东金三发租赁工业园区周边厂房租赁价格，对比分析广东金三发租赁价格与周边类似情况的公允性。

(11)获取公司报告期各期租赁合同，核查出租方是否为发行人的客户或供应商。

经核查，我们认为：

(1) 发行人非织造材料和护理用品前十大客户与发行人及其控股股东、实际控制人、董监高、其他核心人员及其关系密切的家庭成员以及本次发行中介机构及签字人员不存在关联关系或其他利益关系。

(2) 发行人对主要客户销售定价公允，销售同类产品价格存在差异具有合理性。

(3) 发行人与韩国 JW、印尼 WZ 等客户还保持合作；发行人与主要客户的合作具有稳定性和可持续性。

(4) 发行人向广东昱升租赁价格公允；报告期内，除广东昱升外，发行于 2017 年度至 2019 年度期间向关联方金三发科技租赁办公楼，租赁期已于 2019 年 11 月结束；发行人与广东昱升、金三发科技在销售政策、信用政策、结算方式、收入确认时点等与其他客户相比不存在显著差异；发行人与广东昱升不存在关联关系或其他利益安排。

(5) 发行人未因 2020 年上半年公司减少对护理客户销售导致客户流失的情况。

十、问题 19.关于应收账款

申报文件显示：

(1)报告期各期期末，公司应收账款账面价值分别为 8,929.60 万元、12,396.46 万元、15,045.48 万元和 22,046.52 万元，2017 年至 2019 年，应收账款周转率逐年下滑。

(2)报告期各期期末，公司已背书或贴现且在资产负债表日尚未到期的应收票据均终止确认，金额分别为 7,968.26 万元、5,205.61 万元、7,661.25 万元和 4,261.38 万元。

请发行人：

(1)补充说明 2017 年至 2019 年发行人应收账款周转率逐年下滑的原因，结合主要客户报告期内信用政策，说明是否存在放宽信用政策增加销售额的情况。

(2)补充披露报告期各期末账龄超过 1 年的应收账款未收回的原因，各期末应收账款期后回款情况、超出合同约定付款时点的应收账款金额及期后回款情况，说明各期逾期客户情况、逾期原因、是否存在回款风险、坏账准备计提情况。

(3)补充说明发行人银行承兑汇票是否存在到期不获支付的情况。

请申报会计师发表明确意见。

(一)补充说明 2017 年至 2019 年发行人应收账款周转率逐年下滑的原因，结合主要客户报告期内信用政策，说明是否存在放宽信用政策增加销售额的情况

1.2017 年至 2019 年公司应收账款周转率变动情况如下：

2017 年度至 2019 年度，公司应收账款周转率分别为 12.02 次/年、10.79 次/年和 9.59 次/年，略有下降。主要原因如下：

(1)报告期初，公司的护理用品业务中自主品牌占比较高，客户主要为母婴店、经销商及电商平台，结算方式主要为货款两清。为充分发挥公司在产能规模、专业设备配置、产业链整合及产品技术等方面的优势，公司先后与babycare、网易严选、十月结晶等众多知名品牌商达成 OEM 合作，也给予客户一定的信用期和信用额度，使得应收账款余额有所上升。

(2) 公司 2019 年度对客户 babycare 的信用政策发生变化：2018 年度，babycare 通过旗下上海蓝缕、上海夕尔向本公司采购，信用政策为合同签订后收取 50%定金，尾款月底结清；2019 年 8 月，babycare 新设杭州贝咖向本公司采购。鉴于 babycare 与本公司多年合作过程中信用良好，且采购额逐年快速增加，公司给予其 30 天的信用期。2019 年末，公司应收 babycare 货款余额为 1,190.60 万元，较 2018 年末余额增长较大。

(3) 2018 年度和 2019 年度，公司向前十大客户的销售占比分别为 34.06%和 33.72%，高于 2017 年度的 30.40%。随着公司产销规模的进一步扩大，前十大客户销售占比提高，规模较小的客户销售占比下降。对于规模较大的客户，公司给予一定的信用期，而对于规模较小的客户，公司一般要求款到发货或预付货款。随着前十大客户销售集中度提升，公司应收账款期末余额也有所上升，拉低了周转率。

2.主要客户报告期内信用政策变动情况

报告期内，公司前五大客户及信用政策变动情况如下：

序号	公司名称	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度	信用政策是否发生变动
1	广东昱升	60 天	60 天	60 天	60 天	否
2	美国 USN	75 天	75 天	75 天	75 天	否

3	Babycare	20 天	20 天/-	-	-	2019 年 8 月起为月结 20 天
4	金红叶	30 天	30 天	30 天	30 天	否
5	上海美馨	30 天	30 天	30 天	30 天	否
6	韩国 JW	20 天	20 天	20 天	20 天	否
7	韩国 AJ	20 天	20 天	20 天	20 天	否
8	印尼 WZ	20 天	20 天	20 天	20 天	否
9	郑州万神山卫材有限公司	预付货款	-	-	-	2020 年新增客户
10	深圳市比亚迪供应链管理有限公司	30 天	-	-	-	2020 年新增客户

如上表所示，报告期内前五大客户中，公司因 babycare 销售规模持续增长而改变对其的信用政策，其他客户信用政策均保持稳定。

综上所述，公司不存在通过放宽信用政策增加销售额的情况。

(二)补充披露报告期各期末账龄超过 1 年的应收账款未收回的原因，各期末应收账款期后回款情况、超出合同约定付款时点的应收账款金额及期后回款情况，说明各期逾期客户情况、逾期原因、是否存在回款风险、坏账准备计提情况

1.报告期应收账款期后回款情况

单位：万元

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
应收账款期末余额	23,360.87	16,047.81	13,112.60	9,619.00
期后第一季度回款金额	20,672.36	15,031.19	11,730.01	8,761.92
期后第一季度回款比例(%)	88.49	93.67	89.46	91.09
期后第二季度回款金额	1,919.67	597.85	1,123.38	314.22
期后 6 个月回款合计	22,592.03	15,629.04	12,853.39	9,076.14
期后 6 个月回款比例(%)	96.71	97.39	98.02	94.36

报告期各期末，公司应收账款期后回款情况良好，基本于期后 6 个月内收回。

2.超出合同约定付款时点的应收账款金额及期后回款情况

(1)报告期内，发行人应收账款账面余额与信用期情况如下：

单位：万元

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
应收账款余额	23,360.87	16,047.81	13,112.60	9,619.00
逾期应收账款余额	5,655.71	2,526.16	2,625.19	1,961.62
逾期比例	24.21%	15.74%	20.02%	20.39%
逾期应收账款期后回款金额	5,046.39	2,247.60	2,490.44	1,853.29
逾期期后回款比例	89.23%	88.97%	94.87%	94.48%
期后尚未回款金额	609.32	278.56	134.76	108.33
各期末坏账准备计提金额	1,314.36	1,002.33	716.15	689.40

注：应收账款超出信用期的期后回款截至 2020 年 12 月 31 日。

报告期各期期末，公司逾期应收账款金额分别为 1,961.62 万元、2,625.19 万元、2,526.16 万元和 5,655.71 万元，占期末余额的比重分别为 20.39%、20.02%、15.74%和 24.21%，逾期原因主要为发票等单据未能及时流转、客户付款审批流程未能及时提交和审结及客户资金头寸等因素未能及时付款。报告期各期末截至 2020 年 12 月 31 日，公司报告期各期末超出信用期款项收回比例分别为 94.48%、94.87%、88.97%和 89.23%，期后回收情况较好。虽然公司存在部分超过信用期收款的情况，但是在营业收入保持增长的情况下，总体来看，报告期内各期期末公司应收账款质量及管理工作较好。

报告各期期末，公司已计提坏账准备金额均超过期后尚未回款金额，坏账准备计提充分。

(2)报告期各期期末，公司前五大逾期客户及信用状况如下：

单位：万元

序号	公司名称	逾期金额	期后回款金额	信用状况
2020 年 6 月末				
1	金红叶	695.29	695.29	期后均已回款，信用良好，不存在回款风险
2	广东昱升	690.77	690.77	
3	可优比	357.99	357.99	
4	上海美馨	332.64	332.64	

5	恩平市嘉鑫日用品有限公司	270.91	270.91	
合计		2,347.60	2,347.60	
2019 年				
1	金红叶	304.61	304.61	期后均已回款，信用良好，不存在回款风险
2	广东昱升	279.49	279.49	
3	恩平市嘉鑫日用品有限公司	202.71	202.71	
4	越南 VX	166.08	166.08	
5	广东宝贝儿婴童用品股份有限公司	149.92	149.92	已全额计提坏账
	合计	1,102.81	1,102.81	
2018 年				
1	金红叶	632.84	632.84	期后均已回款，信用良好，不存在回款风险
2	创艺卫生用品(苏州)有限公司	283.04	283.04	
3	美国 USN	213.73	213.73	
4	广东茵茵股份有限公司	177.25	177.25	
5	湖南一朵和顺国际贸易有限公司	153.36	153.36	
	合计	1,460.22	1,460.22	
2017 年				
1	金红叶	501.63	501.63	期后均已回款，信用良好，不存在回款风险
2	滕州市华宝卫生制品有限公司	273.55	273.55	
3	马来西亚 DEMOGATE	100.92	100.92	
4	广东景兴健康护理实业股份有限公司	77.71	77.71	
5	美国 MEDLINE	66.63	66.63	
	合计	1,020.44	1,020.44	

注：广东昱升包括同一实际控制人控制的浙江昱升和湖南昱升。

如上表所示，报告期各期期末公司主要逾期客户期后基本已收回款项，客户信用状况良好。

(3)逾期 1 年以上账龄主要客户情况

报告期各期末，逾期 1 年以上应收账款金额分别为 263.63 万元、124.68 万元、157.25 万元和 227.65 万元，主要构成情况如下：

2020 年 6 月 30 日

单位：万元

序号	客户名称	金额	账龄	一年以上账龄原因	是否单独计提坏账准备	期后回款情况
1	广东宝贝儿婴童用品股份有限公司	149.92	1-2 年	客户经营异常	是，全额计提	未回款
2	阜阳市阿喔优品电子商务有限公司	61.25	1-2 年	客户自身销售较慢，影响回款进度	否	期后回款 20 万元
3	其余账龄 1 年以上的应收账款	16.47	1-2 年	主要系客户内部结算付款审批流程较长、客户资金较为紧张，回款不及时所致	否	期后基本已回款
小计		227.65				

2019 年末：

单位：万元

序号	客户名称	金额	账龄	一年以上账龄原因	是否单独计提坏账准备	期后回款情况
1	广东宝贝儿婴童用品股份有限公司	72.68	1-2 年	客户经营异常	是，全额计提	未回款
2	张小英	32.39	3-4 年	客户经营异常	是，全额计提	2020 年坏账核销
3	冯益艳	13.83	3-4 年	客户经营异常	是，全额计提	2020 年坏账核销
4	维达护理用品(中国)有限公司	12.20	1-2 年	客户内部结算付款审批流程较长	否	已回款
5	盛佩芳	9.08	3-4 年	客户经营异常	是，全额计提	2020 年坏账核销
6	其余账龄 1 年以上的应收账款	17.08	1 年以上	主要系客户资金较为紧张，门店铺货款回款较慢所致	否	均已回款或坏账核销
小计		157.25				

2018 年末

单位：万元

序号	客户名称	金额	账龄	一年以上账龄原因	是否单独计提坏账准备	期后回款情况
1	张小英	32.39	2-3 年	预计无法收回	是，全额计提	2020 年坏账核销
2	安徽汉邦日化有限公司	23.83	1-2 年	客户资金紧张，回款较慢	否	已回款

3	苏州塔卡塔图母婴用品有限公司	17.09	1-2 年	客户内部结算付款审批流程较长	否	已回款
4	冯益艳	13.83	2-3 年	客户经营异常	是，全额计提	2020 年坏账核销
5	盛佩芳	9.08	2-3 年	客户经营异常	是，全额计提	2020 年坏账核销
6	衡阳妈咪之选	7.19	1-2 年	客户资金紧张，回款较慢	否	已回款
7	其余账龄 1 年以上的应收账款	21.28	1 年以上	主要系门店铺货款回款较慢以及部分尾折未核销所致	否	均已回款或坏账核销
小计		124.68				

2017 年末

单位：万元

序号	客户名称	金额	账龄	一年以上账龄原因	是否单独计提坏账准备	期后回款情况
1	杭州科瑞特机械制造有限公司	43.54	1-2 年	客户破产，款项预计无法收回	是，全额计提	2018 年坏账核销
2	张小英	32.39	1-2 年	客户经营异常	是，全额计提	2020 年坏账核销
3	美国 HS	29.57	2-3 年	串户，期后已做对冲账务处理	是，全额计提	2018 年已对冲
4	智利 EM	16.73	1-2 年	质量问题赔款，账面未及时处理	否	2018 年坏账核销
5	美国 KLEEN	15.11	3-4 年	客户破产，中信保赔款直接冲减保费，账面未及时核销应收账款	是，全额计提	2018 年坏账核销
6	吴江美迪康医疗用品有限公司	15.26	5 年以上	长期不合作，预计尾款无法收回	是，全额计提	2018 年坏账核销
7	冯益艳	13.83	1-2 年	客户经营异常	是，全额计提	2020 年坏账核销
8	姜堰市美康卫生用品厂	13.18	5 年以上	长期不合作，预计尾款无法收回	是，全额计提	2018 年坏账核销
9	其他	84.02	1 年以上	主要系门店铺货款回款较慢以及部分尾折未核销所致	否	均已回款或坏账核销
小计		263.63				

(三)补充说明发行人银行承兑汇票是否存在到期不获支付的情况。

报告期内，公司期末应收票据期后流转情况：

项目	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年

期末余额(万元)	1,064.06	420.15	163.00	
期后背书转让(万元)	1,064.06	420.15	163.00	
期末已背书未到期	4,261.38	7,661.25	5,205.61	7,968.26

通过跟踪银行承兑汇票的流转情况可见，公司收到的银行承兑汇票均系用于支付采购款，当月结余的票据基本在次月全部背书转让，截至本回复报告出具日，报告期内公司取得的银行承兑汇票均已到期承兑，且不存在被背书人就银行承兑汇票未兑付而与公司产生的纠纷，故公司不存在银行承兑汇票不获支付的情况。

(四)核查程序及结论

1.针对上述事项，我们主要执行了以下的核查程序：

(1) 向发行人管理层了解公司销售业务流程、信用政策及坏账计提政策；获取并查阅公司应收账款管理的相关内部控制制度，了解与应收账款相关的内部控制的设计并对内控制度运行有效性进行穿行测试和控制测试。

(2) 向发行人销售人员了解部分客户超过 1 年以上账龄应收账款未回款原因及未来回款计划，该等客户自身的经营情况及业务交易中是否存在纠纷导致长期挂账情形。

(3) 获取发行人报告期各期末应收账款明细、逾期账款统计明细表、期后回款银行进账单，核查主要逾期客户情况、造成逾期的主要原因及期后回款的具体情况。

(4) 结合应收账款坏账准备计提政策，复核应收账款组合的确定依据是否准确，分析单项计提坏账准备的判断是否合理，复核坏账准备的计提金额是否准确，核查逾期应收款项期后回款情况，复核坏账准备计提是否合理。

(5) 检查应收账款主要客户的收入确认单据，检查对应的销售合同、出库单、客户验收记录、销售发票、回款单据等支持性文件，核查销售真实性及销售回款与合同收款条款是否一致。抽查主要客户销售回款单据情况如下：

单位：万元

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
核查金额	53,593.77	41,358.82	39,802.11	30,454.40

销售回款总额	196,059.93	120,925.35	109,570.23	92,538.21
核查比例	27.34%	34.20%	36.33%	32.91%

(6) 对主要客户进行函证，函证内容包括报告期内的往来账项、交易金额等；对回函有差异的，实施替代测试，包括但不限于检查与销售出库单、销售合同及销售发票等有关的文件、检查期后回款、检查差异形成的原因以测试和验证应收账款的真实性；应收账款余额函证情况如下：

单位：万元

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
应收账款余额	23,360.87	16,047.81	13,112.60	9,619.00
发函金额	22,802.61	13,328.09	10,474.75	5,769.10
发函比例	97.61%	83.05%	79.88%	59.98%
回函金额	16,515.04	10,442.43	9,744.77	5,070.57
回函比例	70.70%	65.07%	74.32%	52.71%

(7) 获取发行人报告期内核销应收账款的清单及核销审批流程，向发行人了解核销应收账款的原因、对应客户经营状况并抽取形成应收账款的出库单、销售订单等，核查被核销款项销售的真实性。

(8) 对报告期内主要客户进行走访，向客户确认公司账面记录应收账款余额的准确性、重要合同条款的真实性及报告期内是否存在信用政策调整及调整原因。

(9) 获取公司应收票据台账、票据背书联复印件，核查公司应收票据的取得来源及后续去向情况；通过中国裁判文书网等网络和发行人所在地法院查询发行人涉诉情况，核查是否存在银行承兑汇票到期不获支付的情况。

2.核查结论

经上述核查，我们认为：

(1) 公司不存在放宽信用政策增加销售额的情况；

(2) 发行人逾期应收账款回款风险可控，坏账准备计提充分；

(3) 公司银行承兑汇票不存在到期不获支付的情况。

十一、问题 20.关于采购和供应商

申报文件显示：

(1)报告期内，公司前五大供应商占比分别为 69.32%、65.53%、59.21%和48.81%，中国石化、赛得利、唐山三友、中国石油天然气股份有限公司报告期内均为前五大供应商。原材料上游企业多数为比较强势的石油化工类企业，非织造材料生产企业需要预付原材料采购款。

(2)公司采购涤纶短纤和粘胶短纤用于生产水刺非织造材料，采购聚丙烯用于生产纺粘非织造材料。护理用品主要原材料为公司自产的非织造材料。报告期内，公司采购的原材料中涤纶短纤和粘胶短纤呈下滑趋势，聚丙烯单价呈上升趋势。

(3)公司与中国石化仪征化纤有限责任公司签订《水刺非织造材料高性能涤纶短纤专线定制协议》，由中国石化仪征化纤有限责任公司根据公司水刺非织造材料性能及生产设备特性，为公司专门提供一条高性能涤纶短纤生产线，确保稳定且高质量地供应涤纶短纤。

(4)报告期内，公司外协加工的金额分别为 3.18 万元、51.14 万元、109.82 万元和 584.02 万元。2020 年 1-6 月，外协加工费用增加主要系委托外部厂商生产口罩。

请发行人：

(1)补充说明报告期内前十大供应商的基本情况，包括成立时间、所在地、与发行人合作背景、合作时间，与发行人、实际控制人、董监高、其他核心人员及其关系密切的家庭成员之间是否存在关联关系、股份代持、异常资金往来及其他利益安排。

(2)结合发行人供应商选取标准和采购原则等，补充披露报告期内除中国石化等四家公司外，其他供应商变化的原因，发行人是否对中国石化等四家供应商存在采购依赖。

(3)补充披露公司原材料涤纶短纤、粘胶短纤和聚丙烯采购价和市场价格、同行业公司采购价格对比情况，是否存在较大差异，说明原材料价格变动原因及合理性；补充说明报告期内向不同供应商采购同类原材料单价是否存在较大差异，如是，请说明差异原因及合理性。

(4)补充披露报告期内发行人向中国石化仪征化纤有限责任公司采购金额

及占涤纶短纤总采购额的比例，专线定制的涤纶短纤和其他涤纶短纤是否存在较大差异；双方签订专线定制协议的背景，是否行业惯例，是否存在其他利益安排；专线定制协议的有效期，是否存在续期风险，如是，请说明解决措施，并补充披露发行人是否对该供应商存在重大依赖。

(5)补充说明报告期内发行人是否存在客户与供应商重合的情形，如是，请列表说明供应商或客户名称、是否存在关联关系、报告期内销售/采购数量、金额，以及合作背景、相关交易价格是否公允。

(6)补充说明发行人是否具备口罩生产资质，委托外部厂商生产口罩的用途，外部厂商是否具备口罩生产资质，发行人口罩生产、销售是否合规，是否存在质量纠纷或潜在纠纷，口罩销售金额及对口罩业务未来的安排。

(7)补充说明报告期各期末发行人预付账款较低的原因及合理性，预付账款的构成和主要支付对象，并说明主要支付对象与主要供应商是否匹配以及不匹配的原因。

请申报会计师发表明确意见。

(一)补充说明报告期内前十大供应商的基本情况，包括成立时间、所在地、与发行人合作背景、合作时间，与发行人、实际控制人、董监高、其他核心人员及其关系密切的家庭成员之间是否存在关联关系、股份代持、异常资金往来及其他利益安排。

1.报告期内前十大供应商的采购金额

报告期内，公司前十大供应商的采购金额如下：

单位：万元

年度	序号	供应商名称	采购金额	占当期总采购金额比例
2020年1-6月	1	中国石化	11,268.14	16.56%
	2	赛得利	7,495.91	11.02%
	3	唐山三友	6,185.31	9.09%
	4	中国石油	4,266.43	6.27%
	5	佛山塑都	3,988.04	5.86%
	6	兰精纤维	3,560.40	5.23%
	7	道恩集团	2,947.91	4.33%

	8	江南化纤	2,486.34	3.66%
	9	湖南盛锦新材料有限公司	1,934.15	2.84%
	10	华西村化纤	1,493.62	2.20%
	合　计		45,626.25	67.07%
2019 年	1	中国石化	20,775.66	23.18%
	2	赛得利	12,183.81	13.60%
	3	中国石油	8,020.78	8.95%
	4	兰精纤维	7,194.43	8.03%
	5	唐山三友	4,889.71	5.46%
	6	佛山塑都	3,916.35	4.37%
	7	华西村化纤	2,345.21	2.62%
	8	浙江互生非织造布有限公司	2,305.32	2.57%
	9	浙江宝仁和中科技有限公司	2,029.09	2.26%
	10	江南化纤	1,766.91	1.97%
	合　计		65,427.27	73.01%
2018 年	1	中国石化	19,744.49	24.28%
	2	唐山三友	10,201.78	12.55%
	3	赛得利	10,143.85	12.48%
	4	中国石油	10,037.32	12.34%
	5	江南化纤	3,152.41	3.88%
	6	兰精纤维	2,462.12	3.03%
	7	仪征依布化纤有限公司	1,686.59	2.07%
	8	山东诺尔生物科技有限公司	1,201.01	1.48%
	9	道普石化	1,065.82	1.31%
	10	厦门东屿行进出口有限公司	1,021.94	1.26%
	合　计		60,717.32	74.68%
2017 年	1	中国石化	17,511.93	24.39%
	2	赛得利	12,762.61	17.77%
	3	唐山三友	9,641.94	13.43%
	4	中国石油	5,892.77	8.21%
	5	兰精纤维	3,969.02	5.53%
	6	江南化纤	2,281.78	3.18%
	7	滁州安兴环保彩纤有限公司	2,043.38	2.85%

	8	厦门东屿行进出口有限公司	1,422.90	1.98%
	9	仪征依布化纤有限公司	1,010.03	1.41%
	10	山东诺尔生物科技有限公司	1,007.08	1.40%
	合　计		57,543.44	80.15%

报告期内，公司前十大供应商采购金额合计分别为 57,543.44 万元、60,717.32 万元、65,427.27 万元和 45,626.25 万元，占当期采购总额的比例分别为 80.15%、74.68%、73.01%和 67.07%。前十大供应商采购金额随着公司业务规模扩大呈逐年增长的变化趋势，但占采购总额的比例逐年下降，主要系公司护理用品业务收入占比上升引起：公司非织造材料主要为聚丙烯、涤纶短纤和粘胶短纤，原料种类较少，且上游供应商为中国石化、中国石油、赛得利等规模较大的企业，市场集中度较高；护理用品生产所需的原料包括非织造材料、不同规格包装袋、塑料盖、不干胶及化工原料等，种类繁多，且供应商较为分散。报告期内公司前十大供应商主要与非织造材料生产有关，随着护理用品收入占比上升，原料采购金额也相应增加，拉低了前十大供应商的采购占比。

2.前十大供应商的基本情况

报告期内，前十大供应商的成立时间、所在地、与公司合作背景、开始合作时间等基本情况如下：

供应商名称		成立时间	地址	与公司合作背景	开始合作时间
中国石化	仪征化纤	2014-11-26	仪征市长江西路 1 号	公司业务员上门洽谈业务	2014 年
	中国石化化工销售有限公司华东分公司	2005-05-09	上海市长宁区延安西路 728 号 19F、20F、21F	该供应商业务员主动上门推广，洽谈业务	2005 年
	上海赛科石油化工有限责任公司	2001-10-29	上海市化学工业区南银河路 557 号	公司业务员上门洽谈业务	2009 年
赛得利	赛得利（福建）纤维有限公司	2010-06-04	福建省莆田市秀屿区东埔镇东吴中大道 1 号	承继赛得利（江西）化纤有限公司的业务	2014 年
	赛得利（九江）纤维有限公司	2015-06-12	江西省九江市湖口县金砂湾工业园	在与赛得利（福建）纤维有限公司的合作基础上开展业务往来	2018 年
中国石油	中国石油天然气股份有限公司华东化工销售浙江分公司	2004-12-09	杭州市滨江区江南大道 588 号恒鑫大厦主楼二十三层 2302 室	该供应商寻找下游企业合作	2009 年

供应商名称		成立时间	地址	与公司合作背景	开始合作时间
	中国石油天然气股份有限公司华南化工销售分公司	2004-05-13	广州市天河区黄埔大道中 199 号广州中国石油大厦 21 层	在公司与中国石油浙江分公司业务合作的基础上开展	2017 年
唐山三友	唐山三友集团兴达化纤有限公司	2004-12-09	唐山市南堡开发区创业路东荣达道北（原三友化纤公司）	该供应商业务员主动上门推广，洽谈业务	2013 年
	唐山三友远达纤维有限公司	2009-09-21	唐山市南堡开发区希望路西侧（唐山三友硅业公司西）	该供应商业务员主动上门推广，洽谈业务	2013 年
佛山塑都		2011-03-17	佛山市顺德区乐从镇乐从居委会建设路 B55 号 1 号之二铺	该供应商业务员主动与广东金三发洽谈业务	2018 年
兰精纤维		2005-04-22	南京市六合区雄州街道康强路 2 号	公司主动联系该供应商，洽谈业务	2012 年
江南化纤		2003-05-12	苏州市相城区黄埭镇春秋路 8 号江南大厦 605 室	该供应商业务员主动上门推广，洽谈业务	2012 年
道恩集团	山东道恩高分子材料股份有限公司	2002-12-06	山东省龙口市振兴路北首道恩经济园工业园区	在与道恩集团有限公司的合作基础上开展业务往来	2020 年
	道恩化学有限公司	2018-01-09	山东省烟台市龙口市龙口经济开发区东首 264 省道路南	该供应商业务员主动上门推广，洽谈业务	2018 年
	道恩集团有限公司	2000-04-26	山东省烟台市龙口市龙口经济开发区和平北路道恩经济园区	该供应商业务员主动上门推广，洽谈业务	2018 年
	浙江华旭石化有限公司	2018-03-28	浙江省杭州市滨江区西兴街道科技馆街 626 号寰宇商务中心 1 幢 1202 室	在与山东道恩高分子材料股份有限公司的合作基础上开展业务往来	2020 年
湖南盛锦新材料有限公司		2008-03-20	湖南省岳阳市经济技术开发区康王工业园(奇康路 24 号)	该供应商业务员主动上门推广，洽谈业务	2015 年
浙江互生非织造布有限公司		2012-10-24	嘉善县天凝镇东信路 17 号	经该供应商的客户介绍相识	2018 年
华西村化纤		2000-11-21	江阴市华士镇华西工业园	该供应商业务员主动上门推广，洽谈业务	2016 年
浙江宝仁和中科技有限公司		2017-05-26	浙江省绍兴市柯桥区夏履镇夏东村	公司通过网络搜索寻找合作	2018 年
仪征依布化纤有限公司		2013-06-08	仪征市真州镇化纤生活区浦东路 2 幢 218 室	该供应商业务员主动上门推广，洽谈业务	2014 年
山东诺尔生物科技有限公司		2011-10-11	山东省东营市东营港经济开发区港城路 25-1 号万达海港城	该供应商业务员主动上门推广，洽谈业务	2015 年
厦门东屿行进出口有限公司		1999-04-09	厦门市思明区后埭溪路 28 号皇达大厦 21F 之二	通过行业协会结识	2009 年

供应商名称		成立时间	地址	与公司合作背景	开始合作时间
道普石化	道普（厦门）石化有限公司	2013-01-23	厦门市海沧区海沧大道 891 号泰地海西中心 A 座 803 室	在与浙江明日石化有限公司的合作基础上开展业务往来	2017 年
	浙江明日石化有限公司	2004-08-26	杭州市清泰街 569 号	该供应商业务员主动与金三发卫材洽谈业务	2013 年
	浙江明日控股集团股份有限公司	1997-10-11	杭州市滨江区泰安路 199 号 10 楼	该供应商业务员主动与金三发卫材洽谈业务	2016 年
	明日控股（广州）有限公司	2018-10-15	广州市天河区林和西路 9 号 1911	在与道普（厦门）石化有限公司的合作基础上开展业务往来	2020 年
滁州安兴环保彩纤有限公司		2004-03-15	安徽省滁州市紫薇南路 555 号	该公司主动向金三发卫材推销产品	2010 年

通过查询上述主要供应商的工商资料，获取并核查发行人控股股东、实际控制人及其主要家庭成员、董事（不包括独立董事）、监事、高级管理人员及其配偶报告期内的银行流水，核查其与公司、实际控制人、董监高、其他核心人员及其关系密切的家庭成员之间不存在关联关系、股份代持、异常资金往来及其他利益安排。

（二）结合发行人供应商选取标准和采购原则等，补充披露报告期内除中国石化等四家公司外，其他供应商变化的原因，发行人是否对中国石化等四家供应商存在采购依赖。

1.除中国石化等四家公司外其他供应商变化的原因

报告期内，公司的主要供应商较为稳定且采购较为集中。公司一般会选择合作时间较长、原材料质量稳定并且供货及时的供应商进行采购，以提升采购效率。同时，为保证生产经营的稳定与安全，对于主要原材料，公司原则上会保持选择两家以上的供应商进货。此外，公司综合考虑交期、品质、成本、客户需求变化等因素，会适宜变更采购对象以及调整向各供应商的采购规模，以符合实际生产需要。

报告期内，中国石化、赛得利、唐山三友和中国石油为公司主要供应商，其余前十大供应商及位次在各年份有所变动。具体情况如下：

序号	供应商名称	变动情况	变动原因

序号	供应商名称	变动情况	变动原因
1	兰精纤维	报告期内均属于前十大供应商，且位次比较稳定	公司与兰精纤维开展稳定合作，供应商位次无大幅变动
2	佛山塑都	2018 年合作，2019 年成为第 6 大供应商，2020 年 1-6 月成为第 5 大供应商	子公司广东金三发向佛山塑都采购聚丙烯。2017 年底，广东金三发纺粘非织造材料生产线投产。2018 年，公司与佛山塑都展开合作，前期采购量较小。2019 年，随着双方合作深入开展，且该供应商可以提供一定信用账期，公司结合自身的供应商选择标准和现金流量状况，对其采购量有所增加，佛山塑都在 2019 年成为前十大供应商。2020 年，“新冠肺炎”疫情爆发，市场对纺粘非织造材料需求大幅提升，广东金三发业务量显著增加，故佛山塑都在 2020 年 1-6 月成为公司第 5 大供应商
3	江南化纤	报告期内均属于前十大供应商，2019 年位次较低，为第 10 大供应商	向江南化纤采购无锑涤纶，所生产的水刺非织造材料主要销售至韩国市场，以符合韩国的环保要求。2019 年，公司韩国市场的销售收入由 2017 年和 2018 年的 15,163.75 万元和 14,225.74 万元下降至 11,216.68 万元，故向江南化纤的采购额也相应下降。2020 年 1-6 月，韩国市场销售收入达到 10,441.12 万元，较 2019 年同期有显著增长，江南化纤的位次有所提升
4	湖南盛锦新材料有限公司	报告期内均有开展合作，2020 年 1-6 月成为第 9 大供应商	向该供应商采购生产熔喷布的聚丙烯。2020 年，“新冠肺炎”疫情爆发，市场对熔喷布的需求大幅提升，向该供应商的采购额增加，成为 2020 年 1-6 月第 9 大供应商
5	道恩集团	2018 年开展合作，2020 年 1-6 月成为第 7 大供应商	向该供应商采购聚丙烯。2020 年，“新冠肺炎”疫情爆发，市场对纺粘非织造材料的需求大幅提升，向该供应商的采购额增加，成为 2020 年 1-6 月第 7 大供应商
6	华西村化纤	报告期内均有开展合作，2019 年和 2020 年 1-6 月进入前十大	向华西村化纤采购涤纶短纤。2019 年以后加大对该华西村化纤的采购量，主要系为保证水刺产品质量，涤纶短纤采购向行业龙头供应商集中
7	浙江互生非织造布有限公司	2018 年开始合作，2019 年成为第 8 大供应商	向该供应商采购交叉水刺非织造材料用于湿干巾生产。2019 年公司湿干巾业务量增加，自主生产的交叉水刺非织造材料无法同时满足湿干巾生产所需和对外销售，故对该供应商采购金额增加，该供应商成为 2019 年前十大供应商。2020 年上半年，公司投产两条交叉水刺生产线，对外采购交叉水刺非织造材料的需求降低，因而该供应商在 2020 年 1-6 月退出前十大供应商名列
8	浙江宝仁和中科技有限公司	2018 年开始合作，2019 年成为第 9 大供应商	变动原因与浙江互生非织造布有限公司一致
9	仪征依布化纤有限公司	2017 年和 2018 年为前十大供应商	向该供应商采购涤纶短纤。该供应商为贸易商，提供的涤纶短纤价格较高，但会给予一定信用期，故公司在 2019 年以前向其采购量较大。2019 年后，公司现金流有所改善，出于成本考虑，减少了对该供应商的采购量，退出前十大供应商

序号	供应商名称	变动情况	变动原因
10	山东诺尔生物科技有限公司	报告期内均有开展合作，2017 年和 2018 年为前十大供应商	公司向该供应商采购高分子吸收材料用于纸尿裤生产。报告期内，公司纸尿裤销售收入占主营业务收入的比例分别为 8.67%、8.50%、5.62%和 2.38%，随着纸尿裤业务收入占比逐年下降，该供应商在 2019 年度和 2020 年 1-6 月退出前十大供应商名列
11	厦门东屿行进出口有限公司	2009 年-2019 年开展合作，2017 年和 2018 年为前十大供应商	向该供应商采购涤纶短纤。该供应商规模较小，公司为保证水刺非织造材料质量，采购涤纶短纤集中度提高，向涤纶短纤行业龙头供应商集中，2019 年退出前十大供应商
12	道普石化	报告期内均有开展合作，2018 年成为第 9 大供应商	子公司广东金三发向该供应商采购聚丙烯。2019 年开始，由于佛山塑都对广东金三发提供一定信用账期，提高对佛山塑都的采购量，减少对该供应商的采购量，2019 年退出前十大供应商
13	滁州安兴环保彩纤有限公司	2010 年至 2018 年开展合作，2017 年成为第 7 大供应商	向该供应商采购涤纶短纤。该供应商规模较小，提供的价格比较优惠，且能给予一定信用账期。 2018 年，公司根据采购原则，增大了对行业龙头供应商的采购量，减少了对该供应商的采购

综上所述，除中国石化等四家供应商外，公司与兰精纤维、江南化纤、湖南盛锦新材料有限公司、华西村化纤、山东诺尔生物科技有限公司、道普石化等主要供应商在报告期各期均有展开合作，与其他供应商的合作则因新设立广东金三发、采购标准提高、生产线投产、市场需求变化等客观因素而在报告期内发生变化。总体上，公司与主要供应商的合作较为稳定，供应商的变动原因均具有合理性。

2.发行人对中国石化等四家供应商不存在采购依赖

(1)对中国石化等四家供应商的采购具体情况

对于中国石化、赛得利、唐山三友和中国石油等四家供应商，公司的采购内容及金额情况如下：

年度	供应商名称	序号	采购内容	采购金额（万元）	金额占比
2020 年 1-6 月	中国石化	1	涤纶短纤	8,150.77	11.98%
		2	聚丙烯	3,117.37	4.58%
	赛得利	3	粘胶短纤	7,495.91	11.02%
	唐山三友	4	粘胶短纤	6,185.31	9.09%
	中国石油	5	聚丙烯	4,266.43	6.27%
	合　计			29,215.79	42.94%
2019 年	中国石化	1	涤纶短纤	15,859.25	17.70%
		2	聚丙烯	4,916.41	5.48%

年度	供应商名称	序号	采购内容	采购金额（万元）	金额占比
	赛得利	3	粘胶短纤	12,183.81	13.60%
	中国石油	4	聚丙烯	8,020.78	8.95%
	唐山三友	5	粘胶短纤	4,889.71	5.46%
	合　计			45,869.96	51.19%
2018 年	中国石化	1	涤纶短纤	15,102.08	18.57%
		2	聚丙烯	4,642.41	5.71%
	唐山三友	3	粘胶短纤	10,201.78	12.55%
	赛得利	4	粘胶短纤	10,143.85	12.48%
	中国石油	5	聚丙烯	10,037.32	12.34%
	合　计			50,127.44	61.65%
2017 年	中国石化	1	涤纶短纤	11,590.70	16.14%
		2	聚丙烯	5,921.23	8.25%
	赛得利	3	粘胶短纤	12,762.61	17.77%
	唐山三友	4	粘胶短纤	9,641.94	13.43%
	中国石油	5	聚丙烯	5,892.77	8.21%
	合　计			45,809.25	63.80%

从采购金额及占比来看，报告期内，公司向上述四家供应商采购金额合计为 45,809.25 万元、50,127.44 万元、45,869.96 万元和 29,215.79 万元，占采购总额的比重分别为 63.80%、61.65%、51.19%和 42.94%。报告期内，公司对四家主要供应商的采购金额占比均未超过 25%。

从采购内容来看，报告期内，公司向中国石化等四家供应商的采购内容未发生变化。公司向中国石化采购涤纶短纤和聚丙烯（其中，涤纶短纤向仪征化纤采购），向赛得利和唐山三友采购粘胶短纤，向中国石油采购聚丙烯。涤纶短纤、粘胶短纤和聚丙烯为公司非织造材料的主要生产原材料。在国内，上述三种原材料的市场均具有一定程度的寡头垄断特征。

(2)涤纶短纤的市场分布及发行人的采购情况

国内水刺专用涤纶短纤主要生产厂商有仪征化纤、苏州相城区江南和华西村化纤。报告期内，公司与上述三家供应商均有开展合作，除此之外还向浙江恒逸石化销售有限公司、仪征依布化纤有限公司等供应商进行采购，以降低对个别供应商采购集中度。

报告期内，公司向主要供应商采购涤纶短纤的金额及占涤纶短纤采购总额的比例如下：

单位：万元

涤纶短纤									
序号	供应商名称	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
		采购金额	占比	采购金额	占比	采购金额	占比	采购金额	占比
1	仪征化纤	8,150.77	61.92%	15,859.25	72.71%	15,102.08	69.08%	11,590.70	60.64%
2	江南化纤	2,486.34	18.89%	1,766.91	8.10%	3,152.41	14.42%	2,281.78	11.94%
3	华西村化纤	1,493.62	11.35%	2,345.21	10.75%	842.36	3.85%	758.70	3.97%
4	浙江恒逸石化销售有限公司	950.01	7.22%	465.88	2.14%	14.54	0.07%	-	-
5	仪征依布化纤有限公司	-	-	1,232.81	5.65%	1,686.59	7.71%	1,010.03	5.28%
6	厦门东屿行进出口有限公司	-	-	64.55	0.30%	1,021.94	4.67%	1,422.90	7.44%
7	滁州安兴环保彩纤有限公司	-	-	-	-	22.47	0.10%	2,043.38	10.69%
合计		13,080.75	99.37%	21,734.61	99.64%	21,842.39	99.91%	19,107.48	99.96%

根据上表，报告期内公司的涤纶短纤供应商主要为国内涤纶短纤行业龙头仪征化纤、江南化纤和华西村化纤。其中，公司向仪征化纤的采购额占涤纶短纤采购总额比例分别为 60.64%、69.08%、72.71%和 61.92%，向江南化纤和华西村化纤的采购额占比合计分别为 15.91%、18.27%、18.85%和 30.24%。

由于向仪征化纤的采购额占比相对较高，公司为了尽可能保障原材料供货稳定性，在与华西村化纤、浙江恒逸石化销售有限公司等供应商签订的合同里都附加了条款，约定公司在框架协议规定的购买量基础上，最高可以上浮购买 40%—50%的数量，以确保公司涤纶短纤采购的稳定性。

综上所述，公司对仪征化纤采购占比大，系国内水刺用涤纶纤维市场分布特征所致，另外公司通过多渠道购货安排以及合同附加条款等方面确保涤纶短纤采购的稳定性，因此对仪征化纤不存在采购依赖。

(3)粘胶短纤的市场分布及发行人的采购情况

水刺用粘胶短纤的国内主要供应商有唐山三友、赛得利和兰精纤维。报告期内，公司向唐山三友、赛得利、兰精纤维等供应商均有进行采购，且上述三家供应商皆为报告期内前十大。

报告期内，公司向主要供应商采购粘胶短纤的金额及占粘胶短纤采购总额的比例如下：

单位：万元

粘胶短纤									
序号	供应商名称	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
		采购金额	占比	采购金额	占比	采购金额	占比	采购金额	占比
1	赛得利	7,495.91	42.22%	12,183.81	49.70%	10,143.85	43.33%	12,762.61	48.38%
2	唐山三友	6,185.31	34.84%	4,889.71	19.94%	10,201.78	43.57%	9,641.94	36.55%
3	兰精纤维	3,560.40	20.05%	7,194.43	29.34%	2,462.12	10.52%	3,969.02	15.05%
合计		17,241.61	97.11%	24,267.95	98.99%	22,807.75	97.42%	26,373.58	99.99%

根据上表，公司的粘胶短纤三大供应商在报告期内较为均衡，且公司向每家供应商的采购金额占粘胶短纤采购总额的比例皆低于 50%，对赛得利、唐山三友、兰精纤维不存在采购依赖。

3.聚丙烯的市场分布及发行人的采购情况

公司生产纺粘非织造材料的主要原材料为聚丙烯，属于基础化工产品。国内主要的聚丙烯生产企业有中国石油、中国石化和神华集团，公司与中国石油和中国石化均有开展稳定合作采购聚丙烯。公司在报告期内还向道恩集团、金发科技股份有限公司、佛山塑都、湖南盛锦新材料有限公司等多家聚丙烯生产企业和贸易企业采购。

报告期内，公司向主要供应商采购聚丙烯的金额及占聚丙烯采购总额的比例如下：

单位：万元

聚丙烯									
序号	供应商名称	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
		采购金额	占比	采购金额	占比	采购金额	占比	采购金额	占比
1	中国石化	3,117.37	15.79%	4,916.41	21.21%	4,642.41	20.38%	5,921.23	39.07%
2	中国石油	4,266.43	21.61%	8,020.78	34.60%	10,037.32	44.08%	5,892.77	38.88%
3	佛山塑都	3,988.04	20.20%	3,916.35	16.89%	353.88	1.55%	-	-
4	道恩集团	2,947.91	14.93%	-	-	160.61	0.71%	-	-
5	湖南盛锦新材料有限公司	1,934.15	9.80%	742.89	3.20%	789.36	3.47%	303.48	2.00%
6	埃克森美孚化工	453.67	2.30%	1,119.43	4.83%	566.48	2.49%	729.78	4.81%

	商务(上海)有限公司								
7	金发科技股份有限公司	241.50	1.22%	817.76	3.53%	754.52	3.31%	140.09	0.92%
8	道普(厦门)石化有限公司	422.75	2.14%	179.99	0.78%	1,065.82	4.68%	260.63	1.72%
合计		17,371.81	87.98%	19,713.60	85.03%	18,370.39	80.67%	13,247.99	87.40%

根据上表，报告期内公司向中国石化和中国石油的采购额占聚丙烯采购总额的比例分别为 77.95%、64.46%、55.81%和 37.40%，呈逐年下降趋势。此外，公司的其他聚丙烯供应商数目众多且分散。综合来看，公司对中国石化和中国石油不存在采购依赖。

综合上述分析，结合公司供应商选择标准、采购金额占比、原材料市场特征、分原材料采购情况等方面来看，公司对中国石化、赛得利、唐山三友和中国石油等四家供应商不存在采购依赖。

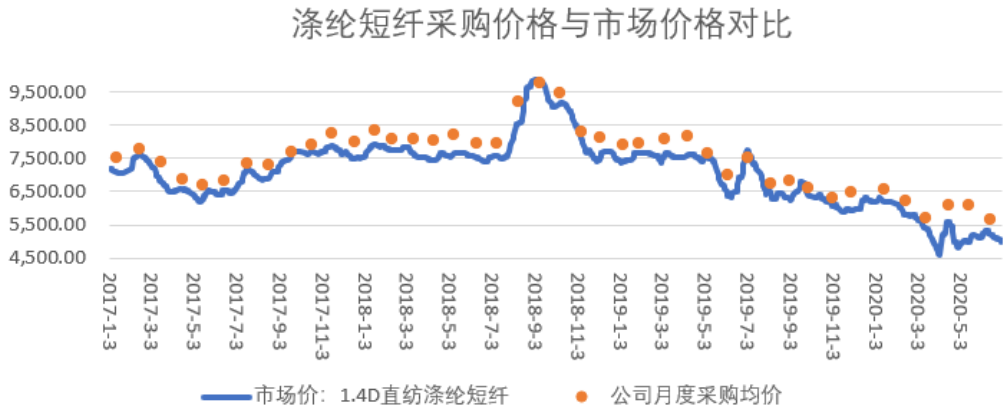
(三)补充披露公司原材料涤纶短纤、粘胶短纤和聚丙烯采购价和市场价格、同行业公司采购价格对比情况，是否存在较大差异，说明原材料价格变动原因及合理性；补充说明报告期内向不同供应商采购同类原材料单价是否存在较大差异，如是，请说明差异原因及合理性。

1.发行人原材料涤纶短纤、粘胶短纤和聚丙烯采购价和市场价格、同行业公司采购价格对比情况，是否存在较大差异，原材料价格变动原因及合理性

(1)涤纶短纤的价格对比情况

1)与涤纶短纤市场价格对比

报告期内，公司涤纶短纤月度平均采购价格与市场价格对比情况如下：



市场价格数据来源：化纤信息网

报告期内，公司涤纶短纤采购价格与市场价格总体保持一致。

2)与同行业可比公司采购涤纶短纤对比

报告期内，公司涤纶短纤年度平均采购价格与同行业可比公司采购价格对比情况如下：

单位：元/吨

涤纶短纤	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度
	单价	变动率	单价	变动率	单价	变动率	单价
金春股份	未披露	-	7,000.06	-14.32%	8,170.12	11.39%	7,334.85
本公司	5,994.44	-16.61%	7,188.57	-15.11%	8,467.95	13.79%	7,441.61

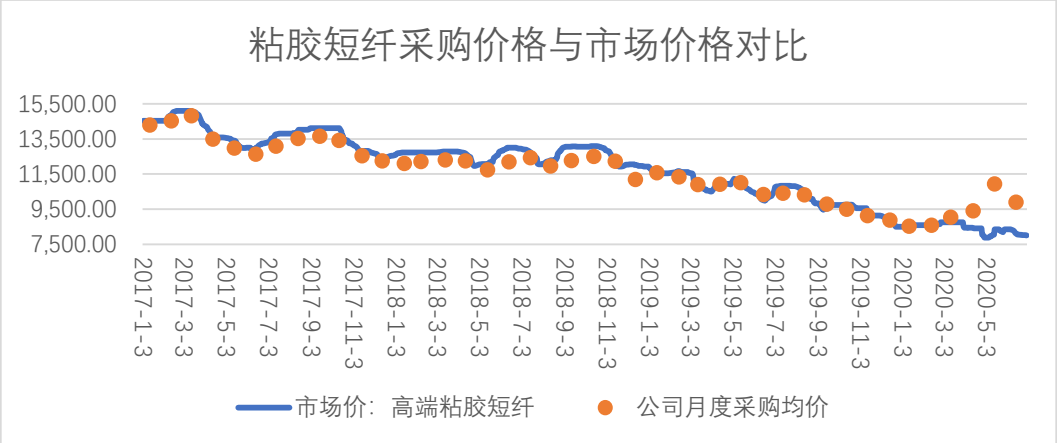
注：除金春股份外其余同行业公司报告期内未披露涤纶短纤采购均价或涤纶短纤并非其主要原材料。

以上图表显示，报告期内，公司采购涤纶短纤的价格与市场价格以及同行业可比公司采购价格基本保持一致，不存在较大差异，且呈现出相同的价格走势。公司采购涤纶短纤的价格变动主要系市场价格波动所致，变动原因具有合理性。

(2)粘胶短纤的价格对比情况

1)与粘胶短纤市场价格对比

报告期内，公司粘胶短纤月度平均采购价格与市场价格对比情况如下：



市场价格数据来源：化纤信息网

2017 年 1 月-2020 年 3 月，公司采购粘胶短纤价格与市场价格较为接近，2020 年 4-6 月公司采购价格高于市场价格，原因系：用于对比的粘胶短纤市场价格包括传统纺织品和非织造材料生产所需的粘胶短纤，其中传统纺织品用的粘胶短纤占比较大。2020 年 4-6 月，受“新冠肺炎”疫情影响，市场对水刺非织造材料需求增加，导致非织造材料用的粘胶短纤市场价格走高，从而公司采购粘胶短纤价格高于市场价格。

2)与同行业可比公司采购粘胶短纤对比

报告期内，公司粘胶短纤年度平均采购价格与同行业公司采购价格对比情况如下：

单位：元/吨

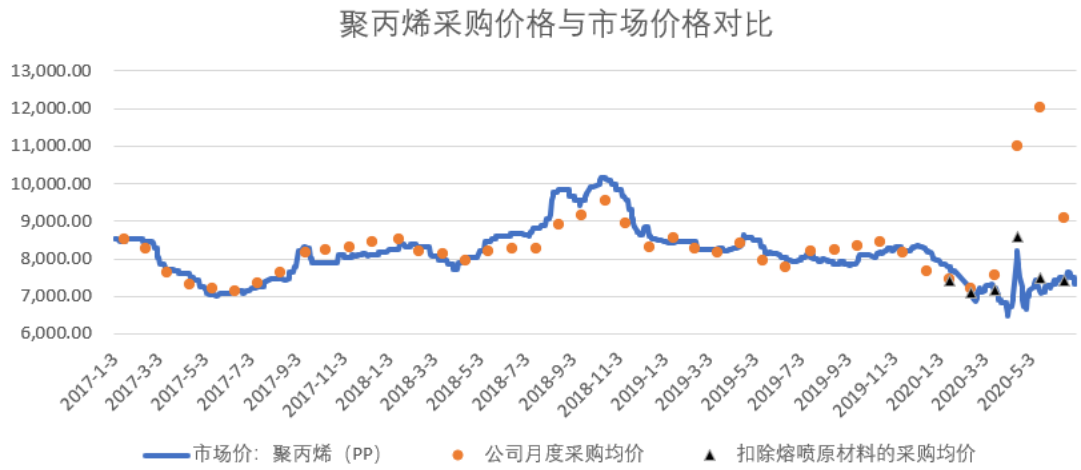
粘胶短纤	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度
	单价	变动率	单价	变动率	单价	变动率	单价
金春股份	未披露	-	10,127.89	-15.66%	12,009.11	-8.73%	13,157.49
本公司	9,605.25	-5.88%	10,204.85	-15.73%	12,109.73	-9.29%	13,349.47

注：除金春股份外其余同行业公司报告期内未披露粘胶短纤采购均价或粘胶短纤并非其主要原材料。

以上图表显示，报告期内，公司采购粘胶短纤的价格与同行业可比公司采购价格基本保持一致，不存在较大差异，且呈现出相同的价格走势。公司采购粘胶短纤的价格变动主要系市场价格波动所致，变动原因具有合理性。

(3)聚丙烯的价格对比情况

报告期内，公司聚丙烯月度平均采购价格与市场价格对比情况如下：



市场价格数据来源：Choice 数据

报告期内，同行业可比公司未披露聚丙烯采购均价。

以上图表显示，2017 年 1 月—2020 年 3 月，公司采购聚丙烯的价格与市场价格基本保持一致；2020 年 4-6 月，公司采购聚丙烯的价格及变动趋势与市场价格存在一定差异，原因系：公司采购的聚丙烯中功能聚丙烯和熔喷布用聚丙烯占比增加，且该类聚丙烯在疫情期间由于供不应求导致市场价格走高，从而该期间公司采购聚丙烯价格高于聚丙烯整体市场价格。

综上所述，整体来看，公司原材料涤纶短纤、粘胶短纤和聚丙烯采购价和市场价格、同行业可比公司采购价格不存在较大差异，原材料价格变动原因具有合理性。

2.补充说明报告期内向不同供应商采购同类原材料单价是否存在较大差异，如是，请说明差异原因及合理性

(1)涤纶短纤的采购单价

报告期内，公司向不同供应商采购涤纶短纤的单价如下表所示：

单位：元/吨

序号	主要供应商名称	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
1	仪征化纤	5,907.53	7,210.00	8,402.42	7,495.89
2	江南化纤	6,345.45	7,219.18	8,899.20	7,529.87
3	华西村化纤	5,836.29	6,878.05	8,426.95	7,168.33
4	浙江恒逸石化销售有限公司	5,595.42	7,037.82	7,655.17	-
5	厦门东屿行进出口有限公司	-	6,584.07	7,610.20	7,190.88

6	仪征依布化纤有限公司	-	7,610.95	8,569.18	7,316.15
7	滁州安兴环保彩纤有限公司	-	-	7,829.27	7,129.34
8	公司采购涤纶短纤均价	5,994.44	7,188.57	8,467.95	7,441.61

报告期内，公司采购涤纶短纤均价为 7,441.61 元/吨、8,467.95 元/吨、7,188.57 元/吨和 5,994.44 元/吨。涤纶短纤主要供应商为仪征化纤，公司向仪征化纤和华西村化纤采购涤纶短纤的价格与公司涤纶短纤采购均价较为接近，向其余供应商采购单价的差异原因如下：

江南化纤为市场上主要的无锑涤纶短纤供应商，公司向其采购无锑涤纶短纤，由于无锑短纤市场价格略高于普通涤纶短纤，故向江南化纤的采购单价相对较高。

仪征依布化纤有限公司为贸易商，能够给予公司一定信用账期，故其提供的涤纶短纤价格整体相对较高。

浙江恒逸石化销售有限公司、厦门东屿行进出口有限公司和滁州安兴环保彩纤有限公司为报告期内规模较小的涤纶短纤生产商，公司对该等涤纶短纤供应商具有一定议价能力，采购单价相对较低。

结合上述表格及分析，公司向不同供应商采购涤纶短纤的单价存在一定差异，差异原因具有合理性。

(2)粘胶短纤的采购单价

报告期内，公司向不同供应商采购粘胶短纤的单价如下表所示：

单位：元/吨

序号	供应商名称	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
1	赛得利	9,226.22	10,081.86	11,820.47	13,281.17
2	唐山三友	9,877.25	10,215.88	12,394.86	13,430.43
3	兰精纤维	9,488.12	10,369.23	12,135.37	13,369.17
4	公司采购粘胶短纤均价	9,605.25	10,204.85	12,109.73	13,349.47

市场上不同供应商提供的粘胶短纤规格较为统一，单价不存在显著差异。

(3)聚丙烯的采购单价

报告期内，公司向不同供应商采购聚丙烯的单价如下表所示：

单位：元/吨

序号	主要供应商名称	主要采购内容	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
1	中国石化	普通聚丙烯	7,097.83	7,818.38	8,366.21	7,591.32
2	中国石油	普通聚丙烯	6,998.83	7,768.26	8,374.49	7,711.02
3	金发科技股份有限公司	普通聚丙烯、熔喷布用聚丙烯	14,383.51	8,048.81	8,282.43	7,870.99
4	佛山塑都	普通聚丙烯、熔喷布用聚丙烯	9,607.42	8,080.21	8,803.04	-
5	道恩集团	普通聚丙烯、熔喷布用聚丙烯	10,520.72	-	8,030.62	-
6	湖南盛锦新材料有限公司	熔喷布用聚丙烯	17,763.74	8,254.33	8,919.28	8,548.64
7	埃克森美孚化工商务（上海）有限公司	功能聚丙烯、普通聚丙烯	7,735.13	11,552.39	13,067.53	12,973.91
8	道普石化	功能聚丙烯、普通聚丙烯	7,070.57	8,550.66	8,891.82	9,449.21
9	公司采购聚丙烯均价	-	9,210.70	8,418.64	8,879.85	8,118.38

公司的聚丙烯主要供应商为中国石化和中国石油，向其采购普通聚丙烯。以这两家供应商的采购价格为基准，其余供应商采购单价存在差异，主要原因如下：

子公司广东金三发投产后，向金发科技股份有限公司、佛山塑都采购聚丙烯，其中 2017 年度-2019 年度主要采购普通聚丙烯，由于这两家供应商能够提供一定信用账期，采购单价整体高于中国石化和中国石油；2020 年 1-6 月，向这两家供应商采购部分熔喷布用聚丙烯，由于疫情期间的熔喷布用聚丙烯供不应求使得市场价格走高，故 2020 年 1-6 月采购单价相对较高。

报告期内向湖南盛锦新材料有限公司采购熔喷布用聚丙烯，故采购单价整体较高。其中 2020 年 1-6 月，熔喷布用聚丙烯市场价格涨幅较大，采购单价随之大幅提升。

对于埃克森美孚化工商务（上海）有限公司， 2017 年度-2019 年度公司主要采购功能聚丙烯，由于功能聚丙烯的市场价格一般高于普通聚丙烯，使该期间采购单价相对较高。2020 年 1-6 月，公司还采购了普通聚丙烯，整体采购单价有所下降。

对于道普石化，2017 年度-2019 年度公司采购功能聚丙烯和普通聚丙烯，使得采购单价较高。2020 年 1-6 月，公司主要采购普通聚丙烯，采购单价与中国石化、中国石油较为接近。

结合上述表格及分析，公司向不同供应商采购聚丙烯的单价不存在较大差异，差异原因均具有合理性。

(四)补充披露报告期内发行人向中国石化仪征化纤有限责任公司采购金额及占涤纶短纤总采购额的比例，专线定制的涤纶短纤和其他涤纶短纤是否存在较大差异；双方签订专线定制协议的背景，是否行业惯例，是否存在其他利益安排；专线定制协议的有效期，是否存在续期风险，如是，请说明解决措施，并补充披露发行人是否对该供应商存在重大依赖。

1.与仪征化纤的采购情况及专线定制

(1)向仪征化纤采购金额及占涤纶短纤的比例

报告期内，公司向仪征化纤采购金额及占涤纶短纤总采购额的比例如下表所示：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
向仪征化纤采购金额	8,150.77	15,859.25	15,102.08	11,590.70
占涤纶短纤总采购额的比例	61.92%	72.71%	69.08%	60.64%

报告期内，公司向仪征化纤采购涤纶短纤占比分别为60.64%、69.08%、72.71%和61.92%，占比相对较高，主要原因系仪征化纤是国内主要的涤纶短纤生产商，在供货稳定性方面有保证，且其提供的涤纶短纤质量较高且稳定。

(2) 专线定制的涤纶短纤较其他涤纶短纤更适合公司高速生产特点

公司的水刺生产线逐渐向高速高产化发展，高速生产对于涤纶短纤本身的材料特性有着更高的要求，专线定制的涤纶短纤在亲水性、疵点、同质性等方面更加适用于高速水刺生产线。

其一，专线定制的涤纶短纤亲水性更加适用于公司高速水刺生产线。在非织造材料的生产过程中，梳理成网是关键工序。高速水刺生产线的梳理成网工序生产速度较快，一方面要求梳理机的性能较强，另一方面要求纤维原材料的

可梳理性强、静电少、抱合力高，否则容易导致纤维在锡林、工作辊和剥取辊上方出现严重飞花，大量纤维缠绕机件，影响成网质量。而适宜的亲水性可以增强纤维的抗静电性能和梳理性能，提高纤维成网的均匀性，专线定制的涤纶短纤亲水性性能适合作为公司高速水刺生产线原材料。

其二，专线定制的涤纶短纤疵点含量较低。在高速生产过程中，由于生产速度较快，生产设备检查出原材料疵点的难度增大，原材料中的疵点会被直接带入非织造材料中，导致纤网不均匀，严重时还会出现布面硬点。若医疗、卫生非织造材料用纤维中含有脏污丝或尾丝疵点杂质，可能造成整批产品报废，因而必须从原材料端提高标准。专线定制的涤纶短纤中疵点杂质含量较低，能很好适用于公司高速水刺生产线。

其三，专线定制的涤纶短纤原材料具备较高的同质性和稳定性。水刺非织造材料大规模高速生产要求所使用的纤维原材料在性能、克重等方面具有同质性，以提升机器设备处理的效率。如若原材料差异较大，品质不稳定，容易在处理过程中产生较多损耗，且需要频繁调试设备参数以适应不同原材料的处理要求，增加处理难度，降低生产稳定性。专线定制的涤纶短纤具备较高的同质性和稳定性，可以提升生产过程和产品质量的稳定性。

为了满足高速生产对纤维原材料的要求，公司向仪征化纤定制了一条高品质的生产专线，原则上该生产线只生产公司定制的涤纶短纤，以确保所供给的涤纶短纤在亲水性、疵点含量和同质性及稳定性方面可以满足公司的要求。

(3)双方签订专线定制协议的背景，是否行业惯例，是否存在其他利益安排

1)双方签订专线定制协议的背景

一方面，报告期内，公司水刺非织造材料业务规模不断扩大。为了维护品牌声誉，同时考虑到客户的实际需求，公司对产品质量把控趋于严格，从上游端对原材料品质加以管控，对供应商的选取和供货要求设定了更高标准。仪征化纤作为中国石化旗下的涤纶短纤生产企业，其产品一向具有较高的品质。公司自 2014 年与其开展合作以来，对其提供的涤纶纤维一直给予高度认可。

另一方面，公司紧密关注行业发展动态，用战略性眼光看待行业未来发展趋势，将提升水刺非织造材料市场竞争力的着眼点放在高速高产化生产上，并于 2018 年和 2019 年陆续投产了多批高速水刺生产线。高速水刺生产线对涤纶

短纤的亲水性、疵点含量提出了较高要求，专线定制的涤纶短纤更加满足高速生产要求；并且用于高速生产的纤维应尽量保证同质，最好由同一条生产线集中提供。

基于上述背景，公司与仪征化纤签订了专线定制协议，指定该供应商一条高品质的生产专线专门供给高品质涤纶短纤，以提升供货的稳定性，同时确保原材料规格和性能符合高速水刺线生产要求。

2)双方签订专线定制协议不属于行业惯例，不存在其他利益安排

一方面，通过查阅同行业可比公司诺邦股份、金春股份等公开发布的定期报告、招股说明书等资料，未发现其与仪征化纤、华西村化纤和江南化纤国内主要的涤纶短纤供应商存在签订专线定制协议的行为；另一方面，公司为国内水刺非织造材料主要生产商之一，实施专线定制适应公司的生产规模和发展战略。虽然专线定制目前不属于行业惯例，但是具备合理性。

公司与仪征化纤签订专线定制协议基于独立、公平的交易原则，双方不存在关联关系，也不存在其他利益安排。

(4) 专线定制协议的有效期，续期风险较小

公司与仪征化纤的专线定制协议一年一签，协议约定公司每月采购量需达到 2,000 吨以上。自协议签订以来，公司每月的采购量如下表所示：

单位：吨

时期	2020 年						
	平均值	6 月	5 月	4 月	3 月	2 月	1 月
采购量	2,299.54	2,907.05	2,636.40	2,763.75	2,531.95	1,664.31	1,293.80
时期	2019 年						
	平均值	12 月	11 月	10 月	9 月	8 月	7 月
采购量	2,028.80	1,912.11	2,068.53	2,061.63	1,903.59	2,160.87	2,066.05

根据上表，在 2019 年 7-12 月与 2020 年 1-6 月的月度平均采购量分别为 2,028.80 吨和 2,299.54 吨。2020 年 1-2 月，公司采购量低于 2,000 吨，原因系“新冠肺炎”疫情初期运输限制、停工停产及春节所致。

随着公司水刺非织造材料生产线不断增加，下游护理用品市场需求旺盛，公司对涤纶短纤的需求也持续增长。考虑到公司与仪征化纤开展合作具有连续性与持续性，故专线定制协议的续期风险相对较小。

2.对仪征化纤不存在重大依赖

公司对仪征化纤不存在重大依赖，具体分析参见参见本问题(二)2(2)之说明。

(五)补充说明报告期内发行人是否存在客户与供应商重合的情形，如是，请列表说明供应商或客户名称、是否存在关联关系、报告期内销售/采购数量、金额，以及合作背景、相关交易价格是否公允。

报告期内，公司客户和供应商重合的主要情形如下：

单位：万元、吨

名称	项目	主要交易内容	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
			金额	数量	金额	数量	金额	数量	金额	数量
广东昱升	销售	非织造材料和湿干巾	6,305.53	注	6,864.68	-	6,923.03	-	2,288.83	-
	采购	纸尿裤底膜、魔术贴	131.20	注	11.19	-	114.53	-	271.53	-
浙江宝仁和中科技有限公司	销售	纺粘非织造材料	1.12	0.32	-	-	-	-	-	-
	采购	水刺非织造材料	1,061.28	650.31	2,029.09	1,272.97	398.07	256.59	-	-
道恩集团	销售	纺粘非织造材料	0.44	0.03	-	-	-	-	-	-
	采购	聚丙烯	2,947.91	2,802.00	-	-	160.61	200	-	-
湖南盛锦新材料有限公司	销售	纺粘非织造材料	17.53	0.99	-	-	-	-	-	-
	采购	聚丙烯	1,934.15	1,088.82	742.89	900.00	789.36	885.00	303.48	355.00
赛得利	销售	水刺非织造材料	-	-	-	-	-	-	1.14	0.52
	采购	粘胶短纤	7,495.91	8,124.57	12,183.81	12,084.89	10,143.85	8,581.59	12,762.61	9,609.55

注：公司与广东昱升的交易内容包括纺粘非织造材料和湿干巾，纸尿裤、魔术贴和包装材料，上述产品计量单位不一，未列示交易数量。

广东昱升为报告期内公司主要客户，其主要从事中高端婴幼儿、成人护理用品业务。在双方良好的合作基础上，公司向其采购纸尿裤底膜和魔术贴用于自身纸尿裤业务。浙江宝仁和中科技有限公司、道恩集团和湖南盛锦新材料有限公司为报告期内公司主要供应商，2020 年初“新冠肺炎”疫情使得纺粘非织造材料供不应求，该些供应商在与公司合作基础上，向公司采购少许纺粘非织造材料。赛得利为公司主要供应商，2017 年度向公司采购水刺非织造材料用于内部研发。

综上所述，公司与上述客户、供应商之间同时开展采购、销售业务具有合理性，不存在关联关系，交易价格公允。

(六)补充说明发行人是否具备口罩生产资质，委托外部厂商生产口罩的用途，外部厂商是否具备口罩生产资质，发行人口罩生产、销售是否合规，是否存在质量纠纷或潜在纠纷，口罩销售金额及对口罩业务未来的安排。

1. 发行人无需具备口罩生产资质

报告期内，公司未生产、销售医用防护口罩和劳动防护口罩，仅委托生产日常防护口罩，故无需办理口罩生产资质。

2.委托外部厂商生产口罩的用途，外部厂商是否具备口罩生产资质

(1)委托外部厂商生产口罩的用途

2020 年初，“新冠肺炎”疫情使得防疫物资出现全国性短缺。在防控疫情的严峻斗争中，作为浙江省经济和信息化厅指定的第一批地方性疫情防控重点保障企业，以及浙江省新型冠状病毒感染的肺炎疫情防控工作领导小组医疗物资保障组指定的第一批省级口罩生产(转产加工)企业，公司积极响应《浙江省新型冠状病毒肺炎疫情防控工作领导小组办公室关于加快组织口罩生产的通知》，利用自产纺粘非织造材料委托外部厂商生产口罩，用以保障省内防疫物资的集中、充分供应，主要满足省内企业和居民复工复产及生活防护的需求。

(2)外部厂商生产民用口罩无需资质

报告期内，公司委托生产口罩的外部厂商基本情况如下：

序号	企业名称	成立时间	注册资本	地址	经营范围
1	浙江星野集团有限责任公司	1995-07-17	3,541.49 万元	杭州经济技术开发区省乔司农场	批发、零售：五金、交电，化工原料及产品(除化学危险品及易制毒化学品)，百货，普通机械，建筑材料，电器机械及器材；制造、加工：文具用品，玩具，服装，箱包；五金加工：机械设备零配件；苗木，瓜果，稻谷，蔬菜，果树的种植；水产，畜禽的养殖(以上项目除国家专项审批)；市场经营管理服务；含下属分支机构经营范围。
2	浙江新兴工贸有限责任公司	1980-01-01	968.26 万元	浙江省安吉县天子湖镇南湖林场	服装、箱包、节能灯、五金制造，销售；膨润土加工，销售；蔬菜、水果种植。以下限分支机构经营：苗木种植、销售；水产养殖、

					销售；畜禽养殖、销售；精制茶、初制茶加工、销售；机动车驾驶员培训；住宿服务；机动车维修；汽车、摩托车、农机、五金配件销售；货物运输。(说明：经营范围中涉及许可证的项目凭证经营)。

公司委托生产口罩的外部厂商为浙江星野集团有限责任公司和浙江新兴工贸有限责任公司，均为浙江省人民政府控制的国有独资公司。

生产日常防护口罩无需办理许可证照，将产品向有资质的第三方检测机构按照相应标准送检，取得合格的检测报告，即可上市销售。公司委托浙江星野集团有限责任公司和浙江新兴工贸有限责任公司生产的口罩均为日常防护口罩，故外部厂商无需具备专门的口罩生产资质。

3.发行人销售口罩合规，不存在业务纠纷，口罩销售金额及对口罩业务未来的安排

(1)发行人销售口罩合规，不存在业务纠纷

销售日常防护口罩不需要具备特定资质条件。公司所售口罩均为日常防护口罩，不涉及医用防护口罩，故无需具备特定资质条件。公司销售口罩符合法律法规，且不存在业务纠纷。

(2)口罩销售金额及对口罩业务未来的安排

2020 年 1-6 月，公司销售口罩实现销售收入 1,122.83 万元，占营业收入的比重较小。

公司基于国内新冠肺炎疫情爆发、省内防疫物资短缺的背景，响应政府号召积极开展口罩销售业务。随着国内疫情基本得到控制，口罩市场供需恢复平衡，公司已停止开展口罩销售业务。但疫情尚未停止，居民对口罩的消费需求仍将持续存在，未来公司将继续深耕非织造材料生产与销售领域，为口罩生产企业提供优质的纺粘非织造材料原材料，满足居民的日常防护需求。

(七)补充说明报告期各期末发行人预付账款较低的原因及合理性，预付账款的构成和主要支付对象，并说明主要支付对象与主要供应商是否匹配以及不匹配的原因。

1.预付账款的构成和主要支付对象

报告期内，公司预付款项主要系预付原材料采购款，各期预付账款余额前

10 名情况如下：

单位：万元

时间	序号	支付对象	款项性质	账面余额	占期末预付账款比例
2020 年 6 月 30 日	1	未取得发票的预付进项税款	预付进项税款	1,536.36	24.48%
	2	道恩集团	预付原材料款	1,125.95	17.94%
	3	苏美达国际技术贸易有限公司	预付设备款	923.96	14.72%
	4	中国石化	预付原材料款	417.39	6.65%
	5	中国石油	预付原材料款	289.80	4.62%
	6	湖南盛锦新材料有限公司	预付原材料款	274.09	4.37%
	7	唐山三友	预付原材料款	247.73	3.95%
	8	远纺工业（上海）有限公司	预付原材料款	177.83	2.83%
	9	湖北博韬合纤有限公司	预付原材料款	163.34	2.60%
	10	佛山塑都	预付原材料款	154.82	2.47%
	合　计			5,311.27	84.63%
2019 年 12 月 31 日	1	仪征化纤	预付原材料款	670.25	28.33%
	2	未取得发票的预付进项税款	预付进项税款	421.96	17.84%
	3	兰精纤维	预付原材料款	211.46	8.94%
	4	唐山三友	预付原材料款	143.39	6.06%
	5	上海赛科石油化工有限责任公司	预付原材料款	98.32	4.16%
	6	中国出口信用保险公司	预付保险费	87.46	3.70%
	7	浙江长兴东南热力有限责任公司	预付燃料费	74.23	3.14%
	8	杭州杭纺科技有限公司	预付原材料款	61.51	2.60%
	9	苏美达国际技术贸易有限公司	预付设备款	58.49	2.47%
	10	中国石油	预付原材料款	34.03	1.44%
	合　计			1,861.10	78.68%
2018 年 12 月 31 日	1	未取得发票的预付进项税款	预付进项税款	341.35	25.38%
	2	仪征化纤	预付原材料款	238.70	17.75%
	3	浙江长兴东南热力有限责任公司	预付燃料费	83.92	6.24%
	4	唐山三友	预付原材料款	71.71	5.33%
	5	兰精纤维	预付原材料款	55.83	4.15%
	6	中国出口信用保险公司	预付保险费	45.82	3.41%
	7	苏州市秀祥纸业包装有限公司	预付原材料款	39.60	2.94%

	8	埃克森美孚化工商务（上海）有限公司	预付原材料款	38.68	2.88%
	9	LI DAN MACHENICAL INDUSTRY CO LTD	预付设备款	28.14	2.09%
	10	江苏清露纸业有限公司	预付原材料款	26.41	1.96%
	合　计			970.16	72.13%
2017 年 12 月 31 日	1	仪征化纤	预付原材料款	387.17	25.68%
	2	中国石油	预付原材料款	201.41	13.36%
	3	浙江长兴东南热力有限责任公司	预付燃料费	91.14	6.05%
	4	唐山三友	预付原材料款	83.35	5.53%
	5	苏州市秀祥纸业包装有限公司	预付原材料款	50.45	3.35%
	6	未取得发票的预付进项税款	预付进项税款	46.22	3.07%
	7	北京倾城文化传播有限公司	预付办公费	32.64	2.16%
	8	郑州陆创机械设备有限公司	预付设备款	31.35	2.08%
	9	江苏德邦卫生用品有限公司	预付原材料款	30.50	2.02%
	10	兰精纤维	预付原材料款	25.92	1.72%
	合　计			980.15	65.02%

报告期各期末，公司预付账款的账面余额分别为 1,507.73 万元、1,345.10 万元、2,365.78 万元和 6,275.85 万元，预付账款主要由预付原材料款、预付设备款、预付燃料费和未取得发票的预付进项税款构成。2020 年 6 月末，预付款项相比较 2019 年末增长较多，主要系：(1)未收到发票的设备和工程款项，该部分工程款项对应的进项税款在本科目核算；(2)受“新冠肺炎”疫情影响，用于生产熔喷布的聚丙烯需求旺盛，公司向道恩集团预付款项采购；(3)向苏美达国际技术贸易有限公司采购设备预付款项。

2.预付账款较低的原因及合理性

报告期各期末，公司的预付原材料款主要为向中国石化、中国石油、唐山三友、兰精纤维等供应商所支付的订货款。由于公司主要原材料在国内市场分布呈现寡头特征，且该些供应商在国内市场占有率较高，公司需预付货款，因而报告期内各期末存在一定原材料预付账款。

公司对上述供应商的预付账款余额较低，主要原因系：公司控制单次订货量，采取多频次小批量的采购策略，且上述供应商从接收订单、安排发货到货物运达的全部流程耗时较短，一般公司当日订货付款，2-3 天内货物就能抵达，

公司可以及时确认原材料入库，因而预付原材料款项较少。

综上所述，报告期各期末公司预付账款余额较低具有合理性。

3.预付账款支付对象与主要供应商相匹配

报告期内各期末，公司的预付原材料款系向中国石化、中国石油、唐山三友、兰精纤维、华西村化纤、江南化纤、湖南盛锦新材料有限公司、道恩集团等供应商所支付的预付货款。公司与上述供应商采用先款后货的订货结算模式，报告期内各期末通常会形成预付账款余额。

中国石化、中国石油、唐山三友和兰精纤维既是公司各期末主要的预付原材料款支付对象，也是报告期内稳定的前十大供应商。2020 年 6 月末，公司向道恩股份、湖南盛锦新材料有限公司和佛山塑都预付的原材料款余额分别为 1,125.95 万元、274.09 万元和 154.82 万元，为预付账款余额前十名，系受“新冠肺炎”疫情爆发，市场对纺粘非织造材料（包含熔喷布）的需求大幅提升，对上述三家供应商采购聚丙烯采用预付模式，且采购量大幅增加，三家供应商 2020 年 1-6 月成为公司前十大供应商。

其余前十大原材料供应商中，如华西村化纤、江南化纤等供应商受订货时点、发货速度等因素影响，其在各期末的账面预付款余额均较小，未进入预付款前十大；如仪征依布化纤有限公司、浙江互生非织造布有限公司、厦门东屿行进出口有限公司等供应商主要采用先货后款的订货结算模式，未形成预付账款。

2020 年 6 月末，公司对苏美达国际技术贸易有限公司的预付账款余额为 923.96 万元，占当期期末预付账款的比重为 14.72%，占比较高，主要原因系向其采购设备所致。

综上分析，公司报告期内各期末预付款项的主要支付对象与主要供应商相匹配。

(八)核查程序及结论

1.针对上述事项，我们主要执行了以下的核查程序：

(1) 获取发行人报告期内采购明细表，分类核查报告期各期主要供应商的采购金额和采购内容等情况，将公司向不同供应商采购同种原材料的价格进行对比，核查不同供应商的采购价格是否存在较大差异。

(2) 获取并核查发行人控股股东、实际控制人及其主要家庭成员、董事(不包括独立董事)、监事、高级管理人员及其配偶报告期内的银行流水，核查该等人员与前十大供应商之间是否存在资金往来情形。

(3) 获取发行人、控股股东、实际控制人及其控制的其他企业银行对账单、核查发行人、控股股东、实际控制人及其控制的其他企业与前十大供应商之间是否存在异常资金往来。

(4) 访谈发行人实际控制人及持股平台间接股东，核查其与前十大供应商之间是否存在关联关系及股份代持情形；访谈发行人外部机构股东及自然人股东，核查其获取投资入股的原因、资金来源及与发行人前十大供应商之间是否存在关联关系或股份代持情形。

(5) 实地走访发行人主要供应商，了解供应商与公司的合作历史、合作模式、关联关系、业务往来情况，核查发行人、实际控制人、董监高及其他关键岗位人员与主要供应商是否存在股份代持、其他利益安排。供应商走访情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
采购额	68,025.65	89,613.56	81,308.17	71,808.30
走访金额	39,992.77	65,800.56	59,204.97	54,293.13
走访比例	58.79%	73.43%	72.82%	75.61%

(6) 查阅报告期内公司与主要供应商签订的采购合同/订单，关注合同主要条款；查询权威网站、行业报告、同行业可比公司招股说明书和年报等资料，比较公司采购价格与原材料市场价格、同行业可比公司采购价格之间的差异。

(7) 访谈公司业务部门负责人，了解公司供应商选择标准、采购原则、采购基本流程与定价方式、更换供应商的原因以及各期向各供应商采购额的变动情况及合理性。

(8) 对于专线定制协议，询问采购负责人员，了解专线定制的涤纶短纤和向其他供应商采购的涤纶短纤的区别，了解公司与仪征化纤的合作背景、是否存在其他利益安排、是否有协议续期风险。

(9) 对主要供应商进行函证，函证内容包括报告期内的采购内容、采购金额等；对回函有差异的，实施替代测试，包括但不限于检查与采购入库单、采

购合同及采购发票等有关的文件；采购函证情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
采购额	68,025.65	89,613.56	81,308.17	71,808.30
发函金额	40,325.94	63,011.13	55,110.91	51,289.87
发函比例	59.28%	70.31%	67.78%	71.43%
回函金额	39,053.48	52,948.95	43,667.00	40,588.44
回函比例	57.41%	59.09%	53.71%	56.52%

2.核查结论

经上述核查，我们认为：

(1) 发行人及其实际控制人、董监高、其他核心人员及关系密切的家庭成员与前十大供应商之间不存在关联关系、股份代持、异常资金往来和其他利益安排。

(2) 发行人对中国石化等四家供应商不存在采购依赖。

(3) 整体来看，发行人原材料涤纶短纤、粘胶短纤和聚丙烯的采购价和市场价格、同行业公司采购价格不存在较大差异。

(4) 报告期内发行人向中国石化仪征化纤有限责任公司采购专线定制的涤纶短纤相比于其他涤纶短纤更适合应用于高速生产，在其他方面不存在较大差异；专线定制目前不属于行业惯例，不存在其他利益安排；专线定制协议续期风险较小；发行人对仪征化纤不存在重大依赖。

(5) 报告期内发行人存在客户与供应商重合的情形，重叠供应商与发行人不存在关联关系，相关交易价格公允。

(6) 发行人未自行生产口罩，无需具备口罩生产资质；发行人委托外部厂商所生产口罩均为日常防护口罩，加工厂商无需具备专门生产资质；发行人口罩销售合规，不存在质量纠纷或潜在纠纷。

(7) 发行人报告期末预付账款主要支付对象与主要供应商匹配。

十二、问题 21.关于存货

申报文件显示，报告期各期期末，公司存货账面价值分别为 8,403.78 万

元、9,058.84 万元、10,982.69 万元和 15,697.31 万元。公司 1 年以内的存货账面原值占比为 94.90%。1 年以上的存货主要系对护理用品 OEM 业务多备货的原料、自主品牌中销量较小或用于已停产产品的原料以及用于设备维修保养的备品备件等。

请发行人：

(1)结合非织造材料直接销售和用于生产护理用品的具体的生产核算流程与主要环节，说明如何区分原材料、半成品、产成品的核算时点，发行人确定护理用品所需自产原材料备货量的方法。

(2)补充披露报告期各期末库龄超过 1 年的主要存货情况，存货跌价准备测试的主要过程，计提金额是否合理；结合非织造材料价格变动趋势，补充披露 2020 年 6 月 30 日存货跌价准备计提是否充分。

(3)补充说明各报告期末库存商品、在产品对应的在手订单情况，披露在手订单金额占各报告期期末库存商品金额的比例、库存商品的期后销售实现和结转情况。

请保荐人、申报会计师发表明确意见，并说明发行人存货跌价准备计提是否充分。

(一)结合非织造材料直接销售和用于生产护理用品的具体的生产核算流程与主要环节，说明如何区分原材料、半成品、产成品的核算时点，发行人确定护理用品所需自产原材料备货量的方法

1. 结合生产核算流程与主要环节区分原材料、半成品、产成品的核算时点

(1)主要生产环节

公司水刺非织造材料主要生产环节为涤纶短纤和粘胶短纤等配比和开松混合后梳理成网，经水刺加固、脱水烘干和检测，收卷、分切、包装后完工形成产成品；纺粘非织造材料为聚丙烯和功能性母粒配比和喂料后熔体挤压成丝，经铺网成形和检测，收卷、分切、包装后完工形成产成品。湿干巾主要生产环节为对选用的非织造材料折叠切割，湿巾产品另投加药液，经检测后装箱入库。

(2)区分原材料、半成品、产成品的核算时点

产品	项目	核算时点

非织造材料	原材料	对外购的涤纶短纤、粘胶短纤、聚丙烯和母粒等原料，在验收入库时确认为原材料；已完成配比、开松的涤纶短纤、粘胶短纤及完成配比、熔融的聚丙烯、母粒作为原材料核算。
	产成品	完工产品包装验收入库后确认为库存商品；需要收卷、分切的产品待收卷、分切后确认为库存商品。
护理用品	原材料	对外购或内部领用的非织造材料、药液原料等，在验收入库时确认为原材料；已完成折叠切割的非织造材料和已配制完成的药液，作为原材料核算。
	产成品	经检测包装后装箱入库的护理用品确认为库存商品；尚未检测、装箱的护理用品在完成相应工序后确认为库存商品。

公司非织造材料和护理用品的生产周期较短，不设置半成品科目。由于期末部分生产工序未完成的非织造材料和护理用品产成品数量较少，公司将该部分作为原材料核算，不分摊已完成工序的制造费用、直接人工的分摊。

2.确定护理用品所需自产原材料备货量的方法

自用和对外出售的非织造材料基础原料均为涤纶短纤、粘胶短纤及聚丙烯，两者不存在显著差异，公司未对护理用品领用非织造材料所需的生产原料进行单独备货。

公司 OEM 业务原材料采购根据按销售订单计算的毛需求量结合库存情况等计算出各种材料的净需求进行生产备货。自主品牌业务的原料采购是销售管理部根据市场的预测，结合库存情况下达生产计划订单，按照计划订单进行采购备货。

2020 年 6 月 30 日公司 1 年以上存货账面余额 9,299,712.91 元，其中护理用品 1 年以上存货账面余额 8,224,689.23 元，分类情况如下：

类别	1 年以上金额(元)	占比
尿裤原材料	4,155,843.79	50.53%
湿干巾原材料	3,064,642.44	37.26%
其他原材料	228,558.38	2.78%
尿裤产品	162,175.09	1.97%
湿干巾产品	475,517.84	5.78%
其他产品	137,951.69	1.68%
小计	8,224,689.23	100.00%

从上表可以看出，公司 1 年以上的存货主要是自主品牌尿裤的原材料和 OEM

湿干巾的原材料，库龄较长原因主要系：

(1)公司自主品牌业务根据市场的预测进行采购备货，2018 年之前尿裤业务刚刚起步，对销售预期和市场占有率估计有误，备货较多；对于这部分库龄较长的存货，在逐渐消耗，但速度较慢，同时定期整理，计提跌价；

(2)OEM 业务根据销售订单结合库存情况进行采购备货，存在以下情况导致库龄较长：1)因生产线故障等原因无法及时供货，客户取消订单，而原材料已采购；2)客户下单后支付定金的同时还另外支付了暂时不需交货的包材款，因客户对外销售缓慢，导致公司采购的原材料库存形成积压；3)为稳定的大客户备货，应对 6.18、双十一等促销节；

(3)为了保证后续生产经营的稳定性，对于一些常用或通用型号的原材料，公司一般会根据生产销售规模及趋势，进行适当的原材料备货；

综上，公司护理用品原材料备货策略以实际需求为基础，结合库存情况及原材料市场价格波动情况进行库存备货。

(二)补充披露报告期各期末库龄超过 1 年的主要存货情况，存货跌价准备测试的主要过程，计提金额是否合理；结合非织造材料价格变动趋势，补充披露 2020 年 6 月 30 日存货跌价准备计提是否充分

1.库龄情况

2020 年 6 月 30 日

单位：万元

项目	账面原值	1 年以内		1 年以上	
		金额	占比	金额	占比
2020 年 6 月末					
原材料	8,544.10	7,714.48	90.29%	829.63	9.71%
库存商品	7,101.17	7,000.83	98.59%	100.35	1.41%
发出商品	956.25	956.25	100.00%	-	-
委托加工物资	42.06	42.06	100.00%	-	-
低值易耗品	32.46	32.46	100.00%	-	-
合计	16,676.03	15,746.06	94.42%	929.97	5.58%

2019 年末					
原材料	4,646.26	3,966.85	85.38%	679.41	14.62%
库存商品	5,970.93	5,864.41	98.22%	106.52	1.78%
发出商品	600.53	600.53	100.00%	-	-
委托加工物资	20.64	20.64	100.00%	-	-
低值易耗品	16.82	16.82	100.00%	-	-
合计	11,255.18	10,469.25	93.02%	785.93	6.98%
2018 年末					
原材料	3,923.18	3,405.26	86.80%	517.93	13.20%
库存商品	5,054.32	4,899.68	96.94%	154.64	3.06%
发出商品	395.23	395.23	100.00%	-	-
委托加工物资	22.40	22.40	100.00%	-	-
低值易耗品	10.99	10.99	100.00%	-	-
合计	9,406.13	8,733.55	92.85%	672.57	7.15%
2017 年末					
原材料	3,571.04	3,207.72	89.83%	363.33	10.17%
库存商品	4,757.15	4,645.08	97.64%	112.06	2.36%
发出商品	495.39	495.39	100.00%	-	-
委托加工物资	10.05	10.05	100.00%	-	-
合计	8,833.62	8,358.23	94.62%	475.39	5.38%

由上表可见，库龄 1 年以上的存货余额占比分别为 5.38%、7.15%、6.98%和 5.58%，占比总体较低，1 年以上的存货主要系对护理用品 OEM 业务多备货的原料、自主品牌中销量较小或用于已停产产品的原料以及用于设备维修保养的备品备件等。

2.跌价准备计提

(1)存货跌价准备测试的主要过程

在资产负债表日，存货按成本与可变现净值孰低计量，当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：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；需要经过加工的存货，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；资产负债表日，同一项存货中一部分有合同价格约定、其他部分不存在合同价格的，分别确定其可变现净值，并与其对应的成本进行比较，分别确定存货跌价准备的计提或转回的金额。

其中：估计售价为测试产品报告末月销售均价，如报告期末当月未发生交易的，则取最近交易的月销售均价；销售费用=估计售价*当期销售费用率；相关税费=估计售价*当期营业税金/当期营业收入；估计将要发生的成本=该类产品当期直接人工和制造费用。

(2)报告期各期末，发行人存货跌价准备计提情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 6 月末			2019 年末		
	账面余额	跌价准备	计提比例	账面余额	跌价准备	计提比例
原材料	8,544.10	350.79	4.11%	4,646.26	94.33	2.03%
库存商品	7,101.17	627.93	8.84%	5,970.93	178.15	2.98%
发出商品	956.25	-	-	600.53	-	-
委托加工物资	42.06	-	-	20.64	-	-
低值易耗品	32.46	-	-	16.82	-	-
合计	16,676.03	978.73	5.87%	11,255.18	272.48	2.42%
项目	2018 年末			2017 年末		
	账面余额	跌价准备	计提比例	账面余额	跌价准备	计提比例
原材料	3,923.18	10.77	0.27%	3,571.04	294.48	8.25%
库存商品	5,054.32	336.51	6.66%	4,757.15	135.36	2.85%
发出商品	395.23	-	-	495.39	-	-
委托加工物资	22.40	-	-	10.05	-	-

低值易耗品	10.99	-	-	-	-	-
合计	9,406.13	347.28	3.69%	8,833.62	429.84	4.87%

发行人存货主要由原材料和库存商品构成，存货整体周转速度较快，产品盈利能力较强，发行人存货减值风险较小。报告期各期末，公司按照规定对存货进行减值测试，正常库龄存货按期后市场价格计算可变现净值，长库龄呆滞等发生减值迹象的材料和库存商品按估计处理售价计算可变现净值，并根据可变现净值与存货账面价值差额计提存货跌价准备。

(3) 2020 年 6 月 30 日存货跌价是否充分

1)期末跌价准备计提构成

单位：万元

项目	跌价准备	占比	计提原因
纸尿裤原料	195.64	19.99%	用于自主品牌纸尿裤生产，部分自主品牌销售情况不佳，多备货原材料发生减值。
湿干巾原料	136.57	13.95%	多备货的湿干巾包装材料。
纺粘非织造材料	303.42	31.00%	外购纺粘非织造材料成本较高，发生减值迹象。
纸尿裤	78.20	7.99%	部分自主品牌销售情况不佳，库存商品出现积压
湿干巾	54.86	5.61%	多备货的自主品牌库存商品，后续同类型订单较少，尚未完全消化。
其他减值迹象存货	210.03	21.46%	
合计	978.72	100.00%	

2)非织造材料期后销售价格高于期末结存成本

单位：元/吨

类别	2020 年 6 月末结存成本	2020 年 7 月销售均价	2020 年 8 月销售均价	2020 年 9 月销售均价
水刺非织造材料	9,411.53	15,380.06	15,893.72	15,592.59
纺粘非织造材料	15,529.77	27,755.86	23,621.18	20,223.77

由上表可见，2020 年 7 月至 9 月，水刺非织造材料销售均价分别为 15,380.06 元/吨、15,893.72 元/吨和 15,592.59 元/吨，纺粘非织造材料销售均价分别为 27,755.86 元/吨、23,621.18 元/吨和 20,223.77 元/吨，均高于公司 2020 年 6 月末结存成本。

3)与同行公司存货跌价计提比例比较

报告期内，公司及同行业公司存货跌价准备计提比例如下：

同行业公司	2020 年 6 月末	2019 年末	2018 年末	2017 年末
洁雅股份	0.98%	2.50%	2.42%	6.43%
稳健医疗	6.23%	2.34%	2.07%	1.99%
豪悦护理	-	2.58%	2.04%	1.00%
金春股份	0.01%	1.14%	0.29%	0.00%
延江股份	6.35%	0.19%	0.25%	0.00%
诺邦股份	5.88%	6.55%	3.96%	4.12%
欣龙控股	9.37%	11.03%	11.79%	10.42%
平均值	4.80%	3.76%	3.26%	3.42%
本公司	5.87%	2.42%	3.69%	4.87%

注：豪悦护理未披露 2020 年 6 月 30 日数据。

报告期各期末，公司存货跌价准备计提比例基本高于同行业行业中间水平。

综上，2020 年 6 月 30 日公司存货跌价准备计提充分。

(三)补充说明各报告期末库存商品、在产品对应的在手订单情况，披露在手订单金额占各报告期期末库存商品金额的比例、库存商品的期后销售实现和结转情况

1.各报告期末库存商品对应的在手订单情况

报告期各期末，公司库存商品对应的在手订单数量情况如下：

(1) 水刺和纺粘非织造材料

单位：吨

项目	2020.6.30	2019.12.31	2018.12.31	2017.12.31
库存商品数量	3,031.80	2,972.82	2,370.11	2,109.60
对应在手订单数量	2,686.22	2,366.27	1,807.24	1,407.28
占比	88.60%	79.60%	76.25%	66.71%

注：占比=对应在手订单数量/库存商品数量

(2) 湿干巾和纸尿裤

单位：万片

项目	2020.6.30	2019.12.31	2018.12.31	2017.12.31
库存商品数量	66,836.56	58,006.13	25,062.05	23,739.59
对应在手订单数量	39,220.96	33,395.59	17,278.45	13,232.96
占比	58.68%	57.57%	68.94%	55.74%

由上表可见，2017 年-2020 年 6 月期末，公司水刺和纺粘非织造材料库存商品中有在手订单的数量占库存商品总数量的比例分别为 66.71%、76.25%、79.60%和 88.60%，湿干巾和纸尿裤库存商品中有在手订单的数量占库存商品总数量的比例分别为 55.74%、68.94%、57.57%和 58.68%。

2.在手订单金额占各报告期期末库存商品账面余额的比例

报告期各期末，公司在手订单金额占库存商品账面余额的比例情况如下：

(1) 水刺和纺粘非织造材料

单位：万元

项目	2020.6.30	2019.12.31	2018.12.31	2017.12.31
在手订单金额	11,359.44	3,375.48	4,119.26	3,834.57
库存商品账面余额	3,497.81	2,998.38	2,716.90	2,223.88
在手订单覆盖倍数	3.25	1.13	1.52	1.72

注：在手订单覆盖率=在手订单金额/库存商品账面余额

(2) 湿干巾和纸尿裤

单位：万元

项目	2020.6.30	2019.12.31	2018.12.31	2017.12.31
在手订单金额	11,175.84	4,487.69	2,605.95	1,126.61
库存商品账面余额	3,344.73	2,876.41	1,807.61	2,140.76
在手订单覆盖倍数	3.34	1.56	1.44	0.53

2017 年末，公司护理用品在手订单金额小于库存商品账面余额，主要系当期护理用品 OEM 业务占比较低，期末库存多为自主品牌较多，公司自主品牌一般在收到订单后即发货，在手订单较少；2018 年-2020 年 6 月末，随着公司 OEM 业务快速发展，公司在手订单数量可以覆盖库存商品账面余额。

3.库存商品的期后销售实现和结转情况

(1) 水刺和纺粘非织造材料

单位：吨

项目	2020 年第三季度	2020 年第一季度	2019 年第一季度	2018 年第一季度
销量	37,333.93	23,694.24	16,749.70	13,623.41
上期末库存商品数量	3,031.80	2,972.82	2,370.11	2,109.60
期后销售覆盖倍数	12.31	7.97	7.07	6.46

注：期后销售覆盖倍数=期后一个季度的销量/上期末库存商品数量

(2) 湿干巾和纸尿裤

单位：万片

项目	2020 年第三季度	2020 年第一季度	2019 年第一季度	2018 年第一季度
销量	293,603.92	187,475.99	94,690.42	60,727.97
上期末库存商品数量	66,836.56	58,006.13	25,062.05	23,739.59
期后销售覆盖倍数	4.39	3.23	3.78	2.56

由上表数据可知，公司报告期各期末库存商品期后一个季度的销售覆盖率较高，库存商品期后销售实现和结转情况良好。

(四)核查程序及核查意见

1.针对上述事项，我们主要执行了以下的核查程序：

(1) 访谈发行人主要生产技术人员及财务人员，了解发行人生产工艺流程、生产核算流程；访谈发行人主要采购负责人，了解护理用品所需自产原材料备货量的方法。

(2) 获取发行人存货库龄明细表，分析期末存货库龄 1 年以上存货的构成情况及减值准备计提情况，并向发行人了解存货库龄时间较长的形成原因。

(3) 了解与存货可变现净值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运行的有效性。

(4) 获取发行人存货管理制度，并向主要财务人员了解存货跌价准备测试的主要过程；以抽样方式复核管理层对存货估计售价的预测，将估计售价与历史数据、期后情况、市场信息等进行比较，测试管理层对存货可变现净值和存货跌价计提的准确性；评价管理层对存货至完工时将要发生的成本、销售费用

和相关税费估计的合理性。

(5) 获取同行业公司招股说明书、年度报告等公开资料，核查同行业公司存货跌价准备计提情况并与发行人计提比例进行比较。

(6) 获取发行人采购发票、检验记录、检验报告、入库联系单、产品出库单及记账凭证等，核查原始单据是否及时入账。

(7) 结合存货监盘，核查是否存在库龄较长、型号陈旧、产量下降、生产成本或售价波动、技术或市场需求变化等情形，评价管理层是否已合理估计相关存货的可变现净值；报告期各期末，监盘情况如下：

项目	存货监盘金额	存货期末余额	监盘比例
2020 年 6 月末	9,145.56	16,676.03	54.84%
2019 年末	6,977.76	11,255.18	62.00%
2018 年末	7,065.64	9,406.13	75.12%
2017 年末	7,329.57	8,833.62	82.97%

(8) 检查与存货可变现净值相关的信息是否已在财务报表中作出恰当列报。

(9) 获取发行人报告期各期末在手订单信息及与库存商品的对应关系，分析期末存货订单覆盖率和期后销售情况。

2.核查结论

经上述核查，我们认为：

(1) 报告期各期末，公司存货跌价准备计提金额合理。

(2) 结合非织造材料价格变动趋势，2020 年 6 月 30 日公司存货跌价准备计提充分。

3.并说明发行人存货跌价准备计提是否充分

经履行前述核查程序，我们认为：报告期各期末，发行人存货跌价准备计提充分。

十三、问题 22.关于成本

申报文件显示：

(1)公司主要原材料为涤纶短纤、粘胶短纤和聚丙烯。报告期内，直接材料占主营业务成本的比例分别为 83.92%、83.06%、80.97%和 78.14%。

(2)2018 年公司直接人工成本占比提高主要系生产人员人数和基本薪酬均

有所增加。

请发行人：

(1)补充说明存在多个品种的情况下，各业务成本的归集与分类核算方法，非织造材料用于自产护理用品的成本核算过程，产品成本确认与计量的完整性和合规性，产品发出销售与营业成本结转、销售收入确认是否匹配。

(2)补充披露报告期内发行人主要产品的期初结存、本期生产、本期销售、自用领取、期末结存的数量金额，以及主要产品报告期内原材料投入产出的匹配关系；结合生产工艺、对应生产的产品数量等，补充说明 2018 年蒸汽耗用数量下降，与产量不匹配的原因。

(3)结合报告期内工人人数变动、工人工资政策调整、工人平均工资的变化量化分析直接人工变动合理性。

(4)补充说明制造费用中折旧费用与厂房、生产设备变动的匹配性。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

(一)补充说明存在多个品种的情况下，各业务成本的归集与分类核算方法，非织造材料用于自产护理用品的成本核算过程，产品成本确认与计量的完整性和合规性，产品发出销售与营业成本结转、销售收入确认是否匹配

1.各业务成本的归集与分类核算方法

报告期内，发行人按订单组织生产，按产品品种归集成本，生产成本由直接材料、直接人工和制造费用三部分组成。公司的业务分为非织造材料和护理用品，其中非织造材料直接对外销售的同时也存在自用（从子公司采购），经领用计入护理用品生产的材料成本中。

不同业务各项成本和费用的归集与分类核算方法如下：

(1)非织造材料成本的归集与分类核算方法

非织造材料成本项目的归集及结转具体如下：

项目	核算内容及方法
直接材料	按生产线归集统计每条生产线同类产品总原料及辅料领用重量，按同种产品各规格产量占生产线总产量的比例计算系数，以此系数乘以总领用重量计算各个产品原料辅料领用重量，再通过原料及辅料出库单价来计算各个产品每种原材料成本金额。
直接人工	非织造材料生产人员的工资薪酬按生产线归集后，月末根据生产线上每种产品的产出产量占生产线总产量的比例计算系数进行分配，计算各产品直

	接人工。
制造费用	将各生产线发生的机物料消耗、水电费、折旧费等制造费用按生产线进行归集，月末根据生产线上每种产品的产出产量占生产线总产量的比例计算系数进行分配，计算各产品制造费用。
成本结转	月末汇总各个品种的上述三项成本，对应结转至相应数量和品种的非织造材料中。库存商品成本结转入库后，仓库根据发货指令进行发货。库存商品按照月末一次加权平均的计价方法进行成本核算，财务部门将月末尚未达到收入确认条件的发出存货确认发出商品，将满足收入确认条件的发出存货确认主营业务收入并结转相应主营业务成本。

(2) 护理用品成本的归集与分类核算方法

护理用品成本项目的归集及结转具体如下：

项目	核算内容及方法
直接材料	湿干巾、尿裤按生产任务单进行领退料，热风、打孔、复合按实际领退料，领/退料单上手动指定成本对象（完工产品）。每个领退料单据都有对应的成本对象，材料成本按不同领料机台的不同产品品种进行归集。直接材料中直接有成本对象的材料成本按成本对象归集后无需再次分配，共耗材料在机台内按不同品种产品的产量进行分配。
直接人工	当月的直接人工按照预提工资金额归集到各个产品大类，月末按各生产部门（机台）的实际产量分配到各个领料机台，各个机台再根据各个产品的产量进行分配（尿裤直接按片数分配），计算各产品直接人工。
制造费用	将各生产线发生的机物料消耗、水电费、折旧费等制造费用按产品大类进行归集，月末根据各生产部门（机台）的实际产量分配到各个领料机台，各个机台再根据各个产品的产量进行分配，计算各产品制造费用。
生产成本结转	月末汇总各个品种的上述三项成本，对应结转至相应数量和品种的非织造材料中。库存商品成本结转入库后，仓库根据发货指令进行发货。库存商品按照月末一次加权平均的计价方法进行成本核算，财务部门将月末尚未达到收入确认条件的发出存货确认发出商品，将满足收入确认条件的发出存货确认主营业务收入并结转相应主营业务成本。

2.非织造材料用于自产护理用品的成本核算过程

公司护理用品的成本核算过程如下：

业务流程	核算科目	成本确认和计量
原材料领用	原材料领用至生产成本	根据存货编码将原材料当月外购入库(包括从子公司购入的非织造材料)的数量金额与期初库存的数量金额按照月末一次加权平均法核算，得出原材料当月单位出库成本，再根据实际领用的原材料数量计算原材料领用出库金额，将成本从原材料结转至生产成本。
完工入库	生产成本结转至库存商品	直接材料、直接人工和制造费用按照上文所述分配方法进行归集和分配，产品完工时，将归集的直接材料、直接人工和制造费用合并结转至库存商品，每月末按照不同品种产品汇总得到期末各类规格型号的库存商品的明细、数量和金额。

产品出库向客户发货	库存商品结转至发出商品	根据存货编码将库存商品当月完工入库的数量金额与期初库存的数量金额按照月末一次加权平均法核算，得出库存商品当月单位出库成本，再根据实际出库的数量计算发出商品金额，将成本由库存商品结转至发出商品，并按具体客户核算，得到期末各类规格型号的发出商品的明细、数量和金额。
产品经客户签收或报关出口满足收入确认条件时	发出商品结转主营业务成本	根据达到收入确认条件的产品数量和发出商品单位成本将成本从发出商品结转至主营业务成本。

3.产品成本确认与计量的完整性和合规性，产品发出销售与营业成本结转、销售收入确认的匹配情况

公司为加强存货管理，规范成本核算，根据相关法律法规和《企业内部控制基本规范》《企业内部控制应用指引》的规定，建立了公司成本核算的内部控制制度，包括《存货管理制度》《成本核算管理办法》等，以制度形式明确了公司存货管理和成本核算的相关制度和业务流程，对公司及下属子公司成本核算体系的建立进行了约束和规范，以保证成本核算的规范性和准确性。

公司采用金蝶 K3 系统进行供应链管理，物料采购、存货管理、收入确认、成本结转等活动均在系统内操作：

公司对生产与存货成本结转流程制定了相应的内部控制制度以及 ERP 系统成本核算流程，以确保所有的直接材料、直接人工及制造费用均按正确的金额反映在产品成本中。ERP 系统根据既定规则对生产成本中的料工费在各产品之间进行分配，由此生成产品成本计算表和生产成本分配表。成本会计在成本核算账务处理过程中，对内部控制各环节关键控制点的相关证据进行复核，并据此进行成本核算，交由主办会计审核无误后，授权该系统自动生成总账记账凭证并过账至生产成本及原材料明细账和总分类账。

公司的收入成本结转均在 ERP 系统中进行核算，ERP 系统的销售模块能够按照销售出库的产品编码准确区分各类产品的收入；确认收入的同时，ERP 系统自动根据销售出库单的产品名称、数量对应结转销售成本，确保成本反映实际销售情况，并与销售收入实现配比。

综上所述，公司产品成本均按照不同产品清晰归类，原材料领用和成本结转均根据存货编码按照月末一次加权平均法核算，成本确认和结转数量均与收入确认的数量相一致，产品成本确认与计量完整、准确、合规，产品销售发出

与相应营业成本结转、销售收入确认相配比，不存在差异。

(二)补充披露报告期内发行人主要产品的期初结存、本期生产、本期销售、自用领取、期末结存的数量金额，以及主要产品报告期内原材料投入产出的匹配关系；结合生产工艺、对应生产的产品数量等，补充说明 2018 年蒸汽耗用数量下降，与产量不匹配的原因

1.发行人主要产品的期初结存、本期生产、本期销售、自用领取、期末结存的数量金额

纺粘非织造材料、水刺非织造材料和湿干巾的合计销售收入占发行人主营业务收入的比重在 90%左右，是发行人的主要产品。

(1)非织造材料

报告期内，公司非织造材料的期初结存、本期生产、本期销售、自用领取、期末结存的数量金额情况如下

1)纺粘非织造材料

单位：吨、万元

年度	期初数		本期生产		本期销售		自用领取		期末结存	
	数量	金额	数量	金额	数量	金额	数量	金额	数量	金额
2020 年 1-6 月	1,131.28	1,063.61	20,287.66	21,632.45	19,943.28	21,179.53	593.16	681.69	1,053.28	1,635.72
2019 年	951.37	1,001.36	27,064.84	27,525.62	26,047.20	26,577.91	837.73	885.47	1,131.28	1,063.61
2018 年	1,032.15	954.43	25,434.69	26,911.23	24,135.47	25,323.65	1,380.01	1,540.64	951.37	1,001.36
2017 年	494.89	437.30	18,252.70	17,899.94	16,543.17	16,193.65	1,172.27	1,189.16	1,032.15	954.43

注：2020 年 1-6 月存在外购纺粘非织造材料 170.78 吨。

2)水刺非织造材料

单位：吨、万元

年度	期初数		本期生产		本期销售		自用领取		期末结存	
	数量	金额	数量	金额	数量	金额	数量	金额	数量	金额
2020 年 1-6 月	1,841.54	1,934.77	38,551.22	36,166.44	30,764.67	28,604.51	7,649.57	7,634.61	1,978.52	1,862.09
2019 年	1,418.74	1,715.54	53,599.50	57,804.21	44,573.18	47,346.30	8,603.51	10,238.69	1,841.54	1,934.77
2018 年	1,077.45	1,269.45	44,136.56	53,730.53	38,917.79	47,133.70	4,877.48	6,150.74	1,418.74	1,715.54
2017 年	980.38	1,167.27	43,697.32	52,201.97	40,592.43	48,526.62	3,007.82	3,573.16	1,077.45	1,269.45

2)湿干巾

报告期内，公司湿干巾的期初结存、本期生产、本期销售、自用领取、期末结存的数量金额情况如下

单位：万片、万元

年度	期初数		本期生产		本期销售		期末结存	
	数量	金额	数量	金额	数量	金额	数量	金额
2020年1-6月	56,364.21	2,005.41	552,646.03	18,773.58	535,828.09	18,158.29	65,167.37	2,225.47
2019年	23,621.46	957.98	698,382.80	25,013.23	661,556.60	23,830.68	56,364.21	2,005.41
2018年	21,335.54	721.78	373,086.02	13,307.57	367,206.72	12,931.56	23,621.46	957.98
2017年	21,960.88	762.88	213,121.84	7,244.64	210,751.80	7,181.18	21,335.54	721.78

注：本期销售数量及金额未包括发出商品及赠品。

(3)主要产品报告期内原材料投入产出的匹配关系

报告期内，发行人非织造材料的原材料投入产出的匹配情况如下：

产品大类	年份	直接材料投入(吨)	完工产量(吨)	投入产出率
水刺非织造材料	2020年1-6月	38,821.31	38,551.22	99.30%
	2019年度	54,123.76	53,599.50	99.03%
	2018年度	44,738.48	44,136.56	98.65%
	2017年度	44,599.60	43,697.32	97.98%
纺粘非织造材料	2020年1-6月	20,432.36	20,287.66	99.29%
	2019年度	27,575.84	27,064.84	98.15%
	2018年度	25,786.35	25,434.69	98.64%
	2017年度	18,538.94	18,252.70	98.46%

注：直接材料投入包括涤纶短纤、粘胶短纤、聚丙烯和其他辅料。

报告期内，发行人非织造材料产品的原材料投入产出率相对稳定。

2.结合生产工艺、对应生产的产品数量等，补充说明2018年蒸汽耗用数量下降，与产量不匹配的原因。

公司水刺非织造材料系的生产工艺流程可划分为五大环节，包括原料配比和开松混合、梳理成网、水刺加固、脱水烘干和检测，及收卷分切包装环节。其中，水刺加固系依靠水刺头喷出的高压水针来穿刺纤网，使短纤维或长丝缠

结而固结纤网；脱水烘干即使天然气或蒸汽通过热传导形式使得水刺加固环节后的水刺非织造材料含水率降低。

报告期内，公司天然气、蒸汽耗用量及水刺非织造材料匹配情况如下：

单位：吨、吨/吨

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
水刺产量	38,551.22	53,599.50	44,136.56	43,697.32
其中：天然气烘干量	10,209.07	5,878.23	-	-
蒸汽耗用量	49,275.32	88,524.29	81,117.69	82,512.24
单位耗蒸汽量	1.28	1.65	1.84	1.89
剔除天然气烘干量后的单位耗蒸汽量	1.74	1.86	1.84	1.89

注：蒸汽耗用量中不包括研发等非生产耗用量。

报告期内，公司单吨水刺非织造材料生产耗用的蒸汽分别为 1.89 吨、1.84 吨、1.65 吨和 1.28 吨，呈下降趋势，主要原因如下：鉴于蒸汽供应温度和压力的不稳定性，公司在 2019 年度和 2020 年 1-6 月陆续投产采用天然气烘干的水刺 11 号线、水刺 12 号线和水刺 13 号线，使得 2019 年度和 2020 年 1-6 月单吨蒸汽耗用量下降。

剔除天然气烘干产量后，2017 年度、2018 年度和 2019 年度单吨水刺烘干所需的蒸汽耗用量分别为 1.89 吨、1.84 吨和 1.86 吨，单吨耗用量较为稳定；2020 年 1-6 月单吨水刺烘干耗用的蒸汽为 1.74 吨，单吨耗用量下降，主要原因系：在热电厂蒸汽锅炉功率恒定情况下，蒸汽耗用企业数量或需求量越多，蒸汽供应的温度和压力越低。2020 年 1-6 月，受新冠肺炎疫情影响，公司周边部分企业因隔离措施、交通限制等原因未能及时复工，蒸汽耗用企业数量和需求量下降，本公司的蒸汽供应温度较高，减少了单吨蒸汽耗用量。

(三)结合报告期内工人人数变动、工人工资政策调整、工人平均工资的变化量化分析直接人工变动合理性

报告期内，公司直接人工的变动情况如下：

单位：万元、人、万元/人

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
直接人工成本	3,949.78	5,828.61	4,752.83	3,058.33

直接人工期末人数	1,272.00	977.00	820.00	622.00
平均薪酬	3.11	5.97	5.80	4.92

注 1：平均薪酬=直接人工成本/直接人工期末人数。

注 2：2020 年 1-6 月平均薪酬为半年数据。

根据上表，报告期内直接人工成本呈增长的态势，主要受直接人工人数增加及平均薪酬上涨影响。直接人工人数报告期内逐年上升，与公司生产规模的扩大趋势一致；平均薪酬报告期内呈增长态势，主要系公司每年上调基本工资。因此，报告期内公司生产人工成本、直接人工期末人数、平均薪酬均呈逐年上升的趋势具有合理性。

综上所述，公司直接人工变动具有合理性，符合公司业务情况。

(四)补充说明制造费用中折旧费用与厂房、生产设备变动的匹配性

制造费用中折旧费用与厂房、生产设备变动的匹配关系如下：

单位：万元

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月/ 2020 年 6 月末		2019 年度/ 2019 年末		2018 年度/ 2018 年末		2017 年度/ 2017 年末
	金额	增长率	金额	增长率	金额	增长率	金额
制造费用-折旧费用	3,041.52	32.04%	4,606.92	31.24%	3,510.26	25.90%	2,788.08
厂房、生产设备原值	86,893.97	13.86%	76,319.10	32.89%	57,430.78	34.67%	42,645.36
其中：厂房原值	16,459.29	6.15%	15,505.06	7.53%	14,419.72	57.27%	9,168.84
生产设备原值	70,434.68	15.82%	60,814.04	41.39%	43,011.06	28.48%	33,476.53
固定资产折旧率	3.50%		6.04%	-	6.11%	-	6.54%

注：2020 年 1-6 月制造费用-折旧费用增长率系简单折算全年数。

公司计入制造费用折旧费用的固定资产类别主要为房屋及建筑物和机器设备，其中房屋及建筑的年折旧率为 3.17%-9.50%，机器设备的年折旧率为 9.50%。由于固定资产中机器设备原值占比高于房屋及建筑物，同时受新增机器设备和房屋及建筑物计提折旧期间权重的影响，故公司制造费用中折旧费用变动趋势与机器设备原值变动趋势匹配性较高，变动趋势基本一致。

综上所述，公司制造费用中折旧费用与厂房、生产设备变动匹配。

(五)核查程序及核查意见

1.针对上述事项，我们主要执行了以下的核查程序：

(1) 获取发行人成本的归集与分类核算方法，了解公司生产模式及业务流程，核查产品成本确认与计量的完整性及合规性，以及产品销售发出与相应成本结转、收入确认的匹配情况。

(2) 向财务人员了解金蝶 K3 系统中各业务模块的运营、核算方式及过程，并获取发行人《存货管理制度》、《成本核算管理办法》等成本核算的内部控制制度，对主要采购与付款、生产与仓储及销售循环实施穿行测试和控制测试，以确认发行人内控制度的有效性。

(3) 获取报告期内发行人主要产品原材料生产领用出库记录、产能品入库记录，并抽取核查记录的准确性；向主要生产技术人员了解各生产环节可能存在的原料损耗的环节；汇总出入库记录，核算非织造材料的投入产出比，分析各年度是否发生异常变动及与生产工艺的匹配性。

(4) 向发行人主要生产技术人员了解水刺非织造材料耗用能源烘干的环节以及部分生产线以天然气替换蒸汽的原因、耗用蒸汽或天然气的具体生产线；获取发行人报告期内天然气、蒸汽耗用量及各水刺生产线产量，核查能耗与水刺非织造材料的匹配关系。

(5) 获取发行人各厂区生产人员花名册、社保缴纳清单及代发工资清单，核查不同资料中生产人员数量是否存在异常差异；获取发行人月度薪酬核算及分配表，核查薪酬分摊的准确性及合理性；汇总发行人年度计入直接人工的薪酬数量，复核人均薪酬及变动；同时，获取发行人薪酬考核、激励制度和人均薪酬核算基础，复核人均薪酬变动与业务的匹配性。

(6) 获取发行人报告期各期末主要房屋建筑物及主要机器设备清单，复核主要固定资产变动情况，并向发行人主要生产负责人员了解相应资产对产能的影响；向发行人财务人员了解固定资产核算方法及折旧费用分摊依据，复核制造费用中折旧费用、厂房原值、生产设备原值的变动情况，并分析制造费用中折旧费用与厂房、生产设备变动的匹配性。

(7) 获取发行人报告期内存货收发存及销售出库明细表，复核原料及库存商品的入库、出库及领用的匹配性；抽取出入库单据，核查收发存明细表和销

售出库明细记录是否准确。

2.核查结论

经上述核查，我们认为：

(1) 发行人报告期内产品成本确认与计量完整、合规，产品发出销售与营业成本结转、销售收入确认相匹配。

(2) 报告期内，发行人水刺非织造材料和纺粘非织造材料的原材料投入产出比稳定；2018 年蒸汽耗用数量的下降具有合理性。

(3) 报告期内，发行人直接人工变动具有合理性。

(4) 报告期内，发行人制造费用中折旧费用与厂房、生产设备变动匹配。

十四、问题 23.关于境外销售

申报文件显示：

(1)报告期内,公司国外销售收入分别为 39,338.80 万元、40,356.87 万元、43,969.76 万元和 30,034.50 万元，占主营业务收入的比重分别为 39.16%、35.25%、33.57%和 16.08%。国外客户主要分布于韩国、美国、印度尼西亚、越南等国家,并正在积极不断的拓展国外其他市场,国外其他地区销售占比约 40%,发行人未展开列示其他国家销售情况。

(2)报告期内公司直接出口到美国的比例低于 4%，相关产品已于 2019 年 10 月 28 日被列入排除清单，将不再被加征关税。目前，公司外销业务尚未因国外客户所在国家关税调整或进口限制等因素产生不利影响。

请发行人：

(1)补充披露报告期内前五大外销客户情况，对应的国家、合作背景、主要销售品种、销售金额及占比、运输方式及运输费的承担方式、结算及收款方式、收入确认方式等；补充说明国外其他地区主要销售国家及销售金额。

(2)补充说明新冠疫情对发行人外销收入、海外运输、原材料采购、外销客户稳定性等方面的具体影响。

(3)补充说明报告期内销售相同或同类产品，境内外销售价格是否存在重大差异，如存在请分析原因。

(4)补充说明产品出口涉及出口退税的情况，运输费、出口退税金额与外

销收入之间的匹配。

(5)进出口活动是否符合海关、税务、外汇等相关法律法规的规定，是否存在违法违规行为，是否存在受到行政处罚的法律风险。

请保荐人、申报会计师发表明确意见，并说明对发行人外销收入的核查情况。

(一)补充披露报告期内前五大外销客户情况，对应的国家、合作背景、主要销售品种、销售金额及占比、运输方式及运输费的承担方式、结算及收款方式、收入确认方式等；补充说明国外其他地区主要销售国家及销售金额

1.报告期内，公司前五大外销客户销售情况如下：

单位：万元、%

期间	客户名称	所在国家	合作背景	销售产品	金额	占外销收入比重	运输方式	运输费的承担方式	结算及收款方式	收入确认方式
2020年1-6月	韩国AJ	韩国	展会拓展	水刺非织造材料	3,921.91	13.06	海运	买方承担	100%信用证	CIF,在产品报关、离港，取得提单后，确认收入。
	美国USN	美国	上门拜访主动开发	水刺非织造材料	2,063.64	6.87	海运	买方承担	自提单日期起75天内100%电汇	FOB,在产品报关、离港，取得提单后，确认收入。
	HANUL CO.,LTD	韩国	展会拓展	水刺非织造材料	1,359.18	4.53	海运	买方承担	100%远期信用证	CIF,在产品报关、离港，取得提单后，确认收入。
	ASIA LIFE LLC	俄罗斯	展会拓展	护理用品	1,292.58	4.30	海运	买方承担	自提单日期起60天内电汇	FOB,在产品报关、离港，取得提单后，确认收入。
	印尼WZ	印度尼西亚	业内介绍	水刺非织造材料	944.86	3.15	海运	买方承担	发货后见提单扫描件100%电汇	CIF,在产品报关、离港，取得提单后，确认收入。
	合　计				9,582.17	31.91				
期间	客户名称	所在国家	合作背景	销售产品	金额	占外销收入比重	运输方式	运输费的承担方式	结算及收款方式	收入确认方式
2019年度	韩国AJ	韩国	展会拓展	水刺非织造材料	4,728.66	10.75	海运	买方承担	100%信用证	CIF,在产品报关、离港，取得提单后，确认收入。
	美国USN	美国	上门拜访主动开发	水刺非织造材料	4,231.54	9.62	海运	买方承担	自提单日期起75天内100%电汇	FOB,在产品报关、离港，取得提单后，确认收入。

	巴基斯坦 OZO	巴基斯坦	展会拓展	纺粘非织造材料	3,061.13	6.96	海运	买方承担	发货后见提单扫描件 100%电汇	CIF,在产品报关、离港，取得提单后，确认收入。
	印尼 WZ	印度尼西亚	业内介绍	水刺非织造材料	2,251.30	5.12	海运	买方承担	发货后见提单扫描件 100%电汇	CIF,在产品报关、离港，取得提单后，确认收入。
	印尼 AP	印度尼西亚	展会拓展	水刺非织造材料	1,804.88	4.10	海运	买方承担	提单后 45 天电汇	CIF,在产品报关、离港，取得提单后，确认收入。
	合　计				16,077.52	36.56				
期间	客户名称	所在国家	合作背景	销售产品	金额	占外销收入比重	运输方式	运输费的承担方式	结算及收款方式	收入确认方式
2018 年度	韩国 AJ	韩国	展会拓展	水刺非织造材料	7,272.24	18.02	海运	买方承担	100%信用证	CIF,在产品报关、离港，取得提单后，确认收入。
	印尼 WZ	印度尼西亚	业内介绍	水刺非织造材料	3,432.74	8.51	海运	买方承担	发货后见提单扫描件 100%电汇	CIF,在产品报关、离港，取得提单后，确认收入。
	韩国 JW	韩国	展会拓展	水刺非织造材料	3,063.33	7.59	海运	买方承担	100%即期信用证	CIF,在产品报关、离港，取得提单后，确认收入。
	美国 USN	美国	上门拜访主动开发	水刺非织造材料	2,280.25	5.65	海运	买方承担	自提单日期起 75 天内 100%电汇	FOB,在产品报关、离港，取得提单后，确认收入。
	巴基斯坦 OZO	巴基斯坦	展会拓展	纺粘非织造材料	2,139.88	5.30	海运	买方承担	发货后见提单扫描件电汇	CIF,在产品报关、离港，取得提单后，确认收入。
	合　计				18,188.43	45.07				
期间	客户名称	所在国家	合作背景	销售产品	金额	占外销收入比重	运输方式	运输费的承担方式	结算及收款方式	收入确认方式
2017 年度	韩国 JW	韩国	展会拓展	水刺非织造材料	4,305.30	10.94	海运	买方承担	100%即期信用证	CIF,在产品报关、离港，取得提单后，确认收入。
	韩国 AJ	韩国	展会拓展	水刺非织造材料	3,868.10	9.83	海运	买方承担	100%信用证	CIF,在产品报关、离港，取得提单后，确认收入。
	印尼 WZ	印度尼西亚	业内介绍	水刺非织造材料	2,552.60	6.49	海运	买方承担	发货后见提单扫描件 100%电汇	CIF,在产品报关、离港，取得提单后，确认收入。

	美国 USN	美国	上门拜访主动开发	水刺非织造材料	2,289.81	5.82	海运	买方承担	自提单日期起 75 天内 100%电汇	FOB,在产品报关、离港，取得提单后，确认收入。
	FIRST CHARM CO.,LTD	韩国	客户浏览公司官网主动接洽	水刺非织造材料	1,904.03	4.84	海运	买方承担	100%即期信用证	CIF,在产品报关、离港，取得提单后，确认收入。
	合　计				14,919.84	37.93				

注：公司承担厂区至港口的拖车费、港杂费等，不承担海运费；CIF 模式下公司代收代付海运费和保险费，实际由买方承担。

2.补充说明国外其他地区主要销售国家及销售金额

报告期内，公司国外其他地区主要销售国家及销售金额情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
俄罗斯	1,884.99	15.37%	2,093.29	12.46%	509.02	4.27%	525.42	4.57%
智利	1,123.22	9.16%	1,374.29	8.18%	1,004.55	8.43%	1,542.89	13.43%
危地马拉	1,083.47	8.83%	1,363.10	8.11%	774.44	6.50%	1,928.77	16.79%
墨西哥	982.95	8.01%	2,762.78	16.44%	591.64	4.96%	438.05	3.81%
巴西	413.96	3.37%	1,408.80	8.38%	1,128.91	9.47%	1,286.33	11.20%
日本	373.35	3.04%	963.10	5.73%	1,176.20	9.87%	613.86	5.34%
其他国家	6,405.05	52.21%	6,841.28	40.71%	6,732.83	56.49%	5,154.63	44.86%
合计	12,267.00	100.00%	16,806.64	100.00%	11,917.60	100.00%	11,489.95	100.00%

(二)补充说明新冠疫情对发行人外销收入、海外运输、原材料采购、外销客户稳定性等方面的具体影响。

1.新冠疫情对发行人外销收入、海外运输及外销客户稳定性的影响

(1)外销收入受海外运输的影响

一方面，航运运力缩减。受疫情影响，多数船运公司在 2020 年初大幅缩减运力，减少船队数量，从而导致全球航运运力缩减。在此背景下，国内外贸易需求回暖而运力没有及时恢复，进而造成国际运价上涨。另一方面，集运市场供需紧张。目前，海外疫情影响尚未消除，中国出口箱量增多，但自国外进口箱量减少，导致集装箱在全球分布严重不均，特别是亚洲港口的集装箱可用性

较低，其航运市场集装箱短缺现象突出。运力缩减叠加集装箱回流不畅导致国内港口集装箱紧缺严重，集运市场的供不应求使得船运价格持续上升。

公司产品主要出口运输方式为海运，集运市场的稳定性会影响公司出口的货代港杂等运输成本及供货及时性。

综上，短期内新冠疫情会对发行人海外运输造成一定不利影响，从而影响外销收入。

(2)外销收入受客户稳定性的影响

1)外销供应不及时的影响

公司的纺粘非织造材料为生产口罩、防护服等医疗用品的关键原材料，水刺非织造材料为生产消毒湿巾等防护物资的关键原材料。疫情期间，我国医疗、防护物资紧缺，公司作为疫情防控领域企业，优先保障国内医疗、防护用品的供应。因此该阶段以内销为主，减少了对外销客户的产品供应。

随着国内疫情基本得到控制，医疗、防护物资的供需矛盾逐步缓和，优先供应国内市场导致的外销供应不及时的影响已逐步消除。

2)客户需求受疫情的影响

公司外销的产品主要包括纺粘非织造材料和水刺非织造材料。对于公司纺粘非织造材料的外销客户而言，其采购纺粘非织造材料主要用于生产纸尿裤。在疫情期间，一方面，各个国家政府采取了不同程度的限制人口流动的措施，人们外出减少导致对纸尿裤的需求出现一定程度的下降；此外，为加强疫情防控，与疫情防护无关的企业被政府要求减产甚至停产，导致此类外销客户的原材料需求量下降；另一方面，公司纺粘非织造材料的价格随国内行情出现了较大幅度的增长，导致部分外销客户主要选择当地供应商。因此，疫情对公司纺粘非织造材料的外销客户的原材料需求量产生了一定程度的不利影响。

对于公司水刺非织造材料的外销客户而言，其采购水刺非织造材料主要用于生产湿巾。在疫情期间，消毒湿巾等作为防疫物资对医护人员和民众均为重要的医疗卫生产品，在各国的需求量均出现明显的上涨。因而水刺非织造材料的外销客户生产经营和对原材料的需求基本不会受到疫情的负面影响。

2.新冠疫情对发行人原材料采购的影响

发行人主要原材料为涤纶短纤、粘胶短纤和聚丙烯，均系国内供应商采购。

涤纶短纤和聚丙烯属于技术成熟、产销规模大的石化产品，粘胶短纤属于工业化生产的纤维素纤维，原材料行业内生产企业众多，市场竞争充分，原材料来源充足。在国内控制疫情早期，受交通限制和隔离措施的影响，国内物流整体受限，公司原料采购存在一定的不利影响。截至本回复报告签署日，国内疫情已基本得到控制，公司采购端均已恢复正常。

(三)补充说明报告期内销售相同或同类产品，境内外销售价格是否存在重大差异，如存在请分析原因。

1.报告期内，公司主要产品外销情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	收入	占比	收入	占比	收入	占比	收入	占比
水刺非织造材料	19,982.30	66.53%	30,356.08	69.04%	30,407.64	75.35%	31,414.75	79.86%
纺粘非织造材料	4,012.03	13.36%	7,004.61	15.93%	6,117.05	15.16%	4,154.81	10.56%
其他	6,040.17	20.11%	6,609.07	15.03%	3,832.18	9.49%	3,769.24	9.58%
合计	30,034.50	100.00%	43,969.76	100.00%	40,356.87	100.00%	39,338.80	100.00%

注：外销产品其他主要为尿裤 OEM 业务收入。

如上表所示，报告期内公司外销产品主要为水刺非织造材料和纺粘非织造材料，两者合计占外销收入的比重分别为 90.42%、90.51%、84.97%和 79.89%。

(1)水刺非织造材料对比

单位：元/吨

水刺非织造材料	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
内销单价	14,192.24	13,509.92	15,054.19	15,685.11
外销单价	14,402.31	13,098.43	14,954.30	15,568.42

报告期内，公司水刺非织造材料内销单价和外销单价基本一致，不存在显著差异。

(2)纺粘非织造材料对比

单位：元/吨

纺粘非织造材料	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
内销单价	51,505.45	11,486.55	11,694.86	10,984.64
外销单价	36,912.81	11,335.82	11,911.02	11,712.88

2017 年度、2018 年度和 2019 年度，公司纺粘非织造材料内销单价和外销单价较为接近，2020 年 1-6 月内销单价高于外销单价，主要系受新冠肺炎疫情影响，纺粘非织造材料价格起伏较大所致，具体如下：

单位：元/吨、吨

月份	内销		外销	
	销售单价	销量	销售单价	销量
1 月	11,579.40	1,233.09	10,370.91	747.82
2 月	16,275.41	3,613.56	11,059.45	83.64
3 月	23,405.87	3,414.86	31,722.11	47.28
4 月	116,093.04	3,643.14	144,527.41	50.28
5 月	88,955.25	2,901.04	153,312.00	68.44
6 月	33,866.18	4,050.70	136,206.25	89.42
合计	51,505.45	18,856.39	36,912.91	1,086.89

如上表所示，2020 年 1-6 月公司内销纺粘非织造材料的销售单价为 51,505.45 元/吨，外销销售单价为 36,912.91 元/吨，内销单价高于外销单价，主要原因系：新冠肺炎疫情爆发期间，公司生产的纺粘非织造材料优先满足国内防疫物资生产企业需要，外销数量较小且单价均高于内销。由于外销纺粘非织造材料主要发生在疫情爆发前的 1 月份，使得外销整体销售单价低于内销单价。。

(四)补充说明产品出口涉及出口退税的情况，运输费、出口退税金额与外销收入之间的匹配

公司外销收入与出口退税、运输费之间的对比情况：

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，公司出口产品增值税实行免、抵、退的管理办法。报告期内，公司出口产品退税率为适用税率，公司出口收入与公司免

抵退税申报表匹配情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
出口销售收入①	30,034.50	43,969.76	40,356.87	39,338.80
免抵退税申报表②	29,477.25	44,022.61	40,972.46	39,584.07
差异(①-②)	557.25	-52.85	-615.59	-245.27
其中：				
加：申报时间差异③	557.25	-51.19	-614.50	-248.11
加：不享受出口退税收入④	-	-	-	2.84
减：其他⑤	-	1.67	1.09	-
调节后出口销售收入(⑥=②+③+④-⑤)	30,034.50	43,969.76	40,356.87	39,338.80
差异(①-⑥)	-	-	-	-
当期免抵退税额	17,717.03	28,445.43	24,218.17	29,158.07

报告期内，公司出口销售收入与免抵退申报出口货物销售额总额存在差异，差异原因为：出口退税通常在单证齐备后方可获得相应的退税，公司收入确认时点与出口退税存在一定的时间性差异。

运输费与外销收入之间的匹配情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
外销收入①	30,034.50	43,969.76	40,356.87	39,338.80
外销运输费②	939.28	1,532.18	1,541.08	1,466.82
运输费占比②÷①	3.13%	3.48%	3.82%	3.73%

报告期内，外销运输费占外销收入的比例分别为 3.73%，3.82%，3.48%及 3.13%。2020 年 1-6 月，出口销售收入占外销运输费的比例较小，主要系受疫情影响，公司外销非织造材料销售单价上涨所致。

综合上述分析，公司报告期内运输费、出口退税金额与外销收入匹配。

(五)进出口活动是否符合海关、税务、外汇等相关法律法规的规定，是否

存在违法违规行为，是否存在受到行政处罚的法律风险。

发行人及涉及进出口活动的主要子公司金三发卫材、金科进出口均已完成海关进出口货物收发货人备案及对外贸易经营者备案登记表、外汇登记。

根据长兴县商务局出具的证明，发行人及涉及进出口活动的主要子公司金三发卫材、长兴金科自 2017 年 1 月 1 日或公司成立之日起能够遵守国家相关法律、法规，依法取得审批并从事货物进出口，不存在违反有关对外贸易方面的法律、法规的情形，未受到对外贸易管理部门的行政处罚，也不存在正被对外贸易管理部门立案调查的情形。

根据中华人民共和国湖州海关出具的证明，发行人及涉及进出口活动的主要子公司金三发卫材、长兴金科报告期内在海关未有过因违反相关法律、法规而受到海关处罚的情事。

根据国家税务总局长兴县税务局出具的证明，发行人及涉及进出口活动的主要子公司金三发卫材、长兴金科报告期内均不存在偷税、骗税、漏税、拖欠税款等税收管理方面的违法违规行为，不存在与税收管理等事项有关的处罚记录，不存在应缴未缴的拖欠税款，未发现公司因违反税收法律法规而被提起行政、民事诉讼的情形。

保荐人及发行人律师通过国家外汇管理局网站查询，发行人及涉及进出口活动的主要子公司金三发卫材、长兴金科近三年无外汇违规行政处罚。

(六)核查程序及结论

1.针对发行人外销收入，我们主要执行了以下的核查程序：

(1) 获取发行人外销收入明细、主要外销客户合同或订单，核查境外销售模式、交货方式及信用政策。

(2) 获取报告期内发行人产品境内外销售明细表，对比分析同类产品内销单价是否存在差异并向发行人管理人员了解定价差异原因。

(3) 获取报告期内发行人主要外销客户清单及其变动情况，逐月统计主要境外客户报告期内及 2020 年 7-12 月销售情况，分析主要外销客户各期间收入及变动情况，并向销售负责人了解外销客户变动情况、外销客户销售规模变动原因。

(4) 访谈公司财务负责人，了解公司境外销售收入确认政策、销售回款情况；获取公司报告期各期末外销客户款项余额明细、期后回款情况；抽取部分订单及销售发票，核对主要境外客户收款情况。

(5) 获取发行人外销明细及外销运输台账，复核发行人外销规模与运输费用的匹配性；获取发行人免抵退税申报表，复核外销收入与免抵退税申报表匹配情况。

(6) 对报告期各期公司主要境外销售客户进行细节测试，核查境外客户的销售合同、相关的发货单、出口报关单、货运提单等资料，主要核查过程如下：

1)获取发行人货物出口报关单，核对出口报告单所载明的出口申报单位、出口商品名称、数量、外币价格、出口口岸及运抵国等信息，与销售合同、货运提单等原始凭证进行核对，出口日期、出口商品数量等与收入确认时间及产品销售数量、金额是否相符。

2)获取外汇结算入账凭证，核对汇款人名称、原币金额与销售合同约定的付款方式、付款金额是否相符，是否存在第三方回款，如为第三方回款，核查汇款人与销售合同约定付款人是否相符，公司对第三方回款是否履行了审批手续，第三方回款是否与该笔境外销售收入真实相关。

3)获取海关出口数据，与公司出口数据进行核对，交叉验证境外销售的真实性。

4)获取发行人增值税纳税申报表，对出口免抵退数据进行审核，与境外销售收入进行比对，核查勾稽是否相符。

(7) 访谈主要外销客户，通过实地走访、视频访谈等方式向境外客户了解其与发行人的合作背景、合作模式、对发行人产品的评价、双方未来合作前景，发行人产品在当地市场的接受程度等情况，核实境外销售的真实性。

报告期内，针对外销客户走访情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
外销收入	30,034.50	43,969.76	40,356.87	39,338.80
走访、函证确认金额	16,183.80	23,597.89	32,954.63	21,554.87
其中：视频走访	2,790.92	6,539.52	3,719.84	3,626.31
走访、函证确认比例	53.88%	53.67%	81.66%	54.79%

(8) 获取发行人主要境外客户中信保基本信息调查报告，核查主要境外客户的资信情况及基本信息。

2. 除前述核查程序之外，我们还实施了如下核查程序：

(1)查阅海关进出口货物收发货人备案及对外贸易经营者备案登记表、外汇登记，通过国家外汇管理局网站查询发行人及涉及进出口活动的主要子公司金三发卫材、金科进出口报告期内是否存在外汇违规行政处罚；

(2)获取长兴县商务局、中华人民共和国湖州海关、国家税务总局长兴县税务局出具的证明。

3.核查结论

经上述核查，我们认为：

(1) 报告期内，水刺非织造材料境内外销售价格不存在重大差异；纺粘非织造材料 2017 年度、2018 年度和 2019 年度内外销售价格不存在重大差异，2020 年 1-6 月内外销售价格虽然存在一定差异，但是具有合理性。

(2) 报告期内，发行人运输费、出口退税金额与外销收入匹配。

(3) 发行人进出口活动符合海关、税务、外汇等相关法律法规的规定；报告期内不存在相关违法违规行为；截至本回复报告出具日，发行人不存在受到相关行政处罚的法律风险。

十五、问题 24.关于毛利率

申报文件显示：

(1)报告期内，公司主营业务毛利率分别为 21.27%、17.88%、20.29%和 59.04%，2018 年主要产品毛利率普遍下滑，热风非织造材料 2018 年毛利率为负，除 2020 年 1-6 月外，公司护理用品毛利率略高于非织造材料毛利率。

(2)2017 年至 2019 年，纺粘非织造材料毛利率分别为 12.14%、10.63%和 10.89%，水刺非织造材料毛利率分别为 23.50%、19.27%和 20.11%。

(3)2019 年，公司湿干巾毛利率为 28.52%，较 2018 年增长 4.92 个百分点，主要系湿干巾 OEM 业务和自主品牌毛利均有上升所致。

请发行人：

(1)补充披露报告期内 OEM 业务和自主品牌业务毛利率，OEM 业务和自主品

牌毛利率对比情况，报告期内变动趋势是否一致。

(2)结合运用领域、下游产品毛利率情况等，补充说明非疫情情况下，纺粘非织造材料毛利率较低的原因，是否符合行业惯例，该产品的定位及竞争力；结合工艺、运用领域等，说明水刺非织造材料毛利率高于纺粘非织造材料的原因。

(3)分产品补充说明同类产品不同客户之间毛利率存在差异的原因，主要客户不同年度内毛利率变动的原因及合理性。

(4)补充披露热风非织造材料 2018 年毛利率为负，2019 年毛利率仅 1.29%的原因，该产品毛利率大幅波动的原因，是否存在市场开拓风险和生产设备减值风险。

(5)补充说明报告期内湿干巾(湿巾、干巾等)、吸收性卫生用品(纸尿裤等)的毛利率和同行业可比公司对比分析。

请申报会计师发表明确意见。

(一)补充披露报告期内 OEM 业务和自主品牌业务毛利率，OEM 业务和自主品牌毛利率对比情况，报告期内变动趋势是否一致。

1.湿干巾

报告期内，公司湿干巾单位售价及单位成本变动对毛利率变动的影响因素分析如下：

单位：元/万片

项目	2020 年 1-6 月			2019 年度			2018 年度			2017 年度
	指标	变动额	变动率	指标	变动额	变动率	指标	变动额	变动率	指标
单位售价	559.12	55.17	10.95%	503.95	42.99	9.33%	460.96	8.27	1.83%	452.70
单位成本	338.88	-21.34	-5.92%	360.22	8.06	2.29%	352.16	11.42	3.35%	340.74
毛利率	39.39%	10.87%	38.11%	28.52%	4.92%	20.85%	23.60%	-1.13%	-4.57%	24.73%

注：为使报告期内毛利率具有可比性，计算口径统一未考虑运输成本，下同。

按照业务模式不同，公司湿干巾业务可分为 OEM 业务和自主品牌业务。报告期内，公司湿干巾产品毛利率呈逐年上涨趋势，主要系 OEM 业务和自主品牌业务毛利率均有所上涨所致，具体如下：

单位：元/万片

湿干巾-OEM	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度
	指标	变动额	指标	变动额	指标	变动额	指标
单位售价	561.53	60.78	500.75	25.73	475.02	5.87	469.15
单位成本	350.21	-18.98	369.19	10.57	358.62	14.04	344.58
毛利率	37.63%	11.36%	26.27%	1.77%	24.50%	-2.05%	26.55%
湿干巾-自主品牌	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度
	指标	变动额	指标	变动额	指标	变动额	指标
单位售价	545.39	24.67	520.72	189.91	330.81	-6.97	337.78
单位成本	274.36	-38.97	313.33	20.98	292.35	-21.59	313.94
毛利率	49.69%	9.86%	39.83%	28.20%	11.63%	4.57%	7.06%

如上表所示，报告期内公司湿干巾 OEM 业务和自主品牌的毛利率均呈逐年上涨，变动趋势一致。

(1) OEM 业务

2019 年度，湿干巾 OEM 产品毛利率较 2018 年度上涨 1.77 个百分点，主要系公司凭借过硬的专业化生产优势及良好的产品品质，逐渐与 babycare、网易严选等知名品牌商达成深度合作，该等知名品牌商对产品品质要求较高、产品定价较高，单位售价涨幅高于单位成本，从而使得 OEM 业务毛利率提升。

2020 年 1-6 月，湿干巾 OEM 产品单位售价较 2019 年度上涨 60.78 元/万片，主要系在“新冠肺炎”疫情蔓延期间，公司为上海美馨、京东、安慕斯等 OEM 客户生产酒精湿巾，由于酒精湿巾在该期间供不应求，公司对该类产品的销售价格也较高。

单位：元/万片、万片

OEM 业务	销售数量	单位售价	销量占比	售价影响
酒精湿巾	48,619.09	1,172.25	10.67%	72.92
其他湿干巾	407,198.13	488.61	89.33%	-
合计	455,817.22	561.53	100.00%	72.92

注：售价影响=(酒精湿巾单位售价-其他湿干巾销售单价)*销量占比

2020 年 1-6 月，公司 OEM 业务其他湿干巾产品单位售价为 488.61 元/万片，与 2019 年度基本一致，酒精湿巾单位售价较高，对湿干巾 OEM 产品整体单位售

价影响达到 72.92 元/万片，使得整体单位售价上涨；同时，受涤纶短纤和黏胶短纤采购价格下降影响，公司 OEM 业务单位成本略有下降，从而使得湿干巾 OEM 业务毛利率较 2019 年度增加 11.36 个百分点。

(2) 自主品牌

公司自主品牌湿干巾包括非织造材料类湿干巾和纸巾类干巾，其中纸巾类干巾销售单价和毛利率均较低。报告期内，公司自主品牌销售情况如下：

单位：元/万片

项目	2020 年 1-6 月			2019 年度		
	销量占比	销售单价	毛利率	销量占比	销售单价	毛利率
非织造材料类	92.21%	568.69	51.07%	86.43%	560.84	41.95%
纸巾类	7.79%	269.52	15.35%	13.57%	265.25	11.20%
合计	100.00%	545.39	49.69%	100.00%	520.72	39.83%
项目	2018 年度			2017 年度		
	销量占比	销售单价	毛利率	销量占比	销售单价	毛利率
非织造材料类	66.96%	374.04	12.77%	79.26%	362.72	6.62%
纸巾类	33.04%	243.22	8.07%	20.74%	242.51	9.55%
合计	100.00%	330.81	11.63%	100.00%	337.78	7.06%

2017 年度和 2018 年度，公司自主品牌湿干巾销售单价和毛利率较低，一方面系该期间公司自主品牌中纸巾类产品销量占比较高，拉低了平均售价；另一方面系公司非织造材料类湿干巾尚处于市场培育期，通过低价销售扩大市场份额。

2019 年度和 2020 年 1-6 月，公司自主品牌业务毛利率分别较上年度增长 28.20 个百分点和 9.86 个百分点，主要原因系：公司在报告期初为获得电商渠道的流量、提高店铺在电商平台的影响力，在开拓和培育电商平台方面给予了较大的折扣促销活动力度支持，导致产品平均销售价格偏低。随着公司自主品牌的用户认可和接受度的提高，公司自主品牌湿干巾，尤其是诗帛等自主品牌干巾收入大幅增长，带动自主品牌产品整体毛利率提升。2019 年度，公司通过电商平台推广诗帛品牌干巾并在当年度实现收入 4,175.20 万元，产品毛利率为 46.71%，是自主品牌毛利率上涨的重要因素；2020 年 1-6 月，受上游涤纶短纤

和粘胶短纤采购价格下降影响，原料水刺非织造材料成本较 2019 年度有所下降，进一步抬高了自主品牌毛利率。

(二)结合运用领域、下游产品毛利率情况等，补充说明非疫情情况下，纺粘非织造材料毛利率较低的原因，是否符合行业惯例，该产品的定位及竞争力；结合工艺、运用领域等，说明水刺非织造材料毛利率高于纺粘非织造材料的原因。

1.结合运用领域、下游产品毛利率情况等，补充说明非疫情情况下，纺粘非织造材料毛利率较低的原因，是否符合行业惯例，该产品的定位及竞争力

(1) 纺粘非织造材料毛利率较低的原因及合理性

① 行业内产能利用率不高

纺粘非织造材料是将高分子聚合物挤压成网的一种工艺技术，发展时间较长、技术已较为成熟、行业内产能充足，因此竞争激烈。2018 年，我国纺粘非织造材料总生产能力达到 445 万吨/年，实际产量为 302 吨，纺粘非织造材料的产量大且存在近 30%的产能富余，开工不足导致行业内毛利率普遍较低。

2017 年度至 2019 年度，公司及同行业上市公司纺粘非织造材料毛利率情况如下：

项目	2019 年度	2018 年度	2017 年度
本公司	10.89%	10.62%	12.14%
欣龙控股	7.93%	2.63%	10.32%

注：同行业公司延江股份打孔无纺布主要以热风无纺布或纺粘无纺布的深加工产品，因此未在此处进行比较。

如上表所示，本公司与欣龙控股在 2017 年度至 2019 年度纺粘非织造材料毛利率均处于较低水平，符合行业惯例。

② 下游主要应用领域竞争激烈

纺粘非织造材料通常用作卫生巾、纸尿裤的面层、包裹材料以及包装袋材料等。公司的纺粘非织造材料主要用于作为婴儿纸尿裤的面层。

根据中国造纸协会生活用纸专业委员会统计，2019 年，婴儿纸尿裤整体市场规模继续保持低速增长，总消费量比上年增长 3.9%，市场渗透率由 2018 年

的 63.9%上升到了 72.2%。但婴儿纸尿裤产品的利润率较低，存在产能过剩的情况。下游应用领域竞争激烈，加剧了上游婴儿纸尿裤用纺粘非织造材料的竞争。

(2) 公司对纺粘非织造材料的定位及竞争力

公司作为行业内规模较大的纺粘非织造材料生产企业，建有多条高速、高产、多模头生产线以满足卫生用纺粘非织造材料市场需求及满足自身纸尿裤等产品生产需求。未来，公司将产品定位于中高端的医疗、卫生用纺粘非织造材料，增加 SMMS、SSSMS 等多模头生产线，加速切入医疗卫生耗用品领域。

公司纺粘非织造材料的竞争力主要体现在以下两个方面：第一，公司纺粘非织造材料生产规模较大，具有较为明显的成本优势；第二，公司采用先进生产设备，使得生产的纺粘非织造材料有较高的品质保障。

2.结合工艺、运用领域等，说明水刺非织造材料毛利率高于纺粘非织造材料的原因

(1) 工艺的影响

纺粘非织造材料的主要原料为聚丙烯，主要工艺是将高分子聚合物(如聚丙烯)加热熔融，经挤出机熔体从纺丝孔挤出进入空气中，熔体细流在空气中冷却的同时，以一定速度拉伸变长变细，在该阶段高分子熔体细化同时凝固，形成纤维后成网，再经直接粘合后形成非织造材料。上述生产过程都在一条生产线完成，且生产时间较短、效率较高。

水刺非织造材料的原材料主要为粘胶短纤和涤纶短纤，主要工艺是通过高压水柱高速水流对纤网(涤纶短纤和粘胶短纤梳理成网)进行喷射，在水力作用下使纤网中纤维运动而重新排列、相互缠结和抱合，从而纤网得以加固而具备一定的强力。纤网固结定型后，还需使用蒸汽或天然气进行烘干。

相较于水刺非织造材料，纺粘非织造材料所需生产设施较少、生产工艺较为简单、生产速度快的特点，因此纺粘非织造材料的产品附加值略低于水刺非织造材料。

(2) 运用领域的影响

卫生材料是国内水刺非织造材料需求最大、增长最快的应用领域，主要包括湿巾、干巾和面膜等，如公司生产的水刺非织造材料主要用于湿干巾；非疫情情况下，纺粘非织造材料的主要应用领域为尿裤、卫生巾等吸收性卫生用品。

近年来，中国湿干巾行业保持良好的发展趋势，市场增速显著高于全球湿巾市场，行业内的品牌商和生产商在该环境下均可获得较好的收益水平，对原材料采购价格敏感度较低；纺粘非织造材料的下游领域主要为纸尿裤，市场规模增速下降、竞争激励，生产商对于原料采购价格的敏感度较高。

综上，由于水刺非织造材料的生产工艺和所需的生产设施较为复杂，产品附加值高于纺粘非织造材料；且由于水刺非织造材料的主要用于生产湿干巾，近年来下游市场持续增长，因而整体毛利率水平高于纺粘非织造材料。

(三)分产品补充说明同类产品不同客户之间毛利率存在差异的原因，主要客户不同年度内毛利率变动的原因及合理

1.分产品补充说明同类产品不同客户之间毛利率存在差异的原因

(1) 公司纺粘非织造材料各期前五大客户毛利率情况

公司名称	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
广东昱升	60.30%	12.93%	12.71%	6.24%
郑州万神山卫材有限公司	89.93%	-	-	-
深圳市比亚迪供应链管理有限公司	77.53%	-	-	-
苏州市如福纺织科技有限公司	64.62%	-	-	-
吴江江旭纺织有限公司	79.49%	-	-	-
巴基斯坦 OZO	0.39%	6.93%	11.76%	13.28%
杭州千芝雅	18.51%	6.33%	6.51%	6.28%
河南百蓓佳卫生用品有限公司	6.39%	8.31%	6.66%	10.00%
越南 CAT	12.24%	7.89%	10.91%	15.94%
江苏德邦卫生用品有限公司	14.20%	14.02%	12.89%	14.66%
广东茵茵	47.58%	15.24%	14.19%	14.73%

注:上述客户毛利率仅为纺粘非织造材料,不包括客户向本公司采购其他产品的影响。

① 2020 年 1-6 月

受疫情影响，公司纺粘非织造材料销售价波动较大，广东昱升、郑州万神山卫材有限公司、深圳市比亚迪供应链管理有限公司、苏州市如福纺织科技有

限公司和吴江江旭纺织有限公司均系向本公司采购纺粘非织造材料或熔喷布，由于采购时间不同，销售价格和毛利率差异较大。

杭州千芝雅、河南百蓓佳卫生用品有限公司、越南 CAT、江苏德邦卫生用品有限公司等公司未在疫情期间向本公司采购或仅在 1 月、6 月发生采购，销售价格和毛利率较低。

巴基斯坦 OZO 毛利率较低，系其主要在 2020 年 1 月向本公司采购。同时，公司与其按照 CIF 模式定价，在确定整体价格后，外销运输成本上涨，上涨部分成本由公司承担，导致营业成本增加，毛利率较低。

② 2019 年度

巴基斯坦 OZO 毛利率较低，主要原因系该客户采购额持续上涨，已成为公司重要的纺粘非织造材料外销客户。基于聚丙烯采购价格下降和合作稳定性，公司适当让利，降低销售价格，因而毛利率较低；

江苏德邦卫生用品有限公司和广东茵茵毛利率较高，系该等客户采购额缩减，公司未在聚丙烯采购价格下降的情况下向其调价，因而毛利率较高。

③ 2018 年度

广东昱升毛利率较高，主要原因系：一方面，广东金三发产能释放，单位成本中分摊的固定成本下降；另一方面，广东昱升采购产品底层极柔复合无纺布等定制化功能性产品，所需添加辅料较多，生产和原料配比难度较大，产品销售定价和毛利率较高。

河南百蓓佳卫生用品有限公司毛利率较低，系向其销售集中于 2018 年四季度，该期间聚丙烯采购价格为上升趋势，原料成本上涨导致毛利率较低。

④ 2017 年度

广东昱升毛利率较低，主要原因系：2017 年度，公司向广东昱升销售纺粘非织造材料 1,978.58 万元，其中广东金三发向广东昱升销售实现收入 1,432.17 万元。由于广东金三发 2017 年度 9 月才开始投产使用，产能未充分释放，单位成本中分摊的固定成本较高，使得当期毛利率较低。

杭州千芝雅毛利率较低，主要原因系其采购的纺粘非织造材料型号主要为 SS，生产工艺较为简单、生产效率较高，产品附加值较低，因而毛利率较低；越南 CAT、江苏德邦卫生用品有限公司和广东茵茵采购型号多为 SSS 或 SMS，相

对售价和毛利率较高。

(2) 公司水刺非织造材料各期前五大客户毛利率情况

公司名称	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
韩国 AJ	32.29%	18.71%	18.13%	21.82%
金红叶	46.47%	44.29%	33.72%	33.36%
美国 USN	40.48%	19.60%	17.26%	27.22%
上海美馨	34.82%	22.00%	23.27%	24.56%
HANUL CO.,LTD	41.71%	19.21%	-	-
印尼 WZ	36.27%	21.67%	18.25%	29.26%
韩国 JW	41.83%	19.89%	18.02%	23.61%

① 2020 年 1-6 月：

金红叶毛利率较高，主要系其采购集中于疫情较为严峻的 2 至 4 月，水刺非织造材料作为生产酒精湿巾、消毒湿巾的基材，阶段性供不应求，销售价格较高；同时，金红叶采购以交叉型水刺为主，销售价格和毛利率较高。

韩国 AJ、印尼 WZ 和上海美馨毛利率相对较低，主要系该等客户采购期间集中于 2020 年 1 月和 5 月、6 月，该期间水刺非织造材料的销售价格相对较低；同时，该等客户均为公司长期合作客户，且销售规模较大，为维持客户关系稳定性，公司对其售价上调幅度较小，因而毛利率较低。

② 2019 年度和 2018 年度

受市场竞争及下游客户需求影响，直铺型水刺售价出现下滑，而交叉型水刺售价基本稳定。由于韩国 AJ、美国 USN、印尼 WZ 及韩国 JW 等客户采购以直铺型水刺为主，毛利率出现不同程度的下降；金红叶采购交叉型水刺为主，销售单价未出现下降，受益于原材料价格下降，毛利率有所上升。

③ 2017 年度

金红叶毛利率较高，主要系其采购水刺非织造材料以交叉型为主，且原材料采购价格较高的粘胶短纤用量占比较高，因而销售价格和毛利率较高；韩国 AJ 则主要以直铺型水刺居多，且原料配比中涤纶短纤占比较高，毛利率较低。

(3) 公司护理用品前五大客户毛利率情况

公司名称	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度

Babycare	22.76%	23.85%	19.99%	-
安慕斯	26.66%	20.67%	12.02%	-
上海美馨	66.80%	-	-	-
可优比	22.26%	18.09%	20.67%	18.13%
ASIA LIFE LLC	21.06%	19.69%	20.18%	20.08%
北京京东世纪信息技术有限公司	68.64%			
网易严选	24.74%	22.69%	24.72%	26.38%
杭州十月结晶母婴用品有限公司	23.01%	22.53%	19.26%	20.61%
Kmart AUSTRALIA LIMITED	63.85%	62.76%	61.63%	53.00%
智利 LAB	39.18%	36.49%	26.73%	24.04%
GAMA Healthcare Ltd	45.25%	-	-	

① 2020 年 1-6 月

上海美馨、北京京东世纪信息技术有限公司和 GAMA Healthcare Ltd 系疫情期间向公司采购酒精湿巾或消毒湿巾，该类湿巾在疫情期间销售价格和毛利率较高。

② 2019 年度

智利 LAB 毛利率较高，系 2019 年度开始公司向其湿巾主要采用带盖包装，包装成本增加，公司相应提高了销售价格，带动毛利率上升。

③ 2018 年度

安慕斯毛利率较低，主要系 2018 年向其销售的干巾近 50%为盒装，包装成本较高。

④ 2017 年度

Kmart AUSTRALIA LIMITED 湿干巾规格为每包 10 片-30 片之间，其他同类型前五大客户多为 80 片-100 片，单包片数越少，公司包装成本较高、销售定价也较高，因而毛利率较高。

2.主要客户不同年度内毛利率变动的原因及合理性

主要客户不同年度内毛利率变动的原因及合理性详见本回复报告九、问题 18(一)所述。

(四)补充披露热风非织造材料 2018 年毛利率为负，2019 年毛利率仅 1.29%

的原因，该产品毛利率大幅波动的原因，是否存在市场开拓风险和生产设备减值风险。

1.报告期内，公司热风非织造材料毛利率

公司热风非织造材料销售收入包括自产产品销售收入和受托加工收入。自产热风非织造材料部分用于纸尿裤生产，其余部分对外出售；受托加工系委托方提供原料，公司按委托方规定的花色品种、数量进行加工，并向对方收取约定的加工费用。

报告期内，公司热风非织造材料毛利率如下：

单位：元/吨

自产	2020 年 1-6 月			2019 年度			2018 年度			2017 年度
	指标	变动额	变动率	指标	变动额	变动率	指标	变动额	变动率	指标
单位售价	85,730.18	67,890.83	380.57%	17,839.35	-675.45	-3.65%	18,514.80	1,846.93	11.08%	16,667.87
单位成本	17,457.05	97.21	0.56%	17,359.85	-1,497.53	-7.94%	18,857.37	5,494.56	41.12%	13,362.81
毛利率	79.64%	76.95%	2862.83%	2.69%	4.54%	-245.27%	-1.85%	-21.68%	-109%	19.83%
受托加工	2020 年 1-6 月			2019 年度			2018 年度			2017 年度
	指标	变动额	变动率	指标	变动额	变动率	指标	变动额	变动率	指标
单位售价	3,245.34	159.92	5.18%	3,085.42	151.42	5.16%	2,934.00	14.78	0.51%	2,919.22
单位成本	2,680.79	-554.77	-17.15%	3,235.56	-563.39	-14.83%	3,798.95	1,318.88	53.18%	2,480.07
毛利率	17.40%	22.26%	-457.49%	-4.87%	24.61%	-83.49%	-29.48%	-44.52%	-296%	15.04%
热风非织造材料	2020 年 1-6 月			2019 年度			2018 年度			2017 年度
	指标	变动额	变动率	指标	变动额	变动率	指标	变动额	变动率	指标
单位售价	50,993.57	41,544.14	439.65%	9,449.43	-2,235.41	-19.13%	11,684.84	7,585.65	185.05%	4,099.20
单位成本	11,234.37	1,906.39	20.44%	9,327.98	-2,928.42	-23.89%	12,256.40	8,842.33	259.00%	3,414.08
毛利率	77.97%	76.68%	5966.31%	1.29%	6.18%	-126.28%	-4.89%	-21.60%	-129.27%	16.71%

(1) 单位售价变动

2017 年度至 2019 年度，公司自产热风非织造材料单位售价分别为 16,667.87 元/吨、18,514.80 元/吨和 17,839.35 元/吨，单位售价较为稳定；2020 年 1-6 月，受疫情影响，公司部分高克重热风非织造材料作为生产 KN95 口罩原料，销售价格涨幅较大所致。

报告期内，公司受托加工热风非织造材料的单位售价分别为 2,919.22 元/吨、2,934.00 元/吨、3,085.42 元/吨和 3,245.34 元/吨，系随着公司工艺技术逐渐成熟，收费标准有所提高。

(2) 毛利率变动

2018 年度，热风非织造材料毛利率为负，系 2017 年 12 月公司热风二号生产线以及相应生产用厂房结转投入使用，增加 2018 年度折旧费用 150.91 万元。由于产量增长幅度小于固定成本变动幅度，导致 2018 年度热风非织造材料单位成本上升、毛利率为负数。

2019 年度，随着热风非织造材料产销量上升，单位产量中分摊的固定成本减少，整体毛利率提升至 1.29%

2020 年 1-6 月，公司增加生产和销售用于 KN95 口罩高克重热风非织造材料，该等型号的热风非织造材料售价较高，导致 2020 年 1-6 月自产热风非织造材料单位售价为 85,730.18 元/吨，较 2019 年度单位售价涨幅为 380.57%，是 2020 年 1-6 月毛利率较大幅度增长的主要原因。

2.热风非织造材料是否存在市场开拓风险和生产设备减值风险

报告期内，公司热风非织造材料毛利率分别为 16.71%、-4.89%、1.29%和 77.97%，毛利率波动较大，其中 2020 年 1-6 月毛利率较高，系由于受疫情影响，公司部分高克重热风非织造材料作为生产 KN95 口罩原料，销售价格涨幅较大所致。剔除该部分产品毛利后，公司热风非织造材料的毛利率为 15.54%。随着国内疫情逐步得到控制，公司高克重热风非织造材料市场需求和单位售价将逐步回落。如公司无法成功开拓市场、通过扩大产销规模降低单位成本，热风非织造材料相关生产设备存在减值风险。

(五)补充说明报告期内湿干巾(湿巾、干巾等)、吸收性卫生用品(纸尿裤等)的毛利率和同行业可比公司对比分析

1.湿干巾产品毛利率与同行业公司对比

同行业公司中，主营业务涉及湿干巾的为洁雅股份和稳健医疗，与公司对比情况如下：

公司名称	主要产品	品牌模式	销售规模

洁雅股份	湿巾产品涵盖婴儿系列、成人功能型系列、抗菌消毒系列、家庭清洁系列、医用护理系列和宠物清洁系列等六大系列 60 多个品种	主要为 ODM/OEM 的模式	2020 年 1-6 月湿干巾销售规模 2.66 亿元
稳健医疗	产品包括纯棉柔巾、全棉表层卫生巾、纯棉湿巾等无纺类消费品及婴童用品、婴童服饰、成人服饰等纺织类消费品。	均为自主品牌	2019 年度无纺消费品销售规模 17.18 亿元
公司	主要为 babycare、网易严选、十月结晶等知名品牌商提供 OEM 业务，拥有“贝能”、“诗帛”等自主品牌。	主要为 OEM 模式，自主品牌为辅	2020 年 1-6 月湿干巾销售规模 3 亿元

注：同行业公司数据来源于其定期报告或招股说明书披露；稳健医疗未披露 2020 年 1-6 月收入分部，无法进行对比，下同。

报告期内，公司与湿干巾产品毛利率与同行业公司比较情况如下：

公司	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
洁雅股份	37.03%	32.91%	30.95%	25.87%
稳健医疗	-	55.89%	53.42%	53.52%
公司	39.39%	28.52%	23.60%	24.73%

报告期内，公司湿干巾业务的毛利率分别为 24.73%、23.60%、28.52%和 39.39%，毛利率总体上升，与同行业公司变动趋势一致。

公司与洁雅股份主要系为品牌商生产定制产品，毛利率差异主要系：洁雅股份系向客户提供产品设计到生产加工的 ODM 业务，附加值较高，毛利率较高；公司则是根据客户设定要求生产的 OEM 业务，因而公司总体毛利率略低。

稳健医疗产品均为自主品牌，销售模式主要为电子商务和直营连锁店，依托医疗专业背景打造其高端消费品牌“全棉时代”，目标消费群体为一二线城市的中高层次收入人群，产品售价和附加值较高。同时，由于电商推广费用、电商运费、门店租赁费较高，稳健医疗的销售费用率也相对较高。

与稳健医疗相比，公司湿干巾业务毛利率较低，主要系公司结合自身在产能规模、专业设备配置、产业链整合及产品技术等方面的优势，形成以 OEM 为主兼顾自主品牌的业务格局。在 OEM 模式下，由于公司不需要建立面对最终消费者的销售渠道，客户较为集中，因此公司虽然毛利率相对较低，但是渠道维护、促销、市场推广以及品牌建设等销售费用也较低。

2.吸收性卫生用品毛利率与同行业公司对比

公司吸收性卫生用品的同行业对比公司为豪悦护理，具体对比情况如下：

公司名称	主要产品	品牌模式	销售规模

豪悦护理	专注于妇、幼、成人卫生护理用品的研发、制造与销售业务，产品涵盖婴儿纸尿裤、成人纸尿裤、经期裤、卫生巾、湿巾等一次性卫生用品。	ODM 为主，自主品牌占比较小	2020 年 1-6 月销售规模 13.86 亿元
公司	主要生产自主品牌“壹裤”、“贝能”、“汉诚故事”等纸尿裤品牌，OEM 业务较少。	自主品牌为主，OEM 为辅	2020 年 1-6 月销售规模 0.45 亿元

注：同行业公司数据来源于其定期报告或招股说明书披露；豪悦护理未披露 2020 年 1-6 月收入分部，无法进行对比，下同。

公司与同行业可比上市公司毛利率的比较情况如下所示：

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
豪悦护理	-	30.36%	26.57%	26.88%
公司纸尿裤毛利率	30.81%	25.51%	23.13%	21.97%

报告期内，公司纸尿裤业务的毛利率分别为 21.97%、23.13%、25.51%和 30.81%，毛利率总体上升，与同行业公司变动趋势一致。但公司吸收性卫生用品(纸尿裤)业务毛利率低于豪悦护理，主要原因为：一方面，豪悦护理系向客户提供产品设计到生产加工的 ODM 业务，附加值和销售价格均较高；另一方面，豪悦护理专注于吸收性卫生用品的生产和销售，产销规模较大，相较于本公司具有成本优势。因此，公司毛利率低于豪悦护理具有合理性。

综上所述，公司护理用品业务的毛利率与同行业公司对比无重大异常，毛利率差异主要系各自产品结构、客户群体及营销渠道等方方面的差异引起。

(六)核查程序及结论

1.针对上述事项，我们主要执行了以下的核查程序：

(1) 获取报告期内发行人护理用品销售明细表、成本核算及分配表，复核发行人自主品牌和 OEM 业务收入和成本分类准确性；分类汇总公司 OEM 业务和自主品牌收入、成本及毛利数据，核查自主品牌和 OEM 业务毛利率变动趋势是否一致。

(2) 向主要销售人员了解公司报告期内自主品牌和 OEM 业务开展的业务模式、定价策略及主要客户变动情况；分析销售单价变动的合理性；了解自主品牌及主要 OEM 客户产品定位、材质要求等，分析单位成本变动的合理性。

(3) 获取行业数据、研究报告等，了解纺粘和水刺非织造材料的发展历史、生产工艺、应用领域及主要应用领域产品市场毛利率等情况。

(4) 访谈发行人管理层，了解纺粘非织造材料和水刺非织造材料目前在公司的业务定位、毛利率差异较大的原因及未来发展规划。

(5) 获取发行人与主要销售客户签订的销售合同、销售发票，统计报告期内主要客户的销售金额、毛利率及不同客户对同类产品的平均毛利率，分析同类产品不同客户之间毛利率差异；向发行人主要销售人员了解主要客户不同年度内毛利率变动原因及合理性；实地走访发行人主要客户，了解其向发行人采购产品的特殊要求、销售定价等。

(6) 获取发行人报告期内热风非织造材料的产销量、销售收入及主要客户销售订单，并向业务人员了解客户用途；获取热风非织造材料成本核算明细表，分析单位成本主要变动情况及原因。

(7) 向发行人主要销售负责人、总经理等了解公司热风非织造材料的业务定位、未来发展规划及业务开展情况。

(8) 查阅同行业公司招股说明书、年报报告或其他公开信息，了解同行业公司业务模式、主要客户、产品定位等，对比分析发行人与同行业公司不同护理用品的毛利率差异。

2.核查结论

经核查，我们认为：

(1) 报告期内，公司湿干巾 OEM 业务和自主品牌毛利率变动趋势一致.

(2) 非疫情情况下，纺粘非织造材料毛利率较低符合行业惯例。

(3) 虽然同类产品不同客户之间毛利率存在差异，但是具有合理性。

(4) 热风非织造材料毛利率波动较大具有合理原因，疫情逐步控制后存在市场开拓风险和生产设备减值风险。

十六、问题 25.关于期间费用

申报文件显示：

(1)报告期内，公司期间费用率呈下滑趋势；公司非织造材料和护理用品的运输费用占其收入的比重均呈逐年下降趋势，主要系长距离运输减少及护理用品中 OEM 收入占比快速上升，OEM 为物流运输，自主品牌为快递运输；销售费用中差旅费逐年下滑。

(2)2019 年，发行人董事、监事、高级管理人员的年薪从 14.69 万元至 45 万元不等。

请发行人：

(1)结合各年不同区域发货数量、运输方式、运输批次、运输重量、运输单价、运输区域、送货和自提比例等说明非织造材料和护理用品的运输费与收入、销售数量的匹配性。

(2)补充说明报告期内主要广告宣传投放渠道及金额情况，是否和收入增长趋势匹配；报告期内差旅费逐年下滑的原因及合理性。

(3)补充说明公司销售人员、管理人员、研发人员平均薪酬水平是否明显低于同行业公司薪酬水平，董监高薪酬是否低于同行业公司、当地上市公司董监高薪酬水平。

(4)补充说明报告内汇率变化对发行人经营业绩的影响，补充相关敏感性分析。

(5)补充说明发行人是否存在由关联方或其他利益相关方为发行人承担成本、费用或输送利益等情形。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

(一)结合各年不同区域发货数量、运输方式、运输批次、运输重量、运输单价、运输区域、送货和自提比例等说明非织造材料和护理用品的运输费与收入、销售数量的匹配性

1.非织造材料运输费用与收入、销量的匹配性

报告期内，非织造材料运输费占营业收入比重如下：

单位：万元

非织造材料	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度
	金额	变动率	金额	变动率	金额	变动率	金额
运输费	1,862.82	-	2,908.15	-2.80%	2,991.83	-3.15%	3,089.12
非织造材料收入	150,989.68	-	90,240.34	2.97%	87,634.45	6.84%	82,026.51
运输费占收入比重	1.23%	-61.69%	3.22%	-5.57%	3.41%	-9.55%	3.77%

报告期内，公司运输费占非织造材料收入比重分别为 3.77%、3.41%、3.22%和 1.23%，逐年下降，主要原因系：①客户自提销售收入占比逐期上涨；②报

告期内子公司广东金三发投产运营，降低华南地区单位运输成本；③公司物流竞价平台启用，相较于固定运输公司运输成本下降。

(1) 公司配送和客户自提比例变化与收入、销售数量的匹配性

项目	2020 年 1-6 月				2019 年度			
	销量(吨)	占比	销售收入(万元)	占比	销量(吨)	占比	销售收入(万元)	占比
客户自提	18,386.63	35.45%	92,403.29	61.20%	11,506.22	16.02%	11,801.01	13.08%
内销配送	18,505.89	35.68%	34,410.75	22.79%	30,962.59	43.10%	41,041.43	45.48%
外销配送	14,967.85	28.86%	24,175.64	15.91%	29,368.42	40.88%	37,397.90	41.44%
小计	51,860.37	100.00%	150,989.68	100.00%	71,837.23	100.00%	90,240.34	100.00%
项目	2018 年度				2017 年度			
	销量(吨)	占比	销售收入(万元)	占比	销量(吨)	占比	销售收入(万元)	占比
客户自提	9,043.59	14.26%	9,487.45	10.83%	4,908.82	8.53%	4,954.47	6.04%
内销配送	28,926.61	45.60%	41,572.11	47.44%	28,896.01	50.23%	41,500.44	50.59%
外销配送	25,469.34	40.15%	36,574.89	41.73%	23,725.72	41.24%	35,571.60	43.37%
小计	63,439.54	100.00%	87,634.45	100.00%	57,530.55	100.00%	82,026.51	100.00%

2017年度、2018年度和2019年度，公司配送销量占比分别为91.47%、85.74%和 83.98%，配送收入占比分别为 93.96%、89.17%和 86.92%，收入占比略高于销量占比，主要系对于客户自提模式，公司销售定价相对较低；由公司配送时适当考虑运输成本，销售定价较高。2020年1-6月，客户配送销量占比为64.55%，配送收入占比为38.80%，主要系受疫情的影响，各地出台标准不一的交通限制、隔离措施等防疫政策。下游口罩、防护服生产企业向本公司采购熔喷布、纺粘非织造材料时，为保障自身生产经营的稳定性，多采用上门自提方式，使得客户自提比例显著上升。由于疫情期间纺粘非织造材料、热风非织造材料售价较高，且多采取自提方式，因而自提收入占比高于销量占比。

综上，公司非织造材料自提、配送量与收入相匹配。

(2) 不同区域发货数量、运输区域、运输单价、运输重量和运输批次引起运输费变化与收入、销售数量的匹配性

非织造材料发货数量计量单位为吨，与销售数量计量单位一致，运输公司

单车次运费按运输重量和运输区域报价。报告期内，公司非织造材料不同区域发货数量、运输区域、运输单价、运输重量和运输批次情况如下：

华东地区	运输批次（车）	运输重量（吨）	运输费用（万元）	单车运输费用（元/车）	单吨运输费用（元/吨）
2020 年 1-6 月	1942	12,817.71	759.35	3,910.12	592.42
2019 年度	3711	21,998.93	1,134.36	3,056.75	515.64
2018 年度	3546	21,205.48	1,145.28	3,229.77	540.09
2017 年度	3586	23,032.18	1,247.53	3,478.88	541.64
华南地区	运输批次（车）	运输重量（吨）	运输费用（万元）	单车运输费用（元/车）	单吨运输费用（元/吨）
2020 年 1-6 月	572	3,867.65	165.69	2,896.65	428.40
2019 年度	1063	6,385.26	260.98	2,455.14	408.73
2018 年度	947	5,797.99	270.39	2,855.22	466.35
2017 年度	520	3,857.27	309.23	5,946.78	801.69
国内其他地区	运输批次（车）	运输重量（吨）	运输费用（万元）	单车运输费用（元/车）	单吨运输费用（元/吨）
2020 年 1-6 月	252	1,820.53	129.27	5,129.63	710.05
2019 年度	369	2,578.40	172.80	4,682.90	670.18
2018 年度	289	1,923.14	141.58	4,898.87	736.18
2017 年度	303	2,006.56	175.03	5,776.58	872.29
国外（陆运）	运输批次（车）	运输重量（吨）	运输费用（万元）	单车运输费用（元/车）	单吨运输费用（元/吨）
2020 年 1-6 月	20	325.17	41.24	20,619.27	1,268.23
2019 年度	11	206.90	22.99	20,898.12	1,111.09
2018 年度	22	418.92	49.92	22,691.82	1,191.69
2017 年度	64	1,142.67	136.30	21,296.59	1,192.80
国外（海运）	货柜数量（个）	运输重量（吨）	运输费用（万元）	单车运输费用（元/个）	单吨运输费用（元/吨）
2020 年 1-6 月	1,313	14,642.68	767.28	5,843.72	524.00
2019 年度	3,202	29,161.52	1,317.02	4,113.13	451.63
2018 年度	2,789	25,050.42	1,384.66	4,964.73	552.75
2017 年度	2,519	22,583.05	1,221.04	4,846.71	540.69

2018 年度，公司配送数量为 54,395.96 吨，相比 2017 年度上升 3.37%，但是运输费用下降 3.15%，主要系：一方面，随着子公司广东金三发投产运营，金三发卫材在广东地区的部分销售业务由广东金三发承接，减少了产品长距离运输费；另一方面，广东金三发所在的佛山地区是中国妇婴卫生用纺织品示范基地和中国医卫用非织造产品示范基地，下游非织造材料客户较为集中且距离较近，运输费用较低。2018 年度，广东金三发在华南地区配送数量由 2017 年度的 205.28 吨增加到 2,400.63 吨，导致 2018 年度总体运输费用下降，华南地区 2018 年度单车运输费用、单吨运输费用相较 2017 年相比有明显下降趋势。2019 年度，广东金三发在华南地区的销售进一步增长，由 2018 年度的 2,400.63 吨增长至 2019 年度的 3,197.43 吨，华南地区单车运输费用、单吨运输费用继续下降。

2019 年度，公司配送数量比 2018 年度配送数量增加，运输费用下降，一方面系公司自 2019 年 4 月开始启用物流竞价平台，公司在平台发布配送业务，并根据各物流公司报价情况选择最低价中标。与原先使用相对固定的物流公司相比，竞价平台模式下公司有效压缩了物流成本。另一方面，2019 年度原油价格较 2018 年度有所下降，物流公司也在基于油价变动幅度对运输报价适当调整。

2020 年 1-6 月，受疫情期间交通限制的影响，各运输区域的单位运费均出现不同程度上涨。

2.护理用品运输费用与收入、销量的匹配性

报告期内，护理用品运输费占收入比重如下：

单位：万元

护理用品	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度
	指标	变动率	指标	变动率	指标	变动率	指标
运输费	1,259.93	-	1,809.42	40.94%	1,283.86	-5.64%	1,360.61
护理用品收入	35,841.78	-	40,740.62	51.77%	26,854.13	45.65%	18,437.42
运输费占收入比重	3.52%	-20.83%	4.44%	-7.11%	4.78%	-35.23%	7.38%

公司护理用品运输费分为三种业务模式下产生的运费：OEM 国内业务由公司负责配送的运费、OEM 出口业务由公司厂区至港口的运杂费及自主品牌业务运费。报告期内，护理用品运输费占护理用品收入比重分别为 7.38%、4.78%、

4.44%和 3.52%，逐年下降。护理用品包括湿干巾和纸尿裤，由于规格型号较多且湿干巾重量差异较大，客户订单组合形式多样，因此运输费用/销售数量（万片）各年度之间可比性不大。

运输费变动原因主要系在该三种业务模式下，随着销售规模的扩大，运输方式的选择以及产品结构变化。

(1) 护理用品 OEM 国内

公司护理用品国内 OEM 业务主要以物流运输至客户指定交货地点，报告期内，公司发货区域、运输批次、运输单价、自提和配送金额与收入的匹配性如下：

区域	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
江浙沪地区（车次）	591	845	920	656
广东地区（车次）	61	212	231	372
国内其他地区（车次）	288	686	600	185
合 计	940	1,743	1,751	1,213
运输费（万元）	169.59	295.40	302.34	271.11
单车运费（元/车次）	1,804.19	1,694.76	1,726.69	2,235.04
护理用品 OEM 国内收入（万元）	21,439.31	22,656.23	12,411.72	5,035.93
其中：自提方式（万元）	12,778.14	11,848.72	3,318.76	-
配送方式（万元）	8,661.18	10,807.51	9,092.96	5,035.93
单位配送收入运输费用	0.020	0.027	0.033	0.054

报告期内，公司单位配送收入运输成本分别为 0.054 元、0.033 元、0.027 元和 0.020 元，呈下降趋势，主要原因系：①报告期初，公司 OEM 国内业务尚处于早期发展阶段，承接的订单和客户规模均较小。由于单批次交货量小、客户分散，公司较多使用小车运输，单位收入运输成本较高，随着业务逐渐发展，越来越多较为知名的品牌商开始寻求与公司达成 OEM 合作，单个客户订单规模大、交货量和收货地址集中。随着单批次交货量上升，公司可灵活安排大小物流车辆，充分利用车辆装载能力，实现单位收入运输成本下降。②随着物流规模扩大，公司通过竞价平台与部分物流供应商签订有利于控制物流成本的合同，使得运输单价有所降低。③报告期内公司湿干巾 OEM 产品销售单价从 469.15 元

/万片逐步上涨至 561.53 元/万片，间接降低了单位收入中的运输费用。

(2) 护理用品 OEM 出口

OEM 出口业务主要承担厂区至港口的港杂费、拖车费和货代费用，报告期内，公司护理用品 OEM 出口业务单数、运输费与收入的匹配性如下：

护理用品 OEM 出口	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
业务单数（车次）	229	547	376	248
运输费（万元）	130.76	192.17	106.50	109.48
每单业务运输费（元/次）	5,709.84	3,513.08	2,832.44	4,414.45
护理用品 OEM 出口收入（万元）	5,858.86	6,571.86	3,781.98	3,767.20
单位收入运输费用	0.02	0.03	0.03	0.03

报告期内，公司 OEM 出口业务的单位收入运输费用分别为 0.03 元、0.03 元、0.03 元和 0.02 元，2020 年 1-6 月单位收入运输费用有所下降，主要原因为外销产品销售单价上涨所致。

(3) 护理用品自主品牌业务

按照运输方式的不同，护理用品自主品牌业务分为两大类：采用经销商和母婴店模式销售以及电商平台模式销售，经销商和母婴店模式销售主要采用物流运输方式及快递方式至客户指定交货地点，电商平台模式基本采用快递方式发货至客户指定交货地点。

① 报告期内，经销商和母婴店模式运输费与销售收入的匹配性如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
运输费	202.45	226.12	340.74	448.55
经销商和母婴店模式	4,723.65	5,118.12	6,816.84	5,845.26
运输费占收入比例	4.29%	4.42%	5.00%	7.67%

报告期内，经销商和母婴店模式运输费用占销售收入的比例分别为7.67%、5.00%、4.42%和 4.29%，其中 2017 年度以快递形式向经销商和母婴店发货较多，导致当期运输费占比较高；自 2018 年开始，公司逐渐转为以物流方式配送为主，占比开始下降。

经销和母婴店模式	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度

(物流方式)				
运输费(万元)	126.67	198.83	292.65	263.99
运输车次数量(车次)	808	1,675	2,647	2,181
单车运费(元/车次)	1,567.64	1,187.02	1,105.58	1,210.41
经销和母婴店模式 (快递方式)	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
运输费(万元)	75.78	27.29	48.09	184.56
快递数量(件)	32,836	25,404	53,379	132,385
单笔快递费(元/次)	23.08	10.74	9.01	13.94

2017 年度至 2019 年度，经销和母婴店通过物流方式发货的单车运费变动不大；2020 年 1-6 月，受疫情影响，单车运费上涨幅度较大。由于经销和母婴店的收入金额偏小，部分商品通过快递的形式寄送，2017 年度至 2019 年度变动幅度不大，2020 年 1-6 月较 2019 年度上涨幅度较大，系由于公司在 2020 年 2 月疫情期间向湖北地区发货 8,196 次，产生运输费 39.31 万元所致，剔除该部分因素影响后，2020 年 1-6 月单笔快递费为 14.80 元。

② 报告期内，电商平台模式运输费与收入的匹配性如下：

电商平台模式	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
运输费(万元)	757.14	1,095.74	534.28	531.48
电商平台收入(万元)	3,819.96	6,394.39	3,843.59	3,789.04
交易笔数(笔)	2,190,788	3,479,407	829,363	865,067
单笔交易快递费(元)	3.46	3.15	6.44	6.14
运输费占收入比例	19.82%	17.14%	13.90%	14.03%

2017 年度和 2018 年度，公司单笔交易快递费分别为 6.14 元和 6.44 元，基本一致；2019 年度，随着快递公司竞争日益激烈、公司电商快递发货数量增加，公司对快递公司议价能力提高，降低了单笔交易快递费；2020 年 1-6 月，受疫情影响，单笔交易快递费比 2019 年度有所上涨。

报告期内，公司电商平台模式下运输费占收入的比例分别为14.03%、13.90%、17.14%和 19.82%，呈上升趋势，主要系 2017 年度和 2018 年度公司电商平台销售商品以纸尿裤为主，产品销售单价较高，单笔快递实现收入较高，运费收入占比较低；2019 年度开始销售产品主要为湿干巾产品，单笔交易实现收入较低，

占单笔快递费比例上升所致。

(二)补充说明报告期内主要广告宣传投放渠道及金额情况，是否和收入增长趋势匹配；报告期内差旅费逐年下滑的原因及合理性

1.报告期内主要广告宣传投放渠道及金额情况如下：

单位：万元

业务类型	广告宣传投放渠道	2020年1-6月		2019年		2018年		2017年	
		金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
护理用品	展会	-	-	119.43	14.00%	245.44	31.00%	317.85	24.65%
	样品推广	25.83	6.00%	57.83	7.00%	98.09	12.00%	285.39	22.14%
	电商平台	333.58	76.00%	398.14	48.32%	255.94	32.00%	382.15	29.64%
	其他	46.26	11.00%	152.61	18.52%	41.53	5.00%	170.60	13.23%
	小计	405.67	93.00%	728.01	88.00%	640.99	80.00%	1,156.00	89.66%
非织造材料	展会	21.57	5.00%	54.69	7.00%	95.68	12.00%	85.45	6.63%
	样品推广	9.59	2.00%	37.68	5.00%	40.78	5.00%	20.20	1.57%
	其他	-	-	3.54	0.01%	19.06	2.00%	27.65	2.14%
	小计	31.16	7.00%	95.91	12.01%	155.53	20.00%	133.31	10.34%
	合计	436.83	100.00%	823.92	100.00%	796.52	100.00%	1,289.30	100.00%

报告期内，公司护理用品的广告宣传费占比从89.66%增长至93.00%，非织造材料的广告宣传费从10.34%下降至7%。护理用品OEM业务主要通过展会、自主品牌主要通过派发样品至各母婴连锁店和经销门店、电商平台推广等方式进行广告宣传。电商平台推广主要包括天猫店铺技术服务费、聚划算、淘宝钻展、淘宝直通车、京东京造推广费等。

2017年，公司护理用品采用自主品牌和OEM业务齐头并进的发展策略，主要通过参加各类展会、行业期刊广告等进行宣传推广；同时，公司以派发样品至各母婴连锁店、经销门店等方式开展线下推广活动。

2018年开始，为充分发挥公司在产品研发、生产等方面的竞争优势，公司将护理用品业务发展重心转向以OEM为主，该类业务面向下游品牌商，可以以相对较少的营销资源投入实现销售收入增长，因而展会费和样品推广费下降。同时，公司为降低电商平台广告推广支出，合资设立杭州优全。随着公司组建

专业的互联网电商运营团队，电商平台费用较 2017 年度有所下降。

非织造材料业务推广主要靠展会和派发样品，宣传费用投入占比较小。

2.报告期内广告宣传费和收入增长趋势比较：

单位：万元

项目	2020年1-6月	2019 年	2018 年	2017 年
护理用品广告宣传费	405.67	728.01	640.99	1,156.00
护理用品收入	35,841.78	40,740.62	26,854.13	18,437.42
护理用品广告宣传费率	1.13%	1.79%	2.39%	6.27%
非织造材料宣传费	31.16	95.91	155.53	133.31
非织造材料收入	150,989.68	90,240.34	87,634.45	82,026.51
非织造材料宣传费率	0.02%	0.11%	0.18%	0.16%

报告期内，公司护理用品和非织造材料广告宣传费占业务收入的比重逐年下降，具体情况如下：

对于护理用品。首先，公司将护理用品业务发展重心转向以 OEM 为主，该类业务面向下游品牌商，可以以相对较少的营销资源投入实现销售收入增长，因而广告宣传费下降；其次，公司通过合资设立电商销售公司，组建了电商运营团队，电商平台推广费用支出小于收入增长幅度；最后，公司战略性收缩自主品牌业务线下销售规模，减少了对母婴店和经销商的销售占比，样品费用支出减少。

对于非织造材料。公司在非织造材料领域具有较高的知名度，日常仅通过参加展会和寄送少量样品进行推广，费用收入占比较低。2020 年 1-6 月，受到疫情的影响，口罩、防护服、酒精湿巾等防疫物资需求扩大，非织造材料和护理用品供不应求，无需过多广告宣传投入，相应公司广告宣传费率下降。

综上所述，报告期内，公司广告宣传费与收入的增长趋势相匹配。

3.报告期内差旅费逐年下滑的原因及合理性

报告期内，公司差旅费变动情况如下：

单位：万元

项　目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
护理用品差旅费	16.29	102.20	271.70	362.06

非织造材料差旅费	10.50	28.64	28.74	62.03
销售费用-差旅费小计	26.79	130.84	300.44	424.09
管理费用-差旅费	25.23	73.15	99.76	159.89
差旅费合计	52.02	203.99	400.20	583.98

(1) 销售费用中差旅费变动

公司销售费用-差旅费主要为销售护理用品产生的差旅费。报告期内，护理用品差旅费金额分别为 362.06 万元、271.70 万元、102.20 万元和 16.29 万元，分别占销售费用-差旅费金额的 85.37%、90.43%、78.11%和 60.81%。2017 年，公司护理用品属于创业阶段，需要业务员通过参加各类展会、派发样品至各母婴连锁店、经销门店和上门拜访等方式开展线下推广活动，产生了较多的销售人员交通费、住宿费、过路费和小汽车油费等各项差旅费用；2018 年，公司将护理用品业务发展重心转向以 OEM 为主，逐渐减少地推人员，差旅费相应减少；随着公司护理用品知名度的提高以及降低母婴连锁店和经销门店的投入，2019 年公司业务人员出差频率继续下降，差旅费下降。2020 年 1-6 月受疫情影响，公司销售人员异地出差较少，差旅费大幅降低。

(2) 管理费用中差旅费变动

报告期内，公司管理费用中差旅费逐年下降。2018 年较 2017 年大幅下降主要系 2017 年公司举办护理用品新品发布活动，公司组织人员参与该项活动的酒店住宿费用较多，而后续年度未再次举办此类活动。2020 年 1-6 月差旅费下降主要系受疫情影响，公司管理人员异地出差较少。

(三)补充说明公司销售人员、管理人员、研发人员平均薪酬水平是否明显低于同行业公司薪酬水平，董监高薪酬是否低于同行业公司、当地上市公司董监高薪酬水平

1.公司销售人员、管理人员、研发人员平均薪酬与同行业对比：

单位：万元/年

公司名称	2020 年 1-6 月			2019 年度		
	销售人员平均工资	管理人员平均工资	研发人员平均工资	销售人员平均工资	管理人员平均工资	研发人员平均工资
欣龙控股	-	-	-	19.36	13.90	-

诺邦股份	-	-	-	18.51	16.33	13.20
延江股份	-	-	-	58.99	18.57	8.89
金春股份	-	-	-	13.81	10.17	15.04
稳健医疗	-	-	-	11.20	17.92	6.49
豪悦护理	-	-	-	12.23	13.75	13.93
洁雅股份	11.54	4.92	3.06	-	8.49	-
行业平均	11.54	4.92	3.06	22.35	14.16	11.51
本公司	6.76	5.89	4.56	12.08	11.45	9.66
公司名称	2018 年度			2017 年度		
	销售人员平均工资	管理人员平均工资	研发人员平均工资	销售人员平均工资	管理人员平均工资	研发人员平均工资
欣龙控股	10.79	13.86	-	9.69	11.78	-
诺邦股份	15.18	15.84	14.31	11.12	10.48	10.01
延江股份	58.42	13.26	7.64	72.08	12.92	9.09
金春股份	-	-	-	12.36	9.06	10.45
稳健医疗	10.31	16.98	-	9.71	14.58	-
豪悦护理	11.28	13.54	12.26	11.93	12.98	-
洁雅股份	-	8.37	-	-	8.76	-
行业平均	21.20	13.64	11.40	21.15	11.51	9.85
本公司	7.30	10.98	9.61	5.19	10.23	7.08

注：同行业公司部分数据未披露。

报告期内，公司管理人员和研发人员平均薪酬高于洁雅股份和金春股份，低于欣龙控股、诺邦股份、延江股份和稳健医疗，处于行业中间水平。

公司销售人员平均薪酬低于同行业公司，一方面系公司销售人员中线下推广人员或物流辅助发货人员数量较多、占比较高，该等销售人员主要从事简单劳务工作、人均创收较低，因而薪酬水平较低；另一方面，同行业公司多为上市公司，薪酬水平较高。虽然报告期内公司销售人员平均薪酬水平略低，但增速较快。

2.董监高平均薪酬与同行业公司及当地上市公司董监高平均薪酬水平对比：

单位：万元

公司名称	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
欣龙控股	-	18.66	21.57	18.44
诺邦股份	-	24.77	20.43	10.91
延江股份	-	105.26	105.21	93.14
金春股份	-	31.67	18.39	23.18
稳健医疗	-	60.23	51.62	42.64
豪悦护理	-	35.93	26.46	13.52
洁雅股份	12.78	18.77	17.73	15.48
同行业平均工资	12.78	42.19	37.34	31.04
中晶科技	12.30	24.59	26.39	20.51
润阳科技	7.11	15.36	20.97	13.60
当地上市公司平均工资	9.71	19.97	23.68	17.06
本公司	14.14	25.20	20.36	21.86

注：同行业公司部分数据未披露

报告期内，公司董监高平均薪酬分别为 21.86 万元、20.36 万元、25.20 万元和 14.14 万元，高于洁雅股份、欣龙控股和诺邦股份，低于延江股份、金春股份、稳健医疗和豪悦护理，公司董监高平均薪酬处于行业中间水平。

报告期内，公司董监高平均薪酬与长兴当地上市公司相比，处于合理水平。

(四)补充说明报告内汇率变化对发行人经营业绩的影响，补充相关敏感性分析

报告期内，公司外销收入分别为 39,338.80 万元、40,356.87 万元、43,969.76 万元和 30,034.50 万元，占当期主营业务收入的比例分别为 39.16%、35.25%、33.57%及 16.08%。

报告期内，公司外销收入以美元结算为主，美元兑人民币汇率波动对公司销售收入的影响如下：

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
期初汇率	6.96	6.85	6.51	6.95
期末汇率	7.08	6.98	6.86	6.53

汇率变动	0.12	0.13	0.35	-0.42
美元计价收入(万美元)	4,125.15	6,221.29	6,085.25	5,969.65
汇率变动对美元计价的外销收入的影响(万元)	247.51	404.38	1,064.92	-1,253.63

注：汇率变动对外销收入的影响=外销收入*汇率变动/2

报告期内，公司美元汇率变动带来的销售收入影响的合计金额分别为-1,253.63 万元、1,064.92 万元、404.38 万元及 247.51 万元，占当期主营业务收入的比重分别为-1.25%、0.93%、0.31%、0.13%，汇率波动对公司的销售收入影响较小。

假定除汇率以外的其他风险变量不变、报告期内外销收入分别按照美元兑人民币年平均汇率折算，在美元兑人民币年平均汇率上升(下浮)5%的情况下，对公司净利润的影响如下：

项目	汇率变化	净利润变化			
		2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
人民币对美元贬值	增加 5%	1.48%	18.57%	32.51%	26.18%
人民币对美元升值	减少 5%	-1.48%	-18.57%	-32.51%	-26.18%

美元汇率变化对公司净利润的影响逐渐下降，2020 年 1-6 月影响程度最低，主要系随着国内市场的进一步开拓，非织造材料和护理用品的国内销售业绩不断提高，外销收入占比不断下降，2020 年 1-6 月受新冠疫情影响，国内口罩、防护服等医疗和卫生防护用品市场需求激增，带动公司内销非织造材料销售规模大幅增长，较大幅度降低了外销收入的比重。

(五)补充说明发行人是否存在由关联方或其他利益相关方为发行人承担成本、费用或输送利益等情形

1.公司与关联方之间的关联交易定价公允，详见本回复报告二、问题 5 所述。

(1) 采购能源与动力

以报告期各期交易金额大于 50 万元为标准，关联企业金三发粘合衬、金三发科技向发行人供应商采购能源动力的情况如下：

关联方	供应商名称	交易类型	交易内容	交易金额(万元)			
				2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
金三发新材	浙江长兴东南热力有限责任公司	能源与动力	蒸汽	183.61	223.99	170.64	188.34
金三发粘合衬	浙江长兴东南热力有限责任公司	能源与动力	蒸汽	277.37	645.16	404.67	156.40
金三发新材	长兴华润燃气有限公司	能源与动力	天然气	250.94	330.33	396.09	317.18
金三发粘合衬	长兴华润燃气有限公司	能源与动力	天然气	225.23	859.41	1,012.17	78.38
金三发新材	国网浙江长兴县供电有限公司	能源与动力	电力	220.05	431.23	306.37	334.35
金三发粘合衬	国网浙江长兴县供电有限公司	能源与动力	电力	132.26	398.50	394.60	441.34
能源与动力小计				1,289.46	2,888.62	2,684.53	1,516.00

注：上表仅列示发行人与供应商发生交易年度的关联方与该公司交易金额

公司与金三发粘合衬、金三发科技厂区毗邻，蒸汽均由浙江长兴东南热力有限责任公司提供；天然气均由长兴华润燃气有限公司提供；电力均由国网浙江长兴县供电有限公司提供。报告期内，公司采购能源与动力价格与金三发粘合衬和金三发科技采购能源与动力价格对比分析如下：

交易内容	采购方	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
		采购价格	价差率	采购价格	价差率	采购价格	价差率	采购价格	价差率
蒸汽(元/吨)	金三发新材	176.78	0.36%	184.86	4.95%	169.09	0.00%	165.05	0.36%
	金三发卫材	176.15		176.15		169.09		165.64	
蒸汽(元/吨)	金三发粘合衬	188.73	7.14%	179.08	1.66%	168.08	-0.60%	167.47	1.11%
	金三发卫材	176.15		176.15		169.09		165.64	
天然气(元/立方米)	金三发新材	2.84	-7.20%	2.94	-6.38%	3.05	-	2.91	-
	金三发卫材	3.06		3.14		-		-	
天然气(元/立方米)	金三发粘合衬	2.76	-9.81%	3.06	-2.33%	2.71	-	2.84	-
	金三发卫材	3.06		3.14		-		-	
电力(元/度)	金三发新材	0.64	6.50%	0.63	5.21%	0.66	9.21%	0.61	0.00%
	金三发卫材	0.60		0.60		0.61		0.61	
电力(元/度)	金三发粘合衬	0.69	15.33%	0.64	7.26%	0.65	7.50%	0.60	-2.34%
	金三发卫材	0.60		0.60		0.61		0.61	

注：采购价差异率=(关联方采购价-公司采购价)/公司采购价

公司以及关联方采购蒸汽、天然气和电力价格均由供应商定价，年度采购均价存在价格差主要系供应商调价以及峰谷电价格不一致所致。公司与关联方

相同月份同一种类型的蒸汽、天然气和电力采购价格基本相同。

(2) 采购材料

2017-2020 年，年交易金额大于 50 万元为标准，关联企业金三发粘合衬、金三发科技向发行人供应商采购材料的情况如下：

关联方	供应商名称	交易类型	交易内容	交易金额(万元)			
				2020 年	2019 年度	2018 年度	2017 年度
金三发粘合衬	传化智联股份有限公司	原材料	化工辅料	364.74	457.59	305.64	270.02
金三发新材	传化智联股份有限公司	原材料	化工原料	156.93	202.36	294.69	-
金三发粘合衬	杭州杭美塑胶有限公司	周转材料	托盘	75.75	55.55	-	-
金三发粘合衬	长兴锦添包装材料有限公司	包装材料	编织袋、编织袋筒料	16.08	35.62	59.59	29.51
金三发粘合衬	长兴环达玻璃纤维制造有限公司	原材料	无纺布	831.20	695.33	855.05	474.73
材料小计				1,444.70	1,446.45	1,514.97	774.26

① 传化智联股份有限公司

该公司主营业务为传化网智能物流业务和化工业务。金三发粘合衬和金三发科技向其采购化工助剂 CDT-增白剂、TF-212K（高温匀染剂）、TF-525C 浓棉用防水防油加工厂剂、TF-632（超低甲醛硬挺剂）、TF-630C 硬挺催化剂用于棉布的整理定型。2020 年，发行人及金三发卫材由于疫情原因，向传化智联股份有限公司采购抗静电剂作为在纺粘非织造材料的生产辅料，生产后的非织造材料可作为生产防护服和隔离服的原料，公司向其采购金额为 25.44 万元，占采购总额比重较低。

② 杭州杭美塑胶有限公司

该公司主营业务为批发、零售塑胶制品，劳保用品，环保用品，电子产品，化工产品及原料，印刷材料，包装材料，五金交电，办公用品。2017、2019 年和 2020 年，发行人及金三发卫材向其采购塑料托盘用于车间使用。

③ 长兴锦添包装材料有限公司

该公司主营业务为编织袋加工、销售，货物进出口，技术进出口。2017-2020 年，发行人及金三发卫材向其购买编织袋金额分别为 42.38 万元、49.53 万元、51.41 万元和 132.48 万元。编织袋属于低值易耗品，公司根据实际需求量购买，总体采购金额较小。

④ 长兴环达玻璃纤维制造有限公司

该公司主营业务为玻璃纤维、服装辅料、纺织品用纸管生产、加工、销售。金三发粘合衬主要向其购买 17-23g、24-50g 和 51-75g 粘合衬基布用于生产服装辅料。公司2017年度和2018年度向其购买规格型号为23g*104cm、23g*103cm、23g*100cm 和 23g*101cm 的无纺布，用于生产尿裤芯体，2019 年起该部分型号的无纺布由公司自主生产，仅向该公司采购 0.20 万元。

公司对长兴环达玻璃纤维制造有限公司采购价格与金三发粘合衬对其采购价格对比如下：

期间	单位	采购数量(吨)	采购金额(万元)	采购单价(万元/吨)	价差率
2018 年度	金三发粘合衬	681.40	855.05	1.25	-9.77%
	公司	62.32	86.67	1.39	
2017 年度	金三发粘合衬	408.13	474.73	1.16	-6.70%
	公司	119.64	149.15	1.25	

金三发粘合衬与公司对长兴环达玻璃纤维制造有限公司采购价格差异主要系购买的原材料不同所致，公司采购原材料用于卫生用品，要求更高，采购价格高于粘合衬基布。

综上，关联方与发行人向共同能源、动力供应商采购价格公允，向共同材料供应商采购价格差异具有合理性。

2.关联方期间费用率未明显变动

发行人实际控制人控制的其他企业中，除金三发粘合衬和金三发科技外，均未实际经营或仅从事股权投资业务，发生的期间费用较少。

报告期内，金三发粘合衬和金三发科技期间费用率如下：

金三发粘合衬	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
销售费用	4.25%	3.94%	3.83%	5.64%
管理费用	7.62%	7.47%	8.45%	8.74%
财务费用	0.67%	0.35%	-0.75%	0.13%
合计	12.54%	11.76%	11.53%	14.51%
金三发科技	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
销售费用	0.23%	0.71%	0.03%	0.40%

管理费用	4.76%	4.38%	3.30%	5.29%
财务费用	-0.50%	-0.68%	2.41%	4.67%
合计	4.49%	4.41%	5.74%	10.36%

注：研发费用未从管理费用中单独列示；期间费用率计算均系未经审计数据。

如上表所示，除关联企业金三发科技由于 2017 年财务费用较高导致当年期间费用率较高之外，报告期内关联企业金三发粘合衬和金三发科技期间费用率在基本稳定，未发生异常变化。

经核查，未发现关联方通过期间费用为发行人承担成本、费用或输送利益的情形。

3.关联方资金流水异常往来情况

我们获取了发行人控股股东及其控制的其他企业，实际控制人及其关系密切家庭成员，董事(不包括外部董事)、监事、高级管理人员、关键管理人员及其配偶等企业和个人报告期内银行账户的资金流水。

对于已获取的个人银行卡资金流水，通过访谈银行卡主，对单笔金额 50 万元以上的流水逐笔确认交易内容，搜集原始凭证，核查和确认大额资金流水的资金来源和资金流向。

经核查，以上核查程序中未发现报告期内关联方相互之间、关联方与发行人客户、供应商之间发生异常资金往来；未发现报告期内关联方通过资金往来为发行人承担成本、费用或输送利益的情形。

综上分析，经过必要的核查程序，未发现报告期内发行人存在由关联方或其他利益相关方为发行人承担成本、费用或输送利益等情形。

(六)核查程序及结论

1.针对上述事项，我们主要执行了以下的核查程序：

(1) 获取报告期内发行人运费台账，统计运费台账中各种运输方式(自提、配送、快递等)、各类产品(非织造材料、护理用品)的销售数量、运费。

(2) 获取报告期内发行人销售明细，分析各区域各类产品销售金额、数量，结合关于运费统计数据，计算和分析各区域各类产品运输批次、运输重量、单车运费、单吨运费等数据，判断运费合理性及其与销售收入、销售数量的匹配性。

(3) 获取报告期内发行人广告宣传费明细，统计各期不同投放渠道的广告宣传费及变动情况，分析广告宣传费变动及与收入变动是否匹配。

(4) 获取发行人主要广告投放相关合同，结合访谈主要销售负责人，分析发行人业务定位变化与不同渠道广告宣传费变化的相关性。

(5) 获取发行人销售费用-差旅费及管理费用-差旅费的明细，分析差旅费结构及其变化，分析合理性。

(6) 向发行人管理层了解公司对销售人员、管理人员的考核机制、业务变化等，分析报告期内发行人差旅费逐年下滑的原因，判断合理性。

(7) 获取发行人销售人员、管理人员、研发人员薪酬明细，分析变化情况。

(8) 查阅报告期内同行业公司及当地上市公司招股说明书、定期报告等，采集同行业公司或当地上市公司销售人员、管理人员和研发人员薪酬数据，与发行人该等人员薪酬水平进行比较，分析是否合理。

(9) 获取报告期内发行人主营业务收入明细，查询报告期内美元汇率变动情况，计算汇率变化对发行人净利润的影响。

(10) 获取和查阅发行人与关联方的共同供应商采购合同、发票等原始单据，分析关联交易定价公允性，分析关联方是否存在通过关联交易为发行人承担成本、费用或输送利益的情形。

(11) 获取报告期内关联企业财务报表及账套、银行流水，核查关联企业期间费用是否发生异常情形，核查是否与发行人客户、供应商存在异常资金往来。

(12) 获取关联方金三发科技、金三发粘合衬与发行人供应商的交易明细，对比价格是否公允，分析关联方是否存在通过与发行人供应商业务往来为发行人承担成本、费用或输送利益的情形。

(13) 获取报告期内关联方及发行人员工名册、工资发放记录，交叉对比是否存在关联方通过承担员工薪酬为发行人承担成本、费用或输送利益的情形。

(14) 实地走访发行人的主要客户和主要供应商，核查发行人主要客户和主要供应商是否存在协助发行人向其输送利益的情形。

2.核查结论

经核查，我们认为：

(1) 报告期内发行人非织造材料和护理用品的运输费与收入、销售数量匹

配。

(2) 报告期内发行人广告宣传费变动与收入增长趋势相匹配；发行人差旅费逐年下滑的变动情况具有合理性。

(3) 报告期内发行人管理人员和研发人员平均薪酬与同行业公司相比处于合理水平，发行人董监高薪酬与同行业公司、长兴当地上市公司相比处于合理水平；发行人销售人员平均薪酬低于同行业公司具有合理性。

(4) 经过必要的核查程序，未发现报告期内发行人存在由关联方或其他利益相关方为发行人承担成本、费用或输送利益等情形。

十七、问题 26.关于固定资产和在建工程

申报文件显示：

(1)报告期各期末，发行人固定资产分别为 3.20 亿元、4.31 亿元、5.71 亿元和 6.45 亿元，在建工程分别为 1.13 亿元、1.02 亿元、1.27 亿元和 2.48 亿元，2020 年 1-6 月在建工程大幅提高。

(2)公司主要生产设备，水刺 1 号、2 号、4 号、5 号和纺粘 4 号、6 号等生产线成新率较低。报告期各期末，资产减值损失分别为 650.32 万元、742.69 万元、328.39 万元、1,123.04 万元。

(3)截至报告期末，公司账面价值 8,549.46 万元的房屋及建筑物和 1,148.56 万元的机器设备设定了抵押担保。发行人未说明抵押担保的具体情况。报告期内，发行人存在一项融资租赁，租赁成本 1,533.11 万元，租金 1,315.09 万元。

请发行人：

(1)补充说明报告期内发行人机器设备规模、成新率与各类产品的产能是否匹配。

(2)结合机器设备处置、更换或升级的情况及固定资产损毁报废损失，说明固定资产减值测算的过程和计算方法，各期减值准备是否已充分计提。

(3)补充披露发行人在建工程主要项目，在建工程是否在达到可使用状态以后及时转入固定资产；2020 年 1-6 月在建工程大幅增加的原因，未来产能消化措施。

(4)补充披露融资租赁的主要设备，采用融资租赁方式使用生产设备的原因，融资租赁会计处理的情况，是否符合《企业会计准则》相关规定。

请保荐人、申报会计师发表明确意见，并说明对报告期固定资产的监盘程序、监盘比例及监盘结论。

(一)补充说明报告期内发行人机器设备规模、成新率与各类产品的产能是否匹配

截至报告期末，公司主要产品的生产设备(账面原值在 500 万以上)的明细情况如下：

单位：万元、万元/吨、万元/万片

资产名称	账面原值	单位产能	成新率	年产能	工艺
水刺 1 号生产线	1,216.45	0.43	35.64%	2,800 吨	直铺
水刺 2 号生产线	1,072.77	0.41	32.29%	2,600 吨	直铺
水刺 4 号生产线	2,163.54	0.35	26.66%	6,200 吨	直铺
水刺 5 号生产线	3,266.77	0.50	34.54%	6,500 吨	直铺
水刺 6 号生产线	2,805.79	0.35	42.95%	8,000 吨	直铺
水刺 7 号生产线	2,776.95	0.58	40.62%	4,800 吨	交叉
水刺 8 号生产线	3,038.91	0.55	59.41%	5,500 吨	交叉
水刺 9 号生产线	3,206.92	0.49	67.26%	6,600 吨	直铺
水刺 10 号生产线	5,956.63	0.61	79.52%	9,700 吨	直铺
水刺 11 号生产线	7,853.96	0.79	89.62%	10,000 吨	直铺
水刺 12 号生产线	3,296.36	0.47	96.88%	7,000 吨	交叉
水刺 13 号生产线	3,239.03	0.46	97.63%	7,000 吨	交叉
江苏水刺 1 号线	1,055.02	0.46	97.52%	2,300 吨	湿法
水刺合计	40,949.10	0.52	-	79,000 吨	-
纺粘 4 号线	939.18	0.23	11.35%	4,000 吨	SS
纺粘 5 号线	1,015.65	0.34	50.94%	3,000 吨	SMS
纺粘 6 号线	1,122.62	0.34	39.11%	3,300 吨	SS
纺粘 7 号线	1,233.58	0.21	65.98%	6,000 吨	SSS
纺粘 8 号线	888.74	0.30	77.89%	3,000 吨	SMS
纺粘 9 号线	5,370.71	0.54	95.25%	10,000 吨	SSMMS
广东纺粘 1 号线	791.45	0.26	73.88%	3,000 吨	SMS
广东纺粘 2 号线	1,148.72	0.19	73.88%	6,000 吨	SSS

广东纺粘 3 号线	1,867.13	0.29	95.25%	6,500 吨	SSS
纺粘合计	14,377.78	0.32	-	44,800 吨	-
拉拉裤生产线	1,645.20	0.25	75.80%	6,700 万片	拉拉裤
尿裤 1 号生产线	789.96	0.10	57.82%	7,700 万片	纸尿裤
尿裤 2 号生产线	779.88	0.10	62.27%	7,700 万片	纸尿裤
尿裤 3 号生产线	668.14	0.09	80.51%	7,700 万片	纸尿裤
纸尿裤合计	3,883.18		-	29,800.万片	-
湿巾 A01 生产线	577.27	0.005	58.88%	120,000 万片	湿巾
湿巾 A02 生产线	669.67	0.006	64.68%	120,000 万片	湿巾
湿干巾合计	1,246.94		-	240,000 万片	-

由上表可见，各条生产线账面原值与产能规模相关性较高，即相同工艺条件下，生产线投资额越大产能规模越大；近年来发行人持续扩张各类产品生产规模，因此各生产线的成新率呈梯次分布。因此，报告期内发行人机器设备规模、成新率与各类产品的产能相匹配。

报告期末，公司水刺生产线的产能为 79,000 吨，纺粘生产线的产能为 44,800 吨，湿干巾生产线的产能为 1,484,800 万片，纸尿裤生产线的产能为 29,800 万片， 其中水刺生产线、纺粘生产线和纸尿裤生产线的产能与上表所列设备的产能相匹配，湿干巾生产线的产能高于上表所列湿干巾设备的产能，原因系上表仅列示原值 500 万元以上的湿干巾生产设备。

(二)结合机器设备处置、更换或升级的情况及固定资产损毁报废损失，说明固定资产减值测算的过程和计算方法，各期减值准备是否已充分计提。

1.报告期内机器设备处置、报废情况如下：

单位：万元

年度	固定资产账面价值	当期处置损益	处置损益占比
2020 年 1-6 月	64,450.51	-11.49	0.02%
2019 年	57,123.49	-47.89	0.08%
2018 年	43,099.44	9.58	0.02%
2017 年	31,980.06	264.96	0.83%

由上表可见，报告期内，固定资产处置损失或收益占固定资产账面价值的比例较低，报告期已处置的固定资产不存在较大未发现的减值迹象。

2.固定资产减值测算的过程和计算方法

报告期内，公司机器设备主要为厂内的生产线相关机器设备，各期末公司按照《企业会计准则》的规定判断期末机器设备是否存在发生减值的迹象。公司将《企业会计准则》规定的可能存在减值迹象的情况与公司实际情况逐项进行比对，具体情况如下：

序号	企业会计准则的规定	公司实际情况
1	资产的市价当期大幅度下跌，其跌幅明显高于因时间的推移或者正常使用而预计的下跌。	公司设备销售价格未发生大幅下降的情况。
2	企业经营所处的经济、技术或者法律等环境以及资产所处的市场在当期或者将在近期发生重大变化，从而对企业产生不利影响。	公司经营所处的经济、技术或者法律等环境未发生重大变化，非织造材料及其下游市场规模的稳定增长，随着人们健康意识的增强，护理用品的需求量也不断扩大。
3	市场利率或者其他市场投资报酬率在当期已经提高，从而影响企业计算资产预计未来现金流量现值的折现率，导致资产可收回金额大幅度降低。	报告期内市场利率或者他市场投资报酬率未发生重大变化。
4	有证据表明资产已经陈旧过时或者其实体已经损坏。	公司生产机器设备可以正常生产，公司各条生产线可以正常运转，公司对部分设备及时进行更新换代，未发现陈旧过时的情形。公司在对机器设备进行日常维保、盘点的过程中，将已经损毁的设备进行报废处理，报告期各期未不存在损坏的设备。
5	资产已经或者将被闲置、终止使用或者计划提前处置。	公司存在闲置的机器设备，2018 年末、2019 年末和 2020 年 6 月末资产账面净值分别为 234.94 万元、181.79 万元、104.04 万元，已通过测算未来可变现净值与账面价值比较，相应计提减值准备；未打算提前终止使用或者计划提前处置。
6	企业内部报告的证据表明资产的经济绩效已经低于或者将低于预期，如资产所创造的净现金流量或者实现的营业利润(或者亏损)远远低于(或者高于)预计金额等。	公司生产用机器设备以设备销售毛利率减去销售费用率以及税金附加率作为减值评判标准；公司生产机器设备以非织造材料和护理用品总体毛利率减去销售费用率以及税金附加率作为减值评判标准；不存在资产的经济绩效已经低于或者将低于预期的情形。
7	其他表明资产可能已经发生减值的迹象。	不存在其他表明资产可能已经发生减值的迹象。

3.报告期内机器设备减值准备计提情况

2018 年度，公司停止经营部分洗护用品业务，该部分设备账面原值 58.31

万元，可变现净值 10.19 万元，公司按可变现净值低于其账面价值的差额确认资产减值损失 19.73 万元计入当期损益；2020 年 4 月，公司已对外处置部分设备并转销固定资产减值准备 16.87 万元。

除已停止使用的洗护用品生产线外，报告期内公司机器设备主要生产非织造材料、湿干巾和纸尿裤。以该等产品毛利率减去销售费用率以及税费率作为减值评判标准，结果如下：

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
生产设备销售毛利率①	59.04%	20.29%	17.88%	21.27%
销售费用率②	0.62%	5.32%	5.59%	7.10%
税金及附加率③	0.66%	0.51%	0.58%	0.46%
评判标准④=①-②-③	57.76%	14.46%	11.71%	13.71%

经测算，公司机器设备生产的非织造材料、湿干巾和纸尿裤产生的毛利率在剔除销售费用率和税金及附加率后仍有盈利。

综上，公司对部分洗护用品业务停止使用的机器设备减值准备计提充分；除前述设备外，其他机器设备不存在减值迹象。

(三)补充披露发行人在建工程主要项目，在建工程是否在达到可使用状态以后及时转入固定资产；2020 年 1-6 月在建工程大幅增加的原因，未来产能消化措施

1.报告期内，在建工程增减变动及结转固定资产情况如下

单位：万元

(1) 2020 年 1-6 月

工程名称	预算数	期初数	本期增加	转入固定资产	其他减少	期末数	期末进度
新型医疗卫生材料和用品项目	150,809		12,761.44			12,761.44	2020 年 4 月开始施工，期末 1 号和 2 号厂房地坪桩基工程、底层基础工程基本完工，场地宕渣运输及场平工程已基本完工，其余工程还在进行中
优全护理水刺复合非织造布生产建设项目	4,650	3,668.61	153.24			3,821.85	尚未组织调试验收，未达到可使用状态
金三发卫材复合差别化水刺无纺布、纺粘非织造布技改项目	33,350	8,109.31	3,251.17	7,292.45		4,068.03	新增纺粘 10 号生产线，预付大额设备款尚未到货，部分生产线仍有设备投入，尚未完工
广东金三发新型纺粘无纺布自动化技术改造项目	4,650	632.51	2,348.37	1.04		2,979.84	期末无纺布生产线仍处于装机状态，尚未达到预定可使用状态

江苏金三发可冲散水刺无纺布项目	4,000		300.22			300.22	新增水刺无纺布生产线预付设备款，尚达到可使用状态
优全护理产品建设项目	23,650	135.42	565.25	452.40		248.28	期末主要系湿巾项目预付设备款，尚未达到可使用状态
零星工程		137.22	564.78	108.75		593.25	零星工程，尚未达到可以使用状态
小计		12,683.08	19,944.48	7,854.64		24,772.91	

(2) 2019 年度

工程名称	预算数	期初数	本期增加	转入固定资产	其他减少	期末数	期末进度
金三发卫材复合差别化水刺无纺布、纺粘非织造布技改项目	33,350	8,700.10	7,258.86	7,849.64		8,109.31	期末水刺 12、13、14 号生产线尚未完工，污水处理站管道尚未建设完成，未达到可使用状态
优全护理水刺复合非织造布生产建设项目	4,650		3,668.61			3,668.61	水刺线 2019 年下半年开始建设，预计 2020 年才能完工。
广东金三发新型纺粘无纺布自动化技术改造项目	4,650		2,498.60	1,866.08		632.51	水刺四号生产线预付设备款，尚未完工
优全护理产品建设项目	23,650	1,365.64	1,088.48	2,318.70		135.42	护理用品项目部分设备还未调试验收，尚未达到可使用状态
金三发卫材水刺复合无纺布、SSMMS 非织造布生产建设项目	17,350		5,219.76	5,219.76			纺粘 9 号生产线 11 月试生产，于 12 月份达到预定可使用状态，转入固定资产
零星工程		181.10	716.76	760.65		137.22	小额零星工程尚未完工
小计		10,246.84	20,451.06	18,014.83		12,683.08	

(3) 2018 年度

工程名称	预算数	期初数	本期增加	转入固定资产	其他减少	期末数	期末进度
金三发卫材复合差别化水刺无纺布、纺粘非织造布技改项目	33,350	7,893.17	9,503.64	8,696.71		8,700.10	水刺 11 号生产线设备年底到货尚未安装，未达到可使用状态
优全护理产品建设项目	23,650	3,316.01	3,403.22	5,353.59		1,365.64	二期湿巾净化系统、辅助工程等尚未竣工决算，于 2019 年 2 月份验收转入固定资产
零星工程		95.59	129.58	44.06		181.10	小额零星工程尚未完工
小计		11,304.76	13,036.44	14,094.36		10,246.84	

(4) 2017 年度

工程名称	预算数	期初数	本期增加	转入固定资产	其他减少	期末数	期末进度
金三发卫材复合差别化水刺无纺布、	33,350	1,985.89	7,318.21	1,410.94		7,893.17	期末水刺生产线 11、12 号尚未完成安装调试，35kv

纺粘非织造布技改项目							变电站工程未完工，均未达到可使用状态
优全护理产品建设项目	23,650	940.02	5,135.16	2,759.17		3,316.01	二期湿巾生产车间年底主体结构已完工，内部装修未完工，总体进度 60%
广东金三发高端无纺布生产线自动化技术改造项目	2,350		2,102.76	2,102.76			2017 年 9 月基本安装调试完工达到可使用状态
优全护理热风项目	1,646	127.38	908.96	1,036.35			2017 年 7 月基本安装调试完工达到可使用状态
零星工程		81.59	94.43	80.43		95.59	小额零星工程尚未完工
小计		3,134.89	15,559.52	7,389.64		11,304.76	

2.报告期内，公司主要在建工程项目结转固定资产情况如下：

报告期内，公司及生产型子公司主要在建工程项目结转固定资产情况如下：

(1) 优全护理

① 热风非织造材料项目

该项目系热风非织造材料生产线，2017 年 7 月达到预定可使用状态，转入固定资产。

② 护理产品建设项目

该项目主要包括新厂房、婴儿拉拉裤生产设备、尿裤 3 号生产线、二期湿巾生产车间等：新厂房于 2017 年 9 月验收主体结构，12 月达到预定可使用状态，转入固定资产；婴儿拉拉裤生产设备于 2017 年 9-10 月进行调试与试生产，11 月达到预定可使用状态，转入固定资产；尿裤 3 号生产线的平行输送机和全金属检测机于 2018 年 3 月安装调试，5 月达到预定可使用状态，转入固定资产；二期湿巾生产车间于 2018 年 6 月完成主体结构竣工验收，内部装修等工程于 2018 年 11 月基本完工，转入固定资产；二期湿巾净化系统、辅助工程于 2019 年 2 月竣工验收，转入固定资产；2019 年主要新增三条湿巾生产线 A04、A05、B06，于当年安装调试完成后转入固定资产。

因此，报告期内优全护理不存在延期转入固定资产的情形。

(2) 金三发卫材

报告期内，金三发卫材在建工程包括复合差别化水刺无纺布、纺粘非织造布技改项目，具体如下：

水刺 9 号生产线、纺粘 7 号生产线于 2017 年安装调试完毕后，达到预定可使用状态，当月转入固定资产；

水刺 10 号生产线于 2018 年 4 月基本完工，调试完成后达到预定可使用状态，转入固定资产，后续陆续增加新设备，在相关设备安装完成后逐步转入固定资产；纺粘 8 号生产线主要于 2018 年 2 月购置熔喷在线复合生产线，当年达到预计可使用状态后当月即转入固定资产；

水刺 11 号生产线设备于 2018 年末到货，2019 年 5 月调试完成试生产合格后即转入固定资产；

2019 年主要新增水刺 12 号、13 号、14 号生产线和纺粘 9 号生产线项目：2019 年底，水刺 12 号、13 号、14 号生产线到货主要设备，水刺 12 号、13 号生产线分别于 2020 年 2 月、6 月验收达到预定可使用状态，并转入固定资产；

截止 2020 年 6 月末，水刺 14 号生产线尚未组织验收，未达到可使用状态，暂未转入固定资产；纺粘 10 号生产线设备尚未到货，未达到可使用状态，暂未转入固定资产。

因此，报告期内金三发卫材不存在递延转入固定资产的情况。

(3) 广东金三发

① 高端无纺布生产线自动化技术改造项目

该项目系 1.75 米 SMS 丙纶纺粘熔喷复合非织造布生产线和 3.2 米幅宽叁模头 PP 纺粘无纺布生产线，2017 年 8-9 月进行试生产，于 2017 年 9 月达到预定可使用状态，转入固定资产。

② 新型纺粘无纺布自动化技术改造项目

该项目系广东金三发纺粘 3 号生产线和水刺 4 号生产线，纺粘 3 号生产线 2019 年经试生产后达到预定可使用状态，于 12 月转入固定资产；截至 2020 年 6 月末，水刺 4 号生产线处于机器设备安装状态，未达到可使用状态，暂未转入固定资产。

因此，报告期内广东金三发不存在延期转入固定资产的情况。

3.2020 年 1-6 月公司在建工程大幅增长情况说明

2020 年 1-6 月，公司在建工程增加 19,944.48 万元，主要系公司为扩大和优化产品结构，开工建设“新型医疗卫生材料和用品项目”所致。截至报告期末，该项目情况说明如下：

项目	金额(万元)	备注

1 号厂房	桩基工程	250.45	已完工
	主体工程	1,238.53	底层基础工程已完工，二层结构未开始
	其他费用	108.77	系工程设计费和厂房监理费
2 号厂房	桩基工程	398.95	一期区域已完工，二期区域还未拿到地，尚未开始建设
	主体工程	183.49	基础工程基本快完工，钢结构材料尚未入场
	其他费用	36.51	系工程设计费和厂房监理费
场地宕渣运输及场平工程		2,040.64	宕渣已全部运输至工地并已平整完毕
预付设备款		8,436.86	
其他		67.25	
合计		12,761.44	

4.未来产能消化措施

(1) 发挥非织造材料和护理用品的产业链协同作用

公司主要从事非织造材料和下游护理用品业务，非织造材料可以作为护理用品的主要生产原材料，实现产能内部消化。报告期内，公司非织造材料和护理用品均保持了较快增长，稳定和高品质的非织造材料生产能力为护理用品业务的发展提供了夯实基础，使得公司与 babycare、上海美馨、网易严选等客户业务合作关系趋于稳定和巩固，湿干巾订单持续增加；快速增长的护理用品产能和订单进一步推动了公司非织造材料业务的发展，在深入渗透湿干巾、纸尿裤客户市场的同时为非织造材料持续创造需求，使得报告期内公司生产护理用品领用非织造材料量持续增长，进一步促进非织造材料的消化。

(2) 加深现有客户深度合作

凭借技术和生产工艺优势以及良好的产品品质和品牌管理，公司积累了优质的客户资源，与金红叶、韩国 AJ、上海美馨、babycare、网易严选等客户建立了稳定的合作关系。未来，公司将进一步加强与现有客户的深度合作，一方面借助非织造材料产量的井喷增长大力发展自身护理用品业务，扩大湿干巾、纸尿裤等产品的产量和种类以满足客户的多元化需求，另一方面凭借护理用品品牌效应的建立以及快速增长的市场需求，为及时消化水刺和纺粘非织造材料的新增产能提供保障。

(3) 加强营销网络建设，积极开拓境内外新客户

在国内市场方面，公司将充分利用浙江、广东、江苏等基地所处的地理优势和产业优势，努力与生产基地周边的卫生、医疗用品生产商建立长期稳定的合作关系。例如在广东基地，充分发挥佛山当地的产业集群优势，通过展览会、行业交流会、产品推广会等渠道宣传公司纺粘和水刺非织造产品，争取与当地大客户达成协作，并以点带面辐射，提升公司在华南地区的市场渗透力度；在江苏地区，开发种类丰富的非织造产品，在细分市场中开拓新客户，并通过优质的售后服务加强与客户的合作粘性。

在国外市场方面，公司将结合境外不同区域的经济发展水平、产品需求情况，采取符合当地需求的差异化营销策略，打造本地化销售和服务团队，提高用户响应速度和服务水平，以树立良好的品牌形象，争取与更多国际知名客户建立合作关系。为消化在建项目新增产能，公司将持续加大对销售网络和销售后勤管理体系的建设力度和投入，进一步开拓国内外市场，为更多客户提供用心、专业、高性价比的产品，提高公司在全球领域的知名度。

(四)补充披露融资租赁的主要设备，采用融资租赁方式使用生产设备的原因，融资租赁会计处理的情况，是否符合《企业会计准则》相关规定

1.补充披露融资租赁的主要设备，采用融资租赁方式使用生产设备的原因

采用融资租赁方式使用生产设备的原因主要系报告期内公司处于快速发展阶段，非织造材料和护理用品的固定投资支出较多。为避免流动资金紧缺，公司通过该融资租赁方式采购生产设备。截至报告期末，公司已按照合同约定如期偿还各期款项，未发生逾期的情形，融资租赁的主要设备使用情况良好。

截至报告期末，公司融资租赁主要情况如下：

2019 年 7 月，公司与君创国际融资租赁有限公司(以下简称“君创租赁”)签订《融资租赁合同》，合同约定的租赁物件为纺粘生产线一套，租金 15,331,051.80 元，分 36 期支付。截至 2020 年 6 月 30 日，公司长期应付款余额为 9,559,974.95 元，其中一年内到期部分为 4,338,144.90 元。融资租赁主要情况如下：

(1) 主要合同条款

合同条款	条款内容

起租日	实际起租日为出资人按照《购买合同》(编号：S190147002)支付第一笔购买价款之日。
租赁成本	13,150,862.00 元
租金金额	15,331,051.80 元
租赁期限	共 36 个月，自起租日起算。
留购价款	100.00 元
担保	浙江优全护理用品科技股份有限公司提供连带责任担保;严华荣提供连带责任担保。
所有权	在租赁物件所有权根据本合同约定转移至承租人之前，出租人对租赁物件拥有完整、独立的所有权。
使用权	在租赁期间内承租人拥有本合同项下租赁物件的使用权。
租赁物件的灭失或毁损	租赁物件已经交付，则与之相关的一切毁损或灭失均由承租人自行承担，无论是保险范围内或其他未投保的风险，无论承租人是否实际占有租赁物件。发生该等毁损或灭失的情况，承租人在本合同项下的租金支付等其他所有义务不受任何影响，承租人不得以此为由解除本合同。
租赁期间届满后租赁物件的处置	出租人同意在租赁期间届满，并且承租人全部履行完毕本合同约定的义务，包括全部租金和出现本合同约定情况(如有)增加的增值税等税款、利息和违约金等付清及向出租人支付租赁物件留购价格后，租赁物件所有权转移给承租人。届时，出租人向承租人出具租赁物件所有权移交证明。

(2) 融资租赁的主要设备情况如下：

资产名称	资产账面原值(万元)	资产账面价值(万元)
3.2 米 sss 三模头纺粘无纺布生产线	1,205.84	1,148.56

2.融资租赁会计处理符合《企业会计准则》相关规定

公司为承租人时，在租赁期开始日，公司以租赁开始日租赁资产公允价值与最低租赁付款额现值中两者较低者作为租入资产的入账价值，将最低租赁付款额作为长期应付款的入账价值，其差额为未确认融资费用，发生的初始直接费用，计入租赁资产价值。在租赁期各个期间，采用实际利率法计算确认当期的融资费用。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。

(1) 初始计量

在融资租赁开始日，承租人应当将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作为租入资产的入账价值，将最低租赁付款额作为长期应付款的入账价值，其差额作为未确认融资费用。会计处理如下：

借：固定资产—融资租入资产等

未确认融资费用

贷：长期应付款—应付融资租赁款

计算过程具体如下：

项目	计算过程	君创租赁
长期应付款金额(万元)	A	1,533.11
实际利率	B	10.25%
公允价值(购买价款)(万元)	C	1,315.09
最低租赁付款额的现值(万元)	D[注]	1,315.09
租赁资产的入账价值(万元)	F=Min(C，D)	1,315.09
未确认融资费用(万元)	F=A-F	218.02

注：公司最低租赁付款额的折现率取自出租人租赁内含利率。

(2) 后续计量

① 公司每期支付租金时

借：长期应付款

贷：银行存款

同时每期按实际利率法分摊未确认融资费用，租赁利息计算公式为：

当期租赁利息=当期剩余本金*租赁利率/12 月。

借：财务费用

贷：未确认融资费用

② 每期计提折旧时

公司将融资租赁固定资产在其尚可使用年限内计提折旧。会计处理如下：

借：制造费用等

贷：累计折旧

(3) 在财务报表中的列报

在资产负债表中按照流动性区分长期应付款和一年内到期的非流动负债，将与融资租赁相关的长期应付款抵减未确认融资费用后以净额列示。

综上所述，公司已按照《企业会计准则第 21 号—租赁》等规定进行会计处理及报表列报，相关会计处理及列报合规。

(五)核查程序及结论

1.针对上述事项，我们主要执行了以下的核查程序：

(1) 获取和查阅发行人《固定资产管理制度》等与固定资产相关的内部控制制度，评价其设计有效性，测试相关内部控制执行情况。

(2) 获取报告期内发行人固定资产明细表、固定资产折旧政策，对固定资产折旧进行测算，统计各条生产线的账面原值和净值，计算成新率。

(3) 选取固定资产样本，抽查原始凭证，核查折旧年限的准确性；结合固定资产的实际使用情况评估折旧年限的合理性，并与同行业可比公司对比，分析是否存在异常情况。

(4) 获取并查阅报告期内发行人机器设备处置、报废的相关信息，实地查看并访谈生产人员了解机器设备的运行状况。

(5) 取得报告期内发行人各生产线的产能计算方法及各条生产线具体产能数据，分析比较各生产线产能变动情况。

(6) 检查发行人固定资产盘点记录并实施监盘程序，观察固定资产外观、维修、保养及使用情况，是否存在损坏、技术陈旧和长期闲置的情况。

(7) 了解发行人固定资产减值测试情况，结合实地监盘固定资产，分析固定资产是否存在减值迹象、是否存在减值准备未足额计提的情况。

(8) 访谈发行人管理层，了解公司建设相关水刺、纺粘、热风、护理用品生产线的背景及未来产能消化措施。

(9) 获取报告期各期发行人在建工程明细，实地查看并向主要项目负责人了解在建工程施工进度及预计完工时间；访谈发行人财务负责人，了解报告期内主要在建工程项目结转固定资产的依据、结转时间，结合各生产线产能产量等信息，判断是否存在延期准入固定资产的情况。

(10) 向发行人管理人员了解采用融资租赁方式采购生产设备的原因及相关会计处理；获取发行人融资租赁合同，查阅合同条款与会计处理是否匹配，分析是否符合《企业会计准则》相关规定。

2.核查结论

经核查，我们认为：

(1) 报告期内发行人机器设备规模、成新率与各类产品的产能相匹配。

(2) 报告期内发行人对部分洗护用品业务停止使用的机器设备减值准备计提充分；除前述设备外，其他机器设备不存在减值迹象。

(3) 报告期内发行人在建工程在达到可使用状态以后及时转入固定资产；2020 年 1-6 月，发行人在建工程大幅增加，主要系开工建设“新型医疗卫生材料和用品项目”所致；通过发挥非织造材料和护理用品的产业链协同作用等方式，发行人未来有能力消化新增产能。

(4) 发行人融资租赁相关会计处理符合《企业会计准则》相关规定。

(六)说明对报告期固定资产的监盘程序、监盘比例及监盘结论

1.监盘程序

(1)监盘前取得固定资产卡片账，从卡片账中选取拟监盘固定资产，列示监盘清单，确定固定资产放置地点、固定资产监盘范围、监盘比例；

(2)根据监盘清单抽盘固定资产，对照盘点明细表固定资产名称、数量、规格和存放地点对实物及固定资产标识信息进行逐项核对，重点关注本年新增的固定资产；

(3) 检查固定资产使用状况，关注是否存在毁损、陈旧、报废、闲置等情形；

(4) 获取发行人厂区平面图，结合产权证书核实发行人房屋及建筑物状态；

(5) 固定资产监盘结束时，再次观察盘点现场，以确定所有应纳入监盘范围的固定资产是否均已盘点，并对盘点结果进行复核。

2.监盘比例

发行人制定《固定资产管理制度》及《资产盘点制度》，报告期各期均执行固定资产盘点程序，报告期固定资产监盘情况如下：

单位：万元

截止日	固定资产原值	监盘金额	监盘比例	账实是否相符
2020.6.30	88,581.83	75,638.07	85.39%	是
2019.12.31	77,728.22	57,575.34	74.07%	是
2018.12.31	58,708.46	55,731.64	94.93%	是

2017.12.31	43,979.49	36,077.91	82.03%	是

3.监盘结果

通过选取较高比例的固定资产进行监盘，监盘结果显示公司固定资产保管良好，账实相符，未发现异常情况。

十八、问题 27.关于其他项目

申报文件显示：

(1)报告期内,发行人其他收益金额分别为 1,246.25 万元、1,660.93 万元、2,210.50 万元和 1,313.50 万元，主要为政府补助。营业外收入中政府补助金额为 0、918.04 万元、57.75 万元和 336.45 万元。

(2)公司及子公司金三发卫材、广东金三发为高新技术企业，享受所得税税收优惠；子公司金三发卫材系社会福利企业，享受福利企业税收优惠。报告期内税收优惠占利润总额比例分别为 22.15%、30.60%、23.18%和 10.78%。

(3)报告期内，公司资产负债率为 71.68%、62.60%、51.60%和 38.32%，2017 年至 2019 年，流动比率和速动比率均低于 1 且低于同行业公司可比水平。

(4)2020 年 1-6 月，发行人现金分红金额为 16,987.50 万元。

(5)报告期内，公司经营活动产生的现金流量净额分别为 6,316.59 万元、13,135.56 万元、15,049.69 万元和 100,291.20 万元，经营活动产生的现金流量净额与净利润比分别为 98.92%、248.96%、149.53%和 116.17%。

(6)报告期内，公司客户第三方支付货款的金额分别为 6,643.56 万元、7,669.07 万元、4,014.01 万元和 2,305.89 万元，占各期回款总额的比例分别为 7.18%、7.00%、3.32%和 1.17%。

请发行人：

(1)补充说明公司政府补助会计处理是否符合《企业会计准则》的规定，报告期内政府补助占净利润比例较高的原因，是否具有可持续性，并提示发行人政府补助变动风险。

(2)补充说明公司及子公司金三发卫材、广东金三发高新技术企业证书到期时间，是否存在续期风险，是否满足高新技术企业的认定。

(3)详细分析公司流动比率和速动比率持续维持低位，且显著低于同行业

公司的原因，是否存在偿债风险，若不能继续保持以短期借款为主的融资方式，是否会对持续经营能力造成重大不利影响。

(4)补充说明 2019 年末和 2020 年 6 月末货币资金和银行借款余额均较高的原因及合理性。

(5)补充披露按间接法编制的现金流量表净利润与经营现金流的差异调节过程，分析各期经营活动产生的现金流量净额占净利润的比值波动较大的原因及合理性，是否与销售政策、采购政策、信用政策变化情况相匹配。

(6)补充披露第三方回款与相关销售收入是否勾稽一致，是否具有可验证性，与存在第三方付款情形的客户签署合同或订单的金额及比例，与第三方回款的支付方是否存在关联关系或其他利益安排。

请保荐人、申报会计师发表明确意见，并且：

(1)说明现金分红是否存在直接或间接流向客户、供应商及其关联方的情况及核查过程、核查结论。

(2)按照《深圳证券交易所创业板股票首次公开发行上市审核问答》问题 25 的要求对发行人第三方回款的真实性情况进行核查，说明核查内容和过程。

(一)补充说明公司政府补助会计处理是否符合《企业会计准则》的规定，报告期内政府补助占净利润比例较高的原因，是否具有可持续性，并提示发行人政府补助变动风险

1.补充说明公司政府补助会计处理是否符合《企业会计准则》的规定

公司对 2017 年 1 月 1 日存在的政府补助采用未来适用法处理，执行《企业会计准则第 16 号-政府补助》(修订)之前，计入当期损益的政府补助列报在“营业外收入”项目。执行《企业会计准则第 16 号-政府补助》(修订)后，计入当期损益的政府补助，与公司日常活动相关的政府补助列报在“其他收益”项目，与日常活动无关的政府补助列报在“营业外收入”项目。该会计政策变更未对可比年度财务报表产生影响。

报告期内公司收到的政府补助依据充分，款项均已收到。公司对收到的与收益相关的政府补助计入营业外收入和其他收益科目核算，对收到的与资产相关的政府补助记入递延收益科目核算，并按照项目实施期限分摊转入营业外收入和其他收益科目，符合《企业会计准则第 16 号——政府补助》的规定。

2.报告期内政府补助占净利润比例较高的原因

(1) 政府补助占净利润的比例情况

报告期内，政府补助金额及占利润总额比例情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
政府补助	1,649.95	2,268.25	2,578.97	1,246.25
净利润	86,329.39	10,064.39	5,276.11	6,385.63
占比	1.91%	22.54%	48.88%	19.52%

报告期内，公司取得来自国家、浙江省、湖州市及长兴县等各级政府部门的多项政府补助，政府补助分别占当期净利润的19.52%、48.88%、22.54%、1.91%。公司计入当期损益的政府补助主要包括促进残疾人就业增值税优惠、上市专项补助、社保返还或补贴、重点设备采购补贴、企业研发补助、企业扶持资金、政府引进项目相关补贴等。由于公司报告期内持续新建生产线、投入研发项目、推进上市工作等，公司取得的各类政府补助金额较高。

2018 年，公司计入当期损益的政府补助占净利润的比例较高，达到 48.88%，主要系：一方面，公司取得上市专项补助 503 万元，该项政府补助占当期净利润的 9.53%，而 2017 年和 2019 年公司未取得类似政府补助；另一方面，2018 年，公司净利润金额相比报告期其他期间处于较低水平。

3.政府补助可持续性

(1) 报告期内，发行人计入当期损益的政府补助的情况如下：

单位：万元

按政府补助性质分类	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
与资产相关	314.60	495.62	366.72	118.30
与收益相关	1,335.35	1,772.63	2,212.25	1,127.95
其中：促进残疾人就业增值税优惠	471.61	1,130.06	854.66	772.48
上市专项补助	336.45	-	503.00	-
社保返还或补贴	252.35	286.70	-	-
其他补贴	274.94	355.87	854.59	355.47
合计	1,649.95	2,268.25	2,578.97	1,246.25

报告期内，公司取得的与资产相关的政府补助包括李家巷镇供电线工程费用补助、产业用纺织品建设项目补贴、基础建设奖励款、2016 年度建设工业强

县财政专项奖励、水刺生产线投产奖励，该部分政府补助将根据资产使用期限分期摊销；公司获得与收益相关的政府补助中，促进残疾人就业增值税优惠系根据财政部国家税务总局《关于促进残疾人就业增值税优惠政策的通知》（财税〔2016〕52 号），金三发卫材按实际安置残疾人员的人数每人每月所在地月最低工资标准 4 倍的限额享受增值税即征即退。由于政策延续性较强，与资产相关的政府补助、促进残疾人就业增值税优惠具有可持续性。

公司获得与收益相关的政府补助中，上市专项补助系发行人推进上市过程中按照当地政策分阶段取得的补助，社保返还或补贴系根据当地政策或由于疫情因素一次性取得，其他补贴的单项金额较小，主要系各类专项补助款，该部分政府补助具有延续性较弱的特点，预计持续取得具有不确定性。

虽然公司获得的部分与收益相关的政府补助具有一定不确定性，但是，预计行业支持政策在短期内不会发生较大变更。在行业产业政策的支持以及销售、投资和研发规模继续增加的前提下，公司未来仍将根据相关政策积极向政府提出申请，可能继续获得研发投入、产品创新、稳岗就业等各项政府补助。

(2) 政府补助变动的风险

报告期内，公司政府补助收入具有一定波动性，具体情况如下：

单位：万元

按政府补助性质分类	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
与资产相关	314.60	495.62	366.72	118.30
与收益相关	1,335.35	1,772.63	2,212.25	1,127.95
其中：促进残疾人就业增值税优惠	471.61	1,130.06	854.66	772.48
上市专项补助	336.45	-	503.00	-
社保返还或补贴	252.35	286.70	-	-
其他补贴	274.94	355.87	854.59	355.47
政府补助合计	1,649.95	2,268.25	2,578.97	1,246.25
净利润	86,329.39	10,064.39	5,276.11	6,385.63
占比	1.91%	22.54%	48.88%	19.52%

报告期内，由于公司持续新建生产线、投入研发项目、推进上市工作等，公司取得的各类政府补助金额较高，分别占当期净利润的 19.52%、48.88%、22.54%、1.91%。公司计入当期损益的政府补助主要包括促进残疾人就业增值税

优惠、上市专项补助、社保返还或补贴等。上述各项政府补助均为公司依据国家和地方相关政策、法规文件合法取得，但是，政府补助的取得具有不确定性，尤其是上市专项补助、社保返还或补贴等系根据当地政策或由于疫情因素一次性取得，该部分政府补助具有延续性较弱的特点，预计持续取得具有不确定性。未来若公司自身经营情况或国家和地方相关政策、法规等发生变动，则公司取得的政府补助将会发生变动，将对公司经营业绩产生一定影响。

(二)补充说明公司及子公司金三发卫材、广东金三发高新技术企业证书到期时间，是否存在续期风险，是否满足高新技术企业的认定。

1.公司及子公司高新技术企业证书

截至本回复报告出具日，公司及子公司持有的高新技术企业证书情况如下：

公司	证书编号	发证时间	证书有效期
优全护理	GR201933001979	2019 年 12 月 4 日	三年
金三发卫材	GR201933005781	2019 年 12 月 4 日	三年
广东金三发	GR201944008038	2019 年 12 月 2 日	三年

2.公司及子公司持续满足高新技术企业认定相关规定的具体内容

根据《高新技术企业认定管理办法》(国科发火[2016]32 号)，公司及子公司符合高新技术企业相关条件，具体说明如下：

(1) 企业申请认定时须注册成立一年以上。

公司名称	成立时间
优全护理	2012 年 12 月
金三发卫材	1998 年 3 月
广东金三发	2016 年 6 月

截至本回复报告出具日，优全护理、金三发卫材和广东金三发注册成立时间均已一年以上，满足注册成立一年以上的条件。

(2) 企业通过自主研发，受让，受赠、并购等方式，获得对其主要产品(服务)在技术上发挥核心支持作用的知识产权的所有权。

公司及子公司金三发卫材、广东金三发在技术上发挥核心支持作用的专利技术及其对应产品情况如下：

序号	核心技术	对应专利及非专利技术	对应产品

1	纺粘水刺复合技术	发明专利：一种用于卫生巾的含棉无纺布的制备方法	复合型非织造材料
		发明专利：纺丝成网浆粕气流成网水刺固结非织造布的生产工艺	
		发明专利：纺丝成网木浆纸水刺复合非织造布的生产工艺	
		实用新型：一种纺粘水刺无纺布	
		实用新型：用于水刺纺粘复合布生产的纺粘输送装置	
		实用新型：一种复合非织造布生产线	
		实用新型：一种超柔高效下渗卫生用品表层	
2	绿色节能生产技术	发明专利：一种可降解非织造布的生产工艺	水刺非织造材料
		实用新型：非织造布生产过程中的吸边回收装置	
		实用新型：一种水刺无纺布生产线新型供热系统	
3	亲水处理技术	发明专利：一种热轧无纺布高效双面亲水处理设备	亲水型纺粘非织造材料
		发明专利：一种乳白亲水护肤表层非织造布的生产工艺	
		发明专利：一种双面亲水打孔的卫材专用非织造布及其生产方法	
		发明专利：一种非织造布的烘干装置	
		实用新型：一种热轧无纺布高效双面亲水处理设备	
4	超柔处理技术	发明专利：一种超柔软贴肤面膜专用非织造布及其制造方法	超柔型纺粘非织造材料
		发明专利：一种面膜专用无纺布的生产工艺	
		实用新型：超柔软弹性腰围非织造布	
5	高效高速生产湿巾设备	实用新型：一种湿巾自动接布装置	湿巾
		实用新型：一种湿巾接头金属异物自动检测剔除装置	
6	湿巾功能型处理技术	发明专利：一种多功能湿巾及其制造方法	功能型湿巾
		发明专利：一种祛斑湿巾	
		实用新型：一种医疗用湿巾	
		实用新型：一种皮肤清洁湿巾	
		实用新型：一种可火灾逃生用湿巾	
		实用新型：一种含碘酒湿巾	
		实用新型：一种精密电子仪器抑菌消毒湿巾	
		实用新型：一种便携式驱蚊止痒湿巾	
7	无纸化超薄超柔复合芯体技术	实用新型：无纸化超薄超柔双水刺芯体	纸尿裤
		实用新型：无纸化超薄超柔软芯体	
		实用新型：无纸化超薄超柔弹性芯体	
8	纸尿裤高效吸水锁水技	实用新型：一种快速吸液保持干爽的纸尿裤	纸尿裤
		实用新型：一种防堆叠防返渗的纸尿裤	

	术	实用新型：一种高效吸水锁水的复合芯体	
		实用新型：一种防渗高透气的尿不湿	
		实用新型：一种均匀导流的芯体结构	
		实用新型：一种快速吸收的尿裤芯体	
		实用新型：一种具有非对称传输特性的非织造材料	
9	自动化检测纸尿裤技术	实用新型：一种橡皮筋断材检测机构	纸尿裤

(3) 对企业主要产品(服务)发挥核心支持作用的技术属于《国家重点支持的高新技术领域》规定的范围。

公司及金三发卫材、广东金三发取得高新技术企业证书后，主营业务未发生变更，产品属于《国家重点支持的高新技术领域》(2020 年版)“四、新材料”之“(三)高分子材料”之“4、新型纤维及复合材料制备技术”的规定范围。

(4) 企业从事研发和相关技术创新活动的科技人员占企业当年职工总数的比例不低于 10%；

截至 2020 年 6 月 30 日，公司及子公司研发人员占当年员工总数比例的情况如下：

项目	公司	金三发卫材	广东金三发
研发人员数量	89	95	20
总人数	882	624	100
占比	10.09%	15.22%	20.00%

如上表所示，公司及子公司金三发卫材、广东金三发研发人员占总人数的比重均不低于 10%。

(5) 企业近三个会计年度(实际经营期不满三年的按实际经营时间计算，下同)的研究开发费用总额占同期销售收入总额的比例符合如下要求：①最近一年销售收入小于 5,000 万元(含)的企业，比例不低于 5%；②最近一年销售收入在 5,000 万元至 2 亿元(含)的企业，比例不低于 4%；③最近一年销售收入在 2 亿元以上的企业，比例不低于 3%。其中，企业在中国境内发生的研究开发费用总额占全部研究开发费用总额的比例不低于 60%。

为了适应市场发展并保持企业产品技术的领先性，公司及金三发卫材、广东金三发持续进行研发投入。报告期内，公司及及金三发卫材、广东金三发研发支出占当期营业收入比例情况如下：

单位：万元

优全护理	2019 年度	2018 年度	2017 年度
研发支出	1,367.63	988.45	724.27
营业收入	41,264.55	27,784.41	18,615.29
研发支出占营业收入的比例	3.31%	3.56%	3.89%
金三发卫材	2019 年度	2018 年度	2017 年度
研发支出	2,930.39	2,783.62	2,645.95
营业收入	90,524.25	85,999.99	85,254.46
研发支出占营业收入的比例	3.24%	3.24%	3.10%
广东金三发	2019 年度	2018 年度	2017 年度
研发支出	524.54	444.45	83.70
营业收入	10,342.84	9,116.65	1,348.41
研发支出占营业收入的比例	5.07%	4.88%	6.21%

如上表所示，公司及子公司金三发卫材最近一年的营业收入均在 2 亿元以上,近三年的研究开发费用总额占同期销售收入总额的比例平均数分别为3.59%和和 3.19%；子公司广东金三发最近一年营业收入低于 2 亿元，近三年研发费用占比为 5.39%，均符合上述条例要求。

(6) 近一年高新技术产品(服务)收入占企业同期总收入的比例不低于60%。

2019 年度，公司及子公司高新技术产品收入占企业同期收入的比例如下：

项目	公司	金三发卫材	广东金三发
高新技术产品收入(万元)	39,937.09	89,415.73	10,323.66
营业收入(万元)	41,264.55	90,524.25	10,342.84
占比	96.78%	98.78%	99.81%

如上表所示，公司及子公司金三发卫材、广东金三发高新技术产品收入占企业同期收入的比例均不低于 60%。

(7) 企业创新能力评价应达到相应要求。

根据《高新技术企业认定管理工作指引》规定，该条件由高新企业认定管理机构组织审查与认定，认定管理机构收到企业申请材料后，按技术领域从专家库中随机抽取不少于 5 名相关专家(其中技术专家不少于 60%，并至少有 1 名财务专家)，由被选专家负责企业的知识产权、科技成果转化能力、研究开发组织管理水平、企业成长性等指标的考评。

发行人于 2011 年 10 月首次取得高新技术企业证书，企业创新能力评价指标持续符合《高新技术企业认定管理工作指引》所规定的相关考评要求。

(8)企业申请认定前一年内未发生重大安全、重大质量事故或严重环境违法行为。

司及子公司金三发卫材、广东金三发分别取得当地安全生产监督管理局、市场监督管理局和生态环境局出具的证明，证明公司及子公司金三发卫材、广东金三发在 2017 年度至 2020 年 1-6 月均未发生重大安全、重大质量事故或严重环境违法行为。

经核查，结合公司及金三发卫材、广东金三发实际情况并逐条核对《高新技术企业认定管理办法》（国科发火〔2008〕172 号）和《高新技术企业认定管理办法》（国科发火[2016]32 号）关于高新技术企业认定条件，截至本回复报告出具日，公司及金三发卫材、广东金三发持续符合《高新技术企业认定管理办法》规定的高新技术企业认定条件，其持有的高新技术企业证书续期风险较低。

(三)详细分析公司流动比率和速动比率持续维持低位，且显著低于同行业公司的原因，是否存在偿债风险，若不能继续保持以短期借款为主的融资方式，是否会对持续经营能力造成重大不利影响。

报告期内，公司流动比率和速动比率及与同行业公司比较情况如下：

公司	2020 年 6 月 30 日		2019 年 12 月 31 日		2018 年 12 月 31 日		2017 年 12 月 31 日	
	流动比率	速动比率	流动比率	速动比率	流动比率	速动比率	流动比率	速动比率
延江股份	1.57	1.26	1.30	1.04	1.46	1.20	2.85	2.52
诺邦股份	1.07	0.83	1.07	0.78	1.26	0.99	2.02	1.70
欣龙控股	1.74	1.48	1.78	1.53	1.55	1.29	2.17	1.87
豪悦护理	1.25	0.92	0.96	0.53	0.81	0.35	0.64	0.26
金春股份	2.93	2.62	2.13	1.89	1.13	1.00	0.95	0.77
洁雅股份	1.78	1.38	2.57	2.15	2.19	1.86	1.59	1.30
稳健医疗	1.68	1.29	2.25	1.42	1.54	0.87	1.27	0.71
行业平均	1.71	1.40	1.72	1.33	1.42	1.08	1.64	1.30
本公司	1.54	1.32	0.93	0.71	0.67	0.46	0.50	0.32

1.公司 2017 年、2018 年、2019 年流动比率和速动比率较低的原因

2017 年末、2018 年末和 2019 年末，公司流动比率分别为 0.50、0.67 和 0.93，速动比率分别为 0.32、0.46 和 0.71，虽逐年上升，但仍低于行业平均水平，主要原因系：2017 年以来发行人加速推进非织造材料全国性区位布局战略，资金需求较强，但公司为非上市公司，融资渠道较为单一，主要采用向金融机构融资等债权方式进行外部融资以满足长期资产投资需要。而同行业公司多为上市公司，融资渠道较为丰富，可通过股权融资等多渠道方式解决资金需求。

报告期内，公司通过引入投资者和经营成果积累等方式逐步调整资产结构、改善流动性，短期偿债能力逐步提高。报告期末，公司流动比率和速动比率分别为 1.54 和 1.32，与行业平均水平基本一致。

2.公司偿债风险较低

(1) 资产负债率低，偿债情况良好

报告期内公司的流动比率和速动比率略低于行业平均水平，但是公司的流动负债主要系正常生产经营周转活动、生产线升级改造等发生，随着生产线投产、产能进一步释放，以及下游市场需求旺盛，公司的经营性现金流入逐步增加。报告期内，公司流动比率和速动比率持续改善，与同行业公司水平较为接近。

此外，报告期末，公司的资产负债率与同行业可比公司的比较情况如下：

公司	资产负债率
延江股份	44.71%
诺邦股份	39.72%
欣龙控股	43.07%
豪悦护理	46.24%
金春股份	22.50%
洁雅股份	45.53%
稳健医疗	45.10%
行业平均	40.89%
本公司	38.32%

报告期末，公司资产负债率为 38.32%，低于行业平均水平，整体偿债能力较强，偿债风险较低。

(2) 资金充裕

报告期内，公司持续盈利、业绩持续增长，经营活动产生的现金流状况良好。报告期末，公司盈利状况良好、账面货币资金充裕，公司经营活动产生的现金流量净额可覆盖偿还流动负债的需要，公司货币资金可覆盖超过 60%的流动负债、可基本覆盖一年内到期的金融负债。良好的经营活动现金流为公司偿付能力提供了有力的资金保障，能够保障短期债务得到及时偿还。

(3) 受限资产少，银行授信额度充足

截至报告期末，公司资产受限情况如下：

单位：万元

资产名称	账面价值	受限金额	未受限金额
货币资金	45,843.29	169.79	45,673.50
固定资产	64,450.51	9,698.02	54,752.48
在建工程	24,772.91	-	24,772.91
无形资产	5,718.74	975.75	4,742.99
合计	140,785.45	10,843.57	129,941.88

截至报告期末，公司作为保证金及用于银行借款、长期应付款抵押的受限资产账面价值为 10,843.57 万元，未受限资产账面价值为 129,941.88 万元，具有足额的资产可作为申请银行借款等融资的抵押担保物。

公司与商业银行建立了长期、良好的合作关系，截至报告期末，公司贷款授信额度合计约 56,000 万元，已使用授信额度 31,500 万元，尚有 24,500 万元授信额度可供使用，融资渠道通畅，具备通过存量续借和新增借款方式来保障公司正常的流动资金需求的能力，公司偿债能力有保障。

综上所述，截至报告期末，公司偿债风险较低。

3.若不能继续保持以短期借款为主的融资方式不会对公司持续经营能力造成重大不利影响

(1) 报告期内公司营业收入、净利润持续增长，报告期末经营性现金流净额处于较高水平

凭借多年的技术积累、质量可靠的产品、优质的客户，报告期内，公司实现营业收入分别为 100,841.73 万元、115,067.62 万元、131,627.45 和 187,954.47 万元，净利润分别为 6,385.63 万元、5,276.11 万元、10,064.39 万元和 86,329.39 万元，息税折旧摊销前利润分别为 12,052.61 万元、12,276.15 万元、18,764.67 万元和 105,495.20 万元，销售规模和盈利能力均呈上升趋势。

报告期内，公司经营活动现金流量净额分别为：6,316.59 万元、13,135.56 万元、15,049.69 万元和 100,291.20 万元，持续为正且不断增加，报告期末经营活动产生的现金流量净额处于较高水平。

(2) 报告期末经营活动产生的现金流量净额可基本满足投资需要

报告期末，公司经营活动产生的现金流量净额为 100,291.20 万元，投资活动产生的现金流量净额为-45,370.91 万元，即经营活动产生的现金净流入明显大于投资活动产生的现金净流出。因而即使无法继续保持以短期借款为主的融资方式，不会对公司持续经营能力造成重大不利影响。

(四)补充说明 2019 年末和 2020 年 6 月末货币资金和银行借款余额均较高的原因及合理性。

2019 年末和 2020 年 6 月末，公司货币资金账面余额分别为 11,296.17 万元和 45,843.29 万元，银行借款（包括短期借款、一年内到期的长期借款和长期借款）余额分别为 34,249.93 万元和 37,085.04 万元，货币资金和银行借款余额均较高，主要原因系：

2019 年末，公司货币资金余额较高，主要系公司于 2019 年 12 月 20 日收到安岱汇智、毅达鑫海、人才创新、长兴金控和丁敏华等外部投资者缴纳的增资款合计 15,895 万元，使得期末货币资金账面余额大幅增加。

2020 年 6 月末，公司货币资金余额较高，主要原因系：受“新冠肺炎”疫情影响，纺粘非织造材料和水刺非织造材料等作为防疫物资生产的主要原料，市场需求量短期内急剧增加，公司及同行业公司在 2020 年上半年都处于供不应求状态。客户为保障其自身非织造材料和护理用品供应的及时性和稳定性，多采用款到发货或预收货款形式向本公司采购。2020 年 1-6 月，公司经营活动产生的现金流量净额为 100,291.20 万元，是货币资金余额较高的重要原因。

2020 年 6 月末，公司流动性负债余额为 73,522.07 万元、“新型医疗卫生材料和用品项目”预算投入 150,809 万元，存在较大的资金需求。公司在谨慎考虑国内外经济形势、金融环境、客户销售回款、金融机构实际融资申请审批时间及现有建设项目投资进度等情况下，为确保公司持续有效运营，维护公司良好信誉，保有一定数量的货币资金储备是必要的，目前的货币资金余额安全且合理。

(五)补充披露按间接法编制的现金流量表净利润与经营现金流的差异调节过程，分析各期经营活动产生的现金流量净额占净利润的比值波动较大的原因及合理性，是否与销售政策、采购政策、信用政策变化情况相匹配

1.补充披露按间接法编制的现金流量表净利润与经营现金流的差异调节过程，分析各期经营活动产生的现金流量净额占净利润的比值波动较大的原因及合理性

报告期内，公司净利润调节为经营活动现金流量情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
净利润	86,329.39	10,064.39	5,276.11	6,385.63
加：资产减值准备	1,559.40	603.56	742.69	650.32
固定资产折旧、油气资产折耗、生产性生物资产折旧	3,571.97	5,421.15	4,154.60	3,207.66
无形资产摊销	54.18	66.19	61.55	50.75
长期待摊费用摊销	8.53	21.01	8.57	197.45
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)	8.18	12.06	-30.84	-264.96
固定资产报废损失(收益以“－”号填列)	-	39.33	23.03	-
财务费用(收益以“－”号填列)	1,032.86	2,532.23	2,262.39	1,382.72
投资损失(收益以“－”号填列)	-82.40	-	37.12	-
递延所得税资产减少(增加以“－”号填列)	-335.32	-230.34	-346.39	-82.19
递延所得税负债增加(减少以“－”号填列)	5.93	12.05	-	-
存货的减少(增加以“－”号填列)	-5,837.65	-2,667.79	-1,314.80	-3,334.55
经营性应收项目的减少(增加以“－”号填列)	-8,842.83	-7,560.74	-5,297.78	-43.41

经营性应付项目的增加(减少以“－”号填列)	22,817.26	6,442.65	6,664.25	-1,832.83
其他(股份支付等)	1.69	293.93	895.05	-
经营活动产生的现金流量净额	100,291.20	15,049.69	13,135.56	6,316.59
经营活动产生的现金流量净额占净利润的比值	116.17%	149.53%	248.96%	98.92%

2017 年度，公司净利润为 6,385.63 万元，经营活动产生的现金流量净额为 6,316.59 万元，两者基本一致。

2018 年度，公司经营活动产生的现金流量净额为 13,135.56 万元，净利润为 5,276.11 万元，经营活动产生的现金流量净额超过净利润 7,859.44 万元，主要系：

(1) 采购政策方面。首先，随着公司经营规模的逐渐扩张，供应商给予公司信用额度随之增长，使得应付材料款较年初增加 1,091.03 万元；其次，公司期末与资产相关的递延收益较上年末增加 2,240.86 万元；最后，因银行承兑汇票形式收到融资租赁款及债权债务抵消计入“经营性应付项目”增加 1,845.67 万元，因而经营性应付项目的增加 6,664.25 万元。

(2) 销售政策方面。一方面，公司在护理用品业务方面战略收缩款到发货或预收款形式的自主品牌业务，重点发展具有一定实力规模的品牌商客户相应给予其一定的信用期，应收账款余额较年初增加 3,493.60 万元；另一方面，公司待抵扣增值税增加 1,434.51 万元计算时计入“经常性应收项目”，从而经营性应收项目余额较年初增加 5,297.78 万元；

(3) 随着产品种类日益丰富、广东金三发投入生产及整体产能上升，存货较上年末增加 1,314.80 万元；

此外，因折旧摊销、财务费用、股份支付及资产减值损失等不计入经营活动现金流量的成本、费用合计发生 8,124.85 万元，增加了经营活动现金流量。

2019 年度，公司经营活动产生的现金流量净额为 15,049.69 万元，净利润为 10,064.39 万元，经营活动产生的现金流量净额超出净利润 4,985.30 万元，主要系：

(1) 销售和信用政策方面。伴随业务规模扩大，应收账款余额较年初增加 2,935.20 万元；

(2) 采购政策方面。公司护理用品业务规模快速发展，越来越多的供应商给予本公司信用期，应付材料采购款增加 2,061.58 万元；此外，公司原材料需求上升，相应预付账款增加 1,020.68 万元。

(3) 会计核算方面。①公司 2019 年度待抵扣增值税增加 2,952.67 万元，在计算时作为 “经营性应收项目”的增加项目；②2019 年度为购买固定资产支付进项税 3,662.71 万元在计算时作为“经营性应付项目”的增加项目。

(4) 随着生产规模的进一步扩大，公司增加了存货备货量，导致存货较年初增加 2,667.79 万元；

此外，因折旧摊销、财务费用、股份支付及资产减值损失等不计入经营活动现金流量的成本、费用合计发生 8,938.07 万元，增加了经营活动现金流量。

2020 年 1-6 月，公司经营活动产生的现金流量净额为 100,291.20 万元，净利润为 86,329.39 万元，经营活动产生的现金流量净额超出净利润 13,961.81 万元，主要系：

(1) 2020 年 6 月末经营性应付项目余额较年初增加 22,817.26 万元，主要系：①期末应交税费较上期末增加 15,275.95 万元；②公司销售情况较好，预收账款较上期末增加 5,034.52 万元；

(2) 公司产品在 2020 年上半年度产销两旺，子公司江苏金三发也投入生产，存货储备较上期末增加 5,837.65 万元；

(3) 2020 年 1-6 月折旧摊销支出为 3,634.68 万元，财务费用为 1,032.86 万元。

(六)补充披露第三方回款与相关销售收入是否勾稽一致，是否具有可验证性，与存在第三方付款情形的客户签署合同或订单的金额及比例，与第三方回款的支付方是否存在关联关系或其他利益安排。

1.合法合规情况

公司与存在第三方付款情形的主要客户签订了合同或订单，对于未在合同中约定第三方付款情形的，客户通过提供相关证明文件或者委托付款确认书的形式，对其代付行为进行确认。报告期内，公司未因上述第三方付款情形发生货物或货款归属纠纷。

公司与相应客户签订合同的金额及占比情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
第三方回款金额	2,305.89	4,014.01	7,669.07	6,643.56
其中签订合同的金额	1,263.85	2,722.68	5,482.19	4,065.19
第三方回款中签订合同占比	54.81%	67.83%	71.48%	61.19%

2.主要第三方回款与相关销售收入的勾稽关系

2020 年 1-6 月

单位：万元

客户名称	应(预)收款项期初余额	销售金额	直接回款金额	第三方回款金额	应收款项/合同负债期末余额	该客户第三方回款占第三方回款总金额比例
越南 VX(VAVINA XNK COMPANY LIMITED)	166.08	1.13	-	166.96	0.25	7.24%
宜昌智爱商贸有限公司	-0.76	133.72	-	134.68	-1.72	5.84%
长兴俊杰百货批发部	-	89.20	-	131.66	-42.46	5.71%
英德市英城婴语故事母婴用品店明珠分店	-	67.03	-	67.03	-	2.91%
越南 DPJ(DAI PHAT JSC)	15.80	107.01	54.81	64.77	3.22	2.81%
其他	129.78	2,015.46	228.74	1,740.78	175.72	75.49%
总 计	310.90	2,413.56	283.56	2,305.89	135.01	100.00%

注：宜昌市智爱商贸有限公司、长兴俊杰百货批发部、“其他”中部分客户期末余额列示于“合同负债”科目中。

2019 年

单位：万元

客户名称	应(预)收款项期初余额	销售金额	直接回款金额	第三方回款金额	应收款项期末余额	该客户第三方回款占第三方回款总金额比例
越南 VX(VAVINA XNKCOMPANYLIMITED)	-	643.36	151.02	326.27	166.08	8.13%
越南 DPJ(DAIPHATJSC)	35.37	501.91	521.48	256.19	-240.39	6.38%
越南 ATECO(ATECOPRODUCTIONTRADINGCOMPANYLIMITED)	-6.83	199.52	-	192.68	-	4.80%

蚌埠市淮上区贝巴克母婴用品商店	-	112.22	7.40	109.27	-4.46	2.72%
宁波市海曙古林颂爱加母婴用品店	-0.04	99.34	-	105.60	-6.30	2.63%
其他	224.84	4,968.70	1,780.17	3,024.00	389.36	75.34%
总 计	253.34	6,525.04	2,460.07	4,014.01	304.30	100.00%

2018 年

单位：万元

客户名称	应(预)收款项期初余额	销售金额	直接回款金额	第三方回款金额	应收款项期末余额	该客户第三方回款占第三方回款总金额比例
越南 ATECO(ATECOPRODUCTIONTRADINGCOMPANYLIMITED)	141.44	1,406.64	831.97	722.94	-6.83	9.43%
越南 DPJ(DAIPHATJSC)	22.12	806.90	221.35	572.29	35.37	7.46%
越南 VINA(VINATOKENCO.,LTD)	57.78	454.06	117.44	357.44	36.96	4.66%
越南 CAT(CATTUONGVIETNAMCO.,LTD.)	23.60	742.47	537.89	222.12	6.06	2.90%
越南 ANH(ANHMINHTRADINGSERVICESLOGISTICSIMPORTEXPORTCO.,LTD)	2.02	299.79	301.81	212.82	-212.82	2.78%
其他	601.55	10,477.35	4,509.98	5,581.46	754.46	72.78%
总计	848.49	14,187.22	6,520.45	7,669.07	613.20	100.00%

2017 年

单位：万元

客户名称	应(预)收款项期初余额	销售金额	直接回款金额	第三方回款金额	应收款项期末余额	该客户第三方回款占第三方回款总金额比例
越南 CAT(CATTUONGVIETNAMCO.,LTD.)	0.68	1,222.06	433.49	765.66	23.60	11.52%
越南 ATECO(ATECOPRODUCTIONTRADINGCOMPANYLIMITED)	-	1,437.88	645.85	686.28	105.75	10.33%
越南 ANH(ANHMINHTRADINGSERVICESLOGISTICSIMPORTEXPORTCO.,LTD)	-	435.41	30.04	403.35	2.02	6.07%

越南 DPJ(DAIPHATJSC)	-4.57	467.31	69.44	384.12	9.17	5.78%
印尼 AP(P.T.ASIAPACIFICFORTUNASARI)	-	484.66	89.54	200.38	194.74	3.02%
其他	319.85	9,765.65	7,094.03	4,203.77	-1,291.70	63.28%
总 计	315.96	13,812.97	8,362.39	6,643.56	-956.43	100.00%

由上表可见：①报告期内涉及第三方回款的销售收入基本通过直接回款和第三方回款实现销售回款，报告期各期末应收款项/合同负债余额较低；②通过第三方回款的客户较为分散，报告期各期前五大第三方回款客户的区域、主体身份较为一致，集中度较低；③通过第三方回款的客户，主要是发展中国家客户和个体经营户等，具有商业合理性。

因此，报告期内发行人第三方回款与相关销售收入勾稽一致，具有可验证性。

3.整改措施、相关内控建立及运行情况

针对第三方回款行为，公司采取了以下整改措施：

(1) 对于公司法人形式的客户，要求其提供营业执照、开票信息等相关资料，并将开票信息中列示的银行账号作为其主要结算账户进行管理；

(2) 对于非公司法人形式的客户，要求其提供身份证等信息，并以其提供的身份证上的姓名开立的银行账号作为其主要结算账户进行管理；

(3) 如有客户通过第三方支付货款的情况，销售人员会与客户核实付款方与其的关系并做记录，并要求大额客户签订委托付款协议。公司财务人员在收款时，对第三方支付货款的情况与销售人员核实，确认无误后进行入账处理；

(4) 公司与客户每月对账，对账时将当月销售及回款的记录与客户进行确认。

经过整改，公司有效控制了通过第三方回款的情形，降低了第三方回款比例。截至本说明出具日，公司境内外销售已有效降低第三方回款，但个别境内客户操作习惯及境外客户因美元额度有限或结汇手续费较高、结汇手续繁琐等原因，仍委托第三方公司付款，公司对此亦已进行了有效管控。在公司建立了有效内部控制的情况下，合理预计第三方回款比例预计将进一步下降。

经核查，报告期内，发行人第三方回款与相关销售收入勾稽一致，具有可

验证性；发行人与第三方回款的支付方不存在关联关系或其他利益安排。

(七)核查程序及结论

1.针对上述事项，我们主要执行了以下的核查程序：

(1) 获取和查阅报告期内发行人政府补助明细账、会计政策，分析政府补助的会计处理是否符合《企业会计准则》相关规定。

(2) 获取和查阅报告期内发行人政府补助相关文件，分析政府补助合法合规性，计算各项政府补助金额占净利润比例，综合判断政府补助的可持续性。

(3) 获取发行人及子公司金三发卫材、广东金三发的高新技术企业证书、专利证书、员工名册、研发费用明细、财务报表等，计算研发人员占员工总数的比重、研发支出占营业收入的比重等，根据《高新技术企业认定管理办法》(国科发火[2016]32 号)逐项对比分析发行人及子公司金三发卫材、广东金三发是否持续满足高新技术企业认定相关规定，判断是否存在续期风险。

(4) 获取报告期内发行人财务报表及审计报告、银行借款明细、重大银行借款合同，计算各项偿债指标，分析发行人融资能力和偿债能力。

(5) 获取和查阅同行业可比公司招股说明书、定期报告，计算同行业可比公司各项偿债指标，结合访谈发行人管理层，分析发行人流动比率和速动比率低于同行业可比公司的原因。

(6) 获取并查阅发行人受限资产账面价值及相关文件，了解发行人获得的银行授信额度及已使用授信额度情况，判断若不能继续保持以短期借款为主的融资方式，是否对持续经营能力造成重大不利影响。

(7) 获取发行人货币资金和银行借款明细账，结合访谈发行人管理层，分析 2019 年末和 2020 年 6 月末货币资金和银行借款余额均较高的原因。

(8) 通过向发行人主要开户银行函证货币资金、银行借款等信息，确认 2019 年末和 2020 年 6 月末货币资金和银行借款余额的真实性。

(9) 复核按间接法编制的现金流量表净利润与经营现金流的差异调节过程，结合访谈发行人财务负责人，分析报告期内经营活动产生的现金流量净额与净利润差异的原因，判断合理性。

(10) 访谈发行人销售人员、采购人员、财务人员，了解销售政策、采购政

策、信用政策的变化，分析销售政策、采购政策、信用政策与经营活动产生的现金流量净额的匹配关系。

(11) 以抽样方式获取并检查了大额第三方回款相关的会计凭证、银行回单、代付协议及合同、签收单等原始单据，核查该等销售业务的真实性、由第三方代为支付货款的合理性。

(12) 获取和查阅报告期内涉及第三方回款的主要客户合同或订单，确认合同或订单的合法合规性，相关合同或订单执行未发生争议或纠纷。

(13) 向第三方回款中的主要客户函证并取得客户回函，确认报告期销售收入、应收账款的真实性，函证情况如下：

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
第三方回款金额(万元)	2,305.89	4,014.01	7,902.07	6,727.02
回函确认额(万元）	873.28	963.86	1,300.32	1,371.94
替代程序确认额(万元)	571.40	1,571.12	3,604.91	2,941.69
合计确认金额(万元)	1,444.67	2,534.98	4,905.23	4,313.63
确认比例	62.65%	63.15%	62.08%	64.12%

(14) 获取报告期内发行人第三方回款相关销售明细、回款明细，统计和计算主要销售对象的销售收入、直接回款、第三方回款、期末余额等数据，分析第三方回款与相关销售收入是否勾稽一致，是否具有可验证性。

(15) 获取发行人内部控制相关制度，评价其有效性，测试其执行情况，分析报告期内第三方回款相关数据，判断发行人对于第三方回款的整改有效性。

(16) 通过国家企业信息公示系统、企查查、上市公司定期报告等公开渠道查询发行人与客户、第三方回款支付方之间是否存在关联关系。

(17) 获取发行人实际控制人、董事、监事、高级管理人员的调查问卷，通过核查上述人员的个人履历、亲属信息、对外投资、对外兼职等情况，确认上述人员及其近亲属与第三方回款支付方不存在关联关系。

(18) 获取并核查发行人控股股东、实际控制人及其近亲属，发行人实际控制人控制的其他企业，发行人董事(不包括外部董事)、监事、高级管理人员及其配偶报告期内的企业或个人银行流水，重点核查 50 万元以上的交易记录，确认上述企业和人员与第三方回款支付方未发生资金往来。

2.核查结论

经核查，我们认为：

(1) 发行人政府补助的会计处理符合《企业会计准则》的规定；虽然公司获得的部分与收益相关的政府补助具有一定不确定性，但预计行业支持政策在短期内不会发生较大变更，公司未来仍将根据相关政策积极向政府提出申请，可能继续获得研发投入、产品创新、稳岗就业等各项政府补助。

(2) 截至本回复报告出具日，发行人及其子公司金三发卫材、广东金三发持续符合《高新技术企业认定管理办法》规定的高新技术企业认定条件，其持有的高新技术企业证书续期风险较低。

(3) 截至报告期末，发行人偿债风险较低；即使不能继续保持以短期借款为主的融资方式，也不会对持续经营能力造成重大不利影响。

(4) 虽然发行人 2019 年末和 2020 年 6 月末货币资金和银行借款余额均较高，但是具有合理的原因。

(5) 报告期内各期经营活动产生的现金流量与销售政策、采购政策、信用政策变化情况相匹配。

(6) 报告期内发行人第三方回款与相关销售收入勾稽一致，具有可验证性；发行人与第三方回款支付方不存在关联关系或其他利益安排。

(八)说明现金金分红是否存在直接或间接流向客户、供应商及其关联方的情况及核查过程、核查结论

经核查，报告期内，发行人现金分红流向及用途情况如下表所示：

实际发放日期	股东	股东所得分红款（万元）	主要资金流向或用途
2020 年 6 月 28 日	金三发集团	7,830.00	主要用于购买理财产品
	严华荣	2,280.00	主要用于购买理财产品
	吴晨	1,575.00	主要用于购买理财产品
	安岱汇智	1,200.00	主要用于对股东进行利润分配
	高季投资	978.00	主要用于对股东进行利润分配
	广沣启鸣	900.00	主要用于购买理财产品或对外投资
	钱海平	600.00	主要用于购买理财产品或对外投资

	翠麟投资	507.00	主要用于对股东进行利润分配
	长兴金控	292.50	主要用于发放工资等日常生产经营性支出
	毅达鑫海	262.50	主要用于购买理财产品或对外投资
	人才创新	262.50	主要用于对股东进行利润分配
	丁敏华	150.00	主要用于个人及家庭消费
	韶华咨询	150.00	主要用于对股东进行利润分配

对于上述事项，我们主要执行了以下核查程序：

(1) 获取发行人报告期内现金分红的决策文件、付款凭证，核查现金分红的决策和实施的合法合规性。

(2) 获取和核查实际控制人、控股股东及其控制的关联方的银行流水，核查分红资金流向。

(3) 获取和核查部分其他股东的银行流水，核查分红资金流向。

(4) 结合发行人现金分红发放时间和对于发行人股东的访谈，分析和确认发行人股东取得现金分红后的资金流向。

(5) 获取的核查外部股东投资或控制的企业名单，并通过网络检索予以确认，将名单列示企业与发行人客户、供应商及其关联方进行比对，未发现异常情形。

(6) 获取发行人股东关于取得现金分红款不存在流向发行人客户、供应商及其关联方的情形的说明。

(7) 获取并核查发行人控股股东、实际控制人及其近亲属，发行人实际控制人控制的其他企业，发行人董事(不包括外部董事)、监事、高级管理人员及其配偶报告期内的企业或个人银行流水，重点核查 50 万元以上的交易记录，确认上述企业和人员与发行人客户、供应商及其关联方未发生资金往来。

经核查，我们认为：

报告期内发行人现金分红不存在直接或间接流向客户、供应商及其关联方的情况。

(九)按照《深圳证券交易所创业板股票首次公开发行上市审核问答》问题 25 的要求对发行人第三方回款的真实性情况进行核查，说明核查内容和过程。

对于第三方回款事项，保荐机构、申报会计师主要履行了如下核查程序：

(1) 以抽样方式获取并检查了大额第三方回款相关的会计凭证、银行回单、代付协议及合同、签收单等原始单据，核查该等销售业务的真实性、由第三方代为支付货款的合理性。

(2) 获取和查阅报告期内涉及第三方回款的主要客户合同或订单，确认合同或订单的合法合规性，相关合同或订单执行未发生争议或纠纷。

(3) 向第三方回款中的主要客户函证并取得客户回函，确认报告期销售收入、应收账款的真实性，函证情况如下：

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
第三方回款金额(万元)	2,305.89	4,014.01	7,902.07	6,727.02
回函确认额(万元）	873.28	963.86	1,300.32	1,371.94
替代程序确认额(万元)	571.40	1,571.12	3,604.91	2,941.69
合计确认金额(万元)	1,444.67	2,534.98	4,905.23	4,313.63
确认比例	62.65%	63.15%	62.08%	64.12%

(4) 获取报告期内发行人第三方回款相关销售明细、回款明细，统计和计算主要销售对象的销售收入、直接回款、第三方回款、期末余额等数据，分析第三方回款与相关销售收入是否勾稽一致，是否具有可验证性。

(5) 获取发行人内部控制相关制度，评价其有效性，测试其执行情况，分析报告期内第三方回款相关数据，判断发行人对于第三方回款的整改有效性。

(6) 通过国家企业信息公示系统、企查查、上市公司定期报告等公开渠道查询发行人与客户、第三方回款支付方之间是否存在关联关系。

(7) 获取发行人实际控制人、董事、监事、高级管理人员的调查问卷，通过核查上述人员的个人履历、亲属信息、对外投资、对外兼职等情况，确认上述人员及其近亲属与第三方回款支付方不存在关联关系。

(8) 获取并核查发行人控股股东、实际控制人及其近亲属，发行人实际控制人控制的其他企业，发行人董事(不包括外部董事)、监事、高级管理人员及其配偶报告期内的企业或个人银行流水，重点核查 50 万元以上的交易记录，确认上述企业和人员与第三方回款支付方未发生资金往来。

经核查，我们认为：

(1) 报告期内发行人通过第三方回款的相关销售收入和销售回款具有真实性，不存在虚构交易或调节账龄情形。

(2) 报告期内，发行人部分客户通过第三方支付货款具备一定的商业合理性，发行人合法合规，未因上述第三方回款情形发生货物或货款归属纠纷。

(3) 发行人及其控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员或其他关联方与第三方回款相关的客户、支付方不存在关联关系或其他利益安排。

专此说明，请予察核。

天健会计师事务所（特殊普通合伙）　　中国注册会计师：

中国·杭州　　中国注册会计师：

二〇二一年一月二十二日