

# 广州华研精密机械股份有限公司

(广州市增城经济技术开发区新塘镇创立路 6 号)



## 关于广州华研精密机械股份有限公司 申请首次公开发行股票并在创业板上市 的审核中心意见落实函的回复

保荐人（主承销商）



(浙江省杭州市西湖区天目山路 198 号财通双冠大厦西楼)

**深圳证券交易所：**

贵所于 2021 年 3 月 15 日出具的《关于广州华研精密机械股份有限公司申请首次公开发行股票并在创业板上市的审核中心意见落实函》（审核函〔2021〕010365 号）（以下简称“审核中心意见落实函”）已收悉，广州华研精密机械股份有限公司（以下简称“华研精机”、“公司”或“发行人”）与财通证券股份有限公司（以下简称“保荐机构”或“保荐人”）、北京海润天睿律师事务所（以下简称“发行人律师”）及天健会计师事务所（特殊普通合伙）（以下简称“申报会计师”）等相关方对审核中心意见落实函所列问题进行了逐项落实、检查，现回复如下，请予审核。

**说明：**

一、如无特别说明，本回复使用的简称或名词释义与《广州华研精密机械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。

**二、本回复中的字体代表以下含义：**

|                 |               |
|-----------------|---------------|
| 问询函所列问题         | <b>黑体</b>     |
| 对问题的回答、招股说明书的引用 | 宋体            |
| 对招股说明书的修改、补充    | <b>楷体（加粗）</b> |

## 目录

|                      |    |
|----------------------|----|
| 问题 1：关于市场竞争地位.....   | 4  |
| 问题 2：关于中介机构核查程序..... | 35 |
| 问题 3：关于境外客户.....     | 43 |
| 问题 4：关于融资租赁客户.....   | 57 |
| 问题 5、关于资产减值.....     | 63 |
| 问题 6：关于业绩波动.....     | 66 |

## 问题 1：关于市场竞争地位

招股说明书披露，公司主营瓶坯智能成型系统、瓶坯模具的研发、设计、生产和销售，处于食品、饮料、日化等快消品包装设备领域细分行业。行业内能够集成应用射台锁模机构、瓶坯模具、周边自动化装备及控制系统等软硬件，提供全套 PET 瓶坯注塑成型解决方案的供应商较少。

请发行人：

(1) 结合快消品包装设备领域的细分市场格局、发行人的产品类型、各类型产品的收入占比及应用领域、直接竞争对手的基本情况，补充披露发行人相关产品所处行业的竞争格局、发行人的行业竞争地位；

(2) 结合下游行业的市场需求及市场发展前景，客观分析并披露发行人所处行业及主要产品的市场空间、未来的发展潜力及竞争优势，会否出现短期内持续经营能力发生重大不利变化的情形。

请保荐人、发行人律师发表明确意见。

回复：

### 一、发行人补充披露

(一) 结合快消品包装设备领域的细分市场格局、发行人的产品类型、各类型产品的收入占比及应用领域、直接竞争对手的基本情况，补充披露发行人相关产品所处行业的竞争格局、发行人的行业竞争地位

1、结合快消品包装设备领域的细分市场格局、发行人的产品类型、各类型产品的收入占比及应用领域、直接竞争对手的基本情况，补充披露发行人相关产品所处行业的竞争格局

发行人在招股说明书“第六节 业务与技术”之“三、发行人所处行业竞争状况及行业地位分析”之“(一) 行业竞争情况”中补充披露如下内容：

“公司主营瓶坯智能成型系统、瓶坯模具的研发、设计、生产和销售，处于食品、饮料、日化等快消品包装设备行业，快消品包装包括塑料包装、纸包装、玻璃包装、金属包装等，公司处于其中的塑料瓶包装设备的细分领域。

塑料瓶包装生产过程中使用的设备包含瓶坯成型设备、吹瓶设备、灌装设备、旋盖设备、二次包装设备等，瓶坯成型设备生产出的瓶坯通过后续吹瓶工序制成塑料瓶，再经灌装、旋盖、贴标等操作，最终完成瓶装水、食品、饮料等产品的包装和生产。公司生产、销售上述产业链中的瓶坯成型设备，通常与后端吹瓶设备、灌装设备和二次包装设备等连线生产，公司与吹灌旋设备拥有相同的客户群体、为其提供瓶包装生产过程中不同环节、不同功能的设备，不具有直接的竞争关系。

公司瓶坯成型设备产品包括瓶坯智能成型系统和瓶坯模具，合计收入占比在 70%-80%之间，均用于生产 PET 瓶坯，最终应用于瓶装水、饮料、食用油、日化等快消品包装领域，两者的收入及占当期主营业务收入的比例情况如下：

单位：万元

| 项目       | 2020年     |        | 2019年     |        | 2018年     |        |
|----------|-----------|--------|-----------|--------|-----------|--------|
|          | 金额        | 占比     | 金额        | 占比     | 金额        | 占比     |
| 瓶坯智能成型系统 | 29,153.60 | 56.28% | 27,627.69 | 61.03% | 24,290.50 | 61.67% |
| 瓶坯模具     | 8,201.70  | 15.83% | 6,040.91  | 13.34% | 5,544.41  | 14.08% |
| 合计       | 37,355.30 | 72.11% | 33,668.60 | 74.37% | 29,834.91 | 75.75% |

公司在瓶坯智能成型系统和瓶坯模具各自产品领域的竞争格局、直接竞争对手情况如下：

## 1、瓶坯智能成型系统领域的竞争情况

### （1）竞争格局

96 腔及以上高端、中高端瓶坯智能成型系统产品对精密化、高速化、智能化和安全稳定特性具有严格要求，其设计制造领域具有较高的进入壁垒，主要面向食品、饮料、日化等快消品大型企业客户，该类客户通常把产品性能稳定、生产效率高、节能效果好的行业品牌供应商作为第一选择，新进入者面临较高的客户、品牌壁垒。因此，96 腔及以上高端、中高端瓶坯智能成型系统市场呈现向品牌企业集聚的态势，头部聚集效应明显。96 腔及以上高端、中高端瓶坯智能成型系统全球市场的主要参与者包括赫斯基、华研精机、耐驰特、西帕、萨克米等，其中赫斯基占据了大部分的市场份额；境内市场则主要是华研精机和赫斯基

两者竞争，呈现国产设备不断替代的趋势。

72 腔及以下中端、小型瓶坯智能成型系统产品的技术要求相对较低，通用注塑机配置模具（通常配置 48 腔以下模具）及周边设备后也可用于瓶坯成型并参与市场竞争，面向的客户群体通常对于大批量、高速度的瓶坯生产要求稍弱，整体竞争较为激烈，生产厂商相对较多。

## （2）直接竞争对手

行业内能够集成应用射台锁模机构、瓶坯模具、周边自动化装备及控制系统等软硬件，提供全套 PET 瓶坯注塑成型解决方案的供应商较少，瓶坯智能成型系统领域的主要直接竞争对手如下：

### ①赫斯基

赫斯基 1953 年成立于加拿大，系全球销售规模排名前列的提供注塑设备和服务的供应商，设计并制造各类注塑机、热流道、机械手、模具和集成系统。赫斯基拥有广泛的产品系列，所生产的设备可用于制造各类塑料制品，如饮料瓶和瓶盖、食品容器、汽车组件和消费类电子产品等，能为 100 多个国家/地区的客户提供支持（资料来源：赫斯基官网 <https://www.husky.co/ZH-CN/>）。赫斯基为非上市公司，未公开财务数据。

### ②西帕

西帕是由佐帕斯家族私人所有的公司，隶属于佐帕斯工业集团，公司总部设在意大利，有 18 个销售分公司、4 个制造厂和 28 个服务中心。西帕在 PET 容器解决方案方面拥有 30 年的经验，产品系列包括瓶坯生产设备以及一步法注塑拉伸吹塑成型系统和拉伸吹塑成型设备、灌装单元、工艺设备以及一整套机械手和码垛解决方案，产品广泛应用于食品、饮料、化工产品、化妆品、清洁剂和医药领域。西帕还提供注塑模具翻新和换型服务，8 个翻新中心分别位于意大利、中国、日本、墨西哥、巴西、南非和美国等国家或地区（资料来源：<https://www.sipasolutions.cn/cn/>；<https://www.zoppasindustries.com/en/>）。西帕为非上市公司，未公开财务数据。

### ③耐驰特

耐驰特的起步可追溯至 1857 年，1945 年耐驰特售出其第一台注塑机。1992 年，克劳斯玛菲收购了耐驰特的多数股份。2016 年，中国化工集团收购克劳斯玛菲集团。耐驰特被克劳斯玛菲收购后，作为其一个子品牌运营，主要产品包括 PET-LINE、PETFORM 系列瓶坯注塑系统，及 ELION、ELION MED、 ELIOS 系列注塑机等；克劳斯玛菲在全球开展业务，其产品应用于汽车、建筑、共混改性和回收、饮料包装、白色家电、医疗等行业（资料来源：<https://www.kraussmaffei.com/en/home>；<http://www.one.netstal.com/cn/historie.html>）。耐驰特为非上市公司，未公开财务数据。

### ④广州一道注塑机械股份有限公司（以下简称“一道注塑”）

广州一道注塑机械股份有限公司成立于 2005 年，曾为 A 股上市公司广州达意隆包装机械股份有限公司（股票代码：002209）的参股公司，2017 年 11 月 27 日其持有的一道注塑 34.44% 股权被对外出售。一道注塑提供瓶坯注塑机及全套 PET 瓶坯产品解决方案，产品从注塑成型设备，到注塑模具、干燥系统、除湿机、冰水系统、空压系统、瓶坯输送装置、软包机等，主要产品分为瓶坯系列、瓶盖系列、新型注塑机系统。根据最新的公开数据，一道注塑 2017 年营业收入为 7,329.05 万元，净利润为-1,033.28 万元（资料来源：达意隆 2017 年年度报告）。

### ⑤德玛克控股集团有限公司（以下简称“德玛克”）

德玛克控股集团有限公司成立于 2007 年，主要为客户提供 PET 包装瓶整厂规划，从瓶坯设计到吹瓶成型，产品包括 PET 注坯系统、针阀式瓶坯模具、PET 全自动吹瓶机、PET 吹瓶模具、自动化系统设计、吹瓶机项目改造工程等。PET 注坯系统包括 iPET 系列高性能瓶坯注塑系统、DP 系列高速瓶坯注塑系统、ECO 系列高效瓶坯注塑系统，可分别搭配不同腔数模具运行，设立了德玛克（长兴）注塑系统有限公司、德玛克（长兴）自动化系统有限公司两个生产基地（资料来源：德玛克控股集团有限公司 <http://www.demark.cn/>）。该公司为非上市公司，未公开财务数据。

## ⑥广东伊之密高速包装系统有限公司

广东伊之密高速包装系统有限公司成立于 2013 年，系 A 股上市公司广东伊之密精密机械股份有限公司（股票代码：300415）的控股子公司，主营生产、研发、销售高速包装系统及模具，产品包括高速 PET 瓶坯注塑系统和 PET 瓶坯模具。2019 年，该公司高速包装系统和模具销售收入 7,795.86 万元。（资料来源：伊之密 2019 年年度报告）。

## 2、瓶坯模具领域的竞争情况

### （1）竞争格局

瓶坯模具既可内嵌于瓶坯智能成型系统之中，亦可独立销售。瓶坯模具是一个小而专的行业，该领域出现一批专业制造模具的企业参与市场竞争。随着模具腔数的增加，技术壁垒也更高，高腔数瓶坯模具需要具备优异的流道平衡技术以及搭配机器有效兼容、良好衔接的能力，市场上的主要参与者包括华研精机、赫斯基、广东星联、台州汇源、成都联余等，市场份额相对集中。但是，在中小型模具领域，技术门槛相对较低，产品同质化严重，市场参与者众多、竞争激烈。

### （2）直接竞争对手

#### ①赫斯基

详细情况请见“第六节 业务与技术”之“三、发行人所处行业竞争状况及行业地位分析”之“（一）行业竞争情况”之“1、瓶坯智能成型系统领域的竞争情况”之“（2）直接竞争对手”之“①赫斯基”。

#### ②广东星联精密机械有限公司（以下简称“广东星联”）

广东星联精密机械有限公司成立于 2004 年，专业研发、制造 PET 吹瓶模具、注坯模具、瓶盖模具，每年研发的瓶型、瓶坯模具 2,000 多款，可生产 32/48/72/96/128/144 腔注坯模具，产品及服务主要应用于水、饮料、食用油、日化用品、医药、食品等行业。该公司为非上市公司，未公开财务数据。（资料来源：广东星联精密机械有限公司，官网 <http://www.gdxi.com/>）

#### ③台州市汇源模具有限公司（以下简称“台州汇源”）

台州市汇源模具有限公司成立于 2009 年，专注于瓶坯设计及模具研发和制造，每年生产 10,000 多腔的模具及套件，提供不超过 96 腔的成套模具、不超过 144 腔的冷半模；产品适配于市场上主流品牌的 PET 注塑成型设备，包括 HUSKY、HUAYAN、SIPA、NETSTAL 等，主要应用于饮料、食用油、食品、化妆品、洗涤用品和医药包装等领域。该公司非上市公司，未公开财务数据。（资料来源：台州市汇源模具有限公司，官网 <http://www.pet-mold.com/cn/>）

**④成都市联余精密机械有限公司（以下简称“成都联余”）**

成都市联余精密机械有限公司成立于 1997 年，苏州联开精密模具有限公司为其全资子公司。联余和联开公司主要从事医疗包装，医疗器械及饮料食品包装行业模具研发，设计和制造，产品为大输液瓶坯、内外盖和吊环接口，采血管，PET 瓶及瓶坯，矿泉水、热灌装和碳酸饮料的注塑和压塑盖，薄壁包装等一系列塑料模具。该公司非上市公司，未公开财务数据。（资料来源：成都市联余精密机械有限公司，官网 <http://www.cd-lianyu.com/>）”

**2、发行人的行业竞争地位**

发行人在招股说明书“第六节 业务与技术”之“三、发行人所处行业竞争状况及行业地位分析”之“（二）公司行业地位及与同行业可比公司比较情况”中补充披露如下内容：

**“1、瓶坯智能成型系统领域的竞争地位**

公司的主打产品为搭配高群腔瓶坯模具的高端 Epioneer 系列和中高端 Ecosys 系列瓶坯智能成型系统。行业内 96 腔及以上高端、中高端瓶坯智能成型系统的价格、代表机型及生产企业主要如下：

| 生产企业 | 代表机型                         | 主要销售区域            | 价格                         |
|------|------------------------------|-------------------|----------------------------|
| 华研精机 | 高端 Epioneer 系列、中高端 Ecosys 系列 | 中国、东南亚、南亚、非洲、大洋洲等 | 华研精机产品售价约为同类型国际品牌的 50%-60% |
| 赫斯基  | HyPET HPP 系列、HyPET 系列        | 美洲、欧洲、中国等         |                            |
| 耐驰特  | PET LINE 系列                  | 欧洲、亚洲等            |                            |
| 西帕   | XFORM 系列                     | 欧洲、亚洲、北非等         |                            |
| 萨克米  | IPS 系列                       | 欧洲、亚洲等            |                            |

公司跟行业内其他高端、中高端瓶坯智能成型系统相比，在功能和价格上具

有以下优势：

（1）公司产品技术可达到国际先进水平。公司目前已经能够最高实现 176 腔瓶坯智能成型系统的设计制造，同等规模的注塑设备的生产周期和生产效率已接近国际领先水平。公司生产的 Epioneer-500/140E 瓶坯智能成型系统，经广东省机械行业协会评定“在生产效率、稳定性及节能方面均有大幅提升，技术上可达到国际先进水平”；

（2）公司产品具有更高的投入产出比。公司产品售价与同类型国际品牌相比更为合理，约为其价格的 50%-60%；

（3）在国内市场，公司更了解国内客户需求，可针对不同行业的包装特点设计制造产品，在跟踪市场行情方面具有更加主动的优势。另外，大型 PET 瓶坯智能成型系统的精密程度和技术难度较高，不仅在产品交付之前，需要为客户提供专门的培训和指导，还需要后期进行维修保养，公司可及时为国内客户提供全面的售前售后服务，提升客户生产效益。

在中高端以上市场，跟公司产品结构、技术实力、市场竞争力相当的主要竞争对手是加拿大的赫斯基。公司与赫斯基的瓶坯智能成型系统业务主要对比情况如下：

| 对比项目                    | 华研精机                   | 赫斯基                  |
|-------------------------|------------------------|----------------------|
| 原产地                     | 中国                     | 加拿大、美国、卢森堡、奥地利和中国    |
| 应用领域                    | 食品、饮料、日化等              | 食品、饮料、日化等            |
| 主要销售区域                  | 中国、东南亚、南亚、非洲、新西兰等国家或地区 | 美洲、欧洲、中国等国家或地区       |
| 主要产品                    | 搭配96-144腔模具的瓶坯智能成型系统   | 搭配96-144腔模具的瓶坯智能成型系统 |
| 循环周期<br>(以12.6g/144C为例) | 约为6.3秒                 | 略短于华研精机              |
| 机械效率                    | 约为97%                  | 略高于华研精机              |
| 使用寿命                    | 约为10年                  | 与华研精机相当              |
| 射台、锁模结构                 | 两级式、直压式                | 两级式、直压式              |
| 控制系统                    | 基于倍福、西门子的自研算法          | 基于倍福的自研算法            |
| 配套模具                    | 最高176腔                 | 最高216腔               |
| 产品价格                    | 约为赫斯基价格50%-60%         | -                    |

赫斯基与华研精机的竞争主要集中饮料包装领域，赫斯基作为全球 PET 瓶坯生产设备的领跑者，在国际市场占据绝大部分市场份额；公司一直专注于瓶坯智能成型系统的技术创新，提高产品生产效率、增强稳定性、降低生产能耗，凭借日益提升的产品性能和服务质量，逐渐改变了赫斯基一家独大的市场格局，并与国外厂家展开正面竞争。目前公司是国内突破 144 腔以上瓶坯智能成型系统设计和制造难题，并成功实现规模量产的企业；在国内 96 腔以上瓶坯智能成型系统市场，华研精机和赫斯基两者竞争，呈现国产华研精机产品不断替代的趋势。

公司已成功进入今麦郎、达利、娃哈哈、怡宝、景田、润田、伊利、中粮可乐、元气森林、统一、雀巢、冰露、汇源、椰树、益海嘉里、中粮油脂、道道全、中富、信联智通、和旺、辉煌、中粮包装、纳爱斯、印尼 MAYORA 集团等大型食品饮料知名品牌厂商的供应商体系；2017 年至 2020 年，公司亦参与项目投标并表现较好的成绩，主要投标项目情况如下：

| 序号 | 招标方                 | 招标项目名称                                          | 参与投标方                      | 中标方  |
|----|---------------------|-------------------------------------------------|----------------------------|------|
| 1  | 中粮可口可乐华北饮料有限公司      | 中粮可口可乐华北饮料有限公司新增水生产线，快速碳酸PET专用生产线及碳酸 & 水坯注坯设备采购 | 华研精机、赫斯基、西帕、耐驰特            | 赫斯基  |
| 2  | 中建材国际装备有限公司         | 孟加拉国SKS食用油包装线项目                                 | 华研精机、达意隆、新美星               | 达意隆  |
| 3  | 江西润田实业股份有限公司        | 江西润田恒泰生产基地瓶坯注塑系统设备采购与安装项目                       | 华研精机、一道注塑、赫斯基、西帕、克劳斯玛菲、德玛克 | 华研精机 |
| 4  | 大别山野岭饮料股份有限公司       | 两台高速注塑机采购                                       | 华研精机、一道注塑、赫斯基              | 华研精机 |
| 5  | 沈阳润田食品饮料有限公司        | 沈阳润田生产基地瓶坯注塑系统设备采购与安装项目                         | 华研精机、西帕、萨克米、克劳斯玛菲、德玛克      | 华研精机 |
| 6  | 中粮可口可乐饮料(山东)有限公司    | 一套144腔二级注塑，电化熔胶注塑机系统                            | 华研精机、一道注塑、赫斯基、耐驰特          | 赫斯基  |
| 7  | 费县中粮油脂工业有限公司        | PET注塑机及其辅机，注坯模具采购项目                             | 华研精机、伊之密、海天、德玛克            | 伊之密  |
| 8  | 河南阳光油脂集团            | 注塑机系统                                           | 华研精机、一道注塑、德玛克              | 华研精机 |
| 9  | 道道全粮油股份有限公司         | 注塑机系统                                           | 华研精机、德玛克                   | 德玛克  |
| 10 | 江西润田实业股份有限公司        | 江西润田昌北新厂生产基地瓶坯注塑系统设备采购与安装项目                     | 华研精机、西帕、德玛克                | 华研精机 |
| 11 | 江苏龙蟠科技股份有限公司        | 138g5L可兰素瓶坯注塑系统                                 | 华研精机、东华、一道注塑、伊之密           | 东华   |
| 12 | 丰城润田食品饮料有限公司        | 江西润田昌北新厂生产基地瓶坯注塑系统设备采购与安装项目                     | 华研精机、德玛克、西帕                | 华研精机 |
| 13 | 中粮粮油工业(重庆)有限公司      | 全自动PET注坯系统采购                                    | 华研精机、一道注塑、赫斯基、宝捷、德玛克       | 一道注塑 |
| 14 | 益海(泰州)粮油工业有限公司      | TZ 20L瓶坯注塑系统                                    | 华研精机、赫斯基、西帕                | 华研精机 |
| 15 | 安图伊利长白山天然矿泉饮品有限责任公司 | 伊利集团长白山水项目注坯机、制盖机及辅助设备采购项目                      | 华研精机、西帕、赫斯基、耐驰特            | 华研精机 |

|    |                |                                              |                     |      |
|----|----------------|----------------------------------------------|---------------------|------|
| 16 | 道道全粮油股份有限公司    | 注塑机系统                                        | 华研精机、德玛克            | 德玛克  |
| 17 | 江西润田实业股份有限公司   | 江西润田恒泰生产基地瓶坯注塑系统设备采购与安装项目（第二次）               | 华研精机、广东福能           | 华研精机 |
| 18 | 江西润田实业股份有限公司   | 江西润田恒泰生产基地144腔瓶坯注塑系统设备采购与安装项目（第二次）           | 华研精机、克劳斯玛菲          | 华研精机 |
| 19 | 江西润田实业股份有限公司   | 江西润田沈阳生产基地瓶坯注塑系统设备采购与安装项目（第二次）               | 华研精机                | 华研精机 |
| 20 | 新疆坎儿井水务科技有限公司  | 新疆坎儿井水务科技有限公司二期20万吨天然饮品扩建项目-72腔高速PET瓶坯注塑系统招标 | 华研精机、一道注塑、赫斯基       | 一道注塑 |
| 21 | 中粮油脂（钦州）有限公司   | 中粮油脂（钦州）有限公司130g瓶坯注塑系统采购项目                   | 华研精机、一道注塑、广东福能      | 华研精机 |
| 22 | 中粮粮油工业（重庆）有限公司 | 中粮粮油工业（重庆）有限公司新建中包装管坯及5L把手注塑生产线项目            | 华研精机、一道注塑、东华、伊之密、海天 | 一道注塑 |
| 23 | 费县中粮油脂工业有限公司   | 费县中粮油脂工业有限公司新增PET注塑系统项目                      | 华研精机、一道注塑、赫斯基、耐驰特   | 华研精机 |
| 24 | 江西润田实业股份有限公司   | 江西润田丰城生产基地瓶坯注塑系统设备采购与安装工程                    | 华研精机                | 华研精机 |
| 25 | 江西润田实业股份有限公司   | 江西润田昌北新厂生产基地瓶坯注塑系统设备采购与安装工程                  | 华研精机                | 华研精机 |
| 26 | 新疆天山振兴管业有限公司   | 新疆天山振兴管业有限公司注塑车间瓶坯生产设备采购                     | 华研精机、东莞铭裕等          | 华研精机 |

注 1：海天指海天塑机集团有限公司；宝捷指佛山市宝捷精密机械有限公司；广东福能指广东福能精密机械有限公司；东华指东华机械有限公司；东莞铭裕指东莞市铭裕精密模具有限公司；

注 2：序号 4、8 为内部邀请招标；

注 3：序号 19、24、25 仅公司参与投标，客户内部议标。

公司在国内瓶坯智能成型系统市场占有较大的份额，在中高端及以上市场的份额达到一半左右；近年来，在参与的主要投标项目中，公司的产品亦表现出较强的竞争力，公司将不断通过技术创新、产品升级来提升市场份额。

## 2、瓶坯模具领域的竞争地位

公司自 2002 年成立以来，核心经营团队和技术团队始终致力于瓶坯成型装备专业领域的研发和生产，在热流道瓶坯模具设计方面保持了持续不断的研究和技术积累，特别在食品、饮料、日化包装行业，拥有丰富的设计制造经验和客户资源，掌握了高腔数模具热流道平衡技术、大吨位直压锁模技术等一系列拥有自主知识产权的核心技术，具备解决 50 多种的模具结构方案的能力，可高效满足客户的各类设计需求。目前最高可以实现 176 腔模具的小规模生产，144 腔、128 腔等大型瓶坯模具的规模量产，以及 96 腔、72 腔等中小型模具的供应，可以满足各类型客户不同产能规模的需求及定制化技术方案需求。公司具备成熟的热流道生产线以及完善的测试流程，所有零件单独编码管理、全程受控，结合精密的加工工艺，模具寿命表现优异。公司处于行业内技术领先地位，特别在高腔数模具市场拥有较好的市场口碑和一定的市场份额。”

（二）结合下游行业的市场需求及市场发展前景，客观分析并披露发行人所处行业及主要产品的市场空间、未来的发展潜力及竞争优势，会否出现短期内持续经营能力发生重大不利变化的情形

### 1、发行人所处行业及主要产品的市场空间

发行人已在招股说明书“第六节 业务与技术”之“二、发行人所处行业基本情况”之“（二）行业的特点和发展情况”之“2、瓶坯成型装备行业发展情况”之“（2）行业市场规模”中披露如下内容：

“瓶坯成型装备是主要应用于食品、饮料、日化等快消品包装的塑料加工专用设备。根据《中国食品和包装机械工业“十三五”发展规划》，预计“十三五”期间我国食品和包装机械工业年均增长率在 12%~13%左右，到 2020 年工业总产值达到 6,000 亿元以上。其中，根据 Freedonia 预测，乳品及饮料包装设备需求在 2016 年为 82.4 亿元，未来 5 年仍将保持 10%左右的增速。

包装行业包括纸和纸板容器、塑料薄膜、塑料包装箱及容器、金属包装容器、玻璃包装容器、软木制品及其他木制品和塑料加工专用设备七个子类项目。其中，据中国包装联合会统计，2016 年至 2020 年，子行业塑料加工专用设备的主营业务收入分别为 595.91 亿元、670.64 亿元、644.32 亿元、650.81 亿元和 810.56 亿元，利润总额分别是 56.90 亿元、69.14 亿元、66.35 亿元、57.62 亿元和 85.72 亿

元，在包装行业中的占比均有一定程度提升，详情如下：

单位：亿元

| 指标     | 2020年  |        | 2019年  |        | 2018年  |        | 2017年  |       | 2016年  |       |
|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|-------|--------|-------|
|        | 金额     | 占比     | 金额     | 占比     | 金额     | 占比     | 金额     | 占比    | 金额     | 占比    |
| 主营业务收入 | 810.56 | 8.05%  | 650.81 | 6.49%  | 644.32 | 6.64%  | 670.64 | 5.72% | 595.91 | 5.07% |
| 利润总额   | 85.72  | 14.04% | 57.62  | 10.94% | 66.35  | 12.87% | 69.14  | 9.97% | 56.90  | 7.95% |

数据来源：中国包装联合会

由上表可知，2020 年塑料加工专用设备的主营业务收入和利润总额占整个包装行业的比例分别较 2016 年提升了 2.98 个百分点和 6.09 个百分点，相对包装行业的其他子行业，发展态势较好。2020 年规模以上塑料加工专用设备制造企业的主营业务收入和利润总额分别较 2016 年增长了 36.02%、50.65%。”

## 2、下游行业的市场需求及市场发展前景

发行人已在招股说明书“第六节 业务与技术”之“二、发行人所处行业基本情况”之“（二）行业的特点和发展情况”之“2、瓶坯成型装备行业发展情况”之“（2）行业市场规模”中披露如下内容：

“瓶坯智能成型系统可高速、高效生产大批量 PET 瓶坯，进而加工成为塑料瓶包装，大量应用于食品、饮料、日化等快消品领域。快消品，即快速消费品（FMCG，Fast Moving Consumer Goods）的简称，通常理解为包装的食品、个人卫生用品、烟草及酒类和饮料等，具有使用寿命较短、使用频次高、流通渠道广、市场规模大的特点，通常个人偏好、产品的外观/包装、广告促销、价格等对客户做出采购决策起着重要作用。

近年来，居民在食品、饮料、日化的消费亦保持良好的增长趋势。2018 年，全年社会消费品零售总额为 37.78 万亿元，同比上年增长 8.77%。2019 年，全国实现社会消费品零售总额 40.80 万亿元，同比上年增长 8.00%（国家统计局根据第四次全国经济普查结果及有关制度规定，对 2016 年至 2019 年社会消费品零售总额数据进行了修订）。2020 年，粮油、食品类商品零售类累计值 15,283.40 亿元，同比增长 9.9%；饮料类商品零售类累计值 2,294.00 亿元，同比增长 14.0%（数据来源：国家统计局），预计食品的消费升级潜力在未来数年都将保持高位。

消费品行业的持续扩容和快速发展，为瓶坯智能成型系统的市场需求量带来

了提升动力。

PET 瓶主要应用领域的发展情况如下：

① 软饮料行业

PET 聚酯是开发最早、产量最大、应用最广的塑料包装原材料，由于具有较好的气体阻隔性、透明度和性价比，从出现之初便被广泛用于软饮料行业，用以替代传统的玻璃瓶、金属易拉罐等包装产品。其中，软饮料（soft drink）是指酒精含量低于 0.5%（质量比）的天然的或人工配制的饮料，包括瓶装水、即饮茶、碳酸饮料、果汁、能量饮料、运动饮料等 9 个细分子行业。

2001 年至 2021 年，我国软饮料包装机械需求将从 3.3 亿元上升至 53 亿元，年均复合增长率为 14.89%，保持较高的增长速度。情况如下：

单位：亿元

| 分类         | 2001 年 | 2006 年 | 2011 年 | 2016 年 | 2021 年<br>E | 年均复合增长率 |
|------------|--------|--------|--------|--------|-------------|---------|
| 碳酸饮料       | 0.40   | 2.00   | 5.80   | 10.70  | 16.60       | 20.48%  |
| 水          | 0.60   | 3.50   | 5.70   | 7.70   | 10.60       | 15.44%  |
| 果汁         | 1.20   | 2.30   | 4.00   | 5.80   | 8.20        | 10.09%  |
| 茶和咖啡       | 0.60   | 1.50   | 3.60   | 5.60   | 8.30        | 14.04%  |
| 其他饮料       | 0.5    | 2.10   | 5.70   | 7.00   | 9.30        | 15.74%  |
| 饮料包装机械总需求量 | 3.30   | 11.40  | 24.80  | 36.80  | 53.00       | 14.89%  |

数据来源：Freedonia《中国包装机械行业》，长城证券研究所

根据弗若斯特沙利文报告，按零售额计算，2014/2019 年中国软饮料市场规模分别为 7,433/9,914 亿元，2014 年至 2019 年年均复合增长率为 5.93%。预计 2019 年至 2024 年中国软饮料市场能保持年均复合增长率 5.94%的增速增长，2024 年预计规模达 1.3 万亿元。

未来，软饮料市场的增长取决于以下两个因素：第一，通过比较各国软饮料人均饮用量，2018 年中国人均饮用量为 56.1 升，美国、日本、韩国人均饮用量分别为 271.3 升、173 升、93.7 升，可见我国的人均软饮料饮用量还有较大的提升空间；第二，软饮料行业呈现出多元化发展的趋势，行业新进入者、产品品类

丰富、快速迭代、功能细分、渠道多样化、营销创新和配套升级是软饮料行业保持活力的关键，例如得益于冷链技术的成熟的 NFC 果汁、鲜牛乳奶茶、低温鲜果茶、即饮咖啡，运用了新型原料的透明奶茶、添加膳食纤维饮料、常温酸奶、新型益生菌饮品。

在软饮料行业的 9 个细分子行业中，瓶装水自 2012 年起超越碳酸饮料，成为规模最大的子类行业。2019 年规模排名前三的是瓶装水、蛋白饮料、果汁饮料；增速排名前三的是咖啡饮料、功能饮料和瓶装水，2014 年至 2019 年年均复合增长率分别为 29%、14%和 11%，预计 2019 年至 2024 年年均复合增长率分别为 20.8%、9.4%和 10.8%。可见，瓶装水无论是规模或增速，均保持软饮行业中的前列水平。

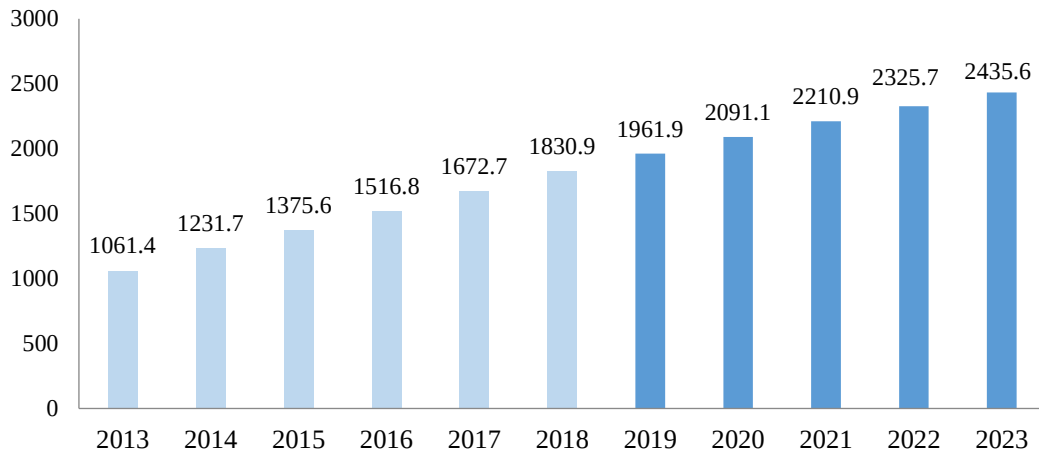
2019 年软饮料行业市场规模如下：

| 分类   | 市场份额   |
|------|--------|
| 瓶装水  | 20.34% |
| 蛋白饮料 | 14.87% |
| 果汁饮料 | 14.47% |
| 功能饮料 | 11.29% |
| 固体饮料 | 9.21%  |
| 碳酸饮料 | 8.93%  |
| 茶饮料  | 7.94%  |
| 植物饮料 | 6.97%  |
| 风味饮料 | 4.48%  |
| 咖啡饮料 | 1.33%  |
| 其他饮料 | 0.17%  |

数据来源：农夫山泉（H01366.HK）招股说明书，华西证券研究所

近年来，我国瓶装水行业市场规模稳步增长，Euromonitor（欧睿国际）提供的数据显示，中国瓶装水市场规模从 2013 年的 1,061.4 亿元规模已经增长至 2018 年的 1,830.9 亿元，复合年均增长率超过 11%；预计到 2023 年这一规模将增长至 2,435.6 亿元。零售额亦从 2012 年的 5,009 万吨增长至 2017 年的 10,066 万吨，复合年均增长率达到 14.98%。

瓶装水市场规模的现在和未来市场规模（亿元）



数据来源：Euromonitor（欧睿国际）

未来，瓶装水市场规模将持续扩容，驱动因素有以下几个方面：

第一，随着我国居民消费水平的提高，人们越发倡行健康、便利的消费观念。瓶装水顺应“天然、健康、无公害、绿色”的消费趋势，加之便于携带的优点，越来越广泛地应用于家庭、会议室、办公室、酒店、餐厅等多种场景，并且根据场景或使用对象的不同，细分种类的瓶装水不断地推出。2005年至2019年我国瓶装水人均消费量自7.3升提升至31.2升，对标全球人均瓶装水消费量为37.9升/人，美国人均瓶装水消费量为160升/人，我国瓶装水人均消费量仍有较大的提升空间。

第二，从价格来看，2018年我国瓶装水平均单价为4.1元每升，按照500ml/瓶的容量进行测算，平均单瓶终端价约2元，日本和台湾地区高出约60%，即达到了3元/500ml以上水平。2013年至2018年，我国瓶装水单价的复合年均增长率为2.6%，预计未来瓶装水平均单价呈现增长态势，带动瓶装水市场规模的增长。

第三，瓶装水市场不乏新进入者，比如2019年7月，一直以卖零食和乳制品的旺旺，宣布推出自己的瓶装水产品；乳企巨头伊利2018年12月宣布，拟新建伊利长白山天然矿泉水饮品项目，投资金额为7.44亿元，安图伊利长白山天然矿泉水饮品有限责任公司已经于2019年1月注册成立；2020年6月，青岛啤酒宝鸡有限公司举行了PET健康水线投产启动仪式；2020年7月，仁和药业股份

有限公司发布公告，拟使用自有资金投资明月仁和矿泉水厂项目。

第四，瓶装水市场竞争激烈，竞争者在产品种类或系列、价位、包装、营销上推陈出新，推进差异化战略，由此带来的增量需求也会带动瓶坯成型装备行业的发展。例如华彬集团除了原有纯进口的定价 19 元玻璃瓶产品，增加了定价 6 元的 PET 瓶装产品；快消品巨头雀巢将平价水雀巢优活升级了新的瓶型和包装。

第五，由于瓶装水具有水源地和运输半径的限制，在全国各地，甚至部分县城都有当地品牌的瓶装水。区域水企虽然在全国市场竞争中稍显不利，但在区域市场内往往占据着水源、人脉、物流、文化归属等多方面的优势，也将为瓶装水市场注入活力。

②食用油行业

食用油是指在制作食品过程中使用的动物或者植物油脂。由于原料来源、加工工艺以及品质等原因，常见的食用油多为植物油脂，包括花生油、橄榄油、葵花子油、大豆油等。PET 瓶以其质量轻便而坚固的优点，常被用作小包装食用植物油的包装容器。

目前市场食用植物油最主要的品类包括大豆油、菜籽油、玉米油、葵花籽油和橄榄油，2019 年均保持同比增长并预计 2019 年至 2024 年期间持续增长态势，不同品类的食用植物油增长情况如下：

单位：百万元

| 分类   | 2019 年零售额 | 同比增长  | 年均复合增长率<br>(2014 年至 2019 年) | 年均复合增长率<br>(2019 年至 2024 年) |
|------|-----------|-------|-----------------------------|-----------------------------|
| 橄榄油  | 4,812.20  | 8.20% | 11.70%                      | 6.30%                       |
| 玉米油  | 11,990.40 | 2.90% | 3.10%                       | 2.70%                       |
| 菜籽油  | 10,379.60 | 3.60% | 3.00%                       | 2.90%                       |
| 大豆油  | 36,629.60 | 0.50% | 0.40%                       | 0.4%                        |
| 葵花籽油 | 8,477.20  | 4.00% | 4.80%                       | 4.20%                       |
| 其他   | 30,781.80 | 3.80% | 2.10%                       | 5.30%                       |

数据来源：Euromonitor（欧睿国际）预测，光大证券研究所

按照产品规格划分，食用油划分为小包装食用油和散装食用油，其中小包装食用油是指包装规格在 5L 以下的桶装或瓶装食用油，主要针对消费者家用市场。

随着我国居民消费水平的提高，人们对食用油的质量要求不断提高，特别是地沟油进入餐饮行业的问题被屡次曝光之后，在食用油消费上更倾向于选择高端、健康的小包装食用油；另外随着城镇化的普及，越来越多的农村人口的消费习惯由使用自榨散装油转向采购小包装食用油。我国包装食用油行业市场规模 2005 年至 2012 年是高增长期，年均复合增长率为 12.5%；2013 年后开始进入平稳发展阶段，2013 年至 2019 年年均复合增长率为 5.3%。目前，中国食用油市场中，小包装食用油仅占 30%左右的比重，在相邻的新加坡和日本等国家，小包装食用油已占当地食用油市场的 50%-60%，未来我国小包装食用油将迎来进一步的发展，进而带动瓶坯成型装备市场需求的增加。

### ③调味品行业

调味品是指在饮食、烹饪和食品加工中能增加菜肴的色、香、味，用于增进菜品质量，满足消费者的感官需要的产品，包括食盐、酱油、醋、味精、麻油、豆豉等。调味品主要的包装材料是玻璃瓶、塑料瓶和胶袋等，近年来 PET 瓶已被多家调味品巨头运用至酱油产品的包装中，如海天味业、李锦记等。

根据中国调味品协会数据统计，2016-2018 年，调味品百强企业产量增长率分别为 7.10%、9.40%和 7.54%；销售收入增长率分别为 6.10%、9.50%和 10.77%，行业总体发展趋势较好。

在我国调味品行业结构中，酱油规模最大、食醋次之，根据 Euromonitor（欧睿国际）统计数据，2018 年酱油和醋占中国居民调味品消费量的比重分别约为 60%和 20%。

酱油是以富含蛋白质的豆类和富含淀粉的谷类及其副产品为主要原料，在微生物酶的催化作用下分解熟成并经浸滤提取的调味汁液。酱油是调味品行业最大细分子领域，也是全国化发展最快的子领域。2008 年至 2017 年酱油行业产量的复合增速达到 10.52%。根据国家统计局的数据，2018 年中国酱油行业产量为 1,041 万吨，同比增长 4.41%。目前我国酱油的人均消费量与亚洲其他国家和地区仍有较大差距。根据国家统计局的数据，2017 年中国人均年度酱油消费量为 7.18L，日本目前人均年度酱油消费量为 9L，对比日本仍有较大的增长空间。

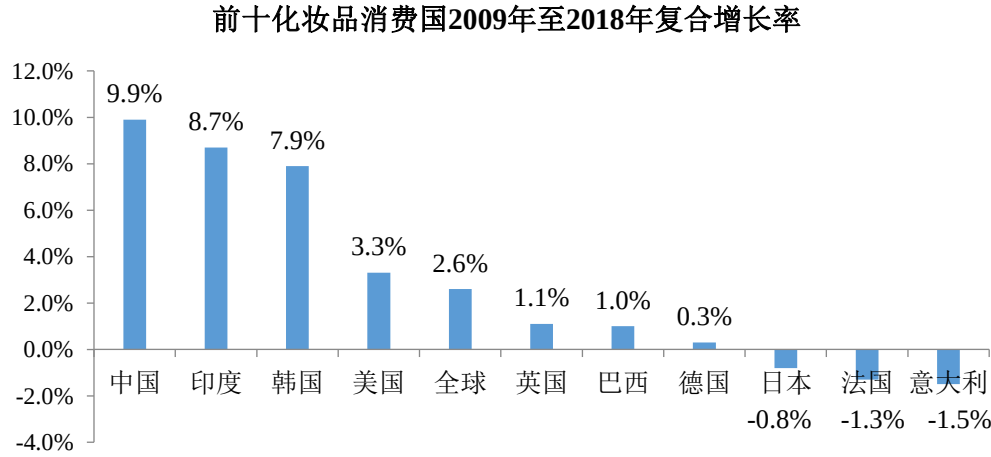
食醋作为调味品的第二大品类，可替代品非常少，并且迎合了健康的消费观念，成为调味品子行业中最为长青的一类。2017 年中国食醋消费量达 436 万吨、人均食醋消费量 3.11L，和美国 6.5L、日本 7.9L 仍然存在较大差距，我国食醋的消费量仍有较大的提升空间。2017 年中国食醋行业规模以上收入 76.55 亿元，同比增长 16.37%，销售收入的增长主要由产品价格的推动，多元化、差异化战略下，“三年陈”“六年陈”“十年陈”系列高端产品、不同层次的礼盒装、醋饮新品不断推出。

酱油、食醋等调味品行业的不断增长，为瓶坯智能成型系统带来了增量需求。

④化妆品行业

化妆品行业，按品类划分可分为护肤品、彩妆、护发、洗浴、口腔护理、婴童护理、男士护理、香水等多个领域。从全球范围内看，护肤品是化妆品中的第一大品类。目前，部分化妆品采用塑料容器作为包装，主要采用 PET、PE、PVC 和 PP 材料。

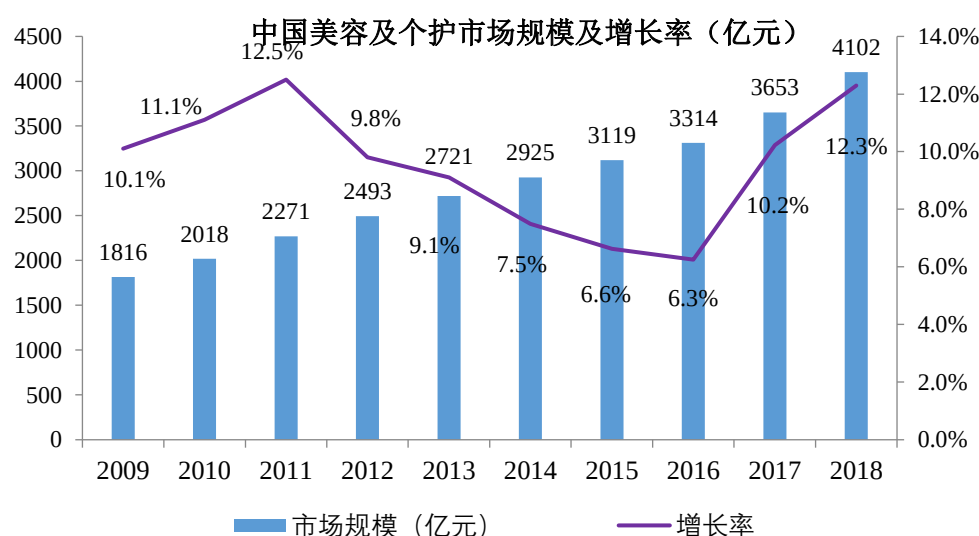
2009 年至 2018 年间，全球美容及个护市场规模呈现波动性增长，由 2009 年的 3,867 亿美元增至 2018 年的 4,880 亿美元。美国是全球最大的化妆品消费国，市场占比 18.3%。2013 年中国超越日本成为全球第二大化妆品消费国，市场占比为 12.7%。消费增速上，中国、印度、韩国等新兴市场在过去十年内引领全球增长。我国人均化妆品消费由 2011 年的 169.40 元增长至 2017 年的 261.50 元。



数据来源：Euromonitor（欧睿国际）、国开证券研究中心

2009 年至 2018 年，中国美容及个护市场规模实现翻倍，由 1,816 亿元增长

至 2018 年的 4,102 亿元，复合年均增长率超过 9%。



数据来源：Euromonitor（欧睿国际）、国开证券研究中心

近年来，美容及个人护理产品呈现个性化趋势，PET 瓶透明的特性可为其提供向客户直观展示产品的界面，拉近与客户之间的距离，目前部分知名企业已采用 PET 瓶作为个人护理产品包装，如纳爱斯、蓝月亮等。”

### 3、发行人所处行业及主要产品的市场的未来发展潜力

发行人已在招股说明书“第六节 业务与技术”之“二、发行人所处行业基本情况”之“（二）行业的特点和发展情况”补充披露如下内容：

#### “3、瓶坯成型装备行业未来发展潜力和发展趋势

##### （1）行业政策大力支持瓶坯成型装备发展

国家对先进装备制造业重点鼓励、大力扶持，先后颁布了一系列鼓励行业发展的法律法规及政策，中国食品和包装机械工业协会、中国食品科学技术学会食品机械分会联合发布的《中国食品和包装机械工业“十三五”发展规划》，提出坚持科技创新驱动，加强信息化与智能化的融合，淘汰落后技术、产品及产能，适应经济发展的新常态。产品开发模式从以跟踪模仿为主向自主创新为主转变，从以注重单项技术突破向注重技术集成转变，从单机生产向成套装备制造转变。2015 年，国务院印发《中国制造 2025》，提出在重点领域试点建设智能工厂、数字化车间，加快人机智能交互、工业机器人、智能物流管理技术和装备在生产过程中的应用，促进制造工艺的仿真优化、数字化控制、状态信息实时监测和自

适应控制，推进制造过程智能化。《广东省先进制造业发展“十三五”规划》亦提出以先进装备制造业为突破口，以智能制造为核心和主攻方向，以深化先进制造业与互联网融合发展为切入点，培育创新发展新动能，改造提升传统动能。

公司所处的瓶坯成型装备行业正朝着集成化、平台化、信息化、高产能、智能化等新兴技术方向发展，生产的主要产品瓶坯智能成型系统可通过单一操作界面对整个注塑成型过程的工艺参数进行实时数据交互和精准智能控制，满足下游厂商在系统运行中在线检测、故障诊断、统计分析、排产决策等功能需求，减少人工的参与。在快速的瓶坯成型周期中，实现从原材料到瓶坯制品的全程自动化批量生产，为客户打造高效的智能工厂。

公司所处的瓶坯成型装备行业和生产的主要产品瓶坯智能成型系统顺应食品和包装机械行业的发展趋势，能将先进的工业技术与信息技术融合，与国家倡行的工业 4.0、智能制造等理念相契合，在未来发展过程中将继续得到国家相关行业政策的大力支持。

## （2）下游饮用水、饮料、食用油、日化等快消品行业客户的新增需求

### ①下游快消品行业体量庞大、新增需求稳定

公司所处行业和生产产品主要应用于饮用水、饮料、食用油、日化等快消品包装领域。近年来，居民在食品、饮料、日化的消费保持良好的增长趋势。根据国家统计局数据，2020 年，全国粮油、食品类商品零售类累计值 15,283.40 亿元，同比增长 9.9%；饮料类商品零售类累计值 2,294.00 亿元，同比增长 14.0%。2018 年我国人均软饮料饮用量为 56.1 升，美国、日本、韩国人均饮用量分别为 271.3 升、173 升、93.7 升，我国的人均软饮料饮用量还有较大的提升空间。食品饮料包装机械行业亦保持不俗的增速，“十三五”期间我国食品和包装机械工业年均增长率预计在 12%至 13%左右。下游行业的增速发展将带动瓶坯智能成型系统、瓶坯模具等生产设备的市场需求，形成公司营业收入增长的重要保障。

②下游快消品行业竞争激烈，厂商推出新产品、采用新包装，不乏新进入者和新锐品牌

公司下游快消品行业的竞争程度较高，市场活力充沛，行业内的生产厂商的

产品不断推陈出新、功能细分、包装更换。以软饮料行业为例，瓶装水市场着重聚焦瞄准更为精准的人群，调节不同微量元素、以迎合不同消费者的偏好和需求，2019 年，农夫山泉针对中老年人群推出一款以“锂”元素为主打矿物元素的天然矿泉水，“锂”元素可以降低血压血脂、防止认知衰退；为了吸引住消费者，在货架上陈列时更有选择优势，2020 年 8 月，达利食品集团旗下凉茶品牌和其正掀起一股国潮风，和其正推出“国潮古文瓶”。下游行业的充分竞争，为瓶坯成型装备市场注入了活力，进而带动公司产品的市场需求、创造营业收入增长点。同时，粮油、食品和饮料等下游快消品行业不断吸引大量新进入者和新锐品牌进入，并通过自建厂或者代工厂方式进行瓶包装生产，为瓶坯成型装备市场带来了增长动力。2020 年 6 月，喜茶宣布旗下子品牌喜小茶推出新厂牌“喜小茶瓶装厂”，向预包装饮料市场进军；近年来，气泡水以其“口感刺激、健康品质、风味独特”的特点迎来增长狂潮，新锐品牌元气森林主打零糖零脂零卡路里，打造网红爆款元气水、宣导安心健康奶茶概念，成就了四年 140 亿元的公司估值。

③“国内大循环为主体，国内国际双循环相互促进”的发展格局为下游快消品行业提供清晰的发展思路

习近平总书记在参加全国政协十三届三次会议的经济界委员联组会时指出，面向未来，我们要把满足国内需求作为发展的出发点和落脚点，加快构建完整的内需体系，着力打通生产、分配、流通、消费各个环节，逐步形成以国内大循环为主体、国内国际双循环相互促进的新发展格局。

扩大内需作为构建新发展格局的战略基点，在需求端要充分发挥消费的基础作用；保障和改善民生，既能让居民有钱消费和敢于消费，释放消费和投资需求潜力。我国人口众多，面积庞大，为形成强大国内市场提供了良好基础。2014 年至 2019 年间，我国消费连续六年成为经济增长第一拉动力，2019 年人均 GDP 首次突破 1 万美元大关，消费对经济增长贡献率为 57.8%，“国内大循环为主体，国内国际双循环相互促进”的发展格局下，与民生息息相关的快消品行业市场需求将得到进一步的增长和释放。

### （3）PET 瓶坯智能成型系统应用领域扩展至乳制品、啤酒、医药等行业

PET 凭借其良好的成型效率、透明度、经济性和环保可回收特性，已广泛应

用饮料、食品、日化包装领域，并逐步扩展应用至奶制品、酒类、医药等包装领域，许多客户开始转向采用 PET 作为包装材料，例如以蒙牛优益 C 等乳品的包装材料由 PP 改用 PET，海天酱油等调味品部分由玻璃瓶改用 PET 瓶，可口可乐等碳酸饮料由玻璃瓶改用 PET 瓶，飘柔洗发水等日化用品的包装材料部分由 PE 改用 PET，液体药品和采血管包装材料由玻璃改用 PET 等。

2001 年至 2021 年，我国乳制品和啤酒包装机械需求的年均复合增长率分别 16.26%和 6.69%，详细情况如下：

单位：亿元

| 分类       | 2001 年 | 2006 年 | 2011 年 | 2016 年 | 2021 年<br>E | 年均复合增长率 |
|----------|--------|--------|--------|--------|-------------|---------|
| 乳品       | 1.70   | 4.60   | 14.30  | 24.00  | 34.60       | 16.26%  |
| 啤酒以及其他酒类 | 7.50   | 10.60  | 17.10  | 21.60  | 27.40       | 6.69%   |

数据来源：Freedonia《中国包装机械行业》，长城证券研究所

#### ①乳制品行业

随着居民生活水平提高，“健康”“养生”“营养”的生活观念越来越受到欢迎，主流消费群体的选择逐渐从碳酸饮料过渡到茶饮料、瓶装水，以及乳饮料、液态奶为代表的乳制品。

由于以往乳制品配套的灌装线多以高温杀菌为主，而 PET 瓶不如 PP 瓶耐高温，未被广泛应用于乳制品包装。近年来，为保证乳制品的营养成分和新鲜口感，灌装线开始向无菌灌装方向发展，常温灌装情形下 PET 瓶热变形不再存在，给 PET 瓶扩展乳制品应用范围带来了契机。相较于传统 PP 塑料或铝箔材料，PET 材料的流动性更优，且成型无需助塑剂，成型效率更高，单位时间内的产量远高于 PP 材料。并且，PET 材料性质稳定、密封性好、材料透明，能够满足乳制品严格储存要求的同时，适合造型多样的包装。

乳制品当中，液态奶为消费量占比最高、增量贡献最大的品类，2018 年液态奶消费量占比达到 67.38%。根据 Euromonitor（欧睿国际）预测，2019 年液态奶产品市场零售总额将达到 3,628.08 亿元，2009 年至 2019 年年均复合增长率超过 11%。若 PET 瓶能广泛应用至乳制品行业，其广阔的市场空间将有力带动上游 PET 瓶坯成型装备的增量需求。

## ② 啤酒行业

啤酒是以大麦或其他谷物和水为原料，并添加少量啤酒花，通过制麦芽、糖化、发酵等特定工艺酿制而成。玻璃瓶和易拉罐长时间以来都是啤酒包装的主要方式，因为啤酒本身对光和氧气十分敏感，对包装物的透氧性和材料稳定性具有非常高的要求，传统的塑料难以适用。随着近些年阻隔材料的发展，新型 PET 材料的性能也得到了极大改善，PET 啤酒瓶的阻隔性、保鲜性和存放期等问题已逐步得以解决，国内外部分啤酒厂商已经开始尝试采用 PET 瓶，如 Carlsberg（丹麦嘉士伯啤酒公司）、喜力俄罗斯分公司、Bass（英国巴斯啤酒公司）、巴西精酿啤酒品牌 Salzburg 等。相较于传统的包装方式，PET 材料轻质、便捷、抗冲击和振动的能力更强，可以进一步降低运输成本和运输损耗。

我国啤酒行业经过多年高速发展，从产销量数据来看目前已经步入成熟阶段，具有广阔的市场规模。据 GlobalData 数据显示，我国啤酒市场总消费量在 2013 年达到最高 539.4 亿升，随后开始小幅下滑。但是，我国啤酒市场规模庞大，为全球第一大啤酒消费市场，总消费量占据全球的四分之一。预计未来 5 年中国啤酒市场有望实现稳中有升，到 2023 年我国啤酒消费量达到 5,115 万吨。

## ③ 医药领域

传统的医用塑料瓶以高密度聚乙烯材料（HDPE）为主，PET 正处于逐步推广阶段，现在不少药用或保健用的口服液已开始采用 PET 瓶作为包装容器，PET 材料也可制造注射器、输液器、采血管等制件及医疗器械。相较于传统包装，PET 材料是一种无任何添加剂的纯粹树脂，无害无毒，十分安全，并具有良好的阻隔性，可满足药品防水、防漏气等条件，对水汽、空气等基本可实现完全阻隔，有效防止了药品氧化、变质等。目前欧美日等发达国家已通过严格立法，批准了 PET 材料在医药包装领域的使用。

我国医药市场保持较快的增长速度发展，2014 年至 2018 年，市场规模从 1.1 万亿元增长到 1.5 万亿元，复合平均增长率为 8.1%。随着国内人口老龄化趋势，以及医保政策逐步完善，中国医药市场将会继续保持较高的增速，带动相关医药、医疗耗材的增加。伴随医药领域更加严格和高质的包装要求，对 PET 瓶及其生产设备的需求也将逐步增加。

#### （4）中国产品逐步实现国产替代，并走向国际市场

在专业注塑领域，目前行业最为著名的公司是加拿大的赫斯基，其从模具设计到注塑成型系统制造，能够为客户提供整套的解决方案。

国内早期注塑设备的发展主要得益于国外优秀企业的推动和引导。随着以发行人为代表的国内企业逐渐壮大和持续不断的技术追赶，目前在瓶坯注塑领域已经具有相当的实力，能够和国外企业正面竞争。设备的国产化程度正在逐年提高，基于以下原因，可合理预测未来国产化替代的趋势将进一步得到增强。

##### ①产品品质接近国际领先水平

经过数十年的发展，国内企业从初始的简单模仿已经转变为依靠研发驱动的赶超，通过长期研发创新与产品迭代，未来国内外企业的技术差距将继续缩小。例如国内目前已经能够最高实现 176 腔热流道模具的设计制造，同等规模的瓶坯成型装备的生产周期和生产效率已十分接近国际领先水平。

##### ②更加深刻和及时地把握本土市场需求变化

随着国内塑料瓶应用范围的不断扩大，客户的需求也在快速变化。不同行业具有各自的包装特点，因此对瓶坯智能成型系统的要求也不一样，例如瓶坯的造型、材质、气透性、阻隔性以及塑化过程中各类工艺参数确定等。本土企业在了解国内客户需求、跟踪市场行情方面具有更加主动的优势。

##### ③快速响应的售前、售后服务

大型瓶坯智能成型系统的精密程度和技术难度较高，不仅在产品交付之前，需要为客户提供专门的培训和指导，还需要后期进行维修保养，例如液压油的更换、流道清洗等。为了确保客户生产效益的最大化，国内设备供应商可及时提供全面的售后服务。

##### ④具有较高的投入产出比

国内对塑料瓶的市场需求大，早期的外资品牌依靠技术垄断和市场垄断，设备售价昂贵。随着国内企业的技术突破，依靠本土化生产优势，在保证产品品质、性能的情况下，通常设备价格更为合理，具有更高的投入产出经济效益。

我国瓶坯智能成型系统企业除了在国内市场逐步替代外资品牌，亦将进一步提升在国际市场上的影响力。随着国家“一带一路”战略的提出和落实，我国正积极发展与沿线国家的经济合作伙伴关系，加快“一带一路”建设为促进我国与沿线各国高分子材料加工制造工业之间的合作提供了良好契机。”

#### 4、发行人竞争优势

发行人已在招股说明书“第六节 业务与技术”之“三、发行人所处行业竞争状况及行业地位分析”之“（四）公司的竞争优势和竞争劣势”披露如下内容：

##### “1、竞争优势

###### （1）技术研发优势

公司建立了以“广东省省级企业技术中心”“广东省 PET 容器注塑岛工程技术研究中心”为依托的研发体系，制定了较为完善的全面、系统的研发项目立项、开发、验收与保护的管理制度，对研发项目实施全过程跟踪、控制，以保障研发技术的先进性及可转化程度，并建立了完善的知识产权管理体系加以保护研发成果。公司在 2018 年通过“知识产权管理体系”认证，2019 年获得“广东省知识产权示范企业”以及国家知识产权局颁发的“国家知识产权优势企业”称号。

公司保持充分的研发投入以进行持续的技术创新，截至 **2020 年 12 月 31 日**，公司拥有包含机械设计、自动化控制技术、材料与热处理技术、计算机技术等专业的研发人员 **69** 名。报告期内，研发投入分别为 1,994.71 万元、2,347.32 万元和 **2,586.51 万元**。截至本招股说明书签署日，发行人及其子公司共拥有专利权 **88** 项，其中发明专利 9 项，实用新型专利 **76** 项，外观设计专利 3 项，另外，拥有软件著作权 **26** 项。公司于 2008 年获得“高新技术企业”称号，并分别于 2011 年和 2014 年通过复审，2017 年、**2020 年**再次通过认定。

公司自 2002 年成立以来，核心经营团队和技术团队始终致力于瓶坯成型装备专业领域的研发和生产，特别在食品、饮料、日化包装行业，拥有丰富的设计制造经验和客户资源，产品性能、效率指标处于行业领先水平，对瓶坯智能成型系统的特点及其应用的领域有着深刻的理解和精准的把握，形成了公司在该细分行业的领先优势。公司自主研发高腔数模具热流道平衡技术、大吨位直压锁模技

术等一系列拥有自主知识产权的核心技术并广泛应用于公司系列产品，公司具备的良好技术潜质是未来夯实主业、扩张发展的基础。

## （2）产品和服务优势

第一，公司多款产品代表了我国瓶坯成型技术的较高水平。公司的主打产品之一 Epioneer500/140 高端瓶坯智能成型系统，是国内采用 144 腔液电复合直压式设计的注坯系统，具有多模腔、高速、高效、节能等众多优势，适用于大注塑量、高产量、高质量的瓶坯生产应用。2018 年 10 月，该产品通过广东省机械行业协会鉴定，技术水平国内领先，并顺利通过广东省经济和信息化委员会“首台套”认定。公司提供优良的产品及服务，获得了良好的市场口碑和众多客户的好评，荣获多项荣誉称号。其中：2018 年公司在广州机器人与智能制造产业年评选中荣获“2018 年优秀品牌奖”，2016 年、2018 年、2019 年及 2020 年公司在中国轻工业联合会和中国轻工机械协会联合举办的评选活动中获得“中国液态食品机械行业十强企业”称号，2015 年和 2017 年公司获得了中国轻工业联合会授予的“中国轻工业百强企业”称号，2017 年和 2019 年公司被中国轻工业联合会评为“中国轻工业装备制造行业三十强企业”，2020 年公司被中国轻工业联合会评为“中国轻工业装备制造行业五十强企业”，2013 年至 2016 年公司连续四次被全国饮料机械设备行业协作联盟评为“中国包装饮用水行业优质配套商”等。

第二，公司产品具有较高的投入产出比。公司经过多年的技术累积、自主研发与创新，与国外厂商产品的技术含量和工艺水平差距不断缩小，性能指标接近国际领先水平。目前，公司高端 Epioneer 系列瓶坯智能成型系统已成功对接国际一流灌装设备，如 SIPA、NETSTAL、SIDEL 等。同时，相比于国外相似性能的产品，公司产品具有较强的性价比优势，可为公司客户带来较高的投入产出比。

第三，公司拥有完整的产品系列。公司主要产品为瓶坯智能成型系统和瓶坯模具，同时可生产 HY-CAP 系列瓶盖注塑系统和 HY-F250 系列 5 加仑油坯注塑系统，以及根据客户需要，提供瓶坯制品加工、模具维修、模具重整、机器升级改造等服务，产品和服务涵盖较为全面。其中，公司的瓶坯智能成型系统产品既包括新型高效节能的 Epioneer 系列和 Ecosys 系列，也包括中端 HY-D 系列、小型 Econ 系列，全面满足了高端客户对高产量、高速化、低能耗、智能化的需求

以及中小型客户低成本需求；瓶坯模具方面，公司最高可以实现 176 腔模具的小规模生产，144 腔、128 腔等大型瓶坯模具的量产，以及 96 腔、72 腔等中小型模具的供应，可以满足各类型客户不同产能规模的需求。

### （3）优质的客户资源优势及较强的竞争实力

公司通过技术的不断创新、生产的经验积累、管理的不断完善，产品性能和服务质量获得了众多客户的认可，与国外厂家展开正面竞争，逐渐改变了赫斯基在中高端及以上瓶坯成型装备行业一家独大的市场格局，在国内外饮用水、饮料、食用油、日化用品等行业积累了丰富的客户资源，呈现国内市场公司产品不断替代国际品牌的趋势。目前，在软饮料行业，公司的客户有今麦郎、达利、娃哈哈、怡宝、景田、润田、伊利、中粮可乐、元气森林等知名品牌企业；在食用油和调味品行业，公司的客户有益海嘉里、中粮油脂等知名品牌企业；在日化行业，公司的客户有蓝月亮、纳爱斯等知名品牌企业；另外，公司与中富、信联智通等一批大型瓶坯代工厂建立了良好合作关系。国内外知名品牌客户的认可是市场对于公司产品和服务的充分肯定，也为未来公司开展业务起到了口碑宣传效应。2019 年在安图伊利长白山天然矿泉水饮品项目中，公司与赫斯基、耐驰特、西帕等国际知名品牌开展正面竞争并最终中标。

公司的产品走出国门后也获得海外客户的认可，海外市场不断拓展。2019 年下半年至报告期末，公司成功与印尼 MAYORA 集团成员企业达成合作，MAYORA 集团是东南亚知名的快消食品企业，签署的主要产品合同金额合计达 1,335.46 万美元，成功跻身东南亚、南亚、非洲、中东、新西兰、土耳其、澳大利亚等国家和地区。瓶坯成型装备市场，并不断突破北美洲、欧洲等国家或地区，通过展会、业务员拜访、代理商、经销商等多种渠道方式开发境外新客户、服务老客户，为公司开拓更广大的海外市场奠定了基础。

### （4）较高的市场存量有利于开展模具维修等增值服务

瓶坯智能成型系统和瓶坯模具在设计使用寿命周期内均需要定期检查、维护及更换易损件，以保持良好的使用体验。瓶坯智能成型系统定期维护包括安全装置功能检查、零部件状态检查、运动部件加注润滑油脂、更换各类管件、密封件、滤芯等；瓶坯模具在使用周期内需要定期清洗流道、更换易损件，且视使用

情况更换部分结构件如螺口、型腔等。

公司在十余年的经营中，生产的瓶坯智能成型系统及瓶坯模具在市场上的保有量逐年增加。截至报告期末，公司已在全球市场上出售 700 套以上瓶坯智能成型系统，公司将依托产品较高的市场存量，关注客户日常对瓶坯生产设备的维修保养需求，开展瓶坯智能成型系统及瓶坯模具的保养、维修、翻新及升级改造等增值服务，形成公司较高毛利率的维修保养服务及配件销售收入的来源、增强公司与客户的粘性。

## 5、会否出现短期内持续经营能力发生重大不利变化的情形

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“十二、偿债能力、流动性与持续经营能力分析”之“（七）持续经营能力分析”中补充披露如下内容：

“报告期内，公司经营情况良好，对公司经营环境、行业发展、行业地位、业绩表现等情况进行审慎分析后认为：在可预见的未来，公司具备良好的持续盈利能力，不会出现短期内持续经营能力发生重大不利变化的情形。

### 1、公司所处行业及下游行业的市场空间

公司的高速、精密瓶坯智能成型系统可大批量、高效率生产各类瓶坯，为下游生产厂商打造智能工厂，推动了包括饮料在内的液体包装制造业的改革。近年来，瓶坯智能成型系统相关产业保持较好的发展态势。根据《中国食品和包装机械工业“十三五”发展规划》，预计“十三五”期间我国食品和包装机械工业年均增长率在 12%至 13%左右，到 2020 年工业总产值达到 6,000 亿元以上。下游行业的市场需求亦保持较高的增速，2020 年，粮油、食品类商品零售类累计值 15,283.40 亿元，同比增长 9.9%；饮料类商品零售类累计值 2,294.00 亿元，同比增长 14.0%。

### 2、行业政策支持

公司所在行业系国家重点鼓励、大力扶持的先进装备制造业，《中国制造 2025》提出在重点领域试点建设智能工厂、数字化车间，加快人机智能交互、工业机器人、智能物流管理、增材制造等技术和装备在生产过程中的应用，推进制

造过程智能化。《“十三五”国家战略性新兴产业发展规划》提出顺应制造业智能化、绿色化、服务化、国际化发展趋势，围绕“中国制造 2025”战略实施，加快突破关键技术与核心部件，推进重大装备与系统的工程应用和产业化。国家出台的一系列税收、政府补助、技术、人才支持政策给公司带来了良好的发展机遇、广阔的发展空间。

### 3、未来发展潜力

公司下游快消品行业体量庞大、新增需求稳定，且竞争较为激烈，厂商不断推出新产品、采用新包装，也不乏新进入者和新锐品牌，这将带动瓶坯智能成型系统、瓶坯模具等生产设备的市场需求，形成公司营业收入增长的重要保障。另外，PET 凭借其良好的成型效率、透明度、经济性和环保可回收特性，逐步扩展应用至奶制品、酒类、医药等包装领域。目前，公司在瓶坯注塑领域已经具有相当的实力，能够和国外企业正面竞争，呈现国内市场公司产品不断替代国际品牌的趋势，同时逐步向境外国家输出。

### 4、公司竞争优势和竞争地位

公司一直专注于瓶坯智能成型系统的技术创新，提高设备生产效率、增强稳定性、降低生产能耗。目前华研精机是国内突破 144 腔以上瓶坯智能成型系统设计和制造难题，并成功实现规模量产的企业。在饮料包装细分行业，公司经过长期不断的经验探索和技术积累，凭借日益提升的产品性能和服务质量，在国内 96 腔以上瓶坯智能成型系统市场，相比国外厂家拥有较强的竞争力，并呈现公司产品不断国产替代的趋势，具有较好的发展潜力。

### 5、公司业绩表现方面

报告期内，公司的营业收入分别为 39,738.74 万元、45,677.62 万元和 52,235.50 万元，归属于母公司普通股股东的净利润分别为 3,677.30 万元、6,075.97 万元和 7,858.10 万元，扣除非经常性损益后的净利润分别为 3,217.67 万元、5,907.50 万元和 7,392.25 万元。报告期内，公司业绩呈现逐年上升趋势。报告期内，公司现金流表现良好，经营活动产生的现金流量净额分别为 6,832.97 万元、7,652.36 万元和 7,003.11 万元，与当期净利润的比例分别为 172.24%、

117.33%和 85.11%。总体而言，公司财务状况良好。

随着本次募集资金投资项目的实施，可突破公司目前的产能瓶颈，进一步扩大业务规模；可增强公司的研发创新能力，不断提供公司的技术实力和综合竞争力；可补充流动资金、扩宽融资渠道，为公司业务发展和壮大增加活力。

综上所述，公司未来具备良好的持续盈利能力，**不会出现短期内持续经营能力发生重大不利变化的情形**。此外，公司已在本招股说明书“第四节 风险因素”中披露公司未来所面临的主要风险，特别提醒投资者仔细阅读本招股说明书中的相关内容。”

## 二、保荐人、发行人律师核查意见

### （一）核查程序

保荐人、发行人律师履行了如下核查程序：

1、检索发行人所处行业相关网站，查阅行业发展状况、发展趋势、竞争情况及市场需求相关数据；检索发行人所处行业的法律法规和支持政策等；

2、检索发行人食品、饮料、日化等下游快消品领域市场需求相关的文献、数据或资料；

3、问询发行人高级管理人员及业务部员工，有关发行人所处行业的发展情况、竞争格局、主要竞争对手和发行人竞争优势等；查阅广东省机械行业协会出具的《科学技术成果鉴定证书》；问询发行人业务部员工，结合发行人主要客户走访情况，了解发行人产品的市场中的应用情况、竞争对手情况及市场份额情况；

4、查询发行人同行业可比上市公司的招股说明书或年报，网络检索与公司各业务类型相近的企业的官网或其他公开信息，包括基本信息、成立日期、注册资本、主要产品和收入构成等；

5、查阅发行人产品介绍资料，现场走访车间了解发行人产品的生产制造工艺流程等，问询研发部门和生产部门人员关于发行人产品的技术水平；

6、取得发行人报告期内参与的主要招标项目的相关资料以及中标统计；

7、查阅发行人的知识产权证书、获得的荣誉证书、通过的产品认证等相关

资料；查阅发行人研发项目的立项、结项等文件；对发行人研发费用进行抽凭检查；

8、查阅天健所出具的《审计报告》（天健审〔2021〕1-105号），了解发行人报告期内主要财务数据，查阅销售、采购的明细资料和相关原始凭证，对销售、采购的主要客户、供应商进行函证和走访。

## （二）核查意见

经核查，保荐人、发行人律师认为：

1、发行人处于塑料瓶包装设备行业，与产业链后端吹瓶设备、灌装设备和二次包装设备生产厂商连线生产，为客户提供瓶包装生产过程中不同环节、不同功能的设备，不具有直接的竞争关系；

2、发行人主要产品为瓶坯智能成型系统和瓶坯模具，合计收入占比在 70%-80%之间；瓶坯智能成型系统方面，96 腔及以上高端、中高端瓶坯智能成型系统市场呈现向品牌企业集聚的态势，头部聚集效应明显，72 腔及以下中端、小型瓶坯智能成型系统市场整体竞争较为激烈，生产厂商相对较多；瓶坯模具方面，高腔数瓶坯模具技术壁垒较高，市场份额相对集中，中小型模具领域，技术门槛相对较低，产品同质化严重，市场参与者众多、竞争激烈；

3、发行人瓶坯智能成型系统的直接竞争对手主要包括赫斯基、西帕、耐驰特、一道注塑、德玛克、广东伊之密高速包装系统有限公司等企业；瓶坯模具的直接竞争对手主要包括赫斯基、广东星联、台州汇源、成都联余等企业；

4、发行人产品技术可达到国际先进水平，在国内 96 腔以上瓶坯智能成型系统市场，发行人和赫斯基两者竞争，呈现国产发行人产品不断替代的趋势；

5、瓶坯成型装备行业具有较好的未来发展潜力，发行人凭借其较强的技术研发实力、优质的产品和服务、品牌客户资源以及较高的市场存量展示了较强的竞争实力；

6、发行人具备良好的持续盈利能力，不会出现短期内持续经营能力发生重大不利变化的情形。

## 问题 2. 关于中介机构核查程序

根据审核问询回复：

(1) 保荐人报告期内对销售收入的函证核查比例（发函比例\*回函比例）分别为 57.50%、77.29%、80.65%和 73.92%。报告期内，会计师函证确认的销售收入比例依次为 60.02%、76.33%、86.17%、81.60%。

(2) 保荐人对供应商的函证核查比例（发函比例\*回函比例）分别为 90.59%、63.91%、82.89%和 63.84%。

请保荐人、申报会计师说明：

(1) 2017 年对销售收入的函证比例较低的原因，保荐人 2018 年和 2020 年 1-6 月对供应商的函证核查比例较低的原因，对回函差异或未回函金额采取替代性程序或实质性程序后可以确认的核查比例；

(2) 疫情期间对客户/供应商/外协方等合作单位的走访和函证、往来款项函证和替代性程序、存货及其他资产负债项目的盘点、函证、监盘等核查情况及后续补充核查情况，说明相关核查的充分性、有效性，对核查结论的影响情况。

回复：

(一) 2017 年对销售收入的函证比例较低的原因，保荐人 2018 年和 2020 年 1-6 月对供应商的函证核查比例较低的原因，对回函差异或未回函金额采取替代性程序或实质性程序后可以确认的核查比例

**1、2017 年对销售收入的函证比例较低的原因，对回函差异或未回函金额采取替代性程序或实质性程序后可以确认的核查比例**

保荐人和申报会计师对发行人的销售收入执行了独立的函证程序，具体情况如下：

报告期内，保荐机构对发行人销售收入的函证情况如下：

单元：万元

| 项目       | 2020 年度   | 2020 年 1-6 月 | 2019 年度   | 2018 年度   | 2017 年度   |
|----------|-----------|--------------|-----------|-----------|-----------|
| 当期主营业务收入 | 51,800.22 | 20,087.77    | 45,267.91 | 39,385.48 | 36,419.19 |

| 项目                | 2020 年度 | 2020 年 1-6 月 | 2019 年度 | 2018 年度 | 2017 年度 |
|-------------------|---------|--------------|---------|---------|---------|
| 发函比例              | 91.07%  | 88.07%       | 86.49%  | 85.37%  | 73.61%  |
| 回函比例              | 93.93%  | 83.93%       | 93.25%  | 90.54%  | 78.11%  |
| 函证核查比例（发函比例*回函比例） | 85.54%  | 73.92%       | 80.65%  | 77.29%  | 57.50%  |

注：外币金额已折算成人民币金额。

报告期内，申报会计师通过函证确认的销售收入比例情况如下：

| 项目     | 2020 年度 | 2020 年 1-6 月 | 2019 年度 | 2018 年度 | 2017 年度 |
|--------|---------|--------------|---------|---------|---------|
| 回函确认比例 | 84.67%  | 81.60%       | 86.17%  | 76.33%  | 60.02%  |

报告期内，保荐人和申报会计师以客户的法人口径为基准，采取分层抽样的方法确认函证样本量，其中对于金额较大或者异常的客户，全部发函，对于剩余客户，则随机挑选样本进行发函。2017 年度、2018 年度、2019 年度、2020 年 1-6 月和 2020 年度，保荐机构发函比例分别为 73.61%、85.37%、86.49%、88.07% 和 91.07%，申报会计师发函比例分别为 79.56%、86.41%、90.19%、87.01% 和 89.43%，发函比例均超过 70%。

2017 年度发函比例较低，主要是因为 2017 年发行人大客户比例较其他年度小。报告期内，发行人持续开发优质大型客户，2017 年至 2020 年，发行人前五大客户销售占比分别为 34.82%、43.36%、49.03% 和 40.87%。2017 年度回函比例较低，主要是由于部分客户因以前年度财务数据对账较为繁琐，回函意愿不强。上述原因综合影响导致 2017 年对销售收入的函证比例较低。

对于未回函的客户及回函不符的客户，保荐机构和申报会计师执行了替代程序，包括取得差异调节表、检查对应的销售合同、发货单、验收单、发票和期后回款记录等支持性文件，采取替代性程序或实质性程序后可以确认的核查比例如下：

单位：万元

| 项目         | 2020 年度   | 2020 年 1-6 月 | 2019 年度   | 2018 年度   | 2017 年度   |
|------------|-----------|--------------|-----------|-----------|-----------|
| 当期主营业务收入   | 51,800.22 | 20,087.77    | 45,267.91 | 39,385.48 | 36,419.19 |
| 保荐机构最终核查比例 | 91.07%    | 88.07%       | 86.49%    | 85.37%    | 73.61%    |
| 会计师最终核查比例  | 89.43%    | 87.01%       | 90.19%    | 86.41%    | 79.56%    |

另外，保荐机构和申报会计师通过细节测试、现场走访和视频访谈等形式对销售收入进行了核查。

报告期内，保荐机构其他核查程序核查比例如下：

| 项目     | 2020 年度 | 2020 年 1-6 月 | 2019 年度 | 2018 年度 | 2017 年度 |
|--------|---------|--------------|---------|---------|---------|
| 细节测试比例 | 83.32%  | 81.02%       | 83.58%  | 83.75%  | 81.42%  |
| 现场走访比例 | 57.78%  | 75.02%       | 71.84%  | 72.59%  | 68.71%  |
| 视频访谈比例 | 14.40%  | 8.01%        | 9.28%   | 2.77%   | 0.76%   |

报告期内，申报会计师其他核查程序核查比例如下：

| 项目     | 2020 年度 | 2020 年 1-6 月 | 2019 年度 | 2018 年度 | 2017 年度 |
|--------|---------|--------------|---------|---------|---------|
| 细节测试比例 | 98.18%  | 99.70%       | 99.69%  | 96.82%  | 93.72%  |
| 现场走访比例 | 57.78%  | 75.02%       | 71.84%  | 72.59%  | 68.71%  |
| 视频访谈比例 | 14.40%  | 8.01%        | 9.28%   | 2.77%   | 0.76%   |

**2、保荐人 2018 年和 2020 年 1-6 月对供应商的函证核查比例较低的原因，对回函差异或未回函金额采取替代性程序或实质性程序后可以确认的核查比例**

报告期内，保荐人对供应商的函证核查情况如下：

| 项目                    | 2020 年度   | 2020 年 1-6 月 | 2019 年度   | 2018 年度   | 2017 年度   |
|-----------------------|-----------|--------------|-----------|-----------|-----------|
| 采购总额（万元）              | 20,982.16 | 11,447.11    | 25,911.13 | 19,195.62 | 17,488.43 |
| 发函比例                  | 79.75%    | 72.35%       | 87.31%    | 81.89%    | 92.60%    |
| 回函比例                  | 99.26%    | 88.23%       | 94.93%    | 78.03%    | 97.84%    |
| 函证核查比例<br>（发函比例*回函比例） | 79.16%    | 63.83%       | 82.89%    | 63.91%    | 90.59%    |

2018 年度供应商的函证核查比例较低主要是因为回函比例较低，2018 年度部分供应商如广州柏越机电设备有限公司、惠州市裕鼎模具钢有限公司等，因双方交易频繁且以前年度财务数据对账较为繁琐，该供应商仅对往来余额进行了回函，未对交易额回函，导致 2018 年度总体回函比例较低，保荐人对上述未回函的供应商执行了替代性程序。

2020 年 1-6 月供应商的函证核查比例较低主要是发函比例较低，保荐机构以供应商的法人口径为基准，采取分层抽样的方法确认函证样本量，其中对于金额较大或者异常的供应商，全部发函，对于剩余供应商，则随机挑选样本进行发

函。2020 年 1-6 月，公司在新冠疫情背景下，响应政府号召，开展熔喷非织造布生产线的研发、生产与销售，新增较多熔喷非织造布生产线原材料供应商，导致 2020 年 1-6 月采购金额较以往年度分散。2017 年度、2018 年度、2019 年度、2020 年 1-6 月和 2020 年度，保荐机构发函比例分别为 92.60%、81.89%、87.31%、72.35%和 80.03%，发函比例均超过 70%。

对于未回函的供应商及回函不符的供应商，保荐机构执行了替代程序，包括取得差异调节表、检查对应的采购审批单、合同、采购订单、入库单、记账凭证、付款回单、海关进口数据、发票等支持性文件，采取替代性程序或实质性程序后可以确认的核查比例如下：

| 项目         | 2020 年度   | 2020 年 1-6 月 | 2019 年度   | 2018 年度   | 2017 年度   |
|------------|-----------|--------------|-----------|-----------|-----------|
| 当期采购总额     | 20,982.16 | 11,447.11    | 25,911.13 | 19,195.62 | 17,488.43 |
| 保荐机构最终核查比例 | 79.75%    | 72.35%       | 87.31%    | 81.89%    | 92.60%    |

另外，保荐机构通过细节测试、现场走访和视频访谈等形式对采购金额进行了核查。

报告期内，保荐机构其他核查程序核查比例如下：

| 项目     | 2020 年度 | 2020 年 1-6 月 | 2019 年度 | 2018 年度 | 2017 年度 |
|--------|---------|--------------|---------|---------|---------|
| 细节测试比例 | 61.18%  | 51.50%       | 56.36%  | 59.39%  | 56.48%  |
| 现场走访比例 | 69.60%  | 61.06%       | 73.87%  | 78.38%  | 76.55%  |
| 视频走访比例 | 1.70%   | -            | -       | -       | -       |

（二）疫情期间对客户/供应商/外协方等合作单位的走访和函证、往来款项函证和替代性程序、存货及其他资产负债项目的盘点、函证、监盘等核查情况及后续补充核查情况，说明相关核查的充分性、有效性，对核查结论的影响情况

2020 年 1 月以来，新冠疫情在国内外先后爆发。尽管国内的新冠疫情状况已经得到有效控制，但局部地区仍存在新冠疫情反复的情况。

### 1、疫情期间对客户/供应商/外协方等合作单位的走访核查工作

报告期内，发行人的客户和供应商均以境内为主，保荐人、申报会计师和发行人律师关于发行人主要境内外客户、供应商的现场走访工作在 2019 年底已基本完成。疫情期间，中介机构对 2019 年下半年及 2020 年度新增的大额客户和

供应商进行了补充走访，其中境内客户和供应商仍以现场走访为主，对于境外客户以及个别境内地区的客户和供应商采取视频访谈的方式进行补充核查，项目走访核查工作未受到新冠疫情的重大影响。

在客户走访方面，疫情前中介机构共现场走访境内外客户 86 家，在疫情期间中介机构共现场走访境内客户 16 家，视频访谈境内客户 9 家，视频访谈境外客户 9 家，疫情前后现场走访及视频访谈方式核查的收入情况如下：

| 项目     | 2020 年度       | 2020 年<br>1-6 月 | 2019 年度       | 2018 年度       | 2017 年度       |
|--------|---------------|-----------------|---------------|---------------|---------------|
| 现场走访比例 | 57.78%        | 75.02%          | 71.84%        | 72.59%        | 68.71%        |
| 视频访谈比例 | 14.40%        | 8.01%           | 9.28%         | 2.77%         | 0.76%         |
| 合计访谈比例 | <b>72.18%</b> | <b>83.03%</b>   | <b>81.12%</b> | <b>75.36%</b> | <b>69.47%</b> |

在供应商走访方面，疫情前中介机构共现场走访境内外供应商 72 家，在疫情期间中介机构共现场走访境内供应商 12 家，视频访谈境内供应商 1 家，疫情前后现场走访及视频访谈方式核查的采购情况如下：

| 项目     | 2020 年度       | 2020 年<br>1-6 月 | 2019 年度       | 2018 年度       | 2017 年度       |
|--------|---------------|-----------------|---------------|---------------|---------------|
| 现场走访比例 | 69.60%        | 61.06%          | 73.87%        | 78.38%        | 76.55%        |
| 视频访谈比例 | 1.70%         | -               | -             | -             | -             |
| 合计访谈比例 | <b>71.30%</b> | <b>61.06%</b>   | <b>73.87%</b> | <b>78.38%</b> | <b>76.55%</b> |

综上，疫情期间采取视频访谈的合作单位主要为境外客户以及少部分境内的客户和供应商，同时，中介机构对视频访谈合作单位补充加强了企业基本情况调查、交易细节测试等补充核查程序，项目走访核查工作未受到新冠疫情重大不利影响。

## 2、疫情期间对客户/供应商/外协方等合作单位的函证、往来款项函证和替代性程序

疫情期间，发行人的主要境内客户和供应商均在国内疫情得到有效控制后较快实现复产复工，发行人的主要境外客户亦未出现停产歇业，无法取得联系的情况，中介机构对主要客户和供应商函证的发函及回函均未受到新冠疫情的重大影响，具体情况如下：

### （1）客户函证情况

疫情期间，保荐人对发行人客户的函证情况如下：

| 项目   |          | 2020 年度/<br>2020 年末 | 2020 年 1-6 月/<br>2020 年 6 末 | 2019 年度/<br>2019 年末 |
|------|----------|---------------------|-----------------------------|---------------------|
| 销售收入 | 函证核查比例   | 85.54%              | 73.92%                      | 80.65%              |
|      | 替代测试核查比例 | 5.53%               | 14.15%                      | 5.84%               |
|      | 最终可确认比例  | 91.07%              | 88.07%                      | 86.49%              |
| 应收账款 | 函证核查比例   | 77.57%              | 78.73%                      | 80.00%              |
|      | 替代测试核查比例 | 8.62%               | 5.92%                       | 1.10%               |
|      | 最终可确认比例  | 86.19%              | 84.65%                      | 81.10%              |
| 预收账款 | 函证核查比例   | 73.34%              | 76.82%                      | 82.79%              |
|      | 替代测试核查比例 | 7.30%               | 9.06%                       | 5.57%               |
|      | 最终可确认比例  | 80.64%              | 85.88%                      | 88.36%              |

疫情期间，申报会计师对发行人客户的函证情况如下：

| 项 目    | 核查情况     | 2020 年度/<br>2020 年末 | 2020 年 1-6 月/<br>/2020 年 6 末 | 2019 年度/<br>2019 年末 |
|--------|----------|---------------------|------------------------------|---------------------|
| 主营业务收入 | 回函确认比例   | 84.67%              | 81.60%                       | 86.17%              |
|        | 替代测试确认比例 | 4.76%               | 5.41%                        | 4.02%               |
|        | 最终可确认比例  | 89.43%              | 87.01%                       | 90.19%              |
| 应收账款   | 回函确认比例   | 77.39%              | 69.02%                       | 78.90%              |
|        | 替代测试确认比例 | 10.50%              | 12.62%                       | 6.33%               |
|        | 最终可确认比例  | 87.89%              | 81.64%                       | 85.23%              |
| 预收账款   | 回函确认比例   | 74.26%              | 76.19%                       | 78.23%              |
|        | 替代测试确认比例 | 6.26%               | 8.01%                        | 5.57%               |
|        | 最终可确认比例  | 80.52%              | 84.20%                       | 83.80%              |

注 1：2020 年度应收账款相关比例中涉及到应收账款金额的部分包含重分类至合同资产的金额

注 2：预收款项为报表中列示的合同负债及重分类至其他流动负债的合同负债中销项税金额部分

## （2）供应商函证情况

疫情期间，保荐人对发行人供应商的函证情况如下：

| 项目 |          | 2020 年度/<br>2020 年末 | 2020 年 1-6 月/<br>2020 年 6 末 | 2019 年度/<br>2019 年末 |
|----|----------|---------------------|-----------------------------|---------------------|
| 采购 | 函证核查比例   | 79.16%              | 63.83%                      | 82.89%              |
|    | 替代测试核查比例 | 0.59%               | 8.52%                       | 4.42%               |

| 项目   |          | 2020 年度/<br>2020 年末 | 2020 年 1-6 月/<br>2020 年 6 末 | 2019 年度/<br>2019 年末 |
|------|----------|---------------------|-----------------------------|---------------------|
|      | 最终可确认比例  | 79.75%              | 72.35%                      | 87.31%              |
| 应付账款 | 函证核查比例   | 93.42%              | 92.94%                      | 92.57%              |
|      | 替代测试核查比例 | 0.20%               | 0.00%                       | 0.72%               |
|      | 最终可确认比例  | 93.62%              | 92.94%                      | 93.29%              |
| 预付账款 | 函证核查比例   | 89.47%              | 17.65%                      | 73.10%              |
|      | 替代测试核查比例 | 1.16%               | 64.68%                      | 4.11%               |
|      | 最终可确认比例  | 90.63%              | 82.33%                      | 77.21%              |

注：2020 年 6 月末预付账款函证核查比例较低，主要是因为熔喷非织造布生产线业务原材料供应商金发科技股份有限公司、汕头市金平区新中阳机械厂未对函证进行回函，保荐人对未回函金额执行了替代程序。

疫情期间，申报会计师对发行人供应商的函证情况如下

| 项 目  | 核查情况     | 2020 年度/<br>2020 年末 | 2020 年 1-6 月/<br>2020 年 6 末 | 2019 年度/<br>2019 年末 |
|------|----------|---------------------|-----------------------------|---------------------|
| 采购额  | 回函确认比例   | 78.01%              | 76.19%                      | 74.69%              |
|      | 替代测试确认比例 | 1.04%               | 0.00%                       | 1.19%               |
|      | 最终可确认比例  | 79.05%              | 76.19%                      | 75.88%              |
| 应付账款 | 回函确认比例   | 86.71%              | 80.93%                      | 83.80%              |
|      | 替代测试确认比例 | 0.20%               | 2.71%                       | 0.00%               |
|      | 最终可确认比例  | 86.91%              | 83.65%                      | 83.80%              |
| 预付账款 | 回函确认比例   | 88.08%              | 38.11%                      | 77.03%              |
|      | 替代测试确认比例 | 2.55%               | 45.77%                      | 0.00%               |
|      | 最终可确认比例  | 90.63%              | 83.88%                      | 77.03%              |

综上，疫情期间，保荐人和申报会计师关于合作单位往来款项、交易金额的函证回函情况良好，函证核查工作未受到疫情重大影响。

### 3、存货及其他资产负债项目的盘点、函证、监盘等核查情况及后续补充核查情况

发行人的主要生产经营地为广东广州，存货及其他资产负债项目的盘点、函证、监盘等核查工作未受到疫情重大影响，具体核查情况如下：

#### （1）存货及其他资产负债项目盘点、监盘情况

| 项目          | 2020 年末 | 2020 年 6 月末 | 2019 年末 |
|-------------|---------|-------------|---------|
| 现金盘点比例      | 100.00% | 100.00%     | 100.00% |
| 存货抽盘比例      | 70.94%  | 70.57%      | 76.73%  |
| 其中：通过视频方式进行 | 5.75%   | -           | -       |
| 投资性房地产盘点比例  | 95.57%  | 98.88%      | 100.00% |
| 固定资产盘点比例    | 85.24%  | 88.32%      | 90.24%  |

受疫情影响，2020 年末部分发出商品通过视频盘点方式进行，对于该部分发出商品，中介机构对其进行了函证并取得了客户的盘点记录，同时，中介机构获取并查看了该发出商品对应的合同、发货记录、对方的签收记录等支持性文件作为补充核查程序。

## （2）存货及其他资产负债项目函证情况

| 项 目              | 核查情况     | 2020年末  | 2020年6月末 | 2019年末  |
|------------------|----------|---------|----------|---------|
| 银行存款<br>（全部回函）   | 回函确认比例   | 100.00% | 100.00%  | 100.00% |
|                  | 最终可确认比例  | 100.00% | 100.00%  | 100.00% |
| 其他货币资金<br>（全部回函） | 回函确认比例   | 100.00% | -        | -       |
|                  | 最终可确认比例  | 100.00% | -        | -       |
| 发出商品             | 回函确认比例   | 82.51%  | 89.06%   | 87.77%  |
|                  | 替代测试确认比例 | 1.92%   | -        | -       |
|                  | 最终可确认比例  | 84.43%  | 89.06%   | 87.77%  |
| 委托加工物资<br>（全部回函） | 回函确认比例   | 81.12%  | 80.47%   | 86.25%  |
|                  | 最终可确认比例  | 81.12%  | 80.47%   | 86.25%  |
| 其他应收款            | 回函确认比例   | 67.93%  | 52.63%   | 36.32%  |
|                  | 替代测试确认比例 | -       | -        | 42.59%  |
|                  | 最终可确认比例  | 67.93%  | 52.63%   | 78.92%  |
| 长期应收款<br>（全部回函）  | 回函确认比例   | 100.00% | 100.00%  | 100.00% |
|                  | 最终可确认比例  | 100.00% | 100.00%  | 100.00% |
| 其他应付款<br>（全部回函）  | 回函确认比例   | 100.00% | 79.78%   | 92.78%  |
|                  | 最终可确认比例  | 100.00% | 79.78%   | 92.78%  |
| 长期应付款<br>（全部回函）  | 回函确认比例   | 100.00% | 100.00%  | 100.00% |
|                  | 最终可确认比例  | 100.00% | 100.00%  | 100.00% |

综上，疫情期间，保荐人和申报会计师关于存货及其他资产负债项目的盘点、函证、监盘等核查工作正常开展，未受到疫情重大影响。

#### 4、核查的充分性、有效性，对核查结论的影响情况

综上，保荐人、申报会计师认为：

（1）中介机构对于发行人主要境内外客户、供应商的现场走访工作在 2019 年底前已基本完成。疫情期间，仅对新增的大额客户和供应商进行了补充走访，其中境内客户和供应商仍以现场走访为主，对于境外客户以及个别境内地区的客户和供应商采取视频访谈的方式进行补充核查，项目走访核查工作未受到新冠疫情的重大影响；

（2）疫情期间，发行人的主要境内客户和供应商均在国内疫情得到有效控制后较快实现复产复工，发行人的主要境外客户亦未出现停产歇业，无法取得联系的情况，中介机构关于合作单位往来款项、交易金额的函证回函情况良好，函证核查工作未受到疫情重大影响；

（3）发行人的主要生产经营地为广东广州，除少部分发出商品盘点通过视频方式进行外，发行人存货及其他资产负债项目的盘点、函证、监盘核查工作正常开展，未受到疫情重大影响；

（4）新冠疫情期间，中介机构关于发行人及其合作方的相关核查工作及依据充分、有效，新冠疫情对核查结论未产生重大不利影响。

#### 问题 3：关于境外客户

审核问询回复显示，2020 年，发行人新增境外客户 MAYORA 集团，收入金额 5,149.17 万元。该客户主要向公司购买瓶坯智能成型系统、提环注塑系统和瓶盖注塑系统。客户 MAYORA 集团系通过代理商 PT. RIA SARANA PERDANA ENGINEERING 获取。发行人向代理商支付佣金。

请发行人补充披露：

（1）与代理商及客户 MAYORA 集团建立业务合作关系的过程，MAYORA 集团向发行人采购产品的数量、用途、该客户系发行人 2020 年新增客户、合作当年即实现销售收入超过 5,000 万元的原因及合理性；

（2）向 MAYORA 集团相关客户销售产品的毛利率情况，毛利率与同类型产品

相比是否存在较大差异、产生差异的原因及合理性；

(3) 代理服务商与发行人开展业务合作的基本模式、是否属于经销销售，报告期各期合同金额前五名的合作代理服务商的名称、基本情况、合作原因、是否持续合作、合作的主要地域、相关代理服务商所在地及最终客户所在地是否存在区域集中性及原因；是否通过代理服务商获取的客户成为发行人境外直销客户的情形，发行人与终端客户的持续合作情况；

(4) 与代理服务商的合作模式、佣金定价水平等是否与同行业可比公司存在差异及差异原因。

请保荐人、申报会计师发表明确意见，并说明：

(1) 对报告期各期完成交易金额较大的发行人代理服务商的核查情况、采取的核查手段、获取的核查证据及核查结论；

(2) 对 2020 年度新增境外客户的核查情况、对发行人对新增境外客户销售收入真实性、发出商品等的核查情况、采取的核查手段、获取的核查证据及核查结论；

(3) 发行人、发行人股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员、关键岗位人员及其他相关人员与境外客户、代理服务商是否存在除购销合同、代理服务合同之外的资金往来或其他异常资金往来，核查方法、核查证据及核查结论。

回复：

#### 一、发行人分析并补充披露

(一) 与代理服务商及客户 MAYORA 集团建立业务合作关系的过程，MAYORA 集团向发行人采购产品的数量、用途、该客户系发行人 2020 年新增客户、合作当年即实现销售收入超过 5,000 万元的原因及合理性

发行人在招股说明书“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) 营业收入情况”中补充披露如下内容：

“公司与代理服务商 PT. Ria Sarana Perdana Engineering 于 2010 年首次发生业务合作，Ria Sarana Perdana Engineering 系印度尼西亚企业，于 1980 年成立，注册资本为 300,000.00 万印尼卢比，主营业务为货物贸易，代理区域

为印度尼西亚。2010-2017 年间，PT. Ria Sarana Perdana Engineering 作为公司的直销客户，向公司采购配件及模具等产品，向其国内有产品需求的最终客户进行销售，由此与公司建立了长久的良好合作关系。2018 年，由于最终客户需求产品的合同金额较大，PT. Ria Sarana Perdana Engineering 为降低自身业务风险，改变了与公司的合作模式，由原来的向公司买断式采购改为以收取佣金的代理服务方式与公司进行合作。2018-2020 年，公司通过 PT. Ria Sarana Perdana Engineering 获取了印度尼西亚的众多客户，包括 PT. INDO CERIA PLASTIK DAN PRINTING、PT. HOKKAN DELTAPACK INDUSTRI、PT. SARIGUNA PRIMATIRTA、PT. BINA KARYA PRIMA 和 MAYORA 集团等。

报告期内，公司通过 PT. Ria Sarana Perdana Engineering 签订的金额超过 100 万元的主要合同（瓶坯智能成型系统及模具，不含配件及服务）及合同确认收入情况如下表所示：

单位：万元

| 序号 | 合同编号            | 签订日期        | 客户名称                 | 合同金额      | 收入金额     | 收入年度   |
|----|-----------------|-------------|----------------------|-----------|----------|--------|
| 1  | HY20180520E-BKP | 2018 年 7 月  | PT. BINA KARYA PRIMA | 759.00    | 759.00   | 2018 年 |
|    | HY20BKP-ELC/02  | 2020 年 9 月  |                      | 740.57    | 740.57   | 2020 年 |
|    | HY20BKP-ELC-01  | 2020 年 4 月  |                      | 254.43    | 254.43   | 2020 年 |
| 2  | HY19TFJ-ELC/03  | 2019 年 7 月  | MAYORA 集团            | 862.23    | 862.23   | 2020 年 |
|    | HY19TFJ-ELC/04  | 2019 年 8 月  |                      | 427.42    | 427.42   | 2020 年 |
|    | HY19TFJ-ELC/05  | 2019 年 8 月  |                      | 470.79    | 470.79   | 2020 年 |
|    | HY19TFJ-ELC/02  | 2019 年 10 月 |                      | 416.04    | 416.04   | 2020 年 |
|    | HY19TFJ-ELC/01  | 2019 年 10 月 |                      | 803.62    | 803.62   | 2020 年 |
|    | HY20TFJ-ELC/07  | 2020 年 7 月  |                      | 403.95    | 403.95   | 2020 年 |
|    | HY20TFJ-ELC/15  | 2020 年 7 月  |                      | 856.36    | 856.36   | 2020 年 |
|    | HY20TFJ-ELC/16  | 2020 年 7 月  |                      | 418.08    | 418.08   | 2020 年 |
|    | HY20TFJ-ELC/17  | 2020 年 7 月  |                      | 459.82    | 459.82   | 2020 年 |
|    | HY19TFJ-ELC/06  | 2020 年 4 月  |                      | 838.84    | -        | /      |
|    | HY20TFJ-ELC/08  | 2020 年 7 月  |                      | 429.15    | -        | /      |
|    | HY20TFJ-ELC/09  | 2020 年 7 月  |                      | 1,677.03  | -        | /      |
|    | HY20TFJ-ELC/10  | 2020 年 7 月  |                      | 409.37    | -        | /      |
|    | HY20TFJ-ELC/11  | 2020 年 7 月  |                      | 450.24    | -        | /      |
| 合计 |                 |             |                      | 10,676.94 | 6,872.31 | /      |

公司于2019年7月通过PT. Ria Sarana Perdana Engineering接触了客户MAYORA集团，并与其集团成员公司PT. TIRTA FRESINDO JAYA签订了首个销售合同，后续MAYORA集团下的另一成员公司PT. PASCAL CORPINDO SEMESTA也与公司确立了业务合作关系。截至目前，MAYORA集团与公司签订的合同情况如下表所示：

单位：万元

| 合同编号           | 签订日期     | 具体客户                        | 合同金额     | 采购内容                            | 数量 | 用途                 |
|----------------|----------|-----------------------------|----------|---------------------------------|----|--------------------|
| HY19TFJ-ELC/03 | 2019年7月  | PT. TIRTA FRESINDO JAYA     | 862.23   | Epioneer-400/140EPET 瓶坯注塑机      | 1  | 用于生产瓶装水及瓶盖、洗衣液瓶及瓶盖 |
| HY19TFJ-ELC/04 | 2019年8月  | PT. TIRTA FRESINDO JAYA     | 427.42   | Systec350/720-1450CSP 高速瓶盖注塑机   | 1  |                    |
| HY19TFJ-ELC/05 | 2019年8月  | PT. TIRTA FRESINDO JAYA     | 470.79   | Systec420/820-1450CSP 高速提环注塑机   | 1  |                    |
| HY19TFJ-ELC/01 | 2019年10月 | PT. TIRTA FRESINDO JAYA     | 803.62   | Epioneer-400/140PET5L 瓶坯系统      | 1  |                    |
| HY19TFJ-ELC/02 | 2019年10月 | PT. TIRTA FRESINDO JAYA     | 416.04   | Systec350/720-1450CSP 高速瓶盖注塑机   | 1  |                    |
| HY19TFJ-ELC/06 | 2020年4月  | PT. TIRTA FRESINDO JAYA     | 838.84   | Epioneer-400/140E PET. vi瓶坯注塑系统 | 1  |                    |
| HY20TFJ-ELC/15 | 2020年7月  | PT. TIRTA FRESINDO JAYA     | 856.36   | Epioneer-400/140E PET. vi瓶坯注塑机  | 1  |                    |
| HY20TFJ-ELC/16 | 2020年7月  | PT. TIRTA FRESINDO JAYA     | 418.08   | Systec280/630-1450CSP 高速瓶盖注塑机   | 1  |                    |
| HY20TFJ-ELC/17 | 2020年7月  | PT. TIRTA FRESINDO JAYA     | 459.82   | Systec420/820-2300CSP 高速瓶盖注塑机   | 1  |                    |
| HY20TFJ-ELC/09 | 2020年7月  | PT. TIRTA FRESINDO JAYA     | 1,677.03 | Epioneer-400/140E PET           | 2  |                    |
| HY20TFJ-ELC/10 | 2020年7月  | PT. TIRTA FRESINDO JAYA     | 409.37   | Systec280/630-1450CSP 高速瓶盖注塑机   | 1  |                    |
| HY20TFJ-ELC/11 | 2020年7月  | PT. TIRTA FRESINDO JAYA     | 450.24   | Systec420/820-2300CSP 高速提环注塑机   | 1  |                    |
| HY20TFJ-ELC/08 | 2020年7月  | PT. PASCAL CORPINDO SEMESTA | 429.15   | Systec280/630-2300CSP 瓶盖注塑系统    | 1  |                    |
| HY20TFJ-ELC/07 | 2020年7月  | PT. PASCAL CORPINDO SEMESTA | 403.95   | EcoSys-228PET 瓶坯注塑系统            | 1  |                    |
| HY20TFJ-EL/18  | 2020年8月  | PT. PASCAL CORPINDO SEMESTA | 4.07     | 服务、配件及其他                        | /  | 日化生产线实验样坯          |
| HY20TFJ-EL/19  | 2020年9月  | PT. PASCAL CORPINDO SEMESTA | 20.33    | 服务、配件及其他                        | /  |                    |
| HY20TFJ-EL/20  | 2020年10月 | PT. TIRTA FRESINDO JAYA     | 6.46     | 服务、配件及其他                        | /  |                    |
| HY21TFJ-EL/01  | 2021年1月  | PT. PASCAL CORPINDO SEMESTA | 15.82    | 服务、配件及其他                        | /  |                    |

|    |          |  |  |  |
|----|----------|--|--|--|
| 合计 | 8,969.62 |  |  |  |
|----|----------|--|--|--|

2020 年度，公司对 MAYORA 集团确认了 9 套瓶坯注塑系统的收入及个别配件服务收入，金额合计为 5,149.17 万元。MAYORA 集团系印度尼西亚知名快消食品集团，集团成员企业较多，业务规模庞大，产品线丰富，主要包括饼干、糖果、威化饼、巧克力、咖啡、方便食品、饮料、谷物及日化产品等，此次向公司采购的产品用于其生产瓶装水及瓶盖、洗衣液瓶及瓶盖，因此对瓶坯智能注塑系统产品及提环系统、注盖系统产品的需求较大，导致合同金额较大。

截至目前，公司与 MAYORA 集团签订了金额约 9,000 万元的销售合同，2020 年度确认收入的合同中包含了 2019 年和 2020 年签订的合同，其中 2019 年度的合同金额为 2,980.10 万元，2020 年度的为 2,169.07 万元。公司瓶坯智能成型系统从订单签订到安装验收的周期通常为 5 到 20 个月，由于机器型号、客户工厂环境、客户投产计划等情况的不同，各订单的交付、验收周期等会有一定的差异。而公司向 MAYORA 集团销售的产品从签订合同到确认收入的期间为 5-10 个月，在正常区间范围内。

因此，从 MAYORA 集团的业务规模，对公司产品的需求情况来看，公司对 MAYORA 集团签订合同金额及确认收入金额较大具有合理性；从公司销售产品的周期来看，公司对 MAYORA 集团从签订合同到产品确认收入的周期在公司正常区间范围内。

综上，公司于 2020 年对 MAYORA 集团销售收入超过 5,000 万元具有合理性。

（二）向 MAYORA 集团相关客户销售产品的毛利率情况，毛利率与同类型产品相比是否存在较大差异、产生差异的原因及合理性

发行人在招股说明书“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）营业收入情况”中补充披露如下内容：

“2020 年度，MAYORA 集团确认收入的主要合同情况如下表所示：

单位：万元

| 合同编号           | 具体客户                    | 产品类型     | 收入金额   | 产品型号         | 毛利率    | 同类产品平均毛利率 |
|----------------|-------------------------|----------|--------|--------------|--------|-----------|
| HY19TFJ-ELC/03 | PT. TIRTA FRESINDO JAYA | 瓶坯智能成型系统 | 862.23 | Epioneer-400 | 47.07% | 41.06%    |

|                |                             |          |          |                    |        |        |
|----------------|-----------------------------|----------|----------|--------------------|--------|--------|
| HY20TFJ-ELC/15 | PT. TIRTA FRESINDO JAYA     | 瓶坯智能成型系统 | 856.36   | Epioneer-400       | 45.13% | 41.06% |
| HY19TFJ-ELC/01 | PT. TIRTA FRESINDO JAYA     | 瓶坯智能成型系统 | 803.62   | Epioneer-400       | 46.95% | 41.06% |
| HY19TFJ-ELC/05 | PT. TIRTA FRESINDO JAYA     | 瓶坯智能成型系统 | 470.79   | Systec420/820-1450 | 31.63% | 31.63% |
| HY20TFJ-ELC/17 | PT. TIRTA FRESINDO JAYA     | 瓶坯智能成型系统 | 459.82   | Systec420/820-2300 | 35.79% | 35.79% |
| HY19TFJ-ELC/04 | PT. TIRTA FRESINDO JAYA     | 瓶坯智能成型系统 | 427.42   | Systec350/720-1450 | 26.68% | 31.33% |
| HY20TFJ-ELC/16 | PT. TIRTA FRESINDO JAYA     | 瓶坯智能成型系统 | 418.08   | Systec280/630-1450 | 33.79% | 33.79% |
| HY19TFJ-ELC/02 | PT. TIRTA FRESINDO JAYA     | 瓶坯智能成型系统 | 416.04   | Systec350/720-1450 | 36.11% | 31.33% |
| HY20TFJ-ELC/07 | PT. PASCAL CORPINDO SEMESTA | 瓶坯智能成型系统 | 403.95   | EcoSys-228PET      | 30.71% | 29.27% |
| 合计             |                             |          | 5,118.31 |                    |        |        |

注 1：同类产品平均毛利率均采用 2020 年度数据

注 2：Systec 系列产品由于公司仅向 MAYORA 客户进行销售，因此平均毛利率与销售给 MAYORA 集团的毛利率基本一致

由于 MAYORA 集团是外销客户，公司考虑到海外客户运输及后续服务成本较高，且需要向代理服务商 PT. Ria Sarana Perdana Engineering 支付一定比例的佣金，因此产品单位定价较高，导致个别合同毛利率较同类产品的平均毛利率略高，Epioneer-400 系列较平均的毛利率 41.06% 高 5% 左右，ECOSYS-228PET 系列毛利率与平均毛利率相近，整体不存在较大差异。”

（三）代理服务商与发行人开展业务合作的基本模式、是否属于经销销售，报告期各期合同金额前五名的合作代理服务商的名称、基本情况、合作原因、是否持续合作、合作的主要地域、相关代理服务商所在地及最终客户所在地是否存在区域集中性及原因；是否通过代理服务商获取的客户成为发行人境外直销客户的情形，发行人与终端客户的持续合作情况

发行人在招股说明书“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）营业收入情况”之“4、主营业务收入按销售模式分析”之“（2）境外直销模式分析”之“④境外直销中的代理服务商分析”中补充披露如下内容：

“公司与代理服务商的业务合作基本模式为：代理服务商向公司推荐客户，

大部分代理服务商同时提供后续服务，如代表公司与最终客户进行沟通，并协助公司向客户进行收款，协助安装及售后服务等事宜。代理服务商与公司签订佣金协议，约定一定金额或基于销售合同金额一定比例的佣金。公司在合同实现收入时计提佣金，一般在收到客户 90%以上的货款时，按收款进度同比例向代理服务商进行支付。公司通过代理服务商进行销售的客户均为公司的境外直销客户，由公司直接与最终客户签订销售合同，向最终客户所在地发货，由最终客户向公司支付货款，不属于经销模式。

报告期内，各期前五大代理服务商情况如下表所示：

单位：万元

| 年度     | 代理服务商                               | 代理合同总金额  | 佣金金额   | 佣金比例   |
|--------|-------------------------------------|----------|--------|--------|
| 2018 年 | PT. Ria Sarana Perdana Engineering  | 774.31   | 40.15  | 5.19%  |
|        | 查刚                                  | 230.42   | 35.43  | 15.38% |
|        | GALAXY POINT LIMITED                | 26.56    | 3.98   | 15.00% |
| 2019 年 | 查刚                                  | 1,225.83 | 139.71 | 11.40% |
|        | SINOPAC PLASTIC MACHINERY CO., LTD. | 628.74   | 80.28  | 12.77% |
|        | SUCCESS MAX INTERNATIONAL LIMITED   | 315.00   | 2.84   | 0.90%  |
|        | PION INDUSTRY CO., LTD              | 236.52   | 4.70   | 1.99%  |
|        | GALAXY POINT LIMITED                | 54.91    | 8.24   | 15.00% |
| 2020 年 | PT. Ria Sarana Perdana Engineering  | 6,245.15 | 645.20 | 10.33% |
|        | SINOPAC PLASTIC MACHINERY CO., LTD. | 480.25   | 57.06  | 11.88% |
|        | RIECKERMANN                         | 414.33   | 53.86  | 13.00% |
|        | SAI PLASTICS                        | 393.02   | 15.24  | 3.88%  |
|        | ALL STAR PLAST LIMITED              | 134.86   | 4.05   | 3.00%  |

注：2018 年仅有三家代理商

2019 年度的代理商 SUCCESS MAX INTERNATIONAL LIMITED 和 PION INDUSTRY CO., LTD, 以及 2020 年度的代理服务商 SAI PLASTICS、ALL STAR PLAST LIMITED 的佣金比例较低，系由于这几家代理服务商仅向公司推荐客户，不提供后续沟通、协助售后等服务，因此佣金金额占代理合同金额的比例较低。除此之外，公司向大部分代理服务商的佣金比例一般为合同金额的 5%-15%。

报告期内，公司的主要代理服务商的基本情况及代理最终客户情况如下表所示：

| 代理商服务商                              | 基本情况                                                                                                                        | 合作区域         | 首次合作时间 | 最终客户                                                                                         |
|-------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------|--------|----------------------------------------------------------------------------------------------|
| PT. Ria Sarana Perdana Engineering  | 成立于1980年，注册资本为300,000.00万印尼卢比（约137.80万人民币），Richard Anthoni 持股75%、Tan Charlie Chendra 持股25%，主营业务为货物贸易                        | 印度尼西亚        | 2010年  | MAYORA 集团、PT. BINA KARYA PRIMA、PT. INDO CERIA PLASTIK DAN PRINTING、PT. SARIGUNA PRIMATIRTA 等 |
| SINOPAC PLASTIC MACHINERY CO., LTD. | 成立于2017年，所在地为香港，注册资本1万港币，主营业务为机械设备及模具贸易服务                                                                                   | 泰国、越南、缅甸、柬埔寨 | 2019年  | DUY TAN PLASTICS MANUFACTURING、INTERNATIONAL PET JSC 等                                       |
| RIECKERMANN                         | 成立于2006年，公司为国际代理公司，总部在德国，在沙特、埃及、泰国、印尼等国家，地区如香港都有分公司。与公司合作的是香港 RIECKERMANN，所在地为香港。公司股东：HRD Asia Ltd 持股100%，主营业务为塑料、包装机械贸易、服务 | 沙特           | 2012年  | MAKKAH WATER COMPANY                                                                         |
| SAI PLASTICS                        | 所在地为印度，Mr. Pankaj. 持股100%，主营业务为塑胶模具产品                                                                                       | 印度           | 2020年  | TPAC PACKAGING INDIA PRIVATE LIMITED                                                         |
| SUCCESS MAX INTERNATIONAL LIMITED   | 成立于2009年，所在地为香港，主营业务是货物贸易                                                                                                   | 吉尔吉斯斯坦       | 2019年  | OSOO GRAND POLYMER                                                                           |
| ALL STAR PLAST LIMITED              | 代理商所在地：香港，注册资本：1万港币，股东为李英。主营业务为塑料产品，机械设备模具类贸易                                                                               | 英国           | 2018年  | Esterform Poland、Esterform Packaging Ltd                                                     |
| 查刚                                  | 原为公司国际业务部员工，2017年2月辞职后，以个人名义与公司进行业务往来，主要代理区域为东非地区，包括埃塞耳比亚、坦桑尼亚等                                                             | 东非、国内        | 2017年  | KUNIS BARI GENERAL TRADING PLC、ABBAHAWA TRADING P. L. C、张家港汇卓机械有限公司等                         |

公司主要的代理商服务商与其代理的客户存在一定的区域集中性，主要系 PT. Ria Sarana Perdana Engineering，代理的均为其所在地印度尼西亚的最终客户，由于代理商服务商的客户资源较为集中，且出于提供后续服务的考虑，代理商及最终客户存在一定的区域集中情况。

公司与大部分代理商服务商均保持了持续合作关系，如 PT. Ria Sarana Perdana Engineering、查刚、RIECKERMANN 和 SAI PLASTICS 等。最终客户如 PT. INDO CERIA PLASTIK DAN PRINTING、MAYORA 集团、TPAC PACKAGING INDIA PRIVATE LIMITED、MAKKAH WATER 等，均与公司签订了后续合同，截至目前，公司与最终客户的主要在手订单情况如下表所示：

单位：万元

| 客户名称                                 | 代理服务商                              | 合同编号           | 产品类型     | 合同金额     |
|--------------------------------------|------------------------------------|----------------|----------|----------|
| PT. TIRTA FRESINDO JAYA              | PT. Ria Sarana Perdana Engineering | HY19TFJ-ELC/06 | 瓶坯智能成型系统 | 838.84   |
| PT. TIRTA FRESINDO JAYA              |                                    | HY20TFJ-ELC/09 | 瓶坯智能成型系统 | 1,677.03 |
| PT. TIRTA FRESINDO JAYA              |                                    | HY20TFJ-ELC/10 | 瓶坯智能成型系统 | 409.37   |
| PT. TIRTA FRESINDO JAYA              |                                    | HY20TFJ-ELC/11 | 瓶坯智能成型系统 | 450.24   |
| PT. INDO CERIA PLASTIK DAN PRINTING  |                                    | HY20INDO-EL03  | 瓶坯模具     | 166.12   |
| MAKKAH WATER                         | RIECKERMANN                        | HY2020MW-LSC03 | 服务、配件及其他 | 33.62    |
| TPAC PACKAGING INDIA PRIVATE LIMITED | SAI PLASTICS                       | HY2020TP-LSC12 | 瓶坯模具     | 56.03    |
| TPAC PACKAGING INDIA PRIVATE LIMITED |                                    | HY2020TP-LSC14 | 瓶坯模具     | 27.69    |
| TPAC PACKAGING INDIA PRIVATE LIMITED |                                    | HY2020TP-LSC15 | 瓶坯模具     | 22.74    |
| TPAC PACKAGING INDIA PRIVATE LIMITED |                                    | HY2020TP-LSC16 | 瓶坯模具     | 20.77    |
| TPAC PACKAGING INDIA PRIVATE LIMITED |                                    | HY2020TP-LSC17 | 瓶坯模具     | 56.03    |
| TPAC PACKAGING INDIA PRIVATE LIMITED |                                    | HY2021TP-LSC19 | 瓶坯模具     | 16.71    |
| TPAC PACKAGING INDIA PRIVATE LIMITED |                                    | HY2021TP-LSC20 | 瓶坯模具     | 31.64    |
| TPAC PACKAGING INDIA PRIVATE LIMITED |                                    | HY2021TP-LSC21 | 瓶坯模具     | 44.83    |
| TPAC PACKAGING INDIA PRIVATE LIMITED |                                    | HY2021TP-LSC18 | 瓶坯模具     | 55.37    |
| 合计                                   | /                                  | /              | /        | 3,907.03 |

”

（四）与代理服务商的合作模式、佣金定价水平等是否与同行业可比公司存在差异及差异原因

发行人在招股说明书“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）营业收入情况”之“4、主营业务收入按销售模式分析”之“（2）境外直销模式分析”之“④境外直销中的代理服务商分析”中补充披露如下内容：

“公司的行业分类为‘C35 专用设备制造业’，与公司同属于该行业的部分上市公司公开披露的采用代理商的合作模式及佣金比例如下：

| 公司名称 | 主营业务                                      | 公开披露信息                                                                                                              | 佣金比例 |
|------|-------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------|
| 泰瑞机器 | 专业从事注塑机的研发、设计、生产、销售和服务，并为下游应用领域提供注塑成型解决方案 | 虽然代理直销系公司与终端客户签订销售合同，但该销售是通过公司的代理商的渠道进行。通过代理商公司不仅能直接接触到终端客户，进一步了解终端客户需求，还能由代理商开发、管理和维护公司的销售渠道，对于公司拓展市场和树立品牌效应具有积极作用 | 未披露  |

|      |                                                        |                                                                                                              |            |
|------|--------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|
| 盛美股份 | 公司主要从事半导体专用设备的研发、生产和销售，主要产品包括半导体清洗设备、半导体电镀设备和先进封装湿法设备等 | 在委托代理商推广的情形下，公司与代理商签订产品销售代理协议，由代理商负责相关产品在特定地区的市场推广，公司直接与相关客户签署销售合同并直接向客户发货，并按照其代理销售产品类型及事先约定的佣金比例，向代理商支付代理佣金 | 主要为3%-5%   |
| 芯源微  | 公司主要从事半导体专用设备的研发、生产和销售                                 | 委托代理商销售模式下，公司与特定地区代理商签订产品销售区域代理协议，由其负责在特定地区代理销售公司相关产品，公司按照其代理销售产品类型及事先约定的佣金比例，向其支付一定比例的代理佣金                  | 15%        |
| 日发纺机 | 主要从事成套纺织装备的研发、生产和销售                                    | 代理商有针对性的向客户进行推介，并为客户提供市场和客户信息，公司与代理商推荐的意向客户进行接洽、制定产品技术细节、签订销售合同并直接发货给客户，公司与代理商签订代理协议，根据其推介销售和回款情况向其支付佣金      | 主要为10%-15% |

由上表可见，公司与同为“C35 专用设备制造业”的可比公司在与代理服务商的合作模式方面基本一致，均是由代理商推荐客户，由公司直接与客户签订销售合同并直接发货给客户，公司与代理商签订的系代理协议，向代理商支付一定金额或比例的佣金。根据可比公司的不同细分行业，上表中列举的可比公司佣金比例有所不同，但均在 3%-15% 范围内，公司主要的佣金比例也处于 5%-15% 区间。因此，公司与代理服务商的合作模式、佣金定价水平等与同行业可比公司不存在较大差异。”

## 二、保荐人、申报会计师核查意见

### （一）核查程序

1、了解代理服务商及客户 MAYORA 集团建立业务合作关系的过程；统计 MAYORA 集团向公司采购产品的数量、用途；统计公司通过 PT. Ria Sarana Perdana Engineering 签订的合同情况；

2. 根据销售明细表计算 MAYORA 集团相关客户销售产品的毛利率；结合同类型产品的毛利率，比较分析差异原因；

3、了解和询问业务人员相关代理服务商与公司开展业务合作的基本模式，统计报告期各期合同金额前五名的合作代理服务商的名称、基本情况、合作原因、持续合作、合作的主要地域、相关代理服务商所在地及最终客户所在地是否存在区域集中性及原因；

4、统计分析公司对代理服务商的佣金比例，并与同为“C35 专用设备制造业”的可比公司与代理服务商的合作模式、佣金定价水平进行对比分析；

5、访谈公司完成交易金额较大的代理服务商并检查公司向其计提和支付佣金相关的合同、佣金协议、银行回单等原始凭证；取得部分交易金额较大的代理服务商的工商登记注册文件；对部分交易金额较大的代理服务商的佣金服务费进行函证；对部分交易金额较大的代理服务商介绍的客户进行访谈，确认公司获取订单的方式为代理服务商介绍，了解客户购买公司产品的主要用途，分析购买行为是否合理。

## （二）核查意见

1、公司与代理服务商 PT. Ria Sarana Perdana Engineering 于 2010 年首次发生业务合作，公司于 2019 年 7 月通过 PT. Ria Sarana Perdana Engineering 接触了客户 MAYORA 集团，MAYORA 集团向公司采购产品的数量、用途具备商业合理性。公司向 MAYORA 集团销售的产品从签订合同到确认收入的期间在正常区间范围内，公司对 MAYORA 集团于 2020 年收入超过 5,000.00 万元具有合理性；

2、由于 MAYORA 集团是外销客户，公司考虑到海外客户运输及后续服务成本较高，且需要向代理服务商 PT. Ria Sarana Perdana Engineering 支付一定比例的佣金，因此产品单位定价较高，导致个别合同毛利率较同类产品的平均毛利率略高，如 Epioneer-400 系列较平均的毛利率在 41.06%左右，但整体不存在较大差异；

3、公司与代理服务商的业务合作基本模式为：代理服务商向公司推荐客户，大部分代理服务商同时提供后续服务，如代表公司与最终客户进行沟通，并协助公司向客户进行收款，协助安装及售后服务等事宜。代理服务商与公司签订佣金协议，约定一定金额或基于销售合同金额一定比例的佣金。公司在收到客户货款时，按收款进度向代理服务商进行支付。公司通过代理服务商进行销售的客户均为公司的境外直销客户，由公司直接与最终客户签订销售合同，向最终客户所在地发货，由最终客户向公司支付货款，不属于经销模式；公司与大部分代理服务商均保持了持续合作关系；

4、公司与代理服务商的合作模式、佣金定价水平与同行业可比公司不存

在较大差异。

### 三、保荐人、申报会计师说明

(一) 对报告期各期完成交易金额较大的发行人代理服务商的核查情况、采取的核查手段、获取的核查证据及核查结论

报告期内，发行人完成交易金额较大的代理商为 PT.Ria Sarana Perdana Engineering 和查刚（ZHA GANG），两者代理的合同金额占所有代理直销的合同金额比例为 76.85%，两者收取的佣金占全部佣金的比例为 79.07%。

对 PT.Ria Sarana Perdana Engineering 和查刚（ZHA GANG），保荐人、申报会计师采取的核查手段、获取的核查证据如下：

- 1、对 PT.Ria Sarana Perdana Engineering 和查刚（ZHA GANG）进行访谈，并取得其出具的《无关联关系声明》；
- 2、取得发行人向 PT.Ria Sarana Perdana Engineering 和查刚（ZHA GANG）计提和支付佣金相关的合同、佣金协议、银行回单等原始凭证；
- 3、取得 PT.Ria Sarana Perdana Engineering 的工商登记注册文件，取得其出具的关于其经营情况的说明；
- 4、针对佣金服务费，对 PT.Ria Sarana Perdana Engineering、查刚（ZHA GANG）进行函证；
- 5、针对查刚（ZHA GANG）与发行人共同实际控制人温世旭的资金往来进行访谈；
- 6、对部分 PT.Ria Sarana Perdana Engineering 和查刚（ZHA GANG）介绍的客户进行访谈，报告期内，访谈 PT.Ria Sarana Perdana Engineering 和查刚（ZHA GANG）介绍客户的合同金额占全部 PT.Ria Sarana Perdana Engineering 和查刚（ZHA GANG）介绍客户的合同金额比例为 95.66%，所有访谈客户的合同金额占全部代理商介绍客户的合同金额比例为 78.13%，通过访谈确认发行人获取订单的方式为代理商介绍，了解客户购买发行人产品的主要用途，分析购买行为是否合理；
- 7、问询发行人总经理及部分业务部门员工，了解发行人及所处行业的经营特点和销售模式，分析发行人代理直销模式的合理性；

8、统计分析发行人对代理商 PT.Ria Sarana Perdana Engineering 和查刚（ZHA GANG）的佣金比例，并与专用设备制造业上市公司进行对比分析佣金定价的合理性。

经核查，保荐人、申报会计师认为代理直销模式为发行人销售模式的有益补充，符合行业特征；PT.Ria Sarana Perdana Engineering 和查刚（ZHA GANG）介绍客户购买发行人产品具有合理用途，发行人向 PT.Ria Sarana Perdana Engineering 和查刚（ZHA GANG）支付佣金均有相应的原始凭证支撑，佣金定价水平合理，佣金计算准确；PT.Ria Sarana Perdana Engineering 和查刚（ZHA GANG）作为主要的代理商，与发行人及其实际控制人、董事、监事和高级管理人员不存在关联关系或其他利益输送。

（二）对 2020 年度新增境外客户的核查情况、对发行人对新增境外客户销售收入真实性、发出商品等的核查情况、采取的核查手段、获取的核查证据及核查结论

发行人 2020 年度主要新增境外客户为 MAYORA 集团和 CHHENG SRENG & CHHAI HONG，分别实现销售收入 5,149.17 万元和 336.58 万元，2020 年末不存在发出商品。

针对发行人 2020 年度新增境外客户及对其实现销售收入的真实性，保荐人、申报会计师采取的核查手段、获取的核查证据如下：

1、对 MAYORA 集团和 CHHENG SRENG & CHHAI HONG 进行了访谈，取得其出具的《无关联关系声明》，取得发行人产品在其工厂的视频或照片；

2、对 CHHENG SRENG & CHHAI HONG 及与发行人发生交易的 MAYORA 集团成员企业 PT.TIRTA FRESINDO JAYA、PT.PASCAL CORPINDO SEMESTA 进行函证；

3、通过中国出口信用保险公司查询 MAYORA 集团及其成员企业的相关信息，取得 CHHENG SRENG & CHHAI HONG 的工商登记注册文件；

4、查阅 MAYORA 集团成员企业 PT.MAYORA INDAH TBK（雅加达证券交易所上市）的公开披露资料；登录 MAYORA 集团官网，查阅其经营情况相关信息；

5、查阅发行人与 CHHENG SRENG & CHHAI HONG 及 MAYORA 集团成员企业 PT.TIRTA FRESINDO JAYA、PT.PASCAL CORPINDO SEMESTA 交易相关的合同、发票、提单、报关单等原始凭证；

6、取得发行人 2020 年的海关报关数据，并将发行人与 MAYORA 集团和 CHHENG SRENG & CHHAI HONG 的交易数据与其进行核对；

7、统计分析发行人与 MAYORA 集团和 CHHENG SRENG & CHHAI HONG 合同签订至实现收入的期间，分析期间分布是否存在异常情形；

8、问询发行人业务部门员工，了解发行人与 MAYORA 集团和 CHHENG SRENG & CHHAI HONG 的业务开展情况。

经核查，保荐人、申报会计师认为 MAYORA 集团和 CHHENG SRENG & CHHAI HONG 购买发行人的产品具有合理性，发行人对其实现的销售收入真实。

（三）发行人、发行人股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员、关键岗位人员及其他相关人员与境外客户、代理商是否存在除购销合同、代理服务合同之外的资金往来或其他异常资金往来，核查方法、核查证据及核查结论

针对发行人、发行人股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员、关键岗位人员及其他相关人员与境外客户、代理商是否存在除购销合同、代理服务合同之外的资金往来或其他异常资金往来，保荐人、申报会计师采取的核查手段、获取的核查证据如下：

1、取得发行人报告期内《已开立银行结算账户清单》中的银行账户资金流水、已开立的外币结算账户资金流水；实际控制人、内部董事、监事、高管、出纳及其他关键岗位人员等自然人报告期内的银行账户流水（包括报告期内销户的账户）；实际控制人（曾）控制的其他企业葆莱投资、旭扬投资、信世扬投资、广州日精、肇庆三和报告期内的银行账户资金流水；

2、对发行人 100 万元以上及前十大客户、供应商的大额资金往来、上述自然人 10 万以上大额流水、实际控制人控制的其他企业 1 万元以上的资金往来，逐笔查看并记录交易日期、交易发生额、交易对方账户名、交易摘要等内容，对照发行人关联方清单、客户供应商清单（含境外客户和代理商）及主要客户、供应商的关键人员清单，核查资金往来交易对方的身份；

3、结合发行人 100 万元以上及前十大客户、供应商的大额资金往来，以及发行人与境外客户、代理商的大额资金往来，取得并查阅购销合同、代理服务合同、相关的发货单、验收单等原始凭证，核查确认交易对方、交易内容是否存在异常；另外，对发行人 80%左右的银行账户资金流水（含流入和流出）进行银行对账单与银行存款明细账的双向核对，逐笔查看交易日期、交易发生额、交易对方账户名、交易摘要等内容，核查确认交易对方、交易内容是否存在异常，资金流水是否均完整、准确入账，是否均与公司业务需要相符；

4、分析实际控制人控制的其他企业是否存在与发行人相同客户、供应商（含境外客户和代理商）发生资金往来的情形；

5、对上述自然人除了名下账户间往来及购买理财之外的流水进行了逐项问询并取得了书面确认，部分对当事人进行了访谈、取得了相应支持性证据（如借款协议或借条、购房相关协议或发票、借款方的银行流水流向、与资金往来内容相关的聊天截图等），确认资金往来的内容和原因。

经核查，保荐人、申报会计师认为发行人共同实际控制人温世旭与代理商查刚（ZHA GANG）在 2017 年 3 月存在一笔 17.50 万元的大额资金往来，系温世旭对查刚（ZHA GANG）的私人借款，用于查刚（ZHA GANG）个人投资，借款已归还；除此之外，发行人、发行人股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员、关键岗位人员及其他相关人员与境外客户、代理商不存在除购销合同、代理服务合同之外的资金往来或其他异常资金往来。

#### 问题 4：关于融资租赁客户

根据审核问询回复：

（1）部分客户出于融资的需要，会通过融资租赁公司合作的方式向公司采购设备，公司与融资租赁公司形成购销关系，融资租赁公司与承租方构成租赁关系。

（2）2017 年公司存在直销客户为融资租赁客户的情况，销售客户为佛山市三水区华南包装制品有限公司，销售金额为 1,906.23 万元。

请发行人：

（1）补充披露 2020 年全年融资租赁公司客户和融资租赁直销客户的收入金

额及占比，毛利率情况；

(2) 补充披露发行人销售给融资租赁公司客户及融资租赁直销客户是否需承担担保义务，如有，补充披露担保的主要内容，担保余额等；

(3) 结合公司不同销售模式及结算方式，补充披露公司、融资租赁公司及下游客户适用新租赁准则的情况，对比分析适用新旧租赁准则对公司及下游客户业务开展、财务数据的具体影响。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

回复：

#### 一、发行人分析并补充披露

(一) 补充披露 2020 年全年融资租赁公司客户和融资租赁直销客户的收入金额及占比，毛利率情况

发行人在招股说明书“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）营业收入情况”中补充披露如下内容：

“2020 年度，公司融资租赁客户的收入金额及占比，毛利率情况如下表所示：

| 融资租赁公司   | 最终客户   | 收入金额<br>(万元) | 占营业收入的<br>比例 | 毛利率    |
|----------|--------|--------------|--------------|--------|
| 融资租赁公司 A | 最终客户 A | 619.47       | 1.19%        | 35.08% |
| 融资租赁公司 B | 最终客户 B | 730.09       | 1.40%        | 37.84% |
| 融资租赁公司 C | 最终客户 C | 487.43       | 0.93%        | 47.57% |
| 合 计      |        | 1,836.99     | 3.52%        |        |

2020 年度，公司通过融资租赁公司 C 向最终客户 C 销售的产品毛利率较高，主要是由于该合同下含 1 套 48 腔的整模及 1 套 48 腔的冷模，因技术较为成熟，毛利率在 55%-65% 之间，导致整体合同毛利率较高。”

(二) 补充披露发行人销售给融资租赁公司客户及融资租赁直销客户是否需承担担保义务，如有，补充披露担保的主要内容，担保余额等

发行人在招股说明书“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）营业收入情况”中补充披露如下内容：

“2017 年至 2020 年公司与融资租赁公司相关业务的履行情况：

单位：万元

| 收入确认年度 | 融资租赁公司        | 最终客户           | 公司收齐全款年度 | 终端客户向融资租赁公司截止到目前的付款情况 | 三方是否有履约纠纷 | 是否涉及担保义务 |
|--------|---------------|----------------|----------|-----------------------|-----------|----------|
| 2017 年 | 宝信国际融资租赁有限公司  | 广东康腾企业集团有限公司   | 2017 年   | 已结清                   | 否         | 是        |
| 2017 年 | 西门子财务租赁有限公司   | 辉煌联合（天津）食品有限公司 | 2017 年   | 已结清                   | 否         | 否        |
| 2017 年 | 第一金租赁（成都）有限公司 | 四川利宝食品有限公司     | 2017 年   | 已结清                   | 否         | 否        |
| 2018 年 | 西门子财务租赁有限公司   | 南昌富景食品有限公司     | 2018 年   | 已结清                   | 否         | 否        |
| 2020 年 | 和运国际租赁有限公司    | 河北凯力华维包装科技有限公司 | 2020 年   | 按期正常执行                | 否         | 否        |
| 2020 年 | 平安国际融资租赁有限公司  | 佛山市和旺塑料包装有限公司  | 2019 年   | 按期正常执行                | 否         | 否        |
| 2020 年 | 西门子财务租赁有限公司   | 宿迁正茂包装有限公司     | 2020 年   | 按期正常执行                | 否         | 否        |

公司与融资租赁公司签订的合同不存在因终端客户未履行责任导致公司承担相关义务的情形。公司与宝信国际融资租赁有限公司签订的合同需要对相应债权承担相应的担保责任，该合同已经在收入确认当年收齐全款，且融资租赁公司与终端客户之间的债权债务已结清，公司对此不存在现时担保义务。

公司销售产品给融资租赁公司客户及融资租赁直销客户时，除对所销售产品需要承担常见的权利瑕疵担保义务和质量瑕疵担保义务外，个别业务需要对相应债权承担的担保义务如下：

| 融资租赁客户/终端客户               | 协议              | 协议内容                                                                            |
|---------------------------|-----------------|---------------------------------------------------------------------------------|
| 宝信国际融资租赁有限公司/广东康腾企业集团有限公司 | 供应商合作协议 第六条、第七条 | 乙方（指广东康腾企业集团有限公司）出现未按照约定支付租金或在租赁物上设定担保或其他第三方权利等情形的，甲方（指宝信国际融资租赁有限公司）有权要求公司回购租赁物 |

公司对于通过融资租赁公司向终端客户销售的业务有完善的内控体系。公司会对首次合作的终端客户及融资租赁公司进行业务考察，核实其经营稳定性、盈利能力等情况。同时会从公开网站上查询相关信息，包括资质、注册资本、股权结构、股东人数、经营范围、法律风险等。达成初步合作意向时，业务员将合

同按公司流程送审，相关部门会对各自负责的条款进行初步评定是否可行。”

（三）结合公司不同销售模式及结算方式，补充披露公司、融资租赁公司及下游客户适用新租赁准则的情况，对比分析适用新旧租赁准则对公司及下游客户业务开展、财务数据的具体影响

发行人已在招股说明书之“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）营业收入情况”补充披露如下：

“根据财政部关于修订印发《企业会计准则第 21 号——租赁》的通知(财会〔2018〕35 号)规定，在境内外同时上市的企业以及在境外上市并采用国际财务报告准则或企业会计准则编制财务报表的企业，自 2019 年 1 月 1 日起施行；其他执行企业会计准则的企业自 2021 年 1 月 1 日起施行。公司属于其他执行企业会计准则的企业，自 2021 年 1 月 1 日起使用新租赁准则。经查询工商信息，融资租赁公司及下游客户均未在境内外同时上市或在境外上市，均属于其他执行企业会计准则的企业，应当自 2021 年 1 月 1 日起使用新租赁准则。

就融资租赁和经营租赁而言，新租赁准则相较旧租赁准则，改变较多的主要是经营租赁。承租人会计处理的方式不再是按照经营租赁、融资租赁区分，要对所有的租赁资产确认使用权资产和租赁负债，然后分别确认折旧和利息费用，就融资租赁而言，新旧租赁准则主要差异如下表所示：

| 新旧租赁准则关于融资租赁的主要差异       | 原准则规定                                                 | 新准则规定                                                             |
|-------------------------|-------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------|
| 承租人融资租入资产入账价值的确定引入了公允价值 | 承租人应当将租赁开始日租赁资产原账面价值与最低租赁付款额现值两者中较低者作为租入资产的入账价值。      | 承租人应当将租赁开始日租赁资产公允价值与最低租赁付款额现值两者中较低者作为租入资产的入账价值。                   |
| 修改了融资租赁下初始直接费用的处理       | 在融资租赁下，承租人和出租人发生的初始直接费用都直接确认为当期费用。                    | 在融资租赁下，承租人发生的初始直接费用应当计入租入资产价值，出租人则应计入应收融资租赁款。                     |
| 完善了租赁内含利率的定义            | 租赁内含利率是指在租赁开始日，使最低租赁收款额的现值与未担保余值的现值之和等于租赁资产原账面价值的折现率。 | 租赁内含利率是指在租赁开始日，使最低租赁收款额的现值与未担保余值的现值之和等于租赁资产公允价值与出租人的初始直接费用之和的折现率。 |

| 新旧租赁准则关于融资租赁的主要差异             | 原准则规定                                                                                                   | 新准则规定                                        |
|-------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------|
| 未确认融资费用的分摊与未实现融资收益的分配均采用实际利率法 | 承租人分摊未确认融资费用时，可以采用实际利率法，也可以采用直线法、年数总和法等；出租人应当采用实际利率法计算当期应当确认的融资收入，在与实际利率法计算结果无重大差异的情况下，也可以采用直线法、年数总和法等。 | 承租人应当采用实际利率法确认当期的融资费用；出租人应当采用实际利率法确认当期的融资收入。 |

公司与三水华南签订的设备租赁合同约定，租赁期限届满后，所有权转移至三水华南，合同价款分 60 期支付，按月等额支付。租赁标的物是公司生产销售的库存商品，与公司主营业务直接相关，该租赁合同的未来现金流量现值即为该租赁标的物的公允价值。由于该合同不涉及初始直接费用，且未来现金流量现值即为该租赁标的物的公允价值，因此内含报酬率并未改变。

综上，该业务适用新租赁准则对公司的影响，除了会计科目要按照新租赁准则有所变更，对损益及利息测算分摊等基本没有实质性影响；由于三水华南按照原租赁准则分摊未确认融资费用时，选择采用实际利率法，因此执行新租赁准则对三水华南业务的影响，除了会计科目要按照新租赁准则有所变更，对损益及利息测算分摊等基本没有实质性影响。

公司与融资租赁公司之间的合同属于正常销售合同，并不涉及租赁，新旧租赁准则对公司与融资租赁公司之间的销售业务没有影响。

公司与佛山市三水区华南包装制品有限公司的业务情况如下：

#### (1) 基本情况

公司与三水华南之间的设备租赁合同，租赁期限届满后，所有权转移至三水华南，合同价款分 60 期支付，按月等额支付。由于租赁标的物是公司生产销售的库存商品，与公司主营业务直接相关，并非通常租赁业务中的外购固定资产，且该设备租赁合同采用分期收款模式并带有融资性质，因此定义为具有融资性质的分期收款销售商品。

基于合同约定条款，公司将设备交付给终端用户安装调试完成并经终端用户验收后即转移了设备的主要风险。公司按照应收合同价款，借记长期应收款。按照销售合同未来现金流量现值作为公允价值确定收入金额，贷记主营业务收

入。销售合同价款与其公允价值之间的差额，贷记未实现融资收益，合同期间内，按照应收款项的摊余成本和实际利率计算确定的金额进行摊销，冲减财务费用。

## （2）该项业务公司目前的会计处理与适用原租赁准则的差异

公司与佛山市三水区华南包装制品有限公司（以下简称三水华南）签订的设备租赁合同，租赁期限届满后，所有权转移至三水华南，合同价款分 60 期支付，按月等额支付。租赁标的物是公司生产销售的库存商品，与公司主营业务直接相关，该租赁合同的未来现金流量现值即为该租赁标的物的公允价值。

公司目前会计处理结果与按照原租赁准则基本一致，除以下两点：

① 租赁标的物公允价值与其账面价值之间的差异，公司目前的会计处理计入主营业务收入，如果按照原租赁准则应该贷记资产处置收益；

② 未实现融资收益的分摊，公司目前的会计处理摊销时冲减财务费用，如果按照原租赁准则摊销时应该计入当期的利息收入。

## （3）该项业务公司适用新旧租赁准则的差异

按照新租赁准则与按照旧租赁准则的会计处理基本一致，除以下两点：

① 该项业务的应收合同价款，按照新租赁准则应当计入应收融资租赁款，按照旧租赁准则应当计入长期应收款；

② 该项业务的销售合同价款与其公允价值之间的差额，按照新租赁准则应当计入应收融资租赁款-未实现融资收益，按照旧租赁准则应当计入未实现融资收益。

## （4）该项业务三水华南适用新旧租赁准则的差异

按照新租赁准则与按照旧租赁准则的会计处理基本一致，除以下三点：

① 该项业务的租赁资产，按照新租赁准则应当计入使用权资产，按照旧租赁准则应当计入固定资产；

② 该项业务的应付合同价款，按照新租赁准则应当计入租赁负债，按照旧租赁准则应当计入长期应付款；

③ 该项业务的应付合同价款与其未来现金流量现值之间的差额，按照新租赁准则应当计入租赁负债-未确认融资费用，按照旧租赁准则应当计入未确认融资费用。”

## 二、保荐人、申报会计师核查意见

### （一）核查程序

1、查阅公司销售给融资租赁公司的瓶坯智能成型系统的合同、发货单和验收单，查看验收周期是否合理，公司是否承担担保义务；通过查询工商档案、走访和发函方式确认融资租赁公司、最终客户与公司之间是否存在关联关系，查阅交易流水和付款原始凭证等，根据合同约定评价企业会计处理方式是否符合企业会计准则规定；

2、询问公司业务员，了解公司销售给融资租赁公司客户及融资租赁直销客户是否需承担担保义务及相关担保义务是否履行完毕；

3、访谈宝信国际融资租赁有限公司，了解公司需承担的担保义务是否履行完毕；

4、访谈三水华南，了解该客户适用新租赁准则的情况及如果适用新旧租赁准则对该客户业务开展、财务数据的具体影响；

5、查阅公司融资租赁业务的主要合同、发货单和验收单，查看验收周期是否合理，根据合同约定的权利义务关系评价企业会计处理方式是否符合企业会计准则规定；分析新旧准则对公司业务开展、财务数据的影响情况。

### （二）核查意见

1、公司销售给融资租赁公司的瓶坯智能成型系统收入金额、占比、毛利率及公司承担的担保义务，符合行业惯例；

2、新旧租赁准则对公司业务开展、财务数据的影响较小。

### 问题 5、关于资产减值

2020 年 6 月末，公司响应政府号召，开展与防疫相关的熔喷非织造布生产线业务。2020 年上半年受原油价格影响，主要石化产品的交易价格持续下跌，公

司结合市场情况对生产瓶坯的 PET 料根据计算的可变现净值计提存货跌价准备。此外，公司根据市场情况对子公司采购的用于生产瓶坯的 PET 料计提了减值准备。

请发行人结合近期相关产品原材料的市场价格波动情况及相关会计政策，补充披露报告期末各项资产减值准备计提的充分性。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

# 一、发行人分析并补充披露

（一）结合近期相关产品原材料的市场价格波动情况及相关会计政策，补充披露报告期末各项资产减值准备计提的充分性

发行人在招股说明书“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）流动资产结构及变动分析”之“6、存货”之“（6）存货跌价计提情况”之“③存货减值情况”中补充披露如下：

“**A、熔喷非织造布生产线业务的存货和生产瓶坯的 PET 料存货跌价准备的计提过程如下：**

| 项目           | 原材料                          |             | 在产品                        | 发出商品           |
|--------------|------------------------------|-------------|----------------------------|----------------|
|              | PET 料                        | 熔喷非织造布生产线业务 | 熔喷非织造布生产线业务                | 熔喷非织造布生产线业务    |
| 预计销售价格①      | 市场询价                         | 市场询价        | 对应产成品的市场询价                 | 已签合同售价         |
| 预计后续发生的加工成本② | 无                            | 无           | 后续所需领料的账面价值（计提过存货跌价准备后的净值） | 无              |
| 预计后续发生的费用③   | 结合历史经验按三年一期的平均销售费用率计算        |             |                            | 无              |
| 预计后续发生的税金④   | 根据预计销售价格乘以相应税率确认             |             |                            |                |
| 可变现净值⑤       | ⑤=①-②-③-④                    |             |                            |                |
| 计提存货跌价准备     | 当可变现净值小于账面余额时，按账面余额减去可变现净值计提 |             |                            |                |
| 计提跌价的政策      | 目前已经停止领该原料进行生产，按照直接出售计提跌价准备  |             | 按照继续加工为产成品出售计提跌价准备         | 按照直接出售计提存货跌价准备 |

注 1：由于熔喷非织造布生产线业务的存货 2020 年度价格都出现大幅下跌，且没有公

开报价，同时公司 2020 年才开展熔喷非织造布生产线业务，公司出于谨慎考虑，预计销售价格 2021 年 1 月通过向三家以上的非关联公司对同类型原材料询价后取平均值确定；

注 2：公司出于谨慎考虑，对于 PET 料的预计销售价格结合 2021 年 1 月向三家以上的非关联公司对同类型 PET 料询价的平均值和大宗商品报价综合考虑后确定；

注 3：2020 年 12 月 31 日，预付账款中熔喷非织造布生产线业务的预付材料款参考上表内熔喷非织造布生产线业务的原材料的跌价准备的计提过程计提相关坏账准备。

**B、熔喷非织造布生产线业务的存货和生产瓶坯的 PET 料存货跌价准备的计提比例、计提充分性**

2020 年 12 月 31 日熔喷非织造布生产线业务的存货和生产瓶坯的 PET 料存货跌价准备的计提情况如下：

单位：万元

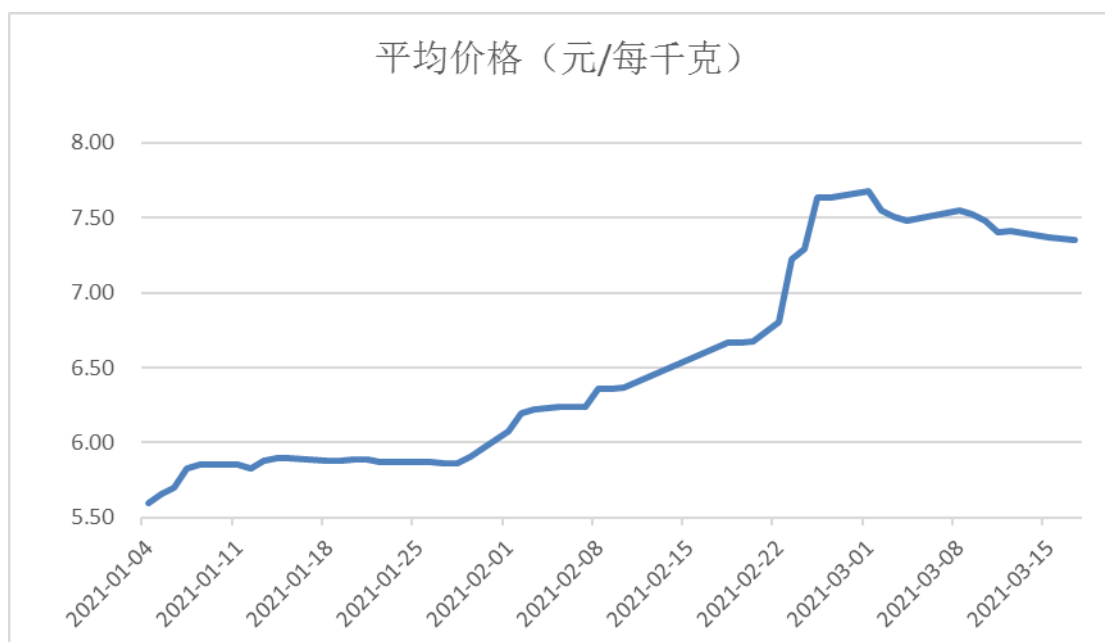
| 项目   | 相关业务        | 账面余额     | 跌价准备     | 整体计提比例 | 计提充分性                              |
|------|-------------|----------|----------|--------|------------------------------------|
| 原材料  | PET 料       | 664.19   | 102.23   | 15.39% | 计提充分（预计销售价格通过向三家以上的非关联公司询价后取平均值确定） |
|      | 熔喷非织造布生产线业务 | 2,083.81 | 554.68   | 26.62% | 计提充分（预计销售价格通过向三家以上的非关联公司询价后取平均值确定） |
| 发出商品 | PET 料       | 146.40   | 21.25    | 14.51% | 计提充分（预计销售价格通过向三家以上的非关联公司询价后取平均值确定） |
| 预付账款 | 熔喷非织造布生产线业务 | 599.22   | 351.06   | 58.59% | 计提充分（预计销售价格通过向三家以上的非关联公司询价后取平均值确定） |
| 合 计  |             | 3,493.62 | 1,029.21 | 29.46% | 计提充分                               |

**C、近期相关产品原材料的市场价格波动情况**

a、熔喷非织造布生产线业务的存货与 2021 年 1 月中旬比较，受大宗商品价格上涨的影响，相关原材料价格有小幅上涨的趋势但总体价格相对稳定。

b、PET 料与 2021 年 1 月比较，价格有明显上涨，公司 2021 年 1 月向三家以上的非关联公司对同类型 PET 料询价的平均值为 5.55 元/每千克。

2021 年 1-3 月的价格变动情况如下：



数据来源：Wind 上可查询到的所有 PET 原料供应商的平均价格

公司对熔喷非织造布生产线业务部分存货和生产瓶坯的 PET 料存货跌价准备的计提过程和计提比例合理，存货跌价准备计提充分。”

## 二、保荐人、申报会计师核查意见

### （一）核查程序

我们实施了如下核查程序：

- 1、获取存货跌价准备计算表，评价管理层对可变现净值的估计以及存货跌价准备的计算过程，同时关注同行业可比公司的相关数据，进行对比分析；
- 2、获取非关联公司对熔喷非织造布生产线业务相关的同类型原材料及同类型 PET 料的报价单，并根据该报价单及公司存货跌价准备的计提过程进行重新测算；
- 3、向公司业务人员了解熔喷非织造布生产线业务的存货近期价格，查询 PET 料近期价格，结合近期相关产品原材料的市场价格波动情况评价报告期末相关资产减值准备计提的充分性。

### （二）核查意见

经核查，我们认为，熔喷非织造布生产线业务部分存货和生产瓶坯的 PET 料存货跌价准备计提充分合理。

## 问题 6：关于业绩波动

根据审核问询回复：

(1) 2020 年，公司预计营业收入为 52,235.50 万元，增长率为 14.36%；预计净利润为 8,227.06 万元，增长率为 26.14%；预计扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润为 7,390.68 万元，增长率为 25.11%。

(2) 2020 年，公司预计主营业务收入增加 6,532.31 万元，其中来源于熔喷非织造布生产线的收入增长 3,306.19 万元。

请发行人：

(1) 补充披露 2020 年防疫相关业务对收入和利润的贡献情况，如扣除上述业务后是否存在业绩下滑及波动的风险，并就业绩增速情况进行有针对性的风险提示；

(2) 结合新增客户及各项成本、费用的变动情况，补充披露 2020 年营业收入及净利润大幅增长、净利润变动幅度高于营业收入增速的原因，相关变动趋势与同行业可比公司是否一致，如不一致补充披露其原因及合理性；

(3) 补充披露 2021 年 1-3 月的业绩预计情况，对应变动较大的主要财务数据变化情况及原因，各类收入金额及同比变化情况。

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) 补充披露 2020 年防疫相关业务对收入和利润的贡献情况，如扣除上述业务后是否存在业绩下滑及波动的风险，并就业绩增速情况进行有针对性的风险提示

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) 营业收入情况”之“11、2020 年营业收入增长的原因及合理性”补充披露如下：

#### “(4) 2020 年防疫相关业务对收入和利润的贡献情况

公司在新冠疫情社会部分医疗物资紧缺的背景下，积极响应政府号召，利用现有设备、技术以及人员，开展防疫相关的熔喷非织造布生产线业务，实现收入 3,306.19 万元。随着国内新冠疫情的有效控制，国内市场上对熔喷非织造布生

产线的需求减少、价格下降。报告期末，公司对熔喷非织造布生产线相关的资产进行减值测试，并对相关存货和预付款项计提减值 905.73 万元。

2020 年度熔喷非织造布生产线业务对收入和利润的贡献情况、剔除熔喷非织造布生产线业务影响后的业绩情况如下所示：

单位：万元

| 项 目    | 扣除前金额     | 熔喷非织造布<br>生产线业务的<br>影响 | 扣除后金额     | 变动率     |
|--------|-----------|------------------------|-----------|---------|
| 营业收入   | 52,235.50 | 3,306.19               | 48,929.30 | -6.33%  |
| 营业成本   | 31,075.20 | 1,912.89               | 29,162.31 | -6.16%  |
| 毛利     | 21,160.29 | 1,393.31               | 19,766.99 | -6.58%  |
| 税金及附加  | 388.21    | -                      | 388.21    | -       |
| 销售费用   | 4,408.65  | 99.19                  | 4,309.47  | -2.25%  |
| 管理费用   | 3,371.55  | -                      | 3,371.55  | -       |
| 研发费用   | 2,586.51  | 416.14                 | 2,170.37  | -16.09% |
| 财务费用   | 229.87    | -                      | 229.87    | -       |
| 期间费用合计 | 10,596.58 | 515.32                 | 10,081.26 | -4.86%  |
| 其他收益   | 741.48    | -                      | 741.48    | -       |
| 信用减值损失 | -318.12   | -2.18                  | -315.94   | -0.69%  |
| 资产减值损失 | -1,000.14 | -905.73                | -94.41    | -90.56% |
| 营业利润   | 9,598.71  | -29.93                 | 9,628.65  | 0.31%   |
| 营业外收入  | 8.04      | -                      | 8.04      | -       |
| 营业外支出  | 2.28      | -                      | 2.28      | -       |
| 利润总额   | 9,604.48  | -29.93                 | 9,634.41  | 0.31%   |
| 所得税费用  | 1,375.89  | 101.41                 | 1,274.48  | -7.37%  |
| 净利润    | 8,228.59  | -131.34                | 8,359.93  | 1.60%   |

由上表所示，2020 年，扣除熔喷非织造布生产线业务的收入后，相较于扣除前，营业收入下降 6.33%，利润总额增加了 0.31%，净利润增加了 1.60%，整体对公司利润的影响较小；此外，扣除防疫业务后与 2019 年相比，营业收入增长 7.12%，利润总额增长 27.28%，净利润增长 28.18%，与扣除前的变动趋势保

持一致。公司扣除防疫业务后不存在业绩下滑及波动的风险。”

发行人已在招股说明书“第四节 风险因素”之“五、财务风险”补充披露如下：

#### “（一）业绩下滑或波动风险

报告期内，各期间公司的营业收入分别为 39,738.74 万元、45,677.62 万元和 52,235.50 万元，归属于母公司普通股股东的净利润分别为 3,677.30 万元、6,075.97 万元和 7,858.10 万元，扣除非经常性损益后归属于母公司普通股股东的净利润分别为 3,217.67 万元、5,907.50 万元和 7,392.25 万元。2020 年，公司营业收入和归属于母公司普通股股东的净利润分别增长 14.36%和 29.33%，保持了稳定增长。

公司产品主要应用于饮用水、饮料、食用油、日化等快消品领域，与宏观经济、下游行业景气度关联性较强，若发生衰退情形，可能缩减公司接单量和业务规模；另外，若公司国产替代进程放缓、境外市场开拓受阻，也可能导致下游市场对瓶坯成型生产设备的需求不足，造成公司销售下滑。而且公司经营情况也受原材料价格波动、技术研发、人工成本、市场开拓等诸多不确定性因素的影响。如果上述一项或多项因素发生重大不利变化，可能导致公司经营业绩下滑或波动，未能保持持续稳定的增速。”

（二）结合新增客户及各项成本、费用的变动情况，补充披露 2020 年营业收入及净利润大幅增长、净利润变动幅度高于营业收入增速的原因，相关变动趋势与同行业可比公司是否一致，如不一致补充披露其原因及合理性

#### 1、2020 年营业收入大幅增长

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）营业收入情况”之“11、2020 年营业收入增长的原因及合理性”补充披露如下：

“2020 年度，公司的营业收入较 2019 年度增加了 6,557.88 万元、增长 14.36%，主要受新冠肺炎疫情影响，公司为支持疫情防控，开展熔喷非织造布生产线等设备的开发、生产和销售，2020 年度公司新增熔喷非织造布生产线业务客户（如

广州市冠桦劳保用品有限公司、广州乐意能源有限公司等)的销售收入共计3,306.19万元,剔除该因素的影响后营业收入较上年增长7.12%。同时,发行人2020年新增100万以上MAYORA集团、金沙河集团有限公司、和运国际租赁有限公司(承租方:河北凯力华维包装科技有限公司)等9个客户,收入金额合计为8,605.23万元。另外,公司2020年新增模具产能,为公司承接订单、生产排产提供了保证,有助于提高公司瓶坯模具(含配套瓶坯智能成型系统)的产销量、缩短产品的交货周期,对公司收入增长产生较大影响。”

## 2、净利润大幅增长,净利润变动幅度高于营业收入增速

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)营业收入情况”之“11、2020年营业收入增长的原因及合理性”补充披露如下:

### “(5) 2020年净利润大幅增长且变动幅度高于营业收入增速的原因

2019年、2020年公司利润表简要项目金额及变动情况如下:

单位:万元

| 项 目       | 2020 年度   | 2019 年度   | 变动金额      | 变动比例(%)  |
|-----------|-----------|-----------|-----------|----------|
| 营业收入      | 52,235.50 | 45,677.62 | 6,557.88  | 14.36    |
| 营业成本      | 31,075.20 | 28,313.28 | 2,761.92  | 9.75     |
| 毛利        | 21,160.29 | 17,364.34 | 3,795.96  | 21.86    |
| 税金及附加     | 388.21    | 488.67    | -100.45   | -20.56   |
| 销售费用      | 4,408.65  | 3,905.23  | 503.42    | 12.89    |
| 管理费用      | 3,371.55  | 3,177.92  | 193.63    | 6.09     |
| 研发费用      | 2,586.51  | 2,347.32  | 239.19    | 10.19    |
| 财务费用      | 229.87    | -35.41    | 265.28    | -749.17  |
| 期间费用合计    | 10,596.58 | 9,395.06  | 1,201.52  | 12.79    |
| 其他收益      | 741.48    | 199.81    | 541.67    | 271.09   |
| 信用及资产减值损失 | -1,318.26 | -114.15   | -1,204.11 | 1,054.81 |
| 营业利润      | 9,598.71  | 7,566.26  | 2,032.45  | 26.86    |
| 营业外收入     | 8.04      | 11.59     | -3.55     | -30.62   |

| 项 目                      | 2020 年度  | 2019 年度  | 变动金额     | 变动比例(%) |
|--------------------------|----------|----------|----------|---------|
| 营业外支出                    | 2.28     | 8.58     | -6.31    | -73.49  |
| 利润总额                     | 9,604.48 | 7,569.27 | 2,035.21 | 26.89   |
| 所得税费用                    | 1,375.89 | 1,047.04 | 328.85   | 31.41   |
| 净利润                      | 8,228.59 | 6,522.23 | 1,706.36 | 26.16   |
| 归属于公司普通股股东的净利润           | 7,858.10 | 6,075.97 | 1,782.13 | 29.33   |
| 归属于公司普通股股东的非经常性损益净额      | 465.85   | 168.47   | 297.38   | 176.52  |
| 扣除非经常性损益后的归属于公司普通股股东的净利润 | 7,392.25 | 5,907.50 | 1,484.75 | 25.13   |

### ① 毛利率变动分析

2019 年度、2020 年度，公司综合毛利率的情况如下：

| 项 目   | 2020 年度 | 2019 年度 |
|-------|---------|---------|
| 综合毛利率 | 40.51%  | 38.01%  |

2020 年度，公司毛利率提升主要系：在 2017 年下半年到 2018 年上半年期间，公司为了大力推广的高端新产品 Epioneer 系列，争取个别重点战略客户的大额订单，公司对其进行了较大的让利，直接导致 2018 年和 2019 年公司毛利率相对较低。假设其他因素不变，剔除该因素的影响后的毛利情况如下表所示：

单位：万元

| 项 目    | 2020 年度   | 2019 年度   | 变动额       | 变动比例(%) |
|--------|-----------|-----------|-----------|---------|
| 营业收入   | 45,015.28 | 34,809.30 | 10,205.99 | 29.32   |
| 营业成本   | 26,190.23 | 20,010.87 | 6,179.36  | 30.88   |
| 毛利     | 18,825.05 | 14,798.43 | 4,026.62  | 27.21   |
| 毛利率(%) | 41.82     | 42.51     | -0.69     | -1.62   |

### ② 费用变动分析

单位：万元

| 项 目  | 2020 年度  | 2019 年度  | 变动额    | 变动比例(%) | 主要变动原因                         |
|------|----------|----------|--------|---------|--------------------------------|
| 销售费用 | 4,408.65 | 3,905.23 | 503.42 | 12.89   | 随收入增加而增加                       |
| 管理费用 | 3,371.55 | 3,177.92 | 193.63 | 6.09    | 主要系受疫情影响发生停工损失所致，以及中介费、办公费增加影响 |

| 项 目  | 2020 年度  | 2019 年度  | 变动额    | 变动比例 (%) | 主要变动原因                                     |
|------|----------|----------|--------|----------|--------------------------------------------|
| 研发费用 | 2,586.51 | 2,347.32 | 239.19 | 10.19    | 主要系开展熔喷非织造布生产线的研发及对自主研发的投入随着公司业务规模的扩大而增加所致 |
| 财务费用 | 229.87   | -35.41   | 265.28 | -749.17  | 主要系公司美元应收较多，美元汇率下降导致本期汇兑损失较多               |

2020 年度较 2019 年度的期间费用率总体变动较小，变动情况如下表所示：

| 年 度   | 2020 年度 | 2019 年度 |
|-------|---------|---------|
| 销售费用率 | 8.44%   | 8.55%   |
| 管理费用率 | 6.45%   | 6.96%   |
| 研发费用率 | 4.95%   | 5.14%   |
| 财务费用率 | 0.44%   | -0.08%  |
| 合 计   | 20.29%  | 20.57%  |

### ③其他项目变动分析

单位：万元

| 项 目    | 2020 年度   | 2019 年度 | 变动额       | 变动比例 (%) | 主要变动原因                     |
|--------|-----------|---------|-----------|----------|----------------------------|
| 税金及附加  | 388.21    | 488.67  | -100.45   | -20.56   | 系受疫情影响第一季度免征房产税和土地使用税      |
| 其他收益   | 741.48    | 199.81  | 541.67    | 271.09   | 主要系政府补助增加所致                |
| 信用减值损失 | -318.12   | -114.15 | -203.97   | 178.68   | 主要系单项计提增加所致                |
| 资产减值损失 | -1,000.14 | -       | -1,000.14 | 100.00   | 主要系熔喷非织造布生产线相关的存货和预付款项减值所致 |

2020 年度，公司净利润增长幅度为 26.16%，收入增长幅度为 14.36%，净利润增长率高于收入增长率，主要得益于销售毛利率的提升，毛利增长幅度为 21.86%，与净利润增长幅度较为接近。此外，公司扣除非经常性损益后的归属于公司普通股股东的净利润增长幅度为 25.13%，较净利润增长幅度略低的原因系受其他收益增长的影响。”

### 3、相关变动趋势与同行业可比公司是否一致

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）营业收入情况”之“11、2020 年营业收入增长的原因及合理性”补充披露如下：

#### “（6）相关变动趋势与同行业可比公司的对比

截至本招股说明书签署日，同行业可比上市公司尚未披露 2020 年年报数据，现将同行业可比上市公司对外披露的 2020 年度业绩预告情况列示如下：

| 公司名称 | 业绩预告类型 | 与上年同期相比变动幅度       |        |                       |
|------|--------|-------------------|--------|-----------------------|
|      |        | 营业收入              | 净利润    | 归属于上市公司股东的净利润         |
| 伊之密  | 同比上升   | 28.72%            | 77.41% | 60.96%                |
| 达意隆  | 扭亏为盈   | 23.57%至<br>32.00% | 未披露    | -147.17%至-<br>161.05% |
| 泰瑞机器 | 未披露    | 未披露               | 未披露    | 未披露                   |
| 新美星  | 未披露    | 未披露               | 未披露    | 未披露                   |
| 中亚股份 | 同向下降   | 未披露               | 未披露    | -60%至-45%             |

注：达意隆 2020 年度业绩预告仅对外披露了营业收入为 88,000 万元至 94,000 万元、归属于上市公司股东的净利润为 1,700 万元至 2,200 万元，变动幅度系根据 2019 年营业收入 71,214.14 万元、归属于上市公司股东的净利润-3,603.87 万元测算得出

2020 年度，公司的营业收入较 2019 年度增加了 14.36%，净利润增加了 26.16%。公司与同行业可比上市公司中的伊之密及达意隆变动趋势一致，较上年均有所上涨；与中亚股份变动趋势不一致，中亚股份净利润同比下降，根据其业绩预告内容，主要原因包括：2020 年度因销售产品结构调整，高毛利率产品同比销售占比下降，导致综合毛利率同比有所下降，以及 2020 年度利息收入及投资收益同比减少等。”

（三）补充披露 2021 年 1-3 月的业绩预计情况，对应变动较大的主要财务数据变化情况及原因，各类收入金额及同比变化情况

#### 1、补充披露 2021 年 1-3 月的业绩预计情况

发行人在招股说明书“重大事项提示”中补充披露如下：

#### “四、财务报告审计截止日后的主要财务信息及经营状况

公司财务报告审计截止日为 2020 年 12 月 31 日，至本招股说明书签署日期间，公司主要经营状况正常，经营模式、税收政策以及其他可能影响投资者判断的重大事项未发生重大变化。

公司根据目前合同发货情况、订单执行情况和生产经营情况，初步测算下一报告期主要财务信息如下：

单位：万元

| 项目                    | 2021 年 1-3 月 | 2020 年 1-3 月 | 变动额      | 变动比例<br>(%) |
|-----------------------|--------------|--------------|----------|-------------|
| 营业收入                  | 12,103.23    | 7,736.46     | 4,366.77 | 56.44       |
| 净利润                   | 1,497.50     | 1,044.69     | 452.81   | 43.34       |
| 归属于母公司所有者的净利润         | 1,463.34     | 1,116.01     | 347.33   | 31.12       |
| 扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润 | 1,447.74     | 1,184.35     | 263.39   | 22.24       |

注：2021 年 1-3 月数据为预计数，2020 年 1-3 月数据未经审计

公司预计 2021 年 1-3 月预计可实现的营业收入为 12,103.23 万元，同比增长 56.44%；净利润预计为 1,497.50 万元，同比增长 43.34%；归属于母公司所有者的净利润预计为 1,463.34 万元，同比增长 31.12%。上述 2021 年 1-3 月财务数据未经审计或审阅，不构成盈利预测或业绩承诺。”

#### 2、2021 年 1-3 月对应变动较大的主要财务数据变化情况及原因，各类收入金额及同比变化情况

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“十六、财务报告审计截止日后主要财务信息及经营状况”补充披露如下：

##### “（一）2021 年 1-3 月主要财务信息

截至 2021 年 3 月 20 日，公司在手订单金额为 39,338.66 万元（注：不包含预测计入 2021 年 1-3 月收入的订单、不包含长期未执行的呆滞订单），其中未发货订单金额为 29,644.68 万元（按照 1 美元=6.5 元人民币换算），发货商品订单金额为 9,693.98 万元。

公司根据目前合同发货情况、订单执行情况和生产经营情况，初步测算 2021

年 1-3 月主要财务数据及其变化情况（考虑到 2020 年疫情影响，同时与 2019 年 1-3 月进行同期对比）如下：

单位：万元

| 项 目                   | 2021 年 1-3 月 | 变动额      | 变动比例 (%) | 2020 年 1-3 月 | 变动额    | 变动比例 (%) | 2019 年 1-3 月 |
|-----------------------|--------------|----------|----------|--------------|--------|----------|--------------|
| 营业收入                  | 12,103.23    | 4,366.77 | 56.44    | 7,736.46     | 457.69 | 6.29     | 7,278.77     |
| 净利润                   | 1,497.50     | 452.81   | 43.34    | 1,044.69     | 394.40 | 60.65    | 650.29       |
| 归属于母公司股东的净利润          | 1,463.34     | 347.33   | 31.12    | 1,116.01     | 520.68 | 87.46    | 595.33       |
| 扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润 | 1,447.74     | 263.39   | 22.24    | 1,184.35     | 590.81 | 99.54    | 593.54       |

注：2021 年 1-3 月数据为预计数，2020 年 1-3 月数据和 2019 年 1-3 月数据未经审计

由上表可知，公司 2021 年 1-3 月预计可实现的营业收入同比增长 56.44%，净利润同比增长 43.34%；归属于母公司所有者的净利润预计同比增长 31.12%。2021 年 1-3 月营业收入、净利润均呈现增长趋势。上述业绩预测情况为初步预测数据，不代表公司最终可实现的营业收入及净利润，不构成公司的盈利预测或业绩承诺。如若某个或多个产品的交付情况较预期大幅滞后，公司 2020 年 1-3 月营业收入及净利润水平可能会低于上述预测。

## （二）2021 年 1-3 月变动较大的主要财务数据变化情况及原因

单位：万元

| 项 目   | 2021 年 1-3 月 | 2020 年 1-3 月 | 变动额      | 变动率 (%) | 主要变动原因                           |
|-------|--------------|--------------|----------|---------|----------------------------------|
| 营业收入  | 12,103.23    | 7,736.46     | 4,366.77 | 56.44   | 随业务增加而增加                         |
| 营业成本  | 7,008.42     | 4,574.66     | 2,433.76 | 53.20   | 随业务增加而增加                         |
| 毛利    | 5,094.81     | 3,161.80     | 1,933.01 | 61.14   | /                                |
| 税金及附加 | 99.83        | 49.08        | 50.75    | 103.40  | 2020 年系受疫情影响第一季度免征房产税和土地使用税，金额较小 |
| 销售费用  | 1,478.33     | 860.06       | 618.27   | 71.89   | 随业务增加而增加                         |
| 管理费用  | 1,098.91     | 822.74       | 276.17   | 33.57   | 随业务增加而增加                         |
| 研发费用  | 480.13       | 241.80       | 238.33   | 98.56   | 随业务增加而增加                         |
| 财务费用  | 32.99        | -61.77       | 94.76    | -153.41 | 美元汇率下降导致汇兑损失增加                   |

| 项 目                   | 2021 年<br>1-3 月 | 2020 年<br>1-3 月 | 变动额     | 变动率<br>(%) | 主要变动原因        |
|-----------------------|-----------------|-----------------|---------|------------|---------------|
| 其他收益                  | 18.55           | 83.32           | -64.77  | -77.74     | 主要系当期政府补助较少影响 |
| 信用减值损失                | -128.99         | 19.87           | -148.86 | -749.17    | 随业务增加而增加      |
| 资产减值损失                | -               | -108.97         | 108.97  | -100.00    | /             |
| 营业利润                  | 1,794.18        | 1,244.11        | 550.07  | 44.21      | /             |
| 加：营业外收入               | -               | 2.08            | -2.08   | -100.00    | /             |
| 减：营业外支出               | -               | 0.97            | -0.97   | -100.00    | /             |
| 利润总额                  | 1,794.18        | 1,245.22        | 548.96  | 44.09      | /             |
| 所得税费用                 | 296.68          | 200.53          | 96.15   | 47.95      | /             |
| 净利润                   | 1,497.50        | 1,044.69        | 452.81  | 43.34      | /             |
| 归属于母公司股东的净利润          | 1,463.34        | 1,116.01        | 347.33  | 31.12      | /             |
| 扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润 | 1,447.74        | 1,184.35        | 263.39  | 22.24      | /             |

注：2021 年 1-3 月数据为预计数，2020 年 1-3 月数据未经审计

### （三）各类收入金额及同比变化情况

2021 年 1-3 月，各类主营业务收入金额及同比变化情况如下：

单位：万元

| 项 目      | 2021 年 1-3 月 | 2020 年 1-3 月 | 变动额      | 变动比例<br>(%) |
|----------|--------------|--------------|----------|-------------|
| 瓶坯智能成型系统 | 7,761.41     | 4,823.99     | 2,937.42 | 60.89       |
| 瓶坯模具     | 1,353.95     | 646.33       | 707.62   | 109.48      |
| 服务、配件及其他 | 1,339.56     | 1,187.72     | 151.84   | 12.78       |
| 瓶坯制品     | 1,555.09     | 966.16       | 588.93   | 60.96       |
| 主营业务收入合计 | 12,010.01    | 7,624.20     | 4,385.81 | 57.52       |

注：2021 年 1-3 月数据未经审计

2021 年 1-3 月公司主营业务收入较 2020 年 1-3 月预计同比增加 4,385.81 万元、增长 57.52%，主要系公司瓶坯智能成型系统收入增加 2,937.42 万元、增长 60.89%，以及瓶坯模具增加 707.62 万元、增长 109.48%，瓶坯制品增加 588.93 万元、增长 60.96%。”

### 二、保荐人、申报会计师核查意见

## （一）核查程序

针对上述事项，保荐机构、申报会计师执行了如下核查程序：

- 1、分析熔喷非织造布生产线业务对收入和利润的贡献情况，测算剔除熔喷非织造布生产线业务影响后的公司业绩情况；
- 2、分析 2020 年销售收入、税金及附加、期间费用等项目变动的具体原因；逐一分析影响净利润的各项变动情况及原因的合理性；分析毛利率、期间费用及税金及附加等其他科目的变动情况及原因，对销售收入、期间费用执行抽样检查、跨期测试等核查程序；
- 3、查阅发行人 2021 年 1 月至 3 月中的销售统计表等财务资料，结合发行人发出商品情况、在手订单情况和生产经营情况测算 2021 年 1-3 月业绩预计情况；
- 4、查询同行业上市公司的 2020 年业绩预告，并与发行人业绩变动情况进行对比；
- 5、分析 2021 年 1-3 月主要财务数据同比增减变动趋势；复核公司各类收入的测算依据，分析各类收入的同比变化情况。

## （二）核查结论

经核查，保荐机构、申报会计师认为：

- 1、经测算，2020 年度，在扣除熔喷非织造布生产线业务后，公司不存在业绩下滑风险，发行人已在招股说明书“第四节 风险因素”对业绩增速情况进行风险提示；
- 2、2020 年度发行人营业收入增长主要是因为新增熔喷非织造布生产线业务、新增 MAYORA 集团和金沙河集团有限公司等 9 个 100 万以上客户以及新增模具产能、相关收入增加；
- 3、2020 年净利润大幅增长且变动幅度高于营业收入增速主要得益于毛利率的提升，同时，当年收到的政府补助金额增长较大；
- 4、2020 年度发行人营业收入和净利润变动趋势与同行业可比上市公司伊之密及达意隆一致；中亚股份由于产品结构调整，高毛利率产品同比销售占比下降

等因素影响，导致综合毛利率同比有所下降，发行人与其营业收入和净利润变动趋势不一致；

5、发行人 2021 年 1-3 月业绩预计情况较为准确合理，主要财务数据及各类营业收入的同比变化合理。

（此页无正文，为广州华研精密机械股份有限公司《发行人和保荐机构关于广州华研精密机械股份有限公司申请首次公开发行股票并在创业板上市的审核中心意见落实函的回复》）之签章页

广州华研精密机械股份有限公司

2021年3月25日



## 发行人董事长声明

本人已认真阅读《关于广州华研精密机械股份有限公司申请首次公开发行股票并在创业板上市的审核中心意见落实函的回复》的全部内容，确认本次落实函回复报告中不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性承担相应法律责任。

董事长（签名）：



包贺林

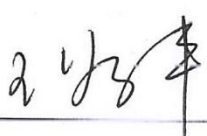
广州华研精密机械股份有限公司



（此页无正文，为财通证券股份有限公司《发行人和保荐机构关于广州华研精密机械股份有限公司申请首次公开发行股票并在创业板上市的审核中心意见落实函的回复》）之签章页

保荐代表人签名：

  
唐 为

  
王为丰

财通证券股份有限公司

2021 年 3 月 25 日



## 保荐机构董事长声明

本人已认真阅读广州华研精密机械股份有限公司本次审核中心意见落实函回复的全部内容,了解报告涉及问题的核查过程、本公司的内核和风险控制流程,确认本公司按照勤勉尽责原则履行核查程序,本次落实函回复报告不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏,并对上述文件的真实性、准确性、完整性、及时性承担相应法律责任。

董事长签名: 陆建强

陆建强

财通证券股份有限公司

2021年3月25日



## 保荐机构总经理声明

本人已认真阅读广州华研精密机械股份有限公司本次审核中心意见落实函回复的全部内容,了解报告涉及问题的核查过程、本公司的内核和风险控制流程,确认本公司按照勤勉尽责原则履行核查程序,本次落实函回复报告不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏,并对上述文件的真实性、准确性、完整性、及时性承担相应法律责任。

总经理签名: 陆建强

陆建强

财通证券股份有限公司

2021年3月25日

