



关于嘉亨家化股份有限公司
首次公开发行股票并在创业板上市
发行注册环节反馈意见落实函的回复

保荐机构（主承销商）



安信证券股份有限公司
Essence Securities Co., Ltd.

（深圳市福田区金田路 4018 号安联大厦 35 层、28 层 A02 单元）

**关于嘉亨家化股份有限公司
首次公开发行股票并在创业板上市
发行注册环节反馈意见落实函的回复**

中国证券监督管理委员会、深圳证券交易所：

根据深圳证券交易所转发的《发行注册环节反馈意见落实函》（审核函〔2021〕010166号）（以下简称“意见落实函”）的要求，嘉亨家化股份有限公司（以下简称“嘉亨家化”、“公司”或“发行人”），会同安信证券股份有限公司（以下简称“保荐机构”）、北京德恒律师事务所（以下简称“发行人律师”）、容诚会计师事务所（特殊普通合伙）（以下简称“申报会计师”），对意见落实函中提出的问题进行了逐项落实、核查，并出具本回复，请予审核。

除另有说明外，本回复所用释义与《嘉亨家化股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市招股说明书》（以下简称“《招股说明书》”）中的释义保持一致。本报告中的报告期覆盖 2017 年、2018 年、2019 年及 2020 年 1-6 月。

本回复所用字体对应内容如下：

意见落实函所列问题	黑体
对问题的回复	宋体
《招股说明书》补充披露或修改的内容	楷体、加粗

本回复若出现总数与各分项数值之和尾数不符的情况，为四舍五入原因造成。

目 录

目 录.....	2
1、2020 年上半年与 1-9 月份净利润同比大幅增加	3
回复：	3
问题（1）：	3
回复：	3
问题（2）：	4
回复：	4
问题（3）：	14
回复：	14
问题（4）：	17
回复：	18
2、存货跌价准备的计提.....	18
回复：	19
问题（1）：	19
回复：	19
问题（2）：	26
回复：	26
问题（3）：	30
回复：	30
3、发行人披露：截至招股说明书签署日，公司拥有境内专利 175 项，其中 29 项专利将于 2021 年到期，21 项专利将于 2022-2024 年到期，请发行人详细说明，上述情况对发行人生产经营是否会造成重大影响。	31
回复：	31

1、2020 年上半年与 1-9 月份净利润同比大幅增加

发行人申报材料披露,2020 年上半年营业收入 39,217.11 万元,净利润 4,977.1 万元,销售费用为 212.37 万元;2019 年度营业收入 78,565.86 万元,净利润 6,464.4 万元,销售费用为 4,515.18 万元。根据发行人 2020 年 1-9 月经审阅的财务报告,营业收入 66,681.08 万元,同比增长 15.59%;实现归属于母公司所有者的净利润 6,671.79 万元,同比增长 63.64%;实现扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润 6,574.44 万元,同比增长 58.76%。

请发行人:

(1) 说明 2020 年上半年销售费用大幅下降的原因,剔除会计政策变更因素后,半年度销售费用是否较去年同期存在较大差异;

(2) 结合具体业务板块及主要客户列示 2020 年上半年及 1-9 月份营业收入、毛利润的构成情况,除销售费用外管理费用、利息费用等期间费用是否与营业收入的变动幅度相匹配,分析并说明与上年同期存在差异的原因;

(3) 列示 2020 年上半年及 1-9 月份存在大幅波动的财务数据,说明相关财务数据波动的合理性。

请保荐机构和申报会计师核查并发表明确意见。

回复:

问题 (1):

说明 2020 年上半年销售费用大幅下降的原因,剔除会计政策变更因素后,半年度销售费用是否较去年同期存在较大差异。

回复:

2020 年上半年、2019 年上半年,公司销售费用明细如下:

单位:万元、%

项目	2020 年 1-6 月		2019 年 1-6 月	
	金额	占比	金额	占比
包装费	-	-	1,234.73	56.50
运输费	-	-	743.96	34.04
职工薪酬	156.62	73.75	146.34	6.70
折旧摊销费	12.66	5.96	12.53	0.57
其他	43.09	20.29	47.69	2.18
合计	212.37	100.00	2,185.26	100.00
营业收入	39,217.11		36,081.78	

公司销售费用主要包括包装费、运输费、职工薪酬、折旧摊销费及其他，2020年上半年公司销售费用大幅下降，主要系2020年1月1日起公司执行新收入准则，原计入销售费用的包装费及运输费转入营业成本中核算。其中2020年1-6月包装费、运输费金额分别为1,288.90万元、846.03万元。

剔除会计政策变更的因素后，公司2020年1-6月销售费用为2,347.29万元，较2019年1-6月增加162.03万元。剔除会计政策变更的因素后，公司2020年1-6月销售费用占营业收入的比重为5.99%，与2019年1-6月销售费用占营业收入的比重6.06%相比基本一致。2020年1-6月销售费用与2019年1-6月相比不存在重大差异。

问题（2）：

结合具体业务板块及主要客户列示2020年上半年及1-9月份营业收入、毛利润的构成情况，除销售费用外管理费用、利息费用等期间费用是否与营业收入的变动幅度相匹配，分析并说明与上年同期存在差异的原因。

回复：

一、2020年上半年、2020年1-9月公司营业收入、毛利构成情况及与2019年同期对比分析

（一）收入、毛利构成总体分析

2020年1-9月、2020年1-6月及2019年同期，公司主营业务收入、毛利按产品划分的构成情况如下：

单位：万元、%

产品名称	2020年1-9月		2019年1-9月		2020年1-6月		2019年1-6月	
	收入	毛利	收入	毛利	收入	毛利	收入	毛利
塑料包装容器	28,139.13	9,190.85	33,804.04	10,632.57	16,907.71	5,341.81	21,216.63	6,151.51
日化产品	37,463.96	11,239.68	22,563.10	4,767.86	21,720.31	6,691.37	14,247.74	2,832.97
其中：化妆品	23,704.94	7,400.59	15,494.38	3,887.51	13,594.32	4,459.64	8,755.92	2,014.92
家庭护理产品	13,759.02	3,839.08	7,068.72	880.35	8,125.99	2,231.73	5,491.82	818.05
合计	65,603.09	20,430.53	56,367.14	15,400.43	38,628.02	12,033.18	35,464.38	8,984.48

注：2020年1-6月、2020年1-9月的毛利数据为剔除包装费、运输费后的结果。

1、塑料包装容器

2020年1-6月、2020年1-9月，由于疫情，受客户开工、物流运输等因素影响，公司对壳牌、上海家化、强生的塑料包装销售收入均不同程度下滑。疫情

流行高峰已逐渐减弱，国民经济正在逐步恢复，公司上下游企业的生产经营已逐渐恢复正常，公司塑料包装业务生产经营已恢复常态。

同时，由于生产塑料包装的主要原材料合成树脂市场价格处于下行区间，综合考虑，2020年1-6月、2020年1-9月塑料包装产品的毛利率较2019年同期有所提升，因此在销售规模同比下降的情况下，毛利额下降幅度较小。

2、化妆品

化妆品销售收入增长，主要系：

① 从需求看，洗护类、大众护肤类化妆品具有一定消费刚性，随着居民收入水平和消费能力持续提高，以及健康、安全意识的增强，品牌产品的消费需求增长，消费人群、场景、频次进一步提升，产品的需求不断增长。

② 从产业链看，一方面，部分成熟品牌商逐步减少自有产能，向品牌运营商转变，在保证产品质量的前提下，更多将生产制造委托给专业的第三方进行，以相对较低的成本获得更高收益；另一方面，在化妆品更新换代速度不断加快、线上线下销售渠道尤其是电商经济快速发展的背景下，新兴品牌商充分利用OEM/ODM企业成熟的厂房、设备、管理团队及技术，减少厂房、设备及研发投入，可降低投资风险，同时有效缩短新产品的开发和供应周期。产业链专业化分工的背景下，OEM/ODM将成为化妆品生产研发的常态模式。

③ 从公司自身看，经过10年的发展，公司在生产工艺、质量管控方面积累了丰富的经验，已与国内外多家知名化妆品品牌商建立了稳定合作，建立了符合国家规定、行业要求、客户标准的生产和质量管理体系。报告期内，公司与强生、郁美净、贝泰妮、利洁时等主要客户的合作不断深化，合作品类不断增加，对配方工艺的持续研发、良好的市场声誉，吸引了保利沃利、尚赫、气味图书馆等新兴及成熟品牌与企业合作。公司客户群体不断增加，销售收入稳步增长。

从毛利率来看，2020年1-6月、2020年1-9月公司化妆品毛利率约为30%，2019年同期为25%左右。主要系：

一方面，强生化妆品业务毛利率上升，2020年1-6月，公司强生婴儿爽身粉产品实现销售收入1,955.11万元，占当期强生化妆品销售收入的50.59%，该产品毛利率较高，导致2020年1-6月强生化妆品业务毛利率提高。公司与强生合作婴儿爽身粉项目的背景如下：2019年初强生与公司就婴儿爽身粉OEM业务达

成合作，公司在泉州新建粉车间，并取得“粉单元”化妆品生产许可证，经强生验收通过后，2020 年初婴儿爽身粉项目正式投产并实现销售。考虑到前期公司设备、厂房、人员投入，强生婴儿爽身粉定价相对较高，毛利率水平较高。

另一方面，公司主要化妆品生产基地位于上海，国家出台社保减免等政策支持企业运营，2020 年 1-6 月，上海嘉亨社保减免金额为 436.40 万元；2020 年 1-9 月，上海嘉亨社保减免金额为 694.14 万元，化妆品人工成本有所下降。

3、家庭护理产品

2020 年公司家庭护理产品销售收入有较大增长，主要系强生、利洁时、上海家化等客户的需求增长。其中，2018 年 9 月强生将 Cologne 花露水和邦迪消毒液授权给发行人生产，发行人经过 1 年多时间，对人员、场地、设备进行筹备，2020 年 1-9 月上述两款产品合计实现销售收入近 7,000 万元，贡献毛利接近 2,500 万元。此外，由于疫情爆发以及由此带来的消费者健康与卫生意识提高，消费者倾向更频繁地清洁及消毒双手、衣服及清洁家庭环境，市场对香皂、洗手液、消毒液等的需求增加，预期该等产品的需求仍将高企，利洁时、上海家化对公司的采购持续增加。

2、分产品类别主要客户情况

(1) 2020 年 1-9 月与 2019 年 1-9 月

单位：万元、%

产品类别	2020 年 1-9 月					2019 年 1-9 月				
	排名	客户名称	销售金额	销售占比	毛利	排名	客户名称	销售金额	销售占比	毛利
塑料包装	1	壳牌	10,071.19	35.79	2,716.65	1	壳牌	11,968.31	35.40	3,249.22
	2	上海家化	6,970.08	24.77	2,321.51	2	上海家化	9,132.60	27.02	2,964.49
	3	强生	5,482.97	19.49	2,439.15	3	强生	8,810.10	26.06	3,296.98
	4	百雀羚	1,968.50	7.00	531.83	4	百雀羚	1,251.38	3.70	306.05
	5	拜尔斯道夫	623.07	2.21	192.23	5	拜尔斯道夫	942.54	2.79	302.21
	前五名客户合计		25,115.80	89.26	8,201.37	前五名客户合计		32,104.92	94.97	10,118.96
化妆品	1	强生	5,566.41	23.48	1,818.36	1	强生	4,094.63	26.43	750.19
	2	保利沃利	3,839.74	16.20	942.96	2	郁美净	2,967.85	19.15	820.96
	3	郁美净	3,025.99	12.77	1,017.26	3	尚赫	1,725.97	11.14	398.28
	4	贝泰妮	2,950.01	12.44	1,485.72	4	保利沃利	1,180.28	7.62	220.28
	5	利洁时	2,328.66	9.82	237.61	5	气味图书馆	1,166.73	7.53	272.19
	前五名客户合计		17,710.81	74.71	5,501.91	前五名客户合计		11,135.46	71.87	2,461.90
家庭护理产品	1	强生	8,225.49	59.78	2,764.25	1	益海嘉里	3,312.09	46.86	416.97
	2	利洁时	3,250.26	23.62	681.52	2	强生	1,619.40	22.91	279.48
	3	上海家化	1,581.57	11.49	255.99	3	利洁时	1,421.40	20.11	329.67
	4	益海嘉里	289.76	2.11	46.83	4	上海家化	290.76	4.11	-208.56
	5	多特瑞	177.50	1.29	36.55	5	多特瑞	186.81	2.64	38.46
	前五名客户合计		13,524.58	98.30	3,785.14	前五名客户合计		6,830.47	96.63	856.02

注 1：2020 年 1-9 月的毛利数据为剔除包装费、运输费后的结果；注 2：销售占比为该客户该产品类别销售收入占该产品类别销售收入的比例。

① 2020 年 1-9 月与 2019 年 1-9 月相比，塑料包装容器的前五大客户未发生变化。

② 2020 年 1-9 月与 2019 年 1-9 月相比，化妆品的前五大客户增加贝泰妮、利洁时，减少尚赫、气味图书馆，上述客户均为公司主要的化妆品客户，其变动主要受客户采购需求、统计区间等影响。其中，发行人与贝泰妮的合作开始于 2015 年，报告期内，贝泰妮均为发行人化妆品业务前五大客户，与发行人合作较为稳定，发行人对其销售收入随着双方合作不断加深而有所增长。发行人与利洁时的合作开始于 2012 年，发行人主要向利洁时销售化妆品及家庭护理产品，2018 年以来，利洁时将其旗下品牌“滴露”部分香皂、洗手液、洗护类产品等委托发行人生产，发行人对利洁时的销售收入持续增长。发行人与尚赫的合作开始于 2017 年，2017-2019 年，随着产品研发、配方工艺的成熟，发行人对尚赫的产品销售规模快速增长，2020 年以来，尚赫因销售渠道受疫情影响，对发行人的采购有所下降。发行人对气味图书馆的销售规模下降，2020 年 1-9 月受其采购需求下降影响，2020 年 1-9 月发行人对气味图书馆实现收入约 650 万元。

③ 2020 年 1-9 月与 2019 年 1-9 月相比，家庭护理产品的前五大客户较为稳定，其中强生、利洁时、上海家化销售规模增加，主要系：一方面，2018 年 9 月强生将 Cologne 花露水和邦迪消毒液授权给发行人生产，发行人经过 1 年多时间，对人员、场地、设备进行筹备，2020 年 1-9 月上述两款产品合计实现销售收入近 7,000 万元；另一方面，由于疫情爆发以及由此带来的消费者健康与卫生意识提高，消费者倾向更频繁地清洁及消毒双手、衣服及清洁家庭环境，市场对香皂、洗手液、消毒液等的需求增加，预期该等产品的需求仍将高企，利洁时、上海家化对公司的采购持续增加。益海嘉里销售规模减少，主要系受产能限制及洗洁精产品毛利率较低的影响，2020 年以来，公司对益海嘉里洗洁精业务销售收入减少。

(2) 2020 年 1-6 月与 2019 年 1-6 月

单位：万元、%

产品类别	2020 年 1-6 月					2019 年 1-6 月				
	排名	客户名称	销售金额	销售占比	毛利	排名	客户名称	销售金额	销售占比	毛利
塑料包装	1	壳牌	6,406.70	37.89	1,754.51	1	壳牌	8,177.22	38.54	2,173.13
	2	上海家化	4,531.22	26.80	1,468.21	2	上海家化	5,898.78	27.80	1,779.94
	3	强生	2,388.26	14.13	1,035.43	3	强生	4,684.94	22.08	1,505.83
	4	百雀羚	1,011.37	5.98	285.66	4	百雀羚	713.28	3.36	154.73
	5	拜尔斯道夫	370.96	2.19	120.16	5	拜尔斯道夫	677.38	3.19	231.89
	前五名客户合计		14,708.52	86.99	4,663.96	前五名客户合计		20,151.59	94.98	5,845.52
化妆品	1	强生	3,864.89	28.43	1,334.83	1	强生	2,413.39	27.56	428.53
	2	保利沃利	3,054.83	22.47	780.00	2	郁美净	1,779.50	20.32	413.16
	3	贝泰妮	1,591.88	11.71	850.80	3	尚赫	1,502.18	17.16	343.23
	4	郁美净	1,574.90	11.58	542.89	4	气味图书馆	850.40	9.71	206.49
	5	多特瑞	862.76	6.35	145.99	5	贝泰妮	581.99	6.65	242.40
	前五名客户合计		10,949.26	80.54	3,654.52	前五名客户合计		7,127.45	81.40	1,633.82
家庭护理产品	1	强生	5,076.36	62.47	1,648.80	1	益海嘉里	2,688.83	48.96	335.70
	2	利洁时	1,516.79	18.67	357.83	2	强生	1,405.12	25.59	301.12
	3	上海家化	1,118.74	13.77	162.75	3	利洁时	1,007.03	18.34	224.68
	4	益海嘉里	215.34	2.65	23.91	4	郁美净	151.19	2.75	17.80
	5	郁美净	112.29	1.38	14.88	5	多特瑞	114.03	2.08	21.22
	前五名客户合计		8,039.52	98.94	2,208.17	前五名客户合计		5,366.19	97.71	900.51

注 1：2020 年 1-6 月的毛利数据为剔除包装费、运输费后的结果；

注 2：销售占比为该客户该产品类别销售收入占该产品类别销售收入的比例。

① 2020 年 1-6 月与 2019 年 1-6 月相比，塑料包装容器前五大客户未发生变化。

② 2020 年 1-6 月与 2019 年 1-6 月相比，化妆品前五大客户增加保利沃利、多特瑞，主要系：一方面，发行人与保利沃利的合作开始于 2019 年，主要向发行人采购洗护类化妆品。根据天猫数据，保利沃利旗下品牌“三谷”旗舰店在“6.18”、“双 11”期间销售情况较好，2019 年 6 月洗护类销售排名第 3，2019 年 11 月洗护类销售排名第 5，由于保利沃利自身销售规模快速增长，对发行人 OEM/ODM 业务需求快速增加，2019 年保利沃利为发行人第六大客户，2020 年 1-6 月为发行人第四大客户。另一方面，发行人与多特瑞的合作开始于 2016 年，发行人主要向多特瑞销售化妆品及家庭护理产品，报告期内，发行人对多特瑞的销售规模不断增长。

尚赫、气味图书馆变动原因与 2020 年 1-9 月相比 2019 年 1-9 月变动原因一致。

③ 2020 年 1-6 月与 2019 年 1-6 月相比，家庭护理产品客户较为稳定，其变动原因与 2020 年 1-9 月相比 2019 年 1-9 月变动原因一致。

3、公司与主要客户长期合作，收入、利润规模增长

2020 年 1-9 月、2020 年 1-6 月，公司销售收入及盈利能力同比增长，主要系公司采取日化产品 OEM/ODM 与塑料包装业务协同发展的策略，可为客户提供塑料包装及内容物的一站式服务，满足日化产品行业客户成本控制、产品质量、交货周期、品牌快速迭代的综合需求，进一步增强客户粘性，不断加强与客户的深度合作。

发行人与主要客户的合作，一般从塑料包装、化妆品或家庭护理产品中一种业务开始，随着客户产品的顺利交货并经与客户一段时间的合作磨合后，客户综合评估公司的研发及技术能力、生产能力、质量控制能力等，和公司合作的产品品类及订单量不断增加。例如，发行人主要客户中，公司与强生、上海家化、百雀羚等的合作从塑料包装开始，逐步增加化妆品、家庭护理产品业务；公司向益海嘉里销售的洗洁精产品，其部分塑料包装容器由发行人生产；公司与郁美净的合作从化妆品开始，逐步增加家庭护理产品及少量塑料包装业务；公司与利洁时的合作涵盖了香皂、消毒液、洗手液、洗衣液等各类家庭护理产品及少量化妆品。

公司与主要客户长期合作，其中与强生、上海家化、百雀羚已合作 10 余年，与壳牌、利洁时、益海嘉里、郁美净等已合作 5 年以上或近 5 年，公司与主要客户在塑料包装及日化产品领域已形成多品类、多方位的深度合作，支持公司业务规模的稳步增长。

日化产品供应商融入国内外知名品牌商的供应链，需要通过客户 3-6 个月的现场验厂等一系列审核程序，客户对包括厂房、设备、供应商管理、生产流程及过程控制、品质管理流程、研发及检验、追溯性、环境、安全、人力资源等进行详细严格的审核。在通过供应商资质审核后，公司需进行产品开发或配方及工艺转移、试车验证，成品试产后还需进行稳定性、兼容性等测试。测试结果符合标准后，客户才会向公司下达正式订单。随着客户产品的顺利交货并经与客户一段时间的合作磨合后，客户综合评估公司的研发及技术能力、生产能力、质量控制能力等，和公司合作的产品品类及订单量才会不断增加。

由于通过该等认证难度较大，行业内能够成为国际知名品牌客户供应商的企业较为有限。同时，国内外知名品牌商十分重视未发布新产品、尚在研发产品的信息保密工作，稳定的供应链管理有利于品牌商快速将产品推向市场、保证产品质量稳定并降低成本。因此，品牌商为确保产品质量和稳定货源，不会轻易改变供应商。严格的认证审核过程使得品牌商与日化产品及包装制造商建立了稳定的供应合作关系，长期稳定的合作关系使公司的销售具有稳定性和持续性。

二、管理费用、利息费用等期间费用与营业收入的匹配情况

1、2020 年上半年及 2019 年上半年管理费用、利息费用等期间费用与营业收入的匹配情况

单位：万元、%

项目	2020 年 1-6 月		2019 年 1-6 月	
	金额	占比	金额	占比
管理费用	3,688.31	9.40	3,510.50	9.73
研发费用	811.39	2.07	856.26	2.37
利息费用	224.69	0.57	337.93	0.94
营业收入	39,217.11	-	36,081.78	-

(1) 管理费用

2020 年上半年及 2019 年上半年管理费用明细如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年 1-6 月
职工薪酬	1,762.12	1,691.08
租赁费	608.25	521.29
折旧摊销费	235.60	207.64
维修费	174.12	181.59
中介机构费	251.67	102.19
办公费	232.12	195.15
业务招待费	172.45	197.76
股份支付	0.00	131.79
其他	251.99	282.01
合计	3,688.31	3,510.50

2020 年 1-6 月，管理费用中职工薪酬、租赁费、折旧摊销费、中介机构费、办公费等均同比有所增加；2020 年 1-6 月管理费用占营业收入的比例为 9.40%，略低于 2019 年 1-6 月管理费用占营业收入的比例 9.73%，主要系 2019 年 1-6 月公司确认了股份支付费用 131.79 万元，剔除该非经常性事项的影响，2019 年 1-6 月管理费用占营业收入的比例为 9.36%，与 2020 年 1-6 月基本一致。

（2）研发费用

2020 年上半年及 2019 年上半年研发费用明细如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年 1-6 月
人工费	466.57	446.27
材料费	232.06	285.95
折旧费	61.17	61.66
水电燃气费	33.50	33.88
设备维护费	-	3.17
其他	18.08	25.34
合计	811.39	856.26

2020 年 1-6 月、2019 年 1-6 月，研发费用占营业收入的比例分别为 2.07%、2.37%，2020 年 1-6 月研发费用占比略微下降，主要系研发项目领用材料同比减少所致。

（3）利息费用

2020 年 1-6 月、2019 年 1-6 月，利息费用占营业收入的比例分别为 0.57%、0.94%，主要系公司盈利能力不断增强，相应银行借款余额下降所致。

2、2020 年 1-9 月及 2019 年 1-9 月管理费用、利息费用等期间费用与营业收入的匹配情况

单位：万元、%

项目	2020 年 1-9 月		2019 年 1-9 月	
	金额	占比	金额	占比
管理费用	6,308.47	9.46	5,501.57	9.54
研发费用	1,267.47	1.90	1,340.26	2.32
利息费用	333.29	0.50	516.55	0.90
营业收入	66,681.08	-	57,688.02	-

(1) 管理费用

2020 年 1-9 月及 2019 年 1-9 月管理费用明细如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-9 月	2019 年 1-9 月
职工薪酬	2,929.59	2,657.60
租赁费	1,042.37	788.22
折旧摊销费	344.06	306.13
维修费	329.25	272.48
中介机构费	345.96	210.38
办公费	514.48	351.00
业务招待费	374.35	308.20
股份支付	-	131.79
其他	428.42	475.76
合计	6,308.47	5,501.57

2020 年 1-9 月，管理费用中职工薪酬、租赁费、折旧摊销费、维修费、中介机构费、办公费等均同比有所增加；2020 年 1-9 月管理费用占营业收入的比例为 9.46%，2019 年 1-9 月管理费用占营业收入的比例 9.54%，基本一致。

(2) 研发费用

2020 年 1-9 月及 2019 年 1-9 月研发费用明细如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-9 月	2019 年 1-9 月
人工费	737.92	718.85
材料费	345.23	420.82
折旧费	93.53	93.25
水电燃气费	54.40	53.89
设备维护费	-	5.51
其他	36.39	47.94
合计	1,267.47	1,340.26

2020 年 1-9 月、2019 年 1-9 月，研发费用占营业收入的比例分别为 1.90%、2.32%，2020 年 1-9 月研发费用占比略微下降，主要系研发项目领用材料同比减少所致。

(3) 利息费用

2020 年 1-9 月、2019 年 1-9 月，利息费用占营业收入的比例分别为 0.50%、0.90%，主要系公司盈利能力不断增强，相应银行借款余额下降所致。

问题（3）：

列示 2020 年上半年及 1-9 月份存在大幅波动的财务数据，说明相关财务数据波动的合理性。

回复：

1、2020 年上半年波动幅度超过 30%的财务数据

单位：元、%

报表项目	2020 年 6 月 30 日/2020 年 1-6 月	2019 年 6 月 30 日/2019 年 1-6 月	变动比例	变动原因分析
应收票据	3,550,000.00	2,500,000.00	42.00	浙江嘉亨客户以票据形式支付货款金额增加
预付款项	12,155,690.62	4,970,952.36	144.53	预付货款增加及预付 IPO 中介机构费用
其他应收款	4,975,730.38	2,999,909.02	65.86	保证金及押金增加
其他流动资产	36,842.85	2,659,576.61	-98.61	待认证进项税额减少
在建工程	6,020,389.21	3,691,760.99	63.08	湖州化妆品及塑料包装容器生产基地建设项目于 2020 年开始建设导致在建工程增加
无形资产	38,008,860.70	17,698,836.55	114.75	于 2019 年 10 月购入位于湖州市南浔区练市镇浔练公路东侧、茹家甸路南侧、练溪大道西侧的土地使用权，2019 年 11 月入账。
递延所得税资产	3,353,069.65	5,572,952.07	-39.83	由于子公司上海嘉亨于 2020 年将以前年度亏损全部弥补完毕，可抵扣亏损对应的递延所得税资产减少，进而导致递延所得税资产的减少
其他非流动资产	8,095,547.15	4,839,587.69	67.28	预付设备款增加
短期借款	85,118,425.87	129,990,000.00	-34.52	借款归还导致短期借款期末余额减少
应付账款	150,669,778.08	105,530,314.86	42.77	产量增加，材料采购量相应增加
预收款项	4,800.00	4,232,169.36	-99.89	预收款项 2020 年 6 月 30 日余额为预收租赁费；2019 年 6 月 30 日余额主要为预收货款。本公司自 2020 年 1 月 1 日起首次执行新收入准则，

报表项目	2020年6月30日/2020年1-6月	2019年6月30日/2019年1-6月	变动比例	变动原因分析
				将与商品销售和提供劳务相关的预收款项重分类至合同负债，并将相关的增值税销项税额重分类至其他流动负债
合同负债	7,708,524.91	-	-	本公司自2020年1月1日起首次执行新收入准则，将与商品销售和提供劳务相关的预收款项重分类至合同负债，并将相关的增值税销项税额重分类至其他流动负债
其他应付款	120,374.72	514,537.54	-76.61	(1) 2020年起，将应付银行贷款利息重分类至短期借款；(2) 费用报销款较上年同期减少19.29万元
其他流动负债	546,553.73	-	-	本公司自2020年1月1日起首次执行新收入准则，将与商品销售和提供劳务相关的预收款项重分类至合同负债，并将相关的增值税销项税额重分类至其他流动负债
递延收益	1,948,430.99	1,290,020.84	51.04	本期收到政府补助增加
其他综合收益	132,384.50	67,869.56	95.06	汇率变动影响
盈余公积	5,852,835.08	2,691,323.68	117.47	计提盈余公积
未分配利润	160,595,195.86	80,173,316.01	100.31	利润结转
税金及附加	1,813,729.93	2,594,655.59	-30.10	应交增值税金额减少导致附加税相应减少
销售费用	2,123,689.57	21,852,595.55	-90.28	2020年1月1日起公司执行新收入准则，原计入销售费用的包装费及运费转入营业成本中核算
财务费用	2,067,917.71	3,167,358.49	-34.71	借款归还导致利息支出减少
信用减值损失 (损失以“-”号填列)	-1,798,429.55	402,875.87	-546.40	应收账款增加
资产处置收益	-6,901.25	43,469.87	-115.88	2020年1-6月固定资产处置损失导致资产处置收益减少
营业外收入	1,415.24	5,934.42	-76.15	2019年1-6月将无需退还的款项计入营业外收入
营业外支出	236,064.80	119,195.08	98.05	非流动资产报废损失以及公益性捐赠支出增加
所得税费用	9,900,030.58	4,021,502.55	146.18	销售规模扩大，利润增加进

报表项目	2020年6月30日/2020年1-6月	2019年6月30日/2019年1-6月	变动比例	变动原因分析
				而导致当期所得税费用增加

2、2020年1-9月波动幅度超过30%的财务数据

单位：元、%

报表项目	2020年9月30日/2020年1-9月	2019年9月30日/2019年1-9月	变动比例	变动原因分析
应收票据	300,000.00	-	-	2020年9月30日应收票据余额为未终止确认的已背书未到期银行承兑汇票。
预付款项	13,681,748.29	8,135,488.96	68.17	预付费用类款项增加及预付IPO中介机构费用
其他应收款	6,908,461.30	13,640,430.74	-49.35	收回土地出让保证金 1,024万元
存货	169,734,448.20	116,724,142.94	45.42	公司销售规模扩大，相应存货备货增加
其他流动资产	1,353,225.65	1,981,778.12	-31.72	待认证进项税额减少
在建工程	22,837,874.85	4,492,729.12	408.33	湖州化妆品及塑料包装容器生产基地建设项目于2020年开始建设导致在建工程增加
无形资产	37,777,756.90	17,572,614.69	114.98	于2019年10月购入位于湖州市南浔区练市镇浔练公路东侧、茹家甸路南侧、练溪大道西侧的土地使用权，2019年11月入账。
递延所得税资产	3,609,395.17	5,869,818.25	-38.51	由于子公司上海嘉亨于2020年将以前年度亏损全部弥补完毕，可抵扣亏损对应的递延所得税资产减少，进而导致递延所得税资产的减少
其他非流动资产	9,934,425.49	16,406,328.48	-39.45	预付设备款减少
应付账款	184,716,250.92	111,915,539.25	65.05	产量增加，材料采购量相应增加
预收款项	2,400.00	5,102,972.30	-99.95	预收款项2020年9月30日余额为预收租赁费；2019年9月30日余额主要为预收货款。本公司自2020年1月1日起首次执行新收入准则，将与商品销售和提供劳务相关的预收款项重分类至合同负债，并将相关的增值税销

报表项目	2020年9月30日/2020年1-9月	2019年9月30日/2019年1-9月	变动比例	变动原因分析
				项税额重分类至其他流动负债
合同负债	8,973,486.55	-	-	本公司自2020年1月1日起首次执行新收入准则，将与商品销售和提供劳务相关的预收款项重分类至合同负债，并将相关的增值税销项税额重分类至其他流动负债
其他应付款（报表项目）	131,088.94	372,348.35	-64.79	费用报销款较上年同期减少
其他流动负债	1,062,427.93	-	-	本公司自2020年1月1日起首次执行新收入准则，将与商品销售和提供劳务相关的预收款项重分类至合同负债，并将相关的增值税销项税额重分类至其他流动负债
其他综合收益	81,428.58	120,994.65	-32.70	汇率变动影响
盈余公积	5,852,835.08	2,691,323.68	117.47	计提盈余公积
未分配利润	187,442,143.60	101,329,682.48	84.98	利润结转
销售费用	3,509,536.11	34,552,367.52	-89.84	2020年1月1日起公司执行新收入准则，原计入销售费用的包装费及运费转入营业成本中核算
财务费用	5,468,183.96	4,047,343.57	35.11	主要是由于2020年6月起美元和港币汇率呈逐渐下降趋势，而2020年6至9月外销收入增加，导致汇兑损失增大
信用减值损失（损失以“-”号填列）	-2,846,470.76	-472,679.00	502.20	应收账款增加
资产处置收益	-2,689.30	-140,745.21	-98.09	2020年1-9月固定资产处置损失减少
营业外收入	1,490.52	183,670.25	-99.19	2019年8月由于供应商逾期供货扣除货款17.60万元，并将该款项计入营业外收入
营业外支出	294,860.34	502,511.58	-41.32	非流动资产报废损失减少
所得税费用	15,735,174.58	7,918,696.54	98.71	销售规模扩大，利润增加进而导致当期所得税费用增加

问题（4）：

请保荐机构和申报会计师核查并发表明确意见。

回复：

保荐人、申报会计师履行了以下核查程序：

1、查阅发行人 2020 年 1-6 月及 2019 年 1-6 月销售费用、管理费用、研发费用、财务费用明细、2020 年 1-9 月及 2019 年 1-9 月管理费用、研发费用、财务费用明细，计算并分析各类费用的变动情况、与营业收入的匹配情况；

2、查阅发行人 2020 年上半年及 1-9 月收入成本明细表，计算并分析 2020 年上半年及 1-9 月份营业收入、毛利润构成情况；

3、计算公司各财务数据 2020 年上半年及 1-9 月较上年同期变动幅度，分析变动较大财务数据的变动原因。

经核查，保荐机构、申报会计师认为：

1、2020 年上半年销售费用大幅下降系会计政策变更所导致，剔除会计政策变更因素后，半年度销售费用较去年同期不存在较大差异。

2、2020 年 1-9 月、2020 年 1-6 月，公司销售收入及盈利能力同比增长，主要系公司采取日化产品 OEM/ODM 与塑料包装业务协同发展的策略，为客户提供包材及内容物的一站式服务，满足日化产品行业客户成本控制、产品质量、交货周期、品牌快速迭代的综合需求，进一步增强客户粘性，不断加强与客户的深度合作。

2020 年上半年及 1-9 月份管理费用、研发费用、利息费用等期间费用与营业收入的变动幅度相匹配。

3、2020 年上半年及 1-9 月份存在大幅波动的财务数据的波动均具有合理性。

2、存货跌价准备的计提

报告期各期末，发行人存货分别为 9,212.83 万元、12,072.46 万元、12,406.13 万元、14,013.66 万元。为保证供货及时性，发行人通常提前生产一些产品，避免订单量突然增加造成的压力，部分产品没有客户直接订单对应。报告期内，经减值测试不存在存货的预计可变现净值低于存货成本的情形，发行人未计提存货跌价准备。

请发行人：

(1) 列明报告期各期末存货的库龄，对各批次存货的领用、管理方法，说明是否存在长时间未使用或者销售的存货；

(2) 对于不存在订单覆盖的存货，报告期内原材料及产品市场价格是否存在大幅波动，如有，请说明报告期内未计提存货跌价准备的合理性。

请保荐机构和申报会计师核查并发表明确意见。

回复：

问题（1）：

列明报告期各期末存货的库龄，对各批次存货的领用、管理方法，说明是否存在长时间未使用或者销售的存货。

回复：

一、公司存货库龄情况分析

报告期各期末，公司存货的库龄情况如下：

单位：万元、%

2020年6月30日	项目	原材料	在产品及半成品	库存商品	发出商品	模具	委托加工物资	合计	占比
	1年以内	6,855.67	1,911.17	2,731.37	514.78	441.00	7.42	12,461.41	88.92
	1-2年	627.19	65.41	99.49	-	34.48	0.16	826.74	5.90
	2-3年	316.43	19.86	24.49	-	2.13	-	362.91	2.59
	3年以上	296.49	23.05	43.05	-	-	-	362.59	2.59
	合计	8,095.79	2,019.49	2,898.40	514.78	477.61	7.58	14,013.66	100.00
2019年12月31日	项目	原材料	在产品及半成品	库存商品	发出商品	模具	委托加工物资	合计	占比
	1年以内	5,665.57	2,096.51	2,783.42	171.60	434.79	11.33	11,163.21	89.98
	1-2年	592.69	66.23	83.94	-	2.13	0.38	745.37	6.01
	2-3年	238.38	20.10	49.48	-	-	-	307.97	2.48
	3年以上	138.31	14.24	37.03	-	-	-	189.58	1.53
	合计	6,634.95	2,197.08	2,953.86	171.60	436.92	11.71	12,406.13	100.00
2018年12月31日	项目	原材料	在产品及半成品	库存商品	发出商品	模具	委托加工物资	合计	占比
	1年以内	4,993.14	1,788.01	3,279.89	320.14	534.57	9.17	10,924.92	90.49
	1-2年	385.58	34.93	89.63	-	48.91	0.45	559.50	4.63
	2-3年	112.44	63.31	70.32	-	-	-	246.08	2.04
	3年以上	173.22	130.62	37.44	-	0.68	-	341.97	2.83
	合计	5,664.39	2,016.87	3,477.28	320.14	584.17	9.62	12,072.46	100.00

2017 年 12 月 31 日	项目	原材料	在产品及半成品	库存商品	发出商品	模具	委托加工物资	合计	占比
	1 年以内	4,021.54	1,328.86	1,974.78	113.70	765.85	15.11	8,219.84	89.22
	1-2 年	258.83	79.67	109.71	-	53.42	-	501.62	5.44
	2-3 年	159.01	141.73	41.41	-	-	-	342.15	3.71
	3 年以上	125.66	6.73	16.14	-	0.68	-	149.22	1.62
	合计	4,565.03	1,556.99	2,142.04	113.70	819.95	15.11	9,212.83	100.00

如上表所示，报告期内公司 1 年以上库龄存货主要构成为原材料、在产品及半成品、库存商品。

（一）原材料

1、总体分析

库龄 1 年以上原材料主要为包材、合成树脂、色母、标签，以及皮肤调理剂、芳香剂、润肤剂等日化原料。整体而言，包材、合成树脂、色母、标签可长时间存放和使用，主要用于生产塑料包装容器，公司保留一定的相关原材料便于生产过程中随时使用。

对于日化原料，由于公司日化产品业务以 OEM 模式为主，不同客户产品使用的原料生产厂家、品牌型号等差别较大，同一类型的原料生产厂家、原产地、纯净度以及提炼来源等也不尽相同；随着公司日化产品销售规模扩大，公司采购日化原料的种类不断增加，而且日化原料的单价相对较高，一般为每吨数万元至数十万元，因此，日化原料采购数量不多，但价值较高。公司在采购日化原料时，会根据客户订单测算所需的原料并安排采购，由于日化原料采购一般有最小起订量，部分采购的原料会高于订单需求。根据惯例，因最小起订量引起的多余原料，客户订单不能消耗完的，客户会额外承担该部分的原料成本并与公司另行结算。公司与日化产品客户的合作关系长期稳定，但产品品种较多，在生产过程中，日化原料使用伴随相关产品的订单周期，受相应产品订单的订单总量及订单频率等因素影响，日化原料库龄会超过 1 年，但仍然处于可有效使用状态。公司会考虑产品生产计划、原材料质量控制等因素，与客户保持紧密沟通，保证日化原料的有效、合理使用。

2、库龄 3 年以上原材料分析

报告期各期末，库龄 3 年以上的原材料情况如下：

单位：万元

项目	2020.06.30	2019.12.31	2018.12.31	2017.12.31
合成树脂	44.96	13.43	41.24	41.07
色母	71.58	18.47	68.73	36.73
包材	71.97	27.89	21.15	18.71
标签	3.75	1.57	2.59	2.49
日化原料	98.88	65.31	36.64	23.53
其他	5.36	11.64	2.87	3.13
合计	296.49	138.31	173.22	125.66

(1) 塑料包装原材料减值分析

合成树脂、色母、标签、包材等主要用于生产塑料包装容器。报告期内，主要原材料价格变动情况如下：

单位：元/吨、元/个、%

项目	2020 年 1-6 月		2019 年		2018 年		2017 年
	单价	变动	单价	变动	单价	变动	单价
合成树脂	6,560.30	-14.66	7,687.33	-17.31	9,296.59	7.77	8,626.19
色母	39,666.27	3.35	38,379.23	16.28	33,006.34	-0.58	33,198.55
标签	0.17	0.00	0.17	0.00	0.17	-5.56	0.18
包材	0.20	-4.76	0.21	5.00	0.20	25.00	0.16

报告期内，塑料包装容器主营业务成本构成及金额占比情况如下：

单位：万元、%

项目	2020 年 1-6 月		2019 年		2018 年		2017 年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
直接材料	7,351.95	63.57	20,677.67	68.41	21,881.73	69.57	18,171.27	67.97
直接人工	1,586.53	13.72	3,836.29	12.69	3,756.13	11.94	3,290.45	12.31
制造费用	2,627.42	22.72	5,713.69	18.90	5,817.01	18.49	5,271.18	19.72
合 计	11,565.90	100.00	30,227.65	100.00	31,454.86	100.00	26,732.90	100.00

报告期内，生产塑料包装容器的主要原材料中合成树脂的价格 2019 年以来处于下行区间。假定 2020 年 1-6 月生产领用的合成树脂均为 2017 年采购，且加工后的塑料包装容器当期均全部结转成本，即当期生产领用的合成树脂均结转进入营业成本-直接材料；同时营业成本-直接人工、营业成本-制造费用金额仍采用 2020 年 1-6 月实际发生数据。

序号	项目	金额	说明
①	2020 年 1-6 月生产领用的合成树脂数量（吨）	7,611.36	
②	合成树脂 2020 年 1-6 月采购价格（元/吨）	6,560.30	
③	合成树脂 2017 年采购价格（元/吨）	8,626.19	
④	合成树脂 2020 年 1-6 月采购价格与 2017 年采购价格的差价（元/吨）	2,065.89	④=③-②
⑤	假定 2020 年 1-6 月按照 2017 年价格采购合成树脂，计算 2020 年 1-6 月塑料包装容器增加的营业成本-直接材料（万元）	1,572.42	⑤=①*④
⑥	2020 年 1-6 月塑料包装容器实际营业成本（万元）	11,565.90	
⑦	假定 2020 年 1-6 月按照 2017 年价格采购合成树脂，2020 年 1-6 月塑料包装容器的营业成本（万元）	13,138.33	⑦=⑤+⑥
⑧	2020 年 1-6 月塑料包装容器销售收入（万元）	16,907.71	
⑨	假定 2020 年 1-6 月按照 2017 年价格采购合成树脂，测算的毛利率	22.29%	⑨=1-⑦/⑧

测算后，2020 年 1-6 月塑料包装容器毛利率为 22.29%，相应原材料考虑继续加工成本后，其可变现净值高于成本，不存在减值。

（2）日化产品原材料减值分析

报告期内，公司主要日化原料采购价格如下：

单位：元/吨、%

项目		2020 年 1-6 月		2019 年		2018 年		2017 年	
		单价	采购占比	单价	采购占比	单价	采购占比	单价	采购占比
日化产品原材料	表面活性剂	7,647.86	9.65	7,549.33	8.01	6,869.55	9.15	6,696.72	7.46
	润肤剂	26,931.58	2.13	26,973.66	2.70	42,024.44	1.68	45,642.32	1.30
	芳香剂	159,894.44	4.38	157,036.55	2.23	113,253.09	1.37	119,901.55	1.23
	保湿剂	19,381.42	1.97	24,921.94	2.00	18,659.99	1.29	21,605.85	0.95
	皮肤调理剂	69,038.04	2.99	160,529.97	1.94	207,760.35	1.57	136,327.43	1.55
	柔顺剂	53,390.81	1.93	66,852.06	1.53	42,839.43	0.08	35,463.04	0.11
	防腐剂	87,551.00	1.41	107,118.30	1.32	75,385.90	0.78	73,925.44	0.59
	增稠剂	34,807.78	1.37	24,926.31	1.04	12,558.51	0.51	14,917.84	0.61
	乳化剂	46,863.61	0.51	34,337.82	0.45	36,595.30	0.36	44,259.46	0.35
	其他添加剂	8,478.36	6.16	5,310.78	1.62	4,120.84	1.05	7,327.20	0.86

报告期内，公司日化产品原材料的采购单价有所变动，主要原因系：公司日化产品业务以 OEM 模式为主，客户产品使用的原料生产厂家、品牌型号等差别较大，同一类型的原料因生产厂家、原产地、纯净度以及提炼来源等不同导致价格差异较大。公司一般考虑产品生产计划、原材料质量控制、单位采购成本及采购周期，按成本最小化的原则进行采购，因各年客户产品结构发生变化，导致对应使用的原料各年度采购数量存在差异，造成原材料的平均价格发生波动。报告期内，公司采购的日化产品原材料价格总体呈上升趋势。除表面活性剂外，其他原材料较为分散，单项价格波动对日化产品成本影响较小。

报告期内，化妆品的单价、单位成本构成情况如下：

元/吨、%

项目	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
单位价格	23,292.94	21,078.03	17,811.70	23,222.47
单位成本	15,651.65	15,374.54	13,830.90	16,791.02
其中：单位直接材料	10,652.49	9,960.33	9,615.11	11,465.56
单位直接人工	3,090.84	3,651.18	2,693.58	2,659.26
单位制造费用	1,908.32	1,763.03	1,522.21	2,666.20
毛利率	32.81	27.06	22.35	27.69

报告期内，化妆品成本构成中，直接材料占比分别为 68.28%、69.52%、64.78% 和 68.06%。假定 2020 年 1-6 月生产的化妆品，其使用的原材料为 2017 年采购，

并假设如下：2020 年 1-6 月单位直接材料采取 2017 年单位直接材料数据，单位直接人工、单位制造费用不调整；则测算后，2020 年 1-6 月化妆品的单位成本为 16,464.72 元/吨，2020 年 1-6 月化妆品毛利率为 29.31%。相应原材料考虑继续加工成本后，其可变现净值高于成本，不存在减值。

（二）在成品及半成品

库龄 1 年以上的在产品及半成品，主要构成为塑料包装容器，对于销量较大的塑料包装产品，公司会根据客户预测需求进行备货，提前生产一些半成品，满足客户订单交货期的需求。报告期内，公司在产品及半成品周转天数分别为 15 天、12 天、14 天和 13 天，在产品及半成品周转情况基本与产品生产周期、发行人生产模式等因素相匹配，符合发行人业务模式和实际经营情况，具有合理性。

（三）库存商品

库龄 1 年以上的库存商品中，主要构成为塑料包装容器，公司的塑料包装容器客户主要为壳牌、强生、上海家化、百雀羚等长期合作客户，客户需求的产品规格型号较多，对于一些单次需求量不大、但客户长期需要的产品，为便于提高供应效率，公司会根据产能安排集中生产备货，以便于客户需要时能及时供货。报告期内公司塑料包装容器的价格较为稳定，毛利率为 30%左右，呈逐年上升趋势，发生减值的可能性相对较小。

综上所述，公司库龄在 1 年以上的存货主要是公司生产经营过程中保留的备品备件及所需的原材料，发生减值的可能性较小。公司对于期末存货根据需要领用或处理，不存在长时间未使用或者销售的存货。

二、存货内部管理流程

为加强对公司库存物资的内部控制，保证库存物资的验收入库、存储保管和领料出库业务的规范有序，揭示和防止差错，公司制定了《存货内部控制制度》；为规范所有运至公司的原材料、包装材料、半成品的收货操作，保证收货的正确性，公司制定了《仓库收货管理程序》；为确保及时和准确地发放原辅材料、半成品及产成品，保证生产顺利进行，公司制定了《仓库发货管理程序》。

公司所有外购物资验收入库前，均须经公司质量管理部门检验；待检验合格放行后由仓库管理员进行验收入库；质量管理部门确认为免检物资的，可以直接由仓库管理员进行验收入库。物资验收时须把实物与《送货单》等单据上列示的

品名、规格、数量等相互对照；货物如发生短缺、破损等情形，应尽快查明原因并上报物资管理部门负责人，由物资管理部门负责人做出相应的处理意见。物资经验收正确无误后，由仓库管理员按《送货单》等单据上列示的品名、规格、数量等资料办理入库手续；验收人员严格按照规定的程序和要求进行验收，凡不符合条件的一律不予验收。

公司仓管员根据审核后的《发货通知单》安排发货，并开具销售出库单。发货时必须经过严格检验，不得擅自发货和随意替换货物，确保所发货物与《销售出库单》一致，在运输过程须确保货物安全和及时到达。

公司每年至少对库存物资进行一次全面的盘点，盘点工作必须有财务人员参加；盘点时应应对每一种库存材料进行实地点数，同时填写实际库存数量，然后按该类别物资的账面单价计算其总金额，将所得实际库存材料金额与账面库存金额进行比较；库存物资出现盘盈、盘亏、变质老化、毁损等现象须及时查明原因，并按规定程序进行处理，如属于人为因素造成的，须追究相关责任人的责任。

问题（2）：

对于不存在订单覆盖的存货，报告期内原材料及产品市场价格是否存在大幅波动，如有，请说明报告期内未计提存货跌价准备的合理性。

回复：

一、报告期各期末存货与主要订单的对应关系

报告期各期末，存货与主要订单的对应关系如下：

单位：万元、%

期间	项目	在产品及半成品	库存商品	发出商品
2020 年 1-6 月	账面金额	2,019.49	2,898.40	514.78
	对应订单余额	1,259.90	2,204.31	514.78
	占比	62.39	76.05	100
	未对应订单余额	759.60	694.09	-
	占比	37.61	23.95	-
2019 年	账面金额	2,197.08	2,953.86	171.60
	对应订单余额	1,363.15	2,584.02	171.60
	占比	62.04	87.48	100
	未对应订单余额	833.93	369.85	-
	占比	37.96	12.52	-
2018 年	账面金额	2,016.87	3,477.28	320.14
	对应订单余额	827.47	3,181.08	320.14

	占比	41.03	91.48	100
	未对应订单余额	1,189.40	296.20	-
	占比	58.97	8.52	-
2017 年	账面金额	1,556.99	2,142.04	113.70
	对应订单余额	618.54	1,837.96	113.70
	占比	39.73	85.80	100
	未对应订单余额	938.45	304.08	-
	占比	60.27	14.20	-

二、未对应订单的存货金额、占比及形成原因

1、在产品及半成品

报告期各期末，公司在产品及半成品期末账面价值与在手订单的匹配如下：

单位：万元

业务	项目	2020年1-6月	2019 年	2018 年	2017 年
日化产品	账面价值	865.08	932.40	404.41	180.01
	有对应在手订单的存货金额	865.08	932.40	404.41	180.01
塑料包装容器	账面价值	1,154.41	1,264.68	1,612.46	1,376.99
	有对应在手订单的存货金额	394.82	430.75	423.06	438.54
合计	账面价值	2,019.49	2,197.08	2,016.87	1,556.99
	有对应在手订单的存货金额	1,259.90	1,363.15	827.47	618.54

报告期各期末，日化产品没有在产品，其半成品一般均有对应订单，半成品金额较大，主要系日化产品已配制完成待灌装、或处于微生物及理化检测过程中。塑料包装容器由于强生、壳牌等长期合作客户产品需求量比较大，一般会向发行人提出未来 3 个月的需求预测，为保证供货及时性，公司通常提前生产一些半成品，避免订单量突然增加造成的压力。

2、库存商品

报告期各期末，公司库存商品期末账面价值与在手订单的匹配关系如下：

单位：万元

业务	项目	2020年1-6月	2019 年	2018 年	2017 年
日化产品	账面价值	989.33	1,160.86	1,557.59	785.94
	有对应在手订单的存货金额	989.33	1,160.86	1,557.59	785.94
塑料包装容器	账面价值	1,909.07	1,793.00	1,919.69	1,356.09
	有对应在手订单的存货金额	1,214.97	1,423.16	1,623.49	1,052.02
合计	账面价值	2,898.40	2,953.86	3,477.28	2,142.04
	有对应在手订单的存货金额	2,204.31	2,584.02	3,181.08	1,837.96

报告期各期末，对于日化产品的库存商品，一般均有对应的在手订单；对于塑料包装的库存商品，为保证供货及时性，公司通常提前生产一些产品，避免订

单量突然增加造成的压力，上述产品虽然没有客户直接订单对应，但一般均符合客户的订单预测需求。

三、对于不存在订单覆盖的存货，报告期内原材料及产品价格变动情况

报告期内，公司不存在订单覆盖的存货，主要为塑料包装容器对应的在产品、半成品、库存商品。

1、原材料价格变动情况

报告期内，生产塑料包装容器所需的主要原材料价格变动情况如下：

单位：元/吨、元/个、%

项目	2020 年 1-6 月		2019 年		2018 年		2017 年
	单价	变动	单价	变动	单价	变动	单价
合成树脂	6,560.30	-14.66	7,687.33	-17.31	9,296.59	7.77	8,626.19
色母	39,666.27	3.35	38,379.23	16.28	33,006.34	-0.58	33,198.55
标签	0.17	0.00	0.17	0.00	0.17	-5.56	0.18

报告期内，上述三种原材料的采购占比及采购价格变动情况如下：

单位：%

项目	2020 年 1-6 月		2019 年		2018 年		2017 年
	采购占比	平均采购价格变动	采购占比	平均采购价格变动	采购占比	平均采购价格变动	采购占比
合成树脂	25.18	-14.66	33.30	-17.31	39.91	7.77	45.46
色母	3.17	3.35	3.63	16.28	3.14	-0.58	4.02
标签	11.87	0.00	11.88	0.00	9.43	-5.56	10.60

注：原材料加权采购价格变动=Σ原材料采购占比*平均采购价格变动。

2019 年上述三种原材料加权采购价格较 2018 年下降 5.17 个百分点，2020 年 1-6 月上述三种原材料加权采购价格较 2019 年下降 3.59 个百分点。2019 年以来主要原材料平均采购价格呈下降趋势。

2、产品价格变动情况

报告期内，公司塑料包装容器平均单价、可比公司平均销售价格如下：

单位：元/个

项目		2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
通产丽星		-	0.68	0.64	0.61
锦盛新材	膏霜瓶	-	5.26	4.79	4.71
	乳液瓶	-	6.69	6.37	6.12
发行人		0.60	0.60	0.51	0.51
其中：吹塑类		1.34	1.24	1.13	1.13
注塑类		0.21	0.24	0.20	0.19
软管类		0.67	0.65	0.68	0.63

项目	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
注吹类	0.56	0.67	0.60	0.74

报告期内，公司塑料包装容器产品规格繁多，通常以成本加成为基础，参考同类产品市场价格确定销售价格。通常情况下，产品材质、工艺复杂程度、产品克重等均影响产品成本进而影响销售价格，同时客户议价能力等也是决定销售价格的重要因素。报告期内，公司塑料包装容器产品及可比公司产品平均单价呈上升趋势。

综上，报告期内，不存在订单覆盖的塑料包装容器，其主要原材料采购价格较为稳定或呈下降趋势，但产成品销售价格相对稳定或呈上升趋势，考虑继续加工成本后，其可变现净值高于成本，不存在减值。

四、公司存货减值测试情况

根据《企业会计准则第 1 号——存货》的规定，公司制定了存货跌价准备计提政策，并根据以下实际情形于资产负债表日对存货减值情况进行测试。

公司的原材料、在产品及半成品、委托加工物资等均属于需要继续加工的存货，库存商品、发出商品属于直接用于出售的存货，在期末确定存货是否需要计提减值准备时，会先对库存商品和发出商品进行测试，再对原材料、在产品及半成品等其他存货进行减值测试。

1、库存商品及发出商品的减值测试

对于期末已签订销售合同或订单的产成品或发出商品，按照合同或订单约定的价格进行测算；对于期末未对应合同或订单的产成品，则比照最近同类产品的市价，按照“存货可变现净值”与“期末存货金额”孰低原则进行测算和判断是否需计提跌价。公司的库存商品品类较多，且公司主营业务毛利率维持在 25%-30% 的水平，发生减值的可能性较低，经测试其可变现净值高于成本，不存在减值，无需计提存货跌价准备。

公司的发出商品主要系在途商品，尚未满足公司收入确认条件，且销售价格减去估计的销售费用和税费后高于成本，因此公司发出商品不存在减值。

2、在产品及半成品的减值测试

公司的在产品及半成品系由于满足客户或生产工艺的产成品供货需求而预先生产的或处于加工中间阶段的产品，因产成品售价和加工成本相对稳定，考虑

继续加工成本后，其可变现净值高于成本，经测试不存在减值。

3、原材料及委托加工物资的减值测试

公司原材料主要为生产产成品而备货，报告期内主要原材料产品采购价格较为稳定或呈下降趋势，但产成品销售价格相对稳定，考虑继续加工成本后，其可变现净值高于成本，不存在减值。对于少部分直接销售的原材料，则根据已签订合同或订单的价格进行测算。

4、同行业可比公司存货周转率

公司名称	2020.06.30	2019.12.31	2018.12.31	2017.12.31
通产丽星	0.52	2.36	5.45	5.68
锦盛新材	1.45	3.77	4.28	4.55
诺斯贝尔	-	4.62	4.78	5.30
发行人	2.20	4.57	5.03	4.53

报告期内，发行人存货周转率与同行业可比公司相比不存在明显差异。

综上所述，报告期内公司产品毛利率维持在较高水平，且毛利率逐年上升，销售情况良好。发行人存货跌价准备的计提政策符合企业会计准则的相关规定；公司未计提存货跌价准备与企业实际经营情况相符，具有合理性。

问题（3）：

请保荐机构和申报会计师核查并发表明确意见。

回复：

保荐机构和申报会计师履行了以下核查程序：

1、获取报告期各期末发行人存货余额明细表，分析各类存货的主要项目占比是否符合发行人生产经营情况，分析报告期各期末存货余额的变动原因及合理性；

2、获取发行人报告期各期末存货库龄明细表，了解存货的具体构成及长库龄形成原因，并分析合理性；

3、访谈生产部门、采购部门人员，了解发行人主要原材料及主要产品的采购周期、生产周期、发货周期，核实存货周转天数的合理性；

4、获取报告期各期末尚未完成的销售订单情况，核实报告期各期末存货主要项目余额与尚未完成的销售订单的匹配关系，并分析存货余额未对应订单的原因及原因的合理性；

5、了解发行人存货跌价准备的计提政策，对报告期各期末存货减值测试的过程进行复核，核实是否符合《企业会计准则》的相关规定；

6、了解和检查公司存货盘点制度和执行情况，对各报告期末存货实施了监盘；保荐机构及申报会计师各期末按证监会要求和中国注册会计师审计准则对存货执行存货监盘程序，报告期各期末监盘金额占存货金额比例分别为 60.05%、69.58%、74.84%和 73.32%。

经核查，保荐机构和申报会计师认为：

1、发行人各期末原材料、在产品及半成品、库存商品、发出商品明细金额、库龄情况披露准确，报告期内存货的领用和销售情况良好；

2、报告期内，公司不存在订单覆盖的存货，主要为塑料包装容器对应的在产品及半成品、库存商品；报告期内，其主要原材料采购价格较为稳定或呈下降趋势，但产成品销售价格相对稳定或呈上升趋势，考虑继续加工成本后，其可变现净值高于成本，不存在减值；符合企业实际情况，具有合理性。

3、发行人披露：截至招股说明书签署日，公司拥有境内专利 175 项，其中 29 项专利将于 2021 年到期，21 项专利将于 2022-2024 年到期，请发行人详细说明，上述情况对发行人生产经营是否会造成重大影响。

请保荐机构和律师核查并发表明确意见。

回复：

截至本回复出具之日，发行人共拥有境内专利 179 项，其中发明专利 31 项，实用新型专利 117 项，外观设计专利 31 项；境外专利 1 项，为在美国申请的发明专利。

将于 2021 年-2024 年到期的专利，均为实用新型专利，不涉及发明专利。

一、发行人即将到期的专利情况

1、即将于 2021 年到期的专利如下

序号	专利号	专利权人	专利名称	类别	申请日	产品应用情况	专利到期后对公司持续经营的影响
1	2011201614163	发行人	一种新型体乳液瓶	实用新型	2011.05.20	应用于公司早期产品	相应产品目前没有生产,专利到期后,自动解除保护
2	2011201629332	发行人	一种新型洗发露垂挂瓶	实用新型	2011.05.20	应用于公司早期产品	相应产品目前没有生产,专利到期后,自动解除保护
3	2011204699356	发行人	一种内装急救用品盒	实用新型	2011.11.23	应用于公司早期产品	相应产品目前没有生产,专利到期后,自动解除保护
4	2011205168922	发行人	一种保湿精华乳液瓶	实用新型	2011.12.13	应用于化妆品包装产品	已提高了盖与瓶身的定位定向稳定性,并已申请专利,专利号:2019217651775,专利名称:一种瓶子
5	201120517411X	发行人	一种易开启洁面乳软管	实用新型	2011.12.13	应用于化妆品包装产品	非核心技术,到期后自动解除保护
6	2011205224566	发行人	一种新型椭圆软管	实用新型	2011.12.14	应用于化妆品包装产品	非核心技术,到期后自动解除保护
7	2011205511096	发行人	一种新型扁形软管	实用新型	2011.12.26	应用于化妆品包装产品	非核心技术,到期后自动解除保护
8	201120511804X	上海嘉亨	一种清爽沐浴露瓶	实用新型	2011.12.09	应用于化妆品包装产品	已进行技术升级,保证产品拥有良好的开合性能,并申请了新的专利,专利号:2018219091769,专利名称:

序号	专利号	专利权人	专利名称	类别	申请日	产品应用情况	专利到期后对公司持续经营的影响
							一种结构更加稳固的连接带
9	2011205154686	上海嘉亨	一种弹簧气囊式真空塑瓶	实用新型	2011.12.12	应用于公司早期产品	相应产品目前没有生产, 专利到期后, 自动解除保护
10	2011205168782	上海嘉亨	一种新型自动开启塑瓶	实用新型	2011.12.13	未应用于公司产品	相应产品目前没有生产, 专利到期后, 自动解除保护
11	2011205192283	上海嘉亨	一种新型凡士林霜瓶	实用新型	2011.12.13	应用于公司早期产品	相应产品目前没有生产, 专利到期后, 自动解除保护
12	2011205192300	上海嘉亨	一种新型保湿滋养面霜瓶	实用新型	2011.12.13	应用于公司早期产品	相应产品目前没有生产, 专利到期后, 自动解除保护
13	2011205224782	上海嘉亨	一种新型尖嘴软管	实用新型	2011.12.14	应用于公司早期产品	相应产品目前没有生产, 专利到期后, 自动解除保护
14	2011205388778	上海嘉亨	一种急救用品盒	实用新型	2011.12.21	应用于公司早期产品	相应产品目前没有生产, 专利到期后, 自动解除保护
15	201120160988X	湖州嘉亨	一种新型滋养手霜瓶	实用新型	2011.05.19	应用于化妆品包装产品	非核心技术, 到期后自动解除保护
16	201120161043X	湖州嘉亨	一种珍珠膏日霜瓶	实用新型	2011.05.19	应用于公司早期产品	相应产品目前没有生产, 专利到期后, 自动解除保护
17	2011201610957	湖州嘉亨	一种改进型滋润霜瓶体	实用新型	2011.05.19	应用于公司早期产品	相应产品目前没有生产, 专利到期后, 自动解除保护
18	2011201611080	湖州嘉亨	一种风琴式洗面奶瓶	实用新型	2011.05.19	应用于公司早期产品	相应产品目前没有生产, 专利到期后, 自动解除保护
19	2011201617000	湖州嘉亨	一种保湿型止痒润肤露瓶体	实用新型	2011.05.20	应用于公司早期产品	相应产品目前没有生产, 专利到期后, 自动解除保护
20	201120161780X	湖州嘉亨	一种保湿防晒露瓶体内塞	实用新型	2011.05.20	应用于化妆品包装产品	已进行技术升级, 提高了出料

序号	专利号	专利权人	专利名称	类别	申请日	产品应用情况	专利到期后对公司持续经营的影响
							流量的稳定性,并申请了新的专利,专利号:2019206382953,专利名称:一种控制液体流量的瓶子
21	2011201626705	湖州嘉亨	一种新型化妆品瓶体注塑盖	实用新型	2011.05.20	应用于公司早期产品	相应产品目前没有生产,专利到期后,自动解除保护
22	2011201628310	湖州嘉亨	一种新型液体容置瓶	实用新型	2011.05.20	未应用于公司产品	相应产品目前没有生产,专利到期后,自动解除保护
23	2011201629953	湖州嘉亨	一种新型保湿水瓶	实用新型	2011.05.20	未应用于公司产品	相应产品目前没有生产,专利到期后,自动解除保护
24	2011204078295	湖州嘉亨	美肌水塑瓶	实用新型	2011.10.24	应用于化妆品包装产品	已进行技术升级,提高了瓶身组装的良品率,并已申请新的专利,专利号:2017204638665,专利名称:一种新型的化妆品容器瓶
25	2011200606865	浙江嘉亨	防回吸阻氧性抑菌医用包装软管	实用新型	2011.03.10	未应用于公司产品	相应产品目前没有生产,专利到期后,自动解除保护
26	2011201618874	浙江嘉亨	一种新型酱油瓶	实用新型	2011.05.20	应用于公司早期产品	相应产品目前没有生产,专利到期后,自动解除保护
27	2011201627303	浙江嘉亨	一种新型PP料膏霜瓶	实用新型	2011.05.20	应用于公司早期产品	相应产品目前没有生产,专利到期后,自动解除保护
28	2011202155456	浙江嘉亨	可回用封头包装软管	实用新型	2011.06.23	应用于公司早期产品	相应产品目前没有生产,专利到期后,自动解除保护
29	2011202155460	浙江嘉亨	平行式超扁包装软管	实用新型	2011.06.23	应用于公司早期产品	相应产品目前没有生产,专利

序号	专利号	专利权人	专利名称	类别	申请日	产品应用情况	专利到期后对公司持续经营的影响
							到期后，自动解除保护

2、即将于 2022-2024 年到期的专利如下

序号	专利号	专利权人	专利名称	类别	申请日	产品应用情况	专利到期后对公司持续经营的影响
1	2013203989261	发行人	一种吹瓶机的瓶坯定位器	实用新型	2013.07.05	应用于公司早期产品	相应产品目前没有生产，专利到期后，自动解除保护
2	2013207164408	发行人	一种双色婴儿水嫩保湿露瓶	实用新型	2013.11.13	应用于化妆品包装产品	已就相应的模具结构进行了专利申请，专利号：2018216851623，专利名称：一种螺纹起始牙可调的注塑模具
3	2013208367683	发行人	一种仿厚壁化妆品膏霜瓶	实用新型	2013.12.18	应用于化妆品包装产品	已申请了配套瓶盖的专利，专利号：2020203013979，专利名称：一种瓶盖
4	2014200592705	发行人	一种多色护理霜包装瓶	实用新型	2014.02.08	应用于早期产品	相应产品目前没有生产，专利到期后，自动解除保护
5	2014200592809	发行人	一种仿形把手式清洁剂塑料包装瓶	实用新型	2014.02.08	应用于家庭护理产品包装	在该专利基础上，就其配套瓶盖进行了优化，提高了密封稳定性
6	2014202730095	发行人	自动切除注射浇口的注塑模具	实用新型	2014.05.27	模具应用	自用，未形成产品对外销售
7	201420335944X	发行人	一种仿高壁厚空心直筒形塑料包装容器	实用新型	2014.06.23	应用于早期产品	相应产品目前没有生产，专利到期后，自动解除保护
8	2014203360377	发行人	一种高透仿玻璃包装盖	实用新型	2014.06.23	应用于化妆品包装产	已进行技术升级，提高了产品

序号	专利号	专利权人	专利名称	类别	申请日	产品应用情况	专利到期后对公司持续经营的影响
						品	的定位定向性能，申请了新的专利，专利号：2019219255833，专利名称：一种瓶子
9	201420573148X	发行人	一种密封防盗瓶盖	实用新型	2014.09.30	应用于润滑油包装类产品	已进行技术升级，升级后脱模及密封性能更好，生产效率更高，已申请发明专利，专利号：2015104588360，专利名称：一种易脱模的密封防盗瓶盖及其生产工艺
10	2014205772668	发行人	一种抗冲击防盗塑料瓶盖	实用新型	2014.09.30	应用于润滑油包装类产品	已进行技术升级，升级后采用防盗条，破坏后难以复原，防盗性能更好，已申请发明专利，专利号：2015104712279，专利名称：一种具有防盗条的防伪瓶盖
11	2014206635723	发行人	一种抗冲击防盗瓶盖	实用新型	2014.11.07	应用于润滑油包装类产品	已进行技术升级，升级后防盗断点无法复原，防盗性能更好，已申请发明专利，专利号：2015104706371，专利名称：一种防伪瓶盖
12	2014207051014	发行人	一种圆盖翻压辅助器	实用新型	2014.11.22	应用于公司早期产品	相应产品目前没有生产，专利到期后，自动解除保护
13	2014207051033	发行人	一种密封垫片组装器	实用新型	2014.11.22	应用于公司早期产品	相应产品目前没有生产，专利

序号	专利号	专利权人	专利名称	类别	申请日	产品应用情况	专利到期后对公司持续经营的影响
							到期后，自动解除保护
14	2013206880932	上海嘉亨	一种便携式化妆品瓶	实用新型	2013.11.04	应用于公司早期产品	相应产品目前没有生产，专利到期后，自动解除保护
15	2013207507018	上海嘉亨	一种加强型防拧防盗包装瓶	实用新型	2013.11.25	应用于公司早期产品	相应产品目前没有生产，专利到期后，自动解除保护
16	2014204215012	上海嘉亨	一种加强型抗冲击力大容量机油瓶	实用新型	2014.07.29	应用于润滑油包装类产品	已进行技术升级，提高了产品的抗压、防裂性能的稳定性
17	2012202652608	浙江嘉亨	使用复合高分子材料的包装瓶	实用新型	2012.06.07	应用于公司早期产品	相应产品目前没有生产，专利到期后，自动解除保护
18	2012202652699	浙江嘉亨	含有金属材料层的复合材料包装软管	实用新型	2012.06.07	应用于公司早期产品	相应产品目前没有生产，专利到期后，自动解除保护
19	2012202652862	浙江嘉亨	非组装型一次成型一体双色盖	实用新型	2012.06.07	应用于公司早期产品	相应产品目前没有生产，专利到期后，自动解除保护
20	201320810672X	浙江嘉亨	环保型内推式防渗瓶	实用新型	2013.12.11	应用于公司早期产品	相应产品目前没有生产，专利到期后，自动解除保护
21	2013208110496	浙江嘉亨	带有保护作用的婴幼儿日化品专用包装瓶	实用新型	2013.12.11	应用于公司早期产品	相应产品目前没有生产，专利到期后，自动解除保护

二、发行人部分专利即将到期对发行人的生产经营不会造成重大影响

1、上述专利到期后发行人仍可继续使用该技术

根据《专利法》的规定，实用新型和外观设计专利的期限为 10 年。实用新型是指对产品的形状、构造或者其结合所提出的适于实用的新的技术方案。

发行人的上述实用新型专利权到期后，专利所涉及的技术进入公共领域，但不会影响发行人继续使用该技术，发行人仍可继续向客户销售涉及相关专利的产品。发行人与客户建立长期稳定的合作关系，主要依靠发行人长期的技术积累及持续的研发创新能力，以满足客户产品快速迭代需求，同时以高效的生产响应能力及卓越的质量管控能力，为客户提供高质量的产品及稳定的供货保障。因此上述实用新型专利到期后对发行人持续生产经营的影响较小。

2、发行人在生产经营活动中积累了丰富的应用经验

作为该等专利技术的权利人，发行人已经在生产经营活动中充分积累了应用经验，相较于专利技术进入公共领域后可能知悉的其他生产经营者，发行人在专利实施过程中已积累了丰富的实践经验，具备多年的经验优势。

3、上述专利到期并不会影响对发行人核心技术体系的保护

上述即将失效的专利均为实用新型专利，并不涉及发明专利。即将失效的实用新型专利大多为发行人技术体系的非核心环节，且相关专利申请时间较久，其中部分专利已进行升级，已经或即将被新专利替代。上述实用新型专利到期后，发行人还拥有大量其他专利，且发行人目前还有诸多专利尚在审核过程中。

发行人具备开展持续生产经营所需的一系列专利和技术。同时，发行人生产过程中注重创新研发，通过技术迭代不仅保证了自身的竞争优势，也在此过程中实现了降本增效。

4、发行人的核心技术在不断提升

研发活动是一个持续渐进的过程，发行人围绕市场和行业的发展趋势，在不斷研发新技术、新产品的同时，也对原有技术持续进行深入研究，形成新的专有技术，对原有技术、专利进行升级换代，提升产品竞争力。

发行人经过多年研发积累和技术实践，已建立起具有创新特点的技术研发和生产制造体系。随着市场对日化产品及塑料包装容器多样性、功能性需求的不断提升，发行人的核心技术也在不断发展。自设立以来，发行人始终专注于并持续

推进日化产品及塑料包装容器的研发生产，通过产品研发、工艺优化、设备改进、技术创新等，不断提升公司核心技术。未来，公司将继续增加研发投入，购置先进的研发设备、引进技术人员，加大研发力度，为公司技术的创新及发展创造有利条件。

5、发行人具有持续的自主研发创新能力

发行人现持有《高新技术企业证书》（编号：GR201835000634），系国家高新技术企业。公司拥有完善的自主研发体系，始终把自主创新和技术研发放在首位，通过自我培养和引进相结合的方式，组成了一支技术水平高、创新能力强、专业经验丰富的研发队伍。截至2020年6月30日，公司拥有技术研发人员130人，占员工总数的5.79%。

此外，发行人制定了《知识产权管理总则》《知识产权奖惩制度》等完善的研发项目管理办法与研发人员绩效考核奖励办法，鼓励员工在生产实践中进行探索创新，并对研发技术创新成果进行物质和精神奖励。公司核心技术人员间接持有公司股份，分享公司成长带来的收益，提升其工作积极性，增强了核心技术人员的稳定性。

综上所述，发行人部分专利即将到期对发行人的生产经营不会造成重大影响。

三、核查意见

保荐机构、发行人律师履行了以下核查程序：

- 1、取得并查阅了发行人提供的专利证书；
- 2、取得并查阅了发行人提供的在审专利清单，并通过国家知识产权局网站进行验证；
- 3、对发行人技术负责人进行了访谈；
- 4、查阅发行人制定的技术秘密管理相关内部制度。

经核查，保荐机构、发行人律师认为：

发行人部分即将失效的专利均为实用新型专利，并不涉及发明专利。即将失效的实用新型专利大多为发行人技术体系的非核心环节，且相关专利申请时间较久，其中部分专利已进行升级，已经或即将被新专利替代。

发行人与客户建立长期稳定的合作关系，主要依靠发行人长期的技术积累及持续的研发创新能力，以满足客户产品快速迭代需求，同时以高效的生产响应能力及卓越的质量管控能力，为客户提供高质量的产品及稳定的供货保障。

发行人经过多年研发积累和技术实践，已建立起具有创新特点的技术研发和生产制造体系。发行人的上述实用新型专利权到期后，专利所涉及的技术进入公共领域，但不会影响发行人继续使用该技术，发行人仍可继续向客户销售涉及相关专利的产品。因此上述实用新型专利到期后对发行人持续生产经营的影响较小。

（此页无正文，为《关于嘉亨家化股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市发行注册环节反馈意见落实函的回复》之盖章页）



发行人董事长声明

本人已认真阅读《关于嘉亨家化股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市发行注册环节反馈意见落实函的回复》的全部内容，确认本意见落实函回复不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性、及时性承担相应法律责任。

发行人董事长签名：



曾本生



（此页无正文，为安信证券股份有限公司《关于嘉亨家化股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市发行注册环节反馈意见落实函的回复》之签字盖章页）

保荐代表人签名：

阴豪

阴 豪

樊长江

樊长江



安信证券股份有限公司

2021年1月27日

保荐机构董事长声明

本人已认真阅读安信证券股份有限公司《关于嘉亨家化股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市发行注册环节反馈意见落实函的回复》的全部内容，了解本回复涉及问题的核查过程、本公司的内核和风险控制流程，确认本公司按照勤勉尽责原则履行核查程序，本回复不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性、及时性承担相应法律责任。

保荐机构董事长签名：


黄炎勋



安信证券股份有限公司

2021年1月27日