创业板风险提示

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

杭州万事利丝绸文化股份有限公司

Hangzhou Wensli Silk Culture Co.,Ltd.

（浙江省杭州市天城路68号（万事利科技大厦）2幢5楼501室）

WENSLI

SINCE 1975

首次公开发行股票并在创业板上市

招股说明书

（上会稿）

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

保荐机构（主承销商）

国信证券股份有限公司

GUOSEN SECURITIES CO.,LTD.

（住所：深圳市罗湖区红岭中路 1012 号国信证券大厦 16-26 层）

声明及承诺

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

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

发行人及全体董事、监事、高级管理人员承诺招股说明书及其他信息披露资料不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担相应的法律责任。

发行人控股股东、实际控制人承诺本招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担相应的法律责任。

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

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

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

发行概况

发行股票类型	人民币普通股（A 股）
发行数量	本次公开发行股份数量不超过 33,634,320 股，占发行后总股本的比例不低于 25.00%。本次发行全部为新股发行，公司股东不公开发售股份
每股面值	人民币 1.00 元
每股发行价格	【】元/股
预计发行日期	【】年【】月【】日
拟上市证券交易所和板块	深圳证券交易所创业板
发行后总股本	不低于 134,537,280 股
保荐机构（主承销商）	国信证券股份有限公司
招股说明书签署日期	【】年【】月【】日

重大事项提示

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

一、滚存利润的分配安排

本次发行前所滚存的可供股东分配的利润由公司新老股东依其所持公司股份比例共同享有。

二、本次发行上市后发行人分红回报规划

本次发行上市后发行人分红回报规划具体内容参见本招股说明书第十节之“二、（三）本次发行后的股利分配政策”。

三、特别风险因素

本公司提醒投资者认真阅读本招股说明书“第四节 风险因素”的全部内容，并特别注意下列事项：

（一）由新冠肺炎疫情引起的风险

受新冠肺炎疫情影响，2020 年上半年我国国内生产总值同比下降 1.6%，在此情况下，公司直销渠道和分销渠道在短期内均受到了较大影响，丝绸文化创意品**（自有终端品牌）**的销售和丝绸纺织制品**（非自有终端品牌）**的新接订单数量均出现下滑，对公司未来业绩已造成一定的不利影响。2020 年 1-9 月，公司营业收入 53,369.31 万元，较上年同期增长 8.41%；公司扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润**（以下简称“扣非后归母净利润”）**4,297.90 万元，较上年同期增长 49.87%，若剔除口罩业务，公司 2020 年 1-9 月实现营业收入 36,003.92 万元，同比变动幅度为-26.86%，**扣非后归母净利润 2,249.50** 万元，同比变动幅度为**-21.56%**。**根据初步核算数据，公司 2020 年度实现营业收入约 71,900-74,100 万元，基本与 2019 年度持平；扣非后归母净利润约 6,000-6,500 万元，同比上涨约 16%-27%；剔除口罩业务后，公司实现营业收入约 54,500-56,500 万元，同比下滑约 21%-25%，扣非后归母净利润约 4,400-4,700 万元，同比下滑约 8-15%。**此外，新冠肺炎疫情自 3 月以来在欧美各国爆发，公司部分丝绸纺织制品主要面

向出口，报告期内，公司境外销售收入分别为 9,291.48 万元、8,206.44 万元、7,152.27 万元和 4,101.12 万元，占当期主营业务收入比重分别为 13.14%、11.05%、9.90%和 10.66%，2020 年 1-6 月，公司境外销售收入主要为口罩销售。报告期内，公司境外销售毛利额分别为1,721.83万元、1,346.11万元、1,080.01万元和1,165.84万元，占各期毛利额比重分别为 6.66%、4.96%、4.04%和 8.33%（2020 年 1-6 月，扣除口罩业务后境外销售毛利额为 405.92 万元，占比为 5.37%）。截至报告期末，公司境外客户的应收账款余额为 2,020.29 万元。由于公司境外客户集中于欧洲，如新冠肺炎疫情无法得到有效控制或者再次大规模爆发，则可能对公司新接订单数量，应收账款的顺利收回和未来经营业绩造成较大的不利影响。若新冠肺炎疫情再次在国内大规模爆发，则可能对公司包括销售团队渠道、加盟渠道销售在内的各个渠道销售造成较大不利影响，对公司丝绸文化创意品、丝绸纺织制品等各品类销售造成较大不利影响，对公司未来经营业绩造成较大不利影响。

（二）业务拓展及成长性风险

由于公司品牌影响力在全国范围内仍有待提升、营销渠道网络有待拓展、高端人才相对短缺、数码印花技术的应用有待推广、宏观经济波动影响产品需求等因素，2017-2019 年度，公司主营业务收入分别为 70,705.40 万元、74,281.06 万元、72,243.53 万元，扣非后归母净利润分别为 5,254.41 万元、4,690.81 万元、5,133.89 万元，收入和利润保持基本平稳的态势。2020 年度因受疫情影响，公司丝绸文化创意品（自有终端品牌）及丝绸纺织制品（非自有终端品牌）业务出现了一定程度的下滑。

公司针对未来业务开拓已制定相应的措施与计划，若未来出现品牌影响力和辐射区域无法进一步拓展、营销渠道建设不及预期、人才团队建设过慢、数码印花技术推广不及预期、宏观经济大幅波动等情形，发行人可能存在业务开拓缓慢和成长性相对不足的风险，若上述多种情形同时出现或者出现新冠肺炎疫情再次大规模爆发等特殊事件，则发行人经营业绩可能出现下滑甚至较大幅度下滑的风险。

（三）口罩业务销售规模及该项业务对公司整体经营业绩贡献存在不可持续的风险

2020 年 1-6 月，在原有业务受疫情冲击影响较大的情况下，公司响应政府号召，积极转产口罩业务并实现收入 17,206.27 万元，口罩业务产生的营业收入与毛利金额占公司当期营业收入与毛利金额的比重分别为 44.47%和 46.00%。截至本招股说明书签署日，国内新冠肺炎疫情控制情况较好，但全球其他国家或地区的疫情仍处于持续蔓延阶段。未来，公司将在防疫需要的基础上设计更美观和具有创意性的口罩产品，从而满足市场需求，亦可将其作为组合套装的一部分进行销售，增加组合套装产品的功能性。但由于目前口罩等防疫物资需求进入常态化阶段，且市场供应相对充足，公司 2020 年下半年口罩月均销售额约为 40-50 万元，销售规模较 2020 年 1-6 月大幅下降，公司口罩业务保持 2020 年 1-6 月的生产销售规模及对经营业绩贡献的比例存在不可持续的风险。

根据初步核算数据，公司 2020 年度营业收入约 71,900-74,100 万元，净利润约 6,000-6,700 万元，其中口罩业务的收入、净利润占比分别约为 23%-25%、28%-29%，对发行人当期经营业绩产生了积极影响。若未来新冠肺炎疫情再次大规模爆发严重影响公司经营，或者公司丝绸文化创意品（自有终端品牌）业务和丝绸纺织制品（非自有终端品牌）业务无法恢复至疫情前水平，则公司口罩业务不可持续的风险可能会对公司未来经营业绩造成较大的不利影响。

（四）核心技术失密风险

目前双面数码印花尚处于行业应用初期，但是市场前景较好，相关核心技术及知识产权是公司持续发展、引领市场的关键因素，是公司数码印花工艺核心竞争力的重要支持和保障。公司积极申请专利确保核心技术的合法性和安全性，截至 2020 年 6 月末，公司在数码印花加工及相关领域共取得专利 19 项，其中发明专利 16 项，由于公司其他未申请专利的非专利技术不受专利法的保护，在权利保障上存在一定的风险。尽管公司已采取了严格的技术保密措施，与相关人员签订了保密协议，并采取了相应的技术保密措施，但仍存在核心技术被泄密或盗用的风险，进而导致公司市场竞争力下降。

（五）市场竞争加剧风险

我国丝绸行业进入门槛较低，丝绸生产商及品牌众多，普遍议价能力较弱，行业竞争较为激烈，主要体现在品牌、营销渠道、设计研发等方面的市场竞争。

“万事利”是我国丝绸行业的知名品牌，但若公司不能持续提升品牌影响力和美誉度，或者对产品品质、形象设计、销售服务等管理不能适应公司业务发展需要，则可能会影响到公司的品牌形象，进而对公司的业务经营和产品销售带来不利影响。

四、新冠肺炎疫情对发行人的影响

（一）公司复工情况

2020 年 1 月下旬为春节假期，公司原计划于 2020 年 2 月 1 日正常复工，受新冠肺炎疫情影响，部分员工复工时间相应推迟，至 2020 年 2 月末，公司已实现复工复产。

由于新冠肺炎疫情导致全国各地在春节假期后均采取了延期复工的措施，复工后公司出于安全考虑，减少了人员流动，公司及境内主要客户、主要供应商的生产经营在短期内受到了一定影响，少部分订单交付、验收有所延后，但公司与客户一直保持良好沟通，相关订单延期均得到了客户理解，不存在因此导致诉讼纠纷的情形。同时在国家积极有力的防控措施下，国内疫情已经得到有效控制，全国各地复工情况良好，公司日常订单或重大合同的履行不存在障碍。

（二）公司主要财务数据变化及对未来的判断

1、公司主要产品销售情况

单位：万元

项目	销售金额		
	2020 年 1-6 月	2019 年 1-6 月	变动率
丝绸文化创意品（自有终端品牌）	11,141.00	18,297.57	-39.11%
丝绸纺织制品（非自有终端品牌）	10,108.15	15,535.39	-34.93%
口罩	17,206.27	-	-
合　计	38,455.42	33,832.96	13.66%

注：2019 年 1-6 月数据未经审计。

2020 年 2-3 月，公司丝绸文化创意品和丝绸纺织制品行业上下游企业受疫情影响，复工率较低，从而导致上述两大品类 2020 年 1-6 月的销售数据出现较大幅度的下滑。

在疫情期间，公司率先利用丝绸产品的采购、生产和销售等资源，长期积累的组织协调能力和完善的质量控制体系，作为浙江省首批重点转产民用口罩及关键材料生产企业积极响应国家号召生产口罩，在为疫情防控作出贡献的同时也对公司整体经营业绩起到了积极的影响。

2、公司主要财务指标情况

单位：万元

项　目	2020年1-6月	2019 年度	比重
营业收入	38,687.84	72,851.39	53.11%
归属于母公司股东的净利润	3,753.89	5,966.03	62.92%
扣除非经常性损益后的归属于母公司股东的净利润	3,604.49	5,133.89	70.21%

注：公司 2019 年度 1-6 月数据未经审计，故上表使用 2019 年度全年经审计数据进行比对。

公司产品销售存在一定的季节性，通常第四季度销售情况较好，报告期内，公司 1-6 月的营业收入和利润指标占全年比重大约为 40%左右。2020 年 1-6 月，公司主要财务指标占比重均已经超过 50%，较上年同期已有一定增长，主要原因系疫情期间发行人利用其资源整合能力及多年积累的行业经验，转危为机，积极响应政府号召，勇于承担社会责任，在原有业务受疫情冲击影响较大的情况下，转产口罩产品并实现产品收入 17,206.27 万元，对公司主要财务指标产生了积极影响。

3、口罩业务对发行人经营业绩及收入结构的影响

（1）公司整体业绩情况

2020 年 1-6 月，公司在新冠肺炎疫情期间转产口罩产品，口罩业务对公司经营业绩的影响具体如下：

单位：万元

项　目	公司总体经营情况①	口罩业务②		剔除口罩业务③=①-②	
		金额	占比	金额	占比
营业收入	38,687.84	17,206.27	44.47%	21,481.57	55.53%
营业利润	4,313.80	2,502.53	58.01%	1,811.27	41.99%
期间费用	7,833.29	2,722.02	34.75%	5,111.26	65.25%
利润总额	4,251.48	2,502.53	58.86%	1,748.94	41.14%

单位：万元

项　目	公司总体经营情况①	口罩业务②		剔除口罩业务③=①-②	
		金额	占比	金额	占比
净利润	3,724.91	2,192.58	58.86%	1,532.33	41.14%

注：在测算口罩业务利润情况时，将期间费用中对明确可归属于口罩业务的费用单独归集，对不能明确区分的期间费用按照各月口罩业务与其他业务收入占比进行分摊；将口罩业务相关资产对应的信用减值损失和资产减值损失归入口罩业务信用减值损失和资产减值损失；将所得税费用按照口罩业务与其他业务利润总额占比进行分摊，**下同**。

2020 年 1-6 月，口罩业务产生的营业收入与净利润占公司当期营业收入与净利润的比重分别为 44.47%和 58.86%，在原有业务受疫情冲击影响较大的情况下，口罩业务对公司整体经营业绩起到了积极影响。

2020 年 1-9 月，公司主要财务指标（经审阅）以及剔除口罩业务后主要财务指标具体如下：

单位：万元

项　目	公司总体经营情况①	口罩业务②		剔除口罩业务③=①-②	
		金额	占比	金额	占比
营业收入	53,369.31	17,365.39	32.54%	36,003.92	67.46%
营业利润	5,181.32	2,315.55	44.69%	2,865.77	55.31%
期间费用	13,422.62	2,722.01	20.28%	10,700.61	79.72%
利润总额	5,134.54	2,315.55	45.10%	2,818.99	54.90%
净利润	4,542.16	2,048.40	45.10%	2,493.76	54.90%

随着疫情常态化，公司集中主要精力采取积极措施开拓和恢复丝绸文化创意品（自有终端品牌）和丝绸纺织制品（非自有终端品牌）业务，取得了较好的成果，而口罩等防疫物资市场供应已相对充足，公司 2020 年 7-12 月口罩月均销售额为 40-50 万元左右，口罩业务对公司营业收入和净利润的贡献比重有所下滑。

根据初步核算数据，公司 2020 年度营业收入约 71,900-74,100 万元，净利润约 6,000-6,700 万元，其中口罩业务收入约 17,400-17,600 万元，净利润为约 1,700-1,900 万元，口罩业务产生的营业收入与净利润占公司当期营业收入与净利润的比重分别为约 23%-25%、28%-29%。

（2）公司分产品收入构成情况

2019 年度、2020 年 1-6 月、2020 年 1-9 月（审阅数）和 2020 年度（预测值），发行人分产品的主营业务收入、毛利金额及占比情况具体如下：

单位：万元

项 目		2020 年度（预计值）		2020 年 1-9 月		2020 年 1-6 月		2019 年度	
		金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
主营业务收入	丝绸文化创意品（自有终端品牌）	34,500~35,500	47.91%~47.98%	22,592.84	42.69%	11,141.00	28.97%	40,764.45	56.43%
	丝绸纺织制品（非自有终端品牌）	20,000~21,000	27.82%~28.34%	12,962.26	24.49%	10,108.15	26.29%	31,479.08	43.57%
	口罩	17,400~17,600	23.75%~24.20%	17,365.39	32.81%	17,206.27	44.74%	-	-
	合 计	71,900~74,100	100.00%	52,920.49	100.00%	38,455.42	100.00%	72,243.53	100.00%
毛利金额	丝绸文化创意品（自有终端品牌）	17,000~18,000	62.07%~62.96%	11,618.22	56.27%	5,480.68	39.17%	21,032.31	78.68%
	丝绸纺织制品（非自有终端品牌）	4,000~4,500	14.81%~15.52%	2,590.77	12.55%	2,074.27	14.83%	5,698.94	21.32%
	口罩	6,000~6,500	22.22%~22.41%	6,438.45	31.18%	6,435.97	46.00%	-	-
	合 计	27,000~29,000	100.00%	20,647.43	100.00%	13,990.92	100.00%	26,731.24	100.00%

2020 年上半年，受新冠肺炎疫情影响，公司丝绸文化创意品（自有终端品牌）和丝绸纺织制品（非自有终端品牌）收入出现较大幅度的下滑，主要系当年 2-3 月间公司客户供应商复工复产情况较差，口罩业务的收入和毛利占发行人主营业务收入及毛利金额的比重分别为 44.74%、46.00%。随着国内疫情得以控制，公司集中主要精力采取积极措施开拓和恢复丝绸文化创意品和丝绸纺织制品业务，2020 年 1-9 月，口罩占发行人主营业务收入及毛利金额的比重分别为 32.81%、31.18%。根据初步核算，2020 年度，公司丝绸文化创意品收入及毛利占比约 48%、63%，丝绸纺织制品收入及毛利占比约 28%、15%，口罩收入及毛利占比约 24%、22%。丝绸文化创意品和丝绸纺织制品仍会是公司主要的收入和利润来源。

上述2020年度预计数据仅为管理层对经营业绩的初步估计情况,未经审计,不构成盈利预测。

（3）口罩业务未导致主营业务模式发生重大变化

公司从事丝绸行业多年，由于具备丝绸产品多年的生产运营经验，在新冠肺炎疫情爆发初期即被浙江省政府确认为第一批重点口罩生产企业。公司运营口罩的业务模式与原有产品类似，采购、生产、销售环节全部由现有业务团队完成，主要销售给政府指定单位及公司原有客户，公司系利用原运营模式向客户增加了一个产品品类，口罩业务的业务运营模式与原有的丝绸文化创意品（自有终端品牌）业务和丝绸纺织制品（非自有终端品牌）业务具有较大的协同效应。

此外，2020 年 1-6 月，口罩业务的收入和毛利占发行人营业收入及毛利金额的比重分别为 44.47%、46.00%。随着疫情常态化，公司集中主要精力采取积极措施开拓和恢复丝绸文化创意品和丝绸纺织制品业务，取得了较好的成果，根据初步核算数据，公司2020年度营业收入约71,900-74,100万元，净利润约6,000-6,700万元,其中口罩业务的收入、净利润占比分别约为23%-25%、28%-29%,丝绸文化创意品和丝绸纺织制品仍是公司主要的收入和利润来源。

未来，公司将在防疫需要的基础上设计更美观和具有创意性的口罩产品，从而满足市场需求，亦可将其作为组合套装的一部分进行销售，增加组合套装产品的功能性，公司预计，未来口罩作为公司的一款常规产品其月销售规模将较 2020 年 7-12 月的月均销售 40-50 万元有所增长。公司已有相应的业务发展规划并会集中主要精力专业从事丝绸相关业务，丝绸文化创意品和丝绸纺织制品仍会是公司主要的收入和利润来源。

综上，口罩业务的开展不会导致发行人主营业务模式发生重大变化。

4、发行人采取的具体应对措施、管理层对市场和经营情况的评估及依据

（1）面对疫情，发行人抗风险能力强，同时能够借助自身优势践行企业社会责任，具备持续经营能力。主要体现在以下方面：

①勇于承担社会责任，利用自身优势开拓口罩业务

疫情期间，发行人利用其资源整合能力及多年积累的行业经验，转危为机，积极响应政府号召，勇于承担社会责任，在原有业务受疫情冲击影响较大的情况下，转产民用口罩产品，2020 年 1-6 月，公司实现口罩产品收入 17,206.27 万元。

②线上销售渠道持续发力

疫情期间，发行人利用微信生态拓展线上销售渠道，公司通过线上直播、官方商城小程序分销、业务员微信推广等灵活的方式，一定程度上减缓了疫情对于线下实体零售的冲击。

③调整业务人员考核制度以控制人员成本，推行扁平化管理以提高管理效率

为应对疫情带来的影响，发行人针对不同业务团队的特点，通过实行末位淘汰、自然淘汰、不再新增人员等措施控制销售团队规模，控制人员成本。同时，发行人实行部门扁平化管理等措施，减少管理层级、降低管理成本、提高管理效率。

（2）管理层预计新冠肺炎疫情不会对公司 2020 年业绩及持续经营能力产生重大不利影响

在原有业务受疫情冲击影响较大的情况下，发行人利用其资源整合能力及多年积累的行业经验，转危为机，积极响应政府号召，勇于承担社会责任，转产口罩产品。在此积极影响下，公司主营业务收入、净利润等财务指标均较上年同期实现不同程度增长。

随着疫情常态化，公司集中主要精力采取积极措施开拓和恢复丝绸文化创意品（自有终端品牌）和丝绸纺织制品（非自有终端品牌）业务，取得了较好的成果。根据初步核算，公司 2020 年度实现营业收入约 71,900-74,100 万元，基本与 2019 年度持平；扣非后归母净利润约 6,000-6,500 万元，同比上涨约 16%-27%；剔除口罩业务后，公司实现营业收入约 54,500-56,500 万元，同比下滑约 21%-25%，扣非后归母净利润约 4,400-4,700 万元，同比下滑约 8-15%。口罩业务对发行人 2020 年度总体经营业绩产生了积极影响。

五、财务报告审计截止日后主要财务信息及经营状况

根据天健事务所出具的天健审[2020]10379 号《审阅报告》，公司 2020 年 1-9 月营业收入 53,369.31 万元，较上年同期增长 8.41%；公司 2020 年 1-9 月扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润 4,297.90 万元，较上年同期增长 49.87%。财务报告审计截止日后具体财务信息及经营状况参见招股说明书第八节之“十七、财务报告审计截止日后主要财务信息及经营状况”。

2020 年 1-9 月，公司积极响应政府号召，利用丝绸产品的采购、生产和销售等资源转产口罩并实现产品收入 17,365.39 万元，对公司业绩产生了积极影响。但由于新冠肺炎疫情对公司原有丝绸文化创意品**（自有终端品牌）**和丝绸纺织制品**（非自有终端品牌）**业务造成一定冲击，若扣除口罩业务产生的收入与利润，公司 2020 年 1-9 月经营业绩存在一定程度下滑。

2020 年 1-9 月，公司主要财务指标（经审阅）以及剔除口罩业务后主要财务指标（未经审阅）具体如下：

单位：万元

项　目	2019 年 1-9 月	2020 年 1-9 月（经审阅）		2020 年 1-9 月剔除口罩业务	
		金额	同比变动	金额	同比变动
营业收入	49,228.99	53,369.31	8.41%	36,003.92	-26.86%
营业成本	31,368.93	32,534.58	3.72%	21,607.64	-31.12%
销售费用	8,276.12	8,227.22	-0.59%	6,673.80	-19.36%
管理费用	3,443.81	3,344.14	-2.89%	2,070.75	-39.87%
研发费用	2,382.20	2,048.83	-13.99%	2,048.83	-13.99%
财务费用	-143.33	-197.57	37.84%	-92.77	-35.28%
信用减值损失	-83.07	-1,101.34	1,225.76%	-479.83	477.62%
资产减值损失	-342.90	-1,101.58	221.25%	-457.55	33.44%
净利润	3,238.38	4,542.16	40.26%	2,493.76	-22.99%
归属于母公司股东的净利润	3,243.03	4,572.67	41.00%	2,524.27	-22.16%
扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润	2,867.79	4,297.90	49.87%	2,249.50	-21.56%

注：在测算口罩业务利润情况时，将期间费用中对明确可归属于口罩业务的费用单独归集，对不能明确区分的期间费用按照各月口罩业务与其他业务收入占比进行分摊；将口罩业

务相关资产对应的信用减值损失和资产减值损失归入口罩业务信用减值损失和资产减值损失；将所得税费用按照口罩业务与其他业务利润总额占比进行分摊。

2020 年 1-9 月，公司剔除口罩业务后实现营业收入 36,003.92 万元，同比变动幅度为-26.86%，净利润 2,493.76 万元，同比变动幅度为-22.99%，与营业收入下降幅度基本一致。2020 年 1-9 月，公司剔除口罩业务后经营业绩有所下滑，主要系受疫情影响公司原有丝绸文化创意品及丝绸纺织制品收入规模下降所致：①2020 年上半年，新冠肺炎疫情对国内宏观经济环境造成不利影响，丝绸文化创意品作为可选消费品，其收入规模较上年同期下降 39.11%。虽然随着国内经济形势逐渐恢复以及公司所采取的各项应对措施效果逐步体现，丝绸文化创意品销售收入规模逐步恢复，2020 年 7-9 月公司丝绸文化创意品收入较上年同期增长 24.34%，但丝绸文化创意品 2020 年 1-9 月整体收入仍较上年同期减少了 17.87%。②2020 年 1-9 月，由于新冠肺炎疫情对消费品市场尤其是线下渠道消费造成较大冲击，公司丝绸纺织制品下游品牌女装客户例如日播时尚、歌力思、锦泓集团销售规模出现不同程度下降，导致丝绸纺织制品境内业务新增订单规模下降，境内销售较上年同期下降 39.34%；且公司基于国外疫情、外销毛利率、应收账款回收期等因素的考虑，有选择性地缩减了丝绸纺织制品境外销售规模，境外销售较上年同期下降 36.27%，上述因素共同导致丝绸纺织制品收入规模较上年同期下降 38.71%。

2020 年 1-9 月，公司丝绸文化创意品和丝绸纺织制品境内业务规模下滑主要系疫情因素所致，在国内疫情防控措施的有力保障下，各项经济活动尤其是受疫情冲击较为严重的线下实体经济逐步恢复，相关影响因素不具有持续性，对发行人的持续经营能力不构成重大影响。报告期内，公司丝绸纺织制品境外销售毛利率以及考虑报关运输等综合成本后利润率相对较低，且境外销售存在一定收款风险，公司基于长远业务规划，主动缩减了部分毛利率较低的境外业务。2020 年 1-9 月，公司丝绸纺织制品境外销售收入及境外销售毛利占公司主营业务收入和主营业务毛利（扣除口罩业务后）的比重分别为 7.74%和 3.20%，由于公司境外销售毛利占比较小，公司对于境外销售业务的规划调整不会对公司盈利能力和持续经营能力产生重大不利影响。

基于公司 2020 年 1-9 月已经实现的经营情况和截至目前最新的经营状况、潜在订单、预计人工成本及费用等，公司预计 2020 年全年业绩情况如下：

单位：万元

项 目		2020 年度（预计值）		2019 年度		同比变动幅度（①-②）/②
		金额①	占比	金额②	占比	
主营业务收入	丝绸文化创意品（自有终端品牌）	34,500~35,500	**47.91%~47.98%**	40,764.45	56.43%	-12.91%~-15.37%
	丝绸纺织制品（非自有终端品牌）	20,000~21,000	**27.82%~28.34%**	31,479.08	43.57%	-33.29%~-36.47%
	口罩	**17,400~17,600**	**23.75%~24.20%**	-	-	-
	合 计	**71,900~74,100**	100.00%	72,243.53	100.00%	**-0.48%~2.57%**
毛利金额	丝绸文化创意品（自有终端品牌）	17,000~18,000	62.07%~62.96%	21,032.31	78.68%	-14.42%~-19.17%
	丝绸纺织制品（非自有终端品牌）	4,000~4,500	14.81%~15.52%	5,698.94	21.32%	-21.04%~-29.81%
	口罩	6,000~6,500	22.22%~22.41%	-	-	-
	合 计	27,000~29,000	100.00%	26,731.24	100.00%	1.01%~8.49%
归属于母公司所有者的净利润		**6,000.00~6,700.00**		5,966.03		**0.57%~12.30%**
扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润		**6,000.00~6,500.00**		5,133.89		**16.87%~26.61%**

2020 年度，公司丝绸文化创意品销售收入约 34,500-35,500 万元，较 2019 年度下滑约 6,000 万元，毛利额约 17,000-18,000 万元，较 2019 年度下滑约 4,000 万元，其收入和毛利额占公司主营业务收入和毛利金额的比重分别约为 48%、**63%**，较 2019 年均有所下滑。产生上述情况的原因系：2020 年 2-3 月，新冠肺炎疫情导致行业上下游企业以及客户群体停工停产，导致丝绸文化创意品当年收入下降约 12%-15%，毛利额下降约 15%-20%；公司为抗击疫情，转产口罩，增加了产品品类，口罩产品贡献的收入和毛利导致丝绸文化创意品收入、毛利率占比下降。

2020 年度，公司丝绸纺织制品销售收入约 20,000-21,000 万元，较 2019 年度下滑约 11,000 万元，毛利额 4,000-4,500 万元，较 2019 年度下滑约 1，500 万元，其收入和毛利额占主营业务收入和毛利金额的比重分别约为 28%、15%，较 2019 年均有所下滑。产生上述情况的原因系：2020 年 2-3 月，公司丝绸纺织制品行业上下游企业受疫情影响，复工率较低，且公司主动削减了毛利率较低的境外销售

规模，当期丝绸纺织品境外销售收入较 2019 年度下降约 3,500 万元，下滑幅度约 50%，但由于公司境外销售毛利率相对较低，主动削减境外销售预计不会对公司经营业绩构成重大不利影响。

2020 年度，公司口罩产品销售收入约 **17,400-17,600** 万元，毛利额约 6,000-6,500 万元，其收入和毛利额占公司主营业务收入和毛利金额的比重分别约为 **24%、22%**。公司为抗击疫情、承担社会责任转产口罩，2020 年 1-6 月，口罩收入 17,206.27 万元，占比 44.74%，占当期**主营业务收入**比重较高。随着疫情逐渐控制，公司将主要精力集中于丝绸文化创意品和丝绸纺织制品业务的恢复与开拓，公司每月保证约 100 万只口罩产量以满足社会需求，将其作为一个常规品类进行运营，口罩收入全年业绩贡献程度较 2020 年 1-6 月有所下降。

根据初步核算，公司 2020 年度实现营业收入约 71,900-74,100 万元，基本与 2019 年度持平；扣非后归母净利润约 6,000-6,500 万元，同比上涨约 16%-27%；剔除口罩业务后，公司实现营业收入约 54,500-56,500 万元，同比下滑约 21%-25%，扣非后归母净利润约 4,400-4,700 万元，同比下滑约 8-15%。口罩业务对发行人 2020 年度总体经营业绩产生了积极影响。

上述 2020 年度预计数据仅为管理层对经营业绩的初步估计情况，未经审计，不构成盈利预测。

目 录

声明及承诺 1

发行概况 2

重大事项提示 3

一、滚存利润的分配安排 3

二、本次发行上市后发行人分红回报规划 3

三、特别风险因素 3

四、新冠肺炎疫情对发行人的影响 6

目 录 16

第一节 释 义 20

一、各方主体 20

二、专业术语 30

三、其他简称 32

第二节 概 览 34

一、公司及本次发行的中介机构基本情况 34

二、本次发行概况 34

三、发行人主要财务数据和财务指标 36

四、发行人主营业务情况 36

五、公司在创新、创意、创造等方面具体情况 37

六、公司选择的上市标准 37

七、公司治理特殊安排情况 39

八、募集资金用途 39

第三节 本次发行概况 41

一、本次发行基本情况 41

二、本次发行股票的有关当事人 41

三、发行人与中介机构关系的说明 43

四、本次发行的有关重要日期 43

第四节 风险因素 45

一、创新与技术风险 45

二、经营风险 45

三、内控风险 51

四、财务风险 53

五、与 LVMH 工艺公司诉讼导致的法律风险 53

六、发行失败风险 54

七、募集资金投资项目风险 54

第五节 发行人基本情况 56

一、发行人的基本情况 56

二、发行人的设立情况和报告期内股权变动情况 56

三、发行人报告期内的重大资产重组情况 63

四、发行人在其他证券市场的上市/挂牌情况 63

五、发行人股权结构 63

六、发行人控股子公司、参股公司及分公司情况 64

七、持有发行人 5%以上股份的主要股东及实际控制人情况 104

八、发行人的股本情况 130

九、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员的简要情况 136

十、发行人员工及社会保障情况 151

第六节 业务与技术 158

一、公司主营业务、主要产品及变化情况 158

二、公司所处行业的基本情况 224

三、公司所处行业竞争情况 244

四、公司主要竞争优势与劣势、面临的机遇与挑战 250

五、销售情况和主要客户 257

六、采购情况和主要供应商 292

七、主要固定资产和无形资产 325

八、发行人特许经营权情况 361

九、发行人研发设计和核心技术情况 361

十、境外经营情况.....368

第七节 公司治理与独立性 369

一、股东大会、董事会、监事会、独立董事、董事会秘书以及董事会专门委员会等机构和人员的运行及履职情况.....369

二、公司管理层对内部控制的自我评估和注册会计师的鉴证意见....373

三、公司最近三年违法违规行为情况.....374

四、公司最近三年资金占用和对外担保的情况.....378

五、发行人独立持续经营能力.....379

六、同业竞争情况.....381

七、关联方及关联关系.....395

八、关联交易.....420

九、对关联交易决策权力和程序的制度安排.....460

十、避免关联交易的措施.....465

第八节 财务会计信息与管理层分析 467

一、财务报表.....467

二、审计意见类型.....482

三、影响经营业绩的主要因素以及对业绩变动具有较强预示作用的财务指标和非财务指标分析.....482

四、财务报表的编制基础、合并财务报表范围及变化情况.....483

五、与财务会计信息相关的重要性水平的判断标准.....485

六、报告期内采用的主要会计政策和会计估计.....485

七、发行人执行的税收政策和主要税种.....516

八、分部信息.....519

九、经注册会计师核验的非经常性损益明细表.....520

十、主要财务指标.....522

十一、盈利预测报告.....524

十二、资产负债表日后事项、或有事项、其他重要事项及对发行人的影响.....524

十三、经营成果分析.....525

十四、资产质量分析.....653
十五、偿债能力、流动性及持续经营能力分析.....713
十六、重大资本性支出.....727
第九节 募集资金运用与未来发展规划.....736
一、募集资金使用计划.....736
二、募投项目简介.....740
三、募集资金运用对公司财务和经营状况的影响.....753
四、公司未来发展战略规划.....754
第十节 投资者保护.....759
一、投资者关系的主要安排.....759
二、股利分配及发行前滚存利润安排.....760
三、股东投票机制的建立情况.....765
第十一节 其他重要事项.....767
一、重要合同.....767
二、对外担保情况.....767
三、重大诉讼或仲裁事项.....775
第十二节 声 明.....783
第十三节 附 件.....790
一、备查文件.....790
二、查阅地址和时间.....790
三、相关承诺事项.....791
四、其他附件.....808

第一节 释 义

在本招股说明书中，除非另有所指，下列词语或简称具有如下含义：

一、各方主体

万事利丝绸、发行人、公司、本公司	指	杭州万事利丝绸文化股份有限公司，即于 2017 年 4 月 24 日由杭州万事利丝绸文化有限公司整体变更设立的股份公司
万事利投资	指	杭州万事利投资管理有限公司
万事利股份	指	杭州万事利投资管理有限公司于 2008 年 12 月 10 日整体变更设立的“杭州万事利丝绸制品股份有限公司”，于 2011 年 1 月 28 日名称变更为“杭州万事利丝绸股份有限公司”，于 2012 年 11 月 12 日名称变更为“杭州万事利丝绸文化股份有限公司”，以上历次股份有限公司统称“万事利股份”
万事利有限	指	杭州万事利丝绸文化有限公司，2016 年 9 月 5 日“杭州万事利丝绸文化股份有限公司”整体变更为有限责任公司
万事利集团	指	浙江万事利轻纺工贸集团公司于 1995 年 5 月 18 日名称变更为“浙江万事利集团公司”，于 1996 年 4 月 18 日名称变更为“万事利集团公司”，于 2001 年 7 月 20 日改制为“万事利集团有限公司”，以上历次名称变更统称“万事利集团”——公司控股股东
实际控制人	指	屠红燕、屠红霞、李建华、王云飞、沈柏军
丝奥投资	指	杭州丝奥投资有限公司——公司股东
浙商投资	指	浙江浙商产业投资基金合伙企业（有限合伙）——公司股东
丝昱投资	指	舟山丝昱投资合伙企业（有限合伙）——公司股东
丝弦投资	指	舟山丝弦投资合伙企业（有限合伙）——公司股东
浙江国俊	指	浙江国俊有限公司——原公司股东
万向三农	指	万向三农集团有限公司——公司股东
盈思投资	指	杭州盈思投资合伙企业（有限合伙）——公司股东
卓元晋嘉	指	深圳卓元晋嘉投资中心（有限合伙）——公司股东
华媒投资	指	浙江华媒投资有限公司——公司股东
乐世利投资	指	杭州乐世利投资管理合伙企业（有限合伙）——公司股东
万事利科技	指	杭州万事利丝绸科技有限公司——公司全资子公司
万事利数码	指	杭州万事利丝绸数码印花有限公司——公司全资子公司
万事利礼品	指	杭州万事利丝绸礼品有限公司——公司控股子公司
万事利文创	指	杭州万事利文化创意发展有限公司——公司全资子公司
杭州新丝路	指	杭州新丝路电子商务有限公司——公司全资子公司

万事利艺术品	指	杭州万事利艺术品有限公司——公司控股子公司
明阳科技	指	开化明阳健康科技有限公司——公司全资子公司
丝艺科技	指	杭州丝艺健康科技有限公司——公司控股子公司
七仁数码	指	杭州七仁数码科技有限公司——公司全资子公司
广州万事利（已转让）	指	广州万事利文化活动策划有限公司——公司原全资子公司
宁波万事利（已注销）	指	宁波鄞州万事利商贸有限公司——公司原控股子公司
武汉万事利	指	武汉万事利文化创意发展有限公司——公司控股子公司
合肥万事利	指	合肥万事利丝绸文化有限公司——公司全资子公司
西安万事利	指	**西安仲夏织梦文化传媒有限公司，曾用名**西安万事利广告文化传播有限公司——公司全资子公司
西藏新丝路	指	西藏新丝路丝绸文化有限公司——公司全资子公司
依漾生物（已转让）	指	杭州依漾生物科技有限公司——公司原控股子公司
万事利科创园	指	杭州万事利科创园管理有限公司——万事利数码全资子公司
布调科技	指	杭州布调科技有限公司——万事利数码参股公司
丰万投资	指	嘉兴硅谷天堂丰万投资合伙企业（有限合伙）——公司之参股公司
万事利礼品北京分公司（已注销）	指	杭州万事利丝绸礼品有限公司北京分公司——万事利礼品分公司
万事利丝绸南京分公司	指	杭州万事利丝绸文化股份有限公司南京分公司——公司之分公司
万事利丝绸上海分公司	指	杭州万事利丝绸文化股份有限公司上海分公司——公司之分公司
万事利丝绸天津分公司（已注销）	指	杭州万事利丝绸文化股份有限公司天津分公司——公司之分公司
万事利丝绸北京分公司	指	杭州万事利丝绸文化股份有限公司北京分公司——公司之分公司
万事利丝绸重庆分公司	指	杭州万事利丝绸文化股份有限公司重庆分公司——公司之分公司
万事利丝绸萧山国际机场分公司	指	杭州万事利丝绸文化股份有限公司萧山国际机场分公司——公司之分公司
万事利丝绸下沙分公司	指	杭州万事利丝绸文化股份有限公司下沙分公司——公司之分公司
万事利丝绸湖滨分公司	指	杭州万事利丝绸文化股份有限公司湖滨分公司——公司之分公司
万事利礼品广州分公司（已注销）	指	杭州万事利丝绸礼品有限公司广州分公司——万事利礼品分公司
万事利礼品上海分公司（已注销）	指	杭州万事利丝绸礼品有限公司上海分公司——万事利礼品分公司
万事利丝绸沈阳分公司	指	杭州万事利丝绸文化股份有限公司沈阳分公司——公司之

（已注销）		分公司
万事利丝绸成都纱帽分公司（已注销）	指	杭州万事利丝绸文化股份有限公司成都纱帽分公司——公司之分公司
万事利丝绸成都分公司（已注销）	指	杭州万事利丝绸文化股份有限公司成都分公司——公司之分公司
万事利丝绸深圳分公司（已注销）	指	杭州万事利丝绸文化股份有限公司深圳分公司——公司之分公司
中银基金	指	中银投资浙商产业基金管理（浙江）有限公司
丝绸汇餐饮	指	杭州万事利丝绸汇餐饮有限公司——公司控股股东控制的企业
花港餐饮	指	杭州万事利花港餐饮有限公司——公司控股股东控制的企业
杭商投资	指	杭州杭商投资有限公司——公司控股股东控制的企业
纷硕保理	指	上海纷硕商业保理有限公司——公司控股股东控制的企业
万事利科技制造	指	杭州万事利科技制造有限公司——公司控股股东控制的企业
印燃贸易	指	杭州印燃贸易有限公司——公司控股股东控制的企业
劳居投资	指	杭州劳居投资管理有限公司——公司控股股东控制的企业
协东投资	指	杭州协东投资管理有限公司——公司控股股东控制的企业
欢越贸易	指	杭州欢越贸易有限公司——公司控股股东控制的企业，曾用名杭州万事利职业服装有限公司
青茂投资	指	杭州青茂投资管理合伙企业（有限合伙）——公司控股股东控制的企业
伟利达制衣	指	杭州伟利达制衣有限公司——公司控股股东控制的企业
万事利针织	指	杭州万事利针织有限公司——公司控股股东控制的企业
红芯电子	指	杭州红芯电子有限公司——公司控股股东控制的企业
万事利孵化器	指	杭州万事利信息科技孵化器有限公司——公司控股股东控制的企业
万利汽修	指	杭州万利汽车修理有限公司——公司控股股东控制的企业
万事利小贷	指	杭州市江干区万事利科创小额贷款股份有限公司——公司控股股东控制的企业
奎逸网络	指	杭州奎逸网络技术有限公司——公司控股股东控制的企业
钛轩投资	指	杭州钛轩投资管理合伙企业（有限合伙）——公司控股股东控制的企业
旭扬建筑装饰	指	杭州旭扬建筑装饰工程有限公司——公司控股股东曾控制的企业
万事利进出口	指	杭州万事利进出口有限公司——公司控股股东控制的企业
摩赛贸易	指	杭州摩赛贸易有限公司——公司控股股东控制的企业
文化商城	指	杭州文化商城有限公司——公司控股股东控制的企业

电子市场	指	杭州电子市场有限公司——公司控股股东控制的企业
华榕投资	指	杭州华榕投资有限公司——公司控股股东控制的企业
中金博达	指	建德中金博达商业管理有限公司——公司控股股东曾控制的企业
万事利房地产	指	浙江万事利房地产开发有限公司——公司控股股东控制的企业
桐乡置业	指	桐乡市南方家园商城置业有限公司——公司控股股东控制的企业
广赛电力	指	杭州广赛电力科技有限公司——公司控股股东控制的企业
时代电子市场	指	浙江时代电子市场有限公司——公司控股股东控制的企业
国信典当	指	浙江国信典当有限责任公司——公司控股股东控制的企业
德清置业	指	德清南方家园商城置业有限公司——公司控股股东控制的企业
新知天时	指	杭州新知天时文化创意有限公司——公司控股股东曾控制的企业
嘉兴万事利	指	万事利实业（嘉兴）有限公司——公司控股股东控制的企业
禾和贸易	指	嘉兴禾和贸易有限公司——公司控股股东曾控制的企业
曙林进出口	指	上海曙林进出口有限公司——公司控股股东控制的企业
铂祥投资	指	杭州铂祥投资管理有限公司——公司实际控制人控制的企业
云启科创	指	杭州云启科创企业管理有限公司——公司实际控制人控制的企业
万事利生物	指	杭州万事利生物科技有限公司——公司实际控制人控制的企业
杭州海皇	指	杭州海皇科技股份有限公司——公司实际控制人控制的企业
湖州海皇	指	湖州海皇生物科技有限公司——公司实际控制人控制的企业
鸿景农业	指	杭州鸿景农业科技有限公司——公司实际控制人控制的企业
镇江鸿景	指	镇江鸿景农业科技有限公司——公司实际控制人控制的企业
香港万事利	指	万事利（香港）有限公司——公司控股股东控制的企业
马克罗西、FMR	指	马克罗西有限公司、Financiere Marc Rozier——公司控股股东控制的企业
EMR	指	Etablissements Marc Rozier——马克罗西控股子公司
万事利印染	指	杭州万事利纺织印染有限公司——公司控股股东控制的企业，**已注销**
万事利培训站	指	杭州万事利机动车驾驶员培训站——公司控股股东控制的企业，**已注销**

胶州湾置业	指	青岛市胶州湾南方家园置业有限公司——公司控股股东控制的企业
联华化纤	指	上海联华化纤有限公司——公司控股股东控制的企业
万普华互金	指	杭州万普华互联网金融服务有限公司——公司控股股东控制的企业
钛铉营销	指	杭州钛铉营销策划有限公司——公司控股股东实施重大影响的企业
华叶教育	指	江苏华叶跨域教育科技发展股份有限公司
杭萧钢构	指	杭萧钢构股份有限公司
瑞能通信	指	浙江瑞能通信科技股份有限公司
网银互联	指	杭州网银互联科技股份有限公司
金华银行	指	金华银行股份有限公司
浙江建设投资	指	浙江省建设投资集团有限公司
新和成	指	新和成控股集团有限公司
川山甲供应链	指	川山甲供应链管理股份有限公司
众成咨询	指	浙江众成企业管理咨询有限公司
先临三维	指	先临三维科技股份有限公司
万向创投	指	万向创业投资股份有限公司
山立净化	指	杭州山立净化设备股份有限公司
尊马管件	指	上海尊马汽车管件股份有限公司
梁祝婚庆	指	梁祝婚庆集团有限公司，曾用名梁祝婚庆服务有限公司
富勤国际	指	富勤国际（亚太）有限公司
万事利化工	指	杭州万事利集团化工经营部
普华广告	指	杭州普华广告有限公司
温岭联合村镇银行	指	浙江温岭联合村镇银行股份有限公司
宇和制衣	指	杭州宇和制衣有限公司
灿泰进出口	指	杭州灿泰服装进出口有限公司
海宁万事利	指	海宁万事利丝绸科技有限公司
锐拓纺织	指	杭州锐拓纺织科技有限公司
必豪纺织品	指	杭州必豪纺织品有限公司
盛拓服饰	指	杭州盛拓服饰有限公司
万品丝绸	指	杭州万品丝绸纺织有限公司
阡陌丝绸	指	杭州阡陌丝绸纺织有限公司
诺高纺织品	指	杭州诺高纺织品有限公司
康满纺织品	指	杭州康满纺织品有限公司

创泰纺织品	指	杭州创泰纺织品有限公司
东群织造	指	杭州东群织造有限公司
万坤婴童	指	杭州万坤婴童用品有限公司
丝绸博物馆	指	杭州万事利丝绸文化博物馆
夯泰服饰	指	杭州夯泰服饰有限责任公司
辽宁万事利	指	辽宁万事利丝绸文化有限公司——承接发行人原沈阳分公司业务及人员且使用公司商号的加盟商
广州万事利丝绸	指	广州万事利丝绸文化有限公司——承接发行人子公司广州万事利业务且使用公司商号的经销商
深圳万事利	指	深圳万事利丝绸文化有限公司——承接发行人原深圳分公司业务及人员且使用公司商号的经销商
北京万事利	指	北京万事利丝绸文化有限公司——承接发行人原北京分公司业务及人员且使用公司商号的经销商
标绣贸易	指	杭州标绣贸易有限公司
大谷贸易	指	杭州大谷贸易有限公司
乾协贸易	指	杭州乾协贸易有限公司
舞阳市场管理	指	德清舞阳市场管理有限公司
久购贸易	指	杭州久购贸易有限公司
蓝创工贸	指	兰州蓝创工贸有限公司
子隆贸易	指	杭州子隆贸易有限公司
橘气贸易	指	杭州橘气贸易有限公司
万美通贸易	指	杭州万美通贸易有限公司
智蓝云商	指	杭州智蓝云商网络科技有限公司
每敏物流	指	上海每敏国际物流有限公司
华钛机械	指	重庆华钛动力机械有限公司
卡腾婴童	指	杭州卡腾婴童用品有限公司
丝府文化	指	丝府文化科技（上海）有限责任公司
福缘文化	指	杭州福缘文化艺术有限公司
鲸鱼科技	指	杭州鲸鱼科技有限公司
帛淼服饰	指	杭州帛淼服饰有限公司
龙品纺织	指	杭州龙品纺织服饰有限公司
万礼科技	指	杭州万礼科技有限公司
世庆贸易	指	杭州世庆贸易有限公司
西安孙悟空	指	西安孙悟空艺术文化有限公司
事帛丝绸	指	杭州事帛丝绸有限公司

彩丝丝绸	指	杭州彩丝丝绸有限公司
柏丝祥贸易	指	杭州柏丝祥贸易有限公司
佑盛丝绸	指	杭州佑盛丝绸有限公司
惠买在线	指	北京惠买在线网络科技有限公司
福粒科技	指	杭州福粒科技有限公司
江南丝府	指	杭州江南丝府丝绸有限公司
中国邮政	指	中国邮政集团有限公司及其分支机构
爱慕股份	指	爱慕股份有限公司
鄂尔多斯	指	内蒙古鄂尔多斯资源股份有限公司
锦泓集团	指	锦泓时装集团股份有限公司，曾用名维格娜丝时装股份有限公司
GUESS	指	GUESS EUROPE SAGL
嘉盈兴业	指	嘉盈兴业（天津）纺织科技有限公司
CWF	指	CWF CHILDREN WORLDWIDE FASHION
LOBLAWS	指	LOBLAWS INC
博马努瓦	指	博马努瓦服饰商贸（上海）有限公司
华鼎西服	指	杭州华鼎西服时装有限公司
天津绒耀	指	天津绒耀空间商贸有限公司
歌力思	指	深圳歌力思服饰股份有限公司
朗姿股份	指	朗姿股份有限公司
雅莹集团	指	雅莹集团股份有限公司，曾用名浙江雅莹集团有限公司
安正时尚	指	安正时尚集团股份有限公司
LIU JO	指	LIU JO ASIA PACIFIC LTD
惠冠数码	指	嵊州市惠冠数码印花科技有限公司
千思纺织	指	湖州千思家用纺织品有限公司
华人数码	指	浙江华人数码科技有限公司
丝之源纺织	指	苏州丝之源纺织科技有限公司
永丰源瓷业	指	深圳市国瓷永丰源瓷业有限公司
兴隆绸厂	指	杭州余杭兴隆绸厂
桑帕尔服饰	指	台州市桑帕尔服饰有限公司
国丰寝具	指	桐乡市国丰寝具有限公司
世轩实业	指	杭州世轩实业有限公司
康龙丝绸	指	湖州吴兴康龙丝绸织造有限公司
佳鹏纺织	指	桐乡市佳鹏纺织有限公司

湖丰丝绸	指	湖州湖丰丝绸实业有限公司
明锋丝绸	指	湖州南浔明锋丝绸有限公司
汇流服饰	指	杭州汇流服饰有限公司
康财丝绸	指	湖州康财丝绸织造有限公司
恒春丝绸	指	杭州恒春丝绸有限公司
亿联投资	指	嘉兴亿联投资合伙企业（有限合伙）——公司实际控制人参股的企业
万联投资	指	嘉兴万联投资合伙企业（有限合伙）——公司实际控制人参股的企业
智能众信咨询	指	北京智能众信企业管理咨询中心（有限合伙）——公司实际控制人参股的企业
卓元投资	指	深圳市前海卓元时代投资企业（有限合伙）——公司实际控制人参股的企业
星巢投资	指	杭州西湖星巢天使投资合伙企业（有限合伙）——公司实际控制人参股的企业
云易投资	指	杭州云易投资合伙企业（有限合伙）——公司实际控制人参股的企业
信海创投	指	浙江信海创业投资合伙企业（有限合伙）——公司实际控制人参股的企业
正源创投	指	苏州北极光正源创业投资合伙企业(有限合伙) ——公司实际控制人参股的企业
禾源创投	指	苏州工业园区禾源北极光创业投资合伙企业（有限合伙）——公司实际控制人参股的企业
金锋投资	指	杭州金锋投资管理合伙企业（有限合伙）——公司实际控制人参股的企业
LVMH 集团	指	Louis Vuitton Moët Hennessy（法国酩悦·轩尼诗－路易·威登集团）
LVMH 工艺公司	指	LVMH Métiersd’Art SAS（路威酩轩工艺简化股份公司）——LVMH 集团子公司
Dior	指	Christian Dior——LVMH 集团旗下著名时尚品牌
好状态供应链	指	合肥好状态供应链管理有限公司
博洋家纺	指	宁波博洋家纺集团有限公司，曾用名宁波博洋家纺有限公司
国金黄金	指	国金黄金股份有限公司
蚕运源贸易	指	杭州蚕运源贸易有限公司
鸿之祥丝绸	指	杭州鸿之祥丝绸有限公司
上海日播	指	上海日播至美服饰制造有限公司
本真商贸	指	浙江本真商贸有限公司
妇帮医疗	指	杭州妇帮医疗科技有限公司
WING SEE	指	WING SEE COMPANY LIMITED TRADING AS SMALL

		WORLD
高斯博医疗	指	杭州高斯博医疗用品有限公司
GIADA	指	GIADA S.P.A.
瑞雅文化	指	长沙瑞雅文化传播有限公司
茧泰贸易	指	杭州市江干区茧泰贸易商行
紫绮服饰	指	杭州紫绮服饰有限公司
敖吉贸易	指	杭州敖吉贸易有限公司
MEGA-LINK	指	MEGA-LINK INTERNATIONAL HOLDING LTD
大华技术	指	浙江大华技术股份有限公司
国富黄金	指	深圳市国富黄金股份有限公司
展志纺织	指	上海展志纺织有限公司
兆渤实业	指	上海兆渤实业有限公司
帛库纺织	指	杭州帛库纺织品有限公司
众配实业	指	上海众配实业有限公司
润源丝织	指	湖州润源丝织有限公司
世瀚百年	指	杭州世瀚百年网络科技有限公司
苏州诚合	指	苏州诚合广告传媒有限公司
麦考林	指	麦考林科技（中国）有限公司、麦考林电子商务（上海）有限公司
德盛兴家居	指	杭州德盛兴家居用品有限公司
优集供应链	指	浙江优集供应链管理有限公司
国博文化	指	国博（北京）文化产业发展中心
联合航空	指	中国联合航空有限公司
中和世纪	指	中和世纪贸易发展中心
宜和股份	指	深圳宜和股份有限公司
祁牧商贸	指	义乌市祁牧商贸有限公司
京东世纪	指	北京京东世纪贸易有限公司
喜鹤贸易	指	杭州喜鹤贸易有限公司
喜贺百货	指	杭州市滨江区喜贺百货商行
锦生丝绸	指	杭州锦生丝绸有限公司
中国邮政安徽省分公司	指	中国邮政集团公司安徽省分公司
爱帛服饰	指	广州爱帛服饰有限公司
太平鸟	指	宁波太平鸟时尚服饰股份有限公司
瑞帛汇丝绸	指	浙江瑞帛汇丝绸有限公司

瑞帛家纺	指	桐乡市瑞帛家纺有限公司
菱湖东方	指	湖州菱湖东方丝绸科技有限公司
杰峰纺织	指	湖州杰峰纺织品有限公司
顺丰丝绸	指	桐乡市顺丰丝绸织造有限公司
星野集团	指	浙江星野集团有限责任公司
启潮工贸	指	杭州启潮工贸有限责任公司
武林工贸	指	杭州武林工贸有限公司
科骄服饰	指	无锡科骄服饰有限公司
富贵世家	指	苏州富贵世家服饰有限公司
朵拉日用	指	义乌市朵拉日用百货商行
诸暨诗杭	指	诸暨市诗杭服装厂
湛庐投资	指	湛庐（天津）投资管理有限公司
丝锦投资	指	杭州丝锦投资管理有限公司
天行健水务	指	浙江天行健水务有限公司
云裳羽衣	指	青岛云裳羽衣物联科技有限公司
珀莱雅股份	指	珀莱雅化妆品股份有限公司
联成华卓	指	杭州联成华卓实业有限公司
拉夏贝尔	指	上海拉夏贝尔服饰股份有限公司
卓芬化妆品	指	广州卓芬化妆品有限公司
唐利商贸	指	唐利商贸（上海）有限公司
FOREVER 21	指	FOREVER 21.INC
P J INTERNATIONAL CO	指	P J INTERNATIONAL CO LTD
POUNDLAND	指	POUNDLAND LIMITED
日播时尚	指	日播时尚集团股份有限公司
丝绸之路	指	丝绸之路集团浙江家纺有限公司
帛悦丝绸	指	绍兴帛悦丝绸有限公司
瑞发针织	指	湖州吴兴瑞发针织制衣厂
台州礼遇	指	台州礼遇生活用品有限公司
银联制衣	指	绍兴市银联制衣有限公司
至美包装	指	浙江至美包装彩印有限公司
利德尔包装	指	杭州利德尔精品包装有限公司
赫兹印刷	指	杭州赫兹印刷科技有限公司
旭美包装	指	杭州旭美包装制品有限公司

恒达印刷	指	杭州恒达印刷包装有限公司
锦上服饰	指	诸暨锦上服饰有限公司
宇薇服饰	指	杭州宇薇服饰有限公司
泽亿恺服饰	指	杭州泽亿恺服饰有限公司
丝展丝绸	指	杭州丝展丝绸有限公司
国家发改委	指	中华人民共和国国家发展和改革委员会
中国证监会	指	中国证券监督管理委员会
深交所	指	深圳证券交易所
国务院	指	中华人民共和国国务院
财政部	指	中华人民共和国财政部
保荐机构、保荐人、主承销商、国信证券	指	国信证券股份有限公司
发行人律师、律师事务所	指	北京市君合律师事务所
天健事务所	指	天健会计师事务所（特殊普通合伙）
浙江敬业会计师事务所	指	浙江敬业会计师事务所有限公司

二、专业术语

蚕茧	指	桑蚕所结的茧，呈长椭圆形、椭圆束腰形、球形或纺锤形等不同形状，或中部稍缢缩，茧有白、黄、淡绿、肉红等颜色。桑蚕蛹期的囊形保护层，内含蛹体。保护层包括茧衣、茧层和蛹衬等部分。茧层可以缫丝，茧衣及缫制后的废丝可作丝棉和绢纺原料。
生丝、厂丝	指	蚕茧缫丝后所得的产品，俗称真丝。机缫的又叫厂丝，手工缫的叫土丝。生丝脱胶后称熟丝。
面料、白坯面料	指	面料指用来直接制作丝绸产品的中间产品，包括棉布、麻布、真丝绸缎、呢绒、皮革等。白坯面料指未经过漂染、印花加工的面料。
染色	指	使染料和生丝、坯绸等发生化学反应，让坯绸染上各种色彩的工序。
印花	指	使染料或涂料在织物上形成图案的过程。
数码印花	指	通过各种数字化手段如：扫描、数字相片、图像或计算机制作处理的各种数字化图案输入计算机，再通过电脑分色印花系统处理后，由专用的 RIP 软件通过对其喷印系统将各种专用染料（活性、分散、酸性主涂料）直接喷印到各种织物或其它介质上，再经过处理加工后，在各种纺织面料上获得所需的各种高精度的印花产品。数码印花生产真正实现了小批量、快反应的生产过程，生产批量不受任何限制。

数码直接喷印、数码热转移印花	指	数码印花分为数码直接喷印和数码热转移印花，数码直接喷印指通过数码打印机在各种材料上直接打印出所需要的图案，数码热转移印花指需要在特种纸上预先打印好印花图案，然后再通过热转印的方式转印到各种材料上。
数码喷印	指	数码印花全工序加工服务，包括面料前处理、喷墨打印、打印后处理。
后道加工	指	数码喷印中的打印后处理工序。
色牢度	指	染色织物在使用或加工过程中，经受外部因素（挤压、摩擦、水洗、雨淋、曝晒、光照、海水浸渍、唾液浸渍、水渍、汗渍等等）作用下的退色程度，是织物的一项重要指标。
OEM	指	Original Equipment Manufacture，原始设备制造商：品牌商提供产品外观设计、图纸等产品方案，企业负责开发和生产等环节，根据品牌商订单代工生产，最终由品牌商销售
加盟商、加盟店	指	加盟商指与公司签订加盟协议的主体，类型包括企业法人、个体工商户。加盟店指公司允许加盟商销售公司产品的线下店面，每个加盟商经营 1 个以上加盟店
折扣	指	在丝绸文化创意品销售时，按照吊牌价乘以折扣的方式给予客户一定的优惠。产品实际销售价格等于吊牌价乘以折扣
丝绸文化创意品、丝绸文化创意品（自有终端品牌）	**指**	**以“万事利”等自有终端品牌直接面向消费者，主要包括丝巾、组合套装、家纺、品牌服装、围巾、丝绸工艺品等产品，此类产品以品牌形象、创意设计、营销网络为核心竞争力**
丝绸纺织制品、丝绸纺织制品（非自有终端品牌）	**指**	**主要包括丝绸面料、贴牌服装、数码印花加工等，主要通过 OEM 模式向女装品牌企业销售中间产品或服务，无自有终端品牌，由女装品牌企业进一步加工或贴牌后以其自有终端品牌面向消费者，此类产品或服务以数码印花工艺、供应链管控为核心竞争力**
丝巾	**指**	**丝巾主要为使用斜纹绸、素绉缎、雪纺等多种真丝面料，通过文化创意设计经印染后制作而成**
组合套装	**指**	**组合套装主要系将其他具有中国传统文化元素的产品，如瓷器、茶叶、粽子、月饼等产品搭配丝绸类产品组合而成**
家纺	**指**	**家纺主要包括真丝床品（如包括床单、被套、枕套在内四件套、六件套）、蚕丝被等**
品牌服装	**指**	**品牌服装主要包括以桑蚕丝为主要材质的日常家居服系列和传统旗袍、新中式礼服、现代职业装等适用于不同场合穿着的高定华服系列，品牌服装主要由公司自主设计，以“万事利”等自主品牌进行终端销售**
围巾	**指**	**围巾主要涵盖真丝绒围巾、羊毛围巾、羊绒围巾、丝羊绒混纺围巾等系列，部分产品采用了“祥云”、“福”、“字根”等图案，增强产品的创意与内涵**
丝绸工艺品	**指**	**丝绸工艺品主要包括采用缂丝、宋锦、乱针绣等丝织非遗技艺制成的丝绸屏风、丝绸刺绣等高端丝绸艺术品以及工艺相对简单的丝绸书籍、卷轴画等常规丝绸工艺品**
丝绸面料	**指**	**丝绸面料由白坯面料经染色或印花而成，主要用于进一步制**

		作服装、丝巾等产品
贴牌服装	**指**	**贴牌服装主要系公司以OEM模式组织生产，在终端销售环节以客户品牌而非公司自有品牌销售的真丝服装、化纤等非丝服装。客户通常对贴牌服装已有核心设计理念，公司主要根据客户的需求进行辅助设计**
数码印花加工	**指**	**数码印花加工主要系客户提供白坯丝绸面料，公司通过数码印花工艺将其加工成印花后的丝绸面料，双方按照加工费结算价格**
平面口罩	**指**	**一次性使用口罩，主要用于隔绝外界的灰尘、风沙、病毒、有毒有害的气体和气味，防疫产品**
立体口罩	**指**	**立体口罩采用了与面部形状相吻合的立体结构设计，从而可以消除口罩与鼻子、面颊以及下巴等侧面间的空隙，比普通平面口罩有更好的气密性，可多次使用，防疫产品**

三、其他简称

本次发行、本次公开发行	指	公司本次公开发行A股的行为，包括公开发行新股和公司股东公开发售股份
公司股东公开发售股份	指	发行人首次公开发行新股时，公司股东将其持有的股份以公开发行方式一并向投资者发售的行为
上市	指	公司股票在深圳证券交易所挂牌交易
A股	指	每股面值1.00元的人民币普通股
G20杭州峰会	指	2016年于中国杭州召开的二十国集团峰会
北京奥运会	指	2008年于北京举办的第29届夏季奥林匹克运动会
上海世博会	指	2010年于上海举办的第41届世界博览会
广州亚运会	指	2010年于广州举办的第16届亚洲运动会
北京“一带一路”国际合作高峰论坛	指	2017年于北京举行的第一届“一带一路”国际合作高峰论坛
厦门金砖国家领导人会晤	指	2017年于厦门举行的金砖国家领导人第九次会晤
G20大阪峰会	指	2019年于日本大阪召开的二十国集团峰会
2018年世界游泳锦标赛	指	2018年于杭州举办的世界短道游泳锦标赛
2022年杭州亚运会	指	2022年于杭州举办的第19届亚运会
2022年北京冬奥会	指	2022年于北京举办的第24届冬季奥林匹克运动会
《公司法》	指	《中华人民共和国公司法》
《证券法》	指	《中华人民共和国证券法》
《公司章程》	指	公司现行有效的《杭州万事利丝绸文化股份有限公司章程》
《公司章程（草案）》	指	经发行人2020年第四次临时股东大会审议通过的将在本次发

		行并在创业板上市后生效的《杭州万事利丝绸文化股份有限公司章程（草案）》
股东大会	指	公司股东大会
董事会	指	公司董事会
监事会	指	公司监事会
元、万元	指	人民币元、人民币万元
报告期、报告期内、报告期各期	指	2017年度、2018年度、2019年度和2020年1-6月
报告期各期末	指	2017年12月31日、2018年12月31日、2019年12月31日和2020年6月30日
报告期末	指	2020年6月30日

本招股说明书中部分合计数与各加数直接相加之和在尾数上存在差异，这些差异是由于四舍五入所致。

第二节 概 览

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

一、公司及本次发行的中介机构基本情况

（一）发行人基本情况			
发行人名称	杭州万事利丝绸文化股份有限公司	**成立日期**	2007 年 9 月 13 日（2017 年 4 月 24 日整体变更为股份公司）
注册资本	10,090.2960 万元	**法定代表人**	李建华
注册地址	浙江省杭州市天城路 68 号（万事利科技大厦）2 幢 5 楼 501 室	**主要生产经营地址**	浙江省杭州市天城路 68 号（万事利科技大厦）2 幢 5 楼 501 室
控股股东	万事利集团有限公司	**实际控制人**	屠红燕、屠红霞、李建华、王云飞、沈柏军
行业分类	纺织服装、服饰业（C18）	**在其他交易场所（申请）挂牌或上市的情况**	无
（二）本次发行的有关中介机构			
保荐人	国信证券股份有限公司	**主承销商**	国信证券股份有限公司
发行人律师	北京市君合律师事务所	**其他承销机构**	无
审计机构	天健会计师事务所（特殊普通合伙）	**评估机构**	坤元资产评估有限公司
验资机构	天健会计师事务所（特殊普通合伙）		

二、本次发行概况

（一）本次发行的基本情况			
股票种类	人民币普通股（A 股）		
每股面值	人民币 1.00 元		
发行股数	不超过 33,634,320 股（含 33,634,320 股，以中国证监会同意注册后的数量为准）	**占发行后总股本比例**	不低于 25%
其中：发行新股数量	33,634,320 股（不考虑超额配售选择权）	占发行后总股本比例	不低于 25%
股东公开发售股份数	无	占发行后总股本比例	无

量			
发行后总股本	不超过 134,537,280 股（不考虑超额配售选择权）		
每股发行价格	【】元/股		
发行市盈率	【】倍（每股发行价格/发行后每股收益，发行后每股收益按照【】年经审计的扣除非经常性损益前后孰低的净利润除以本次发行后总股本计算）		
发行前每股净资产	【】元（按【】年【】月【】日经审计的归属于母公司股东的净资产除以本次发行前总股本计算）	**发行前每股收益**	【】元（按【】年【】月【】日经审计的扣除非经常性损益前后孰低的归属于母公司所有者的净利润除以本次发行前总股本计算）
发行后每股净资产	【】元（按【】年【】月【】日经审计的归属于母公司股东的净资产加本次募集资金净额，除以本次发行后总股本计算）	**发行后每股收益**	【】元（按【】年【】月【】日经审计的扣除非经常性损益前后孰低的归属于母公司所有者的净利润除以本次发行后总股本计算）
发行市净率	【】倍（每股发行价格/发行后每股净资产）		
发行方式	本次发行将采用网下向询价对象配售与网上资金申购定价发行相结合的方式，或证监会、深交所认可的其他发行方式		
发行对象	符合相关资格规定的网下投资者和已开立深交所证券账户并开通创业板交易的境内自然人、法人等投资者（国家法律、法规和规范性文件禁止购买者除外）以及符合中国证监会及深交所规定的其他投资者		
承销方式	余额包销		
拟公开发售股份股东名称	无		
发行费用的分摊原则	无		
募集资金总额	【】万元		
募集资金净额	【】万元		
募集资金投资项目	展示营销中心建设项目		
	年产 280 万米数码印花生产线技术改造项目		
	数字化智能运营体系建设项目		
	补充流动资金项目		
发行费用概算	【】万元		
（二）本次发行上市的重要日期			
刊登发行公告日期	【】		
开始询价推介日期	【】		
申购日期和缴款日期	【】		

股票上市日期	【】

三、发行人主要财务数据和财务指标

项　目	2020.6.30/ 2020 年 1-6 月	2019.12.31/ 2019 年度	2018.12.31/ 2018 年度	2017.12.31/ 2017 年度
资产总额（万元）	61,212.47	70,592.93	64,230.70	57,224.10
归属于母公司所有者权益（万元）	46,125.58	44,389.75	38,423.71	33,411.81
资产负债率（母公司）（%）	16.75	25.49	29.62	30.21
营业收入（万元）	38,687.84	72,851.39	75,252.67	71,319.02
净利润（万元）	3,724.91	5,933.46	5,001.43	5,811.42
归属于母公司所有者的净利润（万元）	3,753.89	5,966.03	5,011.90	5,530.64
扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润（万元）	3,604.49	5,133.89	4,690.81	5,254.41
基本每股收益（元）	0.37	0.59	0.50	0.55
稀释每股收益（元）	0.37	0.59	0.50	0.55
加权平均净资产收益率（%）	8.11	14.41	13.95	17.62
经营活动产生的现金流量净额（万元）	-1,357.84	9,064.99	7,548.40	1,202.41
现金分红（万元）	2,018.06	-	-	-
研发投入占营业收入的比例（%）	3.82	4.47	4.35	4.20

四、发行人主营业务情况

公司将中国传统丝绸文化与创意设计、数码印花生产工艺相结合，专业从事丝绸相关产品的研发设计、生产与销售。2020 年 1-6 月，为抗击新冠肺炎疫情，公司积极响应政府号召，勇于承担社会责任，率先利用丝绸产品的采购、生产和销售等资源，转产民用口罩产品。

公司主要产品按照客户群体和是否具备终端消费品牌可分为丝绸文化创意品**（自有终端品牌）**和丝绸纺织制品**（非自有终端品牌）**，其中以“万事利”自有品牌为核心的丝绸文化创意品主要包括丝巾、组合套装、家纺、品牌服装、围巾、丝绸工艺品；以技术加工为核心向知名女装品牌提供的丝绸纺织制品主要包括丝绸面料、贴牌服装，此外，公司凭借工艺优势还向客户提供数码印花加工服

务。2020 年 1-6 月，公司增加了口罩这一产品大类。

公司丝绸文化创意品将文化创意以丝绸相关产品的形式进行体现，主要以“万事利”核心品牌面向终端消费者。凭借着文化创意优势和品牌美誉度，公司丝绸文化创意品市场认可度较高，并成功服务了北京奥运会、上海世博会、广州亚运会、G20 杭州峰会、北京“一带一路”国际合作高峰论坛、厦门金砖国家领导人会晤等一系列国际盛会，用丝绸文化创意和工艺技术彰显了中国文化的魅力。公司丝绸纺织制品主要面向品牌女装客户，凭借数码印花生产工艺及质量控制等优势，树立了良好的市场形象，与众多优质客户建立了合作关系，如鄂尔多斯、歌力思、朗姿股份、爱慕股份、锦泓集团、雅莹集团、安正时尚等。

公司深耕丝绸行业多年，经过十余年发展，公司成功实现从“产品制造”到“文化创造”再到“品牌塑造”的转型升级，“万事利”已是行业内知名品牌。1999 年，公司拥有的“万事利”商标被认定为中国驰名商标。2015 年，公司被中国纺织品商业协会评为“十大丝绸品牌”之一。2017 年，“万事利”品牌入选国家商务部外贸发展局“中国之造”国家品牌计划。公司致力于推动中国民族产业的发展，以让世界爱上中国丝绸为使命，打造“中国的世界级丝绸品牌”。

公司一向重视研发创新，公司及子公司万事利科技均为高新技术企业，截至 2020 年 6 月末，公司专利数量达 120 项，其中发明专利 27 项。公司系全国丝绸标准化技术委员会及全国服装标准化技术委员会委员单位，截至 2020 年 6 月末，公司主持和参与制定的主要国家、行业、团体标准合计 27 项，均为丝绸相关领域，体现了公司在丝绸行业内的领先地位。

五、公司在创新、创意、创造等方面具体情况

1、发行人符合创业板定位的相关规定

为打破传统丝绸产品业态，公司通过对丝绸历史和文化价值的挖掘，围绕丝绸产品品类创造、文化创意、技术创新、模式变革不断夯实核心竞争力。公司自设立以来就探索以文化创意为引领，以数码印花工艺等高新技术为支撑的转型升级之路，经过十余年发展，公司已成功实现从“产品制造”到“文化创造”再到“品牌塑造”的转型升级，“万事利”已成为我国丝绸行业的知名品牌。

（1）产品创新

丝绸蕴含深厚的文化内涵，公司多年来致力于弘扬传统文化，积极探索、创新以丝绸作为文化艺术呈现的产品，是以文化创意为核心驱动的丝绸文化创意企业。公司通过对丝绸历史和文化价值的挖掘，不断提升自身的设计水平，并突破“丝绸即面料”的简单认知，围绕蚕丝原料，通过“丝绸+”的理念不断创新拓展产品边界，公司历年均会设计大量新品满足市场需求，不断增强“万事利”品牌的市场地位。

（2）技术优势

公司技术创新能力出色，在原料提取、设计工艺、数码印花加工、成品制造等多方面积累了众多专利技术并参与了多项国家标准及行业标准的制定，以生产技术的创新推动公司产品质量的提升，从而提升企业综合竞争力。

（3）较强的客户拓展能力

公司承继的原万事利集团丝绸相关业务迄今已有 46 年历史，已享有较高的品牌美誉度。丝绸文化创意品业务扎根于杭州地区，通过品牌塑造、文化弘扬、市场推广等方式逐步提高市场占有率，2017-2019 年收入规模逐年增长，丝绸纺织制品，已与多家知名女装品牌企业建立了稳定的合作关系，如鄂尔多斯、歌力思、朗姿股份、爱慕股份、锦泓集团、雅莹集团、安正时尚等。

（4）业务模式创新

公司善于分析、转换、吸收市场新模式同自身业务相结合，不断贴近客户，使得公司产品更能获得市场的认可。

（5）具备一定的成长性

报告期内，公司经营情况和盈利能力良好，净资产规模不断扩大。丝绸文化创意品形成了以品牌、设计、营销网络为核心的竞争力，收入、毛利整体呈增长趋势，故公司具备一定的成长性。

综上，公司主要产品丝绸文化创意品以“创新、创意”理念驱动，生产环节则聚焦于符合行业发展趋势和政策导向的数码印花工艺领域，积累了众多专利技术并参与了多项国家标准及行业标准的制定，以生产技术的创新推动公司产品质量的提升；公司拥有较强的客户拓展能力，积累了众多知名客户，在业务运营方

面积极与“新技术、新产业、新业态、新模式”进行深度融合，具备一定的成长性；符合创业板关于“三创四新”的定位要求。

2、符合创业板定位的依据及合理性

（1）公司符合《深圳证券交易所创业板企业发行上市申报及推荐暂行规定》第四条的规定。发行人 2017-2019 年度收入结构中，丝绸文化创意品占比均超过 50%，发行人 2020 年度收入结构中，丝绸文化创意品占比接近 50%，且毛利额贡献占比超过 50%，故发行人行业归属于丝绸文化创意品业务对应的“纺织服装、服饰业（C18）”，发行人所属行业不在《创业板企业发行上市申报及推荐暂定规定》第四条原则上不支持申报创业板的行业清单之内。

（2）公司符合《创业板首次公开发行股票注册管理办法（试行）》第三条及《深圳证券交易所创业板企业发行上市申报及推荐暂行规定》第二条的规定。具体参见本招股说明书第六节之“二、（四）公司在创新、创意、创造等方面具体情况”。

六、公司选择的上市标准

根据《深圳证券交易所创业板股票发行上市审核规则》第二十二条，发行人选择的具体上市标准为“（一）最近两年净利润均为正，且累计净利润不低于人民币 5,000 万元”。

七、公司治理特殊安排情况

截至本招股说明书签署日，发行人不存在公司治理的特殊安排等重要事项。

八、募集资金用途

经公司第二届董事会第四次会议和 2020 年第四次临时股东大会审议通过，公司拟发行新股不超过 3,363.43 万股，扣除发行费用后，募集资金用于以下项目：

序号	募集资金使用项目	项目总投资金额（万元）	募集资金拟投入（万元）	项目备案情况	项目环评批复
1	展示营销中心建设项目	10,123.70	10,123.70	/[注 1]	/[注 2]
2	年产 280 万米数码印花生产线技术改造项目	5,911.90	5,431.90	2019-330100-17-03-018547-000	杭经开环备[2019]9 号

序号	募集资金使用项目	项目总投资金额（万元）	募集资金拟投入（万元）	项目备案情况	项目环评批复
3	数字化智能运营体系建设项目	3,417.53	3,417.53	2019-330104-65-03-028919-000	/[注 2]
4	补充流动资金项目	13,000.00	13,000.00	/	/
合 计		**32,453.13**	**31,973.13**	/	/

注 1：公司已取得杭州市江干区发展改革和经济信息化局出具的《关于杭州万事利丝绸文化股份有限公司展示营销中心项目无需进行核准和备案的说明》；

注 2：经杭州市生态环境局江干分局确认，上述两个项目均不涉及生产内容，也不涉及土建，无需开展环境影响评价。

上述项目总投资额为 32,453.13 万元，拟使用募集资金 31,973.13 万元。根据市场情况，如果本次募集资金到位前公司需要对上述拟投资项目进行先期投入，则公司将用自筹资金投入，待募集资金到位后再予以置换。若本次实际募集资金不能满足募投项目的资金需求，资金缺口由公司自筹解决。

第三节 本次发行概况

一、本次发行基本情况

股票种类	人民币普通股（A 股）	
每股面值	人民币 1.00 元	
发行股数	本次公开发行股份数量不超过 33,634,320 股，占发行后总股本的比例不低于 25.00%。本次发行全部为新股发行，公司股东不公开发售股份	
每股发行价格	【】元/股	
发行市盈率	【】倍（每股发行价格/发行后每股收益，发行后每股收益按照【】年经审计的扣除非经常性损益前后孰低的净利润除以本次发行后总股本计算）	
发行前每股净资产	【】元（按【】年【】月【】日经审计的归属于母公司股东的净资产除以本次发行前总股本计算）	
发行后每股净资产	【】元（按【】年【】月【】日经审计的归属于母公司股东的净资产加本次募集资金净额，除以本次发行后总股本计算）	
发行市净率	【】倍（每股发行价格/发行后每股净资产）	
发行方式	本次发行将采用网下向询价对象配售与网上资金申购定价发行相结合的方式，或证监会、深交所认可的其他发行方式	
发行对象	符合相关资格规定的网下投资者和已开立深交所证券账户并开通创业板交易的境内自然人、法人等投资者（国家法律、法规和规范性文件禁止购买者除外）以及符合中国证监会及深交所规定的其他投资者	
承销方式	余额包销	
发行费用概算	承销费用	【】万元
	保荐费用	【】万元
	审计费用	【】万元
	律师费用	【】万元
	用于本次发行的信息披露费用	【】万元
	发行手续费用	【】万元

二、本次发行股票的有关当事人

（一）发行人

名　　称	杭州万事利丝绸文化股份有限公司

法定代表人	李建华
住　　所	浙江省杭州市天城路 68 号（万事利科技大厦）2 幢 5 楼 501 室
联系电话	0571-86847618
联系传真	0571-86847618
联系人	叶晓君、吴学书

（二）保荐机构（主承销商）

名　　称	国信证券股份有限公司
法定代表人	何如
住　　所	深圳市红岭中路 1012 号国信证券大厦 16-26 层
联系地址	浙江省杭州市体育场路 105 号凯喜雅大厦 5 楼
联系电话	0571-85316112
联系传真	0571-85316108
保荐代表人	罗傅琪、季诚永
项目协办人	李文江
项目经办人	汤海琴、刘飞翔、陆昕宇、郭允知、伍韵**（已离职）、张政一、沈卿翰**

（三）律师事务所

名　　称	北京市君合律师事务所
机构负责人	华晓军
住　　所	北京市建国门北大街 8 号华润大厦 20 层
联系电话	010-85191300
联系传真	010-85191350
经办律师	陈旭楠、沈娜、胡嘉冬

（四）会计师事务所

名　　称	天健会计师事务所（特殊普通合伙）
执行事务合伙人	胡少先
住　　所	杭州市西溪路 128 号 6 楼
联系电话	0571-88216888
联系传真	0571-88216999
经办注册会计师	宋鑫、朱勇

（五）资产评估机构

名　　称	坤元资产评估有限公司
法定代表人	俞华开
住　　所	杭州市西溪路128号901室
联系电话	0571-88216941
联系传真	0571-87178826
经办注册评估师	仇文庆、应丽云

（六）股票登记机构

名　　称	中国证券登记结算有限责任公司深圳分公司
住　　所	深圳市福田区深南大道2012号深圳证券交易所广场25楼
联系电话	0755-21899999
联系传真	0755-21899999

（七）收款银行

名　　称	中国工商银行股份有限公司深圳市分行深港支行
户　　名	国信证券股份有限公司
账　　号	4000029119200042215

（八）申请上市证券交易所

名　　称	深圳证券交易所
住　　所	深圳市福田区深南大道2012号
联系电话	0755-88668888
联系传真	0755-82083295

三、发行人与中介机构关系的说明

截至本招股说明书签署日，发行人与本次发行有关的中介机构及其负责人、高级管理人员及经办人员之间不存在直接或间接的股权关系或其他权益关系。

四、本次发行的有关重要日期

刊登发行公告日期	【】年【】月【】日
开始询价推介日期	【】年【】月【】日

刊登定价公告日期	【】年【】月【】日
申购日期	【】年【】月【】日
缴款日期	【】年【】月【】日
预计股票上市日期	发行结束后尽快申请在深圳证券交易所挂牌交易

第四节 风险因素

一、创新与技术风险

（一）产品创新无法获得市场认可的风险

公司通过市场调研或与趋势预测企业合作对市场流行趋势和消费者偏好进行预测，从而进行新品设计研发。随着社会物质生活水平的提高，客户对丝绸产品流行趋势、面料款式、文化创意的偏好变化较快，对丝绸产品质量和面料性能的要求也在不断提高，因此能否准确把握丝绸产品流行趋势、及时预测和满足快速变化的市场需求，将直接影响公司产品的销售。如果公司的产品开发设计不能及时预测、把握市场流行趋势，产品创新无法获得市场的认可，则将会对公司的经营业绩产生不利影响。

（二）核心技术失密风险

目前双面数码印花尚处于行业应用初期，但是市场前景较好，相关核心技术及知识产权是公司持续发展、引领市场的关键因素，是公司数码印花工艺核心竞争力的重要支持和保障。公司积极申请专利确保核心技术的合法性和安全性，截至2020年6月末，公司在数码印花加工及相关领域共取得专利19项，其中发明专利16项，由于公司其他未申请专利的非专利技术不受专利法的保护，在权利保障上存在一定的风险。尽管公司已采取了严格的技术保密措施，与相关人员签订了保密协议，并采取了相应的技术保密措施，但仍存在核心技术被泄密或盗用的风险，进而导致公司市场竞争力下降。

二、经营风险

（一）由新冠肺炎疫情引起的风险

受新冠肺炎疫情影响，2020 年上半年我国国内生产总值同比下降 1.6%，在此情况下，公司直销渠道和分销渠道在短期内均受到了较大影响，丝绸文化创意品**（自有终端品牌）**的销售和丝绸纺织制品**（非自有终端品牌）**的新接订单数量均出现下滑，对公司未来业绩已造成一定的不利影响。2020 年 1-9 月，公司营业收入 53,369.31 万元，较上年同期增长 8.41%；公司扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润**（以下简称“扣非后归母净利润”）**4,297.90 万元，较上

年同期增长 49.87%，若剔除口罩业务，公司 2020 年 1-9 月实现营业收入 36,003.92 万元，同比变动幅度为-26.86%，**扣非后归母净利润 2,249.50** 万元，同比变动幅度为**-21.56%。根据初步核算数据，公司 2020 年度实现营业收入约 71,900-74,100 万元，基本与 2019 年度持平；扣非后归母净利润约 6,000-6,500 万元，同比上涨约 16%-27%；剔除口罩业务后，公司实现营业收入约 54,500-56,500 万元，同比下滑约 21%-25%，扣非后归母净利润约 4,400-4,700 万元，同比下滑约 8-15%。**此外，新冠肺炎疫情自 3 月以来在欧美各国爆发，公司部分丝绸纺织制品主要面向出口，报告期内，公司境外销售收入分别为 9,291.48 万元、8,206.44 万元、7,152.27 万元和 4,101.12 万元，占当期主营业务收入比重分别为 13.14%、11.05%、9.90%和 10.66%，2020 年 1-6 月，公司境外销售收入主要为口罩销售。报告期内，公司境外销售毛利额分别为 1,721.83 万元、1,346.11 万元、1,080.01 万元和 1,165.84 万元，占各期毛利额比重分别为 6.66%、4.96%、4.04%和 8.33%（2020 年 1-6 月，扣除口罩业务后境外销售毛利额为 405.92 万元，占比为 5.37%）。截至报告期末，公司境外客户的应收账款余额为 2,020.29 万元。由于公司境外客户集中于欧洲，如新冠肺炎疫情无法得到有效控制或者再次大规模爆发，则可能对公司新接订单数量，应收账款的顺利收回和未来经营业绩造成较大的不利影响。若新冠肺炎疫情再次在国内大规模爆发，则可能对公司包括销售团队渠道、加盟渠道销售在内的各个渠道销售造成较大不利影响，对公司丝绸文化创意品、丝绸纺织制品等各品类销售造成较大不利影响，对公司未来经营业绩造成较大不利影响。

（二）业务拓展及成长性风险

由于公司品牌影响力在全国范围内仍有待提升、营销渠道网络有待拓展、高端人才相对短缺、数码印花技术的应用有待推广、宏观经济波动影响产品需求等因素，2017-2019 年度，公司主营业务收入分别为 70,705.40 万元、74,281.06 万元、72,243.53 万元，扣非后归母净利润分别为 5,254.41 万元、4,690.81 万元、5,133.89 万元，收入和利润保持基本平稳的态势。2020 年度因受疫情影响，公司丝绸文化创意品（自有终端品牌）及丝绸纺织制品（非自有终端品牌）业务出现了一定程度的下滑。

公司针对未来业务开拓已制定相应的措施与计划，若未来出现品牌影响力和辐射区域无法进一步拓展、营销渠道建设不及预期、人才团队建设过慢、数

码印花技术推广不及预期、宏观经济大幅波动等情形，发行人可能存在业务开拓缓慢和成长性相对不足的风险，若上述多种情形同时出现或者出现新冠肺炎疫情再次大规模爆发等特殊事件，则发行人经营业绩可能出现下滑甚至较大幅度下滑的风险。

（三）口罩业务销售规模及该项业务对公司整体经营业绩贡献存在不可持续的风险

2020 年 1-6 月，在原有业务受疫情冲击影响较大的情况下，公司响应政府号召，积极转产口罩业务并实现收入 17,206.27 万元，口罩业务产生的营业收入与毛利金额占公司当期营业收入与毛利金额的比重分别为 44.47%和 46.00%。截至本招股说明书签署日，国内新冠肺炎疫情控制情况较好，但全球其他国家或地区的疫情仍处于持续蔓延阶段。未来，公司将在防疫需要的基础上设计更美观和具有创意性的口罩产品，从而满足市场需求，亦可将其作为组合套装的一部分进行销售，增加组合套装产品的功能性。但由于目前口罩等防疫物资需求进入常态化阶段，且市场供应相对充足，公司 2020 年下半年口罩月均销售额约为 40-50 万元，销售规模较 2020 年 1-6 月大幅下降，公司口罩业务保持 2020 年 1-6 月的生产销售规模及对经营业绩贡献的比例存在不可持续的风险。

根据初步核算数据，公司 2020 年度营业收入约 71,900-74,100 万元，净利润约 6,000-6,700 万元，其中口罩业务的收入、净利润占比分别约为 23%-25%、28%-29%，对发行人当期经营业绩产生了积极影响。若未来新冠肺炎疫情再次大规模爆发严重影响公司经营，或者公司丝绸文化创意品（自有终端品牌）业务和丝绸纺织制品（非自有终端品牌）业务无法恢复至疫情前水平，则公司口罩业务不可持续的风险可能会对公司未来经营业绩造成较大的不利影响。

（四）宏观经济波动风险

丝绸产品属于可选消费品，受宏观经济波动影响较大。公司丝绸文化创意品收入大多来自于国内市场，国内经济增长放缓、物价上涨等经济形势变化可能促使消费者需求下降，从而对公司的业务发展、财务状况和经营业绩造成不利影响。

报告期内，公司境外销售收入分别为 9,291.48 万元、8,206.44 万元、7,152.27 万元和 4,101.12 万元，占当期主营业务收入比重分别为 13.14%、11.05%、9.90%、

10.66%，2020 年 1-6 月，公司境外销售收入主要为口罩销售。2018 年以来，国际贸易保护主义抬头，全球经济的不确定性因素增加，国际汇率波动较大，可能会对公司丝绸纺织制品出口造成一定的不利影响。

（五）市场竞争加剧风险

我国丝绸行业进入门槛较低，丝绸生产商及品牌众多，普遍议价能力较弱，行业竞争较为激烈，主要体现在品牌、营销渠道、设计研发等方面的市场竞争。“万事利”是我国丝绸行业的知名品牌，但若公司不能持续提升品牌影响力和美誉度，或者对产品品质、形象设计、销售服务等管理不能适应公司业务发展需要，则可能会影响到公司的品牌形象，进而对公司的业务经营和产品销售带来不利影响。

（六）原材料价格波动风险

公司采购产品的原材料主要来自茧丝绸行业上游。根据 Wind 数据统计，报告期各期生丝均价分别为 41.49 万元/吨、44.28 万元/吨、36.95 万元/吨、31.77 万元/吨，较上年同期的变化幅度为 24.78%、6.72%、-16.55%、-8.93%，存在较大的波动。公司与主要供应商签订了框架性合作协议，但产品的采购价格及其他详细条款只有在签订具体订单时才会确定，故上游原材料价格波动对公司经营成本和业绩会造成一定的影响。

（七）销售的季节性风险

公司丝绸文化创意品**（自有终端品牌）**在节假日销售情况较好，由于第一、四季度节假日较多，公司通常会在此期间开发新产品加大销售力度。此外，公司丝绸纺织制品**（非自有终端品牌）**主要为春夏装的服装和面料，一般主要在四季度前后出货，亦形成一定的季节性特征。如果公司不能准确把握市场节奏，提前组织安排新品开发、库存备货等环节，则公司将面临备货不足流失市场份额或部分产品过剩造成产品积压的经营风险。

（八）经营业绩下滑的风险

报告期内，公司实现营业收入分别为71,319.02万元、75,252.67万元、72,851.39万元和38,687.84万元，实现扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润分别为5,254.41万元、4,690.81万元、5,133.89万元和3,604.49万元。公司2018年度营业

收入较上年增长5.52%，扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润则较上年下降10.73%，2019年度，受国内宏观经济增速放缓的影响，市场竞争程度加剧，公司2019年度营业收入较上年下降3.19%，2020年1-6月受新冠肺炎疫情影响，公司丝绸文化创意品**（自有终端品牌）**、丝绸纺织制品**（非自有终端品牌）**收入下滑较大，同时公司作为首批浙江省级重点民用口罩及关键材料生产企业之一，积极拓展口罩业务并实现收入17,206.27万元。

若未来公司面临的市场环境发生变化，包括但不限于宏观经济波动导致下游行业景气度下降、市场竞争加剧导致品牌市场影响力下降、产品创新无法获得市场认可、原材料价格大幅波动、应收账款坏账、募集资金投资项目不能达到预期收益等情形出现时，公司经营业绩均会受到一定程度的影响，可能出现业绩下滑；若上述风险因素同时发生或某几项风险因素出现重大不利的情况，则公司经营业绩将有可能出现较大幅度的下滑。

（九）分销商管理风险

公司目前主要采用直销和分销相结合的销售模式，分销包括针对丝绸文化创意品的加盟、经销和代销三种模式，以及针对口罩的贸易商模式。报告期内，公司向分销商销售商品金额分别为 9,975.07 万元、11,212.36 万元、11,777.78 万元和 12,327.48 万元，占公司当期主营业务收入的比例分别为 14.11%、15.09%、16.30%和 32.06%，截至 2020 年 6 月末，公司加盟商 36 家，2020 年 1-6 月合作的经/代销商合计 149 家，合作的口罩贸易商合计 39 家，分销商及其管理的销售渠道是公司重要的营销渠道之一。公司借助分销商资源可快速建立销售网络，提高品牌知名度，扩大市场占有率，降低投资风险。分销商作为独立的法人主体或个体工商户，其经营决策、物资管理、人员管理、财务管控等均独立于公司。如果分销商在经营中出现违背公司的品牌理念、终端管理达不到公司要求等情形，可能会对公司的品牌形象和分销区域的终端销售产生不利影响，从而对公司的经营业绩造成不利影响。

（十）业务区域相对集中及新市场开拓的风险

报告期内，公司主要采用直销和分销相结合的销售模式，其中丝绸文化创意品销售的直营门店和加盟门店主要集中在浙江地区。报告期内，公司在华东区域

的销售占比分别为 63.66%、61.95%、66.53%、72.77%，相对集中，主要原因系公司品牌在当地已具备较强的影响力和美誉度，2020 年 1-6 月，为支持当地企业复工复产，口罩产品在华东区域销售占比较高，进一步提高了公司华东区域销售占比。为扩大业务规模，提升整体盈利水平，公司未来必然面临开拓新市场的需求。在新进入的区域市场，当地消费者对公司品牌的认知以及公司对该目标市场的深入了解需要一定时间。此外，多区域发展对公司的资金实力、管理能力、人才培养能力、销售能力等都提出了更高要求。一旦公司在现有市场无法持续获取客户订单或在新市场开拓过程中各项资源的扩张速度跟不上市场开拓速度，则可能对公司经营业绩带来不利影响。

（十一）公司产品外协生产的风险

公司实行外协生产模式，自身主要保留数码印花生产环节，其他加工环节委托外部供应商完成。丝绸文化创意品除质量标准要求较高的部分丝巾、睡衣由公司自主完成数码印花环节外，其他类型产品通常由合作供应商按照公司要求采购原材料，生产符合公司质量标准、款式设计及交货进度的产品。丝绸纺织制品除数码印花环节外染色、台版印花和成衣制作环节委托外协供应商完成，公司根据销售订单要求选择生产模式并寻找合适的供应商，对产品打样、大货生产、质检及货期进行全流程管控。因此，若主要供应商出现产能瓶颈、设备故障、劳动争议、原材料供给中断或财务困境等情况，无法生产与公司质量标准及数量要求相符的产品，或者未及时交货、无法快速响应公司的产品订单，将会对公司的产品供应带来不利影响，进而影响到公司的经营业绩及财务状况。

同时，在行业竞争日益激烈的背景下，公司也面临着在框架协议到期时未能继续以相同商业条件与供应商合作，甚至无法保证与供应商继续合作的风险。若公司主要供应商终止与公司的合作，而公司又无法及时找到合适的替代供应商，则将对公司的产品供应、经营业绩及财务状况产生不利影响。

（十二）品牌被仿冒的风险

经过多年的发展，公司在丝绸产业领域已具有较高的知名度和美誉度，“万事利”品牌被中国纺织品商业协会评为“十大丝绸品牌”之一，且是首批入选国家商务部“中国之造”计划的品牌之一。截至2020年6月末，公司共取得专利120

项，商标252项，作品著作权133项，公司的品牌商标及其他知识产权存在被第三方仿冒侵犯的可能，公司设计的新产品在上市后也存在被仿制的可能。若公司未能及时发现并制止上述违法行为，则将会对公司的品牌形象和经营业绩造成不利影响。

（十三）税收优惠不能持续的风险

自 2013 年 8 月以来，公司持续通过高新技术企业认定，子公司万事利科技自 2009 年 12 月起持续通过高新技术企业认定。报告期内，万事利丝绸、万事利科技实际负担的企业所得税税率均为 15%。若未来国家税收优惠政策发生变化或者公司不能持续取得高新技术企业的资质，致使公司无法继续享受相关税收优惠，则将对公司未来经营业绩产生不利影响。

（十四）丝绸文化创意品毛利率持续下滑的风险

报告期内，公司丝绸文化创意品毛利率分别为 55.41%、54.18%、51.59%和 49.19%，呈一定的下降趋势。由于丝绸文化创意品属于可选消费品，其销售情况受宏观经济波动，公司业务拓展能力、产品创新能力以及原材料价格等多方面因素的影响。同时，公司为应对宏观经济系统性风险而采取的调整优化产品结构及价格定位、针对重点产品开展推广活动等措施亦可能导致毛利率下降。若未来公司面临国内经济增长放缓，消费者需求下降，原材料价格上涨而公司产品售价不能随之调整等情形，或公司无法在业务拓展、产品创新等方面保持相对竞争优势，产品结构优化或推广促销活动未能达到预期效果，公司丝绸文化创意品毛利率可能持续下滑，进而导致公司经营业绩出现较大幅度的下滑。

（十五）公司战略、品牌女装终端客户需求发生变化的风险

报告期内，公司境外销售收入占公司主营业务收入比重分别为 13.14%、11.05%、9.90%和 10.66%，境外销售毛利占公司毛利比重分别为 6.66%、4.96%、4.04%和 8.33%（2020 年 1-6 月，扣除口罩业务后境外销售毛利占比为 5.37%）。由于公司境外销售以单价和毛利率较低的非真丝贴牌服装为主，境外销售亦存在一定收款风险，公司报告期内已开始主动缩减或中止与境外客户的合作，预计未来境外销售规模及占比将进一步下降，对经营业绩会造成一定的不利影响。

品牌女装客户会根据其终端客户需求、双方商业谈判情况等因素不定期向发

行人下达订单，订单通常较为分散。虽然发行人与主要品牌女装客户保持了长期、稳定的合作关系，但若未来出现品牌女装终端客户需求发生重大变化而公司产品不能及时满足其需求、双方商业谈判进展不顺利等情形，公司订单规模可能会出现一定波动甚至较大幅度下滑，从而对公司经营业绩造成不利影响。

三、内控风险

（一）客户分散带来的管理风险

公司丝绸文化创意品主要面向个人零售客户、各类企事业单位及全国各地分销商，客户数量众多，销售集中度较低。报告期内，公司丝绸文化创意品前五大客户的销售收入占公司同类主营业务收入的比例分别为 16.37%、10.95%、11.42%和 7.55%。同时丝绸产品属于可选消费品，客户每年根据实际情况进行采购，主要客户变动较大。公司客户较为分散的特点，可避免公司过分依赖个别客户，在一定程度上增强公司对客户的议价能力，但同时也会增加公司市场开拓、客户维护和应收账款管理的难度，从而可能会对公司业绩产生一定的不利影响。

（二）人力资源风险

公司丝绸文化创意品**（自有终端品牌）**立足于研发设计和销售环节，丝绸纺织制品**（非自有终端品牌）**主要从事数码印花生产环节，研发和市场开拓人才是公司重要资源，亦是竞争企业竞相网罗的对象。本次募集资金到位后，公司的业务、资产、人员的规模将进一步扩大，需要更多的具备大量相关知识和经验的研发设计、营销等方面的人才。若公司不能保持现有经营团队的稳定，或及时储备未来业务发展所需的优秀人才，则将会对公司的生产运营和长远发展产生不利影响。

（三）实际控制人控制不当的风险

为了保障实际控制人对公司控制权的稳定性、有效性和可操作性，屠红燕、屠红霞、李建华、王云飞和沈柏军于 2019 年 5 月 5 日签署了《一致行动协议》。公司实际控制人通过间接持股方式合计可以控制公司 82.33%的股份，比例较高。同时，李建华为公司董事长兼总经理，屠红燕为公司董事。虽然公司目前已经按照《公司法》、《证券法》、《上市公司章程指引》等法律法规和规范性文件的规定，建立了比较完善的公司治理结构并规范运行，但公司实际控制人仍可凭借其控制

地位，通过行使表决权等方式对本公司的人事任免、生产、销售和经营决策等进行控制，如果控制不当则可能会损害公司及公司中小股东的利益。

四、财务风险

（一）应收账款坏账风险

报告期各期末，公司应收账款账面价值分别为13,027.53万元、14,060.93万元、13,567.26万元和9,761.90万元，占当期末流动资产的比例分别为29.54%、27.93%、23.79%和21.14%。应收账款余额较大会给公司发展带来较大的资金压力和一定的经营风险。

截至2020年6月30日，公司应收账款质量较好，账龄组合中1年以内的应收账款账面余额占比为81.31%，并已按照坏账准备计提政策提取了坏账准备。若宏观经济形势、行业发展前景发生重大不利变化或者客户经营情况发生不利变化，导致应收账款可能不能按期收回或无法收回，则将给公司带来一定的坏账风险，从而对公司业绩产生不利影响。

（二）存货余额较高及跌价风险

为满足终端消费者的不同需求，公司开发了不同品牌、风格、款式的产品，且由于公司丝绸文化创意品主要通过门店展示的方式促进销售，随着业务规模扩大，公司各类产品均需保证一定的库存量。报告期各期末，公司存货账面价值分别为14,811.94万元、14,692.29万元、14,433.86万元和12,369.90万元，占公司各期末流动资产的比例分别为33.59%、29.18%、25.31%和26.79%。

较大规模的存货在增加公司现金流压力的同时，其长库龄产品的积压也会增加跌价准备的计提，对公司经营业绩产生不利影响。报告期内，公司存货跌价准备金额分别为1,119.63万元、1,073.10万元、1,264.99万元和1,873.69万元。若公司未来不能及时消化库存，则可能造成公司现金流紧张，并对公司的业务发展、财务状况及经营业绩产生不利影响。

五、与 LVMH 工艺公司诉讼导致的法律风险

公司与 LVMH 工艺公司及相关方于 2018 年 8 月签订合作协议，双方约定由公司向 LVMH 工艺公司下属企业排他地（即未经 LVMH 工艺公司同意，不得与

其直接竞争对手签订与双面印花工艺相关的协议）提供公司拥有的双面印花工艺相关的设备、技术、培训等服务，以协助 LVMH 集团旗下奢侈品公司推出带有“万事利”相关标识的产品。公司已按合同履行义务，并交付设备和技术，对人员进行了培训，相关产品已在 LVMH 集团旗下 Dior（迪奥）品牌产品上运用，按约定带有“万事利”标识的产品已在全球市场进行销售。

2019 年 5 月 24 日，LVMH 工艺公司向巴黎商事法院提起诉讼，**根据最新诉讼文件，**涉及金额总计约 **170.79** 万欧元，其中请求返还金额 75.58 万欧元（20.00 万欧元技术服务费已记为收入，50.02 万欧元设备转让款及 5.56 万欧元人员培训差旅费已记为预收账款），请求赔偿金额 **95.21** 万欧元。公司 2020 年 3 月已进行反诉，并计划后续补充反诉请求或提起新诉讼，要求 LVMH 工艺公司及相关方继续按合同约定支付设备转让和技术服务费余款，并赔偿相应的损失。若对方诉讼请求全部得到支持，则最坏情况发行人及/或其子公司将支付的金额总计约 **170.79** 万欧元（以 **2020** 年末中国人民银行外汇牌价折合人民币约 **1,370.59** 万元，下同），对公司经营业绩产生一定的不利影响。

六、发行失败风险

公司股票的市场价格不仅取决于本公司的经营业绩和发展前景，宏观经济形势变化、国家经济政策的调控、利率水平、汇率水平、投资者预期变化等各种因素可能对股票市场带来影响，进而影响投资者对本公司股票的价值判断。因此，本次发行存在由于发行认购不足而发行失败的风险。

七、募集资金投资项目风险

（一）募投项目导致资产折旧、摊销增加风险

公司募集资金投资项目将新增固定资产和无形资产投资 16,946.85 万元，预计募投项目前六年每年平均新增折旧及摊销金额 1,320.60 万元。若募投项目建成后产品销售不顺畅，或由于其他原因导致项目收益不及预期，则公司存在因折旧、摊销费用增加而导致经营业绩下滑的风险。

（二）新店选址不当风险

本次募集资金拟投资建设的“展示营销中心建设项目”系在充分考虑包括市

场环境、行业发展趋势、市场潜力、顾客消费习惯和自身管理能力等因素后确定。该项目的实施将有助于提高公司终端销售能力，进一步扩大营业规模，提升公司的核心竞争力。展示营销中心选址需综合考虑交通便利条件、商业辐射能力、目标消费群体、消费能力、预期客流量、品牌宣传效果、展厅租赁价格以及附近竞争对手情况等诸多因素。若展厅选址失当，不仅会使目标市场经营业绩难以实现，前期产生的筹办费用亦不能收回，从而对公司经营业绩造成不利影响。

（三）经营规模扩张带来的管理风险

本次募集资金项目实施后，公司将在北京、上海、西安等地新设展示营销中心，销售终端数量将进一步增加，相应员工数量也将有所上升。公司目前已设有3家直营零售门店及2家展示营销中心，且已在上海、合肥、西安、武汉、南京、重庆等地设立了分、子公司用于产品营销、推广。随着募集资金投资项目的建设和投入运营，公司下属子公司和分支机构将进一步扩大，在资源整合、市场开拓和风险控制等方面对公司管理水平提出更高的要求。如果公司不能及时提升自身的管理能力，并根据业务发展需要及时优化现有的组织模式和管理制度，将会对公司的生产经营产生不利影响。

（四）净资产收益率下降、摊薄即期股东收益的风险

本次发行完成后，公司的净资产和总股本将提高，由于募集资金投资项目有一定的建设周期，募集资金产生经济效益需要一段时间，短期内可能难以实现净利润与净资产的同步增长，因而公司在短期内存在净资产收益率下降以及每股收益被摊薄的风险。

第五节 发行人基本情况

一、发行人的基本情况

公司名称	杭州万事利丝绸文化股份有限公司	
英文名称	Hangzhou Wensli Silk Culture Co., Ltd.	
注册资本	10,090.2960万元	
法定代表人	李建华	
设立日期	2007年9月13日（有限公司设立） 2017年4月24日（整体变更设立股份公司）	
住所	浙江省杭州市天城路68号（万事利科技大厦）2幢5楼501室	
邮政编码	310021	
联系电话	0571-86847618	
传真号码	0571-86847618	
互联网网址	http://www.wensli.cn/	
电子邮箱	wensli@wensli.cn	
信息披露与投资者关系	负责机构：	董事会办公室
	负责人：	董事会秘书 叶晓君
	联系电话：	0571-86847618

二、发行人的设立情况和报告期内股权变动情况

（一）有限公司成立情况

公司前身万事利投资系由万事利集团于 2007 年 9 月出资设立的有限责任公司。万事利投资成立时注册资本为 2,000 万元，全部由万事利集团以货币资金出资。2007 年 9 月 13 日，浙江敬业会计师事务所对万事利投资的注册资本进行了审验，并出具了杭敬会验字（2007）第 212 号《验资报告》。2007 年 9 月 13 日，杭州市工商行政管理局核发了《企业法人营业执照》。

万事利投资成立时的股权结构如下：

单位：万元

序号	股东名称	出资金额	出资比例
1	万事利集团	2,000.00	100.00%
合 计		**2,000.00**	**100.00%**

（二）股份公司设立情况

发行人历史上存在 2 次有限责任公司整体变更设立股份有限公司的情况。第一次整体变更未履行资产评估程序，且发起人未签署发起人协议，存在程序瑕疵，不符合《公司法》相关规定。为避免该等瑕疵对发行人的上市计划造成影响，2016 年 9 月发行人从股份公司整体变更有限公司，并于 2017 年 4 月再次整体变更为股份公司。该事项不存在纠纷或潜在纠纷。

1、2008 年公司第一次整体变更为股份公司

2008 年万事利投资整体变更相关事项已经万事利投资股东会和万事利股份创立大会审议通过，相关程序合法合规。万事利投资整体变更为万事利股份过程中存在未履行评估程序和发起人未签订发起人协议的情形，但不存在侵害债权人利益的情形，不存在纠纷或潜在纠纷，且万事利股份发起人已事后出具书面确认进行补正。第一次整体变更股份公司已完成工商登记注册相关程序。除前述事项外，其余整体变更事项均符合《公司法》（2005 年修订）等法律法规规定。

2、2017 年公司第二次整体变更为股份公司

本公司系由杭州万事利丝绸文化有限公司整体变更设立的股份有限公司。万事利有限以截至 2016 年 11 月 30 日经天健事务所审计的净资产 301,984,917.26 元，按 1：0.334132449 的比例折合为股份公司股本 100,902,960 元，净资产与总股本的差额 201,081,957.26 元计入资本公积（根据 2020 年第二次临时股东大会议案，由于存在影响改制基准日净资产的因素，公司决定对改制基准日的净资产进行调整，调整后的净资产为 270,835,580.47 元，净资产仍高于股本总额，不存在导致股东出资不实的情形）。2017 年 4 月 18 日，天健事务所对公司整体变更为股份公司的注册资本实收情况进行了审验，并出具天健验[2017]第 108 号《验资报告》。2017 年 4 月 24 日，经杭州市市场监督管理局核准，杭州万事利丝绸文化有限公司整体变更为杭州万事利丝绸文化股份有限公司，注册资本为 100,902,960 元，统一社会信用代码为 91330100665235517C。

公司设立时共有 13 名发起人，具体如下：

单位：万股

序号	股东名称	持股数量	持股比例

单位：万股

序号	股东名称	持股数量	持股比例
1	万事利集团	5,200.0000	51.5347%
2	丝奥投资	1,200.0000	11.8926%
3	浙商投资	1,009.2919	10.0026%
4	丝昱投资	800.0000	7.9284%
5	丝弦投资	800.0000	7.9284%
6	浙江国俊	307.4009	3.0465%
7	万向三农	307.4009	3.0465%
8	盈思投资	204.9340	2.0310%
9	陈曙华	71.7220	0.7108%
10	卓元晋嘉	71.7220	0.7108%
11	张家林	51.2284	0.5077%
12	华媒投资（SS）	51.2284	0.5077%
13	乐世利投资	15.3675	0.1523%
合 计		**10,090.2960**	**100.0000%**

注：股东名称后 SS（即 State-owned Shareholder 的缩写）标识的含义为国有股东，下同。发行人不属于国务院于 2017 年 11 月 18 日发布的《关于印发划转部分国有资本充实社保基金实施方案的通知》（国发〔2017〕49 号）中明确的，需划转股权的中央和地方国有及国有控股大中型企业、金融机构。发行人及华媒投资无需履行国有股转持义务。

公司整体变更时不存在未弥补亏损，但因财务报表追溯调整事项致使整体变更时存在未弥补亏损。根据天健事务所出具的天健审〔2017〕1733 号审计报告，截至 2016 年 11 月 30 日万事利有限的净资产 301,984,917.26 元，其中股本 100,902,960 元、资本公积 179,097,040 元、未分配利润 21,984,917.26 元。

2020 年 4 月，根据 2020 年第二次临时股东大会议案《关于杭州万事利丝绸文化股份有限公司股改净资产调整的说明》，因 2016 年度及以前年度财务报表追溯调整事项，需调整公司股改基准日净资产，调整后公司净资产 270,835,580.47 元，其中股本 100,902,960 元、资本公积 179,097,040 元、未分配利润-9,164,419.53 元。调整后的公司净资产较股改基准日净资产 301,984,917.26 元减少 31,149,336.79 元，具体调整事项包括：公司收入成本跨期调减 2,055.09 万元；存货跌价计提政策变更调减 959.33 万元；子公司万事利数码净资产变动调整公司同一控制下企业合并的投资成本，调增 790.66 万元；按照调整后的应收账款以及厘定后的坏账计提政策补提应收账款坏账准备，调减 503.12 万元，根据实际

发放年终奖调减 388.05 万元。

单位：万元

序号	调整事项	差异的具体内容	影响净资产金额
1	收入成本跨期调整	公司收入成本跨期，调减应收账款 4,152,454.20 元，调增预收账款 9,147,295.09 元，调增营业收入 11,599,547.86 元，调增应交税费 4,962,814.33 元，调减应付账款 3,337,818.55 元，调增预付账款 935,932.49 元，调增营业成本 1,249,459.37 元，调减存货 6,883,898.81 元，调增递延所得税资产 2,193,678.71 元，调增所得税费用 680,929.23 元，调减年初未分配利润 30,220,056.92 元	-2,055.09
2	存货跌价准备计提政策调整	根据公司审定的存货余额以及存货跌价准备计提政策，调减存货 9,593,277.57 元，调增资产减值损失 2,403,272.47 元，调减年初未分配利润 7,190,005.10 元	-959.33
3	同一控制下企业合并子公司净资产变动	同一控制下企业合并子公司净资产变动，调增长期股权投资 7,906,627.00 元，调增未分配利润 7,906,627.00 元	790.66
4	应收账款及坏账计提政策调整	根据审定的应收账款以及坏账计提政策，调减应收账款 5,031,247.23 元，调增资产减值损失 5,591,477.00 元，调增年初未分配利润 560,229.77 元	-503.12
5	营销提成金额调整	根据年终奖的期后发放情况，调增其他应付款 3,880,541.33 元，调减未分配利润 3,880,541.33 元	-388.05
合 计			**-3,114.93**

公司报告期各期末未分配利润余额分别为 5,387.07 万元、9,918.92 万元、15,297.11 万元和 17,032.94 万元，公司整体变更后已经实现了大额累计未分配利润。公司因财务报表追溯调整事项致使整体变更时存在未弥补亏损，调整内容均为 2016 年及以前年度财务报表事项，不影响公司未来盈利能力。

万事利有限整体变更设立的事项已经过万事利有限股东会、发行人创立大会暨首次股东大会审议通过，净资产调整经第一届董事会第十四次会议和 2020 年第二次临时股东大会审议通过，符合《公司法》等相关法律、法规的规定；公司整体变更后已经实现了大额累计未分配利润，股改前未弥补亏损不影响公司未来持续盈利能力。

2017 年万事利股份整体变更相关事项已经万事利有限董事会、股东会和股份公司创立大会审议通过，相关程序合法合规，改制中不存在侵害债权人合法权

益情形，与债权人不存在纠纷，整体变更已完成工商登记注册和税务登记等相关程序，整体变更相关事项符合《公司法》（2013 年修订）等法律法规规定。

（三）公司报告期内股权变动情况

报告期内，公司发生了 2 次股权转让。

1、2018 年 4 月，万事利丝绸报告期内第一次股份转让

2018 年 4 月 24 日，张家林与陈曙华签署《股权转让协议》，张家林将其所持有万事利丝绸 51.2284 万股股份（0.5077%股份）转让给陈曙华，本次股份转让的价格为每股 11.22 元。

2018 年 4 月 24 日，万事利丝绸已就上述事项在杭州市市场监督管理局完成备案。本次股份转让前后，公司股权结构如下：

单位：万股

序号	股东名称	变更前		增加/减少股权情况	变更后	
		持股数量	持股比例		持股数量	持股比例
1	万事利集团	5,200.0000	51.5347%		5,200.0000	51.5347%
2	丝奥投资	1,200.0000	11.8926%		1,200.0000	11.8926%
3	浙商投资	1,009.2919	10.0026%		1,009.2919	10.0026%
4	丝昱投资	800.0000	7.9284%		800.0000	7.9284%
5	丝弦投资	800.0000	7.9284%		800.0000	7.9284%
6	浙江国俊	307.4009	3.0465%		307.4009	3.0465%
7	万向三农	307.4009	3.0465%		307.4009	3.0465%
8	盈思投资	204.9340	2.0310%		204.9340	2.0310%
9	陈曙华	71.7220	0.7108%	+51.2284	122.9504	1.2185%
10	卓元晋嘉	71.7220	0.7108%		71.7220	0.7108%
11	华媒投资	51.2284	0.5077%		51.2284	0.5077%
12	乐世利投资	15.3675	0.1523%		15.3675	0.1523%
13	张家林	51.2284	0.5077%	-51.2284	-	-
合 计		**10,090.2960**	**100.00%**		**10,090.2960**	**100.00%**

2、2019 年 1 月，万事利丝绸报告期内第二次股份转让

2018 年 12 月 19 日，浙江国俊与万事利集团签署《股权转让协议》，将其所持有的万事利丝绸 307.4009 万股股份（3.0465%股份）转让给万事利集团，本次

股份转让价格为每股 12.00 元。

2019 年 1 月 25 日，万事利丝绸已就上述事项在杭州市市场监督管理局完成备案。本次股份转让前后，公司股权结构如下：

单位：万股

序号	股东名称	变更前		增加/减少股权情况	变更后	
		持股数量	持股比例		持股数量	持股比例
1	万事利集团	5,200.0000	51.5347%	307.4009	5,507.4009	54.5812%
2	丝奥投资	1,200.0000	11.8926%		1,200.0000	11.8926%
3	浙商投资	1,009.2919	10.0026%		1,009.2919	10.0026%
4	丝昱投资	800.0000	7.9284%		800.0000	7.9284%
5	丝弦投资	800.0000	7.9284%		800.0000	7.9284%
6	万向三农	307.4009	3.0465%		307.4009	3.0465%
7	盈思投资	204.9340	2.0310%		204.9340	2.0310%
8	陈曙华	122.9504	1.2185%		122.9504	1.2185%
9	卓元晋嘉	71.7220	0.7108%		71.7220	0.7108%
10	华媒投资	51.2284	0.5077%		51.2284	0.5077%
11	乐世利投资	15.3675	0.1523%		15.3675	0.1523%
12	浙江国俊	307.4009	3.0465%	-307.4009	-	-
合 计		**10,090.2960**	**100.00%**		**10,090.2960**	**100.00%**

截至本招股说明书签署日，万事利丝绸股权结构未再发生变化。发行人股权结构真实、清晰、稳定，不存在纠纷或潜在纠纷。

3、公司历次股权转让和增资的合法合规性

发行人历次股权转让及增资合法合规，已履行了必要的内部决策及外部审批程序。屠红燕、屠红霞和李建华等 3 名自然人股东因未分配利润转增和股权转让而产生的个人所得税已按照相关规定申请分期缴纳或递延缴纳，其他企业股东和自然人股东应按照相关规定自行申报纳税。发行人历次股权转让及增资的原因具备合理性，股权转让及增资的价格公允且款项均已支付，具体情况如下：

历次股权转让和增资	内部决策程序	外部审批程序	纳税情况	股权转让和增资的原因	股权转让/增资价格、定价依据及支付情况

历次股权转让和增资	内部决策程序	外部审批程序	纳税情况	股权转让和增资的原因	股权转让/增资价格、定价依据及支付情况
2008年12月股权转让及公司类型变更	2008年12月7日，经股东决定，同意万事利集团将持有的万事利投资15%、10%、10%、10%股权分别转让给丝奥投资、屠红燕、屠红霞、李建华	2008年12月10日，发行人就股权转让及整体变更事宜履行了工商登记程序	股权转让价格为每注册资本1元，不涉及缴纳企业所得税	以万事利投资作为丝绸业务的运营主体，丝奥投资为员工持股平台，引入丝奥投资系起到员工激励作用，屠红燕、屠红霞、李建华作为公司管理层持股	万事利投资尚未实际经营，股权转让价格为每注册资本1元，股权转让价款已支付
2016年5月增资	2016年4月11日，经股东大会决议，同意未分配利润转增股本6,000万元	2016年5月5日，发行人就增资事宜履行了工商登记程序	屠红燕、屠红霞、李建华申请分期缴纳，取得了《个人所得税（转增股本）备案表》	股票股利进行分红	/
2016年9月股权转让	2016年9月20日，经股东会决议，同意屠红燕、屠红霞、李建华将持有的万事利有限10%、10%、10%股权转让给万事利集团	2016年9月27日，发行人就股权转让事宜履行了工商登记程序	屠红燕、屠红霞、李建华申请递延缴纳，并报税务局备案	屠红燕、屠红霞、李建华3名实际控制人拟通过万事利集团间接持股，属于内部股权调整	股权转让价格为每注册资本1.89元，以截至2016年6月30日的净资产为基础各方协商定价，股权转让价款已支付
2016年11月股权转让及增资	2016年11月18日，经股东会决议，同意万事利集团将持有的万事利有限10%、10%转让给丝弦投资和丝昱投资；同意浙商投资、万向三农等9名股东现金增资	2016年11月28日，发行人就股权转让和增资事宜履行了工商登记程序	本次转让方万事利集团应按照相关规定、企业经营情况自行申报纳税	丝弦投资和丝昱投资设立原为员工持股平台，引入丝弦投资和丝昱投资系增强员工积极性；浙商投资、万向三农等均为财务投资者，引入外部投资者系融资需求	股权转让和增资的价格为每注册资本9.76元，以外部投资者与原股东协商的市盈率确定的公司估值定价，股权转让价款和增资款均已支付
2018年4月股权转让	2018年4月24日，经股东大会决议，同意张家林将万事利丝绸0.5077%股权转让给陈曙华	2018年4月24日，发行人就股权转让事宜履行了工商备案程序	本次受让方陈曙华为扣缴义务人，应按照相关规定自行申报纳税	张家林因个人资金需要转让发行人股份	股权转让的价格为每股11.22元，双方根据投资资金成本协商确定，股权转让价款已支付

历次股权转让和增资	内部决策程序	外部审批程序	纳税情况	股权转让和增资的原因	股权转让/增资价格、定价依据及支付情况
2019年1月股权转让	2018年12月19日，经股东大会决议，同意浙江国俊将万事利丝绸3.0465%股权转让给万事利集团	2019年1月25日，发行人就股权转让事宜履行了工商备案程序	本次转让方浙江国俊应按照相关规定、企业经营情况自行申报纳税	浙江国俊因发行人上市计划延后，由万事利集团回购股份	股权转让的价格为每股12元，按照双方约定的年化10%投资收益确定，股权转让款项已支付

三、发行人报告期内的重大资产重组情况

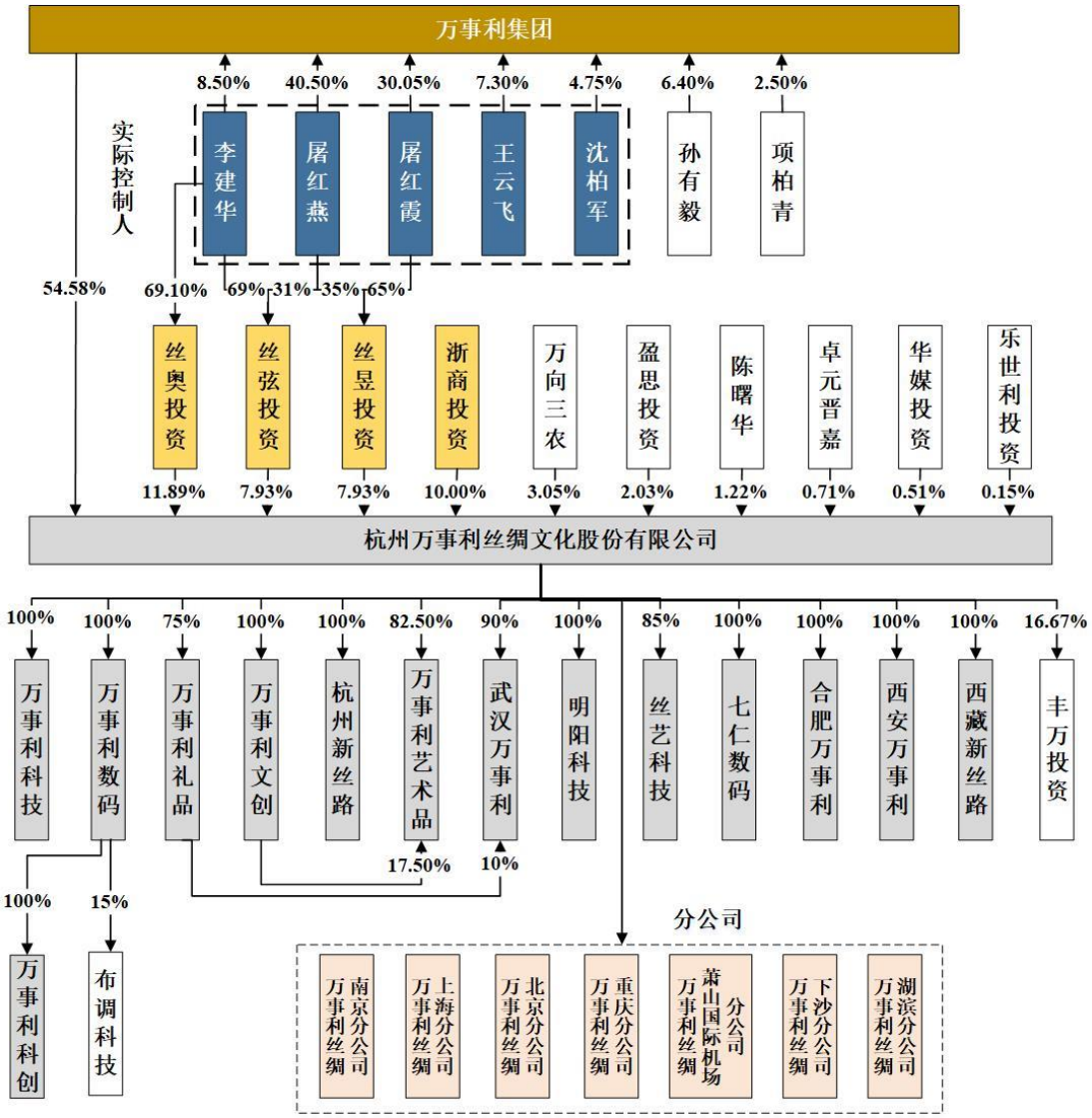
报告期内，发行人不存在重大资产重组的情况。

四、发行人在其他证券市场的上市/挂牌情况

自设立以来，发行人不存在在其他证券市场上市或挂牌的情况。

五、发行人股权结构

截至本招股说明书签署日，发行人股权关系如下图所示：



公司在南京、上海、重庆、武汉、合肥、西安等各地下设了分、子公司作为销售公司，主营当地及辐射区域的市场开发和产品销售。公司总部职能部门对分公司实施统一管理，分公司人员设置上主要为销售人员，另配备 1-2 名销售辅助人员。公司总部下设人事、财务、研发设计、采购等中后台部门，杭州本部销售部门和外地销售部门构成营销业务单元群，由公司董事兼副总经理统筹管理。

六、发行人控股子公司、参股公司及分公司情况

（一）发行人的控股子公司

截至本招股说明书签署日，发行人共有 13 家子公司和 1 家孙公司。其中万事利科技和万事利数码的净利润占发行人当期净利润的比重超过 5%。发行人控股子公司、孙公司最近一年及一期的主要财务数据如下：

单位：万元

公司名称	2020 年 6 月 30 日/2020 年 1-6 月			2019 年 12 月 31 日/2019 年度		
	总资产	净资产	净利润	总资产	净资产	净利润
万事利科技	7,620.24	3,480.86	159.40	17,127.45	3,321.46	666.94
万事利数码	20,671.99	10,605.97	1,723.05	15,010.97	8,882.92	579.44
万事利礼品	2,156.88	2,107.43	-9.98	2,169.02	2,117.41	-8.84
万事利文创	423.66	411.55	-2.71	439.78	414.26	-55.62
杭州新丝路	424.92	422.39	7.83	441.59	414.55	-9.36
万事利艺术品	280.27	236.45	-40.33	340.77	276.77	45.71
明阳科技	417.29	217.23	97.93	262.55	119.31	-133.54
丝艺科技	158.95	157.76	0.09	159.68	157.67	-15.15
七仁数码	184.84	157.59	-21.07	230.41	178.67	51.89
武汉万事利	39.98	-53.53	-38.76	109.86	-14.77	25.56
合肥万事利	21.45	-257.10	-52.82	32.23	-204.28	-88.82
西安万事利	12.69	-382.35	-25.85	19.19	-356.50	-87.26
西藏新丝路	326.45	-780.65	-56.22	2,272.32	-724.42	-480.13
万事利科创园	166.66	147.76	17.75	156.56	130.00	9.90

注 1：上述财务数据业经天健事务所审计。

1、万事利科技

（1）基本情况

公司名称	杭州万事利丝绸科技有限公司
统一社会信用代码	913301047258967218
注册地址	杭州市江干区天城路 68 号（万事利科技大厦）2 幢 5 楼 508 室
主要生产经营地	浙江省杭州市
法定代表人	李建华
注册资本	1,500.00 万元
实收资本	1,500.00 万元
公司类型	有限责任公司（自然人投资或控股的法人独资）
成立时间	2001 年 1 月 5 日
经营范围	一般项目：技术服务、技术开发、技术咨询、技术交流、技术转让、技术推广；软件开发；服装制造；服饰制造；服装服饰批发；服装服饰零售；针纺织品及原料批发；工艺美术品及收藏品批发（象牙及其制品除外）；工艺美术品及收藏品零售（象牙及其制品除外）；化工产品销售（不含许可类化工产品）；

	医用口罩批发；医用口罩零售；日用口罩（非医用）销售；第二类医疗器械销售（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：技术进出口；货物进出口
股权结构	万事利丝绸持有其 100%股权
主营业务	主要提供以技术加工为核心的丝绸纺织制品，如丝绸面料和贴牌服装
与发行人主营业务的关系	发行人丝绸纺织制品的主要运营主体，为发行人提供部分数码印花产品

（2）历史沿革

①2001 年 1 月，万事利科技设立

万事利科技系由万事利集团和孙有毅、周劲锋等 31 名员工股东于 2001 年 1 月出资设立的有限责任公司。万事利科技成立时注册资本为 568 万元，全部由全体股东以货币出资。2001 年 1 月 2 日，浙江宏达会计师事务所有限公司出具了“浙宏会（2001）验字 006 号”《验资报告》，验证截至 2001 年 1 月 2 日，万事利科技已收到全体股东缴纳的实收资本合计 568 万元。

万事利科技成立时的股权结构如下：

单位：万元

序号	股东名称	出资金额	出资比例
1	万事利集团	290.00	51.06%
2	孙有毅	59.00	10.39%
3	周劲锋	21.00	3.70%
4	沈会林	16.00	2.82%
5	孙有为	16.00	2.82%
6	马廷方	16.00	2.82%
7	王志华	14.00	2.46%
8	马建民	12.00	2.11%
9	金海明	12.00	2.11%
10	楼丽萍	12.00	2.11%
11	姜金仙	11.00	1.94%
12	褚雪明	10.00	1.76%
13	徐英	8.00	1.41%
14	王云芳	8.00	1.41%
15	陶峰	6.00	1.06%

单位：万元

序号	股东名称	出资金额	出资比例
16	陈兰花	5.00	0.88%
17	冯建隆	5.00	0.88%
18	张妙花	5.00	0.88%
19	张来荣	5.00	0.88%
20	戚丽华	5.00	0.88%
21	谭金福	5.00	0.88%
22	罗水芳	3.00	0.53%
23	孙建勇	3.00	0.53%
24	周小雷	3.00	0.53%
25	沈美娟	3.00	0.53%
26	尚继承	3.00	0.53%
27	彭华陵	2.00	0.35%
28	袁伟文	2.00	0.35%
29	方巧定	2.00	0.35%
30	周桂珍	2.00	0.35%
31	姜德元	2.00	0.35%
32	沈冬琍	2.00	0.35%
合 计		**568.00**	**100.00%**

②2010 年 12 月，万事利科技第一次股权转让

2010 年 12 月 23 日，经万事利科技股东会决议，同意孙有毅、周劲锋等 16 名股东将其持有的万事利科技出资额转让给万事利集团，同意周劲锋将其持有的万事利科技出资额转让给马廷方，同意彭华陵将其持有的万事利科技出资额转让给王春禄，同意金海明将其持有的万事利科技出资额转让给樊爱华。同日，孙有毅、周劲锋等 18 名股东与万事利集团、马廷方、王春禄、樊爱华签署了股权转让协议，本次股权转让价格为每注册资本 1 元。具体情况如下：

序号	转让方	受让方	转让出资额（万元）
1	孙有毅	万事利集团	59.00
2	周劲锋	万事利集团	10.00
	周劲锋	马廷方	11.00
3	孙有为	万事利集团	16.00

序号	转让方	受让方	转让出资额（万元）
4	马建民	万事利集团	12.00
5	楼丽萍	万事利集团	12.00
6	王志华	万事利集团	6.00
7	褚雪明	万事利集团	10.00
8	徐英	万事利集团	2.00
9	王云芳	万事利集团	2.00
10	陶峰	万事利集团	6.00
11	冯建隆	万事利集团	5.00
12	张来荣	万事利集团	5.00
13	谭金福	万事利集团	2.00
14	尚继承	万事利集团	3.00
15	彭华陵	王春禄	2.00
16	袁伟文	万事利集团	2.00
17	沈冬琍	万事利集团	2.00
18	金海明	万事利集团	10.00
		樊爱华	2.00

2010 年 12 月 24 日，万事利科技完成工商变更登记。本次变更完成后，万事利科技的股权结构如下：

单位：万元

序号	股东名称	出资金额	出资比例
1	万事利集团	454.00	79.93%
2	马廷方	27.00	4.75%
3	沈会林	16.00	2.82%
4	姜金仙	11.00	1.94%
5	王志华	8.00	1.41%
6	徐英	6.00	1.06%
7	王云芳	6.00	1.06%
8	陈兰花	5.00	0.88%
9	张妙花	5.00	0.88%
10	戚丽华	5.00	0.88%
11	谭金福	3.00	0.53%
12	罗水芳	3.00	0.53%

单位：万元

序号	股东名称	出资金额	出资比例
13	孙建勇	3.00	0.53%
14	周小雷	3.00	0.53%
15	沈美娟	3.00	0.53%
16	方巧定	2.00	0.35%
17	周桂珍	2.00	0.35%
18	姜德元	2.00	0.35%
19	王春禄	2.00	0.35%
20	樊爱华	2.00	0.35%
合 计		**568.00**	**100.00%**

③2011 年 4 月，万事利科技第二次股权转让

2011 年 4 月 25 日，经万事利科技股东会决议，同意王志华将其持有的万事利科技 8 万元出资额（1.41%股权）以 8 万元的价格转让给万事利集团。同日，王志华与万事利集团签署《股权转让协议》，本次股权转让价格为每注册资本 1 元。

2011 年 4 月 25 日，万事利科技完成上述工商变更登记。本次变更完成后，万事利科技的股权结构如下：

单位：万元

序号	股东名称	出资金额	出资比例
1	万事利集团	462.00	81.34%
2	马廷方	27.00	4.75%
3	沈会林	16.00	2.82%
4	姜金仙	11.00	1.94%
5	徐英	6.00	1.06%
6	王云芳	6.00	1.06%
7	陈兰花	5.00	0.88%
8	张妙花	5.00	0.88%
9	戚丽华	5.00	0.88%
10	谭金福	3.00	0.53%
11	罗水芳	3.00	0.53%

单位：万元

序号	股东名称	出资金额	出资比例
12	孙建勇	3.00	0.53%
13	周小雷	3.00	0.53%
14	沈美娟	3.00	0.53%
15	方巧定	2.00	0.35%
16	周桂珍	2.00	0.35%
17	姜德元	2.00	0.35%
18	王春禄	2.00	0.35%
19	樊爱华	2.00	0.35%
合 计		**568.00**	**100.00%**

④2012 年 10 月，万事利科技第三次股权转让

2012 年 10 月 25 日，经万事利科技股东会决议，同意马廷方、沈会林等 18 名股东将其持有的万事利科技出资额转让给万事利集团。同日，马廷方、沈会林等 18 名股东与万事利集团签署了股权转让协议，本次股权转让价格为每注册资本 1 元，具体情况如下：

序号	转让方	受让方	转让出资额（万元）
1	马廷方	万事利集团	27.00
2	沈会林	万事利集团	16.00
3	樊爱华	万事利集团	2.00
4	姜金仙	万事利集团	11.00
5	徐英	万事利集团	6.00
6	王云芳	万事利集团	6.00
7	陈兰花	万事利集团	5.00
8	张妙花	万事利集团	5.00
9	戚丽华	万事利集团	5.00
10	谭金福	万事利集团	3.00
11	罗水芳	万事利集团	3.00
12	孙建勇	万事利集团	3.00
13	周小雷	万事利集团	3.00
14	沈美娟	万事利集团	3.00
15	王春禄	万事利集团	2.00

序号	转让方	受让方	转让出资额（万元）
16	方巧定	万事利集团	2.00
17	周桂珍	万事利集团	2.00
18	姜德元	万事利集团	2.00

2012 年 10 月 29 日，万事利科技完成工商变更登记，本次变更完成后，万事利科技的股权结构如下：

单位：万元

序号	股东名称	出资金额	出资比例
1	万事利集团	568.00	100.00%
合　计		**568.00**	**100.00%**

⑤2012 年 12 月，万事利科技第四次股权转让

2012 年 12 月 26 日，经万事利科技股东会决议，同意万事利集团将其持有的万事利科技 369.20 万元出资额（对应 65%股权）以 664.56 万元的价格转让给万事利丝绸。同日，万事利集团与万事利丝绸签署了股权转让协议，本次股权转让价格为每注册资本 1.80 元。

2012 年 12 月 26 日，万事利科技完成工商变更登记，本次变更完成后，万事利科技的股权结构如下：

单位：万元

序号	股东名称	出资金额	出资比例
1	万事利丝绸	369.20	65.00%
2	万事利集团	198.80	35.00%
合　计		**568.00**	**100.00%**

⑥2013 年 11 月，万事利科技第五次股权转让

2013 年 11 月 5 日，经万事利科技股东会决议，同意万事利集团将其持有的万事利科技 11.36 万元出资额（对应 2%股权）以 11.36 万元的价格转让给万事利丝绸，将其持有的万事利科技 187.44 万元出资额（对应 33%的股权）以 337.39 万元的价格转让给丝锦投资。同日，万事利集团与万事利丝绸签署股权转让协议，股权转让价格为每注册资本 1 元；万事利集团与丝锦投资签署了股权转让协议，股权转让价格为每注册资本 1.80 元。

2013 年 11 月 5 日，万事利科技完成工商变更登记，本次变更完成后，万事利科技的股权结构如下：

单位：万元

序号	股东名称	出资金额	出资比例
1	万事利丝绸	380.56	67.00%
2	丝锦投资	187.44	33.00%
合　计		**568.00**	**100.00%**

⑦2014 年 1 月，万事利科技第一次增资

2014 年 1 月 8 日，经万事利科技股东会决议，同意万事利科技注册资本由 568 万元变更为 1,500 万元，新增注册资本 932 万元，由全体股东同比例增资，本次增资价格为每注册资本 1.80 元。

2014 年 1 月 10 日，浙江敬业会计师事务所出具了“浙敬会验字（2014）第 044 号”《验资报告》，验证截至 2014 年 1 月 8 日，万事利科技已收到全体股东以货币缴纳的新增实收资本合计人民币 932 万元。

2014 年 1 月 14 日，万事利科技完成工商变更登记，本次变更完成后，万事利科技的股权结构如下：

单位：万元

序号	股东名称	出资金额	出资比例
1	万事利丝绸	1,005.00	67.00%
2	丝锦投资	495.00	33.00%
合　计		**1,500.00**	**100.00%**

⑧2017 年 12 月，万事利科技第六次股权转让

2017 年 12 月 19 日，经万事利科技股东会决议，同意丝锦投资将其持有的万事利科技 495 万元出资额（对应 33%股权）以 1,353.86 万元的价格转让给万事利丝绸。同日，丝锦投资与万事利丝绸签署了股权转让协议，转让价格系以坤元资产评估有限公司出具的“坤元评报[2017]720 号”资产评估报告为基础交易双方协商确定，经评估截至 2017 年 8 月 31 日，万事利科技的资产净额为 4,102.59 万元。

2017 年 12 月 19 日，万事利科技完成工商变更登记，本次变更完成后，万

事利科技的股权结构如下：

单位：万元

序号	股东名称	出资金额	出资比例
1	万事利丝绸	1,500.00	100.00%
合 计		**1,500.00**	**100.00%**

截至本招股说明书签署日，万事利科技的股权结构未再发生变动。

⑨2001 年 1 月至 2012 年 10 月，万事利科技股权代持及解除

2001 年 1 月至 2012 年 10 月期间，万事利科技部分员工股东存在代持股权情形。

因 2001 年 1 月万事利科技设立时，拟参股的员工多达 62 人，为避免有限责任公司股东人数超过 50 人，部分员工委托同事代持股权。此后，因部分员工离职、岗位调动等原因，陆续有员工股东将其持有的万事利科技股权转让给万事利集团。截至 2012 年 10 月 29 日万事利科技股东变更登记取得核准时，万事利集团已持有万事利科技的全部股权，工商登记信息与实际股权结构完全一致，员工股东间的股权代持已全部解除。

截至本招股说明书签署日，万事利集团、发行人和万事利科技未收到过历史股东对于万事利科技股权的权利主张。根据《中华人民共和国民法典》第一百八十八条，“向人民法院请求保护民事权利的诉讼时效期间为三年”，“诉讼时效期间自权利人知道或者应当知道权利受到损害以及义务人之日起计算”，即使有历史股东准备提起权利主张，诉讼时效也已经届满。

此外，万事利集团已出具承诺，如有万事利科技历史股东对其提出权利主张，并得到法院判决支持，其将根据生效法院判决承担对该历史股东的赔偿责任；如因此给发行人造成损失的，其将补偿发行人因此遭受的全部损失。

截至本招股说明书签署日，万事利科技股权结构清晰、稳定，万事利科技历史上的股权代持已解除，不构成发行人本次发行上市的实质性法律障碍。

2、万事利数码

（1）基本情况

公司名称	杭州万事利丝绸数码印花有限公司

统一社会信用代码	91330101557938661R
注册地址	浙江省杭州经济技术开发区下沙街道幸福南路 2 号
主要生产经营地	浙江省杭州市
法定代表人	李建华
注册资本	9,600.00 万元
实收资本	9,600.00 万元
公司类型	有限责任公司（自然人投资或控股的法人独资）
成立时间	2010 年 7 月 30 日
经营范围	一般项目：面料纺织加工；服装制造；服饰制造；日用口罩（非医用）生产；针纺织品及原料批发；服装服饰批发；鞋帽批发；日用百货销售；化工产品销售（不含许可类化工产品）；服装服饰零售；针纺织品销售；日用品零售；医用口罩零售；医用口罩批发；日用口罩（非医用）销售；第二类医疗器械销售；礼仪服务；粮油仓储服务；物业管理；软件开发；人工智能应用软件开发；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：货物进出口；技术进出口；食品经营；医用口罩生产；第二类医疗器械生产
股权结构	万事利丝绸持有其 100%股权
主要业务	主要提供丝绸面料的数码印花加工服务
与发行人主营业务的关系	发行人丝绸纺织制品主要运营主体，为发行人提供部分数码印花产品

（2）历史沿革

①2010 年 7 月,万事利数码设立

万事利数码系由嘉兴万事利和万事利集团于 2010 年 7 月 28 日出资设立的有限责任公司。万事利数码成立时注册资本为 7,600 万元，全部由全体股东以货币出资。经浙江敬业会计师事务所出具《验资报告》验证，全体股东于 2010 年 7 月、2010 年 12 月和 2011 年 10 月分三期完成实缴。

万事利数码成立时的股权结构如下：

单位：万元

序号	股东名称	出资金额	出资比例
1	嘉兴万事利	6,840.00	90.00%
2	万事利集团	760.00	10.00%
合 计		**7,600.00**	**100.00%**

②2012 年 9 月，万事利数码第一次股权转让和增资

2012 年 9 月 10 日，经万事利数码股东会决议，同意嘉兴万事利将其持有的万事利数码 6,840 万元出资额（对应 90%股权）以 6,840 万元的价格转让给万事利集团。同日，嘉兴万事利与万事利集团签署了股权转让协议，本次股权转让价格为每注册资本 1 元。

股权转让完成后，万事利集团作出股东决定，同意以货币形式向万事利数码新增注册资本 2,000 万元。2012 年 9 月 27 日，浙江敬业会计师事务所有限公司出具了“浙敬会验字（2012）第 476 号”《验资报告》，验证截至 2012 年 9 月 26 日，万事利数码已收到万事利集团以货币出资缴纳的新增实收资本 2,000 万元。

2012 年 9 月 28 日，万事利数码完成工商变更登记，本次变更完成后，万事利数码的股权结构如下：

单位：万元

序号	股东名称	出资金额	出资比例
1	万事利集团	9,600.00	100.00%
合　计		**9,600.00**	**100.00%**

⑤2016 年 5 月，万事利数码股权转让

2016 年 4 月 12 日,经万事利数码股东会决议，同意万事利集团将其持有的万事利数码 9,600 万元出资额（对应 100%股权）以 13,206.78 万元的价格转让给万事利丝绸。同日，万事利集团与万事利丝绸签署了股权转让协议，转让价格系以北京北方亚事资产评估有限责任公司出具的“北方亚事评报字[2016]第 01-072 号）”资产评估报告为基础交易双方协商确定，经评估截至 2015 年 12 月 31 日，万事利数码的资产净额为 13,206.78 万元。

2016 年 5 月 4 日，万事利数码完成工商变更登记，本次变更完成后，万事利数码的股权结构如下：

单位：万元

序号	股东名称	出资金额	出资比例
1	万事利丝绸	9,600.00	100.00%
合　计		**9,600.00**	**100.00%**

截至本招股说明书签署日，万事利数码的股权结构未再发生变动。

3、万事利礼品

（1）基本情况

公司名称	杭州万事利丝绸礼品有限公司
统一社会信用代码	913301007823735130
注册地址	浙江省杭州市江干区天城路 68 号（万事利科技大厦）2 幢 5 楼 502 室
主要生产经营地	浙江省杭州市
法定代表人	李建华
注册资本	25 万美元
实收资本	25 万美元
公司类型	有限责任公司（台港澳与境内合资）
成立时间	2006 年 1 月 11 日**[注]**
经营范围	生产、加工：丝绸礼品，丝绸工艺品（领带、丝巾、书画、睡衣、贺卡、吉祥物）；销售：本公司生产的产品
股权结构	万事利丝绸持有其 75%股权，胡志凤持有其 25%股权
主要业务	丝绸产品的销售
与发行人主营业务的关系	发行人销售型子公司

注：经营期限于 2021 年 1 月 10 日到期，拟注销。

胡志凤持有万事利礼品 25%的股权，其简历如下：

胡志凤女士，1969 年出生，现居香港荃湾区，港澳证件号码 H375***（7），主要从事外贸业务，曾与万事利进出口有业务往来（并与其合资设立了摩赛贸易，胡志凤持有其 25%股权并担任副董事长），2006 年作为财务投资者投资万事利礼品。除前述情形外，胡志凤与发行人及其实际控制人、董事、监事、高级管理人员之间不存在关联关系。

（2）历史沿革

①2006 年 1 月，万事利礼品成立

万事利礼品系由万事利进出口和胡志凤于 2006 年 1 月出资设立的有限责任公司。万事利礼品成立时注册资本为 25 万美元。2005 年 12 月 21 日，杭州市江干区对外贸易经济合作局下发“江外（2005）103 号”《关于同意设立合资经营杭州万事利丝绸礼品有限公司的批复》，批准万事利礼品的设立。同日，浙江省

人民政府下发“商外资浙府资杭字[2005]04790 号”《台港澳侨投资企业批准证书》，发证序号为 3300032566。

万事利礼品成立时的股权结构如下：

单位：万美元

序号	股东名称	出资金额	出资比例
1	万事利进出口	18.75	75.00%
2	胡志凤	6.25	25.00%
合 计		**25.00**	**100.00%**

②2006 年 3 月，万事利礼品第一次股权转让

2006 年 3 月 20 日，杭州市江干区对外贸易经济合作局下发“江外[2006]20 号”《关于同意杭州万事利丝绸礼品有限公司增加投资者及修改合同、章程部分条款的批复》，浙江省人民政府下发变更后的《台港澳侨投资企业批准证书》，发证序号为 3300034083。

同日，经万事利礼品董事会决议，同意万事利进出口将其持有的万事利礼品 5.625 万美元出资额转让给丝奥投资。同日，万事利进出口与丝奥投资签署《出资义务转让协议》，因未实缴未支付股权转让款。2006 年 4 月 13 日，杭州敬业会计师事务所出具了“杭敬会验字（2006）第 095 号”《验资报告》，验证截至 2006 年 4 月 12 日，万事利礼品收到万事利进出口、胡志凤和丝奥投资缴纳的实收资本 25 万美元。

2006 年 3 月 28 日，万事利礼品完成上述工商变更登记。本次变更完成后，万事利礼品的股权结构如下：

单位：万美元

序号	股东名称	出资金额	出资比例
1	万事利进出口	13.13	52.50%
2	胡志凤	6.25	25.00%
3	丝奥投资	5.63	22.50%
合 计		**25.00**	**100.00%**

③2008 年 8 月，万事利礼品第二次股权转让

2008 年 8 月 6 日，杭州市江干区对外贸易经济合作局下发“江外[2008]72

号”《关于同意杭州万事利丝绸礼品有限公司股权转让的批复》，浙江省人民政府下发变更后的《台港澳侨投资企业批准证书》，发证序号为 3300053590。

2008 年 8 月 25 日，经万事利礼品董事会决议，丝奥投资、万事利进出口将其持有的万事利礼品 5.625 万美元出资额（22.50%股权）、13.125 万美元出资额（52.50%股权）转让给万事利丝绸。同日，丝奥投资、万事利进出口分别与万事利丝绸签署《股权转让协议》，本次股权转让价格为每注册资本 1 美元。

2008 年 8 月 26 日，万事利礼品完成上述工商变更登记。本次变更完成后，万事利礼品的股权结构如下：

单位：万美元

序号	股东名称	出资金额	出资比例
1	万事利丝绸	18.75	75.00%
2	胡志凤	6.25	25.00%
合　计		**25.00**	**100.00%**

截至本招股说明书签署日，万事利礼品的股权结构未发生变动。

4、万事利文创

（1）基本情况

公司名称	杭州万事利文化创意发展有限公司
统一社会信用代码	913301015687887505
注册地址	杭州市花港观鱼公园魏庐
主要生产经营地	浙江省杭州市
法定代表人	文礼
注册资本	200 万元
实收资本	200 万元
公司类型	有限责任公司（非自然人投资或控股的法人独资）
成立时间	2011 年 2 月 28 日
经营范围	服务：文化艺术交流策划，舞台艺术造型策划，企业形象策划，市场营销策划，会务服务，展览展示服务，礼仪服务，摄影服务，图文设计制作，设计、制作、代理、发布代理制作各类国内广告；批发、零售（网上销售）：服装服饰，饰品，日用品，纺织品，黄金制品，化妆品，玩具（非电动），文具，床上用品，箱包；成年人的非证书劳动职业技能培训（涉及前置审批项目除外）
股权结构	万事利丝绸持有其 100%股权

主要业务	提供会务服务
与发行人主营业务的关系	通过讲课、宣传等会务形式带动发行人丝绸产品的销售

（2）历史沿革

万事利文创系由万事利丝绸于 2011 年 2 月出资设立的有限责任公司。万事利文创成立时注册资本为 200 万元，全部由万事利丝绸以货币出资。2011 年 2 月 22 日，浙江敬业会计师事务所有限公司出具了“浙敬会验字（2011）第 062 号”《验资报告》，验证截至 2011 年 2 月 22 日，万事利文创已收到万事利丝绸缴纳的实收资本 200 万元。

万事利文创成立时的股权结构如下：

单位：万元

序号	股东名称	出资金额	出资比例
1	万事利丝绸	200.00	100.00%
合 计		**200.00**	**100.00%**

截至本招股说明书签署日，万事利文创的股权结构未发生变动。

5、杭州新丝路

（1）基本情况

公司名称	杭州新丝路电子商务有限公司
统一社会信用代码	91330104599561479J
注册地址	杭州市江干区天城路 68 号（万事利科技大厦）2 幢 13 楼 1301 室
主要生产经营地	浙江省杭州市
法定代表人	李建华
注册资本	500 万元
实收资本	500 万元
公司类型	一人有限责任公司（私营法人独资）
成立时间	2012 年 7 月 10 日
经营范围	网上销售：服装，服饰，婴童用品，鞋帽，办公用品；服务：网页设计，国内广告代理，服装干洗、水洗，皮具护理，从事熨烫针纺织品
股权结构	万事利丝绸持有其 100%股权
主要业务	丝巾、围巾等丝绸产品的电子商务销售

与发行人主营业务的关系	万事利丝绸收购杭州新丝路后，其线上销售渠道纳入万事利丝绸

（2）历史沿革

①2012 年 7 月，杭州新丝路成立

杭州新丝路系由夏燕祥和方腾于 2012 年 7 月出资设立的有限责任公司。杭州新丝路成立时注册资本为500万元，由夏燕祥、方腾分别以货币出资450万元、50 万元。2012 年 7 月 5 日，浙江敬业会计师事务所有限公司审验上述出资并出具了“浙敬会验字（2012）第 331 号”《验资报告》，验证截至 2012 年 7 月 5 日，万事利艺术品已收到全体股东缴纳的实收资本合计 500 万元。

杭州新丝路成立时的股权结构如下：

单位：万元

序号	股东名称	出资金额	出资比例
1	夏燕祥	450.00	90.00%
2	方腾	50.00	10.00%
合 计		**500.00**	**100.00%**

②2016 年 7 月，杭州新丝路第一次股权转让

2016 年 7 月 14 日，经杭州新丝路股东会决议，同意夏燕祥将其持有的杭州新丝路 450 万元出资额（90%股权），方腾将其持有的杭州新丝路 50 万元出资额（10%股权）转让给万事利丝绸。同日，夏燕祥、方腾与万事利丝绸分别签署《股权转让协议》，本次股权转让价格为每注册资本 1 元。

2016 年 7 月 19 日，杭州新丝路完成上述工商变更登记。本次变更完成后，杭州新丝路股权结构如下:

单位：万元

序号	股东名称	出资金额	出资比例
1	万事利丝绸	500.00	100.00%
合 计		**500.00**	**100.00%**

截至本招股说明书签署日，杭州新丝路的股权结构未再发生变动。

6、万事利艺术品

（1）基本情况

公司名称	杭州万事利艺术品有限公司
统一社会信用代码	91330104082104574F
注册地址	杭州市天城路 68 号（万事利科技大厦）2 幢 6 楼 603 室
主要生产经营地	浙江省杭州市
法定代表人	文礼
注册资本	100 万元
实收资本	100 万元
公司类型	有限责任公司
成立时间	2013 年 10 月 15 日
经营范围	批发、零售：针纺织品，工艺礼品，文化用品，办公用品，工艺美术品，艺术品、收藏品（除文物）、服装、纺织原料及辅料、金银制品；服务：工艺礼品的设计，文化交流活动策划（除演出及演出中介），展览展示，国内广告设计、制作，成年人的非证书劳动职业技能培训（涉及前置审批的项目除外），艺术装饰设计，文化创意策划，丝绸制品创意研发；货物及技术进出口（国家法律、行政法规规定禁止经营的项目除外，法律、行政法规规定限制经营的项目取得许可证后方可经营）
股权结构	万事利丝绸持有其 82.50%股权，万事利文创持有其 17.50%股权
主要业务	家纺、丝绸工艺品的销售
与发行人主营业务的关系	发行人销售型子公司

（2）历史沿革

①2013 年 10 月，万事利艺术品设立

万事利艺术品系由万事利丝绸和袁少华于 2013 年 10 月出资设立的有限责任公司。万事利艺术品成立时注册资本为 100 万元，由万事利丝绸、袁少华分别以货币出资 82.5 万元、17.5 万元。2013 年 10 月 18 日，浙江敬业会计师事务所有限公司出具了“浙敬会验字（2013）第 697 号”《验资报告》，验证截至 2013 年 10 月 15 日，万事利艺术品已收到全体股东缴纳的实收资本合计 100 万元。

万事利艺术品成立时的股权结构如下：

单位：万元

序号	股东名称	出资金额	出资比例
1	万事利丝绸	82.50	82.50%

单位：万元

序号	股东名称	出资金额	出资比例
2	袁少华	17.50	17.50%
合 计		**100.00**	**100.00%**

②2014 年 5 月，万事利艺术品第一次股权转让

2014 年 5 月 15 日，经万事利艺术品股东会决议，同意袁少华将其持有的万事利艺术品 17.5 万元出资额（17.5%股权）转让给万事利文创。同日，袁少华与万事利文创签署《股权转让协议》，本次股权转让价格为每注册资本 1 元。

2014 年 5 月 16 日，万事利艺术品完成上述工商变更登记。本次变更完成后，公司股权结构如下：

单位：万元

序号	股东名称	出资金额	出资比例
1	万事利丝绸	82.50	82.50%
2	万事利文创	17.50	17.50%
合 计		**100.00**	**100.00%**

截至本招股说明书签署日，万事利艺术品的股权结构未再发生变动。

7、明阳科技

（1）基本情况

公司名称	开化明阳健康科技有限公司
统一社会信用代码	91330101341965695W
注册地址	浙江省衢州市开化县华埠镇解放街 92 号
主要生产经营地	浙江省衢州市
法定代表人	李建华
注册资本	300 万元
实收资本	300 万元
公司类型	有限责任公司（非自然人投资或控股的法人独资）
成立时间	2015 年 6 月 11 日
经营范围	技术开发、技术服务、技术咨询：饮料；批发、零售：茶叶（不含精制茶、边销茶及掺兑各种药物的茶和茶饮料）、针纺织品、丝绸制品、服装面料，办公用品、工艺礼品、日用品、化妆品（除分装）；食品销售

股权结构	万事利丝绸持有其 100%股权
主要业务	蚕丝蛋白面膜、桑叶茶的销售
与发行人主营业务的关系	万事利丝绸收购明阳科技后，其蚕丝蛋白护肤品业务纳入万事利丝绸

（2）历史沿革

①2015 年 6 月，明阳科技成立

明阳科技系李建华、包强、张建平和大谷贸易于 2015 年 6 月出资设立的有限责任公司，明阳科技成立时注册资本为 300 万元，大谷贸易、李建华、包强、张建平分别以货币出资 165 万元、60 万元、60 万元、15 万元。

明阳科技成立时的股权结构如下：

单位：万元

序号	股东名称	出资金额	出资比例
1	大谷贸易	165.00	55.00%
2	李建华	60.00	20.00%
3	包强	60.00	20.00%
4	张建平	15.00	5.00%
合 计		**300.00**	**100.00%**

②2017 年 12 月，明阳科技第一次股权转让

2017 年 11 月 30 日，经明阳科技股东会决议，同意大谷贸易、李建华、包强、张建平将持有的明阳科技 165 万元出资额（55%股权）、60 万元出资额（20%股权）、60 万元出资额（20%股权）、15 万元出资额（5%股权）转让给万事利丝绸。同日，大谷贸易、李建华、包强、张建平分别与万事利丝绸签署《股权转让协议》，转让价格为每注册资本 0.83 元，该价格系以坤元资产评估有限公司出具的“坤元评报[2017]672 号”资产评估报告为基础，由交易各方协商确定。经评估截至 2017 年 9 月 30 日，明阳科技的资产净额为 248.55 万元。

2017 年 12 月 26 日，明阳科技完成上述工商变更登记。本次变更完成后，明阳科技的股权结构如下：

单位：万元

序号	股东名称	出资金额	出资比例

单位：万元

序号	股东名称	出资金额	出资比例
1	万事利丝绸	300.00	100.00%
合 计		**300.00**	**100.00%**

截至本招股说明书签署日，明阳科技的股权结构未再发生变动。

8、丝艺科技

（1）基本情况

公司名称	杭州丝艺健康科技有限公司
统一社会信用代码	91330104MA27YTMR20
注册地址	杭州市江干区天城路 68 号（万事利科技大厦）2 幢 6 楼 607 室
主要生产经营地	浙江省杭州市
法定代表人	李建华
注册资本	150.00 万元
实收资本	127.50 万元
公司类型	其他有限责任公司
成立时间	2016 年 10 月 12 日
经营范围	服务：丝绸制品、蚕丝蛋白的技术开发、技术服务、技术咨询、成果转让；批发、零售：丝绸制品，化妆品
股权结构	万事利丝绸持有其 85%股权，闵思佳持有其 15%股权
主要业务	蚕丝蛋白液的生产与销售
与发行人主营业务的关系	提供蚕丝蛋白液用于生产蚕丝蛋白面膜

闵思佳持有丝艺科技 15%的股权，其简历如下：

闵思佳女士，1957 年出生，身份证号码 33010419570826****，博士学历，曾任浙江大学动物科学学院副教授、硕士生导师，现任丝艺科技顾问，与公司共同投资设立丝艺科技主要系研发蚕丝蛋白化妆品应用项目。除前述共同投资行为外，闵思佳与发行人及其实际控制人、董事、监事、高级管理人员之间不存在关联关系。

（2）历史沿革

丝艺科技系由万事利丝绸与闵思佳于 2016 年 10 月出资设立的有限责任公司。

丝艺科技成立时注册资本为 150 万元。

丝艺科技成立时的股权结构如下：

单位：万元

序号	股东名称	出资金额	出资比例
1	万事利丝绸	127.50	85.00%
2	闵思佳	22.50	15.00%
合 计		**150.00**	**100.00%**

截至本招股说明书签署日，丝艺科技的股权结构未发生变动。

9、七仁数码

（1）基本情况

公司名称	杭州七仁数码科技有限公司
统一社会信用代码	91330104665247139X
注册地址	杭州市江干区天城路 68 号（万事利科技大厦）2 幢 13 楼 1305 室
主要生产经营地	浙江省杭州市
法定代表人	李建华
注册资本	250 万元
实收资本	250 万元
公司类型	有限责任公司（自然人投资或控股的法人独资）
成立时间	2007 年 9 月 25 日
经营范围	一般项目：技术服务、技术开发、技术咨询、技术交流、技术转让、技术推广；服装服饰批发；服装服饰零售；服装辅料销售；针纺织品销售；鞋帽批发；鞋帽零售；化妆品零售；化妆品批发；日用百货销售；家用电器销售；工艺美术品及收藏品批发（象牙及其制品除外）；工艺美术品及收藏品零售（象牙及其制品除外）；体育用品及器材零售；体育用品及器材批发；照相机及器材销售；个人卫生用品销售；新鲜水果批发；新鲜水果零售；自行车及零配件批发；自行车及零配件零售；电动自行车销售；玩具销售；日用口罩（非医用）销售；医用口罩零售；医用口罩批发；油墨销售（不含危险化学品）；化工产品销售（不含许可类化工产品）（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：食品经营；货物进出口；技术进出口
股权结构	万事利丝绸持有其 100%股权
主要业务	提供书画热转印加工服务，尝试开拓以万事利丝绸产品为主的直播销售模式
与发行人主营业务的关系	为发行人定制产品的包装物提供热转印加工服务，公司丝绸产品的销售平台

（2）历史沿革

①2007 年 9 月，七仁数码成立

七仁数码系由杭州广园物业管理有限公司于 2007 年 9 月出资设立的有限责任公司。七仁数码成立时注册资本为 100 万元，全部由杭州广园物业管理有限公司以货币出资。2007 年 9 月 21 日，浙江瑞信会计师事务所出具了“浙瑞验字（2007）第 270 号”《验资报告》，验证截至 2007 年 9 月 21 日，七仁数码已收到股东缴纳的实收资本 100 万元。

七仁数码成立时的股权结构如下：

单位：万元

序号	股东名称	出资金额	出资比例
1	杭州广园物业管理有限公司	100.00	100.00%
合　计		**100.00**	**100.00%**

②2007 年 11 月，七仁数码第一次增资

2007 年 11 月 28 日，经七仁数码股东会决议，同意七仁数码新增注册资本 150 万元，由新股东万事利礼品以货币资金缴纳。2007 年 12 月 24 日，杭州敬业会计师事务所出具了“杭敬会验字（2007）第 284 号”《验资报告》，验证截至 2007 年 12 月 21 日，七仁数码已收到新增实收资本 150 万元。

2007 年 12 月 26 日，七仁数码完成上述工商变更登记。本次变更完成后，七仁数码的股权结构如下：

单位：万元

序号	股东名称	出资金额	出资比例
1	万事利礼品	150.00	60.00%
2	杭州广园物业管理有限公司	100.00	40.00%
合　计		**250.00**	**100.00%**

③2008 年 8 月，七仁数码第一次股权转让

2008 年 7 月 29 日，经七仁数码股东会决议，同意万事利礼品将其持有的七仁数码 150 万元出资额（60%股权），杭州广园物业管理有限公司将其持有的七仁数码 100 万元出资额（40%股权）转让给万事利丝绸。同日，万事利礼品、杭州广园物业管理有限公司与万事利丝绸签署《股权转让协议》，本次股权转让价格为每注册资本 1 元。

2008 年 8 月 20 日，七仁数码完成上述工商变更登记。本次变更完成后，七仁数码的股权结构如下：

单位：万元

序号	股东名称	出资金额	出资比例
1	万事利丝绸	250.00	100.00%
合 计		**250.00**	**100.00%**

截至本招股说明书签署日，七仁数码的股权结构未再发生变动。

10、武汉万事利

（1）基本情况

公司名称	武汉万事利文化创意发展有限公司
统一社会信用代码	91420106597945225G
注册地址	武昌区徐家棚街三角路村福星惠誉水岸国际第 2 幢 16 层 9 号房
主要生产经营地	湖北省武汉市
法定代表人	文礼
注册资本	50 万元
实收资本	50 万元
公司类型	有限责任公司（自然人投资或控股）
成立时间	2012 年 7 月 26 日
经营范围	文化艺术咨询服务；会议服务；礼仪庆典活动策划；广告设计、制作、发布；工艺品、数码产品、文化及办公用品、劳保用品、丝绸制品、纺织品、服装、化妆品、预包装食品、日用百货批零兼营
股权结构	万事利丝绸持有其 90%股权，万事利礼品持有其 10%股权
主要业务	丝绸产品在武汉及其辐射地域的销售
与发行人主营业务的关系	发行人销售型子公司

（2）历史沿革

武汉万事利系由万事利丝绸与万事利礼品于 2012 年 7 月出资设立的有限责任公司。武汉万事利成立时注册资本为 50 万元，由万事利丝绸、万事利礼品分别以货币出资 45 万元、5 万元。2012 年 7 月 16 日，湖北科信会计师事务有限公司出具了“鄂科信验字[2012]第 864 号”《验资报告》，验证截至 2012 年 7 月 16 日，武汉万事利已收到全体股东缴纳的实收资本 50 万元。

武汉万事利成立时的股权结构如下：

单位：万元

序号	股东名称	出资金额	出资比例
1	万事利丝绸	45.00	90.00%
2	万事利礼品	5.00	10.00%
合 计		**50.00**	**100.00%**

截至本招股说明书签署日，武汉万事利的股权结构未发生变动。

11、合肥万事利

（1）基本情况

公司名称	合肥万事利丝绸文化有限公司
统一社会信用代码	91340100MA2MY64C6C
注册地址	合肥市瑶海区站西路 1 号君临大厦 2520 室
主要生产经营地	安徽省合肥市
法定代表人	闫杨田
注册资本	100 万元
实收资本	100 万元
公司类型	有限责任公司（非自然人投资或控股的法人独资）
成立时间	2013 年 6 月 3 日
经营范围	工艺美术品、丝绸、服装、文化用品、日用百货、办公用品、丝绸工艺品批发及零售；丝绸文化活动创意策划；服装设计技术咨询及技术服务；企业形象策划；会务服务；展览展示服务；庆典礼仪服务；文化艺术咨询服务
股权结构	万事利丝绸持有其 100%股权
主要业务	丝绸产品在合肥及其辐射地域的销售
与发行人主营业务的关系	发行人销售型子公司

（2）历史沿革

合肥万事利系由万事利丝绸于 2013 年 4 月出资设立的有限责任公司。合肥万事利成立时注册资本为 100 万元，全部由万事利丝绸以货币出资。2013 年 5 月 24 日，安徽安智会计师事务所出具了“安智验字（2013）第 0637 号”《验资报告》，验证截至 2013 年 5 月 24 日，合肥万事利已收到股东缴纳的实收资本 100 万元。

合肥万事利成立时的股权结构如下：

单位：万元

序号	股东名称	出资金额	出资比例
1	万事利丝绸	100.00	100.00%
合 计		**100.00**	**100.00%**

截至本招股说明书签署日，合肥万事利的股权结构未发生变动。

12、西安万事利

（1）基本情况

公司名称	**西安仲夏织梦文化传媒有限公司**
统一社会信用代码	91610113596333876C
注册地址	陕西省西安市莲湖区南二环路西段 5 号捷瑞智能大厦 12F-8 室
主要生产经营地	陕西省西安市
法定代表人	闫杨田
注册资本	50 万元
实收资本	50 万元
公司类型	有限责任公司（自然人投资或控股的法人独资）
成立时间	2012 年 7 月 3 日
经营范围	广告的设计、制作、代理、发布（不含医疗、药品、医疗器械、保健食品广告）；服装鞋帽、针纺织品、丝绸制品、工艺礼品、办公用品的批发零售；企业形象策划；会务服务；展览展示服务（不含涉外商业性美术品展览）；庆典礼仪服务；文化艺术咨询；化妆品的销售
股权结构	万事利丝绸持有其 100%股权
主要业务	丝绸产品在西安及其辐射地域的销售
与发行人主营业务的关系	发行人销售型子公司

（2）历史沿革

西安万事利系由万事利丝绸于 2012 年 6 月出资设立的有限责任公司。西安万事利成立时注册资本为 50 万元，全部由万事利丝绸以货币出资。2012 年 6 月 14 日，陕西新欣汉都会计师事务所有限责任公司出具了“陕新汉会验字[2012]635 号”《验资报告》，验证截至 2012 年 6 月 13 日，西安万事利已收到万事利丝绸缴纳的实收资本 50 万元。

西安万事利成立时的股权结构如下：

单位：万元

序号	股东名称	出资金额	出资比例
1	万事利丝绸	50.00	100.00%
合 计		**50.00**	**100.00%**

截至本招股说明书签署日，西安万事利的股权结构未发生变动。

13、西藏新丝路

（1）基本情况

公司名称	西藏新丝路丝绸文化有限公司
统一社会信用代码	91540125MA6T1YRK88
注册地址	拉萨市堆龙德庆区康桑安居院 8 栋 1 单元 401 号
主要生产经营地	西藏省拉萨市
法定代表人	**滕俊楷**
注册资本	1,000 万元
实收资本	200 万元
公司类型	有限责任公司（非自然人投资或控股的法人独资）
成立时间	2017 年 1 月 11 日
经营范围	服务服装设计，工艺礼品设计，文化用品设计，技术服务，丝绸技术研究、市场咨询服务，活动策划，技术转让服务，文化创意策划，丝绸制品创意研发，展览，会展，会议服务，广告设计、制作。货物及技术进出口；批发、零售围巾，丝巾，领带，蚕丝被，睡衣，服装，服饰，书画，家纺，床上用品，丝绸制品，纺织品，桑蚕丝，面料，墙布，墙纸，艺术品，收藏品，工艺品，礼品，纪念品，包，手套，雨伞，太阳镜，文具，体育用品，文化用品，办公用品，日用品，劳保用品，电子产品，金银制品，化妆品，面膜，茶叶，预包装食品，酒，初级食用农产品，生产、加工围巾，丝巾，领带，睡衣，蚕丝被，服装服饰，书画，丝绸制品，礼品，工艺品，纪念品，艺术品，文化用品
股权结构	万事利丝绸持有其 100%股权
主要业务	丝绸产品的销售
与发行人主营业务的关系	发行人销售型子公司

（2）历史沿革

西藏新丝路系由万事利丝绸于 2016 年 12 月出资设立的有限责任公司。西藏新丝路成立时的注册资本为 1,000 万元，万事利丝绸以货币实缴 200 万元。

西藏新丝路成立时的股权结构如下：

单位：万元

序号	股东名称	出资金额	出资比例
1	万事利丝绸	1,000.00	100.00%
合 计		**1,000.00**	**100.00%**

截至本招股说明书签署日，西藏新丝路的股权结构未发生变动。

14、万事利科创园

（1）基本情况

公司名称	杭州万事利科创园管理有限公司
统一社会信用代码	91330101MA28UJF33G
注册地址	浙江省杭州经济技术开发区下沙街道幸福南路 2 号 1 幢 6 楼 601 室
主要生产经营地	浙江省杭州市
法定代表人	马廷方
注册资本	100 万元
实收资本	100 万元
公司类型	有限责任公司（法人独资）
成立时间	2017 年 6 月 29 日
经营范围	服务：为科创园企业或项目提供企业管理、咨询服务，物业管理，房屋租赁代理（以上涉及资质的凭资质经营），会展服务，企业管理咨询，经济信息咨询（除商品中介）；技术开发、技术服务、技术咨询、成果转让：数码技术、信息技术；其他无需报经审批的一切合法项目。（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）
股权结构	万事利数码持有其 100%股权
主要业务	为园区企业提供物业管理服务
与发行人主营业务的关系	为万事利数码下属的厂区提供物业管理服务

（2）历史沿革

万事利科创园系由万事利数码于 2017 年 5 月出资设立的有限责任公司。万事利科创园成立时的注册资本为 100 万元，全部由万事利数码以货币出资。

万事利科创园成立时的股权结构如下：

单位：万元

序号	股东名称	出资金额	出资比例
1	万事利数码	100.00	100.00%
合 计		**100.00**	**100.00%**

截至本招股说明书签署日，万事利科创园的股权结构未发生变动。

15、各子公司的股东出资情况

（1）各子公司的股东出资情况如下：

序号	公司名称	设立/增资	出资股东	出资金额（万元）	增资价格	是否完成实缴	出资形式
1	万事利科技	设立	万事利集团、周劲锋等全体股东	568.00	/	是	货币
		增资	万事利集团	624.44	每注册资本 1.80 元	是	货币
			丝锦投资	307.56		是	货币
2	万事利数码	设立	嘉兴万事利	6,840.00	/	是	货币
			万事利集团	760.00	/	是	货币
		增资	万事利集团	2,000.00	每注册资本 1 元	是	货币
3	万事利艺术品	设立	万事利丝绸、袁少华	100.00	/	是	货币
4	杭州新丝路	设立	夏燕祥、方腾	500.00	/	是	货币
5	万事利文创	设立	万事利丝绸	200.00	/	是	货币
6	七仁数码	设立	杭州广园物业管理有限公司	100.00	/	是	货币
		增资	万事利礼品	150.00	每注册资本 1 元	是	货币
7	万事利礼品	设立	万事利进出口	13.13 万美元	/	是	货币
			胡志凤	6.25 万美元	/	是	货币
			丝奥投资	5.63 万美元	/	是	货币
8	丝艺科技	设立	万事利丝绸	127.50	/	是	货币
			闵思佳	22.50	/	尚未实缴	货币
9	明阳科技	设立	大谷贸易	165.00	/	是	货币
			李建华	60.00	/	是	货币

序号	公司名称	设立/增资	出资股东	出资金额（万元）	增资价格	是否完成实缴	出资形式
			包强	60.00	/	是	货币
			张建平	15.00	/	是	货币
10	武汉万事利	设立	万事利丝绸、万事利礼品	50.00	/	是	货币
11	合肥万事利	设立	万事利丝绸	100.00	/	是	货币
12	西安万事利	设立	万事利丝绸	50.00	/	是	货币
13	西藏新丝路	设立	万事利丝绸	1,000.00	/	尚未全部实缴	货币
14	万事利科创园	设立	万事利数码	100.00	/	是	货币

丝艺科技股东闵思佳、西藏新丝路股东发行人因公司章程约定的实缴期限尚未届至而未实缴出资，发行人子公司、孙公司的其余股东均已依法依规以货币形式足额缴纳出资，符合当时有效的《公司法》的规定。

（2）万事利科技设立至 2012 年 10 月的股权代持

2001 年 1 月，万事利科技设立时，拟参股的员工多达 62 人，为避免有限责任公司股东人数超过 50 人，部分员工委托同事代持股权。此后，因部分员工离职、岗位调动等原因，陆续有员工股东将其持有的万事利科技股权转让给万事利集团，截至 2008 年 12 月，实际股东人数已少于 50 人。截至 2012 年 10 月 29 日万事利科技股东变更登记取得核准时，万事利集团已持有万事利科技的全部股权，工商登记信息与实际股权结构完全一致，员工股东间的股权代持已全部解除。

万事利科技设立时股东实际人数超过 50 人，与《公司法》（1999 年修订）第二十条第一款关于“有限责任公司由二个以上五十个以下股东共同出资设立”的规定不一致，但工商登记人数未超过 50 人，工商登记过程未违反《公司法》（1999 年修订）和《公司登记管理条例》（1994 年）的规定，注册资本均实缴到位。同时，《公司法》（1999 年修订）和《公司登记管理条例》（1994 年）并未禁止股权代持。此外，《最高人民法院关于适用《中华人民共和国公司法》若干问题的规定（三）》规定，有限责任公司的实际出资人可以与名义出资人订立合同，约定由实际出资人出资并享有投资权益，以名义出资人为名义股东。

因此，万事利科技设立时的股权代持行为，与《公司法》（1999 年修订）第

二十条第一款的规定不一致，存在瑕疵，但不构成本次发行上市的实质性法律障碍。截至 2012 年 10 月，万事利集团通过股权转让的方式取得了万事利科技 100%股权，解除了员工股东的股权代持行为，发行人子公司、孙公司的现有股东所持股权合法合规。

（二）发行人的参股公司

截至本招股说明书签署日，发行人共有 2 家参股公司，其最近一年及一期的主要财务数据如下：

单位：万元

公司名称	2020 年 6 月 30 日/2020 年 1-6 月			2019 年 12 月 31 日/2019 年度		
	总资产	净资产	净利润	总资产	净资产	净利润
布调科技	66.16	-41.67	-6.97	67.33	-35.90	-91.18
丰万投资	1,122.45	1,122.45	-0.40	1,122.85	1,122.85	-12.33

注：上述财务数据未经审计。

1、布调科技

公司名称	杭州布调科技有限公司
统一社会信用代码	91330110MA28TWLY5G
注册地址	浙江省杭州市余杭区仓前街道良睦路 1399 号 16 号楼 2 楼 221 室
主要生产经营地	浙江省杭州市
法定代表人	李海龙
注册资本	352.9412 万元
实收资本	166.9412 万元
公司类型	有限责任公司（自然人投资或控股）
成立时间	2017 年 6 月 12 日
经营范围	技术研发、技术咨询、技术服务及技术成果转让：新型纺织材料、纺织品印染印花新技术、纺织品印染印花新工艺、数码喷印技术、计算机软硬件、数码喷印设备及辅助配套产品、网络平台技术；服务：网页设计、服装设计、花型设计、印花设计；批发、零售（含网上批发、零售）：纺织印花产品、工艺礼品、服装、家纺用品、面料、服装、纺织品、数码喷印设备及辅助配套产品；维修（限上门）：数码喷印设备及辅助配套产品；货物及技术进出口（法律、行政法规禁止经营的项目除外，法律、行政法规限制经营的项目取得许可证后方可经营）
股权结构	杭州双印纺织科技有限公司持有其 59.50%股权，万事利数码持有其 15.00%股权，李海龙持有其 12.75%股权，杭州布调投资管理合伙企业（有限合伙）持有其 12.75%股权。
主要业务	提供双面纺织数码印花色彩实现技术服务

与发行人主营业务的关系	发行人通过投资布调科技，加强双面数码印花技术领域的研发、生产能力

布调科技的股东和股权结构如下：

单位：万元

序号	股东名称	出资金额	出资比例
1	杭州双印纺织科技有限公司	210.00	59.50%
2	万事利数码	52.94	15.00%
3	李海龙	45.00	12.75%
4	杭州布调投资管理合伙企业（有限合伙）	45.00	12.75%
合 计		**352.94**	**100.00%**

除与发行人子公司万事利数码印花共同投资布调科技外，布调科技其他股东与发行人及其实际控制人、董事、监事、高级管理人员之间不存在关联关系。

2、丰万投资

企业名称	嘉兴硅谷天堂丰万投资合伙企业（有限合伙）
统一社会信用代码	91330402093377340G
主要经营场所	浙江省嘉兴市南湖区南江路 1856 号基金小镇 2 号楼 103 室-72
执行事务合伙人	嘉兴硅谷天堂丰乐投资管理有限公司
认缴出资额	1,200 万元
实缴出资额	1,200 万元
企业类型	有限合伙企业
成立时间	2014 年 3 月 11 日
经营范围	实业投资、投资管理
出资结构	嘉兴硅谷天堂丰乐投资管理有限公司持有其 25%出资份额，林琴芳持有其 16.67%出资份额，万事利丝绸持有其 16.67%出资份额，徐惠中、张珊珊、卓燕军、杭州玖位数投资管理有限公司、青岛卓根股权投资合伙企业（有限合伙）各持有 8.33%出资份额
主要业务	实业投资
与发行人主营业务的关系	发行人通过丰万投资参与投资婚礼策划项目，将公司丝绸产品与婚庆产业相结合推广

丰万投资的股东和股权结构如下：

单位：万元

序号	合伙人名称	合伙人类型	认缴出资额	出资比例
1	嘉兴硅谷天堂丰乐投资管理	普通合伙人	300.00	25.00%

单位：万元

序号	合伙人名称	合伙人类型	认缴出资额	出资比例
	有限公司			
2	林琴芳	有限合伙人	200.00	16.67%
3	万事利丝绸	有限合伙人	200.00	16.67%
4	卓燕军	有限合伙人	100.00	8.33%
5	张珊珊	有限合伙人	100.00	8.33%
6	徐惠忠	有限合伙人	100.00	8.33%
7	杭州玖位数投资管理有限公司	有限合伙人	100.00	8.33%
8	青岛卓根股权投资合伙企业（有限合伙）	有限合伙人	100.00	8.33%
合 计			**1,200.00**	**100.00%**

除与发行人共同投资丰万投资外，丰万投资其他股东与发行人及其实际控制人、董事、监事、高级管理人员之间不存在关联关系。

3、发行人投资参股公司的具体情况

企业名称	原因	时间	方式	价格	定价依据
布调科技	布调科技提供双面纺织数码印花色彩实现技术服务，发行人拟通过投资布调科技，加强双面数码印花技术领域的研发、生产能力	2018 年 4 月投资 60 万元，2018 年 7 月投资 60 万元，2018 年 5 月 8 日完成工商变更登记	现金出资	每注册资本 2.27 元	综合考虑数码双面印花的专利技术，经双方友好协商，按照布调科技 800 万元估值定价
丰万投资	丰万投资参股了梁祝婚庆，该公司主营婚庆礼仪服务，发行人拟将丝绸产品与婚庆产业相结合推广	2016 年 10 月 27 日投资 200 万元，2016 年 11 月 9 日完成工商变更登记	现金出资	每认缴出资额 1 元	投资当年丰万投资无实际经营

（三）发行人及控股子公司的分公司

截至本招股说明书签署日，发行人及其控股子公司共有 7 家分公司，万事利礼品北京分公司、万事利丝绸天津分公司分别已于 2020 年 7 月和 2020 年 10 月注销。具体如下：

1、万事利礼品北京分公司

公司名称	杭州万事利丝绸礼品有限公司北京分公司
统一社会信用代码	91110105795104275E
营业场所	北京市朝阳区东土城路 14 号 10 层 22 房间
负责人	滕俊楷
设立日期	2006 年 10 月 9 日
经营范围	销售总公司生产的丝绸礼品、丝绸工艺品（领带、丝巾、书画、睡衣、贺卡、吉祥物）
主要业务	丝绸产品在北京及其辐射地域的销售，目前已无实际经营

2、万事利丝绸南京分公司

公司名称	杭州万事利丝绸文化股份有限公司南京分公司
统一社会信用代码	91320104571572707B
营业场所	南京市秦淮区洪武路 23 号 1310 室
负责人	滕俊楷
设立日期	2011 年 4 月 21 日
经营范围	一般项目：服装服饰批发；针纺织品及原料销售；文具用品批发；服装服饰零售；针纺织品销售；化妆品零售；工艺美术品及收藏品零售（象牙及其制品除外）；文具用品零售；劳动保护用品销售；礼仪服务
主要业务	丝绸产品在南京及其辐射地域的销售

3、万事利丝绸上海分公司

公司名称	杭州万事利丝绸文化股份有限公司上海分公司
统一社会信用代码	91310101579196902B
营业场所	上海市黄浦区陆家浜路 1378 号 501 室
负责人	滕俊楷
设立日期	2011 年 8 月 2 日
经营范围	丝绸、工艺品、服装、文化用品、日用百货、一般劳保用品、黄金制品、化妆品的销售，服装设计，在服装设计领域内的技术咨询、技术服务
主要业务	丝绸产品在上海及其辐射地域的销售

4、万事利丝绸天津分公司

公司名称	杭州万事利丝绸文化股份有限公司天津分公司
统一社会信用代码	91120104586403420Q
营业场所	天津市南开区南京路 309 号环球置地广场 2701 场地
负责人	滕俊楷

设立日期	2011 年 11 月 14 日
经营范围	服务：服装设计、技术咨询和技术服务；批发、零售：工艺美术品、丝绸、服装、日用百货、办公用品、文化用品、纺织品、一般劳保用品、丝绸艺术品、黄金制品、化妆品
主要业务	丝绸产品在天津及其辐射地域的销售

5、万事利丝绸北京分公司

公司名称	杭州万事利丝绸文化股份有限公司北京分公司
统一社会信用代码	91110105587729043G
营业场所	北京市丰台区南三环西路 16 号 2 号楼 17 层 2017
负责人	滕俊楷
设立日期	2011 年 11 月 21 日
经营范围	销售食品；销售服装、工艺品、丝绸、文具用品、日用品、针纺织品、化妆品；服装设计；技术推广服务。（企业依法自主选择经营项目，开展经营活动；销售食品以及依法须经批准的项目，经相关部门批准后依批准的内容开展经营活动；不得从事本市产业政策禁止和限制类项目的经营活动。）
主要业务	丝绸产品在北京及其辐射地域的销售，目前已无实际经营

6、万事利丝绸重庆分公司

公司名称	杭州万事利丝绸文化股份有限公司重庆分公司
统一社会信用代码	91500105065673900C
营业场所	重庆市渝北区龙溪街道红金街 2 号索特大厦 1 幢 21-6、21-7
负责人	滕俊楷
设立日期	2013 年 4 月 9 日
经营范围	加工服装、服饰、丝绸工艺品；服务：服装设计、技术咨询和技术服务；蚕桑丝织技术研究、咨询、服务、技术转让；丝绸文化创意策划；丝绸制品创意研发；批发、零售：工艺美术品、丝绸、服装、文化用品、日用百货、丝绸艺术品、办公用品、劳保用品、化妆品、金银饰品；食品经营（取得相关行政许可后,在许可范围内从事经营活动）
主要业务	丝绸产品在重庆及其辐射地域的销售

7、万事利丝绸萧山国际机场分公司

公司名称	杭州万事利丝绸文化股份有限公司萧山国际机场分公司
统一社会信用代码	91330109328298488F
营业场所	杭州萧山国际机场 T1 航站楼 CF-67
负责人	闫杨田
设立日期	2015 年 1 月 5 日

经营范围	经销：工艺美术品、丝绸、服装、纺织品、文化用品、日用百货、办公用品、一般劳保用品、丝绸艺术品等
主要业务	丝绸产品在萧山国际机场直营店的销售

8、万事利丝绸下沙分公司

公司名称	杭州万事利丝绸文化股份有限公司下沙分公司
统一社会信用代码	91330100MA2H1NKT9X
营业场所	浙江省杭州市钱塘新区幸福南路 2 号 1 幢 3 楼 301 室
负责人	李建华
设立日期	2019 年 12 月 25 日
经营范围	服务：服装设计、技术咨询和技术服务，蚕桑丝织的技术开发、技术咨询、技术服务、成果转让，丝绸文化创意策划，丝绸制品创意研发，会务服务，图文设计，设计、制作、代理、发布国内广告（除网络广告发布）；批发、零售：工艺美术品，丝绸，服装，纺织品，文化用品，日用百货，办公用品，一般劳保用品，丝绸艺术品，黄金制品，化妆品（除分装），食品，初级食用农产品（除药品）；生产、加工：服装，服饰，丝绸工艺品；货物及技术进出口（法律、行政法规禁止的项目除外，法律、行政法规限制的项目取得许可后方可经营）；其他无需报经审批的一切合法项目
主要业务	“万事礼”项目的运营主体

9、万事利丝绸湖滨分公司

公司名称	杭州万事利丝绸文化股份有限公司湖滨分公司
统一社会信用代码	91330102MA2H2BBC5T
营业场所	浙江省杭州市上城区湖滨步行街区 2 号玻璃房
负责人	余志伟
设立日期	2020 年 1 月 22 日
经营范围	**一般项目：服装服饰零售；针纺织品销售；工艺美术品及收藏品零售（象牙及其制品除外）；文具用品零售；服装服饰批发；针纺织品及原料销售；工艺美术品及收藏品批发（象牙及其制品除外）；文具用品批发；日用百货销售；劳动保护用品销售（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：食品经营（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）。（在总公司经营范围内从事经营活动）**
主要业务	运营“万事利”品牌展示店

注：万事利丝绸湖滨分公司的核算方式为非独立核算。

（四）发行人转让、注销的子公司

1、依漾生物

依漾生物系由万事利丝绸与黄圣依于 2019 年 7 月 30 日共同设立的有限责任

公司，注册资本 168 万元。截至 2019 年 12 月 31 日，依漾生物总资产 108.11 万元、净资产 98.63 万元，2019 年度，依漾生物净利润-69.37 万元。截至 2020 年 4 月 30 日，依漾生物总资产 60.86 万元、净资产 42.82 万元，2020 年 1-4 月净利润-55.81 万元。依漾生物成立时，万事利丝绸持有其 55%股权，黄圣依持有其 45%股权。2020 年 5 月 9 日，万事利丝绸与黄圣依签署《股权转让协议》，万事利丝绸将其持有的依漾生物 55%股权转让给黄圣依，转让价格为 30 万元，该价格以 2020 年 4 月 30 日的净资产为基础双方协商确定。依漾生物成立后拟开发化妆品项目，后根据双方合作的实际情况，经双方协商由黄圣依独立运作该项目，故万事利丝绸向黄圣依转让依漾生物股权。本次股权转让后，万事利丝绸不再持有依漾生物的股权。

依漾生物报告期内不存在重大违法违规行为，未受到行政处罚。依漾生物化妆品项目尚未开发完成，以净资产定价转让依漾生物股权公允，不会对主营业务产生重大不利影响。发行人转让依漾生物股权属于真实转让，不存在委托受让方代持的情况。发行人转让依漾生物股权后，向依漾生物支付了欠款 19 万元，系依漾生物团队对丝香门第天猫店的运营服务费，该运营工作已由发行人团队接手，除前述情况外，发行人与依漾生物不存在业务往来和资金往来。就依漾生物股权转让事项，发行人不存在关联交易非关联化的情况。

2、宁波万事利

宁波万事利自 2010 年 6 月设立以来一直系发行人的控股子公司，注销前万事利丝绸持有宁波万事利 90%股权，发行人子公司万事利礼品持有宁波万事利 10%股权。截至 2019 年 12 月 31 日，宁波万事利总资产 53.76 万元、净资产 49.06 万元，2019 年度，宁波万事利净利润-17.14 万元。宁波万事利自设立以来主要从事丝绸产品在宁波区域及其辐射区域的销售，因公司考虑在华东地区深入发展布局，且宁波在杭州地区的辐射距离内，公司于 2019 年上半年开始整合外部营销团队，决定注销宁波万事利。宁波万事利已于 2020 年 6 月 4 日完成工商注销登记。宁波当地的业务后续由公司总部统筹管理。截至 2019 年初宁波万事利员工 4 人，公司支付离职补偿金后自由择业。宁波万事利注销过程中业务承接和人员安置上不存在纠纷或潜在纠纷。

3、广州万事利

广州万事利系由万事利丝绸于 2011 年 8 月 29 日出资设立的有限责任公司，设立时注册资本 50 万元，万事利丝绸持有其 100%股权。截至 2019 年 12 月 31 日，广州万事利总资产 15.84 万元、净资产-159.92 万元，2019 年度，广州万事利净利润-91.49 万元。截至 2020 年 4 月 30 日，广州万事利净资产为-182.01 万元(未经审计)。2020 年 5 月，万事利丝绸对其增资 186 万元，注册资本变更为 236 万元，系应受让方要求交易前清理广州万事利对万事利丝绸间的债务，公司决定对广州万事利增资后，由广州万事利归还公司债务。2020 年 5 月 30 日，万事利丝绸与广州万事利丝绸签署《股权转让协议》，万事利丝绸将其持有的广州万事利 100%股权转让给广州万事利丝绸，转让价格为 2 万元，该价格综合考虑 2020 年 4 月 30 日广州万事利净资产和 2020 年 5 月增资后双方协商确定。广州万事利主要从事丝绸产品在广州区域及其辐射区域的销售，公司因营销团队整合，将广州万事利的股权全部转让给公司经销商广州万事利丝绸，2019 年度，广州万事利销售团队为公司贡献收入 44.99 万元，本次股权转让不会对公司主营业务产生重大不利影响。本次股权转让完成后，公司不再持有广州万事利股权。

广州万事利报告期内不存在重大违法违规行为，未受到行政处罚。发行人转让广州万事利定价公允，与受让方广州万事利丝绸不存在利益输送的情况。发行人转让广州万事利股权属于真实转让，不存在委托受让方代持的情况。发行人于 2020 年 6 月 29 日收到了广州万事利欠款 6,000 元，该笔欠款支付后，发行人与广州万事利之间的账务已结清。发行人转让广州万事利股权并办结工商变更登记后，除了前述情况外，与广州万事利不存在业务往来和资金往来。就广州万事利股权转让事项，发行人不存在关联交易非关联化的情况。

（五）发行人控股子公司和分公司的业务关系和发展定位

序号	公司名称	设置的商业合理性	各公司之间的业务关系	发展定位	与发行人主营业务的对应关系
1	万事利科技	主营丝绸纺织制品委外加工和销售，丝绸纺织制品包括丝绸面料和贴牌服装等	委托万事利数码加工部分丝绸面料，向发行人销售数码印花丝巾	2020 年开始，丝绸纺织制品的境内业务、整合到万事利数码，万事利科技主营贴牌服装的境外销售	丝绸纺织制品运营主体之一

序号	公司名称	设置的商业合理性	各公司之间的业务关系	发展定位	与发行人主营业务的对应关系
2	万事利数码	提供丝绸面料的数码印花加工服务	加工部分万事利科技委托的丝绸面料	主营丝绸面料的数码印花加工和境内销售，2020 年开始作为首批浙江省级重点民用口罩及关键材料生产企业之一	丝绸纺织制品、民用口罩运营主体之一
3	万事利礼品	丝绸文化创意品的销售	发行人的销售型子公司	发行人的销售型子公司	丝绸文化创意品
4	万事利文创	提供会务服务	通过讲课、宣传等会务形式带动发行人丝绸产品的销售	通过会务服务带动丝绸文化创意品的销售	丝绸文化创意品
5	杭州新丝路	丝绸文化创意品线上销售	发行人的销售型子公司	发行人的销售型子公司	丝绸文化创意品
6	万事利艺术品	家纺、丝绸工艺品等丝绸文化创意品的销售	发行人的销售型子公司	发行人的销售型子公司	丝绸文化创意品
7	明阳科技	设立时主营蚕丝蛋白面膜、桑叶茶的销售	发行人的销售型子公司	收购后蚕丝蛋白业务纳入发行人，2018 年开始作为牵头人承接“集约化规模化特种蚕产业示范区建设”项目，为桑蚕产业提供技术指导并收购生丝	丝绸文化创意品
8	丝艺科技	蚕丝蛋白液的研发与生产	报告期内生产蚕丝蛋白液，是发行人蚕丝蛋白面膜重要原材料	蚕丝蛋白液的研发与生产	丝绸文化创意品
9	七仁数码	报告期内主要提供书画热转印加工服务	为发行人定制产品的包装物提供热转印加工服务	主营书画热转印加工服务，2020 年开始开拓通过线上引流万事利丝绸客户推广其他产品的销售模式	丝绸文化创意品
10	武汉万事利	丝绸文化创意品在武汉及其	发行人的销售型子公司	发行人的销售型子公司	丝绸文化创意品

序号	公司名称	设置的商业合理性	各公司之间的业务关系	发展定位	与发行人主营业务的对应关系
		辐射地域的销售			
11	合肥万事利	丝绸文化创意品在合肥及其辐射地域的销售	发行人的销售型子公司	发行人的销售型子公司	丝绸文化创意品
12	西安万事利	丝绸文化创意品在西安及其辐射地域的销售	发行人的销售型子公司	发行人的销售型子公司	丝绸文化创意品
13	西藏新丝路	丝绸文化创意品的销售	发行人的销售型子公司	发行人的销售型子公司，厂丝、白坯等基础原料的集中采购	丝绸文化创意品
14	万事利科创园	为万事利数码所在园区提供物业管理服务	为万事利数码所在园区提供物业管理服务	物业管理公司	为万事利数码所在园区提供物业管理服务
15	万事利礼品北京分公司	丝绸文化创意品在北京及其辐射地域的销售	发行人的销售型分公司	2020 年 7 月已注销	丝绸文化创意品
16	万事利丝绸南京分公司	丝绸文化创意品在南京及其辐射地域的销售	发行人的销售型分公司	发行人的销售型分公司	丝绸文化创意品
17	万事利丝绸上海分公司	丝绸文化创意品在上海及其辐射地域的销售	发行人的销售型分公司	发行人的销售型分公司	丝绸文化创意品
18	万事利丝绸天津分公司	丝绸文化创意品在天津及其辐射地域的销售	发行人的销售型分公司	2020年10月已注销	丝绸文化创意品
19	万事利丝绸北京分公司	丝绸文化创意品在北京及其辐射地域的销售	发行人的销售型分公司	规划华北地区展示营销中心，现有北京地区业务由经销商承接	丝绸文化创意品
20	万事利丝绸重庆分公司	丝绸文化创意品在重庆及其辐射地域的销售	发行人的销售型分公司	发行人的销售型分公司	丝绸文化创意品
21	万事利丝绸萧山国际机场分公司	萧山机场店的运营主体	发行人直营店的运营	萧山机场店的运营主体	丝绸文化创意品

序号	公司名称	设置的商业合理性	各公司之间的业务关系	发展定位	与发行人主营业务的对应关系
22	万事利丝绸下沙分公司	“万事礼”项目的运营主体	个性定制丝巾项目的运营	个性定制丝巾项目的运营	丝绸文化创意品
23	万事利丝绸湖滨分公司	杭州市湖滨步行街“万事利丝绸文化馆”的运营	发行人品牌展示店的运营	发行人品牌展示店的运营	丝绸文化创意品

七、持有发行人 5%以上股份的主要股东及实际控制人情况

（一）控股股东与实际控制人基本情况

1、万事利集团

截至本招股说明书签署日，万事利集团持有公司 54.58%的股权，为公司控股股东。

（1）基本情况

公司名称	万事利集团有限公司
统一社会信用代码	913301041432619370
注册地址	杭州市江干区天城路 68 号（万事利科技大厦）1 幢 18 楼
主要生产经营地	浙江省杭州市
法定代表人	屠红燕
注册资本	13,800 万元
实收资本	13,800 万元
公司类型	有限责任公司（自然人投资或控股）
成立时间	2001 年 7 月 19 日
经营范围	服务：企业管理咨询，物业管理，农业开发，水产养殖；批发 零售：黄金，五金交电，机电设备（除专控）及配件，化工产品及原料（除化学危险品及易制毒化学品），轻工产品，家具，沙发，金属、白银制品、建筑材料，计算机及配件，家用电器；货物（技术）进出口；（法律、行政法规禁止经营的项目除外，法律、行政法规限制经营的项目取得许可证后方可经营）；制造、加工：针纺织品、丝绸、服装（限杭州万事利丝绸文化有限公司及其下属分支机构生产）；其他无需报经审批的一切合法项目
主要业务	实业与金融投资，贸易业务，物业管理服务
与发行人主营业务的关系	万事利集团主要从事贸易业务，与发行人不存在同业竞争

万事利集团的发展历程最早可追溯至杭州笕桥绸厂，其设立于 1975 年，迄

今已有 46 年。多年以来，万事利集团一直从事丝绸领域的业务，自 2007 年发行人设立以来，其逐步将丝绸相关业务全部转移至发行人主体。

截至本招股说明书签署日，万事利集团股权结构如下：

单位：万元

序号	股东名称	出资金额	出资比例
1	屠红燕	5,589.00	40.50%
2	屠红霞	4,146.90	30.05%
3	李建华	1,173.00	8.50%
4	王云飞	1,007.40	7.30%
5	孙有毅	883.20	6.40%
6	沈柏军	655.50	4.75%
7	项柏青	345.00	2.50%
合 计		**13,800.00**	**100.00%**

（2）主要财务数据

万事利集团最近一年及一期的主要财务数据如下：

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
总资产	843,290.45	822,958.98
净资产	317,414.86	307,969.70
净利润	11,761.30	25,802.34

注：以上财务数据为万事利集团合并口径数据，业经浙江敬业会计师事务所审计。

（3）万事利集团历史上集体企业改制情况

①1975 年 3 月，杭州觅桥绸厂（万事利集团公司前身）开业

杭州觅桥绸厂开业时间为 1975 年 3 月，系由杭州市江干区乡镇主管的社办集体企业。1980 年 8 月 18 日，觅桥绸厂在杭州市江干区工商行政管理局完成工商登记，注册号为杭工商字第 31118 号，经营性质为集体（社办），注册资金 51.08 万元，企业地址为杭州市江干区杭觅路枸桔弄，经营范围为“主营：丝织；兼业：纺织”。

②1993 年 3 月，浙江万事利轻纺工贸集团公司成立

根据《关于进一步推动横向经济联合若干问题的规定》（国发[1986]36 号）、

《关于深化企业改革增强企业活力的若干规定》（国发[1986]103 号）、《关于组建和发展企业集团的几点意见》（体改生字[1987]78 号）、《商业部关于发展商业企业集团的意见》（1991 年）、《浙江省省批企业集团管理暂行办法》（1992 年）等文件规定，企业集团是特定时代背景下为发展社会主义商品经济的客观要求而出现的一种具有多层次组织结构的经济组织。企业集团一般由核心层、紧密层、半紧密层和松散层组成，系众多企业、事业单位联合的多层次的法人联合体，法人联合体是企业集团的表现形式。核心层是自主经营、独立核算、自负盈亏、照章纳税、能够承担经济责任、具有法人资格的经济实体。各层次之间通过集团章程、具有法律效力的互惠性合同、协议等契约构成联结关系。

为响应国家对企业集团的鼓励和发展，1993 年 3 月，杭州笕桥绸厂、杭州笕桥丝绸印染总公司、杭州笕桥染丝厂、杭州笕桥印染厂、杭州时新服装厂 5 家核心层企业联合杭州富豪装饰装潢艺术服务部、杭州笕桥丝绸印染总公司轻纺经营部、浙江丝绸工学院等 26 家企业和科研单位组成法人联合体浙江万事利轻纺工贸集团。

1993 年 3 月 5 日，浙江省计划经济委员会、浙江省经济体制改革委员会出具“浙计经企[1993]292 号”《关于建立浙江万事利轻纺工贸集团的批复》，同意建立浙江万事利轻纺工贸集团。

浙江万事利轻纺工贸集团公司（万事利集团前身）系由杭州笕桥绸厂、杭州笕桥印染厂、杭州笕桥染丝厂、杭州笕桥丝绸印染总公司和杭州时新服装厂等 5 家核心层企业投入全额资产投入组成，属于浙江万事利轻纺工贸集团的核心，是具有法人资格的集体所有制经济实体。

1993 年 3 月，浙江万事利轻纺工贸集团公司完成工商设立登记，取得杭州市工商行政管理局江干分局核发的 14326193-7 号营业执照。法定代表人为沈爱琴，注册地址为杭州市机场路 195 号，注册资金 5,800 万元，主营针纺织品、丝绸、轻工产品、轻纺机械及零配件。

1996 年 5 月，万事利集团公司（浙江万事利轻纺工贸集团名称变更）新增核心层企业杭州喷织厂，注册资本增至 8,880 万元。

③2001 年 4 月，万事利集团公司由集体所有制企业改制为有限责任公司

A、关于集体企业产权制度改革的规定

根据《关于进一步完善乡村集体企业产权制度改革的若干意见》（省委办[1994]39 号），按照“谁投资、谁所有”的原则对企业存量资产进行产权界定，历年增值资产原则上按照乡、村集体等投资者的投资增值和职工劳动积累两部分各 50%划分股权，乡镇集体企业划作职工劳动积累的部分设为职工集体股。

根据中共江干区委、江干区人民政府《关于深化企业改革的若干意见》（江委[1997]53 号），关于上报审批的规定，“企业改制需办理报批手续。乡镇、村企业改制方案报乡镇人民政府审查批准，送区体改办、计经局备案。”

根据《关于深化企业改革的补充意见》（江政发[1999]36 号），在股权设置上，允许对企业经营者（法人代表）或主要骨干实行岗位风险责任股，原则上可以从界定给企业投资主体（镇、村、主管部门）的资产总量中划出 10%-20%（最高不超过 20%）设立。企业主管部门对持有岗位风险责任股的经营者或主要骨干实行考核标准，如达到考核标准，为集体资产保值增值作出明显贡献的，可以从岗位风险责任股额中切出 20%-50%作为奖励。鼓励经营者持大股也可以控股，一次性缴纳现金置换的可优惠 10%。

B、清产核资及产权界定

1998 年 12 月 15 日，浙江省经济事务所出具“浙经评字(1998)第 310 号江 0313 号”《资产评估报告书》，确认截至 1998 年 9 月 25 日，万事利集团公司及其下属单位评估后的全部净资产为 71,382,421.44 元。

1999 年 5 月 31 日，笕桥镇人民政府出具“笕政 1999 字 68 号”《关于万事利集团公司资产确认的批复》，确认了资产评估结果，经扣除个人和外商投资 1,737 万元，核销和调整的资产 2,576 万元，提取职工社会保障和福利基金 825 万元，最后确认净资产为 2,000 万元，镇集体资产经营管理公司和万事利集团按照各占 50%股权进行划分界定。其中镇集体资产经营管理公司持有的 50%股权为集体资产。万事利集团持有的 50%股权为万事利集团职工共有，具体形式为由职工持股会持有。笕政[1999]107 号文对上述批复进一步阐述。

1999 年 6 月 18 日，笕桥镇人民政府出具“笕政[1999]107 号”《关于万事利集团公司改制方案的批复》，具体如下：

a、经界定划分给万事利集团公司的 1,000 万元净资产，属职工共有并建立职工持股会，具体量化配股方案由万事利集团公司自行决定，经职工持股会通过后上报笕桥镇人民政府；

b、经界定划分给镇集体资产经营管理公司的 1,000 万元净资产中，200 万元可用于建立法人代表岗位风险责任股；600 万元可以转让给万事利集团公司法定代表人；剩余 200 万元设定为优先股，可以委托万事利集团经营者负责经营管理，但必须确保每年上交镇集体资产经营管理公司股份红利人民币 38 万元。企业转制后，法定代表人可认购镇集体资产经营管理公司持有万事利集团公司剩余的股份，三年内认购，按转制时评估价转让。

万事利集团进行资产划分界定并改制为有限公司时，不存在万事利集团持有其自身股权的情形，符合当时有效的公司法等法律法规的规定。

C、镇集体资产经营管理公司所持万事利集团 50%股权的转让过程

1999 年 8 月 2 日，笕桥镇人民政府与沈爱琴共同签署《协议书》，镇集体资产经营管理公司将所持有的万事利集团公司 600 万股以 540 万元价格转让给万事利集团公司的法定代表人沈爱琴，按照每股 0.9 元定价。

2000 年 11 月 3 日，笕桥镇人民政府与沈爱琴共同签署《协议书》，镇集体资产经营管理公司将所持有的万事利集团公司 200 万股优先股股份以 180 万元价格转让给沈爱琴,按照每股 0.9 元定价。

2000 年 11 月 3 日，笕桥镇人民政府与万事利集团公司共同签署《关于万事利集团公司改制方案批复的补充协议》。根据该补充协议，鉴于镇集体资产经营管理公司已将其持有的万事利集团公司 800 万元出资转让给沈爱琴，剩余 200 万元出资作为法定代表人岗位风险责任股，该部分股份红利由沈爱琴享有，因此，万事利集团公司不再向笕桥镇人民政府上缴股份红利。

2000 年 12 月 28 日，笕桥镇人民政府与沈爱琴共同签署《协议书》。根据该协议，原给予沈爱琴的岗位风险责任股依据区政府文件精神（江政发[1999]36 号文）置换给沈爱琴，沈爱琴一次性支付置换款优惠 50%，即双方同意将镇集体资产经营管理公司所持万事利集团公司剩余 200 万股股份（即原给予沈爱琴的岗位风险责任股）以 100 万元的价格转让给沈爱琴，按照每股 0.5 元定价。

截至 2001 年 2 月 27 日，笕桥镇人民政府已收到 740 万元股权转让款。为确保上述股权转让合法合规，沈爱琴的股份继承者屠红燕和屠红霞积极、主动地与笕桥街道办事处（原笕桥镇政府）沟通股权转让款差价支付事宜，并于 2017 年 10 月 23 日由沈爱琴的股份继承人屠红燕和屠红霞根据继承股权比例向杭州市江干区人民政府笕桥街道办事处（原笕桥镇人民政府）缴纳了协议转让价款与前次最终支付价款之间的差额合计 80 万元。本次款项结清后，杭州市江干区人民政府笕桥街道办事处（原笕桥镇人民政府）已收到万事利集团股权转让款合计 820 万元，与前述股权转让协议书上约定价款一致。

D、万事利集团完成改制登记并增加公司注册资本

2001 年 1 月 10 日，浙江天诚会计师事务所有限公司就万事利集团截至 2000 年 10 月 31 日的全部资产及全部负债出具“浙天评报字(2000)第 523 号江 581 号”《资产评估报告书》。经评估，截至评估基准日，万事利集团的净资产评估值为 107,450,114.95 元。

2001 年 1 月 11 日，经万事利集团股东会决议，同意万事利集团以评估后的净资产 107,450,114.95 元为基础，按照 1.193890166：1 折合比例折合注册资本 90,000,000 元，其余 17,450,114.95 元计入资本公积。万事利集团职工持股会出资 4,500 万元，占注册资本的 50%，沈爱琴出资 4,500 万元，占注册资本的 50%。本次改制完成后，万事利集团公司变更为有限责任公司，注册资本 9,000 万元，经营期限起始日期为 2001 年 7 月 19 日，登记股东为沈爱琴和万事利集团职工持股会。

2001 年 4 月 23 日，笕桥镇人民政府出具“笕政(2001)73 号”《关于万事利集团公司改制后资产确认和界定的批复》，批复如下：

a、万事利集团改制为有限责任公司；

b、万事利集团经评估后的净资产，50%归镇集体资产经营管理有限公司所有；50%归公司职工集体所有，并由公司职工持股会持有；

c、同意镇集体资产经营管理公司将其持有的万事利集团 50%净资产全部转让给沈爱琴；

d、万事利集团改制为有限责任公司后，新的股东结构为：万事利集团职工

持股会出资 50%，沈爱琴出资 50%；

e、万事利集团改制前的债权、债务和原有的经营许可证等由改制后的万事利集团承继。

2001 年 7 月 20 日，万事利集团就企业改制相关事宜完成上述工商变更登记。本次变更完成后，万事利集团改制为有限责任公司，其股权结构如下：

单位：万元

序号	股东名称	出资金额	出资比例
1	沈爱琴	4,500.00	50.00%
2	职工持股会	4,500.00	50.00%
合计		**9,000.00**	**100.00%**

F、万事利集团职工持股会成立、出让股权及解散的情况

a、万事利集团职工持股会成立

1999 年 9 月 13 日，万事利集团职工持股会（筹）向杭州市江干区笕桥镇人民政府提交《关于设立万事利集团公司职工持股会的请示》（万事利[1999]字第 034 号），要求依法登记注册职工持股会。1999 年 9 月 14 日，笕桥镇人民政府向江干区计经局提交《关于要求设立万事利集团职工持股会的请示》（笕政[1999]116 号）。

2000 年 4 月 2 日，笕桥镇人民政府作出“笕政(2000)47 号”《关于同意成立万事利集团有限公司职工持股协会的批复》。2000 年 4 月 11 日，杭州市江干区计划与经济局和杭州市江干区体制改革办公室共同作出“江计经(2000)71 号”《关于同意成立万事利集团有限公司职工持股协会的批复》。

2000 年 5 月 9 日，职工持股会取得杭州市民政局颁发的“证字第 2259 号”《杭州市企业职工持股会法人登记证书》，职工持股会依法成立，注册资本 1,340 万元，其中集体资产 1,000 万元，职工个人募集 340 万元。

b、职工持股会出让股权情况

1999 年 12 月 19 日，万事利集团召开职工持股会会员代表大会第二次会议，会议决定将职工持股会所持有的 1,000 万股股份中的部分股份出让给经营管理人员。2003 年 6 月 9 日，万事利集团召开职工持股会会员代表大会，会议决定将

职工持股会剩余的股份出让给公司经营管理人员。

经过上述职工持股会会员代表大会决议并通过两次内部员工认购、多次员工退股和员工间股权转让，公司改制时，职工持股会所持万事利集团 50%股权，最终由沈爱琴等 32 名主要经营骨干享有（名义股东为 27 名）。

2003 年 10 月，孙红萍（平）、郭连珍、林宝康、董美法、戚生坚（鉴）分别与沈爱琴签署《万事利集团有限公司职工委托投资协议》，约定将其所持有的万事利集团 4 万股、6 万股、4 万股、5 万股和 5 万股委托沈爱琴代为持有，并由沈爱琴行使股东表决权，委托人享有分红权，沈爱琴如需转让万事利集团股权需征得委托人同意。孙红萍（平）、郭连珍、林宝康、董美法、戚生坚（鉴）均为万事利集团的老员工，当时分别任职于汽车运输队、人力资源部、人保部、食堂、医务站，未承担万事利集团的核心管理职责，其委托沈爱琴代为持有万事利集团股权的主要原因是希望获取股权分红收益，并不具有作为股东参与公司治理方面的经验，出于对沈爱琴的信任，同意委托沈爱琴代为持有股权行使相关股东权利。

上述 5 名委托人委托沈爱琴持股的万事利集团股权已于 2007-2008 年期间转让给沈爱琴。2007-2008 年期间，万事利集团曾对相关公司进行过股权结构梳理，对于股权结构中不清晰、不合规的事宜进行规范。出于简化股权结构和清理代持的目的，沈爱琴分别与 5 名委托人自由协商股权转让事宜，董美法、戚生坚（鉴）将其各自持有的 5 万股分别以 15 万元的价格转让予沈爱琴，孙红萍（平）、林宝康、郭连珍将其各自持有的 4 万股、4 万股、6 万股分别以 18 万元、18 万元、27 万元的价格转让予沈爱琴。当时沈爱琴为万事利集团第一大股东，为巩固控制权及家族内部后续的股权，同意受让上述股权，而 5 名委托人考虑转让价格高于投资入股时的价格，有较高的投资受益，也同意将股权进行转让。股权转让后，前述委托代持行为解除。孙红萍（平）、郭连珍、林宝康、董美法、戚生坚（鉴）向沈爱琴转让该等股权系由于其有变现投资收益的需求以及万事利集团股权结构优化的要求，与沈爱琴、万事利集团及发行人就上述事项不存在纠纷或潜在纠纷。

c、职工持股会的解散和清算

2009 年 1 月 22 日，杭州市民政局作出“杭民社罚立字(2008)第 33 号”《行政处罚决定书》，因持股会多年未按规定参加年检，决定对持股会作出撤销登记的行政处罚。根据当时有效的《民法通则》第三十六条的规定，法人是具有民事权利能力和民事行为能力，依法独立享有民事权利和承担民事义务的组织。持股会作为社会团体法人，独立承担民事责任。截至持股会被撤销登记时，持股会已不再持有万事利集团的股权（2003 年 12 月完成工商变更登记）。该行政处罚导致持股会丧失团体法人资格，但未对万事利集团和发行人造成重大不利影响。

持股会于 2003 年 12 月不再作为万事利集团股东后，未设置专职人员负责年检等日常事务。杭州市民政局因未能与持股会取得联系，其作出的行政处罚决定书无法直接送达持股会，该处罚决定系通过在 2009 年 1 月 24 日《杭州日报》刊载公告的形式予以送达。因持股会未设置专职人员导致未能及时关注到这一处罚信息。2016 年，发行人因筹备上市事宜，在梳理控股股东历史沿革过程中，调取了杭州市民政局关于持股会的社会组织档案，才获悉持股会已被撤销登记。考虑到持股会名下仍有剩余财产，万事利集团将持股会被撤销登记和仍有剩余财产的情况告知了仍具有会员资格的持股会会员。

2017 年 5 月 6 日，经职工持股会会员决议，33 名会员（会员为 1998 年 12 月 31 日在册的截至会议召开前仍在万事利集团及其下属企业任职的正式员工）一致同意职工持股会终止和解散，职工持股会经清算后收到转让款及利息合计 12,842,306.17 元，用于成立爱宝基金，扶助困难会员、丰富会员退休生活、补充福利等。

2017 年 6 月 6 日，万事利集团收到《江干区人民政府笕桥街道办事处关于同意万事利集团有限公司职工持股会终止和解散的批复》（笕办（2017）20 号）文件。

d、爱宝基金的运营情况

ⅰ、爱宝基金不属于《基金会管理条例》规定的公益基金

根据《基金会管理条例》第二条规定，本条例所称基金会，是指利用自然人、法人或者其他组织捐赠的财产，以从事公益事业为目的，按照该条例的规定成立的非营利性法人；第十条第一款规定，基金会章程必须明确基金会的公益性质，

不得规定使特定自然人、法人或者其他组织受益的内容。爱宝基金用于困难会员扶助、丰富会员退休生活或补充福利等，受益对象为特定群体，因此，爱宝基金不属于《基金会管理条例》规定的公益基金，无法取得非营利性法人资格，无需经民政部门核准登记。

ii、爱宝基金根据《爱宝基金管理办法》的规定运营

2017 年 5 月 10 日，爱宝基金召开了理事会第一次会议，经 33 名理事（即持股会解散时剩余的 33 名会员）讨论，为提高决策效率，一致同意通过《万事利集团爱宝基金管理办法》（以下简称“《爱宝基金管理办法》”），成立爱宝基金管理委员会（以下简称“管理委员会”）作为爱宝基金的管理机构，选举张祖琴、王文娣、郭连珍为管理委员会委员。《爱宝基金管理办法》对管理机构、资助范围、救助申请程序、财务管理、监督追责等进行了具体规定。

理事会系爱宝基金的最高权力机构和监督机构，由持股会解散时剩余的 33 名会员组成，该等会员均担任理事职务，可以终身担任。经 5 名以上理事一同召集时，应当召开理事会。理事会有权决定选举管理委员会委员、监督管理委员会并在必要时罢免管理委员会委员、修改《爱宝基金管理办法》等事项。该等事项应当经理事会二分之一以上理事表决同意方可通过。

管理委员会系爱宝基金的常设管理机构。管理委员会委员由理事会选举产生，候选人可以是理事，也可以是 3 名以上理事推荐的具有相应管理能力的人员，但从理事中选举产生的委员不得少于 2 名。管理委员会委员每五年一届，可以连选连任。管理委员会人数不足 3 人时，应当及时补选。除前述应当由理事会决定的事项外，爱宝基金的其他事项，应当经管理委员会二分之一以上委员同意决定。

管理委员会下设管理办公室，管理办公室在管理委员会的领导下，负责爱宝基金的日常工作。

爱宝基金的受益对象标准为：1998 年 12 月 31 日在册的截至 2017 年 5 月 6 日会议召开前仍在万事利集团及其下属企业任职的员工（包含退休返聘），或者 1998 年 12 月 31 日在册的曾受让职工持股会所持万事利集团股权的历史股东。资助内容包括年度团拜等慰问活动；因重大疾病住院治疗，确有困难无力支付高额医疗费，急需救助的；遭遇突发事件，造成生活十分困难急需救助的。

爱宝基金的救助程序：年度团拜等慰问活动，由管理委员会讨论决定方案，由管理办公室根据方案实施。其他救助由资助对象提出书面申请和相关证明材料提交管理办公室初审，经管理委员会会议审批，公示满 5 个工作日后实施救助。

爱宝基金的财务管理：爱宝基金应建立财务专项账目，由管理办公室进行管理，款项使用应当符合规定。在保障资金安全的情况下，经管理委员会同意，管理办公室可以采用结构性存款、大额存单、购买银行保本理财等低风险、流动性好的理财产品等方式或管理委员会认可的其他方式促进爱宝基金资产的保值、增值。

爱宝基金的监督追责：因故意或重大过失造成爱宝基金资金损失的人员，应当对爱宝基金承担赔偿责任，管理委员会负责追责，理事会监督管理委员会。

iii、爱宝基金的资助行为

爱宝基金根据《爱宝基金管理办法》规定运营，已开展如下资助：

资助内容	实施情况	使用金额（万元）
2017 年度团拜慰问	慰问品为 1,000 元超市购物卡和两条真丝围巾，已于 2018 年初实施	16.45
2018 年度团拜慰问	慰问品为 1,000 元超市购物卡和两条真丝围巾，已于 2019 年初实施	16.45
2019 年度/2020 年度团拜慰问	慰问品为 2,000 元超市购物卡和一套丝巾保温杯礼盒，已于 2020 年 12 月实施（2019 年度团拜慰问因疫情原因实施时间滞后，与 2020 年度团拜慰问一同发放）	28.03

iv、爱宝基金的资金管理

为满足爱宝基金资金保值和紧急救助需求的目的，经管理委员会同意，爱宝基金每年与万事利集团签订借款合同，将资金出借给万事利集团（2017-2020 年每年度金额分别为 1,250 万元、1,256 万元、1,270 万元、1,303 万元），年利率为银行三年期基准存款利率 2.75%，根据借款合同约定，万事利集团应在收到书面通知之日起 10 个工作日内偿还爱宝基金要求偿还的部分或全部款项。截至本招股说明书签署日，爱宝基金已累计收到万事利集团支付的利息 1,250,333.08 元。

v、爱宝基金与万事利集团、发行人及其董事、监事、高级管理人员不存在利益安排、纠纷或潜在纠纷，因爱宝基金起源于万事利集团职工持股会，与万事利集团、发行人及其董事、监事、高级管理人员存在交叉任职的情况

爱宝基金理事、管理委员会委员与万事利集团、发行人及其董事、监事、高级管理人员不存在利益安排，不存在纠纷或潜在纠纷。

爱宝基金理事（即职工持股会会员）和管理委员会委员均出具说明，“本人将独立判断，认真履行职责，积极维护爱宝基金利益。如因本人的不当行为，对爱宝基金造成损害，本人将承担相应的赔偿责任。本人与爱宝基金不存在利益安排、不存在纠纷或潜在纠纷。”

爱宝基金起源于万事利集团职工持股会，其部分理事为万事利集团或发行人的董事、监事、高级管理人员，管理委员会委员为万事利集团员工，具体任职情况如下：

序号	姓名	爱宝基金任职	发行人/万事利集团任职
1	沈柏军	理事	万事利集团监事
2	张祖琴	理事、管理委员会委员	万事利集团监事
3	屠红燕	理事	万事利集团董事长兼总经理、万事利丝绸董事
4	马廷方	理事	万事利丝绸董事兼副总经理
5	孙有毅	理事	万事利集团董事
6	王云飞	理事	万事利集团副董事长
7	王文娣	理事、管理委员会委员	万事利集团资金部副总经理
8	郭连珍	理事、管理委员会委员	曾任万事利集团人力资源部副总经理，现已退休

④2003 年 12 月，万事利集团深化改制，股东变更为 27 名自然人

2003 年 11 月 1 日，万事利集团职工持股会召开全体会员大会，会议表决通过了《关于对个人持股比例送股的议案》，议案内容主要为万事利集团注册资本由 8,880 万元变更为 9,000 万元，按照职工持股会持有万事利集团 50%股份计算，职工持股会共持有万事利集团 4,500 万元。因此，职工持股会理事会决定按照 1：3.5 的比例送股。

2003 年 11 月 3 日，职工持股会会员代表大会召开，同意职工持股会股份出让的决议。2003 年 11 月 8 日，经万事利集团股东会决议，同意职工持股会将万事利集团 50%的股权转让给沈爱琴、孙有毅、沈柏军等 27 名自然人。2003 年 11 月 8 日，万事利集团职工持股会分别与 27 名自然人签署《股权转让协议》。

2003 年 12 月 19 日，万事利集团委托杭州信联资产评估有限公司就万事利

集团截至 2003 年 6 月 30 日的全部资产及全部负债出具“杭信评报字(2003)第 038 号”《资产评估报告书》。经评估，截至评估基准日，万事利集团的净资产为 122,479,379.36 元。

2003 年 12 月 31 日，览桥镇人民政府出具《关于同意万事利集团有限公司要求进一步深化改制的批复》（览政[2003]177 号），同意万事利集团注册资金为 9,000 万元，全部由沈爱琴等 27 名个人股东组成。

2003 年 12 月 31 日，江干区经济体制改革办公室出具《关于同意万事利集团深化改制意见的批复》（江体改办[2003]15 号），同意万事利集团的注册资本调整为 9,000 万元，股东由沈爱琴等 27 名自然人组成，具体批复如下：

A、根据杭州信联资产评估有限公司的依法评估（评估基准日为 2003 年 6 月 30 日），万事利集团的净资产为 122,479,379.36 元；

B、提取退休职工工资、医药费等职工福利费 17,725,888.90 元后，同意万事利集团将注册资本调整为 9,000 万元，股东由沈爱琴等 27 个自然人组成；

C、剩余资产 14,753,490.46 元作为万事利集团公积金管理。

2003 年 12 月 19 日，万事利集团就上述事项完成工商变更登记，取得杭州市工商行政管理局江干分局换发的《企业法人营业执照》。本次变更后万事利集团的股权结构如下：

单位：万元

序号	股东名称	出资金额	出资比例
1	沈爱琴[注]	5,213.25	57.93%
2	孙有毅	576.00	6.40%
3	沈柏军	427.50	4.75%
4	赵荣林	405.00	4.50%
5	屠红燕	261.00	2.90%
6	项柏青	225.00	2.50%
7	王云飞	207.00	2.30%
8	周一鸣	171.00	1.90%
9	莫云仙	157.50	1.75%
10	周月芳	157.50	1.75%

单位：万元

序号	股东名称	出资金额	出资比例
11	李建华	135.00	1.50%
12	李保荣	135.00	1.50%
13	蒋玉林	128.25	1.43%
14	高水兴	126.00	1.40%
15	王平海	90.00	1.00%
16	屠红霞	90.00	1.00%
17	张祖琴	45.00	0.50%
18	徐素春	45.00	0.50%
19	俞立军	45.00	0.50%
20	屠志耀	45.00	0.50%
21	沈会林	45.00	0.50%
22	王国明	45.00	0.50%
23	孙有为	45.00	0.50%
24	林相平	45.00	0.50%
25	刘朝晖	45.00	0.50%
26	张建平	45.00	0.50%
27	许春波	45.00	0.50%
合计		**9,000.00**	**100.00%**

注：此处列示沈爱琴的持股数量及比例为工商登记的情况，包含沈爱琴为孙红萍、郭连珍、林宝康、董美法和戚生坚代持的股份数量。

本次改制完成后，万事利集团集体资产已全部退出。万事利集团由乡镇集体企业改制为自然人持股的有限责任公司，后续经过多次股权转让和增资后，股东变更为屠红燕、屠红霞、李建华、王云飞、沈柏军、孙有毅和项柏青等 7 名自然人。

⑤杭州笕桥绸厂和浙江万事利轻纺工贸集团公司设立时均为乡镇集体企业，存在集体所有资产投入，杭州笕桥绸厂在万事利集团公司改制中作为下属企业纳入资产评估范围

浙江万事利轻纺工贸集团公司系杭州笕桥绸厂、杭州笕桥印染厂、杭州笕桥染丝厂、杭州笕桥丝绸印染总公司、杭州时新服装厂和杭州喷织厂 6 家核心层企业（以下简称“核心层企业”）以全额资产投入组成。核心层企业实质为浙江万

事利轻纺工贸集团公司的下属企业。核心层企业组建浙江万事利轻纺工贸集团公司时均为集体所有制企业。因此，杭州笕桥绸厂和浙江万事利轻纺工贸集团公司设立时均为乡镇集体企业，存在集体所有资产投入。

1998 年 12 月，万事利集团公司改制前履行资产评估程序，杭州笕桥绸厂当时作为其下属的全资企业纳入评估范围，属于万事利集团公司资产的一部分。

⑥万事利集团历史沿革相关情况已取得浙江省人民政府的确认

2020 年 8 月 25 日，杭州市人民政府向浙江省人民政府出具了《杭州市人民政府关于确认万事利集团历史沿革中相关情况的请示》，认为“万事利集团有限公司历史产权界定合法合规、真实有效；沈爱琴从笕桥镇集体资产经营管理公司受让 1,000 万元股份的行为及转制程序符合当时法律法规规定，相应的股权转让款均已支付完毕，不存在集体资产流失情形；改制过程中债权债务处理和职工安置情况符合当时法律法规和政策规定，不存在纠纷；持股会出让股权的行为合法、有效，设立和解散均符合法律法规的规定”。

2020 年 9 月 17 日，浙江省人民政府办公厅出具《浙江省人民政府办公厅关于杭州万事利丝绸文化股份有限公司历史沿革中有关事项确认的函》，同意杭州市政府的确认意见。

2、实际控制人

公司实际控制人系屠红燕、屠红霞、李建华、王云飞、沈柏军五人。其中屠红燕与屠红霞系姐妹关系，屠红燕与李建华系夫妻关系，屠红霞与王云飞系夫妻关系，沈柏军与屠红燕、屠红霞之母沈爱琴为姐弟关系。

五名实际控制人通过万事利集团间接控制发行人 54.58%的股份，李建华通过丝奥投资控制发行人 11.89%的股份，李建华与屠红燕通过丝弦投资控制发行人 7.93%的股份，屠红燕与屠红霞通过丝昱投资控制发行人 7.93%的股份。实际控制人合计控制发行人 82.33%的股份。

屠红燕、李建华的基本情况参见本节之“九、（一）董事、监事、高级管理人员及核心技术人员的基本情况”。

屠红霞 女士：1969 年出生，中国国籍，身份证号：33010419691211****，

无境外居留权，硕士研究生学历，高级经济师，1999 年-2002 年任杭州笕桥农村信用社职员，2002 年-2008 年任文化商城副董事长、董事，2008 年至今任文化商城董事、总经理，2012 年至今任万事利集团董事；兼任广赛电力副董事长兼总经理、时代电子市场副董事长兼总经理、万事利医院投资监事等职。

王云飞 先生：1965 年出生，中国国籍，身份证号：33010419651017****，无境外居留权，硕士研究生学历，1995 年-2005 年任杭州万事利养殖公司董事长，2005 年至今历任万事利集团董事、副董事长，2004 年-2015 年任万事利生物董事，2015 年至今任万事利生物董事长，2004 年-2014 年任杭州海皇董事长；兼任德清置业执行董事兼总经理、云启科创执行董事兼总经理、浙江国投医药零售有限公司董事长、大进科技（杭州）有限公司董事、杭州海皇监事会主席、湖州海皇监事、浙江唯创置业有限公司监事等职。

沈柏军 先生：1958 年出生，中国国籍，身份证号：33010419580101****，无境外居留权，硕士研究生学历，高级经济师，1979 年-1984 年任杭州笕桥绸厂员工，1984 年-1990 年任杭州笕桥染丝厂车间主任，1990-1994 年任杭州喷织厂厂长，1994 年-2000 年任杭州凯达丝绸印染有限公司总经理，2000 年-2002 年任普华广告总经理，2002 年-2005 年任万事利针织总经理，2005 年至今任万事利集团监事；兼任万事利针织董事长、伟利达制衣董事、印燃贸易监事、嘉兴万事利监事、万事利文创监事、德清置业监事、广赛电力监事、文化商城监事、时代电子市场监事、红芯电子监事、丝绸汇餐饮监事、花港餐饮监事、杭州新丝路监事、协东投资监事、欢越贸易监事、万事利房地产监事、万事利进出口监事、华榕投资监事、杭州友全置业有限公司监事等职。

为了保证公司控制权的持续稳定，2019 年 5 月 5 日，屠红燕、屠红霞、李建华、王云飞和沈柏军共同签署了《一致行动协议》，主要内容如下：

（1）各方同意，发行人股票上市后至少 36 个月内，在其直接/间接持有万事利丝绸股份期间，其作为一致行动人，在行使万事利集团、丝奥投资、丝昱投资、丝弦投资（该等企业以下合称“一致行动企业”）的股东（或合伙人）、董事（或执行事务合伙人）权利时，作为一致行动人，通过行使表决权等方式，促使并促成：①一致行动企业对万事利丝绸股东大会表决事项持一致表决意见；②一致行动企业提名/委派的董事，对万事利丝绸董事会表决事项持一致表决意见。

（2）各方应在万事利丝绸股东大会召开前，就股东大会拟审议事项进行协商、沟通，并按照如下方式确定相应事项表决时应采取一致意见：①若各方能就拟审议事项形成一致意见，则该等事项进行表决时，一致行动企业均须按照已形成的一致意见执行；②若各方未在会前就有关事项进行协商，或虽经协商但不能对拟审议事项达成一致意见的，则以屠红燕书面告知其他各方的意见为最终意见。在该等事项进行表决时，各方应当促使并促成一致行动企业均按照该等最终意见执行。

（3）各方应在万事利丝绸董事会召开前，就董事会拟审议事项进行协商、沟通；并按照如下方式确定在董事会就相应事项表决时拟采取的一致意见：①若各方能就董事会拟审议事项达成一致意见，则在董事会就该等事项进行表决时，各方均须按照已形成的一致意见执行；②若各方未在会前就有关事项进行协商，或虽经协商但各方不能对董事会拟审议事项达成一致意见的，则以屠红燕的意见为最终意见。在该等事项进行表决时，各方均须按照该等最终意见执行；③各方应促使并促成一致行动企业提名/委派或具有其他影响力的董事，按照上述规则执行。

（4）各方同意，自万事利丝绸首次公开发行的人民币普通股（A 股）在证券交易所上市交易之日起 36 个月内，促使并促成一致行动企业不转让或者委托他人管理其所持有的万事利丝绸股份。

实际控制人在万事利集团体系内各司其职，在持股层面、董事会及经营管理层面对发行人形成共同控制。实际控制人及其控制的企业在发行人历次董事会和股东大会保持一致行动，并签署《一致行动协议》加强对公司的共同控制，公司控制权结构稳定。发行人治理结构健全、运行良好，实际控制人严格遵守《公司章程》、公司制度规定和《一致行动协议》安排，依法依规参与公司重大事项的审议决策和经营管理活动，未对公司治理有效性产生不利影响。

（二）持有发行人 5%以上股份的主要股东的基本情况

除了控股股东万事利集团外，公司持有发行人 5%以上股份的主要股东包括丝奥投资、浙商投资、丝昱投资、丝弦投资。

1、丝奥投资

（1）基本情况

公司名称	杭州丝奥投资有限公司
统一社会信用代码	91330104785325605Y
注册地址	杭州市天城路 68 号（万事利科技大厦）2 幢 5 楼 507 室
主要生产经营地	浙江省杭州市
法定代表人	杨文君
注册资本	56.50 万元
实收资本	56.50 万元
公司类型	有限责任公司（自然人投资或控股）
成立时间	2006 年 3 月 10 日
经营范围	服务：投资管理（未经金融等监管部门批准,不得从事向公众融资存款、融资担保、代客理财等金融服务），投资咨询（除证券、期货），物业管理（凭资质经营）；批发、零售：五金交电,机电设备（除专控）及配件，家具，建筑材料，家用电器；其他无需报经审批的一切合法项目
主要业务	实业投资
与发行人主营业务的关系	丝奥投资主营实业投资，除持有发行人 11.89%股权外，无其他对外投资，与发行人不存在同业竞争

丝奥投资系李建华和万事利礼品业务骨干于 2006 年 3 月成立的有限责任公司。万事利礼品成立于 2006 年 1 月，主营丝绸产品的销售，为推动新业务的发展和增强员工的积极性，丝奥投资成立后通过股权转让的方式取得了万事利礼品 22.50%股权。2008 年 8 月，发行人作为丝绸文化业务的主体开始运营，收购了万事利进出口和丝奥投资所持有的万事利礼品 75%股权，万事利礼品成为发行人的子公司。同年 12 月，万事利集团将其持有的发行人 15%股权转让给丝奥投资，丝奥投资成为发行人的股东。

丝奥投资为发行人的员工持股平台，成立时间较早，并非为本次发行上市之目的设立，未对员工持股平台内部的流转、退出机制以及股权管理机制作出具体安排。

截至本招股说明书签署日，丝奥投资股权结构和股东任职情况如下：

单位：万元

序号	股东名称	出资金额	出资比例	在发行人处的任职
1	李建华	39.049	69.11%	董事长、总经理

单位：万元

序号	股东名称	出资金额	出资比例	在发行人处的任职
2	滕俊楷	11.236	19.89%	副总经理
3	杨文君	4.706	8.33%	总经理助理
4	张春燕	1.509	2.67%	拓展事业部总经理
合 计		**56.500**	**100.00%**	

（2）主要财务数据

丝奥投资系实际控制人控制的企业，最近一年及一期的主要财务数据如下：

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
总资产	647.52	407.61
净资产	354.60	114.69
净利润	239.91	-0.09

注：上述财务数据未经审计。

2、浙商投资

企业名称	浙江浙商产业投资基金合伙企业（有限合伙）
统一社会信用代码	91330000559679480L
主要经营场所	浙江省杭州市上城区南山路 178 弄-1-101 室
执行事务合伙人	中银投资浙商产业基金管理（浙江）有限公司（委派代表：钱晓枫）
认缴出资额	296,781.7411 万元
实缴出资额	**245,123.2552** 万元
企业类型	有限合伙企业
成立时间	2010 年 7 月 27 日
经营范围	实业投资、投资咨询
主要业务	实业投资
与发行人主营业务的关系	浙商投资主营实业投资，与发行人不存在同业竞争

浙商投资的执行事务合伙人为中银基金，中银基金的股东为城基投资有限公司和浙江富浙资本管理有限公司，其中城基投资有限公司持有中银基金 65%股权，受中国银行（601988.SH）实际控制；浙江富浙资本管理有限公司持有中银基金 35%股权，其实际控制人为浙江省人民政府国有资产监督管理委员会。

浙商投资已于 2014 年 4 月 23 日取得基金编号为 SD2411 的私募基金备案证明，其基金管理人中银基金已于 2014 年 4 月 23 日取得登记编号为 P1001255 的基金管理人登记证明。截至本招股说明书签署日，浙商投资的出资结构如下：

单位：万元

序号	合伙人名称	合伙人类型	认缴出资额	出资比例
1	中银投资浙商产业基金管理(浙江)有限公司	普通合伙人	5,000.0000	1.6847%
2	浙江富浙资本管理有限公司	有限合伙人	100,000.0000	33.6948%
3	浙江钫德投资管理有限公司	有限合伙人	60,000.0000	20.2169%
4	浙江创基商务咨询管理有限公司	有限合伙人	40,000.0000	13.4779%
5	杭州农副物流管理有限公司	有限合伙人	30,000.0000	10.1084%
6	杭州市产业发展投资有限公司	有限合伙人	20,000.0000	6.7390%
7	舟基（集团）有限公司	有限合伙人	10,000.0000	3.3695%
8	浙江荣盛控股集团有限公司	有限合伙人	6,314.2532	2.1276%
9	杭州翔盛纺织有限公司	有限合伙人	6,314.2532	2.1276%
10	浙江恒逸集团有限公司	有限合伙人	4,209.5021	1.4184%
11	新光控股集团有限公司	有限合伙人	4,209.5021	1.4184%
12	浙江义乌尊旺工贸有限公司	有限合伙人	3,367.6017	1.1347%
13	三元控股集团有限公司	有限合伙人	2,104.7511	0.7092%
14	开元旅业集团有限公司	有限合伙人	2,104.7511	0.7092%
15	海亮集团有限公司	有限合伙人	2,104.7511	0.7092%
16	宁波银屹资产管理有限公司	有限合伙人	1,052.3755	0.3546%
合 计			**296,781.7411**	**100.0000%**

3、丝昱投资

（1）基本情况

企业名称	舟山丝昱投资合伙企业（有限合伙）
统一社会信用代码	91330901MA28K6556P
主要经营场所	浙江省舟山市浙江省舟山港综合保税区企业服务中心 301-1588 室（自贸试验区内）
执行事务合伙人	屠红燕
认缴出资额	7,822.50 万元
实缴出资额	7,822.50 万元

企业类型	有限合伙企业
成立时间	2016 年 10 月 31 日
经营范围	股权投资、项目投资、实业投资；投资管理（未经金融等监管部门批准不得从事吸收存款、融资担保、代客理财、向社会公众集（融）资等金融业务）。
主要业务	股权投资
与发行人主营业务的关系	丝昱投资主营实业投资，除了持有发行人 7.93%股权外，无其他对外投资，与发行人不存在同业竞争

截至本招股说明书签署日，丝昱投资的出资结构如下：

单位：万元

序号	合伙人名称	合伙人类型	认缴出资额	出资比例
1	屠红燕	普通合伙人	2,737.8750	35.00%
2	屠红霞	有限合伙人	5,084.6250	65.00%
合 计			**7,822.5000**	**100.00%**

（2）主要财务数据

丝昱投资系实际控制人控制的企业，最近一年及一期的主要财务数据如下：

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
总资产	7,982.18	7,822.16
净资产	7,982.18	7,822.16
净利润	160.02	-0.02

注：上述财务数据未经审计。

4、丝弦投资

（1）基本情况

企业名称	舟山丝弦投资合伙企业（有限合伙）
统一社会信用代码	91330901MA28K6548W
主要经营场所	浙江省舟山港综合保税区企业服务中心 301-1587 室（自贸试验区内）
执行事务合伙人	屠红燕
认缴出资额	7,822.50 万元
实缴出资额	7,822.50 万元
企业类型	有限合伙企业
成立时间	2016 年 10 月 31 日

经营范围	股权投资、项目投资、实业投资；投资管理（未经金融等监管部门批准不得从事吸收存款、融资担保、代客理财、向社会公众集（融）资等金融业务）
主要业务	股权投资
与发行人主营业务的关系	丝弦投资主营实业投资，除了持有发行人 7.93%股权外，无其他对外投资，与发行人业务不存在同业竞争

截至本招股说明书签署日，丝弦投资的出资结构如下：

单位：万元

序号	合伙人名称	合伙人类型	认缴出资额	出资比例
1	屠红燕	普通合伙人	2,444.5316	31.25%
2	李建华	有限合伙人	5,377.9684	68.75%
合 计			**7,822.5000**	**100.00%**

（2）主要财务数据

丝弦投资系实际控制人控制的企业，最近一年及一期的主要财务数据如下：

单位：万元

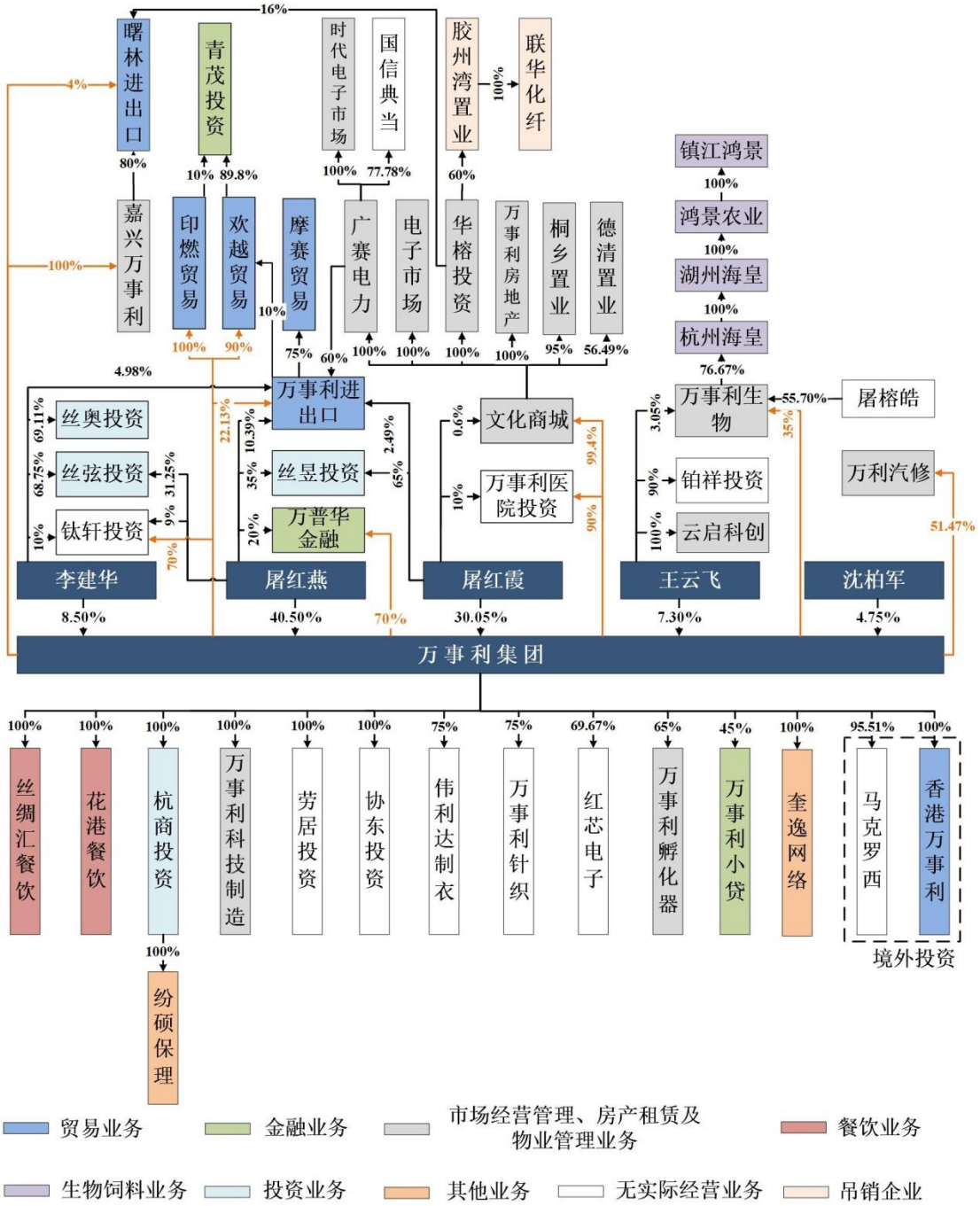
项 目	2020 年 6 月 30 日/2020 年 1-6 月	2019 年 12 月 31 日/2019 年度
总资产	7,982.25	7,822.23
净资产	7,982.25	7,822.23
净利润	160.02	-0.02

注：上述财务数据未经审计。

（三）控股股东、实际控制人控制的其他企业

1、控股股东、实际控制人控制的其他企业的股权结构图

截至本招股说明书签署日，除本公司及下属公司外，实际控制人、控股股东直接或间接控制的企业的股权结构图如下：


曙林进出口
青茂投资
时代电子市场
国信典当
胶州湾置业
联华化纤
嘉兴万事利
印燃贸易
欢越贸易
摩赛贸易
广赛电力
电子市场
华榕投资
万事利房地产
桐乡置业
德清置业
镇江鸿景
鸿景农业
湖州海皇
杭州海皇
万事利进出口
万事利生物
屠榕皓
丝奥投资
丝弦投资
钛轩投资
丝昱投资
万普华金融
文化商城
万事利医院投资
铂祥投资
云启科创
万利汽修
李建华
屠红燕
屠红霞
王云飞
沈柏军
万事利集团
丝绸汇餐饮
花港餐饮
杭商投资
万事利科技制造
劳居投资
协东投资
伟利达制衣
万事利针织
红芯电子
万事利孵化器
万事利小贷
奎逸网络
马克罗西
香港万事利
境外投资
纷硕保理
贸易业务
金融业务
市场经营管理、房产租赁及物业管理业务
餐饮业务
生物饲料业务
投资业务
其他业务
无实际经营业务
吊销企业

2、控股股东、实际控制人控制的其他企业基本情况

截至本招股说明书签署日，控股股东、实际控制人直接或者间接控制企业共**41** 家，其中丝奥投资、丝弦投资、丝昱投资的基本情况参见本节之“七、（二）持有发行人5%以上股份的主要股东的基本情况”，其他企业的基本情况如下：

（1）境内企业

序号	公司名称	成立时间	注册资本（万元）	注册地及主要生产经营地	主营业务	持股情况
1	印燃贸易	2000-11-23	200.00	杭州市江干区天城路68万事利科技大厦2幢5楼509室	贸易业务	万事利集团持股100%
2	欢越贸易	2002-1-25	415.00	杭州市江干区天城路68号（万事利科技大厦）2幢5楼510室	贸易业务	万事利集团持股90%，万事利进出口持股10%
3	万事利进出口	1999-10-26	25,000.00	杭州市江干区天城路68号（万事利科技大厦）2幢13楼1315室	贸易业务	广赛电力持股60.00%，万事利集团持股22.13%，屠红燕持股10.39%，李建华持股4.98%，屠红霞持股2.49%
4	摩赛贸易	2004-9-14	50万美元	浙江省杭州市天城路68号万事利科技大厦2幢5楼505室	贸易业务	万事利进出口持股75%
5	曙林进出口	2011-11-11	5,000.00	上海市黄浦区陆家浜路1378号2307室	贸易业务	嘉兴万事利持股80%，华榕投资持股16%，万事利集团持股4%
6	万事利小贷[注1]	2012-3-9	20,000.00	杭州市江干区天城路68号（万事利科技大厦）2幢17楼1703室-1706室	小额贷款业务	万事利集团持股45%
7	青茂投资	2018-1-19	5,000.00	浙江省杭州市江干区天城路68号（万事利科技大厦）2幢12楼1205室	投资业务	欢越贸易持股89.80%，印燃贸易持股10.00%
8	万事利科技制造	2017-3-20	9,600.00	杭州市江干区九环路63号1幢1楼1278室	自有房屋租赁、贸易业务、物业管理服务	万事利集团持股100%
9	万利汽修	1999-10-25	68.00	杭州市江干区笕丁路128号	房产出租与汽车修理修配业务	万事利集团持股51.47%
10	万事利孵化器	2015-11-4	500.00	杭州市江干区天城路68号（万事利科技大厦）2幢19楼1901室	物业管理业务	万事利集团持股65%

序号	公司名称	成立时间	注册资本（万元）	注册地及主要生产经营地	主营业务	持股情况
11	文化商城	2001-11-29	2,500.00	杭州市拱墅区登云路639号	市场经营管理；房产出租与物业管理业务	万事利集团持股99.40%，屠红霞持股0.60%
12	华榕投资	2004-5-9	1,000.00	杭州市江干区笕桥镇横塘村二组22号主楼	房产出租业务	文化商城持股100%
13	万事利房地产	1997-8-12	2,000.00	杭州市江干区天城路68号（万事利科技大厦）2幢19楼1902室	仓储租赁业务	文化商城持股100%
14	桐乡置业	2002-8-15	1,200.00	浙江省嘉兴市桐乡市梧桐街道世纪大道东侧茅盾东路延伸段南侧	市场经营管理；房产出租与物业管理业务	文化商城持股95%
15	广赛电力	1997-1-28	16,000.00	杭州市拱墅区登云路428号	自有房屋租赁	文化商城持股100%
16	时代电子市场	2004-6-9	5,000.00	浙江省杭州市余杭区良渚街道博园路1号2幢二层2006室	停车服务、市场经营管理；房产出租业务	广赛电力持股100%
17	德清置业	2003-8-7	3,800.00	浙江省湖州市德清县武康街道南方家园33幢301室	开发经营南方家园商城、房产出租与物业管理业务	文化商城持股56.49%
18	嘉兴万事利	2003-1-28	9,474.75	浙江省嘉兴市秀洲区禾平路	房产出租与贸易业务、物业管理服务	万事利集团持股100%
19	万事利生物	2000-6-19	2,080.00	浙江省杭州市余杭区杭州市余杭区杭州余杭经济技术开发区望梅路619号	生物技术研发，化工产品及原料销售，自有房屋租赁，物业管理服务	屠红霞与王云飞之子屠榕皓持股55.70%，万事利集团持股35.00%，王云飞持股3.05%
20	云启科创	2019-12-4	500.00	浙江省杭州市余杭区余杭经济技术开发区望梅路619号20幢301室	房屋租赁	王云飞持股100%
21	丝绸汇餐饮	2017-2-27	200.00	杭州市天城路68号万事利科技大厦2幢2楼	餐饮服务、会务服务	万事利集团持股100%
22	花港餐饮	2010-9-2	200.00	杭州市花港观鱼公园魏庐	餐饮业务、会务服务	万事利集团持股100%
23	杭州海皇	2002-12-25	3,000.00	杭州余杭区余杭经济技术开发区望梅路619号	生物饲料生产与销售	万事利生物持股76.67%
24	湖州海皇	2014-5-28	**14,858.25**	浙江省湖州市长兴县吕山乡工业集中区	生物饲料生产与销售	杭州海皇持股100%
25	鸿景农业	2015-1-16	500.00	杭州市江干区天城路68号（万事利科技大厦）1幢4楼406室	生物饲料生产与销售	**湖州海皇持股100%**

序号	公司名称	成立时间	注册资本（万元）	注册地及主要生产经营地	主营业务	持股情况
26	镇江鸿景	2019-10-16	10.00	镇江市丹徒区谷阳镇湖马村	生物饲料生产与销售	鸿景农业持股 100%
27	杭商投资	2009-11-4	9,000.00	杭州市江干区天城路 68 号（万事利科技大厦）2 幢 13 楼 1313 室	投资业务	万事利集团持股 100%
28	奎逸网络	2010-9-7	50.00	浙江省杭州市江干区天城路 68 号（万事利科技大厦）2 幢 17 楼 1712 室	电商业务	万事利集团持股 100%
29	纷硕保理	2015-2-12	5,000.00	中国（上海）自由贸易试验区德堡路 38 号 2 幢 1 层 103-46 室	商业保理及相关咨询业务	杭商投资持股 100%
30	劳居投资	2014-5-28	10.00	杭州市江干区天城路 68 号（万事利科技大厦）2 幢 9 楼 904 室	已无实际经营	万事利集团持股 100%
31	协东投资	2016-11-16	7,420.00	杭州市江干区天城路 68 号（万事利科技大厦）2 幢 6 楼 608 室	已无实际经营	万事利集团持股 100%
32	伟利达制衣	2000-4-26	30 万美元	杭州市机场路 309 号	已无实际经营	万事利集团持股 75%
33	万事利针织[注 2]	1995-5-12	175 万美元	杭州市机场路 309 号	已无实际经营	万事利集团持股 75%
34	红芯电子	2007-8-6	4,306.00	浙江省杭州市江干区天城路 68 号（万事利科技大厦）2 幢 17 楼 1717 室	已无实际经营	万事利集团持股 69.67%
35	钛轩投资	2015-8-24	2,000.00	杭州市江干区天城路 68 号（万事利科技大厦）1 幢 6 楼 601 室	已无实际经营	万事利集团持股 70%，李建华持股 10%，屠红燕持股 9%
36	万事利医院投资	2008-7-7	2,000.00	杭州市天城路 68 号（万事利科技大厦）2 幢 17 楼 1709 室	已无实际经营	万事利集团持股 90%，屠红霞持股 10%
37	国信典当	1999-6-18	2,700.00	杭州市庆春路 143 号	已无实际经营	广赛电力持股 77.78%
38	铂祥投资	2008-12-8	200.00	浙江省杭州市江干区笕桥街道兴业街 239 号	已无实际经营	王云飞持股 90%
39	万普华互金	2015-11-17	1,000.00	杭州市江干区天城路 68 号（万事利科技大厦）2 幢 6 楼 602 室	已无实际经营	万事利集团持股 70%，屠红燕持股 20%，孙立新持股 10%
40	胶州湾置业[注 3]	2003-1-28	2,080.00	青岛胶州市兰州西路 1186 号	已无实际经营	华榕投资持股 60%
41	联华化纤[注 3]	2002-1-9	10,000.00	上海市嘉定区宜公路 4290 号	已无实际经营	胶州湾置业持股 100%

注 1：根据万事利小贷的股权结构和董事会席位情况，万事利集团对万事利小贷构成控制。

注 2：2019 年 7 月 31 日，万事利针织已成立清算组进行清算。

注 3：胶州湾置业、联华化纤已被吊销营业执照。

（2）境外企业

①马克罗西

马克罗西成立于 1993 年 5 月 19 日，注册资本 2,000,736 欧元，注册地和主要生产经营地位于法国里昂，万事利集团持有其 95.24%股权。马克罗西原主要从事丝巾等丝绸产品的生产和销售，为彻底消除同业竞争，自 2018 年 5 月起，马克罗西已停止生产经营活动。

②香港万事利

香港万事利成立于 2015 年 3 月 19 日，注册资本 1 万美元，注册地和主要生产经营地位于中国香港，万事利集团持有其 100%股权。香港万事利主要从事贸易业务。

（四）控股股东、实际控制人直接或间接持有发行人的股份存在质押或其他争议情况

截至本招股说明书签署日，控股股东和实际控制人直接或间接持有发行人的股份不存在质押或其他争议。

八、发行人的股本情况

（一）本次发行前后股本结构变动情况

本次公开发行股份数量不超过 33,634,320 股，占发行后总股本的比例不低于 25.00%。本次发行全部为新股发行，公司股东不公开发售股份。

假设公司本次发行新股 33,634,320 股，则本次发行前后公司股本结构变化情况如下：

单位：万股

股东名称	股份性质	本次发行前		本次发行后	
万事利集团	社会法人股	5,507.4009	54.58%	5,507.4009	40.94%
丝奥投资	社会法人股	1,200.0000	11.89%	1,200.0000	8.92%
浙商投资	其他股	1,009.2919	10.00%	1,009.2919	7.50%
丝昱投资	其他股	800.0000	7.93%	800.0000	5.95%
丝弦投资	其他股	800.0000	7.93%	800.0000	5.95%
万向三农	社会法人股	307.4009	3.05%	307.4009	2.28%

单位：万股

股东名称	股份性质	本次发行前		本次发行后	
盈思投资	其他股	204.9340	2.03%	204.9340	1.52%
陈曙华	自然人股	122.9504	1.22%	122.9504	0.91%
卓元晋嘉	其他股	71.7220	0.71%	71.7220	0.53%
华媒投资	国有法人股	51.2284	0.51%	51.2284	0.38%
乐世利投资	其他股	15.3675	0.15%	15.3675	0.11%
社会公众股		-	-	3,363.4320	25.00%
合计		**10,090.2960**	**100.00%**	**13,453.7280**	**100.00%**

公司股东中浙商投资和卓元晋嘉已经按照《私募投资基金监督管理暂行办法》的规定于在中国证券投资基金业协会完成备案，其余股东不属于《私募投资基金监督管理暂行办法》界定的私募投资基金，不需要履行上述备案程序。浙商投资的基本情况和私募基金备案情况参见本节之“七、（二）2、浙商投资”。

卓元晋嘉的基本情况和私募基金备案情况如下：

企业名称	深圳卓元晋嘉投资中心（有限合伙）
统一社会信用代码	91440300595697416T
主要经营场所	深圳市南山区蛇口街道望海路 1166 号招商局广场 1 号楼 7G
执行事务合伙人	深圳市卓元道成创业投资中心（有限合伙）（委派代表：覃亚妮）
企业类型	有限合伙
成立时间	2012 年 4 月 24 日
主要业务	股权投资

卓元晋嘉已于 2017 年 1 月 13 日取得基金编号为 SR1880 的私募基金备案证明，其基金管理人深圳市卓元道成投资管理有限公司已于 2015 年 3 月 19 日取得登记编号为 P1009447 的基金管理人登记证明。

（二）发行人前十名股东情况

单位：万股

序号	股东名称	持股数量	持股比例	股份性质
1	万事利集团	5,507.4009	54.58%	社会法人股
2	丝奥投资	1,200.0000	11.89%	社会法人股
3	浙商投资	1,009.2919	10.00%	其他股

单位：万股

序号	股东名称	持股数量	持股比例	股份性质
4	丝昱投资	800.0000	7.93%	其他股
5	丝弦投资	800.0000	7.93%	其他股
6	万向三农	307.4009	3.05%	社会法人股
7	盈思投资	204.9340	2.03%	其他股
8	陈曙华	122.9504	1.22%	自然人股
9	卓元晋嘉	71.7220	0.71%	其他股
10	华媒投资（SS）	51.2284	0.51%	国有法人股
合 计		**10,074.9285**	**99.85%**	-

（三）发行人前十名自然人股东及其在公司担任的职务

截至本招股说明书签署日，发行人仅有 1 名自然人股东陈曙华，持股比例为 1.22%，其未在发行人处担任职务。

（四）国有股份和外资股份情况

截至本招股说明书签署日，发行人现有股东中 1 名法人股东（华媒投资）的第一大股东为国有控股上市公司，2 名有限合伙企业股东（浙商投资、乐世利投资）存在包含国有成分的合伙人。

根据国有资产监督管理委员会、财政部、中国证监会联合发文的《上市公司国有股权监督管理办法》（以下简称“36 号令”）的规定，国有出资的有限合伙企业不作国有股东认定，因此，浙商投资、乐世利投资均不为 36 号令下的需标识“SS”的国有股东。

发行人股东华媒投资系浙江华媒控股股份有限公司的全资子公司，浙江华媒控股股份有限公司为国有企业。根据杭州市文化国有资产管理领导小组办公室于 2020 年 4 月 27 日出具的《关于认定浙江华媒投资有限公司属于国有企业的批复》（杭文资办〔2020〕6 号），浙江华媒投资有限公司所持有的杭州万事利丝绸文化股份有限公司股份 512,284 股，持股比例为 0.5077%，同意界定为国有法人股，由浙江华媒投资有限公司持有并行使股权。

除上述股东外，发行人其他股东不存在需标识“SS”或“CS”的国有股东，发行人亦不存在外资股份。

（五）最近一年新增股东情况

截至本招股说明书签署日，公司最近一年不存在新增股东情况。

（六）本次发行前各股东之间的关联关系及关联股东的持股比例

股东名称	关联关系	持股比例
万事利集团	万事利集团系实际控制人屠红燕、屠红霞、李建华、王云飞、沈柏军控制之企业，屠红燕担任董事长兼总经理，李建华和王云飞担任副董事长，屠红霞担任董事，沈柏军担任监事。	54.58%
丝奥投资	丝奥投资系实际控制人李建华控制之企业。	11.89%
浙商投资	浙商投资与乐世利投资同为一个执行事务合伙人——中银基金，中银基金持有浙商投资 1.68%出资份额。	10.00%
丝昱投资	丝昱投资系实际控制人屠红霞、屠红燕控制之企业，屠红燕担任执行事务合伙人。	7.93%
丝弦投资	丝弦投资系实际控制人李建华、屠红燕控制之企业，屠红燕担任执行事务合伙人。	7.93%
乐世利投资	乐世利投资与浙商投资同为一个执行事务合伙人——中银基金，中银基金持有乐世利投资 0.07%出资份额。	0.15%

除上述关联关系外，公司股东之间不存在其他关联关系。

发行人直接间接股东与发行人及其实际控制人、董事、监事、高级管理人员存在如下亲属关系、关联关系：

序号	直接/间接股东名称	与发行人的关系	与实际控制人、董事、监事、高级管理人员的关系
1	屠红燕	实际控制人、董事	屠红霞之妹、李建华之配偶、沈柏军之姐之女
2	屠红霞	实际控制人	屠红燕之姐、王云飞之配偶、沈柏军之姐之女
3	李建华	实际控制人、董事长、总经理	屠红燕之配偶
4	王云飞	实际控制人	屠红霞之配偶
5	沈柏军	实际控制人	屠红燕和屠红霞之母亲之弟
6	万事利集团	控股股东	实际控制人控制、担任董事、监事、高级管理人员的企业
7	丝奥投资	持股 5%以上的股东	李建华控制的企业
8	丝昱投资	持股 5%以上的股东	屠红燕、屠红霞控制的企业
9	丝弦投资	持股 5%以上的股东	屠红燕、李建华控制的企业
10	浙商投资	持股 5%以上的股东	无
11	乐世利投资	持股 5%以上的股东的一致行动人	无
12	中银基金——浙商投	无	发行人董事钱晓枫系中银基金的

序号	直接/间接股东名称	与发行人的关系	与实际控制人、董事、监事、高级管理人员的关系
	资、乐世利投资的普通合伙人		董事、总经理
13	万向三农	无	发行人董事项永旺为万向三农关联方万向创投的监事，曾任万向创投的董事、副总经理

除上述情形之外，公司直接间接股东与公司实际控制人、董事、监事、高级管理人员、其他股东、本次发行中介机构负责人及其签字人员不存在其他亲属关系、关联关系、委托持股、信托持股或其他利益输送安排。

（七）发行人股东公开发售股份情况

本次发行不涉及股东公开发售股份的情形。

（八）发行人股东对赌条款解除情况

1、发行人股东与发行人及其实际控制人、其他股东之间曾存在对赌协议条款

发行人于 2016 年 11 月通过增资的方式引入 9 名外部投资者，外部投资者包括浙商投资、乐世利投资、盈思投资、张家林、浙江国俊、万向三农、卓元晋嘉、陈曙华、华媒投资，该等外部投资者与发行人、控股股东或实际控制人及相关方就特殊权利的协议签订情况如下：

序号	签署方		签署时间	协议名称	特殊权利
	投资者	发行人、控股股东或实际控制人及相关方			
1	浙商投资、乐世利投资	万事利丝绸、万事利集团、李建华、屠红燕、屠红霞、王云飞、沈柏军、丝奥投资	2016 年 9 月	《增资协议》	一票否决权、优先认购权、反稀释权、跟售权、优先清偿权、优先购买权、业绩承诺与补偿机制、股份锁定及回购安排、关键人士锁定等
2	盈思投资		2016 年 9 月	《增资协议》	
3	张家林		2016 年 9 月	《增资协议》	
4	浙江国俊		2016 年 10 月	《增资协议》	
5	万向三农		2016 年 10 月	《增资协议》	
6	卓元晋嘉		2016 年 10 月	《增资协议》	
7	陈曙华		2016 年 10 月	《增资协议》	
8	华媒投资		2016 年 10 月	《增资协议》	
9	万向三农	万事利丝绸、万事利集团、李建华、屠红燕、屠红霞、王云飞、沈柏军、丝奥投资、丝昱投资、丝弦投资	2016 年 12 月	《增资协议之补充协议》	业绩承诺与补偿机制调整
10	浙商投资、乐世利投资		2016 年 12 月	《增资协议之补充协议二》	业绩承诺与补偿机制调整

序号	签署方		签署时间	协议名称	特殊权利
	投资者	发行人、控股股东或实际控制人及相关方			
11	浙商投资、浙江国俊、万向三农、盈思投资、卓元晋嘉、陈曙华、华媒投资、张家林、乐世利投资	万事利集团、丝奥投资、丝昱投资、丝弦投资	2016 年 12 月	《股东协议》	一票否决权、优先认购权、反稀释权、跟售权、优先清偿权、优先购买权、业绩承诺与补偿机制调整、股份锁定及回购安排、关键人士锁定等
12	浙商投资、乐世利投资	万事利丝绸、万事利集团、李建华、屠红燕、屠红霞、王云飞、沈柏军	2018 年 9 月	《关于〈增资协议〉第 8.2 条的补充约定》	未行使此前约定的股份回购权利不构成对该权利的放弃，日后可以继续主张履行

除上述外部投资者之外，发行人其他股东不存在特殊权利。

2、股东特殊权利条款的清理情况

2018 年 4 月，张家林已将其所持全部发行人股份转让给陈曙华；2018 年 12 月，浙江国俊已将其所持全部发行人股份转让给万事利集团。张家林和浙江国俊不再持有发行人股份。

2020 年 6 月，浙商投资、乐世利投资、万向三农、盈思投资、陈曙华、华媒投资、卓元晋嘉等 7 名外部投资者（已包括截至报告期末持有发行人股份的全部外部投资者）书面确认，《增资协议》、《增资协议之补充协议》、《增资协议之补充协议二》、《股东协议》和《关于〈增资协议〉第 8.2 条的补充约定》中特殊权利条款，以及其他与首次公开发行股票并在创业板上市相关法律法规或审核部门/审核机构的审核要求、反馈意见不符的条款，在公司向浙江证监局提交辅导验收申请之日起终止。

经访谈发行人前述外部股东，其均确认与万事利丝绸、万事利丝绸的控股股东万事利集团、实际控制人屠红燕、屠红霞、李建华、王云飞、沈柏军或其他万事利丝绸的利益相关方之间不存在签署其他协议或作出其他利益安排，与万事利丝绸、万事利集团及实际控制人之间不存在纠纷或潜在纠纷。

截至本招股说明书签署日，发行人股东与发行人、控股股东、实际控制人等相关主体不存在正在执行的对赌协议条款（包括但不限于一票否决权、优先认购

权、反稀释权、跟售权、优先清偿权、优先购买权、业绩承诺与补偿机制、股份锁定及回购安排、关键人士锁定等），不存在因股东特殊权利条款导致发行人控制权变化、严重影响发行人持续经营能力或者严重影响投资者权益的风险，对赌协议的解除不存在纠纷或潜在纠纷。

九、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员的简要情况

（一）董事、监事、高级管理人员及核心技术人员的基本情况

1、公司董事情况

公司董事会由 11 名董事组成，其中独立董事 4 名，设董事长 1 名、副董事长 1 名。董事由公司股东提名并经股东大会选举产生或更换，任期三年，任期届满可以连选连任（独立董事任期遵从相关法律、法规、规章及规范性文件的有关规定）。

公司董事提名及选聘情况如下：

序号	姓名	国籍	在公司任职	任职期间	提名人
1	李建华	中国	董事长兼总经理	2020.3-2023.3	第一届董事会
2	钱晓枫	中国	副董事长	2020.3-2023.3	浙商投资
3	屠红燕	中国	董事	2020.3-2023.3	万事利集团
4	项永旺	中国	董事	2020.3-2023.3	万向三农
5	孙立新	中国	董事	2020.3-2023.3	第一届董事会
6	余志伟	中国	董事、副总经理	2020.3-2023.3	第一届董事会
7	马廷方	中国	董事、副总经理	2020.3-2023.3	第一届董事会
8	洪瑛	中国	独立董事	2020.3-2023.3	第一届董事会
9	邢以群	中国	独立董事	2020.3-2023.3	万事利集团
10	李有星	中国	独立董事	2020.3-2023.3	第一届董事会
11	朱良均	中国	独立董事	2020.3-2023.3	第一届董事会

李建华 先生：1962 年出生，中国国籍，无境外居留权，硕士研究生学历，曾获得“全国茧丝绸行业终身成就奖”。1992 年-1999 年任江苏丝绸苏豪服装厂厂长，2000 年-2002 年任深圳东南丝绸有限公司总经理，2003 年加入万事利集团，历任万事利进出口总经理，万事利集团总裁等职务，2008 年至今任公司董事长兼总经理，2011 年至今任万事利集团副董事长。李建华先生担任的社会职务主

要有中国民主建国会中央委员、中央电视台《百家讲坛》主讲人、微软（亚洲）互联网工程院人工智能创造实验室专家顾问等，兼职情况参见本节之“九、（二）董事、监事、高级管理人员及其他核心人员的兼职情况”。

钱晓枫 先生：1972 年出生，中国国籍，无境外居留权，硕士研究生学历。2001 年-2008 年历任中国银行职员、支行副行长、支行行长兼党总支书记，2008 年-2015 年历任中国银行浙江省分行部门副总经理、部门总经理，2015 年至今任中银基金董事兼总经理，2017 年至今兼任公司副董事长。钱晓枫先生兼职情况参见本节之“九、（二）董事、监事、高级管理人员及其他核心人员的兼职情况”。

屠红燕 女士：1971 年出生，中国国籍，无境外居留权，硕士研究生学历，高级经济师，曾先后获得“全国纺织工业劳动模范”、“全国三八红旗手”、“十佳全国巾帼建功标兵”等荣誉称号。2001 年-2004 年任万事利进出口副总经理、伟利达有限公司总经理、伟利达制衣总经理，2004 年-2011 年任万事利集团副总裁、党委副书记、董事局执行主席，2012 年至今任万事利集团董事长兼总经理，2018 年至今任公司董事。屠红燕女士担任的社会职务主要有浙江省妇女联合会兼职副主席、政协浙江省第十二届委员会委员、中国丝绸协会第七届理事会副会长、浙江省商会副会长、浙江省女企业家协会执行会长等，兼职情况参见本节之“九、（二）董事、监事、高级管理人员及其他核心人员的兼职情况”。

项永旺 先生：1975 年出生，中国国籍，无境外居留权，本科学历，1999 年 7 月-2001 年 11 月任万向钱潮股份有限公司企业管理职务，2001 年 11 月至今历任万向创投项目经理、部门总经理、董事、副总经理，现任万向创投监事。2020 年 3 月至今兼任公司董事。项永旺先生兼职情况参见本节之“九、（二）董事、监事、高级管理人员及其他核心人员的兼职情况”。

孙立新 先生：1971 年出生，中国国籍，无境外居留权，硕士研究生学历。2007 年加入万事利集团，历任总裁助理、财务总监、董事会秘书、副总裁，现任万事利集团董事兼执行总裁，2017 年至今任公司董事。孙立新先生兼职情况参见本节之“九、（二）董事、监事、高级管理人员及其他核心人员的兼职情况”。

余志伟 先生：1980 年出生，中国国籍，无境外居留权，硕士研究生学历。2006 年-2007 年任上海华普汽车有限公司总裁助理，2007 年-2008 年任浙江吉利

控股集团有限公司副董事长助理，2008 年-2009 年任苏宁环球股份有限公司总裁办公室副主任，2009 年-2016 年历任万事利集团办公室主任、总裁助理，2016 年至今任公司副总经理，2017 年至 **2021 年 1 月任西藏新丝路执行董事兼经理，2017 年至**今任公司董事。

马廷方 先生：1969 年出生，中国国籍，无境外居留权，硕士研究生学历，教授级高级工程师，曾先后获得“中国纺织技术带头人”、“全国纺织工业劳动模范”等荣誉称号。1998 年-2001 年任凯达印染副总经理，2001 年至今任万事利科技经理，2014 年至今任万事利数码经理，2017 年至今任公司董事、万事利科创园执行董事，2019 年 1 月至今任公司副总经理，2019 年 2 月至今任明阳科技经理，2013 年至今兼任丝锦投资董事长。

洪瑛 女士：1950 年出生，中国国籍，无境外居留权，硕士研究生学历，高级会计师，中国注册会计师资深会员，拥有澳大利亚会计师公会资深注册会计师资格（FCPA）、香港会计师公会国际会员资格（IACPA）。1985 年-1995 年任北京会计师事务所总经理助理、国际部海外高级经理，1995 年-2015 年任中京富会计师事务所（中外合作事务所）董事长、首席合伙人，1999 年至今任北京富勤会计师事务所有限责任公司董事长、主办会计师，2017 年至今任公司独立董事。洪瑛女士兼职情况参见本节之“九、（二）董事、监事、高级管理人员及其他核心人员的兼职情况”。

邢以群 先生：1964 年出生，中国国籍，无境外居留权，博士研究生学历。1988 年至今历任浙江大学管理学院讲师、副教授、教授，2020 年 3 月至今任公司独立董事。邢以群先生兼职情况参见本节之“九、（二）董事、监事、高级管理人员及其他核心人员的兼职情况”。

李有星 先生：1962 年出生，中国国籍，无境外居留权，博士研究生学历，教授。1984 年-1996 年任浙江工商大学法律系教授，1996 年至今任浙江大学光华法学院教授、博士生导师，2017 年至今任公司独立董事。李有星先生兼职情况参见本节之“九、（二）董事、监事、高级管理人员及其他核心人员的兼职情况”。

朱良均 先生：1956 年出生，中国国籍，无境外居留权，博士研究生学历，教授。1982 年-1998 年历任浙江农业大学蚕学系助教、讲师、副教授，1998 年-2001

年历任浙江大学蚕学系副教授、动物科学学院副教授、教授，2002 年至今任浙江大学动物科学学院教授、博士生导师，2018 年至今任公司独立董事。

2、公司监事情况

公司监事会由 3 名监事组成，其中职工代表监事 1 名，设监事会主席 1 名。职工代表监事由职工代表大会选举产生，其余监事由公司股东提名并经股东大会选举产生或更换，任期三年，任期届满可以连选连任。

公司监事提名及选聘情况如下：

序号	姓名	国籍	在公司任职	任职期间	提名人
1	杜海江	中国	监事会主席	2020.3-2023.3	第一届监事会
2	程翀	中国	监事	2020.3-2023.3	万事利集团
3	陈浩芳	中国	监事、审计经理	2020.3-2023.3	职工代表大会

杜海江 先生：1972 年出生，中国国籍，无境外居留权，本科学历，高级会计师。2003 年加入万事利集团，历任财务副经理、财务经理、财务副总监。2016 年至今任万事利集团财务总监，2016 年至今兼任万事利丝绸监事，2017 年至今兼任西藏新丝路监事。

程翀 先生：1983 年出生，中国国籍，无境外居留权，本科学历。2012 年加入万事利集团，2012 年 7 月-2019 年 2 月历任董事局主席秘书、党委办公室副主任、办公室副主任、党委办公室主任、办公室主任。2019 年 2 月至今任万事利集团行政总监、办公室主任。2020 年 3 月至今兼任万事利丝绸监事。2016 年 11 月至今兼任杭州品酌科技有限公司执行董事、总经理。2020 年 8 月至今兼任万普华互金监事。

陈浩芳 女士：1978 年出生，中国国籍，无境外居留权，本科学历。2008 年任普华广告主办会计，2008 年-2011 年任万事利礼品主办会计；2011 年-2016 年任公司财务部经理、万事利礼品主办会计，2017 年至今任公司审计经理，2017 年至今兼任公司监事、万事利科技监事，2019 年至今兼任明阳科技监事、万事利艺术品监事。

3、公司高级管理人员情况

公司高级管理人员如下：

序号	姓名	国籍	在公司任职	任职期间
1	李建华	中国	董事长兼总经理	2020.3-2023.3
2	余志伟	中国	董事、副总经理	2020.3-2023.3
3	马廷方	中国	董事、副总经理	2020.3-2023.3
4	滕俊楷	中国	副总经理	2020.3-2023.3
5	文礼	中国	副总经理	2020.3-2023.3
6	包强	中国	副总经理	2020.3-2023.3
7	韩青	中国	财务总监	2020.3-2023.3
8	叶晓君	中国	董事会秘书	2020.3-2023.3

李建华先生的简历参见本节之“九、（一）1、公司董事情况”。

余志伟先生的简历参见本节之“九、（一）1、公司董事情况”。

马廷方先生的简历参见本节之“九、（一）1、公司董事情况”。

滕俊楷 先生：1977 年出生，中国国籍，无境外居留权，硕士研究生学历，中级经济师。2003 年-2006 年历任万事利集团办公室副主任、总裁秘书，2006 年-2014 年历任万事利礼品副总经理、总经理。2008 年至今任公司副总经理，**2021 年 1 月至今任西藏新丝路执行董事兼总经理**。

文礼 先生：1963 年出生，中国国籍，无境外居留权，本科学历。1993 年-1997 年任深圳市研成策划有限公司策划总监，1998 年-2009 年任深圳市金太阳保健品有限公司市场总监，2010 年-2011 年任万事利集团总裁助理，2011 年至今任万事利丝绸副总经理，2011 年至今任万事利文创执行董事兼总经理，2012 年至今任武汉万事利执行董事、万事利礼品董事，2014 年至今任万事利艺术品**执行董事**兼总经理，2005 年至今兼任深圳市金太阳保健品有限公司监事。

包强 先生：1962 年出生，中国国籍，无境外居留权，本科学历。1984 年-1987 年任陕西省纺织品进出口公司业务员，1987 年-2015 年历任陕西省丝绸进出口有限公司部门经理、副总经理，2015 年-2019 年任明阳科技经理，2016 年至今任丝艺科技经理，2017 年至今任公司副总经理，2012 年至 **2020 年**兼任陕西开成投资实业有限公司董事。

韩青 女士：1981 年出生，中国国籍，无境外居留权，硕士研究生学历，高级会计师。2004 年 7 月-2014 年 11 月历任天健事务所项目经理、高级项目经理、

部门经理，2014 年 11 月-2017 年 8 月任恒祥控股集团有限公司财务总监，2017 年 8 月至今任公司财务总监。

叶晓君 女士：1979 年出生，中国国籍，无境外居留权，本科学历。2004 年-2009 年任上海联华合纤股份有限公司证券事务代表，2010 年-2014 年任万事利集团投资部经理，2014 年-2016 年任杭州海皇董事会秘书，2016 年至今任公司董事会秘书。

4、公司核心技术人员情况

公司核心技术人员共 2 名，分别为李建华、马廷方。

李建华先生的简历参见本节之“九、（一）1、公司董事情况”。

马廷方先生的简历参见本节之“九、（一）1、公司董事情况”。

（二）董事、监事、高级管理人员和其他核心人员的兼职情况

截至本招股说明书签署日，本公司董事、监事、高级管理人员及其他核心人员的兼职情况如下：

姓名	在本公司职务	兼职情况		兼职企业与发行人关联关系
		单位名称	职务	
李建华	董事长、总经理	万事利集团	副董事长	公司控股股东
		万事利科技	执行董事	公司子公司
		万事利数码	执行董事	公司子公司
		杭州新丝路	执行董事、总经理	公司子公司
		丝艺科技	执行董事	公司子公司
		明阳科技	执行董事	公司子公司
		七仁数码	董事长	公司子公司
		万事利礼品	董事长、总经理	公司子公司
		万事利进出口	董事	公司控股股东控制的企业
		钛铉营销	监事	公司控股股东重大影响的企业
钱晓枫	副董事长	中银基金	董事、总经理	公司董事担任董事、高级管理人员的企业
		浙江帕瓦新能源股份有限公司	董事	公司董事担任董事的企业

姓名	在本公司职务	兼职情况		兼职企业与发行人关联关系
		单位名称	职务	
		浙江硕维新能源技术有限公司	董事	公司董事担任董事的企业
		华叶教育	董事	公司董事担任董事的企业
屠红燕	董事	万事利集团	董事长、总经理	公司控股股东
		丝弦投资	执行事务合伙人	持有公司 5%以上股份的股东
		丝昱投资	执行事务合伙人	持有公司 5%以上股份的股东
		万事利进出口	董事长、总经理	公司控股股东控制的企业
		嘉兴万事利	董事长、总经理	公司控股股东控制的企业
		时代电子市场	董事长	公司控股股东控制的企业
		广赛电力	董事长	公司控股股东控制的企业
		文化商城	董事长	公司控股股东控制的企业
		摩赛贸易	董事长	公司控股股东控制的企业
		伟利达制衣	董事长	公司控股股东控制的企业
		协东投资	执行董事、总经理	公司控股股东控制的企业
		桐乡置业	执行董事、经理	公司控股股东控制的企业
		万事利科技制造	执行董事	公司控股股东控制的企业
		万事利房地产	董事	公司控股股东控制的企业
		万利汽修	监事	公司控股股东控制的企业
		万事利医院投资	执行董事、总经理	公司控股股东控制的企业
		万事利小贷	**董事长**	**公司控股股东控制的企业**
		万普华互金	董事长	公司控股股东控制的企业
项永旺	董事	浙江尖山光电有限公司	执行董事	公司董事担任董事、高级管理人员的企业
		万向创投	监事	公司董事曾担任董事、高级管理人员的企业
		先临三维	董事	公司董事担任董

姓名	在本公司职务	兼职情况		兼职企业与发行人关联关系
		单位名称	职务	
				事的企业
		湖北万润新能源科技股份有限公司	**监事**	**无关联关系**
孙立新	董事	万事利集团	董事、执行总裁	公司控股股东
		万事利小贷	董事、总经理	公司控股股东控制的企业
		万普华互金	董事、总经理	公司控股股东控制的企业
		嘉兴万事利	董事	公司控股股东控制的企业
		万事利进出口	董事	公司控股股东控制的企业
马廷方	董事、副总经理	丝锦投资	董事长	公司董事担任董事的企业
		万事利科技	经理	公司子公司
		万事利数码	经理	公司子公司
		明阳科技	经理	公司子公司
		万事利科创园	执行董事	公司孙公司
洪瑛	独立董事	Fortune Certified Practising Accountants Pty Ltd	董事长	公司董事担任董事的企业
		富勤国际	董事长	公司董事担任董事的企业
		北京富勤国际企业管理咨询有限公司	董事长	公司董事担任董事的企业
		北京富勤会计师事务所有限责任公司	董事长、总经理	公司董事担任董事、高级管理人员的企业
		兴证国际（08407.HK）	独立董事	公司董事担任董事的企业
		金冠股份（300510.SZ）	独立董事	公司董事担任董事的企业
邢以群	独立董事	众成咨询	董事长兼总经理	公司董事担任董事、高级管理人员的企业
		川山甲供应链	董事	公司董事担任董事的企业
		新和成	独立董事	公司董事担任董事的企业
		东阳市人民医院	独立董事	公司董事担任董事的企业

姓名	在本公司职务	兼职情况		兼职企业与发行人关联关系
		单位名称	职务	
		安丰创业投资有限公司	监事	无关联关系
		浙江安丰进取创业投资有限公司	监事	无关联关系
李有星	独立董事	浙江大学光华法学院	教授、博士生导师	无关联关系
		浙江金晟环保股份有限公司（836027）	独立董事	公司董事担任董事的企业
		浪莎股份（600137.SH）	独立董事	公司董事担任董事的企业
		起步股份（603557.SH）	独立董事	公司董事担任董事的企业
		浙江嘉益保温科技股份有限公司	独立董事	公司董事担任董事的企业
		杭州联汇科技股份有限公司	独立董事	公司董事担任董事的企业
		网银互联	独立董事	公司董事担任董事的企业
		金华银行	独立董事	公司董事担任董事的企业
		杭州龙井野趣旅游开发有限公司	董事	公司董事担任董事的企业
		浙江千禧龙纤特种纤维股份有限公司	独立董事	公司董事担任董事的企业
		河北中瓷电子科技股份有限公司	独立董事	公司董事担任董事的企业
		杭州龙井山园茶文化村旅游开发有限公司	监事	无关联关系
		浙江大洋世家股份有限公司	**独立董事**	**公司董事担任董事的企业**
		浙江新光饰品股份有限公司	**董事**	**公司董事担任董事的企业**
		杭州山缘投资有限公司	**监事**	**无关联关系**
朱良均	独立董事	浙江大学动物科学学院	教授、博士生导师	无关联关系
杜海江	监事会主席	万事利集团	财务总监	公司控股股东
		西藏新丝路	监事	公司子公司
程翀	监事	万事利集团	行政总监、办公室主任	公司控股股东
		万普华互金	监事	公司控股股东控制的企业

姓名	在本公司职务	兼职情况		兼职企业与发行人关联关系
		单位名称	职务	
		杭州品酌科技有限公司	执行董事、总经理	公司监事担任董事、高级管理人员的企业
陈浩芳	监事	万事利科技	监事	公司子公司
		万事利艺术品	监事	公司子公司
		明阳科技	监事	公司子公司
滕俊楷	**副总经理**	**西藏新丝路**	**执行董事兼总经理**	**公司子公司**
文礼	副总经理	万事利艺术品	**执行董事、**总经理	公司子公司
		万事利文创	执行董事、总经理	公司子公司
		武汉万事利	执行董事	公司子公司
		万事利礼品	董事	公司子公司
		深圳市金太阳保健品有限公司	监事	无关联关系
包强	副总经理	丝艺科技	经理	公司子公司
叶晓君	董事会秘书	杭州汉特斯软件有限公司（2005年吊销）	监事	无关联关系

（三）董事、监事、高级管理人员及核心技术人员相互之间的亲属关系情况

截至本招股说明书签署日，本公司董事长兼总经理、核心技术人员李建华与公司董事屠红燕为夫妻关系，除此之外，公司董事、监事、高级管理人员及核心技术人员之间不存在亲属关系。

（四）公司与董事、监事、高级管理人员及核心技术人员签订的协议

1、协议

本公司与在公司任职的董事、监事、高级管理人员及其他核心人员均签署了《劳动合同》、《保密协议》，合同和协议对上述人员的诚信义务，特别是商业秘密等方面的义务进行了约定。公司与独立董事签订了《聘任协议》。截至本招股说明书签署日，上述合同、协议履行正常，不存在违约情况。

2、重要承诺

公司董事、监事、高级管理人员作出的重要承诺参见本招股说明书第十三节

之“三、相关承诺事项”。截至本招股说明书签署日，公司不存在董事、监事、高级管理人员违反承诺的情况。

（五）公司最近两年董事、监事、高级管理人员及核心技术人员的变化情况

2017 年初至今，公司董事、监事、高级管理人员以及核心技术人员变动具体情况如下：

1、董事最近两年的变动情况及其原因

2017 年 3 月 25 日，公司召开创立大会暨首次股东大会，选举李建华、钱晓枫、徐锦涛、孙立新、余志伟、马廷方、刘成林、洪瑛、徐刚为公司第一届董事会成员，组成第一届董事会。2017 年 3 月 25 日，公司召开第一届董事会第一次会议，选举李建华为董事长。

2017 年 12 月 16 日，公司召开 2017 年第三次临时股东大会，同意刘成林因个人原因辞任独立董事职务，选举李有星为公司新任独立董事。

为充实经营管理团队、优化公司治理结构，2018 年 12 月 19 日，公司召开 2018 年第三次临时股东大会，增选屠红燕为公司董事，朱良均为公司独立董事。

因董事会换届，2020 年 4 月 8 日，公司召开 2020 年第二次临时股东大会，选举李建华、屠红燕、钱晓枫、项永旺、孙立新、余志伟、马廷方、洪瑛、邢以群、李有星、朱良均为公司第二届董事会成员，组成第二届董事会。2020 年 4 月 8 日，公司召开第二届董事会第一次会议，选举李建华为董事长。

2、监事最近两年的变动情况及其原因

2017 年 3 月 25 日，公司召开职工代表会议，选举陈浩芳为第一届监事会职工代表监事，2017 年 3 月 25 日，公司召开创立大会暨首次股东大会，选举杜海江、梁莹莹为公司第一届监事会成员，与职工代表监事陈浩芳共同组成第一届监事会。2017 年 3 月 25 日，公司召开第一届监事会第一次会议，选举杜海江为公司监事会主席。

2019 年 5 月 5 日，公司召开 2019 年第二次临时股东大会，梁莹莹因个人原因辞去监事职务，选举王群峰为新任监事。

因监事会换届，2020 年 4 月 8 日，公司召开职工代表会议，选举陈浩芳为第二届监事会职工代表监事，2020 年 4 月 8 日，公司召开 2020 年第二次临时股东大会，选举杜海江、程翀为公司第二届监事会成员，与职工代表监事陈浩芳共同组成第二届监事会。2020 年 4 月 8 日，公司召开第二届监事会第一次会议，选举杜海江为公司监事会主席。

3、高级管理人员最近两年的变动情况及其原因

2017 年 3 月 25 日，公司召开第一届董事会第一次会议，聘任李建华为总经理，余志伟、滕俊楷、文礼、包强为副总经理，段建平为财务总监，叶晓君为董事会秘书。

2017 年 11 月 1 日，公司召开第一届董事会第三次会议，同意段建平因个人原因辞任财务总监，聘任韩青为新任财务总监。

为充实经营管理团队，2019 年 1 月 11 日，公司召开第一届董事会第九次会议，聘任马廷方为公司新任副总经理。

因董事会换届，2020 年 4 月 8 日，公司召开第二届董事会第一次会议，聘任李建华为总经理，余志伟、马廷方、滕俊楷、文礼、包强为副总经理，韩青为财务总监，叶晓君为董事会秘书。

4、核心技术人员最近两年的变动情况及其原因

最近两年，公司核心技术人员一直为李建华、马廷方，未发生变化。

最近两年，公司董事、监事、高级管理人员未发生重大变化，未对发行人生产经营产生重大不利影响。

（六）董事、监事、高级管理人员及核心技术人员对外投资情况

截至本招股说明书签署日，本公司董事、监事、高级管理人员及核心技术人员的对外投资情况如下：

姓名	公司职务	投资企业名称	出资额（万元）	投资比例
李建华	董事长、总经理、核心技术人员	丝弦投资	5,377.97	68.75%
		万事利集团	1,173.00	8.50%
		万事利进出口	1,245.41	4.98%

姓名	公司职务	投资企业名称	出资额（万元）	投资比例
		钛轩投资	200.00	10.00%
		丝奥投资	39.05	69.11%
屠红燕	董事	万事利集团	5,589.00	40.50%
		丝昱投资	2,737.88	35.00%
		万事利进出口	2,598.41	10.39%
		丝弦投资	2,444.53	31.25%
		亿联投资	1,400.00	70.00%
		正源创投	1,000.00	1.59%
		信海创投	1,000.00	2.44%
		禾源创投	955.88	1.58%
		卓元投资	800.00	8.00%
		万联投资	339.00	33.90%
		星巢投资	300.00	5.14%
		万普华互金	200.00	20.00%
		钛轩投资	180.00	9.00%
		金锋投资	100.00	1.01%
		云易投资	100.00	2.50%
		杭州浙尚企业信息咨询合伙企业（有限合伙）	40.00	12.50%
		智能众信咨询	1.50	15.00%
孙立新	董事	钛轩投资	200.00	10.00%
		万普华互金	100.00	10.00%
马廷方	董事、副总经理、核心技术人员	丝锦投资	270.00	30.00%
洪瑛	独立董事	北京富勤会计师事务所有限责任公司	96.40	96.40%
		北京富勤国际企业管理咨询有限公司	70.00	70.00%
邢以群	独立董事	安丰创业投资有限公司	458.00	9.16%
		众成咨询	68.20	34.10%
		杭州博信投资管理有限公司	1.00	1.00%
李有星	独立董事	杭州龙井野趣旅游开发有限公司	400.00	2.00%

姓名	公司职务	投资企业名称	出资额（万元）	投资比例
		杭州艾孚群创投资合伙企业（有限合伙）	6.00	12.00%
		杭州艾孚投资咨询服务有限公司	1.80	15.00%
		杭州山缘投资有限公司	**20.00**	**2.00%**
程翀	监事	杭州品酌科技有限公司	150.00	100.00%
滕俊楷	副总经理	丝奥投资	11.24	19.89%
文礼	副总经理	深圳市金太阳保健品有限公司	350.00	35.00%
叶晓君	董事会秘书	杭州汉特斯软件有限公司	1.00	10.00%

公司董事、监事、高级管理人员及其他核心人员的其他对外投资与公司不存在利益冲突。除上述其他对外投资外，公司董事、监事、高级管理人员及其他核心人员无其他对外投资。

（七）董事、监事、高级管理人员、核心技术人员及其近亲属持股情况

截至本招股说明书签署日，公司董事、监事、高级管理人员、核心技术人员及其近亲属不存在直接持股的情况，其间接持股情况如下表所示：

单位：万股

姓名	身份	通过万事利集团间接持股		通过丝奥投资间接持股		通过丝昱投资间接持股		通过丝弦投资间接持股		累计持股	
		数量	比例	数量	比例	数量	比例	数量	比例	数量	比例
屠红燕	董事	2,230.50	22.11%	-	-	280.00	2.77%	250.00	2.48%	2,760.50	27.36%
屠红霞	屠红燕之姐	1,654.97	16.40%	-	-	520.00	5.15%	-	-	2,174.97	21.56%
李建华	董事长、总经理	468.13	4.64%	829.36	8.22%	-	-	550.00	5.45%	1,847.49	18.31%
王云飞	屠红霞之配偶	402.04	3.98%	-	-	-	-	-	-	402.04	3.98%
沈柏军	屠红燕之母之弟	261.60	2.59%	-	-	-	-	-	-	261.60	2.59%
滕俊楷	副总经理	-	-	238.64	2.37%	-	-	-	-	238.64	2.37%

屠红燕与屠红霞系姐妹关系，屠红燕与李建华系夫妻关系，屠红霞与王云飞系夫妻关系，沈柏军系屠红燕、屠红霞之母沈爱琴之弟。除上述人员外，本公司其他董事、监事、高级管理人员、核心技术人员及其近亲属不存在直接或间接持有本公司股份的情况。

（八）发行人董事、监事、高级管理人员、核心技术人员薪酬情况

1、薪酬组成、确定依据及履行的程序情况

报告期内，公司董事、监事、高级管理人员及其他核心人员薪酬组成如下：在公司任职的董事、监事、高级管理人员及其他核心人员的薪酬由基本薪酬和绩效薪酬两部分构成，其中基本薪酬根据上述人员入司年限、个人能力、工作内容与强度、同行业平均工资水平等因素综合确定，绩效薪酬根据绩效考核结果确定；独立董事领取独立董事津贴。

根据《杭州万事利丝绸文化股份有限公司董事会薪酬与考核委员会议事规则》，公司高级管理人员薪酬方案由薪酬与考核委员会提出后报董事会批准。董事的薪酬计划由薪酬与考核委员会提出，经董事会同意后报股东大会审议通过。

2、薪酬总额占各期发行人利润总额的比重

报告期内，公司董事、监事、高级管理人员和其他核心人员薪酬总额占公司利润总额的比例情况如下：

单位：万元

项　目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
薪酬总计	344.53	727.34	671.47	626.93
利润总额	4,251.48	6,773.56	5,658.46	6,797.04
占比	8.10%	10.74%	11.87%	9.22%

3、最近一年从发行人及关联企业领取薪酬的情况

2019 年度，公司董事、监事、高级管理人员及核心技术人员从公司及其关联企业领取薪酬（包括年薪、奖金及津贴等）情况如下：

单位：万元

姓名	职务	在公司领薪	在关联方领薪
李建华	董事长兼总经理	129.15	-
钱晓枫[注 1]	副董事长	-	-
屠红燕	董事	-	60.00
徐锦涛[注 1]	原董事	-	-
项永旺[注 1]	董事	-	-
孙立新	董事	-	65.53

单位：万元

姓名	职务	在公司领薪	在关联方领薪
余志伟	董事、副总经理	108.23	-
马廷方	董事、副总经理	74.05	-
洪瑛	独立董事	10.00	-
邢以群[注 2]	独立董事	-	-
徐刚	原独立董事	10.00	-
李有星	独立董事	10.00	-
朱良均	独立董事	10.00	-
杜海江	监事会主席	-	23.16
程翀	监事	-	25.60
王群峰	原监事	45.64	-
陈浩芳	监事、审计经理	15.96	-
滕俊楷	副总经理	101.97	-
文礼	副总经理	70.97	-
包强	副总经理	50.70	-
韩青	财务总监	54.42	-
叶晓君	董事会秘书	36.26	-

注 1：钱晓枫、徐锦涛、项永旺均为外部董事，不在公司或者公司关联方领薪酬。
注 2：邢以群为 2020 年新任独立董事，2019 年未在公司或者公司关联方领薪酬。

4、上述人员在公司享受的其他待遇

报告期内，公司董事（不含独立董事和外部董事）、监事、高级管理人员与其他核心人员已按国家规定享受社会保险及住房公积金等福利待遇，未享受其他待遇和退休金计划。

（九）正在执行的对董事、监事、高级管理人员、其他核心人员、员工实行的股权激励及其他制度安排和执行情况

截至本招股说明书签署日，发行人不存在正在执行的对董事、监事、高级管理人员、其他核心人员、员工实行的股权激励及其他制度安排。

十、发行人员工及社会保障情况

（一）员工人数及构成

截至 2020 年 6 月 30 日，本公司及控股子公司在职员工人数 729 人。报告期

内，公司在职员工（合并口径）人数变化情况如下：

单位：人

项　目	2020.6.30	2019.12.31	2018.12.31	2017.12.31
员工人数	729	865	963	945

（二）公司员工专业结构

截至 2020 年 6 月 30 日，公司员工（合并口径）的专业、学历、年龄结构情况如下：

1、按员工专业构成分类

类　别	员工人数（人）	占员工总人数比例
销售人员	289	39.64%
生产及辅助人员	240	32.92%
管理及行政人员	68	9.33%
设计及研发人员	102	13.99%
财务及审计人员	30	4.12%
合　计	**729**	**100.00%**

2、按员工受教育程度分类

类　别	员工人数（人）	占员工总人数比例
本科及以上	269	36.90%
大专	213	29.22%
高中及中专	113	15.50%
初中及以下	134	18.38%
合　计	**729**	**100.00%**

3、按员工年龄分类

类　别	员工人数（人）	占员工总人数比例
30 岁以下	235	32.24%
31-40 岁	315	43.21%
41-50 岁	126	17.28%
51 岁以上	53	7.27%
合　计	**729**	**100.00%**

（三）员工社会保障及福利情况

公司实行劳动合同制，员工按照《中华人民共和国劳动法》的有关规定与公司签订《劳动合同》，享受权利并承担义务。公司按照国家法律法规及地方有关规定，为员工缴纳养老保险、医疗保险、失业保险、工伤保险、生育保险及住房公积金。

1、社会保险费及住房公积金缴纳情况

报告期各期末，公司在册员工的社会保险和住房公积金的缴纳情况如下：

单位：人

项　目		2020 年 6 月	2019 年 12 月	2018 年 12 月	2017 年 12 月
员工总人数		729	865	963	945
养老保险	**实缴人数**	710	**839**	**939**	**894**
	未缴人数	19	**26**	**24**	**51**
	退休返聘	18	21	20	21
	刚入职未及时缴纳	0	4	3	25
	自愿放弃	1	1	1	5
住房公积金	**实缴人数**	709	**838**	**938**	**896**
	未缴人数	20	**27**	**25**	**49**
	退休返聘	18	21	20	21
	刚入职未及时缴纳	0	4	3	24
	自愿放弃	1	1	2	4
	在杭外籍人员	1	1	0	0

2、社会保险和住房公积金缴纳合规情况

报告期内，发行人及其分支机构所在地的人力资源和社会保障主管部门及住房公积金主管部门出具的合法合规意见如下：

序号	公司名称	社保合法证明描述	出具单位	公积金合法证明描述	出具单位
1	万事利丝绸	2017.1.1-2020.7.13 未发现严重违反劳动保障法律法规行为	杭州市江干区劳动保障监察大队	截至 2020 年 7 月无住房公积金行政处罚记录	杭州住房公积金管理中心
2	万事利科技	2017.1.1-2020.7.13 未发现严重违反劳动保障法律法规行为	杭州市江干区劳动保障监察大队	截至 2020 年 7 月无住房公积金行政处罚记录	杭州住房公积金管理中心
3	万事利数码	2016.1.1-2019.2.20 未发现严重违反劳动保障法律法	杭州经济技术开发区人力资	截至 2020 年 7 月无住房公积金行政处罚记录	杭州住房公积金管理中

序号	公司名称	社保合法证明描述	出具单位	公积金合法证明描述	出具单位
		规行为	源和社会保障局		心
		2019.1.1-2020.7.30 未发现严重违反劳动保障法律法规行为	杭州钱塘新区劳动监察大队		
4	万事利礼品	2017.1.1-2020.7.13 未发现严重违反劳动保障法律法规行为	杭州市江干区劳动保障监察大队	截至 2020 年 7 月无住房公积金行政处罚记录	杭州住房公积金管理中心
5	万事利文创	2017.1.1-2020.7.13 未发现严重违反劳动保障法律法规行为	杭州市江干区劳动保障监察大队	截至 2020 年 7 月无住房公积金行政处罚记录	杭州住房公积金管理中心
6	杭州新丝路	2017.1.1-2020.7.13 未发现严重违反劳动保障法律法规行为	杭州市江干区劳动保障监察大队	截至 2020 年 7 月无住房公积金行政处罚记录	杭州住房公积金管理中心
7	万事利艺术品	2017.1.1-2020.7.13 未发现严重违反劳动保障法律法规行为	杭州市江干区劳动保障监察大队	截至 2020 年 7 月无住房公积金行政处罚记录	杭州住房公积金管理中心
8	明阳科技[注 1]	未开户	/	未开户	/
9	丝艺科技	2017.1.1-2020.7.13 未发现严重违反劳动保障法律法规行为	杭州市江干区劳动保障监察大队	截至 2020 年 7 月无住房公积金行政处罚记录	杭州住房公积金管理中心
10	七仁数码	2017.1.1-2020.7.13 未发现严重违反劳动保障法律法规行为	杭州市江干区劳动保障监察大队	截至 2020 年 7 月无住房公积金行政处罚记录	杭州住房公积金管理中心
11	广州万事利	2017.1.1-2020.6.30 我局未收到过有关该公司社保的投诉事项，也无关于该公司因违反人力资源与社会保障相关法律、法规而受到立案调查和行政处罚的记录	广州市人力资源和社会保障局/广州市人力资源和社会保障事务服务中心	2017.1-2020.6 未曾受到我中心的行政处罚	广州住房公积金管理中心
12	宁波万事利[注 2]	2017.1.1-2019.6.13 在本辖区内未发现因违反劳动和社会保障法律法规而受到我局行政处罚的情形	宁波市鄞州区人力资源和社会保障局	2017.1.5-2019.6.13 期间没有因违反住房公积金法律法规而被我中心处罚	宁波市住房公积金管理中心
13	武汉万事利	2017.1.1-2019.12.31 期间无社保欠费记录，未发现该公司在审查时间段有劳动争议案件，未接到该公司违反劳动保障法律法规行为的举报投诉	武汉市人力资源和社会保障局	截至 2020 年 7 月 3 日，尚未接到单位职工关于住房公积金方面投诉事宜	武汉住房公积金管理中心铁路分中心
		2020.1.1-2020.6.30 期间严格遵守中华人民共和国劳动和社会保障管理法律法规，依法与员工签订劳动合同，为员工足额缴纳社会保险，不存在由于违反劳动保障法律法规而遭受处罚的情形，亦不存在因劳动纠纷或争议引发的劳动仲裁、诉讼事宜	武汉市人力资源和社会保障局		
14	合肥万事利	2017.1.1-2020.7.15 未发现劳动用工违法行为（拖欠农民工工资违法行为），无人力资源社会保障行政部门行政处罚的不良记录	合肥市人力资源和社会保障局	截至 2020 年 7 月 16 日，未发现违反住房公积金相关法律法规的行为，公司未因住房公积金问题而受到行政处罚	合肥市住房公积金管理中心

序号	公司名称	社保合法证明描述	出具单位	公积金合法证明描述	出具单位
15	西安万事利	截至 2020 年 1 月 14 日，我中心没有接到劳动行政部门对其因违反社会保险有关法律法规而受到行政处罚的相关文书	西安高新区社会保险基金管理中心	截至 2020 年 7 月 14 日，没有因违反住房公积金相关的法律、法规而受到过处罚	西安住房公积金管理中心
		自 2013 年 1 月起缴纳社会保险，目前缴费人数 4 人	西安高新区社会保险基金管理中心		
16	西藏新丝路[注 3]	未开户	/	未开户	/
17	依漾生物	2019.7.30-2020.5.13 未发现严重违反劳动保障法律法规行为	杭州市江干区劳动保障监察大队	截至 2020 年 5 月无住房公积金行政处罚记录	杭州住房公积金管理中心
18	万事利科创园	自设立至 2019.2.22 未发现严重违反劳动保障法律法规行为	杭州经济技术开发区人力资源和社会保障局	截至 2020 年 7 月无住房公积金行政处罚记录	杭州住房公积金管理中心
		2019.1.1-2020.7.30 未发现严重违反劳动保障法律法规行为	杭州钱塘新区劳动监察大队		
19	万事利礼品北京分公司[注 4]	缴费期间 2017 年 1 月-2019 年 6 月，2020 年 5 月缴费人数 0 人	北京市朝阳区社会保险基金管理中心	2017.1.18-2019.7.31 缴存期间（2019 年 7 月后无缴存人员）单位没有因住房公积金缴存违法违规行为收到行政处罚，没有发现单位存在住房公积金违法违规行为	北京住房公积金管理中心朝阳管理部
20	万事利丝绸南京分公司	截至 2019 年 12 月底前无社会保险费欠缴	南京市社会保险管理中心	截至 2020 年 7 月 13 日单位没有因违反公积金法律法规而受到行政处罚	南京住房公积金管理中心
		自 2020.1.1-2020.6.30，在南京行政区域内未发现有违反劳动保障法律法规行为发生	南京市劳动保障检查支队		
21	万事利丝绸上海分公司	截至 2020 年 7 月正常缴费，无欠款记录	上海市社会保险事业管理中心	截至 2020 年 7 月 21 日，该单位住房公积金账户处于正常缴存状态，未有我中心行政处罚记录	上海市公积金管理中心
22	万事利丝绸天津分公司	2017.1.1-2020.6.30 期间，未有劳动保障行政部门处罚记录	天津市南开区人力资源和社会保障局、天津市南开区劳动保障监察大队	截至 2020 年 7 月 22 日，自开户缴存以来未受到我中心的行政处罚	天津市住房公积金管理中心南开管理部
23	万事利丝绸北京分公司[注 4]	缴费期间 2017 年 1 月-2020 年 5 月，2020 年 5 月缴费人数 2 人	北京市朝阳区社会保险基金管理中心	2017.1.18-2020.6.30 缴存期间单位没有因住房公积金缴存违法违规行为收到行政处罚，没有发现单位存在住房公积金违法违规行为	北京住房公积金管理中心朝阳管理部
24	万事利丝绸重庆分公司	2017 年 1 月至 2019 年 12 月期间无劳动纠纷举报投诉（农民工欠薪投诉）和劳动保障行政处罚，无尚未处理完结的劳动争议案件	重庆市渝北区人力资源和社会保障局	按照国家《住房公积金管理条例》（国务院 350 号令）及相关规定于 2017 年 1 月起为职工缴存住房公积金，缴至	重庆市住房公积金管理中心

序号	公司名称	社保合法证明描述	出具单位	公积金合法证明描述	出具单位
		2020 年 1 月至 2020 年 6 月期间，未发现欠缴情形，无职工欠薪投诉和劳动保障行政处罚，无尚未处理完结的劳动争议案件	重庆市渝北区人力资源和社会保障局	2020 年 6 月，目前缴存人数为 7 人	
25	万事利丝绸萧山国际机场分公司[注 6]	未开户	/	未开户	/
26	万事利丝绸下沙分公司[注 6]	未开户	/	未开户	/
27	万事利礼品广州分公司（2017 年 4 月注销）	核查期间未发现该单位其他违法记录	广州市人力资源和社会保障局	未开户[注 7]	/
28	万事利礼品上海分公司（2018 年 7 月注销）	截至 2018 年 9 月正常缴费，无欠款记录	上海市社会保险事业管理中心	未开户[注 7]	/
29	万事利丝绸沈阳分公司（2018 年 9 月注销）	2017.1.1-2019.2.20 在与全体员工签订劳动合同、工资支付、参加社会保险以及职工休假、劳务派遣等劳动用工方面未发现存在违反劳动保障法律法规的行为，没有违反劳动保障法律法规的举报投诉案件，没有受到劳动保障行政处罚的记录，无重大劳动人事争议和侵犯职工个人合法权益的情形	沈阳市人力资源和社会保障局	截至 2019 年 1 月 18 日该单位未因违反住房公积金管理法律、法规和规章受到行政处罚	沈阳住房公积金管理中心沈河管理部
30	万事利丝绸成都纱帽分公司（2018 年 11 月注销）	自 2017 年 1 月至 2019 年 1 月，未在我局接受过任何行政处罚	成都市锦江区人力资源和社会保障局	未开户[注 7]	/
31	万事利丝绸成都分公司（2018 年 12 月注销）[注 5]	报告期内无缴存记录	/	未开户	/
32	万事利丝绸深圳分公司（2019 年 6 月注销）[注 5]	报告期内无缴存记录	/	未开户	/

注 1：发行人收购明阳科技后其所有人员转入万事利丝绸参保，故未开户；

注 2：宁波万事利已注销，2019 年 6 月已无下属员工；

注 3：西藏新丝路成立于 2017 年，下属人员社保和公积金均在发行人处缴纳，故未开户；

注 4：万事利丝绸北京分公司和万事利礼品北京分公司的社保证明仅描述缴费期间和缴费人数，于 2020 年 1 月 9 日出具，查询日期为 2017 年 1 月至 2019 年 11 月。2017 年 1 月 18 日办理公积金开户登记，万事利礼品北京分公司因 2020 年上半年无人员缴纳住房公积金，相关证明无法开具；

注 5：万事利丝绸深圳分公司、万事利丝绸成都分公司报告期内无下属员工，无缴存记录，未开公积金账户；

注 6：万事利丝绸萧山国际机场分公司、万事利丝绸下沙分公司下属人员社保和公积金均在发行人处缴纳，故未开户；

注 7：万事利礼品广州分公司、万事利礼品上海分公司、万事利丝绸成都纱帽分公司均已注销，2017 年 1 月已无下属员工，故未开公积金账户。

3、控股股东、实际控制人的承诺

公司控股股东万事利集团，实际控制人屠红燕、屠红霞、李建华、王云飞、沈柏军承诺：如发行人及其下属子公司、分公司所在地有关社保主管部门及住房公积金主管部门要求发行人及其下属子公司、分公司对其首次公开发行股票之前任何期间内应缴的员工社会保险费用（基本养老保险、基本医疗保险、失业保险、工伤保险、生育保险等五种基本保险）及住房公积金进行补缴，或被任何相关方以任何方式提出有关社会保险、住房公积金的合法权利要求，或发行人及其下属子公司、分公司被要求支付滞纳金并因此受到处罚的，本公司/本人将按相关部门核定的金额无偿代发行人及其下属子公司、分公司补缴，并承担相关罚款、滞纳金等费用，发行人及其下属子公司、分公司无需支付上述任何费用。

第六节 业务与技术

一、公司主营业务、主要产品及变化情况

（一）公司主营业务、主要产品及主营业务收入构成

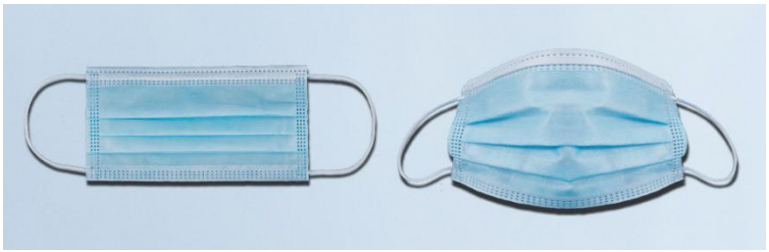
1、公司主营业务、主要产品及主营业务收入构成

公司将中国传统丝绸文化与创意设计、数码印花生产工艺相结合，专业从事丝绸相关产品的研发设计、生产与销售。2020 年 1-6 月，为抗击新冠肺炎疫情，公司积极响应政府号召，勇于承担社会责任，率先利用丝绸产品的采购、生产和销售等资源，转产民用口罩产品。

公司主要产品按照客户群体和是否具备终端消费品牌可分为丝绸文化创意品**（自有终端品牌）**和丝绸纺织制品**（非自有终端品牌）**，其中以“万事利”自有品牌为核心的丝绸文化创意品主要包括丝巾、组合套装、家纺、品牌服装、围巾、丝绸工艺品；以技术加工为核心向知名女装品牌提供的丝绸纺织制品主要包括丝绸面料、贴牌服装**以及**公司凭借工艺优势向客户提供**的**数码印花加工服务，2020 年 1-6 月因新冠肺炎疫情增加了口罩产品。公司主要产品图示如下：

产品类型	细分品类	产品图示	**说明**
丝绸文化创意品（自有终端品牌）	丝巾		**丝巾主要为使用斜纹绸、素绉缎、雪纺等多种真丝面料，通过文化创意设计经印染后制作而成**
	组合套装		**组合套装主要系将其他具有中国传统文化元素的产品，如瓷器、茶叶、粽子、月饼等产品搭配丝绸类产品组合而成**

产品类型	细分品类	产品图示	说明
	家纺		家纺主要包括真丝床品（如包括床单、被套、枕套在内四件套、六件套）、蚕丝被等
	品牌服装		品牌服装主要包括以桑蚕丝为主要材质的日常家居服系列和传统旗袍、新中式礼服、现代职业装等适用于不同场合穿着的高定华服系列，品牌服装主要由公司自主设计，以“万事利”等自主品牌进行终端销售
	围巾		围巾主要涵盖真丝绒围巾、羊毛围巾、羊绒围巾、丝羊绒混纺围巾等系列，部分产品采用了“祥云”、“福”、“字根”等图案，增强产品的创意与内涵
	丝绸工艺品		丝绸工艺品主要包括采用缂丝、宋锦、乱针绣等丝织非遗技艺制成的丝绸屏风、丝绸刺绣等高端丝绸艺术品以及工艺相对简单的丝绸书籍、卷轴画等常规丝绸工艺品
丝绸纺织制品（非自有终端品牌）	丝绸面料		丝绸面料由白坯面料经染色或印花而成，主要用于进一步制作服装、丝巾等产品
	贴牌服装		贴牌服装主要系公司以OEM模式组织生产，在终端销售环节以客户品牌而非公司自有品牌销售的真丝服装、化纤等非丝服装。客户通常对贴牌服装已有核心设计理念，公司主要根据客户的需求进行辅助设计

产品类型	细分品类	产品图示	说明
口罩	平面口罩		一次性使用口罩，主要用于隔绝外界的灰尘、风沙、病毒、有毒有害的气体和气味，防疫产品
	立体口罩		立体口罩采用了与面部形状相吻合的立体结构设计，从而可以消除口罩与鼻子、面颊以及下巴等侧面间的空隙，比普通平面口罩有更好的气密性，可多次使用，防疫产品

公司丝绸文化创意品聚焦于产品消费场景与中国文化中重要节日、仪式相结合，产品创意设计与中国文化元素图样、客户个性化定制需求相结合，产品营销策划与中国文化习俗、IP 相结合，将中国丝绸与中国文化融合创新，讲好中国故事，塑造民族品牌，开发出一系列符合当下消费者需求的丝绸文化创意产品。凭借着文化创意优势和品牌美誉度，公司丝绸文化创意品市场认可度较高，并成功服务了北京奥运会、上海世博会、广州亚运会、G20 杭州峰会、北京“一带一路”国际合作高峰论坛、厦门金砖国家领导人会晤等一系列国际盛会，用丝绸文化创意和工艺技术彰显了中国文化的魅力。公司丝绸纺织制品专注于丝绸数码印花生产工艺和技术研究创新，主要面向品牌女装客户，凭借数码印花生产工艺及质量控制等优势，树立了良好的市场形象，与众多优质客户建立了合作关系，如鄂尔多斯、歌力思、朗姿股份、爱慕股份、锦泓集团、雅莹集团、安正时尚等。

公司深耕丝绸行业多年，经过十余年发展，公司成功实现从“产品制造”到“文化创造”再到“品牌塑造”的转型升级，“万事利”已是行业内知名品牌。公司致力于推动中国民族产业的发展，以让世界爱上中国丝绸为使命，打造“中国的世界级丝绸品牌”。

公司一向重视研发创新，公司及子公司万事利科技均为高新技术企业，截至 2020 年 6 月末，公司专利数量达 120 项，其中发明专利 27 项。公司系全国丝绸标准化技术委员会及全国服装标准化技术委员会委员单位，截至 2020 年 6 月末，

公司主持和参与制定的主要国家、行业、团体标准合计 27 项，均为丝绸相关领域，体现了公司在丝绸行业内的领先地位。

报告期内，公司的主营业务收入构成情况如下：

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
丝绸文化创意品（自有终端品牌）	丝巾	3,227.78	8.39%	14,502.11	20.07%	15,327.19	20.63%	14,126.15	19.98%
	组合套装	2,551.52	6.64%	9,520.59	13.18%	6,183.60	8.32%	6,181.30	8.74%
	家纺	3,023.34	7.86%	7,406.23	10.25%	6,187.05	8.33%	7,460.65	10.55%
	品牌服装[注 2]	937.74	2.44%	4,073.75	5.64%	4,567.05	6.15%	3,886.62	5.50%
	围巾	314.76	0.82%	1,363.58	1.89%	2,038.90	2.74%	1,505.78	2.13%
	丝绸工艺品	65.48	0.17%	906.46	1.25%	1,303.34	1.75%	622.59	0.88%
	其他	1,020.39	2.65%	2,991.74	4.14%	4,306.79	5.80%	2,757.12	3.90%
	小计	11,141.00	28.97%	40,764.45	56.43%	39,913.93	53.73%	36,540.21	51.68%
丝绸纺织制品（非自有终端品牌）	丝绸面料	5,515.01	14.34%	16,653.63	23.05%	16,904.92	22.76%	17,596.22	24.89%
	贴牌服装[注 2]	3,101.41	8.06%	11,242.34	15.56%	14,510.89	19.54%	13,181.91	18.64%
	数码印花加工	900.13	2.34%	1,828.50	2.53%	953.02	1.28%	729.26	1.03%
	其他	591.60	1.54%	1,754.61	2.43%	1,998.30	2.69%	2,657.79	3.76%
	小计	10,108.15	26.29%	31,479.08	43.57%	34,367.14	46.27%	34,165.19	48.32%
口罩	平面口罩	15,124.98	39.33%	-	-	-	-	-	-
	立体口罩	2,081.29	5.41%	-	-	-	-	-	-
	小计	17,206.27	44.74%	-	-	-	-	-	-
合 计		38,455.42	100.00%	72,243.53	100.00%	74,281.06	100.00%	70,705.40	100.00%

注 1：丝绸文化创意品大类产品下的其他主要系蚕丝蛋白日化用品、领带等，丝绸纺织制品大类产品下的其他主要系丝巾制品、手帕饰品等。

注 2：品牌服装主要系公司自主品牌丝绸服装，以“万事利”等自主品牌进行终端销售，贴牌服装主要系公司以 OEM 模式组织生产，在终端销售环节以客户品牌而非公司自有品牌销售的丝绸服装、化纤等非丝绸服装等，下同。

2、产品分类及命名合理性

（1）采用“丝绸文化创意品（自有终端品牌）”和“丝绸纺织制品（非自有终端品牌）”分类方式的原因和合理性

公司主要产品按照客户群体和是否具备终端消费品牌可分为丝绸文化创意品和丝绸纺织制品，其中以“万事利”自有品牌为核心的丝绸文化创意品主要

包括丝巾、组合套装、家纺、品牌服装、围巾、丝绸工艺品；以技术加工为核心向知名女装品牌提供的丝绸纺织制品主要包括丝绸面料、贴牌服装以及公司凭借工艺优势向客户提供的数码印花加工服务。上述两类产品在运营模式、是否具备终端品牌、毛利率水平、客户群体等维度差异较大，具体如下：

项目	丝绸文化创意品 （自有终端品牌）	丝绸纺织制品 （非自有终端品牌）
运营模式	专注于研发设计和品牌形象，并通过直营、加盟或经销渠道对外销售	专注于核心生产工艺，以“OEM”模式对外销售
终端品牌	以“万事利”等自有终端品牌直接面向消费者	由下游客户进一步加工或贴牌后以客户自有终端品牌面向消费者
客户群体	主要为终端消费者，较为零散，也包括分销商	向品牌女装客户销售中间产品或服务
产品设计	以自有设计为主	公司主要根据客户的需求进行辅助设计
核心竞争力	品牌形象、创意设计、营销网络	数码印花工艺、供应链管控
毛利率水平	大多 40%以上	大多为 15%-25%区间内
运营主体	万事利丝绸母公司	万事利科技、万事利数码

针对丝绸文化创意品，公司专注于产品开发与品牌运营环节，以自主设计为主，将中国历史文化符号、元素、图样作为创意设计的源泉，开发出符合当下消费者需求的文化创意产品，通过直销和分销相结合的模式，以“万事利”等自有终端品牌直接面向消费者，形成了品牌形象、创意设计、营销网络的核心竞争力；针对丝绸纺织制品，公司以数码印花加工为核心，主要通过 OEM 模式向品牌女装客户销售中间产品或服务，由品牌女装客户进一步加工或贴牌后以其自有终端品牌面向消费者，形成了数码印花工艺、供应链管控的核心竞争力。因两者在运营模式、客户群体等方面存在较大差异，因此，丝绸文化创意品细分产品毛利率水平大多在 40%以上，丝绸纺织制品细分产品毛利率水平大多在 15%-25%区间内，且发行人母公司负责运营丝绸文化创意品，发行人子公司万事利科技和万事利数码负责运营丝绸纺织制品。

发行人细分产品种类达数千种之多，上述两类产品在运营模式、客户群体等方面均存在较大差异也因此导致了其在财务指标呈现上存在较大差异，如毛利率水平，考虑到公司是使用不同主体运营两类产品，采用上述分类方式有助于在本招股说明书“业务与技术”、“财务会计信息与管理层分析”等章节更加直观地对比阐述或分析不同产品类别下业务模式、客户供应商情况、主要财

务指标变动原因等，亦有助于根据业务模式等差异选择可比上市公司进行比对（如分板块比较毛利率、销售费用率等）。

因此，公司采用“丝绸文化创意品（自有终端品牌）”和“丝绸纺织制品（非自有终端品牌）”的分类方式具有合理性。

（2）采用“丝绸文化创意品（自有终端品牌)”和“丝绸纺织制品（非自有终端品牌)”作为分类名称可以概括细分产品的特征

①“丝绸文化创意品”名称的合理性

“丝绸文化创意品”具备文化创意内涵，公司一向重视将文化创意内涵通过丝绸产品体现，公司自 2012 年起名称中即包含“丝绸文化”字样,近年来，公司连续被评为“浙江省重点文化企业（2016-2017 年度）”和杭州“新制造业计划”典型企业（历史传承类），因此，公司将具备自有终端品牌的产品命名为丝绸文化创意品。

丝绸在中国具有上千年的历史，原本就是一个文化符号。公司以“丝”或“丝绸”为主要载体，聚焦于产品消费场景与中国文化中重要节日、仪式相结合，产品创意设计与中国文化元素图样、客户个性化定制需求相结合，产品营销策划与中国文化习俗、IP 相结合，将中国丝绸与中国文化融合创新，讲好中国故事，塑造民族品牌，开发出一系列符合当下消费者需求的丝绸文化创意产品。具体而言：

A、公司结合历史文化符号或事件，如“十二生肖”、“丝绸之路”等，以其作为创意设计的来源，设计相应花型图案，在体现花型美感的同时赋予其文化创意理念。

B、公司聚焦中国文化中重要节日、仪式，将其他具有中国传统文化元素的产品，如瓷器、茶叶、粽子、月饼等产品搭配发行人丝绸产品形成组合套装，在拓宽产品线的同时也强化了该组合套装的应用场景与文化内涵。

C、公司研究中国其他传统文化元素，如“婚庆”、“龙凤”等，融合创新于产品之中，设计出特定系列的家纺、品牌服装产品。此外，公司深入研究中国传统文化中红色代表喜庆的内涵，结合重要节日如“春节”，推出“祈福彩”

产品系列，并赋予其“福文化”的内涵，使其迅速应用于“年会”、“晚会”、“发布会”、“春节礼”等场景之中。

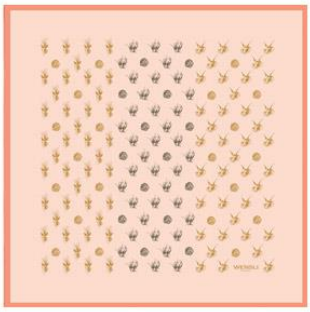
D、公司应用中国传统手工丝织技艺，以丝绸为载体，将原来应用于书画、照片的美景在丝绸上予以呈现，形成丝绸工艺品。

发行人主要丝绸文化创意品文化创意理念说明如下：

产品大类	产品名称	产品图示	文化创意理念
丝巾	双面印花大方巾—花境绕蝶		蝶恋花，花绕蝶，江南美景，宛如一幅美丽画卷。丝巾设计灵感源于杭州西湖的清澈湖水，和古诗词中蝶与花相恋的唯美。百合花象征着纯洁与爱，蝴蝶在花间飞舞，一片欣欣向荣，代表了合作与共赢。2016年，B20峰会伴手礼中的丝扇套装包含了花境绕蝶真丝大方巾。
	双面印花大方巾—蝴蝶梦		设计灵感源自蝴蝶，蝴蝶成双成对，与缠枝相恋，在杭州是寓意着梁祝，有追求美好生活的期许与向往之意，是一种高雅文化的象征，缠枝纹有着生生不息，万代绵长的美好愿望。
	大方巾-子鼠赞花		十二生肖是由来已久的民俗文化，公司通过动物图腾、吉祥花卉、幸运色等设计元素，开发生肖系列丝巾，通过美丽而悠久的丝绸，为大家呈现一个古韵新生的生肖神话。十二生肖为首的《子鼠赞花》采用中国剪纸的绘画风格，将灵鼠的形象活灵活现地展现在丝巾之上，同时，花卉元素的运用，更展现出繁盛的葱郁之貌。

产品大类	产品名称	产品图示	文化创意理念
	双面印花大方巾-丝路手记		“丝绸之路”是我国古代联系亚洲、欧洲和非洲的重要通道，这条通道构成了最早的世界联系，且已列入世界遗产名录。设计师精美描绘了丝绸之路的路线、途径的国家、城市建筑，并加入书信、邮票等元素，叙述着这段古老且重要的历史记录。
	双面印花大方巾—花团锦绣		设计灵感源自自然花卉，牡丹、玫瑰，百合花环的形式，圈圈圆圆是团团圆圆，有着花开好合的寓意，花团锦簇，相拥组合是一番热闹繁荣景象，粉色清新，仿佛春天的气息扑面而来。
组合套装	长巾—吉光凤羽夫人礼套装		该套装为 G20 杭州峰会配偶礼。古代神话中，珍兽吉光与神兽凤凰的羽毛为珍贵之物，代表着无价之宝。设计师将其融入具有东方之美的古典凤冠之中，长巾上凤凰着色超过 20 种，使其立体感大大增强，同时，丝巾整体色调采用中国最传统的红色、黄色。一只美丽的凤凰，翎羽闪烁立于冠顶，象征着自然界海纳百川、和睦相携。凤冠周围宝石、凤坠、珠饰点缀其间，搭配双凤连珠纹样，红底金纹华丽闪耀，寓意祥瑞、幸福之兆。
	夫人礼丝瓷套装		夫人礼丝瓷套装是万事利丝绸携手国瓷永丰源联合出品的丝瓷套装，丝与瓷均在 G20 杭州峰会中有着出色表现，其中丝巾《花境绕蝶》为 B20 峰会官方指定伴手礼，夫人瓷则是 G20 杭州峰会夫人团午宴用瓷。套装设计灵感源自集萃杭州元素、中国情结、世界语言，西子湖的湖水蓝，融合牡丹、如意、山水、百合、蝴蝶，有着花开富贵、水云禅心的美好寓意。

产品大类	产品名称	产品图示	文化创意理念
	杭城三绝-荷语清风套装		千里迢迢来杭州，半为西湖半为绸。丝绸作为杭州的名片之一，与扇子、西湖龙井齐名，并称为“三绝”。西湖的灵秀、良渚的璀璨、京杭运河的韵味，丝、茶、扇的文化被深深地镌刻在杭州的每一处。公司将“丝、茶、扇”三绝聚首，开发“杭城三绝”系列城市礼盒，带不走的西湖美景，带得走的“杭城三绝。万事利丝绸挖掘中国城市文化特色，助力打造中国城市新形象，已为国内数十个城市提供丝绸形象礼设计定制服务，为城市递出闪耀的名片。
家纺	床品八件套—龙吟凤舞		古时，龙凤相互呼应、配合出现，既反映着阴阳谐和的观念，又形容夫妻间比翼双飞、恩爱相随、相濡以沫、怡合百年的忠贞爱情。设计师重新解构和体量传统龙凤文化，倾心绘制出疏密有秩的线条，打造了富丽华贵却拥有迥异的东方气质的龙吟·凤舞系列，寓意龙凤呈祥，比翼双飞。100%桑蚕丝的素绉缎面料透气轻柔，给予美妙奢宠的感官体验。设计师回归本源，采用纽扣扣合被套。腰枕上的中式盘扣设计，成双成对，精致美观。纽襻（音“盼”）结，也叫盘扣。中式盘扣是成双成对的，精致美观。盘是修饰，扣是功能。小小的盘扣蕴藏着对美好生活的寄托和追求。
	两厢厮守婚庆套装		作为中国传统文化中的人生四大喜之一，结婚以及婚礼仪式、婚喜文化历来为国人所重视。据传，古时江南大户人家若生女婴，便在家中庭院栽香樟树一棵，女儿到待嫁年龄时，香樟树也长成。媒婆在院外只要看到此树，便知该家有待嫁姑娘，便可来提亲。女儿出嫁时，家人要将树砍掉，做成两个大箱子，放入各式丝绸制品作为嫁妆，取“两厢厮守(两箱丝绸)”之意。万事利丝绸推出两厢厮守婚庆套装，创新传承婚庆传统文化，打造兼具超强实用性及婚庆仪式感的中式设计产品，让传统习俗创新式地走入现代年轻人的生活，引领婚庆消费需求的新风尚。

产品大类	产品名称	产品图示	文化创意理念
品牌服装	睡袍-龙吟/凤舞		古时，龙凤相互呼应、配合出现，既反映着阴阳谐和的观念，又形容夫妻间比翼双飞、恩爱相随、相濡以沫、怡合百年的忠贞爱情。设计师重新解构和体量传统龙凤文化，倾心绘制出疏密有秩的线条，打造了富丽华贵却拥有迥异的东方气质的龙吟·凤舞系列睡衣，寓意龙凤呈祥，比翼双飞。
围巾	万事如意-真丝祈福彩		福文化代表了以“福、禄、寿、喜、财”为核心的中国传统“五福”吉祥文化。万事利丝绸创造性地将蝙蝠、如意、祥云等中国传统吉祥纹样融入设计中，形成了一条具有浓重中华福文化的“祈福彩”，多年来深受消费者的喜爱，为年会、晚会、发布会、春节礼赠等场合增添喜庆团圆的氛围，表达了人们对未来的美好祝福。万事如意-真丝祈福彩采用 100%桑蚕丝为原料，通过真丝拉绒工艺，精心制作而成。
	花朝凤鸣		百花盛开的春晨，繁花如锦幛，天朗气清，仿佛能听见凤凰鸣叫。《花朝凤鸣》灵感源自花朝节，也叫花神节，俗称百花生日，流行于东北、华北、华东、中南等地，一般于农历二月初二、二月十二或二月十五举行。节日期间，人们结伴到郊外游览赏花，称为“踏青”，姑娘们剪五色彩纸粘在花枝上，称为“赏红”，这是中国富有诗意的传统节日之一。

产品大类	产品名称	产品图示	文化创意理念
丝绸工艺品	双面刺绣屏风—盛世风华		2016 年 G20 杭州峰会，万事利丝绸为西湖国宾馆特别制作的丝绸工艺品双面刺绣屏风—盛世风华，体现了泱泱大国的雍容大气和无与伦比的高贵气势。作品运用了平针、套针、齐针等 10 多种针法，选用了 2,000 多种颜色的丝线，一改以往牡丹题材绣品的艳丽、浓郁之风，整体风格清新、淡雅，雍容大气却又不失精致的江南韵味。20 朵颜色各异、姿态灵动的牡丹寓意欣欣向荣、精彩绽放的 20 个国家，玉兰寓意君子之交，高贵、高洁。2 只喜鹊寓意好事成双、4 只蝴蝶寓意四海升平。
	锦绣西湖卷轴画		《锦绣西湖》卷轴画全方位展示了西湖壮阔的自然风光，构图细致生动，透着中国水墨独有的韵味与雅致，甚至可以感受到湖面的波光粼粼。远处是山色空蒙，青黛含翠，游船点点，演绎着西湖烟雨的那份姿意，既能欣赏湖光山色，又能饱览丝绸艺术，还能感受人文故事，这样的“锦绣西湖”以丝绸为载体，彰显的不仅是杭州情韵，更是国之荟萃。

②“丝绸纺织制品”名称的合理性

公司丝绸纺织制品主要为丝绸面料、贴牌服装、数码印花加工，其中丝绸面料和数码印花加工均主要向客户提供由白坯面料经染色或印花而成后的面料，两者差异仅为原料是否由客户提供。公司无成衣制作环节，根据客户需求向其提供丝绸面料或进一步委外成衣制作后提供贴牌服装，丝绸面料和贴牌服装销售模式趋同，公司丝绸纺织制品聚焦于数码印花加工环节，属于“纺织工业”。此外，丝绸面料系丝绸纺织制品最大细分子类，丝绸面料和数码印花加工报告期各期收入占丝绸纺织制品的比重均超过 50%。因此，将丝绸面料、贴牌服装、数码印花加工等产品合并命名为“丝绸纺织制品”具备合理性。

（3）“丝绸纺织制品”中含有“数码印花加工”的原因和合理性

丝绸纺织制品主要包括丝绸面料、贴牌服装、数码印花加工，丝绸面料和贴牌服装属于产品形式，数码印花加工属于服务形式。丝绸面料及贴牌服装、数码印花加工在最终产品呈现形式、业务模式、客户群体等方面趋同，故将“数

码印花加工”作为丝绸纺织制品的一个细分子类，具有合理性。

从最终产品呈现形式维度分析，数码印花加工主要产品为丝绸面料，与公司向品牌女装企业销售的丝绸面料产品相同，两者的区别仅为原材料是否由公司自行采购。

从业务模式维度分析，无论是公司直接销售丝绸面料亦或提供数码印花加工服务，其涉及数码印花环节均自主完成，其生产团队和运营团队均属于子公司万事利科技和万事利数码。公司根据客户需求，选择以提供数码印花加工服务的方式或直接销售丝绸面料的方式与客户合作。

从客户群体维度分析，报告期内，数码印花加工服务前五名客户中帛淼服饰及其关联方、众配实业、嘉盈兴业等客户，亦同时向公司采购丝绸面料和贴牌服装产品。报告期内，上述同时向公司采购产品的数码印花加工客户对应的数码印花加工收入分别为 146.80 万元、248.63 万元、1,334.66 万元和 539.66 万元,占各期数码印花加工收入的比重分别为 20.13%、26.09%、72.99%和 59.95%，数码印花加工客户与丝绸面料及贴牌服装客户重叠度相对较高。

综上，数码印花加工在收入分部中作为丝绸纺织制品大类中的一个子类予以列示。

（二）公司的主要经营模式

1、盈利模式

公司主要从事丝绸相关产品、口罩产品的研发设计、生产与销售。公司丝绸文化创意品**（自有终端品牌）**采用品牌运营模式专注于产品开发与品牌运营环节，通过向下游分销商和终端客户销售丝绸文化创意品实现收入和利润；公司丝绸纺织制品**（非自有终端品牌）**以数码印花加工为核心，以 OEM 模式向服装领域公司销售丝绸面料、服装或提供受托加工服务实现收入和利润；公司口罩产品主要用于满足国内外新冠肺炎疫情防护需求，通过向下游分销商和终端客户销售口罩实现收入和利润。

2、研发与设计模式

（1）丝绸文化创意品**（自有终端品牌）**

以丝巾为主要细分品类的丝绸文化创意品，需不断向市场推出新产品迎合市场需求，同时亦需根据客户的具体订单开发个性化产品。针对丝绸文化创意品，公司下设的丝绸研究院进行自主研发设计，丝绸研究院二级部门商品中心负责及时了解、搜集市场热点信息、流行趋势，进行商品企划，设计研发中心则根据商品企划负责新品及个性化定制产品的开发。公司产品以自主开发为主，2019 年度公司设计研发中心新品设计数量超过 350 款，上市数量 250 款。为不断拓宽丝绸产品类别，丝绸研究院下设丝蛋白技术研发部、丝绸复古技术研发部、丝绸“+”项目部、国潮文创产品项目部等部门就丝绸具体方向的应用进行研发创新。

（2）丝绸纺织制品**（非自有终端品牌）**

针对丝绸纺织制品，公司采取以自主研发为主、合作研发为辅的模式，保证了公司在数码印花领域的技术先进性。通过多年的生产经验积累，公司已开发出了数码印花色彩管理体系并熟练掌握了双面数码印花生产工艺，使得公司在丝绸纺织制品领域拥有了较强的竞争优势。公司坚持产、学、研相结合的合作研发模式，与浙江大学、浙江理工大学、杭州电子科技大学等高等院校建立了项目开发合作关系，不断地将先进的丝绸技术引入到实际生产环节中，并通过不断的尝试改善现有生产工艺。

3、生产模式

报告期内，公司生产模式主要分为自主加工和外协生产。其中，公司针对具有核心竞争力的数码印花加工工艺采取自主加工方式，而对于面料染色、传统台版印花、成衣加工、丝巾卷边等技术含量相对较低，行业竞争充分，可替代性较强的工艺/环节采取外协生产的模式。外协生产根据是否由供应商提供原材料和结算方式可进一步分为外包模式（全额结算）和委托加工模式（净额结算）两类。公司综合考虑具体产品的面料类型、生产工艺、品质要求、交付时效等因素，确定外协生产所采取的模式。

公司丝绸文化创意品**（自有终端品牌）**与丝绸纺织制品**（非自有终端品牌）**自主生产与委外生产环节具体如下：

项　目		设计环节	印染加工环节	制作环节（丝巾卷边、成衣制作等环节）	质检包装环节	序号
丝绸文化创意	部分丝巾等产品	自主完成	自主完成	外协生产-委托加工模式	自主完成	①

项 目		设计环节	印染加工环节	制作环节（丝巾卷边、成衣制作等环节）	质检包装环节	序号
品（自有终端品牌）	其他产品		外协生产-外包模式			②
丝绸纺织制品（非自有终端品牌）	丝绸面料	客户提供设计样稿，公司辅助设计	自主完成	/	自主完成	③
			外协生产-委托加工模式	/	公司完成质检，供应商完成简单包装	④
			外协生产-外包模式	/		⑤
	贴牌服装	客户提供设计样稿，公司辅助设计	自主完成	外协生产-委托加工模式	公司完成质检，供应商完成简单包装	⑥
			外协生产-委托加工模式			⑦
			外协生产-外包模式			⑧
	其他丝绸纺织制品	客户提供设计样稿，公司辅助设计	外协生产-委托加工模式		公司完成质检，供应商完成简单包装	⑨
			外协生产-外包模式			⑩
	数码印花加工	/	自主完成	/	自主完成	⑪

2020 年，为抗击新冠肺炎疫情，公司增加了口罩品类产品。口罩生产主要包括压片加工、焊耳带加工、质检、包装等环节。在新冠肺炎疫情爆发前期，因自有产能较小，公司部分口罩产品压片加工和焊耳带加工环节采取外协生产模式（委托加工模式和外包模式均存在）。

报告期内，公司不同生产模式下完工入库成本情况如下：

单位：万元

项 目	生产模式	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
		完工入库成本	占比	完工入库成本	占比	完工入库成本	占比	完工入库成本	占比
丝绸文化创意品（自有终端品牌）	自主加工①	1,038.67	4.15%	3,114.48	6.73%	691.79	1.43%	597.67	1.31%
	外包②	4,987.64	19.91%	17,976.30	38.84%	18,828.55	38.98%	16,438.03	36.04%
丝绸纺织制品（非自有终端品牌）	自主加工③+⑪	2,609.73	10.42%	6,453.17	13.94%	5,169.22	10.70%	4,526.86	9.93%
	委托加工④+⑥+⑦+⑨	4,303.51	17.18%	15,164.17	32.76%	19,199.24	39.75%	17,522.58	38.42%
	外包⑤+⑧+⑩	1,261.69	5.04%	3,574.68	7.72%	4,408.28	9.13%	6,520.84	14.30%
口罩	自主加工⑫	1,361.03	5.43%	/	/	/	/	/	/
	委托加工⑬	4,759.85	19.00%	/	/	/	/	/	/
	外包⑭	4,727.94	18.87%	/	/	/	/	/	/
自主加工模式合计①+③+⑪+⑫		5,009.43	20.00%	9,567.64	20.67%	5,861.00	12.14%	5,124.53	11.24%

单位：万元

项　目	生产模式	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
		完工入库成本	占比	完工入库成本	占比	完工入库成本	占比	完工入库成本	占比
委托加工模式合计 ④+⑥+⑦+⑨+⑬		9,063.35	36.18%	15,164.17	32.76%	19,199.24	39.75%	17,522.58	38.42%
外包模式合计 ②+⑤+⑧+⑩+⑭		10,977.26	43.82%	21,550.98	46.56%	23,236.83	48.11%	22,958.87	50.34%
合　计		25,050.05	100.00%	46,282.79	100.00%	48,297.07	100.00%	45,605.98	100.00%

注：丝绸文化创意品部分丝巾以及丝绸纺织制品部分贴牌服装均采取了自主完成数码印花加工，委托外部供应商完成丝巾卷边/成衣制作环节的方式。根据不同环节加工复杂程度与产值占比，将委托加工环节较为简单的丝巾归入自主加工模式统计，将委托加工环节较为复杂的贴牌服装归入委托加工模式统计。

报告期内，公司自主加工比例分别为 11.24%、12.14%、20.67%和 20.00%，2017-2019 年度，随着公司逐步向能够发挥数码印花核心工艺优势的产品倾斜，数码印花加工业务客户数量增加，丝绸文化创意品和丝绸纺织制品自主加工比例均呈逐年提升趋势，带动公司总体加工比例呈上升趋势。2020 年度 1-6 月，由于疫情爆发初期公司自有产能相对较小，口罩产品自主加工比例相对较低，拉低公司自主加工比例。

（1）丝绸文化创意品**（自有终端品牌）**

公司丝绸文化创意品所采取的生产模式及对应的核算方式具体如下：

产品/服务类型	生产模式		主要特点	核算方式
丝绸文化创意品（自有终端品牌）	自主加工		针对部分丝巾等产品，公司自主设计，自行采购原辅料，自主完成数码印花加工环节，进一步委托外部供应商完成丝巾卷边环节，经质检、包装后销售	原辅料采购计入存货中的原材料和周转材料科目。生产完工时，将生产领用的原辅料成本、生产加工环节耗用的直接人工及制造费用、以及卷边环节等发生的委托加工费用结转至完工产品，销售时再结转至主营业务成本
	外协生产	外包	针对丝绸文化创意品其他产品，公司自主设计，确定产品材质及质量标准，委托外包供应商采购原材料并根据公司要求完成生产制作。公司向外包供应商采购半成品，经质检、包装后销售	采购入库计入存货中的半成品科目。完工时，将半成品采购成本和包装环节耗用的直接材料、直接人工及制造费用结转完工产品，销售时结转至主营业务成本

公司针对丝绸文化创意品主要专注于研发设计与销售。因双面数码印花工艺水平提升，报告期内部分丝巾等产品由公司自主完成数码印花加工环节。除此之外，其他产品主要采取外包模式，委托外包供应商采购原材料并根据公司设计样稿、产品材质及质量标准要求完成生产制作，产品经质量检验后入库。丝绸文化创意品根据预计销售需求制定生产计划，对于个性化定制产品公司根据客户订单

需求组织生产，对于常规产品公司根据每日动态销售数据及未来销售趋势预测组织生产，保留一定的备货量。

外协生产模式下，外协供应商根据公司的设计组织生产活动，公司品质管理部负责产品质量的管控，对供应商的生产作业、出厂检验，及公司的入库检验、包装出库整个过程实现质量控制和监督管理，保证供应商生产符合规范和公司出库产品质量符合要求。

（2）丝绸纺织制品**（非自有终端品牌）**

公司丝绸纺织制品所采取的生产模式及对应的核算方式具体如下：

产品/服务类型		生产模式		主要特点	核算方式
丝绸纺织制品（非自有终端品牌）	丝绸面料与贴牌服装及其他丝绸纺织制品	自主加工		公司根据客户设计样稿或其他要求，进行辅助设计，自行采购原辅料，自主完成数码印花加工环节。产品加工完成，经质检后销售	原辅料采购计入存货中的原材料科目。生产完工时，将生产领用的原辅料成本、生产加工环节耗用的直接人工及制造费用结转至完工产品，销售时结转至主营业务成本
		外协生产	委托加工	公司根据客户设计样稿或其他要求，进行辅助设计，自行采购原辅料，委托供应商完成染色、台版印花、成衣制作等环节。或针对上述自主完成数码印花加工的面料，进一步委托供应商完成成衣制作环节。产品加工完成经公司质检后销售	原辅料采购计入存货中的原材料科目。发出采购的原辅料或自主加工的面料时，将原材料或自主加工面料成本结转入委托加工物资。委托加工缴回并验收入库时，将原辅料成本、委托加工费用结转至完工产品，销售时再结转至主营业务成本
			外包	公司根据客户设计样稿或其他要求，进行辅助设计，并根据设计要求采购成品面料、成品服装，经公司质检后销售	采购并验收后计入存货中的的库存商品科目。对外销售时，将库存商品成本结转入主营业务成本
	数码印花加工	自主加工		公司接受客户委托，由客户提供主要原材料，公司采购部分辅料，并向客户提供数码印花加工服务[注]	对外提供服务时，将辅料采购成本、数码印花加工服务耗用的直接人工及制造费用归集后结转至主营业务成本

注：公司数码印花加工由客户提供原材料，除此之外，公司丝绸纺织制品中的其他产品均不存在由客户提供原材料的情形。

丝绸纺织制品主要保留数码印花生产环节，其他生产环节主要采取委托加工或外包模式。委托加工模式下，公司自行采购原辅料，委托供应商完成加工环节；外包模式下，公司根据客户设计样稿或其他要求，进行辅助设计，并根据设计要求，采购成品面料或成品服装。丝绸纺织制品以订单式生产为主，通常仅对白坯面料进行少量备货以满足紧急生产需求。在确认客户订单后，公司根据客户需求、价格、花型要求选择面料加工方式，通常情况下，数码印花相对传统印染价格更

高，但在小批量、色彩丰富度、花型多样性、安全环保等方面更具优势。

公司对每笔订单的生产安排质检员全流程跟踪，对数码印花工厂或外协供应商生产过程进行初、中、尾期查货，形成验货报告确保产品质量符合客户要求。

公司不从事传统台版印花、染色和成衣制作环节，而是将需要传统台版印花或染色的面料、服饰加工交由外协供应商完成。报告期内，公司面料加工供应商相对集中，面料加工厂定期报送单价信息，公司根据销售订单需求选择合适的供应商组织生产。服饰加工供应商相对分散，公司根据销售订单需求申请内部打样核算样衣成本，并在《合格供应商名录》中询价后选择报价合适的外协供应商组织生产。公司不存在对外协供应商的重大依赖。

（3）口罩

产品类型	生产模式		主要特点	核算方式
口罩	自主加工		公司自行采购原辅料，自主完成主要生产环节，经质检、包装后销售	原辅料采购计入存货中的原材料和周转材料科目。生产完工时，将生产领用的原辅料成本、生产加工环节耗用的直接人工及制造费用结转至完工产品，销售再结转至主营业务成本
	外协生产	委托加工	公司自行采购原辅料，委托供应商完成压片加工、焊耳带等环节，经公司质检、包装后销售	原辅料采购计入存货中的原材料和周转材料科目，发出原辅料时，将原材料结转入委托加工物资。委托加工缴回并验收入库时，将原辅料成本、委托加工费用结转至完工产品，销售时再结转至主营业务成本
		外包	公司采购口罩半成品，经质检、包装后销售	采购入库计入存货中的半成品科目。完工时，将半成品采购成本和包装环节耗用的直接材料、直接人工及制造费用结转完工产品，销售时结转至主营业务成本

公司作为首批浙江省级重点民用口罩及关键材料生产企业之一，新冠肺炎疫情爆发前期因自有产能较小，口罩采取外协生产和自主生产相结合的模式，以外协生产为主。外协生产方式下，公司对每笔订单的生产安排质检员全流程跟踪，不定时前往供应商厂区巡检，确保产品质量符合客户要求。目前公司以订单式生产为主，根据客户需求及报价考虑是否承接业务。

为保证产出口罩质量符合要求，公司于 2020 年 3 月投建了口罩生产车间，在生产工序、环境、质检方面达到相关标准，截至本招股说明书签署日，公司口罩产品主要为自主生产。

（4）委托加工与外包模式选择标准及方式、优劣势

公司选择外协模式的标准和方法主要从面料类型、生产工艺、品质要求、交

付时效等因素综合考虑。针对丝绸文化创意品，公司专注于产业链上附加值较高的环节，除部分丝巾等产品运用数码印花工艺采取自主加工外，其他产品主要通过外包模式形成快速灵活的运营机制。针对丝绸纺织制品，公司具有多年的真丝类产品业务经验，品控及品牌具备较好的市场美誉度，真丝类产品一般采取委托加工模式，非真丝类产品一般采取外包模式；公司加工环节聚焦于数码印花工艺，当产品加工环节涉及数码印花加工时一般采用委托加工模式，不涉及数码印花加工时一般采取外包模式；若客户对原材料白坯面料品质要求较高，公司一般通过利用自身的渠道采购白坯面料后委托供应商加工。针对口罩产品，个别情况下在产品交付紧急时若公司来不及采购原材料组织生产，会通过外包模式直接向供应商采购产成品。

公司主要产品选择外协生产模式的标准及优劣势情况如下：

项目	外协生产模式		选择标准及方式	优劣势说明
丝绸文化创意品**（自有终端品牌）**	外包模式		除部分丝巾等产品公司自主设计，自行采购原辅料，自主完成数码印花加工环节形成自主生产外，其他产品均采用外包模式	优势：可专注于设计研发、品牌推广、终端销售等产业链上附加值较高的环节，形成快速灵活的运营模式 劣势：损失供应链生产环节利润
丝绸纺织制品**（非自有终端品牌）**	丝绸面料	委托加工模式	主要系真丝面料，因公司经营丝绸业务多年，拥有广泛原材料供应资源，通过此模式公司自行采购原材料并通过人员跟单确保品质符合客户需求	优势：公司拥有白坯面料采购渠道优势，可确保白坯面料品质及价格 劣势：需增加加工环节中的跟单投入，避免品质不符合客户需求造成原材料损失的风险
		外包模式	主要系非真丝面料，非真丝面料不属于主要产品，公司未配备非真丝面料的专业跟单人员，通过外包模式可减少跟单投入	优势：可减少加工环节中跟单等投入，不存在原材料损失风险 劣势：无原材料采购渠道优势
	贴牌服装	委托加工模式	主要系真丝服装和除针织类非真丝服装，公司拥有相应服装跟单能力及相应服装面料渠道	优势：可充分发挥原材料采购优势，确保原材料品质及价格 劣势：需增加加工环节中跟单等投入，避免品质不符合客户需求造成服装面料损失的风险

项目	外协生产模式		选择标准及方式	优劣势说明
		外包模式	主要系针织类非真丝服装，公司针织类服装面料供应渠道的开发能力较弱	优势：可减少加工环节中跟单等投入，不存在原材料损失风险 劣势：无原材料采购渠道优势
口罩		委托加工模式	在国内新冠肺炎疫情前期，公司拥有熔喷布等原材料渠道，在自有产能不足情况下通过委托加工模式生产	优势：拥有熔喷布等原材料采购渠道，确保产品品质和价格 劣势：需增加加工环节中跟单等投入，避免品质不达标造成原材料损失
		外包模式	在国内新冠肺炎疫情后期，国内熔喷布等原材料价格上涨，市场价格波动较大，公司口罩原材料紧缺，为保证交付时间在自有产能不足情况下通过外包模式生产	优势：可减少加工环节中跟单等投入，不存在原材料损失风险 劣势：无熔喷布等原材料采购渠道优势

（5）数码印花工艺内容及技术先进性、竞争优势

①数码印花工艺内容

公司数码印花工艺具体主要包括打样、前处理、数码喷印（印花环节）、后道加工四部分内容，具体如下：

A、打样，指根据设计的要求生产大货的样品，因数码印花加工过程经历多种物理和化学反应，样品呈现颜色与设计的颜色通常存在偏差。打样速度快、打样色彩准是赢得市场竞争的主要条件。公司拥有数码印花数字化色卡 5,000 多个图库，通过数字化工艺控制保证样品呈现的颜色与输入颜色基本一致，具备了数码喷印快速打样的能力，形成数码印花加工工艺竞争优势，公司数字化色彩图库已取得 3 项发明专利。

a、数字化色彩图库的形成方式和过程

数码喷印设备工作原理是将图像通过数字化技术处理后输入计算机，由计算机将图像通过喷印控制软件 RIP 转化成数字化信号传递给数码喷墨打印机，再由数码喷墨打印机系统根据数字化信号控制喷头将 4 色、6 色、8 色、12 色等彩色墨水喷印在纺织品表面上，从而获得所需彩色图像。

每台数码喷印设备均有自身的密度曲线（数码喷印设备管理图像数据与墨水

喷出量的映射关系曲线，数码印花机的输入（图像想要的墨量）和输出（实际输出的墨量）的对应关系），很大程度上影响印花设备的印花质量和效果。目前数码喷印设备主要采用印刷行业（喷印在纸张上）通用的密度曲线，因纸张和丝绸面料的吸墨性能存在较大差异，故把通用的密度曲线直接用于生产丝绸面料的设备上，生产出的丝绸面料会带来较大的颜色偏差（即成品呈现颜色与计算机输入颜色不完全一致），从而导致印花次品率的升高。因此需要针对丝绸数码印花工艺，建立丝绸密度曲线，提高丝绸印花的质量。

在此背景下，公司于 2013 年起组建了 30 余人的数码印花色彩管理技术攻关团队，包括调色人员、上浆人员、喷印人员、后道人员等，通过自主研发和产学研合作，先后取得了“一种数码印花喷印特性曲线的制作方法”、“一种数码印花颜色再现监控方法”两项发明专利。一种数码印花喷印特性曲线的制作方法主要用于完善数码喷印设备的密度曲线，在丝绸面料上通过调节数码喷印设备每个喷头的相关参数（电压等），达到控制喷墨量的效果，使得彩色墨水在丝绸面料上印花更均匀；一种数码印花颜色再现监控方法主要用于调节浆料配方与浆料涂布、喷墨墨量、蒸化等复杂的工艺过程，建立完整的数字化控制体系，保证设计色彩的高精度呈现。

在取得上述两项发明专利的基础上，公司通过控制各道工序的反应条件不断地对色彩进行试验及评价（试验及评价方法取得了“一种基于特征色的数码印花颜色再现精度的评价方法”发明专利），公司以每天平均打样 1,000 多种颜色，总结出 2-3 种颜色规律的速度，持续开发至今形成了包含 5,000 多种色卡的数字化色彩图库，数字化色彩图库即为通过长时间多频次的试验，记录计算机模式下的某一颜色（可以用数据形式体现）在最佳产品质量效果下对应的数码印花各道工序的生产条件，取得一一对应关系。设计师在数字化色彩图库环境下选用色彩进行设计，可确保数码印花产品颜色和设计师设计颜色的一致性，达到“所见即所得”，同时实现了数码喷印快速打样。

b、行业内其他公司数字化色彩图库情况

数字化色彩图库作为技术秘密，用于给公司内部设计师提供数字化色彩的设计环境，行业内无公开的数字化色彩图库情况。

c、色彩图库形成的技术和经验壁垒

公司于 2010 年进入数码印花行业，系将数码印花设备应用于丝绸面料较早的企业，并于 2013 年起研究数码印花色彩管理，经过专业技术团队长时间的研究，取得了数码印花色彩管理相关的 3 项发明专利，并形成了包含 5,000 多种颜色的数字化色彩图库，目前已广泛应用于数码印花生产经营，具备了打样速度快、打样色彩准的核心竞争力。公司通过长期、持续地研发投入和生产经验积累，形成了数码印花色彩管理相关的发明专利和色彩图库，作为市场新进入者，很难在短时间内掌握数码印花色彩管理技术。

d、色彩图库不存在知识产权相关或其他纠纷或潜在纠纷

数字化色彩图库系用数据描述颜色的图库，作为技术秘密为公司内部设计师提供数字化色彩的设计环境，确保数码印花产品颜色和设计师设计颜色的一致性，达到“所见即所得”，不存在知识产权相关或其他纠纷，亦不存在潜在纠纷。数字化色彩图库仅作为内部花型设计环境，必须与公司的生产设备、染料助剂、各道工序生产条件等相适应才可以达到“所见即所得”的生产效果，故色彩图库泄露风险较低，即使发生泄露，对方亦无法形成数码印花色彩管理技术，不会造成知识产权相关的纠纷。

B、前处理，指在数码喷印前，对织物进行上浆处理，目的在于防止喷印到织物表面的染料渗化，提高色牢度和花型精度，最终决定印花的效果和质量。真丝面料具有柔软、易变形的特质，在数码双面喷印时正反两面花型容易发生错位，公司拥有自身积累的工艺配方技术档案，使上浆处理后的真丝面料软硬度恰当，大幅减少染料渗化，提高色牢度和花型的精准度。

C、数码喷印，指通过数码印花设备在织物上喷墨印花的过程。数码印花设备虽可实现双面印花的功能，但在丝绸面料上印花由于丝绸的特性不经过特殊处理容易导致次品率较高。公司通过自身的前处理工艺和数字化色彩管理，可加强数码印花设备对花型的识别能力，并有效解决双面颜色相互影响的问题，使公司数码双面印花产品实现产业化，公司现有异色色卡接近 4,000 对。

D、后道加工，指经数码喷印后的织物进行蒸化、水洗、定型的过程，实现固色、柔软、清洁的作用，公司总结多年来的生产经验，通过控制温度、湿度等条件不断提升产品质量及环保要求。

②工艺先进性、竞争优劣势

A、数码印花工艺较传统印花工艺的先进性

a、数码印花技术特点

数码印花技术工艺起源于上世纪九十年代的欧洲，并于 20 世纪引入中国，经过多年的发展，其技术已基本成熟。数码印花工艺具备绿色化、灵活化、高清晰度等特点，其应用推广能够满足传统印花市场向“个性化、小批量、交货快、花型多、高品质”转型的需求，在部分领域能够实现对传统印花方式的替代。

b、数码印花工艺与传统印花工艺的优劣势比较

与传统印花工艺相比，数码印花工艺在安全环保、色彩丰富度和精细度、小批量快速反应等方面具有明显的优势，数码印花在部分领域能够实现对传统印花方式的替代，但仍存在设备、耗材成本相对较高等问题，传统印花方式针对少品种、大批量生产具有较大的成本优势。数码印花工艺的优劣势情况对比如下：

项目	数码印花工艺	传统印花工艺
图案丰富性	任意图案，无需考虑图案类型和套色数	图案设计需考虑花回大小和套色数
打样时间	无需制版，直接印制图案，一般为 3-6 天	需经过制版、制网、调浆后才能上机印制图案，一般为 7-15 天
印花精度	印花精度高	印花精度一般
快速反应能力	柔性生产，快速反应	灵活性有限，难以快速反应
环保程度	喷印过程用水较少，不用调制色浆，无废浆，环保程度较好	用水较多，废浆多
渗透性	色彩渗透较差	色彩渗透较好
生产成本比较	可节省人力成本，但设备、耗材价格较高，规模化生产条件下，生产成本较高	需较多操作人工，设备、耗材价格较低，规模化生产条件下，生产成本较低

注：以上信息取自行业专家访谈及中国印染行业协会专项报告。

c、行业政策大力推动数码印花工艺发展，数码印花未来发展前景广阔

由于数码印花技术工艺领先，且更加绿色环保，政府及行业协会发布了一系列的政策法规如《浙江省加快传统制造业改造提升行动计划（2018-2022 年）》、

《纺织工业发展规划（2016－2020 年）》、《印染行业绿色发展技术指南（2019 版）》等，大力支持数码印花工艺技术的发展与应用。

目前，数码印花工艺处于应用初期，根据中国印染行业协会调研统计，2019 年中国数码喷墨印花产量约 19 亿米（包含丝绸在内的所有面料类型），占印花布总量的 11%，但数码印花工艺 2011 年以来，以年均 48%左右的复合增长率快速增长，数码印花工艺具有较好的市场前景，未来五年，数码印花工艺仍将保持年均 15%左右的复合增长率，至 2023 年产量达到 30 亿米左右。

B、发行人数码印花工艺较行业内数码印花工艺的先进性及技术优势

发行人专业从事丝绸相关领域，自 2010 年起就逐步尝试将数码印花工艺应用于丝绸印花领域的规模化生产，并不断通过技术探索，在色彩管理体系、印花精度等方面不断取得突破。同时，发行人是行业内较早应用双面数码印花工艺的企业，并通过该工艺解决了单面数码印花色彩渗透度较差的劣势。发行人与行业内其他数码印花企业工艺主要技术指标对比如下：

项目	万事利丝绸数码印花		丝绸行业数码印花
	单面	双面	
色彩管理体系	数字化管理，打样色彩准		经验管理，打样色彩可控度较差
打样时间[注]	1-2 天		3-6 天
印花精度	色彩丰富、精度高；双面印花对位精准度在 0.2mm 以内		色彩丰富、精度高；双面印花对位精准度在 0.5mm 以内（行业标准）
色牢度（耐水、耐洗、耐摩、耐热、耐光）	3-4 级		3 级（行业标准）
渗透度	色彩渗透较差	色彩渗透较好	色彩渗透较差
变动生产成本	小批量与大批量基本一致		小批量与大批量基本一致
双面数码印花产业化程度	/	进入市场时间较早，规模化优势显著	进入市场时间较晚，产量普遍较小

注 1：正常生产条件下 10 个花型的打样时间。
注 2：以上信息取自行业标准及行业专家访谈。

a、数字化管理，打样速度快

发行人是行业内较早实现数码印花工艺应用于丝绸领域的企业，经过多年研发与生产经验积累，公司目前已总结形成了数码印花数字化色彩图库 5,000 多个，实现成品呈现的颜色与输入颜色基本一致。而行业内其他数码印花主要通过经验

管理，需要多次试验才可实现打样效果，相比之下，公司通过数字化管理可明显减少打样时间，仅需 1-2 天即可完成花型打样，实现了快速反应能力。

因丝绸具有轻薄、易变形等特点，数码印花加工过程经历多种物理和化学反应容易使得成品呈现颜色与计算机输入颜色不一致。通过行业专家及主要数码印花设备生产厂商的反馈，行业内其他大多数数码印花企业色彩管理环节主要依赖相关技术人员的经验管理。

公司通过数字化进行数码印花色彩管理，形成了色卡丰富的数字化色彩图库，设计师在数字化色彩图库环境下选用色彩进行设计，每一种颜色均关联了数码印花各道工序的生产条件，实现了数码印花产品颜色和设计师设计颜色的一致性，达到“所见即所得”。

b、印花精度高

发行人目前工艺标准已可实现双面印花对位精准度在 0.2mm 以内，高于双面印花丝绸围巾团体标准 0.5mm，发行人工艺标准已可实现产品色牢度等级为 3-4 级（等级越高，色牢度越好），高于丝绸围巾行业标准 3 级。

c、双面印花规模化优势

双面印花工艺可解决单面数码印花渗透性较差的缺点，增加了数码印花工艺的应用领域，发行人进入该领域时间较早，已实现丝绸双面数码印花规模化生产，2019 年度，公司数码印花工厂生产双面数码印花面料 48.97 万米，并为行业内知名女装品牌供货，具备较好的品牌美誉度和先发优势。

凭借工艺优势，公司主要起草了《双面同花数码喷墨印花桑蚕丝围巾》团体标准，开发的“梦幻伦敦”双面异色丝巾获中国纺织工业联合会颁发的“2018 年度十大类纺织创新产品”称号（由工业和信息化部消费品工业司委托评选）。

d、数码印花工艺和设备之间的关系

数码印花通过专业数码印花设备实现，丝绸具有轻薄、易变形等特点，且数码印花加工过程经历多种物理和化学反应会对最终呈现的印花图案效果产生影响，未经过特殊工艺处理容易导致丝绸数码印花次品率较高。数码印花设备系适用于丝、棉、麻、化纤等多品种面料的机械设备，发行人将其应用于丝绸行业，

通过多年积累的生产经验，经过反复实践，掌握了与数码印花设备相适应的生产工艺，从而实现印花精度、色牢度、渗透度均达到或超过行业标准水平，产品质量获得客户和行业的认可。若仅仅购买数码印花设备直接用于丝绸面料印花，则在印花精度、色牢度、渗透度等方面的次品率会有所上升。因此，发行人系通过多年对设备特性的探索，并结合自身的生产经验，总结出一套适合丝绸产品数码印花的生产工艺，在快速反应能力、产品质量、规模化生产等领域取得竞争优势。

e、数码印花设备对公司数码印花加工服务的生产经营较为重要，公司对数码印花设备供应商不存在重大依赖

公司数码印花技术系通过多年研发和生产经验积累形成，需配合数码印花设备生产相应产品，数码印花设备对发行人数码印花加工服务的生产经营较为重要。

国内外市场上数码印花设备生产商较多，截至目前公司数码喷印设备覆盖 5 类品牌，分别为宏华、美加尼、爱普生、金恒丰、熠盛，公司通过长期、持续地研发投入和生产经验积累，形成的数码印花色彩管理技术已广泛应用于现有的各类数码喷印设备。

报告期内，公司双面数码印花工艺主要依托于宏华双面数码印花设备实现生产，原因系公司自 2013 年起就购置了宏华设备并以此进行工艺研发与改进。目前国内市场上双面数码印花设备生产商逐渐增加，如杭州赛顺数码科技有限公司、海捷数码技术（苏州）有限公司（以下简称“海捷数码”）、沈阳飞行船数码喷印设备有限公司，公司于 2020 年中期开始试验海捷数码双面数码印花设备，目前试验情况较好，已具备规模化生产的能力。

公司于 2010 年将数码印花工艺应用于丝绸印花领域，通过生产积累与研发投入不断提高工艺水平，截至 2020 年 6 月 30 日，公司在数码印花加工及相关领域已取得发明专利 16 项，开发出的“梦幻伦敦双面异色丝巾”、“青逸凝香”免水洗旗袍分别获中国纺织工业联合会颁发的 2018 年度十大类纺织创新产品、2020 年度十大类纺织创新产品荣誉（每年十大类纺织创新丝绸产品不到 10 种），公司已具备较强的研发能力和工艺水平。若公司将现有设备进行替换，亦可根据新设备进行工艺研发，在短时期内实现规模化生产能力，故公司的印花技术和生产经营对数码印花设备供应商不存在重大依赖。

C、数码印花技术先进性的可持续性，相关技术下一步改进方向和发展计划

公司通过长期、持续地研发投入和生产经验积累，形成了包含 5,000 多种色卡的数码印花色彩管理技术，在行业内已处于相对领先地位。数码印花工艺既满足了以客户“个性化、小批量、交货快、花型多、高品质”为导向的终端需求，又满足了以节能降耗、绿色环保、持续发展为导向的社会需求，取代传统印花方式成为印染主流技术的趋势日趋凸显。且市场新进入者难以在短时间内掌握数码印花色彩管理技术，故公司数码印花工艺的先进性具有可持续性。

未来，公司将持续研发扩充色卡范围，丰富数字化色彩图库，保持工艺先进性，亦会增加试验的丝绸面料种类和数码喷印设备种类，多维度改进数字化色彩管理技术。同时为适应环保需求，公司将加大对环保印花新技术（数码喷印后的面料无需水洗或者大量水洗）的研发力度，进一步提升数码印花工艺的环保优势。

4、采购模式

（1）丝绸文化创意品**（自有终端品牌）**

报告期内，公司丝绸文化创意品业务主要向供应商直接采购半成品，因数码印花工艺水平提升，部分丝巾、品牌服装等产品由公司采购白坯面料等原材料，自主完成数码印花加工环节后向供应商采购丝巾卷边、成衣制作加工服务。**为发挥原材料集中采购的价格优势，2020 年下半年开始，针对蚕丝被产品公司逐步采购丝棉、胎套等原材料后委托供应商加工成品。**

为保证产品的质量，公司制定了严格的供应商选择及管理制度，考察供应商的资质实力、车间管控、样品试单、售后服务等方面情况，审核通过后确定合格供应商名录，并持续更新及跟踪评级。目前，公司已与主要供应商建立了长期、稳定的合作关系。

公司采取与供应商签订年度框架协议方式开展采购，商品中心根据最近三个月的动态销售数据、个性化订单及补货周期制定采购计划，采购管理部根据采购计划按要求在《合格供应商名录》中选择供应商并进行采购。

（2）丝绸纺织制品**（非自有终端品牌）**

公司丝绸纺织制品主要采购模式为“以销定采”，即在明确客户订单后组织

采购活动，主要采购产品包括白坯面料、色坯面料、服装辅料、染料助剂等原辅料和产成品（成品面料、成品服装等）及外协服务（染色、台版印花、成衣制作等）。公司与主要供应商形成了良好合作关系，生产所需要的产品市场供应充足、稳定，公司根据销售订单寻找合适的供应商，对产品打样、大货生产、质检及货期进行全流程管控。

（3）口罩

2020 年 1-6 月新冠肺炎疫情爆发期，公司口罩产品处于供不应求状态，国内外口罩原材料供应严重不足，市场价格波动较大，公司借助自身业务资源积极寻找品质达标的原材料，主要采购的产品或服务包括半成品口罩、熔喷布和口罩外协服务等。目前国内原材料供应相对充足，公司口罩业务主要采购模式为“以销定采”，为缩短交货周期保留一定的备货量。

5、销售模式

（1）丝绸文化创意品**（自有终端品牌）**

公司丝绸文化创意品销售模式分为直销和分销两类，具体情况如下：

销售模式	销售渠道	备注	获客方式	定价方式[注]	主要结算方式	主要信用政策
直销模式	销售团队	企业团购：销售团队针对企事业单位、社会团体等的销售	上门拜访、招投标、网络社群营销、客户转介绍等方式了解、挖掘客户需求，推荐相关产品	成本加成定价	对公转账、银行承兑汇票	出库后1-3个月
		个人团购：销售团队针对个人VIP客户的销售			对公转账、支付宝、pos机刷卡	款到发货或出库后15天内
	直营门店及展示营销中心	公司直接经营、投资、管理的实体店，兼具销售及品牌展示营销的功能	直营门店主要依靠客流量获取订单，展示营销中心主要依靠旅游团接待、上门拜访、网络社群营销、客户转介绍等方式了解、挖掘客户需求，推荐相关产品	成本加成定价	支付宝、微信、pos机刷卡、现金	现款现货
	线上平台	公司利用大型线上零售平台直接经营的形态	线上平台活动引流、直播获取订单	成本加成定价	买家在平台通过支付宝、微信付款，公司从平台提现	买家在平台确认收货后款项到账
分销模式	加盟商	公司特别许可授权在指定区域内以实体店铺形式只经营万事利丝绸产品，且符合万事利丝绸品牌形象的分销商	上门拜访、客户转介绍方式达成加盟合作	成本加成定价	对公转账、支付宝、pos机刷卡	根据客户合作历史、销售规模等因素确定采
	经销	经公司授权借助自有线下或线	网络社群营销、客户转	成本		

销售模式	销售渠道	备注	获客方式	定价方式[注]	主要结算方式	主要信用政策
	商	上渠道销售万事利丝绸产品的企业或个人，具体渠道包括地区代理、B2C 网络平台、特定客户渠道等	介绍方式达成经销合作	加成定价		取款到发货或赊销的政策
	代销商	依托于自身平台销售万事利丝绸产品，赚取买卖差价，公司承担货物毁损灭失风险，具体渠道如电视购物等	行业展会、上门拜访方式达成代销合作	成本加成定价		

注：公司丝绸文化创意品根据成本加成原则确定产品吊牌价，并综合考虑客户类型、销售规模、合作历史等因素在吊牌价基础上给予客户一定折扣。新品上市后吊牌价通常不会再进行调整。

销售团队渠道主要销售丝绸文化创意品，通过上门拜访、招投标、网络社群营销、客户转介绍等方式了解、挖掘客户需求，推荐相关产品，获取企事业单位、社会团体或个人等各类客户订单。对于常规产品，公司通常保有一定量的库存，销售团队在业务系统下单后仓库直接发货完成销售；对于个性化定制产品，销售团队根据客户需求组织设计人员进行设计及打样，经客户认可后由供应链部门组织生产及交付。公司丝绸文化创意产品注重丝绸与文化技术的结合，产品兼具商务属性与个人消费属性，产品属性和价值需要销售团队与客户进行较深入的沟通和服务来体现，故公司通过销售团队推广渠道获取的订单较多，销售团队业务开展方式符合行业惯例。公司不同销售模式下的收入分类参见本节之“五、（一）销售情况”。

①直销

A、销售团队

销售团队渠道指通过业务员开拓的个人团购或企事业单位团购销售，系公司的主要销售渠道。截至 2020 年 6 月末，公司丝绸文化创意品销售团队合计 216 人，2019 年度人均创收超过 90 万元，销售能力较强。报告期内，公司销售团队开拓的直销客户超过 10,000 家。

a、报告期内销售团队渠道获取的前五大客户

单位：万元

年度	序号	客户名称	销售金额	占比[注]
2020	1	博洋家纺	213.14	3.20%

单位：万元

年度	序号	客户名称	销售金额	占比[注]
年1-6月	2	万事利集团及其关联方	212.57	3.19%
	3	国金黄金	152.48	2.29%
	4	永宁尔集团股份有限公司	100.87	1.51%
	5	融创鑫恒投资集团有限公司	67.53	1.01%
	合　计		746.58	11.21%
2019年度	1	万事利集团及其关联方	858.06	3.61%
	2	浙江金融资产交易中心股份有限公司	340.99	1.43%
	3	大华技术	223.67	0.94%
	4	中国建设银行股份有限公司及其分支机构	194.27	0.82%
	5	中国南方航空股份有限公司	135.48	0.57%
	合　计		1,616.99	6.79%
2018年度	1	万事利集团及其关联方	691.08	2.83%
	2	国富黄金	443.91	1.82%
	3	云裳羽衣	441.22	1.81%
	4	中国邮政	380.69	1.56%
	5	大华技术	258.28	1.06%
	合　计		2,215.18	9.08%
2017年度	1	中国邮政	832.02	3.68%
	2	万事利集团及其关联方	753.15	3.33%
	3	杭州市民政局	512.77	2.27%
	4	博洋家纺	286.74	1.27%
	5	宁波梅山保税港区顾家寝具有限公司	261.54	1.16%
	合　计		2,646.22	11.70%

注：此处系销售金额与丝绸文化创意品直销渠道下销售团队所取得收入之占比。

报告期内，发行人销售团队前五大客户销售占比较低，每年前几名客户变动较大。公司产品兼具商务及个人消费属性，应用场景较多，每年需求变化较大，因而总体上销售团队获取的客户集中度较低，各期主要客户存在一定波动。

b、报告期内销售团队渠道销售的前五大丝绸文化创意产品

单位：万元

年度	序号	产品类别	销售金额	占比[注]
2020年	1	组合套装	2,082.44	31.27%

单位：万元

年度	序号	产品类别	销售金额	占比[注]
1-6 月	2	丝巾	1,886.11	28.32%
	3	家纺	1,367.98	20.54%
	4	品牌服装	389.93	5.85%
	5	围巾	198.11	2.97%
	合计		5,924.57	88.95%
2019 年度	1	丝巾	8,352.98	35.10%
	2	组合套装	6,513.19	27.37%
	3	家纺	2,947.29	12.38%
	4	品牌服装	2,034.55	8.55%
	5	围巾	960.51	4.04%
	合计		20,808.52	87.43%
2018 年度	1	丝巾	9,389.01	38.47%
	2	组合套装	4,309.56	17.66%
	3	品牌服装	2,619.20	10.73%
	4	家纺	2,478.81	10.16%
	5	丝绸工艺品	1,186.96	4.86%
	合计		19,983.54	81.88%
2017 年度	1	丝巾	9,025.30	39.91%
	2	组合套装	4,287.77	18.96%
	3	家纺	3,463.20	15.32%
	4	品牌服装	2,083.75	9.21%
	5	围巾	1,136.33	5.03%
	合计		19,996.33	88.43%

注：此处系销售金额与丝绸文化创意品直销渠道下销售团队所取得收入之占比。

报告期内，发行人销售团队销售丝绸文化创意品全品类，销售团队对接的客户主要是企事业单位和社会团体等，包括商务沟通、会务会展、经营推广及员工福利等需求，销售品类主要集中在丝巾、组合套装及家纺产品等大类。

c、丝绸文化创意品销售团队单个客户的平均销售金额

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
单个客户平均销售金额	3.41	4.80	4.49	3.91

2017-2019 年度，销售团队渠道单个客户平均销售金额基本呈上升趋势，主要原因系发行人销售团队加大了重点存量客户的深耕和重点潜在客户的开发，以更好的维护与服务客户，加强客户粘性，提升销售效率。

d、人均创收情况

报告期内，销售团队人均创收情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
销售团队渠道收入	6,660.24	23,800.11	24,406.90	22,612.88
人均创收金额[注]	30.83	92.61	67.80	59.04

注:上表数据统计口径为销售团队销售丝绸文化创意品的收入除以销售团队总人数。

2017-2019 年度，销售团队人均创收逐年递增，主要原因系近几年来发行人贯彻了深挖重点客户和培养精英销售团队的战略方向，要求销售团队深耕优质客户，并通过业绩考核及时淘汰更新销售团队人员，人均创收水平逐年提高。2020 年 1-6 月销售团队人均创收出现明显下降，主要原因系受疫情影响，丝绸文化创意品客户维护和开拓受阻，客户消费需求减弱。

报告期内，公司整体人均创收及销售团队人均创收情况如下：

单位：万元

主体	项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
发行人整体	主营业务收入总额	38,455.42	72,243.53	74,281.06	70,705.40
	人均创收金额	111.14	190.11	154.43	141.98
销售团队	收入总额	6,660.24	23,800.11	24,406.90	22,612.88
	人均创收金额	30.83	92.61	67.80	59.04

报告期内，公司整体人均创收较高，主要系公司整体创收包含了丝绸文化创意品分销客户、丝绸纺织制品客户和口罩客户。其中公司只需安排较少的人员维护分销客户，丝绸纺织制品主要承接品牌方的批量生产订单，口罩客户主要是贸易商客户，单笔订单较大，公司内部只需安排较少的业务人员对接需求。

B、直营门店

截至 2020 年 6 月末，公司直营门店共 3 家，分别位于杭州大厦、萧山国际机场和湖滨步行街，均位于高端商业区，有利于塑造万事利品牌高端形象，上述门店主要拓展零售类客户。杭州萧山机场店、湖滨步行街店属于专卖店，公司分

别与萧山机场物业、湖滨步行街物业就开设专卖网点签订租赁协议，双方约定公司就开设专卖店支付租赁费。杭州大厦店属于商场联营专柜，公司与商场方签订专柜联营协议，商场方按月向公司开具结算清单，公司收到结算清单核对无误后，按照合同约定将门店零售总额扣除约定分成后的部分向商场开具发票并确认为收入。公司与商场的约定分成包含了商场方向公司提供的店铺租赁、结算服务应当收取的费用以及营销管理费等内容。

除 3 家直营门店外，公司还拥有 2 处展示营销中心，分别位于万事利科技大厦和万事利丝绸工业园，其主要承担文化推广与品牌宣传的功能，同时拓展企业和个人客户。

C、线上平台

线上平台渠道主要包括天猫万事利官方旗舰店、京东万事利官方旗舰店、万事利好丝绸店（有赞微商城）、小红书万事利品牌店、网易考拉万事利官方旗舰店等。

公司于 2018 年末开始研发万事礼 APP，并于 2019 年 6 月正式上线。通过整合前端万事礼 APP 和后端数码印花生产工艺，公司已克服了小批量丝巾生产的成本和像素难题，可实现单条丝巾的个性化定制，并计划通过零售市场的小批量定制推动数码印花生产，形成柔性生产供应链。万事礼 APP 目前主要嵌入在公司定做的个性化设计一体机内，原计划于 2020 年上半年开始在直营门店、加盟商门店、商场等区域推广，但由于新冠肺炎疫情影响，整体投放市场的速度有所放缓。报告期内，通过万事礼 APP 贡献的收入较低。

公司于 2019 年委托微软（中国）有限公司合作开发西湖一号平台，并于 2019 年 11 月上线了 1.0 版本，目前西湖一号平台主要以微信公众号形式应用。有别于万事礼 APP，客户通过西湖一号平台可与内置问答机器人对话实现丝巾的个性化设计，公司计划通过零售市场的小批量定制推动数码印花生产，形成柔性生产供应链。西湖一号 1.0 版本系基础版本，目前公司仍在与微软（中国）有限公司合作攻克一些技术难题，如图片矢量化与设计意境融合等，同时为完善设计图样公司仍在不断收集花型元素丰富数据库。公司预计 2020 年下半年上线西湖一号 2.0 版本，并视新冠肺炎疫情影响逐步在直营门店、加盟商门店、商场等区域推

广。报告期内，通过西湖一号平台贡献的收入较低。

②分销

加盟商渠道

A、主要加盟商情况

加盟商指公司特别许可授权在指定区域内以实体店铺形式只经营万事利产品，且符合万事利品牌形象的分销商。截至 2020 年 6 月末，万事利丝绸加盟商合计 36 家，加盟店合计 41 家，其中杭州地区加盟商合计 27 家，占比超过 70%。公司各期销售前十大加盟商合计 19 家（同一实际控制下合并统计），具体情况如下：

序号	加盟商名称	注册资本（万元）	设立时间	加盟合作时间	注册地	关联关系
1	事帛丝绸	500.00	2019 年 8 月	2019 年 10 月	浙江省杭州市	无
	江南丝府	2,000.00	2014 年 6 月	2016 年 12 月	浙江省杭州市	无
	佑盛丝绸	1,000.00	2018 年 4 月	2018 年 5 月	浙江省杭州市	无
	杭州梅岭丝绸有限公司	50.00	2016 年 12 月	2017 年 3 月	浙江省杭州市	无
	鸿之祥丝绸	50.00	2018 年 6 月	2018 年 8 月	浙江省杭州市	无
	丝展丝绸	50.00	2011 年 1 月	2016 年 5 月	浙江省杭州市	无
2	深圳万事利[注 1]	1,000.00	2016 年 1 月	2016 年 3 月	广东省深圳市	承接了发行人深圳分公司的部分人员
3	敖吉贸易	10.00	2015 年 2 月	2016 年 6 月	浙江省杭州市	无
4	杭州蚕园丝绸有限公司	100.00	2016 年 12 月	2016 年 12 月	浙江省杭州市	无
	杭州云之锦贸易有限公司	324.00	2017 年 9 月	2017 年 9 月	浙江省杭州市	无
5	喜贺百货	100.00	2019 年 7 月	2019 年 7 月	浙江省杭州市	无
	喜鹤贸易	100.00	2016 年 12 月	2017 年 1 月	浙江省杭州市	无
6	子隆贸易	100.00	2016 年 12 月	2016 年 12 月	浙江省杭州市	无
	丝府文化[注 2]	150.00	2019 年 3 月	2018 年 12 月	上海市崇明区	无
7	彩丝丝绸	100.00	2011 年 7 月	2017 年 7 月	浙江省杭州市	无
8	蚕运源贸易	200.00	2017 年 7 月	2017 年 7 月	浙江省杭州市	无
	柏丝祥贸易	50.00	2018 年 10 月	2018 年 11 月	浙江省杭州市	无

序号	加盟商名称	注册资本（万元）	设立时间	加盟合作时间	注册地	关联关系
	杭州万丝祥贸易有限责任公司	100.00	2019 年 11 月	2019 年 12 月	浙江省杭州市	无
9	辽宁万事利[注 3]	3,000.00	2017 年 3 月	2016 年 8 月	辽宁省沈阳市	承接了发行人沈阳分公司的部分人员
10	紫绮服饰	10.00	2007 年 1 月	2017 年 5 月	浙江省杭州市	无
	杭州蚕夫子丝绸有限公司	200.00	2012 年 3 月	2017 年 8 月	浙江省杭州市	无
	杭州尚闲派服饰有限公司	200.00	2011 年 3 月	2017 年 9 月	浙江省杭州市	无
	杭州市上城区好木沉香工艺品商店	/	2005 年 11 月	2019 年 7 月	浙江省杭州市	无
11	苏州诚合[注 4]	100.00	2017 年 1 月	2017 年 7 月	江苏省张家港市	无
12	浙江泰京投资管理有限公司	5,000.00	2017 年 9 月	2018 年 6 月	浙江省杭州市	无
13	锦生丝绸	30.00	2011 年 8 月	2019 年 12 月	浙江省杭州市	无
	杭州茅家埠农贸市场帛雅丝绸经营部	/	2017 年 6 月	2018 年 4 月	浙江省杭州市	无
14	杭州罗琦贸易有限公司	500.00	2017 年 7 月	2017 年 8 月	浙江省杭州市	无
	杭州罗琦贸易有限公司第一分公司	/	2019 年 8 月	2019 年 8 月	浙江省杭州市	无
15	杭州市西湖区启真服装店	/	2019 年 7 月	2019 年 7 月	浙江省杭州市	无
	杭州启真商贸服务有限公司	50.00	2008 年 11 月	2016 年 4 月	浙江省杭州市	无
16	茧泰贸易	/	2018 年 6 月	2018 年 7 月	浙江省杭州市	无
	杭州市上城区茧睿丝绸商行	/	2020 年 5 月	2020 年 5 月	浙江省杭州市	无
	杭州茧丰贸易有限公司	80.00	2017 年 3 月	2017 年 3 月	浙江省杭州市	无
17	杭州利多来贸易有限公司	300.00	2017 年 8 月	2017 年 9 月	浙江省杭州市	无
18	新疆喜多宝商贸有限公司	600.00	2019 年 11 月	2019 年 12 月	新疆乌鲁木齐市	无
19	杭州杭丝源丝绸有限公司	50.00	2019 年 8 月	2020 年 5 月	浙江省杭州市	无

注 1：因门店经营不善深圳万事利与公司于 2019 年变更为经销合作；

注 2：该加盟店设立前以实际控制人个人名义与公司合作，子隆贸易实际控制人裘凯恩曾为发行人实习员工，2017 年离职；

注 3：该加盟店更换与公司合作主体，首次合作公司名称为辽宁百年置业顾问有限公司，成立于 2002 年 8 月，辽宁万事利成立于 2017 年 3 月，其作为发行人地区经销商使用万事利商号且承接发行人原沈阳分公司业务及人员；

注 4：因门店经营不善苏州诚合与公司于 2019 年变更为经销合作。

公司自 2016 年起拓展加盟商渠道，报告期内，公司加盟商数量变动情况如下：

单位：家

年份	期初加盟商数量	期间增加	期间减少	期末加盟商数量

年份	期初加盟商数量	期间增加	期间减少	期末加盟商数量
2017 年	6	23	2	27
2018 年	27	12	5	34
2019 年	34	11	11	34
2020 年 1-6 月	34	5	3	36

公司对加盟商的具体管理措施如下：

a、形象管理

在签订加盟合同后，公司向加盟商提供产品陈列手册、店铺营运手册、员工服务标准、门店设计图纸、终端客诉管理制度、伯俊业务系统。加盟店新店装修及原店装修（翻新、扩店、迁址等）完毕，需将竣工报告（应附现场平面图、能够阅览局部或全部的照片，或录像资料及文字说明）及附件提交公司，经公司验收确认后方可开业。

b、培训管理

公司在加盟店开业前，对加盟店的管理人员进行企业文化、团队精神、商务礼仪、消费心态、售后服务等方面的培训。后续经营中根据实际需要，公司定期或不定期派员到加盟商市场进行督导及协助管理，确保加盟商的各项经营管理、服务符合公司运作规范。

c、市场管理

公司授权加盟商在指定授权区域市场内销售“万事利（WENSLI）”品牌系列产品，特许经营销售方式为专卖店、景区、商场专柜。加盟商不得在授权区域之外销售“万事利（WENSLI）”品牌产品，不得私下串货，调货，不得违反终端限价销售政策，亦不得在特许经营区域（厅、柜、专卖店）内以任何方式为非“万事利（WENSLI）”品牌产品作任何广告或广告性的招贴、宣传等。

d、客诉管理

公司终端运营部负责所有终端门店客户投诉，对不同客户投诉类别制定了相应的处理方法。若经调查、取证确认属于加盟商违规操作，公司根据消费者投诉影响面制定了相应的处罚制度。加盟店负责人每天必须阅读当天的“顾客投诉情况登记表”，对未处理完毕的顾客异议和投诉进行检查，加盟店负责人每天浏览

当天的顾客投诉后，对未处理完毕及超出加盟店负责人权限的顾客异议和投诉上报公司终端运营部备案。

公司对加盟店进行定期巡店、不定期抽检及开通全国 400 客户服务热线等方式对加盟商实施监督管理，保证管理措施有效执行，确保加盟商按照“万事利”品牌形象运营。报告期内，公司对加盟商的管理情况良好，加盟商不存在严重损害品牌形象等违约情形，亦不存在与消费者的重大纠纷。

B、结算模式、保证金情况

公司与加盟商以买断式结算，根据加盟商合作目标确定保证金金额，截至 2020 年 6 月末，公司加盟商保证金金额合计 290 万元，其中事帛丝绸借用公司艺术品用于装饰展览馆，故公司向其收取保证金 100 万元，公司向其他主要加盟商收取 5-15 万元不等的保证金。

C、加盟商退换货及终端销售情况

报告期内，公司各期销售前十大加盟商合计 19 家（同一实际控制下合并统计），其退换货金额和库存情况如下：

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
公司向主要加盟商销售金额①	716.12	5,593.88	5,042.68	5,032.18
占当期加盟商收入的比重	87.90%	87.09%	90.95%	94.30%
主要加盟商退换货金额②	17.82	156.62	117.36	52.25
退换货率③=②/①	2.49%	2.80%	2.33%	1.04%
主要加盟商库存金额④[注]	1,921	1,880	1,550	1,152
存货占当期销售的比重⑤=④/①	268.25%	33.61%	30.74%	22.89%

注 1：2020 年 6 月末主要加盟商库存较 2019 年末略微增长，主要系在国内新冠肺炎疫情基本稳定的情况下公司新增 2 家加盟商，因其铺货需求 2020 年 1-6 月进货量较大；

注 2：主要加盟商库存金额为各期期末数据，由加盟商向公司提供。

公司加盟商终端客户类型包括零售客户、旅游团队、企事业单位等。报告期内，公司主要加盟商整体退换货率不超过 3%，相对较低；2017-2019 年主要加

盟商库存金额占收入比例稳定在 20%-30%左右，产品终端销售情况良好，2020 年 1-6 月受新冠肺炎疫情影响主要加盟商终端销售下滑较大，公司加盟商渠道收入亦大幅减少，导致库存量占当期收入比例增长。报告期内，公司向主要加盟商合计销售 16,384.86 万元，报告期末，公司主要加盟商存货合计为 1,921 万元，占比仅为 11.72%，公司及关联方不存在向加盟商压货情形，此外，公司也不存在向加盟商提供担保或资金融通等情形，亦不存在其他利益安排。

D、公司与主要加盟商权利义务安排

报告期内，公司与主要加盟商的权利义务安排情况如下：

合同主要内容	加盟商权利义务	公司权利义务
公司授权加盟商在相应门店区域内特许经营“万事利”品牌产品的相关事宜，如供货折扣、装修条款、进货指标、返利比例、退换货、终端限价约定、保证金、售后服务、违约条款等	加盟商享受在指定门店销售万事利品牌产品的权利； 按照公司要求对门店进行装修，未经公司许可不得改变； 不得私自在未授权地区及平台销售万事利产品； 加盟商应努力满足协议约定的产品最低销售指标； 授权使用公司伯俊系统对库存进行管理，配合公司分月提交库存数据的义务。	按照合同约定价格体系及时向加盟商供应产品； 有权对加盟商经营范围内经营活动进行督查及产品监察； 对产品质量提供保证，对存在质量问题的产品进行处理； 保护加盟商在特许经营期间销售区域的经营权不受侵犯的义务。

公司与主要加盟商间权利义务安排无重大区别，与丝绸文化创意品同行业可比公司如安正时尚、歌力思和加盟商之间安排相比无重大差异，符合行业惯例。

E、加盟商经营业绩情况

截至 2020 年 6 月末，公司加盟商合计 36 家，加盟店合计 41 个。公司每个加盟商可经营 1 个以上加盟门店，同一实际控制人亦可能控制多个加盟商，按同一控制原则上述 36 家加盟商合并统计为 30 家加盟商。

因同一控制下的加盟商内部统一核算，故按合并口径统计，30 家加盟商经营情况和盈利情况如下：

项目	金额区间	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
		家数	占比	家数	占比	家数	占比	家数	占比
营业收入	200 万元以下	26	86.67%	10	33.33%	6	20.00%	8	26.67%
	200-400 万元	4	13.33%	7	23.33%	6	20.00%	4	13.33%
	400-800 万元	-	-	5	16.67%	4	13.33%	2	6.67%

项目	金额区间	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
		家数	占比	家数	占比	家数	占比	家数	占比
	800 万元以上	-	-	3	10.00%	1	3.33%	1	3.33%
	未合作[注]	-	-	5	16.67%	13	43.33%	15	50.00%
	小计	30	100.00%	30	100.00%	30	100.00%	30	100.00%
利润	亏损	22	73.33%	1	3.33%	1	3.33%	1	3.33%
	0-50 万元	8	26.67%	10	33.33%	7	23.33%	7	23.33%
	50-100 万元	-	-	5	16.67%	4	13.33%	3	10.00%
	100-200 万元	-	-	7	23.33%	4	13.33%	3	10.00%
	200 万元以上	-	-	2	6.67%	1	3.33%	1	3.33%
	未合作	-	-	5	16.67%	13	43.33%	15	50.00%
	小计	30	100.00%	30	100.00%	30	100.00%	30	100.00%

注 1：因 2020 年 6 月末公司 30 家加盟商于不同期间与公司开始合作，故部分加盟商在未开始合作年份无经营数据，“未合作”指截至 2020 年 6 月末 30 家加盟商中在各期间内尚未开始合作的加盟商数量；

注 2：利润=营业收入-营业成本-租金费用-人工费用-水电等其他费用。

2020 年 1-6 月，受新冠肺炎疫情影响，公司加盟商经营业绩大幅下滑，当期亏损加盟商占比超过 70%。随着国内经济活动逐步恢复，根据杭州市文化广电旅游局发布的数据，2020 年国庆假期杭州市共接待外地游客 1,085.5 万人次，占 2019 年同期的 82%，加盟店人流量亦基本恢复，目前公司加盟商经营正常，经大致测算报告期内合计前五大加盟商（事帛丝绸、蚕运源贸易及其关联方、彩丝丝绸、子隆贸易、敖吉贸易，各期收入占加盟商渠道收入的 50%左右）在 2020 年经营期间均实现盈利。

2017-2019 年，公司各期加盟商亏损数量为 1 家，上述 3 家亏损加盟商经营和盈利情况如下：

单位：万元

序号	加盟商名称	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
		营业收入	利润	营业收入	利润	营业收入	利润	营业收入	利润
1	茧泰贸易[注] 杭州市上城区茧睿丝绸商行 杭州茧丰贸易有限公司	200 以下	亏损	200-400	0-50	200-400	0-50	200-400	亏损
2	锦生丝绸	200 以下	亏损	400-800	100-200	200 以下	亏损	/	/

单位：万元

序号	加盟商名称	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
		营业收入	利润	营业收入	利润	营业收入	利润	营业收入	利润
	杭州茅家埠农贸市场帛雅丝绸经营部								
3	杭州唐丝贸易有限公司 杭州西湖风景名胜区继宏饭店	200 以下	亏损	200 以下	亏损	/	/	/	/

注：2018-2019 年该加盟商收入较 2017 年增长，扭亏为盈。

上述 3 家亏损加盟商均因开店第 1 年客户积累较少导致亏损，2020 年 1-6 月受新冠肺炎疫情影响发生亏损。

若国内新冠肺炎疫情再次大规模爆发，则个别亏损加盟商存在持续亏损的风险，截至目前，上述 36 家加盟商中仅有 1 家因经营业绩不佳申请终止加盟合作外，其余加盟商暂无终止加盟的计划，公司加盟经营具有可持续性。

F、加盟商营业人员、营业面积、收入金额配比情况

公司以自然客流为主的加盟商人均收入在 40-80 万元区间，坪效在 1.5-3 万元区间，与女装品牌门店坪效趋同（根据女装品牌企业招股说明书披露的数据，地素时尚直营店坪效在 3 万元左右，欣贺股份、日播时尚直营店坪效在 1.5-2 万元区间）。地理位置偏僻的加盟店，客流量相对较少，人均收入、坪效较低；部分加盟商因其实际控制人在丝绸行业有多年运营经验，拥有丰富的客户资源，人均收入、坪效较高；部分加盟商因加盟初期客群不稳定，以及新门店开业当年营业未满 12 个月，计算导致人均收入、坪效较低。

公司各期前十大且截至 2020 年 6 月末仍在合作的加盟商（因同一控制下的加盟商内部统一核算，以下数据按照同一实际控制下合并统计）营业人员、营业面积、收入金额配比情况如下：

单位：万元

序号	加盟商名称	2020 年 1-6 月[注 1]		2019 年度		2018 年度		2017 年度		备注
		人均收入	坪效[注 2]	人均收入	坪效	人均收入	坪效	人均收入	坪效	
1	江南丝府 佑盛丝绸 杭州梅岭丝绸有限公司 鸿之祥丝绸 丝展丝绸 事帛丝绸	40 以下	1.5 以下	40-80	1.5 以下	40-80	1.5 以下	40-80	1.5 以下	该加盟商以自然客流为主，经营面积较大，超过 2,300 平方米，2017-2019 年坪效为 1 万元左右，相对其他加盟商较低
2	敖吉贸易	40 以下	1.5 以下	80-120	1.5-3	40-80	1.5-3	40-80	1.5-3	其实际控制人拥有丰富的客户资源，人均收入较高
3	喜鹤贸易 喜贺百货	40 以下	1.5 以下	40-80	1.5 以下	80-120	1.5-3	80-120	1.5-3	其实际控制人拥有丰富的客户资源，人均收入较高；2019 年 8 月该加盟商新开 1 个门店，当年营业时间不足 1 年，计算导致人均收入、坪效降低
4	子隆贸易 丝府文化	40 以下	1.5 以下	40-80	3-6	40-80	3-6	80-120	3-6	其实际控制人拥有丰富客户资源，人均收入、坪效较高
5	彩丝丝绸	40 以下	1.5 以下	40-80	1.5-3	40 以下	1.5 以下	40 以下	1.5 以下	该加盟商于 2017 年 8 月加盟，加盟初期客群不稳定，人均收入、坪效较低
6	蚕运源贸易 柏丝祥贸易 杭州万丝祥贸易有限责任公司	40 以下	1.5 以下	80-120	1.5-3	40-80	1.5 以下	40 以下	1.5-3	2018 年 12 月该加盟商新开 1 个门店，当年经营时间仅 1 个月，计算导致人均收入、坪效较低；新开门店位于核心商业区，地理位置较好，对业绩贡献较大，2019 年人均收入增长

单位：万元

序号	加盟商名称	2020 年 1-6 月[注 1]		2019 年度		2018 年度		2017 年度		备注
		人均收入	坪效[注 2]	人均收入	坪效	人均收入	坪效	人均收入	坪效	
7	辽宁万事利	40 以下	1.5 以下	40-80	1.5-3	40 以下	1.5 以下	40-80	1.5-3	2018 年新开 2 个门店，当年经营时间不足 1 年，计算导致人均收入、坪效较低
8	紫绮服饰 杭州蚕夫子丝绸有限公司 杭州尚闲派服饰有限公司 杭州市上城区好木沉香工艺品商店	40 以下	1.5 以下	40-80	1.5-3	40-80	1.5-3	40 以下	1.5 以下	该加盟商于 2017 年 2 月加盟，当年营业时间不足 1 年，加盟初期客群不稳定，导致人均收入、坪效较低
9	锦生丝绸 杭州茅家埠农贸市场帛雅丝绸经营部	40 以下	1.5 以下	40-80	1.5 以下	40 以下	1.5 以下	未合作	未合作	该加盟商于 2018 年 4 月开始合作，当年营业时间不足 1 年，计算导致人均收入较低；该加盟商经营面积较大，坪效较低
10	杭州罗琦贸易有限公司 杭州罗琦贸易有限公司第一分公司	40 以下	1.5 以下	40-80	1.5-3	40-80	3-6	40-80	3-6	该加盟商经营的门店地理位置较好，客流量充足，坪效较高；该加盟商于 2019 年 8 月新开 1 个门店，当年营业未满 1 年，计算导致坪效降低
11	杭州启真商贸服务有限公司 杭州市西湖区启真服装店	40 以下	1.5 以下	80-120	1.5-3	80-120	3-6	40-80	1.5-3	该加盟商主要客群系大学培训人员，门店毗邻学校培训人员宿舍，地理位置较好，客流量逐年增长，故人均收入、坪效较高，2019 年 8 月新开 1 门店，经营未满 1 年，计算导致坪效降低
12	茧泰贸易 杭州茧丰贸易有限公司	40 以下	1.5 以下	40-80	3-6	40-80	3-6	40-80	3-6	其实际控制人拥有丰富的客户资源，坪效较高

单位：万元

序号	加盟商名称	2020 年 1-6 月[注 1]		2019 年度		2018 年度		2017 年度		备注
		人均收入	坪效[注 2]	人均收入	坪效	人均收入	坪效	人均收入	坪效	
	杭州市上城区茧睿丝绸商行									
13	杭州利多来贸易有限公司	40 以下	1.5 以下	40-80	1.5 以下	40-80	1.5 以下	40 以下	1.5 以下	该加盟商于 2017 年 7 月加盟，当年营业未满 1 年，计算导致人均收入、坪效较低；因其实际控制人无相关门店经营经验，经营业绩不佳，坪效较低
14	新疆喜多宝商贸有限公司	40 以下	1.5 以下	未合作	未合作	未合作	未合作	未合作	未合作	/
15	杭州杭丝源丝绸有限公司	40 以下	1.5 以下	未合作	未合作	未合作	未合作	未合作	未合作	/

注 1：受新冠肺炎疫情影响，当期加盟商客流量受到较大影响因而导致人均收入、坪效均出现明显下滑。

注 2：人均收入=收入金额/人员数量，坪效=收入金额/营业面积。

综上，因新开门店、客流量变化等原因导致加盟商各期人均收入、坪效发生波动，因所处地理位置、加盟商实际控制人运营经验、加盟时间等原因导致各加盟商人均收入、坪效存在差异，报告期内，公司加盟商人均收入、坪效均处于合理区间。

报告期内，根据同一实际控制下合并统计，公司各期第一大加盟商、前五大加盟商、前十大加盟商占当期加盟商渠道的收入比例如下（公司主要加盟商毛利率差异较小，利润占比与收入占比趋同）：

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
当期第一大加盟商收入占比	17.94%	19.48%	24.41%	32.97%
当期前五大加盟商收入占比	55.30%	61.63%	57.60%	65.52%
当期前十大加盟商收入占比	77.92%	78.88%	77.37%	86.85%

注：取数口径为当期第一大/前五大/前十大加盟商收入占公司当期加盟商渠道总收入的比重。

综上，公司各期第一大加盟商收入占加盟商渠道收入的比例低于 35%，且呈逐年下滑趋势，不存在加盟商渠道下的收入或利润集中于个别门店的情形，但各期前五大加盟商收入占比超过 50%，加盟商收入较为集中。

②经销、代销渠道

A、主要经/代销商合作情况

经销商指经公司授权借助自有线下或线上渠道销售公司产品的企业或个人，具体渠道包括地区代理、B2C 网络平台、特定客户渠道等，与公司以买断模式结算。报告期内，与公司合作过的经销商合计 303 家。

代销商指依托于自身销售渠道代销万事利丝绸产品，赚取买卖差价。报告期内，与公司合作过的代销商合计 27 家，主要为电视购物渠道运营商，如惠买在线、宜和股份等。

报告期内，公司各期前十大经/代销商合计 25 家（同一实际控制下合并统计），不存在个人等非法人实体，具体情况如下：

序号	经/代销商名称	设立时间	经营范围	初始合作时间	买断/代销	是否专门销售	关联关系	终端销售
1	深圳万事利	2016 年 1 月	服装设计及技术咨询和技术服务；工艺美术品、丝绸、服装、文化用品、日用百货的批发和零售；婚庆礼仪策划；文化活动策划；文化礼仪咨询；企业形象设计及策划；市场营销策划；会务策划；展览展示策划；图文设计；教育信息咨询；商务信息咨询；企业管理咨询（不含限制项目）；广告、传媒、影视制作；办公用品销售；房屋租赁服务；国内贸易、经营进出口业务（不含专营、专控、专卖商品）；在	2016 年 3 月	买断	否	无[注 1]	地区代理销售

序号	经/代销商名称	设立时间	经营范围	初始合作时间	买断/代销	是否专门销售	关联关系	终端销售
			网上从事商贸活动（不含限制项目）。文化礼仪培训，教育培训。					
2	麦考林	2002年8月	从事计算机软硬件、通讯器材、服装服饰、鞋帽、办公用品及器材、家具、工艺礼品（象牙及其制品除外）、玩具、宠物用品、化妆品、日用百货、汽车零配件、金银饰品、珠宝首饰（以上两项黄金、毛钻、裸钻除外）、医疗器械的批发、网上零售、进出口、佣金代理（拍卖除外），并提供相关配套服务，营养健康咨询服务，图文设计，平面设计，美术设计，食品销售。	2013年5月	买断/代销	否	无	网络平台销售
3	德盛兴家居	2000年11月	批发、零售：家用电器，金属制品，工艺礼品（除金、银饰品），日用品，服装，床上用品，体育健身用品，家居装饰材料，预包装食品。	2016年8月	买断	否	无	特定客户销售
4	优集供应链[注2]	2016年11月	供应链管理的技术咨询，电子商务技术咨询，计算机、电子、计算机网络工程的技术开发、技术咨询、技术转让，计算机网络技术工程的设计、安装、维护，软件开发，商务信息咨询（除金融、证券、期货、保险等前置许可经营项目外），会展服务，国内广告代理，户外广告发布，广告设计制作，企业管理咨询，平面设计，市场营销策划，化妆品、健身器材、第一、二类医疗器械、服装服饰、家居用品、日用品、计算机软硬件、通讯设备、电子产品、数码产品、监控设备、初级食用农产品、食品、珠宝首饰、卫生用品销售，货物及技术进出口，道路货物运输服务，计算机网络技术、生物技术、计算机软硬件、游戏软件、通讯设备、工业自动化控制系统、计算机系统集成、数据处理技术的技术开发、技术咨询、技术成果转让。	2015年9月	代销/买断	否	无	网络平台销售
5	蓝创工贸	2013年7月	针纺织品、茶叶（不含精装茶）、丝绸、机电设备、电子产品（不含卫星地面接收设施）、日用百货、工艺品、家用电器、服装、农副产品、预包装食品、办公用品、电脑耗材、文化用品的批发零售；国内各类广告的设计、制作、代理及发布。	2013年8月	买断	否	无[注3]	地区代理销售
6	国博文化	1992年10月	销售食品；餐饮服务；住宿服务；零售卷烟、雪茄烟；组织文化艺术交流活动（不含演出）；销售珠宝首饰、工艺美术品、家用电子产品、文物复制品、文史哲书刊、书画、百货、针纺织品；冲扩服务；摄影服务；相机修理；货物进出口；技术进出口；代理进出口。	2016年1月	代销	否	无	国家博物馆销售
7	惠买在线	2010年4月	计算机网络产品、通信设备、电子产品的技术开发、技术转让、技术咨询、技术服务；经济信息咨询；个人计算机（含零部件）及辅助设备、个人通讯产品、办公用品、家居用品、家用电器、服装鞋包、化妆品及卫生用品、数码电子产品、照相器材、化工产品（不含危险化学品及一类易制毒品）、I类医疗器械、珠宝饰品、家具的批发、佣金代理（拍卖除外）、进出口业务（涉及配额许可证管理、专项规定管理的商品按照国家有关规定办理）；消防器材、五金交电、纺织品、建筑材料、机械设备（除小汽车）、避孕器具（避孕药除外）、金银制品、工艺品、绿植、花卉的批发、佣金代理业务；代收居民水电费；食品（取得食品流	2014年2月	代销	否	无	电视购物平台销售

序号	经/代销商名称	设立时间	经营范围	初始合作时间	买断/代销	是否专门销售	关联关系	终端销售
			通许可证方可开展经营活动）佣金代理（拍卖除外）、进出口业务（涉及配额许可证管理、专项规定管理的商品按照国家有关规定办）；装帧流通人民币；预包装食品销售，不含冷藏冷冻食品；特殊食品销售，限保健食品、婴幼儿配方乳粉（食品经营许可证有效期至 2022 年 08 月 24 日）。					
8	联合航空	1984 年 9 月	国内（含港澳台）航空客货运输业务；至周边国家的国际航空客货运输业务；航空公司间的代理业务；与航空运输业务相关的服务业务；预包装食品销售，含冷藏冷冻食品；旅游纪念品、航空服务用品的零售；利用自有媒介承办国内外广告并代理分支机构的广告业务；票务服务；仓储服务；企业管理咨询；投资管理、资产管理；设计、制作、代理发布广告；销售工艺品、化妆品、卫生用品、服装鞋包、文化用品、计算机、软件及辅助设备、电子产品、家用电器、首饰；汽车租赁（不含九座以上客车）。	2016 年 11 月	代销	否	无	飞机航班销售
9	中和世纪	2014 年 12 月	实业投资，资产管理，建筑材料、金属材料、五金交电、机电产品、机械设备、汽摩配件、机械设备、电线电缆、化工原料（除危险化学品、监控化学品、烟花爆竹、民用爆炸物品、易制毒化学品）、塑料制品及原料、电子产品、计算机、软件及辅助设备（除计算机信息系统安全专用产品）、通讯器材、办公用品、体育用品、服装鞋帽、针纺织品、金银饰品、玉器珠宝、日用百货、工艺品、家具、灯具、一类医疗器械、食用农产品、矿产品（除专控）、燃料油（除危险化学品）、润滑油的销售，农业科技、环保科技领域内的技术开发、技术转让、技术咨询、技术服务，煤炭经营，餐饮企业管理（不得从事食品生产经营），物业管理，房地产开发，建筑装饰装修建设工程设计施工一体化，园林绿化工程，商务信息咨询（除经纪），会议及展览服务，从事货物及技术的进出口业务。	2017 年 12 月	买断	否	无	网络平台销售
10	山西丝之韵商贸有限公司[注 4]	2016 年 9 月	互联网批发、零售:纺织、服装及家庭用品，文化、体育用品及器材（出版物进口、象牙及其制品除外），机械设备、五金产品及电子产品，橡胶制品，塑料制品，玻璃制品，皮革制品，办公设备，安全技术防范产品，家具，婴儿用品，宠物食品用品，消毒用品，电美容仪，照相机及器材，花卉，饮料，农、林、牧产品，保健食品；互联网食品经营；软件和信息技术服务(不含信息技术培训服务)。	2015 年 12 月	买断	否	无	地区代理销售
11	福粒科技[注 5]	2017 年 2 月	一般项目：第一类医疗器械批发；第一类医疗器械零售；第二类医疗器械批发；第二类医疗器械零售；劳保用品批发；消毒剂销售；技术服务、技术开发、技术咨询、技术交流、技术转让、技术推广；信息咨询服务（不含许可类信息咨询服务）；组织文化艺术交流活动；文化艺术辅导；广告设计、制作、代理；企业形象策划；健康咨询服务（不含诊疗服务）；翻	2018 年 6 月	买断	否	无	特定客户销售

序号	经/代销商名称	设立时间	经营范围	初始合作时间	买断/代销	是否专门销售	关联关系	终端销售
			译服务；会议及展览服务；服装服饰批发；服装服饰零售；化妆品批发；化妆品零售；办公设备批发；家具销售；五金产品批发；珠宝首饰批发；珠宝首饰零售；家用电器批发；玩具、动漫及游艺用品零售；玩具及动漫衍生产品批发；日用百货批发；通讯设备批发；机械设备批发；电子元器件批发；塑料制品批发；化工产品批发（不含危险化学品）；建筑材料批发；体育用品及器材批发；食用农产品初加工；照相器材及望远镜零售；医用口罩零售；医用口罩批发；日用口罩（非医用）销售；金属结构制造；日用品零售(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：劳务派遣服务；出版物批发；出版物零售；食品经营；货物进出口；旅游业务。					
12	宜和股份	2008年1月	国内贸易（不含专营、专控和专卖商品）；会议策划;票务代理;信息咨询(不含限制项目)；经营商品进出口业务；设计、制作、代理国内外电视广告业务；投资兴办实业（具体项目另行申报）；国产、进口汽车（含小轿车）销售、自行车销售；火车票、机票代售项目；房屋租赁业务；建筑装饰设计与施工；建材批发和零售。（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），许可经营项目是：信息服务业务（仅限互联网信息服务业务）（凭增值电信业务经营许可证经营）；广播电视节目制作经营；食品经营（预包装食品销售、保健食品销售）;第二类医疗器械经营备案凭证;二类医疗器械（仅包括常温贮存的体外诊断试剂）、保健食品销售。	2013年10月	代销	否	无	电视购物平台销售
13	杭州世瀚百年网络科技有限公司	2015年7月	网络信息技术、数据处理技术、电子商务技术、电子产品的技术开发、技术服务、技术咨询、成果转让；计算机软硬件、通讯设备的技术开发、技术服务；计算机系统集成；电子产品的上门安装、上门维修（凡涉及许可证、资质证书的，凭有效许可证、资质证书经营）；广告的设计、制作、发布（凡涉及许可证的凭有效许可证经营）；第二类增值电信业务中的信息服务业务（仅限互联网信息服务）；企业管理咨询；会展服务；文化艺术交流活动策划；工艺美术品、日用百货、办公用品、服装、服饰、皮革制品、鞋帽、家具、化妆品、针纺织品、体育用品、体育器材、食品的批发、零售（含网上销售）；货物进出口。	2017年7月	买断	否	无	网络平台销售
14	北京微妮时代商贸有限公司	2017年12月[注6]	销售珠宝首饰、化妆品、工艺品、机械设备、电子产品、家用电器、金属制品、I 类医疗器械、服装鞋帽、箱包、玩具、针织品、体育用品、日用品、办公用品；技术推广服务；组织文化艺术交流活动（不含演出）；承办展览展示；设计、制作、代理、发布广告；服装设计；市场调查；产品设计；货物进出口、代理进出口、技术进出口。	2018年2月	买断	否	无	网络平台销售
15	台州礼遇生活用品有限公司[注7]	2017年10月	纺织、服装及家庭用品、机械设备、五金产品及电子产品、文化、体育用品及器材、皮革制品、第一类医疗器械、建材、玻璃制品、陶瓷制品、纸制品、木制品、橡胶制品、塑料制品、	2013年1月	买断	否	无	地区代理销售

序号	经/代销商名称	设立时间	经营范围	初始合作时间	买断/代销	是否专门销售	关联关系	终端销售
			花卉、食品销售，会议及展览服务，广告服务，商务咨询服务，软件和信息技术服务，大型活动组织服务，市政公用工程施工。					
16	祁牧商贸	2012年10月	一般项目：家用电器销售；工艺美术品及收藏品批发（象牙及其制品除外）；珠宝首饰批发；日用杂品销售；服装服饰批发；玩具销售；化妆品批发；针纺织品销售；箱包销售；五金产品批发；皮革制品销售；厨具卫具及日用杂品批发；塑料制品销售；户外用品销售；体育用品及器材零售；建筑材料销售；医用口罩批发；日用口罩（非医用）销售；劳动保护用品销售；医护人员防护用品批发；第二类医疗器械销售(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：食品经营。	2014年2月	买断	否	无	网络平台销售
17	上海沁强商贸有限公司	2012年8月	许可项目：食品经营。（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：金属结构销售；厨具卫具及日用杂品批发；日用品销售；个人卫生用品销售；日用百货销售；针纺织品及原料销售；服装服饰批发；服装服饰零售；鞋帽批发；鞋帽零售；纸制品销售；办公用品销售；日用玻璃制品销售；五金产品批发；五金产品零售；电子元器件批发；橡胶制品销售；包装材料及制品销售；信息咨询服务。	2016年4月	买断	否	无	特定客户销售
18	北京万事利	2019年4月	组织文化艺术交流活动（不含演出）；销售服装、鞋帽、针纺织品、日用品；设计、制作、代理、发布广告；技术开发；技术推广；技术转让；技术咨询；技术服务；会议服务，承办展览展示活动。	2019年6月	买断	否	无[注8]	地区代理销售
19	瑞雅文化	2018年2月[注9]	文化活动的组织与策划；文化艺术讲座活动的组织策划；文化设计与建设；文化产品研发；文化创意设计；群众参与的文艺类演出、比赛等公益性文化活动的策划；文化用品设备出租；日用品出租；文化艺术咨询服务；纺织品、针织品及原料批发；文化艺术交流活动的组织；家用纺织制成品制造；农产品配送；纺织、服装及日用品、预包装食品、粮油、糕点、面包、果品及蔬菜、禽、蛋及水产品、营养和保健食品、非酒精饮料及茶叶、进口酒类、豆制品、散装食品、食品添加剂、调味品、饮用水、国产酒类、进口食品的零售；文化用品、文化艺术收藏品、湘绣、领带、农产品、护肤品的销售。	2018年4月	买断	否	无	地区代理销售
20	苏州诚合	2017年1月[注10]	广告发布、设计、制作、代理服务；日用品、工艺品、服装、面辅料、纺织品销售及网上销售；计算机应用服务。（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）一般项目：医用口罩零售；医用口罩批发；日用口罩（非医用）销售；第二类医疗器械销售；医护人员防护用品零售；医护人员防护用品批发；劳动保护用品销售；特种劳动防护用品销售。	2017年7月	买断	否	无	地区代理销售
21	京东世纪	2007年4月	批发、零售定型包装食品、保健食品（不涉及国营贸易管理商品；涉及配额许可证管理商品的按照国家有关规定办理申请手续）；批发兽药；道路货物运输；机器人生产与组装；计算	2013年10月	买断	否	无	网络平台销售

序号	经/代销商名称	设立时间	经营范围	初始合作时间	买断/代销	是否专门销售	关联关系	终端销售
			机软件生产；销售自产产品；基础软件服务；技术开发、技术咨询、技术服务、技术转让、技术培训；软件开发、软件设计；机器人的研发；计算机网络技术开发；设备安装、维修；计算机系统集成；机械设备、家用电器、电子元器件、五金交电、电子产品、文化用品、照相器材、计算机、软件及辅助设备、化妆品及卫生用品、化工产品（不含危险化学品及一类易制毒化学品）、体育用品、百货、邮票、纺织品、服装、日用品、家具、金银珠宝首饰、避孕器具（避孕药除外）、新鲜水果、蔬菜、食盐、饲料、花卉、种子、装饰材料、通讯设备、建筑材料、工艺礼品、钟表眼镜、玩具、汽车和摩托车配件、机器人、仪器仪表、卫生洁具、陶瓷制品、橡胶及塑料制品、摩托车、智能卡、化肥、农药、牲畜（不含北京地区）的批发、佣金代理（拍卖除外）、零售、进出口及代理进出口业务；摄影服务；仓储服务；会议服务；提供劳务服务（劳务派遣、劳务合作除外）；经济信息咨询；教育咨询（不含出国留学及中介服务）；企业管理咨询；企业管理培训；代收燃气费、水费、电费；火车票代理；委托生产电子产品；委托生产照相器材；委托生产计算机软件及辅助设备；委托生产家用电器；汽车租赁（不含九座以上乘用车）；从事机动车公共停车经营管理服务；出租办公用房；物业管理；拍卖（不含文物）。					
22	威海顺众贸易有限公司	2017年8月[注11]	办公用品、日用百货、文化用品、服装、化妆品、工艺美术品、电子产品及配件、汽车用品、节能环保设备、普通机械设备、建筑材料（不含油漆）的批发、零售。	2017年9月	买断	否	无	地区代理销售
23	杭州今日网络科技有限公司	2002年11月	服务：计算机网络技术服务，经济信息咨询（除商品中介），翻译；零售：计算机软件、网络设备；网上销售：服装服饰、丝绸制品、家居用品、日用百货。	2019年11月	买断	否	无	网络平台销售
24	嘉兴铭聚服饰有限公司	2014年11月	服饰、服装、鞋帽、箱包、针织品、纺织品的批发、零售。	2017年3月	买断	否	无	网络平台销售
25	艾恩基工业技术(上海)有限公司	2016年4月	从事工业技术、计算机领域的技术开发、技术转让、技术咨询、技术服务，工业设备、自动化设备、电气设备、机械设备、电器元件、传感器、陶瓷制品、办公用品、纺织品的销售，从事货物及技术的进出口业务。	2017年12月	买断	否	无	网络平台销售

注 1：深圳万事利于 2016 年承接了公司深圳市场业务，吸收了当时深圳分公司的员工和客户；

注 2：该代销商存在多个主体与公司合作，首次合作公司名称为浙江集商网络科技有限公司，成立于 2015 年 4 月；

注 3：该经销商前控股股东张海云为发行人离职员工，张海云 2017 年将该经销商股权转让给第三方，并于 2018 年离职；

注 4：该经销商更换与公司合作主体，首次合作公司名称为运城市盐湖区东城霓裳丽影服饰店，成立于 2015 年 10 月；

注 5：该经销商成立系以发展电商平台为目的，为寻求优质平台供应商主动向公司寻求合作；

注 6：该经销商成立系以发展电商平台为目的，为寻求优质平台供应商主动向公司寻求合作，2018 年度因业务需求采购一批蚕丝被，成为 2018 年度公司前十大经/代销商；

注 7：该经销商更换与公司合作主体，首次合作公司名称为厦门巨辰商贸有限公司，成立于 2013 年 1 月；

注 8：北京万事利于 2019 年承接了公司北京市场业务，吸收了当时北京分公司的员工和客户，为销售

公司产品而成立，故成立时间较短即成为公司重要经销商；

注 9：该经销商在长沙地区拥有稳定团购客户源，为取得低折扣销售公司产品而成立，故成立时间较短即成为公司重要经销商；

注 10：该经销商为寻求优质供应商主动向公司寻求合作，采购量逐年增加，2019 年度成为公司前十大经/代销商；

注 11：该经销商为寻求优质供应商主动向公司寻求合作，采购量逐年增加，2020 年 1-6 月成为公司前十大经/代销商。

报告期内，公司仅有仅麦考林、优集供应链存在经销和代销两种合作模式，主要原因系上述客户存在多个下属销售平台，不同平台存在不同的销售模式。

山西丝之韵商贸有限公司、福粒科技、北京微妮时代商贸有限公司、北京万事利、瑞雅文化、苏州诚合、威海顺众贸易有限公司成立时间较短即成为公司主要经/代销商，主要系为经销公司产品而成立、客户主动寻求优质供应商、终端客户临时需求等原因，具备合理性，主要经/代销商不存在超过经营范围销售公司产品的情形。

公司丝绸文化创意品销售具有小规模、多渠道的零售特征，因而每年新签订经/代销协议数量较多。报告期内，与公司存在合作的经/代销商数量变动如下：

单位：家

年份	上年经/代销商合作家数	期间增加	期间减少	本年经/代销商合作家数
2017 年	82	99	16	165
2018 年	165	88	44	209
2019 年	209	65	62	212
2020 年 1-6 月	212	23	86	149

公司对经/代销商实行扁平化管理，经/代销商之间互相没有分层及从属关系。根据终端销售市场的差异，合作经/代销商可大致分为线上平台销售型、区域代理型、其他线下销售型，报告期内各期合作经/代销商数量、区域分布情况如下：

单位：家

年度	数量	区域分布						
		华北	华东	华中	华南	西南	东北	西北
2020 年 1-6 月	149	18	107	7	13	1	0	3
2019 年度	212	27	148	10	19	2	1	5
2018 年度	209	27	146	10	18	2	1	5
2017 年度	165	21	115	8	15	2	0	4

B、主要经/代销商合作模式

根据公司与经/代销商签订的协议，报告期内公司与经/代销商具体合作模式如下：

a、交易模式：公司与经销商之间的交易为买断式销售，与代销商之间的交易为代销式销售；

b、退换货政策：公司综合考虑客户资质、业务规模、长期合作意向和所在区域市场影响力等因素，给予不同的退换货率;

c、销售折扣：公司综合考虑经销商年度提货额、历史指标完成情况、采购产品类型等因素，以吊牌价为基准并给予一定折扣；

d、信用政策：公司对经销商的信用政策一般为先货后款、先款后货两种。在先货后款的信用政策下，公司与客户约定一定的信用期限，客户在约定的信用期限内完成回款；

e、结算及收款方式：主要结算方式为通过银行转账方式对公汇入公司账户；

f、运输方式及费用：买断式销售一般由经销商指定运输方式，并承担运输费用，代销式销售一般由公司负责运输，承担运输费用；

g、排他性条款：公司未与经销商约定排他性条款，即公司不要求经销商仅销售公司的产品；

h、经销商保证金：公司综合考虑经销商年度提货额、采购产品类型等因素，收取不同金额的履约保证金。

C、经/代销商终端销售及期末库存情况

公司经/代销商主要终端客户类型包括企事业单位、线上零售客户等，公司未对经销商库存进行主动管理，通常情况下仅有个别主要经销商为缩短交货期会进行少量备货，其他经销商主要根据终端客户需求向公司采购。报告期各期公司销售前十大经/代销商合计 25 家（同一实际控制下合并统计），合计销售额占各期经/代销商收入的比例分别为 74.25%、68.27%、57.01%、58.70%。2017-2019 年，公司主要经销商各期期末库存占当期收入比例较低，产品终端销售情况良好，2020 年 1-6 月，受新冠肺炎疫情影响公司经/代销商渠道收入下滑较大，导致库存量占当期收入比例增长。报告期各期末上述主要经/代销商库存情况如下：

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
公司向主要经/代销商销售金额	752.28	3,052.91	3,869.47	3,443.98
占当期经/代销商收入的比重	58.70%	57.01%	68.27%	74.25%
主要经/代销商库存金额[注]	187	183	108	160
存货占当期销售的比重	24.86%	5.99%	2.79%	4.65%

注：主要经/代销商库存金额为各期期末数据，由主要经/代销商向公司提供。

综上，公司主要经/代销商整体库存金额及占比较低，2020 年 1-6 月受新冠肺炎疫情影响公司主要经/代销商渠道收入下滑，导致库存量占收入比例增长至 24.86%。报告期内，公司向经/代销商合计销售 11,118.64 万元，报告期末，公司主要经/代销商存货合计为 187 万元，占比仅为 1.68%，不存在向经销商压货的情形。

D、分销商返利政策及返利金额

a、返利政策

公司与经销商、加盟商签订协议约定各经营年度的净提货额指标及返利政策。如果经销商、加盟商完成了年度净提货额指标（有开店要求的，还需完成开店数量要求），则按净提货总额的一定比例或者销售指标超额部分的一定比例以返货的形式给予其奖励（有开店要求，开店数量未完成的，奖励减半），所有奖励均以自合同签订的完整年度开始执行，年度结束后，公司根据返利条款计算应支付予该客户的返利金额。

加盟商：公司在实际执行中会综合考虑加盟商信用资质、所在市场销售情况及影响力、供货折扣等因素，根据与分销商的谈判结果对返利比例有所调整。总体来看，对报告期内完成年度销售任务的 100%的加盟商，可享受完成指标超额部分的 2%-6%不等的返利。

经销商：公司对经销商无开店数量的要求，提货额指标要求相对加盟商低，门槛较低，故实际执行过程中，对大多数经销商不给予返利政策。

b、返利金额

报告期内，公司给予经销商、加盟商的返利金额（返利货品的成本金额）如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
当期加盟商返利金额	16.90	17.15	15.02	-
当期经/代销商返利金额	2.44	1.83	-	-

E、公司与主要经/代销商权利义务安排

报告期内，公司主要经/代销商的权利义务安排情况如下：

合同主要内容	经销商权利义务	公司权利义务
公司授权经/代销商在特定区域或平台经营“万事利”品牌产品的相关事宜，如供货折扣、进货指标、返利比例、退换货、终端限价约定、违约条款等	享有在相应区域或平台按协议销售万事利产品的权利； 不得私自在未授权区域或平台销售万事利产品的义务； 自觉维护万事利品牌形象的义务； 按约定结算的义务； 终端销售价格不低于限价的义务； 应努力满足协议约定的产品最低购买指标的义务。	确定经/代销商特定销售区域或平台内销售模式、销售金额及销售数量的权利； 保护经销商在特许经营期间销售区域的经营权不受侵犯的义务； 对产品质量提供保证，对存在质量问题的产品进行处理的义务； 根据协议的约定按时向经销商提供产品的义务； 对经/代销商违规经营按约定进行处罚的权利。

公司与主要经/代销商间权利义务安排无重大区别，与丝绸文化创意品同行业可比公司如地素时尚、日播时尚和经/代销商之间安排相比无重大差异，符合行业惯例。

F、公司对经/代销商管理措施

a、市场及客户管理

公司授权经/代销商在指定的市场区域或网络平台销售“万事利（WENSLI）”品牌系列产品，并针对不同经/代销商合作目标制定了相应的合作政策。经/代销商若承接企业团购业务，达到一定限额标准的应提前通知公司，按规定符合客户管理制度且与现有客户不冲突的，录入 CRM 系统后方可进行销售。

b、终端限价管理

针对经/代销商终端销售价格政策，公司规定了常规产品、高端和 MR 产品、艺术品终端销售价格最低折扣比例。

（2）丝绸纺织制品**（非自有终端品牌）**

公司提供的丝绸纺织制品主要包括丝绸面料、贴牌服装和数码印花加工服务，销售模式均为直销。公司针对丝绸纺织制品配备了专业的销售和服务团队，通过行业展会、客户转介绍、网络社群营销等方式获取订单，其负责针对客户的需求设计供应方案，经双方认可后签订销售订单。丝绸纺织制品定价方式为根据每笔订单估计成本，以成本加成法确定报价。丝绸纺织制品客户主要为境内外的品牌服装企业，客户通常采取对公转账、银行承兑汇票方式结算，信用政策通常为销售出库或取得提单后 60-90 天内。

①丝绸面料及贴牌服装

丝绸面料及贴牌服装主要以 OEM 模式开展业务，发行人根据客户设计样稿组织生产，打样供客户确认，生产周期完成后由公司将产品运送至客户指定地点完成销售。丝绸面料、贴牌服装产品涉及的原材料基本由公司采购。

A、公司丝绸面料与贴牌服装销售模式符合 OEM 模式定义，具体原因如下：

a、OEM 即原始设备制造商（Original Equipment Manufacturer），指品牌厂商负责设计与开发新产品，受托方不参与设计，为品牌厂商提供加工制造服务，所产出的产品贴上品牌厂商的商标后实现最终销售。由此可见，“OEM 模式”主要为“贴牌”以及提供主要生产环节服务的概念，并非要求受托方全部自主生产。公司丝绸纺织制品下游客户通常为品牌服装企业，客户通常对相关产品已有核心设计理念，向公司提供设计样稿，公司主要根据客户的需求进行辅助设计，打样供客户确认，并统筹全部生产制造过程，提供符合客户要求的产品，产品在终端销售环节以客户品牌而非公司自有品牌销售。公司上述经营模式符合 OEM 定义。

b、公司为品牌厂商统筹全部生产制造过程，并基于充分发挥公司竞争优势、成本效益、交货期等各方面综合考虑，选择适合的加工方式。具体而言，公司对于具有核心竞争力的面料数码印花加工环节采取自主加工方式，针对工艺相对简单，利润相对较低的面料染色及传统台版印花、成衣制作等环节采取外协生产方式。

在申万行业分类“纺织服装”类别中，棒杰股份、康隆达、健盛集团主要以OEM/ODM 模式进行销售，且均存在将部分生产工序委托外部厂商完成的情形。

综上，公司将丝绸面料，贴牌服装定义为“OEM”销售模式主要系基于产品终端销售环节使用客户品牌，体现了贴牌生产的概念，上述定义具备合理性。公司将上述模式定义为 OEM 符合行业惯例。

B、在 OEM 模式中承担的角色和主要价值

公司 OEM 模式主要应用于丝绸纺织制品的销售环节。在该模式下，发行人承担的主要角色系：公司结合客户的设计理念，提供部分辅助设计，并为客户统筹全部生产制造过程，提供符合客户要求的产品。上述服务的主要价值在于客户在提出产品要求之后，公司可凭借自身专业从事丝绸行业多年的经验，承担供应链管控的角色，客户仅需对产品的价格、最终质量等个别环节进行把控即可实现采购产品的需求，亦仅需在产品生产环节对接发行人一家公司，提高其采购效率。

C、品牌女装客户通过发行人以 OEM 模式提供产品和服务的原因和合理性

a、品牌女装企业主要围绕研发设计、品牌建设、营销渠道等方面展开竞争，服装面料种类较多，各类面料属于不同的细分行业，相互间差异较大，且新产品、新工艺、新技术不断涌现。上游产业包括原材料生产商、面辅料厂、面料加工、成衣加工企业等，品牌女装企业若直接向外协供应商采购，需投入较多的资源管理供应链。公司专业从事丝绸行业多年，具备供应商开发、打样、质量控制、货期保证、快速反应的能力，可为客户承担供应链管控的角色、品牌女装企业与发行人合作可降低其管理成本，提高采购效率，具有经济性。

b、丝绸纺织制品加工环节主要包括面料染色、数码印花/传统台版印花、成衣加工、丝巾卷边等，其中数码印花加工环节由公司自主完成，其他加工环节委托外协供应商完成。数码印花在安全环保、色彩丰富度和精细度、小批量快速反应等方面具有明显的优势，公司布局数码印花工艺近十年，技术工艺已相对成熟，部分品牌女装客户产品需采用上述工艺且认可公司技术，为控制产品质量，选择由公司统筹生产加工环节，即以 OEM 模式与公司合作。

c、公司立足丝绸行业已有 46 年的历史，注册资本超过 1 亿元，与一般外协供应商相比，具备较强的专业服务能力和较好的品牌美誉度，即使出现质量纠纷

或者潜在纠纷，品牌美誉度高，资金实力强的企业亦会比一般外协供应商有更强的协调意愿和抗风险能力，更易于品牌女装企业形成稳定的合作关系。

此外，可比上市公司中，嘉欣丝绸服装产品主要销售给国际知名服装品牌，2017-2019 年嘉欣丝绸服装产品外协生产比例情况如下：

项目	2019 年度	2018 年度	2017 年度
服装产品外协生产比例	37.00%	37.42%	43.43%

注：取数口径为外协生产比例=（销售数量-生产数量+期末库存数量-期初库存数量）/销售数量，上述四项数据取自嘉欣丝绸年报披露内容。

嘉欣丝绸历年服装外协数量占比在 40%左右，报告期内，发行人丝绸纺织制品（主要应用 OEM 模式销售）的外协生产比例分别为 84.15%、82.04%、74.38%和 68.07%，主要原因系发行人仅从事数码印花工序，服装产品需要较多人工的成衣制作工序需要通过委托加工完成，报告期内，发行人外协生产比例中的外包生产比例仅为 22.82%、15.32%、14.19%和 15.43%，占比较低。

因此，女装品牌客户选择发行人以 OEM 模式提供产品和服务具有一定的合理性。

②数码印花加工

数码印花加工指公司直接向客户提供的数码喷印或后道加工等服务。主要原材料均由客户（委托方）提供，部分墨水、印染助剂等辅料由公司采购。

③境外销售模式

公司境外销售以主要采用直销模式，采取 FOB 或 CIF 的方式报关出口，产品自上海、宁波等港口通过海运或者空运方式运往境外。公司境外销售流程如下：①销售人员通过专业展会、电子商务网站以及客户互相介绍等方式获取境外客户；②境外客户通常以电子邮件形式与公司沟通产品需求，包括产品花型及样式设计、规格参数、采购数量、采购价格、交货期等；③公司针对客户订单评估交付能力、产品毛利情况后，向境外客户确认订单；④产品完成生产后，通过客户指定的货代公司办理港口代理和订舱运输；⑤针对初次合作的境外客户，公司通常要求其预付一定比例的货款作为定金；针对长期合作客户，信用期通常为发运后 60-90 天，客户通过电汇或信用证的方式付款。

（3）口罩

万事利数码系省级重点民用口罩及关键材料生产企业（第一批），在防疫物资缺乏情况下主要由客户主动联系公司获取订单，后期在市场口罩供应较为充足情况下，公司通过电子商务平台、客户转介绍、网络社群营销等方式获取订单。公司口罩销售模式可分为直销和分销两类，直销类客户主要系各类企事业单位，此类客户购买口罩主要用于满足自身复工复产的需求，分销类客户主要系各类出口贸易商，此类客户购买口罩出口至法国、意大利等国家，满足当地对防疫物资的需求。

口罩产品客户采取银行转账方式结算，信用政策通常为先款后货。2020 年新冠肺炎疫情爆发后，口罩相关的原材料处于供不应求状态，相关生产制造企业产能严重不足，口罩销售价格存在剧烈波动。公司口罩业务主要参考市场行情确定销售价格。在 2-4 月全社会复工复产的关键时期，公司积极承担社会责任，对口罩销售价格进行了适度控制。

（4）发行人主要销售模式符合行业惯例

发行人丝绸文化创意品同行业可比公司如安正时尚、歌力思等均与客户存在加盟、经销等分销合作方式；发行人丝绸纺织制品主要客户爱慕股份、锦泓集团与供应商的合作方式多为直销合作方式；发行人口罩产品可比公司与下游客户的合作均存在直销、经销等合作方式。发行人与主要客户、平台的具体合作方式符合行业惯例。

（5）发行人不存在商业贿赂情形

报告期内，发行人不存在商业贿赂等违法违规行为，发行人及其股东、董事、监事、高级管理人员、公司员工等亦不存在因商业贿赂等违法违规行为受到处罚或被立案调查的情形。

6、公司采用目前经营模式的原因、影响经营模式的关键因素及未来变化趋势

公司针对丝绸文化创意品**（自有终端品牌）**专注于设计研发、品牌推广、终端销售等产业链上附加值较高的环节。公司针对丝绸纺织制品**（非自有终端品牌）**则专注于技术密集型的数码印花生产环节，将原材料生产、染整等附加值较低的

环节交给专业供应商，自主生产中高端数码印花丝巾等产品，从而形成快速灵活的运营模式。

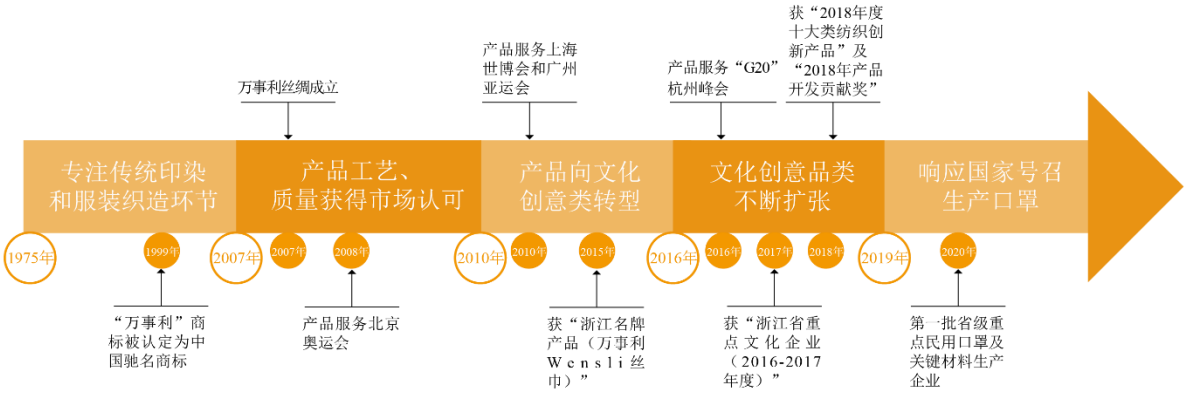
公司采用上述经营模式主要因素为丝绸产业链上游行业供给充足，但毛利率较低，现有运营模式可以降低资本投入，尤其是生产领域大量的固定资产和劳动力投入，提高资产运营效率。同时，公司“万事利”品牌已经具备一定的行业地位，公司集中资源于设计研发、品牌推广、终端销售等环节和数码印花工艺领域可以根据市场趋势变化快速、主动地开发新产品，提升数码印花工艺的产品质量和应用范围，进一步塑造“万事利”的高端品牌形象，形成以品牌、设计、供应链管控以及营销网络为核心的竞争力。

公司结合国家产业政策、丝绸产业链上游资源供应情况、数码印花工艺成熟度、下游市场竞争格局、自身竞争优势、主营业务及发展阶段等因素，形成了目前的经营模式，报告期内，公司现有经营模式取得了良好的经营成果，公司经营模式未发生重大变化，在可预见的未来也不会发生重大变化。

（三）公司主营业务演变情况

公司自设立以来承继了原万事利集团丝绸相关业务，万事利集团前身杭州笕桥绸厂成立于 1975 年，迄今已有 46 年的历史。公司及万事利集团丝绸业务发展历程如下：

业务发展历程



1、1975-2007 年，万事利集团丝绸业务专注于丝绸产业链传统印染和服装织造环节，丝绸面料和服装产品远销海外，“万事利”商标于 1999 年被认定为中国驰名商标，在此期间，万事利集团丝绸业务重在积累丝绸产品生产工艺。

2、2007-2010 年，公司设立后开始承接丝绸业务，丝绸产品生产工艺已相对

成熟，逐步由传统印染加工转向数码印花加工，产品质量获得市场认可，产品服务了北京奥运会、上海世博会、广州亚运会等一系列国际盛会。在此阶段，公司开始通过研究丝绸文化内涵，积累文化创意，逐步尝试丝绸文化创意品的研发。

3、2010-2016 年，公司产品向文化创意转型，借助服务 G20 杭州峰会的契机快速提升品牌知名度，开始在全国拓展丝绸文化创意品销售渠道，逐步打开全国丝绸文化创意市场。在此阶段，公司丝绸文化创意品品类逐步扩大，“万事利”品牌在行业内的知名度进一步提升。同时，公司收购了万事利科技，增加了丝绸纺织制品产品品类，打通了产业链上下游，并开始布局数码印花工艺，旨在进一步提升产品品质。

4、2016-2019 年，公司通过加大对文化创意设计的投入，产品品类不断扩张，数码印花生产工艺亦趋向成熟，通过该工艺生产的双面数码印花丝巾获得了中国纺织工业联合会颁发的“2018 年度十大类纺织创新产品”及“2018 年产品开发贡献奖”荣誉称号。

5、2020 年，面对突如其来的疫情，公司率先利用丝绸产品的采购、生产和销售等资源，长期积累的组织协调能力和完善的质量控制体系，作为浙江省首批重点转产民用口罩及关键材料生产企业积极响应国家号召生产口罩，为疫情防控作出贡献，受到浙江省新冠肺炎疫情防控工作领导小组的表彰。上述事件体现了公司丰富的经营管理能力、深厚的技术积累和快速创新能力，以及强大的资源整合能力，使公司面对突发情况下能快速抓住机遇，变危局为新局，使新机大于危机。

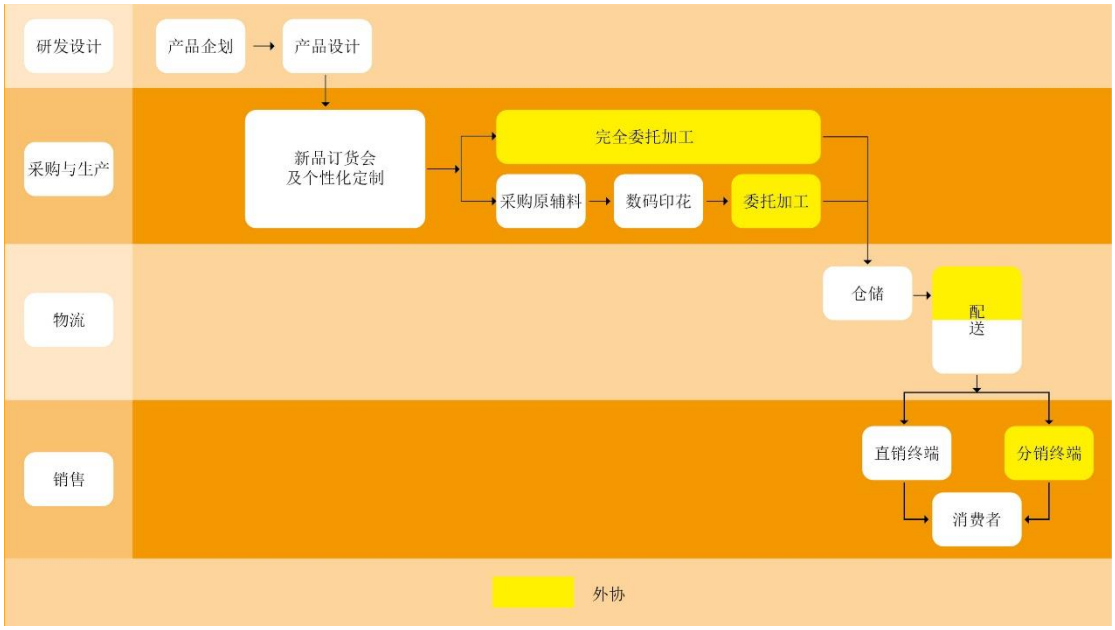
公司自设立以来一直从事以自有品牌“万事利”为核心的丝绸文化创意品运营，并于 2011 年收购万事利科技增加了丝绸纺织制品这一产品种类，于 2020 年因疫情爆发为承担社会责任增加了口罩这一产品种类。报告期内，公司主营业务未发生重大变化。

（四）主要业务流程

1、丝绸文化创意品（自有终端品牌）

公司丝绸文化创意品以自主设计研发、品牌管理、直销与分销相结合的销售模式进行自有品牌的生产和销售，主要业务流程如下：

丝绸文化创意品主要业务流程



（1）产品企划环节

公司商品企划部门通过对丝绸文化创意品主要消费场景的研究和流行趋势信息的收集和整理，结合公司信息系统对消费者行为及需求的反馈，如消费者进店率、成交率、客单价等数据的分析，对下一季产品的主题、颜色、品类占比、元素、面辅料、设计及生产时间表等做出总体规划。

（2）产品设计环节

公司设计研发团队在把握国内外流行时尚趋势和融入中国传统文化元素图样的基础上，按照商品企划部门制定的目标和规划，设计适合目标消费群体、充分展现公司品牌文化和价值的各类产品。公司每年主要设计春夏、秋冬两季新品及个性化定制产品，设计部提供设计的款式图并与技术开发部门进行沟通和跟进，确保生产符合规格要求的产品。

（3）新品订货会及个性化定制

公司每年举办一次春夏季和一次秋冬季新品订货会，主要参与方系来自公司全国各地的分销商客户。公司根据订货会期间的订单汇总、自营门店需求及往年同期销售量的综合分析，估算出本季生产需求量，从而安排货品生产和交货计划。

个性化定制具有不定时、多样性特征，公司根据个性化定制需求组织设计师参与产品设计，协助业务员获取订单，并根据客户需求组织生产。

（4）生产环节

公司丝绸文化创意品根据产品质量要求确定自产或外协，产品经质检后包装入库。报告期内，因双面数码印花工艺逐步成熟子公司自产丝巾数量呈逐步增长趋势。

（5）仓储及配送环节

公司产品储存于公司自有仓库，公司挑选合格的第三方物流企业如顺丰物流、跨越物流等承担产品运输，部分距离较短的情况下公司业务员自提送货上门。

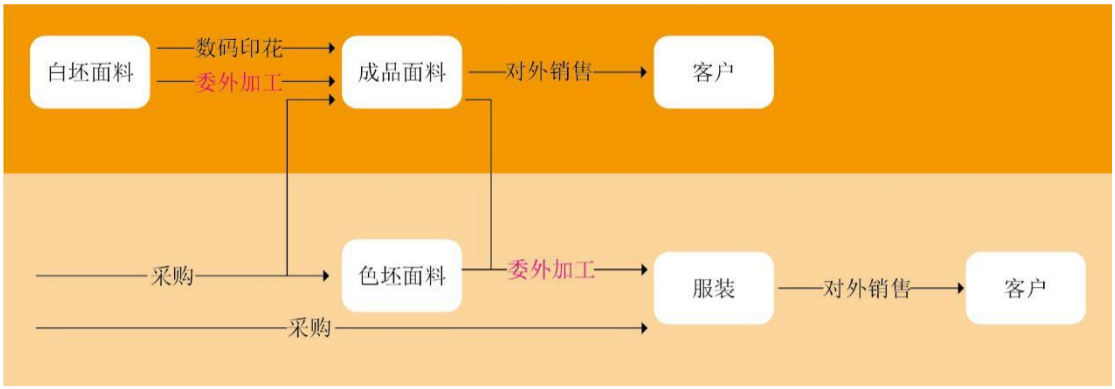
（6）销售环节

公司丝绸文化创意品主要通过直销或分销渠道进行终端销售。截至 2020 年 6 月末，公司共有 3 家线下门店及 2 家展示营销中心，丝绸文化创意品销售团队合计 216 人，2019 年度人均创收超过 90 万元，销售能力较强。公司自 2016 年起布局全国分销渠道，截至 2020 年 6 月末，公司共有加盟商合计 36 家，报告期内，与公司合作过的经/代销商合计 330 家。2019 年度，公司分销渠道销售收入 11,777.78 万元，占当期主营业务收入的比重为 16.30%，公司分销渠道已初具规模。

2、丝绸纺织制品（非自有终端品牌）

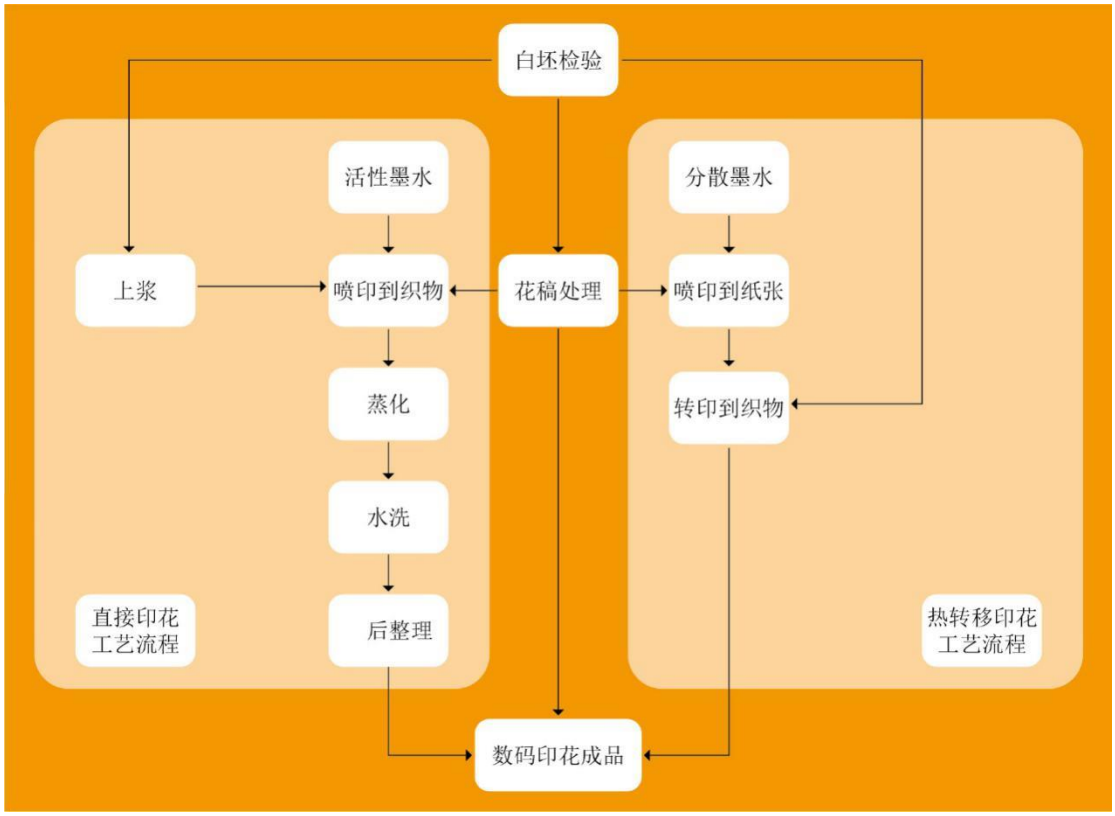
公司丝绸纺织制品主要根据品牌女装客户的需求完成产销业务活动，主要业务流程如下：

丝绸纺织制品主要业务流程



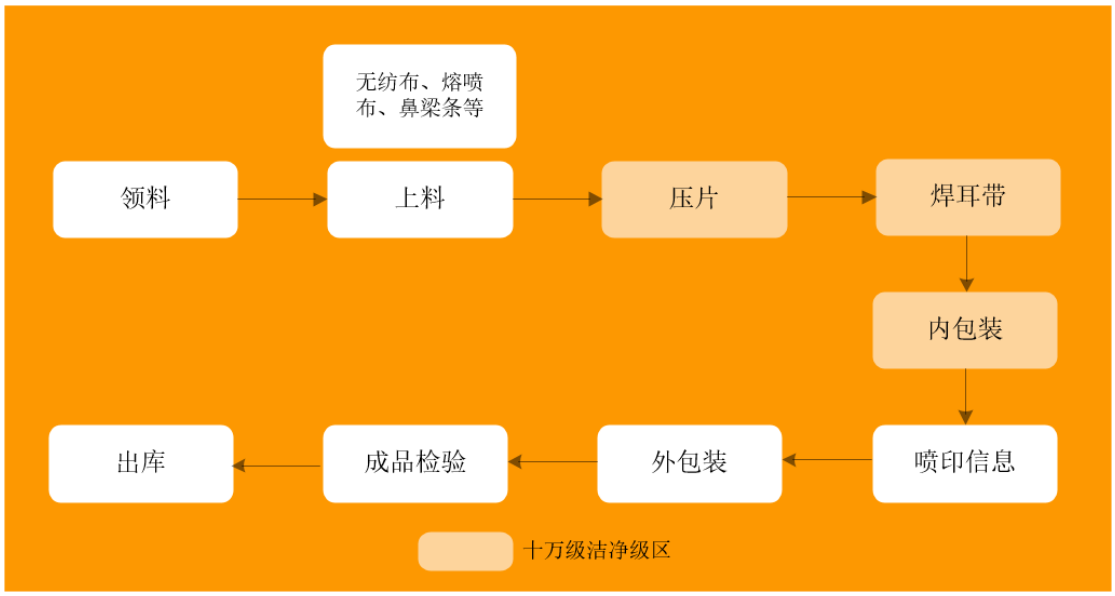
公司具备数码印花加工能力，传统印染及服饰加工环节均委托外部供应商，数码印花主要包括直接印花和热转移印花两种模式，在具体的工艺流程上，上述两种印花方式存在一定的差别。直接印花和热转移印花工艺流程图如下所示：

数码印花工艺流程



3、口罩

公司口罩主要用于防疫用途，根据各类企事业单位的需求完成产销业务活动。口罩生产工艺流程图如下：



（五）公司的环境保护情况

1、生产经营中主要污染物及处置情况

公司在产业链中主要涉及数码印花的生产环节，在经营过程中不存在重污染情况。根据中华人民共和国环境保护部发布的《环境保护综合名录（2017 年版）》，丝印染精加工不属于高污染行业。

公司生产过程中涉及的污染物及处置情况如下：

污染物类型	产生源	污染物名称	处理方式	实际运行情况
废水	数码印花、水洗、皂洗及废气处理等过程产生	CODCr、氨氮	废水处理站生化法处理后达标排放	正常
废气	烘干、定型、热转印等过程产生	颗粒物、氨气、丙三醇、多元醇	风机收集后进入卧式吸收塔进行水喷淋吸收处理后经排气筒排放	正常
固废	废水处理、染料包装等过程产生	废水处理站泥饼、废染料桶、助剂废包装等	收集后委托给具备资质的第三方企业处置	正常
噪声	印花车间及泵房的机器设备产生	生产车间噪声	企业生产车间在作业时关闭门窗，厂区周围种植乔木，进一步降低噪声对周围环境的影响	正常

2、环保设施及其处理能力、实际运行情况

公司排水系统按“雨污分流”要求设计建设，雨水经收集后排入市政雨水管网，并经废水处理站生化法处理达到排放标准的生产污水与经化粪池、隔油池预处理达到排放标准的员工生活废水和食堂废水一起接入市政污水管网，送七格污水处理厂统一达标处理排放；生产废气经风机收集后进入卧式吸收塔，经水喷淋吸收处理后由 25 米高度的排气筒达标排放。公司妥善处置固体废物，泥饼、废染料桶、助剂废包装等委托具备资质的第三方企业处置并在转移前向环保行政部门报批转移手续。公司已采取了合理布局、隔声减振、厂区周围种植乔木等有效的防噪隔声措施，确保厂界噪声达到排放标准的要求。

公司根据实际需要置备了必要的环保设施，环保设施运行状况良好，处理能力均满足排放量的要求，使得生产经营过程中产生的废气、废水、固体废物及噪声得到了合理有效的控制。

3、生产经营的环保合规性

公司数码印花生产环节主要由子公司万事利数码承接，根据杭州经济技术开发区环境保护局出具的证明，万事利数码报告期内未受到环境行政处罚，未发生

过环境污染事故和环境纠纷。

（1）总氮超标排放情况

根据 IPE 公开信息查询，2019 年 2 月 22 日监测数据显示子公司万事利数码排放水污染物存在总氮超标的情形，具体情况如下：

杭州经济技术开发区环境保护局于 2019 年 2 月 22 日通报的废水监测数据（检测单位：杭州中一检测研究院有限公司，检测报告编号 HJ19-03-123）显示万事利数码 4 个批次的水样总氮测试结果分别为：58.0mg/L、60.5mg/L、58.2mg/L、60.0mg/L，均超过标准限值 30mg/L。万事利数码每月委托第三方检测机构抽测废水指标，当天废水取样委托第三方检测机构浙江鸿博环境检测有限公司检测结果为 17.9mg/L（报告编号 HJ20190211-01），未超过标准限值，且万事利数码当天的废水在线监测均值数据均达标。2017 年 12 月-2019 年 3 月，万事利数码每月委托第三方机构检测的废水总氮指标数据在 3.47~25.8mg/L 之间，平均值为 15.5mg/L，测试结果均达标。

2019 年春节期间万事利数码停止生产，春节后为确保污水站生化池有较高浓度的活性污泥，万事利数码委托七格污水厂于 2019 年 2 月 15 日下午投加了新鲜活性污泥，投加活性污泥后生化池处于调试期（活性污泥中微生物处于适应阶段）。经公司自查造成总氮超标的主要原因是春节假期后复工，加投活性污泥对污水站菌群培养调试，调试期造成临时排水水质不稳定的情况。

此事项发生后，万事利数码主动向当地环保局说明相关情况，公司进一步加强环境管理，增加废水自行监测频次，强化废水在线检测管理，并保证污染源环保设施出现异常情况时，及时向环境监察部门报备。自 2019 年 2 月以来公司未发生废水超标排放的情况。

万事利数码于 2020 年 4 月 8 日取得了杭州经济技术开发区环境保护局的确认，确认万事利数码此事项不存在故意的环境违法行为，此次超标排放情形不属于环保重大违法违规行为，不会就此事项对万事利数码进行行政处罚。此次总氮排放超标事件未对公司经营业务产生重大影响。

（2）环保内控管理

公司为实现“诚信守法、污染预防、节能降耗、生态丝绸”的环境方针，制

定了《环境管理规定》。母公司管理中心统筹安排体系覆盖范围的环境管理工作，监督相关方完成年度环境目标指标《年度环境目标登录表》和方案《年度环境管理方案》，万事利数码负责与生产相关的环保设施日常运行及设备保养维护工作，法律事务部负责组织各类环保法律法规的收集和识别，定期进行合规性评价。环保投入方面，万事利数码投建了废水处理站通过生化法处理生产污水，购置风机、卧式吸收塔、排气筒等设备处理废气，委托第三方企业处理固体废物。排污监测方面，万事利数码上线了在线废水监测系统及在线废气监测系统，与当地环保局联网实时监测废水、废气的排放情况，同时每月对废水取样送第三方机构检测五日生化需氧量、悬浮物、总磷、总氮指标，确保废水排放符合环保规定。

综上，公司环保内控健全，不存在重大管理漏洞。

除上述总氮排放超标事件外，公司报告期内不存在其他环境污染情况，不存在其他环保违法违规情形，不存在公开环境行政处罚信息，亦不存在受到环保行政处罚的风险。

（六）产品质量控制

1、质量控制制度

公司自身主要保留数码印花生产环节，其他生产加工环节则委托外协厂商。公司通过了质量管理体系（GB/T19001-2016 ISO9001:2015）认证，取得了《质量管理体系认证证书》。同时公司制定了一系列适用于自身及下属子公司的质量手册要求，建立了系统的质量管理体系，就各个生产环节制定了详细严格的质量控制程序。

公司数码印花加工具体质量控制措施如下：

（1）面料质量检验员核实白坯面料信息，是否符合特定面料、客户要求，检查白坯面料的质量；

（2）上浆、喷印、蒸化、水洗、后处理环节按照 SOP（标准作业程序）执行；

（3）数码印花车间根据客户要求、原材料检验记录、产品特性，确定送技术中心检测的指标项目，送样到技术中心检测；

（4）检验成品根据美标四分制检验 SOP，在业务系统录入检验信息，并保留

相关原始记录；

（5）各工序操作员记录 SOP 执行情况，在每日例会或月度质量分析会分析相关记录并形成整改方案，执行情况和结果由质量部门跟踪反馈；

（6）检验部门建立每日、每月数码印花产品质量报表、回修报表等，对相关负责人传递质量问题并跟踪好质量问题的整改工作。

公司外协生产具体质量控制措施如下：

（1）公司不定期对现有的或计划列入的供应商名录，进行供应商考核，评价出《合格供应商名录》；

（2）公司在《合格供应商名录》中选择供应商下达采购订单，因新增工艺或产量剧增等原因未能在《合格供应商名录》中找到相应的供应商时，采购部对新增供应商进行评价，合格供应商加入《合格供应商名录》进行管理；

（3）供应商负责按公司的产品要求进行生产，对产品进行自检，必要时随产品提供相关检测报告或检验记录；

（4）质量管理部门对产品进行外观检验，并根据客户要求、供应商产品检测报告或检验记录、产品特性，确定送第三方检测的指标项目，送样到第三方检测。经第三方检验合格的批次及质量管理部门外观检验合格的产品，批准入库；

（5）合格商品才可允许出库，如产品品质与客户要求有差距，须经与客户协商，书面同意让步接收；

（6）做好售后服务，对顾客反馈（产品建议、服务建议等）作好充分的运用。

2、客户投诉、纠纷情况说明

公司建立了较为完善的客户投诉处理机制，并开通了全国服务热线电话专门受理客户的投诉和建议。客服人员统一负责接收客户的投诉和建议，并将相关内容录入《投诉处理表》及时转交给相关责任部门进行核实，相关责任部门在处理完成投诉问题后，将《投诉处理表》返回客服中心，客服人员根据处理结果对客户进行回访、收集客户对投诉或问题处理的意见，填写回访记录并保存相关档案。

报告期内，公司未发生重大的产品质量投诉、纠纷或潜在纠纷，未出现因违

反有关产品质量和技术监督方面的法律、法规而被有关部门处罚的情况，也未出现因产品质量问题而与客户发生重大法律诉讼的情况。

（七）新冠肺炎疫情对公司生产经营的影响

1、主要客户复工情况

发行人丝绸文化创意品**（自有终端品牌）**的主要客户为加盟商、经销商，自新冠肺炎疫情爆发以来均不同程度地受到了延迟复工的影响。随着疫情形势的好转，截至 2020 年 5 月末，上述客户均已实现复工。

发行人丝绸纺织制品**（非自有终端品牌）**的主要客户为国内外服装企业，其中主要境内客户均不属于疫情严重区域，于 4 月初实现复工；主要境外客户位于欧洲，受当地疫情防控措施的影响，于 5 月实现复工。

2、主要供应商复工情况

发行人主要供应商主要集中于浙江省及周边地区，均不属于疫情严重区域。根据各地疫情防控政策的不同，发行人主要供应商陆续于 2020 年 3-5 月间实现全面复工。截至 2020 年 5 月末，发行人主要供应商均已实现全面复工。

3、发行人主要客户取消或推迟合同情况

客户名称	2020 年 1-6 月取消或延迟情况
深圳万事利	因客户门店受疫情影响延期开业，被取消订单共计约 110 万元，无延期交付订单
柏丝祥贸易	因客户门店受疫情影响延期开业，发行人延期订单共计约 20 万元，平均延期交付时间为 30 天，被取消订单共计约 10 万元，截至 2020 年 3 月 31 日，所有延期订单已经全部交付
锦泓集团及其关联方	因客户受疫情影响延期复工复产，发行人延期交付订单共计约 80 万元，平均延期交付时间为 40 天，无取消订单，2020 年截至 5 月 31 日，所有延期订单已经全部交付
GUESS	因境外海关受疫情影响清关停滞，延期订单共计约 400 万元，平均延期交付时间为 50-60 天，被取消订单共计约 22 万元，截至 2020 年 6 月 30 日，所有延期订单已经全部交付
C.W.F.	因境外海关受疫情影响清关停滞，发行人延期订单共计约 30 万元，平均延期时间为 60-70 天，被取消订单共计约 15 万元，截至 2020 年 6 月 30 日，所有延期订单已经全部交付
本真商贸	因疫情形势出现变化，实际提货量有所减少，取消合同共计 443.70 万元
妇帮医疗	
高斯博医疗	

注：除上表所列客户之外，发行人报告期内前五大客户在 2020 年 1-6 月无取消或延迟订单的情况，上述客户去年同期不存在取消或者延迟订单的情形。

2020 年 1-6 月，受疫情影响，发行人合计被取消合同（订单）为 600.70 万元，金额较小，其他延期合同（订单）均已在 2020 年 6 月末交付。

4、发行人主要供应商延迟交货情况

单位：万元

供应商名称	2020 年 1-6 月延迟情况	2019 年 1-6 月延迟情况
华人数码	因疫情原因该供应商延期订单 6.52 万元，平均延期交付时间为 2 天，截至 2020 年 6 月 30 日，所有延期交付订单已全部完成交付	该供应商延期订单 1.25 万元
永丰源瓷业	因疫情原因该供应商延期订单共计 19.31 万元，平均延期交付时间为 7 天，截至 2020 年 6 月 30 日，所有延期交付订单已全部完成交付	2019 年上半年延期交付订单共计 1.07 万元

注：除上表所列供应商之外，发行人报告期内前五大供应商在 2020 年 1-6 月及上年同期无延迟交付订单的情况。除前述供应商外，部分口罩供应商存在无法及时供货情形，合计金额约为 500 万元。

2020 年 1-6 月，发行人报告期内前五大供应商延迟交货的金额较小，且所有延期交付订单均已在 2020 年 6 月 30 日前完成交付。疫情对发行人采购环节影响相对较小。

5、2020 年新增合同与上年同期的比较情况

报告期内，发行人丝绸文化创意品**（自有终端品牌）**各渠道销售较为零散，新增订单情况难以统计。2020 年 1-6 月，发行人丝绸文化创意品实现销售收入 11,141.00 万元，同比下滑 39.11%。2020 年 7-12 月销售收入相较去年同期小幅上涨，业务恢复情况良好。

2020 年 1-6 月，发行人丝绸纺织制品**（非自有终端品牌）**受疫情影响，新增订单约 7,800 万元，较上年同期下降约 40%-45%，受疫情影响较为明显。2020 年末，发行人丝绸纺织制品境内业务在手订单约 2,500 万元，较上年同期下降约 15%-20%，降幅较 2020 年上半年已有所减少。

6、口罩业务对发行人经营业绩及收入结构的影响

（1）公司整体业绩情况

2020 年 1-6 月，公司在新冠肺炎疫情期间转产口罩产品，口罩业务对公司经营业绩的影响具体如下：

单位：万元

项　目	公司总体经营情况①	口罩业务②		剔除口罩业务③=①-②	
		金额	占比	金额	占比
营业收入	38,687.84	17,206.27	44.47%	21,481.57	55.53%
营业利润	4,313.80	2,502.53	58.01%	1,811.27	41.99%
期间费用	7,833.29	2,722.02	34.75%	5,111.26	65.25%
利润总额	4,251.48	2,502.53	58.86%	1,748.94	41.14%
净利润	3,724.91	2,192.58	58.86%	1,532.33	41.14%

注：在测算口罩业务利润情况时，将期间费用中对明确可归属于口罩业务的费用单独归集，对不能明确区分的期间费用按照各月口罩业务与其他业务收入占比进行分摊；将口罩业务相关资产对应的信用减值损失和资产减值损失归入口罩业务信用减值损失和资产减值损失；将所得税费用按照口罩业务与其他业务利润总额占比进行分摊，下同。

2020 年 1-6 月，口罩业务产生的营业收入与净利润占公司当期营业收入与净利润的比重分别为 44.47%和 58.86%，在原有业务受疫情冲击影响较大的情况下，口罩业务对公司整体经营业绩起到了积极影响。

2020 年 1-9 月，公司主要财务指标（经审阅）以及剔除口罩业务后主要财务指标具体如下：

单位：万元

项　目	公司总体经营情况①	口罩业务②		剔除口罩业务③=①-②	
		金额	占比	金额	占比
营业收入	53,369.31	17,365.39	32.54%	36,003.92	67.46%
营业利润	5,181.32	2,315.55	44.69%	2,865.77	55.31%
期间费用	13,422.62	2,722.01	20.28%	10,700.61	79.72%
利润总额	5,134.54	2,315.55	45.10%	2,818.99	54.90%
净利润	4,542.16	2,048.40	45.10%	2,493.76	54.90%

随着疫情常态化，公司集中主要精力采取积极措施开拓和恢复丝绸文化创意品（自有终端品牌）和丝绸纺织制品（非自有终端品牌）业务，取得了较好的成果，而口罩等防疫物资市场供应已相对充足，公司 2020 年 7-12 月口罩月均销售额为 40-50 万元左右，口罩业务对公司营业收入和净利润的贡献比重有所下滑。

根据初步核算数据，公司2020年度营业收入约71,900-74,100万元，净利润约6,000-6,700万元，其中口罩业务收入约17,400-17,600万元，净利润为约1,700-1,900万元，口罩业务产生的营业收入与净利润占公司当期营业收入与净利润的比重分别为约23%-25%、28%-29%。

（2）公司分产品收入构成情况

2019年度、2020年1-6月、2020年1-9月（审阅数）和2020年度（预测值），发行人分产品的主营业务收入、毛利金额及占比情况具体如下：

单位：万元

项目		2020年度（预计值）		2020年1-9月		2020年1-6月		2019年度	
		金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
主营业务收入	丝绸文化创意品（自有终端品牌）	34,500~35,500	47.91%~47.98%	22,592.84	42.69%	11,141.00	28.97%	40,764.45	56.43%
	丝绸纺织制品（非自有终端品牌）	20,000~21,000	27.82%~28.34%	12,962.26	24.49%	10,108.15	26.29%	31,479.08	43.57%
	口罩	17,400~17,600	23.75%~24.20%	17,365.39	32.81%	17,206.27	44.74%	-	-
	合 计	71,900~74,100	100.00%	52,920.49	100.00%	38,455.42	100.00%	72,243.53	100.00%
毛利金额	丝绸文化创意品（自有终端品牌）	17,000~18,000	62.07%~62.96%	11,618.22	56.27%	5,480.68	39.17%	21,032.31	78.68%
	丝绸纺织制品（非自有终端品牌）	4,000~4,500	14.81%~15.52%	2,590.77	12.55%	2,074.27	14.83%	5,698.94	21.32%
	口罩	6,000~6,500	22.22%~22.41%	6,438.45	31.18%	6,435.97	46.00%	-	-
	合 计	27,000~29,000	100.00%	20,647.43	100.00%	13,990.92	100.00%	26,731.24	100.00%

2020年上半年，受新冠肺炎疫情影响，公司丝绸文化创意品（自有终端品牌）和丝绸纺织制品（非自有终端品牌）收入出现较大幅度的下滑，主要系当年2-3月间公司客户供应商复工复产情况较差，口罩业务的收入和毛利占发行人主营业务收入及毛利金额的比重分别为44.74%、46.00%。随着国内疫情得以控制，公司集中主要精力采取积极措施开拓和恢复丝绸文化创意品和丝绸纺织

制品业务，2020 年 1-9 月，口罩占发行人主营业务收入及毛利金额的比重分别为 32.81%、31.18%。根据初步核算，2020 年度，公司丝绸文化创意品收入及毛利占比约 48%、63%，丝绸纺织制品收入及毛利占比约 28%、15%，口罩收入及毛利占比约 24%、22%。丝绸文化创意品和丝绸纺织制品仍会是公司主要的收入和利润来源。

上述 2020 年度预计数据仅为管理层对经营业绩的初步估计情况,未经审计,不构成盈利预测。

（3）口罩业务未导致主营业务模式发生重大变化

公司从事丝绸行业多年，由于具备丝绸产品多年的生产运营经验，在新冠肺炎疫情爆发初期即被浙江省政府确认为第一批重点口罩生产企业。公司运营口罩的业务模式与原有产品类似，采购、生产、销售环节全部由现有业务团队完成，主要销售给政府指定单位及公司原有客户，公司系利用原运营模式向客户增加了一个产品品类，口罩业务的业务运营模式与原有的丝绸文化创意品（自有终端品牌）业务和丝绸纺织制品（非自有终端品牌）业务具有较大的协同效应。

此外，2020 年 1-6 月，口罩业务的收入和毛利占发行人营业收入及毛利金额的比重分别为 44.47%、46.00%。随着疫情常态化，公司集中主要精力采取积极措施开拓和恢复丝绸文化创意品和丝绸纺织制品业务，取得了较好的成果，根据初步核算数据，公司 2020 年度营业收入约 71,900-74,100 万元，净利润约 6,000-6,700 万元,其中口罩业务的收入、净利润占比分别约为 23%-25%、28%-29%，丝绸文化创意品和丝绸纺织制品仍是公司主要的收入和利润来源。

未来，公司将在防疫需要的基础上设计更美观和具有创意性的口罩产品，从而满足市场需求，亦可将其作为组合套装的一部分进行销售，增加组合套装产品的功能性，公司预计，未来口罩作为公司的一款常规产品其月销售规模将较 2020 年 7-12 月的月均销售 40-50 万元有所增长。公司已有相应的业务发展规划并会集中主要精力专业从事丝绸相关业务，丝绸文化创意品和丝绸纺织制品仍会是公司主要的收入和利润来源。

综上，口罩业务的开展不会导致发行人主营业务模式发生重大变化。

二、公司所处行业的基本情况

根据《国民经济行业分类》（GB/T4754-2017）和中国证监会发布的《上市公司行业分类指引》（2012 年修订）规定，公司属于“纺织服装、服饰业（C18）”。

（一）行业管理体系

1、行业主管部门及监管体制

国家发展改革委员会是国内服饰行业的主管部门之一，负责产业政策和行业发展规划的研究、制定和监督执行，指导产业结构调整，实施行业管理。商务部及其下属各级机构是国内服饰行业进出口业务、特许经营业务的主管部门，并由所属内设机构—国家茧丝绸协调办公室调控整个丝绸行业的发展。

行业自律组织为中国纺织工业联合会和中国丝绸协会。中国纺织工业联合会主要职责为制定行规行约，规范行业行为，建立行业自律机制，维护行业利益，向企业提供信息咨询服务等。中国丝绸协会主要职责为开展行业调查研究，反映行业诉求，提出行业发展和立法等方面的意见和建议，参与制订行业发展规划，完善行业管理，促进行业发展等。

2、行业主要法规政策

我国先后颁布及实施了一系列法律法规及产业政策，以规范和推动服饰产业发展。目前公司在经营过程中涉及的主要法律法规如下：

发布/修订时间	法律法规	发布单位
1989年/2019年	《化妆品卫生监督条例》	国务院
1993年/2018年	《中华人民共和国产品质量法》	全国人民代表大会常务委员会
1993年/2017年	《中华人民共和国反不正当竞争法》	全国人民代表大会常务委员会
1982年/2013年	《中华人民共和国商标法》	全国人民代表大会常务委员会
1993年/2013年	《中华人民共和国消费者权益保护法》	全国人民代表大会常务委员会
2005年/2011年	《国家纺织产品基本安全技术规范》	中华人民共和国国家质量监督检验检疫总局、中国国家标准化管理委员会
2006年	《零售商供应商公平交易管理办法》	商务部、发改委等
2006年	《零售商促销行为管理办法》	商务部、发改委等
2007年/2012年	《商业特许经营备案管理办法》	商务部
2014年	《网络交易管理办法》	国家工商行政管理总局

公司在经营过程中涉及的主要产业政策如下：

时间	产业政策	发布单位	主要内容
2020.09	《蚕桑丝绸产业高质量发展行动计划（2021-2025年）》	工信部、农业农村部等	发展智能绿色制造，推动丝绸企业数字化转型，推动资源综合利用丰富产品种类，提高产品质量打造丝绸精品，提升创意设计水平培育丝绸品牌，传承弘扬传统丝绸文化，保护利用丝绸文化遗产，推动蚕桑国际产能合作，支持丝绸产业国际合作。
2019.10	《产业结构调整指导目录》（2019年本）	发改委	鼓励采用数字化智能化印染技术装备、染整清洁生产技术、功能性整理技术、新型染色加工技术、复合面料加工技术，生产高档纺织面料。
2019.10	《制造业设计能力提升专项行动计划（2019-2022年）》	工信部、发改委等	在消费品领域，支持智能生态服装、加工纺织品、产业用纺织品、鞋类产品、玩具家电、家具等设计创新。
2017.09	《关于加快把文化产业打造成为万亿级产业的意见》	中共浙江省委、浙江省人民政府	将“文化+”理念融入经济社会发展各行业各领域，提升文化内涵和附加值。大力发展时尚设计、品牌设计、等产业，推动服装服饰、家居用品等向时尚产业转型。
2017.06	《浙江省全面改造提升传统制造业行动计划（2017—2020年）》	浙江省人民政府	推动纺织制造业向高端、智能、绿色、集聚方向发展。加强无水少水印染、高速低成本数码印花技术、功能性面料整理技术的研发与应用。重点发展高品质纺织面料、高端丝绸和家纺产品，拓展产业用纺织品应用。推动家纺行业大规模个性化定制。加快数字化、智能化纺织装备的开发与应用。
2016.11	《茧丝绸行业“十三五”发展纲要》	商务部	引导企业增强品牌意识，提升产品附加值和软实力，推动中国丝绸产品向中国丝绸品牌转变。深入挖掘我国丝绸民族特色，拓展品牌历史文化内涵。培育一批国内知名、具备国际影响力的丝绸品牌。
2016.09	《消费品标准和质量提升规划（2016-2020年）》	国务院	将丝绸作为弘扬中华传统文化，加强对中华老字号、地理标志产品等传统文化产品的品牌培育和保护的对象，以先进标准引领消费品质量提升，倒逼消费品转型升级。
2016.09	《纺织工业发展规划（2016－2020年）》	工业和信息化部	进一步推动制造企业品牌、设计师品牌和区域品牌建设，提升中国流行面料、高档丝绸、绿色纤维等标志的影响力；支持丝绸行业扩大自动缫丝机、数码织造、数码印花技术应用。

时间	产业政策	发布单位	主要内容
2016.09	《浙江省文化产业发展“十三五”规划》	浙江省人民政府办公厅	把发展文化创意和设计服务作为助推高端制造业发展的重要突破口，增强文化创意与设计服务对相关产业的渗透提升和带动能力，推动实现从“浙江制造”向“浙江创造”转变。
2016.05	《关于推动文化文物单位文化创意产品开发若干意见的通知》	文化部、国家发展改革委、财政部、国家文物局	充分调动文化文物单位积极性，提升文化创意产品开发水平，促进文化创意产品开发的跨界融合。
2015.11	《浙江省人民政府办公厅关于推进丝绸产业传承发展的指导意见》	浙江省人民政府办公厅	顺应世界丝绸产业发展趋势，推进浙江省丝绸产业向中高端和终端产品发展，重点发展一批高档丝绸服装服饰、高档丝绸及混纺面料、高档丝绸针织品、蚕丝被、家用纺织品、丝绸艺术品。
2014.08	《关于推动特色文化产业发展的指导意见》	文化部、财政部	发挥有代表性的民间手工艺人、工艺美术大师和文化名人在培育特色文化品牌中的作用。完善传统工艺、技艺的认定保护机制，鼓励挖掘、保护、发展中华老字号等民间特色传统技艺和服务理念。
2014.03	《关于推进文化创意和设计服务与相关产业融合发展的若干意见》	国务院	支持消费类产品提升新产品设计和研发能力，加强传统文化与现代时尚的融合，增加消费品的文化内涵和附加值，健全品牌价值体系，形成一批综合实力强的自主品牌，提高整体效益和国际竞争力。
2013.12	《关于进一步促进茧丝绸行业健康发展的意见》	商务部、发展改革委、科技部、工业和信息化部、财政部、农业部、人民银行、税务总局	支持茧丝绸行业转型升级，加快推进我国由丝绸大国向丝绸强国的转变，实现产业结构的优化升级，实现丝绸文化和民族品牌的传承发展。

近年来，国家产业政策在终端消费环节引导丝绸行业产品质量提升，赋予产品文化属性，培育民族品牌，促进消费转型升级，在生产加工环节引导丝绸行业生产自动化、数字化、环保化。国家产业政策与公司发展方向相契合，对公司未来经营产生积极影响。

（二）行业发展情况

1、丝绸行业发展概述

中国是桑蚕的原产地，是世界丝绸大国，素有“东方丝国”的美称。蚕桑文化是中华文明的起点，至今已有 5,000 多年的历史。丝绸产业不仅是我国具有几千年历史的传统产业，也是关乎千家万户蚕农、百万产业工人的民生产业，同时

还蕴含着浓厚的文化。近现代以来，中国在世界丝绸产业中逐步滑落到产业链的末端，主要提供原材料，高档丝绸和服装的生产主要是由西方发达国家主导。进入 21 世纪，受国际市场竞争加剧及全球经济增长放缓的影响，丝绸出口需求大幅下降。同时，丝绸材质固有的属性，如易褪色、易勾丝、易起皱、难护理等，以及茧丝生产周期长的特点难以满足现代快捷生活的需要，强竞争力替代品（如化纤、涤纶）的出现逐步导致丝绸行业景气度下降。

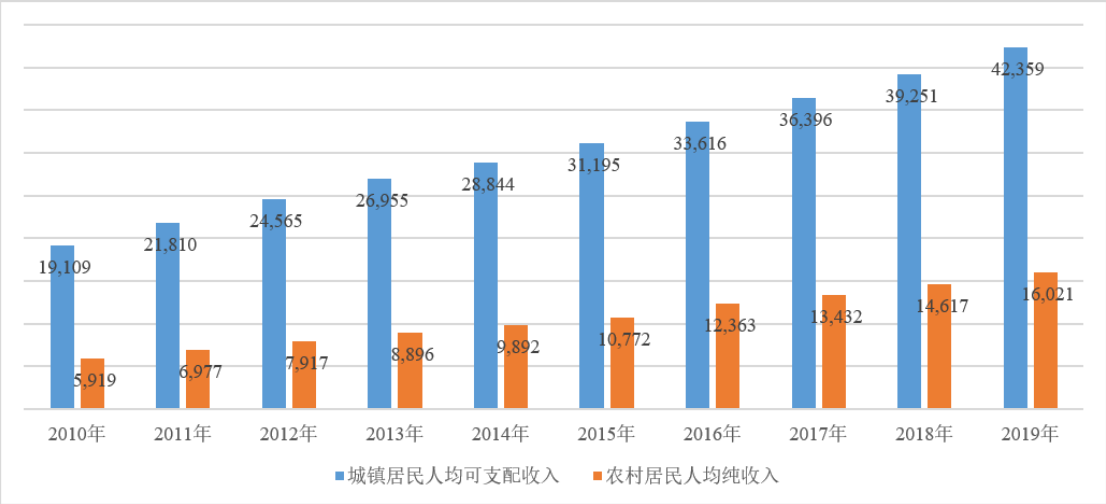
面对不断变化的市场环境，我国丝绸企业意识到需要转换经营思路，纷纷增强研发设计力量，发展流行化、个性化产品，创立自己的品牌，提升产品的附加值。发行人作为传统丝绸企业转型升级的代表之一，致力于通过推动丝绸文化产业化赋予丝绸产品新的生命力，打造行业知名品牌。丝绸文化是我国特色文化之一，丝绸产业作为我国传统产业，有着独特的魅力和深刻的文化内涵。2016 年 G20 杭州峰会期间，特色丝绸礼品、丝绸服装服饰等展现出的中国文化软实力，彰显了民族文化自信，宣传了中国丝绸文化。近年来，随着居民收入不断提高，消费升级需求持续推进，加上个性化消费、绿色消费、文化消费等理念的引领，国内市场对丝绸产品的需求逐步释放，丝绸产品国内销售形势良好。

2、市场容量与增长趋势

（1）城镇居民人均可支配收入和消费性支出持续增长，逐步增加对可选消费品的消费比重

随着我国经济总量的不断提高，城乡居民收入水平亦持续增长。国家统计局数据显示，全国城镇居民家庭人均可支配收入由 2010 年的 19,109 元增长到 2019 年的 42,359 元，年均复合增长率 9.25%；全国农村居民人均纯收入由 2010 年的 5,919 元增长到 2019 年的 16,021 元，年均复合增长率 11.70%。同时，我国城镇化进程持续推进。国家统计局数据显示，2019 年，中国城镇人口约为 8.48 亿人，城镇化率达 60.60%。居民收入水平的提高及城镇化步伐的持续推进，为中国丝绸产品消费市场的持续增长奠定了坚实基础。

2010-2019 年我国人均收入情况（单位：元）



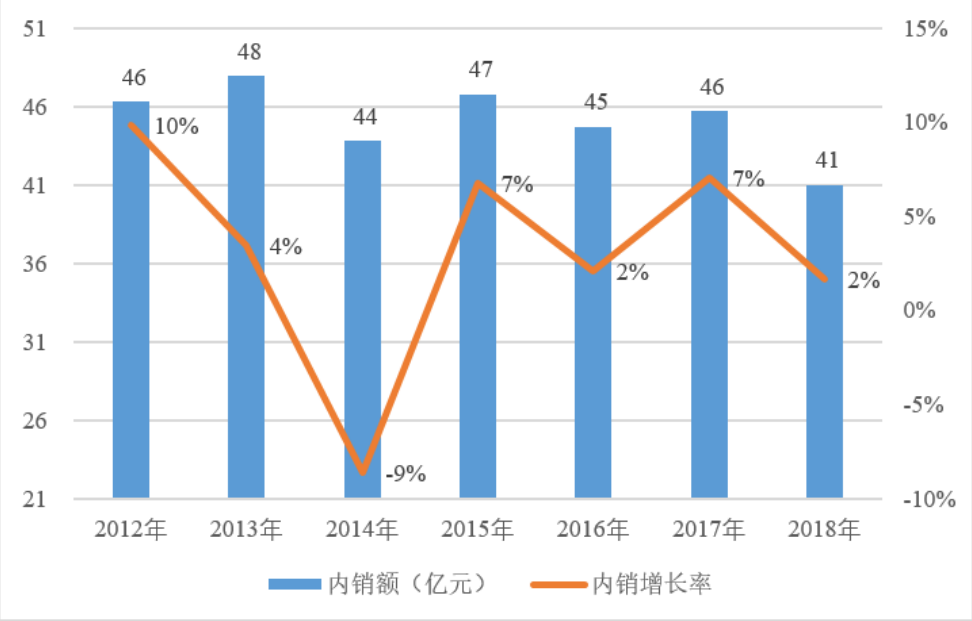
数据来源：国家统计局

国家统计局数据显示，城镇居民人均年消费性支出水平由 2010 年的 13,471 元增长到 2019 年的 28,063 元，年均复合增长率 8.50%；农村居民人均年消费性支出水平由 2010 年的 4,381 元增长到 2019 年的 13,328 元，年均复合增长率 13.16%。 丝绸产品自古以来是身份地位的象征，伴随居民收入水平提升，消费升级持续推进，在服饰领域具体表现为逐步改变原有的纯功能性消费理念，更注重品牌体验，由注重产品的使用价值转向注重产品的个性化、时尚化和文化内涵，居民将逐步增加对可选消费品的消费比重。

（2）丝绸商品符合消费升级趋势，内销增速平稳

近年来，随着国内消费水平的提高，消费升级需求持续推进，加上个性化消费、绿色消费、文化消费等理念的引领，内需成为丝绸产品消费主力军，丝绸商品整体呈增长趋势。根据商务部市场运营和消费促进司、中国国际电子商务中心发布的《中国茧丝绸行业发展报告》，2018 年度全国 50 家丝绸样本企业内销额为 41.01 亿元，同比增长 1.7%。2012-2018 年，丝绸样本企业内销额情况如下：

2012-2018 年丝绸样本企业内销情况



数据来源：商务部市场运营和消费促进司、中国国际电子商务中心《中国茧丝绸行业发展报告》

注：每年样本企业及数量会有所变动，故增长率仅适用于相邻年度，下同。

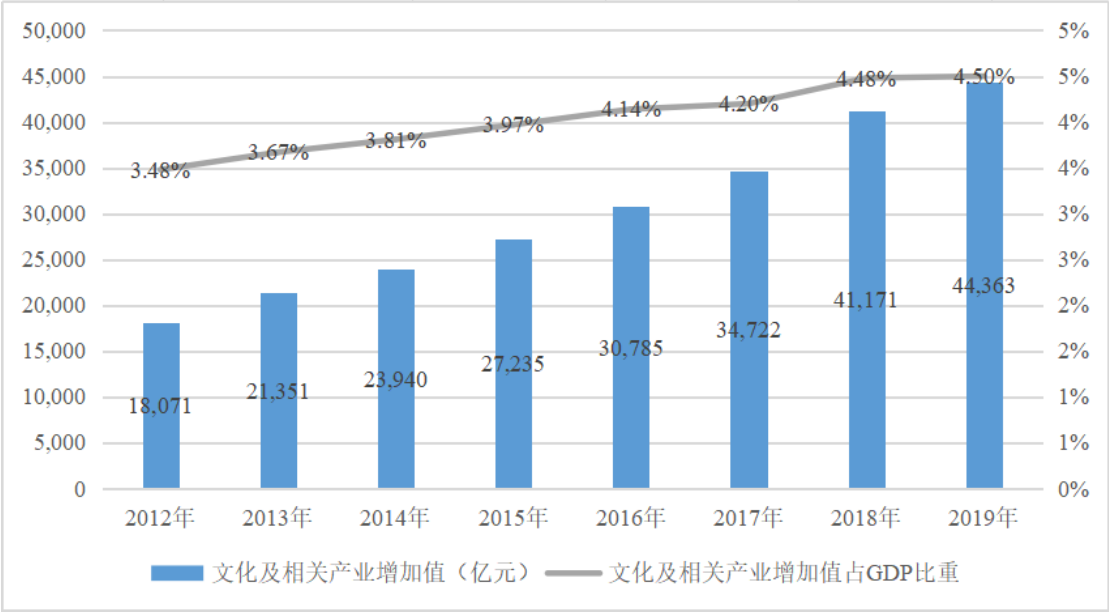
（3）公司丝绸文化创意品（自有终端品牌）具有文化、礼品等多重属性，具有较好的发展前景

在扎实的研发设计能力支持下，公司突破“丝绸即面料”的简单认知，陆续开发了数千款丝绸产品，形成了“文化丝绸、健康丝绸、艺术丝绸、时尚丝绸”的产品格局，产品线由丝巾、睡衣、家纺拓展至具有文化属性的丝绸工艺品（刺绣、卷轴画、丝绸书等）和具有礼品属性的组合套装（夫人礼、城市礼、传统节日礼、故宫文化礼等），进一步推广丝绸产品的文化内涵，公司产品边界也得以不断延伸。

公司将中国丝绸与中国文化融合创新，开发出部分如刺绣巾、卷轴画、丝绸书等具有文化属性的产品，根据国家统计局颁布的《文化及相关产业分类（2018）》，公司部分文化属性产品属于“抽纱刺绣工艺品”范畴。国家统计局数据显示，2012-2019 年，我国文化及相关产业增加值快速增长，年均复合增长率约 13.69%，2019 年我国文化及相关产业增加值约 44,363 亿元。文化及相关产业市场空间大，且具备较好的发展前景，公司系“浙江省重点文化企业（2016-2017 年度）”、杭州“新制造业计划”典型企业（历史传承类）、“中国纺织行业工业设计中心（2021-2022）”，具备扎实的文化创意设计能力，有

望进一步扩充文化产品线提高经营规模。

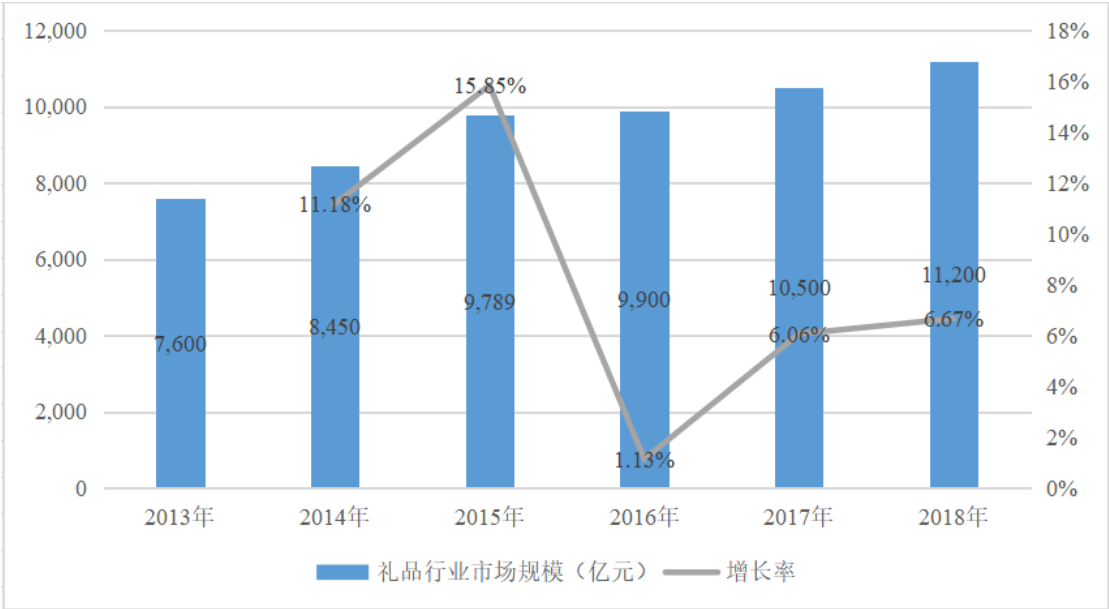
2012-2019 年我国文化及相关产业增加值及占 GDP 比重



数据来源：国家统计局

公司聚焦中国文化中重要节日、仪式，运用“丝绸+”理念，利用瓷器、茶叶、粽子、月饼等中国传统文化元素的产品，开发出具有礼品属性的组合套装产品。2017-2019 年度，公司组合套装产品实现收入分别为 6,181.30 万元、6,183.60 万元、9,520.59 万元，呈逐年增长趋势。据全国工商联礼品商会统计数据显示，2013-2018 年，我国礼品行业市场规模持续扩张，年均复合增长率约 8.06%，2018 年我国礼品行业市场规模约 11,200 亿元。公司凭借积累的产品设计经验，通过不断开发满足消费者需求的组合套装产品，具备较好的发展前景。

2013-2018 年我国礼品行业市场规模及增长率



数据来源：全国工商联礼品商会统计数据

（4）数码印花市场快速增长，取代传统印花方式的趋势日趋凸显

中国印染行业协会调研数据显示，2011-2018 年，中国数码喷墨印花行业呈现快速发展的态势，产量由 1.4 亿米增长到 15 亿米，年均增速 48%。2018 年，中国印花布产量约 160 亿米，数码喷墨印花产量仅占印花布总量的 9%。数码印花工艺既满足了以客户“个性化、小批量、交货快、花型多、高品质”为导向的终端需求，又满足了以节能降耗、绿色环保、持续发展为导向的社会需求，取代传统印花方式成为印染主流技术的趋势日趋凸显，具有较大的发展空间。公司通过长期、持续的研发投入和生产经验积累，形成了数码印花色彩管理技术和双面数码印花工艺两项核心技术，在行业内已处于相对领先地位。未来，公司将持续研发多维度改进核心技术，同时为适应环保需求，公司将加大对环保印花新技术（数码喷印后的面料无需水洗或者大量水洗）的研发力度，进一步提升数码印花工艺的环保优势。

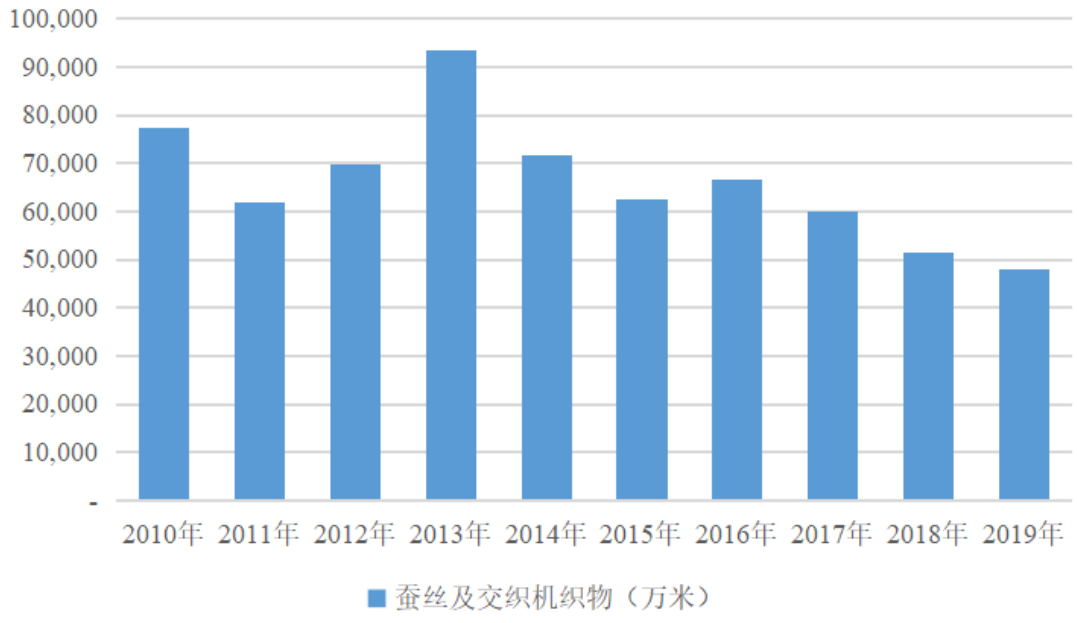
综上，国内丝绸商品市场规模逐步增长，文化、礼品及数码印花产业均具备较好的市场前景，公司品牌形象、创意设计、数码印花工艺等核心竞争力较为突出，具备较好的成长性。

3、市场供给分析

（1）丝绸产品供给情况

国家统计局数据显示，近年来我国蚕丝及交织机织物（含蚕丝≥50%）产量个别年份波动较大，主要年份年均产量集中在5-7亿米之间，市场供应较为充足，但近年来行业产量持续减少，具体产量如下图所示：

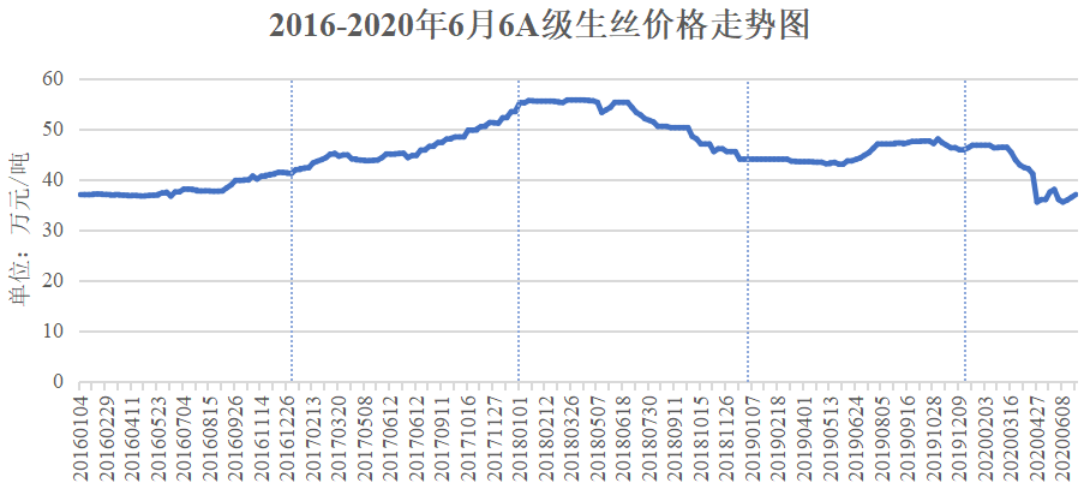
2010-2019 年我国蚕丝及交织机织物（含蚕丝≥50%）产量情况



数据来源：国家统计局

（2）原材料价格波动情况

根据金蚕网（http://www.esilk.net/）公布的中国茧丝绸交易市场现货交易每周行情数据，2016-2018 年生丝处于价格上升通道，2019-2020 年 6 月生丝价格稳中有降，6A 级生丝单价走势图如下：



数据来源：金蚕网

（3）国内品牌竞争情况

从国内角度看，丝绸行业目前属于充分竞争行业，行业内企业、品牌数量众多，在中高端领域涌现了部分品牌知名度较高、企业竞争实力较强的企业，但总体而言，丝绸行业大多数企业规模较小，行业集中度和品牌知名度较低。

根据中国纺织品商业协会 2015 年中国“十大丝绸品牌”评选结果，除本公司外，丝绸行业主要品牌及其所属公司的简要情况如下表所示：

品牌名称	公司名称	基本情况
达利发	达利丝绸（浙江）有限公司	达利丝绸主营丝绸面料及制品生产（真丝面料、丝绸服装、丝绸家纺、丝绸领带服饰），主要品牌包括达利发、雅慕。
大地蓝	兴化市大地蓝绢纺有限公司	大地蓝创建于 2003 年，位于江苏省昭阳工业园，专业生产蚕丝被及丝绸家纺产品，拥有 300 多个家纺产品品种，主要品牌为大地蓝。
金三塔	浙江嘉欣丝绸股份有限公司	嘉欣丝绸于 2010 年在深交所上市，主营高档丝、绸、服装等产品制造，总部及属下企业从事蚕茧收烘、制丝、织造、印染、针织、服装的生产和销售，旗下主要品牌包括金三塔、DI SETA 等。
凯喜雅	浙江凯喜雅国际股份有限公司	凯喜雅集团前身为浙江省丝绸集团有限公司，凯喜雅在多地建设纺织丝绸印染、服装服饰加工、数码织造、家用纺织品等产业基地，构建全产业链体系，

品牌名称	公司名称	基本情况
		主要品牌为凯喜雅。
美麟	辽宁采逸野蚕丝制品有限公司	采逸野蚕前身成立于 1987 年，主营野蚕精加工，主打保健特性产品，终端产品包括蚕丝被、服饰、床品等，主要品牌为美麟。
瑞蚨祥	北京瑞蚨祥绸布店有限责任公司	瑞蚨祥绸缎店始创于 1862 年，目前以产品定制为核心，产品涉及服装、配饰、皮草、家纺用品等多个领域，主要品牌为瑞蚨祥。
绮臣	杭州金鹭丝绸有限公司	金鹭丝绸成立于 1993 年，主营面料研发、生产与销售，终端产品涉及丝/围巾、真丝睡衣，主要品牌包括绮臣、金鹭。
太湖雪	苏州太湖雪丝绸股份有限公司	太湖雪成立于 2006 年，从事以套件类产品（含枕套、被套、床单等）、被芯、丝巾为主的家纺用品的研发设计、生产加工、品牌推广、渠道建设和销售业务，主要品牌为太湖雪。
鑫缘	鑫缘茧丝绸集团股份有限公司	鑫缘茧丝绸成立于 1994 年，主营业务为蚕茧、桑蚕丝、绢丝、真丝绸、家纺、真丝服饰等产品的研发、生产与销售，终端产品包括蚕丝面膜、蚕丝护肤品、家纺、养生桑茶等，主要品牌为鑫缘。

注：以上信息来自各企业官方网站。

4、行业经营模式

丝绸企业业务环节主要涉及产品开发设计、生产加工、品牌管理、产品销售等，根据自身业务特点，丝绸企业在生产与品牌管理环节上一般可分为专业化生产、一体化经营和品牌运营三种模式，在终端销售环节上采用直销或分销模式。

（1）典型商业模式

专业化生产模式的丝绸企业以生产加工环节作为主要盈利来源，主要以 OEM 和 ODM 两种模式向下游企业提供服务。OEM 模式下，企业专注于产品生产加工环节，注重产品质量控制；ODM 模式下，企业在生产的同时为下游企业提供研发设计服务。在专业化生产模式下，企业的核心竞争力在于领先的技术能力、规模经济与成本优势，同时也面临着人工成本上涨、原材料价格波动以及国际产业转移等风险。

一体化经营模式的丝绸企业业务覆盖产品开发、生产、品牌和营销等多个环节。该模式的优势在于企业可对价值链的各主要环节实施有效控制，在获得较高的利润空间与严格的质量控制的同时，能够通过自有供应链体系对市场需求、时尚变化做出及时响应，但该种模式对于企业内部运营管理的要求较高。

品牌运营模式专注于设计开发与品牌运营环节，将生产加工环节外包，实现

运营的轻资产化，有助于降低经营风险。该模式下，企业在利用外部制造资源降低产品成本的同时，需要在外部供应商、分销商与内部研发设计、品牌管理之间形成高效的供应链管理能力。

对于丝绸企业而言，目前行业上游属于充分竞争市场，且原材料市场价格较为透明，在人工成本高企情况下行业利润率相对较低。丝绸企业向消费者提供紧贴时尚潮流、引领文化消费的产品，加快供应链响应速度，提升消费者购买体验，塑造品牌形象，并在品质、价格之间实现平衡，是参与市场竞争的关键。品牌运营模式下企业专注于附加值较高的产品开发、品牌运营和终端销售，有利于针对市场变化快速调整产品体系。整体来说公司商业模式处于一体化经营和品牌运营模式之间。

（2）销售模式

对于面向终端市场的品牌商而言，一般存在直销或分销的销售模式。

在直销模式下，丝绸企业一般通过线下门店、网络门店和销售业务员实现终端销售，此模式优势在于企业可充分获取销售环节的利润空间，有利于快速、自主、统一地贯彻公司经营战略，直接、准确、及时地掌握客户需求动态，同时，直营门店也能够起到树立品牌形象、提高市场知名度的作用。

在分销模式下，丝绸企业授权分销商（包括加盟商、经销商、代销商）在特定区域、平台与渠道内销售本品牌产品，此模式优势在于企业可利用分销商资源，以较少的资金和资源投入，快速地建立销售渠道、扩大市场份额，实现货品和资金的较快周转，提升整体业绩。

5、行业利润水平

丝绸品牌运营企业的利润水平高于传统丝绸制造企业，主要原因在于品牌运营企业占据了产品设计研发和终端销售两个附加值较高的产业链环节，具备一定的溢价能力。丝绸专业化生产企业和一体化经营企业主要利润来源于生产加工环节，利润率相对较低，如嘉欣丝绸、达利国际 2019 年度毛利率分别为 15.89%、19.88%。丝绸品牌运营企业利润率较高，毛利率在 40%-60%之间。

（三）行业发展趋势

1、上游制造向高质量发展，产业科技成果转化不断推进

近年来，丝绸行业基础研究领域不断深化，在包括蚕桑新品种选育、家蚕品种结构优化、蚕桑病虫害防控、桑园综合开发利用模式、生态桑、果桑试验研究、生产加工工艺研究等方面都取得了长足发展。在供给侧结构性改革继续推进、环保压力持续加大的背景下，丝绸工业将更加注重科技的创新和工艺技术的改造，积极采用自动化、智能化装备，促进信息化和工业生产的深度结合，提高企业生产效率和运行效益，提升快速反应能力，智能制造应用加大，远程控制、大数据及云计算技术的运用，将大幅提高生产效率和产品质量。

2、创意设计能力不断增强，传统文化成为行业消费趋势

丝绸文化是具有中国特色的文化之一，丝绸产业作为我国传统产业，有着独特的魅力和深刻的文化内涵。2016 年 G20 杭州峰会期间，特色丝绸产品、丝绸服装服饰等展现出的中国文化软实力，彰显了民族文化自信，宣传了中国丝绸文化。近几年来丝绸企业创意设计能力不断增强，通过举办中国丝绸春季交易会、“一带一路”丝绸文化高峰论坛、中国国际丝绸博览会、国际丝绸联盟成员大会暨“一带一路”国际丝绸高峰论坛等，加大对自主品牌建设投入。各行业对丝绸传统文化元素深入挖掘，丝绸+旅游、丝绸+文化、丝绸+创意等行业不断融合，孵化出蚕桑文化旅游、丝绸工业旅游等新业态，蚕茧科普基地、丝绸小镇等快速发展，全行业综合经济效益得到提升。

3、新型终端消费模式不断涌现，优化客户体验

随着国内经济稳步增长，居民收入水平不断提高，丝绸国内消费已逐步取代出口成为中国丝绸的主要市场。茧丝绸行业抓住国内消费升级机会，加强品种、品质、品牌建设，借助“互联网+”模式，新兴业态、新商业模式不断涌现。优势企业以直营专卖店或展示交易厅为依托，积极开展电子商务网店和电子商务平台建设，推动线上线下融合营销模式，提高服务品质。同时企业将充分应用“互联网+”及信息技术，精准定位，开发个性化订制渠道，提供差异化优质服务，持续优化客户体验，提升品牌创新能力及溢价能力。在“互联网＋”、消费升级趋势下，新型终端消费模式将不断涌现，有助于扩大丝绸消费。

（四）公司在创新、创意、创造等方面具体情况

1、发行人符合创业板定位的相关规定

为打破传统丝绸产品业态，公司通过对丝绸历史和文化价值的挖掘，围绕丝绸产品品类创造、文化创意、技术创新、模式变革不断夯实核心竞争力。公司自设立以来就探索以文化创意为引领，以数码印花工艺等高新技术为支撑的转型升级之路，经过十余年发展，公司已成功实现从“产品制造”到“文化创造”再到“品牌塑造”的转型升级，“万事利”已成为我国丝绸行业的知名品牌。

（1）产品创新

公司丝绸文化创意品以“创新”、“创意”理念驱动，结合蚕桑文化蕴含着天然的文化属性，积极探索传统文化在丝绸领域的呈现形式。

公司将中国传统文化作为设计源泉，通过与浙江大学、故宫博物院等院校、人民日报文化传媒有限公司、央视动漫集团有限公司等文化单位积极合作，不断提升公司设计创新水平。截至 2020 年 6 月末，公司拥有著作权 137 项，其中作品著作权 133 项。2017-2019 年公司丝绸文化创意新品历年上市数量均超过 200 件。在扎实的研发设计能力支持下，公司突破“丝绸即面料”的简单认知，陆续开发了数千款丝绸产品，形成了“文化丝绸、健康丝绸、艺术丝绸、时尚丝绸”的产品格局，产品线由丝巾、睡衣、家纺拓展至书画工艺品（刺绣、卷轴画、丝绸书等）、日化用品（蚕丝面膜、护肤品等）等，同时，公司运用“丝绸+”理念，将其他具有中国传统文化元素的产品，如瓷器、茶叶、粽子、月饼等产品搭配公司丝绸产品形成组合套装（夫人礼、城市礼、传统节日礼、故宫文化礼等），进一步推广丝绸产品的文化内涵，公司产品边界也得以不断延伸。

作为国家级盛会礼宾服务的保障单位之一，公司为国家级盛会设计创造的产品包括 2008 年为北京奥运会供应的颁奖礼服，2010 年为上海世博会设计赠送给 195 位国家元首的《2010 上海世博会参展国政要金石印像》，2016 年为 G20 杭州峰会提供的系列产品等，产品种类覆盖了屏风、巨型真丝壁画、丝绸礼宾用品、丝巾、组合套装、丝绸工艺品等多个品类，全面彰显了中国丝绸的国际魅力与文化内涵。上述盛会中青花瓷系列产品、白玉兰商务摆件四件套荣膺中国丝绸协会颁发的“全国丝绸创新产品金奖”。此外，G20 大阪峰会、北京“一带一路”国

际合作高峰论坛、厦门金砖国家领导人会晤等重大盛会均有公司提供的丝绸文化创意品。公司能够在多次国际性重大活动中设计并供应产品，一方面体现了公司产品设计、质量控制、供应保障能力等企业综合素质，另一方面也体现了公司研究并呈现中国传统文化扎实的功底，体现了公司出色的文化创意设计能力。

2017-2019 年度，公司丝绸文化创意品收入占比、毛利额占比均超过 50%，2020 年上半年受新冠肺炎疫情影响，丝绸文化创意品作为可选消费品收入下滑较大，但随着国内疫情常态化，公司积极开拓业务，效果良好，公司预计 2020 年全年丝绸文化创意品毛利额占比超过 50%，收入占比接近 50%。丝绸文化创意品历年均为公司第一大类产品，且是公司主要利润来源。

公司结合时代特征和时尚潮流，积极探索弘扬中国丝绸文化的新路径，系丝绸行业内以文化创意为引领、以高新技术为支撑转型升级之路的领先企业。公司不仅是一家丝绸企业，也是一家文化创意企业、高新技术企业。近年来，公司连续被评为“浙江省重点文化企业（2016-2017 年度）”和杭州“新制造业计划”典型企业（历史传承类）。

（2）技术优势

①专利及行业标准

公司自 2013 年起即为高新技术企业，主要子公司万事利科技自 2009 年起即为高新技术企业，体现了公司重视研发创新，将创新能力作为自身发展的重要驱动因素。截至 2020 年 6 月末，公司专利数量达 120 项，其中发明专利 27 项。公司系全国丝绸标准化技术委员会及全国服装标准化技术委员会委员单位，截至 2020 年 6 月末，公司主持和参与制定的主要国家、行业、团体标准合计 27 项，均为丝绸相关领域，体现了公司在丝绸行业内的领先地位。

②数码印花工艺

公司在 2010 年开始布局数码印花生产工艺，经过多年研发与生产经验积累，公司目前已形成了包含 5,000 多种颜色的数码印花数字化色彩图库，实现成品呈现的颜色与设计颜色基本一致，形成了公司数码印花色彩管理核心技术，做到“所见即所得”。

通过大量的研究和应用，公司形成了前处理、精准定位喷印和后处理环节的

关键工艺，开发出双面同花同色、同花异色、异花异色等双面数码印花新产品，同时在技术上解决了丝绸面料在印花过程中的弹性和渗透问题。公司双面数码印花产品“梦幻伦敦双面异色丝巾”获中国纺织工业联合会颁发的“2018 年度十大类纺织创新产品”及“2018 年产品开发贡献奖”荣誉称号，公司通过数码印花工艺生产的双面数码喷墨印花丝绸围巾，其标准已被列入浙江省品牌建设联合会的 2018 年度第三批“浙江制造”标准制定计划，体现了公司在双面数码印花领域的技术创新性和先进性。

为适应环保需求，近年来公司加大了环保印花技术研发力度，2020 年 11 月，公司立项研发项目“丝绸面料免水洗印染关键技术研发及产业化应用”被列入 2021 年度浙江省重点研发计划，“青逸凝香”免水洗旗袍获中国纺织工业联合会颁发的“2020 年度十大类纺织创新产品”荣誉称号。环保印花产品进入产业化研发阶段，未来环保印花产品将进一步体现公司在环保方面的技术优势。

（3）较强的客户拓展能力

公司承继的原万事利集团丝绸相关业务迄今已有 46 年历史，已享有较高的品牌美誉度。1999 年，公司拥有的“万事利”商标被认定为中国驰名商标。2015 年，公司被中国纺织品商业协会评为“十大丝绸品牌”之一。2017 年，“万事利”品牌入选国家商务部外贸发展局“中国之造”国家品牌计划，2020 年入选“人民日报社品牌强国计划”。

公司拥有较强的客户拓展能力，丝绸文化创意品业务扎根于杭州地区，通过品牌塑造、文化弘扬、市场推广等方式逐步提高市场占有率，并在经营过程中不断总结经验，逐步拓展在华东以外地区的业务，2017-2019 年收入规模逐年增长。报告期内，公司销售团队开拓的直销客户超过 10,000 家。

丝绸纺织制品在产品质量、技术含量、渠道管控能力、商业信誉等方面获得了市场的认可，已与多家知名女装品牌企业建立了稳定的合作关系，如鄂尔多斯、歌力思、朗姿股份、爱慕股份、锦泓集团、雅莹集团、安正时尚等。

（4）业务模式创新

有别于传统丝绸生产企业，公司集中资源于设计研发、品牌推广、终端销售等环节，生产环节则聚焦于符合行业发展趋势和政策导向的数码印花工艺领域，

实现从“产品制造”到“文化创造”再到“品牌塑造”的转型升级。

此外，公司在业务运营方面积极与“新技术、新产业、新业态、新模式”进行深度融合。公司已开发万事礼 APP 和西湖一号定制平台，拟通过互联网技术，推动柔性化生产和增加个性化设计能力。报告期内，虽然通过万事礼 APP 和西湖一号定制平台贡献的收入较低，但上述技术理念已为公司后续业务模式的优化打下了一定的基础。公司顺应行业潮流，在国内知名网络平台开设直营网店的同时也积极尝试“网络直播新业态”增加产品曝光度，不断提升产品影响力。

（5）具备一定的成长性

报告期内，公司经营情况和盈利能力良好，净资产规模不断扩大。“万事利”品牌已经具备一定的行业地位，公司丝绸文化创意品形成了以品牌、设计、营销网络为核心的竞争力。2017-2019 年度，公司丝绸文化创意品收入呈增长趋势，具体情况如下：

单位：万元

项　目	2019 年度		2018 年度		2017 年度
	金额	增长比例	金额	增长比例	金额
营业收入	40,764.45	2.13%	39,913.93	9.23%	36,540.21

2020 年度，受新冠肺炎疫情影响，公司丝绸文化创意品收入出现一定幅度的下滑，但 2020 年 7-12 月，丝绸文化创意品收入约为 24,000 万元，较去年同期上涨 5%左右。

凭借长期以来的产品质量、品牌美誉度等综合竞争力，公司已成为“2022 年杭州亚运会”特许生产商（丝绸类仅有 4 家），亦成为“2022 年北京冬奥会”特许生产商和特许零售商，可在授权范围内生产和销售相关丝绸产品。随着两大国际盛会日益临近，公司将利用这一契机，凭借成功服务“G20 杭州峰会”的经验，设计并推出相关的丝绸产品，并进行品牌推广活动，有望使得公司品牌形象和知名度进一步提升，从而有助于各渠道、各产品的销售。若新冠肺炎疫情在国内不再大规模爆发，公司丝绸文化创意品未来有望呈现一定的成长性。

综上，公司主要产品丝绸文化创意品以“创新、创意”理念驱动，生产环节则聚焦于符合行业发展趋势和政策导向的数码印花工艺领域，积累了众多专利技术并参与了多项国家标准及行业标准的制定，以生产技术的创新推动公司产品质

量的提升；公司拥有较强的客户拓展能力，积累了众多知名客户，在业务运营方面积极与“新技术、新产业、新业态、新模式”进行深度融合，具备一定的成长性；符合创业板关于“三创四新”的定位要求。

2、符合创业板定位的依据及合理性

（1）公司符合《深圳证券交易所创业板企业发行上市申报及推荐暂行规定》第四条的规定

发行人主营丝绸相关产品的研发设计、生产与销售，主要产品按照客户群体和是否具备终端消费品牌可分为丝绸文化创意品**（自有终端品牌）**和丝绸纺织制品**（非自有终端品牌）**，其中以“万事利”自有品牌为核心的丝绸文化创意品主要包括丝巾、组合套装、家纺、品牌服装、围巾、丝绸工艺品；以技术加工为核心向知名女装品牌提供的丝绸纺织制品主要包括丝绸面料、贴牌服装；2020 年 1-6 月，发行人因新冠肺炎疫情增加了口罩产品。报告期内，发行人三类主营业务收入构成情况如下：

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
丝绸文化创意品**（自有终端品牌）**	11,141.00	28.97%	40,764.45	56.43%	39,913.93	53.73%	36,540.21	51.68%
丝绸纺织制品**（非自有终端品牌）**	10,108.15	26.29%	31,479.08	43.57%	34,367.14	46.27%	34,165.19	48.32%
口罩	17,206.27	44.74%	-	-	-	-	-	-
合 计	38,455.42	100.00%	72,243.53	100.00%	74,281.06	100.00%	70,705.40	100.00%

2017-2019 年发行人丝绸文化创意品收入占比超过 50%，2020 年 1-6 月受新冠肺炎疫情影响，丝绸文化创意品作为可选消费品收入下滑较大，同时因新增口罩产品导致收入占比降低，上述情形系因新冠肺炎疫情突发而形成，随着国内逐步控制新冠肺炎疫情，2020 年 1-9 月丝绸文化创意品收入占比提高到 42.69%，毛利额占比 56.27%，公司预计 2020 年全年丝绸文化创意品毛利额占比超过 50%，收入占比接近 50%。

根据中国证监会发布的《上市公司行业分类指引（2012 年修订）》，当上市公司某类业务的营业收入比重大于或等于 50%，则将其划入该业务相对应的行业；当上市公司没有一类业务的营业收入比重大于或等于 50%，但某类业务的收入和

利润均在所有业务中最高，而且均占到公司总收入和总利润的 30%以上，则归属于该业务对应的类别。发行人 2017-2019 年度收入结构中，丝绸文化创意品占比均超过 50%，发行人 2020 年度收入结构中，丝绸文化创意品占比接近 50%，且毛利额贡献占比超过 50%，故发行人行业归属于丝绸文化创意品业务对应的“纺织服装、服饰业（C18）”。

发行人所属行业不在《创业板企业发行上市申报及推荐暂定规定》第四条原则上不支持申报创业板的行业清单之内。

（2）公司符合《创业板首次公开发行股票注册管理办法（试行）》第三条及《深圳证券交易所创业板企业发行上市申报及推荐暂行规定》第二条的规定

根据《创业板首次公开发行股票注册管理办法（试行）》第三条及《深圳证券交易所创业板企业发行上市申报及推荐暂行规定》第二条的规定：创业板深入贯彻创新驱动发展战略，适应发展更多依靠创新、创造、创意的大趋势，主要服务成长型创新创业企业，支持传统产业与新技术、新产业、新业态、新模式深度融合。

①公司专业从事丝绸相关产品的研发设计、生产与销售，其中丝绸文化创意品是公司主要产品，该产品的运营主要以“创新”、“创意”理念驱动。公司以“丝”或“丝绸”为主要载体，通过自主设计，将相关产品的创意设计注重与中国文化中重要节日、仪式、文化习俗、文化元素图样等相结合，开发出一系列符合当下消费者需求的产品。截至 2020 年 6 月末，公司拥有著作权 137 项，其中作品著作权 133 项。2017-2019 年公司丝绸文化创意新品历年上市数量均超过 200 件。2020 年 7 月凭借自主设计能力被中国纺织工业联合会评定为“中国纺织行业工业设计中心（2021-2022）”。

②公司着重研发符合行业发展趋势，且更为环保、数字化的数码印花新技术，并成功地将数码印花技术应用于丝绸领域，符合《产业结构调整指导目录》（2019 年本）鼓励采用数字化智能印染技术装备、染整清洁生产技术政策导向。公司经多年研发和生产经营积累，已形成发明专利 27 项，公司系全国丝绸标准化技术委员会及全国服装标准化技术委员会委员单位，主持和参与制定的主要国家、行业、团体标准合计 27 项，均为丝绸相关领域，体现了公司在丝绸行业内的领先

地位。

③报告期内，公司经营情况和盈利能力良好，净资产规模不断扩大，公司集中资源于设计研发、品牌推广、终端销售等环节和数码印花工艺领域，丝绸文化创意品形成了以品牌、设计、营销网络为核心的竞争力。2017-2019 年度，公司丝绸文化创意品收入呈增长趋势，2020 年度，受新冠肺炎疫情影响，公司丝绸文化创意品收入出现一定幅度的下滑，但 2020 年 7-12 月，丝绸文化创意品收入约为 24,000 万元，较去年同期上涨 5%左右，未来仍有望呈现一定的增长趋势，具备成长性。

④公司以“丝绸+”创新思维、文化创意理念、数码印花生产工艺为核心驱动，以“让世界爱上中国丝绸”为使命，积极探索并不断与新技术、新产业、新业态、新模式进行深度融合，实现自身的转型升级，不断开发满足市场需求的丝绸文化创意品和丝绸纺织制品，将“万事利”品牌打造成丝绸行业内的领导品牌。

⑤公司本次上市募集资金用于扩大数码印花产品产能，拓展丝绸文化创意产品的异地展示营销中心，进一步建立并完善信息化系统，提升公司研发、营销及管理水平，符合创业板关于“服务成长型创新创业企业”的定位要求。

综上分析，发行人符合创业板定位。

三、公司所处行业竞争情况

（一）发行人的市场地位

公司深耕丝绸行业多年，注重对丝绸历史和文化价值的挖掘，利用文化创意推动产品创新进而推动中国民族产业的发展，让世界爱上中国丝绸，将“万事利”打造成“中国的世界级丝绸品牌”。历年来，公司被评为 2018 全国茧丝绸行业年度创新企业、浙江省重点文化企业（2016-2017 年度）、2014 年度浙江省创新型示范和试点企业、中国纺织行业工业设计中心（2021-2022）。

就品牌美誉度而言，“万事利”已是行业内的知名品牌。1999 年，公司拥有的“万事利”商标被认定为中国驰名商标。2015 年，公司被中国纺织品商业协会评为“十大丝绸品牌”之一。2017 年，“万事利”品牌入选国家商务部外贸发展局“中国之造”国家品牌计划。

凭借多年来对产品质量的严格控制以及对丝绸文化属性的深入研究与产品创新，公司已成为国家级盛会礼宾服务的重要保障单位之一，主要丝绸文化创意品成功服务了北京奥运会、上海世博会、广州亚运会、G20 杭州峰会、北京“一带一路”国际合作高峰论坛、厦门金砖国家领导人会晤等一系列国际盛会，用丝绸文化创意和工艺技术彰显了中国文化的魅力。

公司及子公司万事利科技均为高新技术企业，拥有行业内领先的丝绸双面数码印花生产工艺。凭借上述工艺及产品质量，公司与众多优质企业如鄂尔多斯、歌力思、朗姿股份、爱慕股份、雅莹集团、安正时尚等建立了合作关系。子公司万事利科技亦被评为 2017 年纺织工业践行智能制造试点企业。公司掌握的数码印花色彩管理技术和双面数码印花工艺已可实现设计色彩与数码印花后的色彩基本一致（“所见即所得”），在几近透明的丝绸面料上实现正反两面同花异色或异花异色的效果。上述工艺生产出的产品获中国纺织工业联合会颁发的“2018 年度十大类纺织创新产品”及“2018 年产品开发贡献奖”荣誉称号。

凭借较为强大的研发设计实力、持续的创新能力以及深厚的行业经验，截至 2020 年 6 月末，公司共有 27 项发明专利，共参与了 27 项标准的制定（全国标准 9 项，行业标准 15 项，省级及其他标准 3 项）。上述专利与标准既包含了双面数码印花这一行业内的领先工艺，又包含了丝绸在丝绸书画、丝绸眼罩、丝绸面膜等不同领域的实际应用，充分体现了发行人处于行业前列的研发设计水平。

公司凭借文化创意设计、可靠的产品质量、丰富的产品系列、良好的企业形象，为公司拓宽销售渠道、扩大营业规模、扩展产品系列提供了有力的保障。近年来，公司获得了权威部门颁发的众多奖项，主要奖励和荣誉如下：

序号	奖励或荣誉名称	时间	颁发机构或主办单位
一、万事利丝绸奖励或荣誉			
1	中国纺织行业工业设计中心（2021-2022）	2020 年 7 月	中国纺织工业联合会
2	中国西部丝绸博览会金奖	2019 年 9 月	中国丝绸协会
3	2018 全国茧丝绸行业年度创新企业	2018 年 12 月	中国丝绸协会
4	第十九届中国国际丝绸博览会创新丝绸产品金奖	2018 年 11 月	中国国际丝绸博览会组委会
5	浙江省重点文化企业（2016-2017 年度）	2017 年 8 月	浙江省文化改革发展工作领导小组办公室
6	浙江名牌产品（万事利 Wensli 丝巾）	2015 年 12 月	浙江省质量技术监督局

序号	奖励或荣誉名称	时间	颁发机构或主办单位
7	杭州名牌产品（万事利牌丝巾）	2014 年 12 月	杭州市名牌战略推进委员会
8	2013 年度江干区政府质量奖	2013 年 11 月	杭州市江干区人民政府
9	2015 杭州市优秀旅游纪念品大赛金奖—《京杭大运河-拱宸桥》套装	2015 年 8 月	杭州市推进优秀旅游商品发展协调小组
10	2015 杭州市优秀旅游纪念品大赛银奖—《最忆西湖》十景杯垫套装	2015 年 8 月	杭州市推进优秀旅游商品发展协调小组
二、子公司万事利科技奖励或荣誉			
1	2020 年度十大类纺织创新产品—“青逸凝香”免水洗旗袍	2020 年 10 月	中国纺织工业联合会
2	2020 年杭州市优秀质量管理小组	2020 年 6 月	杭州市总工会、杭州市科学技术协会、共青团杭州市委员会、杭州市质量协会
3	2018 年度十大类纺织创新产品—梦幻伦敦双面异色丝巾	2018 年 12 月	中国纺织工业联合会
4	2018 年产品开发贡献奖	2018 年 12 月	中国纺织工业联合会
5	2017 纺织工业践行智能制造试点企业	2017 年 11 月	中国纺织工程协会
6	科学技术进步三等奖—防霉抗菌真丝绸壁纸的研发和产业化	2016 年 10 月	中国纺织工业联合会
7	科学技术进步二等奖—新一代数字化生态丝绸文化产品的关键技术研究与产业化	2015 年 10 月	中国纺织工业联合会
8	科学技术进步三等奖—真丝绸装饰和文化艺术品的研发及其产业化	2014 年 11 月	中国纺织工业联合会
9	科学技术进步三等奖—绣花效果面料的提花实现与产品开发	2012 年 9 月	中国纺织工业联合会
10	2013 年产品开发贡献奖	2013 年 12 月	中国纺织工业联合会

（二）主要竞争对手情况

1、浙江嘉欣丝绸股份有限公司（002404.SZ）

嘉欣丝绸于 2010 年 5 月在深圳证券交易所挂牌上市，主要从事于服装制造生产，主要产品有高档丝、绸、服装等，此外还从事蚕茧收烘、制丝、织造、印染、针织、服装的生产和销售，拥有丝绸品牌“金三塔”。2019 年度，嘉欣丝绸实现营业收入 343,846.59 万元，净利润 16,996.18 万元。

2、达利国际集团有限公司（00608.HK）

达利国际集团有限公司于 1978 年在香港成立，1992 年于香港上市，是一家全丝绸及时尚产业链的国际性企业，覆盖纺织、印染、时装服饰设计及生产、品

牌零售及众创空间等业务，拥有丝绸品牌舒尚佳绫和 CB 等。2019 年度，达利国际实现营业收入 291,371.0 万港元，净利润 6,527.0 万港元。

3、浙江凯喜雅国际股份有限公司（以下简称“凯喜雅”）

凯喜雅前身为浙江省丝绸集团有限公司，凯喜雅在多地建设有纺织丝绸印染、服装服饰加工、数码织造、家用纺织品等产业基地，以国际贸易见长，拥有丝绸品牌“凯喜雅（CATHAYA）”。

4、杭州都锦生实业有限公司（以下简称“都锦生”）

都锦生前身为杭州都锦生丝织厂，产品主要有丝绸、织锦、杭罗及各类丝织特种工艺品，拥有丝绸品牌“都锦生”。

5、杭州喜得宝集团有限公司（以下简称“喜得宝”）

喜得宝成立于 2001 年，系集精炼、染色、印花、后整理加工和真丝绸面料、真丝家居服装系列、丝巾服饰系列、真丝家纺系列及丝绸工艺品设计、制作、营销为一体的丝绸企业，拥有丝绸品牌“喜得宝”。

（三）发行人与主要竞争对手比较情况

国内主要丝绸企业自 2008 年后开始转向自主品牌发展，各企业具体产品战略有所差别，达利国际与嘉欣丝绸侧重丝绸类服装服饰，万事利丝绸聚焦丝绸文化创意品，产品偏文化属性，且品类较广，发展方向较好。发行人与主要竞争对手在经营情况、市场地位、技术实力、衡量核心竞争力关键业务数据、指标等方面的情况对比如下：（下表数据为 2019 年末或 2019 年度期间数）

比较项目[注 1]		万事利丝绸	嘉欣丝绸	达利国际
经营情况	总资产（万元/万港元）	70,592.93	302,604.82	501,621.00
	归属于母公司所有者权益（万元/万港元）	44,389.75	177,303.87	251,076.50
	营业收入（万元/万港元）	72,851.39	343,846.59	291,371.00
	净利润（万元/万港元）	5,933.46	16,996.18	6,527.00

比较项目[注 1]		万事利丝绸	嘉欣丝绸	达利国际
市场定位		以“让世界爱上中国丝绸”为使命，全力打造“万事利”自有品牌丝绸文化创意品，同时发展以数码印花工艺为核心的丝绸纺织制品	从蚕茧收烘、茧丝织造、印花染色、服装制造、内外销贸易的完整产业链，以服装、面料、生丝出口为主，逐步发展自主丝绸文创品牌“金三塔”	以服装制造和贸易为主
技术实力	研发人员数量（人）	93	224	/
	研发人数占比	10.73%	7.14%	/
	研发费用（万元）	3,258.63	4,287.15	/
	研发费用占营业收入比例	4.47%	1.25%	/
	发明专利（个）[注 2]	26	30	16
	作品著作权（个）	133	5	0

注 1：凯喜雅、都锦生、喜得宝无公开披露数据，故无法进行比较。财务数据取自各公司定期报告；

注 2：通过公开网站查询各公司定期报告披露的合并主体在国内拥有的发明专利及著作权数量。

公司与嘉欣丝绸和达利国际均从事丝绸相关产品业务，但公司更侧重于蕴含文化内涵和创新的丝绸文化创意品，嘉欣丝绸和达利国际业务结构更侧重于上游面料或贸易。因丝绸文化创意品直接面向终端消费市场，更注重产品的研发设计，附加值相对更高，因而公司研发费用率、作品著作权均高于嘉欣丝绸和达利国际。公司与主要竞争对手财务指标的比较情况参见本招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”可比上市公司比较部分内容。

四、公司主要竞争优势与劣势、面临的机遇与挑战

（一）公司竞争优势

1、文化创意优势

（1）文化沉淀引领价值提升

公司核心经营管理团队长期专业从事丝绸文化创意行业的研发开拓工作，对丝绸文化有较为深刻的理解。在管理团队的努力下，万事利丝绸是国内较早将文化历史融入丝绸，并以产品形式将文化理念进行呈现的公司。通过对丝绸文化的不断研究以及对丝绸文化的理解，公司着力于产品设计的原创性，对于每一款产

品的设计都赋予一个文化故事，以丝绸为载体作为一种独特的文化符号表达，从而提升产品的附加价值。

（2）坚持创新促进产业变革

公司一贯提倡将创新精神根植于产品、营销、管理、技术、服务等每一环节中。截至 2020 年 6 月末，公司专利数量达 120 项，其中发明专利 27 项。公司利用高速数码印花方法、数码印花颜色再现监控方法、可控发光织物、丝绸书籍快速打印方法、护肤丝素凝胶霜膏的制备方法等专利，有效提升了产品的工艺水平；公司开发的丝绸书、丝绸集邮册、丝绸多功能鼠标垫、丝绸书画用纸等创新设计，丰富了丝绸文化创意产品的种类，增加了产品的使用功能，为消费者创造了更多选择。公司从技术到产品的各项创新，旨在推动整个丝绸行业从低端制造到以文化和科技为驱动的丝绸品牌企业转型升级之路。

2、研发设计优势

（1）参与制定多项行业标准

公司积极参与全国纺织品标准化技术委员会的标准起草、制定工作，系全国丝绸标准化技术委员会及全国服装标准化技术委员会委员单位，作为中国丝绸产业建立标准的主要企业之一，截至 2020 年 6 月末，发行人牵头和参与制定现行有效的主要国家、行业、团体标准如下：

序号	标准号	标准名称	标准层级	参与角色
1	GB/T 18132-2016	《丝绸服装》	全国	参与
2	GB/T 22858-2009	《丝绸书》	全国	参与
3	GB/T 30557-2014	《丝绸机织物疵点术语》	全国	参与
4	GB/T 18916.21-2016	《取水定额 第 21 部分：真丝绸产品》	全国	参与
5	GB/T 24252-2019	《蚕丝被》	全国	参与
6	GB/T 35444-2017	《蜀锦》	全国	参与
7	GB/T 15551-2016	《蚕桑丝织物》	全国	参与
8	GB/T 32014-2015	《蚕丝 性能与试验术语》	全国	参与
9	GB/T 15552-2015	《丝织物试验方法和检验规则》	全国	参与
10	T/CAGP 0024-2017	《绿色设计产品评价技术规范 丝绸制	行业	牵头

序号	标准号	标准名称	标准层级	参与角色
		品》		
11	FZ/T 43004-2013	《桑蚕丝纬编针织绸》	行业	参与
12	FZ/T 43025-2013	《蚕丝立绒织物》	行业	参与
13	FZ/T 43027-2013	《蚕丝壁绸》	行业	参与
14	FZ/T 40007-2014	《丝织物包装和标志》	行业	参与
15	FZ/T 43010-2014	《桑蚕绢丝织物》	行业	参与
16	FZ/T 43019-2014	《蚕丝装饰织物》	行业	参与
17	FZ/T 43033-2014	《丝绸眼罩》	行业	参与
18	FZ/T 43014-2018	《丝绸围巾、披肩》	行业	参与
19	FZ/T 43047-2017	《缂丝》	行业	参与
20	T/CNTAC11-2018	《纺织产品温室气体排放核算通用技术要求》	行业	参与
21	T_CNTAC_14-2018	《纺织产品水足迹核算通用技术要求》	行业	参与
22	FZ/T 07003-2019	《绿色设计产品评价技术规范 丝绸制品》	行业	参与
23	FZ/T 44005-2018	《丝绸画》	行业	参与
24	SB/T 10997-2013	《丝绸床上用品》	行业	参与
25	T/ZZB 0133-2016	《数码喷墨印花桑蚕丝围巾》	省级	参与
26	T/ZZB 0749-2018	《双面同花数码喷墨印花桑蚕丝围巾》	省级	参与
27	Q/HWSLS 001-2019	《纯桑蚕长丝被》企业标准	其他	独立承担

注：以上标准均为发行人员工实际参与制定，部分标准以万事利集团名义申报。

（2）设计水平整合全球资源

公司积极整合设计资源，组织设计师到国外参展，与国际品牌设计师交流学习，并聘请了意大利设计师作为顾问，协助公司提高团队素质，提升品牌形象。公司丝绸研究院涉足多个丝绸文化创意产品门类开发，2019 年度新品设计数量超过 350 款。

3、技术优势

公司耗时多年研发的双面数码印花工艺，是丝绸行业软件与硬件结合的代表成果，使得困扰丝绸行业多年的渗透性问题得到了有效解决。公司系行业内为数

不多能实现双面数码印花产业化的企业之一，参与制定的《双面数码喷墨印花丝绸围巾》标准被列入浙江省品牌建设联合会的 2018 年度第三批“浙江制造”标准制定计划并于 2018 年 12 月 1 日正式实施。

2018 年 12 月，公司主导研发的“一种轻薄丝织物制作方法及该方法制作的丝巾”获中国纺织工业联合会颁发的“中国纺织行业专利奖优秀奖”，表明发行人已经成为全球少数掌握“超薄丝织面料”研发技术的企业。

2020 年 11 月，公司立项研发项目“丝绸面料免水洗印染关键技术研发及产业化应用”被列入 2021 年度浙江省重点研发计划，“青逸凝香”免水洗旗袍获中国纺织工业联合会颁发的“2020 年度十大类纺织创新产品”荣誉称号，无水洗产品进入产业化研发阶段。

此外，公司在数码印花工艺上深耕多年，研发的去除绢本古画图像中绢纹的技术可有效消除绢本古画图像电子文档中的绢纹，实现绢本古画的高精度制。2013 年，公司技术团队成功仿制了流失海外的 12 幅千年古绢画赠予敦煌博物馆，将珍贵文物重现国人眼前。

上述技术储备为公司下一步拓宽产品线打下了坚实的基础。

4、品牌优势

公司自主品牌“万事利”的创立，可追溯至 1993 年浙江万事利轻纺工贸集团公司成立之时。经过二十余年的创业创新，万事利品牌以新颖的文化创意、可靠的产品质量、丰富的产品系列、良好的品牌形象，赢得了广泛的市场认可，并已发展成为我国知名的丝绸品牌之一。

公司不仅致力于为消费者提供丝绸文化创意产品，更关注挖掘、传承中国丝绸文化。公司跳出丝绸做丝绸，突破“丝绸即面料”的简单认知，把丝绸定义为中国文化和经典艺术的新载体、现代技术和科技创新的新材料、时尚美学和健康生活的新方式。通过形式多样的丝绸文化主题活动，不断提高万事利品牌的社会影响力和知名度，拉近与消费者的距离，如通过丝绸文化讲座的形式一方面以互动交流的形式回馈客户，另一方面在消费者心目中强化了万事利品牌的时尚性、文化性，增强客户粘性。

5、服务经验优势

作为国家级盛会礼宾服务的保障单位之一，发行人具有丰富的大型国际活动服务经验。截至目前，发行人产品成功服务了北京奥运会、上海世博会、广州亚运会、G20 杭州峰会、北京“一带一路”国际合作高峰论坛、厦门金砖国家领导人会晤、2018 年世界游泳锦标赛、G20 大阪峰会等一系列国际盛会。公司文化创意产品在国际盛会上彰显中国丝绸文化魅力的同时，业务团队也积累了丰富的服务经验，提升了对大型国际活动赛事需求的理解。在丝绸文化创意品以企业团购销售为主的业务中，公司善于把握政企、院校客户的核心需求，服务经验更加丰富，有助于保障公司业务的可持续发展。

G20杭州峰会供应部分产品图示



6、产品创新优势

（1）产品品类齐全丰富

公司秉承“跳出丝绸做丝绸”的理念，创新开发了上千款丝绸文化创意品，是目前国内产品品种丰富、品类齐全的丝绸企业。丰富的产品体系，可满足不同销售渠道客户的产品需求，降低了单一产品品种的市场波动风险。

（2）“丝绸＋”概念跨界融合

公司打破原有单一丝绸产品的设计模式，推出了“丝绸+”概念产品，将丝绸与其他跨界产品相结合，与同样用于国宾礼仪的茶叶、瓷器、扇子进行“丝绸+”的再创造，用更丰富的文化表达形式体现丝绸至美至贵至柔的文化特性。在产品技术革新和融合过程中，公司不断推陈出新，让丝绸作为载体承载更多的地域文化底蕴，设计研发了北京璀璨中华、杭城三绝等多个城市的文化纪念产品。通过“丝绸＋”概念产品的设计，公司与其他产业相融合，在丰富产品线的同时也给消费者带来多个行业的创意设计、服务升级的新体验。

7、客户资源优势

公司承继的原万事利集团丝绸相关业务迄今已有 46 年历史，经过多年来与女装品牌企业的合作，公司丝绸纺织制品在产品质量、技术含量、渠道管控能力、商业信誉等方面获得了市场的认可。目前公司已与多家知名女装品牌企业建立了稳定的合作关系，如鄂尔多斯、歌力思、朗姿股份、爱慕股份、锦泓集团、雅莹集团、安正时尚等，丰富且优质的客户资源优势保证了公司的可持续发展。

8、蚕丝蛋白面膜、桑叶茶配方优势

蚕丝蛋白面膜和桑叶茶均由公司委托外部供应商生产，公司具备原料配方技术优势。具体而言，蚕丝蛋白面膜等蚕丝蛋白类日化用品均含公司自主研发提取的蚕丝蛋白液成份，蚕丝蛋白具有补水保湿、抗氧化、紧致修复的功效，公司小分子蚕丝蛋白技术可将分子量控制在 400 道尔顿左右，安全稳定，可直接被皮肤吸收。公司拥有护肤丝素凝胶霜膏的制备方法发明专利，并聘请浙江大学教授闵思佳担任公司技术顾问对小分子蚕丝蛋白技术进行持续探索与研究；公司从事丝绸业务多年，了解桑叶养生功效，通过研发已制备了 4 个桑叶养生茶配方，拥有 3 项发明专利，分别为：一种纯天然杜仲雄花桑叶茶及其制备方法、一种纯天然昆仑雪菊桑叶茶及其制备方法、一种纯天然微细研磨桑叶果蔬茶及其制备方法。截至目前，上述产品并未大规模投放市场，但上述专利技术为公司今后进一步拓宽产品线，丰富产品结构提供了良好的技术保障。

（二）公司竞争劣势

1、国内营销网络地域落差较大

经过多年的发展，并借助一系列大型活动宣传，万事利品牌在浙江及周边地区已经具有了较高的知名度，但在国内中西部及国外地区公司品牌知名度仍较弱，2019 年度，公司华东地区销售占比超过 65%。为开拓需求日益增长的丝绸文化创意品市场，公司拟通过募集资金投资建设国内营销体系，进一步加强国内营销渠道的开发、建设和管控力并辅以配套的供应链体系 。

2、融资渠道较为单一

丝绸企业的发展需要较强的研发设计体系、供应链管理体系、营销网络体系、线下消费场景等软硬件的支撑，高端设计人才的引进和销售渠道的维系亦需要较

大的资金投入。此外，面对丝绸行业整合趋势，公司亦会在合适的时机寻求对外扩张。公司融资渠道较为单一，亟需拓宽融资渠道，增强资本实力。

3、人力资源短缺

公司近几年的快速发展增加了对人才的需求，但由于目前丝绸行业人才的普遍短缺，造成公司在产品开发、品牌规划等方面缺少相应的人才，从而影响公司进一步发展。未来公司将不断加强内部人才队伍建设，同时引进行业内的顶尖人才，保证公司的人力资源能够满足公司快速发展的需要。

（三）公司面临的机遇与挑战

1、公司面临的机遇

（1）国家产业政策支持

国家对文化创意产业的支持将持续推进丝绸产业和文化融合，提升产业文化底蕴和文化自信。2016 年 9 月，国务院办公厅发布了《关于印发消费品标准和质量提升规划（2016-2020 年）的通知》，将丝绸作为弘扬中华传统文化、加强对中华老字号、地理标志产品等传统文化产品的品牌培育和保护的对象，强调引导具有自主知识产权、传承民族传统文化和技艺的文化产品生产企业，加快质量提升、打造知名品牌、增加品牌文化附加值、提升质量竞争力，推动传统文化产品产业化、规模化发展。通过深入发掘丝绸文化，有利于扩大丝绸文化在公众心目中的影响力，提高丝绸产品的认可和接受度，引导丝绸消费的新观念。

国家对传统丝绸行业的政策扶持，将减轻丝绸企业的负担，有利于丝绸行业的发展。2016 年 11 月商务部发布了《茧丝绸行业“十三五”发展纲要》，为十三五期间我国茧丝绸行业发展提供指导和依据，推动茧丝绸行业实现“质量效益型”增长。

（2）国内消费平稳增长

我国居民收入增长加快，消费能力不断提高。据国家统计局数据，2019 年全国居民人均可支配收入及人均消费支出分别增长 8.9%、8.6%。消费驱动力持续增强成为经济增长主动力，2019 年我国社会消费品零售总额 41.2 万亿元，同比增长 8%。随着生活方式和消费结构转变，消费者对产品质量安全和品牌的重

视程度明显提高，真丝绸素有“纤维皇后”美称，符合当前消费升级的要求。

（3）国际社会对中国文化产品需求的增加

近年来，我国经济和政治地位不断提升，在国际事务中发挥的作用不断增强，对外经济、文化、人员交流日益频繁，为发展我国文化产品对外贸易创造了有利条件。2016 年 G20 杭州峰会期间，丝绸文化创意产品展现出的中国文化软实力，彰显了民族文化自信，宣传了中国丝绸文化。我国历史文化悠久，历史底蕴深厚，随着国家影响力的持续提升，我国文化产品和服务在世界各国中的影响力进一步扩大，大大加速了我国文化产品的国际化进程。这些都为公司拓展国际旅游客户乃至开发海外丝绸文化创意市场奠定了广阔的基础。

（4）我国丰富的文化资源为创意设计增添活力

中国拥有五千年的灿烂文化，具有强大的生命力和传承力。丝绸文化是具有中国特色的文化之一，丝绸产业作为我国传统产业，有着独特的魅力和深刻的文化内涵，蜀锦、宋锦、云锦、壮锦、苏绣、粤绣、蜀绣、湘绣等民间传统丝绸工艺技法融入时尚化、生活化场景，成为丝绸文化创意设计灵感的源泉。丰富的文化资源，孕育着文化创意行业无限的商机，创造性地利用这些文化资源，有利于我国企业制作出高质量、高设计水准的丝绸文化创意品。

2、公司面临的挑战

（1）品牌影响力在全国范围内仍有待提升

公司专业从事丝绸行业多年，“万事利”品牌已具备较强的品牌影响力和美誉度，但由于公司在资本实力有限的情况下，将短期战略目标定位于深耕华东地区，储备各渠道优质客户资源，扩大市场占有率，相对而言，公司影响力在全国范围内仍有待提升。报告期内，公司华东地区销售占比在 60%-70%左右，相对集中。万事利品牌现有的辐射区域和影响力范围导致公司无法将华东地区的成熟商业模式迅速在其他区域内复制，亦导致公司业务规模无法快速增长。

（2）营销网络需进一步拓展、高端人才相对短缺

公司目前销售模式以直销为主，2017-2019 年度，公司向分销商销售商品金额分别为 9,975.07 万元、11,212.36 万元、11,777.78 万元，占公司当期主营

业务收入的比例分别为 14.11%、15.09%、16.30%。公司丝绸文化创意品新市场的开拓势必需要直销团队和分销商互相配合，亦需要专业的设计研发团队对不同区域消费者偏好进行了解，研发相应产品进行推广从而加强消费者对公司品牌的认知。目前，公司高端营销类、管理类、研发类人才相对短缺，人才短缺也使公司暂时未在全国主要区域全面开展销售网络的布局，亦未在全国区域内大规模进行品牌影响力建设投入，从而导致公司经营业绩尚无法快速增长。

（3）数码印花技术的应用有待推广

据中国印染行业协会调研数据显示，2011-2018 年，中国数码喷墨印花行业呈现快速发展的态势，产量由 1.4 亿米增长到 15 亿米，年均增速 48%。政府亦出台了相应政策，如《产业结构调整指导目录》（2019 年本）、《浙江省全面改造提升传统制造业行动计划（2017—2020 年）》，“鼓励采用数字化智能印染技术装备、染整清洁生产技术”。但是相对于传统印花市场，数码印花技术尚处于发展初期，目前仍为相对小众的市场，存在设备、耗材成本相对较高等问题，因此，在少品种、大批量的生产上相对于传统印花市场成本较高。2018 年度，数码喷墨印花产量占印花布总量比重约为 9%，数码印花技术的大规模应用仍需要一定培育时间，从而加大了公司以数码印花工艺为核心的丝绸纺织制品业务开拓难度。

（4）宏观经济波动影响产品需求

近年来，我国 GDP 增长速度放缓，2018 年、2019 年我国 GDP 增速分别为 6.6%、6.1%。2020 年 1-6 月，受新冠肺炎疫情影响，我国 GDP 同比下降 1.6%。发行人丝绸文化创意品作为可选消费品，受宏观经济波动影响较大，面临其他类似产品的竞争也相对激烈，因而在宏观经济出现波动或下行趋势的情况下，公司经营业绩会受到一定影响。

3、发行人的应对措施、未来业务开展计划

（1）利用募集资金建设展示营销中心扩大品牌影响力，并择机通过分销渠道铺设进一步完善营销网络建设

公司拟通过募集资金在北京、上海、西安三地各建设一处展示营销中心，以展示营销中心为切入口，进一步研究当地文化特性，组织研发、销售团队设

计符合当地特色的产品、传递丝绸文化、推广品牌形象，提升万事利品牌的市场影响力和辐射范围。同时，随着市场影响力的提升，公司将依托展示营销中心平台，择机通过分销渠道铺设进一步完善营销网络建设，从而带动区域市场的销售。公司深耕华东区域，报告期内开拓的客户资源接近10,000家，并建立了加盟、经销等分销渠道，业务模式相对成熟且可复制。未来，随着公司资本相对充足，人才团队逐步扩充，可择机将相应资源逐步投入至其他区域，从而促进公司业务发展。

（2）利用服务大型国际性活动的契机扩大品牌影响力

公司已成为“2022年杭州亚运会”特许生产商（丝绸类仅有4家）和“2022年北京冬奥会”特许生产商和特许零售商，可在授权范围内生产和销售相关丝绸产品。随着两大国际盛会日益临近，公司将利用这一契机，凭借成功服务“G20杭州峰会”的经验，设计并推出相关的丝绸产品，并进行品牌推广活动，有望使公司品牌形象和知名度进一步提升，从而有助于各渠道、各产品的销售。

（3）加大产品线的拓展，积极尝试新销售渠道

发行人通过增加新品设计，陆续在“端午”、“中秋”等传统节假日推出与传统节日文化相结合的组合套装；同时发行人利用万事利品牌的文化内涵及影响力，与国内其他知名品牌合作推出联名款组合套装产品，在扩大品牌影响力和推动销售上形成合力。未来，公司将配合异地展示营销中心的建设，研发符合当地文化属性的新产品，进一步扩大产品受众，以应对宏观经济波动和市场竞争。

报告期内，公司线上平台销售收入分别为832.82万元、1,279.98万元、1,663.24万元和1,483.55万元，呈增长趋势，尤其是2020年上半年受疫情影响，线上直播模式成为一种潮流，发行人积极融合、参与线上直播模式，促进品牌宣传和产品销售，取得了较好的效果。未来，公司将继续积极探索并尝试各类新销售渠道，实现业务拓展。

（4）加大数码印花工艺的研发投入和市场拓展力度

数码印花工艺具备绿色化、灵活化、高清晰度等特点，能够满足传统印花市场向“个性化、小批量、交货快、花型多、高品质”转型的需求，在部分领

域能够实现对传统印花方式的替代，发展空间较大。公司通过长期、持续的研发投入和生产经验积累，形成了数码印花色彩管理技术和双面数码印花工艺两项核心技术，处于市场相对领先地位。未来，公司将持续投入丰富数字化色彩图库，多路径探索双面数码印花，适应更多的面料和花型，同时为适应环保需求，公司将加大对环保印花新技术（数码喷印后的面料无需水洗或者大量水洗）的研发力度，持续提升数码印花产品附加值。

随着公司数码印花工艺日益成熟，客户开拓工作亦有相应进展，2017-2019年度，公司数码印花加工销量（含自用加工为丝绸面料部分）分别为114.53万米、147.77万米、318.31万米，增幅明显。销售规模的增加有助于公司更为熟练地掌握生产工艺、降低损耗、控制成本，使得公司可以凭借品质优势和具备市场竞争力的定价拓展客户，促进丝绸纺织制品业务销售规模增长。

（5）更为积极地挖掘客户需求，扩大合作规模

公司丝绸纺织制品客户主要为品牌女装客户，报告期内，发行人与众多女装品牌客户建立了较为稳定的合作关系。品牌女装客户根据其终端产品会有不同材料类型的面料、服装采购需求，丝绸仅是其中一部分，但公司可以通过加强客户的开拓和维护，配合其设计需求提供品质更好的产品，进一步扩大合作规模。以公司现有合作的已上市或拟上市品牌女装客户（可通过公开渠道取得其经营数据）为例：

单位：万元

客户名称	2020年1-6月	2019年度	2018年度	2017年度
发行人向主要品牌女装客户销售金额合计	2,030.13	7,475.16	6,379.03	4,062.20
主要品牌女装客户服装类成本合计	135,805.49	364,989.08	366,442.11	319,628.63
占　比	1.49%	2.05%	1.74%	1.27%

注：上表中主要品牌女装客户为鄂尔多斯（600295.SH）、日播时尚（603196.SH）、锦泓集团（603518.SH）、爱慕股份（未上市），数据取自其年报和招股说明书服装类产品的成本，因其年报数据不披露采购总额，故使用成本数据代替。

报告期内，发行人对上述客户的销售金额占其服装类产品成本的比重仅为2%左右，仍有一定的业务拓展空间。后续发行人将通过增加业务沟通频次的方式，深入了解客户需求，向其推荐如数码印花相关的新产品、新技术，开拓丝绸纺织制品的市场空间，同时，公司亦将总结服务品牌女装现有客户的经验与

案例，有针对性地组织销售团队开拓新客户、新市场。

（6）加强人才引进和内部培养

发行人将加快对各方面优秀人才的引进和培养，同时加大对人才的资金投入并建立有效的激励机制，确保发行人发展规划和目标的实现。首先，发行人将不断加大对有销售经验、管理经验、研发能力的高端人才引进，保持核心人才的竞争力；其次，发行人将建立多层次、多种类的激励机制，充分调动员工的积极性、创造性，提升员工对企业的忠诚度，为公司长远发展做储备。若公司能够顺利发行股票并上市，则发行人可在扩大品牌影响力的同时亦有更多的激励手段，增强对人才的吸引力，从而为公司顺利实施业务开拓计划提供保障。

综上，公司拟通过上述措施，结合品牌影响力的提升，组建相应的人才团队，择机完善分销渠道，进一步铺设销售网络，并凭借日益成熟的数码印花工艺，更为积极主动地挖掘客户需求，从而实现各项业务的增长，进而提升公司的盈利水平。

五、销售情况和主要客户

（一）销售情况

1、产销量情况

（1）数码印花产销量情况

公司主要保留技术含量较高的数码印花加工环节，报告期内，公司数码印花加工的产能、产量、销量情况如下：

项　目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
自有设备产能（米）	1,243,200.00	2,230,400.00	1,454,400.00	1,641,600.00
合作设备产能（米）[注 1]	720,000.00	984,000.00	594,400.00	132,000.00
全年总产能（米）[注 2]	1,963,200.00	3,214,400.00	2,048,800.00	1,773,600.00
产量（米）	1,419,611.20	3,183,078.31	1,485,073.26	1,161,908.37
其中：自用产量（米）	553,478.50	2,015,094.53	926,839.45	818,989.03
受托加工产量（米）	866,132.70	1,167,983.78	558,233.81	342,919.34
产能利用率	72.31%	99.03%	72.49%	65.51%
销量（米）	1,408,709.40	3,183,078.31	1,477,744.95	1,145,271.30

项　目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
产销率[注 3]	99.23%	100.00%	99.51%	98.57%

注 1：公司与鲸鱼科技共同投资数码印花合作项目，万事利数码享有合作设备的使用权，具体情况参见本节“七、（一）3、主要生产设备情况”；

注 2：以设备投产月份加权计算全年设备平均数量，总产能根据设备平均数量乘以平均速度计算；

注 3：公司丝绸纺织制品业务以销定产，若产品出现一般质量问题与客户协商予以一定的折扣销售，仅有极个别特殊情形下会存在退货行为从而导致产销率低于 100%。

（2）口罩产销量情况

2020 年 1-6 月，公司口罩产销存数量情况如下：

单位：万只

项目	数量
期初库存数量	-
本期入库数量①	9,928.06
其中：外协数量	7,086.70
自产数量	2,841.36
本期销售数量②	9,097.25
本期领用数量③	127.96
期末库存数量（④=①-②-③）	702.84

2020 年 1-6 月，公司合计销售口罩 9,097.25 万只，贡献销售收入 17,206.27 万元，贡献毛利额 6,435.97 万元，占当期总毛利额的 46.00%。

截至目前，公司拥有 9 条口罩生产线，日产能合计约 10 万只，在疫情常态化背景下，出于承担社会责任的考虑，公司每月保证约 100 万只口罩产量以满足社会需求，以 0.5 元/只单价测算，预计可每月贡献收入 50 万元。

按上述数据测算，预计公司 2020 年度口罩收入约 1.75 亿元，口罩收入和利润预计会对 2020 年公司业绩产生积极影响。

2、主要产品销售收入

（1）分主要产品

报告期内，公司主要产品收入参见本节之“一、（一）公司主营业务、主要产品及主营业务收入构成”。

（2）分销售模式

报告期内，公司按销售渠道划分销售收入情况如下：

单位：万元

销售模式	产品类型	销售渠道	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
直销模式	丝绸文化创意品（自有终端品牌）	销售团队	6,660.24	17.32%	23,800.11	32.94%	24,406.90	32.86%	22,612.88	31.98%
		展示营销中心[注 1]	716.40	1.86%	2,712.11	3.75%	2,225.15	3.00%	2,454.58	3.47%
		线上平台	1,483.55	3.86%	1,663.24	2.30%	1,279.98	1.72%	832.82	1.18%
		直营门店[注 1]	184.67	0.48%	811.20	1.12%	789.54	1.06%	664.86	0.94%
	丝绸纺织制品（非自有终端品牌）	OEM	9,208.02	23.94%	29,650.58	41.04%	33,414.11	44.98%	33,435.93	47.29%
		受托加工	900.13	2.34%	1,828.50	2.53%	953.02	1.28%	729.26	1.03%
	口罩	直销	6,974.93	18.14%	-	-	-	-	-	-
	小 计		26,127.93	67.94%	60,465.74	83.70%	63,068.70	84.91%	60,730.33	85.89%
分销模式	丝绸文化创意品（自有终端品牌）	加盟商	814.66	2.12%	6,423.15	8.89%	5,544.38	7.46%	5,336.50	7.55%
		经销商	1,258.42	3.27%	4,674.43	6.47%	4,084.99	5.50%	2,240.71	3.17%
		代销商[注 2]	23.07	0.06%	680.20	0.94%	1,583.00	2.13%	2,397.86	3.39%
	口罩	贸易商	10,231.33	26.61%	-	-	-	-	-	-
	小 计		12,327.48	32.06%	11,777.78	16.30%	11,212.36	15.09%	9,975.07	14.11%
合 计			38,455.42	100.00%	72,243.53	100.00%	74,281.06	100.00%	70,705.40	100.00%

注 1：展示营销中心指丝绸汇展厅和丝绸工业园展厅，销售形态包括个人零售和企业团购；直营门店指设在机场或商场人流密集区域的门店产生的销售，销售形态以个人零售为主；

注 2：由于代销业务存在一定库存风险，报告期内，公司逐步减少了与电视购物渠道的代销合作，导致销售额呈下降趋势。

报告期内，公司经销模式收入分别为 2,240.71 万元、4,084.99 万元、4,674.43 万元、1,258.42 万元，2018 年度，公司经销模式收入较上年增加 1,844.28 万元，增长 82.31%。主要系公司在 2017 年下半年开始加大对经/代销商客户的拓展。2017 年度公司合作经销商 155 家，2018 年公司合作经销商 193 家，净增加 38 家，使得 2018 年经销商渠道收入大幅增长。

（3）线上平台经营情况

报告期内，公司线上平台运营渠道主要包括天猫万事利官方旗舰店、京东万事利官方旗舰店、万事利好丝绸店（有赞微商城）、小红书万事利品牌店、网易考拉万事利官方旗舰店等，其中天猫万事利官方旗舰店、京东万事利官方旗舰店、万事利好丝绸店（有赞微商城）合计销售额占线上平台销售额的比例各期均超过95%，上述三个主要线上平台经营情况如下：

天猫万事利官方旗舰店				
项目	**2020 年 1-6 月**	**2019 年度**	**2018 年度**	**2017 年度**
收入（万元）	621.88	1,134.93	825.29	543.90
交易次数（次）	16,783	28,221	19,006	10,994
平均单次交易金额（元）	370.54	402.16	434.23	494.73
客户数量（个）	15,433	24,274	16,873	9,413
人均消费金额（元）	402.96	467.55	489.12	577.82
京东万事利官方旗舰店				
项目	**2020 年 1-6 月**	**2019 年度**	**2018 年度**	**2017 年度**
收入（万元）	86.63	236.82	196.80	144.35
交易次数（次）	2,085	5,305	3,919	2,601
平均单次交易金额（元）	415.51	446.41	502.18	554.97
客户数量（个）	1,858	4,505	3,399	2,342
人均消费金额（元）	466.28	525.68	579.00	616.34
万事利好丝绸店（有赞微商城）				
项目	**2020 年 1-6 月**	**2019 年度**	**2018 年度**	**2017 年度**
收入（万元）	759.18	219.42	215.13	138.82
交易次数（次）	19,488	4,187	5,912	3,512
平均单次交易金额（元）	389.56	524.06	363.88	395.27
客户数量（个）	8,137	2,660	3,575	2,459
人均消费金额（元）	933.00	824.90	601.75	564.53

注：上述交易次数剔除了邮费、优惠券等交易。

报告期内，天猫万事利官方旗舰店、京东万事利官方旗舰店人均消费金额逐期下降，系因低单价产品销售占比增长。天猫万事利官方旗舰店、京东万事利官方旗舰店运营初期上架产品种类较少、产品单价较高，为扩大客户数量，促进营业收入规模增长，公司近年来逐步丰富了线上平台产品，低单价产品逐年增加。

同时，公司积极参与第三方平台促销活动，随着近年来平台引流方式的快速发展，线上平台交易次数和客户数量逐年上升，人均消费金额逐步下降。

报告期内，万事利好丝绸店人均消费金额逐期增长，系因高单价产品销售占比增长。万事利好丝绸店主要接入微信公众号进行销售，第三方平台引流有限，主要靠公司销售人员进行推广。随着公司线上平台销售业务逐渐发展成熟，不同平台销售分工亦相对明确，家纺等单价较高的产品主要通过万事利好丝绸店销售，丝巾等单价较低的产品主要通过天猫万事利官方旗舰店、京东万事利官方旗舰店销售。2019 年度和 2020 年 1-6 月，万事利好丝绸店人均消费金额较 2017-2018 年有所增长，主要原因系①2019 年度，公司通过电梯、公交车广告加大了对万事利好丝绸店的曝光度，并重点主推的高单价家纺产品，导致人均消费金额有所上涨；②2020 年 1-6 月，万事利好丝绸店销售额大幅增长，主要系受新冠肺炎疫情影响线上销售快速发展，线下销售团队客户拜访受阻，公司顺应行业潮流，在万事利好丝绸店多次开展直播促销、“秒杀”活动，使得店铺交易次数大幅增加，同时，促销活动中增加了部分高单价产品，如真丝床品、蚕丝被、组合套装等，公司销售人员也积极向老客户进行推广，使得人均消费次数、人均消费金额均有所上涨。

（4）直营门店、展示营销中心经营情况

报告期内，公司 2 家直营门店、2 处展示营销中心具体销售情况如下：

丝绸汇展示营销中心				
项目	**2020 年 1-6 月**	**2019 年度**	**2018 年度**	**2017 年度**
主要产品	丝巾、家纺、组合套装、品牌服装			
收入（万元）	623.58	2,378.44	1,895.24	2,115.12
面积（平方米）	1,027	1,027	1,027	1,027
坪效（元/平方米）	6,071.81	23,159.11[注]	18,454.18	20,595.13
丝绸工业博物馆展示营销中心				
项目	**2020 年 1-6 月**	**2019 年度**	**2018 年度**	**2017 年度**
主要产品	丝巾、家纺、组合套装、品牌服装			
收入（万元）	92.82	333.67	329.91	339.46
面积（平方米）	353	353	353	353
坪效（元/平方	2,629.47	9,452.33	9,345.76	9,616.47

米）				
杭州大厦店				
项目	**2020 年 1-6 月**	**2019 年度**	**2018 年度**	**2017 年度**
主要产品	丝巾、品牌服装、家纺			
收入（万元）	94.63	395.76	349.09	325.49
面积（平方米）	110	110	110	110
坪效（元/平方米）	8,602.35	35,978.27	31,735.23	29,589.96
萧山机场店				
项目	**2020 年 1-6 月**	**2019 年度**	**2018 年度**	**2017 年度**
主要产品	丝巾、品牌服装、家纺			
收入（万元）	75.80	366.07	303.12	337.15
面积（平方米）	72	72	72	72
坪效（元/平方米）	10,528.20	50,843.70	42,100.20	46,826.17

注：丝绸汇展示营销中心 2019 年收入增长主要系当年由其举办的促销会场次增加。

报告期内，公司 2 处展示营销中心、2 家直营门店销售产品主要类型基本相同，丝绸汇展示营销中心系接待客户、品牌展示、丝绸文化传播的主要经营场所，公司投入的人力、物力成本较高，且地处杭州主城区，交通相对更为便利，故销售金额相对较高。丝绸工业博物馆展示营销中心位于万事利丝绸工业园，地理位置较为偏远，坪效相对较低。杭州大厦店位于杭州市核心高端商圈，萧山机场店位于杭州市萧山机场入口处，2 家直营门店人流量较高，萧山机场店面积较小导致坪效较高。

2020 年 1-6 月，受新冠肺炎疫情的影响，公司直营门店、展示营销中心人流量明显下降，从而使得各展示营销中心、直营门店销售收入、坪效出现较大幅度的下滑。报告期内，公司 2 处展示营销中心、2 家直营门店经营情况不存在异常。

报告期内，公司丝绸工业博物馆展示营销中心收入与直营门店收入不存在明显差异。公司丝绸汇展示营销中心收入超过直营门店收入较多的原因为：

①功能定位存在差异。展示营销中心以展示公司产品、彰显品牌价值，传播丝绸文化为重心，配备专业的丝绸文化和企业文化讲解人员以及丝绸产品的导购人员，公司投入的成本及引入的资源亦较多，主要定位于接待团队客户、企事业单位以及重要个人客户，故全年销售收入较高；由于展示营销中心功能比较综合，

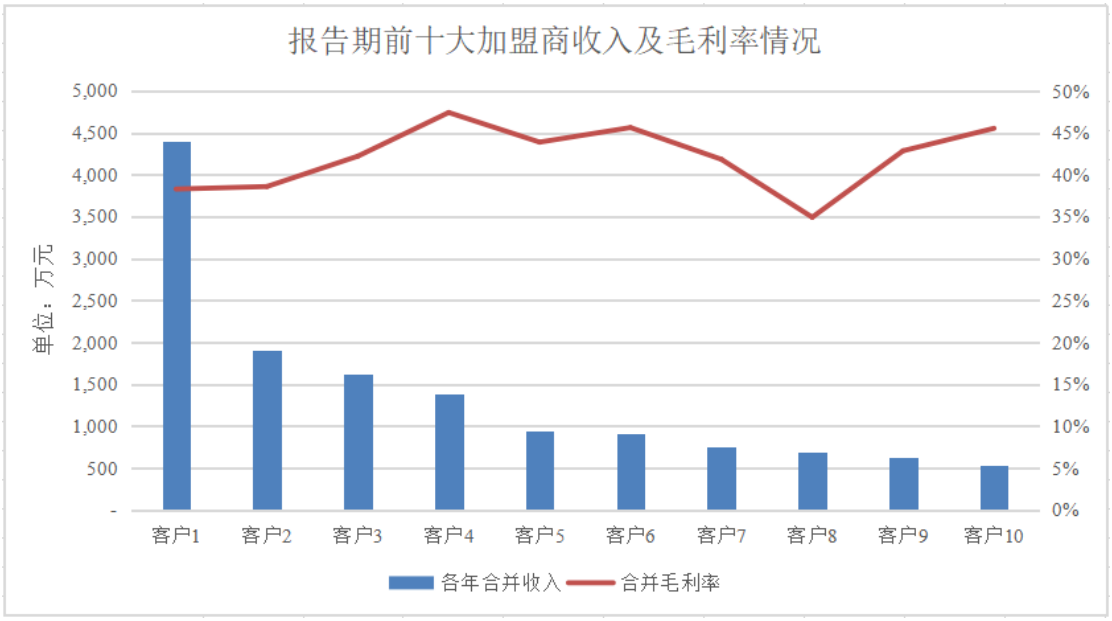
整体经营面积较大，故坪效较直营门店低。直营门店客户来自商场、机场的人流量，直营门店以树立品牌形象为重心，面向零售客户群体，故销售收入较展示营销中心低。

②客户拓展方式不同。展示营销中心通过展示、讲解进行开拓及维护企事业客户及重要个人客户，日常经营除引流入店外，同时亦会采取上门拜访、网络社群营销等方式持续拓展客户。直营门店主要服务商场、机场内客户，以商圈自有流量为主，不做区域外客户拓展。

综上，报告期内公司展示营销中心收入超过直营门店收入较多具有合理性。

（5）分销商收入及毛利率匹配情况

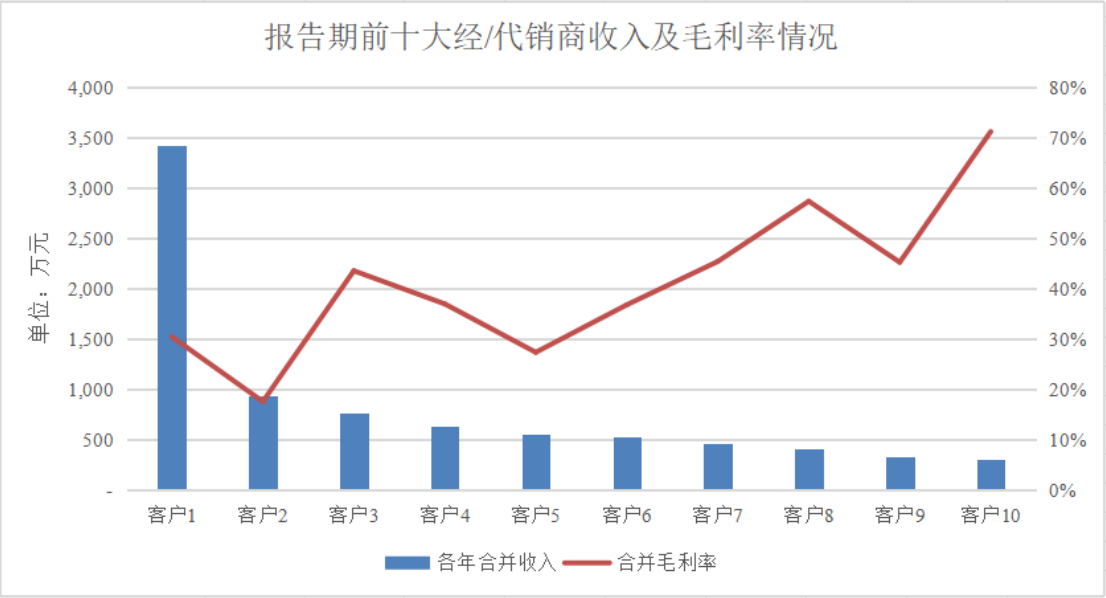
报告期内，公司前十大加盟商（2017-2020 年 6 月合计收入前十大）合计贡献收入为 13,767.01 万元，加盟商渠道合计贡献收入为 18,118.69 万元，占比 75.98%。因公司与主要加盟商合作时间较长，销售较稳定，公司给予其价格折扣差异较小，导致公司向各主要加盟商销售毛利率差别不大。公司向报告期合计前十大加盟商销售收入及毛利率情况如下：



注：公司根据客户 8 的需求开发用于电视购物平台的个性化定制产品，该批产品折扣较低导致整体毛利率较低。

报告期内，公司前十大经/代销商（2017-2020 年 6 月合计收入前十大）合计贡献收入为 9,969.94 万元，经/代销商渠道合计贡献收入为 16,942.68 万元，占比 58.85%。经/代销渠道下，公司针对不同客户给予不同的折扣政策，排除个别客

户大批量采购个性化定制产品导致毛利率较低情况，前十大经/代销商中呈现贡献收入越高的客户毛利率相对较低。公司向报告期合计前十大经/代销商销售收入及毛利率情况如下：



注：客户 2、客户 5 因一次性采购个性化定制产品规模较大，公司给予折扣较低，导致毛利率较低；客户 10 系公司代销商，公司根据销售金额与其结算服务费，故毛利率相对较高。

（6）分销商增减变动频繁原因及对营业收入、利润的影响

公司于 2016 年开始逐步拓展加盟商渠道，2017 年新增加盟商数量较多，加盟商运营品牌店一般以 2-3 年为周期考察经营利润情况，规模较小的加盟商在经营利润较薄情况下会选择终止合作，故在 2019 年减少加盟商数量较多，公司与经营较好的加盟商保持稳定的合作关系。

丝绸文化创意品作为终端可选消费品，其市场直接受终端客户需求的影响。公司大部分经销商利用其自有渠道向其客户推荐产品，终端客户每年对于可选消费品的具体需求有所差异，不能保证每年均会采购丝绸文化创意品，导致经销商与公司合作存在波动，故公司经销商增减较为频繁。

报告期内，公司各期新增加盟商在当期产生的营业收入、毛利额及对当期相应销售渠道下的营业收入、毛利额影响如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
当期新增加盟	5	11	12	23

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
商家数				
当期新增加盟商贡献收入①	107.77	652.03	831.64	3,503.40
当期全部加盟商贡献收入②	814.66	6,423.15	5,544.38	5,336.50
占比③=①/②	13.23%	10.15%	15.00%	65.65%
当期新增加盟商贡献毛利额④	49.04	282.01	398.06	1,477.99
当期全部加盟商贡献毛利额⑤	323.67	2,555.98	2,393.97	2,338.92
占比⑥=④/⑤	15.15%	11.03%	16.63%	63.19%

报告期内，公司各期新增经/代销商在当期产生的营业收入、毛利额及对当期相应销售渠道下的营业收入、毛利额影响如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
当期新增经/代销商家数	23	65	88	99
当期新增经/代销商贡献收入①	36.28	1,701.16	1,693.20	778.56
当期全部经/代销商贡献收入②	1,281.49	5,354.63	5,667.98	4,638.57
占比③=①/②	2.83%	31.77%	29.87%	16.78%
当期新增经/代销商贡献毛利额④	16.43	692.32	695.19	411.10
当期全部经/代销商贡献毛利额⑤	580.90	2,206.74	2,376.75	1,913.94
占比⑥=④/⑤	2.83%	31.37%	29.25%	21.48%

近年来，公司加盟商渠道运营逐步成熟，2018 年至 2020 年 6 月各期新增加盟商在当期产生的营业收入、毛利额占相应销售渠道下的营业收入、毛利额的比例在 10%-20%区间，基本保持稳定。公司于 2016 年开始拓展加盟商渠道，2017 年新增加盟商数量较多，故当年新增加盟商贡献的经营业绩占加盟商渠道整体业绩比例较高。

在 2016 年拓展加盟商渠道初见成效的背景下，公司于 2017 年开始加大对经/代销渠道的扩张，使得 2018 年新增经/代销商较多，当年新增经/代销商贡献的经营业绩占渠道整体业绩比例较高。2019 年因深圳万事利、苏州诚合由加盟合作变更为经销合作，使得当年新增经/代销商产生营业收入、毛利润较多，扣除两者的影响当年新增经/代销商产生的营业收入、毛利额占经/代销商渠道整体的营业收入、毛利额的比例分别为 16.89%、17.04%。2020 年上半年受新冠肺炎疫情影响公司新拓展经/代销商较少。

报告期内，公司各期减少加盟商在上期产生的营业收入、毛利额及对上期相应销售渠道下的营业收入、毛利额影响如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度
当期减少加盟商家数	3	11	5
当期减少加盟商上期贡献收入①	358.88	1,211.97	296.49
上期全部加盟商贡献收入②	6,423.15	5,544.38	5,336.50
占比③=①/②	5.59%	21.86%	5.56%
当期减少加盟商上期贡献毛利额④	158.61	602.49	127.53
上期全部加盟商贡献毛利额⑤	2,555.98	2,393.97	2,338.92
占比⑥=④/⑤	6.21%	25.17%	5.45%

注：2017 年减少加盟商、经/代销商在上期产生的营业收入、毛利额对当期相应销售渠道下的营业收入、毛利额的影响需使用 2016 年数据，2016 年经营数据未经审计故未列出，根据账面数据，上述分销商 2016 年度营业收入为 100 万元左右，对 2017 年经营业绩影响较小，下同。

报告期内，公司各期减少经/代销商在上期产生的营业收入、毛利额及对上期相应销售渠道下的营业收入、毛利额影响如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度
当期减少经/代销商家数	86	62	44
当期减少经/代销商上期贡献收入①	632.11	522.34	132.85
上期全部经/代销商贡献收入②	5,354.63	5,667.98	4,638.57
占比③=①/②	11.80%	9.22%	2.86%

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度
当期减少经/代销商上期贡献毛利额④	297.03	313.72	58.02
上期全部经/代销商贡献毛利额⑤	2,206.74	2,376.75	1,913.94
占比⑥=④/⑤	13.46%	13.20%	3.03%

报告期内，公司分销商渠道经营较为稳定，每年减少分销商对分销渠道的营业收入、毛利额影响较小。2019 年因减少加盟商数量较多，导致当期减少加盟商的收入和毛利额占比较大。

报告期各期单个加盟商、经/代销商平均销售金额如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月			2019 年度			2018 年度			2017 年度		
	金额	数量	单个金额	金额	数量	单个金额	金额	数量	单个金额	金额	数量	单个金额
加盟商	814.66	37	22.02	6,423.15	44	145.98	5,544.38	39	142.16	5,336.50	27	197.65
经/代销商	1,281.49	149	8.60	5,354.63	212	25.25	5,667.98	209	27.12	4,638.57	165	28.11

公司于 2016 年开始拓展加盟商渠道，2017 年新增加盟商数量较多，新增加盟商出于铺货需求当年向公司采购金额较高，使得公司对单个加盟商平均销售额较高。2018-2019 年公司每年新增加盟商数量在 10 家左右，公司对单个加盟商平均销售额基本保持稳定，2020 年上半年新冠肺炎疫情对终端零售市场冲击较大，加盟商业务规模下滑幅度较大，导致公司对单个加盟商平均销售额下降。

公司于 2017 年开始加大对经/代销商渠道的扩张，使得 2018 年度新增经/代销商数量及规模增长较大。公司大部分经/代销商根据特定市场的客户需求向公司采购，其经营模式以销定采为主，不存在类似加盟店铺货的需求，故 2017-2019 年公司对单个经/代销商的平均销售金额基本保持稳定，2020 年上半年受新冠肺炎疫情影响公司对单个经/代销商平均销售额下降。

除使用公司商号的辽宁万事利、广州万事利丝绸、深圳万事利和北京万事利，以及公司离职员工裘凯恩投资的子隆贸易属于公司其他潜在利益相关方外，其他主要加盟商、经/代销商与公司均无关联关系。

3、产品主要销售对象

在直销模式下，公司直接将丝绸文化创意品**（自有终端品牌）**、口罩销售给企事业单位、个人消费者，将丝绸纺织制品**（非自有终端品牌）**销售给女装品牌企业。分销模式下，公司以买断/代销方式将丝绸文化创意品销售给分销商，将口罩以买断方式销售给贸易商。

4、主要产品销售价格变动情况

公司历年向市场不断推出新产品，同时亦根据客户的具体订单开发个性化产品，各类产品销售单价受当期细分产品结构、主推产品、个性化定制订单的影响较大。报告期内，公司主要产品或服务的销量、单价情况如下：

单位：万套、万件、万米，元/套、元/件、元/米

类别	项目	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
		销量	单价	销量	单价	销量	单价	销量	单价
丝绸文化创意品（自有终端品牌）	丝巾	19.40	166.38	83.85	172.96	96.65	158.58	78.79	179.29
	组合套装	12.61	202.41	47.06	202.31	22.71	272.28	14.81	417.37
	家纺	4.05	747.24	12.92	573.22	14.81	417.63	22.64	329.58
	品牌服装	1.77	530.43	9.86	412.95	12.89	354.33	8.72	445.47
	围巾	3.17	99.24	18.75	72.73	36.43	55.98	16.99	88.62
	丝绸工艺品	0.33	198.00	0.85	1,062.92	1.20	1,089.75	1.34	463.27
丝绸纺织制品（非自有终端品牌）	丝绸面料	92.49	59.63	261.30	63.73	281.67	60.02	341.11	51.58
	贴牌服装	25.23	122.90	77.55	144.96	145.26	99.89	168.13	78.40
	数码印花加工	92.54	9.73	169.53	10.79	118.21	8.06	47.23	15.44
口罩	平面口罩	8,823.08	1.71	-	-	-	-	-	-
	立体口罩	274.17	7.59	-	-	-	-	-	-

报告期内，公司产品销售单价波动原因参见第八节之“十三、（二）5、（1）公司主要产品或服务的销量、单价情况”。

（二）主要客户情况

1、分部前五大客户情况

报告期内，公司与丝绸文化创意品**（自有终端品牌）**前五大客户合作情况如下：

单位：万元

项目	客户名称	收入金额	占比	主要商品	销售模式	信用期限	期末应收账款余额	期后回款金额[注 10]	合作背景	合作历史	同类产品采购占比[注 9]	具体合作方式和主要合同条款
2020年1-6月	博洋家纺	213.14	1.91%	家纺	直销客户	双方采用等值置换对方货品形式在约定时间内进行结算	-	-	公司借助博洋家纺在家纺行业的特有的供应链渠道，推出合作款蚕丝被，促进销售增长	2017年开始合作	20%以下	直销合作方式，在合同中约定产品规格、数量、金额及交货期限、付款方式等内容。
	万事利集团及其关联方	212.57	1.91%	丝巾、品牌服装、家纺	直销客户	收票后一个月付款	8.80	8.80	为满足该公司正常经营需求发生的采购	长期合作	100.00%	直销合作方式，在长期销售合同中约定供货折扣、结算方式、付款方式、供货方式、货物验收等主要条款。具体的产品规格、数量及交货期限等内容通过订单确定。
	国金黄金	152.48	1.37%	其他（定制福包、香囊）	直销客户	收到发票后付款	1.39	1.39	国金黄金系贵金属销售商，其在向客户销售产品时会配套附送福包、香囊等产品，以此来提升产品的文化内涵，公司是福包和香囊的供应商	2016年开始合作	/	直销合作方式，在合同中约定产品规格、数量、金额及交货期限、付款方式等内容。
	彩丝丝绸[注 7]	146.18	1.31%	品牌服装、家纺	分销商	款到发货	18.07	18.07	客户认可公司品牌，由公司主动开发的加盟商	2017年开始合作	100.00%	加盟合作方式，在品牌特许经营协议中约定许可期限、经营区域、供货折扣、推广、保密、市场经营管理、违约责任等主

单位：万元

项目	客户名称	收入金额	占比	主要商品	销售模式	信用期限	期末应收账款余额	期后回款金额[注 10]	合作背景	合作历史	同类产品采购占比[注 9]	具体合作方式和主要合同条款
												要条款。具体的产品规格、数量及交货期限等内容通过订单确定。
	深圳万事利	116.87	1.05%	组合套装、丝巾、家纺	分销商	每月结算一次	42.99	42.99	为承接发行人原深圳分公司业务及人员且使用公司商号的经销商	2016 年开始合作	100.00%	经销合作方式，在代理协议书中约定许可期限、经营区域、供货折扣、产品供应结算、推广、保密、市场经营管理、违约责任等主要条款。具体的产品规格、数量及交货期限等内容通过订单确定。
	合计	841.24	7.55%				71.25	71.25				
2019 年度	事帛丝绸及其关联方[注 1]	1,257.48	3.08%	品牌服装、家纺、丝巾	分销商	每月结算一次	243.65	243.65	事帛丝绸与佑盛丝绸属同一实际控制人控制，其于 2019 年末承继了佑盛丝绸与公司的合作关系	2017 年开始合作	100.00%	加盟合作方式，在品牌特许经营协议中约定许可期限、许可区域及营业地、保证金、信息披露及商业秘密保护、开业条件、供货折扣、产品提供和配送、销售与管理、违约责任、商业贿赂禁止等内容。具体的产品规格、数量及交货期限等内容通过订单确定。
	彩丝丝绸	1,171.32	2.87%	品牌服装、家纺、丝巾	分销商	款到发货	-	-	客户认可公司品牌，由公司主动开发的加盟商	2017 年开始合作	100.00%	加盟合作方式，在品牌特许经营协议中约定许可期限、经营区域、供货折扣、推

单位：万元

项目	客户名称	收入金额	占比	主要商品	销售模式	信用期限	期末应收账款余额	期后回款金额[注 10]	合作背景	合作历史	同类产品采购占比[注 9]	具体合作方式和主要合同条款
												广、保密、市场经营管理、违约责任等主要条款。具体的产品规格、数量及交货期限等内容通过订单确定。
	万事利集团及其关联方[注 3]	858.06	2.10%	品牌服装、家纺、组合套装、丝巾	直销客户	每月结算一次	87.44	87.44	为满足该公司正常经营需求发生的采购	长期合作	100.00%	直销合作方式，在长期销售合同中约定供货折扣、结算方式、付款方式、供货方式、货物验收等主要条款。具体的产品规格、数量及交货期限等内容通过订单确定。
	蚕运源贸易及其关联方[注 8]	852.91	2.09%	家纺、组合套装、丝巾	分销商	款到发货	77.07	77.07	客户认可公司品牌，由公司主动开发的加盟商	2017 年开始合作	100.00%	加盟合作方式，在品牌特许经营协议中约定供货折扣、许可期限、经营区域、产品供应结算、推广、保密、市场经营管理、违约责任等主要条款。具体的产品规格、数量及交货期限等内容通过订单确定。
	深圳万事利	523.14	1.28%	家纺、组合套装、丝巾	分销商	每月结算一次	94.56	94.56	为承接发行人原深圳分公司业务及人员且使用公司商号的经销商	2016 年开始合作	100.00%	经销合作方式，在代理协议书中约定许可期限、经营区域、供货折扣、产品供应结算、推广、保密、市场经营管理、违约责任等主要条款。具

单位：万元

项目	客户名称	收入金额	占比	主要商品	销售模式	信用期限	期末应收账款余额	期后回款金额[注 10]	合作背景	合作历史	同类产品采购占比[注 9]	具体合作方式和主要合同条款
												体的产品规格、数量及交货期限等内容通过订单确定。
	合计	4,662.91	11.42%				502.73	502.73				
2018年度	佑盛丝绸及其关联方[注 2]	1,353.28	3.39%	品牌服装、家纺、丝巾	分销商	每月结算一次	222.84	222.84	客户认可公司品牌，由公司主动开发的加盟商	2017年开始合作	100.00%	加盟合作方式，在品牌特许经营协议中约定许可期限、许可区域及营业地、保证金、信息披露及商业秘密保护、开业条件、供货折扣、产品提供和配送、销售与管理、违约责任、商业贿赂禁止等内容。具体的产品规格、数量及交货期限等内容通过订单确定。
	惠买在线及其关联方[注 4]	1,100.71	2.76%	家纺、丝巾	分销商	公司收到代销清单后对账结算，次月付款	66.74	66.74	惠买在线运营电视购物渠道，公司为开拓电视购物市场，与其合作推出多款真丝床上套件产品	2016年开始合作	20.00-50.00%	代销合作方式，在供销合同中约定 SCM 系统数据电文交换、商品价格、商品质量、商品包装、货物运输及费用承担、商品验收、销售及支持、货款结算、售后服务、退换货管理、知识产权、保密条款、违约责任、争议解决等内容。具体的产品规格、数量及交货期限等内容通过订单确定。

单位：万元

项目	客户名称	收入金额	占比	主要商品	销售模式	信用期限	期末应收账款余额	期后回款金额[注 10]	合作背景	合作历史	同类产品采购占比[注 9]	具体合作方式和主要合同条款
	万事利集团及其关联方	691.08	1.73%	品牌服装、家纺、组合套装、丝巾	直销客户	每月结算一次	72.41	72.41	为满足该公司正常经营需求发生的采购	长期合作	100.00%	直销合作方式，在长期销售合同中约定供货折扣、结算方式、付款方式、供货方式、货物验收等主要条款。具体的产品规格、数量及交货期限等内容通过订单确定。
	深圳万事利	680.67	1.71%	家纺、组合套装、丝巾	分销商	每月结算一次	40.38	40.38	为承接发行人原深圳分公司业务及人员且使用公司商号的经销商	2016年开始合作	100.00%	加盟合作方式，在品牌特许经营协议中约定许可期限、经营区域、供货折扣、产品供应结算、推广、保密、市场经营管理、违约责任等主要条款。具体的产品规格、数量及交货期限等内容通过订单确定。
	福粒科技	543.27	1.36%	围巾	分销商	合同签订后支付定金 20 万，2018 年 12 月 31 日前支付 380 万，2019.01.31 前支付 220 万（定金冲抵）	500.45	500.45	该经销商成立系以发展电商平台为目的，为寻求优质平台供应商主动向公司寻求合作	2018年开始合作	100.00%	经销合作方式，在运营合作协议中约定 API 接口业务数据交换、商品质量、商品包装、货物运输及费用承担、商品验收、销售及支持、货款结算、售后服务、退换货管理、知识产权、保密条款、违约责任、争议解决等内容。具体的产品规格、数量及交货期限

单位：万元

项目	客户名称	收入金额	占比	主要商品	销售模式	信用期限	期末应收账款余额	期后回款金额[注 10]	合作背景	合作历史	同类产品采购占比[注 9]	具体合作方式和主要合同条款
												等内容通过订单确定。
	合计	4,369.01	10.95%				902.82	902.82				
2017年度	惠买在线及其关联方	1,936.27	5.30%	家纺、组合套装、丝巾	分销商	公司收到代销清单后对账结算，次月付款	104.95	104.95	惠买在线运营电视购物渠道，公司为开拓电视购物市场，与其合作推出多款真丝床上套件产品	2016年开始合作	20.00-50.00%	代销合作方式，在供销合同中约定 SCM 系统数据电文交换、商品价格、商品质量、商品包装、货物运输及费用承担、商品验收、销售及支持、货款结算、售后服务、退换货管理、知识产权、保密条款、违约责任、争议解决等内容。具体的产品规格、数量及交货期限等内容通过订单确定。
	江南丝府[注 5]	1,759.66	4.82%	品牌服装、家纺、丝巾	分销商	每月结算一次	215.16	215.16	客户认可公司品牌，由公司主动开发的加盟商	2017年开始合作	100.00%	加盟合作方式，在品牌特许经营协议中约定许可期限、许可区域及营业地、保证金、信息披露及商业秘密保护、开业条件、供货折扣、产品提供和配送、销售与管理、违约责任、商业贿赂禁止等内容。具体的产品规格、数量及交货期限等内容通过订单确定。
	中国邮政[注 6]	832.02	2.28%	家纺、组合套	直销客户	开票后 6 个	309.24	309.24	G20 期间，公司	2015	60.00-100.00%	直销合作方式，在销

单位：万元

项目	客户名称	收入金额	占比	主要商品	销售模式	信用期限	期末应收账款余额	期后回款金额[注 10]	合作背景	合作历史	同类产品采购占比[注 9]	具体合作方式和主要合同条款
				装、围巾		月内			开始与中国邮政杭州地区下属公司合作销售组合套装，其后随着合作的深化，公司与其合作逐步拓展到和中国邮政其他分公司合作	年开始合作		售合同中约定具体的产品规格、数量、单价及交货期限等。
	万事利集团及其关联方	753.15	2.06%	品牌服装、家纺、组合套装、丝巾	直销客户	每月结算一次	64.25	64.25	为满足该公司正常经营需求发生的采购	长期合作	100.00%	直销合作方式，在长期销售合同中约定供货折扣、结算方式、付款方式、供货方式、货物验收等主要条款。具体的产品规格、数量及交货期限等内容通过订单确定。
	深圳万事利	698.02	1.91%	家纺、组合套装、丝巾	分销商	每月结算一次	92.04	92.04	为承接发行人原深圳分公司业务及人员且使用公司商号的经销商	2016年开始合作	100.00%	加盟合作方式，在品牌特许经营协议中约定许可期限、经营区域、供货折扣、产品供应结算、推广、保密、市场经营管理、违约责任等主要条款。具体的产品规格、数量及交货期限等内容通过订单确定。
	合计	5,979.12	16.37%				785.64	785.64				

注 1：2019 年 1 月佑盛丝绸、鸿之祥丝绸、丝展丝绸统一与万事利丝绸签订联合体合同。事帛丝绸与佑盛丝绸属同一实际控制人控制，其于 2019 年末承继了佑盛丝绸与发行人的合作关系。上述四家公司按合并口径统一披露；

注 2：2018 年 3 月江南丝府、杭州梅岭丝绸有限公司、鸿之祥丝绸、佑盛丝绸、丝展丝绸统一与万事利丝绸签订联合体合同。上述五家公司按合并口径统一披露；

公司与加盟商签订加盟合同，根据合作目标确定相应折扣、返利比例等优惠政策，江南丝府、杭州梅岭丝绸有限公司、鸿之祥丝绸、佑盛丝绸、丝展丝绸、事帛丝绸实际控制人系多年合作伙伴关系，为通过提高采购目标从而享受更为优惠的加盟政策，上述 6 家企业主动作为联合体与公司签订加盟商合同，定义为联合体合同。公司与客户签订联合体合同不属于行业惯例。

报告期内，公司仅与上述 6 家企业签订了联合体合同，签订周期基本为每年一签（为将每期合同时间调整为年初至年末，2018 年公司与其合同签订周期为 2018 年 3 月至 2018 年 12 月），各期因对方联合体包括的企业数量变化（并非每期均由 6 家企业与公司签订联合体合同）导致与公司签订加盟商合同的主体发生变化，不存在联合体客户存在交叉的情形。截至报告期末，公司已不存在与客户签订联合体合同的情形。

注 3：万事利集团及其关联方指除公司及分子公司外的万事利集团及其下属企业；

注 4：惠买在线、南昌惠买在线科技有限公司、北京惠买网络科技有限公司、西藏植朵商贸有限公司四者为同一体系内关联公司，按合并口径统一披露；

注 5：不包括公司丝绸纺织制品业务向江南丝府销售商品部分；

注 6：中国邮政安徽省分公司及中国邮政集团公司其他分支机构按合并口径统一披露；

注 7：公司与彩丝丝绸约定的信用政策为款到发货，与该客户合作以来货款支付及时，为公司主要加盟商，2020 年受新冠肺炎疫情影响，该客户经营受到影响，故公司给予其一定的信用期限，期末有部分欠款；

注 8：蚕运源贸易、柏丝祥贸易、杭州万丝祥贸易有限责任公司三者为同一体系内关联公司，按合并口径统一披露。公司与其约定的信用政策为款到发货，与该客户合作以来货款支付及时，为公司主要加盟商，2020 年受新冠肺炎疫情影响，该客户经营受到影响，故公司给予其一定的信用期限，期末有部分欠款；

注 9：根据保荐机构、申报会计师走访时访谈的情况填列，下同，国金黄金未提供向公司采购额占同类采购的比例；

注 10：各期末期后回款统计截止日为 2020 年 9 月 30 日，下同。

公司针对不同销售模式下客户制定了相应的价格政策，产品特殊折扣申请亦制定了相应的审批流程。报告期内，公司与各期前五大客户的交易定价公允，不同客户因适应定价机制不同而导致毛利率存在差异，公司丝绸文化创意品价格确定原则为成本加成法。（1）对于常规产品，针对企业团购客户，由于公司丝绸文化创意品兼具商务需求与个人消费需求，部分客户采购金额和频次相对较高，合作关系较为稳定，因此，公司通常以产品吊牌价为基准，根据客户采购产品类型、采购规模、合作历史等因素，给予一定折扣。针对加盟商、经/代销商等分销客户，公司综合考虑年度提货额、历史指标完成情况、开店数量（加盟商）、采购产品类型等因素，以吊牌价为基准并给予一定折扣，不同客户折扣有所差异；（2）对于个性化定制产品，不同客户根据自身的采购需求，对产品的规格如尺寸、材质、花色等都会有不同的要求，从而使得不同规格的产品价格不同，而不同规格

的产品其生产成本也有所不同，使得不同客户间的毛利率存在差异。

报告期内，公司丝绸文化创意品前五大客户的销售收入分别为 5,979.05 万元、4,369.01 万元、4,662.91 万元和 841.24 万元，占公司同类主营业务收入的比例分别为 16.37%、10.95%、11.42%和 7.55%，前五大客户销售收入及销售占比整体呈下降趋势，其中 2018 年和 2020 年 1-6 月前五大客户销售额及占比较上年同期下降幅度较大，具体原因如下：

（1）2018 年公司丝绸文化创意品前五大客户销售额较 2017 年减少 1,610.04 万元，主要系因公司考虑到代销业务存在一定库存风险，且电视购物渠道竞争日益激烈，货物的仓储及监管成本较高，2018 年起公司逐步减少了与电视购物渠道的代销合作，导致当期公司向惠买在线销售额较 2017 年减少 835.56 万元。此外，公司丝绸文化创意品主要面向个人零售客户、各类企事业单位及全国各地分销商，客户数量众多，销售集中度较低，同时丝绸产品属于可选消费品，客户每年根据实际情况进行采购，导致报告期前五大主要客户变动较大。

（2）公司前五大客户以分销商为主，2020 年 1-6 月受新冠肺炎疫情影响，公司主要分销商尤其是加盟商开业时间较短导致当期公司向加盟商收入下滑较大，进而导致前五大客户销售金额及占比均呈下降趋势。

报告期内，公司与丝绸纺织制品**（非自有终端品牌）**前五大客户合作情况如下：

单位：万元

项目	客户名称	收入金额	占比	主要商品	销售模式	信用期限	期末应收账款余额	期后回款金额	合作背景	合作历史	同类产品采购占比[注 5]	具体合作方式和主要合同条款
2020 年 1-6 月	GUESS	1,003.00	9.92%	贴牌服装	直销客户	提单日后 90 天付款	712.49	375.55	2016 年经介绍接洽，主要销售非丝类服装	2016 年开始合作	/	直销合作方式，在框架协议或订单中约定交货期、数量、样品确认、质量验收
	鄂尔多斯及其关联方	754.12	7.46%	贴牌服装	直销客户	预付 20%定金，发货后且开具等额	87.50	87.50	2009 年于展会接洽，2010 年开发打样，最初从围	2010 年开始合作	20.00-50.00%	

单位：万元

项目	客户名称	收入金额	占比	主要商品	销售模式	信用期限	期末应收账款余额	期后回款金额	合作背景	合作历史	同类产品采购占比[注 5]	具体合作方式和主要合同条款
						发票后 5 日内付 60%，收到货物且开具等额发票后 45 日内付 20%			巾及全真丝，丝混面料开始合作，后陆续开展到女装成衣类产品			标准、付款方式等事项
	日播时尚及其关联方[注 7]	673.64	6.66%	丝绸面料	直销客户	预付 20%定金，收到货物且开具等额发票后 45-60 日内支付尾款	431.09	424.59	2010 年于展会接洽，主营真丝类面料	2010 年开始合作	80.00-100.00%	
	CWF	662.16	6.55%	贴牌服装	直销客户	开票后 90 天付款	645.75	396.04	CWF 为全球知名童装品牌公司，公司主要销售高端童装	2015 年开始合作	/	
	帛淼服饰及其关联方[注 6]	567.60	5.62%	数码印花加工、丝绸面料	直销客户	面料采购业务为 30%定金，剩余部分在验收开票后 60 天内结清；数码印花加工业务为开具加工清单及发票后月结	507.04	185.73	公司前员工任监事企业，对公司的品质管控、工艺技术较为满意	2015 年开始合作	20.00%以下	
	合计	3,660.52	36.21%				2,383.87	1,469.41				
2019 年度	爱慕股份及其关联方[注 1]	2,503.33	7.95%	丝绸面料	直销客户	出货后 60-90 天	476.50	476.50	2005 年于展会接触，2006 年开始正式合作，主营全真丝、丝混面料及相关家居成	长期合作	20.00-50.00%	直销合作方式，在框架协议或订单中约定交货期、数量、样品确

单位：万元

项目	客户名称	收入金额	占比	主要商品	销售模式	信用期限	期末应收账款余额	期后回款金额	合作背景	合作历史	同类产品采购占比[注 5]	具体合作方式和主要合同条款
									衣及周边产品			认、质量验收标准、付款方式等事项
	鄂尔多斯及其关联方[注 2]	2,450.05	7.78%	贴牌服装	直销客户	预付 30%定金，发货后且开具等额发票后 5 日内付 60%，收到货物且开具等额发票后 45 日内付 10%	785.74	785.74	2009 年于展会接触，2010 年开发打样，最初从围巾及全真丝，丝混面料开始合作，后陆续开展到女装成衣类产品	2010 年开始合作	20.00-50.00%	
	锦泓集团及其关联方[注 3]	2,206.41	7.01%	丝绸面料	直销客户	常规产品订单为收货并开票后 35 天付款，非常规产品为预付 30%定金，验收合格入库开票后 35 天内支付 70%/装箱单提货支付 60%，验收合格入库开票后 35 天内支付 10%	211.61	211.61	锦泓集团作为国内上市女装品牌，对丝绸面料质量、交货时间等服务有特定较高要求。公司在行业内口碑较好，对方主动寻求合作	2017 年开始合作	20.00-50.00%	
	GUESS	1,749.60	5.56%	贴牌服装	直销客户	提单日后 2 个月付款	767.25	767.25	2016 年经介绍接洽，主要销售非丝类服装	2016 年开始合作	/	
	嘉盈兴业及其关联方[注 4]	1,674.48	5.32%	丝绸面料	直销客户	预付 30%定金，验收收货合格并开	186.70	186.70	2017 年经介绍接洽，2018 年开始交易，主营真丝	2018 年开始合作	80.00%	

单位：万元

项目	客户名称	收入金额	占比	主要商品	销售模式	信用期限	期末应收账款余额	期后回款金额	合作背景	合作历史	同类产品采购占比[注 5]	具体合作方式和主要合同条款
						具发票后 30 个工作日内支付 70%尾款			及混丝面料			
	合计	10,583.87	33.62%				2,427.80	2,427.80				
2018 年度	鄂尔多斯及其关联方	2,583.78	7.52%	贴牌服装	直销客户	预付 30%定金，发货并开票后 5 日内 60% 货款，收货并开票后 45 日内付清余款	365.67	365.67	2009 年于展会接触，2010 年开发打样，最初从围巾及全真丝、丝混面料开始合作，后陆续开展到女装成衣类产品	2010 年开始合作	20.00-50.00%	直销合作方式，在框架协议或订单中约定交货期、数量、样品确认、质量验收标准、付款方式等事项
	GUESS	2,173.30	6.32%	贴牌服装	直销客户	提单日后 2 个月付款	627.77	627.77	2016 年经介绍接洽，主要销售非丝类服装	2016 年开始合作	/	
	锦泓集团及其关联方	1,841.50	5.36%	丝绸面料	直销客户	常规产品订单为收货并开票后 35 天付款，非常规产品为预付 30%，验收合格入库开票后 35 天内支付 70%/装箱单提货支付 60%，验收合格入库开票后 35 天内支付 10%	300.61	300.61	锦泓集团作为国内上市女装品牌，对丝绸面料质量、交货时间等服务有特定较高要求。公司在行业内口碑较好，对方主动寻求合作	2017 年开始合作	20.00-50.00%	
	CWF	1,612.63	4.69%	贴牌服装	直销客户	开票后 90	900.15	900.15	CWF 为全球知	2015 年	/	

单位：万元

项目	客户名称	收入金额	占比	主要商品	销售模式	信用期限	期末应收账款余额	期后回款金额	合作背景	合作历史	同类产品采购占比[注 5]	具体合作方式和主要合同条款
						天付款			名童装品牌公司，公司主要销售高端童装	开始合作		
	爱慕股份及其关联方	1,362.28	3.96%	丝绸面料	直销客户	出货后 60-90 天	220.25	220.25	2005 年于展会接触，2006 年开始正式合作，主营全真丝、丝混面料及相关家居成衣及周边产品	长期合作	20.00-50.00%	
	合计	9,573.49	27.85%				2,414.45	2,414.45				
2017 年度	爱慕股份及其关联方	1,553.11	4.55%	丝绸面料	直销客户	出货后 60-90 天	320.18	320.18	2005 年于展会接触，2006 年开始正式合作，主营全真丝、丝混面料及相关家居成衣及周边产品	长期合作	20.00-50.00%	直销合作方式，在框架协议或订单中约定交货期、数量、样品确认、质量验收标准、付款方式等事项
	CWF	1,452.89	4.25%	贴牌服装	直销客户	开票后 90 天付款	657.72	657.72	CWF 为全球知名童装品牌公司，公司主要销售高端童装	2015 年开始合作	/	
	LOBLAWS	1,422.95	4.16%	贴牌服装	直销客户	提单日后 2 个月付款	92.87	92.87	2015 通过介绍开始接触，2016 开始正式合作，主要经营非丝服装	2016 年开始合作	/	
	博马努瓦	1,360.46	3.98%	贴牌服装	直销客户	开票后 45 天内付款	4.56	4.56	2012 年于展会接触，2013 年开发打样，博马努瓦品牌多门店多，订单量大，主要经营非丝服装	2013 开始合作	20.00-50.00%	
	华鼎西服	1,144.39	3.35%	丝绸面料	直销客户	预付 30%定金，大货船	306.88	306.88	客户为公司另一客户爱帛服饰指	2017 年开始合	20.00-50.00%	

单位：万元

项目	客户名称	收入金额	占比	主要商品	销售模式	信用期限	期末应收账款余额	期后回款金额	合作背景	合作历史	同类产品采购占比[注 5]	具体合作方式和主要合同条款
						头版经过确认后，支付40%中期款，验收合格后月结后30日内付清余款			定服装加工厂，公司供应相关面料	作		
	合计	6,933.81	20.30%				1,382.21	1,382.21				

注 1：爱慕股份、北京爱慕文化发展有限公司、重庆爱慕美丽服饰有限公司、北京爱慕郡是服饰有限公司四者为同一体系内关联公司，按合并口径统一披露；

注 2：天津绒耀、北京鄂尔多斯时装有限公司、北京鄂尔多斯创展服装有限公司、内蒙古鄂尔多斯服装有限公司、鄂尔多斯五者为同一体系内关联公司，按合并口径统一披露；

注 3：上海维格娜丝时装有限公司、锦泓集团两者为同一体系内关联公司，按合并口径统一披露；

注 4：嘉盈兴业与广州市格风服饰有限公司系同受胡启明控制，按合并口径统一披露；

注 5：客户未提供相关数据;

注 6：帛淼服饰、龙品纺织两者为同一体系内关联公司，按合并口径统一披露；

注 7：日播时尚、上海日播至诚服饰有限公司、上海日播、上海日播投资控股有限公司四者为同一体系内关联公司，按合并口径统一披露。

丝绸纺织制品不同客户产品差异较大导致毛利率存在差异，如爱慕股份及其关联方主要采购丝绸面料、鄂尔多斯及其关联方主要采购丝绸服装、GUESS 和 LOBLAWS 主要采购非丝服装、CWF 主要采购非丝童装、帛淼服饰及其关联方主要采购数码印花加工服务，公司针对客户定价制定了相应的审批流程，以核算毛利率确定产品价格。报告期内，公司与各期前五大客户的交易定价公允。

报告期内，公司丝绸纺织制品前五大客户的销售收入分别为 6,933.81 万元、9,573.49 万元、10,583.87 万元和 3,660.52 万元，

占公司同类主营业务收入的比例分别为20.30%、27.85%、33.62%和36.21%，2017-2019年，丝绸纺织制品前五大客户销售收入及销售占比呈上升趋势，主要系公司丝绸纺织制品前五大客户以知名品牌服装企业为主，公司在产品质量、技术含量、渠道管控能力、商业信誉等方面获得了客户的认可，双方合作规模不断扩大，在丝绸纺织制品收入逐年下滑的情形上前五大客户销售占比仍不断提升。2020年1-6月，受新冠肺炎疫情的影响，公司向丝绸纺织制品前五大客户销售额下降。

2020年1-6月，公司与口罩产品前五大客户合作情况如下：

单位：万元

项目	客户名称	收入金额	占比	主要商品	销售模式	信用期限	期末应收账款余额	期后回款金额	合作背景	合作历史	同类产品采购占比	具体合作方式和主要合同条款
2020年1-6月	本真商贸	5,972.62	34.71%	平面及立体口罩	分销商	先款后货	-	-	经人介绍	2020年开始合作	80.00-100.00%	分销合作方式，在销售合同中约定口罩品名、规格、数量、单价、金额、交货日期、交货地点、验收方式等
	妇帮医疗	724.78	4.21%	立体口罩	分销商	先款后货	-	-	客户主动联系公司询价	2020年开始合作	80.00-100.00%	
	AMGPRO	706.90	4.11%	平面口罩	分销商	合同签订后预付30%，发货前预付70%	-	-	客户主动联系公司询价	2020年开始合作	/[注]	
	WING SEE	530.78	3.08%	平面口罩	分销商	先款后货	-	-	客户主动联系公司询价	2020年开始合作	80.00-100.00%	
	高斯博医疗	434.73	2.53%	立体口罩	分销商	2020.4.26日前支付41.25万元，剩余货款在完成交货收到发票后付款	-	-	经人介绍	2020年开始合作	/	
	合计	8,369.82	48.64%				-	-				

注：客户未提供相关数据。

2020 年 1-6 月受新冠肺炎疫情影响，口罩相关原材料价格波动较大，受原材料价格、客户采购规模、货期的影响，公司对客户的毛利率差异较大，如公司向本真商贸销售规模较大，给予较低的价格导致毛利率较低；公司向高斯博医疗销售口罩主要在 2020 年 5 月出库，因该批口罩于 2020 年 4 月采购相应直接材料成本较高，导致毛利率较低。综上，公司对口罩前五大客户定价公允。

报告期内，公司不存在向单个客户销售比例超过当期营业收入 50%或严重依赖少数客户的情况。前五名客户中万事利集团系公司控股股东，深圳万事利于 2016 年承接了公司深圳市场业务，吸收了当时万事利丝绸深圳分公司的员工和客户，帛淼服饰系公司离职员工金增凯担任监事的企业，上述两家企业系公司其他潜在利益相关方，除此之外，其他客户与公司均不存在关联关系。万事利集团与其下属企业因日常经营管理需要，向公司采购产品作为商务用品或员工福利，深圳万事利作为公司的地区经销商向公司采购产品进行分销，帛淼服饰及其关联方采购印花加工服务用于自身生产经营，上述关联交易具备真实合理性。发行人与上述客户不存在其他利益安排。

2、前五大客户变动情况

报告期内，公司丝绸文化创意品**（自有终端品牌）**各期前五大客户销售收入及变动情况如下：

单位：万元

客户名称	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度	变动原因
惠买在线及其关联方	-	391.46	1,100.71	1,936.27	该客户为公司主要的电视购物渠道运营商，2016 年底开始与公司合作，属于代销模式，公司考虑到代销业务库存风险相对较大，且电视购物渠道竞争日益激烈，经营成本较高，主动缩减了代销业务的规模，故销售规模逐年下降。
事帛丝绸及其关联方	26.25	1,257.48	1,353.28	1,759.66	该客户为公司的主要加盟商之一，2020 年 1-6 月受新冠肺炎疫情影响，加盟商营业时间较短，故公司对其销售额下降较多。
中国邮政	13.00	112.18	380.69	832.02	该客户主要向公司采购定制产品，销售额受客户特定需求的影响，故报告期销售额变动较大。
万事利集团及其关联方	212.57	858.06	691.08	753.15	公司主要向控股股东万事利集团及其关联方销售丝绸文化创意品，公司丝绸文化创意品具备当地文化特色，适合在日常经营活动中使用，销售额相对稳定。
深圳万事利	116.87	523.14	680.67	698.02	深圳万事利为公司地区代理型经销商，销售额相对稳定，2020 年 1-6 月受新冠肺炎疫情影响公司对其销售收入下滑。
福粒科技	1.66	8.57	543.27	-	该客户 2018 年度向公司采购定制款产品，销售给其下游某客户，单笔采购额大，故 2018 年进入公司前五大客户。
彩丝丝绸	146.18	1,171.32	357.91	235.62	彩丝丝绸于 2017 年 10 月与公司开始合作，为公司长期合作的加盟商。报告期内，彩丝丝绸因扩大店面经营业绩逐步提高，销售额逐年增长，2020 年 1-6 月受新冠肺炎疫情影响，客户营业时间较短，故公司对其销售额下滑较多。
蚕运源贸易及其关联方	79.08	852.91	476.48	217.42	该客户于 2018 年末新开一家加盟店，销售额明显增加，2020 年 1-6 月受新冠肺炎疫情影响，客户营业时间较短，故公司对其销售额下滑较多。
国金黄金	152.48	144.89	-	23.08	该客户向公司采购定制款产品，销售额受客户特定需求的影响，变动较大。
博洋家纺	213.14	9.16	-	286.74	该客户 2017 年与公司进行品牌合作，推出合作款蚕丝被；2020 年 1-6 月双方再次合作销售新款蚕丝被。

报告期内，公司丝绸纺织制品**（非自有终端品牌）**各期前五大客户销售收入及变动情况如下：

单位：万元

客户名称	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度	变动原因
爱慕股份及其关联方	212.34	2,503.33	1,362.28	1,553.11	报告期内，双方合作情况良好，2019 年度，该客户采购的品类数量增加导致销售额增加，2020 年 1-6 月受疫情影响，公司对其销售额下滑较多。
鄂尔多斯及其关联方	754.12	2,450.05	2,583.78	1,033.80	该客户认可公司产品品质，故 2018 年起提升了对公司的采购比例，2020 年 1-6 月受疫情影响，公司对其销售额下滑。
锦泓集团及其关联方	390.03	2,206.41	1,841.50	937.11	双方于 2017 年开始合作，因该客户对公司产品品质较为认可故向公司采购金额不断上升，2020 年 1-6 月受疫情影响，公司对其销售额下滑。
GUESS	1,003.00	1,749.60	2,173.30	1,064.68	2017 年双方合作后该客户对公司产品品质较为认可故增加了向公司的采购量。
日播时尚及其关联方	673.64	315.37	591.47	538.18	2019 年公司向其销售金额下降主要原因系当期订单时间安排较晚，部分产品在 2020 年初发货。2020 年 1-6 月该客户线上平台销售受疫情影响较小，双方交易金额较为稳定。
帛淼服饰及其关联方	567.60	1,579.09	760.85	109.41	2017 年该客户以采购丝绸面料为主，2018 年起以采购数码印花加工服务为主，该客户对公司数码印花工艺、产品质量较为满意，双方交易金额逐年增长。
嘉盈兴业及其关联方	286.80	1,674.48	266.53	-	双方于 2018 年开始合作，该客户对公司供货能力及产品质量较为满意，2019 年增加了向公司的采购量，2020 年 1-6 月受疫情影响，公司对其销售额下滑。
CWF	662.16	1,078.00	1,612.63	1,452.89	公司向该客户销售模式为每年提供样式设计图稿供公司设计样品，再由该客户挑选样品进行批量采购，2019 年该客户选中的样品少于前两年导致采购额下滑。
LOBLAWS	-	847.41	527.80	1,422.95	该客户以采购非丝服装为主，与公司战略不符，公司主动放弃了部分订单。
博马努瓦	-	-	690.33	1,360.46	因产品款式、价格等因素，双方于 2018 年后中止了合作。
华鼎西服	-	5.39	35.80	1,144.39	华鼎西服系服装加工厂，受终端客户需求影响，双方自 2017 年后逐步中止了合作。

3、丝绸纺织制品（非自有终端品牌）分模式前五大客户情况

报告期内公司通过 OEM 模式主要为品牌女装提供丝绸面料或贴牌服装，与客户全额结算成品金额；通过受托加工模式主要为非品牌客户提供数码印花加工服务，与客户净额结算加工费。两者在主要客户类型、销售内容方面存在明显区别。

公司 OEM 模式下各期前五大客户如下：

单位：万元

年度	序号	客户名称	销售金额	占当期 OEM 模式收入的比例	主要销售内容
2020 年 1-6 月	1	GUESS	1,003.00	10.89%	贴牌服装
	2	鄂尔多斯及其关联方	754.12	8.19%	贴牌服装
	3	日播时尚及其关联方	673.64	7.32%	丝绸面料
	4	CWF	662.16	7.19%	贴牌服装
	5	安正时尚	421.53	4.58%	丝绸面料
	合计		3,514.45	38.17%	
2019 年度	1	爱慕股份及其关联方	2,503.33	8.44%	丝绸面料
	2	鄂尔多斯及其关联方	2,450.05	8.26%	贴牌服装
	3	锦泓集团及其关联方	2,206.17	7.44%	丝绸面料
	4	GUESS	1,749.60	5.90%	贴牌服装
	5	嘉盈兴业及其关联方	1,576.83	5.32%	丝绸面料
	合计		10,485.97	35.37%	
2018 年度	1	鄂尔多斯及其关联方	2,578.45	7.72%	贴牌服装
	2	GUESS	2,173.30	6.50%	贴牌服装
	3	锦泓集团及其关联方	1,837.17	5.50%	丝绸面料
	4	CWF	1,612.63	4.83%	贴牌服装
	5	爱慕股份及其关联方	1,362.28	4.08%	丝绸面料
	合计		9,563.83	28.62%	
2017 年度	1	爱慕股份及其关联方	1,553.11	4.65%	丝绸面料
	2	CWF	1,452.89	4.35%	贴牌服装
	3	LOBLAWS	1,422.95	4.26%	贴牌服装
	4	博马努瓦	1,360.46	4.07%	贴牌服装
	5	华鼎西服	1,139.94	3.41%	丝绸面料
	合计		6,929.36	20.72%	

公司受托加工模式下各期前五大客户如下：

单位：万元

年度	序号	客户名称	销售金额	占当期受托加工模式收入的比例	主要销售内容
2020 年	1	帛淼服饰及其关联方	497.32	55.25%	数码喷印、后道加工

单位：万元

年度	序号	客户名称	销售金额	占当期受托加工模式收入的比例	主要销售内容
1-6月	2	展志纺织	169.54	18.84%	数码喷印、后道加工
	3	兆渤实业	43.36	4.82%	数码喷印
	4	帛库纺织	42.64	4.74%	数码喷印
	5	嘉曼服饰（天津）有限公司	36.49	4.05%	其他加工
	合计		789.35	87.69%	
2019年度	1	帛淼服饰及其关联方	951.27	52.02%	数码喷印、后道加工
	2	众配实业	180.07	9.85%	数码喷印
	3	展志纺织	114.84	6.28%	数码喷印
	4	嘉盈兴业及其关联方	97.65	5.34%	其他加工
	5	帛库纺织	83.68	4.58%	数码喷印
	合计		1,427.51	78.07%	
2018年度	1	帛淼服饰及其关联方	162.78	17.08%	数码喷印、后道加工
	2	展志纺织	148.42	15.57%	数码喷印
	3	帛库纺织	106.14	11.14%	数码喷印
	4	康满纺织品	81.13	8.51%	数码喷印
	5	润源丝织	65.81	6.91%	数码喷印
	合计		564.28	59.21%	
2017年度	1	康满纺织品	198.58	27.23%	数码喷印
	2	展志纺织	102.05	13.99%	数码喷印
	3	杭州钰鑫浩丝绸家纺有限公司	65.78	9.02%	数码喷印
	4	润源丝织	40.13	5.50%	数码喷印
	5	上海凰艮服饰有限公司	36.60	5.02%	其他加工
	合计		443.13	60.76%	

4、同一客户不同年度毛利率变动情况

①鄂尔多斯及其关联方毛利率及定价公允性分析

报告期内，公司向鄂尔多斯及其关联方销售的毛利率高于其他前五大客户，主要系产品结构差异所致。公司向鄂尔多斯及其关联方的销售以真丝材质贴牌服装为主，各期真丝材质贴牌服装销售占比分别为 86.80%、91.40%、81.58%和

90.31%；而其他前五大客户中，公司向 GUESS、CWF、LOBLAWS、博马努瓦销售的贴牌服装以非真丝材质为主，向其他客户销售以丝绸面料等产品或服务为主。由于真丝材质贴牌服装对于原材料品质和加工工艺水平要求较高，平均毛利率高于其他产品服务。

公司向鄂尔多斯及其关联方销售的毛利率与其他客户存在一定差异，差异原因具有合理性。公司丝绸纺织制品系根据客户要求贴牌生产，产品材质、款式、规格等属性差异较大。公司在明确客户订单需求后，核算每笔订单毛利率，经适当审批后向客户报价。公司向鄂尔多斯及其关联方销售的定价方式和其他客户不存在重大差异，销售定价公允。

②博马努瓦毛利率及定价公允性分析

报告期内，公司向博马努瓦销售的毛利率低于其他前五大客户，主要原因系：公司与该客户合作多年，随着采购量增加以及对方同类型供应商的增加，该客户同类产品报价逐年降低，不断压缩公司的利润空间。由于无法保障合理的利润空间，公司于 2017 年起减少了与该客户的合作，并于 2018 年上半年处理完剩余订单后终止了与该公司的合作。由于该客户报价较低，且实际生产过程中出现一定损耗，因此 2017 年度该客户销售毛利率为负，2018 年度毛利率仍较低。

公司向博马努瓦销售的毛利率与其他客户存在一定差异，差异原因具有合理性。公司向博马努瓦销售的定价方式系根据客户订单需求，核算订单毛利率并经适当审批后向客户报价，上述定价方式和其他客户不存在重大差异，销售定价公允。

5、与品牌女装客户的合作历史和合作稳定性情况

（1）与品牌女装客户的合作历史

品牌女装客户根据其内部采购管理制度的差异，会选择以“签订框架协议+下达订单”形式或者直接以下达订单形式向发行人进行采购。报告期内，发行人与主要品牌女装客户的合作历史及最新协议/订单情况如下：

单位：万元

序号	品牌女装客户名称 [注 1]	合作起始年度	最新框架协议/订单期限	历史合作是否中断 [注 2]	2020 年 1-6 月销售金额 [注 3]	2019 年度销售金额	2018 年度销售金额	2017 年度销售金额

单位：万元

序号	品牌女装客户名称[注 1]	合作起始年度	最新框架协议/订单期限	历史合作是否中断[注 2]	2020 年 1-6 月销售金额[注 3]	2019 年度销售金额	2018 年度销售金额	2017 年度销售金额
境内品牌女装客户								
1	爱慕股份及其关联方	2006 年	2020.06.17-2023.06.16	否	212.34	2,503.33	1,362.28	1,553.11
2	锦泓集团及其关联方	2017 年	2020.11.30-2020.12.07	否	390.03	2,206.41	1,841.50	937.11
3	鄂尔多斯及其关联方	2010 年	2020.09.04-2021.03.20	否	754.12	2,450.05	2,583.78	1,033.80
4	嘉盈兴业及其关联方	2018 年	2020.05.18-2021.05.17	否	286.80	1,674.48	266.53	-
5	帛淼服饰及其关联方	2015 年	2019.04.01-长期	否	567.60	1,579.09	760.85	109.41
6	日播时尚及其关联方	2010 年	2020.11.06-2021.12.31（丝绸服装） 2020.01.01-2020.12.31（面料）	否	673.64	315.37	591.47	538.18
7	华鼎西服	2017 年	2018.01.18-2018.05.13	否	-	5.39	35.80	1,144.39
8	博马努瓦	2013 年	2017.05.12-2017.06.28	否	-	-	690.33	1,360.46
境外品牌女装客户								
9	GUESS	2016 年	2020.06.25-2020.10.22	否	1,003.00	1,749.60	2,173.30	1,064.68
10	CWF	2015 年	2020.01.21-2020.04.28	否	662.16	1,078.00	1,612.63	1,452.89
11	LOBLAWS	2016 年	2019.04.23-2019.08.26	否	-	847.41	527.80	1,422.95

注 1：上表所列主要品牌女装客户指发行人历年丝绸纺织制品前五大客户。

注 2：历史合作是否中断，是指自合作起始年度至最近一次框架协议/订单起始日内，是否存在连续 1 个自然年度内未发生交易往来或未被框架协议/订单有效期覆盖的情况。

注 3：2020 年 1-6 月，受新冠肺炎疫情影响，公司向部分品牌女装客户销售金额下降。

发行人境内品牌女装客户中，除博马努瓦、华鼎西服因受终端客户需求影响等原因未继续合作外，与其他境内品牌女装客户自合作开始年度至今均保持持续合作和交易，且未发生中断，具有良好的继续合作的基础。

发行人与境外品牌女装客户历史合作基本保持稳定，但境外品牌女装客户主要向发行人采购单价和毛利率较低的非真丝贴牌服装，根据公司未来发展战略，发行人报告期内已开始主动缩减或中止与境外品牌女装客户如 GUESS、CWF、LOBLAWS、LIU JO 的合作。

（2）与品牌女装客户的合作稳定性情况

品牌女装客户通常对供应商产品的质量稳定性、交期时效性等有较高要求。发行人与品牌女装客户在双方战略不出现重大变化的情况下，通常自建立初始合作关系之后会保持持续的合作关系。发行人与品牌女装客户的合作形式包括“签订框架协议+下达订单”形式以及直接下达订单形式。框架协议通常不约定具体产品规格、金额、数量等要素，报告期内除因终端客户需求变动、发行人战略调整等因素而中止合作外，发行人与主要品牌女装客户均自合作起始年度开始保持良好、连续的合作关系，框架协议到期后不能续签的风险较小；对于框架协议下的订单及直接下达的订单，品牌女装客户会根据终端客户需求、双方商业谈判情况等因素确定最终采购量，订单通常较为分散，集中到期的风险较小。但订单规模可能会因为公司战略变化、品牌女装终端客户需求变化、双方价格谈判等因素而产生一定波动。

六、采购情况和主要供应商

（一）主要产品采购情况

1、主要产品采购及单价情况

公司丝绸文化创意品**（自有终端品牌）**和丝绸纺织制品**（非自有终端品牌）**自主加工环节全部由子公司万事利数码完成，其统一采购所需的原辅料，并对完成数码印花加工环节后的丝巾产品进一步委托外协供应商完成丝巾卷边等服务。因两类产品所采购的原辅料和委托加工服务有所趋同，无法按两类产品进行准确区分，故统一将自主加工丝绸文化创意品所采购的原辅料和委托加工服务在丝绸纺织制品采购端统计。

公司产品种类繁多，平均采购成本随着产品品种结构变化而有所波动。报告期内，公司主要产品平均采购成本波动情况如下：

单位：万套、万件、万米、万公斤，元/套、元/件、元/米、元/公斤

类别		2020年1-6月		2019年度		2018年度		2017年度	
		数量	单价	数量	单价	数量	单价	数量	单价
丝绸文化创意	丝巾[注1]	5.36	46.32	66.78	48.90	102.46	47.78	106.78	58.76
	家纺	5.72	223.14	12.85	268.84	15.04	241.31	30.04	214.85

单位：万套、万件、万米、万公斤，元/套、元/件、元/米、元/公斤

类别		2020年1-6月		2019年度		2018年度		2017年度	
		数量	单价	数量	单价	数量	单价	数量	单价
品（自有终端品牌）	品牌服装[注2]	1.25	330.58	7.88	194.56	10.59	208.49	10.99	249.19
	围巾	4.85	17.33	25.85	22.31	39.00	18.51	15.84	23.93
	丝绸工艺品[注3]	0.01	8,447.46	0.13	703.04	0.93	257.01	0.33	524.55
	包装材料[注4]	639.01	1.01	1,077.60	2.18	1,048.02	2.37	678.34	3.12
丝绸纺织制品（非自有终端品牌）	面料[注5]	171.75	28.68	573.36	35.20	615.75	31.70	738.34	28.49
	服装[注6]	6.91	49.97	17.23	55.45	31.93	50.91	58.15	57.24
	服饰加工[注7]	67.83	14.22	275.22	13.18	225.09	18.23	210.67	18.48
	面料加工	38.49	4.71	150.04	4.55	156.69	5.46	143.76	4.68
口罩	半成品口罩	3,075.41	1.71	-	-	-	-	-	-
	口罩加工	7,263.57	0.43	-	-	-	-	-	-
	熔喷布	7.48	156.61	-	-	-	-	-	-

注 1：2019-2020 年 6 月，丝巾采购减少主要系通过子公司万事利数码自产增加；

注 2：2018-2019 年度，品牌服装采购单价较低主要系因客户个性化定制需求采购的 polo 衫、羊毛衫等低价产品占比增加，拉低了整体采购单价。2020 年 1-6 月公司品牌服装定制订单减少导致相应采购减少，品牌服装常规产品采购占比提高使得平均采购单价有所上升；

注 3：2018 年度，公司采购丝绸工艺品种类较多，平均采购单价较低。2020 年 1-6 月公司采购了一套单价超过 60 万的刺绣产品导致平均采购单价较高；

注 4：因报告期内唛头产品入库单位发生变化、2020 上半年采购了大量用于口罩的 PP 袋和说明书等、2018 年与福粒科技及 LVMH 合作采购了大量的信片和手册等原因，导致包装材料平均单价波动较大。排除上述个别年份因特殊原因采购的低价量大包装材料外，各期包装材料平均采购单价分别为 5.08 元/件、5.40 元/件、4.39 元/件、2.83 元/件，与原材料价格走势基本一致；

注 5：2017-2019 年，面料采购单价逐步上涨主要系公司采购非真丝类面料数量占比提高，同时 2017-2018 年度真丝价格逐步上涨，提高了面料采购单价。2020 年 1-6 月因真丝贴牌服装销售下滑导致白坯面料采购占比降低，同时原材料生丝单价下降，使得平均采购单价下滑；

注 6：公司直接采购的服装以非真丝类为主，报告期内公司减少了非真丝类服装业务导致采购数量逐年减少；

注 7：2019-2020 年 6 月，公司丝巾自产比例增加，相应对外采购的围巾加工占比增加，导致服饰加工单价下降。

2、主要能源消耗情况

报告期内，公司主要生产环节数码印花生产车间所耗用能源情况如下：

单位：元

项目	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	数量	单价	数量	单价	数量	单价	数量	单价

单位：元

项目	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	数量	单价	数量	单价	数量	单价	数量	单价
水（万吨）	3.64	4.79	9.97	5.11	7.08	5.11	5.09	5.11
电（万度）	83.10	0.75	220.40	0.75	169.12	0.78	149.93	0.79

（二）主要供应商情况

1、分部前五大供应商情况

报告期内，公司丝绸文化创意品**（自有终端品牌）**前五大供应商及采购比例情况如下：

单位：万元

年度	序号	供应商名称	采购金额	占当期同类采购金额的比例	主要采购内容
2020 年 1-6 月	1	千思纺织	483.98	13.25%	家纺
	2	永丰源瓷业	290.83	7.96%	瓷器
	3	博洋家纺	290.34	7.95%	家纺
	4	瑞帛汇丝绸	220.39	6.04%	家纺
	5	桑帕尔服饰	191.89	5.25%	品牌服装
	合计		1,477.42	40.46%	
2019 年度	1	惠冠数码	1,473.26	9.56%	丝巾
	2	千思纺织	1,144.05	7.42%	家纺
	3	华人数码	1,047.38	6.79%	包装材料
	4	丝之源纺织	1,002.41	6.50%	家纺
	5	永丰源瓷业	798.91	5.18%	瓷器
	合计		5,466.01	35.45%	
2018 年度	1	惠冠数码	2,754.12	15.57%	丝巾
	2	千思纺织	829.14	4.69%	家纺
	3	兴隆绸厂	764.05	4.32%	家纺
	4	华人数码	761.13	4.30%	包装材料
	5	桑帕尔服饰	733.80	4.15%	品牌服装
	合计		5,842.24	33.04%	
2017	1	惠冠数码	3,369.79	15.94%	丝巾

单位：万元

年度	序号	供应商名称	采购金额	占当期同类采购金额的比例	主要采购内容
年度	2	兴隆绸厂	2,328.31	11.01%	家纺
	3	国丰寝具	1,011.63	4.78%	家纺
	4	万事利集团及其关联方[注]	963.81	4.56%	丝巾
	5	丝之源纺织	919.59	4.35%	家纺
	合计		8,593.13	40.64%	

注：主要系为解决同业竞争问题，公司采购马克罗西存货。

报告期内，公司丝绸纺织制品**（非自有终端品牌）**前五大供应商及采购比例情况如下：

单位：万元

年度	序号	供应商名称	采购金额	占当期同类采购金额的比例	主要采购内容
2020年1-6月	1	世轩实业及其关联方[注 1]	593.40	8.48%	面料
	2	康龙丝绸	474.96	6.79%	面料
	3	顺丰丝绸	399.11	5.71%	面料
	4	明锋丝绸	327.25	4.68%	面料
	5	湖州金裕丝绸科技有限公司	299.26	4.28%	面料
	合计		2,093.98	29.94%	
2019年度	1	世轩实业	2,616.39	9.49%	面料
	2	康龙丝绸	1,631.17	5.92%	面料
	3	佳鹏纺织	1,232.60	4.47%	面料
	4	明锋丝绸及其关联方[注 2]	906.36	3.29%	面料
	5	湖丰丝绸	858.15	3.11%	面料
	合计		7,244.69	26.29%	
2018年度	1	世轩实业	2,304.19	8.37%	面料
	2	康龙丝绸	1,752.37	6.36%	面料
	3	湖丰丝绸	1,036.12	3.76%	面料
	4	汇流服饰	905.98	3.29%	服装
	5	夯泰服饰[注 3]	726.95	2.64%	服饰加工
	合计		6,725.61	24.43%	
2017	1	康财丝绸及其关联方[注 4]	1,977.99	6.68%	面料

单位：万元

年度	序号	供应商名称	采购金额	占当期同类采购金额的比例	主要采购内容
年度	2	世轩实业	1,917.64	6.48%	面料
	3	湖丰丝绸	1,410.13	4.76%	面料
	4	恒春丝绸	979.61	3.31%	面料
	5	汇流服饰	913.60	3.09%	服装
	合计		7,198.98	24.32%	

注 1：世轩实业和菱湖东方为同一体系内关联公司，按合并口径统一披露；

注 2：明锋丝绸和杰峰纺织为同一体系内关联公司，按合并口径统一披露；

注 3：夯泰服饰设立于 2016 年，由发行人子公司万事利数码原服装加工车间整体转换而来；上述公司向夯泰服饰采购金额不包括文创业务母公司采购商品部分，亦不包括采购固定资产部分；

注 4：康龙丝绸和康财丝绸为同一体系内关联公司，按合并口径统一披露。

报告期内，公司口罩业务前五大供应商及采购比例情况如下：

单位：万元

年度	序号	供应商名称	采购金额	占当期同类采购金额的比例	主要采购内容
2020 年 1-6 月	1	星野集团及其关联方	2,789.46	25.30%	口罩加工
	2	科骄服饰	713.27	6.47%	半成品口罩
	3	富贵世家	553.27	5.02%	半成品口罩
	4	苏州诚合	524.16	4.75%	半成品口罩
	5	朵拉日用	357.48	3.24%	半成品口罩
	合计		4,937.64	44.79%	

报告期内公司不存在向单个供应商采购比例超过当期采购总额 50%或严重依赖少数供应商的情况，前五名供应商中万事利集团系公司控股股东、夯泰服饰系万事利数码原服装车间改制设立，其他供应商与公司均不存在关联关系。

2、前五大供应商变动情况

（1）丝绸文化创意品**（自有终端品牌）**

报告期内，公司丝绸文化创意品各期前五大供应商合计 11 家，具体情况如下：

序	供应商	采购金额（万元）	成立时	关	采购金额变动	合作历史及

号	名称	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度	间	联关系	原因	合作背景
1	惠冠数码	121.58	1,473.26	2,754.12	3,369.79	2011 年 1 月	无	公司双面数码印花丝巾自产比例提升，外包采购丝巾减少	双方于 2007 年左右开始合作，系公司自主开发的供应商
2	兴隆绸厂	13.80	254.01	764.05	2,328.31	1996 年 9 月	无	最近两年因产品处于调整阶段新品采购量减少	双方已有 10 多年的合作，系公司自主开发的供应商
3	桑帕尔服饰	191.89	704.36	733.80	686.24	2005 年 8 月	无	2020 年 1-6 月，受疫情影响，公司采购量减少	双方于 2009 年左右开始合作，系公司自主开发的供应商
4	永丰源瓷业	290.83	798.91	658.78	680.89	2005 年 1 月	无	双方合作情况较为稳定	双方均为 2016 年 G20 杭州峰会国礼供应商，双方于 2016 年开始进行品牌合作
5	丝之源纺织	57.08	1,002.41	439.87	919.59	2003 年 4 月	无	2018 年公司对家纺产品进行调整研究，采购量减少；2019 年公司明确了蚕丝被的定位并推出新品，市场反馈较好使得采购量增加；2020 年 1-6 月，受疫情影响，公司采购量减少	双方于 2014 年通过行业展会形成合作关系
6	华人数码	172.52	1,047.38	761.13	311.43	2005 年 11 月	无	该供应商产品质量较为稳定，公司采购量逐步增加；2020 年 1-6 月，受疫情影响，公司采购量减少	双方于 2016 年开始合作，系公司自主开发的供应商
7	国丰寝具	1.03	22.06	101.96	1,011.63	2006 年 3 月	无	公司主动减少了低端蚕丝被的开发导致采购量减少	双方合作已有 10 多年，系公司自主开发的供应商
8	千思纺织	483.98	1,144.05	829.14	853.55	2005 年 5 月	无	双方合作情况良好，采购量增加	双方通过行业展会形成合作关系，合作已达 10 多年
9	瑞帛汇丝绸	220.39	297.88	356.44	218.79	2016 年 12 月	无	公司与其合作情况较为稳定	双方于 2016 年通过行业展会形成合作关系
	瑞帛家纺	-	-	-	1.46	2006 年 4 月	无		

序号	供应商名称	采购金额（万元）				成立时间	关联关系	采购金额变动原因	合作历史及合作背景
		2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度				
10	博洋家纺	290.34	0.19	2.31	239.65	2016 年 11 月	无	为保持终端产品新颖性公司会不定期进行品牌合作	双方均属于浙江地区知名品牌，双方于 2017 年开始品牌合作
11	万事利集团及其关联方	-	-	225.52	963.81	2001 年 7 月	控股股东	公司主要向其采购马克罗西存货及欢越贸易品牌服装，2018 年已解决同业竞争问题	/

瑞帛汇丝绸与瑞帛家纺属于同一控制下，其承继了瑞帛家纺与公司的业务合作关系，瑞帛家纺成立于 2006 年；博洋家纺经营博洋家纺品牌，其业务承继于同一控制下的宁波博洋控股集团有限公司，宁波博洋控股集团有限公司成立于 1995 年。

综上，公司丝绸文化创意品个别供应商成立时间较短即成为主要供应商具有合理性；公司主要向万事利集团及其关联方采购马克罗西存货及欢越贸易品牌服装，其于 2017 年成为公司主要供应商，除万事利集团及其关联方外公司与丝绸文化创意品主要供应商不存在关联关系。

（2）丝绸纺织制品**（非自有终端品牌）**

报告期内，公司丝绸纺织制品各期前五大供应商合计 10 家，具体情况如下：

序号	供应商名称	采购金额（万元）				成立时间	关联关系	采购金额变动原因	合作历史及合作背景
		2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度				
1	世轩实业	61.67	2,616.39	2,304.19	1,917.64	2009 年 4 月	无	双方合作情况良好，采购规模逐步增加；2020 年 1-6 月，受疫情影响，公司采购量减少	双方于 2016 年通过行业展会形成合作关系
	菱湖东方	531.73	-	-	-	2017 年 1 月	无		
2	康龙丝绸	474.96	1,631.17	1,752.37	554.78	2012 年 12 月	无	双方合作情况良好，公司采购量较为稳定，2020 年 1-6 月，受疫情影响，公司采购量减少	双方于 2008 年开始合作，系公司自主开发的供应商
	康财丝绸	-	-	-	1,423.21	1997 年 9 月	无		

序号	供应商名称	采购金额（万元）				成立时间	关联关系	采购金额变动原因	合作历史及合作背景
		2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度				
3	湖丰丝绸	153.10	858.15	1,036.12	1,410.13	2002 年 10 月	无	近两年公司产品种类进行调整导致采购量下降	双方于 2010 年开始合作，系公司自主开发的供应商
4	汇流服饰	64.60	313.42	905.98	913.60	2014 年 6 月	无	公司主动调整了产品种类，导致公司向汇流服饰采购的服装减少	双方于 2014 年开始合作，系公司自主开发的供应商
5	恒春丝绸	11.71	309.45	579.47	979.61	2005 年 11 月	无	公司开发了同品类供应商，分流了部分采购	双方于 2005 年左右开始合作，系公司自主开发的供应商
6	明锋丝绸	327.25	798.33	-	-	2019 年 2 月	无	2018 年由于其货期较长等原因，公司向其采购量较少	双方于 2002 年开始合作（早期合作单位为湖州明峰丝织厂），系公司自主开发的供应商
	杰峰纺织	-	108.03	314.60	846.18	2005 年 12 月	无		
7	夯泰服饰	-	-	726.95	858.50	2016 年 12 月	其他潜在利益相关方	为保证原有业务的稳定过渡，公司在其改制后仍存在较大交易量；2018 年为减少关联交易双方不再合作	双方于 2016 年开始合作，夯泰服饰由万事利数码原服装车间改制设立
8	顺丰丝绸	399.11	705.93	352.51	122.57	2001 年 8 月	无	随着公司自主数码印花加工丝巾增长，公司向其采购量增加	双方于 2016 年开始合作，系公司因自主数码印花加工丝巾增长而自主开发的供应商
9	湖州金裕丝绸科技有限公司	299.26	678.41	309.82	2.91	2013 年 1 月	无	公司终端产品订单量增长，故向其采购量有所增加	双方于 2015 年开始合作，系公司自主开发的供应商
	湖州金裕丝绸有限公司	-	-	0.41	267.50	2002 年 12 月	无		

序号	供应商名称	采购金额（万元）				成立时间	关联关系	采购金额变动原因	合作历史及合作背景
		2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度				
10	佳鹏纺织	70.11	1,232.60	-	-	2003 年 3 月	无	近两年公司自主数码印花加工丝巾增长，公司向其采购量增加；2020 年 1-6 月，受疫情影响，公司采购量减少	双方于 2019 年开始合作，系公司因自主数码印花加工丝巾增长而自主开发的供应商

菱湖东方与世轩实业属于同一控制下，其承继了世轩实业与公司的业务合作关系，世轩实业成立于 2009 年；明锋丝绸与杰峰纺织属于同一控制下，其承继了杰峰纺织与公司的业务合作关系，杰峰纺织成立于 2005 年。

夯泰服饰由万事利数码原服装车间改制设立，为保证原有业务的稳定过渡，公司在其改制后仍存在较大交易量；为减少关联交易，双方于 2018 年终止合作。夯泰服饰属于公司其他潜在利益相关方。

综上，除夯泰服饰外，公司丝绸纺织制品供应商不存在成立时间较短即成为主要供应商的情形；公司与丝绸纺织制品主要供应商不存在关联关系。

（3）口罩产品

2020 年 1-6 月，公司口罩产品前五大供应商具体情况如下：

单位：万元

序号	供应商名称	采购金额	成立时间	关联关系	采购金额变动原因	合作历史及合作背景
1	星野集团	1,045.10	1995 年 7 月	无	2020 年 1-6 月因新冠肺炎疫情公司新增口罩产品，相应采购金额增加	双方于 2020 年开始合作，系公司自主开发的供应商
	启潮工贸	811.41	1995 年 3 月	无		
	武林工贸	732.65	1991 年 10 月	无		
	浙江东越实业有限公司	200.30	2012 年 11 月	无		
2	科骄服饰	713.27	2006 年 8 月	无		双方于 2020 年开始合作，系公司自主开发的供应商
3	富贵世家	553.27	2005 年 5 月	无		双方于 2020 年开始合作，系公司自主开发的供应商
4	苏州诚合	524.16	2017 年 1 月	无		双方于 2017 年开始合作，其系丝绸文化创意品的主要经销商，因其拥有口罩原材料资源主动对接公司

单位：万元

序号	供应商名称	采购金额	成立时间	关联关系	采购金额变动原因	合作历史及合作背景
5	朵拉日用	357.48	2009 年 7 月	无		双方于 2020 年开始合作，系公司自主开发的供应商

苏州诚合系公司主要经销商之一，因其拥有口罩原材料资源主动寻求与公司合作口罩业务。除苏州诚合外，公司口罩供应商不存在成立时间较短即成为主要供应商的情形。公司与口罩主要供应商不存在关联关系。

3、外协采购情况

报告期内，公司生产模式主要分为自主加工和外协生产。其中，外协生产可进一步分为外包模式和委托加工模式两类。自主加工模式下，公司采购内容主要为原辅料及包装材料。外协生产模式下，公司采购内容主要为外包采购半成品及产成品，以及采购委托加工服务。报告期内，公司采购情况如下：

单位：万元

供应商类型		采购产品	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
原辅料供应商		原辅料及包装材料等	7,902.11	36.46%	22,227.00	51.72%	21,060.50	46.58%	20,563.90	40.53%
外协供应商	外包供应商	半成品及产成品	9,511.44	43.89%	16,441.95	38.26%	19,198.91	42.46%	25,612.79	50.48%
	委托加工供应商	委托加工服务	4,257.15	19.64%	4,310.51	10.03%	4,958.44	10.97%	4,565.24	9.00%
总 计			21,670.71	100.00%	42,979.45	100.00%	45,217.85	100.00%	50,741.93	100.00%

公司丝绸文化创意品**（自有终端品牌）**外协采购主要为除自主加工丝巾外其他丝绸文化创意品半成品采购。公司丝绸纺织制品**（非自有终端品牌）**外协采购主要为部分服装、面料等成品采购以及服饰、面料委托加工。公司口罩外协采购主要为口罩半成品采购以及部分生产环节委托加工。报告期内，公司外协采购具体情况如下：

单位：万元、万件、万米、万只

项 目	外协采购主要内容	2020 年 1-6 月		2019 年		2018 年		2017 年	
		金额	数量	金额	数量	金额	数量	金额	数量

单位：万元、万件、万米、万只

项 目		外协采购主要内容	2020 年 1-6 月		2019 年		2018 年		2017 年	
			金额	数量	金额	数量	金额	数量	金额	数量
丝绸文创创意品	外包	除自主加工丝巾外，其他丝绸文化创意品半成品	2,969.34	88.84	12,952.47	441.11	15,131.47	372.17	18,951.90	263.71
丝绸纺织制品	外包	服装、面料及其他产成品	1,295.16	41.09	3,489.48	112.45	4,067.44	147.88	6,660.89	223.07
	委托加工	服饰加工：服装成衣制作环节及少部分的丝巾卷边环节	964.70	67.83	3,628.31	275.22	4,102.76	225.09	3,892.63	210.67
		面料加工：面料和服装产品生产所需面料染色及传统台版印花加工环节	181.23	38.49	682.20	150.04	855.68	156.69	672.61	143.76
口罩	外包	口罩半成品	5,246.94	3,075.41	-	-	-	-	-	-
	委托加工	产量不足时外发压片加工、焊耳带等制作环节	3,111.21	7,263.57	-	-	-	-	-	-
外协采购合计			13,768.59	10,575.24	20,752.46	978.82	24,157.35	901.82	30,178.03	841.22

注：发行人丝绸文化创意品和丝绸纺织制品自主加工环节全部由子公司万事利数码完成，其统一采购所需的原辅料，并对完成数码印花加工环节后的丝巾产品进一步委托外部供应商完成丝巾卷边等服务。因两类产品采购的委托加工服务相似，委托加工采购无法按两类产品进行准确区分，故统一将丝绸文化创意品所采购的委托加工服务在丝绸纺织制品采购端统计。

（1）丝绸文化创意品**（自有终端品牌）**

公司丝绸文化创意品生产以外协生产模式中的外包模式为主，主要向外包供应商直接采购半成品，并通过严格的质检制度保证产品质量。发行人外协采购定价依据主要为供应商报价，发行人通过询比价方式确定外协采购合作方。报告期内，公司丝绸文化创意品各期前五大外协供应商合计 11 家，具体如下：

单位：万元

序号	供应商名称	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度		合作方式	采购内容	定价原则	供应商类型
		采购额	外协占比	采购额	外协占比	采购额	外协占比	采购额	外协占比				
1	惠冠数码	121.58	4.09%	1,473.26	11.37%	2,754.12	18.20%	3,369.79	17.78%	公司提供设计稿及质量标准，惠冠数码生产丝巾后经质检入库	丝巾	供应商报价，公司通过询比价方式确定合作方	外包供应商
2	兴隆绸厂	13.80	0.46%	254.01	1.96%	764.05	5.05%	2,328.31	12.29%	公司提供设计稿及质量标准，兴隆绸厂生产家纺后经质检入库	家纺	供应商报价，公司通过询比价方式确定合作方	外包供应商
3	桑帕尔服饰	191.89	6.46%	704.36	5.44%	733.80	4.85%	686.24	3.62%	公司提供设计稿及质量标准，桑帕尔服饰生产睡衣后经质检入库	睡衣	供应商报价，公司通过询比价方式确定合作方	外包供应商
4	永丰源瓷业	290.83	9.79%	798.91	6.17%	658.78	4.35%	680.89	3.59%	公司根据设计的组合套装需求向永丰源瓷业采购相应瓷器	瓷器	双方协商	外包供应商
5	丝之源纺织	57.08	1.92%	1,002.41	7.74%	439.87	2.91%	919.59	4.85%	公司提供设计稿及质量标准，丝之源纺织生产家纺后经质检入库	家纺	供应商报价，公司通过询比价方式确定合作方	外包供应商
6	卓芬化妆品[注1]	66.66	2.24%	78.25	0.60%	696.31	4.60%	195.87	1.03%	公司提供蚕丝蛋白液及相关配方标准，卓芬化妆品生产日化用品后经质检入库	日化用品	供应商报价，公司通过询比价方式确定合作方	外包供应商
7	国丰寝具	1.03	0.03%	22.06	0.17%	101.96	0.67%	1,011.63	5.34%	公司提供设计稿及质量标准，国丰寝具生产家纺后经质检入库	家纺	供应商报价，公司通过询比价方式确定合作方	外包供应商

单位：万元

序号	供应商名称	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度		合作方式	采购内容	定价原则	供应商类型
		采购额	外协占比	采购额	外协占比	采购额	外协占比	采购额	外协占比				
8	千思纺织	483.98	16.30%	1,144.05	8.83%	829.14	5.48%	853.55	4.50%	公司提供设计稿及质量标准，千思纺织生产家纺后经质检入库	家纺	供应商报价，公司通过询比价方式确定合作方	外包供应商
9	瑞帛汇丝绸	220.39	7.42%	297.88	2.30%	356.44	2.36%	218.79	1.15%	公司提供设计稿及质量标准，瑞帛汇丝绸生产家纺后经质检入库	家纺	供应商报价，公司通过询比价方式确定合作方	外包供应商
	瑞帛家纺	-	-	-	-	-	-	1.46	0.01%				
10	博洋家纺	290.34	9.78%	0.19	0.00%	2.31	0.02%	239.65	1.26%	公司根据设计的组合套装需求向博洋家纺采购家纺产品	家纺	双方协商	外包供应商
11	万事利集团及其关联方	-	-	-	-	225.52	1.49%	963.81	5.09%	公司主要向其采购马克罗西存货及欢越贸易品牌服装，2018 年已解决同业竞争问题	丝巾	2017 年以市场价格采购，2018 年以第三方评估价格	外包供应商
合计		1,737.58	58.52%	5,775.38	44.59%	7,562.30	49.98%	11,469.58	60.52%				

注 1：根据市场情况公司逐步聚焦少数几款日化用品，导致向卓芬化妆品采购额减少；

注 2：上表外协占比系采购金额与丝绸文化创意品外协采购总额的比例，下同。

（2）丝绸纺织制品**（非自有终端品牌）**

丝绸纺织制品外协生产模式分为外包模式及委托加工模式。外包模式下，发行人向供应商采购成品面料、服装等产品，采用全额结算模式；委托加工模式下，发行人向供应商采购面料加工、服饰加工等服务，采用净额结算模式。发行人外协采购定价依据主要为供应商报价，发行人通过询比价方式确定外协采购合作方。

报告期内，公司丝绸纺织制品各期前五大外协供应商合计 13 家，具体如下：

单位：万元

序号	供应商名称	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度		合作方式	采购内容	定价原则	采购金额变动原因	供应商类型
		采购额	外协占比	采购额	外协占比	采购额	外协占比	采购额	外协占比					
1	夯泰服饰	-	-	-	-	736.95	8.16%	858.50	7.65%	发行人提供面料，辅料，样衣及客户需求，夯泰服饰加工服装后经质检入库	服饰加工	供应商报价，公司通过询比价方式确定合作方	为减少关联交易，夯泰服饰已于 2019 年注销	委托加工供应商
2	汇流服饰	64.40	2.64%	313.42	4.02%	856.98	9.49%	873.98	7.79%	发行人提供样衣，样稿及客户需求（如有），汇流服饰生产服装后经质检入库	服装为主	供应商报价，公司通过询比价方式确定合作方	因公司销售产品结构品类变化，公司向其采购量减少	外包供应商
3	吴江新叶纺织品有限公司	1.20	0.05%	12.34	0.16%	99.62	1.10%	393.52	3.51%	发行人提供样稿及客户需求，新叶纺织生产面料后经质检入库	成品面料	供应商报价，公司通过询比价方式确定合作方	因公司终端产品订单量变化而导致采购额波动	外包供应商
4	桐乡市景顺纺织品有限公司	-	-	31.41	0.40%	137.15	1.52%	683.60	6.09%	发行人提供样稿及客户需求，景顺纺织生产面料后经质检入库	成品面料	供应商报价，公司通过询比价方式确定合作方	因公司销售产品结构品类变化，公司向其采购量减少	外包供应商
5	宇薇服饰	259.11	10.61%	362.92	4.65%	219.28	2.43%	579.00	5.16%	发行人提供样衣，样稿及客户需求，宇薇服饰生产服装后经质检入库	服装、服饰加工	供应商报价，公司通过询比价方式确定合作方	2018 年，因公司销售产品订单量有所下滑，公司向其采购量减少	外包供应商、委托加工供应商
6	诸暨诗杭	200.35	8.21%	606.01	7.77%	598.35	6.63%	127.07	1.13%	发行人提供面料，辅料，样衣，样稿及客户需	服饰加工	供应商报价，公司通过询比价方	双方合作情况良好，采购额逐年增加	委托加工供应商

单位：万元

序号	供应商名称	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度		合作方式	采购内容	定价原则	采购金额变动原因	供应商类型
		采购额	外协占比	采购额	外协占比	采购额	外协占比	采购额	外协占比					
										求，诸暨诗杭加工服装后经质检入库		式确定合作方		
7	浙江钱江纺织印染有限公司	54.30	2.22%	322.06	4.13%	294.19	3.26%	299.37	2.67%	发行人提供白坯面料，色样，花稿，钱江印染染色或印花加工后经质检入库	面料加工	供应商报价，公司通过询比价方式确定合作方	2017-2019 年，公司向其采购金额较为稳定，2020 年 1-6 月，受疫情影响，公司向其采购减少	委托加工供应商
8	泽亿恺服饰	80.79	3.31%	192.97	2.47%	242.82	2.69%	40.78	0.36%	发行人提供面料，辅料，样衣，样稿及客户需求，泽亿凯生产加工服装后经质检入库	服装、服饰加工	供应商报价，公司通过询比价方式确定合作方	双方合作情况良好，采购额自 2018 年起有所增加	外包供应商、委托加工供应商
9	锦上服饰	94.55	3.87%	586.65	7.52%	16.22	0.18%	-	-	发行人提供面料，辅料，样衣，样稿及客户需求，锦上服饰加工服装后经质检入库	服饰加工	供应商报价，公司通过询比价方式确定合作方	双方合作情况良好，采购额明显增长，2020 年 1-6 月，受疫情影响，公司向其采购减少	委托加工供应商
10	杭州嘉雄纺织科技有限公司	45.37	1.86%	404.44	5.19%	228.87	2.54%	248.72	2.22%	发行人提供样稿及客户需求，嘉雄纺织生产面料后经质检入库	成品面料	供应商报价，公司通过询比价方式确定合作方	2020 年 1-6 月，受疫情影响，公司向其采购减少	外包供应商
11	吴江市汇祥纺织有限	-	-	329.81	4.23%	67.25	0.75%	166.72	1.49%	发行人提供样稿及客户需求，汇祥纺织生产	成品面料	供应商报价，公司通过询比价方	因公司终端产品订单量变化而导致	外包供应商

单位：万元

序号	供应商名称	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度		合作方式	采购内容	定价原则	采购金额变动原因	供应商类型
		采购额	外协占比	采购额	外协占比	采购额	外协占比	采购额	外协占比					
	公司									面料后经质检入库		式确定合作方	采购额波动	
12	杭州中冉纺织品有限公司	126.99	5.20%	72.47	0.93%	83.82	0.93%	256.43	2.28%	发行人提供样稿及客户需求，中冉纺织生产面料后经质检入库	成品面料	供应商报价，公司通过询比价方式确定合作方	因公司终端产品订单量变化而导致采购额波动	外包供应商
13	杭州大创纺织科技有限公司	114.91	4.71%	-	-	-	-	-	-	发行人提供样稿及客户需求，大创纺织生产面料后经质检入库	成品面料	供应商报价，公司通过询比价方式确定合作方	2020 年新开发供应商	外包供应商
合 计		1,041.96	42.68%	3,234.50	41.47%	3,581.51	39.68%	4,527.70	40.33%					

（3）口罩

口罩外协生产模式分为外包模式及委托加工模式。外包模式下，发行人向供应商采购半成品口罩，采用全额结算模式；委托加工模式下，发行人向供应商采购压片加工、焊耳带等口罩加工服务，采用净额结算模式。发行人外协采购定价依据主要为供应商报价，发行人通过询比价方式确定外协采购合作方。2020 年 1-6 月，由于口罩加工市场行情波动较大，公司协调各方社会资源后协商确定加工价格。

发行人与前五大口罩外协供应商的合作方式、采购内容、采购金额及占比、定价原则、结算方式等情况如下：

单位：万元

序号	供应商名称	采购金额	外协占比	合作方式	采购内容	定价原则	供应商类型
1	星野集团及其关联方	2,789.46	33.37%	发行人提供原辅料，供应商加工后经发行人检验入库	口罩加工	协商确定	委托加工供应商
2	科骄服饰	713.27	8.53%	发行人采购半成品口罩后自行包装出售	半成品口罩	供应商报价，公司通过询比价方式确定合作方	外包供应商
3	富贵世家	553.27	6.62%	发行人采购半成品口罩后自行包装出售	半成品口罩	供应商报价，公司通过询比价方式确定合作方	外包供应商
4	苏州诚合	524.16	6.27%	发行人采购半成品口罩后自行包装出售	半成品口罩	供应商报价，公司通过询比价方式确定合作方	外包供应商
5	浙江炬翎科技有限公司	356.87	4.27%	发行人采购半成品口罩后自行包装出售	半成品口罩	供应商报价，公司通过询比价方式确定合作方	外包供应商
合　计		4,937.04	59.07%				

（4）外协供应商关联关系情况

报告期内，部分外协供应商系公司关联方或其他潜在利益相关方，具体交易情况如下：

单位：万元

关联关系	名称	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
		金额	外协占比	金额	外协占比	金额	外协占比	金额	外协占比
关联方	万事利集团及其关联方	-	-	-	-	225.52	0.93%	963.81	3.19%

单位：万元

关联关系	名称	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
		金额	外协占比	金额	外协占比	金额	外协占比	金额	外协占比
	[注 1]								
	明阳科技[注 2]	-	-	-	-	-	-	127.49	0.42%
	海宁万事利[注 3]	-	-	-	-	-	-	59.93	0.20%
其他潜在利益相关方	龙品纺织[注 4]	8.81	0.06%	8.50	0.04%	8.97	0.04%	149.55	0.50%
	深圳万事利[注 5]	-	-	31.34	0.15%	-	-	53.79	0.18%
	夯泰服饰[注 6]	-	-	-	-	838.21	3.47%	1,249.69	4.14%
	辽宁万事利[注 7]	-	-	-	-	10.22	0.04%	-	-
	乾协贸易[注 8]	-	-	-	-	-	-	295.72	0.98%
合计		8.81	0.06%	39.84	0.19%	1,082.92	4.48%	2,899.98	9.61%

注 1：2017-2018 年为解决同业竞争问题及品牌服装业务需求，公司向万事利集团及其关联方采购丝巾、品牌服装产品，2019 年以后双方不再发生采购交易；

注 2：2017 年公司向明阳科技出于业务需求采购茶叶及日化用品，2017 年末公司收购了明阳科技；

注 3：2017 年公司向海宁万事利采购服饰加工服务，2018 年以后双方不再发生采购交易；

注 4：2018-2020 年 6 月公司向龙品纺织采购少量成品面料，2017 年因双方合作开发客户公司向其采购了部分成品服装；

注 5：因客户需求较为紧急，公司出于降低物流成本与缩短交货时间的考虑从深圳万事利处回购相应产品并销售给客户；

注 6:2017-2018 年公司向夯泰服饰采购服装及服饰加工服务，2019 年以后双方不再发生采购交易；

注 7：2018 年公司向辽宁万事利采购少量银条用来生产组合套装后销售给辽宁万事利；

注 8：2017 年因业务需求公司向乾协贸易采购部分瓷器，2018 年以后双方不再发生采购交易；

注 9：上表交易金额为公司外协采购金额，与关联交易金额存在差异；外协占比等于当期外协交易金额除以当期外协采购总金额。

外协供应商主要集中于传统的台版印花、染色、成衣制造生产环节，市场供应充足，可替代外协供应商较多，公司对外协供应商不存在业务依赖。

4、采购与收入匹配情况

报告期内，公司丝绸文化创意品**（自有终端品牌）**和丝绸纺织制品**（非自有终端品牌）**采购金额整体呈逐年下降趋势主要系：

（1）自主加工比例增长，随着公司数码印花生产工艺的成熟，公司更多产品采用了自主加工模式。报告期内，公司丝绸文化创意品自主加工比例分别为 3.51%、3.54%、14.77%和 17.24%，丝绸纺织制品自主加工比例分别为 15.84%、17.96%、25.62%和 31.92%，自主加工比例增长使得公司直接采购半成品、成品的比重较低，采购金额相应减少。

（2）各期备货量波动，2018 年度，公司丝绸文化创意品采购金额和丝绸纺织制品采购金额分别较 2017 年度下降 3,457.67 万元和 2,066.40 万元，一方面系因上游原材料价格自 2017 年下半年起进入快速上涨通道且上涨趋势明显，公司为应对原材料价格上涨风险，于 2017 年下半年增加了备货量，另一方面系因 2016 年 G20 杭州峰会召开后，公司品牌影响力迅速提升，带动丝绸文化创意品业务规模尤其是分销渠道业务规模迅速扩张，并加大了对组合套装等丝绸文化创意品的开发、销售力度，导致备货量增加，该部分库存在之后年度陆续消化，因此，公司 2017 年度采购总额明显高于其他年度。

（3）销售收入波动，2020 年 1-6 月，受新冠肺炎疫情影响，公司各类产品销售均受到较大影响，公司当期丝绸文化创意品和丝绸纺织制品销售收入占上年同期销售收入的比重分别为 27.33%和 32.11%，公司在疫情爆发后随即减少了原材料和半成品的采购量，从而导致公司当期采购金额下降较为明显。

综上，公司丝绸文化创意品和丝绸纺织制品采购金额整体呈逐年下降趋势 2020 年上半年下降较多的情形具有合理性。

结合内部销售、存货变动情况的考量，报告期内，公司丝绸文化创意品和丝绸纺织制品采购金额与收入变动匹配情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
丝绸文化创意品采购金额①	3,651.81	15,418.65	17,684.31	21,141.98
存货变动金额②[注 1]	-1,417.21	637.60	315.15	4,949.90
向丝绸纺织制品经营主体采购金额③[注 2]	995.57	4,853.47	1,176.03	835.61
调整后采购金额（④=①-②+③）	6,064.60	19,634.53	18,545.18	17,027.69
丝绸文化创意品收入⑤	11,141.00	40,764.45	39,913.93	36,540.21
占比（⑥=④/⑤）	54.43%	48.17%	46.46%	46.60%
项目	**2020 年 1-6 月**	**2019 年度**	**2018 年度**	**2017 年度**
丝绸纺织制品采购金额⑦	6,993.82	27,560.80	27,533.55	29,599.95
存货变动金额⑧	-1,311.66	-704.14	-481.33	2,186.19
调整后采购金额（⑨=⑦-⑧）	8,305.48	28,264.94	28,014.88	27,413.76
向丝绸文化创意品经营	995.57	4,853.47	1,176.03	835.61

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
主体销售金额⑩[注 3]				
丝绸纺织制品收入⑪	10,108.15	31,479.08	34,367.14	34,165.19
调整后收入（⑫=⑩+⑪）	11,103.72	36,332.55	35,543.16	35,000.80
占比（⑬=⑨/⑫）	74.80%	77.80%	78.82%	78.32%

注 1：各期存货变动金额=期末库存金额-期初库存金额；

注 2：丝绸纺织制品经营主体为子公司万事利科技和万事利数码，报告期内因数码印花生产工艺逐步成熟，通过子公司万事利科技和万事利数码生产丝绸文化创意品逐年增加，在计算丝绸文化创意品采购金额时发行人内部采购已被抵消，故实际丝绸文化创意品产生收入对应的采购物料应包含此部分采购金额；

注 3：报告期内因数码印花生产工艺逐步成熟，丝绸文化创意品部分丝巾自主加工比例提升，丝绸纺织制品经营主体向母公司销售的丝绸纺织制品逐年增加，在发行人合并报表中此部分丝绸纺织制品收入已被抵消，故实际丝绸纺织制品采购物料对应产生收入应加上此部分销售金额。

综上，2017-2019 年公司丝绸文化创意品采购金额与收入占比稳定在 45%-50%之间，2020 年 1-6 月，因口罩产品使用的部分包装材料与丝绸文化创意品相同，导致丝绸文化创意品采购金额增加（该部分采购数据无法单独拆分），故当期丝绸文化创意品采购金额占收入比例提高。报告期内，公司丝绸纺织制品采购金额与收入占比稳定在 70%-80%之间，不存在重大波动。

（三）采购公允性分析

1、丝绸文化创意品（自有终端品牌）

公司丝绸文化创意品经设计打样后，根据样品成本进行市场询价，并根据报价情况择优选择外协供应商。公司采购单价变动与原材料市场价格变动趋势基本一致，不存在采购单价异常变动的情形。

报告期内，发行人丝绸文化创意品主要采购产品为丝巾、家纺、品牌服装、包装材料、围巾，具体如下：

单位：万元

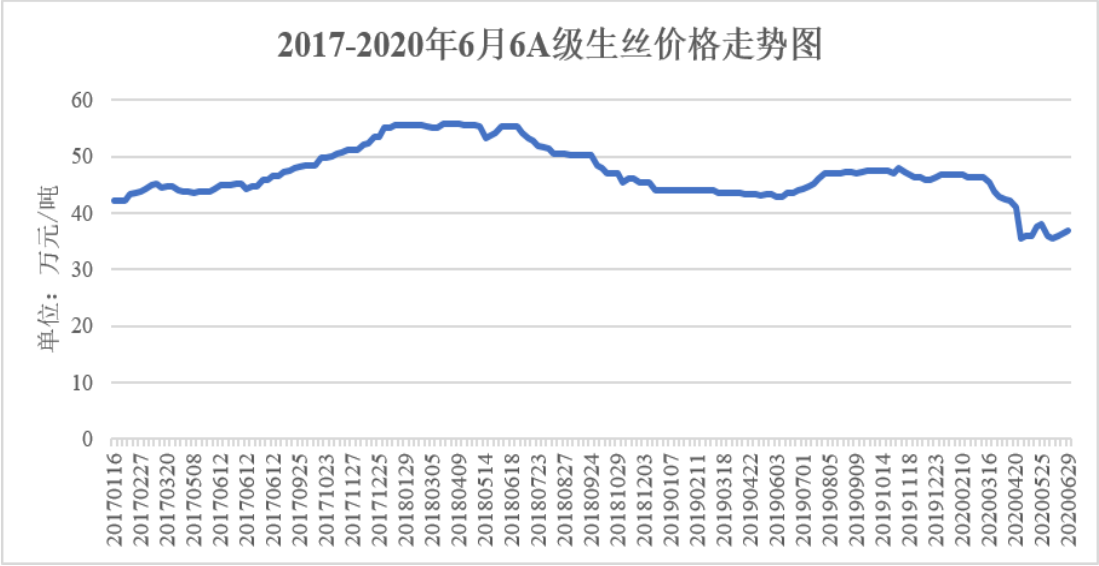
品类	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
丝巾	248.30	3,265.36	4,895.63	6,273.77
家纺	1,276.23	3,453.53	3,628.33	6,454.64
品牌服装	413.03	1,533.66	2,208.58	2,739.67
包装材料	646.48	2,351.80	2,486.12	2,116.58
围巾	84.00	576.82	722.01	378.94

单位：万元

品类	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
小计	2,668.04	11,181.17	13,940.67	17,963.61
采购总额	3,651.81	15,418.65	17,684.31	21,141.98
占比	73.06%	72.52%	78.83%	84.97%

注：上述材料为公司丝绸文化创意产品的主要组成部分。

丝绸文化创意品系基于丝绸的相关制品，上游核心原材料为生丝，生丝根据质量的差异可细分为 6A、5A、4A、3A、2A、A、B、C、D、E、F 级和级外品，公司主要产品对品质要求较高，使用 6A 级生丝原材料，蚕丝被按国家品级划分，公司产品主要是优等品，故产品采购单价波动主要参照 6A 级生丝价格走势进行比较。根据中国茧丝绸交易市场数据，6A 级生丝价格 2017 年呈上涨趋势，2018 年在高位平整后逐步下降，2019 年维持在 40-50 万元/吨区间，2020 年上半年生丝价格回落。



（1）丝巾

公司产品细分类别较多，根据形状大小丝巾可分为大方巾、中方巾、长巾、小方巾等，根据是否定制可分为常规产品和个性化定制产品，同时各类产品所用面料亦有所差异，各期采购丝巾的平均单价受原材料价格、种类结构、面料类型等方面的影响。报告期内公司采购 A 类丝巾、B 类丝巾、C 类丝巾、D 类丝巾占丝巾采购比例超过 70%，四类规格丝巾采购单价波动与原材料价格波动比较如下：

单位：元/件

品类	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
6A 级生丝（万元/吨）	41.62	-7.92%	45.20	-12.77%	51.82	11.37%	46.53
A 类丝巾	76.28	4.22%	73.19	-1.98%	74.67	2.37%	72.94
B 类丝巾	30.14	-21.14%	38.22	-0.57%	38.44	4.97%	36.62
C 类丝巾	107.48	40.90%	76.28	3.63%	73.61	-4.38%	76.98
D 类丝巾	17.03	-20.79%	21.50	-6.20%	22.92	14.49%	20.02

注：为保护商业机密，公司将不同规格型号的产品以 A、B、C、D 代替，下同，6A 级生丝为当期平均单价。

①A 类丝巾

2017-2019 年 A 类丝巾采购单价呈先上涨后下降趋势，与 6A 级生丝价格走势基本相符。2018 年 A 类丝巾采购单价较 2017 年上升、2019 年 A 类丝巾采购单价较 2018 年下降均不太明显主要系 2018 年公司采购 70 元以下的个性化定制丝巾较多，拉低了 2018 年 A 类丝巾的平均采购单价。排除部分特殊定制品因素 2018 年公司采购 A 类丝巾平均单价为 75.67 元/条，较 2017 年度采购单价（72.94 元/条）增长 3.73%，2019 年度采购单价（73.19 元/条）较 2018 年采购单价下降 3.28%。

2020 年 1-6 月 A 类丝巾采购单价为 76.28 元/条，较以往年度有所上涨，与 6A 级生丝价格走势存在一定差异。主要原因为最近两年公司逐渐主推自产的双面印花丝巾，2020 年 1-6 月外购 A 类丝巾占外购丝巾的比重下降至 15%左右，外购 A 类丝巾中采购的单价超过 100 元/条的定制丝巾比例较高，若排除此因素，2020 年 1-6 月 A 类丝巾平均采购单价为 66.21 元/条，较 2019 年度采购单价（73.19 元/条）下降 9.54%，与 6A 级生丝价格波动基本一致。

②B 类丝巾

2017-2018 年 B 类丝巾平均采购单价呈上涨趋势，与 6A 级生丝价格走势相符。2019 年 B 类丝巾平均采购单价与 2018 年基本持平，主要系 2019 年公司采购了一款定制丝巾，采购单价超过 42 元/条，采购金额占当期 B 类丝巾采购总额的 35%左右，整体拉高了 2019 年 B 类丝巾的平均采购单价，使得其 2019 年单价下滑不明显。2020 年 1-6 月公司采购的 B 类丝巾主要为定制款，数量占比超过 70%，其采购单价较低。

③C 类丝巾

2017 年度 C 类丝巾采购平均单价较高主要系当期采购了马克罗西存货，拉高整体采购单价，排除此因素 C 类丝巾采购平均单价为 69.25 元/条，2018 年度 C 类丝巾采购单价（73.61 元/条）与该采购平均单价（69.25 元/条）相比，增长 6.30%；2019 年度和 2020 年 1-6 月 C 类丝巾采购单价较高主要系根据市场需求的变化公司采购的手工刺绣巾占比逐步增长，此类产品单价较高，排除此因素各期采购平均单价为 71.70 元/条、60.60 元/条，分别较上年同期采购平均单价（73.61 元/条，71.70 元/条）下降 2.59%、15.48%。因 C 类丝巾受当期主要使用面料影响较大，排除各期特殊因素后 C 类丝巾平均采购单价基本符合 6A 级生丝价格走势。

④D 类丝巾

报告期内，D 类丝巾平均采购单价波动基本与 6A 级生丝价格走势一致，相比其他类别丝巾，D 类丝巾设计较为简单，采购价格主要受原材料价格影响，与客户定制需求相关性较弱。

（2）家纺

公司家纺产品细分类别较多，可进一步细分为蚕丝被、真丝床上套件等，各期采购家纺产品种类结构不同导致家纺平均采购单价波动，报告期内公司采购上述两类产品占家纺采购比例约 80%，采购单价波动与原材料价格波动比较如下：

单位：元/件

品类	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
6A 级生丝（万元/吨）	41.62	-7.92%	45.20	-12.77%	51.82	11.37%	46.53
蚕丝被	243.64	-25.33%	326.27	10.84%	294.36	12.91%	260.71
真丝床上套件	1,565.98	-0.16%	1,568.50	11.82%	1,402.65	-4.75%	1,472.53

2017-2018 年度公司蚕丝被平均采购单价呈上涨趋势，符合 6A 级生丝价格走势。2019 年度蚕丝被平均采购单价较 2018 年度有所上涨，主要系公司在家纺产品上往质量更高的品类拓展，新开发了黄金蚕丝被及高端子母被系列，面料和桑蚕丝级别较以前产品均有较大的提升，除去上述因素 2019 年度、2020 年上半年蚕丝被平均采购单价为 279.35 元/件、209.92 元/件，分别较上年平均采购单价（294.36 元/件、279.35 元/件）下降 5.10%、24.85%，蚕丝被平均采购单价基本符

合原材料价格走势。

真丝床上套件平均采购单价受当期主推产品影响较大。2018 年因惠买在线采购了单价较低定制四件套超过 1,500 件，导致真丝床上套件平均采购单价较低，排除此因素真丝床上套件平均采购单价为 1,558.29 元，较上年平均采购单价（1,472.53 元/件）增长 5.82%；2019 年因新开发了套件数量较多的产品（六件套以上），导致真丝床上套件平均采购单价较高，排除此因素 2019 年、2020 年上半年真丝床上套件平均采购单价 1,423.56 元/套、1,159.70 元/套，分别较上年平均采购单价（1,558.29 元/套、1,423.56 元/套）下降 8.65%、18.54%。综上，排除各期特殊因素后真丝床上套件平均采购单价基本符合原材料价格走势。

（3）品牌服装

公司服装产品可进一步细分为睡衣、旗袍、衬衫等，各期采购服装产品种类结构不同导致服装平均采购单价波动，报告期内公司采购睡衣产品占品牌服装采购比例超过 60%，其采购单价波动与原材料价格波动比较如下：

单位：元/件

品类	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
6A 级生丝（万元/吨）	41.62	-7.92%	45.20	-12.77%	51.82	11.37%	46.53
睡衣类	304.43	-3.57%	315.70	-9.66%	349.47	15.81%	301.76

公司采购的睡衣产品以真丝面料为主，报告期内，睡衣平均采购单价呈先上涨后下降的趋势，基本符合 6A 级生丝价格走势。

（4）围巾

公司围巾产品以非丝为主，故无法与 6A 级生丝原材料价格走势匹配。围巾根据面料可进一步细分为化纤类围巾、真丝绒围巾、丝羊绒混纺围巾、丝羊毛混纺围巾、羊毛围巾等，各期采购围巾产品种类结构不同导致围巾平均采购单价波动，围巾细分类产品对应采购数量及单价如下：

单位：万件，元/件

品类	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	数量	单价	数量	单价	数量	单价	数量	单价
围巾	4.85	17.33	25.85	22.31	39.00	18.51	15.84	23.93

单位：万件，元/件

品类	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	数量	单价	数量	单价	数量	单价	数量	单价
化纤类围巾	4.15	17.00	11.96	17.32	33.17	12.41	4.96	14.78
丝羊毛混纺围巾	0.02	63.42	0.74	75.06	1.51	54.45	1.34	58.27
羊毛围巾	0.08	151.02	1.81	114.63	0.58	89.10	0.32	33.07
其他	0.60	1.48	11.35	9.44	3.74	47.21	9.22	23.55

报告期内，化纤类围巾平均采购单价基本保持稳定，丝羊毛混纺围巾、羊毛围巾、其他类围巾产品单价受客户个性化定制需求的影响较大，2019 年羊毛围巾平均采购单价较高主要系采购了少量的高价印度巾定制款，2020 年 1-6 月羊毛围巾平均采购单价较高原因为当期采购数量较少，主要系纱支数较高的高价羊毛围巾。其他类围巾采购单价较低主要系采购了大量的个性化定制彩类配饰巾。

（5）包装材料

公司采购的包装材料类别较广，如包装盒、手拎袋、收纳袋、纸箱、卡票、说明书等，且各类别单价差异较大。报告期内，瓦楞纸平均市场价格分别为 4,685.80 元/吨、4,761.26 元/吨、4,040.42 元/吨、3,937.50 元/吨，整体呈先上涨后下降趋势，具体走势如下：



注：以上数据取自 chioce。公司常规包装盒主要原材料为灰板纸，因市场公开数据 2019 年停止了灰板纸价格指数的更新，故选取了走势基本一致的瓦楞纸价格指数进行比较。

公司常规包装盒视市场情况不定期进行升级换代，目前已升级为第六代常规包装盒，常规包装盒的采购根据招投标确定供应商目录，其他包装材料根据需求向合格供应商或市场供应商询比价选择。报告期内公司采购第六代包装盒占包装材料采购占比约 20%，采购单价波动与原材料价格波动比较如下：

单位：元/件

品类	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
瓦楞纸（元/吨）	3,937.50	-2.55%	4,040.42	-15.14%	4,761.26	1.61%	4,685.80
保养手册	0.33	-2.94%	0.34	0.00%	0.34	-5.56%	0.36
吊粒吊牌	0.22	10.00%	0.20	-23.08%	0.26	0.00%	0.26
A 款包装盒	10.01	-8.17%	10.90	-8.71%	11.94	0.84%	11.84
B 款包装盒	9.82	-6.21%	10.47	-9.82%	11.61	-	-
C 款包装盒	8.14	-7.71%	8.82	-9.45%	9.74	-	-
D 款包装盒	8.12	-6.34%	8.67	-10.89%	9.73	-	-
E 款包装盒	8.41	-10.05%	9.35	-7.24%	10.08	1.82%	9.90
F 款包装盒	12.83	-6.83%	13.77	-5.17%	14.52	-0.21%	14.55
G 款包装盒	14.51	-3.72%	15.07	-7.94%	16.37	1.74%	16.09
H 款包装盒	14.51	-4.60%	15.21	-4.28%	15.89	-	-
I 款包装盒	8.39	-6.67%	8.99	-9.47%	9.93	0.40%	9.89

注：为保护商业机密，上表具体型号包装盒以 A、B、C 等代替。

公司主要第六代常规包装盒采购单价走势与原材料市场价格走势基本一致，个别第六代包装盒因从 2017 年开始逐步开始采购，采购数量较少情况下平均采购单价略高于 2018 年。

综上所述，公司主要采购产品的平均采购单价与市场价格变动基本一致，采购单价具有公允性，符合行业趋势。

2、丝绸纺织制品（非自有终端品牌）

报告期内，发行人丝绸纺织制品主要产品采购主要集中于面料、服饰加工、服装、面料加工四大类，具体如下：

单位：万元

品类	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
面料	4,926.31	20,179.49	19,517.66	21,033.26

单位：万元

品类	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
服饰加工	964.70	3,628.31	4,102.76	3,892.63
服装	345.18	955.25	1,583.71	1,738.01
面料加工	181.23	682.20	855.68	672.61
小计	6,417.43	25,445.25	26,059.82	27,336.52
采购总额	6,993.82	27,560.80	27,533.55	29,599.95
占比	91.76%	92.32%	94.65%	92.35%

（1）面料

报告期内，发行人面料平均采购单价情况如下：

品类	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
面料平均采购单价（元/米）	28.68	35.20	31.70	28.49

报告期内，发行人面料平均采购单价存在一定波动，主要原因系公司采购结构发生变化所致。面料细分品类众多，根据真丝含量、姆米数（厚度）、门幅（宽度）、是否具有弹力属性等维度区分，公司合计采购面料的细分品类超过 600 个，价格区间 10-120 元/米。

报告期内，发行人采购面料的主要大类为双乔绉、丝麻绸、乔其、素绉缎、双绉、重绉，占各期丝绸纺织制品采购总额的比重分别为 44.42%、51.23%、53.69%和 48.00%。上述面料类产品存在市场公开报价，但中国茧丝绸交易市场（金蚕网）仅对上述大类下的少部分规格型号产品有报价信息，无法就单一型号比对市场价格（如：公司采购的乔其类面料细分品类超过 100 个，而该平台对乔其类面料的报价仅涵盖 12 个品类）。

经选取18种与市场公开报价规格基本一致的面料细分品类进行比对，情况如下：

单位：万元

项目	2020年1-6月	2019年度	2018年度	2017年度
弹力双乔绉19MM等18个型号产品合计采购金额	1,195.47	6,594.45	3,603.68	3,963.69
占当期面料采购额的比重	24.27%	32.68%	18.41%	18.90%

单位：万元

项目	2020年1-6月	2019年度	2018年度	2017年度
18个型号产品与市场公开报价之间价格偏离率的平均值[注]	15.37%	-2.16%	0.00%	2.14%

注（计算过程说明）：1、根据采购明细账求得单个产品年度平均采购单价，根据市场公开报价信息计算年度市场公开平均报价；2、计算单个型号产品的价格偏离率=（年度平均采购单价-年度市场公开平均报价）/年度市场公开平均报价；3、上述 18 个产品型号价格偏离率取算术平均值。

报告期内，发行人面料主要采购品类的平均采购单价与市场平均报价的偏离率总体较低。2020 年 1-6 月，发行人主要采购品类实际采购单价均高于市场平均报价，主要原因系受疫情影响，部分品种面料市场供给不足，发行人实际采购价格会略高于市场报价。整体而言，公司主要面料采购单价与市场平均报价不存在重大差异，公司面料采购价格具备公允性，符合行业变动趋势。

（2）服装、服饰加工

报告期内，发行人服装、服饰加工的采购单价如下：

单位：元/件

品类	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
服装	49.97	55.45	50.91	57.24
服饰加工	14.22	13.18	18.23	18.48

服饰加工主要由服装加工及围巾加工构成。报告期内，发行人服装、服饰加工的采购单价总体不存在重大波动，小幅变动主要系公司采购结构发生变化所致。服装类产品个性化属性较强，服装大类、主要材质（丝绸、棉、化纤）、款式、工艺差异较大，导致单一品种的采购单价存在差异。2019 年度-2020 年 1-6 月，发行人服饰加工采购单价出现下降的主要原因系围巾加工的采购占比上升，围巾加工费用单价较低，导致服饰加工整体采购单价降低。

目前关于服装、服饰加工的采购并无公开市场价格，为从内部控制角度保证服装、服饰加工采购的公允性，发行人内部将服装分为 16 个大类（如上衣、衬衫、连衣裙），加入真丝服装/非真丝服装维度后，发行人内部共有 32 个服装分类。发行人定期会向外协供应商针对 32 个服装类别的加工费、服装采购费进行询价。由于市场竞争较为充分，发行人综合通过比价程序及历史合作情况最终确定外协供应商及采购价格，采购价格公允。

（3）面料加工

报告期内，发行人面料加工平均采购单价如下：

单位：元/米

品类	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
面料加工平均采购单价	4.71	4.55	5.46	4.68

报告期内，发行人面料加工平均采购单价波动较小，小幅波动主要系公司要求不同供应商提供的工序有所差异，以及批量大小、淡季忙季等因素影响。

发行人委托外协供应商面料加工主要涉及两道工序，面料染色及台版印花，上述工序无公开市场报价，发行人主要通过每年度向外协供应商询价方式获取当年的市场预期价格。实际采购时，发行人与外协供应商以价格表为基础、结合产能紧张程度、加工难易程度等因素进行定价，采购价格公允。

3、口罩

2020年1-6月，发行人口罩采购主要涉及半成品口罩、口罩加工、熔喷布，具体如下：

单位：万元，元/只，元/吨

品类	金额	平均采购单价
半成品口罩	5,246.94	1.71
口罩加工	3,111.21	0.43
熔喷布	1,171.56	156,611.74
小计	9,529.71	-
采购总额	11,025.08	-
占比	86.44%	-

疫情期间口罩相关采购价格存在一定波动，且无市场公开报价信息。

半成品口罩采购方面，发行人所采购的半成品口罩包括平面口罩及立体口罩，均由发行人自行包装后对外销售。发行人半成品平面口罩的平均采购单价为1.12-1.33 元/只；半成品立体口罩的平均采购单价为 5.13-6.78 元/只。根据市场公开信息检索，疫情早期，浙江省第一批口罩生产企业销售的平面口罩单价约为 2 元/只，市场公开销售的立体口罩单价约为 9 元/只，公司半成品口罩采购单价可保证公司存在合理的毛利空间，采购单价公允。

口罩加工采购方面，发行人主要采购内容包含压片加工、焊耳带加工两类服务，压片加工的采购单价为 0.49-0.62 元/只，焊耳带加工的采购单价约为 0.09 元/只，上述价格均由发行人在疫情期间协调各方社会资源后协商确定，采购单价公允。

熔喷布采购方面，疫情期间市场行情波动较大。根据公开信息检索，2020 年 3-5 月，熔喷布的市场价格区间为 3-70 万元/吨，市场行情波动剧烈，公司熔喷布采购单价在市场价格合理区间内，采购单价公允。

（四）向不同供应商采购同类产品或服务单价比较分析

1、丝绸文化创意品（自有终端品牌）

（1）丝巾

报告期内，公司丝巾各期前五大供应商合计 10 家，采购情况如下：

单位：元/件

供应商名称	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
供应商 1	35.62	44.60	48.06	52.59
供应商 2	49.12	52.10	41.43	55.80
供应商 3	/	/	57.01	201.50
供应商 4	53.45	42.98	63.81	54.87
供应商 5	53.03	53.41	52.72	54.91
供应商 6	/	/	47.52	45.51
供应商 7	64.58	59.65	93.50	103.86
供应商 8	38.83	48.66	49.74	37.12
供应商 9	/	65.14	68.33	/
供应商 10	1,843.77	470.60	964.58	/
公司向上述供应商采购丝巾产品金额小计（万元）	248.30	3,133.09	4,399.88	5,918.96
公司当期采购丝巾产品金额合计（万元）	248.30	3,265.36	4,895.63	6,273.77
占比	100.00%	95.95%	89.87%	94.34%

注：相同大类产品进行分析时同一编号供应商为同一供应商，不同大类产品下同一编号供应商通常并非同一供应商，下同。

公司采购丝巾类别较多，因向各供应商采购主要丝巾的具体规格不同，导致向各供应商的平均采购单价有所差异，整体平均采购单价在 35-60 元/条左右。报告期内，公司向部分供应商采购单价差异较大的原因为：

2017-2018 年公司向供应商 3 采购单价分别为 201.50 元/条、57.01 元/条，2017 年采购单价较高主要系单价较高的 MR 真丝类产品较多，2018 年采购单价较低主要原因系为彻底解决同业竞争问题公司将供应商 3 原剩余的各类低价值产品以第三方评估价格购回；

2017-2018 年公司向供应商 7 采购丝巾平均单价较高，主要系公司向其采购的高单价真丝绒披肩占比较高；

2018-2020 年 6 月公司主要向供应商 10 采购少量手工刺绣巾，其单价相对较高。

（2）家纺

报告期内，公司家纺各期前五大供应商合计 9 家，采购情况如下：

单位：元/件

供应商名称	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
供应商 1	994.47	1,124.97	1,255.00	1,168.55
供应商 2	562.33	552.75	445.12	448.04
供应商 3	227.50	291.64	282.12	214.86
供应商 4	380.53	300.17	227.94	96.98
供应商 5	189.32	120.62	271.68	330.73
供应商 6	182.64	646.02	5,764.87	1,001.03
供应商 7	/	41.32	57.08	/
供应商 8	311.91	1,179.35	401.44	/
供应商 9	601.78	/	/	/
公司向上述供应商采购家纺产品金额小计（万元）	1,168.48	2,937.25	2,752.39	5,550.63
公司当期采购家纺产品金额合计（万元）	1,276.23	3,453.53	3,628.33	6,454.64
占比	91.56%	85.05%	75.86%	85.99%

公司家纺产品包括蚕丝被、真丝床上套件等品类，不同品类单价差异较大。报告期内，公司采购蚕丝被和真丝床上件套合计采购额占家纺总采购额约 70%，

公司蚕丝被供应商主要包括供应商 2、供应商 3、供应商 4、供应商 5，真丝床上件套供应商主要包括供应商 1、供应商 8、供应商 10、供应商 11，对上述两类产品分供应商对采购单件进一步比较如下：

①蚕丝被

报告期内，公司向主要供应商采购蚕丝被单价及金额情况如下：

单位：万元，元/件

项目	2020 年 1-6 月		2019 年		2018 年		2017 年	
	单价	金额	单价	金额	单价	金额	单价	金额
供应商 2	562.33	57.08	569.28	791.87	453.72	418.74	485.05	834.00
供应商 3	231.88	449.02	279.78	910.68	278.21	775.57	212.86	814.30
供应商 4	/	-	203.18	6.77	196.40	72.06	181.48	561.08
供应商 5	199.79	205.46	178.78	212.37	293.56	259.98	362.96	149.90
小计	232.06	711.56	327.53	1,921.69	307.54	1,526.35	260.71	2,209.38
蚕丝被合计	243.64	890.12	326.27	2,003.23	294.36	1,659.27	260.71	2,366.66
占比	/	79.94%	/	95.93%	/	91.99%	/	99.69%

蚕丝被采购单价主要受重量的影响，报告期内，公司向供应商 2、供应商 3、供应商 4 分别主要采购重型蚕丝被、1.5KG 以下及便携型蚕丝被、轻型蚕丝被，故导致公司向三家供应商平均采购单价在不同区间。2019 年度和 2020 年 1-6 月，公司向供应商 2 采购蚕丝被单价较以往年度提高，主要系公司于 2019 年推出了高端子母被系列及黄金蚕丝被，其面料和蚕丝级别均有较大的提升，除去两款新产品影响公司向供应商 2 采购家纺平均单价分别为 472.13 元/条、459.53 元/条，与以前年度采购单价（485.05 元/条、453.72 元/条）差异较小。报告期期初，公司向供应商 5 主要采购 1.5KG 以上蚕丝被，因其生产货期配合程度较高，公司逐步向其追加个性化定制家纺产品订单，导致平均采购单价逐年下滑。

②真丝床上套件

报告期内，公司向主要供应商采购真丝床上套件单价及金额情况如下：

单位：万元，元/件

项目	2020 年 1-6 月		2019 年		2018 年		2017 年	
	单价	金额	单价	金额	单价	金额	单价	金额
供应商 1	1,205.51	6.27	1,210.72	175.07	1,263.05	714.63	1,445.58	2,231.11

单位：万元，元/件

项目	2020 年 1-6 月		2019 年		2018 年		2017 年	
	单价	金额	单价	金额	单价	金额	单价	金额
供应商 8	/	-	2,412.59	157.06	/	-	/	-
供应商 10	2,743.36	7.96	2,379.22	128.72	2,493.48	42.64	/	-
供应商 11	/	-	/	-	1,597.02	91.35	1,199.56	90.81
小计	1,756.10	14.22	1,746.95	460.85	1,325.76	848.62	1,434.08	2,321.91
真丝套件合计	1,565.98	21.92	1,568.50	673.67	1,402.65	1,234.75	1,472.53	2,795.31
占比	/	64.88%	/	68.41%	/	68.73%	/	83.06%

报告期内，公司采购真丝床上套件平均单价在 1,500 元/套左右，但不同真丝套件规格（内含套件数量）单价差异较大。供应商 1：2017 年公司向其采购真丝五件套、六件套产品占比较高，导致平均采购单价略高，以后年度公司向其采购产品主要以真丝四件套为主；供应商 8：公司向其采购八件套产品占比较高，平均单价较高；供应商 10：公司向其采购的六件套产品占比较高，导致平均采购单价较高；供应商 11：公司向其主要采购真丝六件套产品和真丝及棉混纺产品，其中真丝及棉混纺产品单价较低，因其质量不符合要求，双方于 2019 年起中止合作。

（3）品牌服装

报告期内，公司品牌服装各期前五大供应商合计 13 家，采购情况如下：

单位：元/件

供应商名称	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
供应商 1	307.91	292.08	308.12	271.01
供应商 2	/	368.44	353.96	332.76
供应商 3	/	/	385.37	310.63
供应商 4	/	/	353.96	308.39
供应商 5	72.46	68.80	61.63	/
供应商 6	/	225.05	417.79	256.72
供应商 7	/	/	/	2,869.31
供应商 8	/	358.81	/	/
供应商 9	242,956.14	231,743.94	/	/
供应商 10	321.21	16.81	/	/

单位：元/件

供应商名称	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
供应商 11	154.88	286.76	222.12	/
供应商 12	315.31	322.50	/	/
供应商 13	332.68	331.95	/	/
公司向上述供应商采购品牌服装产品金额小计（万元）	381.54	1,168.86	1,499.37	2,035.29
公司当期采购品牌服装产品金额合计（万元）	413.03	1,533.66	2,208.58	2,739.67
占比	92.38%	76.21%	67.89%	74.29%

公司采购的品牌服装大致可分为睡衣类产品和其他产品两类，各期前五大供应商平均采购单价在 300-400 元/件左右。报告期内，公司向部分供应商采购单价差异较大的原因为：

2018-2020 年 6 月，公司主要向供应商 5、供应商 11 分别采购非真丝定制 polo 衫、非真丝休闲裤和时装上衣等，故采购单价相对较低；

2017 年度、2019 年度公司向供应商 6 采购了部分单价较低的短袖、中袖类睡衣，排除此因素平均采购单价分别为 360.69 元/件、273.94 元/件；

2017 年度，公司向供应商 7 采购的西装、旗袍、礼服比普通睡衣单价较高；

2019-2020 年 6 月，公司向供应商 9 采购的少量龙凤夹袍单价较高；

2019 年度，公司向供应商 10 采购单价较低主要系双方于当期开始合作，前期进行产品打样故采购单价较低。

（4）围巾

报告期内，公司围巾各期前五大供应商合计 10 家，采购情况如下：

单位：元/件

供应商名称	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
供应商 1	13.25	15.29	15.14	19.99
供应商 2	22.08	21.85	12.15	21.01
供应商 3	/	113.28	140.15	/
供应商 4	151.02	119.59	/	/
供应商 5	/	24.24	12.52	30.68
供应商 6	21.58	23.00	/	84.00

单位：元/件

供应商名称	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
供应商 7	/	/	258.92	241.64
供应商 8	/	/	122.45	/
供应商 9	/	279.09	228.64	62.80
供应商 10	1.88	1.62	1.09	/
公司向上述供应商采购围巾产品金额小计（万元）	84.00	509.65	633.98	279.79
公司当期采购围巾产品金额合计（万元）	84.00	576.82	722.01	378.94
占比	100.00%	88.35%	87.81%	73.84%

公司采购的围巾根据所用面料可分为化纤围巾、丝羊毛围巾、羊毛围巾等，以化纤类围巾为主，个别供应商采购单价较高主要系受当期采购围巾所用面料的影响。报告期内，公司向供应商 3、供应商 4、供应商 7、供应商 8、供应商 9 采购单价较高主要原因系采购围巾面料以羊毛、丝羊毛、山羊绒为主；公司向供应商 10 采购围巾单价较低主要系向其采购个性化定制彩类配饰巾，单价相对较低。

（5）包装材料

报告期内，公司包装材料各期前五大供应商合计 7 家，采购情况如下：

单位：元/件

供应商名称	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
供应商 1	10.41	11.15	11.49	11.35
供应商 2	3.00	1.97	2.19	4.26
供应商 3	/	9.29	13.70	8.31
供应商 4	12.51	13.20	10.83	9.46
供应商 5	11.66	15.03	14.75	10.63
供应商 6	10.79	7.55	3.67	8.26
供应商 7	4.66	/	/	/
公司向上述供应商采购包装材料金额小计（万元）	451.75	1,749.41	1,840.36	1,297.26
公司当期采购包装材料金额合计（万元）	646.48	2,351.80	2,486.12	2,116.58
占比	69.88%	74.39%	74.03%	61.29%

公司包装材料类别较多，主要为常规包装盒、定制包装盒、单价较低的说明

书和宣传册、吊牌等，各供应商供应的主要包装材料类别不同导致采购单价差异较大。公司采购包装盒占比超过 60%，选取主要供应常规包装盒的供应商采购单价比较如下：

单位：万元，元/件

项目	2020 年 1-6 月		2019 年		2018 年		2017 年	
	单价	金额	单价	金额	单价	金额	单价	金额
供应商 1	10.48	169.73	12.02	895.27	12.79	719.37	11.50	297.91
供应商 2	10.58	78.38	5.92	179.84	8.65	364.10	9.01	305.73
供应商 3	/	-	18.59	55.22	17.52	217.06	12.41	292.17
供应商 4	19.10	22.51	16.15	189.89	15.91	242.04	12.20	15.74
供应商 5	15.99	46.88	18.58	100.77	16.91	33.33	13.65	188.73
供应商 6	11.83	33.46	11.14	165.99	14.19	63.32	8.27	106.10
小计	11.49	350.96	11.35	1,586.98	12.38	1,639.22	10.84	1,206.37
包装材料合计	/	646.48	/	2,351.80	/	2,486.12	/	2,116.58
占比	/	54.29%	/	67.48%	/	65.93%	/	57.00%

公司向供应商 3、供应商 5、供应商 4 主要采购个性化订单的包装盒，个性化订单包装盒工艺要求多样，打样成本较高，具有订单量小、货期短、次品率高的特点，故相应采购单价较高；公司向供应商 1、供应商 6 主要采购常规产品包装盒，成本相对可控，采购单价低于个性化订单包装盒；公司向供应商 2 主要采购季节性爆款产品如年礼、中秋、春茶项目包装盒，及部分个性化订单的简包装，简包装采购单价较低使得平均采购单价偏低。

报告期内，公司对常规包装盒进行了更换，2018 年起逐步将第五代常规包装盒升级为第六代常规包装盒，导致包装盒主要供应商平均采购单价有所上升，至美包装承接了部分个性化订单简包装，导致当期采购单价较 2017 年下降。对 2018-2020 年 6 月平均采购单价波动较大的供应商分析如下：①供应商 2：2019 年公司向供应商 2 平均采购单价较低，主要系当期因客户定制化需求采购单价较低的个性化订单简包装较多；②供应商 6：2018 年公司主要向供应商 6 采购金色高端丝巾包装盒，单价在 14 元左右，2019-2020 年 6 月公司向其采购增加了向其采购类别，平均采购单价有所下滑。

2、丝绸纺织制品（非自有终端品牌）

报告期内，发行人丝绸纺织制品主要产品采购主要为面料、服饰加工、面料加工、服装四大类。

（1）面料

报告期内，公司采购的面料占丝绸纺织制品采购金额的比例分别为71.06%、70.89%、73.22%和70.44%。面料采购主要包括白坯面料、色坯面料、成品面料，其中白坯面料为真丝面料，单价较高；色坯面料、成品面料通常为非真丝面料，单价较低。报告期各期，公司面料采购主要为白坯面料采购，采购占比在70%左右。

报告期内，公司白坯面料各期前五大供应商合计 9 家，采购情况如下：

单位：元/米

供应商名称	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
供应商 1	51.46	60.68	67.83	56.52
供应商 2	57.47	54.88	65.28	53.96
供应商 3	83.86	79.12	81.98	78.32
供应商 4	57.02	51.24	65.63	51.98
供应商 5	92.59	90.41	106.50	78.15
供应商 6	48.88	51.38	-	-
供应商 7	43.50	40.98	-	-
供应商 8	49.13	52.27	55.28	42.12
供应商 9	69.91	62.02	72.06	54.64
公司向上述供应商采购白坯面料金额小计（万元）	2,384.77	9,338.51	6,981.44	7,570.74
公司当期采购白坯面料金额合计（万元）	3,746.44	15,855.18	14,636.10	14,044.39
占比	63.65%	58.90%	47.70%	53.91%

报告期内，发行人向主要面料供应商的采购价格存在一定差异，主要原因系采购产品结构差异所致，白坯面料细分种类多样，根据真丝含量、姆米（厚度）、门幅（宽度）、工艺等规格的差异，单价在 30-120 元/米之间。

发行人采购类似型号面料存在多个供应商，通常情况下，类似型号面料的不同供应商之间采购单价不存在重大差异，具体如下：

单位：万元

细分品类	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	已比较供应商的采购金额汇总	向单个供应商采购单价与平均采购单价之间价差率是否存在高于 10%的情况	已比较供应商的采购金额汇总	向单个供应商采购单价与平均采购单价之间价差率是否存在高于 10%的情况	已比较供应商的采购金额汇总	向单个供应商采购单价与平均采购单价之间价差率是否存在高于 10%的情况	已比较供应商的采购金额汇总	向单个供应商采购单价与平均采购单价之间价差率是否存在高于 10%的情况
弹力双乔绉 19MM 门幅 140cm	2.47	否	75.70	否	123.28	否	154.69	否
双乔绉 22MM 门幅 140cm	2.68	否	47.61	否	107.98	否	42.08	否
人丝弹力双乔绉 21MM 门幅 140cm	-	否	24.95	否	44.06	否	72.99	否
斜纹绸 14MM 门幅 140cm	50.04	是	233.72	否	15.78	否	71.78	否
斜纹绸 16MM 门幅 114cm	11.34	否	425.92	否	22.03	否	99.54	是
斜纹绸 18MM 门幅 140cm	30.63	否	36.84	否	58.32	否	90.85	否
乔其 10MM 门幅 140cm	-	否	227.74	否	108.73	否	389.25	否
乔其 12MM 门幅 140cm	45.11	否	249.37	否	162.91	否	12.47	否
雪纺 8MM 门幅 140cm	15.05	否	140.51	否	32.33	是	100.05	否
弹力素绉缎 16MM 门幅 140cm	1.41	否	196.54	否	29.58	否	9.36	是
弹力素绉缎 19MM 门幅 140cm	73.40	否	314.88	否	87.01	否	44.35	否
素绉缎 16MM 门幅 140cm	0.29	否	295.98	否	65.96	否	231.73	是
双绉 14MM 门幅 140cm	41.15	否	67.02	否	116.34	是	217.30	否
双绉 16MM 门幅 140cm	0.88	是	414.74	否	136.78	否	386.54	否
双绉 18MM 门幅 140cm	60.44	否	229.86	否	70.11	否	97.66	是
重绉 23MM 门幅 140cm	23.36	否	84.39	否	1.24	否	76.78	否
弹力重绉 30MM 门幅 140cm	10.48	否	94.51	否	7.82	否	198.60	否
金额合计	368.73	/	3,160.28	/	1,190.26	/	2,296.02	/
占面料采购比例	7.48%	/	15.66%	/	6.08%	/	10.92%	/

注 1（样本选取标准）：报告期内任意一年该细分品类采购金额占所归属大类的前三，同时该细分品类面料需存在多个供应商；

注 2（计算过程说明）：1、根据采购明细账求得单个规格型号不同供应商的年度平均采购单价；2、对不同供应商的年度平均采购单价取算术平均值；3、计算向单个供应商采购价格的价差率=（单个供应商年度平均采购单价-该细分品类供应商年度平均采购单价平均值）/该面料细分品类供应商年度平均采购单价平均值；4、判断 3 的结果是否大于 10%。

报告期内，公司 17 种规格类似的面料不同供应商之间采购单价通常不存在差异，个别期间存在差异的原因主要系当期采购时点不同。

（2）服饰加工

报告期内，公司服饰加工各期前五大供应商合计13家，采购情况如下：

单位：元/件

供应商名称	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
供应商 1	-	-	59.80	61.33
供应商 2	-	-	-	38.74
供应商 3	-	21.98	31.25	29.58
供应商 4	-	-	13.79	13.32
供应商 5	-	-	22.32	17.53
供应商 6	33.12	35.53	31.54	29.60
供应商 7	78.29	52.78	66.26	-
供应商 8	90.92	82.66	55.21	-
供应商 9	78.46	58.99	90.73	-
供应商 10	88.77	48.79	41.91	44.78
供应商 11	60.36	40.46	34.94	31.86
供应商 12	-	88.28	88.22	-
供应商 13	81.93	96.73	-	-
公司向上述供应商采购服饰加工金额小计（万元）	421.49	1,843.60	2,270.63	2,064.89
公司当期采购服饰加工金额合计（万元）	964.70	3,628.31	4,102.76	3,892.63
占比	43.69%	50.81%	55.34%	53.05%

报告期内，发行人向主要供应商的服饰加工采购价格存在一定差异，主要原因系采购产品结构差异所致。发行人所采购的服饰加工服务个性化程度较高，发行人向各供应商的服饰加工采购价格依据款式、工艺难度等因素差异化较大，通常情况下服饰加工采购单价的区间在 15-90 元/件。

2017-2018 年度发行人向供应商 4、供应商 5 的采购价格较低的主要原因系该两家供应商提供低端品牌的女士服装，加工价格较低。

2017-2018 年度发行人向供应商 1 加工单价高于平均单价，主要原因系供应商 1 生产对工艺及质量要求较高的服装为主，其加工单价高于其他供应商。

2018-2020 年 1-6 月发行人向供应商 8、供应商 9、供应商 12、供应商 13 的采购单价较高的主要原因系其生产对工艺及质量要求较高的服装为主，故其产品采购价格高于其他服装厂，其中 2019 年度发行人向供应商 9 的采购单价相较其他年度出现下降，主要原因系下游客户需求变动所致。2020 年 1-6 月发行人向供应商 10 加工费单价出现较大上升，主要原因系 2020 年 1-6 月该供应商承接较高加工难度的连体裤订单，其加工工艺较复杂，加工单价较高。

（3）面料加工

报告期内，公司面料加工各期前五大供应商合计 5 家，采购情况如下：

单位：元/米

供应商名称	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
供应商 1	5.56	5.47	4.79	5.81
供应商 2	4.31	4.15	3.52	-
供应商 3	4.37	3.60	3.65	-
供应商 4	-	-	2.82	3.59
供应商 5	-	6.78	6.12	7.61
公司向上述供应商采购面料加工金额小计（万元）	173.25	591.53	502.50	610.19
公司当期采购面料加工金额合计（万元）	181.23	682.20	855.68	672.61
占比	95.60%	86.71%	58.73%	90.72%

报告期内，发行人向主要供应商的面料加工采购价格存在一定差异，主要原因系采购产品结构差异所致。报告期内，发行人的面料加工主要包含面料染色及台版印花。面料染色的基础价格区间为 2.50 元/米-5.00 元/米，台版印花的基础价格区间为 6.00 元/米-8.00 元/米。此外，同一类型的采购也会受到批量大小、淡忙季等因素的影响。

（4）服装

报告期内，公司服装各期前五大供应商合计 9 家，采购情况如下：

单位：元/件

供应商名称	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度

单位：元/件

供应商名称	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
供应商 1	45.89	40.64	39.45	36.94
供应商 2	50.33	55.10	66.78	58.24
供应商 3	-	-	-	38.89
供应商 4	-	-	-	84.51
供应商 5	140.74	90.89	75.56	74.45
供应商 6	46.64	105.38	87.39	133.60
供应商 7	-	69.19	53.64	84.60
供应商 8	-	60.61	-	-
供应商 9	-	160.29	-	-
公司向上述供应商采购服装金额小计（万元）	344.63	908.72	1,328.87	1,720.05
公司当期采购服装金额合计（万元）	345.18	955.25	1,583.71	1,738.01
占比	99.84%	95.13%	83.91%	98.97%

报告期内，发行人向主要供应商的服装采购价格存在一定差异，主要原因系服装个性化属性较强，不同细分品类的采购单价差异较大，通常情况下服装采购单价的区间在 20-100 元/件。

此外，由于定制服装采购价格中包含供应商的固定成本，若同一款式服装采购批量较小，采购单价会高于大批量采购下的价格。发行人向供应商 5、供应商 6、供应商 9 在个别年份的采购价格较高的主要原因系采购批量较小，定价较高。

3、口罩

2020年1-6月，发行人口罩相关采购主要为半成品口罩、口罩加工、熔喷布，具体如下：

单位：万元，元/只，元/吨

品类	金额	平均采购单价
半成品口罩	5,246.94	1.71
口罩加工	3,111.21	0.43
熔喷布	1,171.56	156,611.74
小计	9,529.71	-
采购总额	11,025.08	-

单位：万元，元/只，元/吨

品类	金额	平均采购单价
占比	86.44%	-

2020 年 1-6 月，公司口罩主要采购大类前五大供应商合计 20 家，采购情况如下：

类型	供应商名称	单价（元/只、万元/吨）
半成品口罩-平面口罩	供应商 1	1.29
半成品口罩-平面口罩	供应商 2	1.12
半成品口罩-平面口罩	供应商 3	1.33
半成品口罩-平面口罩	供应商 4	1.28
半成品口罩-平面口罩	供应商 5	1.17
半成品口罩-立体口罩	供应商 6	6.43
半成品口罩-立体口罩	供应商 7	5.13
半成品口罩-立体口罩	供应商 8	6.81
半成品口罩-立体口罩	供应商 9	5.71
半成品口罩-立体口罩	供应商 10	6.78
熔喷布	供应商 11	20.40
熔喷布	供应商 12	39.82
熔喷布	供应商 13	13.39
熔喷布	供应商 14	16.28
熔喷布	供应商 15	7.97
口罩加工费	供应商 16	0.42
口罩加工费	供应商 17	0.66
口罩加工费	供应商 18	0.88
口罩加工费	供应商 19	0.21
口罩加工费	供应商 20	0.97
/	公司向上述供应商采购口罩相关金额小计（万元）	7,001.28
/	公司当期采购口罩相关金额合计（万元）	11,025.08
/	占比	63.50%

半成品口罩采购方面，发行人向主要供应商的采购单价为 1.12-1.33 元/只；向主要立体口罩供应商的采购单价为 5.13-6.78 元/只,不存在重大差异。

熔喷布采购方面，发行人向主要供应商的采购单价存在较大差异，主要系疫情期间市场行情波动较大，发行人向不同供应商采购熔喷布单价变动主要系采购时点不同所致。根据公开信息检索，2020 年 3-5 月熔喷布的市场价格区间为 3-70 万元/吨。

口罩加工采购方面，发行人向主要供应商的采购单价存在一定差异，主要系发行人要求主要供应商提供的工序不同所致。发行人向供应商 16 的采购包含两类服务，分别为压片加工和焊耳带加工，压片加工单价为 0.49-0.62 元/只，焊耳带加工单价在 0.09 元左右，发行人向供应商 19 的采购包含两类服务，分别为焊耳带加工和包装，两类服务采购单价共计 0.21 元/只。发行人向其他主要供应商的采购均为压片加工和焊耳带加工，其采购单价存在差异的原因主要系采购时点不同。

七、主要固定资产和无形资产

（一）固定资产

1、基本情况

公司日常经营使用的主要设施为房屋建筑物、专用设备等。截至 2020 年 6 月 30 日，公司固定资产账面价值为 9,297.40 万元，具体情况如下：

单位：万元

项目	原值	折旧年限	累计折旧	减值准备	净值	成新率
房屋建筑物	7,190.88	30 年	1,621.63	-	5,569.25	77.45%
专用设备	5,637.15	5-10 年	2,432.00	22.91	3,182.24	56.45%
运输设备	468.16	3-5 年	212.13	-	256.03	54.69%
其他设备	1,332.89	3-5 年	1,043.02	-	289.87	21.75%
合计	14,629.09	/	5,308.78	22.91	9,297.40	63.55%

2、房屋建筑物

（1）自有房产

截至 2020 年 6 月 30 日，公司拥有的房产情况如下 ：

序号	证号	面积（m^2）	位置	用途	权属
1	杭房权证经字第 14806416 号	11,919.68	幸福南路 2 号 1 幢	非住宅	万事利数码

序号	证号	面积（m^2）	位置	用途	权属
2	杭房权证经字第14806417号	8,659.44	幸福南路2号2幢	非住宅	万事利数码
3	杭房权证经字第14806418号	8,811.11	幸福南路2号3幢	非住宅	万事利数码
4	杭房权证经字第14806419号	12,954.96	幸福南路2号4幢	非住宅	万事利数码
5	杭房权证经字第14806420号	47.12	幸福南路2号5幢	非住宅	万事利数码

万事利数码报告期内存在将 1 幢部分对外出租用作办公场所的情形。2020 年 6 月 28 日，万事利数码已取得杭州钱塘新区管理委员会《公文处理简复单》，该文件对万事利科创园（即 1 幢 5-6 层）企业入驻租赁及工商注册备案事项予以认可。

（2）房屋租赁

截至 2020 年 6 月 30 日，公司经营场所外部租赁情况如下：

序号	承租方	出租方	用途	地址	面积（m^2）	出租人有否权属证书及有权出租的原因	是否租赁备案登记
出租人有权属证书，且已办理租赁备案登记							
1	万事利丝绸上海分公司	华榕投资	办公场所	上海市黄浦区陆家浜路1378号万事利大厦5楼501-502室	480.00	沪房地黄字（2012）第000950号，出租人即房屋所有权人	是
出租人有权属证书，但未办理租赁备案登记							
2	万事利丝绸	万事利集团	办公场所	杭州市天城路68号万事利科技大厦1幢4楼405-414	597.71	杭房权证江字第13504351号，出租人即房屋所有权人	无
3	万事利丝绸	万事利集团	办公场所	杭州市天城路68号万事利科技大厦1幢6楼601-614	840.44		无
4	万事利丝绸	万事利集团	办公场所	杭州市天城路68号万事利科技大厦1幢13楼1301-1306	370.86		无
5	万事利丝绸	万事利集团	仓库	杭州市天城路68号万事利科技大厦2幢地下一层	66.40	杭房权证江字第13504299号，出租人即房屋所有权人	无
6	万事利丝绸	万事利集团	仓库	杭州市天城路68号万事利科技大厦2幢地下一层	66.40		无
7	万事利丝绸	万事利集团	仓库	杭州市天城路68号万事利科技大厦2幢地下一层	84.93		无
8	万事利丝绸	万事利集团	仓库	杭州市天城路68号万事利科技大厦2幢地下一层	79.07		无
9	万事利丝绸	万事利集团	办公场所	杭州市天城路68号万事利科技大厦2幢6楼604	52.41		无
10	万事利丝绸	万事利集团	办公场所	杭州市天城路68号万事利科技大厦2幢15楼1509-1510	103.00		无
11	万事利丝绸	万事利集团	办公场所	杭州市天城路68号万事利科技大厦2幢15楼1515	52.13		无
12	万事利艺术品	万事利集团	展示营销	杭州市天城路68号万事利科技大厦2幢1楼MR区域、	618.50		无

序号	承租方	出租方	用途	地址	面积（m^2）	出租人有否权属证书及有权出租的原因	是否租赁备案登记
			中心	工艺品区域、丝巾区域			
13	万事利丝绸天津分公司	天津市地下铁道集团有限公司	办公场所	天津市南开区南京路 309 号环球置地广场 27 层 01 室	134.56	房地证津字第 104021031392 号，出租人即房屋所有权人	无
14	万事利丝绸南京分公司	南京市蔬菜副食品集团有限公司	办公场所	南京市洪武路 23 号 1310 室	89.88	宁房权证白转字第 331457 号，出租人即房屋所有权人	无
15	万事利丝绸重庆分公司	雷仲伟	办公场所	重庆市渝北区龙溪街道红金街 2 号索特大厦 1 栋 21-7	111.52	201 房地证 2010 字第 11020 号，出租人即房屋所有权人	无
16	万事利丝绸萧山国际机场分公司	杭州萧山国际机场有限公司	直营门店	杭州萧山国际机场航站楼商业区域国际精品类别子项 1 号 CF-67	75.96	杭房权证萧字第 088134 号，出租人即房屋所有权人	无
17	万事利丝绸萧山国际机场分公司	杭州萧山国际机场有限公司	直营门店	杭州萧山国际机场航站楼商业区域国际精品类别子项 1 号 CF-84	41.15	杭房权证萧字第 088134 号，出租人即房屋所有权人	无
18	西安万事利	陕西捷瑞房地产开发集团有限公司	办公场所	西安市莲湖区南二环路西段 5 号捷瑞智能大厦 12 层部分	120.00	西安市房权证莲湖区字第 10608 号，出租人即房屋所有权人	无
出租人为房屋所有权人，但无权属证书，也未办理租赁备案登记							
19	万事利丝绸	杭州大厦有限公司	直营门店	杭州市武林广场 1 号杭州大厦购物城 A 座三层	51.00	出租方为房屋所有权人，因其并非所在土地的土地使用权人，故未办理权属证书	无
20	万事利丝绸	杭州大厦有限公司	直营门店	杭州市武林广场 1 号杭州大厦购物城 A 座四层	78.00	出租方为房屋所有权人，因其并非所在土地的土地使用权人，故未办理权属证书	无
21	万事利丝绸	杭州湖滨步行街商业发展有限公司	直营门店	杭州市上城区湖滨步行街 2 号玻璃房	120.00	出租方为房屋所有权人，因该房屋属非永久性商业景观用房，故未办理权属证书	无
22	武汉万事利	江伟	办公场所	武汉市武昌区三角路村福星惠誉水岸国际 4 号地块 2 栋 16 层 09 室	106.49	无权属证书，出租方为房屋所有权人，正在办理过程中	无
23	西藏新丝路	洛曲	办公场所	拉萨市堆龙德庆区康桑安居院 8 栋 1 单元 401 号	约 90.00	无权属证书，出租方为房屋所有权人，正在办理过程中	无
出租人非房屋所有权人，故无权属证书，也未办理租赁备案登记							
24	万事利丝绸	姚洪妹	办公场所	杭州市天城路 68 号万事利科技大厦 2 幢 5 楼 501-518	953.72	无权属证书，根据出租方与房屋所有权人的租赁协议，出租方有权出租	无
25	万事利丝绸	徐汝奎	办公场所	杭州市天城路 68 号万事利科技大厦 2 幢 6 楼 601-603	162.19	无权属证书，根据出租方与房屋所有权人的租赁协议，出租方有权出租	无
26	万事利丝绸	孙建勇	办公场所	杭州市天城路 68 号万事利科技大厦 2 幢 6 楼 605-606	104.82	无权属证书，根据出租方与房屋所有权人的租赁协议，出租方有权出租	无
27	万事利丝绸	黄剑锋	办公场所	杭州市天城路 68 号万事利科技大厦 2 幢 6 楼 607-608	107.39	无权属证书，根据出租方与房屋所有权人的租赁协议，出租方有权出租	无
28	万事利丝绸	郑晓玉	办公场所	杭州市天城路 68 号万事利科技大厦 2 幢 6 楼 609-610	103.00	无权属证书，根据出租方与房屋所有权人的租赁协议，出租方有权出租	无
29	万事利丝绸	屠红燕	办公场所	杭州市天城路 68 号万事利科技大厦 2 幢 13 楼 1301-1308	426.81	无权属证书，根据出租方与房屋所有权人的租赁协议，出租方有权出租	无

序号	承租方	出租方	用途	地址	面积（m^2）	出租人有否权属证书及有权出租的原因	是否租赁备案登记
30	万事利丝绸	李建华	办公场所	杭州市天城路68号万事利科技大厦2幢13楼1309-1310	103.00	无权属证书，根据出租方与房屋所有权人的租赁协议，出租方有权出租	无
31	万事利丝绸	马廷方	办公场所	杭州市天城路68号万事利科技大厦2幢15楼1501-1502	109.78	无权属证书，根据出租方与房屋所有权人的租赁协议，出租方有权出租	无
32	万事利丝绸	王平海	办公场所	杭州市天城路68号万事利科技大厦2幢15楼1503-1505	157.23	无权属证书，根据出租方与房屋所有权人的租赁协议，出租方有权出租	无
33	万事利丝绸	高水兴	办公场所	杭州市天城路68号万事利科技大厦2幢15楼1506-1508	159.80	无权属证书，根据出租方与房屋所有权人的租赁协议，出租方有权出租	无
34	万事利丝绸	朱明芬	办公场所	杭州市天城路68号万事利科技大厦2幢15楼1511-1512	106.51	无权属证书，根据出租方与房屋所有权人的租赁协议，出租方有权出租	无
35	万事利丝绸	徐叨松	办公场所	杭州市天城路68号万事利科技大厦2幢15楼1513-1514	104.26	无权属证书，根据出租方与房屋所有权人的租赁协议，出租方有权出租	无
36	万事利丝绸	王栩芳	办公场所	杭州市天城路68号万事利科技大厦2幢15楼1516-1518	161.01	无权属证书，根据出租方与房屋所有权人的租赁协议，出租方有权出租	无
37	合肥万事利	安徽宝文物业发展有限公司	办公场所	合肥市宝文国际大厦（君临大厦）二十五层2519-2523室	304.79	无权属证书，出租方代房屋所有权人进行运营管理	无
38	万事利丝绸	浙江群桥人力资源开发有限公司杭州下沙分公司	宿舍	杭州经济技术开发区十二号大街盛安路群桥人力公寓2#810、822、722	约30.00	无权属证书，根据出租方与房屋所有权人的租赁协议，出租方有权出租	无
39	万事利数码	浙江群桥人力资源开发有限公司杭州下沙分公司	宿舍	杭州经济技术开发区十二号大街盛安路群桥人力公寓2#718、721、3#931	约30.00	无权属证书，根据出租方与房屋所有权人的租赁协议，出租方有权出租	无
40	万事利数码	浙江群桥人力资源开发有限公司杭州下沙分公司	宿舍	杭州经济技术开发区十二号大街盛安路群桥人力公寓2#701、703、705-708、618-630、910、918、925、3#418、421、422、423、425、427、428、430、432、509、511、516、517、522、523、601、604、605、608（共计41间）	约410.00	无权属证书，根据出租方与房屋所有权人的租赁协议，出租方有权出租	无
41	万事利数码	浙江群桥人力资源开发有限公司杭州下沙分公司	宿舍	杭州经济技术开发区十二号大街盛安路群桥人力公寓3#527、528	约20.00	无权属证书，根据出租方与房屋所有权人的租赁协议，出租方有权出租	无

公司主要租赁办公场所，生产经营所需的土地、厂房均为自有。所租赁的房屋中，房屋所有权人作为出租人未取得权属证书的房屋有5处，出租人并非房屋

所有权人故未取得权属证书但有权进行出租的房屋共 18 处。公司所租赁的办公场所“万事利科技大厦”的所有权人为控股股东万事利集团。发行人及其子公司承租该房屋用于管理人员、销售人员进行日常办公、用作展示营销中心及少量配套仓储。“万事利科技大厦”并非发行人专用的办公场地，其使用情况如下：

使用情况	面积（平方米）	占比
万事利集团及其关联方使用（除发行人外）	6,315.80	18.24%
发行人及子公司承租使用	5,691.37	16.43%
其他租户承租或空置	22,623.18	65.33%
合计	34,630.35	100.00%

发行人为“万事利科技大厦”承租人之一，租赁面积占比较小，且房屋租赁并非发行人主营业务，发行人主要生产用土地厂房均为自有，其经营并不依赖于该租赁房产，将其注入发行人对提升其主营业务的市场竞争力与盈利能力并无重大影响，故万事利集团未将该房产注入发行人。发行人所租用的楼层与万事利集团及其控制的其他企业自用楼层无重合，双方门禁系统各自独立，不存在合署办公的情形。发行人子公司万事利数码向万事利集团出租杭州下沙幸福南路 2 号万事利工业园自有房产 1 号楼 4 楼共计 1,827.61 平方米用作仓库，储存万事利集团的档案资料。发行人与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业之间不存在办公场所混同、机构混同、人员混同的情况，满足相关独立性要求。

①出租人未取得权属证书或未办理相应租赁备案登记的租赁房产占比

公司部分租赁房产存在出租人未取得权属证书或未办理相应租赁备案登记的情形。截至本招股说明书签署日，存在上述情形的租赁房产面积及占发行人相关房产比例情况如下：

单位：平方米

项目	直营门店与展示营销中心	办公用房	仓库	员工宿舍	生产用房	合计
自有房产面积①	1,504.75	4,406.50	12,248.26	-	9,605.00	27,764.51
租赁房产面积②	984.61	6,213.31	296.80	490.00	-	7,984.72
总使用面积③=①+②	2,489.36	10,619.81	12,545.06	490.00	9,605.00	35,749.23
权属瑕疵房产面积④	249.00	196.49	-	-	-	445.49

单位：平方米

项目	直营门店与展示营销中心	办公用房	仓库	员工宿舍	生产用房	合计
占总使用面积的比重⑤=④/③	10.00%	1.85%	-	-	-	1.25%
未履行租赁备案房产面积⑥	984.61	5,733.31	296.80	490.00	-	7,504.72
占总使用面积的比重⑦=⑥/③	39.55%	53.99%	2.37%	100.00%	-	20.99%

②出租人未取得权属证书或未办理相应租赁备案登记不会对发行人主营业务及生产经营稳定性产生重大不利影响

发行人所租赁的房屋中，仅有位于杭州大厦购物城、湖滨步行街、萧山国际机场、万事利科技大厦的 5 处房屋用于对外营业，直接产生收入。报告期内，上述 5 处用于对外营业的承租房屋所产生的营业收入及占当期发行人总营业收入的情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
杭州大厦店	94.63	395.76	349.09	325.49
湖滨步行街店	14.24	-	-	-
萧山机场店	75.80	366.07	323.12	337.15
丝绸汇展示营销中心	623.58	2,378.44	1,895.24	2,115.12
合计	808.25	3,140.28	2,567.45	2,777.76
营业收入	38,687.84	72,851.39	75,252.67	71,319.02
占比	2.09%	4.31%	3.41%	3.89%

由上表所示，报告期内，出租人未取得权属证书且未履行租赁备案的发行人直营门店杭州大厦店和湖滨步行街店及未履行租赁备案的萧山机场店和丝绸汇展示营销中心所产生营业收入占发行人营业收入比重较低，上述租赁房屋的权属瑕疵不会对发行人的主营业务产生重大不利影响。

截至 2020 年 6 月 30 日，出租人并非房屋所有权人，故未取得权属证书的房屋有 18 处。根据出租方提供的租赁合同与房屋权属证书显示，尽管出租人非房屋所有权人且无法取得权属证书，但其有权向发行人及其子公司出租房屋，且相应房屋已由所有权人办理了权属证书，不属于权属瑕疵的情形，不会对发行人的

主营业务产生不利影响，亦无需搬迁。

截至 2020 年 6 月 30 日，房屋所有权人作为出租人未取得权属证书的房屋有 5 处，相应房屋所有权人分别为杭州大厦有限公司（2 处）、杭州湖滨步行街商业发展有限公司、江伟与洛曲，其中：

A、杭州大厦购物城作为杭州主城区市中心地标性的商场，在可合理预见的范围，短期内不存在拆迁可能，如因出租方未取得房产权属证书影响发行人持续、稳定使用租赁物业，发行人可寻找杭州市范围内其他成熟商圈开展经营。根据出租方杭州大厦有限公司的控股股东杭州解百（600814.SH）发布的 2020 年第一季度报告，杭州大厦有限公司正就杭州大厦购物城 A 座所在土地续租事项与有关部门进行积极沟通。

B、杭州市上城区湖滨步行街 2 号玻璃房主要系发行人用于在西湖景区向广大游客宣传自身品牌及产品，如因租赁房产权属瑕疵无法持续租赁，发行人将视情况通过其他方式进行宣传。出租方杭州湖滨步行街商业发展有限公司出具说明：未收到任何可能影响该房屋正常使用的信息，万事利丝绸可以在租赁合同约定的租赁期限内持续、稳定地使用该房屋。如后续出现可能影响发行人持续、稳定使用该房屋的情形，其将及时通知发行人，并根据租赁合同和相关法律法规，与万事利丝绸积极协商、友好解决。

C、拉萨市堆龙德庆区租赁房屋、武汉市武昌区三角路村租赁房屋主要为发行人省外子公司的办公场所，如因房产权属瑕疵需要搬迁，可以在短期内找到替代性租赁房产。出租方洛曲、江伟已分别出具说明：未收到过该房屋纳入拆迁范围的通知，也未知悉任何该房屋将要拆迁或影响正常使用的信息。西藏新丝路/武汉万事利作为承租人，可以在租赁期间内稳定、持续地使用该房屋。如届时出现拆迁等可能导致西藏新丝路/武汉万事利无法稳定、持续使用该房屋的情形，其将根据租赁合同和相关法律法规，与西藏新丝路/武汉万事利积极协商、友好解决。

发行人对存在权属瑕疵的租赁房屋的搬迁可行性进行了评估，对所需时间和费用进行了测算：如杭州市武林广场 1 号杭州大厦购物城 A 座四层部分专柜涉及搬迁，预计需要 1 个月左右的时间，花费 30 万元左右的装修费和搬运费；如

杭州市上城区湖滨步行街 2 号玻璃房涉及搬迁，由于该房产在西湖景区内的特殊性，且该房产作为经营场所主要用于广告宣传，发行人将停止在该营业场所的经营，选择其他宣传方式；如拉萨市堆龙德庆区康桑安居院 8 栋 1 单元 401 号和武汉市武昌区三角路村福星惠誉水岸国际 4 号地块 2 栋 16 层 09 室涉及搬迁，预计各需 1 天左右的时间，各花费 1,000 元左右的搬运费。

③租赁房产未办理相应租赁备案登记不构成重大违法，也不会涉及搬迁

截至 2020 年 6 月 30 日，发行人及分子公司所租赁的房屋中除承租华榕投资所有的上海市黄浦区陆家浜路 1378 号万事利大厦 5 楼 501-502 室已办理租赁备案登记外，其余租赁的 40 处房屋均未办理租赁备案登记。

根据《商品房屋租赁管理办法》第二十三条的规定，房屋租赁当事人未按规定办理租赁备案登记的行政处罚针对的是责令限期改正仍不改正的情形，且罚款金额较小；根据《最高人民法院关于审理城镇房屋租赁合同纠纷案件具体应用法律若干问题的解释》第四条的规定，未办理房屋租赁登记备案手续不影响租赁合同效力。因此，发行人租赁的房产不会因未履行租赁备案而涉及搬迁。

且未办理房屋租赁备案登记不涉及国家安全、公共安全、生态安全、生产安全、公众健康安全，未严重损害拟上市公司利益、投资者合法权益或社会公共利益，也未导致严重环境污染、重大人员伤亡或社会影响恶劣，主要承租主体万事利丝绸和万事利艺术品已取得当地住房和城市建筑局出具的无违法违规证明。截至本招股说明书签署日，发行人及其子公司未收到建设（房地产）主管部门责令限期改正的通知，亦未收到建设（房地产）主管部门的行政处罚。综上，发行人大部分租赁房产未办理相应的租赁备案登记不构成重大违法。如发行人及其子公司收到责令限期改正的通知，将视具体情况采取措施进一步与出租方沟通办理租赁备案登记或退租事宜。

3、主要生产设备情况

（1）自有设备

数码印花设备包括前处理设备、数码喷印设备和后道加工设备，截至 2020 年 6 月 30 日，公司主要生产设备情况如下：

单位：万元

类别	序号	设备名称	数量（台）	账面原值	净值	成新率	所有权人
前处理设备	1	针梭织高效上浆机	1	47.46	38.44	81.00%	万事利数码
数码喷印设备	1	宏华高速纺织数码喷印系统	15	1,667.59	1,230.55	73.79%	万事利数码、万事利丝绸、万事利科技
	2	爱普生导带式数码打印机	3	67.52	11.61	17.19%	万事利数码
	3	美佳尼高速数码印花机	2	633.60	278.32	43.93%	万事利数码
后道加工设备	1	开幅式连续水洗机	1	261.35	139.23	53.27%	万事利数码
	2	立信门富士拉幅定型机	1	239.66	199.80	83.37%	万事利数码
	3	高效连续长环蒸化机	1	64.99	52.17	80.27%	万事利数码
	4	连续开幅气流柔软机	1	124.14	6.21	5.00%	万事利数码
合计			**25**	**3,106.31**	**1,956.33**	**62.98%**	

截至本招股说明书签署日，公司增加了爱普生、金恒丰、熠盛等品牌合计27台数码喷印设备。

公司数码印花设备均为外购的通用设备，市场上前处理上浆设备、数码喷印设备、后道加工设备生产商较多，以数码喷印设备为例，主要生产商包括杭州宏华数码科技股份有限公司（宏华）、杭州开源电脑技术有限公司、深圳汉弘数字印刷集团股份有限公司、Seiko Epson Corporation（爱普生）、EFI-Reggiani（美加尼）等，公司数码喷印设备品牌已覆盖了美加尼、宏华、爱普生、金恒丰、熠盛共 5 种，设备类型较广，美加尼属于国外进口高速设备，单台设备价格在 300 万元以上，宏华属于国内高端设备，单台设备价格在 100-200 万元左右，金恒丰、熠盛属于国内相对低端设备，单台设备价格在 20-40 万元左右。

可比公司中，嘉欣丝绸无大量数码印花设备，达利股份拥有进口设备美加尼；凯喜雅、喜得宝等丝绸企业拥有宏华设备，公司与行业其他公司使用的设备无重大差异。

（2）合作设备

万事利数码与鲸鱼科技共同投资万事利丝绸工业园3幢3楼数码印花合作项目（以下简称“合作项目”），万事利数码提供数码印花加工服务，包括技术、人员、场地、品牌等资源要素，鲸鱼科技提供数码喷印设备（以下简称“合作设备”）。万事利数码享有合作设备的使用权，负责为合作项目客户提供数码印花加工服务，鲸鱼科技相关方负责为合作项目拓展业务。万事利数码与自身开拓的合作项目客户按市场价格进行结算，与非自身开拓的合作项目客户以低于市场价格的优惠价格进行结算。截至 2020 年 6 月 30 日，合作设备共计 28 台，明细如下：

序号	资产名称	数量（台）
1	爱普生数码打印机	20
2	金恒丰数码打印机	4
3	熠盛数码打印机	4
合计		28

注 1：鲸鱼科技实际控制人为李练，系万事利数码市场项目部负责人，负责运营合作项目；

注 2：鲸鱼科技股东何义亮曾为万事利数码员工、鲸鱼科技实际控制方李练为万事利数码员工，鲸鱼科技属于公司其他潜在利益相关方，除此之外，公司与鲸鱼科技相关各方不存在其他关联关系或利益安排。

上述 28 台合作设备中，因万事利数码从事数码印花加工业务时间较长，熟悉设备供应商渠道，故鲸鱼科技其中 22 台合作设备通过万事利数码采购渠道获得（17 台合作设备由鲸鱼科技直接向万事利数码采购，其余 5 台合作设备因布调科技业务需求向万事利数码采购，后转让给鲸鱼科技），万事利数码通过上述设备销售实现收入 464.65 万元，采购金额 392.07 万元，毛利额 72.58 万元。

公司因向各客户销售的数码印花设备主要型号不同，导致价格存在略微差异，整体销售单价差异较小，不存在重大差异。报告期内，公司向鲸鱼科技销售数码印花设备价格与销售给其他客户比较情况如下：

单位：台，万元/台

客户名称	2020 年 1-6 月		2019 年		2018 年		2017 年	
	数量	单价	数量	单价	数量	单价	数量	单价
鲸鱼科技	-	-	-	-	7	22.54	10	18.03
布调科技	-	-	-	-	4	27.26	1	17.52
上海安诺其数码科技有限公司	-	-	-	-	-	-	1	20.94
临安三信粘扣带有限公司	-	-	-	-	-	-	2	20.09

①合作背景及必要性

公司一直致力于探索数码印花工艺技术及生产模式的创新升级，公司拥有较为成熟的数码印花工艺，原主要为品牌女装客户生产高端面料。随着数码印花市场的发展，部分非品牌客户也逐步选用数码印花工艺替代传统的台版印花工艺，非品牌市场需求逐步释放。公司有意发展非品牌市场业务带动后道加工产量（后道加工指数码喷墨印染完成后的水洗、烘干等工序，下同），摊薄设备折旧成本。非品牌市场业务存在单笔业务量少、反应速度要求较快、产品品质要求相对较低（主要体现为色差、色牢度、花型精度等方面）的特点，公司现有的数码印花设备及相应生产体系若为非品牌客户提供加工服务则生产成本较高。此外，从风险控制的角度看，在业务初步尝试阶段，公司并不愿意投资大量低端数码印花设备，而更倾向于轻资产运营进行技术输出。

在此背景下，经多方协调，公司初步拟定由拥有非品牌市场客户资源的合作方购买合适的数码喷印设备并引流客户，万事利数码提供品牌、工艺技术、人员、场地的创新“云工厂”合作模式进行业务探索。李练系公司市场项目部负责人，具有设备管理从业经验，致力于非品牌市场业务的开拓以扩大部门业绩，亦认同此业务创新模式。李练和拥有非品牌市场客户资源并需要对接数码印花工厂进行生产的郑某进行合作，双方共同出资并通过鲸鱼科技提供数码喷印设备，郑某引入其积累的非品牌市场客户资源，推动非品牌市场业务较快地发展。

综上，上述合作模式有效地整合了各方的资源推动新业务发展，且公司若自行组织开拓非品牌市场增量业务，存在相应的投资风险和市场风险。因此，上述合作模式具备一定的必要性。

②项目合作业务模式及权利、义务划分安排

项目合作模式具体为万事利数码运用“云工厂”概念提供生产场地、人员、技术、品牌资源等生产要素，鲸鱼科技提供数码喷印设备（实际投资人为李练和郑某），数码喷印设备单独置放于万事利丝绸下沙丝绸工业园厂区，万事利数码享有数码喷印设备的使用权为客户进行生产。

万事利数码组织生产加工活动，与自身开拓的合作项目客户按市场价格进行结算，与非自身开拓的合作项目客户（即郑某引流的客户）以低于市场价格的优

惠价格进行结算，万事利数码与客户仅结算加工费。

李练所在的市场项目部负责牵头运营非品牌市场业务，并根据该业务的相应业绩获得万事利数码给予的提成。万事利数码给予市场项目部的考核政策为每年按现金流差价（即当期收到款项减去当期成本费用支付的款项）的 60%给于团队进行分配。

郑某主要将其开拓的客户资源对接给万事利数码，并从其引流客户结算设备服务费，每米 1 元左右。

③合作项目的商业逻辑及合理性

对万事利数码而言，通过合作项目发展了非品牌市场数码印花加工增量业务，同时增加了后道加工的业务量，摊薄了设备折旧成本，且初步探索阶段该项业务属于技术输出，无需投资固定资产，整体风险可控，在产能充足的情况下，只要增量业务加工费高于变动成本，即可获得相应收益。经初步测算，报告期内，万事利数码通过合作项目合计实现收入 3,372.14 万元，贡献营业利润 552.83 万元。

对于鲸鱼科技而言，虽然其未获取收益，但数码喷印设备实际出资方李练和郑某获益。李练通过合作项目扩大了部门业务量，获取部门收益提成；万事利数码对郑某引流客户给予一定的优惠，引流客户单独向郑某支付设备服务费，每米 1 元左右。报告期内，李练和郑某通过合作项目收益情况如下：

单位：万元

项目	李练	郑某
合作项目经营所获收益	172.81	100.00[注 1]
数码印花设备投资金额	约 590.00[注 2]	约 200.00
占比	29.29%[注 3]	50.00%

注 1：根据引流客户及郑某双方确认，引流客户以平均每米 1 元左右的价格向郑某支付设备服务费，报告期内合作项目为引流客户合计加工数量 81.95 万米，大致测算郑某获益 100 万元；

注 2：根据数码印花设备市场价格匡算；

注 3：报告期内李练分批投资数码印花设备，故收回投资金额比例较低。

综上，李练从万事利数码获取的收益已覆盖其约 30%的投资金额，且该业务发展情况良好，未来可通过做大市场规模可逐步收回投资。郑某获取的收益已覆盖其约 50%的投资金额。上述合作模式使得三方可以整合各自的资源和优势，并获得相应的收益，合作项目具备商业逻辑、具备合理性。

④价格结算模式合理性

合作项目由万事利数码运营，数码印花设备实际出资方李练和郑某为合作项目拓展客户。针对万事利数码自行开拓的客户，直接以市场价格与客户进行结算，李练可通过部门收益获取提成，以此作为李练投资数码印花设备的回报。发行人与郑某不发生业务往来，郑某为合作项目开拓的客户与万事利数码以低于市场价格的优惠价格进行结算，同时由郑某自行与其开拓的客户结算设备服务费，此部分设备服务费系作为郑某投资数码印花设备的回报。上述定价安排具备合理性。发行人仅与终端客户结算加工费，并按照业绩给予市场项目部发放业绩提成，与郑某不产生直接业务往来。发行人与合作项目其他参与方不存在其他利益安排。

⑤合作项目业务开展情况

各方于 2017 年开始投资合作项目，报告期内，公司数码印花加工业务经营情况如下：

会计期间	客户	加工内容	加工收入（万元）[注 1]	数量（万米）	单价（元/米）
2020 年 1-6 月	合作项目客户				
	帛淼服饰及其关联方	数码喷印、后道加工	497.32	57.48	8.65
	展志纺织	数码喷印、后道加工	169.54	14.79	11.47
	兆渤实业	数码喷印	43.36	4.00	10.84
	帛库纺织	数码喷印	42.64	4.03	10.59
	杭州歌蕊服饰有限公司	数码喷印	23.48	1.65	14.19
	其他	数码喷印、后道加工	55.24	5.80	9.53
	合计		831.58	87.75	9.48
	非合作项目客户	数码喷印、后道加工	26.31	2.01	13.06
2019 年度	合作项目客户				
	帛淼服饰及其关联方	数码喷印、后道加工	951.27	90.10	10.56
	众配实业	数码喷印	180.07	16.39	10.99
	展志纺织	数码喷印	114.84	12.36	9.29
	帛库纺织	数码喷印	83.68	6.01	13.93
	深圳市永丰盛纺织有限	数码喷印、后道加工	40.92	5.24	7.81

会计期间	客户	加工内容	加工收入（万元）[注 1]	数量（万米）	单价（元/米）
	公司				
	其他	数码喷印、后道加工	165.99	17.74	9.35
	合计		1,536.77	147.84	10.39
	非合作项目客户	数码喷印、后道加工	155.97	8.62	18.10
2018 年度	合作项目客户				
	展志纺织	数码喷印	184.85	11.98	15.43
	帛淼服饰	数码喷印、后道加工	162.78	38.27	4.25
	帛库纺织	数码喷印	106.14	9.87	10.76
	润源丝织	数码喷印	65.81	4.41	14.91
	杭州康宝纺织品有限公司	数码喷印	65.61	4.10	16.02
	其他	数码喷印、后道加工	133.97	33.70	3.98
	合计		719.17	102.33	7.03
	非合作项目客户	数码喷印、后道加工	211.98	12.75	16.63
2017 年度	合作项目客户				
	展志纺织	数码喷印	102.05	7.31	13.96
	润源丝织	数码喷印	40.13	2.58	15.56
	布调科技	数码喷印	24.70	2.86	8.63
	杭州桑润丝绸有限公司	数码喷印	24.48	1.30	18.79
	杭州昭利丝绸有限公司	数码喷印	22.16	1.07	20.63
	其他	数码喷印、后道加工	71.11	10.41	6.83
	合计		284.62	25.54	11.14
	非合作项目客户	数码喷印、后道加工	362.34	20.28	17.87

注 1：该加工收入为客户支付给发行人的数码印花加工服务费用；

注 2：公司自身拥有数码印花加工厂，对应客户为上表所述非合作项目客户，自身数码印花加工厂所用设备较合作项目更先进，数码印花加工品质亦更高端；

注 3：数码喷印指数码印花全工序加工服务，后道加工仅是数码喷印中的一道工序，故数码喷印加工单价高于后道加工；

注 4：因存在其他加工收入，故上表各期收入合计数略小于数码印花加工分类收入。

公司主要为客户提供数码喷印和后道加工两项服务，因加工类型不同导致不同客户之间的平均单价存在一定差异，若剔除后道加工，不同类型客户数码喷印

加工单价比对情况如下：

单位：元/米

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
合作项目客户	9.82	12.50	13.39	14.49
非合作项目客户	19.67	18.19	18.95	18.09

公司向客户提供数码印花加工服务单价主要考虑面料类型、订单规模、花型、品质、工艺要求等因素。公司向使用自有数码印花设备加工的非合作项目客户收取的加工费高于合作项目客户主要原因系公司自有的数码印花设备主要服务品质要求较高（主要体现为色差、色牢度、花型精度等方面）的客户，该类数码印花设备价格较高，通常单价区间在 100-300 万元，远高于合作项目数码印花设备价格（通常为 20-50 万元），公司需承担较高的折旧费用，加工成本较高导致收取的加工费单价较高。2020 年 1-6 月，受疫情影响，公司承接了业务规模较大且加工工序较为简单的订单，上述订单平均单价较低，从而导致当期公司向合作项目客户提供数码喷印服务平均单价下滑，与非合作项目客户数码喷印服务平均单价的差异有所扩大。

报告期内，公司通过合作项目经营规模较小，对公司经营业绩不产生重大影响，各期合作项目实现收入及占比如下：

单位：万元

项　目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
合作项目收入	831.58	1,536.77	719.17	284.62
主营业务收入	38,455.42	72,243.53	74,281.06	70,705.40
占　比	2.16%	2.13%	0.98%	0.40%
合作项目营业利润	105.24	307.90	95.67	44.03
当期利润总额	4,251.48	6,773.56	5,658.46	6,797.04
占　比	2.48%	4.55%	1.69%	0.65%

注：合作项目营业利润=合作项目收入-相应成本-该项目应归集的费用。

截至本招股说明书签署日，除鲸鱼科技外，不存在其他主体投资数码印花设备与公司共同开展数码印花合作业务的情形。

⑥合作项目最新进展

为控制风险，在非品牌市场业务初步尝试阶段，发行人倾向于轻资产运营进

行技术输出，通过提供品牌、工艺技术、人员、场地的创新“云工厂”合作模式进行业务探索。在新冠肺炎疫情背景下，2020 年 1-6 月万事利数码通过合作项目实现收入 831.58 万元，预计 2020 年全年实现收入 1,400 万元左右，与 2019 年度基本持平。为进一步做大做强此项业务，经各方协商，万事利数码于 2020 年 12 月以 566.12 万元（不含增值税）价格向鲸鱼科技收购了合作项目 27 台数码喷印设备（另有 1 台截至收购日已报废）及附属设备（根据坤元评报[2020]675 号评估报告，27 台数码喷印设备及附属设备账面价值 462.43 万元，评估价值 566.12 万元）。

（二）无形资产

截至 2020 年 6 月 30 日，公司无形资产账面价值为 1,028.48 万元，其中：土地使用权 614.61 万元，软件使用权 413.88 万元。截至 2020 年 6 月 30 日，公司及子公司共拥有商标 252 项，专利 120 项，著作权 137 项，对业务经营或收入实现有重大影响的商标、专利、技术等不存在重大纠纷或诉讼，不会对公司财务状况或经营成果产生重大影响。

1、土地使用权

序号	证书编号	使用权人	终止日期	面积（m^2）	位置	用途
1	杭经国用（2014）第 100032 号	万事利数码	2061.06.19	21,328.00	杭州经济技术开发区下沙街道幸福南路 2 号	工业用地

2、商标

截至 2020 年 6 月 30 日，公司及子公司共拥有商标 252 项，其中境内商标 234 项，境外商标 18 项，法律状态均为有效，上述商标不存在他项权利，具体商标情况参见本招股说明书第十三节之“四、（一）发行人及其全资/控股子公司的商标”。

截至本招股说明书签署日，公司不存在因他人使用“万事利”商标、商号或品牌仿冒产生的纠纷、诉讼等情形。

截至本招股说明书签署日，存在一起他人起诉公司侵害其商标权的诉讼。陕西泾阳泾普茶叶有限公司（以下简称“泾普茶叶”）认为公司生产和销售的“大唐三宝”创意组合产品侵犯其拥有的“大唐三宝”商标专用权和“大唐茯茶”商

标专用权，向西安市中级人民法院提起诉讼。2020 年 3 月 10 日，西安市中级人民法院作出判决（（2019）陕 01 知民初 1266 号），认为公司并未侵犯泾普茶叶的商标专用权，驳回泾普茶叶的全部诉讼请求。一审判决作出后，泾普茶叶向陕西省高级人民法院提起上诉。2020 年 9 月 2 日，陕西省高级人民法院作出裁定（（2020）陕民终 692 号），撤销西安市中级人民法院（2019）陕 01 知民初 1266 号民事判决，发回重审。2020 年 12 月 30 日，西安市中级人民法院作出判决（（2020）陕 01 知民初 1933 号），再次驳回泾普茶叶的全部诉讼请求，泾普茶叶仍可能再次提起上诉。“大唐三宝”创意组合产品报告期内合计销售收入为 35.82 万元，即使公司被判令停止销售，亦不会对公司经营产生重大不利影响。

公司对商标、商号规范使用或品牌维权的管理措施如下：

（1）商标规范使用的管理措施

公司与加盟商签订的合同中明确约定商标使用义务，主要包括：加盟商在经营“万事利”品牌时应当严格遵守《商标法》的规定，充分维护商标注册人的权益；“万事利”品牌所有商标应在特许经营店店铺使用，不得在特许经营店（厅、柜、专卖店）区域内以任何方式为非“万事利”品牌产品作任何广告或广告性的招贴、宣传等，否则视为加盟商违约，公司有权取消授权，没收保证金，终止合同。

公司与经销商签订的协议中明确约定经销商在经营“万事利”品牌时应当严格遵守《商标法》的规定，充分维护商标注册人的权益。

（2）商号规范使用的管理措施

公司已与辽宁万事利、深圳万事利、北京万事利、广州万事利丝绸等签订了《商号使用规范协议》，就商号的使用作出了一系列约定，主要包括：加盟商/经销商使用“万事利”商号的，应当向公司进行备案；加盟商/经销商在使用“万事利”商号期间，应当积极维护万事利丝绸品牌形象，遵守《消费者权益保护法》和《广告法》的规定，接受及配合公司对“万事利”商号使用情况的监督和检查；加盟商/经销商因不当使用“万事利”商号，受到有关部门处罚或第三方索赔的，应当自行承担罚金或赔偿；给公司造成损害的，应当赔偿公司的直接及间接损失。加盟商/经销商违反《商号使用规范协议》、加盟/经销协议或不再作为加盟商/经

销商从事公司产品销售的，公司有权要求加盟商/经销商停止使用“万事利”商号。

（3）品牌维权的管理措施

公司设立法律事务部维护品牌权益，法律事务部在获取侵权线索后，将视情形采取向市场监督管理部门投诉、提起民事诉讼等措施，积极维护品牌形象。

3、专利

截至 2020 年 6 月 30 日，公司及子公司共拥有专利 120 项，其中发明专利 27 项，实用新型专利 22 项，外观设计 71 项，法律状态均为有效，均不存在他项权利。具体专利情况参见本招股说明书第十三节之“四、（二）发行人及其全资/控股子公司的专利”。

公司发明专利涉及生产的具体环节及产品应用情况如下：

序号	名称	生产环节	应用产品
1	一种轻薄丝织物制作方法及该方法制作的丝巾	面料生产环节	丝巾
2	一种纯天然杜仲雄花桑叶茶及其制备方法	桑叶茶生产环节	桑叶茶
3	一种纯天然昆仑雪菊桑叶茶及其制备方法	桑叶茶生产环节	桑叶茶
4	一种纯天然微细研磨桑叶果蔬茶及其制备方法	桑叶茶生产环节	桑叶茶
5	一种丝绸手绘画的制作方法	丝绸手绘生产环节	丝巾和丝绸工艺品
6	一种采用 PS 多种滤镜组合功能去除绢本古画图像中绢纹的方法	绢画数码喷印生产环节	仿古丝绸画等丝绸工艺品
7	立体图像的合成方法	数码印花图片处理环节	丝绸工艺品
8	四维动感照片的制作方法	数码印花图片处理环节	丝绸工艺品
9	真丝绸热转移印花方法	数码印花生产环节	丝绸面料、丝巾、丝绸工艺品
10	用于真丝绸热转移印花的墨水	数码印花墨水生产环节	丝绸面料、丝巾、丝绸工艺品
11	护肤丝素凝胶霜膏的制备方法	丝绸护肤品生产环节	日化用品
12	一种免浆处理的真丝织物数码印花方法	数码印花前处理环节	丝绸面料、丝巾、丝绸工艺品
13	一种数码印花喷印特性曲线的制作方法	数码印花生产环节	丝绸面料、丝巾、丝绸工艺品
14	一种基于特征色的数码印花颜色再现精度的评价方法	数码印花色彩管理环节	丝绸面料、丝巾、丝绸工艺品

序号	名称	生产环节	应用产品
15	一种基于纤维素纳米球为分散剂的真丝绸印花用纳米墨水的制备方法	数码印花墨水生产环节	丝绸面料、丝巾、丝绸工艺品
16	生产调度方法及生产调度系统	数码印花生产管理环节	丝绸面料、丝巾、丝绸工艺品
17	一种抗菌防霉丝绸壁纸的制备方法	丝绸壁纸生产环节	丝绸壁纸
18	一种基于多核处理器及 DMA 技术的高速数码印花方法	数码印花喷印环节	丝绸面料、丝巾、丝绸工艺品
19	一种基于双工作台多喷头系统的丝绸书籍快速打印方法	数码印花喷印环节	丝绸面料、丝巾、丝绸工艺品
20	一种基于小波网络的丝绸产品个性化推荐方法	数码印花花型设计环节	丝绸面料、丝巾、丝绸工艺品
21	一种紫外线变色印花织物的制备方法	数码印花前处理环节	丝绸面料、丝巾、丝绸工艺品
22	一种具有抗菌与吸附功能的纳米氧化锌-竹炭复合粒子的制备方法	印染后整理环节	丝绸面料、丝巾、丝绸工艺品
23	一种自粘性的长效缓释精油微胶囊及其制备方法和应用	印染后整理环节	丝绸面料、丝巾、丝绸工艺品
24	自动进纸数码压痕折页机	丝绸书装订环节	丝绸书
25	一种可控发光织物	丝绸面料生产环节	丝绸面料、丝巾、丝绸工艺品
26	一种数码印花颜色再现监控方法	数码印花色彩管理环节	丝绸面料、丝巾、丝绸工艺品
27	一种改善丝绸单面数码喷墨印花渗透性的方法	数码印花喷印环节	丝绸面料、丝巾、丝绸工艺品

4、著作权

截至 2020 年 6 月 30 日，公司及子公司共拥有著作权 137 项，其中作品著作权 133 项，软件著作权 4 项，法律状态均为有效，上述著作权不存在他项权利。具体著作权情况参见本招股说明书第十三节之“四、（三）发行人及其全资/控股子公司的著作权”。

5、经营资质

截至 2020 年 6 月末，公司拥有的主要经营资质如下：

序号	证书名称	证书编号	内容	有效期或登记日期	所有者
1	食品经营许可证	JY13301040179649	预包装食品销售（不含冷藏冷冻食品）	2017.09.01-2022.08.31	万事利丝绸
2	对外贸易经营者备案登记证	02788836	/	2018.11.12	万事利科技

序号	证书名称	证书编号	内容	有效期或登记日期	所有者
3	对外贸易经营者备案登记证	01416993	/	2015.01.19	万事利数码
4	进出口货物收发货人	3301960172	/	2008.08.04	万事利科技
5	商业特许经营备案	0330100112000225	/	2020.03.20	万事利丝绸
6	医疗器械生产许可证	浙食药监械生产许 20201109 号	第二类14-13-手术室感染控制用品，14-14-医护人员防护用品	2020.03.31-2021.03.24	万事利数码
7	医疗器械注册证	浙械注准 20202141082	用于普通环境下的一次性卫生护理，不作外科手术时特殊防护用。	2020.03.25-2021.03.24	万事利数码
8	医疗器械注册证	浙械注准 20202141083	用于覆盖住使用者的口、鼻及下颌，为防止病原体微生物、体液、颗粒物等的直接透过提供物理屏障	2020.03.27-2021.03.26	万事利数码
9	第二类医疗器械经营备案	浙杭食药监械经营备 20202620 号	注输、护理和防护器械	2020.05.12	万事利科技
10	食品经营许可证	JY13301040236993	预包装食品（不含冷藏冷冻食品）销售；散装食品（不含冷藏冷冻食品）销售、保健食品销售	2020.06.18-2025.06.17	七仁数码
11	排污许可证	91330101557938661R001P	/	2017.12.19-2020.12.18	万事利数码
12	城市排水许可证	浙 330108 字第 0799 号	/	2019.12.13-2024.12.12	万事利数码

此外，公司已针对蚕丝蛋白化妆品办理 36 项有效的国产非特殊用途化妆品备案，具体备案情况参见本招股说明书第十三节之“四、（四）发行人国产非特殊用途化妆品备案”。

公司所从事的业务如下：

（1）以“万事利”自有品牌为核心的丝绸文化创意品的研发、设计、生产与销售，主要涉及丝巾、组合套装、家纺、品牌服装、围巾、丝绸工艺品、日化用品等品类，包括将茶叶、粽子、月饼等产品搭配公司丝绸产品形成的组合套装，以及委托卓芬化妆品生产的小分子蚕丝蛋白美妆产品。

（2）以技术加工为核心向知名女装品牌提供的丝绸纺织制品主要包括丝绸面料、贴牌服装，涉及内销和外销。此外，公司凭借工艺优势还向客户提供数码印花加工服务。

（3）因新冠肺炎疫情，发行人转产民用口罩和医用口罩，并进行采购和销售。

（4）房屋出租、物业经营等其他业务。

根据《食品安全法》《对外贸易法》《海关法》《环境保护法》《商业特许经营管理条例》《化妆品卫生监督条例》《医疗器械生产监督管理办法》《医疗器械经营监督管理办法》《城镇排水与污水处理条例》等相关法律法规，公司相关业务所需资质如下：

类别		所需资质
丝绸文化创意品（**自有终端品牌**）	丝巾、不涉及食品的组合套装、家纺、品牌服装、围巾、丝绸工艺品	产品的生产与销售本身不需要专门资质，但涉及商业特许经营的特许人应办理商业特许经营备案
	涉及粽子、月饼等食品的组合套装	食品经营许可证
	小分子蚕丝蛋白美妆产品	委托生产需要国产非特殊用途化妆品备案
丝绸纺织制品（**非自有终端品牌**）	丝绸面料	生产需要排污许可证、城市排水许可证；外销需要对外贸易经营者备案、进出口货物收发货人备案登记
	贴牌服装	
	数码印花加工	
口罩	民用口罩生产和销售	不需要专门资质
	医用口罩生产和销售	医疗器械生产许可、医疗器械注册、第二类医疗器械经营备案
其他业务	房屋出租、物业经营等	不需要专门资质

公司不存在超出资质规定范围开展业务的情形，未受到相关行政处罚。根据市场监督管理部门出具的证明，报告期内，公司及分、子公司无因违法违规被行政处罚的记录。

6、域名

截至 2020 年 6 月 30 日，公司主要使用的域名如下：

序号	域名	持有者	到期日	网站备案/许可证号
1	www.wensli.cn	万事利丝绸	2024.03.17	浙 ICP 备 17030623 号-1

序号	域名	持有者	到期日	网站备案/许可证号
2	silkfh.com	万事利丝绸	2022.03.08	浙 ICP 备 17030623 号-2

（三）发行人与他人之间资产许可使用情况

1、被许可使用专利情况

截至本招股说明书签署日，公司不存在许可他人使用自己所有的资产的情形，布调科技许可公司使用 2 项专利，具体情况如下：

序号	权利类别	名称	专利号	申请日	授权公告日	许可人	被许可人	许可方式	许可期间
1	发明专利	一种同步双面纺织物数码喷绘机及其展布方法	2017101993617	2017.03.29	2020.09.18	布调科技	万事利数码	排他许可	2018.01.01-2022.12.31
2	实用新型	一种同步双面纺织物数码喷绘机	2017203202767	2017.03.29	2018.04.06	布调科技	万事利数码	排他许可	2018.01.01-2022.12.31

布调科技主营印花加工交易平台及双面数码印花技术研发，万事利数码于 2018 年 1 月 26 日与布调科技股东李海龙、杭州双印纺织科技有限公司、布调科技签署了《杭州布调科技有限公司之增资协议》，本次增资前布调科技注册资本 300 万元，万事利数码以 120 万元认购布调科技 15%的股权，其中 52.9412 万元计入注册资本，67.0588 万元计入资本公积，上述增资价格系公司与布调科技时任股东协商确定。公司入股布调科技后，以“零对价”获得 2 项专利实施许可，旨在加强公司双面数码印花技术领域的研发、生产能力。

公司利用上述两项专利主要用于通过机械原理研发双面数码印花工艺（不同于现有双面数码印花工艺原理），目前相关研发活动仍在进行中，暂未能利用上述 2 项专利实现丝绸面料双面数码印花产业化，研发结果具有不确定性。公司已与布调科技签订《专利实施许可合同之补充协议（二）》，将许可期限延长至 2022 年 12 月 31 日，后续视研发进展决定是否延长许可期限。

2、被许可使用专利与数码印花相关核心技术的关系

公司通过自主研发的双面数码印花工艺能在宏华数码喷印设备上实现丝绸

面料的双面数码印花产业化，简单来讲，该喷印设备的技术路径是纺织面料正面印花结束后，对反面再进行精准定位印花，在将宏华数码喷印设备用于丝绸面料的双面数码印花时，因丝绸具有轻薄、易变形等特点，易产生正反两面颜色相互影响（“撞色”）、花型错位等问题。公司通过自主研发和生产积累，已形成 4,000 对异色色卡及浆料工艺配方技术档案，有效解决了现有双面数码喷印设备应用于丝绸面料产业化过程中的主要问题。

被许可使用的布调科技 2 项专利对应设备的技术路径是纺织面料平铺进入设备，正反两面喷头错开喷印在丝绸面料上，即水平机械原理。目前，公司暂无法针对水平机械原理数码喷印设备实现丝绸面料双面数码印花产业化，与此 2 项专利相关的研发活动旨在多路径实现丝绸面料的双面数码印花，适应更多的面料和花型。上述 2 项许可专利与发行人现有核心技术实现双面数码印花的技术路径不同。

3、许可专利对发行人的核心技术和未来技术研发、生产经营不存在重大影响

目前，2 项许可专利并未运用于发行人的数码印花业务，与发行人现有的核心技术实现双面数码印花的技术路径不同，与之相关的研发活动目的在于进行技术储备。与 2 项许可专利相关的技术研发如能实现产业化，将拓展发行人能够运用双面数码印花工艺的可选数码喷印设备，适应更多的面料和花型，如无法实现产业化，亦不会影响发行人在丝绸面料数码印花领域现有的技术优势，不会影响发行人使用现有数码印花核心技术开展生产经营。此外，公司针对数码印花工艺的技术研发包括丰富数字化色彩图库，保持工艺先进性提高产品质量，增加丝绸面料应用种类、数码喷印设备种类以及环保印花技术等多个维度，上述 2 项许可专利是公司未来技术研发方向的一部分，但不存在重大影响。

综上，上述 2 项许可专利对发行人的核心技术和未来技术研发、生产经营不存在重大影响。

公司主要固定资产、无形资产等资源要素不存在瑕疵、纠纷和潜在纠纷，亦不存在对持续经营构成重大不利影响的情况。

八、发行人特许经营权情况

截至本招股说明书签署日，公司不存在特许经营权的情形。

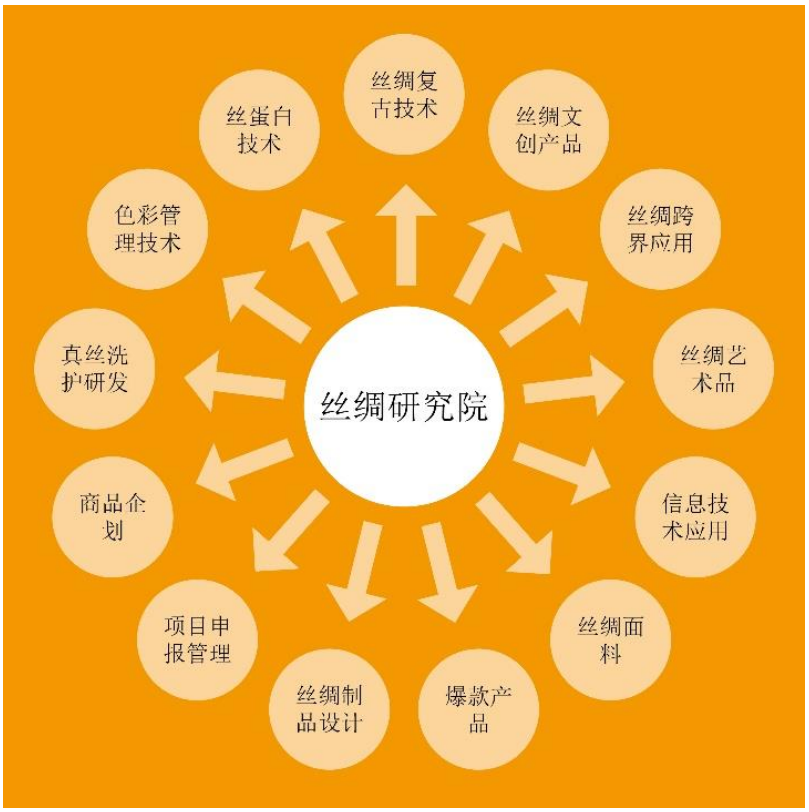
九、发行人研发设计和核心技术情况

（一）发行人研发情况

1、研发机构设置

公司秉承自主品牌、原创设计的研发理念，于 2018 年初整合丝绸领域各项技术资源，组建丝绸研究院，并吸收了万事利集团部分研发人员。万事利集团研发中心于 2011 年被国家发改委评为“国家级企业技术中心”。

丝绸研究院设有商品中心、设计研发中心、人工智能研发部、色彩管理技术研发部、丝蛋白技术研发部、丝绸复古技术研发部、丝绸“+”项目部、国潮文创产品项目部等部门，研发内容贯穿整个丝绸产业链，覆盖蚕丝蛋白、印染色彩管理、商品企划、研发设计、产品规划等多个环节。丝绸研究院具体工作内容如下：



公司丝绸研究院于 2018 年初设立，整合了公司内部与丝绸业务相关的各项

技术资源，如色彩管理技术、人工智能技术、蚕丝蛋白技术、丝绸复古技术、丝绸洗护技术、超薄丝织技术等，应用于数码印花加工、丝绸洗护、蚕丝蛋白日化用品、丝绸工艺品等产品或服务，并推出了西湖一号及万事礼 APP 定制平台。通过丝绸研究院对技术研究的持续投入和对产品开发的不断推陈出新，既保证了公司现有产品的生命力和市场竞争力，又为公司的持续发展提供了动力。丝绸研究院运营情况如下：

（1）产品调研环节

商品中心通过对丝绸文化创意品主要消费场景、流行趋势进行调研，并对调研信息进行分析、整理，结合公司信息系统对消费者行为及需求的反馈，如消费者进店率、成交率、客单价等数据的分析，对下一季产品的主题、颜色、品类占比、元素、面辅料、设计及生产时间表等做出调研分析和产品开发规划。

（2）产品开发环节

设计研发中心根据产品调研、并对目标进行分析的基础上，深入挖掘国内外流行趋势及中国传统文化，设计出各类元素图样，按照商品企划部门制定的目标和规划，开发适合目标消费群体、充分展现公司品牌文化和价值的各类产品。2017-2019 年公司丝绸文化创意新品上市数量历年均超过 200 件，且呈逐步增长趋势，截至 2020 年 6 月末已取得作品著作权 133 项。

（3）技术或工艺研究环节

人工智能研发部、色彩管理技术研发部、丝蛋白技术研发部、丝绸复古技术研发部、丝绸“+”项目部、国潮文创产品等技术或工艺研发部门，一方面进行技术或工艺的专项研发，研发方向包括色彩管理、双面印花、蚕丝蛋白、丝绸复古、丝绸洗护、超薄丝织等，已取得发明专利 27 项；另一方面与设计研发中心协作，根据其提出的产品技术及工艺研发建议，配合完成从研发到产品应用的开发过程。

2、研发支出

公司自成立以来一直注重新产品、新技术的研发创新，报告期内，公司研发支出情况如下：

年份	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
研发费用（万元）	1,478.64	3,258.63	3,272.10	2,995.64
营业收入（万元）	38,687.84	72,851.39	75,252.67	71,319.02
研发费用占比	3.82%	4.47%	4.35%	4.20%

（二）核心技术情况

1、丝绸文化创意品（自有终端品牌）核心技术情况

公司专注于产业链中附加值较高的研发设计和销售环节，在国家大力支持文化创意产业发展的背景下，公司核心技术主要体现为依托丝绸研究院，将各种文化资源与公司产品相结合，通过专业的研发设计技术和供应链体系将文化资源转化为丝绸文化创意产品。公司还通过构建丝绸文化展示营销中心引导文化消费，同时积极开拓各类销售渠道，使文化创意产品的市场价值得以实现，形成了一条切实可行的丝绸文化创意产业链。公司探索出的丝绸文化创意产业模式对于推动茧丝绸产业和文化融合发展、促进茧丝绸行业结构调整和转型升级具有重要意义。

公司于 2019 年 12 月取得浙江省科学技术厅、浙江省财政厅、浙江省国家税务局、浙江省地方税务局共同颁发的《高新技术企业证书》（证书编号：GR201933001845），2017 年 8 月被评为浙江省重点文化企业（2016-2017 年度），2019 年度公司新品上市数量 250 款，属于丝绸文化创意产业的领先者。截至 2020 年 6 月末，公司共有专利 120 项，其中发明专利 27 项，著作权 137 项。

2、丝绸纺织制品（非自有终端品牌）核心技术情况

公司丝绸纺织制品应用的主要核心技术包括数码印花色彩管理技术和双面数码印花工艺。

序号	技术名称	技术来源	主要内容	生产环节	应用的产品
1	数码印花色彩管理技术	产学研合作	形成以数据控制为核心，建立以预防为主体的公司、车间、班组三级色彩管理与控制体系，实现色彩再现的数字化控制体系	数码印花色彩管理环节	丝巾、品牌服装、丝绸面料、贴牌服装
2	双面数码印花工艺	自主研发	双面数码印花工艺解决了真丝面料双面渗透问题，做出双面同花异色产品和第一本异色色卡标准，提升面料品质，具有防伪效果	双面数码印花生产环节	丝巾、品牌服装、丝绸面料、贴牌服装

公司通过数码印花色彩管理技术和双面数码印花工艺实现丝绸面料的升级换代，为服饰领域提供了一种全新的面料印花表达方式，大大丰富了服装、围巾等产品的可开发样式。目前公司所有数码印花产品都采用了色彩管理技术，通过不断积累生产经验，促进“所见即所得”的工艺水平不断提高。公司已建成年产300万米以上的数码印花工厂，2019年度，公司数码印花工厂生产双面数码印花面料48.97万米。

（1）数码印花色彩管理技术

印花是指使用染料或涂料在织物表面形成图案。印花技术发展至今，已形成传统丝网印花、圆网印花、滚筒印花、数码印花等多种印花工艺相互并存的格局，丝网印花作为传统的经典印花工艺，利用丝网印版图文部分网孔可透过染料，非图文部分网孔不能透过染料的基本原理进行印花，其应用范围较为广泛，在印花产业中所占比重相对较高。但近几年数码印花发展较为迅猛，其原理为利用计算机控制喷头将墨水直接喷印到介质上直接打印出图案，相较丝网印花数码印花在安全环保、色彩丰富度和精细度、小批量快速反应等方面具有明显的优势。

数码印花从前端至后道涉及工艺多达百余项，喷印在面料上的物质由几种染料混合而成，再经过烘干、蒸化、水洗后固定在介质上。生产过程中面料、糊料和染料在一定的温度、湿度和加工时长条件下进行化学反应，条件的差异会导致成品呈现的颜色与输入颜色存在一定偏差。公司通过调节上浆配方、上浆工艺条件、面料存放环境、墨水喷射密度状态、染料组合方式，结合色彩规律、蒸化水洗条件和工艺控制，凭借多年生产经验总结出工艺中的物理和化学反应规律，通过先进的设备采集和大数据分析，形成了数码印花数字化色彩图库，即一种颜色对应一个生产工艺数据，通过数字化工艺控制实现成品呈现的颜色与输入颜色基本一致。

公司数码印花色彩管理技术共形成三项发明专利，分别为一种数码印花颜色再现监控方法、一种数码印花喷印特性曲线的制作方法、一种基于特征色的数码印花颜色再现精度的评价方法，三项发明专利权属均为公司子公司。一种数码印花颜色再现监控方法，提出了一套数字化方法体系来进行数码印花生产过程质量的监控；一种数码印花喷印特性曲线的制作方法，由于活性数码印花工序繁杂，生产周期长，给色彩管理中的颜色采集带来了不便，此发明专利给出了一种快速

制作喷印机密度曲线的方法；一种基于特征色的数码印花颜色再现精度的评价方法，提出了一套颜色精度评价方法体系，突破数码印花颜色再现评价方法空白的瓶颈。

（2）双面数码印花工艺

双面数码印花是一种采用喷印的方式在面料正反面印制达到正反面色差小或同花异色、异花异色效果的印花工艺，公司双面数码印花工艺主要应用在真丝面料领域。在纺织机械技术持续发展背景下，近几年市场上出现了多种能在轻薄的真丝面料形成相同花型的设备，但在真丝面料正反两面喷印不同颜色导致的撞色问题是困扰双面数码印花领域的难题，一方面设计师设计的花型与设备的可识别性会影响双面花型精确度，另一方面面料差异和工艺条件控制也会影响双面异色的效果。为了突破双面数码印花颜色及花型识别的瓶颈，公司通过组建设计师+数码印花工艺师+面料研发人员的三方研发团队，通过大量的研究和应用，形成了前处理、精准定位喷印和印后处理等环节的关键工艺，总结出设备对花型的可识别性和双面异色工艺的化学反应规律。2019 年度，公司生产双面数码印花面料共计约 48.97 万米。

3、核心技术产品收入占主营业务收入的比例

公司上述核心技术应用在公司丝绸文化创意品**（自有终端品牌）**和丝绸纺织制品**（非自有终端品牌）**等产品中，报告期内，上述核心技术所应用产品的销售收入占公司主营业务收入的比重如下：

项　目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
核心技术应用产品收入（万元）	18,595.47	56,633.40	55,387.67	48,117.96
主营业务收入（万元）	38,455.42	72,243.53	74,281.06	70,705.40
占比	48.36%	78.39%	74.56%	68.05%

注：2020 年 1-6 月口罩销售收入金额较大，导致核心技术产品收入占比下滑。

（三）在研项目情况

公司在现有竞争优势基础上，进一步提升在文化创意能力和数码印花工艺水平方面的核心竞争力。目前主要在研项目（整体预算 300 万元以上）如下：

序号	项目名称	研发阶段	报告期内研发投入（万元）	拟达到目标	是否合作研发
1	基于人工智能的丝巾设计应用研究及数据库建设	开发中	348.88	研究出一套丝巾 C2M 敏捷定制系统，建设丝巾个性化单件定制数字化柔性供应链，通过人工智能算法进行丝巾设计可以在 1 分钟内生成 10 的 26 次方倍数的丝巾图案，具备可持续创新的能力和指标。	是
2	研发定位提花和定位印花技术双面异色的产品	开发中	189.01	研究丝绸产品设计与生产工艺，开发一系列国潮衍生品。	否
3	丝制材料在抗菌功能产品应用的研究与开发	立项	117.35	应用蚕丝蛋白银离子抑菌液，生产一系列抗菌丝质产品。	否
4	蚕丝蛋白提取在美妆应用领域的深层研究	开发中	90.21	利用活性蚕丝蛋白肽能成膜的特性,让皮肤去皱有光泽，利用小分子蚕丝蛋的特性让皮肤得到修护营养，同时保湿补水、滋润肌肤，达到护肤美容的效果。	否
5	数码印花标准色卡及其数据库系统的设计与研发	开发中	649.34	建立一套国内首创、具有自主知识产权的数码印花色卡及其数据库，标准色卡实物样本特征色和专色的最大色差<5，平均色差<2，建立标准色卡的色彩管理 ICC 及其控制参数，可为数码印花设计单位提供远程色彩管理支持。	是
6	传统网印与数码定位印花技术结合印花技术开发与研究	开发中	194.20	产品质量符合《GB18401-2010 国家纺织产品基本安全技术规范》要求，实现的精准定位数码印花工艺可向全国乃至全世界纺织品印花企业推广应用。	否
7	数码印花生产在线疵点监测及其设备改造	开发中	275.52	根据丝绸数码印花与工序生产过程质量要素管控的要求，实现车间设备管理、胚布 RFID 识别、成品布料的查询和事后信息追溯等功能，涉及工序、测试、成品出货等生产流转信息；系统还可以依据企业精益生产的情况，以后扩展批次追溯、次品统计、设备监控、工序能力分析、生产统计和布料子仓储管理等功能。	否
8	数码印花的个性化定制工艺开发	立项	60.40	以标准图像显示器的颜色显示为参考，丝绸数码印花个性化定制产品的色彩再现一致性可达 90%以上，个性化定制产品的正品率可达 90%以上。	否

注：合作研发项目情况参见本节之“九、（五）3、坚持“产学研”技术创新方式”。

（四）核心技术人员情况

截至 2020 年 6 月末，公司研发设计人员共 102 名，占员工总人数的 13.99%，其中核心技术人员 2 名，为李建华、马廷方。公司核心技术人员均拥有较为丰富的行业经验，多年来一直从事丝绸行业的研发设计相关工作。最近两年，公司核心技术人员未发生变化。

李建华先生：公司董事长兼总经理，其简历参见本招股说明书第五节之“九、（一）1、公司董事情况”。公司董事长李建华先生从事丝绸行业经营管理工作三十多年，是全国茧丝绸行业终身成就奖获得者和行业内知名的丝绸文化专家学者，

出版了丝绸文化类书籍达 400 多万字，带动了丝绸文化的广泛传播。

马廷方先生：公司董事、副总经理，教授级高级工程师，曾先后获得“中国纺织技术带头人”、“全国纺织工业劳动模范”等荣誉称号。其简历参见本招股说明书第五节之“九、（一）1、公司董事情况”。

（五）持续创新机制

1、以市场为导向的研发设计机制

公司坚持以市场为导向，专注于产业链高附加值环节塑造自主品牌。公司要求研发设计人员主动参与丝绸文化市场的调研，收集市场信息，分析市场需求及公司产品竞争情况，同时加强与外部市场机构的合作，深度了解市场趋势，并快速作出反应，以市场为导向确定未来公司研发设计规划。同时，公司每年都组织研发人员参与国际大型展会，零距离接触国际流行趋势和时尚文化，不断增加核心研发设计人员对市场及终端消费者需求变化的把握能力。

2、加强研发人才储备

凭借多年在丝绸行业的开拓进取，公司形成了一套成熟的产品研发机制，并培养出一批专业的研发人员，成为公司技术创新的骨干力量。在专业技术培养方面，公司引入意大利设计师团队，定期组织培训活动对设计人员进行培养，亦通过组织参加国内外大型展会增强产品设计人员掌握流行趋势的能力。在人才流动性方面，公司通过与高校合作成立实习就业基地，不断获得高校输送的研发技术型人才，为公司产品保持长久活力提供保障。

3、坚持“产学研”技术创新方式

公司坚持以企业为主体、市场为导向、产学研相结合的技术创新路线和文化产品创新模式，加强与浙江大学、浙江理工大学、杭州电子科技大学等多家国内知名高校紧密合作，积极转化高校科研成果，提升研发水平。发挥专业院校的优势，不断为公司带来文化创意领域最前沿的发展新思路、新知识、新技术，为公司技术创新提供有力保障，为公司长远发展提供持续动力和原创力。报告期内，公司主要合作研发项目情况如下：

序号	项目名称	合作方	合作模式	研究项目内容	知识产权归属

序号	项目名称	合作方	合作模式	研究项目内容	知识产权归属
1	基于人工智能的丝巾设计应用研究及数据库建设	微软（中国）有限公司	委托开发	微软基于人工智能技术，为万事利丝绸定制开发丝巾问答机器人，具体包括定制化问答接口开发、纹样知识图谱开发、API 调用	公司
2	数码印花标准色卡及其数据库系统的设计与研发	杭州电子科技大学	委托开发	为数码印花上下游产业链提供颜色基准数据，形成数字化、规范化和标准化的生产工艺，实现科学严谨的产品设计、制造和检验	公司
3	雄蚕茧、丝、绸、染色性能研究及其丝绸面料开发	浙江理工大学	委托开发	研究雄雌蚕茧丝、雄蚕茧品种及普通蚕茧丝及其面料的性能差异，并分析其原因	双方共有

4、技术研发激励机制

为充分调动研发设计人员的积极性、主动性和创造性，公司制定了一系列绩效考核相关制度。针对新产品设计，公司制定了《研发管理制度》，对设计人员按产品销售额的一定比例进行奖励，并通过考核设计研发中心各部门当月的表现设置了单项奖励。同时公司还制定了《关于专利和技术创新的激励方案》鼓励研发人员对深入挖掘丝绸文化，探索新技术和新工艺，对获得专利、政府奖励、期刊发表的成果进行奖励。

十、境外经营情况

截至本招股说明书签署日，公司无境外资产，未在境外开展经营活动。

第七节 公司治理与独立性

一、股东大会、董事会、监事会、独立董事、董事会秘书以及董事会专门委员会等机构和人员的运行及履职情况

（一）股东大会运行情况

公司股东大会是公司的最高权力机构，股东大会依法履行了《公司法》《公司章程》所赋予的权利和义务，并制订了《股东大会议事规则》。公司股东大会严格按照《公司章程》和《股东大会议事规则》的规定行使权力。

自 2017 年 3 月 25 日创立大会至本招股说明书签署日，公司共召开了 1 次创立大会、3 次年度股东大会和 13 次临时股东大会，全体股东或其授权代表出席了会议，历次股东大会的召集、提案、出席、议事、表决、决议及会议记录规范完整，所作决议合法、有效。公司股东大会对公司董事、监事和独立董事的选举、公司财务预算、利润分配、《公司章程（草案）》及主要内部控制制度的制定、首次公开发行的决策和募集资金的投向等重大事宜作出了有效决议。公司股东认真履行股东义务，依法行使股东权利。股东大会机构和制度的建立及执行，对完善本公司公司治理结构和规范本公司运作发挥了积极的作用。

（二）董事会运行情况

自 2017 年 3 月 25 日创立大会至本招股说明书签署日，公司第一届董事会共召开了 14 次会议，第二届董事会共召开了 6 次会议，全体董事出席了会议。公司董事会的召开符合《公司法》《公司章程》《董事会议事规则》的规定，历次董事会的召集、提案、出席、议事、表决、决议及会议记录规范完整，所作决议合法、有效。董事会依法忠实履行了《公司法》《公司章程》所赋予的权利和义务，不存在董事会违反《公司法》及其他规定行使职权的情形。

（三）监事会运行情况

自 2017 年 3 月 25 日创立大会至本招股说明书签署日，公司第一届监事会共召开了 11 次会议，第二届监事会共召开了 5 次会议，全体监事出席了会议。公司监事会的召开符合《公司法》《公司章程》《监事会议事规则》的规定，历次监事会的召集、提案、出席、议事、表决、决议及会议记录规范完整，所作决议合

法、有效。监事会依法忠实履行了《公司法》《公司章程》所赋予的权利和义务，不存在监事会违反《公司法》及其他规定行使职权的情形。

（四）独立董事制度运行情况

公司于 2017 年 3 月 25 日召开创立大会，审议通过《独立董事制度》，并选举刘成林、洪瑛、徐刚等三人任公司独立董事，占公司董事总人数三分之一。2017 年 12 月 16 日，公司召开 2017 年第三次临时股东大会，同意刘成林辞去独立董事职务，选举李有星为公司新任独立董事，独立董事占公司董事总人数比例不变。2018 年 12 月 19 日，公司召开 2018 年第三次临时股东大会，增选朱良均为公司独立董事，独立董事占公司董事总人数不低于三分之一。2020 年 4 月 8 日，公司召开 2020 年第二次临时股东大会，同意徐刚辞去独立董事职务，选举邢以群为公司新任独立董事，独立董事占公司董事总人数比例不变。公司独立董事自任职以来，能够按照《公司法》《公司章程》和《独立董事制度》等法律法规和制度要求，认真履行独立董事职权，保障董事会决策的科学性，维护中小投资者的权益。自任职以来，公司独立董事审阅了本公司年度报告、审计报告、董事会报告等有关文件资料，并就高管人员薪酬、利润分配、报告期内关联交易等事项发表了独立意见。

独立董事所具备的专业知识和勤勉尽责的职业道德在董事会制定公司发展战略、投资方案和生产经营决策等方面发挥了良好的作用，有力地保障了公司经营决策的科学性和合理性。独立董事制度的建立，对公司完善治理结构、经营管理、发展方向和战略选择都起到了积极的作用。

（五）董事会秘书制度运行情况

公司董事会设董事会秘书，董事会秘书由董事长提名，经董事会聘任或解聘。公司制定了《董事会秘书工作细则》，董事会秘书负责公司股东大会和董事会会议的筹备、文件保管以及股东资料的管理，办理信息披露等事宜。董事会秘书承担法律、行政法规以及公司章程对公司高级管理人员所要求的义务，也享有相应的工作职权，对公司治理有着重要作用，促进了公司的运作规范。

（六）发行人治理缺陷及改正情况

1、公司治理结构与制度

公司在整体变更设立股份公司前，公司治理结构相关制度、规范性文件等仍不齐全：公司未建立独立董事制度和董事会专门委员会制度；公司未制订关联交易、对外担保等事项的专项管理制度。

报告期内，公司逐步建立健全了股东大会、董事会、董事会专门委员会、监事会、独立董事和董事会秘书制度以及关联交易、对外担保等事项的专项管理制度，明确了股东大会、董事会、董事会专门委员会、监事会及管理层之间的权责范围和工作程序，逐步建立健全了符合上市要求的、能够保证中小股东充分行使权利的公司治理结构。

2、第三方回款

报告期内，公司存在签订销售合同单位与回款单位不一致的情形，具体情况参见本招股说明书第八节之“十三、（二）6、营业收入第三方回款情况”。

公司制定了《销售收款与应收账款管理制度》并严格执行，财务部门根据相应收款凭证逐笔登记并与业务员确认，如发现回款方与客户不一致的情形，业务员必须及时提交客户及代付方盖章或签字确认的提交代付款项说明。通过严格执行资金管理内控制度并与客户积极沟通，报告期内，公司境内销售第三方回款占当期境内含税营业收入的比例分别为 6.12%、2.97%、1.02%和 1.51%，逐年降低；公司境外销售第三方回款占当期营业收入的比例分别为 2.00%、3.01%、2.39%和和 2.76%。

3、利用个人账户对外收付款项

2017 年 1-3 月，发行人曾存在通过员工名下个人卡，主要用于支付 2016 年度无票费用及薪酬等行为，资金来源于发行人及控股股东万事利集团，合计金额为 734.08 万元，其中涉及 2017 年度财务数据的金额仅为 81.28 万元，具体情况如下：

个人卡账户	支付费用性质	费用归属期间	支付金额（万元）	资金来源
杜海江 8070 卡	高管及行政人员年终奖	2016 年度	354.78	万事利集团
马廷方 6273 卡	发行人子公司万事利科技部分年终奖	2016 年度	258.00	子公司万事利科技
滕俊楷 8774 卡	部分销售人员提	2016 年度	40.02	公司及万事利

	成及无票费用	2017 年度	81.28	集团
合 计	/	/	**734.08**	/

报告期早期，公司出于薪酬保密以及无票费用报销灵活性的考虑，通过员工名下个人卡向部分员工支付销售提成及年终奖，并报销部分无票费用。上述情形已于 2017 年 4 月起终止，自 2017 年 4 月至本招股说明书签署日，上述个人卡账户未再发生大额异常交易。其中滕俊楷名下个人卡已于 2017 年 4 月 6 日清零，并于 2019 年 10 月 29 日注销。

针对上述个人卡使用不规范行为，公司已于当年进行了纠正，涉及相关费用事项全部在公司财务账面还原，并向税务局补缴了相应的税款及滞纳金，并将相关款项归还给控股股东。公司已制定相关内控管理措施，严格规范薪酬发放流程，薪酬发放由人力部门发起、财务部门复核审批、公司总经理审批。同时，公司已进一步完善资金管理制度，加强对账户开立、使用、监管等方面的规范，杜绝通过个人卡发放工资的情况。

报告期内，除上述情形外，公司未再使用个人账户从事经营活动，上述账户亦未再发生大额异常资金交易。

4、关联方资金拆借

报告期内，公司存在与关联方拆借资金的情形，具体可参见本节之“八、（二）2、资金往来”。

发行人已于 2017 年末结清了全部关联方资金往来。报告期内，发行人未发生其他关联方资金拆借的情形。发行人已制定了《关联交易管理制度》《防止大股东及关联方占用公司资金管理制度》等与资金管理相关的内部控制制度，相关内控合理、正常运行并持续有效。

5、报告期内，发行人不存在转贷、票据融资、银行借款受托支付等其他不规范情形。

（七）董事会专门委员会人员构成及运行情况

2018 年 1 月 10 日，公司第一届董事会第五次会议审议通过了《关于设立董事会各专门委员会的议案》《审计委员会议事规则》《提名委员会议事规则》《薪酬与考核委员会议事规则》《战略委员会议事规则》，决定在董事会下设立审计委

员会、提名委员会、薪酬与考核委员会、战略委员会四个专门委员会，制定了各专门委员会的议事规则；2020 年 4 月 8 日，公司第二届董事会第一次会议重新选举了专门委员会委员，各专门委员会的现成员如下：

委员会名称	委员会成员
审计委员会	洪瑛（召集人）、邢以群、孙立新
提名委员会	朱良均（召集人）、李有星、屠红燕
薪酬与考核委员会	李有星（召集人）、洪瑛、李建华
战略委员会	李建华（召集人）、邢以群、朱良均

公司各专门委员会成立以来，能够按照法律法规、《公司章程》及各专门委员会议事规则的规定勤勉地履行职责，运行情况良好。

（八）特别表决权股份或类似安排

截至本招股说明书签署日，公司不存在特别表决权股份或类似的安排。

（九）协议控制架构

截至本招股说明书签署日，公司不存在协议控制架构。

二、公司管理层对内部控制的自我评估和注册会计师的鉴证意见

（一）公司内部控制制度建设

公司重视内控体系的建设，在逐步建立和完善公司治理结构和内部组织架构的同时，遵循财政部等发布的《企业内部控制基本规范》《企业内部控制配套指引》等规定，建立了覆盖财务核算、采购业务流程、销售业务流程、资金管理、信息沟通与披露等公司生产经营各个方面的内控管理制度。公司要求员工严格执行公司的内控管理制度，保证了公司各项业务的规范运行。

（二）公司内部控制制度的自我评估情况

公司管理层对公司内部控制制度进行了自查和评估后认为：根据《企业内部控制基本规范》及相关规定，本公司内部控制于 2020 年 6 月 30 日在所有重大方面是完整、合理且有效的。

（三）注册会计师对公司内部控制的鉴证意见

2020 年 8 月 20 日，天健会计师事务所（特殊普通合伙）对公司内部控制的

有效性出具了天健审〔2020〕9689 号《关于杭州万事利丝绸文化股份有限公司内部控制的鉴证报告》，并发表意见：万事利丝绸按照《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。

三、公司最近三年违法违规行为情况

近三年来，公司及其子公司严格按照公司章程及相关法律法规的规定开展经营，不存在因违反工商、税务、土地、环保、海关、社保、住房公积金、外汇管理、质量监督以及其他法律、行政法规而受到重大处罚的情形。

报告期内，公司及其子公司、分公司曾受到 8 笔税务行政处罚，子公司曾受到 3 笔消防行政处罚。

（一）税务行政处罚

1、税务行政处罚的具体情况

报告期内，发行人及其子公司、分公司共受到 8 次税务行政处罚，具体原因如下：

序号	被处罚企业	处罚机关	处罚文号	处罚时间	处罚原因	罚款金额（元）
1	万事利礼品广州分公司	广州市天河区地方税务局	天简罚〔2017〕541 号	2017-3-9	个人所得税（工资薪金所得）未按期申报	200.00
2	万事利数码	杭州经济技术开发区国家税务局	杭国简罚[2017]3960 号	2017-3-10	未按期申报企业所得税	1,000.00
3	万事利丝绸北京分公司	北京市朝阳区国家税务局第一税务所	朝一国税简罚〔2018〕13999 号	2018-4-23	丢失增值税普通发票 1 份	20.00
4	万事利礼品有	国家税务总局杭州市江干区税务局	杭国简罚〔2018〕8568 号	2018-5-16	遗失已开具增值税普通发票 14 张	100.00
5	杭州新丝路	杭州市地方税务局江干税务分局	杭地税江简罚〔2018〕833 号	2018-6-21	未按照规定期限办理纳税申报和报送纳税资料	600.00
6			杭地税江简罚〔2018〕834 号	2018-6-21		
7			杭地税江简罚〔2018〕	2018-6-21		

序号	被处罚企业	处罚机关	处罚文号	处罚时间	处罚原因	罚款金额（元）
			835 号			
8	万事利礼品	国家税务总局杭州市江干区税务局	杭江税简罚〔2019〕2881 号	2019-3-25	城市维护建设税及地方教育附加、教育费附加未按期申报	200.00

发行人子公司、分公司税务处罚所涉案件罚款金额均不超过 1,000 元，罚款金额较小，属于《行政处罚法》第三十三条规定的简易程序。上述处罚案件均不属于《重大税收违法失信案件信息公布办法》（国家税务总局公告 2018 年第 54 号）第五条规定的重大税收违法失信案件情形。

2、发行人的整改措施

发行人针对前述税务处罚行为积极整改，具体措施如下：

（1）发行人子公司、分公司在收到上述处罚决定书后及时缴纳罚款，处罚已执行完毕。

（2）2019 年 4 月，为防范发行人子公司和分公司再次出现税务不合规行为，发行人制定了完善的内部控制制度，主要包括《控股子公司管理办法》、《分公司管理制度》、《纳税申报管理规范》《发票管理规范》，从人事管理、经营管理、财务管理等方面对子公司和分公司管理进行了详细规定，从各税种申报、关键控制点、审核、缴纳和申报资料的保管等方面对发行人合并体系内的纳税申报管理进行了详细的规定，从发票的领用、开具、保管、违规处罚等方面对发行人合并体系内的发票管理进行了详细的规定。上述制度签发执行以来，发行人及其子公司、分公司严格按照公司规定执行，重点防范纳税申报延期申报和发票遗失等行为。

经过上述整改规范过程，发行人及其子公司、分公司的税务不合规行为已不再发生，截至发行人申报本次发行前，已规范运行一年，整改执行效果良好。

3、发行人已经建立较为完整、合理的内部控制制度，并能够通过信息沟通与反馈，对内部控制体系进行不断完善，各项内部控制制度的执行情况总体较好，不存在重大内部控制缺陷

发行人已经根据《企业内部控制基本规范》等相关规定，并结合公司的实际情况和管理需要，制定了较为完善、合理的内部控制制度。发行人已经建立的内

部控制制度贯穿于公司经营活动的各层面和各环节。

发行人已建立了《控股子公司管理办法》《分公司管理制度》《纳税申报管理规范》《发票管理规范》等，对控股子公司和外地分公司的人事管理、经营管理、财务管理、纳税申报、发票管理等方面进行了详尽的规定。

发行人已形成了较为完善的内部控制体系。发行人的内部控制工作由董事会、监事会和高级管理人员共同参与。其中，董事会负责确保维持稳健有效的风险管理及内部监控系统，主要通过董事会下设的审计委员会实施内部监督。发行人监事会负责对董事、高级管理人员执行公司职务时有无违反法律、法规、公司章程及股东大会决议的行为进行监督，检查公司财务状况，查阅账簿等其他会计资料，对公司的计划、决策及执行进行监督；审计委员会在董事会的领导下负责审核公司的财务信息及其披露、审查内部控制制度，监督内部控制的有效实施和内部控制自我评价情况。

综上所述，发行人已经建立较为完整、合理的内部控制制度，并能够通过信息沟通与反馈，对内部控制体系进行不断完善，各项内部控制制度的执行情况总体较好，不存在重大内部控制缺陷。

（二）消防行政处罚

1、消防行政处罚的具体情况

2020 年 4 月，消防主管部门对万事利数码进行了现场检查。万事利数码疫情期间转产民用口罩，因生产时间紧、任务重，导致万事利数码在消防安全上未及时跟进管理措施。2020 年 5 月 7 日，万事利数码收到了杭州钱塘新区消防救援大队出具的《行政处罚决定书》，处罚原因和具体情况如下：

序号	处罚文号	处罚原因	具体情况	罚款金额（元）
1	钱塘（消）行罚决字[2020]16000053 号	将其他场所与居住场所设置在同一建筑物内不符合消防技术标准	车间施工现场的外部装修人员自行留宿	5,000
2	钱塘（消）行罚决字[2020]16000054 号	消防设施未保持完好有效	应急灯报故障未及时更换	5,000
3	钱塘（消）行罚决字[2020]16000055 号	遮挡消火栓	货物出入库放置遮挡消防栓	5,000

上述消防处罚已由杭州钱塘新区消防救援大队出具了说明：上述违法行为均

已整改完毕，未造成严重后果，不属于重大违法行为，罚款已按时足额缴纳。

2、万事利数码的整改措施

万事利数码针对本次消防行政处罚积极采取了如下整改措施：

（1）根据消防主管部门现场检查的情况，安全小组对车间施工现场外部装修人员自行留宿的情况进行了清退整改，及时更换故障应急灯，移除货物对消防栓的遮挡，并对上述整改情况持续保持，通过了杭州钱塘新区消防救援大队等有关部门的复查；

（2）万事利数码主动缴纳了全部罚款，处罚责任履行完毕；

（3）万事利数码制定的《消防安全工作考评和奖惩制度》对不同程度的消防安全事故，视损失情况和认识态度，予以口头告诫、责令赔偿、通报批评、解聘等处罚。本次行政处罚事项未造成严重不良后果且责任人及时整改，万事利数码对车间管理负责人、安全主管等相关人员予以口头告诫；

（4）万事利数码于 2020 年 6 月 19 日邀请消防专员为公司园区负责人、安全管理人员、特殊工程人员、车间管理人员等相关人员培训消防安全基本知识，并就消防器材使用方法进行应急疏散演练。

3、万事利数码在消防安全上的内部管理不存在重大遗漏

（1）万事利数码已制定了《消防安全管理制度》，并按规定做好防火检查和消防培训工作，内部管理较为良好

万事利数码已制定了《消防安全管理制度》，具体包括《消防安全管理办法》《监控室管理制度》《消防器材管理制度》《消防安全检查制度》《灭火和应急疏散预案演练制度》《消防安全工作考评和奖惩制度》等实施细则，对消防安全责任、消防安全管理、防火检查、消防安全档案、奖惩等方面作出了详细的规定。

万事利数码每月定期对消防设施点进行检查，并做好检查记录表；每年至少组织两次消防培训，并要求新入职员工必须参加消防培训。

（2）疫情期间口罩生产任务繁重，导致在消防安全的管理上面有所懈怠

万事利数码疫情期间临时转产口罩生产，口罩生产任务繁重，公司员工在做好本职岗位的同时需要分配精力做口罩包装工作，导致在消防安全管理上面有所

懈怠。口罩自动化进行车间无尘改造，未对外部施工人员加以管理导致其自行留宿；口罩等产品出入库时临时放置在消防栓前面，导致遮挡消防栓；应急照明灯报故障，未及时采购更换。前述消防安全不合规行为系特殊时期未严加管理所致。

（3）万事利数码针对前述不合规行为进一步完善内部管理

万事利数码针对不合规行为进一步完善内部管理，第一，细化防火检查流程和标准，在安全出口、疏散通道是否畅通，安全疏散指示标志、应急照明是否完好；消防设施、器材和消防安全标志是否在位、完整；常闭式防火门是否处于关闭状态，防火卷帘下是否堆放物品影响使用等多方面进行检查，并安排安全主管不定期抽检；第二，邀请消防专员对园区负责人、安全管理人员、特殊工程人员、车间管理人员等相关人员做好消防安全培训，再由负责人对内层层落实，传达消防培训知识，落实好第一责任人。

（4）上述 3 笔消防违法行为不属于重大违法行为

根据杭州钱塘新区消防救援大队出具的《情况说明》，违法行为均已整改完毕，未造成严重后果，不属于重大违法行为，罚款已按时足额缴纳。

万事利数码已制定了《消防安全管理制度》，并按规定做好防火检查和消防培训工作，内部管理较为良好。本次不合规行为主要系疫情期间口罩生产任务繁重，在消防安全的管理上面有所懈怠所致。万事利数码已通过细化防火检查流程和标准、做好培训工作、落实第一责任人等方式进一步完善内部管理。此外，上述 3 笔消防违法行为不属于重大违法行为。万事利数码在消防安全上的内部管理不存在重大漏洞。

综上，发行人分公司的上述行为均不属于重大违法违规行为。

四、公司最近三年资金占用和对外担保的情况

报告期内，公司与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业的资金往来情况参见本节之“八、（二）2、资金往来”。

报告期内，公司不存在为控股股东、实际控制人及其控制的其他企业提供担保的情形。

截至本招股说明书签署日，公司不存在资金被控股股东、实际控制人及其控

制的其他企业占用或为其提供担保的情形。

五、发行人独立持续经营能力

发行人自改制设立以来严格按照《公司法》、《证券法》等有关法律、法规和《公司章程》的要求规范运作，在资产、人员、财务、机构、业务等方面与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业相互独立，拥有独立完整的资产结构和业务系统，具有独立面向市场的经营能力。

（一）资产完整性

发行人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。发行人与股东之间的资产产权界定清晰，生产经营场所独立。目前发行人没有以资产为各股东的债务提供担保，不存在被控股股东或实际控制人违规占用资产的情况。

发行人用于生产经营的土地、厂房位于杭州下沙幸福南路 2 号万事利工业园，其所有权属于发行人。发行人向控股股东租用的“万事利科技大厦”部分楼层仅为管理人员、销售人员进行日常办公、用作展示营销中心及少量配套仓储的地点，该展示营销中心营业收入比重占发行人各期营业收入的比重仅为 3%左右，租赁价格参照同区域无关联第三方单位租金以及同区域的市场租金确定，定价公允，周边拥有充足的可替代租赁房产。发行人租赁房产面积及其占发行人总使用面积比例如下：

单位：平方米

项目	面积
向控股股东单体租赁面积①	2,931.85
向控股股东及其他关联方租赁面积小计②	5,005.16
对外租赁总面积③	7,984.72
使用的自有房产面积④	27,764.51
总使用面积⑤	35,749.23
向控股股东单体租赁面积占总使用面积的比重⑥=①/⑤	8.20%
向控股股东及其他关联方租赁面积占总使用面积的比重⑦=②/⑤	14.00%
对外租赁总面积占总使用面积的比重⑧=③/⑤	22.34%

单位：平方米

项目	面积
使用的自有房产面积占总使用面积的比重⑨=④/⑤	77.66%

发行人作为万事利集团控制的企业中唯一从事丝绸相关业务的公司，使用“万事利”商号具有商业合理性，不违反相关法律法规的规定，并持有相关商标，不存在对控股股东商标权的依赖，亦不会造成混淆和误认。向控股股东租赁房产及与控股股东共用“万事利”商号对发行人资产完整性和独立性不构成重大不利影响。

（二）人员独立性

发行人的董事、监事及高级管理人员均以合法程序选举或聘任，不存在控股股东超越发行人股东大会和董事会作出人事任免决定的情况。

发行人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。发行人的总经理、副总经理、财务总监和董事会秘书等高级管理人员不在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业中担任除董事、监事以外的其他职务，不在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业领薪；发行人的财务人员不在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业中兼职。

（三）财务独立性

发行人设有独立的财务部门，并按照相关法律法规的要求建立了独立的财务核算体系，能够独立地作出财务决策，具有规范的财务会计制度和对分公司、子公司的财务管理制度；发行人未与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业共用银行账户；发行人作为独立的纳税人，依法进行纳税申报并履行纳税义务。

（四）机构独立性

发行人已建立健全内部经营管理机构，独立行使经营管理职权。发行人设有股东大会、董事会、监事会及总经理负责的管理层等机构，相关机构及人员能够依法行使经营管理职权；发行人建立了较为完善的组织机构，拥有完善的业务系统及配套部门，各部门构成一个有机整体，法人治理结构完善。

发行人与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业之间不存在混合经营、合署办公的情况。控股股东、实际控制人及其控制的其他企业及其职能部门与发

行人各职能部门之间不存在上下级关系，不存在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业干预发行人经营活动的情况。

（五）业务独立性

发行人专业从事丝绸产品的研发设计、生产与销售。公司拥有独立的生产及辅助生产系统、采购和销售系统以及独立的研发体系，具有面向市场自主经营业务的能力。发行人的业务独立于控股股东、实际控制人及其控制的其他企业，与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业间不存在对发行人构成重大不利影响的同业竞争以及严重影响独立性或者显失公平的关联交易。

（六）经营稳定性

发行人主营业务、控制权、管理团队稳定，最近 2 年内主营业务和董事、高级管理人员均没有发生重大不利变化；控股股东和受控股股东、实际控制人支配的股东所持发行人的股份权属清晰，最近 2 年实际控制人没有发生变更，不存在导致控制权可能变更的重大权属纠纷。

发行人不存在主要资产、核心技术、商标的重大权属纠纷，重大偿债风险，重大担保、仲裁等或有事项，经营环境已经或将要发生的重大变化等对持续经营有重大影响的事项。发行人存在 2 项诉讼金额超过 200 万元的诉讼，上述诉讼不会对公司的持续经营产生重大影响，具体情况参见本招股说明书第十一节之“三、（一）发行人及子公司的重大诉讼或仲裁事项”。

经核查，保荐机构认为：发行人已达到发行监管对发行人独立性的基本要求，上述内容真实、准确、完整。

六、同业竞争情况

（一）发行人与控股股东、实际控制人不存在同业竞争

截至本招股说明书签署日，控股股东主营业务情况如下：

序号	公司名称	经营范围	主营业务	关联关系
1	万事利集团	服务：企业管理咨询，物业管理，农业开发，水产养殖；批发零售：黄金，五金交电，机电设备（除专控）及配件，化工产品及原料（除化学危险品及易制毒化学品），轻工产品，家具，沙发，金属、白银制品、建筑材	实业与金融投资、贸易业务、物业管理服务	控股股东

序号	公司名称	经营范围	主营业务	关联关系
		料，计算机及配件，家用电器；货物（技术）进出口；（法律、行政法规禁止经营的项目除外，法律、行政法规限制经营的项目取得许可证后方可经营）；制造、加工：针纺织品、丝绸、服装（限杭州万事利丝绸文化有限公司及其下属分支机构生产）；其他无需报经审批的一切合法项目（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）		

发行人控股股东万事利集团主要从事实业与金融投资、贸易业务、物业管理服务，其经营范围中的“加工、制造：针纺织品、丝绸、服装”仅限发行人及下属分支机构生产；实际控制人屠红燕、屠红霞、李建华、王云飞、沈柏军为自然人，均未从事丝绸相关产品的研发设计、生产与销售，与发行人不存在同业竞争关系。

（二）发行人与控股股东、实际控制人所控制的企业不存在同业竞争

截至本招股说明书签署日，除本公司外，控股股东、实际控制人控制的其他企业情况如下：

序号	公司名称	经营范围	主营业务	关联关系
控股股东与实际控制人控制的存续企业				
贸易业务				
1	印燃贸易	批发、零售：计算机及配件，沙发；其他无需报经审批的一切合法项目。（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）	从事贸易业务	万事利集团持有其 100.00%的股权
2	欢越贸易	批发零售：计算机及配件，沙发；其他无需报经审批的一切合法项目。（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）	从事贸易业务	万事利集团持有其 90.00%的股权，并通过万事利进出口持有其10.00%的股权
3	万事利进出口	批发零售：机械设备，货物（技术）进出口；其他无需报经审批的一切合法项目	从事贸易业务	万事利集团持有其 22.13%的股权，并通过广赛电力持有其60.00%的股权
4	摩赛贸易	服务：物业管理；批发、零售、进出口：五金交电，机电设备（除专控）及配件，轻工产品，家具，沙发，金属、建筑材料，家用电器。	从事贸易业务	万事利集团通过万事利进出口持有其 75.00%的股权

		（涉及国家规定实施准入特别管理措施的除外）（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）		
5	曙林进出口	从事货物与技术的进出口业务，机械设备、金属材料、珠宝首饰的销售。（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）	从事贸易业务	万事利集团通过嘉兴万事利持有其 80.00%的股权，通过华榕投资持有其 16.00%的股权，自身持有其 4.00%的股权
6	香港万事利	-	从事贸易业务	控股股东境外投资企业
金融业务				
7	万事利小贷	在江干区范围内依法办理各项小额贷款、小企业发展、管理、财务咨询业务	从事小额贷款业务	万事利集团持有其 45.00%的股权，实际控制人**屠红燕**担任董事长
8	青茂投资	服务：投资管理（未经金融等监管部门批准，不得从事向公众融资存款、融资担保、代客理财等金融服务），投资咨询（除证券、期货）（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）	从事投资业务	万事利集团通过欢越贸易持有其 89.80%的份额，通过印燃贸易持有其 10.00%的份额
市场经营管理、房产租赁及物业管理业务				
9	万事利科技制造	生产、制造：化工原料及产品（除危险化学品及易制毒化学品），电子智能产品，轻工产品；服务：美术设计，电脑图文设计，环保技术、计算机软硬件的技术开发、技术咨询、成果转让；其他无需报经审批的一切合法项目	自有房屋租赁、贸易业务、物业管理服务	万事利集团持有其 100.00%的股权
10	万利汽修	修理：汽车（二类维护）及其他机动车修理；批发零售：五金建材建筑材料	从事房产出租与汽车修理修配业务	万事利集团持有其 51.47%的股权
11	万事利孵化器	实业投资；服务：信息科技企业培育孵化，受托对企业资产进行管理，信息技术咨询、技术服务，物业管理，会议服务，企业形象策划，企业管理咨询，文化艺术交流活动策划（除演出及演出中介），通讯工程、网络工程、网络技术、楼宇智能系统的技术开发、技术转让、技术咨询、技术服务，市场调查（除社会调查、社会调研、民意调查、民意测验）；其他无需报经审批的一切合	从事物业管理业务	万事利集团持有其 65.00%的股权

		法项目		
12	文化商城	停车服务（上述经营范围需在许可证有效的期限内经营）；市场的经营管理；物业管理；电子元器件、电子计算机及配件、仪器仪表、电线电缆、计算机软硬件、电子产品、通讯产品、机电设备、防盗监控设备、五金的批发、零售；计算机软硬件、互联网技术、电子商务技术的技术开发、技术服务、技术咨询；计算机软硬件、电子产品、通讯产品、机电设备、防盗监控设备的上门维修（凡涉及许可证、资质证书的，凭有效许可证、资质证书经营）。（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）	从事市场经营管理、房产出租与物业管理业务	万事利集团持有其99.40%的股权
13	华榕投资	实业投资；服务：通信产品、电子产品、办公自动化设备开发；批发、零售：通信产品。其他无需报经审批的一切合法项目	从事房产出租业务	万事利集团通过文化商城持有其100.00%的股权
14	万事利房地产	房地产开发经营	从事仓储租赁业务	万事利集团通过文化商城持有其100.00%的股权
15	桐乡置业	南方家园商城的房地产项目开发经营；建筑装饰材料（除危险化学品及易制毒化学品）、机电汽配、五金交化、厨房设备、卫浴设备、线材管材、灯饰布艺、现代办公家具、家具、酒店宾馆专用设备销售。以上范围涉及前置审批项目凭许可证或资格（质）证书经营	从事市场经营管理、房产出租与物业管理业务	万事利集团通过文化商城持有其95.00%的股权
16	广赛电力	服务：红外线测温、电力光纤高速图像传输设备、工业自动化控制设备、电子计算机及外部设备、无线电遥控遥测设备的技术开发、咨询服务、技术成果转让，自有房屋租赁，安装报警器；批发、零售：电子元器件，五金交电，通讯器材，电缆，仪器仪表及配件，电子计算机及外部设备，办公用品及耗材，电器机械及器材，建筑、装潢材料，工艺美术品（除黄金制品），木制品，日用百货；含下属分支机构经营范围；其他无需报经审批的一切合法项目。（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）	从事自有房屋租赁业务	万事利集团通过文化商城持有其100.00%的股权
17	时代电子市场	停车服务《详见〈设置路外停车场登记证》》）。市场的经营管理，管理电子电器设备及配件、仪器仪表、机电设备、安防设备、通讯设备、	从事停车服务、市场经营管理、房产	万事利集团通过广赛电力持有其100.00%的股权

		网络设备、电线电缆、消防器材、办公自动化设备、照明器材、家用电器及配件的销售，电子产品及软件的开发与维修，房屋租赁	出租业务	
18	德清置业	开发经营南方家园商城、房地产开发、物业管理，建筑装饰材料（除危险化学品）、水暖器材、机电汽配、五金、交电、化工产品（除化学危险品及易制毒化学品）、厨房设备、卫浴设备、灯饰布艺、现代办公设备、家具、酒店宾馆专用设备、汽车装饰用品、竹制品经销；汽车装潢美容服务	从事开发经营南方家园商城、房产出租与物业管理业务	万事利集团通过文化商城持有其56.49%的股权
19	嘉兴万事利	电子元器件生产销售，机械设备销售，物业管理，会议服务；企业管理咨询，通讯工程、楼宇智能系统的技术开发、技术转让、技术咨询、技术服务、市场调查，从事货物进出口业务。（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）	从事房产出租与贸易、物业管理服务业务	万事利集团持有其 100.00%的股权
20	万事利生物	生物技术研发，化工产品（除危险化学品及易制毒化学品）及其原料的销售，自有房屋租赁，物业管理，经济信息咨询服务（不含期货、证券），经营进出口业务。（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）	从事生物技术研发，化工产品及原料销售，自有房屋租赁，物业管理服务业务	万事利集团持有其 35.00%的股权，王云飞持股3.05%并担任董事长，其子屠榕皓持股 55.70%
21	云启科创	房屋租赁企业管理咨询;商务信息咨询（除证券期货）;（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）	从事房屋租赁业务	王云飞持有其100.00%的股权
餐饮业务				
22	丝绸汇餐饮	服务：餐饮服务（凭有效许可证经营），会务服务，成年人的非证书劳动职业技能培训（涉及前置审批的项目除外）	从事餐饮服务、会务服务业务	万事利集团持有其 100.00%的股权
23	花港餐饮	服务：热食类食品制售，冷食类食品制售，自制饮品制售（普通类），会务服务；其他无需报经审批的一切合法项目	从事餐饮服务、会务服务业务	万事利集团持有其 100.00%的股权
生物饲料业务				
24	杭州海皇	配合饲料生产。销售：配合饲料、饲料原料、预混料、饲料添加剂、宠物用品；水产养殖；饲养技术、种、养殖技术、生物工程技术的开发及软件设计，技术咨询服务；电	从事生物饲料生产与销售业务	万事利生物持有其76.67%的股权

		子商务技术开发、技术服务；网络技术研发；房屋租赁；货物进出口（法律、行政法规禁止经营的项目除外，法律、行政法规限制经营的项目取得许可证后方可经营）		
25	湖州海皇	水产饲料生产技术的研发，配合饲料（水产）生产，饲料销售，饲料技术、种、养殖技术、生物工程技术的开发及软件设计，养殖与饲料生产技术咨询服务	从事生物饲料生产与销售业务	杭州海皇持有其100.00%的股权
26	鸿景农业	服务：水产养殖技术、农业科技的技术开发，房地产开发，经济信息咨询（除商品中介），收购本企业销售所需的农产品（限直接向第一产业的原始生产者收购）；销售：饲料、饲料原料、饲料添加剂；鲜活水产品，初级食用农产品；货物进出口（国家法律、行政法规规定禁止经营的项目除外，法律、行政法规规定限制经营的项目取得许可证后方可经营）。（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）	从事生物饲料生产与销售业务	**湖州海皇**持有其**100.00%**的股权
27	镇江鸿景	水产养殖技术、农业科技的技术开发；房地产开发；食用农产品销售（水产品）；饲料销售；物业管理。（国家禁止投资的除外）（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）	从事生物饲料生产与销售业务	鸿景农业持有其100.00%的股权
投资业务				
28	丝奥投资	服务：投资管理（未经金融等监管部门批准，不得从事向公众融资存款、融资担保、代客理财等金融服务），投资咨询（除证券、期货），物业管理（凭资质经营）；批发、零售：五金交电，机电设备（除专控）及配件，家具，建筑材料，家用电器；其他无需报经审批的一切合法项目（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）	从事投资业务	实际控制人李建华持有其 69.11%的股权
29	丝昱投资	股权投资、项目投资、实业投资；投资管理（未经金融等监管部门批准不得从事吸收存款、融资担保、代客理财、向社会公众集（融）资等金融业务）	从事投资业务	实际控制人屠红霞、屠红燕持有其 100%的份额
30	丝弦投资	股权投资、项目投资、实业投资；投资管理（未经金融等监管部门批准不得从事吸收存款、融资担保、代客理财、向社会公众集（融）资等金融业务）	从事投资业务	实际控制人李建华、屠红燕持有其 100%的份额

31	杭商投资	服务：实业投资，投资管理，投资咨询（除证券、期货）；批发、零售：机械设备；其他无需报经审批的一切合法项目（未经金融等监管部门批准，不得从事向公众融资存款、融资担保、代客理财等金融服务）	从事投资业务	万事利集团持有其 100.00%的股权
其他业务				
32	奎逸网络	服务：网络信息技术的技术开发、技术服务、技术咨询，网页设计；批发零售：家具，沙发。其他无需报经审批的一切合法项目。（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）	从事电商业务	万事利集团持有其 100.00%的股权
33	纷硕保理	进出口保理业务联系，国内及离岸保理业务，与商业保理业务相关的咨询服务。【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】	从事商业保理及相关咨询业务	万事利集团通过杭商投资持有其 100.00%的股权
无实际经营业务				
34	劳居投资	服务：投资管理（未经金融等监管部门批准，不得从事公众融资存款、融资担保、代客理财等金融服务），经济信息咨询（除商品中介）；胶粘制品、电子产品的技术研发；批发零售：胶粘制品，胶粒材料、电子产品（除电子出版物）、电子材料、塑料制品；货物进出口（国家法律、行政法规规定禁止经营的项目除外，法律、行政法规规定限制经营的项目取得许可证后方可经营）；其他无需报经审批的一切合法项目	已无实际生产经营，因未来该公司可能开展投资业务而未注销	万事利集团持有其 100.00%的股权
35	协东投资	服务：投资管理（未经金融等监管部门批准，不得从事向公众融资存款、融资担保、代客理财等金融服务），经济信息咨询（除证券、期货）；批发、零售：机械设备，化工产品及原料（除危险化学品及易制毒化学品），橡胶制品，有色金属，纸张，钢材；货物及技术进出口（国家法律、行政法规禁止的项目除外，国家法律、行政法规限制的项目取得许可后方可从事经营活动）；其他无需报经审批的一切合法项目（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）	已无实际生产经营，因未来该公司可能开展投资业务而未注销	万事利集团持有其 100.00%的股权
36	伟利达制衣	生产服装及其辅料	已无实际生产经营，计划安排注销	万事利集团持有其 75.00%的股权

37	万事利针织	生产销售针织面料及服装	已无实际生产经营，正在组织清算	万事利集团持有其 75.00%的股权
38	红芯电子	批发零售：光电子类产品，计算机软、硬件；服务：光电子类产品的技术开发及成果转让；其他无需报经审批的一切合法项目。(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)	已无实际生产经营，正在与另一股东协调后续注销事宜	万事利集团持有其 69.67%的股权
39	钛轩投资	实业投资；服务：投资管理，投资咨询（除证券、期货）	已无实际生产经营，因未来该公司可能开展投资业务而未注销	万事利集团持有其 70.00%的股权
40	万事利医院投资	服务：医院和连锁医院的管理、投资，医院管理咨询。其他无需报经审批的一切合法项目	已无实际生产经营，正在履行简易注销程序	万事利集团持有其 90.00%的股权
41	国信典当	质押典当业务；房地产抵押典当业务；限额内绝当物品的变卖；鉴定评估及咨询服务；国家经济贸易委员会依法批准的其他业务	已无实际生产经营，计划安排注销	万事利集团通过广赛电力持有其 77.78%的股权
42	铂祥投资	服务：投资管理（未经金融等监管部门批准，不得从事向公众融资存款、融资担保、代客理财等金融服务）、企业管理、经济信息咨询（除证券和期货），房产中介，物业管理。其他无需报经审批的一切合法项目。(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)	已无实际生产经营，因未来该公司可能开展投资业务而未注销	实际控制人王云飞持有其 90.00%的股权
43	马克罗西	丝绸相关产品制造与销售	已无实际生产经营，计划安排注销	控股股东境外投资企业
44	万普华互金	服务：互联网金融服务（由国家金融监管部门核准的金融核心业务除外），接受金融机构委托从事金融信息技术外包，接受金融机构委托从事金融业务流程外包，接受金融机构委托从事金融知识流程外包，投资咨询（除证券、期货），经济信息咨询（除商品中介），企业管理咨询，财务咨询（除代理记账），计算机软硬件的技术开发、技术服务、技术咨询、技术转让，票据咨询服务。	已无实际生产经营，因未来该公司可能开展金融服务而未注销	万事利集团持有其 70.00%的股权，实际控制人屠红燕持有其 20.00%的股权并担任董事长，董事孙立新持有其 10.00%的股权并担任董事兼总经理

控股股东与实际控制人控制的已被吊销企业				
45	胶州湾置业	一般经营项目：房地产开发；批发、零售：纺织品及原料、建材材料、装饰材料、家具、五金交电、机电设备（除专控）及配件、化工产品及原料（除化学危险品及易制毒化学品）、办公自动化设备及配件、计算机及配件、家用电器、工艺品、服装鞋帽、皮革制品、农副产品、饲料。加工：服装、针纺织品。（以上范围需经许可经营的，须凭许可证经营）	已无实际生产经营	万事利集团通过华榕投资持有其60.00%的股权，该公司于2012年被吊销营业执照
46	联华化纤	生产销售聚酯切片，各类不同品种的合成纤维及其深加工产品，纺织品、服装的销售,商务咨询。（涉及行政许可的，凭许可证经营）	已无实际生产经营	万事利集团通过胶州湾置业持有其100.00%的股权，该公司于2013年被吊销营业执照

截至本招股说明书签署日，万事利针织正在组织清算，伟利达制衣计划安排注销，上述2家公司报告期内无实际经营；马克罗西已于2018年停止经营，未来无重新开展经营的计划；胶州湾置业与联华化纤均于报告期前已被吊销营业执照，无实际经营；控股股东和实际控制人控制的其他企业均未从事与发行人及其控股子公司的主营业务构成或可能构成直接或间接竞争关系的业务或活动，未来也不计划从事与发行人相同或近似的业务，因此与发行人不存在同业竞争关系。

（三）发行人与控股股东、实际控制人施加重大影响的企业不存在同业竞争

截至本招股说明书签署日，控股股东、实际控制人施加重大影响的企业情况如下：

序号	公司名称	经营范围	主营业务	关联关系
1	钛铉营销	服务：企业营销策划，国内广告的设计、制作、代理、发布（除网络），会务会展。	无实际经营	万事利集团通过钛轩投资持有其49.00%的股权
2	浙江万事利大厦投资管理有限公司	大厦投资管理，物业管理，建筑材料的销售，自有房产租赁，经济信息咨询（不含证券、期货）。	已被吊销营业执照，无实际经营	万事利集团通过万事利房地产持有其20.00%的

序号	公司名称	经营范围	主营业务	关联关系
				股权

上述控股股东、实际控制人施加重大影响的企业均未从事丝绸相关产品的研发设计、生产与销售，与发行人不存在同业竞争关系。

（四）发行人与控股股东、实际控制人投资的企业不存在同业竞争

截至本招股说明书签署日，控股股东、实际控制人投资的企业（不包括控股股东持股 5%以下的企业）情况如下：

序号	公司名称	经营范围	主营业务	投资关系
1	亿联投资	实业投资，资产管理，投资管理（不得从事吸收存款、融资担保、代客理财、向社会公众集（融）资等业务）。（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）	投资业务	屠红燕持有其70.00%的份额
2	正源创投	创业投资及相关咨询业务代理其他创业投资企业等机构或个人的创业投资业务，为创业企业提供创业管理服务。（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）	投资业务	屠红燕持有其 1.59%的份额
3	信海创投	创业投资业务；代理其他创业投资企业等机构或个人的创业投资业务；创业投资咨询业务。	投资业务	屠红燕持有其 2.44%的份额
4	禾源创投	创业投资及相关咨询业务，代理其他创业投资企业等机构或个人的创业投资业务，为创业企业提供创业管理服务。（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）	投资业务	屠红燕持有其 1.58%的份额
5	卓元投资	一般经营项目是：股权投资；投资管理（不得从事信托、金融资产管理、证券资产管理及其他限制项目）；投资咨询（不含限制项目）。	投资业务	屠红燕持有其 8.00%的份额
6	万联投资	实业投资，资产管理，投资管理（不得从事吸收存款、融资担保、代客理财、向社会公众集（融）资等业务）	投资业务	屠红燕持有其33.90%的份额
7	星巢投资	实业投资，投资咨询（除证券、期货）	投资业务	屠红燕持有其 5.14%的份额
8	金锋投资	服务：投资管理，投资咨询（涉及法律法规规定需前置审批的项目除外），实业投资。	投资业务	屠红燕持有其 1.01%的份额
9	云易投资	实业投资、投资管理、投资咨询（未经金融等监管部门批准，不得从事向公众融资存款、融资担保、代客理财等金融服务）。（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）	投资业务	屠红燕持有其 2.50%的份额

序号	公司名称	经营范围	主营业务	投资关系
10	杭州浙尚企业信息咨询合伙企业（有限合伙）	策划：企业品牌、企业营销、企业项目、市场营销、形象；咨询：企业管理、商务信息（除商品中介）、经济信息（证券、期货）；服务：广告信息咨询；会展会议服务，展览展示服务，文化艺术交流活动策划（除演出中介），成年人的非证书劳动技能培训。（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）	投资业务	屠红燕持有其12.50%的份额
11	智能众信咨询	企业管理咨询；经济贸易咨询。（下期出资时间为2017年06月30日；企业依法自主选择经营项目，开展经营活动；依法须经批准的项目，经相关部门批准后依批准的内容开展经营活动；不得从事本市产业政策禁止和限制类项目的经营活动。）	投资业务	屠红燕持有其15.00%的份额
12	浙江唯创置业有限公司	房地产开发、销售。（凭资质证经营）	无实际经营	王云飞持有其40.00%的股权
13	杭州昇顺久益投资管理合伙企业（有限合伙）	投资管理、投资咨询（除证券、期货）。	投资业务	王云飞持有其8.09%的份额
14	杭州宏桥精彩未来投资合伙企业（有限合伙）	服务：实业投资，投资管理。（未经金融等监管部门批准，不得从事向公众融资存款、融资担保、代客理财等金融服务）（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）	投资业务	王云飞持有其3.75%的份额
15	杭州携手计算机科技有限公司	第二类增值电信业务中的信息服务业务（仅限互联网信息服务，不含新闻、出版、教育、医疗保健、药品和医疗器械、文化、广播电影电视节目，含电子公告服务）（在许可证的有效期内方可经营）。 计算机网络、电子商务的技术开发、技术服务、技术咨询；电子设备软件研发；网上销售：电子产品，机电设备及通讯设备（除国家专控），办公用品，日用百货，饰品，家用电器，建筑材料。	已被吊销营业执照，无实际经营	王云飞持有其10.00%的股权
16	杭州金投万事利企业咨询管理合伙企业（有限合伙）	服务：企业管理咨询，经济信息咨询（除商品中介），商务信息咨询（除商品中介），建筑技术的技术咨询、技术服务。（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）	投资业务	万事利集团持有其30.00%的份额
17	浙江华睿如山	创业投资业务	投资业务	万事利集团持有其

序号	公司名称	经营范围	主营业务	投资关系
	创业投资有限公司			10.00%的股权
18	杭州星合尚世影视传媒有限公司	服务：广播电视节目制作（凭有效许可证经营），组织文化艺术交流活动（除演出及演出中介），企业营销策划，电脑图文设计，国内广告的设计、制作、代理、发布（除网络），展览展示服务，计算机的技术开发、技术咨询、技术服务，计算机技术培训（不得面向全国招生），经济信息咨询（除商品中介）。（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）	影视策划、后期制作、市场推广	万事利集团持有其6.25%的股权
19	温岭联合村镇银行	吸收公众存款；发放短期、中期和长期贷款；办理国内结算；办理票据承兑与贴现；从事同业拆借；代理发行、代理兑付、承销政府债券；代理收付款项及代理保险业务（上述业务不含外汇业务）；经银行业监督管理机构批准的其他业务。	银行业务	万事利集团持有其5.00%的股权
20	杭州文诚创业投资有限公司	创业投资、创业投资咨询；经济信息咨询（除期货、证券）。	投资业务	万事利集团持有其5.00%的股权
21	浙江光珀智能科技有限公司	服务：楼宇智能化设备、计算机软硬件、通信设备、电子设备、雷达及配套设备、集成电路、工业自动化设备、普通机械的技术开发、技术服务、技术咨询、成果转让，承接计算机网络工程（涉及资质证凭证经营）；批发、零售：计算机软硬件，通信设备、电子设备、雷达及配套设备、集成电路、办公自动化设备；货物进出口、技术进出口。（涉及国家规定实施准入特别管理措施的除外）（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）	3D 智能相机研发	万事利集团持有其3.30%的股权
22	杭州长堤股权投资合伙企业（有限合伙）	股权投资及相关咨询服务。（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）	投资业务	万事利集团持有其2.97%的份额
23	浙江天阳拍卖有限公司	经营拍卖业务（凭许可证经营）。	已被吊销营业执照，无实际经营	万事利集团持有其17.50%的股权
24	杭州麦农贸易有限公司	批发、零售：日用百货、服装、机械设备。	已被吊销营业执照，无实际经营	万事利集团持有其1.62%的股权

上述控股股东、实际控制人投资的企业均未从事丝绸相关产品的研发设计、

生产与销售，与发行人不存在同业竞争关系。

（五）发行人与实际控制人近亲属控制、施加重大影响或投资的企业不存在同业竞争

截至本招股说明书签署日，实际控制人近亲属控制、施加重大影响或投资的企业情况如下：

序号	公司名称	经营范围	主营业务	投资关系
1	杭州轩旭实业有限公司	实业投资；批发 零售：纸张，纸制品，五金制品，塑料制品。	纸张销售，包装印刷销售	实际控制人沈柏军之子女之配偶王斌持有其 90.00%的股权、王斌之父亲王钊德持有其 10.00%的股权
2	杭州斌盛纸杯制造有限公司	生产加工：纸盒（除食品容器）；服务：纸盒加工技术开发；其他无需报经审批的一切合法项目。	已被吊销营业执照，无实际经营	实际控制人沈柏军之子女之配偶王斌持有其 79.27%的股权
3	浙江德美彩印有限公司	包装装潢、其他印刷品印刷（限纸杯、纸碗、彩箱）（《印刷经营许可证》有效期至 2017 年底止）。 食品用纸包装容器（纸杯、纸碗）生产销售。纸盒、纸箱的生产销售；纸张的批发。	印刷、纸制品的生产、销售	实际控制人沈柏军子女之配偶王斌持有其 40%的股权
4	湖州德美纸制品有限公司	纸杯的生产加工（不含印刷）、销售；纸制品销售。（涉及行政许可的凭有效行政许可证件经营）	纸质品的生产和销售，纸杯的生产销售	浙江德美彩印有限公司之全资子公司
5	杭州杭鑫包装有限公司	纸箱、纸制品加工（除印刷）;塑料制品、纸箱、纸制品销售；（涉及前置审批的凭许可证）。	纸包装的生产和销售	实际控制人沈柏军子女之配偶王斌持有其 51.72%的股权，王斌之父亲王钊德持有其 37.93%的股权
6	浙江德兴纸塑包装有限公司	包装装潢、其他印刷品印刷；纸盒、塑料薄膜包装袋、五金制品的生产销售；纸张销售。	纸质品的生产和销售，塑料制品的生产和销售	浙江德美彩印有限公司之全资子公司
7	海宁市瑞迪休闲服饰有限公司	针织服装、皮革制品、羽绒制品制造、加工	已被吊销营业执照，无实际经营	实际控制人沈柏军子女之配偶王斌持有其 16.38%的股权
8	杭州建网科技有限公司	技术开发、技术服务、技术转让：土木工程，电子产品，计算机软、硬件，网络工程，通讯工程，系统集成；批发、零售：计算机及配件，建筑材料，金属材料，五金工具，机械设备，化工原料（除化学危险	已被吊销营业执照，无实际经营	实际控制人沈柏军子女之配偶王斌持有其 15.00%的股权

序号	公司名称	经营范围	主营业务	投资关系
		品及易制毒化学品）；安装、维修：网络布线、计算机；服务：房产营销策划，承办会展；服务：利用自有 tumu.cn 网站发布国内网络广告，第二类增值电信业务中的信息服务业务（仅限互联网信息服务业务）（许可证有效期至 2013 年 10 月 7 日），设计、制作国内广告；其他无需报经审批的一切合法项目		
9	桐乡市德美房地产开发有限公司	房地产开发销售；自有房屋租赁。	房地产业务	实际控制人沈柏军子女之配偶王斌之父亲王钊德持有其30.00%的股权
10	广德县四海能源有限公司	瓦楞纸箱（限外购瓦楞纸板半成品）、太阳能热水器生产、销售、纸盒包装（不含商标印制）。（上述经营范围不含前置许可项目，凡需后置许可的，凭有效许可经营）。	已被吊销营业执照，无实际经营	实际控制人沈柏军子女之配偶王斌之父亲王钊德持有其70.00%的股权
11	杭州市江干区笕桥供销社有限公司	批发、零售：针、纺织品，百货，五金交电，日用杂货，建筑材料，竹木制品，农产品，钢材，化工原料（除化学危险品及易制毒化学品），物业管理：其他无须报经审批的一切合法项目	日用百货批发、零售	实际控制人王云飞之兄弟王云龙持有其5.23%股权

上述实际控制人近亲属控制、施加重大影响或投资的企业均未从事丝绸相关产品的研发设计、生产与销售，与发行人不存在同业竞争关系。

（六）避免同业竞争的承诺

2020 年 6 月 30 日，控股股东万事利集团和实际控制人屠红燕、屠红霞、李建华、王云飞、沈柏军出具了《关于避免同业竞争的承诺函》，承诺如下：

1、截至本承诺出具日，本公司/本人控制或能够施加重大影响的企业、组织、机构未从事与发行人及其控股子公司的主营业务构成或可能构成直接或间接竞争关系的业务或活动；

2、对本公司/本人未来不会以任何形式直接或间接从事任何与发行人及其控股子公司的主营业务构成或可能构成直接或间接竞争关系的业务或活动：不会以任何形式支持发行人及其控股子公司以外的其他企业从事与发行人及其控股子公司的主营业务构成竞争或者可能构成竞争的业务或活动。

若本公司/本人或本公司/本人控制的其他企业从事与发行人相同业务，则将从事该业务而获得的收益全部无偿赠于发行人，并赔偿因违反上述承诺而给发行人及其控股子公司造成的一切损失。

七、关联方及关联关系

根据《公司法》《深圳证券交易所创业板股票上市规则》《企业会计准则第36号—关联方披露》等规范性文件的相关规定，公司主要关联方如下：

（一）控股股东

序号	关联方名称	关联关系
1	万事利集团有限公司	公司控股股东，直接持有发行人54.58%的股份

万事利集团的基本情况参见本招股说明书第五节之“七、（一）1、万事利集团”。

（二）实际控制人

序号	关联方名称	关联关系
1	屠红燕、屠红霞、李建华、王云飞、沈柏军	屠红燕、李建华、屠红霞、王云飞、沈柏军为发行人实际控制人，上述五人通过万事利集团、丝奥投资、丝昱投资、丝弦投资共控制发行人82.33%的股权

屠红燕、李建华的基本情况参见本招股说明书第五节之“九、（一）1、公司董事情况”。

屠红霞、王云飞、沈柏军的基本情况参见本招股说明书第五节之“七、（一）2、实际控制人”。

（三）持有公司5%以上股份的股东

序号	关联方名称	关联关系
1	丝奥投资	直接持有发行人11.89%的股份
2	浙商投资	直接持有发行人10.00%的股份
3	乐世利投资	直接持有发行人0.15%的股份，与浙商投资构成一致行动关系
4	丝昱投资	直接持有发行人7.93%的股份
5	丝弦投资	直接持有发行人7.93%的股份

丝奥投资、浙商投资、丝昱投资、丝弦投资的基本情况参见本招股说明书第

五节之“七、（二）持有发行人 5%以上股份的主要股东的基本情况”。

乐世利投资基本情况如下：

企业名称	杭州乐世利投资管理合伙企业（有限合伙）
统一社会信用代码	91330102MA27YXE28U
主要经营场所	浙江省杭州市上城区青平里 1 号 307 室
执行事务合伙人	中银投资浙商产业基金管理（浙江）有限公司
注册资本	150.00 万元
企业类型	有限合伙企业
成立时间	2016 年 10 月 19 日
经营范围	服务：投资管理（未经金融等监管部门批准，不得从事向公众融资存款、融资担保、代客理财等金融服务）。（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）
主要业务	实业投资
与发行人主营业务的关系	乐世利投资主要从事实业投资，与发行人不存在同业竞争

（四）发行人控制的企业与联营企业

序号	关联方名称	关联关系
1	万事利科技	发行人全资子公司
2	万事利数码	发行人全资子公司
3	万事利礼品	发行人直接持有其 75.00%的股权
4	万事利文创	发行人全资子公司
5	杭州新丝路	发行人全资子公司
6	万事利艺术品	发行人直接持有其 82.50%的股权，并通过万事利文创间接持有其 17.50%的股权
7	明阳科技	发行人全资子公司
8	丝艺科技	发行人直接持有其 85.00%的股权
9	七仁数码	发行人全资子公司
10	武汉万事利	发行人直接持有其 90.00%的股权，并通过万事利礼品间接持有其 10.00%的股权
11	合肥万事利	发行人全资子公司
12	西安万事利	发行人全资子公司
13	西藏新丝路	发行人全资子公司
14	万事利科创园	发行人通过万事利数码间接持有其 100.00%的股权
15	布调科技	发行人通过万事利数码持股 15.00%，联营企业

上述各发行人控制企业的基本情况参见本招股说明书第五节之“六、（一）

发行人的控股子公司”。布调科技的基本情况参见本招股说明书第五节之“六、（二）1、布调科技”。

（五）控股股东和实际控制人控制或重大影响的其他企业

截至本招股说明书签署日，控股股东与实际控制人控制的企业除丝奥投资、丝弦投资、丝昱投资已在本节“七、（三）持有公司 5%以上股份的股东”中披露外，其他企业情况如下：

序号	关联方名称	关联关系
控股股东与实际控制人控制的存续企业		
贸易业务		
1	印燃贸易	万事利集团持有其 100.00%的股权
2	欢越贸易	万事利集团持有其 90.00%的股权，并通过万事利进出口持有其 10.00%的股权，曾用名杭州万事利职业服装有限公司
3	万事利进出口	万事利集团持有其 22.13%的股权，并通过广赛电力持有其 60.00%的股权
4	摩赛贸易	万事利集团通过万事利进出口持有其 75.00%的股权
5	曙林进出口	万事利集团通过嘉兴万事利持有其 80.00%的股权，通过过华榕投资持有其 16.00%的股权，自身持有其 4.00%的股权
6	香港万事利	万事利集团境外投资企业
金融业务		
7	万事利小贷	万事利集团持有其 45.00%的股权，实际控制人**屠红燕**担任董事长
8	青茂投资	万事利集团通过欢越贸易持有其 89.80%的份额，通过印燃贸易持有其 10.00%的份额
市场经营管理、房产租赁及物业管理业务		
9	万事利科技制造	万事利集团持有其 100.00%的股权
10	万利汽修	万事利集团持有其 51.47%的股权
11	万事利孵化器	万事利集团持有其 65.00%的股权
12	文化商城	万事利集团持有其 99.40%的股权
13	华榕投资	万事利集团通过文化商城持有其 100.00%的股权
14	万事利房地产	万事利集团通过文化商城持有其 100.00%的股权
15	桐乡置业	万事利集团通过文化商城持有其 95.00%的股权
16	广赛电力	万事利集团通过文化商城持有其 100.00%的股权
17	时代电子市场	万事利集团通过广赛电力持有其 100.00%的股权
18	德清置业	万事利集团通过文化商城持有其 56.49%的股权
19	嘉兴万事利	万事利集团持有其 100.00%的股权

序号	关联方名称	关联关系
20	万事利生物	万事利集团持有其 35.00%的股权，王云飞持股 3.05%并担任董事长，其子屠榕皓持股 55.70%；据杭州海皇公转书披露，王云飞与屠榕皓为共同控制人
21	云启科创	实际控制人王云飞持有其 100.00%的股权
餐饮服务		
22	丝绸汇餐饮	万事利集团持有其 100.00%的股权
23	花港餐饮	万事利集团持有其 100.00%的股权
生物饲料业务		
24	杭州海皇	万事利生物持有其 76.67%的股权
25	湖州海皇	杭州海皇持有其 100.00%的股权
26	鸿景农业	**湖州海皇**持有其 **100.00%**的股权
27	镇江鸿景	鸿景农业持有其 100.00%的股权
投资业务		
28	杭商投资	万事利集团持有其 100.00%的股权
其他业务		
29	奎逸网络	万事利集团持有其 100.00%的股权
30	纷硕保理	万事利集团通过杭商投资持有其 100.00%的股权
无实际经营业务		
31	劳居投资	万事利集团持有其 100.00%的股权
32	协东投资	万事利集团持有其 100.00%的股权
33	伟利达制衣	万事利集团持有其 75.00%的股权
34	万事利针织	万事利集团持有其 75.00%的股权，企业当前已停止经营，股东决议解散，已成立清算组并进行了工商备案，正在进行内部清账，后续完成税务注销后将进行工商注销。该企业不存在纠纷或潜在纠纷，不存在清算障碍
35	红芯电子	万事利集团持有其 69.67%的股权
36	钛轩投资	万事利集团持有其 70.00%的股权
37	万事利医院投资	万事利集团持有其 90.00%的股权
38	国信典当	万事利集团通过广赛电力持有其 77.78%的股权
39	铂祥投资	实际控制人王云飞持有其 90.00%的股权
40	马克罗西	万事利集团境外投资企业
41	万普华互金	万事利集团持有其 70.00%的股权，实际控制人屠红燕持有其 20.00%的股权，董事孙立新持有其 10.00%的股权
控股股东与实际控制人控制的已被吊销企业		
42	万事利印染	万事利集团持有 75.00%的股权，该公司于 2003 年因未按规定接受企业年检被吊销营业执照，**已于 2020 年 10 月 28 日注销**

序号	关联方名称	关联关系
43	万事利培训站	万事利集团持有 51.00%的股权，该公司于 2007 年因未按规定接受企业年检被吊销营业执照，**已于 2020 年 11 月 9 日注销**
44	胶州湾置业	万事利集团通过华榕投资持有其 60.00%的股权，该公司于 2012 年因未按规定接受企业年检被吊销营业执照
45	联华化纤	万事利集团通过胶州湾置业持有其 100.00%的股权，该公司于 2013 年因未按规定接受企业年检被吊销营业执照
控股股东与实际控制人重大影响的存续企业		
46	钛铉营销	万事利集团通过钛轩投资持有其 49.00%的股权
控股股东与实际控制人重大影响的已被吊销企业		
47	浙江万事利大厦投资管理有限公司	万事利集团通过万事利房地产持有其 20.00%的股权，该公司于 2005 年 11 月 18 日被吊销营业执照

注：万事利印染董事周月芳（法定代表人、总经理）、汪月铃、莫云仙、潘伟雄、潘伟权；万事利培训站执行董事兼总经理屠志良（法定代表人），监事莫云仙；胶州湾置业董事陈俊彦（法定代表人）、刘海明、朱珉、孙红平、王慧亮、屠云峰、郑蕴辉、陈宗奇，监事莫维勤、沈小华、王文娣、张祖琴、陈尚军、李皇帅；联华化纤执行董事陈俊彦（法定代表人），监事楼建平，上述人员报告期内均未在发行人处任职。

上述被吊销营业执照的企业存在违反《企业年度检验办法》（已废止）《公司登记管理条例（2005 修订）》等法律法规的情形，但是由于相关违规行为发生在报告期之外，未严重损害拟上市公司利益、投资者合法权益或社会公共利益，也未导致严重环境污染、重大人员伤亡或社会影响恶劣，因此不属于重大违法违规。除实际控制人屠红燕、屠红霞之父屠志良时任万事利培训站的法定代表人、执行董事兼总经理外，不存在其他实际控制人及其家庭成员于上述被吊销企业任职的情形。屠志良自万事利培训站成立起至被吊销营业执照一直担任法定代表人、执行董事兼总经理，从未担任发行人董事、监事或高级管理人员。根据万事利集团出具的说明，上述企业未按规定进行年检主要系上述企业当时长期未经营，相关工作人员疏忽导致，不存在主观故意。国家工商行政管理总局《关于企业法定代表人是否负有个人责任问题的答复》（工商企字［2002］第 123 号）规定：“企业逾期不接受年度检验，被工商行政管理机关依法吊销营业执照，该企业的法定代表人作为代表企业行使职权的负责人，未履行法定的职责，应负有个人责任，但年检期间法定代表人无法正常履行职权的除外。”屠志良对于万事利培训站被吊销营业执照负有个人责任。由于上述企业被吊销营业执照的时间不晚于 2013 年，根据《公司法》的相关规定不影响相关人员在企业中担任董事、监事或高级管理人员。报告期内，屠志良未在发行人处任职。

上述各控股股东和实际控制人控制的其他企业的基本情况参见本招股说明书第五节之“七、（三）控股股东、实际控制人控制的其他企业”，各控股股东和实际控制人重大影响的其他企业的基本情况如下：

序号	公司名称	成立时间	注册资本（万元）	注册地及主要生产经营地	主营业务	股权结构
1	钛铉营销	2016-3-24	100.00	杭州市江干区天城路 68 号（万事利科技大厦）2 幢 6 楼 605 室	无实际经营	北京艾真融科技术有限公司持股 51.00%，万事利集团通过钛轩投资持股 49.00%
2	浙江万事利大厦投资管理有限公司	2004-10-19	1,000.00	杭州市机场路 309 号	无实际经营	方豪俊持股 52.00%，潘友全持股 28.00%，万事利集团通过万事利房地产持股 20.00%

欢越贸易基本情况如下：

企业名称	杭州欢越贸易有限公司
统一社会信用代码	91330104734525287B
住所	杭州市江干区天城路 68 号（万事利科技大厦）2 幢 5 楼 510 室
法定代表人	夏燕祥
注册资本	415.00 万元
企业类型	有限责任公司（自然人投资或控股）
成立时间	2002 年 01 月 25 日
经营范围	批发零售：计算机及配件，沙发；其他无需报经审批的一切合法项目。（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）
股权结构	万事利集团 90.00%；万事利进出口 10.00%

欢越贸易控股股东为万事利集团，万事利集团的实际控制人为屠红燕、屠红霞、李建华、王云飞、沈柏军。自 2018 年起，欢越贸易未从事丝绸相关产品的研发设计、生产与销售。其历史沿革如下：

1、2002 年 1 月，欢越贸易前身杭州士凡蒂服装有限公司设立

欢越贸易（曾用名杭州士凡蒂服装有限公司、杭州万事利职业服装有限公司）系由万事利集团、浚汎企业有限公司、柏帝服装股份有限公司于 2002 年 1 月出资设立的有限公司，成立时注册资本为 100 万美元。

2001 年 12 月 29 日，杭州市江干区对外贸易经济合作局下发《关于同意设立中外合资杭州士凡蒂服装有限公司及合同章程的批复》（江外[2001]70 号），批准杭州士凡蒂服装有限公司（欢越贸易前身）的设立。2001 年 12 月 31 日，浙

江省人民政府下发了杭州士凡蒂服装有限公司的《台港澳侨投资企业批准证书》。杭州士凡蒂服装有限公司履行了相应工商程序，并于 2002 年 1 月 25 日经核准成立。

杭州士凡蒂服装有限公司成立时的出资比例如下：

单位：万美元

序号	股东名称	出资金额	出资比例
1	万事利集团	40.00	40.00%
2	浚汎企业有限公司	30.00	30.00%
3	柏帝服装股份有限公司	30.00	30.00%
合计		**100.00**	**100.00%**

2、2003 年 4 月，杭州士凡蒂服装有限公司减资及第一次股权转让

2003 年 1 月 28 日，杭州士凡蒂服装有限公司董事会作出决议，由于柏帝服装股份有限公司拟退出合资公司，且其注册资金未能足额注入，导致公司规模相对较小，故决定将注册资本减少到 50 万美元并调整出资结构。调整后，万事利集团出资 25.505 万美元，其中 20 万美元以人民币折合美元的形式投入，另 5.505 万美元来自柏帝服装股份有限公司的转让；浚汎企业有限公司出资 24.495 万美元，其中 15 万美元以现汇形式投入，另 9.495 万美元来自柏帝服装股份有限公司的转让。

就上述变更，杭州市江干区对外贸易经济合作局下发了《关于同意杭州士凡蒂服装有限公司股权转让及调整注册资本的批复》（江外[2003]19 号），同意杭州士凡蒂服装有限公司减资并进行股权转让。2003 年 3 月，浙江省人民政府换发了杭州士凡蒂服装有限公司的《台港澳侨投资企业批准证书》。

2003 年 4 月 7 日，杭州联信会计师事务所出具了杭联会验字[2003]1-143 号验资报告，截至 2003 年 4 月 7 日，杭州士凡蒂服装有限公司已到位注册资本 50 万美元。

杭州士凡蒂服装有限公司就减资和股权转让事宜履行了工商登记程序，并于 2003 年 4 月取得了核准。本次减资及股权转让后，杭州士凡蒂服装有限公司的出资比例如下：

单位：万美元

序号	股东名称	出资金额	出资比例
1	万事利集团	25.505	51.01%
2	浚汎企业有限公司	24.495	48.99%
合计		**50.000**	**100.00%**

3、2003 年 5 月，杭州士凡蒂服装有限公司更名为杭州万事利职业服装有限公司

2003 年 4 月 8 日，杭州士凡蒂服装有限公司董事会作出决议，同意公司名称由“杭州士凡蒂服装有限公司”变更为“杭州万事利职业服装有限公司”。

就上述变更，杭州市江干区对外贸易经济合作局下发了《关于同意杭州士凡蒂服装有限公司变更合同章程的批复》（江外[2003]35 号），同意杭州士凡蒂服装有限公司的名称变更为“杭州万事利职业服装有限公司”，公司注册地址变更并相应修改合同和章程。2003 年 5 月，浙江省人民政府换发了杭州士凡蒂服装有限公司的《台港澳侨投资企业批准证书》。

杭州万事利职业服装有限公司就本次变更事宜履行了工商登记程序，并于 2003 年 5 月取得了核准。

4、2003 年 12 月，杭州万事利职业服装有限公司第二次股权转让及公司类型变更

2003 年 9 月 15 日，杭州万事利职业服装有限公司董事会作出决议，同意浚汎企业有限公司转让其持有的杭州万事利职业服装有限公司股权分别转让给万事利集团和杭州海皇饲料开发有限公司，公司类型变更为内资有限责任公司，原合同章程作废，并重新制定章程。

同日，杭州万事利职业服装有限公司股东会作出决议，同意通过公司新章程并调整公司领导机构。

杭州万事利职业服装有限公司就本次股权转让及公司类型变更事宜履行了工商登记程序，并于 2003 年 12 月取得了核准。本次股权转让前后，杭州万事利职业服装有限公司的出资比例变更如下：

序号	股东名称	变更前		增加/减少出资金额情况（万美元）	变更后	
		出资金额（万美元）	出资比例		出资金额（万元）	出资比例

序号	股东名称	变更前		增加/减少出资金额情况（万美元）	变更后	
		出资金额（万美元）	出资比例		出资金额（万元）	出资比例
1	万事利集团	25.505	51.01%	19.495	373.50	90.00%
2	浚汎企业有限公司	24.495	48.99%	-24.495	-	-
3	杭州海皇饲料开发有限公司	-	-	5.00	41.50	10.00%
合计		**50.00**	**100.00%**	-	**415.00**	**100.00%**

5、2011 年 7 月，杭州万事利职业服装有限公司第三次股权转让

2011 年 7 月 8 日，杭州万事利职业服装有限公司股东会作出决议，同意杭州海皇饲料开发有限公司将其持有的杭州万事利职业服装有限公司 10%股权（对应 41.50 万元出资额）转让给万事利集团。

杭州万事利职业服装有限公司就本次股权转让变更事宜履行了工商登记程序，并于 2011 年 7 月取得了核准。本次股权转让前后，杭州万事利职业服装有限公司的出资比例变更如下：

单位：万元

序号	股东名称	变更前		增加/减少出资金额情况	变更后	
		出资金额	出资比例		出资金额	出资比例
1	万事利集团	373.50	90.00%	41.50	415.00	100.00%
2	杭州海皇饲料开发有限公司	41.50	10.00%	-41.50	-	-
合计		**415.00**	**100.00%**	-	**415.00**	**100.00%**

6、2017 年 8 月，杭州万事利职业服装有限公司更名为欢越贸易并修改经营范围

2017 年 8 月 22 日，杭州万事利职业服装有限公司作出股东决定，同意更名为“杭州欢越贸易有限公司”，调整经营范围为“批发零售：计算机及配件，沙发；其他无需报经审批的一切合法项目”。

欢越贸易就本次变更事宜履行了工商登记程序，并于 2017 年 8 月取得了核准。

7、2020 年 5 月，欢越贸易第四次股权转让

2020 年 5 月 26 日，欢越贸易作出股东决定，同意万事利集团将其持有的欢越贸易 10%股权（对应 41.50 万元出资额）转让给万事利进出口。

欢越贸易就本次股权转让更事宜履行了工商登记程序，并于 2020 年 5 月取得了核准。本次股权转让前后，欢越贸易的出资比例变更如下：

单位：万元

序号	股东名称	变更前		增加/减少出资金额情况	变更后	
		出资金额	出资比例		出资金额	出资比例
1	万事利集团	415.00	100.00%	-41.50	373.50	90.00%
2	万事利进出口	-	-	41.50	41.50	10.00%
合计		**415.00**	**100.00%**	**-**	**415.00**	**100.00%**

截至本招股说明书签署日，欢越贸易的公司名称及出资情况未发生其他变化。

报告期内，欢越贸易不存在重大违法违规行为。

（六）发行人的关键管理人员（董事、监事及高级管理人员）

序号	关联方名称	关联关系
1	李建华	发行人董事长兼总经理
2	钱晓枫	发行人副董事长
3	屠红燕	发行人董事
4	项永旺	发行人董事
5	孙立新	发行人董事
6	余志伟	发行人董事兼副总经理
7	马廷方	发行人董事兼副总经理
8	洪瑛	发行人独立董事
9	李有星	发行人独立董事
10	刑以群	发行人独立董事
11	朱良均	发行人独立董事
12	杜海江	发行人监事会主席
13	程翀	发行人监事
14	陈浩芳	发行人监事、审计经理
15	滕俊楷	发行人副总经理
16	文礼	发行人副总经理
17	包强	发行人副总经理

序号	关联方名称	关联关系
18	韩青	发行人财务总监
19	叶晓君	发行人董事会秘书
20	屠红霞	发行人原副董事长
21	徐锦涛	发行人原董事
22	徐刚	发行人原独立董事
23	刘成林	发行人原独立董事
24	沈柏军	发行人原监事会主席
25	沈小华	发行人原监事会副主席
26	王群峰	发行人原监事
27	于玲	发行人原监事
28	黄宏昭	发行人原监事
29	梁莹莹	发行人原监事
30	段建平	发行人原财务总监

（七）控股股东的关键管理人员（董事、监事与高级管理人员）

序号	关联方名称	关联关系
1	屠红燕	万事利集团董事长兼总经理
2	王云飞	万事利集团副董事长
3	李建华	万事利集团副董事长
4	屠红霞	万事利集团董事
5	孙立新	万事利集团董事、执行总裁
6	孙有毅	万事利集团董事
7	沈柏军	万事利集团监事
8	屠志良	万事利集团监事
9	张祖琴	万事利集团监事
10	张建平	万事利集团原副总裁

（八）其他关联自然人

序号	关联方名称	关联关系
1	闵思佳	持有发行人控股子公司丝艺科技 15.00%的股权
2	胡志凤	持有发行人控股子公司万事利礼品 25.00%的股权
3	黄圣依	曾持有发行人控股子公司依漾生物 45.00%的股权，2020 年 5 月 13 日已收购发行人所持有依漾生物 55.00%的股权

（九）与发行人实际控制人、关键管理人员关系密切的家庭成员控制或担任董事、高级管理人员的企业

1、重要的关系密切的家庭成员

与发行人实际控制人、关键管理人员关系密切的家庭成员构成发行人的关联方，包括其父母、配偶、年满 18 周岁的子女及其配偶、兄弟姐妹及其配偶、配偶的父母及兄弟姐妹、子女配偶的父母。其中在发行人任职的家庭成员如下：

序号	关联方名称	关联关系
1	屠榕皓	发行人实际控制人屠红霞、王云飞之子，现任发行人华融事业部员工
2	沈纲	发行人董事马廷方之配偶，现任万事利科技行政
3	吕龙根	发行人董事马廷方之姐妹之配偶，现任万事利数码采购部员工
4	沈华	发行人原监事会主席沈小华之姐妹，现任发行人华融事业部总经理
5	孙斌	发行人控股股东董事孙有毅之女，现任发行人商品中心员工

2、实际控制人、关键管理人员及其家庭成员之关联方

发行人实际控制人、关键管理人员及其关系密切的家庭成员直接或间接控制的，或担任董事、高级管理人员的除发行人及其控股子公司以外的法人构成发行人的关联方，具体情况如下：

序号	关联方名称	关联关系
与发行人有交易或往来的关联方		
1	中银基金	副董事长钱晓枫任其董事兼总经理
2	华叶教育	副董事长钱晓枫担任其董事
3	先临三维	董事项永旺任董事
4	万向创投	董事项永旺报告期内曾任董事、副总经理
5	杭萧钢构	独立董事李有星报告期内曾任独立董事
6	瑞能通信	独立董事李有星报告期内曾任董事
7	网银互联	独立董事李有星任独立董事
8	金华银行	独立董事李有星任独立董事
9	浙江建设投资	独立董事邢以群报告期内曾任独立董事
10	新和成	独立董事邢以群任独立董事
11	川山甲供应链	独立董事邢以群**报告期内曾**任董事
12	山立净化	原独立董事徐刚报告期内曾任董事

序号	关联方名称	关联关系
13	尊马管件	原独立董事徐刚报告期内曾任董事
14	富勤国际	独立董事洪瑛持股 30%，并任董事长
15	普华广告	原监事会副主席沈小华之姐妹沈华持股 80.77%
16	温岭联合村镇银行	万事利集团持股 5.00%，实际控制人屠红霞**报告期内曾**任董事
17	宇和制衣	控股股东监事张祖琴之兄弟张勇强及其配偶赵桂飞控股并任执行董事兼总经理
与发行人无交易或往来的关联方		
18	大进科技（杭州）有限公司	实际控制人王云飞任董事
19	浙江硕维新能源技术有限公司	副董事长钱晓枫担任其董事
20	浙江帕瓦新能源股份有限公司	副董事长钱晓枫任董事
21	浙江尖山光电有限公司	董事项永旺任执行董事
22	广西地博矿业集团股份有限公司	董事项永旺报告期内曾任董事
23	青岛天人环境股份有限公司	董事项永旺报告期内曾任董事
24	丝锦投资	董事马廷方持有其 30.00%的股权并担任其董事长
25	杭州龙井野趣旅游开发有限公司	独立董事李有星任董事并持股 2.00%
26	浙江祥源文化股份有限公司	独立董事李有星报告期内曾任董事
27	浙江普惠金融服务有限公司	独立董事李有星报告期内曾任董事
28	杰克缝纫机股份有限公司	独立董事李有星报告期内曾任独立董事
29	浙江金晟环保股份有限公司	独立董事李有星任独立董事
30	浙江嘉益保温科技股份有限公司	独立董事李有星任独立董事
31	杭州联汇科技股份有限公司	独立董事李有星任独立董事
32	浙江新光饰品股份有限公司	独立董事李有星任董事
33	四川浪莎控股股份有限公司	独立董事李有星任独立董事
34	起步股份有限公司	独立董事李有星任独立董事
35	浙江千禧龙纤特种纤维股份有限公司	独立董事李有星任独立董事
36	河北中瓷电子科技股份有限公司	独立董事李有星任独立董事
37	**浙江大洋世家股份有限公司**	**独立董事李有星任独立董事**
38	众成咨询	独立董事邢以群任董事长兼总经理
39	东阳市人民医院	独立董事邢以群任独立董事
40	杭州量知数据科技有限公司	原独立董事徐刚报告期内曾任董事

序号	关联方名称	关联关系
41	北京天健通泰科技有限公司	原独立董事徐刚报告期内曾任副董事长
42	宁波丰沃增压**科技股份**有限公司	原独立董事徐刚报告期内曾任董事
43	上海纪中文化发展股份有限公司	原独立董事徐刚任董事
44	杭州丰禧投资管理有限公司	原独立董事徐刚任执行董事兼总经理
45	北京合众思壮科技股份有限公司	原独立董事徐刚报告期内曾任董事
46	浙江大安装饰件有限公司	原独立董事徐刚任董事
47	浙江创辉产业投资管理有限公司	原独立董事徐刚报告期内曾任董事、经理
48	嘉兴硅谷天堂丰实投资管理有限公司	原独立董事徐刚任执行董事
49	浙江碧禧投资管理有限公司	原独立董事徐刚任董事长
50	嘉兴创辉丰乐投资管理有限公司	原独立董事徐刚报告期内曾任法人代表
51	杭州吉时语科技有限公司	原独立董事徐刚任董事
52	梁祝婚庆	原独立董事徐刚任副董事长
53	北京富勤国际企业管理咨询有限公司	独立董事洪瑛持股 70%，并任董事长
54	北京富勤会计师事务所有限责任公司	独立董事洪瑛持股 96.40%，并任董事长兼总经理
55	兴证国际金融集团有限公司	独立董事洪瑛任独立董事
56	**Fortune Certified Practising Accountants Pty Ltd**	**独立董事洪瑛任董事长**
57	**金冠股份**	**独立董事洪瑛任独立董事**
58	杭州品酌科技有限公司	监事程翀持股 100.00%并任执行董事兼总经理
59	陕西开成投资实业有限责任公司	副总经理包强**报告期内曾**任董事
60	恒祥控股集团有限公司	财务总监韩青曾任财务总监
61	鸿茂控股有限公司	原独立董事刘成林任董事
62	杭州和隆贸易有限公司	原监事会副主席沈小华持股 60.00%
63	桐庐小垅里生态农业科技有限公司	原监事会副主席沈小华任执行董事
64	杭州笕桥商会实业有限公司	控股股东董事孙有毅任董事
65	杭州妙妙网络科技有限公司	控股股东原副总裁张建平任董事
66	杭州思绘土地规划设计咨询有限公司	控股子公司小股东闵思佳任执行董事兼总经理
67	Winguide Enterprice (HK) LTD	控股子公司小股东胡志凤持股 100.00%并任董事长

序号	关联方名称	关联关系
68	Wintex Global LTD	控股子公司小股东胡志凤持股 100.00%
69	杭州轩旭实业有限公司	实际控制人沈柏军之子女之配偶王斌持有其 90.00%的股权并担任其监事、王斌之父亲王钊德持有其 10.00%的股权并担任其执行董事兼总经理
70	杭州斌盛纸杯制造有限公司	实际控制人沈柏军之子女之配偶王斌持有其 79.27%的股权并担任其执行董事兼总经理，2019 年被吊销营业执照
71	浙江德美彩印有限公司	实际控制人沈柏军子女之配偶王斌持有其 40%的股权并担任其董事兼总经理
72	湖州德美纸制品有限公司	实际控制人沈柏军子女之配偶王斌持股 40%的浙江德美彩印有限公司之全资子公司，王斌任执行董事兼经理
73	杭州杭鑫包装有限公司	实际控制人沈柏军子女之配偶王斌持有其 51.72%的股权，王斌之父亲王钊德持有其 37.93%的股权
74	浙江德兴纸塑包装有限公司	实际控制人沈柏军子女之配偶王斌持股 40%的浙江德美彩印有限公司之全资子公司，实际控制人沈柏军子女沈一萍任经理
75	杭州华申机电有限公司	原董事徐锦涛任其监事、徐锦涛之母王杏娟持有其 97.50%的股权并担任其执行董事兼总经理
76	北京都克波尔皮具服饰有限公司	董事马廷方之姐妹之配偶金华军持有其 100.00%的股权并担任其执行董事兼经理、董事兼副总经理马廷方之姐妹马杏妹担任其监事
77	义乌市赛扬智能科技有限公司	董事马廷方之姐妹之配偶金华军持有其 80.00%的股权并担任其执行董事兼经理，董事兼副总经理马廷方之姐妹马杏妹持有其 20.00%的股权
78	合肥峻霖科技有限公司	董事马廷方之配偶之姐妹之配偶周峻持有其 100.00%的股权并担任其执行董事兼经理
79	上海泛仕投资管理有限公司	董事孙立新母亲董德彩持股 100%，任法人、执行董事，**于 2020 年被吊销营业执照**
80	开封和一居食品有限公司	董事孙立新姐妹的配偶路平持股 49.00%，任法人、执行董事兼总经理
81	北京康泰健瑞牙科技术有限公司	独立董事洪瑛配偶俞昌建任法人、董事长
82	北京瑞尔圣彬医疗科技有限公司	独立董事洪瑛配偶俞昌建**报告期内曾**任副董事长兼总经理
83	兰州雅琪网络技术工程有限公司	副总经理滕俊楷之姐妹滕巧营持有其 60.00%的股权、滕巧营之配偶张国庆持有其 40.00%的股权
84	兰州腾毅网络技术工程有限公司	副总经理滕俊楷之姐妹滕巧营持有其 40.00%的股权并担任其监事、滕巧营之配偶张国庆持有其 60.00%的股权
85	醴陵市东风农机服务有限公司	副总经理文礼之兄弟文陵持股 50.00%并任执行董事兼总经理
86	醴陵市农业机械公司	副总经理文礼之兄弟文岗任法人
87	醴陵市兴旺农机销售有限公司	副总经理文礼之兄弟文岗、文陵分别持股 16.67%，文岗任总经理
88	醴陵市洋一农机服务农民专业合作社	副总经理文礼之兄弟文岗任法人

序号	关联方名称	关联关系
89	醴陵市天宇无人机农业植保服务中心	副总经理文礼之兄弟文岗持股 100.00%
90	醴陵市洋一水稻种植农民专业合作社	副总经理文礼之兄弟文岗任法人
91	醴陵市富民农机销售中心	副总经理文礼之兄弟文陵个人独资企业
92	深圳市暖暖湘情贸易商行	副总经理文礼之兄弟文军个人独资企业，于 2017 年被吊销营业执照
93	杭州万品丝绸纺织有限公司	控股股东董事孙有毅之兄弟孙有为控股并担任董事长兼总经理，万事利集团原持有其 35.00%股权，上述股权于 2017 年 1 月转让给孙有为、童自美
94	杭州滨之绿投资管理有限公司	原监事会副主席沈小华之配偶刘明峰参股并任执行董事兼总经理
95	杭州爱立特生态环境科技股份有限公司	原监事会副主席沈小华之配偶刘明峰任董事长兼总经理
96	杭州爱立特滨水景观设计研究院有限公司	原监事会副主席沈小华之配偶刘明峰任执行董事兼总经理
97	杭州爱立特投资控股有限公司	原监事会副主席沈小华之配偶之父刘子香控股并任执行董事兼总经理
98	杭州淀海投资管理有限公司	原监事会副主席沈小华之配偶之父刘子香控股并任执行董事兼总经理
99	杭州朗恒投资管理咨询有限公司	原监事会副主席沈小华之姐妹沈华任执行董事兼总经理
100	上海追运信息科技有限公司	原监事会副主席沈小华之姐妹沈华**报告期内曾**任执行董事兼总经理
101	台州鑫达建筑设备租赁有限公司	原独立董事刘成林之配偶之母胡爱明持股 **95.00%**，刘成林之配偶之兄弟俞鑫任执行董事兼经理
102	新昌县澄潭镇祺达机械配件厂	监事陈浩芳之兄之配偶王竺燕为经营者
103	广德县四海能源有限公司	实际控制人沈柏军子女之配偶王斌之父亲王钊德持有其 70.00%的股权，于 2011 年被吊销营业执照

（十）已处置或注销的关联方

序号	关联方名称	关联关系	注销/转让原因	对发行人影响
转让及注销的子公司				
1	广州万事利	曾为发行人全资子公司，2020 年 5 月 30 日，发行人已将所持股权转让给广州万事利丝绸	因整合外部营销团队，发行人决定转让该公司	该公司规模较小，其转让不会对发行人正常生产经营产生重大影响
2	依漾生物	曾为发行人控股子公司，2020 年 5 月 9 日，发行人将所持 55.00%股权转让给黄圣依	经双方协商，由黄圣依独立运作该公司	该公司规模较小，其转让不会对发行人正常生产经营产生重大影响
3	宁波万事利	发行人原直接持有其 90.00%的股权，并通过万事利礼品间接持有	未有效开拓市场，存续期间经营业绩不及预期，考虑到分支机构经	该公司规模较小，其注销不会对发行人正常生产经营产

序号	关联方名称	关联关系	注销/转让原因	对发行人影响
		其 10.00%的股权，2020 年 6 月 4 日已注销	营管理成本，且需整合外部营销团队，发行人决定注销该公司	生重大影响
转让的关联方（不含子公司）				
4	中金博达	万事利集团原通过文化商城持有其 100.00%的股权，上述股权于 2019 年 8 月 6 日转让给上海汇高国际贸易有限公司	因万事利集团不再持有该公司的房产而转让	该公司报告期内向发行人采购产品金额较小，其转让不会对发行人正常经营产生重大影响
5	旭扬建筑装饰	万事利集团原持股 80.00%，屠红燕原持股 20.00%，2020 年 4 月 3 日转让给李霞	万事利集团不再从事建筑装饰业务	发行人报告期内向该公司采购服务金额较小，其转让不会对发行人正常经营产生重大影响
6	新知天时	万事利集团原通过文化商城持有其 51.00%的股权，上述股权于 2020 年 5 月 20 日转让给许春波、李大军	万事利集团退出对图书销售业务的投资	该公司报告期内向发行人采购产品金额较小，其转让不会影响发行人正常经营
7	灿泰进出口	万事利集团原持有其 35.00%股权，上述股权于 2017 年 1 月转让给王平海、沈守玉	为避免潜在的同业竞争，万事利集团退出面料、服装相关业务	该公司报告期内向发行人租用房产并采购产品与物业管理等服务，金额较小，其转让不会对发行人正常经营产生重大影响
8	海宁万事利	灿泰进出口持股 100%	随灿泰进出口转让而转让	该公司 2017 年度向发行人提供服装加工服务与成品服装并采购产品，金额较小，其转让不会对发行人正常经营产生重大影响
9	锐拓纺织	万事利集团原持有其 35.00%股权，上述股权于 2016 年 12 月转让给马建民、方云华	为避免潜在的同业竞争，万事利集团退出面料、服装相关业务	该公司报告期内向发行人租用房产并采购产品与物业管理等服务，金额较小，其转让不会对发行人正常经营产生重大影响
10	必豪纺织品	万事利集团原持有其 35.00%股权，上述股权于 2017 年 1 月转让给高水兴、任文琴	为避免潜在的同业竞争，万事利集团退出面料、服装相关业务	该公司报告期内向发行人租用房产并采购产品与物业管理等服务，金额较小，其转让不会对发行人正常经营产生重大影响

序号	关联方名称	关联关系	注销/转让原因	对发行人影响
11	盛拓服饰	万事利集团原持有其35.00%股权，上述股权于2017年1月转让给袁伟文、单慧卿、张红花	为避免潜在的同业竞争，万事利集团退出面料、服装相关业务	该公司报告期内向发行人采购产品金额较小，其转让不会对发行人正常经营产生重大影响
12	阡陌丝绸	万事利集团原持有其35.00%股权，上述股权于2017年1月转让给陆定峰	为避免潜在的同业竞争，万事利集团退出面料、服装相关业务业务	该公司报告期内向发行人采购产品金额较小，其转让不会对发行人正常经营产生重大影响
13	诺高纺织品	万事利集团原持有其35.00%股权，上述股权于2017年1月转让给楼莉萍	为避免潜在的同业竞争，万事利集团退出面料、服装相关业务	该公司报告期内向发行人采购产品金额较小，其转让不会对发行人正常经营产生重大影响
14	康满纺织品	万事利集团原持有其35.00%股权，上述股权于2016年12月转让给姚永泉	为避免潜在的同业竞争，万事利集团退出面料、服装相关业务	该公司报告期内向发行人采购产品与印花加工业务，金额逐年下降，其转让不会对发行人正常经营产生重大影响
15	创泰纺织品	万事利集团原持有其35.00%股权，上述股权于2017年1月转让给周宏波	为避免潜在的同业竞争，万事利集团退出面料、服装相关业务	报告期内与发行人无交易，其转让不会影响发行人正常生产经营
16	东群织造	万事利集团原持有其35.00%股权，上述股权于2016年12月转让给周一鸣	为避免潜在的同业竞争，万事利集团退出面料、服装相关业务	该公司报告期内向发行人采购产品金额较小，其转让不会对发行人正常经营产生重大影响
17	万坤婴童	万事利集团原通过万事利进出口持有其56.67%股权，屠红燕原持有其27.78%的股权，上述股权于2016年1月转让给刘九强、柏正西	为避免潜在的同业竞争，万事利集团退出面料、服装相关业务	该公司2017-2018年度向发行人子公司租赁房产并购买物业管理等服务，2019年度起不再发生，金额较小，其转让不会对发行人正常经营产生重大影响
18	浙江万仕同庐实业有限公司	万事利集团2017年3月前持有杭商投资22.22%的股权，杭商投资2017年1月前持有其51.00%的股权，上述股权于2017年1月转让给王伟、季玲行	万事利集团认缴未实缴出资，未参与公司实际管理，应个人股东要求，经双方商谈转让股权	报告期内与发行人无交易，其转让不会影响发行人正常生产经营
19	义乌忆迈信	万事利集团原通过曙	因该公司未开展业务，	报告期内与发行人

序号	关联方名称	关联关系	注销/转让原因	对发行人影响
	进出口有限公司	林进出口持有其50.00%的股权，上述股权于2017年6月2日转让给绍兴显洛贸易有限公司、全松燕，2018年9月11日已注销	应其他股东需要经谈判转让股权	无交易，其转让不会影响发行人正常生产经营
20	杭州赛宏信息技术有限公司	万事利集团原通过印燃贸易持有其20.00%股权，上述股权于2018年1月转让给冯超芹	万事利集团出资未实缴，公司设立完成后，经双方商谈将股权转让给个人股东	报告期内与发行人无交易，其转让不会影响发行人正常生产经营
21	浙江磐安嘉盈工艺品有限公司	董事马廷方之配偶沈纲持有其80.00%的股权并担任其执行董事，2018年已转让	因个人职业规划而转让	报告期内与发行人无交易，其转让不会影响发行人正常生产经营
22	电子市场	万事利集团原通过文化商城持有其100.00%的股权，上述股权于2020年8月12日转让给现代联合市场管理集团有限公司	因电子市场已拆迁，业务整合而转让	报告期内与发行人无交易，其转让不会影响发行人正常生产经营
注销的关联方（不含子公司）				
23	杭州雷米贸易有限公司	万事利集团通过湛庐投资持有其100.00%的股权，2019年3月11日已注销	由于当时已无业务且投资方湛庐投资准备注销，因而该公司注销	报告期内与发行人无交易，其注销不会影响发行人正常生产经营
24	杭州苗恒贸易有限公司	万事利集团通过湛庐投资持有其100.00%的股权，2019年3月11日已注销	由于当时已无业务且投资方湛庐投资准备注销，因而该公司注销	报告期内与发行人无交易，其注销不会影响发行人正常生产经营
25	杭州文耀电子有限公司	万事利集团通过华榕投资持有其90.00%的股权，2018年12月7日已注销	因该公司已未实际经营而注销	报告期内与发行人无交易，其注销不会影响发行人正常生产经营
26	武汉万事利商贸有限公司	万事利集团通过印燃贸易持有其90.00%的股权，2019年9月18日已注销	因该公司已未实际经营而注销	报告期内与发行人无交易，其注销不会影响发行人正常生产经营
27	杭州花嫁花卉园艺有限公司	万事利集团通过华榕投资持有其50.00%的股权，2019年5月13日已注销	因该公司已未实际经营而注销	报告期内与发行人无交易，其注销不会影响发行人正常生产经营
28	扬州海旺农业产业园有限公司	杭州海皇持有其90.00%的股权，2018年8月9日已注销	因该公司已未实际经营而注销	报告期内与发行人无交易，其注销不会影响发行人正常生产经营
29	湛庐投资	万事利集团持有其50.00%的股权，实际控	因该公司已未实际经营而注销	报告期内与发行人无交易，其注销不

序号	关联方名称	关联关系	注销/转让原因	对发行人影响
		制人李建华担任董事长兼经理，2019 年 9 月 17 日已注销		会影响发行人正常生产经营
30	杭州鼎群投资管理有限公司	万事利集团通过万事利进出口持有其 28.57%的股权，2019 年 3 月 14 日已注销	因该公司已未实际经营而注销	报告期内与发行人无交易，其注销不会影响发行人正常生产经营
31	浙江国信拍卖行有限公司	万事利集团通过广赛电力持有其 77.78%的股权，2018 年 3 月 15 日已注销	因该公司已未实际经营而注销	报告期内与发行人无交易，其注销不会影响发行人正常生产经营
32	W&M ENTERPRISE COMPANY LIMITED	实际控制人屠红霞持有其 100.00%的股权，2019 年 6 月 28 日已注销	因该公司已未实际经营而注销	报告期内与发行人无交易，其注销不会影响发行人正常生产经营
33	EMR	万事利集团通过马克罗西持有其 100.00%的股权，2018 年 7 月 30 日已注销	因该公司决定停止经营，被其母公司马克罗西吸收合并而注销	万事利集团已停止马克罗西一切经营活动，注销不会影响发行人正常经营
34	杭州品味贸易有限公司	监事程翀任执行董事兼总经理，程翀配偶之母戴素珍持股 100.00%，2017 年 7 月已注销	因该公司已未实际经营而注销	报告期内与发行人无交易，其注销不会影响发行人正常生产经营
35	浙江云聚投资管理有限公司	实际控制人李建华之兄弟李春华持股 40%，并任执行董事兼经理，2019 年 3 月已注销	因该公司已未实际经营而注销	报告期内与发行人无交易，其注销不会影响发行人正常生产经营
36	浙江锦帛数码科技有限公司	董事马廷方之配偶沈纲持有其 65.00%的股权，2017 年 7 月已注销	由于已无生产经营而注销	报告期内与发行人无交易，其注销不会影响发行人正常生产经营
37	杭州智锋物业管理有限公司	原监事会副主席沈小华之姐妹沈华持股 80.00%并任执行董事兼总经理，2019 年 3 月已注销	因该公司已未实际经营而注销	报告期内与发行人无交易，其注销不会影响发行人正常生产经营
38	深圳前海汇今贸易有限公司	原监事会副主席沈小华之姐妹沈华持股 30.00%并任执行董事兼总经理，2018 年 9 月已注销	因该公司已未实际经营而注销	报告期内与发行人无交易，其注销不会影响发行人正常生产经营
39	万事利化工	控股股东监事张祖琴任法人代表，2018 年 3 月 6 日已注销	因该公司已未实际经营而注销	该公司仅 2017 年向发行人销售一辆交通工具，无其他交易，其注销不会影响发行人正常经营
40	杭州凯达丝	实际控制人屠红燕任	因该公司已未实际经营	报告期内与发行人

序号	关联方名称	关联关系	注销/转让原因	对发行人影响
	绸印染有限公司	副董事长，董事马廷方任董事兼总经理，2017年3月3日已注销	而注销	无交易，其注销不会影响发行人正常生产经营
41	杭州市江干区马漫利综合商行	副总经理滕俊楷之配偶马漫利为经营者，2019年5月16日已注销	因该公司已未实际经营而注销	报告期内与发行人无交易，其注销不会影响发行人正常生产经营
42	杭州余杭区乔司街道马寒波餐馆	副总经理滕俊楷之配偶之弟马寒波为经营者，2019年6月25日已注销	因该公司已未实际经营而注销	报告期内与发行人无交易，其注销不会影响发行人正常生产经营
43	**禾和贸易**	**万事利集团通过嘉兴万事利持有其100.00%的股权，2020年12月22日已注销**	**因该公司已未实际经营而注销**	**报告期内与发行人无交易，其注销不会影响发行人正常生产经营**

转让、注销的3家子公司报告期内经营规模较小，其转让/注销不会对发行人经营情况造成重大影响，具体情况如下：

单位：万元

转让注销子公司	2020年1-6月		2019年度		2018年度		2017年度	
	收入	净利润	收入	净利润	收入	净利润	收入	净利润
广州万事利	-	-27.12	44.99	-91.49	281.07	-26.73	375.37	-18.85
依漾生物	18.50	-55.81	0.66	-69.37	-	-	-	-
宁波万事利	-	-15.68	13.07	-17.14	86.11	-26.29	158.55	-39.35
小计	18.50	-98.62	58.73	-178.00	367.18	-53.02	533.92	-58.19
发行人合计	38,687.84	3,724.91	72,851.39	5,933.46	75,252.67	5,001.43	71,319.02	5,811.42
占比	0.05%	-2.65%	0.08%	-3.00%	0.49%	-1.06%	0.75%	-1.00%

报告期内，上述关联方中在转让、注销前与发行人存在交易的仅有4家，具体情况如下：

单位：万元

转让、注销的关联方	交易内容	交易金额			
		2020年1-6月	2019年度	2018年度	2017年度
新知天时	销售文化创意产品	-	7.52	49.52	117.59
中金博达	销售文化创意产品	-	1.25	-	-
旭扬建筑装饰	采购装修服务	-	39.59	70.86	31.35
万事利化工	购买运输工具	-	-	-	1.00

注：以上交易数据仅统计该关联方转让当年及之前的交易情况，转让后的交易情况未予统计。

上述关联方与发行人之间发生的采购商品与接受劳务、销售商品与提供劳务、房屋租赁等交易定价公允，其公允性可参见本节之“八、关联交易”。

发行人向万事利化工采购运输工具为东风日产小型二手轿车一辆，原入账价值 21.48 万元，累计折旧 20.41 万元，净值 1.07 万元。经商谈，交易价格为 1.00 万元，价格公允。

（十一）其他潜在利益相关方

序号	其他潜在利益相关方名称	潜在利益关系
1	杭州喷织厂	集体所有制企业，沈爱琴任法定代表人，无实际经营
2	杭州笕桥印染厂	集体所有制企业，沈爱琴任法定代表人，2019 年 10 月 11 日已注销
3	杭州万事利砂洗厂	集体所有制企业，郑晓玉任法定代表人，2019 年 10 月 11 日已注销
4	丝绸博物馆	非公司法人，丝绸文化博物馆，屠红燕为法定代表人
5	浙江省丝绸文化研究会	非公司法人，行业交流团体，李建华为法定代表人
6	夯泰服饰	万事利数码车间整体转换而来，于 2016 年设立，于 2019 年 7 月 2 日注销
7	辽宁万事利	使用万事利商号的加盟商，承接发行人原沈阳分公司业务及人员
8	深圳万事利	使用万事利商号的经销商，承接发行人原深圳分公司业务及人员
9	北京万事利	使用万事利商号的经销商，承接发行人原北京分公司业务及人员
10	广州万事利丝绸	使用万事利商号的经销商，承接发行人子公司广州万事利业务
11	标绣贸易	控股股东员工刘海明持有杭州标洛贸易有限公司 100.00%的股权，杭州标洛贸易有限公司持有上海紫杉供应链管理有限公司 70.00%的股权，控股股东员工徐文霞持有上海紫杉供应链管理有限公司 30.00%的股权，上海紫杉供应链管理有限公司持有标绣贸易 100.00%的股权，控股股东员工黄剑锋任执行董事兼总经理
12	大谷贸易	控股股东员工刘海明持有杭州标洛贸易有限公司 100.00%的股权，杭州标洛贸易有限公司持有上海紫杉供应链管理有限公司 70.00%的股权，控股股东员工徐文霞持有上海紫杉供应链管理有限公司 30.00%的股权，上海紫杉供应链管理有限公司持有杭州修谱贵金属有限公司 100.00%的股权，杭州修谱贵金属有限公司持有大谷贸易 83.33%的股权，控股股东员工黄剑锋持有大谷贸易 16.67%的股权并任执行董事兼总经理
13	乾协贸易	控股股东员工刘海明持有杭州标洛贸易有限公司 100.00%的股权，杭州标洛贸易有限公司持有上海优合供应链管理

序号	其他潜在利益相关方名称	潜在利益关系
		有限公司 99.70%的股权，控股股东员工徐文霞持有上海优合供应链管理有限公司 0.30%的股权，上海优合供应链管理有限公司持有乾协贸易 100.00%的股权，控股股东员工文岚任执行董事兼总经理
14	舞阳市场管理	控股股东员工葛琳玲持有舞阳市场管理 60.00%的股权并任执行董事兼总经理，控股股东员工文岚持有舞阳市场管理 40.00%的股权
15	久购贸易	发行人离职员工李双江曾持股 90.00%并任执行董事兼总经理，现持股 30.00%
16	蓝创工贸	发行人离职员工张海云曾持股 75.00%并任执行董事，2017 年已转让给张晓琴
17	子隆贸易	发行人离职员工裘凯恩持股 60.00%并任执行董事兼总经理
18	橘气贸易	发行人离职员工徐啸任执行董事兼总经理，其父徐金华持股 100.00%
19	万美通贸易	发行人离职员工张洲钒持股 50.00%
20	智蓝云商	发行人离职员工闻会娟持股 49.00%并任执行董事兼总经理
21	每敏物流	发行人离职员工过佳敏持股 99.00%并任执行董事
22	华钛机械	发行人在职员工胡曼持股 20.00%并任执行董事
23	卡腾婴童	控股股东离职员工刘九强持股 90.00%并任执行董事兼总经理
24	丝府文化	发行人离职员工裘凯恩持股 40.00%并任执行董事
25	福缘文化	发行人离职员工刘如福任法人代表、执行董事兼总经理
26	鲸鱼科技	发行人离职员工何义亮持股 100.00%并任执行董事兼总经理
27	帛淼服饰	发行人离职员工金增凯担任监事的企业
28	龙品纺织	发行人离职员工金增凯担任监事的企业
29	丰万投资	发行人直接持有其 16.67%的股权
30	万礼科技	发行人离职员工高筱倩持股 100.00%并任执行董事兼总经理
31	世庆贸易	发行人现任员工吴燕军曾持股 100.00%，2019 年已转让给唐磊
32	西安孙悟空	发行人离职员工张毅持股 50.00%并任执行董事兼总经理

辽宁万事利、广州万事利丝绸、深圳万事利和北京万事利作为公司区域代理型加盟商或经销商，在当地具备较强的经营能力，使用公司商号有利于其拓展当地业务。因万事利品牌在浙江省外地区知名度仍有待提升，为支持当地业务发展壮大，提高万事利品牌知名度，公司将当地的业务资源及相关人员移交给经营能力较强的经销商，并约定其较大规模的年度提货额，在此基础上公司允许其使用公司的商号，无使用对价安排，其有权根据经销商或加盟商协议，在协议约定的

范围内，基于“万事利”产品经营的需要使用公司商标，不存在利益输送情形。为规范辽宁万事利、广州万事利丝绸、深圳万事利和北京万事利使用公司商号，共同塑造和维护万事利丝绸品牌形象，公司与各方签署了《商号使用规范协议》，对其使用公司商号约定了相关权利义务。公司根据与其签订的经销商或加盟商协议，对其使用公司商标的行为进行严格管理。

1、《商号使用规范协议》主要内容及相关主体违约情况

就商号使用事项，公司与辽宁万事利、广州万事利丝绸、深圳万事利和北京万事利签署了《商号使用规范协议》，对其相关权利义务和违约责任约定如下：

（1）加盟商/经销商在作为公司的加盟商/经销商期间，有权使用“万事利”商号，但用途限于万事利丝绸品牌推广及公司产品销售。

（2）加盟商/经销商使用“万事利”商号的，应当事先向公司进行备案。

（3）加盟商/经销商对于“万事利”商号的使用，系基于加盟/经销关系，双方并无股权关系以及其他任何形式的关联关系。双方在对外宣传中均不得对此有虚假宣传或实施其他可能引起误解的行为。

（4）加盟商/经销商在使用“万事利”商号期间，应当积极维护万事利丝绸品牌形象，履行下列义务：①不得经营同类竞争产品；②不得销售仿冒产品；③不得违法或恶意滥用“万事利”商号或损害公司商誉；④遵守《消费者权益保护法》及相关规定，维护消费者合法权益；⑤遵守《广告法》及相关规定，不得欺骗、误导消费者；⑥接受及配合公司对“万事利”商号使用情况的监督和检查。

（5）违约责任：

①加盟商/经销商因不当使用“万事利”商号，受到有关部门处罚或第三方索赔的，应当自行承担罚金或赔偿；给公司造成损害的，应当赔偿公司的直接及间接损失。

②在出现下列情形时，公司有权要求加盟商/经销商停止使用“万事利”商号：加盟商/经销商违反本协议；加盟商/经销商违反加盟/经销协议；加盟商/经销商不再作为加盟商/经销商从事公司的产品销售。加盟商/经销商自收到公司要求停止使用“万事利”商号的通知之日起 30 日内，应当停止使用“万事利”商号，

包括但不限于办理企业名称的变更登记手续、更换招牌或标志、修改网店名称等。

报告期内，辽宁万事利、广州万事利丝绸、深圳万事利和北京万事利在使用公司商号、商标过程中未发生违约行为。

2、公司不存在为辽宁万事利、广州万事利丝绸、深圳万事利和北京万事利的经营行为承担连带责任的法律风险

辽宁万事利、广州万事利丝绸、深圳万事利、北京万事利作为公司加盟商/经销商在规定地区销售公司产品，与公司无股权关系，公司与上述企业仅签署了商品销售类协议和商号使用规范协议，除公司可能因产品本身质量问题承担相应责任外，不存在为辽宁万事利、广州万事利丝绸、深圳万事利和北京万事利的经营行为承担连带责任的法律风险。

截至本招股说明书签署日，发行人不存在为辽宁万事利、广州万事利丝绸、深圳万事利和北京万事利的经营行为承担连带法律责任的情形。

（十二）报告期内关联方变化情况

按照相关法律法规要求，本节中已将报告期前 12 个月内（2016 年 1 月 1 日起）符合关联方定义的法人、自然人均作为关联方进行披露。报告期内，部分关联法人发生转让、注销等变化情况，部分关联自然人发生离职等变化情况，由关联方变为非关联方，具体情况参见招股说明书本节之“七、（六）发行人的关键管理人员（董事、监事及高级管理人员）”、“七、（七）控股股东的关键管理人员（董事、监事与高级管理人员）”和“七、（十）已处置或注销的关联方”。

上述发生变化的关联方与公司发生的交易均已在本节之“八、关联交易”中进行披露。

上述发生股权转让的关联法人，其资产及人员一并转让给股权受让方；注销的关联法人，均已无实际经营，由股东负责清算；离职自然人去向如下：

序号	姓名	关联关系	人员去向
1	徐锦涛	2017 年 3 月-2020 年 3 月任公司董事	2020 年 3 月因任期届满不再担任董事
2	徐刚	2017 年 3 月-2020 年 3 月任公司独立董事	2020 年 3 月因任期届满不再担任独立董事
3	刘成林	2017 年 3 月-2017 年 12 月任公司独立董事	2017 年 12 月因个人原因辞职

序号	姓名	关联关系	人员去向
4	王群峰	2019 年 5 月-2020 年 3 月任公司监事	2020 年 3 月因任期届满不再担任监事，现任发行人丝绸研究院副院长
5	于玲	2016 年 5 月-2017 年 3 月任公司监事	2017 年 3 月因万事利有限整体变更设立万事利丝绸并改选监事而不再担任监事，现任万事利集团财务部副总经理
6	黄宏昭	2008 年 12 月-2016 年 5 月任公司监事	2016 年 5 月因从公司离职不再担任监事
7	梁莹莹	2017 年 3 月-2019 年 5 月任公司监事	2019 年 5 月因个人原因辞职
8	段建平	2013 年 2 月-2017 年 8 月任公司财务总监	2017 年 8 月因个人原因辞职
9	张建平	2003 年 7 月-2017 年 3 月任控股股东副总裁	2017 年 3 月因个人原因辞职

八、关联交易

（一）经常性关联交易

1、向关联方采购商品和接受劳务

单位：万元

关联方名称	交易内容	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
		金额	占同类交易的比例	金额	占同类交易的比例	金额	占同类交易的比例	金额	占同类交易的比例
万事利集团	采购文化创意品	-	-	-	-	-	-	963.81	1.90%
	接受餐饮、装修等劳务	87.60	0.40%	346.36	0.81%	556.58	1.23%	388.33	0.77%
锐拓纺织	采购面料等	-	-	16.15	0.04%	0.36	0.00%	40.66	0.08%
布调科技	接受加工服务	-	-	0.92	0.00%	-	-	-	-
明阳科技	采购文化创意品	-	-	-	-	-	-	127.49	0.25%
海宁万事利	采购服装等	-	-	-	-	-	-	2.35	0.00%
	接受服装加工服务	-	-	-	-	-	-	59.42	0.12%
合 计		**87.60**	**0.40%**	**363.43**	**0.85%**	**556.94**	**1.23%**	**1,582.07**	**3.12%**

注 1：公司与万事利集团的交易额含公司与其母公司及其下属控制企业的交易额，下同；
注 2：占同类交易的比例系以当期采购总额为计算基数。

报告期内，公司向关联方合计采购金额分别为 1,582.07 万元、556.94 万元、363.43 万元和 87.60 万元，占当期采购总额的比重分别为 3.12%、1.23%、0.85%和 0.40%，占当期营业成本的比重分别为 3.50%、1.17%、0.79%和 0.36%，公司关联采购金额较小且逐年下降，对公司的财务情况和经营成果不产生重大影响。

报告期内，公司向控股股东及下属企业采购商品及接受劳务，具体明细如下：

单位：万元

关联方名称	交易内容	交易金额			
		2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
万事利集团	采购商品	-	-	-	-
	物业管理等服务	42.88	209.70	294.43	219.88
花港餐饮	餐饮服务	39.15	34.37	170.57	137.10
丝绸汇餐饮	餐饮服务	5.57	62.70	20.73	-
旭扬建筑装饰	装修服务	-	39.59	70.86	31.35
马克罗西	采购商品	-	-	-	768.41
欢越贸易	采购商品	-	-	-	195.40
合 计		**87.60**	**346.36**	**556.58**	**1,352.14**

（1）向马克罗西采购丝巾

2017-2018 年度，发行人向马克罗西采购丝巾。其中 2018 年度的采购定价由 KPMG S.A.对存货价值进行审计，价格公允。具体情况可参见本节之“八、（二）1、资产交易”。

2017 年度，发行人向马克罗西采购的商品主要以 A 款丝巾为主，具体采购结构如下：

单位：万元

项目	金额	占比
A 款丝巾	417.40	54.32%
其他丝巾	351.01	45.68%
合计	**768.41**	**100.00%**

注：为保护商业机密，上表具体型号丝巾以 A 代替。

马克罗西系列产品由高端产品事业部进行运营。2017 年度高端产品事业部向马克罗西及其他供应商采购 A 款丝巾的情况如下：

供应商	采购数量（万条）	采购金额（万元）	采购单价（元）
马克罗西	1.30	417.40	321.57
其他供应商	0.56	170.34	301.75

发行人向马克罗西采购主要产品单价与向其他供应商采购单价无重大差异，交易价格公允。

（2）向欢越贸易采购服装

2017 年度，发行人因业务需要向欢越贸易采购服装，以高端丝绸定制服装为主，细分品类为日常装与旗袍产品，其采购单价与发行人向其他供应商采购单价对比情况如下：

细分品类	小类	采购金额（万元）	占向欢越贸易采购额的比重	向欢越贸易采购单价（元）	向其他供应商采购单价（元）
华服旗袍	A 款华服	50.98	26.09%	5,309.92	5,430.74
日常装	B 款日常装	29.91	15.31%	1,729.01	885.35
日常装	C 款日常装	25.61	13.11%	3,508.19	3,404.82
日常装	D 款日常装	15.96	8.17%	7,599.46	7,467.31
合计		**122.46**	**62.68%**	-	-

注：为保护商业机密，上表具体服装以 A、B、C 等代替。

其中，发行人向欢越贸易采购 B 款日常装单价与向其他供应商采购单价存在一定差异，主要是由于发行人向欢越贸易与其他供应商采购了部分数量较少、单价较低的定制服装。整体而言，发行人向欢越贸易采购服装单价与向其他供应商采购单价相比无重大差异，部分品类价格差异较大但具有商业合理性。

（3）采购物业管理、餐饮、装修装饰等服务

报告期内，发行人因租用万事利科技大厦办公，向万事利集团采购物业管理、停车管理等服务，并代收水电费、电话费、网络费等，价格与其他租户一致，定价公允。

报告期内，发行人因员工用餐、业务招待等需要，向花港餐饮、丝绸汇餐饮采购餐饮服务，价格按公开菜单价格确定，与其他客户一致，定价公允。

报告期内，发行人因办公、生产、仓储等场所装修需要向旭扬建筑装饰采购装修装饰服务，旭扬建筑装饰包工包料，决算价格主要包括材料价及人工费，其价格均参照市场价格确定，定价公允。

（4）向明阳科技采购美妆产品、茶叶类产品等

2017 年，发行人主要向明阳科技采购美妆产品、茶叶类产品，采购价格与其他供应商无重大差异，交易价格公允。

单位：元

项目	向明阳科技采购单价	向其他供应商采购单价
美妆产品	27.26	26.47
茶叶类产品	29.40	30.19

（5）向其他关联方采购商品或接受劳务

报告期内，发行人因业务需要，还向锐拓纺织采购面料，向海宁万事利采购服装加工服务，向布调科技采购打样服务等，上述交易价格以市场价确定，定价公允，且交易金额较小。

2、向关联方销售商品和提供劳务

单位：万元

关联方名称	交易内容	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
		金额	占同类交易的比例	金额	占同类交易的比例	金额	占同类交易的比例	金额	占同类交易的比例
万事利集团	销售文化创意品等产品	212.57	0.55%	858.06	1.18%	691.08	0.92%	753.15	1.06%
	提供物业管理等服务	5.17	0.01%	10.34	0.01%	10.34	0.01%	0.04	0.00%
杭萧钢构	销售文化创意品等产品	32.86	0.08%	35.97	0.05%	8.64	0.01%	3.59	0.01%
康满纺织品	销售文化创意品、面料等产品	0.11	0.00%	3.91	0.01%	0.26	0.00%	2.21	0.00%
	提供印花加工等服务	16.00	0.04%	64.44	0.09%	81.13	0.11%	199.04	0.28%
万事利生物	销售文化创意品等产品	7.87	0.02%	17.69	0.02%	27.21	0.04%	8.87	0.01%
锐拓纺织	销售文化创意品、面料等产品	2.77	0.01%	13.77	0.02%	16.64	0.02%	19.84	0.03%
	提供印花加工、物业管理服务等	4.24	0.01%	14.47	0.02%	15.39	0.02%	13.89	0.02%
先临三维	销售文化创意品等产品	5.19	0.01%	5.75	0.01%	5.82	0.01%	5.29	0.01%
灿泰进出口	销售文化创意品等产品	0.56	0.00%	0.81	0.00%	0.95	0.00%	2.81	0.00%
	提供物业管理等服务	4.30	0.01%	9.75	0.01%	11.58	0.02%	10.20	0.01%
必豪纺织品	销售文化创意品等产品	0.76	0.00%	1.03	0.00%	0.92	0.00%	-	-
	提供物业管理等服务	3.50	0.01%	2.48	0.00%	7.40	0.01%	1.80	0.00%
浙江建设投资	销售文化创意品等产品	2.35	0.01%	1.09	0.00%	9.16	0.01%	22.12	0.03%
中银基金	销售文化创意品等产品	1.81	0.00%	2.27	0.00%	2.35	0.00%	14.42	0.02%
瑞能通信	销售文化创意品等产品	1.77	0.00%	1.37	0.00%	1.16	0.00%	7.54	0.01%
华叶教育	销售文化创意品等产品	0.53	0.00%	-	-	-	-	-	-

单位：万元

关联方名称	交易内容	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
		金额	占同类交易的比例	金额	占同类交易的比例	金额	占同类交易的比例	金额	占同类交易的比例
万向创投	销售文化创意品等产品	0.35	0.00%	-	-	3.02	0.00%	3.68	0.01%
东群织造	销售文化创意品、面料等产品	-	-	34.82	0.05%	37.84	0.05%	24.79	0.03%
温岭联合村镇银行	销售文化创意品等产品	-	-	7.48	0.01%	10.37	0.01%	0.32	0.00%
金华银行	销售文化创意品等产品	-	-	3.86	0.01%	-	-	-	-
诺高纺织品	销售文化创意品等产品	-	-	0.16	0.00%	-	-	-	-
布调科技	销售墨水、机器等	-	-	-	-	130.94	0.17%	60.85	0.09%
	提供印花加工等服务	-	-	-	-	-	-	28.54	0.04%
万坤婴童	提供物业管理等服务	-	-	-	-	6.25	0.01%	6.11	0.01%
普华广告	销售文化创意品等产品	-	-	-	-	0.92	0.00%	5.95	0.01%
川山甲供应链	销售文化创意品等产品	-	-	-	-	0.32	0.00%	3.82	0.01%
富勤国际	销售文化创意品等产品	-	-	-	-	0.17	0.00%	0.80	0.00%
阡陌丝绸	销售文化创意品等产品	-	-	-	-	0.10	0.00%	0.32	0.00%
尊马管件	销售文化创意品等产品	-	-	-	-	-	-	1.97	0.00%
新和成	销售文化创意品等产品	-	-	-	-	-	-	0.47	0.00%
海宁万事利	销售文化创意品等产品	-	-	-	-	-	-	0.27	0.00%
盛拓服饰	销售文化创意品等产品	-	-	-	-	-	-	0.08	0.00%
山立净化	销售文化创意品等产品	-	-	-	-	-	-	0.05	0.00%
网银互联	销售文化创意品等产品	-	-	-	-	-	-	0.04	0.00%
宇和制衣	销售文化创意品等产品	-	-	-	-	-	-	0.02	0.00%
合 计		**302.71**	**0.78%**	**1,089.52**	**1.50%**	**1,079.96**	**1.44%**	**1,202.90**	**1.69%**

注 1：公司与万事利生物的交易额含公司与其母公司及其下属控制企业的交易额，下同；
注 2：占同类交易的比例系以当期营业收入为计算基数。

报告期内，发行人向关联方合计销售金额分别为 1,202.90 万元、1,079.96 万元、1,089.52 万元和 302.71 万元，占当期营业收入的比重分别为 1.69%、1.44%、1.50%和 0.78%，公司关联销售金额较小，对公司的财务情况和经营成果不产生重大影响。

公司主要向控股股东万事利集团及其他关联方销售丝绸文化创意品，公司丝

绸文化创意品具备当地文化特色，适合各关联方在日常经营活动中使用。上述交易具有经济上的合理性。

（1）向关联方销售丝绸文化创意品

报告期内，发行人主要向各关联方销售丝绸文化创意品，金额较小，定价参照公司销售团队渠道统一价格政策确定，与其他非关联方不存在重大差异。其中万事利集团及下属企业销售毛利率及定价公允性分析具体如下：

①向万事利集团及其下属企业销售毛利率与丝绸文化创意品前五大客户对比

报告期内，公司向万事利集团及其下属企业销售的毛利率分别为 43.72%、45.42%、56.87%和 47.58%，个别年度高于丝绸文化创意品其他前五大客户，主要原因系：

A、万事利集团及其下属企业属于公司直销-销售团队渠道客户。丝绸文化创意品前五大客户中包含了部分分销客户，由于分销客户采购规模相对较大，且公司发展分销商主要以提高品牌知名度、传播品牌文化、覆盖终端客户为目标，公司在销售价格管理制度中给予分销渠道客户的折扣区间低于直销-销售团队渠道客户。

B、万事利集团及其下属企业采购主要为高频次的常规产品采购。根据公司销售价格管理相关制度的规定，公司针对购买频次较高或购买金额较高的直销企事业单位客户，可在适当审批后执行相对优惠的折扣，具体折扣在销售合同中进行约定。报告期内，前五大客户其他直销客户中，中国邮政在 2017-2019 年度存在单笔金额较高的家纺产品定制订单；国金黄金在 2019-2020 年 6 月存在单笔金额较高的配饰等产品定制订单；博洋家纺在 2017 年度和 2020 年 1-6 月与公司进行品牌合作，推出合作款家纺产品，上述单笔大额订单通常系客户针对单一产品的大额采购，公司针对此类订单按需备货，存货管理成本相对较低，因此在适当审批后给予客户较低报价，毛利率相对较低。而万事利集团及其下属企业虽然采购额较高，但报告期内向公司采购的产品超过 1,000 款，主要为常规产品，采购频次较高，公司给予其相对优惠的折扣，但常规高频销售服务成本相对较高，因此其报价与毛利率高于中国邮政、国金黄金、博洋家纺这类单笔大额订单。

②向万事利集团及其下属企业销售毛利率与直销-销售团队渠道对比

发行人向万事利集团及下属企业销售毛利率与直销-销售团队渠道平均毛利率如下：

项　目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
万事利集团及下属企业	47.58%	56.87%	45.42%	43.72%
销售团队渠道	50.68%	55.24%	57.74%	59.37%

报告期内，万事利集团及其下属企业年度销售金额较高，公司基于销售规模、合作历史等因素考虑，公司在合同中约定给予其比直销-销售团队渠道下其他多数客户更加优惠的折扣。因此，2017 年度、2018 年度及 2020 年 1-6 月，发行人向万事利集团及下属企业销售毛利率低于销售团队渠道毛利率。2019 年度，由于万事利集团及其下属企业采购了部分品质相对较高的丝巾、家纺产品，此类高端产品在材质工艺方面要求较高，毛利率亦相对较高，因此当期毛利率出现提升。

公司向万事利集团及其下属企业销售的毛利率与前五大客户中其他直销客户、直销-销售团队渠道平均毛利率存在一定差异，差异原因具有合理性。公司向万事利集团及其下属企业销售定价参照公司销售团队渠道统一价格政策确定，具有公允性。

（2）向承租下沙万事利工业园房屋的关联方提供物业管理等服务

报告期内，发行人向承租下沙万事利工业园房屋的关联方提供物业管理等服务，收取费用情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
物业、水电、停车费等	17.21	37.05	50.82	31.15

其中物业管理费视房屋楼层、用途、入驻时长等因素不同略有调整，水费、电费、停车费等价格与其他租户一致。发行人向关联方与其他租户收取的物业管理费等费用标准无重大差异，定价公允。

（3）向康满纺织品提供数码印花加工服务

报告期内，发行人向康满纺织品提供数码印花加工服务，该服务受面料材质、花型复杂度、加工数量、后道工序等多重因素影响，报价存在一定范围的波动：

客户	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	加工金额（万元）	单价（元）	加工金额（万元）	单价（元）	加工金额（万元）	单价（元）	加工金额（万元）	单价（元）
康满纺织品	16.00	16.74	64.44	17.87	81.13	17.88	198.58	16.98
其他第三方客户	2.66	15.93	115.37	15.55	120.55	19.74	230.37	18.41

注：2020 年 1-6 月其他第三方客户加工数量在 1,000 米以下的小订单已剔除。

报告期内，因康满纺织品加工批量较大，工序统一，故喷印加工单价较为稳定，且与第三方客户相比不存在重大差异，加工价格公允。

3、房屋租赁

报告期内，为满足公司本部行政、财务、销售部门以及异地分支机构的办公需求，公司向关联方租用经营用房；子公司万事利数码多余的办公、生产及仓储用房也向关联方出租。

（1）向关联方承租

单位：万元

出租方	承租方	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
万事利集团	万事利丝绸	145.34	239.91	304.17	150.01
姚洪妹	万事利丝绸	45.06	95.45	90.51	90.51
华榕投资	上海万事利	24.76	47.05	52.00	52.00
屠红燕、李建华	万事利丝绸	25.25	49.39	54.26	38.92
马廷方	万事利丝绸	5.21	10.94	10.42	5.21
孙立新	万事利丝绸	-	6.65	11.04	0.86
合计		**245.62**	**449.39**	**522.40**	**337.51**

注：姚洪妹为实际控制人沈柏军之配偶

（2）租赁给关联方

单位：万元

出租方	承租方	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
万事利数码	万事利集团	20.89	41.77	41.77	62.42
万事利数码	锐拓纺织	11.30	21.97	22.03	29.00
万事利数码	必豪纺织品	8.27	15.79	12.28	2.38
万事利数码	灿泰进出口	7.89	15.77	19.38	19.38

单位：万元

出租方	承租方	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
万事利数码	万坤婴童	-	-	11.03	12.84
合计		**48.34**	**95.30**	**106.49**	**126.03**

报告期内，公司向关联方出租或承租房屋的作价参考同区域房产租金确认，与同区域无关联第三方单位租金以及同区域的市场租金价格不存在明显差异，定价公允。租赁关系将根据经营需要持续进行。

4、董事、监事及高级管理人员薪酬

报告期内，公司董事、监事及高级管理人员在公司处领取薪水，具体情况如下：

单位：万元

项　目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
薪酬总计	344.53	727.34	671.47	626.93
利润总额	4,251.48	6,773.56	5,658.46	6,797.04
占比	8.10%	10.74%	11.87%	9.22%

（二）偶发性关联交易

1、资产交易

（1）向马克罗西采购存货

2018 年 3 月，为解决同业竞争问题，马克罗西终止运营，其所有存货由万事利科技进口并销售给公司。该批存货经 KPMG 注册会计师鉴证，价值共计 271,191 欧元，后因质量问题折价 2,747.32 欧元，报关价为 268,443.68 欧元，考虑税费及物流费等各项费用，总采购成本为人民币 225.52 万元，上述采购价款已支付。马克罗西已停止经营活动，该类交易今后不再发生。

（2）向万事利化工购买运输工具

2017 年 8 月，为满足业务需求，万事利数码向万事利化工购买运输工具一辆，作价 1 万元，采购价款已支付。

2、资金往来

（1）从关联方拆入资金

报告期内，公司从关联方拆入资金情况如下：

单位：万元

占用方	被占用方	会计期间	期初余额	本期增加	本期减少	期末余额	应付利息
万事利丝绸	万事利集团	2017 年	2,887.17	389.76	3,276.93	-	56.52
万事利丝绸	李建华	2017 年	44.64	-	44.64	-	2.10
万事利科技	万事利集团	2017 年	1,391.60	-	1,391.60	-	23.00
万事利礼品	红芯电子	2017 年	13.07	-	13.07	-	0.60

注：截至 2017 年末，所有从关联方拆入的资金均已结清。

（2）向关联方拆出资金

报告期内，公司向关联方拆出资金情况如下：

单位：万元

占用方	被占用方	会计期间	期初余额	本期增加	本期减少	期末余额	应付利息
万事利集团	万事利丝绸	2017 年	214.12	-	214.12	-	20.13
万事利进出口	万事利丝绸	2017 年	162.39	-	162.39	-	7.67
普华广告	万事利丝绸	2017 年	41.06	-	41.06	-	2.57
万事利集团	七仁数码	2017 年	135.00	-	135.00	-	6.36
万事利集团	万事利科技	2017 年	187.96	-	187.96	-	3.35

注：截至 2017 年末，所有向关联方拆出的资金均已结清。

报告期早期，公司出于薪酬保密以及无票费用报销灵活性的考虑，通过员工名下个人卡向部分员工支付销售提成及年终奖，并报销部分无票费用，其中部分资金来源于万事利集团，金额合计 389.76 万元，具体情况如下：

序号	个人卡	资金来源	资金去向及用途	支付金额（万元）
1	杜海江	万事利集团	高管及行政人员年终奖	339.27
2	滕俊楷	万事利集团	部分销售人员提成及无票费用	50.49
合计				**389.76**

该款项属于发行人向万事利集团拆入资金。发行人将收到的 389.76 万元列为对万事利集团的应付款项，于当年进行了清偿，并按年化利率 4.75%支付了利息。发行人将涉及相关费用事项全部在公司财务账面还原，并向税务局补缴了相应的税款及滞纳金；该情形不属于违法违规行为，亦不存在被处罚风险，对发行人不存在后续影响。

报告期前，发行人与关联方因经营需要，存在相互拆借资金的情况。2017

年，发行人与关联方已清偿了所有存续的资金拆借，并结清了相应利息。其中偿付从关联方拆入的资金本金 4,726.24 万元，并支付利息 82.22 万元；收回拆借给关联方的资金本金 740.53 万元，并收取利息 40.08 万元。

针对报告期内存在的与关联方资金拆借的情形，发行人建立了完善的内控机制；2017 年 3 月，发行人创立大会审议通过了《关联交易管理制度》，明确了关联方资金往来等关联交易的审议程序；2019 年 4 月发行人董事会审议通过了《财务管理制度》与《货币资金管理制度》，对资金的收支与保管、岗位分离、机构与人员的制约与审验作出了规定；2019 年 5 月发行人股东大会审议通过了《与关联方资金往来管理制度》，进一步对资金往来支付程序作出规定；报告期内，除上述资金拆入外，发行人未新增发生其他关联方资金拆借行为。公司股东大会、独立董事、监事会审议通过相关议案，认为资金拆借价格公允，不存在损害发行人及中小股东利益的情况，不存在通过关联方替发行人支付成本、费用，输送经济利益的情形或者采用无偿或不公允的交易价格向发行人提供经济资源的情况。公司资金拆借金额较小且时间较短，截至 2017 年末，发行人已完成与关联方之间资金占用的清理工作，自 2018 年起未再发生类似情形。资金拆借不会对发行人的独立性产生重大不利影响。

3、关联担保

报告期内，公司不存在对外担保，公司接受控股股东、实际控制人以及关联方的担保，具体情况如下：

序号	合同编号	合同类型	被担保方	担保方	标的金额（万元）	时间	担保状态
1	33100520130005153	最高额保证合同	万事利数码	万事利集团	12,000.00	2013/3/22-2021/3/21	存续
2	33100520130005153-1	最高额保证合同	万事利数码	屠红燕	12,000.00	2013/3/22-2021/3/21	存续
3	0120200003-2018 羊坝（保）字 0049 号	承兑汇票保证合同	万事利丝绸	万事利集团	1,200.00	2018/11/21-2019/5/21	已结束
4	0120200003-2018 羊坝（保）字 0050 号	承兑汇票保证合同	万事利科技	万事利集团	4,500.00	2018/11/24-2019/6/24	已结束
5	20151368ZGEDY	最高额抵押合同	万事利丝绸	桐乡置业	3,500.00	2015/9/23-2018/9/22	已结束
6	Ec1048011608160335	最高额保证合同	万事利丝绸	万事利集团	2,000.00	2016/8/15-2017/8/14	已结束
7	Ec1048011608160336	最高额保证合同	万事利丝绸	屠红燕	2,000.00	2016/8/15-2017/8/14	已结束
8	Ec1048011608160337	最高额保证合同	万事利丝绸	李建华	2,000.00	2016/8/15-2017/8/14	已结束

序号	合同编号	合同类型	被担保方	担保方	标的金额（万元）	时间	担保状态
9	ZB952020160000015 4	最高额保证合同	万事利科技	万事利集团	3,000.00	2016/9/20-2017/9/20	已结束

注：以上所列示信息均为担保合同信息，表中除 3、4、9 项外其他合同虽在报告期内存续，但发行人实际未进行用款，未发生担保责任。

报告期内，发行人未向提供担保的关联方支付担保费用。

根据上市公司公告显示，部分上市公司与其关联方存在提供担保并收取担保费率的情形，具体情况如下：

上市公司名称	担保费率	是否关联担保	说明
深天地 A（000023）	1.00%	是	控股股东为上市公司提供担保
京汉股份（000615）	0.50%	是	上市公司为子公司提供担保
先锋新材（300163）	2.00%	是	上市公司为子公司提供担保
东方钽业（000962）	1.20%	是	实际控制人为上市公司提供担保
津滨发展（000897）	0.50%-1.00%	是	控股股东为上市公司提供担保
银星能源（000862）	0.15%	是	控股股东为上市公司子公司提供担保
中迪投资（000609）	1.00%	是	实际控制人为上市公司及子公司提供担保
新赛股份（600540）	1.00%	是	控股股东为上市公司提供担保
福建水泥（600802）	0.60%	是	控股股东为上市公司提供担保
海南发展（002163）	0.10%	是	控股股东为上市公司提供担保
南华生物（000504）	2.00%	是	关联方为上市公司提供担保

如上所示，上市公司涉及的关联担保费率位于 0.15%-2.00%，算术平均值为 0.93%。若以 2.00%作为市场担保费率对发行人应支付的担保费用进行测算：

单位：万元

序号	被担保方	担保方	实际用款金额	担保期间	担保费率	担保费
1	万事利丝绸	万事利集团	316.78	2018.12.8-2019.1.15	2.00%	0.68
2	万事利科技	万事利集团	631.00	2018.12.24-2019.2.1	2.00%	1.38
3	万事利科技	万事利集团	1,550.00	2016.9.25-2017.3.24	2.00%	15.37

注：测算担保费=∑实际用款金额*参考的市场担保费率*（资金实际占用天数/365）。

报告期内，发行人应列支的担保费及占当期利润总额比例如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
测算关联担保费	/	1.37	0.69	7.05

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
利润总额	/	6,773.56	5,658.46	6,797.04
测算关联担保费/利润总额	/	0.02%	0.01%	0.10%

报告期内，发行人按市场担保费率测算应支付的担保费用金额较小，占各期利润总额比例较低，对发行人业绩不构成重大影响。

4、收购股权

（1）收购万事利科技 33%的股权

2017 年 12 月 19 日，万事利丝绸与丝锦投资签署《股权转让协议》，丝锦投资将其持有的万事利科技 495 万元出资额（33%的股权）转让给万事利丝绸，转让价格为 1,353.85 万元。该价格系以坤元资产评估有限公司出具的“坤元评报[2017]720 号”资产评估报告为基础交易双方协商确定，经评估截至 2017 年 8 月 31 日，万事利科技的资产净额为 4,102.59 万元。万事利丝绸已足额支付股权转让款，并办妥产权变更手续。丝锦投资系公司董事兼副总经理马廷方控制的企业，为避免公司董事与公司合资企业产生利益冲突，万事利丝绸收购丝锦投资持有的万事利科技 33%的股权。本次股权转让完成后，万事利科技成为万事利丝绸的全资子公司。

（2）收购明阳科技 100%的股权

2017 年 11 月 30 日，万事利丝绸分别与大谷贸易、包强、李建华、张建平签署了《股权转让协议》，大谷贸易、包强、李建华和张建平将其分别持有的明阳科技 165 万元出资额（55%股权）、60 万元出资额（20%股权）、60 万元出资额（20%股权）、15 万元出资额（5%股权）转让给万事利丝绸，转让价格为每注册资本 0.83 元。该价格系以坤元资产评估有限公司出具的“坤元评报[2017]672 号”资产评估报告为基础，由交易各方协商确定。经评估截至 2017 年 9 月 30 日，明阳科技的资产净额为 248.55 万元。明阳科技因品牌影响力不足，业务尚处于发展期，故净资产估值较低。万事利丝绸已足额支付资产转让款并办妥产权变更手续。

明阳科技主要从事蚕丝蛋白面膜、桑叶茶的销售，万事利丝绸通过收购明阳

科技，开发了蚕丝蛋白护肤品的市场，拓宽了丝绸产业的业务线。

5、无形资产转让

报告期内，公司零对价受让控股股东及关联方持有的专利、著作权、商标及域名，上述无形资产均用于发行人日常生产经营，具体情况如下：

（1）专利

序号	专利名称	专利类型	转让时间	专利号	转让方	受让方
1	丝巾（卯兔扑朔）	外观设计	2018-2-22	2014300458612	万事利集团	万事利丝绸
2	丝巾（酉鸡富贵）	外观设计	2018-3-1	2014300436153	万事利集团	万事利丝绸
3	丝巾（戌狗迎春）	外观设计	2018-2-27	2014300436172	万事利集团	万事利丝绸
4	丝巾（亥猪呈悦）	外观设计	2018-2-12	2014300436257	万事利集团	万事利丝绸
5	丝巾（雍容未羊）	外观设计	2018-2-12	2014300437512	万事利集团	万事利丝绸
6	丝巾（午马驰星）	外观设计	2018-2-13	2014300437546	万事利集团	万事利丝绸
7	丝巾（寅虎瑞福）	外观设计	2018-2-12	2014300437599	万事利集团	万事利丝绸
8	丝巾（辰龙戏珠）	外观设计	2018-2-26	2014300437620	万事利集团	万事利丝绸
9	丝巾（子鼠赞花）	外观设计	2018-2-28	2014300437669	万事利集团	万事利丝绸
10	丝巾（丑牛赞歌）	外观设计	2018-2-13	2014300440587	万事利集团	万事利丝绸
11	丝巾（申猴闹春）	外观设计	2018-2-27	2014300441842	万事利集团	万事利丝绸
12	丝巾（巳蛇舞花）	外观设计	2018-3-1	2014300442099	万事利集团	万事利丝绸
13	丝巾（百变双子）	外观设计	2018-2-24	2014300442351	万事利集团	万事利丝绸
14	丝巾（勇气摩羯）	外观设计	2018-2-28	2014300442474	万事利集团	万事利丝绸
15	丝巾（完美处女）	外观设计	2018-2-28	2014300442794	万事利集团	万事利丝绸
16	丝巾（神秘天蝎）	外观设计	2018-3-5	2014300442811	万事利集团	万事利丝绸
17	丝巾（领袖狮子）	外观设计	2018-2-22	2014300443212	万事利集团	万事利丝绸
18	丝巾（睿智水瓶）	外观设计	2018-2-28	2014300443227	万事利集团	万事利丝绸
19	丝巾（真情巨蟹）	外观设计	2018-2-23	2014300443301	万事利集团	万事利丝绸
20	丝巾（温实金牛）	外观设计	2018-2-22	201430044334X	万事利集团	万事利丝绸
21	丝巾（迷人天秤）	外观设计	2018-2-12	2014300443956	万事利集团	万事利丝绸
22	丝巾（自由射手）	外观设计	2018-2-13	2014300444145	万事利集团	万事利丝绸
23	丝巾（活力白羊）	外观设计	2018-2-9	201430044415X	万事利集团	万事利丝绸
24	丝巾（浪漫双鱼）	外观设计	2018-2-27	2014300444380	万事利集团	万事利丝绸
25	立体图像的合成方法	发明	2018-2-11	2010102535972	万事利集团	万事利丝绸
26	四维动感照片的制作方法	发明	2018-2-28	2010101476708	万事利集团	万事利丝绸

序号	专利名称	专利类型	转让时间	专利号	转让方	受让方
27	一种抑菌天然纤维表层卫生巾及其制作方法	发明	2017-7-10	2016109518072	明阳科技	万事利丝绸
28	一种纯天然杜仲雄花桑叶茶及其制备方法	发明	2017-7-28	2015104453255	明阳科技	万事利丝绸
29	一种纯天然昆仑雪菊桑叶茶及其制备方法	发明	2017-8-3	2015104454811	明阳科技	万事利丝绸
30	一种速溶饮料及其制备方法	发明	2017-7-28	2015103822341	明阳科技	万事利丝绸
31	一种纯天然微细研磨桑叶果蔬茶及其制备方法	发明	2017-8-2	2015103823804	明阳科技	万事利丝绸

（2）著作权

序号	权利名称	证书编号	首次发表日	有效时间	转让方	受让方	转让完成时间
1	有凤来仪	00295348	2015.12.02	2065.12.31	万事利集团	万事利丝绸	2017.12.26
2	月夕花朝	00295349	2015.12.02	2065.12.31	万事利集团	万事利丝绸	2017.12.26
3	锦瑟年华	00295350	2015.12.02	2065.12.31	万事利集团	万事利丝绸	2017.12.26
4	梦语兰香	00295351	2015.12.02	2065.12.31	万事利集团	万事利丝绸	2017.12.26
5	花团簇锦	00295352	2015.12.02	2065.12.31	万事利集团	万事利丝绸	2017.12.26
6	天姿国色	00295353	2015.12.02	2065.12.31	万事利集团	万事利丝绸	2017.12.26
7	象呈祥瑞	00295354	2015.12.02	2065.12.31	万事利集团	万事利丝绸	2017.12.26
8	花鸟嘻春	00295355	2015.12.02	2065.12.31	万事利集团	万事利丝绸	2017.12.26
9	芙蓉锦簇	00295356	2015.12.02	2065.12.31	万事利集团	万事利丝绸	2017.12.26
10	蜻蜓戏荷	00295358	2015.12.02	2065.12.31	万事利集团	万事利丝绸	2017.12.26
11	事事如意	00295359	2015.12.02	2065.12.31	万事利集团	万事利丝绸	2017.12.26
12	婵娟	00295360	2015.12.02	2065.12.31	万事利集团	万事利丝绸	2017.12.26
13	羽光十色	00295361	2015.12.02	2065.12.31	万事利集团	万事利丝绸	2017.12.26
14	海洋舞曲	00295362	2015.12.02	2065.12.31	万事利集团	万事利丝绸	2017.12.26

（3）商标

序号	证书编号	商标名称	类别	有效期间	转让方	受让方	转让完成时间
1	21847747	万事利凤凰之家	第 25 类	2017.12.28-2027.12.27	万事利集团	万事利丝绸	2018.01.30
2	21720062	杭城三绝	第 20 类	2017.12.14-2027.12.13	万事利集团	万事利丝绸	2018.01.30
3	21719955	杭城三绝	第 24 类	2017.12.14-2027.12.13	万事利集团	万事利丝绸	2018.01.29
4	21719764	杭城三绝	第 25 类	2017.12.14-2027.12.13	万事利集团	万事利丝绸	2018.01.30
5	21719541	杭城三绝	第 30 类	2017.12.14-2027.12.13	万事利集团	万事利丝绸	2018.01.30

序号	证书编号	商标名称	类别	有效期间	转让方	受让方	转让完成时间
6	21719420	杭城三绝	第 16 类	2017.12.14-2027.12.13	万事利集团	万事利丝绸	2018.01.30
7	21719282	丝路三绝	第 16 类	2017.12.14-2027.12.13	万事利集团	万事利丝绸	2018.01.30
8	21719079	丝路三绝	第 30 类	2017.12.14-2027.12.13	万事利集团	万事利丝绸	2018.01.30
9	21718706	丝路三绝	第 25 类	2017.12.14-2027.12.13	万事利集团	万事利丝绸	2018.01.30
10	21718630	丝路三绝	第 24 类	2017.12.14-2027.12.13	万事利集团	万事利丝绸	2018.01.30
11	21718612	丝路三绝	第 20 类	2017.12.14-2027.12.13	万事利集团	万事利丝绸	2018.01.29
12	21434427	WENSLI	第 1 类	2017.11.21-2027.11.20	万事利集团	万事利丝绸	2018.01.30
13	21434135	WENSLI	第 5 类	2018.1.14-2028.1.13	万事利集团	万事利丝绸	2018.01.30
14	21434097	WENSLI	第 4 类	2017.11.21-2027.11.20	万事利集团	万事利丝绸	2018.01.30
15	21433495	WENSLI	第 9 类	2017.11.21-2027.11.20	万事利集团	万事利丝绸	2018.08.21
16	21432695	WENSLI	第 15 类	2017.11.21-2027.11.20	万事利集团	万事利丝绸	2018.01.30
17	21432605	WENSLI	第 16 类	2017.11.21-2027.11.20	万事利集团	万事利丝绸	2018.08.21
18	21432284	WENSLI	第 17 类	2017.11.21-2027.11.20	万事利集团	万事利丝绸	2018.01.29
19	21432205	WENSLI	第 18 类	2017.11.21-2027.11.20	万事利集团	万事利丝绸	2018.01.30
20	21432050	WENSLI	第 20 类	2017.11.21-2027.11.20	万事利集团	万事利丝绸	2018.01.30
21	21431973	WENSLI	第 19 类	2017.11.21-2027.11.20	万事利集团	万事利丝绸	2018.08.21
22	21431900	WENSLI	第 23 类	2017.11.21-2027.11.20	万事利集团	万事利丝绸	2018.01.29
23	21431830	WENSLI	第 26 类	2017.11.21-2027.11.20	万事利集团	万事利丝绸	2018.01.29
24	21431719	WENSLI	第 21 类	2017.11.21-2027.11.20	万事利集团	万事利丝绸	2018.08.21
25	21431604	WENSLI	第 27 类	2017.11.21-2027.11.20	万事利集团	万事利丝绸	2018.01.30
26	21427864	WENSLI	第 37 类	2017.11.21-2027.11.20	万事利集团	万事利丝绸	2018.08.21
27	21427698	WENSLI	第 40 类	2017.11.21-2027.11.20	万事利集团	万事利丝绸	2018.08.21
28	21427613	WENSLI	第 42 类	2017.11.21-2027.11.20	万事利集团	万事利丝绸	2018.01.29
29	21240902	好緣物房	第 5 类	2017.11.7-2027.11.6	万事利集团	万事利丝绸	2018.04.20
30	21240705	好緣物房	第 3 类	2017.11.7-2027.11.6	万事利集团	万事利丝绸	2018.04.20
31	21240532	好緣物房	第 25 类	2017.11.7-2027.11.6	万事利集团	万事利丝绸	2018.04.20
32	20364711	两厢丝守	第 14 类	2017.8.7-2027.8.6	万事利集团	万事利丝绸	2018.01.29
33	20364700	两厢丝守	第 16 类	2017.8.7-2027.8.6	万事利集团	万事利丝绸	2018.01.30
34	20364666	两厢丝守	第 20 类	2017.8.7-2027.8.6	万事利集团	万事利丝绸	2018.01.30
35	20364566	两厢丝守	第 25 类	2017.8.7-2027.8.6	万事利集团	万事利丝绸	2018.01.30
36	20364549	两厢丝守	第 18 类	2017.8.7-2027.8.6	万事利集团	万事利丝绸	2018.01.30

序号	证书编号	商标名称	类别	有效期间	转让方	受让方	转让完成时间
37	20364533	两厢丝守	第 24 类	2017.8.7-2027.8.6	万事利集团	万事利丝绸	2018.01.30
38	20117067		第 30 类	2017.7.14-2027.7.13	万事利集团	万事利丝绸	2018.04.20
39	19934443		第 24 类	2017.6.28-2027.6.27	万事利集团	万事利丝绸	2018.01.30
40	19934267		第 25 类	2018.2.7-2028.2.6	万事利集团	万事利丝绸	2018.08.08
41	19586682	WENSLI	第 24 类	2017.5.28-2027.5.27	万事利集团	万事利丝绸	2018.01.30
42	19586646	WENSLI	第 25 类	2017.5.28-2027.5.27	万事利集团	万事利丝绸	2018.08.08
43	19586430		第 25 类	2018.3.7-2028.3.6	万事利集团	万事利丝绸	2018.08.08
44	19586377		第 24 类	2017.5.28-2027.5.27	万事利集团	万事利丝绸	2018.01.30
45	18955354	忻兰	第 9 类	2017.2.28-2027.2.27	万事利集团	万事利丝绸	2018.01.30
46	18955345	忻兰	第 20 类	2017.2.28-2027.2.27	万事利集团	万事利丝绸	2018.01.29
47	18548412		第 3 类	2017.1.21-2027.1.20	万事利集团	万事利丝绸	2018.01.30
48	18548177	万事利	第 3 类	2017.1.21-2027.1.20	万事利集团	万事利丝绸	2018.01.30
49	17677335		第 30 类	2016.10.7-2026.10.6	万事利集团	万事利丝绸	2018.04.20
50	17677334	茗萍	第 30 类	2016.10.7-2026.10.6	万事利集团	万事利丝绸	2018.04.20
51	17471936		第 3 类	2016.9.14-2026.9.13	万事利集团	万事利丝绸	2018.01.30
52	17471935	万事利	第 3 类	2016.9.14-2026.9.13	万事利集团	万事利丝绸	2018.01.30
53	16356076	万事利凤凰之家	第 14 类	2016.4.14-2026.4.13	万事利集团	万事利丝绸	2018.01.30
54	16356069	万事利凤凰之家	第 3 类	2016.4.7-2026.4.6	万事利集团	万事利丝绸	2018.01.29
55	16356005	万事利凤凰之家	第 18 类	2016.4.7-2026.4.6	万事利集团	万事利丝绸	2018.01.29
56	16355831	万事利凤凰之家	第 20 类	2016.4.7-2026.4.6	万事利集团	万事利丝绸	2018.01.29
57	16355749	万事利凤凰之家	第 24 类	2016.4.7-2026.4.6	万事利集团	万事利丝绸	2018.01.30
58	16355662	万事利凤凰之家	第 25 类	2016.4.7-2026.4.6	万事利集团	万事利丝绸	2018.01.30
59	16355649	万事利凤凰之家	第 26 类	2016.4.7-2026.4.6	万事利集团	万事利丝绸	2018.01.30
60	16077124		第 20 类	2016.3.7-2026.3.6	万事利集团	万事利丝绸	2018.08.21
61	16076927	MARC ROZIER	第 3 类	2016.3.7-2026.3.6	万事利集团	万事利丝绸	2018.08.21
62	15305729	MARC ROZIER	第 9 类	2016.8.14-2026.8.13	万事利集团	万事利丝绸	2018.08.21
63	15305728	MARC ROZIER	第 14 类	2016.8.14-2026.8.13	万事利集团	万事利丝绸	2018.08.21
64	15305727	MARC ROZIER	第 18 类	2016.8.14-2026.8.13	万事利集团	万事利丝绸	2018.08.21
65	14606195		第 25 类	2015.7.21-2025.7.20	万事利集团	万事利丝绸	2018.08.21
66	14606194		第 20 类	2015.7.21-2025.7.20	万事利集团	万事利丝绸	2018.08.21
67	14606193		第 18 类	2015.7.21-2025.7.20	万事利集团	万事利丝绸	2018.08.21

序号	证书编号	商标名称	类别	有效期间	转让方	受让方	转让完成时间
68	14606192		第 14 类	2015.7.21-2025.7.20	万事利集团	万事利丝绸	2018.08.21
69	14606191		第 9 类	2015.7.21-2025.7.20	万事利集团	万事利丝绸	2018.08.21
70	14606190		第 3 类	2015.7.21-2025.7.20	万事利集团	万事利丝绸	2018.08.21
71	14853745		第 25 类	2016.10.14-2026.10.13	万事利集团	万事利丝绸	2018.08.21
72	14843713	MARC ROZIER	第 25 类	2016.10.28-2026.10.27	万事利集团	万事利丝绸	2018.08.21
73	14372344		第 24 类	2015.8.14-2025.8.13	万事利集团	万事利丝绸	2018.01.30
74	14342606	西湖丝绸织造府	第 26 类	2015.6.14-2025.6.13	万事利集团	万事利丝绸	2018.01.30
75	14342600	西湖丝绸织造署	第 26 类	2015.6.7-2025.6.6	万事利集团	万事利丝绸	2018.01.30
76	14342595	万事利丝绸织造署	第 26 类	2015.5.21-2025.5.20	万事利集团	万事利丝绸	2018.01.30
77	14342590	万事利丝绸织造署	第 25 类	2015.5.21-2025.5.20	万事利集团	万事利丝绸	2018.01.30
78	14342579	万事利丝绸织造署	第 24 类	2016.6.28-2026.6.27	万事利集团	万事利丝绸	2018.01.30
79	14342571	万事利丝绸织造府	第 26 类	2015.5.21-2025.5.20	万事利集团	万事利丝绸	2018.01.29
80	14342563	万事利丝绸织造府	第 25 类	2015.5.21-2025.5.20	万事利集团	万事利丝绸	2018.01.29
81	14342557	万事利丝绸织造府	第 24 类	2016.6.28-2026.6.27	万事利集团	万事利丝绸	2018.01.29
82	13265611	字说丝绸	第 25 类	2015.1.7-2025.1.6	万事利集团	万事利丝绸	2018.01.30
83	13265603	字说丝绸	第 24 类	2015.1.7-2025.1.6	万事利集团	万事利丝绸	2018.01.29
84	13265593	字说丝绸	第 16 类	2015.1.7-2025.1.6	万事利集团	万事利丝绸	2018.01.30
85	13265584	字说丝绸	第 9 类	2015.1.7-2025.1.6	万事利集团	万事利丝绸	2018.01.30
86	12937948	桑柔	第 16 类	2014.12.21-2024.12.20	万事利集团	万事利丝绸	2018.01.30
87	11246662		第 26 类	2013.12.21-2023.12.20	万事利集团	万事利丝绸	2018.01.30
88	11246607		第 25 类	2015.8.21-2025.8.20	万事利集团	万事利丝绸	2018.01.30
89	11246553		第 18 类	2014.7.14-2024.7.13	万事利集团	万事利丝绸	2018.01.30
90	11246247		第 14 类	2013.12.21-2023.12.20	万事利集团	万事利丝绸	2018.01.30
91	11009344	密恋	第 14 类	2013.10.7-2023.10.6	万事利集团	万事利丝绸	2018.01.30
92	11009321	忻兰	第 14 类	2013.9.28-2023.9.27	万事利集团	万事利丝绸	2018.01.30
93	11009301	唯绚	第 14 类	2013.9.28-2023.9.27	万事利集团	万事利丝绸	2018.01.30
94	11009280	密恋	第 18 类	2013.10.7-2023.10.6	万事利集团	万事利丝绸	2018.01.29
95	11009255	忻兰	第 18 类	2013.10.7-2023.10.6	万事利集团	万事利丝绸	2018.01.30
96	11009239	唯绚	第 18 类	2013.10.7-2023.10.6	万事利集团	万事利丝绸	2018.01.29
97	11009220	唯绚	第 25 类	2013.10.7-2023.10.6	万事利集团	万事利丝绸	2018.01.30
98	11009181	忻兰	第 25 类	2015.8.21-2025.8.20	万事利集团	万事利丝绸	2018.01.30

序号	证书编号	商标名称	类别	有效期间	转让方	受让方	转让完成时间
99	11009124	密恋	第 25 类	2014.4.21-2024.4.20	万事利集团	万事利丝绸	2018.01.30
100	10460517	两厢厮守	第 14 类	2013.3.28-2023.3.27	万事利集团	万事利丝绸	2018.01.30
101	10460509	两厢厮守	第 16 类	2013.3.28-2023.3.27	万事利集团	万事利丝绸	2018.01.30
102	10460506	两厢厮守	第 18 类	2013.3.28-2023.3.27	万事利集团	万事利丝绸	2018.01.29
103	10460503	两厢厮守	第 20 类	2013.3.28-2023.3.27	万事利集团	万事利丝绸	2018.01.30
104	10460501	两厢厮守	第 24 类	2013.3.28-2023.3.27	万事利集团	万事利丝绸	2018.01.30
105	10460495	两厢厮守	第 25 类	2013.3.28-2023.3.27	万事利集团	万事利丝绸	2018.01.29
106	10408690	丝绸世	第 16 类	2013.3.21-2023.3.20	万事利集团	万事利丝绸	2018.01.30
107	10408686	丝绸世	第 35 类	2013.3.21-2023.3.20	万事利集团	万事利丝绸	2018.01.30
108	9298218	志愿彩	第 25 类	2012.4.14-2022.4.13	万事利集团	万事利丝绸	2018.01.29
109	9298195	爱心彩	第 25 类	2012.4.14-2022.4.13	万事利集团	万事利丝绸	2018.01.29
110	9116345	爱的记忆	第 40 类	2012.2.14-2022.2.13	万事利集团	万事利丝绸	2018.08.21
111	8857284	WENSLI	第 25 类	2013.4.21-2023.4.20	万事利集团	万事利丝绸	2018.08.08
112	8857267	WENSLI	第 24 类	2012.3.28-2022.3.27	万事利集团	万事利丝绸	2018.01.30
113	6108131		第 24 类	2010.3.28-2020.3.27	万事利集团	万事利丝绸	2018.01.30
114	6108130		第 25 类	2010.3.28-2020.3.27	万事利集团	万事利丝绸	2018.08.08
115	3916241	万事利	第 18 类	2007.5.21-2027.5.20	万事利集团	万事利丝绸	2018.01.30
116	3643812	万事利	第 42 类	2005.10.21-2025.10.20	万事利集团	万事利丝绸	2018.01.29
117	3643811	万事利	第 16 类	2005.10.21-2025.10.20	万事利集团	万事利丝绸	2018.08.21
118	3596759	WENSLI	第 25 类	2005.11.14-2025.11.13	万事利集团	万事利丝绸	2018.08.08
119	1725350	沈愛寶	第 25 类	2002.3.7-2022.3.6	万事利集团	万事利丝绸	2018.01.30
120	1537718	WENSLI	第 25 类	2001.3.14-2021.3.13	万事利集团	万事利丝绸	2018.08.08
121	1315995	万事利	第 25 类	1999.9.21-2029.9.20	万事利集团	万事利丝绸	2018.01.30
122	1270674		第 23 类	1999.5.7-2029.5.6	万事利集团	万事利丝绸	2018.01.30
123	1130174		第 24 类	1997.11.28-2027.11.27	万事利集团	万事利丝绸	2018.01.30
124	1128551		第 25 类	1997.11.21-2027.11.20	万事利集团	万事利丝绸	2018.08.08
125	949253	WSL	第 25 类	1997.2.21-2027.2.20	万事利集团	万事利丝绸	2018.01.30
126	933778	万事利	第 24 类	1997.1.21-2027.1.20	万事利集团	万事利丝绸	2018.01.30
127	739115	WSL	第 23 类	1995.4.7-2025.4.6	万事利集团	万事利丝绸	2018.01.30
128	911306900	WENSLI	第 24 类	2018.05.15-2028.05.15	万事利集团	万事利丝绸	2018.11.21
129	911306960	WENSLI	第 25 类	2018.05.02-2028.05.02	万事利集团	万事利丝绸	2018.11.21

序号	证书编号	商标名称	类别	有效期间	转让方	受让方	转让完成时间
130	2451337		第 24、25 类	2011.05.15-2021.05.15	万事利集团	万事利丝绸	2018.11.08
131	TMA978604	WENSLI	第 3、14、16、18、20、24、25、26、27 类	2017.08.16-2032.08.16	万事利集团	万事利丝绸	2018.11.09
132	5469732	WENSLI	第 24 类	2018.05.15-2028.05.15	万事利集团	万事利丝绸	2019.01.25
133	5464167	WENSLI	第 25 类	2018.05.08-2028.05.08	万事利集团	万事利丝绸	2019.01.25

（4）域名

序号	权利名称	权利所有人	注册时间	到期时间
1	wensli.cn	万事利集团	2003-03-17	2024-03-17
2	silk08.com	万事利集团	2013-09-30	2017-09-30
3	fhsilk.com	万事利集团	2016-03-08	2017-03-08
4	silkfh.com	万事利集团	2016-03-08	2017-03-08
5	afxsilk.com	万事利集团	2016-03-08	2017-03-08
6	silkafx.com	万事利集团	2016-03-08	2017-03-08
7	丝绸文化.cn	万事利集团	2015-03-20	2017-03-20
8	丝绸文化.com	万事利集团	2015-03-05	2017-03-05
9	丝绸礼品.cn	万事利集团	2015-03-20	2017-03-20
10	丝绸礼品.com	万事利集团	2015-03-05	2017-03-05

（三）关联方应收应付款项

1、应收关联方款项

报告期各期末，公司应收关联方款项如下表所示：

单位：万元

关联方名称	2020.6.30	2019.12.31	2018.12.31	2017.12.31
应收账款				
东群织造	35.77	35.77	33.35	6.08
锐拓纺织	26.86	14.27	6.86	4.96
灿泰进出口	15.29	6.95	5.22	3.14
康满纺织品	10.27	4.36	-	-
万事利集团及下属企业	8.80	87.44	72.41	83.93
杭萧钢构	7.27	12.56	6.06	4.04

单位：万元

关联方名称	2020.6.30	2019.12.31	2018.12.31	2017.12.31
先临三维	1.59	0.29	3.13	1.07
浙江建设投资	1.39	1.99	0.74	0.27
必豪纺织品	0.50	0.50	0.25	-
诺高纺织品	0.18	0.18	-	-
杭州海皇	-	2.11	-	-
万事利生物	-	0.47	16.31	24.17
瑞能通信	-	0.17	-	-
布调科技	-	-	22.00	-
万坤婴童	-	-	4.27	-
普华广告	-	-	3.00	2.08
万向创业	-	-	-	0.67
小　计	107.93	167.06	173.61	130.41
预付账款				
万事利集团及下属企业	-	0.59	1.26	-
小　计	-	0.59	1.26	-
其他应收款				
马廷方	0.87	0.87	0.87	0.87
灿泰进出口	-	14.26	6.06	0.34
万事利集团及下属企业	-	8.97	-	-
锐拓纺织	-	6.26	7.51	-
万坤婴童	-	-	11.22	1.52
滕俊楷	-	-	2.25	-
文礼	-	-	0.28	-
小　计	0.87	30.35	28.19	2.73
其他非流动资产				
布调科技	-	-	44.00	44.00
小　计	-	-	44.00	44.00

2、应付关联方款项

报告期各期末，公司应付关联方款项如下表所示：

单位：万元

关联方名称	2020.6.30	2019.12.31	2018.12.31	2017.12.31
应付账款				
万事利集团及下属企业	54.44	49.69	163.04	275.66
海宁万事利	5.29	5.29	5.29	5.29
锐拓纺织	-	-	0.42	-
小　计	59.73	54.99	168.75	280.96
预收账款				
万事利集团及下属企业	12.07	-	10.35	-
瑞能通信	0.67	-	0.67	-
杭州海皇	0.44	-	-	-
先临三维	-	3.26	-	-
布调科技	-	-	-	47.30
小　计	13.19	3.26	11.02	47.30
其他应付款				
万事利集团及下属企业	31.73	14.11	517.54	355.00
必豪纺织品	1.50	1.50	1.50	1.50
马廷方	0.47	0.13	1.31	-
姚洪妹	-	7.55	-	-
孙立新	-	0.96	1.93	-
屠红燕	-	-	30.46	-
李建华	-	-	7.31	-
万事利化工	-	-	1.00	1.00
滕俊楷	-	-	-	2.95
锐拓纺织	-	-	-	0.04
万坤婴童	-	-	-	0.02
小　计	33.70	24.25	561.05	360.50

（四）关联交易简要汇总表及对公司经营状况和财务状况的影响

报告期内，公司全部关联交易的简要汇总表如下：

类别	关联交易内容	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
		交易金额（万元）	占同类交易比例	交易金额（万元）	占同类交易比例	交易金额（万元）	占同类交易比例	交易金额（万元）	占同类交易比例
经常	采购商品、接受劳务	87.60	0.40%	363.43	0.85%	556.94	1.23%	1,582.07	3.12%

类别	关联交易内容	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
		交易金额（万元）	占同类交易比例	交易金额（万元）	占同类交易比例	交易金额（万元）	占同类交易比例	交易金额（万元）	占同类交易比例
性关联交易	销售商品、提供劳务	302.71	0.78%	1,089.52	1.50%	1,079.96	1.44%	1,202.90	1.69%
	租入房屋	245.62	41.37%	449.39	37.75%	522.39	37.40%	337.51	24.13%
	租出房屋	48.34	20.45%	95.30	19.52%	106.49	21.38%	126.02	25.96%
	关键管理人员薪酬	344.53	7.09%	727.34	6.36%	671.47	5.99%	626.93	6.11%
偶发性关联交易	购买资产	-	-	-	-	225.52	-	1.00	-
	资金拆入	-	-	-	-	-	-	389.76	-
	偿还借款	-	-	-	-	-	-	4,726.24	-
	收回借款	-	-	-	-	-	-	740.53	-
	收购股权	-	-	-	-	-	-	1,602.40	

注：租入、租出房屋金额占同类交易比例系以报告期各期房租总支出、房租总收入为计算基数，关键管理人员薪酬占同类交易比例系以报告期各期薪酬发生额为计算基数。

报告期内，公司关联销售、关联采购等经常性交易均参照市场价格，定价公允，且交易金额占营业收入、当期采购总额的比例总体较低，关联资金拆借在报告期内也进行了清理规范。因此，报告期内，公司关联交易对公司财务状况和经营成果的影响较小。

（五）比照关联交易披露的相关交易

1、向其他潜在利益相关方采购商品与接受劳务

单位：万元

其他潜在利益相关方名称	交易内容	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
		金额	占同类交易的比例	金额	占同类交易的比例	金额	占同类交易的比例	金额	占同类交易的比例
龙品纺织	采购服装等	8.81	0.04%	8.50	0.02%	10.97	0.02%	149.55	0.29%
深圳万事利	采购文化创意品	-	-	31.34	0.07%	-	-	53.79	0.11%
夯泰服饰	采购服装等	-	-	-	-	116.38	0.26%	461.92	0.91%
	接受服装加工服务等	-	-	-	-	736.95	1.63%	830.97	1.64%
鲸鱼科技	接受劳务	-	-	-	-	21.51	0.05%	-	-
辽宁万事利	采购贵金属	-	-	-	-	10.22	0.02%	-	-
乾协贸易	采购瓷器	-	-	-	-	-	-	295.72	0.58%
合计		**8.81**	**0.04%**	**39.84**	**0.09%**	**896.03**	**1.98%**	**1,791.95**	**3.53%**

注：占同类交易的比例系以当期采购总额为计算基数。

上述交易对象并非公司根据相关法律法规界定的关联方，但根据谨慎性原则，公司将上述交易比照关联交易进行披露。报告期内，公司向其他潜在利益相关方合计采购金额分别为 1,791.95 万元、896.03 万元、39.84 万元和 8.81 万元，占当期采购总额的比重分别为 3.53%、1.98%、0.09%和 0.04%，公司向其他潜在利益相关方采购的金额较小且逐年下降，对公司的财务情况和经营成果不产生重大影响。

（1）向夯泰服饰采购服装、服装加工服务等

发行人 2017-2018 年度向夯泰服饰采购商品，以成品服装为主，包括男女睡衣、男女睡袍、吊带、睡裙等，由于发行人产品种类较多，并根据市场需求灵活调整采购内容，所采购的成品服装中仅有少数品种存在除夯泰服饰之外的其他供应商，其向夯泰服饰采购价与向第三方供应商采购价无重大差异。

品名	2018 年度		2017 年度		其他供应商 2018 年度单价（元）
	金额（万元）	单价（元）	金额（万元）	单价（元）	
A 款服装	13.25	441.61	21.49	384.49	415.01
B 款服装	23.90	456.12	27.20	404.79	445.18
C 款服装	-	-	11.39	381.02	376.21
D 款服装	-	-	20.80	420.24	423.63
可比品种合计	37.15	-	80.89	-	-
成品服装合计	109.56	-	414.47	-	-
占比	33.91%	-	19.52%	-	-

注：为保护商业机密，上表具体型号服装以 A、B、C、D 代替。

发行人 2017-2018 年向夯泰服饰采购服装加工服务。由于服装材料、款式、制造方法多样，不存在标准价格，发行人通过版房打样、向多个供应商询价等方式对价格公允性进行控制，采购价格公允。

（2）向乾协贸易采购瓷器

2017 年，发行人曾向乾协贸易采购瓷器，自 2017 年 6 月起直接向瓷器生产商进行采购，具体采购价格如下：

细分品类	采购金额（万元）	占向乾协贸易采购额的比重	向乾协贸易采购单价（元）	向其他供应商采购单价（元）
A 款瓷器	217.08	73.41%	283.84	273.10

细分品类	采购金额（万元）	占向乾协贸易采购额的比重	向乾协贸易采购单价（元）	向其他供应商采购单价（元）
B 款瓷器	13.06	4.41%	1,865.04	1,759.49
C 款瓷器	10.96	3.71%	1,565.89	1,509.74
合计	**241.10**	**81.53%**	-	-

注：为保护商业机密，上表具体型号瓷器以 A、B、C 代替。

发行人向乾协贸易进行采购的单价与向其他供应商进行采购的单价无重大差异，交易价格公允。

（3）其他向潜在利益相关方的采购

2018 年-2020 年 6 月，发行人向龙品纺织采购面料，金额较小，价格以市场价确定，定价公允。2017 年，发行人与龙品纺织进行合作开发客户，双方合作设计并由龙品纺织生产服装，发行人进行采购后全部销售给客户，考虑到龙品纺织承担的工作较多，发行人所赚取较低的毛利，该交易具有商业合理性。2019 年，发行人向深圳万事利采购家纺产品，主要是由于客户需求较为紧急，发行人出于降低物流成本与缩短交货时间的考虑从深圳万事利处回购相应产品并销售给客户，上述交易价格按照市场价确定，定价公允。

2、向其他潜在利益相关方销售商品和提供劳务

单位：万元

其他潜在利益相关方名称	性质	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
		金额	占同类交易的比例	金额	占同类交易的比例	金额	占同类交易的比例	金额	占同类交易的比例
加盟商									
丝府文化	销售文化创意产品	71.72	0.19%	302.34	0.42%	-	-	-	-
子隆贸易	销售文化创意产品	37.25	0.10%	50.90	0.07%	195.22	0.26%	246.26	0.35%
辽宁万事利	销售文化创意产品	9.99	0.03%	134.28	0.19%	325.19	0.44%	215.10	0.30%
经销商									
深圳万事利	销售文化创意产品	118.19	0.31%	523.14	0.72%	680.67	0.92%	698.02	0.99%
北京万事利	销售文化创意产品	112.97	0.29%	415.45	0.57%	-	-	-	-
智蓝云商	销售文化创意产品	18.27	0.05%	84.62	0.12%	88.29	0.12%	34.70	0.05%
福缘文化	销售文化创意产品	4.89	0.01%	57.16	0.08%	47.99	0.06%	56.48	0.08%
广州万事利丝绸	销售文化创意产品	1.87	0.00%	14.28	0.02%	-	-	-	-

单位：万元

其他潜在利益相关方名称	性质	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
		金额	占同类交易的比例	金额	占同类交易的比例	金额	占同类交易的比例	金额	占同类交易的比例
	提供劳务	-	-	6.37	0.01%	-	-	-	-
蓝创工贸	销售文化创意产品	0.16	0.00%	56.08	0.08%	27.43	0.04%	54.06	0.08%
万美通贸易	销售文化创意产品	-	-	55.02	0.08%	51.01	0.07%	42.63	0.06%
橘气贸易	销售文化创意产品	-	-	44.95	0.06%	29.83	0.04%	-	-
久购贸易	销售文化创意产品	-	-	-	-	6.67	0.01%	32.09	0.05%
其他客户									
帛淼服饰	销售面料等产品	110.04	0.28%	482.28	0.67%	318.12	0.43%	111.29	0.16%
	提供印花加工等服务	353.22	0.91%	699.45	0.97%	162.78	0.22%	0.57	0.00%
龙品纺织	销售面料等产品	0.70	0.00%	147.26	0.20%	285.87	0.38%	-	-
	提供印花加工等服务	144.09	0.37%	251.82	0.35%	-	-	-	-
西安孙悟空	销售文化创意品等产品	12.55	0.03%	57.01	0.08%	57.42	0.08%	-	-
万礼科技	销售文化创意品等产品	6.35	0.02%	0.65	0.00%	-	-	-	-
世庆贸易	销售文化创意品等产品	2.76	0.01%	6.59	0.01%	-	-	-	-
卡腾婴童	提供物业管理等服务	1.62	0.00%	3.43	0.00%	-	-	-	-
华钛机械	销售文化创意品等产品	0.06	0.00%	-	-	0.04	0.00%	-	-
鲸鱼科技	销售机器、墨水等	-	-	46.79	0.06%	225.76	0.30%	182.83	0.26%
舞阳市场管理	销售文化创意品等产品	-	-	4.29	0.01%	1.22	0.00%	-	-
每敏物流	销售文化创意品等产品	-	-	0.55	0.00%	0.17	0.00%	-	-
夯泰服饰	销售面料等产品	-	-	-	-	-	-	32.58	0.05%
	提供印花加工、物业管理等服务	-	-	-	-	80.38	0.11%	46.49	0.07%
丝绸博物馆	销售文化创意品等产品	-	-	-	-	0.14	0.00%	-	-
标绣贸易	销售文化创意品等产品	-	-	-	-	-	-	13.05	0.02%
大谷贸易	销售文化创意品等产品	-	-	-	-	-	-	0.33	0.00%
合 计		**1,006.71**	**2.60%**	**3,444.70**	**4.77%**	**2,584.20**	**3.48%**	**1,766.47**	**2.50%**

注：占同类交易的比例系以当期销售收入为计算基数。

报告期内，公司向部分加盟商、经销商及其他客户销售文化创意品、面料、墨水等产品，并向部分客户提供印花加工、物业管理等服务。上述客户并非公司

根据相关法律法规界定的关联方，但根据谨慎性原则，公司将上述交易比照关联交易进行披露。上述与其他潜在利益相关方交易的价格按照市场交易价格确定，定价公允。

报告期内，公司向其他潜在利益相关方合计销售金额分别为 1,766.47 万元、2,584.20 万元、3,444.70 万元和 1,006.71 万元，占当期营业收入的比重分别为 2.50%、3.48%、4.77%和 2.60%，公司向其他潜在利益相关方销售金额较小，对公司的财务情况和经营成果不产生重大影响。

（1）向经销商、加盟商销售丝绸文化创意品

发行人向上表中经销商、加盟商销售文化创意品，其所享受的基准折扣按照发行人对分销商供货价格政策确定。其中深圳万事利、北京万事利因分别承接了发行人深圳、北京地区原分支机构员工，发行人按制度在经销商基准折扣的基础上再对其给予一定的价格支持。部分经销商所享受的折扣低于现行价格政策的规定，主要是由于该政策制定于 2017 年，近年来在经销谈判实务中发行人会根据市场实际情况进行灵活调整，但其折扣仍控制在合理范围内，总体不低于加盟商所享受的折扣水平。综上所述，上述定价合理、公允。除上述加盟商、经销商外，发行人向其他潜在利益相关方销售文化创意品的价格按照销售团队价格政策确定。

①辽宁万事利销售公允性分析

报告期内，公司向辽宁万事利及其他加盟商销售情况比较如下：

A、产品结构分析

单位：万元

名称	细分产品	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
辽宁万事利	丝巾	0.72	50.62	102.28	68.89
	品牌服装	0.13	32.92	82.00	49.06
	组合套装	5.52	32.45	120.53	38.48
	家纺	0.97	7.64	10.08	39.03
	合计金额	**7.34**	**123.63**	**314.89**	**195.46**
	占比	73.47%	92.07%	96.83%	90.87%
当期其他前	丝巾	119.47	1,164.83	1,180.56	1,199.91

单位：万元

名称	细分产品	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
五大加盟商[注]	品牌服装	92.57	760.36	663.17	739.87
	组合套装	21.79	210.52	232.32	267.86
	家纺	196.99	1,712.35	883.92	1,017.95
	合计金额	**430.82**	**3,848.06**	**2,959.97**	**3,225.59**
	占比	95.63%	97.21%	93.79%	92.26%

注：取数口径为当期除辽宁万事利外其他销售金额前五大加盟商，下同。

公司向辽宁万事利销售的主要产品类别与其他前五大加盟商基本相同，均为丝巾、品牌服装、组合套装及家纺，2017-2019 年公司向辽宁万事利销售上述四类产品占比在 90%以上，2020 年 1-6 月因其终端客户需求向公司采购了一批定制领带，导致四类产品销售占比有所下降。报告期内，公司向其他前五大加盟商销售四类产品占比在 90%以上。

B、销售单价分析

报告期内，公司向辽宁万事利销售产品的折扣政策与其他前五大加盟商差异较小，故通常情况下公司其他前五大加盟商销售相同产品的单价差异较小。报告期内，公司向加盟商销售具体产品超过 8,000 种，不同具体产品之间销售单价差异较大，其中丝巾、品牌服装单价从数十元至数万元不等，组合套装单价从数十元至数千元不等，因销售具体产品的结构差异导致公司向辽宁万事利与向其他前五大加盟商销售同一品类产品平均单价存在一定差异。经比对同大类产品下销售金额前十大细分产品的销售单价，公司向辽宁万事利和向其他前五大加盟商销售价格不存在重大差异，公司向辽宁万事利和向其他前五大加盟商销售价格不存在重大差异，具体比较如下：

单位：元

项目		2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
丝巾	丝巾品类销售给辽宁万事利平均单价[注 1]	131.29	133.10	91.54	179.21
	丝巾品类销售给当期其他前五大加盟商的平均单价[注 2]	153.17	162.89	159.11	155.14
	辽宁万事利丝巾品类前十大细分产品销售占比[注 3]	86.22%	25.60%	24.94%	21.91%
	丝巾品类下辽宁万事利前十大细分产品销售单价与当期其他前五大加盟商相应产品销售单	-6.47%	-4.65%	-6.82%	5.04%

单位：元

项目		2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
	价的平均差异率[注 4]				
品牌服装	品牌服装品类销售给辽宁万事利平均单价	631.86	628.19	780.18	663.92
	品牌服装品类销售给当期其他前五大加盟商的平均单价	514.25	403.78	503.20	440.40
	辽宁万事利品牌服装品类前十大细分产品销售占比	100.00%	19.93%	19.45%	17.52%
	品牌服装品类下辽宁万事利前十大细分产品销售单价与当期其他前五大加盟商相应产品销售单价的平均差异率	-6.67%	0.00%	-7.93%	15.42%
组合套装	组合套装品类销售给辽宁万事利平均单价	122.67	147.59	290.02	259.99
	组合套装品类销售给当期其他前五大加盟商的平均单价	181.58	195.63	249.13	369.97
	辽宁万事利组合套装品类前十大细分产品销售占比	96.35%	69.28%	94.87%	84.81%
	组合套装品类下辽宁万事利前十大细分产品销售单价与当期其他前五大加盟商相应产品销售单价的平均差异率	5.04%	0.61%	-0.03%	3.46%

注 1：平均单价计算过程为公司向辽宁万事利销售丝巾类产品总销售额/公司向辽宁万事利销售丝巾类产品总数量；

注 2：取数口径为当期除辽宁万事利外其他销售金额前五大加盟商，平均单价计算过程同辽宁万事利，针对品牌服装、组合套装品类的分析采用同样的取数口径；

注 3：取数口径为当期公司向辽宁万事利销售丝巾品类下销售金额前十大细分产品的销售额占丝巾品类销售额的比例，针对品牌服装、组合套装品类的分析采用同样的取数口径；

注 4：取数口径为当期公司向辽宁万事利销售丝巾品类下销售金额前十大产品的销售单价，减去公司向除辽宁万事利外其他前五大加盟商销售相应产品的销售单价计算差异率，前十大产品的差异率取算术平均值得出平均差异率，针对品牌服装、组合套装品类的分析采用同样的取数口径；差异率为负数代表公司销售给辽宁万事利产品价格低于其他前五大加盟商，反之亦然。

从具体产品来看，报告期内，发行人向辽宁万事利销售的丝巾前十大细分产品与其他前五大加盟商的平均单价差异率为 5.04%、-6.82%、-4.65%和-6.47%，差异率较低；发行人向辽宁万事利销售的品牌服装前十大细分产品与其他前五大加盟商的平均单价差异率为 15.42%、-7.93%、0.00%和-6.67%，其中 2017 年度因其他前五大加盟商睡衣采购金额较大享受较为优惠的价格导致公司向辽宁万事利销售部分品牌服装单价较高，具备合理性；发行人向辽宁万事利销售的组合套装前十大细分产品与其他前五大加盟商的平均单价差异率为 3.46%、-0.03%、0.61%和 5.04%，差异率较低；针对具体产品，发行人向辽宁万事利与其他加盟

商的销售价格不存在重大差异。

C、毛利率分析

报告期内，公司向辽宁万事利、当期其他前五大加盟商销售毛利率比较如下：

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
辽宁万事利	36.86%	32.52%	29.92%	43.92%
当期其他前五大加盟商[注]	39.02%	38.71%	42.54%	42.45%

注：取数口径为当期其他前五大加盟商合计销售毛利/当期其他前五大加盟商合计销售金额。

2018-2019 年公司向辽宁万事利销售毛利率较其他前五大加盟商偏低，主要系公司于 2018 年中与辽宁万事利合作开发用于电视购物平台的个性化定制产品，为期 1 年，该批产品折扣较低导致整体毛利率较低。

综上，从产品结构、销售单价、毛利率等维度对比，公司向辽宁万事利销售与其他主要加盟商销售不存在重大差异，公司向辽宁万事利销售真实，定价公允，不存在虚增收入和利润的情形。

②深圳万事利、北京万事利销售公允性分析

A、产品结构分析

单位：万元

名称	细分产品	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
深圳万事利	丝巾	32.75	240.96	394.45	366.22
	组合套装	39.74	127.52	94.42	87.29
	家纺	31.09	53.18	71.74	65.89
	合计金额	**103.58**	**421.66**	**560.61**	**519.40**
	占比	88.63%	80.60%	82.36%	74.41%
北京万事利	丝巾	64.99	209.09	-	-
	组合套装	16.57	110.20	-	-
	家纺	15.91	22.18	-	-
	合计金额	**97.47**	**341.47**	**-**	**-**
	占比	86.28%	82.19%	-	-
当期其他前五大经/代	丝巾	107.50	218.28	619.61	691.88
	组合套装	118.17	246.17	49.20	278.02

单位：万元

名称	细分产品	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
销商[注]	家纺	72.56	562.34	1,309.92	1,896.60
	合计金额	**298.23**	**1,026.79**	**1,978.73**	**2,866.49**
	占比	82.40%	84.99%	76.42%	97.22%

注：取数口径为当期除深圳万事利、北京万事利外其他销售金额前五大经/代销商，下同。

公司向深圳万事利、北京万事利及其他前五大经/代销商销售的产品主要为丝巾、组合套装及家纺，三类产品销售占比均在 80%左右。

B、销售单价分析

因深圳万事利、北京万事利属于地区代理型经销商，且采购金额较大，各期均为公司前三大经/代销商，故通常情况下对于相同产品上述 2 家经销商享受更优惠的价格，通常其常规产品的折扣低于其他经/代销商 10%-30%。此外，报告期内公司向经/代销商销售具体产品超过 4,000 种，不同具体产品销售单价差异较大，丝巾和组合套装单价从数十元至数千元不等，家纺单价从数十元至数万元不等，销售具体产品的结构差异导致平均单价波动，具体比较如下：

单位：元

项目		2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
丝巾	丝巾品类销售给深圳万事利平均单价[注 1]	109.87	116.60	142.26	112.64
	丝巾品类销售给北京万事利平均单价[注 1]	121.89	119.16	/	/
	丝巾品类销售给当期其他前五大经/代销商的平均单价[注 2]	132.27	140.64	87.30	103.77
	深圳万事利丝巾品类前十大细分产品销售占比[注 3]	48.89%	30.17%	44.84%	40.06%
	丝巾品类下深圳万事利前十大细分产品销售单价与当期其他前五大经/代销商相应产品销售单价的平均差异率[注 4]	-31.62%	-19.49%	-67.10%	-35.68%
	北京万事利丝巾品类前十大细分产品销售占比[注 3]	76.55%	43.74%	/	/
	丝巾品类下北京万事利前十大细分产品销售单价与当期其他前五大经/代销商相应产品销售单价的平均差异率[注 4]	/	-18.72%	/	/
组合套装	组合套装品类销售给深圳万事利平均单价	127.46	153.25	162.81	307.46

单位：元

项目		2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
	组合套装品类销售给北京万事利平均单价	175.88	247.96	/	/
	组合套装品类销售给当期其他前五大经/代销商的平均单价	163.90	256.05	126.05	256.05
	深圳万事利组合套装品类前十大细分产品销售占比	72.98%	63.21%	65.31%	73.40%
	组合套装品类下深圳万事利前十大细分产品销售单价与当期其他前五大经/代销商相应产品销售单价的平均差异率	-25.99%	-23.82%	-24.38%	-66.67%
	北京万事利组合套装品类前十大产品销售占比	78.58%	71.72%	/	/
	组合套装品类下北京万事利前十大产品销售单价与当期其他前五大经/代销商相应产品销售单价的平均差异率	-9.04%	-26.26%	/	/
家纺	家纺品类销售给深圳万事利平均单价	416.17	390.46	306.19	298.53
	家纺品类销售给北京万事利平均单价	619.08	1,246.06	/	/
	家纺品类销售给当期其他前五大经/代销商的平均单价	490.26	576.76	311.45	444.52
	深圳万事利家纺品类前十大细分产品销售占比	94.13%	69.53%	73.74%	79.67%
	家纺品类下深圳万事利前十大细分产品销售单价与当期其他前五大经/代销商相应产品销售单价的平均差异率	-4.01%	-2.06%	-25.47%	-30.65%
	北京万事利家纺品类前十大产品销售占比	100.00%	60.41%	/	/
	家纺品类下北京万事利前十大产品销售单价与当期其他前五大经/代销商相应产品销售单价的平均差异率	1.77%	-12.09%	/	/

注 1：平均单价计算过程为公司向深圳万事利或北京万事利销售丝巾类产品总销售额/公司向深圳万事利或北京万事利销售丝巾类产品总数量；

注 2：取数口径为当期公司向除深圳万事利、北京万事利外其他销售金额前五大经/代销商，平均单价计算过程同深圳万事利和北京万事利，针对组合套装、家纺品类的分析采用同样的取数口径；

注 3：取数口径为当期公司向深圳万事利或北京万事利销售丝巾品类下前十大细分产品的销售额占丝巾品类销售额的比例，针对组合套装、家纺品类的分析采用同样的取数口径；

注 4：取数口径为当期公司向深圳万事利或北京万事利销售丝巾品类下前十大产品的销售单价，减去公司向除深圳万事利、北京万事利外销售金额其他前五大经/代销商销售相应产品的销售单价计算差异率，前十大产品的差异率取算术平均值得出平均差异率，针对组合套装、家纺品类的分析采用同样的取数口径；差异率为负数代表公司销售给深圳万事利或北京万事利产品价格低于其他前五大经/代销商，反之亦然。

经比对同大类产品下销售金额前十大细分产品的销售单价，公司向深圳万事利、北京万事利低于向其他前五大经销商销售价格具体而言：

报告期内，发行人向深圳万事利销售的丝巾前十大细分产品与其他前五大经/代销商的平均单价差异率为-35.68%、-67.10%、-19.49%和-31.62%，2018 年因公司向其他电视购物渠道经/代销商销售某款丝巾产品价格较高（公司主要向该客户销售家纺产品，当期销售约 30 万元的丝巾产品，该部分销售不享受经/代销商的价格政策，单价较高），导致公司向深圳万事利销售单价大幅低于其他前五大经/代销商，上述情形具备合理性；2019 年度，发行人向北京万事利销售的丝巾前十大细分产品与其他前五大经/代销商的平均单价差异率为-18.72%，2020 年 1-6 月，发行人向北京万事利销售的丝巾前十大子品类均为定制品，无可比单价。

报告期内，发行人向深圳万事利销售的组合套装前十大细分产品与其他前五大经/代销商的平均单价差异率为-66.67%、-24.38%、-23.82%和-25.99%，2017 年深圳万事利采购的部分丝瓷组合套装申请了较低的折扣，该部分丝瓷组合套装采购额占深圳万事利当期组合套装采购额的比重达 34.02%，导致其 2017 年组合套装平均单价大幅低于当期其他前五大经/代销商，上述情形具备合理性；2019 年度和 2020 年 1-6 月，发行人向北京万事利销售的组合套装前十大细分产品与其他前五大经/代销商的平均单价差异率为-26.26%、-9.04%。

报告期内，发行人向深圳万事利销售的家纺前十大细分产品与其他前五大经/代销商的平均单价差异率为-30.65%、-25.47%、-2.06%和-4.01%，2019 年度和 2020 年 1-6 月，发行人向北京万事利销售的家纺前十大细分产品与其他前五大经/代销商的平均单价差异率为-12.09%、1.77%，2020 年 1-6 月，因其采购某款非常规产品（非常规产品不执行经销协议折扣政策，根据客户具体订单确定价格），导致公司向北京万事利销售单价基本与其他前五大经/代销商一致，上述情形具备合理性。

整体而言，因深圳万事利、北京万事利为公司地区代理型经销商，各期均为公司前三大经/代销商，其具体产品的销售单价普遍低于其他经/代销商，部分品类单价偏离率较大亦具备合理性，不存在重大异常。

C、毛利率变动分析

报告期内，公司向深圳万事利、北京万事利、其他前五大经/代销商销售毛利率如下：

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
深圳万事利	37.89%	36.75%	48.31%	46.53%
北京万事利	40.57%	35.76%	/	/
当期其他前五大经/代销商[注]	48.09%	36.73%	31.01%	35.56%

注：取数口径为当期其他前五大经/代销商合计销售毛利/当期其他前五大经/代销商合计销售金额。

公司主要经/代销商中因销售渠道、定制或常规产品、提货规模不同导致毛利率存在差异，2017-2018 年公司向其他前五大经/代销商销售毛利率较低主要系当期公司向 3 家经/代销商销售了毛利率相对较低的定制款产品，拉低了整体销售毛利率，扣除上述三家特殊客户低毛利率影响，当期其他前五大经/代销商销售毛利率分别为 47.41%、50.12%，深圳万事利销售毛利率差异相对较小。

D、深圳万事利销售毛利率及定价公允性

a、向深圳万事利销售毛利率与丝绸文化创意品前五大客户对比

报告期各期，深圳万事利均系丝绸文化创意品前五大客户，发行人向深圳万事利销售毛利率为 46.53%、48.31%、36.75%和 37.89%。其中，2017-2018 年度，公司向深圳万事利销售毛利率较高，主要原因系：前五大客户中，部分直销客户存在针对单一产品的大额采购，公司在适当审批后执行相对较低的报价，部分分销客户因销售规模较大或单款产品采购数量较大等因素，享受相对较低的价格，毛利率相对较低：如事帛丝绸及其关联方 2017 年及 2018 年提货额均超过 1,000 万元，系公司同时期销售额最高的加盟商，福粒科技 2018 年度存在针对单款产品的大额订单超过 500 万元，惠买在线及其关联方系电视购物渠道运营商，采购产品主要为定制家纺产品，2017 年及 2018 年提货额均超过 1,000 万元。2017 年度和 2018 年度，深圳万事利分别系公司第五大客户和第四大客户，公司向其销售金额为 698.02 万元和 680.67 万元，其作为分销商不存在单笔大额采购，采购总额亦相对低于事帛丝绸、惠买在线等分销商，因此，2017 年度和 2018 年度，深圳万事利毛利率与其他前五大客户存在一定差异。

2019-2020 年 6 月，公司向深圳万事利销售毛利率与丝绸文化创意品前五大

客户中其他分销客户毛利率水平不存在重大差异，公司向深圳万事利销售毛利率与丝绸文化创意品前五大客户中其他直销客户毛利率的差异除直销客户采购定制产品毛利率较低外，部分直销客户当期仅有小额销售（如中国邮政），销售毛利率较高。

b、向深圳万事利销售毛利率与加盟、经销渠道对比

报告期内，公司向深圳万事利销售毛利率加盟及经销渠道平均毛利率情况具体如下：

项　目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
深圳万事利	37.89%	36.75%	48.31%	46.53%
加盟商	/	/	43.18%	43.83%
经销商	45.80%	42.85%	/	/

注：加盟商毛利率系丝绸文化创意品加盟商客户平均毛利率，经销商毛利率系丝绸文化创意品经销商客户平均毛利率。由于深圳万事利 2017-2018 年度为加盟商而 2019-2020 年 6 月为经销商，为便于比较，此处仅列示 2017-2018 年度加盟商毛利率和 2019-2020 年 6 月经销商毛利率。

2017-2018 年度深圳万事利为公司加盟商，2019 年 3 月起，深圳万事利与公司重新签订合作协议，合作性质变更为经销模式。

2017-2018 年度，公司向深圳万事利销售的毛利率略高于加盟商平均毛利率，主要原因系销售结构差异。2017-2018 年度，深圳万事利与加盟商整体销售结构与毛利率情况如下：

项　目		2018 年度		2017 年度	
		毛利率	销售占比	毛利率	销售占比
丝巾产品	深圳万事利	49.35%	57.95%	48.71%	52.47%
	加盟商平均	50.35%	38.84%	52.46%	36.14%
家纺、服装产品	深圳万事利	39.64%	12.39%	32.78%	13.14%
	加盟商平均	35.68%	44.40%	36.55%	48.66%
丝绸文化创意品其他产品[注]	深圳万事利	49.88%	29.66%	48.45%	34.40%
	加盟商平均	46.43%	16.76%	46.59%	15.20%

注：取数口径为除上表列示的丝巾、家纺、服装产品外，其他丝绸文化创意品平均毛利率。

2017-2018 年度，深圳万事利在终端销售环节除面向个人消费者外，还存在部分企事业单位客户，此类终端客户对公司丝巾产品存在部分商务性需求，因此

公司向深圳万事利销售的产品以毛利率较高的丝巾产品为主，丝巾产品销售占比均超过 50%，而毛利率较低的家纺和服装产品销售占比仅为 12-13%。公司部分加盟商以面向个人消费为主，对于家纺、服装等个人消费属性较强的产品需求相对较高，因此，加盟商销售除丝巾外，家纺和服装产品销售占比超过 40%。因此，深圳万事利销售毛利率略高于加盟商平均毛利率。

2019-2020 年 6 月，公司向深圳万事利销售的毛利率低于经销商平均毛利率，主要原因系深圳万事利与前五大客户中其他分销商相比销售规模较大，公司基于销售规模、合作历史等因素考虑，给予深圳万事利的折扣低于其他经销商平均水平。深圳万事利当期销售结构以丝巾、组合套装为主，销售结构与经销商整体销售结构相似。

公司向深圳万事利销售的毛利率与其他客户存在一定差异，差异原因具有合理性。公司按照定价制度确定对深圳万事利的销售价格，销售定价公允。

综上，公司向深圳万事利、北京万事利销售真实，定价公允，不存在虚增收入和利润的情形。

（2）向帛淼服饰、龙品纺织提供印花加工服务

报告期内，发行人向帛淼服饰、龙品纺织提供印花加工服务，该服务受面料材质、花型复杂度、加工数量、后道工序等多重因素影响，报价存在一定范围的波动。数码印花加工单价比较结果如下：

客户	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	加工金额（万元）	单价（元）	加工金额（万元）	单价（元）	加工金额（万元）	单价（元）	加工金额（万元）	单价（元）
帛淼服饰	353.22	8.81	622.79	13.00	111.91	10.77	0.51	29.91
龙品纺织	144.05	8.31	251.82	13.33	-	-	-	-
其他同类数码喷印	325.87	12.28	570.40	11.69	498.18	14.34	201.32	14.21

2017 年度，帛淼服饰仅进行少量打样，故单价较高；2020 年 1-6 月，由于公司印花加工业务受到新冠肺炎疫情影响，而帛淼服饰与龙品纺织订单量较大，工艺较为简单，故单价较低。帛淼服饰、龙品纺织加工单价与同类业务第三方客户相比存在一定差异，但具有商业合理性。

（3）向龙品纺织、帛淼服饰销售面料

报告期内，发行人主要向龙品纺织、帛淼服饰销售面料，其单价与向其他第三方客户销售的单价无重大差异，细微差异主要系由于面料门幅宽度不同，导致单价不同，整体销售价格公允、合理，具体如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
龙品纺织				
有可比价格的主要面料品类销售金额	-	135.02	239.82	-
占向龙品纺织当期销售额的比重	-	91.69%	83.89%	-
与可比价格偏离率加权平均值	-	-1.23%	-0.11%	-
帛淼服饰				
有可比价格的主要面料/服装品类销售金额	66.39	285.87	289.30	108.84
占向帛淼服饰当期销售额的比重	60.33%	60.53%	92.66%	100.00%
与可比价格偏离率加权平均值	19.50%	-1.52%	-9.98%	1.64%

注 1：偏离率=（销售单价-可比价格）/销售单价，加权平均值=∑（偏离率*该品类销售金额/可比主要品类销售总金额），偏离率为负数说明发行人向龙品纺织销售价格低于向其他第三方客户销售价格；
注 2：2020 年 1-6 月帛淼服饰偏离率加权平均值较高主要是因为向帛淼服饰销售的 22MM 双乔绉门幅为 140CM，向其他客户销售的 22MM 双乔绉门幅为 114CM；
注 3：2020 年 1-6 月帛淼服饰可比品类占比较低是由于当期销售了部分家纺产品，价格按照统一定价政策确定，定价公允；2019 年度可比品类占比较低是由于部分面料当期仅此一家客户，无可比价格。

（4）向承租下沙万事利工业园房屋的企业提供物业管理等服务

报告期内，发行人向承租下沙万事利工业园房屋的潜在利益相关方提供物业管理等服务，收取费用情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
物业、水电、停车费等	1.62	3.43	42.45	28.69

其中物业管理费视房屋楼层、用途、入驻时长等因素不同略有调整，水费、电费、停车费等价格与其他租户一致。发行人向关联方与其他租户收取的物业管理费等费用标准无重大差异，定价公允。

（5）向鲸鱼科技销售数码印花设备、墨水、其他配饰等

2017-2019 年，公司向鲸鱼科技销售金额分别为 182.83 万元、225.76 万元、46.79 万元，销售的产品主要包括数码印花设备、墨水等，2020 年 1-6 月未产生销售。公司向鲸鱼科技销售的产品与向第三方销售情况比较如下：

单位：台、件，万元/台、元/件

项目	客户名称	2020 年 1-6 月		2019 年		2018 年		2017 年	
		数量	单价	数量	单价	数量	单价	数量	单价
数码印花设备	鲸鱼科技	-	-	-	-	7	22.54	10	18.03
	第三方客户	-	-	-	-	4	27.26	4	19.66
墨水	鲸鱼科技	-	-	3,950	118.45	5,860	115.65	184	119.66
	第三方客户	740	123.89	6,330	122.43	12,380	130.54	10,196	132.85
其他	鲸鱼科技	-	-	-	-	5	539.00	8	356.62

注：其他主要系丝巾等配饰。

报告期内，公司向各客户销售的数码印花设备、墨水主要型号不同，导致单价存在略微差异，整体销售单价差异较小。

3、房屋租赁

报告期内，为满足公司本部行政、财务、销售部门的办公需求，公司向其他潜在利益相关方租用经营用房；万事利数码多余的办公、生产及仓储用房也向其他潜在利益相关方出租。

（1）向其他潜在利益相关方承租

单位：万元

出租方	承租方	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
黄剑锋	万事利丝绸	5.10	10.19	10.19	10.00
合 计		**5.10**	**10.19**	**10.19**	**10.00**

注：黄剑锋为万事利集团现任员工。

（2）租赁给其他潜在利益相关方

单位：万元

出租方	承租方	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
万事利数码	卡腾婴童	2.42	4.66	-	-
万事利数码	夯泰服饰	-	-	44.61	11.00
合 计		**2.42**	**4.66**	**44.61**	**11.00**

报告期内，公司向其他潜在利益相关方出租或承租房屋的作价参考同区域房产租金确认，与同区域无关联第三方单位租金以及同区域的市场租金价格不存在明显差异，定价公允。

4、其他潜在利益相关方应收应付款项

（1）应收其他潜在利益相关方款项

报告期各期末，公司应收其他潜在利益相关方款项如下表所示：

单位：万元

其他潜在利益相关方名称	2020.6.30	2019.12.31	2018.12.31	2017.12.31
应收账款				
龙品纺织	265.73	292.61	331.52	-
帛淼服饰	241.32	287.37	83.72	127.34
北京万事利	230.77	278.70	-	-
丝府文化	53.86	55.47	-	-
深圳万事利	42.99	94.56	40.38	92.04
万美通贸易	34.14	34.14	29.19	35.08
久购贸易	25.84	25.84	25.84	18.11
橘气贸易	11.08	11.08	7.78	-
智蓝云商	4.24	26.30	10.74	-
辽宁万事利	4.02	20.76	-	27.21
世庆贸易	3.69	6.57	-	-
万礼科技	3.53	-	-	-
蓝创工贸	2.18	2.18	-	-
卡腾婴童	2.18	-	-	-
西安孙悟空	0.79	48.53	13.45	-
子隆贸易	0.78	13.82	-	9.10
每敏物流	0.33	0.33	0.19	-
广州万事利丝绸	-	2.96	-	-
福缘文化	-	2.18	0.62	9.50
鲸鱼科技	-	-	33.00	-
标绣贸易	-	-	7.09	7.09
夯泰服饰	-	-	-	130.39

单位：万元

其他潜在利益相关方名称	2020.6.30	2019.12.31	2018.12.31	2017.12.31
大谷贸易	-	-	-	0.39
小　计	927.44	1,203.38	583.51	456.25
预付账款				
夯泰服饰	-	-	-	16.87
小　计	-	-	-	16.87
其他应收款				
夯泰服饰	-	-	-	3.38
小　计	-	-	-	3.38

（2）应付其他潜在利益相关方款项

报告期各期末，公司应付其他潜在利益相关方款项如下表所示：

单位：万元

其他潜在利益相关方名称	2020.6.30	2019.12.31	2018.12.31	2017.12.31
应付账款				
龙品纺织	5.13	-	-	-
深圳万事利	0.04	0.04	0.82	23.37
夯泰服饰	0.03	22.46	22.46	210.97
小　计	5.20	22.49	23.28	234.34
预收账款				
广州万事利丝绸	16.25	-	-	-
福缘文化	0.03	-	-	-
子隆贸易	-	-	9.18	-
辽宁万事利	-	-	8.36	-
舞阳市场管理	-	-	4.98	-
蓝创工贸	-	-	2.81	0.29
智蓝云商	-	-	-	1.90
小　计	16.27	-	25.32	2.19
其他应付款				
蓝创工贸	5.00	5.00	5.00	5.00
子隆贸易	5.00	5.00	5.00	-
北京万事利	5.00	5.00	-	-

单位：万元

其他潜在利益相关方名称	2020.6.30	2019.12.31	2018.12.31	2017.12.31
深圳万事利	5.00	5.00	-	-
卡腾婴童	1.00	1.00	-	-
辽宁万事利	-	0.50	10.00	10.00
黄剑锋	-	0.13	1.09	-
小　计	21.00	21.63	21.09	15.00

5、比照关联交易披露的相关交易简要汇总表及对公司经营状况和财务状况的影响

报告期内，公司全部比照关联交易披露的相关交易简要汇总表如下：

类别	与其他潜在利益相关方交易内容	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
		交易金额（万元）	占同类交易比例	交易金额（万元）	占同类交易比例	交易金额（万元）	占同类交易比例	交易金额（万元）	占同类交易比例
经常性交易	采购商品、接受劳务	8.81	0.04%	39.84	0.09%	896.03	1.98%	1,791.95	3.53%
	销售商品、提供劳务	1,006.71	2.60%	3,444.70	4.77%	2,584.20	3.48%	1,766.47	2.50%
	租入房屋	5.10	0.86%	10.19	0.86%	10.19	0.73%	10.00	0.71%
	租出房屋	2.42	1.02%	4.66	0.95%	44.61	8.96%	11.00	2.27%

注：租入、租出房屋金额占同类交易比例系以报告期各期房租总支出、房租总收入为计算基数。

报告期内，公司与其他潜在利益相关方的经常性交易均参照市场价格，定价公允。报告期内，公司与其他潜在利益相关方的交易对公司财务状况和经营成果的影响较小。

九、对关联交易决策权力和程序的制度安排

（一）关联交易表决的回避制度

1、公司章程

《公司章程》第七十三条规定：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。

《公司章程》第一百一十条规定：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。该董事会会议由过半数的无关联关系董事出席即可举行，董事会会议所作决议须经无关联关系董事过半数通过。出席董事会的无关联董事人数不足三人的，应将该事项提交股东大会审议。

2、股东大会议事规则

《股东大会议事规则》第四十四条规定：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。

本条还规定了关联股东的回避与表决程序。

《股东大会议事规则》第四十九条规定：股东大会对提案进行表决前，应当推举两名股东代表参加计票和监票。审议事项与股东有关联关系的，相关股东及代理人不得参加计票、监票。

3、董事会议事规则

《董事会议事规则》第十二条规定：董事个人或者其所任职的其他企业直接或者间接与公司已有的或者计划中的合同、交易、安排有关联关系时（聘任合同除外），不论有关事项在一般情况下是否需要董事会批准同意，均应当尽快向董事会披露其关联关系的性质和程度。有关联关系的董事，在董事会审议有关联交易时应当自动回避并放弃表决权，即：不参与投票表决，其所代表的表决权不计入有效表决总数；不得代理其他董事行使表决权；不对投票表决结果施加影响；如有关联关系的董事为会议主持人的，不得利用主持人的有利条件，对表决结果施加影响。

董事在公司首次考虑订立有关合同、交易、安排前以书面形式通知董事会，声明由于通知所列内容，公司日后达成的有关合同、交易、安排与其有利益关系，则在通知所列明的范围内，有关董事视为做了本条前款所规定的披露。

本条还规定了关联董事的回避程序。

《董事会议事规则》第十三条规定了关联董事的范围。

《董事会议事规则》第三十六条规定：在审议关联交易事项时，非关联董事

不得委托关联董事代为出席；关联董事也不得接受非关联董事的委托。

《董事会议事规则》第四十四条规定：在关联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，其中对外担保事项须经无关联关系董事三分之二以上通过。出席会议的无关联关系董事人数不足三人的，不得对有关议案进行表决，而应当将该事项提交股东大会审议。

4、关联交易管理制度

《关联交易管理制度》第九条规定：关联方如享有股东大会表决权，应当回避表决；与关联方有任何利害关系的董事，在董事会就该事项进行表决时应当回避。

《关联交易管理制度》第十六条规定：公司关联方与公司签署涉及关联交易的协议，应当采取必要的回避措施；并规定了应进行回避的董事与股东情形。

（二）关联交易决策权限

《关联交易管理制度》第十四条规定：

“（一）达到以下关联交易标准必须经公司董事会做出决议，并经股东大会批准后方可实施：

1、公司拟与关联人达成的关联交易（公司提供担保除外）金额在 3,000 万元以上且占公司最近一期经审计净资产绝对值的百分之五以上的关联交易；

2、公司为关联人提供担保的，不论数额大小；上市公司为控股股东、实际控制人及其关联方提供担保的，控股股东、实际控制人及其关联方应当提供反担保。

对于达到上述第 1 项标准的关联交易，若交易标的为公司股权，公司应当披露交易标的最近一年又一期审计报告，审计截止日距审议该交易事项的股东大会召开日不得超过六个月；若交易标的为股权以外的非现金资产的，应当提供评估报告，评估基准日距审议该交易事项的股东大会召开日不得超过一年。

前款规定的审计报告和评估报告应当由符合《证券法》规定的证券服务机构出具。本制度第九条所述与日常经营相关的关联交易所涉及的交易标的，可以不

进行审计或评估。

（二）除本条第（一）款规定外，公司董事会有权批准以下关联交易：

1、公司拟与关联法人发生的交易金额在 300 万元以上且占公司最近经审计净资产绝对值的 0.5%以上的，但未达到本条第（一）款标准的。

2、公司拟与关联自然人发生的交易金额在 30 万元以上的，但未达到本条第（一）款标准的。

（三）未达到本条第（一）、（二）项标准的关联交易（对外投资除外）由公司董事长或由董事长授权总经理审批。”

《关联交易管理制度》第十五条规定：

“董事会对本制度第十四条之规定的关联交易应当请独立董事发表意见，同时报请监事会出具意见。公司不得直接或通过子公司向董事、监事或者高级管理人员提供借款。”

《关联交易管理制度》第二十八条规定：

“公司与关联方达成的以下关联交易，可免予按照关联交易的方式表决和披露。

（一）一方以现金方式认购另一方公开发行的股票、公司债券或企业债券、可转换公司债券或者其他衍生品种；

（二）一方依据另一方股东大会决议领取股息、红利或报酬；

（三）深圳证券交易所认定的其他情况。”

（三）独立董事制度

《独立董事制度》第十六条规定：为了充分发挥独立董事的作用，独立董事除应当具有法律、法规、规范性文件及公司章程赋予董事的职权外，公司还应当赋予独立董事以下特别职权：重大关联交易应由独立董事认可后，提交董事会讨论；独立董事作出判断前，可以聘请中介机构出具独立财务顾问报告，作为其判断的依据。

《独立董事制度》第二十条规定：独立董事应当对以下事项向董事会或股东

大会发表独立意见：（一）重大关联交易事项；（二）公司的股东、实际控制人及其关联企业对公司现有或新发生的总额高于 300 万元或高于公司最近经审计净资产值的 5%的借款或其他资金往来，以及公司是否采取有效措施回收欠款。

（四）公司关联交易制度的执行情况和独立董事意见

依据《公司法》《证券法》《关于在上市公司建立董事制度的指导意见》《深圳证券交易所创业板上市公司规范运作指引》等相关法律法规，发行人通过股东大会、董事会制定了《公司章程》《股东大会议事规则》《董事会议事规则》，明确规定了关联交易的表决和回避程序，并制定了《独立董事制度》《关联交易管理制度》，对公司与关联方的关联交易内容、董事会及股东大会批准关联交易的权限以及董事会、股东大会审议关联交易的决策程序、关联董事、关联股东的回避表决程序、独立董事对关联交易发表独立意见等均作出明确规定，并得到了有效执行。

1、关联交易决策程序的履行情况

2017 年度起，发行人股东大会分别审议通过了《关于 2017 年度拟发生关联交易的议案》《关于 2018 年度拟发生关联交易的议案》《关于 2019 年度拟发生关联交易的议案》和《关于 2020 年度关联交易预计的议案》，因公司正常的业务需要，同意公司向控股股东及实际控制人控制的下属企业发生相应的关联交易，相关交易将依据市场公允价格确定，关联股东回避表决，程序规范，符合法律、法规和《公司章程》的相关规定，所作出的股东大会决议合法、有效。

公司 2017 年第二次临时股东大会审议通过了《关于公司收购杭州万事利丝绸科技有限公司部分股权的议案》和《关于公司收购杭州明阳健康科技有限公司股权的议案》，同意发行人收购万事利科技 33%股权和明阳科技 100%的股权，关联股东回避了表决，程序规范，符合法律、法规和《公司章程》的相关规定，所作出的股东大会决议合法、有效。

发行人 2020 年第四次临时股东大会和 2020 年第五次临时股东大会分别审议通过了《关于公司最近三年关联交易审查意见的议案》和《关于公司最近一期关联交易审查意见的议案》，对报告期内公司发生的关联交易进行了确认，关联股

东回避了表决，程序规范，符合法律、法规和《公司章程》的相关规定，所作出的股东大会决议合法、有效。

2、独立董事对公司关联交易的核查意见

独立董事对公司 2017 年度-2020 年度的关联交易预计事项发表了独立意见，认为相关拟发生的关联交易是公司因正常的业务需要而进行的，将根据市场原则运作，有利于保证公司稳定发展，关联交易价格按照市场价格协议协商确定，符合公平合理原则，未发现损害公司及中小股东利益的情况。

独立董事对收购万事利科技和明阳科技股权的关联交易事项发表了独立意见，认为该等交易符合《公司法》和《公司章程》的规定，符合公司经营发展的实际需要，关联交易对价公允，不存在损害公司及其他股东利益的情形。

独立董事对于公司 2017 年-2020 年 6 月期间关联交易事项发表了独立意见，认为公司近三年及最近一期发生的关联交易系基于正常的市场交易条件及有关协议的基础上进行的，关联交易价格公允；该等关联交易符合公司的实际需要，符合关联交易规则，不存在损害公司和股东利益的行为，程序符合《公司法》《公司章程》和其他公司制度的规定。

十、避免关联交易的措施

公司在生产经营过程中将尽量减少关联交易的发生，对于不可避免的关联交易，发行人已在其公司章程、《股东大会议事规则》《董事会议事规则》《独立董事制度》《关联交易管理制度》《对外担保管理制度》中对关联方的认定、关联交易的认定、关联交易的定价、关联交易决策应遵循的程序等内容进行了相关规定；以上制度从不同角度对发行人关联交易决策作出了必要的要求和安排，以保证关联交易的公允性，确保关联交易行为不损害发行人和中小股东的利益。公司未来在进入新的业务领域时，将首先考虑业务发展的独立性，避免与关联方发生新的关联交易。

公司实际控制人屠红燕、李建华、屠红霞、王云飞、沈柏军，控股股东万事利集团，持股 5%以上股东丝奥投资、丝昱投资、丝弦投资、浙商投资及其一致行动人乐世利投资以及公司董事、监事、高级管理人员出具了《关于减少和规范关联交易的承诺函》，承诺：

1、除已经披露的关联交易事项外，本公司/本企业/本人及本公司/本人控制或施加重大影响的企业与发行人不存在其他关联交易；

2、本公司/本企业/本人不会实施影响发行人的独立性的行为，并将保持发行人在资产、人员、财务、业务和机构等方面的独立性；

3、本公司/本企业/本人将尽量避免与发行人之间产生关联交易事项，对于不可避免发生的关联业务往来或交易，将按照公平、公允和等价有偿的原则进行，交易价格将按照市场公认的合理价格确定；

4、本公司/本企业/本人将严格遵守发行人公司章程中关于关联交易事项的回避规定，所涉及的关联交易均将按照发行人关联交易决策程序进行，并将履行合法程序，及时对关联交易事项进行信息披露；

5、本公司/本企业/本人保证不会利用关联交易转移发行人的利润，不会通过影响发行人的经营决策来损害发行人及其他股东的合法权益；

6、本公司/本企业/本人及本公司/本企业/本人控制的企业不以任何方式违法违规占用发行人资金及要求发行人违规提供担保。

第八节 财务会计信息与管理层分析

本节财务数据，非经特别说明，均引自公司经天健事务所审计的财务报告。

本公司提醒投资者，若欲对本公司的财务状况、经营成果、现金流量及会计政策进行更详细的了解，请查阅公司财务报告及审计报告全文。

一、财务报表

（一）合并资产负债表

单位：元

项 目	2020 年 6 月末	2019 年末	2018 年末	2017 年末
流动资产：				
货币资金	214,926,050.13	269,490,385.48	192,049,272.78	137,883,422.83
交易性金融资产	2,828,900.00	2,000,000.00	-	-
应收票据	-	-	185,575.00	2,742,242.95
应收账款	97,619,000.54	135,672,592.62	140,609,257.03	130,275,345.63
应收款项融资	200,000.00	390,197.41	-	-
预付款项	6,129,473.39	3,551,729.36	6,494,471.00	9,564,722.40
其他应收款	8,787,048.65	6,527,708.84	6,531,662.19	6,502,089.68
存货	123,699,031.92	144,338,597.33	146,922,912.44	148,119,425.52
其他流动资产	7,627,544.64	8,302,656.29	10,680,647.09	5,908,345.57
流动资产合计	461,817,049.27	570,273,867.33	503,473,797.53	440,995,594.58
非流动资产：				
可供出售金融资产	-	-	2,000,000.00	2,000,000.00
长期股权投资	933,818.36	944,271.33	1,081,038.72	-
投资性房地产	29,947,743.61	30,479,793.07	48,092,640.68	49,547,860.63
固定资产	92,974,028.78	86,339,041.60	69,845,702.81	66,915,174.42
在建工程	1,137,547.17	-	-	-
无形资产	10,284,841.88	9,504,868.55	8,089,043.30	6,322,144.26
长期待摊费用	3,966,069.62	2,711,539.91	4,581,985.63	1,743,287.88
递延所得税资产	7,685,575.06	5,363,864.20	4,386,324.52	4,103,479.18
其他非流动资产	3,378,002.47	312,095.24	756,418.32	613,439.00
非流动资产合计	150,307,626.95	135,655,473.90	138,833,153.98	131,245,385.37
资产总计	612,124,676.22	705,929,341.23	642,306,951.51	572,240,979.95

单位：元

项　目	2020 年 6 月末	2019 年末	2018 年末	2017 年末
流动负债：				
短期借款	-	-	-	-
应付票据	-	-	9,477,833.80	-
应付账款	75,042,923.96	165,883,466.32	145,765,508.35	124,472,006.65
预收款项	-	18,633,309.96	21,737,329.43	28,979,330.25
合同负债	20,265,244.27	-	-	-
应付职工薪酬	19,976,774.40	32,851,726.17	27,755,835.96	36,552,124.03
应交税费	14,220,363.00	24,561,775.65	28,054,678.24	21,626,065.05
其他应付款	9,026,770.20	6,969,647.22	12,953,543.74	14,045,599.55
其他流动负债	432,643.90	625,997.68	384,441.10	137,355.99
流动负债合计	138,964,719.73	249,525,923.00	246,129,170.62	225,812,481.52
非流动负债：				
递延收益	6,619,166.68	6,760,000.00	6,625,000.00	6,890,000.00
递延所得税负债	29,835.00	-	-	-
非流动负债合计	6,649,001.68	6,760,000.00	6,625,000.00	6,890,000.00
负债合计	145,613,721.41	256,285,923.00	252,754,170.62	232,702,481.52
股东权益：				
股本	100,902,960.00	100,902,960.00	100,902,960.00	100,902,960.00
资本公积	172,325,730.79	172,325,730.79	172,325,730.79	172,325,730.79
盈余公积	17,697,659.94	17,697,659.94	11,819,214.31	7,018,719.49
未分配利润	170,329,402.42	152,971,137.46	99,189,244.28	53,870,727.24
归属于母公司所有者权益合计	461,255,753.15	443,897,488.19	384,237,149.38	334,118,137.52
少数股东权益	5,255,201.66	5,745,930.04	5,315,631.51	5,420,360.91
所有者权益合计	466,510,954.81	449,643,418.23	389,552,780.89	339,538,498.43
负债和所有者权益总计	612,124,676.22	705,929,341.23	642,306,951.51	572,240,979.95

（二）母公司资产负债表

单位：元

项　目	2020 年 6 月末	2019 年末	2018 年末	2017 年末
流动资产：				
货币资金	173,957,639.71	199,784,541.53	99,768,065.46	90,287,379.18
交易性金融资产	2,828,900.00	2,000,000.00	-	-

单位：元

项　目	2020 年 6 月末	2019 年末	2018 年末	2017 年末
应收票据	-	-	85,575.00	1,293,405.00
应收账款	42,928,509.74	63,156,532.26	61,856,485.40	53,306,879.87
应收款项融资	-	70,197.41	-	-
预付款项	889,098.06	1,247,848.22	1,951,641.38	1,713,874.71
其他应收款	68,834,354.86	85,297,002.68	153,429,060.58	102,568,492.93
存货	89,390,105.42	98,924,043.60	82,588,710.59	94,663,939.10
其他流动资产	2,873,097.26	1,055,367.86	1,403,442.34	1,023,799.99
流动资产合计	381,701,705.05	451,535,533.56	401,082,980.75	344,857,770.78
非流动资产：				
可供出售金融资产	-	-	2,000,000.00	2,000,000.00
长期股权投资	152,402,488.37	154,006,488.37	153,082,488.37	151,582,488.37
投资性房地产	-	-	-	-
固定资产	5,889,653.19	5,054,718.72	5,927,677.61	3,395,896.28
在建工程	1,137,547.17	**-**	**-**	**-**
无形资产	3,774,024.45	2,933,775.00	3,118,302.73	1,233,252.07
长期待摊费用	2,138,007.15	1,479,790.39	3,121,820.25	1,430,814.34
递延所得税资产	3,334,737.74	2,949,346.86	2,518,427.01	2,393,588.59
其他非流动资产	225,565.07	200,230.81	27,169.81	-
非流动资产合计	168,902,023.14	166,624,350.15	169,795,885.78	162,036,039.65
资产总计	550,603,728.19	618,159,883.71	570,878,866.53	506,893,810.43
流动负债：				
短期借款	-	-	-	-
应付票据	-	-	3,167,833.80	-
应付账款	27,767,980.81	71,796,195.86	75,513,676.38	60,050,890.36
预收款项	-	7,758,250.48	10,869,895.27	12,855,657.59
合同负债	8,813,325.42	**-**	**-**	**-**
应付职工薪酬	10,908,893.01	18,334,655.48	14,803,946.29	24,351,636.12
应交税费	4,856,545.51	20,293,545.55	23,839,597.99	16,433,625.32
其他应付款	39,411,094.74	38,787,320.92	40,520,014.23	39,290,131.79
其他流动负债	432,643.90	625,997.68	384,441.10	137,355.99
流动负债合计	92,190,483.39	157,595,965.97	169,099,405.06	153,119,297.17

单位：元

项　目	2020 年 6 月末	2019 年末	2018 年末	2017 年末
非流动负债：				
递延所得税负债	29,835.00	**-**	**-**	**-**
非流动负债合计	29,835.00	-	-	-
负债合计	92,220,318.39	157,595,965.97	169,099,405.06	153,119,297.17
股东权益：				
股本	100,902,960.00	100,902,960.00	100,902,960.00	100,902,960.00
资本公积	173,932,620.47	173,932,620.47	173,932,620.47	173,932,620.47
盈余公积	17,697,659.94	17,697,659.94	11,819,214.31	7,018,719.49
未分配利润	165,850,169.39	168,030,677.33	115,124,666.69	71,920,213.30
所有者权益合计	458,383,409.80	460,563,917.74	401,779,461.47	353,774,513.26
负债和所有者权益总计	550,603,728.19	618,159,883.71	570,878,866.53	506,893,810.43

（三）合并利润表

单位：元

项　目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
一、营业收入	386,878,419.30	728,513,946.41	752,526,674.44	713,190,158.62
减：营业成本	246,281,341.84	458,864,834.24	477,954,784.46	451,785,733.53
税金及附加	3,018,309.16	4,831,626.92	5,949,401.36	5,097,535.43
销售费用	48,475,238.92	119,241,717.91	130,734,073.07	118,353,929.00
管理费用	17,427,617.79	45,356,793.85	44,649,022.03	40,558,989.09
研发费用	14,786,374.74	32,586,303.65	32,721,042.59	29,956,410.10
财务费用	-2,356,380.05	-2,080,414.24	-597,784.50	2,128,121.44
加：其他收益	2,149,208.84	8,699,224.90	4,020,341.58	7,481,706.63
投资收益（损失以“-”号填列）	122,640.44	-136,767.39	-118,961.28	-
公允价值变动收益（损失以“-”号填列）	198,900.00	**-**	**-**	**-**
信用减值损失（损失以“-”号填列）	-10,660,546.92	-6,264,662.42	-	-
资产减值损失（损失以“-”号填列）	-7,907,191.41	-4,294,368.13	-8,266,141.36	-1,265,452.08
资产处置收益（损失以“-”号填列）	-10,944.97	-9,636.25	185,565.16	-54,466.38
二、营业利润	43,137,982.88	67,706,874.79	56,936,939.53	71,471,228.20
加：营业外收入	261,417.66	1,019,710.64	1,261.78	544,813.64

单位：元

项　目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
减：营业外支出	884,648.90	990,984.97	353,586.75	4,045,641.25
三、利润总额	42,514,751.64	67,735,600.46	56,584,614.56	67,970,400.59
减：所得税费用	5,265,601.65	8,400,963.12	6,570,332.10	9,856,231.18
四、净利润	37,249,149.99	59,334,637.34	50,014,282.46	58,114,169.41
归属于母公司所有者的净利润	37,538,856.96	59,660,338.81	50,119,011.86	55,306,393.60
少数股东损益（净亏损以“-”号填列）	-289,706.97	-325,701.47	-104,729.40	2,807,775.81
五、每股收益				
（一）基本每股收益	0.37	0.59	0.50	0.55
（二）稀释每股收益	0.37	0.59	0.50	0.55
六、其他综合收益	-	-	-	-
七、综合收益总额	37,249,149.99	59,334,637.34	50,014,282.46	58,114,169.41
归属于母公司所有者的综合收益总额	37,538,856.96	59,660,338.81	50,119,011.86	55,306,393.60
归属于少数股东的综合收益总额	-289,706.97	-325,701.47	-104,729.40	2,807,775.81

（四）母公司利润表

单位：元

项　目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
一、营业收入	230,159,254.23	399,693,153.62	405,898,249.43	361,094,137.93
减：营业成本	154,883,998.74	198,170,340.36	199,890,286.89	168,738,343.13
税金及附加	1,017,765.65	3,018,308.91	3,787,312.82	3,084,165.44
销售费用	31,663,034.94	88,297,676.50	99,301,433.22	88,594,093.33
管理费用	10,258,151.67	27,479,749.77	28,468,316.93	25,323,621.11
研发费用	7,495,989.15	16,485,057.64	15,402,092.49	13,266,232.53
财务费用	-2,122,994.05	-1,628,618.25	102,818.62	453,439.95
加：其他收益	416,864.04	5,416,553.63	2,697,241.58	4,106,663.24
投资收益	-2,745,377.96	-	-	15,075,000.00
公允价值变动收益（损失以“-”号填列）	198,900.00	–	–	–
信用减值损失（损失以“-”号填列）	-786,158.14	-2,074,102.37	-	-
资产减值损失（损失以“-”号填列）	-3,069,618.40	-3,559,438.76	-6,707,437.62	-1,674,880.34

单位：元

项　目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
资产处置收益（损失以“-”号填列）	-10,944.97	-9,016.61	-	27,289.47
二、营业利润	20,966,972.70	67,644,634.58	54,935,792.42	79,168,314.81
加：营业外收入	16,758.19	11,168.29	1,261.78	105,505.97
减：营业外支出	777,836.76	293,304.89	285,121.37	2,376,047.50
三、利润总额	20,205,894.13	67,362,497.98	54,651,932.83	76,897,773.28
减：所得税费用	2,205,810.07	8,578,041.71	6,646,984.62	8,859,012.32
四、净利润	18,000,084.06	58,784,456.27	48,004,948.21	68,038,760.96
五、每股收益				
（一）基本每股收益	-	0.58	0.48	0.67
（二）稀释每股收益	-	0.58	0.48	0.67
六、其他综合收益	-	-	-	-
七、综合收益总额	18,000,084.06	58,784,456.27	48,004,948.21	68,038,760.96

（五）合并现金流量表

单位：元

项　目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
一、经营活动产生的现金流量：				
销售商品、提供劳务收到的现金	474,224,980.59	805,496,902.31	844,682,666.70	815,237,989.41
收到的税费返还	5,349,221.08	13,091,937.17	13,610,928.65	14,752,144.35
收到其他与经营活动有关的现金	10,048,322.47	20,002,599.77	10,446,688.31	19,016,091.64
经营活动现金流入小计	489,622,524.14	838,591,439.25	868,740,283.66	849,006,225.40
购买商品、接受劳务支付的现金	358,254,594.11	477,533,780.40	519,240,857.00	581,230,848.54
支付给职工以及为职工支付的现金	69,714,675.81	129,343,519.09	143,924,589.98	126,454,905.69
支付的各项税费	40,080,752.10	53,774,711.06	48,640,224.19	47,999,808.55
支付其他与经营活动有关的现金	35,150,918.92	87,289,525.26	81,450,660.33	81,296,584.66
经营活动现金流出小计	503,200,940.94	747,941,535.81	793,256,331.50	836,982,147.44
经营活动产生的现金流量净额	-13,578,416.80	90,649,903.44	75,483,952.16	12,024,077.96
二、投资活动产生的现金流量：				
取得投资收益收到的现金	38,119.18	-	-	-

单位：元

项　目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	95,354.25	50,092.92	364,492.91	793,047.70
处置子公司及其他营业单位收到的现金净额	304,080.69	-	-	-
收到其他与投资活动有关的现金		-	-	20,755,439.29
投资活动现金流入小计	437,554.12	50,092.92	364,492.91	21,548,486.99
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	21,204,091.98	14,502,224.25	20,977,943.82	8,529,741.50
投资支付的现金	630,000.00	-	1,200,000.00	13,538,559.80
取得子公司及其他营业单位支付的现金净额		-	-	1,524,941.62
支付其他与投资活动有关的现金		-	-	-
投资活动现金流出小计	21,834,091.98	14,502,224.25	22,177,943.82	23,593,242.92
投资活动产生的现金流量净额	-21,396,537.86	-14,452,131.33	-21,813,450.91	-2,044,755.93
三、筹资活动产生的现金流量：				
吸收投资收到的现金	-	756,000.00	-	-
取得借款收到的现金	-	-	-	-
收到其他与筹资活动有关的现金	-	-	-	3,897,564.30
筹资活动现金流入小计	-	756,000.00	-	3,897,564.30
偿还债务支付的现金	-	-	-	-
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	20,180,592.00	-	2,772,906.88	7,425,000.00
支付其他与筹资活动有关的现金	-	-	-	53,095,673.30
筹资活动现金流出小计	20,180,592.00	-	2,772,906.88	60,520,673.30
筹资活动产生的现金流量净额	-20,180,592.00	756,000.00	-2,772,906.88	-56,623,109.00
四、汇率变动对现金及现金等价物的影响	286,324.46	428,496.34	634,017.20	-1,646,863.17
五、现金及现金等价物净增加额	-54,869,222.20	77,382,268.45	51,531,611.57	-48,290,650.14
加：期初现金及现金等价物余额	266,297,302.85	188,915,034.40	137,383,422.83	185,674,072.97
六、期末现金及现金等价物余额	211,428,080.65	266,297,302.85	188,915,034.40	137,383,422.83

（六）母公司现金流量表

单位：元

项　目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
一、经营活动产生的现金流量：				
销售商品、提供劳务收到的现金	280,226,697.56	447,182,213.23	458,383,211.61	423,688,406.31
收到的税费返还	7,454.11	-	-	92,240.61
收到其他与经营活动有关的现金	24,696,026.51	85,611,958.60	11,317,424.52	78,445,141.65
经营活动现金流入小计	304,930,178.18	532,794,171.83	469,700,636.13	502,225,788.57
购买商品、接受劳务支付的现金	209,342,879.59	242,483,494.91	196,385,095.09	232,281,929.86
支付给职工以及为职工支付的现金	39,882,483.76	79,392,668.61	98,070,801.74	78,573,356.39
支付的各项税费	26,348,847.47	40,503,925.79	34,500,211.75	37,228,833.62
支付其他与经营活动有关的现金	27,982,660.84	68,289,218.27	121,103,202.87	114,599,182.16
经营活动现金流出小计	303,556,871.66	430,669,307.58	450,059,311.45	462,683,302.03
经营活动产生的现金流量净额	1,373,306.52	102,124,864.25	19,641,324.68	39,542,486.54
二、投资活动产生的现金流量：				
收回投资收到的现金	84,780.10	-	-	-
取得投资收益收到的现金	38,119.18	-	-	15,075,000.00
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	19,310.00	3,500.00	915.00	52,313.51
处置子公司及其他营业单位收到的现金净额	320,000.00	-	-	-
收到其他与投资活动有关的现金	-	-	-	10,527,385.41
投资活动现金流入小计	462,209.28	3,500.00	915.00	25,654,698.92
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	5,296,712.47	1,877,732.43	10,664,791.78	4,766,247.43
投资支付的现金	2,490,000.00	924,000.00	1,500,000.00	17,024,107.83
取得子公司及其他营业单位支付的现金净额	-	-	-	-
支付其他与投资活动有关的现金	-	-	-	-
投资活动现金流出小计	7,786,712.47	2,801,732.43	12,164,791.78	21,790,355.26
投资活动产生的现金流量净额	-7,324,503.19	-2,798,232.43	-12,163,876.78	3,864,343.66
三、筹资活动产生的现金流量：				

单位：元

项　目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
吸收投资收到的现金	-	-	-	-
取得借款收到的现金	-	-	-	-
收到其他与筹资活动有关的现金	-	-	-	3,897,564.30
筹资活动现金流入小计	-	-	-	3,897,564.30
偿还债务支付的现金	-	-	-	-
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	20,180,592.00	-	-	-
支付其他与筹资活动有关的现金	-	-	-	34,879,171.71
筹资活动现金流出小计	20,180,592.00	-	-	34,879,171.71
筹资活动产生的现金流量净额	-20,180,592.00	-	-	-30,981,607.41
四、汇率变动对现金及现金等价物的影响	-	-	-	-
五、现金及现金等价物净增加额	-26,131,788.67	99,326,631.82	7,477,447.90	12,425,222.79
加：期初现金及现金等价物余额	196,591,458.90	97,264,827.08	89,787,379.18	77,362,156.39
六、期末现金及现金等价物余额	170,459,670.23	196,591,458.90	97,264,827.08	89,787,379.18

（七）财务报表项目比较数据变动幅度超过 30%的情况和原因

报告期内，资产负债表项目变动情况如下：

单位：万元

项　目	2020 年 1-6 月		2019 年末		2018 年末		2017 年末	变动原因
	金额	变动幅度	金额	变动幅度	金额	变动幅度	金额	
流动资产：								
货币资金	21,492.61	-20.25%	26,949.04	40.32%	19,204.93	39.28%	13,788.34	注释 1
交易性金融资产	282.89	41.45%	200.00	/	-	-	-	注释 2
应收票据	-	-	-	/	18.56	-93.23%	274.22	注释 3
应收账款	9,761.90	-28.05%	13,567.26	-3.51%	14,060.93	7.93%	13,027.53	
应收款项融资	20.00	-48.74%	39.02	/	-	-	-	注释 3
预付款项	612.95	72.58%	355.17	-45.31%	649.45	-32.10%	956.47	注释 4
其他应收款	878.70	34.61%	652.77	-0.06%	653.17	0.45%	650.21	注释 5
存货	12,369.90	-14.30%	14,433.86	-1.76%	14,692.29	-0.81%	14,811.94	
其他流动资产	762.75	-8.13%	830.27	-22.26%	1,068.06	80.77%	590.83	注释 6

单位：万元

项　目	2020 年 1-6 月		2019 年末		2018 年末		2017 年末	变动原因
	金额	变动幅度	金额	变动幅度	金额	变动幅度	金额	
流动资产合计	46,181.70	-19.02%	57,027.39	13.27%	50,347.38	14.17%	44,099.56	
非流动资产：								
可供出售金融资产	-	-	-	/	200.00	-	200.00	注释 7
长期股权投资	93.38	-1.11%	94.43	-12.65%	108.10	/	-	注释 8
投资性房地产	2,994.77	-1.75%	3,047.98	-36.62%	4,809.26	-2.94%	4,954.79	注释 9
固定资产	9,297.40	7.68%	8,633.90	23.61%	6,984.57	4.38%	6,691.52	
在建工程	113.75	/	-	-	-	-	-	注释 10
无形资产	1,028.48	8.21%	950.49	17.50%	808.90	27.95%	632.21	
长期待摊费用	396.61	46.27%	271.15	-40.82%	458.20	162.84%	174.33	注释 11
递延所得税资产	768.56	43.28%	536.39	22.29%	438.63	6.89%	410.35	注释 12
其他非流动资产	337.80	982.36%	31.21	-58.74%	75.64	23.31%	61.34	注释 13
非流动资产合计	15,030.76	10.80%	13,565.55	-2.29%	13,883.32	5.78%	13,124.54	
资产总计	61,212.47	-13.29%	70,592.93	9.91%	64,230.70	12.24%	57,224.10	
流动负债：			-	-	-	-	-	
短期借款	-	-	-	-	-	-	-	
应付票据	-	-	-	/	947.78	/	-	注释 14
应付账款	7,504.29	-54.76%	16,588.35	13.80%	14,576.55	17.11%	12,447.20	注释 15
预收款项	-	/	1,863.33	-14.28%	2,173.73	-24.99%	2,897.93	注释 16
合同负债	2,026.52	/	-	-	-	-	-	注释 16
应付职工薪酬	1,997.68	-39.19%	3,285.17	18.36%	2,775.58	-24.07%	3,655.21	注释 17
应交税费	1,422.04	-42.10%	2,456.18	-12.45%	2,805.47	29.73%	2,162.61	注释 18
其他应付款	902.68	29.52%	696.96	-46.20%	1,295.35	-7.78%	1,404.56	注释 19
其他流动负债	43.26	-30.89%	62.60	62.83%	38.44	179.89%	13.74	注释 20
流动负债合计	13,896.47	-44.31%	24,952.59	1.38%	24,612.92	9.00%	22,581.25	
非流动负债：								
递延收益	661.92	-2.08%	676.00	2.04%	662.50	-3.85%	689.00	
递延所得税负债	2.98	/	-	-	-	-	-	注释 21
非流动负债合计	664.90	-1.64%	676.00	2.04%	662.50	-3.85%	689.00	
负债合计	14,561.37	-43.18%	25,628.59	1.40%	25,275.42	8.62%	23,270.25	
股东权益：			-		-		-	

单位：万元

项　目	2020 年 1-6 月		2019 年末		2018 年末		2017 年末	变动原因
	金额	变动幅度	金额	变动幅度	金额	变动幅度	金额	
股本	10,090.30	-	10,090.30	-	10,090.30	-	10,090.30	
资本公积	17,232.57	-	17,232.57	-	17,232.57	-	17,232.57	
盈余公积	1,769.77	-	1,769.77	49.74%	1,181.92	68.40%	701.87	注释 22
未分配利润	17,032.94	11.35%	15,297.11	54.22%	9,918.92	84.12%	5,387.07	注释 23
归属于母公司所有者权益合计	46,125.58	3.91%	44,389.75	15.53%	38,423.71	15.00%	33,411.81	
少数股东权益	525.52	-8.54%	574.59	8.09%	531.56	-1.93%	542.04	
所有者权益合计	46,651.10	3.75%	44,964.34	15.43%	38,955.28	14.73%	33,953.85	
负债和所有者权益总计	61,212.47	-13.29%	70,592.93	9.91%	64,230.70	12.24%	57,224.10	

报告期各期末，公司资产负债表项目比较数据变动幅度达 30%以上的项目情况具体如下：

注释 1：2018 年末公司货币资金余额较上年末增长 39.28%，2019 年末较上年末增长 40.32%，一方面系公司各年经营收益累积，另一方面系公司年末货款催收力度进一步加强，经营活动产生的净现金流入增加。

注释 2：2019 年末，公司交易性金融资产系根据新金融工具准则由可供出售金融资产重分类至以公允价值计量且其变动计入当期损益的资产。2020 年末，公司交易性金融资产较上年末增长 41.45%，主要系公司为应对原材料市场价格波动风险，于 2020 年起从事茧丝大宗商品交易。

注释 3：报告期内，公司与客户的结算方式主要为银行转账，银行承兑汇票使用频率较低，各期末应收票据余额存在一定波动。2019 年末，根据新金融工具准则，公司将收到的承兑汇票计入应收款项融资科目。

注释 4：2017 年末，公司预付账款金额较高，主要系公司当年提高了丝绸纺织制品原材料的计划备货量。2018 年末及 2019 年末，公司预付账款金额持续下降，主要系生丝价格呈现稳中有降的趋势，相关产品备货量下降。2020 年 6 月末预付账款增加 72.58%，主要系公司在生丝价格低位采购白坯面料形成的预付货款以及采购口罩预付款。

注释 5：2020 年 6 月末，公司其他应收款较上年末增长 34.61%，主要系预

付供应商口罩款，因对方无法正常履约转为其他应收款列示并结合款项回收可能性单项计提坏账准备。

注释 6：2018 年末公司其他流动资产较上年末增长 80.77%，主要系待抵扣增值税进项税增加所致。

注释 7：2019 年末，根据新金融工具准则的规定，公司将可供出售金融资产重新分类至以公允价值计量且其变动计入当期损益的资产科目。

注释 8：公司于 2018 年对布调科技进行投资。报告期各期末，长期股权投资账面金额波动系按照权益法确认相关投资损失。

注释 9：2019 年末，公司投资性房地产余额较上年末下降 36.63%，系子公司万事利数码部分房产回收自用不再对外出租，对应房屋建筑物及土地使用权分别转回固定资产和无形资产科目所致。

注释 10：2020 年 6 月末，公司在建工程科目余额主要包括丝绸设计问答机器人软件项目、丝巾定制 APP 项目等，上述软件开发项目尚未完工，计入在建工程科目。

注释 11：2018 年末，公司长期待摊费用较上年末增长 162.84%，2019 年末较上年末下降 40.82%，主要系公司装修费变动所致。

注释 12：2020 年 6 月末，公司递延所得税资产较上年末增长 43.28%，主要系期末可抵扣亏损和资产减值准备引起的可抵扣暂时性差异变动所致。

注释 13：2019 年末，公司其他非流动资产较上年末下降 58.74%，2020 年 6 月末较上年末增长 982.36%，主要系预付工程设备款项变动所致。

注释 14：报告期内，公司应付票据变动系公司于 2018 年尝试通过银行承兑汇票支付部分采购款，以提高资金周转效率所致。

注释 15：2020 年 6 月末，公司应付账款余额较上年末下降 54.76%，主要系公司在第四季度备货形成的应付账款通常在次年一、二季度付款，且受新冠肺炎疫情影响，公司采购量减少，期末未到付款期的货款减少。

注释 16：2020 年 6 月末，根据新会计准则的规定，公司将预收款项重新分类至合同负债科目。

注释 17：2020 年 6 月末，公司应付职工薪酬较上年末下降 39.19%，主要系 2017-2019 年末应付职工薪酬包含已预提但尚未发放的年终奖。

注释 18：2020 年 6 月末，公司应交税费较上年末下降 42.10%，主要系应交增值税减少所致。公司销售存在一定季节性，6 月销售额通常小于 12 月，因此 2020 年 6 月末应交增值税低于 2017-2019 年各年末。

注释 19：2019 年末，公司其他应付款较上年末下降 46.20%，主要系以前年度计提的应付费用类款项于 2019 年度结算支付所致。

注释 20：2018 年末公司其他流动负债较上年末增长 179.89%，2019 年末公司其他流动负债较上年末增长 62.83%，2020 年 6 月末公司其他流动负债较上年末下降 30.89%，主要系公司费用预提金额随当年经销商销售额的波动而波动。

注释 21：2020 年 6 月末，公司递延所得税负债系交易性金融资产公允价值变动产生的应纳税暂时性差异所致。

注释 22：2018 年末，公司盈余公积较上年末增长 68.40%，2019 年末较上年末增长 49.74%，系公司根据母公司当年度实现净利润的 10%提取法定盈余公积所致。

注释 23：2018 年末，公司未分配利润较上年末增长 84.12%，2019 年末较上年末增长 54.22%，系公司留存利润增加所致。

报告期各期末，公司资产负债表项目比较数据变动幅度达 30%以上的项目具体情况参见招股说明书本节之“十四、资产质量分析”及“十五、偿债能力、流动性及持续经营能力分析”。

报告期内，利润表项目变动情况如下：

单位：万元

项　目	2019 年度		2018 年度		2017 年度	变动原因
	金额	变动幅度	金额	变动幅度	金额	
一、营业收入	72,851.39	-3.19%	75,252.67	5.52%	71,319.02	
减：营业成本	45,886.48	-3.99%	47,795.48	5.79%	45,178.57	
税金及附加	483.16	-18.79%	594.94	16.71%	509.75	
销售费用	11,924.17	-8.79%	13,073.41	10.46%	11,835.39	

单位：万元

项　目	2019 年度		2018 年度		2017 年度	变动原因
	金额	变动幅度	金额	变动幅度	金额	
管理费用	4,535.68	1.59%	4,464.90	10.08%	4,055.90	
研发费用	3,258.63	-0.41%	3,272.10	9.23%	2,995.64	
财务费用	-208.04	248.02%	-59.78	-128.09%	212.81	注释 1
加：其他收益	869.92	116.38%	402.03	-46.26%	748.17	注释 2
投资收益（损失以“-”号填列）	-13.68	14.97%	-11.90	/	-	注释 3
公允价值变动收益（损失以“-”号填列）	-	-	-	-	-	
信用减值损失（损失以“-”号填列）	626.47	/	-	/	-	注释 4
资产减值损失（损失以“-”号填列）	429.44	-48.05%	826.61	553.22%	126.55	注释 5
资产处置收益（损失以“-”号填列）	-0.96	-105.19%	18.56	-440.70%	-5.45	注释 6
二、营业利润	6,770.69	18.92%	5,693.69	-20.34%	7,147.12	
加：营业外收入	101.97	80715.25%	0.13	-99.77%	54.48	注释 7
减：营业外支出	99.10	180.27%	35.36	-91.26%	404.56	注释 8
三、利润总额	6,773.56	19.71%	5,658.46	-16.75%	6,797.04	
减：所得税费用	840.10	27.86%	657.03	-33.34%	985.62	注释 9
四、净利润	5,933.46	18.64%	5,001.43	-13.94%	5,811.42	
归属于母公司所有者的净利润	5,966.03	19.04%	5,011.90	-9.38%	5,530.64	
少数股东损益（净亏损以“-”号填列）	-32.57	210.99%	-10.47	-103.73%	280.78	注释 10
五、每股收益						
（一）基本每股收益	0.59	19.04%	0.50	-9.38%	0.55	
（二）稀释每股收益	0.59	19.04%	0.50	-9.38%	0.55	
六、其他综合收益						
七、综合收益总额	5,933.46	18.64%	5,001.43	-13.94%	5,811.42	
归属于母公司所有者的综合收益总额	5,966.03	19.04%	5,011.90	-9.38%	5,530.64	
归属于少数股东的综合收益总额	-32.57	210.99%	-10.47	-103.73%	280.78	

报告期各期，公司利润表项目比较数据变动幅度达 30%以上的项目情况具体如下：

注释 1：2018 年度，公司财务费用较上一年度下降 128.09%，主要系 2018

年度汇兑损益较上一年度减少 228.09 万元所致。2019 年度，公司财务费用较上一年度下降 248.02%，系报告期内公司货币资金余额逐年增加，2019 年度利息支出净额较上年下降 180.56 万元所致。

注释 2：2018 年度，公司其他收益较上年下降 46.26%。2019 年度，公司其他收益较上年度上升 116.38%，主要系各年度收到的与收益相关的政府补助存在波动。

注释 3：报告期内，公司投资收益变动主要系参股公司布调科技按权益法核算的长期股权投资损失变动。

注释 4：2019 年度，由于会计政策调整，公司将当年度坏账损失列报于此科目。

注释 5：2018 年度，公司资产减值损失较上年度增加 553.22%，主要系公司于 2018 年度计提存货跌价准备、应收账款坏账准备较 2017 年度增加所致。2019 年度，公司资产减值损失较上年度下降 48.05%，主要系因会计政策调整，当年度坏账损失列报于信用减值损失科目。

注释 6：报告期内，公司资产处置收益金额较小，其波动主要系固定资产处置收益及处置损失存在一定波动。

注释 7：2018 年度，公司营业外收入较上年度下降 99.77%，主要系公司于 2017 年度收购明阳科技，将收购成本与可辨认净资产公允价值份额差额计入营业外收入。2019 年度，公司营业外收入较上年增加 80715.25%，主要系公司当期将客户长期挂账的预收账款结转至营业外收入所致。

注释 8：2018 年度，公司营业外支出较上一年度下降 91.26%，主要系公司于 2017 年度补缴以前年度税款等支付的税收滞纳金金额较高。2019 年度，公司营业外支出较上一年度上升 180.27%，主要系分公司于当年提前退租，无法退回押金核销。

注释 9：2018 年度，公司所得税费用较上一年度下降 33.34%，系公司当期研发加计扣除比例提升至 75%，且当年度利润总额较上年度下降 1，138.58 万元，致使公司当期应纳税所得额减少。

注释 10：报告期内，公司少数股东损益波动主要系子公司依漾科技各年净利润存在一定波动。

报告期各期，公司利润表项目比较数据变动幅度达 30%以上的项目具体情况参见招股说明书本节之“十三、经营成果分析”。

二、审计意见类型

天健会计师事务所（特殊普通合伙）对公司最近三年一期财务报表进行了审计，出具了天健审[2020]9688号标准无保留意见的审计报告。审计意见如下：

“我们审计了杭州万事利丝绸文化股份有限公司（以下简称万事利丝绸公司）财务报表，包括 2017 年 12 月 31 日、2018 年 12 月 31 日、2019 年 12 月 31 日、2020 年 6 月 30 日的合并及母公司资产负债表，2017 年度、2018 年度、2019 年度、2020 年 1-6 月的合并及母公司利润表、合并及母公司现金流量表、合并及母公司所有者权益变动表，以及相关财务报表附注。

我们认为，后附的财务报表在所有重大方面按照企业会计准则的规定编制，公允反映了万事利丝绸公司 2017 年 12 月 31 日、2018 年 12 月 31 日、2019 年 12 月 31 日的、2020 年 6 月 30 日合并及母公司财务状况，以及 2017 年度、2018 年度、2019 年度、2020 年 1-6 月的合并及母公司经营成果和现金流量。”

三、影响经营业绩的主要因素以及对业绩变动具有较强预示作用的财务指标和非财务指标分析

（一）影响公司经营业绩的主要因素

1、影响收入的主要因素

公司将中国传统丝绸文化与创意设计、数码印花生产工艺相结合，专业从事丝绸相关产品的研发设计、生产与销售。公司产品主要包括：以“万事利”自有品牌为核心的丝绸文化创意品**（自有终端品牌）**，如丝巾、组合套装、家纺、品牌服装、围巾、丝绸工艺品等；以技术加工为核心的丝绸纺织制品**（非自有终端品牌）**，如丝绸面料和贴牌服装，以及凭借工艺优势向客户提供的数码印花加工服务。

公司主营业务收入主要受下游行业的需求以及终端消费者的需求影响。公司

可通过调整销售定价政策、提升研发设计水平、丰富产品线等方式引导终端消费者需求，从而提升营业收入。同时，公司无法控制的宏观经济因素，如经济波动、人口结构、消费者偏好及消费者可支配收入也可能对公司营业收入造成一定影响。

2、影响成本的主要因素

报告期内，公司产品中原材料成本占生产成本的比重较高。公司采购成本受生丝价格波动的影响较大。若生丝价格大幅上涨且公司无法通过调整产品销售价格减小或消除原材料价格变动的影响，公司盈利水平将受到不利影响。

3、影响费用的主要因素

报告期内，公司期间费用占营业收入的比重分别为26.78%、27.57%、26.78%和20.25%。上述期间费用中，职工薪酬及福利的占比分别为55.88%、55.49%、55.74%和55.95%，占比相对较高。若劳动力成本持续提升，公司盈利能力将受到不利影响。此外，研发设计能力是公司产品获得竞争优势的关键因素，近年来，为保持核心技术上的领先优势，公司在产品设计、数码印花生产工艺等领域保持了较大的研发投入。

4、影响利润的主要因素

除上述因素对公司的利润产生重要影响外，税收优惠政策、政府补助等也会对公司利润水平产生一定影响。

（二）具有核心意义或其变动对业绩变动具有较强预示作用的财务或非财务指标

与公司业绩变动相关的财务指标主要有主营业务收入增长率、收入结构、毛利率、期间费用率、存货周转率、应收账款周转率、经营活动产生的现金流量净额等。其中，主营业务收入增长率、毛利率对公司业绩变动具有较强的预示作用。

随着经济水平的发展及消费升级的驱动，在个性化消费、绿色消费、文化消费等理念的引领下，丝绸行业长期发展前景较好，但短期内又受到宏观经济波动的影响，因此，公司主营业务收入增长率、毛利率存在小幅波动。公司主营业务收入增长率、毛利率具体情况参见本节之“十三、经营成果分析”。

四、财务报表的编制基础、合并财务报表范围及变化情况

（一）财务报表的编制基础

本公司财务报表以持续经营为编制基础。

（二）持续经营能力评价

本公司不存在导致对报告期末起 12 个月内的持续经营能力产生重大疑虑的事项或情况。

（三）合并财务报表范围及变化情况

1、纳入合并报表范围的子公司

报告期内，公司合并财务报表范围内子公司如下：

序号	子公司名称	是否纳入合并报表范围			
		2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
1	万事利科技	是	是	是	是
2	万事利数码	是	是	是	是
3	万事利礼品	是	是	是	是
4	万事利文创	是	是	是	是
5	杭州新丝路	是	是	是	是
6	万事利艺术品	是	是	是	是
7	明阳科技	是	是	是	是
8	丝艺科技	是	是	是	是
9	七仁数码	是	是	是	是
10	广州万事利	已转让	是	是	是
11	宁波万事利	已注销	是	是	是
12	武汉万事利	是	是	是	是
13	合肥万事利	是	是	是	是
14	西安万事利	是	是	是	是
15	西藏新丝路	是	是	是	是
16	依漾生物	已转让	是	未成立	未成立
17	万事利科创园	是	是	是	是

2、报告期内，公司合并报表范围变化情况

报告期内，本公司合并财务报表范围变化情况如下：

公司	持股比例	注册地	合并期间	合并范围变更方式
明阳科技	100.00%	浙江衢州	2017.12.31-2020.06.30	非同一控制下合并取得
西藏新丝路	100.00%	西藏拉萨	2017.01.11-2020.06.30	新设
万事利科创园	100.00%	浙江杭州	2017.06.29-2020.06.30	新设
依漾科技	55.00%	浙江杭州	2019.08.20-2020.05.13	2019.08.20 新设 2020.05.13 转让
宁波万事利	100.00%	浙江宁波	2017.01.01-2020.06.04	2020.06.04 注销
广州万事利	100.00%	广东广州	2017.01.01-2020.06.22	2020.06.22 转让

五、与财务会计信息相关的重要性水平的判断标准

在审计工作中，天健事务所确定了可接受的重要性水平，以便能够评价财务报表整体是否公允反映。天健事务所对公司以下指标进行了选择和判断，具体情况如下：

确定的重要性水平（三年平均）
确定基准：税前利润总额
财务报表整体的重要性水平（PM=5%×基准）
实际执行的重要性水平（TE=（50%至 75%）*PM）
临界值（明显微小的错报）（SAD=3%×PM）

公司税前利润总额为财务报表使用者特别关注的财务报表项目，因此选取税前利润总额作为财务报表整体重要性水平的计算基数。

六、报告期内采用的主要会计政策和会计估计

（一）收入确认

1、2020 年 1-6 月

（1）收入确认原则

于合同开始日，公司对合同进行评估，识别合同所包含的各单项履约义务，并确定各单项履约义务是在某一时段内履行，还是在某一时点履行。

满足下列条件之一时，属于在某一时段内履行履约义务，否则，属于在某一时点履行履约义务：①客户在公司履约的同时即取得并消耗公司履约所带来的经济利益；②客户能够控制公司履约过程中在建商品或服务；③公司履约过程中所产出的商品或服务具有不可替代用途，且公司在整个合同期间内有权就累计至今

已完成的履约部分收取款项。

对于在某一时段内履行的履约义务，公司在该段时间内按照履约进度确认收入。履约进度不能合理确定时，已经发生的成本预计能够得到补偿的，按照已经发生的成本金额确认收入，直到履约进度能够合理确定为止。对于在某一时点履行的履约义务，在客户取得相关商品或服务控制权时点确认收入。在判断客户是否已取得商品控制权时，公司考虑下列迹象：①公司就该商品享有现时收款权利，即客户就该商品负有现时付款义务；②公司已将该商品的法定所有权转移给客户，即客户已拥有该商品的法定所有权；③公司已将该商品实物转移给客户，即客户已实物占有该商品；④公司已将该商品所有权上的主要风险和报酬转移给客户，即客户已取得该商品所有权上的主要风险和报酬；⑤客户已接受该商品；⑥其他表明客户已取得商品控制权的迹象。

（2）收入计量原则

①公司按照分摊至各单项履约义务的交易价格计量收入。交易价格是公司因向客户转让商品或服务而预期有权收取的对价金额，不包括代第三方收取的款项以及预期将退还给客户的款项。

②合同中存在可变对价的，公司按照期望值或最可能发生金额确定可变对价的最佳估计数，但包含可变对价的交易价格，不超过在相关不确定性消除时累计已确认收入极可能不会发生重大转回的金额。

③合同中存在重大融资成分的，公司按照假定客户在取得商品或服务控制权时即以现金支付的应付金额确定交易价格。该交易价格与合同对价之间的差额，在合同期间内采用实际利率法摊销。合同开始日，公司预计客户取得商品或服务控制权与客户支付价款间隔不超过一年的，不考虑合同中存在的重大融资成分。

④合同中包含两项或多项履约义务的，公司于合同开始日，按照各单项履约义务所承诺商品的单独售价的相对比例，将交易价格分摊至各单项履约义务。

（3）收入确认的具体方法

①按时点确认的收入

公司销售丝绸文化创意品**（自有终端品牌）**及丝绸纺织制品**（非自有终端品**

牌）等产品，属于在某一时点履行履约义务。内销产品收入确认需满足以下条件：公司已根据合同约定将产品交付给客户且客户已接受该商品，已经收回货款或取得了收款凭证且相关的经济利益很可能流入，商品所有权上的主要风险和报酬已转移，商品的法定所有权已转移。具体情况如下：

内销的具体情况：

A、直营专卖店：专卖店将商品交付给消费者并收取货款后，确认销售收入；

B、直营商场联营专柜：根据商场提供的销售结算单，以终端零售价扣除约定扣点后的金额确认销售收入；

C、线上平台：在客户确认收货且公司收到货款时确认收入；

D、代销：根据代销商提供的销售清单，以终端零售价扣除相关费用后确认收入；

E、其他销售：将产品交付给购货方，且由对方签收后确认收入。

外销产品收入确认需满足以下条件：公司已根据合同约定将产品报关，取得提单，已经收回货款或取得了收款凭证且相关的经济利益很可能流入，商品所有权上的主要风险和报酬已转移，商品的法定所有权已转移。

②按履约进度确认的收入

公司提供房屋租赁、物业管理等服务，由于公司履约的同时客户即取得并消耗公司履约所带来的经济利益，且公司在整个合同期间内有权就累计至今已完成的履约部分收取款项，公司将其作为在某一时段内履行的履约义务，按照履约进度确认收入，履约进度不能合理确定的除外。公司按照产出法确定提供服务的履约进度。对于履约进度不能合理确定时，公司已经发生的成本预计能够得到补偿的，按照已经发生的成本金额确认收入，直到履约进度能够合理确定为止。

2、2017 年度、2018 年度和 2019 年度

（1）收入确认原则

①销售商品

销售商品收入在同时满足下列条件时予以确认：A、将商品所有权上的主要

风险和报酬转移给购货方；B、公司不再保留通常与所有权相联系的继续管理权，也不再对已售出的商品实施有效控制；C、收入的金额能够可靠地计量；D、相关的经济利益很可能流入；E、相关的已发生或将发生的成本能够可靠地计量。

②提供劳务

提供劳务交易的结果在资产负债表日能够可靠估计的（同时满足收入的金额能够可靠地计量、相关经济利益很可能流入、交易的完工进度能够可靠地确定、交易中已发生和将发生的成本能够可靠地计量），采用完工百分比法确认提供劳务的收入，并按已经发生的成本占估计总成本的比例确定提供劳务交易的完工进度。提供劳务交易的结果在资产负债表日不能够可靠估计的，若已经发生的劳务成本预计能够得到补偿，按已经发生的劳务成本金额确认提供劳务收入，并按相同金额结转劳务成本；若已经发生的劳务成本预计不能够得到补偿，将已经发生的劳务成本计入当期损益，不确认劳务收入。

③让渡资产使用权

让渡资产使用权在同时满足相关的经济利益很可能流入、收入金额能够可靠计量时，确认让渡资产使用权的收入。利息收入按照他人使用本公司货币资金的时间和实际利率计算确定；使用费收入按有关合同或协议约定的收费时间和方法计算确定。

（2）收入确认的具体方法

①外销

出口销售收入确认需满足以下条件：公司已根据订单约定将产品报关、离港，取得提单，且产品销售收入金额已确定，已经收回货款或取得了收款凭证且相关的经济利益很可能流入，产品相关的成本能够可靠地计量。

②内销

A、直营门店-专卖店：专卖店将商品交付给消费者并收取货款后，确认销售收入。

B、直营门店-商场联营专柜：根据商场提供的销售结算单，以终端零售价扣除约定扣点后的金额确认销售收入。

C、线上平台：在客户确认收货且公司收到货款时确认收入。

D、代销商：根据代销商提供的销售清单，以终端零售价扣除相关费用后确认收入。

E、其他销售：将产品交付给购货方，且由对方签收后确认收入。

3、公司各销售模式收入确认方法及内部控制的关键环节

报告期内，公司不同销售模式下的收入确认方法、内部控制的关键环节如下：

销售模式	产品类型	销售渠道	收入确认方法	内部控制的关键环节及收入确认核算过程
直销	丝绸文化创意品（自有终端品牌）	销售团队	公司将产品交付给购货方，且由对方签收后确认收入	业务员根据销售合同、客户需求创建销售订单，销售部内勤人员审核订单生成发货通知单。仓储物流部根据发货通知单配货生成销售出库单，物流专员根据出库单安排发货。物流专员根据发出货物的快递签收情况及送货员交回的出库单签收情况及时在系统中维护签收时间及快递单号，并由财务人员定期检查复核。财务根据经审核的出库单办理结算，对已出库并签收的销售确认应收账款及收入，应收专员根据银行回单列示的回款人及回款金额相应冲减应收账款。
		展示营销中心	将商品交付给消费者并收取货款后，确认销售收入	客户在现场选购产品后，收银员根据产品扫描商品条码出库并收款，每日将小票和收款日报表交财务中心，财务人员根据小票和收款日报表编制收款单与出库核对后在系统中推送生成销售结算单，根据销售结算单确认应收账款及收入，并冲减相应的应收账款。
		直营门店-专卖店		
		直营门店-商场联营专柜	根据商场提供的销售结算单，以终端零售价扣除约定扣点后的金额确认销售收入	财务人员每月初核对上月商场专柜的结算单，门店店员每月对商场专柜的库存进行盘点，公司财务人员定期参与盘点过程。业务人员根据双方核对无误的专柜产品销售明细及扣点后的专柜结算价格在系统中做销售出库，财务人员根据销售出库单与商场专柜结算单核对后进行销售结算，进而确认应收账款及收入，根据商场汇入的款项冲减相应应收账款。
		线上平台	在客户确认收货且公司收到货款时确认收入	第三方仓库根据平台订单要求发货，财务人员每月末在电商平台下载资金账户流水交由业务部门认领核对，业务部门根据订单号识别到账金额对应的销售明细，据此在系统中作销售出库，财务部核对销售出库和回款后进行结算，确认应收账款及收入，并根据平台提现金额冲减相应的应收账款。电商部门运营人员定期对第三方仓库结存进行盘点，并与公司系统结存进行核对，确保账实相符，存在差异的及时查找原因并进行处理。
	丝绸纺织制品（非自有终端品	境内销售	将产品交付给购货方，且由对方签收后确认收入	业务员与客户沟通确认需求后打样提交预算单，经部门总监及总经理审批确认后提交销售订单，并向采购部门提出采购需求，采购部门结合订单和库存进行匹配，若无相应库存则由采购部门对外采购，经质检部门检验并出具检验报告后由仓库入库。入库后系统提示业务员，业务员提出领料或加工申请，由加工供应商或加工部门加工并再次经质检部门检验并出具出库报告后由仓库入库。入库后系统提示业务员，业务员提出发货申请，经财务人员
		境外销售	公司已根据订单约定将产品报关、离港，取得提单，且产品销售收入	

销售模式	产品类型	销售渠道	收入确认方法	内部控制的关键环节及收入确认核算过程
	牌）		金额已确定，已经收回货款或取得了收款凭证且相关的经济利益很可能流入，产品相关的成本能够可靠地计量。	确认客户相关款项后，物流部门负责发货。内销客户签收后将签收单交至仓库，库管员将签收单及出仓单一并提交给财务部门，财务部门复核后确认收入。每批次发货完毕后，业务员与客户进行对账，并根据核定金额提交部门总监审批后进行开票并催收款项。外销客户发货后，仓库和单证部门分别向财务部提交出仓单和提单，财务部门复核后确认收入，业务员负责催收款项。
	口罩		公司将产品交付给购货方，由对方签收后确认收入	内部控制的关键环节及收入确认核算过程与“直销-丝绸文化创意品-销售团队”渠道一致
分销	丝绸文化创意品**（自有终端品牌）**	代销商	根据代销商提供的销售清单，以终端零售价扣除相关费用后确认收入	业务人员每月初取得客户上月的代销清单进行核对，双方确认无误后在系统进行销售出库，财务人员根据客户的代销清单与出库单核对后进行结算确认应收账款及收入，并根据代销商汇入的款项冲减相应的应收账款。公司每月取得代销货品结存与公司系统结存进行核对，确保账实相符，存在差异的及时查找原因并进行处理。
		经销商、加盟商	将产品交付给购货方，且由对方签收后确认收入	内部控制的关键环节及收入确认核算过程与“直销-丝绸文化创意品-销售团队”渠道一致
	口罩		公司将产品交付给购货方，由对方签收后确认收入	内部控制的关键环节及收入确认核算过程与“直销-丝绸文化创意品-销售团队”渠道一致

根据《企业会计准则第 14 号——收入》的规定，销售商品收入在同时满足下列条件时予以确认：①将商品所有权上的主要风险和报酬转移给购货方；②公司不再保留通常与所有权相联系的继续管理权，也不再对已售出的商品实施有效控制；③收入的金额能够可靠地计量；④相关的经济利益很可能流入；⑤相关的已发生或将发生的成本能够可靠地计量。

新收入准则下，销售商品收入在同时满足下列条件时予以确认：①合同各方已批准该合同并承诺将履行各自义务；②该合同明确了合同各方与所转让商品或提供劳务（以下简称“转让商品”）相关的权利和义务；③该合同有明确的与所转让商品相关的支付条款；④该合同具有商业实质，即履行该合同将改变企业未来现金流量的风险、时间分布或金额；⑤企业因向客户转让商品而有权取得的对价很可能收回。

在确认收入时点，公司与客户均已按合同履行各自义务、与商品所有权上的主要风险和报酬已经转移给购货方、商品收入及成本的金额能够可靠地计量，满足企业会计准则规定的收入确认应满足的条件，符合《企业会计准则》规定。

（二）同一控制下和非同一控制下企业合并的会计处理方法

1、同一控制下企业合并的会计处理方法

公司在企业合并中取得的资产和负债，按照合并日被合并方在最终控制方合并财务报表中的账面价值计量。公司按照被合并方所有者权益在最终控制方合并财务报表中的账面价值份额与支付的合并对价账面价值或发行股份面值总额的差额，调整资本公积；资本公积不足冲减的，调整留存收益。

2、非同一控制下企业合并的会计处理方法

公司在购买日对合并成本大于合并中取得的被购买方可辨认净资产公允价值份额的差额，确认为商誉；如果合并成本小于合并中取得的被购买方可辨认净资产公允价值份额，首先对取得的被购买方各项可辨认资产、负债及或有负债的公允价值以及合并成本的计量进行复核，经复核后合并成本仍小于合并中取得的被购买方可辨认净资产公允价值份额的，其差额计入当期损益。

（三）合并财务报表的编制方法

母公司将其控制的所有子公司纳入合并财务报表的合并范围。合并财务报表以母公司及其子公司的财务报表为基础，根据其他有关资料，由母公司按照《企业会计准则第33号——合并财务报表》编制。

（四）外币业务折算

外币交易在初始确认时，采用交易发生日的即期汇率折算为人民币金额。资产负债表日，外币货币性项目采用资产负债表日即期汇率折算，因汇率不同而产生的汇兑差额，除与购建符合资本化条件资产有关的外币专门借款本金及利息的汇兑差额外，计入当期损益；以历史成本计量的外币非货币性项目仍采用交易发生日的即期汇率折算，不改变其人民币金额；以公允价值计量的外币非货币性项目，采用公允价值确定日的即期汇率折算，差额计入当期损益或其他综合收益。

（五）金融工具

1、2019 年度和 2020 年 1-6 月

（1）金融资产和金融负债的分类

金融资产在初始确认时划分为以下三类：①以摊余成本计量的金融资产；②以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产；③以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产。

金融负债在初始确认时划分为以下四类：①以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债；②金融资产转移不符合终止确认条件或继续涉入被转移金融资产所形成的金融负债；③不属于上述①或②的财务担保合同，以及不属于上述①并以低于市场利率贷款的贷款承诺；④以摊余成本计量的金融负债。

（2）金融资产和金融负债的确认依据、计量方法和终止确认条件

①金融资产和金融负债的确认依据和初始计量方法

公司成为金融工具合同的一方时，确认一项金融资产或金融负债。初始确认金融资产或金融负债时，按照公允价值计量；对于以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产和金融负债，相关交易费用直接计入当期损益；对于其他类别的金融资产或金融负债，相关交易费用计入初始确认金额。但是，公司初始确认的应收账款未包含重大融资成分或公司不考虑未超过一年的合同中的融资成分的，按照交易价格进行初始计量。

②金融资产的后续计量方法

A、以摊余成本计量的金融资产

采用实际利率法，按照摊余成本进行后续计量。以摊余成本计量且不属于任何套期关系的一部分的金融资产所产生的利得或损失，在终止确认、重分类、按照实际利率法摊销或确认减值时，计入当期损益。

B、以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的债务工具投资

采用公允价值进行后续计量。采用实际利率法计算的利息、减值损失或利得及汇兑损益计入当期损益，其他利得或损失计入其他综合收益。终止确认时，将之前计入其他综合收益的累计利得或损失从其他综合收益中转出，计入当期损益。

C、以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的权益工具投资

采用公允价值进行后续计量。获得的股利（属于投资成本收回部分的除外）计入当期损益，其他利得或损失计入其他综合收益。终止确认时，将之前计入其他综合收益的累计利得或损失从其他综合收益中转出，计入留存收益。

D、以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产

采用公允价值进行后续计量，产生的利得或损失（包括利息和股利收入)计

入当期损益，除非该金融资产属于套期关系的一部分。

③金融负债的后续计量方法

A、以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债

此类金融负债包括交易性金融负债（含属于金融负债的衍生工具）和指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债。对于此类金融负债以公允价值进行后续计量。因公司自身信用风险变动引起的指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债的公允价值变动金额计入其他综合收益，除非该处理会造成或扩大损益中的会计错配。此类金融负债产生的其他利得或损失（包括利息费用、除因公司自身信用风险变动引起的公允价值变动)计入当期损益，除非该金融负债属于套期关系的一部分。终止确认时，将之前计入其他综合收益的累计利得或损失从其他综合收益中转出，计入留存收益。

B、金融资产转移不符合终止确认条件或继续涉入被转移金融资产所形成的金融负债

按照《企业会计准则第 23 号——金融资产转移》相关规定进行计量。

C、不属于上述①或②的财务担保合同，以及不属于上述①并以低于市场利率贷款的贷款承诺

在初始确认后按照下列两项金额之中的较高者进行后续计量：a、按照金融工具的减值规定确定的损失准备金额；b、初始确认金额扣除按照相关规定所确定的累计摊销额后的余额。

D、以摊余成本计量的金融负债

采用实际利率法以摊余成本计量。以摊余成本计量且不属于任何套期关系的一部分的金融负债所产生的利得或损失，在终止确认、按照实际利率法摊销时计入当期损益。

④金融资产和金融负债的终止确认

A、当满足下列条件之一时，终止确认金融资产：

a、收取金融资产现金流量的合同权利已终止；

b、金融资产已转移，且该转移满足《企业会计准则第 23 号——金融资产转移》关于金融资产终止确认的规定。

B、当金融负债（或其一部分）的现时义务已经解除时，相应终止确认该金融负债（或该部分金融负债）。

（3）金融资产转移的确认依据和计量方法

公司转移了金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬的，终止确认该金融资产，并将转移中产生或保留的权利和义务单独确认为资产或负债；保留了金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬的，继续确认所转移的金融资产。公司既没有转移也没有保留金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬的，分别下列情况处理：①未保留对该金融资产控制的，终止确认该金融资产，并将转移中产生或保留的权利和义务单独确认为资产或负债；②保留了对该金融资产控制的，按照继续涉入所转移金融资产的程度确认有关金融资产，并相应确认有关负债。

金融资产整体转移满足终止确认条件的，将下列两项金额的差额计入当期损益：①所转移金融资产在终止确认日的账面价值；②因转移金融资产而收到的对价，与原直接计入其他综合收益的公允价值变动累计额中对应终止确认部分的金额（涉及转移的金融资产为以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的债务工具投资）之和。转移了金融资产的一部分，且该被转移部分整体满足终止确认条件的，将转移前金融资产整体的账面价值，在终止确认部分和继续确认部分之间，按照转移日各自的相对公允价值进行分摊，并将下列两项金额的差额计入当期损益：①终止确认部分的账面价值；②终止确认部分的对价，与原直接计入其他综合收益的公允价值变动累计额中对应终止确认部分的金额（涉及转移的金融资产为以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的债务工具投资）之和。

（4）金融资产和金融负债的公允价值确定方法

公司采用在当前情况下适用并且有足够可利用数据和其他信息支持的估值技术确定相关金融资产和金融负债的公允价值。公司将估值技术使用的输入值分以下层级，并依次使用：

①第一层次输入值是在计量日能够取得的相同资产或负债在活跃市场上未经调整的报价；

②第二层次输入值是除第一层次输入值外相关资产或负债直接或间接可观察的输入值，包括：活跃市场中类似资产或负债的报价；非活跃市场中相同或类似资产或负债的报价；除报价以外的其他可观察输入值，如在正常报价间隔期间可观察的利率和收益率曲线等；市场验证的输入值等；

③第三层次输入值是相关资产或负债的不可观察输入值，包括不能直接观察或无法由可观察市场数据验证的利率、股票波动率、企业合并中承担的弃置义务的未来现金流量、使用自身数据作出的财务预测等。

（5）金融工具减值

①金融工具减值计量和会计处理

公司以预期信用损失为基础，对以摊余成本计量的金融资产、以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的债务工具投资、租赁应收款、分类为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债以外的贷款承诺、不属于以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债或不属于金融资产转移不符合终止确认条件或继续涉入被转移金融资产所形成的金融负债的财务担保合同进行减值处理并确认损失准备。

预期信用损失，是指以发生违约的风险为权重的金融工具信用损失的加权平均值。信用损失，是指公司按照原实际利率折现的、根据合同应收的所有合同现金流量与预期收取的所有现金流量之间的差额，即全部现金短缺的现值。其中，对于公司购买或源生的已发生信用减值的金融资产，按照该金融资产经信用调整的实际利率折现。

对于购买或源生的已发生信用减值的金融资产，公司在资产负债表日仅将自初始确认后整个存续期内预期信用损失的累计变动确认为损失准备。

对于不含重大融资成分或者公司不考虑不超过一年的合同中的融资成分的应收账款，公司运用简化计量方法，按照相当于整个存续期内的预期信用损失金额计量损失准备。

对于租赁应收款、包含重大融资成分的应收账款，公司运用简化计量方法，按照相当于整个存续期内的预期信用损失金额计量损失准备。

除上述计量方法以外的金融资产，公司在每个资产负债表日评估其信用风险自初始确认后是否已经显著增加。如果信用风险自初始确认后已显著增加，公司按照整个存续期内预期信用损失的金额计量损失准备；如果信用风险自初始确认后未显著增加，公司按照该金融工具未来 12 个月内预期信用损失的金额计量损失准备。

公司利用可获得的合理且有依据的信息，包括前瞻性信息，通过比较金融工具在资产负债表日发生违约的风险与在初始确认日发生违约的风险，以确定金融工具的信用风险自初始确认后是否已显著增加。

于资产负债表日，若公司判断金融工具只具有较低的信用风险，则假定该金融工具的信用风险自初始确认后并未显著增加。

公司以单项金融工具或金融工具组合为基础评估预期信用风险和计量预期信用损失。当以金融工具组合为基础时，公司以共同风险特征为依据，将金融工具划分为不同组合。

公司在每个资产负债表日重新计量预期信用损失，由此形成的损失准备的增加或转回金额，作为减值损失或利得计入当期损益。对于以摊余成本计量的金融资产，损失准备抵减该金融资产在资产负债表中列示的账面价值；对于以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的债权投资，公司在其他综合收益中确认其损失准备，不抵减该金融资产的账面价值。

②按组合评估预期信用风险和计量预期信用损失的金融工具

项　目	确定组合的依据	计量预期信用损失的方法
其他应收款——账龄组合	账龄	参考历史信用损失经验，结合当前状况以及对未来经济状况的预测，通过违约风险敞口和未来12个月内或整个存续期预期信用损失率，计算预期信用损失
其他应收款——合并范围内关联往来组合	合并范围内关联方	

③按组合计量预期信用损失的应收款项

A、具体组合及计量预期信用损失的方法

项　目	确定组合的依据	计量预期信用损失的方法
应收票据——银行承兑汇票	票据类型	经评估应收票据具有较低的信用风险（不计提坏账准备）
应收票据——商业承兑汇票	票据类型	参考历史信用损失经验，结合当前状况以及对未来经济状况的预测，编制应收票据对应应收账款

项　目	确定组合的依据	计量预期信用损失的方法
		原始账龄与整个存续期预期信用损失率对照表，计算预期信用损失
应收账款-合并范围内关联往来组合	合并范围内关联方	参考历史信用损失经验，结合当前状况以及对未来经济状况的预测，通过违约风险敞口和整个存续期预期信用损失率，计算预期信用损失
应收账款-账龄组合	账龄	参考历史信用损失经验，结合当前状况以及对未来经济状况的预测，编制应收账款账龄与整个存续期预期信用损失率对照表，计算预期信用损失

B、应收账款——账龄组合的账龄与整个存续期预期信用损失率对照表

账龄	应收账款 预期信用损失率（%）	商业承兑汇票 预期信用损失率（%）
1年以内	5	5
1-2年	20	20
2-3年	50	50
3年以上	100	100

注：商业承兑汇票账龄为对应应收账款原始账龄。

（6）金融资产和金融负债的抵销

金融资产和金融负债在资产负债表内分别列示，不相互抵销。但同时满足下列条件的，公司以相互抵销后的净额在资产负债表内列示：①公司具有抵销已确认金额的法定权利，且该种法定权利是当前可执行的；②公司计划以净额结算，或同时变现该金融资产和清偿该金融负债。

不满足终止确认条件的金融资产转移，公司不对已转移的金融资产和相关负债进行抵销。

2、2017 年度和 2018 年度

（1）金融资产和金融负债的分类

金融资产在初始确认时划分为以下四类：以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产（包括交易性金融资产和在初始确认时指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产）、持有至到期投资、贷款和应收款项、可供出售金融资产。

金融负债在初始确认时划分为以下两类：以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债（包括交易性金融负债和在初始确认时指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债）、其他金融负债。

（2）金融资产和金融负债的确认依据、计量方法和终止确认条件

公司成为金融工具合同的一方时，确认一项金融资产或金融负债。初始确认金融资产或金融负债时，按照公允价值计量；对于以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产和金融负债，相关交易费用直接计入当期损益；对于其他类别的金融资产或金融负债，相关交易费用计入初始确认金额。

公司按照公允价值对金融资产进行后续计量，且不扣除将来处置该金融资产时可能发生的交易费用，但下列情况除外：①持有至到期投资以及贷款和应收款项采用实际利率法，按摊余成本计量；②在活跃市场中没有报价且其公允价值不能可靠计量的权益工具投资，以及与该权益工具挂钩并须通过交付该权益工具结算的衍生金融资产，按照成本计量。

公司采用实际利率法，按摊余成本对金融负债进行后续计量，但下列情况除外：①以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债，按照公允价值计量，且不扣除将来结清金融负债时可能发生的交易费用；②与在活跃市场中没有报价、公允价值不能可靠计量的权益工具挂钩并须通过交付该权益工具结算的衍生金融负债，按照成本计量；③不属于指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债的财务担保合同，或没有指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益并将以低于市场利率贷款的贷款承诺，在初始确认后按照下列两项金额之中的较高者进行后续计量：A、按照《企业会计准则第13号——或有事项》确定的金额；B、初始确认金额扣除按照《企业会计准则第14号——收入》的原则确定的累积摊销额后的余额。

金融资产或金融负债公允价值变动形成的利得或损失，除与套期保值有关外，按照如下方法处理：①以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产或金融负债公允价值变动形成的利得或损失，计入公允价值变动收益；在资产持有期间所取得的利息或现金股利，确认为投资收益；处置时，将实际收到的金额与初始入账金额之间的差额确认为投资收益，同时调整公允价值变动收益。②可供出售金融资产的公允价值变动计入其他综合收益；持有期间按实际利率法计算的利息，计入投资收益；可供出售权益工具投资的现金股利，于被投资单位宣告发放股利时计入投资收益；处置时，将实际收到的金额与账面价值扣除原直接计入其他综合收益的公允价值变动累计额之后的差额确认为投资收益。

当收取某项金融资产现金流量的合同权利已终止或该金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬已转移时，终止确认该金融资产；当金融负债的现时义务全部或部分解除时，相应终止确认该金融负债或其一部分。

（3）金融资产转移的确认依据和计量方法

公司已将金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬转移给了转入方的，终止确认该金融资产；保留了金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬的，继续确认所转移的金融资产，并将收到的对价确认为一项金融负债。公司既没有转移也没有保留金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬的，分别下列情况处理：①放弃了对该金融资产控制的，终止确认该金融资产；②未放弃对该金融资产控制的，按照继续涉入所转移金融资产的程度确认有关金融资产，并相应确认有关负债。

金融资产整体转移满足终止确认条件的，将下列两项金额的差额计入当期损益：①所转移金融资产的账面价值；②因转移而收到的对价，与原直接计入所有者权益的公允价值变动累计额之和。金融资产部分转移满足终止确认条件的，将所转移金融资产整体的账面价值，在终止确认部分和未终止确认部分之间，按照各自的相对公允价值进行分摊，并将下列两项金额的差额计入当期损益：①终止确认部分的账面价值；②终止确认部分的对价，与原直接计入所有者权益的公允价值变动累计额中对应终止确认部分的金额之和。

（4）金融资产和金融负债的公允价值确定方法

公司采用在当前情况下适用并且有足够可利用数据和其他信息支持的估值技术确定相关金融资产和金融负债的公允价值。公司将估值技术使用的输入值分以下层级，并依次使用：

①一层次输入值是在计量日能够取得的相同资产或负债在活跃市场上未经调整的报价；

②第二层次输入值是除第一层次输入值外相关资产或负债直接或间接可观察的输入值，包括：活跃市场中类似资产或负债的报价；非活跃市场中相同或类似资产或负债的报价；除报价以外的其他可观察输入值，如在正常报价间隔期间可观察的利率和收益率曲线等；市场验证的输入值等；

③第三层次输入值是相关资产或负债的不可观察输入值，包括不能直接观察

或无法由可观察市场数据验证的利率、股票波动率、企业合并中承担的弃置义务的未来现金流量、使用自身数据作出的财务预测等。

（5）金融资产的减值测试和减值准备计提方法

①资产负债表日对以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产以外的金融资产的账面价值进行检查，如有客观证据表明该金融资产发生减值的，计提减值准备。

②对于持有至到期投资、贷款和应收款，先将单项金额重大的金融资产区分开来，单独进行减值测试；对单项金额不重大的金融资产，可以单独进行减值测试，或包括在具有类似信用风险特征的金融资产组合中进行减值测试；单独测试未发生减值的金融资产（包括单项金额重大和不重大的金融资产），包括在具有类似信用风险特征的金融资产组合中再进行减值测试。测试结果表明其发生了减值的，根据其账面价值高于预计未来现金流量现值的差额确认减值损失。

③可供出售金融资产

以公允价值计量的可供出售金融资产发生减值时，原直接计入其他综合收益的因公允价值下降形成的累计损失予以转出并计入减值损失。对已确认减值损失的可供出售债务工具投资，在期后公允价值回升且客观上与确认原减值损失后发生的事项有关的，原确认的减值损失予以转回并计入当期损益。对已确认减值损失的可供出售权益工具投资，期后公允价值回升直接计入其他综合收益。

以成本计量的可供出售权益工具发生减值时，将该权益工具投资的账面价值，与按照类似金融资产当时市场收益率对未来现金流量折现确定的现值之间的差额，确认为减值损失，计入当期损益，发生的减值损失一经确认，不予转回。

（六）应收款项

1、2019 年度和 2020 年 1-6 月

（1）具体组合及计量预期信用损失的方法

项　目	确定组合的依据	计量预期信用损失的方法
应收票据——银行承兑汇票	票据类型	经评估应收票据具有较低的信用风险（不计提坏账准备）
应收票据——商业承兑汇票	票据类型	参考历史信用损失经验，结合当前状况以及对未来经济状况的预测，编制应收票据对应应收账款

项　目	确定组合的依据	计量预期信用损失的方法
		原始账龄与整个存续期预期信用损失率对照表，计算预期信用损失
应收账款-合并范围内关联往来组合	合并范围内关联方	参考历史信用损失经验，结合当前状况以及对未来经济状况的预测，通过违约风险敞口和整个存续期预期信用损失率，计算预期信用损失
应收账款-账龄组合	账龄	参考历史信用损失经验，结合当前状况以及对未来经济状况的预测，编制应收账款账龄与整个存续期预期信用损失率对照表，计算预期信用损失

（2）应收账款——账龄组合的账龄与整个存续期预期信用损失率对照表

账　龄	应收账款 预期信用损失率（%）	商业承兑汇票 预期信用损失率（%）
1年以内	5	5
1-2年	20	20
2-3年	50	50
3年以上	100	100

注：商业承兑汇票账龄为对应应收账款原始账龄。

具体参见本节之“六、（五）1、（5）③按组合计量预期信用损失的应收款项”。

2、2017 年度和 2018 年度

（1）单项金额重大并单项计提坏账准备的应收款项

单项金额重大的判断依据或金额标准	金额 100 万元以上（含）且占应收款项账面余额 10%以上的款项
单项金额重大并单项计提坏账准备的计提方法	单独进行减值测试，根据其未来现金流量现值低于其账面价值的差额计提坏账准备

（2）按信用风险特征组合计提坏账准备的应收款项

①具体组合及坏账准备的计提方法

按信用风险特征组合计提坏账准备的计提方法	
账龄分析法组合	账龄分析法
合并范围内关联往来组合	经测试未发生减值的，不计提坏账准备

②账龄分析法

账　龄	应收账款计提比例	其他应收款计提比例
1 年以内	5%	5%
1-2 年	20%	20%
2-3 年	50%	50%

账　龄	应收账款计提比例	其他应收款计提比例
3 年以上	100%	100%

（3）单项金额不重大但单项计提坏账准备的应收款项

单项计提坏账准备的理由	存在发生减值的客观依据
坏账准备的计提方法	单独进行减值测试，根据其未来现金流量现值低于其账面价值的差额计提坏账准备

对应收票据、应收利息、长期应收款等其他应收款项，根据其未来现金流量现值低于其账面价值的差额计提坏账准备。

（七）存货

存货包括在日常活动中持有以备出售的产成品或商品、处在生产过程中的在产品、在生产过程或提供劳务过程中耗用的材料和物料等。

发出存货采用月末一次加权平均法。

资产负债表日，存货采用成本与可变现净值孰低计量，按照单个存货成本高于可变现净值的差额计提存货跌价准备。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。

存货的盘存制度为永续盘存制。

低值易耗品和包装物按照一次转销法进行摊销。

（八）合同成本

与合同成本有关的资产包括合同取得成本和合同履约成本。

公司为取得合同发生的增量成本预期能够收回的，作为合同取得成本确认为一项资产。如果合同取得成本的摊销期限不超过一年，在发生时直接计入当期损益。

公司为履行合同发生的成本，不适用存货、固定资产或无形资产等相关准则

的规范范围且同时满足下列条件的，作为合同履约成本确认为一项资产：该成本与一份当前或预期取得的合同直接相关，包括直接人工、直接材料、制造费用（或类似费用）、明确由客户承担的成本以及仅因该合同而发生的其他成本；该成本增加了公司未来用于履行履约义务的资源；该成本预期能够收回。

公司对于与合同成本有关的资产采用与该资产相关的商品或服务收入确认相同的基础进行摊销，计入当期损益。

如果与合同成本有关的资产的账面价值高于因转让与该资产相关的商品或服务预期能够取得的剩余对价减去估计将要发生的成本，公司对超出部分计提减值准备，并确认为资产减值损失。以前期间减值的因素之后发生变化，使得转让该资产相关的商品或服务预期能够取得的剩余对价减去估计将要发生的成本高于该资产账面价值的，转回原已计提的资产减值准备，并计入当期损益，但转回后的资产账面价值不超过假定不计提减值准备情况下该资产在转回日的账面价值。

（九）长期股权投资

1、共同控制、重要影响的判断

按照相关约定对某项安排存在共有的控制，并且该安排的相关活动必须经过分享控制权的参与方一致同意后才能决策，认定为共同控制。对被投资单位的财务和经营政策有参与决策的权力，但并不能够控制或者与其他方一起共同控制这些政策的制定，认定为重大影响。

2、投资成本的确定

（1）同一控制下的企业合并形成的，合并方以支付现金、转让非现金资产、承担债务或发行权益性证券作为合并对价的，在合并日按照取得被合并方所有者权益在最终控制方合并财务报表中的账面价值的份额作为其初始投资成本。长期股权投资初始投资成本与支付的合并对价的账面价值或发行股份的面值总额之间的差额调整资本公积；资本公积不足冲减的，调整留存收益。

公司通过多次交易分步实现同一控制下企业合并形成的长期股权投资，判断是否属于“一揽子交易”。属于“一揽子交易”的，把各项交易作为一项取得控制权的交易进行会计处理。不属于“一揽子交易”的，在合并日，根据合并后应

享有被合并方净资产在最终控制方合并财务报表中的账面价值的份额确定初始投资成本。合并日长期股权投资的初始投资成本，与达到合并前的长期股权投资账面价值加上合并日进一步取得股份新支付对价的账面价值之和的差额，调整资本公积；资本公积不足冲减的，调整留存收益。

（2）非同一控制下的企业合并形成的，在购买日按照支付的合并对价的公允价值作为其初始投资成本。

公司通过多次交易分步实现非同一控制下企业合并形成的长期股权投资，区分个别财务报表和合并财务报表进行相关会计处理：

①在个别财务报表中，按照原持有的股权投资的账面价值加上新增投资成本之和，作为改按成本法核算的初始投资成本。

②在合并财务报表中，判断是否属于“一揽子交易”。属于“一揽子交易”的，把各项交易作为一项取得控制权的交易进行会计处理。不属于“一揽子交易”的，对于购买日之前持有的被购买方的股权，按照该股权在购买日的公允价值进行重新计量，公允价值与其账面价值的差额计入当期投资收益；购买日之前持有的被购买方的股权涉及权益法核算下的其他综合收益等的，与其相关的其他综合收益等转为购买日所属当期收益。但由于被投资方重新计量设定受益计划净负债或净资产变动而产生的其他综合收益除外。

（3）除企业合并形成以外的：以支付现金取得的，按照实际支付的购买价款作为其初始投资成本；以发行权益性证券取得的，按照发行权益性证券的公允价值作为其初始投资成本；以债务重组方式取得的，按《企业会计准则第12号——债务重组》确定其初始投资成本；以非货币性资产交换取得的，按《企业会计准则第7号——非货币性资产交换》确定其初始投资成本。

3、后续计量及损益确认方法

对被投资单位实施控制的长期股权投资采用成本法核算；对联营企业和合营企业的长期股权投资，采用权益法核算。

（十）投资性房地产

投资性房地产包括已出租的土地使用权、持有并准备增值后转让的土地使用权和已出租的建筑物。

投资性房地产按照成本进行初始计量，采用成本模式进行后续计量，并采用与固定资产和无形资产相同的方法计提折旧或进行摊销。

（十一）固定资产

1、固定资产的确认条件

固定资产是指为生产商品、提供劳务、出租或经营管理而持有的，使用年限超过一个会计年度的有形资产。固定资产在同时满足经济利益很可能流入、成本能够可靠计量时予以确认。

2、各类固定资产的折旧方法

项　目	折旧方法	折旧年限（年）	残值率（%）	年折旧率（%）
房屋及建筑物	年限平均法	30	5	3.17
专用设备	年限平均法	5-10	0-5	9.50-20.00
运输工具	年限平均法	3-5	5	19.00-31.67
其他设备	年限平均法	3-5	0-5	19.00-33.33

资产负债表日，有迹象表明固定资产发生减值的，按照账面价值高于可收回金额的差额计提相应的减值准备。

（十二）在建工程

在建工程同时满足经济利益很可能流入、成本能够可靠计量则予以确认。在建工程按建造该项资产达到预定可使用状态前所发生的实际成本计量。

在建工程达到预定可使用状态时，按工程实际成本转入固定资产。已达到预定可使用状态但尚未办理竣工决算的，先按估计价值转入固定资产，待办理竣工决算后再按实际成本调整原暂估价值，但不再调整原已计提的折旧。

（十三）无形资产

无形资产包括土地使用权、专利权及非专利技术等，按成本进行初始计量。

使用寿命有限的无形资产，在使用寿命内按照与该项无形资产有关的经济利益的预期实现方式系统合理地摊销，无法可靠确定预期实现方式的，采用直线法摊销。具体年限如下：

项目	摊销年限（年）
土地使用权	50

软件	5

内部研究开发项目研究阶段的支出，于发生时计入当期损益。内部研究开发项目开发阶段的支出，同时满足下列条件的，确认为无形资产：（1）完成该无形资产以使其能够使用或出售在技术上具有可行性；（2）具有完成该无形资产并使用或出售的意图；（3）无形资产产生经济利益的方式，包括能够证明运用该无形资产生产的产品存在市场或无形资产自身存在市场，无形资产将在内部使用的，能证明其有用性；（4）有足够的技术、财务资源和其他资源支持，以完成该无形资产的开发，并有能力使用或出售该无形资产；（5）归属于该无形资产开发阶段的支出能够可靠地计量。

公司划分内部研究开发项目研究阶段支出和开发阶段支出的具体标准：

研究阶段：为获取并理解新的科学或技术知识等而进行的独创性的有计划调查、研究活动的阶段。

开发阶段：在进行商业性生产或使用前，将研究成果获其他知识应用于某项计划或者设计以生产出新的或具有实质性改进的材料、装置、产品等活动的阶段。

（十四）部分长期资产减值

对长期股权投资、采用成本模式计量的投资性房地产、固定资产、使用寿命有限的无形资产等长期资产，在资产负债表日有迹象表明发生减值的，估计其可收回金额。对因企业合并所形成的商誉和使用寿命不确定的无形资产，无论是否存在减值迹象，每年都进行减值测试。商誉结合与其相关的资产组或者资产组组合进行减值测试。

若上述长期资产的可收回金额低于其账面价值的，按其差额确认资产减值准备并计入当期损益。

（十五）长期待摊费用

长期待摊费用核算已经支出，摊销期限在1年以上（不含1年）的各项费用。长期待摊费用按实际发生额入账，在受益期或规定的期限内分期平均摊销。如果长期待摊的费用项目不能使以后会计期间受益则将尚未摊销的该项目的摊余价值全部转入当期损益。

（十六）职工薪酬

职工薪酬包括短期薪酬、离职后福利、辞退福利和其他长期职工福利。

1、短期薪酬的会计处理方法

在职工为公司提供服务的会计期间，将实际发生的短期薪酬确认为负债，并计入当期损益或相关资产成本。

2、离职后福利的会计处理方法

离职后福利分为设定提存计划和设定受益计划。

（1）在职工为公司提供服务的会计期间，根据设定提存计划计算的应缴存金额确认为负债，并计入当期损益或相关资产成本。

（2）对设定受益计划的会计处理通常包括下列步骤：

①根据预期累计福利单位法，采用无偏且相互一致的精算假设对有关人口统计变量和财务变量等作出估计，计量设定受益计划所产生的义务，并确定相关义务的所属期间。同时，对设定受益计划所产生的义务予以折现，以确定设定受益计划义务的现值和当期服务成本；

②设定受益计划存在资产的，将设定受益计划义务现值减去设定受益计划资产公允价值所形成的赤字或盈余确认为一项设定受益计划净负债或净资产。设定受益计划存在盈余的，以设定受益计划的盈余和资产上限两项的孰低者计量设定受益计划净资产；

③期末，将设定受益计划产生的职工薪酬成本确认为服务成本、设定受益计划净负债或净资产的利息净额以及重新计量设定受益计划净负债或净资产所产生的变动等三部分，其中服务成本和设定受益计划净负债或净资产的利息净额计入当期损益或相关资产成本，重新计量设定受益计划净负债或净资产所产生的变动计入其他综合收益，并且在后续会计期间不允许转回至损益，但可以在权益范围内转移这些在其他综合收益确认的金额。

3、辞退福利的会计处理方法

向职工提供的辞退福利，在下列两者孰早日确认辞退福利产生的职工薪酬负债，并计入当期损益：（1）公司不能单方面撤回因解除劳动关系计划或裁减建议所提供的辞退福利时；（2）公司确认与涉及支付辞退福利的重组相关的成本或费

用时。

4、其他长期职工福利的会计处理方法

向职工提供的其他长期福利，符合设定提存计划条件的，按照设定提存计划的有关规定进行会计处理；除此之外的其他长期福利，按照设定受益计划的有关规定进行会计处理，为简化相关会计处理，将其产生的职工薪酬成本确认为服务成本、其他长期职工福利净负债或净资产的利息净额以及重新计量其他长期职工福利净负债或净资产所产生的变动等组成项目的总净额计入当期损益或相关资产成本。

（十七）政府补助

政府补助在同时满足下列条件时予以确认：公司能够满足政府补助所附的条件；公司能够收到政府补助。政府补助为货币性资产的，按照收到或应收的金额计量。政府补助为非货币性资产的，按照公允价值计量；公允价值不能可靠取得的，按照名义金额计量。

1、与资产相关的政府补助判断依据及会计处理方法

政府文件规定用于购建或以其他方式形成长期资产的政府补助划分为与资产相关的政府补助。政府文件不明确的，以取得该补助必须具备的基本条件为基础进行判断，以购建或其他方式形成长期资产为基本条件的作为与资产相关的政府补助。与资产相关的政府补助，冲减相关资产的账面价值或确认为递延收益。与资产相关的政府补助确认为递延收益的，在相关资产使用寿命内按照合理、系统的方法分期计入损益。按照名义金额计量的政府补助，直接计入当期损益。相关资产在使用寿命结束前被出售、转让、报废或发生毁损的，将尚未分配的相关递延收益余额转入资产处置当期的损益。

2、与收益相关的政府补助判断依据及会计处理方法

除与资产相关的政府补助之外的政府补助划分为与收益相关的政府补助。对于同时包含与资产相关部分和与收益相关部分的政府补助，难以区分与资产相关或与收益相关的，整体归类为与收益相关的政府补助。与收益相关的政府补助，用于补偿以后期间的相关成本费用或损失的，确认为递延收益，在确认相关成本费用或损失的期间，计入当期损益或冲减相关成本；用于补偿已发生的相关成本

费用或损失的，直接计入当期损益或冲减相关成本。

3、与公司日常经营活动相关的政府补助，按照经济业务实质，计入其他收益或冲减相关成本费用。与公司日常活动无关的政府补助，计入营业外收支。

（十八）递延所得税资产、递延所得税负债

根据资产、负债的账面价值与其计税基础之间的差额（未作为资产和负债确认的项目按照税法规定可以确定其计税基础的，该计税基础与其账面数之间的差额），按照预期收回该资产或清偿该负债期间的适用税率计算确认递延所得税资产或递延所得税负债。

确认递延所得税资产以很可能取得用来抵扣可抵扣暂时性差异的应纳税所得额为限。资产负债表日，有确凿证据表明未来期间很可能获得足够的应纳税所得额用来抵扣可抵扣暂时性差异的，确认以前会计期间未确认的递延所得税资产。

资产负债表日，对递延所得税资产的账面价值进行复核，如果未来期间很可能无法获得足够的应纳税所得额用以抵扣递延所得税资产的利益，则减记递延所得税资产的账面价值。在很可能获得足够的应纳税所得额时，转回减记的金额。

公司当期所得税和递延所得税作为所得税费用或收益计入当期损益，但不包括下列情况产生的所得税：（1）企业合并；（2）直接在所有者权益中确认的交易或者事项。

（十九）租赁

公司为承租人时，在租赁期内各个期间按照直线法将租金计入相关资产成本或确认为当期损益，发生的初始直接费用，直接计入当期损益。或有租金在实际发生时计入当期损益。

公司为出租人时，在租赁期内各个期间按照直线法将租金确认为当期损益，发生的初始直接费用，除金额较大的予以资本化并分期计入损益外，直接计入当期损益。或有租金在实际发生时计入当期损益。

（二十）报告期主要会计政策、会计估计的变更及影响

1、重要会计政策变更

（1）2017年度重要会计政策变更

公司于2017年5月28日开始采用财政部于2017年颁布的《企业会计准则第42号——持有待售的非流动资产、处置组和终止经营》；于2017年6月12日开始采用财政部于2017年修订的《企业会计准则第16号——政府补助》。

①《企业会计准则第42号——持有待售的非流动资产、处置组和终止经营》对于2017年5月28日之后持有待售的非流动资产或处置组的分类、计量和列报，以及终止经营的列报等进行了规定，并采用未来适用法进行处理；在合并利润表和个别利润表中分别列示持续经营损益和终止经营损益等；对于当期列报的终止经营，原来作为持续经营损益列报的信息重新在比较报表中作为终止经营损益列报。

公司在2017年5月28日到本财务报表截止日期间不存在持有待售的非流动资产、处置组和终止经营。采用该准则对公司财务状况和经营成果没有重大影响。

②根据《企业会计准则第16号——政府补助》（2017），政府补助的会计处理方法从总额法改为允许采用净额法，将与资产相关的政府补助相关递延收益的摊销方式从在相关资产使用寿命内平均分配改为按照合理、系统的方法分配，并修改了政府补助的列报项目。对2017年1月1日存在的政府补助采用未来适用法处理，对2017年1月1日至该准则施行日之间新增的政府补助根据修订后的准则进行调整。对新的披露要求不需提供比较信息，不对比较报表中其他收益的列报进行相应调整。

采用该准则对公司财务状况和经营成果产生的影响如下：

单位：元

2017 年度受影响的报表项目	影响金额
其他收益	7,481,706.63
营业外收入	-7,481,706.63

③根据《关于修订印发一般企业财务报表格式的通知》（财会[2017]30号），在利润表中新增“资产处置收益”行项目，反映企业出售划分为持有待售的非流动资产（金融工具、长期股权投资和投资性房地产除外）或处置组时确认的处置利得或损失，处置未划分为持有待售的固定资产、在建工程、生产性生物资产及无形资产而产生的处置利得或损失，以及债务重组中因处置非流动资产产生的利得或损失和非货币性资产交换产生的利得或损失。

相应的删除“营业外收入”和“营业外支出”项下的“其中：非流动资产处置利得”和“其中：非流动资产处置损失”项目，修订后的营业外收支反映企业发生的营业利润以外的收益，主要包括债务重组利得或损失、与企业日常活动无关的政府补助、公益性捐赠支出、非常损失、盘盈利得或损失、捐赠利得、非流动资产毁损报废损失等。

采用该准则对本公司财务状况和经营成果无重大影响。

（2）2018年度重要会计政策变更

①根据财政部《关于修订印发2018年度一般企业财务报表格式的通知》（财会[2018]15号），本公司对财务报表格式进行了以下修订：

将原“应收票据”及“应收账款”行项目整合为“应收票据及应收账款”；将原“应收利息”及“应收股利”行项目归并至“其他应收款”；将原“固定资产清理”行项目归并至“固定资产”；将原“工程物资”行项目归并至“在建工程”；将原“应付票据”及“应付账款”行项目整合为“应付票据及应付账款”项目；将原“应付利息”及“应付股利”行项目归并至“其他应付款”；将原“专项应付款”行项目归并至“长期应付款”。

从原“管理费用”中分拆出“研发费用”；在“财务费用”行项目下分别列示“利息费用”和“利息收入”明细项目；

财务报表格式的修订对本公司财务状况和经营成果无重大影响。

②根据财政部《关于2018年度一般企业财务报表格式有关问题的解读》，本公司作为个人所得税的扣缴义务人，根据《中华人民共和国个人所得税法》收到的扣缴税款手续费在“其他收益”中填列。

（3）2019年重要会计政策变更

①根据财政部《关于修订印发2019年度一般企业财务报表格式的通知》（财会[2019]6号）、《关于修订印发合并财务报表格式（2019版）的通知》（财会〔2019〕16号），本公司对财务报表格式进行了以下修订：

资产负债表，将“应收票据及应收账款”行项目拆分为“应收票据”及“应收账款”；将“应付票据及应付账款”行项目拆分为“应付票据”及“应付账款”。

本公司对可比期间的比较数据按照财会[2019]6号文进行调整。财务报表格式的修订对本公司财务状况和经营成果无重大影响。

②财政部于2017年颁布了《企业会计准则第22号——金融工具确认和计量（修订）》、《企业会计准则第23号——金融资产转移（修订）》、《企业会计准则第24号——套期会计（修订）》及《企业会计准则第37号——金融工具列报（修订）》（统称“新金融工具准则”），本公司于2019年1月1日起执行新金融工具准则，对会计政策相关内容进行了调整。变更后的会计政策见本节之“六、（五）金融工具”。

按照新金融工具准则的规定，除某些特定情形外，对金融工具的分类和计量（含减值）进行追溯调整，将金融工具原账面价值和在新金融工具准则施行日（即2019年1月1日）的新账面价值之间的差额计入2019年年初留存收益或其他综合收益。同时，本公司未对比较财务报表数据进行调整。

根据相关新旧准则衔接规定，对可比期间信息不予调整，首次执行日执行新准则与原准则的差异追溯调整 2019 年 1 月 1 日的留存收益或其他综合收益。新金融工具准则对公司财务报表的影响如下：

1、执行新金融工具准则对公司 2019 年 1 月 1 日财务报表的影响仅涉及金融工具列报科目调整，无其他相关影响。

2、2019 年 1 月 1 日，公司金融资产和金融负债按照新金融工具准则和按原金融工具准则的规定进行分类和计量结果对比如下表：

单位：元

项　目	原金融工具准则		新金融工具准则	
	计量类别	账面价值	计量类别	账面价值
货币资金	摊余成本（贷款和应收款项）	192,049,272.78	摊余成本	192,049,272.78
应收票据	摊余成本（贷款和应收款项）	185,575.00	以公允价值计量且其变动计入其他综合收益	185,575.00
应收账款	摊余成本（贷款和应收款项）	140,609,257.03	摊余成本	140,609,257.03
其他应收款	摊余成本（贷款和应收款项）	6,531,662.19	摊余成本	6,531,662.19
可供出售金融资产	以公允价值计量且其变动计入其他综合收益	2,000,000.00	以公允价值计量且其变动计入当期损益	2,000,000.00

单位：元

项　目	原金融工具准则		新金融工具准则	
	计量类别	账面价值	计量类别	账面价值
应付票据	摊余成本	9,477,833.80	摊余成本	9,477,833.80
应付账款	摊余成本	145,765,508.35	摊余成本	145,765,508.35
其他应付款	摊余成本	12,953,543.74	摊余成本	12,953,543.74
其他流动负债	摊余成本	384,441.10	摊余成本	384,441.10

2、申报财务报表与原始财务报表差异情形

公司 2019 年度及 2020 年 1-6 月申报财务报表与原始财务报表不存在差异，2018 年度申报财务报表与原始财务报表差异情形主要是期间费用跨期、发出存货计价有误、应收账款未充分计提减值准备等原因所致。2017 年度申报财务报表与原始财务报表差异情形主要是应收账款及存货项目未充分计提减值准备、期间费用跨期等原因所致。具体情况如下：

（1）2018 年度申报财务报表与原始财务报表差异情形如下：

单位：万元

项　目	申报财务报表金额	原始财务报表金额	差异
货币资金	19,204.93	19,203.65	1.28
应收账款	14,060.93	14,553.35	-492.42
其他应收款	653.17	691.17	-38.00
存货	14,692.29	15,232.57	-540.28
其他流动资产	1,068.06	970.99	97.07
递延所得税资产	438.63	385.95	52.68
应付账款	14,576.55	14,478.88	97.67
应交税费	2,805.47	2,874.53	-69.06
其他应付款	1,295.35	947.39	347.96
资本公积	17,232.57	20,610.32	-3,377.75
盈余公积	1,181.92	1,232.07	-50.15
未分配利润	9,918.92	7,787.27	2,131.65
营业成本	47,795.48	47,885.30	-89.82
销售费用	13,073.41	12,930.79	142.62
管理费用	4,464.90	4,470.60	-5.70

单位：万元

项　目	申报财务报表金额	原始财务报表金额	差异
资产减值损失	-826.61	-755.35	-71.26
所得税费用	657.03	667.11	-10.08

（2）2017 年度申报财务报表与原始财务报表差异情形如下：

单位：万元

项　目	申报财务报表金额	原始财务报表金额	差异
货币资金	13,788.34	13,765.40	22.94
应收票据	274.22	278.64	-4.42
应收账款	13,027.53	13,877.36	-849.83
预付款项	956.47	1,003.79	-47.32
其他应收款	650.21	1,562.54	-912.33
存货	14,811.94	15,452.19	-640.25
其他流动资产	590.83	364.73	226.10
无形资产	632.21	634.88	-2.67
递延所得税资产	410.35	424.23	-13.88
其他非流动资产	61.34	17.34	44.00
应付账款	12,447.20	12,313.11	134.09
预收款项	2,897.93	3,303.73	-405.80
应付职工薪酬	3,655.21	3,639.29	15.92
应交税费	2,162.61	2,216.20	-53.59
其他应付款	1,404.56	1,199.23	205.33
资本公积	17,232.57	20,610.32	-3,377.75
盈余公积	701.87	737.61	-35.74
未分配利润	5,387.07	4,052.71	1,334.36
少数股东权益	542.04	536.50	5.54
营业收入	71,319.02	71,392.63	-73.61
营业成本	45,178.57	45,130.53	48.04
税金及附加	509.75	509.69	0.06
销售费用	11,835.39	11,656.88	178.51
管理费用	4,055.90	4,143.62	-87.72
研发费用	2,995.64	2,899.02	96.62
财务费用	212.81	246.32	-33.51

单位：万元

项　目	申报财务报表金额	原始财务报表金额	差异
资产减值损失	-126.55	-36.76	-89.79
营业外收入	54.48	52.03	2.45
营业外支出	404.56	404.10	0.46
所得税费用	985.62	1,048.87	-63.25

（3）申报财务报表与原始财务报表差异主要原因

①原始财务报表存在往来款借贷方未重分类情况，申报财务报表对此予以调整；

②原始财务报表存在期间费用跨期，申报财务报表对此予以调整；

③部分批次存货发出计价有误，申报财务报表对此予以调整；

④应收账款、存货项目减值准备计提不充分，申报财务报表对此予以调整；

⑤因股改基准日收入成本跨期、存货和应收账款减值准备计提不充分等情形，申报财务报表对股改基准日净资产予以调整。

（4）申报财务报表与原始财务报表差异对净利润的影响

单位：万元

项　目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
原始财务报表净利润①	3,724.91	5,933.46	5,109.72	6,111.61
申报财务报表净利润②	3,724.91	5,933.46	5,001.43	5,811.42
申报财务报表与原始财务报表差异对净利润的影响③=②-①	-	-	-108.29	-300.19
占比④=③/②	-	-	-2.17%	-5.17%

公司 2017-2018 年度申报财务报表与原始财务报表存在一定差异，差异金额及占当期申报财务报表净利润的比重较小。

（二十一）执行新收入准则对报告期的影响

公司自2020年1月1日起执行《企业会计准则第14号——收入》（财会[2017]22号）相关规定（以下简称“ 新收入准则”）。实施新收入准则对公司在业务模式、合同条款、收入确认等方面未产生影响。根据相关新旧准则衔接规定，对可比期间信息不予调整，首次执行日执行新准则的累积影响数追溯调整2020年1月1日的

留存收益及财务报表其他相关项目金额。执行新收入准则对公司2020年1月1日财务报表的主要影响如下：

单位：元

项　目	资产负债表		
	2019 年 12 月 31 日	新收入准则调整影响	2020 年 1 月 1 日
预收款项	18,633,309.96	-18,633,309.96	
合同负债		18,633,309.96	18,633,309.96

实施新收入准则对首次执行日前各年财务报表主要财务指标无影响，即假定自申报财务报表期初开始全面执行新收入准则，对首次执行日前各年（末）营业收入、归属于公司普通股股东的净利润、资产总额、归属于公司普通股股东的净资产等不会发生变化。

（二十二）重大会计政策或会计估计与可比上市公司的差异比较

本公司重大会计政策或会计估计与可比上市公司目前不存在较大差异。

七、发行人执行的税收政策和主要税种

本公司适用的主要税种及其税率列示如下：

税种	计税依据	税率
增值税	销售货物或提供应税劳务	17%、16%、13%、11%、10%、6%、5%
房产税	从价计征的，按房产原值一次减除 30%后余值的 1.2%计缴；从租计征的，按租金收入的 12%计缴	1.2%、12%
城市维护建设税	应缴流转税税额	7%
教育费附加	应缴流转税税额	3%
地方教育附加	应缴流转税税额	2%
企业所得税	应纳税所得额	25%、20%、15%

不同税率的纳税主体企业所得税税率说明：

纳税主体	税率			
	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
本公司	15%	15%	15%	15%
万事利科技	15%	15%	15%	15%
七仁数码	20%	20%	20%	20%
万事利文创	20%	20%	20%	20%

纳税主体	税率			
	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
丝艺科技	20%	20%	20%	25%
宁波万事利	20%	20%	20%	20%
万事利艺术品	20%	20%	25%	20%
万事利科创园	20%	20%	20%	25%
西藏新丝路	15%	15%	15%	15%
依漾科技	20%	20%	/	/
明阳科技	20%	25%	25%	25%
除上述以外的其他纳税主体	25%	25%	25%	25%

公司于2013年获得了浙江省科学技术厅、浙江省财政厅、浙江省国家税务局和浙江省地方税务局颁发的《高新技术企业证书》，该证书的有效期为三年。2016年和2019年，本公司均通过了复审认定，本公司报告期内减按15%的优惠税率计缴企业所得税。该项所得税优惠税率的有效期限至2021年。

万事利科技于2009年获得了浙江省科学技术厅、浙江省财政厅、浙江省国家税务局和浙江省地方税务局颁发的《高新技术企业证书》，该证书的有效期为三年。2012年、2015年和2018年，万事利科技均通过复审认定，万事利科技报告期内减按15%的优惠税率计缴企业所得税。该项所得税优惠税率的有效期限至2020年。

根据财政部、海关总署、国家税务总局《关于深入实施西部大开发战略有关税收政策问题的通知》财税〔2011〕58号，子公司西藏新丝路公司在2017-2019年度按15%的优惠税率计缴企业所得税。

根据财政部、国家税务总局《关于小型微利企业所得税优惠政策有关问题的通知》财税〔2014〕34号、财政部、国家税务总局《关于扩大小型微利企业所得税优惠政策范围的通知》财税〔2017〕43号、财政部、国家税务总局《关于进一步扩大小型微利企业所得税优惠政策范围的通知》财税〔2018〕77号、财政部国家税务总局《关于实施小微企业普惠性税收减免政策的通知》（财税〔2019〕13号的规定，本公司合并范围内各子公司中，属于小型微利企业并享受应纳税所得额优惠的情况如下：

纳税主体名称	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
七仁数码	所得减按 25%	所得减按 25%	所得减按 50%	所得减按 50%
万事利文创	所得减按 25%	所得减按 25%	所得减按 50%	所得减按 50%
丝艺科技	所得减按 25%	所得减按 25%	所得减按 50%	/
宁波万事利	所得减按 25%	所得减按 25%	所得减按 50%	所得减按 50%
万事利艺术品	所得减按 25%	所得减按 25%	/	所得减按 50%
万事利科创园	所得减按 25%	所得减按 25%	所得减按 50%	/
依漾科技	所得减按 25%	所得减按 25%	/	/
明阳科技	所得减按 25%	/	/	/

（1）发行人税收优惠具备可持续性

万事利丝绸于 2013 年获得了浙江省科学技术厅、浙江省财政厅、浙江省国家税务局和浙江省地方税务局颁发的《高新技术企业证书》，并于 2019 年通过复审认定，有效期限至 2021 年。高新技术企业税收优惠政策自实施以来，政策历史一致性与连贯性较强，如上述法律、行政法规及相关税收优惠政策未发生实质性变更，发行人申请高新技术企业相关指标不发生重大变化，则发行人将继续享受的高新技术企业减按 15%税率征收企业所得税之优惠税率，具有较高可持续性。

发行人子公司万事利科技于 2009 年获得了《高新技术企业证书》，并于 2018 年通过复审认定，有效期限至 2020 年。2020 年初万事利科技业务整合到万事利数码，万事利科技预计 2020 年下半年不再申请高新技术企业证书复审认定，后续由万事利数码申请高新技术企业认证。因此，万事利科技高新技术企业所得税优惠不可持续，但因万事利科技 2018 年和 2019 年因应纳税所得额为负，未实际享有高新技术企业所得税优惠政策，该高新技术企业资质对发行人影响较小。

研发费用加计扣除的所得税优惠政策，系我国近些年来一直实行的税收优惠政策，具有长期性、持续性，未来该政策变化的可能性较小，发行人预计享有的可持续性较高。

综上，发行人享受的税收优惠主要为高新技术企业所得税优惠、研发费用加计扣除优惠，与发行人经营业务密切相关，税收优惠具备可持续性。

（2）发行人对税收优惠不存在重大依赖的情形

报告期内，发行人税收优惠明细具体如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
高新技术企业所得税政策优惠金额	147.05	571.87	443.13	629.99
其中：万事利丝绸	147.05	571.87	443.13	590.60
万事利科技	-	-	-	39.39
研发费用加计扣除税收优惠金额	204.46	387.66	315.02	184.33
小微企业所得税政策优惠金额	4.17	15.01	14.26	-
税收优惠小计①	355.68	974.54	772.42	814.32
利润总额②	4,251.48	6,773.56	5,658.46	6,797.04
税收优惠金额占当期利润总额的比例③=①/②	8.37%	14.39%	13.65%	11.98%

报告期内，税收优惠金额占各期利润总额的比例分别为 11.98%、13.65%、14.39%和 8.37%，发行人对税收优惠不存在重大依赖。

八、分部信息

报告期内，公司按产品分类的主营业务收入明细如下：

单位：万元

类别		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
丝绸文化创意品（自有终端品牌）	丝巾	3,227.78	8.39%	14,502.11	20.07%	15,327.19	20.63%	14,126.15	19.98%
	组合套装	2,551.52	6.64%	9,520.59	13.18%	6,183.60	8.32%	6,181.30	8.74%
	家纺	3,023.34	7.86%	7,406.23	10.25%	6,187.05	8.33%	7,460.65	10.55%
	品牌服装	937.74	2.44%	4,073.75	5.64%	4,567.05	6.15%	3,886.62	5.50%
	围巾	314.76	0.82%	1,363.58	1.89%	2,038.90	2.74%	1,505.78	2.13%
	丝绸工艺品	65.48	0.17%	906.46	1.25%	1,303.34	1.75%	622.59	0.88%
	其他	1,020.39	2.65%	2,991.74	4.14%	4,306.79	5.80%	2,757.12	3.90%
	小计	11,141.00	28.97%	40,764.45	56.43%	39,913.93	53.73%	36,540.21	51.68%
丝绸纺织制品（非自有终端品牌）	丝绸面料	5,515.01	14.34%	16,653.63	23.05%	16,904.92	22.76%	17,596.22	24.89%
	贴牌服装	3,101.41	8.06%	11,242.34	15.56%	14,510.89	19.54%	13,181.91	18.64%
	数码印花加工	900.13	2.34%	1,828.50	2.53%	953.02	1.28%	729.26	1.03%
	其他	591.60	1.54%	1,754.61	2.43%	1,998.30	2.69%	2,657.79	3.76%
	小计	10,108.15	26.29%	31,479.08	43.57%	34,367.14	46.27%	34,165.19	48.32%

单位：万元

类别		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
口罩	平面口罩	15,124.98	39.33%	-	-	-	-	-	-
	立体口罩	2,081.29	5.41%	-	-	-	-	-	-
	小计	17,206.27	44.74%	-	-	-	-	-	-
合 计		**38,455.42**	**100.00%**	**72,243.53**	**100.00%**	**74,281.06**	**100.00%**	**70,705.40**	**100.00%**

九、经注册会计师核验的非经常性损益明细表

（一）经注册会计师核验的非经常性损益明细表

根据中国证监会《公开发行证券的公司信息披露解释性公告第1号——非经常性损益（2008年修订）》，天健事务所对本公司的非经常性损益进行了核验，出具了天健审[2020]9691号《关于杭州万事利丝绸文化股份有限公司最近三年及一期非经常性损益的鉴证报告》，公司非经常性损益的具体情况如下：

单位：元

项 目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
非流动资产处置损益，包括已计提资产减值准备的冲销部分	28,804.76	-186,875.81	170,705.33	-89,339.94
计入当期损益的政府补助（与公司正常经营业务密切相关，符合国家政策规定、按照一定标准定额或定量持续享受的政府补助除外）	2,147,382.77	8,705,224.90	3,785,299.10	7,452,663.24
计入当期损益的对非金融企业收取的资金占用费	-	-	-	400,741.47
企业取得子公司、联营企业及合营企业的投资成本小于取得投资时应享有被合并单位可辨认净资产公允价值产生的收益	-	-	-	346,823.34
除同公司正常经营业务相关的有效套期保值业务外，持有以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产、金融负债产生的公允价值变动收益，以及处置以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产、金融负债和可供出售金融资产取得的投资收益	237,019.18	-	-	-
除上述各项之外的其他营业外收入和支出	-566,118.61	200,973.07	-99,023.69	-3,871,402.03
其他符合非经常性损益定义的损	-	960,951.74		

单位：元

项　目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
益项目				
小　计	1,847,088.10	9,680,273.90	3,856,980.74	4,239,486.08
减：所得税费用（所得税费用减少以“-”表示）	361,762.92	1,383,349.41	626,678.88	1,199,326.58
少数股东损益	-8,625.85	-24,529.31	19,351.00	277,874.93
归属于母公司股东的非经常性损益净额	1,493,951.03	8,321,453.80	3,210,950.86	2,762,284.57

1、预计发行人仍可获得政府补助，但取得补助的时间和金额存在不确定性

公司政府补助分为与资产相关的政府补助和与收益相关的政府补助，与资产相关的政府补助项目为年产 900 万平方米无污水丝绸数码印花织物技术改造项目；与收益相关的政府补助项目主要包括产业扶持政策资金、优秀企业/省重点文化企业奖励、科技项目补助、商贸发展专项资金、高层次人员补助、社保返还、茧丝绸专项资金等。上述补助来源于政府部门对公司所属产业扶持、技术创新和解决就业等方面的认可和支持。未来，随着发行人生产经营规模、技术实力和整体社会影响力的不断提升，预计发行人仍可获得政府补助，但取得补助的时间和金额存在不确定性。

2、发行人对政府补助不存在重大依赖的情形

报告期内，发行人政府补助和占利润总额比例的情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
与资产相关的政府补助	14.08	36.50	26.50	26.50
与收益相关的政府补助	200.65	834.02	352.03	728.13
政府补助小计①	214.74	870.52	378.53	754.63
利润总额②	4,251.48	6,773.56	5,658.46	6,797.04
政府补助金占当期利润总额的比例③=①/②	5.05%	12.85%	6.69%	11.10%

报告期内，发行人取得政府补助金额分别 754.63 万元、378.53 万元、870.52 万元和 214.74 万元，占当期利润总额比例分别为 11.10%、6.69%、12.85%和 5.05%，发行人经营成果对政府补助不存在重大依赖。

（二）非经常性损益影响分析

单位：元

项　目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
归属于母公司股东的净利润	37,538,856.96	59,660,338.81	50,119,011.86	55,306,393.60
归属于母公司股东的非经常性损益净额	1,493,951.03	8,321,453.80	3,210,950.86	2,762,284.57
扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润	36,044,905.93	51,338,885.01	46,908,061.00	52,544,109.03
非经常性损益净额占净利润的比例	3.98%	13.95%	6.41%	4.99%

十、主要财务指标

（一）基本财务指标

项　目	2020 年 6 月末/2020 年 1-6 月	2019 年末/2019 年度	2018 年末/2018 年度	2017 年末/2017 年度
流动比率（倍）	3.32	2.29	2.05	1.95
速动比率（倍）	2.43	1.71	1.45	1.30
资产负债率（母公司）	16.75%	25.49%	29.62%	30.21%
应收账款周转率（次/年）	6.64	5.27	5.56	5.42
存货周转率（次/年）	3.68	3.15	3.24	4.02
息税折旧摊销前利润（万元）	5,024.87	8,149.39	6,902.71	8,176.73
归属于母公司股东的净利润（万元）	3,753.89	5,966.03	5,011.90	5,530.64
扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润（万元）	3,604.49	5,133.89	4,690.81	5,254.41
利息保障倍数（倍）	-	-	-	83.67
每股经营活动产生的现金流量（元/股）	-0.13	0.90	0.75	0.12
每股净现金流量（元/股）	-0.54	0.77	0.51	-0.48
归属于母公司股东的每股净资产（元/股）	4.57	4.40	3.81	3.31
无形资产（扣除土地使用权、水面养殖权和采矿权等后）占净资产的比例	0.89%	0.73%	0.80%	0.36%
研发投入占营业收入的比例	3.82%	4.47%	4.35%	4.20%

注：上述财务指标的计算方法如下：
流动比率＝流动资产/流动负债；
速动比率＝（流动资产-存货）/流动负债；

资产负债率＝（母公司负债总额/母公司资产总额）×100%；
应收账款周转率（次/年）＝营业收入/应收账款期初期末平均账面价值；
存货周转率（次/年）＝营业成本/存货期初期末平均账面价值；
息税折旧摊销前利润＝利润总额＋利息支出＋折旧＋摊销；
利息保障倍数＝（利润总额 +利息支出）/利息支出；
每股经营活动产生的现金流量净额＝经营活动产生的现金流量净额/期末股本总额；
每股净现金流量＝（现金净流量-优先股股利）/期末股本总额；
归属于母公司股东的每股净资产=归属于母公司股东的净资产/期末股本总额；
无形资产占净资产比例＝（无形资产－土地使用权）/期末净资产×100%。
研发投入占营业收入的比例=研发费用/营业收入*100%

（二）净资产收益率和每股收益

按照中国证监会《公开发行证券的公司信息披露编报规则第9号—净资产收益率和每股收益的计算及披露》（2010年修订）计算的公司净资产收益率和每股收益如下表：

1、净资产收益率

项　目	加权平均净资产收益率（%）			
	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
归属于公司普通股股东的净利润	8.11	14.41	13.95	17.62
扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润	7.79	12.40	13.06	16.74

2、每股收益

项　目	每股收益（元/股）							
	基本每股收益				稀释每股收益			
	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
归属于公司普通股股东的净利润	0.37	0.59	0.50	0.55	0.37	0.59	0.50	0.55
扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润	0.36	0.51	0.46	0.52	0.36	0.51	0.46	0.52

注：净资产收益率和每股收益的计算公式如下：

（1）加权平均净资产收益率

加权平均净资产收益率=P0/（E0+NP÷2+Ei×Mi÷M0-Ej×Mj÷M0±Ek×Mk÷M0）

其中：P0分别对应于归属于公司普通股股东的净利润、扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润；NP为归属于公司普通股股东的净利润；E0为归属于公司普通股股东的期初净资产；Ei为报告期发行新股或债转股等新增的、归属于公司普通股股东的净资产；Ej为报告期回购或现金分红等减少的、归属于公司普通股股东的净资产；M0为报告期月份数；Mi为新增净资产次月起至报告期末的累计月数；Mj为减少净资产次月起至报告期末的累计月数；Ek为因其他交易或事项引起的、归属于公司普通股股东的净资产增减变动；Mk为发生其他净资产增减变动次月起至报告期末的累计月数。

（2）基本每股收益=P0÷S

S=S0＋S1＋Si×Mi÷M0–Sj×Mj÷M0-Sk

其中：P0为归属于公司普通股股东的净利润或扣除非经常性损益后归属于普通股股东的净利润；S为发行在外的普通股加权平均数；S0为期初股份总数；S1为报告期因公积金转增股本或股票股利分配等增加股份数；Si为报告期因发行新股或债转股等增加股份数；Sj为报告期因回购等减少股份数；Sk为报告期缩股

数；M0为报告期月份数；Mi为增加股份次月起至报告期末的累计月数；Mj为减少股份次月起至报告期末的累计月数。

（3）稀释每股收益=P1/（S0＋S1＋Si×Mi÷M0–Sj×Mj÷M0–Sk+认股权证、股份期权、可转换债券等增加的普通股加权平均数）

其中，P1为归属于公司普通股股东的净利润或扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润，并考虑稀释性潜在普通股对其影响，按《企业会计准则》及有关规定进行调整。

十一、盈利预测报告

本公司未编制盈利预测报告。

十二、资产负债表日后事项、或有事项、其他重要事项及对发行人的影响

（一）资产负债表日后事项

截至2020年6月30日，本公司不存在需要披露的资产负债表日后事项。

（二）或有事项

1、与 LVMH 工艺公司及其子公司未决诉讼

2018 年 8 月，公司与法国 LVMH 集团下属 LVMH 工艺公司（LVMH Métiers d’Art）签署战略合作协议。2019 年 5 月，LVMH 工艺公司及其子公司在巴黎商事法院对公司及相关方提起诉讼，提出要求解除合作关系，并要求公司返还及赔偿款项合计 177.74 万欧元。2019 年 10 月，公司下属子公司万事利科技在巴黎商事法院起诉 Sofpar 126 公司，要求被告支付双面数码印花机的销售余款及其自 2019 年 4 月 8 日起算的相应利息、《法国民事诉讼法典》第 700 条规定的费用 10,000 欧元和全部诉讼费用。该事项具体情况参见本招股说明书第十一节之“三、（一）发行人及子公司的重大诉讼或仲裁事项”。

2、与上海诚心医疗器械有限公司未决诉讼

2020 年 4 月 15 日，万事利数码与上海诚心医疗器械有限公司签定立体口罩采购合同，合同约定单价 7.45 元/只（含税），采购数量 10.00 万只，采购金额 74.50 万元。根据合同约定，上海诚心医疗器械有限公司应在收到预付款第二天发货。万事利数码已向其全额支付货款 74.50 万元，但截至 2020 年 6 月末尚未收到相关货物。

由于上海诚心医疗器械有限公司未履行合同义务且拒绝退还预付货款，万事

利数码已于 2020 年 6 月对上海诚心医疗器械有限公司提起诉讼，要求对方退还已支付货款 74.50 万元。2020 年 10 月 14 日，该诉讼经由杭州经济技术开发区人民法院审理完结，判决万事利数码胜诉，判决要求上海诚心医疗器械有限公司应于判决书生效之日起七日内返还预付货款 74.50 万元。截至本招股说明书签署日，万事利数码尚未收到返还货款，拟进一步申请法院强制执行。万事利数码预计收回货款困难，将预付上海诚心医疗器械有限公司货款转入其他应收款并全额计提坏账准备。

3、与好状态供应链诉讼事项

2020 年 4 月 10 日，万事利数码与好状态供应链签定立体口罩采购合同。2020 年 4 月 25 日，因好状态供应链无法履行合同约定的相关义务，万事利数码与其签署《合同终止协议》，约定好状态供应链在 2020 年 4 月 27 日前向万事利数码退还预付货款及定金 320.51 万元。

2020 年 5 月 1 日，好状态供应链向万事利数码退款 100.00 万元。由于好状态供应链未能按照《合同终止协议》规定的日期退还预付货款及订金，万事利数码已于 2020 年 5 月对好状态供应链提起诉讼。2020 年 7 月，经安徽省肥东县人民法院调解，双方就尚未归还货款事项达成一致，限好状态供应链、安徽灿金医疗器械有限公司于 2020 年 9 月 15 日前退还万事利数码剩余货款 220.51 万元。

截至本招股说明书签署日，好状态供应链、安徽灿金医疗器械有限公司未按照调解协议的约定向万事利数码付款，法院已受理万事利数码提交的强制执行申请，决定立案执行。上述事项具体情况参见本招股说明书第十一节之“三、（一）发行人及子公司的重大诉讼或仲裁事项”。

（三）其他重要事项

截至2020年6月30日，本公司无其他重要事项。

十三、经营成果分析

（一）报告期内经营成果变动趋势

报告期内，公司总体经营成果情况如下：

单位：万元

项　目	2020 年 1-6 月	2019 年度		2018 年度		2017 年度
	金额	金额	增长率	金额	增长率	金额
营业收入	38,687.84	72,851.39	-3.19%	75,252.67	5.52%	71,319.02
营业利润	4,313.80	6,770.69	18.92%	5,693.69	-20.34%	7,147.12
利润总额	4,251.48	6,773.56	19.71%	5,658.46	-16.75%	6,797.04
净利润	3,724.91	5,933.46	18.64%	5,001.43	-13.94%	5,811.42
扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润	3,604.49	5,133.89	9.45%	4,690.81	-10.73%	5,254.41

报告期内，公司利润的主要来源是主营业务产生的营业利润，各年营业利润占利润总额的比重均在95%以上。

2018年度，公司营业收入为75,252.67万元，较上年增长5.52%，营业利润及净利润降幅分别为20.34%和13.94%，主要原因系：

（1）2017 年度及 2018 年上半年，主要上游原材料生丝的市场价格处于上涨趋势，公司主要产品的采购成本随之上升，而产品售价调整有一定的滞后性，导致公司的毛利空间被压缩。以丝巾和品牌服装为例，2018 年度，丝巾销售前 300 款产品和品牌服装-睡衣类产品销售前 50 款产品的采购单位成本加权平均变动幅度分别为 11.95%和 19.69%，上述产品销售额占丝巾、品牌服装产品销售总额的比重分别为 54.03%和 63.38%。具体测算过程参见招股说明书本节之“十三、（四）2、丝绸文化创意细分产品毛利率分析”。

（2）自2017年下半年起，公司着力于市场调研与业务拓展，加大了对新产品、新模式的调研与开拓力度，市场团队逐步扩充，工资薪酬及办公场地租赁等相关费用相应增长；

（3）公司为进一步塑造品牌形象，提升品牌价值，在广告宣传、品牌策划推广等方面的投入增长较快。上述与市场调研、业务拓展、品牌形象塑造与推广相关的费用增长，带动销售费用率较上年增长0.77%，使公司营业利润及净利润有所降低。

2019年度，公司营业收入为72,851.39万元，较上年下降3.19%，营业利润及净利润增幅分别为18.92%和18.64%，主要原因系：（1）公司通过市场调研与内

部分析，将业务资源向利润率更高的丝绸文化创意品**（自有终端品牌）**倾斜，主动缩减了毛利率较低的部分丝绸纺织制品**（非自有终端品牌）**规模；（2）自2018年下半年起，公司进一步优化了组织结构，提高了经营管理效率，期间费用率较上年下降0.79%；（3）公司当期收到的计入其他收益的政府补助，例如社保返还、产业扶持政策资金等，较上年增加491.39万元。

2020年1-6月，公司营业收入为38,687.84万元，营业利润及净利润分别为4,313.80万元和3,724.91万元。面对新冠肺炎疫情导致的国内外宏观经济波动，公司积极开展口罩业务，同时针对重点推广产品开展多维度多平台推广活动，刺激消费需求并引导消费者购买偏好，尽可能降低系统性风险对公司原有业务收入及利润产生的影响。

（二）营业收入构成及变动趋势分析

报告期内，公司营业收入构成情况如下：

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
主营业务收入	38,455.42	99.40%	72,243.53	99.17%	74,281.06	98.71%	70,705.40	99.14%
其他业务收入	232.43	0.60%	607.87	0.83%	971.61	1.29%	613.62	0.86%
合　计	**38,687.84**	**100.00%**	**72,851.39**	**100.00%**	**75,252.67**	**100.00%**	**71,319.02**	**100.00%**

公司主营业务突出，主营业务收入占营业收入的比重在98%以上，其他业务收入主要为子公司万事利数码房屋出租及子公司万事利科创园物业经营收入。

2018年度，公司主营业务收入较上年增加3,575.66万元，主要原因系：公司在充分调研的基础上，加大了对丝绸文化创意品**（自有终端品牌）**新产品、新模式的开发与拓展力度，品牌知名度持续提升，丝绸文化创意品销售收入较前一年增长3,373.72万元。

2019年度，公司主营业务收入较上年下降2,037.53万元，主要原因系：公司为提高经营效率，优化了产品结构，主动缩减部分毛利率较低的丝绸纺织制品**（非自有终端品牌）**业务，当期丝绸纺织制品收入规模下降2,888.05万元，但丝绸纺织制品整体毛利率较上年增长2.12%。

2020年1-6月，公司主营业务收入为38,455.42万元。公司作为首批浙江省级

重点民用口罩及关键材料生产企业之一，积极开展口罩业务并实现营业收入17,206.27万元，占当期主营业务收入的比重为44.74%。

1、按产品收入构成分析

报告期内，公司主营业务收入分产品构成情况如下：

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
丝绸文化创意品（自有终端品牌）	丝巾	3,227.78	8.39%	14,502.11	20.07%	15,327.19	20.63%	14,126.15	19.98%
	组合套装	2,551.52	6.64%	9,520.59	13.18%	6,183.60	8.32%	6,181.30	8.74%
	家纺	3,023.34	7.86%	7,406.23	10.25%	6,187.05	8.33%	7,460.65	10.55%
	品牌服装	937.74	2.44%	4,073.75	5.64%	4,567.05	6.15%	3,886.62	5.50%
	围巾	314.76	0.82%	1,363.58	1.89%	2,038.90	2.74%	1,505.78	2.13%
	丝绸工艺品	65.48	0.17%	906.46	1.25%	1,303.34	1.75%	622.59	0.88%
	其他	1,020.39	2.65%	2,991.74	4.14%	4,306.79	5.80%	2,757.12	3.90%
	小计	**11,141.00**	**28.97%**	**40,764.45**	**56.43%**	**39,913.93**	**53.73%**	**36,540.21**	**51.68%**
丝绸纺织制品（非自有终端品牌）	丝绸面料	5,515.01	14.34%	16,653.63	23.05%	16,904.92	22.76%	17,596.22	24.89%
	贴牌服装	3,101.41	8.06%	11,242.34	15.56%	14,510.89	19.54%	13,181.91	18.64%
	数码印花加工	900.13	2.34%	1,828.50	2.53%	953.02	1.28%	729.26	1.03%
	其他	591.60	1.54%	1,754.61	2.43%	1,998.30	2.69%	2,657.79	3.76%
	小计	**10,108.15**	**26.29%**	**31,479.08**	**43.57%**	**34,367.14**	**46.27%**	**34,165.19**	**48.32%**
口罩	平面口罩	15,124.98	39.33%	-	-	-	-	-	-
	立体口罩	2,081.29	5.41%	-	-	-	-	-	-
	小计	**17,206.27**	**44.74%**	**-**	**-**	**-**	**-**	**-**	**-**
合 计		**38,455.42**	**100.00%**	**72,243.53**	**100.00%**	**74,281.06**	**100.00%**	**70,705.40**	**100.00%**

报告期内，公司主要产品可分为丝绸文化创意品**（自有终端品牌）**和丝绸纺织制品**（非自有终端品牌）**两大类。丝绸文化创意品以经营“万事利”等自有品牌的丝巾、家纺、品牌服装、围巾为主；此外，以丝巾、围巾等产品为主搭配其他传统文化元素产品（如瓷器、茶叶、粽子、月饼等）形成的具有“丝绸+”概念的组合套装也是丝绸文化创意品的主要细分品类之一；丝绸纺织制品主要包括面向品牌服装企业的丝绸面料、贴牌服装以及数码印花加工服务。

（1）丝绸文化创意品**（自有终端品牌）**

报告期内，公司丝绸文化创意品收入分别为36,540.21万元、39,913.93万元、40,764.45万元和11,141.00万元，占主营业务收入的比重分别为51.68%、53.73%、56.43%和28.97%。2017-2019年度，丝绸文化创意品收入及占比呈逐年上升趋势，主要原因系：报告期内，公司持续通过文化传播引导积极健康的丝绸文化创意品消费理念，并通过技术创新不断提升产品品质，品牌知名度日益增强，产品的市场认可度和需求量逐年上升。2020年1-6月，受新冠肺炎疫情影响，公司丝绸文化创意品各细分产品业务规模均存在不同程度下滑。同时，由于口罩销售收入在上半年销售中占据较高比重，丝绸文化创意品销售收入占比降低至28.97%。丝巾、组合套装、家纺、品牌服装、围巾和丝绸工艺品是丝绸文化创意品的主要细分产品，上述产品报告期内的销售收入占各期丝绸文化创意品销售收入的比重分别为92.45%、89.21%、92.66%和90.84%。

①丝巾

公司丝巾产品主要包括方巾、长巾、真丝绒围巾等。报告期内，公司丝巾产品收入分别为14,126.15万元、15,327.19万元、14,502.11万元和3,227.78万元，各年波动幅度较小。丝巾产品是公司核心产品之一，2017-2019年度收入基本稳定。

②组合套装

公司组合套装产品系以丝巾、围巾等公司核心产品为设计基础，搭配其他具有中国传统文化元素的产品（如瓷器、茶叶、粽子、月饼等）组合形成“丝绸+”组合套装。报告期内，公司组合套装产品收入分别为6,181.30万元、6,183.60万元、9,520.59万元和2,551.52万元。

2019年度，公司组合套装产品较上年增加3,336.99万元，主要原因系：公司通过广泛的市场调研充分了解消费者需求，聚焦春节、端午节、中秋节等中国传统节日，开发出了一系列承载中华文化内涵，并兼具实用性和性价比的组合套装产品，如故宫联名新年套装、丝情粽意端午套装、秋语丝月中秋套装等。这类产品上市后取得了市场的认可，销售情况良好，亦带动了公司其他经典组合套装的销售，因此公司当期组合套装销售收入上升幅度较大。

③家纺

公司家纺产品主要包括蚕丝被、真丝床品套件等。报告期内，公司家纺产品收入分别为7,460.65万元、6,187.05万元、7,406.23万元和3,023.34万元。

2017年度，公司设计开发了蕴含欧式古典文化元素的真丝床品套件系列产品，当期实现销售收入1,220.97万元。

2018年度，公司专注于家纺产品的市场调研与高端产品的研发，推出新产品较少，收入较上年下滑1,273.60万元。

2019年度，公司家纺产品收入较上年增加1,219.18万元，主要原因系：公司经过上年度充分的市场调研，进一步明确家纺产品定位，针对消费者注重健康生活和提高生活品质的消费心理，推出了体现健康、实用设计理念的蚕丝子母被产品，以及定位于高端客户群体的黄金蚕丝被产品。同时，公司将上述产品作为当期重点推广的新品，加大了针对目标人群的广告投放力度，上述产品当期实现销售收入1,585.70万元。

④品牌服装

公司品牌服装产品以丝绸睡衣和自主品牌定制服装为主。报告期内，公司品牌服装产品收入分别为3,886.62万元、4,567.05万元、4,073.75万元和937.74万元。

报告期内，品牌服装产品收入波动的原因主要是公司面向大型企事业单位承接定制品牌服装业务量存在波动。该类定制业务单笔金额较高，但不同客户个性化较强，故品牌服装各年收入规模存在一定波动。

⑤围巾

公司围巾产品主要包括丝羊毛混纺围巾、丝羊绒混纺围巾、羊毛围巾、化纤围巾等。报告期内，公司围巾产品收入分别为1,505.78万元、2,038.90万元、1,363.58万元和314.76万元。

2018年度，公司围巾收入较上年增长533.12万元，主要系当期祈福彩系列围巾收入增加所致。公司在祈福彩系列围巾的开发与推广过程中，将中华传统文化及亲情、感恩等元素与公司产品有机融合，以“把福带回家”为宣传核心，取得了市场的认可，带动了当期围巾产品收入增长。

2019年度，公司围巾收入较上年下降675.32万元，主要原因是：公司于当年

四季度推出故宫联名新年套装，以祈福彩系列围巾为基础搭配其他产品，组合为组合套装产品销售，该产品合计贡献销售收入502.77万元，在一定程度上分流了祈福彩系列围巾单品的销售。

⑥丝绸工艺品

公司丝绸工艺品主要包括刺绣、卷轴画、丝绸书等。报告期内，公司丝绸工艺品产品收入分别为622.59万元、1,303.34万元、906.46万元和65.48万元。

2018年度，公司丝绸工艺品销售收入较前一年增长680.75万元，主要系公司自2017年起推出丝绢古画与丝织技艺相结合的高端文化艺术品，该类产品取得了较好的市场认可度，销量相应增加。2020年1-6月，受新冠肺炎疫情影响，宏观经济走势存在一定波动，客户当期对于高端工艺品的需求下降，当期丝绸工艺品收入较小。

⑦其他产品

为更好地满足客户个性化需求，除上述几类细分产品外，公司还推出了领带、丝巾扣、眼罩等配饰，以蚕丝蛋白为主要原料的日化用品等产品，此类产品占销售收入的比重较小。

（2）丝绸纺织制品**（非自有终端品牌）**

报告期内，公司丝绸纺织制品收入分别为34,165.19万元、34,367.14万元、31,479.08万元和10,108.15万元，占各期主营业务收入的比重分别为48.32%、46.27%、43.57%和26.29%，呈小幅下降趋势，主要原因系：公司将业务资源向利润率更高的丝绸文化创意品倾斜，主动缩减了毛利率较低的部分丝绸纺织制品销售规模。丝绸面料、贴牌服装和数码印花加工是丝绸纺织制品的主要细分产品和服务，报告期内，上述产品及服务的销售收入占各期丝绸纺织制品收入的比重分别为92.22%、94.19%、94.43%和94.15%。

①丝绸面料

公司面料产品以丝绸材质面料为主，主要客户为国内外知名服装企业。报告期内，公司丝绸面料产品收入分别为17,596.22万元、16,904.92万元、16,653.63万元和5,515.01万元。

2017-2019年度，公司丝绸面料销售额呈小幅下降趋势，主要原因系受到宏观经济增速放缓的影响，国内服装行业下游需求略显疲软，导致上游面料业务量有所减少。

②贴牌服装

公司贴牌服装产品包含丝绸服装及非真丝服装，主要客户为国内外知名服装企业。报告期内，公司贴牌服装收入分别为13,181.91万元、14,510.89万元、11,242.34万元和3,101.41万元。

2019年度，公司贴牌服装收入较上年下降3,268.56万元，主要原因系公司基于长远业务规划，主动缩减了部分毛利率较低的非真丝服装业务，当期非真丝服装收入较上年下降3,228.19万元。

③数码印花加工

公司数码印花加工主要包括数码喷印和后道等其他加工，均采取客户提供原材料，公司提供加工服务的模式。公司多年来致力于提升数码印花生产工艺水平，尤其注重双面数码印花生产工艺的研发与应用，产品品质得到了客户的认可。

报告期内，公司数码印花加工业务收入分别为 729.26 万元、953.02 万元、1,828.50 万元和 900.13 万元。2017-2019 年度，数码印花加工业务呈逐年增长趋势，主要系公司数码印花生产工艺日趋成熟，服务能力逐步提升，新客户增加，使得面料加工业务规模有所增长。

④其他：公司丝绸纺织制品还包括贴牌丝巾围巾、贴牌家纺以及纺织设备及耗材（与丝绸纺织制品相关），其收入规模占比较小。

2、按地区分布分析

报告期内，公司主营业务收入地区分布情况如下：

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
华东地区	27,983.41	72.77%	48,064.01	66.53%	46,015.18	61.95%	45,013.84	63.66%
华北地区	3,102.60	8.07%	8,643.71	11.96%	9,399.85	12.65%	7,825.22	11.07%
华南地区	1,879.76	4.89%	6,319.30	8.75%	8,277.95	11.14%	6,437.13	9.10%

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
西北地区	113.56	0.30%	561.36	0.78%	466.35	0.63%	543.50	0.77%
华中地区	333.50	0.87%	718.02	0.99%	831.76	1.12%	687.76	0.97%
西南地区	502.03	1.31%	403.32	0.56%	384.83	0.52%	539.94	0.76%
东北地区	439.44	1.14%	381.53	0.53%	698.69	0.94%	366.55	0.52%
境内合计	34,354.30	89.34%	65,091.25	90.10%	66,074.62	88.95%	61,413.92	86.86%
欧洲	2,906.17	7.56%	4,062.80	5.62%	4,096.23	5.51%	3,579.76	5.06%
北美洲	526.03	1.37%	2,844.38	3.94%	3,224.55	4.34%	3,872.03	5.48%
港澳台及其他亚洲地区	658.94	1.71%	245.09	0.34%	795.22	1.07%	1,634.14	2.31%
其他	9.98	0.03%	-	-	90.44	0.12%	205.55	0.29%
境外合计	4,101.12	10.66%	7,152.27	9.90%	8,206.44	11.05%	9,291.48	13.14%
主营业务收入合计	**38,455.42**	**100.00%**	**72,243.53**	**100.00%**	**74,281.06**	**100.00%**	**70,705.40**	**100.00%**

报告期内，公司超过 85%的主营业务收入来自于境内。公司境内业务中，华东地区主营业务收入金额逐年增长，占境内主营业务收入的比重较高，主要原因系：杭州自古为“丝绸之府”，公司作为丝绸行业内领先企业在华东地区已具备较强的品牌影响力和美誉度，在资本实力有限的情况下，公司将短期战略目标定位于深耕华东地区业务，储备各渠道优质客户资源，逐步建立起较为成熟的业务模式，不断扩大市场占有率，品牌知名度与认可度逐年提升，产品销售量相应增长。

报告期内，公司境内其他区域销售收入分别为 16,400.08 万元、20,059.44 万元、17,027.25 万元和 6,370.89 万元，公司已通过设立分支机构，开拓分销渠道及客户等方式将“万事利”品牌及产品推广至其他区域，并取得了一定效果，品牌影响力增强。2017-2019 年，公司除华东地区外的其他境内地区收入存在一定的波动，主要原因系公司品牌知名度在全国范围内仍有待提升，市场竞争加剧导致 2019 年华东地区外收入有所下滑。2020 年 1-6 月为支持当地企业复工复产，公司口罩产品华东地区销售占比较高，扣除口罩产品公司主营业务收入地区分布占比与 2019 年差异较小。

公司扎根于杭州地区，通过品牌塑造、文化弘扬、市场推广等方式逐步提高

市场占有率，业务发展具备可持续性。公司在经营过程中不断总结经验，归纳适合在华东以外地区开展业务的相关模式。同时，公司亦积极在境内其他地区进行市场调研与业务开拓，逐步摸索出一套将丝绸文化与当地特色文化相结合的业务推广方式，提升公司品牌在全国范围内的影响力。在目前资本实力有限的情况下公司尚未在华东以外地区进行大规模的市场投入，公司拟通过本次募集资金投资建设国内营销体系，提升“万事利”品牌在全国范围内的知名度，打造类似于杭州总部的异地销售中心，有望实现华东以外地区持续增长。

公司境外销售主要为子公司万事利科技向境外客户销售贴牌服装、口罩产品以及丝绸面料。报告期内，公司境外销售收入金额分别为9,291.48万元、8,206.44万元、7,152.27万元和4,101.12万元，占主营业务收入的比重分别为13.14%、11.05%、9.90%和10.66%。2017-2019年度，境外销售收入与占比呈逐年下降趋势，主要原因为：①受国际宏观经济形势影响，外销服装终端消费市场相对疲软；②公司境外销售以丝绸纺织制品为主，产品毛利率以及考虑报关运输等综合成本后利润率相对较低，且境外销售存在一定收款风险，公司基于长远业务规划，主动缩减了部分毛利率较低的境外贴牌服装销售业务。

报告期内，公司丝绸纺织制品可比上市公司境外销售情况如下：

单位：万元

公司名称	项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
嘉欣丝绸	境外销售收入	66,628.79	183,816.87	182,272.22	179,655.26
	境外销售占比	52.56%	53.46%	57.30%	64.78%
达利国际	境外销售收入	/	166,547.10	185,539.70	178,166.00
	境外销售占比	/	57.16%	60.34%	65.19%
本公司	境外销售收入	4,101.12	7,152.27	8,206.44	9,291.48
	境外销售占比	10.66%	9.90%	11.05%	13.14%

报告期内，可比上市公司嘉欣丝绸境外销售收入持续上升，但境外销售占比逐年下降。达利国际境外销售收入呈现先增长后下降的趋势，境外销售占比同样呈逐年下降趋势。报告期内，公司境外销售收入及占比波动趋势与可比上市公司存在差异，公司境外收入下降的原因除了国际宏观经济环境因素外，更多系公司基于自身业务规划主动缩减境外销售业务规模。

受新冠肺炎疫情影响，国际宏观经济形势仍将持续波动，对公司境外销售规模造成不利影响。且由于公司境外销售以单价和毛利率较低的非真丝贴牌服装为主，考虑报关运输等综合成本后利润率相对较低，境外销售亦存在一定收款风险，公司基于战略规划角度，还将持续缩减境外销售规模，预计未来境外销售规模及占比将进一步下降。报告期内，公司境外销售收入占公司主营业务收入比重分别为13.14%、11.05%、9.90%和10.66%，境外销售毛利占公司毛利比重分别为6.66%、4.96%、4.04%和8.33%（2020年1-6月，扣除口罩业务后境外销售毛利占比为5.37%）。报告期内，公司境外销售毛利占比较小，境外销售规模的缩减不会对公司盈利能力和持续经营能力产生重大不利影响。

（1）境外销售主要国家/地区

报告期内，公司境外销售客户所属国家/地区的分布情况如下：

单位：万元

境外销售国家/地区	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
法国	1,830.29	44.63%	1,328.86	18.58%	1,770.71	21.58%	1,453.99	15.65%
香港地区	592.69	14.45%	85.65	1.20%	711.55	8.67%	1,572.43	16.92%
美国	519.17	12.66%	1,995.93	27.91%	2,679.89	32.66%	2,436.21	26.22%
意大利	410.09	10.00%	2,417.85	33.81%	2,090.30	25.47%	1,967.70	21.18%
加拿大	6.86	0.17%	848.45	11.86%	544.66	6.64%	1,435.82	15.45%
其他国家或地区	742.03	18.09%	475.53	6.65%	409.33	4.99%	425.33	4.58%
合　计	**4,101.12**	**100.00%**	**7,152.27**	**100.00%**	**8,206.44**	**100.00%**	**9,291.48**	**100.00%**

报告期内，公司来自于法国、意大利的收入占外销收入的比重呈逐年上升趋势，2019 年度和 2020 年 1-6 月，公司向法国、意大利的外销收入比重分别为52.39%、54.63%。

自 2018 年度中美两国发生贸易摩擦以来，公司向美国地区的销售呈现逐年下降趋势。根据美国国际贸易委员会所公布的历次对华出口商品加征关税清单，公司主要向美国地区出口的服装类产品自2019年9月以来被加征了15%的关税，从而对公司在美国地区的销售产生了一定的负面影响。

虽然发行人主要对美销售产品自 2019 年 9 月以来进口关税出现明显增加，但贸易摩擦不会对发行人的经营造成重大不利影响，主要原因系：

①公司主要产品出口地并非美国，其他地区贸易政策不存在重大不利影响

报告期内，公司向美国市场的销售额占主营业务收入比例较低且呈逐年下降趋势，对公司影响有限。

项　目	美国市场销售额（万元）	占外销收入比例	占主营业务收入比例
2020 年 1-6 月	519.17	12.33%	1.35%
2019 年度	1,995.93	27.91%	2.76%
2018 年度	2,679.89	37.47%	3.61%
2017 年度	2,436.21	34.06%	3.45%

截至本招股说明书签署日，欧盟地区等发行人主要销售地区的贸易环境及对发行人主要出口产品的贸易政策总体上保持稳定，未出现对发行人经营业绩及未来持续经营能力具有重大不利影响的进口限制性政策。

②美国对华关税加征部分减免

随着中美双方于 2020 年 1 月签署第一阶段经贸协议，美国政府决定自 2020 年 2 月 14 日起，将原计划加征 15%关税的部分产品降至加征 7.5%，发行人主要对美销售产品均在关税减免名单之列，关税上涨压力有所降低。

因此，贸易摩擦对公司境外销售存在一定不利影响，但对发行人整体业绩的影响有限。

（2）境外销售主要产品种类，内外销单价及毛利率差异分析

单位；万元、万件、万米

产品种类	2020年1-6月			2019年度		
	数量	收入	占比	数量	收入	占比
贴牌服装	21.33	2,004.76	48.88%	56.31	5,934.27	82.97%
平面口罩	944.40	1,648.86	40.21%	-	-	-
立体口罩	12.00	115.67	2.82%	-	-	-
丝绸面料	1.81	42.24	1.03%	4.12	269.45	3.77%
其他[注]	15.09	289.59	7.06%	49.97	948.56	13.26%
合计	**/**	**4,101.12**	**100.00%**	**/**	**7,152.27**	**100.00%**

产品种类	2018年度			2017年度		
	数量	收入	占比	数量	收入	占比
贴牌服装	76.51	6,458.26	78.70%	77.61	6,164.25	66.34%
丝绸面料	17.05	820.08	9.99%	40.13	1,354.90	14.58%
其他[注]	57.55	928.10	11.31%	77.26	1,772.33	19.07%
合计	**/**	**8,206.44**	**100.00%**	**/**	**9,291.48**	**100.00%**

注：境外销售的其他类产品主要系贴牌丝巾围巾等产品。

2017-2019年度，公司境外销售贴牌服装、丝绸面料和其他产品数量持续下降，主要系公司基于长远业务规划，主动缩减上述业务规模。公司自2020年起开展口罩业务，在国内市场口罩供应趋于稳定后逐步开展口罩境外销售业务，当期实现销售收入1,764.53万元。

①贴牌服装

产品种类	销售模式	项　目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
贴牌服装	境外销售	单价（元/件）	94.00	105.39	84.41	79.43
		毛利率	14.79%	15.42%	15.11%	19.72%
	境内销售	单价（元/件）	280.72	249.86	117.12	77.52
		毛利率	23.54%	21.53%	11.58%	12.53%

报告期内，贴牌服装境内外销售产品结构如下：

单位：万件、元/件

项目	产品种类	2020年1-6月			2019年度		
		数量	单价	毛利率	数量	单价	毛利率
境外销售	真丝服装	0.82	277.21	20.89%	1.22	278.30	22.88%
	非真丝服装	20.51	86.70	14.01%	55.09	101.57	14.97%
境内销售	真丝服装	2.61	345.39	27.22%	15.82	292.87	25.06%
	非真丝服装	1.30	151.01	6.64%	5.43	124.45	-2.64%[注]
项目	产品种类	2018年度			2017年度		
		数量	单价	毛利率	数量	单价	毛利率
境外销售	真丝服装	1.01	348.64	21.21%	0.41	325.01	20.57%
	非真丝服装	75.50	80.88	14.76%	77.20	78.13	19.70%
境内销售	真丝服装	16.74	278.42	19.39%	16.74	134.87	29.95%
	非真丝服装	52.02	65.22	0.85%	73.78	64.51	4.27%

注：2019年度，境内非真丝服装毛利率为负，主要系公司确认前期销售产生的折让63.99万元，公司于折让发生当期冲减收入，扣除该笔折让影响后，非真丝服装境内销售毛利率为6.24%。

报告期内，贴牌服装境内销售与境外销售在单价、毛利率上的差异主要系产品结构、内外销综合成本及风险存在一定差异。

A、产品结构：报告期内，公司贴牌服装产品境内外销售的材质、工艺、花型、款式均有所差异。通常来说，由于真丝面料成本较高，在服装制作环节对加工设备、加工技术的要求较高，面料耗损率也相对较高，因此公司在报价时预留相对较多的毛利空间，其单价和毛利率均高于非真丝服装。

B、内外销综合成本及风险差异：由于境外销售相关的运输、报关等各类综合开支较高，且境外销售存在一定的收款风险，公司通常会在报价时预留相对较多的毛利空间。因此，在材质、工艺等属性基本相同的情况下，境外销售报价和毛利率通常会高于境内。

总体而言，报告期内，贴牌服装境外销售以非真丝服装为主，而境内销售真丝服装占比逐年提升，自2018年起以真丝服装为主。因此，单价方面，2017年度，贴牌服装境内外销售单价接近，2018年度以来，境外销售单价低于境内销售。毛利率方面，2017-2018年度，境外销售毛利率高于境内销售，而2019-2020年6月，由于贴牌服装境内销售中真丝服装占比较高，拉高境内销售毛利率平均水平，因此境内销售毛利率高于境外销售。

分真丝服装和非真丝服装来看，2017-2018年度，真丝服装和非真丝服装均呈现境外销售单价高于境内的情形。2019-2020年6月，公司从战略角度出发缩减了贴牌服装销售规模，非真丝服装境内销售以及真丝服装境外销售数量极少，其平均单价更易受到订单产品类型的影响，因此存在一定波动。

②丝绸面料

产品种类	销售模式	项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
丝绸面料	境外销售	单价（元/米）	23.40	65.39	48.09	33.76
		毛利率	6.34%	27.44%	28.96%	18.29%
	境内销售	单价（元/米）	60.35	63.71	60.79	53.96
		毛利率	19.79%	16.90%	18.14%	17.03%

报告期内，丝绸面料境内外销售产品结构如下：

单位：万件、元/件

项目	产品种类	2020年1-6月			2019年度		
		数量	单价	毛利率	数量	单价	毛利率
境外销售	真丝面料	0.16	101.00	29.22%	2.32	101.73	28.28%
	非真丝面料	1.65	15.92	-7.66%[注]	1.80	18.65	21.51%
境内销售	真丝面料	61.44	77.72	19.73%	175.29	80.78	17.02%
	非真丝面料	29.24	23.87	20.27%	81.89	27.17	16.14%
项目	产品种类	2018年度			2017年度		
		数量	单价	毛利率	数量	单价	毛利率
境外销售	真丝面料	5.89	94.70	26.83%	11.24	76.04	19.25%
	非真丝面料	12.11	22.05	34.66%	28.88	17.30	16.66%
境内销售	真丝面料	184.00	76.99	18.65%	194.25	68.71	15.63%
	非真丝面料	80.61	23.80	14.46%	106.73	27.12	23.47%

注：2020年1-6月，非真丝面料境外销售毛利率为负，主要系确认因前期销售产生的折让9.05万元，公司于折让发生当期冲减收入，扣除该笔折让影响后，非真丝面料境外销售毛利率为19.97%。

报告期内，丝绸面料境内销售与境外销售在单价、毛利率上的差异主要系产品结构，内外销综合成本与风险、销售批量等因素存在差异。

A、产品结构：报告期内，公司丝绸面料产品境内外销售的材质、工艺、花型、款式均有所差异。通常来说，真丝面料单价高于非真丝面料。

B、内外销综合成本及风险差异：与贴牌服装相似，在产品材质、工艺等属性基本相同的情况下，丝绸面料境外销售报价和毛利率通常会高于境内。

C、批量差异：丝绸面料境外销售业务规模较小，单笔业务批量较小，打样成本相对较高，在产品材质、工艺等属性基本相同的情况下，境外销售报价和毛利率高于境内。

总体而言，2017-2018年度及2020年1-6月，丝绸面料境外销售中非真丝面料销售数量大于真丝面料，2019年度境外销售则以真丝面料为主，境内销售均以真丝面料为主。因此从单价来看，2017-2018年度以及2020年1-6月，丝绸面料境外销售单价低于境内，2019年度丝绸面料境内外销售单价接近。毛利率方面,2017-2019年度，丝绸面料境外销售业务规模较小，单笔业务批量较小，打样

成本相对较高，毛利率高于境内销售。2020年1-6月，由于丝绸面料境外销售金额仅42.24万元，且公司前期销售产生折让9.05万元冲减当期收入，扣除该笔折让影响后，丝绸面料境外销售毛利率为22.86%，毛利率略高于境内销售。

分真丝面料和非真丝面料来看，报告期内，真丝面料境外销售单价及毛利率均高于境内销售，主要系上述内外销综合成本及风险差异及批量差异所致。报告期内，非真丝面料境外销售规模持续缩减，其单价及毛利率存在一定波动，具体而言：2017年度，非真丝面料境外销售中个别客户销售批量较大，其单价和毛利率分别为16.83元/米和4.81%，拉低当期平均单价及毛利率。2018年度，公司不再与该客户合作，其余客户较为分散，公司报价和毛利率相对较高。2019年度以来，公司非真丝面料境外销售数量极少，其平均单价更易受到订单产品类型的影响，因此存在一定波动。

③口罩

2020年1-6月，不同口罩产品境内外销售情况如下：

产品种类	销售模式	数量（万只）	单价（元/只）	毛利率
平面口罩	境外销售	944.40	1.75	42.76%
	境内销售	7,878.68	1.71	38.12%
立体口罩	境外销售	12.00	9.64	47.49%
	境内销售	262.17	7.50	27.40%
口罩合计	境外销售	956.40	1.84	43.07%
	境内销售	8,140.85	1.90	36.76%

2020年1-6月，口罩产品境内销售与境外销售在单价、毛利率上的差异主要系内外销综合成本及风险存在一定差异，口罩境外销售相关的运输、报关等综合开支较高，因此平面口罩与立体口罩境外销售单价、毛利率均高于境内销售。

（3）境外销售主要客户

报告期内，公司境外销售主要客户以知名服装品牌企业为主，具体情况如下：

单位：万元

年度	序号	客户名称	销售金额	占当期境外销售收入的比例	主要销售内容
2020年1-6	1	GUESS	1,003.00	24.46%	贴牌服装
	2	AMG PRO	706.90	17.24%	口罩

单位：万元

年度	序号	客户名称	销售金额	占当期境外销售收入的比例	主要销售内容
月	3	CWF	662.16	16.15%	贴牌服装
	4	WING SEE	530.78	12.94%	口罩
	5	GIADA	189.71	4.63%%	其他丝绸纺织制品（主要为手帕）
	合　计		**3,092.55**	**75.41%**	
2019年度	1	GUESS	1,749.60	24.46%	贴牌服装
	2	CWF	1,078.00	15.07%	贴牌服装
	3	LIU JO	904.15	12.64%	贴牌服装
	4	GA OPERATIONS SPA	856.57	11.98%	贴牌服装
	5	LOBLAWS	847.41	11.85%	贴牌服装
	合　计		**5,435.73**	**76.00%**	
2018年度	1	GUESS	2,173.30	26.48%	贴牌服装
	2	CWF	1,612.63	19.65%	贴牌服装
	3	LIU JO	1,315.47	16.03%	贴牌服装
	4	GIADA	586.86	7.15%	其他丝绸纺织制品（主要为手帕）
	5	LOBLAWS	527.80	6.43%	贴牌服装
	合　计		**6,216.06**	**75.74%**	
2017年度	1	CWF	1,452.89	15.64%	贴牌服装
	2	LOBLAWS	1,422.95	15.31%	贴牌服装
	3	GUESS	1,064.68	11.46%	贴牌服装
	4	GIADA	737.86	7.94%	其他丝绸纺织制品（主要为手帕）
	5	FOREVER 21	696.19	7.49%	贴牌服装
	合　计		**5,374.57**	**57.84%**	

报告期内，公司境外销售前五名客户销售收入占当期境外销售收入的比重分别为57.84%、75.74%、76.00%和75.41%。报告期内，公司基于业务规划主动缩减境外销售业务规模，有选择性地放弃部分订单量较小的客户。因此，2018-2020年6月，公司境外销售前五名客户销售收入占比高于2017年度。

（4）境外销售规模缩减后的影响和安排

报告期内，公司丝绸纺织制品境外销售主要包括贴牌服装、丝绸面料和其他产品，具体销售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	
		金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
贴牌服装	真丝服装	227.23	9.72%	339.48	4.75%	352.11	4.29%	133.24	1.43%
	非真丝服装	1,777.53	76.07%	5,594.79	78.22%	6,106.15	74.41%	6,031.01	64.91%
丝绸面料	真丝面料	16.09	0.69%	235.90	3.30%	554.59	6.76%	855.06	9.20%
	非真丝面料	26.15	1.12%	33.55	0.47%	265.49	3.24%	499.84	5.38%
其他		289.59	12.39%	948.56	13.26%	928.10	11.31%	1,772.33	19.07%
合 计		**2,336.59**	**100.00%**	**7,152.27**	**100.00%**	**8,206.44**	**100.00%**	**9,291.48**	**100.00%**

注：境外销售的其他类产品主要系以 OEM 模式销售的丝巾、手帕等产品。

报告期内，发行人丝绸纺织制品境外销售主要集中于贴牌服装尤其是非真丝服装的销售，真丝服装及面料的销售占发行人境外销售的比重较小。

生产模式方面，发行人加工环节聚焦于具有核心竞争力的数码印花工艺，生产设备基本用于真丝面料的数码印花加工，对于非真丝服装、面料的染色、传统台版印花、成衣加工等工序均采取外协生产模式。此外，发行人丝绸纺织制品境外销售规模的缩减主要集中于非真丝服装、非真丝面料的销售，故发行人境外销售规模缩减后，不会因此存在大量闲置设备、产能。

发行人丝绸纺织制品境外销售规模缩减后，公司将相应的销售人员扩充至内销业务团队，加强境内客户的维护和开拓，约有 10 名境外业务销售人员离职，离职员工与发行人不存在重大争议或纠纷。

3、销售收入季节性分析

报告期内，公司主营业务收入季节分布情况如下：

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
第一季度	14,524.81	37.77%	16,883.86	23.37%	14,383.25	19.36%	15,197.15	21.49%
第二季度	23,930.60	62.23%	16,949.08	23.46%	20,237.85	27.24%	16,376.20	23.16%
第三季度	-	-	14,824.07	20.52%	16,784.91	22.60%	18,047.02	25.52%
第四季度	-	-	23,586.51	32.65%	22,875.05	30.80%	21,085.04	29.82%
合 计	**38,455.42**	**100.00%**	**72,243.53**	**100.00%**	**74,281.06**	**100.00%**	**70,705.40**	**100.00%**

受产品应用场景及消费群体消费习惯的影响，公司主营业务具有一定季节性特征：丝绸文化创意品**（自有终端品牌）**方面，由于每年四季度节假日较多，且年会庆典、员工福利、客户回访等活动较为集中，因此该类产品在下半年尤其是第四季度的销售情况通常较好。丝绸纺织制品**（非自有终端品牌）**方面，公司主要产品中丝绸面料、丝绸服装以及部分非真丝服装对应的终端需求以春夏季节居多，下游客户通常在前一年度的下半年，尤其是第四季度提货。总体来看，公司主营业务收入呈现出下半年高于上半年、第四季度高于其他季度的特征。

（1）丝绸文化创意品**（自有终端品牌）**分月收入和毛利率情况

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	收入金额	毛利率	收入金额	毛利率	收入金额	毛利率	收入金额	毛利率
1 月	3,116.99	57.12%	5,006.97	55.38%	4,402.08	55.80%	3,810.46	59.86%
2 月	598.34	54.56%	1,390.96	50.39%	1,950.44	58.31%	1,519.48	58.61%
3 月	1,160.84	52.81%	2,714.52	53.78%	2,340.21	67.57%	2,822.96	65.34%
4 月	1,397.22	50.06%	2,579.32	53.10%	3,374.83	54.12%	2,367.87	56.47%
5 月	1,795.31	49.12%	3,296.18	52.84%	3,386.33	51.57%	2,556.37	54.04%
6 月	3,072.30	38.39%	3,309.60	41.31%	3,262.24	46.94%	3,247.58	50.40%
7 月	/	/	2,555.97	49.77%	2,163.89	51.75%	2,431.39	50.22%
8 月	/	/	2,666.93	50.54%	2,601.25	51.91%	3,240.22	49.80%
9 月	/	/	3,987.38	48.75%	4,392.54	51.36%	3,950.91	52.55%
10 月	/	/	3,323.75	50.89%	2,717.93	53.45%	2,975.29	55.66%
11 月	/	/	4,151.65	52.94%	3,765.39	53.39%	3,686.33	60.29%
12 月	/	/	5,781.22	54.78%	5,556.83	56.79%	3,931.35	53.10%
合计	**11,141.00**	**49.19%**	**40,764.45**	**51.59%**	**39,913.93**	**54.18%**	**36,540.21**	**55.41%**

收入金额波动分析：受产品应用场景及消费群体消费习惯的影响，公司丝绸文化创意品的销售具有一定季节性特征。通常来说，每年的2月左右为春节假期，销售额最低，而每年9月至次年1月节假日相对较多，例如中秋节、国庆节、元旦及春节，与各类节日相关的年会庆典、员工福利、客户回访等活动相对集中，丝绸文化创意品需求有所增加。此外，每年“618”、“双11”、“双12”等购物节期间，公司会通过直销渠道开展促销活动，带动当月收入增加。

报告期内，各月毛利率与当年度平均毛利率差异在±5%以上的月份具体原

因如下：

①2017年6-8月、2018年6月和2019年6月，丝绸文化创意品毛利率均低于当年度平均毛利率，波动幅度分别为-5.01%、-5.19%、-5.61%、-7.24%和-10.28%，原因系公司借助于“618”购物节契机开展促销活动，导致毛利率偏低。

②2017年3月和2018年3月，丝绸文化创意品毛利率均高于当年度平均毛利率，波动幅度分别为9.93%和13.39%，主要原因系公司于上述月份销售了较多已计提存货跌价准备的丝巾产品。

③2020 年 1-6 月，丝绸文化创意品各月毛利率呈现一定的下滑趋势，主要原因系公司为应对新冠肺炎疫情对国内消费品市场带来的冲击，采取了发展线上直播、开展线下促销会活动等多种手段，刺激消费需求同时引导消费者偏好。由于上述活动通常以较优惠的折扣对外销售，毛利率相应降低。

（2）丝绸纺织制品**（非自有终端品牌）**分月收入和毛利率情况

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	收入金额	毛利率	收入金额	毛利率	收入金额	毛利率	收入金额	毛利率
1 月	1,541.36	13.66%	3,087.69	18.04%	2,858.31	13.10%	2,489.64	19.35%
2 月	366.91	25.60%	841.02	10.37%	861.74	11.71%	2,156.85	19.87%
3 月	1,597.90	18.16%	3,842.70	17.86%	1,970.48	18.57%	2,397.76	13.75%
4 月	1,967.15	22.99%	1,263.04	16.55%	5,047.09	15.88%	3,116.69	16.83%
5 月	1,777.55	18.02%	2,147.83	16.34%	2,423.08	16.98%	2,739.14	15.04%
6 月	2,857.28	24.74%	4,353.11	20.70%	2,744.29	10.97%	2,348.55	6.41%
7 月	/	/	2,364.03	16.59%	2,516.37	15.68%	3,164.26	17.46%
8 月	/	/	2,044.66	14.56%	2,994.50	10.85%	3,395.66	15.11%
9 月	/	/	1,205.10	14.94%	2,116.37	15.61%	1,864.57	16.64%
10 月	/	/	1,992.12	16.19%	2,558.21	14.66%	2,683.59	14.45%
11 月	/	/	2,769.72	19.64%	3,190.42	19.81%	3,754.99	19.50%
12 月	/	/	5,568.06	21.03%	5,086.29	21.24%	4,053.49	19.36%
合计	**10,108.15**	**20.52%**	**31,479.08**	**18.10%**	**34,367.14**	**15.98%**	**34,165.19**	**16.41%**

收入金额波动分析：受产品应用场景及下游客户厂商备货周期的影响，公司丝绸纺织制品销售具有一定季节性特征。通常来说，公司主要产品中真丝面料、

真丝服装以及部分非真丝服装对应的终端需求以春夏季节居多，下游客户通常在前一年度的下半年，尤其是第四季度提货。因此，报告期内，丝绸纺织制品第四季度销售占比高于其他季度。2018年4月及2019年3月，丝绸纺织制品收入金额高于其他年度同一月份，主要原因系2018年5月1日和2019年4月1日公司主营产品增值税税率有所调整，客户要求公司及时交付并结算，因此上述月份收入金额较高。

丝绸纺织制品采取按订单生产并销售的模式，受自主加工环节开工率以及订单产品种类影响，各月毛利率存在一定波动。对报告期内各月毛利率与当年度平均毛利率差异在±4%以上的月份具体分析如下：

①2018年2月、2019年2月和2020年1月，丝绸纺织制品毛利率低于当期平均毛利率，幅度分别为-4.27%、-7.73%和-6.86%，主要原因系农历新年开工率较低，公司自主加工的丝绸面料产品以及数码印花加工服务单位固定成本较高，因此毛利率相对较低。2017年2月，由于公司丝绸面料自主加工比例较低，且数码印花加工服务规模较小，开工率对毛利率的影响相对较小；

②2017年6月，丝绸纺织制品毛利率低于当期平均毛利率，幅度为-10.00%，主要系当月以较低价格处理了一批丝麻绸面料，同时非真丝服装境内销售当期以部分销售单价相对较低的客户为主，当月销售单价比该类产品当年境内销售单价低43.82%，毛利率亦相对较低。因此当月丝绸面料和非真丝服装境内收入占比分别为28.44%和16.99%，毛利率分别为-0.78%和-20.94%；

③2018年6月，丝绸纺织制品毛利率低于当期平均毛利率，幅度为-5.01%，主要系当月非真丝贴牌服装境内销售以部分销售单价较低的客户为主，销售单价比该类产品当年境内销售单价低9.22%，毛利率亦相对较低。当月该产品境内销售收入占比为15.10%，毛利率为-11.03%；

④2018年8月，丝绸纺织制品毛利率低于当期平均毛利率，幅度为-5.13%，主要原因系公司在当期着力于真丝服装业务的开拓，与部分真丝服装客户合作初期在产品交货期、良品率等方面存在磨合和适应过程，当月真丝服装销售收入占比为25.61%，毛利率为7.78%；

⑤2018年12月，丝绸纺织制品毛利率高于当期平均毛利率，幅度为6.26%，主要原因系当月非真丝服装销售以境外销售为主，境外销售报价预留的毛利空间

相对较高；且真丝面料境内销售客户较为分散，以小批量销售为主，毛利率相对较高。当月非真丝服装境外销售和真丝面料境内销售收入占比分别为37.19%和44.09%，毛利率分别为18.87%和23.16%；

⑥2020年2月，丝绸纺织制品毛利率高于当期平均毛利率，幅度为5.08%，主要原因系数码印花加工业务占比提升且毛利率较高：A、由于数码印花加工服务主要面向华东区域尤其是杭州本地客户，客户复工较早且交通运输便利。2月毛利率较高的数码印花加工服务实现收入162.59万元，占当月销售收入比重为44.31%；B、公司复工后，生产人员陆续到岗，未到岗期间薪酬仅按基本工资发放。数码印花加工车间仅有部分设备开工运转。由于当月人工成本与制造费用相对较小，数码印花加工业务当月毛利率为34.59%。

⑦2020 年 6 月，丝绸纺织制品毛利率高于当期平均毛利率，幅度为 4.22%，主要系随着国内疫情得到全面有效控制，公司各项业务规模均有所恢复。数码印花加工车间当月产量较高，且当月数码印花加工车间 60%以上的产量系用于自主加工丝绸面料等产品。当月丝绸面料产品销售占比为 47.22%，毛利率高于当期该产品平均毛利率 3.46%。

（3）口罩分月收入和毛利率情况

单位：万元

项　目	2020 年 1-6 月	
	收入金额	毛利率
1 月	-	-
2 月	562.21	51.42%
3 月	5,580.26	49.84%
4 月	5,284.63	34.03%
5 月	5,097.18	25.87%
6 月	681.99	36.50%
合　计	**17,206.27**	**37.40%**

2020年，公司积极响应政府号召，勇于承担社会责任，率先利用丝绸产品的采购、生产和销售等资源，转产民用口罩产品。2020年3-5月，由于境内外企事业单位陆续复工，口罩需求量较大，且境外疫情发展较快，因此口罩3-5月销售额高于其他月份。随着新冠肺炎疫情逐步得到控制，国内口罩生产产能持续提升，

市场供应充足，口罩产品6月份销售额相应下降。

2020 年 2-5 月，口罩毛利率逐月下降，6 月份毛利率则有所回升，主要原因系：①采购成本：2020 年 1-6 月，熔喷布等口罩原材料价格呈现先增长后下降的趋势，4 月价格达到最高位。公司 4 月以较高价格采购的熔喷布产出的口罩多于 5 月实现销售，因此 5 月毛利率低于其他月份。5-6 月原材料价格回落，因此 6 月毛利率有所回升；②销售价格：2020 年 2-6 月，随着国内疫情逐步得到控制，口罩生产产能快速提升，口罩销售价格持续下降，因此 4-6 月毛利率低于 2-3 月。

4、按销售模式分析

报告期内，公司产品销售模式主要包括直销模式与分销模式，公司分销售模式收入情况如下：

单位：万元

销售模式	产品类型	销售渠道	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
直销模式	丝绸文化创意品（自有终端品牌）	销售团队	6,660.24	17.32%	23,800.11	32.94%	24,406.90	32.86%	22,612.88	31.98%
		展示营销中心	716.40	1.86%	2,712.11	3.75%	2,225.15	3.00%	2,454.58	3.47%
		线上平台	1,483.55	3.86%	1,663.24	2.30%	1,279.98	1.72%	832.82	1.18%
		直营门店	184.67	0.48%	811.20	1.12%	789.54	1.06%	664.86	0.94%
	丝绸纺织制品（非自有终端品牌）	OEM	9,208.02	23.94%	29,650.58	41.04%	33,414.11	44.98%	33,435.93	47.29%
		受托加工	900.13	2.34%	1,828.50	2.53%	953.02	1.28%	729.26	1.03%
	口罩	直销	6,974.93	18.14%	-	-	-	-	-	-
	小 计		**26,127.93**	**67.94%**	**60,465.74**	**83.70%**	**63,068.70**	**84.91%**	**60,730.33**	**85.89%**
分销模式	丝绸文化创意品（自有终端品牌）	加盟商	814.66	2.12%	6,423.15	8.89%	5,544.38	7.46%	5,336.50	7.55%
		经销商	1,258.42	3.27%	4,674.43	6.47%	4,084.99	5.50%	2,240.71	3.17%
		代销商	23.07	0.06%	680.20	0.94%	1,583.00	2.13%	2,397.86	3.39%
	口罩	贸易商	10,231.33	26.61%	-	-	-	-	-	-
	小 计		**12,327.48**	**32.06%**	**11,777.78**	**16.30%**	**11,212.36**	**15.09%**	**9,975.07**	**14.11%**

单位：万元

销售模式	产品类型	销售渠道	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
合 计			38,455.42	100.00%	72,243.53	100.00%	74,281.06	100.00%	70,705.40	100.00%

报告期内，公司通过直销模式对外销售的产品可分为丝绸文化创意品**（自有终端品牌）**、丝绸纺织制品**（非自有终端品牌）**和口罩，直销模式收入波动分析如下：

（1）丝绸文化创意品直销渠道以销售团队渠道为主，面向企事业单位客户和部分个人客户。经过多年发展，公司已通过销售团队渠道积累了大量的客户资源，与主要客户建立了长期稳定的合作关系，销售团队渠道已成为公司丝绸文化创意品收入的重要来源，各年收入规模及占总收入的比重相对稳定。同时，公司通过各种形式的文化传播和品牌建设，品牌形象以及品牌影响力逐步提升，为公司其他直销渠道以及分销渠道的拓展奠定了良好的基础。丝绸文化创意品直销渠道还包括了展示营销中心、直营门店以及线上平台，主要面向个人客户。报告期内，上述渠道合计销售额呈逐年增长趋势。

（2）丝绸纺织制品方面，公司数码印花受托加工业务随着公司技术和服务能力的提升，以及新客户数量的增加而有所增长，而其他 OEM 业务则随着公司品牌战略的转型，销售收入和占比呈下降趋势。2019 年公司基于长远业务规划，主动缩减了部分毛利率较低的非真丝贴牌服装业务，当期非真丝贴牌服装收入较上年下降 3,228.19 万元，导致 OEM 模式收入有所下滑。

报告期内，公司受托加工收入分别为 729.26 万元、953.02 万元、1,828.50 万元和 900.13 万元，主要系公司数码印花工艺日益成熟，通过与鲸鱼科技共同投资合作项目扩大了非品牌客户市场，使得受托加工收入稳步增长。报告期内，公司受托加工收入情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
合作项目收入	831.58	1,536.77	719.17	284.62
受托加工收入	900.13	1,828.50	953.02	729.26
占比	92.38%	84.05%	75.46%	39.03%
合作项目收入增加额	/	817.60	434.55	/

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
受托加工收入增加额	/	875.48	223.76	/
合作项目收入增加额占比	/	93.39%	194.20%	/

报告期内，公司通过分销模式对外销售主要包括通过加盟商、经销商和代销商销售丝绸文化创意品，以及通过贸易商销售口罩产品。

2017-2019 年度，公司通过发展优质加盟商与经销商，与直销业务的市场形成互补，提高了公司品牌知名度与影响力，并带动了丝绸文化创意品的销售。2018 年度及 2019 年度，丝绸文化创意品通过加盟商实现销售的金额分别较上年增长 207.88 万元和 878.77 万元，通过经销商实现销售的金额分别较上年增长 1,844.28 万元和 589.44 万元，带动各期分销收入及占比呈逐年增长趋势。报告期内，公司代销业务销售额呈逐年下降趋势，主要系公司代销业务库存风险相对较大，公司主动缩减了代销业务的规模。

2020 年 1-6 月，公司通过分销模式实现的收入为 12,327.48 万元，高于 2017-2019 年度各年分销模式收入，主要系公司在当期新增口罩产品品类，该产品实现分销收入 10,231.33 万元，占当期分销收入的 83.00%。公司口罩产品分销客户主要系各类出口贸易商，此类客户购买口罩出口至法国、意大利等国家，满足当地对防疫物资的需求。2020 年 1-6 月，公司丝绸文化创意品分销收入为 2,096.15 万元，主要系受新冠肺炎疫情影响，公司分销商存在延迟复工情形，部分位于旅游景区的加盟商终端销售规模随着旅游行业的缓慢复苏而逐渐恢复，当期丝绸文化创意品分销渠道销售受到一定不利影响。

随着全球疫情进入相对稳定阶段，以及国内外防疫物资产能的增长，公司口罩销售规模尤其是通过分销商销售口罩的规模大幅缩减。2020 年 7-9 月，公司口罩产品实现收入 159.12 万元，均系通过直销渠道实现。公司分销收入在 2020 年上半年迅速增长的趋势预计不会持续。但由于公司丝绸文化创意品仍将继续采取发展优质分销商与直销市场形成互补的拓展模式，在国内宏观经济增速逐步恢复的背景下，公司分销收入规模逐步恢复。2020 年 7-9 月，丝绸文化创意品分销渠道实现收入 2,898.98 万元，较上年同期增长 8.02%。未来，公司分销收入规模预计将稳定发展。

5、主要产品销量及单价变化情况

（1）公司主要产品或服务的销量、单价情况

报告期内，公司主要产品或服务的销量、单价情况如下：

单位：万套、万件、万米，元/套、元/件、元/米

类别	项目	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
		销量	单价	销量	单价	销量	单价	销量	单价
丝绸文化创意品**（自有终端品牌）**	丝巾	19.40	166.38	83.85	172.96	96.65	158.58	78.79	179.29
	组合套装	12.61	202.41	47.06	202.31	22.71	272.28	14.81	417.37
	家纺	4.05	747.24	12.92	573.22	14.81	417.63	22.64	329.58
	品牌服装	1.77	530.43	9.86	412.95	12.89	354.33	8.72	445.47
	围巾	3.17	99.24	18.75	72.73	36.43	55.98	16.99	88.62
	丝绸工艺品	0.33	198.00	0.85	1,062.92	1.20	1,089.75	1.34	463.27
丝绸纺织制品**（非自有终端品牌）**	丝绸面料	92.49	59.63	261.30	63.73	281.67	60.02	341.11	51.58
	贴牌服装	25.23	122.90	77.55	144.96	145.26	99.89	168.13	78.40
	数码印花加工	92.54	9.73	169.53	10.79	118.21	8.06	47.23	15.44
口罩	平面口罩	8,823.08	1.71	-	-	-	-	-	-
	立体口罩	274.17	7.59	-	-	-	-	-	-

①丝绸文化创意品**（自有终端品牌）**单价波动分析

报告期内，公司丝绸文化创意品各类产品销售单价变动的原因主要包括：产品结构，公司丝绸文化创意品根据消费者需求不断设计、开发新产品，不同细分产品在价格定位上存在一定差异；销售结构，公司承接部分大额订单（定制化产品或单一单品大额采购）对当期产品销售结构产生一定影响，进而造成该类产品单价波动。

A、丝巾

2018 年度，丝巾产品平均单价低于其他年度，主要原因系公司为迎合市场需求，丰富产品线，于 2017 年推出多款小规格丝巾产品，产品一经推出便得到了客户的认可，2018 年度销售大幅增加。由于小规格丝巾产品用料较少，销售单价较低，从而拉低了丝巾产品整体单价。扣除小规格丝巾类产品影响后，各期丝巾销售单价相对稳定。

单位：万件、元/件

项　目	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	数量	单价	数量	单价	数量	单价	数量	单价
丝巾产品	19.40	166.38	83.85	172.96	96.65	158.58	78.79	179.29
小规格丝巾	0.74	89.94	3.19	58.51	9.05	31.68	0.94	72.98 [注]
扣除小规格丝巾后其他丝巾产品	18.66	169.41	80.66	177.49	87.60	171.70	77.85	180.57

注：小规格丝巾产品 2017 年上市之初，主要通过销售团队和展厅对外零星销售，销售折扣相对较高因此单价较高。

报告期内，公司小规格丝巾产品销售规模相对较小，其销售单价受部分客户大额定制订单的影响存在一定波动，具体如下：

单位：万件、元/件

项　目	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	数量	单价	数量	单价	数量	单价	数量	单价
小规格丝巾	0.74	89.94	3.19	58.51	9.05	31.68	0.94	72.98
客户国富黄金采购定制小规格丝巾	/	/	1.00	26.55	8.04	25.91	/	/
扣除国富黄金采购后小规格丝巾	0.74	89.94	2.19	73.10	1.01	77.54	0.94	72.98

2018-2019 年度，客户国富黄金向公司采购定制小规格丝巾搭配客户自有产品组合为礼盒进行销售，由于该款定制产品面料材质与常规产品有所差异且仅需简单包装，客户采购数量较大，公司报价相对较低。除该客户外，小规格丝巾其他客户采购的小规格丝巾以常规产品为主，且报告期内单个客户平均采购数量不足 50 件，单价相对较高。剔除该客户的采购影响后，2017-2019 年度小规格丝巾销售单价相对稳定。2020 年 1-6 月，小规格丝巾分销收入占比下降且分销业务销售单价相对较低，因此当期平均销售单价由上年度的 73.10 元（扣除单一客户采购定制品影响后）提升至 89.94 元。

B、组合套装

2017-2019 年度，公司组合套装产品平均单价呈下滑趋势，主要原因系，2017 年之前，公司组合套装通常以丝巾等产品搭配瓷器等，产品平均单价相对较高，主要面向高端消费群体。2018 年以来，公司不断丰富组合套装种类，在设计理念上更注重实用性和性价比，产品平均单价相应降低。

单位：万元

项　目	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	当年度上市新品	以前年度上市产品	当年度上市新品	以前年度上市产品	当年度上市新品	以前年度上市产品	当年度上市新品	以前年度上市产品
销售金额	876.93	1,674.58	6,461.91	3,058.68	2,813.49	3,370.11	2,533.42	3,647.89
销售金额占比	34.37%	65.63%	67.87%	32.13%	45.50%	54.50%	40.99%	59.01%
销售单价	131.92	280.97	173.01	315.02	174.42	512.19	307.26	555.66

2018-2019 年度，公司当期上市新品单价明显低于以前年度上市产品，随着当期上市新品销售占比不断提高，组合套装产品平均销售单价逐年降低。2020 年 1-6 月，受疫情影响，公司组合套装新品上市节奏有所减缓，当期销售本年度上市新品占比相对较低，平均单价与 2019 年度持平。

C、家纺

报告期内，家纺产品平均单价呈增长趋势，主要受当期细分销售结构影响。

单位：万件、元/件

项　目	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	数量	单价	数量	单价	数量	单价	数量	单价
蚕丝被	3.05	756.43	5.79	796.76	5.31	587.68	6.89	532.73
其中：普通蚕丝被	1.51	586.75	5.21	581.54	5.31	587.68	6.89	532.73
高端蚕丝家纺产品	0.28	2,435.40	0.58	2,717.56	/	/	/	/
真丝床上套件	0.20	2,245.11	0.83	2,213.66	0.85	2,532.48	1.06	2,141.23
其他家纺产品	0.80	344.49	6.29	150.14	8.65	105.32	14.68	103.11
合　计	**4.05**	**747.24**	**12.92**	**573.22**	**14.81**	**417.63**	**22.64**	**329.58**

家纺产品以蚕丝被、真丝床上套件产品为主。其中，真丝床上套件产品销售单价分别为 2,141.23 元、2,532.48 元、2,213.66 元和 2,245.11 元，相对平稳。蚕丝被产品各期销售单价分别为 532.73 元、587.68 元、796.76 元和 756.43 元，2019-2020 年 6 月销售单价相对较高，主要原因系公司通过充分调研，推出了体现健康、实用设计理念的蚕丝子母被产品以及定位于高端客户群体的高端蚕丝家纺产品，带动提升家纺产品的平均单价。扣除 2019 年度新上市的两款产品后，普通蚕丝被各期单价分别为 532.73 元、587.68 元、581.54 元和 586.75 元，波动较小。

D、品牌服装

报告期内，品牌服装产品平均单价存在一定波动，主要原因系公司面向大型企事业单位承接定制品牌服装业务，该类定制业务单笔金额较高，但不同客户个性化较强，单价有所差异，故品牌服装各年平均单价存在一定波动。扣除各年度面向直销客户承接的定制品牌服装业务订单后，各期品牌服装销售单价波动较小。

单位：万件、元/件

项　目	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	数量	单价	数量	单价	数量	单价	数量	单价
品牌服装	1.77	530.43	9.86	412.95	12.89	354.33	8.72	445.47
直销客户定制品牌服装	0.04	331.24	3.71	150.64	6.79	148.89	2.70	151.75
扣除面向直销客户的定制品牌服装后其他品牌服装产品	1.72	535.98	6.15	571.18	6.10	583.18	6.03	576.89

E、围巾

2018 年度，围巾产品销售单价低于其他年度，主要原因系公司当期向经销商销售彩系列围巾较多，由于经销商单笔提货额高，公司给予了较低折扣，导致围巾全年销售单价较低。此外，由于彩系列围巾蕴含传统文化元素，适用于公司庆典、年会等活动场景，其产品销售单价同样受到大型企事业单位个性化定制订单的影响，扣除各年度通过经销商销售的彩系列围巾以及直销客户定制彩系列围巾后，报告期内围巾销售单价波动较小。

单位：万件、元/件

项　目	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	数量	单价	数量	单价	数量	单价	数量	单价
围巾产品	3.17	99.24	18.75	72.73	36.43	55.98	16.99	88.62
彩系列围巾通过经销商销售①	0.41	69.86	0.99	69.56	20.83	27.36	0.68	68.96
直销客户定制彩系列围巾②	0.23	24.98	7.66	15.50	4.65	31.28	3.46	26.72
扣除①②产品后其他围巾产品	2.53	110.67	10.09	116.50	10.95	120.89	12.85	106.33

F、丝绸工艺品

2018-2019 年度，公司丝绸工艺品销售单价较高，主要系公司在上述期间内

销售了部分单价较高的蕴含一定制作工艺与文化附加值的丝绸艺术品。以单价 1 万元（含增值税）为界，将丝绸工艺品产品分类为常规丝绸工艺品及高端丝绸艺术品，分别统计其销售数量和单价，具体如下：

单位：万件、万元/件

项　目	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	数量	单价	数量	单价	数量	单价	数量	单价
常规丝绸工艺品	0.33	0.02	0.85	0.04	1.19	0.04	1.34	0.04
高端丝绸艺术品	-	-	31 件	18.11	35 件	22.79	25 件	2.18
合　计	**0.33**	**0.02**	**0.85**	**0.11**	**1.20**	**0.11**	**1.34**	**0.05**

高端丝绸艺术品定位细分市场，个性化、文化属性较强，尚不存在可比上市公司。在高端丝绸艺术品中，售价较高的产品通常具有制作工艺复杂、个性化程度较高、文化附加值较高的特点，因此价格较高。2018-2019 年度，平均单价较高的高端丝绸艺术品销量较好，带动当期丝绸工艺品平均单价提升。

2018-2019 年度，公司高端丝绸艺术品销售单价相较于 2017 年度出现较大上升，主要原因系产品销售结构不同所致。2016 年度，公司曾向 G20 杭州峰会供应了巨型真丝壁画、屏风等丝绸工艺品，借助于服务 G20 杭州峰会的契机，公司品牌形象以及丝绸工艺品的知名度快速提升。自 2017 年度起，公司加大了对高端丝绸艺术品的设计与开发力度，并结合部分客户需求推出定制型高端丝绸艺术品。由于定制型高端丝绸艺术品基本采用缂丝、乱针绣等中国传统手工丝织技艺制作完成，从开发设计到制作完成的周期通常较长，2017 年度尚处定制型高端丝绸艺术品的开发、制作、宣传、店面展示阶段，故当年所销售的高端丝绸艺术品仍为工艺较为简单的丝绢古画、小型刺绣等非定制作品，平均销售单价均比较低；随着定制型高端丝绸艺术品产品线开发、宣传的推进，发行人品牌效益逐渐显现。自 2018 年度起，发行人成功开拓了定制型高端丝绸艺术品市场，实现数笔 20 万元以上的大型宋锦、缂丝、乱针绣等作品的销售，拉高了 2018-2019 年度高端丝绸艺术品的平均销售价格，报告期内，高端丝绸艺术品的价格变动具有合理性。

②丝绸纺织制品**（非自有终端品牌）**单价波动分析

报告期内，公司丝绸纺织制品单价波动主要系不同材质产品结构变化、原材

料采购价格波动等因素所致。

A、丝绸面料

报告期内，丝绸面料单价主要与原材料价格和产品结构有关：a、2017-2018年度，公司丝绸面料产品原材料6A级生丝价格呈上升趋势，具体价格走势参见招股说明书第六节之“二、（二）3、市场供给分析”；b、2017-2019年度，公司单价较高的真丝类面料销量比重逐步提高，带动面料平均单价提升。

单位：万米、元/米

项　目	2020年1-6月		2019年度		2018年度		2017年度	
	数量	单价	数量	单价	数量	单价	数量	单价
真丝面料	61.60	77.78	177.61	81.05	189.89	77.54	205.50	69.11
非真丝面料	30.89	23.45	83.69	26.99	91.78	23.77	135.61	25.03
合　计	**92.49**	**59.63**	**261.30**	**63.73**	**281.67**	**60.02**	**341.11**	**51.58**

B、贴牌服装

2017-2019年度，公司逐步减少了非真丝类制品业务，真丝类贴牌服装销售占比逐步增长，带动贴牌服装单价逐年提升。

单位：万件、元/件

项　目	2020年1-6月		2019年度		2018年度		2017年度	
	数量	单价	数量	单价	数量	单价	数量	单价
真丝贴牌服装	3.42	329.12	17.04	291.83	17.75	282.42	17.15	139.39[注1]
非真丝贴牌服装	21.81	90.53	60.52	103.62[注2]	127.52	74.49	150.99	71.47
合　计	**25.23**	**122.90**	**77.55**	**144.96**	**145.26**	**99.89**	**168.13**	**78.40**

注1：2017年度，公司真丝贴牌服装订单数量较少，主要以真丝混纺类产品为主，单价相对较低；

注2：2019年度，公司基于长远规划，有选择性地放弃了部分单价较低的非真丝服装业务，平均单价增长。

C、数码印花加工

2018年度，公司数码印花加工销售单价较低，主要系公司为提高产能利用率在上述期间内增加了价格较低的后道加工服务订单，拉低了平均数码印花加工平均单价。2019年度，数码印花加工业务中单价较高的品牌女装高端面料业务规模小幅下滑，而单价较低的非品牌市场业务迅速扩大，单价低于2017年度。

2020 年 1-6 月，受新冠肺炎疫情影响，品牌女装生产高端面料业务量进一步下降，导致平均单价降低。报告期内，公司数码印花加工不同类型业务数量及单价如下：

单位：万米、元/米

项　目	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	数量	单价	数量	单价	数量	单价	数量	单价
数码喷印-非品牌市场业务	83.97	9.80	115.60	12.50	45.14	13.39	18.50	14.49
数码喷印-品牌女装高端面料业务	1.27	19.67	8.56	18.19	10.64	18.95	20.03	18.09
后道等其他加工业务	7.30	7.13	45.37	5.02	62.43	2.35	8.70	11.38
合　计	**92.54**	**9.73**	**169.53**	**10.79**	**118.21**	**8.06**	**47.23**	**15.44**

③口罩单价波动分析

2020 年 1-6 月，公司口罩销售以平面口罩为主，平均单价 1.71 元/只，立体口罩销售数量较小，平均单价 7.59 元/只。

（2）报告期内产品价格基准调整情况

①丝绸文化创意品**（自有终端品牌）**定价模式及调整情况

报告期内，公司丝绸文化创意品新品价格基准的确定原则为成本加成法，具体而言，公司基于产品材质、生产工艺、历史生产成本数据预测产品成本，同时综合考虑市场需求、价格定位、可比品牌产品价格区间确定成本加成的倍率，进而确定产品吊牌价。一般而言，丝巾、家纺、组合套装等不同类别产品的倍率存在一定差异，而同一类别产品的倍率基本维持在一个固定区间内。

针对直销客户，由于公司丝绸文化创意品兼具商务需求与个人消费需求，部分客户采购金额和频次相对较高，合作关系较为稳定，因此，公司通常以产品吊牌价为基准，根据直销客户采购产品类型、采购规模、合作历史等因素，给予一定折扣。针对加盟、经销、代销等分销客户，公司综合考虑年度提货额、历史指标完成情况、开店数量（加盟商）、采购产品类型等因素，以吊牌价为基准并给予一定折扣。

报告期内，公司未对丝绸文化创意品新品价格基准确定模式进行调整，同一大类产品成本加成倍率区间相对稳定。为避免销售人员和客户对产品价格产生混淆，影响业务的正常开展，报告期内，丝绸文化创意品各期销售金额前五十款产

品吊牌价均未调整，公司极少存在调整已上市产品吊牌价的情形。2018 年度，公司曾针对已上市的丝巾-小方巾类产品以及极少量的其他丝巾、围巾等产品进行价格调整，涉及的产品在当期实现销售收入 716.72 万元，占丝绸文化创意品收入总额的 1.80%，加权平均调整幅度为 5.20%，对公司丝绸文化创意品收入总额的影响较小。除上述情形外，报告期内，公司不存在其他大范围调整已上市产品吊牌价的情形。

②丝绸纺织制品**（非自有终端品牌）**定价模式及调整情况

报告期内，公司丝绸纺织制品价格基准的确定原则为成本加成法。丝绸纺织制品以订单式生产为主，每笔订单需综合考虑原材料成本、加工成本、打版费用、估计损耗等因素，乘以一定的成本加成比例，确定订单报价。

报告期内，公司未对丝绸纺织制品定价模式进行调整，而受到宏观经济环境、行业需求、下游客户议价能力等因素的影响，不同客户不同期间的成本加成比例存在一定差异。

（3）结合主要产品销量及单价变化量化分析公司收入波动情况

①丝绸文化创意品**（自有终端品牌）**收入增长原因分析

单位：万元

产品类别	2019 年度		2018 年度	
	销量变动对收入的影响	单价变动对收入的影响	销量变动对收入的影响	单价变动对收入的影响
丝巾	-2,214.75	1,389.67	2,832.12	-1,631.08
组合套装	4,925.92	-1,588.93	2,151.08	-2,148.78
家纺	-1,085.92	2,305.10	-3,266.73	1,993.13
品牌服装	-1,248.88	755.58	1,475.61	-795.17
围巾	-1,285.75	610.43	1,087.84	-554.72
丝绸工艺品	-364.79	-32.09	-161.17	841.93
其他	-1,158.95	-156.10	77.10	1,472.58
合　计	**-2,433.13**	**3,283.65**	**4,195.84**	**-822.12**

注：销量变动对收入的影响=（本期销量-上期销量）*本期单价；单价变动对收入的影响=（本期单价-上期单价）*上期销量。

2018 年度，公司在充分调研的基础上，加大了对丝绸文化创意品新产品、新模式的开发与拓展力度，品牌知名度持续提升，丝巾、组合套装、品牌服装、

围巾等丝绸文化创意品销量有所提升，带动当期丝绸文化创意品收入提升；2019年度，公司进一步调整优化产品结构和价格定位，并针对组合套装中的节日套装、家纺中的蚕丝子母被、黄金蚕丝被等重点推广新品加大广告投放力度，收入组合套装产品的销量提升以及家纺产品的单价提升，带动当期丝绸文化创意品收入提升。

②丝绸纺织制品**（非自有终端品牌）**收入波动原因分析

单位：万元

产品类别	2019 年度		2018 年度	
	销量变动对收入的影响	单价变动对收入的影响	销量变动对收入的影响	单价变动对收入的影响
丝绸面料	-1,298.23	1,046.95	-3,567.82	2,876.51
贴牌服装	-9,815.26	6,546.70	-2,284.77	3,613.75
数码印花加工	553.52	321.96	572.25	-348.49
其他	-126.72	-116.97	270.85	-930.34
合　计	**-10,686.69**	**7,798.64**	**-5,009.48**	**5,211.43**

2018 年度，公司基于战略规划增加了贴牌服装中单价较高的真丝服装销售占比，贴牌服装平均单价提升带动丝绸纺织制品收入增长；2019 年度，公司主动缩减了单价及毛利率较低的贴牌服装业务，贴牌服装销售单价虽有所提升但销量下降，导致丝绸纺织制品销售当期收入较上年下降。

6、营业收入第三方回款情况

报告期内，发行人存在签订销售合同单位与回款单位不一致的情形（以下简称“第三方回款”），其中公司境内销售第三方回款占当期境内含税营业收入的比例分别为 6.12%、2.97%、1.02%和 1.51%，公司境外销售第三方回款占当期营业收入的比例分别为 2.00%、3.01%、2.39%和 2.76%，具体情况如下：

单位：万元

境内销售部分				
项　目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
第三方回款金额	585.45	753.49	2,282.28	4,397.67
境内营业收入（含税）	38,818.54	73,964.55	76,830.29	71,845.91
境内销售三方回款占比	1.51%	1.02%	2.97%	6.12%
境外销售部分				

项　目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
第三方回款金额	1,060.12	1,723.35	2,239.38	1,415.10
境外收入总额（不含税）	4,101.12	7,152.27	8,206.44	9,291.48
境外销售第三方回款占外销收入比例	25.85%	24.10%	27.29%	15.23%
境外销售第三方回款占营业收入比例（不含税）	2.76%	2.39%	3.01%	2.00%

2017-2019 年度，公司持续完善第三方回款相关的内部控制，境内销售第三方回款金额及占境内含税营业收入的比重逐年下降。

报告期内，境内销售第三方回款中，代回款方为客户实际控制人及亲属，或与客户同一控制下其他企业回款的具有商业合理性的第三方回款金额分别为 1,357.72 万元、751.55 万元、567.10 万元和 386.80 万元，占比分别为 30.87%、32.93%、75.26%和 66.07%。2020 年 1-6 月，公司境内销售第三方回款占比有所提升，主要系公司丝绸纺织制品客户上海日播通过赣州日播回款 205.24 万元。该客户因其集团内部资金安排调度原因与公司签订协议，约定 2020 年 4 月 20 日至 2020 年 12 月 31 日期间应支付的货款暂由赣州日播代为支付。上海日播与赣州日播控股股东均系上市公司日播时尚，上海日播通过同一控制下其他企业回款属于企业在正常经营活动中存在的第三方回款，具有合理性。此外，2020 年 1-6 月，公司作为首批浙江省级重点民用口罩及关键材料生产企业之一，当期承接较多政府部门口罩订单，政府部门通过财政统一拨付方式向公司回款金额由上年度的 36.72 万元增长至 118.60 万元，占境内第三方回款总额的比重由上年度的 4.87%增长至 20.26%。上述政府部门通过财政统一拨付方式回款具有合理性。

报告期内，公司境外销售第三方回款主要系境外销售客户 GUESS 通过该客户自有供应链平台 PLATFORM SETTLEMENT SERVICES, LLC 集中向供应商支付款项，各期第三方回款金额分别为 1,261.83 万元、1,838.10 万元、1,619.07 万元和 1,057.76 万元，占各期境外第三方回款比重分别为 89.17%、85.39%、93.95%和 99.79%。报告期内，由于公司向 GUESS 销售与收款的金额存在一定波动，公司境外销售第三方回款金额亦随之波动。客户 GUESS 出于跨国公司内部资金调度原因，指定其自有供应链平台集中向供应商支付货款，该平台向公司支付的每笔款项均在汇款附言中说明系 GUESS 向公司支付的货款，上述第三方回款情形具有合理性。

（1）第三方回款回款人性质分类

公司境内第三方回款对象按照回款人性质分类如下：

单位：万元

回款方性质	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
实际控制人及亲属，或同一控制下企业回款	386.80	66.07%	567.10	75.26%	751.55	32.93%	1,357.72	30.87%
客户公司职员（店长、财务等）回款	68.78	11.75%	121.71	16.15%	798.00	34.97%	912.01	20.74%
财政统一拨付	118.60	20.26%	36.72	4.87%	143.14	6.27%	805.44	18.32%
发行人员工回款	-	-	18.48	2.45%	161.81	7.09%	507.45	11.54%
小股东/合作伙伴及其直系亲属回款	-	-	5.73	0.76%	361.04	15.82%	684.58	15.57%
关联公司	7.07	1.21%	2.59	0.34%	62.67	2.75%	46.64	1.06%
其他[注]	4.21	0.72%	1.15	0.15%	4.07	0.18%	83.83	1.91%
合　计	**585.45**	**100.00%**	**753.49**	**100.00%**	**2,282.28**	**100.00%**	**4,397.67**	**100.00%**

注：回款方性质为其他的第三方回款，主要系前股东、终端客户代回款，以及非法人社会性组织间相互回款等情形。

公司境外销售第三方回款按回款方性质区分如下：

单位：万元

回款方性质	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
关联方	1,059.46	99.94%	1,643.55	95.37%	1,872.00	83.59%	1,308.82	92.49%
跨境电商服务平台	0.66	0.06%	37.27	2.16%	38.05	1.70%	43.04	3.04%
外部商业合作伙伴	-	-	42.54	2.47%	329.33	14.71%	63.25	4.47%
合　计	**1,060.12**	**100.00%**	**1,723.35**	**100.00%**	**2,239.38**	**100.00%**	**1,415.10**	**100.00%**

（2）第三方回款主要对象

报告期内，公司境内第三方回款主要对象（各期前五名）列示如下：

单位：万元

2020 年 1-6 月		
客户名称	回款方性质	金额
上海日播	同一控制下企业回款	205.24
宁波市北仑区卫生健康局	财政统一拨付	72.00

杭州唐丝贸易有限公司	实际控制人	29.30
瑞雅文化	同一控制下企业回款	25.00
杭州市西湖区政府	财政统一拨付	24.70
其他客户共 94 家	/	229.21
合　计		**585.45**
2019 年度		
客户名称	**回款方性质**	**金额**
杭州茅家埠农贸市场帛雅丝绸经营部	实际控制人及亲属	112.65
	对方公司员工	19.98
茧泰贸易	实际控制人	78.59
紫绮服饰	实际控制人	65.95
丝府文化	实际控制人	28.00
兰州第七城市电子商务有限公司	实际控制人	27.70
其他客户共 146 家	/	420.62
合　计		**753.49**
2018 年度		
客户名称	**回款方性质**	**金额**
江南丝府	小股东/合作伙伴	217.65
北京微妮时代商贸有限公司	实际控制人	122.91
绿城物业服务集团有限公司	对方公司员工	119.61
茧泰贸易	实际控制人	99.39
紫绮服饰	实际控制人	98.55
其他客户共 606 家	/	1,624.17
合　计		**2,282.28**
2017 年度		
客户名称	**回款方性质**	**金额**
杭州市民政局	财政统一拨付	599.94
江南丝府	小股东/合作伙伴	544.78
紫绮服饰	实际控制人	180.83
杭州云之锦贸易有限公司	实际控制人	150.00
	小股东/合作伙伴	15.00
敖吉贸易	实际控制人及亲属	153.28
其他客户共 932 家	/	2,753.84

合　计	**4,397.67**

报告期内，公司境外第三方回款主要对象（当期回款金额 100 万元以上）列示如下：

单位：万元

客户名称	回款方性质	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
GUESS	关联方-客户自有供应链平台	1,057.76	1,619.07	1,838.10	1,261.83
MEGA-LINK	外部商业合作伙伴	-	-	314.49	-
合　计		**1,057.76**	**1,619.07**	**2,152.58**	**1,261.83**
占当期境外第三方回款金额比例		99.79%	93.95%	96.12%	89.17%

报告期内，公司境外销售客户 GUESS 通过该客户自有供应链平台集中向供应商支付款项，该平台向公司支付的每笔款项均在附言中说明系 GUESS 向公司支付的货款。

（3）第三方回款产生的原因、合理性、必要性

①发行人分销商数量较多，且存在部分小微企业或个体工商户，此类分销商经营方式主要是家庭成员或合作伙伴共同经营，从业人员较少，关键岗位如财务主要由股东或其家庭成员担任。部分客户基于支付货款结算便捷性、临时性资金周转等原因，通过实际控制人及其控制的其他公司、股东、合伙经营者、亲属或客户职员等第三方进行回款。

②发行人通常会通过召开新品订货会的形式向加盟商以及部分经销商现场推介产品并接受客户订单。部分客户的股东或其他员工会在订货会现场通过刷卡、支付宝扫码等方式支付定金，因此产生第三方回款。

③直销模式下，发行人丝绸文化创意品主要面对终端消费者，单笔销售金额较小，部分企事业单位客户出于结算便捷性考虑，其经办人会通过刷卡、支付宝等方式回款，亦存在部分客户经办人转账给业务人员的情形。2017 年度，由于公司销售回款相关内控尚未完善，回款人为公司员工的第三方回款金额为 507.45 万元，占当期境内销售收入（含税）的比例为 0.71%。报告期内，公司不断完善销售回款内控，通过内部管理制度明确销售人员不能接收或安排客户对本人的银行账户、支付宝或微信等账户进行转账支付，销售人员不得在客户处直接收取货

款现金，回款人为公司员工的第三方回款金额及占比逐年下降。2020 年 1-6 月，公司已不存在由公司员工回款的第三方回款情形。

④发行人企事业单位客户中存在金融机构、大型集团公司，高校、医院等事业单位以及政府部门，上述单位在采购支付权限方面管理较严格，超过一定金额的采购需通过上一级单位或统一支付平台进行支付，因而形成第三方回款情形。报告期内，公司存在较多财政统一拨付的第三方回款，主要系政府部门、高校、由政府主办的的大型活动组委会等客户直接与公司签订合同并采购产品，但通过当地财政局、国库收付中心等账户向公司支付款项，形成第三方回款情形。2020 年 1-6 月，公司作为首批浙江省级重点民用口罩及关键材料生产企业之一，承接了较多政府部门集中采购的口罩订单，因此当期通过财政统一拨付方式形成的第三方回款金额及占比较高。

⑤外销第三方回款原因：A、部分客户出于统一调配资金、外汇额度不足等原因，统筹安排属于实际控制人控制的其他企业或统一支付平台回款；B、部分境外客户通过 PAYPAL 及 ALIBABA 等跨境电商服务平台进行小额采购，并通过相应电商平台回款；C、部分客户因结算便捷性、临时性资金周转等原因，通过区域代理公司、专业清关公司、专业付款机构等商业合作伙伴支付货款。

总体而言，客户通过第三方向公司支付货款的情形，与公司分销商中存在较多小微企业及个体工商户，丝绸文化创意品主要面向终端消费者、单笔订单金额较小，丝绸纺织制品境外销售等经营特征相符，具有合理性。

（4）第三方回款的内部控制措施及效果

①内控制度规定：针对报告期内存在的第三方回款，公司制定了《销售收款与应收账款管理制度》，具体规定如下：A.客户出库单位、开票单位、回款单位三者必须一致，如不一致，需提交三方协议，协议需三方盖好公章才能回款；B.销售人员不能接收或安排客户对本人的银行账户、支付宝或微信等账户进行转账支付。销售人员不得在客户处直接收取货款现金。

②内控制度的运行：公司财务部门设置收款出纳，负责监督上述内部控制制度的执行。具体来说：财务部门收款出纳于每一工作日下发前一日的收款明细表，业务员于次个工作日将回款认领至对应客户名下，未能认领的货款不予计算提成。

认领回款过程中如发现回款方与客户不一致的情形，业务员必须及时提交客户及代付方盖章或签字确认的提交代付款项说明，方能成功认领。财务及销售部人员定期与客户进行对账，确保账务的一致性。

③内控运行效果：报告期内，公司持续完善第三方回款相关的内部控制，2017-2019 年度，公司境内销售第三方回款金额及占境内含税营业收入的比重逐年下降。2020 年 1-6 月，公司境内销售第三方回款金额占比虽较上年度上升 0.49%，但主要系公司丝绸纺织制品客户上海日播因其集团内部资金安排调度原因通过同一控股股东控制的赣州日播回款 205.24 万元，以及政府部门通过财政统一拨付方式向公司支付口罩货款，具有一定合理性。且公司已按照内控制度的规定，与上海日播、赣州日播共同签订三方协议，对上述代回款事项进行了约定。2017-2020 年 6 月，公司境外销售第三方回款以境外销售客户 GUESS 通过该客户自有供应链平台集中向供应商支付款项为主，公司在收到货款后核验汇款附言是否已说明系代 GUESS 所支付的货款，并通过 GUESS 供应链系统查询付款信息与实际收到款项是否一致。上述上海日播与 GUESS 的第三方回款事项均属于通过同一控股股东控制的其他企业回款，系企业在正常经营活动中存在的第三方回款，符合企业经营模式与行业特征，具有合理性，且公司亦执行了相应的内部控制措施，相关内部控制运行效果良好。

7、现金销售情况

报告期内，公司销售环节存在少量现金收款情形，具体如下：

单位：万元

项　目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
现金收款金额	27.57	234.23	305.23	444.08
现金收款占营业收入比重	0.07%	0.32%	0.41%	0.62%

报告期内，公司现金销售金额及比例相对较小，且呈逐年下降趋势。公司现金销售主要存在于直营门店、展示营销中心渠道销售环节，现金交易主要对象为零售客户。公司已建立《货币资金管理制度》等相关内部控制制度，规定了现金管理相关岗位职责权限，以及收款、缴存等相关环节的操作流程及要求，具体包括：

①公司人员在经营过程中收到的现金，要及时交出纳，出纳收到现金后要开具一式三联的现金收款收据，一联存根，一联记账，一联经出纳签名并加盖现金收款章交给客户或经办人员；

②对于门店等设收银员岗位的，客户购买产品并支付现金后，收银员为其开具购物小票。收银员收到现金后需当天交出纳，或由专人保管于保险箱内，现金限额管理且每日进行盘点；

③公司现金收入应于当日送存银行，当日送存确有困难的，应报告公司财务负责人（驻外机构可向所在机构负责人报告），采取预防措施，妥善保管；

④公司支付所需现金必须从银行提取，不得从现金收入中直接支付（坐支现金）。

报告期内，公司在日常经营活动中严格执行上述制度。公司现金销售相关内控规范、有效。报告期内，公司积极引导个人客户采取支付宝、微信等移动支付手段以替代现金付款，公司现金收款金额及占营业收入的比重逐年降低。

8、销售返利情况

（1）销售返利、销售折扣或折让政策

①丝绸文化创意品**（自有终端品牌）**销售返利政策、销售折扣政策

丝绸文化创意品对客户执行销售返利、销售折扣政策，不存在销售折让政策。

A、销售返利政策

公司与经销商、加盟商签订协议约定各经营年度的净提货额指标及返利政策。如果经销商、加盟商完成了年度净提货额指标（有开店要求的，还需完成开店数量要求），则按净提货总额的一定比例或者销售指标超额部分的一定比例以返货的形式给予其奖励（有开店要求，开店数量未完成的，奖励减半），所有奖励均以自合同签订的完整年度开始执行，年度结束后，公司根据返利条款计算应支付予该客户的返利金额。

加盟商：公司在实际执行中会综合考虑加盟商信用资质、所在市场销售情况及影响力、供货折扣等因素，根据与分销商的谈判结果对返利比例有所调整。总体来看，对报告期内完成年度销售任务的 100%的加盟商，可享受完成指标超额

部分的 2%-6%不等的返利。

经销商：公司对经销商无开店数量的要求，提货额指标要求相对加盟商低，门槛较低，故实际执行过程中，对大多数经销商不给予返利政策。

B、销售折扣政策

报告期内，公司综合考虑客户类型、销售规模、合作历史等因素，在产品吊牌价基础上给予分销客户以及部分直销客户一定的提货折扣。公司直销客户折扣区间通常为 5 折及以上，加盟商客户折扣区间通常为 3-5 折，经/代销商客户折扣区间通常为 3-6 折。特殊产品折扣需另行审批。公司根据产品吊牌价金额乘以折扣的方式确定销售合同/订单金额、开具增值税发票，并按照折扣后的金额确认营业收入与应收账款。

②丝绸纺织制品**（非自有终端品牌）**销售折让政策

丝绸纺织制品只执行销售折让政策：当出现货物破损或质量等问题时，由业务员与客户进行核实，核实无误后提出申请。当发票已开具时，审核无误后开具全额红冲发票，冲减前期确认的收入、应收款及税费，并根据折让后的真实金额重新开具发票并确认收入、应收款及相关税费。当发票未开具时，审核无误后根据核定的金额开具发票，冲减前期确认的暂估收入、应收款及税费，并根据折让后的真实金额确认收入、应收款及相关税费。

③公司口罩产品销售不存在销售返利、销售折扣或折让政策和情况。

（2）返利形式及销售返利、销售折让金额

报告期内，公司丝绸文化创意品**（自有终端品牌）**销售返利均以货物形式返还，返利计提与发放金额具体情况如下：

单位：万元

项　目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
期初结存	62.60	38.44	13.74	0.00
计提返利	0.00[注]	44.03	39.72	13.74
发放返利	19.34	19.87	15.02	0.00
期末结存	43.26	62.60	38.44	13.74
计提返利占丝绸文化创意品分销	-	0.37%	0.35%	0.14%

单位：万元

项　目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
渠道收入比重				

注：受新冠肺炎疫情影响，经销商、加盟商 2020 年上半年未能正常营业，均未完成合同约定的净提货额指标，故 2020 年 1-6 月未计提返利。

报告期内，公司丝绸纺织制品**（非自有终端品牌）**折让金额具体情况如下：

单位：万元

项　目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
折让金额	189.95	271.49	109.18	132.06
折让金额占丝绸纺织制品营业收入比重	1.88%	0.86%	0.32%	0.39%

（3）公司销售返利、销售折让的会计处理

销售返利：根据经审批的返利申请表计提销售返利，并计入销售费用，应付而未付的返利列示于其他流动负债科目。以返货形式发放返利时，根据所返产品冲减存货，同时冲减其他流动负债。

销售折扣：公司根据折扣后金额确认营业收入。

销售折让：财务部门根据企业会计准则，依据业务人员最终与客户协商确认的折让冲减当期收入、应交税费及应收账款。

公司的销售返利、销售折扣及销售折让的会计处理符合《企业会计准则》规定。

9、退换货政策及退换货情况

（1）各销售模式下退换货政策

①直销模式退换货政策：公司丝绸文化创意品**（自有终端品牌）**对企事业客户正常交付后，除产品质量问题，公司不予退货。直销企事业客户如发现公司交付产品不符合合同规定的，应妥善保管并在规定时间内提出书面异议，如未在规定期限内提出异议，视为公司所交货物验收合格。丝绸文化创意品对于零售客户销售后，按零售行业一般规定，在不影响二次销售的情况下提供七天无理由退换货服务。

公司丝绸纺织制品**（非自有终端品牌）**业务以客户定制为主，若产品出现一般质量问题与客户协商予以一定的销售折让，仅有极个别特殊情形下会存在退货行为。

直销模式下，公司口罩业务产品无质量问题不允许退换货。

②分销模式退换货政策：公司综合考虑客户类型、客户资质、业务规模、长期合作意向和所在区域市场影响力等因素，对经销商及加盟商实行合作目标管理法，对达到不同档次合作目标的经销商及加盟商约定 0-5%不同的退换货率。加盟商的每次退换货，需不影响公司第二次销售，调货、换货、退货的一切费用由其自行承担。代销商主要面向个人零售客户，适用其平台面向终端客户的退换货政策，如惠买在线销售后 7 天内无理由退换货，15 天内质量问题换货。

分销模式下，公司口罩业务产品无质量问题不允许退换货。

（2）报告期内丝绸文化创意品**（自有终端品牌）**直销、分销渠道退换货数量、金额、原因及退换率

单位：万件、万元

项目	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	数量	金额/占比	数量	金额/占比	数量	金额/占比	数量	金额/占比
退换货	0.75	180.75	6.69	1,091.64	3.11	779.42	3.31	1,013.41
其中：直销退换货	0.47	106.54	2.56	598.47	1.68	427.25	2.81	840.23
其中：经销商退换货	0.16	42.18	3.21	261.84	0.86	161.07	0.25	76.99
其中：代销商退换货	0.06	1.46	0.36	50.63	0.22	44.07	0.07	30.17
其中：加盟商退换货	0.06	31.47	0.55	180.70	0.34	147.02	0.18	66.01
退换货率	-	1.62%	-	2.68%	-	1.95%	-	2.77%
其中：直销模式	-	1.18%	-	2.06%	-	1.49%	-	3.16%
其中：经销模式	-	3.28%	-	5.60%	-	3.94%	-	3.44%
其中：代销模式	-	6.33%	-	7.44%	-	2.78%	-	1.26%
其中：加盟模式	-	3.86%	-	2.81%	-	2.65%	-	1.24%

报告期内，发行人丝绸文化创意品退换货主要来自于直销渠道、经销渠道、加盟渠道，退换货原因如下：

①直销：对企事业客户在产品正常交付后，因产品质量问题、发货产品与订单内容不一致时公司给予办理退换货；对零售客户七天内提出无理由退换货的公司给予办理退换货；

②经销商、加盟商：经销商、加盟商在有退换货需求时按合同约定的退换货率内进行退换货；

③因客户经营不善导致长期拖欠货款时，公司为将损失降至最低，经双方协商后由经销商、加盟商将不影响二次销售的货物退回抵减货款。

（3）报告期内丝绸纺织制品**（非自有终端品牌）**退换货数量、金额、原因及退换货率

公司丝绸纺织制品业务以客户定制为主，若产品出现一般质量问题与客户协商予以一定的销售折让，仅有极个别特殊情形下会存在退货行为。报告期内丝绸纺织制品退换货数量、金额情况如下：

单位：万米、万件、万元

项目	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	数量	金额/占比	数量	金额/占比	数量	金额/占比	数量	金额/占比
退换货	0.14	7.06	0.04	5.99	0.07	3.57	0.40	14.40
丝绸纺织制品收入	-	10,108.15	-	31,479.08	-	34,367.14	-	34,165.19
退换货率	-	0.07%	-	0.02%	-	0.01%	-	0.04%

报告期内，发行人丝绸纺织制品退换货金额较小，退换货比例较低。退换货主要原因系次品退库。

（4）报告期内口罩退换货数量、金额、原因及退换货率

报告期内，口罩基本无退换货情况。

（5）加盟商、经销商退出后库存商品处置情况

报告期内，公司的经销、加盟模式均为买断模式，经销商、加盟商自负盈亏，自担风险。丝绸文化创意品作为可选消费品，经销商销售受其客户每年需求变化的影响而波动，导致每年合作的经销商数量变动较大。公司于 2016 年开始逐步拓展加盟商渠道，2017 年新增加盟商数量较多，以 2-3 年为经营业绩考察周期，故在 2019 年规模较小的加盟商减少较多。报告期各期终止合作的经/代销商数量分别为 16 家、44 家、62 家、86 家，终止合作的加盟商数量分别为 2 家、5 家、11 家、3 家，经销商、加盟商退出时库存商品一般由其自然消化，少数经销商、加盟商在退出时若存在逾期未偿还货款的情况时，公司为降低损失，在产品不影响二次销售的情况下，允许其将产品退回抵减货款。报告期内，公司允许经销商、加盟商退货抵偿货款的合计金额分别为 39.31 万元、20.49 万元。

（6）退换货的会计处理

①退货账务处理:已确认销售商品收入的售出商品发生销售退回的，公司一般在发生时冲减当期收入及当期成本，同时冲减已确认的应交增值税销项税额，若退货属于资产负债表日后事项，则冲减销货当期收入与成本。

②换货账务处理：已确认销售商品收入的售出商品发生换货的，公司一般在发生时转回换回存货的商品成本，同时确认换出存货的商品成本。

公司的退换货的会计处理符合《企业会计准则》规定。

10、报告期内产品促销情况

报告期内，公司丝绸文化创意品**（自有终端品牌）**通常在“618”、“双 11”、“双 12”等购物节期间开展促销活动，并在日常销售中针对重点推广产品不定期开展促销活动。公司在促销活动前下发营销指导书，规定促销产品具体款式，并制定相对较低的促销价格。公司丝绸纺织制品**（非自有终端品牌）**主要面向品牌服装客户，在合同中明确约定销售数量与单价，丝绸纺织制品不存在开展促销活动情形。

报告期内，公司促销活动涉及的产品、销售收入金额、销售单价与单位成本情况如下：

单位：万件、万元、元/件

项　目	2020 年 1-6 月				2019 年度			
	销售数量	收入金额	单价	单位成本	销售数量	收入金额	单价	单位成本
丝巾	1.60	228.75	143.11	106.96	3.56	614.64	172.79	97.72
组合套装	1.64	465.13	282.82	163.63	2.36	658.64	279.11	170.98
家纺	0.75	638.15	854.17	656.41	1.45	1,078.41	744.86	436.47
品牌服装	0.67	216.90	322.72	282.24	0.86	438.49	510.88	288.68
围巾	0.18	26.48	150.11	153.61	0.40	44.73	111.43	66.78
丝绸工艺品	0.06	6.12	101.33	79.36	0.05	6.80	134.94	35.64
其他	7.79	282.96	36.33	22.25	9.99	388.09	38.86	24.30
促销活动销售金额合计	**12.69**	**1,864.48**	**/**	**/**	**18.67**	**3,229.81**	**/**	**/**
促销销售金额占比	/	16.74%	/	/	/	7.92%	/	/
项　目	**2018 年度**				**2017 年度**			

	销售数量	收入金额	单价	单位成本	销售数量	收入金额	单价	单位成本
丝巾	0.57	47.50	83.59	39.86	0.67	144.60	216.92	60.00
组合套装	0.06	19.44	338.70	191.42	0.17	130.64	746.91	254.38
家纺	0.07	18.88	264.42	118.41	0.32	75.32	232.17	137.42
品牌服装	0.11	38.88	345.01	207.68	0.04	4.78	111.27	203.34
围巾	0.03	4.97	175.64	59.12	/	/	/	/
丝绸工艺品	/	/	/	/	/	/	/	/
其他	17.91	790.34 [注]	44.13	27.42	4.96	202.23 [注]	40.80	31.63
促销活动销售金额合计	**18.75**	**920.01**	**/**	**/**	**6.16**	**557.57**	**/**	**/**
促销销售金额占比	/	2.30%	/	/	/	1.53%	/	/

注：2017-2018 年度，公司促销活动销售的其他丝绸文化创意品主要系蚕丝蛋白日化用品，各期销售金额分别为 188.46 万元和 788.60 万元。

报告期内，公司丝绸文化创意品促销活动销售收入金额分别为 557.57 万元、920.01 万元、3,229.81 万元和 1,864.48 万元，各类产品促销平均单价均高于平均单位成本。2019 年度和 2020 年 1-6 月，公司为应对宏观经济波动以及新冠肺炎疫情造成的系统性风险，有选择性地针对部分重点推广产品积极开展促销活动，刺激消费需求的同时引导消费者购买偏好，当期促销活动销售规模及占丝绸文化创意品收入的比重有所增加。

（三）营业成本分析

1、营业成本构成分析

报告期内，公司营业成本构成情况如下：

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
主营业务成本	24,464.50	99.34%	45,512.28	99.18%	47,165.05	98.68%	44,849.31	99.27%
其他业务成本	163.64	0.66%	374.20	0.82%	630.43	1.32%	329.26	0.73%
合 计	**24,628.13**	**100.00%**	**45,886.48**	**100.00%**	**47,795.48**	**100.00%**	**45,178.57**	**100.00%**

报告期内，公司主营业务突出，主营业务成本占营业成本比重均在98%以上，与主营业务收入占营业收入的比重相匹配。

2、主营业务成本构成分析

（1）主营业务成本构成情况

报告期内，公司主营业务成本构成情况如下：

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
直接材料	18,379.03	75.13%	36,938.81	81.16%	39,095.89	82.89%	37,736.39	84.14%
人工成本	1,084.24	4.43%	2,139.54	4.70%	1,707.64	3.62%	1,435.35	3.20%
制造费用	832.99	3.40%	1,545.45	3.40%	991.14	2.10%	833.21	1.86%
委托加工费用	4,168.23	17.04%	4,888.49	10.74%	5,370.38	11.39%	4,844.36	10.80%
合　计	**24,464.51**	**100.00%**	**45,512.28**	**100.00%**	**47,165.05**	**100.00%**	**44,849.31**	**100.00%**

报告期内，公司分产品主营业务成本构成情况如下：

①丝绸文化创意品**（自有终端品牌）**主营业务成本构成

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
直接材料	5,114.46	90.36%	17,683.09	89.62%	17,217.49	94.14%	15,498.89	95.13%
人工成本	264.83	4.68%	911.14	4.62%	731.72	4.00%	517.59	3.18%
制造费用	186.83	3.30%	619.11	3.14%	223.45	1.22%	216.68	1.33%
委托加工费用	94.20	1.66%	518.80	2.63%	117.48	0.64%	58.64	0.36%
合　计	**5,660.32**	**100.00%**	**19,732.14**	**100.00%**	**18,290.14**	**100.00%**	**16,291.80**	**100.00%**

报告期内，直接材料系公司丝绸文化创意品主营业务成本中最主要的构成部分，直接材料成本占主营业务成本的比重分别为95.13%、94.14%、89.62%和90.36%，委托加工费用、人工成本及制造费用占比相对较小。主要原因系：公司在丝绸文化创意品的经营中主要专注于产品设计、技术研发、品质控制以及数码印花核心工艺生产环节，其余生产环节主要采取外协生产模式中的外包模式，因此直接材料占比较高。

2017-2019年度，丝绸文化创意品直接材料成本占比呈下降趋势，而人工成本与制造费用占比逐年提升，主要原因系公司为优化产品结构，逐步向能充分发挥公司在数码印花尤其是双面数码印花领域的工艺优势的产品倾斜。报告期内，丝绸文化创意品自主加工产品完工入库成本占比分别为3.51%、3.54%、14.77%

和17.24%，自主加工比例提升带动人工成本和制造费用占比相应增加。

②丝绸纺织制品**（非自有终端品牌）**主营业务成本构成

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
直接材料	6,255.55	77.86%	19,255.72	74.69%	21,878.40	75.77%	22,237.50	77.87%
人工成本	516.00	6.42%	1,228.40	4.76%	975.92	3.38%	917.76	3.21%
制造费用	335.33	4.17%	926.34	3.59%	767.69	2.66%	616.53	2.16%
委托加工费用	927.00	11.54%	4,369.69	16.95%	5,252.90	18.19%	4,785.72	16.76%
合　计	8,033.89	100.00%	25,780.14	100.00%	28,874.92	100.00%	28,557.51	100.00%

报告期内，直接材料系公司丝绸纺织制品主营业务成本中的主要构成部分，直接材料成本占主营业务成本的比重分别为77.87%、75.77%、74.69%和77.86%。丝绸纺织制品中，公司对于丝绸面料和贴牌服装中具有核心竞争力的数码印花加工环节采取自主加工方式，针对其他工艺相对简单，可替代性较强的面料染色及传统台版印花、成衣制作等环节采取外协生产方式。丝绸纺织制品直接材料成本既包括公司自主加工与外协生产-委托加工模式下投入的原辅料，亦包括外协生产-外包模式下采购的成品服装及面料，因此直接材料占主营业务成本的比重相对较高。

报告期内，公司丝绸纺织制品主营业务成本构成波动原因如下：

A、报告期内，随着公司逐步向能够发挥数码印花核心工艺优势的产品倾斜，新客户增加，自主加工完工入库成本占比分别为15.84%、17.96%、25.62%和31.92%，因此，主营业务成本中人工成本与制造费用占比逐年提升;

B、报告期内，丝绸纺织制品委托加工费用以贴牌服装成衣制作环节的加工费用为主。2018年度，由于贴牌服装中委托加工单价较高的真丝服装销售规模由2,390.30万元提升至5,012.03万元，销售占比由18.13%提升至34.54%，故当期委托加工费用占比提升。2019年度，公司基于业务规划主动缩减贴牌服装业务规模，且当期自主加工比例有所提升，委托加工费用及占比相应下降。

③口罩主营业务成本构成

单位：万元

项　目	2020 年 1-6 月	
	金额	比例
直接材料	7,009.02	65.08%
人工成本	303.41	2.82%
制造费用	310.83	2.88%
委托加工费用	3,147.03	29.22%
合　计	**10,770.30**	**100.00%**

口罩采取自主生产和外协生产两种模式。其中，外协生产包括部分环节委托加工模式，以及外购半成品口罩经检验和包装后对外销售的外包模式。新冠肺炎疫情爆发前期，因公司自有产能较小，部分口罩采取外协生产模式，直接材料和委托加工费用占主营业务成本的比重较高。

④主营业务成本与对应营业收入的变动趋势

报告期内，公司主营业务成本与对应营业收入的变动趋势如下：

单位：万元

产品类型	项　目	2020 年 1-6 月	2019 年度		2018 年度		2017 年度
		金额	金额	变动率	金额	变动率	金额
丝绸文化创意品（自有终端品牌）	主营业务收入	11,141.00	40,764.46	2.13%	39,913.92	9.23%	36,540.21
	主营业务成本	5,660.32	19,732.15	7.88%	18,290.14	12.27%	16,291.80
丝绸纺织制品（非自有终端品牌）	主营业务收入	10,108.15	31,479.08	-8.40%	34,367.14	0.59%	34,165.19
	主营业务成本	8,033.89	25,780.14	-10.72%	28,874.92	1.11%	28,557.51
口罩	主营业务收入	17,206.27	-	-	-	-	-
	主营业务成本	10,770.30	-	-	-	-	-
主营业务收入合计		**38,455.42**	**72,243.53**	**-2.74%**	**74,281.06**	**5.06%**	**70,705.40**
主营业务成本合计		**24,464.50**	**45,512.28**	**-3.50%**	**47,165.05**	**5.16%**	**44,849.31**

2017-2019年度，公司丝绸文化创意品主营业务成本持续增长，其变动趋势与对应主营业务收入一致，各期主营业务成本增幅略高于主营业务收入增幅，主要原因系：A、上游原材料价格波动导致采购成本相应增长；B、公司为应对宏

观经济形势波动而采取的销售策略导致毛利率有所下降；C、分销渠道收入占比增加，拉低整体毛利率水平。具体原因参见招股说明书本节之“十三、（四）毛利率分析”。

2017-2018年度，公司丝绸纺织制品主营业务成本保持相对稳定，2019年度主营业务成本较上年下降10.72%，其变动趋势与对应主营业务收入一致。2019年度，主营业务成本降幅略高于主营业务收入降幅，主要原因系：A、当期公司积极承接附加值较高的真丝服装业务，同时主动缩减了毛利率较低的部分服装业务；B、毛利率较高的数码印花加工收入规模增加。具体原因参见招股说明书本节之“十三、（四）毛利率分析”。

（2）直接材料构成情况

①丝绸文化创意品**（自有终端品牌）**直接材料构成情况

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
丝绸文化创意品**（自有终端品牌）**	自主加工投入原辅料	744.45	14.56%	2,084.99	11.79%	467.19	2.71%	498.65	3.22%
	外包采购半成品	3,590.61	70.21%	13,242.43	74.89%	14,279.69	82.94%	12,966.45	83.66%
	包装材料	779.40	15.24%	2,355.67	13.32%	2,470.61	14.35%	2,033.79	13.12%
	合　计	**5,114.46**	**100.00%**	**17,683.09**	**100.00%**	**17,217.49**	**100.00%**	**15,498.89**	**100.00%**

报告期内，丝绸文化创意品直接材料主要包括丝绸面料等原辅料，外协生产-外包模式投入的丝巾、家纺、围巾产品半成品，以及包装材料。2017-2019年度，随着公司丝绸文化创意品市场认可度和销售规模的不断提升，丝绸文化创意品直接材料金额持续增加。2018年度，直接材料金额增加主要系外包采购半成品金额增加。2019年度，公司逐步向能发挥数码印花工艺优势的产品倾斜，丝绸文化创意品自主加工比例由3.54%增长至14.77%，带动投入的原辅料金额增长1,617.80万元。

②丝绸纺织制品**（非自有终端品牌）**直接材料构成情况

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

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
丝绸纺织制品（非自有终端品牌）	自主加工投入原辅料	1,849.53	29.57%	4,777.46	24.81%	3,702.80	16.92%	3,287.58	14.78%
	委托加工投入原辅料	3,144.33	50.26%	10,903.58	56.63%	13,767.33	62.93%	12,429.08	55.89%
	外包采购成品	1,261.69	20.17%	3,574.68	18.56%	4,408.28	20.15%	6,520.84	29.32%
	合 计	**6,255.55**	**100.00%**	**19,255.72**	**100.00%**	**21,878.40**	**100.00%**	**22,237.50**	**100.00%**

注：丝绸纺织制品中，部分丝绸面料自主完成数码印花加工环节后，委托外部供应商进一步完成成衣制作环节，相同产品不同环节投入成本仅计算一次，该产品涉及各个环节所有材料成本均归入委托加工投入原辅料中统计。

报告期内，丝绸纺织制品直接材料主要包括自主加工与外协生产-委托加工模式下投入的原辅料，以及外协生产-外包模式下采购的成品服装及面料。2018年度，公司基于发挥竞争优势、成本效益等方面考虑，积极承接附加值较高的真丝贴牌服装，主动缩减了部分毛利率较低的非真丝产品规模。报告期内，公司贴牌服装中真丝材质及非真丝材质销售情况如下：

单位；万元

产品种类	2020年1-6月			2019年度		
	销售收入	占比	毛利率	销售收入	占比	毛利率
真丝服装	1,126.84	36.33%	25.95%	4,971.67	44.22%	24.91%
非真丝服装	1,974.57	63.67%	13.28%	6,270.67	55.78%	13.07%
合 计	**3,101.41**	**100.00%**	**17.88%**	**11,242.34**	**100.00%**	**18.30%**
产品种类	**2018 年度**			**2017 年度**		
	销售收入	**占比**	**毛利率**	**销售收入**	**占比**	**毛利率**
真丝服装	5,012.03	34.54%	19.52% [注]	2,390.30	18.13%	29.43%
非真丝服装	9,498.86	65.46%	9.79%	10,791.61	81.87%	12.90%
合 计	**14,510.89**	**100.00%**	**13.15%**	**13,181.91**	**100.00%**	**15.89%**

注：2017 年度，公司真丝服装销售规模较小，单笔业务批量较小，面料选样、打样等相关客户服务成本较高，公司通常在报价时预留较高毛利空间。2018 年度，公司着力于真丝服装业务的开拓，承接较多单笔批量较大的订单，但由于真丝材质服装对原材料品质和加工工艺水平要求较高，公司在新业务拓展期间与客户、外协供应商在产品交货期、良品率等方面存在磨合和适应过程，导致当年公司真丝服装毛利率较低。

由于真丝服装产品对原材料品质和加工工艺水平要求相对较高，公司通常采取自行采购原材料并自主加工或委托外部供应商加工的模式。2018年度，真丝服装销售规模增加2,621.73万元，带动当期自主加工模式下投入原辅料增加415.22

万元，委托加工模式下投入原辅料增加1,338.25万元；而外包采购成品通常为非真丝服装产品，且毛利率相对较低，因此当期外包采购成品规模下降2,112.57万元。2019年度，公司基于业务规划主动缩减丝绸纺织制品贴牌服装业务规模，因此直接材料委托加工投入原辅料及外包采购成品均存在不同程度下降。2019年度，随着公司逐步向能够发挥数码印花核心工艺优势的产品倾斜，新客户增加，公司自主加工规模提升，带动自主加工投入原辅料增加1,074.66万元。

③口罩产品直接材料构成情况

单位：万元

项　目	2020 年 1-6 月	
	金额	占比
自主加工投入原辅料	930.28	13.27%
委托加工投入原辅料	588.48	8.40%
外包采购半成品	4,727.94	67.46%
包装材料	762.33	10.88%
合　计	**7,009.02**	**100.00%**

报告期内，口罩产品直接材料主要包括自主加工与外协生产-委托加工模式下投入的原辅料，以及外协生产-外包模式下投入的半成品口罩。疫情爆发初期，公司自有产能较小，为应对客户紧急需求，部分口罩采取委外生产和外购半成品方式，直接材料中委托加工原辅料和外包采购半成品占比相对较高。

④主营业务成本构成与可比上市公司比较

因可比上市公司中仅部分品牌女装类上市公司公开披露了直接材料占主营业务成本比重，无法将丝绸文化创意品和丝绸纺织制品主营业务成本构成与可比上市公司分别比较。2017-2019年度，公司主营业务成本构成与可比上市公司对比情况具体如下：

单位：万元

公司名称	2019 年度	2018 年度	2017 年度
安正时尚[注 2]	83.12%	82.28%	81.94%
日播时尚	81.21%	84.81%	86.22%
地素时尚	88.09%	86.23%	86.07%
算数平均	84.14%	84.44%	84.74%

单位：万元

公司名称	2019 年度	2018 年度	2017 年度
本公司-丝绸文化创意品**（自有终端品牌）**	89.62%	94.14%	95.13%
本公司-丝绸纺织制品**（非自有终端品牌）**	74.69%	75.77%	77.87%
本公司-口罩	65.08%	-	-

注 1：可比上市公司中，仅安正时尚、日播时尚和地素时尚三家公司在年度报告中披露了主营业务成本构成明细。可比上市公司半年度报告中均未披露主营业务成本构成明细；

注 2：报告期内，安正时尚经营海外及国内知名品牌在国内电商平台的代运营服务，其主营业务成本中包含电商代运营服务成本。在进行比较时已剔除该部分电商代运营成本。

2017-2019年度，可比上市公司主营业务成本均以直接材料为主，公司营业成本以直接材料为主的情形符合行业整体情况。

2017-2019年度，公司丝绸文化创意品直接材料占比略高于可比上市公司平均水平，而丝绸纺织制品直接材料占比则略低于可比上市公司平均水平。主要系公司在经营过程中综合考虑材料与质量要求、成本控制、交付效率等因素，选择效益最大化的外协合作模式。丝绸文化创意品除部分丝巾等产品数码印花加工环节系自主加工外，其余产品或环节以外包模式为主，因此直接材料占比较高。而丝绸纺织制品除丝绸面料及贴牌服装数码印花加工环节和对外提供数码印花加工服务系自主完成外，其余产品采取委托加工为主外包为辅的模式，因此直接材料占比相对较低。2017-2019年度，随着公司自主加工比例的不断提升，丝绸文化创意品和丝绸纺织制品直接材料占比均呈下降趋势。

（3）人工成本

报告期内，公司生产人员薪酬总额及平均薪酬情况如下：

单位：万元

项　目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
计入人工成本的薪酬总额	1,211.76	2,299.06	1,800.57	1,557.25
生产人员数量[注]	243	264	220	188
生产人员平均薪酬	4.99	8.71	8.18	8.28

注：公司用于计算平均薪酬的人员数量采取当期各月领薪人数平均值。

报告期内，公司生产人员平均薪酬水平与可比上市公司比较如下：

单位：万元

项　目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度

单位：万元

项　目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
地素时尚	未披露	7.04	11.00	未披露
日播时尚	未披露	8.41	5.99	5.23
欣贺股份	2.99	8.03	7.41	6.76
嘉欣丝绸	未披露	7.65	7.13	6.21
算术平均数	2.99	7.78	7.88	6.07
本公司	4.99	8.71	8.18	8.28

注 1：同行业公司用于计算平均薪酬的人员数量取年初年末人员数量平均值，如未披露年初人员数量则采取年末人员数量计算。公司用于计算平均薪酬的人员数量采取当期各月领薪人数平均值，下同；

注 2：由于安正时尚、歌力思、朗姿股份、锦泓集团、太平鸟年报中人员披露口径存在一定差异，无法计算生产人员薪酬总额，故从比较范围中剔除；

注 3：达利国际为港股上市公司，未披露相关数据。

2017-2019 年度，公司生产人员平均薪酬水平与同地区全社会单位在岗职工平均工资水平、相似工种工资指导价位中位数比较如下：

单位：万元

项　目	2019 年度	2018 年度	2017 年度
杭州市全社会单位在岗职工年平均工资	8.20	7.37	6.70
杭州市其他纺织、针织、印染人员工资指导价位中位数	5.72	5.20	4.76
杭州市包装人员工资指导价位中位数	5.76	5.07	4.56
本公司	8.71	8.18	8.28

注：杭州市全社会单位在岗职工年平均工资来源于杭州市人民政府官方网站：http://www.hangzhou.gov.cn/；

杭州市相似工种指导价位中位数来源于杭州市人力资源与社会保障局官方网站：http://hrss.hangzhou.gov.cn

本公司生产人员平均薪酬水平高于可比上市公司平均水平以及同地区全社会单位在岗职工平均工资，主要原因系，公司数码印花核心工艺相关的生产人员需具备一定专业技术知识，平均工资水平相对较高。

（4）制造费用构成情况

报告期内，公司主营业务成本制造费用构成情况如下：

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

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
职工薪酬	127.52	15.31%	159.52	10.32%	92.93	9.38%	121.90	14.63%
能源费	182.44	21.90%	546.55	35.37%	400.81	40.44%	221.35	26.57%
折旧费	234.60	28.16%	437.74	28.32%	291.09	29.37%	303.77	36.46%
低值易耗品	29.11	3.49%	84.29	5.45%	20.89	2.11%	49.17	5.90%
租赁费	49.75	5.97%	102.69	6.64%	50.60	5.11%	64.23	7.71%
劳务费	110.92	13.32%	52.24	3.38%	14.03	1.42%	-	-
其他	98.63	11.84%	162.42	10.51%	120.79	12.19%	72.80	8.74%
合　计	**832.97**	**100.00%**	**1,545.45**	**100.00%**	**991.14**	**100.00%**	**833.21**	**100.00%**

2017-2019年度，随着公司自主加工比例的不断提升，制造费用逐年增加。报告期内，制造费用各明细项目波动原因具体如下：

①职工薪酬：2018年度，部分打样人员因工作职责变动等原因调整至其他业务部门，制造费用-职工薪酬金额较上年度减少28.97万元；2019年度，公司组合套装产品销售收入较上年增加3,336.99万元，组合套装产品种类繁多且包装复杂程度相对较高，销售旺季生产制造人员因加班发生的福利费、餐费补贴等费用相对较高，带动制造费用-职工薪酬金额较上年度增加66.59万元。2020年1-6月，由于口罩产品生产数量较大，相关生产人员绩效工资及福利费金额相对较高，当期制造费用-职工薪酬为127.52万元。

②能源费：报告期内，能源费金额逐年增长，主要原因系公司面料数码印花加工产量和对外单独提供后道服务的产量持续提升。报告期内，数码印花加工产量分别为116.19万米、148.51万米、318.31万米和141.96万米（含自主加工及受托加工），后道等其他加工数量分别为8.70万米、62.43万米、45.37万米和7.30万米。2018年度，能源费金额增长主要系后道等其他加工服务耗用电量及蒸汽量较高。公司于当期购置高效连环蒸汽机，蒸汽耗用量增加，且为维持设备中温度达到要求，需要在初始启动前进行预热并持续输入蒸汽，因此当期耗用水电及蒸汽费用较高。

③折旧费：2017-2018年度，公司制造费用折旧费金额相对平稳。2019年度，公司制造费用折旧费较上年度增加146.65万元，主要系公司自2018年6月起合计

采购双面印花设备446.55万元，2019年度合计采购数码印花加工相关设备948.89万元。

④劳务费：2018-2019年度，公司丝绸文化创意品在销售旺季时外聘劳务公司完成部分包装工序，产生少量劳务费用。2020年1-6月，由于口罩组装、包装数量较大，公司包装环节外聘劳务公司费用较高。

（5）委托加工费用波动情况

报告期内，公司主营业务成本委托加工费用情况如下：

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
丝绸文化创意品**（自有终端品牌）**	94.20	2.26%	518.80	10.61%	117.48	2.19%	58.64	1.21%
丝绸纺织制品**（非自有终端品牌）**	927.00	22.24%	4,369.69	89.39%	5,252.90	97.81%	4,785.72	98.79%
口罩	3,147.03	75.50%	-	-	-	-	-	-
委托加工费用合计	4,168.23	100.00%	4,888.49	100.00%	5,370.38	100.00%	4,844.36	100.00%

2017-2019年度，公司委托加工费用呈现先上升后下降的趋势，主要系：①2018年度贴牌服装业务规模尤其是加工单价较高的真丝服装销售规模提升2,621.73万元，带动丝绸纺织制品委托加工费金额提升467.18万元；②2019年度，公司基于业务规划主动缩减贴牌服装业务规模，且当期丝绸纺织制品自主加工比例有所提升，丝绸纺织制品委托加工费用相应下降883.21万元。

2018年度，公司人工成本、制造费用上升的同时委托加工费用增加较多，具体原因为：人工成本、制造费用的增长一方面系丝绸纺织制品中丝绸面料自主加工比例提升，另一方面则是由于供应链人员数量增加。而委托加工费用增长则是由于贴牌服装业务规模尤其是加工单价较高的真丝服装销售规模提升2,621.73万元，带动丝绸纺织制品委托加工费用金额提升。人工成本、制造费用与委托加工费用的波动与公司当期业务发展实际情况相匹配。

2020 年 1-6 月，受新冠肺炎疫情影响，丝绸文化创意品及丝绸纺织制品常规产品规模均存在不同程度下滑，对应的委托加工费用有所下降。

（6）外协生产相关情况

报告期内，公司生产模式主要分为自主加工和外协生产。其中，公司针对具有核心竞争力的数码印花加工工艺采取自主加工方式，而对于面料染色、传统台版印花、成衣加工、丝巾卷边等技术含量相对较低，行业竞争充分，可替代性较强的工艺/环节采取外协生产的模式。公司受托加工项目即为数码印花加工业务，包括数码喷印和后道等其他加工。数码印花系发行人主要加工环节，该业务由发行人自主生产。公司外协生产环节涉及的工艺不涉及发行人核心技术。

外协生产根据是否由供应商提供原材料和结算方式可进一步分为外包模式和委托加工模式两类：

A、外包模式（全额结算），供应商提供原材料，根据公司提供的设计图样和品质标准进行生产，公司与供应商全额结算原材料成本及加工费用；

B、委托加工模式（净额结算），由公司提供原材料，供应商根据公司提供的原材料、设计图样和品质标准进行生产，公司与供应商净额结算委托加工费用。公司主营业务成本中列示的委托加工费用即该模式下净额结算的加工费。公司综合考虑具体产品的面料类型、生产工艺、品质要求、交付时效等因素，选择效益最大化的合作模式。

①自主加工与外协生产比例

A、丝绸文化创意品**（自有终端品牌）**自主加工与外协生产比例

报告期内，公司丝绸文化创意品自主加工与外协生产完工入库成本情况如下：

单位：万元

生产模式	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	完工入库成本	占比	完工入库成本	占比	完工入库成本	占比	完工入库成本	占比
自主加工	1,038.67	17.24%	3,114.48	14.77%	691.79	3.54%	597.67	3.51%
外协生产-外包	4,987.64	82.76%	17,976.30	85.23%	18,828.55	96.46%	16,438.03	96.49%
合　计	**6,026.31**	**100.00%**	**21,090.77**	**100.00%**	**19,520.34**	**100.00%**	**17,035.70**	**100.00%**

注：丝绸文化创意品部分丝巾采取了自主完成数码印花加工，委托外部供应商完成丝巾卷边方式。根据不同环节加工复杂程度与产值占比，将该部分产品成本归入委托加工模式统计。

报告期内，公司逐步向能发挥数码印花工艺优势的产品倾斜，丝绸文化创意

品自主加工比例呈逐年增长趋势。

B、丝绸纺织制品**（非自有终端品牌）**自主加工与外协生产比例

报告期内，公司丝绸纺织制品自主加工与外协生产完工入库成本情况如下：

单位：万元

生产模式	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	完工入库成本	占比	完工入库成本	占比	完工入库成本	占比	完工入库成本	占比
自主加工	2,609.73	31.92%	6,453.17	25.62%	5,169.22	17.96%	4,526.86	15.84%
外协生产-委托加工	4,303.51	52.64%	15,164.17	60.19%	19,199.24	66.72%	17,522.58	61.33%
外协生产-外包	1,261.69	15.43%	3,574.68	14.19%	4,408.28	15.32%	6,520.84	22.82%
合　计	**8,174.93**	**100.00%**	**25,192.01**	**100.00%**	**28,776.74**	**100.00%**	**28,570.28**	**100.00%**

注：丝绸纺织制品委托加工产品中，包括自主完成数码印花加工环节后进一步委托外部供应商进行成衣制作的贴牌服装。根据不同环节加工复杂程度与产值占比，将该部分贴牌服装成本归入委托加工模式统计。

报告期内，随着公司逐步向能够发挥数码印花核心工艺优势的产品倾斜，新客户增加，丝绸纺织制品自主加工比例呈逐年增长趋势。

C、口罩自主加工与外协生产比例

报告期内，公司口罩自主加工与外协生产完工入库成本情况如下：

单位：万元

生产模式	2020 年 1-6 月	
	完工入库成本	占比
自主加工	1,361.03	12.55%
外协生产-委托加工	4,759.85	43.87%
外协生产-外包	4,727.94	43.58%
合　计	**10,848.81**	**100.00%**

疫情爆发初期，公司自有产能较小，为应对客户紧急需求，部分口罩采取委托加工和外包模式，同时期口罩加工市场供不应求，原材料采购成本及加工单价均较高。2020 年 3 月，公司平面口罩生产线构建完成并投产使用后，口罩自主加工均通过自动化设备进行，加工单位成本较低，相关原材料采购成本亦有所下降。因此，2020 年 1-6 月，口罩自主加工成本占比相对较低。

D、自主加工比例与主营业务成本中人工成本、制造费用的匹配关系

报告期内，公司丝绸文化创意品、丝绸纺织制品及口罩产品中自主加工产品成本、自主加工比重，与该类产品人工成本、制造费用情况具体如下：

单位：万元

项 目		2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
丝绸文化创意品（自有终端品牌）	自主加工产品完工入库成本	1,038.67	3,114.48	691.79	597.67
	自主加工完工入库成本比重	17.24%	14.77%	3.54%	3.51%
	人工成本	264.83	911.14	731.72	517.59
	制造费用	186.83	619.11	223.45	216.68
丝绸纺织制品（非自有终端品牌）	自主加工产品完工入库成本	2,609.73	6,453.17	5,169.22	4,526.86
	自主加工完工入库成本比重	31.92%	25.62%	17.96%	15.84%
	人工成本	516.00	1,228.40	975.92	917.76
	制造费用	335.33	926.34	767.69	616.53
口罩	自主加工产品完工入库成本	1,361.03	-	-	-
	自主加工完工入库成本比重	12.55%	-	-	-
	人工成本	303.41	-	-	-
	制造费用	310.83	-	-	-

报告期内，公司丝绸文化创意品人工成本与制造费用既包含自主加工产品所耗用的部分，亦包含外包采购半成品后包装环节所耗用的部分。报告期内，丝绸文化创意品人工成本与制造费用的增长主要系销售产品中自主加工比例提升，自主加工所分摊的人员工资、设备厂房折旧、水电蒸汽等人工成本与制造费用相应提升。此外，2018 年度，丝绸文化创意品与包装环节相关的供应链人员数量增加，包装环节相关人工成本增加 184.83 万元。2019 年度，丝绸文化创意品组合套装销售收入较上年增加 3,336.99 万元，组合套装类产品种类繁多且包装相对复杂，销售旺季时包装环节产能紧张，公司外聘劳务公司参与包装发生的劳务费用，以及生产制造人员因加班发生的福利费、餐费补贴等制造费用合计增加 79.15 万元。

报告期内，公司丝绸纺织制品人工成本与制造费用主要系自主加工产品所耗用的相关成本。因此，随着自主加工成本比重的持续提升，人工成本及制造费用

逐年增加。

2017-2019 年度，公司人工成本与制造费用逐年增加，尤其是 2019 年度增加较多，主要原因系自主加工比例持续增加。此外，丝绸文化创意品供应链人员数量增加，销售旺季时包装环节产能紧张，外聘劳务公司以及相关人员加班福利、补贴费用增加，亦带动公司人工成本与制造费用相应增加。

②自主加工与外协生产单位成本对比

报告期内，公司针对具有核心竞争力的数码印花加工工艺采取自主加工方式，涉及的主要产品包括丝巾和丝绸面料等。2020 年 1-6 月，公司部分口罩产品采取了自主加工模式。报告期内，公司自主加工完工入库成本占比分别为 11.24%、12.14%、20.67%和 20.00%。

A、丝巾自主加工与外协生产单位成本对比

报告期内，公司存在销售情形的丝巾产品款式超过 3,000 种，不同款式丝巾尺寸、加工工艺、花型、面料材质等存在差异，单位成本从数元到一万余元不等。由于公司自主加工的丝巾款式仅在交付期限较短且自有产能不足时采取外协生产中的外包模式，自主加工丝巾与外协生产丝巾款式仅存在极少量重叠情形。报告期内，重叠款式外包采购成本占全部外包采购成本比重均不超过 0.5%，采购批量较小，采购单价受批量、交期等因素的影响较大，单位成本无法直接比较。

B、面料自主加工与外协生产单位成本对比

报告期内，公司对于具有核心竞争力的面料数码印花加工环节采取自主加工方式，而染色、传统台版印花环节采取外协生产模式。报告期内，面料自主加工单位成本和外协生产单位成本比较如下：

单位：万米、元/米

项　目	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	数量	单位成本	数量	单位成本	数量	单位成本	数量	单位成本
自主加工	29.21	66.11	67.97	75.31	57.71	76.05	59.80	64.20
外协生产-委托加工	27.74	53.45	124.64	50.67	131.55	53.65	141.08	43.96
外协生产-外包	38.33	25.59	97.16	24.84	104.34	26.02	162.17	24.67

注 1：丝绸面料产品自主加工与外协生产数量及成本总额统计口径为丝绸面料产品完工入库成本，不包括将进一步用于生产贴牌服装、其他丝绸纺织制品或丝巾的面料；

注 2：面料自主加工数量按照实际加工数量统计，面料双面印花工序仅计算一次产量。

报告期内，公司丝绸面料自主加工单位成本最高，外协生产-委托加工单位成本次之，外协生产-外包单位成本最低，主要原因系面料材质以及生产工艺不同。

a、丝绸面料自主加工主要系真丝材质面料，原材料成本相对较高。且自主加工所采用的的工艺为企业具有核心竞争力的数码印花工艺，且该工艺环节需购建专用数码印花设备，生产人员工作复杂度高于染色及传统台版印花工艺，设备折旧及人工成本均较高，单位加工成本较高。

b、丝绸面料外协生产-委托加工既有真丝材质面料，亦包括部分非真丝材质面料，其原材料成本低于自主加工原材料成本。委托加工采用的工艺主要系面料染色、传统台版印花，该工艺较为简单，产品附加值低。报告期内，公司面料委托加工厂商位于湖州、嘉兴等面料加工行业较为发达地区，区域内产业发展较为成熟，加工服务可替代性较强，行业竞争充分，加工单价较低。

c、丝绸面料外协生产-外包主要系非真丝材质面料，其原材料成本低于自主加工及外协生产-委托加工原材料成本。外包采购的面料主要以染色、传统台版印花等工艺为主，因此加工单价较低。

C、口罩自主加工单位成本和外协生产单位成本比较

报告期内公司自主加工口罩仅包含平面口罩，立体口罩均为外协生产。由于平面口罩与立体口罩价格存在较大差异，因此在对比单位成本时仅选取平面口罩进行比较。

自主加工口罩中，部分口罩系自主完成压片加工环节，委托外部供应商进一步完成焊耳带环节。由于焊耳带环节工艺较为简单，加工费用占口罩生产成本比重较小，因此作为自主加工口罩进行统计。

2020 年 1-6 月，平面口罩自主加工单位成本和外协生产单位成本比较如下：

2020 年 1-6 月，平面口罩自主加工单位成本和外协生产单位成本比较如下：

单位：万只、元/只

项　目	2020 年 1-6 月

	数量	单位成本
自主加工	2,841.36	0.48
外协生产-委托加工	4,028.84	1.11
外协生产-外包	2,759.47	1.23

报告期内，公司自主加工单位成本低于外协生产单位成本，主要系新冠肺炎疫情爆发初始阶段，口罩相关自动化生产设备紧缺，公司在产能不足的情况下采取委托加工和外包模式生产口罩。由于同时期口罩加工市场供不应求，加工费单价和半成品采购单价相对较高。2020 年 3 月，公司平面口罩生产线构建完成并投产使用后，口罩自主加工均通过自动化设备进行，生产效率较高，单位成本相对较低。

3、报告期内主要产品采购数量及价格

报告期内，主要产品采购数量及价格情况请参见本招股说明书第六节之“六、（一）1、主要产品采购及单价情况”。

4、采购环节的退换货政策及退换货情况

①采购环节的退换货政策

发行人丝绸文化创意品、丝绸纺织制品及口罩相关采购环节实行一致的退换货政策。存货入库前，公司将组织检验人员根据采购订单、检验标准以及客户要求等对所采购货物进行检验，检验发现外观不良如产品破损、未达到公司质量标准或客户要求等情形的，由公司采购人员与供应商协商退货。产品质量不合格的将退还供应商并要求换货或扣除货款，对由于不合格产品造成公司损失的，依照合同规定与供应商沟通赔偿问题。对符合公司产品质量要求的产品办理入库，并建立或更新该产品的库存明细卡。

②采购退换货金额

报告期内，公司丝绸文化创意品、丝绸纺织制品采购环节退换货金额及占采购总额比例的具体情况如下：

单位：万元

项　目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
退换货金额	50.24	112.79	745.49	289.21

单位：万元

项　目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
占采购总额比例	0.23%	0.26%	1.63%	0.56%

报告期内，公司采购环节退换货比例较低，退换货主要系所购产品质量不符合公司要求所致。

报告期内，公司口罩相关采购不存在退换货情况。

（四）毛利率分析

1、综合毛利及毛利率情况

报告期内，公司综合毛利分别为 26,140.44 万元、27,457.19 万元、26,964.91 万元和 14,059.71 万元，具体情况如下：

单位：万元

项　目	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
主营业务毛利	13,990.92	99.51%	26,731.24	99.13%	27,116.01	98.76%	25,856.09	98.91%
其中： 丝绸文化创意品**（自有终端品牌）**	5,480.68	38.98%	21,032.31	78.00%	21,623.79	78.75%	20,248.41	77.46%
丝绸纺织制品**（非自有终端品牌）**	2,074.27	14.75%	5,698.94	21.13%	5,492.22	20.00%	5,607.68	21.45%
口罩	6,435.97	45.78%	-	-	-	-	-	-
其他业务毛利	68.79	0.49%	233.67	0.87%	341.18	1.24%	284.35	1.09%
合　计	**14,059.71**	**100.00%**	**26,964.91**	**100.00%**	**27,457.19**	**100.00%**	**26,140.44**	**100.00%**

报告期内，公司营业毛利主要由主营业务毛利构成，各期占比均在 98%以上，公司丝绸文化创意品毛利分别为 20,248.41 万元、21,623.79 万元、21,032.31 万元和 5,480.68 万元。2017-2019 年度，丝绸文化创意品是公司毛利的主要来源。2020 年 1-6 月，公司积极投产口罩业务，口罩业务当期毛利总额为 6,435.97 万元，占营业毛利的比重较高。

报告期内，公司主营业务毛利率情况如下：

单位：万元

项　目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度

单位：万元

项　目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
主营业务毛利额	13,990.92	26,731.24	27,116.01	25,856.09
主营业务毛利率	36.38%	37.00%	36.50%	36.57%
丝绸文化创意品毛利率	49.19%	51.59%	54.18%	55.41%
丝绸纺织制品毛利率	20.52%	18.10%	15.98%	16.41%
口罩毛利率	37.40%	-	-	-

报告期内，公司主营业务毛利率分别为 36.57%、36.50%、37.00%和 36.38%，基本保持稳定。

（1）丝绸文化创意品**（自有终端品牌）**毛利率分析

公司丝绸文化创意品蕴含较高的设计价值和文化内涵，附加值较高，因而整体毛利率水平在 50%以上。报告期内，公司丝绸文化创意品毛利率分为 55.41%、54.18%、51.59%和 49.19%，呈一定的下降趋势，主要原因为：

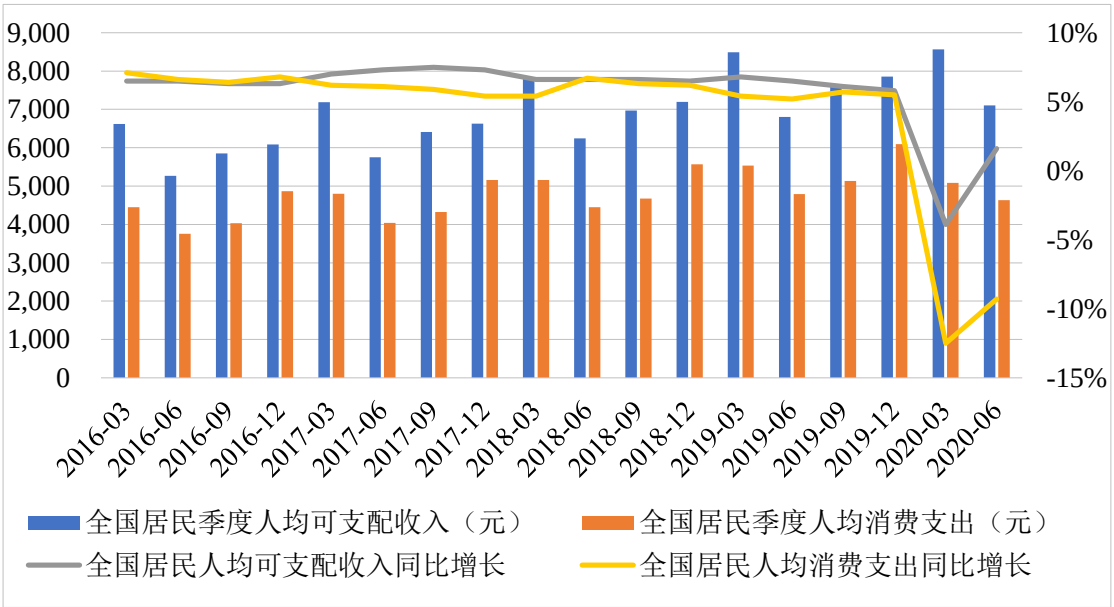
①上游原材料价格波动导致采购成本及毛利率相应波动

2017-2018 年度，公司上游原材料生丝价格处于上升通道，公司主要产品的采购成本随之上升，因丝绸文化创意品终端售价具有一定刚性，公司难以在短时间内将原材料上涨的压力快速转移至下游消费者，从而导致公司 2018 年度丝绸文化创意品毛利率有所下降；

②公司为应对宏观经济形势波动而采取的销售策略导致毛利率有所下降

2019-2020 年 6 月，我国宏观经济增长放缓，全国居民人均可支配收入及人均消费支出增速下滑。

2016-2020 年 6 月我国居民人均可支配收入及人均消费支出情况



数据来源：国家统计局

公司为应对宏观经济造成的系统性风险，一方面在充分调研的基础上，积极开发推广兼具实用性与性价比的产品，在价格定位上力图覆盖更为广泛的消费群体，压缩了毛利空间，总体毛利率下降。报告期内，公司销售当年度上市新品毛利率均低于以前年度上市产品毛利率，导致丝绸文化创意品整体毛利率呈一定下降趋势，具体如下：

单位：万元

项　目	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	当年度上市新品	以前年度上市产品	当年度上市新品	以前年度上市产品	当年度上市新品	以前年度上市产品	当年度上市新品	以前年度上市产品
销售金额	3,434.92	7,706.07	20,536.18	20,228.27	16,511.99	23,401.94	16,156.60	20,383.61
销售金额占比	30.83%	69.17%	50.38%	49.62%	41.37%	58.63%	44.22%	55.78%
毛利率	45.07%	51.03%	50.91%	52.29%[注]	50.75%	56.59%	47.56%	61.64%

注：2019 年度，由于公司针对部分库龄较长的产品开展了一系列促销活动，以前年度上市产品毛利率降低，与当年度上市新品毛利率差异缩小。

另一方面，公司针对重点推广产品积极开展促销活动，刺激消费需求的同时引导消费者购买偏好，导致公司当期毛利率有所下降。报告期内，随着促销活动占收入比重的持续增加，整体毛利率呈一定下降趋势。剔除促销活动的影响后，公司丝绸文化创意品毛利率相对稳定，具体如下：

单位：万元

项　目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度

单位：万元

项　目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
丝绸文化创意品收入①	11,141.00	40,764.45	39,913.93	36,540.21
丝绸文化创意品毛利率②	49.19%	51.59%	54.18%	55.41%
促销活动实现收入③	1,864.48	3,229.81	920.01	557.57
促销活动占收入比重	16.74%	7.92%	2.30%	1.53%
促销活动毛利率④	28.81%	41.11%	39.32%	47.16%
剔除促销活动后毛利率⑤=（①*②-③*④）/(①-③)	55.72%	55.35%	55.40%	56.25%

③分销渠道收入占比增加，拉低了整体毛利率水平

针对丝绸文化创意品的销售，公司逐步拓展分销渠道，通过发展优质分销商，与直销业务的市场区域形成互补。报告期内，公司丝绸文化创意品分渠道销售情况如下：

单位：万元

项　目		2020 年 1-6 月		
		收入	占比	毛利率
直销渠道	销售团队	6,660.24	59.78%	50.68%
	展示营销中心	716.40	6.43%	47.31%
	线上平台	1,483.55	13.32%	50.76%
	门店零售	184.67	1.66%	59.07%
	小计	9,044.85	81.19%	50.59%
分销渠道	加盟商	814.66	7.31%	39.73%
	经销商	1,258.42	11.30%	45.80%
	代销商	23.07	0.21%	19.45%
	小计	2,096.15	18.81%	43.15%
合　计		**11,141.00**	**100.00%**	**49.19%**
项　目		**2019 年度**		
		收入	**占比**	**毛利率**
直销渠道	销售团队	23,800.11	58.38%	55.24%
	展示营销中心	2,712.11	6.65%	53.92%
	线上平台	1,663.24	4.08%	67.32%
	门店零售	811.20	1.99%	66.54%
	小计	28,986.66	71.11%	56.13%

分销渠道	加盟商	6,423.15	15.76%	39.79%
	经销商	4,674.43	11.47%	42.85%
	代销商	680.20	1.67%	29.97%
	小计	11,777.78	28.89%	40.44%
合　计		**40,764.45**	**100.00%**	**51.59%**
项　目		**2018 年度**		
		收入	**占比**	**毛利率**
直销渠道	销售团队	24,406.90	61.15%	57.74%
	展示营销中心	2,225.15	5.57%	62.47%
	线上平台	1,279.98	3.21%	66.13%
	门店零售	789.54	1.98%	66.35%
	小计	28,701.56	71.91%	58.72%
分销渠道	加盟商	5,544.38	13.89%	43.18%
	经销商	4,084.99	10.23%	45.00%
	代销商	1,583.00	3.97%	34.01%
	小计	11,212.36	28.09%	42.55%
合　计		**39,913.93**	**100.00%**	**54.18%**
项　目		**2017 年度**		
		收入	**占比**	**毛利率**
直销渠道	销售团队	22,612.88	61.88%	59.37%
	展示营销中心	2,454.58	6.72%	62.59%
	线上平台	832.82	2.28%	66.55%
	门店零售	664.86	1.82%	72.10%
	小计	26,565.14	72.70%	60.21%
分销渠道	加盟商	5,336.50	14.60%	43.83%
	经销商	2,240.71	6.13%	45.69%
	代销商	2,397.86	6.56%	37.13%
	小计	9,975.07	27.30%	42.63%
合　计		**36,540.21**	**100.00%**	**55.41%**

报告期内，公司丝绸文化创意品分销渠道收入分别为 9,975.07 万元、11,212.36 万元、11,777.78 万元和 2,096.15 万元，占各期丝绸文化创意品收入的比重分别为 27.30%、28.09%、28.89%和 18.81%。2017-2019 年度，分销渠道收入规模及占比呈上升趋势。分销商通常提货量较大，且加盟商需使用公司统一的

装修形象，在一定程度上起到了宣传公司品牌形象的作用，故针对分销商的定价较直销模式低。随着公司分销模式收入占比的增长，公司丝绸文化创意品的毛利率有所下降。2020 年 1-6 月，受新冠肺炎疫情影响，公司分销商存在延迟复工情形，终端销售情况相对较差，分销渠道收入占比小于 2017-2019 年度。

直销渠道中，展示营销中心毛利率低于直营门店毛利率，主要原因系：一方面，公司展示营销中心以展示公司产品、彰显品牌文化为重心，公司投入的人力、物力成本较高，且展示营销中心主要接待团队客户及长期客户，公司通常会给予一定折扣；另一方面，报告期内，公司通过展示营销中心开展促销活动，拉低了展示营销中心的毛利率水平。

分销渠道中，经销商毛利率高于加盟商与代销商毛利率，主要原因系：公司经销商通过自有线下或线上渠道经营，而加盟商则必须通过符合万事利丝绸品牌形象的实体店铺形式经营，且只能经营万事利丝绸产品，有助于公司提升品牌知名度、传播品牌文化。因此，公司给予加盟商的销售折扣区间通常低于经销商（加盟商折扣区间通常为 3-5 折，经销商折扣区间通常为 3-6 折）。报告期内，公司代销商以电视购物平台为主，客户相对集中且规模较大，客户的议价能力相对较强。而经销商客户相对分散，议价能力相对较低。因此代销渠道毛利率低于经销渠道。

（2）丝绸纺织制品**（非自有终端品牌）**毛利率分析

公司丝绸纺织制品主要包括丝绸面料和贴牌服装，自主加工环节附加值相对较低，且市场竞争相对激烈，因而整体毛利率水平低于丝绸文化创意品。报告期内，公司丝绸纺织制品毛利率分别为 16.41%、15.98%、18.10%和 20.52%。

2019 年度，丝绸纺织制品毛利率较上年增加 2.12%，主要原因为：①当期公司积极承接附加值较高的丝绸服装业务，同时主动缩减了毛利率较低的部分服装业务，贴牌服装业务毛利率提升 5.15%；②毛利率较高的数码印花加工收入规模增加 875.48 万元，带动丝绸纺织制品毛利率提升。

2、丝绸文化创意细分产品毛利率分析

报告期内，公司丝绸文化创意细分产品**（自有终端品牌）**主要为丝巾、家纺、组合套装、品牌服装等，具体毛利率变动情况如下：

单位：万元

项　目	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	收入	毛利率	收入	毛利率	收入	毛利率	收入	毛利率
丝巾	3,227.78	60.84%	14,502.11	59.12%	15,327.19	60.56%	14,126.15	64.45%
组合套装	2,551.52	50.84%	9,520.59	49.38%	6,183.60	54.45%	6,181.30	55.65%
家纺	3,023.34	39.90%	7,406.23	43.19%	6,187.05	43.38%	7,460.65	41.24%
品牌服装	937.74	41.38%	4,073.75	46.69%	4,567.05	47.47%	3,886.62	52.12%
围巾	314.76	62.75%	1,363.58	59.77%	2,038.90	53.50%	1,505.78	63.51%
丝绸工艺品	65.48	43.55%	906.46	77.29%	1,303.34	70.66%	622.59	74.55%
其他	1,020.39	39.12%	2,991.74	38.13%	4,306.79	48.99%	2,757.12	42.83%
合　计	**11,141.00**	**49.19%**	**40,764.45**	**51.59%**	**39,913.93**	**54.18%**	**36,540.21**	**55.41%**

（1）2020 年 1-6 月丝绸文化创意品主要产品毛利率分析

2020 年 1-6 月，受新冠肺炎疫情影响，公司分销商存在延迟复工情形，主要分销商于 4-5 月陆续实现门店开张。且由于公司部分加盟店位于杭州西湖等旅游风景区附近，其终端销售规模随着旅游行业的缓慢复苏而逐渐恢复，因此当期分销业务规模小于 2017-2019 年度同期情况，分销占比下降会在一定程度上带动产品总体毛利率提升。而直销方面，由于公司在直销渠道积极开展线下促销活动，同时发展线上直播推广销售产品，上述促销活动提升了直销渠道收入占比，但直销渠道毛利率有所降低。具体情况如下：

项　目	2020 年 1-6 月				2019 年度			
	直销收入占比	直销毛利率	分销收入占比	分销毛利率	直销收入占比	直销毛利率	分销收入占比	分销毛利率
丝巾	80.93%	63.16%	19.07%	50.98%	73.65%	63.21%	26.35%	47.70%
组合套装	81.32%	52.83%	18.68%	42.22%	78.23%	52.37%	21.77%	38.62%
家纺	80.86%	41.09%	19.14%	34.86%	52.13%	51.47%	47.87%	34.18%
品牌服装	70.88%	43.02%	29.12%	37.37%	63.53%	52.67%	36.47%	36.27%
围巾	83.08%	62.55%	16.92%	63.74%	82.29%	60.65%	17.62%	55.67%
丝绸工艺品	87.20%	44.64%	12.80%	36.16%	95.46%	77.68%	4.54%	69.07%
项　目	**2018 年度**				**2017 年度**			
	直销收入占比	直销毛利率	分销收入占比	分销毛利率	直销收入占比	直销毛利率	分销收入占比	分销毛利率
丝巾	74.87%	64.55%	25.13%	48.70%	76.30%	68.99%	23.70%	49.85%
组合套装	80.30%	56.40%	19.70%	46.50%	83.52%	58.59%	16.48%	40.71%

项　目	2020 年 1-6 月				2019 年度			
	直销收入占比	直销毛利率	分销收入占比	分销毛利率	直销收入占比	直销毛利率	分销收入占比	分销毛利率
家纺	47.33%	50.39%	52.67%	37.08%	51.79%	44.81%	48.21%	37.41%
品牌服装	68.81%	52.60%	31.19%	36.15%	66.10%	59.82%	33.90%	37.11%
围巾	63.79%	64.03%	36.21%	34.93%	86.48%	64.61%	13.52%	56.45%
丝绸工艺品	94.51%	70.95%	5.49%	65.74%	91.20%	75.56%	8.80%	64.17%

2020 年 1-6 月，各类丝绸文化创意品分渠道毛利率波动原因具体如下：

①丝巾、组合套装通过直销渠道促销活动销售的比重相对较低，因此当期直销分销收入占比波动幅度较小，直销毛利率基本稳定。两类产品分销渠道毛利率有所增长，主要系分销渠道中毛利率较低的加盟商渠道受疫情影响相对较大，收入占比有所下降。丝巾、组合套装产品分销渠道尤其是加盟商渠道收入占比的下降，带动各产品毛利率较上年分别提升 1.72%和 1.47%；

②家纺、品牌服装通过直销渠道促销活动销售的比重均超过 20%，家纺中的蚕丝被、真丝套件以及品牌服装中的睡衣产品均系当期促销活动中重点推广的产品。因此，上述两类产品直销收入占比较上年分别增长 28.73%和 7.36%，直销渠道毛利率则分别下降 10.38%和 9.65%，其分销渠道毛利率相对稳定。家纺、品牌服装直销渠道开展的促销活动导致各产品毛利率较上年分别下降 3.29%和 5.31%；

③围巾通过直销渠道促销活动销售的比重低于 10%，因此当期直销分销收入占比波动幅度较小。围巾产品直销分销毛利率均有所提升，主要系公司围巾的重要应用场景为公司年会庆典、走亲访友等活动，春节前处于销售旺季，毛利率相应较高。2017-2019 年度，各年 1 月围巾毛利率均高于全年毛利率，幅度分别为 18.72%、4.43%和 7.81%。2020 年围巾产品 1 月份销售未受到新冠肺炎疫情带来的不利影响，1 月销售收入占上半年销售额的 65.00%，当月毛利率为 70.29%。围巾产品毛利率较高的 1 月份收入占比较高，带动当期毛利率较上年提升 2.98%；

④2020 年 1-6 月，丝绸工艺品毛利率较上年下降 33.74%，主要原因系受新冠肺炎疫情影响，宏观经济走势存在一定波动，客户当期对于高端工艺品的需求下降。同时，公司通过开展促销活动的方式，销售了一批价格较低的丝绸工艺品，

折扣相对较低，因此工艺品直销渠道毛利率较上年下降 33.04%，拉低丝绸工艺品毛利率水平。

（2）2017-2019 年度丝绸文化创意品主要产品毛利率分析

①丝巾

项　目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
销售数量（万套）	19.40	83.85	96.65	78.79
主营业务收入（万元）	3,227.78	14,502.11	15,327.19	14,126.15
毛利额（万元）	1,963.77	8,574.11	9,282.76	9,104.80
毛利率	60.84%	59.12%	60.56%	64.45%
毛利率波动	1.72%	-1.44%	-3.89%	/

丝巾是公司丝绸文化创意品中销量最大的细分产品。报告期内，公司丝巾的毛利率分别为 64.45%、60.56%、59.12%和 60.84%。丝巾毛利率波动的主要原因系：

A、2018 年度，丝巾毛利率较上年下降 3.89%，主要系上游原材料 6A 级生丝价格上涨导致丝巾平均采购成本提升。生丝价格具体波动趋势参见本招股说明书第六节之“二、（二）3、市场供给分析”。2018 年度，丝巾销售前 300 款产品采购单价加权平均上涨幅度为 11.95%，导致毛利率下降。

单位：万元

项　目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度
丝巾销售收入①	3,227.78	14,502.11	15,327.19
丝巾销售金额前 300 款产品对应销售金额②[注 1]	3,069.83	12,767.55	12,773.83
所选样本占丝巾产品销售金额比重③=②/①	95.11%	88.04%	83.34%
丝巾销售金额前 300 款产品中，剔除本年度新上市上一年度未采购的产品后，对应销售金额[注 2]④	2,310.39	6,638.85	8,281.22
剔除上述情形后，所选样本占丝巾产品销售金额比重⑤=④/①	71.58%	45.78%	54.03%
采购单价较上年变动幅度（加权平均）	-2.46%	-1.67%	11.95%

注 1：报告期内，公司存在销售情形的丝巾产品款式超过 3,000 种，销售单价从数十元到数万元不等，丝巾大类采购成本变动受产品结构的影响较大。因此，选取 2018 年度、2019 年度及 2020 年 1-6 月各期丝巾销售金额前 300 款产品作为样本，计算该款产品当期和上期平均采购单价及变动幅度，并以销售数量为权重，对 300 款产品的采购单价变动幅度进行加权平均，能够相对准确地反映采购成本波动情况，下同；

注 2：因公司每年均会推出大量新品，采购单价变动幅度计算时需要剔除上一年度无采购情形的产品，虽然剔除后所选样本对当期收入覆盖率相对较低，但主要系新品上市引起的，剔除前所选样本销售金额覆盖率均已超过 80%，选取样本具有一定代表性。

B、2019 年度，上游原材料 6A 级生丝价格呈稳中有降的趋势，丝巾销售前 300 款产品采购单价加权平均下降幅度为 1.67%，但由于公司为应对宏观经济形势带来的系统性风险，针对重点推广丝巾产品积极开展促销活动，丝巾产品通过促销活动实现的收入由 2018 年度的 47.50 万元增加至 614.64 万元，丝巾产品通过促销活动实现的毛利率由 2018 年度的 52.31%下降至 43.45%，假设 2019 年度丝巾产品促销活动规模及毛利率与 2018 年度保持一致，丝巾产品毛利率为 59.79%，与 2018 年度毛利率差异较小，促销活动在一定程度上抵消了原材料价格和采购成本小幅下跌的有利影响，此外受细分产品销售结构影响，也会导致当年毛利率产生细微变动，因此，丝巾产品毛利率较上年下降 1.44%。

②组合套装

项　目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
销售数量（万套）	12.61	47.06	22.71	14.81
销售收入（万元）	2,551.52	9,520.59	6,183.60	6,181.30
毛利额（万元）	1,297.29	4,700.85	3,367.14	3,439.69
毛利率	50.84%	49.38%	54.45%	55.65%
毛利率波动	1.47%	-5.08%	-1.20%	/

报告期内，公司组合套装的毛利率分别为 55.65%、54.45%、49.38%和 50.84%，呈下降趋势。2017-2019 年度，组合套装毛利率波动主要系细分产品结构变化所致：2017 年以前，公司的组合套装通常以丝巾等产品搭配瓷器等，产品单价相对较高，主要面向高端消费群体。2018 年以来，公司不断丰富组合套装种类，在设计理念上更注重实用性和性价比，力图覆盖更为广泛的消费群体。公司于 2018 年推出了杭城映像（丝巾搭配保温杯、明信片）、秋语丝月中秋套装（丝巾搭配月饼）、丝绸笔记本套装等产品，取得了较好的市场反响。2019 年，公司延续了这一设计思路，推出了丝情粽意端午套装（丝巾搭配粽子）、万福如意故宫新年套装（围巾搭配笔记本）等产品。由于新上市产品更注重性价比与实用性，毛利率低于以往产品。报告期内，公司当年度新上市组合套装产品和以前年度已上市组合套装产品的毛利率情况如下：

单位：万元

项　目	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	当年度上市新品	以前年度上市产品	当年度上市新品	以前年度上市产品	当年度上市新品	以前年度上市产品	当年度上市新品	以前年度上市产品
销售金额	876.93	1,674.58	6,461.91	3,058.68	2,813.49	3,370.11	2,533.42	3,647.89
销售金额占比	34.37%	65.63%	67.87%	32.13%	45.50%	54.50%	40.99%	59.01%
销售单价	131.92	280.97	173.01	315.02	174.42	512.19	307.26	555.66
毛利率	44.84%	53.99%	47.42%	53.52%	43.22%	63.83%	41.32%	65.60%

根据上表，2017-2019 年度，公司顺应市场需求，不断优化产品结构，组合套装产品各期上市新品销售单价及毛利率均低于以前年度上市产品，拉低当年度毛利率平均水平。且随着当期新品销售金额占比的逐年提升，毛利率下降的幅度也有所增加。

③家纺

项　目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
销售数量（万套）	4.05	12.92	14.81	22.64
销售收入（万元）	3,023.34	7,406.23	6,187.05	7,460.65
毛利额（万元）	1,206.36	3,199.02	2,684.19	3,076.90
毛利率	39.90%	43.19%	43.38%	41.24%
毛利率波动	-3.29%	-0.19%	2.14%	/

报告期内，公司家纺毛利率分别为 41.24%、43.38%、43.19%和 39.90%。2017 年度，公司家纺毛利率相对较低，主要系当期存在部分低端家纺产品销售业务，具体如下：

单位：万元

项　目	收入	成本	毛利率
家纺产品	7,460.65	4,383.75	41.24%
2017 年度低端家纺产品	581.20	498.98	14.15%
扣除 2017 年度低端家纺产品	6,879.45	3,884.77	43.53%

扣除该类业务后，2017 年度家纺毛利率为 43.53%，与 2018-2019 年度毛利率接近。自 2018 年起，公司减少了低端家纺产品销售规模，毛利率有所上升。

④品牌服装

项　目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
销售数量（万套）	1.77	9.86	12.89	8.72

项　目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
销售收入（万元）	937.74	4,073.75	4,567.05	3,886.62
毛利额（万元）	388.00	1,901.92	2,167.99	2,025.81
毛利率	41.38%	46.69%	47.47%	52.12%
毛利率波动	-5.31%	-0.78%	-4.65%	/

报告期内，公司品牌服装产品毛利率分别为 52.12%、47.47%、46.69%和 41.38%。2018 年度，品牌服装毛利率下降 4.65%，主要原因系：

A、6A 级生丝价格上涨引起采购成本上升。2018 年度，品牌服装-睡衣销售前 50 款产品采购单价加权平均上涨幅度为 19.69%。

单位：万元

项　目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度
品牌服装销售收入	937.74	4,073.75	4,567.05
品牌服装-睡衣销售收入①[注 1]	796.92	3,000.78	3,004.54
品牌服装-睡衣销售金额前 50 款产品对应销售金额②[注 2]	690.87	2,692.25	2,368.59
所选样本占品牌服装-睡衣产品销售金额比重③=②/①	86.69%	89.72%	78.83%
品牌服装-睡衣销售金额前 50 款产品中，剔除本年度新上市上一年度未采购的产品后，对应销售金额[注 3]④	520.75	2,220.34	1,904.32
剔除上述情形后，所选样本占品牌服装-睡衣产品销售金额比重⑤=④/①	65.35%	73.99%	63.38%
采购单价较上年变动幅度（加权平均）	1.59%	0.40%	19.69%

注 1：公司品牌服装除睡衣产品外，同时承接部分大型企事业单位定制品牌服装订单，此类定制业务采购产品款式、材质存在差异，采购单价不可比。故仅从品牌服装睡衣类产品中选取样本进行比较；

注 2：报告期内，公司存在销售情形的品牌服装睡衣类产品款式超过 400 种，销售单价从数十元到数万元不等。因此，选取 2018 年度、2019 年度及 2020 年 1-6 月各期品牌服装睡衣类产品销售金额前 50 款产品作为样本，计算该款产品当期和上期平均采购单价及变动幅度，并以销售数量为权重，对 50 款产品的采购单价变动幅度进行加权平均，能够相对准确地反映采购成本波动情况；

注 3：因公司每年均会推出大量新品，采购单价变动幅度计算时需要剔除上一年度无采购情形的产品，虽然剔除后所选样本对当期收入覆盖率相对较低，但主要系新品上市引起的，剔除前所选样本销售金额覆盖率均已超过 70%，选取样本具有一定代表性。

B、公司于当期承接部分大型企事业单位定制品牌服装订单，该类订单金额较高但毛利率相对较低。

⑤围巾

项　目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度

项　目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
销售数量（万套）	3.17	18.75	36.43	16.99
销售收入（万元）	314.76	1,363.58	2,038.90	1,505.78
毛利额（万元）	197.52	815.07	1,090.72	956.29
毛利率	62.75%	59.77%	53.50%	63.51%
毛利率波动	2.98%	6.28%	-10.01%	/

报告期内，公司围巾毛利率分别为 63.51%、53.50%、59.77%和 62.75%。2018 年度，围巾毛利率相对较低，原因是公司当期向经销商销售祈福彩系列围巾较多，由于经销商单笔提货额高，公司给予了较低折扣，扣除向经销商销售的祈福彩产品后，2018 年度围巾毛利率为 62.76%，与 2017 年度及 2019 年度毛利率接近。

单位：万元

项　目	收入	成本	毛利率
围巾产品	2,038.90	948.18	53.50%
2018 年度通过经销商销售祈福彩	569.88	401.11	29.62%
扣除 2018 年度通过经销商销售祈福彩	1,469.02	547.07	62.76%

⑥丝绸工艺品

报告期内，公司丝绸工艺品产品销售情况如下：

项　目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
销售数量（万套）	0.33	0.85	1.20	1.34
销售收入（万元）	65.48	906.46	1,303.34	622.59
毛利额（万元）	28.52	700.61	921.00	464.17
毛利率	43.55%	77.29%	70.66%	74.55%
毛利率波动	-33.74%	6.63%	-3.89%	/

2016 年度，公司曾向 G20 杭州峰会供应了巨型真丝壁画、屏风等丝绸工艺品。借助于服务 G20 杭州峰会的契机，公司品牌形象以及丝绸工艺产品的知名度快速提升。自 2017 年起，公司加大了对高端历史文化艺术品的设计与开发力度，并结合部分客户需求推出定制型工艺品，市场认可度较高。报告期内，丝绸工艺品的毛利率分别为 74.55%、70.66%、77.29%和 43.55%。2017-2019 年度，公司丝绸工艺品毛利率高于其他丝绸文化创意品，主要原因系：公司长期深耕丝绸文化创意行业，在丝绸产品与历史文化，以及织造、刺绣等传统技艺方面进行了深入的研究，并积累了丰富的经验与资源。与公司其他丝绸文化创意品相比，

丝绸工艺品制作工艺较为复杂，产品附加值较高，部分产品具有一定的艺术价值与收藏价值，因此总体毛利率相对较高。此外，公司丝绸工艺品中的高端业务系塑造品牌形象与品牌价值的重要环节，包含一定品牌溢价，公司根据发展战略保持少量工艺品业务，其产生的毛利并非主要业绩来源。

（3）丝绸文化创意产品不同客户毛利率差异原因

丝绸文化创意品作为可选消费品，为满足不同客户的需求，公司产品类别较多，报告期内，丝绸文化创意品销售具体产品超过 1.8 万种，同一品类产品销售单价从数十元到数万元不等。公司丝绸文化创意品价格确定原则为成本加成法，针对不同销售模式下客户制定了相应的价格政策，产品特殊折扣申请亦制定了相应的审批流程。受常规产品或定制产品（常规产品按折扣体系定价，定制产品根据客户具体需求协商定价）、产品规格（如同一丝巾分大、中、小等规格，同一睡衣分男女款从 M 码到 XXL 码，同一蚕丝被分不同重量不同大小等）、销售渠道（销售团队、加盟商、经/代销商渠道均有不同的价格折扣政策）、交易规模（通常情况下交易规模较大的客户定价较低）、合作历史（通常情况下合作历史较久的客户定价较低）等因素的影响，同类产品不同客户的毛利率存在一定的差异。

（4）丝绸文化创意品毛利率同行业比较

从产品类型和业务模式角度分析，公司丝绸文化创意品的主要竞争对手为凯喜雅、都锦生、喜得宝等公司，上述公司暂未上市，无法取得公开披露数据。考虑到公司丝绸文化创意品在运营模式上与时尚品牌女装行业存在一定相似性：即专注于研发设计，并通过直营、加盟或经销渠道对外销售。同时，公司丝绸文化创意品与品牌女装均属于消费品，具有一定的时尚流行性元素。因此，公司从业务运营模式、产品特性的维度，选择申万行业分类“服装家纺”类别中的“女装”类别以及“休闲服装”类别中以女装业务为主的上市公司作为可比上市公司。

①细分渠道毛利率与可比上市公司比较

报告期内，公司丝绸文化创意品销售渠道主要分为直销与分销，其中，直销渠道根据销售形式亦可分为直销线下渠道与直销线上渠道。公司丝绸文化创意品各主要销售渠道毛利率与可比上市公司比较如下：

A、直销线下渠道、分销渠道毛利率与可比上市公司比较

可比上市公司直销店毛利率与公司直销线下渠道毛利率比较如下：

可比公司	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
安正时尚-直营店	67.15%	70.38%	72.53%	72.96%
太平鸟-直营店	62.44%	65.34%	64.51%	64.93%
地素时尚-直营	/	79.28%	77.73%	79.31%
日播时尚-直营店	68.08%	67.97%	69.94%	74.36%
歌力思-直营店	/	70.80%	72.64%	74.26%
锦泓集团-直营店	67.35%	68.62%	69.12%	70.43%
欣贺股份-直营店	76.00%	78.42%	78.39%	79.25%
算术平均数	68.20%	71.54%	72.12%	73.64%
本公司-直营门店	59.07%	66.54%	66.35%	72.10%
本公司-销售团队	50.68%	55.24%	57.74%	59.37%
本公司-展示营销中心	47.31%	53.92%	62.47%	62.59%

注：朗姿股份未披露相关数据。

可比上市公司分销渠道毛利率与公司分销渠道毛利率比较如下：

可比公司	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
安正时尚-加盟商	58.65%	64.97%	67.30%	67.04%
太平鸟-加盟商	48.71%	45.05%	48.11%	46.90%
地素时尚-经销商	/	69.92%	69.70%	71.00%
日播时尚-经销商	55.19%	54.43%	55.82%	53.21%
歌力思-加盟商	/	62.69%	65.54%	64.12%
锦泓集团-加盟商	56.91%	60.41%	64.10%	64.97%
欣贺股份-经销商	63.96%	57.30%	60.53%	64.45%
算术平均数	56.68%	59.25%	61.59%	61.67%
本公司-加盟商	39.73%	39.79%	43.18%	43.83%
本公司-经销商	45.80%	42.85%	45.00%	45.69%
本公司-代销商	19.45%[注 2]	29.97%	34.01%	37.13%

注 1：朗姿股份未披露相关数据；

注 2：报告期内，代销渠道收入分别为 2,397.86 万元、1,583.00 万元、680.20 万元和 23.07 万元，毛利率持续降低，主要系代销渠道以电视购物平台为主，公司与电视购物平台合作早期，同类产品供应商数量较少，公司产品占据先发优势。2018 年，由于竞争对手相继出现，公司在折扣上做出一定让步，导致毛利率降低。2019 年以来，公司考虑到代销渠道盈利能力相对较低，且存货管理存在一定风险，主动缩减代销渠道业务规模，销售主要以清理历史库存为主，因此毛利率相对较低。

报告期内，公司直销线下渠道以及分销渠道毛利率低于可比上市公司，主要

系客户群体与销售实现方式存在差异。

a、可比上市公司对门店依赖程度较高，为覆盖门店运营费用开支制定相对较高的标价与折扣：可比上市公司所经营的品牌女装产品主要面向个人消费需求，无论是直销线下渠道还是分销终端销售，其对实体门店的人流量依赖性均较强，直营模式下门店租金、商场联营专柜的商场分成等固定费用较高；而分销模式下，为管理加盟经销门店所需投入的固定费用亦较高。因此，品牌女装产品通常会制定相对较高的标价与折扣，以较高的毛利覆盖门店运营相关费用。而公司丝绸文化创意品面向企事业单位客户和个人消费者，兼具商务需求与个人消费需求，公司直销线下渠道销售以销售团队渠道为主，展示营销中心及直营门店为辅；公司分销商在实现终端销售时亦存在一定比例的企事业单位客户，公司各渠道下产品销售对门店的依赖程度相对较低，直销门店数量与分销门店数量均远小于可比上市公司，相关固定费用相对较低。截至 2019 年末，公司丝绸文化创意品门店数量与可比上市公司比较如下：

单位：家

公司名称	直营模式门店数量	分销模式门店数量	门店总数
安正时尚	378	677	1,055
太平鸟	1,633	2,863	4,496
朗姿股份[注 1]	463	131	594
地素时尚	380	724	1,104
日播时尚	223	647	870
歌力思	325	275	600
锦泓集团	1,352	107	1,459
欣贺股份	438	112	550
算术平均数	649	692	1,341
本公司[注 2]	2	38	40

注 1：朗姿股份同时经营品牌女装、婴童服饰及医美业务，此处营业收入与门店数量仅包含品牌女装相关业务；

注 2：欣贺股份门店数量为其招股说明书披露的截至 2020 年 6 月 30 日口径。其他可比上市公司仅在年度报告中披露门店数量，为与可比上市公司保持口径一致，本公司门店数量为 2019 年末口径。2020 年 6 月末，本公司门店数量为 44 家，其中直营门店为 3 家。

可比上市公司为覆盖门店运营相关销售费用开支制定了相对较高的标价与折扣，因此其毛利率较高。进一步考虑销售费用开支，计算公司丝绸文化创意品营业毛利扣除销售费用后的部分占营业收入的比重，并与可比上市公司进行对比，

具体情况如下：

公司名称	营业毛利进一步扣除销售费用后的利润率（销售收入-销售成本-销售费用）/销售收入			
	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
安正时尚	20.73%	27.07%	31.50%	35.38%
太平鸟	13.49%	16.66%	18.85%	18.54%
朗姿股份	11.71%	20.70%	22.01%	24.53%
地素时尚	41.80%	41.41%	40.22%	43.53%
日播时尚	18.82%	21.10%	22.98%	28.97%
歌力思	26.10%	34.22%	38.22%	39.95%
维格娜丝	18.46%	22.42%	28.01%	30.49%
欣贺股份	25.33%	28.60%	28.75%	31.55%
算术平均数	22.05%	26.52%	28.82%	31.62%
丝绸文化创意品	24.77%	27.51%	26.29%	28.45%

在考虑销售费用的影响后，报告期内，公司丝绸文化创意品营业毛利进一步扣除销售费用后的利润率与可比上市公司平均水平接近。

b、直销渠道下，报告期内，公司销售团队客户群体以企事业单位为主，采购金额及采购频次较高，合作关系较为稳定，公司给予了较优惠的折扣；展示营销中心主要接待团队客户及长期客户引流的参观访问，公司通常会给予一定折扣。公司销售团队及展示营销中心渠道毛利率低于公司直营门店渠道，且低于可比上市公司直营渠道。

c、分销渠道下，报告期内，在资本实力有限的情况下，公司已建立的直营渠道覆盖范围相对有限，公司发展分销商主要以提高品牌知名度、传播品牌文化、覆盖终端客户为目标，因此，公司给予分销商更低的折扣以支持其发展，毛利率相对较低。因此，与可比上市公司相比，公司给予分销商更低的折扣，毛利率相对较低。

B、直销线上平台毛利率与可比上市公司比较

报告期内，公司直销线上平台毛利率与可比上市公司比较如下：

可比公司	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
安正时尚-线上平台	30.53%	38.05%	42.40%	46.16%

可比公司	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
太平鸟-线上平台	46.57%	44.60%	44.88%	44.75%
地素时尚-线上平台	/	78.21%	76.44%	73.60%
日播时尚-线上平台	64.06%	47.88%	50.03%	50.21%
歌力思-线上平台	/	49.62%	53.34%	50.17%
锦泓集团-线上平台	60.49%	65.30%	70.11%	66.56%
欣贺股份-线上平台	57.64%	64.92%	68.25%	70.55%
算术平均数	51.86%	55.51%	57.92%	57.43%
本公司-线上平台	50.76%	67.32%	66.13%	66.55%

注：朗姿股份未披露相关数据。

2017-2019 年度，公司线上平台毛利率高于可比公司平均水平，主要是线上平台销售的功能定位不一致。可比上市公司中，日播时尚、安正时尚等主要通过电商渠道销售线下的过季商品，打折力度较大。而公司线上平台以品牌展示、推广为主要目的，为保持中高端的品牌形象，充分利用线上平台渠道公开的定价信息对线下定价的标杆作用。报告期内，公司对线上平台渠道尤其是万事利天猫官方旗舰店定价管理逐步趋严，因此公司线上产品销售毛利率高于可比上市公司平均水平。2020 年 1-6 月，新冠肺炎疫情对消费品线下销售渠道造成了一定冲击，而直播带货等电商新零售业态迅速发展。针对消费品行业的新趋势，公司快速响应，依托线上平台积极拓展直播带货销售渠道，由于直播带货销售折扣相对较低，当期线上平台毛利率较以往年度存在一定程度的下滑，与可比上市公司当期线上平台毛利率基本接近。

②细分产品毛利率与可比上市公司比较

公司丝绸文化创意品中的丝巾、围巾、品牌服装产品与可比上市公司经营的女装产品存在一定的相似性。而丝绸文化创意品中的家纺产品属于日用消费品，时尚流行性特征相对较弱，产品特性与女装产品存在一定差异。因此，公司选择申万行业分类“服装家纺”类别中的“家纺”类上市公司作为丝绸文化创意品家纺的可比上市公司。申万行业分类“服装家纺”类上市公司中，仅锦泓集团经营云锦类产品，具体包括礼服、嫁衣及云锦艺术品，与公司丝绸工艺品产品性质存在一定相似之处。因此，公司选择锦泓集团-云锦类产品作为丝绸文化创意品工艺品的可比上市公司。

公司组合套装产品种类丰富，经查询 A 股及港股上市公司信息，未见主营业务中包含与公司组合套装相同或相似的产品，且组合套装产品各年毛利率受其产品结构影响较大，无法直接与其他上市公司产品相比较。

报告期内，公司丝绸文化创意品中的丝巾、围巾、品牌服装、家纺、丝绸工艺品五类产品占丝绸文化创意品收入比重分别为 75.54%、73.72%、69.31%和67.94%，上述五类产品毛利率与可比上市公司比较如下：

可比公司		2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
丝绸文化创意品-丝巾、围巾和品牌服装	安正时尚	42.20%	52.97%	63.27%	66.74%
	太平鸟	52.47%	53.19%	53.43%	52.95%
	朗姿股份[注1]	55.39%	59.90%	57.72%	60.61%
	地素时尚	75.92%	75.00%	73.90%	74.84%
	日播时尚	60.51%	57.96%	59.89%	60.08%
	歌力思	66.63%	65.87%	68.21%	68.84%
	锦泓集团	64.70%	67.71%	69.05%	69.68%
	欣贺股份	71.40%	74.60%	75.21%	75.21%
	算术平均数	61.15%	63.40%	65.08%	66.12%
	本公司 -丝巾、围巾和品牌服装	56.90%	56.63%	57.18%	61.93%
丝绸文化创意品-家纺	罗莱生活	44.45%	43.86%	45.50%	43.46%
	富安娜	53.66%	52.00%	49.82%	49.58%
	梦洁股份	41.43%	41.12%	42.75%	44.18%
	多喜爱[注 2]	/	/	38.96%	38.74%
	水星家纺	35.54%	37.58%	35.11%	36.36%
	算术平均数	43.77%	43.64%	42.43%	42.47%
	本公司-家纺	39.90%	43.19%	43.38%	41.24%
丝绸文化创意品-丝绸工艺品	锦泓集团-云锦	73.18%	73.27%	71.40%	69.87%
	本公司-丝绸工艺品	43.55%	77.29%	70.66%	74.55%
丝巾、围巾、品牌服装、家纺、丝绸工艺品销售收入占丝绸文化创意品收入比重		67.94%	69.31%	73.72%	75.54%

注 1：朗姿股份同时经营品牌女装、婴童服饰及医美业务，毛利率仅包含品牌女装相关业务，下同；

注 2：多喜爱于 2019 年 12 月完成重大资产重组，主营业务变更为建筑业，毛利率不可比。

报告期内，公司丝巾、围巾和品牌服装毛利率略低于品牌女装行业可比上市公司，主要原因系客户群体存在一定差异：品牌女装产品主要面向个人消费需求，

对实体门店人流量依赖性较强，通常会制定相对较高的标价与折扣以覆盖门店租金、商场专柜分成等固定费用。而公司丝绸文化创意品兼具商务需求与个人消费需求，针对采购金额和频次较高、合作关系较为稳定的客户，公司通常给予较为优惠的折扣，因此毛利率低于品牌女装可比上市公司。

报告期内，家纺行业可比上市公司主要销售渠道包括直营门店、团购、经销加盟以及网络销售等，与公司丝绸文化创意品销售渠道相似，其产品综合毛利率亦与公司家纺产品毛利率接近。

可比上市公司中，仅锦泓集团经营云锦类产品，具体包括礼服、嫁衣及云锦艺术品，与公司丝绸工艺品产品性质存在一定相似之处。2017-2019 年度，公司丝绸工艺品毛利率与可比上市公司接近，2020 年 1-6 月，由于公司以较低折扣促销一批低价丝绸工艺品，毛利率低于可比上市公司。报告期内，锦泓集团云锦类产品毛利率高于该公司其他产品，公司丝绸工艺品毛利率高于其他丝绸文化创意品的情形符合行业整体情况。

③丝绸文化创意品综合毛利率与可比上市公司比较

可比公司	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
安正时尚	42.20%	52.97%	63.27%	66.74%
太平鸟	52.47%	53.19%	53.43%	52.95%
朗姿股份	55.39%	59.90%	57.72%	60.61%
地素时尚	75.92%	75.00%	73.90%	74.84%
日播时尚	60.51%	57.96%	59.89%	60.08%
歌力思	66.63%	65.87%	68.21%	68.84%
锦泓集团	64.70%	67.71%	69.05%	69.68%
欣贺股份	71.40%	74.60%	75.21%	75.21%
算术平均数	61.15%	63.40%	65.08%	66.12%
本公司丝绸文化创意品	49.19%	51.59%	54.18%	55.41%

报告期内，受宏观经济增长放缓及新冠肺炎疫情影响，公司丝绸文化创意品毛利率与可比上市公司毛利率平均水平均呈逐年下滑趋势。报告期内，公司采取调整优化产品结构及价格定位、针对重点产品开展多维度多平台推广活动等措施积极应对宏观经济波动造成的系统性风险。2017-2019 年度，虽然丝绸文化创意品毛利率有所下降，但其收入规模持续增长，2018 年度、2019 年度公司丝绸文

化创意品毛利额同比变动率分别为 6.79%和-2.74%，毛利总额下降幅度较小。报告期内，丝绸文化创意品毛利率的下降未对公司经营业绩造成重大不利影响。

3、丝绸纺织制品细分产品毛利率分析

公司丝绸纺织制品**（非自有终端品牌）**主要细分产品为丝绸面料和贴牌服装，以及针对丝绸面料的数码印花加工服务，其他产品主要是为客户提供配饰产品，具体毛利率变动情况如下：

单位：万元

项　目	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	收入	毛利率	收入	毛利率	收入	毛利率	收入	毛利率
丝绸面料	5,515.01	19.69%	16,653.63	17.07%	16,904.92	18.67%	17,596.22	17.12%
贴牌服装	3,101.41	17.88%	11,242.34	18.30%	14,510.89	13.15%	13,181.91	15.89%
数码印花加工	900.13	24.61%	1,828.50	27.01%	953.02	18.16%	729.26	5.68%
其他	591.60	35.86%	1,754.61	17.30%	1,998.30	12.76%	2,657.79	17.23%
合　计	**10,108.15**	**20.52%**	**31,479.08**	**18.10%**	**34,367.14**	**15.98%**	**34,165.19**	**16.41%**

（1）丝绸面料

项　目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
销售数量（万米）	92.49	261.30	281.67	341.11
主营业务收入（万元）	5,515.01	16,653.63	16,904.92	17,596.22
毛利额（万元）	1,085.99	2,843.57	3,155.86	3,013.13
毛利率	19.69%	17.07%	18.67%	17.12%
毛利率波动率	2.62%	-1.59%	1.54%	/

报告期内，公司丝绸面料毛利率分别为 17.12%、18.67%、17.07%和 19.69%，相对稳定。2018 年度，公司丝绸面料毛利率有所上升，主要原因系当期直接采购并销售的成品面料占比下降，而通过委外加工或自主加工生产环节并销售的面料占比上升，尤其是应用了数码印花加工工艺的丝绸面料占比提升，带动整体毛利率较上年提升 1.54%。2019 年度，受到国内外宏观经济走势的影响，服装面料行业下游需求偏弱，部分市场议价能力较强的大型服装企业报价政策有所调整，导致上游面料厂商利润空间被压缩，公司丝绸面料毛利率较上年下滑 1.59%。2020 年 1-6 月，公司积极响应政府号召，复工后第一时间转产口罩。面料采购销售相关人员业务重心集中于口罩业务，有选择性地承接面料业务。对 2019 年存

在报价政策调整毛利率较低的面料客户主动缩减与其的合作规模。3 家毛利率较低的客户当期收入占比由上年度的 25.40%下降至 12.46%，2019 年度及 2020 年 1-6 月毛利率分别为 12.13%和 10.68%。

（2）贴牌服装

项　目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
销售数量（万套）	25.23	77.55	145.26	168.13
销售收入（万元）	3,101.41	11,242.34	14,510.89	13,181.91
毛利额（万元）	554.61	2,057.91	1,908.41	2,095.11
毛利率	17.88%	18.30%	13.15%	15.89%
毛利率波动率	-0.42%	5.15%	-2.74%	/

报告期内，公司贴牌服装毛利率分别为 15.89%、13.15%、18.30%和 17.88%。贴牌服装毛利率波动主要与公司在战略层面拓展贴牌服装中真丝服装销售业务，主动缩减非真丝服装销售业务有关。报告期内，公司贴牌服装中真丝材质及非真丝材质销售情况如下：

单位；万元

产品种类	2020年1-6月			2019年度		
	销售收入	占比	毛利率	销售收入	占比	毛利率
真丝服装	1,126.84	36.33%	25.95%	4,971.67	44.22%	24.91%
非真丝服装	1,974.57	63.67%	13.28%	6,270.67	55.78%	13.07%
合　计	**3,101.41**	**100.00%**	**17.88%**	**11,242.34**	**100.00%**	**18.30%**
产品种类	**2018 年度**			**2017 年度**		
	销售收入	**占比**	**毛利率**	**销售收入**	**占比**	**毛利率**
真丝服装	5,012.03	34.54%	19.52%	2,390.30	18.13%	29.43% [注]
非真丝服装	9,498.86	65.46%	9.79%	10,791.61	81.87%	12.90%
合　计	**14,510.89**	**100.00%**	**13.15%**	**13,181.91**	**100.00%**	**15.89%**

注：2017 年度，公司真丝服装销售规模较小，单笔业务批量较小，面料选样、打样等相关客户服务成本较高，公司通常在报价时预留较高毛利空间，因此毛利率相对较高。

2018 年度，公司贴牌服装毛利率较上年下降 2.74%，主要是公司在当期着力于毛利率较高的真丝服装业务的开拓，新承接较多大批量真丝服装订单，但由于真丝材质服装对原材料品质和加工工艺水平要求较高，公司在新业务拓展期间与客户、外协供应商在产品交货期、良品率等方面存在磨合和适应过程，导致当年公司真丝服装毛利率较低，贴牌服装产品毛利率较前一年下降。2019 年度，公

司基于长远业务规划，进一步缩减毛利率较低的非真丝服装业务。同时，真丝服装业务在经历一段时间的磨合与调整过程后毛利率有所回升，因此公司当期贴牌服装毛利率提升 5.15%。2020 年 1-6 月，贴牌服装毛利率相对稳定。

（3）数码印花加工

公司多年来致力于提升数码印花生产工艺水平，尤其注重双面数码印花生产工艺的研发与应用。报告期内，公司数码印花加工毛利率分别为 5.68%、18.16%、27.01%和 24.61%，2017-2019 年度毛利率逐年提升，主要原因是：报告期内，公司数码印花加工销售量（含数码喷印及后道等其他加工）分别为 47.23 万米、118.21 万米、169.53 万米和 92.54 万米，数码印花加工产销量的持续提升摊薄了自有厂房及土地使用权的折旧摊销、人工成本等固定成本。

报告期各期，剔除自有厂房及土地使用权的折旧摊销、车间人员基本工资（不含绩效工资与年终奖金）以及报告期期初已购入的机器设备折旧等固定成本后毛利率情况如下：

项　目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
销售收入（万元）①	900.13	1,828.50	953.02	729.26
销售成本（万元）②	678.61	1,334.60	779.96	687.87
毛利率③=（①-②）/①	24.61%	27.01%	18.16%	5.68%
毛利率变动=本期毛利率-上期毛利率	-2.40%	8.85%	12.48%	/
固定成本（万元）④	99.71	173.96	169.51	165.44
固定成本占比⑤=④/②	14.69%	13.03%	21.73%	24.05%
扣除固定成本后销售成本（万元）⑥=②-④	578.90	1,160.64	610.45	522.43
扣除固定成本后毛利率⑦=⑥/①	35.69%	36.53%	35.95%	28.36%
固定成本占销售收入比重⑧=④/①	11.08%	9.51%	17.79%	22.69%
固定成本对毛利率变动的影响⑨=上期固定成本占销售收入比重-本期固定成本占销售收入比重	-1.56%	8.27%	4.90%	/

2018 年度及 2019 年度，数码印花加工毛利率分别提升 12.48%和 8.85%，其中自有厂房及土地使用权的折旧摊销、人工成本等固定成本对毛利率变动的影响分别为 4.90%和 8.27%，剔除上述固定成本对毛利率变动的影响后，公司数码印花加工业务毛利率各期增长幅度较剔除前有所降低，但仍呈逐年提升趋势，主要

系除上述已剔除的成本外，数码印花加工业务还存在其他与业务规模密切相关的成本，例如：设备零部件更换、检修，设备空转耗损等成本，印染原材料议价能力以及采购成本等。报告期内，公司数码印花加工业务处于快速发展阶段，规模效应相对明显，随着业务规模的提升，单位成本下降而毛利率提升。2020 年 1-6 月，剔除固定成本后数码印花加工业务毛利率与上年持平。

2017 年度，数码印花加工毛利率显著低于其他各期，主要系当年数码印花加工销售量仅为 47.23 万米，低于其他各期，固定成本占销售收入的比重达到 22.69%，高于报告期内其他各期比重，因而 2017 年度数码印花加工毛利率低于其他各期。

2020 年 1-6 月，受新冠肺炎疫情影响，品牌女装生产高端面料业务量进一步下降，公司为积极应对疫情带来的不利影响，适当降低了数码印花加工报价以扩大市场份额。数码印花加工平均单价降低导致当期毛利率低于 2019 年度。报告期内，数码印花加工单价变动参见本招股说明书第八节之“十三、（二）5、（1）②C、数码印花加工”。

（4）丝绸纺织制品-其他

报告期内，公司丝绸纺织制品中的其他项目主要包括贴牌丝巾围巾、贴牌家纺以及纺织设备及耗材（与丝绸纺织制品相关）等产品。由于上述产品销售总金额较小但销售品种较多，毛利率易受到产品结构、单笔大额订单等因素的影响，存在一定波动。报告期内，上述项目收入及毛利率金额如下：

单位：万元

项 目	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	收入	毛利率	收入	毛利率	收入	毛利率	收入	毛利率
贴牌丝巾围巾	474.38	37.10%	1,286.85	16.54%	1,251.44	10.81%	1,170.97	15.74%
贴牌家纺	86.58	29.54%	345.45	14.34%	237.86	14.04%	167.76	11.16%
纺织设备及耗材	-	-	-	-	266.79	26.78%	1,067.19	18.67%
其他	30.64	34.56%	122.31	33.65%	242.22	6.11%	251.87	22.13%
合 计	591.60	35.86%	1,754.61	17.30%	1,998.30	12.76%	2,657.79	17.23%

①贴牌丝巾围巾：报告期内，丝绸纺织制品中贴牌丝巾围巾产品主要系以非自有品牌对外销售的丝巾围巾产品。报告期内，贴牌丝巾围巾产品毛利率分别为

15.74%、10.81%、16.54%和 37.10%，毛利率波动主要与产品材质相关。通常真丝类丝巾产品单笔订单量较小，毛利率通常在 15-40%之间，而非真丝类围巾产品单笔订单量较大，毛利率通常在 5-15%之间。报告期内，贴牌丝巾围巾产品销售结构如下：

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
真丝丝巾	238.08	50.19%	551.54	42.86%	420.80	33.62%	481.27	41.10%
非真丝围巾	236.30	49.81%	735.31	57.14%	830.65	66.38%	689.70	58.90%
合 计	474.38	100.00%	1,286.85	100.00%	1,251.45	100.00%	1,170.97	100.00%

2018 年度，贴牌丝巾围巾产品毛利率相对较低，主要系当期非真丝围巾销售占比较高，且当期非真丝围巾主要客户为 GIADA 和深圳市富安娜家居用品股份有限公司，因单一订单金额较大，公司在报价时给予相对较低的价格，毛利率亦相对较低。2020 年 1-6 月，由于公司向客户重点推广应用了数码印花工艺的丝巾围巾产品，此类产品对技术水平的要求高于传统台版印花，因此贴牌丝巾围巾产品当期毛利率高于报告期其他年度。

由于当期丝绸纺织制品-其他以贴牌丝巾围巾产品为主，因此贴牌丝巾围巾产品毛利率提升亦带动了 2020 年 1-6 月丝绸纺织制品-其他项目整体毛利率的提升。

②贴牌家纺：报告期内，丝绸纺织制品中的贴牌家纺产品毛利率分别为 11.16%、14.04%、14.34%和 29.54%。2017-2019 年度贴牌家纺产品毛利率相对稳定。2020 年 1-6 月，由于贴牌家纺产品主要为小额零散订单，产品报价较高，毛利率相应提升。

③纺织设备及耗材：报告期内，丝绸纺织制品中的纺织设备及耗材主要系丝绸纺织制作、加工、印花等设备及相关耗材，具体收入情况如下：

单位：万元

项 目	2018 年度		2017 年度	
	收入	毛利率	收入	毛利率
印花机	266.79	26.77%	258.97	25.47%
其他纺织设备	-	-	666.72	11.82%

单位：万元

项　目	2018 年度		2017 年度	
	收入	毛利率	收入	毛利率
印花设备耗材	-	-	141.50	38.53%
合　计	266.79	26.77%	1,067.19	18.67%

报告期内，公司利用深耕丝绸纺织行业资源，熟悉设备供应商渠道，故存在部分客户通过公司采购部分印花机及部分耗材，2017-2018 年度印花机销售毛利率较稳定。2017 年度，其他纺织设备系应客户 HONGKONG DEKIA CO LTD 要求，出口部分小型自动化丝绸纺织机械，如覆膜机、切割机等，产品销售毛利率较低。2018 年起，公司未再发生此类业务。

④其他：除上述产品外，丝绸纺织制品销售中亦包括零星的帽子、领带、真丝封面、腰带等多种类型产品。2017-2018 年度，其他项收入较高，主要系公司向雅昌文化（集团）有限公司销售真丝封面（用于书本和笔记本的封套）141.54 万元和 73.60 万元。报告期内，该项业务总体金额较小，且包含产品种类较多，毛利率波动主要受产品销售结构变动影响。

（5）丝绸纺织制品不同客户毛利率差异原因

丝绸纺织制品主要包括丝绸面料、贴牌服装、数码印花加工服务，公司针对客户定价制定了相应的审批流程，以核算毛利率确定产品价格，在明确客户订单需求后组织采购与生产活动。对丝绸面料、贴牌服装而言，因产品类型（丝绸面料根据材质可分为真丝面料和非真丝面料，真丝面料根据面料类型又可进一步分为乔其、斜纹绸、素绉缎等数十种；贴牌服装根据材质可分为真丝贴牌服装和非真丝贴牌服装，根据产品属性又可分为上衣、裤子、连衣裙、羽绒服等 16 个类别）、产品规格、款式（男款、女款、儿童款等）的不同导致主要客户具体产品差异较大，且公司与不同客户之间议价能力亦有所差异；对数码印花加工服务而言，厂房及机器设备等固定投资较大，公司按月分摊固定成本，在产量较低的月份客户分摊固定成本较高导致毛利率较低。综上，公司同类产品不同客户的毛利率存在一定的差异。

（6）丝绸纺织制品毛利率比较

经查询 A 股及港股上市公司信息，主营业务为丝绸产品的公司仅有金鹰股

份、嘉欣丝绸和达利国际。其中，金鹰股份产品以亚麻纺为主，未单独披露丝绢类产品收入及毛利率，无法直接比较；嘉欣丝绸、达利国际以丝绸产品加工和贸易为主，自有品牌销售额相对较少，其主营业务及业务模式与公司丝绸文化创意品差异较大，与公司丝绸纺织制品类似。

公司丝绸纺织制品毛利率与可比上市公司比较如下：

可比公司	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
嘉欣丝绸-面料	/	15.39%	10.65%	11.84%
嘉欣丝绸-服装	24.50%	21.85%	20.87%	21.98%
嘉欣丝绸-印染	/	37.48%	37.04%	34.36%
达利国际	17.99%	19.88%	18.15%	19.21%
公司-丝绸面料	19.69%	17.07%	18.67%	17.12%
公司-贴牌服装	17.88%	18.30%	13.15%	15.89%
公司-数码印花加工	24.61%	27.01%	18.16%	5.68%

注：嘉欣丝绸包含五金产品、蚕茧生丝类产品等，此类业务与公司业务差异较大，因此毛利率取自其年报披露的服装产品、面料产品毛利率。嘉欣丝绸 2020 年半年报未单独披露面料与印染业务毛利率。

公司丝绸面料业务毛利率高于嘉欣丝绸-面料产品毛利率，主要原因为：①公司丝绸面料收入中丝绸材质面料占比达到 80%以上，且部分丝绸面料应用了数码印花工艺，与嘉欣丝绸相比，产品单价与附加值均较高；②嘉欣丝绸以出口外销为主且批量较大；公司面料业务以内销为主，面向品牌女装类企业，产品更新换代较快，对生产灵活度要求较高，其毛利率较批量业务更高。公司丝绸面料毛利率波动趋势与嘉欣丝绸-面料产品毛利率存在差异，主要原因是：①2018 年度，公司丝绸面料毛利率提升，主要系公司当期外包采购并销售的面料占比下降，而通过委外加工或自主加工生产环节并销售的面料占比上升，尤其是应用了数码印花加工工艺的丝绸面料占比提升所致，并非由行业整体因素导致；②2019 年度，受到国内外宏观经济走势的影响，服装面料行业下游需求偏弱，嘉欣丝绸面料产品销售收入较上年下降 23.57%。而公司丝绸面料产品受到部分客户报价政策调整的影响，产品规模保持相对稳定的情况下毛利率有所下滑。

公司贴牌服装品类毛利率低于可比上市公司水平，毛利率波动趋势与可比上市公司存在一定差异，主要原因系：①从所涵盖的产业链环节来看，公司的服装业务产业链涵盖面料印染、成衣制作环节，而嘉欣丝绸及达利国际还包括了上游

白坯面料纺织环节，产业链条更加完整，同类型产品毛利空间会高于本公司；②从产品结构来看，公司早期以非真丝服装为主，报告期内丝绸服装占比逐年提升。从嘉欣丝绸的服装单价分析，其低单价服装占比相对较高，产品结构与公司存在显著差异；③从客户群体及销售模式来看，公司贴牌服装客户以品牌女装为主，单笔订单量较小，符合女装类产品更新换代较快，灵活度较高的行业特征。而可比上市公司服装产品销售规模远大于本公司，以大批量销售为主，客户群体和销售模式上存在一定差异，因此毛利率也会存在差异。2017-2019 年度，公司贴牌服装毛利率波动趋势与嘉欣丝绸、达利国际基本一致，2019 年度，由于公司基于长远业务规划，主动缩减了毛利率较低的非真丝服装业务，公司当期毛利率增幅高于可比上市公司水平。2020 年 1-6 月，公司贴牌服装毛利率下降 0.42%，波动幅度较小，而可比公司嘉欣丝绸服装业务毛利率上升 2.65%，该公司原有服装业务受新冠肺炎疫情影响，规模有所下降，而毛利率相对较高的自有品牌服装业务占比提升，因此公司贴牌服装毛利率波动趋势与其存在差异。

公司数码印花加工业务毛利率低于嘉欣丝绸印染业务毛利率，主要是公司数码印花加工与传统印染在运营模式上存在一定差异。传统印染设备更新换代较慢，产品摊销的制造费用较小，因而毛利率较高。而公司数码印花加工业务主要设备成新率较高，折旧金额较高，同时，数码印花加工业务报告期前期规模相对较小，尚未形成规模效应，因而毛利率相对较低。2017-2019 年度，数码印花加工业务处于快速发展阶段，随着产销规模的扩大，其毛利率逐年提升。

4、口罩细分产品毛利率分析

（1）口罩细分产品毛利率情况

报告期内，公司口罩细分产品主要为平面口罩和立体口罩，具体毛利率情况如下：

项　目	平面口罩	立体口罩
销售数量（万只）	8,823.08	274.17
主营业务收入（万元）	15,124.98	2,081.29
毛利额（万元）	5,842.46	593.52
毛利率	38.63%	28.52%

2020年1-6月，公司平面口罩以自主加工和委托加工为主，立体口罩均系外

协生产，成本相对较高。因此，公司平面口罩毛利率高于立体口罩。

（2）口罩产品不同客户毛利率差异原因

公司口罩产品包括立体口罩和平面口罩，2020 年 1-6 月口罩产品原材料市场价格波动较大，公司向客户销售毛利率主要受交易规模（通常情况下订单规模较大的客户定价较低）、原材料价格、货期（通常情况下货期较短的客户定价较高）等因素的影响。

（3）口罩毛利率与可比上市公司比较

2020 年 1-6 月，公司积极响应政府号召利用丝绸产品的采购、生产和销售等资源转产口罩。由于转产前公司并未直接从事口罩相关业务，在采购销渠道资源、生产经验等方面与主要从事口罩产销业务的上市公司存在一定差异。因此，公司选取申万行业分类“服装家纺”类别中于 2020 年转产口罩或其他防疫物资，同时在半年报中披露相关业务收入成本的上市公司，作为口罩业务可比上市公司。

公司口罩产品毛利率与可比上市公司比较如下：

可比公司	2020 年 1-6 月毛利率	产品类型
鲁泰 A	33.28%	非医用口罩、防护服
三夫户外	69.60%	口罩
龙头股份	37.61%	平面口罩、防护服
搜于特	68.61%	口罩等防护用品
酷特智能	46.76%	口罩、隔离衣、口罩切片机
柏堡龙	63.92%	口罩、防护服
平均值	53.30%	/
公司-口罩	37.40%	/

2020 年 1-6 月,口罩产品可比上市公司毛利率差异较大，主要系新冠肺炎疫情爆发后，口罩相关的原材料处于供不应求状态，采购价格波动幅度较大，而口罩生产制造企业产能严重不足，销售价格同样存在剧烈波动。

公司口罩产品毛利率低于可比上市公司平均水平，与鲁泰 A、龙头股份毛利率接近，主要原因系公司作为首批浙江省级重点民用口罩及关键材料生产企业之一，积极承担社会责任。在复工复产的关键时期，口罩需求量较大而原材料及产能供给紧张，公司以较高单价采购原材料及部分加工服务，但坚持以较低价格对

外出售口罩，导致毛利率相对较低。

（五）期间费用分析

报告期内，公司期间费用的构成情况如下：

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
销售费用	4,847.52	12.53%	11,924.17	16.37%	13,073.41	17.37%	11,835.39	16.60%
管理费用	1,742.76	4.50%	4,535.68	6.23%	4,464.90	5.93%	4,055.90	5.69%
研发费用	1,478.64	3.82%	3,258.63	4.47%	3,272.10	4.35%	2,995.64	4.20%
财务费用	-235.64	-0.61%	-208.04	-0.29%	-59.78	-0.08%	212.81	0.30%
合　计	**7,833.29**	**20.25%**	**19,510.44**	**26.78%**	**20,750.64**	**27.57%**	**19,099.74**	**26.78%**

报告期内，公司期间费用占营业收入的比例分别为 26.78%、27.57%、26.78%和 20.25%，基本保持稳定。2018 年度，公司基于加大销售调研与市场开拓力度的考虑，招聘了较多销售员工，使得当期期间费用略高于其他年份。2020 年 1-6 月，由于公司口罩业务销售情况较好，且口罩业务以客户主动联系公司为主，相关销售、管理资源投入相对较小，公司当期期间费用率较上年度下降 6.53%。

1、销售费用

（1）销售费用波动分析

报告期内，公司销售费用的构成情况如下：

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
职工薪酬及福利	2,342.54	48.32%	6,544.63	54.89%	7,269.40	55.60%	6,871.33	58.06%
租赁物管费	516.59	10.66%	1,115.29	9.35%	1,322.47	10.12%	1,146.50	9.69%
快递运输费	524.07	10.81%	943.47	7.91%	1,119.03	8.56%	999.94	8.45%
广告宣传费	502.05	10.36%	1,269.34	10.65%	1,018.04	7.79%	538.62	4.55%
设计检测费	199.22	4.11%	235.02	1.97%	453.17	3.47%	328.85	2.78%
差旅费	33.48	0.69%	224.77	1.88%	437.94	3.35%	470.40	3.97%
业务招待费	121.40	2.50%	314.13	2.63%	301.72	2.31%	276.39	2.34%
办公费	72.67	1.50%	140.62	1.18%	218.27	1.67%	270.70	2.29%

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
电子商务平台费	253.77	5.24%	571.42	4.79%	437.09	3.34%	435.11	3.68%
会展费	15.73	0.32%	145.79	1.22%	156.27	1.20%	163.29	1.38%
折旧与摊销	41.57	0.86%	86.38	0.72%	86.30	0.66%	81.49	0.69%
其他	224.43	4.63%	333.31	2.80%	253.71	1.94%	252.77	2.14%
合　计	**4,847.52**	**100.00%**	**11,924.17**	**100.00%**	**13,073.41**	**100.00%**	**11,835.39**	**100.00%**
占营业收入比重		12.53%		16.37%		17.37%		16.60%

报告期内，公司销售费用金额分别为 11,835.39 万元、13,073.41 万元、11,924.17 万元和 4,847.52 万元，销售费用率分别为 16.60%、17.37%、16.37%和 12.53%。2018 年度，销售费用金额及费用率较高，主要原因系：自 2017 年下半年起，公司进一步加大业务拓展，加大了对新产品、新模式的调研与开拓力度，逐步扩充市场团队，工资薪酬及相应的办公场地租赁费用大幅增长，广告宣传、品牌策划推广等方面的投入亦显著增长。自 2018 年下半年起，公司进一步优化组织结构、精简销售团队，提高经营管理效率，相应整体费用有所下降。2020 年 1-6 月，口罩业务在销售提成、业务推广方面的费用开支相对较小，且公司进一步优化了公司人员结构，销售人员数量减少，因此销售费用率较上年度下降 3.84%。

报告期内，销售人员月均数量与人均销售费用情况如下：

项　目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
销售人员月均数量（人）	369	444	592	506
人均销售费用（万元/人）	13.14	26.86	22.08	23.39

①职工薪酬及福利

报告期内，公司职工薪酬及福利分别为 6,871.33 万元、7,269.40 万元、6,544.63 万元和 2,342.54 万元。公司主要通过销售人员进行产品推广、客户开拓及维系，因此职工薪酬及福利占销售费用的比重在 50%以上。报告期内，公司职工薪酬及福利的金额存在一定波动，主要系销售团队人员数量变动所致。

报告期内，公司销售人员薪酬总额及平均薪酬情况如下：

单位：万元

项　目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
计入销售费用的薪酬总额	2,342.54	6,544.63	7,269.40	6,871.33
销售人员数量[注]	369	444	592	506
销售人员平均薪酬	6.35	14.74	12.28	13.58

注：公司用于计算平均薪酬的人员数量采取当期各月领薪人数平均值，下同。

2018 年度，公司进一步加大了对新产品、新模式的调研与开拓力度，逐步扩充丝绸文化创意品业务的市场团队，销售人员大幅增长，新增销售人员数量较多，但人均实现业绩相对较低，从而拉低了整体销售人员平均薪酬水平，扣除该部分新增销售人员的影响，2018 年度销售人员平均薪酬为 13.45 万元，较 2017 年度销售人员平均薪酬下降 0.98%，变动幅度较小。

考虑到新增销售人员开拓业务不及预期，公司加强业绩考核，逐步淘汰了业绩未达标的销售人员。2020 年上半年公司为应对系统性风险，加强内部管理，更加重视对销售人员的精英化培训，优化了公司人员结构，因此，2017 年-2019 年，公司销售人员数量呈现先增长后下降的趋势。

公司销售人员薪酬由基本工资、岗位工资、绩效工资、补贴、销售提成及年终奖金等部分组成，其中销售提成与除口罩外的丝绸业务经营业绩直接挂钩，系销售人员薪酬的重要组成部分。2020 年上半年受疫情影响,公司除口罩外的丝绸业务营业收入较往年下滑明显，导致销售人员的提成下降，因此，2020 年上半年销售人员平均薪酬下降。

报告期内，公司销售人员平均薪酬水平与可比上市公司比较如下：

单位：万元

项　目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
安正时尚	未披露	12.76	11.29	10.98
太平鸟	未披露	10.07	9.63	8.94
朗姿股份	未披露	15.42	14.10	11.33
地素时尚	未披露	14.08	12.73	未披露
日播时尚	未披露	11.86	12.82	12.11
歌力思	未披露	15.67	15.11	16.37
锦泓集团	未披露	19.44	19.81	17.12

单位：万元

项　目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
欣贺股份	5.25	10.45	9.17	8.70
嘉欣丝绸	未披露	14.28	12.42	14.36
算术平均数	5.25	13.78	13.01	12.49
本公司	6.35	14.74	12.28	13.58

注 1：同行业公司用于计算平均薪酬的人员数量取年初年末人员数量平均值，如未披露年初人员数量则采取年末人员数量计算。公司用于计算平均薪酬的人员数量采取当期各月领薪人数平均值，下同；

注 2：达利国际为港股上市公司，未披露相关数据，下同。

2017-2019 年度，公司销售人员平均薪酬水平与同地区全社会单位在岗职工平均工资水平、相似工种工资指导价位中位数比较如下：

单位：万元

项　目	2019 年度	2018 年度	2017 年度
杭州市全社会单位在岗职工年平均工资	8.20	7.37	6.70
杭州市销售人员工资指导价位中位数	5.84	5.44	5.61
本公司	14.74	12.28	13.58

注：杭州市全社会单位在岗职工年平均工资来源于杭州市人民政府官方网站：http://www.hangzhou.gov.cn/；

杭州市相似工种指导价位中位数来源于杭州市人力资源与社会保障局官方网站：http://hrss.hangzhou.gov.cn

本公司销售人员平均薪酬水平与可比上市公司平均水平接近，高于同地区公司平均水平。公司综合实力及品牌影响力在同地区企业中处于前列，为维护公司品牌形象、提高销售服务质量，公司对销售人员的专业能力和综合素质要求相对较高，因此提供了高于同地区其他企业的基本工资水平。此外，报告期内，公司主营业务产品销售情况良好，销售人员取得的销售提成及年终奖金相对较高，因此整体薪酬高于同地区其他企业。

②租赁物管费

报告期内，公司租赁物管费的金额分别为 1,146.50 万元、1,322.47 万元、1,115.29 万元和 516.59 万元。

2018 年度，公司租赁物管费金额较高，主要系当期销售团队人员数量增加使得办公场地租赁面积相应增加。

③快递运输费

报告期内，公司快递运输费的金额分别为 999.94 万元、1,119.03 万元、943.47 万元和 524.07 万元，占主营业务收入的比重分别为 1.41%、1.51%、1.31%和 1.36%。2019 年度，公司快递运输费金额及占比下降，主要原因系公司当期主动缩减了贴牌服装中单价较低的服装销售规模，贴牌服装销售数量减少 67.71 万件，其中外销贴牌服装销售数量较上年下降 20.20 万件。

④广告宣传费

报告期内，公司广告宣传费的金额分别为 538.62 万元、1,018.04 万元、1,269.34 万元和 502.05 万元，2017-2019 年度广告宣传费呈逐年增长趋势，主要系公司持续加强品牌建设力度，不断拓展宣传渠道，广告宣传投入逐年增加。一方面，公司加大了传统媒体终端广告投放力度，例如火车东站灯箱广告、萧山机场 LED 大屏广告等；另一方面，公司在特定节点加大了对目标人群的广告投放力度，例如在写字楼电梯、地下车库等渠道投放中秋套装、黄金蚕丝被、故宫联名新年套装等产品广告；此外，公司还积极尝试微信、抖音等新媒体广告渠道，广泛覆盖不同层次消费人群。

⑤设计检测费

A、设计检测费构成及变动分析

报告期内，公司设计检测费的金额分别为 328.85 万元、453.17 万元、235.02 万元和 199.22 万元。设计检测费主要核算检测服务费、设计制作费及咨询服务费等费用。其中，设计检测费-检测服务费主要核算公司根据客户要求对完工的丝绸纺织制品（丝绸面料、贴牌服装等）以及口罩产品委托外部机构进行鉴定、检查所发生的费用；设计制作费主要核算公司委托第三方公司进行产品款式及花型设计（外协设计费）以及活动展陈设计、门店装修设计、样品物料制作费用等设计相关费用；咨询服务费主要核算公司委托第三方公司进行大型活动策划、协办展会、境外商务文件处理等咨询服务相关费用；其他费用主要核算除上述费用外的中标代理服务费、品牌管理维护费等其他服务相关费用。

报告期内，公司设计检测费具体构成情况如下：

单位：万元

项　目	2020 年度 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
检测服务费	139.41	69.98%	102.40	43.57%	108.51	23.94%	155.23	47.20%
设计制作费	8.15	4.09%	54.40	23.14%	167.86	37.04%	91.29	27.76%
其中： 产品款式或花型设计费用（外协设计费）	0.71	0.36%	22.98	9.78%	94.32	20.81%	69.81	21.23%
活动展陈、门店装修、药品物料制作等费用	7.44	3.73%	31.42	13.37%	73.54	16.23%	21.48	6.53%
咨询服务费	42.50	21.33%	57.63	24.52%	126.87	28.00%	57.13	17.37%
其 他	9.16	4.60%	20.59	8.76%	49.93	11.02%	25.20	7.66%
设计检测费合计	199.22	100.00%	235.02	100.00%	453.17	100.00%	328.85	100.00%
营业收入	38,687.84		72,851.39		75,252.67		71,319.02	
设计检测费占营业收入比重	0.51%		0.32%		0.60%		0.46%	

报告期内，公司设计检测费占营业收入比重分别为0.46%、0.60%、0.32%和0.51%，其占比存在一定波动，设计检测费与营业收入不存在直接的配比关系，具体原因如下：

a、检测服务费系根据客户要求对丝绸纺织制品（丝绸面料、贴牌服装等）及口罩产品进行检测，检测费用金额主要受客户检测批次数量和客户要求的检测项目影响。对于丝绸纺织制品，客户通常要求以一个产品款式作为一个检测批次，订单中款式数量越多，检测服务次数则越多。对于口罩产品，客户通常要求同一笔订单作为一个检测批次进行抽检。报告期内，由于客户订单个性化较强，检测批次数量存在较大差异，检测服务次数和收入不存在直接配比关系。此外，不同客户因采购产品材质、款式、质量要求等存在差异，所要求的检测项目亦存在差异，不同检测项目价格差异较大。例如耐光、色牢度等检测项目通常为几十元/次，而纤维含量标识项目通常为上千元/次，检测项目不同亦导致检测服务费与收入不存在明显配比关系。

b、设计制作费既包括公司委托第三方公司进行产品款式及花型设计产生的费用（即外协设计费用），亦包括活动展陈设计、门店装修设计、样品物料制作费用等设计相关费用。公司通常在委托第三方公司完成产品款式及花型设计后，将样稿作为公司设计资源库中的备选方案，并基于对客户需求及流行趋势的理解，从设计资源库中挑选适合的产品进行大批量生产。因此，公司委托第三方公司进行产品款式及花型设计从打样至成品销售经历时间周期较难确定。此外，活动展

陈设计、门店装修设计、样品物料制作费用系销售环节产生的用于促进销售的相关费用，亦与收入不存在明显配比关系。

c、咨询服务费主要系大型活动策划、协办展会、境外商务文件处理等咨询服务开支，此类服务支出具有一定偶发性，与收入不存在明显配比关系。

2018 年度，公司设计检测费较上年增加 124.32 万元，主要公司当期加大对新产品、新模式的调研与开拓力度，丰富产品类型，并加强公司的设计样稿储备，当期设计制作费较上期增加 76.57 万元，咨询服务费较上年增加 69.74 万元。

2019 年度，公司对丝绸文化创意品业务结构进行了梳理优化，将业务资源向部分重点推广产品倾斜，调整了设计中心定位，并加强经典产品线的深化，相同相似设计和服务的重复采购减少，当期设计制作费较上期减少 113.46 万元，咨询服务费较上年减少 69.24 万元，设计检测费较上年减少 218.15 万元。

2020 年 1-6 月，受疫情影响，公司采取进一步深化经典产品的战略，在新产品和新模式的开拓上有所减缓，当期设计制作费仅发生 8.15 万元。但由于公司新增口罩业务，与口罩业务相关的资质认定检测、产品质量检测等费用合计 118.00 万元，当期检测服务费合计金额 139.41 万元。由于设计检测费中各主要项目与收入均不存在明显配比关系，因此剔除与口罩业务相关的设计检测费后，2020 年 1-6 月剩余设计检测费与对应业务收入不存在明显配比关系。

B、设计检测费-设计制作费中外协设计费用财务核算说明

报告期内，公司存在少量委托外部公司协助进行产品款式或花型设计的情形。报告期内，公司外协设计费按照用途分别归集至销售费用与研发费用：

a、计入销售费用的外协设计费：在日常生产经营过程中发生的委托外部公司协助进行产品款式或花型设计产生的费用，按照实际发生情况计入销售费用核算，在分类时将其归入设计检测费中的设计制作费明细项目。公司通常在委托第三方公司完成产品款式及花型设计后，将样稿作为公司设计资源库中的备选方案，并基于对客户需求及流行趋势的理解，从设计资源库中挑选适合的产品进行大批量生产。因此，公司委托第三方公司进行产品款式及花型设计从设计至成品销售经历时间周期较难确定，无法在费用发生时即将其指定至对应产品作为成本核算。根据《企业会计准则第 1 号-存货》第九条规定：“下列费用应当在发生时确认为

当期损益，不计入存货成本：……（3）不能归属于存货达到目前场所和状态的其他支出”。基于谨慎性原则，公司将该部分无法直接归属于存货达到目前场所和状态的外协设计费用计入销售费用核算符合《企业会计准则》的规定。报告期内，计入销售费用-设计检测费-设计制作费明细项目的外协设计费金额分别为69.81 万元、94.32 万元、22.98 万元和 0.71 万元。

b、计入研发费用的外协设计费：在研发过程中，公司根据研发项目实际需要委托外部公司进行研发，相关费用按照实际发生情况计入研发费用核算。

⑥差旅费

报告期内，公司差旅费的金额分别为 470.40 万元、437.94 万元、224.77 万元和 33.48 万元。公司差旅费用主要包括销售人员因业务拓展维护而发生的相关差旅费，以及驻外分子公司销售人员因培训、开会等行政事务往返总部而发生的差旅费用。

报告期内，公司差旅费用呈下降趋势，原因包括：①报告期内，随着公司各类业务管理系统、办公系统的不断完善，线上协同增强，驻外业务人员行政事务差旅需求有所减少；②自 2018 年下半年起，公司逐步整合精简销售团队，销售人员数量减少，差旅费用相应缩减。以 2018 年人均差旅费计算，2019 年因销售人员数量下降节约的差旅费金额为 90.47 万元；③自 2019 年 1 月起，公司销售部门组织结构进一步优化，由销售支持部统一管控各部门费用，鼓励业务资源共享，避免费用重复开支；④2020 年 1-6 月，公司鼓励销售人员在疫情期间通过远程沟通方式拓展客户并实现销售，销售人员各项差旅行程减少，当期发生差旅费用开支 33.48 万元。

⑦电子商务平台费

报告期内，公司电子商务平台费分别为 435.11 万元、437.09 万元、571.42 万元和 253.77 万元。报告期内，公司通过线上平台和电视购物平台渠道对外销售或开展推广宣传活动时，需向平台商支付平台服务费及推广宣传活动产生的费用。电子商务平台费主要包括支付给天猫、京东、万事利好丝绸（有赞微商城）等线上销售平台的平台服务费和店铺推广宣传运营费用，以及支付给惠买在线、宜和股份等电视购物平台代销商的平台服务费。

A、计提方式

电子商务平台费中的平台服务费：由各平台系统每月自动按照销售额的一定比例加上部分固定费用进行计算。每月月末，公司取得各平台提供的平台服务费结算单，核对无异常后与对方确认，并暂估计提入账，待取得发票后调整入账金额。

电子商务平台费中的店铺推广运营费用：公司电商运营部每月根据各店铺销量及平台活动情况制定相应推广策略，选择使用平台提供的推广服务或聘请第三方提供推广服务。其中支付给平台的服务费用由平台后台自行计算，公司取得结算单后与对方确认并计提入账；支付给第三方推广公司的服务费用系根据公司与其签订的推广合同，按合同约定入账。

B、费用发生合理性及与对应营业收入的匹配

报告期内，公司电子商务平台费按照费用类型和平台类型分类如下：

单位：万元

费用类型	平台类型	项　目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
平台服务费	线上销售平台	费用	85.62	163.51	117.99	68.67
		销售收入	1,483.55	1,663.24	1,279.98	832.82
		费用率	5.77%	9.83%	9.22%	8.25%
	电视购物平台	费用	1.15	45.51	49.56	166.81
		销售收入	1.42	463.08	1,378.74	1,936.96
		费用率	80.99%	9.83%	3.59%	8.61%
店铺推广运营费用	线上销售平台	费用	167.00	362.40	269.54	199.63
		销售收入	1,483.55	1,663.24	1,279.98	832.82
		费用率	11.26%	21.79%	21.06%	23.97%

2017-2019 年度，线上销售平台的平台服务费、店铺推广运营费用金额逐年递增，对应线上销售收入亦逐年递增，费用率相对稳定。2020 年 1-6 月，新冠肺炎疫情对消费品线下销售渠道造成了一定冲击，而直播带货等电商新零售业态迅速发展。针对消费品行业的新趋势，公司快速响应，依托好丝绸店铺积极拓展直播带货销售渠道，该线上平台实现收入 759.18 万元，占当期线上平台销售收入的 51.17%。由于好丝绸店铺系公司基于微信有赞商城平台自主运营的电商店铺，

业务主要来源于公司业务团队微信推送分享引流，平台抽成比例相对较低，店铺推广运营费用支出亦较低，拉低当期线上销售平台相关费用率。

报告期内，各线上销售平台销售金额及平台服务费具体情况如下：

单位：万元

平台类型	项　目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
天猫万事利官方旗舰店	平台服务费	51.43	96.59	68.13	41.79
	销售收入	621.88	1,134.93	825.29	543.90
	费用率	8.27%	8.51%	8.26%	7.68%
京东万事利官方旗舰店	平台服务费	11.81	34.75	28.54	18.10
	销售收入	86.63	236.82	196.80	144.35
	费用率	13.63%	14.67%	14.50%	12.54%
万事利好丝绸店（有赞微商城）	平台服务费	17.56	10.20	8.80	6.48
	销售收入	759.18	219.42	215.13	138.82
	费用率	2.31%	4.65%	4.09%	4.67%
其他平台	平台服务费	4.82	21.97	12.52	2.30
	销售收入	15.86	72.07	42.76	5.75
	费用率	30.39%	30.48%	29.28%	40.00%

根据上表，报告期内，天猫万事利官方旗舰店、京东万事利官方旗舰店平台服务费费用率相对稳定。2017-2019 年度，万事利好丝绸店平台服务费用率亦相对稳定，2020 年 1-6 月，该平台销售额快速增长，固定费用被摊薄，整体费用率下降。其他平台主要包括小红书、网易考拉等电商平台，由于公司通过这些平台产生的收入金额较低，固定费用占比较高，因此费用率相对较高。

报告期内，电视购物平台的平台服务费金额逐年降低，对应电视购物平台收入亦逐年降低，主要原因系电视购物平台受众相对有限，且对产品性价比要求较高，公司逐步减少了与电视购物平台的合作。2017 年度，公司与电视购物平台合作初期，展位布置等初始服务费用相对较高，当期费用率相对较高；2019 年下半年起，公司逐步减少与电视购物平台的合作，部分尚未收回的存货相关的仓储费用较高，因此 2019 年度和 2020 年 1-6 月电视购物平台费用率较高。

⑧全民营销相关费用

报告期内，控股股东万事利集团员工参与公司“全民营销”活动相关费用已记入对应会计期间的销售费用-其他项目中，具体金额如下：

单位：万元

项　目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
全民营销相关费用	-	109.01	140.31	111.75

自 2019 年下半年起，公司将全民营销活动参与人员严格限制在公司内部员工的范围，禁止控股股东员工或第三方人员参与全民营销活动，帮助公司推销产品。

报告期内，公司不存在由控股股东或第三方代垫相关费用或公司少计费用的情形。

（2）销售费用率与可比上市公司比较

①综合销售费用率与可比上市公司比较

报告期内，公司综合销售费用率与可比上市公司对比情况如下：

公司名称	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
安正时尚	21.47%	25.89%	31.76%	31.37%
太平鸟	38.99%	36.89%	34.58%	34.29%
朗姿股份	43.68%	37.54%	35.94%	32.82%
日播时尚	41.68%	36.86%	36.91%	32.49%
锦泓集团	46.24%	45.29%	41.03%	39.19%
地素时尚	34.12%	33.59%	33.68%	31.31%
歌力思	40.53%	31.65%	29.98%	28.88%
欣贺股份	45.88%	45.75%	46.23%	43.50%
嘉欣丝绸	5.26%	5.10%	4.78%	5.32%
达利国际	7.15%	6.44%	6.61%	6.92%
算术平均数	32.50%	30.50%	30.15%	28.61%
本公司	12.53%	16.37%	17.37%	16.60%

报告期内，由于公司主要经营的丝绸文化创意品**（自有终端品牌）**和丝绸纺织制品**（非自有终端品牌）**客户群体、销售模式存在一定差异，销售费用率亦存在一定差异，因此公司综合销售费用率介于丝绸文化创意品可比上市公司以及丝绸纺织制品可比上市公司之间。

2017-2019 年度，公司丝绸文化创意品主要由母公司及除万事利科技、万事利数码、万事利科创园之外的分子公司经营，而丝绸纺织制品主要由万事利科技、万事利数码和万事利科创园经营，故以下进一步按照各公司主体经营产品类型将母公司及各分子公司拆分为丝绸文化创意品和丝绸纺织制品，分别与同行业销售费用率进行比较。2020 年 1-6 月，公司积极响应政府号召，调动全公司人力物力投产口罩，销售费用难以非常准确地归集至口罩业务与原有业务，因此未能将销售费用率进行拆分分析。

②2017-2019 年度丝绸文化创意品销售费用率与可比上市公司比较

2017-2019 年度，丝绸文化创意品（母公司及除万事利科技、万事利数码、万事利科创园之外的分子公司）销售费用率与可比上市公司对比情况如下：

公司名称	2019 年度	2018 年度	2017 年度
安正时尚	25.89%	31.76%	31.37%
太平鸟	36.89%	34.58%	34.29%
朗姿股份	37.54%	35.94%	32.82%
日播时尚	36.86%	36.91%	32.49%
锦泓集团	45.29%	41.03%	39.19%
地素时尚	33.59%	33.68%	31.31%
歌力思	31.65%	29.98%	28.88%
欣贺股份	45.75%	46.23%	43.50%
算术平均数	36.68%	36.26%	34.23%
本公司（丝绸文化创意品）	23.77%	27.51%	26.85%

丝绸文化创意品销售费用率低于品牌女装类上市公司销售费用率，主要原因系：品牌女装以个人消费者为主，消费场景依赖于实体店铺的试穿与选购，与门店运营相关的费用占比较高。而公司丝绸文化创意品兼具个人消费及商务属性，客户可以通过线上线下多种渠道选购和消费，报告期内，公司销售收入主要通过销售团队渠道实现，对实体店铺的依赖程度较小，相应的与门店运营相关的费用较少。

A、与门店运营直接相关的销售费用构成差异

可比上市公司销售费用各明细项目划分口径存在一定差异，与门店运营直接相关的销售费用主要包括门店租赁物管费用、门店折旧与摊销费用（主要为门店装修摊销）、以及商场费用。由于可比上市公司门店数量众多，不同商场对入驻门店的结算要求存在差异，部分商场联营专柜的租金、商场管理费、参与商场促销活动等费用未在开具发票及确认收入前扣除，因此计入销售费用项目。此外，安正时尚、朗姿股份、日播时尚等可比上市公司对部分门店采取托管模式，与托管商签订委托经营协议，按销售金额的一定比例向托管商支付托管费用，此类托管费用亦属于与门店运营直接相关的销售费用。

公司与门店运营直接相关的销售费用主要为租赁物管费用和折旧与摊销费用。与可比上市公司相比，公司销售费用中未包含商场费用和店铺托管费用，主要原因系：

a、公司直营门店按照销售模式可分为专卖店与商场联营专柜。其中，专卖店运营模式系公司与店铺所在物业签订租赁协议，公司就开设专卖店支付租赁费，公司将相关租赁费用计入销售费用-租赁物管费项目。报告期内，公司仅有 1 家商场联营专柜，其运营模式系公司与商场方签订专柜联营协议，公司按照合同约定将门店零售总额扣除约定分成后的部分向商场开具发票并确认为收入。公司与商场的约定分成已包含了商场租金、结算服务费、营销管理费等内容，这部分费用在确认收入时已扣除，因此未体现在销售费用中。因此，公司销售费用中不存在与可比上市公司商场费用内容相同的项目。

b、报告期内，公司直营门店均采取自主运营的方式，不存在委托第三方代为运营（店铺托管）的方式。因此，公司销售费用中不存在店铺托管费用。

B、与门店运营直接相关的销售费用率差异

报告期内，公司丝绸文化创意品及可比上市公司与门店运营直接相关的销售费用及占销售费用的比重情况如下：

单位：万元

公司名称	销售费用具体项目	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
安正时尚	折旧及长期摊销费用、房租、水电及物业管理	26,987.81	22.47%	63,144.73	21.00%	52,387.36	24.99%	44,563.01	22.79%

单位：万元

公司名称	销售费用具体项目	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
	费、商场费用、托管联营费								
太平鸟	租赁费、店铺费用	125,437.09	33.50%	289,587.40	32.25%	266,649.26	30.82%	245,701.17	30.93%
朗姿股份	商场费用、装修费用、店铺托管费、租赁费	53,677.15	40.74%	112,897.67	46.39%	95,650.53	42.62%	77,236.87	45.06%
地素时尚	租金、装修费、商场费用、折旧费	33,645.51	40.98%	79,890.47	37.74%	70,741.59	39.42%	60,926.71	40.99%
日播时尚	租赁费、门店托管费、门店费用、折旧及摊销	12,975.54	50.53%	41,078.39	33.46%	41,785.73	32.58%	33,394.81	34.66%
歌力思	租赁水电费、装修费、商场费用、地区托管费	33,005.63	39.61%	82,692.80	38.23%	73,046.16	38.10%	59,302.10	36.65%
维格娜丝	店铺费用、店铺房租摊销、店铺装修费摊销	52,236.30	29.95%	131,936.72	33.14%	126,611.23	30.10%	100,498.23	27.60%
欣贺股份	商场费用、店铺装修费、租赁费、店铺维修费	35,476.01	50.64%	89,910.97	45.10%	81,371.43	41.95%	71,073.91	41.73%
算术平均数		46,680.13	38.55%	111,392.39	35.91%	101,030.41	35.07%	86,587.10	35.05%
本公司	租赁物管费、折旧与摊销	547.01	20.10%	1,255.09	10.53%	1,445.38	11.06%	1,227.99	10.38%

报告期内，与可比上市公司相比，公司丝绸文化创意品同时面向个人与企事业单位客户，销售渠道以通过销售团队为主，对实体店铺的依赖程度较小，因此，丝绸文化创意品销售费用中与门店运营直接相关的费用占丝绸文化创意品销售费用的比重小于可比上市公司。2020 年 1-6 月，公司调动大量人力物力投产口罩，口罩产品在一定程度上分摊了丝绸文化创意品除门店运营之外的其他固定销售费用，使得门店运营相关费用占丝绸文化创意品销售费用的比重较高。

报告期内，公司丝绸文化创意品及可比上市公司与门店运营直接相关的销售费用占营业收入的比重，以及扣除与门店运营直接相关的销售费用后，其他销售费用项目费用率情况如下：

项目	公司名称	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
总体销售费用率	可比上市公司算术平均数①	39.07%	36.68%	36.26%	34.23%
	公司丝绸文化创意品②	24.42%	23.77%	27.51%	26.85%
	差异③=②-①	-14.65%	-12.91%	-8.75%	-7.38%

项目	公司名称	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
与门店运营直接相关的销售费用率	安正时尚	4.83%	5.44%	7.94%	7.15%
	太平鸟	13.06%	11.78%	10.65%	10.64%
	朗姿股份	17.79%	17.42%	15.32%	14.79%
	地素时尚	13.98%	12.68%	13.28%	12.83%
	日播时尚	21.06%	20.08%	19.29%	17.01%
	歌力思	16.06%	12.10%	11.42%	10.59%
	维格娜丝	13.85%	15.01%	12.35%	10.82%
	欣贺股份	23.31%	20.73%	19.46%	18.22%
	可比上市公司算术平均数④	15.49%	14.40%	13.71%	12.76%
	公司丝绸文化创意品⑤	4.91%	3.06%	3.59%	3.32%
	差异⑥=⑤-④	-10.58%	-11.34%	-10.12%	-9.44%
剔除门店运营直接相关销售费用后，其他销售费用率	可比上市公司算术平均数⑦=①-④	23.58%	22.28%	22.55%	21.47%
	公司丝绸文化创意品⑧=②-⑤	19.51%	20.71%	23.92%	23.53%
	差异⑨=⑧-⑦	-4.07%	-1.57%	1.37%	2.06%

注：剔除门店运营相关的销售费用后，公司与可比上市公司销售费用率差异（表格第⑨项）为正，表示公司销售费用率高于可比上市公司；差异率为负，表示公司销售费用率低于可比上市公司。

2017-2019 年度，可比上市公司中与门店相关的销售费用（租赁费、物业费、水电费、商场费用、店铺托管费、折旧摊销等明细项目）占营业收入的比重为 12-15%，而公司与门店相关的销售费用（租赁物管费、折旧与摊销费用）占营业收入的比重为 3-4%。剔除上述门店运营相关销售费用后，2017-2019 年度，公司丝绸文化创意品销售费用率与品牌女装类上市公司差异分别为 2.06%、1.37%和-1.57%，无重大差异。2020 年 1-6 月，公司新冠肺炎疫情期间积极调动大量人力物力投产口罩，原有丝绸文化创意品部分销售团队、办公资源等均在不同程度上向口罩业务倾斜，口罩业务在一定程度上分摊了丝绸文化创意品部分固定销售费用，因此在剔除门店运营相关销售费用后，公司销售费用率仍低于可比上市公司，差异为-4.07%。

从销售费用率的变动趋势来看，2017-2019 年度，可比上市公司销售费用总体呈上升趋势，而公司丝绸文化创意品销售费用率 2019 年度有所下降，主要系

公司 2019 年度聚焦并深耕优质客户，优化组织结构，加强各部门线上协同，提高管理效率，相应费用支出减少。

③2017-2019 年度丝绸纺织制品销售费用率与可比上市公司比较

2017-2019 年度，公司丝绸纺织制品（万事利科技、万事利数码和万事利科创园）销售费用率与可比上市公司对比情况如下：

公司名称	2019 年度	2018 年度	2017 年度
嘉欣丝绸	5.10%	4.78%	5.32%
达利国际	6.44%	6.61%	6.92%
算术平均数	**5.77%**	**5.70%**	**6.12%**
本公司（丝绸纺织制品）	**5.83%**	**5.34%**	**5.26%**

2017-2019 年度，公司丝绸纺织制品的销售费用率与可比上市公司接近，各年销售费用率基本稳定。

④2020 年 1-6 月综合销售费用率与可比上市公司比较

2020 年 1-6 月，公司销售费用率较上年度下降 3.84%，销售费用率波动趋势与可比上市公司存在差异，主要原因系：可比上市公司经营对实体店铺依赖程度较高，受疫情影响，其销售规模存在不同程度下降，且实体店铺经营需承担租赁费和店员基本工资等固定费用，因此平均销售费用率有所提高。与可比上市公司相比，公司销售收入对实体店铺的依赖程度较小，且公司当期口罩销售情况较好，营业收入基数较高。虽然口罩业务亦产生了快递运输费、设计检测费等开支，但多数订单系客户主动联系公司，销售提成、业务推广方面的费用开支较小，总体销售费用率有所下降。

2、管理费用

（1）管理费用波动分析

报告期内，公司管理费用的构成情况如下：

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
职工薪酬及福利	1,202.51	69.00%	2,707.68	59.70%	2,855.68	63.96%	2,505.01	61.76%

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
办公费	102.26	5.87%	406.14	8.95%	384.33	8.61%	323.45	7.97%
咨询服务费	123.09	7.06%	560.65	12.36%	327.49	7.33%	481.69	11.88%
租赁物管费	112.97	6.48%	290.11	6.40%	261.44	5.86%	280.28	6.91%
折旧与摊销	110.40	6.33%	209.19	4.61%	252.97	5.67%	236.12	5.82%
业务招待费	50.81	2.92%	104.46	2.30%	103.08	2.31%	83.48	2.06%
汽车费	26.33	1.51%	103.48	2.28%	122.26	2.74%	87.99	2.17%
其他	14.38	0.83%	153.97	3.39%	157.64	3.53%	57.90	1.43%
合计	**1,742.76**	**100.00%**	**4,535.68**	**100.00%**	**4,464.90**	**100.00%**	**4,055.90**	**100.00%**
占营业收入的比例		**4.50%**		**6.23%**		**5.93%**		**5.69%**

报告期内，公司管理费用金额分别为 4,055.90 万元、4,464.90 万元、4,535.68 万元和 1,742.76 万元，管理费用率分别为 5.69%、5.93%、6.23%和 4.50%。公司管理费用金额及费用率呈上升趋势，主要系职工薪酬及福利与咨询服务费金额变动所致。

①职工薪酬及福利

报告期内，公司管理费用中的职工薪酬及福利金额分别为 2,505.01 万元、2,855.68 万元、2,707.68 万元和 1,202.51 万元。职工薪酬及福利波动主要受管理人员数量和结构的影响。

2018 年度，公司为强化内部管理，引入了经验丰富的中、高层管理人才，以及与业务端对接的普通管理人员，管理人员数量较上年增加，导致职工薪酬明显上升。

2019 年度，公司进一步完善各部门管理架构，充分发挥经营管理信息系统功能，加强各部门线上协同，有效提高了经营管理效率，管理人员数量有所减少，相应职工薪酬金额小幅下降。

报告期内，公司管理人员薪酬总额及年平均薪酬情况如下：

单位：万元

项　目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度

单位：万元

项　目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
计入管理费用的薪酬总额	1,202.51	2,707.68	2,855.68	2,505.01
管理人员数量	119	131	151	140
管理人员平均薪酬	10.11	20.67	18.91	17.89

公司管理人员主要包括品牌运营人员、行政管理人员、财务人员等中后台支持岗位，报告期内呈现先增长后下降的趋势，作为销售前台部门的辅助部门，与报告期内销售人员的变动趋势保持一致。2017-2019 年度，管理人员的平均薪酬逐年稳定增长。

报告期内，公司管理人员按照岗位分级，各层级管理人员人数和年平均薪酬情况如下：

单位：人/万元

类别	2020 年 1-6 月		2019 年		2018 年		2017 年	
	人数	金额	人数	金额	人数	金额	人数	金额
高层管理人员	8	37.43	8	78.22	8	72.36	8	71.09
中层管理人员	16	11.34	21	24.37	22	21.37	15	22.13
普通员工	95	5.40	102	10.15	121	9.15	117	8.63

公司高层和普通管理人员 2017 年-2019 年呈逐年稳定增长的趋势。公司中层管理人员 2018 年年平均薪酬为 21.37 万元，较上年同期下降 3.42%，主要原因系中层管理人员较普通员工的年终奖占整体薪酬的比例较高，因公司 2018 年度经营业绩未达预期，年终奖下滑，拉低中层管理人员平均薪酬。

报告期内，公司管理人员年平均薪酬水平与可比上市公司比较如下：

单位：万元

项　目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
安正时尚	未披露	24.45	24.07	18.80
太平鸟	未披露	24.22	22.25	18.49
朗姿股份	未披露	19.58	28.27	34.54
地素时尚	未披露	16.59	14.06	未披露
日播时尚	未披露	39.82	40.16	31.30
歌力思	未披露	17.69	17.02	15.56
锦泓集团	未披露	22.21	24.32	21.44

单位：万元

项　目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
欣贺股份	5.36	未披露	未披露	未披露
嘉欣丝绸	未披露	30.88	32.08	31.08
算术平均数	5.36	24.43	25.28	24.46
本公司	10.11	20.67	18.91	17.89

注 1：太平鸟及地素时尚管理人员人均薪酬已进行修正，原太平鸟管理人员人数未统计物流仓储人员及其他人员，地素时尚未统计其他人员，与发行人计算口径一致。

2017-2019 年度，公司管理人员平均薪酬水平与同地区全社会单位在岗职工平均工资水平、相似工种工资指导价位中位数比较如下：

单位：万元

项　目	2019 年度	2018 年度	2017 年度
杭州市全社会单位在岗职工年平均工资	8.20	7.37	6.70
杭州市行政业务办理人员工资指导价位中位数	6.72	5.89	5.78
杭州市行政部门经理工资指导价位中位数	8.70	8.40	8.00
本公司	20.67	18.91	17.89

注：杭州市全社会单位在岗职工年平均工资来源于杭州市人民政府官方网站：http://www.hangzhou.gov.cn/；

杭州市相似工种指导价位中位数来源于杭州市人力资源与社会保障局官方网站：http://hrss.hangzhou.gov.cn

可比上市公司管理人员平均薪酬差异较大，主要系各公司组织结构、员工结构和所在地经济水平差异所致。报告期内，本公司管理人员平均薪酬水平与可比上市公司平均水平差异较小，高于同地区公司平均水平。报告期内，因公司主要立足于华东区域，经营规模与覆盖范围小于可比上市公司，管理人员平均薪酬水平略低于可比上市公司平均水平。报告期内，公司不断优化管理体系，引进管理人才，管理人员平均薪酬逐年增长，波动趋势与可比上市公司及同地区公司平均水平一致。

公司董事、高管人均薪酬与同行业对比如下表所示：

单位：万元

项　目	2019 年度	2018 年度	2017 年度
安正时尚	89.92	104.50	74.57
太平鸟	164.81	113.76	95.64
朗姿股份	63.96	63.96	37.56

单位：万元

项　目	2019 年度	2018 年度	2017 年度
地素时尚	80.10	92.55	140.54
日播时尚	81.29	161.48	140.58
歌力思	74.25	79.25	74.25
锦泓集团	59.57	96.62	76.03
嘉欣丝绸	75.39	76.54	75.20
欣贺股份	108.99	未披露	未披露
算术平均数	88.70	98.58	89.30
本公司	78.22	72.36	71.09

2017-2019 年度，公司管理人员年平均薪酬水平与杭州地区岗位等级企业工资中位数比较如下：

单位：万元

项　目	类别	2019 年度	2018 年度	2017 年度
杭州地区岗位等级企业工资	高层管理岗	14.45	14.04	13.39
	中层管理岗	12.31	12.32	11.90
	其他管理岗	9.24	9.56	9.55
本公司	高层管理人员	78.22	72.36	71.09
	中层管理人员	24.37	21.37	22.13
	普通员工	10.15	9.15	8.63

公司董事、高管人均薪酬介于同行业上市公司之间，处于中等水平，因公司经营规模与覆盖范围小于可比上市公司，故人均薪酬低于同行业平均值。公司整体经营情况在杭州地区属于中上游，故高层和中层管理人员高于对应的杭州地区岗位等级工资水平，普通管理员工平均薪酬与对应的杭州地区岗位等级工资水平相当。

公司管理人员的人才竞争优势如下：

A、品牌知名度高。公司为行业内知名品牌，有着较好的发展前景，1999 年，公司拥有的“万事利”商标被认定为中国驰名商标。2015 年，公司被中国纺织品商业协会评为“十大丝绸品牌”之一。2017 年，“万事利”品牌入选国家商务部外贸发展局“中国之造”国家品牌计划。

B、资源丰富。公司凭借着文化创意优势和品牌美誉度，在丝绸文化创意品市场认可度较高，并成功服务了北京奥运会、上海世博会、广州亚运会、G20 杭州峰会、北京“一带一路”国际合作高峰论坛、厦门金砖国家领导人会晤等一系列国际盛会，为员工提供了更大、更好的平台。

C、配套的人才培训体系。公司重视岗位培训与考核，无论是研发团队、销售团队还是服务团队都具备良好的知识水平、职业素养和服务精神，能够为客户提供专业周到的服务。

②办公费

报告期内，公司管理费用中的办公费金额分别为 323.45 万元、384.33 万元、406.14 万元和 102.26 万元，2017-2019 年度办公费呈逐年上升趋势，主要系公司对经营管理信息系统建设的投入逐年增加。

③咨询服务费

报告期内，公司咨询服务费金额分别为 481.69 万元、327.49 万元、560.65 万元和 123.09 万元，咨询服务费主要包括中介机构服务费及人才引进费。

2017 年度，公司启动上市计划并完成股改，中介机构服务费支出较大。

2019 年度，公司咨询服务费较上年增长 233.16 万元，主要原因系：一方面，公司当期支付上市相关的中介机构服务费金额较高，较上年增长 96.64 万元；另一方面，公司聘请境外律师事务所代理与 LVMH 工艺公司的诉讼，新增境外律师费用 134.80 万元。

④租赁物管费

报告期内，公司租赁物管费金额分别为 280.28 万元、261.44 万元、290.11 万元和 112.97 万元，总体波动较小，主要是管理人员办公场地租赁面积变动导致相关费用相应变动。

（2）管理费用率与可比上市公司比较

报告期内，公司综合管理费用率与可比上市公司对比情况如下：

公司名称	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
安正时尚	6.40%	6.62%	8.89%	8.39%

公司名称	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
太平鸟	6.39%	6.42%	6.26%	6.49%
朗姿股份	9.55%	9.30%	11.25%	14.56%
日播时尚	19.28%	12.00%	12.86%	12.06%
锦泓集团	5.04%	5.04%	5.30%	5.29%
地素时尚	5.99%	6.08%	5.98%	5.18%
歌力思	11.05%	10.86%	9.83%	10.64%
欣贺股份	3.60%	3.82%	4.06%	4.81%
嘉欣丝绸	4.84%	3.76%	4.08%	4.55%
达利国际	12.33%	11.76%	11.11%	11.85%
算术平均数	8.45%	7.57%	7.96%	8.38%
本公司	4.50%	6.23%	5.93%	5.69%

2017-2019 年度，公司管理费用率低于可比上市公司平均水平，且呈逐年上升趋势，与可比上市公司管理费用率波动趋势存在差异，主要原因系：

①品牌女装类上市公司面向个人消费者，通过在全国范围内广泛设立门店开展销售，由于门店经营管理尤其是异地门店需投入相对较高的人力成本及其他配套管理资源，上述公司管理费用率相对较高。而本公司主要通过销售团队渠道开展业务，门店数量相对较少，且公司主要立足于华东区域，目前仅在杭州市开设直营门店，经营规模与覆盖范围小于品牌女装类上市公司，管理方式以总部集中管理为主，因此管理费用率相对较低。

可比上市公司 2019 年度营业收入以及截至 2019 年末的门店数量情况如下：

单位：万元、家

公司名称	营业收入	门店总数	直营门店数量
安正时尚	243,805.96	1,055	378
太平鸟	792,762.41	4,496	1,633
朗姿股份[注 1]	151,205.73	594	463
地素时尚	237,841.65	1,104	380
日播时尚	111,438.78	870	223
歌力思	261,259.37	600	325
锦泓集团	291,302.24	1,459	1,352
欣贺股份	196,520.98	550	438

单位：万元、家

公司名称	营业收入	门店总数	直营门店数量
嘉欣丝绸	343,846.59	依托门店销售自有品牌规模较小，未披露门店数量	
达利国际	293,071.00		
算术平均数	292,305.47	1,341	649
本公司[注 2]	72,243.53	40	2

注 1：朗姿股份同时经营品牌女装、婴童服饰及医美业务，此处营业收入与门店数量仅包含品牌女装相关业务；

注 2：欣贺股份门店数量为其招股说明书披露的截至 2020 年 6 月 30 日口径。其他可比上市公司仅在年度报告中披露门店数量，为与可比上市公司保持口径一致，本公司门店数量为 2019 年末口径。2020 年 6 月末，本公司门店数量为 44 家，其中直营门店为 3 家。

②近年来，公司出于加强内部管理的考虑，在重要岗位上引入了经验丰富的中、高层管理人才，管理费用率逐年提升，逐渐接近于可比上市公司平均水平。

2020 年 1-6 月，公司管理费用率较上年下降 1.73%，管理费用率波动趋势与可比上市公司存在差异，主要原因系：公司为应对突发疫情而组织开展口罩业务，未针对口罩业务投入单独的管理资源。公司当期口罩业务销售情况较好，营业收入基数较高，因此管理费用率有所下降。扣除口罩业务收入后，2020 年 1-6 月，公司管理费用率为 8.11%，较上年增加 1.88%，扣除口罩业务后管理费用率波动趋势与可比上市公司一致。

3、研发费用

（1）研发费用构成

报告期内，公司研发费用的构成情况如下：

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
工资薪金支出	838.06	56.68%	1,622.17	49.78%	1,389.24	42.46%	1,295.86	43.26%
直接投入	331.37	22.41%	1,120.40	34.38%	1,381.31	42.21%	1,302.36	43.48%
折旧与费用摊销	109.88	7.43%	235.48	7.23%	194.93	5.96%	205.78	6.87%
其他费用	125.45	8.48%	207.43	6.37%	172.96	5.29%	155.08	5.18%
委托外部研发费	73.88	5.00%	73.14	2.24%	133.66	4.08%	36.57	1.22%
合　计	**1,478.64**	**100.00%**	**3,258.63**	**100.00%**	**3,272.10**	**100.00%**	**2,995.64**	**100.00%**
占营业收入的比例		**3.82%**		**4.47%**		**4.35%**		**4.20%**

报告期内，公司研发费用金额分别为 2,995.64 万元、3,272.10 万元、3,258.63 万元和 1,478.64 万元，研发费用率分别为 4.20%、4.35%、4.47%和 3.82%。报告期内，公司研发费用率呈上升趋势，主要系公司自成立以来一直注重新产品、新技术的研发创新，加大对丝绸文化创意品设计、丝绸产品质量标准、数码印花生产工艺等方面的研发投入，以不断提高产品品质，提升品牌的市场认可度。

①工资薪金支出

报告期内，公司研发人员薪酬总额及平均薪酬情况如下：

单位：万元

项　目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
计入研发费用的薪酬总额	838.06	1,622.17	1,389.24	1,295.86
研发人员数量	110	93	97	85
研发人员平均薪酬	7.62	17.44	14.32	15.25

公司研发人员主要包括花型设计人员、产品开发人员和技术人员等，2017-2019 年度呈现先增长后下降的趋势，作为销售前台部门的辅助部门，与对应期间销售人员的变动趋势保持一致。2020 年上半年，公司丝绸纺织制品业务整合，为进一步完善数码印花技术的开发和应用，万事利数码增加了研发人员。

公司研发人员薪酬由基本工资、岗位工资、绩效工资、补贴、研发提成及年终奖金等部分组成，其中研发提成主要系以设计产品的销售回款金额为核算标准的设计师奖励。2018 年度，公司当期丝绸文化创意品业务新增研发人员数量较多，新增人员绩效工资和年终奖金相对较少，导致当年度研发人员平均薪酬小幅下降，扣除该部分新增研发人员的影响后，2018 年度研发人员平均薪酬为 14.97 万元，较 2017 年度研发人员平均薪酬下降 1.82%，变动幅度较小。2020 年 1-6 月，受新冠肺炎疫情影响，部分研发项目有所停滞，研发人员绩效工资有所下降。

报告期内，公司研发人员平均薪酬水平与可比上市公司比较如下：

单位：万元

项　目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
安正时尚	未披露	14.78	15.22	14.90
太平鸟	未披露	10.00	12.05	9.22
朗姿股份	未披露	19.44	16.99	16.43

单位：万元

项　目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
地素时尚	未披露	22.44	20.35	未披露
日播时尚	未披露	15.56	12.63	9.89
歌力思	未披露	18.41	19.66	21.40
锦泓集团	未披露	13.83	9.11	7.32
欣贺股份	5.57	未披露	未披露	未披露
嘉欣丝绸	未披露	7.62	6.27	5.35
算术平均数	5.57	15.26	14.04	12.07
本公司	7.62	17.44	14.32	15.25

2017-2019 年度，公司研发人员平均薪酬水平与同地区全社会单位在岗职工平均工资水平、相似工种工资指导价位中位数比较如下：

单位：万元

项　目	2019 年度	2018 年度	2017 年度
杭州市全社会单位在岗职工年平均工资	8.20	7.37	6.70
杭州市纺织服装工程技术人员工资指导价位中位数	6.29	5.29	5.54
杭州市工艺美术与创意设计人员工资指导价位中位数	9.08	9.53	9.75
本公司	17.44	14.32	15.25

注：杭州市全社会单位在岗职工年平均工资来源于杭州市人民政府官方网站：http://www.hangzhou.gov.cn/；

杭州市相似工种指导价位中位数来源于杭州市人力资源与社会保障局官方网站：http://hrss.hangzhou.gov.cn

2017-2019 年度，公司研发人员平均薪酬水平介于可比上市公司之间，与可比上市公司不存在重大差异，但高于同地区公司平均水平，主要原因系：报告期内，公司主要凭借生产技术与产品创新取得竞争优势，在技术创新与产品设计等研发领域持续投入，对研发人员专业能力要求较高，因此其平均薪酬高于同地区水平。

②直接投入

公司丝绸文化创意品研发方向主要为成品设计及样品测试，直接投入领料主要系丝巾围巾相关材料、家纺相关材料、服装相关材料等；丝绸纺织制品研发方向主要为工艺改造及材料研究，领料主要系白坯、色坯、丝麻绸等丝绸面料及相关染料。报告期内，公司研发费用中直接投入具体内容如下：

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
丝绸面料	246.83	74.49%	705.33	62.95%	845.63	61.22%	832.10	63.89%
丝巾围巾相关材料	23.41	7.06%	196.61	17.55%	291.63	21.11%	204.48	15.70%
助剂染化料	24.29	7.33%	91.92	8.20%	102.69	7.43%	127.00	9.75%
家纺相关材料	11.16	3.37%	30.64	2.73%	51.07	3.70%	72.86	5.59%
服装相关材料	4.10	1.24%	28.42	2.54%	21.48	1.56%	23.43	1.80%
其他辅料	1.66	0.50%	10.30	0.92%	20.20	1.46%	6.93	0.53%
打样费	19.91	6.01%	57.18	5.10%	48.60	3.52%	35.55	2.73%
合　计	**331.37**	**100.00%**	**1,120.40**	**100.00%**	**1,381.31**	**100.00%**	**1,302.36**	**100.00%**

2019 年度，公司研发费用直接投入金额较上年下降 260.91 万元，主要原因系：

①各年度研发项目差异。公司 2017-2018 年度主要以传统研发项目为主，需领用原材料、产成品进行打样与检测，并与客户沟通花型与样式设计，因此直接投入中各年领料金额较高。2019 年度，公司研发重心转向基于人工智能的丝巾设计应用研究及数据库建设等项目，对于配合测试和反馈的产品消耗量下降，相应材料领用部分减少；

②随着研发经验的积累和生产工艺水平的不断提高，公司不断优化研发流程，产品研发更加有针对性，研发效率稳定，材料有效利用程度不断提高，材料领用部分减少。

2020 年 1-6 月，受新冠肺炎疫情影响，公司 2020 年初部分研发项目有所停滞，2-3 月研发领料金额较少，当期研发费用直接投入金额为 331.37 万元。

（2）主要研发项目情况

截至 2020 年 6 月 30 日，公司仍在持续研发中的项目（已投入金额超过 50 万元），以及报告期内研发支出金额超过 200 万元的项目明细如下：

单位：万元

研发项目名称	整体预算金额	研发费用金额				项目进度
		2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度	

单位：万元

研发项目名称	整体预算金额	研发费用金额				项目进度
		2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度	
数码印花标准色卡及其数据库系统的设计与研发	750.00	64.45	242.90	341.99	-	持续研发中
数码印花生产在线疵点监测及其设备改造	500.00	61.85	100.88	112.79	-	持续研发中
无绉印水洗机智能化改造	300.00	1.25	126.10	74.09	-	持续研发中
基于人工智能的丝巾设计应用研究及数据库建设	1,000.00	127.63	221.25	-	-	持续研发中
特种桑蚕茧丝面料的开发与应用	300.00	38.04	140.27	-	-	持续研发中
丝/毛交织物脱胶工艺关键技术研究	150.00	29.52	115.50	-	-	持续研发中
传统网印与数码定位印花技术结合印花技术开发与研究	450.00	87.03	107.17	-	-	持续研发中
薄料数码双面异色印花技术及其产品开发	240.00	38.50	96.51	-	-	持续研发中
基于相变温控方向和变色功能性真丝面料产品的关键技术开发	200.00	30.85	42.32	-	-	持续研发中
集约化智能喷印系统的开发与应用	300.00	60.42	72.32	-	-	持续研发中
蚕丝蛋白提取在美妆应用领域的深层研究	351.00	0.42	89.79	-	-	持续研发中
丝绸产品在洗涤维护上的功能性整理研究	196.00	9.24	73.42	-	-	持续研发中
数码印花车间智能化改造技术	500.00	-	-	-	449.52	已完成
数码双面印花技术应用与研究	600.00	-	98.73	164.46	175.08	已完成
数码渗透印花关键技术研发	600.00	-	-	229.13	182.84	已完成
新型壮锦面料的研发及其应用	500.00	-	221.24	262.40	-	已完成
仿缂丝面料的研发及其在服装服饰上的应用	500.00	-	217.51	266.70	-	已完成
内暖真丝交织面料的开发研究	240.00	-	28.21	195.13	117.04	已完成
传统文化元素与非遗技艺在现代礼品设计中的创新运用	420.00	-	-	317.50	-	已完成
旅游文化特色元素在丝绸产品及包装中的设计与研发	380.00	-	-	259.10	-	已完成
丝绸技艺在家纺产品中的应用与研究	280.00	-	-	262.26	-	已完成
基于小分子蚕丝蛋白水解提取技术的高端化妆品	360.00	-	-	177.27	-	已完成

单位：万元

研发项目名称	整体预算金额	研发费用金额				项目进度
		2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度	
“两厢丝守”多功能婚庆套装的开发研究	260.40	-	-	0.41	210.31	已完成
研发定位提花和定位印花技术双面异色的产品	500.00	189.01	-	-	-	持续研发中
丝制材料在抗菌功能产品应用的研究与开发	480.00	117.35	-	-	-	持续研发中
生态免水洗数码印花工艺研究	500.00	81.73	-	-	-	持续研发中
数码印花的个性化定制工艺开发	400.00	60.40	-	-	-	持续研发中
数码无水印花技术在香云纱上的应用	300.00	59.87	-	-	-	持续研发中
新时代城市礼产品的开发与研究	150.00	53.66	-	-	-	持续研发中
合计	**11,707.40**	**1,111.22**	**1,994.11**	**2,663.22**	**1,134.78**	/
研发费用总额	/	1,478.64	3,258.63	3,272.10	2,995.64	/
占比	/	75.15%	61.19%	81.39%	37.88%	/

（3）研发费用率与可比上市公司比较

报告期内，公司研发费用率与可比上市公司对比情况如下：

公司名称	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
安正时尚	3.12%	3.30%	4.52%	4.91%
太平鸟	1.37%	1.37%	1.46%	4.40%
朗姿股份	2.98%	3.44%	3.11%	3.40%
日播时尚	4.13%	3.67%	3.61%	0.79%
锦泓集团	3.52%	3.26%	3.37%	3.66%
地素时尚	2.76%	2.73%	2.77%	2.72%
歌力思	3.38%	3.51%	3.26%	4.01%
欣贺股份	3.37%	3.37%	3.69%	4.12%
嘉欣丝绸	1.77%	1.25%	1.12%	1.13%
达利国际	未披露	1.29%	2.57%	2.89%
算术平均数	2.93%	2.72%	2.95%	3.20%
本公司	3.82%	4.47%	4.35%	4.20%

报告期内，公司研发费用率高于可比上市公司平均水平，主要原因系：①可

比上市公司中，品牌女装类上市公司以设计环节为主，但女装产品主要凭借款式设计取得竞争优势，所蕴含的技术价值相对较低，因此研发投入占收入比重也相对较低。而公司丝绸文化创意品同样专注于产业链中附加值较高的研发设计，在丝绸文化创意品文化元素研究与设计、蚕丝生物材料改进与应用，丝绸技艺传承与开发等方面持续投入，凭借新技术、新产品取得市场竞争优势，因此研发费用率高于品牌女装类上市公司；②可比上市公司中，嘉欣丝绸、达利国际主要以完整产业链条和产业规模取得竞争优势，其营业收入基数较高，因此研发费用占比较低。而公司丝绸纺织制品则融合了数码印花色彩管理技术和双面数码印花工艺等公司核心技术、工艺优势，凭借生产技术创新提升公司产品品质，进而取得市场竞争优势，因此研发费用率高于丝绸纺织制品的可比上市公司。

（4）公司研发费用计算口径、核算方法、会计处理

①研发费用计算口径

公司研发费用主要归集为以下五类：

A、工资薪金支出，核算公司从事研发活动人员的工资薪金、福利费、社会保险费及住房公积金费用。

B、直接投入，核算研发活动直接消耗的原材料及库存商品。

C、折旧与费用摊销，核算用于研发活动的机器设备折旧费用、软件摊销费用。

D、委外加工费用，核算研发活动中公司委托外部机构进行研发活动所发生的费用。

E、其他费用，核算除上述费用外与研发费用直接相关的费用，如房租费用、研发人员差旅、会议等相关费用。

②研发费用核算方法

公司研发费用包括直接和间接用于研究开发活动所发生的各项费用支出。公司研发项目通过立项审批后，与该项目相关的研发人员薪酬、产生的相关采购领料订单即按照该项目口径进行归集。公司发生的研发费用均系费用化的研发费用。研发费用不同明细项目的核算方法具体如下：

A、工资薪金费用支出由财务部每月根据人力资源部提供的研发项目组成员出勤及考核结果，复核职工薪酬无误后，据实核算各项目薪酬支出。

B、直接投入由各项目人员通过供应链系统申请领用单据，财务部每月统一根据出库领料单及供应链系统中系统数据对直接投入部分进行汇总入账。

C、折旧与费用摊销根据研发部门实际使用资产情况进行统计，系统按月自动计算，将与研发活动相关的分摊费用计入研发费用。

D、委外加工费用系各部门根据研发项目实际需求委托外部研究机构协助研发，申请审批通过后签订相关合同，财务部每月根据合同约定及委外研究项目履约进度对有关费用计入研发费用对应科目。

E、其他费用中房租、物业等费用系财务根据合同按月分摊入账，其他如办公、差旅等相关费用按照公司有关报销规定，以报销人员所属研发项目及部门的实际情况审批报销，计入相应研发费用科目。

③研发费用会计处理

公司严格按照《企业会计准则第 6 号——无形资产》及《研发费用加计扣除政策执行指引》有关规定对于报告期内公司研发活动成果进行评估，将内部研究开发项目的支出区分为研究阶段支出和开发阶段支出。研究阶段的支出，于发生时计入当期损益；开发阶段的支出，需满足资本化条件时才能予以资本化。根据评估的研发成果，公司将报告期内的研发支出全部费用化，不存在资本化情形。

4、财务费用

报告期内，公司财务费用的构成情况如下：

单位：万元

项　目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
利息收入	-236.62	-225.50	-44.94	-97.34
利息支出	-	-	-	82.22
汇兑损益	-28.63	-42.85	-63.40	164.69
手续费	29.62	60.31	48.56	63.24
合　计	**-235.64**	**-208.04**	**-59.78**	**212.81**

报告期内，公司财务费用金额分别为 212.81 万元、-59.78 万元、-208.04 万元和-235.64 万元，财务费用逐年下降，主要原因系：经过多年的经营积累，公司货币资金余额逐年增加，利息支出净额为负且逐年降低。报告期内，公司汇兑损益主要系汇率变动幅度较大，外销应收预收款项余额变动导致。

（六）其他项目分析

1、投资收益

2017-2019 年度，公司的投资损失分别为 0 万元、11.90 万元和 13.68 万元，2018 年度和 2019 年度，公司投资损失主要为参股公司布调科技按权益法核算的长期股权投资损失。2020 年 1-6 月，公司的投资收益为 12.26 万元，主要为处置子公司股权取得的投资收益 9.50 万元，以及公司当期从事茧丝大宗商品交易取得的投资收益 3.81 万元。

2、其他收益

报告期内，公司的其他收益主要是与公司日常经营活动相关的政府补助，按照经济业务实质，计入其他收益。具体情况如下：

单位：万元

项　目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
与资产相关的政府补助	14.08	36.50	26.50	26.50
与收益相关的政府补助	200.05	833.42	352.03	718.77
其他	0.78	-	23.50	2.90
合　计	**214.92**	**869.92**	**402.03**	**748.17**

（1）与收益相关的政府补助

单位：万元

期间	补助项目	金额	发文单位	文件号
2020 年 1-6 月	衢州市开化县经济和信息化局 2019 年度茧丝绸专项资金	105.14	开化县财政局、开化县经济和信息化局	开财企〔2020〕12 号
	失业保险稳岗返还	26.52	杭州市人力社保局、武汉市失业保险管理办公室	/
	杭州市江干区科技局高新研发中心国高雏鹰补助、创新创优奖励	25.80	杭州市江干区科学技术局	杭科高〔2019〕124 号

单位：万元

期间	补助项目	金额	发文单位	文件号
	拉萨市堆龙德庆区工业和信息化局企业扶持资金	24.00	堆龙德庆区工信局	/
	杭州市笕桥街道办事处2019年度杭州专利示范企业补助	10.00	杭州市市场监督管理局、杭州市财政局	/
	第二届长三角文博会参展补贴	3.00	中共杭州市委宣传部	市宣通〔2019〕63号
	其他	6.19	/	/
	合　计	**200.65**		
2019年度	杭州市人民政府社保返还	306.63	杭州市人民政府	杭政函〔2019〕19号
	杭州市笕桥街道2018年度产业扶持政策资金	223.00	杭州市江干区财政局、杭州市江干区文化创意产业办公室、杭州市江干区发展改革和经济信息化局、杭州市江干区科学技术局、杭州市江干区住房和城市建设局、杭州市江干区商务局、杭州市江干区人民政府金融工作办公室、杭州市江干区投资促进局	江财发〔2019〕23号
	杭州市江干区财政局十二批国家高层次人才江干区配套补助	150.00	杭州市江干区人力资源和社会保障局、杭州市江干区财政局	江人社〔2019〕40号
	衢州市开化县经济和信息化局2018年度茧丝绸专项资金	49.45	开化县财政局、开化县经济和信息化局	开财企〔2019〕18号
	杭州市江干区财政局2018年度十大特色潜力行业项目资金	37.50	杭州市江干区财政局、杭州市江干区文化和广电旅游体育局	江财发〔2019〕136号
	杭州市笕桥街道2018年度江干区优秀企业奖励	32.60	中国共产党杭州市江干区委员会、杭州市江干区人民政府	江委〔2019〕14号
	杭州市江干区财政局、商务局2017、2018年度省、市商务发展切块资金	10.00	杭州市江干区财政局、杭州市江干区商务局	江财发〔2019〕135号
	杭州市江干区财政局2019年度第二批商务发展（外贸）财政专项资金	8.53	杭州市财政局、杭州市商务局	杭财企〔2019〕51号
	杭州市笕桥街道高层次人才创新补助	4.00	杭州市江干区人力资源和社会保障局、杭州市江干区财政局	江人社〔2019〕25号
	杭州市就业管理服务局大学生见习补贴	3.11	杭州市就业服务中心	/

单位：万元

期间	补助项目	金额	发文单位	文件号
	杭州市钱塘新区经发科技局兑现 2018 年度各类政策资助	3.00	杭州钱塘新区经发科技局、杭州钱塘新区财政金融局	钱塘经科〔2019〕71 号
	杭州市江干区财政局长三角文博会参展企业展览补贴	2.70	中共杭州市委宣传部、杭州市财政局、杭州市文化创意产业办公室	市宣通〔2019〕29 号
	杭州市财政局 2018 年度污染源自动监控设备建设与运行补助资金	2.10	杭州市财政局、杭州市环境保护局	杭财建〔2018〕99 号
	其他	1.40	/	/
	合 计	**834.02**		
2018 年度	杭州市江干区财政局 2017 年度产业扶持政策资金	138.00	杭州市江干区财政局	江财发〔2018〕26 号
	杭州市江干区财政局 2017 年度江干区优秀企业等表彰奖励资金	61.05	杭州市江干区财政局	江财发〔2018〕19 号
	杭州市笕桥街道 2016 年一次性引才资助	60.00	杭州市江干区财政局、杭州市江干区人力资源和社会保障局	江财发 2018（2）号
	杭州市江干区财政局 2017 年第三批省工业和信息化发展专项资金	40.00	杭州市江干区财政局、杭州市江干区发展改革和经济局	江财发〔2018〕42 号
	杭州市江干区财政局 2017 年度中央外经贸发展专项资金	31.00	杭州市财政局、杭州市经济和信息化委员会	杭财企〔2017〕87 号
	杭州市就业管理服务局大学生见习补贴	6.64	杭州市就业管理服务局	/
	杭州经济技术开发区 2017 年度进一步深化改革创新加快转型跨越发展政策奖励	5.00	杭州经济技术开发区管理委员会	杭经开管发[2018]165 号
	杭州市财政局 2018 年中央外经贸发展专项资金	4.10	杭州市财政局、杭州市商务委员会	杭财企〔2018〕62 号
	其他	6.24	/	/
	合 计	**352.03**	**/**	**/**
2017 年度	杭州市笕桥街道 2016 年度经济发展财政综合资助	173.00	杭州市江干区财政局	江财发〔2017〕27 号
	杭州市江干区财政局十二批国家高层次人才江干区配套补助	150.00	杭州市江干区财政局	中共杭州市江干区委人才工作领导小组〔2017〕1 号
	杭州市江干区财政局 2017 年省级科技型中小企业扶持和科技发展专项	100.00	浙江省财政厅	浙财教〔2016〕100 号

单位：万元

期间	补助项目	金额	发文单位	文件号
	资金			
	杭州市笕桥街道重点文化企业项目奖励	80.00	杭州市江干区人民政府笕桥街道办事处	笕桥街道党政综合办公室〔2017〕12 号
	杭州市江干区财政局 2016 年省市工业和信息化发展财政专项资金	78.00	杭州市江干区财政局、杭州市江干区发展改革和经济局	江财发〔2017〕33 号
	杭州市江干区财政局 2017 年杭州市国省科技项目配套补助	45.00	杭州市财政局、杭州市科学技术委员会	杭科计〔2017〕191 号、杭财教会〔2017〕173 号
	杭州市江干区财政局 2016 年度市级商务及旅游发展财政专项资金	23.00	杭州市江干区财政局、杭州市江干区商务局	江财发〔2017〕58 号
	杭州市四季青街道 2016 年度经济发展财政综合资助	22.00	杭州市江干区人民政府四季青街道办事处	/
	杭州市笕桥街道 2016 年度江干区经济工作会议表彰奖励	15.47	杭州市江干区财政局	江财发〔2017〕19 号
	杭州市科技局 2017 年国家、省、市科技类项目区级配套资助	12.00	杭州市江干区财政局、杭州市江干区科学技术局	江财发〔2017〕86 号
	地方水利建设基金返还	9.36	杭州市地方税务局江干税务分局、鄞州区减轻企业负担和特困企业处置工作领导小组办公室	杭地税江[2017]7 号、鄞企业减负〔2017〕5 号
	杭州市就业管理服务局稳定岗位补贴	6.27	杭州市就业管理服务局	/
	杭州经济开发区财政局 2016 年省市工业和信息化发展财政专项资金	5.00	杭州经济技术开发区经济发展局、杭州经济技术开发区财政局	杭经开经〔2017〕37 号
	其他	9.03	/	/
	合 计	**728.13**	**/**	**/**

（2）与资产相关的政府补助

单位：万元

年份	补助项目	金额	发文单位	文件号
2013 年	无污水丝绸数码印花技术织物技术改造项目	795.00	国家发展和改革委员会、工业和信息化部	发改投资〔2013〕1120 号
2019 年	省级循环化改造示范试点园区重点项目专项资金	50.00	杭州钱塘新区经发科技局、杭州钱塘新区财政金	钱塘经科〔2019〕3 号

单位：万元

年份	补助项目	金额	发文单位	文件号
			融局	

3、营业外收入和营业外支出

（1）营业外收入

单位：万元

项　目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
非流动资产损毁报废利得	1.11	0.87	-	-
政府补助	0.60	0.60	-	9.36
无需支付款项	19.80	95.96	-	9.08
其他	4.64	4.54	0.13	36.04
合　计	**26.14**	**101.97**	**0.13**	**54.48**

报告期内，公司营业外收入中无需支付款项主要为核销长期挂账的应付款项和预收款项。2019 年度，该项目金额较高，系当期将客户长期挂账的预收账款结转至营业外收入所致。

（2）营业外支出

单位：万元

项　目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
非流动资产毁损报废损失	6.63	18.60	1.49	3.49
赔款支出	-	24.91	4.24	2.00
地方水利建设基金	0.01	0.10	0.34	0.60
滞纳金支出	0.00	0.43	1.06	397.17
罚款支出	1.50	0.04	0.06	0.10
捐赠支出	64.70	/	/	/
其他	15.63	55.02	28.17	1.22
合　计	**88.46**	**99.10**	**35.36**	**404.56**

2017 年度，公司营业外支出金额较高，主要系公司当年补缴以前年度税款等支付的税收滞纳金。上述事项参见本招股说明书第七节之“一、（六）3、利用个人账户对外收付款项”。

（七）税项分析

1、报告期内公司纳税情况

报告期内，公司主要税种应缴税额与实缴税额明细如下：

单位：万元

项　目	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	应缴税额	实缴税额	应缴税额	实缴税额	应缴税额	实缴税额	应缴税额	实缴税额
增值税	1,986.84	3,141.92	3,420.28	3,952.28	4,040.63	3,176.70	2,949.62	3,289.44
企业所得税	755.75	305.22	1,293.05	891.26	718.38	1,149.44	982.03	1,007.76
城市维护建设税	147.49	174.73	233.22	264.97	294.74	254.27	246.31	243.07
教育费附加	63.14	74.77	99.70	113.38	126.18	108.81	104.84	94.38
地方教育附加	42.10	49.81	66.39	75.30	83.59	72.22	69.80	62.71
房产税	32.29	35.91	63.08	61.96	66.57	78.88	62.08	64.76
印花税	11.47	12.63	15.32	15.64	18.45	17.86	21.28	20.88

2、所得税费用与利润总额的关系

（1）所得税费用明细

报告期内，公司所得税费用明细如下：

单位：万元

项　目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
所得税费用	526.56	840.10	657.03	985.62
其中：当期所得税费用	755.75	937.85	685.32	981.11
递延所得税费用	-229.19	-97.75	-28.28	4.52

（2）利润总额与所得税费用调整过程

单位：万元

项　目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
利润总额	4,251.48	6,773.56	5,658.46	6,797.04
按母公司税率计算的所得税费用	637.72	1,016.03	848.77	1,019.56
子公司适用不同税率的影响	120.89	-30.60	-80.39	-32.99
不征税收入和免税收入的影响	0.26	3.42	2.97	-
不可抵扣的成本、费用和损失的影响	14.85	82.60	31.96	89.68
使用前期未确认递延所得税资产的可抵扣亏损的影响	-258.73	-96.57	-51.97	-0.00
本期未确认递延所得税资产的可抵扣暂时性差异或可抵扣亏	216.03	252.87	220.71	93.71

单位：万元

项　目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
损的影响				
研发费用加计扣除的影响	-204.46	-387.66	-315.02	-184.33
所得税费用	526.56	840.10	657.03	985.62

公司主要纳税调整事项包括未经税务局核准的坏账准备、业务招待费税后列支部分、不能税前列支的个人所得税滞纳金等永久性差异、研发费用加计扣除、子公司利润总额中用以弥补以前年度亏损，以及子公司未确认递延所得税资产的可抵扣亏损等。

3、最近三年税收政策变化及对公司的影响

报告期内，公司及合并范围内子公司享受的税收优惠政策情况参见本节之“七、发行人执行的税收政策和主要税种”。

十四、资产质量分析

报告期内，公司资产结构情况如下：

单位：万元

项　目	2020 年 6 月末		2019 年末		2018 年末		2017 年末	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
流动资产	46,181.70	75.44%	57,027.39	80.78%	50,347.38	78.39%	44,099.56	77.06%
非流动资产	15,030.76	24.56%	13,565.55	19.22%	13,883.32	21.61%	13,124.54	22.94%
资产总计	**61,212.47**	**100.00%**	**70,592.93**	**100.00%**	**64,230.70**	**100.00%**	**57,224.10**	**100.00%**

公司资产结构相对稳定，以流动资产为主。报告期各期末，公司流动资产占资产总额的比例分别为77.06%、78.39%、80.78%和75.44%。公司流动资产主要由货币资金、应收款项和存货等构成，非流动资产主要为与生产经营相关的机器设备、房屋建筑物等固定资产。报告期内，随着公司生产经营规模的扩大，公司的资产规模逐年增长。

（一）流动资产分析

公司流动资产主要为货币资金、应收账款和存货，上述三项合计金额占流动资产的比例分别为94.40%和95.25%、96.36%和94.46%，资产流动性较强。报告期各期末，公司流动资产的构成情况如下：

单位：万元

项　目	2020 年 6 月末		2019 年末		2018 年末		2017 年末	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
货币资金	21,492.61	46.54%	26,949.04	47.26%	19,204.93	38.14%	13,788.34	31.27%
交易性金融资产	282.89	0.61%	200.00	0.35%	-	-	-	-
应收票据	-	-	-	-	18.56	0.04%	274.22	0.62%
应收款项融资	20.00	0.04%	39.02	0.07%	-	-	-	-
应收账款	9,761.90	21.14%	13,567.26	23.79%	14,060.93	27.93%	13,027.53	29.54%
预付款项	612.95	1.33%	355.17	0.62%	649.45	1.29%	956.47	2.17%
其他应收款	878.70	1.90%	652.77	1.14%	653.17	1.30%	650.21	1.47%
存货	12,369.90	26.79%	14,433.86	25.31%	14,692.29	29.18%	14,811.94	33.59%
其他流动资产	762.75	1.65%	830.27	1.46%	1,068.06	2.12%	590.83	1.34%
合　计	**46,181.70**	**100.00%**	**57,027.39**	**100.00%**	**50,347.38**	**100.00%**	**44,099.56**	**100.00%**

1、货币资金

报告期各期末，公司货币资金构成情况如下：

单位：万元

项　目	2020 年 6 月末		2019 年末		2018 年末		2017 年末	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
库存现金	-	-	1.26	0.00%	1.25	0.01%	23.89	0.17%
银行存款	20,333.10	94.61%	26,236.27	97.36%	18,534.24	96.51%	13,580.89	98.50%
其他货币资金	1,159.50	5.39%	711.51	2.64%	669.44	3.49%	183.56	1.33%
合　计	**21,492.61**	**100.00%**	**26,949.04**	**100.00%**	**19,204.93**	**100.00%**	**13,788.34**	**100.00%**

公司货币资金主要为银行存款。2018年末，公司货币资金余额较上年末上升5,416.58万元，增幅为39.28%；2019年末，公司货币资金余额较上年末增加7,744.11万元，增幅为40.32%：一方面系公司各年经营收益累积，另一方面系公司年末货款催收力度进一步加强，经营活动产生的净现金流入增加。2020年6月末，公司货币资金余额较上年末下降5,456.43万元，降幅为20.25%，主要系公司当期偿付较多经营性应付款项。

公司其他货币资金主要为支付宝账户余额、银行保函保证金和信用证保证金等，自2018年以来，公司其他货币资金增加主要系支付宝账户余额和银行保函保证金增加。

2、交易性金融资产

报告期各期末，公司交易性金融资产构成如下：

单位：万元

项　目	2020 年 6 月末		2019 年末		2018 年末		2017 年末	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
权益工具投资	200.00	70.70%	200.00	100.00%				
衍生金融资产	82.89	29.30%	-	-				
合　计	**282.89**	**100.00%**	**200.00**	**100.00%**				

报告期各期末，公司交易性金融资产中的权益工具投资系公司持有的丰万投资的16.67%股权，账面成本为人民币200万元。2019年度，上述资产根据新金融工具准则的规定重新分类至以公允价值计量且其变动计入当期损益的资产科目，列示于交易性金融资产科目。

2020 年 1-6 月，公司为应对原材料市场价格波动风险从事茧丝大宗商品交易，当期期末相关衍生金融资产余额为 82.89 万元。

3、应收票据、应收款项融资及应收账款

（1）应收票据

报告期各期末，公司应收票据构成情况如下：

单位：万元

项　目	2020 年 6 月末			2019 年末			2018 年末			2017 年末		
	金额	比例	坏账准备	金额	比例	坏账准备	金额	比例	坏账准备	金额	比例	坏账准备
银行承兑汇票	-	-	-	-	-	-	18.56	100.00%	-	134.34	48.99%	-
商业承兑汇票	-	-	-	-	-	-	-	-	-	139.88	51.01%	7.36
合　计	-	-	-	-	-	-	**18.56**	**100.00%**	-	**274.22**	**100.00%**	**7.36**

报告期内，公司通过承兑汇票结算的金额较小。2019年末和2020年6月末，根据《企业会计准则第22号——金融工具确认和计量》，公司将收到的承兑汇票分类为按照公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产，计入应收款项融资科目。

截至2020年6月30日，发行人无已背书或贴现且未到期的应收票据。

（2）应收款项融资

截至2020年6月30日，公司应收款项融资科目具体情况如下：

单位：万元

项　目	2020 年 6 月 30 日					
	初始成本	利息调整	应计利息	公允价值变动	账面价值	减值准备
应收票据	20.00				20.00	
合　计	**20.00**				**20.00**	
项　目	**2019 年 12 月 31 日**					
	初始成本	**利息调整**	**应计利息**	**公允价值变动**	**账面价值**	**减值准备**
应收票据	39.02				39.02	
合　计	**39.02**				**39.02**	

截至2019年12月31日，公司存在到期未兑付商业承兑汇票87.23万元，公司已将该等应收票据全额转回应收账款，扣除期后回款10.05万元后全额计提坏账准备。

除上述情形外，公司不存在应收票据因无法到期收回而转为应收账款的情形。

（3）应收账款

①应收账款余额变动分析

报告期各期末，公司应收账款余额与主营业务收入的变动情况如下：

单位：万元

产品类别	项　目	2020 年 6 月末	2019 年末	2018 年末	2017 年末
丝绸文化创意品（自有终端品牌）	应收账款余额	5,336.45	7,315.55	7,219.87	6,223.30
	应收账款余额较上年末余额增幅	-27.05%	1.33%	16.01%	/
	项　目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
	主营业务收入	11,141.00	40,764.45	39,913.93	36,540.21
	主营业务收入增幅	/[注 1]	2.13%	9.23%	/
丝绸纺织制品（非自有	应收账款余额	6,679.04	8,145.32	8,246.82	8,503.61
	应收账款余额较上年末余额增幅	-18.00%	-1.23%	-3.02%	/
	项　目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度

单位：万元

产品类别	项　目	2020 年 6 月末	2019 年末	2018 年末	2017 年末
终端品牌）	主营业务收入	10,108.15	31,479.08	34,367.14	34,165.19
	主营业务收入增幅	/[注 1]	-8.40%	0.59%	/

注 1：根据未审计数据，2020 年 1-6 月，丝绸文化创意品销售收入同比下滑约 39.11%，丝绸纺织制品销售收入同比下滑约 34.94%；

注 2：2020 年 1-6 月，公司部分口罩客户系以前年度丝绸文化创意品和丝绸纺织制品常规业务的客户，应收账款余额无法拆分。口罩多以先款后货或现款现货方式结算，期末公司应收账款余额中，仅在当期发生口罩业务往来的客户应收账款合计 113.82 万元，其中，万事利丝绸应收账款 17.92 万元合并入丝绸文化创意品进行统计，万事利科技和万事利数码应收账款 95.90 万元归入丝绸纺织制品统计。下同。

2018 年末，公司丝绸文化创意品应收账款余额较上年末增长 16.01%，增幅大于主营业务收入的增幅，主要原因系：2018 年年末，客户福粒科技向公司采购定制围巾等产品共计 630.20 万元（含税）。截至 2018 年末，针对该客户的应收款项仍有 500.45 万元未收回，剔除该客户影响后，2018 年末公司丝绸文化创意品应收账款较上年末增长 7.97%，增幅与主营业务收入增幅基本匹配。2019 年末，丝绸文化创意品应收账款余额较上年末增长 1.33%，剔除 2018 年末客户福粒科技的影响后，增长幅度为 8.87%，高于主营业务收入增长幅度，主要原因系 2019 年经销商及加盟商收入较 2018 年增长 15.25%，导致 2019 年末应收经销商及加盟商款项较 2018 年末增长 18.65%。2020 年 6 月 30 日公司丝绸文化创意品应收账款较 2019 年末下降 27.05%，主要原因系 2020 年上半年受新冠肺炎疫情影响，丝绸文化创意品营业收入有所下降。

2018年末,公司丝绸纺织制品应收账款余额较上年末下降3.02%，而同期收入较上年增长0.59%，主要原因系：公司于2018年度核销应收账款540.80万元，剔除该影响后，2018年末应收账款余额增幅为3.34%，增幅高于主营业务收入增幅，主要系2018年12月销售收入占全年收入比重达到14.80%，而2017年12月销售收入占比为11.86%。12月份收入的增长导致年末应收账款余额相应增长。2019年末，丝绸纺织制品应收账款余额较上年末下降1.23%，考虑2018年度应收账款核销事项影响后，2019年末公司丝绸纺织制品应收账款余额降幅为7.31%，降幅与主营业务收入降幅接近。2020年6月末公司丝绸纺织制品应收账款余额较上年末下降18.00%，主要系2020年上半年受新冠肺炎疫情影响，丝绸纺织制品营业收入有所下降。

②应收账款构成分析

2017-2018年，公司依据《企业会计准则第22号—金融工具确认和计量（2006）》制定坏账准备计提政策，应收账款按照坏账准备计提方式主要分为单项金额虽不重大但单项计提坏账准备、按信用风险特征组合计提坏账准备的应收账款的应收账款两类。2019-2020年6月，公司执行《企业会计准则第22号——金融工具确认和计量（2017年修订）》，以单项金融工具或金融工具组合为基础评估预期信用风险和计量预期信用损失。应收账款主要分为单项计提坏账准备的应收账款、按组合计提坏账准备的应收账款两类。报告期各期末，对于单项计提坏账准备的应收账款，公司通常对预计存在可收回性风险的应收账款单独进行减值测试，根据其未来现金流量现值低于其账面价值的差额计提坏账准备、对于按组合计提坏账准备的应收账款，公司通常对期末应收账款进行账龄分析，并根据各账龄段确定的预计损失率计提坏账。

除港股上市公司达利国际外，其余可比上市公司均采取单项计提坏账准备以及按信用风险组合计提坏账准备两种计提方式，并按照上述计提方式对应收账款进行分类披露。公司应收账款坏账准备计提政策、披露方式与可比上市公司不存在重大差异，应收账款坏账准备计提政策比较情况参见招股说明书本节之“十四、（一）3、⑥坏账准备计提政策分析”。

报告期各期末，公司应收账款构成情况如下：

单位：万元

项　目	2020 年 6 月末		
	账面余额	比例（%）	坏账准备
单项计提坏账准备	1,290.46	10.74	770.22
按组合计提坏账准备	10,725.04	89.26	1,483.38
合　计	**12,015.50**	**100.00**	**2,253.60**
项　目	**2019 年末**		
	账面余额	**比例（%）**	**坏账准备**
单项计提坏账准备	363.10	2.35	353.05
按组合计提坏账准备	15,097.77	97.65	1,540.56
合　计	**15,460.87**	**100.00**	**1,893.62**
项　目	**2018 年末**		

	账面余额	比例（%）	坏账准备
单项金额不重大但单项计提坏账准备	-	-	-
按信用风险特征组合计提坏账准备	15,466.68	100.00	1,405.76
合　计	**15,466.68**	**100.00**	**1,405.76**
项　目	**2017 年末**		
	账面余额	**比例（%）**	**坏账准备**
单项金额不重大但单项计提坏账准备	619.12	4.20	410.05
按信用风险特征组合计提坏账准备	14,107.79	95.80	1,289.33
合　计	**14,726.91**	**100.00**	**1,699.38**

③采用按组合计提坏账准备的应收账款

A、采用按组合计提坏账准备的应收账款账龄情况

报告期各期末，公司采用按组合计提坏账准备的应收账款账龄情况如下：

单位：万元

项　目	**2020 年 6 月末**		
	账面余额	**比例**	**坏账准备**
1 年以内	8,720.28	81.31%	436.01
1-2 年	796.31	7.42%	159.26
2-3 年	640.69	5.97%	320.34
3 年以上	567.76	5.29%	567.76
合　计	**10,725.04**	**100.00%**	**1,483.38**
项　目	**2019 年末**		
	账面余额	**比例**	**坏账准备**
1 年以内	13,252.32	87.78%	662.62
1-2 年	871.05	5.77%	174.21
2-3 年	541.33	3.59%	270.66
3 年以上	433.07	2.87%	433.07
合　计	**15,097.77**	**100.00%**	**1,540.56**
项　目	**2018 年末**		
	账面余额	**比例**	**坏账准备**
1 年以内	13,536.32	87.52%	676.82
1-2 年	1,152.38	7.45%	230.48

2-3 年	559.05	3.61%	279.52
3 年以上	218.94	1.42%	218.94
合　计	**15,466.68**	**100.00%**	**1,405.76**
项　目	**2017 年末**		
	账面余额	**比例**	**坏账准备**
1 年以内	12,570.05	89.10%	628.50
1-2 年	952.38	6.75%	190.48
2-3 年	230.02	1.63%	115.01
3 年以上	355.34	2.52%	355.34
合　计	**14,107.79**	**100.00%**	**1,289.33**

公司采用按组合计提坏账准备的应收账款账龄较短，80%以上应收账款账龄在1年以内。考虑采取单项计提方式计提坏账准备的应收账款账龄情况后，报告期各期末，账龄在1年以内应收账款占比仍超过80%。报告期内，公司应收账款质量较好，应收账款发生坏账损失的风险较小。

B、丝绸文化创意品**（自有终端品牌）**应收账款账龄情况及与可比上市公司比较

报告期各期末，公司丝绸文化创意品应收账款账龄以1年以内的应收账款为主，具体账龄情况如下：

单位：万元

项　目	2020 年 6 月末		2019 年 12 月末		2018 年 12 月末		2017 年 12 月末	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
1 年以内	3,808.61	71.37%	5,975.41	81.68%	5,736.64	79.46%	5,195.58	83.49%
1-2 年	562.36	10.54%	663.20	9.07%	997.80	13.82%	664.54	10.68%
2-3 年	640.35	12.00%	537.84	7.35%	329.10	4.56%	190.56	3.06%
3 年以上	325.13	6.09%	139.11	1.90%	156.33	2.17%	172.62	2.77%
合　计	**5,336.45**	**100.00%**	**7,315.55**	**100.00%**	**7,219.87**	**100.00%**	**6,223.30**	**100.00%**

2017-2019年各年末，公司丝绸文化创意品应收账款账龄结构与可比上市公司比较如下：

公司名称	2019 年末				
	1 年以内	1-2 年	2 年以上	3 年以上	单项计提
安正时尚	96.05%	0.60%	0.07%	0.30%	2.97%

太平鸟	96.38%	2.65%	0.76%	0.02%	0.19%
朗姿股份	81.48%	10.50%	4.21%	3.80%	-
日播时尚	91.74%	2.31%	-	-	5.95%
锦泓集团	97.04%	1.95%	1.01%	-	-
地素时尚	95.84%	0.99%	-	-	3.16%
歌力思	96.44%	0.52%	0.01%	0.02%	3.01%
欣贺股份	99.13%	0.22%	0.01%	0.01%	0.62%
算术平均数	94.26%	2.47%	1.01%	0.83%	2.65%
本公司-丝绸文化创意品	81.68%	9.07%	7.35%	1.90%	-
公司名称	**2018 年末**				
	1 年以内	**1-2 年**	**2 年以上**	**3 年以上**	**单项计提**
安正时尚	98.93%	0.10%	0.28%	0.26%	0.44%
太平鸟	97.90%	1.28%	0.16%	0.09%	0.57%
朗姿股份	84.95%	7.73%	0.98%	5.68%	0.66%
日播时尚	99.97%	0.03%	-	-	-
锦泓集团	98.83%	1.09%	0.07%	-	-
地素时尚	100.00%	-	-	-	-
歌力思	未披露				
欣贺股份	97.79%	1.14%	0.00%	0.00%	1.06%
算术平均数	96.91%	1.90%	0.30%	1.51%	0.68%
本公司-丝绸文化创意品	79.46%	13.82%	4.56%	2.17%	-
公司名称	**2017 年末**				
	1 年以内	**1-2 年**	**2 年以上**	**3 年以上**	**单项计提**
安正时尚	97.63%	0.83%	0.62%	0.34%	0.57%
太平鸟	99.43%	0.27%	0.17%	0.12%	-
朗姿股份	81.05%	14.10%	0.65%	3.55%	0.65%
日播时尚	100.00%	-	-	-	-
锦泓集团	99.69%	0.15%	0.16%	-	-
地素时尚	未披露				
歌力思	97.22%	1.40%	0.71%	0.11%	0.56%
欣贺股份	97.15%	2.37%	0.00%	0.13%	0.36%
算术平均数	96.02%	3.19%	0.39%	0.85%	0.53%
本公司-丝绸文化	83.49%	10.68%	3.06%	2.77%	-

创意品					

公司丝绸文化创意品应收账款中，账龄在1年以上的应收账款占比高于可比上市公司，主要原因系：可比上市公司所经营的品牌女装产品主要面向个人消费需求，开设门店数量较多，门店销售多以现款现货方式结算，长账龄应收账款相对较少。而公司丝绸文化创意品兼具商务需求与个人消费需求，门店销售占比较小，收入主要来源于直销企事业单位客户与分销客户，部分客户存在未按照约定信用期限支付货款的情况，部分应收账款账龄较长。总体而言，公司丝绸文化创意品2017年末及2018年末逾期应收账款在期后收回情况较好，2019年末逾期应收账款占比相对较高，主要系受新冠肺炎疫情影响，部分客户无法正常营业，付款进度有所延迟。公司应收账款账龄情况及与可比上市公司虽存在一定差异，但差异原因具有合理性，公司不存在利用放宽信用政策来维持业务的情形。

C、丝绸纺织制品**（非自有终端品牌）**应收账款账龄情况及与可比上市公司比较

报告期各期末，公司丝绸纺织制品应收账款账龄以1年以内的应收账款为主，具体账龄情况如下：

单位：万元

项　目	2020 年 6 月末		2019 年末		2018 年末		2017 年末	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
1 年以内	4,911.67	73.54%	7,276.91	89.34%	7,799.67	94.58%	7,374.46	86.72%
1-2 年	233.94	3.50%	207.85	2.55%	154.58	1.87%	287.85	3.39%
2-3 年	0.34	0.01%	3.49	0.04%	229.94	2.79%	39.46	0.46%
3 年以上	242.62	3.63%	293.96	3.61%	62.62	0.76%	182.72	2.15%
单项计提	1,290.46	19.32%	363.1	4.46%	-	-	619.12	7.28%
合　计	**6,679.04**	**100.00%**	**8,145.32**	**100.00%**	**8,246.82**	**100.00%**	**8,503.61**	**100.00%**

2017-2019年各年末，丝绸纺织制品应收账款账龄结构与可比上市公司比较如下：

单位：万元

项　目	2020 年 6 月末		2019 年末		2018 年末		2017 年末	
	嘉欣丝绸	本公司	嘉欣丝绸	本公司	嘉欣丝绸	本公司	嘉欣丝绸	本公司
1 年以内	88.38%	73.54%	88.97%	89.34%	95.37%	94.58%	96.15%	86.72%

单位：万元

项　目	2020 年 6 月末		2019 年末		2018 年末		2017 年末	
	嘉欣丝绸	本公司	嘉欣丝绸	本公司	嘉欣丝绸	本公司	嘉欣丝绸	本公司
1-2 年	2.66%	3.50%	1.67%	2.55%	1.68%	1.87%	0.37%	3.39%
2-3 年	0.01%	0.01%	0.13%	0.04%	0.02%	2.79%	0.03%	0.46%
3 年以上	0.18%	3.63%	0.32%	3.61%	0.35%	0.76%	0.54%	2.15%
单项计提	8.77%	19.32%	8.92%	4.46%	2.58%	-	2.90%	7.28%
合　计	**100.00%**	**100.00%**	**100.00%**	**100.00%**	**100.00%**	**100.00%**	**100.00%**	**100.00%**

注：丝绸纺织制品可比上市公司中，达利国际系港股上市公司，账龄披露口径为扣除坏账准备后的金额，与公司存在差异，故在账龄比较时剔除该公司。

2017-2019年末，公司丝绸纺织制品应收账款中1年以内的应收账款占比与嘉欣丝绸基本接近。2020年6月末，公司因部分逾期货款收回可能性较小而单项计提坏账准备1,290.46万元，当期末单项计提坏账准备金额较高，因此账龄1年以内的应收账款占比相对较低。2017-2019年末，公司应收账款账龄情况与可比上市公司不存在重大差异，2020年6月末，公司应收账款账龄情况与可比上市公司存在差异的原因具有合理性，公司不存在利用放宽信用政策来维持业务的情形。

④采取单项计提坏账准备的应收账款

报告期各期末，公司应收账款余额中存在单项计提坏账准备的应收账款，具体如下：

单位：万元

2020 年 6 月 30 日				
公司名称	账面余额	坏账准备	计提比例	计提理由
CWF	645.75	201.41	31.19%	款项逾期且预计收回困难
唐利商贸	203.26	127.36	43.86%	款项逾期且预计收回困难
拉夏贝尔	112.61	112.61	100.00%	对方单位资金紧张，款项收回困难
深圳市珂尼蒂思服装有限公司	85.28	85.28	100.00%	对方单位资金紧张，款项收回困难
WHC PRODUCTS LTD	64.97	64.97	100.00%	对方单位资金紧张，款项收回困难
山花灿（杭州）品牌设计有限公司	48.32	48.32	100.00%	对方单位资金紧张，款项收回困难
其他	130.26	130.26	100.00%	/

小　计	1,290.46	770.22	59.69%	/
2019 年 12 月 31 日				
公司名称	**账面余额**	**坏账准备**	**计提比例**	**计提理由**
拉夏贝尔	121.32	111.27	91.72%	对方单位资金紧张，款项收回困难
WHC PRODUCTS LTD	65.40	65.40	100.00%	对方单位资金紧张，款项收回困难
山花灿（杭州）品牌设计有限公司	48.32	48.32	100.00%	对方单位资金紧张，款项收回困难
其他	128.07	128.07	100.00%	/
小　计	363.10	353.05	97.23%	/
2017 年 12 月 31 日				
公司名称	**账面余额**	**坏账准备**	**计提比例**	**计提理由**
MEGA-LINK	619.12	410.05	66.23%	客户下游企业申请破产，根据其未来现金流量现值低于其账面价值的差额计提坏账准备
小　计	619.12	410.05	66.23%	

注：上述坏账计提比例主要结合可收回金额和期后回款情况进行预计。

⑤主要应收账款客户及信用情况分析

A、应收账款前五名客户情况

a、丝绸文化创意品**（自有终端品牌）**

截至 2020 年 6 月末，公司丝绸文化创意品应收账款前五名客户具体情况如下：

单位：万元

客户名称	销售收入	信用政策	应收账款余额	账龄	占比	是否超过合同约定付款时间以及超期未回款原因	期后回款[注 1]
北京万事利	112.97	每月结算一次	230.77	1 年以内 197.68 万元元，3 年以上 33.09 万元[注 2]	4.32%	经销商经营受新冠肺炎疫情影响,推迟付款时间	70.29
事帛丝绸及其关联方	26.25	每月结算一次	184.98	1 年以内	3.47%	加盟商经营受新冠肺炎疫情影响,推迟付款时间	184.98
苏州诚合	51.67	先款后货	159.00	1 年以内	2.98%	经销商经营受新冠肺炎疫情影响,推迟付款时间	-
中国邮政	13.00	开票后 6 个月内	92.05	1 年以内 18.19 万元，1-2 年 7.11 万元，2-3 年 50.85 万元，3 年以上 15.90 万元	1.72%	邮政系统内部结算原因导致未及时付款	4.24
祁牧商贸	75.79	先款后货	87.87	1 年以内	1.65%	经销商经营受新冠肺炎疫情影响,推迟付款时间	43.87

单位：万元

客户名称	销售收入	信用政策	应收账款余额	账龄	占比	是否超过合同约定付款时间以及超期未回款原因	期后回款[注 1]
合 计	**279.68**	**/**	**754.67**	**/**	**14.14%**	**/**	**303.38**

注 1：期后回款统计口径为截至 2020 年 9 月 30 日的回款情况，下同；

注 2：截至 2020 年 6 月 30 日，应收北京万事利 230.77 万元中，账龄为 3 年以上的 33.09 万元原系公司原客户国博文化应收账款余额，北京万事利承接万事利丝绸北京分公司业务后，该笔应收款债务人由国博文化变更为北京万事利，国博文化已出具情况说明确认上述事项，账龄按其应收账款形成时点开始计算。

截至 2019 年末，公司丝绸文化创意品应收账款前五名客户具体情况如下：

单位：万元

客户名称	销售收入	信用政策	应收账款余额	账龄	占比	是否超过合同约定付款时间以及超期未回款原因	期后回款
北京万事利	415.45	每月结算一次	278.70	1 年以内 245.61 万元，2-3 年 33.09 万元	3.81%	经销商经营受新冠肺炎疫情影响,推迟付款时间	245.88
事帛丝绸及其关联方	1,257.48	每月结算一次	243.65	1 年以内	3.33%	加盟商经营受新冠肺炎疫情影响,推迟付款时间	243.65
国金黄金	144.89	收到发票后付款	163.09	1 年以内	2.23%	未超期	163.09
大华技术	223.67	开票后 6 个月内	150.70	1 年以内	2.06%	未超期	150.70
苏州诚合	273.63	先款后货	147.38	1 年以内	2.01%	经销商经营受新冠肺炎疫情影响,推迟付款时间	62.47
合 计	**2,315.12**	**/**	**983.52**	**/**	**13.44%**	**/**	**865.79**

截至 2018 年末，公司丝绸文化创意品应收账款前五名客户具体情况如下：

单位：万元

客户名称	销售收入	信用政策	应收账款余额	账龄	占比	是否超过合同约定付款时间以及超期未回款原因	期后回款
福粒科技	543.27	合同签订后支付定金 20 万，2018.12.31 前支付 380 万，2019.01.31 前支付 220 万（定金冲抵）	500.45	1 年以内	6.93%	客户未按协议约定及时付款	500.45
国富黄金	443.91	货到月结	225.25	1 年以内	3.12%	未超期	225.25
佑盛丝绸及其关联方	1,353.28	每月结算一次	222.84	1 年以内	3.09%	未超期	222.84
中国邮政	380.69	开票后 6 个月内	186.89	1 年以内 98.46 万元，1-2 年 63.75 万元，2-3 年 24.13 万元，3 年以上 0.55 万元	2.59%	邮政系统内部结算原因导致未及时付款	136.33
云裳羽衣	441.22	每月结算一次	110.28	1 年以内	1.53%	结算进度较慢，客户延迟支付货款	110.28
合 计	**3,162.37**	**/**	**1,245.71**	**/**	**17.26%**	**/**	**1,195.15**

截至 2017 年末，公司丝绸文化创意品应收账款前五名客户具体情况如下：

单位：万元

客户名称	销售收入	信用政策	应收账款余额	账龄	占比	是否超过合同约定付款时间以及超期未回款原因	期后回款
博洋家纺	286.74	开票后一个月内结清	334.49	1 年以内	5.37%	未超期	334.49
中国邮政	832.02	开票后 6 个月内	309.24	1 年以内 198.62 万元，1-2 年 109.84 万元，2-3 年 0.78 万元	4.97%	邮政系统内部结算原因导致未及时付款	309.24
江南丝府	1,759.66	每月结算一次	215.16	1 年以内	3.46%	未超期	215.16
麦考林	351.30	收到发票后 30-45 天	120.58	1 年以内	1.94%	未超期	120.58
珀莱雅股份	104.66	收到发票后 60 日内付款	108.55	1 年以内	1.74%	未超期	108.55
合 计	**3,334.38**	/	**1,088.02**	/	**17.48%**	/	**1,088.02**

b、丝绸纺织制品**（非自有终端品牌）**

截至 2020 年 6 月末，公司丝绸纺织制品应收账款前五名客户具体情况如下：

单位：万元

客户名称	销售收入	信用政策	应收账款余额	账龄	占比	是否超过合同约定付款时间以及超期未回款原因	期后回款
GUESS	1,003.00	提单日后 90 天付款[注]	712.49	1 年以内	10.67%	客户因受疫情影响复工延迟，未及时结算	375.55
CWF	662.16	开票后 90 天信用证付款	645.75	1 年以内	9.67%	部分款项逾期，公司仍在与客户协商，预计收回可能性较低，已单项计提坏账准备	396.04
帛淼服饰及其关联方	567.60	面料采购业务为 30%定金，剩余部分在验收开票后 60 天内结清；印花加工业务为开具加工清单及发票后月结	507.04	416.11 万元为 1 年以内；90.93 万元为 1-2 年	7.59%	客户销售规模迅速增加，要求延长信用期	185.73
日播时尚及其关联方	673.64	预付 20%定金，收到货物且开具等额发票后 45-60 日内支付尾款	431.09	1 年以内	6.45%	部分货款未及时开票结算	424.59
锦泓集团及其关联方	390.03	常规产品订单为收货并开票后 35 天付款；非常规产品订单为预付 30%定金，验收合格入库开票后 35 天内支付 70%/装箱单提货支付 60%，验收合格入库开票后 35 天内支付 10%	335.23	1 年以内	5.02%	未超期	335.23
合 计	**3,296.43**	/	**2,631.60**	/	**39.40%**	/	**1,717.14**

注：客户受疫情影响复工有所延迟，通知公司将信用期由 60 天延长至 90 天。公司考虑到该客户合作时间较长，历史信用情况较好，同意上述信用期调整事项。

截至 2019 年末，公司丝绸纺织制品应收账款前五名客户具体情况如下：

单位：万元

客户名称	销售收入	信用政策	应收账款余额	账龄	占比	是否超过合同约定付款时间以及超期未回款原因	期后回款
鄂尔多斯及其关联方	2,450.05	预付 30%定金，发货后且开具等额发票后 5 日内付 60%，收到货物且开具等额发票后 45 日内付 10%	785.74	1 年以内	9.65%	部分货款未及时开票结算	785.74
GUESS	1,749.60	提单日后 2 个月付款	767.25	1 年以内	9.42%	少量尾款未及时结算	767.25
LIU JO	904.15	提单日后 2 个月付款	720.29	1 年以内	8.84%	客户未及时与公司结算货款	720.29
CWF	1,078.00	开票后 90 天信用证付款	707.55	1 年以内	8.69%	客户未及时与公司结算货款	707.55
帛淼服饰及其关联方	1,579.09	面料采购业务为 30%定金，剩余部分在验收开票后 60 天内结清；印花加工业务为开具加工清单及发票后月结	579.98	1 年以内	7.12%	客户销售规模迅速增加，要求延长信用期	456.88
合 计	**7,760.89**	/	**3,560.81**	/	**43.72%**	/	**3,437.71**

截至 2018 年末，公司丝绸纺织制品应收账款前五名客户具体情况如下：

单位：万元

客户名称	销售收入	信用政策	应收账款余额	账龄	占比	是否超过合同约定付款时间以及超期未回款原因	期后回款
CWF	1,612.63	开票后 90 天付款	900.15	1 年以内	10.92%	客户未及时与公司结算货款	900.15
GUESS	2,173.30	提单日后 60 天内付款	627.77	1 年以内	7.61%	未超期	627.77
LIU JO	1,315.47	提单日后 60 天内付款	609.17	1 年以内	7.39%	客户未及时与公司结算货款	609.17
帛淼服饰及其关联方	760.85	面料采购业务为 30%定金，剩余部分在验收开票后 60 天内结清；印花加工业务为开具加工清单及发票后月结	415.24	1 年以内	5.04%	客户销售规模迅速增加，要求延长信用期	415.24
鄂尔多斯及其关联方	2,583.78	预付 30%定金，发货后且开具等额发票后 5 日内付 60%，收到货物且开具等额发票后 45 日内付 10%	365.67	1 年以内	4.43%	未超期	365.67
合 计	**8,446.03**	/	**2,918.00**	/	**35.39%**	/	**2,918.00**

截至 2017 年末，公司丝绸纺织制品应收账款前五名客户具体情况如下：

单位：万元

客户名称	销售收入	信用政策	应收账款余额	账龄	占比	是否超过合同约定付款时间以及超期未回款原因	期后回款
雅莹集团及其关联方	1,061.70	20%定金，80%收货无质量问题且收到发票一个月内付清	782.55	1 年以内	9.20%	未超期	782.55
CWF	1,452.89	开票后 90 天付款	657.72	1 年以内	7.73%	客户未及时与公司结算货款	657.72
MEGA-LINK	-	出货后 60 天内电汇付款或出货后信用证付款	619.12	386.67 万元为 1-2 年，232.45 万元为 2-3 年	7.28%	该客户系 BCBG 采购代理商，其下游客户破产清算，未全额支付公司货款，未支付部分已核销。	194.81
联成华卓	972.93	30%预付款；货物运达后 65 天内支付至货款的 80%；货物运达后 3 个月内完成结算并支付余款	541.31	1 年以内	6.37%	未超期	541.31
LIU JO	681.45	提单日后 2 个月付款	444.77	1 年以内	5.23%	未超期	444.77
合 计	**4,168.97**	**/**	**3,045.47**	**/**	**35.81%**	**/**	**2,621.16**

B、报告期各期应收账款前五名与营业收入前五名配比情况如下：

a、丝绸文化创意品**（自有终端品牌）**

报告期内，丝绸文化创意品应收账款前五名与营业收入前五名配比情况如下：

2020 年 6 月末/2020 年 1-6 月		
应收账款前五名	**营业收入前五名**	**配比情况**
北京万事利	博洋家纺	2020 年 6 月末应收账款前五名均非营业收入前五名，主要原因系：应收账款前五名客户存在部分应收账款逾期情形，而营业收入前五名客户中，博洋家纺系净额结算的合作模式，其余客户付款及时，应收账款余额较小。
事帛丝绸及其关联方	万事利集团及其关联方	
苏州诚合	国金黄金	
中国邮政	彩丝丝绸	
祁牧商贸	深圳万事利	
2019 年末/2019 年度		
应收账款前五名	**营业收入前五名**	**配比情况**
北京万事利	事帛丝绸及其关联方	除事帛丝绸及其关联方外，2019 年末其他应收账款前五名不是营业收入前五名，主要原因系：应收账款前五名客户中北京万事利、苏州诚合存在部分应收账款逾期情形，而国金黄金年末采购额和大华技术下半年采购额较高尚未回款。而其他营业收入前五名客户回款及时，应收账款余额较小。
事帛丝绸及其关联方	彩丝丝绸	
国金黄金	万事利集团及其关联方	
大华技术	蚕运源贸易及其关联方	
苏州诚合	深圳万事利	
2018 年末/2018 年度		

应收账款前五名	营业收入前五名	配比情况
福粒科技	佑盛丝绸及其关联方	除福粒科技和佑盛丝绸及其关联方外，2018年末其他应收账款前五名不是营业收入前五名，主要原因系：应收账款前五名客户中国富黄金年末采购额和云裳羽衣四季度采购额较高尚未回款，中国邮政因内部结算原因回款滞后。而其他营业收入前五名客户回款及时，应收账款余额较小。
国富黄金	惠买在线及其关联方	
佑盛丝绸及其关联方	万事利集团及其关联方	
中国邮政	深圳万事利	
云裳羽衣	福粒科技	
2017 年末/2017 年度		
应收账款前五名	**营业收入前五名**	**配比情况**
博洋家纺	惠买在线及其关联方	除中国邮政和江南丝府外，2017 年末其他应收账款前五名不是营业收入前五名，主要原因系：应收账款前五名客户中博洋家纺、麦考林、珀莱雅股份三四季度采购额较高尚未回款。而其他营业收入前五名客户回款及时，应收账款余额较小。
中国邮政	江南丝府	
江南丝府	中国邮政	
麦考林	万事利集团及其关联方	
珀莱雅股份	深圳万事利	

b、丝绸纺织制品**（非自有终端品牌）**

报告期内，公司丝绸纺织制品应收账款前五名与营业收入前五名配比情况如下：

2020 年 6 月末/2020 年 1-6 月		
应收账款前五名	**营业收入前五名**	**配比情况**
GUESS	GUESS	2020 年 6 月末应收账款前五名中，锦泓集团及其关联方不是营业收入前五名，主要原因系该客户销售集中于 5-6 月，期末应收账款尚在信用期内。2020 年 1-6 月营业收入前五名中鄂尔多斯及其关联方不是期末应收账款前五名，主要系该客户结算较为及时，回款较快。
CWF	鄂尔多斯及其关联方	
帛淼服饰及其关联方	日播时尚及其关联方	
日播时尚及其关联方	CWF	
锦泓集团及其关联方	帛淼服饰及其关联方	
2019 年末/2019 年度		
应收账款前五名	**营业收入前五名**	**配比情况**
鄂尔多斯及其关联方	爱慕股份及其关联方	2019 年末应收账款前五名中，LIU JO、CWF、帛淼服饰及其关联方不是营业收入前五名，主要原因系上述客户存在应收账款逾期情形。2019 年营业收入前五名中，爱慕股份及其关联方、锦鸿时装及其关联方、嘉盈兴业及其关联方不是期末应收账款前五名，主要原因系上述客户回款速度较快，应收账款余额较少。
GUESS	鄂尔多斯及其关联方	
LIU JO	锦泓集团及其关联方	
CWF	GUESS	
帛淼服饰及其关联方	嘉盈兴业及其关联方	
2018 年末/2018 年度		
应收账款前五名	**营业收入前五名**	**配比情况**

CWF	鄂尔多斯及其关联方	2018 年末应收账款前五名中，帛淼服饰及其关联方、LIU JO 不是营业收入前五名，主要原因系：①帛淼服饰及其关联方第四季度采购额较高，年末应收账款余额较高；②LIU JO 回款逾期。2018 年营业收入前五名中，锦泓集团及其关联方、爱慕股份及其关联方不是期末应收账款前五名，主要原因系：上述客户回款速度较快，应收账款余额较少。
GUESS	GUESS	
LIU JO	锦泓集团及其关联方	
帛淼服饰及其关联方	CWF	
鄂尔多斯及其关联方	爱慕股份及其关联方	
2017 年末/2017 年度		
应收账款前五名	**营业收入前五名**	**配比情况**
雅莹集团及其关联方	爱慕股份及其关联方	2017 年末应收账款前五名中，雅莹集团及其关联方，联成华卓，LIU JO 以及 MEGA-LINK 不是营业收入前五名，主要原因系：①MEGA-LINK 下游客户破产清算，未全额支付公司货款；②其余客户第四季度采购额较高，期末尚未回款。2017 年营业收入前五名中，爱慕股份及其关联方、LOBLAWS、博马努瓦、华鼎西服不是期末应收账款前五名，主要原因系上述客户回款速度较快，应收账款余额较少。
CWF	CWF	
MEGA-LINK	LOBLAWS	
联成华卓	博马努瓦	
LIU JO	华鼎西服	

C、报告期各期末应收账款前五名客户应收账款变动情况如下：

a、丝绸文化创意品**（自有终端品牌）**

报告期各期末，公司丝绸文化创意品应收账款前五名客户应收账款变动情况具体如下：

单位：万元

客户名称	2020 年 6 月末	2019 年末	2018 年末	2017 年末	变动原因
祁牧商贸	87.87	90.36	28.70	-	客户为 2018 年新增经销商 2018-2019 年度该客户销售规模增长，应收账款余额增加，2020 年受新冠肺炎疫情影响，客户 1-6 月销售有所停滞，截至 2020 年 6 月末尚未回款。
北京万事利	230.77	278.70	-	-	客户为公司 2019 年新增经销商 2020 年受新冠肺炎疫情影响，客户经营有所停滞，回款进度较慢，因此应收账款余额较高。
事帛丝绸及其关联方	184.98	243.65	222.84	215.16	客户为公司长期合作的加盟商。2017 年-2019 年报告期销售额相对稳定，应收账款变动余额变动较小，2020 年受新冠肺炎疫情影响，客户开店延迟，终端销售受到一定冲击，资金相对紧张，导致 2019 年末应收账款未能在 2020 年 1-6 月全额收回，应收账款余额较高。
国金黄金	1.39	163.09	-	-	客户为公司的直销客户。2019 年 12 月销售金额较高，截至年末尚未回款，故 2019 年应收账款余额较高。2020 年 1-6 月该客户销售回款及时，故应收账款余额较小。
大华技术	52.35	150.70	70.69	46.88	客户为公司长期合作的直销客户。2017-2019 年度该客户销售规模增长，应收账款余额逐年增加，2020 年受新冠肺炎疫情影响，客户付款审批进度延迟，导致 2019 年末应收账款截至 2020 年 6 月末尚未全额收回。

单位：万元

客户名称	2020 年 6 月末	2019 年末	2018 年末	2017 年末	变动原因
苏州诚合	159.00	147.38	98.49	12.26	客户为公司长期合作的分销商。2017 年-2019 年该客户销售额持续增长，故应收账款余额逐年增加，2020 年受新冠肺炎疫情影响，客户经营有所停止，付款进度延迟，导致截至 2020 年 6 月末应收账款余额较高。
福粒科技	2.03	4.73	500.45	-	客户为公司 2018 年新增的经销商。该客户 2018 年 12 月份销售额较高且部分应收款项存在逾期，因此当年末应收账款余额较高。
国富黄金	1.32	35.54	225.25	50.20	客户为公司的直销客户，报告期各期末该客户应收账款变动趋势与销售额一致。
云裳羽衣	18.46	28.64	110.28	-	客户为公司 2018 年新增的直销客户，报告期各期末该客户应收账款变动趋势与销售额一致。
博洋家纺	-	1.35	-	334.49	客户为公司长期战略合作伙伴，该客户 2017 年应收账款余额较高，主要系未及时结算，相关款项均在 2018 年 1 月收回。2020 年公司与其合作模式为互采，按净额结算，故期末无应收账款。
中国邮政	92.05	110.09	186.89	309.24	客户为公司长期合作的直销客户。该客户报告期内销售额逐年下降，应收账款余额逐年下降。
麦考林及其关联方	0.52	0.04	93.51	120.58	客户为公司长期合作的经销商。2018 年起该客户销售额有所下降，故应收账款相应减少。
珀莱雅股份	-	-	1.11	108.55	客户为公司的直销客户，报告期内该客户销售额逐年下降，故应收账款余额逐年下降。

b、丝绸纺织制品**（非自有终端品牌）**

报告期各期末，公司丝绸纺织制品应收账款前五名客户应收账款变动情况具体如下：

单位：万元

客户名称	2020 年 6 月末	2019 年末	2018 年末	2017 年末	变动原因
鄂尔多斯及其关联方	87.50	785.74	365.67	51.72	该客户 2018-2019 年度销售金额较高，因此年末应收账款余额相对较高。其中，2019 年度销售主要集中在 12 月，因此当期末应收账款余额高于 2018 年末。
GUESS	712.49	767.25	627.77	173.34	该客户 2018-2019 年度销售金额较高，因此年末应收账款余额相对较高。其中，2019 年度销售主要集中在 12 月，因此当期末应收账款余额高于 2018 年末。2020 年 6 月末，该客户受疫情影响，复工有所延迟，销售回款周期略有延长。
LIU JO	94.11	720.29	609.17	444.77	该客户 2018-2019 年度销售金额较高，因此年末应收账款余额相对较高。其中，2019 年该客户存在部分应收账款逾期情形，因此当期末应收账款余额较高。
CWF	645.75	707.55	900.15	657.72	2017-2019 年末，该客户应收账款余额波动与报告期内销售收入波动相匹配。2020 年 6 月末，因该客户销售集中于 6 月，且存在部分应收账款逾期情形，当期末应收账款余额较高。
帛淼服饰及其关联方	507.04	579.98	415.24	127.34	2017-2019 年度，该客户数码印花加工及丝绸面料销售规模迅速提升，应收账款余额亦逐年增加。2020 年 6 月末，由于该客户部分应收账款存在逾期情形，导致应收账款余额较高。
日播时尚及其关联方	431.09	15.63	279.04	41.32	该客户应收账款期末余额主要受其订单及收货时间影响，除 2020 年 6 月该客户因疫情影响出现部分款项逾期外，其他年度均回款及时。

单位：万元

客户名称	2020 年 6 月末	2019 年末	2018 年末	2017 年末	变动原因
锦泓集团及其关联方	335.23	219.46	300.61	56.72	2018-2019 年度，该客户销售金额有所增长，应收账款余额相应增加。
雅莹集团及其关联方	143.11	241.47	30.91	782.55	由于该客户单次下单较为集中且季节性规律不明显，导致各期应收账款期末余额波动较大。
MEGA-LINK	-	-	-	619.12	该客户代理的服装企业 BCBG 已于 2017 年宣告破产，公司将尚未收回的货款进行核销，2018 年起应收账款余额为 0。
联成华卓	10.48	143.87	202.57	541.31	该客户报告期内交易量逐年下降导致应收账款余额逐年下降。

⑥坏账准备计提政策分析

2017-2018年，公司依据《企业会计准则第22号—金融工具确认和计量（2006）》制定坏账准备计提政策，主要分为按信用风险特征组合计提坏账准备的应收款项、单项金额虽不重大但单项计提坏账准备的应收款项等计提坏账准备。组合计提坏账准备的坏账计提比例参考客户的信用期限进行确定。

2019-2020年6月，公司执行《企业会计准则第22号——金融工具确认和计量（2017年修订）》，以单项金融工具或金融工具组合为基础评估预期信用风险和计量预期信用损失。对于采取组合方式评估预期信用风险和计量预期信用损失的应收账款，公司按照预期信用损失法，参考历史信用损失经验，结合当前状况以及对未来经济状况的预测，编制应收账款账龄与整个存续期预期信用损失率对照表，计算预期信用损失：

账　龄	应收账款计提比例/预期信用损失率
1 年以内	5%
1-2 年	20%
2-3 年	50%
3 年以上	100%

公司丝绸文化创意品的销售对象主要包括：直销模式下的企事业单位客户、个人零售客户，以及分销商（指经销商、加盟商和代销商）。其中，企事业单位客户按销售模式可分为公司团体采购和零星采购（经办人采购公司产品，垫付货款并向客户报销）。针对不同客户属性及风险特性，公司制定了不同的销售回款期政策：（1）签订销售合同的客户按合同规定进行销售回款；（2）未签订销售合同的企事业单位团体采购业务回款期为产品出库后的 45 天内；（3）未签订合同

的企事业单位零星采购业务回款期为产品出库后的 15 天内；（4）个人零售业务没有销售回款期，须即时收款，如特殊情况需报分管领导批准，7 个工作日内直接刷卡或转账到公司指定的账户中；（5）分销商执行款到发货制度，提货量大的分销商在支付履约保证金的前提下，经审批可给予一定的赊销额度或者信用期。具体而言：经销商、加盟商信用政策：在日常采购环节，公司通常要求加盟商、经销商先款后货，实际执行中，存在部分客户因资金周转困难原因，公司为支持分销商的发展，给予其一定的信用期（一般不超过 3 个月），允许先货后款，采用月结方式。鉴于公司与其交易方式为买断方式，收入确认时点符合企业会计准则的要求，报告期内公司不存在放宽分销商信用期增加收入的情形；代销商信用政策：公司与代销商结算方式月结，每月收取上月代销清单结算金额。综上，公司不存在给予不同加盟商或经/代销商的信用政策差异较大情形。

公司大部分客户的信用政策按内部管理制度执行，针对大型企事业单位，由于客户本身信用情况较好、内部结算流程较长等原因，经过特殊审批后，在信用期上有所延长，但货款账期通常不会超过一年。总体而言，丝绸文化创意品业务信用期在 3 个月以内。

公司丝绸纺织制品的应收账款余额主要为境内外的品牌服装客户，信用期通常为销售出库或取得提单后 60-90 天内，存在部分通过信用证结算的客户存在结算手续繁杂导致回款小幅超期的情形。

与可比上市公司对比，在均采取单项计提坏账准备方法的同时，国内其他可比上市公司对于按信用风险组合计提坏账准备的应收账款，通常采取以应收账款账龄为依据划分应收账款的信用风险组合，即采取账龄分析法进行按组合计提坏账准备，各可比上市公司坏账准备计提比例如下：

项　目	本公司	安正时尚	太平鸟	朗姿股份	日播时尚	锦泓集团	地素时尚	歌力思	欣贺股份	嘉欣丝绸
1 年以内	5%	5%	5%	5%	5%	5%	5%	5%	5%	5%
1-2 年	20%	10%	5%	10%	30%	10%	20%	20%	20%	20%
2-3 年	50%	20%	5%	30%	50%	50%	50%	50%	50%	50%
3-4 年	100%	50%	20%	100%	100%	80%	100%	100%	100%	100%
4-5 年	100%	80%	50%	100%	100%	80%	100%	100%	100%	100%
5 年以上	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

注：达利国际年度报告中未披露应收账款坏账准备计提比例，仅在关键会计判断章节披露其应收账款计提方式为：管理层审阅应收账款账龄分析、过往收款情况，并考虑将来现金流量预期，以确定应收账款坏账准备。

针对应收账款的坏账准备计提政策与计提比例，公司与可比上市公司基本相同。

⑦应收账款期后回款情况

截至 2020 年 9 月 30 日，公司丝绸文化创意品 2017 年末及 2018 年末应收账款期后回款基本能够覆盖当期末应收账款余额扣除坏账准备后的账面价值。报告期各期末，公司丝绸文化创意品应收账款期后回款情况如下：

单位：万元

项　目	2020 年 6 月末	2019 年末	2018 年末	2017 年末
应收账款余额①	5,336.45	7,315.55	7,219.87	6,223.30
期后回款合计②	2,448.34	5,316.42	6,471.58	5,894.05
期后回款占比③=②/①	45.88%	72.67%	89.64%	94.71%
坏账准备余额④	948.21	839.44	807.27	660.59
坏账计提比例⑤=④/①	17.77%	11.47%	11.18%	10.61%

注：应收账款期后回款金额包括次年核销的应收账款，报告期内，公司核销的丝绸文化创意品应收账款分别为 0 万元、88.54 万元、159.45 万元、25.66 万元。

截至 2020 年 9 月 30 日，公司丝绸纺织制品 2017 年末及 2018 年末应收账款期后回款基本能够覆盖当期末应收账款余额扣除坏账准备后的账面价值。报告期各期末，公司丝绸纺织制品应收账款期后回款情况如下：

单位：万元

项　目	2020 年 6 月末	2019 年末	2018 年末	2017 年末
应收账款余额①	6,679.04	8,145.32	8,246.82	8,503.61
期后回款合计②	3,779.35	6,784.83	7,719.45	7,997.79
期后回款占比③=②/①	56.59%	83.30%	93.61%	94.05%
坏账准备余额④	1,305.39	1,054.18	598.49	1,038.79
坏账计提比例⑤=④/①	19.54%	12.94%	7.26%	12.22%

注：应收账款期后回款金额包括次年核销的应收账款，报告期内，公司核销的丝绸纺织制品应收账款分别为 0 万元、540.80 万元、1.11 万元、55.16 万元。

⑧应收账款逾期情况

报告期各期末，公司丝绸文化创意品应收账款逾期金额、占比情况如下：

单位：万元

项　目	2020 年 6 月末	2019 年末	2018 年末	2017 年末
应收账款余额①	5,336.45	7,315.55	7,219.87	6,223.30
逾期金额②	3,764.20	2,756.08	3,057.96	2,610.64
逾期金额占比③=②/①	70.54%	37.67%	42.35%	41.95%
逾期部分期后回款④	1,112.41	1,096.67	2,093.92	2,207.20
逾期部分期后回款占比⑤=④/②	29.55%	39.79%	68.47%	84.55%
逾期部分坏账准备余额⑥	869.60	611.36	589.11	470.56
逾期部分坏账计提比例⑦=⑥/②	23.10%	22.18%	19.26%	18.02%

注 1：由于公司丝绸文化创意品客户数量众多，合同约定的信用期存在一定差异，难以逐一根据合同约定计算逾期金额。丝绸文化创意品客户信用期通常在 3 个月以内，故统计丝绸文化创意品应收账款逾期总金额时将账龄 3 个月以上的应收账款视为逾期应收账款；

注 2：各期末期后回款统计截止日为 2020 年 9 月 30 日。应收账款期后回款金额包括次年核销的应收账款，报告期内，公司核销的丝绸文化创意品应收账款分别为 0 万元、88.54 万元、159.45 万元、25.66 万元。

报告期内，公司丝绸文化创意品主要应用于商务和个人消费，单笔订单金额较小，客户众多，客户内部管理和报销要求各异，导致逾期应收款项余额较大。应收账款逾期未收回的原因主要包括：a、客户内部控制与报销流程较长，导致应收款逾期；b、销售团队在评估客户资质和信用的前提下，为维护与客户间的良好关系，未对短期逾期的货款进行较强势的催收；c、客户因为自身经营管理的原因未执行合同约定的账期拖欠货款；d、受新冠肺炎疫情影响，部分客户尤其是经销商、加盟商无法正常营业，资金周转困难，形成逾期应收账款。总体而言，2017 年末及 2018 年末逾期应收账款在期后收回情况较好，2019 年末，受新冠肺炎疫情影响，部分客户资金周转存在困难，期后付款进度有所延迟。

2017-2018 年末，公司丝绸文化创意品逾期应收账款期后回款情况较好。2019 年末及 2020 年 6 月末，受新冠肺炎疫情影响，公司丝绸文化创意品逾期应收账款回款进度较慢。公司已加大应收账款催收力度，自期后回款统计截止日（2020 年 9 月 30 日）至本招股说明书签署日，部分客户仍在陆续回款。报告期各期末，公司丝绸文化创意品逾期应收账款客户数量分别为 2,383 户、2,610 户、2,132 户、2,269 户，单户平均逾期金额分别为 1.10 万元、1.17 万元、1.29 万元、1.66 万元。丝绸文化创意品客户众多，单户平均逾期金额微小，大额逾期应收账款在期后已回款。公司与主要逾期客户不存在争议或涉及诉讼、仲裁等事项，针对逾期应收

账款，公司参考历史信用损失经验，结合客户当前状况以及对未来经济状况的预测，充分计提坏账准备。

报告期各期末，公司丝绸纺织制品应收账款逾期金额、占比及期后回款情况如下：

单位：万元

项　目	2020年6月末	2019年末	2018年末	2017年末
应收账款余额①	6,679.04	8,145.32	8,246.82	8,503.61
逾期金额②	2,221.40	2,169.07	1,622.73	2,080.38
逾期金额占比③=②/①	33.26%	26.63%	19.68%	24.46%
逾期部分期后回款④	994.10	1,297.04	1,138.01	1,850.82
逾期部分期后回款占比⑤=④/②	44.75%	59.80%	70.13%	88.97%
逾期部分坏账准备余额⑥	1,091.16	686.64	302.80	716.83
逾期部分坏账计提比例⑦=⑥/②	49.12%	31.66%	18.66%	34.46%

注1：由于丝绸纺织制品客户数量较多，合同约定的信用期存在一定差异，且部分客户以开票结算作为信用期计算时点，和应收账款确认时点存在一定差异，因此难以逐一根据合同约定计算逾期金额。丝绸纺织制品客户信用期通常在3个月以内，故统计丝绸纺织制品应收账款逾期总金额时将账龄3个月以上的应收账款视为逾期应收账款；

注2：各期末期后回款统计截止日为2020年9月30日。应收账款期后回款金额包括次年核销的应收账款，报告期内，公司核销的丝绸纺织制品应收账款分别为0万元、540.80万元、1.11万元、55.16万元。

报告期内，丝绸纺织制品应收账款逾期未收回的原因主要包括：a、丝绸纺织制品客户以国内外知名品牌服装企业为主，部分大型服装企业对账、开票周期较长，造成应收账款逾期；b、客户因自身经营管理或资金周转等原因未执行合同约定的账期拖欠货款；c、受新冠肺炎疫情影响，部分客户尤其是外销客户复工时间较晚，对账及付款进度有所延迟。总体而言，2017年末及2018年末逾期应收账款在期后收回情况较好，2019年末，受新冠肺炎疫情影响，部分客户期后付款进度有所延迟。

2017-2018年末，公司丝绸纺织制品逾期应收账款期后回款情况较好。2019年末及2020年6月末，受新冠肺炎疫情影响，公司丝绸纺织制品逾期应收账款回款进度较慢。公司已加大应收账款催收力度，自期后回款统计截止日（2020年9月30日）至本招股说明书签署日，部分客户仍在陆续回款。针对逾期账款，公司参考历史信用损失经验，结合客户当前状况以及对未来经济状况的预测计提

坏账准备。针对部分存在回款障碍的应收账款，公司将其分类至单项计提坏账准备的应收账款，充分计提坏账准备。

⑨应收账款坏账核销情况

报告期内，公司存在坏账核销的情形。坏账核销的政策及具体流程为：公司财务人员于每个会计年度梳理长期挂账的应收账款，并与销售部和法务部进行确认，对款项可回收性进行评估，对风险较大的应收账款提交应收账款管理小组。应收账款管理小组由常务副总牵头，法务、财务、业务派专员参与组成。同时，销售部亦会根据客户经营情况，对账龄较短但是客户经营异常、货款已无法完全收回的应收账款进行梳理并提交财务部和应收账款管理小组。财务部对于经上述评估后确认无法收回的应收账款编制汇总表并提交公司财务总监复核，经公司总经理批准后，财务做出适当的会计处理。

报告期内，公司核销的应收账款金额分别为 0 万元、629.34 万元、160.57 万元和 80.82 万元，具体如下：

单位：万元

项　目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
丝绸文化创意品（自有终端品牌）	25.66	159.45	88.54	-
丝绸纺织制品（非自有终端品牌）	55.16	1.11	540.80	-
合　计	**80.82**	**160.57**	**629.34**	**-**

由于公司丝绸文化创意品主要面向个人零售客户、各类企事业单位及全国各地分销商，客户数量众多，销售集中度较低，导致公司客户较为分散，报告期内，公司客户数量超过 10,000 户。公司丝绸文化创意品应收账款在执行公司核销政策的基础上，于每个会计年度末对长期挂账且在最近三个完整会计年度内余额无增减变动的应收账款在经过适当审批后作核销处理。由于丝绸文化创意品核销的应收账款客户较为零散且户数较多，报告期内核销的应收账款对应的客户数量分别为 0 户、459 户、773 户和 18 户，户均核销金额分别为 0 万元、0.19 万元、0.21 万元和 1.43 万元。

报告期内，公司丝绸纺织制品应收账款核销情况如下：

单位：万元

期间	客户名称	核销金额	账龄	核销原因
2020 年 1-6 月	POUNDLAND	55.16	3 年以上	该客户破产，款项无法支付
2019 年度	杭州艾臣服饰有限公司	1.11	2-3 年	对方经营异常，尾款无法支付
2018 年度	MEGA-LINK	386.67	2-3 年	该客户代理的企业 BCBG 已破产清算，无法收回的部分款项予以核销
		37.65	3 年以上	
	P J INTERNATIONAL CO	91.66	3 年以上	结束合作后客户以部分产品质量问题为由不支付尾款，经多次协商后未果
	PEKAME OYKA ARNING KATU	24.82	3 年以上	结束合作后客户以部分产品质量问题为由不支付尾款，经多次协商后未果

4、预付款项

报告期各期末，公司预付款项账龄情况如下：

单位：万元

项 目	2020 年 6 月末		2019 年末		2018 年末		2017 年末	
	账面价值	比例	账面价值	比例	账面价值	比例	账面价值	比例
1 年以内	566.24	92.38%	318.84	89.77%	571.51	88.00%	910.55	95.20%
1-2 年	34.92	5.70%	19.93	5.61%	42.68	6.57%	26.02	2.72%
2-3 年	9.20	1.50%	6.72	1.89%	15.34	2.36%	13.25	1.39%
3 年以上	2.59	0.42%	9.69	2.73%	19.91	3.07%	6.66	0.70%
合 计	**612.95**	**100.00%**	**355.17**	**100.00%**	**649.45**	**100.00%**	**956.47**	**100.00%**

报告期各期末，公司预付款项分别为956.47万元、649.45万元、355.17万元和612.95万元，主要为预付的定制服装辅料款、委托加工费、原材料货款等。2017年末，公司预付账款余额较高，主要系公司当年为应对生丝价格持续上涨风险，提高了丝绸纺织制品原材料的计划备货量。自2018年下半年起，生丝价格呈现稳中有降的趋势，公司相关产品的备货量随之下降。公司预付款项账龄基本在一年以内，预付款项质量较好。2020年6月末，公司预付账款较上年末增长257.78万元，主要系公司在生丝价格处于低位时采购白坯面料形成的预付款以及采购口罩预付款。

截至 2020 年 6 月 30 日，公司预付账款前五名情况如下：

单位：万元

公司名称	金额	占预付账款余额的比例
科骄服饰	61.20	9.99%
开化县惠农蚕茧专业合作社联合社	55.04	8.98%
浙江炬翎科技有限公司	46.39	7.57%
杭州诗蓝过滤科技有限公司	44.97	7.34%
上海信有国际贸易有限公司	44.48	7.26%
合　计	**252.09**	**41.14%**

5、其他应收款

报告期各期末，公司其他应收款余额和坏账准备情况如下：

单位：万元

项　目	2020 年 6 月末				
	账面余额		坏账准备		账面价值
	金额	比例	金额	计提比例	
单项金额重大并单项计提坏账准备	621.51	37.25%	621.51	100.00%	-
按信用风险特征组合计提坏账准备	1,047.17	62.75%	168.47	16.09%	878.70
单项金额不重大但单项计提坏账准备	-	-	-	-	-
合　计	**1,668.68**	**100.00%**	**789.97**	**47.34%**	**878.70**
项　目	**2019 年末**				
	账面余额		坏账准备		账面价值
	金额	比例	金额	计提比例	
单项金额重大并单项计提坏账准备	-	-	-	-	-
按信用风险特征组合计提坏账准备	823.11	100.00%	170.34	20.69%	652.77
单项金额不重大但单项计提坏账准备	-	-	-	-	-
合　计	**823.11**	**100.00%**	**170.34**	**20.69%**	**652.77**
项　目	**2018 年末**				
	账面余额		坏账准备		账面价值
	金额	比例	金额	计提比例	
单项金额重大并单项计提坏账准备	-	-	-	-	-
按信用风险特征组合计提坏账准备	920.82	100.00%	267.65	29.07%	653.17

单项金额不重大但单项计提坏账准备	-	-	-	-	-
合　计	**920.82**	**100.00%**	**267.65**	**29.07%**	**653.17**
项　目	**2017 年末**				
	账面余额		**坏账准备**		**账面价值**
	金额	**比例**	**金额**	**计提比例**	
单项金额重大并单项计提坏账准备	-	-	-	-	-
按信用风险特征组合计提坏账准备	887.80	100.00%	237.59	26.76%	650.21
单项金额不重大但单项计提坏账准备	-	-	-	-	-
合　计	**887.80**	**100.00%**	**237.59**	**26.76%**	**650.21**

报告期各期末，公司其他应收款账面余额分别为887.80万元、920.82万元、823.11万元和1,668.68万元，其他应收款账面余额按款项性质分类如下：

单位：万元

项　目	2020 年 6 月末	2019 年末	2018 年末	2017 年末
押金保证金	570.06	619.60	397.67	291.62
应收出口退税款项	191.06	160.28	289.11	440.37
暂付款	906.79	13.27	150.69	111.81
其他	0.77	29.96	83.35	44.00
合　计	**1,668.68**	**823.11**	**920.82**	**887.80**

2017-2019年各年末，公司其他应收款主要为押金保证金、出口退税款等与公司日常生产经营活动相关的项目，公司采用账龄分析法对其计提坏账准备。2020年6月30日，公司预付供应商口罩货款，因对方无法正常履约转入其他应收款科目列示，并单项计提坏账准备，具体如下：

单位：万元

2020 年 6 月 30 日				
公司名称	**账面余额**	**坏账准备**	**计提比例**	**计提理由**
好状态供应链	220.51	220.51	100.00%	公司已调解，预计款项收回困难
泰州市金邦医疗器械有限公司	135.00	135.00	100.00%	公司已起诉，预计款项收回困难
上海诚心医疗器械有限公司	74.50	74.50	100.00%	公司已起诉，预计款项收回困难
张家港市泰耀服饰有限公司	59.20	59.20	100.00%	合同存在纠纷，预计款项收回困难

其他	132.30	132.30	100.00%	合同存在纠纷，预计款项收回困难
小　计	621.51	621.51	100.00%	/

截至2020年6月30日，公司其他应收款前五名明细如下：

单位：万元

公司名称	账面余额	账龄	占比	坏账准备	款项性质
好状态供应链	220.51	1 年以内	13.21%	220.51	暂付款
国家税务总局杭州市江干区税务局	191.06	1 年以内	11.45%	9.55	退税款
泰州市金邦医疗器械有限公司	135.00	1 年以内	8.09%	135.00	暂付款
杭州萧山国际机场有限公司	106.35	1 年以内	6.37%	5.32	保证金
浙江微忙信息技术有限公司	100.00	1 年以内	5.99%	5.00	保证金
合　计	**752.92**	**-**	**45.11%**	**375.38**	**-**

6、存货

（1）存货余额组成及变动分析

①公司存货结构分析

报告期各期末，公司按产品大类区分的存货组成情况如下：

单位：万元

产品类别	存货分类	库存金额	跌价准备	账面价值
2020 年 6 月末				
丝绸文化创意品**（自有终端品牌）**	原材料	85.52	15.80	69.72
	半成品	8,394.99	1,116.70	7,278.29
	库存商品	263.70	37.26	226.44
	周转材料	350.46	78.14	272.32
	发出商品	992.97	-	992.97
	小计	10,087.64	1,247.90	8,839.74
丝绸纺织制品**（非自有终端品牌）**	原材料	1,951.14	117.38	1,833.76
	库存商品	330.77	-	330.77
	委托加工物资	254.37	-	254.37
	发出商品	346.05	52.74	293.31
	小计	2,882.34	170.12	2,712.22
口罩	原材料	198.25	93.91	104.34

	半成品	904.19	361.76	542.43
	委托加工物资	168.44	-	168.44
	发出商品	2.74	-	2.74
	小计	1,273.62	455.67	817.95
合 计		**14,243.59**	**1,873.69**	**12,369.90**
2019 年末				
丝绸文化创意品（自有终端品牌）	原材料	90.19	-	90.19
	半成品	9,395.99	1,011.00	8,384.99
	库存商品	476.80	13.02	463.78
	周转材料	494.03	124.96	369.07
	发出商品	1,047.84	-	1,047.84
	小计	11,504.85	1,148.98	10,355.87
丝绸纺织制品（非自有终端品牌）	原材料	2,426.04	94.59	2,331.45
	库存商品	119.83	-	119.83
	委托加工物资	1,204.69	-	1,204.69
	发出商品	443.44	21.42	422.01
	小计	4,194.00	116.02	4,077.99
合 计		**15,698.85**	**1,264.99**	**14,433.86**
2018 年末				
丝绸文化创意品（自有终端品牌）	原材料	105.46	-	105.46
	半成品	8,381.57	894.94	7,486.63
	库存商品	219.51	27.66	191.85
	周转材料	500.95	64.52	436.43
	发出商品	1,659.76	-	1,659.76
	小计	10,867.25	987.12	9,880.13
丝绸纺织制品（非自有终端品牌）	原材料	2,654.90	85.98	2,568.93
	库存商品	682.05	-	682.05
	委托加工物资	1,081.65	-	1,081.65
	发出商品	479.54	-	479.54
	小计	4,898.14	85.98	4,812.16
合 计		**15,765.39**	**1,073.10**	**14,692.29**
2017 年末				
丝绸文化	原材料	87.41	25.46	61.95

创意品（**自有终端品牌**）	半成品	8,355.53	951.92	7,403.61
	库存商品	162.73	26.36	136.37
	周转材料	333.67	33.69	299.98
	发出商品	1,612.76	-	1,612.76
	小计	10,552.10	1,037.43	9,514.67
丝绸纺织制品（**非自有终端品牌**）	原材料	2,908.86	82.20	2,826.66
	库存商品	424.80	-	424.80
	委托加工物资	1,199.30	-	1,199.30
	发出商品	846.52	-	846.52
	小计	5,379.47	82.20	5,297.27
合 计		**15,931.58**	**1,119.63**	**14,811.94**

报告期各期末，公司存货账面余额分别为 15,931.58 万元、15,765.39 万元、15,698.85 万元和 14,243.59 万元。其中，丝绸文化创意品存货账面余额分别为 10,552.10 万元、10,867.25 万元、11,504.85 万元和 10,087.64 万元。报告期内，公司丝绸文化创意品存货以外包采购入库的半成品和已完成入库的库存商品为主，报告期各期末，半成品账面余额分别为 8,355.53 万元、8,381.57 万元、9,395.99 万元和 8,394.99 万元，库存商品账面余额分别为 162.73 万元、219.51 万元、476.80 万元和 263.70 万元。

2017-2019 年，丝绸文化创意品半成品及库存商品均逐年增长，主要原因系：A、为应对临时性销售和线下门店展厅的布置需求，公司需根据历年销售数据以及对未来销售情况的预测保留一定的备货量；B、报告期内，随着公司销售渠道不断拓展，加盟店对产品品类存在多样化的要求，线上平台和线下渠道亦存在对产品的差异化需求，促使丝绸文化创意品产品线不断丰富，备货量相应增加；C、丝绸文化创意品的销售旺季通常自第四季度延续至次年春节前夕，为应对销售旺季的临时性需求，避免春节前上游供应不及时导致的交货滞后，公司通常会基于销售需求预测，在年末适当提高备货量。报告期内，公司通过合理测算产品备货量以及加强对长库龄库存的消化等手段，在产品品种不断增加的情况下有效控制了产品存货余额，2017-2019 年各年末，半成品及库存商品账面余额虽持续增长，但增幅相对较小。2020 年 6 月末，为应对疫情和宏观经济波动风险，公司适当降低了丝绸文化创意品库存量。

报告期内，公司丝绸文化创意品个性化定制产品系按照“以销定产”原则根据客户订单需求组织生产。而对于常规产品，公司根据每日动态销售数据及未来销售趋势预测组织生产，保留一定的备货量。公司丝绸文化创意品以半成品、库存商品为主的存货结构与生产模式相匹配。

报告期各期末，公司丝绸纺织制品存货以原材料和委托加工物资为主，系公司为履行订单义务形成的存货。公司丝绸纺织制品存货账面余额分别为 5,379.47 万元、4,898.14 万元、4,194.00 万元和 2,882.34 万元，呈逐年下降趋势。主要原因系：A、2017-2018 年度，生丝价格短期内出现了大幅上涨，公司综合分析了生丝价格走势和自有资金水平，进行了适当的备货，导致 2017 年末存货余额较高；B、2019 年度，公司主动缩减部分毛利率较低的丝绸纺织制品业务，导致期末丝绸纺织制品库存有所下降；C、2020 年 6 月末，公司为应对疫情和宏观经济波动风险，适当降低了丝绸纺织制品库存量。

报告期内，公司丝绸纺织制品生产模式系以订单式生产为主，公司丝绸纺织制品以原材料和委托加工物资为主的存货结构与生产模式相匹配。

2020 年 1-6 月，公司响应政府号召，积极投产口罩，当期期末口罩库存余额较小。

②丝绸文化创意品半成品具体构成

报告期内，公司针对丝绸文化创意品主要专注于研发设计与销售，部分丝巾等产品由公司自主完成数码印花加工环节，除此之外，其他产品主要采取向外包供应商采购半成品，并由公司进一步完成质检包装环节的生产模式。公司将已采购入库但尚未完成包装的产品列示于存货-半成品项目，将已完成包装的产品列示于存货-库存商品项目。

报告期各期末，公司丝绸文化创意品半成品项目具体构成如下：

单位：万元

项　目	2020 年 6 月末		2019 年末		2018 年末		2017 年末	
丝巾半成品	3,736.24	44.51%	4,126.61	43.92%	3,041.37	36.29%	3,238.56	38.76%
家纺半成品	1,140.79	13.59%	1,141.23	12.15%	1,440.63	17.19%	1,873.38	22.42%
品牌服装半成品	1,567.40	18.67%	1,718.95	18.29%	1,455.76	17.37%	1,509.74	18.07%
围巾半成品	380.77	4.54%	423.37	4.51%	330.72	3.95%	375.16	4.49%

单位：万元

项　目	2020 年 6 月末		2019 年末		2018 年末		2017 年末	
丝绸工艺品半成品	471.84	5.62%	470.58	5.01%	495.07	5.91%	408.20	4.89%
其他半成品	1,097.96	13.08%	1,515.25	16.13%	1,618.02	19.30%	950.50	11.38%
丝绸文化创意品半成品合计	**8,394.99**	**100.00%**	**9,395.99**	**100.00%**	**8,381.57**	**100.00%**	**8,355.53**	**100.00%**

报告期各期末，公司丝绸文化创意品半成品以丝巾半成品、家纺半成品和品牌服装半成品为主，2017-2019 年年末，随着公司产品线的不断丰富，产品种类的持续增加，半成品备货量逐年增加。2020 年 6 月末，为应对疫情和宏观经济波动风险，公司适当减少了采购量，半成品库存量有所降低。

公司以是否完成包装环节为分类依据，将外包模式采购入库的产品划分为半成品与库存商品。资产负债表日，公司对半成品的结存成本与可变现净值进行对比，结存单价高于可变现净值的半成品计提跌价准备。公司为半成品计提存货跌价准备具有合理性。

③公司存货结构与可比上市公司对比分析

A、报告期各期末，公司存货占总资产的比例与可比上市公司比较如下：

公司名称	2020 年 6 月末	2019 年末	2018 年末	2017 年末
安正时尚	31.32%	27.80%	21.33%	15.05%
太平鸟	28.29%	26.44%	27.66%	29.61%
朗姿股份	16.80%	18.82%	13.08%	11.32%
日播时尚	21.71%	25.20%	29.49%	24.49%
锦泓集团	13.60%	15.45%	12.59%	10.69%
地素时尚	7.83%	8.10%	7.22%	14.48%
歌力思	15.28%	17.27%	14.33%	11.86%
欣贺股份	27.67%	29.94%	25.27%	20.74%
嘉欣丝绸	13.49%	11.75%	12.37%	15.62%
达利国际	6.18%	8.06%	8.98%	10.66%
算术平均数	18.22%	18.88%	17.24%	16.45%
剔除不可比公司后算术平均数[注]	21.02%	21.58%	19.52%	17.42%
本公司	20.21%	20.45%	22.87%	25.88%

注：地素时尚于 2018 年 6 月首次公开发行股份，募集资金净额较高，导致该公司当期及 2019 年末存货占总资产的比例大幅下降。达利国际存在其他房产租赁业务，该公司资产中物业、厂房占比较高，导致该公司存货占总资产的比例较低。

公司存货占总资产的比例介于品牌女装类可比上市公司与丝绸纺织制品可比上市公司之间，随着公司经营成果的不断累积，总资产规模持续扩大，公司存货占总资产的比例逐渐接近可比上市公司平均水平。

B、报告期各期末，公司半成品、库存商品占存货的比例与可比上市公司比较如下：

公司名称	2020 年 6 月末	2019 年末	2018 年末	2017 年末
安正时尚	77.39%	75.94%	77.58%	82.93%
太平鸟	95.91%	95.92%	95.74%	96.54%
朗姿股份	92.34%	92.25%	91.52%	90.97%
日播时尚	71.33%	72.22%	68.91%	70.42%
锦泓集团	85.46%	88.08%	86.52%	84.63%
地素时尚	90.53%	88.20%	84.04%	87.20%
歌力思	81.32%	82.46%	73.34%	78.38%
欣贺股份	85.05%	84.30%	83.10%	84.05%
嘉欣丝绸	76.03%	65.65%	53.07%	42.09%
达利国际	未披露	28.68%	30.15%	25.84%
算术平均数	83.88%	77.37%	74.40%	74.31%
本公司 -库存商品、半成品及发出商品合计金额占存货比重	78.87%	73.15%	72.45%	71.57%

报告期内，公司部分外包采购产品列报在半成品项目中，部分库存商品列报在发出商品项目中，考虑此部分影响后，各期末库存商品、半成品及发出商品占存货的比重与可比上市公司平均水平接近。公司存货结构与可比上市公司不存在重大差异。

C、嘉欣丝绸主要从事的业务有丝绸产品生产及贸易，自有品牌“金三塔”丝绸产品的研发、生产与销售以及茧丝绸行业供应链管理及金融服务等，2019 年度，嘉欣丝绸销售收入为 34.38 亿元。其主要业务及生产模式如下：

a、丝绸产品生产及贸易业务

嘉欣丝绸的丝绸产品生产及贸易业务包括蚕茧收烘、蚕丝织造、印花染色、

服装制造、内外销贸易等产业，产业链较长，主要采用订单式生产模式，在实际生产过程中以自主生产与外协生产相结合。该业务生产模式也与公司丝绸纺织制品以订单式生产为主、自主生产与外协生产相结合的特点一致。

b、自有品牌“金三塔”丝绸产品的研发、生产与销售业务

嘉欣丝绸的自有品牌“金三塔”丝绸产品的研发、生产与销售业务主要采用备货式生产模式，在实际生产过程中亦将自主生产与外协生产相结合。该业务主要通过运营团队分析产品的市场销售情况决定备货量，与公司丝绸文化创意品备货式生产模式一致，而与公司丝绸纺织制品以订单式生产为主的特点存在较大差异。该差异主要是由于业务内容所导致的，具有商业合理性。

c、茧丝绸行业供应链管理及金融服务业务不涉及生产环节。

报告期各期末，发行人丝绸纺织制品的存货结构与嘉欣丝绸比较如下：

单位：万元

项目	嘉欣丝绸		发行人		嘉欣丝绸		发行人	
	账面余额	占比	账面余额	占比	账面余额	占比	账面余额	占比
期间	2020 年 1-6 月				2019 年度			
原材料	3,101.32	7.47%	1,951.14	67.69%	2,733.96	7.27%	2,426.04	57.85%
在产品	4,183.55	10.08%	-	-	5,729.12	15.22%	-	-
库存商品	31,566.25	76.03%	330.77	11.48%	24,704.33	65.65%	119.83	2.86%
委托加工物资	2,668.40	6.43%	254.37	8.83%	4,463.96	11.86%	1,204.69	28.72%
发出商品	-	-	346.05	12.01%	-	-	443.44	10.57%
合　计	41,519.53	100.00%	2,882.34	100.00%	37,631.37	100.00%	4,194.00	100.00%
期间	2018 年度				2017 年度			
原材料	2,740.46	6.30%	2,654.90	54.20%	4,458.24	9.95%	2,908.86	54.07%
在产品	6,579.05	15.12%	-	-	5,891.05	13.15%	-	-
库存商品	23,100.38	53.07%	682.05	13.92%	18,856.99	42.09%	424.80	7.90%
委托加工物资	2,017.22	4.63%	1,081.65	22.08%	2,271.23	5.07%	1,199.30	22.29%
开发成本	-	-	-	-	4,231.07	9.44%	-	-
开发产品	9,088.64	20.88%	-	-	9,088.64	20.29%	-	-
发出商品	-	-	479.54	9.79%	-	-	846.52	15.74%
合　计	43,525.75	100.00%	4,898.14	100.00%	44,797.23	100.00%	5,379.47	100.00%

2017-2018 年度，嘉欣丝绸存货以库存商品、开发产品为主，上述 2 个科目合计占存货账面余额的比重分别为 62.38%和 73.95%，其中开发产品为嘉欣丝绸开发的“桐乡花木城”项目，与丝绸业务无关。2019-2020 年 6 月，嘉欣丝绸存货以库存商品为主，各期库存商品占存货账面余额的比重分别为 65.65%和 76.03%。嘉欣丝绸库存商品中包括以订单式生产的服装、面料、丝类产品和以备货式生产的自有品牌丝绸产品等。

报告期内，公司丝绸纺织制品存货以原材料和委托加工物资为主，各期原材料和委托加工物资占丝绸纺织制品存货账面余额的比重分别为 76.36%、76.28%、86.57%和 76.52%，库存商品占丝绸纺织制品存货账面余额的比重分别为 7.90%、13.92%、2.86%和 11.48%，占比较低，与嘉欣丝绸以库存商品为主的存货结构存在差异，主要原因如下：

a、公司丝绸纺织制品以订单式生产为主，而嘉欣丝绸除以订单式生产为主的丝绸产品生产及贸易业务外，还有以备货式生产为主的自有品牌“金三塔”丝绸产品的研发、生产与销售业务，导致其库存商品占比较高；

b、公司丝绸纺织制品产业链较短，需要采购较多的原材料（面料）等进行后续生产，故存货中原材料和委托加工物资占比较高；嘉欣丝绸产业链较长，产品种类较多，后续生产环节可部分或全部使用前道生产环节的产成品作为原材料进行生产，故存货中库存商品占比较高。

因此，公司存货结构与嘉欣丝绸存在差异具有商业合理性。

（2）存货库龄情况

①公司存货库龄情况分析

报告期各期末，公司存货库龄情况如下：

单位：万元

存货种类	库龄	账面余额	占比	跌价准备
2020 年 6 月末				
丝绸文化创意品**（自有终端品牌）**	0-1 年	7,325.92	72.62%	83.04
	1-2 年	1,140.66	11.31%	37.21
	2-3 年	573.28	5.68%	79.87

单位：万元

存货种类	库龄	账面余额	占比	跌价准备
	3 年以上	1,047.78	10.39%	1,047.78
	小计	10,087.64	100.00%	1,247.90
丝绸纺织制品**（非自有终端品牌）**	0-1 年	2,125.60	73.75%	52.74
	1-2 年	521.15	18.08%	-
	2-3 年	112.79	3.91%	-
	3 年以上	122.79	4.26%	117.38
	小计	2,882.34	100.00%	170.12
口罩	0-1 年	1,273.62	100.00%	455.67
2019 年末				
丝绸文化创意品**（自有终端品牌）**	0-1 年	8,122.93	70.60%	94.34
	1-2 年	1,643.17	14.28%	104.43
	2-3 年	896.99	7.80%	108.45
	3 年以上	841.76	7.32%	841.76
	小计	11,504.85	100.00%	1,148.98
丝绸纺织制品**（非自有终端品牌）**	0-1 年	3,616.30	86.23%	-
	1-2 年	374.46	8.93%	13.67
	2-3 年	95.70	2.28%	32.53
	3 年以上	107.54	2.56%	69.82
	小计	4,194.00	100.00%	116.02
2018 年末				
丝绸文化创意品**（自有终端品牌）**	0-1 年	7,254.12	66.75%	135.48
	1-2 年	2,331.88	21.46%	124.31
	2-3 年	659.91	6.07%	106.00
	3 年以上	621.33	5.72%	621.33
	小计	10,867.25	100.00%	987.12
丝绸纺织制品**（非自有终端品牌）**	0-1 年	4,365.22	89.12%	-
	1-2 年	282.61	5.77%	20.91
	2-3 年	149.88	3.06%	9.34
	3 年以上	100.42	2.05%	55.72
	小计	4,898.14	100.00%	85.98
2017 年末				

单位：万元

存货种类	库龄	账面余额	占比	跌价准备
丝绸文化创意品**（自有终端品牌）**	0-1 年	8,111.22	76.87%	175.16
	1-2 年	1,533.69	14.53%	69.05
	2-3 年	137.59	1.30%	23.62
	3 年以上	769.60	7.29%	769.60
	小计	10,552.10	100.00%	1,037.43
丝绸纺织制品**（非自有终端品牌）**	0-1 年	5,180.72	96.31%	-
	1-2 年	32.92	0.61%	3.29
	2-3 年	64.49	1.20%	25.80
	3 年以上	101.34	1.88%	53.11
	小计	5,379.47	100.00%	82.20

报告期各期末，公司70%以上的存货库龄在1年以内，1年以上库龄产品主要为丝绸文化创意品，主要系随着丝绸文化创意产品品类持续增加，公司为应对临时性销售和线下门店展厅的布置需求，保持了一定水平的库存量，部分种类的产品未能及时全部销售完成，从而导致部分存货库龄相对较长。

②公司存货库龄情况与可比上市公司对比分析

公司半成品、库存商品及发出商品库龄分布情况与可比上市公司对比如下：

公司名称	2020 年 6 月末		
	1 年以内	1-2 年	2 年以上
安正时尚	75.31%	15.00%	9.69%
太平鸟	未披露		
日播时尚	未披露		
锦泓集团	未披露		
地素时尚	未披露		
欣贺股份	41.51%	22.64%	35.85%
算术平均数	58.41%	18.82%	22.77%
本公司	71.85%	14.41%	13.74%
项　目	2019 年末		
	1 年以内	1-2 年	2 年以上
安正时尚	68.59%	21.60%	9.81%
太平鸟	58.56%	22.95%	18.49%

日播时尚	66.62%	33.09%	0.30%
锦泓集团	76.98%	17.26%	5.76%
地素时尚	61.51%	20.88%	17.60%
欣贺股份	48.84%	20.51%	30.64%
算术平均数	63.52%	22.72%	13.77%
本公司	70.24%	15.47%	14.29%
项　目	**2018 年末**		
	1 年以内	**1-2 年**	**2 年以上**
安正时尚	69.94%	19.00%	11.07%
太平鸟	50.78%	26.46%	22.76%
日播时尚	80.69%	18.49%	0.82%
锦泓集团	78.44%	16.58%	4.98%
地素时尚	56.19%	27.90%	15.91%
欣贺股份	49.49%	16.01%	34.50%
算术平均数	64.26%	20.74%	15.01%
本公司	68.09%	21.12%	10.79%
项　目	**2017 年末**		
	1 年以内	**1-2 年**	**2 年以上**
安正时尚	56.57%	17.52%	25.90%
太平鸟	50.66%	21.10%	28.24%
日播时尚	77.23%	18.65%	4.12%
锦泓集团	75.31%	17.95%	6.74%
地素时尚	59.53%	22.34%	18.13%
欣贺股份	42.89%	15.01%	42.11%
算术平均数	60.37%	18.76%	20.87%
本公司	79.33%	12.92%	7.74%

注：朗姿股份、歌力思、嘉欣丝绸、达利国际年度报告中未披露库存商品库龄分布情况。

2017年度，公司库龄1年以内产品占比相对较高，主要系：A、2016年G20杭州峰会召开后，公司品牌影响力迅速提升，带动丝绸文化创意品业务规模尤其是分销渠道业务规模迅速扩张。为应对企事业单位团体性采购及分销商大额提货需求，公司在综合考虑未来销售情况的前提下增加了一定的备货量；B、2017年度，公司加大对组合套装等丝绸文化创意品的开发、销售力度，当期细分产品种类数量较上年增加幅度较大，对外采购存货金额亦相应增加；C、当年下半年原

材料生丝价格快速上涨，公司出于控制原材料成本的需要，针对丝绸纺织制品部分较为稳定的客户需求适当增加了原材料白坯面料的备货量。除2017年末外，公司库龄分布情况与可比上市公司差异较小。

（3）存货跌价准备计提政策与可比上市公司比较

公司采用存货可变现净值与成本孰低的原则确定跌价准备，各类产品在期末单位成本与可变现净值比较后，分别计提存货跌价准备。

根据《企业会计准则第 1 号-存货》第十五条：资产负债表日，存货应当按照成本与可变现净值孰低计量。存货成本高于其可变现净值的，应当计提存货跌价准备，计入当期损益。可变现净值，是指在日常活动中，存货的估计售价减去至完工时估计将要发生的成本、估计的销售费用以及相关税费后的金额。公司按照存货可变现净值与成本孰低的原则确定跌价准备的做法谨慎且符合企业会计准则的规定。

在确定可变现净值时，公司丝绸文化创意品参考库存产品吊牌价及公司日常促销的折扣确定估计售价，进而确定可变现净值，其中促销折扣系根据库龄和产品类型制定，具体如下：

项　目	0-1 年	1-2 年	2-3 年	3 年以上
常规产品	3 折	2.5 折	2 折	0 折
定制品	3 折	2.5 折	0 折	0 折
包装材料	不提	不提	0 折	0 折

公司丝绸纺织制品存货按照存货性质分别确定可变现净值，其中：原材料及库存商品系结合库龄和历史生产领用情况确定可变现净值；发出商品系根据实际变现回收可能性确定可变现净值；委托加工物资为根据销售订单外发加工的材料，依据合同价格确定可变现净值。

公司口罩产品存货按照存货性质分别确定可变现净值，其中：原材料和半成品系按照期后估计售价减去至完工时估计将要发生的成本、估计的销售费用及相关税费后的金额确认可变现净值。

可比上市公司中的存货跌价准备计提政策多以分库龄的固定比例为主，归纳如下：

公司名称	1 年以内				1-2 年				2-3 年				3 年以上
	冬	秋	夏	春	冬	秋	夏	春	冬	秋	夏	春	
安正时尚	根据产品销售政策来估计可变现净值												
太平鸟	根据产品销售政策来估计可变现净值												
朗姿股份	0%	0%	0%	0%	10%	20%	30%	40%	50%	50%	50%	50%	100%
日播时尚	5%	5%	5%	5%	50%	50%	50%	50%	100%	100%	100%	100%	100%
锦泓集团	0%	0%	0%	0%	10%	10%	10%	10%	50%	50%	50%	50%	100%
地素时尚	0%	0%	0%	0%	30%	30%	30%	30%	50%	50%	50%	50%	100%
歌力思	0%	0%	0%	0%	50%	50%	50%	50%	100%	100%	100%	100%	100%
欣贺股份	0%	0%	0%	0%	5%	5%	5%	5%	50%	50%	50%	50%	100%
嘉欣丝绸	对于能够获取公开市场销售价格的产品，独立查询公开市场价格信息，将其与估计售价进行比较，并与最近或期后的实际售价进行比较；对于零售品牌类库存商品，结合库龄、产品年份季节等因素判断库存商品的可变现净值。对为执行销售合同持有的库存商品，抽查销售订单价格情况。结合公司经营模式，分析毛利情况从而判断减值迹象。												
达利国际	公司管理层于报告期末对每项产品进行审阅，并对辨别为不适合现行生产的过时及滞销库存品计提跌价准备。公司管理层按存货账龄分析辨认过时及滞销库存品。												
按照分库龄固定比例计提存跌的可比上市公司计提比例中位数	0%				30%				50%				100%

丝绸文化创意品可比上市公司中，太平鸟、安正时尚未采用分库龄的固定计提比例的方式计提存货跌价准备，而是主要根据产品销售政策，或结合库龄、产品年份季节等因素估计可变现净值，与本公司较为接近。丝绸纺织制品可比上市公司均未采用按分库龄的固定比例计提存货跌价准备的方式，而是结合库龄等因素分析确定可变现净值。

报告期内，由于库龄较长的丝绸文化创意品在对外销售时，通常会结合产品属性、工艺技术、原吊牌价格区间以及库龄等因素，在吊牌价的基础上制定促销折扣，从而确定对外销售价格。因此，公司丝绸文化创意品在确定可变现净值时，采取了同样的方式，结合库龄和产品类型确定折扣，并以产品吊牌价乘以折扣估计存货可变现净值。报告期内，公司虽未采用分库龄的固定计提比例方式计提存货跌价准备，但估计可变现净值时充分考虑了库龄因素，估计方式与长库龄产品对外销售价格的确定方式一致，具有合理性。

若公司丝绸文化创意品按照分库龄的固定计提比例计提存货跌价准备，报告期各期末公司库存商品及半成品存货跌价准备余额测算如下：

单位：万元

项　目	计提比例[注 2]	2020 年 6 月末		2019 年末		2018 年末		2017 年末	
		账面原值	存货跌价准备	账面原值	存货跌价准备	账面原值	存货跌价准备	账面原值	存货跌价准备
1 年以内	0%	5,764.89	-	6,717.03	-	5,152.64	-	6,167.26	-
1-2 年	30%	1,369.60	410.88	1,539.15	461.74	2,228.66	668.60	1,477.51	443.25
2-3 年	50%	530.45	265.23	817.26	408.63	617.73	308.86	131.36	65.68
3 年以上	100%	993.76	993.76	799.35	799.35	602.06	602.06	742.13	742.13
库存商品及半成品合计		**8,658.69**	**1,669.86**	**9,872.79**	**1,669.73**	**8,601.08**	**1,579.52**	**8,518.26**	**1,251.06**

注 1：可比上市公司仅对库存商品采用分库龄的固定比例计提存货跌价准备，公司将已完成包装的库存商品和未完成包装的半成品一并按照可比上市公司相同的存货跌价准备计提方式进行测算；

注 2：测算所采用的分库龄的计提比例系丝绸文化创意品可比上市公司计提比例中位数。

若按照分库龄的固定计提比例计提存货跌价准备，该事项对报告期内经营业绩的影响情况测算如下：

单位：万元

项　目	2020 年 6 月末/2020 年 1-6 月	2019 年末/2019 年度	2018 年末/2018 年度	2017 年末/2017 年度
库存商品及半成品已计提存货跌价准备金额（实际执行）①	1,153.96	1,024.02	922.60	978.28
库存商品及半成品按固定比例计提的存货跌价准备（模拟测算）②	1,669.86	1,669.73	1,579.52	1,251.06
存货跌价准备余额差异③=②-①	-515.90	-645.71	-656.92	-272.78
对当期利润总额的影响[注]④=③（本期末）-③（上期末）	129.81	11.21	-384.14	-272.43
当期利润总额⑤	4,251.48	6,773.56	5,658.46	6,797.04
对当期利润总额的影响占比⑥=④/⑤	3.05%	0.17%	-6.79%	-4.01%

注：对当期利润总额的影响金额为正，表示按可比上市公司分库龄固定比例的计提方式将导致公司当期利润总额增加；影响金额为负，表示按可比上市公司分库龄固定比例的计提方式将导致公司当期利润总额减少。

若采取丝绸文化创意品可比上市公司相同方式，按照分库龄固定比例对丝绸文化创意品库存商品及半成品计提存货跌价准备，该事项对发行人报告期内利润总额的影响金额分别为-272.43 万元、-384.14 万元、11.21 万元和 129.81 万元，影响金额占发行人各期利润总额的比重分别为-4.01%、-6.79%、0.17%和 3.05%。

公司丝绸纺织制品可比上市公司则均系结合库龄等因素分析确定可变现净值，与可比上市公司均未按照分库龄的固定计提比例计提存货跌价准备。

公司口罩产品存货账龄均在一年之内，若按照分库龄的固定计提比例计提存货跌价准备，则无需计提存货跌价准备。

综上，公司与可比上市公司存货跌价准备计提方式差异对发行人各期经营业绩影响程度较小。

（4）公司存货跌价准备计提情况

报告期各期末，公司存货跌价准备分品类计提金额及计提比率如下：

单位：万元

项 目		2020 年 6 月末		2019 年末		2018 年末		2017 年末	
		计提金额	计提比率	计提金额	计提比率	计提金额	计提比率	计提金额	计提比率
丝绸文化创意产品（自有终端品牌）	丝巾	311.12	7.38%	128.63	2.91%	66.00	1.92%	171.86	4.26%
	组合套装	37.25	11.68%	12.84	3.07%	27.67	9.68%	26.39	10.90%
	家纺	28.71	2.28%	38.54	2.15%	10.95	0.46%	27.70	1.22%
	围巾	53.81	12.84%	40.80	8.78%	28.83	7.59%	88.60	19.83%
	服装	198.04	11.69%	119.89	6.67%	134.20	8.56%	246.40	15.90%
	丝绸工艺品[注1]	196.39	41.51%	207.22	43.96%	191.85	38.16%	196.02	44.94%
	面料	15.80	23.03%	-	0.00%	-	0.00%	0.65	1.40%
	包辅材	78.14	20.73%	124.96	24.44%	64.61	12.54%	42.02	8.62%
	其他[注2]	328.63	26.06%	476.10	30.51%	463.01	27.06%	237.80	22.77%
	小计	1,247.90	12.37%	1,148.98	9.98%	987.12	9.08%	1,037.43	9.83%
丝绸纺织制品（非自有终端品牌）	丝绸面料	113.76	5.29%	93.67	2.78%	84.35	2.29%	81.63	1.88%
	非真丝面料	0.31	0.33%	0.31	0.45%	1.61	2.63%	0.53	0.27%
	棉料	3.32	2.62%	1.41	1.59%	0.01	0.01%	0.03	0.02%
	其他	52.74	10.33%	20.62	3.10%	-	-	-	-
	小计	170.12	5.90%	116.02	2.77%	85.98	1.76%	82.20	1.53%
口罩		455.68	35.78%	-	-	-	-	-	-
合 计		**1,418.02**	**9.96%**	**1,264.99**	**8.06%**	**1,073.10**	**6.81%**	**1,119.63**	**7.03%**

注 1：公司部分丝绸工艺品库龄相对较长，存货跌价准备计提比例相对较高；

注 2：丝绸文化创意品中的其他产品主要包括瓷器、扇子等组合套装产品的搭配品以及丝绸文化创意品促销品，库龄相对较长，因此存货跌价准备计提比例较高。

报告期各期末，公司丝绸文化创意品**（自有终端品牌）**存货跌价准备计提比率与可比上市公司对比情况如下：

项　目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
安正时尚	9.37%	11.19%	15.07%	22.09%
太平鸟	14.71%	13.64%	19.00%	22.16%
朗姿股份	15.77%	12.05%	11.58%	12.49%
地素时尚	15.91%	15.30%	15.97%	15.36%
日播时尚	36.81%	20.19%	13.77%	15.80%
歌力思	42.96%	36.49%	36.15%	37.32%
锦泓集团	2.15%	1.74%	1.49%	2.45%
欣贺股份	31.06%	29.21%	32.49%	35.38%
算术平均数	21.09%	17.48%	18.19%	20.38%
本公司（丝绸文化创意品）	12.37%	9.98%	9.08%	9.83%

注：达利国际年度报告未披露期末存货跌价准备余额。

与可比上市公司相比，公司丝绸文化创意品存货跌价准备计提比例较低，原因系可比上市公司所经营的女装产品存在明显的季节性和流行性元素，生命周期相对较短。而公司丝绸文化创意品主要为丝巾、家纺、丝绸睡衣及组合套装，具有较强的生命周期，截至 2020 年 9 月末，公司丝绸文化创意品报告期各期末存货期后销售比例分别达到 81.27%、67.55%、38.59%和 23.08%，期后销售情况良好。

报告期各期末，公司丝绸纺织制品**（非自有终端品牌）**存货跌价准备计提比率与可比上市公司对比情况如下：

单位：万元

项目	嘉欣丝绸		发行人		嘉欣丝绸		发行人	
	账面余额	计提比率	账面余额	计提比率	账面余额	计提比率	账面余额	计提比率
期间	2020 年 1-6 月				2019 年度			
原材料	3,101.32	1.06%	1,951.14	6.02%	2,733.96	1.20%	2,426.04	3.90%
在产品	4,183.55	-	-	-	5,729.12	-	-	-
库存商品	31,566.25	6.65%	330.77	-	24,704.33	8.31%	119.83	-
委托加工物资	2,668.40	-	254.37	-	4,463.96	-	1,204.69	-
发出商品	-	-	346.05	15.24%	-	-	443.44	4.83%

单位：万元

项目	嘉欣丝绸		发行人		嘉欣丝绸		发行人	
	账面余额	计提比率	账面余额	计提比率	账面余额	计提比率	账面余额	计提比率
合计	41,519.53	5.13%	2,882.34	5.90%	37,631.37	5.55%	4,194.00	2.77%
期间	2018 年度				2017 年度			
原材料	2,740.46	1.20%	2,654.90	3.24%	4,458.24	-	2,908.86	2.83%
在产品	6,579.05	-	-	-	5,891.05	-	-	-
库存商品	23,100.38	12.17%	682.05	-	18,856.99	12.93%	424.80	-
委托加工物资	2,017.22	-	1,081.65	-	2,271.23	-	1,199.30	-
开发成本	-	-	-	-	4,231.07	-	-	-
开发产品	9,088.64	34.60%	-	-	9,088.64	34.60%	-	-
发出商品	-	-	479.54	-	-	-	846.52	-
合计	43,525.75	13.76%	4,898.14	1.76%	44,797.23	12.46%	5,379.47	1.53%
剔除房产相关因素	34,437.11	8.26%	4,898.14	1.76%	31,477.51	7.75%	5,379.47	1.53%

报告期各期末，剔除房产相关因素，嘉欣丝绸存货跌价准备计提比率分别为7.75%、8.26%、5.55%及 5.13%；公司丝绸纺织制品存货跌价准备计提比率分别为 1.53%、1.76%、2.77%与 5.90%。

公司丝绸纺织制品与嘉欣丝绸均采用存货可变现净值与成本孰低的原则确定存货跌价准备。2017-2019 年各年末，由于嘉欣丝绸自有品牌“金三塔”丝绸产品的研发、生产与销售业务采用备货式生产，导致公司丝绸纺织制品存货跌价准备计提比率低于嘉欣丝绸，具体如下：

①公司丝绸纺织制品主要采用订单式生产，计提的存货跌价准备主要来自原材料，库存商品经测算无需计提存货跌价准备

公司丝绸纺织制品采用存货可变现净值与成本孰低的原则确定跌价准备，各类产品在期末单位成本与可变现净值比较后，分别计提存货跌价准备。公司丝绸纺织制品以订单式生产为主，存货主要为原材料和委托加工物资，库龄主要在 1 年以内，库存商品与发出商品的余额和所占比例较小。

公司丝绸纺织制品原材料主要为面料，通用性较好，公司结合存货库龄、历史生产领用情况以及预计合同售价确定可变现净值，经测算成本低于可变现净值。基于谨慎性考虑，公司对库龄 3 年以上的原材料全额计提跌价准备，导致公司报

告期内原材料跌价准备计提比率分别为 2.83%、3.24%、3.90%和 6.02%，高于嘉欣丝绸；丝绸纺织制品委托加工物资主要为外发至外协供应商的未完工产品，公司根据订单预计售价确认可变现净值，经测算，成本均低于可变现净值，无需计提存货跌价准备，与嘉欣丝绸一致。公司丝绸纺织制品存货跌价准备计提充分、谨慎。

报告期内，公司丝绸纺织制品以订单式生产为主，结合订单中预计合同售价确认可变现净值，经测算，未见减值迹象，故未对库存商品计提存货跌价准备。

②嘉欣丝绸自有品牌“金三塔”丝绸产品的研发、生产与销售业务采用备货式生产，对库存商品计提存货跌价准备

嘉欣丝绸库存商品中产品门类较多，包括采用订单式生产模式的服装、面料、丝类产品和以备货式生产的自有品牌“金三塔”丝绸产品。其中采用订单式生产模式的库存商品按照合同预计售价计算可变现净值，未计提减值准备，委托加工物资，未计提减值准备；采用备货式生产模式的自有品牌丝绸产品等受季节性和流行性元素影响，嘉欣丝绸结合库龄、产品年份季节等因素判断其可变现净值，跌价准备计提比例相对较高。

受原材料库龄变动以及存货可变现净值影响，公司 2020 年 6 月末计提存货跌价准备 170.12 万元，仅较 2019 年末增长 54.10 万元；但由于公司当期为应对疫情和宏观经济波动风险，适当减少了存货，当期丝绸纺织制品存货较 2019 年末下降了 1,311.66 万元；使得公司丝绸纺织制品存货跌价准备计提比率从 2019 年末的 2.77%增长至 2020 年 6 月末的 5.90%，上升幅度较大。而嘉欣丝绸 2020 年 6 月末的存货跌价准备计提比率相较 2019 年末未出现较大变化，导致出现了公司丝绸纺织制品存货跌价准备计提比率高于嘉欣丝绸的情况。公司丝绸纺织制品存货余额及跌价准备变化情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月			2019 年度		
	账面余额	存货跌价准备	计提比率	账面余额	存货跌价准备	计提比率
原材料	1,951.14	117.38	6.02%	2,426.04	94.59	3.90%
库存商品	330.77	-	-	119.83	-	-
委托加工物资	254.37	-	-	1,204.69	-	-

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月			2019 年度		
	账面余额	存货跌价准备	计提比率	账面余额	存货跌价准备	计提比率
发出商品	346.05	52.74	15.24%	443.44	21.42	4.83%

（5）存货期后销售情况

①丝绸文化创意品**（自有终端品牌）**存货期后销售情况

单位：万元

项　目	2020 年 6 月末	2019 年末	2018 年末	2017 年末
库存商品、半成品及发出商品期后销售	2,227.41	4,214.02	6,931.43	8,233.71
库存商品、半成品及发出商品余额	9,651.66	10,920.63	10,260.84	10,131.02
存货期后销售比例	23.08%	38.59%	67.55%	81.27%

截至2020年9月末，公司报告期各期末存货期后销售比例分别达到81.27%、67.55%、38.59%和23.08%，期后销售情况良好。报告期内，公司积极管控仓库库存，定期对仓库进行盘点，分析产品库龄。丝巾、家纺、围巾、品牌服装等主要丝绸文化创意品生命周期较长，产品不存在保质期限或到期期限，存货期后消化情况较好。对于库龄较长的丝绸文化创意品，公司通常会通过展示营销中心、电商等渠道开展反季促销或应季特价促销等活动，并综合考虑产品属性、工艺技术、原吊牌价格区间以及库龄等因素确定促销折扣。除此之外，公司亦会将部分丝绸文化创意品组合为折扣礼包对外销售，或作为促销活动及其他营销活动的满额赠品进行消化。对存在保质期限的特殊类型产品如组合套装中搭配的食品、蚕丝蛋白日化产品等，公司通常综合考虑产品预期销售情况、产品保质期限等因素，以适当的折扣进行促销。

②丝绸纺织制品**（非自有终端品牌）**存货期后销售情况

单位：万元

项　目	2020 年 6 月末	2019 年末	2018 年末	2017 年末
库存商品及发出商品期后销售金额	381.13	288.26	940.35	1,260.81
库存商品及发出商品余额	676.82	563.27	1,161.59	1,271.32
存货期后销售比例	56.31%	51.18%	80.95%	99.17%
向LVMH工艺公司子公司销	210.72	210.72	210.72	-

单位：万元

项　目	2020 年 6 月末	2019 年末	2018 年末	2017 年末
售双面印花机器设备形成的发出商品				
扣除上述事项后存货期后销售比例	81.77%	81.76%	98.89%	99.17%

报告期内，公司丝绸纺织制品存货以原材料和委托加工物资为主，库存商品及发出商品余额较小。截至2020年9月末，报告期各期末存货期后销售比例分别达到99.17%、80.95%、51.18%和56.84%。2018-2020年6月末，库存商品及发出商品中期后仍未销售的部分主要系向LVMH工艺公司子公司销售的双面印花机器设备已发货但尚未确认收入，形成发出商品210.72万元。剔除上述影响后，各期存货期后销售比例分别达到99.17%、98.89%、81.76%和82.54%。剔除上述事项影响后，2019年末库存商品及发出商品期后销售比例相对较低，主要系公司于当年末收到客户拉夏贝尔通过其参股公司以自有服装抵货款23.57万元，公司计划将该批服装折价处理。

丝绸纺织制品库存商品以面料、服装等纺织品为主，不存在产品到期期限。报告期内，公司积极管控仓库库存，定期对仓库进行盘点，分析产品库龄。对于库龄较长的库存商品采取低价处理的方式进行消化。

③口罩期后销售情况

单位：万元

项　目	2020 年 6 月末
半成品及发出商品期后销售	210.58
半成品及发出商品余额	906.93
存货期后销售比例	23.22%

截至2020年9月末，2020年6月末口罩存货期后销售比例为23.22%。口罩产品存货中，成品口罩保质期限为2年，原材料熔喷布储存超过6个月后其防护效果将减弱。公司已根据可变现净值与成本孰低的原则计提了充分的存货跌价准备：其中，成品口罩期末余额为904.19万元，已计提存货跌价准备361.76万元；原材料熔喷布期末余额为104.31万元，已计提存货跌价准备87.71万元。公司计划通过丝绸文化创意品和丝绸纺织制品原有客户渠道，以及开拓其他客户群体的方式，积极消化期末口罩库存。

（6）存货报废情况

报告期内，公司部分类型产品如组合套装中搭配的食品、蚕丝蛋白日化产品等存在保质期限，公司对于已过保质期的产品进行报废处理。其他无保质期限的产品中，少量包装材料、半成品、库存商品因储存时间较长导致质量不符合销售要求，亦存在报废情形。报废审批流程为：供应链部门提交报废申请，经部门经理审批、财务人员复核后，提交至财务总监、分管副总经理审批。若单次报废产品超过一定金额，还需由总经理及董事会审批。由于公司报废产品的存货库龄相对较长，部分已全额计提存货跌价准备，因此公司承担的损失金额较小。

报告期各期，公司存货报废情况具体如下：

单位：万元

项　目	2020 年 6 月末	2019 年末	2018 年末	2017 年末
报废存货账面余额①	136.98	16.45	8.40	0.16
其中：包装材料[注]	66.87	7.58	4.22	-
食品、日化产品	54.26	2.99	1.13	-
口罩	15.22	-	-	-
其他产品	0.63	5.88	3.05	0.16
已计提存货跌价准备金额②	81.81	11.11	4.37	0.03
损失金额③=①-②	55.17	5.34	4.04	0.13

注：2017-2019 年度，公司存在部分库存数量较少、未来使用频率较低的包装材料，公司已根据其库龄确定可变现净值并充分计提存货跌价准备，但未及时进行报废处理。2020 年 1-6 月，公司开展口罩业务占据较多仓储空间，供应链部门在经过适当审批后对上述包装材料进行集中报废处理。该批包装材料已计提存货跌价准备 47.01 万元，实际损失仅 19.86 万元。

报告期内，公司存货报废金额分别为0.16万元、8.40万元、16.45万元和136.98万元。2020年1-6月，公司存货报废金额较高，主要原因系：①2017-2019年度，公司存在部分库存数量较少、未来使用频率较低的包装材料，充分计提存货跌价准备后未及时进行报废处理；②2020年1-6月，因公司开展口罩业务需要较多仓储空间，供应链部门在经过适当审批后对部分使用频率较低的包装材料进行集中报废处理。③报告期内，公司逐步拓展产品线，陆续新增了以蚕丝蛋白为原料的日化用品，以及运用“丝绸+”理念将其他具有中国传统文化元素的茶叶、粽子、月饼等食品搭配丝绸产品形成的组合套装。此类产品存在一定保质期限，公司在日常存货盘点中重点关注此类产品，在临近保质期限时及时计提存货跌价准备并

进行报废处理，导致当期存货报废金额有所增加。

2020年1-6月，公司进行报废处理的存货主要系以前年度已计提存跌但未报废处理的包装材料，以及少量食品及日化用品。截至2020年6月末，公司库龄在1年以上的包装材料余额为129.32万元，已计提存货跌价准备78.14万元。该部分包装材料以常规产品包装盒、吊牌为主，公司目前不存在大规模更换常规产品包装的计划，未来包装材料报废金额持续增加的可能性较小。截至2020年6月末，公司库龄在1年以上的日化产品余额为150.82万元，公司食品类存货余额为18.74万元，公司长库龄的日化用品，以及食品存货余额相对较小，且期后仍持续销售，未来上述产品报废金额持续增加的可能性较小。2020年7-9月，公司报废处理的存货账面余额为28.36万元。综上，公司预计未来不会存在大规模的集中报废情形，公司已对长库龄的包装材料、日化用品以及食品充分计提存货跌价准备，即使存在报废情形，预计报废存货余额扣除已计提存货跌价准备后的实际损失金额较小。

（7）存货管理相关内部控制的设计和执行情况

公司制定了《采购管理规定》、《总仓业务流程管理规定》等制度对采购流程进行规范，具体如下：

采购环节：供应链中心根据产品数量、客户需求以及工艺要求在《合格供应商名录》中选择供应商下达采购订单，因新增工艺或产量剧增等原因未能在《合格供应商名录》中找到相应的供应商时，采购部对新增供应商进行评价，并将合格供应商加入《合格供应商名录》进行管理。确定供应商后，采购人员将经审核后的采购订单发送至供应商。供应商负责按公司的产品要求进行生产，对产品进行自检，必要时随产品提供相关检测报告或检验记录。

入库环节：质量管理部门对产品进行外观检验，并根据客户要求、供应商产品检测报告或检验记录、产品特性，确定送第三方检测的指标项目，并送样到第三方检测。经第三方检验合格的批次及质量管理部门外观检验合格的产品，方可批准入库。入库登记必须准确及时，要求日清日毕。

退换货：对于入库检验环节中不符合质量要求的产品不予入库，直接办理退货。对于入库后发现的质量不合格产品，数量较小的由采购人员直接联系供应商

更换或修复。若同一批次产品中发现较多质量不合格产品，仓库将反馈给质量管理部门重新检验，若检验不合格则联系采购部整批次退货。

存货盘点：每季度末由财务部会同仓库对存货进行盘点，检查存货库存数量，及时发现存货减值迹象。盘点清查过程形成书面报告，对盘点过程中发现的存货盘盈、盘亏、毁损及需要报废的存货应查明原因，落实并追究责任，按照规定权限批准后处置。

过期存货处理：每月末公司对存货库龄进行分析，对特殊临近到期的产品如食品、日化类产品提请商品中心进行打折促销，消化库存。

跌价准备计提：每期末由公司财务部会同仓库根据仓库产品库龄、产品销售吊牌价以及日常销售折扣确定存货可变现净值，确认公司存货跌价准备，经适当审批后计提存货跌价准备。

在产品入库时，同款产品按照入库时间做好批次标识，按标识有序存放。产品出库时，按照批次顺序先发入库时间较早的存货，依序发货，做到先进先出。

（8）存货核算、成本结转的会计处理方法

根据《企业会计准则-存货》：存货应当按照成本进行初始计量。存货成本包括采购成本、加工成本和其他成本。存货的采购成本，包括购买价款、相关税费、运输费、装卸费、保险费以及其他可归属于存货采购成本的费用。存货的加工成本，包括直接人工以及按照一定方法分配的制造费用。企业应当采用先进先出法、加权平均法或者个别计价法确定发出存货的实际成本。

公司存货按照原材料、半成品、库存商品、发出商品、委托加工物资等进行核算。其中，原材料主要核算自主加工模式和外协生产-委托加工模式下公司自行采购的丝绸面辅料；半成品主要核算外协生产-外包模式下采购的丝绸文化创意品半成品和口罩半成品；库存商品主要核算自主加工、外协生产-委托加工模式下已完工入库产品，外协生产-外包模式下采购入库的丝绸纺织制品成品以及已完工入库的丝绸文化创意品和口罩；委托加工物资主要核算外协生产-委托加工模式下已发给委托加工供应商尚未缴回的产品；发出商品主要核算公司已发货但尚不满足收入确认条件的产品。

公司存货按照成本进行初始计量，存货成本包括采购成本、加工成本和其他

成本，对于存货的购买价款、相关税费、运输费以及其他可归属于存货采购成本的费用归入采购成本；对于加工过程中的人工费用与制造费用则归入加工成本；相关其他支出则归入其他成本。原材料、半成品发出时按照加权平均法进行成本核算，库存商品、发出商品发出时按月末一次加权平均进行成本核算。

综上，公司存货核算符合《企业会计准则》相关规定。

7、其他流动资产

报告期各期末，公司其他流动资产明细情况如下：

单位：万元

项　目	2020 年 6 月末	2019 年末	2018 年末	2017 年末
预缴企业所得税	140.79	317.23	546.82	477.91
待抵扣的增值税	271.28	364.42	341.09	6.21
待摊销费用	215.49	148.61	180.15	106.71
预付上市费用	135.19	-	-	-
合　计	**762.75**	**830.27**	**1,068.06**	**590.83**

报告期各期末，公司其他流动资产余额变动主要是由预缴所得税、待抵扣增值税进项税以及预付上市费用变动引起。

（二）非流动资产分析

公司非流动资产主要为投资性房地产和固定资产，上述两项合计金额占非流动资产的比例分别为88.73%和84.95%、86.12%和81.78%。报告期各期末，公司非流动资产的构成情况如下：

单位：万元

项　目	2020 年 6 月末		2019 年末		2018 年末		2017 年末	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
可供出售金融资产	-	-	-	-	200.00	1.44%	200.00	1.52%
长期股权投资	93.38	0.62%	94.43	0.70%	108.10	0.78%	-	-
投资性房地产	2,994.77	19.92%	3,047.98	22.47%	4,809.26	34.64%	4,954.79	37.75%
固定资产	9,297.40	61.86%	8,633.90	63.65%	6,984.57	50.31%	6,691.52	50.98%
在建工程	113.75	0.76%	-	-	-	-	-	-
无形资产	1,028.48	6.84%	950.49	7.01%	808.90	5.83%	632.21	4.82%
长期待摊费用	396.61	2.64%	271.15	2.00%	458.20	3.30%	174.33	1.33%

单位：万元

项　目	2020 年 6 月末		2019 年末		2018 年末		2017 年末	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
递延所得税资产	768.56	5.11%	536.39	3.95%	438.63	3.16%	410.35	3.13%
其他非流动资产	337.80	2.25%	31.21	0.23%	75.64	0.54%	61.34	0.47%
非流动资产合计	**15,030.76**	**100.00%**	**13,565.55**	**100.00%**	**13,883.32**	**100.00%**	**13,124.54**	**100.00%**

1、可供出售金融资产

报告期各期末，公司可供出售金融资产为持有的丰万投资的16.67%股权，账面成本为人民币200万元。2019年度，上述资产根据新金融工具准则的规定重新分类至以公允价值计量且其变动计入当期损益的资产科目。

2、长期股权投资

公司长期股权投资为持有的布调科技15.00%股权，上述投资账面成本为人民币120万元。由于公司对被投资单位派驻一名董事，有参与日常经营决策的权力，同时并不能够控制或者与其他方一起共同控制这些政策的制定，因此认定公司对布调科技具有重大影响。报告期各期末，公司长期股权投资账面金额波动系按照权益法确认相关投资损失。

3、投资性房地产

公司投资性房地产主要为子公司万事利数码出租的闲置房产。报告期各期末，公司投资性房地产账面价值分别为4,954.79万元、4,809.26万元、3,047.98万元和2,994.77万元。公司投资性房地产采用成本模式计量，每年计提折旧。2019年末，公司投资性房地产余额较上年下降1,761.28万元，主要是子公司万事利数码部分房产回收自用不再对外出租，对应房屋建筑物及土地使用权分别转回固定资产和无形资产科目。

报告期各期末，投资性房地产账面原值及累计折旧变动情况如下：

单位：万元

项　目	2020 年 6 月末	2019 年末	2018 年末	2017 年末
账面原值	3,501.54	3,501.54	5,541.07	5,541.07
其中：房屋及建筑物	3,148.47	3,148.47	5,023.04	5,023.04
土地使用权	353.07	353.07	518.02	518.02

单位：万元

项　目	2020 年 6 月末	2019 年末	2018 年末	2017 年末
累计折旧	506.77	453.56	731.80	586.28
其中：房屋及建筑物	409.48	359.63	618.58	482.23
土地使用权	97.29	93.93	113.22	104.05
账面价值	2,994.77	3,047.98	4,809.26	4,954.79
其中：房屋及建筑物	2,738.99	2,788.84	4,404.46	4,540.81
土地使用权	255.78	259.14	404.80	413.98

4、固定资产

公司固定资产主要包括房屋及建筑物、专用设备、运输工具及办公设备等。报告期各期末，公司固定资产科目金额分别为6,691.52万元、6,984.57万元、8,633.90万元和9,297.40万元。其中，2019年末，公司固定资产科目包含固定资产账面价值8,624.19万元和固定资产清理9.72万元。2019年末，公司固定资产账面价值较上年增长1,639.61万元，主要因部分房产回收自用，从投资性房地产科目转回固定资产科目。

报告期各期末，公司固定资产账面原值具体构成及变动情况如下：

单位：万元

项　目	2020 年 6 月末		2019 年末		2018 年末		2017 年末	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
房屋及建筑物	7,190.88	49.15%	7,190.88	52.97%	5,316.30	47.65%	5,316.30	51.52%
专用设备	5,637.15	38.53%	4,698.39	34.61%	4,165.00	37.33%	3,392.24	32.87%
运输工具	468.16	3.20%	384.77	2.83%	394.21	3.53%	363.70	3.52%
其他设备	1,332.89	9.11%	1,300.95	9.58%	1,281.05	11.48%	1,247.14	12.09%
合　计	**14,629.09**	**100.00%**	**13,574.99**	**100.00%**	**11,156.57**	**100.00%**	**10,319.39**	**100.00%**

2018年末和2019年末，公司固定资产原值较上年末分别增加837.17万元和2,418.43万元，主要是：①为优化数码印花生产工艺，对部分喷印、印花系统进行了更新换代，各年专用设备原值分别增加772.76万元和533.39万元；②子公司万事利数码部分房产回收自用，不再对外出租，上述资产从投资性房地产科目转回固定资产科目，其原值合计1,874.57万元。

2020年6月末，公司固定资产原值较上年末增长1,054.10万元，主要系公司当

期积极响应当地政府的号召转产口罩产品，购置口罩相关设备896.10万元。截至2020年6月30日，公司固定资产净值为9,297.40万元，具体构成情况如下：

单位：万元

项　目	原值	累计折旧	减值准备	净值	成新率
房屋及建筑物	7,190.88	1,621.63	-	5,569.25	77.45%
专用设备	5,637.15	2,432.00	22.91	3,182.24	56.45%
运输工具	468.16	212.13	-	256.03	54.69%
其他设备	1,332.89	1,043.02	-	289.87	21.75%
合　计	**14,629.09**	**5,308.78**	**22.91**	**9,297.40**	**63.55%**

2019年末及2020年6月末，公司固定资产减值准备账面余额分别为25.88万元和22.91万元，系万事利科技以及万事利数码闲置固定资产计提的减值准备。因公司将丝绸纺织制品发展重点逐步转移至双面数码印花生产工艺，万事利科技及万事利数码部分单面印花机闲置时间超过6个月，上述机器设备按照账面价值扣除净残值之后的部分全额计提减值准备。

公司使用年限平均法对固定资产计提折旧，根据固定资产类别、预计使用寿命和预计净残值率确定折旧率。

公司各类固定资产折旧具体情况如下：

资产类别	折旧方法	折旧年限	残值率（%）	年折旧率
房屋及建筑物	年限平均法	30 年	5	3.17%
专用设备	年限平均法	5-10 年	0-5	9.50%-20.00%
运输工具	年限平均法	3-5 年	5	19.00%-31.67%
其他设备	年限平均法	3-5 年	0-5	19.00%-31.33%

公司固定资产折旧政策与可比上市公司对比情况如下：

公司名称	房屋建筑物	专用设备	运输设备	其他设备
安正时尚	20-40 年	5-10 年	4-5 年	3-8 年
太平鸟	20 年	5-10 年	4-5 年	3-5 年
朗姿股份	20-40 年	10 年	5 年	5 年
日播时尚	10-34 年	5-10 年	4 年	3-5 年
锦泓集团	5-20 年	3-10 年	3-10 年	3-10 年
地素时尚	20 年	5-10 年	5-8 年	3-5 年

歌力思	20 年	5-10 年	10 年	5 年
欣贺股份	20-40 年	10 年	4-5 年	3-5 年
嘉欣丝绸	20-30 年	5 年	5 年	5 年
达利国际	20-50 年	5-10 年	4-6 年	4-10 年
本公司	30 年	5-10 年	3-5 年	3-5 年

公司各类固定资产折旧年限合理，与可比上市公司不存在重大差异。

5、在建工程

2017-2019年各年末，公司在建工程账面价值为0万元。2020年6月末，公司在建工程账面价值为113.75万元，主要包括公司委外开发的丝绸设计问答机器人开发项目、丝巾定制APP项目等，上述软件开发项目尚未完工，计入在建工程科目。

2020年1-6月，公司重要在建工程项目变动情况如下：

单位：万元

项 目	2020 年 6 月 30 日					
	预算数	期初数	本期增加	转入固定资产	其他减少	期末数
丝绸设计问答机器人开发	328.60		93.00			93.00
合 计	**328.60**		**93.00**			**93.00**

6、无形资产

报告期各期末，公司无形资产账面价值构成情况如下表所示：

单位：万元

项 目	2020 年 6 月末	2019 年末	2018 年末	2017 年末
无形资产原值	**1,441.62**	**1,303.80**	**1,059.96**	**810.98**
其中：土地使用权	751.63	751.63	586.67	586.67
软件使用权	689.99	552.17	473.29	224.30
累计摊销	**413.13**	**353.31**	**251.06**	**178.76**
其中：土地使用权	137.02	129.88	89.60	77.78
软件使用权	276.12	223.44	161.46	100.98
无形资产减值准备	-	-	-	-
无形资产账面价值	**1,028.48**	**950.49**	**808.90**	**632.21**
其中：土地使用权	614.61	621.75	497.07	508.89

单位：万元

项　目	2020 年 6 月末	2019 年末	2018 年末	2017 年末
软件使用权	413.88	328.74	311.83	123.33

公司无形资产主要为土地使用权及软件使用权。报告期内，公司软件使用权的增加主要用于内部信息系统以及手机APP、电商平台等的系统开发。

公司无形资产摊销年限具体为：土地使用权以国有土地使用权证载明的使用年限进行摊销，软件以 5 年进行摊销。公司无形资产摊销政策与可比上市公司对比如下：

公司名称	土地使用权	软件
安正时尚	50 年	5 年
太平鸟	40-50 年	5 年
日播时尚	50 年	3-8 年
地素时尚	50 年	5 年
歌力思	50 年	2-10 年
欣贺股份	40-50 年	根据合同约定使用期限与软件收益年限孰短预计使用寿命
嘉欣丝绸	40-50 年	5 年
本公司	50 年	5 年

注：朗姿股份、锦泓集团、达利国际未披露相关数据。

公司各类无形资产摊销年限合理，与可比上市公司不存在重大差异。

7、长期待摊费用

报告期各期末，公司长期待摊费用分别为174.33万元、458.20万元、271.15万元和396.61万元。公司长期待摊费用主要为装修费和房屋租赁费，具体情况如下：

单位：万元

项　目	2020 年 6 月末	2019 年末	2018 年末	2017 年末
装修费	396.61	258.58	448.76	114.81
房屋租赁费	-	12.58	9.43	59.52
合　计	**396.61**	**271.15**	**458.20**	**174.33**

8、递延所得税资产

（1）递延所得税资产来源及增减变动分析

报告期各期末，公司递延所得税资产分别为 410.35 万元、438.63 万元、536.39 万元和 768.56 万元，主要来源于资产减值准备、内部销售未实现利润、可抵扣亏损引起的可抵扣暂时性差异。报告期各期末，公司递延所得税资产及对应项目明细如下：

单位：万元

项　目	2020 年 6 月末		2019 年末		2018 年末		2017 年末	
	可抵扣暂时性差异	递延所得税资产	可抵扣暂时性差异	递延所得税资产	可抵扣暂时性差异	递延所得税资产	可抵扣暂时性差异	递延所得税资产
资产减值准备	4,098.31	687.48	3,062.77	459.95	2,304.83	345.78	2,712.01	408.29
内部销售未实现利润	348.06	52.21	314.95	47.24	-	-	-	-
可抵扣亏损	134.41	22.37	132.02	19.80	580.57	87.09	-	-
其他流动负债	43.26	6.49	62.60	9.39	38.44	5.77	13.74	2.06
合　计	**4,624.04**	**768.56**	**3,572.34**	**536.38**	**2,923.84**	**438.64**	**2,725.75**	**410.35**

报告期内，公司递延所得税资产逐年递增。2018年末，递延所得税资产较上年末增加28.29万元，主要原因系部分子公司存在可抵扣亏损，产生暂时性差异并确认相应递延所得税资产。2019年末，公司递延所得税资产较上年末增加97.74万元，主要原因系：①坏账准备、存货跌价准备等资产减值准备计提金额较上年末增加757.94万元；②丝绸文化创意品通过子公司万事利数码自主印花加工的比例提升，期末确认内部销售未实现利润314.95万元。2020年6月末，递延所得税资产较上年末增加232.17万元，主要原因系坏账准备、存货跌价准备等资产减值准备金额较上年末增加1,035.54万元。

（2）递延所得税资产的计算依据

①企业在取得资产、负债时，应当确定其计税基础。资产、负债的账面价值与其计税基础存在差异的，应当按照《企业会计准则-所得税》的规定确认所产生的递延所得税资产或递延所得税负债。公司递延所得税资产包含应收款项、存货及固定资产的减值准备、预提的经销商、加盟商的销售返利、内部销售未实现利润，均系税法规定的尚未实际发生的支出或损失，不予税前扣除，其账面价值与计税基础存在差异，故确认递延所得税资产。

②企业应当以很可能取得用来抵扣可抵扣暂时性差异的应纳税所得额为限，确认可抵扣暂时性差异产生的递延所得税资产。公司具有较好的盈利能力，各期

应纳税所得额均远大于可抵扣暂时性差异，故予以全额确认。

（3）递延所得税资产的会计处理

根据《企业会计准则》，企业递延所得税应当作为所得税费用或收益计入当期损益，但不包括下列情况产生的所得税：①企业合并；②直接在所有者权益中确认的交易或者事项。公司递延所得税资产非因企业合并或直接在所有者权益中确认的交易或者事项，故应作为所得税费用或收益计入当期损益。上述会计处理符合《企业会计准则》的规定。

9、其他非流动资产

报告期各期末，公司其他非流动资产分别为61.34万元、75.64万元、31.21万元和337.80万元，主要是预付工程设备款项。

10、资产减值准备计提情况

报告期内，公司结合资产质量的实际情况，根据《企业会计准则》的规定，足额计提了资产减值准备，减值准备的提取能够真实、客观地反映公司资产质量的实际状况。公司坏账准备计提分析参见本节之“十四、（一）2、应收票据、应收款项融资及应收账款”和“十四、（一）4、其他应收款”，存货跌价准备计提分析参见本节之“十四、（一）5、存货”，固定资产跌价准备计提分析参见本节之“十四、（二）4、固定资产”。

根据资产实际质量情况，公司未对无形资产计提减值准备。

（三）资产周转能力分析

报告期内，公司主要资产周转能力指标如下：

类　别	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
应收账款周转率（次/年）	6.64	5.27	5.56	5.42
存货周转率（次/年）	3.68	3.15	3.24	4.02

1、应收账款周转率

报告期内，公司应收账款周转率分别为5.42次/年、5.56次/年、5.27次/年和6.64次/年，对应的应收账款周转天数分别为66天、65天、68天和54天。2017-2019年度，公司应收账款周转率总体波动不大。公司给予客户的信用期一般为3个月以

内，应收账款周转天数与信用期较为一致。2020年1-6月，公司口罩业务主要以先款后货的方式结算，期末形成应收账款余额较小，拉低整体应收账款周转率。

报告期内，公司与可比上市公司的应收账款周转率如下：

单位：次/年

公司简称	应收账款周转率			
	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
安正时尚	12.24	14.82	13.76	14.44
太平鸟	12.08	13.03	14.33	16.56
朗姿股份	7.26	8.02	7.22	6.32
日播时尚	11.08	13.74	13.17	14.08
锦泓集团	5.46	5.45	5.74	8.77
地素时尚	34.96	39.46	36.89	35.31
歌力思	5.74	6.90	6.88	7.45
欣贺股份	10.36	15.57	20.76	25.43
嘉欣丝绸	6.58	8.76	8.71	8.10
达利国际	4.14	6.01	7.30	6.97
算术平均数	10.99	13.18	13.48	14.34
本公司	6.64	5.27	5.56	5.42

报告期内，公司应收账款周转率低于可比上市公司平均水平，主要原因系：①品牌女装上市公司主要面向个人消费者，通常以直营门店、加盟经销门店等方式实现销售，货款回收较快其应收账款余额较小；而发行人的直销业务主要以企事业单位的团体采购为主，根据公司客户的不同属性，公司会给予一定的信用期，因此公司应收账款周转率低于品牌女装上市公司；②可比上市公司嘉欣丝绸及达利国际拥有较为完整的产业链，上游业务的结算方式以带款提货为主，因此应收账款周转率较高。而公司丝绸纺织制品的客户以知名品牌服装公司为主，通常给予客户一定的信用期，因此公司应收账款周转率低于可比上市公司。

2、存货周转率

报告期内，公司存货周转率分别为4.02次/年、3.24次/年、3.15次/年和3.68次/年。2017-2019年度，公司存货周转率呈下降趋势，主要系随着公司产品品种的不断丰富，期末备货量占同期主营业务成本的比重有所增长。公司从原材料采购、

产品加工，到发出商品并开票确认收入需要两到三个月左右的周期，与存货周转天数基本一致。2020年1-6月，公司口罩业务期末库存余额较小，存货周转率较高。剔除口罩业务后，公司原有业务存货周转率为2.11，低于2017-2019年度，主要系受新冠肺炎疫情影响，公司原有业务规模有所下滑。

2017-2019年度，公司与可比上市公司的存货周转率如下：

单位：次/年

公司简称	存货周转率			
	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
安正时尚	1.12	1.21	0.96	1.11
太平鸟	1.68	2.01	1.96	1.95
朗姿股份	1.18	1.29	1.29	1.39
日播时尚	0.98	1.41	1.38	1.73
锦泓集团	0.80	0.99	1.24	1.60
地素时尚	1.50	2.07	2.14	2.01
歌力思	0.98	1.59	1.63	1.84
欣贺股份	0.61	0.73	0.83	0.89
嘉欣丝绸	5.56	7.91	7.03	5.76
达利国际	3.56	3.74	3.62	3.44
算术平均数	1.93	2.47	2.36	2.31
本公司	3.68	3.15	3.24	4.02

报告期内，本公司存货周转率高于可比上市公司平均水平。品牌女装类产品款式、尺码相对较多，而公司丝绸文化创意主要细分产品为丝巾、围巾、家纺等，产品款式、规格方面比较固定，也更具有大众适用性。相较而言，公司的备货需求较品牌服装企业小，存货周转率更高。

十五、偿债能力、流动性及持续经营能力分析

报告期内，公司流动负债和非流动负债情况如下：

单位：万元

项　目	2020 年 6 月 30 日		2019 年末		2018 年末		2017 年末	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
流动负债	13,896.47	95.43%	24,952.59	97.36%	24,612.92	97.38%	22,581.25	97.04%

单位：万元

项　目	2020 年 6 月 30 日		2019 年末		2018 年末		2017 年末	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
非流动负债	664.90	4.57%	676.00	2.64%	662.50	2.62%	689.00	2.96%
负债总计	**14,561.37**	**100.00%**	**25,628.59**	**100.00%**	**25,275.42**	**100.00%**	**23,270.25**	**100.00%**

报告期内，公司负债结构相对稳定，绝大部分以流动负债为主。报告期各期末，公司流动负债占负债总额的比例分别为97.04%、97.38%、97.36%和95.43%。公司流动负债主要由应付账款、应付职工薪酬、应交税费和其他应付款等构成，非流动资产主要为与资产相关的政府补助形成的递延收益。

（一）流动负债分析

公司流动负债主要为应付账款、应付职工薪酬、应交税费和预收款项，上述四项合计金额占流动负债的比例分别为93.72%、90.73%、96.96%和78.61%。报告期各期末，公司流动负债的构成情况如下：

单位：万元

项　目	2020 年 6 月末		2019 年末		2018 年末		2017 年末	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
应付票据	-	-	-	-	947.78	3.85%	-	-
应付账款	7,504.29	54.00%	16,588.35	66.48%	14,576.55	59.22%	12,447.20	55.12%
预收款项	-	-	1,863.33	7.47%	2,173.73	8.83%	2,897.93	12.83%
合同负债	2,026.52	14.58%	-	-	-	-	-	-
应付职工薪酬	1,997.68	14.38%	3,285.17	13.17%	2,775.58	11.28%	3,655.21	16.19%
应交税费	1,422.04	10.23%	2,456.18	9.84%	2,805.47	11.40%	2,162.61	9.58%
其他应付款	902.68	6.50%	696.96	2.79%	1,295.35	5.26%	1,404.56	6.22%
其他流动负债	43.26	0.31%	62.60	0.25%	38.44	0.16%	13.74	0.06%
合　计	**13,896.47**	**100.00%**	**24,952.59**	**100.00%**	**24,612.92**	**100.00%**	**22,581.25**	**100.00%**

1、应付票据

公司2018年通过银行承兑汇票支付部分采购款，以提高资金周转效率。截至2018年12月31日，公司应付票据余额为947.78万元，均为银行承兑汇票，票据开具对象为公司供应商。

2、应付账款

报告期各期末，公司应付账款余额分别为12,447.20万元、14,576.55万元、16,588.35万元和7,504.29万元。2017-2019年度，公司应付账款余额呈逐年增长趋势，主要系丝绸文化创意品第四季度尤其是12月份订单量逐年增长，公司于四季度采购形成的应付账款尚未结算所致。2020年1-6月，公司应付账款余额较上年下降9,084.06万元，一方面系受新冠肺炎疫情影响，公司常规业务采购量有所减少，期末未到付款期的货款余额减少；另一方面，公司销售具有一定季节性特征，第四季度至次年1月销售额相对较高。公司在第四季度备货形成的应付账款通常在次年一、二季度付款。

报告期各期末，公司无账龄超过1年的大额应付账款情况。

3、预收款项和合同负债

2017-2019年各年末，公司预收账款余额分别为2,897.93万元、2,173.73万元和1,863.33万元。公司的预收账款全部为预收客户货款。2020年6月末，根据新收入准则的规定，公司将已收到客户对价而应向客户转让商品的义务列示于合同负债科目。2020年6月末，公司合同负债科目余额为2,026.52万元。

（1）丝绸文化创意品**（自有终端品牌）**预收账款变动情况

单位：万元

项　目	2020 年 6 月末	2019 年末	2018 年末	2017 年末
直销渠道	762.10	703.06	896.01	1,327.91
分销渠道	112.41	116.50	295.97	71.64
合　计	**874.51**	**819.56**	**1,191.98**	**1,399.55**
变动额	54.95	-372.42	-207.57	/

公司丝绸文化创意品的预收账款主要来源于大型企事业单位客户和分销客户。大型企事业单位客户通常在年终或春节前后为员工福利及年会庆典预定产品形成预付款；分销渠道部分小型加盟经销客户采取款到发货的结算方式。报告期内，公司丝绸文化创意品预收账款余额逐年下降，主要原因系：

①2017年度，直销客户预收账款余额较高，主要系直销客户年末会先订货以锁定产品用于年终庆典等活动，春节假期时间会直接影响客户的提货时间。2018年春节时间较晚，部分直销客户于2017年年末订货并于2018年1月提货，当期末预收账款余额较高。

②2018年度，分销渠道客户预收账款余额较高，主要原因系：公司于2017年起加大分销渠道开拓力度，对合作时间较短或者规模较小的分销商客户，出于其经营风险和回款风险的考虑，通常采取款到发货的结算模式，形成较高的预收账款余额。2019年以来，随着部分经营规模较小、经营状况不佳的分销商逐渐退出，预收分销商款项余额相应减少。

总体而言，丝绸文化创意品预收账款形成及波动原因与公司实际经营情况相符，具有合理性。

（2）丝绸纺织制品**（非自有终端品牌）**预收账款变动情况

单位：万元

项　目	2020 年 6 月末	2019 年末	2018 年末	2017 年末
丝绸纺织制品预收账款	799.20	1,043.77	981.75	1,498.38
变动额	-244.57	62.02	-516.63	/

报告期内，公司向境内客户销售丝绸纺织制品时通常会采取“3-4-3”或“3-6-1”的结算方式，即投入生产前预付30%的订金用于面料采购，分批发货的中期收取40%或60%的进度款，待货物全部发出后结算剩余30%或10%货款。由于丝绸纺织制品按订单式生产，受客户下单时点及订单交付时点不同的影响，各期末预收账款余额存在一定波动。2017年末，丝绸纺织制品预收账款余额高于其他各期末，系当期末存在部分大额未交付订单，具体包括：①2017年末，公司预收华鼎（杭州）纺织科技有限公司订单预收款及中期款317.38万元，2018年1-6月陆续发货344.66万元，2018年末无预收账款；②2017年末，公司预收北京鄂尔多斯时装有限公司预收款191.40万元，2018年1-6月陆续发货1,091.13万元。2018年末，该客户当季订单大部分订单已出货完成，当期末预收账款金额下降至73.78万元。

2020年6月末，丝绸纺织制品预收账款较上年末下降244.57万元，一方面系受疫情影响，丝绸纺织制品下游客户需求尚未完全恢复；另一方面，丝绸纺织制品销售具有一定季节性特征，第四季度至春节前提货金额相对较高，因此年末预收账款通常高于6月末。

总体而言，丝绸纺织制品预收账款形成及波动原因与公司实际经营情况相符，具有合理性。

（3）口罩业务预收账款情况

2020年6月末，公司因开展口罩业务形成的预收账款金额为352.81万元。公司口罩业务主要以先款后货方式结算，部分客户预付货款后截至2020年6月末尚未提货，形成预收账款。

截至2020年6月末，公司前五大预收账款的客户明细如下：

单位：万元

客户名称	预收款项余额	占预收账款比例
Sofpar 126 公司	406.44	20.06%
浙江美遇健康科技有限公司	154.08	7.60%
AMGPRO	88.36	4.36%
个人客户[注]	72.00	3.55%
歌力思	46.31	2.29%
合　计	**767.19**	**37.86%**

注：2020 年 6 月，某个人客户向公司采购定制丝绸工艺品，由于定制类产品制作周期相对较长，且产品价值相对较高，公司要求该客户预付部分货款。截至 2020 年 6 月末，该产品尚未交付，形成预收账款。

报告期末，客户 Sofpar 126 公司期末预收余额较高，该事项具体情况参见本招股说明书第十一节之“三、（一）发行人及子公司的重大诉讼或仲裁事项”。

截至报告期末，除针对Sofpar 126公司预收款项外，公司前五名预收客户均系预收货款，合同履行状况良好。

4、应付职工薪酬

报告期各期末，公司应付职工薪酬分别为3,655.21万元、2,775.58万元、3,285.17万元和1,997.68万元，占各期末流动负债比例分别为16.19%、11.28%、13.17%和14.38%。2018年末，公司应付职工薪酬较上年末下降879.63万元，主要原因系受市场行情及采购成本上升影响，公司当年营业利润较上年下降幅度较大，公司销售人员的年终提成和中层及以上人员的绩效奖金较2017年有所降低。2020年6月末，公司应付职工薪酬较低，主要系2017-2019年各年末应付职工薪酬中包含已预提但尚未发放的年终奖。

5、应交税费

报告期各期末，公司应交税费余额分别为2,162.61万元、2,805.47万元、2,456.18万元和1,422.04万元，具体构成如下：

单位：万元

项　目	2020 年 6 月末	2019 年末	2018 年末	2017 年末
增值税	519.86	1,768.04	2,237.49	1,268.86
企业所得税	824.97	550.87	378.67	740.82
代扣代缴个人所得税	13.69	22.36	23.54	44.53
城市维护建设税	29.16	56.40	88.14	47.69
房产税	6.46	10.09	8.97	21.28
土地使用税	5.33	5.33	2.67	2.67
印花税	1.65	2.81	3.14	2.54
教育费附加	12.54	24.17	37.83	20.48
地方教育附加	8.37	16.08	25.00	13.62
地方水利建设基金	-	0.02	0.01	0.12
环境保护税	0.00	-	-	-
合　计	**1,422.04**	**2,456.18**	**2,805.47**	**2,162.61**

报告期各期末，公司应交税费主要为应交的企业所得税和增值税。

报告期内，公司按期申报纳税，不存在重大税务处罚。

6、其他应付款

报告期各期末，公司其他应付款明细如下：

单位：万元

项　目	2020 年 6 月末	2019 年末	2018 年末	2017 年末
押金保证金	464.18	460.49	500.38	432.82
应付费用类款项	240.72	103.09	590.59	499.03
应付暂收款	183.36	121.42	181.32	169.01
其他	14.41	11.97	23.07	26.41
应付股利	-	-	-	277.29
合　计	**902.68**	**696.96**	**1,295.35**	**1,404.56**

2017 年末，公司应付股利为 277.29 万元，系子公司万事利礼品以前年度已宣告而未向少数股东支付的现金股利。

（二）非流动负债分析

报告期内，公司非流动负债全部为递延收益。报告期各期末，公司递延收益构成如下：

单位：万元

项　目	2020 年 6 月末	2019 年末	2018 年末	2017 年末
政府补助	661.92	676.00	662.50	689.00
合　计	**661.92**	**676.00**	**662.50**	**689.00**

报告期各期末，公司递延收益分别为689.00万元、662.50万元、676.00万元和661.92万元，主要是政府补助按照相关资产的摊销年限尚未转入当期损益的部分。

公司取得的与资产相关的政府补助为：（1）由杭州经济技术开发区拨付的2013年产业振兴和技术改造项目第二批中央基建投资款，于2013年11月12日取得。由于该项目涉及基础设施建设及生产设备技术改造，公司将上述补助在相关资产使用寿命内按30年平均分摊，年摊销26.50万元；（2）由杭州钱塘新区经发科技局、杭州钱塘新区财政局拨付的省级循环化改造示范试点园区建设补助资金，资助总额为100.00万元，本次资助金额为50.00万元。上述补助自项目完工之日起，在资产使用寿命内按30年平均分摊。2019年度，公司将自完工之日起至2019年12月31日应摊销的金额10.00万元，一次性计入其他收益。

（三）所有者权益分析

报告期各期末，公司所有者权益的构成情况如下：

单位：万元

项　目	2020 年 6 月末		2019 年末		2018 年末		2017 年末	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
股本/实收资本	10,090.30	21.88%	10,090.30	22.73%	10,090.30	26.26%	10,090.30	30.20%
资本公积	17,232.57	37.36%	17,232.57	38.82%	17,232.57	44.85%	17,232.57	51.58%
盈余公积	1,769.77	3.84%	1,769.77	3.99%	1,181.92	3.08%	701.87	2.10%
未分配利润	17,032.94	36.93%	15,297.11	34.46%	9,918.92	25.81%	5,387.07	16.12%
归属母公司的所有者权益合计	**46,125.58**	**100.00%**	**44,389.75**	**100.00%**	**38,423.71**	**100.00%**	**33,411.81**	**100.00%**

1、股本

2017年4月24日，杭州万事利丝绸文化有限公司整体变更为杭州万事利丝绸

文化股份有限公司。

报告期各期末，公司股本构成情况如下：

单位：万元

项　目	2020 年 6 月末	2019 年末	2018 年末	2017 年末
万事利集团	5,507.40	5,507.40	5,200.00	5,200.00
丝奥投资	1,200.00	1,200.00	1,200.00	1,200.00
浙商投资	1,009.29	1,009.29	1,009.29	1,009.29
丝昱投资	800.00	800.00	800.00	800.00
丝弦投资	800.00	800.00	800.00	800.00
万向三农	307.40	307.40	307.40	307.40
浙江国俊	0.00	0.00	307.40	307.40
盈思投资	204.93	204.93	204.93	204.93
陈曙华	122.95	122.95	122.95	71.72
卓元晋嘉	71.72	71.72	71.72	71.72
张家林	0.00	0.00	0.00	51.23
华媒投资	51.23	51.23	51.23	51.23
乐世利投资	15.37	15.37	15.37	15.37
合　计	**10,090.30**	**10,090.30**	**10,090.30**	**10,090.30**

报告期内，公司各股东股本变动的具体情况请参见本招股说明书第五节之“二、（三）公司报告期内股权变动情况”。

2、资本公积

单位：万元

项　目	2020 年 6 月 30 日	2019 年末	2018 年末	2017 年末
资本溢价	17,232.57	17,232.57	17,232.57	17,232.57
合　计	**17,232.57**	**17,232.57**	**17,232.57**	**17,232.57**

报告期各期末，公司资本公积余额未发生变动。

3、盈余公积

报告期各期末，公司盈余公积金额分别为701.87万元、1,181.92万元、1,769.77万元和1,769.77万元。公司根据母公司当年度实现净利润的10%提取法定盈余公积。

4、未分配利润

报告期内，公司未分配利润的变动情况如下：

单位：万元

项　目	2020 年 6 月末/2020 年 1-6 月	2019 年末/2019 年度	2018 年末/2018 年度	2017 年末/2017 年度
期初未分配利润	15,297.11	9,918.92	5,387.07	-379.62
加：本期归属于母公司所有者的净利润	3,753.89	5,966.03	5,011.90	5,530.64
减：提取法定盈余公积	-	587.84	480.05	680.39
应付普通股利	2,018.06	–	–	–
整体变更为股份公司	-	-	-	-916.44
期末未分配利润	17,032.94	15,297.11	9,918.92	5,387.07

（四）现金流量分析

报告期内，公司各项现金流量情况如下：

单位：万元

项　目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
经营活动产生的现金流量净额	-1,357.84	9,064.99	7,548.40	1,202.41
投资活动产生的现金流量净额	-2,139.65	-1,445.21	-2,181.35	-204.48
筹资活动产生的现金流量净额	-2,018.06	75.60	-277.29	-5,662.31
现金及现金等价物净增加额	-5,486.92	7,738.23	5,153.16	-4,829.07

1、经营活动现金流量分析

（1）经营活动现金流量情况

报告期内，公司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
销售商品、提供劳务收到的现金	47,422.50	80,549.69	84,468.27	81,523.80
主营业务收入	38,455.42	72,243.53	74,281.06	70,705.40
销售商品、提供劳务收到的现金/主营业务收入	1.23	1.11	1.14	1.15
购买商品、接受劳务支付的现金	35,825.46	47,753.38	51,924.09	58,123.08
主营业务成本	24,464.50	45,512.28	47,165.05	44,849.31

单位：万元

项　目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
购买商品、接受劳务支付的现金/主营业务成本	1.46	1.05	1.10	1.30
经营活动产生的现金流量净额	-1,357.84	9,064.99	7,548.40	1,202.41
净利润	3,724.91	5,933.46	5,001.43	5,811.42
经营活动产生的现金流量净额/净利润	-0.36	1.53	1.51	0.21

报告期内，公司销售商品、提供劳务收到的现金与同期主营业务收入的比例较为稳定，两者增长具有较强的相关性，销售收入转化为现金的能力较强，应收账款回款情况良好。

报告期内，公司购买商品、接受劳务支付的现金与同期主营业务成本的比例分别为1.30、1.10、1.05和1.46。2017年度，上述比例较高，主要原因系：①当年下半年原材料生丝价格快速上涨，公司出于控制原材料成本的需要，在信用期内加快了货款结算时间；②公司借助于服务G20杭州峰会的契机，加大对组合套装等丝绸文化创意品的开发、销售力度，当期细分产品种类数量较上年增加幅度较大，对外采购存货金额亦相应增加。2020年1-6月，由于公司第四季度销售旺季形成的应付账款通常于次年一、二季度付款，当期应付账款余额较上年下降9,084.06万元，导致购买商品、接受劳务支付的现金占同期主营业务成本的比重较高。

报告期内，公司经营活动产生的现金流量金额与同期净利润的比值分别为0.21、1.51、1.53和-0.36。2017年度和2020年1-6月，上述比值较低，主要系购买商品、接受劳务支付的现金高于报告期其他年份。

（2）经营活动现金流量与净利润勾稽关系

单位：万元

项　目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
1）将净利润调节为经营活动现金流量：				
净利润	3,724.91	5,933.46	5,001.43	5,811.42
加：资产减值准备	1,856.77	1,055.90	826.61	126.55
固定资产折旧、油气资产折耗、生产性生物资产折旧	568.84	1,058.39	994.67	1,001.29
无形资产摊销	63.18	101.17	81.47	46.42

单位：万元

项　目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
长期待摊费用摊销	141.38	216.27	168.10	249.76
处置固定资产、无形资产和其他长期资产的损失（收益以“－”号填列）	1.09	0.96	-18.56	5.45
固定资产报废损失（收益以“－”号填列）	5.52	17.72	1.49	3.49
公允价值变动损失（收益以“－”号填列）	-19.89	-	-	-
财务费用（收益以“－”号填列）	-28.63	-42.85	-63.40	206.84
投资损失（收益以“－”号填列）	-12.26	13.68	11.90	-
递延所得税资产减少（增加以“－”号填列）	-232.17	-97.75	-28.28	4.52
递延所得税负债增加（减少以“－”号填列）	2.98	-	-	-
存货的减少（增加以“－”号填列）	1,273.24	-145.13	-343.56	-7,440.17
经营性应收项目的减少（增加以“－”号填列）	2,127.84	637.00	-1,639.12	775.23
经营性应付项目的增加（减少以“－”号填列）	-10,830.65	316.17	2,555.64	411.63
经营活动产生的现金流量净额	-1,357.84	9,064.99	7,548.40	1,202.41
经营活动产生的现金流量净额/净利润	-0.36	1.53	1.51	0.21

报告期各期，公司经营活动产生的现金流量净额分别为 1,202.41 万元、7,548.40 万元、9,064.99 万元和-1,357.84 万元，经营活动产生的现金流量净额与净利润的比值分别为 0.21、1.51、1.53 和-0.36。

2017 年度，公司经营活动产生的现金流量净额较低，且与净利润相差较大的主要原因系当期末存货余额较上年末增加 7,440.17 万元，存货余额增加的主要原因包括：①2016 年 G20 杭州峰会召开后，公司品牌影响力迅速提升，带动丝绸文化创意品业务规模尤其是分销渠道业务规模迅速扩张。为应对企事业单位团体性采购及分销商大额提货需求，公司在综合考虑未来销售情况的前提下增加了一定的备货量；②2017 年度，公司加大对组合套装等丝绸文化创意品的开发、销售力度，当期细分产品种类数量较上年增加幅度较大，对外采购存货金额亦相应增加；③当年下半年原材料生丝价格快速上涨，公司出于控制原材料成本的需要，针对丝绸纺织制品部分较为稳定的客户需求适当增加了原材料白坯面料的备货量。

2020年1-6月，公司经营活动产生的现金流量净额为负，主要原因系：公司销售具有一定季节性特征，第四季度至次年1月销售额相对较高。公司在第四季度备货形成的应付账款通常在次年一、二季度付款，2020年6月末应付账款余额

较上年末下降9,084.06万元。

2、投资活动现金流量分析

报告期内，公司投资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
投资活动现金流入	43.76	5.01	36.45	2,154.85
投资活动现金流出	2,183.41	1,450.22	2,217.79	2,359.32
投资活动产生的现金流量净额	-2,139.65	-1,445.21	-2,181.35	-204.48

2017 年度，公司取得的投资活动现金流入主要为收回以前年度关联方资金拆借款及利息。

报告期内，由于公司在数码印花设备购置及信息系统更新改造等方面保持较高投入，导致投资活动现金流出金额较高，投资活动产生的现金流量净额为负。

3、筹资活动现金流量分析

报告期内，公司筹资活动的现金流入和现金流出主要情况如下：

单位：万元

项　目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
筹资活动现金流入	-	75.60	-	389.76
筹资活动现金流出	2,018.06	-	277.29	6,052.07
筹资活动产生的现金流量净额	**-2,018.06**	**75.60**	**-277.29**	**-5,662.31**

2017 年度，公司筹资活动现金流出主要系归还关联方拆入资金。2019 年度，公司筹资活动现金流入为控股子公司依漾科技收到少数股东投资款。2020 年 1-6 月，公司筹资活动现金流出为派发现金股利 2,018.06 万元。

（五）报告期内股利分配的具体实施情况

2020 年 6 月 28 日，公司召开 2019 年年度股东大会审议《2019 年利润分配预案》，决定派发现金股利 2,018.06 万元（含税）。

截至本招股说明书签署日，上述股利分配方案已实施完毕。

（六）偿债能力及流动性分析

1、公司的主要偿债能力及流动性指标

报告期各期末，反映公司偿债能力及流动性的主要财务指标如下：

项　目	2020 年 6 月末/ 2020 年 1-6 月	2019 年末/ 2019 年度	2018 年末/ 2018 年度	2017 年末/ 2017 年度
流动比率（倍）	3.32	2.29	2.05	1.95
速动比率（倍）	2.43	1.71	1.45	1.30
资产负债率（母公司）	16.75%	25.49%	29.62%	30.21%
息税折旧摊销前净利润（万元）	5,024.87	8,149.39	6,902.71	8,176.73
扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润（万元）	3,604.49	5,133.89	4,690.81	5,254.41
利息保障倍数（倍）	-	-	-	83.67

报告期各期末，公司流动比率分别为1.95、2.05、2.29和3.32，速动比率分别为1.30、1.45、1.71和2.43，流动比率及速动比率逐年提升，流动性良好。

报告期内，公司良好的销售回款、充足的经营性现金流情况，保证了公司能按时偿付流动负债，现阶段公司流动性风险及短期偿债风险可控。

报告期各期末，公司资产负债率相对较低。公司自2017年起不再通过银行借款筹集营运资金，日常运营管理资金全部来源于股东投入及经营累计所得。

报告期内，公司息税折旧摊销前利润分别为8,176.73万元、6,902.71万元、8,149.39万元和5,024.87万元，2017年利息保障倍数为83.67倍，2018年及2019年无利息支出。公司偿债能力良好。

2、与可比上市公司的比较情况

报告期各期末，公司主要流动性及偿债能力指标与可比上市公司的比较情况如下：

公司简称	流动比率（倍）				速动比率（倍）				母公司资产负债率（%）			
	2020 年 6 月末	2019 年末	2018 年末	2017 年末	2020 年 6 月末	2019 年末	2018 年末	2017 年末	2020 年 6 月末	2019 年末	2018 年末	2017 年末
安正时尚	1.83	2.56	3.87	4.72	0.94	1.33	2.53	3.69	23.54	14.13	12.81	16.71
太平鸟	1.44	1.48	1.86	1.91	0.81	0.93	1.18	1.18	31.56	33.00	24.20	26.81
朗姿股份	1.76	1.48	1.86	1.91	0.94	0.85	1.14	0.46	24.83	26.99	50.99	53.23
日播时尚	2.58	3.47	2.81	4.98	1.62	0.85	1.14	0.46	11.24	14.63	18.26	10.70

公司简称	流动比率（倍）				速动比率（倍）				母公司资产负债率（%）			
	2020 年 6 月末	2019 年末	2018 年末	2017 年末	2020 年 6 月末	2019 年末	2018 年末	2017 年末	2020 年 6 月末	2019 年末	2018 年末	2017 年末
锦泓集团	2.71	0.84	1.83	1.51	1.63	2.09	1.59	3.29	73.86	73.42	71.19	79.20
地素时尚	4.03	5.39	6.49	3.55	3.65	0.48	1.14	1.04	18.69	16.48	20.03	25.93
歌力思	2.54	2.40	2.38	1.83	1.74	4.85	5.92	2.92	35.23	38.25	26.27	29.03
欣贺股份	3.09	2.70	2.81	3.51	1.69	1.38	1.69	2.48	19.37	22.35	22.18	19.66
嘉欣丝绸	1.89	1.90	1.85	1.62	1.52	1.56	1.69	1.37	39.69	38.05	39.89	45.05
达利国际	/	1.30	1.50	1.17	/	1.57	1.52	1.25	/	/	/	/
算术平均数	2.30	2.38	2.69	2.55	1.54	1.60	1.95	1.85	30.89	30.81	31.76	34.04
本公司	3.32	2.29	2.05	1.95	2.43	1.71	1.45	1.30	16.75	25.49	29.62	30.21

2017-2019 年末，公司流动比率与资产负债率略低于可比上市公司平均水平。2020 年 6 月末，受疫情影响，可比上市公司流动比率、速动比率平均水平有所下降。公司积极投产口罩业务，相关销售及回款情况较好，带动公司流动比率及速动比率分别增长 1.03 倍和 0.72 倍。报告期内，公司流动性良好，资产负债率逐年下降，长短期偿债能力得到增强，抗风险能力也逐年提升。

（七）持续经营能力分析

1、对公司持续盈利能力产生重大不利影响的主要因素

公司已在招股说明书“第四节 风险因素”中对可能影响公司持续经营能力的主要因素进行了披露。报告期内，公司经营状况良好，不存在以下影响持续经营能力的情形：

（1）公司的经营模式、产品或服务种结构已经或者将发生重大变化，并对公司的持续经营能力构成重大不影响；

（2）公司的行业地位或公司所处行业的经营环境已经或者将发生重大变化，并对公司的持续经营能力构成重大不影响；

（3）公司在用的商标、专利有技术特许经营权等重要资产或者技术的取得或者使用存在重大不利变化的风险；

（4）公司最近一年的营业收入或净利润对关联方或者有重大不确定性的客户存在重大依赖；

（5）公司最近一期的净利润主要来自合并财务报表范围以外投资收益；

（6）其他可能对公司持续经营能力构成重大不影响的情形。

2、管理层对公司持续盈利能力自我评判的依据

公司已披露了其面临的风险因素，公司不存在上述对持续盈利能力构成重大不利影响的情形。随着居民收入不断提高，消费升级需求持续推进，公司所处的丝绸行业长期发展前景较好。公司深耕丝绸行业多年，成功实现从“产品制造”到“文化创造”再到“品牌塑造”的转型升级，在文化创意、研发设计、技术、品牌等方面具有较为突出的优势，具备良好的发展前景和持续经营能力。

十六、重大资本性支出

（一）报告期内重大资本性支出

报告期内，公司购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金分别为852.97 万元、2,097.79 万元、1,450.22 万元和 2,120.41 万元，主要用于公司数码印花相关机器设备购置，有利于公司强化技术优势，增强盈利能力。

（二）财务报告审计基准日至本招股说明书签署日期间重大资本性支出

自财务报告审计基准日至本招股说明书签署日，公司未发生重大资本性支出。

（三）未来可预见的重大资本性支出

未来公司可预见的重大资本性支出主要是用于本次发行募集资金投资项目，具体募投项目投资计划参见本招股说明书之“第九节 募集资金运用与未来发展规划”相关内容。

十七、财务报告审计截止日后主要财务信息及经营状况

公司经审计财务报表的审计截止日为 2020 年 6 月 30 日。天健事务所对公司 2020 年 9 月 30 日的合并及母公司资产负债表，2020 年 1-9 月的合并及母公司利润表、合并及母公司现金流量表以及相关财务报表附注进行了审阅，并出具了天健审[2020]10379 号《审阅报告》。

（一）审计截止日后的主要经营状况

自财务报告审计截止日（2020 年 6 月 30 日）至本招股说明书签署之日，随着国内疫情形势的好转，公司原有丝绸文化创意品**（自有终端品牌）**、丝绸纺织制品**（非自有终端品牌）**业务经营状况逐步恢复，主要材料的采购渠道及采购价格、生产、主要产品的销售渠道及销售价格、主要客户及供应商的构成、税收政策以及其他可能影响投资者判断的重大事项，未发生重大变化。

2020 年 1-6 月，公司积极响应政府号召，利用丝绸产品的采购、生产和销售等资源转产口罩，对公司整体经营业绩起到了积极影响。2020 年 7-9 月，国内疫情得到有效控制，防疫物资需求进入常态化阶段，防疫物资市场供应则相对充足。在此背景下，公司口罩销售规模有较大幅度的减少，但公司仍然保留口罩业务涉及的原材料、机器设备等资产，并结合市场需求组织生产销售，一旦疫情出现反复，公司可迅速投入生产以满足社会需求。

（二）2020 年 1-9 月经营业绩情况

2020 年 1-9 月，公司经营业绩情况如下：

单位：万元

项　目	2020 年 1-9 月		2019 年 1-9 月
	金额	同比变动	金额
营业收入	53,369.31	8.41%	49,228.99
营业利润	5,181.32	43.30%	3,615.77
净利润	4,542.16	40.26%	3,238.38
扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润	4,297.90	49.87%	2,867.79

2020 年 1-9 月，公司积极响应政府号召，转产民用口罩产品并实现产品收入 17,365.39 万元。同时，公司原有丝绸文化创意品**（自有终端品牌）**与丝绸纺织制品**（非自有终端品牌）**业务逐步恢复，公司营业收入与净利润较上年同期分别提升 8.41%和 40.26%。

新冠肺炎疫情对公司原有丝绸文化创意品和丝绸纺织制品业务造成不利影响，若扣除口罩业务产生的收入与利润，公司 2020 年 1-9 月实现营业收入 36,003.92 万元，同比变动幅度为-26.86%；净利润 2,493.76 万元，同比变动幅度为-22.99%，存在一定程度下滑。

（三）2020 年 1-9 月主要会计报表项目与上年年末或同期相比的变动情况

1、合并资产负债表主要会计报表项目与上年年末相比的变动情况

2020 年 9 月末，公司合并资产负债表主要报表项目与上年年末相比的变动情况及原因具体如下：

单位：万元

项　目	2020 年 9 月末	2019 年末	变动幅度	变动超过 30%的项目变动原因	可能产生的影响
货币资金	25,193.22	26,949.04	-6.52%	/	/
应收账款	9,468.06	13,567.26	-30.21%	公司综合考虑国外疫情发展、应收账款账期等因素，缩减丝绸纺织制品境外销售规模	因丝绸纺织制品境外销售毛利总额相对较低，公司执行主动缩减相关销售规模的计划虽具有持续性，但不会对公司经营业绩构成重大不利影响
存货	14,717.87	14,433.86	1.97%	/	/
固定资产	9,472.93	8,633.90	9.72%	/	/
应付账款	10,908.06	16,588.35	-34.24%	主要系受疫情影响，当期丝绸文化创意品采购下降	随着疫情形势的好转，丝绸文化创意品采购亦逐渐恢复，疫情因素不具有可持续性影响，且上述事项对公司不存在重大不利影响
实收资本	10,090.30	10,090.30	-	/	/
资本公积	17,232.57	17,232.57	-	/	/
未分配利润	17,851.72	15,297.11	16.70%	主要系经营利润增加	/

注：合并资产负债表主要报表项目列示口径为合并资产负债表中期末余额超过当期末资产总额 5%的项目。

2、合并利润表主要会计报表项目与上年同期相比的变动情况

2020 年 1-9 月，公司合并利润表主要报表项目与上年同期相比的变动情况及原因具体如下：

单位：万元

项　目	2020 年 1-9 月	2019 年 1-9 月	变动幅度	变动超过 30%的项目变动原因	可能产生的影响
营业收入	53,369.31	49,228.99	8.41%	/	/
营业成本	32,534.58	31,368.93	3.72%	/	/
销售费用	8,227.22	8,276.12	-0.59%	/	/
管理费用	3,344.14	3,443.81	-2.89%	/	/
研发费用	2,048.83	2,382.20	-13.99%	/	/
信用减值损失	-1,101.34	-83.07	1,225.76%	主要系 2020 年上半年部分预付口罩款项预计无	未来口罩业务规模将缩减，预计不会产生持续性影响

单位：万元

项　目	2020 年 1-9 月	2019 年 1-9 月	变动幅度	变动超过 30%的项目变动原因	可能产生的影响
				法收回，全额计提跌价准备	
资产减值损失	-1,101.58	-342.90	221.25%	主要系新增口罩存货跌价准备	口罩存货跌价准备已在 2020 年 1-9 月充分计提，对后期影响金额较小，且不具有持续性影响
所得税费用	592.38	360.04	64.53%	主要系当期利润总额增加	不存在持续性影响

（四）2020 年度业绩预测情况

1、公司各主要产品 2020 年度预计收入、利润情况及变动原因

2020 年度，新冠肺炎疫情对公司经营影响较大，为减少疫情带来的影响，公司主要采取了如下措施：

（1）针对丝绸文化创意品**（自有终端品牌）**，发行人自国内疫情逐步控制之后，通过增加新品设计，陆续在“端午”、“中秋”等传统节假日推出与传统节日文化相结合的组合套装；组织销售团队进一步开拓、拜访客户，寻求潜在业务合作机会；利用线上销售渠道尤其是线上直播模式，促进品牌宣传和产品销售；增加低折扣的促销活动频次等方式积极开拓业务并取得了较好的成果。

（2）针对丝绸纺织制品**（非自有终端品牌）**，因国外疫情发展较为严重，公司主动削减了毛利率较低的境外销售规模，并将主要精力投入到境内销售业务中，通过提升境内品牌女装客户的服务配合度，加强数码印花加工业务的客户群体开发等方式，降低疫情带来的不利影响。

（3）疫情期间，发行人利用其资源整合能力及多年积累的行业经验，转危为机，积极响应政府号召，勇于承担社会责任，转产民用口罩产品，对公司当年业绩产生了积极的影响。

（4）实行部门扁平化管理等措施，减少管理层级、降低管理成本、提高管理效率。

随着国内经济形势逐渐恢复以及公司所采取的各项应对措施效果逐步体现，**根据初步核算，公司 2020 年度实现营业收入约 71,900-74,100 万元，基本与 2019 年度持平；扣非后归母净利润约 6,000-6,500 万元，同比上涨约 16%-27%；剔除**

口罩业务后，公司实现营业收入约 54,500-56,500 万元，同比下滑约 21%-25%，扣非后归母净利润约 4,400-4,700 万元，同比下滑约 8-15%。口罩业务对发行人 2020 年度总体经营业绩产生了积极影响。

各细分板块 2020 年度收入、利润数据如下：

单位：万元

项 目		2020 年度（预计值）		2019 年度		同比变动幅度（①-②）/②
		金额①	占比	金额②	占比	
主营业务收入	丝绸文化创意品（自有终端品牌）	34,500~35,500	**47.91%~47.98%**	40,764.45	56.43%	-12.91%~-15.37%
	丝绸纺织制品（非自有终端品牌）	20,000~21,000	**27.82%~28.34%**	31,479.08	43.57%	-33.29%~-36.47%
	口罩	**17,400~17,600**	**23.75%~24.20%**	-	-	-
	合 计	**71,900~74,100**	100.00%	72,243.53	100.00%	**-0.48%~2.57%**
毛利金额	丝绸文化创意品（自有终端品牌）	17,000~18,000	62.07%~62.96%	21,032.31	78.68%	-14.42%~-19.17%
	丝绸纺织制品（非自有终端品牌）	4,000~4,500	14.81%~15.52%	5,698.94	21.32%	-21.04%~-29.81%
	口罩	6,000~6,500	22.22%~22.41%	-	-	-
	合 计	27,000~29,000	100.00%	26,731.24	100.00%	1.01%~8.49%
归属于母公司所有者的净利润		**6,000.00~6,700.00**		5,966.03		**0.57%~12.30%**
扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润		**6,000.00~6,500.00**		5,133.89		**16.87%~26.61%**

2020 年度，公司丝绸文化创意品销售收入约 34,500-35,500 万元，较 2019 年度下滑约 6,000 万元，毛利额约 17,000-18,000 万元，较 2019 年度下滑约 4,000 万元，其收入和毛利额占公司主营业务收入和毛利金额的比重分别约为 48%、**63%**，较 2019 年均有所下滑。产生上述情况的原因系：2020 年 2-3 月，新冠肺炎疫情导致行业上下游企业以及客户群体停工停产，导致丝绸文化创意品当年收入下降约 12%-15%，毛利额下降约 15%-20%；公司为抗击疫情，转产口罩，增加了产品品类，口罩产品贡献的收入和毛利导致丝绸文化创意品收入、毛利率占比下降。

2020 年度，公司丝绸纺织制品销售收入约 20,000-21,000 万元，较 2019 年度

下滑约 11,000 万元，毛利额 4,000-4,500 万元，较 2019 年度下滑约 1,500 万元，其收入和毛利额占主营业务收入和毛利金额的比重分别约为 28%、15%，较 2019 年均有所下滑。产生上述情况的原因系：2020 年 2-3 月，公司丝绸纺织制品行业上下游企业受疫情影响，复工率较低，且公司主动削减了毛利率较低的境外销售规模，当期丝绸纺织品境外销售收入较 2019 年度下降约 3,500 万元，下滑幅度约 50%，但由于公司境外销售毛利率相对较低，主动削减境外销售预计不会对公司经营业绩构成重大不利影响。

2020 年度，公司口罩产品销售收入约 **17,400-17,600** 万元，毛利额约 6,000-6,500 万元，其收入和毛利额占公司主营业务收入和毛利金额的比重分别约为 24%、**22%**。公司为抗击疫情、承担社会责任转产口罩，2020 年 1-6 月，口罩收入 17,206.27 万元，占比 44.74%，占当期**主营业务**收入比重较高。随着疫情逐渐控制，公司将主要精力集中于丝绸文化创意品和丝绸纺织制品业务的恢复与开拓，公司每月保证约 100 万只口罩产量以满足社会需求，将其作为一个常规品类进行运营，口罩收入全年业绩贡献程度较 2020 年 1-6 月有所下降。

上述 2020 年度预计数据仅为管理层对经营业绩的初步估计情况，未经审计，不构成盈利预测。

2、未来业务拓展计划及业绩情况预计

未来，公司仍将集中主要精力于丝绸相关产品，并拟将创意设计理念与口罩产品相结合，如在防疫需要的基础上设计更具美感和创意的口罩产品，将口罩作为组合套装的一部分进行销售等。

具体来看：

（1）丝绸文化创意品**（自有终端品牌）**

2019 年度、2020 年 1-6 月、2020 年 1-9 月（审阅数）和 2020 年度（预计值），发行人分产品销售、及毛利占比情况如下：

项　目		**2020 年度（预计值）**	**2020 年 1-9 月**	**2020 年 1-6 月**	**2019 年度**
主营业务收入	丝绸文化创意品**（自有终端品牌）**	**47.91%~47.98%**	42.69%	28.97%	56.43%
	丝绸纺织制	**27.82%~28.34%**	24.49%	26.29%	43.57%

项　目		2020 年度（预计值）	2020 年 1-9 月	2020 年 1-6 月	2019 年度
	品（非自有终端品牌）				
	口罩	23.75%~24.20%	32.81%	44.74%	-
毛利金额	丝绸文化创意品（自有终端品牌）	62.07%~62.96%	56.27%	39.17%	78.68%
	丝绸纺织制品（非自有终端品牌）	14.81%~15.52%	12.55%	14.83%	21.32%
	口罩	22.22%~22.41%	31.18%	46.00%	-

2019 年度，公司丝绸文化创意品是公司收入主要来源，由于其毛利率较高，毛利贡献相对较大，丝绸文化创意品当年度收入和毛利额占公司主营业务收入和毛利额的比重分别为 56.43%和 78.68%。

受疫情影响，2020 年 1-6 月，丝绸文化创意品下滑幅度较大，收入及毛利额占比下滑，但随着公司集中精力积极开拓和恢复该业务，2020 年下半年，丝绸文化创意品收入约为 24,000 万元，毛利额约为 12,500 万元，均较上年同期有 5%以上的增长，其 2020 年全年收入和毛利额占公司主营业务收入和毛利金额的比重已上升至 48%和 63%。

未来，公司将主要采取以下业务拓展计划：

①加强新产品设计、研发能力，公司已初步确定 2021 年度的新品研发计划，结合大型传统节日，针对性地对丝巾、组合套装等新品进行创意设计，并在恰当时机推出。

②加强客户维护与开拓，组织销售团队对现有客户进行回访，推广公司新产品，制定明确的新客户开拓计划，寻找潜在业务机会。

③公司已成为“2022 年杭州亚运会”丝绸类特许生产商之一（仅有四家），根据相应授权，在 2021 年 1 月至 2022 年 12 月间，公司可开发、生产丝绸相关产品并销售（需经组委会审核），公司将利用这一契机，凭借成功服务“G20 杭州峰会”的经验，设计并推出与亚运会相关的丝绸产品，并进行品牌推广活动，有望使得公司品牌形象和知名度进一步提升，从而有助于各渠道、各产品的销售。

④总结并分析 2020 年已有的线上直播销售、网络销售数据，有针对性地挑

选更符合市场消费者心理的产品，在“春节”假期、“618”、“双 11”恰当时间组织线上直播销售或线下促销活动，宣传品牌的同时也作为常规销售的一个良好补充。

（2）丝绸纺织制品**（非自有终端品牌）**

2020 年度，公司丝绸纺织制品销售收入约 20,000-21,000 万元，较 2019 年度下滑约 33%-37%，主要系公司因战略规划主动削减了毛利率较低的境外业务。报告期内，丝绸纺织制品毛利率分别为 16.41%、15.98%、18.10%、20.52%，低于丝绸文化创意品，公司丝绸纺织制品销售收入规模的下降对公司经营业绩的影响相对较小。

2020 年末，发行人丝绸纺织制品境内业务在手订单约 2,500 万元，较上年同期下降约 15%-20%，降幅较 2020 年上半年已有所减少。

未来，公司将主要采取以下业务拓展计划：

①将原有境外业务销售团队力量部分扩充至境内业务销售团队，加强境内客户的开拓和维度，如主动拜访国内知名品牌女装客户；增加与现有客户的业务沟通频次，深入了解客户需求，向其推荐公司的新产品、新技术；积极参加行业展会，接触潜在业务机会，开拓潜在客户等。

②报告期内，公司数码印花工艺日益成熟，开拓了众多客户资源并将客户群体逐渐从浙江省周边区域扩展至广东省周边区域，公司拟进一步开拓客户资源，扩大数码印花加工服务业务规模。

③针对境外销售中毛利率相对较高的真丝面料、真丝贴牌服装类业务仍积极维护客户，并视境外疫情发展情况开展业务，力争扩大合作规模。

（3）口罩产品

2020 年度，公司口罩产品销售收入约 **17,400-17,600** 万元，随着疫情常态化，市场防疫物资产能增长，公司亦将主要精力集中于丝绸文化创意品和丝绸纺织制品业务的开拓与恢复，公司 2020 年 7-12 月口罩销售收入已较 2020 年 1-6 月大幅下降，月均销售额约 **40-50** 万元。

未来，公司将在防疫需要的基础上设计更美观和具有创意性的口罩产品，从

而满足市场需求，亦可将其作为组合套装的一部分进行销售，增加组合套装产品的功能性，公司预计，未来口罩作为公司的一款常规产品其月销售规模较 2020 年 7-12 月的 40-50 万元将有所增长。

第九节 募集资金运用与未来发展规划

一、募集资金使用计划

（一）本次募集资金运用计划

本次公司拟发行新股不超过 3,363.43 万股，募集资金总额将根据询价结果最终确定。募集资金总额扣除发行费用后全部用于与主营业务相关的项目，有利于增强公司的盈利能力，提高公司在丝绸产业领域的竞争地位。本次募投项目的实施不涉及与其他方合作的情形，本次募投项目实施后，公司与公司主要股东及其关联方之间不会新增同业竞争，且不存在对发行人独立性产生不利影响的情形。

公司 2020 年第四次临时股东大会审议通过了《募集资金管理制度》，对募集资金的存放、使用和监督进行了规范。公司募集资金存放于董事会决定的专户集中管理，做到专款专用。

（二）本次募集资金运用计划

经公司第二届董事会第四次会议和 2020 年第四次临时股东大会审议通过了关于公司首次公开发行股票并在创业板上市的相关议案，公司拟发行新股不超过 3,363.43 万股，扣除发行费用后，募集资金拟用于以下项目：

序号	募集资金使用项目	项目总投资金额（万元）	募集资金拟投入（万元）	项目备案情况	项目环评批复
1	展示营销中心建设项目	10,123.70	10,123.70	/[注 1]	/[注 2]
2	年产 280 万米数码印花生产线技术改造项目	5,911.90	5,431.90	2019-330100-17-03-018547-000	杭经开环备 [2019]9 号
3	数字化智能运营体系建设项目	3,417.53	3,417.53	2019-330104-65-03-028919-000	[注 2]
4	补充流动资金项目	13,000.00	13,000.00	/	/

序号	募集资金使用项目	项目总投资金额（万元）	募集资金拟投入（万元）	项目备案情况	项目环评批复
合 计		**32,453.13**	**31,973.13**	/	/

注 1：公司已取得杭州市江干区发展改革和经济信息化局出具的《关于杭州万事利丝绸文化股份有限公司展示营销中心项目无需进行核准和备案的说明》；

注 2：经杭州市生态环境局江干分局确认，上述两个项目均不涉及生产内容，也不涉及土建，无需开展环境影响评价。

上述项目总投资额为 32,453.13 万元，拟使用募集资金 31,973.13 万元。根据市场情况，如果本次募集资金到位前公司需要对上述拟投资项目进行先期投入，则公司将用自筹资金投入，待募集资金到位后再予以置换。若本次实际募集资金不能满足募投项目的资金需求，资金缺口由公司自筹解决。

（三）募集资金使用计划

单位：万元

序号	项目名称	项目资金投资计划			投资总额	募集资金投资总额
		第一年	第二年	第三年		
1	展示营销中心建设项目	3,578.40	3,532.06	3,013.24	10,123.70	10,123.70
2	年产 280 万米数码印花生产线技术改造项目	2,639.25	3,272.65	-	5,911.90	5,431.90
3	数字化智能运营体系建设项目	979.69	2,323.84	114.00	3,417.53	3,417.53
4	补充流动资金项目	13,000.00	-	-	13,000.00	13,000.00

（四）募集资金投资项目与公司现有主要业务、核心技术的关系

公司将中国传统丝绸文化与创意设计、数码印花生产工艺相结合，专业从事丝绸相关产品的研发设计、生产与销售。公司主要产品可分为丝绸文化创意品**（自有终端品牌）**和丝绸纺织制品**（非自有终端品牌）**，其中以“万事利”自有品牌为核心的丝绸文化创意品主要包括丝巾、组合套装、家纺、品牌服装、围巾、丝绸工艺品；以技术加工为核心向知名女装品牌提供的丝绸纺织制品主要包括丝绸面料、贴牌服装，此外，公司凭借工艺优势还向客户提供数码印花加工服务。公司掌握的色彩管理技术可实现设计色彩与数码印花后的色彩基本一致，做到“所见即所得”，自主研发的双面数码印花工艺可实现在几近透明的丝绸面料上实现正反两面同花异色或异花异色的效果。发行人拟通过年产 280 万米数码印花生产

线技术改造项目，引进 30 台双面喷墨印花机，扩大现有双面数码印花产能规模，提升自身产品竞争力的同时输出双面数码印花产能，扩大盈利规模。

发行人丝绸文化创意品板块目前以浙江省为中心，以分子公司及分销商形式延伸全国营销渠道，整体而言，发行人品牌在华东地区以外影响力仍有待加强。展示营销中心建设项目的实施有助于快速提升发行人全国范围内的品牌知名度，打造类似于杭州地区的异地销售中心，提高 C 端客户销售规模，进一步优化销售渠道布局。

公司数字信息化建设已经具备一定基础，随着公司业务持续发展，业务规模和零售网点的增加以及人工智能时代的到来，公司现有的信息系统预计无法满足公司未来业务发展的需要。本次数字化智能运营体系建设项目的建设在完善现有信息系统的同时开发个性化产品定制平台，推进人工智能、大数据等新技术在设计、研发、销售、柔性化生产、供应链等业务环节的运用，促进企业技术创新、品类创造和智能生产，提高企业综合竞争力。

（五）公司董事会对募集资金投资项目可行性的分析意见

公司董事会对本次募集资金投资项目的可行性进行了充分的论证和分析，董事会认为：本次发行股票募集资金投资项目围绕公司主营业务展开，符合公司的发展战略。本次募集资金数额和投资项目是根据公司现有生产经营规模、财务状况、技术水平和管理能力测算的，有利于提高公司主营业务盈利能力，增强公司持续发展能力和核心竞争力。因此，本次发行股票募集资金运用具有可行性。

1、经营规模

2019 年度，公司营业收入超过 7 亿元，其中丝绸文化创意品收入超过 4 亿元。本次募集资金投资项目与主营业务密切相关，通过扩大双面数码印花产能规模、完善全国销售网络布局、提升数字信息化水平，有助于提高产品竞争力和品牌影响力，进一步提升经营规模和盈利能力。2019 年度，公司现有数码印花生产线产能 321.44 万米，产能利用率达 99.03%，此次扩大产能规模 280 万米用以满足未来不断提升的双面数码印花需求。异地展示营销中心有利于促进品牌形象提升，且三个异地中心年营收贡献在预测期内将超过 5,000 万元。以 10%的增长率测算公司未来三年营业收入，预计公司未来流动资金需求量超过 13,000 万元，

故本次拟使用募集资金 13,000 万元补充流动资金。综上，上述募集资金投资项目与公司现有经营规模相适应。

2、财务状况

公司本次计划发行新股不超过 3,363.43 万股，募集资金投资项目将新增固定资产和无形资产投资 16,946.85 万元，公司短期内可能会因投资项目建成新增折旧摊销及费用的影响，导致利润水平有所下滑，但随着募集资金投资项目逐渐产生效益，公司经营业绩将出现一定幅度的增长。同时，募集资金到位后，公司资本实力将大幅增强，盈利能力亦将显著提高。因此，本次募集资金投资项目与公司的财务状况相适应。

3、技术水平

公司丝绸研究院人员研发内容贯穿整个丝绸产业链，覆盖蚕丝蛋白、印染色彩管理、商品企划、研发设计、产品运营等多个环节。在蚕丝原材料方面，公司小分子蚕丝蛋白技术已广泛应用于护肤产品，已具备一定的市场竞争力。在数码印花工艺方面，公司系可实现双面数码印花技术产业化的少数企业之一，双面数码印花工艺已具备较强的市场竞争力，产品供应过国内外众多知名品牌女装企业。在丝绸文化创意品设计方面，公司涉足多个产品门类开发，2019 年新品设计数量超过 350 款，公司所设计产品服务过多项国际盛会，并获得了多项荣誉奖项。优秀的研发设计团队和技术水平为本次募集资金投资项目的实施奠定了技术基础。因此，本次募集资金投资项目与公司的技术水平相适应。

4、管理能力

公司管理团队具备较高的素质和技术，公司董事长李建华先生从事丝绸行业经营管理工作三十余载，是全国茧丝绸行业终身成就奖获得者，拥有行业前瞻性的眼光和出色的经营管理能力。本次募集资金投资项目均紧紧围绕公司现有主营业务，也将延续公司现有的管理架构和管理人员安排。经过多年的发展，公司已经建立了结构合理、执行高效的管理架构，研发、设计、采购、生产、销售、财务及行政等各个职能岗位设置科学合理，人员配置高效有力。因此，公司的管理能力与募集资金投资项目相匹配。

（六）募集资金投向创新领域

公司募集资金投资项目系根据公司业务规模和创新发展的要求对现有业务的提升和拓展，有利于公司进一步提高创新、创意、创造能力，提升公司核心竞争力。公司本次募投项目中“年产 280 万米数码印花生产线技术改造项目”旨在扩充双面数码印花创新产品的产能，“数字化智能运营体系建设项目”旨在提高数字信息化水平以创新业务模式，具体安排参见本节之“二、募投项目简介”。

二、募投项目简介

（一）展示营销中心建设项目

1、项目概况

本项目拟在北京、上海、西安三地各建设一处展示营销中心，展示营销中心主要用于中国传统丝绸文化宣传、公司品牌建设、全品类产品销售、企业客户体验和互联网粉丝入口，为消费者提供一站式教育、体验、设计、选购及售后服务。基于上述作用，展示营销中心的建设一方面要体现中国传统丝绸文化的历史，通过展现精美丝绸非遗工艺品，并配置四维多幕电影和 VR 技术，让客户既领略到丝绸文化的源远流长，又感受到丝绸产品的现代气息；另一方面要能够营造出公司自身品牌定位、设计品位和品牌背后演绎给消费者的生活概念和文化理念，体现出品牌主题与风格。本项目的实施将有效拓展公司目前的营销网络，有助于扩大公司主营业务的核心竞争力及市场影响力，进一步提升公司直销终端渠道规模及品牌影响力。

2、项目实施的必要性分析

（1）完善直销终端销售网络，扩大终端销售规模

报告期内，发行人直销以企业团购客户为主，零售为辅。截至 2020 年 6 月末，公司拥有直营零售门店 3 家，展示营销中心 2 家，全部遍布在杭州地区。2020 年 1-6 月，公司直营门店及展示营销中心渠道实现收入 901.06 万元，占当期主营业务收入比重 2.34%，整体规模较小。为实现经营规模持续快速增长，公司积极执行销售终端扩张战略，计划在北京、上海、西安新建三个展示营销中心，提升公司直销终端的比例，进一步优化销售终端的布局和结构。

（2）提升品牌影响力，强化品牌文化

品牌形象及影响力体现了丝绸企业的核心竞争力。直销终端除了肩负销售、推广和客户关系开发及维护等重任外，也是消费者了解公司文化、品牌形象的重要场所，消费者通过线下营销中心感受丝绸产品的现代气息，了解品牌的内涵、产品的个性及企业文化，从而认可品牌。

为扩大万事利丝绸品牌在全国范围内的影响力，公司有必要采取多样化的营销手段，特别是通过展示营销中心的建设，全面展示品牌形象和传递品牌文化，持续强化公司的品牌形象，提升品牌价值。

（3）为异地客户提供更好的购物体验，带动团购销售

展示营销中心是传递中国传统丝绸文化，营造丝绸产品现代气息的重要场所。对于丝绸企业而言，其运营不能简单地等同于产品销售，在一定的环境中营造出独特的丝绸文化氛围，为客户提供良好的消费体验是赋予丝绸产品更多的附加价值、维持品牌溢价的重要营销手段之一。

目前公司通过设立异地分子公司及开发分销商带动全国范围内销售，展示营销中心的建设可实现品牌形象与实物产品的充分展示，创造更好的购物体验，有助于提高团购销售规模。

3、项目实施的可行性分析

（1）产业政策支持茧丝绸行业发展

为促进茧丝绸行业加速转型，培育成创新设计能力强、智能制造水平高、品牌影响力大、能引领世界丝绸发展潮流的优势产业，国家及地方政府相继出台了相关政策支持丝绸企业的发展。

2016 年 11 月，商务部印发了《茧丝绸行业“十三五”发展纲要》，提出引导企业增强品牌意识，提升产品附加值和软实力，推动中国丝绸产品向中国丝绸品牌转变。深入挖掘我国丝绸民族特色，拓展品牌历史文化内涵。主导制定国际茧丝绸标准，引进一批国际优秀丝绸设计、科研人才，形成 10 个以上具有国际影响的名企名品，提升中国丝绸在国际市场的话语权和知名度，努力打造中国茧丝绸产业链的国际竞争力。

此外，公司所在的浙江省也对丝绸产业出台了政策支持。《浙江省人民政府办公厅关于推进丝绸产业传承发展的指导意见》意在加大省内丝绸产业结构调整，提出推进浙江省内丝绸产业向中高端和终端产品发展，重点发展一批高档丝绸服装服饰、高档丝绸及混纺面料、高档丝绸针织品、蚕丝被、家用纺织品、丝绸艺术品。鼓励杭州、湖州、嘉兴、绍兴等丝绸产业重点地区错位发展、特色发展，打造国内外具有较大影响力的高档丝绸特色产业基地。

（2）居民消费能力及消费升级推动市场容量增长

中国经济的持续发展以及居民消费能力的持续提升为丝绸产品市场容量的增长奠定了重要经济基础。国家统计局数据显示，城镇居民人均年消费性支出水平由 2010 年的 13,471 元增长到 2019 年的 28,063 元，年均复合增长率 8.50%；农村居民人均年消费性支出水平由 2010 年的 4,381 元增长到 2019 年的 13,328 元，年均复合增长率 13.16%。目前中国纺织服装、服饰行业已具备较大市场规模，但面临替代纤维的快速发展，丝绸产品属于较为小众的产业。丝绸产品自古以来是身份地位的象征，伴随居民收入水平提升，消费升级持续推进，居民将更加注重个性化消费、绿色消费、文化消费，逐步增加对可选消费品的消费比重。

（3）强大的人才储备保障项目顺利实施

公司依托企业战略，为实现发展目标，聚焦人才的引进与培养，完善激励机制，通过开展岗前培训、内部培训交流、外聘专家授课、移动互联网培训等方式，加速提高人员的业务水平和基本素质。不断完善覆盖公司管理行政人员、业务技术人员、终端导购人员的培训系统，实现员工培训系统化、常态化。

公司自设立以来，先后服务过诸多国际盛会 ，拥有一支经验丰富、技术专业的设计、运营和营销管理团队，为本项目的顺利实施提供人才储备。

（4）线下销售终端运营经验支持营销中心扩张

截至 2020 年 6 月末，公司拥有 3 家直营零售门店，2 家展示营销中心，其中杭州大厦店、湖滨步行街店立足于杭州高端商圈，萧山机场店运营亦逐步成熟，万事利丝绸汇展示营销中心已成为杭州丝绸文化旅游的必经之所。通过多年来销售终端的开拓与运营，公司在市场考察与选址、合作方式、门店设计、货品运营、

门店管理、仓储物流、消费者服务等多方面积累了丰富经验，形成了较强的销售终端运营能力，并可直接复制到新的展示营销中心，为新增网点的运营提供可靠保证。

4、项目建设原则

项目建设旨在在国家“一带一路”战略指引下，根据公司发展战略和营销网络建设的总体规划部署，进一步发挥公司在高端丝绸文化产品和高端丝绸健康产品及其跨界组合产品的竞争优势，加强优势地区的网点影响范围，并填补营销空白地区，在快速提升公司品牌、销售规模和市场占有率的基础上，进一步促进公司设计、采购、配送、售后服务一体化经营，增强公司盈利能力与整体竞争力。

展示营销中心选址时主要考虑因素如下：

序号	选址因素	主要因素
1	区域状况	城市地理位置、区域影响力、经济地位、产业发展、城市发展规划、交通状况、居民消费水平等
2	自然环境和人文环境	历史传统、气候特征、风土人情、文化氛围、生活习惯等
3	消费者因素	人口数量、男女结构、年龄构成、人均可支配收入、消费水平、消费结构、消费习惯、消费理念、消费场所偏好、消费趋势变化等
4	市场基础	市场容量、竞争状况、品牌知名度和影响力、城市市场资源等
5	布点选址	商圈商业机构、商业特色、商品档次、消费群、客流量、同类店铺聚集程度、租金水平等

5、项目投资概算

本项目投资总额为 10,123.70 万元，具体情况如下：

单位：万元

序号	项目	投资额	占总投资的比例
1	**建筑工程费用**	**9,128.06**	**90.17%**
1.1	商铺购置	7,600.00	75.07%
1.2	装修费用	496.00	4.90%
1.3	设备购置及安装费用	1,032.06	10.19%

单位：万元

序号	项目	投资额	占总投资的比例
2	**基本预备费**	**76.40**	**0.75%**
3	**铺底流动资金**	**919.24**	**9.08%**
合 计		**10,123.70**	**100.00%**

注：截至目前，公司已开始在北京、上海、西安三地寻找合适房产，受疫情影响进展较为缓慢。

6、项目审批、核准或备案程序履行情况

杭州市江干区发展改革和经济信息化局已出具《关于杭州万事利丝绸文化股份有限公司展示营销中心项目无需进行核准和备案的说明》，本项目无需进行核准和备案。

7、项目环保情况

经杭州市生态环境局江干分局确认，本项目不涉及生产内容，也不涉及土建，无需开展环境影响评价。

8、项目选址及用地情况

本项目拟在北京、上海、西安三地通过购买商铺建设展示营销中心，不涉及新增项目用地。

9、项目进展安排

本项目计划在北京、上海、西安三地投资建设 3 家展示营销中心，每年投建一处，总建设期为 3 年，每年每处具体进度安排如下：

序号	项目	月份											
		1	**2**	**3**	**4**	**5**	**6**	**7**	**8**	**9**	**10**	**11**	**12**
1	初步规划与设计												
2	场地购置与装修												
3	设备采购与安装												
4	人员招聘与培训												
5	试运营												

10、项目经济效益评价

本项目正常经营年份的主要财务指标如下：

序号	项目	单位	数值
1	项目总投资	万元	10,123.70
2	营业收入（第 5 期）	万元	4,300.00
3	总成本费用（第 5 期）	万元	3,397.14
4	利润总额（第 5 期）	万元	902.86
5	税后财务内部收益率	%	10.02
6	税后财务净现值（i=10%）	万元	6.70
7	税后投资回收期（含建设期）	年	9.01

（二）年产 280 万米数码印花生产线技术改造项目

1、项目概况

为进一步提高双面数码印花产品比例，扩大双面数码印花生产能力，提升产品竞争力，公司拟投资 5,911.90 万元，在杭州万事利丝绸工业园投建年产 280 万米数码印花生产线。

2、项目实施的必要性分析

（1）引领双面数码印花潮流，提高盈利能力

发行人系可实现双面数码印花技术产业化的少数企业之一，凭借“梦幻伦敦双面异色丝巾”获中国纺织工业联合会颁发的“2018 年度十大类纺织创新产品”及“2018 年产品开发贡献奖”。双面数码印花面料发展前景较好，目前在国内外仍处于市场开拓期，公司有必要通过此次募投项目扩张双面数码印花的产能，积极拓展双面数码印花市场，引领双面数码印花潮流，提高盈利能力。

（2）增加双面数码印花产品比例，提升产品竞争力

2019 年度，发行人自产双面数码印花面料 48.97 万米，较 2018 年度增长近 10 倍，基于发行人逐渐成熟的双面数码印花工艺，为提高中高端双面数码印花丝绸产品的供给，不断开发出引领时尚潮流、满足大众需求的产品，公司有必要提高双面数码印花产能，满足自身双面数码印花产品需求，提升产品市场竞争力，促进实现让世界爱上中国丝绸的美好愿景。

3、项目实施的可行性分析

（1）符合国家和地方产业政策导向

根据工业和信息化部印发的《纺织工业发展规划（2016-2020 年）》，“十三五”时期是我国促进纺织工业转型升级，建成纺织强国的冲刺阶段。在天然纤维开发利用方面，要加强天然纤维面料开发设计，培育毛麻丝特色产品品牌。着重开拓国内市场，扩大天然纤维制品国内消费。提升中国流行面料、高档丝绸、绿色纤维等标志的影响力。

2016 年 11 月，杭州市经济和信息化委员会印发了《杭州市纺织工业发展“十三五”规划》，提出推动纺织面料高档化发展，加强高产、节能新型纺纱、织造工艺技术的研发和产业化推广。推动印染行业转型发展，大力提升印染行业的后整理工艺水平。进一步提高印染企业的清洁生产水平，加快应用新型染色、印花、自动控制及在线监测等新技术。

（2）双面数码印花市场发展前景广阔

双面数码印花工艺可在丝绸面料上实现正反两面同花同色、同花异色或异花异色的效果，给设计师提供了更广阔的双面面料创意空间，使面料和服装更加丰富多彩，为品牌服饰的多样化提供了创意实现手段，双面数码印花市场具有广阔的发展空间。

（3）扎实的技术储备保障项目顺利实施

通过大量的研究和应用，公司形成了前处理、精准定位喷印和印后处理等关键工艺，总结出设备对花型的可识别性和双面异色工艺的化学反应规律，可实现正反两面同花异色或异花异色的效果，成为实现双面数码印花技术产业化的少数企业之一。本次募投项目实施前发行人配置双面数码印花机器 15 台，单面印花年产能 144 万米（双面数码印花年产能 72 万米），公司 2019 年度自产双面数码印花面料 48.97 万米 ，扎实的技术准备与前期经验积累可保障本项目的顺利实施。

4、项目投资概算

本项目投资总额为 5,911.90 万元，具体情况如下：

单位：万元

序号	项目	投资额	占总投资的比例

单位：万元

序号	项目	投资额	占总投资的比例
1	**建筑工程费用**	**4,785.00**	**80.94%**
1.1	设备购置及安装费用	4,635.00	78.40%
1.2	装修费用	150.00	2.54%
2	**基本预备费**	**239.25**	**4.05%**
3	**铺底流动资金**	**887.65**	**15.01%**
合　计		**5,911.90**	**100.00%**

5、项目工艺技术

（1）本项目的工艺流程

本项目工艺流程参见本招股说明书第六节之“一、（四）主要业务流程”的相关内容。

（2）本项目所需主要核心技术及其来源

双面数码印花涉及核心技术包括数码印花色彩管理技术与双面数码印花工艺，数码印花色彩管理技术由公司与杭州电子科技大学合作开发，公司为相关专利所有权人，双面数码印花工艺由公司自主研发及生产积累。

6、项目主要设备选用情况

本项目选用设备的名称、数量、金额等的具体情况如下：

单位：万元

序号	设备名称	数量（台/条）	金　额
1	双面喷墨印花机（VEGA-CP3180R）	30	4,500.00
合　计		**30**	**4,500.00**

7、项目主要原材料及能源供应情况

本项目所需的主要原材料为墨水、助剂等耗材，经过多年的生产经营，公司已经拥有了稳定的原材料供应体系，建立了较为完善的生产协作配套网络，因此原材料的供应能得到及时、有效的保障。本项目所用水、电则均从当地采购，供应充足。

8、项目审批、核准或备案程序履行情况

本项目已取得浙江省工业企业“零土地”技术改造项目备案通知书，项目代码 2019-330100-17-03-018547-000。

9、项目环保情况

（1）废水

本项目生产废水经污水处理站生化法处理后，生产废水排放达《纺织染整工业水污染物排放标准》（GB4287-2012）及其修改单（环保部公告 2015 年第 19 号）的间接排放标准后纳管，送杭州七格污水处理厂统一达标处理。

（2）噪音

本项目主要声源来自机械设备工作时产生的噪声。为营造厂区良好环境并确保厂区噪声达标，公司拟采取以下隔声降噪措施：①合理安排厂房布局，高噪音设备置于园区中部厂房，车间内设备布置密度控制在适宜的范围内；②加强厂区绿化。本项目对厂界周围产生的噪声符合《工业企业厂界环境噪声排放标准》（GB12348-2008）中的 3 类标准要求，不会对周围环境造成噪声污染。

（3）固体废弃物

本项目产生的固体废弃物主要为生产废料和生活垃圾。生产废料主要是废染料桶、助剂废包装及污水处理后的泥饼等，委托给具备资质的第三方企业处置并在转移前向环保行政部门报批转移手续，生活垃圾则由环卫部门统一处理。

（4）废气

废气主要由烘干、定型等过程产生，废气经卧式吸收塔水喷淋吸收处理后通过 25 米排气筒排放。

（5）环保局审批意见

本项目也已取得杭州经济技术开发区环境保护局出具的浙江省（杭州市）工业企业“零土地”技术改造项目环境影响报告表承诺备案受理书（杭经开环备[2019]9 号）。

10、项目选址及用地情况

本项目建设地点位于杭州市江干区幸福南路 2 号万事利丝绸工业园，公司已取得编号为杭房权证经字第 14806416-14806420 号的房屋产权证书，拟使用 1,000 平方米用于本项目的建设。

11、项目进度安排

本项目计划建设期为 2 年，具体进度安排如下：

序号	项目	第一年（T+1）				第二年（T+2）			
		Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4
1	调研阶段								
2	装修工程								
3	设备订货采购								
4	设备安装调试								
5	人员招聘培训								
6	试生产/投产								

12、项目经济效益评价

本项目达产后正常经营年份的主要财务指标如下：

序号	项目	单位	数　值
1	项目总投资	万元	5,911.90
2	营业收入（达产后）	万元	10,399.86
3	总成本费用（达产后）	万元	8,890.86
4	利润总额（达产后）	万元	1,509.00
5	税后财务内部收益率	%	20.41
6	税后财务净现值（i=10%）	万元	2,740.94
7	税后投资回收期（含建设期）	年	6.11

（三）数字化智能运营体系建设项目

1、项目概况

本项目预计总投资 3,417.53 万元用于提升数字信息化水平，本项目的实施旨在结合公司长期发展战略建立起支撑未来业务体系的信息化系统，开发产品个性化定制平台，推进人工智能、大数据等新技术在设计、研发、销售、柔性化生产、供应链等业务环节的运用，促进企业技术创新、品类创造和智能生产，提高企业

综合竞争力。

2、项目实施的必要性分析

（1）符合管理信息化和销售移动化发展趋势的需要

丝绸文化创意品具有个性化、小批量、单件价值高的特点，对企业各个业务环节的协调及快速响应提出了更高的经营管理要求。随着经营规模的逐步增长和销售区域、销售渠道的逐步拓展，进一步拉伸了企业的经营管理半径，从而加大了经营管理的难度，提升信息化水平成为满足企业经营管理需求的重要抓手。移动互联网日益改变社会生活习惯，此次数字信息化建设将打造丝绸文化创意品个性化定制平台，利用移动互联网渠道促进销售。

（2）完善现有信息系统，提升数字智能化运营水平

公司数字信息化建设已经具备一定基础，但结合公司长期发展战略对数字智能化建设的需求，数字信息化系统覆盖面与功能性仍有待进一步提高。公司需要推进人工智能、大数据等新技术在设计、研发、销售、柔性化生产、供应链等业务环节的运用，打通线上线下场景融合和数据汇聚，完善顾客在大数据环境下的画像，依据用户画像，可以实时推送最适合消费者的营销信息，亦可根据对海量数据的分析提高决策的高效、科学和合理性，促进企业技术创新、品类创造和智能生产，提高企业综合竞争力。

3、项目实施的可行性分析

（1）产业政策支持信息化水平的提升

近年来，国家有关部门在相关产业政策中多次提出加强企业信息化建设力度。在 2016 年 11 月商务部等 10 部门印发的《国内贸易流通“十三五”发展规划》中，提出鼓励流通企业应用企业资源计划、供应链管理、客户关系管理、自动化配送等现代管理技术，提高采购、仓储、运输、订单等环节管理水平。在商务部印发的《茧丝绸行业“十三五”发展纲要》 中，亦提出加快丝绸产业信息化改造步伐。

（2）成熟的信息化技术和人才储备为项目顺利实施提供保障

本项目所依赖的信息技术已较为成熟，为项目的顺利实施提供了技术保障。经过多年发展，公司在内部信息化建设方面持续投入，亦培养了一批信息化管理方面的专业人才，为项目的顺利实施提供了人才保障。

4、项目投资概算

本项目投资总额为 3,417.53 万元，具体情况如下：

单位：万元

序号	项目	投资额	占总投资的比例
1	**建筑工程费用**	**3,033.79**	**88.77%**
1.1	装修费用	70.25	2.06%
1.2	设备购置及安装费用	2,690.54	78.73%
1.3	软件运维投入	273.00	7.99%
2	**人员费用**	**245.70**	**7.19%**
3	**基本预备费**	**138.04**	**4.04%**
合 计		**3,417.53**	**100.00%**

数字化智能运营体系建设项目硬件设备投资主要包括智能物流设备、网络安全设备、公有云主机、爱数备份存储柜等，软件系统投资主要包括大数据分析平台软件、数据库软件、ERP 软件、办公软件等。

5、项目审批、核准或备案程序履行情况

本项目已取得浙江省企业项目投资备案（赋码）信息表，项目代码 2019-330104-65-03-028919-000。

6、项目环保情况

经杭州市生态环境局江干分局确认，本项目不涉及生产内容，也不涉及土建，无需开展环境影响评价。

7、项目选址及用地情况

本项目拟加强发行人及子公司的智能化信息系统建设，不涉及新增项目用地。

8、项目进度安排

本项目计划建设期为 3 年，具体进度安排如下：

序号	阶段	第一年（T1）				第二年（T2）				第三年（T3）			
		Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4
1	可行性研究												
2	方案设计												
3	硬件设备采购												
4	硬件安装调试												
5	软件设备采购												
6	软件安装调试												
7	软件运维												
8	人员招聘												
9	试运营												

（四）补充流动资金项目

1、项目概况

公司拟使用本次募集资金的 13,000.00 万元补充与主营业务相关的流动资金。

2、项目实施的必要性与可行性

（1）公司经营规模扩大，对流动资金需求较大

报告期内，公司营业收入基本保持稳定，未来在品牌和渠道扩张战略下，公司业务规模有望稳步增长，应收账款、存货规模将增加公司对资金的需求，因此补充流动资金是公司经营形势发展所需。

（2）线下销售渠道建设增加对流动资金的需求

截至 2020 年 6 月末，公司拥有直营零售门店 3 家，展示营销中心 2 家。2020 年 1-6 月，公司直营门店及展示营销中心渠道实现收入占当期主营业务收入比重仅 2.34%。本次公司通过展示营销中心建设项目投资三家线下销售中心，未来将根据各城市发展情况和消费习惯进一步扩展营销网络，在此次募投项目外的其他地区建设展示营销中心，提高品牌线下销售渠道的覆盖率。随着新营销中心的建立，公司在铺货、营业物料、人员费用等方面需要投入更多的流动资金。

（3）网络销售平台的建设增加对流动资金的需求

截至 2020 年 6 月末，公司主要网络销售平台包括天猫万事利官方旗舰店、

京东万事利官方旗舰店、万事利好丝绸店（有赞微商城）、网易考拉万事利官方旗舰店等，2020 年 1-6 月，公司线上平台销售额占当期主营业务收入的比例为 3.86%。目前公司已尝试网络直播带动产品销售，积极地探索电子商务渠道，进一步提升网络 C 端销售规模，亦将产生较大的流动资金需求。

三、募集资金运用对公司财务和经营状况的影响

（一）降低财务风险，优化资本结构

本次募集资金到位后，发行人的总资产将大幅度增加，短期内资产负债率将会有所下降。此外，发行人的偿债能力将会得到提高，进而提升信用和利用财务杠杆融资的空间，增强防范财务风险的能力。

（二）净资产收益率短期内下降

由于募集资金投资项目需要一定时间的建设期，因此在短期内难以完全产生效益，发行人存在发行当年及项目建设期间净资产收益率下降的可能性，但随着募集资金投资项目的逐步达产及效益实现，发行人盈利能力和净资产收益率将显著提升。

（三）新增固定资产折旧及无形资产摊销对未来经营成果的影响

本次募集资金拟投资的三个项目，按照公司现行固定资产折旧政策，募集资金投资项目建成后，每年新增折旧摊销费情况如下：

单位：万元

项目	第 1 年	第 2 年	第 3 年	第 4 年	第 5 年	第 6 年
展示营销中心建设项目	210.19	485.73	660.55	609.17	548.60	471.59
年产 280 万米数码印花生产线技术改造项目	94.58	451.19	451.19	451.19	405.32	405.32
数字化智能运营体系建设项目	133.71	526.14	548.94	527.46	527.46	415.24
合　计	**438.47**	**1,463.07**	**1,660.68**	**1,587.82**	**1,481.38**	**1,292.15**

注：第 6 年后每年合计折旧摊销金额不超过 1,000 万元。

上表中，公司募集资金投资项目前六年每年平均折旧摊销费为 1,320.60 万元，前六年每年平均营业收入合计为 10,319.06 万元，虽然短期内对公司的盈利水平

及净资产收益率会构成一定压力，但总体新增折旧摊销费占新增营业收入的比重较低，对公司经营状况的影响较小。

四、公司未来发展战略规划

（一）公司发展战略

公司自成立以来始终致力于传承、挖掘和弘扬中华丝绸文化，将丝绸与文化创意、高科技相结合，在传统丝绸面料、丝绸服饰产业基础上创新推出以蚕丝为核心的文化创意产品，从“产品制造”升级为“文化创造”再到“品牌塑造”，致力于不断推动中国民族产业的转型与升级。

未来三年公司将立足于本行业，实施极致化产品创新战略、场景化产品定制战略、高纬度多品牌营销战略、虚拟社会化人力资源战略、人工智能技术孵化战略，并将尝试充分利用人工智能服务于丝绸的设计、研发、生产，全面提升服务能力，巩固行业领先地位。

1、极致化产品创新战略

公司将摒弃传统冗长的一体化产品设计流程，采用产品经理制的新型研发模式，对于产品的设计概念进行细分，把极致创新渗透到研发的全过程中，从产品、方案、用材用料和成本控制维度，不断明确项目的开发思路，提升产品开发效率，降低项目管理风险。细分的小团队将深耕某一丝绸文化创意产品，并实时根据市场的反馈进行调整定位，持续为客户提供具有文化内涵、外观新颖、功能多样的产品或服务。

2、场景化、个性化产品定制战略

单一配饰用丝绸产品市场同质化严重，传统丝绸产业趋近饱和，个性化、场景化的市场需求将成为流行趋势。公司将着重开发丝绸场景化定制产品，基于市场消费群体的变化进行针对性的场景优化服务。以丝绸为载体，通过跨界合作、IP 衍生品、品牌联盟等模式，重新定义丝绸文化创意产品的范畴，快速实现人群细分和人群精准定位，以场景化推广手段进行消费者互动，形成联系，打造定制场景化消费社群。公司将不断研发出具有“互联网（定制化）+物联网（场景

化）”特色的丝绸产品，如“丝绸与粽子—端午节的场景表达”、“丝绸与月饼—团圆概念场景的表达”等。

3、多品牌战略

公司将继续贯彻多品牌发展战略，建立清晰的品牌架构脉络，以“WENSLI”为主辅以多个子品牌全面发展。根据不同产品属性和目标客群，执行品牌差异化战略，实现各品牌清晰、聚焦和个性化定位，如“Marc Rozier”体现法式浪漫风情，“凤凰之家”作为高端系列打造中式优雅时尚之美，“WENSLI”专注开发文化创意产品，“丝香门第”专注小分子蚕丝蛋白美妆产品，“金标”系列专注高档真丝家纺等。

公司将积极参与国际盛会，创新方法弘扬并演绎中国传统文化，巩固行业领先地位。通过丝绸文化创意产品在国际舞台上的展示，不断提升公司品牌的知名度，提高社会影响力，增强品牌公信力。

公司将在国际范围选择优质品牌合作，同时打开思路加强跨界、跨行业之间合作，以“蚕丝”为核心打造形式多样、内容丰富、涵义深刻的丝绸文化创意产品，提升产品的市场竞争力，为消费者提供更多可选择性。

4、虚拟社会化人力资源战略

原有的企业内部人才培养具有耗时长、投入大、稳定性难以保证等众多问题，公司将逐渐引入社会化的人才培养战略，更多地采用虚拟社会化的人才引援模式，让内部的人才流动更加迅速，公司能够及时根据多变市场的反馈迅速对人才进行调整，不断保持员工的专业技术水平和能力，从复杂的人才培养机制中解脱出来，加速提升企业人员的业务水平和基本素质。同时，由于不固定的社会化用人模式，使得企业的成本控制得到了极大的缓解，激发员工的主观能动性，更能够吸引和鼓励优秀的人才为企业进行长期的服务。

5、人工智能技术孵化战略

公司将致力于人工智能与丝绸设计、研发、制造为基础的数据研究，充分利用人工智能技术应用到企业运营管理、生产、设计、营销等各个方面。从丝绸及可应用于丝绸衍生品的技术进行多方位探索，目光聚焦全球，引入和打造具有核

心竞争力的丝绸技术孵化平台，建设丝绸行业的“中国硅谷”，实现全球丝绸先进技术的融合再创造。公司将引进大数据、数字化等先进的应用技术理念，孵化前沿科技，推动产学研合作一体化，打造“人力—马力—算力”时代的技术跃迁。在企业融入中国文化特色的基础上，利用人工智能进行无限的创作，使丝巾设计与人工智能相结合，引领数字化丝绸技术革新，增强中国文化、中国智造、中国算力的自信。具体而言，未来，公司着力将人工智能的数据处理能力，图像设计能力以及语义算法应用于泛丝绸领域，建设出具有国际风范、中国特色的“丝绸纹样数据中心”，同时尝试开发人工智能销售大脑，实现未来智能设计、智能销售的全面转型。通过人工智能收集用户的个性化产品需求，分析用户行为，进行精准营销及推送，逐步使设计研发、制造、销售的全环节更加紧密并高效协作。

（二）报告期内为实现战略目标已采取的措施及实施效果

公司现有业务是实现发展规划的重要基础和保障，而业务发展规划是对现有业务的延伸和拓展，是公司为实现未来战略目标的预期安排。公司在现有业务的发展过程中逐渐形成的产品研发设计能力、技术工艺水平、品牌知名度及产品质量管控等优势，为公司战略目标的实现打下坚实的基础。

1、持续加大研发投入

报告期内，公司不断加大新产品、新技术、新模式的研发投入，积极进行新产品开发，持续提升数码印花工艺水平，通过与微软（中国）有限公司合作研发基于人工智能的丝巾设计应用研究及数据库建设项目，探索人工智能技术在企业运营管理、生产、设计、营销等方面的应用，初步建设具有国际风范、中国特色的“丝绸纹样数据中心”，尝试开发人工智能销售大脑，向未来智能设计、智能销售的转型。

2、积极开拓全国分销市场，提高品牌知名度

报告期内，公司不断完善营销网络建设的战略布局，加大全国分销市场的开拓力度，公司 2019 年度分销渠道销售收入 11,777.78 万元，占当期主营业务收入的比重为 16.30%，分销渠道已初具规模。报告期内公司成功服务了北京“一带一路”国际合作高峰论坛、厦门金砖国家领导人会晤、2018 年世界游泳锦标赛

等国际盛会，用丝绸文化创意和工艺技术彰显了中国文化的魅力。公司品牌形象不断提升，丝绸文化创意品收入亦保持稳步增长。

（三）业务发展主要规划

1、技术研发计划

公司将持续推进建立健全技术研发管理体系，组建技术创新人才梯队，全面提升企业技术创新研发水平。加大企业技术研发投入经费，通过建立激励机制保障技术研发团队的积极性，鼓励技术创新工作人员进行包括技术创新、产品创新、工艺优化、成本控制、专利申报等有利于企业技术研发的相关工作，营造企业内部创新氛围。同时，公司将与国内外以“蚕丝”为核心的专家学者、企业院校保持联系互动，加大产学研合作力度。

2、多元合作计划

公司将积极放眼全球产业资源，打破固有传统思维，与不同行业、不同领域的企业和机构加强合作。通过合作方式的创新，在技术研发、产品策划、营销渠道、品牌宣传等多方面整合资源，探索创造出新的价值。公司将深入挖掘品牌价值，积极与具有较高社会知名度的品牌合作，开发具有文化内涵的创意产品。同时，公司将进一步与自带流量的 IP 跨界合作，例如动漫形象、游戏形象、影视作品，开发适合年轻客户群体的时尚产品。

3、市场拓展计划

为实现以江浙沪地区为中心扩大万事利丝绸品牌在全国范围内的影响力，公司拟通过募集资金投资建设国内营销体系，进一步加强国内营销渠道的开发、建设和管控力。通过市场代理、企业合作等模式，在中西部地区谨慎选择地区合作伙伴，同时适当增加广告和营销费用预算，尝试针对不同的目标客户群体和产品属性，利用不同的广告投放实现精准营销。

4、运营管理计划

为适应公司转型升级和扩张发展需要，公司将进一步优化公司治理结构，完善内部管理机制，提升供应链系统效率，不断升级信息化管理系统，建立科学高效的管理模式，提升公司运营管理水平。在坚持“产品质量第一”原则的基础上，

进一步优化供应链管理系统，将工作流程、实物流程、资金流程和信息流程协同管控，以配合商业模式的不断创新。同时，公司计划对现有 ERP 信息系统进行升级扩容，通过数字化、信息化方式精细化管理企业日常运营工作。

5、兼并收购计划

公司将积极整合国内外优质茧丝绸资源，尤其是技术创新型公司，借助资本市场的力量进一步推动企业发展。同时，通过兼并收购有创新技术的中小型企业，整合有核心产品、创新动力的团队，尤其是可以和公司现有业务互补的，如新媒体、营销服务类公司，扩大企业竞争优势和盈利能力，打造中国的世界级丝绸品牌。

第十节 投资者保护

一、投资者关系的主要安排

（一）信息披露制度和流程

《公司章程（草案）》规定：公司股东享有查阅本章程、股东名册、公司债券存根、股东大会会议记录、董事会会议决议、监事会会议决议、财务会计报告的权利。

《信息披露管理制度》对公司信息披露的内容、程序、职责、保密措施等作出了详尽的规定，规范公司的信息披露行为，正确履行信息披露义务，切实保护公司、股东、债权人及其他利益相关者的合法权益。

（二）投资者沟通渠道的建立情况

公司负责信息披露的部门及相关人员的情况如下：

负责信息披露的部门	董事会办公室
董事会秘书	叶晓君
联系地址	浙江省杭州市天城路 68 号（万事利科技大厦）2 幢 5 楼 501 室
联系电话	0571-86847618
传真号码	0571-86847618
互联网网址	http://www.wensli.cn/
电子邮箱	wensli@wensli.cn

（三）未来开展投资者关系管理的规划

投资者关系工作由董事长领导，董事会秘书为投资者关系管理负责人，董事会办公室负责具体承办和落实。为规范公司投资者关系工作，促进公司和投资者之间长期、稳定的良好关系，公司将严格按照《投资者关系管理制度》执行。

公司应设立专门的投资者咨询电话和传真，投资者可利用咨询电话向公司询问、了解其关心的问题。公司应保证投资者咨询电话畅通，并保证在工作时间有专人负责接听。

公司在定期报告结束后、实施融资计划或其他公司认为必要的时候可以举行分析师会议、业绩说明会或路演活动。分析师会议、业绩说明会和路演活动采取尽量公开的方式进行。

机构投资者、分析师、新闻媒体等特定对象到公司现场参观、座谈沟通的，实行预约制度，由公司统筹安排，公司应制定合理的参观路线，妥善地安排参观过程，避免参观者有机会获取未公开信息。

二、股利分配及发行前滚存利润安排

（一）本次发行前股利分配政策

根据《公司章程》的规定，公司现行股利分配政策如下：

公司分配当年税后利润时，应当提取利润的百分之十列入公司法定公积金。公司法定公积金累计额为公司注册资本的百分之五十以上的，可以不再提取。

公司的法定公积金不足以弥补以前年度亏损的，在依照前款规定提取法定公积金之前，应当先用当年利润弥补亏损。

公司从税后利润中提取法定公积金后，经股东大会决议，还可以从税后利润中提取任意公积金。

公司弥补亏损和提取公积金后所余税后利润，按照股东持有的股份比例分配，但本章程规定不按持股比例分配的除外。

股东大会违反前款规定，在公司弥补亏损和提取法定公积金之前向股东分配利润的，股东必须将违反规定分配的利润退还公司。

公司持有的本公司股份不参与分配利润。

（二）报告期实际股利分配情况

2016 年 4 月 11 日，经公司 2016 年第一次临时股东大会审议，决定以公司总股本 2,000 万股为基数以未分配利润转增股本，向全体股东按每 10 股转增 30 股，共计转增股本 6,000 万股。因财务报表追溯调整的影响，截至 2015 年 12 月 31 日发行人母公司的未分配利润为 2,971.84 万元，实际分配利润 6,000 万元，超

额分配 3,028.16 万元。2020 年 9 月 4 日，发行人召开 2020 年第五次临时股东大会审议通过《关于弥补前期因财务报表追溯调整而超额分配的利润的议案》，同意不再要求当时 2016 年参与分配的股东返还超额分配的利润，以公司 2016 年度实现的净利润弥补前期因财务报表调整而超额分配的利润。发行人母公司截至 2016 年 12 月 31 日未分配利润为 152.09 万元，2016 年度当期实现的可供分配利润为 3,180.25 万元，可足额弥补上述超额分配的利润。

综上，公司因财务报表追溯调整事项导致超额利润分配，存在瑕疵，但是公司全体股东同意以超额分配日后实现的利润予以弥补，不存在纠纷或潜在纠纷。

2020 年 6 月 28 日，公司召开 2019 年年度股东大会审议《关于 2019 年度利润分配预案》，决定派发现金股利 2,018.06 万元（含税）。

截至本招股说明书签署日，上述股利分配方案已全部实施完毕。

（三）本次发行后的股利分配政策

为了保证上市前后公司利润分配政策的连续性和稳定性，保护投资者利益，公司第二届董事会第四次会议、2020 年第四次临时股东大会通过了本次发行后适用的《公司章程（草案）》、《公司未来三年分红回报规划（草案）》。本次发行上市后，公司利润分配政策如下：

1、利润分配原则

公司实施连续、稳定的利润分配政策，公司利润分配应重视对投资者的合理投资回报，并兼顾公司的可持续发展。在满足公司正常生产经营的资金需求情况下，如无重大投资计划或重大现金支出等事项发生，公司将积极采取现金方式分配利润。

2、利润分配的形式和间隔

公司可以采用现金、股票、现金与股票相结合或者法律、法规允许的其他方式分配利润。在满足利润分配条件的情况下，公司每年度进行一次利润分配，公司可以根据公司的盈利状况及资金需求状况进行中期现金分红。

3、现金分红的条件和比例

在同时满足下列条件下，公司进行利润分配时应当优先采取现金方式：

（1）公司该年度实现的可分配利润（即公司弥补亏损、提取公积金后所余的税后利润）为正值、且现金流充裕，实施现金分红不会影响公司后续持续经营；

（2）审计机构对公司的该年度财务报告出具标准无保留意见的审计报告；

（3）公司无重大投资计划或重大现金支出等事项发生（募集资金投资项目除外）。

重大投资计划或重大现金支出是指：公司未来十二个月内拟对外投资、收购资产或购买设备累计支出达到或超过公司最近一期经审计净资产的百分之五十且超过 10,000 万元；或公司未来十二个月内拟对外投资、收购资产或购买设备累计支出达到或超过公司最近一期经审计总资产的百分之三十。

若公司当年采取现金方式分配股利，以现金形式分配的利润不少于当年实现的可供分配利润的 15%。

董事会应当综合考虑公司所处行业特点、发展阶段、经营模式、盈利水平以及是否有重大资金支出安排等因素，区分下列情形，并按照《公司章程（草案）》规定的程序，提出差异化的现金分红政策：

（1）公司发展阶段属成熟期且无重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 80%；

（2）公司发展阶段属成熟期且有重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 40%；

（3）公司发展阶段属成长期且有重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 20%；公司所处发展阶段由董事会根据具体情形确定。

公司发展阶段不易区分但有重大资金支出安排的，可以按照前项规定处理。

4、发放股票股利的具体条件

在确保最低现金分红比例的条件下，公司在经营状况良好，并且董事会认为

公司股票价格与公司股本规模不匹配、发放股票股利有利于公司全体股东整体利益时，可以在确保最低现金分红比例的条件下，提出股票股利分配预案。

5、利润分配政策的决策机制

（1）利润分配方案的制定

公司管理层、董事会应结合公司盈利情况、资金需求和股东回报规划合理提出分红建议和预案。公司董事会在利润分配预案论证过程中，需与独立董事、监事充分讨论，根据公司的盈利情况、资金需求和股东回报规划并结合《公司章程（草案）》的有关规定，并通过多种渠道充分听取中小股东意见，在考虑对全体股东持续、稳定、科学的回报基础上制定利润分配预案。独立董事可以征集中小股东的意见，提出分红提案，并直接提交董事会审议。

（2）利润分配方案的决策程序

公司董事会在制定和讨论利润分配方案时，需事先书面征询全部独立董事和外部监事的意见，董事会制定的利润分配方案需征得 1/2 以上独立董事同意且经全体董事过半数表决通过。监事会对董事会拟定的利润分配具体方案进行审议，并经监事会全体监事过半数表决通过。公司利润分配政策的制订提交股东大会审议时，应当由出席股东大会的股东（包括股东代理人）所持表决权的 1/2 以上通过。公司股东大会审议利润分配政策事项时，应安排通过网络投票系统等方式为中小股东参加股东大会提供便利。

（3）利润分配的监督机制

董事会在审议利润分配预案时，独立董事应当对利润分配具体方案发表独立意见。监事会应对董事会和管理层执行公司分红政策和股东回报规划的情况及决策程序进行监督。股东大会对现金分红具体方案进行审议前，应当通过多种渠道（电话、传真、电子邮件、投资者关系互动平台），充分听取中小股东的意见和诉求，并即时答复中小股东关心的问题。董事会、独立董事和符合一定条件的股东可以向公司股东征集其在股东大会上的投票权。

在当年满足现金分红条件情况下，董事会未提出以现金方式进行利润分配预案的，应在定期报告中披露原因，独立董事应当对此发表独立意见。同时公司在

召开股东大会时除现场会议投票外，还应当向股东提供股东大会网络投票系统，进行网络投票。

（4）利润分配方案的实施

公司股东大会对利润分配方案作出决议后，公司董事会须在股东大会召开后二个月内完成股利（或股份）的派发事项。

6、利润分配政策的调整

公司根据生产经营情况、投资规划和长期发展的需要，需调整利润分配政策的，调整利润分配政策的提案中应详细论证并说明原因，调整后的利润分配政策不得违反中国证券监督管理委员会和深圳证券交易所的有关规定。

利润分配政策的制定和调整的议案在提交董事会讨论前，需经全体独立董事的过半数同意并形成书面审核意见；董事会审议时，应经全体董事的过半数通过并形成决议；利润分配政策的制定和调整的议案应经全体监事的过半数通过并形成书面审核意见；利润分配政策的制定和调整的议案经董事会、监事会审议通过后，由董事会提议召开股东大会审议批准；利润分配政策制定的议案应当由出席股东大会的股东（包括股东代理人）所持表决权的二分之一以上通过，利润分配政策调整的议案应当由出席股东大会的股东（包括股东代理人）所持表决权的三分之二以上通过。股东大会除现场会议投票外，公司还应当向股东提供股东大会网络投票系统；股东大会股权登记日登记在册的所有股东，均有权通过网络投票系统行使表决权。

7、存在股东违规占用公司资金情况的，公司应当扣减该股东所分配的现金红利，以偿还其占用的资金

（四）本次发行前后股利分配政策的差异情况

本次发行后的股利分配政策在原有利润分配政策的基础上，对现金分红的条件和比例、发放股票股利的具体条件、利润分配政策的决策机制和调整等进行了更细致的规定，有利于维护公司全体股东特别是中小股东的利益。

（五）本次发行前滚存利润的分配安排

2020 年 6 月 29 日，公司召开 2020 年第四次临时股东大会，审议通过了《关于本次发行前滚存利润分配的议案》，本次发行前所滚存的可供股东分配的利润由公司新老股东依其所持公司股份比例共同享有。

三、股东投票机制的建立情况

为保障投资者尤其是中小投资者依法享有获取公司信息、享有资产收益、参与重大决策和选择管理者等权利，公司完善股东投票机制，采取包括采取累积投票制选举公司董事，中小投资者单独计票机制，法定事项采取网络投票方式召开股东大会进行审议表决、征集投票权的相关安排等。

（一）累积投票制

《公司章程（草案）》规定：董事、监事候选人名单以提案的方式提请股东大会表决。股东大会就选举董事、监事进行表决时，根据本章程的规定或者股东大会的决议，可以实行累积投票制。如公司的控股股东控股比例在百分之三十以上的，应当采用累积投票制。前款所称累积投票制是指股东大会选举董事或者监事时，每一股份拥有与应选董事或者监事人数相同的表决权，股东拥有的表决权可以集中使用。董事会应当向股东公告候选董事、监事的简历和基本情况。

（二）中小投资者单独计票机制

公司召开股东大会应当平等对待全体股东，不得以利益输送、利益交换等方式影响股东的表决，操纵表决结果，损害其他股东的合法权益。股东大会审议影响中小投资者利益的重大事项时，对中小投资者表决应当单独计票。单独计票结果应当及时公开披露。

（三）为股东参加股东大会提供便利

股东大会应当设置会场，以现场会议形式召开。公司还将按照法律、行政法规、中国证监会或公司章程的规定，采用安全、经济、便捷的网络或其他方式为股东参加股东大会提供便利。股东通过上述方式参加股东大会的，视为出席。

（四）征集投票权

公司董事会、独立董事和符合相关规定条件的股东可以征集股东投票权。征

集股东投票权应当向被征集人充分披露具体投票意向等信息。禁止以有偿或者变相有偿的方式征集股东投票权。公司不得对征集投票权提出最低持股比例限制。

第十一节 其他重要事项

一、重要合同

报告期内，公司及控股子公司已履行完毕的合同及截至 2020 年 6 月 30 日公司及控股子公司已签署、正在履行的重要合同如下：

（一）销售合同

1、丝绸文化创意品（自有终端品牌）销售合同

针对丝绸文化创意品，公司与客户签订的重要销售合同主要为供销合同、代理协议、加盟商合同等框架协议，供需双方就定价原则、质量要求、超额奖励、结算方式、违约责任等条款进行约定。客户具体所需产品的数量和金额则根据客户自身的需求，主要以订单的方式下达给公司安排生产。

本招股说明书中，丝绸文化创意品重要销售合同范围为各年销售额 1,000 万元以上或最近一期销售额 500 万元以上的客户合同或框架协议。

（1）正在履行

单位：万元

序号	客户名称	合同期限	合同内容/商品	合同金额（含税）	履行状况
1	彩丝丝绸	2019.01.01-2019.12.31[注 1]	约定授权期限、经营区域、保证金、信息披露、价格折扣、交货地点、换货率、销售任务、经营条款、违约责任等主要条款。 具体的产品规格、数量及交货期限等内容通过订单确定。	/	正在履行
2	事帛丝绸	2019.10.01-2020.09.30[注 2]	约定授权区域、授权期限、价格折扣、提货指标、换货率、产品交付及运输、保证金等主要条款。 具体的产品规格、数量及交货期限等内容通过订单确定。	/	正在履行

注 1：因新冠肺炎疫情等因素之影响，2020 年特许经营合同未正常续签。公司与彩丝丝绸已在《万事利品牌特许经营合同之补充协议》中约定：2020 年双方的合作条款延续 2019 年《万事利品牌特许经营合同书》中的条款及约定。

注 2：根据公司与事帛丝绸的《万事利品牌特许经营合同之补充协议》，原《万事利品牌特许经营合同书》合同有效期延至 2020 年 12 月 31 日。

（2）报告期内已履行完毕

单位：万元

序号	客户名称	合同期限	合同内容/商品	合同金额（含税）	履行状况
1	佑盛丝绸	2019.01.01-2019.12.31	约定授权期限、经营区域、保证金、信息披露、价格折扣、交货地点、换货率、销售任务、经营条款、违约责任等主要条款。 具体的产品规格、数量及交货期限等内容通过订单确定。	/	履行完毕
2	佑盛丝绸	2018.03.21-2018.12.31	约定授权期限、经营区域、交货地点、换货率、经营条款、违约责任等主要条款。 具体的产品规格、数量及交货期限等内容通过订单确定。	/	履行完毕
3	惠买在线	2017.09.22-2018.09.21	约定系统数据交换、商品价格、商品质量、商品包装、货物运输及费用承担、商品验收、销售支持、货款结算、售后服务、退换货管理等主要条款。 具体的产品规格、数量及交货期限等内容通过电子采购单确定。	/	履行完毕
4	江南丝府	2017.03.20-2018.03.20	约定授权期限、经营区域、保证金、信息披露、价格折扣、交货地点、换货率、销售任务、经营条款、违约责任等主要条款。 具体的产品规格、数量及交货期限等内容通过订单确定。	/	履行完毕

2、丝绸纺织制品（非自有终端品牌）销售合同

针对丝绸纺织制品，公司仅与少数客户签订框架协议，框架协议中供需双方仅约定产品的大类、价格条款、付款方式、交货条款、验收条款等，具体品名、数量、单价及交期等要素通过后续销售订单的形式约定。对于多数客户公司通常直接与客户签订单一销售订单约定品名、款号、数量、单价、金额、交期、质量要求、包装要求等，单一订单金额相对较小。

本招股说明书中，丝绸纺织制品重要销售合同范围为各年销售额 1,000 万元以上或最近一期销售额 500 万元以上的客户合同或框架协议。

（1）正在履行

单位：万元

序号	客户名称	合同期限	合同内容/商品	合同金额（含税）	履行状况
1	日播至美	2020.01.15-2020.12.31	面料供需框架协议，约定交货期、数量、样品确认、质量验收标准、	/	正在履行

单位：万元

序号	客户名称	合同期限	合同内容/商品	合同金额（含税）	履行状况
			付款方式等确定方式，具体商品规格、数量、单价、交货期等通过订单形式约定		
2	帛淼服饰	2019.04.01-长期	面料后处理加工框架协议，约定面料加工内容、质量及技术要求、保密、包装、验收标准、违约责任、争议解决等内容。具体以实际订单为准。	/	正在履行
3	帛淼服饰	2019.04.01-长期	数码印花加工框架协议，约定面料加工内容、质量及技术要求、保密、包装、验收标准、违约责任、争议解决等内容。具体以实际订单为准。	/	正在履行
4	雅莹集团	2017.04.28-长期	面料买卖框架协议，约定交货期、数量、样品确认、质量验收标准、付款方式等确定方式，具体商品规格、数量、单价、交货期等通过订单形式约定	/	正在履行

注：本公司丝绸纺织制品主要客户锦泓集团、GUESS、CWF 等未签订框架协议而是根据其采购需求下达的小额销售订单，天津绒耀/鄂尔多斯目前正在执行的合同未超过 500 万元，故未在上表中体现。

（2）报告期内已履行完毕

单位：万元

序号	客户名称	合同期限	合同内容/商品	合同金额（含税）	履行状况
1	天津绒耀	2019.08.23-2020.03.10	服装销售合同，约定商品规格、数量、单价、交货期、付款方式、质量标准及要求、违约条款	1,096.97	履行完毕
2	嘉盈兴业	2019.05.23-2020.05.22	布料采购框架协议，约定交货期、数量、样品确认、质量验收标准、付款方式等确定方式，具体商品规格、数量、单价、交货期等通过订单形式约定	/	履行完毕
3	爱慕股份	2017.06.21-2020.06.20	面料供需框架协议，约定交货期、数量、样品确认、质量验收标准、付款方式等确定方式，具体商品规格、数量、单价、交货期等通过订单形式约定	/	履行完毕
4	安正时尚	2017.01.01-2017.12.31	面料销售框架协议，约定交货期、数量、样品确认、质量验收标准、付款方式等确定方式，具体商品规格、数量、单价、交货期等通过订单形式约定	/	履行完毕

注：本公司丝绸纺织制品主要客户锦泓集团、华鼎西服、博马努瓦、GUESS、CWF、

LIUJO、LOBLAWS 等未签订框架协议而是根据其采购需求下达的小额销售订单，未在上表中体现；除上表所披露的合同之外，报告期内天津绒耀/鄂尔多斯不存在已履行完毕的超过 1,000 万元的合同。

3、口罩销售合同

针对口罩，公司通常直接与客户签订若干销售订单约定品名、款号、数量、单价、金额、交期、质量要求、包装要求等。

本招股说明书中，口罩重要销售合同范围为最近一期销售额 500 万元以上的客户合同或框架协议。

截至本招股说明书签署日，口罩产品不存在重大未履行的销售合同，已履行重大销售合同如下：

单位：万元

序号	客户名称	合同期限	合同内容/商品	合同金额（含税）	履行状况
1	本真商贸	以实际订单为准	约定口罩品名、规格、数量、单价、金额、交货日期、交货地点、验收方式等	以实际订单为准	履行完毕
2	妇帮医疗	2020.03.30-2020.04.17	约定口罩品名、规格、数量、单价、金额、交货日期、交货地点、验收方式等	540.00	履行完毕
3	妇帮医疗	2020.03.27-2020.05.06	约定口罩品名、规格、数量、单价、金额、交货日期、交货地点、验收方式等	450.00	履行完毕
4	AMGRPO	2020.04.20-合同履行完毕	约定口罩品名、规格、数量、单价、金额、交货日期、交货地点、验收方式等	美元 100.00	履行完毕

（二）采购合同

1、丝绸文化创意品（自有终端品牌）采购合同

针对丝绸文化创意产品的供应商，公司主要通过框架协议和采购订单相结合的方式进行采购，供需双方在框架性协议中约定产品的大类、价格条款、付款方式、交货条款、验收条款等，具体采购内容及数量主要根据公司库存变动情况以采购订单的方式下达给供应商进行采购。

本招股说明书中，丝绸文化创意品重要采购合同范围为各年采购额 1,000 万元以上或最近一期销售额 500 万元以上的供应商合同或框架协议。

（1）正在履行

单位：万元

序号	供应商名称	合同期限	合同内容/商品	合同金额（含税）	履行状况
1	惠冠数码	2020.01.01-2020.12.31	丝巾采购框架协议，约定价格条款、付款方式、交货方式、验收条款、知识产权保护条款、争议解决方式，具体的产品规格、数量及交货期限等内容通过订单确定	/	正在履行
2	千思纺织	2019.01.01-2019.12.31（未签订新合同之前，所有条款依照本合同执行，有效期延续一年时间）	蚕丝被芯采购框架协议，约定价格条款、付款方式、交货方式、验收条款、知识产权保护条款、争议解决方式，具体的产品规格、数量及交货期限等内容通过订单确定	/	正在履行
3	华人数码	2019.01.01-2019.12.31（未签订新合同之前，所有条款依照本合同执行，有效期延续一年时间）	礼盒、印刷品采购框架协议，约定价格条款、付款方式、交货方式、验收条款、知识产权保护条款、争议解决方式，具体的产品规格、数量及交货期限等内容通过订单确定	/	正在履行
4	丝之源纺织	2019.01.01-2019.12.31（未签订新合同之前，所有条款依照本合同执行，有效期延续一年时间）	家纺、蚕丝被采购框架协议，约定价格条款、付款方式、交货方式、验收条款、知识产权保护条款、争议解决方式，具体的产品规格、数量及交货期限等内容通过订单确定	/	正在履行

（2）报告期内已履行完毕

单位：万元

序号	供应商名称	合同期限	合同内容/商品	合同金额（含税）	履行状况
1	惠冠数码	2019.01.01-2019.12.31	丝巾采购框架协议，约定价格条款、付款方式、交货方式、验收条款、知识产权保护条款、争议解决方式，具体的产品规格、数量及交货期限等内容通过订单确定	/	履行完毕
2	惠冠数码	2018.01.01-2018.12.31	丝巾采购框架协议，约定价格条款、付款方式、交货方式、验收条款、知识产权保护条款、争议解决方式，具体的产品规格、数量及交货期限等内容通过订单确定	/	履行完毕
3	惠冠数码	2017.01.01-2017.12.31	产品采购框架协议，约定价格条款、付款方式、交货方式、验收条款、知识产权保护条款、争议解决方式，	/	履行完毕

单位：万元

序号	供应商名称	合同期限	合同内容/商品	合同金额（含税）	履行状况
			具体的产品规格、数量及交货期限等内容通过订单确定		
4	兴隆绸厂	2017.01.01-2017.12.31	产品采购框架协议，约定价格条款、付款方式、交货方式、验收条款、知识产权保护条款、争议解决方式，具体的产品规格、数量及交货期限等内容通过订单确定	/	履行完毕
5	国丰寝具	2017.01.01-2017.12.31	产品采购框架协议，约定价格条款、付款方式、交货方式、验收条款、知识产权保护条款、争议解决方式，具体的产品规格、数量及交货期限等内容通过订单确定	/	履行完毕

2、丝绸纺织制品（非自有终端品牌）采购合同

针对丝绸纺织制品的供应商，公司主要通过框架协议和采购订单相结合的方式进行采购，供需双方在框架性协议中约定产品的大类、价格条款、付款方式、交货条款、验收条款等。公司根据销售订单按需采购面料、服装、外协服务，供需双方在具体订单中约定品名、款号、数量、单价、金额、交期、质量要求、包装要求等。

本招股说明书中，丝绸纺织制品的重要采购合同范围为各年采购额 1,000 万元以上或最近一期销售额 500 万元以上的供应商合同或框架协议。

（1）正在履行

单位：万元

序号	供应商名称	合同期限	合同内容/商品	合同金额（含税）	履行状况
1	菱湖东方[注]	2020.01.03-2023.01.02	面料采购及委托加工框架合同，约定了生产要求、产品质量、交货期、对账及结算方式、货品修复等条款，具体的产品规格、数量及交货期限等内容通过订单确定	/	正在履行
2	诸暨诗杭	2020.03.26-2023.03.25	服装采购及委托加工框架合同，约定了生产要求、产品质量、交货期、对账及结算方式、货品修复等条款，具体的产品规格、数量及交货期限等内容通过订单确定	/	正在履行
3	世轩实业	2018.12.25-2021.12.24	面料采购及委托加工框架合同，约定了生产要求、产品质量、交货期、对账及结算方式、货品修复等条款，具体的产品规格、数量及交货期限	/	正在履行

单位：万元

序号	供应商名称	合同期限	合同内容/商品	合同金额（含税）	履行状况
			等内容通过订单确定		
4	康龙丝绸	2018.12.25-2021.12.24	面料采购及委托加工框架合同，约定了生产要求、产品质量、交货期、对账及结算方式、货品修复等条款，具体的产品规格、数量及交货期限等内容通过订单确定	/	正在履行
5	佳鹏纺织	2019.04.10-2022.04.09	面料采购及委托加工框架合同，约定了生产要求、产品质量、交货期、对账及结算方式、货品修复等条款，具体的产品规格、数量及交货期限等内容通过订单确定	/	正在履行

注：菱湖东方与世轩实业系同一实际控制人控制下企业。

（2）报告期内已履行完毕

单位：万元

序号	供应商名称	合同期限	合同内容/商品	合同金额（含税）	履行状况
1	诸暨诗杭	2017.01.04-2020.01.03	服装加工订单，约定了品名、数量、单价、质量要求、交货方式及时间	/	履行完毕
2	世轩实业	2016.01.03-2019.01.02	面料采购及委托加工框架合同，约定了生产要求、产品质量、交货期、对账及结算方式、货品修复等条款，具体的产品规格、数量及交货期限等内容通过订单确定	/	履行完毕
3	康财丝绸[注]	2016.01.03-2019.01.02	面料采购及委托加工框架合同，约定了生产要求、产品质量、交货期、对账及结算方式、货品修复等条款，具体的产品规格、数量及交货期限等内容通过订单确定	/	履行完毕
4	湖丰丝绸	2016.01.03-2019.01.02	面料采购及委托加工框架合同，约定了生产要求、产品质量、交货期、对账及结算方式、货品修复等条款，具体的产品规格、数量及交货期限等内容通过订单确定	/	履行完毕

注：康龙丝绸和康财丝绸系同一体系内关联公司。

3、口罩采购合同

针对口罩，公司通常直接与供应商签订若干采购订单约定品名、款号、数量、单价、金额、交期、质量要求、包装要求等。

本招股说明书中，口罩重要采购合同范围为最近一期销售额 500 万元以上的供应商合同或框架协议。

截至本招股说明书签署日，口罩产品不存在重大未履行的采购合同，已履行重大采购合同如下：

单位：万元

序号	供应商名称	合同期限	合同内容/商品	合同金额（含税）	履行状况
1	武林工贸	2020.02.13-合同履行完毕	口罩加工合同，约定了口罩加工数量、单价、金额、结算方式、交货方式、验收标准等	700.00	履行完毕
2	星野集团	2020.02.13-2020.03.15	口罩加工合同，约定了口罩加工数量、单价、金额、结算方式、交货方式、验收标准等	700.00	履行完毕
3	启潮工贸	2020.02.24-合同履行完毕	口罩加工合同，约定了口罩加工数量、单价、金额、结算方式、交货方式、验收标准等	840.00	履行完毕
4	无锡科骄	2020.04.10-合同履行完毕	口罩采购合同，约定了口罩采购数量、单价、金额、规格、结算方式、交货方式、验收标准等	806.00	履行完毕
5	苏州诚合	2020.04.10-合同履行完毕	口罩采购合同，约定了口罩采购数量、单价、金额、规格、结算方式、交货方式、验收标准等	544.00	履行完毕
6	富贵世家	2020.04.25-合同履行完毕	口罩采购合同，约定了口罩采购数量、单价、金额、规格、结算方式、交货方式、验收标准等	以实际订单为准	履行完毕

注：武林工贸、星野集团及启潮工贸同受浙江省东联集团有限责任公司控制。

（三）设备采购合同

2019 年度，万事利科技和万事利数码与宏华数码累计签订五份《设备销售合同书》，万事利科技和万事利数码合计向宏华数码采购 8 套宏华高速纺织数码喷印系统，合同价款累计为 1,080 万元。

单位：万元

序号	供应商名称	合同期限	合同内容/商品	合同金额（含税）	履行状况
1	宏华数码	2019.03.10-2020.03.09	数码印花设备采购合同，质保期 12 个月	360.00	履行完毕
2	宏华数码	2019.01.30-2020.01.29	数码印花设备采购合同，质保期 12 个月	300.00	履行完毕
3	宏华数码	2019.01.30-2020.01.29	数码印花设备采购合同，质保期 12 个月	120.00	履行完毕
4	宏华数码	2019.01.11-2020.01.10	数码印花设备采购合同，质保期 12 个月	150.00	履行完毕
5	宏华数码	2019.01.11-2020.01.10	数码印花设备采购合同，质保期 12 个月	150.00	履行完毕

（四）保荐协议与承销协议

公司与国信证券股份有限公司于 2020 年 6 月 30 日签订了《保荐协议》与《主承销协议》，根据上述协议，公司聘请国信证券股份有限公司作为本次股票发行的保荐机构和主承销机构，并就本次股票发行及上市及保荐期内双方的权利义务等事项进行了约定。

二、对外担保情况

截至本招股说明书签署日，发行人不存在对外担保。

三、重大诉讼或仲裁事项

（一）发行人及子公司的重大诉讼或仲裁事项

截至本招股说明书签署日，发行人及其控股子公司存在两项重大诉讼，其基本情况如下：

1、与LVMH工艺公司及其相关方的诉讼

（1）诉讼背景

2015 年起，发行人开始与 LVMH 集团就合作事宜开始进行接洽。2017 年 3 月起，万事利丝绸与 LVMH 集团下属公司 LVMH 工艺公司就双方合作展开具体商谈。经过长期的调研和论证，双方充分认可发行人的技术优势、创新潜力以及各自的品牌优势，因此拟进行长期的合作创新。

经双方多次商讨，2018 年 8 月 2 日，双方签署了《合作协议》。根据该《合作协议》，双方拟建立长期的合作伙伴关系，包括由双方在法国共同设立合资公司并以该合资公司开展丝绸领域的合作项目。其中，约定由发行人及其子公司向 LVMH 工艺公司下属企业排他地（即未经 LVMH 工艺公司同意，不得与其直接竞争对手签订与双面印花工艺相关的协议）提供双面印花工艺相关的设备、技术、培训等服务，使 LVMH 集团旗下奢侈品品牌能推出丝绸纺织服饰新产品；根据该《合作协议》，上述 LVMH 集团旗下的奢侈品品牌产品应带有“万事利”相关标识。

为落实前述《合作协议》项下的合作关系，发行人及其子公司万事利科技、万事利数码与 LVMH 工艺公司及其全资子公司 Sofpar 126 公司签订了《机器销

售协议》《技术许可协议》等一系列相关协议。根据协议约定：（1）由万事利科技向 Sofpar 126 公司以 200 万欧元的价格销售 2 台喷墨打印机和双面印花技术的使用权；（2）万事利科技提供技术支持并收取技术服务费 60.00 万欧元，以及相应的人员培训差旅费；（3）作为排他权的报酬，Sofpar 126 公司需向万事利科技和万事利数码支付面料 2.00 欧元/米和丝巾 2.00 欧元/件的技术许可费；（4）发行人和 LVMH 工艺公司将认购 Sofpar 126 公司的新增注册资本，使其从 LVMH 工艺公司的全资公司变为发行人和 LVMH 工艺公司的合资公司，来实施双方的合作计划。

随后，双方开始按照相关协议约定推进合作。LVMH 工艺公司按照协议约定设立全资子公司 Sofpar 126 公司，发行人交付 2 台机器，派人员赴法国安装调试，对其技术人员进行了培训，并成功实现约定技术在 LVMH 集团旗下 Dior（迪奥）品牌产品上的应用，按约定带有“万事利”标识的 Dior（迪奥）品牌产品已在全球市场进行批量销售。另一方面，LVMH 工艺公司和 Sofpar 126 公司向万事利科技支付了机器转让款 50.02 万欧元、技术服务费 20.00 万欧元，人员培训差旅费 5.56 万欧元，共计 75.58 万欧元。

之后双方合作出现争议。发行人认为在为 LVMH 工艺公司提供相应技术工艺、培训服务和合作相关的 Dior 产品顺利上市后，LVMH 工艺公司开始不按约定支付款项；而 LVMH 工艺公司以公司未能遵守关于宣传领域的规定、交付机器不符合欧洲标准、强迫其修订协议等为由，决定单方面终止合作关系并要求发行人返还款项。

因此协议中双方后续合作内容均予以停止未能实施，包括 Sofpar 126 公司新增注册资本，使其从 LVMH 工艺公司的全资公司变为发行人和 LVMH 工艺公司的合资公司等。

双方未能通过谈判找到解决方案。

（2）LVMH 工艺公司提起诉讼

LVMH 工艺公司于 2019 年 5 月 24 日在巴黎商事法院提起诉讼，请求法院判定发行人及其子公司：

①返还机器转让款、技术服务费、人员培训费共计 75.58 万欧元；

②向 LVMH 工艺公司、Sofpar 126 公司、Sofpar 128 公司（LVMH 工艺公司下属生产工厂）支付损失赔偿金 102.16 万欧元；

③承担 Sofpar 126 公司送还机器的费用。

（3）万事利科技通过快速程序起诉，并请求先行执行

2019 年 10 月 23 日，发行人子公司万事利科技在巴黎商事法院通过快速程序提起诉讼，请求法院认定万事利科技机器出售、技术服务、技术改进等义务均已经履行完成；要求判决 Sofpar 126 公司支付设备出售余款，并且按照法定利率三倍支付迟延履行利息，并支付诉讼成本补偿；立即执行保全措施。

2019 年 12 月，当地法院就该快速程序作出裁定，认为由于案件复杂应就实体性问题进行讨论，不适用快速程序。

（4）发行人及其子公司提起反诉

发行人与案件代理律师反复研讨案情，积极收集证明 LVMH 工艺公司及其所属公司违约/侵权等证据，包括证明 LVMH 集团在 Dior 时装秀展示使用发行人技术工艺的产品和在 Dior 精品店及线上途径销售使用发行人技术工艺的产品的照片。因此在 2020 年 3 月，发行人提起反诉。巴黎商事法院分别在 2020 年 6 月 12 日、2020 年 9 月 16 日、2020 年 10 月 7 日**和 2021 年 1 月 20 日**举行了听证会，尚未作出判决。

LVMH 工艺公司的最新诉讼请求如下：

①要求法院宣布合作协议的司法解除和附属合同的无效；

②判令发行人偿还其已支付的款项 75.58 万欧元；

③判令发行人支付 95.21 万欧元的损失赔偿金。

发行人提交了相关证据，请求法院判决驳回 LVMH 工艺公司及其子公司 Sofpar 126 公司、Sofpar 128 公司的所有诉讼请求，并提出反诉请求，最新反诉请求如下：

①判令 Sofpar 126 公司向万事利科技支付 20.00 万欧元技术服务费；

②判令 LVMH 工艺公司和 Sofpar 126 公司向发行人和万事利科技支付技术

许可费，其金额尚待最终确定；

③判令 Sofpar 126 公司向万事利科技支付款项，以清偿其提供的服务、旅费、住宿费和丝绸的交付费用，共计 5.80 万欧元；

④按照《法国民事诉讼法》第 700 条的规定判令 LVMH 工艺公司、Sofpar 126 公司和 Sofpar 128 公司连带向发行人、万事利数码和万事利科技每家公司支付 5.00 万欧元；

⑤判令 LVMH 工艺公司、Sofpar 126 公司和 Sofpar 128 公司承担发行人方面在此案件中的全部司法程序缴费支出。

截至本招股说明书签署日，诉讼程序仍在进行中。根据法国代理律师说明，下一次听证会将于 2021 年 2 月 17 日召开，根据对以往诉讼程序的经验和法国国内公共卫生危机因素，法院在 2021 年 7 月前作出判决的可能性比较小。

（5）诉讼对发行人的影响

根据 2021 年 1 月的诉讼文件，LVMH 工艺公司及其子公司 Sofpar 126 公司、Sofpar 128 公司起诉发行人的案件涉及金额总计约 **170.79** 万欧元，其中请求返还金额为 75.58 万欧元，该金额与发行人已收到的款项一致，请求赔偿金额为 **95.21** 万欧元。发行人已将 20.00 万欧元技术服务费记入收入，将剩余 50.02 万欧元设备转让款及 5.56 万欧元人员培训费记入预收账款。**因该诉讼发生 20 个月以来法院并未对双方过错有任何倾向性意见，也未对 LVMH 工艺公司提出的索赔金额发表任何意见，双方律师已就和解事项进行多次沟通，发行人预计 LVMH 工艺公司诉求得到法院支持从而导致经济利益流出企业的概率较小，所收到的机器转让款、人员培训费共计 55.58 万欧元计入预收账款，即使发行人败诉，仅需冲减相应预收账款，故未就该诉讼确认预计负债。上述会计处理符合《企业会计准则》的相关规定。**

若发行人已提起的诉讼请求及拟在后续诉讼过程中提出的关于机器转让余款的请求得到法院支持，发行人及其子公司可将收到的设备和技术服务费余款、差旅补偿费、按实际产量计算的技术许可费以及相应的诉讼成本补偿、迟延履行利息和相关损失等，连同上述计入预收账款尚未确认收入的 55.58 万欧元，一并确认为收入。

截至本招股说明书签署日，本案尚未作出判决。**根据 LVMH 工艺公司提交的诉讼文件，其最新诉求为要求发行人偿还其已支付的款项共计 75.58 万欧元，并支付 95.21 万欧元损害赔偿金。若截至 2020 年度审计报告出具日本案仍未判决或达成和解，发行人拟根据谨慎性原则确认预计负债。**

根据《企业会计准则第 13 号——或有事项》第五条：预计负债应当按照履行相关现时义务所需支出的最佳估计数进行初始计量。所需支出存在一个连续范围，且该范围内各种结果发生的可能性相同的，最佳估计数应当按照该范围内的中间值确定。发行人与 LVMH 工艺公司的诉讼纠纷所需支出存在一个连续范围，且该范围内各种结果发生的可能性相同，故最佳估计数按照该范围内的中间值即上下限金额的平均数确定。具体如下：

对于连续范围的上限，根据后续诉讼文件，LVMH 工艺公司要求发行人返还机器转让款、技术服务费、人员培训费小计 75.58 万欧元，并赔偿损失 95.21 万欧元，共计 170.79 万欧元。如果法院支持 LVMH 工艺公司诉讼请求，发行人所需支出的金额上限为 170.79 万欧元。对于连续范围的下限，如果法院支持发行人的诉讼请求，公司无需支付款项，故所需支付的金额下限为 0.00 万欧元。

最佳估计数=（所需支出下限+所需支出上限）/2 即 85.40 万欧元。考虑到发行人仍列示在预收账款的机器转让款、人员培训费 55.58 万欧元，公司确认预计负债对公司经营业绩的影响金额为 29.82 万欧元。上述预计负债对发行人经营业绩影响如下：

项目	金额（万欧元）	金额（折人民币万元）
诉讼标的金额	170.79	1,370.59
最佳估计数	85.40	685.30
仍列示在预收账款的机器转让款、人员培训费	55.58	446.01
确认预计负债	29.82	239.29
2020 年度合并利润总额	/	7,100.00-7,700.00
占 2020 年度合并利润总额的比重		3.11%-3.37%
按 2019 年 12 月末外汇牌价折算预计负债	29.82	233.04[注]
2019 年度合并利润总额	/	6,773.56
占 2019 年度合并利润总额的比重		3.44%

注：除模拟测算预计负债对 2019 年业绩影响之外，上表本币金额根据 2020 年 12 月 31 日

中国人民银行授权中国外汇交易中心公布的银行间外汇市场人民币汇率中间价进行折算。

若公司根据谨慎性原则于2020年按照最佳估计数减去仍列示在预收账款的机器转让款、人员培训费后确认预计负债29.82万欧元（折合人民币约239.29万元），约占发行人2020年度利润总额的3.11%-3.37%，占发行人2019年度合并利润总额的3.44%。该诉讼不会对发行人经营业绩造成重大不利影响。

若本案诉讼管辖法院最终判决支持 LVMH 工艺公司及其子公司的全部诉讼请求且发行人的反诉请求均未得到法院支持，发行人及/或其子公司将支付的金额总计约170.79万欧元（折合人民币约1,370.59万元）**确认营业外支出115.21万欧元（折合人民币约924.58万元），约**占发行人2020年末**合并利润总额**的**12.01%-13.02%**。

截至**2020年末**，发行人银行存款充足，可以用银行存款支付前述款项，发行人基于双面数码印花工艺技术与 LVMH 工艺公司展开的合作，是发行人开拓技术输出与服务领域的尝试，与发行人目前的主要产品无关。该诉讼不会对发行人获得境内外订单造成重大不利影响，不会对发行人的主营业务与日常生产经营造成重大不利影响，亦不会对发行人的品牌形象、声誉造成重大不利影响。

2、与好状态供应链的诉讼

（1）诉讼基本情况

2020年4月10日，发行人子公司万事利数码与好状态供应链签订了《口罩购销合同》，向其采购挂耳式折叠型口罩100.00万个，总采购金额645.00万元。好状态供应链的口罩供应商为安徽灿金医疗器械有限公司。在合同履行过程中，安徽灿金医疗器械有限公司因内置鼻梁条机器设备损坏，且受新冠肺炎疫情影响设备厂家无力提供售后服务，新机器也未能及时交付，导致好状态供应链难以履约。经协商，好状态供应链与万事利数码于2020年4月25日签署《合同终止协议》，同意终止《口罩购销合同》，并由好状态供应链在2020年4月27日前向万事利数码退还预付货款320.51万元。2020年5月1日，好状态供应链向万事利数码退款100.00万元。

（2）万事利数码起诉及和解情况

由于好状态供应链未能按照《合同终止协议》规定的日期退还预付货款，2020

年 5 月 19 日，万事利数码向安徽省肥东县人民法院提起诉讼，请求判令好状态供应链立即退还剩余货款 220.51 万元，支付逾期利息与万事利数码所发生的律师费用，并承担全部诉讼费用。2020 年 6 月 3 日，安徽省肥东县人民法院决定立案受理。在本案审理过程中，经法院主持调解，万事利数码与好状态供应链达成调解协议：好状态供应链、安徽灿金医疗器械有限公司应于 2020 年 9 月 15 日前退还预付款 220.51 万元，并支付律师费 4.56 万元，合计 225.07 万元；若未按上述期限付款，应自 2020 年 4 月 28 日起，以 220.51 万元为基数，按全国银行间同业拆借中心公布的贷款市场报价利率的 1.5 倍向万事利数码支付逾期付款违约金。截至本招股说明书签署日，好状态供应链、安徽灿金医疗器械有限公司未按照调解协议的约定向万事利数码付款，法院已受理万事利数码提交的强制执行申请，决定立案执行。

（3）诉讼对发行人的影响

万事利数码已对好状态供应链、安徽灿金医疗器械有限公司的其他应收款 220.51 万元全额计提坏账准备。即使万事利数码最终未能通过申请强制执行获得偿付，上述应收款仅占发行人 2020 年 6 月 30 日净资产的 0.47%，比例较小。该诉讼不会对发行人的生产经营造成重大不利影响。

截至本招股说明书签署日，除上述诉讼之外，本公司不存在其他对财务状况、经营成果、声誉、业务活动、未来前景等可能产生较大影响的诉讼或仲裁事项。

（二）发行人控股股东及实际控制人的刑事诉讼、重大诉讼或仲裁事项

1、控股股东的刑事诉讼、重大诉讼或仲裁事项

截至本招股说明书签署日，发行人控股股东万事利集团不存在作为一方当事人可能对发行人产生影响的刑事诉讼、重大未决诉讼或仲裁事项。

2、实际控制人的刑事诉讼、重大诉讼或仲裁事项

截至本招股说明书签署日，发行人实际控制人屠红燕、李建华、屠红霞、王云飞、沈柏军不存在作为一方当事人可能对发行人产生影响的刑事诉讼、重大诉讼或仲裁事项。

（三）发行人董事、监事、高级管理人员和其他核心人员的刑事诉讼、重大诉讼或仲裁事项

截至本招股说明书签署日，发行人董事、监事、高级管理人员和其他核心人员不存在作为一方当事人可能对发行人产生影响的刑事诉讼、重大诉讼或仲裁事项。

（四）发行人董事、监事、高级管理人员和其他核心人员的行政处罚、被司法机关立案侦查、被中国证监会立案调查的情况

最近三年，发行人董事、监事、高级管理人员和其他核心人员不存在涉及行政处罚、被司法机关立案侦查、被中国证监会立案调查的情况。

（五）控股股东和实际控制人的刑事犯罪和重大违法行为

报告期内，发行人控股股东万事利集团、实际控制人屠红燕、屠红霞、李建华、王云飞、沈柏军不存在贪污、贿赂、侵占财产、挪用财产或者破坏社会主义市场经济秩序的刑事犯罪，不存在欺诈发行、重大信息披露违法或者其他涉及国家安全、公共安全、生态安全、生产安全、公众健康安全等领域的重大违法行为。

第十二节 声 明

发行人全体董事、监事、高级管理人员声明

本公司及全体董事、监事、高级管理人员承诺本招股说明书的内容真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，按照诚信原则履行承诺，并承担相应的法律责任。

全体董事：

李建华 钱晓枫 屠红燕 项永旺

孙立新 余志伟 马廷方 洪 瑛

邢以群 李有星 朱良均

全体监事：

杜海江 程 翀 陈浩芳

全体高级管理人员：

李建华 余志伟 马廷方 滕俊楷

文 礼 包 强 韩 青 叶晓君

杭州万事利丝绸文化股份有限公司

2021 年 1 月 31 日

发行人控股股东、实际控制人声明

本公司或本人承诺本招股说明书的内容真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，按照诚信原则履行承诺，并承担相应的法律责任。

控股股东：万事利集团有限公司（盖章）

实际控制人：

屠红燕　　屠红霞　　李建华

王云飞　　沈柏军

杭州万事利丝绸文化股份有限公司

2021年1月31日

保荐机构（主承销商）声明

本公司已对招股说明书进行了核查，确认招股说明书的内容真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担相应的法律责任。

本人已认真阅读杭州万事利丝绸文化股份有限公司招股说明书的全部内容，确认招股说明书的内容真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担相应的法律责任。

项目协办人：

李文江

保荐代表人：

罗傅琪 季诚永

总经理：

邓舸

法定代表人：

何如

国信证券股份有限公司

2021年1月31日

发行人律师声明

本所及经办律师已阅读招股说明书，确认招股说明书与本所出具的法律意见书无矛盾之处。本所及经办律师对发行人在招股说明书中引用的法律意见书的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担相应的法律责任。

律师事务所负责人：

华晓军

经办律师：

陈旭楠

沈 娜

胡嘉冬

北京市君合律师事务所

2021 年 1 月 31 日

PAN-CHINA 天健会计师事务所
Pan-China Certified Public Accountants

地址：杭州市钱江路 1366 号
邮编：310020
电话：（0571） 8821 6888
传真：（0571） 8821 6999

审计机构声明

本所及签字注册会计师已阅读《杭州万事利丝绸文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），确认招股说明书与本所出具的《审计报告》（天健审〔2020〕9688 号）、《内部控制鉴证报告》（天健审〔2020〕9689 号）及经本所鉴证的非经常性损益明细表的内容无矛盾之处。本所及签字注册会计师对杭州万事利丝绸文化股份有限公司在招股说明书中引用的上述审计报告、内部控制鉴证报告及经本所鉴证的非经常性损益明细表的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担相应的法律责任。

签字注册会计师：

宋鑫

朱勇

天健会计师事务所负责人：

王越豪

天健会计师事务所（特殊普通合伙）

二〇二一 年 一 月 三十一日

资产评估机构声明

本机构及签字资产评估师已阅读《杭州万事利丝绸文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），确认招股说明书与本机构出具的坤元评报〔2017〕137号、坤元评报〔2017〕672号、坤元评报〔2017〕720号《资产评估报告》无矛盾之处。本机构及签字资产评估师对杭州万事利丝绸文化股份有限公司在招股说明书中引用的资产评估报告的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担相应的法律责任。

资产评估机构负责人：

俞华开

签字资产评估师：

仇文庆

应丽云

坤元资产评估有限公司

2017 年 1 月 31 日

PAN-CHINA 天健会计师事务所
Pan-China Certified Public Accountants

地址：杭州市钱江路 1366 号
邮编：310020
电话：（0571） 8821 6888
传真：（0571） 8821 6999

验资机构声明

本所及签字注册会计师已阅读《杭州万事利丝绸文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），确认招股说明书与本所出具的《验资报告》（天健验〔2017〕108 号、天健验〔2018〕537 号、天健验〔2018〕538 号）的内容无矛盾之处。本所及签字注册会计师对杭州万事利丝绸文化股份有限公司在招股说明书中引用的上述报告的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担相应的法律责任。

签字注册会计师：

黄元喜　　宋 鑫

朱 勇

天健会计师事务所负责人：

王越豪

天健会计师事务所（特殊普通合伙）

二〇二一年一月三十一日

第十三节 附 件

一、备查文件

（一）发行保荐书；

（二）上市保荐书；

（三）法律意见书；

（四）财务报表及审计报告发行人控股股东、实际控制人对招股说明书的确认意见；

（五）公司章程（草案）；

（六）与投资者保护相关的承诺（参见本节之“三、相关承诺事项”）；

（七）发行人及其他责任主体作出的与发行人本次发行上市相关的其他承诺事项（参见本节之“三、相关承诺事项”）；

（八）内部控制鉴证报告；

（九）经注册会计师核验的非经常性损益明细表；

（十）中国证监会同意发行人本次公开发行注册的文件；

（十一）其他与本次发行有关的重要文件。

二、查阅地址和时间

（一）发行人：杭州万事利丝绸文化股份有限公司

地址：浙江省杭州市天城路 68 号（万事利科技大厦）2 幢 5 楼 501 室

联系人：叶晓君

电话：0571-86847618

查阅时间：承销日内每个工作日上午 9：30-11：30，下午 13：00-15：00

（二）保荐机构（主承销商）：国信证券股份有限公司

地址：浙江省杭州市体育场路 105 号凯喜雅大厦 5 楼

联系人：罗傅琪、季诚永

电话：0571-85316112

查阅时间：承销日内每个工作日上午 9：30-11：30，下午 13：00-15：00

三、相关承诺事项

（一）股份流通限制和自愿锁定承诺

发行人控股股东万事利集团及实际控制人屠红燕、屠红霞、李建华、王云飞和沈柏军承诺：

1、自发行人股票在证券交易所上市交易之日起三十六个月内，本公司/本人不转让或者委托他人管理本次发行前本公司直接或间接持有的发行人股份（包括由该部分派生的股份，如送红股、资本公积金转增等），也不由发行人回购该部分股份；

2、本公司/本人所持股票在锁定期满后两年内减持的，本公司/本人减持价格不低于发行价（若发行人股票在此期间发生派息、送股、资本公积转增股本等除权除息事项的，发行价应相应调整）。减持行为将严格遵守《上市公司股东、董监高减持股份的若干规定》（中国证券监督管理委员会公告〔2017〕9 号）、《深圳证券交易所上市公司股东及董事、监事、高级管理人员减持股份实施细则》（深证上[2017]820 号）以及届时有效的相关法律、法规、规范性文件的规定和证券交易所相关规则的要求；

3、锁定期满后，本人担任发行人董事、监事或高级管理人员职务期间，每年转让的股份不得超过本人直接或间接持有的发行人股份总数的百分之二十五；在离职六个月内，不得转让本人所直接或间接持有的发行人股份；

4、发行人上市后六个月内如发行人股票连续二十个交易日的收盘价均低于发行价（若发行人股票在此期间发生派息、送股、资本公积转增股本等除权除息

事项的，发行价应相应调整），或者上市后六个月期末收盘价低于发行价（若发行人股票在此期间发生派息、送股、资本公积转增股本等除权除息事项的，发行价应相应调整），则本公司/本人持有的发行人股份锁定期自动延长六个月，且本人不因职务变更或离职等原因而终止履行；

5、若因未履行上述承诺而获得收入的，所得收入归发行人所有，本公司/本人所持限售股锁定期自期满后延长六个月。若因未履行上述承诺事项给发行人或者其他投资者造成损失的，本公司/本人将向发行人或者其他投资者依法承担赔偿责任。

公司股东丝奥投资、丝昱投资、丝弦投资承诺：

1、自发行人股票在证券交易所上市交易之日起三十六个月内，本公司/本企业不转让或者委托他人管理本次发行前本公司直接或间接持有的发行人股份（包括由该部分派生的股份，如送红股、资本公积金转增等），也不由发行人回购该部分股份；

2、所持股票在锁定期满后两年内减持的，本公司/本企业减持价格不低于发行价（若发行人股票在此期间发生派息、送股、资本公积转增股本等除权除息事项的，发行价应相应调整）。减持行为将严格遵守《上市公司股东、董监高减持股份的若干规定》（中国证券监督管理委员会公告〔2017〕9 号）、《深圳证券交易所上市公司股东及董事、监事、高级管理人员减持股份实施细则》（深证上[2017]820 号）以及届时有效的相关法律、法规、规范性文件的规定和证券交易所相关规则的要求；

3、发行人上市后六个月内如发行人股票连续二十个交易日的收盘价均低于发行价（若发行人股票在此期间发生派息、送股、资本公积转增股本等除权除息事项的，发行价应相应调整），或者上市后六个月期末收盘价低于发行价（若发行人股票在此期间发生派息、送股、资本公积转增股本等除权除息事项的，发行价应相应调整），则本公司/本企业持有的发行人股份锁定期自动延长六个月；

4、若因未履行上述承诺而获得收入的，所得收入归发行人所有，本公司/本企业所持限售股锁定期自期满后延长六个月。若因未履行上述承诺事项给发行

人或者其他投资者造成损失的，本公司/本企业将向发行人或者其他投资者依法承担赔偿责任。

公司股东浙商投资、万向三农、盈思投资、陈曙华、卓元晋嘉、华媒投资、乐世利投资承诺：

1、自发行人股票在证券交易所上市交易之日起十二个月内，本公司/本企业/本人不转让或者委托他人管理本次发行前本公司/本企业/本人直接或间接持有的发行人股份（包括由该部分派生的股份，如送红股、资本公积金转增等），也不由发行人回购该部分股份；

2、锁定期满后的减持行为将严格遵守《上市公司股东、董监高减持股份的若干规定》（中国证券监督管理委员会公告〔2017〕9 号）、《深圳证券交易所上市公司股东及董事、监事、高级管理人员减持股份实施细则》（深证上[2017]820 号）以及届时有效的相关法律、法规、规范性文件的规定和证券交易所相关规则的要求；

3、若因未履行上述承诺而获得收入的，所得收入归发行人所有，本公司/本企业/本人所持限售股锁定期自期满后延长六个月。若因未履行上述承诺事项给发行人或者其他投资者造成损失的，本公司/本企业/本人将向发行人或者其他投资者依法承担赔偿责任。

公司高级管理人员滕俊楷承诺：

1、自发行人股份在证券交易所上市交易之日起 12 个月内，不转让或者委托他人管理本次发行前本人直接或间接持有的发行人股份（包括由该部分派生的股份，如送红股、资本公积金转增等），也不由发行人回购该部分股份；

2、本人所持股票在锁定期满后两年内减持的，本人减持价格不低于发行价（若发行人股票在此期间发生派息、送股、资本公积转增股本等除权除息事项的，发行价应相应调整）。减持行为将严格遵守《上市公司股东、董监高减持股份的若干规定》（中国证券监督管理委员会公告〔2017〕9 号）、《深圳证券交易所上市公司股东及董事、监事、高级管理人员减持股份实施细则》（深证上[2017]820 号）以及届时有效的相关法律、法规、规范性文件的规定和证券交易所相关规则

的要求；

3、锁定期满后，本人担任发行人董事、监事或高级管理人员职务期间，每年转让的股份不得超过本人直接或间接持有的发行人股份总数的百分之二十五；在离职六个月内，不得转让本人所直接或间接持有的发行人股份；

4、发行人上市后六个月内如发行人股票连续二十个交易日的收盘价均低于发行价（若发行人股票在此期间发生派息、送股、资本公积转增股本等除权除息事项的，发行价应相应调整），或者上市后六个月期末收盘价低于发行价（若发行人股票在此期间发生派息、送股、资本公积转增股本等除权除息事项的，发行价应相应调整），则本人持有的发行人股份锁定期自动延长六个月，且不因职务变更或离职等原因而终止履行；

5、若因未履行上述承诺而获得收入的，所得收入归发行人所有，本人所持限售股锁定期自期满后延长六个月。若因未履行上述承诺事项给发行人或者其他投资者造成损失的，本人将向发行人或者其他投资者依法承担赔偿责任。

（二）公开发行前持股 5%以上股东的持股意向及减持意向

持有公司 5%以上股份的股东万事利集团、丝奥投资、丝昱投资、丝弦投资就持股意向及减持意向承诺如下：

1、自发行人股票在证券交易所上市交易之日起三十六个月内，本公司/本企业不转让或者委托他人管理本次发行前其直接和间接持有的发行人股份（包括由该部分派生的股份，如送红股、资本公积金转增等），也不由发行人回购该部分股份。

2、本公司/本企业所持发行人股份在锁定期届满后两年内有意向减持的，减持股份应符合相关法律法规及证券交易所的规则要求，减持方式包括二级市场集中竞价交易、大宗交易等证券交易所认可的合法方式，且需符合下列要求：

（1）减持价格不低于首次公开发行股票的发行价（若发行人股份在该期间内发生派息、送股、资本公积转增股本等除权除息事项的，发行价应相应调整）；

（2）在所持发行人股份锁定期届满后的两年内进行减持的，每年减持数量

不超过本公司上一年度末所持有发行人股份数量的百分之二十五；

3、本公司/本企业的减持行为将严格遵守《上市公司股东、董监高减持股份的若干规定》（中国证券监督管理委员会公告〔2017〕9 号）、《深圳证券交易所上市公司股东及董事、监事、高级管理人员减持股份实施细则》（深证上[2017]820 号）以及届时有效的相关法律、法规、规范性文件的规定和证券交易所相关规则的要求。

4、若因未履行上述承诺而获得收入的，所得收入归发行人所有，本公司/本企业所持限售股锁定期自期满后延长六个月。若因未履行上述承诺事项给发行人或者其他投资者造成损失的，本公司/本企业将向发行人或者其他投资者依法承担赔偿责任。

持有公司 5%以上股份的股东浙商投资与其一致行动人乐世利投资就持股意向及减持意向承诺如下：

1、自发行人股票在证券交易所上市交易之日起十二个月内，本企业不转让或者委托他人管理本次发行前其直接和间接持有的发行人股份（包括由该部分派生的股份，如送红股、资本公积金转增等），也不由发行人回购该部分股份。

2、本企业在锁定期满后两年内有意向通过深圳证券交易所减持所持有的发行人股份，减持的股份数量不超过本企业持有的发行人股份总数的 100%。减持股份的价格（如果因派发现金红利、送股、转增股本、增发新股等原因进行除权、除息的，须按照深圳证券交易所的有关规定作复权处理，下同）根据当时的二级市场价格确定，且不低于减持前一个会计年度经审计的合并报表中每股净资产的价格。

3、本企业的减持行为将严格遵守《上市公司股东、董监高减持股份的若干规定》（中国证券监督管理委员会公告〔2017〕9 号）、《深圳证券交易所上市公司股东及董事、监事、高级管理人员减持股份实施细则》（深证上[2017]820 号）以及届时有效的相关法律、法规、规范性文件的规定和证券交易所相关规则的要求。

4、若因未履行上述承诺而获得收入的，所得收入归发行人所有，本企业所

持限售股锁定期自期满后延长六个月。若因未履行上述承诺事项给发行人或者其他投资者造成损失的，本企业将向发行人或者其他投资者依法承担赔偿责任。

（三）上市后三年内公司股价低于每股净资产时稳定股价的预案

1、股价稳定措施的启动条件及程序

（1）启动条件

公司自本次发行并在创业板上市之日起三年内，出现公司股票连续 20 个交易日的收盘价低于每股净资产（指上一期末经审计的每股净资产，每股净资产=合并财务报表中归属于母公司普通股股东权益合计数÷期末公司股份总数，下同）时（若因除权除息等事项导致前述股票价格与公司上一期末年度经审计的每股净资产不具有可比性，上述股票收盘价应做相应调整），公司将启动稳定股价的预案。

（2）具体措施

在公司的股权分布仍符合上市条件的前提下，公司将采取公司回购公司股票、公司控股股东增持公司股票、董事（不包括独立董事）和高级管理人员增持公司股票等稳定股价的措施。

公司制定稳定股价预案具体实施方案时，应当综合考虑当时的实际情况及各种稳定股价措施的作用及影响，并在符合相关法律法规规定的情况下，各方协商确定并通知当次稳定股价预案的实施主体，并在启动股价稳定措施前公告具体实施方案。

公司及控股股东、董事（不包括独立董事）及高级管理人员在履行其回购或增持义务时，应按照深圳证券交易所的相关规则及其他适用的监管规定履行相应的信息披露义务。

（3）审议程序

公司应当在前述稳定股价措施的启动条件成立后 5 个交易日内召开董事会讨论、表决稳定股价的具体方案，并提交股东大会审议。相关责任方应在股东大会审议通过该等方案后的 5 个交易日内，启动稳定股价具体方案的实施。

2、稳定股价的具体措施

（1）公司回购股份

公司根据股东大会审议通过的稳定股价具体方案而回购股份的，应当符合《上市公司回购社会公众股份管理办法（试行）》《深圳证券交易所上市公司回购股份实施细则》等法律、法规、规范性文件和公司章程的规定，并按照该等规定的要求履行有关向社会公众股东回购公司股份的具体程序。

公司回购股份的方式为集中竞价交易方式、要约方式或中国证监会认可的其他方式。

如公司采取回购股份的稳定股价措施，应遵循下述原则：

①公司用于回购股份的资金总额累计不超过公司首次公开发行新股所募集资金的总额；

②单次用于回购股份的资金金额不低于上一会计年度经审计的归属于母公司所有者的净利润的 10%；

③单一会计年度用于回购股份的资金金额合计不超过上一会计年度经审计的归属于母公司所有者的净利润的 30%。

超过上述标准的，本项股价稳定措施在当年度不再继续实施。但如下一年度继续出现稳定股价情形的，公司将继续按照上述原则执行。

（2）控股股东增持股份

①启动条件

当公司股票连续 20 个交易日的收盘价低于每股净资产时，出现下列情形之一的，控股股东将启动股价稳定措施：

A、公司无法实施回购股份或公司股东大会作出决议不回购股份或回购股份的有关议案未能获得公司股东大会批准，且控股股东增持公司股份不会导致公司不满足法定上市条件或触发控股股东的要约收购义务；

B、公司虽已实施股票回购预案但仍未满足“公司股票收盘价连续 5 个交易

日超过最近一期经审计的每股净资产”的要求。

②具体措施

公司控股股东以增持公司股票的形式稳定公司股价，但应遵循下述原则：

A、单次用于增持股份的资金金额不低于其上一会计年度从公司所获得现金分红金额的 20%；

B、单一年度用于稳定股价的增持资金不超过其上一会计年度从公司所获得现金分红金额的 50%；

超过上述标准的，本项股价稳定措施在当年度不再继续实施。但如下一会计年度继续出现稳定股价情形的，控股股东将继续按照上述原则执行。

（3）董事（独立董事除外）、高级管理人员增持股份

①启动条件

在公司回购股份、公司控股股东增持公司股票预案实施完成后，如公司股票仍未满足“公司股票收盘价连续 5 个交易日超过最近一期经审计的每股净资产”之要求，并且董事（独立董事除外）、高级管理人员增持公司股票不会导致公司不满足法定上市条件，公司董事（独立董事除外）、高级管理人员将启动股价稳定措施。

②具体措施

公司董事（独立董事除外）、高级管理人员以增持公司股票的形式稳定公司股价，但应遵循下述原则：

A、单次用于购买股份的资金金额不低于其在担任公司董事或高级管理人员职务期间上一会计年度从公司领取的税后薪酬累计额的 20%；

B、单一年度用以稳定股价所动用的资金不超过其在公司担任董事或高级管理人员职务期间上一会计年度从公司领取的税后薪酬累计额的 50%。

超过上述标准的，本项股价稳定措施在当年度不再继续实施。但如下一会计年度继续出现稳定股价情形的，公司董事（独立董事除外）、高级管理人员将继

续按照上述原则执行。

公司董事（独立董事除外）、高级管理人员在稳定股价方案实施期间内，不因其职务变更、离职等情形拒绝实施上述稳定股价的措施。

3、股价稳定措施的终止

在经股东大会审议通过的稳定股价具体方案正式公告之日起至其实施完毕之日的期间内，如在连续 5 个交易日内，公司股票收盘价均不低于公司上一期末经审计的每股净资产时，将停止实施董事会/股东大会审议通过的稳定股价具体方案。

4、未履行稳定股价措施义务的约束措施及相关责任人承诺

公司在未来聘任新的董事（不包括独立董事）、高级管理人员前，将要求其签署承诺书，保证其履行公司首次公开发行上市时董事（不包括独立董事）、高级管理人员已作出的稳定股价承诺，并要求其按照公司首次公开发行上市时董事（不包括独立董事）、高级管理人员的承诺提出未履行承诺的约束措施。

如公司未采取稳定股价的具体措施，公司承诺将在股东大会及中国证券监督管理委员会指定的披露媒体上及时、充分披露承诺未能履行、无法履行或无法按期履行的具体原因，并向股东和社会公众投资者道歉。如因公司未履行承诺事项给投资者造成损失的，公司将依法承担损害赔偿责任。

如公司控股股东未采取稳定股价的具体措施，公司控股股东承诺将在发行人股东大会及中国证券监督管理委员会指定的披露媒体上及时、充分披露承诺未能履行、无法履行或无法按期履行的具体原因，并向股东和社会公众投资者道歉。如未采取稳定股价的具体措施，公司控股股东将停止从发行人处获得现金分红，同时公司控股股东直接或间接持有的发行人股票不得转让，直至公司控股股东履行相关承诺或作出补充承诺或替代承诺为止。

如公司董事（非独立董事）、高级管理人员未采取稳定股价措施，公司董事（非独立董事）、高级管理人员承诺将在发行人股东大会及中国证券监督管理委员会指定的披露媒体上及时、充分披露承诺未能履行、无法履行或无法按期履行的具体原因，并向股东和社会公众投资者道歉。如未采取稳定股价措施，公司董

事（非独立董事）、高级管理人员将停止从发行人处获得薪酬、分红或津贴，同时公司董事（非独立董事）、高级管理人员直接或间接持有的发行人股票不得转让，直至公司董事（非独立董事）、高级管理人员履行相关承诺或作出补充承诺或替代承诺为止。

（四）股份回购和股份买回的措施和承诺

股份回购和股份买回的措施和承诺具体内容参见本节之“三、（三）上市后三年内公司股价低于每股净资产时稳定股价的预案”及“三、（五）对欺诈发行上市的股份回购和股份买回承诺”。

（五）对欺诈发行上市的股份回购和股份买回承诺

1、发行人的相关承诺

本公司招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，公司对其真实性、准确性、完整性、及时性承担法律责任。

若本次公开发行股票的招股说明书有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，导致对判断公司是否符合法律规定的发行条件构成重大、实质影响的，本公司将在前述情形被中国证监会认定之日起三个交易日内召开董事会，提出股份回购预案，并提交股东大会讨论，依法回购首次公开发行的全部新股，回购价格按照发行价（若发行人股票在此期间发生除权除息事项的，发行价做相应调整）加算银行同期存款利息确定，并根据相关法律、法规规定的程序实施。

若因公司本次公开发行股票的招股说明书有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券交易中遭受损失的，将依法赔偿投资者损失。

上述违法事实被中国证监会或司法机关认定后，本公司将本着简化程序、积极协商、先行赔付、切实保障投资者特别是中小投资者利益的原则，按照投资者直接遭受的可测算的经济损失选择与投资者和解、通过第三方与投资者调解及设立投资者赔偿基金等方式积极赔偿投资者由此遭受的直接经济损失。

2、控股股东、实际控制人的相关承诺

（1）控股股东的相关承诺

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

若发行人招股说明书有虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，导致对判断发行人是否符合法律规定的发行条件构成重大、实质影响的，本公司将督促发行人依法回购首次公开发行的全部新股，回购价格按照发行价（若发行人股票在此期间发生除权除息事项的，发行价做相应调整）加算银行同期存款利息确定，并根据相关法律、法规规定的程序实施。

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

上述违法事实被中国证监会或司法机关认定后，本公司将本着简化程序、积极协商、先行赔付、切实保障投资者特别是中小投资者利益的原则，按照投资者直接遭受的可测算的经济损失选择与投资者和解、通过第三方与投资者调解及设立投资者赔偿基金等方式积极赔偿投资者由此遭受的直接经济损失。

（2）实际控制人的相关承诺

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

若发行人招股说明书有虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，导致对判断发行人是否符合法律规定的发行条件构成重大、实质影响的，本人将督促发行人依法回购首次公开发行的全部新股，回购价格按照发行价（若发行人股票在此期间发生除权除息事项的，发行价做相应调整）加算银行同期存款利息确定，并根据相关法律、法规规定的程序实施。

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

上述违法事实被中国证监会或司法机关认定后，本人将本着简化程序、积极协商、先行赔付、切实保障投资者特别是中小投资者利益的原则，按照投资者直

接遭受的可测算的经济损失选择与投资者和解、通过第三方与投资者调解及设立投资者赔偿基金等方式积极赔偿投资者由此遭受的直接经济损失。

3、发行人董事、监事、高级管理人员的相关承诺

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

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

本人承诺不因职务变更、离职等原因而放弃履行已作出的承诺。

4、本次发行相关中介机构的相关承诺

国信证券股份有限公司承诺：因本公司为发行人首次公开发行制作、出具的文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，由此给投资者造成损失的，将依法赔偿投资者的损失。国信证券保证遵守以上承诺，勤勉尽责地开展业务，维护投资者合法权益，并对此承担责任。

天健会计师事务所（特殊普通合伙）承诺：因本所为发行人首次公开发行并在创业板上市制作、出具的文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给投资者造成损失的，本所将依法赔偿投资者损失。

北京市君合律师事务所承诺：如因本所为发行人首次公开发行股票制作、出具的文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给投资者造成损失的，本所将按照有管辖权的人民法院依照法律程序作出的有效司法判决，依法赔偿投资者损失。

坤元资产评估有限公司承诺：本公司为发行人首次公开发行股票并上市制作、出具的文件不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏的情形，并对其真实性、准确性和完整性承担法律责任。因本公司为发行人首次公开发行股票并上市制作、出具的文件有虚假记载、误导性称述或者重大遗漏，给投资者造成损失的，本公司将依法赔偿投资者损失。

（六）填补被摊薄即期回报的措施和承诺

1、发行人填补被摊薄即期回报的措施和承诺

为降低本次公开发行摊薄即期回报的影响，公司承诺将通过强化募集资金管理、加快募投项目投资进度、加大市场开拓力度、强化投资者回报机制等方式，提升资产质量，提高销售收入，从而增厚未来收益，实现可持续发展，以填补被摊薄即期回报。

（1）公司现有业务运营状况、发展态势，面临的主要风险及改进措施

①公司现有业务运营状况、发展态势

公司以“让世界爱上中国丝绸”为使命，专注于丝绸产品的研发设计、生产与销售，报告期内，公司实现主营业务收入分别为 70,705.40 万元、74,281.06 万元和 72,243.53 万元，经营情况基本保持稳定，业务发展良好。

②公司面临的主要风险及改进措施

公司现有业务面临的主要风险为宏观经济波动风险、市场竞争加剧风险、经营业绩下滑的风险、分销商管理风险、公司产品外协生产的风险、产品开发设计风险、原材料价格波动风险等。面对以上风险，公司主要改进措施如下：

A、加强销售渠道建设，拓展全国丝绸文化创意品消费市场，积极开发对传统丝绸产品的替代性需求；

B、提升产品开发设计能力，坚持多品牌战略、差异化定位、独立的品牌设计师团队等品牌运营方式，加强社会活动、媒体投放、跨界合作等营销推广，持续提升品牌影响力；

C、完善分销商管理制度建设，加强分销商日常经营监督与管理，确保分销商经营理念与公司相一致；

D、加强供应商管理体系建设，完善产品质量管控制度。

（2）提高公司日常运营效率，降低公司运营成本，提升公司经营业绩的具体措施

①强化募集资金管理

公司已制定《募集资金使用管理制度》，募集资金到位后将存放于董事会指定的专项账户中。公司将定期检查募集资金使用情况，从而加强对募投项目的监管，保证募集资金得到合理、合法的使用。

②加快募投项目投资进度

公司董事会已对本次公开发行募集资金投资项目的可行性进行了充分论证，募投项目符合公司的未来整体战略发展方向，具备较好的市场前景，有利于增强公司主营业务的竞争力并打造新的利润增长点。为抓住行业发展机遇，本次募集资金到位前，公司拟通过多种渠道积极筹措资金，积极调配资源，开展募投项目的前期准备工作，增强项目相关的人才与技术储备。本次发行募集资金到位后，公司将调配内部各项资源、加快推进募投项目建设，提高募集资金使用效率，争取募投项目早日达产并实现预期效益，以增强公司盈利水平，尽快产生效益回报股东。

③加大市场开拓力度

目前公司营业收入区域分布以浙江为主，异地市场主要依靠分子公司销售团队及分销商进行拓展，总体收入占比较低，发展空间较大。公司将在现有销售服务网络的基础上完善并扩大经营业务布局，结合各地文化对产品不断推陈出新，扩大国内外市场和销售渠道的覆盖面，扩展市场容量，提升盈利水平。

④强化投资者回报机制

公司实施积极的利润分配政策，重视对投资者的合理投资回报，并保持连续性和稳定性。公司已根据中国证监会的相关规定及监管要求，制订上市后适用的《公司章程（草案）》，就利润分配政策事宜进行详细规定和公开承诺，并通过了《公司未来分红回报规划（草案）》，充分维护公司股东依法享有的资产收益等权利，提高公司的未来回报能力。

本公司如违反前述承诺，将及时公告违反的事实及原因，除因不可抗力或其他非归属于本公司的原因外，将向本公司股东和社会公众投资者道歉，同时向投资者提出补充承诺或替代承诺，以尽可能保护投资者的利益，并在公司股东大会

审议通过后实施补充承诺或替代承诺。

2、公司控股股东、实际控制人、董事及高级管理人员的相关承诺

为维护公司和全体股东的合法权益，保证公司填补回报措施能够得到切实履行，公司控股股东、实际控制人承诺：

（1）本公司/本人将不会越权干预发行人的经营管理活动，不侵占发行人利益，前述承诺是无条件且不可撤销的；

（2）若本公司/本人违反前述承诺或拒不履行前述承诺的，本公司/本人将在股东大会及中国证监会指定报刊公开作出解释并道歉，并接受中国证监会和证券交易所对本公司/本人作出相关处罚或采取相关管理措施；对发行人或股东造成损失的，本公司/本人将给予充分、及时而有效的补偿。

公司全体董事、高级管理人员承诺：

（1）本人不会无偿或以不公平条件向其他单位或者个人输送利益，也不采用其他方式损害发行人利益。

（2）本人将对职务消费行为进行约束，保证本人的任何职务消费行为均为履行本人职责所必须的花费，并严格接受发行人的监督与管理。

（3）本人不会动用发行人资产从事与本人履行职责无关的投资、消费活动。

（4）本人将尽责促使由董事会或薪酬委员会制定的薪酬制度与发行人填补回报措施的执行情况相挂钩，并严格遵守相关制度。

（5）本人将尽责促使发行人未来拟公布的股权激励的行权条件（如有）与发行人填补回报措施的执行情况相挂钩，并严格遵守相关条件。

（6）本承诺出具后，如监管机构作出关于填补回报措施及其承诺的其他细化规定，且上述承诺不能满足监管机构的细化要求时，本人承诺届时将按照相关规定出具补充承诺。

（七）利润分配政策的承诺

公司就首次公开发行股票并上市后的利润分配安排承诺参见本招股说明书

第十节之“二、（三）本次发行后的股利分配政策”。

（八）相关责任主体关于未履行相关承诺的约束措施的承诺

1、发行人关于失信补救措施的承诺

本公司将积极履行就本次首次公开发行股票并在创业板上市所做的全部承诺，自愿接受监管部门、社会公众及投资者的监督，并依法承担相应责任。如未履行相关承诺，本公司承诺采取如下补救措施：

（1）本公司应当在股东大会及中国证券监督管理委员会指定的披露媒体上及时、充分披露承诺未能履行、无法履行或无法按期履行的具体原因，并向股东和社会公众投资者道歉；

（2）向投资者提出补充承诺或替代承诺，以尽可能保护投资者的合法权益；

（3）本公司未履行相关承诺给投资者造成损失的，公司将依法承担损害赔偿责任。

2、控股股东关于失信补救措施的承诺

本公司将积极履行就发行人本次首次公开发行股票并在创业板上市所做的全部承诺，自愿接受监管部门、社会公众及投资者的监督，并依法承担相应责任。如未履行相关承诺，本公司承诺采取如下补救措施：

（1）本公司应当在发行人股东大会及中国证券监督管理委员会指定的披露媒体上及时、充分披露承诺未能履行、无法履行或无法按期履行的具体原因，并向股东和社会公众投资者道歉；

（2）向投资者提出补充承诺或替代承诺，以尽可能保护投资者的合法权益；

（3）如本公司因未履行承诺获得收益的，则该等收益归发行人所有；

（4）本公司将停止从发行人处获得现金分红，同时本公司直接或间接持有的发行人股票不得转让，直至本公司履行相关承诺或作出补充承诺或替代承诺为止；

（5）本公司未履行相关承诺给发行人和投资者造成损失的，公司将依法承

担损害赔偿责任；

（6）如有关股份锁定、减持意向的承诺事项被证明不真实或未被遵守，本公司应将出售发行人的股票收益所得上缴发行人，同时，所持限售股锁定期自期满后延长六个月。

3、实际控制人及董事、监事、高级管理人员关于失信补救措施的承诺

本人将积极履行就发行人本次首次公开发行股票并在创业板上市所做的全部承诺，自愿接受监管部门、社会公众及投资者的监督，并依法承担相应责任。如未履行相关承诺，本人承诺采取如下补救措施：

（1）本人应当在股东大会及中国证监会指定的披露媒体上及时、充分披露承诺未能履行、无法履行或无法按期履行的具体原因，并向股东和社会公众投资者道歉；

（2）向投资者提出补充承诺或替代承诺，以尽可能保护投资者的合法权益；

（3）如本人因未履行承诺获得收益的，则该等收益归发行人所有；

（4）本人将停止从发行人处获得分红、薪酬或津贴，同时本人直接或间接持有的发行人股票不得转让，直至本人履行相关承诺或作出补充承诺或替代承诺为止；

（5）本人未履行相关承诺给投资者造成损失的，将依法承担赔偿责任；

（6）如有关股份锁定、减持意向的承诺事项被证明不真实或未被遵守，则本人应将出售发行人的股票收益所得上缴发行人，同时，所持限售股锁定期自期满后延长六个月。

4、其他股东关于失信补救措施的承诺

本公司/本企业/本人将积极履行就发行人本次首次公开发行股票并在创业板上市所做的全部承诺，自愿接受监管部门、社会公众及投资者的监督，并依法承担相应责任。如未履行相关承诺，本公司/本企业/本人承诺采取如下补救措施：

（1）本公司/本企业/本人应当在发行人股东大会及中国证券监督管理委员会

指定的披露媒体上及时、充分披露承诺未能履行、无法履行或无法按期履行的具体原因，并向股东和社会公众投资者道歉；

（2）向投资者提出补充承诺或替代承诺，以尽可能保护投资者的合法权益；

（3）如本公司/本企业/本人因未履行承诺获得收益的，则该等收益归发行人所有；

（4）本公司/本企业/本人未履行相关承诺给发行人和投资者造成损失的，将依法承担损害赔偿责任；

（5）如有关股份锁定、减持意向的承诺事项被证明不真实或未被遵守，本公司/本企业/本人应将出售发行人的股票收益所得上缴发行人，同时，所持限售股锁定期自期满后延长六个月。

四、其他附件

（一）发行人及其全资/控股子公司的商标

1、境内商标

序号	商标注册号	权利人	商标内容	分类号	核定使用商品及服务	有效期限
1	33679398	发行人	IART	24	布；无纺布；丝织美术品；毡；浴用织品（服装除外）；被子；纺织品制杯盘垫；家庭日用纺织品；纺织品制旗；床单和枕套	2019.06.14-2029.06.13
2	33674994	发行人	WENSLI IART	25	服装；旗袍；鞋（脚上的穿着物）；帽；袜；手套（服装）；领带；围巾；腰带；睡眠用眼罩	2019.06.07-2029.06.06
3	33672427	发行人	WENSLI IART	24	家庭日用纺织品；纺织品制旗；布；无纺布；毡；浴用织品（服装除外）；被子；床单和枕套；纺织品制杯盘垫；丝织美术品	2019.05.21-2029.05.20
4	33343824	发行人	WensliArtWork	27	地毯；垫席；地板覆盖物；人工草皮；健身用垫；汽车用脚垫；瑜伽垫；橡胶地垫；防滑垫；墙纸	2019.05.14-2029.05.13
5	33339691	发行人	WensliArtWork	22	丝绳；防水帆布；网线；吊床；伪装罩；包装用纺织品袋（信封、小袋）；编织袋；羽绒；纤维纺织原料；帆	2019.09.14-2029.09.13

序号	商标注册号	权利人	商标内容	分类号	核定使用商品及服务	有效期限
6	33335727	发行人	WensliArtWork	18	裘皮；书包；旅行箱；背包；钱包（钱夹）；手提包；皮凉席；伞；登山杖；动物项圈	2019.05.14-2029.05.13
7	33333203	发行人	WensliArtWork	41	流动图书馆；录像带发行	2019.09.14-2029.09.13
8	33333182	发行人	WensliArtWork	40	木器制作；书籍装订；服装制作；印刷；空气净化；雕刻；艺术品装框；定做材料装配（替他人）；镀金；纺织品精加工	2019.05.14-2029.05.13
9	33332745	发行人	WensliArtWork	25	服装；睡衣；鞋；帽子；袜；手套（服装）；围巾；腰带；浴帽；婚纱	2019.05.14-2029.05.13
10	33331603	发行人	WensliArtWork	21	家用器皿；玻璃杯（容器）；陶器；水晶工艺品；饮用器皿；洒水设备；梳；牙刷；化妆用具；食物保温容器	2019.07.14-2029.07.13
11	33330809	发行人	WensliArtWork	11	灯；烹调用装置和设备；空气调节设备；加热装置；空气净化装置和机器；龙头（管和管道用）；卫生器械和设备；水净化装置；电暖器；冷冻设备和机器	2019.06.07-2029.06.06
12	33330781	发行人	WensliArtWork	6	金属支架；金属喷头；挂锁；保险柜（金属或非金属）	2019.09.28-2029.09.27
13	33328752	发行人	WensliArtWork	4	润滑油；燃料；木炭（燃料）；泥炭（燃料）；焦炭；石蜡；蜡烛；除尘制剂；吸收灰尘用合成物；电能	2019.06.07-2029.06.06
14	33328214	发行人	WensliArtWork	24	丝绸（布料）；无纺布；纺织品制壁挂；毡；浴巾；家庭日用纺织品；桌布（非纸制）；门帘；哈达；纺织品制或塑料制旗	2019.06.07-2029.06.06
15	33326933	发行人	WensliArtWork	28	游戏机；玩具；棋；运动用球；锻炼身体器械；射箭用器具；体育活动器械；竞技手套；钓鱼用具；游泳池（娱乐用品）	2019.08.28-2029.08.27
16	33325683	发行人	WensliArtWork	26	刺绣品；花边饰品；头发装饰品；纽扣；假发；编织针；人造花；织补架；修补纺织品用热粘合补片；亚麻织品标记用数字	2019.06.07-2029.06.06
17	33325232	发行人	WensliArtWork	3	清洁制剂；上光剂；研磨材料；香精油；化妆品；牙膏；香；动物用化妆品；肥皂；空气芳香剂	2019.06.07-2029.06.06

序号	商标注册号	权利人	商标内容	分类号	核定使用商品及服务	有效期限
18	33324101	发行人	WensliArtWork	16	纸；纸巾；印刷品；印刷出版物；包装用塑料膜；家具除外的办公必需品；绘画材料；教学材料（仪器除外）；模型材料；文具	2019.06.07-2029.06.06
19	33323381	发行人	WensliArtWork	30	茶	2019.08.28-2029.08.27
20	33322878	发行人	WensliArtWork	20	家具用非金属附件；软垫；塑料包装容器；工作台；镜子（玻璃镜）；竹木工艺品；软木工艺品；展示板；蜂箱；家具	2019.06.07-2029.06.06
21	33149326	发行人	聚享美好生活	38	电视播放；信息传送；计算机终端通讯；提供互联网聊天室；在线贺卡传送；付费电视节目播放；互联网广播服务；声音、图像、信号和数据的网络传送；电视节目播放；播放电视购物节目	2019.06.21-2029.06.20
22	33141354	发行人	美好生活万事利	35	广告；特许经营的商业管理；替他人推销；商业企业迁移；计算机数据库信息系统化；销售展示架出租；为商品和服务的买卖双方提供在线市场；人事管理；计算机网络和网站的在线推广；药用、兽医用、卫生用制剂和医疗用品的零售服务；	2019.06.14-2029.06.13
23	33137794	发行人	美好生活私享家	38	电视播放；信息传送；计算机终端通讯；提供互联网聊天室；在线贺卡传送；付费电视节目播放；互联网广播服务；声音、图像、信号和数据的网络传送；播放电视购物节目；电视节目播放	2019.06.14-2029.06.13
24	33133942	发行人	美好生活万事利	38	声音、图像、信号和数据的网络传送；电视节目播放；播放电视购物节目；电视播放；信息传送；计算机终端通讯；互联网广播服务；提供互联网聊天室；在线贺卡传送；付费电视节目播放	2019.05.14-2029.05.13
25	33130898	发行人	聚享美好生活	35	特许经营的商业管理；替他人推销；商业企业迁移；计算机数据库信息系统化；销售展示架出租；为商品和服务的买卖双方提供在线市场；人事管理；计算机网络和网站的在线推广；广告；药用、兽医用、卫生用制剂和医疗用品的零售服务	2019.06.14-2029.06.13

序号	商标注册号	权利人	商标内容	分类号	核定使用商品及服务	有效期限
26	33129101	发行人	美好生活私享家	35	广告；特许经营的商业管理；替他人推销；商业企业迁移；计算机数据库信息系统化；销售展示架出租；为商品和服务的买卖双方提供在线市场；人事管理；计算机网络和网站的在线推广；药用、兽医用、卫生用制剂和医疗用品的零售服务	2019.06.14-2029.06.13
27	32991969	发行人	MARC ROZIER	24	织物；丝绸（布料）；无纺布；纺织品制壁挂；纺织品毛巾；被子；床单和枕套；被罩；家具遮盖物；纺织品制或塑料制帘	2019.05.28-2029.05.27
28	32892384	发行人	万事利江南织造府	27	浴室防滑垫；地板覆盖物；健身用垫；墙纸；非纺织品制壁挂；壁纸；小地毯；地毯；苇席；席	2019.04.28-2029.04.27
29	32892337	发行人	万事利江南织造府	10	按摩器械；电动牙科设备；电热敷布（外科）；挖耳勺；奶瓶；避孕套；植发用毛发；腹带；缝合材料；护理器械	2019.04.28-2029.04.27
30	32892292	发行人	万事利江南造府	26	花边；发夹；发卡；纽扣；假发；针线盒；人造花；服装垫肩；修补纺织品用热粘合补片；亚麻织品标记用交织字母饰片	2019.04.28-2029.04.27
31	32892283	发行人	万事利江南造府	20	非金属桶；竹木工艺品	2019.07.07-2029.07.06
32	32892277	发行人	万事利江南造府	16	纸；海报；艺术画	2019.07.07-2029.07.06
33	32889713	发行人	万事利江南织造府	16	艺术画；纸；海报	2019.07.07-2029.07.06
34	32888809	发行人	万事利江南织造府	11	电炊具；空气净化装置和机器；电吹风；饮用水过滤器	2019.07.07-2029.07.06
35	32888803	发行人	万事利江南织造府	9	可下载的计算机应用软件；时间记录装置；耳机；眼镜；电子体重秤；手机壳；手机用 USB 线；USB 充电器；智能手机或相机用自拍单脚架；冰箱磁性贴	2019.04.28-2029.04.27
36	32888764	发行人	万事利江南造府	27	小地毯；地毯；苇席；席；浴室防滑垫；地板覆盖物；健身用垫；墙纸；非纺织品制壁挂；壁纸	2019.04.28-2029.04.27
37	32888760	发行人	万事利江南造府	25	服装；旗袍；鞋（脚上的穿着物）；帽；	2019.04.28-

序号	商标注册号	权利人	商标内容	分类号	核定使用商品及服务	有效期限
					袜；手套（服装）；领带；围巾；腰带；睡眠用眼罩	2029.04.27
38	32888740	发行人	万事利江南造府	9	手机用 USB 线；USB 充电器；智能手机或相机用自拍单脚架；冰箱磁性贴；手机壳；可下载的计算机应用软件；时间记录装置；耳机；眼镜；电子体重秤	2019.04.28-2029.04.27
39	32886379	发行人	万事利江南造府	18	名片夹；鞍架；裘皮；旅行箱；皮绳；背包；钱包（钱夹）；皮床单；伞；登山杖	2019.04.28-2029.04.27
40	32886373	发行人	万事利江南造府	11	电炊具；空气净化装置和机器；电吹风；饮用水过滤器	2019.07.07-2029.07.06
41	32883928	发行人	万事利江南织造府	42	艺术品鉴定；平面美术设计；化妆品研究；纺织品测试；工业品外观设计；室内装饰设计；首饰设计；服装设计服务；替他人创建和维护网站；设计和开发互联网网页	2019.04.28-2029.04.27
42	32881689	发行人	万事利江南织造府	20	非金属桶；竹木工艺品	2019.07.07-2029.07.06
43	32881654	发行人	万事利江南织造府	3	香波；去污剂；鞋油；香料；美容面膜；香；动物用化妆品；家用芳香剂；个人卫生用口气清新剂	2019.07.07-2029.07.06
44	32881646	发行人	万事利江南造府	42	化妆品研究；纺织品测试；工业品外观设计；室内装饰设计；首饰设计；服装设计服务；替他人创建和维护网站；艺术品鉴定；平面美术设计；设计和开发互联网网页	2019.04.28-2029.04.27
45	32881598	发行人	万事利江南造府	3	香波；去污剂；鞋油；香料；美容面膜；香；动物用化妆品；家用芳香剂；个人卫生用口气清新剂	2019.07.07-2029.07.06
46	32879071	发行人	万事利江南造府	29	水果罐头；腌制蔬菜；食用油脂；食用果冻；干食用菌；豆腐制品；食用燕窝；鱼翅	2019.07.07-2029.07.06
47	32876224	发行人	万事利江南织造府	26	亚麻织品标记用交织字母饰片；发夹；发卡；纽扣；假发；针线盒；人造花；服装垫肩；修补纺织品用热粘合补片；花边	2019.04.28-2029.04.27
48	32876172	发行人	万事利江南织造府	6	挂锁；普通金属盒；金属标志牌；鸟食	2019.07.07-

序号	商标注册号	权利人	商标内容	分类号	核定使用商品及服务	有效期限
					台（金属结构）；普通金属艺术品；金属绳	2029.07.06
49	32876148	发行人	万事利江南造府	30	咖啡；茶；糖；冰糖燕窝；以谷物为主的零食小吃；谷类制品；面条；调味品	2019.07.07-2029.07.06
50	32874187	发行人	万事利江南造府	6	普通金属艺术品；金属绳；挂锁；普通金属盒；金属标志牌；鸟食台（金属结构）	2019.07.07-2029.07.06
51	32872147	发行人	万事利江南造府	24	家庭日用纺织品；纺织品制旗；浴用织品（服装除外）；被子；纺织品制窗帘圈；纺织品制杯盘垫；布；无纺布；丝织美术品；毡	2019.04.28-2029.04.27
52	32871066	发行人	万事利江南织造府	30	咖啡；茶；糖；冰糖燕窝；以谷物为主的零食小吃；谷类制品；面条；调味品	2019.07.07-2029.07.06
53	32867723	发行人	万事利江南造府	35	特许经营的商业管理；替他人推销；商业企业迁移；计算机数据库信息系统化；销售展示架出租；兽药零售或批发服务；为商品和服务的买卖双方提供在线市场；人事管理；计算机网络和网站的在线推广	2019.07.07-2029.07.06
54	32867681	发行人	万事利江南造府	10	护理器械；按摩器械；电动牙科设备；电热敷布（外科）；挖耳勺；奶瓶；避孕套；植发用毛发；腹带；缝合材料	2019.04.28-2029.04.27
55	32107185	发行人	WENSLI 万事利	35	销售展示架出租；商业企业迁移	2019.08.14-2029.08.13
56	32107149	发行人	万事利	4	润滑油；燃料；照明用气体；煤；蜂蜡；蜡烛；香味蜡烛；除尘制剂；电；清扫用粘结灰尘合成物	2019.03.28-2029.03.27
57	32100613	发行人	万事利	5	维生素制剂；净化剂；杀昆虫剂；医用棉；卫生内裤；卫生巾；牙用研磨剂；中药材；膳食纤维；营养补充剂	2019.06.07-2029.06.06
58	32098670	发行人	万事利	22	绳索；网线；吊床；伪装罩；帆；包装用纺织品袋（信封、小袋）；草制瓶封套；非橡胶、非塑料、非纸或纸板制填充材料；鸭绒（羽毛）；生丝；	2019.04.07-2029.04.06
59	32095581	发行人	万事利	1	纺织工业用上浆料；工业用化学品；除杀真菌剂、除草剂、杀虫剂、杀寄生虫	2019.03.28-2029.03.27

序号	商标注册号	权利人	商标内容	分类号	核定使用商品及服务	有效期限
					剂外的农业化学品；生物化学催化剂；肥料；食物防腐用化学品；皮革翻新用化学品；工业用粘合剂；玛脂；蛋白纸	
60	32092634	发行人	万事利	34	香烟嘴；香烟盒；烟灰缸；火柴盒；吸烟用打火机；香烟打火机；香烟滤嘴；除香精油外的烟草用调味品；电子香烟	2019.06.07-2029.06.06
61	32090345	发行人	万事利	27	小地毯；地毯；席；苇席；地板覆盖物；浴室防滑垫；健身用垫；墙纸；非纺织品制壁挂；壁纸	2019.04.07-2029.04.06
62	32090340	发行人	万事利	17	合成橡胶；密封环；非纺织用弹性纱；浇水软管；绝缘、隔热、隔音用材料；商品包装用橡胶袋（信封、小袋）；封拉线（卷烟）；绝缘胶布；石棉包装材料；非包装用塑料膜	2019.03.28-2029.03.27
63	32085845	发行人	万事利	15	钢琴；低音提琴（乐器）；口琴；大号（号）；指挥棒；乐器盒；音乐盒；乐谱架；吉他背带；吉他拨片	2019.04.07-2029.04.06
64	32085843	发行人	万事利	10	电热敷布（外科）；挖耳勺；奶瓶；电动牙科设备；避孕套；植发用毛发；腹带；缝合材料；护理器械；按摩器械	2019.04.07-2029.04.06
65	32082425	发行人	万事利	19	半成品木材；石板；砖；非金属门板；建筑玻璃；石、混凝土或大理石小雕像；熟石膏；水泥；水泥板；凉亭（非金属结构）	2019.06.07-2029.06.06
66	31412124	发行人	SÉSSAMENTY	35	广告；特许经营的商业管理；为商品和服务的买卖双方提供在线市场；替他人推销；人事管理；计算机数据库信息系统化；销售展示架出租；兽药零售或批发服务；会计；计算机网络和网站的在线推广	2019.03.07-2029.03.06
67	31404305	发行人	SÉSSAMENTY	3	化妆品；美容面膜；香波；去污剂；鞋油；香料；个人卫生用口气清新剂；香；动物用化妆品；家用芳香剂	2019.03.07-2029.03.06
68	30095752	发行人	先生礼	25	帽；袜；手套（服装）；领带；睡眠用眼罩；服装；旗袍；鞋（脚上的穿着物）；腰带；围巾	2019.02.28-2029.02.27

序号	商标注册号	权利人	商标内容	分类号	核定使用商品及服务	有效期限
69	30094340	发行人	杭城印记	16	纸；艺术画；印章（印）；建筑模型；包装用纸袋；文具；日历；钢笔；海报；砚台	2019.02.28-2029.02.27
70	30090639	发行人	先生礼	18	裘皮；旅行箱；背包；伞；钱包（钱夹）；登山杖；皮床单；皮绳；鞍架；名片夹	2019.02.28-2029.02.27
71	30088973	发行人	杭城印记	18	旅行箱；背包；皮绳；登山杖；皮床单；钱包（钱夹）；裘皮；伞；鞍架；名片夹	2019.02.28-2029.02.27
72	30086838	发行人	先生礼	24	纺织品制窗帘圈；无纺布；浴用织品（服装除外）；被子；纺织品制旗；丝织美术品；家庭日用纺织品；布；毡；纺织品制杯盘垫	2019.02.28-2029.02.27
73	30078407	发行人	杭城印记	14	贵重金属盒；钟；丝巾扣（首饰）；手表；表；首饰包；未加工或半加工贵重金属；领带夹；珠宝首饰；首饰收纳盒	2019.02.28-2029.02.27
74	27514075	发行人	岫裳	24	丝绸（布料）；纺织品毛巾；被子；家具遮盖物；纺织品制或塑料制帘；纺织品制壁挂；无纺布；床单和枕套；被罩；织物	2018.10.21-2028.10.20
75	27485559	发行人	WSL	25	帽；袜；领带；婴儿全套衣；游泳衣；鞋；围巾；皮带（服饰用）；服装；手套（服装）	2019.04.21-2029.04.20
76	25323729	发行人	万事利	2	漆；印刷油墨；油漆；稀料；着色剂；颜料；食品用着色剂；釉料（漆、清漆）；天然硬树脂；防腐蚀剂	2018.07.14-2028.07.13
77	25323727	发行人	万事利	23	纱；蜡线；绢丝；纺织线和纱；线；毛线和粗纺毛纱；人造丝；人造线和纱；缝纫线和纱；绳绒线	2018.07.14-2028.07.13
78	25323726	发行人	万事利	26	荷包袋；绳编工艺品；衣服装饰品；服装垫肩；修补纺织品用热粘合补片；胸针（服装配件）；针；衣服饰边；花彩装饰（绣制品）；帽用饰物	2018.07.14-2028.07.13
79	25323725	发行人	万事利	37	修补衣服；家具保养；建筑；工厂建造；皮革保养、清洁和修补；珠宝首饰修理；室内装潢；皮毛保养、清洁和修补；服装翻新；艺术品修复	2018.07.14-2028.07.13

序号	商标注册号	权利人	商标内容	分类号	核定使用商品及服务	有效期限
80	25323724	发行人	万事利	40	服装防皱处理；茶叶加工；服装制作；染色；打磨；织物耐火处理；织物防水处理；纺织品化学处理；烧制陶器；雕刻	2018.07.14-2028.07.13
81	24898766	发行人	万事利金标	25	帽；睡衣；手套（服装）；领带；婚纱；袜；服装；鞋；围巾；皮带（服饰用）	2018.06.21-2028.06.20
82	24896085	发行人	WENSLI GOLDEN	24	丝绸（布料）；纺织品毛巾；床单和枕套；纺织品制家具罩；织物；丝织、交织图画；被罩；丝毯；被子；纺织品制或塑料制帘	2018.06.21-2028.06.20
83	24891677	发行人	WENSLI GOLDEN	25	婚纱；睡衣；鞋；帽；服装；袜；皮带（服饰用）；领带；手套（服装）；围巾	2018.12.14-2028.12.13
84	24886715	发行人	万事利金标	24	丝绸（布料）；纺织品毛巾；织物；纺织品制或塑料制帘；丝织、交织图画	2019.06.07-2029.06.06
85	21847747	发行人	万事利凤凰之家	25	服装；鞋；帽；袜；手套（服装）；围巾；领带；游泳衣；皮带（服饰用）；婚纱	2017.12.28-2027.12.27
86	21720062	发行人	杭城三绝	20	个人用扇（非电动）；竹编制品（不包括帽、席、垫）；竹木工艺品；家具；镜子（玻璃镜）；枕头；软垫；羽兽毛工艺品；树脂工艺品；玻璃钢工艺品	2017.12.14-2027.12.13
87	21719955	发行人	杭城三绝	24	纺织织物；布；床上用覆盖物；纺织品制壁挂；纺织品毛巾；纺织品手帕；丝织美术品；毡；装饰织品；纺织品或塑料帘	2017.12.14-2027.12.13
88	21719764	发行人	杭城三绝	25	服装；鞋；帽；袜；手套（服装）；围巾；皮带（服饰用）；领带；成品衣；婚纱	2017.12.14-2027.12.13
89	21719541	发行人	杭城三绝	30	咖啡；茶；糖果；蜂蜜；面包；方便米饭；谷类制品；面条；调味品；以谷物为主的零食小吃	2017.12.14-2027.12.13
90	21719420	发行人	杭城三绝	16	印章（印）；砚台；毛笔；书画刻印作品；平版印刷工艺品；雕版版画；纸；邮票；贺卡；念珠	2017.12.14-2027.12.13
91	21719282	发行人	丝路三绝	16	印章（印）；砚台；毛笔；书画刻印作品；平版印刷工艺品；雕版版画；纸；邮票；贺卡；念珠	2017.12.14-2027.12.13
92	21719079	发行人	丝路三绝	30	咖啡；茶；糖果；蜂蜜；面包；方便米饭；谷类制品；面条；调味品；以谷物	2017.12.14-2027.12.13

序号	商标注册号	权利人	商标内容	分类号	核定使用商品及服务	有效期限
					为主的零食小吃	
93	21718706	发行人	丝路三绝	25	服装；鞋；帽；袜；手套（服装）；围巾；皮带（服饰用）；领带；成品衣；婚纱	2017.12.14-2027.12.13
94	21718630	发行人	丝路三绝	24	纺织织物；布；床上用覆盖物；纺织品制壁挂；纺织品毛巾；纺织品手帕；丝织美术品；毡；装饰织品；纺织品或塑料帘	2017.12.14-2027.12.13
95	21718612	发行人	丝路三绝	20	玻璃钢工艺品；个人用扇（非电动）；竹编制品（不包括帽、席、垫）；竹木工艺品；家具；镜子（玻璃镜）；枕头；软垫；羽兽毛工艺品；树脂工艺品	2017.12.14-2027.12.13
96	21434427	发行人	WENSLI	1	硅胶；气体净化剂；除杀真菌剂、除草剂、杀虫剂、杀寄生虫剂外的农业化学品；增润剂；自动着色纸（摄影用）；感光纸；调色盐（摄影用）；防火制剂；皮革表面处理用化学制品；食物防腐用化学品	2017.11.21-2027.11.20
97	21434135	发行人	WENSLI	5	漂白粉（消毒）；兽医用药；杀虫剂；驱虫用香；医用手镯；医用棉；医用眼罩；消毒纸巾；药枕	2018.01.14-2028.01.13
98	21434097	发行人	WENSLI	4	工业用油；润滑油；齿轮油；燃料；工业用蜡；蜡烛；除尘制剂；电能；生物质燃料；香味蜡烛	2017.11.21-2027.11.20
99	21433495	发行人	WENSLI	9	磁性身份识别卡；计算器袋（套）；键盘罩；鼠标垫；口述听写机；眼镜盒；眼镜；个人用防事故装置；防水衣；测量器械和仪器	2017.11.21-2027.11.20
100	21432695	发行人	WENSLI	15	打击乐器；电子琴；口琴；音乐盒；弹拨乐器；乐器盒；乐器架；钢琴；指挥棒；校音器（定音器）	2017.11.21-2027.11.20
101	21432605	发行人	WENSLI	16	纸；印刷品；印刷出版物；书画刻印作品；保鲜膜；订书机；文具；绘画材料；建筑模型；色带	2017.11.21-2027.11.20
102	21432284	发行人	WENSLI	17	纺织材料制软管；帆布水龙带；封拉线（卷烟）；浇水软管；非金属软管；合成橡胶；挡风雨条；半加工塑料物质；隔音材料；绝缘材料	2017.11.21-2027.11.20

序号	商标注册号	权利人	商标内容	分类号	核定使用商品及服务	有效期限
103	21432205	发行人	WENSLI SINCE 1975	18	动物皮；旅行箱；钱包（钱夹）；旅行用具（皮件）；家具用皮缘饰；皮制带子；伞；手杖；宠物服装；包	2017.11.21-2027.11.20
104	21432050	发行人	WENSLI SINCE 1975	20	非金属挂衣钩；家具门；枕头；家具；室内百叶窗帘（家具）；门用非金属附件；室内纺织品制百叶窗帘；可充气广告物；家养宠物用床；家具用非金属附件	2017.11.21-2027.11.20
105	21431973	发行人	WENSLI SINCE 1975	19	半成品木材；石料；非金属耐火建筑材料；防水卷材；非金属建筑材料；可移动的非金属建筑物；建筑玻璃；石、混凝土或大理石艺术品；砖；水泥	2017.11.21-2027.11.20
106	21431900	发行人	WENSLI SINCE 1975	23	麻线和纱；毛线；开司米；人造线和纱；线；细线和细纱；纱；棉线和棉纱；纺织线和纱；精纺棉	2017.11.21-2027.11.20
107	21431830	发行人	WENSLI SINCE 1975	26	发带；花边；绣花饰品；帽子装饰品（非贵重金属）；发夹；衣服装饰品；服装扣；假发；除线以外的缝纫用品；人造植物	2017.11.21-2027.11.20
108	21431719	发行人	WENSLI SINCE 1975	21	瓷、陶瓷、陶土或玻璃艺术品；饮用器皿；咖啡具（餐具）；盥洗室器具；不碎玻璃；化妆用具；室内水族池；瓷器装饰品；水晶工艺品；厨房用具	2017.11.21-2027.11.20
109	21431604	发行人	WENSLI SINCE 1975	27	人工草皮；地毯；垫席；防滑垫；墙纸；地垫；体育馆用垫；地板覆盖物；非纺织品制壁挂；枕席	2017.11.21-2027.11.20
110	21427864	发行人	WENSLI SINCE 1975	37	建筑；商品房建造；建筑咨询；室内装潢；电器的安装和修理；汽车保养和修理；清洗衣服；建筑设备出租；家具保养；电梯安装和修理	2017.11.21-2027.11.20
111	21427698	发行人	WENSLI SINCE 1975	40	食物熏制；打磨；金属处理；纺织品精加工；纸张加工；吹制玻璃器皿；烧制陶器；服装制作；空气净化；废物和垃圾的回收利用	2017.11.21-2027.11.20
112	21427613	发行人	WENSLI SINCE 1975	42	把有形的数据或文件转换成电子媒体；替他人创建和维护网站；建筑制图；艺术品鉴定；无形资产评估；技术研究；测量；建筑学服务；室内装饰设计；建设项目的开发	2017.11.21-2027.11.20

序号	商标注册号	权利人	商标内容	分类号	核定使用商品及服务	有效期限
113	21240902	发行人	好絲物房	5	卫生巾；营养补充剂；人和动物用微量元素制剂；膳食纤维；婴儿尿布；维生素制剂；卫生护垫；减肥茶；蛋白质膳食补充剂；婴儿食品	2017.11.07-2027.11.06
114	21240705	发行人	好絲物房	3	美容面膜；护肤用化妆剂；保湿乳液；美容香脂霜；头发护理制剂；发用香膏；护发液；香精油；洗发液；化妆品	2017.11.07-2027.11.06
115	21240532	发行人	好絲物房	25	服装；旗袍；帽；鞋；婴儿全套衣；袜；手套（服装）；围脖；腰带；围巾	2017.11.07-2027.11.06
116	20364711	发行人	两厢丝守	14	戒指（首饰）；手表；人造珠宝；小饰物（首饰）；装饰品（首饰）；胸针（首饰）；贵重金属盒；珠宝首饰；贵重金属艺术品；项链（首饰）	2017.08.07-2027.08.06
117	20364700	发行人	两厢丝守	16	影集；书写工具；家具除外的办公必需品；印刷品；文具；包装用纸袋或塑料袋（信封、小袋）；教学材料（仪器除外）；书籍装订材料；纸；书籍	2017.08.07-2027.08.06
118	20364666	发行人	两厢丝守	20	家具；存储和运输用非金属容器；竹木工艺品；枕头；木、蜡、石膏或塑料艺术品；家具用非金属附件；镜子（玻璃镜）；藤编制品（不包括鞋、帽、席、垫）；婴儿学步车；门用非金属附件	2017.08.07-2027.08.06
119	20364566	发行人	两厢丝守	25	服装；婴儿全套衣；鞋；帽；袜；手套（服装）；围巾；皮带（服饰用）；领带；婚纱	2017.08.07-2027.08.06
120	20364549	发行人	两厢丝守	18	书包；旅行箱；手杖；家具用皮装饰；钱包（钱夹）；人造革箱；旅行用衣袋；钥匙包；手提包；伞	2017.08.07-2027.08.06
121	20364533	发行人	两厢丝守	24	纺织品制壁挂；纺织织物；布；纺织品毛巾；床上用覆盖物；家具遮盖物；纺织品或塑料帘；帘子布；毡；装饰织品	2017.08.07-2027.08.06
122	20117067	发行人		30	茶；茶饮料；用作茶叶代用品的花或叶；糖；蜂蜜；咖啡；甜食；调味品；食用芳香剂；谷类制品	2017.07.14-2027.07.13
123	19934443	发行人		24	织物；丝绸（布料）；无纺布；纺织品毛巾；床单和枕套；被子；家具遮盖物；纺织品或塑料帘；被罩；纺织品制壁挂	2017.06.28-2027.06.27

序号	商标注册号	权利人	商标内容	分类号	核定使用商品及服务	有效期限
124	19934267	发行人		25	服装；婴儿全套衣；鞋；帽；袜；手套（服装）；围巾；领带；游泳衣；皮带（服饰用）	2018.02.07-2028.02.06
125	19586682	发行人	WENSLI	24	织物；丝绸（布料）；无纺布；纺织品毛巾；床单和枕套；被子；家具遮盖物；纺织品或塑料帘；被罩；纺织品制壁挂	2017.05.28-2027.05.27
126	19586646	发行人	WENSLI	25	服装；婴儿全套衣；鞋；帽；袜；手套（服装）；围巾；领带；游泳衣；皮带（服饰用）	2017.05.28-2027.05.27
127	19586430	发行人		25	服装；婴儿全套衣；鞋；帽；袜；手套（服装）；围巾；领带；游泳衣；皮带（服饰用）	2018.03.07-2028.03.06
128	19586377	发行人		24	纺织品毛巾；床单和枕套；被子；家具遮盖物；纺织品或塑料帘；被罩；织物；丝绸（布料）；无纺布；纺织品制壁挂	2017.05.28-2027.05.27
129	18955354	发行人	忻兰	9	隐形眼镜；眼镜片；眼镜架；电子防盗装置；眼镜；太阳镜；网络通讯设备；测量装置；个人用防事故装置；计算机软件（已录制）	2017.02.28-2027.02.27
130	18955345	发行人	忻兰	20	垫枕；野营睡袋；羽绒枕头；室内纺织品制百叶窗帘；婴儿游戏围栏用垫；屏风（家具）；宠物靠垫；垫褥（亚麻制品除外）；软垫；枕头	2017.02.28-2027.02.27
131	18548412	发行人		3	清洁制剂；动物用化妆品；研磨剂；牙膏；干花瓣与香料混合物（香料）；家用抗静电剂；洗衣剂；洗衣用织物柔顺剂；空气芳香剂；抛光制剂	2017.01.21-2027.01.20
132	18548177	发行人	万事利	3	家用抗静电剂；洗衣剂；洗衣用织物柔顺剂；空气芳香剂；清洁制剂；抛光制剂；动物用化妆品；研磨剂；牙膏；干花瓣与香料混合物（香料）	2017.01.21-2027.01.20
133	17677335	发行人		30	用作茶叶代用品的花或叶；茶饮料；方便米饭；蜂蜜；甜食；糕点；以谷物为主的零食小吃；调味品；冰茶；茶	2016.10.07-2026.10.06
134	17677334	发行人	茗萍	30	茶饮料；方便米饭；蜂蜜；冰茶；茶；用作茶叶代用品的花或叶；甜食；糕点；以谷物为主的零食小吃；调味品	2016.10.07-2026.10.06

序号	商标注册号	权利人	商标内容	分类号	核定使用商品及服务	有效期限
135	17471936	发行人	WENSLI	3	肥皂；化妆品；美容面膜；香水；染发剂；梳妆用品；唇膏；化妆剂；香精油；指甲油	2016.09.14-2026.09.13
136	17471935	发行人	万事利	3	肥皂；化妆品；美容面膜；香水；染发剂；梳妆用品；唇膏；化妆剂；香精油；指甲油	2016.09.14-2026.09.13
137	16356076	发行人	万事利凤凰之家	14	贵重金属盒；未加工或半加工贵重金属；护身符（首饰）；手镯（首饰）；小饰物（首饰）；胸针（首饰）；项链（首饰）；领带夹；珠宝首饰；手表	2016.04.14-2026.04.13
138	16356069	发行人	万事利凤凰之家	3	香皂；家用除垢剂；香精油；化妆品；香水；美容面膜；梳妆用品；唇膏；牙膏；洗面奶	2016.04.07-2026.04.06
139	16356005	发行人	万事利凤凰之家	18	（女式）钱包；卡片盒（皮夹子）；旅行箱；背包；钱包（钱夹）；手提包；伞；伞套；女用阳伞；手杖	2016.04.07-2026.04.06
140	16355831	发行人	万事利凤凰之家	20	屏风（家具）；宠物靠垫；垫褥（亚麻制品除外）；软垫；枕头；垫枕；野营睡袋；婴儿游戏围栏用垫；婴儿更换尿布用垫；羽绒枕头	2016.04.07-2026.04.06
141	16355749	发行人	万事利凤凰之家	24	丝毯；床单和枕套；被子；被罩；纺织品制家具罩；纺织品或塑料帘；丝织、交织图画；纺织品毛巾；织物；丝绸（布料）	2016.04.07-2026.04.06
142	16355662	发行人	万事利凤凰之家	25	帽；袜；手套（服装）；皮带（服饰用）；婚纱；成品衣；手笼（服装）；鞋；服装；婴儿全套衣	2016.04.07-2026.04.06
143	16355649	发行人	万事利凤凰之家	26	花边；花边饰品；衣服装饰品；鞋饰品（非贵重金属）；假发；针；人造花；织补架；纽扣；亚麻织品标记用数字或字母	2016.04.07-2026.04.06
144	16077124	发行人	MARC ROZIER	20	野营睡袋；婴儿游戏围栏用垫；婴儿更换尿布用垫；羽绒枕头；屏风（家具）；宠物靠垫；垫褥（亚麻制品除外）；软垫；枕头；垫枕	2016.03.07-2026.03.06
145	16076927	发行人	MARC ROZIER	3	香皂；家用除垢剂；香精油；化妆品；香水；美容面膜；梳妆用品；唇膏；牙膏；洗面奶	2016.03.07-2026.03.06

序号	商标注册号	权利人	商标内容	分类号	核定使用商品及服务	有效期限
146	15996711	发行人	祈福彩 QIFUCAI	25	服装；鞋；帽；袜；手套（服装）；围巾；领带；披肩；服装带（衣服）；服装绶带	2016.02.28-2026.02.27
147	15305729	发行人	MARC ROZIER	9	眼镜盒；眼镜架；眼镜框；眼镜片；眼镜；太阳镜；隐形眼镜；擦眼镜布；3D眼镜；眼镜链	2016.08.14-2026.08.13
148	15305728	发行人	MARC ROZIER	14	贵重金属盒；未加工或半加工贵重金属；护身符（首饰）；手镯（首饰）；小饰物（首饰）；胸针（首饰）；项链（首饰）；领带夹；珠宝首饰；手表	2016.08.14-2026.08.13
149	15305727	发行人	MARC ROZIER	18	卡片盒（皮夹子）；旅行箱；背包；钱包（钱夹）；手提包；伞；伞套；女用阳伞；手杖；（女式）钱包	2016.08.14-2026.08.13
150	14606195	发行人	玛可璐西	25	服装；披肩；袜；腰带；领带；婚纱；鞋；帽；围巾；手套（服装）	2015.07.21-2025.07.20
151	14606194	发行人	玛可璐西	20	屏风（家具）；宠物靠垫；垫枕；枕头；婴儿更换尿布用垫；野营睡袋；婴儿游戏围栏用垫；软垫；垫褥（亚麻制品除外）；羽绒枕头	2015.07.21-2025.07.20
152	14606193	发行人	玛可璐西	18	（女式）钱包；卡片盒（皮夹子）；背包；手提包；钱包（钱夹）；伞；伞套；女用阳伞；手杖；旅行箱	2015.07.21-2025.07.20
153	14606192	发行人	玛可璐西	14	胸针（首饰）；贵重金属盒；未加工或半加工贵重金属；护身符（首饰）；手镯（首饰）；小饰物（首饰）；项链（首饰）；领带夹；珠宝首饰；手表	2015.07.21-2025.07.20
154	14606191	发行人	玛可璐西	9	眼镜链；眼镜盒；眼镜框；3D眼镜；眼镜；眼镜架；太阳镜；隐形眼镜；眼镜片；擦眼镜布	2015.07.21-2025.07.20
155	14606190	发行人	玛可璐西	3	化妆品；梳妆用品；唇膏；牙膏；洗面奶；香皂；美容面膜；香水；家用除垢剂；香精油	2015.07.21-2025.07.20
156	14853745	发行人	MARC ROZIER	25	成品衣；皮手笼（服装）；婴儿全套衣；鞋；袜；婚纱；服装；皮带（服饰用）；帽；手套（服装）	2016.10.14-2026.10.13
157	14843713	发行人	MARC ROZIER	25	袜；服装；鞋；皮带（服饰用）；婚纱；帽；手套（服装）；婴儿全套衣；成品衣；皮手笼（服装）	2016.10.28-2026.10.27

序号	商标注册号	权利人	商标内容	分类号	核定使用商品及服务	有效期限
158	14372344	发行人	Shineline 析兰	24	纺织品或塑料帘	2015.08.14-2025.08.13
159	14342606	发行人	西湖丝绸织造府	26	花边饰品；假发；针；花边；纽扣；人造花；鞋饰品（非贵重金属）；亚麻织品标记用数字或字母；衣服装饰品；织补架	2015.06.14-2025.06.13
160	14342600	发行人	西湖丝绸织造署	26	针；织补架；人造花；鞋饰品（非贵重金属）；衣服装饰品；纽扣；花边；花边饰品；假发；亚麻织品标记用数字或字母	2015.06.07-2025.06.06
161	14342595	发行人	万事利丝绸织造署	26	鞋饰品（非贵重金属）；人造花；针；花边；花边饰品；亚麻织品标记用数字或字母；衣服装饰品；织补架；假发；纽扣	2015.05.21-2025.05.20
162	14342590	发行人	万事利丝绸织造署	25	服装；帽；披肩；手套（服装）；袜；围巾；鞋；腰带；婚纱；领带	2015.05.21-2025.05.20
163	14342579	发行人	万事利丝绸织造署	24	纺织品毛巾；纺织品或塑料帘；织物；丝织、交织图画；丝绸（布料）	2016.06.28-2026.06.27
164	14342571	发行人	万事利丝绸织造府	26	针；鞋饰品（非贵重金属）；织补架；花边；花边饰品；假发；纽扣；亚麻织品标记用数字或字母；人造花；衣服装饰品	2015.05.21-2025.05.20
165	14342563	发行人	万事利丝绸织造府	25	服装；领带；帽；婚纱；腰带；围巾；鞋；袜；披肩；手套（服装）	2015.05.21-2025.05.20
166	14342557	发行人	万事利丝绸织造府	24	纺织品毛巾；织物；丝织、交织图画；丝绸（布料）；纺织品或塑料帘	2016.06.28-2026.06.27
167	13265611	发行人	字说丝绸	25	服装；婴儿全套衣；鞋；帽；袜；手套（服装）；围巾；披巾；领带；腰带	2015.01.07-2025.01.06
168	13265603	发行人	字说丝绸	24	床单和枕套；被罩；被子；丝毯；纺织品或塑料帘；家具遮盖物；纺织品毛巾；丝织美术品；纺织品制壁挂；纺织品手帕	2015.01.07-2025.01.06
169	13265593	发行人	字说丝绸	16	书籍；印刷出版物；杂志（期刊）；书画刻印作品；照片（印制的）；纸巾；印刷品；影集；包装用纸袋或塑料袋（信封、小袋）；书写工具	2015.01.07-2025.01.06
170	13265584	发行人	字说丝绸	9	光盘；CD 盘（音像）；录像带；唱片；	2015.01.07-

序号	商标注册号	权利人	商标内容	分类号	核定使用商品及服务	有效期限
					电子出版物（可下载）；可下载的影像文件；可下载的音乐文件；幻灯片（照相）；眼镜；曝光胶卷	2025.01.06
171	13164410	发行人	ERIC PROVENT	25	服装；皮制服装；领带；针织服装；鞋；帽；袜；手套（服装）；皮带（服饰用）；围巾	2015.01.07-2025.01.06
172	13164400	发行人	ERIC PROVENT	18	钱包（钱夹）；手提包；包；行李箱；家具用皮装饰；伞；手杖；宠物服装；裘皮；皮凉席	2014.12.28-2024.12.27
173	13164387	发行人	ERIC PROVENT	35	广告；为零售目的在通讯媒体上展示商品；特许经营的商业管理；替他人推销；为广告宣传目的组织时装表演；人事管理咨询；为广告或销售组织时装展览；计算机录入服务；进出口代理；商业管理辅助	2015.01.07-2025.01.06
174	13164373	发行人	ERIC ROZIER	35	广告；为零售目的在通讯媒体上展示商品；特许经营的商业管理；替他人推销；为广告宣传目的组织时装表演；人事管理咨询；为广告或销售组织时装展览；计算机录入服务；进出口代理；商业管理辅助	2015.01.07-2025.01.06
175	12937948	发行人	桑柔	16	期刊；杂志（期刊）；报纸；书籍；印刷出版物；图画；书写工具；文件夹；文具或家用胶水；印章（印）	2014.12.21-2024.12.20
176	12770641	发行人	万意象	18	钱包（钱夹）；手提包；包；仿皮革；家具用皮装饰；伞；手杖；宠物服装；裘皮；皮凉席	2014.10.28-2024.10.27
177	12770627	发行人	万意象	24	纺织织物；装饰织品；丝织、交织图画；纺织品毛巾；被子；床单和枕套；床上用覆盖物；床上用毯；餐桌用布（非纸制）；丝绸（布料）	2014.10.28-2024.10.27
178	12770579	发行人	万意象	25	服装；睡衣；婴儿全套衣；鞋（脚上的穿着物）；帽子（头戴）；袜；领带；围巾；腰带；婚纱	2014.10.28-2024.10.27
179	11246662	发行人	Shineline 析兰	26	花边饰品；衣服装饰品；发饰品；纽扣；假发；除线以外的缝纫用品；人造盆景；织补架；修补纺织品用热粘合补片；亚麻织品标记用数字或字母	2013.12.21-2023.12.20

序号	商标注册号	权利人	商标内容	分类号	核定使用商品及服务	有效期限
180	11246607	发行人	Shineline 忻兰	25	服装；婴儿全套衣；鞋；帽；袜；手套（服装）；皮带（服饰用）；围巾；领带；婚纱	2015.08.21-2025.08.20
181	11246553	发行人	Shineline 忻兰	18	手提包；伞；书包；旅行箱；手杖；家具用皮装饰；钱包（钱夹）；人造革箱；旅行用衣袋；钥匙包	2014.07.14-2024.07.13
182	11246247	发行人	Shineline 忻兰	14	项链（首饰）；戒指（首饰）；珠宝首饰；贵重金属艺术品；胸针（首饰）；手表；人造珠宝；装饰品（珠宝）；贵重金属盒；小饰物（首饰）	2013.12.21-2023.12.20
183	11009321	发行人	忻兰	14	项链（首饰）；戒指（首饰）；珠宝首饰；贵重金属艺术品；胸针（首饰）；手表；人造珠宝；装饰品（珠宝）；贵重金属盒；小饰物（首饰）；	2013.09.28-2023.09.27
184	11009301	发行人	唯绚	14	项链（首饰）；戒指（首饰）；珠宝首饰；贵重金属艺术品；胸针（首饰）；手表；人造珠宝；装饰品（珠宝）；贵重金属盒；小饰物（首饰）	2013.09.28-2023.09.27
185	11009280	发行人	密恋	18	旅行用衣袋；手提包；伞；书包；旅行箱；手杖；家具用皮装饰；钱包（钱夹）；人造革箱；钥匙包	2013.10.07-2023.10.06
186	11009255	发行人	忻兰	18	手提包；伞；书包；旅行箱；手杖；家具用皮装饰；钱包（钱夹）；人造革箱；旅行用衣袋；钥匙包	2013.10.07-2023.10.06
187	11009239	发行人	唯绚	18	手提包；伞；书包；旅行箱；手杖；家具用皮装饰；钱包（钱夹）；人造革箱；旅行用衣袋；钥匙包	2013.10.07-2023.10.06
188	11009220	发行人	唯绚	25	服装；婴儿全套衣；鞋；帽；袜；手套（服装）；皮带（服饰用）；围巾；领带；婚纱	2013.10.07-2023.10.06
189	11009181	发行人	忻兰	25	服装；婴儿全套衣；鞋；帽；袜；手套（服装）；皮带（服饰用）；围巾；领带；婚纱	2015.08.21-2025.08.20
190	11009124	发行人	密恋	25	皮带（服饰用）；婚纱；鞋；手套（服装）	2014.04.21-2024.04.20
191	10460517	发行人	两厢厮守	14	项链（首饰）；戒指（首饰）；珠宝首饰；贵重金属艺术品；胸针（首饰）；手表；	2013.03.28-2023.03.27

序号	商标注册号	权利人	商标内容	分类号	核定使用商品及服务	有效期限
					人造珠宝；装饰品（珠宝）；贵重金属盒；小饰物（首饰）	
192	10460509	发行人	两厢厮守	16	书籍；影集；书写工具；家具除外的办公必需品；印刷品；文具；包装用纸袋或塑料袋（信封、小袋）；教学材料（仪器除外）；书籍装订材料；纸	2013.03.28-2023.03.27
193	10460506	发行人	两厢厮守	18	手提包；伞；书包；旅行箱；手杖；家具用皮装饰；钱包（钱夹）；人造革箱；旅行用衣袋；钥匙包	2013.03.28-2023.03.27
194	10460503	发行人	两厢厮守	20	家具；非金属容器（存储和运输用）；竹木工艺品；枕头；木、蜡、石膏或塑料艺术品；家具用非金属附件；镜子（玻璃镜）；藤编制品（不包括鞋、帽、席、垫）；婴儿学步车；门用非金属附件	2013.03.28-2023.03.27
195	10460501	发行人	两厢厮守	24	装饰织品；纺织品制壁挂；纺织织物；布；纺织品毛巾；床上用覆盖物；家具遮盖物；纺织品或塑料帘；帘子布；毡	2013.03.28-2023.03.27
196	10460495	发行人	两厢厮守	25	服装；婴儿全套衣；鞋；帽；袜；手套（服装）；皮带（服饰用）；围巾；领带；婚纱	2013.03.28-2023.03.27
197	10408690	发行人		16	印刷出版物；报纸；杂志（期刊）；文具；图画；稿纸；笔记本；文件夹；书写工具；纸	2013.03.21-2023.03.20
198	10408686	发行人		35	广告；为零售目的在通讯媒体上展示商品；货物展出；商业管理和组织咨询；特许经营的商业管理；组织商业或广告展览；替他人推销；人事管理咨询；替他人采购（替其他企业购买商品或服务）；市场营销	2013.03.21-2023.03.20
199	9298218	发行人	志愿彩	25	服装；领巾；帽；手套（服装）；头带（服装）；头巾；袜；围巾；鞋；腰带	2012.04.14-2022.04.13
200	9298195	发行人	爱心彩	25	服装；领巾；帽；手套（服装）；头带（服装）；头巾；袜；围巾；鞋；腰带	2012.04.14-2022.04.13
201	9116345	发行人	爱的记忆	40	电影胶片冲洗；胶印；平版印刷；图样印刷；艺术品装框；印刷；照片冲印；照相凹版印刷；照相底片冲洗；照相排版	2012.02.14-2022.02.13

序号	商标注册号	权利人	商标内容	分类号	核定使用商品及服务	有效期限
202	8857284	发行人	WENSLI	25	领带；帽；皮带（服饰用）；手套（服装）；袜；围巾；鞋；婴儿全套衣；游泳衣；服装	2013.04.21-2023.04.20
203	8857267	发行人	WENSLI	24	被罩；被子；床单和枕套；纺织品壁挂；纺织品或塑料帘；织物；纺织品毛巾；家具遮盖物；丝绸（布料）；无纺布	2012.03.28-2022.03.27
204	6108131	发行人	wensli	24	丝绸（布料）；织物；无纺布；纺织品毛巾；床单；被子；家具遮盖物；纺织品或塑料帘；洗涤用手套；纺织品壁挂	2010.03.28-2020.03.27
205	6108130	发行人	wensli	25	服装；婴儿全套衣；鞋；帽；袜；手套（服装）；围巾；领带；游泳衣；皮带（服饰用）	2010.03.28-2020.03.27
206	3916241	发行人	万事利	18	仿皮革；钱包；手提包；旅行包；书包；旅行用大衣箱；皮缘饰品；裘皮；伞；旅行用具（皮件）	2007.05.21-2027.05.20
207	3643812	发行人	万事利	42	法律服务；测量；化学研究；生物学研究；材料测试；包装设计；室内装饰设计；服装设计；艺术品鉴定；书画刻印艺术设计	2005.10.21-2025.10.20
208	3643811	发行人	万事利	16	纸；纸餐巾；印刷出版物；图画；绘画材料；电动或非电动打字机	2005.10.21-2025.10.20
209	3596759	发行人	WENSLI	25	服装；鞋；帽；手套（服装）；领带；围巾；皮带（服饰用）；婴儿全套衣；袜；针织服装	2005.11.14-2025.11.13
210	1725350	发行人	沈爱宝	25	服装；鞋；帽；围巾；手套（服装）；皮带（服饰用）	2002.03.07-2022.03.06
211	1537718	发行人	WENSLI	25	服装；驾驶员服装；防水服；鞋；袜；帽；手套（服装）；领带；围巾；皮带（服饰用）	2001.03.14-2021.03.13
212	1315995	发行人	万事利	25	服装；游泳衣；雨衣；鞋；袜；帽；手套；领带；围巾；服装带	1999.09.21-2029.09.20
213	1270674	发行人		23	人造丝；纺织纱；线；毛线	1999.05.07-2029.05.06
214	1130174	发行人		24	平针织物；纺织织物；丝绸缎子；交织绸缎；纤维织物；纺织品台布；丝织美术品；毛巾被；卫生手套；床单	1997.11.28-2027.11.27

序号	商标注册号	权利人	商标内容	分类号	核定使用商品及服务	有效期限
215	1128551	发行人		25	服装；婴儿服装；游泳衣；帽；手套；袜；领带；皮带（服饰用）；围巾	1997.11.21-2027.11.20
216	949253	发行人		25	服装；婴儿服装；游泳衣；雨衣；民族服；鞋袜；帽；手套；领带；围巾；披巾；面纱；腰带；服装带	1997.02.21-2027.02.20
217	933778	发行人	万事利	24	布；丝绸；无纺布；纺织品壁挂；毡及毡制品；洗涤用手套；旗；寿衣	1997.01.21-2027.01.20
218	739115	发行人		23	开司米	1995.04.07-2025.04.06
219	10863635	发行人		25	服装；鞋；帽；皮带（服饰用）；袜；手套（服装）；围巾；婴儿全套衣；领带；披肩	2013.11.28-2023.11.27
220	10863625	发行人		20	家具；屏风（家具）；梳妆台；枕头；软垫；室内百叶窗帘（家具）；羽兽毛工艺品；未加工或半加工角、牙、介制品；沙发；画框	2013.08.21-2023.08.20
221	10354389	发行人		25	防水服；服装；帽；皮带（服饰用）；手套（服装）；袜；围巾；鞋；婴儿全套衣；游泳衣	2013.03.07-2023.03.06
222	10354361	发行人		24	被罩；被子；床单和枕套；纺织品壁挂；纺织品或塑料帘；纺织品毛巾；家具遮盖物；丝绸（布料）；无纺布；织物	2013.03.07-2023.03.06
223	22185280	丝艺科技	丝香門第	3	洗衣粉；化妆品；香水；浸清洁剂的清洁布；洗发液；肥皂；美容面膜；洗面奶；浴液；护发素	2018.01.28-2028.01.27
224	22184971	丝艺科技	丝香門第	16	纸；书籍；平版印刷工艺品；书画刻印作品；印章（印）；图画；笔架；书写工具；学校用品（文具）；绘画材料	2018.01.21-2028.01.20
225	38369811	发行人	WENSLI PHOENIX	26	衣服装饰品；头发装饰品；服装扣；假发；针；人造花；服装垫肩；纺织品装饰用热黏合补片（缝纫用品）；刺绣品；绳编工艺品	2020.01.14-2030.01.13
226	38362802	发行人	WENSLI PHOENIX	25	服装；睡衣；旗袍；婴儿全套衣；鞋；帽；手套（服装）；领带；围巾；睡眠用眼罩	2020.01.14-2030.01.13
227	38362788	发行人	WENSLI PHOENIX	24	丝绸（布料）；无纺布；丝织美术品；纺织品毛巾；床罩；被子；床单和枕套；	2020.01.14-2030.01.13

序号	商标注册号	权利人	商标内容	分类号	核定使用商品及服务	有效期限
					家庭日用纺织品；家具遮盖物；纺织品制或塑料制帘	
228	38359182	发行人	WENSLI PHOENIX	18	皮制家具罩；皮凉席；皮制带子；伞；手杖；马具配件；人造革；钱包（钱夹）；行李箱；包	2020.01.14-2030.01.13
229	37755263	发行人	MARC ROZIER	35	计算机网络和网站的在线推广；商业审计；特许经营的商业管理；替他人推销；销售展示架出租；人事管理；商业企业迁移；药用、兽医用、卫生用制剂和医疗用品的零售服务；广告；计算机数据库信息系统化	2020.06.14-2030.06.13
230	36389263	发行人	WENSLI 万事利	5	维生素制剂；膳食纤维；营养补充剂；净化剂；杀昆虫剂；医用棉；卫生内裤；卫生巾；牙用研磨剂；中药材	2020.01.21-2030.01.20
231	32892364	发行人	万事利江南织造府	21	家用或厨房用容器；日用玻璃器皿（包括杯、盘、壶、缸）；瓷、陶瓷、陶土、赤陶或玻璃制艺术品；茶具（餐具）；垃圾桶；梳；牙刷；食物保温容器；手动清洁器具；水晶（玻璃制品）	2020.06.21-2030.06.20
232	32873319	发行人	万事利江南织造府	29	水果罐头；腌制水果；腌制蔬菜；食用油脂；食用果冻；加工过的坚果；干食用菌；豆腐制品；食用燕窝；鱼翅	2020.05.28-2030.05.27
233	32873278	发行人	万事利江南织造府	14	未加工或半加工贵重金属；贵重金属盒；领带夹；珠宝首饰；钟；手表；表；首饰包；首饰收纳盒；丝巾扣（首饰）	2020.06.28-2030.06.27
234	30920920	发行人	万事利	20	屏风（家具）；纱线、丝线、绳子用绕线木轴；手持镜子（化妆镜）；竹编制品（不包括帽、席、垫）；未加工或半加工角、牙、介制品；画框；竹木工艺品；个人用扇（非电动）；展示板；家具	2020.06.14-2030.06.13

2、境外商标

序号	商标注册号	权利人	商标内容	国家/地区	分类号	有效期限
1	TMA978604	发行人	WENSLI	加拿大	3、14、16、18、20、24、25、26、27	2017.08.16-2032.08.16

序号	商标注册号	权利人	商标内容	国家/地区	分类号	有效期限
2	911306900	发行人	WENSLI	巴西	24	2018.05.15-2028.05.15
3	911306960	发行人	WENSLI	巴西	25	2018.05.02-2028.05.02
4	5469732	发行人	WENSLI SINCE 1975	美国	24	2018.05.15-2028.05.15
5	5464167	发行人	WENSLI	美国	25	2018.05.08-2028.05.08
6	UK00003317478	发行人	WENSLI SINCE 1975	英国	24、25	2018.06.13-2028.06.13
7	17917086	发行人	WENSLI SINCE 1975	欧盟	24、25	2018.06.13-2028.06.13
8	184484936	发行人	IART	法国	24、25、35	2018.09.21-2028.09.21
9	184484935	发行人	WENSLI IART	法国	24、25、35	2018.09.21-2028.09.21
10	UK00003340554	发行人	IART	英国	24、25	2018.09.24-2028.09.24
11	UK00003340565	发行人	WENSLI IART	英国	24、25	2018.09.24-2028.09.24
12	17960992	发行人	IART	欧盟	24、25	2018.09.25-2028.09.25
13	17960988	发行人	WENSLI IART	欧盟	24、25	2018.09.25-2028.09.25
14	304497599	发行人	国礼馆	中国香港	35	2018.04.19-2028.04.18
15	6185605	发行人	WENSLI IART	日本	24、25	2019.10.04-2029.10.04
16	6185604	发行人	IART	日本	24、25	2019.10.04-2029.10.04

序号	商标注册号	权利人	商标内容	国家/地区	分类号	有效期限
17	2451337	发行人	万事利集团 WENSLI GROUP	美国	24、25	2011.05.15-2021.05.15
18	87692350	万事利科技	ZESTILK	美国	20、24、25	2018.06.26-2028.06.26

（二）发行人及其全资/控股子公司的专利

序号	专利类别	名称	权利人	专利号	申请日期	授权公告日	法律状态
1	发明专利	一种轻薄丝织物制作方法及该方法制作的丝巾	发行人	2015108239142	2015.11.24	2017.07.18	专利权维持
2	发明专利	一种纯天然杜仲雄花桑叶茶及其制备方法	发行人	2015104453255	2015.07.27	2018.08.10	专利权维持
3	发明专利	一种纯天然昆仑雪菊桑叶茶及其制备方法	发行人	2015104454811	2015.07.27	2018.08.10	专利权维持
4	发明专利	一种纯天然微细研磨桑叶果蔬茶及其制备方法	发行人	2015103823804	2015.07.03	2018.04.20	专利权维持
5	发明专利	一种丝绸手绘画的制作方法	发行人	2014104535994	2014.09.09	2017.07.11	专利权维持
6	发明专利	一种采用 PS 多种滤镜组合功能去除绢本古画图像中绢纹的方法	发行人	2012103162494	2012.08.31	2015.01.07	专利权维持
7	发明专利	立体图像的合成方法	发行人	2010102535972	2010.08.10	2012.05.09	专利权维持
8	发明专利	四维动感照片的制作方法	发行人	2010101476708	2010.04.15	2012.05.23	专利权维持
9	发明专利	真丝绸热转移印花方法	发行人	2007100704048	2007.07.31	2010.05.26	专利权维持
10	发明专利	用于真丝绸热转移印花的墨水	发行人	2007100682301	2007.04.26	2010.06.23	专利权维持
11	发明专利	护肤丝素凝胶霜膏的制备方法	发行人	2006101555154	2006.12.27	2010.05.19	专利权维持
12	发明专利	一种免浆处理的真丝织物数码印花方法	万事利科技	2016108589329	2016.09.28	2019.07.02	专利权维持
13	发明专利	一种数码印花喷印特性曲线的制作方法	万事利科技	2016101324810	2016.03.09	2018.08.07	专利权维持
14	发明专利	一种基于特征色的数码	万事利科	2016101330845	2016.03.09	2018.05.22	专利权维持

序号	专利类别	名称	权利人	专利号	申请日期	授权公告日	法律状态
		印花颜色再现精度的评价方法	技				
15	发明专利	一种基于纤维素纳米球为分散剂的真丝绸印花用纳米墨水的制备方法	万事利科技、浙江理工大学	2014107670998	2014.12.15	2016.10.05	专利权维持
16	发明专利	生产调度方法及生产调度系统	万事利科技	2013107312584	2013.12.26	2017.07.04	专利权维持
17	发明专利	一种抗菌防霉丝绸壁纸的制备方法	万事利科技、浙江理工大学	2013104178193	2013.09.15	2015.08.26	专利权维持
18	发明专利	一种基于多核处理器及DMA 技术的高速数码印花方法	万事利科技	201310268964X	2013.07.01	2015.11.04	专利权维持
19	发明专利	一种基于双工作台多喷头系统的丝绸书籍快速打印方法	万事利科技	2013102689813	2013.07.01	2015.05.13	专利权维持
20	发明专利	一种基于小波网络的丝绸产品个性化推荐方法	万事利科技	201310276498X	2013.07.01	2016.04.13	专利权维持
21	发明专利	一种紫外线变色印花织物的制备方法	万事利科技	2008100627436	2008.07.01	2010.12.15	专利权维持
22	发明专利	一种具有抗菌与吸附功能的纳米氧化锌-竹炭复合粒子的制备方法	浙江理工大学、万事利科技	2013104180189	2013.09.15	2015.07.08	专利权维持
23	发明专利	一种自粘性的长效缓释精油微胶囊及其制备方法和应用	浙江理工大学、万事利科技	2012102595879	2012.07.25	2014.01.29	专利权维持
24	发明专利	自动进纸数码压痕折页机	广州市益佳昌盛自动化科技有限公司、万事利科技	2011102263544	2011.08.08	2015.11.25	专利权维持
25	发明专利	一种可控发光织物	浙江理工大学、万事利科技	2006100538683	2006.10.17	2011.05.18	专利权维持
26	发明专利	一种数码印花颜色再现监控方法	万事利数码	2016101512843	2016.03.16	2018.04.27	专利权维持

序号	专利类别	名称	权利人	专利号	申请日期	授权公告日	法律状态
27	实用新型	一种可伸缩折叠智控展示架	发行人	2018201018203	2018.01.22	2019.02.26	专利权维持
28	实用新型	一种展示用智能储物盒	发行人	201721012270X	2017.08.14	2019.05.21	专利权维持
29	实用新型	一种带键盘的平板电脑保护套	发行人	201820101842X	2018.01.22	2018.09.21	专利权维持
30	实用新型	一种具有加强结构的艺术盘碟	发行人	201820102395X	2018.01.22	2018.09.21	专利权维持
31	实用新型	一种多功能公文包	发行人	2017210122930	2017.08.14	2018.04.20	专利权维持
32	实用新型	一种带调控功能的智能储物盒	发行人	2017209361540	2017.07.31	2018.03.20	专利权维持
33	实用新型	一种带按摩功能的储物包	发行人	2017209364892	2017.07.28	2018.02.16	专利权维持
34	实用新型	一种多功能智能陈列柜	发行人	2016209841100	2016.08.29	2017.07.11	专利权维持
35	实用新型	一种布艺装饰框	发行人	2015203220889	2015.05.18	2015.09.09	专利权维持
36	实用新型	一种无线鼠标	发行人	2015200796406	2015.02.04	2015.06.24	专利权维持
37	实用新型	一种个性化移动存储介质	发行人	2015200624715	2015.01.29	2015.05.13	专利权维持
38	实用新型	一种笔记本	发行人	2014204964961	2014.08.29	2014.12.31	专利权维持
39	实用新型	一种分隔式书柜	发行人	2014204688590	2014.08.19	2014.12.17	专利权维持
40	实用新型	一种包装盒	发行人	2014204696296	2014.08.19	2014.12.17	专利权维持
41	实用新型	一种抽屉式书架	发行人	2014204696309	2014.08.19	2014.12.17	专利权维持
42	实用新型	一种丝绸制品包装盒	发行人	2014204696417	2014.08.19	2014.12.17	专利权维持
43	实用新型	一种抽拉式名片夹	发行人	2014204698323	2014.08.19	2014.12.17	专利权维持
44	实用新型	一种用于卷轴画的包装盒	发行人	201420469847X	2014.08.19	2014.12.17	专利权维持
45	实用新型	多功能丝绸鼠标垫	发行人	2011204417504	2011.11.09	2012.12.19	专利权维持
46	实用新型	丝绸书	万事利科技	2013208892991	2013.12.30	2014.07.30	专利权维持
47	实用新型	丝绸印染蒸箱湿度测量装置	万事利科技	2013208553738	2013.12.24	2014.06.25	专利权维持
48	外观设计	包装套件	发行人	2019302061287	2019.04.29	2019.10.11	专利权维持

序号	专利类别	名称	权利人	专利号	申请日期	授权公告日	法律状态
49	外观设计	丝巾	发行人	201930204492X	2019.04.29	2019.10.11	专利权维持
50	外观设计	真丝枕套（睡美人）	发行人	2018303552008	2018.07.04	2019.06.14	专利权维持
51	外观设计	真丝眼罩（睡美人）	发行人	2018303555148	2018.07.04	2018.12.14	专利权维持
52	外观设计	首饰盒（多功能）	发行人	2018303555260	2018.07.04	2018.12.14	专利权维持
53	外观设计	刺绣笔筒（清荷丹韵）	发行人	2018300795582	2018.03.02	2018.09.04	专利权维持
54	外观设计	丝瓷台屏（扬帆）	发行人	201830079585X	2018.03.02	2018.11.20	专利权维持
55	外观设计	丝瓷台屏（驼铃）	发行人	2018300796034	2018.03.02	2018.11.30	专利权维持
56	外观设计	刺绣笔筒（墨竹瑞鸟）	发行人	2018300796528	2018.03.02	2018.09.04	专利权维持
57	外观设计	丝瓷套盒（金砖君之礼）	发行人	201730558790X	2017.11.14	2018.06.05	专利权维持
58	外观设计	丝瓷套盒（G20 夫人礼）	发行人	2017305588067	2017.11.14	2018.06.05	专利权维持
59	外观设计	丝瓷套盒（金砖夫人礼）	发行人	2017305589619	2017.11.14	2018.06.05	专利权维持
60	外观设计	茶杯套件	发行人	2017303393558	2017.07.28	2018.01.30	专利权维持
61	外观设计	礼盒套装（杭州三绝）	发行人	2016305917604	2016.12.05	2017.07.28	专利权维持
62	外观设计	丝巾（山水）	发行人	2017300742862	2016.12.05	2017.07.28	专利权维持
63	外观设计	丝巾（荷花）	发行人	2017301644392	2016.12.05	2017.09.22	专利权维持
64	外观设计	礼品箱套装（婚庆）	发行人	2016304409474	2016.08.29	2017.04.19	专利权维持
65	外观设计	集邮册（邮票卡书—金陵印象）	发行人	201430295064X	2014.08.19	2015.03.04	专利权维持
66	外观设计	集邮册（邮票卡书—璀璨中华）	发行人	2014302950777	2014.08.19	2015.03.04	专利权维持
67	外观设计	集邮册（邮票卡书—锦绣西湖十景）	发行人	2014302950781	2014.08.19	2015.03.04	专利权维持
68	外观设计	集邮册（邮票卡书—西湖情韵）	发行人	2014302953455	2014.08.19	2015.03.04	专利权维持
69	外观设计	丝绸商务文件夹	发行人	2014301229108	2014.05.08	2015.04.08	专利权维持
70	外观设计	丝巾（卯兔扑朔）	发行人	2014300458612	2014.03.10	2015.05.27	专利权维持
71	外观设计	丝巾（酉鸡富贵）	发行人	2014300436153	2014.03.07	2015.05.27	专利权维持
72	外观设计	丝巾（戌狗迎春）	发行人	2014300436172	2014.03.07	2015.05.27	专利权维持
73	外观设计	丝巾（亥猪呈悦）	发行人	2014300436257	2014.03.07	2015.05.27	专利权维持

序号	专利类别	名称	权利人	专利号	申请日期	授权公告日	法律状态
74	外观设计	丝巾（雍容未羊）	发行人	2014300437512	2014.03.07	2015.05.27	专利权维持
75	外观设计	丝巾（午马驰星）	发行人	2014300437546	2014.03.07	2015.05.27	专利权维持
76	外观设计	丝巾（寅虎瑞福）	发行人	2014300437599	2014.03.07	2015.05.27	专利权维持
77	外观设计	丝巾（辰龙戏珠）	发行人	2014300437620	2014.03.07	2015.05.27	专利权维持
78	外观设计	丝巾（子鼠赞花）	发行人	2014300437669	2014.03.07	2015.05.27	专利权维持
79	外观设计	丝巾（丑牛赞歌）	发行人	2014300440587	2014.03.07	2015.05.27	专利权维持
80	外观设计	丝巾（申猴闹春）	发行人	2014300441842	2014.03.07	2015.05.27	专利权维持
81	外观设计	丝巾（巳蛇舞花）	发行人	2014300442099	2014.03.07	2015.05.27	专利权维持
82	外观设计	丝巾（百变双子）	发行人	2014300442351	2014.03.07	2015.05.27	专利权维持
83	外观设计	丝巾（勇气摩羯）	发行人	2014300442474	2014.03.07	2015.05.27	专利权维持
84	外观设计	丝巾（完美处女）	发行人	2014300442794	2014.03.07	2015.05.27	专利权维持
85	外观设计	丝巾（神秘天蝎）	发行人	2014300442811	2014.03.07	2015.05.27	专利权维持
86	外观设计	丝巾（领袖狮子）	发行人	2014300443212	2014.03.07	2015.05.27	专利权维持
87	外观设计	丝巾（睿智水瓶）	发行人	2014300443227	2014.03.07	2015.05.27	专利权维持
88	外观设计	丝巾（真情巨蟹）	发行人	2014300443301	2014.03.07	2015.05.27	专利权维持
89	外观设计	丝巾（温实金牛）	发行人	201430044334X	2014.03.07	2015.05.27	专利权维持
90	外观设计	丝巾（迷人天秤）	发行人	2014300443956	2014.03.07	2015.05.27	专利权维持
91	外观设计	丝巾（自由射手）	发行人	2014300444145	2014.03.07	2015.05.27	专利权维持
92	外观设计	丝巾（活力白羊）	发行人	201430044415X	2014.03.07	2015.05.28	专利权维持
93	外观设计	丝巾（浪漫双鱼）	发行人	2014300444380	2014.03.07	2015.05.29	专利权维持
94	外观设计	靠垫套（流景闲香）	发行人	2014300129884	2014.01.17	2014.09.03	专利权维持
95	外观设计	靠垫套（梦落花田）	发行人	2014300129899	2014.01.17	2014.09.03	专利权维持
96	外观设计	色拼大拼花靠垫套	发行人	2014300129901	2014.01.17	2014.09.03	专利权维持
97	外观设计	色拼大拼花桌旗	发行人	2014300129916	2014.01.17	2014.09.03	专利权维持
98	外观设计	马年福袋	发行人	2014300002756	2014.01.02	2014.07.16	等年费滞纳金
99	外观设计	吉祥福袋	发行人	2014300002760	2014.01.02	2014.07.16	等年费滞纳金

序号	专利类别	名称	权利人	专利号	申请日期	授权公告日	法律状态
100	外观设计	平安福袋	发行人	2014300003903	2014.01.02	2014.07.16	等年费滞纳金
101	外观设计	围巾（拉毛平安彩）	发行人	2013305790192	2013.11.27	2014.06.25	专利权维持
102	外观设计	包装盒（祈福彩）	发行人	2013305567359	2013.11.19	2014.05.21	专利权维持
103	外观设计	围巾（双福临门）	发行人	2013305568205	2013.11.19	2014.07.02	专利权维持
104	外观设计	围巾（福禄寿喜富贵满堂）	发行人	2013305568760	2013.11.19	2014.06.25	专利权维持
105	外观设计	围巾（祈福彩）	发行人	2013305569049	2013.11.19	2014.06.25	专利权维持
106	外观设计	围巾（福禄寿喜龙凤呈祥）	发行人	2013305569246	2013.11.19	2014.06.25	专利权维持
107	外观设计	工艺相框（白玉兰丝绸）	发行人	2013300193000	2013.01.23	2013.06.19	专利权维持
108	外观设计	镇纸钢笔盒（白玉兰）	发行人	201330019302X	2013.01.23	2013.06.05	专利权维持
109	外观设计	U 盘（白玉兰丝绸）	发行人	2013300193034	2013.01.23	2013.08.14	专利权维持
110	外观设计	笔筒（白玉兰丝绸）	发行人	2013300193053	2013.01.23	2013.06.19	专利权维持
111	外观设计	名片夹（白玉兰）	发行人	2013300193161	2013.01.23	2013.06.05	专利权维持
112	外观设计	鼠标垫（青花瓷多功能丝绸）	发行人	2011304098487	2011.11.09	2012.05.30	专利权维持
113	外观设计	鼠标垫（青花瓷）	发行人	2011303971739	2011.11.02	2012.06.06	专利权维持
114	外观设计	包装盒（青花瓷丝巾领带套装）	发行人	2011301950117	2011.06.28	2011.12.28	专利权维持
115	外观设计	包装袋（青花瓷丝巾领带套装）	发行人	2011301950121	2011.06.28	2012.01.18	专利权维持
116	外观设计	丝巾（青花瓷）	发行人	2010305596517	2010.10.19	2011.04.20	专利权维持
117	外观设计	包装盒（青花瓷）	发行人	2010305413272	2010.10.08	2011.03.23	专利权维持
118	外观设计	包装袋（青花瓷）	发行人	2010305413287	2010.10.08	2011.04.06	专利权维持
119	发明专利	一种改善丝绸单面数码喷墨印花渗透性的方法	万事利数码	201711459913X	2017.12.28	2020.02.21	专利权维持
120	实用新型	一种黄金蚕丝被套件	发行人	2019214592402	2019.09.04	2020.06.30	专利权维持

（三）发行人及其全资/控股子公司的著作权

1、作品著作权

序号	权利人	作品名称	登记类别	创作完成日期	登记号	登记日期
1	发行人	星城	美术作品	2018.03.01	国作登字-2018-F-00525703	2018.08.24
2	发行人	迷鹿斑斑	美术作品	2017.04.20	国作登字-2018-F-00564957	2018.06.15
3	发行人	心动	美术作品	2017.02.15	国作登字-2018-F-00564958	2018.06.15
4	发行人	丝路三绝	美术作品	2018.03.03	国作登字-2018-F-00564750	2018.06.15
5	发行人	先生礼	美术作品	2018.03.03	国作登字-2018-F-00564956	2018.06.15
6	发行人	追风	美术作品	2017.03.28	国作登字-2018-F-00564959	2018.06.15
7	发行人	丝路三绝茶叶盒	美术作品	2018.03.03	国作登字-2018-F-00564748	2018.06.15
8	发行人	丝路三绝丝巾盒	美术作品	2018.03.03	国作登字-2018-F-00564749	2018.06.15
9	发行人	丝路三绝瓷器盒	美术作品	2018.03.03	国作登字-2018-F-00564747	2018.06.15
10	发行人	黛山凝紫	美术作品	2017.01.01	国作登字-2017-F-00468637	2017.08.10
11	发行人	空霖	美术作品	2017.01.01	国作登字-2017-F-00468646	2017.08.10
12	发行人	花信年华	美术作品	2017.01.01	国作登字-2017-F-00468648	2017.08.10
13	发行人	荒漠之花	美术作品	2017.01.01	国作登字-2017-F-00468649	2017.08.10
14	发行人	曼珠	美术作品	2017.01.01	国作登字-2017-F-00468645	2017.08.10
15	发行人	天使之城	美术作品	2017.01.01	国作登字-2017-F-00468643	2017.08.10
16	发行人	玲珑花影	美术作品	2017.01.01	国作登字-2017-F-00468651	2017.08.10
17	发行人	有凤来仪	美术作品	2017.01.01	国作登字-2017-F-00468644	2017.08.10
18	发行人	雀跃画卷	美术作品	2017.01.01	国作登字-2017-F-00468650	2017.08.10
19	发行人	花窗	美术作品	2017.01.01	国作登字-2017-F-00468647	2017.08.10
20	发行人	烟菲雾集	美术作品	2017.01.01	国作登字-2017-F-00468642	2017.08.10
21	发行人	蝶舞曲	美术作品	2015.01.01	国作登字	2017.03.28

序号	权利人	作品名称	登记类别	创作完成日期	登记号	登记日期
					-2017-F-00378323	
22	发行人	龙结	美术作品	2015.01.01	国作登字-2017-F-00378322	2017.03.28
23	发行人	粉蝶嬉戏	美术作品	2015.01.01	国作登字-2017-F-00378331	2017.03.28
24	发行人	花鸟栖蔓长巾	美术作品	2015.01.01	国作登字-2017-F-00378328	2017.03.28
25	发行人	海洋骑士	美术作品	2015.01.01	国作登字-2017-F-00378329	2017.03.28
26	发行人	蜂鸟	美术作品	2015.01.01	国作登字-2017-F-00378333	2017.03.28
27	发行人	永恒之爱	美术作品	2015.01.01	国作登字-2017-F-00378336	2017.03.28
28	发行人	芳草宁馨	美术作品	2015.01.01	国作登字-2017-F-00378319	2017.03.28
29	发行人	晨曦	美术作品	2015.01.01	国作登字-2017-F-00378325	2017.03.28
30	发行人	鸟语花香	美术作品	2015.01.01	国作登字-2017-F-00378320	2017.03.28
31	发行人	莺声花影	美术作品	2015.01.01	国作登字-2017-F-00378335	2017.03.28
32	发行人	捷报富贵	美术作品	2015.01.01	国作登字-2017-F-00378316	2017.03.28
33	发行人	花鸟栖蔓方巾	美术作品	2015.01.01	国作登字-2017-F-00378327	2017.03.28
34	发行人	秋方巾	美术作品	2015.01.01	国作登字-2017-F-00378312	2017.03.28
35	发行人	鸢尾梦蝶	美术作品	2015.01.01	国作登字-2017-F-00378337	2017.03.28
36	发行人	梦缘花镜	美术作品	2015.01.01	国作登字-2017-F-00378314	2017.03.28
37	发行人	春桃萌枝	美术作品	2015.01.01	国作登字-2017-F-00378318	2017.03.28
38	发行人	花冠啼晓	美术作品	2015.01.01	国作登字-2017-F-00378330	2017.03.28
39	发行人	金凤鸾舞	美术作品	2015.01.01	国作登字-2017-F-00378317	2017.03.28
40	发行人	秋长巾	美术作品	2015.01.01	国作登字-2017-F-00378313	2017.03.28
41	发行人	肆意	美术作品	2015.01.01	国作登字-2017-F-00378334	2017.03.28

序号	权利人	作品名称	登记类别	创作完成日期	登记号	登记日期
42	发行人	事事如意	美术作品	2015.01.01	国作登字-2017-F-00378332	2017.03.28
43	发行人	花颜玉珠	美术作品	2015.01.01	国作登字-2017-F-00378326	2017.03.28
44	发行人	金龙跃殿	美术作品	2015.01.01	国作登字-2017-F-00378315	2017.03.28
45	发行人	花颜月貌	美术作品	2015.01.01	国作登字-2017-F-00378321	2017.03.28
46	发行人	白玉凝雪	美术作品	2015.01.01	国作登字-2017-F-00378324	2017.03.28
47	发行人	肆溢	美术作品	2014.07.01	国作登字-2015-F-00232356	2015.10.15
48	发行人	金玉良缘	美术作品	2014.05.08	国作登字-2015-F-00232357	2015.10.15
49	发行人	倾慕	美术作品	2014.08.01	国作登字-2015-F-00232353	2015.10.15
50	发行人	幻变	美术作品	2014.06.01	国作登字-2015-F-00232348	2015.10.15
51	发行人	三羊献瑞	美术作品	2014.07.02	国作登字-2015-F-00232359	2015.10.15
52	发行人	包罗万象	美术作品	2012.10.10	国作登字-2015-F-00232355	2015.10.15
53	发行人	青花宴	美术作品	2014.08.01	国作登字-2015-F-00232349	2015.10.15
54	发行人	智彩耀光	美术作品	2014.05.26	国作登字-2015-F-00232358	2015.10.15
55	发行人	画脂点星	美术作品	2014.07.09	国作登字-2015-F-00232354	2015.10.15
56	发行人	传奇	美术作品	2014.06.01	国作登字-2015-F-00232360	2015.10.15
57	发行人	仲夏	美术作品	2014.09.01	国作登字-2015-F-00232352	2015.10.15
58	发行人	鹦舞之灵	美术作品	2014.06.01	国作登字-2015-F-00232351	2015.10.15
59	发行人	森林舞曲	美术作品	2014.05.01	国作登字-2015-F-00232350	2015.10.15
60	发行人	蜻蜓戏荷	美术作品	2015.09.03	国作登字-2018-F-00421188	2018.02.09
61	发行人	梦语兰香	美术作品	2015.09.03	国作登字-2018-F-00421185	2018.02.09
62	发行人	婵娟	美术作品	2015.09.03	国作登字	2018.02.09

序号	权利人	作品名称	登记类别	创作完成日期	登记号	登记日期
					-2018-F-00421198	
63	发行人	锦瑟年华	美术作品	2015.09.03	国作登字-2018-F-00421187	2018.02.09
64	发行人	芙蓉锦簇	美术作品	2015.09.03	国作登字-2018-F-00421192	2018.02.09
65	发行人	天姿国色	美术作品	2015.09.03	国作登字-2018-F-00421193	2018.02.09
66	发行人	羽光十色	美术作品	2015.09.03	国作登字-2018-F-00421190	2018.02.09
67	发行人	海洋舞曲	美术作品	2015.09.03	国作登字-2018-F-00421189	2018.02.09
68	发行人	花鸟嘻春	美术作品	2015.09.03	国作登字-2018-F-00421191	2018.02.09
69	发行人	月夕花朝	美术作品	2015.09.03	国作登字-2018-F-00421197	2018.02.09
70	发行人	花团簇锦	美术作品	2015.09.03	国作登字-2018-F-00421186	2018.02.09
71	发行人	象呈祥瑞	美术作品	2015.09.03	国作登字-2018-F-00421195	2018.02.09
72	发行人	有凤来仪	美术作品	2015.09.03	国作登字-2018-F-00421196	2018.02.09
73	发行人	事事如意	美术作品	2015.09.03	国作登字-2018-F-00421194	2018.02.09
74	发行人	手书全真丝绸邮票册《西游记》	/	2011.08.31	2012-L-050222	2012.02.09
75	发行人	丝绸邮票珍藏册《三国演义》	/	2011.06.30	2012-L-050220	2012.02.09
76	发行人	手书丝绸邮票珍藏册《红楼梦》	/	2009.12.31	2012-L-050219	2012.02.09
77	发行人	丝绸邮票珍藏册《水浒传》	/	2009.08.31	2012-L-050221	2012.02.09
78	发行人	丝绸邮票珍藏册《西湖情韵》	/	2011.08.15	2012-L-053528	2012.01.09
79	发行人	伞	美术作品	2018.05.03	浙作登字11-2018-F-8817	2018.07.12
80	发行人	WENSLI SINCE1975	美术作品	2010.01.01	浙作登字11-2018-F-7724	2018.06.25
81	发行人	国礼联盟 002	美术作品	2018.01.01	浙作登字11-2018-F-7176	2018.06.11
82	发行人	盛夏丛林（斜巾）	美术作品	2017.02.04	浙作登字11-2018-F-7152	2018.06.11

序号	权利人	作品名称	登记类别	创作完成日期	登记号	登记日期
83	发行人	柿水柔情	美术作品	2017.05.12	浙作登字11-2018-F-7159	2018.06.11
84	发行人	叶语	美术作品	2017.02.20	浙作登字11-2018-F-7162	2018.06.11
85	发行人	落蝶	美术作品	2017.03.17	浙作登字11-2018-F-7161	2018.06.11
86	发行人	对影	美术作品	2017.03.10	浙作登字11-2018-F-7151	2018.06.11
87	发行人	清荷	美术作品	2017.03.23	浙作登字11-2018-F-7157	2018.06.11
88	发行人	形影相随-长巾	美术作品	2017.03.23	浙作登字11-2018-F-7165	2018.06.11
89	发行人	镜花王朝	美术作品	2017.03.26	浙作登字11-2018-F-7160	2018.06.11
90	发行人	花瓷觅影	美术作品	2017.01.11	浙作登字11-2018-F-7163	2018.06.11
91	发行人	拾影-方巾	美术作品	2017.02.15	浙作登字11-2018-F-7153	2018.06.11
92	发行人	葵影	美术作品	2017.02.08	浙作登字11-2018-F-7156	2018.06.11
93	发行人	礁石之绊	美术作品	2017.03.07	浙作登字11-2018-F-7155	2018.06.11
94	发行人	自由恣意-长巾	美术作品	2017.03.07	浙作登字11-2018-F-7154	2018.06.11
95	发行人	清荷葵影	美术作品	2017.04.11	浙作登字11-2018-F-7158	2018.06.11
96	发行人	四喜汪宝	美术作品	2017.07.22	浙作登字11-2018-F-7164	2018.06.11
97	发行人	国礼联盟 003	美术作品	2018.01.01	浙作登字11-2018-F-7175	2018.06.11
98	发行人	万事利国礼馆	美术作品	2017.06.01	浙作登字11-2018-F-5877	2018.05.14
99	发行人	国礼馆	美术作品	2017.06.01	浙作登字11-2018-F-5881	2018.05.14
100	发行人	万事利丝绸国礼馆	美术作品	2017.06.01	浙作登字11-2018-F-5879	2018.05.14
101	发行人	国礼联盟	美术作品	2017.06.01	浙作登字11-2018-F-5880	2018.05.14
102	发行人	万事利国礼	美术作品	2017.06.01	浙作登字11-2018-F-5878	2018.05.14
103	发行人	杭城映像	美术作品	2017.03.01	浙作登字	2018.04.27

序号	权利人	作品名称	登记类别	创作完成日期	登记号	登记日期
					11-2018-F-5059	
104	发行人	丝巾箔-1	美术作品	2017.03.01	浙作登字 11-2017-F-12536	2017.09.06
105	发行人	大方巾-花信年华	美术作品	2017.03.01	浙作登字 11-2017-F-12528	2017.09.06
106	发行人	长巾-玲珑花影	美术作品	2017.03.01	浙作登字 11-2017-F-12540	2017.09.06
107	发行人	长巾-迷墙	美术作品	2017.03.01	浙作登字 11-2017-F-12527	2017.09.06
108	发行人	小方巾-花窗	美术作品	2017.03.01	浙作登字 11-2017-F-12524	2017.09.06
109	发行人	小方巾-曼珠	美术作品	2017.03.01	浙作登字 11-2017-F-12525	2017.09.06
110	发行人	长巾-蝶影	美术作品	2016.10.01	浙作登字 11-2017-F-12537	2017.09.06
111	发行人	斜巾-有凤来仪	美术作品	2017.03.01	浙作登字 11-2017-F-12539	2017.09.06
112	发行人	长巾-黛山凝紫	美术作品	2017.03.01	浙作登字 11-2017-F-12538	2017.09.06
113	发行人	雀跃画卷	美术作品	2017.03.01	浙作登字 11-2017-F-12523	2017.09.06
114	发行人	大方巾-荒漠之花	美术作品	2017.03.01	浙作登字 11-2017-F-12526	2017.09.06
115	发行人	花镜绕蝶	美术作品	2015.01.08	浙作登字 11-2017-F-12529	2017.09.06
116	发行人	方巾-烟菲雾集	美术作品	2016.10.01	浙作登字 11-2017-F-12522	2017.09.06
117	发行人	盛世繁花（丝巾）	美术作品	2015.09.11	浙作登字 11-2016-F-15711	2016.12.12
118	发行人	印象上海	美术作品	-	浙作登字 11-2015-F-4454	2015.04.21
119	发行人	津门故里	美术作品	-	浙作登字 11-2015-F-4453	2015.04.21
120	发行人	美丽西湖	美术作品	-	浙作登字 11-2015-F-4455	2015.04.21
121	发行人	大方巾-（景泰蓝系列）璀璨迷情	美术作品	-	浙作登字 11-2014-F-12556	2014.11.06
122	发行人	大方巾-风姿花传	美术作品	-	浙作登字 11-2014-F-12560	2014.11.06
123	发行人	大方巾-筑梦之马	美术作品	-	浙作登字 11-2014-F-12558	2014.11.06

序号	权利人	作品名称	登记类别	创作完成日期	登记号	登记日期
124	发行人	大方巾-景泰青蓝	美术作品	-	浙作登字11-2014-F-12562	2014.11.06
125	发行人	大方巾-如意年华	美术作品	-	浙作登字11-2014-F-12559	2014.11.06
126	发行人	青花瓷小方巾-国风	美术作品	-	浙作登字11-2014-F-12563	2014.11.06
127	发行人	大方巾-旋转时光	美术作品	-	浙作登字11-2014-F-12555	2014.11.06
128	发行人	大方巾-香江帆影	美术作品	-	浙作登字11-2014-F-12561	2014.11.06
129	发行人	真丝绒围巾祈福彩-万事如意	美术作品	-	浙作登字11-2014-F-12554	2014.11.06
130	发行人	大方巾-天马驰星	美术作品	-	浙作登字11-2014-F-12557	2014.11.06
131	发行人	平安福	美术作品	-	浙作登字11-2013-F-14725	2013.12.10
132	万事利数码	万物迭生	美术作品	-	国作登字-2019-F-00901053	2019.10.16
133	万事利数码	忆物卷	美术作品	-	国作登字-2019-F-00901054	2019.10.16

2、软件著作权

序号	权利人	软件名称	登记号	取得方式	登记日
1	万事利数码	万事利数码生产管理系统软件	2019SR0287243	原始取得	2019.03.28
2	发行人	万事利个性化定制软件[简称：万事礼]1.1.1	2018SR1010259	原始取得	2018.12.13
3	杭州新丝路	新丝路乐享头条安卓客户端软件	2017SR242900	原始取得	2017.06.07
4	李建华、秦月、发行人	西湖一号做条丝巾智能软件V1.0	2020SR0608198	原始取得	2020.06.11

（四）发行人国产非特殊用途化妆品备案

序号	产品名称	备案编号	生产企业	实际生产企业	备案日期
1	丝香門第蚕丝蛋白臻耀密集修护安瓶精华液	浙 G 妆网备字2018011594	发行人	卓芬化妆品	2018.09.04
2	丝香門第丝漾年华系列润颜沁肤乳 II	浙 G 妆网备字2018008769	发行人	卓芬化妆品	2018.07.13
3	丝香門第蚕丝蛋白青春密语	浙 G 妆网备字	发行人	卓芬化妆品	2018.09.03

序号	产品名称	备案编号	生产企业	实际生产企业	备案日期
	修护安瓶精华液	2018011561			
4	SESSAMENTY 小分子蚕丝蛋白面膜	浙 G 妆网备字 2018013763	发行人	卓芬化妆品	2018.10.16
5	初岁如初补水修护面膜	浙 G 妆网备字 2018013303	发行人	卓芬化妆品	2018.09.30
6	丝香門第均衡清透面膜	浙 G 妆网备字 2018012206	发行人	卓芬化妆品	2018.09.12
7	丝香門第润透靓肤蚕丝面膜	浙 G 妆网备字 2018010484	发行人	卓芬化妆品	2018.08.12
8	丝香門第水润修护蚕丝面膜	浙 G 妆网备字 2018009992	发行人	卓芬化妆品	2018.08.06
9	丝香門第丝漾年华系列活颜洁面乳	浙 G 妆网备字 2018010579	发行人	卓芬化妆品	2018.08.13
10	丝香門第锦瑟芳华系列秋水凝时眼霜	浙 G 妆网备字 2018009993	发行人	卓芬化妆品	2018.08.06
11	丝香門第锦瑟芳华系列清透丝享日霜	浙 G 妆网备字 2018009991	发行人	卓芬化妆品	2018.08.06
12	丝香門第丝漾年华系列润颜沁肤乳 I	浙 G 妆网备字 2018009743	发行人	卓芬化妆品	2018.07.31
13	丝香門第丝漾年华系列明眸青春眼霜	浙 G 妆网备字 2018009530	发行人	卓芬化妆品	2018.07.26
14	丝香門第丝漾年华系列活颜修护精华	浙 G 妆网备字 2018009406	发行人	卓芬化妆品	2018.07.25
15	丝香門第锦瑟芳华系列焕颜柔肤乳II	浙 G 妆网备字 2018009103	发行人	卓芬化妆品	2018.07.23
16	丝香門第锦瑟芳华系列焕颜洁面乳	浙 G 妆网备字 2018009102	发行人	卓芬化妆品	2018.07.23
17	丝香門第锦瑟芳华系列焕颜紧致精华	浙 G 妆网备字 2018009101	发行人	卓芬化妆品	2018.07.23
18	丝香門第丝漾年华系列润颜洁面乳	浙 G 妆网备字 2018009100	发行人	卓芬化妆品	2018.07.23
19	丝香門第丝漾均衡修护水	浙 G 妆网备字 2018009077	发行人	卓芬化妆品	2018.07.19
20	丝香門第十月呵护面膜	浙 G 妆网备字 2018009078	发行人	卓芬化妆品	2018.07.19
21	丝香門第弹指透润早安面膜	浙 G 妆网备字 2018009082	发行人	卓芬化妆品	2018.07.19
22	丝香門第丝漾修护精华喷雾	浙 G 妆网备字 2018009084	发行人	卓芬化妆品	2018.07.19
23	丝香門第丝漾明眸焕采眼膜	浙 G 妆网备字 2018009087	发行人	卓芬化妆品	2018.07.19

序号	产品名称	备案编号	生产企业	实际生产企业	备案日期
24	丝香門第锦瑟芳华系列焕颜柔肤乳I	浙 G 妆网备字 2018008929	发行人	卓芬化妆品	2018.07.18
25	丝香門第锦瑟芳华盈润丝享晚霜	浙 G 妆网备字 2018008863	发行人	卓芬化妆品	2018.07.16
26	丝香門第私宠八号.女用香水	浙 G 妆网备字 2018008609	发行人	卓芬化妆品	2018.07.13
27	丝香門第丝漾年华系列盈润丝滑晚霜	浙 G 妆网备字 2018008775	发行人	卓芬化妆品	2018.07.13
28	丝香門第丝漾年华系列清透丝滑日霜	浙 G 妆网备字 2018008776	发行人	卓芬化妆品	2018.07.13
29	丝香門第锦瑟芳华系列焕颜柔肤水Ⅰ	浙 G 妆网备字 2018008773	发行人	卓芬化妆品	2018.07.13
30	丝香門第锦瑟芳华系列焕颜柔肤水Ⅱ	浙 G 妆网备字 2018008774	发行人	卓芬化妆品	2018.07.13
31	丝香門第丝漾年华系列润颜沁肤水 II	浙 G 妆网备字 2018008683	发行人	卓芬化妆品	2018.07.13
32	丝香門第灵动六号.女用香水	浙 G 妆网备字 2018008608	发行人	卓芬化妆品	2018.07.13
33	丝香門第尊宠五号.男用香水	浙 G 妆网备字 2018008606	发行人	卓芬化妆品	2018.07.13
34	丝香門第丝漾沁透补水面膜	浙 G 妆网备字 2018008405	发行人	卓芬化妆品	2018.07.09
35	丝香門第丝漾玉妍靓肤面膜	浙 G 妆网备字 2018008404	发行人	卓芬化妆品	2018.07.09
36	丝香門第丝漾年华系列润颜沁肤水 I	浙 G 妆网备字 2018008293	发行人	卓芬化妆品	2018.07.09