

关于宁波家联科技股份有限公司

首次公开发行股票并在创业板上市申请文件的第一轮审核问询函的回复

天职业字[2021]14195 号

深圳证券交易所：

根据贵所于 2020 年 8 月 18 日出具《关于宁波家联科技股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市申请文件的审核问询函（审核函〔2020〕010341 号）》（以下简称“审核问询函”）的要求，天职国际会计师事务所（特殊普通合伙）（以下简称“申报会计师”）作为宁波家联科技股份有限公司（以下简称“发行人”或“公司”或“宁波家联”）的申报会计师，对问询函中涉及申报会计师的相关问题逐条回复如下：

如无特别说明，本答复使用的简称与《宁波家联科技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”）中的释义相同。

在本问询函回复中，若合计数与各分项数值相加之和在尾数上存在差异，均为四舍五入所致。

类别	字体
审核问询函所列问题	黑体（不加粗）
审核问询函问题回复、核查意见	宋体（不加粗）
对招股说明书的补充披露、修改	楷体（加粗）
引用原招股说明书内容	楷体（不加粗）

目 录

问题 1：关于业绩波动风险	3
问题 2：关于收入	20
问题 3：关于客户	53
问题 4：关于毛利率和营业成本	73
问题 5：关于关联交易	87
问题 6：关于同业竞争和代收货款	103
问题 7：关于采购	112
问题 8：关于金融资产	134
问题 11：关于行业政策	151
问题 12：关于期间费用	170
问题 13：关于存货	200
问题 14：关于在建工程	223
问题 15：关于固定资产	240
问题 16：关于贸易摩擦和疫情影响	247
问题 17：关于股东	258
问题 18：关于应收账款	261
问题 22：关于财务规范性	278
问题 23：关于信息披露质量	288

问题 1：关于业绩波动风险

申报材料显示，报告期内，发行人收入分别为 80,762.71 万元、94,800.09 万元、102,048.43 万元，归属于母公司所有者的净利润（以下简称净利润）分别为 1,793.72 万元、1,054.63 万元、7,484.49 万元。塑胶原材料采购价格和衍生品公允价值变动是影响发行人业绩的重要因素。发行人在招股说明书风险因素部分仅简单披露“原材料价格波动风险”“汇率风险”等经营风险，未对衍生品公允价值变动风险作出风险提示。

请发行人：

（1）量化分析并披露报告期内收入和净利润波动、2018 年收入增长而净利润下滑、2019 年净利润大幅增长的原因及合理性，影响发行人净利润的主要因素，报告期内各影响因素的具体影响情况及敏感性分析，与同行业可比公司业绩增长趋势、下游主要客户业绩变动趋势和行业发展趋势是否一致；

（2）披露塑胶原材料价格是否存在周期性变动，如是，结合塑胶原材料的周期性变动的时间规律，披露当前塑胶价格是否处于相对低位、未来塑胶价格是否将进入上升周期；并在风险因素中量化业绩变动的相关影响因素及其变动情况，充分提示其持续影响，发行人是否存在业绩大幅波动风险，并进一步揭示原材料价格波动风险和汇率风险等业绩影响因素的风险。

请保荐人、申报会计师发表明确意见，并严格按照《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》（以下简称招股说明书准则）的相关规定，量化分析并完整、准确披露发行人报告期业绩变动的影响因素，结合公司实际情况，切实做好重大事项提示和风险因素的披露，提高针对性和有效性，并充分揭示未来业绩存在波动的风险。

回复：

一、发行人说明及补充披露

(一) 量化分析并披露报告期内收入和净利润波动、2018 年收入增长而净利润下滑、2019 年净利润大幅增长的原因及合理性，影响发行人净利润的主要因素，报告期内各影响因素的具体影响情况及敏感性分析，与同行业可比公司业绩增长趋势、下游主要客户业绩变动趋势和行业发展趋势是否一致

1、量化分析并披露报告期内收入和净利润波动、2018 年收入增长而净利润下滑、2019 年净利润大幅增长的原因及合理性，影响发行人净利润的主要因素，报告期内各影响因素的具体影响情况及敏感性分析

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、经营成果分析”之“(七) 报告期业绩波动分析”补充披露如下：

(七) 报告期业绩波动分析

2017 年至 2020 年发行人收入和净利润的波动情况如下：

单位：万元

项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度		2017 年度
	金额	增幅	金额	增幅	金额	增幅	金额
营业收入	102,627.20	0.57%	102,048.43	7.65%	94,800.09	17.38%	80,762.71
主营业务收入	101,441.23	-0.41%	101,859.62	7.73%	94,553.99	18.02%	80,115.78
其他业务收入	1,185.97	528.13%	188.81	-23.28%	246.10	-61.96%	646.93
净利润	11,433.70	52.77%	7,484.49	609.68%	1,054.63	-41.20%	1,793.72

(1) 2018 年度、2019 年度收入增长、2020 年度主营业务收入小幅下滑的原因

①随着下游需求的快速增长以及公司市场竞争力的提升，塑料制品和生物全降解制品销量持续提升

塑料制品的销售均价和销售数量的变动对主营业务收入的影响如下表所示：

单位：万元

产品	项目	2020 年度较 2019 年度	2019 年度较 2018 年度	2018 年度较 2017 年度
----	----	------------------	------------------	------------------

		影响数	占主营业务收入变动金额比例	影响数	占主营业务收入变动金额比例	影响数	占主营业务收入变动金额比例
塑料制品	均价变动影响金额	-2,528.43	604.33%	-1,846.29	-25.27%	3,105.85	21.51%
	销量变动影响金额	136.84	-32.71%	7,932.51	108.58%	8,829.19	61.15%
	合计	-2,391.59	571.62%	6,086.22	83.31%	11,935.04	82.66%
其中：餐具	均价变动影响金额	-2,227.68	532.45%	-1,846.42	-25.27%	3,096.47	21.45%
	销量变动影响金额	-400.08	95.62%	5,455.56	74.68%	4,295.52	29.75%
	合计	-2,627.76	628.07%	3,609.14	49.40%	7,391.99	51.20%
家居用品	均价变动影响金额	-246.73	58.97%	144.67	1.98%	1,125.15	7.79%
	销量变动影响金额	482.90	-115.42%	2,332.41	31.93%	3,417.90	23.67%
	合计	236.17	-56.45%	2,477.08	33.91%	4,543.05	31.46%

注：销售均价变动的影响，是指各产品本年销售均价较上年销售单价的变动额×各产品本年销售数量；销售数量变动的影响，是指各产品本年销售数量较上年销售数量的变动额×各产品上年的销售均价。

生物全降解制品的销售均价和销售数量的变动对收入的影响如下表所示：

单位：万元

产品	项目	2020 年度较 2019 年度		2019 年度较 2018 年度		2018 年度较 2017 年度	
		影响数	占主营业务收入变动金额比例	影响数	占主营业务收入变动金额比例	影响数	占主营业务收入变动金额比例
生物全降解材料制品	均价变动影响金额	284.55	-68.01%	-180.92	-2.48%	874.92	6.06%
	销量变动影响金额	769.29	-183.87%	1,505.96	20.61%	816.77	5.66%
	合计	1,053.84	-251.88%	1,325.03	18.14%	1,691.69	11.72%

注：销售均价变动的影响，是指各产品本年销售均价较上年销售单价的变动额×各产品本年销售数量；销售数量变动的影响，是指各产品本年销售数量较上年销售数量的变动额×各产品上年的销售均价。

②公司加大国内市场的投入，内销持续快速增长；受疫情影响 2020 年外销小幅下滑

内销市场和外销市场对主营业务收入的影响如下表所示：

单位：万元

项目	2020 年		2019 年		2020 年度较 2019 年度
	金额	比例	金额	比例	占主营业务收入变动金额比例
外销	81,360.12	80.20%	90,809.31	89.15%	2,258.49%
内销	20,081.12	19.80%	11,050.31	10.85%	-2,158.49%
合计	101,441.24	100.00%	101,859.62	100.00%	100.00%

单位：万元

项目	2019 年		2018 年		2019 年度较 2018 年度
	金额	比例	金额	比例	占主营业务收入变动金额比例
外销	90,809.31	89.15%	87,830.67	92.89%	40.77%
内销	11,050.31	10.85%	6,723.32	7.11%	59.23%
合计	101,859.62	100.00%	94,553.99	100.00%	100.00%

单位：万元

项目	2018 年		2017 年		2018 年度较 2017 年度
	金额	比例	金额	比例	占主营业务收入变动金额比例
外销	87,830.67	92.89%	78,776.27	98.33%	62.71%
内销	6,723.32	7.11%	1,339.51	1.67%	37.29%
合计	94,553.99	100.00%	80,115.78	100.00%	100.00%

2017 年至 2020 年内销收入的复合增长率为 146.57%，发行人内销市场持续快速增长；新冠疫情对公司 2020 年一季度的经营业绩造成了不利影响，外销收入因此小幅下滑。

(2) 2018 年度净利润下滑、2019 年度和 2020 年度净利润大幅增长的原因

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、经营成果分析”之“（七）报告期业绩波动分析”补充披露如下：

报告期内发行人净利润变动分解如下：

单位：万元

项目	2020 年较 2019 年	2019 年较 2018 年	2018 年较 2017 年
净利润变动	+3,949.21	+6,429.86	-739.09
利润总额变动	+4,739.71	+7,545.56	-1,262.18
其中：毛利变动对利润总额影响	+2,184.22	+7,551.50	+778.16
期间费用变动对利润总额影响	+277.42	-2,158.71	-1,083.21
金融衍生品交易对利润总额影响	-167.15	+1,770.72	-1,620.14
其他因素对利润总额影响	+2,445.22	+382.04	+663.01

如上所示，2018 年净利润下降主要由金融衍生品形成的亏损造成；2019 年净利润上升主要由毛利的增加形成；2020 年净利润上升主要由毛利的增加和房产出售收益导致。

2020 年，发行人子公司处置其拥有的一处美国房产，发行人产生约 1,987.11 万元的税前收益，约占 2020 年度发行人利润总额的 14.72%。扣除非经常性损益对利润总额影响后，报告期内发行人利润总额为 2,382.68 万元、7,979.20 万元、10,409.34 万元。2017-2018 年原材料价格波动过于剧烈、且全球经济形势趋紧，发行人调整售价的过程中存在一定的时滞，造成了产品涨价晚于或小于原材料涨价，负面影响了业绩。2018 年中，鉴于当时应收美元款项较大且汇率波动预期较大，发行人开始尝试进行相关金融衍生品的交易，形成了 2018 年较大金额损失。2018 年以后交易规模和损益得到了有效控制。

1、原材料价格波动的影响

公司生产主要使用塑胶原材料。报告期内，公司生产成本中塑胶原材料成本占比超过 50%。

报告期内，上述主要原材料价格变动是导致公司产品成本变动的主要因素之一，其价格波动在很大程度上受石油价格波动的影响。

2017 年至 2018 年，PP 和 PS 原材料价格大幅上升，造成发行人毛利率下降；2018 年至 2020 年原材料价格下降，发行人毛利率回升。

2017 年至 2020 年原材料价格波动情况如下：

项目	2020 年	2019 年	2018 年	2017 年
PP 大宗商品均价（元/吨）	7,489.07	8,332.28	9,348.13	8,548.18
PS 现货中间均价（美元/吨）	1,100.50	1,180.80	1,467.35	1,352.23
PP 大宗商品均价变动	-10.12%	-10.87%	9.36%	-
PS 现货中间均价变动	-6.80%	-19.53%	8.51%	-
发行人 PP 平均采购入库成本单价（元/吨）	7,110.90	7,907.25	8,640.03	7,630.09
发行人 PP 平均采购入库成本单价变动	-10.07%	-8.48%	13.24%	-
发行人 PS 平均采购入库成本单价（元/吨）	7,275.14	8,361.69	9,904.90	9,298.07
发行人 PS 平均采购入库成本单价变动	-12.99%	-15.58%	6.53%	-
发行人单位材料成本变动	-7.55%	-10.79%	8.44%	-
发行人单位成本变动	-5.64%	-9.49%	7.10%	-

注：PP 大宗商品均价数据来源为大连商品交易所聚丙烯合约（PP.DCE）收盘价的平均值；PS 现货中间均价数据来自隆众化工 PS 现货中间价（中国到岸）平均值。

报告期内，发行人单位成本变动主要受塑胶原材料平均采购入库成本单价变动影响，后者与大宗商品价格变动趋势相符。2018 年至 2019 年发行人单位成本变动与塑胶原材料价格变动幅度接近，2020 年降幅相对较小，差异主要由以下因素形成：

①2020 年成本构成中新增运输服务费

发行人自 2020 年 1 月 1 日采用《企业会计准则第 14 号——收入》（财会〔2017〕22 号）相关规定，商品控制权转移之前发生的运输服务，不构成单项履约义务，列示为“营业成本”，因此 2020 年的成本中新增运输服务费项目，占整体成本比例约 2%，是导致发行人单位成本下降的幅度低于主要原材料价格下降幅度的原因之一。

②材料成本结构中塑胶原材料占比及其变化

发行人塑料制品的材料成本构成中，塑胶原材料占比约为 60%。2020 年，在塑胶原材料价格下行的背景下，发行人包装复杂的套件产品增多、以 PLA 为主要原料的产品的产销量逐年增长，导致材料成本中非塑胶材料占比上升，塑胶原材料占比进一步下降。主营业务成本中平均材料成本包括主要原材料成本、辅料成

本。报告期内公司主要原材料包括塑胶原材料、PLA 以及纸，其中 PLA 的平均采购单价逐年升高，2020 年的平均采购入库成本单价较 2019 年度上升 3.83 元/千克。

综上，塑胶原材料占比下降以及非塑胶原材料平均采购入库成本单价的上升是导致塑胶原材料报告期各期的平均采购入库成本单价变动比例高于主营业务成本中平均材料成本差异变动比例的主要原因，影响比例约为 3.21%。

③期初结存原材料的影响

发行人的存货采用月末一次加权平均法核算，当期原材料领用价格受当期购入原材料单价和上期结存原材料单价共同影响。发行人根据生产经验提前 1-2 个月备货。2020 年，原材料价格较以前年度处于低位，期初较高的存货价格影响相对较大。2020 年期初结存对原材料领用价格的影响约为 1.14%。

④2020 年部分产品塑胶原材料价格并未下降

2020 年，发行人家居用品收入占比进一步上升，宜家成为第一大客户。生产该类产品的原材料 568M0/1102K/961M0/RJ770 等性能具有一定特殊性，其价格在 2020 年下降幅度较小，也是 2020 年单位成本及 PP 平均采购入库成本单价下降幅度小于 PS 平均采购入库成本单价降价幅度的原因。

发行人 2018 年度至 2020 年度塑料制品的毛利率分别为 17.31%、23.73%和 26.10%，以下分拆单位价格和单位成本解释毛利率变动。

原材料价格波动对发行人塑料制品毛利率的影响如下：

单位：元/kg

项目	2020 年		2019 年		2018 年	
	金额	毛利率影响	金额	毛利率影响	金额	毛利率影响
单位价格	16.14	-2.04%	16.58	-1.57%	16.89	2.74%
单位成本	11.93	4.32%	12.64	7.84%	13.97	-5.68%
直接材料	8.92	4.44%	9.65	6.91%	10.82	-5.16%
直接人工	0.95	0.70%	1.06	0.51%	1.15	0.24%
制造费用	2.06	-0.74%	1.93	0.43%	2.00	-0.76%

注：某因素对毛利率影响额=假设其他因素与上年一致仅该因素发生变动时的毛利率-上期毛利率

如上所示，发行人毛利率的波动系由单位成本和单位价格的变动共同形成，其中单位成本中直接材料成本是毛利率波动的主要因素。

2017年至2020年，塑胶原材料价格波动对公司经营业绩的敏感性分析如下：

单位：万元

项目	2020 年	2019 年	2018 年	2017 年
塑胶原材料单价变动	+1%	+1%	+1%	+1%
营业成本变动额	334.90	354.29	360.25	293.20
毛利变动额	-334.90	-354.29	-360.25	-293.20
毛利变动比例	-1.25%	-1.44%	-2.11%	-1.80%
毛利率影响	-0.33%	-0.35%	-0.38%	-0.36%

注：假设塑胶原材料占直接材料成本的比例为 60%

发行人主要通过制定以成本加成法定价原则、及时调整的销售价格策略来应对原材料价格风险。

若未来原材料价格持续上涨，而公司未能及时向客户转嫁原材料成本持续增加的压力，将可能存在产品毛利率下降，业绩下滑的风险。

2、投资收益和公允价值变动收益波动影响

2018年至2019年，交易金融衍生品形成的损益对发行人影响较大。2018年中，鉴于当时应收美元款项较大且汇率波动预期较大，发行人开始尝试进行相关金融衍生品的交易。由于当时相关的业务制度和内控措施尚不完善，造成了在美元汇率变动偏离发行人预期的背景下交易规模偏大，形成了2018年较大金额损失。

报告期内发行人以出口销售为主，且多数交易以美元结算，发行人报告期内采取买卖外汇衍生的方法部分对冲风险，主要交易品种包括远期结汇、货币掉期、期权等及其组合产品。发行人付出一定成本，在汇率发生对主营业务不利变化时以期获得一定补偿。

报告期内发行人交易金融衍生品形成的投资收益和公允价值变动收益情况

如下：

单位：万元

项目	2020 年	2019 年	2018 年
投资收益	-19.31	-907.60	-561.25
其中：远期结售汇	41.03	-448.95	-152.62
货币掉期	-49.91	-	-
货币互换	-	32.46	-
外汇期权	-9.84	-490.93	-408.63
利率掉期	-0.59	-0.19	-
公允价值变动收益	0.71	1,058.18	-1,058.89
其中：远期结售汇	-41.25	339.12	-297.87
货币掉期	46.59	169.58	-216.17
货币互换	-	-63.25	63.25
外汇期权	-5.24	613.34	-608.11
利率掉期	0.61	-0.61	-

2018 年至 2019 年，交易金融衍生品形成的损益对发行人影响较大。鉴于外销占比较高及外汇衍生品的必要性，以及相关衍生品的风险性，发行人制订了《金融衍生品业务管理制度》对相关权限、程序、操作及总额进行了规范和管理，2018 年以后交易规模和损益得到了有效控制，截至 2020 年 12 月 31 日，发行人尚未交割的金融衍生品余额为零。由于金融衍生品具有理论损失大、且部分品种存在理论损失超过本金的特点，如果未来发行人无法继续有效管控汇率波动风险及相关衍生品交易的风险，将对发行人经营业绩构成较大风险。

3、汇率波动影响

原则上，发行人面对的显著外汇波动风险的是一般贸易业务的外币收入、进料加工业务的部分利润。假设其他条件不变的情况下，外汇波动风险（美元汇率下跌）对发行人业绩影响分析如下：

项目	2020 年	2019 年	2018 年	2017 年
假设美元汇率贬值 1%	-1.00%	-1.00%	-1.00%	-1.00%

项目	2020 年	2019 年	2018 年	2017 年
进料加工业务毛利损失额（万元）	-320.52	-360.17	-295.14	-265.28
一般贸易收入/毛利损失额（万元）	-47.72	-38.49	-53.27	-93.81
合计影响毛利额（万元）	-368.24	-398.65	-348.40	-359.09
影响比例	-1.37%	-1.62%	-2.05%	-2.21%

注：影响比例为合计影响毛利额占主营业务毛利的比例

上述测算建立在全年汇率变化和结汇操作均匀的假设下。实际业务中，发行人主要通过控制单个时点应收美元净敞口的方法来应对美元贬值风险，即在单个时点，尽可能匹配美元资产（应收项目）和美元负债（应付项目和美元借款）的规模。

此外，如上所述，发行人日常采取买卖外汇衍生品的方法部分对冲风险，但由于发行人出口业务单笔货值较小较分散，进行严格的套保不具有可操作性，发行人按防御方向为主进行一定规模的外汇衍生品交易，以期在汇率发生不利变化时获得一定补偿。

随着我国汇率管制制度的改革，国内外经济、政治影响人民币汇率走势，汇率波动市场化程度提高，人民币价值的波动将影响公司主要原材料的采购成本和公司产品在海外市场的竞争力。但考虑到汇率的波动不论是向上还是向下，在对公司出口产品造成某一方向影响的同时，必定对公司进口原料造成另一方向的影响，因此公司进料加工为主的经营模式，会使汇率的波动在公司的采购销售两端互相对冲，从而大幅减小汇率对公司生产经营的影响。此外，国内金融市场日趋发达，公司亦可选择多种金融产品对冲部分汇率波动风险，以提高公司生产经营的稳定性。

4、2020 年房产出售收益的影响

2020 年发行人子公司 Home-Link LLC 与 GF Properties LP 签署《房产购买标准要约、协议和托管指示》，以总金额 774 万美元出售其拥有的一处美国房产，发行人产生约 1,987.11 万元的税前收益，约占 2020 年度发行人利润总额的 14.72%。

2、与同行业可比公司业绩增长趋势、下游主要客户业绩变动趋势和行业发展趋势是否一致

(1) 发行人与同行业可比公司业绩增长趋势比较

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、经营成果分析”之“（七）报告期业绩波动分析”补充披露如下：

4、发行人与同行业可比公司业绩增长趋势比较

与发行人主营产品及制造工艺较为类似的上市公司如下：

公司	主营产品
永新股份	塑料包装膜
茶花股份	厨房用品、居家用品、一次性用品等
富岭环球	一次性塑料餐饮具等

(1) 主营业务收入比较

2017 年至 2020 年，同行业可比公司主营业务收入增长趋势如下：

单位：万元

公司简称	2020 年度		2019 年度		2018 年度		2017 年度
	金额	增幅	金额	增幅	金额	增幅	金额
永新股份	265,997.03	4.89%	253,590.30	11.68%	227,066.24	16.28%	195,279.60
茶花股份	-	-	78,189.17	3.05%	75,876.53	5.60%	71,854.76
富岭环球	-	-	104,033.49	13.59%	91,589.31	8.93%	84,079.53
发行人	101,441.23	-0.41%	101,859.62	7.73%	94,553.99	18.02%	80,115.78

注：2020 年，富岭环球（FORK.US）启动私有化，未公布 2020 年度财务报告相关数据；截止 2021 年 3 月 16 日茶花股份未公布 2020 年度报表数据。

如上所示，与主营产品及制造工艺较为类似的上市公司相比，发行人报告期内的主营业务收入增长趋势相近。

(2) 毛利率比较

2017 年至 2020 年，同行业可比公司毛利率增长趋势如下：

公司简称	2020 年度		2019 年度		2018 年度		2017 年度
	毛利率	变动	毛利率	变动	毛利率	变动	毛利率
永新股份	24.36%	0.17%	24.19%	2.24%	21.95%	-0.75%	22.70%
茶花股份	-	-	29.14%	3.34%	25.80%	-4.10%	29.90%
富岭环球	-	-	24.89%	3.44%	21.45%	0.41%	21.04%
发行人	26.13%	2.00%	24.13%	6.12%	18.01%	-2.17%	20.18%

注：2020 年，富岭环球（FORK.US）启动私有化，未公布 2020 年度财务报告相关数据；截止 2021 年 3 月 16 日茶花股份未公布 2020 年度报表数据。

如上所示，与主营产品及制造工艺较为类似的上市公司相比，发行人报告期内毛利率波动趋势相近。

（2）发行人与下游客户业绩增长趋势比较

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、经营成果分析”之“（七）报告期业绩波动分析”补充披露如下：

5、发行人与下游客户业绩增长趋势比较

公司的主要产品为餐饮具和家居用品。公司目前的主要客户为海内外知名大型超市以及连锁餐饮企业。

发行人主要客户简介如下：

客户名称	所在区域	主要销售产品
Team Three	美国、香港	餐具、生物材料制品（提供给餐饮业）
Jarden	美国	餐具（沃尔玛等大型超市供应商）
Woolworths	澳大利亚	餐具（大型超市销售）
Safeway	美国	餐具（食品药品零售）
Meijer	美国	餐具（连锁超市销售）
AmerCareRoyal	美国	餐具（提供给餐饮业）
必胜(上海)食品有限公司	中国	餐具（自营餐饮服务）
Dart	美国	餐具（提供给餐饮业）
Bunzl	美国	餐具（提供给餐饮业）

客户名称	所在区域	主要销售产品
The Safety Zone LLC	美国	餐具（提供给餐饮业）
Amazon	美国	餐具（自营电商销售）
宜家	中国、欧洲	家居用品、餐具、生物材料制品
Wal-Mart	北美、欧洲等	餐具、家居用品
蜜雪冰城	中国	餐具

发行人主要客户均为世界知名跨国企业，公司产品在主要客户销售产品中占比较低，因此客户业绩与发行人的业绩波动相关性较低。

报告期内部分主要客户业绩情况如下：

①Bunzl

单位：百万英镑

	2020.1.1-2020.6.30	2019.1.1-2019.12.31	2018.1.1-2018.12.31
营业收入	4,846.30	9,326.70	9,079.40
营业收入增幅	3.92%	2.72%	5.81%

②IKEA

单位：百万欧元

	2019. 9. 1-2020. 8. 31	2018.9.1-2019.8.31	2017.9.1-2018.8.31
营业收入	23, 613. 00	25,254.00	24,919.00
营业收入增幅	-6. 50%	1.34%	8.92%

(3) 发行人经营情况与行业发展趋势比较

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、经营成果分析”之“（七）报告期业绩波动分析”补充披露如下：

6、发行人经营情况与行业发展趋势比较

2017 年度至 2020 年度，发行人塑料制品营业收入复合增长率为 6.21%，生物全降解材料制品营业收入复合增长率达 98.13%，与行业发展趋势相符。发行人净利润主要受塑胶原材料价格变动影响，净利润变动与行业发展趋势一致。

2017 年至 2020 年，发行人塑料制品销量分别为 48,358.04 吨，53,770.33

吨, 58,466.67 吨与 **58,549.23 吨**, 中国塑料制品产量分别为 7,515.50 万吨, 6,042.1 万吨, 8,184.2 万吨, **7,603.2 万吨**。发行人报告期内销量变动趋势与中国塑料制品产量变动趋势相近。

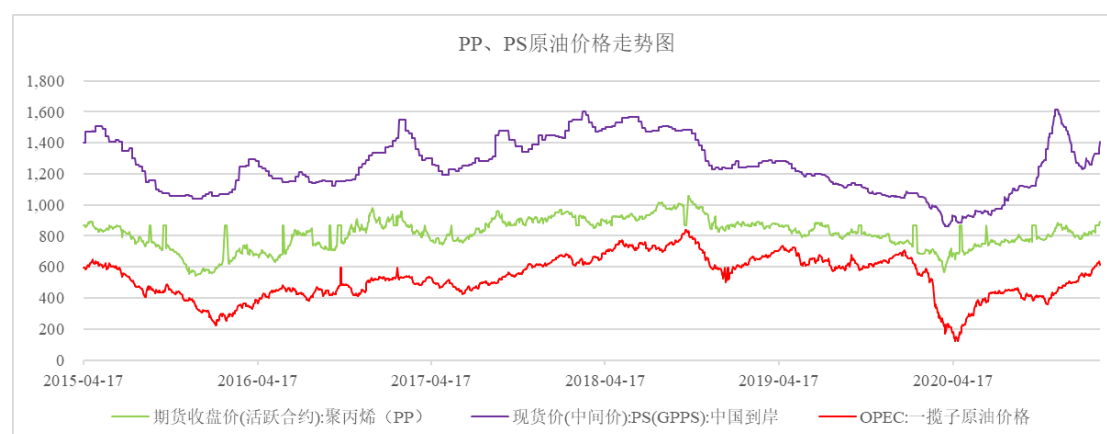
(二) 披露塑胶原材料价格是否存在周期性变动, 如是, 结合塑胶原材料的周期性变动的时间规律, 披露当前塑胶价格是否处于相对低位、未来塑胶价格是否将进入上升周期; 并在风险因素中量化业绩变动的相关影响因素及其变动情况, 充分提示其持续影响, 发行人是否存在业绩大幅波动风险, 并进一步揭示原材料价格波动风险和汇率风险等业绩影响因素的风险

1、披露塑胶原材料价格是否存在周期性变动, 如是, 结合塑胶原材料的周期性变动的时间规律, 披露当前塑胶价格是否处于相对低位、未来塑胶价格是否将进入上升周期

发行人已在招股说明书“第六节 业务与技术”之“三、发行人的主营业务情况”之“(二) 公司的采购情况”之“1、公司对外采购的主要产品及其价格变动趋势”补充披露如下:

报告期内发行人直接材料主要为 PP、PS、PLA 等塑料原材料, 价格受大宗商品价格影响, 而后者与国际原油价格关联性较大。

PP 和 PS 与原油价格的关联性如下:



数据来源: 大连期货交易所, 隆众化工, OPEC

如上所示, 发行人主要原材料大宗商品价格与国际原油价格大体趋势上呈正相关关系、但波动幅度相对较小、短期趋势各有不同, 除受原材料石油的价格影响外, 主要受产品供需关系影响。截至 **2020 年 12 月 31 日**, PP 大宗商品(PP.DCE)

收盘价 **8,057 元/吨**，自 2014 年 2 月该指数编制以来，该水平位于最低位 **149.20%**、最高位的 **70.54%**；截至 **2020 年 12 月 31 日**，PS 现货中国到岸中间价（GPPS）为 **1,307.5 美元/吨**，自 2015 年 4 月以来，该水平位于最低位 **151.24%**、最高位的 **84.35%**。

综上，塑胶原材料价格存在波动，但不存在明确时间规律，未来波动具有不可预见性。若未来原材料价格上涨，而公司未能及时向客户转嫁原材料成本持续增加的压力，将可能存在产品毛利率下降，业绩大幅波动的风险。

2、在风险因素中量化业绩变动的相关影响因素及其变动情况，充分提示其持续影响，发行人是否存在业绩大幅波动风险，并进一步揭示原材料价格波动风险和汇率风险等业绩影响因素的风险

（1）原材料价格波动风险

发行人已在招股说明书“第四节 风险因素”之“二、经营风险”之“（一）原材料价格波动风险”补充披露如下：

公司生产主要使用塑胶原材料。报告期内，公司生产成本中塑胶原材料成本占比超过 50%。

报告期内，上述主要原材料价格变动是导致公司产品成本变动的主要因素之一，其价格波动在很大程度上受石油价格波动的影响。报告期内受石油价格波动的影响，上述主要原材料的价格波动幅度较大。

2017 年至 2020 年，塑胶原材料价格波动对公司经营业绩的敏感性分析如下：

单位：万元

项目	2020 年	2019 年	2018 年	2017 年
塑胶原材料单价变动	+1%	+1%	+1%	+1%
营业成本变动额	334.90	354.29	360.25	293.20
毛利变动额	-334.90	-354.29	-360.25	-293.20
毛利变动比例	-1.25%	-1.44%	-2.11%	-1.80%
毛利率影响	-0.33%	-0.35%	-0.38%	-0.36%

注：假设塑胶原材料占直接材料成本的比例为 60%

发行人主要通过制定以成本加成法定价原则、及时调整的销售价格策略来应对原材料价格风险。

发行人所处行业相对成熟，具有原材料价格透明度高、市场供需关系较为稳定、厂家利润率绝对水平不高等特点。因此，厂家将原材料价格波动向下游客户传导具有行业基础、商业合理性。发行人已建立产品价格管理制度，会根据成本、费用项目的波动情况，在市场形势不利的情况下，及时更新对客户的报价，与客户协商调整价格。但在实际业务中，在塑料制品生产厂家可接受的利润率范围内，存在原材料价格波动向下游客户传导的一定滞和不充分，主要由供需双方的谈判能力、市场状况、策略等因素决定；下游客户如突破厂家可接受利润范围，则可能造成交易无法达成、在市场上难以获得供应的后果。

若未来原材料价格持续大幅上涨，而公司未能及时、充分向客户转嫁原材料成本持续增加的压力，将可能存在产品毛利率下降，业绩下滑的风险。

（2）汇率风险

发行人已在招股说明书“第四节 风险因素”之“二、经营风险”之“（三）汇率风险”补充披露如下：

公司部分原材料从境外采购，产品主要销往欧洲、美国、澳洲等海外市场，境内原料采购、产品销售占比较少。原材料采购合同、产品境外销售合同主要以美元计价结算。人民币价值的波动将影响公司主要原材料的采购成本和产品的价格竞争力。同时，公司原材料采购形成的应付款项至付款期间、公司产品销售形成的应收款项至收款期间，汇率波动产生的汇兑损益将直接影响公司经营成果。

原则上，发行人面对的显著外汇波动风险的是一般贸易业务的外币收入、进料加工业务的部分利润。假设其他条件不变的情况下，**报告期内**，假设美元汇率贬值1%，合计影响毛利额占主营业务毛利的比例为-2.05%、-1.62%和**-1.37%**。

（3）交易金融衍生品的风险

发行人已在招股说明书“第四节 风险因素”之“四、财务风险”之“（五）交易金融衍生品的风险”补充披露如下：

（五）交易金融衍生品的风险

报告期内发行人以出口销售为主，且多数交易以美元结算，发行人报告期内采取买卖外汇衍生的方法部分对冲风险，主要交易品种包括远期结汇、货币掉期、期权等及其组合产品。发行人付出一定成本，在汇率发生对主营业务不利变化时以期获得一定补偿。

报告期内发行人交割衍生金融工具产生的投资收益分别为-561.25 万元、-907.60 万元和-19.31 万元，公允价值变动收益分别为-1,058.89 万元、1,058.18 万元和 0.71 万元。

2018 年至 2019 年，交易金融衍生品形成的损益对发行人影响较大。鉴于外销占比较高及外汇衍生品的必要性，以及相关衍生品的风险性，发行人制订了《金融衍生品业务管理制度》对相关权限、程序、操作及总额进行了规范和管理，2018 年以后交易规模和损益得到了有效控制，截至 2020 年 12 月 31 日，发行人尚未交割的金融衍生品余额为零。由于金融衍生品具有理论损失大、且部分品种存在理论损失超过本金的特点，如果未来发行人无法继续有效管控汇率波动风险及相关衍生品交易的风险，将对发行人经营业绩构成较大风险。

二、申报会计师核查情况

（一）核查程序

申报会计师履行的主要核查程序包括：

（1）利用公开渠道查询发行人主要原材料 PP、PS 及原油市场价格波动情况；（2）查查阅报告期内发行人原材料采购价格，结合原料市场价格波动，对比分析主要原材料采购价格的合理性；（3）查阅发行人成本数据，分析发行人成本波动与原材料市场价格波动趋势；（4）获取发行人原材料出库、入库数量及金额，分析原材料结存数量及单价对发行人原材料出库单价的影响；（5）查阅同行业上市公司的年度报告，分析发行人业绩波动风险是否符合行业特征；（6）查阅发行人出具的关于报告期投资收益和公允价值变动收益情况的说明和《金融衍生品业务管理制度》，了解相关内控制度；（7）通过公开网络查询下游客户业绩情况。

（二）核查意见

经核查，申报会计师认为：

（1）影响发行人报告期内业绩波动的主要因素为原材料价格波动、衍生品投资收益和公允价值变动收益波动和汇率波动，具有合理性，发行人已分析并补充披露相关风险因素并进行敏感性分析；（2）发行人与同行业可比公司业绩增长趋势和行业发展趋势基本一致；（3）发行人主要原材料大宗商品价格与国际原油价格大体趋势上呈正相关关系、但波动幅度相对较小、短期趋势各有不同，除受原材料石油的价格影响外，主要受产品供需关系影响。若未来原材料价格上涨，而发行人未能及时向客户转嫁原材料成本持续增加的压力，将可能存在产品毛利率下降，业绩大幅波动的风险。发行人已进一步揭示上述原材料波动风险、汇率风险等业绩影响因素的风险。

问题 2：关于收入

申报材料显示：

（1）发行人主要产品按照用途可以分为餐饮具和家居用品，按照材料可以分为塑料制品、生物全降解材料制品、纸制品及其他；发行人以为客户定制生产模式为主。

（2）发行人外销占比较高，报告期内分别为 98.33%、92.89%和 89.15%，发行保荐工作报告在销售收入的核查过程部分仅说明对主要客户的交易额及应收账款进行了函证，通过视频结合现场的方式访谈了发行人境外客户和/或其境内办事处，但未充分说明核查过程。

请发行人：

（1）结合客户对定制产品规格、技术参数、贴牌等要求，披露发行人是否主要从事境外客户的 OEM 代工业务，如是，进一步区分自有品牌和 OEM 产品分别披露对应的产品类型、主要客户构成、销售区域、销售数量、金额和占比；

（2）按照餐饮具和家居用品对应的塑料产品、生物全降解材料制品和纸制品及其他产品区分细分产品用途，分别披露平均销售单价、单位成本、销量、销

售金额及占比、毛利率水平和主要客户构成，并说明报告期内相关数据指标变动情况及原因；对比同行业可比公司的销售单价或市场价格、毛利率情况，说明是否存在重大差异；

（3）按照国别或者地区披露发行人外销产品的种类、销量、销售金额及占比、对应主要客户及变动情况；披露对不同国家或地区销售的同类产品的平均单价、单位成本和毛利率情况，并说明差异的原因及合理性；披露外销和内销同类产品的平均销售单价、单位成本和毛利率，并说明存在差异的原因及合理性；

（4）披露发行人与客户合同条款中是否明确约定退换货期限，发行人报告期是否存在退换货情况，退换货是否存在跨期情形，如存在跨期，披露相关会计处理是否符合《企业会计准则》的规定；说明 2019 年发行人第四季度销售收入占比较低的原因；

（5）披露外销收入中 FOB、CIF、CFR、DDP、EXW 等不同贸易方式下的收入金额及占比、收入金额的计量、运费和保险费的会计处理；对比同行业可比公司的收入确认政策，说明发行人的收入确认时点是否符合《企业会计准则》的规定。

请保荐人、申报会计师发表明确意见，并说明境外主要客户的交货方式、运费承担方式以及对发行人主要客户及对应终端客户的视频走访、实地走访及函证程序、比例、走访及函证差异情况，存在差异的分析具体原因，替代程序的具体方法、比例及差异情况。

回复：

一、发行人补充披露

（一）结合客户对定制产品规格、技术参数、贴牌等要求，披露发行人是否主要从事境外客户的 OEM 代工业务，如是，进一步区分自有品牌和 OEM 产品分别披露对应的产品类型、主要客户构成、销售区域、销售数量、金额和占比

发行人已在招股说明书“第六节 业务与技术”之“一、发行人的主营业务、主要产品及其变化情况”之“（四）公司主要的经营模式”补充披露如下：

6、公司生产、销售及品牌建设特点

报告期内公司自有品牌尚未形成销售收入。品牌建设的对象为企业客户，未直接面向终端消费者。发行人产品流向分为两类，分别为国内外知名大型商超和连锁餐饮。

餐饮企业类客户向公司定制的餐饮具类产品在堂食或外卖中耗用，一般餐饮企业使用发行人的定制化产品并非用于贴牌销售餐饮具，公司不是传统意义上的OEM贴牌生产；大型商超类的客户向公司定制的产品以商超名义向消费者零售。

报告期内，公司的品牌建设对象为企业客户，多为知名跨国企业，具有较高的供应商遴选标准，对产品外观、性能、质量、成本及安全环保性有细致化要求，也极为注重供应商生产环境、质量管理等。此外，由于餐饮具、家居用品需求量较大，对于供应商的生产规模和供应稳定性也有很高的要求。因此，公司的品牌基础是面对企业客户，建立在生产工艺、质量管理、生产规模、供应稳定性等方面之上的。

发行人主要客户产品去向如下：

客户名称	产品去向
Team Three	餐饮
宜家	商超
Bunzl	餐饮
Dart	商超/餐饮
Woolworths	商超
Jarden	商超
Fasho	餐饮
必胜(上海)食品有限公司	餐饮
Wal-Mart Canada CORP	商超
Amazon	电商
蜜雪冰城	餐饮

上述主要客户 2018 年度至 2020 年度销售收入占营业收入的比例分别为

71.04%、74.15%和 **75.56%**，报告期内主要客户的产品去向比例如下：

产品去向	2020 年度	2019 年度	2018 年度
餐饮	54.76%	50.66%	50.69%
商超	45.24%	49.34%	49.31%

注：主要客户中每年度前十大客户

如上所示，**2018 年至 2020 年**，发行人向主要客户销售的产品中流向餐饮的比例分别为 50.69%、50.66%和 **54.76%**，餐饮企业类客户向公司定制的餐饮具类产品在堂食或外卖中耗用，一般餐饮企业使用发行人的定制化产品并非用于贴牌销售餐饮具，不属于传统意义上的 OEM 贴牌生产。发行人向主要客户销售的产品中流向商超的比例分别为 49.31%、49.34%和 **45.24%**，最终以商超名义向消费者零售。

（二）按照餐饮具和家居用品对应的塑料产品、生物全降解材料制品和纸制品及其他产品区分细分产品用途，分别披露平均销售单价、单位成本、销量、销售金额及占比、毛利率水平和主要客户构成，并说明报告期内相关数据指标变动情况及原因；对比同行业可比公司的销售单价或市场价格、毛利率情况，说明是否存在重大差异

1、按照餐饮具和家居用品对应的塑料产品、生物全降解材料制品和纸制品及其他产品区分细分产品用途，分别披露平均销售单价、单位成本、销量、销售金额及占比、毛利率水平和主要客户构成，并说明报告期内相关数据指标变动情况及原因

（1）细分产品的销量、销售金额及占比情况

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、经营成果分析”之“（一）营业收入构成及变动趋势分析”之“2、主营业务收入分析”之“（2）主营业务收入分产品构成及变动分析”补充披露如下：

2017 年至 2020 年区分细分产品用途披露的主营业务收入金额及变动情况如下：

单位：万元

材料	产品用途	2020 年度		2019 年度		2018 年度		2017 年度
		金额	增幅	金额	增幅	金额	增幅	金额
塑料制品	餐饮具	87,928.85	-2.90%	90,556.62	5.62%	85,735.59	9.44%	78,343.59
	家居用品	6,588.31	3.72%	6,352.14	24.87%	5,086.95	835.27%	543.90
	小计	94,517.16	-2.47%	96,908.76	6.70%	90,822.53	15.13%	78,887.49
生物材料制品	餐饮具	4,548.09	25.73%	3,617.28	57.81%	2,292.24	281.68%	600.56
	家居用品	123.02	-	-	-	-	-	-
	小计	4,671.11	29.13%	3,617.28	57.81%	2,292.24	281.68%	600.56
纸制品及其他		2,252.96	68.94%	1,333.58	-7.34%	1,439.21	129.27%	627.73
主营业务收入		101,441.23	-0.41%	101,859.62	7.73%	94,553.99	18.02%	80,115.78

2017 年至 2020 年区分细分产品用途披露的销售金额占主营业务收入比重及变动情况如下：

材料	产品用途	2020 年度		2019 年度		2018 年度		2017 年度
		占比	增幅	占比	增幅	占比	增幅	占比
塑料制品	餐饮具	86.68%	-2.50%	88.90%	-1.95%	90.67%	-7.28%	97.79%
	家居用品	6.49%	4.08%	6.24%	15.99%	5.38%	691.18%	0.68%
	小计	93.17%	-2.07%	95.14%	-0.95%	96.05%	-2.46%	98.47%
生物材料制品	餐饮具	4.48%	26.30%	3.55%	46.69%	2.42%	222.67%	0.75%
	家居用品	0.12%	-	-	-	-	-	-
	小计	4.60%	29.71%	3.55%	46.69%	2.42%	222.67%	0.75%
纸制品及其他		2.22%	69.54%	1.31%	-13.82%	1.52%	94.87%	0.78%
主营业务收入		100.00%	-	100.00%	-	100.00%	-	100.00%

2017 年至 2020 年，发行人塑料制品中的餐饮具占发行人主营业务收入 80% 以上，为公司主要产品。虽然该产品收入占比呈逐年下降趋势，但收入金额保持增长，是公司主要的收入来源。

近年来，国际上多个国家出台了限制传统塑料制品使用的政策，鼓励、刺激了生物可降解塑料行业的发展。发行人2017年至2020年生物材料制品销售额分别为人民币600.56万元、2,292.24万元、3,617.28万元、4,671.11万元。

2017年至2020年，发行人纸制品及其他的销售收入在报告期内占主营业务收入的比例在2%左右，因此下文仅对塑料制品和生物材料制品的客户构成情况进行分析。

2017年至2020年区分细分产品用途披露的销量及变动情况如下：

单位：吨

材料	产品用途	2020 年度		2019 年度		2018 年度		2017 年度
		销量	增幅	销量	增幅	销量	增幅	销量
塑料制品	餐饮具	53,989.55	-0.44%	54,229.13	7.30%	50,541.96	5.48%	47,914.83
	家居用品	4,559.68	7.60%	4,237.54	31.26%	3,228.37	628.41%	443.21
	小计	58,549.23	0.14%	58,466.67	8.73%	53,770.33	11.19%	48,358.04
生物材料制品	餐饮具	969.61	14.61%	846.02	65.70%	510.58	136.00%	216.35
	家居用品	56.34	-	-	-	-	-	-
	小计	1,025.95	21.27%	846.02	65.70%	510.58	136.00%	216.35

注：报告期内发行人纸制品及其他报告期内销量较低，该品类主要由餐具套件中外购配套纸巾、桌布、牙签等构成，具有品类众多、单项金额小、单位不一、多数不以重量计价的特征，故未统计数量。

（2）细分产品的单价、单位成本及毛利率情况

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、经营成果分析”之“（一）营业收入构成及变动趋势分析”之“2、主营业务收入分析”之“（3）主要产品销售价格及销量变化情况分析”补充披露如下：

①发行人细分产品的单价、单位成本、毛利率情况

a. 塑料制品

单位：元/kg

产品用途	项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度		2017 年度
		金额	增幅（量）	金额	增幅（量）	金额	增幅（量）	金额

产品用途	项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度		2017 年度
		金额	增幅(量)	金额	增幅(量)	金额	增幅(量)	金额
餐饮具	单价	16.29	-2.46%	16.70	-1.53%	16.96	3.73%	16.35
	单位成本	11.92	-4.87%	12.53	-10.11%	13.94	6.90%	13.04
	毛利率	26.83%	1.85%	24.98%	7.15%	17.83%	-2.44%	20.27%
家居用品	单价	14.45	-3.60%	14.99	-4.89%	15.76	28.44%	12.27
	单位成本	12.10	-14.25%	14.11	-2.01%	14.40	6.59%	13.51
	毛利率	16.26%	10.39%	5.87%	-2.72%	8.59%	18.72%	-10.13%

2017 年至 2020 年，塑料餐饮具产品分别贡献了发行人主营业务收入的 97.79%、90.67%、88.90%和 **86.68%**，是发行人报告期内收入和利润的主要来源。报告期内，该类产品的销售均价、单位成本总体较为稳定，主要随原材料价格变动趋势呈先增后减的趋势、且均价和单位成本变动方向一致。报告期内该类产品毛利率的变动，主要由 2017 年至 2018 年间成本上升时发行人向客户转嫁的幅度和时滞问题形成的毛利率下降、以及 2019 年至 **2020 年**成本下降时一定程度维护了售价而形成的毛利率上升。

2017 年至 **2020 年**，塑料家居用品分别贡献了发行人主营业务收入的 0.68%、5.38%、6.24%和 **6.49%**，是发行人报告期内新投放市场的产品并呈快速增长趋势。报告期内，该类产品处于起步、拓展重要客户和占领市场份额阶段，主要为战略客户 **IKEA（宜家）** 配套供货。由于在业务开展初期规模较小，因此形成了该类产品报告期内单位成本较高、毛利率较低的情形。报告期内，该类产品随着产销规模的快速增加，利润率逐步上升。

b. 生物降解材料制品

单位：元/kg

产品用途	项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度		2017 年度
		金额	增幅(量)	金额	增幅(量)	金额	增幅(量)	金额
餐饮具	单价	46.91	9.71%	42.76	-4.74%	44.89	61.71%	27.76
	单位成本	31.51	17.97%	26.71	6.03%	25.19	44.52%	17.43

产品用途	项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度		2017 年度
		金额	增幅（量）	金额	增幅（量）	金额	增幅（量）	金额
	毛利率	32.83%	-4.71%	37.54%	-6.36%	43.90%	6.68%	37.22%
家居用品	单价	21.84	-	-	-	-	-	-
	单位成本	21.10	-	-	-	-	-	-
	毛利率	3.39%	-	-	-	-	-	-

2017 年至 2020 年，发行人用于餐饮领域的生物材料制品，分别贡献了主营业务收入的 0.75%、2.42%、3.55%和 **4.48%**，是行业前沿产品；发行人用于家居用品的生物材料制品 2020 年开始投放市场，贡献了主营业务收入的 0.12%，生物材料制品的绝对占比仍相对较小。报告期内，发行人生物材料制品毛利率总体较为稳定，均价和单位成本大体上同方向变动、2018 年同步增幅较大。PLA 的改性、产品性能的提升是行业研发前沿，产品也处于持续升级、逐步成熟的过程，2018 年发行人对相关产品的配方进行改进、提升了性能的同时产品成本增加，售价因为成本加成法原则也同步调整。此外，2017 年至 2020 年，该类产品主要原材料聚乳酸的平均采购入库成本单价有所波动，分别为 13.73 元/kg、15.96 元/kg、16.23 元/kg 和 **20.06 元/kg**，也共同形成了该类产品均价、单位成本、毛利率的变动。

c. 纸制品及其他

2017 年至 2020 年，发行人纸制品及其他类产品分别贡献了主营业务收入的 0.78%、1.52%、1.31%和 **2.22%**，占比较小，主要由餐具套件中外购配套纸巾、桌布、牙签等构成，具有品类众多、单项金额小、单位不一、多数不以重量计价的特征。报告期内，该类产品毛利率波动幅度相对较大、总体不高，主要由具体项目构成的变化造成。

（3）细分产品的客户构成情况

发行人已在招股说明书“第六节 业务与技术”之“三、发行人的主营业务情况”之“（一）公司的销售情况”补充披露如下：

（3）分产品类别的客户及变动情况

2017年至2020年餐饮具和家居用品对应的塑料产品、生物全降解材料制品和纸制品及其他产品区分细分产品用途披露的客户及变动情况如下：

单位：万元

材料分类	产品分类	2020 年度		
		主要客户	销售金额	品类收入占比
塑料制品	餐饮具	Team Three	8,947.10	10.18%
		Dart	7,895.96	8.98%
		必胜(上海)食品有限公司	7,731.61	8.79%
		宜家	7,665.99	8.72%
		Fasho	6,613.76	7.52%
	家居用品	宜家	6,279.42	95.31%
		其他	308.89	4.69%
生物材料制品	餐饮具	Team Three	2,572.28	56.56%
		Eco-Product, PBC	370.66	8.15%
		Staples Brand Consulting Co., Ltd.	251.93	5.54%
		Direct Link USA	213.41	4.69%
		Seil CO., LTD	108.58	2.39%
	家居用品	上海盒马物联网	93.96	76.37%
		其他	29.07	23.63%
纸制品及其他		Sainsbury's Argos Asia Ltd.	496.25	22.03%
		Kroger Co.	367.51	16.31%
		蜜雪冰城	180.42	8.01%
		Conform Holding International Limited	164.53	7.30%
		必胜(上海)食品有限公司	148.19	6.58%

注：受同一实际控制人控制的客户，合并披露。

单位：万元

材料分	产品分类	2019 年度
-----	------	---------

类		主要客户	收入金额	品类收入占比
塑料制品	餐饮具	Team Three	11,778.43	13.01%
		Bunzl	9,075.84	10.02%
		Dart	8,827.20	9.75%
		Jarden	8,493.39	9.38%
		Woolworths	8,470.46	9.35%
	家居用品	宜家	6,291.76	99.05%
		其他	60.38	0.95%
生物材料制品	餐饮具	Team Three	1,353.19	37.41%
		Platico Limited	533.73	14.76%
		Staples Brand Consulting Co., Ltd	218.99	6.05%
		All One Source Supplies Inc.	207.26	5.73%
		Direct Link USA	165.33	4.57%
纸制品及其他		Sainsbury's Argos Asia Ltd	427.06	32.02%
		Woolworths	266.79	20.01%
		The Safety Zone	119.65	8.97%
		Dorfin Inc	82.46	6.18%
		Meijer	47.53	3.56%

注：受同一实际控制人控制的客户，合并披露。

单位：万元

材料分类	产品分类	2018 年度		
		主要客户	销售金额	品类收入占比
塑料制品	餐饮具	Team Three	12,012.73	14.01%
		Bunzl	10,084.96	11.76%
		Jarden	8,806.40	10.27%
		Dart	7,648.10	8.92%
		Woolworths	7,147.37	8.34%
	家居用品	宜家	5,052.07	99.31%

材料分类	产品分类	2018 年度		
		主要客户	销售金额	品类收入占比
		其他	34.87	0.69%
生物材料制品	餐饮具	Team Three	1,260.38	54.98%
		Eco-Products, PBC	351.86	15.35%
		Platico Limited	174.83	7.63%
		Henley Trading (HK) Ltd	77.37	3.38%
		Amazon	63.36	2.76%
纸制品及其他		Sainsbury' s Argos Asia Ltd	455.34	31.64%
		The Safety Zone	220.54	15.32%
		AmerCareRoyal	174.51	12.13%
		Mpm Marketing Services	85.61	5.95%
		Bidfood Supply Solutions	77.44	5.38%

注：受同一实际控制人控制的客户，合并披露。

单位：万元

材料分类	产品分类	2017 年度		
		主要客户	销售金额	品类收入占比
塑料制品	餐饮具	Dart	10,430.16	13.31%
		Team Three	10,061.98	12.84%
		Bunzl	9,973.57	12.73%
		Jarden	8,902.43	11.36%
		AmerCareRoyal	6,634.47	8.47%
	家居用品	宜家	543.90	100%
生物材料制品	餐饮具	Eco-Products PBC	289.40	48.19%
		Lollicup USA Inc	89.03	14.83%
		Team Three	66.76	11.12%
		Bunzl	44.06	7.34%
		Platico Limited	24.92	4.15%

材料分类	产品分类	2017 年度		
		主要客户	销售金额	品类收入占比
纸制品及其他		Sainsbury' s Argos Asia Ltd	463.10	73.77%
		Alliance Boots Sourcing (HK) Ltd	53.59	8.54%
		Wal-Mart Canada Corp	27.30	4.35%
		安吉炜宜五金制品有限公司	23.00	3.66%
		Loblaws Inc	19.28	3.07%

注：受同一实际控制人控制的客户，合并披露。

2017 年至 2020 年内，发行人塑料餐饮具制品前五大客户较为稳定。2020 年，必胜(上海)食品有限公司销售金额占塑料餐饮具整体销售额的 8.79%，成为塑料餐饮具制品前五大客户。必胜(上海)食品有限公司是纽约证券交易所上市公司(YUMC)，旗下包括肯德基、必胜客、小肥羊、东方既白、塔可钟等知名品牌。发行人 2017 年开始与其合作，目前已成为发行人内销的主要客户之一；宜家 2020 年成为塑料餐饮具制品前五大客户，占塑料餐饮具整体销售额的 8.72%。发行人 2017 年起开始与宜家合作，报告期内通过加大与宜家的合作，宜家已成为发行人的主要客户之一。

2017 年至 2020 年内，公司塑料家居用品的主要客户为宜家。公司通过与宜家家居开展合作，针对高端市场开发产品并成功打入国内外塑料家居用品市场，2017 年至 2020 年，公司塑料家居用品销售金额分别为 543.90 万元、5,086.95 万元、6,352.14 万元、6,588.31 万元，呈现增长趋势。

2、对比同行业可比公司的销售单价或市场价格、毛利率情况，说明是否存在重大差异

同行业可比公司永新股份和茶花股份未公开披露产品销售单价情况，以下仅对可比公司富岭环球产品单价进行对比分析。

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、经营成果分析”之“（一）营业收入构成及变动趋势分析”之“2、主营业务收入分析”之“（3）主要产品销售价格及销量变化情况分析”补充披露如下：

③发行人同行业可比公司同类产品销售单价对比

根据公开信息，发行人与富岭环球餐饮具产品单价及变动情况如下：

单位：元/Kg

产品	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	单价	增幅	单价	增幅	单价	增幅
富岭环球	-	-	17.08	-8.01%	18.57	0.76%
发行人	16.87	-1.52%	17.13	-1.10%	17.32	5.65%

注：富岭环球餐饮具产品单价来自富岭环球年度报告，折算汇率采用其年报披露的当年平均汇率，2020 年，富岭环球（FORK. US）启动私有化，未公布 2020 年报表相关数据。

受原材料价格波动的影响，发行人和富岭环球的餐饮具产品单价均呈 2018 年上升、2019 和 2020 年下降的趋势。富岭环球 2018 年度和 2019 年度单价变动幅度均低于发行人的原因为：2018 年至 2019 年富岭环球低价塑料吸管订单占吸管总量的比例增加，吸管产品的单价呈下降趋势。

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、经营成果分析”之“（三）毛利及毛利率分析”之“4、同行业上市公司毛利率比较”补充披露如下：

同行业上市公司综合毛利率情况如下表所示：

公司	2020 年度	2019 年度	2018 年度	主营产品
永新股份	24.36%	24.19%	21.95%	塑料包装膜
茶花股份	-	29.14%	25.80%	厨房用品、家居用品、一次性用品等
富岭环球	-	24.89%	21.45%	一次性塑料餐饮具等
平均值	24.36%	26.07%	23.07%	
发行人	26.13%	24.13%	18.01%	餐饮具、家居用品

注：2020 年，富岭环球（FORK. US）启动私有化，未公布 2020 年度财务报告相关数据；

截止 2021 年 3 月 16 日茶花股份未公布 2020 年度报表数据。

如上所示，与主营产品及制造工艺较为类似的上市公司相比，发行人报告期内毛利率水平和变化趋势相近。

塑料制品行业竞争充分，供求关系稳定，行业壁垒更多的体现在规模效应、

销售渠道、客户资源、产品品质和口碑、生产技术和管埋上。发行人毛利率与可比上市公司存在小幅差异的原因主要系：

(1) 上市公司业务规模更大，生产效率上规模效应更加明显，报告期内可比公司的营业收入规模情况如下：

单位：万元

公司	2020 年度	2019 年度	2018 年度
永新股份	273,749.74	259,972.40	233,226.75
茶花股份	-	78,666.50	76,255.74
富岭环球	-	104,033.49	91,589.31
发行人	102,627.20	102,048.43	94,800.09

注：2020 年富岭环球（FORK.US）启动私有化，未公布 2020 年度财务报告相关数据；截止 2021 年 3 月 16 日茶花股份未公布 2020 年度报表数据。

(2) 茶花股份有一定比例（约 20%）的电商销售收入，其业务直接面对消费者，零售价格更高，形成了较高的毛利率。

(3) 2020 年塑胶原材料总体价格较以前年度处于较低水平，由于原材料价格波动向下游客户传导存在一定时滞，发行人 2020 年塑料制品毛利率较上期增加了 2.37%，从而导致发行人 2020 年综合毛利率小幅高于可比上市公司。

总体而言，发行人毛利率与上市公司不存在重大差异。

(三) 按照国别或者地区披露发行人外销产品的种类、销量、销售金额及占比、对应主要客户及变动情况；披露对不同国家或地区销售的同类产品的平均单价、单位成本和毛利率情况，并说明差异的原因及合理性；披露外销和内销同类产品的平均销售单价、单位成本和毛利率，并说明存在差异的原因及合理性

1、按照地区披露发行人外销产品的种类、销量、销售金额及占比、对应主要客户及变动情况

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、经营成果分析”之“（一）营业收入构成及变动趋势分析”之“2、主营业务收入分析”之“（1）主营业务收入分地区构成及变动分析”补充披露如下：

① 外销塑料制品的种类、销量及销售金额

报告期内发行人大陆以外销售的主要产品为塑料制品，2018年至2020年发行人外销塑料制品占全部外销收入的比例分别为95.87%、94.57%和92.40%，下文对外销塑料制品进行分析。

报告期内，发行人外销塑料制品的种类、销量、销售金额及销售金额与主营业务外销收入占比情况如下：

单位：金额-万元，销量-吨

销售区域	类别	2020 年度		
		销量	销售金额	占比
北美		33,982.73	54,043.25	66.42%
	餐饮具	33,980.31	54,025.97	66.40%
	家居用品	2.42	17.28	0.02%
欧洲		7,066.05	10,754.32	13.22%
	餐饮具	4,291.22	6,759.69	8.31%
	家居用品	2,774.83	3,994.63	4.91%
大洋洲		4,808.85	8,633.06	10.61%
	餐饮具	4,692.34	8,352.64	10.27%
	家居用品	116.51	280.42	0.34%
亚洲		319.86	601.87	0.74%
	餐饮具	319.86	601.87	0.74%
其他		745.81	1,146.30	1.41%
	餐饮具	745.81	1,146.30	1.41%
合计		46,923.30	75,178.80	92.40%

单位：金额-万元，销量-吨

销售区域	类别	2019 年度			2018 年度		
		销量	销售金额	占比	销量	销售金额	占比
北美		39,492.28	63,473.29	69.90%	37,709.89	62,558.94	71.23%
	餐饮具	39,492.10	63,460.12	69.88%	37,689.27	62,529.40	71.19%
	家居用品	0.18	13.17	0.01%	20.62	29.54	0.03%
欧洲		5,419.15	8,977.29	9.89%	4,814.49	8,507.01	9.69%

	餐饮具	3,314.68	5,794.95	6.38%	3,561.19	6,506.38	7.41%
	家居用品	2,104.47	3,182.34	3.50%	1,253.30	2,000.63	2.28%
大洋洲		6,056.64	11,425.59	12.58%	5,948.59	10,846.66	12.35%
	餐饮具	6,046.83	11,378.96	12.53%	5,945.88	10,841.33	12.34%
	家居用品	9.81	46.62	0.05%	2.71	5.34	0.01%
亚洲		217.81	467.12	0.51%	358.12	717.91	0.82%
	餐饮具	217.81	467.12	0.51%	358.12	717.91	0.82%
其他		902.68	1,533.22	1.69%	909.77	1,571.17	1.79%
	餐饮具	902.68	1,533.22	1.69%	909.77	1,571.17	1.79%
合计		52,088.56	85,876.51	94.57%	49,740.86	84,201.70	95.87%

报告期内发行人的主要外销地区为北美地区，但报告期内收入的占比呈下降趋势。

②外销塑料制品的主要客户

报告期内，发行人外销塑料制品客户情况及占比情况如下：

单位：万元

洲别	2020 年		
	客户名称	销售金额	收入占比
北美	Team Three	8,947.10	8.82%
	Dart	7,895.96	7.78%
	Fasho	6,618.63	6.52%
	Jarden	6,370.72	6.28%
	Bunzl	5,917.66	5.83%
大洋洲	Woolworths	6,500.21	6.41%
	H&H Asia Ltd	704.11	0.69%
	Bunzl	534.63	0.53%
	Bidfood Supply Solutions	228.00	0.22%
	Officeworks Ltd	120.40	0.12%
欧洲	宜家	8,664.68	8.54%

洲别	2020 年		
	客户名称	销售金额	收入占比
	Sainsbury' s Argos Asia Ltd	305.77	0.30%
	Noramix Trade AS	182.26	0.18%
	Paardekooper B. V.	162.62	0.16%
	TJ Morris Ltd	125.97	0.12%
	The Dairy Farm Company Limited	184.68	0.18%
	National Medical Consumable Industries Co.kscc	90.44	0.09%
亚洲	Cs Co, Ltd.	80.92	0.08%
	Oceanthree Company	61.39	0.06%
	Papylus CO., Ltd	61.22	0.06%

注：受同一实际控制人控制的客户，合并披露。

单位：万元

洲别	2019 年度		
	客户名称	销售金额	收入占比
北美	Team Three	11,778.43	11.56%
	Dart	8,827.20	8.67%
	Jarden	8,493.39	8.34%
	Bunzl	8,489.90	8.33%
	AmerCareRoyal	7,754.23	7.61%
大洋洲	Woolworths	8,517.08	8.36%
	H&H Asia	1,289.71	1.27%
	Bunzl	555.64	0.55%
	Bidfood Supply Solutions	216.88	0.21%
	Mpm Marketing Services	170.21	0.17%
欧洲	宜家	5,649.65	5.55%
	Noramix Trade AS	407.40	0.40%
	KTC KÖRNER TRADING CONSULTING GMBH	391.92	0.38%

	Depa Disposables B.V.	364.73	0.36%
	Sainsbury's Argos Asia Ltd	306.51	0.30%
亚洲	The Dairy Farm Company Limited	171.62	0.17%
	Shoei Corporation	104.40	0.10%
	Papyrus CO., Ltd	72.97	0.07%
	National Medical Consumable Industries Co.kscc	48.04	0.05%
	Norm Rapoport Export Ltd	38.36	0.04%

注：受同一实际控制人控制的客户，合并披露。

单位：万元

洲别	2018 年度		
	客户名称	销售金额	收入占比
北美	Team Three	12,038.75	12.73%
	Bunzl	9,403.98	9.95%
	Jarden	8,806.40	9.31%
	Dart	7,648.10	8.09%
	AmerCareRoyal	5,733.04	6.06%
大洋洲	Woolworths	7,152.70	7.56%
	H&H Asia Ltd	1,342.94	1.42%
	Bunzl	576.51	0.61%
	Bidfood Supply Solutions	528.53	0.56%
	厦门开航日用品有限公司	224.30	0.24%
欧洲	宜家	3,797.56	4.02%
	KTC KÖRNER TRADING CONSULTING GMBH	928.62	0.98%
	Sainsbury's Argos Asia Ltd	500.09	0.53%
	Wm Morrison Supermarkets Plc	389.89	0.41%
	Depa Disposables B.V.	350.77	0.37%
亚洲	The Dairy Farm Company Limited	284.23	0.30%
	Norm Rapoport Export Ltd	116.54	0.12%
	National Medical Consumable Industries Co.kscc	100.50	0.11%
	Shoei Corporation	70.54	0.07%
	Papyrus CO., Ltd	65.96	0.07%

注：受同一实际控制人控制的客户，合并披露。

2、披露对不同国家或地区销售的同类产品的平均单价、单位成本和毛利率情况，并说明差异的原因及合理性

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、经营成果分析”之“（一）营业收入构成及变动趋势分析”之“2、主营业务收入分析”之“（1）主营业务收入分地区构成及变动分析”补充披露如下：

① 不同地区同类产品的平均单价、单位成本和毛利率

报告期内，发行人的外销主要销售区域为北美洲、大洋洲和欧洲，外销主要产品为塑料制品，**2018 年度至 2020 年度**，三个地区的塑料制品销售收入合计占当期外销收入的比例分别为 93.26%、92.37%和 **90.25%**。对北美、欧洲、大洋洲销售的主要塑料制品的平均单价、单位成本、毛利率分析如下：

单位：元/Kg

销售区域	类别	2020 年			2019 年度			2018 年度		
		平均单价	单位成本	毛利率	平均单价	单位成本	毛利率	平均单价	单位成本	毛利率
北美	餐饮具	15.90	11.12	30.05%	16.07	11.65	27.53%	16.59	13.43	19.04%
欧洲	餐饮具	15.75	12.96	17.72%	17.48	15.32	12.35%	18.27	16.75	8.33%
	家居用品	14.40	11.95	17.01%	15.12	14.44	4.53%	15.96	14.65	8.20%
大洋洲	餐饮具	17.80	12.51	29.72%	18.82	14.33	23.86%	18.23	14.86	18.47%

报告期内，欧洲地区的各类产品毛利率较低，欧洲地区主要客户为宜家，2018 年度至 **2020 年度**以来宜家的销售金额占欧洲地区销售金额的比例分别为 41.37%、54.46%和 **73.03%**。

欧洲地区宜家产品毛利率较低的原因为：宜家在报告期内逐步成为发行人的主要客户，发行人进入其供应体系并逐步获得份额，尤其是家居用品类产品。由于相关业务处于起步、拓展客户和占领市场份额阶段，以优势价格获取份额成为重要策略之一。同时由于在业务开展初期规模较小，因此形成了该类产品报告期内销售均价略低、单位成本较高、毛利率较低的情形。报告期内，该类产品随着产销规模的快速增加，利润率逐步上升。

3、披露外销和内销同类产品的平均销售单价、单位成本和毛利率，并说明存在差异的原因及合理性

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、经营成果分析”之“（一）营业收入构成及变动趋势分析”之“2、主营业务收入分析”之“（1）主营业务收入分地区构成及变动分析”补充披露如下：

④外销和内销同类产品的平均销售单价、单位成本和毛利率

发行人的主要产品为塑料餐饮具，2018 年度至 2020 年度销售金额占主营业务收入的比例分别为 90.67%、88.90%和 86.68%。塑料餐饮具和塑料家居用品外销、内销金额及与主营业务收入的占比情况如下：

单位：万元

产品类型	销售区域	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
		金额	占比	金额	占比	金额	占比
餐饮具	外销	70,886.48	69.88%	82,634.39	81.13%	82,166.19	86.90%
	内销	17,042.38	16.80%	7,922.23	7.78%	3,569.40	3.77%
家居用品	外销	4,292.34	4.23%	3,242.13	3.18%	2,035.51	2.15%
	内销	2,295.97	2.26%	3,110.01	3.05%	3,051.44	3.23%

对内销和外销的不同类型塑料产品的平均单价、单位成本、毛利率分析如下：

单位：元/Kg

产品类型	销售区域	2020 年度			2019 年度			2018 年度		
		单价	单位成本	毛利率	单价	单位成本	毛利率	单价	单位成本	毛利率
塑料餐饮具	外销	16.10	11.48	28.70%	16.54	12.27	25.81%	16.95	13.89	18.07%
	内销	17.11	13.85	19.05%	18.62	15.57	16.38%	17.18	15.09	12.19%
塑料家居用品	外销	14.83	12.35	16.74%	15.33	14.53	5.21%	15.94	14.66	8.03%
	内销	13.78	11.66	15.40%	14.65	13.69	6.56%	15.63	14.23	8.96%

如上所示：

（1）塑料产品内外销产品售价基本持平，外销均价略低，主要系成本加成法定价原则下内销成本略高形成的售价略高；

(2) 塑料产品外销单位成本较低, 主要系外销规模大、产品成熟、批量大, 形成了更高的生产效率、节省了生产成本; 此外, 发行人外销业务中大部分以“进料加工”外贸模式开展, 原材料进口免征关税, 而进口原材料用于生产内销产品时不予以免征关税因而成本较高;

(3) 销售均价与单位成本共同作用, 形成了塑料产品外销毛利率高于内销;

(4) 报告期内发行人塑料家居用品处于起步、拓展重要客户和占领市场份额阶段, 主要为战略客户配套供货。由于在业务开展初期规模较小, 因此形成了该类产品报告期内单位成本较高、毛利率较低的情形。报告期内, 该类产品随着产销规模的快速增加以及原材料价格下滑, 2020 年利润率涨幅较大。

(四) 披露发行人与客户合同条款中是否明确约定退换货期限, 发行人报告期是否存在退换货情况, 退换货是否存在跨期情形, 如存在跨期, 披露相关会计处理是否符合《企业会计准则》的规定; 说明 2019 年发行人第四季度销售收入占比较低的原因

1、披露发行人与客户合同条款中是否明确约定退换货期限, 发行人报告期是否存在退换货情况, 退换货是否存在跨期情形, 如存在跨期, 披露相关会计处理是否符合《企业会计准则》的规定

发行人已在招股说明书“第六节 业务与技术”之“三、发行人的主营业务情况”之“(一) 公司的销售情况”之“6、销售退换货约定”补充披露如下:

6、销售退换货约定

发行人销售业务分为内销和外销。发行人根据客户交易习惯与部分客户签订框架型的销售合同, 对合作模式、产品质量、付款安排等进行约定, 并通过订单确定产品种类和价格、发货等具体内容; 与部分客户直接以订单方式进行交易。框架协议、订单中约定的通用退货条款如下:

业务类型	退货条款内容
内销业务	产品有缺陷时, 买方有权选择向供应商退货。
外销业务	1、如果供应的产品需要召回, 卖方将立即通过电话通知买方(立即以书面形式确认)。 2、如果产品召回是由注册机构或任何其他法定或监管机构、卖方、买方或其他机构发起的, 则卖方应在不影响买方在本协议项下其他权利和补救措施的情况下, 向买

	方偿还因采购或遵守召回产品要求而产生的所有成本和费用。
--	-----------------------------

发行人与主要客户约定的退货条款如下：

客户名称	退货条款内容
Team Three Group Ltd	1、如果供应的产品需要召回，卖方将立即通过电话通知 T3（立即以书面形式确认）。 2、如果产品召回是由注册机构或任何其他法定或监管机构、卖方、T3 或其他机构发起的，则卖方应在不影响 T3 在本协议项下其他权利和补救措施的情况下，向 T3 偿还因采购或遵守召回产品要求而产生的所有成本和费用。
Dart Container Corporation	检查和缺陷或不合格工作。无论是否为提前付款，交货后，Dart 应有权检查、验收或拒收所有工作。尽管进行了此类检查，Dart 仍可拒绝任何不符合采购订单或任何其他协议（卖方或其关联公司与 Dart 签署的协议（包括但不限于规格或适用要求））条款的工作。若 Dart 认为工作不合格，则其可（i）将不合格工作退还给卖方，并要求提供退款或信用额（Dart 无需承担任何费用）；（ii）要求卖方立即免费更换或纠正不合格工作（Dart 无需承担任何费用）；或（iii）以卖方提供退款或信用额（Dart 合理确定的款额相当于不合格工作的价值减少额）为条件，接受任何不合格作品。此类补救措施不应排除因卖方交付缺陷或不合格工作而导致 Dart 根据其他任何法律、衡平法或合同所拥有的其他补救措施。此外，就 Dart 拒收的任何工作，Dart 应有权拥有（卖方应特此授予 Dart）一份担保权益。
The Ocala Group, LLC.	如需召回所供应的产品，卖方将立即通过电话通知 OCALA（立即书面确认）。无论由注册机构、任何其他法定机构或监管机构、卖方、OCALA 或其他机构发起产品召回，卖方均应在不损害 OCALA 在本协议项下其他权利和救济的前提下，赔偿 OCALA 在采购或遵守产品召回要求时产生的成本和费用。
AmerCareRoyal, LLC	1、如需召回所供应的产品，卖方将立即通过电话通知 AMERCARE（立即书面确认）。 2、无论由注册机构、任何其他法定机构或监管机构、卖方、AMERCARE 或其他机构发起产品召回，卖方均应在不损害 AMERCARE 在本协议项下其他权利和救济的前提下，赔偿 AMERCARE 在采购或遵守产品召回要求时产生的成本和费用。
Woolworths Group Limited Food Company HK Procurement Pty Limited	在货物交付或付款后，若我方在任何时候发现货物不符合本交易条款所述标准和要求，即使我方已接受货物，我方亦可通知贵方我方已拒收货物（“货物拒收”），随后将货物退还贵方，并要求贵方立即自费予以更换或维修。我方不会对所拒收货物付款，同时会要求贵方退还我方为所拒收货物支付的任何款项。我方将此等货物拒收事宜告知贵方后，所拒收货物相关风险将由贵方承担。 a) 根据第 6（b）条规定，若发生产品撤回或召回事宜（即自愿或按政府指示将产品从展会撤回或召回），贵方应按要求向我方偿付我方因产品撤回或召回而招致的所有损失、损害、费用或债务，包括： (i) 我方因获取和持有货物（包括储存和运输）而花费的成本； (ii) 因撤回任何在售货物以及向贵方退货或销毁货物而产生的成本和损失（包括利润损失）； (iii) 律师和委托人相关法律费用。 b) 若可证实我方所遭受的任何损失系由我方自身疏忽造成，我方依据第 6（a）条项下的赔偿规定，索赔金额可按比例减少。
必胜(上海)食品有限公司	百胜和/或需方在验收过程中和/或在实际使用过程中发现供应商提供的货品不符合采购协议的约定或法律、法规、标准等规定时，如果百胜和/或需方发现供应商的货品存在食品安全或重大质量问题的，百胜和/或需方为保障食品安全和维护消费者人身健康，保留对该所对应批次的货品和同类产品其他批次自行处置（包括但不限于销毁）及通报相关政府监管部门的权利，供应商应全力且积极主动配合百胜和/或需方有权向供应商退货、更换货品，或要求供应商负责修理，直至供应商交付货品达到采购协议约定或法律、法规、标准等的要求，并保留向相关政府监管部门通报的

	权利。上述无论因过期食品、存在食品安全或质量问题而导致的处置、退货、换货或修理等处理中所发生的包括百胜，需方和供应商在内的全部费用和损失由供应商承担。供应商在此同意并确认，对百胜和/或需方根据本条约定处置的货品，需方无须支付货款；如需方已经实际支付了货款的，供应商应按照百胜和/或需方的要求将支付的货款全额退还。
IKEA Supply AG	1、产品应无设计、材料、工艺等方面的缺陷，并应严格遵循适用产品规范，以及采购协议和相关采购订单中给出的任何其他说明。与规范或说明有任何偏差（包括但不限于质量、设计、材料、产品耐候性、文档、标签、处理、产品安全、产品责任等方面）的产品，均应视为“缺陷产品”。卖方对缺陷产品的责任仅限于从产品交付给宜家或买方之日起两（2）年内出现的缺陷，但对因卖方疏忽或不当行为而导致的缺陷，此规定不适用，这种情况的缺陷责任没有时间限制。 2、如果产品有缺陷，宜家或买方应通过电子方式（或其他书面方式），通知卖方产品中的缺陷（随附该缺陷的简要说明）。卖方应自担费用和风险（包括但不限于运输成本），立即纠正产品中的任何缺陷。卖方应有权在缺陷产品所在地，或宜家（或买方）告知的地方，自费检查和检索有缺陷的产品。若出现这种情况，除非双方另有协议，否则卖方应在通知之日起五（5）个工作日内通知宜家或买方，并应在二十（20）个工作日内实施检查或检索。若卖方未能遵守上述时间表，则卖方应被视为已接受该产品为瑕疵产品，买方可自行决定：i）退回此类缺陷产品（由卖方承担风险和费用）；或 ii）要求卖方修理或更换产品；或 iii）报废该产品。在任何此类情况下，宜家和/或买方均可取消相关产品的任何后续采购订单，和/或根据购买协议，将相关产品从产品范围中移除。卖方不仅无权自此类行为中获得任何赔偿，还应弥偿并确保宜家、任何宜家公司，宜家特许经营者和/或买方，免于承担任何因缺陷产品而产生（或与之有关）的任何损害、索赔、成本和费用。 3、如果缺陷产品退还给卖方，则卖方无权将其用于商业或非商业目的。若卖方有要求，则买方应根据卖方指示，以卖方名义处置缺陷产品（费用由卖方承担）。 4、若产品缺陷已通过维修或更换得以补救，则卖方应按照与原初产品相同的条款和细则，对维修（或更换）产品中的缺陷承担责任，并应就此产品提供新的保修期。 5、若卖方未履行第2条规定的义务，或对宜家或买方而言，该缺陷属于重大缺陷，或该缺陷具有重复性或多次性，则宜家可以书面形式通知卖方，终止任何购买协议/采购订单，而无需向卖方提供任何赔偿。 6、在卖方对缺陷产品补救措施待定或任何索赔未决时，宜家、任何买方或任何宜家公司，均应有权根据采购协议或任何其他协议（指卖方与宜家/买方或任何宜家公司之间的协议），抵销或扣留应付卖方的同等金额。 7、卖方承诺，其将赔偿并确保宜家、任何买方、宜家特许经营者和/或宜家公司免于承担因任何缺陷产品（指卖方基于本协议提供的产品）而起（或与之相关）的任何损害、索赔、成本和费用。 8、如因卖方作为或不作为而导致出现召回、撤回或停止销售，卖方应确保宜家、任何买方、宜家特许经营者和/或宜家公司，免于承担因此类措施而导致的所有费用和支出（包括但不限于物流成本）并赔偿受影响产品的价值损失。卖方承诺，其将全力协助所有买方和宜家实施任何此类措施。如果卖方认为需要采取任何此类措施，则应立即通知买方和宜家。
The Safety Zone, LLC	1、如需召回所供应的产品，卖方将立即通过电话通知安全地带（立即书面确认）。 2、无论由注册机构、任何其他法定机构或监管机构、卖方、安全地带或其他机构发起产品召回，卖方均应在不损害安全地带在本协议项下其他权利和救济的前提下，赔偿安全地带在采购或遵守产品召回要求时产生的成本和费用。

报告期内，发行人绝大部分销售收入来自出口业务，且产品货值不高，属于客户的包材或低价零售品。发行人与客户在框架协议、订单中明确约定了退换货

条款。多数情况下，客户会聘请第三方、在国内委托相关机构或人员对产品进行抽验，抽验合格后运至港口或交付给客户，因此产生质量纠纷、退换货的概率很低。根据报告期内发行人成品出入库记录（筛选价值5万元以上的单据进行检查），少量退货单主要系境内VMI仓库与厂内仓库之间的调拨形成，不存在发行人确认收入后实际发生大额退换货的情形，亦不存在退换货跨期情形。

2、说明 2019 年发行人第四季度销售收入占比较低的原因

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、经营成果分析”之“（一）营业收入构成及变动趋势分析”之“2、主营业务收入分析”之“（4）季节性分析”补充披露如下：

公司现有主要客户为连锁餐饮与大型商超，在节庆日较多的下半年活动较多，因此下半年的销售往往稍高于上半年，体现出了一定的季节性特点。

报告期内，公司各季度销售占比情况如下表所示：

单位：万元

季度	2020 年		2019 年度		2018 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
第一季度	19,260.73	18.77%	23,726.26	23.25%	18,988.46	20.03%
第二季度	25,129.46	24.49%	23,542.57	23.07%	23,586.26	24.88%
第三季度	28,985.95	28.24%	29,196.06	28.61%	24,572.18	25.92%
第四季度	29,251.06	28.50%	25,583.54	25.07%	27,653.19	29.17%
其中：上半年	44,390.19	43.25%	47,268.83	46.32%	42,574.72	44.91%
下半年	58,237.01	56.75%	54,779.60	53.68%	52,225.37	55.09%
合计	102,627.20	100.00%	102,048.43	100.00%	94,800.09	100.00%

如上表所示，公司 2018 年度至 2020 年度收入呈逐年增长趋势。公司所处的日用塑料制品行业虽不存在明显的季节性特征，但受消费者消费习惯与产业工人放假影响，以及在节假日前后家庭团聚、旅游等带来的对快餐、团膳及其他生活日用品的需求，公司也会呈现短时间的、相对更旺盛的销售。从公司现有客户的结构来看，公司主要的客户为连锁餐饮公司与大型商超，在节庆日较多的下半年

活动较多,因此公司下半年的销售额会高于上半年,体现出了一定的季节性特点。

发行人 2018、2019 年一季度占比较高,主要系 2018 年开始公司内销客户如宜家、百胜、蜜雪冰城的收入增加,2019 年第三季度与报告期内同期收入相比销售额占比较高、第四季度销售额占比较低,主要系 2020 年度春节较早,发行人考虑到节假日期间用工较难问题,与客户沟通将下发订单及生产计划提前安排所致。2020 年第一季度销售收入占比较低,原因系受新冠疫情影响,公司按照国家防控疫情的相关规定延迟复工复产,于 2020 年 2 月开始陆续发货所致。

(五)披露外销收入中 FOB、CIF、CFR、DDP、EXW 等不同贸易方式下的收入金额及占比、收入金额的计量、运费和保险费的会计处理;对比同行业可比公司的收入确认政策,说明发行人的收入确认时点是否符合《企业会计准则》的规定

1、披露外销收入中 FOB、CIF、CFR、DDP、EXW 等不同贸易方式下的收入金额及占比情况

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、经营成果分析”之“(一)营业收入构成及变动趋势分析”之“2、主营业务收入分析”之“(1)主营业务收入分地区构成及变动分析”补充披露如下:

外销业务中,公司与客户约定的贸易术语包括 FOB、CIF、DDP、EXW。报告期内,采用各种贸易术语交易的金额如下:

单位:万元

贸易术语	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
FOB (船上交货)	80,597.95	99.06%	90,081.03	99.20%	87,161.76	99.24%
DDP (完税后交货)	559.32	0.69%	672.41	0.74%	458.43	0.52%
CIF (成本、保险加运费)	182.26	0.22%	51.87	0.06%	206.43	0.24%
EXW (工厂交货)	20.59	0.03%	4.00	0.00%	4.05	0.00%
合计	81,360.12	100.00%	90,809.31	100.00%	87,830.67	100.00%

如上表所示，发行人外销业务中与客户主要采用 FOB 贸易术语进行交易，采用 FOB 术语交易的销售额占各年销售额比例分别为 99.24%、99.20%、99.06%，销售额占比均超过 99.00%。2019、2020 年，采用 DDP 贸易术语的销售额略有上升，主要系客户 Direct Link USA 销售量增加所致。

结合发行人实际情况，与出口货物所有权相关的主要风险为货物的毁损、灭失风险，按《国际贸易术语解释通则》的相关规定，各种贸易术语涉及的与出口货物所有权相关的主要风险为货物的毁损、灭失风险具体如下：

1) FOB、CIF

根据《国际贸易术语解释通则》的规定，在 FOB、CIF 方式下，与货物所有权相关的毁损、灭失风险自在船上交付后转移给买方，而公司出口货物主要采用海运运输，即货物办理报关手续并离港时，与货物所有权有关的毁损、灭失风险已转移给客户。

综上分析，公司产品在办理报关手续并离港时，与出口货物相关的主要风险和报酬已转移给客户且客户取得产品控制权，以此时点确认收入符合企业会计准则的要求。

2) EXW

当卖方在其所在地或其他指定的地点将货物交给买方处置时，即完成交货，与出口货物相关的主要风险和报酬已转移给客户且客户取得产品控制权。卖方不办理出口清关手续或将货物装上任何运输工具。EXW 是卖方承担责任最小的贸易术语，买方必须承担在卖方所在地受领货物的全部费用和 risk，发行人在客户收取货物时确认工厂交货收入。

3) DDP

DDP（完税后交货）是指当卖方在指定目的地将仍处于抵达的运输工具上，但已完成进口清关，且已做好卸载准备的货物交由买方处置时，即为交货，与出口货物相关的主要风险和报酬已转移给客户且客户取得产品控制权。卖方承担将货物运至目的地的一切风险和费用，并且有义务完成货物出口和进口清关，支付所有出口和进口的关税和办理所有海关手续。公司产品在办理进口清关手续并送

至客户指定地点并将货物交由买方处置时确认收入。

2、收入金额的计量、运费和保险费的会计处理

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“六、主要会计政策和会计估计”之“（一）收入确认”之“2、本公司收入的具体确认方法”之“（1）外销收入”补充披露如下：

报告期内，发行人按实际出口报关的金额确认收入；运费及保险费按不同贸易术语约定分不同情况处理：

贸易术语	交货方式	运费承担者	运费计入的会计科目	保险费承担者	保险费计入的会计科目
FOB	装运港船上交货	客户	不适用	客户	不适用
CIF	装运港船上交货	发行人	销售费用/营业成本	发行人	销售费用
DDP	指定目的地交货	发行人	销售费用/营业成本	发行人	销售费用
EXW	工厂交货	客户	不适用	客户	不适用

注：根据《企业会计准则》第14号—收入的相关规定，商品控制权转移之前发生的运输服务，不构成单项履约义务，属于为履行合同发生的必要活动，发生的运输费用计入营业成本。商品控制权转移之后发生的运输服务，构成单项履约义务，应按照分摊至该运输服务的交易价格确认收入、并将发生的运输费用计入营业成本。公司2018年度至2019年度将发生的上述运输费用计入销售费用，自2020年1月1日起将运输费用计入营业成本。

发行人与外销客户交易时，按照《国际贸易术语解释通则》的规定享有和履行各自的权利、义务。

3、对比同行业可比公司的收入确认政策，说明发行人的收入确认时点是否符合《企业会计准则》的规定

（1）外销收入的统计口径

发行人外销收入以产品销售区域作为划分依据，指发行人及全部子公司的产品销售至中国境外的国家及地区、中国港澳台地区而产生的销售收入。境外子公司销售收入指发行人子公司 NINGBO (USA)HOME-LINK PLASTIC PRODUCT MFG.,LTD 的销售收入。发行人外销收入统计口径情况如下：

主体	内销收入	外销收入
发行人及境内子公司收入	销售至中国境内地区	销售至中国境外的国家和地

		区、中国港澳台地区
境外子公司收入（美国子公司 Home-Link LTD 收入）	销售至中国境内地区	销售至中国境外的国家和地区、中国港澳台地区

（2）收入确认时点及依据

报告期内，发行人各类业务的收入确认时点及依据如下：

销售区域	合同约定的贸易术语/交货方式	收入确认时点	确认依据
境外	FOB（装运港交货）/CIF（装运港交货并承担运费和保险费）	货物装船完毕并办妥报关出口手续取得出口报关单后确认收入	报关单
境外	DDP（目的地完税后交货）	公司完成进口清关后，将货物交付至客户指定的地点交由客户处置后确认收入	签收单
境外	EXW（工厂交货）	在公司所在地或其它指定地点将货物交由客户时确认收入	签收单
境外子公司的当地销售业务	送货至客户指定交货地点或客户自行提货	将货物发给客户或客户自行提货，将货物交付给客户并经客户确认后确认收入	签收单
境内	送货至客户指定交货地点或客户自行提货	将货物交付给客户并经客户确认或客户之承运人签收后确认收入	签收单或承运人签收证明
境内	先发货至客户仓库的供应商管理库存业务	客户领用产品并对账后确认收入	对账单

报告期内，同行业可比公司类似业务收入确认政策如下：

公司名称	收入确认政策	收入确认方法
茶花股份（603615）	本公司在履行了合同中的履约义务，即在客户取得相关商品或服务控制权时，按照分摊至该项履约义务的交易价格确认收入。 履约义务，是指合同中本公司向客户转让可明确区分商品或服务的承诺。 取得相关商品控制权，是指能够主导该商品的使用并从中获得几乎全部的经济利益。 本公司在合同开始日即对合同进行评估，识别该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，还是某一时点履行。满足下列条件之一的，属于在某一时间段内履行的履约义务，本公司按照履约进度，在一段时间内确认收入：（1）客户在本公司履约的同时即取得并消耗本公司履约	1、经销模式销售收入确认具体原则 经销模式是指经销商买断商品后，在约定的区域内，自行负责销售终端的销售和配送的一种销售模式，该模式下经销商自行上门提货，仅在明确属于商品本身质量问题及公司交付的商品与订单不符的前提下才能退换货。因此，自公司交付产品时已将商品控制权转移给了经销商，公司在交付产品时确认收入。 2、直营商超模式销售收入确认具体原则 直营商超模式下，自公司向商超交付产品并取得商超货款结算凭据后，已将商品的控制权转移给商超，因此公司在取得货款结算凭据后确认收入。 3、电商模式销售收入确认具体原则 电商模式分为电商直营模式与电商分销模式。电商直营模式是指公司利用大型网络购物平台销售产品的一种方式，电商平台向公司提供电子商务交易平台，消费者在平台上下订单后，由公司直接发货。该模式

	所带来的经济利益；(2) 客户能够控制本公司履约过程中在建的商品；(3) 本公司履约过程中所产出的商品具有不可替代用途，且本公司在整个合同期间内有权就累计至今已完成的履约部分收取款项。否则，本公司在客户取得相关商品或服务控制权的时点确认收入。 对于在某一时段内履行的履约义务，本公司根据商品和劳务的性质，采用产出法确定恰当的履约进度。产出法是根据已转移给客户的商品对于客户的价值确定履约进度（投入法是根据公司为履行履约义务的投入确定履约进度）。当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。	下与商品相关的控制权在消费者签收后才转移，因此本公司在消费者签收后确认收入。 电商分销模式是指由公司授权电商分销商在特定的交易平台以开设专营店的形式销售公司产品，该模式下电商分销商自行上门提货，由其自行完成网购订单的发货及售后服务，因此公司在向电商分销商交付产品时与商品相关的控制权已转移至分销商，因此在交付产品时确认收入。 4、国内其他销售的销售收入确认具体原则 公司国内其他销售可分为购买方自行提货及送货至购买方指定地点两种方式。如采取购买方自行提货的销售方式，公司在确认能够取得购买方货款并且购买方提取货物时确认销售收入的实现；如采取送货至购买方指定地点的销售方式，则在商品交付购货方并经其对商品数量和质量验收合格后确认销售收入的实现。 5、出口商品销售收入确认具体原则 外销模式是指公司接受国外客户订单，按订单生产并直接报关出口的一种销售方式，该模式主要包括 FOB（船上交货(指定装运港)）和 CIF（成本、保险费加运费(指定目的港)）两种交易方式。根据《2000 年国际贸易术语解释通则》规定，FOB 是当货物在指定的装运港越过船舷，卖方即完成交货，买方必须从该点起承担货物灭失或损坏的一切风险；CIF 是指在装运港当货物越过船舷时卖方即完成交货，卖方必须支付将货物运至指定的目的港所需的运费和费用，但交货后货物灭失或损坏的风险及由于各种事件造成的任何额外费用即由卖方转移到买方，在 CIF 条件下卖方还必须办理买方货物在运输途中灭失或损坏风险的海运保险。在 FOB 和 CIF 两种交易方式下，公司在将货物装运完毕并办理相关装运手续取得出口报关单后，商品控制权已经转移给买方，同时亦满足销售收入确认的其他条件，确认销售收入的实现。
永新股份 (002014)	公司已将商品所有权上的主要风险和报酬转移给购买方；公司既没有保留与所有权相联系的继续管理权，也没有对已售出的商品实施有效控制；收入的金额能够可靠地计量；相关的经济利益很可能流入企业；相关的已发生或将发生的成本能够可靠地计量时，确认商品销售收入实现。	1、内销收入：公司在销售产品发货后，取得客户产品验收回单，开具销售发票时确认商品销售收入的实现。 2、外销收入：公司在销售产品发货后，取得海关提单时确认商品销售收入的实现。
富岭环球 (FORK)	公司遵循 FASB 会计准则汇编第 606 段和 ASU 201409 的规定进行收入确认。从 2018 年 1 月 1 日起，公司适用 ASU 201409，	公司基本上所有的收入都来自产品销售。公司将采购订单视为与客户的合同。如果订单确认到履行义务之间的时间等于或少于一年，并且实际上公司的所有合

	这是一个全面的新收入确认模型，该模型要求对收入进行确认，以向客户转移的商品或服务来反映预期收到对价的金额。当同时满足以下五个条件时，公司确认已实现或可实现的收入：（1）识别与客户订立的合同；（2）识别合同中的单项履约义务；（3）确定交易价格；（4）将交易价格分摊至各单项履约义务；（5）履行各履约义务时确认收入。	同都是短期的，则与客户的合同被认为是短期的。本公司确认向客户转移承诺商品的收入，该收入应反映本公司期望交换这些商品而有权获得的对价。公司通常会在发货时履行与客户签订的合同中的履约义务。本公司没有任何合同资产，因为当本公司履行了义务且客户的付款不取决于未来事件时，本公司取得无条件对价。客户通常应在开票日期的 40 至 60 日内付款，并且合同没有重大的融资内容或可变对价。销售退回或折让并不是收入确认的重要方面，因为从历史上看它们并不重要。公司的所有合同都为在某个时点履行的履约义务，交易价格在合同中做了说明，通常以每单位价格为单位。所有估价均基于公司的历史经验、完全履行义务以及做出估价时的最佳判断。从历史上看，销售退回并未对公司的收入产生重大影响。
--	---	---

公司境外销售存在不同的贸易模式。不同贸易模式下，风险报酬转移及控制权转移的时点不同。与同行业公司相比，公司外销收入确认政策和不同贸易术语下收入确认时点与茶花股份一致。公司内销收入中，发行人与可比公司均以取得签收单的时点作为确认收入时点，收入确认政策和时点不存在差异。

综上所述，发行人收入确认时点符合企业会计准则相关规定。

二、申报会计师核查情况

（一）对上述事项进行核查并发表意见

1、核查程序

申报会计师履行的主要核查程序包括：

（1）现场走访发行人生产基地、了解客户定制产品特点、外包装样式、产品去向等情况；查阅了发行人主要客户销售合同；

（2）查阅发行人细分产品销量、销售金额及占比情况和细分产品的单价、单位成本及毛利率情况，并进行分析比较；

（3）通过公开渠道查询发行人可比公司的毛利率情况，并与发行人进行比较；

（4）查阅发行人外销产品的种类、销量、销售金额及占比、关于不同地区销售的同类产品的平均单价、单位成本和毛利率情况以及关于外销和内销同类产

品的平均销售单价、单位成本和毛利率情况并进行分析比较；

(5) 查阅发行人与客户销售合同，检查合同中的主要条款；查阅发行人报告期退货记录，对比外销收入数据及进出口报关数据，并通过对主要客户访谈，核查是否存在期后大额异常退货情况；

(6) 检查主要海外客户的合同或订单等，检查合同中的主要条款，并分析发行人收入确认会计政策是否符合企业会计准则的规定，比较同行业可比公司的收入确认政策，关注其销售收入确认政策与发行人是否存在重大差异；

(7) 对主要客户进行访谈，访谈内容包括但不限于：被访谈人姓名、海外客户经营范围、成立时间、经营规模、客户所处的行业地位、与发行人合作时间、合作内容、双方交易的具体内容、是否存在关联方关系等；

(8) 对海外重要客户实施函证程序，确认各期双方交易金额及期末往来余额；

(9) 从国家外汇管理局网站获取发行人报告期内每月收汇明细，结合银行流水以及银行存款明细账，检查境外销售收款对应的收汇信息、银行回单等原始资料，核查外销收入的期后回款情况，以及是否与账面记录一致，确认境外销售资金划款的真实性；

(10) 通过抽样核查境外销售收入对应的原始单据，如订单、出库单据、装箱单、提单、出口发票、报关单等，确定收入确认的时点、金额、数量是否准确，评价公司对海外收入确认时点的判断是否合理，确认政策是否得到一贯、准确地执行；

(11) 查阅发行人报告期内收入确认所依据的报关单并进行检查，从海关获取各年进出口总值数据，核查出口销售的真实性，核查收入确认是否存在跨期及对比收入确认金额与出口报关单列示金额的一致性。

2、核查意见

经核查，申报会计师认为：

(1) 报告期内发行人自有品牌尚未形成销售收入，品牌建设的对象为企业

客户，而非终端消费者。发行人产品流向分为国内外知名大型商超和连锁餐饮。连锁餐饮企业类客户向公司定制的餐饮具类产品在堂食或外卖中耗用，一般餐饮企业使用发行人的定制化产品并非用于贴牌销售餐饮具，不是传统意义上的OEM贴牌生产，流向商超的产品一般以商超名义向消费者零售。

(2) 发行人已按照餐饮具和家居用品对应的塑料产品、生物全降解材料制品和纸制品及其他产品区分细分产品用途，分别披露平均销售单价、单位成本、销量、销售金额及占比、毛利率水平和主要客户构成，发行人与同行业可比公司毛利率水平和变化趋势相近，差异原因合理。

(3) 发行人已按照地区披露发行人外销产品的种类、销量、销售金额及占比、对应主要客户及变动情况，披露对不同地区销售的同类产品的平均单价、单位成本和毛利率情况。差异原因主要为部分地区新增产品及业务处于起步、拓展客户和占领市场份额阶段，在业务开展初期规模较小，因此形成了该类产品报告期内销售均价略低、单位成本较高、毛利率较低的情形，具有商业合理性。

(4) 发行人已披露外销和内销同类产品的平均销售单价、单位成本和毛利率，销售均价与单位成本共同作用，形成了塑料产品外销毛利率高于内销，原因具有合理性。

(5) 发行人与主要客户签订的合同中已明确约定退换货条款，发行人报告期不存在退换货情况。

(6) 发行人按实际出口报关的金额确认收入，运费及保险费按不同贸易术语约定分不同情况处理，收入确认政策与同行业可比公司相比不存在差异，发行人收入确认时点符合企业会计准则相关规定。

(二) 说明境外主要客户的交货方式、运费承担方式以及对发行人主要客户及对应终端客户的视频走访、实地走访及函证程序、比例、走访及函证差异情况，存在差异的分析具体原因，替代程序的具体方法、比例及差异情况

1、境外主要客户的交货方式、运费承担方式

报告期内，发行人境外主要客户的交货方式以装运港交货为主，即主要采用FOB贸易术语交易，具体交货方式、运费承担方式请详见本问询函回复“问题2

关于收入 一、发行人补充披露（五）2、收入金额的计量、运费和保险费的会计处理”之回复内容。

2、发行人主要客户及对应终端客户的视频走访、实地走访及函证程序、比例、走访及函证差异情况，存在差异的分析具体原因，替代程序的具体方法、比例及差异情况

（1）主要客户及对应终端客户的视频走访、实地走访比例及差异情况

报告期内，发行人不存在经销客户。申报会计师对发行人主要客户的视频走访、实地走访比例具体如下：

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
主营业务收入	101,441.23	101,859.62	94,553.99
视频走访确认的金额	33,509.23	41,489.60	41,244.32
实地走访确认的金额	16,894.59	20,508.46	20,224.70
视频走访金额占收入比	33.03%	40.73%	43.62%
实地走访金额占收入比	16.65%	20.13%	21.39%
占比小计	49.69%	60.87%	65.01%
走访相符率	100.00%	100.00%	100.00%

报告期内，发行人主要客户必胜（上海）食品有限公司和宜家销售金额合计占发行人主营业务收入的比例分别为 10.46%、14.83%和 **21.51%**，客户根据内部规定不接受走访，但已回复询证函，确认交易金额与往来余额。宜家和必胜均有独立公开的供应商管理系统，中介机构现场核验了系统登陆过程，抽取核验了部分订单，在发行人生产基地现场查看了所生产的该两家客户的产品。**申报会计师所走访的发行人主要客户及必胜(上海)食品有限公司、宜家 2018 年至 2020 年营收之和占发行人主营业务收入的比例分别为：75.47%、75.70%和 71.20%。**

报告期内申报会计师对主要客户的视频走访、实地走访无异常情况。

（2）函证程序、比例及函证差异

1) 申报会计师执行的函证程序情况

报告期内申报会计师对主要客户执行的函证程序的具体情况如下：

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
主营业务收入金额	101,441.23	101,859.62	94,553.99
发函金额	86,552.23	78,210.71	74,297.17
发函金额占收入比	85.32%	76.78%	78.58%
回函金额	73,718.65	68,529.08	64,043.66
回函金额占发函比	85.17%	87.62%	86.20%
回函相符率	77.75%	84.92%	87.97%

2018-2019 年回函不符的客户为宜家，2020 年回函不符的客户为宜家、必胜(上海)食品有限公司，宜家各年度销售收入占发行人总收入的比重分别为 8.13%、10.13%及 13.58%，必胜(上海)食品有限公司 2020 年度销售收入占发行人总收入的比重为 7.68%。函证差异的原因为发行人与客户之间单据传输的时间性差异，剔除该原因后，回函金额数据均相符。

3、替代程序的具体方法、比例及差异情况

中介机构对发行人主要客户执行了视频走访、实地走访及函证程序。视频走访、实地走访无异常情况，针对函证差异以及未回函的函证，申报会计师通过抽查销售原始单据及期后回款等执行了替代程序，包括核对原始的会计凭证、出库单据、物流信息、报关单、期后回款，并与相关收入及应收账款余额进行对比分析，替代程序执行比例为 100%。报告期内申报会计师对所有客户回函差异的原因进行核查、对未回函部分执行替代程序后，未见异常情况。

问题 3：关于客户

申报材料显示，发行人前五大客户占比较高，其中，对客户宜家同时存在采购和销售的情形，原因系由于 IKEA Components AB 提供的特定型号塑胶原材料品质较高、较适用于生产宜家等高端产品，因此发行人向其进行采购，具有合理性和必要性。此外，发行人存在向竞争对手 Dart Container Corporation 销售的情形。

请发行人：

（1）披露与 IKEA Components AB 签订的塑胶原材料采购合同条款中与所有权、采购定价、灭失补偿安排、产品质量相关的条款，结合前述合同条款，说明并披露发行人对宜家的销售是否必须以对指定原材料采购为前提或者双方达成对原材料来源的默契，采购的塑胶原材料是否主要供向宜家销售的产品生产使用；对比向其他客户销售的同类型产品，说明并披露向宜家 and Dart Container Corporation 销售产品的销售单价、毛利率、信用政策、结算政策、质量保证政策是否存在较大差异，如是，进一步说明原因及合理性；

（2）分别披露主要境内外客户的基本情况，包括客户名称、设立时间、注册地址、注册或者实缴资本、股权结构、主营业务、经营规模、初次合作时间、发行人在其采购体系中所处地位、客户对发行人及其产品的认证情况，并说明相关交易的定价原则及公允性，以及各期销售内容、销售金额及占比、毛利率、第四季度销售金额占对该客户当期销售金额比重；对比不同客户的同类型产品毛利率差异，说明并披露原因及合理性；披露是否存在成立或开始合作当年或次年即成为发行人主要客户的情形；

（3）结合发行人所处行业的市场前景、竞争对手、营销策略、自身竞争优势等情况说明与主要客户业务合作是否具有稳定性及可持续性，是否存在被替代风险及应对措施，相关风险因素是否充分披露；根据《深圳证券交易所创业板股票首次公开发行上市审核问答》问题 7 的要求，说明并披露发行人客户集中度较高是否导致发行人未来持续经营能力存在重大不确定性。

请保荐人、申报会计师发表明确意见，并说明按照中国证监会《首发业务若干问题解答（2020 年 6 月修订）》问题 32 的要求的核查情况及核查结论。

回复：

一、发行人说明及补充披露

（一）披露与 IKEA Components AB 签订的塑胶原材料采购合同条款中与所有权、采购定价、灭失补偿安排、产品质量相关的条款，结合前述合同条款，说明并披露发行人对宜家的销售是否必须以对指定原材料采购为前提或者双方达成对原材料来源的默契，采购的塑胶原材料是否主要供向宜家销售的产品生产使用；对比向其他客户销售的同类型产品，说明并披露向宜家 and Dart Container Corporation 销售产品的销售单价、毛利率、信用政策、结算政策、质量保证政策是否存在较大差异，如是，进一步说明原因及合理性；

1、披露与 IKEA Components AB 签订的塑胶原材料采购合同条款中与所有权、采购定价、灭失补偿安排、产品质量相关的条款，结合前述合同条款，说明并披露发行人对宜家的销售是否必须以对指定原材料采购为前提或者双方达成对原材料来源的默契，采购的塑胶原材料是否主要供向宜家销售的产品生产使用

报告期内公司向宜家家居旗下的 IKEA Components AB 等公司采购原材料。作为宜家家居供应链体系的重要部分，IKEA Components AB 及其全球各分支机构供应与宜家家居产品相关的零配件、原材料、设备、包装等。由于 IKEA Components AB 提供的特定型号塑胶原材料品质较高、较适用于生产宜家等高端产品，因此发行人向其进行采购具有合理性和必要性。双方采用询价——洽谈价格、数量——签订订单的交易模式，采用月结 30 天的结算方式。

发行人已在招股说明书“第六节 业务与技术”之“三、发行人的主营业务情况”之“（一）公司的销售情况”之“5、客户与供应商、竞争对手重叠的情形”之“（1）客户与供应商重叠的情形”补充披露如下：

发行人与 IKEA Components AB 签订的采购合同相关条款如下：

合同要素	主要内容
所有权	卖方提供的所有货物是卖方的独有财产。除非买方已全额支付货款，如果没有按时支付货款，卖方可以收回该货物。
采购定价	价格表按照卖方（IKEA Components AB）价格调整周期进行发布。
灭失补偿安排	对于人身伤害或私人财产/不动产之损害，或生产下降、利润损失或其他附带的或间接损失，卖方不承担任何责任，但强制性法律另有规定除

	外。
产品质量	①卖方保证,每件配件将依据批准的样品以及宜家产品文件所确定的规格来生产;②交付之前,卖方应提供证据证明其已履行质量控制,并保存相关文件和复印件,并按卖方或 IKEA 的要求提供该等文件;③卖方保证,在履行协议项下所有义务时,始终遵守适用于生产国和最终销售国的相关国家和国际的法律、条约、规则和条款。④卖方保证,所有交付之产品无任何瑕疵,且其设计、材料和工艺方面符合约定,即使产品已经查验、验收或买方已经付款,本保证仍然持续有效。⑤卖方之责任仅限于自产品交付给买方之日起两年内出现的瑕疵。

发行人与宜家的销售合同中涉及向宜家采购原材料的条款如下:

合同要素	主要内容
材料及搬运辅助设备	①如果宜家向卖方供应材料、搬运材料或设备,所有此类材料仅用于向宜家制造和/或交付产品。除非卖方全额付款,宜家供应的所有材料均应为宜家的唯一财产。任何未使用的此类材料应按照宜家的指示立即退还给宜家。卖方应标记并单独存放该等材料,以免属于将宜家的材料与卖方的任何财产合并或混在一起。 ②卖方应在收货后检验所提供的材料,以确保该材料符合约定的数量且无缺陷。所提供的材料如有任何数量缺少或缺陷,卖方应立即以书面形式通知宜家。验收该材料后,有关材料的风险应由卖方承担。

宜家向发行人供应的原材料发行人已全额付款,不属于宜家财产。

IKEA Components AB 报告期内向发行人销售塑胶原材料,由于其理化性质适合用于生产制造宜家产品,因此发行人向其进行采购。发行人与宜家的合作情况如下:

a. 发行人与 IKEA supply (China) Co., Ltd. (宜家物流服务(中国)有限公司)签署了销售协议,协议中不存在指定使用原材料的情形,也不存在委托加工的条款。

b. 发行人与 IKEA Components AB、宜家家具配件(上海)有限公司分别签署了采购协议,协议中不存在指定采购材料用途的情形,并明确规定发行人付款后材料所有权归发行人所有, IKEA Components AB、宜家家具配件(上海)有限公司没有保留原材料的继续管理权。

c. 上述销售、采购合同分别约定了明确的收付款的权利、义务和条件,相互独立,不存在净额结算的约定或事实。

d. 发行人完全承担了原材料生产加工中的保管和灭失等风险。

e. 公司销售具有自主定价权, 公司综合考虑产品成本、可接受的利润空间等因素报价, 未单独对产品生产加工费进行约定。

f. 发行人向 IKEA supply (China) Co., Ltd. (宜家物流服务(中国)有限公司)销售, 承担应从客户收取款项的信用风险, 发行人向 IKEA Components AB、宜家家具配件(上海)有限公司采购承担原材料价格波动和存货减值的风险。

综上, 发行人与宜家体系不同主体分别建立了独立采购和销售的业务关系, 分别进行采购和销售的会计处理合理, 反应了业务实质。

公司有权自主选择供应商, 发行人对宜家的销售不必须以对指定原材料供应商采购为前提。报告期内, 发行人向宜家采购的塑胶原材料均用于生产宜家产品, 在宜家塑胶原材料供应不足的情况下, 发行人也会少量采购其他供应商的塑胶原材料。

发行人生产向宜家销售的产品所用 PP 原材料主要为 568M0/1102K/961M0/RJ770 等, 采购来源情况如下:

单位: 吨

采购对象	2020 年度	2019 年度	2018 年度
IKEA	10, 118. 65	5, 776. 20	5, 606. 00
其他供应商	1, 035. 60	13. 00	2. 05
小计	11, 154. 25	5, 789. 20	5, 608. 05

注: 受同一实际控制人控制的客户, 合并披露。

2、对比向其他客户销售的同类型产品, 说明并披露向宜家 and Dart Container Corporation 销售产品的销售单价、毛利率、信用政策、结算政策、质量保证政策是否存在较大差异, 如是, 进一步说明原因及合理性

(1) 发行人向 Dart Container Corporation 销售产品的销售单价、毛利率情况

发行人向 Dart Container Corporation 销售产品的销售单价、毛利率情况已申请豁免披露。

报告期内发行人向 Dart Container Corporation 销售的同类产品与其他客户产品相比单价较低、毛利率较高。原因为: 发行人向 Dart 销售塑料餐具制品以单

包数量多的大包装注塑产品为主，包装工序简单，单位成本和单位售价相对较低。

（2）发行人向宜家销售产品的销售单价、毛利率情况

发行人已在招股说明书“第六节 业务与技术”之“三、发行人的主营业务情况”之“（一）公司的销售情况”之“5、客户与供应商、竞争对手重叠的情形”之“（1）客户与供应商重叠的情形”补充披露如下：

2018 年度至 2020 年度发行人向宜家销售的产品主要为塑料制品，占向宜家销售总额的比例均在 99% 以上。发行人向宜家销售的塑料制品与其他客户的单价、毛利率对比情况如下：

单位：元/kg

产品类型	客户	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
		单价	毛利率	单价	毛利率	单价	毛利率
塑料餐具	宜家	14.47	13.77%	15.66	7.17%	15.96	2.09%
	其他客户	16.81	27.77%	17.04	25.47%	17.10	17.96%
塑料家居用品	宜家	14.22	16.38%	14.88	5.54%	15.76	8.66%

注：其他客户指除宜家 and Dart 之外的客户；发行人塑料家居用品销售中宜家占比极高，其余均为小额零星销售。

如上所示，发行人向宜家销售的产品单价和毛利率总体偏低，原因为：宜家在报告期内逐步成为发行人的主要客户，发行人进入其供应体系并逐步获得份额，尤其是家居用品类产品。由于相关业务处于起步、拓展客户和占领市场份额阶段，以优势价格获取份额成为重要策略之一。同时由于在业务开展初期规模较小，因此形成了该类产品报告期内销售均价略低、单位成本较高、毛利率较低的情形。报告期内，该类产品随着产销规模的快速增加，利润率逐步上升。

（3）主要客户信用政策、结算政策、质量保证政策

发行人已在招股说明书“第六节 业务与技术”之“三、发行人的主营业务情况”之“（一）公司的销售情况”之“5、客户与供应商、竞争对手重叠的情形”之“（3）与主要客户的信用政策、结算政策、质量保证政策”补充披露如下：

（3）与主要客户的信用政策、结算政策、质量保证政策

客户名称	质量保证政策	信用政策	结算政策
IKEA	通过宜家质量以及社会责任验厂, 产品质量 KPI 需达到双方商议好的数值	30 天	TT
Dart	质量审核遵循 BRC 与 ISO22000 与 NSF, 社会责任需要通过 COSTCO 要求	45 天	TT
Team Three	所有采购产品都要经过客人统一验货通过之后才能出货, 需具备 FDA, BSCI 等美国需要的各种证书	45 天	TT
Jarden	年度质量审核免审, 社会责任遵循 BSCI 与 Sedex	75 天	TT
必胜(上海)食品有限公司	需要质量审核和社会责任审核	30 天	TT
Woolworths	于 19 年 12 月份 2020 年 5 月份委托第三方顺利通过审核, 社会责任遵循 BSCI 与 Sedex	60 天	TT
Bunzl	本泽有自己的验厂审核, 需具备 FDA, BSCI 等美国需要的各种证书	30 天	TT
Fasho	所有采购产品都要经过客人统一验货通过之后才能出货, 需具备基础的美国需要的各种证书等	90 天	TT
郑州宝岛商贸有限公司	遵循国内 QS 要求, 社会责任遵循 ISO45001 的要求	30 天	TT
Meijer	所有采购产品都需要提供合格的第 3 方实验室的测试报告. 社会责任验厂, 需要提供 BSCI 报告	90 天	TT
Wal-Mart Canada CORP	产品质量验厂接受家联提供的 BRC 的审核或者第三方的 FCCA 报告, 社会责任验厂提供 BSCI 审核结果以及具备 SCAN (反恐) 报告	90 天	TT
The Safety Zone LLC	所有采购产品都需要提供合格的第 3 方实验室的测试报告. 社会责任验厂, 需要提供 BSCI 报告	60 天	TT
Safeway	所有采购产品都需要提供合格的自检报告. 社会责任验厂, 需要提供 BSCI 报告	45 天	TT
Amazon	亚马逊有自己的 FQA 验厂审核, 也会安排第三方的社会责任审核. 另外, 亚马逊在寻找供应商会充分利用他们的大数据来筛选新的供应商	45 天	TT
Loblaws	质量审核遵循 BRC 与 NSF 与 ISO22000, 社会责任遵循 BSCI 与 Sedex	60 天	TT

如上所示, 发行人与主要客户的信用政策以电汇 (T/T) 30 天~90 天为主, 无明显差异。发行人与主要客户的质量保证政策无明显差异。

(二) 分别披露主要境内外客户的基本情况, 包括客户名称、设立时间、注册地址、注册或者实缴资本、股权结构、主营业务、经营规模、初次合作时间、发行人在其采购体系中所处地位、客户对发行人及其产品的认证情况, 并说明相关交易的定价原则及公允性, 以及各期销售内容、销售金额及占比、毛利率、第四季度销售金额占对该客户当期销售金额比重; 对比不同客户的同类型产品毛利率差异, 说明并披露原因及合理性; 披露是否存在成立或开始合作当年或次年即成为发行人主要客户的情形;

1、主要境内外客户的基本情况

发行人已在招股说明书“第六节 业务与技术”之“三、发行人的主营业务情况”之“(一) 公司的销售情况”之“4、发行人主要客户情况简介”补充披露如下:

发行人**主要客户**基本情况列示如下:

(1) Team Three Group LTD

企业名称	Team Three Group LTD	
设立时间	2009 年	
注册地址	香港新界葵涌工业街 10-14 号华发工业大厦后座 10 楼 4 室	
注册资本	10,000 元港币	
股东构成	姓名/名称	持股占比
	万达志	100%
主营业务	一次性餐饮具及包装、餐饮服务制品的采购与分销	
经营规模	是 USFood (美国食品, 纽约证券交易所上市公司 USFD, 美国第二大食品服务销售企业, 为美国的餐饮客户销售和分销新鲜、冷冻、干货食品以及非食品产品)、Wendy's (温迪快餐, 纳斯达克上市公司 WEN, 美国第三大的快餐连锁集团)、Essendant (纳斯达克上市公司 ESND, 美国领先的商业产品批发商) 等在亚太地区的采购商, 同时也是发行人竞争对手台州富岭塑胶有限公司 (纳斯达克上市公司 FORK) 的主要客户之一, 2019 年营业额超过 6 亿元港币。	
初次合作时间	2010 年	
发行人在其采购体系中所处地位	核心供应商	

客户对发行人及其产品的认证情况	发行人及其产品均具备 FDA, BSCI 等证书, 通过了终端客人的统一验货。发行人产品种类广泛, 价格合理。		
各期销售内容	餐饮具		
销售数据	2020 年	2019 年	2018 年
销售金额 (万元)	11,520.80	13,131.62	13,309.78
占当期营收比例	11.23%	12.87%	14.04%
四季度销售占该客户当期销售比例	25.19%	25.83%	26.28%

(2) Dart Container Corporation

企业名称	Dart Container Corporation		
设立时间	1937 年		
注册地址	500 Hogsback Rd Mason, MI 48854		
注册资本	未公开		
股东构成	姓名/名称	持股占比	
	未公开	未公开	
主营业务	一次性塑料餐饮具的生产与销售		
经营规模	是世界著名的餐饮具开发、制造和分销企业。公司目前在 6 个国家/地区拥有约 15,000 名员工和超过 40 个生产、配送中心和办公地点, 2012 年以约 10 亿美元的价格收购了拥有经典的红色塑料杯产品的 SOLO CUP 公司。		
初次合作时间	2011 年		
发行人在其采购体系中所处地位	主要供应商之一		
客户对发行人及其产品的认证情况	合作以来, 发行人的产品质量, 及时交货率, 价格等方面均得到客人的高度认可, 订单保持稳定。		
各期销售内容	餐饮具		
销售数据	2020 年	2019 年	2018 年
销售金额（万元）	7,895.96	8,827.20	7,648.10
占当期营收比例	7.69%	8.65%	8.07%
四季度销售占该客户当期销售比例	22.62%	14.15%	30.67%

(3) Jarden Home Brands

企业名称	Jarden Home Brands
------	--------------------

设立时间	1993 年		
注册地址	1303 S. Batesville Road, Greer, SC 29650		
注册资本	未公开		
股东构成	姓名/名称	持股占比	
	未公开	未公开	
主营业务	家庭消费产品的生产及销售		
经营规模	Jarden 是全球领先的家庭消费产品的生产及销售公司，沃尔玛的供应商。公司总部在纽约，业务遍布全球 100 余个国家，拥有超过 100 个知名品牌、30000 名员工，是美国财富 500 强之一。2014 年，Jarden 销售额数十亿美元。2015 年，美股上市公司 Newell Rubbermaid Inc (NWL.N) 以超过 150 亿美元的价格收购 Jarden。		
初次合作时间	2009 年		
发行人在其采购体系中所处地位	主要供应商之一		
客户对发行人及其产品的认证情况	家联是 Jarden 的质量免审工厂以及 2010 年、2011 年、2015 年最佳社会责任供应商。		
各期销售内容	餐饮具		
销售数据	2020 年	2019 年	2018 年
销售金额（万元）	6,386.81	8,535.02	8,806.40
占当期营收比例	6.22%	8.36%	9.29%
四季度销售占该客户当期销售比例	24.90%	27.41%	23.92%

(4) IKEA Supply AG

企业名称	IKEA Supply AG		
设立时间	1943 年		
注册地址	Södra Ringvägen 4, 34334, Älmhult		
注册资本	未公开		
股东构成	姓名/名称	持股占比	
	未公开	未公开	
主营业务	家居用品销售		
经营规模	瑞典宜家集团【宜家家居（IKEA）】于 1943 年创建于瑞典，已成为全球最大的家具家居用品企业，销售主要包括座椅/沙发系列、办公用品、卧室系列、厨房系列、照明系列、纺织品、炊具系列、房屋储藏系列、儿童产品系列等约 10,000 个产品，2019 年约 400 亿欧元销售额。		

初次合作时间	2017 年		
发行人在其采购体系中所处地位	潜在优先级供应商，未来可能成为优先级供应商，塑料产品类别的优先级供应商全球约 5 家。		
客户对发行人及其产品的认证情况	发行人及其产品通过了宜家质量及社会责任检验。		
各期销售内容	家居用品、餐饮具		
销售数据	2020 年	2019 年	2018 年
销售金额（万元）	13,939.76	10,334.43	7,706.43
占当期营收比例	13.58%	10.13%	8.13%
四季度销售占该客户当期销售比例	30.84%	25.30%	38.20%

(5) Woolworths Group Limited Food Company HK Procurement Pty Limited

企业名称	Woolworths Group Limited Food Company HK Procurement Pty Limited		
设立时间	1924 年		
注册地址	Woolworths Way Bella Vista Nsw 2153 Australia		
注册资本	1,263,091,936 股		
主要股东构成	姓名/名称	持股占比	
	HSBC Custody Nominees (Australia) Limited	17.31%	
	JP Morgan Nominees Australia Limited	10.97%	
	National Nominees Limited	5.95%	
主营业务	连锁超市、零售业		
经营规模	2019 年营收超过 40 亿美元。公司创立于 1924 年 12 月 5 日，是澳大利亚最大的食品零售商，拥有超过 1000 家分店，10 万名员工，澳大利亚交易所上市公司（WOW.AX）。		
初次合作时间	2015 年		
发行人在其采购体系中所处地位	核心供应商		
客户对发行人及其产品的认证情况	发行人通过了客户对厂房、产品、工人的人权与生产的安全性等方面进行的细致而全面的考察。与其他供应商相比，发行人的产品种类广泛，价格合理。2017 年年度最佳供应商，2019 年可持续发展奖。		
各期销售内容	餐饮具		
销售数据	2020 年	2019 年	2018 年
销售金额（万元）	6,500.21	8,783.87	7,152.70

占当期营收比例	6.33%	8.61%	7.55%
四季度销售占该客户当期销售比例	30.46%	27.88%	23.01%

(6) Bunzl International Services INC

企业名称	Bunzl International Services INC		
设立时间	1940 年		
注册地址	York House 45 Seymour Street London W1H 7JT United Kingdom		
注册资本	336,797,608 股		
主要股东构成	姓名/名称	持股占比	
	BlackRock, Inc.	6.16%	
主营业务	该公司为食品杂货、餐饮设备、清洁和卫生、安全、非食品零售和医疗保健等客户市场提供一系列食品包装、一次性餐具和餐饮设备、清洁和卫生用品、宾客便利设施、个人防护设备、包装和医疗耗材等消耗品。		
经营规模	伦敦证券交易所上市公司（BNZL.L），是一家世界著名的分销和外包集团。公司 2019 年营收超过 90 亿英镑，业务遍及 30 多个国家。		
初次合作时间	2013 年		
发行人在其采购体系中 所处地位	核心供应商		
客户对发行人及其产品的 认证情况	发行人需具备 FDA，BSCI 等各种证书并通过客户的验厂审核。		
各期销售内容	餐饮具		
销售数据	2020 年	2019 年	2018 年
销售金额（万元）	6,581.76	9,051.69	10,207.27
占当期营收比例	6.41%	8.87%	10.77%
四季度销售占该客户 当期销售比例	21.83%	26.51%	27.56%

(7) The Ocala Group LLC

企业名称	The Ocala Group LLC	
设立时间	2009 年	
注册地址	1981 Marcus Avenue, Suite 229, Lake Success, NY 11042	
注册资本	未公开	
股东构成	姓名/名称	持股占比

	未公开	未公开	
主营业务	进出口贸易		
经营规模	未公开		
初次合作时间	2012 年		
发行人在其采购体系中所处地位	核心供应商		
客户对发行人及其产品的认证情况	所有采购产品都要通过客人的统一验货，且需具备相关证书。		
各期销售内容	餐饮具		
销售数据	2020 年	2019 年	2018 年
销售金额（万元）	6, 671. 45	7,782.80	5,944.41
占当期营收比例	6. 50%	7.63%	6.27%
四季度销售占该客户当期销售比例	32. 56%	16.56%	30.48%

(8) 必胜(上海)食品有限公司

企业名称	必胜(上海)食品有限公司	
设立时间	2002-01-18	
注册地址	上海市普陀区金迎路 78 号 2 号仓库	
注册资本	1700 万美元	
股东构成	姓名/名称	持股占比
	百胜（中国）投资有限公司	100%
主营业务	食品销售（含瓶装酒），供应链管理，餐饮企业管理，日用百货、服装服饰、办公用品、文化用品、机械设备、电子产品、玩具、鞋帽、家用电器、清洁用品、文具用品、食用农产品、厨卫用品、消防器材、花卉、通信设备（除卫星电视广播地面接收设施）、五金制品、家具、建筑装饰材料（钢材、水泥除外）、化妆品、卫生用品的批发、网上零售，佣金代理（拍卖除外）、进出口及物料采购和供应，中央厨房（限分支机构），食品储存（含冷冻冷藏），仓储及相关配套服务，国内货运代理。（不涉及国营贸易管理商品，涉及配额、许可证管理商品的，按国家有关规定办理申请）。【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】	
经营规模	截至 2020 年 12 月底，百胜中国在中国的足迹遍布所有省、市、自治区（港澳台除外），在 1500 多座城镇经营着 10506 家餐厅。	
初次合作时间	2017 年	
发行人在其采购体系中所处地位	餐饮具全品类供应商	

客户对发行人及其产品的认证情况	每年一次质量和社会责任验厂，每年一次产品国标检测，另外还有每年两次现场抽检。		
各期销售内容	餐饮具		
销售数据	2020 年	2019 年	2018 年
销售金额（万元）	7,879.80	4,772.24	2,184.16
占当期营收比例	7.68%	4.68%	2.30%
四季度销售占该客户当期销售比例	24.06%	26.48%	17.15%

发行人根据成本加成原则对产品整体进行定价，在与客户的合作过程中根据原材料价格、汇率波动等因素协商更新价格。

2、对比不同客户的同类型产品毛利率差异，说明并披露原因及合理性

发行人各期前 5 大客户的销售毛利率情况已申请豁免披露。

发行人已在招股说明书“第六节 业务与技术”之“三、发行人的主营业务情况”之“（一）公司的销售情况”之“4、发行人主要客户情况简介”补充披露如下：

除宜家外，发行人对其他客户销售的主要产品均为塑料餐饮具，客户毛利率与整体水平接近。不同客户间毛利率差异主要由以下几点原因导致：（1）不同客户所购买产品不同，产品的性能指标、包装规格与生产工序不同，毛利率也不同；（2）不同客户的议价能力与市场地位不同，因此不同客户间的类似产品存在着一定的毛利率差异；（3）对于报告期内新增重要客户宜家，由于其初期订单较少，相关配套产能利用情况较差，相关生产工艺尚不熟悉，因此在开展业务初期，该客户的销售毛利率较低。但随着客户购买量的增多，流程的熟悉，该客户的销售毛利率逐渐提高。

3、披露报告期内是否存在成立或开始合作当年或次年即成为发行人主要客户的情形

发行人与报告期各期前 5 大客户合作情况列示如下：

企业名称	是否存在成立或开始合作当年或次年即成为发行人主要客户的情形	主要原因
Team Three Group LTD	报告期之前即为发行人客户	-

Dart Container Corporation	报告期之前即为发行人客户	-
Jarden Home Brands	报告期之前即为发行人客户	-
IKEA Supply AG	合作次年即成为发行人主要客户	发行人通过考核进入宜家供应商名录
Woolworths Group Limited	报告期之前即为发行人客户	-
Bunzl International Services INC	报告期之前即为发行人客户	-
The Ocala Group LLC	报告期之前即为发行人客户	-
必胜(上海)食品有限公司	报告期之前即为发行人客户	-

除宜家外，发行人报告期各期前五大客户均在报告期之前即成为发行人客户；宜家在合作次年成为发行人主要客户的原因因为发行人凭借产品质量、服务等多方面因素通过考核进入了宜家的供应商名录。

(三) 结合发行人所处行业的市场前景、竞争对手、营销策略、自身竞争优势等情况说明与主要客户业务合作是否具有稳定性及可持续性，是否存在被替代风险及应对措施，相关风险因素是否充分披露；根据《深圳证券交易所创业板股票首次公开发行上市审核问答》问题 7 的要求，说明并披露发行人客户集中度较高是否导致发行人未来持续经营能力存在重大不确定性。

1、与主要客户业务合作是否具有稳定性及可持续性，是否存在被替代风险及应对措施，相关风险因素是否充分披露

项目	客户名称		开始合作时间	占当年营业收入的比例
2020 年	1	IKEA Supply AG	2017 年	13.58%
	2	Team Three Group LTD	2010 年	11.23%
	3	Dart Container Corporation	2011 年	7.69%
	4	必胜(上海)食品有限公司	2017 年	7.68%
	5	The Ocala Group LLC	2012 年	6.50%
	合计		-	46.68%
2019 年	1	Team Three Group LTD	2010 年	12.87%
	2	IKEA Supply AG	2017 年	10.13%
	3	Bunzl International Services INC	2013 年	8.87%
	4	Dart Container Corporation	2011 年	8.65%
	5	Woolworths Group Limited Food Company HK Procurement Pty	2015 年	8.61%

		Limited		
		合计	-	49.12%
2018 年	1	Team Three Group LTD	2010 年	14.04%
	2	Bunzl International Services INC	2013 年	10.77%
	3	Jarden Home Brands	2009 年	9.29%
	4	IKEA Supply AG	2017 年	8.13%
	5	Dart Container Corporation	2011 年	8.07%
		合计	-	50.29%
2017 年	1	Dart Container Corporation	2011 年	12.91%
	2	Team Three Group LTD	2010 年	12.55%
	3	Bunzl International Services INC	2013 年	12.41%
	4	Jarden Home Brands	2009 年	11.02%
	5	The Ocala Group LLC	2012 年	8.24%
		合计	-	57.14%

发行人作为全球塑料餐饮具制造行业的领先企业，是国内外优质塑料餐饮具、家居用品及生物全降解产品的重要供应商，拥有较高的市场认可度。发行人客户大多为国内外知名企业，客户实力雄厚，稳定性强；对发行人评价较高，与发行人合作较为稳定，合作记录良好。此外，此类知名客户在选择供应商时普遍具有严格的考核标准，不会轻易更换已通过完善、严格筛选后的优质供应商，具有较高的客户粘性。发行人在技术品质管理等方面表现突出、历史上也不存在被重要客户中止合作的情形，被替换风险较低。

此外，为应对失去重要客户的情况，发行人积极拓展海内外市场，报告期内新增宜家、百胜中国、蜜雪冰城、Sam's Club 等重要内、外销客户，营收规模逐步增大，前五大客户销售占比逐年降低，有效的降低了被个别重要客户替换所导致的经营风险，提升了公司抗风险能力与持续经营能力。

（八）客户集中度较高风险

发行人作为全球塑料餐饮具制造行业的领先企业，是国内外优质塑料餐饮具、家居用品及生物全降解产品的重要供应商，市场认可度较高。发行人报告期内主

要客户大多为国内外知名企业，客户实力雄厚，购买量较高，发行人报告期内前五大客户销售占比分别为 50.29%、49.12%、**46.68%**。尽管公司与主要客户建立了长期、稳定的合作关系，且在积极开拓其他客户并取得了一定成效，但如果主要客户流失或客户经营状况发生不利变动，将对公司的主营业务造成不利影响。

以上楷体加粗内容，发行人已在招股说明书“第四节 风险因素”之“二、经营风险”之“（八）客户集中度较高风险”部分对相关风险进行补充披露。

2、根据《深圳证券交易所创业板股票首次公开发行上市审核问答》问题 7 的要求，说明并披露发行人客户集中度较高是否导致发行人未来持续经营能力存在重大不确定性

报告期内发行人前五大客户销售占比分别为 50.29%、49.12%、**46.68%**。前十大客户销售占比分别为 71.57%、74.15%、**75.56%**，且不存在单一大客户占比超过 50%的情形，各期第一大客户收入占比均在 15%以下。

（1）发行人的客户集中程度具有商业合理性

发行人所处的塑料制品行业，特别是塑料餐饮具、塑料家居用品制造行业，有中小厂商众多、作坊式小微企业普遍存在的特点。而该等产品最终流向主要为各大连锁餐饮企业、大型商超，下游客户规模普遍远大于其供应商。对于塑料制品生产商而言，能够与如百胜中国、宜家、Woolworths、沃尔玛等世界知名客户中的一家建立合作关系已属不易，发行人已与多家大型客户已建立长期的合作关系，稳定供货，各期第一大客户收入占比均在 15%以下。

（2）发行人与主要客户已建立长期稳定的合作关系，客户粘性较高，具有良好的客户稳定性和业务可持续性，相关交易具有合理的商业背景。

相关说明见“（三）1、与主要客户业务合作是否具有稳定性及可持续性，是否存在被替代风险及应对措施，相关风险因素是否充分披露”。

（3）发行人主要客户均为国内外业内知名大型企业，经营情况良好

相关说明见“（二）1、主要境内外客户的基本情况”。

（4）报告期内，发行人前五大客户销售占比逐年降低

同一控制口径下，报告期内公司各年度前五大客户销售情况如下：

单位：万元

项目	客户名称		销售金额	占当年营业收入的比例
2020 年	1	IKEA Supply AG	13,939.76	13.58%
	2	Team Three Group LTD	11,520.80	11.23%
	3	Dart Container Corporation	7,895.96	7.69%
	4	必胜（上海）食品有限公司	7,879.80	7.68%
	5	The Ocala Group LLC	6,671.45	6.50%
	合计		47,907.76	46.68%
2019 年	1	Team Three Group LTD	13,131.62	12.87%
	2	IKEA Supply AG	10,334.43	10.13%
	3	Bunzl International Services INC	9,051.69	8.87%
	4	Dart Container Corporation	8,827.20	8.65%
	5	Woolworths Group Limited Food Company HK Procurement Pty Limited	8,783.87	8.61%
	合计		50,128.81	49.12%
2018 年	1	Team Three Group LTD	13,309.78	14.04%
	2	Bunzl International Services INC	10,207.27	10.77%
	3	Jarden Home Brands	8,806.40	9.29%
	4	IKEA Supply AG	7,706.43	8.13%
	5	Dart Container Corporation	7,648.10	8.07%
	合计		47,677.98	50.29%
2017 年	1	Dart Container Corporation	10,430.16	12.91%
	2	Team Three Group LTD	10,133.87	12.55%
	3	Bunzl International Services INC	10,022.26	12.41%
	4	Jarden Home Brands	8,902.43	11.02%
	5	The Ocala Group LLC	6,656.80	8.24%
	合计		46,145.52	57.14%

由上述数据可见，报告期内，随着内销的逐步增长以及其他海外客户的逐渐

拓展，发行人前五大客户销售占比逐年降低。

报告期内发行人客户集中度逐年降低且主要客户均为国内外业内知名大型企业，不存在重大不确定性，发行人已与其建立长期稳定的合作关系；发行人在客户稳定性与业务持续性方面没有重大风险，发行人的客户集中程度不会对持续经营能力构成重大不利影响。此外，为应对失去重要客户的情况，发行人积极拓展海内外市场，报告期内新增宜家、百胜中国、蜜雪冰城、Sam's Club、盒马鲜生等重要内、外销客户，营收规模逐步增大，前五大客户销售占比逐年降低，有效的降低了被个别重要客户替换所导致的经营风险，提升了公司抗风险能力与持续经营能力。以上楷体加粗内容，发行人已在招股说明书“第六节 业务与技术”之“三、发行人的主营业务情况”之“（一）公司的销售情况”部分补充披露。

二、申报会计师核查情况

（一）对上述事项进行核查并发表意见

1、核查程序

针对上述事项，申报会计师履行的主要核查程序包括：

（1）检查了发行人与宜家各个业务主体间的合同、订单及其他业务单据；（2）查阅了发行人生产宜家产品 PP 原材料的采购数据和关于 Dart 及宜家产品销售单价、毛利率的情况；查阅与客户的相关合同及邮件往来，了解主要客户的信用政策和质量保证政策；（3）访谈了公司相关业务人员，了解客户基本情况；（4）检查了发行人相关产品加工过程；（5）查询了客户官网等相关公开信息；（6）获取并查阅了主要客户的工商信息、中信保报告等信息；（7）对主要客户员工等相关人员进行了访谈；（8）查阅了发行人与主要客户的销售合同；（9）核查了发行人的销售及成本情况，执行相关穿行测试；（10）查阅了发行人同行业可比竞争对手的招股说明书、年报等公开信息；（11）获取发行人与主要客户合作情况的说明。

2、核查意见

经核查，申报会计师认为：

发行人已按要求对上述事项进行了补充披露。

(1) 发行人与宜家体系不同主体分别建立了独立采购和销售的业务关系，分别进行采购和销售的会计处理合理，反应了业务实质，不存在受托加工或委托加工业务；(2) 发行人对宜家的销售不存在必须以对指定原材料采购为前提的约定；发行人向宜家采购的塑胶原材料全部供向宜家销售的产品生产使用；(3) 对比向其他客户销售的同类型产品，向发行人向宜家 and Dart Container Corporation 销售产品单价及毛利率较低，具有合理性；(4) 宜家和 Dart Container Corporation 的信用政策、结算政策、质量保证政策与其他主要客户相比不存在较大差异；(5) 发行人补充披露了主要境内外客户的基本情况，交易情况真实合理；(6) 发行人与主要客户的业务合作具有稳定性及可持续性，被替代风险较低、应对措施较为有效；发行人补充披露了主要客户业务合作的稳定性及可持续性风险；(7) 报告期内发行人客户集中度逐年降低且主要客户均为国内外业内知名大型企业，不存在重大不确定性，发行人已与其建立长期稳定的合作关系；发行人在客户稳定性与业务持续性方面没有重大风险，发行人的客户集中程度不会对持续经营能力构成重大不利影响。

(二) 按照中国证监会《首发业务若干问题解答（2020 年 6 月修订）》问题 32 的要求的核查情况及核查结论

1、核查程序

针对上述事项，申报会计师履行的主要核查程序包括：

(1) 检查了发行人与宜家等各个业务主体的合同、订单及其他业务单据；(2) 检查了发行人报告期内各年的采购明细表及销售清单；(3) 访谈了公司相关业务人员；(4) 检查了发行人相关产品加工过程；(5) 查询了相关公开信息。

2、核查意见

经核查，申报会计师认为：

(1) 报告期内，发行人向宜家家居控制下的不同主体分别发生采购及销售；(2) 发行人与 IKEA supply (China) Co., Ltd.（宜家物流服务（中国）有限公司）签署了销售协议，协议中不存在指定使用原材料的情形，也不存在委托加工的条

款，销售价格包括主要材料、辅料、加工费、利润在内的全额销售价格；（3）发行人与 IKEA Components AB、宜家家具配件（上海）有限公司分别签署了采购协议，原材料采购价格由双方协商确定且与市场价格基本一致，并明确规定发行人付款后材料所有权归发行人所有；（4）发行人完全承担了原材料生产加工中的保管和灭失、价格波动等风险；对存货进行后续管理和核算，该原材料销售方没有保留原材料的继续管理权；具备对最终产品的完整销售定价权；承担了最终产品销售对应账款的信用风险；原材料在加工过程中形态、功能等方面变化程度较大；（5）上述销售、采购协议中均不存在其他任何关联销售、采购行为的条款；（6）上述销售、采购合同分别约定了明确的收付款的权利、义务和条件，相互独立，不存在净额结算的约定或事实。

综上，发行人与宜家体系不同主体分别建立了独立采购和销售的业务关系，分别进行采购和销售的会计处理合理，反应了业务实质，不属于受托加工或委托加工业务。

问题 4 关于毛利率和营业成本

申报材料显示：

（1）发行人生产主要使用塑胶原材料。报告期内，发行人生产成本中塑胶原材料成本占比超过 50%。报告期内发行人主营业务毛利率存在先降后升的趋势，主营业务毛利率主要受塑料制品的影响，报告期各期塑料制品的毛利率分别为 20.06%、17.31%和 23.73%。

（2）2019 年发行人毛利率大幅上升的原因系：一方面 2018 年后，发行人通过与客户明确定期价格调整期限条款等措施建立更完善的价格体系；另一方面，塑胶原材料采购价格 2019 年存在大幅下滑，导致发行人塑料制品的材料成本大幅下滑。

（3）公开资料显示，发行人可比公司富岭环球 2017 年至 2019 年环保餐具、刀具毛利率持续上升，杯子和盘子的毛利率保持稳定。

请发行人：

（1）分别披露签订了定期价格调整期限条款的客户的名称、销售金额及占

比，说明定期价格调整期限条款的覆盖情况；结合定期价格调整期限条款的具体内容，分析说明发行人是否有能力及时、充分地将原材料价格波动风险传导至下游客户；

(2) 区分餐饮具和家居用品产品，将单位成本进一步拆解为单位材料成本、人工成本和制造费用，并披露单位成本变动的原因及合理性；对比各期采购的塑胶原材料的平均价格和主营业务成本中平均单位材料成本，说明是否存在差异，如是，进一步说明原因及合理性；

(3) 结合原材料结构主要为塑胶的上市公司情况，分析发行人的塑胶原材料采购价格波动、毛利率波动、报告期业绩增长趋势是否与该公司存在差异；对比可比公司富岭环球的同类型产品，说明报告期内毛利率变化趋势不一致的原因及合理性；

(4) 披露报告期各期公司原材料采购量和采购金额是否与发行人业务规模相匹配，采购、耗用主要材料数量，各材料耗用数量与各产品产量之间对应关系；报告期各期耗用能源数量，与产品产量之间的对应关系。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

回复：

一、发行人说明及补充披露

(一) 分别披露签订了定期价格调整期限条款的客户的名称、销售金额及占比，说明定期价格调整期限条款的覆盖情况；结合定期价格调整期限条款的具体内容，分析说明发行人是否有能力及时、充分地将原材料价格波动风险传导至下游客户

1、分别披露签订了定期价格调整期限条款的客户的名称、销售金额及占比，说明定期价格调整期限条款的覆盖情况；结合定期价格调整期限条款的具体内容，分析说明发行人是否有能力及时、充分地将原材料价格波动风险传导至下游客户

发行人已在招股说明书“第六节 业务与技术”之“三、发行人的主营业务

情况”之“（一）公司的销售情况”之“2、产品或服务价格的变动情况”补充披露如下：

（1）发行人与客户的价格调整机制

发行人所处行业相对成熟，具有原材料价格透明度高、市场供需关系较为稳定、竞争充分、厂家利润率绝对水平不高等特点，因此产品售价根据原材料价格、汇率变动等因素的波动进行调整符合行业特点和惯例。实际操作中，发行人多数客户以订单形式确定价格，订单具有数量大、频率高、价格实时更新的特点，因此多数售价调整通过具体订单价格的协商实现；部分客户则在框架协议中明确了价格调整因素：①以美国公开市场 CMAI 公开价格为基准，如果原料价格在有效期内变动超过 5%，则双方有权就相关产品提出价格调整申请，接受申请一方应积极主动给与响应；②以国家外汇管理局公布的外汇中间价为基准，汇率波动超过 3%，则双方有权就相关产品提出价格调整申请，接受申请一方应积极主动给与响应。报告期内关于定期价格调整期限条款的客户名称、销售金额及占比情况如下所示：

单位：万元

客户名称	报告期内客户销售金额及占比					
	2020 年	占比	2019 年	占比	2018 年	占比
AmerCareRoyal	6,671.45	6.50%	7,778.26	7.62%	5,933.76	6.26%
The Safety Zone	1,489.20	1.45%	1,856.60	1.82%	2,378.62	2.51%

注：受同一实际控制人控制的客户，合并披露。

2020 年 11 月，发行人与上海盒马物联网有限公司建立合作关系，其价格调整机制如下所示：

“如若市场行情变化导致价格下浮（5%以上）或者甲方需求量大幅增加（30%及以上），乙方应适当下调价格，甲方保留价格谈判的权利。如市场原料变化导致价格大幅上涨（10%以上），乙方有权依据原料价格浮动的比例，触发成品的价格调整，具体调整比例以报价单为准。”

（2）发行人的价格管理体系

当发行人的生产原材料价格及汇率发生波动时，发行人主要依据其产品标准成本系统生成的产品指导价格作为参考，形成报价。在产品完全费用的基础上，发行人通过在产品标准成本系统中设置目标毛利率后，在该系统上自动生成若干档产品指导价格，一般如下：

产品指导价格	价格说明
产品价格 1	产品价格 2+目标利润
产品价格 2	产品价格 3+其他期间费用
产品价格 3	等于制造成本、运费和货代费之和
产品价格 4	等于材料成本、直接人工成本、电费、运费和货代费之和

其中，产品价格 2 是发行人对普通客户的最低报价；发行人考虑到其战略合作伙伴的特殊需要，才可能提供产品价格 3 或产品价格 4 的报价。

③2020 年下半年原材料价格上涨背景下的价格调整情况

2020 年下半年至 2021 年初，塑胶原材料价格仍处于上涨趋势，行业内知名企业亦存在价格调整措施，如全球最大的饮用吸管生产企业——义乌市双童日用品有限公司宣布，自 2021 年 3 月 10 日起对该公司全线产品进行提价。

发行人通过与客户积极沟通，自 2020 年 12 月开始，截至 2021 年 3 月 15 日，已有 Team Three、Bunzl、Jarden、Ocala、DART、宜家等主要客户陆续同意并执行提价。发行人对该等客户的 2020 年销售收入占当年主营业务收入比例为 53.05%。此外，新增客户直接适用根据近期原材料价格调整后的产品指导价格执行。

（3）价格调整不及时、不充分的风险

发行人所处行业相对成熟，具有原材料价格透明度高、市场供需关系较为稳定、厂家利润率绝对水平不高等特点。因此，厂家将原材料价格波动向下游客户传导具有行业基础、商业合理性。发行人已建立产品价格管理制度，会根据成本、费用项目的波动情况，在市场形势不利的情况下，及时更新对客户的报价，与客户协商调整价格。但在实际业务中，在塑料制品生产厂家可接受的利润率范围内，

存在原材料价格波动向下游客户传导的一定滞后和不充分，主要由供需双方的谈判能力、市场状况、策略等因素决定；下游客户如突破厂家可接受利润范围，则可能造成交易无法达成、在市场上难以获得供应的后果。

发行人已于招股说明书“第四节 风险因素”之“二、经营风险”之“（一）原材料价格波动风险”部分予以风险揭示。

（二）区分餐饮具和家居用品产品，将单位成本进一步拆解为单位材料成本、人工成本和制造费用，并披露单位成本变动的原因及合理性；对比各期采购的塑胶原材料的平均价格和主营业务成本中平均单位材料成本，说明是否存在差异，如是，进一步说明原因及合理性

1、区分餐饮具和家居用品产品，将单位成本进一步拆解为单位材料成本、人工成本和制造费用，并披露单位成本变动的原因及合理性

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、经营成果分析”之“（二）营业成本构成及变动趋势分析”补充披露如下：

3、餐饮具和家居用品成本构成分析

报告期内，发行人按餐饮具和家居用品产品列示的单位成本情况如下：

（1）餐饮具产品的单位成本构成情况

单位：元/千克、%

产品名称	成本项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
		金额	占比	金额	占比	金额	占比
餐 饮 具	材料成本	9.09	73.96	9.70	75.82	10.88	77.04
	人工成本	1.04	8.46	1.14	8.88	1.23	8.70
	制造费用	1.90	15.46	1.96	15.29	2.01	14.27
	运输费用	0.26	2.12				
	合计	12.29	100.00	12.79	100.00	14.12	100.00

注：根据《企业会计准则》第 14 号—收入的相关规定，公司 2018 年度至 2019 年度将发生的运输费用计入销售费用，自 2020 年 1 月 1 日起将运输费用计入营业成本。

如上表所示，公司餐饮具产品单位成本呈逐年降低的趋势，各年度分别为

14.12 元/千克、12.79 元/千克、**12.29 元/千克**。餐饮具产品单位成本变动主要受三方面影响：

1) 材料成本的影响。餐饮具产品成本中材料成本占比最高，各年度材料成本占单位成本的比重平均为 **75.61%**。餐饮具产品单位材料成本 2019 年度较 2018 年度降低 10.86%，主要系餐饮具产品的生产材料主要为塑胶原材料，由于塑胶原材料价格与原油走势密切相关，2017 年年中开始，受产油国减产以及地缘政治局势持续紧张影响，塑胶原材料价格与国际油价同步呈上升趋势，至 2018 年第三季度，国际油价及塑胶原材料价格处在历史高位；2018 年第四季度开始，油价大幅下跌，受其影响，2018 年四季度开始，塑胶原料价格呈下降趋势。因此材料成本的变动是公司餐饮具产品单位成本变动的主要原因。

2) 制造费用的影响。公司制造费用中主要归集生产部门为组织生产发生的间接费用，其核算的主要内容包括人工费用、物料消耗、折旧摊销、水电费、维修费等。报告期各期，公司餐饮具产品的营业成本中单位制造费用分别为 2.01 元/千克、1.96 元/千克、**1.90 元/千克**，整体而言，报告期内基本保持稳定，变动较小。

3) 人工成本的影响。报告期内，餐饮具产品人工成本各年度分别为 1.23 元/千克、1.14 元/千克、**1.04 元/千克**，呈逐年下降趋势。主要系公司报告期内陆续完成餐饮具及家居用品的自动化生产线的投产使用，一定程度上提升了生产效率，单位产量所需人工减少，因此人工成本逐年降低。

综上所述，公司餐饮具产品的单位成本报告期内呈逐年下降趋势，符合市场及公司的实际经营情况，具有合理性。

(2) 家居用品产品的单位成本构成情况

单位：元/千克、%

产品名称	成本项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
		金额	占比	金额	占比	金额	占比
家居用	材料成本	10.57	84.09	11.73	80.62	11.85	80.46
	人工成本	0.47	3.74	0.61	4.18	0.63	4.24

产品名称	成本项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
		金额	占比	金额	占比	金额	占比
	制造费用	1.27	10.10	2.21	15.20	2.25	15.30
	运输费用	0.26	2.07		-		-
	合计	12.57	100.00	14.55	100.00	14.73	100.00

如上表所示，报告期内公司家居用品产品单位成本分别为 14.73 元/千克、14.55 元/千克、12.57 元/千克，2018 年至 2020 年期间呈下降趋势。家居用品单位成本变动主要受三方面影响：

1) 材料成本的影响。家居用品成本中材料成本占比最高，各年度材料成本占单位成本的比重平均为 81.72%，报告期内，公司成为宜家的合格供应商之一，以高端产品打入国内外塑料家居用品市场。报告期内，公司塑料家居用品销售金额分别为 5,086.95 万元、6,352.14 万元、6,711.33 万元，呈快速增长趋势。

报告期内各年度家居用品的材料成本分别为 11.85 元/千克、11.73 元/千克、10.57 元/千克，呈先升后降趋势。主要系家居用品的生产材料主要为塑胶原材料，塑胶原材料价格与原油走势密切相关，由于 2017 年度至 2020 年国际油价先升后降且 2018 年度价格最高，因此家居用品材料成本与石油价格波动趋势一致。2018 年开始，发行人家居用品中，销往宜家的产品占比提升，单位成本较高，拉高了品类单位成本。

2) 人工成本的影响。报告期内各年度家居用品的人工成本分别为 0.63 元/千克、0.61 元/千克、0.47 元/千克，报告期内呈逐年下降趋势。主要系报告期内公司生产自动化程度逐渐提高、产品从以收纳盒为主到逐渐增加了储物架、椅子面板等高重量单品所致。

3) 制造费用的影响。报告期内各年度家居用品的制造费用分别为 2.25 元/千克、2.21 元/千克、1.27 元/千克。2020 年单位制造费用下降主要系 2020 年家居用品的产品结构发生变化，2019 年之前，发行人家居用品产品以收纳盒为主，2020 年，生产的储物架、椅子面板等产品增多，单产品较重，导致单位制造费用下降。

综上所述,报告期内,公司家居用品的单位成本变动主要受原材料价格影响,家居用品单位成本的整体变动符合市场及公司的实际经营情况,具有合理性。

2、对比各期采购的塑胶原材料的平均价格和主营业务成本中平均单位材料成本,说明是否存在差异,如是,进一步说明原因及合理性

公司采购的塑胶原材料主要包括 PP、PS,报告期各期采购的塑胶原材料的**平均采购入库成本单价**和主营业务成本中平均单位材料成本对比情况如下:

单位:元/千克

年度	平均采购入库成本单价	平均材料成本
2020 年度	7.18	9.20
2019 年度	8.11	9.87
2018 年度	9.22	10.96

如上表所示,受塑胶原材料大宗商品市场价格影响,塑胶原材料的**平均采购入库成本单价**于 2018 年度最高,至 2019 年开始回落,至 **2020 年**最低;公司各年平均材料成本分别为 10.96 元/千克、9.87 元/千克、**9.20 元/千克**,**报告期内**呈降低趋势,整体上与塑胶原材料的**平均采购入库成本单价**变动趋势一致。主营业务成本中平均材料成本与塑胶原材料的**平均采购入库成本单价**不一致的原因主要系材料成本结构以及不同种类原材料的单位价格不同、平均材料成本参照公司产成品规格净重计算导致的差异。

主营业务成本中平均材料成本包括主要原材料成本、辅料成本。报告期内公司主要原材料包括塑胶原材料、PLA 以及纸,其中 PLA 的**平均采购入库成本单价**较高,各年度**平均采购入库成本单价**分别为 15.96 元/千克、16.23 元/千克、**20.06 元/千克**,报告期内,以 PLA 为主要原料的产品的产销量逐年增长,在主营业务成本中占比也逐年提高;此外,发行人材料成本包括产成品所使用的包装包材等,计重所使用的规格净重未包含该等包装材料。因此,塑胶原材料报告期各期的**平均采购入库成本单价**低于主营业务成本中平均材料成本的差异。

综上所述,主营业务成本中平均单位材料成本与塑胶原材料报告期各期的**平均采购入库成本单价**存在差异,符合公司的生产特点和实际情况,具有合理性。

（三）结合原材料结构主要为塑胶的上市公司情况，分析发行人的塑胶原材料采购价格波动、毛利率波动、报告期业绩增长趋势是否与该公司存在差异；对比可比公司富岭环球的同类型产品，说明报告期内毛利率变化趋势不一致的原因及合理性

1、结合原材料结构主要为塑胶的上市公司情况，分析发行人的塑胶原材料采购价格波动、毛利率波动、报告期业绩增长趋势是否与该公司存在差异

A 股原材料结构主要为塑胶的上市公司中，披露的原材料成本占比 50%以上的上市公司情况如下：

公司	主要原材料	原材料成本占比
顾地科技	PP、PE、PVC	85.00%
茶花股份	PP、PE、PS、PC、ABS	87.03%
永新股份	石油的深加工产品	77.42%
王子新材	PE	71.96%
珠海中富	PET	56.44%

上述公司未公开披露其原材料采购价格，发行人塑胶原材料采购价格与 PP、PS 市场价格波动趋势一致（参见本回复第 1 题之“（一）量化分析并披露报告期内收入和净利润波动、2018 年收入增长而净利润下滑、2019 年净利润大幅增长的原因及合理性，影响发行人净利润的主要因素，报告期内各影响因素的具体影响情况及敏感性分析，与同行业可比公司业绩增长趋势、下游主要客户业绩变动趋势和行业发展趋势是否一致”之“1”之“（2）”），因此下文仅对毛利率和营业毛利进行对比分析。

上述公司报告期内毛利率波动情况如下：

公司	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	毛利率	变动	毛利率	变动	毛利率	变动
顾地科技			21.24%	4.59%	16.65%	-9.53%
茶花股份			29.14%	3.34%	25.80%	-4.10%
永新股份	24.36%	0.17%	24.19%	2.24%	21.95%	-0.75%

公司	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
王子新材			21.18%	-3.18%	24.36%	-0.57%
珠海中富			20.83%	1.07%	19.76%	-1.51%
平均值			23.32%	1.61%	21.70%	-3.29%
发行人	26.13%	2.00%	24.13%	6.12%	18.01%	-2.17%

注：截止 2021 年 3 月 16 日，顾地科技、茶花股份、王子新材、珠海中富未公布 2020 年财务报告。

如上所示，报告期内与 A 股原材料结构主要为塑胶的上市公司相比，发行人的毛利率波动趋势具有一致性。

上述公司报告期内营业毛利总额波动情况如下：

单位：万元

公司	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	毛利	增幅	毛利	增幅	毛利	增幅
顾地科技			34,843.98	25.75%	27,708.17	-48.68%
茶花股份			22,921.14	16.52%	19,671.59	-8.64%
永新股份	66,684.72	6.02%	62,898.88	22.86%	51,196.93	12.28%
王子新材			28,076.55	26.42%	22,209.38	48.91%
珠海中富			32,451.60	1.48%	31,979.44	-6.89%
平均值		6.02%	-	18.60%	-	-0.60%
发行人	26,812.26	8.87%	24,628.03	44.22%	17,076.52	4.77%

注：截止 2021 年 3 月 16 日，顾地科技、茶花股份、王子新材、珠海中富未公布 2020 年财务报告。

如上所示，报告期内与 A 股原材料结构主要为塑胶的上市公司相比，发行人的营业毛利额波动趋势具有一致性。

2、对比可比公司富岭环球的同类型产品，说明报告期内毛利率变化趋势不一致的原因及合理性

富岭环球 2017 年度至 2019 年度刀具、吸管、杯盘的单价和毛利率情况如下：

单位：元/Kg

公司	2019 年度	2018 年度	2017 年度
----	---------	---------	---------

公司	2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	单价	毛利率	单价	毛利率	单价	毛利率
富岭环球						
刀叉勺	14.65	20.10%	14.56	16.50%	14.26	15.80%
吸管	26.94	22.10%	44.99	16.80%	67.78	15.90%
杯盘	18.38	33.10%	21.11	33.10%	21.35	33.30%
合计：餐饮具	17.08	24.93%	18.57	21.45%	18.43	20.96%
发行人						
餐饮具	17.13	25.36%	17.32	18.50%	16.40	20.51%

注：2020 年，富岭环球（FORK. US）启动私有化，未公布 2020 年度财务报告相关数据。

受原材料价格波动的影响，发行人与富岭环球的餐饮具产品单价均呈 2018 年上升、2019 年下降的趋势，发行人毛利率呈 2018 年下降、2019 年上升的趋势。发行人的单价和毛利率波动趋势与原材料价格波动趋势一致。富岭环球与发行人同类产品单价差异的原因主要为：2017 年至 2019 年富岭环球低价塑料吸管订单占吸管总量的比例增加，吸管产品的单价下降。

（四）披露报告期各期公司原材料采购量和采购金额是否与发行人业务规模相匹配，采购、耗用主要材料数量，各材料耗用数量与各产品产量之间对应关系；报告期各期耗用能源数量，与产品产量之间的对应关系

1、披露报告期各期公司原材料采购量和采购金额是否与发行人业务规模相匹配

发行人已在招股说明书“第六节 业务与技术”之“三、发行人的主营业务情况”之“（二）公司的采购情况”补充披露如下：

5、发行人原材料采购与业务规模的匹配情况

报告期内，公司采购的原材料包括 PP、PS、PLA、纸等。报告期内，公司原材料的采购量、采购金额与业务规模的匹配情况如下：

单位：万元、吨

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
原材料采购量	64,135.43	61,590.51	58,279.67
原材料采购量增长率	4.13%	5.68%	28.32%
原材料采购金额	45,058.44	47,607.58	51,221.28
原材料采购额增长率	-5.35%	-7.06%	43.07%
销售量	60,647.32	59,809.79	54,798.32
销售量增长率	1.40%	9.15%	11.98%
营业收入	102,627.20	102,048.43	94,800.09
营业收入增长率	0.57%	7.65%	17.38%

如上表所示，报告期内原材料采购规模呈波动趋势。2018 年度原材料采购额增长幅度大于采购量的增长幅度主要系 2018 年度原材料平均采购价格较高所致；2019 年度、2020 年度原材料采购量上升、采购额较前一年度有所下降，其中采购量上升主要系产品市场需求增加进而生产量增加所致，采购额下降幅度与原材料市场价格回落有关。2020 年度原材料价格较 2019 年度下降较多，发行人按订单及生产需求采购原材料，因此虽采购量有所增加，采购额较上期相比有所减少。公司报告期内营业收入持续增长，2018 年销量增幅较大主要系公司与宜家、必胜等新增内销主要客户开展深度合作，内销收入增长所致。2020 年营业收入增长较小，一方面系原材料价格波动与部分客户协商后对部分产品的售价进行了调整，另一方面系因新冠疫情对美国餐饮行业造成不利影响导致。

2、采购、耗用主要材料数量，各材料耗用数量与各产品产量之间对应关系

发行人已在招股说明书“第六节 业务与技术”之“三、发行人的主营业务情况”之“（二）公司的采购情况”补充披露如下：

6、发行人采购、耗用主要材料数量与产品产量的对应关系

报告期内，公司主要材料包括 PP 材料、PS 材料和 PLA 材料，各年度公司采购、耗用主要材料数量、耗用数量与各产品产量之间的对应情况如下：

单位：吨

项目	类别	2020 年度	2019 年度	2018 年度
主要材料采购量	PP 材料	30,336.12	27,560.10	26,672.90
	PS 材料	23,601.48	22,045.65	22,659.97
	PLA 材料	1,144.50	776.80	599.88
合计		55,082.10	50,382.55	49,932.75
主要材料耗用量	PP 材料	32,266.11	28,160.73	24,006.22
	PS 材料	23,357.56	23,071.59	23,092.69
	改性 PLA 材料	1,155.54	928.59	553.51
合计		56,779.21	52,160.91	47,652.42
主要产品产量	PP 产品	37,082.06	34,769.74	29,671.29
	PS 产品	23,139.97	23,832.95	24,413.56
	PLA 产品	1,139.10	907.79	533.41
合计		61,361.13	59,510.48	54,618.26
单位耗用量	PP 产品	0.87	0.81	0.81
	PS 产品	1.01	0.97	0.95
	PLA 产品	1.01	1.02	1.04
合计		0.93	0.88	0.87

注：单位耗用量=主要材料耗用量/主要产品产量

如上表所示，报告期内主要材料采购量呈逐年上升趋势，主要系生产规模逐年扩大，产品产量逐年增加所致。2020 年 1-6 月主要材料采购量相比同期有所减少，主要系上半年受到疫情影响产量减少所致，下半年随着订单量及生产恢复后，发行人基于订单和生产需要增加采购，2020 年度整体采购量较 2019 年度有所上升。

主要材料的单位耗用量各年度较为稳定，与配方用量合理区间吻合。报告期内公司主要产品的采购量、耗用量、产量各年变动趋势基本一致，主要产品的采购量与耗用量无严格的匹配关系，主要材料采购量与耗用量的差异主要系公司生产备货、研发领用以及按批次投料期末产品未完工的原因所致。

3、报告期各期耗用能源数量，与产品产量之间的对应关系

发行人已在招股说明书“第六节 业务与技术”之“三、发行人的主营业务情况”之“（二）公司的采购情况”补充披露如下：

7、发行人耗用能源数量与产品产量的对应关系

公司主要耗用的能源为电力，报告期各期耗用能源数量与产品产量之间的对比情况如下：

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
耗用电量（万度）	6,357.03	5,783.54	5,409.24
产量（吨）	63,581.39	60,154.58	55,119.99
单位产量耗电量（万度/吨）	0.0999	0.0961	0.0981

注1：公司除从国家电网购买电力外，还从宁波金荣光伏发电有限公司购买电力。

注2：上表中产量是指公司报告期各期全部产品的产量。

报告期内，公司耗电量分别为5,409.24万度、5,783.54万度和**6,357.03**万度，各年度耗用电量呈逐年增加趋势，各年度单位产量耗电量变动不大，主要系公司业务规模扩大、澥浦新厂新增生产线耗电量增加所致。

二、申报会计师核查情况

（一）核查程序

针对上述事项，申报会计师的主要核查程序包括：

（1）访谈发行人财务总监、销售负责人，了解发行人与客户的价格调整机制、调整情况；查阅发行人与主要客户的销售合同、价格调整往来邮件，并抽查部分价格调整前后的销售订单；（2）查看发行人的产品标准成本系统，了解产品价格管理体系及价格设置原则；发行人已补充披露价格调整不及时、不充分的风险；（3）对发行人采购人员进行访谈，获取发行人的采购管理制度、供应商管理制度，了解发行人采购模式、定价方式、选择供应商的标准和具体方式、供应商变化原因；（4）查阅发行人出具的关于原材料采购单价统计表、单位成本构成统计表，对各年单位成本进行分析；（5）查阅原材料结构主要为塑胶的上市公司招股说明书、年报等资料；（6）查阅了发行人原材料采购量、采购金额统计表，分析与业务规模的匹配性，分析主要材料采购数量、耗用数量、产品产量；（7）对原材料进行监盘，确认期末存在的原材料的存在性及状况。

（二）核查意见

经核查，申报会计师认为：

（1）报告期内，发行人与客户之间的价格调整并未通过以签订明确的定期价格调整期限条款，双方一般在相互约定的、默认的期限，根据原材料价格以及汇率的波动进行调价；公司同时拥有一套成熟、完备的产品价格管理机制，包括标准成本系统和产品价格调整机制，能够在一定程度上将原材料价格波动风险传导至下游客户；（2）发行人报告期内单位成本变动主要系材料成本变动所致，直接人工和制造费用的变动亦有一定影响，报告期内的变动原因符合市场及公司实际经营情况，具有合理性；各期采购的塑胶原料的平均价格和主营业务成本中平均单位材料成本趋势一致，变动具有合理性；（3）报告期内，与 A 股原材料结构主要为塑胶的上市公司相比，发行人的毛利率波动趋势、营业毛利额波动趋势具有一致性；发行人与可比公司富岭环球的同类型产品报告期内毛利率变化趋势不一致系富岭环球塑料吸管产品单价下降幅度低于单位成本下降幅度、发行人杯盘产品单位直接人工和单位制造费用下降等因素所致，具有合理性；（4）报告期内，发行人采购、耗用主要材料数量，各材料耗用数量与各产品产量之间相对应；报告期各期耗用能源数量，与产品产量匹配。

问题 5：关于关联交易

申报材料显示：

（1）报告期内，发行人向关联方海连胜采购运输服务费用分别为 573.09 万元、701.56 万元、615.89 万元，占销售费用中运输费的比例分别为 61.57%、70.10% 和 53.93%。发行人称公司向海连胜采购运输服务的定价方式，与发行人和同类供应商签订的《运输服务协议》中约定的定价机制一致。公开资料显示，海连胜注册成立于 2015 年 4 月 1 日，注册资本为 500 万元，注册地址为宁波市江北区，实际控制人林慧勤的妹妹林雪冬及其配偶朱光胜分别持有海连胜 25% 股权，自然人麻苏燕持股 50%。

（2）关联方 CICI PANDA 系实际控制人王熊妹妹王玲控制的企业，主营国际贸易业务，报告期内向发行人采购塑料餐具等商品销售给其海外客户，金额分

别为 181.11 万元、36.61 万元、0 万元。2018 年 6 月后，CICI PANDA 退出塑料家居用品贸易业务，其部分客户转而向发行人直接采购，目前 CICI PANDA 已注销。招股说明书未充分披露 CICI PANDA 的资产、人员及业务的承接情况。

请发行人：

（1）披露海连胜的实缴资本、经营资质、报告期主要财务数据、经营规模及是否和发行人向其采购规模相匹配，说明海连胜成立后不久即成为发行人主要运输服务提供商的原因及商业合理性；结合海连胜的其他客户情况，说明海连胜是否系专门为发行人设立、发行人的运输服务费是否系海连胜的主要收入来源；

（2）对比其他第三方运输公司，披露向关联方海连胜采购运输服务的服务内容、结算政策、支付条款等的差异情况，说明发行人报告期内持续大额向海连胜采购运输服务的原因、必要性及合理性、发行人是否对其存在依赖；对比发行人向其他供应商和向海连胜采购运输服务的价格差异情况、发行人和其他方向海连胜采购运输服务的价格差异情况，说明并披露发行人向海连胜采购运输服务价格的公允性；发行人与海连胜之间是否存在利益输送；

（3）披露发行人通过海连胜运输的产品的销售金额及占比、从海连胜获取的各项与收入确认有关的单据是否齐全、是否与其他第三方运输公司存在差异、收入确认政策是否一致、是否存在提前确认收入的情形；

（4）披露 CICI PANDA 的经营规模、主要资产和人员、主要财务数据、供应商和客户情况、是否存在供应商或客户与发行人重叠的情形，是否与发行人、控股股东、实际控制人及其关联方存在资金往来或其他未披露的利益安排；说明并披露 CICI PANDA 退出塑料家居用品贸易业务前，部分客户未直接向发行人采购的原因及合理性，退出前 CICI PANDA 的销售与发行人是否构成潜在业务竞争关系；说明 CICI PANDA 注销的原因、其资产、业务、客户资源等的处置和人员安排情况。

请保荐人、申报会计师对上述问题发表明确意见，并说明对海连胜运输费用公允性及相关收入真实性的核查过程、取得的核查证据情况。请发行人律师对上述问题（4）发表明确意见。

回复：

一、发行人说明及补充披露

（一）披露海连胜的实缴资本、经营资质、报告期主要财务数据、经营规模及是否和发行人向其采购规模相匹配，说明海连胜成立后不久即成为发行人主要运输服务提供商的原因及商业合理性；结合海连胜的其他客户情况，说明海连胜是否系专门为发行人设立、发行人的运输服务费是否系海连胜的主要收入来源；

1、披露海连胜的实缴资本、经营资质、报告期主要财务数据、经营规模及是否和发行人向其采购规模相匹配，说明海连胜成立后不久即成为发行人主要运输服务提供商的原因及商业合理性；

①海连胜基本情况

海连胜实缴资本 100 万元，经营范围包括：海上、陆路、航空国际货运代理，国内货运代理，代理报关、报检服务，普通货物仓储、装卸、搬运服务，物流信息咨询，自营和代理货物和技术的进出口（但国家限定经营或禁止进出口的货物和技术除外），海连胜开展经营范围内的相关业务，无需办理专项经营资格证书。

报告期内，海连胜主要经营数据如下：

单位：万元			
项目	2020 年	2019 年	2018 年
总资产	161.99	296.90	221.90
净资产	141.66	131.42	99.65
营业收入	422.96	634.06	726.50
净利润	10.24	17.28	10.31

报告期内，发行人向海连胜采购金额分别为 701.56 万元，615.89 万元和 418.55 万元，是海连胜的主要客户。

以上楷体加粗内容，发行人已在招股说明书“第七节 公司治理与独立性”之“十、报告期内关联交易情况”之“（一）经常性关联交易”部分补充披露。

海连胜为发行人提供进出口货物在码头与工厂之间的内陆运输服务和货代服务(国际货运代理服务,是货主与承运人之间的中间人、经纪人和运输组织者。国际贸易中货代主要承担为货主选择运输路线、运输方式和适当的承运人、揽货、订舱、提取货物、报关清关程序等工作)。相关服务行业成熟,供应商众多、价格透明。发行人日常生产经营中,存在高频次货物运输及出口货代的服务需求。海连胜能够优先及时响应发行人的运输需求,交易存在一定必要性。

进口运输方面,系发行人采购的货物在报关地港口(以宁波港为主)卸船后,由公司委托运输服务提供商,从港口将货物运送至公司厂房,主要属于同城短途运输。因国际货船抵达时间分布不规律,需要供应商提供频次高、非工作时间或凌晨时分亦能及时响应和及时运输的服务,以避免货物在港口滞留时间过长,导致额外成本支出。海连胜能够及时响应发行人需求,将发行人作为高优先级客户,保证发行人货物及时由港口运输至厂区,发行人选择将海连胜作为主要的进口运输服务商。

向海连胜采购出口运输、货代服务,是在偶尔有急货、非正常工作时间,当其它供应商在不能及时响应、不能迅速提供服务时,海连胜提供了替代的偶发性服务。发行人向海连胜采购此两类服务占同类交易比例较低。

由于海连胜能够优先满足发行人业务需求,积极优质的处理发行人发出的货代服务、汽运服务订单,有效减少了货代服务中因业务调配不周全而可能导致的向港口支付的滞箱费、修洗箱费、堆存费等不必要支出,海连胜成为发行人长期合作的运输服务商之一。

综上所述,在海连胜设立后,成为公司主要进口运输服务提供商,具有商业合理性。

2、结合海连胜的其他客户情况,说明海连胜是否系专门为发行人设立、发行人的运输服务费是否系海连胜的主要收入来源;

报告期内,发行人支付的运输服务费占海连胜当期营业收入的比例分别96.57%、97.13%和 **98.96%**,海连胜对其他客户的销售金额占比较低,发行人的运输服务费系海连胜的主要收入来源。海连胜股东综合考量市场情况设立海连胜,

报告期以发行人业务为主。除发行人外，亦积极开拓其他客户市场。发行人逐步控制和减少向海连胜的服务采购，2018 年起交易金额逐年下降，仅保留部分必要性较高的交易。

(二) 对比其他第三方运输公司，披露向关联方海连胜采购运输服务的服务内容、结算政策、支付条款等的差异情况，说明发行人报告期内持续大额向海连胜采购运输服务的原因、必要性及合理性、发行人是否对其存在依赖；对比发行人向其他供应商和向海连胜采购运输服务的价格差异情况、发行人和其他方向海连胜采购运输服务的价格差异情况，说明并披露发行人向海连胜采购运输服务价格的公允性；发行人与海连胜之间是否存在利益输送；

1、对比其他第三方运输公司，披露向关联方海连胜采购运输服务的服务内容、结算政策、支付条款等的差异情况，说明发行人报告期内持续大额向海连胜采购运输服务的原因、必要性及合理性、发行人是否对其存在依赖；

②海连胜具体服务内容

报告期内，发行人向海连胜采购运输服务，包括采购部分原材料进口业务运输代理服务、出口业务境内部分运输代理服务及货代服务。其中进口业务运费系进口原材料从供应商货物进口所在境内港口运至发行人仓库发生的运输代理费用；出口业务运费系货物从发行人仓库运至出口报关地港口；货代费系发行人为出口货物而支付的租船订舱、集装箱拖车、码头费等费用。发行人向海连胜采购的运输服务情况：

随我国国际贸易业务的需求变化，货代行业的市场竞争已相对充分，行业内的各货代公司向其客户提供的产品或服务大致相同，具有较大可替代性，市场价格较为公开、透明。报告期各期，发行人向海连胜采购的运输服务费用分别为 701.56 万元、615.89 万元、418.55 万元，具体情况如下：

单位：万元、%

费用内容	2020 年度	2019 年度	2018 年度
	金额	金额	金额
进口业务运费	305.68	393.68	425.88

费用内容	2020 年度	2019 年度	2018 年度
	金额	金额	金额
出口业务运费	59.32	162.95	159.36
货代费	53.55	59.27	116.32
小计	418.55	615.89	701.56
占比	9.85	15.89	19.95

如上表所示，发行人向海连胜采购的服务为进出口货物运输及代理服务，进口业务运费、出口业务运费及货代费占发行人全部三项费用的比重分别为 19.95%、15.89%、9.85%，上述三项费用自 2018 年起呈逐年降低趋势。

进口业务运输服务的具体内容包括选择海运船只、入境后从港口拖运货物、清关、结关、安排车队运输等事项，根据发行人与原材料供应商的协议及相关条款的约定，原材料从供应商货物进口所在境内港口至发行人仓库的费用由发行人负责，发生的进口业务运费是与原材料成本直接相关，发行人将进口业务运费计入原材料采购成本。出口业务运费及货代费系与销售业务相关的费用，发行人 2018 年度至 2019 年度将出口业务运费计入销售费用，自 2020 年 1 月 1 日起，将出口业务运费计入营业成本。

③海连胜服务协议主要条款

报告期内，发行人向海连胜采购的服务分为进口运输、出口运输和出口货代三类服务，根据不同服务内容，发行人与海连胜及其他第三方运输公司签订协议，协议主要条款如下：

进口运输

供应商名称	协议主要条款
海连胜	服务内容：甲方委托乙方办理甲方空运、海运进口货物的国际货运代理相关业务，如订舱、拖车、报关等，具体范围已委托书内容为准。 结算政策：月结，每月 30 日前结清上个自然月所有费用。 支付条款：乙方为甲方提供服务，在服务结束由乙方后向甲方发送所有费用清单，甲方须在 3 个工作日内确认费用并提供开票信息，若甲方逾期未确认费用则视为同意乙方按费用清单收取。乙方在甲方确认后的 1 个工作日内完成开票，并将发票寄至甲方。甲方需在开票日期后 7 个工作日内结清所有费用，因甲方逾期为提供开票信息导致开票晚的，按费用确认的时间加 1 天计算开票日期。

宁波跨洋国际物流有限公司	服务内容：甲方委托乙方办理甲方空运、海运进口货物的国际货运代理相关业务，如订舱、拖车、报关等，具体范围已委托书内容为准。 结算政策：月结，每月 30 日前结清上个自然月所有费用。 支付条款：乙方为甲方提供服务，在服务结束由乙方后向甲方发送所有费用清单，甲方须在 3 个工作日内确认费用并提供开票信息，若甲方逾期未确认费用则视为同意乙方按费用清单收取。乙方在甲方确认后的 1 个工作日内完成开票，并将发票寄至甲方。甲方需在开票日期后 7 个工作日内结清所有费用，因甲方逾期为提供开票信息导致开票晚的，按费用确认的时间加 1 天计算开票日期。
--------------	--

出口运输

供应商名称	协议主要条款
海连胜	服务内容：集装箱货物运输。 结算政策：月结。 支付条款：甲方应严格按付费期限付给乙方运费。
宁波甬隆物流有限公司、宁波德亿国际集装箱运输有限公司	服务内容：集装箱货物运输。 结算政策：月结。 支付条款：甲方应严格按付费期限付给乙方运费。

出口货代

供应商名称	协议主要条款
海连胜	服务内容：甲方委托乙方办理甲方空运、海运出口货物的国际货运代理相关业务，如订舱、拖车、报关等，具体范围已委托书内容为准。 结算政策：月结，每月 30 日前结清上个自然月所有费用。 支付条款：乙方为甲方提供服务，在服务结束由乙方后向甲方发送所有费用清单，甲方须在 3 个工作日内确认费用并提供开票信息，若甲方逾期未确认费用则视为同意乙方按费用清单收取。乙方在甲方确认后的 1 个工作日内完成开票，并将发票寄至甲方。甲方需在开票日期后 7 个工作日内结清所有费用，因甲方逾期为提供开票信息导致开票晚的，按费用确认的时间加 1 天计算开票日期。
宁波甬隆物流有限公司、宁波德亿国际集装箱运输有限公司、宁波跨洋国际物流有限公司、	服务内容：甲方委托乙方办理甲方空运、海运出口货物的国际货运代理相关业务，如订舱、拖车、报关等，具体范围已委托书内容为准。 结算政策：月结，每月 30 日前结清上个自然月所有费用。 支付条款：乙方为甲方提供服务，在服务结束由乙方后向甲方发送所有费用清单，甲方须在 3 个工作日内确认费用并提供开票信息，若甲方逾期未确认费用则视为同意乙方按费用清单收取。乙方在甲方确认后的 1 个工作日内完成开票，并将发票寄至甲方。甲方需在开票日期后 7 个工作日内结清所有费用，因甲方逾期为提供开票信息导致开票晚的，按费用确认的时间加 1 天计算开票日期。

发行人对海连胜采购运输服务所约定的服务内容、结算政策、支付条款等信息与发行人采购同类供应商运输服务不存在明显差异。

④与海连胜交易的原因、必要性及合理性

发行人日常经营所需进出口货代服务、工厂与港口之间运输服务发生频率较高，需要经常性采购相关服务。货代服务、运输服务市场较为成熟，供应商较多，

各项服务价格主要基于船公司报价、汽运距离确定。

进口运输方面,系发行人采购的货物在报关地港口(以宁波港为主)卸船后,由公司委托运输服务提供商,从港口将货物运送至公司厂房,主要属于同城短途运输。因国际货船抵达时间分布不规律,需要供应商提供频次高、非工作时间或凌晨时分亦能及时响应和及时运输的服务,以避免货物在港口滞留时间过长,导致额外成本支出。海连胜能够及时响应发行人需求,将发行人作为高优先级客户,保证发行人货物及时由港口运输至厂区,发行人选择将海连胜作为主要的进口运输服务商。

向海连胜采购出口运输、货代服务。是在偶尔有急货、非正常工作时间,当其它供应商在不能及时响应、不能迅速提供服务时,海连胜提供了替代的偶发性服务。发行人向海连胜采购此两类服务占同类交易比例较低。

由于海连胜能够优先满足发行人业务需求,积极优质的处理发行人发出的货代服务、汽运服务订单,有效减少了货代服务中因业务调配不周全而可能导致的向港口支付的滞箱费、修洗箱费、堆存费等不必要支出,发行人可以避免因运输服务商日常业务处理不严谨而导致的额外费用支出,海连胜成为发行人长期合作的运输服务商之一。

基于发行人业务需求及海连胜服务能力,选择海连胜作为运输服务供应商之一,具有合理性和一定的必要性。此外,发行人除海连胜之外,与其他类似供应商亦建立有长期良好的合作关系,海连胜只承接发行人部分订单,发行人对海连胜不存在依赖性。

以上楷体加粗内容,发行人已在招股说明书“第七节 公司治理与独立性”之“十、报告期内关联交易情况”之“(一)经常性关联交易”部分补充披露。

2、对比发行人向其他供应商和向海连胜采购运输服务的价格差异情况、发行人和其他方向海连胜采购运输服务的价格差异情况,说明并披露发行人向海连胜采购运输服务价格的公允性,发行人与海连胜之间是否存在利益输送;

报告期内,发行人向海连胜采购服务分类金额及占发行人同类采购金额比例如下:

单位：万元、%

费用内容	2020 年度	2019 年度	2018 年度
	金额	金额	金额
进口业务运费	305.68	393.68	425.88
出口业务运费	59.32	162.95	159.36
货代费	53.55	59.27	116.32
小计	418.55	615.89	701.56
占比	9.85	15.89	19.95

报告期内，发行人采购海连胜服务占比在 20%以下，呈下降趋势。2020 年度相关交易已降至 10%以下。

发行人已在招股说明书“第七节 公司治理与独立性”之“十、报告期内关联交易情况”之“（一）经常性关联交易”部分补充披露：

⑤海连胜提供的运输服务价格情况

报告期内，发行人采购海连胜进口运输服务价格与采购同类供应商价格对比情况如下：

单位：元/柜

进口包干费	2020 年	2019 年	2018 年
海连胜	2,399.53	2,391.36	2,266.47
其他供应商	2,392.62	2,344.41	2,088.04

注：每单进口运输费用由包干费、船公司文件费、THC 费等组成，除包干费外，其余费用为船公司和码头确定，运输服务公司代缴后向发行人实报实销，因此，发行人与运输服务公司可商定价格部分为包干费，所以选取包干费作为单价对比基础。

报告期内，发行人采购海连胜进口运输服务单价与采购其他供应商同类服务单价各期平均单价互有高低，均值差异较小，不存在明显差异。

针对进出口运输服务，发行人与运输服务商签订有《运输代理协议》，内含服务价格条款。发行人与海连胜及其他运输服务供应商就出口运输服务所签订的《集卡运输服务协议》对运输价格约定为：

供应商名称	合同约定价格条款
-------	----------

海连胜	“运价按照双方商议价：镇海至北仑二、三期码头 720 元/40HQ， 澥浦 至北仑二、三期码头 770 元/40HQ，进大榭、北三集司码头另加 200 元，进梅山码头另加 350 元。镇海 澥浦 两地装另加 100 元，小柜双拖按 550 元/20GP 价格(单拖按大箱价格计算)。提空箱 澥浦 加 50 元/车，大榭、北三集司及过羊白岭隧道加 100 元/车，梅山码头加 250 元/车。预提费用 300 元/柜。从柜子开始装开始，4 小时内不收费，待时 4 小时收 200 元，5-6 个小时收 300 元，7 个小时以上及过夜费收 500 元。其他未列明费用，双方协商后实报实销。”
宁波甬隆物流有限公司	“运价按照双方商议价：镇海至北仑二、三期码头 720 元/40HQ， 澥浦 至北仑二、三期码头 770 元/40HQ，进大榭、北三集司码头另加 200 元，进梅山码头另加 350 元。镇海 澥浦 两地装另加 100 元，小柜双拖按 550 元/20GP 价格(单拖按大箱价格计算)。提空箱 澥浦 加 50 元/车，大榭、北三集司及过羊白岭隧道加 100 元/车，梅山码头加 250 元/车。预提费用 300 元/柜。从柜子开始装开始，4 小时内不收费，待时 4 小时收 200，5-6 个小时收 300 元，7 个小时以上及过夜费收 500 元。其他未列明费用，双方协商后实报实销。”
宁波德亿国际集装箱运输有限公司	“运价按照双方商议价：镇海至北仑二、三期码头 720 元/40HQ， 澥浦 至北仑二、三期码头 770 元/40HQ，进大榭、北三集司码头另加 200 元，进梅山码头另加 350 元。镇海 澥浦 两地装另加 100 元，小柜双拖按 550 元/20GP 价格(单拖按大箱价格计算)。提空箱 澥浦 加 50 元/车，大榭、北三集司及过羊白岭隧道加 100 元/车，梅山码头加 250 元/车。预提费用 300 元/柜。从柜子开始装开始，4 小时内不收费，待时 4 小时收 200，5-6 个小时收 300 元，7 个小时以上及过夜费收 500 元。其他未列明费用，双方协商后实报实销。”

发行人与同样从事出口运输服务的宁波甬隆物流有限公司、宁波德亿国际集装箱运输有限公司签订的《集卡运输服务协议》对运输价格约定与海连胜一致。发行人支付给海连胜的运费与支付给其他同类型供应商的运费无显著差异。

报告期内，发行人运输服务费占海连胜当期营业收入的比例分别为 96.57%、97.13%和 **98.96%**，除发行人外的客户主要为家乐家，其相关运输合同条款及定价与发行人相一致，剩余为拼柜散货运输，金额极小。

报告期内，发行人向海连胜采购的各项运输服务价格公允，发行人与海连胜之间不存在利益输送。

发行人出口业务绝大多数以 FOB 形式开展，买方负责派船接运货物，因此大部分由外销客户指定国际货运供应商，主要为国际、国内知名货运服务企业，货代服务商与发行人客户签订服务合同，报告期内，发行人基于 FOB 外贸形式形成的收入占外贸收入比例分别为 99.24%、99.20%及 **99.06%**。货代费结算由货代服务供应商根据船公司实时报价，向发行人出具对账单，作为结算依据。货代市场受到国际运输市场影响，每单货代费用随市场报价随行就市，不同船公司、不同航线、不同发运时间的差异较大。

(三) 披露发行人通过海连胜运输的产品的销售金额及占比、从海连胜获取的各项与收入确认有关的单据是否齐全、是否与其他第三方运输公司存在差异、收入确认政策是否一致、是否存在提前确认收入的情形

1、发行人通过海连胜运输的产品的销售金额及占比

⑥通过海连胜运输的产品及收入情况

报告期内，海连胜向发行人提供的运输服务中涉及发行人销售业务的，为部分出口业务的境内部分运输代理服务（货物从发行人仓库运至出口报关地港口）及少量货代服务（出口货物的租船订舱、集装箱拖车、码头费等费用）。发行人销售收入中涉及海连胜运输服务的金额及占比情况如下：

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
通过海连胜运输的产品的销售金额	7,863.38	18,175.43	15,681.18
营业收入	102,627.20	102,048.43	94,800.09
占比	7.66%	17.81%	16.54%

注 1：通过海连胜运输的产品指通过海连胜运输的从发行人仓库至出口报关地港口的产品。

注 2：占比指通过海连胜运输的产品的销售金额占发行人各期全部销售额的比重。

海连胜主要服务内容为将货物由发行人仓库运送至中国境内港口或报关地，货物到港或完成清关后，海连胜所提供的服务即完成，后续海上运输由客户派船接运。出口运输中，海连胜仅参与中国境内短途陆路运输，不存在发行人销售业务由海连胜提供全流程运输服务的情况。如上表所示，报告期内发行人销售业务中涉及海连胜运输服务的金额占全部销售收入的比例分别为 16.54%、17.81%、**7.66%**。

以上楷体加粗内容，发行人已在招股说明书“第七节 公司治理与独立性”之“十、报告期内关联交易情况”之“（一）经常性关联交易”部分补充披露。

2、从海连胜获取的各项与收入确认有关的单据是否齐全、是否与其他第三方运输公司存在差异

发行人以货物装船并办妥报关出口手续取得出口报关单后或取得经客户签

字的签收单后确认收入，与外销收入确认相关的单据包括订单、装箱单、商业发票、报关单、提单、出口发票。通过海连胜提供运输代理服务的相关客户的收入有关的单据齐全，与其他第三方运输公司不存在差异。

以上楷体加粗内容，发行人已在招股说明书“第七节 公司治理与独立性”之“十、报告期内关联交易情况”之“（一）经常性关联交易”部分补充披露。

3、收入确认政策是否一致、是否存在提前确认收入的情形

发行人外销收入根据不同交易方式确认的依据分别为报关单或客户签收单，确认收入的时点为上述单据上的日期。报告期内通过海连胜提供运输代理服务的相关客户的收入确认政策与其他客户一致，收入确认依据为报关单，不存在提前确认收入的情形。

以上楷体加粗内容，发行人已在招股说明书“第七节 公司治理与独立性”之“十、报告期内关联交易情况”之“（一）经常性关联交易”部分补充披露。

（四）披露 CICI PANDA 的经营规模、主要资产和人员、主要财务数据、供应商和客户情况、是否存在供应商或客户与发行人重叠的情形，是否与发行人、控股股东、实际控制人及其关联方存在资金往来或其他未披露的利益安排；说明并披露 CICI PANDA 退出塑料家居用品贸易业务前，部分客户未直接向发行人采购的原因及合理性，退出前 CICI PANDA 的销售与发行人是否构成潜在业务竞争关系；说明 CICI PANDA 注销的原因、其资产、业务、客户资源等的处置和人员安排情况。

1、披露 CICI PANDA 的经营规模、主要资产和人员、主要财务数据、供应商和客户情况、是否存在供应商或客户与发行人重叠的情形，是否与发行人、控股股东、实际控制人及其关联方存在资金往来或其他未披露的利益安排；

报告期内，CICI PANDA（以下简称“CICI”）的经营规模及主要财务数据：

单位：万港币

项目	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年
总资产	277.08	312.20	350.37

净资产	277.08	280.13	279.16
营业收入	0.00	0.00	32.74
净利润	-3.05	0.97	1.24

报告期内，CICI 营收规模分别为 32.74 万元港币、0.00 万元港币和 0.00 万元港币，CICI 的资产主要为往来余额，不存在对外投资、不动产及无形资产，也无在册员工。报告期内，CICI 的供应商为发行人、临海家乐家，客户为 The Walco Organization（以下简称“Walco”），Walco 系 CICI 开拓的客户，CICI 退出塑料家居用品贸易业务后，Walco 直接向发行人采购。除 CICI 的股东王玲及临海家乐家以外，CICI 与发行人、控股股东、实际控制人及其关联方不存在资金往来或其他未披露的利益安排。

以上楷体加粗内容，发行人已在招股说明书“第七节 公司治理与独立性”之“十、报告期内关联交易情况”之“（一）经常性关联交易”部分补充披露。

2、说明并披露 CICI PANDA 退出塑料家居用品贸易业务前，部分客户未直接向发行人采购的原因及合理性，退出前 CICI PANDA 的销售与发行人是否构成潜在业务竞争关系；

Walco 系 CICI 开拓的客户，CICI 在了解客户需求后，由于本身不从事生产业务，通过贸易方式采购发行人塑料制品销售给 Walco，交易具备合理性。CICI 退出塑料制品贸易业务后，发行人直接向 Walco 销售塑料制品。

CICI 系贸易型企业，不存在生产行为，与发行人系不同类型企业。

以上楷体加粗内容，发行人已在招股说明书“第七节 公司治理与独立性”之“十、报告期内关联交易情况”之“（一）经常性关联交易”部分补充披露。

3、说明 CICI PANDA 注销的原因、其资产、业务、客户资源等的处置和人员安排情况。

根据王玲提供的说明、发行人提供的说明、香港赵·司徒·郑律师事务所出具的法律意见书，鉴于 CICI PANDA 已不再实际开展业务，且为了避免与发行人潜在的关联交易，CICI PANDA 进行停业并注销。

CICI PANDA 申请注销前，已不再开展相关业务，无客户资源，也无在册员工，同时 CICI PANDA 无对外投资、不动产及无形资产，无需资产处置。截至首次申报前，CICI PANDA 处于注销过程中。

香港公司注册处于 2020 年 6 月 18 日接收 CICI PANDA 的特别决议，CICI PANDA 于 2020 年 6 月 18 日起处于不活动状态。香港税务局于 2020 年 6 月 29 日接收 CICI PANDA 提出的《要求发出不反对撤销公司注册通知书》的申请。香港税务局于 2020 年 7 月 29 日签发文件，确认不反对公司注册处处长按照《公司条例》撤销公司注册。香港公司注册处于 2020 年 9 月 1 日向 CICI PANDA 出具了《通知》，公司拟注销的通知将在宪报上刊登，如该通知刊登之后三个月内无人提出反对，将刊登另一份通知宣告公司被注销。CICI PANDA 拟注销的通知已于 2020 年 9 月 11 日在宪报上刊登。**CICI PANDA 已于 2021 年 2 月 5 日完成注销。**

二、申报会计师核查情况

（一）对上述事项进行核查并发表意见

1、核查程序

针对上述事项，申报会计师履行的主要核查程序包括：

（1）查阅海连胜工商注册资料、财务报表、银行流水，对海连胜进行走访，了解海连胜基本情况，调查与发行人是否存在其他利益安排；（2）访谈海连胜法人代表麻苏燕，了解交易背景及与其他客户提供服务的情况，获取海连胜客户清单；查阅海连胜与其他客户签订的合同；核查发行人与海连胜签订的相关合同及与海连胜同类供应商的相关合同，对比结算政策、支付条款、定价条款等合同内容差异；（3）获取运输费用及货代费用明细账，选取样本，查阅并复核与相关费用确认相关的结算单、发票、付款单据等支持性文件与账务记录是否相符；（4）访谈公司管理层，了解公司商品运输的承担方和运输方式等基本情况；（5）获取并查阅运输相关内部制度，了解运输费主要业务活动的控制流程，执行穿行测试，评价其内部控制的有效性；（6）检查运输费用及货代费的截止性；（7）核查 CICI PANDA 工商注册资料、财务报表、客户订单、采购明细；（8）访谈 CICI PANDA 实际控制人，了解公司经营情况及与 Walco 交易背景；（9）查阅

香港赵·司徒·郑律师事务所出具的法律意见书及 CICI PANDA 注销申请文件及注销文件。

2、核查意见

经核查，申报会计师认为：

(1) 发行人已披露海连胜基本情况，其主要客户是发行人，发行人的运输服务费系海连胜的主要收入来源，海连胜经营规模和发行人向其采购规模相匹配，因国籍货船抵达时间分布不规律，需要供应商提供频次高、非工作时间或凌晨时分亦能及时响应和及时运输的服务，具备切实的业务需要，海连胜成为发行人主要货物进口的境内运输代理服务提供商具备商业合理性；发行人对海连胜不存在依赖；

(2) 对比其他第三方运输公司，发行人向海连胜采购运输服务的服务内容、结算政策、支付条款等不存在明显差异，采购价格公允，不存在利益输送；

(3) 发行人销售收入中涉及海连胜提供运输服务的，仅为出口业务中国境内短途陆路运输，不存在发行人销售业务由海连胜提供全流程运输服务的情况，通过海连胜提供货代或运输代理服务的相关客户的收入确认有关的单据齐全，与其他第三方运输公司不存在差异，收入确认政策一致，不存在提前确认收入的情形；

(4) CICIPANDA 已停止业务，客户 Walco 转与发行人直接交易；除王玲、临海家乐家外，CICI PANDA 与发行人、控股股东、实际控制人及其关联方不存在资金往来或其他未披露的利益安排。CICI PANDA 退出塑料家居用品贸易业务前，部分客户未直接向发行人采购的原因系因客户由 CICI PANDA 开拓，具备商业合理性；

(5) 鉴于 CICI PANDA 已不再实际开展业务，且为避免潜在的关联交易，决定对 CICI PANDA 进行停业并注销；CICI PANDA 申请注销前，已不再开展相关业务，无客户资源，也无在册员工，同时 CICI PANDA 无对外投资、不动产及无形资产，无需资产处置。于 2021 年 2 月 5 日，CICI PANDA 已注销。

（二）说明对海连胜运输费用公允性及相关收入真实性的核查过程、取得的核查证据情况

1、对海连胜运输费用公允性的核查过程及取得的核查证据情况

（1）核查过程

① 获取发行人与海连胜报告期内各年度的交易明细并检查是否存在异常交易情况；

② 向发行人财务总监了解交易发生的原因及必要性；

③ 抽取大额交易样本，检查交易合同、记账凭证、发票、费用清单、回款记录等相关原始单据，印证交易是否真实发生，相关核算是否准确；

④ 将各年度海连胜提供运输服务的交易价格与其他运输公司的同类型交易价格以及市场价格进行比较，对比分析交易价格是否公允；

⑤ 对海连胜进行实地走访，了解海连胜的经营情况；

⑥ 获取海连胜的财务报表及工商资料，核查与发行人的关联关系，是否存在其他利益安排。

（2）取得的核查证据情况

① 取得报告期各年度发行人与海连胜的交易明细表；

② 取得所抽取样本的交易合同、发票、费用清单、记账凭证、银行回单；

③ 取得报告期内发行人与海连胜及其他提供同类交易的运输服务公司签订的运输合同，抽取费用结算单；

④ 取得实地走访时经签字确认的走访记录。

2、通过海连胜提供运输代理服务的相关收入的真实性的核查过程及取得的核查证据情况

（1）核查过程

① 对主要客户进行访谈，访谈内容包括但不限于：被访谈人姓名、海外客

户经营范围、成立时间、经营规模、客户所处的行业地位、与发行人合作时间、合作内容、双方交易的具体内容、是否存在关联方关系等；

② 对海外重要客户实施函证程序，确认各期双方交易金额及期末往来余额；

③ 从国家外汇管理局网站获取发行人报告期内每月收汇明细，结合银行流水以及银行存款明细账，检查境外销售收款对应的收汇信息、银行回单等原始资料，核查外销收入的期后回款情况，以及是否与账面记录一致，确认境外销售资金划款的真实性；

④ 通过抽样核查境外销售收入对应的原始单据，如订单、出库单据、装箱单、提单、出口发票、报关单等，确定收入确认的时点、金额、数量是否准确，评价公司对海外收入确认时点的判断是否合理，确认政策是否得到一贯、准确地执行；

⑤ 查阅发行人报告期内收入确认所依据的报关单，核查出口销售的真实性，核查收入确认是否存在跨期及对比收入确认金额与出口报关单列示金额的一致性；

⑥ 从海关获取各年进出口总值数据，核查出口销售收入的真实性和准确性；

（2）取得的核查证据情况

① 取得通过海连胜提供运输代理服务的相关收入的明细表；

② 取得抽查的通过海连胜提供运输代理服务的相关收入确认的订单、报关单、提单、装箱单、发票、外汇管理局回款记录；

③ 取得通过海连胜提供运输代理服务的主要客户的收入函证回函；

④ 取得通过海连胜提供运输代理服务的主要客户的实地及视频访谈记录。

⑤ 从海关获取的发行人各年进出口总值数据。

问题 6：关于同业竞争和代收货款

申报材料显示：

（1）关联方临海家乐设立于 2004 年 12 月，系实际控制人王熊、林慧勤控

制的香港佳怡国际有限公司 100%持股的企业。报告期内，临海家乐家主要从事竹木家居制品和塑料用品生产销售，部分产品与发行人相似，且部分产品通过其控股股东佳怡国际销售，临海家乐已于 2018 年停止实际经营，2019 年 12 月 25 日完成工商注销。

(2) 发行人关联方佳怡国际主要从事投资和贸易业务，2017 年和 2018 年，发行人通过关联方佳怡国际代收客户 Fasho International,LLC 款项分别为 1,943.22 万元、125.88 万元；佳怡国际正在办理注销程序。

请发行人：

(1) 披露发行人通过佳怡国际代收客户 Fasho International,LLC 款项的原因、背景及合理性，交易是否具有真实背景；披露 Fasho International,LLC 的基本情况，包括设立时间、注册资本、股权结构、主营业务、经营规模、与发行人的初次合作时间、合作历史，与发行人控股股东、实际控制人及关联方、发行人董事、监事、高级管理人员及其关系密切人员是否存在关联关系或其他未披露的利益安排；佳怡国际代收相关款项后实际支付给发行人的时间间隔，是否存在变相资金占用情形；代收货款相关整改情况和内控措施，是否已针对性建立内控制度并有效执行；

(2) 披露临海家乐、佳怡国际的经营规模、主要财务数据、供应商和客户情况、是否存在供应商或客户与发行人重叠的情形，明确临海家乐从事塑料制品生产是否与发行人构成同业竞争；披露佳怡国际对外投资企业的基本情况，是否与发行人从事相同或类似业务，是否存在替发行人承担成本费用的情形；

(3) 披露临海家乐和佳怡国际注销的原因和佳怡国际的注销进展情况，注销后资产、业务、客户资源的处置和人员安排情况，存续期间生产经营是否合法合规。

请保荐人、申报会计师对上述问题发表明确意见，并说明是否对 Fasho International, LLC 的情况、代收货款相关交易的真实性、合理性、必要性进行核查，以及核查方法、过程与证据。请发行人律师对上述问题（3）发表明确意见。

回复：

一、发行人补充披露

（一）披露发行人通过佳怡国际代收客户 Fasho International,LLC 款项的原因、背景及合理性，交易是否具有真实背景；披露 Fasho International,LLC 的基本情况，包括设立时间、注册资本、股权结构、主营业务、经营规模、与发行人的初次合作时间、合作历史，与发行人控股股东、实际控制人及关联方、发行人董事、监事、高级管理人员及其关系密切人员是否存在关联关系或其他未披露的利益安排；佳怡国际代收相关款项后实际支付给发行人的时间间隔，是否存在变相资金占用情形；代收货款相关整改情况和内控措施，是否已针对性建立内控制度并有效执行；

发行人已在招股说明书“第七节 公司治理与独立性”之“十、报告期内关联交易情况”之“（二）偶发性关联交易”部分补充披露：

佳怡国际系实际控制人王熊、林慧勤持股 100%于香港设立的企业，主要从事投资和贸易业务，曾持有临海家乐家日用品制造有限公司 100%的股权。2017 年 6 月至 2018 年 1 月间，应客户要求，家联科技通过佳怡国际收取客户货款合计 2,069.10 万元。

2018 年 3 月 30 日，发行人第一届董事会第三次会议审议通过了《2017 年度至 2018 年度与佳怡国际有限公司关联交易确认的议案》，并提请股东大会审议。2018 年 4 月 20 日，发行人 2017 年度股东大会审议通过了《2017 年度至 2018 年度与佳怡国际有限公司关联交易确认的议案》，表决确认公司于 2017 年 9 月至 2018 年 1 月期间通过佳怡国际收取 Fasho International,LLC（以下简称“FASHO”，包含其受同一控制下的公司 The Ocala Group,LLC.）货款共计 2,069.10 万元，关联股东王熊、林慧勤回避表决。

①代收货款的原因、背景及合理性

2017 年，美国 FASHO 因银行外汇手续费较低和银行间结算时间较快的原因，提出由发行人提供香港银行账户作为货款收款账户。因发行人未在香港开立银行账户，为满足客户需求，由实际控制人控制的佳怡国际代收该等货款。

②合作历史、交易背景真实性

FASHO 及其集团成员 AmerCareRoyal、Ocala 是美国大型餐饮具及包装物供应商，在行业内具有较高知名度，是发行人长期客户，自 2012 年与发行人开始合作，业务持续且规模较大。2017 年 6 月-2018 年 1 月发行人销售给 FASHO 的主要产品是一次性餐盘、刀叉、吸管等主营产品，与历史交易内容一致，根据报关单及物流记录，相关产品由发行人真实交付客户，交易具有真实背景。

Fasho International, LLC. 基本情况：

成立时间	2009 年 6 月 2 日
注册资本	-
股权结构	AmerCareRoyal 100%
主营业务	一次性产品行业批发
经营规模（2019 年营业收入）	46,900 万美元

The Ocala Group, LLC. 基本情况：

成立时间	2010 年 6 月 19 日
注册资本	-
股权结构	AmerCareRoyal 100%
主营业务	一次性产品行业批发
经营规模（2019 年营业收入）	26,600 万美元

Fasho 系美国大型餐饮具及包装物供应商 AmerCareRoyal 集团子公司，与发行人控股股东、实际控制人及关联方、发行人董事、监事、高级管理人员及其关系密切人员不存在关联关系或其他未披露的利益安排。

③支付时间间隔：

佳怡国际收到 Fasho 支付的货款后，经过账款确认、银行沟通、转账操作等必要流程，在 2 个月内将所收货款转账至发行人银行账户。佳怡国际代收货款后，及时如数支付给发行人，未造成侵占或占用发行人资金的情形。

④整改情况及内控制度：

针对佳怡国际代收代付的问题，发行人与客户充分沟通，2018 年 4 月以后，客户恢复仅直接向发行人支付货款。发行人实际控制人出具承诺“本人保证不利

用作为家联科技控股股东/实际控制人的地位，要求家联科技或者协助家联科技通过本人/本人控制的其他企业或本人指定的其他主体名下银行账户收付款或进行其他资金往来。”

为规范类似问题，发行人加强公司内控制度，建立了《第三方回款管理制度》，其中明确列明“第三方回款的付款方不能是公司的关联方”。报告期内，涉及关联方代收代付的情形经整改后已未在发生，相关内控制度得到有效执行。

(二) 披露临海家乐、佳怡国际的经营规模、主要财务数据、供应商和客户情况、是否存在供应商或客户与发行人重叠的情形，明确临海家乐从事塑料制品生产是否与发行人构成同业竞争；披露佳怡国际对外投资企业的基本情况，是否与发行人从事相同或类似业务，是否存在替发行人承担成本费用的情形；

1、披露临海家乐、佳怡国际的经营规模、主要财务数据、供应商和客户情况、是否存在供应商或客户与发行人重叠的情形，明确临海家乐从事塑料制品生产是否与发行人构成同业竞争；

实际控制人控制的临海家乐家日用品制造有限公司设立于2004年12月8日，系发行人实际控制人控制的香港佳怡国际有限公司之全资子公司。

(1) 临海家乐家

临海家乐家曾从事木制品、塑料日用品的生产、销售，于2017年停止业务，2018年起已不发生销售采购，2018年1月开始清算并于2019年完成注销登记。报告期内，临海家乐家经营规模、主要财务数据如下：

单位：万元

项目	2020 年	2019 年	2018 年
总资产	-	-	2,020.65
净资产	-	-	2,020.65
营业收入	-	-	-
净利润	-	-	82.61

2018 年临海家乐家已停止生产经营，报告期内不存在供应商或客户与发行人重叠的情形，报告期内同业竞争情形已消除。

(2) 佳怡国际

佳怡国际为发行人实际控制人控制的其他企业，主要职能为持有临海家乐家股权，不从事生产业务，报告期内除持股家乐家外也曾从事转单贸易业务。报告期内，佳怡国际经营规模、主要财务数据如下：

单位：万港币

项目	2020 年	2019 年	2018 年
总资产	9.80	3,069.08	1,684.86
净资产	8.97	1,538.08	132.94
营业收入	243.80	1,513.39	696.80
净利润	16.38	1,405.13	2.95

报告期内，佳怡国际业务收入及利润来自转单贸易，毛利率约为 5%、净利润率约为 2%，资产主要为持有家乐家的股权投资及贸易应收款。2019 年净利润较高由持有的家乐家清算的投资收益形成。报告期内，佳怡国际客户、供应商情况如下：

单位：万港币

期间	类型	名称	交易额	占比
2020 年	客户	Woolworths Group Ltd.	243.80	100.00%
	供应商	Paper World Co Ltd.	232.94	100.00%
2019 年	客户	Woolworths Group Ltd.	1,513.39	100.00%
	供应商	Paper World Co Ltd.	1,442.05	100.00%
2018 年	客户	Woolworths Group Ltd.	696.80	100.00%
	供应商	Paper World Co Ltd.	654.96	100.00%

报告期内，佳怡国际为 Woolworths Group Ltd 公司采购 Paper World Co Ltd 公司一次性纸杯盘，赚取差价。Woolworths Group Ltd（以下简称“Woolworths”）为澳大利亚最大的食品零售超市，澳大利亚证券交易所上市公司（WOW.AX），最新财年营业收入超过 3,000 亿元人民币。由于发行人一次性纸杯盘产品尚未进入 Woolworths 供应体系，也非发行人业务发展方向，因此为满足客户需求佳怡国

际在国际市场上为其采购相关产品。Paper World Co Ltd 为香港纸制品供应商。

报告期内佳怡国际向 Woolworths 的销售毛利率在 4.45%-6.00%之间，符合转单贸易差价的特征，公允合理。报告期内，发行人向 Woolworths 销售产品的毛利率合理，水平和趋势与整体水平相近。此外，Woolworths 作为大型上市公司，治理水平和内部控制完善，通过相关交易调节不同供应商利润的可能性低。综上，不存在佳怡国际通过重叠客户为发行人代垫成本费用的情形。

以上楷体加粗内容，发行人已在招股说明书“第七节 公司治理与独立性”之“八、同业竞争”之“（一）发行人与实际控制人控制的其他企业之间不存在同业竞争”部分补充披露。

2、披露佳怡国际对外投资企业的基本情况，是否与发行人从事相同或类似业务，是否存在替发行人承担成本费用的情形；

报告期内，佳怡国际存在的对外投资企业仅临海家乐家日用品制造有限公司，临海家乐家基本情况如下：

公司名称	临海家乐家日用品制造有限公司
成立时间	2004 年 12 月 8 日
注销时间	2019 年 12 月 25 日
注册资本	100 万美元
法定代表人	林慧勤
股权结构	佳怡国际有限公司 100%
住所	浙江省台州市临海市白水洋镇临仙路 13 号
经营范围	生产销售弹簧、竹木制品、塑料制品。

如上文所述，佳怡国际系贸易型企业，不存在生产行为，与发行人系不同类型企业，佳怡国际及其控制下的临海家乐家不存在替发行人承担成本费用的情况。

以上楷体加粗内容，发行人已在招股说明书“第七节 公司治理与独立性”之“八、同业竞争”之“（一）发行人与实际控制人控制的其他企业之间不存在同业竞争”部分补充披露。

(三)披露临海家乐和佳怡国际注销的原因和佳怡国际的注销进展情况,注销后资产、业务、客户资源的处置和人员安排情况,存续期间生产经营是否合法合规。

临海家乐存续期间的主营业务为竹木制品、塑料制品的生产销售,与发行人存在部分相近业务。临海家乐系发行人实际控制人家族早年经营的企业,在实际控制人赴宁波创业后无暇管理,经营规模较小、效益有限。因此,为了避免同业竞争,同时为了集中精力经营发行人业务,实际控制人对临海家乐进行关停并注销。

临海家乐已于2017年逐步停止业务,不再从事生产经营、停止与客户的业务、结束与员工的劳动关系,于2018年1月启动清算,将塑料制品相关的设备179.59万元转让给家联科技,其余清算资产主要为应收账款和货币资金,均已清算完毕分配给原股东。临海家乐存续期间不存在违法违规的行为。

以上楷体加粗内容,发行人已在招股说明书“第七节 公司治理与独立性”之“八、同业竞争”之“(一)发行人与实际控制人控制的其他企业之间不存在同业竞争”之“(1)临海家乐”部分补充披露。

报告期内,佳怡国际主要从事投资和贸易业务,鉴于佳怡国际投资的临海家乐已经注销,佳怡国际已无存续必要,实际控制人王熊、林慧勤决定对佳怡国际进行注销。根据佳怡国际申请注销文件,香港赵·司徒·郑律师事务所出具的法律意见书,佳怡国际于2020年7月2日作出特别决议,香港公司注册处于2020年7月10日接收该特别决议,佳怡国际于2020年7月10日起处于不活动状态。香港税务局于2020年7月10日接收佳怡国际提出的《要求发出不反对撤销公司注册通知书》的申请。截至**招股说明书签署**日,佳怡国际尚未获得香港税务局发出不反对撤销公司注册通知书。

佳怡国际主要职能为持有临海家乐股权,佳怡国际申请注销前所投资公司已经注销,无在册员工、不动产等。根据,香港赵·司徒·郑律师事务所出具的法律意见书,佳怡国际存续期间不存在违法违规的行为。

以上楷体加粗内容,发行人已在招股说明书“第七节 公司治理与独立性”

之“八、同业竞争”之“（一）发行人与实际控制人控制的其他企业之间不存在同业竞争”之“（2）佳怡国际”部分补充披露。

二、申报会计师核查情况

（一）核查程序

申报会计师履行的主要核查程序包括：

（1）查阅了涉及佳怡国际代收货款相关业务的发行人对 Fasho 销售的相关订单、报关单等销售单据；（2）查阅中信保报告、访谈了解 Fasho 基本情况，访谈 Fasho 高管代收货款交易背景，邮件问询其母公司 AmercareRoyal 高管，核查 Fasho 基本情况；（3）核查发行人历史账目，了解 Fasho 与发行人合作时间；（4）核查发行人及佳怡国际银行账户资料，验证代收货款是否及时支付给发行人；（5）核查发行人实际控制人出具的《代收货款承诺函》及发行人《第三方回款管理制度》，了解相关整改情况及内控制度；（6）核查佳怡国际财务报表；（7）核查临海家乐家财务报表、销售采购记录、重叠供应商采购明细；（8）查阅佳怡国际工商档案、企查查报告，核查对外投资企业情况；（9）查阅了临海家乐家的清算报告、注销资料；（10）通过国家企业信用信息公示系统、中国市场监管行政处罚文书网、中华人民共和国海关总署网站等网站查询，以及发行人提供的临海家乐家的注销时税务、海关、商务主管部门出具的证明文件，核查了临海家乐家生产经营的合规性；（11）查阅香港赵·司徒·郑律师事务所出具的法律意见书及佳怡国际申请注销文件。

（二）核查意见

经核查，申报会计师认为：

（1）报告期内发行人通过佳怡国际代收客户 Fasho International,LLC 款项的原因、背景合理，交易真实，后续已避免相关不必要的情形；Fasho International,LLC 的基本情况不存在异常，与发行人控股股东、实际控制人及关联方、发行人董事、监事、高级管理人员及其关系密切人员不存在关联关系或其他未披露的利益安排；佳怡国际代收相关款项后在合理期限内支付给发行人，不存在变相资金占用情形；发行人历史上通过关联方代收货款的情形已整改，已建

立相关内控制度并有效执行；

(2) 2017 年临海家乐家曾存在生产经营与发行人相同业务的情形，塑料制品销售收入占发行人同期营业收入比例为 2.99%，未造成其与发行人之间的非公平竞争、利益输送或者让渡商业机会的情形，不构成重大不利影响的同业竞争。2018 年临海家乐家已停止生产经营，同业竞争情形已消除；2017 年临海家乐家不存在通过重叠客户或供应商为发行人承担成本费用的情形；佳怡国际报告期内除持股临海家乐家外存在少量贸易业务，不存在生产业务，不存在通过重叠客户或供应商为发行人承担成本费用的情形；

(3) 临海家乐家已于 2019 年注销，实际控制人出于避免同业竞争和经营管理效率的原因注销临海家乐家具有合理性；佳怡国际作为临海家乐家的持股公司，在后者注销后已无存续必要，实际控制人对其进行注销具有合理性，截至本回复报告出具日佳怡国际处于注销进程中；临海家乐家和佳怡国际存续期间不存在违法违规的行为。

问题 7：关于采购

申报材料显示，发行人销售模式以境外销售为主，发行人外销以进料加工贸易模式为主，即使用进口原材料生产后再出口，主要是基于原材料质量、控制出口销售的外汇风险、税收政策方面的因素。发行人主要采购的原材料为塑胶原材料、PLA、纸等。生物降解材料领域制品的主要原材料为 PLA 颗粒。目前国内仅少数几家厂商能够供应。

请发行人：

(1) 区分塑胶原材料（进一步划分为 PP、PS 等细分类别）、PLA、纸、碳酸钙、色母以及进口和国产原材料，分别披露各期采购的数量、单价、金额及占比和对应主要供应商情况；对比同行业可比公司的采购价格或公开市场报价，说明对应原材料采购价格是否存在差异，如是，说明原因及合理性；结合进口原材料在产品质量和性能上与国产的具体差异，主要原材料国产替代情况，说明并披露发行人是否对进口原材料存在依赖，贸易摩擦和新冠疫情是否对发行人原材料采购构成重大不利影响，并进一步揭示相关原材料采购风险；

(2) 对比向其他供应商采购的同类型塑胶原材料的规格、尺寸、质量和技术参数,说明 IKEA Components AB 提供产品品质较高的客观依据、向 IKEA Components AB 采购塑胶原材料的价格是否与其他供应商或市场公开报价存在较大差异,如是,说明差异原因及定价公允性,并据此分析相关采购交易的必要性;对比其他的同类原材料供应商,说明对 IKEA Components AB 的采购定价方式、结算政策、支付方式是否与其他供应商存在较大差异,如是,进一步分析原因及合理性;

(3) 披露主要供应商的设立时间、注册资本、股权结构、开始合作时间、主营业务、经营规模等基本情况,与发行人、控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员及其关系密切人员是否存在关联关系或其他未披露的利益安排,是否存在成立或开始合作当年或次年即成为发行人主要供应商的情形;说明同类原材料报告期内采购价格波动的原因及合理性,向不同供应商的采购价格是否存在重大差异,如是,说明原因及合理性。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

回复:

一、发行人说明及补充披露

(一) 区分塑胶原材料(进一步划分为 PP、PS 等细分类别)、PLA、纸、碳酸钙、色母以及进口和国产原材料,分别披露各期采购的数量、单价、金额及占比和对应主要供应商情况;对比同行业可比公司的采购价格或公开市场报价,说明对应原材料采购价格是否存在差异,如是,说明原因及合理性;结合进口原材料在产品质量和性能上与国产的具体差异,主要原材料国产替代情况,说明并披露发行人是否对进口原材料存在依赖,贸易摩擦和新冠疫情是否对发行人原材料采购构成重大不利影响,并进一步揭示相关原材料采购风险

1、发行人所采购主要原材料的基本情况

发行人已在招股说明书“第六节 业务与技术”之“三、发行人的主营业务情况”之“(二) 公司的采购情况”部分补充披露如下:

发行人主要原材料采购情况列示如下:

(1) PP

项目	2020 年		2019 年		2018 年	
来源	进口	国产	进口	国产	进口	国产
采购量 (吨)	23,230.30	7,162.37	25,286.65	2,847.45	24,061.88	2,276.25
单价 (元/KG)	6.53	8.00	7.59	8.34	8.42	8.93
采购金额 (万元)	15,173.46	5,730.17	19,189.07	2,375.76	20,252.10	2,032.68
占总采购额比例	18.00%	6.80%	25.25%	3.13%	26.53%	2.66%
主要供应商	BOROUGE PTE LTD 浙江前程石化股份有限公司 GULF POLYMERS DISTRIBUTION COMPANY FZCO IKEA Components AB					

注:主要供应商基本情况见招股说明书“第六节 业务与技术”之“三、发行人的主营业务情况”之“(二)公司的采购情况”之“3、发行人主要供应商情况简介”。

(2) PS

项目	2020 年		2019 年		2018 年	
来源	进口	国产	进口	国产	进口	国产
采购量 (吨)	22,576.48	1,025.00	21,774.65	301.00	21,308.42	1,321.55
单价 (元/KG)	7.04	8.11	8.18	8.92	9.79	9.75
采购金额 (万元)	15,902.26	831.74	17,820.77	268.63	20,869.41	1,288.63
占总采购额比例	18.87%	0.99%	23.45%	0.35%	27.34%	1.69%
主要供应商	TAITA CHEMICAL CO. LTD 浙江前程石化股份有限公司 台湾高福化学工业股份有限公司 远大国际(香港)有限公司					

注:主要供应商基本情况见招股说明书“第六节 业务与技术”之“三、发行人的主营业务情况”之“(二)公司的采购情况”之“3、发行人主要供应商情况简介”。

(3) PLA

项目	2020 年		2019 年		2018 年	
来源	进口	国产	进口	国产	进口	国产
采购量 (吨)	958.50	158.00	760.00	16.80	599.75	0.13
单价 (元/KG)	18.59	25.48	15.91	19.91	15.68	79.23

采购金额（万元）	1,782.11	402.65	1,208.79	33.45	940.57	1.03
占总采购额比例	2.11%	0.48%	1.59%	0.04%	1.23%	0.00%
主要供应商	NATURE WORKS LLC 浙江甬化能源化工有限公司 Total Corbion PLA					

注：2018年国产PLA价格较高系由于发行人购买量较少所致

发行人主要PLA供应商基本情况列示如下：

①NATURE WORKS LLC

企业名称	NATURE WORKS LLC	
设立时间	2002 年	
注册地址	15305 Minnetonka Boulevard Minnetonka MN55345	
注册资本	未公开	
股东构成	姓名/名称	持股占比
	未公开	未公开
主营业务	聚乳酸等化工产品的生产与销售	
经营规模	年产能约 15 万吨（目前世界第一）	

②浙江甬化能源化工有限公司

企业名称	浙江甬化能源化工有限公司	
设立时间	2018-10-10	
注册地址	浙江省宁波保税区国际发展大厦 1609C 室	
注册资本	1000 万元人民币	
主要股东构成	姓名/名称	持股占比
	中宁化集团有限公司	60.00%
	宁波甬友企业管理咨询合伙企业（有限合伙）	32.50%
主营业务	化工原料及产品（除危险化学品）、塑料原料及制品、橡胶原料及制品、纺织原料及产品、五金交电、机械设备、家用电器、工艺品、金属材料、建筑材料、装潢材料、日用品、文具的批发及零售；自营或代理货物和技术的进出口业务，但国家限定公司经营或禁止进出口的货物和技术除外；企业管理咨询。（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）	
经营规模	浙江甬化能源化工有限公司成立于 2018 年 10 月，其前身是中宁化集团多元中心石油化工部。公司专注集团的石化能源业务，是中宁化集团专业经营石化类产品进口和内贸的控股子公司，主要经营范围涵盖塑料、芳烃、纺织原料及其他进口产品。公司立足华东、面向全国，致力于成为华东地区重要的石化产品分销商。	

③Total Corbion PLA

企业名称	Total Corbion PLA
------	-------------------

设立时间	2017 年	
注册地址	Arkelsedijk 46, 4206 AC Gorinchem, Netherlands	
注册资本	未公开	
主要股东构成	姓名/名称	持股比例
	Total S.A.	50.00%
	Corbion	50.00%
主营业务	聚乳酸 (PLA) 的生产和销售	
经营规模	公司系由成立于 1924 年的全世界前五大石油及天然气一体化在美上市公司道达尔公司 (TOTAL S.A.) 及成立于 1919 年的乳酸及衍生物的全球市场优秀企业、阿姆斯特丹泛欧交易所上市公司科碧恩 (Corbion) 合资成立。2018 年 12 月, 公司年产能为 75000 吨 PLA 生物塑料正式投产。2020 年 9 月 24 日, 道达尔科碧恩宣布打算建造其位于欧洲的第二座 PLA 工厂, 年产能高达 100,000 吨。	

(4) 纸

项目	2020 年		2019 年		2018 年	
来源	进口	国产	进口	国产	进口	国产
采购量（吨）	16.53	1,681.41	0.00	531.20	0.00	347.08
单价（元/KG）	7.68	7.17	-	6.91	-	6.61
采购金额（万元）	12.70	1,206.39	0.00	367.12	0.00	229.27
占总采购额比例	0.02%	1.43%	0.00%	0.48%	0.00%	0.30%
主要供应商	宁波润林纸品有限公司 宁波荣耀新材料科技有限公司 台州汇恒纸制品有限公司 浙江美舒源纸塑有限公司 浙江恒川新材料有限公司					

发行人主要纸供应商基本情况列示如下:

① 宁波润林纸品有限公司

企业名称	宁波润林纸品有限公司	
设立时间	2012-02-15	
注册地址	宁波市鄞州区首南街道利时金融大厦 2 号 422 室	
注册资本	300 万元人民币	
主要股东构成	姓名/名称	持股占比
	叶健峰	90.00%
	李颖	10.00%
主营业务	纸制品、纸张、包装材料、工艺品、日用品、办公用品、电子产品、塑料原料及制品、机械设备的批发、零售; 自营或代理货物	

	和技术的进出口，但国家限制经营或禁止进出口的货物和技术除外。
经营规模	未公开

②宁波荣耀新材料科技有限公司

企业名称	宁波荣耀新材料科技有限公司	
成立时间	2018-03-23	
注册地址	浙江省宁波市镇海区庄市街道庄俞南路 581 号	
注册资本	900 万元人民币	
主要股东构成	姓名/名称	持股占比
	林学礼	85.00%
	俞振华	10.00%
主营业务	纳米材料、高分子材料、环保材料、节能材料、生物质材料、高性能膜材料的研发、技术服务、技术咨询、技术转让；纸制品、塑料制品的制造、加工；纸制品、塑料制品、机械设备、日用品、文具、电子产品、计算机及配件、办公设备、工艺品、服装、鞋帽、五金交电、饰品、建材、纺织品的批发、零售；自营和代理各类货物和技术的进出口，但国家限定经营或禁止进出口的货物和技术除外。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	
经营规模	未公开	

③台州汇恒纸制品有限公司

企业名称	台州汇恒纸制品有限公司	
成立时间	2016-11-23	
注册地址	浙江省台州市临海市江南街道汇丰南路 1199 号 8 号楼二层	
注册资本	500 万元人民币	
主要股东构成	姓名/名称	持股占比
	周永芳	50.00%
	张昌明	25.00%
	杨介颖	25.00%
主营业务	纸及制品、卫生用品批发、零售，塑料制品制造、批发、零售，货物进出口、技术进出口。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	
经营规模	未公开	

④浙江美舒源纸塑有限公司

企业名称	浙江美舒源纸塑有限公司	
成立时间	2011-07-29	
注册地址	浙江省杭州市富阳区银湖街道高尔夫路 117 号第 3、4、5 幢	
注册资本	1000 万元人民币	

主要股东构成	姓名/名称	持股占比
	叶素君	80.00%
	叶南城	20.00%
主营业务	许可项目：食品用纸包装、容器制品生产；包装装潢印刷品印刷；文件、资料等其他印刷品印刷；货物进出口（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动，具体经营项目以审批结果为准）。一般项目：纸制品制造；纸和纸板容器制造；日用口罩（非医用）生产；产业用纺织制成品销售；日用口罩（非医用）销售；家用纺织制成品制造；纸制品销售；塑料制品销售；办公用品销售；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）。	
经营规模	美舒源纸塑有限公司坐落于美丽的富春江畔高新园区，是一家从事环保纸制品生产厂家，为推广环保纸制品代替“白色垃圾”制品，公司专业生产淋膜纸杯纸，面碗纸，餐盒纸等一系列食品包装淋膜纸。公司于2000年创办，目前公司有两条淋膜机生产线，月生产量1500吨，并拥有两台高速切纸机，两台分条机。配备了技术先进的柔版印刷，自动无间隙平压机，为客户提供了印刷模切服务。我公司采用先进的生产技术设备，高标准的环保车间，始终坚持“健康至上，质量第一”为宗旨，严格执行国家行业标准，是富阳市第一家有规模取得QS生产许可的生产厂家。	

⑤浙江恒川新材料有限公司

企业名称	浙江恒川新材料有限公司	
成立时间	2016-05-19	
注册地址	浙江龙游工业园区金星大道81号	
注册资本	12500万元人民币	
主要股东构成	姓名/名称	持股占比
	浙江恒达新材料股份有限公司	100.00%
主营业务	包装新材料技术研发；机制纸、深加工纸制造、销售，纸浆销售及造纸技术开发咨询服务，货物进出口。	
经营规模	未公开	

(5) 碳酸钙

项目	2020年		2019年		2018年	
来源	进口	国产	进口	国产	进口	国产
采购量（吨）	0.00	5,364.00	0.00	6,192.33	0.00	5,072.00
单价（元/KG）	-	1.84	-	1.96	-	2.07
采购金额（万元）	0.00	988.68	0.00	1,216.05	0.00	1,049.67

占总采购额比例	0.00%	1.17%	0.00%	1.60%	0.00%	1.37%
主要供应商	建德市吉宇塑料材料厂 宁波市镇海区九龙湖镇旭日塑料五金厂					

发行人主要碳酸钙供应商基本情况列示如下：

①建德市吉宇塑料材料厂

企业名称	建德市吉宇塑料材料厂		
设立时间	2001-07-11		
注册地址	建德市莲花镇郭村		
注册资本	未公开		
主要股东构成	姓名/名称	持股占比	
	邵建鸿	100.00%	
主营业务	塑料母料、重质碳酸钙的销售。		

②宁波市镇海区九龙湖镇旭日塑料五金厂

企业名称	宁波市镇海区九龙湖镇旭日塑料五金厂	
设立时间	1999-04-01	
注册地址	浙江省宁波市镇海区九龙湖镇河头村兰香	
注册资本	未公开	
主要股东构成	姓名/名称	持股占比
	沈龙彪	100.00%
主营业务	塑料制品、碳酸钙、一次性餐具、五金件加工。（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）	

(6) 色母

项目	2020 年		2019 年		2018 年	
来源	进口	国产	进口	国产	进口	国产
采购量（吨）	0.10	1,548.53	0.00	1,648.58	0.00	679.40
单价（元/KG）	477.97	9.57	-	10.47	-	15.27
采购金额（万元）	4.97	1,482.42	0.00	1,725.65	0.00	1,037.75
占总采购额比例	0.01%	1.76%	0.00%	2.27%	0.00%	1.36%
主要供应商	宁波市鄞州色美佳聚合物有限公司 上海宏伟塑胶有限公司 安徽集虹材料科技有限公司					

发行人主要色母供应商基本情况列示如下：

①宁波市鄞州色美佳聚合物有限公司

企业名称	宁波市鄞州色美佳聚合物有限公司	
设立时间	2007-08-06	
注册地址	宁波市鄞州区五乡镇工业园区	
注册资本	500 万元人民币	
主要股东构成	姓名/名称	持股占比
	郑振国	99.00%
主营业务	一般项目：塑料制品制造；工程塑料及合成树脂销售；合成材料制造（不含危险化学品）；生物基材料制造；合成材料销售；生物基材料销售；建筑材料销售；模具销售；模具制造；染料制造；染料销售；颜料制造；颜料销售；塑料制品销售；家用电器销售；家用电器研发；家用电器制造；产业用纺织制成品销售；熔喷布生产（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）。	
经营规模	公司成立于 2007 年五月份，是由在本行业里面的人才重组而成，主要以生产塑料色母粒、TPR（热塑性弹性体）为主的企业，公司还拥有用于研发的专业实验室和齐全的测试仪器，。本公司生产的高速电缆色母粒产品，质量与进口相当，价格却优惠很多，深得国内电缆厂的青睐。同时还开发了用于家电（如空调、冰箱等）的高分散 ABS、HIPS 专用色母粒，以及各种管材专用色母粒和黑母粒，各种功能母粒，几乎涵盖了塑料母粒的方方面面。生产的 TPR（热塑性弹性体）更是以价廉的优势迅速占领市场，在制鞋业、汽配业、玩具业和文具业等等行业里面已拥有部分市场，并已取得几家知名公司的认可。	

②上海宏伟塑胶有限公司

企业名称	上海宏伟塑胶有限公司	
设立时间	1995-07-04	
注册地址	青浦区白鹤镇鹤国路 111 号	
注册资本	1000 万元人民币	
主要股东构成	姓名/名称	持股占比
	蔡惠明	60.00%
	蔡夏琼	40.00%
主营业务	生产加工塑料母粒子。【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】	
经营规模	上海宏伟塑胶有限公司成立于 1989 年。公司成立以来，不断致力于研发和生产高品质的色母粒，产品主要应用于吹膜、流延薄膜、挤出涂覆膜以及注塑和吹塑领域。 公司采用先进的生产设备、优良的工艺配方、优质的原辅料，自主研发和生产以黑白色为主打的母粒产品，同时为日用品，包装，注塑等产品领域提供精准的颜色解决方案。品质得到国内外客户的认可和信赖。 经过多年努力和发展，公司目前年生产能力达 5000 吨以上，拥有一批精通专业技术、意识前瞻、勇于创新的人才骨干，公司科技人员及管理专业人员占员工总数的 45%。 公司已通过 ISO9001:2000 质量管理体系的认证，且拥有一整套	

	完善的检测仪器和实验设备。本着“质量第一，客户至上”的宗旨，为国内外客户提供高分散性、高加工性、高精密性、高浓度、高时效性、高性价比的环保型产品和相关的技术服务。
--	---

③安徽集虹材料科技有限公司

企业名称	安徽集虹材料科技有限公司	
成立时间	2008-06-13	
注册地址	安徽省合肥市肥西县桃花镇工业聚集区	
注册资本	2500 万元人民币	
主要股东构成	姓名/名称	持股占比
	何修文	77.00%
	钱晓汇	18.00%
主营业务	色母粒、改性材料、塑胶助剂的研发、生产与销售；化工原材料（除危险品）销售；货物及技术进出口（国家限制或禁止的商品及技术除外）。	
经营规模	集虹材料创建于 1997 年，是中国专业从事色母粒研究和生产的单位之一，集虹公司拥有专业化、高素质的团队及先进的生产设备、检测仪器和完善的管理体系，产品符合欧盟 RoHS 指令、索尼绿色伙伴等环保要求，现已形成网络状的集生产和销售色母粒、功能母粒、改性材料及提供专业配色的多元化体系。 集虹公司现有六家成员：深圳市集虹兴材料科技有限公司、台州市集虹塑胶颜料有限公司、宁波市集虹塑胶颜料有限公司、苏州市集虹新材料科技有限公司、安徽集虹材料科技有限公司、佛山市集虹材料科技有限公司，其中，安徽集虹于 2008 年 6 月成立，总投资额超过 8,000 万，目前已在合肥市肥西县桃花镇兴建花园式生产基地，包括四栋厂房、一幢办公楼、一幢酒店式公寓。	

2、对比同行业可比公司的采购价格或公开市场报价，说明对应原材料采购价格是否存在差异，如是，说明原因及合理性；

发行人主要原材料公开市场报价及发行人对应原材料采购价对比情况列示如下：

项目	2020 年	2019 年	2018 年
PP 大宗商品均价（元/KG）	7.49	8.33	9.35
发行人 PP 采购均价（元/KG）	6.88	7.67	8.46
PS 现货中间均价（美元/ KG）	1.10	1.18	1.47
发行人 PS 采购均价（美元/KG）	1.02	1.19	1.48

注 1：PP 大宗商品均价数据来源为大连商品交易所聚丙烯合约（PP.DCE）收盘价的平均值；

PS 现货中间均价数据来自隆众化工 PS 现货中间价（中国到岸）平均值。

注 2：各期 PP 大宗商品均价（元/KG）、PS 现货中间均价（美元/ KG）、中美汇率的计算方式为当期每日日均价格的算术平均值；发行人各期 PP 采购均价（元/KG）的计算方式为

当期 PP 购买金额除以当期 PP 购买数量；发行人各期 PS 采购均价（美元/KG）的计算方式为当期 PS 购买金额除以当期 PS 购买数量乘以中美汇率。

发行人主要原材料的采购价格与公开市场报价大致相同，PP 采购均价与大宗商品均价（PP.DCE）的差异由增值税形成（大商所 PP 报价为含税价），PS 采购均价与大宗商品均价接近。

3、结合进口原材料在产品质量和性能上与国产的具体差异，主要原材料国产替代情况，说明并披露发行人是否对进口原材料存在依赖，贸易摩擦和新冠疫情是否对发行人原材料采购构成重大不利影响，并进一步揭示相关原材料采购风险

（1）进口原材料与国产原材料的差异与发行人选择进口原材料的原因

在产品质量和性能上，相同牌号的进口原材料与国产原材料的质量和性能大致相当。发行人主要以“进料加工”外贸模式开展业务，原材料进口免征关税、增值税；发行人自设立起便选择进口 PP、PS 等主要塑胶原材料并沿用至今，期间与主要供应商建立了稳定、良好的合作关系。

综上所述，发行人主要塑胶原材料以进口为主。

（2）说明并披露发行人是否对进口原材料存在依赖，贸易摩擦和新冠疫情是否对发行人原材料采购构成重大不利影响，并进一步揭示相关原材料采购风险

发行人已在招股说明书“第六节 业务与技术”之“三、发行人的主营业务情况”之“（二）公司的采购情况”部分补充披露如下：

4、发行人对进口原材料的依赖情况及贸易摩擦和新冠疫情对发行人原材料采购的影响

发行所采购的进口原材料主要为通用产品、大宗石化产品，并非特制产品。我国作为石油化工产业大国，国内相关产品产能较高，发行人可较为方便的从国内各大石化工厂、贸易商处购得所需原材料，不存在对进口原材料的依赖。

发行人的主要进口原材料为化工原材料，其应用领域与技术含量相对芯片、电信等高科技贸易摩擦“重点”领域较低，受到美国限制进口的可能性亦较低，此外，发行人所进口原料主要来源于台湾与中东，相对于自美国本土进口风险较

低。

目前，国内疫情已经逐步稳定，与发行人合作的海运公司及货物代理公司已全面复工复产。尽管国际疫情形式还不甚明朗，但目前发行人主要海外供应商均已正常供货；此外，发行人所采购原材料数量相对于世界产能比例极低，新冠疫情对于发行人进口原材料影响较小。

综上所述，贸易摩擦和新冠疫情未对发行人原材料采购构成重大不利影响。

发行人已在招股说明书“第四节 风险因素”之“二、经营风险”之“（九）进口原材料占比较高的风险”部分补充披露如下：

（九）进口原材料占比较高的风险

发行人主要原材料中，进口比例较高。主要因发行人以“进料加工”外贸模式为主的业务模式形成。该等原材料属于大宗商品，在国内亦有充足供应。如果国际贸易形式、境外供应商、疫情等因素发生重大不利变化，发行人将面临较大比例更换供应商的风险。

（二）对比向其他供应商采购的同类型塑胶原材料的规格、尺寸、质量和技术参数，说明 IKEA Components AB 提供产品品质较高的客观依据、向 IKEA Components AB 采购塑胶原材料的价格是否与其他供应商或市场公开报价存在较大差异，如是，说明差异原因及定价公允性，并据此分析相关采购交易的必要性；对比其他的同类原材料供应商，说明对 IKEA Components AB 的采购定价方式、结算政策、支付方式是否与其他供应商存在较大差异，如是，进一步分析原因及合理性

1、对比向其他供应商采购的同类型塑胶原材料的规格、尺寸、质量和技术参数，说明 IKEA Components AB 提供产品品质较高的客观依据

发行人自 IKEA Components AB 采购的主要塑胶原材料 PP（牌号 568MO）与自其他供应商采购的常用塑胶原材料 PP（牌号 1102K）物性指标列示如下：

指标	测试方法	568MO	1102K
熔融指数（g/10min）	ISO 1133	30	3.4

拉伸强度 (MPa)	ISO 527-2	1,100	1,500
屈服拉伸应变系数 (%)	ISO 527-2	12	9
屈服拉伸应力 (MPa)	ISO 527-2	28	34
冲击强度 (kJ/m ²)	ISO 179	6	4
热变形温度 (℃)	ISO 75-2	75	85
软化温度 (℃)	ISO 306	124.5	154

由于发行人自 IKEA Components AB 采购塑胶原材料 PP 主要用于生产家居用品，而发行人自其他供应商采购塑胶原材料 PP 主要用于生产一次性餐饮具。家居用品相较于一次性餐饮具而言形状更为复杂，对于原材料的可塑性要求更高（熔融指数越高，原材料可塑性越强）。由上述表格可见，牌号为 568MO 的 PP 熔融指数大幅高于牌号为 1102K 的 PP；而在熔融指数相差较大的情况下，两者拉伸强度、屈服拉伸应变系数、屈服拉伸应力相差不多，牌号为 568MO 的 PP 冲击强度更高，这表明该品类 PP 在保有较强可塑性的前提下依然维持了较好的抗拉、抗冲击性能，体现出了较高的产品品质。

2、向 IKEA Components AB 采购塑胶原材料的价格是否与其他供应商或市场公开报价存在较大差异，如是，说明差异原因及定价公允性，并据此分析相关采购交易的必要性

向 IKEA Components AB 采购塑胶原材料（PP）的价格与其他供应商相比情况列示如下：

单位：元/KG

材料类别	2020 年	2019 年	2018 年
PP（整体）	6.88	7.67	8.46
宜家产品所使用 PP （购自 IKEA Components AB）	7.67	8.36	9.42
宜家产品所使用 PP （购自非宜家旗下供应商）	7.13	8.37	9.60

宜家产品所使用 PP 价格高于发行人所采购 PP 整体均价的主要原因为：

（1）用于制造宜家产品所使用的特定 PP 普遍品质更高。宜家所采购产品涵

盖了儿童产品、食品接触、日用品等不同品类，和公司非宜家业务相比，原材料的牌号差异较大，对于原材料的料性、质量和技术参数的要求等也存在较大差异。以宜家餐盒 S17 为例，此类产品原料为高透 PP，而非宜家业务的餐具不需要用到高透 PP 生产。

(2) 由于宜家的政策要求，原材料中需包含一定量的回收料（RPP），而 RPP 的价格比原生料贵 15%左右。在发行人目前的宜家 PP 原材料中，RPP 的占比约 40%左右。

(3) 宜家对于所有原材料供应商及其下属的生产工厂都需要满足 IWAY（宜家社会责任审核），GO/NOGO（宜家质量审核）要求，并且所有原料牌号在确认进入宜家原料组的采购目录前，都必须通过所有销售市场国家和地区的化学品测试以及取得相应的法律法规的认证文件，以上这些测试和认证文件都必须在宜家自营或宜家认可的实验室完成，会导致原材料成本的增加。

报告期内，发行人自 IKEA Components AB 采购的宜家产品所使用 PP 均价与自非宜家旗下供应商采购的宜家产品所使用 PP 均价不存在较大差异。

发行人与相关供应商的交易均系在双方自愿的前提下达成的，所采购原材料种类较多、质量和技术参数的要求较高，交易价格为双方协商一致所确定，具有公允性。由于宜家的审核、原料政策及产品种类与质量要求，发行人相关采购交易具有必要性。

3、对比其他的同类原材料供应商，说明对 IKEA Components AB 的采购定价方式、结算政策、支付方式是否与其他供应商存在较大差异，如是，进一步分析原因及合理性

发行人与 IKEA Components AB 及其他同类主要原材料供应商的定价方式、常用结算政策与支付方式列示如下：

供应商	定价方式	常用结算政策	支付方式
TAITA CHEMICAL CO.,LTD.	协商定价	远期信用证 90 天	信用证
浙江前程石化股份有限公司	协商定价	远期信用证 90 天	信用证

IKEA Components AB	协商定价	开具发票后 30 天	转账
BOROUGE PTE LTD	协商定价	远期信用证 60 天	信用证
台湾高福化学工业股份有限公司	协商定价	远期信用证 90 天	信用证
杭实国贸香港有限公司	协商定价	远期信用证 90 天	信用证
GULF POLYMERS DISTRIBUTION COMPANY FZCO	协商定价	远期信用证 60 天	信用证
丸红（上海）有限公司	协商定价	远期信用证 90 天	信用证
HONG KONG GRAND INTERNATIONAL CO., LIMITED	协商定价	远期信用证 90 天	信用证
VINMAR INTERNATIONAL LTD	协商定价	远期信用证 90 天	信用证
NATURE WORKS LLC	协商定价	远期信用证 30 天	信用证

IKEA Components AB 及其他同类主要原材料供应商的定价方式相同；结算政策、支付方式差异主要由于宜家遵循自身结算惯例而不接受信用证结算造成。对于供应商而言，信用证结算收款周期较长，选择不接受具有商业合理性。

（三）披露主要供应商的设立时间、注册资本、股权结构、开始合作时间、主营业务、经营规模等基本情况，与发行人、控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员及其关系密切人员是否存在关联关系或其他未披露的利益安排，是否存在成立或开始合作当年或次年即成为发行人主要供应商的情形；说明同类原材料报告期内采购价格波动的原因及合理性，向不同供应商的采购价格是否存在重大差异，如是，说明原因及合理性

1、主要供应商的基本情况

发行人已在招股说明书“第六节 业务与技术”之“三、发行人的主营业务情况”之“（二）公司的采购情况”之“3、发行人主要供应商情况简介”补充披露如下：

3、发行人主要供应商情况简介

发行人主要供应商基本情况列示如下：

（1）TAITA CHEMICAL CO., LTD

企业名称	TAITA CHEMICAL CO., LTD	
成立时间	1960 年	
注册地址	台北市内湖区基湖路 37 号 12 楼	
注册资本	30 亿元新台币	
主要股东构成	姓名/名称	持股占比
	联聚国际投资股份有限公司	36.79%
	台联国际投资股份有限公司	9.14%
主营业务	ABS, GPS 及 EPS 等塑胶粒的生产与销售	
经营规模	台湾证券交易所上市公司, 年营业额达数百亿新台币。除台湾外, 公司在广东中山及天津塘沽也设有 EPS 产销基地。公司产品除了行销海峡两岸各地(台湾、大陆、香港等地)以外, 还在东南亚/中亚/欧洲/北美洲有稳定业务	
初次合作时间	2014 年	
与发行人、控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员及其关系密切人员是否存在关联关系或其他未披露的利益安排	不存在	
是否存在成立或开始合作当年或次年即成为发行人主要供应商的情形	不存在	

(2) 浙江前程石化股份有限公司

企业名称	浙江前程石化股份有限公司	
成立时间	2005 年	
注册地址	宁波市江南路 599 号(科技大厦) 6-7 层	
注册资本	21,600 万元人民币	
股东构成	姓名/名称	持股占比
	浙江前程投资股份有限公司	54.84%
	浙江和美投资有限公司	36.66%
	宁波知行投资咨询有限公司	8.50%
主营业务	石化产品行业分销及供应链管理服务商, 为客户提供分销、分包、仓储、复合材料生产、运输、结算、资讯和技术支持等一站式路径管理	
经营规模	公司年营收达数百亿, 是具有领先地位的石化产品分销及供应链	

	管理服务商，总部位于浙江省宁波市，注册资本 21600 万元，员工 200 余人，持续服务于五十余家全球知名石化产品供应商，拥有稳定的货源，在全球市场上整合资源，满足中国作为世界工厂的旺盛需求，并通过持续优化供应链以保持领先地位，持续服务于万余家石化产品工业用户。
初次合作时间	2009 年
与发行人、控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员及其关系密切人员是否存在关联关系或其他未披露的利益安排	不存在
是否存在成立或开始合作当年或次年即成为发行人主要供应商的情形	不存在

(3) IKEA Components AB

企业名称	IKEA Components AB	
设立时间	1984 年	
注册地址	Södra Ringvägen 4, 34334, Älmhult	
注册资本	未公开	
主要股东构成	姓名/名称	持股占比
	未公开	未公开
主营业务	宜家家居旗下原材料、配件供应商	
经营规模	未公开	
初次合作时间	2017 年	
与发行人、控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员及其关系密切人员是否存在关联关系或其他未披露的利益安排	不存在	
是否存在成立或开始合作当年或次年即成为发行人主要供应商的情形	存在，由于 IKEA 公司对发行人各方面的认可以及 IKEA 公司体量较大，所需产品量较多。因此发行人为满足 IKEA 的产品需求，采购满足 IKEA 标准的原材料也较多。	

(4) 国网浙江省电力有限公司宁波供电公司

企业名称	国网浙江省电力有限公司宁波供电公司
设立时间	2008 年

注册地址	浙江省宁波市海曙区丽园北路 1408 号	
注册资本	15,000 万元	
股东构成	姓名/名称	持股占比
	国家电网有限公司	100.00%
主营业务	供电业务，高低压电气及线路安装，技术服务。	
经营规模	2019 年宁波市用电量超过 800 亿千瓦时。	
初次合作时间	2009 年	
与发行人、控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员及其关系密切人员是否存在关联关系或其他未披露的利益安排	不存在	
是否存在成立或开始合作当年或次年即成为发行人主要供应商的情形	国家电力公司，自发行人设立起便与发行人合作。	

(5) BOROUGE PTE LTD

企业名称	BOROUGE PTE LTD	
设立时间	1998 年	
注册地址	2, SHENTONWAY, 18-01, SGXCENTRE I, 068804, SINGAPORE.	
注册资本	550 万新币	
主要股东构成	姓名/名称	持股占比
	未公开	未公开
主营业务	化工产品的生产与销售	
经营规模	BOROUGE 公司是创新塑料解决方案的领先供应商，凭借独特的技术以及超过 50 年的聚烯烃经验，为基础设施（管道系统，电力和通信电缆），汽车和高级包装应用提供了创新、可持续和创造价值的塑料解决方案以满足全球的需求挑战。BOROUGE 由阿布扎比国家石油公司（ADNOC）和北欧化工合资组建而成，总部位于阿拉伯联合酋长国，营销和销售总部位于新加坡，现拥有约 3,000 名员工，在全球 40 个国家/地区设有办事处，服务于 50 多个国家的客户。博禄正在扩大其在中东和亚洲的商业和物流网络，并在阿布扎比的创新中心和上海的研发应用中心进行投资。	
初次合作时间	2017 年	
与发行人、控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员及其关系	不存在	

密切人员是否存在关联关系或其他未披露的利益安排	
是否存在成立或开始合作当年或次年即成为发行人主要供应商的情形	不存在

(6) 台湾高福化学工业股份有限公司

企业名称	台湾高福化学工业股份有限公司	
设立时间	1968 年	
注册地址	台湾省高雄市仁武区凤仁路 385 号	
注册资本	1,600 万美元	
股东构成	姓名/名称	持股占比
	戴朱清美	100.00%
主营业务	高福化学工业股份有限公司系生产/销售通用级（耐冲击级）聚苯乙烯工厂，主要产品有通用级聚苯乙烯（GPPS）、耐冲击级聚苯乙烯（HIPS）及耐冲击压克力（HIPMMA），本公司聚苯乙烯广泛运用于射出/押出成型之家电外壳、计算机外设制品，如鼠标、键盘、主机壳外观等，亦可用在食品包装容器、日用品、电子包装材料上。	
经营规模	PS 颗粒年产能约十万吨。	
初次合作时间	2017 年	
与发行人、控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员及其关系密切人员是否存在关联关系或其他未披露的利益安排	不存在	
是否存在成立或开始合作当年或次年即成为发行人主要供应商的情形	存在，高福化学为台湾著名炼化企业，产品质量、价格等方面具有一定优势。发行人在与高福化学直接合作前已经通过贸易商购买其产品；而随着购买量逐渐加大，发行人与高福化学开始直接合作。	

(7) GULF POLYMERS DISTRIBUTION COMPANY FZCO

企业名称	NATIONAL PETROCHEMICALS COMPANY (GULF POLYMERS DISTRIBUTION COMPANY FZCO 母公司)	
设立时间	2008 年	
注册地址	沙特阿拉伯利雅得市	
注册资本	48 亿沙特里亚尔	
主要股东构成	姓名/名称	持股占比

	沙特工业投资集团	50.00%
	沙特公共养老机构	13.68%
	沙特社保组织	11.30%
主营业务	GULF POLYMERS DISTRIBUTION COMPANY FZCO 系 NATIONAL PETROCHEMICALS COMPANY 子公司，负责产品的分销。NATIONAL PETROCHEMICALS COMPANY 主营业务为基于石化工厂，天然气，石油和其他行业的开发，建立，运营和管理以及维护，原料和石化产品及其衍生生物的批发和零售贸易。	
经营规模	NATIONAL PETROCHEMICALS COMPANY 2019 年营收约 74 亿沙特里亚尔，总资产约 190 亿沙特里亚尔。	
初次合作时间	2009 年	
与发行人、控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员及其关系密切人员是否存在关联关系或其他未披露的利益安排	不存在	
是否存在成立或开始合作当年或次年即成为发行人主要供应商的情形	不存在	

(8) 远大国际（香港）有限公司

企业名称	远大国际（香港）有限公司	
设立时间	2015 年	
注册地址	ROOM 3001 30/F WEST TOWER SHUN TAK CENTRE 168-200 CONNAUGHT ROAD CENTRAL HK	
注册资本	1,100 万美元	
股东构成	姓名/名称	持股占比
	远大物产集团有限公司	100.00%
主营业务	化工产品、塑料原料批发与零售	
经营规模	2018 年总资产约 1.1 亿美元，营收约 6.4 亿美元。	
初次合作时间	2016 年	
与发行人、控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员及其关系密切人员是否存在关联关系或其他未披露的利益安排	不存在	
是否存在成立或开始合作当年或次年即成为发	不存在	

行人主要供应商的情形	
------------	--

2、主要原材料报告期内采购价格波动的原因及合理性，向不同供应商的采购价格的差异及其原因及合理性

报告期内发行人主要塑胶原材料的采购价格情况（同一控制口径下）列示如下：

（1）PP 采购情况

单位：元/千克

项目	2020 年	2019 年	2018 年
BOROUGE PTE LTD	6.09	7.39	8.71
浙江前程石化股份有限公司	6.92	7.60	8.13
GULF POLYMERS DISTRIBUTION COMPANY FZCO	6.18	7.20	8.00
OQ Marketing LLC（阿曼石化）	5.78	7.24	-
VINMAR INTERNATIONAL LTD（维 马）	6.92	7.50	8.19
杭实国贸香港有限公司	6.30	7.55	-
SHANGHAI SHUNCHUAN PLASTIC NEW MATERIALS CO.,LTD	-	-	8.16
IKEA Components AB	7.67	8.55	9.49

对于 PP 产品而言，发行人报告期各期不同供应商采购价格的变动趋势与大宗商品价格及国际原油价格等价格变动趋势基本一致。报告期各期内，不同供应商采购价格的差异主要为：（1）不同供应商所采购材料的规格不同；（2）由于采购量、议价能力、交期、服务等因素的差异，不同供应商间存在一定价格差异。

（2）PS 采购情况

单位：元/千克

项目	2020 年	2019 年	2018 年
----	--------	--------	--------

TAITA CHEMICAL CO.,LTD	7.26	8.05	9.65
浙江前程石化股份有限公司	7.02	8.41	9.88
台湾高福化学工业股份有限公司	6.89	8.03	9.63
远大国际（香港）有限公司	6.92	8.40	10.04

对于 PS 产品而言，发行人报告期各期不同供应商采购价格的变动趋势与大宗商品价格及国际原油价格等价格变动趋势基本一致。报告期各期内，不同供应商的采购价格基本一致，不存在较大异常。

二、申报会计师核查情况

（一）核查程序

针对上述事项，申报会计师履行的主要核查程序包括：

（1）检查了发行人报告期内的原材料采购明细，对向主要供应商的采购订单执行了穿行测试；（2）获取并查阅了主要供应商的工商信息、中信保报告及官网等信息；（3）访谈了发行人供应商相关业务人员；（4）访谈了公司采购相关业务人员；（5）利用公开渠道查询发行人主要原材料 PP、PS 及原油市场价格波动情况；（6）获取进口、国产等相关原材料的化学品技术数据单（TDS）；（7）查询发行人主要原材料国内主要供应商产能情况；（8）查询世界疫情及复工复产情况；（9）获取宜家、非宜家 PP 材料的化学品技术数据单（TDS）；（10）访谈发行人宜家业务负责人；（11）核查发行人与主要供应商的采购合同、订单。

（二）核查意见

经核查，申报会计师认为：

发行人已按要求对上述事项进行了补充披露。

（1）发行人主要原材料的采购价格与大宗商品价格水平及趋势一致；发行人所采购的进口原材料主要为通用产品、大宗石化产品，并非特制产品，发行人对进口原材料不存在依赖；发行人的进口原料在 2020 年上半年供应充足，未发生因原材料供应短缺而导致生产停滞的情形，贸易摩擦和新冠疫情未对发行人原材料采购构成重大不利影响；发行人已揭示原材料采购风险；

(2) 发行人自 IKEA Components AB 采购的宜家产品所使用 PP 均价与自非宜家旗下供应商采购的宜家产品所使用 PP 均价不存在较大差异。由于宜家的审核、原料政策及产品种类与质量要求，发行人相关采购交易具有必要性；IKEA Components AB 及其他同类主要原材料供应商的定价方式相同；结算政策、支付方式差异主要由于宜家遵循自身结算惯例而不接受信用证结算造成。对于供应商而言，信用证结算收款周期较长，选择不接受具有商业合理性。

(3) 发行人主要供应商与发行人、控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员及其关系密切人员不存在关联关系或其他未披露的利益安排；个别供应商存在由于合理原因如购买量大、电力单一供应商等导致开始合作当年或次年即成为发行人主要供应商的情形；发行人同类主要原材料报告期内采购价格波动的原因主要为原料的价格变动，其变动趋势与国际大宗商品及石油价格的趋势相同，具有合理性；向不同供应商的采购价格不存在重大差异。

问题 8：关于金融资产

申报材料显示，报告期内发行人以出口销售为主，且多数交易以美元结算，发行人日常采取买卖外汇衍生产品的方法部分对冲风险，主要交易品种包括远期结汇、货币掉期、期权等及其组合产品，发行人衍生金融资产余额报告期内分别为 0 万元、63.25 万元和 67.43 万元，金融负债的余额分别为 0 万元、1,012 万元和 47 万元。因外汇波动，发行人公允价值变动损益金额分别为 0 万元、-1,058 万元和 1,058 万元，投资收益分别为 0 万元、-561 万元和-908 万元。

请发行人：

(1) 按照外汇期权、远期结售汇、货币互换等披露报告期内对应衍生金融资产和负债的期初余额、增加、减少和期末余额，举例说明对应的会计处理过程、公允价值的确定过程、依据及合理性、金融资产和负债类别的划分是否符合《企业会计准则》的规定；

(2) 披露前述金融衍生工具的交易对手方、衍生工具的风险对冲机制、与美元汇率变动的联动关系、金融衍生工具的价值计算模式、清算模式、平仓条款、手续费或佣金支付情况以及发行人面临的风险敞口、风控措施、止损安排等，并

测算极端不利情形下汇率波动对发行人生产经营的影响；说明发行人是否存在金融衍生工具产生的亏损金额超过本金范围的情形，并作出充分的风险提示。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

回复：

一、发行人补充披露

（一）按照外汇期权、远期结售汇、货币互换等披露报告期内对应衍生金融资产和负债的期初余额、增加、减少和期末余额，举例说明对应的会计处理过程、公允价值的确定过程、依据及合理性、金融资产和负债类别的划分是否符合《企业会计准则》的规定

1、按照外汇期权、远期结售汇、货币互换等披露报告期内对应衍生金融资产和负债的期初余额、增加、减少和期末余额

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“十一、资产质量分析”之“（一）流动资产结构及变动情况”之“3、衍生金融资产和衍生金融负债”部分补充、修改披露如下：

报告期内发行人以出口销售为主，且多数交易以美元结算，发行人日常采取买卖外汇衍生品的方法部分对冲部分风险。主要交易品种包括远期结汇、货币掉期、期权等及其组合产品，以期在汇率发生对主营业务不利变化时以期获得一定补偿。

发行人境外销售客户结算以美元为主，用电汇转账的方式结算，国外客户信用期在 30-90 天，基于应对外汇风险的考虑，发行人于 2018 年 2 月开始进行远期外汇交易。

报告期各类远期外汇合约的期初余额、增加、减少和期末余额情况列示如下：

单元：万元

分类	项目	2018 年 12 月 31 日	本期 增加	本期 减少	2019 年 12 月 31 日	本期 增加	本期 减少	2020 年 12 月 31 日
金融资	外汇期权	-	28.57	2.39	26.18	-	26.18	-

产	远期结售汇	-	41.25	-	41.25	-	41.25	-
	货币互换	63.25	-	63.25	-	-	-	-
合 计		63.25	69.82	65.64	67.43	-	67.43	-
金融负 债	外汇期权	497.90	-	497.90	-	-	-	-
	远期结售汇	297.87	-	297.87	-	-	-	-
	货币掉期	216.17	46.99	216.57	46.59	-	46.59	-
	利率掉期	-	0.61	-	0.61	-	0.61	-
合 计		1,011.93	47.60	1,012.33	47.20	-	47.20	-

截至 2020 年 12 月 31 日，发行人不存在尚未交割的金融衍生品合约。

鉴于外销占比较高及外汇衍生品的必要性，以及相关衍生品的风险性，发行人制订了《金融衍生品业务管理制度》对相关权限、程序、操作及总额进行了规范和管理。

2、举例说明对应的会计处理过程、公允价值的确定过程、依据及合理性、金融资产和负债类别的划分是否符合《企业会计准则》的规定

(1) 各种衍生工具的会计处理过程

根据《企业会计准则第 22 号—金融工具确认和计量》、《企业会计准则第 23 号—金融资产转移》、《企业会计准则第 37 号—金融工具列报》和《企业会计准则第 39 号——公允价值计量》的规定,公司按照公允价值计量衍生工具合约,并将其公允价值变动计入当期损益,具体会计处理如下:

项目	初始确认	后续计量	终止确认
远期结售汇	签约日: 取得银行出具的《远期结售汇交易确认书》,远期结售汇合约公允价值为零,不进行账务处理。	资产负债表日: 按公允价值进行计量,期末公允价值=(期末未交割的远期结汇约定汇率-期末金融机构远期汇率报价)×名义本金 根据上述计算结果进行会计确认:如为正数则确认为当期公允价值变动收益及衍生金融资产;如为负数则确认为当期公允价值变动损失及衍生金融负债。	实际交割日: 远期结售汇交易确认书到期,实际结汇取得的人民币金额与按结汇币种及当期记账外币汇率折算的人民币金额的差额计入本期投资收益;同时转销已确认的衍生金融资产或负债的账面价值,并把累计的公允价值变动损益转入投资收益。
货币掉期	1、近端交割日: 以约定汇率卖出人民币,卖出人	资产负债表日: 按公允价值进行计量,期末公允	1、远端交割日: 以约定汇率买入人民币,买入人民

	民币按约定汇率，买入美元按当日即期汇率，两者差额计入汇兑损益。 2、签约日： 取得银行出具的《人民币掉期交易确认书》，外汇掉期合约公允价值为零，不进行账务处理。	价值=（合同约定的远期交割汇率—期末金融机构远期汇率报价）×名义本金 根据上述计算结果进行会计确认：如为正数则确认为当期公允价值变动收益及衍生金融资产；如为负数则确认为当期公允价值变动损失及衍生金融负债。	币按约定汇率，卖出美元按当日即期汇率，两者差额计入汇兑损益。 2、实际交割日： 转销已确认的衍生金融资产或负债的账面价值和公允价值变动损益。
货币互换	1、近端互换日： 以约定汇率收取人民币，收取人民币按约定汇率，支付美元按当日即期汇率，两者差额计入汇兑损益。 2、签约日： 取得银行出具的《互换交易确认书》，货币互换合约公允价值为零，不进行账务处理。	资产负债表日： 按公允价值进行计量，期末公允价值=（合同约定的互换对应汇率—期末金融机构远期汇率报价）×名义本金 根据上述计算结果进行会计确认：如为正数则确认为当期公允价值变动收益及衍生金融资产；如为负数则确认为当期公允价值变动损失及衍生金融负债。	1、远端互换日： 以约定汇率支付人民币，支付人民币按约定汇率，收取美元按当日即期汇率，两者差额计入汇兑损益。 2、实际交割日： 转销已确认的衍生金融资产或负债的账面价值和公允价值变动损益。
外汇期权	1、签约日： 取得银行出具的《外汇期权交易确认书》，外汇期权合约公允价值为零，不进行账务处理。 2、期权费划转日： 买入美元看跌人民币看涨期权，按照支付的期权费确认为一项衍生金融资产。 卖出美元看涨人民币看跌期权，按照收取的期权费确认为一项衍生金融负债。	资产负债表日： 按公允价值进行计量，期末公允价值=（合同约定的执行价格—期末金融机构远期汇率报价）×名义本金 根据上述计算结果调整衍生金融资产或负债的账面价值同时确认当期公允价值变动损益。	实际行权日： 实际行权取得的人民币金额与按结汇币种及当期记账外币汇率折算的人民币金额的差额计入本期投资收益；同时转销已确认的衍生金融资产或负债的账面价值，并把累计的公允价值变动损益转入投资收益。
利率掉期	签约日： 取得银行出具的《人民币利率掉期交易申请书》，利率掉期合约公允价值为零，不进行账务处理。	每个利率重置日： 按照合约现金流量表由利息支出较高的一方向利息支出较低的一方支付按相同名义本金和两种利率形式计算出的利息差额，同时确认投资收益。 资产负债表日： 按公允价值进行计量，期末公允价值根据中国银行代客资金业务估值通知书的估值结果进行会计确认：如为正数则确认为当期公允价值变动收益及衍生金融资产；如为负数则确认为当期公允价值变动损失及衍生金融负债。	最后一个计息期终止日： 转销已确认的衍生金融资产或负债的账面价值，并把累计的公允价值变动损益转入投资收益。

（2）衍生工具合约公允价值的确定过程、依据及合理性

发行人根据《企业会计准则第 39 号——公允价值计量》要求，确定衍生工具合约的公允价值，依据的准则具体为：《企业会计准则第 39 号——公允价值

计量》第十八条“企业以公允价值计量相关资产或负债，应当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。企业使用估值技术的目的，是为了估计在计量日当前市场条件下，市场参与者在有序交易中出售一项资产或者转移一项负债的价格”、第十九条“企业在估值技术的应用中，应当优先使用相关可观察输入值，只有在相关可观察输入值无法取得或取得不切实可行的情况下，才可以使用不可观察输入值”、第二十四条“企业应当将公允价值计量所使用的输入值划分为三个层次，并首先使用第一层次输入值，其次使用第二层次输入值，最后使用第三层次输入值”、第二十五条规定“第一层次输入值为公允价值提供了最可靠的证据。在所有情况下，企业只要能够获得相同资产或负债在活跃市场上的报价，就应当将该报价不加调整地应用于该资产或负债的公允价值计量”。

报告期内，公司对于资产负债表日未交割的衍生工具合约按照期末金融机构远期汇率报价确认公允价值，金融机构远期汇率报价是活跃市场上的公开报价，属于第一层次的可观察输入值，发行人按期末金融机构远期汇率报价作为公允价值符合《企业会计准则》的要求。

（3）金融资产和负债类别的划分是否符合《企业会计准则》的规定

发行人根据《企业会计准则第 22 号——金融工具确认和计量》的规定，判断衍生工具业务形成的金融资产和负债：

依据《企业会计准则第 22 号——金融工具确认和计量》第三条“衍生工具是指本准则涉及的、具有下列特征的金融工具或其他合同：（一）其价值随特定利率、金融工具价格、商品价格、汇率、价格指数、费率指数、信用等级、信用指数或其他类似变量的变动而变动，变量为非金融变量的，该变量与合同的任何一方不存在特定关系；（二）不要求初始净投资，或与对市场情况变化有类似反应的其他类型合同相比，要求很少的初始净投资；（三）在未来某一日期结算。衍生工具包括远期合同、期货合同、互换和期权，以及具有远期合同、期货合同、互换和期权中一种或一种以上特征的工具”、第九条“金融资产或金融负债满足下列条件之一的，应当划分为交易性金融资产或金融负债：（一）取得该金融资产或承担该金融负债的目的，主要是为了近期内出售或回购。（二）属于进行集

中管理的可辨认金融工具组合的一部分，且有客观证据表明企业近期采用短期获利方式对该组合进行管理。（三）属于衍生工具”以及《企业会计准则第 24 号——套期保值》第十七条“公允价值套期、现金流量套期或境外经营净投资套期同时满足下列条件的，才能运用本准则规定的套期会计方法进行处理：（一）在套期开始时，企业对套期关系（即套期工具和被套期项目之间的关系）有正式指定，并准备了关于套期关系、风险管理目标和套期策略的正式书面文件。该文件至少载明了套期工具、被套期项目、被套期风险的性质以及套期有效性评价方法等内容。套期必须与具体可辨认并被指定的风险有关，且最终影响企业的损益。（二）该套期预期高度有效，且符合企业最初为该套期关系所确定的风险管理策略。（三）对预期交易的现金流量套期，预期交易应当很可能发生，且必须使企业面临最终将影响损益的现金流量变动风险。（四）套期有效性能够可靠地计量。（五）企业应当持续地对套期有效性进行评价，并确保该套期在套期关系被指定的会计期间内高度有效”的上述规定，发行人在开展衍生工具业务时，并未指定套期关系，也没有明确的套期策略。

因此，报告期内，发行人持有的衍生工具合约未能完全满足采用套期会计方法的条件，未运用套期会计的处理方法，发行人将衍生工具确认为衍生金融资产或负债，并按公允价值进行计量，公允价值的变动计入当期损益。

（4）举例说明对应的会计处理过程、公允价值的确定过程

报告期内对于每种衍生工具随机选取与银行签订的其中一笔合约进行举例说明对应的会计处理过程。

①所选取的每种衍生工具的一笔合约的交易确认书等基本参数如下所示：

单位：万元

业务品种	业务编号	交易日	买入币种	买入金额	约定汇率	卖出币种	卖出金额	期限	交割日	期末金融机构远期汇率报价	衍生金融资产	衍生金融负债	定盘汇率
远期结售汇	B18050805201210133	2018-5-8	CNY	644.45	6.4445	USD	100.00	固定	2019-1-28	6.8483	-	40.38	6.8482
货币掉期	B1804240520121014802	2018-4-24	USD	50.00	6.3367	CNY	316.84	近端	2018-7-24	-	-	-	6.6157
		2018-7-24	CNY	317.19	6.3437	USD	50.00	远端	2019-1-24	6.8483	-	25.23	6.8482
货币互换	B18032705201520030	2018-3-27	CNY	625.00	6.2500	USD	100.00	近端	2018-3-27	-	-	-	6.3352
		2019-3-29	USD	100.00	6.2500	CNY	625.00	远端	2019-3-29	6.8825	63.25	-	6.6957

单位：万元

业务品种	业务编号	交易日	货币对	名义本金 USD	执行价格	到期日	期权费	期末金融机构远期汇率报价	衍生金融资产	衍生金融负债	定盘汇率
买入美元看跌人民币看涨期权	B18082305201400024	2018-8-23	USD/CNY	200.00	6.8600	2019-1-28	支付 CNY19.62	6.8632	-	-	6.7358
卖出美元看涨人民币看跌期权	B18030805201400043	2018-3-8	USD/CNY	230.00	6.5500	2019-2-11	收取 CNY0.01	6.8632	-	72.04	6.7776

单位：万元

业务品种	业务编号	交易申请日	名义本金 USD	执行价格	到期日	支付利息	估值损益	衍生金融 资产	衍生金融 负债
利率掉期	17238009	2019-5-17	1,100.00	支付固定利率：4.708%，收取 浮动利率：LPR+38.8bp	2020-4-30	0.78	-0.61	-	0.61

②所选取的每种衍生工具的一笔合约的会计处理过程举例说明如下所示：

单位：万元

项目	初始确认	后续计量	终止确认
远期结售汇	2018-5-8： 远期结售汇合约公允价值为零，不进行账务处理。	2018-12-31： 借：公允价值变动损益 40.38 贷：衍生金融负债 40.38	2019-1-28： 借：银行存款—人民币 644.45 贷：投资收益 -40.37 银行存款—美元 684.82 借：衍生金融负债 40.38 贷：投资收益 40.38 借：投资收益 40.38 贷：公允价值变动损益 40.38
货币掉期	1、2018-4-24： 外汇掉期合约公允价值为零，不进行账务处理。 2、2018-7-24： 借：银行存款—美元 330.79 财务费用—汇兑损益 -13.95 贷：银行存款—人民币 316.84	2018-12-31： 借：公允价值变动损益 25.23 贷：衍生金融负债 25.23	1、2019-1-24： 借：银行存款—人民币 317.19 财务费用—汇兑损益 25.22 贷：银行存款—美元 342.41 2、2019-1-24： 借：衍生金融负债 25.23 贷：公允价值变动损益 25.23
货币互换	1、2018-3-27： 货币互换合约公允价值为零，不进行账务处理。 2、2018-3-27： 借：银行存款—人民币 625.00	2018-12-31： 借：衍生金融资产 63.25 贷：公允价值变动损益 63.25	1、2019-3-29： 借：银行存款—美元 669.57 财务费用—汇兑损益 -44.57 贷：银行存款—人民币 625.00 2、2019-3-29：

	财务费用—汇兑损益 8.52 贷：银行存款—美元 633.52		借：公允价值变动损益 63.25 贷：衍生金融资产 63.25
买入美元看跌人民币看涨期权	2018-8-23： 借：衍生金融资产 19.62 贷：银行存款—人民币 19.62	2018-12-31： 借：公允价值变动损益 19.62 贷：衍生金融资产 19.62	2019-1-28： 借：银行存款—人民币 24.84 贷：投资收益 24.84 借：投资收益 19.62 贷：公允价值变动损益 19.62
卖出美元看涨人民币看跌期权	2018-3-8： 借：银行存款—人民币 0.01 贷：衍生金融负债 0.01	2018-12-31： 借：公允价值变动损益 72.03 贷：衍生金融负债 72.03	2019-2-11： 借：投资收益 52.35 贷：银行存款—人民币 52.35 借：衍生金融负债 72.04 贷：投资收益 72.04 借：投资收益 72.03 贷：公允价值变动损益 72.03
利率掉期	2019-5-17： 利率掉期合约公允价值为零，不进行账务处理。	2019-5-31 至 2020-4-30： 借：投资收益 0.78 贷：银行存款—人民币 0.78 2019-12-31： 借：公允价值变动损益 0.61 贷：衍生金融负债 0.61	2020-4-30： 借：衍生金融负债 0.61 贷：投资收益 0.61 借：投资收益 0.61 贷：公允价值变动损益 0.61

综上所述，公司衍生工具对应的会计处理过程、公允价值的确定过程系基于公司与对手方的合同约定、按照《企业会计准则》的规定，具有合理性；金融资产和负债类别的划分符合《企业会计准则》的规定。

(二) 披露前述金融衍生工具的交易对手方、衍生工具的风险对冲机制、与美元汇率变动的联动关系、金融衍生工具的价值计算模式、清算模式、平仓条款、手续费或佣金支付情况以及发行人面临的风险敞口、风控措施、止损安排等，并测算极端不利情形下汇率波动对发行人生产经营的影响；说明发行人是否存在金融衍生工具产生的亏损金额超过本金范围的情形，并作出充分的风险提示

1、披露前述金融衍生工具的交易对手方、衍生工具的风险对冲机制、与美元汇率变动的联动关系、金融衍生工具的价值计算模式、清算模式、平仓条款、手续费或佣金支付情况以及发行人面临的风险敞口、风控措施、止损安排等，并测算极端不利情形下汇率波动对发行人生产经营的影响

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“十一、资产质量分析”之“（一）流动资产结构及变动情况”之“3、衍生金融资产和衍生金融负债”部分补充、修改披露如下：

报告期内发行人以出口销售为主，且多数交易以美元结算，发行人日常采取买卖外汇衍生品的方法部分对冲部分风险。主要交易品种包括远期结汇、货币掉期、期权等及其组合产品，以期在汇率发生对主营业务不利变化时以期获得一定补偿。

(1) 金融衍生工具的交易对手方

发行人自 2018 年 2 月开展衍生工具业务。发行人全部金融衍生工具的交易对手方均为金融机构，主要包括宁波银行、中国银行、浦发银行。发行人与金融机构签订远期外汇合约，品种包括远期结售汇、货币掉期、货币互换、外汇期权、利率掉期。远期外汇合约的交易对手方具体情况列示如下：

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
远期结售汇	宁波银行	宁波银行	宁波银行、中国银行
货币掉期	宁波银行	宁波银行	宁波银行
货币互换	无交易	宁波银行	宁波银行
外汇期权	宁波银行	宁波银行、浦发银行	宁波银行、浦发银行、中国银行
利率掉期	中国银行	中国银行	无交易

(2) 衍生工具的风险对冲机制

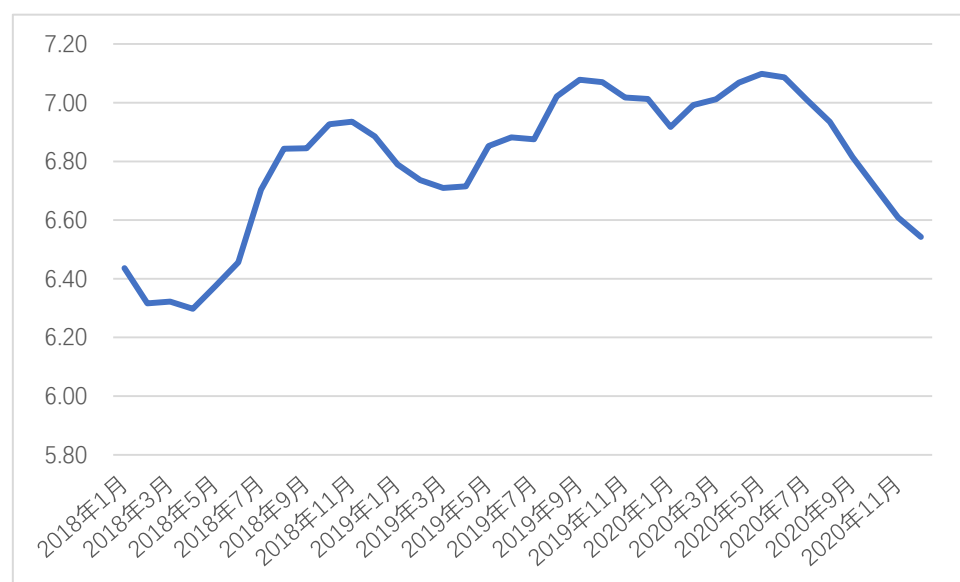
公司在出口销售业务中主要以美元进行结算，当美元汇率出现较大波动时，汇兑损益对公司的经营业绩影响较大。公司开展远期外汇交易业务，其目的是降低汇率波动对当期产品销售合同定价在未来结汇时的汇率风险，通过锁定部分外币收款的汇率，以期对冲外币收款的汇率波动风险。

公司于 2018 年 2 月开始陆续与银行签订远期外汇合约，约定当美元汇率下跌时公司获利，美元汇率上涨时公司损失。具体的风险对冲操作及机制是根据销售回款预测进行现金流的安排，即逐月根据最新的销售预测滚动开展交易，卖出远期美元锁定未来美元结汇得到的人民币金额，为了避免该损失随着美元继续贬值而继续扩大，公司采取期权保护方案，即买入美元看跌人民币看涨期权形成托底保护，同时卖出美元看涨人民币看跌期权锁定美元贬值收益。

(3) 与美元汇率变动的联动关系

公司与外汇相关的金融衍生品交易的盈亏与汇率波动相关，2018 年至 2020 年各月美元对人民币的汇率变动情况如图：

2018 年—2020 年末美元对人民币汇率中间价（USD/RMB）



数据来源：中国外汇交易中心网站

如上图所示，美元对人民币汇率走势在 2018 年年初短暂下行之之后一路走高，使得公司在 2018 年年初短暂获利之后一直处于损失状态，2019 年年初汇率有小幅

下降，但仍远高于 2018 年年初签订的合约执行价，之后汇率又持续走高，导致 2019 年产生大额交割损失。期间公司多次调整交易规模，直至 2018 年 11 月汇率已经涨至 6.9351 的高位时，公司管理层结合多方信息判断后期还是上涨趋势，于是 2019 年 10 月份之前在交割现有交易后未签订新的远期外汇合约，直至 2019 年 10 月中旬及 12 月初在预测 2020 年初汇率会有短暂下降趋势后，调整了合约执行价格签订了少量的远期结售汇同时买入美元看跌人民币看涨期权。

（4）金融衍生工具的价值计算模式

报告期各期末公司按照公允价值计量衍生工具合约，各衍生工具的具体价值计算模式如下：

项目	价值计算模式
远期结售汇	期末公允价值=（期末未交割的远期结汇约定汇率－期末金融机构远期汇率报价）×名义本金 根据上述计算结果：如为正数则确认为衍生金融资产；如为负数则确认为衍生金融负债。
货币掉期	期末公允价值=（合约约定的远期交割汇率－期末金融机构远期汇率报价）×名义本金 根据上述计算结果：如为正数则确认为衍生金融资产；如为负数则确认为衍生金融负债。
货币互换	期末公允价值=（合约约定的互换对应汇率－期末金融机构远期汇率报价）×名义本金 根据上述计算结果：如为正数则确认为衍生金融资产；如为负数则确认为衍生金融负债。
外汇期权	期末公允价值=（合约约定的执行价格－期末金融机构远期汇率报价）×名义本金 根据上述计算结果调整衍生金融资产或负债的账面价值。
利率掉期	期末公允价值根据中国银行代客资金业务估值通知书的估值结果：如为正数则确认为衍生金融资产；如为负数则确认为衍生金融负债。

（5）清算模式

报告期内，发行人签订的各种金融衍生工具合约的交割与清算模式如下：

项目	清算模式
远期结售汇	在申请日双方约定在将来的某个时间，按约定的结汇或售汇的币种、金额、汇率进行交割。
货币掉期	在申请日交易双方同时约定两笔金额一致、交易方向相反、交割日期不同的人民币对同一外币的买卖交易，并在两笔交易的交割日按照掉期合约订明的币种、金额、汇率办理结汇或售汇。

货币互换	在申请日交易双方同时约定两笔金额相同、期限相同、计算利率方法相同，但货币不同的债务资金之间的调换，同时也可进行不同利息额的货币调换。
外汇期权	外汇看涨期权：在申请日交易双方约定期权买方有权在到期日以执行价格从期权卖方买入约定数量的外汇。 外汇看跌期权：在申请日交易双方约定期权买方有权在到期日以执行价格向期权卖方卖出约定数量的外汇。
利率掉期	交易双方约定在未来一定期限内，根据约定数量的同种货币的名义本金交换利息额。

（6）平仓条款

报告期内，发行人与银行签订的远期外汇合约的平仓条款具体约定如下：

①在交割日，公司按照法律、法规、中国人民银行及国家外汇管理局的规定，根据银行需要，向银行分别提供办理金融市场业务所需的有效凭证或商业单据，完成资金交割。公司办理金融市场业务所需的资金，由银行通过公司在银行开设的账户或按照双方约定的方式，与公司进行清算。公司保证在交割日支付所需的全部人民币或外币资金。

②公司在人民币外汇交易、外汇买卖交易交割日不能提供有效凭证或因贸易的复杂性等原因无法按时交割的，可向银行申请人民币掉期交易、掉期外汇买卖进行交割日等相应调整，但申请必须在交割日到期日当日下午3点之前提交（其他币种的特殊规定参照外汇市场惯例）。人民币外汇交易配套掉期交易（外汇买卖配套掉期交易）期限不得超过半年或原交易期限两者中期限较长者，并且人民币外汇交易配套掉期交易（外汇买卖配套掉期交易）申请须经银行审核同意，同时公司还应根据银行要求对保证金或交易担保进行追加或其他相应调整。银行有权不予办理人民币外汇交易配套掉期交易（外汇买卖配套掉期交易）。

③公司因故不能按期交割的，可以向银行提出平盘申请，且须在原交易交割日（择期交易的为交割期限到期日）的下午3点之前提交平盘申请书（其他币种的特殊规定参照外汇市场惯例），并且应承担因申请平盘而产生的风险及给银行带来的损失。

④公司对期权组合的任何操作（包括但不限于签约、反向平仓）必须针对整个期权组合，不能选择期权组合中的单一期权交易进行。

（7）手续费或佣金支付情况

报告期内发行人与银行签订的各类金融衍生工具合约，按照《交易确认书》的约定，除了买入美元看跌人民币看涨期权支付期权费、卖出美元看涨人民币看跌期权收取期权费外，其他品种的金融衍生工具合约在签订时无需支付手续费或佣金。

(8) 发行人面临的风险敞口

报告期内发行人与银行签订的各类金融衍生工具合约的风险敞口及极端不利情形下汇率波动对发行人生产经营的影响测算如下列浮动盈亏情景分析所示：

①远期结售汇

交易方向	发行人浮动盈亏	发行人最大盈利	发行人最大盈利条件	发行人最大亏损	发行人最大亏损条件
发行人卖出外币	$(\text{约定汇率} - \text{市场汇率}) * \text{名义本金}$	约定汇率 * 名义本金	市场汇率为零	亏损无限大	市场汇率远远高于约定汇率

②货币掉期

期限	交易方向	发行人浮动盈亏	发行人最大盈利	发行人最大盈利条件	发行人最大亏损	发行人最大亏损条件
近端	发行人买入外币	$(\text{市场汇率} - \text{约定汇率}) * \text{名义本金}$	盈利无限大	市场汇率远远高于约定汇率	约定汇率 * 名义本金	市场汇率为零
远端	发行人卖出外币	$(\text{约定汇率} - \text{市场汇率}) * \text{名义本金}$	约定汇率 * 名义本金	市场汇率为零	亏损无限大	市场汇率远远高于约定汇率

③货币互换

期限	交易方向	发行人浮动盈亏	发行人最大盈利	发行人最大盈利条件	发行人最大亏损	发行人最大亏损条件
近端	发行人卖出外币	$(\text{约定汇率} - \text{市场汇率}) * \text{名义本金}$	约定汇率 * 名义本金	市场汇率为零	亏损无限大	市场汇率远远高于约定汇率
远端	发行人买入外币	$(\text{市场汇率} - \text{约定汇率}) * \text{名义本金}$	盈利无限大	市场汇率远远高于约定汇率	约定汇率 * 名义本金	市场汇率为零

④外汇期权

交易方向	发行人浮动盈亏	发行人最大盈利	发行人最大盈利条件	发行人最大亏损	发行人最大亏损条件
------	---------	---------	-----------	---------	-----------

买入美元看跌人民币看涨期权	(执行价格-市场汇率)*名义本金	执行价格*名义本金-期权费	市场汇率为零	期权费	市场汇率远高于执行价格
卖出美元看涨人民币看跌期权	(市场汇率-执行价格)*名义本金	期权费	市场汇率远低于执行价格	亏损无限大	市场汇率远高于执行价格

⑤利率掉期

发行人收入=当期名义本金*浮动利率*时间 (act/360)

发行人支付=当期名义本金*固定利率*时间 (act/360)

现金流净收入条件	现金流最大净收入	现金流最大净收入条件	现金流净支付条件	现金流最大净支付	现金流最大净支付条件
浮动利率大于固定利率	无限大	当期浮动利率无限大	浮动利率小于固定利率	当期名义本金*固定利率*时间 (act/360)	当期浮动利率为零

由于受到经济条件各方面的限制，美元市场汇率不会无限大，有一个上涨的现实区间，因此发行人的交割亏损不会无限大，已交割的实际亏损仍在发行人可接受的范围内。

(9) 发行人的风控措施

①公司已建立严格有效的金融衍生品业务风险管理机制，利用事前、事中及事后的风险控制措施，预防、发现和化解信用风险、市场风险、操作风险和法律风险；事前风险控制措施包括但不限于在和金融机构签订合约前，除买权业务外，明确指定平仓价格警戒点，触及平仓价格时，由指定人员进行平仓操作；

②在金融衍生品业务操作过程中，公司财务部根据与金融机构签署的合约条款，及时与金融机构进行结算。

③当公司金融衍生品业务出现重大风险或可能出现重大风险时，财务部及时向财务总监提交分析报告和解决方案，并上报董事长。

④财务总监与相关人员商讨应对措施，做出决策。

(10) 发行人的止损安排

报告期内，发行人在和银行签订远期外汇合约时，除买入美元看跌人民币看

涨期权业务外，均明确指定平仓价格警戒点，在触及平仓价格时，由银行指定人员进行平仓操作。

2、说明发行人是否存在金融衍生工具产生的亏损金额超过本金范围的情形，并作出充分的风险提示

报告期内发行人与银行签订的各类金融衍生工具合约，按照《交易确认书》的约定，除了买入美元看跌人民币看涨期权在期权费划转日支付期权费形成本金外，其他品种的金融衍生工具合约在签订时无需支付对价，本金为零。

发行人买入美元看跌人民币看涨期权，当市场汇率远远高于执行价格时发行人选择不行权，则亏损期权费，亏损金额等于本金，除此之外，发行人签订其他品种的衍生工具合约，当满足发行人最大亏损条件和现金流最大净支付条件时其他各类金融衍生工具产生的亏损金额均将超过本金。发行人远期外汇业务形成投资亏损的主要原因为美元对人民币汇率的波动所致，与发行人披露的情况相符。市场汇率可能远远高于约定汇率或执行价格，由此导致在实际交割时，发行人可能出现理论亏损无限大，但由于经济条件各方面的限制，美元市场汇率存在上涨的现实区间，因此发行人的实际交割亏损仍在可控范围内。

发行人已在招股说明书“第四节 风险因素”之“四、财务风险”之“（五）交易金融衍生品的风险”补充披露如下：

（五）交易金融衍生品的风险

报告期内发行人以出口销售为主，且多数交易以美元结算，发行人报告期内采取买卖外汇衍生的方法部分对冲风险，主要交易品种包括远期结汇、货币掉期、期权等及其组合产品。发行人付出一定成本，在汇率发生对主营业务不利变化时以期获得一定补偿。

报告期内发行人交割衍生金融工具产生的投资收益分别为-561.25 万元、-907.60 万元和-19.31 万元，公允价值变动收益分别为-1,058.89 万元、1,058.18 万元和 0.71 万元。

2018 年至 2019 年，交易金融衍生品形成的损益对发行人影响较大。鉴于外销占比较高及外汇衍生品的必要性，以及相关衍生品的风险性，发行人制订了《金

融衍生品业务管理制度》对相关权限、程序、操作及总额进行了规范和管理, 2018年以后交易规模和损益得到了有效控制, 截至 2020 年 12 月 31 日, 发行人尚未交割的金融衍生品余额为零。由于金融衍生品具有理论损失大、且部分品种存在理论损失超过本金的特点, 如果未来发行人无法继续有效管控汇率波动风险及相关衍生品交易的风险, 将对发行人经营业绩构成较大风险。

二、申报会计师核查情况

(一) 核查程序

申报会计师履行的主要核查程序包括:

(1) 了解与衍生金融工具交易相关的关键内部控制, 并测试相关内部控制运行的有效性;

(2) 分析了解关键内部控制对于防止或减少衍生金融工具交易风险的作用;

(3) 向管理层询问签订远期外汇合约的目的、背景及规模;

(4) 获取报告期内远期外汇合约的交易清单, 查阅金融市场业务主协议、交易确认书、估值通知书、交割凭证、资金流水;

(5) 检查管理层收到的与衍生品交易活动相关的文件和报告等其他信息;

(6) 判断相关会计处理是否符合会计准则的规定, 查看发行人对远期外汇合约公允价值确定的依据及过程, 了解对衍生金融资产、衍生金融负债、投资收益和公允价值变动损益计算的过程;

(7) 分析交易损益与汇率走势的关系的合理性。

(二) 核查意见

经核查, 申报会计师认为:

(1) 发行人关于衍生金融工具初始确认、后续计量和终止确认的会计处理过程符合《企业会计准则》的规定, 公允价值的确定合理、依据充分, 金融资产和负债类别的划分符合《企业会计准则》的规定;

(2) 报告期内发行人金融衍生工具的交易对手均为银行等大型金融机构；发行人交易金融衍生工具系部分对冲外销业务中外币收款风险的措施，具体机制为根据汇率预判和外币收款计划适度匹配，达到部分抵消外币资产贬值风险的目的；虽然外币汇率受到经济条件等各方面因素的制约实际波动不大，但极端不利情形下汇率波动可能无限大，因此发行人可能承受的理论最大损失也为无限大、存在亏损金额超过本金范围的可能；发行人已建立了金融衍生品业务相关管理制度和内部控制措施，2018 年以后相关风险得到了有效控制；发行人已对相关风险作出充分的风险提示。

问题 11：关于行业政策

(1) 申报材料显示，发行人目前产品结构中以塑料制品和海外出口为主，塑料制品中包含塑料吸管，发行人同时生产纸质吸管，且纸质吸管产品部分替代塑料产品的趋势逐渐形成。

(2) 2020 年国家发改委、生态环境部联合发布《关于进一步加强塑料污染治理的意见》（发改环资〔2020〕80 号），除禁止使用超薄塑料袋、农用地膜、一次性发泡塑料餐具等外，与发行人相关的还包括到 2020 年底，全国范围餐饮行业禁止使用不可降解一次性塑料吸管；地级以上城市建成区、景区景点的餐饮堂食服务，禁止使用不可降解一次性塑料餐具，此外，海外多国也颁布了限制塑料制品的行业政策。

(3) 发行人称从产品种类看，发行人在国内市场中的主要产品为应用于外卖的一次性餐饮具及家居用品，与国家限塑政策中主要限制的堂食中的不可降解一次性塑料餐具重合范围较小。且其不是材料生产商，而是产品加工商，发行人可随市场需要及时调整原材料种类，并根据政策和行业的变化运用不同原材料生产同类产品。经过较长时间的准备，发行人已积累了全降解制品生产技术及工艺过程控制经验，并形成全降解制品收入。

请发行人：

(1) 逐项对照目前所生产的塑料产品与国内限塑政策分期禁止使用和淘汰产品的重叠情况，披露重叠产品的销量、金额和占比，尤其是发行人塑料吸管等

不可降解的一次性塑料产品的产能、产量、销量、国内销售金额和占比；量化分析发行人未来国内业务拓展受限塑政策的影响程度，披露发行人已采取的应对措施及其有效性；

（2）简明扼要地披露主要海外客户所在地出台的与发行人产品相关的具体限制政策和产品准入政策，包括但不限于相关政策的发布主体和法律效力、限制或禁止使用产品名录、进口准入条件、政策实施时间等；逐项对照目前发行人出口销售的塑料产品与国外主要客户所在地区限塑政策禁止使用产品的重叠情况，披露重叠产品的产能、产量、销量、销售金额和占比，并量化分析对发行人塑料产品境外销售收入、客户合作稳定性和持续性产生的影响，披露发行人已采取的应对措施及其有效性，并充分进行风险提示；

（3）结合目前传统塑料制品与全降解制品的产能、人员、资产、技术投入情况，说明并披露若将传统塑料制品生产线更新改造为全降解制品生产线，发行人对应生产设备的通用性与兼容性、技术改造的门槛与难度、生产人员技能更新及培训情况、更新改造的时间周期和改造成本情况，是否存在主要产能无法有效转移、面临淘汰的风险，相关固定资产是否存在减值风险；结合发行人截至目前的全降解制品的生产技术积累、生产成本改善和产能情况，说明并披露发行人能否有效应对限塑政策的冲击。

请保荐人、发行人律师和申报会计师发表明确意见。

回复：

一、发行人说明及补充披露

（一）逐项对照目前所生产的塑料产品与国内限塑政策分期禁止使用和淘汰产品的重叠情况，披露重叠产品的销量、金额和占比，尤其是发行人塑料吸管等不可降解的一次性塑料产品的产能、产量、销量、国内销售金额和占比；量化分析发行人未来国内业务拓展受限塑政策的影响程度，披露发行人已采取的应对措施及其有效性；

1、发行人目前所生产的塑料产品与国内限塑政策分期禁止使用和淘汰产品的重叠情况及发行人未来国内业务拓展受限塑政策的影响程度

国家发展改革委及生态环境部于 2020 年 1 月发布的《关于进一步加强塑料污染治理的意见》中指出：

“（四）禁止生产、销售的塑料制品。禁止生产和销售厚度小于 0.025 毫米的超薄塑料购物袋、厚度小于 0.01 毫米的聚乙烯农用地膜。禁止以医疗废物为原料制造塑料制品。全面禁止废塑料进口。到 2020 年底，禁止生产和销售一次性发泡塑料餐具、一次性塑料棉签；禁止生产含塑料微珠的日化产品。到 2022 年底，禁止销售含塑料微珠的日化产品。

（五）禁止、限制使用的塑料制品。**1.不可降解塑料袋**。到 2020 年底，直辖市、省会城市、计划单列市城市建成区的商场、超市、药店、书店等场所以及餐饮打包外卖服务和各类展会活动，禁止使用不可降解塑料袋，集贸市场规范和限制使用不可降解塑料袋；到 2022 年底，实施范围扩大至全部地级以上城市建成区和沿海地区县城建成区。到 2025 年底，上述区域的集贸市场禁止使用不可降解塑料袋。鼓励有条件的地方，在城乡结合部、乡镇和农村地区集市等场所停止使用不可降解塑料袋。**2.一次性塑料餐具**。到 2020 年底，全国范围餐饮行业禁止使用不可降解一次性塑料吸管；地级以上城市建成区、景区景点的餐饮堂食服务，禁止使用不可降解一次性塑料餐具。到 2022 年底，县城建成区、景区景点餐饮堂食服务，禁止使用不可降解一次性塑料餐具。到 2025 年，地级以上城市餐饮外卖领域不可降解一次性塑料餐具消耗强度下降 30%。**3.宾馆、酒店一次性塑料用品**。到 2022 年底，全国范围星级宾馆、酒店等场所不再主动提供一次性塑料用品，可通过设置自助购买机、提供续充型洗洁剂等方式提供相关服务；到 2025 年底，实施范围扩大至所有宾馆、酒店、民宿。**4.快递塑料包装**。到 2022 年底，北京、上海、江苏、浙江、福建、广东等省市的邮政快递网点，先行禁止使用不可降解的塑料包装袋、一次性塑料编织袋等，降低不可降解的塑料胶带使用量。到 2025 年底，全国范围邮政快递网点禁止使用不可降解的塑料包装袋、塑料胶带、一次性塑料编织袋等。”

发行人已在招股说明书“第六节 业务与技术”之“二、发行人所属行业的基本情况 & 竞争状况”之“（二）行业的主要法律、法规与政策”之“2、与发行人生产经营密切相关的法律法规、行业政策对发行人经营发展的影响”补充披露如下：

(1) 国内限塑政策对发行人的影响情况

国内限塑政策涉及发行人现有产品的境内销售金额、占比等情况列示如下：

国内销售产品类别	2020 年销售金额 (万元)	营收 占比	限制情况
一次性塑料 吸管	2,287.26	2.25%	到 2020 年底, 全国范围餐饮行业禁止使用不可降解一次性塑料吸管
一次性塑料 餐具 (不含吸管)	14,755.11	14.55%	到 2020 年底, 地级以上城市建成区、景区景点的餐饮堂食服务, 禁止使用不可降解一次性塑料餐具。到 2022 年底, 县城建成区、景区景点餐饮堂食服务, 禁止使用不可降解一次性塑料餐具。到 2025 年, 地级以上城市餐饮外卖领域不可降解一次性塑料餐具消耗强度下降 30%。

国内限塑政策涉及发行人现有产品的产量、销量、占比情况列示如下：

国内销售产品类别	2020 年销量 (吨)	2020 年产量 (吨)	2020 年产能 (吨)
一次性塑料吸管	1,422.95	3,326.94	6,666.72
一次性塑料餐具 (不含吸管)	8,537.04	51,916.86	63,331.79

注 1：通过注塑工艺生产的产品（部分餐饮具、家居用品）可通过更换模具的方式进行产能间的相互转化，因此塑料餐具（不含吸管）产能=塑料制品总产能-塑料吸管产能；

注 2：发行人销往国内和国外的产品并无本质区别，因此产能与产量系国内外合并计算。

从政策涉及的产品与时间来看，目前国内限塑政策并非简单的“一刀切”，而是对于不同产品设置了不同的限制或禁止时点。尽管目前国内外“限塑”政策陆续出台，但在现有市场格局中，传统塑料制品仍占绝大多数。其原因主要为：限塑是一个渐进的过程，限制一次性塑料餐饮具的使用也不会使一次性餐具行业萎缩甚至灭亡，而是一个原料逐渐从传统塑料变为对环境更加友好的生物降解材料或者纸制品的过程。在目前的一次性餐具市场中，代表发展趋势的生物降解材料与纸制品的占比仍然较低，这说明新兴产品仍处在替代传统产品的初期，其经济性和稳定供应方面仍不及传统产品。而在发行人现有的产品结构中，公司生物全降解材料产品营收占主营业务收入比例高于世界可降解塑料产值占世界塑料产值比例。

从产品去向来看，发行人餐饮具产品主要为大型商超售卖的塑料餐饮具、为连锁餐饮定制化生产的餐饮具。其中大型商超售卖的塑料餐饮具主要使用场景以家庭为主，受我国“限塑”政策影响较小；为连锁餐饮定制化生产的餐饮具目前

部分用于堂食，部分用于外卖，与国家“限塑”政策中部分区域禁止的堂食使用的产品、2025 年地级以上城市外卖领域消耗强度下降 30%目标范围亦存在一定重合。

报告期内，发行人在境内销售的塑料餐饮具金额分别为 3,569.40 万元、7,922.23 万元、17,042.38 万元，凭借多年积累的雄厚竞争力，发行人报告期初开始进入国内塑料餐饮具市场后，市场开拓较为顺利，该类产品销售增速较快。随着国内“禁塑令”稳步推进，预计国内塑料餐饮具市场空间将逐步缩小，但对于作为国内塑料餐饮具新进入者的发行人而言，国内市场仍旧庞大，具备足够广阔的发展空间。凭借已具备国际竞争力的高质量餐饮具产品，发行人在国内塑料餐饮具市场中仍有可能继续形成快速增长。

此外，发行人不是原材料生产商，而是产品加工商。发行人现有的注塑、吸塑等设备，既可以使用传统塑料原材料进行产品生产，亦可以使用生物降解材料进行产品生产。发行人已拥有成熟的生物降解材料改性及制品生产技术，在使用原生产设备、更换原材料进行生产的情形下，无须额外增加大笔资金投入。发行人积极拓展生物降解材料餐具、生物降解膜、袋类产品及家居用品等产品，报告期内相关收入持续增长，随着限塑政策落地、原材料产能增长等因素，相关产品将在国内得到较为广阔的发展空间，并一定程度上中和相关政策对发行人的不利影响。

如禁塑限塑政策进一步趋严，影响客户需求的产品结构，发行人可以及时调整相应原材料进行生产。该等生产特征，使发行人所面临的“禁塑令”导致的产能消化风险得以降低。

综上所述，考虑到：（1）国内外快餐市场均处于快速增长期；（2）随着限塑政策的推进，小微工厂及手工作坊类企业由于缺乏技术工艺积累，难以及时转向，将逐渐被淘汰，行业集中度将得到提高，有利于成熟规范的企业进一步发展；（3）限塑政策的推进，促使发行人进行塑料制品与生物降解材料制品的两手布局，未来政策变化既是风险也是机遇；（4）发行人有能力采用符合市场需求的原材料进行生产销售，以有效降低政策风险；（5）发行人产品结构合理，与政策短期限制产品重合度较低；（6）报告期内发行人内销金额快速增长、且国内

存在有待发行人开拓的巨大空间。

因此，目前的国内限塑相关政策对于发行人未来国内业务拓展整体的影响较小，不会对发行人正常生产经营造成重大不利影响。

2、发行人已采取的应对措施及其有效性

发行人已在招股说明书“第六节 业务与技术”之“二、发行人所属行业的基本情况与竞争状况”之“（二）行业的主要法律、法规与政策”之“2、与发行人生产经营密切相关的法律法规、行业政策对发行人经营发展的影响”部分补充披露如下：

（3）针对限塑政策发行人已采取的应对措施及其有效性

针对相关限塑政策，发行人采取了①开发不可降解一次性塑料吸管的替代产品，如生物降解材料吸管、纸吸管、直饮杯盖等产品；②开发不可降解一次性塑料餐具的替代产品，如生物降解材料餐具等产品；③开发家居用品等非一次性塑料产品，来应对已有产品受到禁塑政策的冲击，并④开发生物降解膜类产品如生物降解塑料袋、生物降解包装袋等，力争打入已经/将要被禁止的不可降解塑料袋、包装袋市场。





注：发行人相关产品图片

发行人已经成功开发生物降解材料吸管、纸吸管、生物降解材料餐具、非一次性塑料家居用品等产品并实现销售，生物降解产品 2017 年，2018 年，2019 年及 2020 年销售额分别为：600.56 万元，2,292.24 万元，3,617.28 万元及 4,671.12 万元，占主营业务比例分别为：0.75%，2.42%，3.55%，**4.60%**；家居用品 2017 年，2018 年，2019 年及 2020 年销售额分别为：667.29 万元，5,276.20 万元，6,745.26 万元及 **6,973.17 万元**，占主营业务比例分别为：0.83%，5.58%，6.62%，**6.87%**。报告期内公司非一次性塑料产品销售的快速增长证明了发行人相关应对措施的有效性。

（二）简明扼要地披露主要海外客户所在地出台的与发行人产品相关的具体限制政策和产品准入政策，包括但不限于相关政策的发布主体和法律效力、限制或禁止使用产品名录、进口准入条件、政策实施时间等；逐项对照目前发行人出口销售的塑料产品与国外主要客户所在地区限塑政策禁止使用产品的重叠情况，披露重叠产品的产能、产量、销量、销售金额和占比，并量化分析对发行人塑料产品境外销售收入、客户合作稳定性和持续性产生的影响，披露发行人已采取的应对措施及其有效性，并充分进行风险提示；

发行人已在招股说明书“第六节 业务与技术”之“二、发行人所属行业的基本情况与竞争状况”之“（二）行业的主要法律、法规与政策”部分补充披露如下：

（2）国外限塑政策对发行人的影响情况

主要海外客户所在地出台的限塑政策主要以限制使用塑料袋为主,少部分涉及发行人一次性塑料餐饮具产品,境外主要区域政策情况列示如下:

国家/地区	涉及种类	时间	法律/法规/政策内容
美国加利福尼亚州	一次性塑料吸管	2019 年	2019 年起州内餐厅停止供应一次性塑料吸管,除非顾客主动索取。
美国西雅图市	一次性塑料吸管、餐具	2018 年	2018 年 7 月起全面禁止餐饮业者提供一次性塑料吸管及塑料餐具。
美国华盛顿特区	一次性塑料吸管	2019 年	2019 年 7 月起禁止使用一次性塑料吸管。
美国俄勒冈州	一次性塑料吸管	2020 年	2020 年起州内餐饮业者禁止提供一次性塑料吸管,除非顾客要求。
美国波特兰市	一次性塑料吸管、餐具	2019 年	2019 年 10 月起所有零售食品和饮料场所禁止提供一次性塑料吸管和餐具,除非顾客要求。
欧盟	一次性塑料吸管、餐具	2021 年	禁止销售和使用 10 种单一用途的塑料物品,包括一次性吸管、搅拌棒、餐盘等
澳大利亚	塑料包装	2018 年	设定 2025 年全国范围实现可循环利用,可重复使用或可降解包装的目标
澳大利亚各州	塑料袋	-	禁止零售商向顾客提供一次性超薄塑料袋
新西兰	塑料袋	2019 年	禁用一次性塑料购物袋
英国	各类塑料制品	2019 年	征收税费,计划在 2042 年前消除所有可避免的塑料垃圾
韩国	塑料袋	2019 年	全面禁止一次性塑料袋的适用
德国	塑料袋	2019 年	禁止超市和商店向顾客出售塑料购物袋

世界各国对一次性塑料制品的禁止和限制所涉种类主要集中在一次性塑料袋、塑料吸管等产品,发行人塑料制品产能、产量、销量情况如下:

国外销售产品类别	2020 年销量(吨)	2020 年产量(吨)	2020 年产能(吨)
一次性塑料餐具(含吸管)	44,029.55	55,243.80	69,998.51

注 1:通过注塑工艺生产的产品(部分餐饮具、家居用品)可通过更换模具的方式进行产能间的相互转化,因此塑料餐具(含吸管)产能与塑料制品总产能相同

注 2:发行人销往国内和国外的产品并无本质区别,因此产能与产量系国内外合并计算

报告期内,发行人外销占比分别 92.89%、89.15%、80.20%,销售目的地主要为北美洲、欧洲和大洋洲。

①报告期内,北美洲销售收入分别为 65,086.13 万元、66,234.85 万元、

58,731.83 万元，占主营业务收入比例分别为 68.83%、65.03%、57.90%。除已禁止或限制使用的塑料袋外，目前美国暂无涉及发行人主要产品的全国性限塑政策，且近年来美国退出《巴黎协定》、世界卫生组织等国际协定或组织，同时考虑到美国民众有日常较多使用一次性塑料制品的生活习惯，预计短期内美国政府制定并执行新的强力限塑政策可能性较低。

②报告期内，欧洲销售收入分别为 9,243.97 万元、10,421.62 万元、11,864.24 万元，占主营业务收入比例分别为 9.78%、10.23%、11.70%。2021 年 1 月 1 日起，欧盟区禁止或限用吸管、刀叉勺等十种一次性塑料制品。其中，吸管、刀叉勺等一次性塑料餐具属于发行人生产的产品，销往欧洲的该部分产品于 2021 年将受到影响。

报告期内，发行人销往欧洲的塑料餐饮具占销往欧洲收入比例分别为 70.39%、55.61%、56.98%，销往欧洲的塑料餐饮具占比有所降低，但绝对金额基本稳定，因家居用品及生物降解材料制品的占比提高，销往欧洲的收入规模稳定且略有增长。根据发行人与部分客户的沟通，客户将根据欧盟 2021 年政策执行情况考虑采购发行人生物降解材料制品作为替代。因此，预计 2021 年欧洲区域禁塑政策的执行，将对发行人销往该地区的塑料餐饮具造成一定影响，但将利好发行人生物降解材料产品的销售。

③报告期内，大洋洲销售收入占主营业务收入比例分别为 11.78%、11.68%、8.65%。澳大利亚及新西兰目前禁止使用的塑料产品为塑料袋，不属于发行人所生产的产品。

由于欧盟相关政策限制较为严格，对于不可降解塑料餐具在欧盟的销售，自 2021 年起，该部分收入将受到较大影响。但发行人已具备生物降解材料产品的规模生产能力，当欧盟执行该等政策起，发行人可实现立即向欧盟区老客户供应生物降解材料制品。

综上所述，相关海外限塑政策对于发行人整体的影响较小，不会对发行人正常生产经营造成重大不利影响。

发行人已在招股说明书“第四节 风险因素”之“二、经营风险”之“（五）

行业政策变化风险”部分补充披露如下：

报告期内，欧洲销售收入分别为 9,243.97 万元、10,421.62 万元、**11,864.24** 万元，占主营业务收入比例分别为 9.78%、10.23%、**11.70%**。2021 年 1 月 1 日起，欧盟区禁止或限用吸管、刀叉勺等十种一次性塑料制品。其中，吸管、刀叉勺等一次性塑料餐具属于发行人生产的产品，销往欧洲的该部分产品于 2021 年将受到影响。

报告期内，发行人销往欧洲的塑料餐饮具占销往欧洲收入比例分别为 70.39%、55.61%、**56.98%**，销往欧洲的塑料餐饮具占比有所降低，但**绝对金额基本稳定**，因家居用品及生物降解材料制品的占比提高，销往欧洲的收入规模稳定且略有增长。根据发行人与部分客户的沟通，客户将根据欧盟 2021 年政策执行情况考虑采购发行人生物降解材料制品作为替代。因此，预计 2021 年欧洲区域禁塑政策的执行，将对发行人销往该地区的塑料餐饮具造成**一定的影响**，但将利好发行人生物降解材料产品的销售。**如限塑政策大范围执行，同时**发行人生物降解材料产品的供应不能及时满足客户需求，将对发行人业绩造成不利影响。

综上所述，目前境内外限塑政策对发行人持续经营能力并未造成重大不利影响，但若未来相关限塑政策的制定与执行力度超过预期、发行人生物降解产品开发与销售不及预期，可能会对发行人业绩造成不利影响。

（三）结合目前传统塑料制品与全降解制品的产能、人员、资产、技术投入情况，说明并披露若将传统塑料制品生产线更新改造为全降解制品生产线，发行人对生产设备的通用性与兼容性、技术改造的门槛与难度、生产人员技能更新及培训情况、更新改造的时间周期和改造成本情况，是否存在主要产能无法有效转移、面临淘汰的风险，相关固定资产是否存在减值风险；结合发行人截至目前的全降解制品的生产技术积累、生产成本改善和产能情况，说明并披露发行人能否有效应对限塑政策的冲击。

1、若将传统塑料制品生产线更新改造为全降解制品生产线的相关情况

截至 **2020 年末**，发行人塑料制品及生物降解材料制品产能、人员及主要生产设备情况列示如下：

项目	2020 年度/2020 年 12 月 31 日		
	产能（吨）	人员	主要生产设备净值（万元）
塑料制品	69,998.51	1,282	13,322.96
生物全降解材料制品	1,364.35	19	1,176.94

发行人已在招股说明书“第六节 业务与技术”之“四、发行人的主要资产情况”之“（一）公司主要固定资产”部分补充披露如下：

5、将传统塑料制品生产线更新改造为全降解制品生产线的相关情况

生物降解制品生产的难点在于如何将原材料改性为具备特定理化性质的，在耐热性、韧性、延展性等方面适合现有产线进行加工塑形的材料。发行人对生物降解材料不同的应用领域，开发了不同的配方对原材料进行改性以适应不同的产品与工艺要求。在进行生物降解材料改性研发时，发行人已充分考虑现有生产设备的加工特性，已逐步掌握多种改性配方，并在报告期内形成了满足生产条件、满足使用需求的多种生物降解产品规模化生产能力。

基于此，发行人将注塑工艺传统塑料制品生产线更新改造为全降解制品生产线时，若生产同类产品，则仅需对模具进行简单的改造，单注塑机费用投入约 0.6 万元，改造周期约 10 天，其它主要设备无需进行改造，生产设备可以兼容。

将吸塑工艺传统塑料制品生产线更新改造为全降解制品生产线时，对于挤出设备需进行大面积改造，费用较高，其改造性价比低于直接购买适用于全降解材料的挤出设备；而对于热成型设备，若生产同类产品，无需进行改造，生产设备可以兼容。

将吸管挤出工艺传统塑料制品生产线更新改造为全降解制品生产线时，若生产同类产品，仅需在料房加装烘料设备，成本约 2.3 万元，加装周期约 1 天，其它主要设备无需进行改造，生产设备可以兼容。

由于传统塑料制品与全降解制品的生产工艺较为接近，操作的技术难度相差不大，因此相关员工培训所需精力、时间及成本较低。

综上所述，若将传统塑料制品生产线全部更新改造为全降解制品生产线，除

吸塑挤出设备外，发行人对应生产设备的通用性与兼容性较高；技术改造的门槛与难度、生产人员技能更新及培训难度较低；更新改造的时间周期和改造成本较少，不存在主要产能无法有效转移、面临淘汰的风险。截至报告期末，发行人塑料制品生产、销售形势良好，且在可预见的未来，限塑是渐进的过程，塑料日用品市场空间仍然巨大，难以出现在短期内大范围禁止销售、使用的情形，发行人现有吸塑挤出设备预期仍可得到充分使用。因此，相关固定资产不存在减值风险。

2、发行人截至目前的全降解制品的生产技术积累、生产成本改善和产能情况与应对限塑政策冲击的能力

发行人已在招股说明书“第六节 业务与技术”之“五、发行人的技术研发情况”之“（九）发行人截至目前的全降解制品的生产技术积累、生产成本改善和产能情况与应对限塑政策冲击的能力”部分补充披露。

1、发行人积累了充足的生物全降解技术

生物降解材料与相关产品行业属于新技术、新产业。自设立起，公司紧跟全球环保趋势，积极响应相关法律法规与行业政策，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，增大生物全降解材料相关的技术研发与生产设备投入，积累了多项生物全降解相关技术。

发行人代表性生物全降解核心技术列示如下：

序号	名称	特点	与传统技术对比情况	保护措施	来源
1	聚乳酸耐热性改良技术	保持 PLA 生物降解特性的同时，解决 PLA 耐热性差问题，保证 PLA 在开水、运输和储存过程中不变形；降低 PLA 生产成本，并保持良好力学性能，从而替代 PP 和 PS 在一次性餐具领域的应用。	目前市场主流 PLA 产品热变形温度一般为 85-95℃，公司高耐热 PLA 产品热变形温度达到 120℃ 并可在微波炉中使用。	耐高温聚乳酸的制备设备	自行研发
2	聚乳酸耐久性改良技术	保持 PLA 生物降解特性的同时，解决 PLA 耐水解性差问题，满足 PLA 在使用过程中微波加热和高温消毒的使用需求，将 PLA 应用领域拓展到耐久性的日用品和餐具领域。	除公司代工产品外，目前市场几乎没有耐久性 PLA 产品。公司 PLA 耐久类餐具产品可经受标准	签订保密协议	自行研发

序号	名称	特点	与传统技术对比情况	保护措施	来源
			洗碗机清洗 200 次以上。		
3	聚乳酸发泡技术	保持 PLA 生物降解特性的同时，解决 PLA 发泡性能差的问题，提升 PLA 发泡率，替代传统 EPS 发泡材料。	目前市场上 PLA 发泡产品较少。	一种耐热聚乳酸连续挤出发泡材料及其制备方法	自行研发
4	聚乳酸韧性和延展性改良技术	保持 PLA 生物降解特性的同时，改善 PLA 的韧性和延展性，使其满足吸管、吹膜生产工艺对原材料的要求。	公司 PLA 材料韧性和延展性更好。改良后 PLA 材料的弯曲模量由 3,400MPa 提高至 4,000MPa 以上，断料生长率由 3%提升到 6%。	聚(对苯二甲酸丁二醇-co-己二酸丁二醇)/淀粉基全生物降解复合材料及其制备方法	自行研发
5	PLA 吸塑生产工艺	由于 PLA 在回料造粒之后分子量会大量降低，公司结合多年生产经验与现有片材机、成型机的生产条件，自主研发 PLA 吸塑生产工艺，通过直接回收 PLA 片料以避免 PLA 分子量的大量降低。	经国际知名 PLA 供应商 Natureworks 测试，公司 PLA 材料在加工中分子量损耗在 2% 左右，大幅低于其他厂商在 Natureworks 处的测试数据。较小的分子量损耗可有效保证产品在加工过程中的质量。	一种高透明低成本聚乳酸复合材料及其制备方法	自行研发
6	PLA 注塑生产工艺	根据 PLA 特性及注塑产品使用功能、外观需求，结合注塑机、模具的生产条件，公司自主研发 PLA 注塑生产工艺，通过模内加温结晶的方法提高产品光亮度、硬度各方面性能。	公司采用特殊的结晶工艺和多种结晶手段确保各类产品满足性能要求，生产工艺复杂度较高。采用本工艺，结晶能耗比原工艺降低 30%，所需员工减少 70%。	一种聚乳酸/植物多糖环保型复合材料及其制备方法	自行研发
7	PLA 吸管生产工艺	根据 PLA 特性及吸管使用功能、外观需求，结合挤出机、包装机的生产条件，公司自主研发	目前市面上普通 PLA 产品保质期约为 9-12 个月，	签订保密协议	自行研发

序号	名称	特点	与传统技术对比情况	保护措施	来源
		PLA 吸管生产工艺，通过设定原材料处理标准，产品水分去除等方法确保产品性能，提高产品合格率，降低生产成本。	而公司 PLA 吸管产品对外承诺保质期约 12-18 个月，且公司可以生产直管、弯管、异型管。		
8	全自动改性造粒（生物基全降解材料）生产线	该生产线由自动吨包上料站，除湿干燥系统，计量系统，高低混合系统，挤出造粒系统，结晶系统，除尘（烟）系统和包装系统组成。采用 PLC 及 SCADA 软件对生产线进行监控，对整个生产过程进行动态管理，实现车间的无尘化和无人化。	该生产线做到了全流程、全工艺链的自动数据采集与监控。与公司原本工艺相比，单生产线所需人工节省 80%，良品率由 95%提升到 99%。	签订保密协议	自行研发

2、发行人具有突出的生产自动化技术，有助于成本改善

发行人逐年加大生产自动化相关的技术与设备投入，持续推进信息化和工业化深度融合，大力落实“中国制造 2025”，推动智能制造，引入多关节工业机器人、多件套自动包装机、实时监控系統、中央供料系統、伺服控制系统等自动化、数字化、智能化配套设备、系统，对新建车间及现有车间进行升级与改造，实现了制造过程中的生产自动化、关键节点中的监控数字化与管理中的决策智能化，在提高生产效率的同时减少一线生产人员数量，优化公司人员结构，降低了生产成本。

发行人代表性生产自动化核心技术列示如下：

序号	名称	特点	与传统技术对比情况	保护措施	来源
1	注塑产品的叠层模技术	根据所使用的原材料及注塑机特点，公司设计开发了叠层模具，增大了单次注塑的最大产能，有效的提升了注塑机的生产效率，降低了员工搬运次数，节省了设备能耗。	与传统的单层模具相比，公司叠层模具单次注塑最大产能增加近一倍。	签订保密协议	自行研发
2	注塑产品	根据所使用的原材料及注塑机特点，公司设计开发了多	与单品种模具相比，公司多件模技术可实现单次	一种刀叉勺包装联机系	自行研发

序号	名称	特点	与传统技术对比情况	保护措施	来源
	的多件模技术	件套模具，实现在单次注塑成型中同时生产不同产品的功能，进而缩减半成品的处理流程，提升套件产品的运输与包装效率。	注塑生产多品种产品。单产线由 3 台注塑机联机作业变为单机独立生产，用工由 4 人变为 1 人，提升排产和开机的机动性，减少生产过程中的搬运、储存、管理等流程。	统	
3	注塑产品的自动折叠技术	根据客户对注塑产品的折叠要求，公司研发注塑产品自动折叠技术，产品经机械手取出后，直接放入自动折叠设备进行折叠，并按每模个数进行自动计数和直接包装，有效提升产品包装精准度与折叠、包装效率。	与手工折叠工艺相比，公司研发的自动折叠技术，减少了手工折叠、搬运、储存、管理等流程，单机用工由 7 人减少到 1 人。	耐热聚乳酸 纳米复合餐 具的自动折 叠机	自行 研发
4	注塑冷流道模具自动断胶技术	对注塑冷流道模具进行改造研发，使产品胶口与产品在脱模时自动分离，减轻员工的劳动强度，提高生产效率，为后续全自动化生产提供了有效的支持。	与人工拨落收集包装工艺相比，公司开发冷流道模具自动断胶技术，产品产出时可自动断胶，与注塑产品的自动收集技术结合，单机产量提升 10%，单机用工减少 50%。	签订保密协议	自行 研发
5	注塑产品的自动收集技术	公司研发注塑产品自动收集技术，注塑产品经机械手取出后，经过产品自动断浇口后用接收器自动收集，可实现一人多机操作，提升了生产效率。	与人工拨落收集包装工艺相比，公司研发自动收集技术，与注塑冷流道模具自动断胶技术结合以后，单机产量提升 10%，单机用工减少 50%。	一种注塑机 接料装置、 自动收包机	自行 研发
6	杯子自动包装技术	公司根据多年的热成型产品的生产经验，研发杯子自动包装技术，实现接杯、卷边、点数、装袋、贴标等工序的自动化，降低生产用工量，提高包装效率。	与传统人工包装技术相比，公司开发杯子自动包装技术，实现了各工序的自动化。使用本技术前，1 条生产线需要 5 名工人，使用后 2 条生产线只需要 3 至 4 名工人。	一次性可降 解杯体自动 收集装置	自行 研发
7	碗盘系列自动包装技术	公司根据多年的热成型产品的生产经验，研发碗盘系列自动包装技术，实现接盘、计数、输送、翻转、装袋封口、贴标等工序的自动化，降低生产用工量，提高包装	与传统人工包装技术相比，公司开发碗盘自动包装技术，实现了各工序的自动化。使用本技术前，1 条生产线需要 3 名工人，使用后 1 条生产线只	签订保密协议	自行 研发

序号	名称	特点	与传统技术对比情况	保护措施	来源
		效率	需要 1 名工人。		
8	多套餐盒包装技术	公司根据客户的需求，结合产品包装的特点，开发互联程序，将多台注塑机通过机械手、机器人、自动包装线、自动模包机、自动喷码机、自动热塑机等设备实现 PLC 有序互联，实现产品包装自动化，降低生产用工量，提高包装效率。	与传统人工包装技术相比，公司开发多套餐盒包装技术，实现了各工序的自动化。使用本技术前，1 条生产线需要 14 名工人，12 台注塑机，产品不良率为 1.50%，使用后 1 条生产线只需要 5 名工人，7 台注塑机，产品不良率降为 0.80%。	多套快餐盒包装线	自行研发
9	航空多件套产品自动包装技术	公司根据多年的注塑成型及模具设计的经验，设计开发了自动分离料头，将包装机下料方式改进，与注塑配合自动下料包装，实现从注塑到包装一道成型，减少中间半成品储存、运输、管理等环节，缩减多道工序，提高人效及生产效率。	与传统人工包装技术相比，公司开发航空多件套产品自动包装技术，实现了各工序的自动化。使用本技术前，1 条生产线需要 4 名工人，使用后 1 条生产线只需要 1 名工人。	一种下料器、一种刀叉勺包装联机系统	自行研发
10	单件套产品自动包装技术	公司从原有包装车间人工放料改为注塑机包装机连线生产模式，开发了放料机构，实现从注塑到包装一道成型，减少中间半成品储存、运输、管理等环节，缩减多道工序，提高人效及生产效率。	与传统人工包装技术相比，公司开发单件套产品自动包装技术，实现了各工序的自动化。使用本技术后，单机产量从传统模式 140 箱/天提升至 260 箱/天。	签订保密协议	自行研发
11	中央供料系统	公司通过室外大料罐、管道、电子控制系统等实现原料集中储存、管道自动传输，并通过读取储存在计算机内的配方将回料和原料重新配比输送到生产线，实现了原料储存、运输、使用等密闭无人化作业，减少仓储的储存空间，避免了原料在储存和运输过程中产生污染，减少了用工量。	原供料方式中，领料、运输、拌料、加料、胶料粉碎等环节均通过人工方式完成，每车间供料用工数为 10 人。适用中央供料系统后，每车间供料用工数仅为 3 人。	一种可以自动收集粉尘的中央供料除湿系统、一种具有截风阀的中央供料除湿系统	自行研发
12	中央供水系统	根据产品特性和现有定制设备需求，公司通过整个供水系统进行设计和配套相关设	与传统小型冷水机，一对一的水路架设相比，公司中央供水系统，大大降低	签订保密协议	自行研发

序号	名称	特点	与传统技术对比情况	保护措施	来源
		备的重组,实现了水路同程、恒温、恒压、变频等功能,满足生产需求的同时,提高生产效率、稳定产品品质,降低生产能耗。	了设备能耗和设备管理成本。使用中央供水系统之前,冬季内耗 400 吨水/月,夏季内耗 600 吨水/月,使用中央供水系统之后,冬季内耗 20 吨水/月,夏季内耗 300 吨水/月。		
13	产成品输送、包装自动线与智能化物流、储存系统	公司通过多关节工业机器人和金属检测装置等设备,设计完成产品的无人化计量、装袋、码垛、打托、缠绕、入库等环节,并可自动上传包装和码垛控制及计量数据,实现全系统的自动化,可视化和可追溯化,减少产成品的储存空间与人员配置。	本系统通过程序控制一台全自动装袋机,对四个产成品储存罐进行有序的计量、装袋,并实现包装后的产品自动喷码、定量和金属检测与剔除,利用工业机器人进行码垛以及成托产品外围膜的自动缠绕。相对传统方式可降低固定资产投入 45.4%、人工需求 50%以上。	签订保密协议	自行研发

3、发行人产能可适用于不同原材料产品的加工

公司不是原材料生产商,而是产品加工商,可根据政策和行业的变化灵活运用不同原材料生产同类产品。公司将传统塑料制品产能转化为新材料制品产能不存在实质性障碍。且公司通过多年的技术积累,已实现生物降解材料制品的规模化生产,工艺成熟,在生产工艺变化不大、需求市场重合的情况下,材料方面的变革对发行人经营和地位的不利影响较小。

4、公司产品与受政策限制产品重合度低,影响较小

从产品的种类来看,公司在国内市场中的主要产品为应用于外卖的一次性餐饮具及家居用品,与国家“限塑”政策中主要限制的堂食中的不可降解一次性塑料餐具重合范围较小。且报告期内公司非一次性的耐用产品销售收入大幅提升。

尽管“限塑”政策陆续出台,但在现有市场格局中,传统塑料制品仍占绝大多数。限塑是一个渐进的过程,限制一次性塑料餐饮具的使用也不会使一次性餐具行业萎缩甚至灭亡,而是一个原料逐渐从传统塑料变为对环境更加友好的生物降解材料或者纸制品的过程。在目前的一次性餐具市场中,代表发展趋势的生物

降解材料与纸制品的占比仍然较低,这说明新兴产品仍处在替代传统产品的初期,其在经济性和稳定供应方面仍不及传统产品。

5、“限塑”政策淘汰落后产能,提高行业集中度、利好头部企业

近年来,党中央、国务院高度重视塑料污染治理工作,将制定“白色污染”综合治理方案列为重点改革任务。2020年1月16日,经国务院同意,国家发展改革委、生态环境部印发《关于进一步加强塑料污染治理的意见》。4月10日,国家发改委发布关于《禁止、限制生产、销售和使用的塑料制品目录(征求意见稿)》。《意见》明确,到2020年,率先在部分地区、部分领域禁止、限制部分塑料制品的生产、销售和使用。到2022年,一次性塑料制品消费量明显减少,替代产品得到推广,塑料废弃物资源化能源化利用比例大幅提升;在塑料污染问题突出领域和电商、快递、外卖等新兴领域,形成一批可复制、可推广的塑料减量和绿色物流模式。到2025年,塑料制品生产、流通、消费和回收处置等环节的管理制度基本建立,多元共治体系基本形成,替代产品开发应用水平进一步提升,重点城市塑料垃圾填埋量大幅降低,塑料污染得到有效控制。

从经营资质与准入门槛来看,相关禁塑政策会提升本行业的进入门槛、增加经营资质的审批难度。从行业竞争格局来看,部分产能、技术相对落后的中小型企业或因无法满足相关政策要求、技术指标而被市场淘汰。低附加值产品将逐渐被高质量、可生物降解的高附加值产品取代。从运营模式来看,以发行人为代表的,拥有丰富行业经验、高度自动化生产工艺、领先技术水平和优质客户群体的头部企业将进一步挤占“作坊式”中小型企业市场空间,巩固和提高其优势地位并从不断增长的市场中获利,持续保有较广阔的利润空间。

6、公司在新材料制品生产方面,已具备显著先发优势

在保持塑料制品领先地位的同时,公司大力发展生物全降解产品、家居用品、可重复使用的餐饮具、纸制品等领域的业务,在顺应和引领着行业变革的同时也分散了业务风险。此外,发行人现有产能和募投项目也不属于国家《产业结构调整指导目录(2019年)》中限制类或禁止类行业。

发行人在生物全降解材料的改性与相关产品的生产制造方向取得了国内领

先的成绩。2017年至2020年，公司生物全降解材料产品营业收入年复合增长率达到98.13%。在公司现有的产品结构中，公司生物全降解材料产品营收占主营收入比例高于世界可降解塑料产值占世界塑料产值比例。

综上所述，发行人作为行业领先企业，同时又是全国生物基全降解日用塑料制品单项冠军产品的生产企业，在生产技术、品质、规模、生产经营效率、客户资源等方面具有显著优势，在行业变革的过程中具有先发优势，可以有效应对限塑政策的冲击，甚至可能通过“限塑”政策稳固甚至扩大领先地位。

二、申报会计师核查情况

（一）核查程序

针对上述事项，申报会计师履行的主要核查程序包括：

（1）核查了发行人的收入与成本情况，执行了相关穿行测试；（2）检查了发行人生物降解材料产品的研发与生产情况；（3）查询了海外相关限塑政策；（4）获取了发行人海外限塑情况相关说明；（5）访谈了发行人生产设备相关员工；（6）核查了发行人核心技术研发相关记录文件。

（二）核查意见

经核查，申报会计师认为：

发行人已按要求对上述事项进行了补充披露。

（1）国内限塑政策对于发行人整体的影响较小，不会对发行人正常生产经营造成重大不利影响；报告期内，发行人已经成功开发生物降解材料吸管、纸吸管、生物降解材料餐具、非一次性塑料家居用品等产品并实现销售的快速增长，证明了发行人相关应对措施的有效性；（2）海外限塑政策对于发行人整体的影响较小，不会对发行人正常生产经营造成重大不利影响；发行人已在招股说明书补充披露相关风险因素内容；（3）若将发行人传统塑料制品生产线全部更新改造为全降解制品生产线，除吸塑挤出设备外，发行人对应生产设备的通用性与兼容性较高；基于发行人已掌握的生物降解材料改性成果，生产设备技术改造的门槛与难度、生产人员技能更新及培训难度较低；更新改造的时间周期和改造成本

较少，不存在主要产能无法有效转移、面临淘汰的风险；截至报告期末，发行人塑料制品生产、销售形势良好，且在可预见的未来，限塑是渐进的过程，塑料日用品市场空间仍然巨大，相关固定资产不存在减值风险；发行人在生产技术、品质、规模、生产经营效率、客户资源等方面具有显著优势，在行业变革的过程中具有先发优势，可以有效应对限塑政策的冲击。

问题 12：关于期间费用

申报材料显示：

（1）发行人销售费用主要由货代费、职工薪酬和运输费用构成，其中运输费用分别为 931.71 万元，1,000.78 万元和 1,142.00 万元。

（2）发行人报告期内存在向关联方海连胜采购运输费的情形。

（3）发行人在招股说明书中仅披露销售费用逐年递增，与公司业务规模呈正相关，未充分解释各主要销售费用明细科目的变动原因。

（4）发行人管理费用中同时存在专业服务费和人力资源服务费，管理费用中折旧摊销费用持续下滑，发行人对管理费用变动的原因过于笼统，未能充分解释上述管理费用明细科目变动的原因。

请发行人：

（1）说明货代费的具体构成、核算内容、结算方式、对应货代公司的基本情况，是否与发行人、控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员存在关联关系、资金往来或者其他未披露的利益安排；货代费与运输费的核算内容是否存在重合的情形、货代费与运输费的变动趋势是否与外销产品的数量、金额相匹配；

（2）区分境内和境外销售，分别披露报告期内的运输费金额、运输批次、运输重量、运输单价、运输区域与发行人营业收入及销售数量的匹配关系及与同行业可比公司的比较情况；按照境外销售国家和地区分类，说明对不同国家的运输单价报告期内的波动是否合理；说明除海连胜外，对应提供运输服务的公司的基本情况、注册资本、股权结构、合作时间、经营规模等基本情况，与发行人、

控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员及其关系密切人员是否存在关联关系或其他未披露的利益安排；

(3) 结合员工构成、薪酬激励政策、同地区工资水平等，说明并披露销售、管理和研发员工薪酬支出是否与发行人经营规模匹配；对比同行业可比公司相应人员的人均薪酬情况，说明是否存在重大差异及合理性；

(4) 披露直销模式下，销售宣传费的具体内容、核算范围、开票对象、收款对象、报告期内支出持续增长的原因及合理性；

(5) 披露管理费用中折旧摊销完毕资产的具体明细、折旧期限、折旧金额和目前的使用情况；说明固定资产和无形资产的折旧摊销情况与主营业务成本、期间费用中的折旧摊销金额是否勾稽；

(6) 说明专业服务费和人力资源服务费的具体构成、核算内容、结算方式、对应服务公司的基本情况、发生的原因及必要性。

请保荐人、申报会计师发表明确意见,并结合运输合同、海运提单、对运输公司的走访和函证情况，充分说明对海外运输真实性、定价公允性的核查过程和结论。

回复：

一、发行人补充披露及发行人说明

(一) 说明货代费的具体构成、核算内容、结算方式、对应货代公司的基本情况，是否与发行人、控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员存在关联关系、资金往来或者其他未披露的利益安排；货代费与运输费的核算内容是否存在重合的情形、货代费与运输费的变动趋势是否与外销产品的数量、金额相匹配

1、说明货代费的具体构成、核算内容、结算方式、对应货代公司的基本情况，是否与发行人、控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员存在关联关系、资金往来或者其他未披露的利益安排

发行人报告期内外销业务所占比重较大，货代费系发行人外销业务中向货运

代理人支付的与出口货物相关的费用，主要包括租船订舱、集装箱拖车、码头费等费用。

(1) 货代费的具体构成、核算内容、结算方式

报告期内，发行人货代费的具体构成及核算内容情况如下：

货代费具体构成项目	核算内容	收费比重
码头费（THC）	集装箱码头装卸作业费，须支付给国际船舶所有人的一项费用。	约 40%
订舱费	货代根据发行人具体要求选定适当的船舶，向承运人以口头或订舱函电进行预约订舱位装货、申请运输。	约 20%
文件费	船公司收取的文件费用。	约 10%
单证费	与报关相关的单证费用。	约 5%
“AMS”、“ENS”	ENS 是只要出口货物到欧盟，或者货物途径欧盟港口，都必须在起运港装载前 24 小时之前提交向欧盟海关提前申报；AMS 是按美国海关的规定，即所有至美国货物或经美国中转至第三国货物都必须在装船前二十四小时向美国海关申报，因申报上述文件而支付的费用。	约 5%
其他费用	其他费用包括向船公司或货代公司支付的操作费、箱单费、电放费、综合服务费、EDI 文件传输费、港建费、整箱管理费、安保费、快递费、代理质量风险管控费。	约 10%

发行人通常与货代公司依据合同约定的收费方式按月进行对账，按月开票并结算一次。

(2) 对应货代公司的基本情况，是否与发行人、控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员存在关联关系、资金往来或者其他未披露的利益安排

国际贸易中的货代服务已属成熟行业，供应商众多，服务相对标准，报告期各期前十大货代服务商情况如下：

单位：万元

期间	前十大货代服务商名称	货代费	占比
2020 年	北京康捷空国际货运代理有限公司宁波分公司	336.03	18.28%

	洋达国际货运代理（上海）有限公司宁波分公司	199.74	10.87%
	达升物流股份有限公司	164.58	8.95%
	敦豪全球货运（中国）有限公司	126.22	6.87%
	天津泛艺国际货运代理服务有限公司宁波分公司	98.95	5.38%
	丹马士环球物流（上海）有限公司宁波分公司	56.10	3.05%
	宁波海连胜国际物流有限公司	53.55	2.91%
	深圳市鸿安货运代理有限公司	38.12	2.07%
	世纪冠航国际货运代理（深圳）有限公司宁波分公司	36.47	1.98%
	百运达国际货运代理（上海）有限公司宁波分公司	35.16	1.91%
	小计	1,144.92	62.27%
2019 年	北京康捷空国际货运代理有限公司宁波分公司	408.28	20.70%
	达升物流股份有限公司	317.52	16.09%
	敦豪全球货运（中国）有限公司	149.21	7.56%
	上海威泰国际物流有限公司	105.44	5.34%
	洋达国际货运代理（上海）有限公司宁波分公司	86.96	4.41%
	天津泛艺国际货运代理服务有限公司宁波分公司	63.47	3.22%
	宁波海连胜国际物流有限公司	59.27	3.00%
	上海罗宾升国际货运有限公司宁波分公司	58.07	2.94%
	上海剑洋国际物流有限公司	50.17	2.54%
	世纪冠航国际货运代理（深圳）有限公司宁波分公司	37.22	1.89%
	小计	1,335.60	67.70%
2018 年	达升物流股份有限公司	190.84	9.98%
	北京康捷空国际货运代理有限公司宁波分公司	178.29	9.32%
	上海罗宾升国际货运有限公司宁波分公司	167.41	8.75%
	上海威泰国际物流有限公司	154.44	8.07%
	敦豪全球货运（中国）有限公司	135.28	7.07%
	宁波海连胜国际物流有限公司	116.32	6.08%
	嘉宏国际运输代理有限公司宁波分公司	84.05	4.39%
	洋达国际货运代理（上海）有限公司宁波分公司	61.61	3.22%
	上海剑洋国际物流有限公司	42.07	2.20%
	世纪冠航国际货运代理（深圳）有限公司宁波分公司	37.66	1.97%
	小计	1,167.97	61.06%

注：占比指占各年度公司销售费用中货代费总额的比重。

如上表所示，公司报告期内向前十名货代服务商的采购金额分别 1,167.97

万元、1,335.60 万元、1,144.92 万元，各年向前十名货代服务商采购的金额占各年度货代费总额的比重平均为 63.68%。

报告期内，发行人货代服务的前十大供应商具体情况如下：

单位：人民币

货代公司名称	注册时间	注册资本	股东名称	持股比例	主营业务	合作开始时间
达升物流股份有限公司	2001 年	6,030 万元	刘彬	51.63%	无船承运；道路普通货运。国际航线和香港、澳门、台湾地区航线的民用航空运输销售代理；国际货物运输代理；代理报关、报检；国内陆上货物运输代理；货物寄递；代购船、船、机票。	2013 年
			宁波达升控股有限公司	10.90%		
			宁波达商投资股份有限公司	9.95%		
			朱宏	9.12%		
			楼忠民	4.15%		
			马金盛	3.65%		
			上海中云股权投资基金管理有限公司	3.65%		
			陈斌	2.99%		
			黄婷婷	2.32%		
			何伟	1.66%		
北京康捷空国际货运代理有限公司宁波分公司	2004 年	232 万美元	劲达物流有限公司	75.00%	承办海运、空运进出口货物的国际运输代理业务，包括：揽货、订舱、仓储、中转、集装箱拼装拆箱、结算运杂费、报关、报验、保险、相关的短途运输服务及咨询业务、国内空运货物运输代理业务，从事无船承运业务。	2009 年
			北京利康国际仓储有限公司	25.00%		
上海威泰国际物流有限公司	2009 年	500 万元	周敏	20.00%	海上、陆路、航空国际货运代理业务，代理出入境检验检疫报检，道路搬运装卸，道路货物运输代理，货物仓储（除危险化学品），从事货物及技术的进出口业务，商务咨询。	2013 年
			周文杰	80.00%		
敦豪全球货运（中国）有限公司	1998 年	750 万美元	敦豪全球货运物流（香港）有限公司	100.00%	国际流通物流业务，进出口业务及相关服务，包括自营或代理的货物的进口、出口业务，接受委托为出口加工企业代理进出口业务。承办海运、空运进出口货物、私人物品、过境货物的国际运输代理业务，包括：揽货、订舱、仓储、中转、集装箱拼装拆箱、结算运杂费、报关、报验、保险、相关的短途运输服务及咨询业务。无船承运业务，国内航线除香港、澳门、台湾地区航线外的航空货运销售代理业务。道路普通货物运输。以服务外包方式从事数据处理、后台业务。	2011 年
上海罗宾升国际货运有限公司宁波分公司	2008 年	1,600 万元	C.H. ROBINSON WORLDWIDE (HONG KONG) LIMITED	100.00%	国际海运辅助业务：无船承运业务；承办海运、空运进出口货物、国际展品、私人物品及过境货物的国际运输代理业务，包括：揽货、托运、订舱、仓储、中转、集装箱拼装拆箱、结算运杂费、报关、报验、保险、相关的短途运输服务及运输咨询业务。	2012 年
嘉宏国际运输代理有限公司宁波分公司	2001 年	710 万美元	嘉宏航运有限公司	100.00%	无船承运业务；承办海运、空运进出口货物的国际运输代理业务，包括：揽货、订舱、	2009 年

司					仓储、中转、集装箱拼装拆箱、结算运杂费、报验、相关的短途运输服务。	
洋达国际货运代理（上海）有限公司 宁波分公司	2011 年	1,000 万元	拓领环球货运（香港）有限公司	100.00%	承办海运、陆运、空运进出口货物、国际展品、私人物品及过境货物的国际运输代理业务，包括：揽货、订舱、托运、仓储、中转、集装箱拼装拆箱、结算运杂费、报关、报验、报检、保险、相关的短途运输服务和运输咨询业务，无船承运业务。	2013 年
天津泛艺国际货运代理服务有限公司 宁波分公司	2002 年	500 万美元	UPS SCS (ASIA) LIMITED	100.00%	（一）承办海运、空运、陆运进出口货物、国际展品、私人物品的国际运输代理业务，包括：揽货、订舱、仓储、中转、集装箱拼装拆箱、结算运杂费、国际航空快件（不含私人信函）、报关、报验、保险、相关的短途运输服务及咨询业务。（二）国际流通物流业务：进出口业务及相关服务，包括自营和代理货物进口、出口业务，接受委托为出口加工企业代理进出口业务；（三）第三方物流业务：道路普通货物的装卸、加工、包装、配送、简单维修和保养，相关信息处理服务和有关咨询服务，国内货运代理业务；无船承运业务（在许可证有效期内经营）。①国际船舶运输；②国际海运辅助业务。	2013 年
宁波海连胜国际物流有限公司	2015 年	500 万元	麻苏燕	50.00%	海上、陆路、航空国际货运代理，国内货运代理，代理报关、报检服务，普通货物仓储、装卸、搬运服务，物流信息咨询服务，自营和代理货物和技术的进出口。	2015 年
			林雪冬	25.00%		
			朱光胜	25.00%		
上海剑洋国际物流有限公司	2017 年	500 万元	朱其福	51.00%	道路货物运输（除危险化学品），供应链管理，仓储服务（除危险化学品），搬运装卸服务，国际货物运输代理，电子商务（不得从事增值电信、金融业务），第三方物流服务，商务信息咨询，物流信息咨询，报关服务，从事货物及技术的进出口业务。	2017 年
			朱亮	49.00%		
世纪冠航国际货运代理（深圳）有限公司 宁波分公司	2005 年	700 万元	世纪冠航（香港）有限公司	100.00%	承办海运、陆运进出口货物、国际展品、私人物品及过境货物的国际运输代理业务，包括：揽货、托运、订舱、仓储、中转、集装箱拼装拆箱、结算运杂费、报关、报验、保险、相关咨询服务；无船承运业务。	2011 年
丹马士环球物流（上海）有限公司 宁波分公司	2002 年	344 万美元	DAMCO INTERNATIONAL A/S	100.00%	承办海运、陆运、空运进出口货物、国际展品、私人物品及过境货物的国际运输代理业务，包括：揽货、订舱、托运、中转、集装箱拼装拆箱、仓储、签发货物收据、结算运杂费、报关、相关的道路运输服务；维修和保养集装箱及其设备；为关联公司提供物流系统信息化软件和技术支持；相关咨询服务；无船承运业务；仓储（除危险化学品）、装卸、加工、包装、配送；普通货运，货物专用运输（集装箱 A）；国内货物运输代理。	2011 年
深圳市鸿安货运代理有限公司	2002 年	1,100 万元	鸿安船务有限公司	100.00%	承办海运、陆运、空运进出口的国际货运代理业务，包括订舱（租船、包机、包舱）、托运、仓储、包装；货运的监装、监卸、国际多式联运、集装箱拼装拆箱、分拨、中转及相关的短途运输服务；报关、报验、报检、保险；缮制有关单证、交付运费、结算及交付杂费；国际展品、私人物品及过境货物运输代理；咨询及其他国际货运代理业务；公路货运代办（不含危险品）；经营无船承运业务。	2011 年

百运达国际货运代理（上海）有限公司宁波分公司	2013 年	900 万元	百运达亚洲太平洋有限公司	100.00%	承办海运、陆运、空运进出口货物、国际展品、私人物品及过境货物国际运输代理业务，包括：揽货、订舱、托运、仓储、包装；货物的监装监卸、集装箱拼装拆箱、分拨、中转、结算运杂费、报关、报验、报检、相关的短途运输服务及运输咨询业务。	2015 年
------------------------	--------	--------	--------------	---------	---	--------

报告期内，除海连胜与发行人存在关联关系外，上述主要货代服务供应商与发行人、控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员均不存在关联关系、与控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员不存在资金往来或者其他未披露的利益安排。

2、货代费与运输费的核算内容是否存在重合的情形、货代费与运输费的变动趋势是否与外销产品的数量、金额相匹配

（1）货代费与运输费的核算内容是否存在重合的情形

报告期内，发行人的货代服务供应商主要提供为发行人选择运输路线、运输方式和适当的承运人、揽货、订舱、提取货物、报关清关程序等服务，货代费主要核算内容包括订舱费、文件费、单证费等费用；运输费是发行人向承运人支付的货物相关的运输费用。实际业务中，存在个别货代公司为发行人提供拖车服务进而产生运费的情况，但在结算时按货代费、运输费分别结算，发行人按费用实际发生的内容分别计入货代费及运输费，因此发行人货代费与运输费的核算内容不存在重合的情形。

（2）货代费与运输费的变动趋势是否与外销产品的数量、金额相匹配

货代费系公司在外销业务中将货物送至出口报关地港口时发生的集装箱拖车费、租船订舱费、码头费等费用；运输费系公司与客户在合同或订单中约定的将货物送至指定地点的运输费用或按贸易术语应承担的出口海运费。报告期内，发行人的货代费、运输费占外销产品的数量、金额的比例情况如下：

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
货代费（万元）	1,837.86	1,972.81	1,912.86
运输费（万元）	1,549.77	1,142.00	1,000.78
外销产品收入（万元）	81,360.12	90,809.31	87,830.67
外销产品销量（吨）	48,763.16	53,430.35	50,764.60

货代费占外销收入的比例（%）	2.26	2.17	2.18
运输费占外销收入的比例（%）	1.90	1.26	1.14
货代费与外销产品销量的比例（万元/吨）	0.04	0.04	0.04
运输费与外销产品销量的比例（万元/吨）	0.03	0.02	0.02

如上表所示，公司货代费、运输费与出口的货柜型号及出口频率相关，两项费用与外销产品销量、外销产品收入变动趋势基本匹配。报告期内，随着公司内销收入规模的扩大，运输区域除自发行人仓库至出口报关地港口外，还增加了自发行人仓库至北京、上海、广州、苏州等地的内陆运输，相对较 FOB 模式下同城运输距离更长，导致其与外销产品销量的比例上升。**2020 年度发行人内销业务增长较快，因此运输费用较 2019 年度增加较多，主要系宁波至外埠的内陆运输费用。**

（二）区分境内和境外销售，分别披露报告期内的运输费金额、运输批次、运输重量、运输单价、运输区域与发行人营业收入及销售数量的匹配关系及与同行业可比公司的比较情况；按照境外销售国家和地区分类，说明对不同国家的运输单价报告期内的波动是否合理；说明除海连胜外，对应提供运输服务的公司的基本情况、注册资本、股权结构、合作时间、经营规模等基本情况，与发行人、控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员及其关系密切人员是否存在关联关系或其他未披露的利益安排

1、区分境内和境外销售，分别披露报告期内的运输费金额、运输批次、运输重量、运输单价、运输区域与发行人营业收入及销售数量的匹配关系及与同行业可比公司的比较情况

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、经营成果分析”之“（四）期间费用分析”之“1、销售费用”补充披露如下：

（1）报告期内的运输费金额、运输批次、运输重量、运输单价、运输区域与发行人营业收入及销售数量的匹配关系

区域	年度	运输费(万元)	运输批次 (货柜数量: 个)	运输重量(吨)	运输单价	运输区域	营业收入(万元)	销售数量(万箱)
境内销售	2020 年度	943.97	不适用	11,884.16	794.31	至客户指定仓库	20,081.12	132.36
	2019 年度	348.41	不适用	6,379.44	546.14	至客户指定仓库	11,050.31	65.64
	2018 年度	191.10	不适用	4,033.73	473.75	至客户指定仓库	6,723.32	30.64
境外销售	2020 年度	605.80	4,375	48,763.16	1,384.69	注 3	81,360.12	1,381.64
	2019 年度	793.59	4,962	53,428.66	1,599.34	注 3	90,809.31	1,569.58
	2018 年度	809.68	4,974	50,762.82	1,627.82	注 3	87,830.67	1,638.19

注 1：境内销售的运输单价=运输费金额/运输重量，单位为元/吨；境外销售的运输单价=运输费金额/运输批次，单位为元/柜。

注 2：境内销售运输费计算有多种方式，主要计费方式包括整车计费和按体积计费，导致按重量计费的境内运输费用单价整体相近之下略有波动。

注 3：境外销售中运输区域主要为发行人仓库至出口报关地港口；其中少量采用 DDP 贸易术语交易的运输费涉及的运输区域为公司厂区至出口报关地港口、再至客户所在地或客户指定地点。

境内销售运输费计算有多种方式，主要计费方式包括整车计费和按体积计费。其中整车计费是根据厢式车车型，每车 2,200 元-2,800 元、5,500 元或 10,200 元-10,500 元不等；按体积计费是根据运输路程按每立方米收费，一般为 1-5 每立方米的运费单价为 190-290 元、5-15 每立方米的运费单价为 110-255 元、15-35 每立方米的运费单价为 50-170 元、55 每立方米以上的运费单价为 45-130 元。上述境内销售运输单价均为按运输费金额/运输重量得出，因此存在一定波动。

(2) 发行人运输费与营业收入及销售数量的匹配关系与同行业可比公司的比较情况

单位：万元

年度	永新股份			发行人		
	运输费金额	营业收入	占比	运输费金额	营业收入	占比
2020 年度	-	273,749.74	-	1,549.77	102,627.20	1.51%
2019 年度	5,093.96	259,972.40	1.96%	1,142.00	102,048.43	1.12%
2018 年度	4,555.33	233,226.75	1.95%	1,000.78	94,800.09	1.06%

注 1：占比指运输费占营业收入比重。

注 2：除永新股份外，其他同行业可比上市公司未单独披露运输费金额。2020 年 1 月 1 日，因适用《企业会计准则第 14 号——收入》，永新股份未单独披露运输费金额。

如上表所示，发行人各年运输费用占营业收入的比例分别为 1.06%、1.12%、1.51%，除 2018 年度占比略低外，其他年度占比均较为平稳。2020 年度占比有所上升，主要系发行人因内销收入增长而产生的从宁波至外埠的内陆运费增加所致。2018 年度运输费占比相对较低，主要系公司客户必胜（上海）食品有限公司采购的勺和饼托产品包装体积较小，其采购量及采购额的增加并未导致相应运输费用大幅增加。

发行人运输费占比略低于永新股份，系永新股份以境内销售为主，其产品运输区域主要为国内长距离运输，而公司主要以境外销售为主，其产品运输区域主

要为公司仓库至出口报关地港口（主要为宁波港）的短距离运输，因此运输费占比较低。

2、按照境外销售国家和地区分类，说明对不同国家的运输单价报告期内的波动是否合理

发行人境外运输单价与境外销售国别无直接关系。报告期内，发行人运输单价分别为 1,627.82 元/柜、1,599.34 元/柜、**1,384.69 元/柜**。发行人外销业务中主要采用 FOB 贸易术语与客户交易（占比约为 99%），运输费中主要为货物从发行人仓库至出口报关地港口的运输费用，发行人外销客户会根据自身的交货安排调整国内的装运码头，因此，运输价格与境外销售国别无直接关系，而与自不同厂区至不同码头、使用不同柜型等因素相关。

3、说明除海连胜外，对应提供运输服务的公司的基本情况、注册资本、股权结构、合作时间、经营规模等基本情况，与发行人、控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员及其关系密切人员是否存在关联关系或其他未披露的利益安排

报告期内，为发行人提供运输服务的供应商共 15 家，除海连胜外的 14 家供应商基本情况如下：

运输服务公司名称	注册时间	注册资本	股东名称	持股比例	主营业务	合作开始时间
宁波甬隆物流有限公司	2009 年	1,500 万元	王吉美	60.00%	道路货物运输（不含危险货物）；城市建筑垃圾处置（清运）。普通货物仓储服务（不含危险化学品等需许可审批的项目）；装卸搬运；纸浆销售；五金产品零售；五金产品批发；建筑材料销售；建筑装饰材料销售；电线、电缆经营；国际货物运输代理；国内货物运输代理；土石方工程施工。	2010 年
			王文波	40.00%		
宁波宏物流有限公司	2014 年	800 万元	高为友	100.00%	货物专用运输（集装箱）、国际货运代理、国内货运代理、普通货物仓储。	2014 年
上海天仪	2005 年	1,000 万元	包正生	80.00%	道路货物运输（普通货物），货运代理，仓储服务。	2017 年
			倪绒芳	15.00%		

运输服务公司名称	注册时间	注册资本	股东名称	持股比例	主营业务	合作开始时间
储运有限公司			上海天仪物流有限公司	5.00%		
宁波亿际集装箱运输有限公司	2016年	800万元	曾钱娟	100.00%	道路货物运输：货物专用运输（集装箱）；保险代理；集装箱运输咨询服务；海上、陆路、航空国际货运代理。	2017年
宁波诺物流有限公司	2019年	1,500万元	陈璐	34.00%	道路货物运输；国内货运代理。	2019年
			左传龙	33.00%		
			张波	33.00%		
宁波远成物流发展有限公司	2011年	2,000万元	四川远成物流发展有限公司	100.00%	道路货物运输，国内货运代理，仓储服务，物流信息咨询服务，自营和代理货物和技术的进出口，但国家限定经营或禁止进出口的货物和技术除外。	2018年
宁波卓正物流有限公司	2019年	1,000万元	曹晓君	60.00%	道路货物运输，国内货运代理，普通货物配载、仓储、吊装、装卸、搬运服务，物流信息咨询。	2019年
			欧远飞	40.00%		
宁波市江北联流有限公司	2012年	500万元	周建明	60.00%	道路货运经营；仓储服务；国内货运代理；货物配载。	2012年
			饶小兰	40.00%		
宁波晨明国际物流有限公司	2014年	200万元	陈丹	5.00%	道路货物运输。国内货物运输代理；国际货物运输代理；普通货物仓储服务。	2018年
			祝存明	95.00%		
宁波胜棋物流有限公司	2014年	800万元	孙兰	90.00%	道路货物运输：货物专用运输（集装箱）；海上、陆路、航空国际货运代理；国内货运代理，普通货物仓储；报关报检代理；自营和代理各类货物和技术的进出口业务，但国家限定公司经营或禁止进出口的货物和技术除外；二手车经纪；车辆租赁。	2018年
			范静静	10.00%		

运输服务公司名称	注册时间	注册资本	股东名称	持股比例	主营业务	合作开始时间
泉州捷供应链管理有限公司	2016	1,000 万元	杨光	100.00%	供应链管理服务、货物运输代理、普通货物仓储服务（不含危险化学品）、普通货物道路运输、集装箱货物专用运输；装卸、搬运服务；经济信息咨询服务；设计、制作、代理发布广告；市场调查；货物或技术的进出口业务（国家禁止或限制进出口的货物或技术除外）；销售：润滑油、煤炭、焦炭、建材、机械配件、机电设备、陶瓷制品（以上均不含危险化学品）；集装箱租赁。	2019 年
达升物流股份有限公司	2001	6,030 万元	刘彬	51.63%	无船承运；道路普通货运。国际航线和香港、澳门、台湾地区航线的民用航空运输销售代理；国际货物运输代理；代理报关、报检；国内陆上货物运输代理；货物寄递；代购车、船、机票。	2013 年
			宁波达升控股有限公司	10.90%		
			宁波达商投资股份有限公司	9.95%		
			朱宏	9.12%		
			楼忠民	4.15%		
			马金盛	3.65%		
			上海中云股权投资基金管理有限公司	3.65%		
			陈斌	2.99%		
			黄婷婷	2.32%		
			何伟	1.66%		
弗玛仓储（太仓）有限公司	2006	1,709.33 万美元	FM LOGISTIC CORPORATE	100.00%	运输业务相关的仓储设施建设、经营，再包装服务，国内货运代理，汽车租赁，道路普通货物运输，货物专用运输（集装箱），道路货运站（场）经营，国际货运代理，冷藏车道路运输。	2018 年
江苏金信物流有限公司	2011	1,000 万元	沈燕	60.00%	道路普通货物运输；道路货物运输经营；承办陆运、海运、空运进出口货物的国际运输代理业务（包括揽货、托运、订舱、仓储、中转、集装箱拼装拆箱、结算运杂费、报关、报验、保险、相关的短途运输服务及运输咨询业务）；搬运装卸服务；仓储管理服务；托盘租赁、叉车租赁；销售：汽车、叉车、五金机电、日用百货。	2016 年
			杨保云	40.00%		

报告期内，除海连胜与发行人存在关联关系外，其他运输服务供应商与发行人、控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员及其关系密切人员均不存在关联关系或其他未披露的利益安排。

(三) 结合员工构成、薪酬激励政策、同地区工资水平等, 说明并披露销售、管理和研发员工薪酬支出是否与发行人经营规模匹配; 对比同行业可比公司相应人员的人均薪酬情况, 说明是否存在重大差异及合理性

1、结合员工构成、薪酬激励政策、同地区工资水平等, 说明并披露销售、管理和研发员工薪酬支出是否与发行人经营规模匹配

2018 年至 2020 年, 公司月平均员工人数按专业结构划分的情况如下:

单位: 个

项目	2020 年		2019 年		2018 年	
	平均人数	员工占比	平均人数	员工占比	平均人数	员工占比
管理人员	205	11.25%	173	10.03%	170	9.63%
销售人员	144	7.90%	113	6.55%	114	6.46%
研发人员	172	9.44%	173	10.03%	116	6.57%
生产人员	1,301	71.41%	1,265	73.38%	1,365	77.34%
合计	1,822	100.00%	1,724	100.00%	1,765	100.00%

报告期内发行人薪酬激励政策未发生重大变化。管理人员的人均薪酬水平主要与公司战略目标实现情况、经营业绩情况、成本费用控制、工作计划按时完成率、招聘计划完成率、培训计划完成率、内部员工满意率相关; 销售人员的人均薪酬水平主要与公司销售业绩、货款收回情况、交货情况及内部投诉情况相关; 研发人员的人均薪酬水平主要与研发项目立项情况、相关成果及效用情况、研发投入贡献率相关。

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、经营成果分析”之“(四) 期间费用分析”补充披露如下:

5、销售、管理和研发员工薪酬支出与发行人经营规模的匹配性

单位: 万元

项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额/数量	增幅	金额/数量	增幅	金额/数量	增幅
产品销量(吨)	60,647.32	1.40%	59,809.79	9.15%	54,798.32	11.98%

营业收入	102,627.20	0.57%	102,048.43	7.65%	94,800.09	17.38%
管理人员薪酬	2,783.46	22.31%	2,275.73	0.79%	2,257.89	7.98%
销售人员薪酬	1,624.99	14.17%	1,423.34	12.92%	1,260.51	31.67%
研发人员薪酬	1,860.83	10.45%	1,684.83	46.69%	1,148.55	-0.32%

报告期内，销售、管理人员薪酬呈逐年递增趋势，主要系发行人经营规模逐年扩大、逐步壮大内销团队所致。发行人报告期内已取得内销收入大幅增长成果，销售、管理人员数量、薪酬金额与发行人经营规模相匹配。

研发人员薪酬 2019 年度较 2018 年度增长 46.69%，主要系发行人加大对生物全降解制品以及生产自动化相关的技术的研发投入，壮大研发团队所致。

发行人与同地区工资水平对比情况：

单位：万元

项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	增长比	金额	增长比	金额	增长比
浙江省年度平均工资	-	-	7.15	8.50%	6.59	8.57%
宁波市年度平均工资	-	-	7.63	7.77%	7.08	7.93%
发行人年度平均工资	8.66	4.72%	8.27	6.03%	7.80	11.43%

注 1：年度平均工资=年度工资总额/年平均人数。

注 2：宁波市年度平均工资、浙江省年度平均工资来源于国家统计局统计数据。

注 3：国家统计局未公布 2020 年度宁波市、浙江省平均工资情况以及未能取得同行业可比上市公司 2020 年度人员结构相关数据，对 2020 年度数据未进行比较。

报告期内发行人的年度平均工资呈逐年增长的趋势，与宁波市年度平均工资、浙江省年度平均工资水平基本一致。报告期内，发行人销售、管理和研发员工薪酬支出与发行人经营规模相匹配。

2、对比同行业可比公司相应人员的人均薪酬情况，说明是否存在重大差异及合理性

报告期内发行人与可比公司的员工薪酬对比存在差异，主要系发行人与可比公司的人员结构、经营规模等存在差异所致。报告期内发行人与可比公司的员工年平均工资对比如下：

单位：万元

单位名称	年度	生产人员	销售人员	管理人员	研发人员	合计
------	----	------	------	------	------	----

单位名称	年度	生产人员	销售人员	管理人员	研发人员	合计
发行人	2020 年度	7.31	11.28	13.58	10.82	8.66
	2019 年度	7.02	12.60	13.15	9.74	8.27
	2018 年度	6.66	11.06	13.28	9.90	7.80
茶花股份	2020 年度	-	-	-	-	-
	2019 年度	8.19	9.61	15.35	14.25	9.57
	2018 年度	9.16	10.94	11.88	3.54	8.73
永新股份	2020 年度	12.07	21.91	24.41	7.75	13.97
	2019 年度	11.94	19.95	21.13	5.98	13.04
	2018 年度	11.99	19.94	19.08	5.02	12.61

注：茶花股份**未披露** 2020 年度财务报告。

如上表所示，发行人各年度人均薪酬与茶花股份较为接近，低于永新股份，主要系以下三方面存在的差异导致：

（1）经营规模差异。报告期内发行人的人均创收分别为 53.71 万元、59.19 万元、**56.33 万元**；茶花股份 2018 至 2019 年度人均创收分别为 50.63 万元、54.59 万元；永新花股份**报告期内**人均创收分别为 119.66 万元、126.82 万元、**127.44 万元**。发行人与茶花股份 2018-2019 年度人均创收水平差异较小，因此人均薪酬较为接近。

（2）产品类型差异。发行人主要产品包括餐饮具、耐用性家居用品等多种产品；茶花股份主要产品为日用塑料制品；永新股份主要产品包括真空镀膜、塑胶彩印复合软包装材料等。不同类型产品的生产工艺及生产安排存在差异。

（3）人员归类差异。永新股份分为生产人员、销售人员、技术人员、财务人员、行政人员，其研发费用中的职工薪酬除以技术人员人数后，平均薪酬较低，可能是人员分类口径不同以及期末时点数与平均人数存在差异所导致。

综上所述，发行人年度平均工资与浙江省、宁波市平均工资水平基本一致，对比同行业公司相应人员人均薪酬的差异原因具有合理性。

（四）披露直销模式下，销售宣传费的具体内容、核算范围、开票对象、收款对象、报告期内支出持续增长的原因及合理性

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、经

营成果分析”之“（四）期间费用分析”之“1、销售费用”补充披露如下：

（3）销售宣传费分析

①销售宣传费的具体内容及核算范围

报告期内，公司通过直销模式进行产品销售。销售宣传费主要核算销售业务拓展费、宣传展览费。其中销售业务拓展费包括公司向服务商采购的海外市场调研服务、搜集潜在海外客户信息和需求服务；以及海外销售服务和产品推销、客户跟踪和维护服务。宣传展览费主要包括广告宣传费、展览费，具体核算范围如下：

费用项目	核算范围	具体内容
销售业务拓展费	信息咨询服务	核算因采购海外市场调研服务、搜集潜在海外客户信息和需求服务而发生的支出。
	海外销售服务	核算因采购策划和协调海外营销活动安排、展会服务（包括信息搜集、行程安排、展会材料设计制作）、向客户介绍产品、协调检测并符合客户标准、协助招投标文件制作、协助商务洽谈、翻译、以及促成交易等服务而发生的支出。
	应收款管理	核算因采购管理并接洽海外客户的对账、结算申请、请款、催款服务而发生的支出。
	客户跟踪和维护	核算因采购维护和跟踪海外客户、快速响应客户对甲方订单及产品的反馈服务而发生的支出。
宣传展览费	广告宣传费	核算因采购企业形象宣传、推广为目的的车间宣传视频制作、海报制作、网站推广等服务而发生的支出。
	展览费	核算因参加中外商业展览会而产生的展位租赁、展位搭建装饰的支出。

②销售宣传费的开票对象、收款对象

报告期内，销售宣传费的开票对象、收款对象完全一致。情况如下：

单位：万元

期间	项目	服务商 (开票对象)	收款对象	交易额
2020 年	销售业务拓展费	HOME CREATOR LIMITED	HOME CREATOR LIMITED	138.92
		SNOWNAGA LLC	SNOWNAGA LLC	40.95
		小计		179.87
	宣传展览费	宁波江边商贸有限公司	宁波江边商贸有限公司	33.86
		福州市源点营销策划有限公司	福州市源点营销策划有限公司	15.00
		宁波市对外贸易服务中心有限公司	宁波市对外贸易服务中心有限公司	11.13
		上海弘焱广告有限公司	上海弘焱广告有限公司	9.81

		北京泰莱特国际会展有限公司	北京泰莱特国际会展有限公司	9.37
		福州市小可清洁用品有限公司	福州市小可清洁用品有限公司	8.49
		环球资源展览（西安）有限公司	环球资源展览（西安）有限公司	6.77
		山东正和国际展览有限公司	山东正和国际展览有限公司	6.01
		焦点科技股份有限公司	焦点科技股份有限公司	5.36
		跨采（上海）广告有限公司	跨采（上海）广告有限公司	5.17
		小计		110.97

(续上表)

期间	项目	服务商 (开票对象)	收款对象	交易额
2019 年度	销售业务拓展费	HOME CREATOR LIMITED	HOME CREATOR LIMITED	187.07
		PACIFIC LINK IMPORTS, INC.	PACIFIC LINK IMPORTS, INC.	118.38
		小计		305.45
	宣传展览费	宁波市对外经济贸易企业协会	宁波市对外经济贸易企业协会	22.26
		山东正和国际展览有限责任公司	山东正和国际展览有限责任公司	13.18
		广州欧泰装饰工程有限公司	广州欧泰装饰工程有限公司	12.26
		凯盛长赢（北京）商务有限公司	凯盛长赢（北京）商务有限公司	11.58
		环球资源展览（西安）有限公司	环球资源展览（西安）有限公司	10.67
		广州时代展览有限公司	广州时代展览有限公司	7.83
		金邈达会展（上海）中心	金邈达会展（上海）中心	6.99
		励展华百（北京）有限公司	励展华百（北京）有限公司	6.56
		北京中联国际展览有限公司	北京中联国际展览有限公司	6.44
		励展华博展览（深圳）有限公司	励展华博展览（深圳）有限公司	4.69
		小计		102.46

(续上表)

期间	项目	服务商 (开票对象)	收款对象	交易额
2018 年度	销售业务拓展费	HOME CREATOR LIMITED	HOME CREATOR LIMITED	206.59
		HONGKONG RICHLAND INDUSTRY LIMITED	HONGKONG RICHLAND INDUSTRY LIMITED	119.04
		小计		325.63
	宣传展览费	宁波世纪国际展览有限公司	宁波世纪国际展览有限公司	26.73
		山东正和国际展览有限责任公司	山东正和国际展览有限责任公司	12.61
		宁波市东方国际展览有限公司	宁波市东方国际展览有限公司	11.04

	广州欧泰装饰工程有限公司	广州欧泰装饰工程有限公司	10.51
	北京中联国际展览有限公司	北京中联国际展览有限公司	9.96
	宁波世纪国际展览有限公司	宁波世纪国际展览有限公司	26.73
	山东正和国际展览有限责任公司	山东正和国际展览有限责任公司	12.61
	宁波市东方国际展览有限公司	宁波市东方国际展览有限公司	11.04
	广州欧泰装饰工程有限公司	广州欧泰装饰工程有限公司	10.51
	北京中联国际展览有限公司	北京中联国际展览有限公司	9.96
	小计		141.70

③报告期内支出增长的原因及合理性

报告期内，公司销售宣传费构成及变动情况具体如下：

单位：万元

项目	销售业务拓展费		宣传展览费		其他		营业收入
	金额	变动比	金额	变动比	金额	变动比	金额
2020 年度	227.05	-25.51%	138.51	-23.24%	5.70	287.76%	102,627.20
2019 年度	304.81	-6.24%	180.45	18.37%	1.47	-34.08%	102,048.43
2018 年度	325.09	1.18%	152.45	14.01%	2.23	-82.67%	94,800.09

注：其他主要核算内容为公司免费寄送给客户的样品费用。

如上表所示，2018 年-2019 年销售业务拓展费变动不大，2020 年度下降较多，主要系受境外新冠疫情影响服务商提供的业务拓展及调研服务减少所致；宣传展览费 2018-2019 年呈逐年增长趋势，主要系公司少量增加国际及国内参展活动，2020 年有所下降，系公司受新冠疫情的影响宣传展会现场活动减少所致。

（五）披露管理费用中折旧摊销完毕资产的具体明细、折旧期限、折旧金额和目前的使用情况；说明固定资产和无形资产的折旧摊销情况与主营业务成本、期间费用中的折旧摊销金额是否勾稽

1、披露管理费用中折旧摊销完毕资产的具体明细、折旧期限、折旧金额和目前的使用情况

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、经营成果分析”之“（四）期间费用分析”之“2、管理费用”补充披露如下：

（1）管理费用中折旧摊销完毕资产的具体情况

报告期内，公司管理费用中折旧摊销完毕的资产的明细如下：

单位：万元

项目	累计折旧余额		
	2020. 12. 31	2019. 12. 31	2018. 12. 31
办公设备	242. 43	217. 15	187. 97
其中：空调	59. 27	53. 59	52. 92
监控设备	44. 53	60. 09	49. 61
办公家具	40. 06	26. 16	20. 40
数码产品	46. 12	29. 90	21. 58
电脑	38. 82	34. 00	30. 51
服务器	9. 05	9. 02	8. 67
打印机	2. 42	2. 56	2. 56
复印机	0. 66	0. 62	0. 55
传真机	0. 30	0. 30	0. 30
饮水机	0. 57	0. 28	0. 24
净水器	0. 22	0. 22	0. 22
其他	0. 41	0. 41	0. 41
运输设备	483. 27	460. 87	459. 73
其中：汽车	463. 70	460. 87	459. 73
叉车	19. 57		

注：上表中办公设备的折旧期限为 3-5 年，残值率为 5%，运输设备的折旧期限为 4 年，残值率为 5%。

上表中所列示的折旧摊销完毕的办公设备资产多为办公电器、办公家具、电脑及数码产品，虽然按公司固定资产折旧政策计算报告期内已经提足折旧，但由于公司对设备的日常保养、管理以及上述资产自身的性能情况良好，部分仍可正常使用。

2、说明固定资产和无形资产的折旧摊销情况与主营业务成本、期间费用中的折旧摊销金额是否勾稽

固定资产、无形资产、长期待摊费用折旧摊销情况表以及与主营业务成本、期间费用中的折旧摊销金额勾稽情况如下：

单位：万元

项目	计入项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
----	------	---------	---------	---------

固定资产-计提折旧	制造费用	3,530.98	3,327.08	2,926.03
	期间费用	934.73	355.21	383.40
无形资产-计提摊销	制造费用	196.32	121.93	125.13
	期间费用	29.42	121.93	95.84
长期待摊费用—计提摊销	制造费用	1,354.96	1,337.08	817.25
	期间费用	323.77	41.64	125.38
长期资产计提折旧摊销合计	制造费用	5,082.26	4,789.90	3,846.48
	期间费用	1,287.92	514.97	626.54
营业成本-折旧摊销	-	5,082.26	4,789.90	3,846.48
期间费用-折旧摊销	-	1,287.92	514.97	626.54
与营业成本勾稽差异	-	-	-	-
与期间费用勾稽差异	-	-	-	-

注 1：长期资产计提折旧摊销合计系固定资产、无形资产、长期待摊费用计提折旧、摊销费用合计金额

发行人资产折旧摊销情况与营业成本、期间费用中的折旧摊销相互勾稽。

(六)说明专业服务费和人力资源服务费的具体构成、核算内容、结算方式、对应服务公司的基本情况、发生的原因及必要性

1、发行人专业服务费和人力资源服务费的具体构成情况

单位：万元

费用类别	项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
专业服务费	咨询服务费	335.02	378.65	103.99
	测试服务费	85.95	92.35	75.11
	环境卫生服务费	35.64	19.28	38.26
	审计服务费	26.76	76.18	27.67
	信息技术服务费	43.75	22.38	37.02
	专利服务费	4.87	23.01	0.41
	其他	12.34	2.99	7.19
	小计	544.33	614.84	289.65
人力资源服务费	人力资源服务	401.06	161.52	182.78

注：专业服务费中其他包括注册费、认证费及商标费。

报告期内，咨询服务费主要包括发行人向服务方购买的绩效考核优化和薪酬制度设计服务、提升企业人员生产管理技能的咨询服务、法律咨询服务等；测试服务费主要包括发行人向服务方购买的产品质量检测服务、建设工程安全检测服

务；审计服务费为发行人向相关审计机构购买的审计服务；环境卫生服务费主要包括发行人向服务方购买的有害生物防治服务；信息技术服务费主要包括发行人向服务方购买的软件运行与维护服务；专利服务费主要包括发行人向服务方购买的协助完成专利申请相关服务；人力资源服务费的核算内容为发行人向人力资源服务公司购买的招聘等服务。

2、专业服务费和人力资源服务费各年度前十名供应商提供服务内容情况

单位：万元

期间	供应商名称	项目	具体服务内容	金额	占比
2020 年度	阜阳鼎之信企业管理有限公司	人力资源服务费	招聘服务	295.36	31.24%
	浙江哈博特企业管理咨询有限公司	咨询服务费	企业管理咨询服务	69.81	7.38%
	招商证券股份有限公司	咨询服务费	上市申报辅导服务	56.60	5.99%
	宁波龙乾企业服务有限公司	人力资源服务费	招聘服务	41.65	4.41%
	TC LEGAL SERVICES LIMITED	咨询服务费	法律咨询服务	28.05	2.97%
	中国轻工业发展研究中心	咨询服务费	绿色制造项目申报咨询服务	24.75	2.62%
	艺康（中国）投资有限公司	环境卫生服务费	有害生物防治服务	22.27	2.36%
	宁波睿麟法律咨询有限公司	咨询服务费	法律咨询服务	20.00	2.12%
	沃克森（北京）国际资产评估公司	咨询服务费	评估咨询服务	15.09	1.60%
	青岛志德工贸有限公司	人力资源服务费	招聘服务	14.86	1.57%
	小计	—	—	588.44	62.24%
2019 年度	浙江哈博特企业管理咨询有限公司	咨询服务费	企业管理咨询服务	150.94	19.44%
	阜阳鼎之信企业管理有限公司	人力资源服务费	招聘服务	82.79	10.66%
	宁波梦创信息科技有限公司	咨询服务费	奖项申报咨询服务	58.14	7.49%
	天职国际会计师事务所（特殊普通合伙）	审计服务费	财务报表审计服务	42.45	5.47%
	宜家分拨（上海）有限公司	测试服务费	产品质量检测服务	40.26	5.19%
	北京和信润业管理咨询有限公司	咨询服务费	企业管理咨询服务	33.98	4.38%
	宁波同隆供应链管理有限公司	人力资源服务费	招聘服务	25.15	3.24%

期间	供应商名称	项目	具体服务内容	金额	占比
	宁波睿麟法律咨询有限公司	咨询服务费	法律咨询服务	20.00	2.58%
	招商证券股份有限公司	咨询服务费	上市申报辅导服务	18.87	2.43%
	宁波博策知识产权代理有限公司	专利服务费	PCT 专利申请服务	14.70	1.89%
	小计	--	--	487.29	62.76%
2018 年度	阜阳鼎之信企业管理有限公司	人力资源服务费	招聘服务	128.77	27.26%
	宁波同隆供应链管理有限公司	人力资源服务费	招聘服务	39.02	8.26%
	宜家分拨（上海）有限公司	测试服务费	产品质量检测服务	25.62	5.42%
	宁波至胜法律咨询服务有限公司	咨询服务费	法律咨询服务	19.42	4.11%
	深圳深投研顾问有限公司	咨询服务费	企业管理咨询服务	14.15	3.00%
	宁波米瑞科技有限公司	信息技术服务费	新媒体运营、品牌设计服务	13.21	2.80%
	锐仕方达（北京）人力资源顾问有限公司宁波分公司	人力资源服务费	招聘服务	13.14	2.78%
	浙江金瀚企业管理咨询有限公司	咨询服务费	企业管理咨询服务	11.65	2.47%
	中汇（宁波）税务师事务所有限公司	审计服务费	纳税申报审计服务	10.57	2.24%
	必维申美商品检测（上海）有限公司	测试服务费	产品质量检测服务	10.42	2.21%
	小计	--	--	285.96	60.53%

如上表所示，公司报告期内向专业服务费和人力资源服务费各年度前十名供应商采购的金额分别为 285.96 万元、487.29 万元、588.44 万元。公司通过向上述供应商采购专业服务，以提供招聘、审计、产品质量检测、信息系统管理水平提升等服务，系发行人日常经营所需的专业服务，存在必要性。经通过工商登记信息查询，上述供应商与发行人不存在未披露的关联关系。

3、对应服务公司基本情况

报告期内，专业服务费和人力资源服务费结算方式、对应服务公司的基本情况如下：

（1）专业服务费-咨询服务费

服务公司名称	服务公司基本情况	结算方式
--------	----------	------

服务公司名称	服务公司基本情况	结算方式
浙江哈博特企业管理咨询有限公司	法定代表人：何邦同；注册资本 1,000 万元；经营范围：企业管理咨询服务；教育信息咨询；机械设备研发、设计、销售；人力资源服务。	银行转账
宁波梦创信息科技有限公司	法定代表人：蒋磊；注册资本：220 万元；经营范围：一般项目：信息系统集成服务；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；科技指导；科技中介服务；企业管理；信息咨询服务；工业设计服务。许可项目：检验检测服务。	银行转账
招商证券股份有限公司	负责人：霍达；注册资本：869,652.681 万元；经营范围：证券经纪、投资银行、资产管理、基金管理、证券自营、证券投资管理、直接投资等。	银行转账
宁波睿麟法律咨询有限公司	法定代表人：刘石；注册资本 300 万元；经营范围：法律咨询服务（不含诉讼代理），知识产权代理服务，商务信息咨询。	银行转账
北京和信润业管理咨询有限公司	法定代表人：林涵武；注册资本：100 万元；经营范围：企业管理咨询；经济贸易咨询；企业策划；市场调查；计算机系统服务；技术推广服务；应用软件开发；软件开发；产品设计；会议服务；承办展览展示活动。	银行转账
中国轻工业发展研究中心	法定代表人：陈建国；事业单位；经营范围：开展轻工业发展相关问题研究，促进轻工业可持续发展。轻工行业专题研究与信息交流相关业务培训与咨询服务	银行转账
宁波市斯正项目管理咨询有限公司镇海分公司	法定代表人：吴杰；注册资本：601 万元；经营范围：工程项目管理及各类工程咨询；市政公用工程建设监理及咨询；工业与民用建筑工程建设监理及咨询；房屋建筑工程建设监理及咨询；化工石油工程建设监理及咨询；水利水电工程建设监理及咨询；电力工程建设监理及咨询；铁路工程建设监理及咨询；公路工程建设监理及咨询；港口与航道工程建设监理及咨询；招标代理；政府采购代理。	银行转账

(2) 专业服务费-测试服务费

服务公司名称	服务公司基本情况	结算方式
宜家分拨(上海)有限公司	法定代表人：乔华；注册资本：49,872 万元；经营范围：家具、家居用品、器具以及玩具、绿色植物、大型家用电器、设备包装及相关材料、以及上述产品的零部件和原材料的批发、进出口，仓库和物业的出租、管理和仓储服务，上述商品的设计和测试，上述商品的安装及包括维修、信息咨询和培训服务在内的售后服务	银行转账
宁波市紫光建设工程检测有限公司	法定代表人：吴军军；注册资本：505 万元；经营范围：建设工程检验检测、技术服务；建筑材料检测；结构加固、鉴定；工程建设管理及代理、咨询服务；以及其他按法律、法规、国务院决定等规定未禁止或无需经营许	银行转账

服务公司名称	服务公司基本情况	结算方式
	可的项目和未列入地方产业发展负面清单的项目。	
通标标准技术服务(上海)有限公司	法定代表人：杜佳斌；注册资本：18,000 万元；经营范围：根据客户的委托，承担检查、检验、检测、鉴定、监督、货物查验、评定的技术服务，在国际标准和检验实验室的建立、评价以及产品的信息化、工程项目方面提供技术咨询服务（不含认证咨询），劳务派遣，检验设备、技术方法的研究和开发，有关标准化的服务，根据业务需要颁发公司证明文件（除认证），害虫防治服务，货物或技术进出口（国家禁止或涉及行政审批的货物和技术进出口除外），从事建设工程质量、建设工程材料和交通工程检测相关技术服务，自有设备租赁，计量服务，环保咨询，节能管理服务，节能技术推广服务。	银行转账

(3) 专业服务费-环境卫生服务费

服务公司名称	服务公司基本情况	结算方式
艺康(中国)投资有限公司	法定代表人：孔汀筠；注册资本：3,000 万美元；经营范围：许可项目：第三类医疗器械经营。一般项目：……（六）从事用于清洁、洗涤、消毒、卫生、卫生杀虫、有害生物防治、润滑、兽用消毒、环保、水质处理等用途的化学品和原材料，食品添加剂，化妆品，第二类医疗器械，用于传染病防治的消毒产品，预防感染用品（药品除外）与各种养护用蜡和配套设备以及检测、监测仪器的批发、网上零售、佣金代理（拍卖除外）、进出口；及提供相关配套服务。（七）提供清洁、洗涤、消毒、卫生杀虫、有害生物防治、润滑、预防感染、食品安全的技术服务、咨询及其他相关的服务；提供环保、水质处理、绿化、清洁、消毒、熏蒸、除虫灭鼠、白蚁防治及相关的技术咨询服务	银行转账

(4) 专业服务费-审计服务费

服务公司名称	服务公司基本情况	结算方式
天职国际会计师事务所（特殊普通合伙）	执行事务合伙人：邱靖之；经营范围：审查企业会计报表、出具审计报告；验证企业资本，出具验资报告；办理企业合并、分立、清算事宜中的审计业务，出具有关报告；基本建设年度财务决算审计；代理记账；会计咨询、税务咨询、管理咨询、会计培训；法律、法规规定的其他业务；技术开发、技术咨询、技术服务；应用软件开发；软件开发；计算机系统服务；软件咨询；产品设计；基础软件服务；数据处理；企业管理咨询；销售计算机、软件及辅助设备。	银行转账

服务公司名称	服务公司基本情况	结算方式
中汇（宁波）税务师事务所有限公司	法定代表人：徐燕云；注册资本：200 万元；经营范围：一般项目：税务服务；财务咨询；商务代理代办服务；企业管理咨询；信息咨询服务（不含许可类信息咨询服务）；工商登记代理代办；招投标代理服务；营销策划；市场调查（不含涉外调查）；社会调查（不含涉外调查）；会议及展览服务；组织文化艺术交流活动；文具用品零售；文具用品批发（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：代理记账（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）。	银行转账
宁波国穗会计师事务所有限公司	法定代表人：费孝定；注册资本：50 万元；经营范围：审查企业会计报表、出具审计报告；验证企业资本，出具验资报告；办理企业合并、分立、清算事宜中的审计业务，出具有关报告；基本建设年度决算审计；代理记账；会计咨询、税务咨询、管理咨询、会计培训。	银行转账

(5) 专业服务费-信息技术服务费

服务公司名称	服务公司基本情况	结算方式
宁波米瑞科技有限公司	法定代表人：刘明；注册资本：1,000 万元；经营范围：计算机信息科技领域内技术开发、技术咨询；计算机软件、电子产品、金属制品的研发；经济贸易咨询；企业管理咨询；企业营销策划；文化艺术活动组织策划；展览展示服务；工程勘探设计；工业产品设计；模型设计；工艺品设计；动漫设计；包装设计；计算机系统集成；广告服务；电子产品、家具、服装、文化用品、体育用品、日用品的批发、零售；自营或代理货物和技术的进出口。	银行转账
宁波市睿晟信息科技有限公司	法定代表人：李昌满；注册资本：100 万元；经营范围：计算机信息技术的研发；计算机软件开发、转让、咨询；网页设计；计算机网络维护；计算机及软件、硬件耗材、电子产品、文具用品的批发、零售。	银行转账

(6) 专业服务费-专利服务费

服务公司名称	服务公司基本情况	结算方式
宁波博策知识产权代理有限公司	法定代表人：陈凤燕；注册资本：100 万元；经营范围：知识产权代理服务；专利代理；商标代理；版权代理；专利技术咨询；科技项目申报代理；企业管理咨询。	银行转账

(7) 人力资源服务费

服务公司名称	服务公司基本情况	结算方式
金华鼎信人力资源有限公司	法定代表人：周夏舜；注册资本：200 万元，经营范围：人才中介（凭有效许可证件经营），企业管理咨询，普通货物装卸服务。	银行转账

服务公司名称	服务公司基本情况	结算方式
阜阳鼎之信企业管理有限公司	法定代表人：马海涛；注册资本：200 万元，经营范围：企业管理咨询，市场营销策划，国内劳务派遣，劳务输出，职业中介服务，劳动保障事务代理，家政服务，建筑劳务分包，会务会展服务、策划。	银行转账
宁波同隆供应链管理有限公司	法定代表人：符雷；注册资本：200 万元，经营范围：供应链管理服务；人才招聘；人才推荐；人才派遣；企业管理咨询；普通货物装卸、仓储服务；物业服务；企业后勤服务；以服务外包方式从事企业生产线管理。	银行转账
济宁市恒泰人力资源有限公司	法定代表人：周丽；注册资本：200 万元；经营范围：国内劳务派遣；劳务信息咨询服务；企业形象策划；企业营销策划；企业登记代理服务；代理记账；税务咨询服务；企业管理咨询服务；商标代理服务。	银行转账
青岛志德工贸有限公司	法定代表人：阙云腾；注册资本：200 万元；经营范围：建筑劳务工程分包；劳务派遣（劳务派遣经营许可证有效期以许可证为准）；生产线承包；物业管理；人力资源信息咨询（不含职业介绍）；企业管理咨询；室内外装饰装修工程设计及施工；玻璃幕墙工程施工；普通货物装卸服务；保洁服务（不含高处作业）；农作物种植；批发零售：初级农产品（仅限豆类、谷类、薯类）、建筑材料、装饰装修材料、劳保用品；货物进出口、技术进出口。	银行转账
宁波龙乾企业服务有限公司	法定代表人：张珊珊；注册资本：200 万元；经营范围：劳务派遣业务（在许可证件有效期内经营）。以服务外包方式从事企业生产线管理，企业管理咨询，投资信息咨询，物业服务。	银行转账

二、申报会计师核查情况

（一）核查程序

申报会计师履行的主要核查程序包括：

（1）获取并检查货物代理服务合同及运输服务合同，核查货物代理服务及运输服务的具体构成、服务内容及结算方式；

（2）通过公开网站查询货代公司及运输公司的基本情况，核查货代公司及运输公司是否与发行人、控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员存在关联关系、资金往来或者其他未披露的利益安排；

（3）比较分析货代费与运输费的具体服务内容构成；

（4）分析货代费与运输费的变动趋势是否与外销产品的数量、金额相匹配；

(5) 获取运输费明细台账，分析境内和境外销售的运输费金额、运输批次、运输重量、运输单价、运输区域是否与发行人营业收入及销售数量存在合理的匹配关系，分析不同境外销售国家和地区的运输单价在报告期内的波动与同行业可比公司进行比对分析；

(6) 查阅了发行人的花名册、工资表，实地查看发行人生产车间、了解自动化情况；

(7) 通过公开网站查询同行业可比上市公司员工薪酬相关数据进行统计分析，查询宁波市统计局统计公告了解同地区工资水平；

(8) 抽查各年度销售业务拓展费支付凭证以及凭证后附的汇款申请书、银行汇款通知单、付款审批单、发票等资料；

(9) 通过对报告期内销售业务拓展费及宣传展览费进行分析，了解费用变动原因及变动合理性；

(10) 获取发行人报告期内各年度固定资产、无形资产、长期待摊费用资产明细表、资产使用情况及存放统计表、相关产权证资料等，对上述资产进行盘点、权证检查；

(11) 查看资产折旧、摊销相关政策及估计是否合理，将各年度折旧摊销情况与营业成本、期间费用中的折旧摊销进行勾稽核对；

(12) 获取发行人报告期内各年度专业服务费及人力资源服务费的费用明细表，抽查费用结算单、付款申请单及银行回单等资料；

(13) 从公开网站查询上述服务公司工商信息及基本情况，抽查服务合同主要条款，核查服务公司的经营范围，了解服务内容。

(二) 核查意见

经核查，申报会计师认为：

(1) 除海连胜外，发行人主要货代公司及运输公司与发行人、控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员不存在关联关系、资金往来或者其他未披露的利益安排；货代费与运输费的核算内容不存在重合的情形、货代费与运输

费的变动趋势与外销产品的数量、金额相匹配；

(2) 境内和境外销售的运输费金额、运输批次、运输重量、运输单价、运输区域与发行人营业收入及销售数量相匹配，发行人承担的运输费用主要为自发行人仓库至各个不同码头的运费，与境外销售不同国家和地区的相关性小，运输单价在报告期内的波动合理；

(3) 经核查，发行人报告期内员工薪酬支出与业务规模相匹配，与同地区工资水平相近；与同行业可比公司相比，因人员数量归集口径可能存在差别，差异具有合理性；

(4) 经核查，发行人报告期内销售业务拓展费与宣传展览费的核算内容及变动趋势与经营规模增长趋势相匹配，具备合理性；

(5) 经核查，发行人管理费用中折旧摊销完毕资产明细、折旧期限、折旧金额和目前的使用情况不存在异常情况，发行人报告期内长期资产折旧摊销情况与主营业务成本、期间费用中的折旧摊销金额相互勾稽；

(6) 发行人专业服务费及人力资源服务费对应服务公司的经营范围与所提供服务内容相匹配，公司通过向上述供应商采购专业服务，以提供招聘、审计、产品质量检测、信息系统管理水平提升等服务，系发行人日常经营所需的专业服务，原因合理，存在采购的必要性；上述供应商与发行人不存在未披露的关联关系。

(三) 说明对海外运输真实性、定价公允性的核查过程和结论

发行人外销业务中，主要采用 FOB 贸易模式进行交易，报告期内以 FOB 贸易模式交易的销售额占各年外销销售总额比例分别为 99.24%、99.20%、**99.06%**。发行人外销业务中采用的贸易术语包括 FOB、CIF、DDP 和 EXW。其中 FOB 贸易模式下，发行人作为卖方只承担将货物从仓库运送至出口报关地港口的运输费用，CIF 和 DDP 贸易模式下卖方需承担将货物运送至客户所在地或客户指定地点的运输费用，EXW 贸易模式下卖方在其所在地或其它指定地点（如工厂、车间或仓库等）将货物交由买方处置时，不需将货物装上任何前来接收货物的运输工具，不产生运输费用。

对海外运输真实性、定价公允性的核查，申报会计师履行了如下核查程序：

1、核查程序

（1）查询主要运输公司的工商信息、股权结构、营业范围等信息，了解其是否为正常经营、与发行人是否存在关联关系、提供的相关服务是否在营业范围内。

（2）对存在关联关系的运输服务公司，将关联方提供运输服务的交易价格与其他运输公司的同类型交易价格进行比较，对比分析交易价格的公允性。

（3）检查报告期内主要的运输服务供应商与发行人签订的运输合同及合同中约定的主要条款。

（4）抽查运输合同、费用结算明细或对账单、报关单、发票、提单、付款记录，核查相关交易的真实性。

（5）对报告期内各年度的费用变动情况进行分析，了解变动原因及原因的合理性，关注费用的完整性。

（6）取得发行人报告期内报关单信息，抽取收入明细表中样本，将报关单信息与收入、发货单、发票进行核对。

（7）登录发行人在宁波电子口岸账户，通过报关单查询提单号、船公司航线及相关船舶的航程情况。

2、核查结论

经核查，申报会计师认为：

（1）报告期内发行人采购的运输服务主要系运送至出口地港口各码头的短途运输服务。发行人与主要的运输服务供应商签订格式运输合同，委托其提供运输代理服务，报告期内费用的实际结算与合同约定一致。发行人与海连胜的关联交易价格与其他服务方提供的同类型服务的交易价格无明显差异，报告期内发行人与海连胜及其他运输服务商的交易价格公允。

（2）报告期内发行人的外销业务以 FOB 模式为主，报关单信息与海外运输目的地、提单信息相符，装船的货柜编号与报关单、提单信息核对一致，海外运

输真实发生。

问题 13：关于存货

申报材料显示：

（1）发行人在产品金额持续增加，报告期内分别为 1,589.76 万元、1,655.44 万元和 1,942.27 万元，占存货比重分别为 13.00%、10.72%和 12.30%。发行人称在产品为部分产品中间工序形成，主要包括片材和未包装的产品，期末余额与公司在制工单相匹配。招股说明书第六节“业务与技术”章节显示发行人生产环节较短，主要生产过程包括集中供料、挤片、吸塑、注塑等环节，前述环节完成后产品即可包装、检验后入库。

（2）发行人报告期内原材料金额分别为 3,768.23 万元、4,958.81 万元和 5,625.83 万元，占存货比重分别为 30.82%、32.12%和 35.63%。发行人主要原材料塑胶的采购价格报告期内发生较大波动，系影响发行人业绩波动的重要原因，发行人报告期内对存货的减值准备计提总金额仅为 36.08 万元、27.20 万元和 31.80 万元。

（3）招股说明书在分析存货变动结构及变动情况部分的信息披露过于笼统，未能充分、完整地披露各项存货的构成明细、库龄及变动原因、存货跌价准备金额计提的充分性。

请发行人：

（1）结合塑料制品在制工单的下单时间分布、生产工序的技术难度、复杂程度、耗时周期、在产品管理制度等，分析并说明发行人报告期末在产品金额持续增加的原因及合理性、与生产周期是否相符、各期末在产品金额与经营实际情况是否相符；

（2）分别披露各期塑胶、PLA、纸、碳酸钙、色母等原材料的数量、单价、金额和占比，以及报告期各期末在途物资的构成内容、来源和会计核算过程、入库时间和期后入库情况；结合塑胶原材料报告期内的价格大幅波动情况，说明对塑胶原材料存货跌价准备金额的估计过程、假设参数、依据及合理性，相关跌价准备金额计提是否充分；按照原材料、在产品、库存商品和发出商品分类，分别

披露存货跌价准备的计提金额，并对比同行业可比公司，说明存货跌价准备金额的计提充分性；

（3）按照餐饮具、家居产品、生物全降解材料制品、纸制品及其他分类，分别披露对应库存商品的单价、数量、金额和占比；结合餐饮品和家居产品报告期产品销售价格的波动情况，分析并披露相应的存货跌价准备计提金额是否充分；结合各期末履行的在手订单金额，说明对库存商品的覆盖情况；

（4）结合公司材料采购与生产周期、销售周期等相关因素，详细分析并披露各期末各项存货的构成及库龄情况，发行人存货的构成结构与同行业可比公司是否存在较大差异；

（5）按照餐饮具、家居产品、生物全降解材料制品、纸制品及其他分类，分别披露发出商品的数量、金额、占比、库龄、对应客户、期后结转主营业务成本的情况，说明报告期内发出商品余额的增加与产品销量、运输费用是否一致、发出商品的库龄是否与运输周期一致；披露对发出商品的控制措施及有效性。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

回复：

一、发行人补充披露及发行人说明

（一）结合塑料制品在制工单的下单时间分布、生产工序的技术难度、复杂程度、耗时周期、在产品管理制度等，分析并说明发行人报告期末在产品金额持续增加的原因及合理性、与生产周期是否相符、各期末在产品金额与经营实际情况是否相符；

报告期各期末在产品账面余额及周转情况如下：

单位：万元

项目	2020 年末/2020 年	2019 年末/2019 年	2018 年末/2018 年
	金额	金额	金额
在产品	1,168.80	1,942.27	1,655.44
营业成本	75,814.95	77,420.40	77,723.57
在产品周转天数（天）	7.39	8.36	7.52

公司的主要产品为塑料制品，加工工艺为注塑和吸塑。注塑产品生产流程为供料、注塑成型、包装、检验、成品入库；吸塑产品生产流程为供料、挤出片材、吸塑成型、包装、检验、成品入库。供料系将原材料投入供料系统中，由于供料系塑料制品生产过程中的一个环节且供料系统与产品生产线相连，因此投入料罐中的原材料属于在产品；当生产成半成品，品控部对半成品进行抽样检验，如发现不合格品，及时返工；对于合格半成品，则进行后续包装及检验或按照名称、规格、批次等堆放整齐，等待后续的包装及检验。因此在产成品入库前，在制产品、待包装、待检验、正在检验的产品亦属于在产品。

如上表所示，发行人在产品周转天数平均为 9 天。发行人常规订单生产周期约为 10 天左右，为车间开始供料至产成品入库时间。发行人在产品周转天数合理，相对于公司生产经营规模，在产品规模系在合理生产周期范围内，符合公司实际生产情况。

发行人在产品金额 2019 年度较 2018 年度增加 286.83 万元，增幅 17.33%，属于基数较小造成的合理波动。主要原因为：①报告期内持续购入并使用中央供料系统，供料系统与后续生产工艺所用设备直接相连，是提升生产自动化的方式之一，投入料罐中的原材料亦属于在产品，因此导致在制产品金额有所增加；②临近期末，根据客户订单、节假日安排及交货时间进行生产安排，各年情况不一导致小幅差异，属于合理波动。

发行人已制定《在产品管理制度》，对在产品分类、管理要求等做出了规定，报告期内实际执行情况良好，发行人在产品周转情况良好，符合管理制度要求。

（二）分别披露各期塑胶、PLA、纸、碳酸钙、色母等原材料的数量、单价、金额和占比，以及报告期各期末在途物资的构成内容、来源和会计核算过程、入库时间和期后入库情况；结合塑胶原材料报告期内的价格大幅波动情况，说明对塑胶原材料存货跌价准备金额的估计过程、假设参数、依据及合理性，相关跌价准备金额计提是否充分；按照原材料、在产品、库存商品和发出商品分类，分别披露存货跌价准备的计提金额，并对比同行业可比公司，说明存货跌价准备金额的计提充分性

1、分别披露各期塑胶、PLA、纸、碳酸钙、色母等原材料的数量、单价、

金额和占比，以及报告期各期末在途物资的构成内容、来源和会计核算过程、入库时间和期后入库情况；

发行人已在招股说明书“第六节 业务与技术”之“三、发行人的主营业务情况”之“（二）公司的采购情况”补充披露如下：

8、发行人主要原材料分类情况

2018 年末至 2020 年末，公司塑胶材料、PLA、纸、碳酸钙、色母等原材料的数量、单价、金额和占比的具体情况如下：

单位：吨、元/KG、万元

年份	原材料	数量	单价	金额	占比
2020 年	塑胶	7,188.86	7.67	5,513.42	66.34%
	PLA	1,090.57	17.04	1,858.18	22.36%
	纸	110.35	6.43	71.00	0.85%
	碳酸钙	130.40	3.23	42.18	0.51%
	色母	161.81	23.37	378.09	4.54%
	其他	-	-	448.14	5.40%
	合计	8,681.99	-	8,311.01	100.00%
2019 年	塑胶	5,037.84	7.77	3,912.65	69.37%
	PLA	244.45	16.51	403.69	7.16%
	纸	91.50	7.52	68.78	1.22%
	碳酸钙	119.83	3.43	41.15	0.73%
	色母	130.89	18.80	246.03	4.36%
	其他	-	-	967.60	17.16%
	合计	5,624.51	-	5,639.91	100.00%
2018 年	塑胶	4,393.32	9.27	4,071.28	81.97%
	PLA	127.03	15.96	202.73	4.08%
	纸	64.46	8.35	53.81	1.08%
	碳酸钙	97.15	2.24	21.72	0.44%
	色母	121.94	21.25	259.17	5.22%
	其他	-	-	358.22	7.21%
	合计	4,803.89	-	4,966.94	100.00%

注：其他主要包括 PBAT 树脂、钛白粉、助剂、PP 膜、盐胡椒、玉米碟等辅助材料及宜家用模具。

如上表所示，各期末原材料主要为塑胶、PLA、纸等主料以及碳酸钙、色母等辅料，其中塑胶材料占比最高，各期末占比为 81.97%、69.37%、**66.34%**。报告期内塑胶材料占比逐年递减，PLA 材料占比逐年递增，主要原因系报告期内生物全降解产品产量增加导致。

2019 年末其他原材料金额为 967.60 万元，与 2018 年末、**2020 年末相比金额较高**，主要原因系 2019 年，宜家自发行人处采购专用模具，2019 年末其他原材料余额中主要包括销售给宜家的专用模具金额为 708.30 万元。

关于报告期各期末在途物资的构成内容、来源和会计核算过程、入库时间和期后入库情况，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“十一、资产质量分析”之“（一）流动资产结构及变动情况”之“2、存货”补充披露如下：

（4）在途物资情况

报告期各期末，在途物资系公司从境外采购、正在运输途中的原材料，具体构成如下：

单位：吨、元/KG、万元

时间	项目	来源	数量	单价	金额	入库时间
2020 年 12 月 31 日	PP	进口	2,620.33	6.15	1,611.57	2021 年 1 月
	PS	进口	1,268.51	8.80	1,116.71	2021 年 1 月
	合计	—	3,888.84	—	2,728.28	—
2019 年 12 月 31 日	PP	进口	1,241.55	6.97	865.94	2020 年 1 月
	PS	进口	225.00	7.87	177.03	2020 年 1 月
	合计	—	1,466.55	—	1,042.97	—
2018 年 12 月 31 日	PP	进口	1,100.00	9.24	1,016.11	2019 年 1 月
	PS	进口	727.23	8.49	617.42	2019 年 1 月
	PLA	进口	100.00	15.95	159.47	2019 年 1 月
	合计	—	1,927.23	—	1,793.00	—

如上表所示，报告期各期末在途物资为进口 PP、PS、PLA 原材料，均在次月入库。公司采购的进口原材料通过海运从供应商货物所在地港口运至国内。公司以提单上列示的装船日期作为在途物资的确认时点，当材料实际入库时从在途物资转入原材料科目。

2、结合塑胶原材料报告期内的价格大幅波动情况，说明对塑胶原材料存货跌价准备金额的估计过程、假设参数、依据及合理性，相关跌价准备金额计提是否充分；

(1) 塑胶原材料存货跌价准备金额的估计过程、假设参数、依据及合理性

根据《企业会计准则第1号—存货》第十五条规定：“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。”公司在确定存货的可变现净值时，以取得的确凿证据为基础，同时考虑持有存货的目的以及资产负债表日后事项的影响。

报告期内，公司可变现净值的确认方法如下：

1) 对于已签订销售合同/订单的存货，公司的预计售价则为销售合同/订单中的价格，减去估计的销售费用和相关税费后的金额确定，其中，估计的销售费用为当年销售费用/营业收入*该存货的预计售价（下同），估计的相关税费为当年营业税金及附加/营业收入*该存货的预计售价（下同）。

2) 对于尚未签订销售合同/订单的存货，按照同类产品最近的销售合同/订单的价格或市场售价减去估计的销售费用和相关税费后的金额确定。

3) 对于尚需要加工的存货，预计售价按照已签订销售合同/订单的价格或者同类产品产成品的预计售价或者市场售价，减去至完工时尚需投入的成本和估计的销售费用和相关税费后的金额确定。

公司综合考虑塑胶原材料在资产负债表日的状态、未来可使用情况、采购价格波动情况和期后产品销售情况，根据定期盘点情况对塑胶原材料按照“成本与可变现净值孰低”计提相应的存货跌价准备。

(2) 原材料结构及计提跌价情况

报告期内，公司原材料结构及计提跌价情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 12 月 31 日			
	账面余额	跌价准备	账面价值	结构比
塑胶原材料	5,513.42		5,513.42	66.47%
PLA	1,858.18		1,858.18	22.40%
原纸	71.00		71.00	0.86%
色母、碳酸钙等其他辅料	868.41	16.20	852.21	10.27%
合计	8,311.01	16.20	8,294.81	100.00%
项目	2019 年 12 月 31 日			
	账面余额	跌价准备	账面价值	结构比
塑胶原材料	3,912.65	-	3,912.65	69.55%
PLA	403.69	-	403.69	7.18%
原纸	68.78	-	68.78	1.22%
色母、碳酸钙等其他辅料	1,254.79	14.08	1,240.71	22.05%
合计	5,639.91	14.08	5,625.83	100.00%
项目	2018 年 12 月 31 日			
	账面余额	跌价准备	账面价值	结构比
塑胶原材料	4,071.28	-	4,071.28	82.10%
PLA	202.73	-	202.73	4.09%
原纸	53.81	-	53.81	1.09%
色母、碳酸钙等其他辅料	639.12	8.14	630.98	12.72%
合计	4,966.95	8.14	4,958.81	100.00%

如上表所示，报告期内塑胶原材料、PLA、纸未计提跌价准备，色母、碳酸钙等其他辅料计提的跌价准备金额分别为 8.14 万元、14.08 万元、16.20 万元。

(3) 塑胶原材料采购价格变动情况

2018 年度至 2020 年度，公司塑胶原材料平均采购入库成本单价变动情况如下：

单位：元/千克

类别	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	平均单价	变动幅度	平均单价	变动幅度	平均单价	变动幅度

PP	7.11	-10.11%	7.91	-8.45%	8.64	13.24%
PS	7.28	-12.92%	8.36	-15.60%	9.90	6.50%

受到国际原油价格波动的影响,报告期内公司塑胶原材料采购单价持续下降。

(4) 塑胶原材料产品期后销售情况

塑胶原材料主要用于生产塑料制品。报告期各期末,公司塑料制品期后毛利率情况如下:

项目	期后毛利率		
	2020.12.31	2019.12.31	2018.12.31
塑料制品	21.95%	26.10%	23.73%

注:发行人2018年末、2019年末期后产品毛利率统计至期后12个月,2020年末期后产品毛利率统计至2021年1月31日。

如上表所示,报告期内塑胶原材料的期后产品毛利率平均在20%以上,结合塑料制品各年的产销情况以及存货周转率情况来看,塑料制品未发生减值。

根据各期末存货盘点情况来看,各期末库存原材料中除小部分已经全额计提跌价准备的无明确使用计划的呆滞辅料外,其他原材料均保存良好,且所生产的产品可变现净值高于账面价值,根据企业会计准则相关规定,无需计提跌价准备。

综上所述,公司对塑胶原材料计提的存货跌价准备合理、充分。

3、按照原材料、在产品、库存商品和发出商品分类,分别披露存货跌价准备的计提金额,并对比同行业可比公司,说明存货跌价准备金额的计提充分性

(1) 按照原材料、在产品、库存商品和发出商品分类,分别披露存货跌价准备的计提金额

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“十一、资产质量分析”之“(一)流动资产结构及变动情况”之“2、存货”之“(3)存货减值风险分析”补充披露如下:

报告期内,发行人不同类别的存货各年度计提存货跌价准备情况如下:

单位:万元

项目	2020年12月31日
----	-------------

	账面余额	跌价准备	账面价值	跌价准备率
原材料	8,311.01	16.20	8,294.81	0.19%
在产品	1,168.80	-	1,168.80	
库存商品	8,647.26	38.92	8,608.34	0.45%
发出商品	1,889.87	-	1,889.87	
低值易耗品	1,411.11	3.11	1,408.00	0.22%
在途物资	2,728.28	-	2,728.28	
合计	24,156.33	58.23	24,098.10	0.24%
项目	2019年12月31日			
	账面余额	跌价准备	账面价值	跌价准备率
原材料	5,639.91	14.08	5,625.83	0.25%
在产品	1,942.27	-	1,942.27	-
库存商品	5,109.00	17.72	5,091.28	0.35%
发出商品	1,739.43	-	1,739.43	-
低值易耗品	347.36	-	347.36	-
在途物资	1,042.97	-	1,042.97	-
合计	15,820.94	31.80	15,789.14	0.20%
项目	2018年12月31日			
	账面余额	跌价准备	账面价值	跌价准备率
原材料	4,966.94	8.14	4,958.81	0.16%
在产品	1,655.44	-	1,655.44	-
库存商品	4,832.20	19.06	4,813.14	0.39%
发出商品	1,666.28	-	1,666.28	-
低值易耗品	550.96	-	550.96	-
在途物资	1,793.00	-	1,793.00	-
合计	15,464.82	27.20	15,437.63	0.18%

如上表所示，发行人报告期内对长期未使用的呆滞辅料及产成品全额计提跌价准备。报告期内计提的跌价准备金额分别为 27.20 万元、31.80 万元、58.23 万元。

（2）与可比公司存货跌价计提及存货周转率对比情况

①茶花股份

单位：万元

项目	2020 年 12 月 31 日			
	账面余额	跌价准备	账面价值	跌价准备率
原材料	-	-	-	-
在产品	-	-	-	-
库存商品	-	-	-	-
发出商品	-	-	-	-
低值易耗品	-	-	-	-
在途物资	-	-	-	-
委托加工物资	-	-	-	-
合计	-	-	-	-
	2019 年 12 月 31 日			
	账面余额	跌价准备	账面价值	跌价准备率
原材料	4,437.57	-	4,437.57	-
在产品	814.12	-	814.12	-
库存商品	9,405.08	712.67	8,692.41	7.58%
发出商品	120.95	-	120.95	-
低值易耗品	-	-	-	-
在途物资	382.08	-	382.08	-
委托加工物资	6.12	-	6.12	-
合计	15,165.92	712.67	14,453.25	4.70%
项目	2018 年 12 月 31 日			
	账面余额	跌价准备	账面价值	跌价准备率
原材料	4,597.56	-	4,597.56	-
在产品	923.54	-	923.54	-
库存商品	10,364.22	891.16	9,473.06	8.60%
发出商品	145.07	-	145.07	-
低值易耗品	-	-	-	-
在途物资	168.83	-	168.83	-
委托加工物资	-	-	-	-
合计	16,199.22	891.16	15,308.05	5.50%

②富岭环球

单位：万元

	2019 年 12 月 31 日
--	------------------

	账面余额	跌价准备	账面价值	跌价准备率
原材料	4,605.00	-	4,605.00	-
在产品	1,297.51	-	1,297.51	-
库存商品	10,805.55	118.88	10,686.67	1.10%
发出商品	-	-	-	-
低值易耗品	-	-	-	-
在途物资	-	-	-	-
委托加工物资	-	-	-	-
合计	16,708.06	118.88	16,589.18	0.71%
项目	2018 年 12 月 31 日			
	账面余额	跌价准备	账面价值	跌价准备率
原材料	4,812.28	-	4,812.28	-
在产品	952.00	-	952.00	-
库存商品	9,641.23	118.00	9,523.23	1.22%
发出商品	-	-	-	-
低值易耗品	-	-	-	-
在途物资	-	-	-	-
委托加工物资	-	-	-	-
合计	15,405.51	118.00	15,287.51	0.77%

注：2020 年，富岭环球（FORK.US）启动私有化，未公布 2020 年财务报告相关数据。

③永新股份

单位：万元

项目	2020 年 12 月 31 日			
	账面余额	跌价准备	账面价值	跌价准备率
原材料	8,649.89	728.37	7,921.51	8.42%
在产品	2,625.63	-	2,625.63	-
库存商品	13,768.65	888.52	12,880.13	6.45%
发出商品	-	-	-	-
低值易耗品	879.43	-	879.43	-
在途物资	-	-	-	-
委托加工物资	-	-	-	-
合计	25,923.60	1,616.89	24,306.70	6.24%
	2019 年 12 月 31 日			

	账面余额	跌价准备	账面价值	跌价准备率
原材料	10,527.77	945.79	9,581.98	8.98%
在产品	2,864.68	-	2,864.68	-
库存商品	13,712.65	566.47	13,146.18	4.13%
发出商品	-	-	-	-
低值易耗品	1,057.86	-	1,057.86	-
在途物资	-	-	-	-
委托加工物资	-	-	-	-
合计	28,162.96	1,512.26	26,650.70	5.37%
项目	2018 年 12 月 31 日			
	账面余额	跌价准备	账面价值	跌价准备率
原材料	12,193.16	452.96	11,740.20	3.71%
在产品	2,602.62	-	2,602.62	-
库存商品	16,324.50	305.89	16,018.62	1.87%
发出商品	-	-	-	-
低值易耗品	198.63	-	198.63	-
在途物资	-	-	-	-
委托加工物资	-	-	-	-
合计	31,318.91	758.85	30,560.06	2.42%

发行人总体存货跌价准备率与富岭环球较为接近，低于茶花股份和永新股份。主要系由于产品类型、营销模式差异所致：

发行人产品类型与富岭环球较为类似，主要为塑料餐饮具；茶花股份主要产品为日用塑料制品为主的家居用品；永新股份主要产品包括真空镀膜、塑胶彩印复合软包装材料等。

发行人的销售方式包括外销和内销，且以外销为主，富岭环球的销售方式与发行人类似，除销往国内市场外，大量出口美国、欧洲国家和地区；茶花股份绝大部分产品在国内大型商场、电商平台销售；永新股份的主要产品面向国内市场，并按地域建设了营销网络。不同营销模式下的存货管理及周转情况亦有不同。在国内大型商场、电商平台销售的模式下可能需要大量的存货备库，从而导致存货周转率降低，存货跌价风险上升。

单位：次/年

公司	2020 年度	2019 年度	2018 年度
永新股份	8.02	6.89	5.89
茶花股份	-	3.75	3.62
富岭环球	-	4.90	5.15
平均值	-	5.18	4.89
发行人	3.80	4.96	5.62

2018 年至 2019 年与同行业上市公司相比,公司存货周转率不存在显著差异,2020 年末,发行人持有的原材料及库存商品较 2019 年度有所增加,一方面因原材料价格相对较低时发行人适当增加原材料储备;另一方面主要系发行人根据订单需求生产后,因期末等待港口货柜安排导致库存商品有所增加。2021 年 1~2 月,发行人报关发货金额已高于 2020 年期末库存商品余额。公司存货周转情况良好,库存管理水平较高。

综上所述,各年度存货跌价准备金额计提充分。

(三)按照餐饮具、家居产品、生物全降解材料制品、纸制品及其他分类,分别披露对应库存商品的单价、数量、金额和占比;结合餐饮品和家居产品报告期产品销售价格的波动情况,分析并披露相应的存货跌价准备计提金额是否充分;结合各期末履行的在手订单金额,说明对库存商品的覆盖情况

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“十一、资产质量分析”之“(一)流动资产结构及变动情况”之“2、存货”补充披露如下:

(5) 库存商品情况

报告期内,按餐饮具、家居用品生物全降解材料制品、纸制品及其他分类列示的库存商品的单价、数量、账面余额和占比情况如下:

单位:吨、元/KG、万元

期间	产品类别	数量	单价	账面余额	占比
2020 年 12 月 31 日	餐饮具	5,634.13	12.03	6,776.54	78.37%
	家居用品	609.85	12.01	732.73	8.47%
	生物全降解材料制品	166.96	26.72	446.08	5.16%

期间	产品类别	数量	单价	账面余额	占比
	纸制品及其他	-	-	691.91	8.00%
	合计	6,410.94	-	8,647.26	100.00%
2019 年 12 月 31 日	餐饮具	3,445.57	11.87	4,090.44	80.06%
	家居用品	453.25	13.72	621.74	12.17%
	生物全降解材料制品	114.77	23.74	272.51	5.33%
	纸制品及其他	-	-	124.31	2.44%
	合计	4,013.59	-	5,109.00	100.00%
2018 年 12 月 31 日	餐饮具	3,147.54	13.22	4,161.98	86.13%
	家居用品	224.00	14.07	315.07	6.52%
	生物全降解材料制品	69.43	25.66	178.18	3.69%
	纸制品及其他	-	-	176.97	3.66%
	合计	3,440.97	-	4,832.20	100.00%

发行人各类产品单价主要受原材料采购价格波动影响；2018 年至 2020 年末产成品单价较为稳定；公司各期末库存商品存量与产品时点结构及生产排期相关，各年波动主要系公司根据客户订单及交期安排生产、备货所致。

产品销售价格的波动情况：

单位：元/KG

项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	单价	变动率	单价	变动率	单价	变动率
餐饮具	16.15	-3.29%	16.70	-1.53%	16.96	3.73%
家居用品	14.86	-0.87%	14.99	-4.89%	15.76	28.44%
生物全降解材料制品	45.54	6.50%	42.76	-4.74%	44.89	61.71%

报告期各期，公司各类产品销售均价均高于上一期末库存商品单价，库存商品不存在显著减值迹象，跌价准备金额计提充分。并且，发行人主要采用按订单生产模式，原材料库存主要根据生产计划确定，库存商品总体库存合理且基本与客户订单相对应，公司存货管理良好，与可比公司相比存货周转率在正常范围内，因此公司总体存货跌价风险较小。

报告期期末，发行人在手订单情况如下：

单位：万元

产品类别	2020/12/31	2019/12/31	2018/12/31
------	------------	------------	------------

餐饮具	21,988.53	15,340.32	18,703.21
家居用品	168.46	640.80	198.41
生物全降解材料制品	993.12	639.80	538.87
纸制品及其他	557.42	248.77	246.86
合计	23,707.53	16,869.69	19,687.35

各期末在手订单中对应库存商品的情况如下：

单位：万元

产品类别	2020-12-31	2019-12-31	2018-12-31
餐饮具	7,881.30	4,395.97	4,145.23
家居用品	250.03	299.23	245.82
生物全降解材料制品	76.71	277.92	175.85
纸制品及其他	24.48	115.51	68.05
合计	8,232.53	5,088.63	4,634.95
期末库存商品余额	8,647.26	5,109.00	4,832.20
对库存商品的覆盖率	95.20%	99.60%	95.92%

报告期各期末，发行人在手订单金额分别为 19,687.35 万元、16,869.69 万元和 23,707.53 万元。公司在手订单充裕，各年度对库存商品的覆盖率分别为 95.92%、99.60%、95.20%，订单覆盖情况良好。

（四）结合公司材料采购与生产周期、销售周期等相关因素，详细分析并披露各期末各项存货的构成及库龄情况，发行人存货的构成结构与同行业可比公司是否存在较大差异

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“十一、资产质量分析”之“（一）流动资产结构及变动情况”之“2、存货”补充披露如下：

（6）存货的构成及库龄情况

单位：万元

2020 年 12 月 31 日						
项目	账面余额	库龄情况				
		3 个月以内	3-6 个月	6-9 个月	9-12 个月	1 年以上
原材料	8,311.01	6,937.70	824.79	129.19	266.54	152.79

在产品	1,168.80	1,047.27	80.72	15.54	13.26	12.01
库存商品	8,647.26	8,030.00	192.06	170.48	153.52	101.20
发出商品	1,889.87	1,850.02	18.17	6.94	1.60	13.14
低值易耗品	1,411.11	1,110.77	31.23	253.14	7.12	8.85
在途物资	2,728.28	2,728.28	-	-	-	-
合计	24,156.33	21,704.04	1,146.97	575.29	442.04	287.99
2019 年 12 月 31 日						
项目	账面余额	库龄情况				
		3 个月以内	3-6 个月	6-9 个月	9-12 个月	1 年以上
原材料	5,639.91	5,198.73	254.58	64.65	22.03	99.92
在产品	1,942.27	1,824.39	86.14	11.98	4.49	15.27
库存商品	5,109.00	4,855.72	96.53	26.61	19.65	110.49
发出商品	1,739.43	1,705.02	17.10	2.52	2.08	12.71
低值易耗品	347.36	319.20	7.97	4.87	3.59	11.73
在途物资	1,042.97	1,042.97	-	-	-	-
合计	15,820.94	14,946.02	462.32	110.64	51.84	250.11
2018 年 12 月 31 日						
项目	账面余额	库龄情况				
		3 个月以内	3-6 个月	6-9 个月	9-12 个月	1 年以上
原材料	4,966.94	4,670.04	86.40	71.51	90.25	48.74
在产品	1,655.44	1,569.97	27.13	41.44	6.50	10.41
库存商品	4,832.20	4,492.77	86.18	139.68	6.52	107.05
发出商品	1,666.28	1,598.81	39.95	12.90	8.00	6.62
低值易耗品	550.96	367.16	14.95	9.31	5.15	154.40
在途物资	1,793.00	1,793.00	-	-	-	-
合计	15,464.82	14,491.74	254.60	274.84	116.42	327.21

公司采购主要原材料的备货量一般需要保证公司约 20-30 天的生产经营用量；主要产品的生产周期约为 10 天，销售周期约为 25 天。

发行人报告期内各期末存货构成中，在途物资及原材料合计占比约为 40%~45%，在产品占比约为 5%~12%，发出商品及库存商品合计占比约为 40%~45%，构成比例与发行人材料采购与生产周期、销售周期基本匹配。

2020 年末，发行人持有的原材料及库存商品较 2019 年度有所增加，一方面

因原材料价格相对较低时发行人适当增加原材料储备；另一方面主要系发行人根据订单需求生产后，因期末等待港口货柜安排导致库存商品有所增加。2021年1~2月，发行人报关发货金额已高于2020年期末库存商品余额。

报告期内公司各年度存货库龄在3个月以内平均占比为92.68%，库龄在3个月以上的存货为备库所用，部分呆滞存货已经计提跌价准备。

与同行业可比公司对比情况：

单位：万元

项目	发行人					
	2020年12月31日		2019年12月31日		2018年12月31日	
	期末余额	结构比	期末余额	结构比	期末余额	结构比
原材料	8,311.01	34.41%	5,639.91	35.65%	4,966.94	32.12%
在产品	1,168.80	4.84%	1,942.27	12.28%	1,655.44	10.70%
库存商品	8,647.26	35.80%	5,109.00	32.29%	4,832.20	31.25%
发出商品	1,889.87	7.82%	1,739.43	10.99%	1,666.28	10.77%
低值易耗品	1,411.11	5.84%	347.36	2.20%	550.96	3.56%
在途物资	2,728.28	11.29%	1,042.97	6.59%	1,793.00	11.59%
合计	24,156.33	100.00%	15,820.94	100.00%	15,464.82	100.00%
项目	茶花股份					
	2020年12月31日		2019年12月31日		2018年12月31日	
	期末余额	结构比	期末余额	结构比	期末余额	结构比
原材料	-	-	4,437.57	29.26%	4,597.56	28.38%
在产品	-	-	814.12	5.37%	923.54	5.70%
库存商品	-	-	9,405.08	62.01%	10,364.22	63.98%
发出商品	-	-	120.95	0.80%	145.07	0.90%
在途物资	-	-	382.08	2.52%	168.83	1.04%
委托加工物资	-	-	6.12	0.04%	-	-
合计	-	-	15,165.92	100.00%	16,199.22	100.00%
项目	富岭环球					
	2020年12月31日		2019年12月31日		2018年12月31日	
	期末余额	结构比	期末余额	结构比	期末余额	结构比
原材料	-	-	4,605.00	27.56%	4,812.28	31.24%
在产品	-	-	1,297.51	7.77%	952.00	6.18%

库存商品	-	-	10,805.55	64.67%	9,641.23	62.58%
合计	-	-	16,708.06	-	15,405.51	-
项目	永新股份					
	2020 年 12 月 31 日		2019 年 12 月 31 日		2018 年 12 月 31 日	
	期末余额	结构比	期末余额	结构比	期末余额	结构比
原材料	8,649.89	33.37%	10,527.77	37.38%	12,193.16	38.93%
在产品	2,625.63	10.13%	2,864.68	10.17%	2,602.62	8.31%
库存商品	13,768.65	53.11%	13,712.65	48.69%	16,324.50	52.12%
低值易耗品	879.43	3.39%	1,057.86	3.76%	198.63	0.63%
合计	25,923.60	100.00%	28,162.96	100.00%	31,318.91	100.00%

发行人各期末原材料占比与可比公司相近。发行人常规订单生产周期约为 10 天，为车间开始供料至产成品入库时间。发行人在产品周转天数合理，相对于公司生产经营规模，在产品规模系在合理生产周期范围内，符合公司实际生产情况。发行人各期末库存商品占比与可比公司相比较低，主要原因是发行人采用以销定产的模式进行生产，且主要以 FOB 外销为主。发行人各期末发出商品及在途物资占比与可比公司相比较低，主要系发行人向部分客户销售产品存在供应商管理库存模式；发行人产品销售模式以进料加工为主，原材料进口环节，发行人于收到提单时确认在途物资，因此与可比公司形成差异。报告期内发行人不存在委托加工物资。

（五）按照餐饮具、家居产品、生物全降解材料制品、纸制品及其他分类，分别披露发出商品的数量、金额、占比、库龄、对应客户、期后结转主营业务成本的情况，说明报告期内发出商品余额的增加与产品销量、运输费用是否一致、发出商品的库龄是否与运输周期一致；披露对发出商品的控制措施及有效性；

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“十一、资产质量分析”之“（一）流动资产结构及变动情况”之“2、存货”补充披露如下：

（7）发出商品情况

单位：吨、万元、%									
类别	2020 年 12 月 31 日								
	数量	金额	占比	库龄情况					主要客户
				3 个月以内	3-6 个月	6-9 个月	9-12 个月	1 年以上	
餐饮具	1,142.07	1,447.98	76.62	1,410.50	16.10	6.67	1.60	13.11	①必胜(上海)食品有限公司; ②TEAM THREE GROUP LTD; ③JRMI (JWE)
家居用品	187.42	223.93	76.62	221.96	1.70	0.27	-	-	①IKEA Supply AG;
生物全降解制品	59.57	153.73	8.13	153.73	-	-	-	-	①宁波朋悦贸易有限公司; ②上海盒马物联网有限公司
纸制品及其他	39.83	64.23	3.40	63.82	0.38	-	-	0.03	①必胜(上海)食品有限公司; ②BASL Limited
合计	1,428.89	1,889.87	100.00	1,850.01	18.18	6.94	1.60	13.14	-
类别	2019 年 12 月 31 日								
	数量	金额	占比	库龄情况					主要客户
				3 个月以内	3-6 个月	6-9 个月	9-12 个月	1 年以上	
餐饮具	1,244.44	1,522.81	87.55	1,490.13	16.78	2.47	1.34	12.09	①必胜(上海)食品有限公司; ②TEAM THREE GROUP LTD; ③BUNZL INTERNATIONAL SERVICES, INC;
家居用品	156.63	194.35	11.17	193.73	-	-	-	0.62	①IKEA Supply AG; ②必胜(上海)食品有限公司
生物全降解制品	7.95	20.88	1.20	20.54	0.29	0.05	-	-	①511 Foodservice Limited; ②双枪科技股份有限公司; ③TEAM THREE GROUP LTD

纸制品及其他	0.60	1.39	0.08	0.62	0.03	-	0.74	-	BUNZL INTERNATIONAL SERVICES, INC;
合计	1,409.62	1,739.43	100.00	1,705.02	17.10	2.52	2.08	12.71	-
类别	2018 年 12 月 31 日								
	数量	金额	占比	库龄情况					主要客户
				3 个月以内	3-6 个月	6-9 个月	9-12 个月	1 年以上	
餐饮具	1,088.88	1,506.87	90.43	1,439.91	39.7	12.9	7.74	6.62	①必胜(上海)食品有限公司; ②BUNZL INTERNATIONAL SERVICES, INC; ③Jarden Home Brands
家居用品	78.34	109.94	6.60	109.68	-	-	0.26	-	IKEA Supply AG
生物全降解制品	4.52	21.47	1.29	21.22	0.25	-	-	-	①TEAM THREE GROUP LTD; ②IKEA Supply AG
纸制品及其他	11.27	28.00	1.68	28.00	-	-	-	-	The Safety Zone, LLC
合计	1,183.01	1,666.28	100.00	1,598.81	39.95	12.9	8	6.62	-

报告期内发出商品金额分别为 1,666.28 万元、1,739.43 万元、1,889.87 万元；数量分别为 1,183.02 吨、1,409.62 吨、1,428.89 吨；各期发出商品库龄主要在 3 个月内，其中库龄在一个月内的产品占比平均在 97%以上，库龄在 3 个月以上的产品为客户备库所用，符合实际经营情况。

2020 年末，公司发出商品余额为 1,889.87 万元，截至 2021 年 2 月 28 日，期后已结转主营业务成本的发出商品占比为 85.01%。

①报告期内发出商品余额的增加与产品销量、运输费用、运输周期匹配情况：

和可比上市公司相比，发行人各期末发出商品余额较高。除运输途中形成的发出商品外，发行人的客户构成及业务模式也形成了发出商品：发行人内销业务中，与必胜(上海)食品有限公司等部分客户的业务采取 VMI（供应商管理库存）模式，发行人在客户领用前置仓库产品时确认收入，因此形成了一定规模的发出商品；发行人外销业务较多，部分订单需要在港口停留一段时间等待拼柜，也形成了部分发出商品。

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
期末发出商品余额	1,889.87	1,739.43	1,666.28
期末发出商品余额的增加	150.44	73.09	21.27
运输费用	1,548.01	1,142.00	1,000.78
产品销量（吨）	60,647.32	59,809.79	54,798.32

报告期内，公司的运输费包括外销业务和内销业务产生的费用。其中外销业务中主要采用 FOB 贸易模式进行交易，公司负责货物从公司仓库运送至出口报关地港口产生运输费用，运输周期通常为 1-3 天；内销业务中公司仓库运送至客户所在地或客户指定地点产生运输费用，运输周期通常为 1-7 天。由于公司业务规模扩大、内销业务增长，公司报告期内的运输费用逐年增加，发出商品期末余额与期末存货发出、运输周期、VMI 仓、港口拼柜等因素相关，不同时点出现小幅波动属于正常情况。报告期各期末发出商品库龄在 3 个月以内的占 97%以上，发行人运输周期一般为 7 天以内，长库龄发出商品的主要存在于 VMI 仓、港口待拼柜仓库，与运输周期因素无关。

②发出商品的控制措施及有效性

公司营销中心负责公司的销售业务、客户管理及货物跟单工作，仓库部门负责发货和装运。公司制定了异地存货管理制度等较为完善的管理制度规范销售业务，具体流程包括按照合同或订单填制发货通知单，按照发货通知单内容发货；编制异地存货报表，并与客户进行核对；对第三方或客户仓库存放的产品进行实地盘点。

发行人对发出商品实时记录、与客户定期核对、确认明细，并实施盘点，相关控制措施有效。

二、申报会计师核查情况

（一）核查程序

申报会计师履行的主要核查程序包括：

（1）访谈发行人财务总监、生产部门负责人，了解发行人生产各环节领料流程、生产工艺的技术难度、复杂程度、耗时周期情况；结合在产品内控管理制度，实施穿行测试及控制测试确认相关内部控制设计和运行的有效性；报告期末对发行人存货进行盘点监盘、现场查看发行人生产过程；查阅发行人订单明细情况、期后出库及报关情况，确认各期末存货与经营实际情况是否相符；

（2）获取发行人各期末原材料结构表，分析变动的合理性，确认与实际经营情况是否相符；

（3）获取在途物资各期结构表，结合采购协议了解在途物资构成及来源，结合原始凭证及相关单据检查各资产负债表日前后存货入库情况；

（4）获取塑胶原材料采购明细表、存货跌价准备计算表，访谈发行人财务总监及仓库保管负责人，了解塑胶原材料存货跌价准备金额的估计过程，预计售价、销售费用率、相关税费假设，结合实施存货监盘程序过程中对存货状态的了解，判断参数依据的合理性，确定存货跌价准备计提的是否充分；

（5）获取存货结构表，分析各期结存数量、单价、金额波动是否符合实际经营情况；获取各类产品销售价格及毛利率波动情况，根据分析存货跌价准备计

提的充分性；获取各期末的在手订单进行检查，根据各期末在手订单对存货的覆盖情况分析存货跌价准备计提的充分性。

（6）获取存货账龄明细表，结合存货周转率分析各期末存货构成及库龄分布情况，确定是否存在异常；获取同行业可比公司相关数据与发行人存货结构进行对比，确认是否存在较大差异。

（7）对发行人各期末发出商品各期末前后出入库情况实施截止测试、对各期增减变动实施抽凭检查发出商品有关的合同、协议和凭证，分析交易实质，检查其会计处理是否正确；获取发行人报告期内各期末发出商品结构明细表及库龄情况明细表，核查期后账务处理情况和对应客户；分析发出商品增加情况与产品销售、运输费用的一致性以及发出商品的库龄周期与运输周期匹配的情况；对发出商品余额进行盘点监盘；查阅了发行人关于发出商品的内部控制制度。

（二）核查意见

经核查，申报会计师认为：

（1）发行人在产品周转天数合理，相对于公司生产经营规模，在产品规模系在合理生产周期范围内，符合公司实际生产情况。报告期末在产品小幅增加主要因在产品金额基数较小、发行人各年末生产安排等情况导致小幅差异，属于合理变动。发行人已制定《在产品管理制度》，对在产品分类、管理要求等做出了规定，报告期内实际执行情况良好，发行人在产品周转情况良好，符合管理制度要求。

（2）发行人已分类披露原材料结构及单价、在途物资构成等情况，各期末库存原材料中除小部分已经全额计提跌价准备的无明确使用计划的呆滞辅料外，其他原材料均保存良好，且所生产的产品的可变现净值高于账面价值，根据企业会计准则相关规定，无需计提跌价准备。公司对塑胶原材料计提的存货跌价准备合理、充分；与同行业上市公司相比，发行人存货周转率不存在显著差异，显示公司存货周转情况良好，库存管理水平较高，各类存货跌价准备金额计提充分。

（3）发行人主要采用按订单进行生产的模式，原材料库存主要根据生产计划确定，库存商品总体库存合理且基本与客户订单相对应，发行人在手订单充裕，

订单覆盖情况良好，发行人主要产品平均销售单价均高于上年末库存商品对应单价，跌价准备金额计提充分。

（4）发行人报告期内各期末存货构成比例与发行人材料采购与生产周期、销售周期基本匹配，部分呆滞存货已经计提跌价准备。发行人存货构成与其他同行业可比公司差异合理，报告期内各期末发行人在手订单基本覆盖绝大部分库存商品。

（5）发行人发出商品期末余额与期末存货发出、运输周期、VMI 仓、港口拼柜等因素相关，不同时点出现波动属于正常情况，长库龄发出商品主要存在于 VMI 仓、港口待拼柜仓库，与运输周期因素无关；报告期内发出商品的相关内部控制管理制度设计合理并有效运行。

问题 14：关于在建工程

申报材料显示，发行人在建工程报告期末余额分别为 4,278.54 万元、3,759.66 万元和 4,473.52 万元；报告期内，发行人在建工程转入固定资产的金额分别为 7,943.80 万元、2,588.72 万元和 3,753.14 万元，具体为新生产线持续投资及澥浦新厂区建设工程形成。2017 年度在建工程转入固定资产金额较大，原因为澥浦厂区建设工程完工投入使用形成。发行人未在招股说明书中充分、完整地披露在建工程的项目情况。

请发行人：

（1）披露各期末在建工程的具体情况，包括项目名称、预计用途、计划工期、实际工期及与计划工期的差异、预算金额、实际金额及其变动情况、工程进度、累计及当期利息资本化的情况、资金来源、在建工程转固的判定依据，说明是否存在推迟转固的情形；说明在建工程施工方的基本情况、股权结构、与发行人的关系，是否与发行人的控股股东、实际控制人及其关联方存在资金往来；

（2）说明澥浦厂区的定位、用途、新增产能、投产后产能利用情况、主要产品及产销情况；说明新增生产线对应的设备机器的明细情况，包括名称、主要用途、原值、净值、折旧年限、各期计提的折旧费以及投产后的产能利用情况。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

一、发行人说明和补充披露

（一）披露各期末在建工程的具体情况，包括项目名称、预计用途、计划工期、实际工期及与计划工期的差异、预算金额、实际金额及其变动情况、工程进度、累计及当期利息资本化的情况、资金来源、在建工程转固的判定依据，说明是否存在推迟转固的情形；说明在建工程施工方的基本情况、股权结构、与发行人的关系，是否与发行人的控股股东、实际控制人及其关联方存在资金往来

1、披露各期末在建工程的具体情况，包括项目名称、预计用途、计划工期、实际工期及与计划工期的差异、预算金额、实际金额及其变动情况、工程进度、累计及当期利息资本化的情况、资金来源、在建工程转固的判定依据，说明是否存在推迟转固的情形；

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“十一、资产质量分析”之“（二）非流动资产结构及变动情况”之“1、固定资产与在建工程”之“（2）在建工程”部分补充、修改披露如下：

报告期各期末在建工程的具体情况，包括项目名称、预计用途、计划工期、实际工期及与计划工期的差异、预算金额、实际金额及其变动情况、工程进度、累计及当期利息资本化的情况、资金来源情况如下：

(1) 2020 年度

单位：万元

序号	项目名称	预计用途	期初余额	本期增加	本期减少	期末余额	预算金额	计划工期(天)	实际工期(天)	计划与实际 的差异及 差异原因	工程进度
1	澥浦厂区三期工程	12#车间（模具车间）、 附房、配电房建设工程	282.92	778.73	1,061.65	-	971.31	360	357	预算合理 误差	100.00%
2	澥浦杯类生 产1号线	生产 PP/PET/PLA50z. 70z90Z, 160z. 220z 杯	0.34	-	0.34	-	2,125.10	540	515	预算合理 误差	100.00%
3	片材生产1 号线	将塑胶原材料生产成片 材	-	-	-	-	1,192.47	730	692	预算合理 误差	100.00%
4	KALAS 餐具 生产线	生产 18 件套刀叉勺 (KALAS 刀叉勺)	20.93	1.86	22.79	-	768.29	360	322	预算合理 误差	100.00%
5	杯子印刷线	为杯子印刷商标	-	259.29	135.40	123.89	441.08	90	93	预算合理 误差	100.00%
6	PRUTA S17 生产线	生产 17 件套餐盒	11.77	10.47	11.77	10.47	1,018.68	300	267	预算合理 误差	100.00%
7	南洪餐具生 产线	生产塑料刀叉勺	186.16	568.68	484.04	270.80	1,118.74	180	167	预算合理 误差	100.00%
8	产品生产线 辅助用设备	辅助各条产品生产线实 施生产活动	274.95	739.33	468.39	545.89	581.09	-	-	预算合理 误差	100.00%
9	生物全降解 改性材料全 自动生产系 统	生产生物全降解改性材 料	460.55	651.81	988.35	124.01	1,250.59	730	699	预算合理 误差	100.00%
10	南洪杯盘生	生产塑料杯盘	19.73	275.96	274.10	21.59	174.34	90	101	预算合理	100.00%

	产线									误差	
11	纸吸管生产线	生产纸吸管	-	-	-	-	206.90	30	30	预算合理 误差	100.00%
12	NOJIG 收纳盒生产线	生产 NOJIG 收纳盒	-	8.23	8.23	-	126.94	70	65	预算合理 误差	100.00%
13	奶茶杯盖生产线	生产 KFC 奶茶杯盖	42.34	201.84	79.06	165.12	311.75	180	167	预算合理 误差	100.00%
14	鞋盒生产线	生产鞋盒 2 件套 (TRONES 鞋盒)	3.16	-	3.16	-	63.16	150	146	预算合理 误差	100.00%
15	制冰盒生产线	生产制冰盒	-	12.57	12.57	-	100.00	90	77	预算合理 误差	100.00%
16	90PP 杯生产线	生产 90oz 杯子类产品	1,567.55	533.63	2,101.18		1,913.22	270	251	预算合理 误差	100.00%
17	盖子类生产线	生产 KFC 塑料餐盒、杯盖、粥盖、汤盖、米饭桶身、米饭桶盖、密封罐盖、果酱杯盖, PLA 杯盖, PET 冰咖啡盖, 九珍果汁盖	693.53	720.23	1,413.76	-	1,288.39	200	211	预算合理 误差	100.00%
18	VESKEN 三角篮和长方篮生产线	生产长方篮及三角篮	253.04	14.89	267.93	-	625.42	300	306	预算合理 误差	100.00%
19	漈浦杯类生产 2 号线	生产 PP/PET/PLA50z. 70z90Z, 160z. 220z 杯	323.70	1,329.78	1,346.14	307.34	1,465.85	730	677	预算合理 误差	100.00%
20	漈浦餐具生产线	生产塑料刀叉勺	117.63	139.65	176.48	80.80	511.65	180	168	预算合理 误差	100.00%
21	成人座椅生产线	生产成人版椅子面板	121.06	528.11	649.17	-	392.14	180	182	预算合理 误差	100.00%

22	片材生产 2 号线	将塑胶原材料生产成片材	62.76	224.92	135.55	152.13	135.55	360	349	预算合理误差	100.00%
23	纸品生产线	生产纸吸管、纸盘	31.40	1,332.85	456.29	907.97	145.44	360	350	预算合理误差	100.00%
合计			4,473.52	8,332.83	10,096.34	2,710.01	—	—	—	—	—

(2) 2019 年度

单位：万元

序号	项目名称	预计用途	期初余额	本期增加	本期减少	期末余额	预算金额	计划工期(天)	实际工期(天)	计划与实际的差异及差异原因	工程进度
1	澥浦厂区三期工程	12#车间(模具车间)、附房、配电房建设工程		282.92		282.92	971.31	365	360	预算合理误差	29.13%
2	澥浦杯类生产 1 号线	生产 PP/PET/PLA50z. 70z90Z, 160z. 220z 杯	1,869.22		1,868.88	0.34	2,125.10	540	515	预算合理误差	100.00%
3	片材生产 1 号线	将塑胶原材料生产成片材	554.25		554.25		1,192.47	730	692		90.66%
4	KALAS 餐具生产线	生产 18 件套刀叉勺		20.93		20.93	768.29	360	322	预算合理误差	99.76%
5	杯子印刷线	为杯子印刷商标					441.08	90	93	预算合理误差	100.00%
6	PRUTA S17 生产线	生产 17 件套餐盒		549.36	537.59	11.77	1,018.68	300	267	预算合理误差	100.00%
7	南洪餐具生产线	生产塑料刀叉勺	99.83	304.75	218.42	186.16	1,118.74	180	167	预算合理误差	100.00%

8	产品生产线辅助用设备	辅助各条产品生产线实施生产活动	10.84	267.12	3.01	274.95	581.09	-	-		73.20%
9	生物全降解改性材料全自动生产系统	生产生物全降解改性材料	1,073.16	12.90	625.51	460.55	1,250.59	730	699	预算合理误差	87.87%
10	南洪杯盘生产线	生产塑料杯盘	36.40	118.74	135.40	19.73	174.34	90	101	预算合理误差	100.00%
11	纸吸管生产线	生产纸吸管	103.45		103.45		206.90	30	30	预算合理误差	100.00%
12	NOJIG 收纳盒生产线	生产 NOJIG 收纳盒					126.94	70	65	预算合理误差	94.77%
13	奶茶杯盖生产线	生产 KFC 奶茶杯盖	3.97	186.13	147.76	42.34	311.75	180	167	预算合理误差	88.22%
14	鞋盒生产线	生产鞋盒 2 件套 (TRONES 鞋盒)		3.16		3.16	63.16	150	146	预算合理误差	100.00%
15	制冰盒生产线	生产制冰盒	8.55		8.55		100.00	90	77	预算合理误差	8.55%
16	90PP 杯生产线	生产 90oz 杯子类产品		1,567.55		1,567.55	1,913.22	270	251	预算合理误差	81.93%
17	盖子类生产线	生产 KFC 塑料餐盒、杯盖、粥盖、汤盖、米饭桶身、米饭桶盖、密封罐盖、果酱杯盖, PLA 杯盖, PET 冰咖啡盖, 九珍果汁盖		796.52	102.99	693.53	1,288.39	200	211	预算合理误差	61.82%
18	VESKEN 三角篮和长方篮生产线	生产长方篮及三角篮		622.28	369.24	253.04	625.42	300	306	预算合理误差	99.50%

19	澥浦杯类生产 2 号线	生产 PP/PET/PLA50z. 70z90Z, 160z. 220z 杯		462.02	138.32	323.70	1,465.85	730	677	预算合理误差	31.52%
20	澥浦餐具生产 线	生产塑料刀叉勺		452.27	334.64	117.63	511.65	180	168	预算合理误差	88.39%
21	成人座椅生产 线	生产成人版椅子面 板		194.35	73.29	121.06	392.14	180	182	预算合理误差	49.56%
22	片材生产 2 号 线	将塑胶原材料生产 成片材		62.76		62.76	135.55	360	349	预算合理误差	46.30%
23	纸品生产线	生产纸吸管、纸盘		46.97	15.57	31.40	145.44	360	350	预算合理误差	32.30%
合计			3,759.67	5,950.72	5,236.87	4,473.52	--	--	--	--	--

(3) 2018 年度

单位：万元

序号	项目名称	预计用途	期初余额	本期增加	本期减少	期末余额	预算金额	计划 工期 (天)	实际工 期(天)	计划与实际的 差异及差异 原因	工程进 度
1	澥浦杯类生产 1 号线	生产 PP/PET/PLA50z. 70z90Z, 160z. 220z 杯	1,604.93	264.29		1,869.22	2,125.10	540	515	预算合理误差	100.00%
2	片材生产 1 号 线	将塑胶原材料生产 成片材	1,009.17	71.92	526.84	554.25	1,192.47	730	692	预算合理误差	90.66%
3	KALAS 餐具生 产线	生产 18 件套刀叉勺 (KALAS 刀叉勺)	481.71	263.79	745.50		768.29	360	322	预算合理误差	97.03%

4	杯子印刷线	为杯子印刷图案	396.86	44.22	441.08		441.08	90	93	预算合理误差	100.00%
5	PRUTA S17 生产线	生产 17 件套餐盒	309.32		309.32		1,018.68	300	267	预算合理误差	100.00%
6	南洪餐具生产线	生产塑料刀叉勺	160.59	79.57	140.33	99.83	1,118.74	180	167	预算合理误差	100.00%
7	产品生产线辅助用设备	辅助各条产品生产线实施生产活动	148.01	10.20	147.37	10.84	581.09	-	-	-	27.23%
8	生物全降解改性材料全自动生产系统	生产生物全降解改性材料	140.17	945.81	12.82	1,073.16	1,250.59	730	699	预算合理误差	86.84%
9	南洪杯盘生产线	生产塑料杯盘	27.78	8.62		36.40	174.34	90	101	预算合理误差	100.00%
10	纸吸管生产线	生产纸吸管		206.90	103.45	103.45	206.90	30	30	预算合理误差	100.00%
11	NOJIG 收纳盒生产线	生产 NOJIG 收纳盒		120.30	120.30		126.94	70	65	预算合理误差	94.77%
12	奶茶杯盖生产线	生产 KFC 奶茶杯盖		88.90	84.93	3.97	311.75	180	167	预算合理误差	28.52%
13	鞋盒生产线	生产鞋盒 2 件套 (TRONES 鞋盒)		60.00	60.00		63.16	150	146	预算合理误差	95.00%
14	制冰盒生产线	生产制冰盒		8.55		8.55	100.00	90	77	预算合理误差	100.00%
-	合计		4,278.54	2,173.07	2,691.94	3,759.67	--	--	--	--	--

注 1：南洪餐具生产线、南洪杯盘生产线于 2009 年开始建设，制冰盒生产线于 2016 年开始建设，报告期之前均已完工投产，报告期内发生的后续支出为生产线改扩建及配套设备增加所致，上述生产线不属于报告期内的新增生产线。

注 2：产品生产线辅助用设备主要包括车间供料系统、供水系统、电梯等。

注 3：部分已投入完成产线尚未试产，未达到预计可使用状态。

发行人工程建设及生产线建设的资金来源均为自筹资金，报告期内不存在利息资本化的情况。

(2) 在建工程转固的判定依据以及是否存在推迟转固的情形

根据企业会计准则及相关规定，公司对已达到预定可使用状态，但尚未办理竣工决算的自行建造的固定资产，自达到预定可使用状态之日起，根据工程预算、造价或者工程实际成本等，按暂估价值转入固定资产，并于次月起计提固定资产折旧。车间建设工程达到预定可使用状态之日是指车间开始试生产之日，员工宿舍建设工程达到预定可使用状态之日是指员工宿舍消防验收之日，产品生产线达到预定可使用状态之日是指相关设备安装调试完成并能用于正常生产之日。发行人报告期内不存在延迟转固的情形。

2、说明在建工程施工方的基本情况、股权结构、与发行人的关系，是否与发行人的控股股东、实际控制人及其关联方存在资金往来；

(1) 在建工程施工方的基本情况、股权结构情况如下：

浙江欣捷建设有限公司位于浙江省宁波市，是住建部授予的“国家第一批装配式建筑产业基地”，是万科、龙湖、中联等知名房企的供应商，曾获得全国建筑行业工程质量最高荣誉鲁班奖，是全国知名行业龙头。发行人选择工程供应商主要基于供应商的规模、实力，实施项目情况、市场口碑等，浙江欣捷建设有限公司属于当地规模较大的建筑商，在综合考量其规模、实力、实施项目情况后，发行人选择其为主要的建筑供应商，该公司的基本工商情况如下：

公司名称	浙江欣捷建设有限公司
注册资本	30,100 万元
成立日期	2002-1-30
统一社会信用代码	913302001448768377
注册地址	浙江省宁波市江北区环城北路 455 号
经营范围	各类工程建设活动；消防设施工程施工；住宅室内装饰装修；房屋建筑和市政基础设施项目工程总承包；建设工程设计；人防工程设计；建设工程勘察（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）。一般项目：园林绿化工程施工；土石方工程施工；非居住房地产租赁；住房租赁（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）。以下限分支机构经营：一般项目：门窗制造加工；砼结构构件制造（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	股东	持股比例（%）
	欣捷投资控股集团有限公司	66.45
	吴宝银	6.71
	吴国香	5.37
	贾晓明	5.03
	朱祥茂	5.03
	杜世培	3.36
	郑洁	2.68
	徐晓将	2.01
	倪国富	2.01
	吴国强	1.34

（2）在建工程施工方与发行人的关系，与发行人的控股股东、实际控制人及其关联方存在资金往来情况如下：

浙江欣捷建设有限公司与发行人不存在关联关系。发行人实际控制人林慧勤于2017年3月15日向欣捷投资控股集团有限公司转出款910.00万元，并于2017年3月21日收到欣捷投资控股集团有限公司转入款910.00万元。欣捷投资控股集团有限公司系浙江欣捷建设有限公司母公司，其实际控制人为发行人实际控制人朋友，该两笔款项为资金拆借款，用于短期内资金周转。

（二）说明澥浦厂区的定位、用途、新增产能、投产后产能利用情况、主要产品及产销情况；说明新增生产线对应的设备机器的明细情况，包括名称、主要用途、原值、净值、折旧年限、各期计提的折旧费以及投产后的产能利用情况

1、说明澥浦厂区的定位、用途、新增产能、投产后产能利用情况、主要产品及产销情况；

澥浦厂区的定位、用途、新增产能、投产后产能利用情况、主要产品及产销情况列示如下：

（1）澥浦厂区的定位、用途、新增产能

根据发行人战略布局，澥浦厂区系定位为高端产品及生物全降解餐饮具产品的自动化生产基地，主要用途包括：扩大餐饮具产线产能，增加产量，扩大内销市场；为满足公司战略发展需要，增加家居用品生产线以扩大产品类别、丰富产品的多样性从而更好的开拓市场；大力发展生物全降解材料领域制品的生产与研

发，紧跟全球环保趋势，积极响应相关法律法规与行业政策，深入贯彻创新驱动发展战略。

澥浦工业园产能扩充项目完成后，发行人 2017 年度形成了年产 45,858.58 吨塑料制品、407.26 吨生物降解材料制品、660 吨纸制品及其他产品的生产能力；2018 年度新增产能 10,084.19 吨，其中塑料制品新增产能 9,877.83 吨，生物降解材料制品新增产能 206.36 吨；2019 年度新增产能 7,226.31 吨，其中塑料制品新增产能 6,738.90 吨，生物降解材料制品新增产能 487.41 吨；**2020 年度新增产能 8,765.48 吨，其中塑料制品新增产能 7,523.20 吨，生物降解材料制品新增产能 263.32 吨，纸制品及其他产品新增产能 978.96 吨。**

（2）投产后产能情况以及主要产品及产销情况

报告期内，澥浦厂区新增生产线投产后，发行人总体产能情况以及主要产品及产销情况列示如下：

单位：吨

项目	2020 年度				
	销量	产量	产能	产销率	产能利用率
塑料制品	58,549.23	61,037.27	69,998.51	95.92%	87.20%
生物全降解材料制品	1,025.95	1,139.10	1,364.35	90.07%	83.49%
纸制品及其他	1,072.14	1,405.02	1,638.96	76.31%	85.73%
合计	60,647.32	63,581.39	73,001.82	95.39%	87.10%
项目	2019 年度				
	销量	产量	产能	产销率	产能利用率
塑料制品	58,466.67	58,797.22	62,475.31	99.44%	94.11%
生物全降解材料制品	846.02	907.79	1,101.03	93.20%	82.45%
纸制品及其他	497.09	449.57	660.00	110.57%	68.12%
合计	59,809.79	60,154.58	64,236.34	99.43%	93.65%
项目	2018 年度				
	销量	产量	产能	产销率	产能利用率

塑料制品	53,770.33	54,084.85	55,736.41	99.42%	97.04%
生物全降解材料制品	510.58	533.41	613.62	95.72%	86.93%
纸制品及其他	517.41	501.73	660.00	103.13%	76.02%
合计	54,798.32	55,119.99	57,010.03	99.42%	96.68%

报告期内各年度发行人产能利用率分别为 96.68%、93.65%、**87.10%**，2018 年至 2019 年度产能利用率较为稳定，2020 年产能利用率较低，主要原因系疫情影响下需求减少及延期复工导致上半年产量有所降低所致。各年度的产销率分别为 99.42%、99.43%、**95.39%**，报告期内较为稳定。

2、说明新增生产线对应的设备机器的明细情况，包括名称、主要用途、原值、净值、折旧年限、各期计提的折旧费以及投产后的产能利用情况。

2017 年至 2020 年，新增生产线对应的设备机器的明细情况，包括名称、主要用途、原值、净值、折旧年限、各期计提的折旧费以及投产后的产能利用情况如下：

单位：万元

序号	新增生产线	设备名称	折旧年限	原值	计提折旧			账面价值		
					2020 年度	2019 年度	2018 年度	2020. 12. 31	2019.12.31	2018.12.31
1	澥浦杯类生产 1 号线	卷边机	10	176.20	16.55	4.14		155.51	172.06	
		热成型机	10	1,966.34	186.87	110.60	34.33	1,612.36	1,793.37	299.05
		模具	3	86.80	29.10	21.61		36.09	64.84	
2	KALAS 餐具生产线	塑料注塑成型机	10	745.50	70.63	70.63	21.16	583.08	653.72	724.35
		盘子移栽设备	5	8.54	0.95			7.59		
		L 型全自动包装机	5	6.64	1.16			5.48		
3	PRUTA S17 生产线	注塑成型机	10	309.32	29.39	29.39	12.24	238.30	267.69	297.07
		餐盒 S17 自动包装线	10	346.05	32.87	19.48	15.02	273.67	306.54	326.02
		封切机	5	13.72	2.07	0.33		11.32	13.38	
		恒温收缩炉	5	2.39	0.45	0.11		1.83	2.28	
		检重流水线	5	4.78	0.91	0.08		3.79	4.70	
4	纸吸管生产线	纸吸管机器	10	103.45	9.83	9.01		84.61	94.44	
5	NOJIG 收纳	注塑机	10	103.12	9.57	9.57	1.63	82.35	91.92	101.49

序号	新增生产线	设备名称	折旧年限	原值	计提折旧			账面价值		
					2020 年度	2019 年度	2018 年度	2020. 12. 31	2019.12.31	2018.12.31
	盒生产线	注塑壳体缺陷检测设备	5	6.84	1.30	1.30	0.54	3.70	5.00	6.30
6	奶茶杯盖生产线	注塑机	10	121.92	10.52	7.88	1.34	102.18	112.69	120.58
		双开降旋转工作台	5	3.97	0.44			3.53		
		模具	3	104.31	20.86	1.74		81.71	102.57	
7	鞋盒生产线	塑料注塑成型机	10	217.19	20.63	20.63	18.91	157.02	177.64	198.27
		模具	3	60.00	20.00	20.00	5.00	15.00	35.00	55.00
8	90PP 杯生产线	挤出机成套设备	10	557.19	26.47			530.72		
		成型机	10	797.96	37.43			760.53		
		起重机	5	13.27	1.26			12.01		
		印刷机	10	131.27	6.14			125.13		
		模具	3	87.79	8.30			79.49		
9	盖子类生产线	热成型机	10	51.33	2.84			48.49		
		成型机	10	638.76	29.37			609.39		
		自动压力成型设备三工位	10	350.44	16.65			333.79		
		L 型爬坡线	5	0.76	0.07			0.69		

序号	新增生产线	设备名称	折旧年限	原值	计提折旧			账面价值		
					2020 年度	2019 年度	2018 年度	2020. 12. 31	2019.12.31	2018.12.31
		热成型模具	5	229.00	30. 34	5.03		193. 63	223.97	
10	VESKEN 三角篮和长方篮生产线	塑料注射成型机	10	203.54	14. 50			189. 04		
		机械手	10	23.02	3. 78	1.89		17. 35	21.13	
11	瀚浦杯类生产 2 号线	热成型机	5	51.82	4. 92			46. 90		
		热成型模具	5	484.85	65. 63	15.68		403. 54	469.17	
		边封包装机	5	6.46	0. 82			5. 64		
		印刷机	10	262. 54	11. 67			250. 87		
12	瀚浦餐具生产线	注塑机	10	128.50	12. 21	3.05		113. 24	125.44	
		机械手	10	50.87	4. 83	0.91		45. 13	49.97	
		模具	3	116.39	25. 29	1.26		89. 84		
13	成人座椅生产线	成人版座椅自动化设备	10	26.99	1. 28			25. 71		
		双色座椅自动化设备	10	39. 82	1. 79			38. 03		
		塑料注塑成型机	10	195.75	7. 75			188. 00		
14	纸品生产线	纸吸管弯管机	10	11.33	1. 08	0.27		9. 98	11.06	
		印刷机	10	27.43	1. 95			25. 48		

序号	新增生产线	设备名称	折旧年限	原值	计提折旧			账面价值		
					2020 年度	2019 年度	2018 年度	2020. 12. 31	2019.12.31	2018.12.31
		水箱	5	0.92	0. 10			0. 82		
		纸盘机	10	8.85	0. 35			8. 50		
		纸杯机	10	30.94	1. 71			29. 23		
合计			--	8, 914. 87	782. 63	354.59	110.17	7, 640. 29	4,798.58	2,128.13

如上表所示，报告期内新增产品生产线 14 条，其中餐饮具生产线 10 条，家居用品生产线 4 条。产品生产线的主要设备包括成型机、注塑机、包装线、模具等，均为吸塑或注塑生产、成品包装等工艺流程所需用到的核心设备，机器设备的折旧年限为 5-10 年，模具的摊销年限为 3 年，按直线法计提折旧及摊销。

报告期内，发行人新增生产线投产后与原有产能配合、服务于车间及公司的整体产能和生产规划，新产线投产后利用率较高、与车间整体产能利用率水平接近。

二、申报会计师核查情况

（一）核查程序

申报会计师履行的主要核查程序包括：

（1）获取报告期内的工程项目及生产线建设项目的预算资料、工程进度资料、设备购置及验收情况相关资料、建筑用料入库及领用资料进行核查；

（2）走访并了解澥浦厂区的定位、用途、新增产能，获取各车间生产设备清单、生产明细；

（3）赴工程现场进行核查及设备盘点，并结合设备购置合同协议、发票、入库单据等资料核查相关资产转固是否及时。

（4）查询了发行人在建工程施工方浙江欣捷建设有限公司工商信息并实地走访，了解其股权结构、股东及重要管理人员、与发行人之间的关联关系等情况；查阅发行人、发行人控股股东、实际控制人报告期内银行流水；查阅浙江欣捷建设有限公司关于短期资金拆借的说明；对报告期内发行人与浙江欣捷建设有限公司的交易进行核查，包括检查合同协议、抽查原始凭证等。

（5）查阅发行人设备机器的明细；查阅发行人产能、产量、销量统计表，分析新增产线对发行人产能的影响和利用情况。

（二）核查意见

经核查，申报会计师认为：

(1) 发行人在建工程不存在推迟转固的情形。

(2) 浙江欣捷建设有限公司与发行人不存在关联关系。发行人实际控制人林慧勤于 2017 年 3 月 15 日向欣捷投资控股集团有限公司转出款 910.00 万元，并于 2017 年 3 月 21 日收到欣捷投资控股集团有限公司转入款 910.00 万元为资金拆借款，用于短期内资金周转。除上述两笔短期资金拆借款外，未见其他异常交易。

(3) 发行人漈浦厂区的定位清晰、用途明确。新增生产线对应的相关机器设备折旧计提政策及相关会计估计符合准则规定，各期计提的折旧费用完整。

(4) 报告期内，发行人餐饮具生产线总体产能利用率较高，该类产品的客户需求及生产均已成熟，发行人每年根据需求量的增长适当增加产能，报告期内发行人产量及销量逐年上升；家居用品的客户需求及生产仍处于快速成长阶段，客户群体以及产品市场在逐步扩张，产能利用率呈逐年递增趋势。

问题 15 关于固定资产

申报材料显示：

(1) 发行人 2018 年末和 2019 年末机器设备原值分别较上年增加 4,301.55 万元和 4,600.94 万元，其原因是公司为扩大生产规模和提升生产自动化水平等，新购买了部分生产设备所形成。

(2) 发行人称在机械设备方面，行业主要产品的制备一般采用注塑、吸塑、吹塑等工艺，相应的机械设备是生产过程中重要的一环，直接关系到最终产品质量、生产规模和生产效率。在生产技术与工艺流程类似的背景下，生产设备、模具的先进程度以及原材料的选择和配方技术决定了产品的品质和功能，一定程度上体现了不同厂商之间生产技术的差异。对于生产设备而言，业内领先厂商则多使用代表注塑机发展方向的全电动注塑机。

请发行人：

(1) 区分注塑、吸塑等工艺，分别披露对应的生产设备的名称、数量、金额、成新率、购入年份以及主要技术指标；分析并说明相应机器设备所采用的生

产技术工艺在行业中的地位和更新淘汰情况，发行人核心竞争力是否主要依赖外部机器设备；

(2) 区分进口和国产，披露新增机器设备的明细情况，包括名称、数量、单价、金额、用途、主要技术特点、采购全电动注塑机等先进机器设备的数量、金额和比例；对比新增和存量机器设备的技术性能指标，量化分析并说明新增机器设备在改进生产效率和提高产品质量方面的具体优势；

(3) 说明进口先进设备的主要供应商基本情况、设立时间、注册资本、股权结构、与发行人的关系、合作时间、结算政策、在贸易摩擦加剧的背景下是否存在主要生产设备面临加价或断供的风险、是否存在国产替代供应商。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

回复：

一、发行人说明及补充披露

(一) 区分注塑、吸塑等工艺，分别披露对应的生产设备的名称、数量、金额、成新率、购入年份以及主要技术指标；分析并说明相应机器设备所采用的生产技术工艺在行业中的地位和更新淘汰情况，发行人核心竞争力是否主要依赖外部机器设备；

发行人已在招股说明书“第六节 业务与技术”之“四、发行人的主要资产情况”之“(一) 公司主要固定资产”之“3、主要生产设备”部分补充披露如下：

(1) 发行人注塑、吸塑、挤出工艺主要生产设备情况

截至 2020 年 12 月 31 日，发行人注塑、吸塑、挤出工艺主要生产设备情况列示如下：

生产设备名称	数量（台）	原值 （万元）	成新率	购入年份	主要技术指标
注塑成型机	268	8,124.72	66.86%	2009-2020	合模力：2,500-10,800kN； 螺杆直径：50-120mm G； 注射容量：256-5,768 立方厘米。

吸塑成型机	34	7,852.88	77.98%	2009-2020	成型面积： 480x290mm-1200x1000mm； 成型深度：35.6-180mm；闭 合力：200-686kN。
挤出机	12	3,919.08	75.11%	2009-2020	挤出量：150-1200kg/h；成 品宽度：650-1400mm；皮料 厚度误差：0.015-0.005mm。

发行人主要生产机器设备均采购自 ILLIG、上大嘉、恒丰、海天等国内外一线设备厂商，生产机器设备的主要技术指标在其被采购时大多处于行业内较为领先的地位。目前发行人生产设备均处于正常使用状态，且因订单持续增多，报告期内仍在不断增加产能，发行人主要生产机器设备不存在大面积更新和淘汰情况。

先进生产设备助力发行人的快速发展，而先进生产设备往往需要经过较长时间的调试与改进方能适应企业的生产需求并充分发挥其作用，业内领先企业的相关经验是生产设备能否发挥其应有作用的重要前提条件。

发行人核心技术的体现是将先进设备统筹、整合到生产线上，并借助构思、设计能力与实操经验，提升生产线的自动化程度、充分发挥先进设备的生产能力，并在实践过程中不断对上述其他多个重要环节进行迭代与改进形成，发行人核心技术并不主要依赖于外部机器设备。

(二) 区分进口和国产，披露新增机器设备的明细情况，包括名称、数量、单价、金额、用途、主要技术特点、采购全电动注塑机等先进机器设备的数量、金额和比例；对比新增和存量机器设备的技术性能指标，量化分析并说明新增机器设备在改进生产效率和提高产品质量方面的具体优势；

1、注塑、吸塑、挤出工艺进口和国产新增机器设备的情况

(2) 报告期内，发行人新增注塑、吸塑、挤出工艺主要生产设备情况

报告期内，发行人新增注塑、吸塑、挤出工艺主要生产设备情况列示如下：

生产设备名称	来源	数量 (台)	原值 (万元)	成新率	购入年份	主要技术指标
注塑成型机	国产	67	3,297.66	87.06%	2018-2020	合模力：2,500-10,800kN；螺杆直径：50-120mm；注射容量：256-5,768 立方厘米。

吸塑成型机	进口	3	3,046.29	90.30%	2018-2020	成型面积：735x465mm-676x535mm；成型深度：170mm；闭合力：200-660kN。
	国产	14	1,314.60	94.43%	2018-2020	成型面积：640x290mm-1200x1000mm；成型深度：50-180mm；闭合力：250-686kN。
挤出机	进口	4	2,122.73	89.82%	2018-2020	挤出量：300-1000kg/h；成品宽度：720-810mm；皮料厚度误差：0.005mm。
	国产	1	136.05	97.62%	2020	挤出量：800kg/h；成品宽度：900mm；皮料厚度误差：0.005mm。

其中，发行人主要注塑机均为全电动注塑机。

以上楷体加粗内容，发行人已在招股说明书“第六节 业务与技术”之“四、发行人的主要资产情况”之“（一）公司主要固定资产”之“3、主要生产设备”部分补充披露。

2、新增机器设备在改进生产效率和提高产品质量方面的具体优势

（3）新增机器设备在改进生产效率和提高产品质量方面的具体优势

发行人**现存**各阶段新增注塑、吸塑、挤出工艺主要生产设备情况列示如下：

生产设备名称	数量（台）	原值（万元）	平均单价（万元）	购入年份	主要技术指标
注塑成型机	140	5,439.91	38.86	2017-2020	合模力：2,500-10,800kN；螺杆直径：50-120mm C；注射容量：256-5,768 立方厘米。
	38	1,060.78	27.92	2014-2016	合模力：2,500-2,800kN；螺杆直径：50mm C；注射容量：828-863 立方厘米。
	90	1,624.02	18.04	2009-2013	合模力：2,500-2,800kN；螺杆直径：65mm C；注射容量：828-863 立方厘米。
吸塑成型机	21	5,061.81	241.04	2017-2020	成型面积：640x290mm-1200x1000mm；成型深度：50-180mm；闭合力：200-686kN。

	11	2,757.91	250.72	2014-2016	成型面积：480x290mm-735x465mm； 成型深度：35.6-180mm；闭合力： 250-660kN。
	2	33.16	16.58	2009-2013	成型面积：640x290mm；成型深度： 140-180mm。
挤出机	5	2,258.78	451.76	2017-2020	挤出量：300-1000kg/h；成品宽度： 720-900mm；皮料厚度误差：0.005mm。
	4	1,465.06	366.27	2014-2016	挤出量：200-1200kg/h；成品宽度： 650-1400mm；皮料厚度误差： 0.015-0.005mm。
	3	195.23	65.08	2009-2013	挤出量：150kg/h；成品宽度：650mm； 皮料厚度误差：0.015mm。

由前述发行人主要生产机器设备的情况可以看出，发行人新增机器设备相较于发行人早期机器设备在性能等方面有者较为显著的提高，其性能的提高对与发行人的影响主要体现在以下两个方面：①通过提高生产速度、单次注塑量（注塑）/成型面积（吸塑）/挤出量（挤出）等提升了生产效率；②通过提升合模力（注塑）/闭合力（吸塑）/皮料厚度误差（挤出）等提高了产品精度。

此外，发行人凭借自身对于生产流程、机器设备、辅助设备、生产工艺等方面的先进理解与丰富经验，在机器设备本身的指数指标之外，通过对各类设备、机械的合理配置，提升了生产线的整体自动化程度、生产效率与生产质量。

（三）说明进口先进设备的主要供应商基本情况、设立时间、注册资本、股权结构、与发行人的关系、合作时间、结算政策、在贸易摩擦加剧的背景下是否存在主要生产设备面临加价或断供的风险、是否存在国产替代供应商。

1、发行人进口先进设备的主要供应商基本情况

发行人主要进口设备供应商情况列示如下：

（1）ILLIG MASCHINENBAU GMBH & CO.KG

企业名称	ILLIG MASCHINENBAU GMBH & CO.KG	
设立时间	1946 年	
注册地址	Robert-Boschstr.10,74081Heilbronn,Germany	
注册资本	未公开	
股东构成	姓名/名称	持股占比
	家族企业	未公开
主营业务	热成型系统制造商	

经营规模	年产约 100 条热成型生产线，产值约 10 亿元人民币。
初次合作时间	2016 年
结算政策	发行人开具全额信用证，其中 30%为定金，发行人验收后，对方凭出货文件提余款。

自合作以来，ILLIG 公司与发行人保持着良好的合作关系，并未出现任何争议与纠纷，合作稳定性强，并将发行人视为重要的客户。ILLIG 公司研发出了第一台工业用热成型机，是行业内第一家热成型设备供应商。作为全球领先的热成型系统制造商之一，ILLIG 公司在全球范围内为数十个国家和地区生产用于热成型和包装技术的全系列的机械和工具。ILLIG 公司期望与在其领域处于领先地位的发行人保有着密切的联系并与发行人保持长期的合作。此外，ILLIG 公司对发行人付货款的及时程度、产品验收的合理程度等交易环节也都十分满意。

（2）上大嘉实业股份有限公司

企业名称	上大嘉实业股份有限公司	
设立时间	1998 年	
注册地址	台湾省台中市梧栖区向上路 9 段 466 巷 23 号	
注册资本	16,800 万新台币	
股东构成	姓名/名称	持股占比
	未公开	未公开
开始合作时间	2015 年	
主营业务	挤出机的制造与生产	
经营规模	年产值约 2 亿元人民币。	
结算政策	发行人开具全额信用证，其中 30%为定金，发行人验收后，对方凭出货文件提余款。	

自合作以来，上大嘉公司与发行人保持着良好的合作关系，并未出现任何争议与纠纷，合作稳定性强，并将发行人视为重要的客户。上大嘉公司认为发行人作为一次性塑料餐饮具的领先企业，未来将继续高速发展，也会对生产设备有更多的需求，两家公司的合作前景很好。此外，上大嘉公司对发行人付货款的及时程度、产品验收的合理程度等交易环节也都十分满意。

2、发行人进口先进设备在贸易摩擦加剧的背景下的进口风险分析与国产替代供应商

（1）发行人所采购设备不涉及高精尖科技、应用领域普通，受到贸易限制概率较低

发行人的主要进口生产设备为吸塑生产工艺中的挤出机及热成型机，其应用领域与技术含量相对芯片、电信等高科技贸易摩擦“重点”领域较低，受到美国限制进口的可能性亦较低，此外，发行人所进口生产设备来源于欧洲与台湾，相对于自美国本土进口风险较低。

（2）发行人与供应商关系稳定，受到断供可能性较低

由“（三）说明进口先进设备的主要供应商基本情况、设立时间、注册资本、股权结构、与发行人的关系、合作时间、结算政策、在贸易摩擦加剧的背景下是否存在主要生产设备面临加价或断供的风险、是否存在国产替代供应商。”之“1、发行人进口先进设备的主要供应商基本情况”中所描述内容可知，报告期内，发行人与境外设备供应商关系稳定，发行人与上述供应商的合作亦未受到当前国际经贸环境、疫情影响，仍保持着良好的合作关系，供应商均期待与发行人保持长期合作关系。发行人受到断供可能性较低。

（3）发行人所采购进口生产设备可进行国产替代

报告期内，发行人根据品质、价格等多种因素综合选择供应商。随着国内挤出机及热成型机相关制造技术的逐渐进步，天津恒瑞、瑞安恒丰等一系列公司逐渐具备了较为先进的挤出机及热成型机等生产设备的制造能力。报告期内，发行人亦大量采购国产设备。其技术水平足以满足发行人日常生产所需。因此，发行人能够对进口生产设备进行国产替代，相关进口设备存在国产替代供应商。

综上所述，发行人进口先进设备在贸易摩擦加剧的背景下的进口风险较低且存在国产替代供应商。

二、申报会计师核查情况

（一）核查程序

针对上述事项，申报会计师履行的主要核查程序包括：

（1）获取发行人报告期内各年度固定资产统计表、相关产权证及技术指标资料等，对上述资产进行盘点、权证检查；（2）访谈了发行人生产设备相关负责人员，核查了发行人生产自动化相关研发项目计划书及验收情况；（3）实

地查看了发行人生产设备运行情况；（4）获取并查阅了主要供应商的工商信息、中信保报告及官网等信息；（5）访谈了发行人供应商相关业务人员；（6）访谈了公司采购相关业务人员。

（二）核查意见

经核查，申报会计师认为：

发行人已按要求对上述事项进行了补充披露。

（1）发行人主要生产机器设备均采购自 ILLIG、上大嘉、恒丰、海天等国内外一线设备厂商，目前仍在正常使用，不存在大面积的更新和淘汰情况；（2）发行人将先进设备统筹、整合到生产线上并借助构思、设计能力与实操经验，提升生产线的自动化程度、充分发挥先进设备的生产能力，并不断对上述其他多个重要环节进行迭代与改进，不同品牌的同类机器设备经过涉及调试后亦可使用，并不主要依赖于特定品牌机器设备；（3）发行人报告期内新增机器设备相较于发行人早期机器设备在性能等方面有者较为显著的提高，其性能的提高对与发行人的影响主要体现在提升生产效率及产品精度两个方面，新增机器设备具备一定优势；（4）发行人进口先进设备在贸易摩擦加剧的背景下的进口风险较低且存在国产替代供应商。

问题 16：关于贸易摩擦和疫情影响

申报材料显示：

（1）公司产品出口销售收入占同期主营业务收入的比例分别为 98.33%、92.89%和 89.15%，其中出口美国的销售收入占同期主营业务收入的比重超过 50%。发行人出口至美国的部分产品被加征了关税，发行人称由于餐饮具、家居用品需求量较大，对于客户供应商的生产能力也有一定的要求。以上原因保证了公司一定程度上的加征关税转移能力与议价空间。

（2）2020 年 1 月以来，全球多地相继发生新冠肺炎疫情。公司受疫情影响，员工分批复工，部分生产计划有所推迟。同时，由于公司客户主要为境外企业，受国际疫情不断蔓延影响，对公司业务的销售、运输均造成了一定影响。

请发行人：

（1）披露被征收关税的产品范围、数量、销售收入和占比；并量化分析加征额外关税对发行人相关产品的销售价格、销量、经营业绩和持续经营能力的影响；

（2）披露与主要客户之间关于关税分摊、产品销售价格降价、向供应商转移部分成本等加征关税转移能力与议价空间的具体措施，说明相关措施的执行情况、是否具备法律约束力和可持续性；测算若发行人在承担全部额外加征关税的情形下，对发行人生产经营造成的影响；

（3）披露各生产基地/厂区的员工复工复产情况、产能恢复情况、生产工人缺口情况；披露进口原材料供应商的复工复产情况、是否存在因原材料供应短缺导致生产停滞的情形；

（4）结合与发行人合作的海运公司、海外主要客户的复工复产情况、出口国海关对进口产品的限制情况，说明截至目前，下游需求的恢复情况；结合报告期末至 2020 年 1-6 月的新增订单的数量和金额情况，说明外销收入和发行人新订单的持续获取是否受到重大不利影响，在手订单是否存在变更或撤销等情况或潜在风险，是否存在 2020 年度业绩下滑的风险，量化分析新冠疫情对发行人生产经营的影响。

请保荐人和申报会计师发表明确意见。

回复：

一、发行人补充披露及说明

（一）披露被征收关税的产品范围、数量、销售收入和占比；并量化分析加征额外关税对发行人相关产品的销售价格、销量、经营业绩和持续经营能力的影响

1、披露被征收关税的产品范围、数量、销售收入和占比

发行人已在招股说明书“第六节 业务与技术”之“二、发行人所属行业的基本情况与竞争状况”之“（十）行业利润水平的变动趋势及变动原因”中补充

披露如下：

3、中美贸易摩擦影响分析

自 2018 年 6 月开始，美国政府发布了对中国进口商品多轮次的加征关税清单，中美贸易摩擦反复升级。公司出口至美国的部分产品被加征了关税。公司被征收关税产品范围情况如下：

关税清单	加征关税产品	原关税	加征情况	当前关税
清单二	一次性 PP 塑料吸管	3.10%	2018 年 8 月 23 日起加征 25%	28.10%
清单三	纸制品	0.00%	2018 年 9 月 24 日第一次加征 10%，2019 年 5 月 10 日再次加征 15%	25.00%
清单四	塑料杯盘	6.50%	2019 年 9 月 1 日起加征 15%，2020 年 2 月 14 日之后豁免 7.5%	14.00%

报告期内发行人出口至美国的产品情况如下：

单位：均价-元/kg，销量-吨

产品类型	2020 年度			2019 年度			2018 年度		
	数量	金额	占比	数量	金额	占比	数量	金额	占比
一次性 PP 塑料吸管	1,983.26	4,431.55	7.86%	3,122.35	7,159.87	11.53%	4,711.31	10,547.99	16.96%
纸制品	366.54	605.33	1.07%	67.54	296.10	0.48%	116.91	499.77	0.80%
塑料杯盘	1,829.49	3,376.29	5.99%	2,461.04	4,991.50	8.04%	2,253.50	4,318.97	6.95%
未加征关税产品	29,731.89	47,993.72	85.08%	31,777.81	49,656.21	79.96%	29,397.87	46,811.06	75.29%
合计	33,911.18	56,406.89	100.00%	37,428.75	62,103.68	100.00%	36,479.59	62,177.79	100.00%

发行人出口至美国的产品中一次性 PP 塑料吸管、纸制品、塑料杯盘被加征关税，2018 年至 2020 年销售金额合计占出口至美国产品的比例分别为 24.71%、20.04%和 14.92%。其中一次性塑料吸管和塑料杯盘为主要受到影响的产品。2018 年 9 月美国开始对一次性 PP 塑料吸管加征关税 25%，2018 年度至 2020 年一次性 PP 塑料吸管销售金额占比从 16.96%下降至 7.86%。2019 年 9 月美国开始对塑料杯加征关税，2019 年度至 2020 年塑料杯盘销售金额占比从 8.04%下降至 5.99%。

2、量化分析加征额外关税对发行人相关产品的销售价格、销量、经营业绩和持续经营能力的影响

报告期内，发行人向美国客户销售的纸制品产品数量、金额较低，占发行人向美国地区销售产品总金额的 1%以下，对美国地区销售影响较小。以下仅对一次性 PP 塑料吸管和塑料杯盘在关税加征时点进行分析。

（1）加征额外关税对发行人相关产品的销售价格的影响

①一次性 PP 塑料吸管

2018 年 1-9 月与 2018 年 10-12 月销往美国地区的一次性 PP 塑料吸管销售单价情况如下：

单位：元/Kg

产品类型	2018 年 10-12 月		2018 年 1-9 月
	单价	增幅	单价
一次性 PP 塑料吸管	23.53	6.75%	22.04

②塑料杯盘

2019 年 10-12 月和 2019 年 1-9 月销往美国地区的塑料杯盘销售单价情况如下：

单位：元/Kg

产品类型	2019 年 10-12 月		2019 年 1-9 月
	单价	增幅	单价
塑料杯盘	20.21	-0.48%	20.31

发行人一次性 PP 塑料吸管的价格变动受原材料价格波动、汇率、与客户因关税的降价协商等多种因素共同影响，且与客户因关税的降价协商较关税加征时点往往具有一定时滞。

2018 年由于原材料价格上涨，发行人销售的塑料制品单价均有不同程度的增长。2018 年度美国地区一次性 PP 塑料吸管的主要销售客户为 BUNZL、TEAM THREE 和 FASHO，发行人对客户 BUNZL 销售的一次性 PP 塑料吸管在 2018 年 9 月因关税降价 5%，发行人对客户 TEAM THREE 销售的一次性 PP 塑料吸管在 2019 年 7 月因关税降价 3%、在 2019 年 9 月因关税降价 2%，发行人对客户 FASHO

销售的一次性 PP 塑料吸管在 2018 年 9 月降价 5%。

2019 年原材料价格有所下降，发行人销售的塑料制品单价相应降低。2019 年度美国地区塑料杯盘的主要销售客户为 TEAM THREE 等，发行人对客户 TEAM THREE 销售的塑料杯盘在 2019 年 9 月降价 5%。但由于塑料杯盘相对一次性 PP 塑料吸管加征关税比例低，发行人接受客户因关税而对塑料杯盘降价的情况较少。

（2）加征额外关税对发行人相关产品的销量的影响

①一次性 PP 塑料吸管

单位：吨

产品类型	2018 年 10-12 月平均月销量	2018 年 1-9 月平均月销量	增幅
一次性 PP 塑料吸管	368.38	400.68	-8.06%

②塑料杯盘

单位：吨

产品类型	2019 年 10-12 月平均月销量	2019 年 1-9 月平均月销量	增幅
塑料杯盘	242.11	192.75	25.61%

如上可知，发行人被加征关税的产品较未加征关税产品的销量有所下滑，其中一次性 PP 塑料吸管销量下滑 8.06%。

（3）加征额外关税对发行人经营业绩和持续经营能力的影响

①一次性 PP 塑料吸管

根据上述测算，假设发行人加征关税对一次性 PP 塑料吸管单价影响的幅度为-5%，对销量影响的幅度为-8.06%，加征关税对一次性 PP 塑料吸管销售金额的影响如下：

单位：万元

塑料吸管	销售收入影响额	占当期主营业务收入比例
2020 年度	-642.00	-0.63%
2019 年度	-1,037.55	-1.02%

塑料吸管	销售收入影响额	占当期主营业务收入比例
2018 年 10-12 月	-376.80	-1.37%

如上所示，2020 年度、2019 年度和 2018 年 10-12 月美国对一次性 PP 塑料吸管加征关税影响发行人的营业收入为-642.00 万元、-1,037.55 万元、-376.80 万元，占当期主营业务收入比例较低，未对发行人经营业绩和持续经营能力造成重大不利影响。

②塑料杯盘

根据上述测算，假设发行人加征关税对塑料杯盘单价影响的幅度为-5%，加征关税对塑料杯盘销售金额的影响如下：

单位：万元

塑料杯盘	销售收入影响额	占当期主营业务收入比例
2020 年度	-177.70	-0.18%
2019 年 10-12 月	-77.27	-0.08%

发行人已在招股说明书“第四节 风险因素”之“二、经营风险”之“（二）贸易政策风险”中补充披露如下：

美国加征关税对发行人出口美国的一次性 PP 塑料吸管和塑料杯盘的单价和销量均有一定程度的负面影响。发行人对美国不同客户因一次性 PP 塑料吸管和塑料杯盘加征关税而降价的幅度在 5%左右，且由于塑料杯盘加征关税比例低于一次性 PP 塑料吸管，发行人接受客户对塑料杯盘降价要求的情况较少。加征关税对发行人营业收入的影响比重较低，未对经营业绩和持续经营能力产生重大不利影响。

（二）披露与主要客户之间关于关税分摊、产品销售价格降价、向供应商转移部分成本等加征关税转移能力与议价空间的具体措施，说明相关措施的执行情况、是否具备法律约束力和可持续性；测算若发行人在承担全部额外加征关税的情形下，对发行人生产经营造成的影响

发行人已在招股说明书“第六节 业务与技术”之“二、发行人所属行业的基本情况与竞争状况”之“（十）行业利润水平的变动趋势及变动原因”中补充披露如下：

受中美贸易摩擦影响,美国客户须缴纳额外加征的关税。出于转移成本考虑,部分美国客户主动与发行人协商降价。发行人在综合考虑成本、利润率、市场拓展等因素后,确定是否降价及具体幅度。因此,发行人未与美国客户签订关税分摊相关的协议,如客户要求发行人分摊超出可接受的具体降价幅度,发行人将拒绝接受该等要求。

发行人产品出口具备较强的价格优势,美国消费者已习惯使用塑料吸管及塑料杯,价格弹性小,其本国境内生产成本低,即使在关税影响下,发行人产品依然可具备价格优势。另外,公司客户主要为大型商超、知名连锁餐饮,其在选择供应商时往往会设置较高的准入条件,对产品外观、性能、质量及安全环保性有细致化要求,也更加注重产品的生产环境、生产流程管理等。此外,由于餐饮具、家居用品需求量较大,对于客户供应商的生产能力也有一定的要求,更换供应商的成本较高。以上原因保证了公司与客户的议价能力。

2018 年度美国地区一次性 PP 塑料吸管的主要销售客户为 BUNZL、TEAM THREE 和 The Ocala Group, LLC., 发行人对客户 BUNZL 销售的一次性 PP 塑料吸管在 2018 年 9 月因关税降价 5%, 发行人对客户 TEAM THREE 销售的一次性 PP 塑料吸管在 2019 年 7 月因关税降价 3%、在 2019 年 9 月因关税降价 2%, 发行人对客户 The Ocala Group, LLC. 销售的一次性 PP 塑料吸管在 2018 年 9 月降价 5%。

2019 年度美国地区塑料杯盘的主要销售客户为 TEAM THREE 等, 发行人对客户 TEAM THREE 销售的塑料杯盘在 2019 年 9 月降价 5%。但由于塑料杯盘相对一次性 PP 塑料吸管加征关税比例低, 发行人接受客户因关税而对塑料杯盘降价的情况较少。假设发行人当前对一次性 PP 塑料吸管承担了加征关税的 5.00%, 如果发行人承担了全部加征的关税, 在假设发行人并未因销售价格降低幅度过大而不接受该订单、销量维持当前水平的情况下, 发行人对美国一次性 PP 塑料吸管的销售收入变动情况如下:

单位: 万元

塑料吸管	假设当期关税承担比例	加征关税比例	承担全部关税后的收入	收入影响金额	占当期主营业务收入比例
2020 年度	5%	25%	3,498.47	-933.08	-0.92%
2019 年度	5%	25%	5,652.53	-1,507.34	-1.48%
2018 年 10-12 月	5%	25%	2,052.79	-547.41	-1.99%

假设发行人当前对一次性塑料杯盘承担了加征关税的 5.00%，如果发行人承担了全部加征的关税，在假设发行人并未因销售价格降低幅度过大而不接受该订单、销量维持当前水平的情况下，发行人对美国塑料杯盘的销售收入变动情况如下：

单位：万元

塑料杯盘	假设当期关税承担比例	加征关税比例	承担全部关税后的收入	收入影响金额	占当期主营业务收入比例
2020 年度	5%	7.5%	3,287.44	-88.85	-0.09%
2019 年 10-12 月	5%	15%	1,313.63	-154.54	-0.61%

如上可知，假设发行人承担了全部加征的关税，发行人主营业务收入的影响比例在-2.00%以内，不会对发行人持续经营能力产生重大不利影响。

（三）披露各生产基地/厂区的员工复工复产情况、产能恢复情况、生产工人缺口情况；披露进口原材料供应商的复工复产情况、是否存在因原材料供应短缺导致生产停滞的情形

发行人已在招股说明书“第四节 风险因素”之“六、其他风险”之“（二）新冠疫情风险”中补充披露如下：

2020 年 1 月以来，全球多地相继发生新冠肺炎疫情。2020 年一季度，公司受疫情影响，员工分批复工，部分生产计划有所推迟。

发行人生产厂区均位于宁波市镇海区。发行人所在地疫情管控成绩显著，进行了有效管控和治理，也成为全国率先实现复工的城市之一。同时，发行人与当地政府共同努力，通过派遣专车、出台相应的补贴政策及提供免费核酸检测等措施迎接低风险地区员工返岗。

发行人于 2 月 10 日开始复工，至 2 月 29 日共有 1370 人返岗，返岗复工率达到 80%。截至 3 月 10 日厂区已全面复工，共有 1582 人返岗，返岗复工率达到 98%以上。3 月末发行人返岗人员及新入职员工已达约 1,800 人，4 月至今已不存在生产工人缺口情况。

发行人的进口原料主要为 PP 和 PS，产地为中国台湾及沙特，这两种原材料在 2020 年上半年供应充足。发行人凭借生产及销售经验提前下达定购需求，保

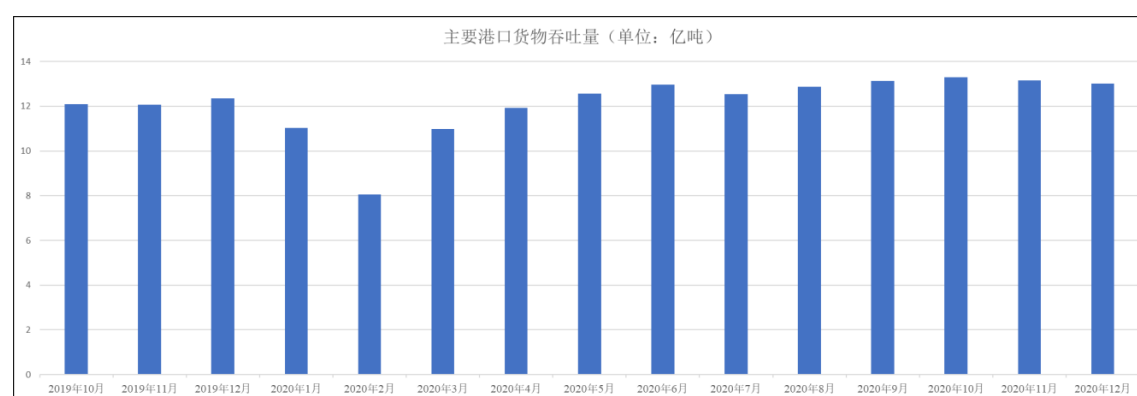
障了疫情期间的原料供应,未发生因原材料供应短缺而导致生产停滞的情形。

但由于公司客户主要为境外企业,受国际疫情不断蔓延影响,对公司业务的销售、运输均造成了一定影响。上述情况对公司 2020 年一季度的经营业绩造成了不利影响。随着疫情的逐步稳定,至 2020 年二季度,公司经营业绩已恢复正常。目前全球疫情仍在持续蔓延,未来若国内疫情防控出现大幅反复、海外疫情无法尽快得到有效控制,将对全球产业产生冲击,并将影响公司的正常生产经营,对公司的经营业绩造成一定的影响。

(四) 结合与发行人合作的海运公司、海外主要客户的复工复产情况、出口国海关对进口产品的限制情况,说明截至目前,下游需求的恢复情况;结合报告期末至 2020 年 1-6 月的新增订单的数量和金额情况,说明外销收入和发行人新订单的持续获取是否受到重大不利影响,在手订单是否存在变更或撤销等情况或潜在风险,是否存在 2020 年度业绩下滑的风险,量化分析新冠疫情对发行人生产经营的影响

1、结合与发行人合作的海运公司、海外主要客户的复工复产情况、出口国海关对进口产品的限制情况,说明截至目前,下游需求的恢复情况

疫情期间我国主要港口的货物吞吐量如下所示:



数据来源: 中华人民共和国交通运输部综合规划司

如上所示, 2020 年四五月起我国主要港口货物吞吐量恢复正常水平, 我国与贸易伙伴国之间的货运复工情况良好。

发行人主要销售区域为美国、欧洲。随着本次疫情在欧美持续扩散, 境外客

户采购量略有下降，与 2019 年度相比，发行人 2020 年上半年外销货代费下降 12.91%，外销运费下降 18.52%，**2020 年全年货代费下降 6.84%**，与外销趋势相符。目前国内疫情已经逐步稳定，发行人合作的海运公司及货物代理公司已全面复工复产。目前出口国海关对发行人产品不存在限制情况。

发行人产品主要为餐饮具和家居用品，海外终端客户主要为大中型商超及连锁餐饮。疫情期间海内外大型商超属于生活保障关键基础设施，并未大范围停工，连锁餐饮企业受到一定影响。国外工厂发行人外销主要国家为美国，2020 年 3 月 19 日，美国国土安全部网络安全与基础设施安全局发布了《COVID-19 应急响应期间关键基础设施工作人员认定建议》，以确保在疫情关键基础设施行业能够维持正常的工作。大型商超属于清单认定的关键基础设施行业，运输和物流亦属于清单认定的关键基础设施行业，疫情期间未停工。2020 年 3 月 16 日，亚马逊宣布将会雇用 10 万名新员工。另外，根据澳大利亚“三步走”复工复产计划，零售商属于第一批复工复产企业，发行人客户 Woolworths 已全面复工复产，疫情期间澳大利亚外带食品销售增长近 200%；欧洲地区主要客户宜家线上销量在疫情期间有明显增长。至 2020 年 8 月 17 日，沃尔玛已将 4,700 家门店中的 4,000 家的关店时间从 8:30 pm 延长至 10:00 pm。截至目前，发行人下游需求已全面恢复。

2、结合报告期至 2020 年 1-6 月的新增订单的数量和金额情况，说明外销收入和发行人新订单的持续获取是否受到重大不利影响，在手订单是否存在变更或撤销等情况或潜在风险，是否存在 2020 年度业绩下滑的风险，量化分析新冠疫情对发行人生产经营的影响

发行人 2019 年第一季度、2019 年第二季度、2020 年第一季度和 2020 年第二季度**主营业务收入**情况如下：

单位：万元

收入类别	2020 年二季度	2020 年一季度	2019 年二季度	2019 年一季度
内销收入	4,599.87	2,742.91	2,021.11	2,624.42
外销收入	19,988.15	16,522.28	21,475.31	21,060.03
合计收入	24,588.02	19,265.19	23,496.42	23,684.45

由于 2020 年 2-3 月停工停产，发行人 2020 年 1 季度营业收入相对 2019 年

一季度下降 18.66%。自 3 月中旬以来，生产经营逐渐恢复正常水平，上半年合同订单稳定，原材料供应充足。2020 年第二季度以来，疫情在海外的扩散并未显著影响海外订单，二季度发行人外销收入同比下降 6.92%，内销收入同比上升 127.59%。发行人正在积极开发国内市场卓有成效。

截至 2020 年 6 月 30 日，发行人在手订单未出现大额变更或撤销的情况，发行人在手尚未执行的订单金额为 17,234.82 万元，2020 年 1 月至 9 月已完成订单 73,107.12 万元。随着疫情逐渐平稳，疫苗研发进展顺利，且发行人产品属于生活必需品，预计在手订单因疫情而变更或撤销的风险较低。

2020 年上半年发行人实现**主营业务收入 43,845.21 万元**，同比下降**13.91%**，实现净利润 4,260.66 万元，同比增长 13.85%。**2020 年发行人实现营业收入 102,627.20 万元，同比增长 0.57%，实现净利润 11,433.70 万元。**疫情对发行人 2020 年经营业绩未产生重大不利影响。

二、申报会计师核查情况

（一）核查程序

申报会计师履行的主要核查程序包括：

（1）查阅美国贸易代表办公室历次发布的关税加征和豁免清单，分析发行人涉及加征关税的产品情况，查阅发行人出具的关于征收关税的产品范围、数量、销售收入和占比的说明；（2）查阅发行人与主要客户因关税调价的往来邮件，了解并统计主要客户因关税而调价的情况；（3）获取发行人员工打卡记录，分析发行人疫情期间复工复产情况，了解新型冠状病毒肺炎疫情对发行人生产经营的影响情况及公司的应对措施，了解客户与供应商的生产恢复情况；（4）查阅发行人当地政府部门的相关规定、政府部门对公司下达的复工通知文件；（5）查阅美国《COVID-19 应急响应期间关键基础设施工作人员认定建议》，分析发行人客户行业性质和停工停产情况；（6）查询客户官网、国家统计局网站等公开信息，了解发行人下游客户需求回复情况；（7）查阅发行人内部关于防范新型冠状病毒肺炎疫情的措施文件，并实地查看发行人生产经营情况，了解防范措施的实际执行情况；（8）查阅发行人 2020 年上半年度取得的销售订单并与同期

经营情况进行对比分析。

（二）核查程序

经核查，申报会计师认为：

（1）发行人已披露加征额外关税对发行人相关产品的销售价格、销量、经营业绩和持续经营能力的影响，加征关税对发行人外销美国主要产品一次性 PP 塑料吸管和塑料杯盘有一定负面影响。额外加征关税对发行人一次性 PP 塑料吸管和塑料杯盘销售收入的影响占当期主营业务收入的 2%以内，未对发行人经营业绩和持续经营能力造成重大不利影响；（2）因额外加征关税由美国客户缴纳，系由客户主动与发行人协商调价，而非由发行人方面主动采取转移措施。当美国客户提出调价需求时，发行人将在综合考虑成本、利润率、市场拓展等因素后确定是否降价及其具体幅度。由于发行人被额外加征关税产品占比较低，客户实际向发行人转移的额外关税成本较低，因此贸易摩擦、额外加征关税情形实际对发行人经营业绩造成的影响程度较低。（3）疫情对发行人的采购、生产及销售活动产生的影响主要集中在 2020 年一季度，4 月至今已不再存在生产工人缺口，未发生因原材料供应短缺而导致生产停滞的情形，发行人已采取必要的措施以应对新冠疫情，2020 年 3 月末已实现全面复工。（4）截至本回复出具日，发行人下游需求已全面恢复。2020 年上半年发行人公司实现**主营业务收入 43,845.21 万元**，同比下降 **13.91%**，实现净利润 4,260.66 万元，同比增长 13.85%。**2020 年发行人实现营业收入 102,627.20 万元，同比增长 0.57%，实现净利润 11,433.70 万元**。疫情对发行人 2020 年经营业绩未产生重大不利影响，2020 年度业绩下滑风险小。

问题 17：关于股东

申报材料显示：

（1）王熊、张三云、蔡礼永共同设立家联有限，张三云、蔡礼永均为伟星集团有限公司、浙江伟星实业发展股份有限公司的股东及董事，发行人股东镇海金模、镇海金塑系发行人员工持股平台。

（2）2016 年 9 月，张三云、蔡礼永和王熊将合计持有发行人 634.28 万元出

资额转让给镇海金塑；2016 年 12 月，王熊、林慧勤以其持有的家塑生物 100% 股权作价 1,185.00 万元对发行人进行增资，新增注册资本 342.86 万元。林慧勤、王熊分别于 2015 年 3 月和 2016 年 6 月受让取得家塑生物 30%和 70%股权。家塑生物已于 2019 年 12 月注销登记。

(3) 2019 年 12 月，王熊将其持有的发行人 4%的股份即 360 万股以 1,260 万元的价格转让给镇海金模，转让价格主要参考公司账面净资产确定，员工对应部分公允价值为 827.01 万元，确认股份支付费用为 270.01 万元。发行人未披露股份支付公允价值具体确定依据。

请发行人：

(1) 结合相关方的工作履历和投资情况，在招股说明书“发行人基本情况”部分补充披露王熊、张三云、蔡礼永设立家联有限的背景，分期缴纳出资资金的主要来源及其合法性，是否存在股权代持或其他未披露的利益安排；说明伟星集团有限公司、浙江伟星实业发展股份有限公司除投资发行人外，是否投资与发行人从事相同或相似业务的主体，是否与发行人客户、供应商存在业务、资金往来；

(2) 披露自然人股东赵建光的入股背景、入股价格与镇海金塑一致的合理性及公允性，与发行人、控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员及其关系密切人员是否存在关联关系或其他未披露的利益安排，是否持股或控制与发行人从事相同业务或业务往来的公司，是否控制与发行人的主要客户、供应商存在资金往来的公司；

(3) 披露员工持股平台的人员确定标准、管理模式、决策程序、存续期及期满后所持有股份的处置办法和损益分配方法、变更和终止的情形、离职后的股份处理等内容，是否存在发行人或第三方为员工参加持股计划提供奖励、资助、补贴等安排，是否存在委托持股；

(4) 披露王熊、林慧勤以家塑生物 100%股权增资的背景，家塑生物主营业务及入股时的经营情况、主要财务数据，增资价格、定价依据及公允性，股权作价和实际控制人 2015 年、2016 年受让家塑生物作价是否存在重大差异，如是，说明原因及合理性；披露家塑生物相关人员、资产、业务转入发行人并注销的原

因。

请保荐人、发行人律师发表明确意见，并说明按照《深圳证券交易所创业板股票首次公开发行上市审核问答》问题 12 和问题 22 的要求，对申报前新增股东镇海金模、员工持股计划的设立背景、员工持股计划章程或协议约定情况、员工减持承诺情况、规范运行情况、合法合规性的核查情况。请保荐人、申报会计师就股份支付权益工具公允价值确定是否合理、股份支付相关会计处理是否符合《企业会计准则》相关规定发表明确意见。

回复：

一、股份支付基本情况

发行人股份支付基本情况如下：

项目	2019 年度
授予价格（1）	3.50 元/注册资本
公允价值（2）	5.07 元/注册资本
初始授予数量（3）	172 万份
股份支付费用总额（4）=（（2）-（1））*（3）	270.01 万元
股份支付金额（5）	270.01 万元
计入非经常性损益的金额（6）=（5）	270.01 万元

注：发行人第一届董事会第五次会议、2018 年度股东大会相关议案中表明本次股份支付计划不存在员工服务期限条件以及业绩条件、未设置长期激励方案。

根据《企业会计准则第 11 号—股份支付》及其应用指南的规定，授予后立即可行权的权益结算股份支付，应当在授予日按照权益工具的公允价值计入相关成本或费用，相应增加资本公积；股份支付的授予日是指股份支付协议获得批准的日期，即企业与职工或其他方就股份支付的协议条款和条件已达成一致，该协议获得股东大会或类似机构的批准。

根据《企业会计准则第 39 号—公允价值计量》的相关规定，企业以公允价值计量自身权益工具，如存在相同或类似企业自身权益工具可观察市场报价的，应当以该报价为基础确定企业自身权益工具的公允价值；若不存在相同或类似企

业自身权益工具可观察市场报价，但其他方将其作为资产持有的，企业应当在计量日从持有该资产的市场参与者角度，以该资产的公允价值为基础确定自身权益工具的公允价值。

二、申报会计师核查意见

1、核查程序

申报会计师履行的主要核查程序包括：

(1)获取发行人实施股权激励方案的股东会及董事会决议、股权转让协议、合伙协议、出资缴付流水等资料进行核查；

(2)对评估机构以 2018 年 12 月 31 日为基准日对发行人权益公允价值进行评估的相关工作进行复核、评价，并与发行人 2016 年 9 月股权转让的公司权益估值 2.1 亿元，以及 2017 年整体变更为股份公司的权益估值 4.18 亿元进行对比，对比结果合理。

2、核查意见

经核查，申报会计师认为：

依据企业会计准则相关规定，发行人以批准本次股权激励方案的股东大会决议日期作为股份支付的授予日，将评估机构以 2018 年 12 月 31 日为基准日评估的发行人权益公允价值作为权益工具的公允价值，并按照授予后可立即行权的权益结算股份支付进行会计处理符合会计准则相关规定。

问题 18 关于应收账款

申报材料显示，发行人海外销售占比较高，主要以国外客户为主，公司应收账款余额增长较大，报告期分别为 10,663.16 万元、12,393.78 万元和 13,386.04 万元，各期应收账款周转率分别为 9.35、8.22 和 7.92，周转速度较快，高于同行业可比公司。发行人应收账款前五名与前五名客户存在差异，招股说明书未解释差异原因，未充分、完整披露应收账款的逾期情况和期后回款情况。

请发行人：

(1) 披露各期应收账款期后回款的金额、比例、回款方的基本情况、是否与客户一致；是否存在应收项目之间(如应收票据和应收账款)互相转换的情形，如存在，账龄是否连续计算；结合对主要客户的信用政策差异，说明应收账款前五名与发行人前五大客户存在较大差异的原因；披露是否存在将未到期的应收票据终止确认的情形；

(2) 披露各期逾期应收账款的金额、比例、逾期客户、逾期账款的回收情况、对应坏账准备金额的计提情况；发行人是否存在利用放宽信用政策刺激销售的情形；

(3) 结合行业地位、信用条件、客户类型等，分析披露发行人应收账款周转率高于同行业可比公司的原因。

请保荐人、申报会计师发表明确意见，并说明应收账款的函证金额、比例和回函情况；不符回函的比例、原因、处理过程和相关替代性程序的执行情况，并对应收账款的真实性发表明确意见。

回复：

一、发行人补充披露

(一) 披露各期应收账款期后回款的金额、比例、回款方的基本情况、是否与客户一致；是否存在应收项目之间(如应收票据和应收账款)互相转换的情形，如存在，账龄是否连续计算；结合对主要客户的信用政策差异，说明应收账款前五名与发行人前五大客户存在较大差异的原因；披露是否存在将未到期的应收票据终止确认的情形

1、披露各期应收账款期后回款的金额、比例、回款方的基本情况、是否与客户一致

报告期内，公司应收账款账龄情况如下：

单位：万元

项目	2020 年末		2019 年末		2018 年末	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
1 年以内（含 1 年）	16,198.58	99.95%	13,376.99	99.93%	12,339.03	99.56%

项目	2020 年末		2019 年末		2018 年末	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
1-2 年（含 2 年）	5.33	0.03%	2.79	0.02%	7.46	0.06%
2-3 年（含 3 年）	2.30	0.01%	-	-	47.30	0.38%
3 年以上	-	-	6.27	0.05%	-	-
账面余额小计	16,206.20	100.00%	13,386.04	100.00%	12,393.78	100.00%

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“十一、资产质量分析”之“（一）流动资产结构及变动情况”之“1、应收账款”补充披露如下：

（6）报告期各期末，公司应收账款期后回款情况

报告期各期末，公司应收账款期后回款具体情况如下：

单位：万元

年度	应收账款账面余额	应收账款回款金额	应收账款回款比例
2020 年 12 月 31 日	16,206.20	12,651.21	78.06%
2019 年 12 月 31 日	13,386.04	13,379.45	99.95%
2018 年 12 月 31 日	12,393.78	12,384.73	99.93%

注：发行人 2018 年末和 2019 年末期后回款统计至期后 12 个月，2020 年末期后回款统计至 2021 年 2 月 25 日。

如上表所示，报告期各期末应收账款期后回款情况良好，2020 年 12 月 31 日应收账款期后回款比例相对比其他年度较低系期末余额中对应的客户未到信用期所致。

（7）回款方的基本情况

报告期各期末，应收账款期后回款相关的客户及回款方具体情况如下：

2020 年 12 月 31 日

单位：万元

客户名称	应收账款 账面余额	应收账款 回款金额	回款方			回款 方与 客户 是否 一致	客户与 回款方 关系
			回款方名称	金额	占应收账 款期末回 款比例		
TEAM THREE GROUP LTD	1,384.27	1,384.27	TEAM THREE GROUP LTD	1,384.27	10.94%	是	--
WALMART INC.	2,351.78	1,250.99	WALMART INC.	1,250.99	9.89%	是	--
Dart Container Corporation	1,126.48	1,126.48	Dart Container Corporation	1,126.48	8.90%	是	--
Jarden Home Brands	1,096.43	1,096.43	Jarden Home Brands	1,096.43	8.67%	是	--
Woolworths Food Group Asia	1,107.97	994.39	Woolworths Food Group Asia	994.39	7.86%	是	--
必胜(上海)食品有限公司	711.01	711.01	必胜(上海)食品有限公司	711.01	5.62%	是	--
Meijer Trading Ltd.	731.43	533.55	Meijer Trading Ltd.	533.55	4.22%	是	--
IKEA Supply AG	439.25	436.97	IKEA Supply AG	436.97	3.45%	是	--
AmerCareRoyal, LLC	1,301.98	425.56	AmerCareRoyal, LLC	425.56	3.36%	是	--
宜家采购(上海)有限公司	373.04	373.04	宜家采购(上海)有限公司	373.04	2.95%	是	--
上岛智慧供应链有限公司	350.68	350.68	上岛智慧供应链有限公司	350.68	2.77%	是	--
The Kroger CO.	350.08	350.08	FRED MEYER INC	350.08	2.77%	否	同一集团
Loblaws Inc.	289.48	289.48	Loblaws Inc.	289.48	2.29%	是	--
The Ocala Group, LLC.	721.46	289.40	The Ocala Group, LLC.	289.40	2.29%	是	--
BUNZL	276.42	276.42	BUNZL INTERNATIONAL	276.42	2.18%	是	--

INTERNATIONAL SERVICES, INC			AL SERVICES, INC				
WAL-MART CANADA CORP.	323.18	256.32	WAL-MART CANADA CORP.	256.32	2.03%	是	--
Amazon.com, Inc.	405.53	221.00	Amazon.com, Inc.	221.00	1.75%	是	--
宜家物流分拨(天津)有限公司	164.82	164.82	宜家物流分拨(天津)有限公司	164.82	1.30%	是	--
Silver Timing Limited	148.08	148.08	Silver Timing Limited	148.08	1.17%	是	--
郑州宝岛商贸有限公司	145.15	145.15	郑州宝岛商贸有限公司	145.15	1.15%	是	--
小计	13,798.52	10,824.12	--	10,824.12	85.56%	--	--
占比	85.14%	85.56%	--	85.56%	--	--	--
其他客户	2,407.68	1,827.09	--	1,827.09	14.44%	--	--
占比	14.86%	14.44%	--	14.44%	--	--	--
合计	16,206.20	12,651.21	--	12,651.21	100.00%	--	--

如上表所示，公司前二十大客户 2020 年 12 月 31 日应收账款余额占应收账款余额的 85.14%、回款金额占当期期后回款的 85.56%。

2019 年 12 月 31 日

单位：万元

客户名称	应收账款 账面余额	应收账款 回款金额	回款方			回款 方与 客户 是否 一致	客 户 与 回 款 方 关 系
			回款方名称	金额	占应收 账款期 末回款 比例		
Jarden Home Brands	2,022.55	2,022.55	Jarden Home Brands	2,022.55	15.12%	是	--

TEAM THREE GROUP LTD	1,640.82	1,640.82	TEAM THREE GROUP LTD	1,640.82	12.26%	是	--
Woolworths Group Limited Food Company HK Procurement Pty Limited	1,629.89	1,629.89	Woolworths Group Limited Food Company HK Procurement Pty Limited	1,629.89	12.18%	是	--
Amazon.com, Inc.	946.63	946.63	Amazon.com, Inc.	946.63	7.08%	是	--
The Ocala Group LLC	581.27	581.27	The Ocala Group LLC	581.27	4.34%	是	--
IKEA Supply AG	555.42	553.13	IKEA Supply AG	553.13	4.13%	是	--
AmerCareRoyal, LLC	488.91	488.91	AmerCareRoyal, LLC	488.91	3.65%	是	--
必胜(上海)食品有限公司	455.17	455.17	KENTUCKY FRIED CHICKEN	10.55	0.08%	否	同一集团
			必胜(上海)食品有限公司	444.61	3.32%	是	--
Loblaws Inc.	431.38	431.38	Loblaw	431.38	3.22%	是	--
WAL-MART CANADA CORP.	407.22	407.22	WAL-MART CANADA CORP.	407.22	3.04%	是	--
Walgreens Boots Alliance, Inc.	312.18	312.18	Walgreens Boots Alliance, Inc.	312.18	2.33%	是	--
Dart Container Corporation	273.02	273.02	Dart Container Corporation	273.02	2.04%	是	--
郑州宝岛商贸有限公司	241.73	241.73	郑州宝岛商贸有限公司	241.73	1.81%	是	--
Meijer Trading Ltd.	234.73	234.73	Meijer Trading Ltd.	234.73	1.75%	是	--
Sainsbury's Argos Asia Ltd	197.45	197.45	Sainsbury's Argos Asia Ltd	197.45	1.48%	是	--
Staples Brand Consulting Co., Ltd	187.21	187.21	SBIN B.V.	187.21	1.40%	否	同一集团
The Safety Zone, LLC	181.33	181.33	The Safety Zone, LLC	181.33	1.36%	是	--
北京铭盛通贸易有限责任公司	175.21	175.21	北京铭盛通贸易有限责任公司	175.21	1.31%	是	--
Platico Limited	169.61	169.61	Platico Limited	169.61	1.27%	是	--

The Walco Organization	162.47	162.47	The Walco Organization	162.47	1.21%	是	--
小计	11,294.19	11,291.91	--	11,291.91	84.40%	--	--
占比	84.37%	84.40%	--	84.40%	--	--	--
其他客户	2,091.85	2,087.54	--	2,087.54	15.60%	--	--
占比	15.63%	15.60%	--	15.60%	--	--	--
合计	13,386.04	13,379.45	--	13,379.45	100.00%	--	--

如上表所示，公司前二十大客户 2019 年 12 月 31 日应收账款余额占应收账款余额的 84.37%、回款金额占当期期后回款的 84.40%。

2018 年 12 月 31 日

单位：万元

客户名称	应收账款 账面余额	应收账款 回款金额	回款方			回款方与 客户是否 一致	客户与 回款方 关系
			回款方名称	金额	占应收账款 期末回款 比例		
Jarden Home Brands	1,685.89	1,685.89	Jarden Home Brands	1,685.89	13.61%	是	--
TEAM THREE GROUP LTD	1,339.60	1,339.60	TEAM THREE GROUP LTD	1,339.60	10.82%	是	--
IKEA Supply AG	1,128.46	1,126.04	IKEA Supply AG	1,126.04	9.09%	是	--
Woolworths Group Limited Food Company HK Procurement Pty Limited	1,004.06	1,004.06	Woolworths Group Limited Food Company HK Procurement Pty Limited	1,004.06	8.11%	是	--
Meijer Trading Ltd.	711.23	711.23	Meijer Trading Ltd.	711.23	5.74%	是	--
The Ocala Group LLC	708.34	708.34	The Ocala Group LLC	708.34	5.72%	是	--

BUNZL INTERNATIONAL SERVICES, INC	592.43	592.43	BUNZL INTERNATIONAL SERVICES, INC	592.43	4.78%	是	--
Dart Container Corporation	547.18	547.18	Dart Container Corporation	547.18	4.42%	是	--
The Safety Zone, LLC	497.21	497.21	The Safety Zone, LLC	497.21	4.01%	是	--
WAL-MART CANADA CORP.	404.93	404.93	WAL-MART CANADA CORP.	404.93	3.27%	是	--
Loblaws Inc.	369.25	369.25	Loblaw Inc.	369.25	2.98%	是	--
AmerCareRoyal, LLC	325.07	325.07	AmerCareRoyal, LLC	325.07	2.62%	是	--
Sainsbury's Argos Asia Ltd	324.75	324.75	Sainsbury's Argos Asia Ltd	324.75	2.62%	是	--
Walgreens Boots Alliance, Inc.	271.72	271.72	Walgreens Boots Alliance, Inc.	271.72	2.19%	是	--
Amazon.com, Inc.	256.47	256.47	Amazon.com, Inc.	256.47	2.07%	是	--
Platico Limited	190.73	190.73	Platico Limited	190.73	1.54%	是	--
H&H Asia Ltd	184.35	184.35	H&H Asia Ltd	184.35	1.49%	是	--
SouthSeas International, LLC	148.38	148.38	SouthSeas International, LLC	148.38	1.20%	是	--
SAFEWAY INC	120.31	120.31	GLOBAL SOURCING SERVICE LIMITED	52.11	0.42%	否	代理采购商
			SAFEWAY INC	68.19	0.55%	是	--
The Walco Organization	88.67	88.67	The Walco Organization	88.67	0.72%	是	--
小计	10,899.04	10,896.63	--	10,896.63	87.98%	--	--
占比	87.94%	87.98%	--	87.98%	--	--	--
其他客户	1,494.74	1,488.10	--	1,488.10	12.02%	--	--
占比	12.06%	12.02%	--	12.02%	--	--	--
合计	12,393.78	12,384.73	--	12,384.73	100.00%	--	--

如上表所示，公司前二十大客户 2018 年 12 月 31 日应收账款余额占应收账款余额的 87.94%、回款金额占当期期后回款的 87.98%。

报告期公司前二十大客户的应收账款期后回款方与客户不一致的回款金额占期后回款的比例分别为 0.42%、1.48%及 2.77%；公司其他客户中回款方与客户不一致的回款金额分别为 239.20 万元、155.66 万元及 28.99 万元，占当期期后回款金额的比例分别为 1.93%、1.16%及 0.23%。与客户不一致的回款方主要为同一集团、商业合作伙伴或代理采购商，由于集团资金统一调度、汇率优势等原因，由同一集团公司、代理采购商或商业合作伙伴代付货款。

2、是否存在应收项目之间（如应收票据和应收账款）互相转换的情形，如存在，账龄是否连续计算

报告期内，发行人客户均通过银行转账支付货款，报告期内不存在应收项目之间互相转换的情形。

3、结合对主要客户的信用政策差异，说明应收账款前五名与发行人前五大客户存在较大差异的原因

同一控制口径下，报告期内公司各期前五大客户销售情况如下：

单位：万元

项目	客户名称		销售金额	占当年营业收入的比例
2020 年	1	IKEA Supply AG	13,939.76	13.58%
	2	TEAM THREE GROUP LTD	11,520.80	11.23%
	3	Dart Container Corporation	7,895.96	7.69%
	4	必胜(上海)食品有限公司	7,879.80	7.68%
	5	The Ocala Group LLC	6,671.45	6.50%
	合计		47,907.77	46.68%
2019 年	1	Team Three Group LTD	13,131.62	12.87%
	2	IKEA Supply AG	10,334.43	10.13%
	3	Bunzl International Services INC	9,051.69	8.87%
	4	Dart Container Corporation	8,827.20	8.65%

	5	Woolworths Group Limited Food Company HK Procurement Pty Limited	8,783.87	8.61%
	合计		50,128.81	49.12%
2018 年	1	Team Three Group LTD	13,309.78	14.04%
	2	Bunzl International Services INC	10,207.27	10.77%
	3	Jarden Home Brands	8,806.40	9.29%
	4	IKEA Supply AG	7,706.43	8.13%
	5	Dart Container Corporation	7,648.10	8.07%
	合计		47,677.98	50.29%

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“十一、资产质量分析”之“（一）流动资产结构及变动情况”之“1、应收账款”补充披露如下：

（8）应收账款前五名与发行人前五大客户差异情况

报告期内，公司应收账款前五大客户营业收入与应收账款具体情况如下：

单位：万元

期间	单位名称	期末余额	账龄	营业收入	收入排名	信用期 (天)
2020 年 /2020 年 12 月 31 日	WAL-MART STORES INC. USA	2,774.21	1 年以内	4,304.46	第十名	90
	AmerCareRoyal, LLC	2,023.44	1 年以内	6,671.45	第五名	90
	TEAM THREE GROUP LTD	1,384.27	1 年以内	11,520.80	第二名	45
	JARDEN HOME BRANDS	1,126.48	1 年以内	6,386.81	第七名	75
	Woolworths Group Limited Food Company HK Procurement Pty Limited	1,107.97	1 年以内	6,500.21	第六名	60
	小计	8,416.37		35,383.73		
2019 年 /2019 年 12 月 31 日	JARDEN HOME BRANDS	2,022.55	1 年以内	8,535.02	第五名	75
	Woolworths Group Limited Food Company HK Procurement Pty Limited	1,641.58	1 年以内	8,783.87	第四名	60
	TEAM THREE GROUP LTD	1,640.82	1 年以内	13,131.62	第一名	45
	AmerCareRoyal, LLC	1,070.18	1 年以内	7,778.26	第七名	45

	Amazon. com, Inc.	946. 63	1 年以内	2, 154. 00	第九名	45
	小计	7, 321. 76		40, 382. 77		
2018 年 /2018 年 12 月 31 日	JARDEN HOME BRANDS	1, 685. 89	1 年以内	8, 806. 40	第三名	75
	TEAM THREE GROUP LTD	1, 339. 60	1 年以内	13, 309. 78	第一名	45
	IKEA Supply (China) Co., Ltd.	1, 128. 46	1 年以内	7, 706. 43	第四名	30
	AmerCareRoyal, LLC	1, 033. 41	1 年以内	5, 933. 76	第七名	45
	Woolworths Group Limited Food Company HK Procurement Pty Limited	1, 027. 31	1 年以内	7, 152. 70	第六名	60
	小计	6, 214. 67		42, 909. 07		

如上表所示，发行人报告期内应收账款前五名客户与销售收入前五名客户存在部分不一致的情况，主要系不同客户约定的账期差异及客户订单及结算在年度内分布的不均匀所致。报告期内前五大收入客户均与公司形成较为稳定的合作关系，通常按合同约定及形成的惯例付款，回款较为及时。报告期内 **WAL-MART STORES INC. USA**、**JARDEN HOME BRANDS**、**Woolworths Group Limited & Food Company HK Procurement Pty Limited** 的应收账款余额排名与收入排名出现差异，主要系这三个客户的信用期分别为 90 天、75 天和 60 天，而其他大额客户主要为 30-45 天，导致这两个客户的期末应收账款余额相对较多所致。

4、披露是否存在将未到期的应收票据终止确认的情形

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“十一、资产质量分析”之“（一）流动资产结构及变动情况”之“1、应收账款”之“（1）应收账款变动分析”补充披露如下：

报告期内，发行人与客户采用电汇方式进行结算，不存在将未到期的应收票据终止确认的情形。

（二）披露各期逾期应收账款的金额、比例、逾期客户、逾期账款的回收情况、对应坏账准备金额的计提情况；发行人是否存在利用放宽信用政策刺激销售的情形

1、披露各期逾期应收账款的金额、比例、逾期客户、逾期账款的回收情况、对应坏账准备金额的计提情况

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“十一、资产质量分析”之“（一）流动资产结构及变动情况”之“1、应收账款”补充披露如下：

（9）报告期各期逾期应收账款情况

报告期各期，主要逾期应收账款的金额、占逾期总金额的比例、逾期客户、逾期账款的回收情况、对应坏账准备金额的计提情况如下：

单位：万元

截止日	公司名称	金额	比例(%)	坏账计提金额	回收情况
2020 年 12 月 31 日	The Kroger CO.	350.08	21.94	17.50	100.00%
	AmerCareRoyal, LLC	228.12	14.30	65.10	100.00%
	Amazon. com, Inc.	209.93	13.16	20.28	100.00%
	The Ocala Group, LLC.	138.01	8.65	36.07	100.00%
	Direct Link USA	112.36	7.04	5.62	0.00%
	Silver Timing Limited	97.67	6.12	7.40	100.00%
	LIMSON TRADING, INC	64.74	4.06	7.10	100.00%
	H&H Asia Ltd	57.64	3.61	5.64	100.00%
	WAL-MART CANADA CORP.	46.77	2.93	16.16	100.00%
	The Safety Zone, LLC	33.42	2.10	6.36	100.00%
	合计	1,338.74	83.91	187.23	
2019 年 12 月 31 日	Amazon. com, Inc.	428.74	31.87	47.33	100.00%
	The Ocala Group, LLC.	176.78	13.14	29.06	100.00%
	Walgreens Boots Alliance, Inc.	126.66	9.42	15.61	100.00%
	Platico Limited	95.12	7.07	8.48	100.00%
	The Safety Zone, LLC	74.67	5.55	9.07	100.00%
	TWENTY FOUR 7-GLOBAL SOLUTIONS INC	66.26	4.93	3.31	100.00%
	Staples Brand Consulting Co., Ltd	61.01	4.54	9.36	100.00%
	Direct Link USA	33.79	2.51	5.71	100.00%

截止日	公司名称	金额	比例(%)	坏账计提金额	回收情况
	The Walco Organization	32.30	2.40	8.12	100.00%
	Impexu, LLC	30.22	2.25	2.61	100.00%
	合计	1,125.56	83.67	138.67	
2018 年 12 月 31 日	The Safety Zone, LLC	135.69	12.93	24.86	100.00%
	Amazon.com, Inc.	130.11	12.40	12.82	100.00%
	The Ocala Group, LLC.	129.69	12.36	35.42	100.00%
	Platico Limited	125.28	11.94	9.54	100.00%
	H&H Asia Ltd	94.12	8.97	9.22	100.00%
	ECO-PRODUCTS, PBC	80.67	7.69	4.03	100.00%
	Woolworths Food Group Asia	72.06	6.87	50.20	100.00%
	KTC KÖRNER TRADING CONSULTING GMBH	49.36	4.70	18.10	100.00%
	TWENTY FOUR 7-GLOBAL SOLUTIONS INC	44.27	4.22	2.21	100.00%
	康成投资（中国）有限公司	24.71	2.36	1.42	100.00%
	合计	885.98	84.45	167.82	

注：发行人 2018 年末和 2019 年末应收账款回收情况统计至期后 12 个月，2020 年末应收账款回收情况统计至 2021 年 2 月 25 日。

如上表所示，报告期各期末，公司应收账款逾期金额分别为 1,049.17 万元、1,345.25 万元、1,595.39 万元，占应收账款余额的比例分别为 8.47%、10.05%、9.84%，整体占比较稳定。已逾期部分期后回款情况良好，2020 年末主要逾期应收账款中已回收的部分占主要逾期应收账款的比例为 91.61%。

报告期内，客户应收账款产生逾期的主要因下单频率高，金额小，为便于资金管理，通常定期或积累一定金额后支付货款，造成部分订单金额的应收账款逾期。客户 Direct Link USA 历史付款记录良好，2020 年，因新冠疫情影响，资金周转速度减慢而出现逾期，2020 年 4 月之后已停止接受其订单，并积极组织执行应收账款催收工作。

2. 发行人是否存在利用放宽信用政策刺激销售的情形

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“十一、资产质量分析”之“（一）流动资产结构及变动情况”之“1、应收账款”补充披露如下：

（10）发行人不存在利用放宽信用政策刺激销售的情形

报告期内，公司主要客户中 The Safety Zone, LLC、The Ocala Group, LLC 的信用政策发生过变化，具体的信用期及销售情况如下：

单位：万元

客户名称	年度	信用期（天）	销售额	销售占比
The Safety Zone, LLC	2020 年	45/60	880.83	0.86%
	2019 年	30	1,459.81	1.43%
	2018 年	30	2,020.10	2.13%
The Ocala Group, LLC.	2020 年	45/90	3,620.47	3.53%
	2019 年	45	3,815.82	3.74%
	2018 年	45	4,271.26	4.51%

2020 年经 The Ocala Group, LLC 提出申请，发行人考虑历史合作情况以及维护客户合作关系的需要，将原信用期 45 天自 2020 年 9 月调整为 90 天，至 2021 年 3 月后调整为 60 天。如上表所示，The Safety Zone, LLC 和 The Ocala Group, LLC. 的销售占比逐年下降，报告期内的销售额并未因为信用期的延长而有所增加。除此之外，发行人其他主要客户的信用政策未发生变化，发行人不存在利用放宽信用政策刺激销售的情形。

（三）结合行业地位、信用条件、客户类型等，分析披露发行人应收账款周转率高于同行业可比公司的原因

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“十一、资产质量分析”之“（一）流动资产结构及变动情况”之“1、应收账款”之“（5）应收账款周转率分析”补充披露如下：

报告期内，公司应收账款周转率分别为 8.22、7.92 和 6.94，周转速度较快。与同行业上市公司相比，公司应收账款周转水平较高，具体对比情况如下所示：

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
永新股份	5.36	5.38	5.19
茶花股份	-	7.04	7.52
富岭环球	-	5.82	5.43
平均值	5.36	6.08	6.05
发行人	6.94	7.92	8.22

注：2020 年富岭环球（FORK.US）启动私有化，未公布 2020 年度财务报告相关数据，截至 2021 年 3 月 16 日茶花股份 2020 年年度报告尚未公布。

发行人与同行业可比公司周转率差异主要因销售模式、信用期、客户实力差别等因素造成。发行人是全球塑料餐饮具制造行业的领先企业，以境外销售为主，且主要采用 FOB 贸易方式，客户主要为世界知名大型客户，信用政策一般为电汇 T/T30 天~90 天，其中 30 天、45 天、60 天较多。茶花股份大部分产品在国内大型商场、电商平台销售；永新股份的主要面向国内市场，并按地域建设了营销网络，与发行人存在区别。报告期内，发行人应收账款实际周转天数为 44.40 天、46.09 天、52.59 天。而同行业的客户中，茶花股份信用期主要为 60 天，2018 年至 2019 年，其应收账款周转天数分别为 48.54 天、51.85 天，各年略高于发行人。报告期内发行人周转率的小幅下降主要由期末应收账款的客户构成变动造成，原因合理。报告期内信用政策及执行情况未发生显著变化，不存在放宽信用政策的情形。

二、申报会计师核查情况

（一）核查程序

申报会计师履行的主要核查程序包括：

（1）从外汇管理局平台获取收汇情况表，与应收账款贷方、银行存款借方、账面记录及纸质记账凭证、银行回单等原始单据进行核对，检查报告期各期末的应收账款期后回款金额、比例、回款方的基本情况是否与客户一致。

（2）获取发行人的信用政策文件和主要客户的信用期明细表，与同行业可比公司的信用政策及信用期进行比较分析，核查发行人信用政策及信用期是否与销售模式相匹配。

(3) 了解发行人的应收账款逾期信息的统计流程，评价相关的内部控制是否有效运行。

(4) 获取并检查报告期各期末逾期应收账款的金额、比例明细表，核查逾期客户、逾期账款的回收情况各年度是否存在异常变动，是否与公司的实际情况相符。

(5) 获取公司坏账准备计提明细表，检查计提方法是否按照坏账政策一贯执行，并重新测算坏账计提金额是否准确，核查逾期应收账款坏账准备金额计提的准确性和充分性。

(6) 查阅同行业可比上市公司招股说明书及年报信息，对比发行人与同行业可比公司应收账款信用政策的差异。

(二) 核查意见

经核查，申报会计师认为：

(1) 发行人已披露各期应收账款期后回款基本情况，回款方与客户不一致的情形具备商业合理性；报告期内发行人客户均通过银行存款支付货款，不存在应收项目之间互相转换的情形；应收账款前五名与发行人前五大客户存在差异系因信用期存在一定差异造成。

(2) 发行人已披露各期逾期应收账款的基本情况，报告期内发行人不存在利用放宽信用政策刺激销售的情形。

(3) 发行人是全球塑料餐饮具制造行业的领先企业，客户主要为世界知名大型企业，资金实力强，与茶花股份的周转率差异主要系账期略有不同导致，周转率差异具有合理性。

(三) 说明应收账款的函证金额、比例和回函情况；不符回函的比例、原因、处理过程和相关替代性程序的执行情况，并对应收账款的真实性发表明确意见

申报会计师履行的主要核查程序包括：

(1) 函证金额、比例和回函情况

报告期各期末对重要客户的应收账款进行函证，函证金额、比例和回函的具体情况如下：

单位：万元

项目	2020-12-31	2019-12-31	2018-12-31
应收账款余额	16,206.20	13,386.04	12,393.78
发函金额	12,640.69	10,194.65	9,811.35
发函金额占应收账款余额比	78.00%	76.16%	79.16%
回函金额	9,828.19	9,790.13	9,168.84
回函金额占发函比	77.75%	96.03%	93.45%
回函相符率	88.31%	94.33%	87.69%

2018-2019 年末回函不符的客户为宜家，2020 年末回函不符的客户为宜家、必胜(上海)食品有限公司，宜家各期末应收账款占发行人总应收账款的比重分别为 9.11%、4.15%及 6.33%，必胜(上海)食品有限公司 2020 年末应收账款占发行人总应收账款的比重为 4.39%，函证差异的原因为发行人与客户之间单据传输的时间性差异。对于回函不符的函证，了解差异的原因并评价其合理性，经差异调节后，回函相符率为 100%。

(2) 不符回函替代程序的执行情况

对未回函部分，通过抽查销售原始单据及期后回款等执行了替代程序，包括将原始的会计凭证、出库单据、物流信息、报关信息、期后回款与相关收入及应收账款余额进行对比分析，检查相关单据，如订单、对账单、出库单、装箱单、报关单、提单、签收单、银行回单等，执行替代程序后未见异常情况。

具体核查比例如下：

单位：万元

项目	2020 年 12 月 31 日	2019 年 12 月 31 日	2018 年 12 月 31 日
未回函金额	2,812.51	404.52	642.51
替代程序金额	2,812.51	404.52	642.51
替代金额占未回函比	100.00%	100.00%	100.00%

报告期内对主要客户未回函部分执行替代程序后未见异常情况。

经核查，申报会计师认为：

发行人报告期各期末的应收账款余额真实存在。

问题 22：关于财务规范性

申报材料显示，发行人报告期内存在关联方代收货款、转贷、第三方回款、现金交易等不规范行为，但招股说明书未充分披露相关信息。

请保荐人、发行人律师和申报会计师根据《深圳证券交易所创业板股票首次公开发行上市审核问答》问题 25、问题 26 的要求，说明发行人前述行为信息披露的充分性，以及核查的完整性，并发表明确意见。

回复：

一、发行人补充披露

（一）发行人转贷行为披露情况

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、偿债能力、流动性与持续经营能力分析”之“（三）公司报告期现金流量基本情况及其变动分析”之“1、经营活动产生现金流量变动分析”补充披露如下：

2017 年，发行人收到其他与经营活动有关的现金、支付其他与经营活动有关的现金主要由以下原因形成：发行人为满足贷款银行受托支付要求，超过与供应商实际业务量支付，通过供应商等取得银行借款。相关款项的性质、时间及频率、金额及比例情况如下：

单位：万元

时间	频率	金额	占报告期取得借款总额比例	性质
2017 年 3 月	2 笔	2,600.00	5.24%	为满足贷款银行受托支付要求，超过与供应商实际业务量需求支付，
2017 年 4 月	3 笔	3,800.00	7.66%	
2017 年 5 月	2 笔	1,800.00	3.63%	

时间	频率	金额	占报告期取得借款总额比例	性质
2017 年 12 月	1 笔	600.00	1.21%	通过供应商等取得银行贷款
合计	共 8 笔	8,800.00	17.73%	

上述行为均发生在报告期初的 2017 年，发行人已收回资金、偿还相关借款、结束该等行为。2017 年以后，尤其是进入上市辅导阶段后，发行人建立、完善并严格实施了相关方面的财务内部控制制度，杜绝该类情形的发生。

报告期内发行人通过“转贷”取得的借款占取得借款总额的比例为约 17.73%，相对较低。且相关行为已经结束，相关制度和内控制度已经完善并有效运行，不构成对内控制度有效性的重大不利影响。

申报会计师、发行人律师经核查后认为，报告期内发行人“转贷”涉及借款的占比低、相关行为已结束、借款已偿还，无后续不利影响、整改后再无类似情形出现，报告期内“转贷”行为不涉及销售结算，不影响发行人销售结算的独立自主、不涉及通过关联方或第三方代收货款、也不存在审计范围受到限制的重要情形。发行人整改后的内控制度已合理、正常运行并持续有效。发行人对前述行为的财务核算真实、准确，与相关方资金往来的实际流向和使用情况不涉及通过体外资金循环粉饰业绩的情形。发行人该等行为主要为满足贷款银行受托支付要求，且转回资金均用于日常生产经营等合法用途，不属于主观恶意行为。发行人转回资金均用于日常生产经营等合法用途，并未实质性违背《贷款通则》规定的“借款人不按照合同规定用途使用贷款”等条款，不构成重大违法违规，发行人也未因该等行为被处罚，不构成本次发行的实质性法律障碍。

（二）发行人通过关联方代收货款披露情况

发行人已在招股说明书“第七节 公司治理与独立性”之“十、报告期内关联交易情况”之“（二）偶发性关联交易”部分补充披露：

佳怡国际系实际控制人王熊、林慧勤持股 100%于香港设立的企业，主要从事投资和贸易业务，曾持有临海家乐家日用品制造有限公司 100%的股权。2017 年 6 月至 2018 年 1 月间，应客户要求，家联科技通过佳怡国际收取客户货款合计 2,069.10 万元。

2018年3月30日，发行人第一届董事会第三次会议审议通过了《2017年度至2018年度与佳怡国际有限公司关联交易确认的议案》，并提请股东大会审议。2018年4月20日，发行人2017年度股东大会审议通过了《2017年度至2018年度与佳怡国际有限公司关联交易确认的议案》，表决确认公司于2017年9月至2018年1月期间通过佳怡国际收取 Fasho International, LLC（以下简称“FASHO”，包含其受同一控制下的公司 The Ocala Group, LLC.）贷款共计 2,069.10 万元，关联股东王熊、林慧勤回避表决。

① 代收货款的原因、背景及合理性：

2017年，美国 FASHO 因银行外汇手续费较低和银行间结算时间较快的原因，提出由发行人提供香港银行账户作为货款收款账户。因发行人未在香港开立银行账户，为满足客户需求，由实际控制人控制的佳怡国际代收该等货款。

② 合作历史、交易背景真实性

FASHO 及其集团成员 AmerCareRoyal、Ocala 是美国大型餐饮具及包装物供应商，在行业内具有较高知名度，是发行人长期客户，自 2012 年与发行人开始合作，业务持续且规模较大。2017 年 6 月-2018 年 1 月发行人销售给 FASHO 的主要产品是一次性餐盘、刀叉、吸管等主营产品，与历史交易内容一致，根据报关单及物流记录，相关产品由发行人真实交付客户，交易具有真实背景。

Fasho International, LLC 基本情况：

成立时间	2009 年 6 月 2 日
注册资本	-
股权结构	AmerCareRoyal 100%
主营业务	一次性产品行业批发
经营规模（2019 年营业收入）	46,900 万美元

The Ocala Group, LLC 基本情况：

成立时间	2010 年 6 月 19 日
注册资本	-
股权结构	AmerCareRoyal 100%

主营业务	一次性产品行业批发
经营规模（2019 年营业收入）	26,600 万美元

Fasho 系美国大型餐饮具及包装物供应商 AmerCareRoyal 集团子公司，与发行人控股股东、实际控制人及关联方、发行人董事、监事、高级管理人员及其关系密切人员不存在关联关系或其他未披露的利益安排。

③ 贷款支付时间间隔：

佳怡国际收到 Fasho 支付的贷款后，经过账款确认、银行沟通、转账操作等必要流程，在 2 个月内将所收贷款转账至发行人银行账户。佳怡国际代收货款后，及时如数支付给发行人，未造成侵占或占用发行人资金的情形。

④ 整改情况及内控制度：

针对佳怡国际代收代付的问题，发行人与客户充分沟通，2018 年 4 月以后，客户恢复仅直接向发行人支付货款。发行人实际控制人出具承诺“本人保证不利用作为家联科技控股股东/实际控制人的地位，要求家联科技或者协助家联科技通过本人/本人控制的其他企业或本人指定的其他主体名下银行账户收付款或进行其他资金往来。”

为规范类似问题，发行人加强公司内控制度，建立了《第三方回款管理制度》，其中明确列明“第三方回款的付款方不能是公司的关联方”。报告期内，涉及关联方代收代付的情形经整改后已未再发生，相关内控制度得到有效执行。

（三）发行人部分销售回款由第三方代客户支付的披露情况

发行人已在招股说明书“第七节 公司治理与独立性”之“四、内部控制情况”补充披露如下：

（三）内部控制的完善

1、第三方回款

（1）第三方回款的具体情况

①报告期内，发行人存在第三方回款的情形，第三方回款金额分别为

1,845.65 万元、1,576.24 万元和 1,310.16 万元，占发行人当期营业收入之比分别为 1.95%、1.54%和 1.28%，呈下降趋势。具体情况如下：

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
营业收入	102,627.20	102,048.43	94,800.09
第三方回款金额	1,310.16	1,576.24	1,845.65
第三方回款占营业收入比例	1.28%	1.54%	1.95%

②申报会计师通过外汇管理局收汇表与应收账款、银行存款等账面记录及纸质记账凭证进行核对，证实发行人与客户之间发生的第三方回款不存在虚构交易或调节账龄的情形。

③报告期内，发行人存在第三方回款情形主要系境外客户委托其供应商或下游客户代付货款、或因汇率优势指定外汇经纪商代付款。

④通过检查发行人及其关联方的境内外银行流水，证实发行人及其实际控制人、董监高或其他关联方与第三方回款的支付方不存在关联关系或其他利益安排。

⑤发行人的境外销售涉及的境外第三方付款，主要系境外客户委托其供应商或下游客户代付货款、因汇率优势指定外汇经纪商代付款，其代付行为具有商业和理性并且合法合规。

⑥报告期内，发行人不存在因第三方回款导致的货款归属纠纷问题。

（2）与第三方回款相关的内控措施

针对上述境外客户委托第三方代付款项的情形，公司制定了相关资金管理制度，积极与客户进行沟通，降低第三方回款金额，取得并核验客户与受托支付方的委托关系说明。具体内控措施如下：

①第三方回款的事前审批。销售部门经办业务员向销售经理、销售总监提交客户不能直接付款至公司的原因说明文件，销售经理审批后提交至财务经理、财务总监，共同审核第三方付款的必要性和合理性。

②规范客户付款行为。客户要求通过第三方付款时，必须提供委托付款书，明确客户和付款方的委托关系；

③第三方回款的备查及对账。财务部门和销售部门均需登记第三方回款台账，按月核对第三方付款明细情况；业务人员定期与客户通过邮件、传真方式对账，确认销售及回款的真实性；

④及时更新涉及第三方回款的客户的档案。财务人员在收款时，如发现有未以客户名义开立的银行账号回款时，应与销售业务人员核实回款对象与客户的关系，通过第三方付款的原因，并取得客户的确认（获取代付款协议）等，在掌握第三方打款对象与客户的关系之后进行会计处理，同时修改客户档案，形成付款账户备忘信息。

⑤内审部门对台账抽查审计，确保客户与业务部门、财务部三者之间的信息一致性。

申报会计师认为，发行人客户的第三方回款不影响销售真实性、不构成影响发行条件的事项。

（四）发行人现金交易披露情况

发行人已在招股说明书“第七节 公司治理与独立性”之“四、内部控制情况”补充披露如下：

2、现金交易

（1）现金交易的具体情况

发行人存在少量现金采购和销售的情况，具体如下：

单位：万元

项目	2020 年	2019 年	2018 年
出售废品、处置资产	154.79	91.52	71.44
收回员工借款、代员工暂支款	2.80	14.56	28.38
其他	4.07	3.22	1.53
现金收款合计	161.66	109.30	101.35

现金收款：报告期内，除出售废品和废弃固定资产之回款、员工暂支款之回款、小额押金等日常零星现金收款外，公司不存在现金销售。

单位：万元

项目	2020 年	2019 年	2018 年
现金采购	0.20	26.06	120.24

员工报销款项	5.40	174.12	513.09
员工工资、福利	13.15	183.60	712.39
其他	2.00	5.12	0.05
现金支出合计	20.75	388.90	1,345.78

现金支出：报告期内，公司除小额现金薪酬福利和日常零星现金报销、费用外，使用现金进行五金、模具等现金采购金额分别为 120.24 万元、26.06 万元、**0.20 万元**，占公司采购金额的比例分别为 0.16%、0.03%、**0.00%**，现金采购金额小并逐年下降。

①现金交易的客户及供应商与发行人的关联关系情况

报告期内，发行人现金销售及现金采购交易规模较小，主要为偶发性交易，公司与现金销售客户、现金采购供应商不存在关联关系。

②与现金交易相关的内部控制制度的完备性、合理性与执行有效性

为规范公司运营，公司制定了相关现金管理制度并加强执行，规范并降低了现金交易比例。

③现金交易流水的发生与相关业务发生是否真实一致，是否存在异常分布

公司现金日记账及相关凭证，现金交易流水的发生与相关业务发生一致，不存在异常分布。

④现金交易是否与发行人业务情况或行业惯例相符

同行业公司中，较少存在现金交易的情况。现金采购方面，主要来自于小额现金采购五金件及辅料等，均金额较小且属于方便起见直接支付，符合商业逻辑及行业惯例。

同时，报告期公司有少量现金报销及现金发放福利情况，报告期内公司逐渐进行了规范，目前金额较小。上述情况符合商业逻辑。

⑤现金交易的必要性与合理性

报告期内，公司现金交易情况收入方面主要包括出售处置废品及资产和收回员工暂支款，支出方面主要包括现金采购五金配件等和支付计件工人工资。

报告期内，公司在日常经营活动过程中，有时需临时采购少量辅材或五金配件等与生产经营相关的材料，部分规模较小的供应商存在通过现金转账的偏好。

同时，报告期公司有少量现金报销及现金发放福利情况，报告期内公司逐渐进行了规范，目前金额较小。报告期内，公司存在现金交易的情况具有一定的必要性和合理性。

⑥现金收入确认原则与依据

出售废品、处置资产的确认原则为公司出售废品给买方后拿到现金为收入确认时点。

⑦现金成本核算原则与依据

对于现金采购流程，主要由公司采购人员提取现金，根据公司生产经营需要进行采购，采购后由五金仓库填制入库单，相关票据交由公司财务部门进行账务处理。

现金采购贷款的成本核算的原则与正常采购确认依据一致；即公司收到相关材料并入库后，确认相关成本费用。采购贷款的成本核算依据为采购发票。

⑧现金交易相关业务真实性

公司对于现金每笔与公司业务相关的交易均已记录，每笔交易均已入账。

现金支出：采购五金件及配件方面，申报会计师抽取了入库单、发票及相关记账凭证；除此之外的员工报销款及员工工资方面，申报会计师也进行了相关抽凭工作，抽取了员工现金领用工资的台账和员工工时计算表，均有员工签字，也抽取了员工报销的审批单及相关发票。证实与现金交易实际情况相符合。

报告期内，公司现金交易流水的发生与相关业务发生真实一致，不存在异常。

⑨实际控制人及发行人董监高等关联方是否与现金交易客户或供应商存在资金往来

申报会计师核查了实际控制人及发行人董监高的银行流水，证实实际控制人及发行人董监高等关联方与客户或供应商存不存在资金往来。

(2) 与现金交易相关的整改措施

为规范公司运营，公司制定了相关现金管理制度，降低现金交易金额。具体内控措施如下：

①现金收入应及时存入银行，不得坐支现金。

②财务部保险柜每天保留不超过 50,000 元的现金，用于小额现金支出，零星采购的货款支出一般通过支票或银行转账。

③出纳应定期进行现金盘点，并编制《现金盘点表》，主管会计应还不定期进行抽查。

二、申报会计师核查情况

（一）核查程序

申报会计师履行的主要核查程序包括：

（1）查阅了发行人报告期审计报告；（2）查阅发行人借款协议内容、转贷资金取得及还款的流水、银行记账；（3）查阅《贷款通则》等相关法规；（4）查阅了发行人建立的财务内部控制制度；（5）查阅了涉及转贷事项供应商的工商登记信息、股权信息；（6）获取并查阅了公司关于货币资金管理、第三方回款方面的内控制度，并了解其执行情况；（7）查阅了发行人与关联方之间交易或往来的业务合同及交易凭证，核实关联方资金往来的真实性、准确性；（8）查阅第三方回款明细表，分析报告期内第三方回款占营业收入的比例及变动趋势，核查发行人与主要第三方回款客户涉及的销售合同、销售订单、销售明细及银行回单，确认发行人第三方回款涉及销售业务的真实性；（9）查阅了发行人报告期现金交易明细表，了解现金交易的对象、交易内容及交易金额，并抽查了现金交易涉及的发货单、记账凭证、销售发票。发行人现金销售及采购金额较小；（10）核查发行人对 Fasho 销售的报关单；（11）查阅中信保报告、访谈 Fasho 高管，邮件问询其母公司 AmercareRoyal 高管，核查 Fasho 基本情况；（12）核查发行人历史账目，了解 Fasho 与发行人初次合作时间；（13）核查佳怡国际银行流水，财务报表；（14）核查发行人实际控制人出具的《代收货款承诺函》及发行人《第三方回款管理制度》，了解相关整改情况及内控制度。

（二）核查意见

1、关于发行人转贷行为的核查意见

申报会计师经核查后认为：

(1) 报告期内发行人“转贷”涉及借款的占比低、相关行为已结束、借款已偿还，无后续不利影响、整改后再无类似情形出现。

(2) 报告期内“转贷”行为不涉及销售结算，不影响发行人销售结算的自主独立、不涉及通过关联方或第三方代收货款、也不存在审计范围受到限制的重要情形。

(3) 发行人整改后的内控制度已合理、正常运行并持续有效。

(4) 发行人对前述行为的财务核算真实、准确，与相关方资金往来的实际流向和使用情况不涉及通过体外资金循环粉饰业绩的情形。

(5) 发行人该等行为主要为满足贷款银行受托支付要求，且转回资金均用于日常生产经营等合法用途，不属于主观恶意行为。发行人转回资金均用于日常生产经营等合法用途，并未实质性违背《贷款通则》规定的“借款人不按照合同规定用途使用贷款”等条款，不构成重大违法违规，发行人也未因该等行为被处罚，不构成本次发行的实质性法律障碍。

2、关于发行人通过关联方代收货款的核查意见

申报会计师认为：

(1) 发行人通过佳怡国际代收客户 Fasho International,LLC 款项原因、背景清晰，具有真实交易背景；

(2) Fasho International,LLC 是合法经营的美国大型生活用品贸易商，与发行人具有长久的合作历史，与发行人控股股东、实际控制人及关联方、发行人董事、监事、高级管理人员及其关系密切人员不存在关联关系或其他未披露的利益安排；

(3) 佳怡国际代收相关款项后实际支付给发行人的时间间隔合理，不存在变相资金占用的情形；

(4) 代收货款情况在 2018 年 2 月后已停止，发行人实际控制人出具相关承诺杜绝此类行为发生，发行人建立了相关内控制度并得到有效执行。

3、关于发行人部分销售回款由第三方代客户支付的核查意见

申报会计师认为：

(1) 发行人报告期内存在第三方回款的情况，主要原因是境外客户委托其供应商或下游客户代付货款、因汇率优势指定外汇经纪商代付款。

(2) 报告期内，公司第三方回款的金额和占比逐年降低，未对发行人的业务经营、财务管理和收入真实性造成不利影响。

(3) 报告期内，第三方回款情况具有合理的商业理由，不存在虚构交易或调节账龄的情形，不存在因第三方回款导致的货款归属纠纷，第三方回款所对应的收入真实、准确、完整，公司及董监高或其他关联方与第三方回款的支付方不存在关联关系或其他利益安排。且目前已经整改，整改后发行人相关内控制度合理、正常运行并持续有效，不会对发行人本次发行并上市构成实质性障碍。

4、关于发行人现金交易的核查意见

申报会计师认为：

(1) 上述现金交易具有一定的合理性。同时，发行人严格按照现行法规、规则、制度要求对涉及问题进行整改或纠正。公司已建立了严格的现金收款内控制度。报告期末，现金交易金额较小。(2) 相关现金交易符合行业经营特点或商业逻辑。(3) 公司与现金销售客户、现金采购供应商不存在关联关系。(4) 相关收入确认和成本结算符合规定。

问题 23：关于信息披露质量

发行人招股说明书在风险因素、社会保险费及住房公积金缴纳情况、期间费用分析、流动资产构成及变动分析、负债构成及变动分析等多处未按照招股说明书准则的规定和本所《招股说明书信息披露审核关注要点》的提示进行信息披露。

请发行人全面核查招股说明书信息披露的完整性和准确性，并进一步增强针对性、充分风险提示，并完善和提高招股说明书信息披露质量。

请保荐人、发行人律师、申报会计师发表明确意见。

一、发行人补充披露

（一）风险因素补充披露

1、原材料价格波动风险

发行人已在招股说明书“第四节 风险因素”之“二、经营风险”之“（一）原材料价格波动风险”补充披露如下：

公司生产主要使用塑胶原材料。报告期内，公司生产成本中塑胶原材料成本占比超过 50%。

报告期内，上述主要原材料价格变动是导致公司产品成本变动的主要因素之一，其价格波动在很大程度上受石油价格波动的影响。报告期内受石油价格波动的影响，上述主要原材料的价格波动幅度较大。

2017 至 2020 年，塑胶原材料价格波动对公司经营业绩的敏感性分析如下：

单位：万元

项目	2020 年	2019 年	2018 年	2017 年
塑胶原材料单价变动	+1%	+1%	+1%	+1%
营业成本变动额	334.90	354.29	360.25	293.20
毛利变动额	-334.90	-354.29	-360.25	-293.20
毛利变动比例	-1.25%	-1.44%	-2.11%	-1.80%
毛利率影响	-0.33%	-0.35%	-0.38%	-0.36%

注：假设塑胶原材料占直接材料成本的比例为 60%

发行人主要通过制定以成本加成法定价原则、及时调整的销售价格策略来应对原材料价格风险。

发行人所处行业相对成熟，具有原材料价格透明度高、市场供需关系较为稳定、厂家利润率绝对水平不高等特点。因此，厂家将原材料价格波动向下游客户传导具有行业基础、商业合理性。发行人已建立产品价格管理制度，会根据成本、费用项目的波动情况，在市场形势不利的情况下，及时更新对客户的报价，与客户协商调整价格。但在实际业务中，在塑料制品生产厂家可接受的利润率范围内，存在原材料价格波动向下游客户传导的一定滞后和不充分，主要由供需双方的谈判能力、市场状况、策略等因素决定；下游客户如突破厂家可接受利润范围，则

可能造成交易无法达成、在市场上难以获得供应的后果。

若未来原材料价格持续大幅上涨，而公司未能及时、充分向客户转嫁原材料成本持续增加的压力，将可能存在产品毛利率下降，业绩下滑的风险。

2、汇率风险

发行人已在招股说明书“第四节 风险因素”之“二、经营风险”之“（三）汇率风险”补充披露如下：

公司部分原材料从境外采购，产品主要销往欧洲、美国、澳洲等海外市场，境内原料采购、产品销售占比较少。原材料采购合同、产品境外销售合同主要以美元计价结算。人民币价值的波动将影响公司主要原材料的采购成本和产品的价格竞争力。同时，公司原材料采购形成的应付款项至付款期间、公司产品销售形成的应收款项至收款期间，汇率波动产生的汇兑损益将直接影响公司经营成果。

原则上，发行人面对的显著外汇波动风险的是一般贸易业务的外币收入、进料加工业务的部分利润。假设其他条件不变的情况下，**报告期内**，假设美元汇率贬值1%，合计影响毛利额占主营业务毛利的比例为-2.05%、-1.62%和**-1.37%**。

3、交易金融衍生品的风险

发行人已在招股说明书“第四节 风险因素”之“四、财务风险”之“（五）交易金融衍生品的风险”补充披露如下：

（五）交易金融衍生品的风险

报告期内发行人以出口销售为主，且多数交易以美元结算，发行人报告期内采取买卖外汇衍生的方法部分对冲风险，主要交易品种包括远期结汇、货币掉期、期权等及其组合产品。发行人付出一定成本，在汇率发生对主营业务不利变化时以期获得一定补偿。

报告期内发行人交割衍生金融工具产生的投资收益分别为-561.25万元、-907.60万元和-19.31万元，公允价值变动收益分别为-1,058.89万元、1,058.18万元和0.71万元。

2018年至2019年，交易金融衍生品形成的损益对发行人影响较大。鉴于外销占比较高及外汇衍生品的必要性，以及相关衍生品的风险性，发行人制订了《金融衍生品业务管理制度》对相关权限、程序、操作及总额进行了规范和管理，2018年以后交易规模和损益得到了有效控制，截至2020年12月31日，发行人尚未交割的金融衍生品余额为零。由于金融衍生品具有理论损失大、且部分品种存在理论损失超过本金的特点，如果未来发行人无法继续有效管控汇率波动风险及相关衍生品交易的风险，将对发行人经营业绩构成较大风险。

4、客户集中度较高风险

发行人已在招股说明书“第四节 风险因素”之“二、经营风险”补充披露如下：

（八）客户集中度较高风险

发行人作为全球塑料餐饮具制造行业的领先企业，是国内外优质塑料餐饮具、家居用品及生物全降解产品的重要供应商，市场认可度较高。发行人报告期内主要客户大多为国内外知名企业，客户实力雄厚，购买量较高，发行人报告期内前五大客户销售占比分别为50.29%、49.12%、**46.68%**。尽管公司与主要客户建立了长期、稳定的合作关系，且在积极开拓其他客户并取得了一定成效，但如果主要客户流失或客户经营状况发生不利变动，将对公司的主营业务造成不利影响。

5、进口原材料采购风险

发行人已在招股说明书“第四节 风险因素”之“二、经营风险”补充披露如下：

（九）进口原材料占比较高的风险

发行人主要原材料中，进口比例较高。主要因发行人以“进料加工”外贸模式为主的业务模式形成。该等原材料属于大宗商品，在国内亦有充足供应。如果国际贸易形式、境外供应商、疫情等因素发生重大不利变化，发行人将面临较大比例更换供应商的风险。

6、行业政策变化风险

发行人已在招股说明书“第四节 风险因素”之“二、经营风险”之“（五）行

业政策变化风险”部分补充披露如下：

此外，英国、法国等部分发达国家及地区也出台政策，限制以一次性塑料袋为代表的传统一次性塑料制品。

报告期内，欧洲销售收入分别为 9,243.97 万元、10,421.62 万元、**11,864.24** 万元，占主营业务收入比例分别为 9.78%、10.23%、**11.70%**。2021 年 1 月 1 日起，欧盟区禁止或限用吸管、刀叉勺等十种一次性塑料制品。其中，吸管、刀叉勺等一次性塑料餐具属于发行人生产的产品，销往欧洲的该部分产品于 2021 年将受到影响。

报告期内，发行人销往欧洲的塑料餐饮具占销往欧洲收入比例分别为 70.39%、55.61%、**56.98%**，销往欧洲的塑料餐饮具占比有所降低，但**绝对金额基本稳定**，因家居用品及生物降解材料制品的占比提高，销往欧洲的收入规模稳定且略有增长。根据发行人与部分客户的沟通，客户将根据欧盟 2021 年政策执行情况考虑采购发行人生物降解材料制品作为替代。因此，预计 2021 年欧洲区域禁塑政策的执行，将对发行人销往该地区的塑料餐饮具造成**一定的影响**，但将利好发行人生物降解材料产品的销售。如**限塑政策大范围执行**，同时发行人生物降解材料产品的供应不能及时满足客户需求，将对发行人业绩造成不利影响。

综上所述，目前境内外限塑政策对发行人持续经营能力并未造成重大不利影响，但若未来相关限塑政策的制定与执行力度超过预期、发行人生物降解产品开发与销售不及预期，可能会对发行人业绩造成不利影响。

7、社会保险和住房公积金补缴风险

发行人已在招股说明书“第四节 风险因素”之“六、其他风险”补充披露如下：

（三）社会保险和住房公积金补缴风险

发行人及其子公司报告期内存在未为部分符合条件的员工缴纳社会保险和住房公积金的情形。按同期在册员工人数和应缴纳比例测算，报告期各期，发行人未缴纳社会保险和住房公积金金额分别为 449.56 万元、485.54 万元、**22.33** 万元，占发行人当期净利润的比例分别为 42.63%、6.49%、**0.20%**，对经营业绩

的影响较小，且发行人实际控制人已对相关事项作出承诺。但若发行人需补缴报告期内的社会保险和住房公积金，则有可能对发行人的生产经营产生一定风险。

8、贸易政策风险

发行人已在招股说明书“第四节 风险因素”之“二、经营风险”之“（二）贸易政策风险”补充披露如下：

报告期内，公司产品出口销售收入占同期主营业务收入的比例分别为 92.89%、89.15%和 80.20%，公司境外销售主要为北美、欧洲、大洋洲等发达国家或地区，其中出口美国的销售收入占同期主营业务收入的比重超过 50%。

美国市场是公司海外销售的主要市场之一。自 2018 年 6 月开始，美国政府发布了对中国进口商品多轮次的加征关税清单，公司出口至美国的部分产品被加征了关税。美国加征关税对发行人出口美国的一次性 PP 塑料吸管和塑料杯盘的单价和销量均有一定程度的负面影响。发行人对美国不同客户因一次性 PP 塑料吸管和塑料杯盘加征关税而降价的幅度在 5%左右，且由于塑料杯盘加征关税比例低于一次性 PP 塑料吸管，发行人接受客户对塑料杯盘降价要求的情况较少。加征关税对发行人营业收入的影响比重较低，未对经营业绩和持续经营能力产生重大不利影响。2020 年 1 月，中美双方正式签署第一阶段经贸协议，贸易摩擦阶段性得以缓和。若今后中美贸易摩擦再次升级，美国继续扩大加征关税产品的范围，有可能会涉及发行人其他主要对美出口产品，美国客户有可能要求公司适度降价以转嫁成本，会导致公司来自美国的销售收入和盈利水平下降，从而对公司经营业绩造成不利影响。

9、新冠疫情风险

发行人已在招股说明书“第四节 风险因素”之“六、其他风险”之“（二）新冠疫情风险”补充披露如下：

2020 年 1 月以来，全球多地相继发生新冠肺炎疫情。公司受疫情影响，员工分批复工，部分生产计划有所推迟。

发行人生产厂区均位于宁波市镇海区。发行人所在地疫情管控成绩显著，进行了有效管控和治理，也成为全国率先实现复工的城市之一。同时，发行人与当

地政府共同努力，通过派遣专车、出台相应的补贴政策及提供免费核酸检测等措施迎接低风险地区员工返岗。

发行人于2月10日开始复工，至2月29日共有1,370人返岗，返岗复工率达到80%。截至3月10日厂区已全面复工，共有1,582人返岗，返岗复工率达到98%以上。3月末发行人返岗人员及新入职员工已达约1,800人，4月至今已不存在生产工人缺口情况。

发行人的进口原料主要为PP和PS，产地为中国台湾及沙特，这两种原材料在2020年上半年供应充足。发行人凭借生产及销售经验提前下达定购需求，保障了疫情期间的原料供应，未发生因原材料供应短缺而导致生产停滞的情形。

由于公司客户主要为境外企业，受国际疫情不断蔓延影响，对公司业务的销售、运输均造成了一定影响。上述情况对公司2020年一季度的经营业绩造成了不利影响。随着疫情的逐步稳定，至2020年二季度，公司经营业绩已恢复正常。目前全球疫情仍在持续蔓延，未来若国内疫情防控出现大幅反复、海外疫情无法尽快得到有效控制，将对全球产业产生冲击，并将影响公司的正常生产经营，对公司的经营业绩造成一定的影响。

（二）社会保险及住房公积金情况补充披露

发行人已在招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“十三、发行人员工情况”之“（三）员工社会保险费及住房公积金缴纳情况”部分补充披露如下：

报告期各期末，发行人及子公司为员工缴纳社会保险费的情况列示如下：

项目		2018年 12月31日	2019年 12月31日	2020年 12月31日
员工总数		1,548	1,672	2,337
已缴人数		1,017	1,636	2,249
缴纳比例		65.70%	97.85%	96.23%
未缴人数	退休返聘	2	2	2
	新农合	43	1	0
	他处缴纳	1	1	2
	新入职	24	15	58

	超龄人数	134	13	26
	应缴未缴	327	4	0

报告期各期末，发行人及子公司为员工缴纳住房公积金的情况列示如下：

时间		2018 年 12 月 31 日	2019 年 12 月 31 日	2020 年 12 月 31 日
员工总数		1,548	1,672	2,337
已缴人数		986	1,394	1,711
缴纳比例		63.70%	83.37%	73.21%
未缴人数	退休返聘	2	2	2
	新入职	12	15	229
	超龄人数	131	235	390
	应缴未缴	417	26	5

报告期内发行人未为部分员工缴纳社会保险及住房公积金的主要原因为：(1) 部分员工为退休返聘及超龄人员，不属于缴纳社会保险及住房公积金的对象；(2) 部分员工在原单位或户籍所在地自行缴纳；(3) 部分员工在户籍所在地缴纳新农合保险；(4) 部分新入职员工尚未办理完毕缴纳社会保险及住房公积金的相关手续，缴纳社会保险及住房公积金存在时间性差异，次月已全部缴纳；(5) 部分员工缴纳社会保险或住房公积金的意愿不强，导致企业难以为其及时缴纳社会保险或住房公积金。

(三) 完善信息披露

申报会计师对招股说明书进行了全面检查，对照招股说明书准则、《招股说明书信息披露审核关注要点》和本次审核问询函的要求完善相关信息披露，确保完整性和准确性，提高招股说明书信息披露质量。补充披露内容已在招股说明书更新稿中以楷体加粗字体标出。

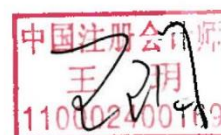
经核查，申报会计师认为，发行人已对照招股说明书准则、《招股说明书信息披露审核关注要点》和本次审核问询函的要求完善了相关信息披露，披露内容完整、准确。

本页无正文，为《关于宁波家联科技股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市申请文件审核问询函的回复》之签章页。



中国注册会计师

(项目合伙人):



中国注册会计师:



说 明

天职国际会计师事务所（特殊普通合伙）（以下简称“天职国际”）的负责人、高级管理人员、宁波家联科技股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市项目经办人员（以下简称“项目经办人员”）具体如下：

序号	姓名	职务
1	邱靖之	执行事务合伙人
2	王玥	项目合伙人
3	黎明	独立复核合伙人
4	田慧先	项目经理
5	晏铭敏	项目经办人员
6	刘宝华	项目经办人员
7	王婷	项目经办人员
8	徐弦	项目经办人员

天职国际及其上述人员与宁波家联科技股份有限公司、宁波镇海金模股权投资管理合伙企业（有限合伙）及其全体合伙人不存在亲属关系、关联关系、委托持股、信托持股或其他利益输送安排。

特此说明。

天职国际会计师事务所（特殊普通合伙）（盖章）

