

## 关于杭州可靠护理用品股份有限公司 首次公开发行股票并在创业板上市之发行注册环节 反馈意见落实函中有关财务事项的说明

天健函〔2021〕463号

深圳证券交易所：

我们已对《发行注册环节反馈意见落实函》（审核函〔2021〕010307号，以下简称反馈意见落实函）所提及的杭州可靠护理用品股份有限公司（以下简称可靠护理公司或公司）财务事项进行了审慎核查，并出具了《关于杭州可靠护理用品股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市之发行注册环节反馈意见落实函中有关财务事项的说明》（天健函〔2021〕316号）。因可靠护理公司补充了最近一期财务数据，我们为此作了追加核查，现汇报说明如下。

**一、关于第一大客户 JS UNITRADE。发行人在招股书中披露，JS UNITRADE 为菲律宾婴儿纸尿裤市场占有率第一的品牌。报告期各期，发行人对 JS UNITRADE 的应收账款分别为 12,357.42 万元、15,808.11 万元、13,289.44 万元、13,341.65 万元。**

**请发行人补充说明 JS UNITRADE 在菲律宾婴儿纸尿裤市场占有率第一的判断依据，发行人为其代工的品牌名称及市场占有率情况；报告期各期对 JS UNITRADE 销售的收款情况，报告期后其信用状况是否发生重大变化；结合销售价格、单位成本和原材料采购价格变动情况，量化分析菲律宾 JS 的销售毛利率与同行业可比公司毛利率变动趋势存在差异的原因及合理性。**

**请保荐机构和申报会计师结合对发行人各业务模式包括 ODM 模式销售（境内、境外）、自有品牌销售（线上销售、线下经销）执行的核查程序及覆盖比例，说明针对收入真实性执行的核查程序是否充分；详细说明针对 JS UNITRADE 及**

其终端销售情况执行的核查程序、核查内容和覆盖比例，并就其销售收入真实性发表明确核查意见。（反馈意见落实函问题 5）

（一）请保荐机构和申报会计师结合对发行人各业务模式包括 ODM 模式销售（境内、境外）、自有品牌销售（线上销售、线下经销）执行的核查程序及覆盖比例，说明针对收入真实性执行的核查程序是否充分

1. ODM 销售（境内、境外）收入真实性核查程序

保荐机构及申报会计师针对发行人 ODM 销售真实性，设计并执行了以下核查程序：

| 序号 | 核查程序             | 境内 ODM 客户 | 境外 ODM 客户 |
|----|------------------|-----------|-----------|
| 1  | 检查合同、订单          | √         | √         |
| 2  | 检查货物流、资金流、票据流一致性 | √         | √         |
| 3  | 函证               | √         | √         |
| 4  | 实地走访及视频访谈        | √         | √         |
| 5  | 退货情况核查           | √         | √         |
| 6  | 关联关系核查           | √         | √         |
| 7  | 网络及第三方报告核查       | √         | √         |
| 8  | 进销存及终端销售核查       | √         | √         |
| 9  | 海关数据核查           | 不适用       | √         |
| 10 | 出口退税核查           | 不适用       | √         |

上述核查程序的具体情况覆盖比例如下：

（1）检查合同、订单

取得并查阅了公司与主要 ODM 客户签订的合同、订单，分析其合同的主要条款，检查其订单的主要内容，核查其与相关业务往来是否一致；

（2）检查货物流、资金流、票据流一致性

抽查公司 ODM 销售产品的出库单、报关单、提单以及物流记录、发票、回款的银行回单，以及定期对账的往来邮件，确认货物流、票据流以及资金流具有真实性和一致性，相关货物已经真实销售，款项已及时结清；

（3）函证

对主要 ODM 客户进行函证，对报告期内的应收账款以及交易的数量和金额等进行确认。报告期内，我们对 ODM 销售收入的函证具体情况如下：

| 项 目 | 2020 年度 | 2019 年度 | 2018 年度 |
|-----|---------|---------|---------|
|-----|---------|---------|---------|

|              |            |           |           |
|--------------|------------|-----------|-----------|
| 发函金额（万元）     | 115,052.57 | 83,802.70 | 63,262.13 |
| 回函金额（万元）     | 114,127.05 | 83,116.61 | 62,929.99 |
| ODM 业务收入（万元） | 117,520.90 | 84,134.97 | 63,317.06 |
| 发函比例         | 97.90%     | 99.61%    | 99.91%    |
| 回函确认比例       | 97.11%     | 98.79%    | 99.39%    |

#### （4）实地走访及视频访谈

我们会同公司保荐机构和公司律师对境内外的 ODM 客户进行了实地走访或视频访谈，了解客户的基本情况以及与公司交易合作的具体情况、了解其终端销售客户和渠道等情况，并对主要 ODM 客户的线下实体终端销售超市或门店进行了走访、对主要 ODM 客户线上终端销售平台/店铺进行了浏览核查，了解终端零售价及销售状况，以判断产品最终销售的真实性。

报告期各期，ODM 客户（境内、境外）实地走访及视频访谈的比例情况如下表所示：

| 项 目             | 2020 年度    | 2019 年度   | 2018 年度   |
|-----------------|------------|-----------|-----------|
| ODM 业务收入（万元）    | 117,520.90 | 84,134.97 | 63,317.06 |
| 实地走访及视频访谈金额（万元） | 114,042.93 | 80,221.60 | 62,217.87 |
| 其中：实地走访金额（万元）   | 104,396.98 | 80,221.60 | 62,217.87 |
| 实地走访客户数（个）      | 14         | 16        | 18        |
| 视频访谈金额（万元）      | 9,645.94   | ——        | ——        |
| 视频访谈客户数（个）      | 1          | ——        | ——        |
| 实地走访及视频访谈比例     | 97.04%     | 95.35%    | 98.26%    |

注：2020 年初原计划对 JS UNITRADE 补充进行现场走访，后由于疫情原因改为线上视频访谈（具体参见本说明一（二）1（5）之说明；由于 2017 年底我们会同公司保荐机构和律师已对 JS UNITRADE 进行了现场走访，2020 年我们会同公司保荐机构和律师以视频访谈的方式对 JS UNITRADE 的基本情况以及公司的交易状况进行了再确认，因此将 2018 年至 2020 年对 JS UNITRADE 的 ODM 业务收入的尽调核查统计在实地走访中。2020 年新增视频访谈的客户为口罩业务客户 AUTOBEST MANUFACTURING COMPANY。

#### （5）退货情况核查

获取了公司报告期内的退货清单，查看公司仓库并对公司各报告期期末存货结存进行监盘，同时对主要 ODM 客户进行了访谈确认不存在期后大规模退货的情

形；

#### (6) 关联关系核查

针对公司境内主要的 ODM 客户，我们获取了其工商底档，并辅以网络检索等，了解其股权构成、管理层人员信息、实际控制人等相关信息，并取得了其出具的与公司之间不存在关联关系的声明；

针对公司境外主要的 ODM 客户，我们获取了由中国出口信用保险公司出具的海外资信报告（主要 ODM 客户为上市公司的，查阅了其在境外披露的定期报告等相关信息），并辅以网络检索等，了解其股权构成、管理层人员信息、实际控制人等相关信息，并取得了其出具的与公司之间不存在关联关系的声明；

#### (7) 网络及第三方报告核查

通过查阅主要 ODM 客户的品牌官方网站、网络检索、百度指数、行业市场研究报告等方式，了解其发展和经营状况、市场知名度等，辅助核查其产品均实现了真实销售；

#### (8) 进销存及终端销售核查

取得主要 ODM 客户（能提供相关资料的 ODM 客户包括 JS UNITRADE、杜迪公司和杭州沐歆公司，报告期各期合计销售额占公司 ODM 收入的 66%以上）提供的其可靠产品的进销存情况、终端销售渠道销售额及占比等情况。根据主要 ODM 客户提供的期末可靠产品结存金额等数据计算得出主要 ODM 客户的各期终端销售情况如下：

单位：万元

| ODM 品牌客户                              | 2020 年度           |                      |               |
|---------------------------------------|-------------------|----------------------|---------------|
|                                       | ODM 品牌客户向公司当期采购金额 | ODM 品牌客户采购可靠产品当期销售金额 | 当期销售金额占采购金额比例 |
| JS UNITRADE                           | 56,709.22         | 56,414.14            | 99.48%        |
| 杜迪公司                                  | 22,852.62         | 20,398.73            | 89.26%        |
| 杭州沐歆公司                                | 4,083.92          | 4,170.42             | 102.12%       |
| 小 计                                   | 83,645.76         | 80,983.29            | 96.82%        |
| 已核实终端销售的 ODM 客户销售收入占公司 ODM 业务销售收入总额比例 | 71.34%            |                      |               |

（续上表）

| ODM 品牌客户    | 2019 年度           |                      |               |
|-------------|-------------------|----------------------|---------------|
|             | ODM 品牌客户向公司当期采购金额 | ODM 品牌客户采购可靠产品当期销售金额 | 当期销售金额占采购金额比例 |
| JS UNITRADE | 40,319.80         | 36,861.87            | 91.42%        |

|                                       |           |           |         |
|---------------------------------------|-----------|-----------|---------|
| 杜迪公司                                  | 14,897.25 | 15,375.52 | 103.21% |
| 杭州沐歆公司                                | 3,362.31  | 3,191.01  | 94.91%  |
| 小 计                                   | 58,579.36 | 55,428.40 | 94.62%  |
| 已核实终端销售的 ODM 客户销售收入占公司 ODM 业务销售收入总额比例 | 69.63%    |           |         |

(续上表)

| ODM 品牌客户                              | 2018 年度           |                      |               |
|---------------------------------------|-------------------|----------------------|---------------|
|                                       | ODM 品牌客户向公司当期采购金额 | ODM 品牌客户采购可靠产品当期销售金额 | 当期销售金额占采购金额比例 |
| JS UNITRADE                           | 33,216.43         | 33,869.01            | 101.96%       |
| 杜迪公司                                  | 8,942.06          | 7,039.31             | 78.72%        |
| 杭州沐歆公司                                | -                 | -                    | -             |
| 小 计                                   | 42,158.49         | 40,908.32            | 97.03%        |
| 已核实终端销售的 ODM 客户销售收入占公司 ODM 业务销售收入总额比例 | 66.58%            |                      |               |

#### (9) 海关数据核查

报告期内，公司 ODM 业务模式按照销售区域划分如下：

单位：万元

| 项 目    | 2020 年度    |         | 2019 年度   |         | 2018 年度   |         |
|--------|------------|---------|-----------|---------|-----------|---------|
|        | 金额         | 占比      | 金额        | 占比      | 金额        | 占比      |
| 境内 ODM | 42,705.51  | 36.34%  | 35,407.52 | 42.08%  | 20,877.93 | 32.97%  |
| 境外 ODM | 74,815.39  | 63.66%  | 48,727.45 | 57.92%  | 42,439.13 | 67.03%  |
| 合 计    | 117,520.90 | 100.00% | 84,134.97 | 100.00% | 63,317.06 | 100.00% |

对公司的境外销售向海关进行函证，独立获取海关数据，将海关数据与公司境外销售进行匹配性分析，具体情况如下：

| 项 目         | 2020 年度   | 2019 年度  | 2018 年度  |
|-------------|-----------|----------|----------|
| 海关数据（万美元）   | 10,957.05 | 7,124.53 | 6,434.79 |
| 境外销售收入（万美元） | 11,603.08 | 7,128.45 | 6,437.21 |
| 差异金额（万美元）   | -646.03   | -3.92    | -2.42    |

注：海关数据取自商务百事通平台（浙江电子口岸与浙江省商务厅对外贸易服务中心共建的公共信息平台，网址 <https://www.chinabeston.com/>），口径为进出口日期

2020 年度境外销售收入与海关数据差异金额为 646.03 万美元，主要原因系：  
1) 公司口罩客户 Next Folien GmbH 与公司约定的结算模式为工厂交货（EXW），截至 2020 年 12 月末存在已提货未报关金额 646.85 万美元；2) 公司已报关出口

且取得提单的出口货物在海关数据中存在统计时间差导致差异-0.82 万美元。

2018 年和 2019 年分别差异 2.42 万美元和 3.92 万美元，主要原因系公司已报关出口且取得提单的出口货物在海关数据中尚未体现导致差异。

经核查，公司海关数据与同期产品境外销售存在匹配性。

#### (10) 出口退税核查

对公司出口退税金额与公司境外销售收入进行匹配性分析，具体情况如下：

| 项 目                        | 2020 年度   | 2019 年度   | 2018 年度   |
|----------------------------|-----------|-----------|-----------|
| 出口免抵退税金额（万元）               | 6,761.71  | 6,243.24  | 4,782.98  |
| 境外销售收入（万元）                 | 80,576.18 | 49,163.15 | 42,971.30 |
| 其中：全部单证信息齐全出口货物<br>销售额（万元） | 61,192.72 | 57,667.57 | 35,999.56 |
| 出口免抵退税金额占境外销售收入<br>比例      | 8.39%     | 12.70%    | 11.13%    |
| 出口免抵退税金额占单证齐全出<br>口货物销售额比例 | 11.05%    | 10.83%    | 13.29%    |

注：全部单证信息齐全是指收齐出口货物报关单、外汇水单（以前为外汇核销单）、代理出口证明等出口相关资料。公司在单证收齐后才会申请办理出口退税，因此货物出口时间跟单证收齐时间存在时间差

报告期内，公司出口产品执行出口退税政策，出口退税率为 13%。公司实际出口退税比例小于出口退税率，主要系公司为境外客户代工的产品中使用了进口原材料（即进料加工），上述原材料属于保税进口，暂免征收增值税；公司在进行出口退税时，需要在出口货物的金额基础上扣除其耗用的保税进口原材料的金额计算免抵退税额，因此出口退税比例一般小于增值税税率，具有合理性。

2020 年度出口免抵退税金额占境外销售收入比例偏低，主要系由于公司 2020 年境外销售收入金额较大但对应的出口单证尚未齐全，导致时间性差异较大所致。2018 年和 2019 年分别差异 2.42 万美元和 3.92 万美元，主要原因系公司已报关出口且取得提单的出口货物在海关数据中尚未体现导致差异。

经核查，公司出口退税与境外销售收入具有匹配性。

#### 2. 自有品牌销售（线上销售）收入真实性核查程序

公司聘请了立信会计师事务所（特殊普通合伙）执行 IT 审计，针对公司自主品牌的线上销售真实性，我们会同公司保荐机构及 IT 审计设计并执行了以下核查程序：

| 序号 | 核查程序                     | B2C 模式 | B2B 模式 |      |
|----|--------------------------|--------|--------|------|
|    |                          | 电商自营店铺 | 电商超市   | 线上分销 |
| 1  | 信息系统的内部控制有效性核查           | √      | √      | √    |
| 2  | 主要店铺客户评价情况核查             | √      | 不适用    | 不适用  |
| 3  | 主要平台、电商自营店铺运营指标分析及与同行业比较 | √      | 不适用    | 不适用  |
| 4  | 空包裹刷单等行为核查               | √      | √      | √    |
| 5  | 用户购买异常行为核查               | √      | 不适用    | 不适用  |
| 6  | 收款数据与收入数据的比对核查           | √      | 不适用    | √    |
| 7  | 电商退换货核查                  | √      | √      | √    |
| 8  | 检查合同、出库单、物流单、对账单及收款凭证等   | 不适用    | √      | 不适用  |

上述程序中所涉及的数据，均为 IT 审计团队从管易 C-ERP 系统中导出数据进行整理以及公司电商团队直接从第三方电商平台提供的辅助经营的应用程序中取得及整理计算，相关数据取得方式、过程合法合规，未聘请其它外部数据提供商。上述程序的具体执行情况如下：

#### (1) 信息系统的内部控制有效性核查

IT 审计团队对公司使用的信息系统执行了穿行测试和内控测试，并从淘宝平台和京东平台前端获取公司 6 家主要淘宝店铺和 2 家主要京东店铺 2018 年 1 月 1 日至 2020 年 12 月 31 日的订单数据，通过订单编号将重新获取的订单中记录的买家实际支付金额字段与管易 C-ERP 系统中订单记录的（让利后金额+物流费用-退款金额）进行比对，验证管易 C-ERP 订单数据的完整性和准确性，并出具了“未发现公司在 IT 系统流程控制上存在重大缺陷”的结论。

#### (2) 主要店铺客户评价情况核查

我们会同公司保荐机构及 IT 审计核查了公司主要电商自营店铺的客户评价指标，包括买家评价数、买家评价率、非默认评价率、买家评论上传图片数、上传图片占比、买家好评率、买家差评率、纠纷退款率等数据。

经核查，公司主要电商店铺好评率较高，用户评价活跃，投诉及纠纷退款率较低，与公司报告期内各期通过电商自营店铺实现的销售收入规模相匹配。

#### (3) 主要平台、电商自营店铺运营指标分析及与同行业比较

我们会同公司保荐机构及 IT 审计核查了报告期内公司京东、淘宝平台的去重客户数、月度/年度客单价波动、次均购买金额、全年有效订单金额、全年有

效订单数、合计大于 1 万元的大额订单客户数、大额订单金额合计、大额订单占比、大额订单的客户类型及购买原因占比等数据。

核查了公司主要 B2C 自营店铺访客量、页面浏览量、浏览转化率、访客获取成本、新老买家数、用户复购率、报告期内买家复购率、买家复购金额、新增买家数量、新增买家订单金额、新增买家平均订单金额等数据，并将上述指标与同行业情况进行了比对分析。

经核查，公司上述指标均较为合理。

#### (4) 空包裹刷单等行为核查

我们会同公司保荐机构取得了由 IT 审计直接从公司管易 C-ERP 系统中导出的发货商品称重记录，将系统记录的实际发货重量与订单对应商品的标准重量比值进行分析。经核查，上述比值主要集中在 0.8-1.2 之间，上下波动 20%左右，主要为快递外包装等的差异扰动，总体较为正常。

此外，我们会同公司保荐机构了解了公司在管易 C-ERP 系统中进行拆单发货的主要流程，并取得了由 IT 审计直接从公司管易 C-ERP 系统中导出的快递单和订单统计表，我们会同公司保荐机构将公司线上销售的订单数和快递单数进行了匹配分析，将匹配结果与同行业公司及其它电商企业进行了比对。经核查，报告期内各期公司快递单数高于订单数，主要原因系公司销售的成人失禁用品体积较大，快递发货时由于包装原因需要将单个订单拆分为多个快递面单（包裹）进行发货，相关原因真实合理，符合公司业务实际情况。

因此不存在空包裹刷单或快递单数异常的相关情形。

#### (5) 用户购买异常行为核查

我们会同公司保荐机构取得了由 IT 审计直接从公司管易 C-ERP 系统中导出的终端客户购买行为数据，包括：去重客户数、地域分布、消费频率、消费区间分层等，判断是否存在异常购买行为。经核查，上述数据均不存在较大异常。

我们会同公司保荐机构针对 IT 审计筛选出的大额订单、异常时段购买的订单、高频购买客户等异常订单/客户，取得了对应客户的信息资料，并进行了电话访谈，经访谈确认，相关 C 端零售客户购买行为均真实、准确，相关异常购买行为具有合理原因。

#### (6) 收款数据与收入数据的比对核查

我们会同公司保荐机构及 IT 审计分别从支付宝及微信导出 2018 年 1 月 1 日

至 2020 年 12 月 31 日的支付流水明细数据，并获取了 2018 年 1 月 1 日至 2020 年 12 月 31 日的公司财务系统电商 B2C 业务确认收入明细数据，将两者进行了比对分析，经核查，财务系统确认收入数据与支付流水数据不存在较大差异。

#### (7) 电商退换货核查

我们会同公司保荐机构及 IT 审计取得了公司主要 B2C 自营店铺每用户平均退货订单数在报告期内的总体分布情况。经核查，公司每月退货金额维持在订单金额的 2% 左右，退货高峰出现在“双十一”、春节后，符合市场规律。报告期内不存在某一时段退货率显著较高的情形。

#### (8) 检查合同、出库单、物流单、对账单及收款凭证等

我们查阅了公司与电商超市签署的销售合同，并抽查了交易过程中的出库单、物流单等货物流凭证，抽查了部分月份的对账单、发票及收款凭证。

经核查，公司与电商超市间的货物流、资金流、票据流相一致。

### 3. 自有品牌销售（线下经销）收入真实性核查程序

(1) 检查公司与主要线下经销客户签订的合同、订单，核查其与相关业务往来是否一致；

(2) 抽查产品的出库单、物流记录、发票、回款的银行回单，以及定期对账的往来邮件，确认货物流、票据流以及资金流具有真实性和一致性，相关货物已经真实销售，款项已及时结清；

(3) 对主要线下客户进行函证，对报告期内的应收账款以及交易的数量和金额等进行确认。报告期内，我们对线下经销收入的函证具体情况如下：

| 项 目      | 2020 年度  | 2019 年度  | 2018 年度  |
|----------|----------|----------|----------|
| 发函金额（万元） | 7,663.90 | 3,134.66 | 3,635.40 |
| 回函金额（万元） | 7,479.46 | 3,098.00 | 3,582.45 |
| 经销收入（万元） | 9,849.08 | 4,004.31 | 4,549.89 |
| 发函比例     | 77.81%   | 78.28%   | 79.90%   |
| 回函确认比例   | 75.94%   | 77.37%   | 78.74%   |

#### (4) 对线下经销的主要客户进行了实地走访或视频访谈

我们会同公司保荐机构对公司线下经销商客户进行了筛选，对报告期内任意年度销售金额大于 100 万、历年销售金额变动幅度异常或是报告期内年度新增的主要经销商客户进行了走访，走访内容主要包括了解客户的基本情况、了解与公

司交易合作的具体情况、实地查看仓库库存情况以及其下游终端销售客户的情况，并随机抽查走访对象附近的下游终端客户进行了实地查看。针对因 2020 年疫情影响无法安排实地走访的经销商客户，作为替代程序，我们会同公司保荐机构和公司律师安排了视频访谈。

针对未实地走访或视频访谈的经销商客户，我们会同公司保荐机构选取报告期内任意年度销售金额大于 5 万元的经销商客户作为样本客户，抽取部分进行电话访谈，报告期内电话访谈成功的经销商收入总金额占样本客户收入总金额的比例达到一半左右；电话访谈的内容包括了解客户的基本情况、了解与公司交易合作的具体情况以及访谈对象的下游终端客户情况及其销售情况。

上述实地走访、电话访谈以及视频访谈的具体情况如下所示：

| 项 目                | 2020 年度       | 2019 年度       | 2018 年度       |
|--------------------|---------------|---------------|---------------|
| 经销收入（万元）           | 9,849.08      | 4,004.31      | 4,549.89      |
| 实地走访及视频访谈金额（万元）    | 6,190.74      | 1,077.47      | 1,154.47      |
| 其中：实地走访金额（万元）      | 610.25        | 670.40        | 812.84        |
| 实地走访客户数（个）         | 13            | 13            | 13            |
| 视频访谈金额（万元）         | 5,580.49      | 407.07        | 341.63        |
| 视频访谈客户数（个）         | 2             | 1             | 1             |
| <b>实地走访及视频访谈比例</b> | <b>62.86%</b> | <b>26.91%</b> | <b>25.37%</b> |
| 成功电话访谈客户数          | 104           | 123           | 122           |
| 成功电话访谈金额（万元）       | 1,616.28      | 1,425.24      | 1,675.69      |
| <b>电话访谈比例</b>      | <b>16.41%</b> | <b>35.59%</b> | <b>36.83%</b> |
| <b>全部核查比例合计</b>    | <b>79.27%</b> | <b>62.50%</b> | <b>62.20%</b> |

如上表所示，报告期内各期，我们会同公司保荐机构和公司律师针对公司线下经销商客户执行的全部核查程序覆盖比例分别达到 62.20%、62.50%以及 79.27%。2020 年度线下经销核查比例增长较快，主要原因为 2020 年度对新增的自主品牌口罩客户（NEXT FOLIEN GMBH）进行了视频访谈，其销售收入为 5,204.80 万元。

报告期内各期，公司线下经销业务收入规模相对较小，占公司当期总收入以及贡献毛利和净利润的比例均较低；且公司线下经销商销售规模普遍较小，位置分散，因此核查的绝对数量不高，但我们会同公司保荐机构、律师对其中销售规模相对较大、销售变动相对较大且各年度新增的主要经销商均执行了相应的核查

程序，且相关程序覆盖了公司线下销售金额的 60%以上。

(5) 获取了公司报告期内的退货清单，查看公司仓库并对公司各报告期期末存货结存进行监盘，同时对主要线下经销客户进行了访谈确认不存在期后大规模退货的情形；

(6) 我们核查了公司银行流水及实际控制人、董监高及核心员工的大额支出背景，核实均系正常采购及其它正常个人开支，大额资金流出均有相关的采购合同及实际交易凭证，公司不存在资金体外循环的相关情形；

(7) 获取主要线下经销商的进销存数据，与公司销售数据进行匹配性分析，经核查，主要线下经销商的进销存与发行人销售数据相匹配；

(8) 查询主要线下经销商工商资料，确认公司主要线下经销客户与公司及其关联方不存在关联关系，并通过函证、访谈等进行辅助核查。

#### 4. 境外客户付款方式核查

我们会同公司保荐机构对报告期内公司主要境外客户的付款方式进行了核查，经核查，报告期内公司主要境外客户主要通过 T/T 电汇付款，货款直接汇入公司美元账户，结算币种为美元；仅有少数交易金额较小的客户的部分货款通过信用证方式进行支付，结算币种为美元。报告期内各期公司通过信用证方式收到的境外客户付款分别为 141.87 万元、188.64 万元和 120.47 万元，占公司当期境外销售收入的比重分别为 0.33%、0.38%和 0.15%，占比较低；上述信用证的收款均通过公司在中国建设银行临安支行开立美元核查账户 3301400860\*\*\*\*\*7006 以及美元结算账户 3301400860\*\*\*\*\*0006 进行。报告期内，公司主要境外客户（收入占比 95%以上）的付款方式及收入情况如下：

单位：万元

| 项 目                              | 业务模式   | 付款方式   | 结算币种 | 2020 年度收入 | 2019 年度收入 | 2018 年度收入 |
|----------------------------------|--------|--------|------|-----------|-----------|-----------|
| JS UNITRADE MERCHANDISE, INC.    | 境外 ODM | T/T 电汇 | 美元   | 56,709.22 | 40,319.80 | 33,216.43 |
| AUTOBEST MANUFACTURING COMPANY   | 境外 ODM | T/T 电汇 | 美元   | 9,645.94  | -         | -         |
| KOHNAN SHOJI CO., LTD.           | 境外 ODM | T/T 电汇 | 美元   | 6,497.01  | 5,924.63  | 7,428.91  |
| OSAKI MEDICAL CORPORATION        | 境外 ODM | T/T 电汇 | 美元   | 395.21    | 320.43    | 267.62    |
| NTUC FAIRPRICE CO-OPERATIVE LTD. | 境外 ODM | T/T 电汇 | 美元   | 368.80    | 577.29    | 213.11    |
| NEXT FOLIEN GMBH                 | 境外经销   | T/T 电汇 | 美元   | 5,204.80  | -         | -         |

| 项 目        | 业务模式 | 付款方式 | 结算币种 | 2020 年度收入 | 2019 年度收入 | 2018 年度收入 |
|------------|------|------|------|-----------|-----------|-----------|
| 境外主要客户收入合计 |      |      |      | 78,820.98 | 47,142.15 | 41,126.07 |
| 境外收入金额     |      |      |      | 80,576.18 | 49,163.15 | 42,971.30 |
| 核查比例       |      |      |      | 97.82%    | 95.89%    | 95.71%    |

报告期内，公司收取境外客户美元的主要账户情况如下：

| 序号 | 开户行                  | 账号                  | 账户类型及币种 |
|----|----------------------|---------------------|---------|
| 1  | 中国建设银行临安支行           | 3301400860*****0006 | 美元结算账户  |
| 2  |                      | 3301400860*****7006 | 美元核查账户  |
| 3  | 上海浦东发展银行杭州分行<br>临安支行 | 9508145*****0306    | 美元结算账户  |
| 4  |                      | 9508145*****0061    | 美元核查账户  |
| 5  | 中国银行临安支行             | 393*****522         | 美元结算账户  |

报告期内，公司境外客户第三方付款的情况较少，占境外收入的比例较低，具体情况如下表所示：

| 项 目                        | 2020 年度   | 2019 年度   | 2018 年度   |
|----------------------------|-----------|-----------|-----------|
| 境外主营业务收入（万元）               | 80,576.18 | 49,163.15 | 42,971.30 |
| 境外客户第三方回款金额（万元）            | 1,113.25  | 31.14     | 9.68      |
| 其中：合同内指定第三方回款金额（万元）[注]     | 1,077.62  | -         | -         |
| 境外收入中第三方回款金额占比             | 1.38%     | 0.06%     | 0.02%     |
| 剔除合同内指定第三方回款后境外收入第三方回款金额占比 | 0.04%     | 0.06%     | 0.02%     |

[注]2020 年度公司境外客户第三方付款主要系：疫情期间 AUTOBEST MANUFACTURING COMPANY 向公司购买口罩产品，采用先款后货的方式进行结算，由于疫情原因，口罩需求较为紧急，且需要支付的购买金额较大，AUTOBEST MANUFACTURING COMPANY 经与公司协商后，通过三方签订的代付款补充协议约定，由其指定的香港公司 PROWELL MANUFACTURING LIMITED 支付部分款项

此外，我们及公司保荐机构查阅了菲律宾中央银行（The Bangko Sentral ng Pilipinas）官方网站关于外汇管理的相关制度，并获取了由国家外汇管理局“一带一路”国家外汇管理政策研究小组编译出具的《“一带一路”国家外汇管理政策概览》，对菲律宾进口贸易中的外汇出境政策进行了核查。经核查，在向中国的进口贸易中，菲律宾并未对外汇结算、跨境资金流动等方面进行限制。

## 5. 资金流水核查的执行情况

### （1）资金流水核查的情况统计

我们会同公司保荐机构,对照《首发业务若干问题解答(2020 年 6 月修订)》关于资金流水核查的要求,确定了资金流水核查的主要范围。

我们会同公司保荐机构,对公司是否存在需要扩大资金流水核查范围进行了分析,详细情况如下:

| 序号 | 核查事项                                                      | 公司是否存在相关情形 |
|----|-----------------------------------------------------------|------------|
| 1  | 公司备用金、对外付款等资金管理存在重大不规范情形                                  | 否          |
| 2  | 公司毛利率、期间费用率、销售净利率等指标各期存在较大异常变化,或者与同行业公司存在重大不一致            | 否          |
| 3  | 公司经销模式占比较高或大幅高于同行业公司,且经销毛利率存在较大异常                         | 否          |
| 4  | 公司将部分生产环节委托其他方进行加工的,且委托加工费用大幅变动,或者单位成本、毛利率大幅异于同行业         | 否          |
| 5  | 公司采购总额中进口占比较高或者销售总额中出口占比较高,且对应的采购单价、销售单价、境外供应商或客户资质存在较大异常 | 否          |
| 6  | 公司重大购销交易、对外投资或大额收付款,在商业合理性方面存在疑问                          | 否          |
| 7  | 董事、监事、高管、关键岗位人员薪酬水平发生重大变化                                 | 否          |
| 8  | 其他异常情况                                                    | 否          |

根据上述分析,公司不存在《首发业务若干问题解答(2020 年 6 月修订)》问题 54 中所列举的需要扩大资金流水核查范围的事项;报告期内公司销售总额中出口占比相对较高,且存在一定金额的采购进口,但不存在采购单价、销售单价、境外供应商或客户资质存在较大异常的情形;我们会同公司保荐机构根据谨慎性原则,仍将负责外贸销售的主要人员鲍佳、张雅冬、陶陶以及负责采购的主要人员周忠英、吴红纳入核查范围。

基于上述分析,我们及公司保荐机构取得了以下主体的银行账户流水:

| 序号 | 名称             | 性质   | 身份                 | 已核查银行账户数 |
|----|----------------|------|--------------------|----------|
| 1  | 杭州可靠护理用品股份有限公司 | 非自然人 | 公司母公司              | 29       |
| 2  | 杭州可艾个人护理用品有限公司 | 非自然人 | 公司子公司              | 7        |
| 3  | 可靠福祉(杭州)科技有限公司 | 非自然人 | 公司子公司              | 3        |
| 4  | 临安吉容卫生用品有限公司   | 非自然人 | 公司子公司              | 1        |
| 5  | 卓丰控股(亚洲)有限公司   | 非自然人 | 公司子公司              | 1        |
| 6  | 临安丰源企业管理有限公司   | 非自然人 | 公司子公司(2018 年 5 月 7 | 1        |

| 序号 | 名称                    | 性质   | 身份                   | 已核查银行账户数 |
|----|-----------------------|------|----------------------|----------|
|    |                       |      | 日已注销)                |          |
| 7  | 可靠(上海)护理用品有限公司        | 非自然人 | 公司子公司(2018年2月2日已注销)  | 1        |
| 8  | 杭州侨治投资有限公司            | 非自然人 | 实际控制人控制的公司           | 6        |
| 9  | 杭州唯艾诺投资合伙企业(有限合伙)     | 非自然人 | 实际控制人控制的员工持股平台       | 1        |
| 10 | 杭州唯艾诺贰号企业管理合伙企业(有限合伙) | 非自然人 | 实际控制人控制的员工持股平台       | 1        |
| 11 | 杭州唯艾诺叁号企业管理合伙企业(有限合伙) | 非自然人 | 实际控制人控制的员工持股平台       | 1        |
| 12 | 金利伟                   | 自然人  | 实际控制人、控股股东、董事长、总经理   | 17       |
| 13 | 鲍佳                    | 自然人  | 实际控制人、副总经理(分管国际贸易销售) | 24       |
| 14 | 程岩传                   | 自然人  | 董事                   | 5        |
| 15 | 周忠英                   | 自然人  | 董事、副总经理(分管采购)        | 7        |
| 16 | 袁源                    | 自然人  | 董事                   | 4        |
| 17 | 吴红                    | 自然人  | 监事会主席/职工代表监事、采购经理    | 4        |
| 18 | 王丽                    | 自然人  | 监事、计划部经理             | 7        |
| 19 | 张雅冬                   | 自然人  | 监事、国际贸易部经理           | 5        |
| 20 | 王仲其                   | 自然人  | 副总经理                 | 5        |
| 21 | 耿振强                   | 自然人  | 副总经理、财务总监            | 20       |
| 22 | 李海峰                   | 自然人  | 副总经理、董事会秘书           | 8        |
| 23 | 张辉                    | 自然人  | 前财务负责人               | 2        |
| 24 | 王其                    | 自然人  | 财务部经理                | 5        |
| 25 | 林丹芬                   | 自然人  | 财务部副经理               | 2        |
| 26 | 顾玉兰                   | 自然人  | 财务部主管                | 3        |
| 27 | 黄江丽                   | 自然人  | 财务部出纳                | 6        |
| 28 | 项正军                   | 自然人  | 财务部专员                | 2        |
| 29 | 方蓉                    | 自然人  | 前财务部会计               | 2        |
| 30 | 王梦婷                   | 自然人  | 前财务部会计               | 4        |
| 31 | 钱宝婷                   | 自然人  | 前财务部会计               | 2        |
| 32 | 卞迎飞                   | 自然人  | 财务部会计                | 2        |
| 33 | 何诗煜                   | 自然人  | 财务部会计                | 2        |
| 34 | 杨梦圆                   | 自然人  | 财务部会计                | 4        |
| 35 | 尹梦婷                   | 自然人  | 财务部会计                | 2        |

| 序号 | 名称  | 性质  | 身份      | 已核查银行账户数 |
|----|-----|-----|---------|----------|
| 36 | 诸燕飞 | 自然人 | 财务部会计   | 2        |
| 37 | 帅朝霞 | 自然人 | 财务部会计   | 2        |
| 38 | 钟玲琴 | 自然人 | 财务部会计   | 3        |
| 39 | 裘炯炯 | 自然人 | 内审部经理   | 3        |
| 40 | 陶陶  | 自然人 | 国际贸易部经理 | 2        |
| 41 | 菅艳杰 | 自然人 | 前财务部经理  | 5        |

## (2) 非自然人主体的银行账户核查

### 1) 非自然人主体的银行流水核查范围

我们会同公司保荐机构，对主要非自然人主体报告期内的银行账户流水进行了核查，主要非自然人主体具体包括：公司母公司及其控股子公司、实际控制人控制的杭州侨治投资有限公司、杭州唯艾诺投资合伙企业(有限合伙)、杭州唯艾诺贰号企业管理合伙企业（有限合伙）和杭州唯艾诺叁号企业管理合伙企业（有限合伙）。

### 2) 非自然人主体银行流水的核查方法

① 取得了非自然人主体的《已开立银行账户结算清单》；

② 陪同非自然人主体的经办人员前往银行打印全部账户报告期内的银行流水；

③ 取得公司报告期内主要客户、供应商名单（含上述主体的法定代表人、自然人控股股东等），并在取得的银行流水中核查是否存在向客户支付款项或收到供应商款项等异常情形；

④ 在银行流水中筛查是否存在部分自然人频繁大额报销的情形；

⑤ 在银行流水中筛查是否存在与董监高及其它员工非异常大额往来的情形；

⑥ 核查大额流水的交易背景，取得相关的交易凭证，大额流水的筛选标准为人民币金额 50 万以上，美元金额 5 万元以上；

⑦ 在银行流水中筛查是否存在大额且频繁取现的情形。

### (3) 个人银行流水核查

#### 1) 个人银行流水的核查范围

我们会同公司保荐机构，对关键自然人报告期内的全部银行账户流水进行了核查，关键自然人具体包括：公司的控股股东、实际控制人（包括与实际控制人

有重大资金往来的直系亲属)、董事(独立董事除外)、监事、高级管理人员(包括报告期内离任的高管)、关键岗位人员(例如财务部主要会计、资金主管、出纳、主要外贸销售人员和主要采购人员)。

## 2) 个人银行流水的核查方法

① 要求关键自然人提供报告期内其全部银行账户(包括储蓄卡、存折,含报告期内销户的账户)的资金流水;

② 保荐机构陪同关键自然人,携带身份证等资料赴主要银行网点查询自然人在该行的开户情况并打印新发现账户(如有)的报告期内资金流水,选取的主要银行范围包括:1)主要国有银行,包括中国工商银行、中国农业银行、中国银行、中国建设银行、交通银行以及邮储银行;2)主要股份制银行,包括浦发银行、招商银行、中信银行、兴业银行、民生银行以及平安银行;3)主要本地银行,包括浙商银行、杭州银行以及临安农商行;

③ 仔细核查前述步骤取得的银行流水,统计在上述银行流水中出现过的其它未提供的本人账户,并要求关键自然人补充提供前述账户在报告期内的银行流水;

④ 核查对象签署声明承诺其完整提供全部银行账户和报告期内(与任职期间重合)的所有流水;

⑤ 取得公司报告期内主要客户、供应商、主要关联方名单(含上述主体的法定代表人、自然人控股股东等),在取得的关键自然人银行流水的交易对手方中核查是否存在上述名单中的主体;

⑥ 核查关键自然人银行流水中的异常流水明细,标准系实际控制人金额超过20万元且无法直接判断合理性,其他人员金额超过5万元且无法直接判断合理性;

⑦ 核查关键自然人银行流水中是否存在与自然人频繁大额资金往来的交易;

⑧ 核查关键自然人银行流水中是否存在频繁现金存取的情况;

⑨ 与关键自然人本人,就异常交易逐笔确认交易背景及合理性,并签署对交易背景的确认声明。

## (4) 资金流水核查结论

1) 公司资金管理相关内部控制制度是否存在较大缺陷

我们访谈了公司相关财务人员,查阅了货币资金相关的内部控制制度,了解

了公司关于货币资金相关的内部控制制度，并进行穿行测试和内控测试。

经核查，公司已对货币资金的收支和保管业务建立了较严格的授权批准程序，办理货币资金业务的不相容岗位已作分离，相关机构和人员存在相互制约关系。公司已按国务院《现金管理暂行条例》，明确了现金的使用范围及办理现金收支业务时应遵守的规定。公司已按中国人民银行《支付结算办法》及有关规定制定了银行存款的结算程序。公司规定下属企业严禁进行期货交易、严禁擅自向外单位出借多余资金、严禁向职工集资、严禁私设银行账户等。公司报告期内存在使用个人卡收取年会赞助款和废料收购商罚款，以及支付年会费用、工资等情况，公司对个人卡保管、使用、资金管理制定了严格的管控及监督制度，以保证个人卡资金的安全性，并已于 2020 年 3 月停止使用个人卡，将个人卡资金余额转入公司对公账户。2018 年至 2019 年，公司通过公司员工的个人卡代收款项的金额分别为 175.44 万元和 232.32 万元，2018 年 12 月 31 日及 2019 年 12 月 31 日个人卡资金余额分别为 0.83 万元、70.42 万元，金额较小，公司没有影响货币资金安全的重大不适当之处。

综上，公司制定并严格执行资金管理内部控制制度，不存在较大缺陷。

2) 是否存在银行账户不受公司控制或未在公司财务核算中全面反映的情况，是否存在公司银行开户数量等与业务需要不符的情况

我们取得了公司的《已开立银行账户清单》，并对所有银行账户进行函证，将获取的《已开立银行账户清单》与公司财务账面的银行账户进行核对，并将报告期内公司的银行流水与公司资金明细账进行双向核对，核查资金流水是否存在异常，是否均完整、准确入账，是否存在账户开立与公司业务不相符的情况。

经核查，公司不存在银行账户不受公司控制或未在公司财务核算中全面反映的情况，亦不存在公司银行开户数量等与业务不符的情况。

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

我们取得公司报告期内主要客户、供应商名单，并在取得的银行流水中核查是否存在向客户支付款项或收到供应商款项等异常情形；核查大额流水的交易背景，取得相关的交易凭证，大额流水的筛选标准为人民币金额 50 万以上，美元金额 5 万元以上。报告期内各期，具体的核查比例和金额情况如下表所示：

单位：万元

| 项 目      | 2018 年     | 2019 年     | 2020 年     |
|----------|------------|------------|------------|
| 资金总流入    | 159,582.34 | 247,565.12 | 318,829.58 |
| 资金总流出    | 168,493.14 | 248,718.56 | 311,662.14 |
| 核查的资金流入  | 142,751.32 | 195,821.94 | 300,414.33 |
| 资金流入核查比例 | 89.45%     | 79.10%     | 94.22%     |
| 核查的资金流出  | 146,843.30 | 190,407.86 | 283,348.82 |
| 资金流出核查比例 | 87.15%     | 76.56%     | 90.92%     |

经核查，公司资金流向主要用于日常的采购和经营，大额资金往来不存在重大异常，亦不存在与公司经营活动、资产购置、对外投资等不相匹配的情形。

4) 公司与控股股东、实际控制人、董事、监事、高管、关键岗位人员等是否存在异常大额资金往来

我们在银行流水中筛查是否存在部分自然人频繁大额报销的情形；在银行流水中筛查是否存在与董监高及其它员工非正常大额往来的情形。经核查，存在以下情形：

2019 年 2 月鲍佳因个人资金周转用途从发行人处领取备用金 100 万元，鲍佳已于 2019 年 5 月 30 日、2019 年 6 月 11 日分两笔全部归还上述备用金，并支付利息 15,067 元。上述事项分别于发行人第三届董事会第十三次会议和 2020 年第三次临时股东大会上进行了补充审议并获通过，并由独立董事发表了独立意见。

除前述情形外，公司不存在与实际控制人、董事、监事、高管、关键岗位人员异常大额资金往来的情形。

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

我们对公司大额银行流水对应的记账凭证及原始单据等资料进行复核。经核查，公司不存在大额或频繁取现的情形。除公司及其子公司内部之间相互转账情形和各类理财及存款产品申购赎回外，公司同一账户或不同账户之间，不存在金额、日期相近的异常大额资金进出的情形且无合理解释的情形。

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

我们核查了公司银行流水中的大额交易，了解了其交易背景和内容，并取得了合同、发票以及验收单等交易凭证。同时获取了公司的无形资产清单以及相关

费用科目的明细表。

经核查，公司不存在大额购买无实物形态资产或服务（如商标、专利技术等）的情形。

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

我们会同公司保荐机构取得了公司实际控制人的银行账户信息以及银行卡流水，对个人单笔 20 万以上或同日连续转账金额超过 20 万以上的流水进行核查。针对金额较大、频率较高的转账、取现等逐笔确认交易背景及合理性，并签署对交易背景的确认声明。

经核查，公司实际控制人金利伟、鲍佳的银行流水中，存在以下情形：

2018 年，公司实际控制人鲍佳曾为公司代垫前销售总监沈琦工资 500,000.00 元。

沈琦已于 2018 年 1 月因个人原因从公司离职，其与公司不存在劳务纠纷或其他利益安排。公司已于 2019 年与鲍佳结清上述代垫款，并为该员工补缴了个人所得税。

除此之外，公司实际控制人金利伟、鲍佳的银行流水中大额资金往来主要系其个人理财投资、直系亲属往来、亲朋借款、子女教育支出及向唯艾诺贰号和唯艾诺叁号出资等，不存在发行人实际控制人个人账户大额资金往来较多且无合理解释，或者频繁出现大额存现、取现情形。

8) 控股股东、实际控制人、董事、监事、高管、关键岗位人员是否从公司获得大额现金分红款、薪酬或资产转让款、转让公司股权获得大额股权转让款，主要资金流向或用途存在重大异常

#### ① 报告期内现金分红情况

2019 年 6 月 13 日，公司召开 2018 年年度股东大会，审议通过《关于公司 2018 年度利润分配的议案》，以总股本 199,896,729 股为基数，向全体股东每股分配现金股利 0.5 元(含税)，派发现金股利总额 99,948,364.50 元。

2019 年 12 月 13 日，公司召开 2019 年第一次临时股东大会，审议通过《关于公司利润分配的议案》，以总股本 199,896,729 股为基数，向全体股东每股分配现金股利 0.5 元(含税)，派发现金股利总额 99,948,364.50 元。

2018 年至 2020 年，公司控股股东、实际控制人、董事、监事、高管及其它

关键岗位人员从公司取得现金分红金额分别为 0 万元、13,224.00 万元（扣除代扣代缴金额后）和 0 万元；控股股东、实际控制人金利伟在上述期间取得的分红合计 12,883.18 万元，其中 12,580.50 万元在分红到账后用于购买银行理财，资金用途和去向较为清晰。

## ② 薪酬情况

报告期内，公司关键管理人员报告期内获得的薪酬情况如下表所示：

| 期 间     | 薪酬总额(万元) |
|---------|----------|
| 2018 年度 | 555.58   |
| 2019 年度 | 574.58   |
| 2020 年度 | 582.26   |
| 合 计     | 1,712.42 |

报告期内各期关键管理人员薪酬水平较为稳定，分布正常，不存在单个人员获得大额薪酬的情形。

## ③ 转让公司股权情况

报告期内，公司控股股东、实际控制人、董事、监事、高管、关键岗位人员不存在转让公司股权获得大额股权转让款的情况。

④ 上述人员获得的现金分红、薪酬以及转让公司股权获得的股权转让款等均较为合理，资金用途和流向不存在异常情形

我们对公司控股股东、实际控制人、董事、监事、高管、关键岗位人员的银行流水进行了核查，检查了个人单笔 5 万元以上（控股股东、实际控制人 20 万元以上）或同日连续转账金额超过 5 万以上（控股股东、实际控制人 20 万元以上）的流水。

报告期内公司控股股东、实际控制人、董事、监事、高管、关键岗位人员从公司处获得的现金分红、薪酬等去向主要系投资理财、自购房产、亲朋往来、日常消费以及支付受让股权、增资员工持股平台等的价款，对于直系亲属间往来金额较大的，我们进一步取得了交易对手方的银行流水或进行访谈，并核实了主要资金去向均系正常投资理财活动和购买房产等支出，不存在与公司客户、供应商以及其实控人、关键管理人员进行资金往来的情形。

经核查，报告期内公司控股股东、实际控制人、董事、监事、高管、关键岗位人员从公司处获得的现金分红、薪酬较为合理，不存在从公司获得大额资产转

让款、转让公司股权获得大额股权转让款的情形，主要资金流向或用途不存在重大异常。

9) 控股股东、实际控制人、董事、监事、高管、关键岗位人员与公司关联方、客户、供应商是否存在异常大额资金往来

我们对公司控股股东、实际控制人、董事、监事、高管、关键岗位人员的银行流水进行了核查，检查了个人单笔 5 万元以上（控股股东、实际控制人 20 万元以上）或同日连续转账金额超过 5 万以上（控股股东、实际控制人 20 万元以上）的流水。同时，取得公司报告期内主要客户、供应商及其主要关联方名单（含上述主体的法定代表人、自然人控股股东等），在取得的关键自然人银行流水的交易对手方中核查是否存在上述名单中的主体。

经核查，报告期内公司控股股东、实际控制人、董事、监事、高管等人员与公司关联方、客户、供应商不存在异常大额资金往来。

10) 是否存在关联方代公司收取客户款项或支付供应商款项的情形

我们会同公司保荐机构对公司控股股东、实际控制人、董事、监事、高管人员以及实际控制人控制的杭州侨治投资有限公司、员工持股平台杭州唯艾诺投资合伙企业(有限合伙)、杭州唯艾诺贰号企业管理合伙企业（有限合伙）、杭州唯艾诺叁号企业管理合伙企业（有限合伙）等的银行流水进行了核查，针对个人单笔 5 万元以上（控股股东、实际控制人 20 万元以上）或同日连续转账金额超过 5 万以上（控股股东、实际控制人 20 万元以上），非自然人金额 50 万元以上或同日连续转账超过 50 万元的流水进行核查。同时，取得公司报告期内主要客户、供应商及其法定代表人和自然人控股股东的名单，在取得的关键自然人和实控人控制的其他企业银行流水的交易对手方中核查是否存在上述名单中的主体。

经核查，不存在关联方代公司收取客户款项或支付供应商款项的情形。

综上，我们认为，公司内部控制健全有效、不存在体外资金循环形成销售回款、承担成本费用的情形。

## 6. 核查结论

经核查，我们认为，公司销售收入真实，我们执行的核查程序充分。

**（二）详细说明针对 JS UNITRADE 及其终端销售情况执行的核查程序、核查内容和覆盖比例，并就其销售收入真实性发表明确核查意见**

1. 针对 JS UNITRADE 及其终端销售情况执行的核查程序、核查内容和覆盖

比例

(1) 检查公司与 JS UNITRADE 签订的合同、订单，核查其与相关业务往来是否一致；取得并核查 JS UNITRADE 与公司之间的月度采购或付款数据，核实金额异常波动的情况；

(2) 抽查公司向 JS UNITRADE 销售的销售订单、出库单、报关单、提单以及运输单据、发票、回款单等原始业务单据，核查相关货物流、票据流以及资金流是否真实和一致；报告期内对 JS UNITRADE 的回款进行 100%核查；

(3) 针对公司向 JS UNITRADE 的销售，将公司对 JS UNITRADE 的销售记录与海关数据的匹配性进行分析，报告期内公司对 JS UNITRADE 的销售收入与海关查询到的公司对 JS UNITRADE 的出口报关记录 100%匹配；

(4) 对 JS UNITRADE 进行函证，报告期内对 JS UNITRADE 的销售收入及应收账款余额函证比例均为 100%，且回函全部相符；

(5) 我们会同公司保荐机构、律师于 2017 年 12 月对 JS UNITRADE 进行了实地走访，访谈了解其与公司交易背景、交易情况、其产品终端销售客户、渠道等情况，实地查看了 JS UNITRADE 的运营场所和仓库，并对 JS UNITRADE 在马尼拉的若干家终端销售店铺（超市、小卖店、药店等）进行独自走访核查并观察消费者选购情况，了解 JS UNITRADE 主要产品的市场销售情况，查看终端销售渠道产品生产日期是否较新，核查是否存在压货或滞销的情形；由于前次走访时间较早且客户重要性较高，我们会同公司保荐机构、律师原计划于 2020 年 1 月对 JS UNITRADE 进行补充实地走访，但由于菲律宾当时发生火山爆发，而 2020 年 1 月底国内发生新冠肺炎疫情，导致实地走访不再具有可行性，因此改为线上视频访谈；

(6) 将在菲律宾当地超市观察以及查询阿里巴巴旗下东南亚电商平台 Lazada 获取的 EQ 产品终端销售价格信息与公司销售给 JS UNITRADE 的同类型商品价格进行比较，核实公司销售价格公允。具体情况已申请豁免披露。

(7) 要求 JS UNITRADE 提供其可靠产品的进销存情况、终端销售渠道销售额及占比等情况。根据 JS UNITRADE 提供的期末可靠产品结存金额等数据计算得出 JS UNITRADE 的各期终端销售情况如下：

单位：万元

| 期 间     | JS UNITRADE 向公司<br>当期采购金额 | JS UNITRADE 采购可<br>靠产品当期销售金额 | 当期销售金额占<br>采购金额比例 |
|---------|---------------------------|------------------------------|-------------------|
| 2020 年度 | 56,709.22                 | 56,414.14                    | 99.48%            |
| 2019 年度 | 40,319.80                 | 36,861.87                    | 91.42%            |
| 2018 年度 | 33,216.43                 | 33,869.01                    | 101.96%           |

## 2. 核查结论

经核查，我们认为，公司对 JS UNITRADE 的销售收入是真实的。

**二、关于产能利用情况。**发行人在招股书中披露，与天津露乐终止合作的主要原因系发行人对杜迪公司的供货，将影响其对天津露乐的供货时效性。发行人在问询回复中基于 2017 年产能情况测算了假如发行人同时与菲律宾 JS、杜迪公司、天津露乐、万邦健康等进行合作，所需新增产能情况。

请发行人说明实际中 2018 年新增婴儿护理产品生产线的的时间和产能情况，并说明产能的计算过程；是否可以通过延长工作时间同时满足杜迪公司和天津露乐的供货需求；2019 年婴儿护理产品生产线产能利用率较低但仍存在外购产成品的原因及合理性。

请保荐机构和申报会计师进行核查，并发表核查意见。（反馈意见落实函问题 6）

**（一）2018 年实际新增婴儿护理产品生产线的的时间和产能情况，以及产能的计算过程**

| 生产线序号   | 产品系列  | 投产时间        | 计划速度<br>(片/分钟) | 开机率 | 班数<br>/天 | 合格率   | 班开机时间/天 | 2018 年有效<br>工作天数 | 2018 年新增<br>产能 (万片) |
|---------|-------|-------------|----------------|-----|----------|-------|---------|------------------|---------------------|
| 可艾 4 号线 | 婴儿纸尿裤 | 2018 年 8 月  | 480            | 80% | 2        | 97.5% | 630     | 84               | 3,962.65            |
| 可艾 7 号线 | 婴儿拉拉裤 | 2018 年 10 月 | 430            | 80% | 2        | 97.5% | 630     | 42               | 1,774.94            |
| 合 计     |       |             |                |     |          |       |         |                  | 5,737.59            |

2018 年新增产能=生产线计划速度\*班开机时间/天\*开机率\*班数/天\*合格率  
\*2018 年有效工作天数

**（二）是否可以通过延长工作时间同时满足杜迪公司和天津露乐的供货需求**

按照前次测算结果，如公司选择满足全部客户的供货需求，共需婴儿护理用品产能 128,191.08 万片；公司实际生产时采用 2 班轮换，并根据相关法律法规合理安排生产员工的加班时间，依据前述工作时间计算出公司 2017 年度婴儿护

理用品产能为 88,713.78 万片，缺口达 39,477.3 万片。公司生产人员单日工作时间已较长，进一步延长工作时间的空间较小。在 2017 年底公司已订购 2 条新的婴儿护理用品生产线并计划于 2018 年 8 月后投产，按照公司 2018 年度婴儿护理用品的实际产能 113,213.01 万片进行测算，预计产能缺口依旧高达 14,978.07 万片；而且公司预计在新增产线到位前将面临较长时间（1-7 月份）的产能缺口问题。

2017 年、2018 年公司婴儿护理用品生产线的实际产能分布情况如下：

| 项 目    | 2018 年度    |           | 2017 年度   |          |
|--------|------------|-----------|-----------|----------|
|        | 婴儿纸尿裤      | 婴儿拉拉裤     | 婴儿纸尿裤     | 婴儿拉拉裤    |
| 产能（万片） | 102,064.13 | 11,148.88 | 79,339.83 | 9,373.95 |
| 生产线数量  | 10         | 2         | 9         | 1        |

同时，由于目前公司生产线设备尚无法做到无人化自动生产，且实际工作中存在机器检修、换码调试设备、根据不同客户的产品调整设备等实际情况导致无法一直维持不间断生产状态，实际产量也会低于前述计算的产能。因此按照公司在 2017 年末拥有的实际条件，无法通过延长工作时间同时满足杜迪公司和天津露乐的供货需求。

### （三）2019 年婴儿护理产品生产线产能利用率较低但仍存在外购产成品的原因及合理性

2019 年公司婴儿护理用品生产线产能利用率为 76.65%，外购产成品数量为 887.49 万片，外购产成品金额合计 108.37 万元，全部系公司委托广东冠一卫生用品有限公司加工的婴儿拉拉裤。

2019 年公司委外加工婴儿拉拉裤产成品的原因如下：婴儿纸尿裤和婴儿拉拉裤由于产品结构差异较大，无法共用生产线进行生产。截至 2019 年初，公司共计拥有婴儿护理用品生产线 12 条，其中婴儿纸尿裤生产线 10 条，婴儿拉拉裤生产线 2 条；2 条婴儿拉拉裤生产线中，一条专供菲律宾 JS 生产婴儿拉拉裤使用（为菲律宾 JS 生产的婴儿拉拉裤结构与国内 ODM 客户杜迪、百诺恩等存在一定差异，采用专线生产），仅有 1 条婴儿拉拉裤生产线为国内 ODM 客户如杜迪、百诺恩、亲蓓等进行生产，因此产能较为紧张。2019 年 7-8 月期间，公司注意到市场上婴儿拉拉裤的销售出现了较大规模的增长，因此紧急与设备厂商联系，协商将原计划订购的婴儿纸尿裤生产线改为婴儿拉拉裤生产线，但因临时变更计

划，导致生产线的交付及投产直至 2020 年 2 月才完成。2019 年 11 月至 2020 年 2 月期间，由于公司多个 ODM 客户的婴儿拉拉裤订单量增长明显，为在规定时间内并行完成多个客户产品的交付，公司经与某些客户协商及征得客户的同意，将部分品牌产品的部分型号委外进行生产。2020 年 2 月后，随着新购置婴儿拉拉裤生产线的逐步投产到位，公司停止了与委外生产商的合作。2019 年，公司共计委外加工婴儿拉拉裤 887.49 万片；2020 年，公司共计委外加工婴儿拉拉裤 723.41 万片。公司 2019 年和 2020 年委外加工婴儿拉拉裤的数量占公司当期婴儿拉拉裤产量的 5.30%和 1.94%，占比较小。

综上，公司是在一条婴儿拉拉裤生产线供不应求、订购的婴儿拉拉裤生产线尚未交付的情形下经客户同意后委外加工了少量婴儿拉拉裤产品，具有合理性。

#### **（四）核查程序及结论**

1. 针对上述事项，我们主要执行了以下的核查程序：

（1）取得并查阅了公司产能计算表、固定资产台账；

（2）取得并查阅了公司与广东冠一卫生用品有限公司之间的委托加工合同及交易凭证等；

（3）访谈了解了 2019 年公司外购产成品的主要情况。

2. 核查结论

经核查，我们认为：

公司说明了 2018 年实际新增婴儿护理产品生产线的的时间和产能情况；2017 年底公司产能测算中所使用的工作时间已经接近满负荷，无法通过延长工作时间同时满足杜迪公司和天津露乐的供货需求。

2019 年公司委外加工婴儿拉拉裤产成品的原因主要系婴儿拉拉裤市场需求量增长较快，婴儿拉拉裤订单快速增加，导致公司婴儿拉拉裤产品产能紧张，在订购的婴儿拉拉裤生产线未交付前并经客户同意后公司委外加工少量婴儿拉拉裤产成品，具有合理性。

**三、关于销售费用。发行人在招股说明书中披露了促销费占自主品牌业务收入的比重与同行业可比公司对比情况、销售人员平均薪酬与同行业可比公司对比情况。**

**请发行人按照各业务模式及业务渠道计算促销费用率、员工数量、平均薪**

酬、人均客户数、人均产值，并与同行业可比公司同类业务模式或业务渠道的情况进行对比，说明差异原因及合理性。

请保荐机构和申报会计师进行核查，并发表核查意见。（反馈意见落实函问题 7）

（一）公司分业务模式及业务渠道的促销费用率

报告期内，公司促销费主要产生于自主品牌业务各渠道，具体划分情况如下：

单位：万元

| 业务模式   | 业务渠道 | 2020 年度      |          |        |
|--------|------|--------------|----------|--------|
|        |      | 主营业务收入（不含口罩） | 促销费用     | 促销费用率  |
| 自主品牌业务 | 线上渠道 | 29,805.89    | 3,727.14 | 12.50% |
|        | 线下渠道 | 6,809.67     | 399.19   | 5.86%  |

（续上表）

| 业务模式   | 业务渠道 | 2019 年度   |          |        | 2018 年度   |          |       |
|--------|------|-----------|----------|--------|-----------|----------|-------|
|        |      | 主营业务收入    | 促销费用     | 促销费用率  | 主营业务收入    | 促销费用     | 促销费用率 |
| 自主品牌业务 | 线上渠道 | 24,803.86 | 2,832.22 | 11.42% | 18,127.41 | 1,792.81 | 9.89% |
|        | 线下渠道 | 6,586.54  | 382.84   | 5.81%  | 7,308.95  | 518.91   | 7.10% |

公司自主品牌业务的线上渠道直接销售给终端消费者，而线下渠道主要销售给经销商、KA 等传统销售渠道。近年来，随着成人失禁用品行业的逐渐发展以及新型电子商务的崛起，人们的消费方式发生了较大的改变，当前线下传统渠道如 KA 卖场等更多开始扮演让消费者首次接触成人失禁用品的角色，消费者在首次使用后，通常更倾向于采用更为便捷的线上购买方式实现重复消费。因此，公司近年来借助电商销售的优势，不断大力发展线上渠道销售，线上渠道促销推广力度较大，而线下渠道则战略性地减少促销推广投入，故线上渠道的销售费用和销售费用率高于线下渠道，且线下渠道近年来的销售费用和销售费用率总体呈下降的趋势。

可比公司中，中顺洁柔主要系自主品牌销售，且传统的线下销售占主要部分，但其未披露分业务模式或业务渠道的销售费用。豪悦股份以 ODM 业务模式为主，除“网店推广费”外，其未披露其他促销费用；根据其披露的“网点推广费”及线上销售收入，可以计算得出其自主品牌线上渠道销售的促销费用率。百亚股份以自主品牌销售模式为主、ODM 销售为辅，其中自主品牌同时通过线上、线下销

售，并以线下销售为主，但其未详细披露分渠道的促销费用率，仅能计算其自主品牌整体促销费用率。

公司同行业可比公司促销费用率情况如下：

| 促销费率            | 2020 年度 | 2019 年度 | 2018 年度 |
|-----------------|---------|---------|---------|
| 中顺洁柔（自主品牌线上+线下） | 11.37%  | 9.16%   | 7.09%   |
| 豪悦股份（自主品牌线上部分）  | -       | 9.24%   | 11.94%  |
| 百亚股份（自主品牌线上+线下） | -       | 9.13%   | 8.15%   |
| 公司-自主品牌线上       | 12.50%  | 11.42%  | 9.89%   |
| 公司-自主品牌线下       | 5.86%   | 5.81%   | 7.10%   |

注：数据来源于可比公司定期报告或招股说明书，豪悦股份和百亚股份未披露 2020 年详细数据，中顺洁柔未披露 2020 年报，以 2020 年 1-6 月数据作为替代；豪悦股份促销费率为其招股说明书披露的网店推广费占线上销售收入比例，中顺洁柔促销费率根据其年度报告披露的产品促销费除以营业收入得出，百亚股份的促销费率根据促销费除以营业收入（剔除 ODM 业务收入）得出。本表计算时，公司自主品牌业务相关收入不包括口罩产品收入

通过对比，公司分业务模式和业务渠道的促销费用率与可比公司不存在重大差异。

## （二）公司分业务模式及业务渠道的员工数量及平均薪酬情况

报告期内，公司各业务模式及业务渠道的销售人员员工数量及平均薪酬情况如下表所示：

单位：万元、人、万元/人

| 业务模式   | 业务渠道 | 2020 年度  |       |       | 2019 年度  |       |       |          |       |       |
|--------|------|----------|-------|-------|----------|-------|-------|----------|-------|-------|
|        |      | 职工薪酬     | 平均员工数 | 平均薪酬  | 职工薪酬     | 平均员工数 | 平均薪酬  | 职工薪酬     | 平均员工数 | 平均薪酬  |
| ODM 业务 |      | 265.82   | 10    | 26.58 | 360.69   | 15    | 23.91 | 360.33   | 20    | 18.17 |
| 自主品牌业务 | 线上渠道 | 873.26   | 69    | 12.64 | 703.06   | 51    | 13.90 | 636.66   | 42    | 15.21 |
|        | 线下渠道 | 630.34   | 57    | 11.09 | 795.05   | 79    | 10.04 | 877.78   | 91    | 9.61  |
| 合计     |      | 1,769.41 | 136   | 13.02 | 1,858.80 | 145   | 12.83 | 1,874.78 | 153   | 12.27 |

注：平均员工人数=当期每个月领取薪酬的销售人员之和/当期月份数

报告期内，公司分业务模式及业务渠道的销售人员数量和平均薪酬均有所波动。具体分析如下：

### 1. ODM 业务及自主品牌线下渠道

2018 年开始，公司为优化线下销售团队，逐渐对线下渠道（包括 ODM 业务团队和线下自主品牌业务团队）实施减员增效，导致 ODM 业务及自主品牌线下渠道的销售人员总数减少，销售人员薪酬总额整体也略有下降。2019 年，公司减员增效效果开始凸显，ODM 业务的人均产值由 2018 年的 3,192.46 万元/人上升到 2020 年的 10,787.50 万元/人，线下自主品牌业务的人均产值由 2018 年度的 80.03 万元/人上升到 2020 年度的 119.82 万元/人，因此 ODM 业务及自主品牌线下销售人员平均薪酬均有所上升。

## 2. 自主品牌线上渠道

近年来，公司逐渐加大了对线上销售的推广和促销力度，因此逐年扩充线上销售团队，薪酬总额也逐年上升，但由于新增员工以中低职级的普通员工为主，平均薪酬总体略有下降。

由于同行业可比公司未详细披露分业务模式或分业务渠道的销售人员数量及薪酬，因此采用销售人员整体的平均薪酬作为对比。

公司同行业可比公司销售人员薪酬总额、员工数量及平均薪酬以及与公司分业务模式及业务渠道的平均薪酬的对比情况如下表所示：

单位：万元、人、万元/人

| 公 司       | 项目   | 2020 年度 | 2019 年度   | 2018 年度   |
|-----------|------|---------|-----------|-----------|
| 豪悦股份      | 职工薪酬 | -       | 1,320.35  | 1,048.77  |
|           | 员工数量 | -       | 108       | 93        |
|           | 平均薪酬 | -       | 12.23     | 11.28     |
| 中顺洁柔      | 职工薪酬 | -       | 24,369.63 | 20,094.50 |
|           | 员工数量 | -       | 2,652     | 2,346     |
|           | 平均薪酬 | -       | 9.19      | 8.57      |
| 百亚股份      | 职工薪酬 | -       | 10,249.67 | 9,106.25  |
|           | 员工数量 | -       | 1,330     | 1,369     |
|           | 平均薪酬 | -       | 7.71      | 6.65      |
| 公司        | 平均薪酬 | 13.02   | 12.83     | 12.30     |
| 其中：ODM 业务 | 平均薪酬 | 26.58   | 23.91     | 18.17     |
| 自主品牌线上    | 平均薪酬 | 12.64   | 13.90     | 15.43     |
| 自主品牌线下    | 平均薪酬 | 11.09   | 10.04     | 9.61      |

注：数据来源于可比公司定期报告或招股说明书。职工薪酬为计入销售费用

下的职工薪酬数额。可比公司均未披露 2020 年的详细数据。中顺洁柔及豪悦股份员工人数为各期末销售人员人数，百亚股份员工人数为其招股说明书中披露的销售人员年平均人数

上表中，豪悦股份与公司的商业模式较为类似，采用 ODM+自主品牌相结合的销售模式，公司总体的平均薪酬与其基本一致。中顺洁柔主要系自主品牌销售，且主要通过线下传统经销渠道进行销售，公司自主品牌线下销售渠道的平均薪酬与其较为接近。百亚股份销售模式以自主品牌为主、ODM 为辅，其中自主品牌同时通过线上、线下销售，并以线下销售为主；但公司自主品牌线下销售渠道平均薪酬略高于百亚股份销售人员整体平均薪酬，主要原因为百亚股份以传统的经销、KA 渠道为主，女性卫生用品的渗透率较高，经销区域的划分较为绵密，基层销售人员（覆盖地域较小）占比较高，故平均薪酬较低；而公司所处的成人失禁用品行业，单个销售区域内的客户密集度较低，公司单个线下销售人员覆盖的销售区域较广，销售人员以中层销售人员居多。

### （三）公司分业务模式及业务渠道的人均客户数、人均产值

报告期内，公司各业务模式及业务渠道的人均客户数、人均产值情况如下表所示：

单位：个/人、万元/人

| 业务模式   | 业务渠道 | 2020 年度   |           | 2019 年度   |          | 2018 年度   |          |
|--------|------|-----------|-----------|-----------|----------|-----------|----------|
|        |      | 人均客<br>户数 | 人均产值      | 人均客<br>户数 | 人均产值     | 人均客<br>户数 | 人均产值     |
| ODM 业务 |      | 4         | 10,787.50 | 3         | 5,578.01 | 2         | 3,192.46 |
| 自主品牌业务 | 线上渠道 | 10,268    | 431.45    | 10,027    | 490.36   | 7,733     | 439.45   |
|        | 线下渠道 | 16        | 119.82    | 13        | 83.20    | 14        | 80.03    |
| 总体情况   |      | 5,001     | 1,063.08  | 3,510     | 797.64   | 2,102     | 582.31   |

注：人均客户数=公司各模式渠道下当期发生交易的客户数/平均员工人数；人均产值=公司各模式渠道下主营业务收入/各模式渠道平均员工人数，总体情况人均产值=公司各模式渠道下主营业务收入之和/各模式渠道平均员工人数之和，各模式渠道下主营业务收入不含口罩产品收入；平均员工人数=当期每个月领取薪酬的销售人员之和/当期月份数。自主品牌线上渠道的客户数量为主要电商平台终端消费者的数量与电商超市客户数量之和

公司由于 ODM 业务客户比较集中，在促销、推广等方面投入较少，因此人均

客户数较小，人均产值较高。自主品牌业务模式下，由于线上渠道统一设置销售部门和人员，且线上客户主要为终端消费者，而线下渠道需要在全国分散布局，客户主要为经销商、KA 等机构客户，因此与线下渠道相比，线上渠道的人均客户数和人均产值均较高。

近年来，随着公司 ODM 业务及自主品牌业务线下渠道逐步实施销售人员减员增效，人均客户数和人均产值均有所提升；此外，由于报告期内自主品牌线上渠道的销售增长迅速，因此自主品牌线上渠道的人均客户数和人均产值也逐年提升。

公司同行业可比公司未披露分业务模式或分业务渠道的客户数，且未披露分业务模式或分业务渠道的销售人员构成，因此仅能比较销售人员总体人均产值，具体情况如下表所示：

单位：万元/人

| 项 目       | 2020 年度   | 2019 年度  | 2018 年度  |
|-----------|-----------|----------|----------|
| 豪悦股份      | -         | 1,808.69 | 1,558.65 |
| 中顺洁柔      | -         | 250.19   | 242.05   |
| 百亚股份      | -         | 86.42    | 70.21    |
| 公司总体情况    | 1,063.08  | 797.64   | 582.31   |
| 公司-ODM 业务 | 10,787.50 | 5,578.01 | 3,192.46 |
| 公司-自主品牌线上 | 431.45    | 490.36   | 439.45   |
| 公司-自主品牌线下 | 119.82    | 83.20    | 80.03    |

注 1：公司人均产值=公司各模式渠道下主营业务收入/各模式渠道平均员工人数，总体情况人均产值=公司各模式渠道下主营业务收入之和/各模式渠道平均员工人数之和，各模式渠道下主营业务收入不含口罩产品收入；平均员工人数=当期每个月领取薪酬的销售人员之和/当期月份数

注 2：可比公司人均产值=营业收入/销售人员总人数。可比公司均未披露 2020 年详细数据

豪悦股份以 ODM 业务为主，自主品牌销售为辅，自主品牌销售规模相对较小。通常情况下，ODM 业务由于所需的销售人员相对较少，且订单规模相对较大，因此人均产值会显著高于自主品牌业务；公司 ODM 业务人均产值高于豪悦股份总体人均产值，自主品牌业务（包括线上、线下）人均产值低于豪悦股份总体人均产值，符合实际情况，具有合理原因。公司总体的人均产值低于豪悦股份，主要系豪悦股份 ODM 业务规模及业务占比相对较高所致。

中顺洁柔主要通过线下销售渠道销售自主品牌卷纸、抽纸等生活用纸产品，且主要通过传统线下销售渠道进行销售；由于生活用纸总体消费群体更广泛、市场更大，且中顺洁柔为上市公司，在运营管理、促销推广方面都具有一定优势，因此其人均产值高于公司自主品牌线下渠道具有合理性。

百亚股份以自主品牌销售模式为主、ODM 销售为辅，其中自主品牌以线下销售为主，公司自主品牌线下渠道的人均产值与其较为接近。

综上，公司与人均产值与个别同行业可比公司相比存在差异，但差异具有合理原因。

#### **（四）核查程序及结论**

1. 针对上述事项，我们主要执行了以下的核查程序：

（1）对公司销售部门、财务部门、人力资源部门进行访谈，了解公司的促销政策、销售人员薪酬和激励政策，以及促销费用和销售人员职工薪酬核算的方式；

（2）了解与促销费用、销售人员薪酬相关的关键内部控制，评价这些控制的设计，确认其是否得到执行，并测试相关内部控制的运行有效性，确认促销费用、销售人员薪酬归集的准确性、完整性；

（3）对促销费用及销售人员职工薪酬执行截止性测试，检查是否存在费用跨期的情形；

（4）获取促销费用台账、人员及薪酬台账、客户数量统计表，查阅审计报告、IT 审计报告，计算促销费用率、员工数量、平均薪酬、人均客户数、人均产值，并将上述指标与同行业可比公司进行对比，并分析差异产生的原因及合理性；

（5）对公司实际控制人、主要管理人员和主要财务人员的银行流水进行核查，检查是否存在代垫相关销售费用的情形。

#### **2. 核查结论**

经核查，我们认为：

公司通过与同行业可比公司相应的销售模式或销售渠道对比，促销费用率不存在重大差异，员工平均薪酬、人均产值与个别可比公司存在差异但具有合理原因，人均客户数由于同行业可比公司客户数量、分模式或分渠道销售人员数量等相关数据未详细披露，因此无法比较。

#### **四、关于口罩生产设备。2020 年 1-6 月，发行人对熔喷生产线计提减值准**

备 1,665.30 万元，未对口罩及配套设备计提减值准备。

请发行人补充说明与口罩生产相关的生产线及配套机器设备的投入情况，包括时间、名称、数量、金额等；结合口罩在手订单、售价及预计生产销售数量，说明相关资产减值准备计提是否充分，同类资产是否均计提减值准备，部分资产未计提减值准备的原因及合理性。

请保荐机构和申报会计师进行核查，并发表核查意见。（反馈意见落实函问题 8）

（一）与口罩生产相关的生产线及配套机器设备的投入情况

截至 2020 年 12 月 31 日，公司与口罩生产相关的生产线及配套机器设备的投入情况如下：

单位：条、万元

| 设备名称      | 设备用途     | 投入时间         | 数量 | 账面原值     | 累计折旧  | 减值准备     | 账面价值     | 截至本说明回复日状况 |
|-----------|----------|--------------|----|----------|-------|----------|----------|------------|
| 熔喷布生产线[注] | 生产口罩用熔喷布 | 2020 年 5 月   | 2  | 3,983.43 | 16.11 | 3,259.35 | 707.96   | 停用         |
| 口罩及配套设备   | 生产口罩     | 2020 年 3-9 月 | 6  | 1,406.17 | 79.09 |          | 1,327.08 | 正常生产       |
| 合 计       |          |              | 8  | 5,389.60 | 95.20 | 3,259.35 | 2,035.04 | —          |

[注]其中 1 条熔喷布生产线尚未转固，在在建工程项目列报

（二）结合口罩在手订单、售价及预计生产销售数量，说明相关资产减值准备计提是否充分，同类资产是否均计提减值准备，部分资产未计提减值准备的原因及合理性

1. 口罩及配套设备未计提减值准备的原因

公司于 2020 年 6 月暂停口罩的大规模生产。但公司基于对秋冬季节全球新冠疫情的判断，公司口罩机只是暂时停止大规模生产，为供应国内口罩销售，仍保持小规模生产状态，经公司评估未发生减值，未计提减值准备。2020 年 9 月后由于全球疫情反弹，公司新取得了 3,000.00 万只国外口罩订单，同时 2020 年下半年国内零售渠道实现口罩销售 252.69 万只，公司已重新启动了口罩生产线的大规模生产，其中 2020 年 11 月和 12 月口罩生产线总体产能利用率达到约 20%，为公司带来了一定的收入和利润。经审计，2020 年 7-12 月公司口罩产品实现销售收入 2,188.81 万元、对应销售成本 841.01 万元，实现口罩销售毛利 1,347.80 万元。

2021 年 1-2 月，公司合计实现口罩销售 637.99 万只，销售收入 218.97 万元。其中，2021 年 1-2 月公司电商自营店铺等零售渠道实现口罩销售 55.42 万只，实现销售收入 54.01 万元，毛利金额 39.70 万元。预计未来一段时间仍将保持一定的口罩产品盈利。

综上，公司未对 6 条口罩生产线计提减值准备具有合理性。

## 2. 熔喷布生产线计提减值准备的原因

### (1) 公司熔喷布生产线已停用且未来启用可能性较低

2020 年 4-5 月，受新冠疫情影响，公司口罩产品主要原材料熔喷布价格大幅上涨，且供不应求、采购难度较大，为满足公司口罩在手订单的及时交付，公司向江苏迎阳无纺机械有限公司采购 2 条熔喷布生产线用于生产口罩原材料熔喷布，以满足公司正常口罩生产需求。采购熔喷布生产线当时熔喷布市场价格畸高且公司要求采购现货生产线，因此导致该 2 条熔喷布生产线采购价格远高于平时价格。随着国内疫情好转及熔喷布专业生产企业新增产能逐步释放，国内市场上熔喷布供应日渐充足，熔喷布销售价格回落明显，公司可以从市场上足量采购价格合适的熔喷布满足公司口罩生产需求，因此公司停止使用该 2 条熔喷布生产线且未来启用可能性较低。

### (2) 熔喷布生产线市场重置价格低于公司采购价格

随着市场熔喷布价格回落，熔喷布生产线价格也相应回落。公司向两家同类生产设备厂家进行询价，含税报价分别为 650 万元/台和 580 万元/台，较公司该 2 条熔喷布生产线含税采购价格 4,500 万元下降较多。

### (3) 相关诉讼结果存在不确定性

由于江苏迎阳无纺机械有限公司未按照合同约定履行该 2 条熔喷布生产线交付义务，公司已向法院提起诉讼，要求江苏迎阳无纺机械有限公司赔偿公司损失，但相关诉讼请求的结果存在不确定性。截至本说明出具日，该诉讼案件尚未审结。

综上，由于公司熔喷布生产线已停用且未来启用可能性较低、熔喷布生产线重置成本严重低于账面价值且相关赔偿请求结果存在不确定性，故公司于报告期末对该 2 条生产线按照对外处置的预计可收回金额低于账面价值部分计提了减值准备 3,259.35 万元，减值准备计提充分。

## (三) 核查程序及结论

1. 针对上述事项，我们主要执行了以下的核查程序：
- (1) 实地查看公司熔喷布生产线及口罩设备；
  - (2) 获取公司熔喷布生产线的减值准备计提原因、方法及依据；
  - (3) 结合公司未来对口罩设备和熔喷布生产线的业务规划，复核相关减值准备计提的合理性；
  - (4) 结合公司 2020 年下半年口罩业务实际情况及 2021 年 1-2 月口罩销售情况，复核相关减值准备计提的合理性。

2. 核查结论

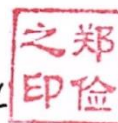
经核查，我们认为，口罩业务相关专用设备的资产减值准备计提具有合理性且计提充分，公司未对 6 条口罩生产线计提减值准备具有合理性。

天健会计师事务所（特殊普通合伙）



中国注册会计师：

郑之



中国注册会计师：

左芹



二〇二一年三月十八日