



杭州星华反光材料股份有限公司

（浙江省杭州市余杭区径山镇漕桥村凤凰山）

关于杭州星华反光材料股份有限公司 首次公开发行股票并在创业板上市申请文件 的第三轮审核问询函 的回复（更新稿）

保荐机构（主承销商）



平安证券股份有限公司

（深圳市福田区益田路 5023 号平安金融中心 B 座第 22-25 层）

深圳证券交易所：

根据贵所下发的审核函〔2021〕010104号《关于杭州星华反光材料股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市申请文件的第三轮审核问询函》（以下简称“《问询函》”）的要求，杭州星华反光材料股份有限公司（以下简称“公司”、“发行人”或“星华反光”）与平安证券股份有限公司（以下简称“保荐机构”或“平安证券”）、国浩律师（杭州）事务所（以下简称“发行人律师”、“国浩律师”）、中汇会计师事务所（特殊普通合伙）（以下简称“发行人会计师”或“中汇会计师”），本着勤勉尽责、诚实信用的原则，认真履行了尽职调查义务，针对问询函相关问题进行了认真核查，现回复如下，请予审核。

如无特别说明，本回复中使用的简称或名词释义与《杭州星华反光材料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（申报稿）》（以下简称“招股说明书”）一致。

本回复中若出现总计数尾数与所列数值总和尾数不符的情况，均为四舍五入所致。

本回复报告中的字体代表以下含义：

问询函所列问题	黑体（不加粗）
对问询函所列问题的回复	宋体（不加粗）
涉及招股说明书的修改或补充披露	楷体（加粗）

目 录

问题 1. 关于产品结构与创业板定位.....	3
问题 2. 关于主要客户.....	16
问题 3. 关于贸易商客户.....	54
问题 4. 关于毛利率.....	58
问题 5. 关于采购与成本.....	82
问题 6. 关于不动产征迁.....	85
问题 7. 关于经营业绩.....	87
问题 8. 关于发行人以及发行人的实际控制人、董监高及相关人员的银行流水核 查情况.....	95

问题 1. 关于产品结构与创业板定位

申报文件和审核问询回复显示：

（1）发行人在反光布领域的毛利率低于同行业可比公司，发行人解释发行人的反光材料产品主要是反光布，而同行业公司反光材料产品中反光膜占比较多。其中，反光膜的毛利率总体高于反光布。

（2）发行人称除了继续在反光布领域的创新外，公司还积极进行技术难度较高的微棱镜型反光材料的研发，目前在研项目中有多个涉及反光膜领域，特别是在微棱镜型反光膜方面，公司已进行了深入准备，并计划未来进行产业化。

请发行人：

（1）披露发行人反光材料产品结构与同行业公司差异较大的原因及合理性，并结合反光布与反光膜产品的技术差异等，分析发行人是否具备生产反光膜的能力，发行人称在微棱镜型反光膜方面已进行深入准备并计划未来进行产业化的进度及依据。

（2）按照本所《审核关注要点》的要求，披露所属行业在新技术、新产业、新业态、新模式等方面近三年的发展情况和未来发展趋势，发行人取得的科技成果与产业深度融合的具体情况。

（3）按照《创业板首次公开发行股票注册管理办法（试行）》第三条、《深圳证券交易所创业板股票发行上市审核规则》第十九条等规定要求，披露各项主要业务在创新、创造、创意方面的具体特征。

（4）按照《公开发行证券的公司信息披露内容与格式准则第 28 号——创业板公司招股说明书（2020 年修订）》第十条规定要求，在招股说明书中删除涉及市场推广性宣传用语。

请保荐人发表明确意见，并说明判断发行人符合《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》推荐要求的具体依据，按照上述规定要求修改《关于发行人符合创业板定位要求的专项意见》。

回复：

一、发行人补充披露、说明事项

(一)披露发行人反光材料产品结构与同行业公司差异较大的原因及合理性,并结合反光布与反光膜产品的技术差异等,分析发行人是否具备生产反光膜的能力,发行人称在微棱镜型反光膜方面已进行深入准备并计划未来进行产业化的进度及依据。

1、发行人反光材料产品结构与同行业公司差异较大的原因及合理性,发行人是否具备生产反光膜的能力

发行人已于招股说明书“第六节 业务与技术”之“二、发行人所处行业基本情况及竞争状况”之“(六)行业内的主要企业及与可比公司关键指标的比较情况”部分补充披露如下:

“反光材料作为一种功能性复合材料,根据反光单元结构的不同可分成玻璃微珠型和微棱镜型,从制成形态上可以分为反光布和反光膜。

类型	反光原理	关键技术	适用产品	主要应用领域
玻璃微珠型	利用复合在基材上(布、PE膜等)的玻璃微珠层产生反光效果,将各个方向的光线进行回归反射	涂层和植珠技术、复合技术、胶粘剂配方与制备	反光布	职业安全防护、个人安全防护、消费类市场
			反光膜	道路交通标志标牌、车牌安全标识、广告牌、户外运动用品等
微棱镜型	通过模具在基材(如PVC)上利用光固化等特殊工艺制成棱镜型的微结构,入射光经棱镜的三个平面折射后进行回归反射	微结构设计、模具制造、微结构成型技术	反光膜(高等级)	高等级公路的标志牌等

反光布和反光膜各有其特色和适用领域,不存在相互替代。

玻璃微珠型反光材料的技术和工艺较为成熟,产品性能稳定、适应性强,应用领域非常广泛。目前,国内企业已全面掌握玻璃微珠型反光材料的生产技术和工艺,并在反光布和反光膜细分市场分别形成了行业领先企业,技术水平和产品质量在国际市场上也具有很强的竞争力。

微棱镜型反光材料由于具有很高的反光强度、良好的广角性能和识别、识读效果,主要作为高等级的反光膜,应用于高速公路的标志标牌等。目前,高端微

棱镜型反光材料市场主要被美国3M等少数国际企业所垄断，国内只有个别企业能从事该产品的生产。

对于玻璃微珠型反光材料，在技术和工艺方面，反光布和反光膜基本是相同的，运用的主要技术均为涂层、复合等技术工艺，主要的原材料、生产设备和工艺流程也基本相同，主要区别是玻璃微珠附着的基材不同，反光布的基材主要是化纤、涤棉等布基，反光膜的基材主要是PET、PVC等塑料膜。因此，行业内全面掌握了玻璃微珠型反光材料技术的企业，均能生产反光布和反光膜，本公司也完全拥有生产玻璃微珠型反光膜的技术能力。

由于反光布和反光膜的主要应用领域和下游客户差异较大，行业内企业根据自身的经营战略和市场定位，选择适合其自身发展的产品路线，进行差异化竞争，从而形成了各自的产品结构差异。根据公开披露信息，同行业公司的主营业务以及反光材料相关业务的具体情况如下：

公司名称	主营业务	反光材料及其制品相关业务	反光布产品
道明光学	反光材料及其制品、离型膜/纸、增光膜、铝塑膜等	反光材料及其制品相关业务是道明光学主营业务的其中一类，2019年收入占比68%左右； 产品包括反光膜（车牌膜、车身膜、广告膜、工程膜等）、反光布、反光热贴、反光服装、反光制品（反光油墨、反射器、三角架、标志标牌等），以反光膜为主。	根据年报披露，其反光布核心产品是阻燃警示带、工业水洗反光布等
苏大维格	国内领先的微纳结构产品制造和技术服务商，业务包括：公共安全防伪材料（防伪膜等）、新型显示光学材料（导光膜、超薄导光板）、反光材料、微纳光学设备四大板块	反光材料及其制品相关业务是苏大维格主营业务的其中一类，2019年收入占比37%左右； 产品包括反光膜、发光膜、反光布、以及相关反光制品，主要是反光膜。	未特别披露
夜光明	反光材料及其下游应用产品	产品包括反光布、反光膜、反光服饰、反光制品，以反光布为主。	反光布产品包括亮银系列、高亮系列、阻燃系列、热帖系列、花型系列反光布等
水晶光电	定位于光学光电子行业，业务包括：光学成像元器件、生物识别、薄膜光学面板、新型显示材料、反光材料等	反光材料及其制品相关业务是水晶光电主营业务的其中一类，2019年收入占比6%左右； 产品包括反光膜、反光布、以及相关反光制品。	阻燃、TC、热贴等
领航科技	反光材料及其延伸产品、新	产品包括玻璃微珠、反光布、反光涂料、	未特别披露

	型节能光学膜（片）材料	反光油墨等,以反光布和玻璃微珠为主。	
发行人	反光材料及其制品	产品包括反光布、反光热贴、反光服饰、其他反光制品（反光织带、反光包边条、反光刻图等），以反光布为主。	反光布产品品类齐全，涵盖批量化产品、定制化产品

报告期内，公司反光材料产品主要为反光布，同行业公司中夜光明、领航科技的产品结构也以反光布为主，而道明光学、苏大维格、水晶光电的反光材料产品结构主要为反光膜。

就本公司而言，尽管反光膜的毛利率总体高于反光布，公司也完全具有生产反光膜的技术能力，但现阶段公司未从事反光膜的生产和销售，主要是公司根据自身的经营战略和市场定位，选择适合自身发展的产品路线，进行差异化竞争。由于职业防护市场对反光布的需求具有刚性、重复消费的特点，市场需求预期稳定，并且反光布在消费市场的潜在需求巨大，具有广阔的成长空间，因此，公司根据目前自身的经营规模、资金实力等因素，确定了以反光布作为现阶段自身发展的核心产品，深耕细分市场，通过实施全品类战略，以满足不同客户群体的多样化需求，不断提高产品的性价比和市场竞争力，通过差异化的市场策略以形成自己的市场竞争优势。

综上，公司与同行业公司产品结构的差异主要是各个公司的经营战略和市场定位不同所致，符合市场实际情况，具有合理性。”

2、发行人在微棱镜型反光膜产业化方面的进度和依据

发行人已于招股说明书“第二节 概览”之“五、发行人自身的创新、创造、创意特征，科技创新、模式创新、业态创新和产业融合情况”之“（三）公司关于符合创业板定位的说明”部分补充披露如下：

“公司确定以模压型棱镜反光膜产品作为产业化目标。在产品方案上，公司已确定了超强级反光膜和大角度微棱镜型反光膜的技术路线、生产所需的相关设备、与公司现有厂房和产线相适配的生产工艺方案、生产所需的原辅材料和模具规格等。公司在微棱镜型反光膜的光度性能、色度性能、耐弯曲性能、耐高低温性能、耐候性能等性能研究方面有了一定的技术积累。

报告期内，公司在微棱镜型反光膜方面的研发投入累计达到631.11万元。截至目前，公司已取得的相关专利包括：一种棱镜型花式反光热贴膜

(ZL201921420994.7)、一种棱镜型花式反光制品(ZL201921421592.9)等。

2019年公司开始进行试验产线的建设,投资208万元从国外进口了压棱镜热压设备和相关配套模具,并已完成安装与调试,目前开始进入样品试制阶段。”

(二)按照本所《审核关注要点》的要求,披露所属行业在新技术、新产业、新业态、新模式等方面近三年的发展情况和未来发展趋势,发行人取得的科技成果与产业深度融合的具体情况。

发行人已于招股说明书“第二节 概览”之“五、发行人自身的创新、创造、创意特征,科技创新、模式创新、业态创新和产业融合情况”之“(二)公司科技创新与产业融合情况”部分补充披露如下:

“(二)公司科技创新与产业融合情况

1、反光材料行业最近三年在“四新”方面的发展情况和未来发展趋势

(1)玻璃微珠型反光材料领域

新的涂胶、复合技术的开发和应用,实现了新型反光布产品的产业化,通过将这种功能性新材料应用于下游服装、箱包、鞋帽、户外运动用品等行业,打开了下游消费市场的需求空间,极大地拓展了反光材料的应用领域,催生了新的产业发展方向。

新的产业政策方面,2017年9月公安部道路交通安全管理标准化技术委员会颁布了《机动车运行安全技术条件》(GB7258-2017),要求从2018年起新出厂机动车必须配备一件反光背心。该规定的出台,表明了国家和政府对道路交通人身安全的重视,为我国反光材料产业新增了长期稳定的市场需求。

新的市场需求方面,在电子商务和互联网经济的推动下,快递、外卖、代驾等新兴行业快速发展,从业人员增长迅速,这些行业的从业人员也纷纷穿戴有反光材料的制服,同时,随着个人安全防护意识的增强,也带动了户外运动用品市场对反光材料的需求。

从行业未来发展趋势看,一方面,通过技术和工艺的改进和创新,开发新的具有特殊功能的反光材料产品,不断提升产品的性能,扩大产品的应用场景和适用群体;另一方面,新的产业发展方向将加快,新型花式反光布产品在下游消费

市场的应用不断拓展，个性化、定制化的需求将日益增长。

（2）微棱镜型反光材料领域

由于微棱镜型反光膜由于具有具有很高的反光强度、良好的广角性能和识别、识读效果，主要作为高等级的反光膜，应用于高速公路的标志标牌等，长期以来一直被美国3M等少数几家国际企业所垄断。

最近几年，国内反光材料行业的一些领先企业也逐步加大了微棱镜型反光材料的研发投入和投入，个别企业已开始进行产业化生产。

从行业未来发展趋势看，一方面，微棱镜型反光膜产品本身的技术工艺也将不断进行升级改进，从注重远距离识别性的截角棱镜和注重近距离大角度识读性的截角棱镜，到兼顾远距离识别性能和近距离识读性能的全棱镜，以及这些棱镜技术与新型材料技术相结合的新型棱镜型反光膜；另一方面，国内领先企业将持续进行投入，不断加快追赶步伐，国产替代进程加快。”

2、公司所取得的科技成果与产业深度融合的具体情况

公司以自主研发和创新驱动发展，紧盯行业发展趋势，经过十多年的持续投入，取得了众多的科技成果，包括172项专利（其中发明专利22项）、6项非专利核心技术以及大量的工艺配方等，并将科技成果产业化，运用于生产实践中，获得了良好的经济效益，也推动了行业向前发展。

公司系高新技术企业，2020年12月被国家工业和信息化部列入第二批公布的“专精特新小巨人”。同时，公司还是浙江省创新型示范中小企业、浙江省专利示范企业，公司研发中心被认定为浙江省省级企业研究院、浙江省高新技术企业研究开发中心。

公司的科技创新与产业融合具体表现在以下方面：

（1）在传统应用领域通过研发新的具有特殊性能的产品，进一步拓展了反光布的应用场景和适用群体

反光布的传统应用起源于道路交通安全，主要是交警、环卫、路政等道路交通地面作业人员，后逐步扩展到其他职业群体。在一些特定的场合，对反光布的性能提出特别的要求，如防静电、防水、防火、耐候性、耐洗性等。针对这种情

况，公司研发出耐重工业水洗反光布、防静电反光布、阻燃反光布等特殊性能的反光布以及相应的生产生产工艺，并已实现产业化。

公司相应取得的科技成果包括：“高硬度可成型反光产品及制作方法”（ZL200910154232.1）、“抗破坏反光布的制作方法”（ZL201210116812.3）、“防水基材专用反光热贴膜及粘接方法”（ZL201210116838.8）、“一种耐重工业水洗反光布的制备工艺”（ZL201410501027.9）、“一种抗静电反光布及其制备方法”（ZL201510364516.9）等多项具有特殊性能的反光布发明专利。

（2）公司通过研发创新，将新的技术工艺引入反光材料行业，开发出新型的反光布产品，拓展了反光材料的应用领域，推动了新的产业方向发展

公司借鉴印刷行业凹版印刷的技术工艺，创新性引入反光布的制作中，研发设计了一种凹版涂胶装置，并获得发明专利。该装置采用全自动电脑激光雕刻与酸液腐蚀相结合制备而成，适用于各种大花纹、线条、尖角等各种精细图案，成功实现了新型花式反光布的工业化生产，已成为公司的核心技术之一。

公司相应取得的科技成果包括：“花式反光布制备技术”等核心技术，以及一种花式反光面料大花纹图案的凹版上胶装置及上胶方法（ZL201610502217.1）、“一种高效率宽幅透气花式反光材料及其制备方法”（ZL201510527028.5）、“一种花式反光布及其制备方法”（ZL201510526240.X）、“一种宽幅透气花式反光材料及其制备方法”（ZL201510524130.X）等多项发明专利。

总体而言，公司的科技成果主要体现在拥有的核心技术和各项专利上，与产业发展深度融合，切合了行业不断向深度和广度发展的趋势。

（三）按照《创业板首次公开发行股票注册管理办法（试行）》第三条、《深圳证券交易所创业板股票发行上市审核规则》第十九条等规定要求，披露各项主要业务在创新、创造、创意方面的具体特征。

发行人已于招股说明书“第二节 概览”之“五、发行人自身的创新、创造、创意特征，科技创新、模式创新、业态创新和产业融合情况”之“（一）公司在创新、创造、创意方面的具体特征”部分补充披露如下：

“（一）公司主要业务在创新、创造、创意方面的具体特征

公司自设立以来始终坚持以创新为发展驱动力,以自主研发和创新实现可持续发展,经过多年的自主研发和积累,公司已拥有行业领先的技术实力,公司在创新、创造、创意方面的具体特征如下:

1、公司具有持续的产品创新能力,拥有满足市场多样化需求和定制化需求的能力

(1) 产品特殊性能的拓展与创新:在传统职业安全防护领域,公司不断对反光布产品进行特殊性能的研发和创新,以适应不同用户群体的需求

在职业安全防护领域,公司反光布主要用于各种职业工装,如交警、环卫、消防、建筑、采掘、石油化工、机场、港口地勤等。这些行业对户外作业人员配着反光警示服具有强制性规定,属于刚性需求,对反光布的可靠性、稳定性和性价比要求较高。

公司通过研发创新不断对产品的各项性能进行优化,在耐候性、耐洗性、防静电、防水、防火、材料强度等各个方面对传统反光布进行提升和拓展,从而极大的满足了不同用户群体的需求,适应更多的应用场景。

公司已取得:“高硬度可成型反光产品及制作方法”(ZL200910154232.1)、“抗破坏反光布的制作方法”(ZL201210116812.3)、“防水基材专用反光热贴膜及粘接方法”(ZL201210116838.8)、“一种耐重工业水洗反光布的制备工艺”(ZL201410501027.9)、“一种抗静电反光布及其制备方法”(ZL201510364516.9)等多项具有特殊性能的反光布发明专利。

(2) 新型花式反光布产品的创新,开拓了反光材料的新应用领域

在传统的安全防护功能外,公司积极挖掘反光元素的时尚感、酷炫感和设计感,研发设计出多个富含时尚元素的新型反光布,如花式反光布、炫彩反光布等。

公司最近 3 年已取得:“COMPOSITE GLUE COATING DEVICE AND PREPARATION METHOD FOR FANCY REFLECTIVE MATERIAL USING THE SAME”(US10338283B2)、“一种高效率宽幅透气花式反光材料及其制备方法”(ZL201510527028.5)、“一种花式反光布及其制备方法”(ZL201510526240.X)、“一种宽幅透气花式反光材料及其制备方法”(ZL201510524130.X)等多项新型反光布发明专利。

传统反光布产品，玻璃微珠是均匀涂层在整幅基布上，整幅反光布外观是均一的；而花式反光布，玻璃微珠是采用特殊工艺技术按照一定的造形图案涂层在基布上，附着有玻璃微珠的地方具有反光效果，没附着玻璃微珠的地方就是正常的基布底色，通过图案花样设计、色彩搭配和材质的选择，使得传统的反光布可以成为功能性面料，在保持良好反光效果的同时兼顾了作为面料的手感、舒适性和实用性，可广泛应用于下游服饰、箱包、鞋帽、户外用品等行业，能为这些行业的产品提供时尚新潮的元素，从而达到提升美观性、彰显产品个性的效果。同时，新型反光布涉及的花色、样式、材质等多种多样，会面临很多个性化、定制化需求，对创意和设计要求较高。因此，这些新型反光布产品不仅开拓了反光材料的新应用领域，也丰富了行业的内涵。

2、公司具有持续的技术和工艺创新能力，通过技术和工艺创新实现提升产品品质、降低生产成本

反光材料的关键生产环节有植株、涂胶、镀膜、复合等，公司围绕这些关键的生产环节持续进行技术与工艺的创新和改进，以实现优化生产流程、降低生产成本。

在植株环节上，公司拥有“高固含量水性胶植珠工艺及生产线”（ZL201410224196.2）等发明专利与非专利技术，依托公司自主研发的技术，公司在植株环节大幅提升了胶水涂布的稳定性，减少了人为因素对植株均匀性的干扰，并减少了后续烘干步骤的时间周期，在提升产品质量一致性的同时简化了生产流程、降低生产成本。

在涂胶环节上，公司拥有“一种自交联水性植珠胶及其制备方法与应用”（ZL201610728187.6）等发明专利与非专利技术。公司研发生产的该胶粘剂，采用常温自交联单体，大大提高植珠胶的内聚强度，以及对 PET 的附着力，避免了在复合剥离过程中植珠胶的剥破而残留在反光布上，能有效提高产品的反光亮度指标。

在镀膜环节上，公司拥有“贴合式卷绕真空镀铝机及反光警示带的制作方法”（ZL201310025298.7）等发明专利与非专利技术。依靠公司自主研发的镀铝设备及工艺，公司反光布在镀铝后形成分界线清晰的镀铝区与非镀铝区，产品性能得

到根本性的提高,且该设备适用于多样化的产品规格与尺寸,减少了模具的使用,提高了生产效率与生产可操控性。

截至2020年6月30日,公司拥有涉及技术与工艺创新方面的发明专利9项、实用新型专利27项。公司在各个关键步骤上持续创新突破,为公司产品技术的后续升级迭代提供可靠保障。

报告期内,公司正是通过技术工艺的持续改进和优化以及规模效应,使得主要原材料的单耗不断下降,从而降低了单位成本,提升了盈利水平。

3、公司具有持续开发和升级主要生产设备,通过关键生产设备的创新、创造以实现充分发挥自身技术工艺特点的能力

公司许多核心生产设备均是自主研发设计和创新,契合了技术工艺的创新和改进,体现了自身的技术和工艺特点,从而能发挥最大的工艺效能。

例如,为生产新型花式反光布,公司自主发明创造了一种凹版涂胶装置,并获得发明专利(ZL201610502217.1 一种花式反光面料大花纹图案的凹版上胶装置及上胶方法)。该装置采用全自动电脑激光雕刻与酸液腐蚀相结合制备而成,适用于各种大花纹、线条、尖角等各种精细图案,并研发了纯棉、氨纶、锦纶、化纤、混纺等多种服饰用面料作为基布的花式反光布生产工艺,成功实现了新型花式反光布的工业化生产,已成为公司的核心技术之一。除此以外,公司在核心生产设备设计上拥有的发明专利还包括:“一种粘辊转移植珠装置”(ZL201520322567.0)、“一种PE复合膜静电释放装置(ZL201520322722.9)”、“间隙涂布涂胶装置和逗号刮刀涂布机”(ZL201721342203.4)、“一种切丝机收卷卷芯的快速装卸装置”(ZL201820216431.5)、“一种植珠部微珠自动加料系统”(ZL201820438213.6)等。

总体而言,公司的创新、创造、创意最终体现在公司所拥有的核心技术、取得的各项发明专利以及产品的市场竞争力等方面。截至2020年6月30日,公司已经取得专利172项,其中,发明专利22项、实用新型专利59项、外观专利91项。”

（四）按照《公开发行证券的公司信息披露内容与格式准则第 28 号——创业板公司招股说明书（2020 年修订）》第十条规定要求，在招股说明书中删除涉及市场推广性宣传用语。

为更加客观、全面的披露公司所处行业的情况及公司产品信息，公司已对招股说明书中可能涉及市场推广性宣传用语的内容进行了梳理和修订，确保符合《公开发行证券的公司信息披露内容与格式准则第28号——创业板公司招股说明书（2020年修订）》的规定要求。具体删除的内容如下：

1、删除了招股说明书中“第二节 概览”之“四、主营业务经营情况”以及“第六节 业务与技术”之“一、公司主营业务、主要产品及变化情况”之“（一）公司主营业务”中的如下表述：

“凭借先进的技术水平和领先的产品品质，公司在业内建立了良好的品牌知名度，拥有广泛的用户群体，与下游多家著名品牌企业建立了长期稳定的合作关系。”

2、删除了招股说明书“第二节 概览”之“五、发行人自身的创新、创造、创意特征，科技创新、模式创新、业态创新和产业融合情况”之“（一）公司在创新、创造、创意方面的具体特征”以及“第六节 业务与技术”之“二、发行人所处行业基本情况及竞争状况”之“（七）发行人的竞争优势”中2019年9月公司参加法国巴黎国际面料展（TEXWORLD 2019）公司反光面料产品应用专场展示的现场照片。

3、修改招股说明书“第六节 业务与技术”之“二、发行人所处行业基本情况及竞争状况”之“（七）发行人的竞争优势”以及“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“三、盈利能力或财务状况的主要影响因素分析”之“（一）影响收入、成本、费用和利润的主要因素”相关表述，将“强大的自主研发创新能力”修改为“具备自主研发创新能力”。

二、中介机构的核查及意见

（一）核查程序

保荐机构履行的主要核查程序如下：

- 1、查阅了同行业公司的公开披露信息，了解其经营情况，就其主营业务、产品构成与发行人进行对比分析；
- 2、取得并查阅了相关研究机构的行业研究报告，了解反光材料行业在新技术、新产业、新业态、新模式等方面近三年的发展情况和未来发展趋势；
- 3、与发行人相关人员进行访谈，了解公司的主营业务和产品构成、下游应用领域及主要客户、核心技术及技术先进性、在研项目及其进展情况、未来发展规划，了解和分析公司在创新、创造、创意方面的具体特征，了解和分析公司科技创新与产业融合情况等；
- 4、核查了发行人的专利取得情况；
- 5、查阅了证监会《上市公司行业分类指引》（2012 年修订）、《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》等法律法规，对比分析发行人是否符合相关规定。

（二）核查意见

经核查，保荐人认为：

- 1、发行人具备反光膜的生产能力，发行人与同行业公司产品结构的差异主要是各个公司的经营战略和市场定位不同所致，符合市场实际情况，具有合理性；发行人在微棱镜型反光膜产业化方面的进度符合其披露情况，相关依据充分；
- 2、发行人已充分披露了所属行业在新技术、新产业、新业态、新模式等方面近三年的发展情况和未来发展趋势，取得的科技成果与产业深度融合的具体情况，披露信息准确，符合发行人真实情况；
- 3、发行人已补充披露了公司在创新、创造、创意方面的具体特征，披露信息准确，符合发行人真实情况；
- 4、发行人已在招股说明书中删除涉及市场推广性宣传用语；
- 5、发行人符合创业板定位要求，具体依据如下：发行人为高新技术企业，所属行业反光材料行业为证监会《上市公司行业分类指引》（2012 年修订）中的“C26 化学原料和化学制品制造业”，不属于《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》中的负面清单行业；发行人以创新为发展驱动力，具

有良好的自主研发和创新能力，具有突出的创新、创造、创意方面的特征；发行人的创新能力、取得的科技成果与产业发展深度融合；发行人具有良好的成长性，未来发展前景良好；

6、保荐人已按照《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》的相关要求修改并重新出具《关于发行人符合创业板定位要求的专项意见》。

问题 2. 关于主要客户

申报文件和审核问询回复显示：

（1）广州夜安反光材料有限公司、易视光学科技（广州）有限公司受同一控制方控制。发行人解释广州夜安反光材料有限公司的执行董事兼总经理、股东王义勤与监事胡前佳为夫妻关系；胡前佳与易视光学科技（广州）有限公司的执行董事兼总经理、股东胡以勒为父子关系。广州夜安反光材料有限公司、易视光学科技（广州）有限公司的办公地址相同和收货地址相同。

（2）广州夜安反光材料有限公司 2018 年与发行人首次合作，2019 年成为发行人第一大客户。发行人解释主要是受反光材料下游消费市场应用快速增长的影响。

（3）报告期各期，保荐人、申报会计师对广州夜安反光材料有限公司和易视光学科技（广州）有限公司执行了走访、函证、大额测试、期后回款测试程序。报告期各期，广州夜安反光材料有限公司通过走访和函证确认的销售额占账面销售额的比例分别为 95.25%、117.20%、100.00%和 100.00%。其中，广州夜安反光材料有限公司 2017 年和 2018 年通过走访和函证确认的销售额与账面销售额有差异，差异金额分别为-9.61 万元、34.56 万元。保荐人、申报会计师称，通过执行替代测试，回函差异原因系发行人与客户入账时间性差异以及客户入账串户，回函差异部分金额通过替代测试可以得到确认。

请发行人：

（1）说明发行人回复的广州夜安反光材料有限公司、易视光学科技（广州）有限公司的亲属关系及地址相同等，与发行人披露两家公司受同一控制方控制是否存在必然联系。

（2）披露发行人与广州夜安反光材料有限公司、易视光学科技（广州）有限公司的合作历史，并对报告期内主要客户销售金额变动较大的情况作进一步解释。

(3) 结合报告期内广州夜安反光材料有限公司、易视光学科技（广州）有限公司的销售金额、应收账款的期后收款情况，说明通过走访和函证确认的销售额与账面销售额差异系发行人与客户入账时间性差异以及客户入账串户的合理性，以及“客户入账串户”的具体背景及原因。

(4) 说明主要客户中是否存在其他受同一控制方控制的客户情况，相关股东及自然人与发行人、发行人股东、实际控制人、董监高以及其他核心人员是否存在关联关系。

请保荐人、申报会计师发表明确意见，并说明对发行人销售收入真实性的核查过程及结论，对主要客户核查是否充分，执行的走访、函证、大额测试、期后回款测试等核查程序是否充分，并提供相关底稿。

请发行人律师对问题（1）、（4）发表明确意见。

回复：

一、发行人补充说明及披露事项

(一)说明发行人回复的广州夜安反光材料有限公司、易视光学科技(广州)有限公司的亲属关系及地址相同等,与发行人披露两家公司受同一控制方控制是否存在必然联系

广州夜安反光材料有限公司、易视光学科技（广州）有限公司的基本情形如下：

序号	客户名称	法定代表人/主要负责人	股东/投资人情况	董事/执行董事、监事、高级管理人员	住所	办公场所
1	广州夜安反光材料有限公司	王义勤	王义勤（100%）	王义勤（执行董事兼总经理）、胡前佳（监事）	广州市海珠区新港西路82号自编B-4区A2248、A2249展厅	广州市海珠区新港西路82号广州轻纺交易园A区2楼
2	易视光学科技（广州）有限公司	胡以勒	胡以勒（100%）	胡以勒（执行董事兼总经理）、孟伟（监事）	广州市海珠区江南大道中100号1406房（仅限办公用途）	广州市海珠区新港西路82号广州轻纺交易园A区2楼

关联关系	胡前佳与王义勤为夫妻关系，胡以勒为胡前佳与王义勤夫妇之子	-	办公场所相同
------	------------------------------	---	--------

关于认定广州夜安、易视光学受同一控制方控制的依据：

1、访谈过程中了解，广州夜安主要定位从事内贸业务，易视光学主要定位从事外贸业务，尽管家庭成员具体分工有所不同，但广州夜安、易视光学的重大经营和财务政策均由胡前佳、王义勤夫妻以及其儿子胡以勒共同商量确定。2020年1月5日对胡前佳再次访谈时，确认两家公司都是他们家庭共同控制的。

2、胡前佳、胡以勒均参与两家公司的具体经营事宜。他们与发行人进行业务往来时，对接人为胡前佳、胡以勒、周志新（他们公司的业务员），向发行人下订单时，胡前佳不仅下广州夜安的订单，也会下易视光学的订单；同样，胡以勒下订单时，也会负责下两个公司的订单。因此，他们家是将两个公司的业务纳为一体，共同进行管理的。

3、两个公司合署办公，经营地址在同一个地方，仓库也是同一个仓库。

综合以上情况，确认广州夜安、易视光学为同受该家庭成员三人共同控制，认定依据充分。

首次申报文件中招股说明书披露前五大客户销售金额及占比时，披露的广州夜安销售数据为两个公司的合并金额，数据披露无误，但未详细说明这个金额是包含了广州夜安和易视光学两个公司，以及认定这两个公司受同一控制方控制的依据和实际控制人具体是谁，披露信息不详尽。现已根据问询函的意见，对招股说明书的相关披露进行了补充完善。

（二）披露发行人与广州夜安反光材料有限公司、易视光学科技（广州）有限公司的合作历史，并对报告期内主要客户销售金额变动较大的情况作进一步解释

1、披露发行人与广州夜安反光材料有限公司、易视光学科技（广州）有限公司的合作历史，说明安徽通途注销的原因；

发行人已于招股说明书“第六节 业务与技术”之“三、发行人销售情况和主要客户”之“（四）报告期内向前五名客户销售情况”部分补充披露如下：

“胡前佳为安徽省六安市霍邱县人，以前曾是安徽合肥百瑞得反光材料有限公司的业务员，该公司是中国中铁四局集团下属企业，为国内最早从事反光材料生产的企业之一。2007 年左右，胡前佳自己开始创业，在安徽设立安徽通途反光材料有限公司，从事反光材料业务。因此，胡前佳从事反光材料行业历史很久，很早就与星华反光认识，报告期以前，胡前佳的安徽通途反光材料有限公司与星华反光就开始有业务往来。

在业务开展过程中，胡前佳觉得广州作为国内轻纺产品的集散地，交易市场活跃，并且也有广交会等进出口交易的平台，因此业务重心逐渐转到广州，2014 年开始先后在广州设立易视光学科技（广州）有限公司、广州夜安反光材料有限公司等公司。广州夜安反光材料有限公司 2017 年开始与发行人进行业务合作，易视光学科技（广州）有限公司 2019 年也开始与发行人进行业务合作。目前广州夜安反光材料有限公司、易视光学科技（广州）有限公司与发行人均保持稳定的合作关系。

由于胡前佳家庭早已定居广州，安徽通途反光材料有限公司后期也未开展业务，因此2020年6月胡前佳将该公司注销。”

2、关于广州夜安和易视光学其自身的销售规模，向发行人的采购占其采购总额的比例，报告期内增长较快的原因，双方合作是否稳定，未来是否具有可持续性；除上述公司外，报告期内，胡前佳家庭控制的其他企业与发行人之间是否存在交易；

根据对该两家公司的访谈，报告期内，广州夜安和易视光学自身的销售规模如下：

单位：万元				
客户名称	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
广州夜安	2,020	4,800	2,460	1,890
易视光学	360	1,000	185	—
合计	2,380	5,800	2,645	1,890

广州夜安和易视光学的都是从事反光材料、反光制品的销售业务，不经营其他业务，主要经营产品包括：反光布、反光热贴等反光材料，以及反光织带、反光晶格等反光制品，客户数量有上百家。报告期内，这两家公司自身的销售收入

增长较快，经营情况良好。

广州夜安和易视光学从星华反光采购的产品主要为反光布、反光热贴等，主要是用于作为面料，用于下游服装、职业装、箱包、鞋帽等产品的生产。除了向星华反光采购外，该两家公司还向道明光学、领航科技、合肥路明反光材料有限公司、浙江海川安全防护用品有限公司等供应商采购反光材料及相关制品。

2017—2018 年，该两家公司向星华反光合计采购的金额较少，占他们采购金额的 10%左右；2019 年、2020 年 1-6 月，向星华反光的采购占比上升，占两家公司采购总额的 40—50%左右，主要原因是 2019 年以来反光布在消费市场的需求增长较快，而星华反光应用于这一领域的产品比较有市场竞争力，因此，向星华反光的采购金额大幅增长。

发行人已与上述两家公司建立了稳定的合作关系，这两家公司采购的反光材料也主要是侧重应用于消费市场，并且自身经营情况良好，因此，发行人与这两家公司的合作稳定、具有可持续性。

除了广州夜安、易视光学、安徽通途反光材料有限公司（已注销）外，根据企查查等系统查询，胡前佳、王义勤、胡以勒家庭投资控制的企业还包括：

公司名称	设立时间	股权结构	说明
易视反光材料（广州）有限公司	2019.12.03	胡以勒持股 80% 孟伟持股 20%	孟伟系胡以勒之配偶； 该公司目前无实质业务

报告期内，发行人只与广州夜安、易视光学发生过业务往来，不存在与安徽通途反光材料有限公司、易视反光材料（广州）有限公司发生业务往来的情形。

3、报告期内，广州夜安和易视光学是否通过第三方回款，说明具体情况

报告期以前，胡前佳当时以安徽通途与发行人进行业务往来时，存在通过其下游客户金华睿鹏防护用品有限公司、金华市顺通反光材料有限公司、泉州市永春明旺商贸有限公司、上海箭柏实业有限公司、永康市箭宁反光制品厂等进行回款，主要原因系安徽通途出于相互清账等需要让其合作伙伴直接支付货款给发行人。

广州夜安从 2017 年开始与发行人进行业务往来，报告期内，仅 2017 年存在通过其下游客户金华顺通进行回款的情形，当年发行人向广州夜安的销售金额

为 202.11 万元,其通过金华市顺通反光材料有限公司进行回款 35.27 万元,2018 开始,广州夜安均由自己进行回款,不再有第三方回款情形。

易视光学从 2019 年开始与发行人进行业务往来,易视光学一直是自己进行回款,不存在第三方回款情形。

报告期内,发行人第三方回款金额分别为 3,273.07 万元、2,911.94 万元、1,937.94 万元和 1,113.97 万元,呈逐年下降趋势。

4、对报告期内主要客户销售金额变动较大的情况作进一步解释

发行人前五大直接客户以及前五大贸易商客户在报告期内的销售额及变动原因如下：

单位：万元

序号	客户名称	主要产品	直接客户/贸易商	2020年1-6月	2019年	2018年	2017年	报告期内销售金额变动较大的主要原因
1	PORTWEST Ltd	反光材料	直接客户	605.93	1,737.01	1,274.50	520.78	报告期内，公司对其销售额总体呈现逐年增长态势，主要系该公司 2018 年新建了工厂，新厂投产后采购需求持续增长；2020 年 1-6 月较上年同期下降 49.36%，主要是该客户生产受到疫情影响，采购额有所下降。
2	宁波翔宏工贸有限公司	反光材料	直接客户	421.11	781.96	1,158.16	835.32	该客户向发行人采购的反光材料主要用于生产反光服饰并进一步出口，报告期内，公司对其销售额总体呈现先增后降的波动趋势，主要系 2019 年中美贸易摩擦影响其反光服饰出口，进而影响其对公司反光材料的采购额。
3	BUNZL PLC	反光服饰	直接客户	518.49	640.08	1,309.21	1,085.33	报告期内，公司对其销售额总体呈现波动趋势，主要系 2019 年受中美贸易摩擦影响，该客户对公司反光服饰的采购金额下降。
4	客户 A	反光材料	直接客户	439.50	819.60	836.92	798.64	总体稳定
5	Lomounto Trading Ltd./ HONG KONG JOYFUL TRADING LIMITED /DROMEX	反光材料	直接客户	359.46	226.44	245.10	519.71	报告期内，公司对其销售额总体呈现波动趋势，主要系客户自身采购需求变化所致。
6	佛山市嘉峻制衣有限公司	反光材料	直接客户	165.42	726.51	609.92	376.65	报告期内，公司对其销售额总体呈现增长趋势，主要原因系客户自身经营需求增长带动了对公司的采购增加，2020 年 1-6 月公司对其销售额下降，主要系该客户采购渠道有所有变化，导致对公司采购额下降。
7	杭州亮威安全防护用品	反光材料	直接客	357.37	709.44	402.37	241.48	报告期内，公司对其销售额呈逐年增长趋势，主要系

序号	客户名称	主要产品	直接客户/贸易商	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年	报告期内销售金额变动较大的主要原因
	有限公司		户					该客户自身经营需求增长带动了对公司的采购增加。
8	宁波市双禾服饰有限公司/兰溪市双禾制衣有限公司	反光材料	直接客户	225.42	556.77	839.79	555.98	该客户向发行人采购的反光材料主要用于生产反光服饰并进一步出口，报告期内，公司对其销售额总体呈现先增后降的波动趋势；其中，2019 年下降主要系受中美贸易摩擦影响其反光服饰出口，进而影响其对公司反光材料的采购额。
9	RADIANS,INC	反光服饰	直接客户	273.78	297.29	469.00	1,082.33	报告期内，公司对其销售额总体呈逐年下降趋势，主要系该客户自身经营受市场竞争影响导致整体采购量下降。
10	广东优光反光材料有限公司	反光材料	贸易商	783.60	1,722.47	1,503.54	339.74	报告期内，公司对其销售额呈逐年增长趋势，主要系该客户自身采购需求的增长，且用于消费市场的反光布的采购增长较快。
11	广州夜安反光材料有限公司/易视光学科技（广州）有限公司	反光材料	贸易商	714.32	2,073.82	200.91	202.11	报告期内，公司对其销售额总体呈大幅增长趋势，主要系反光布下游消费市场应用快速增长导致该客户采购额增长较快。
12	苏州亮点安全防护用品有限公司	反光材料	贸易商	236.50	323.68	162.82	23.16	报告期内，公司对其销售额呈逐年增长趋势，主要系该客户自身经营需求增长带动了对公司的采购增加。
13	苏州迅筱纺织有限公司	反光材料	贸易商	186.19	103.84	-	-	2019 年新增的客户，主要向公司采购应用于消费市场的反光布。
14	北京月之冕工贸有限公司	反光材料	贸易商	173.60	330.13	193.37	41.92	报告期内，公司对其销售额呈逐年增长趋势，主要系该客户自身经营需求增长带动了对公司的采购增加。
15	苏州市肯慧纺织有限公司	反光材料	贸易商	-	581.45	-	-	2019 年开始采购，采购的反光材料主要用于下游消费市场，2020 年 1-6 月受疫情影响未向公司采购。
16	杭州跃盾进出口有限公司	反光材料	贸易商	22.05	385.51	280.95	9.09	该客户采购发行人产品主要用于出口，2017-2019 年，公司对其销售额增长较快，主要系该客户自身经营需求增长带动了对公司的采购增加；2020 年 1-6 月受疫

序号	客户名称	主要产品	直接客户/贸易商	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年	报告期内销售金额变动较大的主要原因
								情影响较上年同期大幅下降。
17	金华明盾防护用品有限公司	反光材料	贸易商	52.94	357.03	131.17	26.42	该客户采购的反光材料主要用于下游消费市场，2017-2019 年，公司对其销售额增长较快，主要系该客户自身经营需求增长带动了对公司的采购增加；2020 年 1-6 月受疫情影响较上年同期大幅下降。
18	金华海威贸易有限公司	反光材料	贸易商	140.51	280.36	235.38	157.93	报告期内，公司对其销售额呈逐年增长趋势，主要系该客户自身经营需求增长带动了对公司的采购增加。
19	南京易通纺织科技有限公司	反光材料	贸易商	126.38	211.41	226.68	112.70	总体稳定
20	客户 I	反光材料	贸易商	-	103.92	205.87	-	2018 年开始与公司业务合作，2019 年受贸易摩擦影响采购额下降，2020 年 1-6 月受疫情影响未采购。
21	温州市五机化医外贸有限公司	反光材料	贸易商	82.55	203.05	199.32	445.00	该客户因自身经营原因采购额总体呈下降趋势。
22	杭州中财物资有限公司	反光材料	贸易商	-	160.11	74.47	369.94	该客户因自身经营原因采购额总体呈下降，2020 年未与公司发生业务。
23	深圳一达通企业服务有限公司	反光材料	贸易商	-	-	32.50	336.12	该客户因自身经营原因 2019 年后未与公司再合作。
24	安福诺（上海）贸易有限公司	反光材料	贸易商	84.60	233.73	139.53	204.07	有一定波动性，但发行人对其总体销售金额较小，2020 年 1-6 月受疫情影响较上年同期有所下降。

(三) 结合报告期内广州夜安反光材料有限公司、易视光学科技(广州)有限公司的销售金额、应收账款的期后收款情况,说明通过走访和函证确认的销售额与账面销售额差异系发行人与客户入账时间性差异以及客户入账串户的合理性,以及“客户入账串户”的具体背景及原因

1、广州夜安反光材料有限公司、易视光学科技(广州)有限公司的销售金额、应收账款的期后收款情况

广州夜安反光材料有限公司(以下简称“广州夜安”)和易视光学科技(广州)有限公司(以下简称“易视光学”)报告期内的销售金额如下:

单位:万元

公司	2020年1-6月	2019年度	2018年度	2017年度
广州夜安	567.24	1,490.63	200.91	202.11
易视光学	147.08	583.20	-	-
合计	714.32	2,073.82	200.91	202.11

截至2020年8月31日,广州夜安反光材料有限公司的应收账款期后收款情况如下:

单位:万元

公司名称	项目	2020.6.30	2019.12.31	2018.12.31	2017.12.31
广州夜安	应收账款余额	306.87	275.83	177.92	133.99
	期后回款金额 (截至2020年8月31日)	306.87	275.83	177.92	133.99
	期后回款比例	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%
易视光学	应收账款余额	49.99	96.82	-	-
	期后回款金额 (截至2020年8月31日)	49.99	96.82	-	-
	期后回款比例	100.00%	100.00%	/	/

截至2020年8月31日,广州夜安、易视光学应收账款余额期后已全部收回。

2、说明通过走访和函证确认的销售额与账面销售额差异系发行人与客户入账时间性差异以及客户入账串户的合理性,以及“客户入账串户”的具体背景及原因

(1) “客户入账串户”的具体背景、原因及合理性

2018年广州夜安将其他供应商的24.95万元的采购记录在发行人名下，由此导致公司账面记录的销售金额与夜安的采购金额及往来款余额存在差异，后续公司在定期与客户对账过程中，广州夜安发现了该记账串户，对应付发行人的应付款余额进行了更正，更正后2018年末广州夜安与公司的往来款余额一致，截至2019年3月7日，公司对广州夜安2018年末的应收款余额已全部收回。广州夜安针对此次差异只对应付款进行账务更正，并未对采购的发生额明细进行及时修改。对于客户采购记账串户未导致存货账面金额的差异，客户只调整应付款余额也有其合理性。

在2020年3月，公司在对广州夜安进行函证的过程中，对于2018年的相关数据，广州夜安按其账面记录的采购金额（仍包含了上述记账错误的金额）以及更正后的应付账款余额进行了函证确认。由此才导致了发生额出现差异而应付款余额与公司账面应收款一致。

(2) 与客户入账时间性差异的合理性

由于发行人下游客户集中度较低，客户数量众多，实务中，部分客户采购存在仓库入账与其财务入账不一致的情形，由此导致公司账面销售额、应收款余额与函证确认的销售金额、往来款余额存在时间性差异。发行人定期与客户进行对账，并根据对账结果向客户进行函证确认，公司进而根据客户回函确认金额与账面金额进行核对，并对差异情况编制余额调节表。

(四) 说明主要客户中是否存在其他受同一控制方控制的客户情况，相关股东及自然人与发行人、发行人股东、实际控制人、董监高以及其他核心人员是否存在关联关系

1、主要客户中是否存在其他受同一控制方控制的客户情况

除广州夜安反光材料有限公司与易视光学科技（广州）有限公司外，发行人报告期内前五大直接客户与前五大贸易商客户中，与该等客户受同一控制方控制的客户情况如下：

序号	客户名称	受同一实际控制人方控制的其他发行人客户	同一实际控制情况	备注
1	广州夜安反光材料有限公司/易视光学科技(广州)有限公司	安徽通途反光材料有限公司(已注销)	广州夜安反光材料有限公司、易视光学科技(广州)有限公司均系胡前佳、王义勤、胡以勒家庭控制的企业;安徽通途反光材料有限公司系胡以勤、胡以琳(胡前佳与王义勤之女)共同持股 100%的企业,实际控制人亦为胡前佳、王义勤、胡以勒家庭	报告期内,安徽通途反光材料有限公司与发行人无交易。
2	宁波翔宏工贸有限公司	宁波宏途进出口有限公司	宁波翔宏工贸有限公司系陈茂春与其子陈以翔持股 100%的企业,实际控制人为陈茂春;宁波宏途进出口有限公司之控股股东宁波翔宏明日投资有限公司系陈茂春控制之企业,实际控制人亦为陈茂春	宁波翔宏工贸有限公司为直接客户,宁波宏途进出口有限公司为 2020 年新增的贸易商客户。发行人在披露 2020 年 1-6 月前五大客户销售额时,两家公司已合并披露;在分别披露 2020 年 1-6 月前五大直接客户和前五大大贸易商客户时,两家公司未合并披露。
3	宁波市双禾服饰有限公司	兰溪市双禾制衣有限公司	宁波市双禾服饰有限公司系郑朝仁与其妻王佳妮持股 100%的企业,实际控制人为郑朝仁;兰溪市双禾制衣有限公司系郑朝仁之父和王佳妮之父持股 100%的企业,根据该客户确认,实际控制人亦为郑朝仁	两家公司销售额已合并披露
4	杭州跃盾进出口有限公司	黄山兴伟反光材料有限公司	杭州跃盾进出口有限公司系 CHEN HAN 持股 100%的企业,实际控制人为 CHEN HAN;黄山兴伟反光材料有限公司系 CHEN HAN 父母陈伟、袁梅珍控股之企业,根据该客户确认,实际控制人亦为 CHEN HAN	两家公司销售额合并后仅在 2018 年进入前五大大贸易商客户,该期间内黄山兴伟反光材料有限公司未与发行人发生交易。
5	北京月之冕工贸有限公司	北京立事科技有限公司	北京月之冕工贸有限公司系陈立升持股 80%的企业,实际控制人为陈立升;	两家公司销售额合并后仅在 2020 年 1-6 月进入前五大大贸易商客户,该期间内

			北京立事科技有限公司系陈立升持股 49%的企业，根据该客户确认，实际控制人亦为陈立升	北京立事科技有限公司未与发行人发生交易。
6	Lomounto Trading Ltd.	HONG KONG JOYFUL TRADING LIMITED 、 DROMEX	根据客户确认，三家企业均受同一家族控制	三家企业销售额合并后仅在 2020 年 1-6 月进入前五大直接客户，该期间内 HONG KONG JOYFUL TRADING LIMITED 、 DROMEX 均未与发行人发生交易。

发行人在披露报告期前五大直接客户、前五大贸易商客户、前五大客户时对受同一控制方控制的企业销售额进行了相应的合并计算。

2、相关股东及自然人与发行人、发行人股东、实际控制人、董监高以及其他核心人员是否存在关联关系

发行人报告期内前五大直接客户及前五大贸易商客户的股东及董事/执行董事、监事、高级管理人员情况如下：

序号	客户名称	法定代表人/主要负责人	股东/投资人情况	董事/执行董事、监事、高级管理人员
1	PORTWEST Ltd	-	Charles Hughes 创立的家族企业	-
2	宁波翔宏工贸有限公司	陈茂春	陈宇翔、陈茂春	执行董事、总经理：陈茂春；监事：朱鹏飞
3	宁波宏途进出口有限公司	陈茂春	陈宇翔、林峥、宁波翔宏明日投资有限公司	执行董事：陈茂春；监事：陈宇翔；经理：唐海滨
4	BUNZL PLC	-	伦敦证券交易所上市公司，第一大股东为 BlackRock.INC	董 事：Peter Ventress、Frank van Zanten 、 Richard Howes 、 Vanda Murray 、 Lloyd Pitchford、Stephan Nanninga、Vinodka Murria 、 Maria Fernanda Mejía

5	客户 A	已申请豁免	已申请豁免	已申请豁免
6	Lomounto Trading Ltd.	-	家族控制	-
7	广东优光反光材料有限公司	黄俊龙	黄俊龙、黄松荣	执行董事：黄俊龙； 监事：黄松荣
8	广州夜安反光材料有限公司	王义勤	王义勤	执行董事、总经理： 王义勤；监事：胡 前佳
9	易视光学科技（广州）有限公司	胡以勒	胡以勒	执行监事、总经理： 胡以勒；监事：孟 伟
10	苏州亮点安全防护用品有限公司	龙震威	蔡鸣璐、龙震威	执行董事、总经理： 龙震威；监事：蔡 鸣璐
11	苏州迅筱纺织有限公司	张正芳	李轩、张正芳	执行董事：张正芳； 监事：李轩
12	北京月之冕工贸有限公司	陈立升	陈合意、陈立升	执行董事、总经理： 陈立升；监事：陈 合意
13	佛山市嘉峻制衣有限公司	欧展荣	欧展荣、梁旺兴	执行董事、经理： 欧展荣；监事：梁 旺兴
14	杭州亮威安全防护用品有限公司	郑婷	郑婷	执行董事、经理： 郑婷；监事：朱东 方
15	苏州市肯慧纺织有限公司	刘晶	李国平	执行董事：刘晶； 监事：张正芳
16	宁波市双禾服饰有限公司	郑玉俏	郑朝仁、王佳妮	执行董事、总经理： 郑玉俏；监事：王 佳妮
17	兰溪市双禾制衣有限公司	郑新河	王正元、郑新河	执行董事、经理： 郑新河；监事：王 正元
18	杭州跃盾进出口有限公司	CHEN HAN	CHEN HAN	执行董事、总经理： CHEN HAN；监事： 陈伟
19	浙江海威防护用品有限公司（曾用名为“金华海威贸易有限公司”）	曹睿垠	曹睿垠	执行董事、总经理： 曹睿垠；监事：吕 琳瑶
20	南京易通纺织科技有限公司	周香	周兰珍、廖华、周香	执行董事、经理： 周香；监事：周兰 珍

21	客户 I	-	EUROCOMPO SA DE CV	-
22	RADIANS,INC	-	Mike Tutor	董事: Mike Tutor、Bill England、Ruth Tutor
23	温州市五机化医外贸有限公司	叶碎贵	温州市五机化医外贸有限公司职工持股会、叶碎贵、朱如碧、陈继法、计永华、汤景矫、虞智勇、徐怡文、徐亮、刘国英、黄黎珍、周晓莉、詹政宣、林广中、蒋明生、王富友、金瑞龙、任鹿声、陈笑寒、沈晓蛮、谢志和、庄健、李初、吴松萍、孙丹、杨许清、虞智文、裘建丽、王贵祥、潘澄宇、郑虹、黄力上、林国荣、李浩、王赤中、谢明明、李雅静、张武、张卫军、张晓瑾、郑瑞平	董事长: 叶碎贵; 董事: 汤景矫、虞智勇、朱如碧、计永华、徐怡文、陈继法、蒋明生、王忠杰、周晓莉、金时龙; 监事: 刘国英
24	杭州中财物资有限公司	李鸣涛	李鸣涛、陶向阳	执行董事、总经理: 李鸣涛; 监事: 来乾源
25	深圳市一达通企业服务有限公司	王添天	阿里巴巴(中国)网络技术有限公司	董事长、总经理: 王添天; 董事: 李博、许逸仙; 监事: 冯云乐
26	安福诺(上海)贸易有限公司	CHOI BAL CHOON	CHOI BAL CHOON	执行董事: CHOI BAL CHOON; 监事: PARK GYUNG RAN

报告期内,前五大直接客户及前五大贸易商客户的相关股东及自然人与发行人、发行人股东、实际控制人、董监高以及其他核心人员不存在关联关系。

(五) 补充披露发行人客户集中度低于行业可比公司且客户集中度的变动趋势与同行业可比公司不一致的原因及合理性

发行人已于招股说明书“第六节 业务与技术”之“三、发行人销售情况和主要客户”之“(四) 报告期内向前五名客户销售情况”部分补充披露如下:

“发行人前五大客户集中度与行业可比公司比较如下：

单位：%

公司名称	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
道明光学	未披露	25.35	24.18	15.99
水晶光电	未披露	45.71	45.18	47.85
苏大维格	未披露	18.62	17.42	19.19
夜光明	13.19[注]	9.85	14.98	27.72
领航科技	未披露	24.63	20.72	29.11
平均值	13.19	24.83	24.50	27.97
星华反光	12.46	13.24	13.15	13.20

注：夜光明2020年前五大客户收入占比13.19%为2020年1-4月数据。

从上表可以看出反光材料行业客户集中度普遍较低，但发行人的产品与客户构成与同行业可比公司存在一定的差异，客户集中度低于行业可比公司。

发行人的主要产品为反光布，产品广泛应用于职业安全防护、个人安全防护、休闲服饰、功能性面料、运动用品、户外用品、箱包、鞋类等领域。一方面，下游客户构成中以中小型服装企业和贸易商为主；另一方面，除消费领域外，反光布仅被作为辅料用于职业安全防护、个人安全防护等产品，反光布的使用量及金额占比相对较低，因此发行人的客户分布相对分散。

在发行人同行业可比公司中，夜光明的产品结构、销售渠道、下游客户与发行人接近，相较其他的同行业公司更具有可比性。

1、发行人客户集中度低于道明光学，且与道明光学客户集中变动趋势不一致的原因说明

道明光学2015年至2017年前五大客户收入占比分别为12.52%、11.96%、15.99%，主要产品为反光材料，客户集中度较低，与发行人接近；2018年至2019年前五大客户收入占比分别为24.18%和25.35%，高于发行人，主要原因系道明光学2017年9月收购了常州华威新材料有限公司100%股权，新增了光学膜业务，从单一的反光材料生产企业逐步转型为综合性功能性膜材料生产企业。2018年和2019年新增光学膜业务大客户，2015年至2017年第一大客户销售额均不超过4,316.79万元，2018年和2019年道明光学第一大客户销售额分别为18,209.43万元

和19,942.05万元，占当年度营业收入的比例分别为15.21%和14.33%。剔除该第一大客户影响之后，道明光学2018年和2019年前五大客户收入占比分别不超过10.11%和13.12%，客户集中度及变动趋势与发行人无明显差异。

2、发行人客户集中度低于水晶光电的原因说明

水晶光电2017年至2019年前五大客户收入占比分别为47.85%、45.18%和45.71%，客户集中度变动较小，但远高于发行人。水晶光电是主要从事精密薄膜光学产品研发、生产和销售 of 知名光电元器件制造的企业，水晶光电的业务和产品较为广泛，2017年至2020年1-6月，反光材料业务占其收入的比例分别为8.79%、8.09%、5.78%和6.84%，占比较低，水晶光电前五大客户中，大部分客户为非反光材料业务客户，水晶光电前五大客户集中度不能反映其反光材料业务的客户集中度，因此与发行人的客户集中度情况存在较大的差异。

3、发行人客户集中度低于苏大维格的原因说明

苏大维格2017年至2019年前五大客户收入占比分别为19.19%、17.42%和18.62%，客户集中度变动较小，且略高于发行人。2017年至2020年1-6月，苏大维格主要业务为微纳关键技术、柔性智能制造、柔性光电子材料的创新应用，其业务和产品较为广泛，反光材料业务占比分别为42.34%、39.41%、37.31%和24.70%，占比呈逐年下降。根据苏大维格的年度报告，2017年至2019年中，前五大客户至少有一名客户非其反光材料业务的客户，剔除苏大维格已公告的非反光材料业务的客户后，其2017年至2019年前五大客户收入占比分别不超过18.18%、17.38%、16.28%，与发行人的客户集中度差异较小。

4、发行人客户集中度与夜光明客户集中度变动趋势不一致的原因说明

夜光明2017年至2020年1-4月，前五大客户收入占比分别为27.72%、14.98%、9.85%和13.19%，客户集中度总体较低，其中2017年度前五大客户集中度高于发行人，2018年至2020年1-4月前五大客户集中度为10%至15%左右，与发行人客户集中度接近；报告期内，夜光明集中度呈现逐年下降趋势，与发行人客户集中度变动趋势不一致。夜光明的产品主要为反光布，2017年至2020年1-4月，夜光明反光布业务收入占比分别为50.98%、55.07%、61.96%和71.43%，呈现逐年增长

的趋势，反光膜业务收入占比由2017年度的14.77%下降至2020年1-4月的5.77%。由于2017年度前两大客户收入规模的持续下降，反光布业务占比的增加和其自身收入规模的持续提升，夜光明客户集中度呈现逐年下降趋势。

5、发行人客户集中度低于领航科技，且与领航科技客户集中变动趋势不一致的原因说明

领航科技2017年至2019年前五大客户收入占比分别为29.11%、20.72%和24.63%，高于发行人。领航科技主要产品为反光布和玻璃微珠，同时存在少量的扩散板产品；2017年至2019年，领航科技反光布业务收入占比分别为58.64%、55.25%和64.12%。领航科技的扩散板业务采用的是大客户策略，客户集中度较高，但2017年10月停止了扩散板产品的生产，故领航科技2018年度和2019年度客户集中度有所下降；2017年至2019年，领航科技前五大客户收入金额分别为3,155.80万元、2,661.81万元和3,260.98万元，与夜光明前五大客户收入规模接近，但由于其总体收入规模较小，领航科技客户集中度高于发行人。

（六）说明发行人客户的分层构成情况，主要客户与发行人进行业务合作的可持续性、稳定性，以及对发行人持续经营能力的影响

发行人已于招股说明书“第六节 业务与技术”之“三、发行人销售情况和主要客户”之“（六）发行人客户的分层构成情况”部分补充披露如下：

1、发行人的客户分层情况

报告期内，发行人的客户分层情况如下：

项目	客户数量 (个)				销售金额 (万元)				销售占比 (%)				平均销售规模 (万元)			
	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
200 万以上	18	53	37	28	6,823.78	21,979.40	17,879.36	11,942.86	27.05	40.77	38.64	36.17	379.10	414.71	483.23	426.53
100 万至 200 万	21	64	56	36	2,896.74	8,797.72	8,263.84	5,179.38	11.48	16.32	17.86	15.69	137.94	137.46	147.57	143.87
50 万至 100 万	55	99	95	56	3,728.09	7,123.69	6,566.52	4,006.64	14.78	13.22	14.19	12.14	67.78	71.96	69.12	71.55
5 万至 50 万	504	694	647	554	9,042.82	11,509.91	10,143.11	8,698.26	35.85	21.35	21.92	26.34	17.94	16.58	15.68	15.70
1 万至 5 万	601	980	907	838	1,437.36	2,524.30	2,040.56	1,936.60	5.70	4.68	4.41	5.87	2.39	2.58	2.25	2.31
1 万以下[注]	-	-	-	-	1,298.39	1,970.00	1,379.47	1,253.38	5.15	3.65	2.98	3.80				
合计	1,199	1,890	1,742	1,512	25,227.17	53,905.02	46,272.87	33,017.12	100.00	100.00	100.00	100.00	21.04	28.52	26.56	21.84

注：1 万元以下的客户数量较多，单个客户采购额金额较小，这里不考虑 1 万元以下的客户数量

从各个分层的销售情况来看，发行人的分层客户构基本稳定，具体分析如下：

2017 年至 2019 年，发行人的客户总数量及分层客户数量均呈现逐年增长趋势，各销售分层金额占比总体相对稳定，其中 200 万以上客户销售金额占比有小幅提升，各销售分层的平均销售规模未发生较大的变化。

2020 年 1-6 月，由于只有半年的销售数据，各分层的客户数量、销售额、销售额占比较 2017 年至 2019 年存在差异，各分层的销售数量低于 2019 年全年，50 万以上的销售分层销售额及占比低于 2019 年，50 万以下的销售分层销售额高于 2019 年，各分层的平均销售规模与 2019 年差异较小。

2、与发行人进行业务合作的可持续性 & 稳定性，对发行人持续经营能力的影响

发行人产品下游应用领域广泛，客户数量较多，客户集中度低，不同年度客户构成存在变动，但整体来看，2017 年至今各个期间均与发行人发生业务往来的客户销售收入占报告期各期的销售额比例均在 50% 以上，发行人与主要客户的业务合作具有可持续性和稳定性。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
合作稳定的客户销售金额 (A)	12,073.63	29,130.10	23,413.42	18,707.12
合作稳定的客户数量 (B)	306	356	335	343
客户营业收入 (C)	23,928.79	51,935.02	44,893.40	31,763.74
客户数量 (D)	1,199	1,890	1,742	1,512
金额占比 (E=A/C)	50.46%	56.09%	52.15%	58.89%
数量占比 (F=B/D)	25.52%	18.84%	19.23%	22.69%

注：上表中的发生额及客户数量及金额仅统计线下销售以及当期销售额在 1 万以上的客户销售额

发行人客户数量众多，报告期内存在某个期间暂时无业务合作后又再次恢复合作的情况，2020 年 1-6 月与发行人存在业务合作，同时在 2017 年—2019 年期间至少有一年与发行人有业务合作的客户销售额占报告期各期营业收入的比例分别为 63.14%、59.28%、82.64% 和 88.46%，呈逐年增长趋势。

综上，发行人与主要客户的业务合作具有可持续性和稳定性。

3、报告期前五大客户变动较大的合理性

由于发行人客户较分散，主要客户的销售额较接近，报告期内前五大客户存在一定变动，同时部分客户在报告期内销售额快速增长而进入前五大，前五大客户存在变动为同行业共同存在的情况，从领航科技以及夜光明的公开资料看，其前五大客户也存在较大的变动。

发行人报告期内前五大客户变动情况如下：

客户名称	报告期各期前五大客户的会计期间				变动情况说明
	2020年 1-6月	2019 年	2018 年	2017 年	
BUNZL PLC	√		√	√	2017年、2018年和2020年1-6月均为发行人前五大客户，2019年受中美贸易影响，客户销售额回落，金额为640.08万元，为2019年前十大客户
客户A		√		√	报告期各期销售额变动较小，2020年1-6月第六大客户，2019年第四大客户，2018年第六大客户，2017年第四大客户
广州夜安反光材料有限公司/易视光学科技（广州）有限公司	√	√			该客户采购的反光材料主要为反光面料，应用于下游消费市场，随着反光材料下游消费市场应用快速增长，以及发行人在报告期内的产能、交付能力的提升，发行人对其销售额增长
广东优光反光材料有限公司	√	√	√		随着发行人在报告期内的产能、交付能力的提升，以及反光材料下游消费市场应用快速增长，发行人对其销售额增长，2017年为前三十大客户
宁波市双禾服饰有限公司			√	√	该客户向发行人采购的反光材料主要用于生产反光服饰并进一步出口，报告期内，公司对其销售额总体呈现先增后降的波动趋势：其中，2019年下降主要系受中美贸易摩擦影响其反光服饰出口，进而影响其对公司反光材料的采购额。2019年和2020年1-6月为前十五大客户
PORTWEST Ltd	√	√	√		客户产能扩张，采购需求增长，2018年开始进入前五大客户，2017年为第七大客户
RADIANS, INC				√	报告期内，公司对其销售额总体呈逐年下降趋势，主要系该客户自身经营受市场竞争影响导致整体采购量下降，但业务合作在持续

客户名称	报告期各期前五大客户的会计期间				变动情况说明
	2020年 1-6月	2019 年	2018 年	2017 年	
					进行, 2020 1-6 月对发行人采购额回升, 进入前十二大客户

报告期各期的前五大客户在报告期内均与发行人存在业务合作, 不存在报告期前期的前五大客户后续流失的情况, 总体来看, 发行人的客户具有可持续性 & 稳定性。

(七) 公司销售人员不多、销售费用率较低, 补充说明发行人的市场营销方式、获取客户的渠道以及如何维护客户关系的

截至 2020 年 6 月 30 日, 公司与可比上市公司销售人员数量及占比情况如下:

客户名称	销售人员 (名)	占员工比例
道明光学 (注)	158	11.28%
水晶光电 (注)	125	2.23%
苏大维格 (注)	100	4.36%
夜光明	42	13.68%
领航科技	15	8.0%
平均值	88	7.91%
发行人	63	9.08%

注: 截至 2019 年末数据。

报告期内, 公司与可比上市公司的期间费用率比较如下表:

项目	公司简称	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
销售费用率 (%)	道明光学	4.69	5.92	6.10	5.88
	水晶光电	1.15	1.47	1.57	1.40
	苏大维格	5.63	5.53	5.50	5.38
	夜光明	5.13	4.50	4.74	4.24
	领航科技	3.52	4.09	4.72	4.90
	平均值	4.02	4.30	4.53	4.36
	发行人	2.98	4.64	4.60	4.84

2020 年 1-6 月份, 发行人销售相关运输费用计入营业成本, 故销售费用率

明显低于 2017 年至 2019 年，同口径下，报告期内公司销售费用率以及销售人员的占比，与同行业平均水平基本一致。

公司没有外地分支结构和办事处，获取客户的主要渠道包括参加各种会展、业务员开发、网络营销、客户介绍等。公司在与客户建议合作关系后，主要通过优良的产品质量和性价比、及时响应客户需求、良好的服务来维护与客户的关系。

（八）关于信用政策调整，公司是否通过放宽信用政策扩大收入

1、公司的总体信用政策和客户信用期调整机制

发行人已于招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十三、资产质量分析”之“3、应收账款”部分补充披露如下：

（1）公司总体信用政策

公司根据行业特点，并结合自身生产经营状况，制定了审慎的整体信用政策：对于内销客户，公司采用款到发货方式或者给予不超过 90 天的信用期，并设定了信用额度；对于外销客户一般需要预付部分货款才予以发货，且尾款信用期最长不超过 50 天。对于新客户，公司一般采用先收货款再发货；对于老客户，公司一般根据客户的基本情况、规模大小、订单及合同金额大小、以往合作情况、货款回款情况等多种因素对客户进行信用等级评定，并在合作过程中对客户信用状况进行持续的追踪，及时更新客户信用评定，并根据评定情况动态调整客户的信用期。

（2）客户信用期的调整和审批机制

当客户想对信用期、信用额度进行调整时，需通过业务员提出书面的《客户信用额度申请书》，说明历史合作情况、调整的理由等，经销售部门负责人、财务负责人、总经理会签批准后才能调整；同时，客户法定代表人还需出具承诺书（上市公司、国有企业、资信良好的大企业等除外），承诺对应收款项承担连带保证责任。

（3）应收账款的管理

在应收账款管理方面，公司定期与客户进行对账，将货款回收责任落实到销售部门，并将销售回款率作为考核销售部门、销售人员业绩的重要指标之一。

2、报告期内，发行人对客户信用期进行调整的背景原因

报告期内，发行人整体信用政策没有发生变化。具体到单个客户，公司根据信用跟踪评定情况，对部分客户的信用期进行了调整，该调整是在公司整体信用政策之内进行的，具体分为三种情况：

第一种情况，公司在合作初期对新客户设置了较严格的付款条件，要求款到发货或货到付款，但随着与客户之间合作的推进、信任的增强、销售规模的增长，公司在整体信用政策之内授予客户适当的信用期。

第二种情况，合作一定时间的信用期客户因其自身需求向公司提出调整信用期的申请，公司基于对客户信用状况的持续追踪，并综合考虑相关客户的销售规模、回款情况、行业地位等因素后，是在公司整体信用政策之内对客户信用期进行适当调整。

第三种情况，正常合作的客户因暂时性资金周转原因提出延长信用期的需求，公司基于双方长期以来良好的合作关系，在确保自身利益的前提下，通过协商适当调整了信用期。

报告期内，信用期发生调整的主要客户具体情况如下：

项目	2020年1-6月	2019年	2018年
信用期发生变化的主要客户数量	10家	11家	11家
属于第一种情况的家数	5家	7家	9家
属于第二种情况的家数	5家	3家	2家
属于第三种情况的家数	-	1家	-

公司调整部分客户的信用期，是基于双方合作的信任度和稳定性，也是公司在整体信用政策范围内的调整，并执行了严格的内部审批程序，具有充分的商业合理性。

3、报告期内，发行人前五大直接客户和前五大贸易商客户的信用期及其变化情况如下：

序号	客户名称	客户类型	报告期内信用期是否变化	信用期限及其变化情况
1	宁波翔宏工贸有限公司	直接客户	无变化	货到两个月付款
2	客户 A	直接客户	无变化	票到 75 天付款
3	Lomounto Trading Ltd.	直接客户	无变化	预付 30%，70%尾款见提单后 7 天之内结清
4	苏州亮点安全防护用品有限公司	贸易商客户	无变化	到货 30 天
5	苏州迅筱纺织有限公司	贸易商客户	无变化	款到发货
6	金华海威贸易有限公司	贸易商客户	无变化	货到 60 天
7	客户 I	贸易商客户	无变化	预付 30%，尾款付清后给提单
8	RADIANS,INC	直接客户	无变化	15%预付款，尾款见提单 50 天内付清
9	温州市五机化医外贸有限公司	贸易商客户	无变化	款到发货
10	杭州中财物资有限公司	贸易商客户	无变化	货到付款
11	浙江一达通企业服务有限公司	贸易商客户	无变化	货到付款
12	安福诺（上海）贸易有限公司	贸易商客户	无变化	款到发货
13	苏州市肯慧纺织有限公司	直接客户	无变化	款到发货
14	北京月之冕工贸有限公司	贸易商客户	变化	款到发货，2018 年变更为到货 30 天
15	杭州跃盾进出口有限公司	贸易商客户	变化	款到发货，2018 年变更为到货 75 天
16	南京易通纺织科技有限公司	贸易商客户	变化	到货 45 天，2018 年 4 月变更为到货 60 天
17	佛山市嘉峻制衣有限公司	直接客户	变化	到货 45 天，2018 年 8 月变更为到货 60 天
18	杭州亮威安全防护用品有限公司	直接客户	变化	货到付款，2018 年 11 月变更为货到 60 天
19	金华明盾防护用品有限公司	贸易商客户	变化	款到发货，2018 年变更为货到后 45 天
20	BUNZL PLC	直接客户	变化	2017 年至 2018 年为预付 10%至 20%，余款支付后发货，2019 年至 2020 年为预付 10%至 20%，余款见提单后 30 天内支付
21	广东优光反光材	贸易商客户	变化	到货 50 天结算，2019 年 7 月变

序号	客户名称	客户类型	报告期内信用期是否变化	信用期限及其变化情况
	料有限公司			更为到货 60 天结算
22	PORTWEST Ltd	直接客户	变化	收到提单后 7 日内付款, 2020 年 2 月变更为见提单后 45 日内付款
23	广州夜安反光材料有限公司	贸易商客户	变化	到货后 60 天, 2020 年 4 月份变更为到货 90 天
24	易视光学科技(广州)有限公司	贸易商客户	变化	到货后 60 天, 2020 年 4 月份变更为到货 90 天
25	宁波市双禾服饰有限公司	直接客户	变化	票到后 30 天, 2020 年 5 月变更为票到后 90 天
26	兰溪市双禾制衣有限公司	直接客户	变化	票到后 30 天, 2020 年 5 月变更为票到后 90 天

4、报告期内主要客户信用期的调整对经营业绩及应收账款周转率无重大影响

2018 年至 2020 年 6 月, 各期年销售额超过 50 万元以上的客户数量分别为 184 家、201 家、97 家, 合计销售额占当期营业收入的比 67.27%、68.95%、53.27%, 其中信用政策发生变化的客户数量分别为 11 家、11 家和 10 家, 涉及的客户数量较少。

(1) 报告期内信用政策发生变化的客户的销售金额及占当期销售收入的比重

报告期各期, 销售额在 50 万元以上且信用政策较上年度发生变化的客户当期销售金额及占当期营业收入的比重如下:

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度
信用政策较上年度发生变化的客户当期销售额(万元)	2,047.82	3,619.42	2,883.70
当期营业收入(万元)	25,227.17	53,905.02	46,272.87
占 比 (%)	8.12	6.71	6.23

由上表可知, 报告期内信用政策发生变化的客户的销售金额及占当期营业收入的比重分别为 6.23%、6.71%和 8.12%, 占比较低。

(2) 对发行人经营业绩的影响

报告期内, 销售额在 50 万元以上且信用政策较上年度发生变化的客户, 在

报告期各期的收入及应收账款数据如下：

项目	2020.6.30/2020 年 1-6 月	2019.12.31/ 2019 年度	2018.12.31/2 018 年度	2017.12.31/2 017 年度
信用政策变动客户应收账款 余额 (A, 单位: 万元)	1,639.09	1,858.32	1,437.48	875.06
信用政策变动客户收入金额 (B, 单位: 万元)	4,847.17	11,622.69	9,225.87	4,459.35
应收账款余额占收入比例 (C=A/B, 单位: %, 2020 年 1-6 月为年化数据)	16.91	15.99	15.58	19.62
收入占比(D=B/报告期各期营 业收入, 单位: %, 2020 年 1-6 月为年化数据)	19.21	21.56	19.94	13.51

报告期内，销售额在 50 万元以上且信用政策较上年度发生变化的客户在报告期各期末，应收账款余额占其收入比例分别为 19.62%、15.58%、15.99%和 16.91%，变动较小，收入金额占报告期各期营业收入的比例分别为 13.51%、19.94%、21.56%和 19.21%，变动较小，发行人调整部分客户的信用期，并未直接导致该部分客户应收款占其收入的比例大幅提升，也未导致报告期内该部分客户的收入金额占营业收入总额比例的大幅度上升，发行人调整部分客户的信用期并未对发行人经营业绩产生重大影响。

(3) 对发行人应收账款周转率的影响

报告期内，公司营业收入及应收账款周转率如下：

项目	2020.6.30/ 2020 半年度	2019.12.31/ 2019 年度	2018.12.31/ 2018 年度	2017.12.31/ 2017 年度
应收账款余额 (万元)	6,429.77	7,084.54	6,040.51	5,075.43
营业收入 (万元)	25,227.17	53,905.02	46,272.87	33,017.12
应收账款余额占收入 比例	25.49%	13.14%	13.05%	15.37%
应收账款周转率 (次)	3.73	8.21	8.33	7.40

2017 年至 2019 年应收账款周转率分别为 7.40、8.33 和 8.21,2020 年 1-6 月应收账款周转率为 3.73,与 2019 年 1-6 月应收账款周转率 3.89 基本一致；报告期内公司应收账款余额呈现逐年增长趋势，但应收账款周转率基本保持稳定，因此，公司部分客户信用期的调整对公司应收账款周转率无重大影响。

综上所述，公司制订有完善的信用政策并得到严格执行，应收账款管理严格；报告期内主要客户信用期发生调整的数量较少，这种调整具有充分的商业合理性，也是公司在整体信用政策范围内的调整，并执行了严格的内部审批程序；部分客户的信用期的调整，并未直接导致该部分客户应收款占其收入的比例大幅提升，也未导致报告期内该部分客户的收入金额占营业收入总额比例的大幅度上升，对公司整体经营业绩和应收账款周转率未产生重大影响。因此，公司不涉及故意大幅放宽信用期以扩大销售的情形。

二、中介机构的核查及意见

（一）核查程序

保荐机构、申报会计师、发行人律师履行的主要核查程序如下：

1、对广州夜安、易视光学实地走访，获取广州夜安、易视光学出具的《关联关系询证函》和说明文件，在国家企业信用信息公示系统（<http://www.gsxt.gov.cn>）对广州夜安反光材料有限公司、易视光学科技（广州）有限公司查询相关信息；

2、保荐机构、申报会计师实地走访发行人主要客户，了解其主要经营业务和销售区域，与发行人相关人员沟通报告期内主要客户的销售变动的业务原因以及合理性；

3、保荐机构、申报会计师对广州夜安反光材料有限公司、易视光学科技（广州）有限公司进行实地走访，查看了广州夜安、易视光学的仓库情况，了解公司账面销售额与广州夜安账面记录差异情况，对广州夜安、易视光学执行函证程序；

4、保荐机构及申报会计师关于收入真实性核查过程

针对公司报告期内营业收入的真实性，保荐机构及申报会计师主要履行了以下核查程序：

（1）了解销售模式并明确收入确认时点

选取样本检查销售合同及订单，与管理层访谈，了解公司销售模式，识别与商品所有权上的风险和报酬转移相关的合同条款与条件，明确收入确认时点，并

评价收入确认时点是否符合企业会计准则的要求；

(2) 了解并测试内控控制

获取公司销售与收款相关的制度文件,了解公司销售收入相关的业务流程,对公司管理层、销售人员进行访谈,执行穿行测试和控制测试,评价销售收入流程内部控制的有效性;

(3) 收入细节测试

查阅报告期内公司销售合同及订单,了解主要合同条款或条件,执行收入细节测试程序。

内销收入:获取内销收入明细账,抽样核查相应的销售合同及订单、销售出库单、送货单、运费凭证、签收单、发票、银行回单等原始凭证,对交易真实性进行确认;

外销收入:获取外销销售清单,抽样核查相应的销售合同及订单、报关单、销售出库单、发票、银行回单等原始凭证,对交易真实性进行确认;

线上网销收入:根据重要性原则和随机抽样原则抽取样本,核对销售订单、发货记录、物流记录,客户签收记录以及平台到账收款情况,对交易真实性进行确认。

(4) 对线上网销收入执行 IT 审计程序。

①与发行人管理层相关人员沟通与交流,进一步了解发行人的销售模式相关内容,以及运营模式、推广方式、收费模式、电商运营推广费用的情况;

②获取发行人报告期内公司线上销售店铺清单;

③与公司线上销售负责人沟通与交流,了解线上与线下销售的价格及毛利率存在较大差异的原因及合理性;

④保荐机构、申报会计师会同中汇咨询(北京)有限公司总体上对发行人线上销售业务涉及的相关信息系统执行了信息系統一般控制(ITGC)测试、信息系統功能有效性的应用控制(ITAC)测试及关键业务数据分析(CAATs)的计算机辅助审计核查。经核查,发行人信息系統能够有效支持和验证发行人线上销售的运行、数据记录的完整与准确。

(5) 走访程序

① 走访主要是确认客户真实存在，发行人与客户交易的真实性。执行访谈程序之前，保荐机构协同其他中介机构做好相应准备工作，包括：

询问相关销售人员，了解客户背景及与企业合作情况；查阅合同、订单等，了解发行人与客户之间的交易相关信息；从国家企业信用信息公示系统、企查查等第三方公开资料查询客户的基本情况；设计访谈提纲，并针对贸易商客户设计额外的针对性问题；设计确认函，了解贸易商客户的期末结存情况等。

② 在走访名单的确定上，选取标准包括：报告期各期前 30 大客户；按客户性质分直接客户和贸易商客户，报告期各期的前 5 大；报告期内，销售收入增长较大的客户；部分随机抽取的客户。中介机构累计走访的客户数量 92 家，走访的客户在报告期各期销售收入占比分别为 42.61%、42.50%、41.60%和 35.69%。

③ 在访谈过程中，不进行引导性提示，如实记录客户访谈内容；访谈结束后，对访谈内容进行复核，对客户回答内容与向公司了解的情况如存在重大差异的，向客户进行再了解确认，同时核查相关的交易资料，包括合同、订单、回款记录等，并结合函证、穿行测试、回款测试、大额测试等综合判断与客户交易信息的准确性和真实性。

④ 访谈回答内容与披露信息差异的核查说明

中介机构在对重要客户的走访过程中，下列客户回答的内容与披露信息有较大差异：

客户名称	受访对象回答	公司实际情况及披露信息
杭州亮威安全防护用品有限公司	先货后款，货到后月结，当月都会结清，无信用期	货到付款，2018 年变更为货到 60 天
杭州跃盾进出口有限公司	款后货、先货后款、货款同时交付均有，基本一单一结，金额较大的是月结，金额大的信用期在 30 天左右，无重大调整	款到发货，2018 年变更为到货 75 天
广州夜安反光材料有限公司	信用期：一般收货后 7—10 天进行回款，报告期内无重大调整	到货后 60 天，2020 年变更为到货 90 天
	销售额：2017 年、2018 年销售金额（含税）分别为 2,252,306.49 元和 2,731,505.78 元	2017 年、2018 年销售金额（含税）分别为 2,364,671.75 元和 2,329,584.59 元
	是否存在其他关联方与星华进行交易：回答否	2019—2020 年其关联方易视光学科技（广州）有限公司与发行人存在交易

易视光学科技 (广州)有限公司	信用期：先货后款，信用期 3 个月，2016 年至今无重大调整	到货后 60 天，2020 年变更为到货 90 天
	是否存在其他关联方与星华进行交易：回答否	报告期内，其关联方广州夜安反光材料有限公司与发行人存在交易

中介机构对上述差异情况进行了复核，通过查阅工商登记资料、相关合同、客户信用额度申请书、回款记录等，并结合函证、穿行测试、回款测试等情况，确认发行人记录和披露信息准确。

除上述差异情况外，主要客户的访谈回答内容与发行人实际情况及相关披露不存其他重大实质差异。

(6) 函证程序

通过实地走访、视频访谈等形式对公司客户进行访谈，详细了解发行人与主要客户的业务合作情况，包括但不限于业务合作背景、业务模式、报告期内的销售情况以及退换货情况。对公司营业收入函证的具体情况如下：

①函证样本选取标准

报告期各期，发行人客户数量较多，前五大客户占比较低，客户分散程度相对较高。根据公司实际业务、客户情况，针对营业收入采用如下样本选取标准：

A. 针对内销客户，当期含税销售额30万元以上，全部函证；当期含税销售额10万元以上30万元以下，根据销售清单客户编号每10个客户抽取1个客户进行函证；当期含税销售额5万元以上10万元以下，根据销售清单客户编号每30个客户抽取1个客户进行函证；当期含税销售额1万元以上5万元以下，根据销售清单客户编号每50个客户抽取1个客户进行函证；当期含税销售额1万元以下，随机抽取3家客户进行函证。

B. 针对外销客户，外销客户相对集中，对报告期各期前十大客户，全部函证；其余客户采用系统抽样方法，随机抽取3家外销客户进行函证。

②函证回函确认情况

报告期各期，客户函证回函确认金额占营业收入比例分别为54.02%、57.13%、56.01%和50.03%。具体如下：

单位：万元

项 目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
-----	--------------	---------	---------	---------

营业收入 (A)	25,227.17	53,905.02	46,272.87	33,017.12
发函客户销售金额(B)	17,083.25	38,368.88	33,252.61	22,050.91
回函客户销售金额(C)	12,624.99	30,192.35	26,436.48	17,834.24
发函比例(D=B/A)	67.72%	71.18%	71.86%	66.79%
回函比例(E=C/A)	50.03%	56.01%	57.13%	54.02%

③回函差异情况分析

针对回函不符的情况，我们检查了回函不符的原因，并在分析原因的基础上执行了以下进一步程序：

A. 查看发行人编制的余额调节表；

B. 执行期后回款测试，检查银行资金流水，查验客户付款的银行单据或流水，核查应收客户的余额款项是否期后收回，核对付款方与客户名称是否一致，是否与收入相关；

C. 结合销售收入的细节测试，进一步检查销售合同及订单、送货单、销售发票或报关单等单据。

经检查，报告期各期，公司营业收入的回函差异原因主要系部分客户采购存在仓库入账与其财务入账不一致的情形，公司采用到货签收或出口货物越过船舷作为收入确认的依据，双方入账口径存在时间性差异所致。

④未回函情况说明

报告期各期，已发函但未回函的收入金额分别为4,216.67万元、6,816.13万元、8,176.53万元和4,458.26万元。未回函原因主要包括：报告前期合作、目前未合作的客户回函意愿低；部分地区受疫情影响，未回函；客户零售且规模较小，回函意愿低；已多次沟通协调，仍未回函。

针对已发函但未回函的客户我们实施了替代测试，确认与客户的交易真实性，抽查了客户的销售订单及合同、出库单、送货单或报关单或销售回款银行回单等，替代性测试有效，报告期各期末回函客户的销售收入可以确认。

(7) 外销海关函证

对报告期各期的外销收入执行海关函证核查，报告期各期，外销收入与海关函证数据核对情况如下：

项 目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
外销收入金额(万美元)	647.16	1,502.08	1,415.26	1,115.80
海关函证金额(万美元)	637.28	1,504.18	1,416.66	1,094.20
核对差异(万美元)	9.88	-2.10	-1.40	21.59

(8) 回款测试

发行人的客户付款方式大部分为银行转账或者电汇，发行人的主要收款银行账户均开通了网银功能，发行人相关人员在保荐机构及申报会计师项目组陪同下定期前往银行打印纸质对账单并从各个银行的网银系统导出网银对账单，保荐机构及申报会计师对于网银对账单和亲自获取的纸质对账单进行核对后，使用网银对账单核查发行人主要客户的回款情况，对于网银对账单中无交易对手方的大额回款进一步抽查银行收款凭证及回单。检查公司销售收款与营业收入的匹配性，分析应收账款余额的合理性；

(9) 截止测试

结合存货监盘情况，对营业收入执行截止测试，确认收入是否记录在正确的会计期间。

(10) 贸易商最终销售情况的核查

经查看主要贸易商订单的全年频率、金额及发行人对其销售金额的季度波动性，贸易商单笔订单金额较小，订单频次较高且在全年分布相对平均，发行人对贸易商销售金额各个季度波动性较小，故贸易商采购系根据其需求在全年分散均匀采购，不存在年底突击采购囤货的情形。

比对主要贸易商与直接客户的结算政策和信用期、报告期新增贸易商与原有贸易商的结算政策和信用期，主要贸易商与直接客户之间以及报告期新增贸易商与原有贸易商在结算政策和信用期方面均不存在实质性差异，发行人并没有通过放宽贸易商信用期以刺激贸易商年底增加库存做大销售。

对贸易商的期末结存情况进行补充核查，进一步获取报告期内的主要贸易商出具的期末结存情况说明确认函，结合对贸易商的访谈、部分贸易商的仓库实地查看情况、函证情况，核查贸易商期末结存金额及报告期的对外销售情况。

截至本问询函回复出具日，通过走访或寄发确认函的方式核查的贸易商报告期内的销售额占发行人当期对全部贸易商销售额的比例分别为 48.36%、50.84%、59.82%和 58.48%。对贸易商的穿透核查情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
发行人对已走访和收回确认函的贸易商销售额（A）	4,190.09	9,564.66	5,265.87	3,175.74
已走访和收回确认函的贸易商期末结存金额（B）	364.65	800.00	148.52	125.10
已走访和收回确认函的贸易商期末结存金额占销售金额比例（C=B/A）	8.70%	8.36%	2.82%	3.94%

5、保荐机构、申报会计师关于对主要客户核查情况及充分性

对报告期内的前五大直接客户和前五大贸易商客户的主要核查程序执行情况如下：

客户名称	主要程序的执行情况				
	访谈	函证	大额测试	回款测试	期后回款测试
PORTWEST Ltd	√		√	√	√
宁波翔宏工贸有限公司	√	√	√	√	√
BUNZL PLC	√		√	√	√
客户 A		√	√	√	√
Lomounto Trading Ltd.	√	√	√	√	
佛山市嘉峻制衣有限公司	√	√	√	√	√
杭州亮威安全防护用品有限公司	√	√	√	√	√
宁波市双禾服饰有限公司	√	√	√	√	√
兰溪市双禾制衣有限公司	√	√	√	√	√
RADIANS,INC	√		√	√	
广东优光反光材料有限公司	√	√	√	√	√
广州夜安反光材料有限公司	√	√	√	√	√
易视光学科技（广州）有限公司	√	√	√	√	√
苏州亮点安全防护用品有限公司	√	√	√	√	√
苏州迅筱纺织有限公司	√	√	√	√	

北京月之冕工贸有限公司	√	√	√	√	√
苏州市肯慧纺织有限公司	√	√	√	√	
杭州跃盾进出口有限公司	√	√	√	√	
金华明盾防护用品有限公司	√	√	√	√	√
金华海威贸易有限公司	√	√	√	√	√
南京易通纺织科技有限公司	√	√	√	√	√
客户 I				√	
温州市五机化医外贸有限公司	√	√	√	√	
杭州中财物资有限公司	√	√	√	√	√
深圳一达通企业服务有限公司				√	
安福诺（上海）贸易有限公司	√	√	√	√	

（1）报告期内走访客户的具体情况

深圳一达通企业服务有限公司系阿里巴巴旗下外贸平台，深圳一达通企业服务有限公司及客户 A 拒绝接受访谈，未能执行访谈程序，客户 I 为境外公司，报告期内发生额较小，未执行访谈程序；除前述三家客户外，保荐机构协同其他中介机构对报告期的前五大直接客户和贸易商客户均执行了访谈程序。

执行访谈程序的客户在报告期内的销售额占比如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
报告期各期前五大直接客户及前五大贸易商客户销售额合计（A）	4,438.70	9,894.79	7,870.99	6,052.47
执行访谈程序的前五大直接客户和前五大贸易商客户销售额合计（B）	3,999.19	9,075.19	6,828.21	4,917.71
报告期各期前五大直接客户及前五大贸易商客户走访核查比例（C=B/A）	90.10%	91.72%	86.75%	81.25%

（2）报告期内客户函证的具体情况

保荐机构和申报会计师对报告期各期前五大直接客户及前五大贸易商客户均寄发了询证函，执行的函证程序结果如下：

单位：万元

项目	2020 年	2019 年度	2018 年	2017 年
----	--------	---------	--------	--------

	1-6 月		度	度
报告期各期前五大直接客户及前五大贸易商客户销售额合计 (A)	4,438.70	9,894.79	7,870.99	6,052.47
报告期各期收回函证的前五大直接客户及前五大贸易商销售额(B)	3,832.77	8,157.79	6,240.32	4,521.17
报告期各期收回函证的前五大直接客户及前五大贸易商确认的销售额(C)	3,802.22	7,957.57	6,212.22	4,446.36
报告期各期的前五大直接客户及前五大贸易商回函比例 (D=B/A)	86.35%	82.45%	79.28%	74.70%
报告期各期的前五大直接客户及前五大贸易商回函差异率 (E=1-C/B)	0.80%	2.45%	0.45%	1.65%

(3) 报告期内主要客户大额测试执行的具体情况

大额测试的执行具体情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
报告期各期前五大直接客户及前五大贸易商客户应收款销售额合计 (A)	4,438.70	9,894.79	7,870.99	6,052.47
报告期各期前五大直接客户及前五大贸易商客户大额测试金额 (B)	1,760.28	3,402.75	1,840.17	1,475.25
测试比例 (C=B/A)	39.66%	34.39%	23.38%	24.37%

由于发行人产品单位货值较低，客户单笔订单及发货金额较小，销售业务呈现小而多的特点。保荐机构及申报会计师采用分层抽样的方式对主要客户执行大额测试，获取主要客户的销售合同及订单、销售出库单、发票、送货单、报关单等资料。大额测试的抽样方法如下：针对单笔发货金额 50 万元以上的全抽，单笔发货金额 20 万元到 50 万元的抽取发货笔数的 60%以上，单笔发货金额 10 万元到 20 万元的抽取发货笔数的 30%以上，单笔发货金额 5 万元到 10 万元的抽取发货笔数的 10%以上，单笔发货金额 10 元万以下的随机抽取发货订单。

(4) 报告期内主要客户的回款测试执行的具体情况

保荐机构及申报会计师根据与纸质对账单核对后的网银对账单，筛选主要客户的回款记录，与主要客户的账面回款记录进行核对，同时结合票据付款记录和电汇凭证的核查，具体测试情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
报告期各期前五大直接客户及前五大贸易商客户应收款贷方发生额合计 (A)	4,878.52	10,571.57	8,430.15	6,099.43
报告期各期前五大直接客户及前五大贸易商客户应收款贷方核查金额(B)	4,820.84	9,550.22	7,229.53	5,807.12
回款测试比例 (C=B/A)	98.82%	90.34%	85.76%	95.21%

(5) 报告期内客户期后回款测试执行的具体情况

保荐机构及申报会计师对于报告期各期存在应收款余额的前五大直接客户及前五大贸易商执行了期后回款测试，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
报告期各期前五大直接客户及前五大贸易商客户应收款余额合计 (不考虑预收款, A)	1,262.43	1,554.27	1,281.40	904.14
截至 2020 年 8 月 31 日, 报告期各期前五大直接客户及前五大贸易商客户期后回款金额(B)	1,262.43	1,554.27	1,281.40	904.14
期后回款比例比例 (C=B/A)	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%

6、在国家企业信用信息公示系统 (<http://www.gsxt.gov.cn>) 对主要客户查询的信息，获取报告期内主要客户出具的《关联关系确认函》，对主要客户实地走访，获取发行人股东、实际控制人、董监高以及其他核心人员填写的调查问卷。

(二) 核查意见

1、胡前佳与王义勤为夫妻关系，胡以勒为胡前佳与王义勤之子，广州夜安反光材料有限公司和易视光学科技（广州）有限公司两家公司具体经营均由胡前佳家庭成员共同负责，实际控制人为胡前佳家庭，发行人据此披露两家公司受同一控制方控制，披露信息准确。

2、发行人披露的与广州夜安反光材料有限公司、易视光学科技（广州）有限公司合作历史的相关信息真实、准确；2019 年，发行人对上述两家客户合计销售收入较上年大幅增长的原因主要系其对应用于消费市场反光材料的采购金额大幅增加所致；发行人对其他主要客户销售金额变动较大的原因分析说明真实、

准确。

3、对于广州夜安反光材料有限公司通过走访和函证确认的销售额与发行人账面销售额的差异，系发行人与该客户入账时间性差异以及客户记账错误所致，原因真实、合理。

4、发行人报告期内的主要客户中，广州夜安反光材料有限公司、易视光学科技（广州）有限公司、安徽通途反光材料有限公司（已注销）受同一控制人控制；宁波翔宏工贸有限公司、宁波宏途进出口有限公司受同一控制人控制；宁波市双禾服饰有限公司、兰溪市双禾制衣有限公司受同一控制人控制；杭州跃盾进出口有限公司、黄山兴伟反光材料有限公司受同一控制人控制；北京月之冕工贸有限公司、北京立事科技有限公司受同一控制人控制；Lomounto Trading Ltd.、HONG KONG JOYFUL TRADING LIMITED、DROMEX 受同一控制人控制。发行人主要客户的相关股东及自然人与发行人、发行人股东、实际控制人、董监高以及其他核心人员均不存在关联关系。

问题 3. 关于贸易商客户

申报文件和审核问询回复显示，报告期各期，新增和减少的贸易商数量和相应的销售额波动较大。其中，2018、2019 年和 2020 年 1-6 月，新增的贸易商数量分别为 447 家、533 家和 148 家，减少的贸易商数量分别为 137 家、340 家和 652 家。

请发行人：

（1）披露报告期各期贸易商数量和相应的销售额波动较大的原因及合理性，发行人的下游客户是否稳定。

（2）完善披露前次问询回复中关于报告期各期不同销售规模分层的贸易商家数及占贸易商总数比例，如有较大波动的，请分析原因及合理性。

（3）披露发行人贸易商终端客户是否存在与发行人直销客户重叠的情形，如存在，请披露重叠客户名称、涉及金额及发生重叠的合理性。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

回复：

一、发行人补充说明及披露事项

（一）披露报告期各期贸易商数量和相应的销售额波动较大的原因及合理性，发行人的下游客户是否稳定

发行人已于招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十二、经营成果分析”之“（一）营业收入分析”部分补充披露如下：

“报告期内，公司新增和减少的贸易商数量和相应的销售额如下：

客户类型	2020 年 1-6 月			2019 年度			2018 年度		
	数量 (家)	金额 (万元)	平均 销售额 (万元)	数量 (家)	金额 (万元)	平均 销售额 (万元)	数量 (家)	金额 (万元)	平均 销售额 (万元)
当期新增的贸易商数量及当期的销售额	148	549.17	3.71	533	3,201.28	6.01	447	2,094.52	4.69
当期减少的贸易	652	2,377.60	3.65	340	705.15	2.07	137	487.23	3.56

商数量及对应的 上年度销售额									
当期贸易商数量 及当期销售额	603	7,165.17	11.88	1,071	15,988.57	14.93	835	10,357.20	12.40

注：对于发生额金额很小的零散贸易商，发行人缺少相关客户信息，统计报告期内新增、减少贸易商数量时未考虑该等零散贸易商的变化情况，当期贸易商数量包含该零散贸易商。

公司反光布应用广泛，但反光布在下游产品上一般作为辅料使用，因此公司下游客户群体众多，但平均单个客户的采购金额不高，部分贸易商的变化并未影响公司对贸易商客户的总体销售额。

报告期内，公司贸易商客户数量变动较大，主要系贸易商以赚取买卖差价作为盈利模式，对价格较为敏感，而反光材料为相对充分竞争市场，采购渠道多样，部分贸易商并未将公司作为其常年稳定的供货渠道；部分贸易商经营包括反光材料在内的多种商品，或应其下游客户要求搭配采购，其反光材料购销业务可能具有间歇性或偶发性。因此，报告期内公司贸易商客户数量波动较大符合客户的特性和市场实际情况，具有合理性。总体而言，2018年至2019年，公司贸易商客户的增加数量和采购额远大于减少数量和对应的采购额，公司的客户群体总体呈增长趋势；2020年1-6月，公司新增的贸易商数量和销售额低于减少的贸易商数量和对应的销售额，主要是上半年受疫情影响，部分贸易商基于其自身原因未向公司进行采购。2020年1-6月减少的652家客户，对应2019年的销售额为2,377.60万元，平均销售规模为3.65万元，其中：2019年销售额在1万元以下的客户数量为432家，销售额在1-5万元的客户数量为138家。故2020年1-6月份减少的客户虽然数量较多，但总体采购额不高，对公司经营影响较小。

报告期内，公司对贸易商客户的总体销售额分别为6,566.45万元、10,357.20万元、15,988.57万元和7,165.17万元，呈逐年增长趋势；同时，从贸易商客户的集中度看，报告期内前五大贸易商客户的销售占贸易商销售总额的比例分别为25.81%、23.68%、32.02%和29.23%，集中度整体呈上升趋势。

另外，从公司全部客户的销售集中度情况看：

项目	2020年1-6月	2019年	2018年	2017年
前五大客户销售占比	12.46%	13.24%	13.15%	13.20%
前三十大客户销售占比	34.78%	35.59%	34.88%	37.95%

报告期内，公司前五大、前三十大的销售占比均较为稳定。

总体而言，公司客户群体众多，整体销售结构较为稳定，报告期内，公司贸易商客户数量的变动未对公司的经营稳定性产生不利影响。”

（二）完善披露前次问询回复中关于报告期各期不同销售规模分层的贸易商家数及占贸易商总数比例，如有较大波动的，请分析原因及合理性

发行人已于招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十二、经营成果分析”之“（一）营业收入分析”部分补充披露如下：

“报告期内，公司贸易商客户各分层的相关信息如下：

单位：万元

序号	贸易商 收入分层	2020 年 1-6 月			2019 年度		
		客户数量 (家)	平均销售 规模	客户数量 占比 (%)	客户数量 (家)	平均销售 规模	客户数量 占比 (%)
1	200 万以上	3	529.11	0.50	15	500.80	1.40
2	100 万到 200 万	8	145.07	1.33	14	132.89	1.31
3	50 万到 100 万	19	70.62	3.15	31	71.25	2.89
4	5 万到 50 万	149	17.62	24.71	216	16.86	20.17
5	1 万到 5 万	154	2.41	25.54	247	2.47	23.06
6	1 万以下	270	0.29	44.78	548	0.29	51.17
合 计		603	11.88	100.00	1,071	14.93	100.00

续上表

序号	贸易商 收入分层	2018 年度			2017 年度		
		客户数量 (家)	平均销售 规模	客户数量 占比 (%)	客户数量 (家)	平均销售 规模	客户数量 占比 (%)
1	200 万以上	6	442.22	0.72	6	296.97	1.03
2	100 万到 200 万	15	155.06	1.80	8	132.83	1.38
3	50 万到 100 万	26	65.84	3.11	15	68.48	2.58
4	5 万到 50 万	196	15.89	23.47	123	17.36	21.17
5	1 万到 5 万	175	2.39	20.96	215	2.28	37.01
6	1 万以下	417	0.32	49.94	214	0.33	36.83
合 计		835	12.40	100.00	581	11.30	100.00

2017 年至 2019 年，公司贸易商客户总数及各个分层的数量基本上都是逐年

增长，各个分层的数量占比基本保持稳定；2020 年 1-6 月份，贸易商客户总数及各分层的数量较 2019 年均有所下降，主要是受疫情因素影响以及当期为半年度数据，除 200 万以上的贸易商数量占比有所下降外，其余各层的贸易商数量占比均略有上升。”

（三）披露发行人贸易商终端客户是否存在与发行人直销客户重叠的情形，如存在，请披露重叠客户名称、涉及金额及发生重叠的合理性

发行人已于招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十二、经营成果分析”之“（一）营业收入分析”部分补充披露如下：

“贸易商与发行人属于合作同时竞争的业务关系，贸易商客户一般不会向公司透露其下游客户信息，所以公司无法获知贸易商终端客户是否与公司直销客户重叠。”

二、中介机构的核查及意见

（一）核查程序

保荐机构和申报会计师履行的主要核查程序如下：

1、与发行人销售负责人进行沟通，进一步了解发行人终端客户使用发行人产品的具体情况，查看发行人与下游客户开展业务的书面记录；

2、与发行人贸易商相关销售人员进行沟通，查看报告期内发行人的贸易商销售清单、会计记录、ERP 订单记录，抽查贸易商的销售合同，核实贸易商各分层的平均销售规模、销售单价、结算政策、信用期限以及报告期内贸易商的变化情况；

3、通过对贸易商的走访，了解其下游客户情况。

（二）核查意见

经核查，保荐人、申报会计师认为：

1、发行人已披露报告期各期贸易商数量和相应的销售额波动较大的原因及合理性；报告期内，虽然贸易商数量存在一定的波动性，但发行人前五十大客户

的销售占比相对稳定，部分贸易商数量的变化并未对发行人的经营稳定性产生不利影响；

2、发行人已完善披露了前次问询回复中关于报告期各期不同销售规模分层的贸易商家数及占贸易商总数比例，并分析了较大波动的原因及合理性，相关披露信息真实、准确；

3、发行人与贸易商属于合作同时竞争的业务关系，贸易商客户一般不会向发行人透露其下游客户信息，因此发行人无法获知贸易商终端客户是否与公司直销客户重叠。

问题 4. 关于毛利率

申报文件和审核问询回复显示，发行人认为，净利润对产品售价变动的敏感性系数为 6.88，对营业成本中原材料成本变动的敏感性系数为-3.98，产品售价对发行人净利润影响更大。

请发行人根据上述情况，完善披露前次问询回复中关于“规模效应和持续的工艺改进降低了单位成本”导致毛利率与可比公司存在差异的解释是否合理、并进一步分析并披露发行人毛利率变动趋势与可比公司存在差异的原因。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

回复：

一、发行人补充说明及披露事项

（一）报告期内，公司反光布销售价格与同行业上市公司的差异比较

发行人已在招股说明书“第六节 业务与技术”之“三、发行人销售情况和主要客户”之“（三）主要产品销售价格的变动情况”披露如下：

1、报告期内，公司反光布的销售价格及变动趋势

反光布根据基材和性能可分为化纤反光布、涤棉反光布、阻燃反光布、弹力反光布、反光热贴等，根据反光强度和效果可以分为普亮型、高亮型、亮银

型、炫彩型等，根据基材和反光强度的组合可制作成多种类型的反光布。一般来说，基布越贵、亮度效果越高，相应的反光布价格就越高，因此，在各种类型的反光布中，阻燃反光布、工业水洗反光布等价格较高，而普亮化纤反光布价格就比较低。

报告期内，发行人反光布主要品种的价格和销售结构如下：

项目	销售单价（元/m²）				单位成本（元/m²）				毛利率（%）				销售占比（%）			
	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
高亮化纤反光布	6.24	6.68	7.05	7.50	4.97	5.68	6.41	6.89	20.31	14.88	9.07	8.05	47.73	43.37	41.06	36.73
高亮涤棉反光布	12.17	12.48	12.53	12.77	8.13	8.43	9.39	9.72	33.18	32.41	25.12	23.91	7.36	10.02	10.83	13.49
亮银反光布	21.22	21.03	21.86	21.97	10.69	10.80	12.03	12.66	49.63	48.64	44.98	42.36	9.76	9.07	11.51	14.06
阻燃反光布	48.85	52.86	50.29	49.86	29.21	33.15	33.80	34.26	40.20	37.28	32.80	31.29	8.81	10.25	10.02	11.12
普亮化纤反光布	3.32	3.50	3.45	3.54	3.08	3.36	3.39	3.48	7.33	4.08	1.92	1.48	4.27	3.80	5.20	4.94
反光热贴	14.84	15.44	15.11	15.20	9.02	9.51	9.64	9.69	39.22	38.40	36.20	36.22	14.45	16.60	15.02	13.39
其他[注]	25.96	29.85	28.62	30.67	14.37	17.21	20.95	25.02	44.63	42.36	26.81	18.44	7.62	6.90	6.36	6.28
合计	8.73	9.69	9.87	10.70	6.30	7.04	7.68	8.38	27.82	27.38	22.15	21.70	100.00	100.00	100.00	100.00

注：其他包括弹力反光布、彩色反光布、工业水洗反光布、花式反光布等，单个类别金额较小，这里不再单独列示。

报告期内，发行人反光布的平均销售单价分别为10.07元/m²、9.87元/m²、9.69元/m²和8.73元/m²，呈逐年下降趋势，主要原因：

一方面，从产品结构上，报告期内，绝对价格较低的高亮化纤反光布的销售占比分别为36.73%、41.06%、43.37%、47.73%，逐年提升。报告期内，反光布除了在传统应用领域保持稳定增长外，消费市场的应用也开始放量。但消费市场客户对反光布的应用目前还只是起步阶段，如何将反光布应用到其产品设计中还处于尝试中，而且消费市场的下游用户大多为服装、箱包、鞋帽、户外运动用品等生产制造企业，对价格较为敏感，因此，目前消费市场的需求主要还是价格相对较低的高亮化纤反光布等品种。报告期内，公司该品种的销售额和占比也呈逐年上升，拉低了反光布的总体平均销售单价。

另一方面，公司各个品种反光布的价格总体也有所下降。报告期内，由于主要原材料，如玻璃微珠、化纤布、乙酸乙酯等胶粘剂原材料的价格呈波动下降，同时，随着持续工艺改进和规模化生产使得产品单耗逐年也有所下降，使得公司反光布的单位成本总体呈下降趋势，因此，各品种的销售价格也相应有所下降，但降幅有所差异，主要是各类基布价格变化幅度不一致导致。

报告期内，公司主要原材料的平均采购单价变化如下表所示：

主要原材料		2020年1-6月		2019年		2018年		2017年
		采购单价	变动率(%)	采购单价	变动率(%)	采购单价	变动率(%)	采购单价
玻璃微珠（元/kg）		16.54	-0.63	16.65	0.18	16.62	-3.93	17.30
基布（元/米）	T/C 布	4.77	-3.34	4.94	3.78	4.76	12.26	4.24
	化纤布	1.34	-19.84	1.67	-13.47	1.93	14.20	1.69
	阻燃布	18.56	-4.16	19.37	10.31	17.56 (注)	27.34	13.79
胶粘剂主要原材料（元/kg）	乙酸乙酯	4.86	-3.30	5.03	-19.42	6.24	21.13	5.15
	丙烯酸丁酯	6.67	-12.16	7.59	-11.23	8.55	-8.95	9.39
	丙烯酸异辛酯	7.24	-18.74	8.91	-9.63	9.86	-8.11	10.73

注：2018年开始，公司采购的阻燃布幅宽从1.4米变成1.6米，换算成单位面积2019年阻燃布采购价格较2018年实际上涨11.42%

从上表可以看出，报告期内，各种基布原材料中，化纤布的价格总体下降

幅度最大，因此化纤反光布的价格总体下降幅度也最大。2020年1-6月相较2017年，化纤布采购单价下降20.71%，高亮化纤反光布的销售单价下降了16.80%。

2、报告期内，公司反光布的销售价格与同行业上市公司的差异比较

发行人已在招股说明书“第六节 业务与技术”之“三、发行人销售情况和主要客户”之“（三）主要产品销售价格的变动情况”之“2、公司反光布的销售价格与同行业可比公司的差异情况”披露如下：

根据可比公司公开披露的数据，报告期内可比公司产品销售价格信息如下：

可比公司	反光材料 主要产品	反光布主要品种	单位	2019年 平均价格	2018年 平均价格	2017年 平均价格
道明光学	反光布、 反光膜	根据年报披露，其反光布核心产品是阻燃警示带、工业水洗反光布	/	未披露销售价格信息	未披露销售价格信息	未披露销售价格信息
水晶光电	反光布、 反光膜	阻燃反光布、涤棉反光布、反光热贴等	元/m ²	31.56	30.44	35.70
苏大维格	反光膜	未特别披露	m ² 、片	—（注）	—	—
夜光明	反光布	反光布产品包括亮银系列、高亮系列、阻燃系列、热贴系列、花型系列反光布等	/	未披露销售价格信息	未披露销售价格信息	未披露销售价格信息
领航科技	反光布	未特别披露	/	未披露销售价格信息	未披露销售价格信息	未披露销售价格信息
发行人	反光布	反光布产品品类齐全，满足不同层次客户的多样化需求	元/m ²	9.69	9.87	10.70

注：苏大维格披露了计量单位分别为m²和片的反光材料销售量，但对应收入未分开披露，无法推算出有意义的单价信息。

水晶光电的反光材料包括反光布和反光膜，根据其披露信息计算的产品单价为其整个反光材料的平均单位，无法获知反光布的单价。其他公司均未披露反光布产品的价格信息。

反光布应用领域广泛，下游客户群体众多、比较分散，属于相对充分竞争市场，行业内企业根据自身的经营战略和市场定位，选择适合其自身发展的产品路线和市场营销策略。从发行人自身而言，实施全品类战略，能定制生产各种类型的反光布，以满足不同层次客户群体的多样化需求。

公司的定价机制：根据市场供求、产品的生产成本、自身产品竞争力、产能等因素制定了各个品种的销售指导价，销售部门在业务开展过程中根据销售指导价，结合客户的需求量、合作关系、信用以及客户对价格接受度等综合情况跟客户进行协商定价。因此，公司相同产品销售给不同客户的价格会存在一定差异。

公司这种定价方式也是同行业公司普遍采取的定价方式。客户在购买时，一般也会在不同生产厂商之间询价，对于相同品种规格、质量相近的反光布，如果不同生产厂商之间产品价格存在重大差异，市场竞争会使各个厂商的整体价格最终趋于相近。

由于同行业公司均未披露反光布的产品价格信息，也没有公开统一的市场报价，都是客户与供应商协商议价。因此，主要通过以下几方面来分析比较发行人产品价格与同行业可比公司产品价格的差异情况：

(1)通过访谈发行人相关销售人员，以及走访发行人的客户，了解公司的定价方式、公司产品价格与同行业竞争对手的差异情况

销售人员在日常业务开展过程中，通过不同渠道侧面了解，发行人的产品价格与同行业竞争对手相比，有高有低，不存在明显一边倒的情况。

客户在接受访谈时，对于定价方式，客户均回答协商确定价格。对于发行人的产品价格与同行业竞争对手相比，有的客户反馈发行人的产品价格高一些，有的客户反馈发行人的价格低一些，表明发行人的产品价格与同行业竞争对手相比，也不存在明显一边倒的情况。

(2)通过对比发行人与同行业竞争对手相同产品的毛利率情况，间接分析验证发行人的产品价格情况

以道明光学为例，其年报披露其反光布产品主要定位于阻燃反光布、工业水洗反光布等产品，2017—2018年其反光布的毛利率分别为35.62%和35.12%，而同期发行人阻燃反光布的毛利率为31.29%和32.80%，差异较小，在一定程度上也间接反映了发行人反光布的价格与道明光学不存在重大差异。

综上所述，从总体上看，发行人的产品价格与行业平均价格水平较为一致，

不存在重大实质性差异。

（二）发行人敏感性系数分析说明

发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十二、经营成果分析”之“（四）毛利率分析”之“5、敏感性分析”披露如下：

“在 2019 年财务数据的基础上测试对净利润和毛利率的影响程度，具体测试结果如下：

产品售价变动幅度	净利润			主营业务毛利率	
	金额 (万元)	变动金额 (万元)	变动幅度 (%)	毛利率 (%)	变动 (百分点)
5%	8,777.79	2,246.12	34.39	31.12	3.44
1%	6,980.89	449.22	6.88	28.39	0.72
0%	6,531.67	0.00	0.00	27.67	0.00
-1%	6,082.44	-449.22	-6.88	26.94	-0.73
-5%	4,285.55	-2,246.12	-34.39	23.87	-3.81

注：上述测算假设仅产品售价发生变动从而导致净利润和主营业务毛利率相应变动，并按照母公司所得税费用率考虑所得税影响，其他影响净利润的因素未发生变动。

根据前述测算结果，公司产品售价平均变动 1%，可能导致公司净利润变动 6.88%，主营业务毛利率变动 0.72 个百分点，净利润对产品售价变动的敏感性系数为 6.88，主营业务毛利率对产品售价变动的敏感性系数为 0.72，价格变动对经营成果会有较大影响。

材料成本变动幅度	净利润			主营业务毛利率	
	金额 (万元)	变动金额 (万元)	变动幅度 (%)	毛利率 (%)	变动 (百分点)
5%	5,231.17	-1,300.50	-19.91	24.78	-2.89
1%	6,271.57	-260.10	-3.98	27.09	-0.58
0%	6,531.67	0.00	0.00	27.67	0.00
-1%	6,791.77	260.10	3.98	28.25	0.58
-5%	7,832.17	1,300.50	19.91	30.57	2.89

注：上述测算假设仅材料成本发生变动从而导致净利润和主营业务毛利率相应变动，并按照母公司所得税费用率考虑所得税影响，其他影响净利润的因素未发生变动。

根据前述测算结果，公司主营业务成本中材料成本变动 1%，可能导致公司

净利润变动-3.98%，主营业务毛利率变动-0.58个百分点，净利润对营业成本中材料成本变动的敏感性系数为-3.98，主营业务毛利率对材料成本变动的敏感性系数为-0.58，材料成本变动对经营成果有一定影响。

主营业务产品毛利率对单位售价的敏感性系数为0.72，对材料成本变动的敏感性系数为-0.58。

总体而言，主营业务毛利率的变动受产品单价、单位成本以及产品销售结构的综合影响。虽然单位售价的敏感性系数大于材料成本变动的敏感性系数，但主营业务毛利率变动还受单位售价和单位成本变动幅度的影响，若材料成本变动的幅度大于单位售价的变动幅度，则主营业务毛利率的变动可能受材料成本变动的影响更大。”

（三）发行人反光材料毛利率变动分析

发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十二、经营成果分析”之“（四）毛利率分析”之“2、主要产品毛利率变动分析”披露如下：

报告期内，发行人反光布的毛利率分别为 21.70%、22.15%和 27.38%和 27.82%，呈现逐年上升的趋势。

从销售均价看，报告期内反光布的平均销售单价呈逐年下降趋势，这种下降主要原因包括，一是报告期内主要原材料采购价格呈震荡下降趋势，因此反光布的销售价格也相应下降，二是报告期内公司单位价格相对较低的高亮化纤反光布销售占比的逐年上升，从而也拉低了公司反光布的整体平均销售单价。

从单位成本上看，报告期内反光布的单位成本逐年下降趋势，主要原因包括，一是主要原材料采购价格呈震荡下降趋势，二是公司持续的工艺改进和规模化生产也使得产品单耗不断降低，促使单位成本进一步下降。

报告期内，发行人反光布主要品种的销售单价、单位成本、毛利率、销售占比情况如下表所示：

项目	销售单价 (元/m²)				单位成本 (元/m²)				毛利率 (%)				销售占比 (%)			
	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
高亮化纤反光布	6.24	6.68	7.05	7.50	4.97	5.68	6.41	6.89	20.31	14.88	9.07	8.05	47.73	43.37	41.06	36.73
高亮涤棉反光布	12.17	12.48	12.53	12.77	8.13	8.43	9.39	9.72	33.18	32.41	25.12	23.91	7.36	10.02	10.83	13.49
亮银反光布	21.22	21.03	21.86	21.97	10.69	10.80	12.03	12.66	49.63	48.64	44.98	42.36	9.76	9.07	11.51	14.06
阻燃反光布	48.85	52.86	50.29	49.86	29.21	33.15	33.80	34.26	40.20	37.28	32.80	31.29	8.81	10.25	10.02	11.12
普亮化纤反光布	3.32	3.50	3.45	3.54	3.08	3.36	3.39	3.48	7.33	4.08	1.92	1.48	4.27	3.80	5.20	4.94
反光热贴	14.84	15.44	15.11	15.20	9.02	9.51	9.64	9.69	39.22	38.40	36.20	36.22	14.45	16.60	15.02	13.39
其他[注]	25.96	29.85	28.62	30.67	14.37	17.21	20.95	25.02	44.63	42.36	26.81	18.44	7.62	6.90	6.36	6.28
合计	8.73	9.69	9.87	10.70	6.30	7.04	7.68	8.38	27.82	27.38	22.15	21.70	100.00	100.00	100.00	100.00

注：其他包括弹力反光布、彩色反光布、工业水洗反光布、花式反光布等，单个类别金额较小，这里不再单独列示。

1、2018 年反光材料毛利率变动分析

发行人 2018 年反光材料毛利率为 22.15%，较 2017 年增长 0.45 个百分点，变动较小。

2018 年反光材料平均销售单价为 9.87 元/m²，较 2017 年下降 0.84 元/m²，降幅为 7.81%；单位销售成本为 7.68 元/m²，较 2017 年下降 0.70 元/m²，降幅为 8.34%。发行人 2018 年反光材料销售单价和单位成本均出现小幅下降，下降幅度接近，因此发行人 2018 年反光材料毛利率与 2017 年基本持平。

从品种构成来看，高亮化纤反光布毛利率上升较大，主要原因：2017 年 7 月长兴生产基地开始投产，主要生产批量化的高亮化纤反光布，经过持续的设备调试、工艺改进，至 2018 年工艺逐步稳定、产能利用率提升，规模化生产效应带来单耗的下降。

浙江星华投产后，工艺磨合及产能释放需要一定时间，投产前期产能利用率较低、产品单耗较高。2018 年基布、乙酸乙酯等胶粘剂主要材料价格受国际原油价格波动影响，采购单价较 2017 年存在一定幅度的上涨，但发行人产品单耗的降低基本抵消了原材料价格上涨带来的不利影响。

2018 年与 2017 年反光布主要原材料单位耗用量如下：

材料名称	2018 年单耗	2017 年单耗	变化率
玻璃微珠（克/m ² ）	110.20	121.20	-9.08%
基布（m ² /m ² ）	1.05	1.07	-1.87%
胶粘剂（克/m ² ）	113.72	123.99	-8.28%

2018 年反光材料的产品单耗下降主要原因如下：其一，发行人使用自主研发的胶粘剂结合公司的技术工艺，在提升公司产品的抗破化性、耐水洗性、耐磨耐刮性的同时，也优化了胶粘剂的用量，使得 2018 年胶粘剂的单位用量降低；其二，公司对外购的玻璃微珠进行后处理，产品质量得以优化的同时，减少了单位面积产品的耗珠量；其三，规模化生产以及工艺的持续改进降低了产品的不良品率，间接提高了产成品收率。

2、2019 年反光材料毛利率变动分析

发行人 2019 年度反光材料毛利率为 27.38%，较 2018 年增长 5.23 个百分点，主要为单位成本下降幅度远大于单位售价的下降幅度所致。

2019 年度反光材料平均销售单价为 9.69 元/m²，较 2018 年下降 0.17 元/m²，降幅为 1.75%；单位销售成本为 7.04 元/m²，较 2018 年下降 0.64 元/m²。

从品种构成来看，2019 年度销售单价变动较小，高亮化纤反光布、高亮涤纶反光布以及亮银反光布单位成本有一定程度的下降，其他反光布单位成本变动较小，高亮化纤反光布销售单价下降 5.26%，单位成本下降 11.31%，单位成本下降幅度高于销售单价的下降幅度。

2019 年公司反光材料单位成本较 2018 年下降明显，主要原因：

(1) 2018 年四季度以来，国际原油价格震荡下跌，受其影响，2019 年化纤布和胶粘剂化学原料的采购单价较 2018 年下降。

从反光材料主要原材料采购价格来看，公司反光材料耗用的主要原材料采购价格变动情况如下：

材料名称	2019 年采购价格	2018 年采购价格	变化率
玻璃微珠	16.65	16.62	0.18%
基布-T/C 布	4.94	4.76	3.78%
基布-化纤布	1.67	1.93	-13.47%
胶粘剂原料-乙酸乙酯	5.03	6.24	-19.39%

注：采购单价的计量单位，玻璃微珠为元/千克，基布为元/米，胶粘剂化工原料为元/千克。

从上表可知，玻璃微珠平均采购价格 2019 年与 2018 年基本无变化，T/C 布平均采购价格 2019 年较 2018 年略有上涨，但采购量和耗用量较大的化纤布以及胶粘剂化工原料 2019 年较 2018 年下降明显，分别下降 13.47%和 19.39%，化纤布和乙酸乙酯采购价格的下降对 2019 年毛利率的影响分别为提升 2.91 个百分点和提升 1.58 个百分点。因此公司主要产品高亮化纤类产品单位材料成本下降明显，公司材料采购单价的变动趋势与成本单价的变动趋势一致。

(2) 公司产销规模持续扩大，并通过生产中积累的经验、持续的工艺优化和创新，使得反光材料主要原材料的单耗较 2018 年进一步下降。

2018 年与 2019 年反光材料主要原材料单位耗用量如下：

材料名称	2019 年单耗	2018 年单耗	变化率
玻璃微珠（克/m ² ）	107.67	110.20	-2.30%
基布（m ² /m ² ）	1.05	1.05	0.40%
胶粘剂（克/m ² ）	107.73	113.72	-5.27%

2019 年与 2018 年相比，玻璃微珠和胶粘剂的单位耗用量均有所下降，分别降低 2.30%、5.27%；基布单位耗用量较 2018 年上升 0.40%，但化纤布采购价格较 2018 年下降明显，玻璃微珠和胶粘剂单耗的下降对 2019 年毛利率的影响分别为提升 0.40 个百分点和提升 0.43 个百分点。

综上所述，2019 年反光材料毛利率较 2018 年上升 5.23 个百分点，主要系单位成本下降幅度远大于单位售价的下降幅度所致，单位成本下降主要系 2019 年基布和胶粘剂化学原材料的采购单价下降以及主要原材料的单耗下降，从而导致单位成本较 2018 年下降 8.33%，毛利率变动具有合理性。

3、2020 年 1-6 月反光材料毛利率变动分析

发行人 2020 年 1-6 月反光材料毛利率为 27.82%，较 2019 年增长 0.44 个百分点，剔除计入营业成本的运输费用后，反光材料毛利率为 29.90%，较 2019 年上升 2.52 个百分点，毛利率上升主要系单位成本下降幅度稍高于单位销售价格下降幅度所致。

2020 年 1-6 月反光材料平均销售单价为 8.73 元/m²，较 2019 年度下降 0.96 元/m²，降幅为 9.91%，2020 年 1-6 月反光材料销售单价较 2019 年有所下降，主要系：一方面发行人 2020 年 1-6 月份消费面料销售占比进一步提升，而消费面料单位价格较低，另一方面为了应对新冠疫情的影响以及获取更强的市场竞争力，公司 2020 年 1-6 月反光材料销售单价有所下降。

从公司反光布的各主要品种来看，2020 年 1-6 月份销售单价及单位成本总体呈下降趋势，单位成本的下降幅度高于销售单价的下降幅度，与公司总体反光布销售单价和单位成本变动基本一致。

2020 年 1-6 月反光材料单位销售成本为 6.12 元/m²（剔除计入营业成本的运输

费用），较2019年度下降0.92元/m²，降幅为13.03%，反光材料单位成本进一步下降，主要原因：

（1）2018年四季度以来，国际原油价格震荡下跌，受其影响，2020年1-6月化纤布和胶粘剂化学原料的采购单价进一步下降。

从反光材料主要原材料采购价格来看，公司反光材料耗用的主要原材料采购价格变动情况如下：

材料名称	2020年1-6月采购价格	2019年采购价格	变化率
玻璃微珠	16.54	16.65	-0.63%
基布-T/C布	4.77	4.94	-3.34%
基布-化纤布	1.34	1.67	-19.84%
胶粘剂原料-乙酸乙酯	4.86	5.03	-3.30%

注：采购单价的计量单位，玻璃微珠为元/千克，基布为元/米，胶粘剂化工原料为元/千克。

从上表可知，2020年1-6月公司玻璃微珠、T/C布、化纤布和乙酸乙酯平均采购价格较2019年均有所下降，分别下降0.63%、3.34%、19.84%和3.30%。

（2）反光材料主要原材料的单耗较进一步下降

2019年与2020年1-6月反光材料主要原材料单位耗用量如下：

材料名称	2020年1-6月单耗	2019年单耗	变化率
玻璃微珠（克/m ² ）	97.87	107.67	-9.10%
基布（m ² /m ² ）	1.04	1.05	-0.95%
胶粘剂（克/m ² ）	104.95	107.73	-2.58%

2020年1-6月与2019年相比，玻璃微珠、基布和胶粘剂的单位耗用量均有所下降，分别下降9.10%、0.95%和2.58%。

综合上述因素，2020年1-6月发行人单位成本下降幅度稍高于单位销售价格下降幅度，使得反光材料毛利率较2019年增长0.44个百分点，毛利率变动符合实际情况，具有合理性。

报告期内，公司各个品种的反光布毛利率均呈上升趋势，与公司反光布整体的毛利率变动趋势总体一致。

（四）发行人毛利率与同行业可比公司毛利率的差异分析

发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十二、经营成果分析”之“（四）毛利率分析”之“4、公司毛利率与同行业可比公司比较分析”披露如下：

根据同行业公司公开披露的信息，报告期内公司及可比公司反光材料业务的经营情况如下：

年度	公司名称	营业总收入 (万元)	反光材料及其制品 相关业务		其中：反光布	
			收入 (万元)	毛利率 (%)	收入 (万元)	毛利率 (%)
2020 年 1-6 月	道明光学	57,338.45	40,114.11	42.20	未披露	未披露
	苏大维格	57,126.16	14,110.59	30.90	未披露	未披露
	夜光明 (注)	7,582.49	7,527.02	25.44	5,415.61	26.25
	水晶光电	136,633.56	9,348.90	39.20	未披露	未披露
	领航科技	4,848.28	4,848.28	11.20	3,560.11	5.52
	平均值	52,705.79	15,189.78	29.79	4,487.86	15.89
	发行人	25,227.17	24,663.53	28.30	19,727.78	27.82
2019 年	道明光学	139,164.19	94,437.26	46.44	14,988.97	29.05
	苏大维格	129,716.92	48,399.32	32.33	未披露	未披露
	夜光明	27,595.39	26,831.42	23.17	17,096.71	21.32
	水晶光电	299,983.82	17,348.63	36.28	未披露	未披露
	领航科技	13,237.59	13,237.59	15.76	8,487.55	未披露
	平均值	121,939.58	40,050.84	30.80	13,524.41	25.19
	发行人	53,905.02	52,849.89	27.67	42,106.34	27.38
2018 年	道明光学	119,735.50	73,923.43	43.71	12,927.27	35.12
	苏大维格	113,501.40	45,264.10	28.54	未披露	未披露
	夜光明	24,948.16	23,746.41	20.24	13,742.29	17.20
	水晶光电	232,579.06	18,814.32	39.60	未披露	未披露
	领航科技	12,845.44	12,845.44	15.05	7,097.61	12.55
	平均值	100,721.91	34,918.74	29.43	11,255.72	21.62
	发行人	46,272.87	45,246.70	23.95	34,623.63	22.15
2017 年	道明光学	80,679.83	60,941.24	41.04	12,372.12	35.62

	苏大维格	94,411.77	39,969.60	27.27	未披露	未披露
	夜光明	21,045.28	20,925.72	26.57	10,728.69	未披露
	水晶光电	214,578.60	18,865.06	47.73	未披露	未披露
	领航科技	10,846.60	10,846.60	18.48	6,360.11	20.33
	平均值	84,312.42	30,309.64	32.22	9,820.31	27.98
	发行人	33,017.12	32,636.05	22.78	23,753.44	21.70

注：夜光明未公告 2020 年半年报，该行数据为 2020 年 1-4 月数据。

1、反光材料及其制品业务毛利率对比

报告期内，公司反光材料及其制品业务毛利率（对本公司而言，即主营业务毛利率）分别为 22.78%、23.95%、27.67%和 28.30%，同行业可比公司反光材料及其制品相关业务毛利率平均值分别为 32.22%、29.43%、30.80%和 29.79%，公司反光材料及其制品业务毛利率总体低于行业平均水平，但差距逐年缩小。

从细分产品的应用领域和下游客户来看，反光布主要应用于职业安全防护、个人安全防护以及消费市场，下游主要为服装、鞋帽等生产加工企业；反光膜主要应用于车辆安全防护和道路交通，下游主要为车牌、道路标志标牌等制造企业，反光膜的毛利率一般高于反光布。

公司定位于反光布细分市场，实施全品类战略，以多样化的产品满足不同层次客户群体的需求。同行业公司中，夜光明和领航科技的主要产品是反光布，苏大维格主要为反光膜，道明光学和水晶光电包括反光布和反光膜，但道明光学和水晶光电均以反光膜为主，并且其反光布主要定位于阻燃、工业水洗等高端产品。因此，产品结构和市场定位的差异导致公司反光材料及其制品业务毛利率总体低于可比公司平均水平。

2、反光布毛利率比较

从同行业可比公司单独披露反光布产品毛利率的情况来看，公司反光布的毛利率低于道明光学，但总体高于行业平均水平。

2017 年、2018 年、2019 年及 2020 年 1-6 月，公司反光布的毛利率分别为 21.70%、22.15%、27.38%和 27.82%，2017—2019 年，道明光学反光布的毛利率分别为 35.62%、35.12%和 29.05%，在同一期间，公司反光布的毛利率均低于道

明光学，但差异在逐年减少。主要原因：

（1）销售单价方面

尽管对于相同规格型号的产品，同一客户向不同供应商采购的价格存在差异；同一供应商销售给不同客户，价格也会存在差异。但由于反光布的下游客户数量众多，因此，对于相同的产品，从总体平均销售价格看，发行人与同行业可比公司不存在重大实质性差异。

（2）产品结构方面

根据道明光学披露，其反光布核心产品是阻燃警示带、工业水洗反光布等产品，而发行人始终坚持全品类产品战略，产品涵盖了高、中、低端产品。公司的主要反光布构成中，包括了毛利率较高的阻燃反光布、亮银反光布以及反光热贴，也包括了毛利率相对较低的高亮化纤反光布、以及普亮化纤反光布。

公司报告期内反光布主要品种的毛利率、销售占比如下表所示：

项目	毛利率（%）				销售占比（%）			
	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
高亮化纤反光布	20.31	14.88	9.07	8.05	47.73	43.37	41.08	36.73
高亮涤棉反光布	33.18	32.41	25.12	23.91	7.36	10.02	10.83	13.49
亮银反光布	49.63	48.64	44.34	41.57	9.76	9.07	11.12	13.53
阻燃反光布	40.20	37.28	32.80	31.29	8.81	10.25	10.02	11.12
普亮化纤反光布	7.33	4.08	1.92	1.48	4.27	3.80	5.20	4.94
反光热贴	39.22	38.40	36.42	36.21	14.45	16.60	15.06	13.38
其他	44.63	42.36	28.39	21.92	7.62	6.90	6.68	6.81
合计	27.82	27.38	22.15	21.70	100.00	100.00	100.00	100.00

因此，反光布品种结构和销售策略的差异是报告期内公司反光布的毛利率总体低于道明光学的主要原因。

（五）发行人毛利率变动趋势与同行业可比公司毛利率变动趋势的差异分析

报告期内，公司反光材料及其制品业务毛利率分别为 22.78%、23.95%、27.67%

和 28.30%，呈逐年上升趋势；同行业可比公司反光材料及其制品相关业务毛利率平均值分别为 32.22%、29.43%、30.80%和 29.79%，总体比较稳定。

2017 年至 2020 年 1-6 月，公司反光布的毛利率分别为 21.70%、22.15%、27.38% 和 27.82%；2018 年至 2020 年 1-6 月，夜光明反光布的毛利率分别为 17.20%、21.32%和 26.25%；2017—2019 年；道明光学反光布的毛利率分别为 35.62%、35.12% 和 29.05%。

报告期内，发行人毛利率呈逐年增长趋势，与夜光明一致，但道明光学逐年下降，主要原因：

从公司自身而言，报告期内公司的市场定位和销售策略未发生重大变化，由于主要原材料的价格总体呈波动下降趋势，带动了产品成本的下降，公司反光布的平均销售单价也相应逐年有所下降，与此同时，公司持续的工艺改进和规模化生产也使得产品单耗不断降低，促使单位成本进一步下降，上述因素导致单位成本的降幅总体大于平均销售单价的降幅，从而使得报告期内公司反光布的毛利率呈逐年上升趋势。

而道明光学反光布核心产品是阻燃警示带、工业水洗反光布等，可能受市场竞争等因素影响导致其产品定位、销售结构、营销策略等在报告期内有所变化，致使其反光布的整体毛利率呈现下降，从而公司与其毛利率的差异逐渐缩小。

1、道明光学毛利率变动趋势与发行人分年度对比分析

2017-2018 年，道明光学反光布的毛利率分别为 35.62%、35.12%，发行人反光布的毛利率分别为 21.70%、22.15%，道明光学与发行人毛利率总体均保持稳定。

2019 年道明光学反光布毛利率为 29.05%，较 2018 年有所下降，而发行人反光布的毛利率为 27.38%，较 2018 年有所上升，与道明光学变动趋势不一致。主要原因：

根据道明光学 2019 年半年度报告披露：“因大客户拓展深度和宽面方面力度不够，局部区域重点老客户的流失较往年有所增加，部分重点项目产品推进比较

迟缓，导致上半年营业收入未达到公司既定目标。下半年，预计市场竞争将不断加剧，中低端产品将持续价格战”。根据道明光学 2019 年年报披露，该公司 2019 年对反光布产品“不断完善和增强产品线的规划和布局，调整现有产品结构，加强产品的分类管理与专项拓展，重点围绕代表整个行业的技术实力的阻燃特种反光布产品、工业洗反光布产品、海事级反光膜等具有核心竞争优势的中高端产品开展营销，打破该类型产品在整个市场的行业垄断格局，不断提高公司在个人防护领域的品牌影响力，产品影响力及市场销量占比”。据此，道明光学 2019 年毛利率的变化应该是其产品结构调整和市场营销策略变化所致。由于道明光学未披露反光布品种构成、销售均价、单位成本等相关信息，无法了解其毛利率下降的进一步原因。

从发行人自身角度分析，2019 年度反光布平均销售单价为 9.69 元/m²，较 2018 年下降 0.17 元/m²，降幅 1.75%；单位销售成本为 7.04 元/m²，较 2018 年下降 0.64 元/m²，降幅 8.36%，单位成本下降明显，两者因素综合后发行人反光布毛利率较 2018 年度上升了 5.23 个百分点。

2、夜光明毛利率变动趋势与发行人对比分析

夜光明 2018 年至 2020 年 1-4 月反光布的毛利率分别为 17.20%、21.32%和 26.25%，呈逐年上升趋势，与发行人同期反光布毛利率变动趋势一致。

3、领航科技毛利率变动趋势与发行人对比分析

（1）2018 年较 2017 年变动趋势分析

2017-2018 年，领航科技反光布毛利率分别 20.33%、12.55%，2018 年较 2017 年下降 7.78 个百分点；发行人反光布的毛利率分别为 21.70%、22.15%，基本保持稳定，与领航科技变动趋势不一致。

根据领航科技公开披露资料，2018 年由于上游化工原料涨价，但下游客户处于充分市场竞争环境，涨价困难，所以反光布产品毛利率下降。

从发行人自身角度分析，发行人 2018 年反光布毛利率较 2017 年基本保持稳定，主要原因系 2017 年 7 月浙江星华开始投产，工艺磨合及产能释放需要一定时间，投产前期产能利用率较低、产品单耗较高。2018 年度基布、乙酸乙酯等

胶粘剂主要原材料价格较 2017 年度存在一定幅度的上涨，但经过持续的设备调试、工艺改进，至 2018 年工艺逐步稳定、产能利用率提升，发行人产品单耗下降，单耗的降低基本抵消了原材料价格上涨带来的不利影响，故发行人 2018 年度反光布毛利率较 2017 年度基本保持稳定。

（2）2019 年较 2018 年变动趋势分析

领航科技未披露 2019 年反光布毛利率，但是从其披露的综合毛利率来看，2019 年较 2018 年有所上升，与发行人综合毛利率变动趋势一致。

（3）2020 年 1-6 月较 2019 年变动趋势分析

领航科技 2020 年 1-6 月反光布毛利率仅为 5.52%，2020 年 1-6 月公司反光布的毛利率较 2019 年略有提升，与领航科技变动趋势不一致。

根据领航科技 2020 年半年度报告披露：“报告期内受全球疫情影响，2-3 月未开工，导致收入大幅度下降；同时外贸客户减少进口，降低产品盈利空间；而延续至今的环保限产停产因素仍然存在，导致公司反光布产线仅能开启 25-30%，给公司经营工作造成很大困扰。”

从发行人自身角度，由于主要原材料采购价格的下降以及产品单耗的下降，公司反光布产品单位成本的下降幅度高于单位产品平均销售价格的下降幅度，公司 2020 年 1-6 月反光布的毛利率有略有提升。

综上所述，就公司自身而言，报告期内公司的市场定位和销售策略未发生重大变化，由于主要原材料的价格总体呈波动下降趋势，带动了产品成本的下降，公司反光布的平均销售单价也相应逐年有所下降，与此同时，公司持续的工艺改进和规模化生产也使得产品单耗不断降低，促使单位成本进一步下降，上述因素导致单位成本的降幅总体大于平均销售单价的降幅，从而使得报告期内公司反光布的毛利率呈逐年上升趋势。

报告期内，发行人毛利率的变动趋势与可比公司的变动趋势存在差异，如上文所分析，差异具有合理性。

（六）结合市场竞争情况、发行人的经营策略等因素分析说明部分主要客户毛利率变动较大的原因及合理性

报告期各期，发行人前五大客户的毛利率变动情况如下所示：

客户名称	主要产品	毛利率 (%)				毛利率变动说明
		2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年	
PORTWEST Ltd	阻燃反光布、高亮 化纤反光布、高亮 涤棉反光布	31.68	29.19	28.12	26.26	毛利率及变动趋势与发行人反光材料整体毛利率一致
宁波翔宏工贸有限公司	高亮化纤反光布、 反光热帖	20.35	16.56	12.49	12.11	报告期各期，高亮化纤反光布采购占比在 55%以上，该客 户毛利率变动趋势与高亮化纤反光布毛利率变动趋势基本 一致
BUNZL PLC	反光服饰	37.79	12.46	15.25	6.13	2020 年 1-6 月份毛利率较高，主要原因系反光服饰面料单 价下降，反光服饰单位成本下降所致，2020 年 1-6 月份， 发行人外销反光服饰整体毛利率为 31.26%，普遍较高
客户 A	高亮化纤反光布	43.75	35.05	34.38	34.03	采购内容全部为高亮化纤反光布，销售单价高于高亮化纤 反光布的平均单价，毛利率较高，随着报告期内高亮化纤 反光布的单位成本下降，毛利率呈现逐年上升趋势
广东优光反光材料有限公 司	2017 年/2018 年主要 为高亮化纤反光布、 普亮化纤反光布、高 亮涤棉反光布，后续 普亮化纤采购占比 下降，反光热帖占比 大幅上升	20.60	15.64	7.60	-2.04	一方面，该客户 2017 年至 2018 年采购的主要为高亮化纤 反光布、普亮化纤反光布、高亮涤棉反光布，公司高亮化 纤反光布、普亮化纤反光布在 2017 年和 2018 年普遍较低， 后续该普亮化纤采购占比下降，反光热帖占比大幅上升， 报告期各期，普亮化纤采购占比分别为 18.56%、8.64%、 6.27%和 4.31%，反光热帖采购占比分别为 0.81%、7.88%、 13.72%和 15.67%，普亮化纤毛利率较低，反光热帖毛利率 较高，且 2019 年至 2020 年 1-6 月，发行人高亮化纤反光 布的毛利率也呈上升趋势，因此公司毛利率呈现持续上升 的态势； 另一方面，为获取该重点客户的长远的合作关系，价格容

						忍度相对较高，在初期建立合作关系的时候，价格会比较低，但后续合作过程中降价幅度较小，报告期各期，高亮化纤反光布的销售单价分别为 6.12 元/m²、6.22 元/m²、5.95 元/m²、5.71 元/m²
广州夜安反光材料有限公司/易视光学科技（广州）有限公司	高亮化纤反光布	18.06	16.34	7.04	-7.14	一方面，2017 年至 2018 年，采购的主要产品为高亮化纤反光布及普亮化纤反光布，2019 年至 2020 年 1-6 月该客户采购占比 85%以上为高亮化纤反光布，报告期各期，普亮化纤反光布采购占比分别为 34.73%、19.77%、2.85%和 0.75%，普亮化纤毛利率较低，但高亮化纤反光布的毛利率也呈上升趋势，因此公司毛利率呈现持续上升的态势；另一方面，为获取该重点客户的长远的合作关系，价格容忍度相对较高，在初期建立合作关系的时候，价格会比较低，但后续合作过程中降价幅度较小，报告期各期，高亮化纤反光布的销售单价分别为 5.59 元/m²、5.78 元/m²、5.70 元/m²、5.20 元/m²
宁波市双禾服饰有限公司/兰溪市双禾制衣有限公司	高亮化纤反光布	14.47	2.93	-1.06	-3.81	该客户采购占比 90%以上为高亮化纤反光布，公司 2017 年度至 2018 年度整体高亮化纤反光布毛利率为 8.05%和 9.07%，毛利率较低，销售给该客户的高亮化纤反光布单位价格在 2017 年至 2018 年分别为 6.67 元/m²、6.46 元/m²、6.49 元/m²和 6.44 元/m²，初始定价较低，后续销售单价变动较小
RADIANS, INC	反光服饰	33.04	16.92	29.61	31.23	2019 年受中美贸易摩擦影响，毛利率较低

在定价机制上，公司与客户进行协商定价，公司相同产品销售给不同客户的价格可能会存在一定差异。

常规订单及客户：定价高于销售指导价及订单金额在5万元以下的由各业务部门负责人审批即可，定价低于销售指导价或订单金额在5万元以上的需要上报总经理审批。对战略意义的客户或市场发生较大变化时，由销售部门统一汇报给总经理，由总经理结合公司业务发展规划对特殊市场及特殊客户确定销售价格。对于部分重点客户，为了获取长远的合作关系，价格容忍度相对较高，在初期建立合作关系的时候，价格会比较低。

从上表可以看出，报告期内毛利率变化比较大的客户，如广东优光、广州夜安等，基本都是报告期期初公司开始重点开发的战略客户，他们采购的反光材料主要是高亮化纤反光布，应用于消费市场。公司的高亮化纤反光布主要由长兴基地生产，该生产基地于2017年7月建成投产，设计产能年产反光布3,720万平方米，比公司原有的径山生产基地1,600万平方米/年的产能大幅增加。高亮化纤反光布因其亮度适中、轻薄、性价比高等优势，适合在刚刚起步的下游消费领域的快速推广和应用，公司看重反光布在消费领域的发展前景，将高亮化纤反光布作为开拓一领域的核心产品，因此，利用长兴生产基地规模化、批量化生产能力，主攻这款产品。

长兴生产基地投产后，一方面，为了快速打开市场、消化新增产能，同时也为了在反光布消费市场的布局，公司想通过这款产品迅速获取客户、占领市场、因此，对高亮化纤反光布定价较低；另一方面，由于投产初期，生产工艺尚需磨合调整，产能也需要逐步释放，使得2017年该基地的生产成本相对较高，从而导致2017年公司高亮化纤反光布的毛利率很低，部分客户甚至为负。

2018年以来，随着长兴生产基地工艺的成熟和产能释放，规模化效应开始显现，公司高亮化纤反光布的毛利率逐步提升。同时，公司在坚持全品类、全系列经营战略的同时，也注重持核心产品的差异化竞争策略，通过不断进行工艺创新和改进，降低生产成本，提高产品的性价比，逐渐在这一品种上形成了较强的竞争优势。公司通过这一优势产品迅速提高市场占有率、建立品牌效应，与客户建立稳定合作关系后，通过满足客户的多样化需求，进而带动公司其他品类反光布的销售。

总体而言，公司前期通过相对较低的价格先与客户建立稳定的合作关系，后续一方面通过规模化生产、工艺技术改进降低生产成本，另一方面通过品牌效应、产品质量、服务能力等提高议价能力，从而实现利润率的逐步提升。报告期内，随着公司与这些客户合作关系的稳定，这些客户的销售收入逐年增加，毛利率也逐年上升，已成为公司消费市场领域的重要客户，显示公司对战略客户的开发和维护是有效的。

二、中介机构的核查及意见

（一）核查程序

保荐机构、申报会计师履行的主要核查程序如下：

- 1、与公司相关人员进行沟通与交流，了解公司毛利率变动的原因及合理性；
- 2、获取并检查了公司报告期内各产品销售清单，对各类产品的销售结构、销售单价及其对应的成本变动情况进行分析；
- 3、获取并查阅同行业公司的招股说明书、年度报告等，查看其产品的销售结构及销售单价，并与公司的毛利率情况进行比较分析。

（二）核查意见

经核查，保荐人、申报会计师认为：

- 1、发行人已对前次问询回复中关于“规模效应和持续的工艺改进降低了单位成本”导致毛利率与可比公司存在差异的解释进行了修改，并进一步分析披露了发行人毛利率与可比公司的差异原因，以及发行人毛利率变动趋势与可比公司毛利率变动趋势存在差异的原因，相关披露信息真实、准确。
- 2、报告期内，发行人部分主要客户毛利率变化较大，主要是发行人的经营策略所致，具有合理性。

问题 5. 关于采购与成本

申报文件和审核问询回复显示：

（1）报告期内发行人主要原材料采购金额占采购总额的比例分别为 71.33%、78.15%、78.80%和 80.02%，占营业收入的比例分别为 52.24%、53.10%、48.89%和 48.69%，占营业成本的比例分别为 67.65%、70.20%、68.03%和 68.45%。

（2）报告期内，发行人主营业务成本中主要为材料成本，金额分别为 21,207.68 万元、28,592.04 万元、30,599.96 万元和 13,632.02 万元，占主营业务成本比重分别为 84.16%、83.10%、80.08%和 79.32%。

请发行人：

（1）披露发行人采购总额中除主要原材料之外的其他采购内容、金额及占比情况。

（2）披露报告期内主要原材料采购金额占营业成本的比例和发行人主营业务成本中材料成本的占比情况存在较大差异的原因及合理性。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

回复：

一、发行人补充说明及披露事项

（一）披露发行人采购总额中除主要原材料之外的其他采购内容、金额及占比情况

发行人已于招股说明书“第六节 业务与技术”之“四、发行人采购情况和主要供应商”之“（一）主要采购原材料、能源情况”部分补充披露如下：

“（1）原材料采购情况

报告期内，公司原材料采购金额和采购结构变动情况如下：

主要原材料	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额 (万元)	比例 (%)	金额 (万元)	比例 (%)	金额 (万元)	比例 (%)	金额 (万元)	比例 (%)
玻璃微珠	4,320.45	28.15	8,571.42	25.63	7,366.70	23.43	5,693.59	23.54
基布 T/C 布	719.60	4.69	2,115.09	6.32	1,732.23	5.51	1,499.85	6.20

	化纤布	1,812.71	11.81	3,929.13	11.75	3,458.31	11.00	2,146.36	8.88
	阻燃布	510.69	3.33	1,497.35	4.48	1,218.83	3.88	815.63	3.37
胶粘剂主要原材料	乙酸乙酯	1,271.10	8.28	2,725.70	8.15	2,750.15	8.75	1,364.86	5.64
	丙烯酸丁酯	361.76	2.36	663.22	1.98	599.71	1.91	254.13	1.05
	丙烯酸异辛酯	90.29	0.59	355.58	1.06	343.12	1.09	152.46	0.63
	胶水化工助剂	712.69	4.64	1,346.14	4.02	1,204.82	3.83	1,166.98	4.83
外购胶粘剂		276.60	1.80	693.09	2.07	1,085.17	3.45	1,372.77	5.68
反光材料其他辅材	复合膜	595.52	3.88	1,413.26	4.23	1,140.80	3.63	886.64	3.67
	PET 膜	695.61	4.53	1,369.14	4.09	1,056.03	3.36	577.77	2.39
	胶膜	587.59	3.83	1,398.41	4.18	957.18	3.04	627.22	2.59
	防粘膜	339.50	2.21	603.06	1.80	388.45	1.24	362.69	1.50
反光服饰材料	反光服饰材料	1,829.56	11.92	3,815.77	11.41	5,168.19	16.44	4,045.63	16.73
	服饰辅料	236.63	1.54	518.16	1.55	555.87	1.77	529.15	2.19
包装材料		281.16	1.83	533.58	1.60	387.37	1.23	364.61	1.51
其他		709.05	4.62	1,898.89	5.68	2,029.49	6.45	2,322.85	9.61
合计		15,350.51	100.00	33,446.99	100.00	31,442.42	100.00	24,183.19	100.00
原材料采购金额占营业收入比例		60.85%		62.05%		67.95%		73.24%	
原材料采购金额占营业成本比例		85.54%		86.33%		89.83%		94.85%	

注：反光服饰生产工艺比较简单，主要成本为背心/服饰，公司报告期同时存在自产和外购的反光服饰，上表中的反光服饰材料包括外购成品和主要材料背心/服饰。”

（二）披露报告期内主要原材料采购金额占营业成本的比例和发行人主营业务成本中材料成本的占比情况存在较大差异的原因及合理性

发行人已于招股说明书“第六节 业务与技术”之“四、发行人采购情况和主要供应商”之“（一）主要采购原材料、能源情况”部分补充披露如下：

报告期内，发行人材料采购金额占营业成本、主营业成本的比例情况如下：

项目	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
材料采购金额占营业成本的比例	85.54%	86.33%	89.83%	94.85%
材料采购金额占主营业务成本的比例	86.80%	87.50%	91.38%	95.96%
主营业务成本中材料成本的占比	79.32%	80.08%	83.10%	84.16%
原材料采购金额占主营业务成本的比例与主营业务成本中材料成本占比的差异	7.48%	7.42%	8.28%	11.80%

其中：(1)研发领用材料占主营业务成本比例	2.54%	3.74%	3.18%	1.93%
(2)存货增加额占主营业务成本比例	2.43%	0.55%	3.78%	7.70%
(3)材料销售额占主营业务成本比例	1.47%	1.35%	1.72%	1.17%

原材料采购金额占主营业务成本的比例与主营业务成本中材料成本占比存在差异，这种差异主要包括：

(1) 日常经营中，材料领用包括生产领用和研发领用，报告期内，研发领用材料占当期主营业务成本的比例分别为1.93%、3.18%、3.74%和2.54%；

(2) 存货余额变化的影响。报告期各期末，存货余额逐年增加，各期存货增加额占当期主营业务成本比例分别为7.70%、3.78%、0.55%和2.43%；

(3) 报告期存在一定的材料销售业务，各期材料销售额占主营业务成本比例分别为1.17%、1.72%、1.35%和1.47%。

综上所述，报告期内，主要原材料采购金额占主营业成本的比例和发行人主营业务成本中材料成本占比之间的差异具有合理的原因。

二、中介机构的核查及意见

(一) 核查程序

保荐机构、申报会计师履行的主要核查程序如下：

1、获取报告期各期公司材料采购清单，对报告期各期主要原材料、其他原材料的采购情况进行复核，包括采购内容、金额及占比；

2、获取并检查公司成本计算单和成本明细账，结合存货进销存记录检查材料领用、人力成本和制造费用的归集、分配、结转过程是否准确；

3、分析报告期内主要原材料采购金额占营业成本的比例和主营业务成本中材料成本占比的差异情况。

(二) 核查意见

经核查，保荐人、申报会计师认为：

1、发行人已补充披露原材料采购相关信息

2、报告期内，发行人原材料采购金额占主营业成本的比例和主营业务成本

中材料成本的占比之间存在差异，原因主要包括研发领用的材料、期末存货余额的增加、材料销售等，具有合理性。

问题 6. 关于不动产征迁

根据申报文件和审核问询回复：

申报文件和审核问询回复显示，发行人认为公司不动产征迁符合《企业会计准则解释第 3 号》征迁的相关规定，将已收到的征迁补助款 1,379.80 万元计入专项应付款。

请发行人进一步说明发行人不动产征迁适用《企业会计准则解释第 3 号》的规定的依据是否充分、与所在地区其他相关公司的会计处理是否一致。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

回复：

一、发行人补充说明及披露事项

根据《企业会计准则第 16 号——政府补助》的定义，政府补助具有无偿性的特征，即企业取得来源于政府的经济资源，不需要向政府交付商品或服务等价。

关于搬迁补偿事项的会计处理，中国证监会《上市公司执行企业会计准则案例解析（2020）》，明确企业收到的搬迁补偿除非有明确证据表明补偿款明显高于搬迁地块的市场价值，且附有额外的政策条件和使用条件，含有政府补助的成分，否则应当全部按照资产处置的一般原则进行会计处理。

根据公司签署的《非住宅房屋征迁货币补偿协议书》，公司在征迁时应停止原有土地上的经营，移交相关土地房产，并上缴相应的不动产证，政府部门给予公司相应的补偿，故公司获得的政府补偿款不属于无偿取得，不符合《企业会计准则第 16 号——政府补助》中对政府补助的定义；同时，补偿协议也未就公司如何具体使用补偿款进行规定或设置额外使用条件。

公司也查询了所在地区相关公司的类似案例情况，如争光股份（创业板在审项目，也位于杭州市余杭区）等，认为不符合《企业会计准则解释第3号》的规

定，未作为专项应付款处理。

综上所述，公司不动产征迁不符合《企业会计准则解释第3号》关于征迁的相关规定，公司将已收到的征迁补偿款1,379.80万元计入“专项应付款”的会计处理不准确，因此，公司拟将该款项重新调整计入“其他应付款”科目，征迁事项按照资产处置的一般原则进行会计处理。

发行人已在招股说明书“第六节 业务与技术”之“五、发行人主要固定资产、无形资产等资源要素”之“（二）无形资产情况”之“1、土地使用权情况”部分，对不动产征迁是否适用《企业会计准则解释第3号》相关规定的论述进行了修改。

会计师已对上述会计处理事项进行了差错更正，并重新出具了三年及一期审计报告及差异比较报告，并对招股说明书相关披露信息进行修改更新。

二、中介机构的核查及意见

（一）核查程序

保荐机构、申报会计师履行的主要核查程序如下：

1、查阅《企业会计准则解释第3号》、《〈企业会计准则第16号——政府补助〉（应用指南）》（2018年修订）、《上市公司执行企业会计准则案例解析（2020）》等相关文件的规定；

2、查阅发行人签署的《非住宅房屋征迁货币补偿协议书》、杭州鸿大工程信息咨询有限公司出具的《杭州星华反光材料股份有限公司补偿清单》等相关资料；

3、收集查阅发行人所在地区相关公司的类似案例；

4、对发行人本次不动产征迁所涉及土地房产的实地查看；

5、发行人就本次不动产征迁事项出具的说明。

（二）核查意见

经核查，保荐人、申报会计师认为：

发行人不动产征迁不符合《企业会计准则解释第3号》关于征迁的相关规定，发行人将已收到的征迁补助款1,379.80万元计入“专项应付款”的会计处理不准

确，应将该款项重新调整计入“其他应付款”科目，征迁事项后续按照资产处置的一般原则进行会计处理。

问题 7. 关于经营业绩

申报文件和审核问询回复显示：

（1）2020 年 1-9 月，发行人营业收入同比增长 11.52%，扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润同比增长 50.15%，增幅差异较大。发行人预计 2020 年业绩与报告期业绩相比增速较快。

（2）发行人解释，营业收入随着反光材料在下游消费市场应用的快速增长而增长。2017 年至 2020 年 1-9 月公司应用于下游消费市场的反光材料收入金额分别为 2,633.74 万元、3,668.76 万元、8,398.91 万元和 9,947.42 万元，占同期反光材料收入的比例分别为 11.09%、10.60%、19.95%和 29.27%。应用于下游消费市场的反光材料收入金额的快速增长带动了公司 2020 年 1-9 月份营业收入的增长。

（3）反光布应用领域包括职业安全防护市场、个人安全防护市场和消费市场。

请发行人：

（1）结合行业情况、主要销售客户、毛利率、期间费用等情况量化分析并披露发行人经营业绩变化的原因及合理性、2020 年 1-9 月净利润增速超过收入增速的原因，与同行业可比公司是否一致。

（2）披露发行人应用于下游消费市场的反光材料收入金额快速增长的原因及合理性。

（3）披露应用于职业安全防护市场、个人安全防护市场和消费市场不同领域的反光布的销售金额、占比和销售单价情况，如销售单价存在显著差异的，请分析原因及合理性。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

回复：

一、发行人补充说明及披露事项

(一) 结合行业情况、主要销售客户、毛利率、期间费用等情况量化分析并披露发行人经营业绩变化的原因及合理性、2020 年 1-9 月净利润增速超过收入增速的原因，与同行业可比公司是否一致

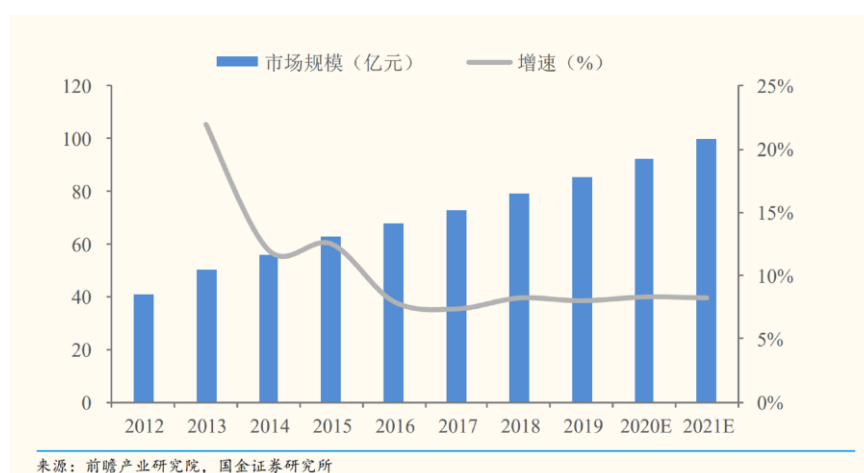
发行人已于招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“四、财务报告审计截止日后的主要财务信息及经营状况”之“(一) 2020 年 1-9 月主要财务信息”部分补充披露如下：

“5、结合行业情况、主要销售客户、毛利率、期间费用等情况量化分析并披露发行人经营业绩变化的原因及合理性

(1) 行业情况

根据中商情报网《2021 年中国反光材料行业存在问题及发展前景预测分析》，近些年社会经济水平的发展和大众安全意识逐渐提高，反光布的应用场景逐步向个人防护领域延伸。随着反光布产品和技术创新，新型反光布在保持良好反光功能性的同时兼顾了作为面料的舒适性和实用性。反光布也逐渐从主要面对功能性、防护性市场，向着消费型市场拓展，越来越多的服饰、箱包、鞋帽企业在设计产品时采用带有反光特性的面料为产品增加时尚属性。这些新的产品适应了消费升级需求，也极大地拓展了反光布的应用领域，带来广阔的市场空间。

根据前瞻产业研究院以及国金证券研究所对国内反光材料市场情况研究分析如下：



(2) 主要客户销售情况

2020 年 1-9 月份前五大客户的销售情况如下：

序号	客户名称	销售收入 (万元)	占比 (%)
1	广州夜安反光材料有限公司/易视光学科技(广州)有限公司	1,761.26	4.14
2	广东优光反光材料有限公司	1,719.21	4.04
3	PORTWEST Ltd	881.47	2.07
4	BUNZL PLC.	710.83	1.67
5	宁波翔宏工贸有限公司/宁波宏途进出口有限公司	634.06	1.49
	合计	5,706.83	13.41

2020 年 1-9 月，发行人营业收入 42,546.12 万元，同比增长 11.52%，其中前五大客户的销售金额合计 5,706.83 万元，较 2019 年同期增长 23.05%，前五大客户的销售增长带动了公司收入的增长；前五大客户的销售占比为 13.41%，集中度基本保持稳定，表明公司营业收入的增长并非依靠单一大客户的增长所致，而是反光材料下游需求的增长带动了发行人整体客户销售收入的增长。

(3) 毛利率变动分析

发行人 2020 年 1-9 月综合毛利率为 29.09%，较上年同期增长 2.13 个百分点，营业毛利较上年同期增长 2,093.12 万元，增幅 20.35%。剔除计入营业成本的运输费用后，反光材料毛利率为 30.93%，较上年同期上升 3.93 个百分点，毛利率上升主要系反光材料单位成本下降幅度稍高于单位销售价格下降幅度所致。

2020 年 1-9 月反光材料平均销售单价为 8.31 元/m²，较上年同期下降 1.70 元/m²，降幅为 16.97%，2020 年 1-9 月反光材料销售单价较上年同期有所下降，主要系：一方面发行人 2020 年 1-9 月份消费面料销售占比进一步提升，而消费面料单位价格较低，另一方面为了应对新冠疫情的影响、主要原材料价格下降以及获取更强的市场竞争力，公司 2020 年 1-6 月反光材料销售单价有所下降。

2020 年 1-9 月反光材料单位销售成本为 5.97 元/m²，较 2019 年同期下降 1.38 元/m²，降幅为 18.79%，反光材料单位成本进一步下降，除产品销售结构原因外，主要受国际原油价格下跌影响，2020 年 1-9 月主要原材料价格低于上年同期，同时，随着收入规模的增长和产能持续提升，公司生产的规模化效应进一步增强，反光材料的单位成本下降幅度高于销售单价下降幅度，主要产品反光材料毛利率

较同期有所增长。

(4) 期间费用变动分析

单位：万元

项目	2020 年 1-9 月	2019 年 1-9 月
营业收入 (A)	42,546.12	38,150.31
期间费用 (B)	4,952.36	5,674.54
计入营业成本的运输费用 (C)	782.22	-
同口径期间费用 (D=B+C)	5,734.58	5,674.54
期间费用率 (E=D/A)	13.48%	14.87%

2019 年 1-9 月份期间费用合计 5,674.54 万元，期间费用率为 14.87%；2020 年 1-9 月份期间费用合计 4,952.36 万元，加上计入营业成本的销售相关运输费用后，期间费用合计为 5,734.58，期间费用率为 13.48%，2020 年 1-9 月期间费用较上年同期下降 722.18 万元，其中销售费用下降 682.77 万元，主要原因系 2020 年 1-9 月份根据新收入准则将产品销售相关运输费用计入营业成本，剔除会计核算口径差异，2020 年 1-9 月期间费用较上年同期变动较小。

综上所述，受反光材料下游市场整体需求的增长的影响，公司 2020 年 1-9 月收入较上年同期增长 4,395.81 万元，增幅 11.52%，同时单位成本下降幅度高于单位售价下降幅度，同口径毛利率上升 3.97 个百分点，由此导致了发行人 2020 年 1-9 月经营业绩较上期同期的快速增长。

6、2020 年 1-9 月净利润增速超过收入增速的原因

2020 年 1-9 月，公司收入、净利润较上年同期变动情况如下

单位：万元

科目	2020年1-9月	2019年1-9月	变化金额	变化率
营业收入	42,546.12	38,150.31	4,395.81	11.52%
营业毛利	12,377.98	10,284.86	2,093.12	20.35%
同口径营业毛利 (假设2020年1-9月份销售运费 计入销售费用)	13,160.20	10,284.86	2,875.34	27.96%
利润总额	7,425.39	4,754.82	2,670.57	56.17%
净利润	6,429.89	4,270.46	2,159.43	50.57%

2020 年 1-9 月公司净利润增长 56.17%，高于营业收入增长率的主要原因如

下：

（1）收入增长导致销售毛利增长

发行人 2020 年 1-9 月营业收入金额为 42,546.12 万元，较上年同期增长 4,395.81 万元，如果按照 2020 年 1-9 月同口径毛利率计算，收入增长带来毛利增长 1,359.69 万元。

（2）毛利率增长导致销售毛利增长

假设 2020 年 1-9 月份销售运费计入销售费用，发行人 2020 年 1-9 月份毛利率较上年同期上升 3.97 个百分点，按照 2019 年 1-9 月份收入计算，毛利率的提升导致 2020 年 1-9 月毛利增加 1,515.65 万元。

（3）期间费用对净利润的影响

2020 年 1-9 月份期间费用合计 4,952.36 万元，加上计入营业成本的销售相关运输费用后，期间费用合计为 5,734.58，较上年同期增加 60.04 万元，变动较小。

假设 2020 年 1-9 月份销售运费计入销售费用，收入增长带来毛利增长 1,359.69 万元，毛利率的提升导致毛利增加 1,515.65 万元，营业毛利合计增加 2,875.34 万元，同时 2020 年 1-9 月期间费用较上年同期变动较小，利润总额的增长主要系营业毛利的增长所致，而营业毛利的增长主要系收入的增长和毛利率的提升，故收入增长和毛利率的提升，期间费用率变动较小，共同导致了发行人净利润的增长，以及净利润的增幅高于收入的增幅。

7、2020 年 1-9 月净利润增速超过收入增速的原因，与同行业可比公司是否一致

公司与同行业可比公司 2020 年 1-9 月营业收入、净利润同期变动情况如下：

公司	营业收入同期变动率	扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润同期变动率
道明光学	-4.96%	20.66%
水晶光电	9.38%	-2.93%
苏大维格	8.71%	-56.25%
夜光明	未披露	未披露

公司	营业收入同期变动率	扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润同期变动率
领航科技	未披露	未披露
本公司	11.52%	50.15%

注：夜光明、领航科技未披露第三季度报告。上表中的数据来源为wind资讯以及可比上市公司公告的第三季度报告。

苏大维格2020年1-9月份扣非净利润下降56.25%，主要原因系研发投入的增加和财务费用的大幅增加。

道明光学营业收入较上期虽然有小幅下滑，但是净利润较上年同期大幅提升，且净利润增长幅度远高于营业收入的增长幅度，该趋势与发行人一致。

根据水晶光电《关于分拆所属子公司夜视丽新材料股份有限公司至创业板上市的预案》，夜视丽2019年至2020年1-9月份的营业收入分别为17,437.77万元和13,929.29万元，扣非后净利润分别为3,356.39万元和2,865.27万元，净利润增长幅度高于营业收入的增长幅度，该趋势与发行人一致。”

（二）披露发行人应用于下游消费市场的反光材料收入金额快速增长的原因及合理性

发行人已于招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“四、财务报告审计截止日后的主要财务信息及经营状况”之“（一）2020年1-9月主要财务信息”部分补充披露如下：

“8、发行人应用于下游消费市场的反光材料收入金额快速增长的原因及合理性

报告期内，发行人应用于下游消费市场的反光材料收入金额快速增长，主要原因系：

一方面，下游消费市场越来越多的客户开始将反光布应用到他们的产品设计中，同时，已经使用反光布的客户随着其新颖的产品越来越被市场所接受从而进一步扩大了反光布的运用，使得整个下游消费市场对反光布产品的需求快速增长；

另一方面，在传统的职业安全防护市场，反光布仅作为职业工装的配料，使用的部位和面积有一定的规定，而在时尚服饰等消费领域，反光布可以作为主要材料大面积使用，甚至整件服装用反光布制作，其用量比传统安全防护市场高很

多。

公司应用于消费市场反光材料销售收入的客户构成情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-9 月	2019 年	2018 年	2017 年
消费市场反光材料销售收入	9,947.42	8,398.91	3,668.76	2,633.74
客户数量（家）	844.00	945.00	669.00	461.00
单个客户的平均销售金额	11.79	8.89	5.48	5.71
前十大消费市场反光材料客户销售占比	46.74%	55.79%	55.69%	54.17%

从上表可以看出，应用于消费市场反光材料的客户数量逐年增长，客户群体在扩大，并且平均单个客户的采购规模也在上升，但前十大消费市场反光材料客户的销售占比基本保持稳定，表明公司消费市场反光材料销售收入的增长是下游市场的整体需求所带动的，而不是只由少数大客户的采购规模增加所致。因此，这种增长符合市场实际情况，具有合理性。”

（三）披露应用于职业安全防护市场、个人安全防护市场和消费市场不同领域的反光布的销售金额、占比和销售单价情况，如销售单价存在显著差异的，请分析原因及合理性。

发行人已于招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“四、财务报告审计截止日后的主要财务信息及经营状况”之“（一）2020 年 1-9 月主要财务信息”部分补充披露如下：

“2017 年至 2020 年 1-9 月，公司安全防护市场和消费市场反光布的销售金额、占比和销售单价情况如下：

项目	2020 年 1-9 月			2019 年度		
	销售额 (万元)	占比 (%)	销售单价 (元/㎡)	销售额 (万元)	占比 (%)	销售单价 (元/㎡)
安全防护市场	24,038.07	70.73	9.64	33,707.43	80.05	10.70
消费市场	9,947.42	29.27	6.24	8,398.91	19.95	7.03
小 计	33,985.50	100.00	8.31	42,106.34	100.00	9.69

续上表：

项目	2018 年度			2017 年度		
	销售额	占比	销售单价	销售额	占比	销售单价

	(万元)	(%)	(元/m ²)	(万元)	(%)	(元/m ²)
安全防护市场	30,954.87	89.40	10.20	21,119.70	88.91	10.95
消费市场	3,668.76	10.60	7.72	2,633.74	11.09	9.06
小 计	34,623.63	100.00	9.87	23,753.44	100.00	10.70

公司应用于消费市场的反光布产品单价低于应用于安全防护市场的产品单价，主要原因系公司应用于下游消费市场的反光材料主要产品为高亮化纤反光布产品，而应用于安全防护市场的反光材料种类多样，包括单价较高的阻燃反光布、亮银反光布、反光热帖、高亮涤棉反光布，也包括单价较低的高亮化纤反光布和普亮反光布等。”

二、中介机构的核查及意见

(一) 核查程序

1、查阅发行人 2020 年经审阅的 1-9 月财务报表，了解发行人 2020 年 1-9 月的销售情况、利润、毛利率、期间费用等情况；并对发行人 2020 年 1-9 月财务状况与上年同期进行对比，结合行业状况、销售情况分析 2020 年 1-9 月营业收入和净利润较同期增长的原因；

2、查阅同行业可比公司 2019 年三季度、2020 年三季度，了解其 2020 年 1-9 月经营业绩及与上年同期变化情况；

3、了解发行人报告期内应用于职业安全防护市场、个人安全防护市场和消费市场不同领域的反光布的销售金额、占比和销售单价情况，并对如销售单价变化情况进行分析；了解反光材料消费市场客户平均单个客户的销售情况，前十大客户销售及占比情况。

(二) 核查意见

经核查，保荐人、申报会计师认为：

1、发行人已结合行业情况、主要销售客户、毛利率、期间费用等情况量化分析并披露了 2020 年 1-9 月经营业绩变化的原因及合理性、2020 年 1-9 月净利润增速超过收入增速的原因，相关披露信息真实、准确；在披露三季报的可比公司中，道明光学、水晶光电的营业收入与净利润的变化趋势与发行人一致，苏大维格营业收入同比增长但净利润同比下降，主要系其研发投入的增加和财务费用

的大幅增加；

2、发行人已披露发行人应用于下游消费市场的反光材料收入金额快速增长的原因及合理性，相关披露信息真实、准确；

3、发行人已披露应用于安全防护市场和消费市场不同领域的反光布的销售金额、占比和销售单价情况，以及销售单价存在差异的原因及合理性，相关披露信息真实、准确。

问题 8. 关于发行人以及发行人的实际控制人、董监高及相关人员的银行流水核查情况

回复：

（一）核查范围、核查数量及核查比例

1、资金流水核查范围的考虑

根据《首发业务若干问题解答》问题 54 的要求，结合发行人所处经营环境、行业类型、业务流程、规范运作水平、主要财务数据水平及变动趋势、所处经营环境等因素，保荐机构、申报会计师对资金流水核查范围进行了慎重考量，具体如下：

（1）发行人备用金、对外付款等资金管理不存在重大不规范情形；

（2）发行人毛利率、期间费用率、销售净利率等指标各期虽有所波动，但不存在重大异常变化，与同行业公司亦不存在重大不一致情形；

（3）发行人不存在经销模式；

（4）发行人委外加工的金额及占比很低，不存在委托加工费用大幅变动、单位成本、毛利率大幅异于同行业等情形；

（5）发行人销售总额中出口部分对应的销售单价、境外客户资质不存在重大异常；

（6）发行人重大购销交易、对外投资或大额收付款，在商业合理性方面不存在疑问；

(7) 董事、监事、高管、关键岗位人员薪酬水平未发生重大异常变化;

(8) 发行人不存在其他异常情况。

2、资金流水核查的具体范围

基于上述考量，保荐机构、申报会计师确定资金流水核查范围如下：

序号	与发行人关系/职务	核查主体	核查账户数量	资料获取情况
1	发行人及其子公司	星华反光、浙江星华、星华指纹、湖州星华、星华尼格	星华反光：29（含 8 个外币户），其中 12 个已于报告期内注销（含 4 个外币户） 浙江星华：6 星华指纹：15（含 8 个美元户），其中 6 个已于报告期内注销（含 4 个外币户） 星华尼格：6（报告期内均已注销） 湖州星华：1 合计：57	报告期内银行账户流水、企业信用报告、银行开户清单
2	实际控制人	王世杰、陈奕	25	报告期内银行账户流水、关于银行账户完整的承诺函、开户银行开户清单
3	发行人其他董事、监事、高管及关键岗位人员	董事：秦和庆、查伟强、张琦、张金浩； 监事：贾伟灿、王强、汪春兰、徐爱苏（前监事）、王红力（前监事）； 高级管理人员：夏丽君 采购主管：戚周菲、王强（前采购主管） 出纳：陈美丽、王思思（前出纳）	47	报告期内银行账户流水、关于银行账户完整的承诺函
合计			129	

3、资金流水的取得方法及其完整性

对于发行人及其子公司，保荐机构、申报会计师实地前往发行人各开户银行打印所有已开立账户报告期内的银行账户交易流水。

对于实际控制人、董事、监事、高管、关键人员、关联方等银行账户的资金流水，由各方直接向保荐机构、申报会计师提供报告期内所有账户银行盖章版资金流水。取得其签署的关于已提供了全部银行账户资金流水的承诺函，并对报告期内相关人员银行互转情况和相互之间的银行转账记录进行了交叉核对，以确认银行账户的完整性。

王世杰控制的公司为香港瑞飞、万图信息、杭州杰创，香港瑞飞 2016 年末至今未开展实际经营业务，报告期内，发行人、发行人实际控制人以及发行人董事、监事、高级管理人员与香港瑞飞无资金往来；万图信息原为公司全资子公司，曾在淘宝网上开设网店销售公司的反光产品，截至 2019 年 10 月，万图信息开设的淘宝网店已关闭，万图信息也已完成注销手续，报告期内，万图信息除与公司正常的业务相关的资金往来外，未发生与发行人实际控制人以及发行人董事、监事、高级管理人员的资金往来；杭州杰创为发行人核心人员的持股平台，报告期内，杭州杰创无实际经营业务，资金往来主要为与星华反光、杭州杰创合伙人之间的分红款、出资款、股权转让款。

4、资金流水核查标准、数量、比例

(1) 发行人及其子公司：根据报告期内发行人及其子公司各银行账户的交易额，进行财务账面记录和银行对账单流水双向核查，每个账户的核查比例在该账户发生额的 70%以上；

(2) 实际控制人控制的除发行人外的其他企业：核查 10 万元以上的大额资金流水；

(3) 自然人：报告期内对于发行人董监高及相关自然人，核查单笔 5 万元以上的资金流水。

(二) 核查过程

1、核查发行人资金管理相关内部控制制度是否存在较大缺陷

保荐机构、申报会计师查阅了发行人《现金管理规定》、《银行存款管理规定》、《对外借款管理规定》、《票据印章管理规范》等内部控制制度；访谈了发行人财务人员，了解发行人货币资金的支付、审批、保管、日常清查等情况；执行了货币资金穿行测试、现金收付内控测试等控制测试。

经核查，发行人资金管理相关内部控制制度不存在重大缺陷。

2、核查是否存在银行账户不受发行人控制或未在发行人财务核算中全面反映的情况，是否存在发行人银行开户数量等与业务需要不符的情况

保荐机构、申报会计师获取了发行人及其子公司报告期内在用或曾经存在的 57 个银行账户的资金流水，并通过已开立银行账户清单、企业信用报告、银行账户声明等支持性文件及账户间交易线索追踪等方式验证账户的完整性。账户具体分布情况如下：

主体	开户行	账户数
星华反光	中信银行、中国银行、杭州银行、农业银行、工商银行、杭州联合银行、广发银行、交通银行、民生银行、余杭农商行、南京银行、江苏银行	29
浙江星华	工商银行、杭州银行、交通银行、杭州联合银行	6
星华指纹	杭州银行、中国银行、建设银行、农业银行、泰隆银行	15
湖州星华	长兴农商行	1
星华尼格	余杭农商行、杭州银行、农业银行、交通银行	6

保荐机构、申报会计师核对了银行对账单的借贷方累计发生额是否与公司日记账相符，核对大额银行收支是否与公司日记账一致，核查相应的银行收支是否均已入账；向发行人资金管理相关人员了解银行账户的管控情况、具体功能，并通过查阅交易记录进行验证。

经核查，发行人不存在银行账户不受发行人控制或未在发行人财务核算中全面反映的情况，不存在发行人银行开户数量等与业务需要不符的情况。

3、核查发行人大额资金往来是否存在重大异常，是否与公司经营活动、资产购置、对外投资等不相匹配

保荐机构、申报会计师执行了如下核查程序：

(1) 发行人的客户付款方式大部分为银行转账或者电汇，发行人的主要收

款银行账户均开通了网银功能，发行人相关人员在保荐机构及申报会计师项目组陪同下定期前往银行打印纸质对账单并从各个银行的网银系统导出网银对账单，保荐机构及申报会计师对于网银对账单和亲自获取的纸质对账单进行核对后，使用网银对账单核查发行人主要客户的回款情况，对于网银对账单中无交易对手方的大额回款进一步抽查银行收款凭证及回单；

（2）大额资金流水中涉及承兑汇票相关的银行保证金业务的，取得银行系统导出的承兑汇票详细清单，核查收票方是否为供应商及其采购业务的真实性，核查保证金业务资金支出与承兑汇票清单金额的一致性；

（3）银行贷款、购买理财产品等其他大额交易，根据交易对方、交易摘要、贷款合同等验证交易背景。

经核查，发行人大额资金往来不存在重大异常，与公司经营活动、资产购置、对外投资等活动相匹配。

4、核查发行人与实际控制人、董事、监事、高管、关键岗位人员等是否存在异常大额资金往来

保荐机构、申报会计师对于大额资金流水中账款性质涉及个人的（如有），取得相关记账凭证、银行回单等，通过访谈、调取花名册等方式核查该个人是否为公司员工或关联方，以及相关交易的背景及业务实质。

经核查，发行人与实际控制人、董事、监事、高级管理人员、关键岗位人员（销售主管、采购主管、出纳）不存在除分红、报销外的异常大额资金往来。

对于发行人支付给实际控制人、董事、监事、高级管理人员、关键岗位人员（销售主管、采购主管、出纳）分红、报销款进一步查看发行人的记账凭证。

5、核查发行人是否存在大额或频繁取现的情形，是否无合理解释；发行人同一账户或不同账户之间，是否存在金额、日期相近的异常大额资金进出的情形，是否无合理解释

保荐机构及申报会计师对发行人大额银行流水对应的记账凭证及原始单据等资料进行复核，发行人不存在大额或者频繁取现的情形，发行人同一账户或不同账户之间，不存在金额、日期相近的异常大额资金进出的情形且无合理解释的

情形。

6、核查发行人是否存在大额购买无实物形态资产或服务（如商标、专利技术、咨询服务等）的情形，如存在，相关交易的商业合理性是否存在疑问

保荐机构及申报会计师核查了发行人银行流水中的大额交易，同时取得了发行人无形资产清单以及相关费用科目明细。

经核查，发行人不存在大额购买无实物形态资产或服务（如商标、专利技术、咨询服务等）的情形。

7、核查发行人实际控制人个人账户大额资金往来较多且无合理解释，或者频繁出现大额存现、取现情形

保荐机构、申报会计师取得了发行人实际控制人王世杰、陈奕夫妇报告期内全部的银行账户信息及银行流水，及其关于银行账户的承诺文件、开户银行的开户清单。针对大额交易，逐笔了解交易性质、交易对方背景，并摘录形成记录；必要时取得相关借条、访谈记录、书面确认函等证据。

实际控制人银行交易记录不存在与客户、供应商的交易，与发行人的交易主要包括工资奖金、报销等，与员工的交易主要包括借款、往来款，其他大额交易主要包括个人及家庭开支、炒股、房产交易、保险、银行理财、借款、还款等。

针对实际控制人的投资理财，查看其银证账户绑卡情况，确定其证券账户资金未流向其他未知的银行账户，针对实际控制人与个人之间的大额资金往来，对实际控制人进行访谈，获取进一步的证据，对报告期内金额较大的个人资金往来对交易对手方进行访谈。

核查实际控制人的大额资金总流入与大额资金总流出之间的勾稽关系，总流入与资金总流出基本一致。

经核查，发行人实际控制人个人账户不存在大额资金往来较多且无合理解释，或者频繁出现大额存现、取现的情形。

8、核查控股股东、实际控制人、董事、监事、高管、关键岗位人员是否从发行人获得大额现金分红款、薪酬或资产转让款、转让发行人股权获得大额股权转让款，主要资金流向或用途存在重大异常

保荐机构、申报会计师对发行人、实际控制人（控股股东）、董事、监事、高管、关键岗位人员的大额资金流水进行了核查，同时对发行人分红决议、股权转让相关历史沿革、工资薪金表等资料进行了核查比对；对相关分红款的流向进行了询问和追踪核查。

报告期内，上述个人从发行人处获得大额资金主要系实际控制人王世杰、陈奕夫妇取得的发行人现金分红，具体情况如下：

（1）2017年4月24日，经第一届董事会第九次会议和2016年年度股东大会审议同意，公司以权益分派股权登记日（2017年5月17日）的股本总数为基数，向股权登记日登记在册的公司股东每10股派发现金股利3.30元（含税）。王世杰、陈奕夫妇于2017年6月15日合计取得分红款749.43万元，取得上述分红后，主要用于购买银行理财产品及证券投资；杭州杰创于2017年6月15日合计取得分红款99.00万元，取得上述分红后，用于向合伙人进一步分红。

（2）2019年11月21日，经第二届董事会第六次会议和2019年第四次临时股东大会审议同意，公司以2019年10月31日的股本总数为基数，向当日登记在册的公司股东每10股派发现金股利3.34元（含税）。王世杰、陈奕夫妇于2019年12月18日合计取得分红款1,137.77万元，取得上述分红后，主要用于购买银行理财产品及证券投资；杭州杰创于2019年12月19日合计取得分红款150.30万元，取得上述分红后，截至2020年6月30日，该笔款仍在杭州杰创的银行账户中。

经核查，实际控制人及其控制的公司获得公司现金分红后，主要资金流向或用途不存在重大异常。

9、核查控股股东、实际控制人、董事、监事、高管、关键岗位人员与发行人关联方、客户、供应商是否存在异常大额资金往来

保荐机构、申报会计师对发行人实际控制人（控股股东）、董事、监事、高管、关键岗位人员的大额资金流水进行了核查，并取得了发行人主要客户、供应商清单，重点关注和比对资金流水交易对手中是否存在关联方、客户、供应商等情形。

主要情况如下：

(1) 核查控股股东、实际控制人、董事、监事、高管、关键岗位人员与发行人客户、供应商不存在异常大额资金往来的情形；

(2) 控股股东、实际控制人、董事、监事、高管、关键岗位人员与发行人关联方之间大额资金往来

2017年3月27日，王世杰向杭州杰创转账18.87万元，杭州杰创用于缴税；

2018年2月，杭州杰创向王世杰、陈奕、张琦、秦和庆、查伟强分红金额97.02万元；

2019年12月31日，王世杰向杭州杰创缴纳出资款360.00万元，2020年1月2日至9日，杭州杰创向秦和庆、查伟强、姜新宇支付股权转让款360.00万元。

王世杰与陈奕系夫妻关系，报告期内双方存在资金往来；王世杰与王红力、王思思、徐爱苏、张金浩存在为购房而借款或者资金往来的情形，报告期均已归还，具体如下：

单位：万元

人员	对手方	时间	资金流入	资金流出	事项说明
王世杰	王红力	2018.2.1	150.00	-	王红力归还报告期之前购房借款
王世杰	王思思	2019.7.31		200.00	王世杰办理个人贷款受托支付业务，将收到的款项先转账给王思思，王思思再转账给王世杰
王世杰	王思思	2019.8.12至 2019.8.28	198.00		
王世杰	王红力	2020.5.14		100.00	借款用于购房摇号冻资
王世杰	王红力	2020.5.26	100.00		归还购房摇号冻资款
王世杰	徐爱苏	2020.5.14		100.00	借款用于购房摇号冻资
王世杰	徐爱苏	2020.5.25	100.00		归还购房摇号冻资款
王世杰	张金浩	2020.5.14		100.00	借款用于购房摇号冻资
王世杰	张金浩	2020.5.15	100.00		归还购房摇号冻资款

综上所述，经核查，报告期内，发行人实际控制人、董事、监事、高管、关键岗位人员与发行人客户、供应商不存在异常大额资金往来的情形，与发行人关联方存在资金往来的情形。

10、核查是否存在关联方代发行人收取客户款项或支付供应商款项的情形

万图信息原为公司全资子公司，曾在淘宝网上开设网店销售公司的反光产品，2013年9月公司将万图信息股权转让给王世杰、陈奕、秦和庆、张琦和查伟强；由于网络店铺的主体及收款账户无法及时变更为发行人，故报告期内还存在万图信息代收淘宝网店货款的情况。截至2019年10月，万图信息开设的淘宝网店已关闭，万图信息也已完成注销手续。2017年至2019年，万图信息代收发行人收取的货款金额分别为68.71万元、12.77万元和0.06万元。

经核查，除上述情况外，发行人不存在关联方代发行人收取客户款项或支付供应商款项的情形。

（三）核查结论

经核查，保荐机构和申报会计师认为：

- 1、发行人资金管理相关内部控制制度设计合理，并得到有效执行；
- 2、发行人不存在银行账户不受发行人控制或未在发行人财务核算中全面反映的情况，不存在发行人银行开户数量等与业务需要不符的情况；
- 3、发行人大额资金往来不存在重大异常，与公司经营活动、资产购置、对外投资等相匹配；
- 4、发行人与控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员、关键岗位人员之间的资金往来主要为等不存在除分红、报销外的异常大额资金往来；
- 5、发行人不存在大额或频繁取现的情形；发行人同一账户或不同账户之间，不存在金额、日期相近的异常大额资金进出且无合理解释的情形；
- 6、发行人不存在大额购买无实物形态资产或服务(如商标、专利技术、咨询服务等)的情形；
- 7、发行人实际控制人个人账户的大额资金往来存在合理理由，不存在频繁的大额存入现金或者支取现金的情形；
- 8、控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员、关键岗位人员从发行人获得大额现金分红款、薪酬或资产转让款、转让发行人股权获得大额股权转让款，主要资金流向或用途不存在重大异常；

9、控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员、关键岗位人员与发行人关联方存在资金往来，相关资金往来具有合理性，与客户、供应商不存在异常大额资金往来，发行人不存在体外资金循环形成销售回款、承担成本费用的情形

10、除 2017 年至 2019 年杭州万图因网络店铺的主体及收款账户无法及时变更而存在代收货款的情形外，报告期内不存在其他关联方代发行人收取客户款项或支付供应商款项的情形。

综上所述，发行人资金管理相关内部控制健全有效，不存在体外资金循环情形，不存在通过体外资金循环虚增收入、利润情形。

（此页无正文，为杭州星华反光材料股份有限公司《关于杭州星华反光材料股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市申请文件的第三轮审核问询函的回复》之签章页）



杭州星华反光材料股份有限公司

2021 年 1 月 31 日

发行人董事长声明

本人已认真阅读《关于杭州星华反光材料股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市申请文件的第三轮审核问询函的回复》的全部内容，确认本回复的内容真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏。

董事长（签名）：



王世杰

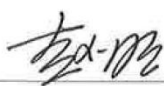


杭州星华反光材料股份有限公司

2021 年 1 月 31 日

（此页无正文，为平安证券股份有限公司《关于杭州星华反光材料股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市申请文件的第三轮审核问询函的回复》之签章页）

保荐代表人（签名）：



赵一明



朱森阳

平安证券股份有限公司（盖章）



2021年07月27日

保荐机构（主承销商）董事长、总经理声明

本人已认真阅读平安证券股份有限公司《关于杭州星华反光材料股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市申请文件的第三轮审核问询函的回复》的全部内容，了解报告涉及问题的核查过程、本公司的内核和风险控制流程，确认本公司按照勤勉尽责原则履行核查程序，审核问询函回复报告不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对上述文件的真实性、准确性、完整性、及时性承担相应法律责任。

保荐机构董事长、总经理（签名）：

何之江

平安证券股份有限公司（盖章）



2021年1月31日