关于杭州万事利丝绸文化股份有限公司

首次公开发行股票并在创业板上市申请文件

审核问询函的回复报告

保荐机构（主承销商）

国信证券股份有限公司
GUOSEN SECURITIES CO.,LTD.

（住所：深圳市罗湖区红岭中路 1012 号国信证券大厦 16-26 层）

深圳证券交易所：

贵所于 2020 年 7 月 31 日出具的《关于杭州万事利丝绸文化股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市申请文件的审核问询函》（审核函〔2020〕010213 号）（以下简称“问询函”）已收悉。杭州万事利丝绸文化股份有限公司（以下简称“万事利”、“发行人”、“公司”）与国信证券股份有限公司（以下简称“保荐机构”）、天健会计师事务所（特殊普通合伙）（以下简称“申报会计师”）、北京市君合律师事务所（以下简称“发行人律师”）等相关方对审核问询函所列问题进行了逐项检查，现回复如下，请审核。

如无特别说明，本回复中使用的简称或名词的释义与招股说明书中的相同。

本回复报告中的字体：

审核问询函所列问题	**黑体**
审核问询函所列问题答复	宋体
引用原招股说明书内容	宋体
对招股说明书的修改、补充及审核问询函所列问题的回复本次更新而修订的内容	**楷体**

注：本回复中部分合计数与各加数直接相加之和在尾数上存在差异，这些差异是由于四舍五入造成的。

目 录

问题 1 4
问题 2 49
问题 3 86
问题 4 181
问题 5 199
问题 6 206
问题 7 219
问题 8 223
问题 9 234
问题 10 285
问题 11 311
问题 12 344
问题 13 362
问题 14 408
问题 15 439
问题 16 473
问题 17 500
问题 18 522
问题 19 543
问题 20 552
问题 21 557
问题 22 570

问题 1

申报文件显示，万事利集团的发展历程最早可追溯至杭州笕桥绸厂，其设立于 1975 年。自 2007 年发行人设立以来，其逐步将丝绸相关业务全部转移至发行人主体。公司自主品牌“万事利”的创立，可追溯至 1993 年浙江万事利轻纺工贸集团公司成立之时。万事利有限 2017 年 4 月整体变更为股份公司。根据 2020 年第二次临时股东大会议案，由于存在影响改制基准日净资产的因素，公司决定对改制基准日的净资产进行调整，调整后的净资产为 270,835,580.47 元，净资产减少 31,149,336.79 元，净资产仍高于股本总额。发行人历史沿革过程中经历了有限公司改制为股份公司，股份公司改制为有限公司，有限公司再改制为股份公司。

请发行人补充披露：（1）杭州笕桥绸厂、浙江万事利轻纺工贸集团公司是否存在国有或集体所有资产投入的情形，是否存在损害国有资产、集体所有资产利益的情形，是否存在纠纷或潜在纠纷，是否存在有权机关的确认；（2）发行人有限责任公司整体变更设立股份有限公司相关事项是否经董事会、股东会表决通过，相关程序是否合法合规，改制中是否存在侵害债权人合法权益情形，是否与债权人存在纠纷，是否已完成工商登记注册和税务登记相关程序，有限责任公司整体变更设立股份有限公司相关事项是否符合《公司法》等法律法规规定；（3）多次发生有限公司和股份公司相互转换的原因和合理性，是否存在纠纷或潜在纠纷；（4）2020 年公司决定对改制基准日的净资产进行调整的具体原因，2016 年是否进行了分红，是否存在违反公司法等法律法规的情形，是否存在纠纷及潜在纠纷；（5）《一致行动协议》对公司治理有效性的影响，公司控制权结构是否稳定；（6）发行人历次股权转让、增资的合法合规性，发行人股权结构是否真实、清晰、稳定，是否存在纠纷或潜在纠纷；（7）是否存在员工持股平台，如存在，披露设置员工持股平台的设立背景与原因，关于员工持股平台内部的流转、退出机制以及股权管理机制，平台出资人在公司任职情况、出资资金来源，是否存在股权代持；（8）发行人直接间接股东与发行人及其实际控制人、董监高、其他股东、本次发行中介机构负责人及其签字人员是否存在亲属关系、关联关系、委托持股、信托持股或利益输送安排，是否存在对赌协议等特殊协议或安排，是否存在纠纷或潜在争议。

请保荐人、发行人律师核查并发表明确意见。

【回复】

一、杭州笕桥绸厂、浙江万事利轻纺工贸集团公司是否存在国有或集体所有资产投入的情形，是否存在损害国有资产、集体所有资产利益的情形，是否存在纠纷或潜在纠纷，是否存在有权机关的确认

万事利集团前身存在集体所有资产投入的情形，不存在损害国有资产、集体所有资产利益的情形，亦不存在纠纷或潜在纠纷，上述事项已取得浙江省人民政府的确认。发行人已在招股说明书第五节之“七、（一）1、（3）万事利集团历史上集体企业改制情况”中补充披露如下：

（3）万事利集团历史上集体企业改制情况

①1975 年 3 月，杭州笕桥绸厂（万事利集团公司前身）开业

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

②1993 年 3 月，浙江万事利轻纺工贸集团公司成立

根据《关于进一步推动横向经济联合若干问题的规定》（国发[1986]36 号）、《关于深化企业改革增强企业活力的若干规定》（国发[1986]103 号）、《关于组建和发展企业集团的几点意见》（体改生字[1987]78 号）等文件规定，为响应国家对企业集团的鼓励和发展，1993 年 3 月，杭州笕桥绸厂、杭州笕桥丝绸印染总公司、杭州笕桥染丝厂、杭州笕桥印染厂、杭州时新服装厂 5 家核心层企业联合杭州富豪装饰装潢艺术服务部、杭州笕桥丝绸印染总公司轻纺经营部、浙江丝绸工学院等 26 家企业和科研单位组成法人联合体浙江万事利轻纺工贸集团。浙江万事利轻纺工贸集团公司是具有法人资格的集体所有制经济体，法定代表人为沈爱琴，注册地址为杭州市机场路 195 号，注册资金 5,800 万元，主营针纺织品、丝绸、轻工产品、轻纺机械及零配件。

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

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

③2001 年 4 月，万事利集团公司由集体所有制企业改制为有限责任公司

A、关于集体企业产权制度改革的规定

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

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

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

B、清产核资及产权界定

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

1999 年 5 月 31 日，笕桥镇人民政府出具“笕政 1999 字 68 号”《关于万事利集团公司资产确认的批复》，确认了资产评估结果，经扣除个人和外商投资 1,737

万元，核销和调整的资产 2,576 万元，提取职工社会保障和福利基金 825 万元，最后确认净资产为 2,000 万元，镇集体资产经营管理公司和万事利集团按照各占 50%股权进行划分界定。其中镇集体资产经营管理公司持有的 50%股权为集体资产。

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

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

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

C、镇集体资产经营管理公司所持万事利集团 50%股权的转让过程

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

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

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

2000 年 12 月 28 日，笕桥镇人民政府与沈爱琴共同签署《协议书》。根据该

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

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

D、万事利集团完成改制登记并增加公司注册资本

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

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

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

a、万事利集团改制为有限责任公司；

b、万事利集团经评估后的净资产，50%归镇集体资产经营管理有限公司所

有；50%归公司职工集体所有，并由公司职工持股会持有；

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

d、万事利集团改制为有限责任公司后，新的股东结构为：万事利集团职工持股会出资 50%，沈爱琴出资 50%；

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

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

单位：万元

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

F、万事利集团职工持股会成立、出让股权及解散的情况

a、万事利集团职工持股会成立

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

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

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

b、职工持股会出让股权情况

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

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

2003 年 10 月，孙红萍、郭连珍、林宝康、董美法、戚生坚分别与沈爱琴签署《万事利集团有限公司职工委托投资协议》，约定将其所持有的万事利集团 4 万股、6 万股、4 万股、5 万股和 5 万股委托沈爱琴代为持有，并由沈爱琴行使股东表决权，委托人享有分红权，沈爱琴如需转让万事利集团股权需征得委托人同意。上述 5 名委托人委托沈爱琴持股的万事利集团股权已于 2007-2008 年期间转让给沈爱琴，前述委托代持行为已解除。

c、职工持股会的解散和清算

2009 年 1 月 22 日，杭州市民政局作出“杭民社罚立字(2008)第 33 号”《行政处罚决定书》，因持股会多年未按规定参加年检，决定对持股会作出撤销登记的行政处罚。

2017 年 5 月 6 日，经职工持股会会员决议，同意职工持股会终止和解散，职工持股会经清算后收到转让款及利息合计 12,842,306.17 元，用于成立爱宝基金，扶助困难会员、丰富会员退休生活、补充福利等。

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

公司控股股东和实际控制人承诺，如发行人因万事利集团职工持股会在未来发生纠纷而遭受任何损失的，将补偿发行人因此遭受的全部损失。

④2003 年 12 月，万事利集团深化改制，股东变更为 27 名自然人

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

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

2003 年 12 月 19 日，万事利集团委托杭州信联资产评估有限公司就万事利集团截至 2003 年 6 月 30 日的全部资产及全部负债出具“杭信评报字(2003)第 038 号”《资产评估报告书》。经评估，截至评估基准日，万事利集团的净资产为 122,479,379.36 元。

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

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

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

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

C、剩余资产 14,753,490.46 元作为万事利集团公积金管理。

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

单位：万元

序号	股东名称	出资金额	出资比例
1	沈爱琴[注]	5,213.25	57.93%
2	孙有毅	576.00	6.40%
3	沈柏军	427.50	4.75%
4	赵荣林	405.00	4.50%
5	屠红燕	261.00	2.90%
6	项柏青	225.00	2.50%
7	王云飞	207.00	2.30%
8	周一鸣	171.00	1.90%
9	莫云仙	157.50	1.75%
10	周月芳	157.50	1.75%
11	李建华	135.00	1.50%
12	李保荣	135.00	1.50%
13	蒋玉林	128.25	1.43%
14	高水兴	126.00	1.40%
15	王平海	90.00	1.00%
16	屠红霞	90.00	1.00%
17	张祖琴	45.00	0.50%
18	徐素春	45.00	0.50%
19	俞立军	45.00	0.50%
20	屠志耀	45.00	0.50%
21	沈会林	45.00	0.50%
22	王国明	45.00	0.50%
23	孙有为	45.00	0.50%
24	林相平	45.00	0.50%
25	刘朝晖	45.00	0.50%
26	张建平	45.00	0.50%
27	许春波	45.00	0.50%
合计		**9,000.00**	**100.00%**

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

本次改制完成后，万事利集团集体资产已全部退出。万事利集团由乡镇集体企业改制为自然人持股的有限责任公司，后续经过多次股权转让和增资后，股东

变更为屠红燕、屠红霞、李建华、王云飞、沈柏军、孙有毅和项柏青等 7 名自然人。

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

浙江万事利轻纺工贸集团公司系杭州笕桥绸厂、杭州笕桥印染厂、杭州笕桥染丝厂、杭州笕桥丝绸印染总公司、杭州时新服装厂和杭州喷织厂 6 家核心层企业（以下简称“核心层企业”）以全额资产投入组成。核心层企业实质为浙江万事利轻纺工贸集团公司的下属企业。核心层企业组建浙江万事利轻纺工贸集团公司时均为集体所有制企业。因此，杭州笕桥绸厂和浙江万事利轻纺工贸集团公司设立时均为乡镇集体企业，存在集体所有资产投入。

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

⑥万事利集团历史沿革相关情况已取得浙江省人民政府的确认

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

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

二、发行人有限责任公司整体变更设立股份有限公司相关事项是否经董事会、股东会表决通过，相关程序是否合法合规，改制中是否存在侵害债权人合法权益情形，是否与债权人存在纠纷，是否已完成工商登记注册和税务登记相关程序，有限责任公司整体变更设立股份有限公司相关事项是否符合《公司法》等法律法规规定

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

（一）2008 年公司第一次整体变更为股份公司

1、第一次整体变更股份公司业经万事利投资股东会及万事利股份创立大会表决通过，相关程序合法合规

2008 年 12 月 8 日，万事利投资召开股东会会议，全体股东一致同意：万事利投资以 2008 年 12 月 7 日为审计基准日整体变更为股份有限公司；聘任浙江敬业会计师事务所为公司整体变更的验资机构和审计机构。

同日，浙江敬业会计师事务所出具“杭敬会审字（2008）第 355 号”《审计报告》，确认截至 2008 年 12 月 7 日，万事利投资经审计的账面净资产为 2,000.00 万元。

同日，万事利投资召开股东会会议，全体股东一致同意以经审计的账面净资产值折股，分为 2,000 万股，每股 1 元。全体股东按照其所持万事利投资的出资比例，确定各自对整体变更后股份有限公司的出资比例。

同日，全体万事利股份的发起人召开创立大会。该次会议审议通过了《杭州万事利丝绸制品股份有限公司章程》等议案，选举并产生了万事利股份董事会非职工代表董事、监事会非职工代表监事。同日，万事利股份召开职工代表大会，选举产生了职工代表董事和职工代表监事。

2008 年 12 月 8 日，浙江敬业会计师事务所出具“杭敬验字[2008]第 299 号”《验资报告》验证截至 2008 年 12 月 7 日，万事利投资的净资产为 2,000 万元，

万事利投资变更为股份有限公司后，注册资本和实收资本仍为 2,000 万元。

综上，发行人 2008 年整体变更相关事项业经万事利投资股东会及万事利股份创立大会表决通过，相关程序合法合规。

2、改制中虽未履行资产评估程序，但改制前后注册资本不变，不存在出资不实的情况，不存在侵害债权人合法权益情形，与债权人不存在纠纷

万事利股份系通过整体变更方式设立的股份公司，发行人整体变更时的折股方案以浙江敬业会计师事务所出具的审计报告为基础，经万事利投资股东会和万事利股份创立大会审议通过。本次整理变更发行人未履行评估程序，存在瑕疵。但鉴于该次整体变更后万事利股份的注册资本未增加，仍为 2,000 万元并经验资确认，不存在发起人以净资产认购新增注册资本的情形，且经审计的净资产不低于 2,000 万元，不会因未履行评估手续而导致出资不实，且万事利投资全部债权、债务均由整体变更后的万事利股份承继，不存在通过自身资产的调整或者企业间资产转移等行为侵害债权人合法利益的情形，与债权人不存在纠纷。

3、第一次整体变更股份公司已完成工商登记注册相关程序

万事利股份就上述股权转让及整体变更事宜履行了工商登记程序，并于 2008 年 12 月 10 日取得核准。

4、发起人未签署发起人协议，万事利股份发起人已事后出具书面确认进行补正，其他整体变更事项符合《公司法》（2005 年修订）等法律法规规定

（1）发起人符合法定人数

万事利股份设立时，有 5 名发起人，均在中国境内有住所，符合《公司法》（2005 年修订）第七十七条第（一）项和第七十九条的规定。

（2）全体发起人认购的股本总额符合法律规定

根据《验资报告》（杭敬验字[2008]第 299 号），万事利股份设立时的注册资本为 2,000 万元，不低于 500 万元，且已经足额缴纳，符合《公司法》（2005 年修订）第七十七条第（二）项、八十一条之规定。万事利股份整体变更折合的实收股本总额为 2,000 万元，不高于公司净资产额，符合《公司法》（2005 年修订）第九十六条相关规定。

（3）发起人未签订发起人协议

根据万事利股份发起人的说明，万事利股份设立各发起人未签订发起人协议，不符合《公司法》（2005 年修订）的相关规定。但基于万事利股份的发起人已通过表决通过股份公司章程等行为实际履行了发起人义务，且万事利投资整体变更为股份公司已获得公司登记机关的核准，完成了股份公司的设立，不存在股份公司发起设立失败的情况；万事利股份的发起人万事利集团、丝奥投资、屠红燕、屠红霞、李建华已共同出具书面确认，确认万事利股份整体变更过程中不存在纠纷，不存在侵害公司债权人利益的情形。

基于上述，万事利股份的发起人在设立过程中未签署发起人协议这一事项不会引致万事利股份设立行为存在潜在纠纷。

（4）发起设立时的公司章程符合法律规定

根据万事利股份设立时的章程，该章程具备《公司法》（2005 年修订）所要求的股份有限公司章程的必备条款，符合《公司法》（2005 年修订）第七十七条第（四）项、第八十二条之规定。

（5）发行人设立时有公司名称、住所，建立了符合股份公司要求的组织机构。

万事利股份设立时的公司名称已经杭州市工商行政管理局核准。发行人建立了股东大会、董事会、监事会、总经理等规范的法人治理结构，符合《公司法》（2005 年修订）第七十七条第（五）项的规定。万事利股份系由万事利投资整体变更设立，整体继承了万事利有限的全部权利和义务，包括住所、资产和业务，具备固定的经营场所和必要的经营条件，符合《公司法》（2005 年修订）第七十七条第（六）项的规定。

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

（二）2017 年公司第二次整体变更为股份公司

1、第二次整体变更设立股份有限公司相关事项业经董事会、股东会及发行人创立大会表决通过，相关程序合法合规

2017 年 2 月 23 日，天健事务所出具“天健审[2017]1733 号”《审计报告》，确认截至 2016 年 11 月 30 日，万事利有限经审计的账面净资产为 301,984,917.26 元。

2017 年 2 月 23 日，坤元资产评估有限公司出具“坤元评报[2017]137 号”《资产评估报告》，经评估截至 2016 年 11 月 30 日，万事利有限的资产净额为 359,401,189.56 元。

2017 年 2 月 23 日，万事利有限召开董事会。经审议，全体董事一致同意以万事利有限截至 2016 年 11 月 30 日经审计的账面净资产值折股，整体变更为股份有限公司。整体变更设立的股份有限公司注册资本为 100,902,960 元，划分为 100,902,960 股，每股 1 元。经审计的账面净资产值超过股份有限公司注册资本的部分，计入股份有限公司资本公积。万事利有限全体股东按照各自在万事利有限注册资本的比例，确定各自对万事利股份的持股比例，万事利有限全体股东为万事利股份的发起人。

2017 年 3 月 10 日，万事利有限召开股东会。经审议，全体股东一致同意上述整体变更的方案，并同意授权万事利有限董事会/或其指定人员办理与本次整体变更相关的工商登记手续等具体事宜。

2017 年 3 月 10 日，万事利有限的 13 名股东共同签署了《发起人协议》。

2017 年 3 月 25 日，发行人召开创立大会。该次会议审议通过了股份公司章程等议案，选举并产生了公司第一届董事会董事、非职工代表监事；同日，发行人第一届董事会召开第一次会议，审议通过了相关议案，选举并产生了董事长，聘任了公司相关高级管理人员。

发行人整体变更相关事项已经万事利有限董事会、股东会及发行人创立大会表决通过，相关程序合法合规。

2、改制中不存在侵害债权人合法权益情形，与债权人不存在纠纷

发行人系通过整体变更方式设立的股份公司，发行人整体变更时的折股方案以天健事务所出具的审计报告和坤元资产评估有限公司出具的评估报告为基础，经万事利有限董事会、股东会和发行人创立大会审议通过，相关程序合法合规，折股金额不高于万事利有限经审计的净资产额、折股前后注册资本金额未发生变化；且万事利有限全部债权、债务均由整体变更后的发行人承继，不存在通过自身资产的调整或者企业间资产转移等行为侵害债权人合法利益的情形，与债权人不存在纠纷。

3、第二次整体变更股份公司已完成工商登记注册和税务登记相关程序

2017 年 4 月 24 日，杭州市市场监督管理局向发行人核发了《营业执照》（统一社会信用代码：91330100665235517C），发行人依法完成了有限责任公司按照原账面净资产值折股整体变更为股份有限公司的相关程序。

根据《国务院办公厅关于加快推进“三证合一”登记制度改革的意见》（国办发[2015]50 号）相关规定，企业登记制度由工商行政管理部门核发工商营业执照、质量技术监督部门核发组织机构代码证、税务部门核发税务登记证，改为由工商行政管理部门核发一个加载法人和其他组织统一社会信用代码的营业执照的登记制度，即“一照一码”登记模式。鉴于发行人已于 2017 年 4 月 24 日取得了杭州市市场监督管理局核发的《营业执照》，发行人无须就整体变更事项再单独办理税务登记手续。

4、第二次整体变更股份公司相关事项符合《公司法》（2013 年修订）等法律法规规定

（1）发起人符合法定人数

发行人设立时，有 13 名发起人，均在中国境内有住所，符合《公司法》（2013 年修订）第七十六条第（一）项和第七十八条的规定

（2）全体发起人认购的股本总额符合法律规定

2017 年 4 月 18 日，天健事务所出具“天健验[2017]108 号”《验资报告》，验证截至 2017 年 4 月 17 日止，公司之全体发起人已按发起人协议、公司章程的

规定，以万事利有限变更基准日 2016 年 11 月 30 日的经审计净资产作价折股，缴纳注册资本 100,902,960 元。发行人设立时的注册资本已经足额缴纳，符合《公司法》（2013 年修订）第七十六条第（二）项、第八十条、八十三条之规定。发行人整体变更折合的实收股本总额为 100,902,960 元，不高于公司净资产额，符合《公司法》（2013 年修订）第九十五条相关规定。

（3）筹办事项符合法律规定

万事利有限全体股东作为股份公司发起人承担了公司筹办事务，就整体变更事项签署了《发起人协议》，召开了创立大会，审议通过了相关议案。全体发起人签署的《发起人协议》中，已就股份有限公司的名称和住所、经营宗旨和范围、注册资本与发起人认股的股份及出资、发起人的权利和义务、股份公司筹建、争议的解决等相关内容进行约定，协议已具备法律规定的主要条款，符合《公司法》（2013 年修订）第七十六条第（三）项、第七十九条之规定。

（4）发起设立时的公司章程符合法律规定

发行人创立大会审议通过了股份公司章程，该章程具备《公司法》（2013 年修订）所要求的股份有限公司章程的必备条款，符合《公司法》（2013 年修订）第七十六条第（四）项、第八十一条之规定。

（5）发行人设立时有公司名称、住所，建立了符合股份公司要求的组织机构

发行人设立时的公司名称已经杭州市市场监督管理局核准。发行人建立了股东大会、董事会、监事会、总经理等规范的法人治理结构，符合《公司法》（2013 年修订）第七十六条第（五）项的规定。发起人系由万事利有限整体变更设立，整体继承了万事利有限的全部权利和义务，包括住所、资产和业务，具备固定的经营场所和必要的经营条件，符合《公司法》（2013 年修订）第七十六条第（六）项的规定。

综上，2017 年万事利股份整体变更相关事项已经万事利有限董事会、股东会和股份公司创立大会审议通过，相关程序合法合规，改制中不存在侵害债权人合法权益情形，与债权人不存在纠纷，整体变更已完成工商登记注册和税务登记等相关程序，整体变更相关事项符合《公司法》（2013 年修订）等法律法规规定。

（三）补充披露情况

发行人已在招股说明书第五节之“二、（二）股份公司设立情况”中补充披露如下：

（二）股份公司设立情况

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

1、2008 年公司第一次整体变更为股份公司

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

2、2017 年公司第二次整体变更为股份公司

……

2017 年万事利股份整体变更相关事项已经万事利有限董事会、股东会和股份公司创立大会审议通过，相关程序合法合规，改制中不存在侵害债权人合法权益情形，与债权人不存在纠纷，整体变更已完成工商登记注册和税务登记等相关程序，整体变更相关事项符合《公司法》（2013 年修订）等法律法规规定。

三、多次发生有限公司和股份公司相互转换的原因和合理性，是否存在纠纷或潜在纠纷

2008 年 12 月万事利投资第一次整体变更为万事利股份时，发行人未履行净资产评估程序，且各发起人未签署《发起人协议》，导致该次整体变更过程存在瑕疵。为避免该等瑕疵对发行人的上市计划造成影响，2016 年 9 月发行人从股

份公司整体变更有限公司，并于 2017 年 4 月第二次整体变更为股份公司并依法履行了改制程序。

发行人第一次整体变更为股份公司程序存在瑕疵，但不存在纠纷或潜在纠纷，且发行人已经通过二次整体变更为股份公司的方式纠正了该等瑕疵。发行人 2016 年整体变更为有限责任公司和 2017 年第二次整体变更为股份公司，相关程序合法合规，改制中不存在侵害债权人合法权益情形，与债权人不存在纠纷。

具体内容参见本问询函回复问题 1 之“二、发行人有限责任公司整体变更设立股份有限公司相关事项是否经董事会、股东会表决通过，相关程序是否合法合规，改制中是否存在侵害债权人合法权益情形，是否与债权人存在纠纷，是否已完成工商登记注册和税务登记相关程序，有限责任公司整体变更设立股份有限公司相关事项是否符合《公司法》等法律法规规定”。

四、2020 年公司决定对改制基准日的净资产进行调整的具体原因，2016 年是否进行了分红，是否存在违反公司法等法律法规的情形，是否存在纠纷及潜在纠纷

（一）因前期会计差错更正以及会计政策变更等因素，2020 年公司决定对改制基准日的净资产进行调整

发行人已在招股说明书第五节之“二、（二）股份公司设立情况”中披露如下：

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

2020 年 4 月，根据 2020 年第二次临时股东大会议案《关于杭州万事利丝绸文化股份有限公司股改净资产调整的说明》，因 2016 年度及以前年度财务报表追溯调整事项，需调整公司股改基准日净资产，调整后公司净资产 270,835,580.47 元，其中股本 100,902,960 元、资本公积 179,097,040 元、未分配利润-9,164,419.53 元。调整后的公司净资产较股改基准日净资产 301,984,917.26 元减少 31,149,336.79 元，具体调整事项包括：公司收入成本跨期调减 2,055.09 万元；存

货跌价计提政策变更调减 959.33 万元；子公司万事利数码净资产变动调整公司同一控制下企业合并的投资成本，调增 790.66 万元；按照调整后的应收账款以及厘定后的坏账计提政策补提应收账款坏账准备，调减 503.12 万元，根据实际发放年终奖调减 388.05 万元。

单位：万元

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

（二）发行人于 2016 年 5 月未分配利润转增股本 6,000 万股

2016 年 4 月 11 日，万事利股份召开 2016 年第一次临时股东大会，全体股东一致同意，万事利股份注册资本由 2,000.00 万元增加至 8,000.00 万元。本次新增的注册资本 6,000.00 万元，由万事利集团、丝奥投资等 5 名股东认缴，以未分配利润转增注册资本。具体认缴情况如下：

序号	股东	本次增资前股份数量（万股）	新增股份数量（万股）	增资后股份数量（万股）
1	万事利集团	1,100.00	3,300.00	4,400.00
2	丝奥投资	300.00	900.00	1,200.00

序号	股东	本次增资前股份数量（万股）	新增股份数量（万股）	增资后股份数量（万股）
3	屠红燕	200.00	600.00	800.00
4	李建华	200.00	600.00	800.00
5	屠红霞	200.00	600.00	800.00
合　计		**2,000.00**	**6,000.00**	**8,000.00**

根据浙江敬业会计师事务所于 2016 年 3 月 16 日出具“浙敬会审字（2016）第 134 号”《审计报告》，发行人母公司截至 2015 年 12 月 31 日的未分配利润为 68,455,957.98 元，盈余公积为 7,660,124.09 元，净资产为 96,116,082.07 元。

万事利股份就本次增资事宜履行了工商登记程序，并于 2016 年 5 月 5 日取得核准。

根据天健事务所于 2018 年 12 月 13 日出具“天健验[2018]537 号”《验资报告》，公司以 2015 年 12 月 31 日未分配利润 6,000 万元向全体股东转增实收资本 6,000 万元，截至 2016 年 5 月 31 日止，公司已经将未分配利润 6,000 万元转增实收资本 6,000 万元。2016 年 5 月 31 日，公司进行了与本次增资相关的会计处理，以 2016 年 5 月 31 日的财务报表为基准，本次转增后未分配利润减少 6,000 万元，余 129,719.82 元。

综上，2016 年 4 月 11 日发行人作出决议以未分配利润转增股本时，该次分红系以截至 2015 年末经审计的未分配利润为依据，实施时不存在未弥补亏损。

（三）因财务报表追溯调整事项，导致 2015 年度利润超额分配 3,028.16 万元（2016 年 4 月实施），2016 年度实现的可供分配利润已弥补前期利润超额分配的情况，并经全体股东同意，不存在纠纷或潜在纠纷

发行人已在招股说明书第十节之“二、（二）报告期实际股利分配情况”中披露如下：

2016 年 4 月 11 日，经公司 2016 年第一次临时股东大会审议，决定以公司总股本 2,000 万股为基数以未分配利润转增股本，向全体股东按每 10 股转增 30 股，共计转增股本 6,000 万股。因财务报表追溯调整的影响，截至 2015 年 12 月 31 日发行人母公司的未分配利润为 2,971.84 万元，实际分配利润 6,000 万元，超额分配 3,028.16 万元。2020 年 9 月 4 日，发行人召开 2020 年第五次临时股东大

会审议通过《关于弥补前期因财务报表追溯调整而超额分配的利润的议案》，同意不再要求当时 2016 年参与分配的股东返还超额分配的利润，以公司 2016 年度实现的净利润弥补前期因财务报表调整而超额分配的利润。发行人母公司截至 2016 年 12 月 31 日未分配利润为 152.09 万元，2016 年度当期实现的可供分配利润为 3,180.25 万元，可足额弥补上述超额分配的利润。

综上，公司因财务报表追溯调整事项导致超额利润分配，存在瑕疵，但是公司全体股东同意以超额分配日后实现的利润予以弥补，不存在纠纷或潜在纠纷。

2020 年 6 月 28 日，公司召开 2019 年年度股东大会审议《关于 2019 年度利润分配预案》，决定派发现金股利 2,018.06 万元（含税）。**2020 年 6 月 28 日，公司已完成上述股利分配。**

2021 年 4 月 14 日，公司召开 2020 年年度股东大会审议《关于 2020 年度利润分配预案》，决定派发现金股利 1,210.84 万元（含税），截至本招股说明书签署日，该股利分配方案尚未实施完毕。

五、《一致行动协议》对公司治理有效性的影响，公司控制权结构是否稳定

（一）实际控制人在万事利集团体系内各司其职，在持股层面、董事会及经营管理层面对发行人形成共同控制

屠红燕担任万事利集团董事长兼总经理，统筹万事利集团的经营管理工作；屠红霞担任文化商城的董事兼总经理，主要负责文化商城下辖的市场经营管理、房产租赁及物业管理业务；李建华担任万事利丝绸的董事长兼总经理，主要负责丝绸业务；王云飞担任万事利生物的董事长，主要负责生物饲料业务；沈柏军已达到退休年龄，担任万事利集团监事。在控股股东万事利集团层面，屠红燕夫妇和屠红霞夫妇各司其职，分别负责万事利集团及下属公司各业务的经营和管理工作，为万事利集团创造效益。实际控制人在发行人与万事利集团及其控股子公司的主要任职情况如下：

实际控制人	发行人任职情况	万事利集团及其控股子公司主要任职情况
屠红燕	万事利丝绸董事	万事利集团董事长兼总经理
屠红霞	/	万事利集团董事 文化商城董事兼总经理
李建华	万事利丝绸董事长兼总经理	万事利集团副董事长

实际控制人	发行人任职情况	万事利集团及其控股子公司主要任职情况
王云飞	/	万事利集团副董事长 万事利生物董事长
沈柏军	/	万事利集团监事

屠红霞、屠红燕、李建华、王云飞、沈柏军通过万事利集团间接控制发行人54.58%的股份，李建华通过丝奥投资控制发行人 11.89%的股份，李建华与屠红燕通过丝弦投资控制发行人7.93%的股份，屠红燕与屠红霞通过丝昱投资控制发行人7.93%的股份。因此，屠红霞、屠红燕、李建华、王云飞、沈柏军作为共同控制人通过控制万事利集团、丝奥投资、丝昱投资和丝弦投资间接支配发行人82.33%的表决权，在持股层面形成对发行人的共同控制。

实际控制人之一李建华担任发行人的董事长兼总经理，负责发行人的日常经营管理工作，系传递实际控制人的一致意思表示。万事利集团委派屠红燕、孙立新担任万事利丝绸的董事。目前发行人董事会由 11 名董事组成，除 4 名独立董事，1 名浙商投资委派董事（钱晓枫），1 名万向三农委派董事（项永旺）外，其余 5 名均为万事利集团委派董事或发行人高级管理人员，内部董事占比超过 45%，实际控制人对发行人董事会构成实质影响。

根据《公司法》和公司章程的规定，董事会根据总经理的提名决定聘任公司的副总经理、财务总监。实际控制人之一李建华担任发行人董事长兼总经理，根据其提名，发行人聘任了余志伟、马廷方、滕俊楷、文礼、包强等人担任副总经理，负责各部门的运营工作。因此，实际控制人能够实质影响董事会决议，对经营决策和管理层任免构成重大影响。

（二）实际控制人及其控制的企业在发行人历次董事会和股东大会保持一致行动，并通过一致行动协议加强对公司的共同控制

实际控制人李建华、屠红燕夫妇分别担任发行人的董事长、董事职务，在发行人历次董事会保持一致行动，未发生表决意见出现分歧的情况。发行人股东万事利集团、丝奥投资、丝昱投资、丝弦投资等一致行动企业均在历次股东大会保持一致行动。2020 年 5 月 5 日，屠红燕、屠红霞、李建华、王云飞和沈柏军共同签署了《一致行动协议》，发行人股票上市后至少 36 个月内保持一致行动，并对相关股东及担任公司董事的人员的一致行动具体方式等事项进行了明确的约

定，如发生意见相左的情况，以屠红燕的意见为最终意见。

为进一步明确一致行动的意愿及巩固明确、稳定的一致行动关系，屠红燕、屠红霞、李建华、王云飞和沈柏军承诺，在发行人本次发行上市之日起 36 个月内，其本人不转让或者委托他人管理在发行人本次发行前直接或间接持有的发行人股份，也不由发行人回购该等股份。

（三）公司治理结构健全、运行良好，实际控制人依法依规参与公司重大事项的审议决策和经营管理活动，不会对公司治理有效性产生不利影响

发行人于 2017 年 4 月改制设立股份有限公司，并按照相关法律法规及《公司章程》的规定，建立、健全了公司的法人治理结构，具有股东大会、董事会、监事会、独立董事、董事会秘书等健全的组织机构，并制定了相关议事规则与管理制度、工作细则等，各组织机构的人员及职责明确，目前公司董事会由 11 名董事组成，其中有 4 名独立董事，并且设立了董事会专门委员会，公司法人治理结构完善、各种组织机构运作顺畅、各项制度能得到有效执行。发行人公司治理结构健全、运行良好。实际控制人严格遵守《公司章程》、公司制度规定和《一致行动协议》安排，依法依规参与公司重大事项的审议决策和经营管理活动，不会对公司治理有效性产生不利影响。

综上，发行人实际控制人签署《一致行动协议》不会对公司治理有效性产生不利影响，公司控制权稳定。

（四）补充披露情况

公司已在招股说明书第五节”之“七、（一）2、实际控制人”中补充披露如下：

2、实际控制人

……

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

（1）各方同意，发行人股票上市后至少 36 个月内，在其直接/间接持有万事利丝绸股份期间，其作为一致行动人，在行使万事利集团、丝奥投资、丝昱投

资、丝弦投资（该等企业以下合称“一致行动企业”）的股东（或合伙人）、董事（或执行事务合伙人）权利时，作为一致行动人，通过行使表决权等方式，促使并促成：①一致行动企业对万事利丝绸股东大会表决事项持一致表决意见；②一致行动企业提名/委派的董事，对万事利丝绸董事会表决事项持一致表决意见。

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

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

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

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

六、发行人历次股权转让、增资的合法合规性，发行人股权结构是否真实、清晰、稳定，是否存在纠纷或潜在纠纷

（一）发行人历次股权转让和增资的具体情况

万事利投资系由万事利集团于 2007 年 9 月出资设立的有限责任公司。自 2007 年成立以来，发行人经历了 2 次增资、5 次股权转让。历次股权转让和增资情况如下：

1、2008 年 12 月，万事利投资第一次股权转让，并整体变更为股份有限公司

2008 年 12 月 7 日，经万事利投资股东决定，同意万事利集团将其持有万事利投资 300 万元出资额（15%股权）、200 万元出资额（10%股权）、200 万元出资额（10%股权）、200 万元出资额（10%股权）分别转让给丝奥投资、李建华、屠红燕、屠红霞。同日，万事利集团与丝奥投资、李建华、屠红燕、屠红霞分别签署《股权转让协议》，本次股权转让价格为每注册资本 1 元。

2008 年 12 月 8 日，经万事利投资股东会决议，同意公司由有限责任公司整体变更为股份有限公司，并确定以 2008 年 12 月 7 日为审计、评估基准日。本次改制过程中实际未履行资产评估程序，为完善改制程序，2016 年 9 月 5 日，万事利股份先由股份有限公司变更为有限责任公司，并重新履行改制程序。

2008 年 12 月 8 日，浙江敬业会计师事务所出具了“杭敬审字（2008）第 355 号”《审计报告》，确认截至 2008 年 12 月 7 日，万事利投资的净资产为 2,000 万元。同日，经万事利投资股东会决议，同意万事利投资以经审计的净资产 2,000 万元为基础，按照 1：1 的折股比例折合股份 2,000 万股，各股东按照出资比例享有折合成股本后的股份。

2008 年 12 月 8 日，全体发起人审议通过了《杭州万事利丝绸制品有限公司章程》等议案，并选举了非职工董事和职工监事。同日，浙江敬业会计师事务所出具了“杭敬验字[2008]第 299 号”《验资报告》，验证截至 2008 年 12 月 7 日，万事利股份已收到全体股东拥有的万事利投资的净资产 2,000 万元。

2008 年 12 月 10 日，公司完成上述工商变更登记。本次变更前后，公司股权结构如下：

单位：万元、万股

序号	股东名称	变更前		增加/减少股权情况	变更后	
		出资金额	出资比例		持股数量	持股比例
1	万事利集团	2,000.00	100.00%	-900.00	1,100.00	55.00%
2	丝奥投资	-	-	300.00	300.00	15.00%
3	李建华	-	-	200.00	200.00	10.00%
4	屠红燕	-	-	200.00	200.00	10.00%
5	屠红霞	-	-	200.00	200.00	10.00%
合 计		**2,000.00**	**100.00%**	**-**	**2,000.00**	**100.00%**

2、2016 年 5 月，万事利股份第一次增资，注册资本增至 8,000 万元

2016 年 4 月 11 日，经万事利股份股东大会决议，同意公司注册资本由 2,000 万元增加至 8,000 万元，增加的 6,000 万元注册资本全部由未分配利润同比例转增。本次增资完成后，万事利集团持有 4,400 万股，丝奥投资持有 1,200 万股，李建华持有 800 万股，屠红燕持有 800 万股，屠红霞持有 800 万股。2018 年 12 月 13 日，天健事务所审验上述增资并出具了“天健验〔2018〕537 号”《验资报告》，验证截至 2016 年 5 月 31 日，万事利股份已将未分配利润 6,000 万元转增实收资本 6,000 万元。

2016 年 5 月 5 日，万事利股份完成上述工商变更登记。本次变更前后，公司股权结构如下：

单位：万股

序号	股东名称	变更前		增加/减少股权情况	变更后	
		持股数量	持股比例		持股数量	持股比例
1	万事利集团	1,100.00	55.00%	3,300.00	4,400.00	55.00%
2	丝奥投资	300.00	15.00%	900.00	1,200.00	15.00%
3	李建华	200.00	10.00%	600.00	800.00	10.00%
4	屠红燕	200.00	10.00%	600.00	800.00	10.00%
5	屠红霞	200.00	10.00%	600.00	800.00	10.00%
合 计		**2,000.00**	**100.00%**	**6,000.00**	**8,000.00**	**100.00%**

3、2016 年 9 月，万事利有限第二次股权转让

2016 年 9 月 20 日，经万事利有限股东会决议，同意李建华、屠红燕、屠红

霞将其分别持有的万事利有限 800 万元出资额（10%股权）、800 万元出资额（10%股权）、800 万元出资额（10%股权）全部转让给万事利集团。同日，李建华、屠红燕、屠红霞分别与万事利集团签署《股权转让协议》，本次股权转让价格为每注册资本 1.89 元。

公司实际控制人李建华、屠红燕、屠红霞将其持有的万事利有限股权转让给控股股东万事利集团，属于内部股权调整。该次股权转让以截至 2016 年 6 月 30 日的净资产为基础各方协商定价。

2016 年 9 月 27 日，万事利有限完成上述工商变更登记。本次变更前后，公司股权结构如下：

单位：万元

序号	股东名称	变更前		增加/减少股权情况	变更后	
		出资金额	出资比例		出资金额	出资比例
1	万事利集团	4,400.00	55.00%	2,400.00	6,800.00	85.00%
2	丝奥投资	1,200.00	15.00%	-	1,200.00	15.00%
3	李建华	800.00	10.00%	-800.00	-	-
4	屠红燕	800.00	10.00%	-800.00	-	-
5	屠红霞	800.00	10.00%	-800.00	-	-
合 计		**8,000.00**	**100.00%**	**-**	**8,000.00**	**100.00%**

4、2016 年 11 月，万事利有限第三次股权转让，第二次增资，注册资本增至 10,090.2960 万元

2016 年 11 月 18 日，经万事利有限股东会决议，同意万事利集团将其所持有万事利有限 800 万元出资额（10%股权）转让给丝昱投资，将其所持有万事利有限 800 万元出资额（10%股权）转让给丝弦投资。同日，万事利集团分别与丝昱投资、丝弦投资签署《股权转让协议》，本次股权转让价格为每注册资本 9.76 元。

2016 年 11 月 18 日，经万事利有限股东会决议，同意公司注册资本由 8,000.00 万元增加至 10,090.2960 万元，增加注册资本 2,090.2960 万元，由浙商投资、浙江国俊、万向三农、盈思投资、卓元晋嘉、陈曙华、张家林、华媒投资、乐世利投资分别以货币资金认缴新增注册资本 1,009.2919 万元、307.4009 万元、307.4009

万元、204.9340 万元、71.7220 万元、71.7220 万元、51.2284 万元、51.2284 万元、15.3675 万元，本次增资价格为每注册资本 9.76 元。2018 年 12 月 14 日，天健事务所出具了“天健验〔2018〕538 号”《验资报告》，验证截至 2016 年 12 月 31 日，万事利有限已收到上述新增股东缴纳的实收资本合计 2,090.2960 万元，计入资本公积 18,309.7040 万元。

本次增资以外部投资者与原股东协商的市盈率确定的公司估值定价。丝昱投资和丝弦投资受让股权的价格参考外部投资者增资价格。

2016 年 11 月 28 日，万事利有限完成上述工商变更登记。本次变更前后，公司股权结构如下：

单位：万元

序号	股东名称	变更前		增加/减少股权情况	变更后	
		出资金额	出资比例		出资金额	出资比例
1	万事利集团	6,800.0000	85.0000%	-1,600.0000	5,200.0000	51.5347%
2	丝奥投资	1,200.0000	15.0000%	-	1,200.0000	11.8926%
3	浙商投资	-	-	1,009.2919	1,009.2919	10.0026%
4	丝昱投资	-	-	800.0000	800.0000	7.9284%
5	丝弦投资	-	-	800.0000	800.0000	7.9284%
6	浙江国俊	-	-	307.4009	307.4009	3.0465%
7	万向三农	-	-	307.4009	307.4009	3.0465%
8	盈思投资	-	-	204.9340	204.9340	2.0310%
9	卓元晋嘉	-	-	71.7220	71.7220	0.7108%
10	陈曙华	-	-	71.7220	71.7220	0.7108%
11	张家林	-	-	51.2284	51.2284	0.5077%
12	华媒投资	-	-	51.2284	51.2284	0.5077%
13	乐世利投资	-	-	15.3675	15.3675	0.1523%
合 计		**8,000.0000**	**100.0000%**	**2,090.2960**	**10,090.2960**	**100.00%**

5、2018 年 4 月，万事利丝绸第四次股权转让

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

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

单位：万股

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

6、2019 年 1 月，万事利丝绸第五次股权转让

2018 年 12 月 19 日，浙江国俊与万事利集团签署《股权转让协议》，将其所持有的万事利丝绸 307.4009 万元股份（占总股本的 3.0465%）转让给万事利集团，本次股权转让价格为每股 12.00 元。

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

单位：万股

序号	股东名称	变更前		增加/减少股权情况	变更后	
		持股数量	持股比例		持股数量	持股比例
1	万事利集团	5,200.0000	51.5347%	307.4009	5,507.4009	54.5812%
2	丝奥投资	1,200.0000	11.8926%		1,200.0000	11.8926%
3	浙商投资	1,009.2919	10.0026%		1,009.2919	10.0026%

单位：万股

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

（二）发行人历次股权转让和增资合法合规

公司已在招股说明书第五节之“二、（三）3、公司历次股权转让和增资的合法合规性”中补充披露如下：

3、公司历次股权转让和增资的合法合规性

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

历次股权转让和增资	内部决策程序	外部审批程序	纳税情况	股权转让和增资的原因	股权转让/增资价格、定价依据及支付情况
2008 年 12 月股权转让及公司类型变更	2008 年 12 月 7 日，经股东决定，同意万事利集团将持有的万事利投资 15%、10%、10%、10%股权分别转让给丝奥投资、屠红燕、屠红霞、李建华	2008 年 12 月 10 日，发行人就股权转让及整体变更事宜履行了工商登记程序	股权转让价格为每注册资本 1 元，不涉及缴纳企业所得税	以万事利投资作为丝绸业务的运营主体，丝奥投资为员工持股平台，引入丝奥投资系起到员工激励作用，屠红燕、屠红霞、李建华作为公司管理层持股	万事利投资尚未实际经营，股权转让价格为每注册资本 1 元，股权转让价款已支付

历次股权转让和增资	内部决策程序	外部审批程序	纳税情况	股权转让和增资的原因	股权转让/增资价格、定价依据及支付情况
2016 年 5 月增资	2016 年 4 月 11 日，经股东大会决议，同意未分配利润转增股本 6,000 万元	2016 年 5 月 5 日，发行人就增资事宜履行了工商登记程序	屠红燕、屠红霞、李建华申请分期缴纳，取得了《个人所得税（转增股本）备案表》，**2020 年 12 月缴纳完毕**	股票股利进行分红	/
2016 年 9 月股权转让	2016 年 9 月 20 日，经股东会决议，同意屠红燕、屠红霞、李建华将持有的万事利有限 10%、10%、10%股权转让给万事利集团	2016 年 9 月 27 日，发行人就股权转让事宜履行了工商登记程序	屠红燕、屠红霞、李建华申请递延缴纳，并报税务局备案，**2020 年 12 月缴纳完毕**	屠红燕、屠红霞、李建华 3 名实际控制人拟通过万事利集团间接持股，属于内部股权调整	股权转让价格为每注册资本 1.89 元，以截至 2016 年 6 月 30 日的净资产为基础各方协商定价，股权转让价款已支付
2016 年 11 月股权转让及增资	2016 年 11 月 18 日，经股东会决议，同意万事利集团将持有的万事利有限 10%、10%转让给丝弦投资和丝昱投资；同意浙商投资、万向三农等 9 名股东现金增资	2016 年 11 月 28 日，发行人就股权转让和增资事宜履行了工商登记程序	本次转让方万事利集团应按照相关规定、企业经营情况自行申报纳税	丝弦投资和丝昱投资设立原为员工持股平台，引入丝弦投资和丝昱投资系增强员工积极性；浙商投资、万向三农等均为财务投资者，引入外部投资者系融资需求	股权转让和增资的价格为每注册资本 9.76 元，以外部投资者与原股东协商的市盈率确定的公司估值定价，股权转让价款和增资款均已支付
2018 年 4 月股权转让	2018 年 4 月 24 日，经股东大会决议，同意张家林将万事利丝绸 0.5077%股权转让给陈曙华	2018 年 4 月 24 日，发行人就股权转让事宜履行了工商备案程序	本次受让方陈曙华为扣缴义务人，应按照相关规定自行申报纳税	张家林因个人资金需要转让发行人股份	股权转让的价格为每股 11.22 元，双方根据投资资金成本协商确定，股权转让价款已支付
2019 年 1 月股权转让	2018 年 12 月 19 日，经股东大会决议，同意浙江国俊将万事利丝绸 3.0465%股权转让给万事利集团	2019 年 1 月 25 日，发行人就股权转让事宜履行了工商备案程序	本次转让方浙江国俊应按照相关规定、企业经营情况自行申报纳税	浙江国俊因发行人上市计划延后，由万事利集团回购股份	股权转让的价格为每股 12 元，按照双方约定的年化 10%投资收益确定，股权转让款项已支付

（三）发行人股权结构真实、清晰、稳定，不存在纠纷或潜在纠纷

截至本问询函回复出具日，发行人申报后股东结构未发生变更，发行人股东

均正常参与发行人股东大会决策并行使其股东权利。经核查中国裁判文书网和国家企业信用信息公示系统，不存在关于发行人股份的诉讼，发行人股份不存在质押、查封、冻结的情况。

发行人股东均出具了《承诺函》，承诺“本人/本企业所持发行人股份均为本企业真实、合法持有，不存在为其他方委托持股、信托持股、协议控制等特殊权益安排的情况；本人/本企业所持有的发行人股份不存在任何质押、冻结、其他担保权益或第三方权利等权利受限制的情况；就本人/本企业所持有的发行人股份的取得及变更，本人/本企业与发行人、发行人的其他股东不存在任何现实及潜在的争议”。

公司已在招股说明书第五节之“二、（三）2、2019 年 1 月，万事利丝绸报告期内第二次股份转让”中补充披露如下：

2、2019 年 1 月，万事利丝绸报告期内第二次股份转让

2018 年 12 月 19 日，浙江国俊与万事利集团签署《股权转让协议》，将其所持有的万事利丝绸 307.4009 万股股份（3.0465%股份）转让给万事利集团，本次股份转让价格为每股 12.00 元。

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

单位：万股

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

单位：万股

序号	股东名称	变更前		增加/减少股权情况	变更后	
		持股数量	持股比例		持股数量	持股比例
11	乐世利投资	15.3675	0.1523%		15.3675	0.1523%
12	浙江国俊	307.4009	3.0465%	-307.4009	-	-
合 计		**10,090.2960**	**100.00%**		**10,090.2960**	**100.00%**

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

七、是否存在员工持股平台，如存在，披露设置员工持股平台的设立背景与原因，关于员工持股平台内部的流转、退出机制以及股权管理机制，平台出资人在公司任职情况、出资资金来源，是否存在股权代持

（一）员工持股平台的设立背景与原因

发行人共有 11 名股东，其中自然人股东 1 名，非自然人股东 10 名。浙商投资、万向三农、盈思投资、卓元晋嘉、华媒投资和乐世利投资 6 名股东均为外部投资机构。万事利集团、丝奥投资、丝昱投资和丝弦投资为发行人实际控制人控制的企业。

万事利集团为发行人控股股东，5 名实际控制人合计持有万事利集团 91.10%的股权，孙有毅持有万事利集团 6.40%的股权，项柏青持有万事利集团 2.50%的股权。孙有毅、项柏青为万事利集团的老员工，且孙有毅和项柏青于 2003 年成为万事利集团的股东，并非因发行人本次发行上市而投资万事利集团。因此，万事利集团不属于员工持股平台。

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

丝昱投资系项柏青、张祖琴、张建平等 18 名发行人控股股东员工于 2016

年 10 月成立的有限合伙企业。丝昱投资的合伙人均为发行人控股股东入职时间较长的中高层员工，万事利集团将持有的发行人 800 万元出资额转让给丝昱投资，主要是为了实现对万事利集团管理层及核心骨干中长期的激励机制。在实缴环节，因同等贡献度的员工实缴能力存在较大差异，影响出资到位的时间，为避免上述情形，全体合伙人商议，一致同意取消该次持股计划实施，将其持有的丝昱投资出资份额全部转让给屠红燕、屠红霞。

丝弦投资系李建华、滕俊楷、余志伟等 13 名发行人员工于 2016 年 10 月成立的有限合伙企业。丝弦投资的合伙人均为发行人中高层员工，万事利集团将持有的发行人 800 万元出资额转让给丝弦投资，主要是为了实现对发行人管理层及核心骨干中长期的激励机制。在实缴环节，因同等贡献度的员工实缴能力存在较大差异，影响出资到位的时间，为避免上述情形，全体合伙人商议，一致同意取消该次持股计划实施，将其持有的丝弦投资出资份额全部转让给屠红燕、李建华。

综上，丝奥投资为发行人员工持股平台，设立背景系为开展新业务、增强业务骨干的积极性。丝弦投资设立时为发行人的员工持股平台，后因出资问题取消持股计划。

（二）关于员工持股平台内部的流转、退出机制以及股权管理机制

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

（三）平台出资人在公司任职情况、出资资金来源，是否存在股权代持

丝奥投资的出资人在发行人任职情况如下：

序号	股东名称	出资额（万元）	出资比例	在发行人处的任职
1	李建华	39.049	69.11%	董事长、总经理
2	滕俊楷	11.236	19.89%	副总经理
3	杨文君	4.706	8.33%	总经理助理
4	张春燕	1.509	2.67%	拓展事业部总经理
合　计		**56.500**	**100.00%**	**-**

丝奥投资股东的出资资金来源均为自有资金，不存在股权代持。

（四）补充披露情况

公司已在招股说明书第五节之“七、（二）1、丝奥投资”中补充披露如下：

1、丝奥投资

（1）基本情况

……

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

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

截至本招股说明书签署日，丝奥投资股权结构和股东任职情况如下：

单位：万元

序号	股东名称	出资金额	出资比例	在发行人处的任职
1	李建华	39.049	69.11%	董事长、总经理
2	滕俊楷	11.236	19.89%	副总经理
3	杨文君	4.706	8.33%	总经理助理
4	张春燕	1.509	2.67%	拓展事业部总经理
合 计		**56.500**	**100.00%**	**/**

丝奥投资股东的出资资金来源均为自有资金，不存在股权代持。

八、发行人直接间接股东与发行人及其实际控制人、董监高、其他股东、本次发行中介机构负责人及其签字人员是否存在亲属关系、关联关系、委托持股、信托持股或利益输送安排，是否存在对赌协议等特殊协议或安排，是否存在纠纷或潜在争议

（一）发行人直接间接股东与发行人及其实际控制人、董事、监事、高级管理人员、其他股东存在亲属关系和关联关系的情况，除此之外，发行人直接间接股东与发行人及其实际控制人、董事、监事、高级管理人员、其他股东、本次发行中介机构负责人及其签字人员不存在亲属关系、关联关系、委托持股、信托持股或利益输送安排

公司已在招股说明书第五节之“八、（六）本次发行前各股东之间的关联关系及关联股东的持股比例”中补充披露如下：

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

除上述关联关系外，公司股东之间不存在其他关联关系。

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

序号	直接/间接股东名称	与发行人的关系	与实际控制人、董事、监事、高级管理人员的关系
1	屠红燕	实际控制人、董事	屠红霞之妹、李建华之配偶、沈柏军之姐之女
2	屠红霞	实际控制人	屠红燕之姐、王云飞之配偶、沈柏军之姐之女
3	李建华	实际控制人、董事长、总经理	屠红燕之配偶
4	王云飞	实际控制人	屠红霞之配偶

序号	直接/间接股东名称	与发行人的关系	与实际控制人、董事、监事、高级管理人员的关系
5	沈柏军	实际控制人	屠红燕和屠红霞之母亲之弟
6	万事利集团	控股股东	实际控制人控制、担任董事、监事、高级管理人员的企业
7	丝奥投资	持股 5%以上的股东	李建华控制的企业
8	丝昱投资	持股 5%以上的股东	屠红燕、屠红霞控制的企业
9	丝弦投资	持股 5%以上的股东	屠红燕、李建华控制的企业
10	浙商投资	持股 5%以上的股东	无
11	乐世利投资	持股 5%以上的股东的一致行动人	无
12	中银基金——浙商投资、乐世利投资的普通合伙人	无	发行人董事钱晓枫系中银基金的董事、总经理
13	万向三农	无	发行人董事项永旺为万向三农关联方万向创投的监事，曾任万向创投的董事、副总经理

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

（二）发行人股东与发行人及其实际控制人、其他股东之间曾存在对赌协议条款，申报前已解除，不存在纠纷或潜在纠纷

公司已在招股说明书第五节之“八、（八）发行人股东对赌解除情况”中补充披露如下：

（八）发行人股东对赌条款解除情况

1、发行人股东与发行人及其实际控制人、其他股东之间曾存在对赌协议条款

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

序号	签署方		签署时间	协议名称	特殊权利
	投资者	发行人、控股股东或实际控制人及相关方			
1	浙商投资、乐世利投资	万事利丝绸、万事利集团、李建华、屠红燕、屠红霞、王云飞、沈柏军、丝奥投资	2016 年 9 月	《增资协议》	一票否决权、优先认购权、反稀释权、跟售权、优先清偿权、优先购买权、业绩承诺与补偿机制、股份锁定及回购安排、关键人士锁定等
2	盈思投资		2016 年 9 月	《增资协议》	
3	张家林		2016 年 9 月	《增资协议》	
4	浙江国俊		2016 年 10 月	《增资协议》	
5	万向三农		2016 年 10 月	《增资协议》	
6	卓元晋嘉		2016 年 10 月	《增资协议》	
7	陈曙华		2016 年 10 月	《增资协议》	
8	华媒投资		2016 年 10 月	《增资协议》	
9	万向三农	万事利丝绸、万事利集团、李建华、屠红燕、屠红霞、王云飞、沈柏军、丝奥投资、丝昱投资、丝弦投资	2016 年 12 月	《增资协议之补充协议》	业绩承诺与补偿机制调整
10	浙商投资、乐世利投资		2016 年 12 月	《增资协议之补充协议二》	业绩承诺与补偿机制调整
11	浙商投资、浙江国俊、万向三农、盈思投资、卓元晋嘉、陈曙华、华媒投资、张家林、乐世利投资	万事利集团、丝奥投资、丝昱投资、丝弦投资	2016 年 12 月	《股东协议》	一票否决权、优先认购权、反稀释权、跟售权、优先清偿权、优先购买权、业绩承诺与补偿机制调整、股份锁定及回购安排、关键人士锁定等
12	浙商投资、乐世利投资	万事利丝绸、万事利集团、李建华、屠红燕、屠红霞、王云飞、沈柏军	2018 年 9 月	《关于〈增资协议〉第 8.2 条的补充约定》	未行使此前约定的股份回购权利不构成对该权利的放弃，日后可以继续主张履行

除上述外部投资者之外，发行人其他股东不存在特殊权利。

2、股东特殊权利条款的清理情况

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

2020 年 6 月，浙商投资、乐世利投资、万向三农、盈思投资、陈曙华、华媒投资、卓元晋嘉等 7 名外部投资者（已包括截至报告期末持有发行人股份的全部外部投资者）书面确认，《增资协议》、《增资协议之补充协议》、《增资协议之补充协议二》、《股东协议》和《关于〈增资协议〉第 8.2 条的补充约定》

中特殊权利条款，以及其他与首次公开发行股票并在创业板上市相关法律法规或审核部门/审核机构的审核要求、反馈意见不符的条款，在公司向浙江证监局提交辅导验收申请之日起终止。

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

截至本招股说明书签署日，发行人股东与发行人、控股股东、实际控制人等相关主体不存在正在执行的对赌协议条款（包括但不限于一票否决权、优先认购权、反稀释权、跟售权、优先清偿权、优先购买权、业绩承诺与补偿机制、股份锁定及回购安排、关键人士锁定等），不存在因股东特殊权利条款导致发行人控制权变化、严重影响发行人持续经营能力或者严重影响投资者权益的风险，对赌协议的解除不存在纠纷或潜在纠纷。

九、请保荐人、发行人律师核查并发表明确意见

（一）核查程序

为核查上述事项，保荐机构、发行人律师主要履行了如下核查程序：

1、取得并查阅了杭州笕桥绸厂（后更名为杭州东群织造有限公司）、万事利集团、其他核心层企业的工商资料，万事利集团改制过程中历次资产评估报告，杭州市民政局关于万事利集团职工持股会的相关资料，万事利集团关于职工代表选举、职工持股会成立、历次决议等内部档案文件；搜集了企业集团、集体所有制企业改制和职工持股会等相关法律法规，比照万事利集团改制过程是否符合当时的法律法规。

2、获取了笕桥镇人民政府与沈爱琴就万事利集团集体资产转让签署的协议书，职工持股会与沈爱琴等 22 名股东签署的股权转让出资协议，沈爱琴与李保荣等 5 名股东签署的股权转让协议，沈爱琴与戚生坚等 5 名自然人签署的职工委托投资协议；获取了万事利集团职工入股记账凭证、款项支付凭证、退股情况确认表和退股股金存根；获取了笕桥镇集体资产经营管理公司关于万事利集团股权转让款的收据和存根，沈爱琴股份继承人屠红燕、屠红霞 80 万元差价缴纳的款

项支付凭证；取得并查阅了万事利集团改制过程中的退休人员安置文件、职工工龄补贴和医药费发放明细表。

3、访谈了万事利集团工会负责人，向其了解了万事利集团改制过程中人员安置的方案和职工持股会员工退股的原因等；访谈了原任笕桥镇政府工业办公室主任，向其了解了当时企业改制的普遍做法，以及万事利集团的改制情况等。

4、访谈了职工持股会会员及历史股东，了解了万事利集团职工持股会的选举情况和两次股权转让情况，向历史股东确认了其持有万事利集团股权变化情况，并询问了是否存在权属纠纷或潜在纠纷的情况。就未取得联系的历史股东登报公示邀请其参加访谈。

截至本问询函回复出具日，万事利集团历史股东已访谈 104 人，占历史股东总数（116 人）的 89.66%，已核查股份占历次待核查股份数的比例均超过 70%；已访谈职工持股会会员 47 人，占会员总数（50 人）的 94%；未访谈人员 12 名，其中 3 名已过世，剩余人员已登报公示。

经访谈，历史股东确认其对历次股权变动不存在异议或纠纷，与万事利集团、职工持股会就股权事宜不存在纠纷或潜在纠纷。截至本问询函回复出具日，历史股东确权情况如下：

单位：人/万股

项目	第一次出让	第二次出让
历史股东数量①	107	32
已确权的历史股东数②	96	29
已确权的历史股东数量占比③=②/①	89.72%	90.63%
待核查股份总数④	703.33	1,000.00
已确权的股份数⑤	554.33	845.50
已确权的股份数占比⑥=⑤/④	78.82%	84.55%

5、获得了浙江省人民政府办公厅关于杭州万事利丝绸文化股份有限公司历史沿革中有关事项确认的函。

6、取得并查阅了发行人全套工商登记资料、历次会议材料，两次整体变更涉及的审计报告、资产评估报告和验资报告；查阅了《公司法》（2005 年修订）

和《公司法》（2013 年修订）中与股份有限公司设立相关的法条，逐条比照发行人两次整体变更为股份公司是否符合规定；取得了发行人关于多次发生有限公司和股份公司转换的说明；取得了万事利股份的发起人万事利集团、丝奥投资、屠红燕、屠红霞、李建华出具的书面确认，确认万事利股份整体变更过程中不存在纠纷，不存在侵害公司债权人利益的情形。

7、查阅并复核了《关于杭州万事利丝绸文化股份有限公司股改净资产调整的说明》；取得并查阅了发行人历次会议材料和工商内档资料，浙江敬业会计师事务所出具的《审计报告》（浙敬会审字（2016）第 134 号）、天健事务所出具的《验资报告》（天健验[2018]537 号）；查询了《公司法》（2013 年修订）关于利润分配的相关规定。

8、取得并查阅了实际控制人签署的《一致行动协议》；查阅了发行人历次会议材料，并查看了实际控制人及其一致行动企业历次表决情况；搜集并查看了发行人《公司章程》和公司治理制度，搜集了发行人实际控制人的个人简历和关系密切家庭亲属表；取得了发行人实际控制人签署的股份锁定承诺。

9、取得并查阅了张家林与陈曙华签署的《股权转让协议》、浙江国俊与万事利集团签署的《股权转让协议》；查阅了《国家税务总局关于股权奖励和转增股本个人所得税征管问题的公告》、《财政局 国家税务总局关于个人非货币性资产投资有关个人所得税政策的通知》等文件，取得了杭州市地方税务局江干税务分局确认的屠红燕、屠红霞、李建华的递延纳税和分期纳税的备案文件。

10、检索了中国裁判文书网和国家企业信用信息公示系统，核查是否存在关于发行人股份的诉讼，以及发行人股份是否受限；访谈了浙江国俊和张家林两名退出的股东，向其了解股权转让的原因、转让价格和定价依据，并取得其签署的声明，确认其与万事利丝绸及其他股东不存在任何纠纷或潜在纠纷；访谈了万事利丝绸的法定代表人，向其了解历次股权转让和增资的背景和价格；访谈了浙商投资、万向三农等外部投资者，向其了解投资背景、增资价格和定价依据。

11、取得并查阅了发行人股东丝奥投资、丝昱投资和丝弦投资的工商资料；取得了丝奥投资现股东出具不存在股权代持的声明。

12、访谈了丝奥投资的历史股东和现股东，向其了解其任职情况、投资背景、

资金来源、是否存在代持、是否存在纠纷或潜在纠纷，并向现股东询问了丝奥投资是否制定过任何员工持股计划、员工激励计划或类似文件，是否要求丝奥股东从发行人离职后必须将其持有的持股平台股权转让予实际控制人或其指定第三方的情况；访谈了丝弦投资和丝昱投资设立时的合伙人和现合伙人，向其了解了其任职情况、投资和出资份额转让的背景，以及是否存在股权代持、纠纷或潜在纠纷的情况。

13、取得发行人直接股东和间接股东（范围如下）填写的调查问卷，问卷内容包含“贵公司对万事利丝绸的投资不存在任何方式的信托、代持或其他利益安排”；“贵公司是否还委托其他单位或个人代持对万事利丝绸的出资”；“与万事利丝绸、实际控制人、其他股东、董事、监事、高级管理人员、其他关联方、万事利丝绸客户和供应商等是否具有关联关系、利益安排或其他利害关系”；“与万事利丝绸 IPO 项目的下述中介机构人员是否存在关联关系、利益安排或其他利害关系”等。

发行人直接股东	一级间接股东	二级间接股东	三级间接股东	四级及后续间接股东
万事利集团	屠红燕、屠红霞、李建华、王云飞、沈柏军、孙有毅、项柏青	-	-	-
丝奥投资	李建华、滕俊楷、杨文君、张春燕	-	-	-
丝昱投资	屠红燕、屠红霞	-	-	-
丝昱投资	屠红燕、李建华	-	-	-
浙商投资[注 1]	舟基（集团）有限公司；以下合伙人向上穿透的股东的声明未取得（但通过天眼查等工具核查其背后股东的相关情况）：中银基金、杭州市产业发展投资有限公司、杭州市金融投资集团有限公司、杭州农副物流集团有限公司、浙江创基商务咨询管理有限公司、浙江钫德投资管理有限公司、浙江富浙资本管理有限公司	小可控股有限公司	**黄善年、杭州富申贸易有限公司**	**王卫达**
万向三农	鲁冠球三农扶志基金[注 2]	-	-	-
盈思投资	蔡海涛、马思伟	-	-	-

发行人直接股东	一级间接股东	二级间接股东	三级间接股东	四级及后续间接股东
卓元晋嘉	李伟、李晓桃、深圳市卓元道成创业投资中心（有限合伙）、邓建新	邹焰、深圳市卓元道成投资管理有限公司、邓建新	邓莹、杨波、李远传	-
华媒投资	持有华媒投资 100%股权的股东为上市公司浙江华媒控股股份有限公司（000607.SZ），未取得该间接股东的说明，但对其年报披露情况进行了核查	-	-	-
乐世利投资	胡晓鹏、郭澉、杨冬华、施伟国、孔丽燕、胡雯、倪缘声、高一棋、赵鹏、章芸、俞婵敏、袁云峰、郭容赫、黄汐强、江涵、孙瑶涵；中银基金	-	-	-

注 1：根据《关于浙江浙商产业投资基金合伙企业（有限合伙）之合伙协议书》及其补充协议，浙商投资的有限合伙人中的浙江荣盛控股集团有限公司、杭州翔盛纺织有限公司、新光控股集团有限公司、浙江恒逸集团有限公司、浙江义乌尊旺工贸有限公司、海亮集团有限公司、开元旅业集团有限公司、三元控股集团有限公司和宁波银屹资产管理有限公司不参与浙商投资于 2013 年 12 月 31 日后进行投资的项目，因此，前述有限合伙人不享有浙商投资对发行人的投资权益，未取得该等有限合伙人以及其背后股东所出具的说明。

注 2：万向三农的股东为慈善信托鲁冠球三农扶志基金，万向信托股份公司作为鲁冠球三农扶志基金的受托人。

14、取得发行人直接股东出具的承诺函，承诺取得发行人直接股东出具的承诺函，承诺“不存在为其他方委托持股、信托持股、协议控制等特殊权益安排的情况”“与公司为实现首次公开发行股票并上市聘请的国信证券股份有限公司、北京市君合律师事务所及天健事务所天健会计师事务所（特殊普通合伙）（以上合称“中介机构”）及中介机构的负责人、高级管理人员、经办人员之间不存在亲属关系、关联关系或其他利益关系”等。

15、取得发行人实际控制人及董事、监事、高级管理人员填写的关系密切家庭成员调查表。

16、取得了浙商投资出具的说明，确认除向发行人委派董事（钱晓枫）、发行人股东乐世利投资外，浙商投资的合伙人及合伙人向上穿透的股东与发行人及其实际控制人、董事、监事、高级管理人员、除乐世利投资之外的其他股东、本次发行中介机构负责人及其签字人员不存在亲属关系、关联关系、委托持股、信托持股或利益输送安排；取得中介机构签字人员出具的声明，确认与发行人直接

间接股东不存在亲属关系、关联关系、委托持股、信托持股或利益输送安排。

17、取得发行人外部股东签署的历次增资协议、股东协议和补充协议；取得发行人现股东签署的关于投资协议相关条款终止确认函/承诺函。

（二）核查意见

经核查，保荐机构和发行人律师认为：

1、杭州笕桥绸厂和浙江万事利轻纺工贸集团公司设立时均为乡镇集体企业，存在集体所有资产投入；万事利集团公司改制时，杭州笕桥绸厂作为万事利集团公司的下属企业，其资产纳入了万事利集团公司资产评估和产权界定的范围；万事利集团历史产权界定合法合规、真实有效，沈爱琴从笕桥镇集体资产经营管理公司受让万事利集团 1,000 万股股份符合当时法律法规，相应的股权转让款已支付完毕，不存在损害集体所有资产利益的情形，万事利集团改制过程中不存在纠纷或潜在纠纷，持股会出让股权的行为合法、有效；万事利集团历史沿革事项已取得浙江省人民政府的确认。

2、2008 年万事利投资第一次整体变更相关事项业经万事利投资股东会和万事利股份创立大会审议通过，相关程序合法合规。万事利投资整体变更为万事利股份过程中存在未履行评估程序和发起人未签订发起人协议的情形，但不存在侵害债权人利益的情形，不存在纠纷或潜在纠纷，且万事利股份发起人已事后出具书面确认进行补正。第一次整体变更股份公司已完成工商登记注册相关程序。除前述事项外，其余整体变更事项均符合《公司法》（2005 年修订）等法律法规规定。2017 年发行人第二次整体变更相关事项业经万事利有限董事会、股东会和股份公司创立大会审议通过，相关程序合法合规，改制中不存在侵害债权人合法权益情形，与债权人不存在纠纷，整体变更已完成工商登记注册和税务登记等相关程序，整体变更相关事项符合《公司法》（2013 年修订）等法律法规规定。

3、2008 年 12 月万事利投资第一次整体变更为万事利股份时，发行人未履行净资产评估程序，且各发起人未签署《发起人协议》，导致该次整体变更过程存在瑕疵；为避免该等瑕疵对发行人的上市计划造成影响，2016 年 9 月发行人从股份公司整体变更有限公司，并于 2017 年 4 月第二次整体变更为股份公司并依法履行了改制程序；发行人第一次整体变更为股份公司程序存在瑕疵，但不存

在纠纷或潜在纠纷；发行人 2016 年整体变更为有限责任公司和 2017 年第二次整体变更为股份公司，相关程序合法合规，改制中不存在侵害债权人合法权益情形，与债权人不存在纠纷。

4、公司整体变更时不存在未弥补亏损，但因财务报表追溯调整事项致使整体变更时存在未弥补亏损；公司于 2016 年 5 月向全体股东按每 10 股转增 30 股，共计转增股本 6,000 万股；因财务报表追溯调整的影响，导致 2016 年 5 月利润超额分配 3,028.16 万元，截至 2016 年 12 月 31 日发行人母公司未分配利润为 152.09 万元，已足额弥补上述超额分配的利润。上述超额分配行为存在瑕疵，但是发行人全体股东同意以超额分配日后实现的利润予以弥补，不存在纠纷或潜在纠纷。

5、发行人公司治理结构健全、运行良好，实际控制人严格遵守《公司章程》、公司制度规定和《一致行动协议》安排，依法依规参与公司重大事项的审议决策和经营管理活动，未对公司治理有效性产生不利影响；发行人实际控制人通过控制万事利集团、丝奥投资、丝昱投资和丝弦投资间接支配发行人 82.33%的表决权，在持股层面形成对发行人的共同控制，并签署《一致行动协议》加强对公司的共同控制，公司控制权结构稳定。

6、发行人历次股权转让及增资已履行了必要的内部决策及外部审批程序，股权转让及增资的价格公允且款项均已支付；发行人历次股权转让及增资合法合规；发行人股权结构真实、清晰、稳定，不存在纠纷或潜在纠纷。

7、丝奥投资为发行人的员工持股平台，成立时间较早，并非为本次发行上市之目的设立，未对员工持股平台内部的流转、退出机制以及股权管理机制作出具体安排；丝奥投资股东均在发行人处担任高级管理人员、部门经理等职，其出资资金来源均为自有资金，不存在股权代持。

8、发行人直接间接股东与发行人及其实际控制人、董事、监事、高级管理人员、其他股东存在亲属关系和关联关系，上述情形已在招股说明书中详细披露，除此之外，发行人直接间接股东与发行人及其实际控制人、董事、监事、高级管理人员、其他股东、本次发行中介机构负责人及其签字人员不存在亲属关系、关联关系、委托持股、信托持股或利益输送安排；发行人股东（外部投资者）与发

行人及其实际控制人、其他股东之间曾存在对赌协议条款，并已于本次公开发行股票申报前解除，各方不存在纠纷或潜在纠纷。

问题 2

申报文件显示，发行人共有 13 家子公司、1 家孙公司和 2 家参股公司，以及 9 家分公司。2020 年，发行人转让依漾生物股权，注销宁波万事利，转让广州万事利股权。2020 年 5 月，万事利丝绸对广州万事利增资 186 万元，5 月 30 日万事利丝绸将其持有的广州万事利 100%股权转让给广州万事利丝绸，转让价格为 2 万元。请发行人补充披露：（1）宁波万事利存续期间的业务开展情况，注销进展情况以及相关业务、人员的承接、安置情况，是否存在纠纷或潜在纠纷；（2）依漾生物、广州万事利是否存在违法违规行为，是否受到行政处罚，是否对发行人主营业务产生影响；（3）转让广州万事利股权前对其增资 186 万元的原因，转让价格的定价依据和公允性，是否存在利益输送；（4）各子公司的历史沿革及历次股权变动情况，自设立以来股东出资的合规性；（5）投资各参股公司的原因、时间、方式、价格及定价依据；（6）对分公司的管理模式，报告期内，各分公司是否存在因违法违规受到行政处罚的情形，如存在，请披露具体情况并说明是否构成重大违法行为；（7）设置相关子公司、分公司的商业合理性，各公司之间的业务关系、发展定位，各公司与发行人主营业务的对应关系；（8）对外转让关联方是否属于真实转让，受让方是否存在代持，目前是否与发行人存在业务、资金往来，是否存在关联交易非关联化的情形；（9）控股子公司和参股子公司的其他股东情况，与发行人及实际控制人、董监高等主体是否存在关联关系。

请保荐人、发行人律师核查并发表明确意见。

【回复】

一、宁波万事利存续期间的业务开展情况，注销进展情况以及相关业务、人员的承接、安置情况，是否存在纠纷或潜在纠纷

宁波万事利主要从事宁波地区及其辐射地区的销售，其已于 2020 年 6 月完成注销登记，相关业务公司由总部统筹管理，相关人员已妥善安置，不存在纠纷或潜在纠纷。发行人已在招股说明书第五节之“六（四）2、宁波万事利”中补充披露如下：

2、宁波万事利

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

二、依漾生物、广州万事利是否存在违法违规行为，是否受到行政处罚，是否对发行人主营业务产生影响

依漾生物、广州万事利不存在违法违规行为，未受到行政处罚，转让上述公司股权不会对发行人主营业务产生重大不利影响。发行人已在招股说明书第五节之“六、（四）1、依漾生物”和“六、（四）3、广州万事利”中补充披露如下：

1、依漾生物

依漾生物系由万事利丝绸与黄圣依于 2019 年 7 月 30 日共同设立的有限责任公司，注册资本 168 万元。截至 2019 年 12 月 31 日，依漾生物总资产 108.11 万元、净资产 98.63 万元，2019 年度，依漾生物净利润-69.37 万元。截至 2020 年 4 月 30 日，依漾生物总资产 60.86 万元、净资产 42.82 万元，2020 年 1-4 月净利润-55.81 万元。依漾生物成立时，万事利丝绸持有其 55%股权，黄圣依持有其 45%股权。2020 年 5 月 9 日，万事利丝绸与黄圣依签署《股权转让协议》，万事利丝绸将其持有的依漾生物 55%股权转让给黄圣依，转让价格为 30 万元，该价格以 2020 年 4 月 30 日的净资产为基础双方协商确定。依漾生物成立后拟开发化妆品项目，后根据双方合作的实际情况，经双方协商由黄圣依独立运作该项目，故万事利丝绸向黄圣依转让依漾生物股权。本次股权转让后，万事利丝绸不再持有依漾生物的股权。

依漾生物**在万事利丝绸持有其股权期间**不存在重大违法违规行为，未受到行政处罚。依漾生物化妆品项目尚未开发完成，以净资产定价转让依漾生物股权公允，不会对主营业务产生重大不利影响。发行人转让依漾生物股权属于真实转让，不存在委托受让方代持的情况。发行人转让依漾生物股权后，向依漾生物支付了欠款 19 万元，系依漾生物团队对丝香门第天猫店的运营服务费，该运营工作已由发行人团队接手，除前述情况外，发行人与依漾生物不存在业务往来和资金往来。就依漾生物股权转让事项，发行人不存在关联交易非关联化的情况。

……

3、广州万事利

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

广州万事利**自 2017 年 1 月 1 日至股权转让工商变更完成日（2020 年 6 月 22 日）期间，**不存在重大违法违规行为，未受到行政处罚。发行人转让广州万事利定价公允，与受让方广州万事利丝绸不存在利益输送的情况。发行人转让广州万事利股权属于真实转让，不存在委托受让方代持的情况。发行人于 2020 年 6 月 29 日收到了广州万事利欠款 6,000 元，该笔欠款支付后，发行人与广州万事利之间的账务已结清。发行人转让广州万事利股权并办结工商变更登记后，除了

前述情况外，与广州万事利不存在业务往来和资金往来。就广州万事利股权转让事项，发行人不存在关联交易非关联化的情况。

三、转让广州万事利股权前对其增资 186 万元的原因，转让价格的定价依据和公允性，是否存在利益输送

因广州万事利资不抵债，本次股权转让前公司先对其增资弥补其亏损。发行人已在招股说明书第五节之“六、（四）3、广州万事利”中补充披露如下：

3、广州万事利

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

广州万事利**自 2017 年 1 月 1 日至股权转让工商变更完成日（2020 年 6 月 22 日）期间，**不存在重大违法违规行为，未受到行政处罚。发行人转让广州万事利定价公允，与受让方广州万事利丝绸不存在利益输送的情况。发行人转让广州万事利股权属于真实转让，不存在委托受让方代持的情况。发行人于 2020 年 6 月 29 日收到了广州万事利欠款 6,000 元，该笔欠款支付后，发行人与广州万事利之间的账务已结清。发行人转让广州万事利股权并办结工商变更登记后，除了前述情况外，与广州万事利不存在业务往来和资金往来。就广州万事利股权转让

事项，发行人不存在关联交易非关联化的情况。

四、各子公司的历史沿革及历次股权变动情况，自设立以来股东出资的合规性

公司已在招股说明书第五节之“六、（一）发行人的控股子公司”中补充披露如下：

（一）发行人的控股子公司

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

单位：万元

公司名称	2020 年 12 月 31 日/2020 年度		
	总资产	净资产	净利润
万事利科技	5,521.96	3,338.43	16.97
万事利数码	23,602.19	11,005.04	2,092.11
万事利礼品	2,146.27	2,094.94	-22.47
万事利文创	436.49	423.52	9.26
杭州新丝路	416.83	413.83	-0.73
万事利艺术品	306.97	292.72	15.95
明阳科技	446.84	131.10	11.80
丝艺科技	159.36	157.70	0.03
七仁数码	175.81	150.02	-28.64
武汉万事利	38.95	-55.98	-41.21
合肥万事利	7.04	-321.84	-117.56
西安万事利	15.39	-402.67	-46.17
西藏新丝路	2,210.24	-1,022.60	-298.18
万事利科创园	217.99	151.34	21.33

注：上述财务数据业经天健事务所审计。

1、万事利科技

……

（2）历史沿革

①2001 年 1 月，万事利科技设立

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

万事利科技成立时的股权结构如下：

单位：万元

序号	股东名称	出资金额	出资比例
1	万事利集团	290.00	51.06%
2	孙有毅	59.00	10.39%
3	周劲锋	21.00	3.70%
4	沈会林	16.00	2.82%
5	孙有为	16.00	2.82%
6	马廷方	16.00	2.82%
7	王志华	14.00	2.46%
8	马建民	12.00	2.11%
9	金海明	12.00	2.11%
10	楼丽萍	12.00	2.11%
11	姜金仙	11.00	1.94%
12	褚雪明	10.00	1.76%
13	徐英	8.00	1.41%
14	王云芳	8.00	1.41%
15	陶峰	6.00	1.06%
16	陈兰花	5.00	0.88%
17	冯建隆	5.00	0.88%
18	张妙花	5.00	0.88%
19	张来荣	5.00	0.88%
20	戚丽华	5.00	0.88%
21	谭金福	5.00	0.88%
22	罗水芳	3.00	0.53%
23	孙建勇	3.00	0.53%

单位：万元

序号	股东名称	出资金额	出资比例
24	周小雷	3.00	0.53%
25	沈美娟	3.00	0.53%
26	尚继承	3.00	0.53%
27	彭华陵	2.00	0.35%
28	袁伟文	2.00	0.35%
29	方巧定	2.00	0.35%
30	周桂珍	2.00	0.35%
31	姜德元	2.00	0.35%
32	沈冬琍	2.00	0.35%
合 计		**568.00**	**100.00%**

②2010 年 12 月，万事利科技第一次股权转让

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

序号	转让方	受让方	转让出资额（万元）
1	孙有毅	万事利集团	59.00
2	周劲锋	万事利集团	10.00
	周劲锋	马廷方	11.00
3	孙有为	万事利集团	16.00
4	马建民	万事利集团	12.00
5	楼丽萍	万事利集团	12.00
6	王志华	万事利集团	6.00
7	褚雪明	万事利集团	10.00
8	徐英	万事利集团	2.00
9	王云芳	万事利集团	2.00
10	陶峰	万事利集团	6.00
11	冯建隆	万事利集团	5.00

序号	转让方	受让方	转让出资额（万元）
12	张来荣	万事利集团	5.00
13	谭金福	万事利集团	2.00
14	尚继承	万事利集团	3.00
15	彭华陵	王春禄	2.00
16	袁伟文	万事利集团	2.00
17	沈冬琍	万事利集团	2.00
18	金海明	万事利集团	10.00
		樊爱华	2.00

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

单位：万元

序号	股东名称	出资金额	出资比例
1	万事利集团	454.00	79.93%
2	马廷方	27.00	4.75%
3	沈会林	16.00	2.82%
4	姜金仙	11.00	1.94%
5	王志华	8.00	1.41%
6	徐英	6.00	1.06%
7	王云芳	6.00	1.06%
8	陈兰花	5.00	0.88%
9	张妙花	5.00	0.88%
10	戚丽华	5.00	0.88%
11	谭金福	3.00	0.53%
12	罗水芳	3.00	0.53%
13	孙建勇	3.00	0.53%
14	周小雷	3.00	0.53%
15	沈美娟	3.00	0.53%
16	方巧定	2.00	0.35%
17	周桂珍	2.00	0.35%
18	姜德元	2.00	0.35%
19	王春禄	2.00	0.35%
20	樊爱华	2.00	0.35%

单位：万元

序号	股东名称	出资金额	出资比例
合　计		**568.00**	**100.00%**

③2011 年 4 月，万事利科技第二次股权转让

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

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

单位：万元

序号	股东名称	出资金额	出资比例
1	万事利集团	462.00	81.34%
2	马廷方	27.00	4.75%
3	沈会林	16.00	2.82%
4	姜金仙	11.00	1.94%
5	徐英	6.00	1.06%
6	王云芳	6.00	1.06%
7	陈兰花	5.00	0.88%
8	张妙花	5.00	0.88%
9	戚丽华	5.00	0.88%
10	谭金福	3.00	0.53%
11	罗水芳	3.00	0.53%
12	孙建勇	3.00	0.53%
13	周小雷	3.00	0.53%
14	沈美娟	3.00	0.53%
15	方巧定	2.00	0.35%
16	周桂珍	2.00	0.35%
17	姜德元	2.00	0.35%
18	王春禄	2.00	0.35%
19	樊爱华	2.00	0.35%
合　计		**568.00**	**100.00%**

④2012 年 10 月，万事利科技第三次股权转让

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

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

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

单位：万元

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

⑤2012 年 12 月，万事利科技第四次股权转让

2012 年 12 月 26 日，经万事利科技股东会决议，同意万事利集团将其持有

的万事利科技 369.20 万元出资额（对应 65%股权）以 664.56 万元的价格转让给万事利丝绸。同日，万事利集团与万事利丝绸签署了股权转让协议，本次股权转让价格为每注册资本 1.80 元。

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

单位：万元

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

⑥2013 年 11 月，万事利科技第五次股权转让

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

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

单位：万元

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

⑦2014 年 1 月，万事利科技第一次增资

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

2014 年 1 月 10 日，浙江敬业会计师事务所出具了“浙敬会验字（2014）第 044 号”《验资报告》，验证截至 2014 年 1 月 8 日，万事利科技已收到全体股东

以货币缴纳的新增实收资本合计人民币 932 万元。

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

单位：万元

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

⑧2017 年 12 月，万事利科技第六次股权转让

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

2017 年 12 月 19 日，万事利科技完成工商变更登记，本次变更完成后，万事利科技的股权结构如下：

单位：万元

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

截至本招股说明书签署日，万事利科技的股权结构未再发生变动。

⑨2001 年 1 月至 2012 年 10 月，万事利科技股权代持及解除

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

因 2001 年 1 月万事利科技设立时，拟参股的员工多达 62 人，为避免有限责任公司股东人数超过 50 人，部分员工委托同事代持股权。此后，因部分员工离职、岗位调动等原因，陆续有员工股东将其持有的万事利科技股权转让给万事利集团。截至 2012 年 10 月 29 日万事利科技股东变更登记取得核准时，万事利集

团已持有万事利科技的全部股权，工商登记信息与实际股权结构完全一致，员工股东间的股权代持已全部解除。

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

此外，万事利集团和实际控制人已出具承诺，发行人因下列事项遭受任何损失的，将补偿发行人因此遭受的全部损失：如有万事利科技历史股东对其提出权利主张并得到法院判决支持，万事利科技将根据生效法院判决承担对该历史股东的赔偿责任的；万事利科技历史股东股权代持解除过程中涉及的任何税务事宜（如欠缴税费、滞纳金和税务处罚）。

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

2、万事利数码

……

（2）历史沿革

①2010 年 7 月,万事利数码设立

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

万事利数码成立时的股权结构如下：

单位：万元

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

②2012 年 9 月，万事利数码第一次股权转让和增资

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

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

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

单位：万元

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

⑤2016 年 5 月，万事利数码股权转让

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

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

单位：万元

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

截至本招股说明书签署日，万事利数码的股权结构未再发生变动。

3、万事利礼品

……

（2）历史沿革

①2006 年 1 月，万事利礼品成立

万事利礼品系由万事利进出口和胡志凤于 2006 年 1 月出资设立的有限责任公司。万事利礼品成立时注册资本为 25 万美元。2005 年 12 月 21 日，杭州市江干区对外贸易经济合作局下发“江外（2005）103 号”《关于同意设立合资经营杭州万事利丝绸礼品有限公司的批复》，批准万事利礼品的设立。同日，浙江省人民政府下发“商外资浙府资杭字[2005]04790 号”《台港澳侨投资企业批准证书》，发证序号为 3300032566。

万事利礼品成立时的股权结构如下：

单位：万美元

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

②2006 年 3 月，万事利礼品第一次股权转让

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

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

2006 年 3 月 28 日，万事利礼品完成上述工商变更登记。本次变更完成后，

万事利礼品的股权结构如下：

单位：万美元

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

③2008 年 8 月，万事利礼品第二次股权转让

2008 年 8 月 6 日，杭州市江干区对外贸易经济合作局下发“江外[2008]72 号”《关于同意杭州万事利丝绸礼品有限公司股权转让的批复》，浙江省人民政府下发变更后的《台港澳侨投资企业批准证书》，发证序号为 3300053590。

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

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

单位：万美元

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

截至本招股说明书签署日，万事利礼品的股权结构未发生变动。

4、万事利文创

……

（2）历史沿革

万事利文创系由万事利丝绸于 2011 年 2 月出资设立的有限责任公司。万事利文创成立时注册资本为 200 万元，全部由万事利丝绸以货币出资。2011 年 2 月 22 日，浙江敬业会计师事务所出具了“浙敬会验字（2011）第 062 号”《验资

报告》，验证截至 2011 年 2 月 22 日，万事利文创已收到万事利丝绸缴纳的实收资本 200 万元。

万事利文创成立时的股权结构如下：

单位：万元

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

截至本招股说明书签署日，万事利文创的股权结构未发生变动。

5、杭州新丝路

……

（2）历史沿革

①2012 年 7 月，杭州新丝路成立

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

杭州新丝路成立时的股权结构如下：

单位：万元

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

②2016 年 7 月，杭州新丝路第一次股权转让

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

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

单位：万元

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

截至本招股说明书签署日，杭州新丝路的股权结构未再发生变动。

6、万事利艺术品

……

（2）历史沿革

①2013 年 10 月，万事利艺术品设立

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

万事利艺术品成立时的股权结构如下：

单位：万元

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

②2014 年 5 月，万事利艺术品第一次股权转让

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

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

单位：万元

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

截至本招股说明书签署日，万事利艺术品的股权结构未再发生变动。

7、明阳科技

……

（2）历史沿革

①2015 年 6 月，明阳科技成立

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

明阳科技成立时的股权结构如下：

单位：万元

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

②2017 年 12 月，明阳科技第一次股权转让

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

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

单位：万元

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

截至本招股说明书签署日，明阳科技的股权结构未再发生变动。

8、丝艺科技

……

（2）历史沿革

丝艺科技系由万事利丝绸与闵思佳于 2016 年 10 月出资设立的有限责任公司。丝艺科技成立时注册资本为 150 万元。

丝艺科技成立时的股权结构如下：

单位：万元

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

截至本招股说明书签署日，丝艺科技的股权结构未发生变动。

9、七仁数码

……

（2）历史沿革

①2007 年 9 月，七仁数码成立

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

七仁数码成立时的股权结构如下：

单位：万元

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

②2007 年 11 月，七仁数码第一次增资

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

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

单位：万元

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

③2008 年 8 月，七仁数码第一次股权转让

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

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

单位：万元

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

截至本招股说明书签署日，七仁数码的股权结构未再发生变动。

10、武汉万事利

……

（2）历史沿革

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

武汉万事利成立时的股权结构如下：

单位：万元

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

截至本招股说明书签署日，武汉万事利的股权结构未发生变动。

11、合肥万事利

……

（2）历史沿革

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

合肥万事利成立时的股权结构如下：

单位：万元

序号	股东名称	出资金额	出资比例

单位：万元

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

截至本招股说明书签署日，合肥万事利的股权结构未发生变动。

12、西安万事利

……

（2）历史沿革

①2012 年 6 月，西安万事利设立

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

西安万事利成立时的股权结构如下：

单位：万元

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

②2021 年 4 月，西安万事利第一次增资

2021 年 3 月 24 日，经西安万事利股东决议，同意西安万事利注册资本由 50 万元变更为 460 万元，新增注册资本 410 万元，全部由万事利丝绸出资，本次增资价格为每注册资本 1 元，本次增资系为清理其与母公司之间的债务。

2021 年 4 月 9 日，西安万事利完成工商变更登记，本次变更完成后，西安万事利的股权结构如下：

单位：万元

序号	股东名称	出资金额	出资比例
1	**万事利丝绸**	**460.00**	**100.00%**

单位：万元

序号	股东名称	出资金额	出资比例
合　计		**460.00**	**100.00%**

截至本招股说明书签署日，西安万事利的股权结构未再发生变动。

13、西藏新丝路

……

（2）历史沿革

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

西藏新丝路成立时的股权结构如下：

单位：万元

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

截至本招股说明书签署日，西藏新丝路的股权结构未发生变动。

14、万事利科创园

……

（2）历史沿革

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

万事利科创园成立时的股权结构如下：

单位：万元

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

截至本招股说明书签署日，万事利科创园的股权结构未发生变动。

15、各子公司的股东出资情况

（1）各子公司的股东出资情况各子公司的股东出资情况如下：

序号	公司名称	设立/增资	出资股东	出资金额（万元）	增资价格	是否完成实缴	出资形式
1	万事利科技	设立	万事利集团、周劲锋等全体股东	568.00	/	是	货币
		增资	万事利集团	624.44	每注册资本1.80元	是	货币
			丝锦投资	307.56		是	货币
2	万事利数码	设立	嘉兴万事利	6,840.00	/	是	货币
			万事利集团	760.00	/	是	货币
		增资	万事利集团	2,000.00	每注册资本1元	是	货币
3	万事利艺术品	设立	万事利丝绸、袁少华	100.00	/	是	货币
4	杭州新丝路	设立	夏燕祥、方腾	500.00	/	是	货币
5	万事利文创	设立	万事利丝绸	200.00	/	是	货币
6	七仁数码	设立	杭州广园物业管理有限公司	100.00	/	是	货币
		增资	万事利礼品	150.00	每注册资本1元	是	货币
7	万事利礼品	设立	万事利进出口	13.13万美元	/	是	货币
			胡志凤	6.25 万美元	/	是	货币
			丝奥投资	5.63 万美元	/	是	货币
8	丝艺科技	设立	万事利丝绸	127.50	/	是	货币
			闵思佳	22.50	/	尚未实缴	货币
9	明阳科技	设立	大谷贸易	165.00	/	是	货币
			李建华	60.00	/	是	货币
			包强	60.00	/	是	货币
			张建平	15.00	/	是	货币
10	武汉万事利	设立	万事利丝绸、万事利礼品	50.00	/	是	货币
11	合肥万事利	设立	万事利丝绸	100.00	/	是	货币
12	西安万事利	设立	万事利丝绸	50.00	/	是	货币
		增资	**万事利丝绸**	**410.00**	**每注册资本1元**	**是**	**货币**
13	西藏新丝路	设立	万事利丝绸	1,000.00	/	尚未全部实缴	货币

序号	公司名称	设立/增资	出资股东	出资金额（万元）	增资价格	是否完成实缴	出资形式
14	万事利科创园	设立	万事利数码	100.00	/	是	货币

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

（2）万事利科技设立至 2012 年 10 月的股权代持

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

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

因此，万事利科技设立时的股权代持行为，与《公司法》（1999 年修订）第二十条第一款的规定不一致，存在瑕疵，但不构成本次发行上市的实质性法律障碍。截至 2012 年 10 月，万事利集团通过股权转让的方式取得了万事利科技 100%股权，解除了员工股东的股权代持行为，发行人子公司、孙公司的现有股东所持股权合法合规。

五、投资各参股公司的原因、时间、方式、价格及定价依据

发行人已在招股说明书第五节之“六、（二）3、发行人投资参股公司的具体情况”中补充披露如下：

3、发行人投资参股公司的具体情况

企业名称	原因	时间	方式	价格	定价依据
布调科技	布调科技提供双面纺织数码印花色彩实现技术服务，发行人拟通过投资布调科技，加强双面数码印花技术领域的研发、生产能力	2018 年 4 月投资 60 万元，2018 年 7 月投资 60 万元，2018 年 5 月 8 日完成工商变更登记	现金出资	每注册资本 2.27 元	综合考虑数码双面印花的专利技术，经双方友好协商，按照布调科技 800 万元估值定价
丰万投资	丰万投资参股了梁祝婚庆，该公司主营婚庆礼仪服务，发行人拟将丝绸产品与婚庆产业相结合推广	2016 年 10 月 27 日投资 200 万元，2016 年 11 月 9 日完成工商变更登记	现金出资	每认缴出资额 1 元	投资当年丰万投资无实际经营
帛阳科技	**帛阳科技具备数码印花工艺提升的相关技术，发行人拟通过投资帛阳科技，改善数码印花工艺，更加节能环保**	**2021 年 3 月投资 450 万元，2021 年 4 月完成工商变更登记**	**现金出资**	**每注册资本 3.6 元**	**综合考虑数码印花工艺改善后带来的效益定价**

六、对分公司的管理模式，报告期内，各分公司是否存在因违法违规受到行政处罚的情形，如存在，请披露具体情况并说明是否构成重大违法行为

（一）分公司履行销售职能，由公司总部统一管理

发行人在招股说明书第五节之“五、发行人股权结构”中对分公司的管理模式补充披露如下：

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

（二）发行人分公司仅存在小额税务行政处罚，不属于重大违法违规行为

万事利礼品广州分公司和万事利丝绸北京分公司**2017-2020 年度**各有 1 次税务处罚，金额较小不构成重大违法违规行为。发行人在招股说明书第七节之“三、（一）税务行政处罚”中对分公司违法违规行为补充披露如下：

（一）税务行政处罚

1、税务行政处罚的具体情况

2017-2020 年度，发行人及其子公司、分公司共受到 8 次税务行政处罚，具体原因如下：

序号	被处罚企业	处罚机关	处罚文号	处罚时间	处罚原因	罚款金额（元）
	……					
2	万事利礼品广州分公司	广州市天河区地方税务局	天简罚〔2017〕541 号	2017-3-9	个人所得税（工资薪金所得）未按期申报	200.00
	……					
7	万事利丝绸北京分公司	北京市朝阳区国家税务局第一税务所	朝一国税简罚〔2018〕13999 号	2018-4-23	丢失增值税普通发票 1 份	20.00
	……					

发行人子公司、分公司税务处罚所涉案件罚款金额均不超过 1,000 元，罚款金额较小，属于《行政处罚法》第三十三条规定的简易程序。上述处罚案件均不属于《重大税收违法失信案件信息公布办法》（国家税务总局公告 2018 年第 54 号）第五条规定的重大税收违法失信案件情形。

七、设置相关子公司、分公司的商业合理性，各公司之间的业务关系、发展定位，各公司与发行人主营业务的对应关系

发行人已在招股说明书第五节之“六、（五）发行人控股子公司和分公司的业务关系和发展定位”中补充披露如下：

（五）发行人控股子公司和分公司的业务关系和发展定位

序号	公司名称	设置的商业合理性	各公司之间的业务关系	发展定位	与发行人主营业务的对应关系
1	万事利科技	主营丝绸纺织	委托万事利数	2020 年开始，	丝绸纺织制品运

序号	公司名称	设置的商业合理性	各公司之间的业务关系	发展定位	与发行人主营业务的对应关系
		制品委外加工和销售，丝绸纺织制品包括丝绸面料和贴牌服装等	码加工部分丝绸面料，向发行人销售数码印花丝巾	丝绸纺织制品境内业务整合到万事利数码，万事利科技主营贴牌服装的境外销售	营主体之一
2	万事利数码	提供丝绸面料的数码印花加工服务	加工部分万事利科技委托的丝绸面料	主营丝绸面料的数码印花加工和境内销售，2020 年开始作为首批浙江省级重点民用口罩及关键材料生产企业之一	丝绸纺织制品、民用口罩运营主体之一
3	万事利礼品	丝绸文化创意品的销售	发行人的销售型子公司	发行人的销售型子公司	丝绸文化创意品
4	万事利文创	提供会务服务	通过讲课、宣传等会务形式带动发行人丝绸产品的销售	通过会务服务带动丝绸文化创意品的销售	丝绸文化创意品
5	杭州新丝路	丝绸文化创意品线上销售	发行人的销售型子公司	发行人的销售型子公司	丝绸文化创意品
6	万事利艺术品	家纺、丝绸工艺品等丝绸文化创意品的销售	发行人的销售型子公司	发行人的销售型子公司	丝绸文化创意品
7	明阳科技	设立时主营蚕丝蛋白面膜、桑叶茶的销售	发行人的销售型子公司	收购后蚕丝蛋白业务纳入发行人，2018 年开始作为牵头人承接“集约化规模化特种蚕产业示范区建设”项目，为桑蚕产业提供技术指导并收购生丝	丝绸文化创意品
8	丝艺科技	蚕丝蛋白液的研发与生产	报告期内生产蚕丝蛋白液，是发行人蚕丝蛋白面膜重要原材料	蚕丝蛋白液的研发与生产	丝绸文化创意品
9	七仁数码	报告期内主要提供书画热转印加工服务	为发行人定制产品的包装物提供热转印加工服务	主营书画热转印加工服务，2020 年开始开拓通过线上引流万事利丝绸客户推广其他产品的销售模	丝绸文化创意品

序号	公司名称	设置的商业合理性	各公司之间的业务关系	发展定位	与发行人主营业务的对应关系
				式	
10	武汉万事利	丝绸文化创意品在武汉及其辐射地域的销售	发行人的销售型子公司	发行人的销售型子公司	丝绸文化创意品
11	合肥万事利	丝绸文化创意品在合肥及其辐射地域的销售	发行人的销售型子公司	发行人的销售型子公司	丝绸文化创意品
12	西安万事利	丝绸文化创意品在西安及其辐射地域的销售	发行人的销售型子公司	发行人的销售型子公司	丝绸文化创意品
13	西藏新丝路	丝绸文化创意品的销售	发行人的销售型子公司	发行人的销售型子公司，厂丝、白坯等基础原料的集中采购	丝绸文化创意品
14	万事利科创园	为万事利数码所在园区提供物业管理服务	为万事利数码所在园区提供物业管理服务	物业管理公司	为万事利数码所在园区提供物业管理服务
15	万事利丝绸南京分公司	丝绸文化创意品在南京及其辐射地域的销售	发行人的销售型分公司	发行人的销售型分公司	丝绸文化创意品
16	万事利丝绸上海分公司	丝绸文化创意品在上海及其辐射地域的销售	发行人的销售型分公司	发行人的销售型分公司	丝绸文化创意品
17	万事利丝绸北京分公司	丝绸文化创意品在北京及其辐射地域的销售	发行人的销售型分公司	规划华北地区展示营销中心，现有北京地区业务由经销商承接	丝绸文化创意品
18	万事利丝绸重庆分公司	丝绸文化创意品在重庆及其辐射地域的销售	发行人的销售型分公司	发行人的销售型分公司	丝绸文化创意品
19	万事利丝绸萧山国际机场分公司	萧山机场店的运营主体	发行人直营店的运营	萧山机场店的运营主体	丝绸文化创意品
20	万事利丝绸下沙分公司	“万事礼”项目的运营主体	个性定制丝巾项目的运营	个性定制丝巾项目的运营	丝绸文化创意品
21	万事利丝绸湖滨分公司	杭州市湖滨步行街“万事利丝绸文化馆”的运营	发行人品牌展示店的运营	发行人品牌展示店的运营	丝绸文化创意品

八、对外转让关联方是否属于真实转让，受让方是否存在代持，目前是否与发行人存在业务、资金往来，是否存在关联交易非关联化的情形

保荐机构和发行人律师已对受让依漾生物股权的黄圣依，受让广州万事利股权的广州万事利丝绸总经理进行了访谈，并核查了报告期内发行人及分子公司的银行流水，确认：

依漾生物成立后拟开发化妆品项目，后根据双方合作的实际情况，经双方协商由黄圣依独立运作该项目，故万事利丝绸向黄圣依转让依漾生物股权。本次转让为真实转让，不存在代持情形。

广州万事利主要从事丝绸产品在广州区域及其辐射区域的销售，公司因营销团队整合，将广州万事利的股权全部转让给公司经销商广州万事利丝绸。本次转让为真实转让，不存在代持情形。

发行人转让依漾生物股权后，向依漾生物支付了欠款 19 万元，系依漾生物团队对丝香门第天猫店的运营服务费，该运营工作已由发行人团队接手，除前述情况外，发行人与依漾生物不存在业务往来和资金往来。就依漾生物股权转让事项，发行人不存在关联交易非关联化的情况。

发行人于 2020 年 6 月 29 日收到了广州万事利欠款 6,000 元，该笔欠款支付后，发行人与广州万事利之间的账务已结清。发行人转让广州万事利股权并办结工商变更登记后，除了前述情况外，与广州万事利不存在业务往来和资金往来。就广州万事利股权转让事项，发行人不存在关联交易非关联化的情况。

综上，依漾生物和广州万事利均属于真实转让，受让方不存在代持行为，自股权转让之后，发行人与依漾生物和广州万事利均无业务、资金往来，不存在关联交易非关联化的情形。具体情况参见本问询函回复问题 2 之“依漾生物、广州万事利是否存在违法违规行为，是否受到行政处罚，是否对发行人主营业务产生影响”

九、控股子公司和参股子公司的其他股东情况，与发行人及实际控制人、董监高等主体是否存在关联关系

（一）控股子公司其他股东情况

发行人控股子公司万事利礼品和丝艺科技存在其他股东的情况，公司在招股说明书第五节之“六、（一）3、万事利礼品”和“六、（一）8、丝艺科技”中就小股东的基本情况补充披露如下：

胡志凤持有万事利礼品 25%的股权，其简历如下：

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

闵思佳持有丝艺科技 15%的股权，其简历如下：

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

（二）参股子公司其他股东情况

1、布调科技

公司在招股说明书第五节之“六、（二）1、布调科技”中补充披露如下：

布调科技的股东和股权结构如下：

单位：万元

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

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

2、丰万投资

公司在招股说明书第五节之“六、（二）2、丰万投资”中补充披露如下：

丰万投资的股东和股权结构如下：

单位：万元

序号	合伙人名称	合伙人类型	认缴出资额	出资比例
1	嘉兴硅谷天堂丰乐投资管理有限公司	普通合伙人	300.00	25.00%
2	林琴芳	有限合伙人	200.00	16.67%
3	万事利丝绸	有限合伙人	200.00	16.67%
4	卓燕军	有限合伙人	100.00	8.33%
5	张珊珊	有限合伙人	100.00	8.33%
6	徐惠忠	有限合伙人	100.00	8.33%
7	杭州玖位数投资管理有限公司	有限合伙人	100.00	8.33%
8	青岛卓根股权投资合伙企业（有限合伙）	有限合伙人	100.00	8.33%
合 计			**1,200.00**	**100.00%**

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

3、帛阳科技

公司在招股说明书第五节之“六、（二）3、帛阳科技”中补充披露如下：

帛阳科技的股东和股权结构如下：

单位：万元

序号	股东名称	出资金额	出资比例
1	上海帛阳纺织科技有限公司	500.00	80.00%
2	万事利丝绸	125.00	20.00%
合 计		625.00	100.00%

除与发行人共同投资帛阳科技外，帛阳科技其他股东与发行人及其实际控制人、董事、监事、高级管理人员之间不存在关联关系。

十、请保荐人、发行人律师核查并发表明确意见

（一）核查程序

为核查上述事项，保荐机构、发行人律师主要履行了如下核查程序：

1、取得并查阅了宁波万事利的工商资料和准予注销登记通知书，宁波万事利存续期间的财务报表，分析其经营情况；访谈了发行人副总经理，向其了解宁波万事利业务开展情况、注销背景和宁波当地后续经营计划；访谈了发行人的人事负责人，了解宁波万事利人员安置情况，是否存在劳动纠纷；电话访谈了宁波万事利的 4 名离职员工，其中 2 名接通了解了员工的离职背景、离职协商过程和去向。

2、获取了**自 2017 年 1 月至转让当月**依漾生物和广州万事利由市场监督、税务、劳动保障、住房公积金等主管单位出具的合规证明；取得并查阅了依漾生物 2020 年 1-4 月审计报告，分析股权转让价格的合理性；访谈了依漾生物股权受让方黄圣依，向其了解股权转让的原因、定价依据，是否存在纠纷，是否存在任何方式的信托、代持或其他利益安排；取得发行人关于原控股子公司依漾生物和广州万事利不存在违法违规的说明。

3、获取并查阅了广州万事利的工商资料，发行人与广州万事利丝绸签署的股权转让协议，股权转让款的银行回单；访谈了发行人财务总监，了解转让广州万事利前增资的原因；取得了广州万事利 2020 年 4 月 30 日的财务报表，结合 2020 年 5 月增资金额，分析股权转让定价的合理性；访谈了股权受让方广州万事利丝绸总经理，向其了解广州万事利转让的原因、定价依据，是否存在向发行人输送利益的情形，是否存在任何方式的信托、代持或其他利益安排。

4、取得并梳理了发行人子公司、孙公司的工商内档资料；取得并核查了发行人子公司、孙公司设立和增资时股东的出资凭证或者验资报告；查阅了发行人子公司、孙公司设立当时有效的《公司法》和《公司章程》，核查其股东是否实缴出资、出资形式、是否符合相关规定；取得了万事利科技设立至 2012 年期间，万事利集团受让万事利科技股权所支付的股权转让款相关凭证；取得了万事利科技关于股权代持关系的内部档案；取得了万事利集团关于受让万事利科技员工股东股权的说明和承诺。

5、访谈了万事利科技历史股东（万事利集团和 63 名员工股东），向其了解股权代持/股权转让的情况、是否存在纠纷或潜在纠纷等，已确认直接持股/股权

代持及股权转让事宜不存在纠纷或潜在纠纷的股东数量及股权比例如下：

历史股东数量（人）①	64
已确认历史股东数量（人）②	**33**
已确认历史股东数量占比③=②/①	**51.56%**
待核查的出资金额（万元）④	568.00
已确认的出资金额（万元）⑤	**439.00**
其中：万事利集团出资金额	290.00
员工出资金额	149.00
已确认的出资金额数占比⑥=⑤/④	**77.29%**

注：历史股东仅包含万事利科技设立至 2012 年股权代持期间的股东。

针对万事利科技历史上的 63 名员工股东（1 名系从设立时员工股东处受让），联系到了其中 48 人，32 人在访谈中表示就其曾持有万事利科技股权转让事宜不存在异议或纠纷，3 人未明确回复是否存在纠纷或异议即终止访谈，8 人表示拒绝接受访谈，5 人未回复访谈问题也未明确拒绝访谈。就未联系上的 15 名和未回复访谈问题也未明确拒绝访谈的 5 名历史员工股东，万事利科技于 2020 年 9 月 14 日在《浙江工人日报》第 4 版刊登了公告，邀请该等人员前来接受中介机构访谈以便核实相关情况。截至本问询函回复出具日，尚未有相关人员前来沟通接受访谈事宜。

6、访谈了发行人副总经理、董事会秘书，向其了解投资布调科技、丰万投资的原因和定价依据；取得并查阅了万事利数码和布调科技原股东签署的《杭州布调科技有限公司之增资协议》，万事利数码和布调科技签署的《专利实施许可合同》和《专利实施许可合同之补充协议》，万事利科技和布调科技签署的《专利产品授权经销代理合同》，丰万投资的合伙协议；获得了万事利数码向布调科技投资的转款凭证，万事利丝绸向丰万投资投资的转款凭证，**万事利丝绸向帛阳科技投资的转款凭证**。

7、取得并查阅了《控股子公司管理办法》和《分公司管理制度》；访谈了公司营销部门负责人，向其了解总公司对驻外分子公司的管理模式；检索了发行人及其分子公司在中国执行信息公开网（http://zxgk.court.gov.cn/zhixing/）、中国裁判文书网（http://wenshu.court.gov.cn/）、深圳证券交易所官网（http://www.szse.cn/）、中国证监会网站（http://www.csrc.gov.cn/pub/newsite/）、证券期货市场失信记录

查询（http://neris.csrc.gov.cn/shixinchaxun/）、国家外汇管理局（http://www.safe.gov.cn/）等网站上的合规情况；查阅了《行政处罚法》和《重大税收违法失信案件信息公布办法》（国家税务总局公告 2018 年第 54 号）中对简易程序和重大税收违法失信案件的描述；获取了发行人分子公司的行政处罚决定书、罚款缴纳凭证；获取了发行人及其分子公司由市场监督、税务、劳动保障、住房公积金等主管单位出具的合规证明。

8、查阅了发行人分子公司报告期内主营业务收入明细账；取得了发行人关于分子公司业务关系和发展定位的说明；取得并核查了报告期内发行人及分子公司的银行流水；获得了发行人出具的关于转让子公司依漾生物和广州万事利情况的说明。

9、取得并查阅了丰万投资和布调科技的工商登记基本情况表和变更情况表，**帛阳科技的营业执照**；取得了控股子公司其他股东的身份证明文件、个人简历和关系密切家庭成员清单；取得了参股子公司其他股东的名单，并通过国家企业信息公示系统进行检索与复核；取得了发行人实际控制人、董事、监事、高级管理人员的关系密切家庭成员清单；交叉比对控股子公司、参股子公司其他股东清单和发行人实际控制人、董事、监事、高级管理人员的关系密切家庭成员清单及其对外投资或兼职的企业清单；访谈了控股子公司其他股东胡志凤和闵思佳，其表明与发行人、实际控制人、其他股东、董事、监事、高级管理人员之间不存在关联关系、利益安排或其他利害关系；取得了布调科技**和帛阳科技**其他股东和丰万投资执行事务合伙人关于与发行人及其实际控制人、董事、监事、高级管理人员之间不存在关联关系的确认文件。

（二）核查意见

经核查，保荐机构和发行人律师认为：

1、因公司考虑在华东地区深入发展布局，且宁波在杭州地区的辐射距离内，公司注销宁波万事利；发行人宁波的业务由总部统筹管理，原 4 名宁波万事利员工由公司已支付离职补偿金后自由择业，宁波万事利注销过程中业务承接和人员安置上不存在纠纷或潜在纠纷。

2、依漾生物和广州万事利**自 2017 年 1 月 1 日至股权转让工商变更完成日的**

期间，不存在重大违法违规行为，未受到行政处罚。依漾生物化妆品项目尚未开发完成，2019 年度净利润为-69.37 万元，以净资产定价转让依漾生物股权不会对主营业务产生重大不利影响。发行人因营销团队整合，将广州万事利的股权全部转让给经销商广州万事利丝绸，2019 年度，广州万事利销售团队为公司贡献收入 44.99 万元，本次股权转让不会对发行人的主营业务产生重大不利影响。

3、截至 2020 年 4 月 30 日，广州万事利净资产为-182.01 万元（未经审计），发行人为清理广州万事利对万事利丝绸的债务，对广州万事利增资 186 万元，增资后向广州万事利丝绸转让广州万事利 100%股权，本次股权转让款为 2 万元系综合考虑 2020 年 4 月 30 日广州万事利净资产和增资金额后由双方协商确定，定价公允，发行人与广州万事利丝绸不存在输送利益的情形。

4、发行人已在招股说明书中详细披露子公司、孙公司的历史沿革和历次股权变动情况万事利科技设立时因股东实际人数超过 50 人存在股权代持的情况，截至 2012 年 10 月，万事利集团通过股权转让的方式取得了万事利科技 100%股权，解除了员工股东的股权代持行为，发行人子公司、孙公司的现有股东所持股权合法合规。丝艺科技股东闵思佳、西藏新丝路股东发行人因公司章程约定的实缴期限尚未届至而未实缴出资，发行人子公司、孙公司的其余股东均已依法依规足额缴纳出资，符合当时有效的《公司法》的规定。

5、为加强双面数码印花技术领域的研发和生产能力，2018 年万事利数码以现金出资的方式向布调科技增资 120 万元，增资价格综合考虑数码双面印花的专利技术，经双方友好协商，按照布调科技 800 万元估值确定。考虑到丝绸产品与婚庆产业结合推广，2016 年发行人以现金出资的方式向丰万投资增资 200 万元，投资当年丰万投资无实际经营，增资价格按照每认缴出资额 1 元定价。**为提升数码印花工艺，2021 年发行人以现金出资的方式向帛阳科技投资增资 125 万元，增资价格为每注册资本 3.6 元，考虑工艺提升带来的效益并经双方友好协商确定。**

6、公司总部职能部门对分公司实施统一管理，并建立了《控股子公司管理办法》和《分公司管理制度》，进一步加强对分子公司合规性的管理。万事利丝绸北京分公司和万事利礼品广州分公司报告期内受到税务行政处罚，所涉案件罚款金额均不超过 1,000 元，罚款金额较小，属于《行政处罚法》第三十三条规定

的简易程序，且不属于《重大税收违法失信案件信息公布办法》（国家税务总局公告 2018 年第 54 号）第五条规定的重大税收违法失信案件情形，不构成重大违法违规行为。

7、发行人出于发展公司业务和开拓产品线的考虑设置多个分子公司，具备商业合理性，发行人已在招股说明书中详细披露各公司之间的业务关系、发展定位、与主营业务的对应关系。

8、发行人转让依漾生物和广州万事利股权属于真实转让，不存在委托受让方代持的情况。发行人转让依漾生物和广州万事利股权后，与依漾生物、广州万事利不存在业务往来，除股权转让款项支付和部分欠款外，未发生资金往来，就前述股权转让事项，发行人不存在关联交易非关联化的情况。

9、万事利礼品股东胡志凤与万事利集团下属企业万事利进出口共同投资摩赛贸易（胡志凤持有 25%股权并担任副董事长），除此之外，发行人相关控股子公司和参股企业的其他股东/合伙人与发行人及实际控制人、董事、监事、高级管理等主体不存在关联关系。

问题 3

申报文件显示，发行人控股股东、实际控制人控制的其他企业有 49 家。2019 年 8 月 2 日，禾和贸易已成立清算组进行清算；2019 年 7 月 31 日，万事利针织已成立清算组进行清算；万事利印染、万事利培训站、胶州湾置业、联华化纤已被吊销营业执照；无实际经营业务的有 10 家。报告期与关联方发生的关联采购、关联销售涉及的关联方多、种类多。请发行人补充披露：（1）万事利印染、万事利培训站、胶州湾置业、联华化纤被吊销营业执照的原因，是否存在违反法律法规的情形，是否构成重大违法违规情形，实际控制人及其家庭成员在相关企业是否担任职务，是否对相关企业被吊销负有直接责任；（2）禾和贸易、万事利针织清算进展情况，进行清算的原因，是否存在纠纷或潜在纠纷，是否存在清算的障碍；（3）无实际经营的 10 家企业未注销的原因，相关公司未来的经营计划或安排，是否将与发行人从事相同或近似的业务；（4）报告期资金拆入和偿还借款的具体情况，相关资金的用途，对发行人独立性的影响和清理规范具体措施；（5）参照《深圳证券交易所创业板股票首次公开发行上市审核问答》的相关内容（以

下简称“审核问答”），披露实际控制人及其近亲属控制、投资、施加重大影响的企业是否存在对发行人构成重大不利影响的同业竞争；（6）结合关联方众多，实际控制人控制的其他企业涉及行业多等实际情况，严格按照《企业会计准则》《上市公司信息披露管理办法》等相关规定完整、准确地披露关联方关系及交易；（7）在关联交易汇总表中补充披露关联交易金额占同类交易比重；（8）报告期内各笔关联交易履行的内部决策程序是否符合法律法规以及公司章程的相关规定，发行人内控制度是否能够保证资金安全，是否健全有效；（9）公司及实际控制人为减少并规范关联交易所采取的措施及执行情况。

请保荐人、发行人律师核查并发表明确意见。

【回复】

一、万事利印染、万事利培训站、胶州湾置业、联华化纤被吊销营业执照的原因，是否存在违反法律法规的情形，是否构成重大违法违规情形，实际控制人及其家庭成员在相关企业是否担任职务，是否对相关企业被吊销负有直接责任

万事利印染、万事利培训站、胶州湾置业、联华化纤被吊销营业执照主要系未按规定接受企业年检，不构成重大违法违规情形，公司实际控制人屠红燕之父屠志良担任万事利培训站法定代表人，其对万事利培训站被吊销营业执照负有个人责任，但不影响其任职资格。除此之外，实际控制人及其家庭成员未在上述企业担任职务。发行人已在招股说明书第七节之“七、（五）控股股东和实际控制人控制或重大影响的其他企业”中补充披露如下：

序号	关联方名称	关联关系
……	……	……
43	万事利印染	万事利集团持有 75.00%的股权，该公司于 2003 年因未按规定接受企业年检被吊销营业执照，**2020 年 10 月 28 日已注销**
44	万事利培训站	万事利集团持有 51.00%的股权，该公司于 2007 年因未按规定接受企业年检被吊销营业执照，**2020 年 11 月 9 日已注销**
45	胶州湾置业	万事利集团通过华榕投资持有其 60.00%的股权，该公司于 2012 年因未按规定接受企业年检被吊销营业执照
46	联华化纤	万事利集团通过胶州湾置业持有其 100.00%的股权，该公司于 2013 年因未按规定接受企业年检被吊销营业执照

注：万事利印染董事周月芳（法定代表人、总经理）、汪月铃、莫云仙、潘伟雄、潘伟权；万事利培训站执行董事兼总经理屠志良（法定代表人），监事莫云仙；胶州湾置业董事陈俊彦（法定代表人）、刘海明、朱珉、孙红平、王慧亮、屠云峰、郑蕴辉、陈宗奇，监事莫维勤、沈小华、王文娣、张祖琴、陈尚军、李皇帅；联华化纤执行董事陈俊彦（法定代表人），监事楼建平，上述人员报告期内均未在发行人处任职。

上述被吊销营业执照的企业存在违反《企业年度检验办法》（已废止）《公司登记管理条例（2005 修订）》等法律法规的情形，但是由于相关违规行为发生在报告期之外，未严重损害拟上市公司利益、投资者合法权益或社会公共利益，也未导致严重环境污染、重大人员伤亡或社会影响恶劣，因此不属于重大违法违规。除实际控制人屠红燕、屠红霞之父屠志良时任万事利培训站的法定代表人、执行董事兼总经理外，不存在其他实际控制人及其家庭成员于上述被吊销企业任职的情形。屠志良自万事利培训站成立起至被吊销营业执照一直担任法定代表人、执行董事兼总经理，从未担任发行人董事、监事或高级管理人员。根据万事利集团出具的说明，上述企业未按规定进行年检主要系上述企业当时长期未经营，相关工作人员疏忽导致，不存在主观故意。国家工商行政管理总局《关于企业法定代表人是否负有个人责任问题的答复》（工商企字［2002］第 123 号）规定：“企业逾期不接受年度检验，被工商行政管理机关依法吊销营业执照，该企业的法定代表人作为代表企业行使职权的负责人，未履行法定的职责，应负有个人责任，但年检期间法定代表人无法正常履行职权的除外。”屠志良对于万事利培训站被吊销营业执照负有个人责任。由于上述企业被吊销营业执照的时间不晚于 2013 年，根据《公司法》的相关规定不影响相关人员在企业中担任董事、监事或高级管理人员。报告期内，屠志良未在发行人处任职。

2020 年 10 月 28 日，万事利印染已注销；2020 年 11 月 9 日，万事利培训站已注销。发行人已在招股说明书第七节之“七、（十）已处置或注销的关联方”中补充披露如下：

序号	关联方名称	关联关系	注销/转让原因	对发行人影响
……				
44	万事利印染	万事利集团持有75.00%的股权，2020年10月28日已注销	该公司于 2003 年因未按规定接受企业年检被吊销营业执照	报告期内与发行人无交易，其注销不会影响发行人正常生产经营
45	万事利培训站	万事利集团持有51.00%的股权，2020年11月9日已注销	该公司于 2007 年因未按规定接受企业年检被吊销营业执照	报告期内与发行人无交易，其注销不会影响发行人正常生产经营

二、禾和贸易、万事利针织清算进展情况，进行清算的原因，是否存在纠纷或潜在纠纷，是否存在清算的障碍

禾和贸易、万事利针织已停止经营，故而进行清算，上述 2 家企业不存在清算障碍，亦不存在纠纷或潜在纠纷。**2020 年 12 月 22 日，禾和贸易已注销，发行人已在招股说明书第七节之“七、（十）已处置或注销的关联方”中补充披露如下：**

序号	关联方名称	关联关系	注销/转让原因	对发行人影响
……				
43	禾和贸易	万事利集团通过嘉兴万事利持有其100.00%的股权，2020年12月22日已注销	因该公司已未实际经营而注销	报告期内与发行人无交易，其注销不会影响发行人正常生产经营

三、无实际经营的 10 家企业未注销的原因，相关公司未来的经营计划或安排，是否将与发行人从事相同或近似的业务

截至本问询回复出具日，无实际经营的 **11** 家企业（禾和贸易已无实际经营**现已完成注销**，万普华互金 2020 年 8 月 31 日因股权变动而成为控股股东与实际控制人控制的企业，其原本无实际生产经营）未注销的原因主要为未来可能开展投资业务或金融服务而未注销，以及计划或正在安排注销。未注销企业未来不会从事与发行人相同或近似的业务。发行人已在招股说明书第七节之“六、（二）发行人与控股股东、实际控制人所控制的企业不存在同业竞争”中补充披露如下：

序号	公司名称	经营范围	主营业务	关联关系
……	……	……	……	……
35	劳居投资	服务：投资管理（未经金融等监管部门批准，不得从事公众融资存款、融资担保、代客理财等金融服务），经济信息咨询（除商品中介）；胶粘制品、电子产品的技术研发；批发零售：胶粘制品，胶粒材料、电子产品（除电子出版物）、电子材料、塑料制品；货物进出口（国家法律、行政法规规定禁止经营的项目除外，法律、行政法规规定限制经营的项目取得许可证后方可经营）；其他无需报经审批的一切合法项目	已无实际生产经营，因未来该公司可能开展投资业务而未注销	万事利集团持有其100.00%的股权
36	协东投资	服务：投资管理（未经金融等监管部门批准，不得从事向公众融资存款、融资担保、代客理财等金融服务），经济信息咨询（除证券、期货）；批发、零售：机械设备，化工产品及原料（除危险化学品及易制毒化学品），橡胶制品，有色金属，纸张，钢材；货物及技术进出口（国家法律、行政法规禁止的项目除外，国家法律、行政法规限制的项目取得许可后方可从事经营活动）；其他无需报经审批的一切合法项目（依法须经批准的	已无实际生产经营，因未来该公司可能开展投资业务而未注销	万事利集团持有其100.00%的股权

序号	公司名称	经营范围	主营业务	关联关系
		项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）		
37	伟利达制衣	生产服装及其辅料	已无实际生产经营，计划安排注销	万事利集团持有其75.00%的股权
38	万事利针织	生产销售针织面料及服装	已无实际生产经营，正在组织清算	万事利集团持有其75.00%的股权
39	红芯电子	批发零售：光电子类产品，计算机软、硬件；服务：光电子类产品的技术开发及成果转让；其他无需报经审批的一切合法项目。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	已无实际生产经营，正在与另一股东协调后续注销事宜	万事利集团持有其69.67%的股权
40	钛轩投资	实业投资；服务：投资管理，投资咨询（除证券、期货）	已无实际生产经营，因未来该公司可能开展投资业务而未注销	万事利集团持有其70.00%的股权
41	万事利医院投资	服务：医院和连锁医院的管理、投资，医院管理咨询。其他无需报经审批的一切合法项目	已无实际生产经营，正在简易注销程序中	万事利集团持有其90.00%的股权
42	国信典当	质押典当业务；房地产抵押典当业务；限额内绝当物品的变卖；鉴定评估及咨询服务；国家经济贸易委员会依法批准的其他业务	已无实际生产经营，计划安排注销	万事利集团通过广赛电力持有其77.78%的股权
43	铂祥投资	服务：投资管理（未经金融等监管部门批准，不得从事向公众融资存款、融资担保、代客理财等金融服务）、企业管理、经济信息咨询（除证券和期货），房产中介，物业管理。其他无需报经审批的一切合法项目。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	已无实际生产经营，因未来该公司可能开展投资业务而未注销	实际控制人王云飞持有其90.00%的股权
44	马克罗西	丝绸制品制造与销售	已无实际生产经营，计划安排注销	控股股东境外投资企业
45	万普华互金	服务：互联网金融服务（由国家金融监管部门核准的金融核心业务除外），接受金融机构委托从事金融信息技术外包，接受金融机构委托从事金融业务流程外包，接受金融机构委托从事金融知	已无实际生产经营，因未来该公司可能开展金融	万事利集团持有其70.00%

序号	公司名称	经营范围	主营业务	关联关系
		识流程外包，投资咨询（除证券、期货），经济信息咨询（除商品中介），企业管理咨询，财务咨询（除代理记账），计算机软硬件的技术开发、技术服务、技术咨询、技术转让，票据咨询服务。	服务而未注销	的股权，实际控制人屠红燕持有其20.00%的股权并担任董事长，董事孙立新持有其10.00%的股权并担任董事兼总经理
……	……	……	……	……

截至本招股说明书签署日，万事利针织正在组织清算，伟利达制衣计划安排注销，上述 2 家公司报告期内无实际经营；马克罗西已于 2018 年停止经营，未来无重新开展经营的计划；万事利印染、胶州湾置业与联华化纤均于报告期前已被吊销营业执照，无实际经营；控股股东和实际控制人控制的其他企业均未从事与发行人及其控股子公司的主营业务构成或可能构成直接或间接竞争关系的业务或活动，未来也不计划从事与发行人相同或近似的业务，因此与发行人不存在同业竞争关系。

四、报告期资金拆入和偿还借款的具体情况，相关资金的用途，对发行人独立性的影响和清理规范具体措施

（一）报告期资金拆入与偿还借款的具体情况及相关资金的用途

报告期前，公司出于薪酬保密以及无票费用报销灵活性的考虑，通过员工名下个人卡向部分员工支付销售提成及年终奖，并报销部分无票费用，部分资金来源于万事利集团。截至 2017 年末，发行人已将上述资金拆借及存续的其他资金拆借清理完毕。自 2018 年至本问询函回复出具日，发行人与关联方未再发生资金拆借。发行人已按同期银行贷款利率结清了资金拆借款利息。

（1）从关联方拆入资金

2017 年度，公司从关联方拆入资金情况如下：

单位：万元

占用方	被占用方	会计期间	期初余额	本期增加	本期减少	期末余额	应付利息
万事利丝绸	万事利集团	2017 年	2,887.17	389.76	3,276.93	-	56.52
万事利丝绸	李建华	2017 年	44.64	-	44.64	-	2.10
万事利科技	万事利集团	2017 年	1,391.60	-	1,391.60	-	23.00
万事利礼品	红芯电子	2017 年	13.07	-	13.07	-	0.60

注：截至 2017 年末，所有从关联方拆入的资金均已结清。

（2）向关联方拆出资金

2017 年度，公司向关联方拆出资金情况如下：

单位：万元

占用方	被占用方	会计期间	期初余额	本期增加	本期减少	期末余额	应付利息
万事利集团	万事利丝绸	2017 年	214.12	-	214.12	-	20.13
万事利进出口	万事利丝绸	2017 年	162.39	-	162.39	-	7.67
普华广告	万事利丝绸	2017 年	41.06	-	41.06	-	2.57
万事利集团	七仁数码	2017 年	135.00	-	135.00	-	6.36
万事利集团	万事利科技	2017 年	187.96	-	187.96	-	3.35

注：截至 2017 年末，所有向关联方拆出的资金均已结清。

报告期前，公司出于薪酬保密以及无票费用报销灵活性的考虑，通过员工名下个人卡向部分员工支付销售提成及年终奖，并报销部分无票费用，其中部分资金来源于万事利集团，金额合计 389.76 万元，具体情况如下：

序号	个人卡	资金来源	资金去向及用途	支付金额（万元）
1	杜海江	万事利集团	高管及行政人员年终奖	339.27
2	滕俊楷	万事利集团	部分销售人员提成及无票费用	50.49
合 计				**389.76**

该款项属于发行人向万事利集团拆入资金。发行人将收到的 389.76 万元列为对万事利集团的应付款项，于当年进行了清偿，并按年化利率 4.75%支付了利息。发行人将涉及相关费用事项全部在公司财务账面还原，并向税务局补缴了相应的税款及滞纳金；该情形不属于违法违规行为，亦不存在被处罚风险，对发行人不存在后续影响。

报告期前，发行人与关联方因经营需要，存在相互拆借资金的情况。2017

年，发行人与关联方已清偿了所有存续的资金拆借，并结清了相应利息。其中偿付从关联方拆入的资金本金 4,726.24 万元，并支付利息 82.22 万元；收回拆借给关联方的资金本金 740.53 万元，并收取利息 40.08 万元。

发行人已在招股说明书第七节之“八、（二）2、资金往来”中对报告期资金拆入和偿还借款的具体情况，相关资金的用途，对发行人独立性的影响和清理规范具体措施补充披露如下：

“报告期内，发行人与关联方不存在资金往来。

2017 年 3 月，发行人创立大会审议通过了《关联交易管理制度》，明确了关联方资金往来等关联交易的审议程序；2019 年 4 月发行人董事会审议通过了《财务管理制度》与《货币资金管理制度》，对资金的收支与保管、岗位分离、机构与人员的制约与审验作出了规定；2019 年 5 月发行人股东大会审议通过了《与关联方资金往来管理制度》，进一步对资金往来支付程序作出规定，截至 2017 年末，发行人已完成与关联方之间资金占用的清理工作，自 2018 年起未再发生**资金占用**情形。”

（二）清理规范具体措施及对发行人独立性的影响

1、发行人已建立相关内控制度且执行有效

发行人逐步建立了《关联交易管理制度》《财务管理制度》《货币资金管理制度》与《与关联方资金往来管理制度》，并持续对资金拆借情况进行清理。根据《关联交易管理制度》，当关联交易金额达到一定金额或比例，或公司为关联方提供担保时，均需要经过董事会审议后提交股东大会审议，以确保关联交易不会损害公司、股东和债权人的合法权益，并且符合法律、法规及规范性文件的有关规定。根据《财务管理制度》与《货币资金管理制度》，公司在货币资金的收支和保管业务方面建立了较严格的授权批准程序，办理货币资金业务的不相容岗位已作分离，相关机构和人员存在相互制约与审验核对关系。截至本问询函回复出具日，上述管理制度执行情况良好，且公司在 2017 年度末已清理完毕所有关联方资金拆借，至今未再发生此类情形。

2、公司股东大会、董事会、监事会认为与关联方资金拆借价格公允、已按照相关规定补充履行公司的内部批准程序，符合公司的实际需要，不存在损害

发行人及中小股东利益的情况，不存在通过关联方替发行人支付成本、费用，输送经济利益的情形或者采用无偿或不公允的交易价格向发行人提供经济资源的情况

2020 年 6 月 13 日，公司召开第二届董事会第四次会议，审议了《关于公司最近三年关联交易审查意见的议案》。因关联董事回避表决后非关联董事人数不足三人，会议未对议案进行表决，直接提交公司股东大会审议。

2020 年 6 月 13 日，公司独立董事报告期内的关联交易发表了独立意见如下："公司报告期内发生的关联交易均建立在协议双方友好、平等、互利的基础上，是基于正常的市场交易条件及有关协议的基础上进行的，关联交易的价格公允，未偏离市场独立第三方的价格，遵循了公平、公开、公正的市场原则，符合商业惯例；该等关联交易符合公司的实际需要，符合关联交易规则，不存在损害公司和股东利益的行为。公司的关联交易事项已按照相关规定补充履行公司的内部批准程序，程序符合《公司法》《公司章程》和其他的公司制度的规定。"

2020 年 6 月 13 日，公司召开第二届监事会第四次会议，审议通过了《关于公司最近三年关联交易审查意见的议案》。

2020 年 6 月 29 日，公司 2020 年第四次临时股东大会审议通过了《关于公司最近三年关联交易审查意见的议案》。经审议，股东大会认为：公司与各关联方之间发生的各项关联交易，是基于正常的市场交易条件及有关协议的基础上进行的，关联交易的价格公允，未偏离市场独立第三方的价格，遵循了公平、公开、公正的市场原则，符合商业惯例；该等关联交易符合公司的实际需要，不存在损害发行人及中小股东利益的情况，不存在通过关联方替发行人支付成本、费用，输送经济利益的情形或者采用无偿或不公允的交易价格向发行人提供经济资源的情况。

3、相关拆借金额较小、拆借时间较短

报告期内，发行人仅于 2017 年向控股股东新增拆借资金 389.76 万元，占当期营业成本 0.86%，且在当年已完成清理，后续期间未再发生。

发行人对于资金拆借已建立了完善的内控机制并有效执行；股东大会、独立董事、监事会认为资金拆借价格公允，不存在损害发行人及中小股东利益的情况，

不存在通过关联方替发行人支付成本、费用，输送经济利益的情形或者采用无偿或不公允的交易价格向发行人提供经济资源的情况；资金拆借金额较小且时间较短；对公司的独立性不构成重大影响。

发行人已在招股说明书第七节之“八、（二）2、资金往来”中对清理规范具体措施补充披露如下：

2017 年 3 月，发行人创立大会审议通过了《关联交易管理制度》，明确了关联方资金往来等关联交易的审议程序；2019 年 4 月发行人董事会审议通过了《财务管理制度》与《货币资金管理制度》，对资金的收支与保管、岗位分离、机构与人员的制约与审验作出了规定；2019 年 5 月发行人股东大会审议通过了《与关联方资金往来管理制度》，进一步对资金往来支付程序作出规定；截至 2017 年末，发行人已完成与关联方之间资金占用的清理工作，自 2018 年起未再发生**资金占用**情形。

五、参照《深圳证券交易所创业板股票首次公开发行上市审核问答》的相关内容（以下简称“审核问答”），披露实际控制人及其近亲属控制、投资、施加重大影响的企业是否存在对发行人构成重大不利影响的同业竞争

（一）实际控制人控制的企业与发行人不存在同业竞争

发行人已在招股说明书第七节之“六、同业竞争情况”中对实际控制人控制的企业经营范围、主营业务及与发行人不存在同业竞争的情况补充披露如下：

（一）发行人与控股股东、实际控制人不存在同业竞争

截至本招股说明书签署日，控股股东主营业务情况如下：

序号	公司名称	经营范围	主营业务	关联关系
1	万事利集团	服务：企业管理咨询，物业管理，农业开发，水产养殖；批发零售：黄金，五金交电，机电设备（除专控）及配件，化工产品及原料（除化学危险品及易制毒化学品），轻工产品，家具，沙发，金属、白银制品、建筑材料，计算机及配件，家用电器；货物（技术）进出口；（法律、行政法规禁止经营的项目除外，法律、行政法规限制经营的项目取得许可证后方可经营）；制造、加工：针纺织品、丝绸、服装（限杭州万事利丝绸文化有限公司及其下属分支机构生产）；其他无需报经审批的一切合法项目（依法须经批准的项目，	实业与金融投资、贸易业务、物业管理服务	控股股东

序号	公司名称	经营范围	主营业务	关联关系
		经相关部门批准后方可开展经营活动）		

发行人控股股东万事利集团主要从事实业与金融投资、贸易业务、物业管理服务，其经营范围中的“加工、制造：针纺织品、丝绸、服装”仅限发行人及下属分支机构生产；实际控制人屠红燕、屠红霞、李建华、王云飞、沈柏军为自然人，均未从事丝绸相关产品的研发设计、生产与销售，与发行人不存在同业竞争关系。

（二）发行人与控股股东、实际控制人所控制的企业不存在同业竞争

截至本招股说明书签署日，除本公司外，控股股东、实际控制人控制的其他企业情况如下：

序号	公司名称	经营范围	主营业务	关联关系
控股股东与实际控制人控制的存续企业				
贸易业务				
1	印燃贸易	批发、零售：计算机及配件，沙发；其他无需报经审批的一切合法项目。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	从事贸易业务	万事利集团持有其 100.00%的股权
2	欢越贸易	批发零售：计算机及配件，沙发；其他无需报经审批的一切合法项目。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	从事贸易业务	万事利集团持有其 90.00%的股权，并通过万事利进出口持有其 10.00%的股权
3	万事利进出口	批发零售：机械设备，货物（技术）进出口；其他无需报经审批的一切合法项目	从事贸易业务	万事利集团持有其 22.13%的股权，并通过广赛电力持有其 60.00%的股权
4	摩赛贸易	服务：物业管理；批发、零售、进出口：五金交电，机电设备（除专控）及配件，轻工产品，家具，沙发，金属、建筑材料，家用电器。（涉及国家规定实施准入特别管理措施的除外）（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	从事贸易业务	万事利集团通过万事利进出口持有其 75.00%的股权
5	曙林进出口	从事货物与技术的进出口业务，机械设备、金属材料、珠宝首饰的销售。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	从事贸易业务	万事利集团通过嘉兴万事利持有其 80.00%的股权，通过华榕投资持有其 16.00%的股权，自身持

序号	公司名称	经营范围	主营业务	关联关系
				有其 4.00%的股权
6	香港万事利	-	从事贸易业务	控股股东境外投资企业
金融业务				
7	万事利小贷	在江干区范围内依法办理各项小额贷款、小企业发展、管理、财务咨询业务	从事小额贷款业务	万事利集团持有其 45.00%的股权，实际控制人屠红燕担任董事长
8	青茂投资	服务：投资管理（未经金融等监管部门批准，不得从事向公众融资存款、融资担保、代客理财等金融服务），投资咨询（除证券、期货）（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	从事投资业务	万事利集团通过欢越贸易持有其89.80%的份额，通过印燃贸易持有其 10.00%的份额
市场经营管理、房产租赁及物业管理业务				
9	万事利科技制造	生产、制造：化工原料及产品（除危险化学品及易制毒化学品），电子智能产品，轻工产品；服务：美术设计，电脑图文设计，环保技术、计算机软硬件的技术开发、技术咨询、成果转让；其他无需报经审批的一切合法项目	自有房屋租赁、贸易业务、物业管理服务	万事利集团持有其 100.00%的股权
10	万利汽修	修理：汽车（二类维护）及其他机动车修理；批发零售：五金建材建筑材料	从事房产出租与汽车修理修配业务	万事利集团持有其51.47%的股权
11	万事利孵化器	实业投资；服务：信息科技企业培育孵化，受托对企业资产进行管理，信息技术咨询、技术服务，物业管理，会议服务，企业形象策划，企业管理咨询，文化艺术交流活动策划（除演出及演出中介），通讯工程、网络工程、网络技术、楼宇智能系统的技术开发、技术转让、技术咨询、技术服务，市场调查（除社会调查、社会调研、民意调查、民意测验）；其他无需报经审批的一切合法项目	从事物业管理业务	万事利集团持有其65.00%的股权
12	文化商城	停车服务（上述经营范围需在许可证有效的期限内经营）；市场的经营管理；物业管理；电子元器件、电子计算机及配件、仪器仪表、电线电缆、计算机软硬件、电子产品、通讯产品、机电设备、防盗监控设备、五金的批发、零售；计算机软硬件、互联网技术、电子商务技术	从事市场经营管理、房产出租与物业管理业务	万事利集团持有其 **49.85%** 的股权，**实际控制人屠红燕、屠红霞、李建华、王云飞、沈柏军共持有其45.68%的股权**

序号	公司名称	经营范围	主营业务	关联关系
		的技术开发、技术服务、技术咨询；计算机软硬件、电子产品、通讯产品、机电设备、防盗监控设备的上门维修（凡涉及许可证、资质证书的，凭有效许可证、资质证书经营）。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）		
13	华榕投资	实业投资；服务：通信产品、电子产品、办公自动化设备开发；批发、零售：通信产品。其他无需报经审批的一切合法项目	从事房产出租业务	万事利集团通过文化商城持有其100.00%的股权
14	万事利房地产	房地产开发经营	从事仓储租赁业务	万事利集团通过文化商城持有其100.00%的股权
15	桐乡置业	南方家园商城的房地产项目开发经营；建筑装饰材料（除危险化学品及易制毒化学品）、机电汽配、五金交化、厨房设备、卫浴设备、线材管材、灯饰布艺、现代办公家具、家具、酒店宾馆专用设备销售。以上范围涉及前置审批项目凭许可证或资格（质）证书经营	从事市场经营管理、房产出租与物业管理业务	万事利集团通过文化商城持有其95.00%的股权
16	广赛电力	服务：红外线测温、电力光纤高速图像传输设备、工业自动化控制设备、电子计算机及外部设备、无线电遥控遥测设备的技术开发、咨询服务、技术成果转让，自有房屋租赁，安装报警器；批发、零售：电子元器件，五金交电，通讯器材，电缆，仪器仪表及配件，电子计算机及外部设备，办公用品及耗材，电器机械及器材，建筑、装潢材料，工艺美术品（除黄金制品），木制品，日用百货；含下属分支机构经营范围；其他无需报经审批的一切合法项目。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	从事自有房屋租赁业务	万事利集团通过文化商城持有其100.00%的股权
17	时代电子市场	停车服务《详见〈设置路外停车场登记证》）。市场的经营管理，管理电子电器设备及配件、仪器仪表、机电设备、安防设备、通讯设备、网络设备、电线电缆、消防器材、办公自动化设备、照明器材、家用电器及配件的销售，电子产品及软件的开发与维修，房屋租赁	从事停车服务、市场经营管理、房产出租业务	万事利集团通过广赛电力持有其100.00%的股权
18	德清置业	开发经营南方家园商城、房地产开发、物业管理，建筑装饰材料（除危险化学品）、水暖器材、机电汽配、五金、交电、化工产品（除化学危	从事开发经营南方家园商城、房产	万事利集团通过文化商城持有其56.49%的股权

序号	公司名称	经营范围	主营业务	关联关系
		险品及易制毒化学品）、厨房设备、卫浴设备、灯饰布艺、现代办公设备、家具、酒店宾馆专用设备、汽车装饰用品、竹制品经销；汽车装潢美容服务	出租与物业管理业务	
19	嘉兴万事利	电子元器件生产销售，机械设备销售，物业管理，会议服务；企业管理咨询，通讯工程、楼宇智能系统的技术开发、技术转让、技术咨询、技术服务、市场调查，从事货物进出口业务。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	从事房产出租与贸易、物业管理服务业务	万事利集团持有其 100.00%的股权
20	万事利生物	生物技术研发，化工产品（除危险化学品及易制毒化学品）及其原料的销售，自有房屋租赁，物业管理，经济信息咨询服务（不含期货、证券），经营进出口业务。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	从事生物技术研发，化工产品及原料销售，自有房屋租赁，物业管理服务业务	万事利集团持有其 35.00%的股权，王云飞持股 3.05%并担任董事长，其子屠榕皓持股 55.70%
21	云启科创	房屋租赁企业管理咨询;商务信息咨询（除证券期货）;（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	从事房屋租赁业务	王云飞持有其 100.00%的股权
餐饮业务				
22	丝绸汇餐饮	服务：餐饮服务（凭有效许可证经营），会务服务，成年人的非证书劳动职业技能培训（涉及前置审批的项目除外）	从事餐饮服务、会务服务业务	万事利集团持有其 100.00%的股权
23	花港餐饮	服务：热食类食品制售，冷食类食品制售，自制饮品制售（普通类），会务服务；其他无需报经审批的一切合法项目	从事餐饮服务、会务服务业务	万事利集团持有其 100.00%的股权
生物饲料业务				
24	杭州海皇	配合饲料生产。销售：配合饲料、饲料原料、预混料、饲料添加剂、宠物用品；水产养殖；饲养技术、种、养殖技术、生物工程技术的开发及软件设计，技术咨询服务；电子商务技术开发、技术服务；网络技术研发；房屋租赁；货物进出口（法律、行政法规禁止经营的项目除外，法律、行政法规限制经营的项目取得许可证后方可经营）	从事生物饲料生产与销售业务	万事利生物持有其 76.67%的股权
25	湖州海皇	水产饲料生产技术的研发，配合饲料（水产）生产，饲料销售，饲料	从事生物饲料生产	杭州海皇持有其 100.00%的股权

序号	公司名称	经营范围	主营业务	关联关系
		技术、种、养殖技术、生物工程技术的开发及软件设计，养殖与饲料生产技术咨询服务	与销售业务	
26	鸿景农业	服务：水产养殖技术、农业科技的技术开发，房地产开发，经济信息咨询（除商品中介），收购本企业销售所需的农产品（限直接向第一产业的原始生产者收购）；销售：饲料、饲料原料、饲料添加剂；鲜活水产品，初级食用农产品；货物进出口（国家法律、行政法规规定禁止经营的项目除外，法律、行政法规规定限制经营的项目取得许可证后方可经营）。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	从事生物饲料生产与销售业务	湖州海皇持有其100.00%的股权
27	镇江鸿景	水产养殖技术、农业科技的技术开发；房地产开发；食用农产品销售（水产品）；饲料销售；物业管理。（国家禁止投资的除外）（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	从事生物饲料生产与销售业务	鸿景农业持有其100.00%的股权
投资业务				
28	丝奥投资	服务：投资管理（未经金融等监管部门批准，不得从事向公众融资存款、融资担保、代客理财等金融服务），投资咨询（除证券、期货），物业管理（凭资质经营）；批发、零售：五金交电，机电设备（除专控）及配件，家具，建筑材料，家用电器；其他无需报经审批的一切合法项目（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	从事投资业务	实际控制人李建华持有其 69.11%的股权
29	丝昱投资	股权投资、项目投资、实业投资；投资管理（未经金融等监管部门批准不得从事吸收存款、融资担保、代客理财、向社会公众集（融）资等金融业务）	从事投资业务	实际控制人屠红霞、屠红燕持有其 100%的份额
30	丝弦投资	股权投资、项目投资、实业投资；投资管理（未经金融等监管部门批准不得从事吸收存款、融资担保、代客理财、向社会公众集（融）资等金融业务）	从事投资业务	实际控制人李建华、屠红燕持有其 100%的份额
31	杭商投资	服务：实业投资，投资管理，投资咨询（除证券、期货）；批发、零售：机械设备；其他无需报经审批的一切合法项目（未经金融等监管部门批准，不得从事向公众融资存款、	从事投资业务	万事利集团持有其 100.00%的股权

序号	公司名称	经营范围	主营业务	关联关系
		融资担保、代客理财等金融服务）		
其他业务				
32	奎逸网络	服务：网络信息技术的技术开发、技术服务、技术咨询，网页设计；批发零售：家具，沙发。其他无需报经审批的一切合法项目。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	从事电商业务	万事利集团持有其 100.00%的股权
33	纷硕保理	进出口保理业务联系，国内及离岸保理业务，与商业保理业务相关的咨询服务。【依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动】	从事商业保理及相关咨询业务	万事利集团通过杭商投资持有其100.00%的股权
34	**意超科技**	**许可项目：食品生产；食品经营（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动，具体经营项目以审批结果为准）。一般项目：初级农产品收购；食用农产品批发；食用农产品零售；食用农产品初加工；技术服务、技术开发、技术咨询、技术交流、技术转让、技术推广（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）。**	**从事龟甲加工业务**	**杭州海皇持有其100.00%的股权**
无实际经营业务				
35	劳居投资	服务：投资管理（未经金融等监管部门批准，不得从事公众融资存款、融资担保、代客理财等金融服务），经济信息咨询（除商品中介）；胶粘制品、电子产品的技术研发；批发零售：胶粘制品，胶粒材料、电子产品（除电子出版物）、电子材料、塑料制品；货物进出口（国家法律、行政法规规定禁止经营的项目除外，法律、行政法规规定限制经营的项目取得许可证后方可经营）；其他无需报经审批的一切合法项目	已无实际生产经营，因未来该公司可能开展投资业务而未注销	万事利集团持有其 100.00%的股权
36	协东投资	服务：投资管理（未经金融等监管部门批准，不得从事向公众融资存款、融资担保、代客理财等金融服务），经济信息咨询（除证券、期货）；批发、零售：机械设备，化工产品及原料（除危险化学品及易制毒化学品），橡胶制品，有色金属，纸张，钢材；货物及技术进出口（国家法律、行政法规禁止的项目除外，国家法律、行政法规限制的项目取得	已无实际生产经营，因未来该公司可能开展投资业务而未注销	万事利集团持有其 100.00%的股权

序号	公司名称	经营范围	主营业务	关联关系
		许可后方可从事经营活动）；其他无需报经审批的一切合法项目（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）		
37	伟利达制衣	生产服装及其辅料	已无实际生产经营，计划安排注销	万事利集团持有其 75.00%的股权
38	万事利针织	生产销售针织面料及服装	已无实际生产经营，正在组织清算	万事利集团持有其 75.00%的股权
39	红芯电子	批发零售：光电子类产品，计算机软、硬件；服务：光电子类产品的技术开发及成果转让；其他无需报经审批的一切合法项目。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	已无实际生产经营，正在与另一股东协调后续注销事宜	万事利集团持有其 69.67%的股权
40	钛轩投资	实业投资；服务：投资管理，投资咨询（除证券、期货）	已无实际生产经营，因未来该公司可能开展投资业务而未注销	万事利集团持有其 70.00%的股权
41	万事利医院投资	服务：医院和连锁医院的管理、投资，医院管理咨询。其他无需报经审批的一切合法项目	已无实际生产经营，正在履行简易注销程序	万事利集团持有其 90.00%的股权
42	国信典当	质押典当业务；房地产抵押典当业务；限额内绝当物品的变卖；鉴定评估及咨询服务；国家经济贸易委员会依法批准的其他业务	已无实际生产经营，计划安排注销	万事利集团通过广赛电力持有其 77.78%的股权
43	铂祥投资	服务：投资管理（未经金融等监管部门批准，不得从事向公众融资存款、融资担保、代客理财等金融服务）、企业管理、经济信息咨询（除证券和期货），房产中介，物业管理。其他无需报经审批的一切合法项目。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	已无实际生产经营，因未来该公司可能开展投资业务而未注销	实际控制人王云飞持有其 90.00%的股权
44	马克罗西	丝绸相关产品制造与销售	已无实际生产经营，计划安排注销	控股股东境外投资企业
45	万普华互金	服务：互联网金融服务（由国家金融监管部门核准的金融核心业务除	已无实际生产经	万事利集团持有其 70.00%的股

序号	公司名称	经营范围	主营业务	关联关系
		外），接受金融机构委托从事金融信息技术外包，接受金融机构委托从事金融业务流程外包，接受金融机构委托从事金融知识流程外包，投资咨询（除证券、期货），经济信息咨询（除商品中介），企业管理咨询，财务咨询（除代理记账），计算机软硬件的技术开发、技术服务、技术咨询、技术转让，票据咨询服务。	营，因未来该公司可能开展金融服务而未注销	权，实际控制人屠红燕持有其20.00%的股权并担任董事长，董事孙立新持有其10.00%的股权并担任董事兼总经理
控股股东与实际控制人控制的已被吊销企业				
46	胶州湾置业	一般经营项目：房地产开发；批发、零售：纺织品及原料、建材材料、装饰材料、家具、五金交电、机电设备（除专控）及配件、化工产品及原料（除化学危险品及易制毒化学品）、办公自动化设备及配件、计算机及配件、家用电器、工艺品、服装鞋帽、皮革制品、农副产品、饲料。加工：服装、针纺织品。（以上范围需经许可经营的，须凭许可证经营）	已无实际生产经营	万事利集团通过华榕投资持有其60.00%的股权，该公司于2012年被吊销营业执照
47	联华化纤	生产销售聚酯切片，各类不同品种的合成纤维及其深加工产品，纺织品、服装的销售,商务咨询。（涉及行政许可的，凭许可证经营）	已无实际生产经营	万事利集团通过胶州湾置业持有其 100.00%的股权，该公司于2013 年被吊销营业执照

截至本招股说明书签署日，万事利针织正在组织清算，伟利达制衣计划安排注销，上述 2 家公司报告期内无实际经营；马克罗西已于 2018 年停止经营，未来无重新开展经营的计划；万事利印染、胶州湾置业与联华化纤均于报告期前已被吊销营业执照，无实际经营；控股股东和实际控制人控制的其他企业均未从事与发行人及其控股子公司的主营业务构成或可能构成直接或间接竞争关系的业务或活动，未来也不计划从事与发行人相同或近似的业务，因此与发行人不存在同业竞争关系。

（二）实际控制人施加重大影响的企业与发行人不存在同业竞争

发行人已在招股说明书第七节之“六、同业竞争情况”中对实际控制人施加重大影响的企业与发行人同业竞争情况补充披露如下：

（三）发行人与控股股东、实际控制人施加重大影响的企业不存在同业竞争

截至本招股说明书签署日，控股股东、实际控制人施加重大影响的企业情况如下：

序号	公司名称	经营范围	主营业务	关联关系
1	钛铉营销	服务：企业营销策划，国内广告的设计、制作、代理、发布（除网络），会务会展。	无实际经营	万事利集团通过钛轩投资有其49.00%的股权
2	浙江万事利大厦投资管理有限公司	大厦投资管理,物业管理,建筑材料的销售,自有房产租赁,经济信息咨询(不含证券、期货)。	已被吊销营业执照，无实际经营	万事利集团通过万事利房地产持有其20.00%的股权

上述控股股东、实际控制人施加重大影响的企业均未从事丝绸相关产品的研发设计、生产与销售，与发行人不存在同业竞争关系。

（三）控股股东与实际控制人投资的企业（不包括控股股东持股 5%以下的企业）与发行人不存在同业竞争

发行人已在招股说明书第七节之“六、同业竞争情况”中对控股股东与实际控制人投资的企业（不包括控股股东持股 5%以下的企业）与发行人同业竞争情况补充披露如下：

（四）发行人与控股股东、实际控制人投资的企业不存在同业竞争

截至本招股说明书签署日，控股股东、实际控制人投资的企业（不包括控股股东持股 5%以下的企业）情况如下：

序号	公司名称	经营范围	主营业务	投资关系
1	亿联投资	实业投资，资产管理，投资管理（不得从事吸收存款、融资担保、代客理财、向社会公众集（融）资等业务）。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	投资业务	屠红燕持有其70.00%的份额
2	正源创投	创业投资及相关咨询业务代理其他创业投资企业等机构或个人的创业投资业务，为创业企业提供创业管理服务。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	投资业务	屠红燕持有其1.59%的份额
3	信海创投	创业投资业务；代理其他创业投资企业等机构或个人的创业投资业务；创业投资咨询业务。	投资业务	屠红燕持有其2.44%的份额
4	禾源创投	创业投资及相关咨询业务，代理其他创业投资企业等机构或个人的创业投资业务，	投资业务	屠红燕持有其1.58%

序号	公司名称	经营范围	主营业务	投资关系
		为创业企业提供创业管理服务。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）		的份额
5	卓元投资	一般经营项目是：股权投资；投资管理（不得从事信托、金融资产管理、证券资产管理及其他限制项目）；投资咨询（不含限制项目）。	投资业务	屠红燕持有其 8.00%的份额
6	万联投资	实业投资，资产管理，投资管理（不得从事吸收存款、融资担保、代客理财、向社会公众集（融）资等业务）	投资业务	屠红燕持有其 33.90%的份额
7	星巢投资	实业投资，投资咨询（除证券、期货）	投资业务	屠红燕持有其 5.14%的份额
8	金锋投资	服务：投资管理，投资咨询（涉及法律法规规定需前置审批的项目除外），实业投资。	投资业务	屠红燕持有其 1.01%的份额
9	云易投资	实业投资、投资管理、投资咨询（未经金融等监管部门批准，不得从事向公众融资存款、融资担保、代客理财等金融服务）。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	投资业务	屠红燕持有其 2.50%的份额
10	杭州浙尚企业信息咨询合伙企业（有限合伙）	策划：企业品牌、企业营销、企业项目、市场营销、形象；咨询：企业管理、商务信息（除商品中介）、经济信息（证券、期货）；服务：广告信息咨询；会展会议服务，展览展示服务，文化艺术交流活动策划（除演出中介），成年人的非证书劳动技能培训。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	投资业务	屠红燕持有其 12.50%的份额
11	智能众信咨询	企业管理咨询；经济贸易咨询。（下期出资时间为 2017 年 06 月 30 日；企业依法自主选择经营项目，开展经营活动；依法须经批准的项目，经相关部门批准后依批准的内容开展经营活动；不得从事本市产业政策禁止和限制类项目的经营活动。）	投资业务	屠红燕持有其 15.00%的份额
12	浙江唯创置业有限公司	房地产开发、销售。（凭资质证经营）	无实际经营	王云飞持有其 40.00%的股权
13	杭州昇顺久益投资管理合伙企业（有限合伙）	投资管理、投资咨询（除证券、期货）。	投资业务	王云飞持有其 8.09%的份额
14	杭州宏桥精彩未来投资合伙企业（有限	服务：实业投资，投资管理。（未经金融等监管部门批准，不得从事向公众融资存款、融资担保、代客理财等金融服务）（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开	投资业务	王云飞持有其 3.75%的份额

序号	公司名称	经营范围	主营业务	投资关系
	合伙）	展经营活动）		
15	杭州携手计算机科技有限公司	第二类增值电信业务中的信息服务业务（仅限互联网信息服务，不含新闻、出版、教育、医疗保健、药品和医疗器械、文化、广播电影电视节目，含电子公告服务）（在许可证的有效期内方可经营）。 计算机网络、电子商务的技术开发、技术服务、技术咨询；电子设备软件研发；网上销售：电子产品，机电设备及通讯设备（除国家专控），办公用品，日用百货，饰品，家用电器，建筑材料。	已被吊销营业执照，无实际经营	王云飞持有其10.00%的股权
16	杭州金投万事利企业咨询管理合伙企业（有限合伙）	服务：企业管理咨询，经济信息咨询（除商品中介），商务信息咨询（除商品中介），建筑技术的技术咨询、技术服务。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	投资业务	万事利集团持有其30.00%的份额
17	浙江华睿如山创业投资有限公司	创业投资业务	投资业务	万事利集团持有其10.00%的股权
18	杭州星合尚世影视传媒有限公司	服务：广播电视节目制作（凭有效许可证经营），组织文化艺术交流活动（除演出及演出中介），企业营销策划，电脑图文设计，国内广告的设计、制作、代理、发布（除网络），展览展示服务，计算机的技术开发、技术咨询、技术服务，计算机技术培训（不得面向全国招生），经济信息咨询（除商品中介）。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	影视策划、后期制作、市场推广	万事利集团持有其6.25%的股权
19	温岭联合村镇银行	吸收公众存款；发放短期、中期和长期贷款；办理国内结算；办理票据承兑与贴现；从事同业拆借；代理发行、代理兑付、承销政府债券；代理收付款项及代理保险业务（上述业务不含外汇业务）；经银行业监督管理机构批准的其他业务。	银行业务	万事利集团持有其5.00%的股权
20	杭州文诚创业投资有限公司	创业投资、创业投资咨询；经济信息咨询（除期货、证券）。	投资业务	万事利集团持有其5.00%的股权
21	浙江光珀智能科技有限公司	服务：楼宇智能化设备、计算机软硬件、通信设备、电子设备、雷达及配套设备、集成电路、工业自动化设备、普通机械的技术开发、技术服务、技术咨询、成果转让，承接计算机网络工程（涉及资质证凭证经营）；批发、零售：计算机软硬件，通信设备、电子设备、雷达及配套设备、集成电路、办公自动化设备；货物进出口、	3D 智能相机研发	万事利集团持有其3.30%的股权

序号	公司名称	经营范围	主营业务	投资关系
		技术进出口。(涉及国家规定实施准入特别管理措施的除外)(依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动)		
22	杭州长堤股权投资合伙企业（有限合伙）	股权投资及相关咨询服务。(依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动)	投资业务	万事利集团持有其2.97%的份额
23	浙江天阳拍卖有限公司	经营拍卖业务（凭许可证经营）。	已被吊销营业执照，无实际经营	万事利集团持有其17.50%的股权
24	杭州麦农贸易有限公司	批发、零售：日用百货、服装、机械设备。	已被吊销营业执照，无实际经营	万事利集团持有其1.62%的股权

上述控股股东、实际控制人投资的企业均未从事丝绸相关产品的研发设计、生产与销售，与发行人不存在同业竞争关系。

（四）实际控制人近亲属控制、施加重大影响或投资的企业与发行人不存在同业竞争

发行人已在招股说明书第七节之“六、同业竞争情况”中对实际控制人近亲属控制、施加重大影响或投资的企业与发行人同业竞争情况补充披露如下：

（五）发行人与实际控制人近亲属控制、施加重大影响或投资的企业不存在同业竞争

截至本招股说明书签署日，实际控制人近亲属控制、施加重大影响或投资的企业情况如下：

序号	公司名称	经营范围	主营业务	投资关系
1	杭州轩旭实业有限公司	实业投资；批发 零售：纸张，纸制品，五金制品，塑料制品。	纸张销售，包装印刷销售	实际控制人沈柏军之子女之配偶王斌持有其90.00%的股权、王斌之父亲王钊德持有其10.00%的股权
2	杭州斌盛纸杯制造有限公司	生产加工：纸盒（除食品容器）；服务：纸盒加工技术开发；其他无需报经审批的一切合法项目。	已被吊销营业执照，无实际经营	实际控制人沈柏军之子女之配偶王斌持有其79.27%的股权
3	浙江德美彩印有限公司	包装装潢、其他印刷品印刷（限纸杯、纸碗、彩箱）(《印刷经营许可证》有效期至2017年底止)。食品用纸包装容器（纸杯、纸碗）	印刷、纸制品的生产、销售	实际控制人沈柏军子女之配偶王斌持有其40%的股权

序号	公司名称	经营范围	主营业务	投资关系
		生产销售。纸盒、纸箱的生产销售；纸张的批发。		
4	湖州德美纸制品有限公司	纸杯的生产加工（不含印刷）、销售；纸制品销售。（涉及行政许可的凭有效行政许可证件经营）	纸质品的生产和销售，纸杯的生产销售	浙江德美彩印有限公司之全资子公司
5	杭州杭鑫包装有限公司	纸箱、纸制品加工（除印刷）;塑料制品、纸箱、纸制品销售;（涉及前置审批的凭许可证）。	纸包装的生产和销售	实际控制人沈柏军子女之配偶王斌持有其51.72%的股权，王斌之父亲王钊德持有其37.93%的股权
6	浙江德兴纸塑包装有限公司	包装装潢、其他印刷品印刷；纸盒、塑料薄膜包装袋、五金制品的生产销售；纸张销售。	纸质品的生产和销售，塑料制品的生产和销售	浙江德美彩印有限公司之全资子公司
7	海宁市瑞迪休闲服饰有限公司	针织服装、皮革制品、羽绒制品制造、加工	已被吊销营业执照，无实际经营	实际控制人沈柏军子女之配偶王斌持有其16.38%的股权
8	杭州建网科技有限公司	技术开发、技术服务、技术转让：土木工程，电子产品，计算机软、硬件，网络工程，通讯工程，系统集成；批发、零售：计算机及配件，建筑材料，金属材料，五金工具，机械设备，化工原料（除化学危险品及易制毒化学品）；安装、维修：网络布线、计算机；服务：房产营销策划，承办会展；服务：利用自有 tumu.cn 网站发布国内网络广告，第二类增值电信业务中的信息服务业务（仅限互联网信息服务业务）（许可证有效期至 2013 年 10 月 7 日），设计、制作国内广告；其他无需报经审批的一切合法项目	已被吊销营业执照，无实际经营	实际控制人沈柏军子女之配偶王斌持有其15.00%的股权
9	桐乡市德美房地产开发有限公司	房地产开发销售；自有房屋租赁。	房地产业务	实际控制人沈柏军子女之配偶王斌之父亲王钊德持有其30.00%的股权
10	广德县四海能源有限公司	瓦楞纸箱（限外购瓦楞纸板半成品）、太阳能热水器生产、销售、纸盒包装（不含商标印制）。（上述经营范围不含前置许可项目，凡需后置许可的，凭有效许可经营）。	已被吊销营业执照，无实际经营	实际控制人沈柏军子女之配偶王斌之父亲王钊德持有其70.00%的股权
11	杭州市江干区笕桥供销社有限公司	批发、零售：针、纺织品，百货，五金交电，日用杂货，建筑材料，竹木制品，农产品，钢材，化工原料（除化学危险品及易制毒化学品），物业管理：其他无须报经	日用百货批发、零售	实际控制人王云飞之兄弟王云龙持有其5.23%股权

序号	公司名称	经营范围	主营业务	投资关系
		审批的一切合法项目		

上述实际控制人近亲属控制、施加重大影响或投资的企业均未从事丝绸相关产品的研发设计、生产与销售，与发行人不存在同业竞争关系。

六、结合关联方众多，实际控制人控制的其他企业涉及行业多等实际情况，严格按照《企业会计准则》《上市公司信息披露管理办法》等相关规定完整、准确地披露关联方关系及交易

（一）关联方关系的披露

自首次申报基准日至招股说明书（注册稿）签署日，需要进行更新、修改与补充披露的主要关联方关系变化如下：

1、对万事利印染、万事利培训站、胶州湾置业、联华化纤被吊销营业执照的情况与禾和贸易、万事利针织清算进展情况进行补充披露；万事利印染于 2020 年 10 月 28 日注销，万事利培训站于 2020 年 11 月 9 日注销；禾和贸易于 2020 年 12 月 22 日注销；对欢越贸易及其分公司的历史沿革等情况进行补充披露；

2、控股股东控制的企业电子市场于 2020 年 8 月 12 日转让给现代联合市场管理集团有限公司；2020 年 9 月 9 日，万事利生物将其持有的云启科创 100.00%股权转让给实际控制人王云飞；2020 年 8 月 24 日，徐险峰、杭州远桥网络技术有限公司将其持有的奎逸网络 55.00%股权转让给万事利集团；2020 年 8 月 31 日，傅利泉、王维航将其持有的万普华互金 50.00%股权转让给万事利集团；万事利小贷董事长由李建华变更为屠红燕；鸿景农业变更为湖州海皇全资子公司；新增实际控制人控制的企业杭州意超科技有限公司；

3、控股股东重大影响的企业钛铉营销的股东北京资配易投资顾问有限公司已改名为北京艾真融科技术有限公司，万普华互金从控股股东和实际控制人重大影响的企业转变为控股股东和实际控制人控制的企业；

4、华叶教育 2020 年度与发行人存在交易，需要移至“与发行人有交易或往来的关联方”进行披露，尊马管件、新和成、山立净化、网银互联、宇和制衣 2018-2020 年度与发行人无交易，需要移至“与发行人无交易或往来的关联方”进行披露；万向创投变更为董事项永旺报告期内曾任董事、副总经理的企

业；浙江建设投资变更为独立董事邢以群报告期内曾任独立董事的企业；川山甲供应链变更为独立董事邢以群报告期内曾任董事的企业，温岭联合村镇银行变更为实际控制人屠红霞报告期内曾任董事的企业，宁波丰沃涡轮增压系统有限公司更名为宁波丰沃增压科技股份有限公司，新增独立董事李有星任独立董事的浙江大洋世家股份有限公司，新增独立董事洪瑛任董事长的 Fortune Certified Practising Accountants Pty Ltd 及任独立董事的金冠股份，陕西开成投资实业有限责任公司变更为副总经理包强报告期内曾任董事的企业，上海泛仕投资管理有限公司 2020 年被吊销营业执照，北京瑞尔圣彬医疗科技有限公司变更为独立董事洪瑛配偶俞昌建报告期内曾任副董事长兼总经理的企业，上海追运信息科技有限公司变更为原监事会副主席沈小华之姐妹沈华报告期内曾任执行董事兼总经理的企业，并新增沈广德县四海能源有限公司、新昌县澄潭镇祺达机械配件厂、杭州建网科技有限公司、浙江华睿如山创业投资有限公司、浙江力太工业互联网有限公司与普定华翔格林酒店有限公司；

5、持有鲸鱼科技 100.00%股份并任其执行董事兼总经理的何义亮已从发行人处离职；新增其他潜在利益相关方西安孙悟空、雄轩科技；蓝创工贸已于 2020 年 11 月 18 日注销；标绣贸易、大谷贸易发生股权结构变更。

6、控股股东控制的企业电子市场于 2020 年 8 月 12 日转让给现代联合市场管理集团有限公司，副总经理滕俊楷之配偶马漫利所经营的杭州市江干区马漫利综合商行已于 2019 年 5 月 16 日注销，马漫利之弟马寒波所经营的杭州余杭区乔司街道马寒波餐馆已于 2019 年 6 月 25 日注销，发行人还对关联方转让、注销的原因及对发行人的影响、相关的关联交易情况进行了补充披露；

7、发行人于 2021 年 4 月 22 日投资帛阳科技并持有其 20.00%的股权；

8、控股股东与实际控制人控制的企业文化商城股权结构 2021 年 4 月 1 日变更为万事利集团持有其 49.85%的股权，实际控制人屠红燕、屠红霞、李建华、王云飞、沈柏军共持有其 45.68%的股权；

发行人已在招股说明书第七节之“七、关联方及关联关系”中对发行人关联方关系披露如下：

“七、关联方及关联关系

根据《公司法》《深圳证券交易所创业板股票上市规则》《企业会计准则第36号—关联方披露》等规范性文件的相关规定，公司主要关联方如下：

（一）控股股东

序号	关联方名称	关联关系
1	万事利集团有限公司	公司控股股东，直接持有发行人54.58%的股份

万事利集团的基本情况参见本招股说明书第五节之“七、（一）1、万事利集团”。

（二）实际控制人

序号	关联方名称	关联关系
1	屠红燕、屠红霞、李建华、王云飞、沈柏军	屠红燕、李建华、屠红霞、王云飞、沈柏军为发行人实际控制人，上述五人通过万事利集团、丝奥投资、丝昱投资、丝弦投资共控制发行人82.33%的股权

屠红燕、李建华的基本情况参见本招股说明书第五节之“九、（一）1、公司董事情况”。

屠红霞、王云飞、沈柏军的基本情况参见本招股说明书第五节之“七、（一）2、实际控制人”。

（三）持有公司5%以上股份的股东

序号	关联方名称	关联关系
1	丝奥投资	直接持有发行人11.89%的股份
2	浙商投资	直接持有发行人10.00%的股份
3	乐世利投资	直接持有发行人0.15%的股份，与浙商投资构成一致行动关系
4	丝昱投资	直接持有发行人7.93%的股份
5	丝弦投资	直接持有发行人7.93%的股份

丝奥投资、浙商投资、丝昱投资、丝弦投资的基本情况参见本招股说明书第五节之“七、（二）持有发行人5%以上股份的主要股东的基本情况”。

乐世利投资基本情况如下：

企业名称	杭州乐世利投资管理合伙企业（有限合伙）

统一社会信用代码	91330102MA27YXE28U
主要经营场所	浙江省杭州市上城区青平里 1 号 307 室
执行事务合伙人	中银投资浙商产业基金管理（浙江）有限公司
注册资本	150.00 万元
企业类型	有限合伙企业
成立时间	2016 年 10 月 19 日
经营范围	服务：投资管理（未经金融等监管部门批准，不得从事向公众融资存款、融资担保、代客理财等金融服务）。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）
主要业务	实业投资
与发行人主营业务的关系	乐世利投资主要从事实业投资，与发行人不存在同业竞争

（四）发行人控制、施加重大影响的企业与联营企业

序号	关联方名称	关联关系
1	万事利科技	发行人全资子公司
2	万事利数码	发行人全资子公司
3	万事利礼品	发行人直接持有其 75.00%的股权
4	万事利文创	发行人全资子公司
5	杭州新丝路	发行人全资子公司
6	万事利艺术品	发行人直接持有其 82.50%的股权，并通过万事利文创间接持有其 17.50%的股权
7	明阳科技	发行人全资子公司
8	丝艺科技	发行人直接持有其 85.00%的股权
9	七仁数码	发行人全资子公司
10	武汉万事利	发行人全资子公司
11	合肥万事利	发行人全资子公司
12	西安万事利	发行人全资子公司
13	西藏新丝路	发行人全资子公司
14	万事利科创园	发行人通过万事利数码间接持有其 100.00%的股权
15	布调科技	发行人通过万事利数码持股 15.00%，联营企业
16	**帛阳科技**	**发行人持有其 20.00%的股权**

上述各发行人控制企业的基本情况参见本招股说明书第五节之“六、（一）发行人的控股子公司”。布调科技的基本情况参见本招股说明书第五节之“六、（二）1、布调科技”。**帛阳科技的基本情况参见本招股说明书第五节之“六、（二）**

3、帛阳科技”。

（五）控股股东和实际控制人控制或重大影响的其他企业

截至本招股说明书签署日，控股股东与实际控制人控制的企业除丝奥投资、丝弦投资、丝昱投资已在本节“七、（三）持有公司 5%以上股份的股东”中披露外，其他企业情况如下：

序号	关联方名称	关联关系
控股股东与实际控制人控制的存续企业		
贸易业务		
1	印燃贸易	万事利集团持有其 100.00%的股权
2	欢越贸易	万事利集团持有其 90.00%的股权，并通过万事利进出口持有其 10.00%的股权，曾用名杭州万事利职业服装有限公司
3	万事利进出口	万事利集团持有其 22.13%的股权，并通过广赛电力持有其 60.00%的股权
4	摩赛贸易	万事利集团通过万事利进出口持有其 75.00%的股权
5	曙林进出口	万事利集团通过嘉兴万事利持有其 80.00%的股权，通过过华榕投资持有其 16.00%的股权，自身持有其 4.00%的股权
6	香港万事利	万事利集团境外投资企业
金融业务		
7	万事利小贷	万事利集团持有其 45.00%的股权，实际控制人屠红燕担任董事长
8	青茂投资	万事利集团通过欢越贸易持有其 89.80%的份额，通过印燃贸易持有其 10.00%的份额
市场经营管理、房产租赁及物业管理业务		
9	万事利科技制造	万事利集团持有其 100.00%的股权
10	万利汽修	万事利集团持有其 51.47%的股权
11	万事利孵化器	万事利集团持有其 65.00%的股权
12	文化商城	万事利集团持有其 **49.85%**的股权，**实际控制人屠红燕、屠红霞、李建华、王云飞、沈柏军共持有其 45.68%的股权**
13	华榕投资	万事利集团通过文化商城持有其 100.00%的股权
14	万事利房地产	万事利集团通过文化商城持有其 100.00%的股权
15	桐乡置业	万事利集团通过文化商城持有其 95.00%的股权
16	广赛电力	万事利集团通过文化商城持有其 100.00%的股权
17	时代电子市场	万事利集团通过广赛电力持有其 100.00%的股权
18	德清置业	万事利集团通过文化商城持有其 56.49%的股权
19	嘉兴万事利	万事利集团持有其 100.00%的股权
20	万事利生物	万事利集团持有其 35.00%的股权，王云飞持股 3.05%并担任董事长，其子屠榕皓持股 55.70%；据杭州海皇公转书披露，

序号	关联方名称	关联关系
		王云飞与屠榕皓为共同控制人
21	云启科创	实际控制人王云飞持有其 100.00%的股权
餐饮服务		
22	丝绸汇餐饮	万事利集团持有其 100.00%的股权
23	花港餐饮	万事利集团持有其 100.00%的股权
生物饲料业务		
24	杭州海皇	万事利生物持有其 76.67%的股权
25	湖州海皇	杭州海皇持有其 100.00%的股权
26	鸿景农业	湖州海皇持有其 100.00%的股权
27	镇江鸿景	鸿景农业持有其 100.00%的股权
投资业务		
28	杭商投资	万事利集团持有其 100.00%的股权
其他业务		
29	奎逸网络	万事利集团持有其 100.00%的股权
30	纷硕保理	万事利集团通过杭商投资持有其 100.00%的股权
31	**意超科技**	**杭州海皇持有其 100.00%的股权**
无实际经营业务		
32	劳居投资	万事利集团持有其 100.00%的股权
33	协东投资	万事利集团持有其 100.00%的股权
34	伟利达制衣	万事利集团持有其 75.00%的股权
35	万事利针织	万事利集团持有其 75.00%的股权，企业当前已停止经营，股东决议解散，已成立清算组并进行了工商备案，正在进行内部清账，后续完成税务注销后将进行工商注销。该企业不存在纠纷或潜在纠纷，不存在清算障碍
36	红芯电子	万事利集团持有其 69.67%的股权
37	钛轩投资	万事利集团持有其 70.00%的股权
38	万事利医院投资	万事利集团持有其 90.00%的股权
39	国信典当	万事利集团通过广赛电力持有其 77.78%的股权
40	铂祥投资	实际控制人王云飞持有其 90.00%的股权
41	马克罗西	万事利集团境外投资企业
42	万普华互金	万事利集团持有其 70.00%的股权，实际控制人屠红燕持有其 20.00%的股权，董事孙立新持有其 10.00%的股权
控股股东与实际控制人控制的已被吊销企业		
43	万事利印染	万事利集团持有 75.00%的股权，该公司于 2003 年因未按规定接受企业年检被吊销营业执照，已于 2020 年 10 月 28 日注销

序号	关联方名称	关联关系
44	万事利培训站	万事利集团持有 51.00%的股权，该公司于 2007 年因未按规定接受企业年检被吊销营业执照，已于 2020 年 11 月 9 日注销
45	胶州湾置业	万事利集团通过华榕投资持有其 60.00%的股权，该公司于 2012 年因未按规定接受企业年检被吊销营业执照
46	联华化纤	万事利集团通过胶州湾置业持有其 100.00%的股权，该公司于 2013 年因未按规定接受企业年检被吊销营业执照
控股股东与实际控制人重大影响的存续企业		
47	钛铉营销	万事利集团通过钛轩投资持有其 49.00%的股权
控股股东与实际控制人重大影响的已被吊销企业		
48	浙江万事利大厦投资管理有限公司	万事利集团通过万事利房地产持有其 20.00%的股权，该公司于 2005 年 11 月 18 日被吊销营业执照

注：万事利印染董事周月芳（法定代表人、总经理）、汪月铃、莫云仙、潘伟雄、潘伟权；万事利培训站执行董事兼总经理屠志良（法定代表人），监事莫云仙；胶州湾置业董事陈俊彦（法定代表人）、刘海明、朱珉、孙红平、王慧亮、屠云峰、郑蕴辉、陈宗奇，监事莫维勤、沈小华、王文娣、张祖琴、陈尚军、李皇帅；联华化纤执行董事陈俊彦（法定代表人），监事楼建平，上述人员报告期内均未在发行人处任职。

上述被吊销营业执照的企业存在违反《企业年度检验办法》（已废止）《公司登记管理条例（2005 修订）》等法律法规的情形，但是由于相关违规行为发生在报告期之外，未严重损害拟上市公司利益、投资者合法权益或社会公共利益，也未导致严重环境污染、重大人员伤亡或社会影响恶劣，因此不属于重大违法违规。除实际控制人屠红燕、屠红霞之父屠志良时任万事利培训站的法定代表人、执行董事兼总经理外，不存在其他实际控制人及其家庭成员于上述被吊销企业任职的情形。屠志良自万事利培训站成立起至被吊销营业执照一直担任法定代表人、执行董事兼总经理，从未担任发行人董事、监事或高级管理人员。根据万事利集团出具的说明，上述企业未按规定进行年检主要系上述企业当时长期未经营，相关工作人员疏忽导致，不存在主观故意。国家工商行政管理总局《关于企业法定代表人是否负有个人责任问题的答复》（工商企字［2002］第 123 号）规定：“企业逾期不接受年度检验，被工商行政管理机关依法吊销营业执照，该企业的法定代表人作为代表企业行使职权的负责人，未履行法定的职责，应负有个人责任，但年检期间法定代表人无法正常履行职权的除外。”屠志良对于万事利培训站被吊销营业执照负有个人责任。由于上述企业被吊销营业执照的时间不晚于 2013 年，根据《公司法》的相关规定不影响相关人员在企业中担任董事、监事或高级管理人员。报告期内，屠志良未在发行人处任职。

上述各控股股东和实际控制人控制的其他企业的基本情况参见本招股说明书第五节之“七、（三）控股股东、实际控制人控制的其他企业”，各控股股东和实际控制人重大影响的其他企业的基本情况如下：

序号	公司名称	成立时间	注册资本（万元）	注册地及主要生产经营地	主营业务	股权结构
1	钛铉营销	2016-3-24	100.00	杭州市江干区天城路 68 号（万事利科技大厦）2 幢 6 楼 605 室	无实际经营	北京艾真融科技术有限公司持股 51.00%，万事利集团通过钛轩投资持股 49.00%
2	浙江万事利大厦投资管理有限公司	2004-10-19	1,000.00	杭州市机场路 309 号	无实际经营	方豪俊持股 52.00%，潘友全持股 28.00%，万事利集团通过万事利房地产持股 20.00%

欢越贸易基本情况如下：

企业名称	杭州欢越贸易有限公司
统一社会信用代码	91330104734525287B
住所	杭州市江干区天城路 68 号（万事利科技大厦）2 幢 5 楼 510 室
法定代表人	夏燕祥
注册资本	415.00 万元
企业类型	有限责任公司（自然人投资或控股）
成立时间	2002 年 01 月 25 日
经营范围	批发零售：计算机及配件，沙发；其他无需报经审批的一切合法项目。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）
股权结构	万事利集团 90.00%；万事利进出口 10.00%

欢越贸易控股股东为万事利集团，万事利集团的实际控制人为屠红燕、屠红霞、李建华、王云飞、沈柏军。自 2018 年起，欢越贸易未从事丝绸相关产品的研发设计、生产与销售。其历史沿革如下：

1、2002 年 1 月，欢越贸易前身杭州士凡蒂服装有限公司设立

欢越贸易（曾用名杭州士凡蒂服装有限公司、杭州万事利职业服装有限公司）系由万事利集团、浚汎企业有限公司、柏帝服装股份有限公司于 2002 年 1 月出资设立的有限公司，成立时注册资本为 100 万美元。

2001 年 12 月 29 日，杭州市江干区对外贸易经济合作局下发《关于同意设立中外合资杭州士凡蒂服装有限公司及合同章程的批复》（江外[2001]70 号），批准杭州士凡蒂服装有限公司（欢越贸易前身）的设立。2001 年 12 月 31 日，浙

江省人民政府下发了杭州士凡蒂服装有限公司的《台港澳侨投资企业批准证书》。杭州士凡蒂服装有限公司履行了相应工商程序，并于 2002 年 1 月 25 日经核准成立。

杭州士凡蒂服装有限公司成立时的出资比例如下：

单位：万美元

序号	股东名称	出资金额	出资比例
1	万事利集团	40.00	40.00%
2	浚汎企业有限公司	30.00	30.00%
3	柏帝服装股份有限公司	30.00	30.00%
合计		**100.00**	**100.00%**

2、2003 年 4 月，杭州士凡蒂服装有限公司减资及第一次股权转让

2003 年 1 月 28 日，杭州士凡蒂服装有限公司董事会作出决议，由于柏帝服装股份有限公司拟退出合资公司，且其注册资金未能足额注入，导致公司规模相对较小，故决定将注册资本减少到 50 万美元并调整出资结构。调整后，万事利集团出资 25.505 万美元，其中 20 万美元以人民币折合美元的形式投入，另 5.505 万美元来自柏帝服装股份有限公司的转让；浚汎企业有限公司出资 24.495 万美元，其中 15 万美元以现汇形式投入，另 9.495 万美元来自柏帝服装股份有限公司的转让。

就上述变更，杭州市江干区对外贸易经济合作局下发了《关于同意杭州士凡蒂服装有限公司股权转让及调整注册资本的批复》（江外[2003]19 号），同意杭州士凡蒂服装有限公司减资并进行股权转让。2003 年 3 月，浙江省人民政府换发了杭州士凡蒂服装有限公司的《台港澳侨投资企业批准证书》。

2003 年 4 月 7 日，杭州联信会计师事务所出具了杭联会验字[2003]1-143 号验资报告，截至 2003 年 4 月 7 日，杭州士凡蒂服装有限公司已到位注册资本 50 万美元。

杭州士凡蒂服装有限公司就减资和股权转让事宜履行了工商登记程序，并于 2003 年 4 月取得了核准。本次减资及股权转让后，杭州士凡蒂服装有限公司的出资比例如下：

单位：万美元

序号	股东名称	出资金额	出资比例
1	万事利集团	25.505	51.01%
2	浚汎企业有限公司	24.495	48.99%
合计		**50.000**	**100.00%**

3、2003 年 5 月，杭州士凡蒂服装有限公司更名为杭州万事利职业服装有限公司

2003 年 4 月 8 日，杭州士凡蒂服装有限公司董事会作出决议，同意公司名称由“杭州士凡蒂服装有限公司”变更为“杭州万事利职业服装有限公司”。

就上述变更，杭州市江干区对外贸易经济合作局下发了《关于同意杭州士凡蒂服装有限公司变更合同章程的批复》（江外[2003]35 号），同意杭州士凡蒂服装有限公司的名称变更为“杭州万事利职业服装有限公司”，公司注册地址变更并相应修改合同和章程。2003 年 5 月，浙江省人民政府换发了杭州士凡蒂服装有限公司的《台港澳侨投资企业批准证书》。

杭州万事利职业服装有限公司就本次变更事宜履行了工商登记程序，并于 2003 年 5 月取得了核准。

4、2003 年 12 月，杭州万事利职业服装有限公司第二次股权转让及公司类型变更

2003 年 9 月 15 日，杭州万事利职业服装有限公司董事会作出决议，同意浚汎企业有限公司转让其持有的杭州万事利职业服装有限公司股权分别转让给万事利集团和杭州海皇饲料开发有限公司，公司类型变更为内资有限责任公司，原合同章程作废，并重新制定章程。

同日，杭州万事利职业服装有限公司股东会作出决议，同意通过公司新章程并调整公司领导机构。

杭州万事利职业服装有限公司就本次股权转让及公司类型变更事宜履行了工商登记程序，并于 2003 年 12 月取得了核准。本次股权转让前后，杭州万事利职业服装有限公司的出资比例变更如下：

序号	股东名称	变更前		增加/减少出资金额情况（万美元）	变更后	
		出资金额（万美元）	出资比例		出资金额（万元）	出资比例
1	万事利集团	25.505	51.01%	19.495	373.50	90.00%
2	浚汎企业有限公司	24.495	48.99%	-24.495	-	-
3	杭州海皇饲料开发有限公司	-	-	5.00	41.50	10.00%
合计		**50.00**	**100.00%**	**-**	**415.00**	**100.00%**

5、2011 年 7 月，杭州万事利职业服装有限公司第三次股权转让

2011 年 7 月 8 日，杭州万事利职业服装有限公司股东会作出决议，同意杭州海皇饲料开发有限公司将其持有的杭州万事利职业服装有限公司 10%股权（对应 41.50 万元出资额）转让给万事利集团。

杭州万事利职业服装有限公司就本次股权转让变更事宜履行了工商登记程序，并于 2011 年 7 月取得了核准。本次股权转让前后，杭州万事利职业服装有限公司的出资比例变更如下：

单位：万元

序号	股东名称	变更前		增加/减少出资金额情况	变更后	
		出资金额	出资比例		出资金额	出资比例
1	万事利集团	373.50	90.00%	41.50	415.00	100.00%
2	杭州海皇饲料开发有限公司	41.50	10.00%	-41.50	-	-
合计		**415.00**	**100.00%**	**-**	**415.00**	**100.00%**

6、2017 年 8 月，杭州万事利职业服装有限公司更名为欢越贸易并修改经营范围

2017 年 8 月 22 日，杭州万事利职业服装有限公司作出股东决定，同意更名为“杭州欢越贸易有限公司”，调整经营范围为“批发零售：计算机及配件，沙发；其他无需报经审批的一切合法项目”。

欢越贸易就本次变更事宜履行了工商登记程序，并于 2017 年 8 月取得了核准。

7、2020 年 5 月，欢越贸易第四次股权转让

2020 年 5 月 26 日，欢越贸易作出股东决定，同意万事利集团将其持有的欢越贸易 10%股权（对应 41.50 万元出资额）转让给万事利进出口。

欢越贸易就本次股权转让更事宜履行了工商登记程序，并于 2020 年 5 月取得了核准。本次股权转让前后，欢越贸易的出资比例变更如下：

单位：万元

序号	股东名称	变更前		增加/减少出资金额情况	变更后	
		出资金额	出资比例		出资金额	出资比例
1	万事利集团	415.00	100.00%	-41.50	373.50	90.00%
2	万事利进出口	-	-	41.50	41.50	10.00%
合计		**415.00**	**100.00%**	**-**	**415.00**	**100.00%**

截至本招股说明书签署日，欢越贸易的公司名称及出资情况未发生其他变化。

报告期内，欢越贸易不存在重大违法违规行为。

（六）发行人的关键管理人员（董事、监事及高级管理人员）

序号	关联方名称	关联关系
1	李建华	发行人董事长兼总经理
2	钱晓枫	发行人副董事长
3	屠红燕	发行人董事
4	项永旺	发行人董事
5	孙立新	发行人董事
6	余志伟	发行人董事兼副总经理
7	马廷方	发行人董事兼副总经理
8	洪瑛	发行人独立董事
9	李有星	发行人独立董事
10	刑以群	发行人独立董事
11	朱良均	发行人独立董事
12	杜海江	发行人监事会主席
13	程翀	发行人监事
14	陈浩芳	发行人监事、审计经理
15	滕俊楷	发行人副总经理
16	文礼	发行人副总经理

序号	关联方名称	关联关系
17	包强	发行人副总经理
18	韩青	发行人财务总监
19	叶晓君	发行人董事会秘书
20	屠红霞	发行人原副董事长
21	徐锦涛	发行人原董事
22	徐刚	发行人原独立董事
23	刘成林	发行人原独立董事
24	沈柏军	发行人原监事会主席
25	沈小华	发行人原监事会副主席
26	王群峰	发行人原监事
27	于玲	发行人原监事
28	黄宏昭	发行人原监事
29	梁莹莹	发行人原监事
30	段建平	发行人原财务总监

（七）控股股东的关键管理人员（董事、监事与高级管理人员）

序号	关联方名称	关联关系
1	屠红燕	万事利集团董事长兼总经理
2	王云飞	万事利集团副董事长
3	李建华	万事利集团副董事长
4	屠红霞	万事利集团董事
5	孙立新	万事利集团董事、执行总裁
6	孙有毅	万事利集团董事
7	沈柏军	万事利集团监事
8	屠志良	万事利集团监事
9	张祖琴	万事利集团监事
10	张建平	万事利集团原副总裁

（八）其他关联自然人

序号	关联方名称	关联关系
1	闵思佳	持有发行人控股子公司丝艺科技 15.00%的股权
2	胡志凤	持有发行人控股子公司万事利礼品 25.00%的股权
3	黄圣依	曾持有发行人控股子公司依漾生物 45.00%的股权，2020 年 5 月 13 日已收购发行人所持有依漾生物 55.00%的股权

（九）与发行人实际控制人、关键管理人员关系密切的家庭成员控制或担任董事、高级管理人员的企业

1、重要的关系密切的家庭成员

与发行人实际控制人、关键管理人员关系密切的家庭成员构成发行人的关联方，包括其父母、配偶、年满 18 周岁的子女及其配偶、兄弟姐妹及其配偶、配偶的父母及兄弟姐妹、子女配偶的父母。其中在发行人任职的家庭成员如下：

序号	关联方名称	关联关系
1	屠榕皓	发行人实际控制人屠红霞、王云飞之子，现任发行人华融事业部员工
2	沈纲	发行人董事马廷方之配偶，现任万事利科技行政
3	吕龙根	发行人董事马廷方之姐妹之配偶，现任万事利数码采购部员工
4	沈华	发行人原监事会主席沈小华之姐妹，现任发行人华融事业部总经理
5	孙斌	发行人控股股东董事孙有毅之女，现任发行人商品中心员工

2、实际控制人、关键管理人员及其家庭成员之关联方

发行人实际控制人、关键管理人员及其关系密切的家庭成员直接或间接控制的，或担任董事、高级管理人员的除发行人及其控股子公司以外的法人构成发行人的关联方，具体情况如下：

序号	关联方名称	关联关系
与发行人有交易或往来的关联方		
1	中银基金	副董事长钱晓枫任其董事兼总经理
2	华叶教育	副董事长钱晓枫担任其董事
3	先临三维	董事项永旺任董事
4	万向创投	董事项永旺报告期内曾任董事、副总经理
5	杭萧钢构	独立董事李有星报告期内曾任独立董事
6	瑞能通信	独立董事李有星报告期内曾任董事
7	金华银行	独立董事李有星任独立董事
8	浙江建设投资	独立董事邢以群报告期内曾任独立董事
9	川山甲供应链	独立董事邢以群报告期内曾任董事
10	富勤国际	独立董事洪瑛持股 30%，并任董事长
11	普华广告	原监事会副主席沈小华之姐妹沈华持股 80.77%
12	温岭联合村镇银行	万事利集团持股 5.00%，实际控制人屠红霞报告期内

序号	关联方名称	关联关系
		曾任董事
与发行人无交易或往来的关联方		
13	大进科技（杭州）有限公司	实际控制人王云飞任董事
14	浙江硕维新能源技术有限公司	副董事长钱晓枫担任其董事
15	浙江帕瓦新能源股份有限公司	副董事长钱晓枫任董事
16	浙江尖山光电有限公司	董事项永旺任执行董事
17	广西地博矿业集团股份有限公司	董事项永旺报告期内曾任董事
18	青岛天人环境股份有限公司	董事项永旺报告期内曾任董事
19	丝锦投资	董事马廷方持有其 30.00%的股权并担任其董事长
20	**网银互联**	**独立董事李有星报告期内曾任独立董事**
21	杭州龙井野趣旅游开发有限公司	独立董事李有星任董事并持股 2.00%
22	浙江祥源文化股份有限公司	独立董事李有星报告期内曾任董事
23	浙江普惠金融服务有限公司	独立董事李有星报告期内曾任董事
24	杰克缝纫机股份有限公司	独立董事李有星报告期内曾任独立董事
25	浙江金晟环保股份有限公司	独立董事李有星任独立董事
26	浙江嘉益保温科技股份有限公司	独立董事李有星任独立董事
27	杭州联汇科技股份有限公司	独立董事李有星任独立董事
28	浙江新光饰品股份有限公司	独立董事李有星**报告期内曾**任董事
29	四川浪莎控股股份有限公司	独立董事李有星**报告期内曾**任独立董事
30	起步股份有限公司	独立董事李有星任独立董事
31	浙江千禧龙纤特种纤维股份有限公司	独立董事李有星任独立董事
32	河北中瓷电子科技股份有限公司	独立董事李有星任独立董事
33	浙江大洋世家股份有限公司	独立董事李有星任独立董事
34	**新和成**	**独立董事邢以群任独立董事**
35	众成咨询	独立董事邢以群任董事长兼总经理
36	东阳市人民医院	独立董事邢以群任独立董事
37	**山立净化**	**原独立董事徐刚报告期内曾任董事**
38	**尊马管件**	**原独立董事徐刚报告期内曾任董事**
39	杭州量知数据科技有限公司	原独立董事徐刚报告期内曾任董事
40	北京天健通泰科技有限公司	原独立董事徐刚报告期内曾任副董事长

序号	关联方名称	关联关系
41	宁波丰沃增压科技股份有限公司	原独立董事徐刚报告期内曾任董事
42	上海纪中文化发展股份有限公司	原独立董事徐刚任董事
43	杭州丰禧投资管理有限公司	原独立董事徐刚任执行董事兼总经理
44	北京合众思壮科技股份有限公司	原独立董事徐刚报告期内曾任董事
45	浙江大安装饰件有限公司	原独立董事徐刚任董事
46	浙江创辉产业投资管理有限公司	原独立董事徐刚报告期内曾任董事、经理
47	嘉兴硅谷天堂丰实投资管理有限公司	原独立董事徐刚任执行董事
48	浙江碧禧投资管理有限公司	原独立董事徐刚任董事长
49	嘉兴创辉丰乐投资管理有限公司	原独立董事徐刚报告期内曾任法人代表
50	杭州吉时语科技有限公司	原独立董事徐刚任董事
51	梁祝婚庆	原独立董事徐刚任副董事长
52	北京富勤国际企业管理咨询有限公司	独立董事洪瑛持股 70%，并任董事长
53	北京富勤会计师事务所有限责任公司	独立董事洪瑛持股 96.40%，并任董事长兼总经理
54	兴证国际金融集团有限公司	独立董事洪瑛任独立董事
55	Fortune Certified Practising Accountants Pty Ltd	独立董事洪瑛任董事长
56	金冠股份	独立董事洪瑛任独立董事
57	杭州品酌科技有限公司	监事程翀持股 100.00%并任执行董事兼总经理
58	陕西开成投资实业有限责任公司	副总经理包强报告期内曾任董事
59	恒祥控股集团有限公司	财务总监韩青曾任财务总监
60	鸿茂控股有限公司	原独立董事刘成林任董事
61	杭州和隆贸易有限公司	原监事会副主席沈小华持股 60.00%
62	桐庐小垅里生态农业科技有限公司	原监事会副主席沈小华任执行董事
63	杭州笕桥商会实业有限公司	控股股东董事孙有毅任董事
64	杭州妙妙网络科技有限公司	控股股东原副总裁张建平任董事
65	杭州思绘土地规划设计咨询有限公司	控股子公司小股东闵思佳任执行董事兼总经理
66	Winguide Enterprice (HK) LTD	控股子公司小股东胡志凤持股 100.00%并任董事长
67	Wintex Global LTD	控股子公司小股东胡志凤持股 100.00%
68	杭州轩旭实业有限公司	实际控制人沈柏军之子女之配偶王斌持有其 90.00%的股权并担任其监事、王斌之父亲王钊德持有其

序号	关联方名称	关联关系
		10.00%的股权并担任其执行董事兼总经理
69	杭州斌盛纸杯制造有限公司	实际控制人沈柏军之子女之配偶王斌持有其 79.27%的股权并担任其执行董事兼总经理，2019 年被吊销营业执照
70	浙江德美彩印有限公司	实际控制人沈柏军子女之配偶王斌持有其 40%的股权并担任其董事兼总经理
71	湖州德美纸制品有限公司	实际控制人沈柏军子女之配偶王斌持股 40%的浙江德美彩印有限公司之全资子公司，王斌任执行董事兼经理
72	杭州杭鑫包装有限公司	实际控制人沈柏军子女之配偶王斌持有其 51.72%的股权，王斌之父亲王钊德持有其 37.93%的股权
73	浙江德兴纸塑包装有限公司	实际控制人沈柏军子女之配偶王斌持股 40%的浙江德美彩印有限公司之全资子公司，实际控制人沈柏军子女沈一萍任经理
74	杭州华申机电有限公司	原董事徐锦涛任其监事、徐锦涛之母王杏娟持有其 97.50%的股权并担任其执行董事兼总经理
75	北京都克波尔皮具服饰有限公司	董事马廷方之姐妹之配偶金华军持有其 100.00%的股权并担任其执行董事兼经理、董事兼副总经理马廷方之姐妹马杏妹担任其监事
76	义乌市赛扬智能科技有限公司	董事马廷方之姐妹之配偶金华军持有其 80.00%的股权并担任其执行董事兼经理，董事兼副总经理马廷方之姐妹马杏妹持有其 20.00%的股权
77	合肥峻霖科技有限公司	董事马廷方之配偶之姐妹之配偶周峻持有其 100.00%的股权并担任其执行董事兼经理
78	上海泛仕投资管理有限公司	董事孙立新母亲董德彩持股 100%，任法人、执行董事，于 2020 年被吊销营业执照
79	开封和一居食品有限公司	董事孙立新姐妹的配偶路平持股 49.00%，任法人、执行董事兼总经理
80	北京康泰健瑞牙科技术有限公司	独立董事洪瑛配偶俞昌建任法人、董事长
81	北京瑞尔圣彬医疗科技有限公司	独立董事洪瑛配偶俞昌建报告期内曾任副董事长兼总经理
82	兰州雅琪网络技术工程有限公司	副总经理滕俊楷之姐妹滕巧营持有其 60.00%的股权、滕巧营之配偶张国庆持有其 40.00%的股权
83	兰州腾毅网络技术工程有限公司	副总经理滕俊楷之姐妹滕巧营持有其 40.00%的股权并担任其监事、滕巧营之配偶张国庆持有其 60.00%的股权
84	醴陵市东风农机服务有限公司	副总经理文礼之兄弟文陵持股 50.00%并任执行董事兼总经理
85	醴陵市农业机械公司	副总经理文礼之兄弟文岗任法人
86	醴陵市兴旺农机销售有限公司	副总经理文礼之兄弟文岗、文陵分别持股 16.67%，文岗任总经理
87	醴陵市洋一农机服务农民专业合作社	副总经理文礼之兄弟文岗任法人
88	醴陵市天宇无人机农业植保服务中心	副总经理文礼之兄弟文岗持股 100.00%
89	醴陵市洋一水稻种植农民专	副总经理文礼之兄弟文岗任法人

序号	关联方名称	关联关系
	业合作社	
90	醴陵市富民农机销售中心	副总经理文礼之兄弟文陵个人独资企业
91	深圳市暖暖湘情贸易商行	副总经理文礼之兄弟文军个人独资企业，于 2017 年被吊销营业执照
92	杭州万品丝绸纺织有限公司	控股股东董事孙有毅之兄弟孙有为控股并担任董事长兼总经理，万事利集团原持有其 35.00%股权，上述股权于 2017 年 1 月转让给孙有为、童自美
93	**宇和制衣**	**控股股东监事张祖琴之兄弟张勇强及其配偶赵桂飞控股并任执行董事兼总经理**
94	杭州滨之绿投资管理有限公司	原监事会副主席沈小华之配偶刘明峰参股并任执行董事兼总经理
95	杭州爱立特生态环境科技股份有限公司	原监事会副主席沈小华之配偶刘明峰任董事长兼总经理
96	杭州爱立特滨水景观设计研究院有限公司	原监事会副主席沈小华之配偶刘明峰任执行董事兼总经理
97	杭州爱立特投资控股有限公司	原监事会副主席沈小华之配偶之父刘子香控股并任执行董事兼总经理
98	杭州淀海投资管理有限公司	原监事会副主席沈小华之配偶之父刘子香控股并任执行董事兼总经理
99	杭州朗恒投资管理咨询有限公司	原监事会副主席沈小华之姐妹沈华任执行董事兼总经理
100	上海追运信息科技有限公司	原监事会副主席沈小华之姐妹沈华报告期内曾任执行董事兼总经理
101	台州鑫达建筑设备租赁有限公司	原独立董事刘成林之配偶之母胡爱明持股 95.00%，刘成林之配偶之兄弟俞鑫任执行董事兼经理
102	新昌县澄潭镇祺达机械配件厂	监事陈浩芳之兄之配偶王竺燕为经营者
103	广德县四海能源有限公司	实际控制人沈柏军子女之配偶王斌之父亲王钊德持有其 70.00%的股权，于 2011 年被吊销营业执照
104	**杭州建网科技有限公司**	**实际控制人沈柏军子女之配偶王斌持股 15.00%并任副董事长**
105	**浙江华睿如山创业投资有限公司**	**控股股东原副总裁张建平任董事**
106	**浙江力太工业互联网有限公司**	**控股股东原副总裁张建平任董事**
107	**普定华翔格林酒店有限公司**	**控股股东原副总裁张建平持股 100.00%并任执行董事**
108	**万向一二三股份公司**	**董事项永旺任董事会秘书**

（十）已处置或注销的关联方

序号	关联方名称	关联关系	注销/转让原因	对发行人影响
转让及注销的子公司				
1	广州万事利	曾为发行人全资子公司，2020 年 5 月 30 日，发行人已将所持股权转让给广州万事利丝	因整合外部营销团队，发行人决定转让该公司	该公司规模较小，其转让不会对发行人正常生产经营产生重大影响

序号	关联方名称	关联关系	注销/转让原因	对发行人影响
		绸		
2	依漾生物	曾为发行人控股子公司，2020 年 5 月 9 日，发行人将所持 55.00%股权转让给黄圣依	经双方协商，由黄圣依独立运作该公司	该公司规模较小，其转让不会对发行人正常生产经营产生重大影响
3	宁波万事利	发行人原直接持有其 90.00%的股权，并通过万事利礼品间接持有其 10.00%的股权，2020 年 6 月 4 日已注销	未有效开拓市场，存续期间经营业绩不及预期，考虑到分支机构经营管理成本，且需整合外部营销团队，发行人决定注销该公司	该公司规模较小，其注销不会对发行人正常生产经营产生重大影响
转让的关联方（不含子公司）				
4	中金博达	万事利集团原通过文化商城持有其 100.00%的股权，上述股权于 2019 年 8 月 6 日转让给上海汇高国际贸易有限公司	因万事利集团不再持有该公司的房产而转让	该公司报告期内向发行人采购产品金额较小，其转让不会对发行人正常经营产生重大影响
5	旭扬建筑装饰	万事利集团原持股 80.00%，屠红燕原持股 20.00%，2020 年 4 月 3 日转让给李霞	万事利集团不再从事建筑装饰业务	发行人报告期内向该公司采购服务金额较小，其转让不会对发行人正常经营产生重大影响
6	新知天时	万事利集团原通过文化商城持有其 51.00%的股权，上述股权于 2020 年 5 月 20 日转让给许春波、李大军	万事利集团退出对图书销售业务的投资	该公司报告期内向发行人采购产品金额较小，其转让不会影响发行人正常经营
7	灿泰进出口	万事利集团原持有其 35.00%股权，上述股权于 2017 年 1 月转让给王平海、沈守玉	为避免潜在的同业竞争，万事利集团退出面料、服装相关业务	该公司报告期内向发行人租用房产并采购产品与物业管理等服务，金额较小，其转让不会对发行人正常经营产生重大影响
8	海宁万事利	灿泰进出口持股 100%	随灿泰进出口转让而转让	该公司 2017 年度向发行人提供服装加工服务与成品服装并采购产品，金额较小，其转让不会对发行人正常经营产生重大影响
9	锐拓纺织	万事利集团原持有其 35.00%股权，上述股权于 2016 年 12 月转让给马建民、方云华	为避免潜在的同业竞争，万事利集团退出面料、服装相关业务	该公司报告期内向发行人租用房产并采购产品与物业管理等服务，金额较小，其转让不会对发行人正常经营产

序号	关联方名称	关联关系	注销/转让原因	对发行人影响
				生重大影响
10	必豪纺织品	万事利集团原持有其35.00%股权，上述股权于 2017 年 1 月转让给高水兴、任文琴	为避免潜在的同业竞争，万事利集团退出面料、服装相关业务	该公司报告期内向发行人租用房产并采购产品与物业管理等服务，金额较小，其转让不会对发行人正常经营产生重大影响
11	盛拓服饰	万事利集团原持有其35.00%股权，上述股权于 2017 年 1 月转让给袁伟文、单慧卿、张红花	为避免潜在的同业竞争，万事利集团退出面料、服装相关业务	该公司报告期内向发行人采购产品金额较小，其转让不会对发行人正常经营产生重大影响
12	阡陌丝绸	万事利集团原持有其35.00%股权，上述股权于 2017 年 1 月转让给陆定峰	为避免潜在的同业竞争，万事利集团退出面料、服装相关业务业务	该公司报告期内向发行人采购产品金额较小，其转让不会对发行人正常经营产生重大影响
13	诺高纺织品	万事利集团原持有其35.00%股权，上述股权于 2017 年 1 月转让给楼莉萍	为避免潜在的同业竞争，万事利集团退出面料、服装相关业务	该公司报告期内向发行人采购产品金额较小，其转让不会对发行人正常经营产生重大影响
14	康满纺织品	万事利集团原持有其35.00%股权，上述股权于2016年12月转让给姚永泉	为避免潜在的同业竞争，万事利集团退出面料、服装相关业务	该公司报告期内向发行人采购产品与印花加工业务，金额逐年下降，其转让不会对发行人正常经营产生重大影响
15	创泰纺织品	万事利集团原持有其35.00%股权，上述股权于 2017 年 1 月转让给周宏波	为避免潜在的同业竞争，万事利集团退出面料、服装相关业务	报告期内与发行人无交易，其转让不会影响发行人正常生产经营
16	东群织造	万事利集团原持有其35.00%股权，上述股权于2016年12月转让给周一鸣	为避免潜在的同业竞争，万事利集团退出面料、服装相关业务	该公司报告期内向发行人采购产品金额较小，其转让不会对发行人正常经营产生重大影响
17	万坤婴童	万事利集团原通过万事利进出口持有其56.67%股权，屠红燕原持有其 27.78%的股权，上述股权于 2016 年 1 月转让给刘九强、柏正西	为避免潜在的同业竞争，万事利集团退出面料、服装相关业务	该公司 2018 年度向发行人子公司租赁房产并购买物业管理等服务，2019 年度起不再发生，金额较小，其转让不会对发行人正常经营产生重大影响
18	浙江万仕同	万事利集团 2017 年 3	万事利集团认缴未实缴	报告期内与发行人

序号	关联方名称	关联关系	注销/转让原因	对发行人影响
	庐实业有限公司	月前持有杭商投资22.22%的股权，杭商投资2017年1月前持有其51.00%的股权，上述股权于2017年1月转让给王伟、季玲行	出资，未参与公司实际管理，应个人股东要求，经双方商谈转让股权	无交易，其转让不会影响发行人正常生产经营
19	义乌忆迈信进出口有限公司	万事利集团原通过曙林进出口持有其50.00%的股权，上述股权于2017年6月2日转让给绍兴显洛贸易有限公司、全松燕，2018年9月11日已注销	因该公司未开展业务，应其他股东需要经谈判转让股权	报告期内与发行人无交易，其转让不会影响发行人正常生产经营
20	杭州赛宏信息技术有限公司	万事利集团原通过印燃贸易持有其20.00%股权，上述股权于2018年1月转让给冯超芹	万事利集团出资未实缴，公司设立完成后，经双方商谈将股权转让给个人股东	报告期内与发行人无交易，其转让不会影响发行人正常生产经营
21	浙江磐安嘉盈工艺品有限公司	董事马廷方之配偶沈纲持有其80.00%的股权并担任其执行董事，2018年已转让	因个人职业规划而转让	报告期内与发行人无交易，其转让不会影响发行人正常生产经营
22	电子市场	万事利集团原通过文化商城持有其100.00%的股权，上述股权于2020年8月12日转让给现代联合市场管理集团有限公司	因电子市场已拆迁，业务整合而转让	报告期内与发行人无交易，其转让不会影响发行人正常生产经营
注销的关联方（不含子公司）				
23	杭州雷米贸易有限公司	万事利集团通过湛庐投资持有其100.00%的股权，2019年3月11日已注销	由于当时已无业务且投资方湛庐投资准备注销，因而该公司注销	报告期内与发行人无交易，其注销不会影响发行人正常生产经营
24	杭州苗恒贸易有限公司	万事利集团通过湛庐投资持有其100.00%的股权，2019年3月11日已注销	由于当时已无业务且投资方湛庐投资准备注销，因而该公司注销	报告期内与发行人无交易，其注销不会影响发行人正常生产经营
25	杭州文耀电子有限公司	万事利集团通过华榕投资持有其90.00%的股权，2018年12月7日已注销	因该公司已未实际经营而注销	报告期内与发行人无交易，其注销不会影响发行人正常生产经营
26	武汉万事利商贸有限公司	万事利集团通过印燃贸易持有其90.00%的股权，2019年9月18日已注销	因该公司已未实际经营而注销	报告期内与发行人无交易，其注销不会影响发行人正常生产经营
27	杭州花嫁花卉园艺有限公司	万事利集团通过华榕投资持有其50.00%的股权，2019年5月13	因该公司已未实际经营而注销	报告期内与发行人无交易，其注销不会影响发行人正常

序号	关联方名称	关联关系	注销/转让原因	对发行人影响
		日已注销		生产经营
28	扬州海旺农业产业园有限公司	杭州海皇持有其90.00%的股权，2018年8月9日已注销	因该公司已未实际经营而注销	报告期内与发行人无交易，其注销不会影响发行人正常生产经营
29	湛庐投资	万事利集团持有其50.00%的股权，实际控制人李建华担任董事长兼经理，2019年9月17日已注销	因该公司已未实际经营而注销	报告期内与发行人无交易，其注销不会影响发行人正常生产经营
30	杭州鼎群投资管理有限公司	万事利集团通过万事利进出口持有其28.57%的股权，2019年3月14日已注销	因该公司已未实际经营而注销	报告期内与发行人无交易，其注销不会影响发行人正常生产经营
31	浙江国信拍卖行有限公司	万事利集团通过广赛电力持有其77.78%的股权，2018年3月15日已注销	因该公司已未实际经营而注销	报告期内与发行人无交易，其注销不会影响发行人正常生产经营
32	W&M ENTERPRISE COMPANY LIMITED	实际控制人屠红霞持有其100.00%的股权，2019年6月28日已注销	因该公司已未实际经营而注销	报告期内与发行人无交易，其注销不会影响发行人正常生产经营
33	EMR	万事利集团通过马克罗西持有其100.00%的股权，2018年7月30日已注销	因该公司决定停止经营，被其母公司马克罗西吸收合并而注销	万事利集团已停止马克罗西一切经营活动，注销不会影响发行人正常经营
34	杭州品味贸易有限公司	监事程翀任执行董事兼总经理，程翀配偶之母戴素珍持股100.00%，2017年7月已注销	因该公司已未实际经营而注销	报告期内与发行人无交易，其注销不会影响发行人正常生产经营
35	浙江云聚投资管理有限公司	实际控制人李建华之兄弟李春华持股40%，并任执行董事兼经理，2019年3月已注销	因该公司已未实际经营而注销	报告期内与发行人无交易，其注销不会影响发行人正常生产经营
36	浙江锦帛数码科技有限公司	董事马廷方之配偶沈纲持有其65.00%的股权，2017年7月已注销	由于已无生产经营而注销	报告期内与发行人无交易，其注销不会影响发行人正常生产经营
37	杭州智锋物业管理有限公司	原监事会副主席沈小华之姐妹沈华持股80.00%并任执行董事兼总经理，2019年3月已注销	因该公司已未实际经营而注销	报告期内与发行人无交易，其注销不会影响发行人正常生产经营
38	深圳前海汇今贸易有限公司	原监事会副主席沈小华之姐妹沈华持股30.00%并任执行董事兼总经理，2018年9	因该公司已未实际经营而注销	报告期内与发行人无交易，其注销不会影响发行人正常生产经营

序号	关联方名称	关联关系	注销/转让原因	对发行人影响
		月已注销		
39	万事利化工	控股股东监事张祖琴任法人代表，2018 年 3 月 6 日已注销	因该公司已未实际经营而注销	该公司仅 2017 年向发行人销售一辆交通工具，无其他交易，其注销不会影响发行人正常经营
40	杭州凯达丝绸印染有限公司	实际控制人屠红燕任副董事长，董事马廷方任董事兼总经理，2017 年 3 月 3 日已注销	因该公司已未实际经营而注销	报告期内与发行人无交易，其注销不会影响发行人正常生产经营
41	杭州市江干区马漫利综合商行	副总经理滕俊楷之配偶马漫利为经营者，2019 年 5 月 16 日已注销	因该公司已未实际经营而注销	报告期内与发行人无交易，其注销不会影响发行人正常生产经营
42	杭州余杭区乔司街道马寒波餐馆	副总经理滕俊楷之配偶之弟马寒波为经营者，2019 年 6 月 25 日已注销	因该公司已未实际经营而注销	报告期内与发行人无交易，其注销不会影响发行人正常生产经营
43	禾和贸易	万事利集团通过嘉兴万事利持有其 100.00%的股权，2020 年 12 月 22 日已注销	因该公司已未实际经营而注销	报告期内与发行人无交易，其注销不会影响发行人正常生产经营
44	**万事利印染**	**万事利集团持有 75.00%的股权，2020 年 10 月 28 日已注销**	**该公司于 2003 年因未按规定接受企业年检被吊销营业执照**	**报告期内与发行人无交易，其注销不会影响发行人正常生产经营**
45	**万事利培训站**	**万事利集团持有 51.00%的股权，2020 年 11 月 9 日已注销**	**该公司于 2007 年因未按规定接受企业年检被吊销营业执照**	**报告期内与发行人无交易，其注销不会影响发行人正常生产经营**

转让、注销的 3 家子公司报告期内经营规模较小，其转让/注销不会对发行人经营情况造成重大影响，具体情况如下：

单位：万元

转让/注销子公司	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	收入	净利润	收入	净利润	收入	净利润
广州万事利	-	-27.12	44.99	-91.49	281.07	-26.73
依漾生物	18.50	-55.81	0.66	-69.37	-	-
宁波万事利	-	-15.68	13.07	-17.14	86.11	-26.29
小计	**18.50**	**-98.62**	**58.73**	**-178.00**	**367.18**	**-53.02**
发行人审定数	**73,570.31**	**6,308.13**	72,851.39	5,933.46	75,252.67	5,001.43
占比	**0.03%**	**-1.56%**	0.08%	-3.00%	0.49%	-1.06%

报告期内，上述关联方中在转让、注销前与发行人存在交易的仅有 **3** 家，具体情况如下：

单位：万元

转让、注销的关联方	交易内容	交易金额		
		2020 年度	**2019 年度**	**2018 年度**
新知天时	销售文化创意产品	-	7.52	49.52
中金博达	销售文化创意产品	-	1.25	-
旭扬建筑装饰	采购装修服务	-	39.59	70.86

注：以上交易数据仅统计该关联方转让当年及之前的交易情况，转让后的交易情况未予统计。

上述关联方与发行人之间发生的采购商品与接受劳务、销售商品与提供劳务、房屋租赁等交易定价公允，其公允性可参见本节之“八、关联交易”。

（十一）其他潜在利益相关方

序号	其他潜在利益相关方名称	潜在利益关系
1	杭州喷织厂	集体所有制企业，沈爱琴任法定代表人，无实际经营
2	杭州笕桥印染厂	集体所有制企业，沈爱琴任法定代表人，2019 年 10 月 11 日已注销
3	杭州万事利砂洗厂	集体所有制企业，郑晓玉任法定代表人，2019 年 10 月 11 日已注销
4	丝绸博物馆	非公司法人，丝绸文化博物馆，屠红燕为法定代表人
5	浙江省丝绸文化研究会	非公司法人，行业交流团体，李建华为法定代表人
6	夯泰服饰	万事利数码车间整体转换而来，于 2016 年设立，于 2019 年 7 月 2 日注销
7	辽宁万事利	使用万事利商号的加盟商，承接发行人原沈阳分公司业务及人员
8	深圳万事利	使用万事利商号的经销商，承接发行人原深圳分公司业务及人员
9	北京万事利	使用万事利商号的经销商，承接发行人原北京分公司业务及人员
10	广州万事利丝绸	使用万事利商号的经销商，承接发行人子公司广州万事利业务
11	标绣贸易	**控股股东员工刘海明持有杭州标洛贸易有限公司 100.00%的股权，杭州标洛贸易有限公司持有上海优合供应链管理有限公司 99.70%的股权，控股股东员工金珍果持有上海优合供应链管理有限公司 0.30%的股权，上海优合供应链管理有限公司持有标绣贸易 100.00%的股权，控股股东员工黄剑锋任执行董事兼总经理**
12	大谷贸易	**控股股东员工刘海明持有杭州标洛贸易有限公司 100.00%的股权，杭州标洛贸易有限公司持有上海优合供应链管理有**

序号	其他潜在利益相关方名称	潜在利益关系
		限公司 99.70%的股权，控股股东员工金珍果持有上海优合供应链管理有限公司 0.30%的股权，上海优合供应链管理有限公司持有杭州修谱贵金属有限公司 100.00%的股权，杭州修谱贵金属有限公司持有大谷贸易 83.33%的股权，控股股东员工黄剑锋持有大谷贸易 16.67%的股权并任执行董事兼总经理
13	乾协贸易	控股股东员工刘海明持有杭州标洛贸易有限公司 100.00%的股权，杭州标洛贸易有限公司持有上海优合供应链管理有限公司 99.70%的股权，控股股东员工徐文霞持有上海优合供应链管理有限公司 0.30%的股权，上海优合供应链管理有限公司持有乾协贸易 100.00%的股权，控股股东员工文岚任执行董事兼总经理
14	舞阳市场管理	控股股东员工葛琳玲持有舞阳市场管理 60.00%的股权并任执行董事兼总经理，控股股东员工文岚持有舞阳市场管理 40.00%的股权
15	久购贸易	发行人离职员工李双江曾持股 90.00%并任执行董事兼总经理，现持股 30.00%
16	蓝创工贸	发行人离职员工张海云曾持股 75.00%并任执行董事，2017 年已转让给张晓琴，**2020 年 11 月 18 日已注销**
17	子隆贸易	发行人离职员工裘凯恩持股 60.00%并任执行董事兼总经理
18	橘气贸易	发行人离职员工徐啸任执行董事兼总经理，其父徐金华持股 100.00%
19	万美通贸易	发行人离职员工张洲钒持股 50.00%
20	智蓝云商	发行人离职员工闻会娟持股 49.00%并任执行董事兼总经理
21	每敏物流	发行人离职员工过佳敏持股 99.00%并任执行董事
22	华钛机械	发行人在职员工胡曼持股 20.00%并任执行董事
23	卡腾婴童	控股股东离职员工刘九强持股 90.00%并任执行董事兼总经理
24	丝府文化	发行人离职员工裘凯恩持股 40.00%并任执行董事
25	福缘文化	发行人离职员工刘如福任法人代表、执行董事兼总经理
26	鲸鱼科技	发行人离职员工何义亮持股 100.00%并任执行董事兼总经理
27	帛淼服饰	发行人离职员工金增凯担任监事的企业
28	龙品纺织	发行人离职员工金增凯担任监事的企业
29	丰万投资	发行人直接持有其 16.67%的股权
30	万礼科技	发行人离职员工高筱倩持股 100.00%并任执行董事兼总经理
31	世庆贸易	发行人现任员工吴燕军曾持股 100.00%，2019 年已转让给唐磊
32	西安孙悟空	发行人离职员工张毅持股 50.00%并任执行董事兼总经理
33	**雄轩科技**	**控股股东员工刘海明持有杭州标洛贸易有限公司 100.00%的股权，杭州标洛贸易有限公司持有上海优合供应链管理有限公司 99.70%的股权，控股股东员工金珍果持有上海优合供应链管理有限公司 0.30%的股权，上海优合供应链管理有**

序号	其他潜在利益相关方名称	潜在利益关系
		限公司持有杭州修谱贵金属有限公司 100.00%的股权，杭州修谱贵金属有限公司持有大谷贸易 83.33%的股权，控股股东员工黄剑锋持有大谷贸易 16.67%的股权，大谷贸易持有雄轩科技 100.00%的股权

辽宁万事利、广州万事利丝绸、深圳万事利和北京万事利作为公司区域代理型加盟商或经销商，在当地具备较强的经营能力，使用公司商号有利于其拓展当地业务。因万事利品牌在浙江省外地区知名度仍有待提升，为支持当地业务发展壮大，提高万事利品牌知名度，公司将当地的业务资源及相关人员移交给经营能力较强的经销商，并约定其较大规模的年度提货额，在此基础上公司允许其使用公司的商号，无使用对价安排，其有权根据经销商或加盟商协议，在协议约定的范围内，基于“万事利”产品经营的需要使用公司商标，不存在利益输送情形。为规范辽宁万事利、广州万事利丝绸、深圳万事利和北京万事利使用公司商号，共同塑造和维护万事利丝绸品牌形象，公司与各方签署了《商号使用规范协议》，对其使用公司商号约定了相关权利义务。公司根据与其签订的经销商或加盟商协议，对其使用公司商标的行为进行严格管理。

1、《商号使用规范协议》主要内容及相关主体违约情况

就商号使用事项，公司与辽宁万事利、广州万事利丝绸、深圳万事利和北京万事利签署了《商号使用规范协议》，对其相关权利义务和违约责任约定如下：

（1）加盟商/经销商在作为公司的加盟商/经销商期间，有权使用“万事利”商号，但用途限于万事利丝绸品牌推广及公司产品销售。

（2）加盟商/经销商使用“万事利”商号的，应当事先向公司进行备案。

（3）加盟商/经销商对于“万事利”商号的使用，系基于加盟/经销关系，双方并无股权关系以及其他任何形式的关联关系。双方在对外宣传中均不得对此有虚假宣传或实施其他可能引起误解的行为。

（4）加盟商/经销商在使用“万事利”商号期间，应当积极维护万事利丝绸品牌形象，履行下列义务：①不得经营同类竞争产品；②不得销售仿冒产品；③不得违法或恶意滥用“万事利”商号或损害公司商誉；④遵守《消费者权益保护法》及相关规定，维护消费者合法权益；⑤遵守《广告法》及相关规定，不得欺

骗、误导消费者；⑥接受及配合公司对“万事利”商号使用情况的监督和检查。

（5）违约责任：

①加盟商/经销商因不当使用“万事利”商号，受到有关部门处罚或第三方索赔的，应当自行承担罚金或赔偿；给公司造成损害的，应当赔偿公司的直接及间接损失。

②在出现下列情形时，公司有权要求加盟商/经销商停止使用“万事利”商号：加盟商/经销商违反本协议；加盟商/经销商违反加盟/经销协议；加盟商/经销商不再作为加盟商/经销商从事公司的产品销售。加盟商/经销商自收到公司要求停止使用“万事利”商号的通知之日起 30 日内，应当停止使用“万事利”商号，包括但不限于办理企业名称的变更登记手续、更换招牌或标志、修改网店名称等。

报告期内，辽宁万事利、广州万事利丝绸、深圳万事利和北京万事利在使用公司商号、商标过程中未发生违约行为。

2、公司不存在为辽宁万事利、广州万事利丝绸、深圳万事利和北京万事利的经营行为承担连带责任的法律风险

辽宁万事利、广州万事利丝绸、深圳万事利、北京万事利作为公司加盟商/经销商在规定地区销售公司产品，与公司无股权关系，公司与上述企业仅签署了商品销售类协议和商号使用规范协议，除公司可能因产品本身质量问题承担相应责任外，不存在为辽宁万事利、广州万事利丝绸、深圳万事利和北京万事利的经营行为承担连带责任的法律风险。

截至本招股说明书签署日，发行人不存在为辽宁万事利、广州万事利丝绸、深圳万事利和北京万事利的经营行为承担连带法律责任的情形。

（十二）报告期内关联方变化情况

按照相关法律法规要求，本节中已将报告期前 12 个月内（**2017 年 1 月 1 日起**）符合关联方定义的法人、自然人均作为关联方进行披露。报告期内，部分关联法人发生转让、注销等变化情况，部分关联自然人发生离职等变化情况，由关联方变为非关联方，具体情况参见招股说明书本节之“七、（六）发行人的关键管理人员（董事、监事及高级管理人员）”、“七、（七）控股股东的关键管理人员

（董事、监事与高级管理人员）”和“七、（十）已处置或注销的关联方”。**报告期内，新增部分关联法人，具体情况参见招股说明书本节之“七、（五）控股股东和实际控制人控制或重大影响的其他企业”、“七、（九）2、实际控制人、关键管理人员及其家庭成员之关联方”。**

上述发生变化的关联方与公司发生的交易均已在本节之“八、关联交易”中进行披露。

上述发生股权转让的关联法人，其资产及人员一并转让给股权受让方；注销的关联法人，均已无实际经营，由股东负责清算；离职自然人去向如下：

序号	姓名	关联关系	人员去向
1	徐锦涛	2017 年 3 月-2020 年 3 月任公司董事	2020 年 3 月因任期届满不再担任董事
2	徐刚	2017 年 3 月-2020 年 3 月任公司独立董事	2020 年 **4** 月因任期届满不再担任独立董事
3	刘成林	2017 年 3 月-2017 年 12 月任公司独立董事	2017 年 12 月因个人原因辞职
4	王群峰	2019 年 5 月-2020 年 3 月任公司监事	2020 年 **4** 月因任期届满不再担任监事，现任发行人丝绸研究院副院长
5	于玲	2016 年 5 月-2017 年 3 月任公司监事	2017 年 3 月因万事利有限整体变更设立万事利丝绸并改选监事而不再担任监事，现任万事利集团财务部副总经理
6	黄宏昭	2008 年 12 月-2016 年 5 月任公司监事	2016 年 5 月因从公司离职不再担任监事
7	梁莹莹	2017 年 3 月-2019 年 5 月任公司监事	2019 年 5 月因个人原因辞职
8	段建平	2013 年 2 月-2017 年 8 月任公司财务总监	2017 年 8 月因个人原因辞职
9	张建平	2003 年 7 月-2017 年 3 月任控股股东副总裁	2017 年 3 月因个人原因辞职

”

除上述情形外，不存在关联关系需要更新、修改或补充披露的情况。发行人已按照《企业会计准则》《上市公司信息披露管理办法》等相关规定在招股说明书第七节之“七、关联方与关联关系”中完整、准确地披露了关联方关系。

（二）关联交易的披露

根据关联交易的发生情况，**发行人在招股说明书第七节之“八、关联交易”中披露如下：**

“八、关联交易

（一）经常性关联交易

1、向关联方采购商品和接受劳务

单位：万元

关联方名称	交易内容	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
		金额	占同类交易的比例	金额	占同类交易的比例	金额	占同类交易的比例
万事利集团	采购文化创意品	-	-	-	-	-	-
	接受餐饮、装修等劳务	**241.02**	**0.57%**	346.36	0.81%	556.58	1.23%
锐拓纺织	采购面料等	-	-	16.15	0.04%	0.36	0.00%
布调科技	接受加工服务	-	-	0.92	0.00%	-	-
合 计		**241.02**	**0.57%**	**363.43**	**0.85%**	**556.94**	**1.23%**

注 1：公司与万事利集团的交易额含公司与其母公司及其下属控制企业的交易额，下同；
注 2：占同类交易的比例系以当期采购总额为计算基数。

报告期内，公司向关联方合计采购金额分别为 556.94 万元、363.43 万元和 **241.02** 万元，占当期采购总额的比重分别为 1.23%、0.85%和 **0.57%**，占当期营业成本的比重分别为 1.17%、0.79%和 **0.54%**，公司关联采购金额较小且逐年下降，对公司的财务情况和经营成果不产生重大影响。

报告期内，公司向控股股东及下属企业采购商品及接受劳务，具体明细如下：

单位：万元

关联方名称	交易内容	交易金额		
		2020 年度	2019 年度	2018 年度
万事利集团	采购商品	-	-	
	物业管理等服务	**132.17**	209.70	294.43
花港餐饮	餐饮服务	**50.65**	34.37	170.57
丝绸汇餐饮	餐饮服务	**58.20**	62.70	20.73
旭扬建筑装饰	装修服务	-	39.59	70.86
合 计		**241.02**	**346.36**	**556.58**

（1）采购物业管理、餐饮、装修装饰等服务

报告期内，发行人因租用万事利科技大厦办公，向万事利集团采购物业管理、停车管理等服务，并代收水电费、电话费、网络费等，价格与其他租户一致，定

价公允。

报告期内，发行人因员工用餐、业务招待等需要，向花港餐饮、丝绸汇餐饮采购餐饮服务，价格按公开菜单价格确定，与其他客户一致，定价公允。

报告期内，发行人因办公、生产、仓储等场所装修需要向旭扬建筑装饰采购装修装饰服务，旭扬建筑装饰包工包料，决算价格主要包括材料价及人工费，其价格均参照市场价格确定，定价公允。

（2）向其他关联方采购商品或接受劳务

报告期内，发行人因业务需要，还向锐拓纺织采购面料，向海宁万事利采购服装加工服务，向布调科技采购打样服务等，上述交易价格以市场价确定，定价公允，且交易金额较小。

2、向关联方销售商品和提供劳务

单位：万元

关联方名称	交易内容	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
		金额	占同类交易的比例	金额	占同类交易的比例	金额	占同类交易的比例
万事利集团	销售文化创意品等产品	**486.14**	**0.66%**	858.06	1.18%	691.08	0.92%
	提供物业管理等服务	**10.34**	**0.01%**	10.34	0.01%	10.34	0.01%
杭萧钢构	销售文化创意品等产品	**42.55**	**0.06%**	35.97	0.05%	8.64	0.01%
康满纺织品	销售文化创意品、面料等产品	**0.11**	**0.00%**	3.91	0.01%	0.26	0.00%
	提供印花加工等服务	**20.16**	**0.03%**	64.44	0.09%	81.13	0.11%
万事利生物	销售文化创意品等产品	**16.20**	**0.02%**	17.69	0.02%	27.21	0.04%
锐拓纺织	销售文化创意品、面料等产品	**3.53**	**0.00%**	13.77	0.02%	16.64	0.02%
	提供印花加工、物业管理服务等	**8.50**	**0.01%**	14.47	0.02%	15.39	0.02%
先临三维	销售文化创意品等产品	**5.83**	**0.01%**	5.75	0.01%	5.82	0.01%
灿泰进出口	销售文化创意品等产品	**1.15**	**0.00%**	0.81	0.00%	0.95	0.00%
	提供物业管理等服务	**9.30**	**0.01%**	9.75	0.01%	11.58	0.02%
必豪纺织品	销售文化创意品等产品	**0.76**	**0.00%**	1.03	0.00%	0.92	0.00%
	提供物业管理等服务	**7.69**	**0.01%**	2.48	0.00%	7.40	0.01%
浙江建设投资	销售文化创意品等产品	**2.82**	**0.00%**	1.09	0.00%	9.16	0.01%

单位：万元

关联方名称	交易内容	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
		金额	占同类交易的比例	金额	占同类交易的比例	金额	占同类交易的比例
中银基金	销售文化创意品等产品	**2.25**	**0.00%**	2.27	0.00%	2.35	0.00%
瑞能通信	销售文化创意品等产品	**2.71**	**0.00%**	1.37	0.00%	1.16	0.00%
华叶教育	销售文化创意品等产品	**0.53**	**0.00%**	-	-	-	-
万向创投	销售文化创意品等产品	**0.35**	**0.00%**	-	-	3.02	0.00%
东群织造	销售文化创意品、面料等产品	**28.31**	**0.04%**	34.82	0.05%	37.84	0.05%
温岭联合村镇银行	销售文化创意品等产品	**-**	**-**	7.48	0.01%	10.37	0.01%
金华银行	销售文化创意品等产品	**-**	**-**	3.86	0.01%	-	-
诺高纺织品	销售文化创意品等产品	**-**	**-**	0.16	0.00%	-	-
布调科技	销售墨水、机器等	**-**	**-**	-	-	130.94	0.17%
	提供印花加工等服务	**-**	**-**	-	-	-	-
万坤婴童	提供物业管理等服务	**0.14**	**0.00%**	-	-	6.25	0.01%
普华广告	销售文化创意品等产品	**-**	**-**	-	-	0.92	0.00%
川山甲供应链	销售文化创意品等产品	**-**	**-**	-	-	0.32	0.00%
富勤国际	销售文化创意品等产品	**-**	**-**	-	-	0.17	0.00%
阡陌丝绸	销售文化创意品等产品	**2.32**	**0.00%**	-	-	0.10	0.00%
合 计		**651.72**	**0.89%**	**1,089.52**	**1.50%**	**1,079.96**	**1.44%**

注 1：公司与万事利生物的交易额含公司与其母公司及其下属控制企业的交易额，下同。

注 2：占同类交易的比例系以当期营业收入为计算基数。

报告期内，发行人向关联方合计销售金额分别为 1,079.96 万元、1,089.52 万元和 **651.72** 万元，占当期营业收入的比重分别为 1.44%、1.50%和 **0.89%**，公司关联销售金额较小，对公司的财务情况和经营成果不产生重大影响。

公司主要向控股股东万事利集团及其他关联方销售丝绸文化创意品，公司丝绸文化创意品具备当地文化特色，适合各关联方在日常经营活动中使用。上述交易具有经济上的合理性。

（1）向关联方销售丝绸文化创意品

报告期内，发行人主要向各关联方销售丝绸文化创意品，金额较小，定价参

照公司销售团队渠道统一价格政策确定，与其他非关联方不存在重大差异。其中万事利集团及下属企业销售毛利率及定价公允性分析具体如下：

①向万事利集团及其下属企业销售毛利率与丝绸文化创意品前五大客户对比

报告期内，公司向万事利集团及其下属企业销售的毛利率分别为 45.42%、56.87%和 **51.90%**，个别年度高于丝绸文化创意品其他前五大客户，主要原因系：

A、万事利集团及其下属企业属于公司直销-销售团队渠道客户。丝绸文化创意品前五大客户中包含了部分分销客户，由于分销客户采购规模相对较大，且公司发展分销商主要以提高品牌知名度、传播品牌文化、覆盖终端客户为目标，公司在销售价格管理制度中给予分销渠道客户的折扣区间低于直销-销售团队渠道客户。

B、万事利集团及其下属企业采购主要为高频次的常规产品采购。根据公司销售价格管理相关制度的规定，公司针对购买频次较高或购买金额较高的直销企事业单位客户，可在适当审批后执行相对优惠的折扣，具体折扣在销售合同中进行约定。报告期内，前五大客户其他直销客户中，中国邮政在 **2018-**2019 年度存在单笔金额较高的家纺产品定制订单；国金黄金在 2019-2020 年**度**存在单笔金额较高的配饰等产品定制订单；博洋家纺在 2020 年**度**与公司进行品牌合作，推出合作款家纺产品，上述单笔大额订单通常系客户针对单一产品的大额采购，公司针对此类订单按需备货，存货管理成本相对较低，因此在适当审批后给予客户较低报价，毛利率相对较低。而万事利集团及其下属企业虽然采购额较高，但报告期内向公司采购的产品超过 1,000 款，主要为常规产品，采购频次较高，公司给予其相对优惠的折扣，但常规高频销售服务成本相对较高，因此其报价与毛利率高于中国邮政、国金黄金、博洋家纺这类单笔大额订单。

②向万事利集团及其下属企业销售毛利率与直销-销售团队渠道对比

发行人向万事利集团及下属企业销售毛利率与直销-销售团队渠道平均毛利率如下：

项　目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
万事利集团及下属企业	**51.90%**	56.87%	45.42%

项　目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
销售团队渠道	**52.34%**	55.24%	57.74%

报告期内，万事利集团及其下属企业年度销售金额较高，公司基于销售规模、合作历史等因素考虑，公司在合同中约定给予其比直销-销售团队渠道下其他多数客户更加优惠的折扣。因此，2018 年度，发行人向万事利集团及下属企业销售毛利率低于销售团队渠道毛利率，主要原因是由于万事利集团及下属企业采购金额较大，享受了较为优惠的价格，2019 年度，由于万事利集团及其下属企业采购了部分品质相对较高的丝巾、家纺产品，此类高端产品在材质工艺方面要求较高，毛利率亦相对较高，因此当期毛利率出现提升。**2019-2020 年度，万事利集团与销售团队渠道客户毛利率无重大差异。**

公司向万事利集团及其下属企业销售的毛利率与前五大客户中其他直销客户、直销-销售团队渠道平均毛利率存在一定差异，差异原因具有合理性。公司向万事利集团及其下属企业销售定价参照公司销售团队渠道统一价格政策确定，具有公允性。

（2）向承租下沙万事利工业园房屋的关联方提供物业管理等服务

报告期内，发行人向承租下沙万事利工业园房屋的关联方提供物业管理等服务，收取费用情况如下：

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
物业、水电、停车费等	**38.00**	37.05	50.82

其中物业管理费视房屋楼层、用途、入驻时长等因素不同略有调整，水费、电费、停车费等价格与其他租户一致。发行人向关联方与其他租户收取的物业管理费等费用标准无重大差异，定价公允。

（3）向康满纺织品提供数码印花加工服务

报告期内，发行人向康满纺织品提供数码印花加工服务，该服务受面料材质、花型复杂度、加工数量、后道工序等多重因素影响，报价存在一定范围的波动：

客户	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	加工金额（万元）	单价（元）	加工金额（万元）	单价（元）	加工金额（万元）	单价（元）
康满纺织品	**20.16**	**16.07**	64.44	17.87	81.13	17.88
其他第三方客户	**21.84**	**11.97**	115.37	15.55	120.55	19.74

注：2020 年度其他第三方客户加工数量在 1,000 米以下的小订单已剔除。

报告期内，因康满纺织品加工批量较大，工序统一，故喷印加工单价较为稳定，且与第三方客户相比不存在重大差异，加工价格公允。**2020 年度，康满纺织品所加工面料多为高端丝绸面料，故价格高于其他第三方客户。**

3、房屋租赁

报告期内，为满足公司本部行政、财务、销售部门以及异地分支机构的办公需求，公司向关联方租用经营用房；子公司万事利数码多余的办公、生产及仓储用房也向关联方出租。

（1）向关联方承租

单位：万元

出租方	承租方	2020 年度	2019 年度	2018 年度
万事利集团	万事利丝绸	**308.40**	239.91	304.17
姚洪妹	万事利丝绸	**92.09**	95.45	90.51
华榕投资	上海万事利	**49.52**	47.05	52.00
屠红燕、李建华	万事利丝绸	**50.55**	49.39	54.26
马廷方	万事利丝绸	**9.85**	10.94	10.42
孙立新	万事利丝绸	-	6.65	11.04
合计		**510.41**	**449.39**	**522.40**

注：姚洪妹为实际控制人沈柏军之配偶

公司向关联方承租单价与可比承租单价区间比对情况具体如下：

单位：元/平方米·日

出租方	承租方	房屋类型	承租单价	可比承租单价区间[注 1]
万事利集团	万事利丝绸	地下仓储用房	1.50[注 2]	/
万事利集团	万事利丝绸	办公用房	2.50-2.78	2.48-2.76
姚洪妹、屠红燕、李建华、马廷方、孙立	万事利丝绸	办公用房	2.60-2.73	2.48-2.76

单位：元/平方米·日

出租方	承租方	房屋类型	承租单价	可比承租单价区间[注 1]
新				
华榕投资	万事利丝绸上海分公司	办公用房	2.05（2.63）[注 3]	2.37-4.00

注 1：可比承租单价区间取数来源为该办公大厦其他无关联第三方的承租单价，并结合同区域网络查询的报价情况。

注 2：万事利丝绸向万事利集团承租地下室，用作仓储用房，该地下仓储用房通风采光条件较差，故承租单价相对较低，该地下仓储用房无其他无关联第三方承租，亦不存在网络可查询的可比承租单价。截至本招股说明书签署日，万事利丝绸租用地下仓储用房约 300 平方米，年租金约 16 万元。

注 3：万事利丝绸上海分公司承租的楼层受该楼层外部通信机房影响而噪音较大、空气较差，且万事利丝绸上海分公司承租部分分摊了走道、公厕等公用面积，得房率（实际可使用面积/建筑面积）较低，约为 0.545，若按其他楼层得房率 0.70 进行折算，单价约为 2.63 元/平方米·日。

公司向关联方承租单价与可比承租单价区间不存在重大差异，公司向万事利集团承租地下仓储用房单价较低，具备一定合理性。

（2）租赁给关联方

单位：万元

出租方	承租方	2020 年度	2019 年度	2018 年度
万事利数码	万事利集团	41.77	41.77	41.77
万事利数码	锐拓纺织	21.86	21.97	22.03
万事利数码	必豪纺织品	16.55	15.79	12.28
万事利数码	灿泰进出口	15.77	15.77	19.38
万事利数码	万坤婴童	-	-	11.03
合计		95.95	95.30	106.49

公司向关联方出租单价与可比承租单价区间比对情况具体如下：

单位：元/平方米·月

出租方	承租方	房屋类型	承租单价	可比承租单价区间[注 1]
万事利数码	万事利集团	办公用房	20.00-25.00	20.00-33.00
万事利数码	锐拓纺织	办公用房	20.00-21.00	20.00-33.00
		仓储用房	21.00-26.00[注 2]	15.00-20.00
万事利数码	必豪纺织品	办公用房	20.00-27.00	20.00-33.00
		仓储用房	21.00-26.00[注 2]	15.00-23.00
万事利数码	灿泰进出口	办公用房	20.00-23.00	20.00-33.00

单位：元/平方米·月

出租方	承租方	房屋类型	承租单价	可比承租单价区间[注 1]
		仓储用房	15.00-23.00	15.00-23.00
万事利数码	万坤婴童	办公用房	20.00-25.00	20.00-33.00
		仓储用房	15.00	15.00-23.00

注 1：可比承租单价区间取数来源为发行人出租同工业园自有房屋给其他无关联第三方的出租单价，并结合同区域网络查询的报价情况。

注 2：锐拓纺织和必豪纺织品租赁的仓储用房位于一层，运输便利，故单价略高于其他承租方。

万事利数码根据楼层、朝向、租金面积大小等因素并结合周边市场租金价格对不同房屋类型确定了租金价格区间。整体而言，公司向关联方出租房产的租金单价与可比承租单价区间不存在重大差异。

报告期内，公司向关联方出租或承租房屋的作价参考同区域房产租金确认，与同区域无关联第三方单位租金以及同区域的市场租金价格不存在明显差异，定价公允。**截至本招股说明书签署日，公司已停止向万事利集团出租办公用房，未来也不再向万事利集团及其下属企业出租房产，此外，公司业已有计划通过逐步搬迁至公司自有物业、向其他无关联的第三方承租或购买房产或购买向万事利集团承租的房产等方式减少或消除该等关联租赁。针对其他**租赁关系，**公司**将根据**未来**经营需要持续进行**或终止**。

4、董事、监事及高级管理人员薪酬

报告期内，公司董事、监事及高级管理人员在公司处领取薪水，具体情况如下：

单位：万元

项　目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
薪酬总计	694.60	727.34	671.47
利润总额	7,141.92	6,773.56	5,658.46
占比	9.73%	10.74%	11.87%

（二）偶发性关联交易

1、资产交易

（1）向马克罗西采购存货

2018 年 3 月，为解决同业竞争问题，马克罗西终止运营，其所有存货由万事利科技进口并销售给公司。该批存货经 KPMG 注册会计师鉴证，价值共计 271,191 欧元，后因质量问题折价 2,747.32 欧元，报关价为 268,443.68 欧元，考虑税费及物流费等各项费用，总采购成本为人民币 225.52 万元，上述采购价款已支付。马克罗西已停止经营活动，该类交易今后不再发生。

2、资金往来

报告期内，发行人与关联方不存在资金往来。

2017 年 3 月，发行人创立大会审议通过了《关联交易管理制度》，明确了关联方资金往来等关联交易的审议程序；2019 年 4 月发行人董事会审议通过了《财务管理制度》与《货币资金管理制度》，对资金的收支与保管、岗位分离、机构与人员的制约与审验作出了规定；2019 年 5 月发行人股东大会审议通过了《与关联方资金往来管理制度》，进一步对资金往来支付程序作出规定，截至 2017 年末，发行人已完成与关联方之间资金占用的清理工作，自 2018 年起未再发生**资金占用**情形。

3、关联担保

报告期内，公司不存在对外担保，公司接受控股股东、实际控制人以及关联方的担保，具体情况如下：

序号	合同编号	合同类型	被担保方	担保方	标的金额（万元）	时间	担保状态
1	33100520130005153	最高额保证合同	万事利数码	万事利集团	12,000.00	2013/3/22-2021/3/21	**已结束**
2	33100520130005153-1	最高额保证合同	万事利数码	屠红燕	12,000.00	2013/3/22-2021/3/21	**已结束**
3	0120200003-2018 羊坝（保）字 0049 号	承兑汇票保证合同	万事利丝绸	万事利集团	1,200.00	2018/11/21-2019/5/21	已结束
4	0120200003-2018 羊坝（保）字 0050 号	承兑汇票保证合同	万事利科技	万事利集团	4,500.00	2018/11/24-2019/6/24	已结束
5	20151368ZGEDY	最高额抵押合同	万事利丝绸	桐乡置业	3,500.00	2015/9/23-2018/9/22	已结束

注：以上所列示信息均为担保合同信息，表中除 3、4 项外其他合同虽在报告期内存续，但发行人实际未进行用款，未发生担保责任。

报告期内，发行人未向提供担保的关联方支付担保费用。

根据上市公司公告显示，部分上市公司与其关联方存在提供担保并收取担保费率的情形，具体情况如下：

上市公司名称	担保费率	是否关联担保	说明
深天地 A（000023）	1.00%	是	控股股东为上市公司提供担保
京汉股份（000615）	0.50%	是	上市公司为子公司提供担保
先锋新材（300163）	2.00%	是	上市公司为子公司提供担保
东方钽业（000962）	1.20%	是	实际控制人为上市公司提供担保
津滨发展（000897）	0.50%-1.00%	是	控股股东为上市公司提供担保
银星能源（000862）	0.15%	是	控股股东为上市公司子公司提供担保
中迪投资（000609）	1.00%	是	实际控制人为上市公司及子公司提供担保
新赛股份（600540）	1.00%	是	控股股东为上市公司提供担保
福建水泥（600802）	0.60%	是	控股股东为上市公司提供担保
海南发展（002163）	0.10%	是	控股股东为上市公司提供担保
南华生物（000504）	2.00%	是	关联方为上市公司提供担保

如上所示，上市公司涉及的关联担保费率位于 0.15%-2.00%，算术平均值为 0.93%。若以 2.00%作为市场担保费率对发行人应支付的担保费用进行测算：

单位：万元

序号	被担保方	担保方	实际用款金额	担保期间	担保费率	担保费
1	万事利丝绸	万事利集团	316.78	2018.12.8-2019.1.15	2.00%	0.68
2	万事利科技	万事利集团	631.00	2018.12.24-2019.2.1	2.00%	1.38
3	万事利科技	万事利集团	1,550.00	2016.9.25-2017.3.24	2.00%	15.37

注：测算担保费=∑实际用款金额*参考的市场担保费率*（资金实际占用天数/365）。

报告期内，发行人应列支的担保费及占当期利润总额比例如下：

项目	2020 年	2019 年度	2018 年度
测算关联担保费（万元）	/	1.37	0.69
利润总额（万元）	/	6,773.56	5,658.46
测算关联担保费/利润总额	/	0.02%	0.01%

报告期内，发行人按市场担保费率测算应支付的担保费用金额较小，占各期利润总额比例较低，对发行人业绩不构成重大影响。

4、无形资产转让

2018 年度，公司零对价受让控股股东及关联方持有的专利、著作权、商标及域名，上述无形资产均用于发行人日常生产经营，具体情况如下：

（1）专利

序号	专利名称	专利类型	转让时间	专利号	转让方	受让方
1	丝巾（卯兔扑朔）	外观设计	2018-2-22	2014300458612	万事利集团	万事利丝绸
2	丝巾（酉鸡富贵）	外观设计	2018-3-1	2014300436153	万事利集团	万事利丝绸
3	丝巾（戌狗迎春）	外观设计	2018-2-27	2014300436172	万事利集团	万事利丝绸
4	丝巾（亥猪呈悦）	外观设计	2018-2-12	2014300436257	万事利集团	万事利丝绸
5	丝巾（雍容未羊）	外观设计	2018-2-12	2014300437512	万事利集团	万事利丝绸
6	丝巾（午马驰星）	外观设计	2018-2-13	2014300437546	万事利集团	万事利丝绸
7	丝巾（寅虎瑞福）	外观设计	2018-2-12	2014300437599	万事利集团	万事利丝绸
8	丝巾（辰龙戏珠）	外观设计	2018-2-26	2014300437620	万事利集团	万事利丝绸
9	丝巾（子鼠赞花）	外观设计	2018-2-28	2014300437669	万事利集团	万事利丝绸
10	丝巾（丑牛赞歌）	外观设计	2018-2-13	2014300440587	万事利集团	万事利丝绸
11	丝巾（申猴闹春）	外观设计	2018-2-27	2014300441842	万事利集团	万事利丝绸
12	丝巾（巳蛇舞花）	外观设计	2018-3-1	2014300442099	万事利集团	万事利丝绸
13	丝巾（百变双子）	外观设计	2018-2-24	2014300442351	万事利集团	万事利丝绸
14	丝巾（勇气摩羯）	外观设计	2018-2-28	2014300442474	万事利集团	万事利丝绸
15	丝巾（完美处女）	外观设计	2018-2-28	2014300442794	万事利集团	万事利丝绸
16	丝巾（神秘天蝎）	外观设计	2018-3-5	2014300442811	万事利集团	万事利丝绸
17	丝巾（领袖狮子）	外观设计	2018-2-22	2014300443212	万事利集团	万事利丝绸
18	丝巾（睿智水瓶）	外观设计	2018-2-28	2014300443227	万事利集团	万事利丝绸
19	丝巾（真情巨蟹）	外观设计	2018-2-23	2014300443301	万事利集团	万事利丝绸
20	丝巾（温实金牛）	外观设计	2018-2-22	201430044334X	万事利集团	万事利丝绸
21	丝巾（迷人天秤）	外观设计	2018-2-12	2014300443956	万事利集团	万事利丝绸
22	丝巾（自由射手）	外观设计	2018-2-13	2014300444145	万事利集团	万事利丝绸
23	丝巾（活力白羊）	外观设计	2018-2-9	201430044415X	万事利集团	万事利丝绸
24	丝巾（浪漫双鱼）	外观设计	2018-2-27	2014300444380	万事利集团	万事利丝绸
25	立体图像的合成方法	发明	2018-2-11	2010102535972	万事利集团	万事利丝绸
26	四维动感照片的制作方法	发明	2018-2-28	2010101476708	万事利集团	万事利丝绸

（2）商标

序号	证书编号	商标名称	类别	有效期间	转让方	受让方	转让完成时间
1	21847747	万事利凤凰之家	第 25 类	2017.12.28-2027.12.27	万事利集团	万事利丝绸	2018.01.30
2	21720062	杭城三绝	第 20 类	2017.12.14-2027.12.13	万事利集团	万事利丝绸	2018.01.30

序号	证书编号	商标名称	类别	有效期间	转让方	受让方	转让完成时间
3	21719955	杭城三绝	第 24 类	2017.12.14-2027.12.13	万事利集团	万事利丝绸	2018.01.29
4	21719764	杭城三绝	第 25 类	2017.12.14-2027.12.13	万事利集团	万事利丝绸	2018.01.30
5	21719541	杭城三绝	第 30 类	2017.12.14-2027.12.13	万事利集团	万事利丝绸	2018.01.30
6	21719420	杭城三绝	第 16 类	2017.12.14-2027.12.13	万事利集团	万事利丝绸	2018.01.30
7	21719282	丝路三绝	第 16 类	2017.12.14-2027.12.13	万事利集团	万事利丝绸	2018.01.30
8	21719079	丝路三绝	第 30 类	2017.12.14-2027.12.13	万事利集团	万事利丝绸	2018.01.30
9	21718706	丝路三绝	第 25 类	2017.12.14-2027.12.13	万事利集团	万事利丝绸	2018.01.30
10	21718630	丝路三绝	第 24 类	2017.12.14-2027.12.13	万事利集团	万事利丝绸	2018.01.30
11	21718612	丝路三绝	第 20 类	2017.12.14-2027.12.13	万事利集团	万事利丝绸	2018.01.29
12	21434427	WENSLI	第 1 类	2017.11.21-2027.11.20	万事利集团	万事利丝绸	2018.01.30
13	21434135	WENSLI	第 5 类	2018.1.14-2028.1.13	万事利集团	万事利丝绸	2018.01.30
14	21434097	WENSLI	第 4 类	2017.11.21-2027.11.20	万事利集团	万事利丝绸	2018.01.30
15	21433495	WENSLI	第 9 类	2017.11.21-2027.11.20	万事利集团	万事利丝绸	2018.08.21
16	21432695	WENSLI	第 15 类	2017.11.21-2027.11.20	万事利集团	万事利丝绸	2018.01.30
17	21432605	WENSLI	第 16 类	2017.11.21-2027.11.20	万事利集团	万事利丝绸	2018.08.21
18	21432284	WENSLI	第 17 类	2017.11.21-2027.11.20	万事利集团	万事利丝绸	2018.01.29
19	21432205	WENSLI	第 18 类	2017.11.21-2027.11.20	万事利集团	万事利丝绸	2018.01.30
20	21432050	WENSLI	第 20 类	2017.11.21-2027.11.20	万事利集团	万事利丝绸	2018.01.30
21	21431973	WENSLI	第 19 类	2017.11.21-2027.11.20	万事利集团	万事利丝绸	2018.08.21
22	21431900	WENSLI	第 23 类	2017.11.21-2027.11.20	万事利集团	万事利丝绸	2018.01.29
23	21431830	WENSLI	第 26 类	2017.11.21-2027.11.20	万事利集团	万事利丝绸	2018.01.29
24	21431719	WENSLI	第 21 类	2017.11.21-2027.11.20	万事利集团	万事利丝绸	2018.08.21
25	21431604	WENSLI	第 27 类	2017.11.21-2027.11.20	万事利集团	万事利丝绸	2018.01.30
26	21427864	WENSLI	第 37 类	2017.11.21-2027.11.20	万事利集团	万事利丝绸	2018.08.21
27	21427698	WENSLI	第 40 类	2017.11.21-2027.11.20	万事利集团	万事利丝绸	2018.08.21
28	21427613	WENSLI	第 42 类	2017.11.21-2027.11.20	万事利集团	万事利丝绸	2018.01.29
29	21240902	好絲物房	第 5 类	2017.11.7-2027.11.6	万事利集团	万事利丝绸	2018.04.20
30	21240705	好絲物房	第 3 类	2017.11.7-2027.11.6	万事利集团	万事利丝绸	2018.04.20
31	21240532	好絲物房	第 25 类	2017.11.7-2027.11.6	万事利集团	万事利丝绸	2018.04.20
32	20364711	两厢丝守	第 14 类	2017.8.7-2027.8.6	万事利集团	万事利丝绸	2018.01.29
33	20364700	两厢丝守	第 16 类	2017.8.7-2027.8.6	万事利集团	万事利丝绸	2018.01.30

序号	证书编号	商标名称	类别	有效期间	转让方	受让方	转让完成时间
34	20364666	两厢丝守	第 20 类	2017.8.7-2027.8.6	万事利集团	万事利丝绸	2018.01.30
35	20364566	两厢丝守	第 25 类	2017.8.7-2027.8.6	万事利集团	万事利丝绸	2018.01.30
36	20364549	两厢丝守	第 18 类	2017.8.7-2027.8.6	万事利集团	万事利丝绸	2018.01.30
37	20364533	两厢丝守	第 24 类	2017.8.7-2027.8.6	万事利集团	万事利丝绸	2018.01.30
38	20117067		第 30 类	2017.7.14-2027.7.13	万事利集团	万事利丝绸	2018.04.20
39	19934443		第 24 类	2017.6.28-2027.6.27	万事利集团	万事利丝绸	2018.01.30
40	19934267		第 25 类	2018.2.7-2028.2.6	万事利集团	万事利丝绸	2018.08.08
41	19586682	WENSLI	第 24 类	2017.5.28-2027.5.27	万事利集团	万事利丝绸	2018.01.30
42	19586646	WENSLI	第 25 类	2017.5.28-2027.5.27	万事利集团	万事利丝绸	2018.08.08
43	19586430	WENSLI	第 25 类	2018.3.7-2028.3.6	万事利集团	万事利丝绸	2018.08.08
44	19586377	WENSLI	第 24 类	2017.5.28-2027.5.27	万事利集团	万事利丝绸	2018.01.30
45	18955354	忻兰	第 9 类	2017.2.28-2027.2.27	万事利集团	万事利丝绸	2018.01.30
46	18955345	忻兰	第 20 类	2017.2.28-2027.2.27	万事利集团	万事利丝绸	2018.01.29
47	18548412	WENSLI	第 3 类	2017.1.21-2027.1.20	万事利集团	万事利丝绸	2018.01.30
48	18548177	万事利	第 3 类	2017.1.21-2027.1.20	万事利集团	万事利丝绸	2018.01.30
49	17677335		第 30 类	2016.10.7-2026.10.6	万事利集团	万事利丝绸	2018.04.20
50	17677334	茗萍	第 30 类	2016.10.7-2026.10.6	万事利集团	万事利丝绸	2018.04.20
51	17471936	WENSLI	第 3 类	2016.9.14-2026.9.13	万事利集团	万事利丝绸	2018.01.30
52	17471935	万事利	第 3 类	2016.9.14-2026.9.13	万事利集团	万事利丝绸	2018.01.30
53	16356076	万事利凤凰之家	第 14 类	2016.4.14-2026.4.13	万事利集团	万事利丝绸	2018.01.30
54	16356069	万事利凤凰之家	第 3 类	2016.4.7-2026.4.6	万事利集团	万事利丝绸	2018.01.29
55	16356005	万事利凤凰之家	第 18 类	2016.4.7-2026.4.6	万事利集团	万事利丝绸	2018.01.29
56	16355831	万事利凤凰之家	第 20 类	2016.4.7-2026.4.6	万事利集团	万事利丝绸	2018.01.29
57	16355749	万事利凤凰之家	第 24 类	2016.4.7-2026.4.6	万事利集团	万事利丝绸	2018.01.30
58	16355662	万事利凤凰之家	第 25 类	2016.4.7-2026.4.6	万事利集团	万事利丝绸	2018.01.30
59	16355649	万事利凤凰之家	第 26 类	2016.4.7-2026.4.6	万事利集团	万事利丝绸	2018.01.30
60	16077124	MARC ROZIER	第 20 类	2016.3.7-2026.3.6	万事利集团	万事利丝绸	2018.08.21
61	16076927	MARC ROZIER	第 3 类	2016.3.7-2026.3.6	万事利集团	万事利丝绸	2018.08.21
62	15305729	MARC ROZIER	第 9 类	2016.8.14-2026.8.13	万事利集团	万事利丝绸	2018.08.21
63	15305728	MARC ROZIER	第 14 类	2016.8.14-2026.8.13	万事利集团	万事利丝绸	2018.08.21
64	15305727	MARC ROZIER	第 18 类	2016.8.14-2026.8.13	万事利集团	万事利丝绸	2018.08.21

序号	证书编号	商标名称	类别	有效期间	转让方	受让方	转让完成时间
65	14606195		第 25 类	2015.7.21-2025.7.20	万事利集团	万事利丝绸	2018.08.21
66	14606194		第 20 类	2015.7.21-2025.7.20	万事利集团	万事利丝绸	2018.08.21
67	14606193		第 18 类	2015.7.21-2025.7.20	万事利集团	万事利丝绸	2018.08.21
68	14606192		第 14 类	2015.7.21-2025.7.20	万事利集团	万事利丝绸	2018.08.21
69	14606191		第 9 类	2015.7.21-2025.7.20	万事利集团	万事利丝绸	2018.08.21
70	14606190		第 3 类	2015.7.21-2025.7.20	万事利集团	万事利丝绸	2018.08.21
71	14853745		第 25 类	2016.10.14-2026.10.13	万事利集团	万事利丝绸	2018.08.21
72	14843713	MARC ROZIER	第 25 类	2016.10.28-2026.10.27	万事利集团	万事利丝绸	2018.08.21
73	14372344		第 24 类	2015.8.14-2025.8.13	万事利集团	万事利丝绸	2018.01.30
74	14342606	西湖丝绸织造府	第 26 类	2015.6.14-2025.6.13	万事利集团	万事利丝绸	2018.01.30
75	14342600	西湖丝绸织造署	第 26 类	2015.6.7-2025.6.6	万事利集团	万事利丝绸	2018.01.30
76	14342595	万事利丝绸织造署	第 26 类	2015.5.21-2025.5.20	万事利集团	万事利丝绸	2018.01.30
77	14342590	万事利丝绸织造署	第 25 类	2015.5.21-2025.5.20	万事利集团	万事利丝绸	2018.01.30
78	14342579	万事利丝绸织造署	第 24 类	2016.6.28-2026.6.27	万事利集团	万事利丝绸	2018.01.30
79	14342571	万事利丝绸织造府	第 26 类	2015.5.21-2025.5.20	万事利集团	万事利丝绸	2018.01.29
80	14342563	万事利丝绸织造府	第 25 类	2015.5.21-2025.5.20	万事利集团	万事利丝绸	2018.01.29
81	14342557	万事利丝绸织造府	第 24 类	2016.6.28-2026.6.27	万事利集团	万事利丝绸	2018.01.29
82	13265611	字说丝绸	第 25 类	2015.1.7-2025.1.6	万事利集团	万事利丝绸	2018.01.30
83	13265603	字说丝绸	第 24 类	2015.1.7-2025.1.6	万事利集团	万事利丝绸	2018.01.29
84	13265593	字说丝绸	第 16 类	2015.1.7-2025.1.6	万事利集团	万事利丝绸	2018.01.30
85	13265584	字说丝绸	第 9 类	2015.1.7-2025.1.6	万事利集团	万事利丝绸	2018.01.30
86	12937948	桑柔	第 16 类	2014.12.21-2024.12.20	万事利集团	万事利丝绸	2018.01.30
87	11246662		第 26 类	2013.12.21-2023.12.20	万事利集团	万事利丝绸	2018.01.30
88	11246607		第 25 类	2015.8.21-2025.8.20	万事利集团	万事利丝绸	2018.01.30
89	11246553		第 18 类	2014.7.14-2024.7.13	万事利集团	万事利丝绸	2018.01.30
90	11246247		第 14 类	2013.12.21-2023.12.20	万事利集团	万事利丝绸	2018.01.30
91	11009344	密恋	第 14 类	2013.10.7-2023.10.6	万事利集团	万事利丝绸	2018.01.30
92	11009321	忻兰	第 14 类	2013.9.28-2023.9.27	万事利集团	万事利丝绸	2018.01.30
93	11009301	唯绚	第 14 类	2013.9.28-2023.9.27	万事利集团	万事利丝绸	2018.01.30
94	11009280	密恋	第 18 类	2013.10.7-2023.10.6	万事利集团	万事利丝绸	2018.01.29
95	11009255	忻兰	第 18 类	2013.10.7-2023.10.6	万事利集团	万事利丝绸	2018.01.30

序号	证书编号	商标名称	类别	有效期间	转让方	受让方	转让完成时间
96	11009239	唯绚	第 18 类	2013.10.7-2023.10.6	万事利集团	万事利丝绸	2018.01.29
97	11009220	唯绚	第 25 类	2013.10.7-2023.10.6	万事利集团	万事利丝绸	2018.01.30
98	11009181	忻兰	第 25 类	2015.8.21-2025.8.20	万事利集团	万事利丝绸	2018.01.30
99	11009124	密恋	第 25 类	2014.4.21-2024.4.20	万事利集团	万事利丝绸	2018.01.30
100	10460517	两厢厮守	第 14 类	2013.3.28-2023.3.27	万事利集团	万事利丝绸	2018.01.30
101	10460509	两厢厮守	第 16 类	2013.3.28-2023.3.27	万事利集团	万事利丝绸	2018.01.30
102	10460506	两厢厮守	第 18 类	2013.3.28-2023.3.27	万事利集团	万事利丝绸	2018.01.29
103	10460503	两厢厮守	第 20 类	2013.3.28-2023.3.27	万事利集团	万事利丝绸	2018.01.30
104	10460501	两厢厮守	第 24 类	2013.3.28-2023.3.27	万事利集团	万事利丝绸	2018.01.30
105	10460495	两厢厮守	第 25 类	2013.3.28-2023.3.27	万事利集团	万事利丝绸	2018.01.29
106	10408690	纟勾	第 16 类	2013.3.21-2023.3.20	万事利集团	万事利丝绸	2018.01.30
107	10408686	纟勾	第 35 类	2013.3.21-2023.3.20	万事利集团	万事利丝绸	2018.01.30
108	9298218	志愿彩	第 25 类	2012.4.14-2022.4.13	万事利集团	万事利丝绸	2018.01.29
109	9298195	爱心彩	第 25 类	2012.4.14-2022.4.13	万事利集团	万事利丝绸	2018.01.29
110	9116345	爱的记忆	第 40 类	2012.2.14-2022.2.13	万事利集团	万事利丝绸	2018.08.21
111	8857284	WENSLI	第 25 类	2013.4.21-2023.4.20	万事利集团	万事利丝绸	2018.08.08
112	8857267	WENSLI	第 24 类	2012.3.28-2022.3.27	万事利集团	万事利丝绸	2018.01.30
113	6108131		第 24 类	2010.3.28-2020.3.27	万事利集团	万事利丝绸	2018.01.30
114	6108130		第 25 类	2010.3.28-2020.3.27	万事利集团	万事利丝绸	2018.08.08
115	3916241	万事利	第 18 类	2007.5.21-2027.5.20	万事利集团	万事利丝绸	2018.01.30
116	3643812	万事利	第 42 类	2005.10.21-2025.10.20	万事利集团	万事利丝绸	2018.01.29
117	3643811	万事利	第 16 类	2005.10.21-2025.10.20	万事利集团	万事利丝绸	2018.08.21
118	3596759	WENSLI	第 25 类	2005.11.14-2025.11.13	万事利集团	万事利丝绸	2018.08.08
119	1725350	沈爱寶	第 25 类	2002.3.7-2022.3.6	万事利集团	万事利丝绸	2018.01.30
120	1537718	WENSLI	第 25 类	2001.3.14-2021.3.13	万事利集团	万事利丝绸	2018.08.08
121	1315995	万事利	第 25 类	1999.9.21-2029.9.20	万事利集团	万事利丝绸	2018.01.30
122	1270674		第 23 类	1999.5.7-2029.5.6	万事利集团	万事利丝绸	2018.01.30
123	1130174		第 24 类	1997.11.28-2027.11.27	万事利集团	万事利丝绸	2018.01.30
124	1128551		第 25 类	1997.11.21-2027.11.20	万事利集团	万事利丝绸	2018.08.08
125	949253	WSL	第 25 类	1997.2.21-2027.2.20	万事利集团	万事利丝绸	2018.01.30
126	933778	万事利	第 24 类	1997.1.21-2027.1.20	万事利集团	万事利丝绸	2018.01.30

序号	证书编号	商标名称	类别	有效期间	转让方	受让方	转让完成时间
127	739115		第 23 类	1995.4.7-2025.4.6	万事利集团	万事利丝绸	2018.01.30
128	911306900	WENSLI	第 24 类	2018.05.15-2028.05.15	万事利集团	万事利丝绸	2018.11.21
129	911306960	WENSLI	第 25 类	2018.05.02-2028.05.02	万事利集团	万事利丝绸	2018.11.21
130	2451337		第 24、25 类	2011.05.15-2021.05.15	万事利集团	万事利丝绸	2018.11.08
131	TMA978604	WENSLI	第 3、14、16、18、20、24、25、26、27 类	2017.08.16-2032.08.16	万事利集团	万事利丝绸	2018.11.09
132	5469732	WENSLI	第 24 类	2018.05.15-2028.05.15	万事利集团	万事利丝绸	2019.01.25
133	5464167	WENSLI	第 25 类	2018.05.08-2028.05.08	万事利集团	万事利丝绸	2019.01.25

（三）关联方应收应付款项

1、应收关联方款项

报告期各期末，公司应收关联方款项如下表所示：

单位：万元

关联方名称	2020.12.31	2019.12.31	2018.12.31
应收账款			
东群织造	**60.71**	35.77	33.35
锐拓纺织	**40.86**	14.27	6.86
灿泰进出口	**28.50**	6.95	5.22
康满纺织品	**-**	4.36	-
万事利集团及下属企业	**2.77**	87.44	72.41
杭萧钢构	**8.18**	12.56	6.06
先临三维	**0.64**	0.29	3.13
浙江建设投资	**1.57**	1.99	0.74
必豪纺织品	**0.60**	0.50	0.25
诺高纺织品	-	0.18	-
杭州海皇	-	2.11	-
万事利生物	-	0.47	16.31
瑞能通信	-	0.17	-
布调科技	-	-	22.00
万坤婴童	-	-	4.27

单位：万元

关联方名称	2020.12.31	2019.12.31	2018.12.31
普华广告	-	-	3.00
小　计	**143.82**	**167.06**	**173.61**
预付账款			
万事利集团及下属企业	-	0.59	1.26
小　计	**-**	**0.59**	**1.26**
其他应收款			
马廷方	0.87	0.87	0.87
灿泰进出口	-	14.26	6.06
万事利集团及下属企业	-	8.97	-
锐拓纺织	-	6.26	7.51
万坤婴童	-	-	11.22
滕俊楷	-	-	2.25
文礼	-	-	0.28
小　计	**0.87**	**30.35**	**28.19**
其他非流动资产			
布调科技	-	-	44.00
小　计	**-**	**-**	**44.00**

2、应付关联方款项

报告期各期末，公司应付关联方款项如下表所示：

单位：万元

关联方名称	2020.12.31	2019.12.31	2018.12.31
应付账款			
万事利集团及下属企业	**57.37**	49.69	163.04
海宁万事利	5.29	5.29	5.29
锐拓纺织	-	-	0.42
小　计	**62.67**	**54.99**	**168.75**
预收账款			
万事利集团及下属企业	**44.99**	-	10.35
瑞能通信	0.67	-	0.67

单位：万元

关联方名称	2020.12.31	2019.12.31	2018.12.31
杭州海皇	0.44	-	-
先临三维	-	3.26	-
布调科技	-	-	-
小 计	**46.10**	**3.26**	**11.02**
其他应付款			
万事利集团及下属企业	-	14.11	517.54
必豪纺织品	1.50	1.50	1.50
马廷方	**0.57**	0.13	1.31
姚洪妹	-	7.55	-
孙立新	-	0.96	1.93
屠红燕	-	-	30.46
李建华	-	-	7.31
万事利化工	-	-	1.00
小 计	**2.07**	**24.25**	**561.05**

（四）关联交易简要汇总表及对公司经营状况和财务状况的影响

报告期内，公司全部关联交易的简要汇总表如下：

类别	关联交易内容	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
		交易金额（万元）	占同类交易比例	交易金额（万元）	占同类交易比例	交易金额（万元）	占同类交易比例
经常性关联交易	采购商品、接受劳务	**241.02**	**0.57%**	363.43	0.85%	556.94	1.23%
	销售商品、提供劳务	**651.72**	**0.89%**	1,089.52	1.50%	1,079.96	1.44%
	租入房屋	**510.41**	**43.34%**	449.39	37.75%	522.39	37.40%
	租出房屋	**95.95**	**21.30%**	95.30	19.52%	106.49	21.38%
	关键管理人员薪酬	**694.60**	**6.75%**	727.34	6.36%	671.47	5.99%
偶发性关联交易	购买资产	-	-	-	-	225.52	-

注：租入、租出房屋金额占同类交易比例系以报告期各期房租总支出、房租总收入为计算基数，关键管理人员薪酬占同类交易比例系以报告期各期薪酬发生额为计算基数。

报告期内，公司关联销售、关联采购等经常性交易均参照市场价格，定价公允，且交易金额占营业收入、当期采购总额的比例总体较低，关联资金拆借在报告期内也进行了清理规范。因此，报告期内，公司关联交易对公司财务状况和经

营成果的影响较小。

（五）比照关联交易披露的相关交易

1、向其他潜在利益相关方采购商品与接受劳务

其他潜在利益相关方名称	交易内容	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
		金额（万元）	占同类交易的比例	金额（万元）	占同类交易的比例	金额（万元）	占同类交易的比例
龙品纺织	采购服装等	**8.81**	**0.02%**	8.50	0.02%	10.97	0.02%
雄轩科技	**接受劳务**	**1.80**	**0.00%**	-	-	-	-
深圳万事利	采购文化创意品	**-**	**-**	31.34	0.07%	-	-
夯泰服饰	采购服装等	**-**	**-**	-	-	116.38	0.26%
	接受服装加工服务等	**-**	**-**	-	-	736.95	1.63%
鲸鱼科技	接受劳务	**-**	**-**	-	-	21.51	0.05%
辽宁万事利	采购贵金属	**-**	**-**	-	-	10.22	0.02%
合计		**10.61**	**0.03%**	**39.84**	**0.09%**	**896.03**	**1.98%**

注：占同类交易的比例系以当期采购总额为计算基数。

上述交易对象并非公司根据相关法律法规界定的关联方，但根据谨慎性原则，公司将上述交易比照关联交易进行披露。报告期内，公司向其他潜在利益相关方合计采购金额分别为 896.03 万元、39.84 万元和 **10.61** 万元，占当期采购总额的比重分别为 1.98%、0.09%和 **0.03%**，公司向其他潜在利益相关方采购的金额较小且逐年下降，对公司的财务情况和经营成果不产生重大影响。

（1）向夯泰服饰采购服装、服装加工服务等

发行人 2018 年度向夯泰服饰采购商品，以成品服装为主，包括男女睡衣、男女睡袍、吊带、睡裙等，由于发行人产品种类较多，并根据市场需求灵活调整采购内容，所采购的成品服装中仅有少数品种存在除夯泰服饰之外的其他供应商，其向夯泰服饰采购价与向第三方供应商采购价无重大差异。

品名	2018 年度		其他供应商 2018 年度单价（元）
	金额（万元）	单价（元）	
A 款服装	13.25	441.61	415.01
B 款服装	23.90	456.12	445.18
可比品种合计	**37.15**	**-**	**-**
成品服装合计	**109.56**	**-**	**-**

品名	2018 年度		其他供应商 2018 年度单价（元）
	金额（万元）	单价（元）	
占比	33.91%	-	-

注：为保护商业机密，上表具体型号服装以 A、B 代替。

发行人 2018 年向夯泰服饰采购服装加工服务。由于服装材料、款式、制造方法多样，不存在标准价格，发行人通过版房打样、向多个供应商询价等方式对价格公允性进行控制，采购价格公允。

（2）其他向潜在利益相关方的采购

2018-2020 年，发行人向龙品纺织采购面料，金额较小，价格以市场价确定，定价公允。2019 年，发行人向深圳万事利采购家纺产品，主要是由于客户需求较为紧急，发行人出于降低物流成本与缩短交货时间的考虑从深圳万事利处回购相应产品并销售给客户，上述交易价格按照市场价确定，定价公允。

2、向其他潜在利益相关方销售商品和提供劳务

单位：万元

其他潜在利益相关方名称	性质	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
		金额	占同类交易的比例	金额	占同类交易的比例	金额	占同类交易的比例
加盟商							
丝府文化	销售文化创意产品	**74.76**	**0.10%**	302.34	0.42%	-	-
子隆贸易	销售文化创意产品	**275.81**	**0.37%**	50.90	0.07%	195.22	0.26%
辽宁万事利	销售文化创意产品	**52.45**	**0.07%**	134.28	0.19%	325.19	0.44%
经销商							
深圳万事利	销售文化创意产品	**311.02**	**0.42%**	523.14	0.72%	680.67	0.92%
北京万事利	销售文化创意产品	**204.45**	**0.28%**	415.45	0.57%	-	-
智蓝云商	销售文化创意产品	**18.27**	**0.02%**	84.62	0.12%	88.29	0.12%
福缘文化	销售文化创意产品	**4.89**	**0.01%**	57.16	0.08%	47.99	0.06%
广州万事利丝绸	销售文化创意产品	**33.91**	**0.05%**	14.28	0.02%	-	-
	提供劳务	**-**	**-**	6.37	0.01%	-	-
蓝创工贸	销售文化创意产品	**0.37**	**0.00%**	56.08	0.08%	27.43	0.04%
万美通贸易	销售文化创意产品	**-**	**-**	55.02	0.08%	51.01	0.07%
橘气贸易	销售文化创	**-**	**-**	44.95	0.06%	29.83	0.04%

单位：万元

其他潜在利益相关方名称	性质	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
		金额	占同类交易的比例	金额	占同类交易的比例	金额	占同类交易的比例
	意产品						
久购贸易	销售文化创意产品	-	-	-	-	6.67	0.01%
其他客户							
帛淼服饰	销售面料等产品	**111.35**	**0.15%**	482.28	0.67%	318.12	0.43%
	提供印花加工等服务	**533.29**	**0.72%**	699.45	0.97%	162.78	0.22%
龙品纺织	销售面料等产品	**0.70**	**0.00%**	147.26	0.20%	285.87	0.38%
	提供印花加工等服务	**397.55**	**0.54%**	251.82	0.35%	-	-
西安孙悟空	销售文化创意品等产品	**12.55**	**0.02%**	57.01	0.08%	57.42	0.08%
万礼科技	销售文化创意品等产品	**3.23**	**0.00%**	0.65	0.00%	-	-
世庆贸易	销售文化创意品等产品	**0.34**	**0.00%**	6.59	0.01%	-	-
卡腾婴童	提供物业管理等服务	**3.92**	**0.01%**	3.43	0.00%	-	-
华钛机械	销售文化创意品等产品	**0.06**	**0.00%**	-	-	0.04	0.00%
鲸鱼科技	销售机器、墨水等	**2.44**	**0.00%**	46.79	0.06%	225.76	0.30%
舞阳市场管理	销售文化创意品等产品	**-**	**-**	4.29	0.01%	1.22	0.00%
每敏物流	销售文化创意品等产品	**-**	**-**	0.55	0.00%	0.17	0.00%
夯泰服饰	提供印花加工、物业管理等服务	**-**	**-**	-	-	80.38	0.11%
丝绸博物馆	销售文化创意品等产品	**-**	**-**	-	-	0.14	0.00%
雄轩科技	**销售文化创意品等产品**	**1.12**	**0.00%**	-	-	-	-
合 计		**2,042.50**	**2.78%**	**3,444.70**	**4.77%**	**2,584.20**	**3.48%**

注：占同类交易的比例系以当期销售收入为计算基数。

报告期内，公司向部分加盟商、经销商及其他客户销售文化创意品、面料、墨水等产品，并向部分客户提供印花加工、物业管理等服务。上述客户并非公司根据相关法律法规界定的关联方，但根据谨慎性原则，公司将上述交易比照关联交易进行披露。上述与其他潜在利益相关方交易的价格按照市场交易价格确定，定价公允。

报告期内，公司向其他潜在利益相关方合计销售金额分别为 2,584.20 万元、

3,444.70 万元和 **2,042.50** 万元，占当期营业收入的比重分别为 3.48%、4.77%和 **2.78%**，公司向其他潜在利益相关方销售金额较小，对公司的财务情况和经营成果不产生重大影响。

（1）向经销商、加盟商销售丝绸文化创意品

发行人向上表中经销商、加盟商销售文化创意品，其所享受的基准折扣按照发行人对分销商供货价格政策确定。其中深圳万事利、北京万事利因分别承接了发行人深圳、北京地区原分支机构员工，发行人按制度在经销商基准折扣的基础上再对其给予一定的价格支持。部分经销商所享受的折扣低于现行价格政策的规定，主要是由于该政策制定于 2017 年，近年来在经销谈判实务中发行人会根据市场实际情况进行灵活调整，但其折扣仍控制在合理范围内，总体不低于加盟商所享受的折扣水平。综上所述，上述定价合理、公允。除上述加盟商、经销商外，发行人向其他潜在利益相关方销售文化创意品的价格按照销售团队价格政策确定。

①辽宁万事利销售公允性分析

报告期内，公司向辽宁万事利及其他加盟商销售情况比较如下：

A、产品结构分析

单位：万元

名称	细分产品	2020 年度	2019 年度	2018 年度
辽宁万事利	丝巾	**13.48**	50.62	102.28
	品牌服装	**0.57**	32.92	82.00
	组合套装	**21.55**	32.45	120.53
	家纺	**10.90**	7.64	10.08
	合计金额	**46.49**	**123.63**	**314.89**
	占比	**88.64%**	92.07%	96.83%
当期其他前五大加盟商[注]	丝巾	**630.32**	1,164.83	1,180.56
	品牌服装	**424.47**	760.36	663.17
	组合套装	**204.28**	210.52	232.32
	家纺	**1,567.21**	1,712.35	883.92
	合计金额	**2,826.29**	**3,848.06**	**2,959.97**
	占比	**97.89%**	97.21%	93.79%

注：取数口径为当期除辽宁万事利外其他销售金额前五大加盟商，下同。

公司向辽宁万事利销售的主要产品类别与其他前五大加盟商基本相同，均为丝巾、品牌服装、组合套装及家纺，2018-2020 年公司向辽宁万事利销售上述四类产品占比在 90%***左右***，报告期内，公司向其他前五大加盟商销售四类产品占比在 90%以上。

B、销售单价分析

报告期内，公司向辽宁万事利销售产品的折扣政策与其他前五大加盟商差异较小，故通常情况下公司其他前五大加盟商销售相同产品的单价差异较小。报告期内，公司向加盟商销售具体产品超过 8,000 种，不同具体产品之间销售单价差异较大，其中丝巾、品牌服装单价从数十元至数万元不等，组合套装单价从数十元至数千元不等，因销售具体产品的结构差异导致公司向辽宁万事利与向其他前五大加盟商销售同一品类产品平均单价存在一定差异。经比对同大类产品下销售金额前十大细分产品的销售单价，公司向辽宁万事利和向其他前五大加盟商销售价格不存在重大差异，具体比较如下：

单位：元

项目		2020 年度	2019 年度	2018 年度
丝巾	丝巾品类销售给辽宁万事利平均单价[注 1]	**192.27**	133.10	91.54
	丝巾品类销售给当期其他前五大加盟商的平均单价[注 2]	**164.05**	162.89	159.11
	辽宁万事利丝巾品类前十大细分产品销售占比[注 3]	**78.82%**	25.60%	24.94%
	丝巾品类下辽宁万事利前十大细分产品销售单价与当期其他前五大加盟商相应产品销售单价的平均差异率[注 4]	**-5.38%**	-4.65%	-6.82%
品牌服装	品牌服装品类销售给辽宁万事利平均单价	**516.01**	628.19	780.18
	品牌服装品类销售给当期其他前五大加盟商的平均单价	**502.40**	403.78	503.20
	辽宁万事利品牌服装品类前十大细分产品销售占比	**100.00%**	19.93%	19.45%
	品牌服装品类下辽宁万事利前十大细分产品销售单价与当期其他前五大加盟商相应产品销售单价的平均差异率	**-7.43%**	0.00%	-7.93%
组合套装	组合套装品类销售给辽宁万事利平均单价	**123.65**	147.59	290.02

单位：元

项目		2020 年度	2019 年度	2018 年度
	组合套装品类销售给当期其他前五大加盟商的平均单价	**153.20**	195.63	249.13
	辽宁万事利组合套装品类前十大细分产品销售占比	**81.76%**	69.28%	94.87%
	组合套装品类下辽宁万事利前十大细分产品销售单价与当期其他前五大加盟商相应产品销售单价的平均差异率	**2.14%**	0.61%	-0.03%

注 1：平均单价计算过程为公司向辽宁万事利销售丝巾类产品总销售额/公司向辽宁万事利销售丝巾类产品总数量；

注 2：取数口径为当期除辽宁万事利外其他销售金额前五大加盟商，平均单价计算过程同辽宁万事利，针对品牌服装、组合套装品类的分析采用同样的取数口径；

注 3：取数口径为当期公司向辽宁万事利销售丝巾品类下销售金额前十大细分产品的销售额占丝巾品类销售额的比例，针对品牌服装、组合套装品类的分析采用同样的取数口径；

注 4：取数口径为当期公司向辽宁万事利销售丝巾品类下销售金额前十大产品的销售单价，减去公司向除辽宁万事利外其他前五大加盟商销售相应产品的销售单价计算差异率，前十大产品的差异率取算术平均值得出平均差异率，针对品牌服装、组合套装品类的分析采用同样的取数口径；差异率为负数代表公司销售给辽宁万事利产品价格低于其他前五大加盟商，反之亦然。

从具体产品来看，报告期内，发行人向辽宁万事利销售的丝巾前十大细分产品与其他前五大加盟商的平均单价差异率为-6.82%、-4.65%和**-5.38%**，差异率较低；发行人向辽宁万事利销售的品牌服装前十大细分产品与其他前五大加盟商的平均单价差异率为-7.93%、0.00%和**-7.43%**，**差异率较低**；发行人向辽宁万事利销售的组合套装前十大细分产品与其他前五大加盟商的平均单价差异率为-0.03%、0.61%和 **2.14%**，差异率较低；针对具体产品，发行人向辽宁万事利与其他加盟商的销售价格不存在重大差异。

C、毛利率分析

报告期内，公司向辽宁万事利、当期其他前五大加盟商销售毛利率比较如下：

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
辽宁万事利	**45.92%**	32.52%	29.92%
当期其他前五大加盟商[注]	**43.32%**	38.71%	42.54%

注：取数口径为当期其他前五大加盟商合计销售毛利/当期其他前五大加盟商合计销售金额。

2018-2019 年公司向辽宁万事利销售毛利率较其他前五大加盟商偏低，主要系公司于 2018 年中与辽宁万事利合作开发用于电视购物平台的个性化定制产品，

为期 1 年，该批产品折扣较低（低于 3 折）导致整体毛利率较低。

综上，从产品结构、销售单价、毛利率等维度对比，公司向辽宁万事利销售与其他主要加盟商销售不存在重大差异，公司向辽宁万事利销售真实，定价公允，不存在虚增收入和利润的情形。

②深圳万事利、北京万事利销售公允性分析

A、产品结构分析

单位：万元

名称	细分产品	2020 年度	2019 年度	2018 年度
深圳万事利	丝巾	**92.10**	240.96	394.45
	组合套装	**105.06**	127.52	94.42
	家纺	**69.09**	53.18	71.74
	合计金额	**266.25**	**421.66**	**560.61**
	占比	**85.97%**	80.60%	82.36%
北京万事利	丝巾	**91.02**	209.09	-
	组合套装	**59.86**	110.20	-
	家纺	**30.20**	22.18	-
	合计金额	**181.08**	**341.47**	-
	占比	**88.57%**	82.19%	-
当期其他前五大经/代销商[注]	丝巾	**448.42**	218.28	619.61
	组合套装	**283.92**	246.17	49.20
	家纺	**270.37**	562.34	1,309.92
	合计金额	**1,002.71**	**1,026.79**	**1,978.73**
	占比	**87.16%**	84.99%	76.42%

注：取数口径为当期除深圳万事利、北京万事利外其他销售金额前五大经/代销商，下同。

公司向深圳万事利、北京万事利及其他前五大经/代销商销售的产品主要为丝巾、组合套装及家纺，三类产品销售占比均在 80%左右。

B、销售单价分析

因深圳万事利、北京万事利属于地区代理型经销商，且采购金额较大，各期均为公司前三大经/代销商，故通常情况下对于相同产品上述 2 家经销商享受更优惠的价格，通常其常规产品的折扣低于其他经/代销商 10%-30%。此外，报告

期内公司向经/代销商销售具体产品超过 4,000 种，不同具体产品销售单价差异较大，丝巾和组合套装单价从数十元至数千元不等，家纺单价从数十元至数万元不等，销售具体产品的结构差异导致平均单价波动，具体比较如下：

单位：元

项目		2020 年度	2019 年度	2018 年度
丝巾	丝巾品类销售给深圳万事利平均单价[注 1]	**118.14**	116.60	142.26
	丝巾品类销售给北京万事利平均单价[注 1]	**120.47**	119.16	/
	丝巾品类销售给当期其他前五大经/代销商的平均单价[注 2]	**151.94**	140.64	87.30
	深圳万事利丝巾品类前十大细分产品销售占比[注 3]	**38.82%**	30.17%	44.84%
	丝巾品类下深圳万事利前十大细分产品销售单价与当期其他前五大经/代销商相应产品销售单价的平均差异率[注 4]	**-25.93%**	-19.49%	-67.10%
	北京万事利丝巾品类前十大细分产品销售占比[注 3]	**56.61%**	43.74%	/
	丝巾品类下北京万事利前十大细分产品销售单价与当期其他前五大经/代销商相应产品销售单价的平均差异率[注 4]	**-25.51%**	-18.72%	/
组合套装	组合套装品类销售给深圳万事利平均单价	**138.03**	153.25	162.81
	组合套装品类销售给北京万事利平均单价	**181.72**	247.96	/
	组合套装品类销售给当期其他前五大经/代销商的平均单价	**184.89**	256.05	126.05
	深圳万事利组合套装品类前十大细分产品销售占比	**57.29%**	63.21%	65.31%
	组合套装品类下深圳万事利前十大细分产品销售单价与当期其他前五大经/代销商相应产品销售单价的平均差异率	**-33.19%**	-23.82%	-24.38%
	北京万事利组合套装品类前十大产品销售占比	**72.98%**	71.72%	/
	组合套装品类下北京万事利前十大产品销售单价与当期其他前五大经/代销商相应产品销售单价的平均差异率	**-19.46%**	-26.26%	/
家纺	家纺品类销售给深圳万事利	**406.89**	390.46	306.19

单位：元

项目		2020 年度	2019 年度	2018 年度
	平均单价			
	家纺品类销售给北京万事利平均单价	**700.75**	1,246.06	/
	家纺品类销售给当期其他前五大经/代销商的平均单价	**371.74**	576.76	311.45
	深圳万事利家纺品类前十大细分产品销售占比	**86.89%**	69.53%	73.74%
	家纺品类下深圳万事利前十大细分产品销售单价与当期其他前五大经/代销商相应产品销售单价的平均差异率	**-17.36%**	-2.06%	-25.47%
	北京万事利家纺品类前十大产品销售占比	**98.08%**	60.41%	/
	家纺品类下北京万事利前十大产品销售单价与当期其他前五大经/代销商相应产品销售单价的平均差异率	**0.35%**	-12.09%	/

注 1：平均单价计算过程为公司向深圳万事利或北京万事利销售丝巾类产品总销售额/公司向深圳万事利或北京万事利销售丝巾类产品总数量；

注 2：取数口径为当期公司向除深圳万事利、北京万事利外其他销售金额前五大经/代销商，平均单价计算过程同深圳万事利和北京万事利，针对组合套装、家纺品类的分析采用同样的取数口径；

注 3：取数口径为当期公司向深圳万事利或北京万事利销售丝巾品类下前十大细分产品的销售额占丝巾品类销售额的比例，针对组合套装、家纺品类的分析采用同样的取数口径；

注 4：取数口径为当期公司向深圳万事利或北京万事利销售丝巾品类下前十大产品的销售单价，减去公司向除深圳万事利、北京万事利外销售金额其他前五大加盟商销售相应产品的销售单价计算差异率，前十大产品的差异率取算术平均值得出平均差异率，针对组合套装、家纺品类的分析采用同样的取数口径；差异率为负数代表公司销售给深圳万事利或北京万事利产品价格低于其他前五大经/代销商，反之亦然。

经比对同大类产品下销售金额前十大细分产品的销售单价，公司向深圳万事利、北京万事利低于向其他前五大经销商销售价格具体而言：

报告期内，发行人向深圳万事利销售的丝巾前十大细分产品与其他前五大加盟商的平均单价差异率为-67.10%、-19.49%和**-25.93%**，2018 年因公司向其他电视购物渠道经/代销商销售某款丝巾产品价格较高（公司主要向该客户销售家纺产品，当期销售约 30 万元的丝巾产品，该部分销售不享受经/代销商的价格政策，单价较高），导致公司向深圳万事利销售单价大幅低于其他前五大经/代销商，上述情形具备合理性；2019-**2020** 年，发行人向北京万事利销售的丝巾前十大细分产品与其他前五大加盟商的平均单价差异率为-18.72%、**-25.51%**。

报告期内，发行人向深圳万事利销售的组合套装前十大细分产品与其他前五

大加盟商的平均单价差异率为-24.38%、-23.82%和**-33.19%**，2019-**2020** 年，发行人向北京万事利销售的组合套装前十大细分产品与其他前五大加盟商的平均单价差异率为-26.26%、**-19.46%。**

报告期内，发行人向深圳万事利销售的家纺前十大细分产品与其他前五大加盟商的平均单价差异率为-25.47%、-2.06%和**-17.36%**；2019-**2020** 年，发行人向北京万事利销售的家纺前十大细分产品与其他前五大加盟商的平均单价差异率为-12.09%、**0.35%**，2020 年，因其采购某款非常规产品（非常规产品不执行经销协议折扣政策，根据客户具体订单确定价格），导致公司向北京万事利销售单价基本与其他前五大经/代销商一致，上述情形具备合理性。

整体而言，因深圳万事利、北京万事利为公司地区代理型经销商，各期均为公司前三大经/代销商,其具体产品的销售单价普遍低于其他经/代销商，部分品类单价偏离率较大亦具备合理性，不存在重大异常。

C、毛利率变动分析

报告期内，公司向深圳万事利、北京万事利、其他前五大经/代销商销售毛利率如下：

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
深圳万事利	**40.15%**	36.75%	48.31%
北京万事利	**40.49%**	35.76%	/
当期其他前五大经/代销商[注]	**49.43%**	36.73%	31.01%
剔除销售定制产品客户后当期其他前五大经/代销商	**49.43%**	**45.42%**	**59.77%**

注：取数口径为当期其他前五大经/代销商合计销售毛利/当期其他前五大经/代销商合计销售金额。

公司主要经/代销商中因销售渠道、定制或常规产品、提货规模不同导致毛利率存在差异，**因深圳万事利、北京万事利属于地区代理型经销商，且采购金额较大，通常其常规产品的折扣低于其他经/代销商 10%-30%，毛利率亦相对较低。**2018-**2019** 年公司向其他前五大经/代销商销售毛利率较低主要系当期公司向**个别**经/代销商销售了毛利率相对较低的定制款产品，拉低了整体销售毛利率，扣除上述特殊客户低毛利率影响，当期其他前五大经/代销商销售毛利率**分别**为**59.77%、45.42%，扣除定制品因素后，报告期内，公司向深圳万事利、北京万**

事利销售毛利率低于其他前五大经/代销商 10 个百分点左右。

综上，公司向深圳万事利、北京万事利销售真实，定价公允，不存在虚增收入和利润的情形。

D、深圳万事利销售毛利率及定价公允性

a、向深圳万事利销售毛利率与丝绸文化创意品前五大客户对比

报告期各期，深圳万事利均系丝绸文化创意品前五大客户，发行人向深圳万事利销售毛利率为 48.31%、36.75%和 **40.15%**。其中，2018 年度，公司向深圳万事利销售毛利率较高，主要原因系：前五大客户中，部分直销客户存在针对单一产品的大额采购，公司在适当审批后执行相对较低的报价，部分分销客户因销售规模较大或单款产品采购数量较大等因素，享受相对较低的价格，毛利率相对较低：如事帛丝绸及其关联方 2018 年提货额超过 1,000 万元，系公司同时期销售额最高的加盟商，福粒科技 2018 年度存在针对单款产品的大额订单超过 500 万元，惠买在线及其关联方系电视购物渠道运营商，采购产品主要为定制家纺产品，2018 年提货额超过 1,000 万元。2018 年度，深圳万事利系公司第四大客户，公司向其销售金额为 680.67 万元，其作为分销商不存在单笔大额采购，采购总额亦相对低于事帛丝绸、惠买在线等分销商，因此，2018 年度，深圳万事利毛利率与其他前五大客户存在一定差异。

2019 年，公司向深圳万事利销售毛利率与丝绸文化创意品前五大客户中其他分销客户毛利率水平不存在重大差异，公司向深圳万事利销售毛利率与丝绸文化创意品前五大客户中其他直销客户毛利率的差异除直销客户采购定制产品毛利率较低外，部分直销客户当期仅有小额销售（如中国邮政），销售毛利率较高。

2020 年，公司向深圳万事利销售毛利率低于丝绸文化创意品前五大客户中部分其他分销客户毛利率，主要原因系：深圳万事利属于地区代理型经销商，且采购金额较大，通常情况下享受更优惠的价格，其常规产品的折扣低于其他经/代销商 10%-30%，且深圳万事利与其他前五大客户中其他分销客户采购产品类别不同，导致毛利率存在差异。

b、向深圳万事利销售毛利率与加盟、经销渠道对比

报告期内，公司向深圳万事利销售毛利率加盟及经销渠道平均毛利率情况具

体如下：

项　目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
深圳万事利	**40.15%**	36.75%	48.31%
加盟商	/	/	43.18%
经销商	**47.09%**	42.85%	/

注：加盟商毛利率系丝绸文化创意品加盟商客户平均毛利率，经销商毛利率系丝绸文化创意品经销商客户平均毛利率。由于深圳万事利 2018 年度为加盟商而 2019-2020 年**度**为经销商，为便于比较，此处仅列示 2018 年度加盟商毛利率和 2019-2020 年**度**经销商毛利率。

2018 年度深圳万事利为公司加盟商，2019 年 3 月起，深圳万事利与公司重新签订合作协议，合作性质变更为经销模式。

2018 年度，公司向深圳万事利销售的毛利率略高于加盟商平均毛利率，主要原因系销售结构差异。2018 年度，深圳万事利与加盟商整体销售结构与毛利率情况如下：

项　目		毛利率	销售占比
丝巾产品	深圳万事利	49.35%	57.95%
	加盟商平均	50.35%	38.84%
家纺、服装产品	深圳万事利	39.64%	12.39%
	加盟商平均	35.68%	44.40%
丝绸文化创意品其他产品[注]	深圳万事利	49.88%	29.66%
	加盟商平均	46.43%	16.76%

注：取数口径为除上表列示的丝巾、家纺、服装产品外，其他丝绸文化创意品平均毛利率。

2018 年度，深圳万事利在终端销售环节除面向个人消费者外，还存在部分企事业单位客户，此类终端客户对公司丝巾产品存在部分商务性需求，因此公司向深圳万事利销售的产品以毛利率较高的丝巾产品为主，丝巾产品销售占比均超过 50%，而毛利率较低的家纺和服装产品销售占比仅为 12-13%。公司部分加盟商以面向个人消费为主，对于家纺、服装等个人消费属性较强的产品需求相对较高，因此，加盟商销售除丝巾外，家纺和服装产品销售占比超过 40%。因此，深圳万事利销售毛利率略高于加盟商平均毛利率。

2019-2020 年**度**，公司向深圳万事利销售的毛利率低于经销商平均毛利率，主要原因系深圳万事利与前五大客户中其他分销商相比销售规模较大，公司基于销售规模、合作历史等因素考虑，给予深圳万事利的折扣低于其他经销商平均水

平。深圳万事利当期销售结构以丝巾、组合套装为主，销售结构与经销商整体销售结构相似。

公司向深圳万事利销售的毛利率与其他客户存在一定差异，差异原因具有合理性。公司按照定价制度确定对深圳万事利的销售价格，销售定价公允。

综上，公司向深圳万事利、北京万事利销售真实，定价公允，不存在虚增收入和利润的情形。

（2）向帛淼服饰、龙品纺织提供印花加工服务

报告期内，发行人向帛淼服饰、龙品纺织提供印花加工服务，该服务受面料材质、花型复杂度、加工数量、后道工序等多重因素影响，报价存在一定范围的波动。数码印花加工单价比较结果如下：

客户	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	加工金额（万元）	单价（元）	加工金额（万元）	单价（元）	加工金额（万元）	单价（元）
帛淼服饰	**533.29**	**8.49**	622.79	13.00	111.91	10.77
龙品纺织	**397.55**	**7.56**	251.82	13.33	-	-
其他同类数码喷印	**447.88**	**9.81**	570.40	11.69	498.18	14.34

2017 年度，帛淼服饰仅进行少量打样，故单价较高；2020 年度，由于公司印花加工业务受到新冠肺炎疫情影响，而帛淼服饰与龙品纺织订单量较大，工艺较为简单，故单价较低。帛淼服饰、龙品纺织加工单价与同类业务第三方客户相比存在一定差异，但具有商业合理性。

（3）向龙品纺织、帛淼服饰销售面料

报告期内，发行人主要向龙品纺织、帛淼服饰销售面料，其单价与向其他第三方客户销售的单价无重大差异，细微差异主要系由于面料门幅宽度不同，导致单价不同，整体销售价格公允、合理，具体如下：

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
龙品纺织			
有可比价格的主要面料品类销售金额	-	135.02	239.82
占向龙品纺织当期销售额的比重	-	91.69%	83.89%

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
与可比价格偏离率加权平均值	-	-1.23%	-0.11%
帛淼服饰			
有可比价格的主要面料/服装品类销售金额	**65.26**	285.87	289.30
占向帛淼服饰当期销售额的比重	60.33%	60.53%	92.66%
与可比价格偏离率加权平均值	19.50%	-1.52%	-9.98%

注 1：偏离率=（销售单价-可比价格）/销售单价，加权平均值=∑（偏离率*该品类销售金额/可比主要品类销售总金额），偏离率为负数说明发行人向龙品纺织销售价格低于向其他第三方客户销售价格；
注 2：2020 年**度**帛淼服饰偏离率加权平均值较高主要是因为向帛淼服饰销售的 22MM 双乔绉门幅为 140CM，向其他客户销售的 22MM 双乔绉门幅为 114CM；
注 3：2020 年**度**帛淼服饰可比品类占比较低是由于当期销售了部分家纺产品，价格按照统一定价政策确定，定价公允；2019 年度可比品类占比较低是由于部分面料当期仅此一家客户，无可比价格。

（4）向承租下沙万事利工业园房屋的企业提供物业管理等服务

报告期内，发行人向承租下沙万事利工业园房屋的潜在利益相关方提供物业管理等服务，收取费用情况如下：

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
物业、水电、停车费等	**3.92**	3.43	42.45

其中物业管理费视房屋楼层、用途、入驻时长等因素不同略有调整，水费、电费、停车费等价格与其他租户一致。发行人向关联方与其他租户收取的物业管理费等费用标准无重大差异，定价公允。

（5）向鲸鱼科技销售数码印花设备、墨水、其他配饰等

2018-2019 年，公司向鲸鱼科技销售金额分别为 225.76 万元、46.79 万元，销售的产品主要包括数码印花设备、墨水等，2020 年未产生销售。公司向鲸鱼科技销售的产品与向第三方销售情况比较如下：

单位：台、件，万元/台、元/件

项目	客户名称	2020 年		2019 年		2018 年	
		数量	单价	数量	单价	数量	单价
数码印花设备	鲸鱼科技	-	-	-	-	7	22.54
	第三方客户	-	-	-	-	4	27.26

单位：台、件，万元/台、元/件

项目	客户名称	2020 年		2019 年		2018 年	
		数量	单价	数量	单价	数量	单价
墨水	鲸鱼科技	-	-	3,950	118.45	5,860	115.65
	第三方客户	740	123.89	6,330	122.43	12,380	130.54
其他	鲸鱼科技	-	-	-	-	5	539.00

注：其他主要系丝巾等配饰。

报告期内，公司向各客户销售的数码印花设备、墨水主要型号不同，导致单价存在略微差异，整体销售单价差异较小。

3、房屋租赁

报告期内，为满足公司本部行政、财务、销售部门的办公需求，公司向其他潜在利益相关方租用经营用房；万事利数码多余的办公、生产及仓储用房也向其他潜在利益相关方出租。

（1）向其他潜在利益相关方承租

单位：万元

出租方	承租方	2020 年度	2019 年度	2018 年度
黄剑锋	万事利丝绸	10.42	10.19	10.19
雄轩科技	**万事利丝绸**	**5.44**	-	-
合 计		**15.86**	**10.19**	**10.19**

注：黄剑锋为万事利集团现任员工。

公司向其他潜在利益相关方承租单价与可比承租单价区间不存在重大差异，具体如下：

单位：元/平方米·日

出租方	承租方	房屋类型	承租单价	可比承租单价区间[注]
黄剑锋	**万事利丝绸**	**办公用房**	**2.60-2.73**	**2.48-2.76**
雄轩科技	**万事利丝绸**	**仓库**	**0.43**	**0.28-0.65**

注：可比承租单价区间取数来源为该办公大厦其他无关联第三方的承租单价，并结合同区域网络查询的报价情况。

（2）租赁给其他潜在利益相关方

单位：万元

出租方	承租方	2020 年度	2019 年度	2018 年度
万事利数码	卡腾婴童	5.90	4.66	-
万事利数码	夯泰服饰	-	-	44.61
合 计		5.90	4.66	44.61

公司向其他潜在利益相关方出租单价与可比承租单价区间不存在重大差异，具体如下：

单位：元/平方米·月

出租方	承租方	房屋类型	出租单价	可比承租单价区间[注]
万事利数码	卡腾婴童	办公用房	27.00-28.00	20.00-33.00
万事利数码	夯泰服饰	生产用房	15.00	15.00-20.00
		仓储用房	15.00	15.00-23.00

注：可比承租单价区间取数来源为发行人出租同工业园自有房屋给其他无关联第三方的出租单价，并结合同区域网络查询的报价情况。

综上，报告期内，公司向其他潜在利益相关方出租或承租房屋的作价参考同区域房产租金确认，与同区域无关联第三方单位租金以及同区域的市场租金价格不存在明显差异，定价公允。

4、向其他潜在利益相关方采购固定资产

2020 年度，发行人向鲸鱼科技采购固定资产，情况如下：

单位：万元

其他潜在利益相关方名称	交易内容	2020 年度	2019 年度	2018 年度
鲸鱼科技	固定资产	566.11	-	-

为进一步做大数码印花业务，万事利数码于 2020 年 12 月以 566.11 万元（不含增值税）价格向鲸鱼科技收购了合作项目 27 台数码喷印设备及附属设备，根据坤元评报[2020]675 号评估报告，上述设备评估价值 566.11 万元，定价公允。

关于发行人与鲸鱼科技合作数码印花加工项目的具体情况参见本招股说明书第六节之“七、（一）3、（2）合作设备”。

5、其他潜在利益相关方应收应付款项

（1）应收其他潜在利益相关方款项

报告期各期末，公司应收其他潜在利益相关方款项如下表所示：

单位：万元

其他潜在利益相关方名称	2020.12.31	2019.12.31	2018.12.31
应收账款			
龙品纺织	**240.45**	292.61	331.52
帛淼服饰	**170.95**	287.37	83.72
北京万事利	**114.26**	278.70	-
丝府文化	**17.05**	55.47	-
深圳万事利	**48.19**	94.56	40.38
万美通贸易	**34.14**	34.14	29.19
久购贸易	**25.84**	25.84	25.84
橘气贸易	**11.08**	11.08	7.78
智蓝云商	**4.24**	26.30	10.74
辽宁万事利	**0.45**	20.76	-
世庆贸易	**0.70**	6.57	-
蓝创工贸	**2.18**	2.18	-
卡腾婴童	**0.23**	-	-
西安孙悟空	**-**	48.53	13.45
子隆贸易	**23.86**	13.82	-
每敏物流	**0.33**	0.33	0.19
广州万事利丝绸	**1.40**	2.96	-
福缘文化	**-**	2.18	0.62
鲸鱼科技	**-**	-	33.00
标绣贸易	**-**	-	7.09
雄轩科技	**1.27**	**-**	**-**
小　计	**696.61**	**1,203.38**	**583.51**

（2）应付其他潜在利益相关方款项

报告期各期末，公司应付其他潜在利益相关方款项如下表所示：

单位：万元

其他潜在利益相关方名称	2020.12.31	2019.12.31	2018.12.31
应付账款			
深圳万事利	**-**	0.04	0.82

单位：万元

其他潜在利益相关方名称	2020.12.31	2019.12.31	2018.12.31
夯泰服饰	-	22.46	22.46
鲸鱼科技	**63.97**	**-**	**-**
小 计	**63.97**	**22.49**	**23.28**
预收账款			
福缘文化	**0.03**	-	-
子隆贸易	-	-	9.18
辽宁万事利	-	-	8.36
舞阳市场管理	-	-	4.98
蓝创工贸	-	-	2.81
小 计	**0.03**	-	**25.32**
其他应付款			
蓝创工贸	**5.00**	5.00	5.00
子隆贸易	**5.00**	5.00	5.00
北京万事利	**5.00**	5.00	-
深圳万事利	**5.00**	5.00	-
卡腾婴童	**1.00**	1.00	-
辽宁万事利	-	0.50	10.00
黄剑锋	-	0.13	1.09
小 计	**21.00**	**21.63**	**21.09**

6、比照关联交易披露的相关交易简要汇总表及对公司经营状况和财务状况的影响

报告期内，公司全部比照关联交易披露的相关交易简要汇总表如下：

类别	与其他潜在利益相关方交易内容	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
		交易金额（万元）	占同类交易比例	交易金额（万元）	占同类交易比例	交易金额（万元）	占同类交易比例
经常性交易	采购商品、接受劳务	**10.61**	**0.03%**	39.84	0.09%	896.03	1.98%
	销售商品、提供劳务	**2,042.50**	**2.78%**	3,444.70	4.77%	2,584.20	3.48%
	租入房屋	**15.86**	**1.35%**	10.19	0.86%	10.19	0.73%
	租出房屋	**5.90**	**1.31%**	4.66	0.95%	44.61	8.96%
偶发性交易	**购买资产**	**566.11**	**-**	**-**	**-**	**-**	**-**

注：租入、租出房屋金额占同类交易比例系以报告期各期房租总支出、房租总收入为计算基数。

报告期内，公司与其他潜在利益相关方的经常性交易均参照市场价格，定价公允。报告期内，公司与其他潜在利益相关方的交易对公司财务状况和经营成果的影响较小。”

发行人已按照《企业会计准则》《上市公司信息披露管理办法》等相关规定在招股说明书第七节之“八、关联交易”中完整、准确地对关联交易进行了披露。

七、在关联交易汇总表中补充披露关联交易金额占同类交易比重

发行人已在招股说明书中补充了披露关联交易金额占同类交易比重，具体可参见本问询函回复问题 3 之“六、（二）关联交易的披露”。

八、报告期内各笔关联交易履行的内部决策程序是否符合法律法规以及公司章程的相关规定，发行人内控制度是否能够保证资金安全，是否健全有效

（一）关联交易履行的内部决策程序的合规性

发行人已在招股说明书第七节之“九、（四）公司关联交易制度的执行情况和独立董事意见”对于关联交易履行的内部决策程序的合规性作如下补充披露：

依据《公司法》《证券法》《关于在上市公司建立董事制度的指导意见》《深圳证券交易所创业板上市公司规范运作指引》等相关法律法规，发行人通过股东大会、董事会制定了《公司章程》《股东大会议事规则》《董事会议事规则》，明确规定了关联交易的表决和回避程序，并制定了《独立董事制度》《关联交易管理制度》，对公司与关联方的关联交易内容、董事会及股东大会批准关联交易的权限以及董事会、股东大会审议关联交易的决策程序、关联董事、关联股东的回避表决程序、独立董事对关联交易发表独立意见等均作出明确规定，并得到了有效执行。

1、关联交易决策程序的履行情况

2018 年度起，发行人股东大会分别审议通过了《关于 2018 年度拟发生关联交易的议案》《关于 2019 年度拟发生关联交易的议案》和《关于 2020 年度关联交易预计的议案》，因公司正常的业务需要，同意公司向控股股东及实际控制人控制的下属企业发生相应的关联交易，相关交易将依据市场公允价格确定，关联

股东回避表决，程序规范，符合法律、法规和《公司章程》的相关规定，所作出的股东大会决议合法、有效。

发行人 2020 年第四次临时股东大会、2020 年第五次临时股东大会**和 2020 年年度股东大会**分别审议通过了《关于公司最近三年关联交易审查意见的议案》《关于公司最近一期关联交易审查意见的议案》**和《关于 2020 年关联交易审查意见的议案》**，对报告期内公司发生的关联交易进行了确认，关联股东回避了表决，程序规范，符合法律、法规和《公司章程》的相关规定，所作出的股东大会决议合法、有效。

2、独立董事对公司关联交易的核查意见

独立董事对公司 **2018** -2020 年度的关联交易预计事项发表了独立意见，认为相关拟发生的关联交易是公司因正常的业务需要而进行的，将根据市场原则运作，有利于保证公司稳定发展，关联交易价格按照市场价格协议协商确定，符合公平合理原则，未发现损害公司及中小股东利益的情况。

独立董事对于公司 **2018** -2020 年**度**期间关联交易事项发表了独立意见，认为公司近三年发生的关联交易系基于正常的市场交易条件及有关协议的基础上进行的，关联交易价格公允；该等关联交易符合公司的实际需要，符合关联交易规则，不存在损害公司和股东利益的行为，程序符合《公司法》《公司章程》和其他公司制度的规定。

（二）发行人内控制度对资金的管理

发行人已在招股说明书第七节之“一、（六）4、关联方资金拆借”中对发行人内控制度对资金的管理进行如下补充披露：

发行人已于 2017 年末结清了全部关联方资金往来。报告期内，发行人未发生其他关联方资金拆借的情形。发行人已制定了《关联交易管理制度》《防止大股东及关联方占用公司资金管理制度》等与资金管理相关的内部控制制度，相关内控合理、正常运行并持续有效。

根据天健事务所出具的《关于杭州万事利丝绸文化股份有限公司内部控制的鉴证报告》（天健审〔2020〕9689 号），万事利丝绸按照《企业内部控制基本规范》及相关规定于 2020 年 6 月 30 日在所有重大方面保持了有效的内部控制。

综上所述，发行人内控制度健全有效，能够保证资金安全。

九、公司及实际控制人为减少并规范关联交易所采取的措施及执行情况

（一）公司及实际控制人为减少并规范关联交易所采取的措施

发行人在招股说明书第七节之“十、发行人关于避免关联交易的措施”中，对于减少并规范关联交易所采取的措施进行如下补充披露：

公司在生产经营过程中将尽量减少关联交易的发生，对于不可避免的关联交易，发行人已在其公司章程、《股东大会议事规则》《董事会议事规则》《独立董事制度》《关联交易管理制度》《对外担保管理制度》中对关联方的认定、关联交易的认定、关联交易的定价、关联交易决策应遵循的程序等内容进行了相关规定；以上制度从不同角度对发行人关联交易决策作出了必要的要求和安排，以保证关联交易的公允性，确保关联交易行为不损害发行人和中小股东的利益。公司未来在进入新的业务领域时，将重点考虑业务发展的独立性，尽量避免与关联方发生新的关联交易。

公司实际控制人屠红燕、李建华、屠红霞、王云飞、沈柏军，控股股东万事利集团，持股 5%以上股东丝奥投资、丝昱投资、丝弦投资、浙商投资及其一致行动人乐世利投资以及公司董事、监事、高级管理人员已出具《关于减少和规范关联交易的承诺函》：

1、除已经披露的关联交易事项外，本公司/本企业/本人及本公司/本企业/本人控制或施加重大影响的企业与发行人不存在其他关联交易；

2、本公司/本企业/本人不会实施影响发行人的独立性的行为，并将保持发行人在资产、人员、财务、业务和机构等方面的独立性；

3、本公司/本企业/本人将尽量避免与发行人之间产生关联交易事项，对于不可避免发生的关联业务往来或交易，将按照公平、公允和等价有偿的原则进行，交易价格将按照市场公认的合理价格确定；

4、本公司/本企业/本人将严格遵守发行人公司章程中关于关联交易事项的回避规定，所涉及的关联交易均将按照发行人关联交易决策程序进行，并将履行合法程序，及时对关联交易事项进行信息披露；

5、本公司/本企业/本人保证不会利用关联交易转移发行人的利润，不会通过影响发行人的经营决策来损害发行人及其他股东的合法权益；

6、本公司/本企业/本人及本公司/本企业/本人控制的企业不以任何方式违法违规占用发行人资金及要求发行人违规提供担保。

2021 年 2 月 21 日，为进一步减少关联交易，公司控股股东万事利集团出具了《关于向万事利丝绸采购丝绸文化创意品事项的说明及承诺函》，承诺：

未来，本公司及本公司控制的其他企业等关联方，会在满足自身商务往来需求的基础上逐步增加所选择的商务礼品多元化程度，即逐步控制/减少其向万事利丝绸采购相关丝绸文化创意品的金额，尽最大努力将每年度采购金额将控制在 500 万元以下。本公司及本公司控制的其他企业等关联方以市场价格进行前述交易，不会通过该等交易向万事利丝绸进行利益输送。

2021 年 2 月 21 日，为进一步减少关联交易，发行人出具了《关于控制关联交易的说明及承诺函》，承诺：

1、2017 年度，公司曾通过万事利集团资金发放员工的销售提成和年终奖，公司已进一步完善资金管理制度，加强对账户开立、使用、监管等方面的规范，已经杜绝通过个人卡发放工资的情况；2017-2019 年 6 月，曾有万事利集团员工参与公司的“全民营销”活动，公司向万事利集团支付了相关提成。公司承诺，该类关联交易未来将不再发生。

2、报告期内，2018 年起，公司已经停止向万事利集团及其下属其他企业采购丝绸、服装等产品；公司现已停止向万事利集团及其下属其他企业采购装修服务。公司承诺，未来将避免与万事利集团及其下属其他企业发生前述不必要的关联交易；同时，针对因承租万事利集团拥有的房产用于办公经营而产生的采购餐饮、物业管理等服务，公司将尽最大努力控制该类交易金额的规模，避免出现不必要的增长。

3、截至本说明及承诺函出具日，公司已停止向万事利集团出租万事利下沙工业园的一处房屋（档案室），目前已收回自用。公司未来不再向万事利集团及其下属企业出租房产。

4、针对公司因办公经营需要，承租万事利集团拥有的万事利科技大厦的相

关房产。公司承诺，未来将通过将部分部门人员逐步搬迁至公司自有物业、向其他无关联的第三方承租或购买房产或购买向万事利集团承租的房产等方式减少或消除该等关联租赁。

（二）公司及实际控制人为减少并规范关联交易所采取措施的执行情况

发行人在招股说明书第七节之“九、（四）公司关联交易制度的执行情况和独立董事意见”中对于其规范关联交易的相关制度执行情况进行了披露。

发行人在招股说明书第七节之“八、关联交易”中对于关联交易金额及占同类交易占比的情况进行了补充披露：

报告期内，公司向关联方合计采购金额分别为 556.94 万元、363.43 万元和 **241.02** 万元，占当期采购总额的比重分别为 1.23%、0.85%和 **0.57%**，占当期营业成本的比重分别为 1.17%、0.79%和 **0.54%**，公司关联采购金额较小且逐年下降，对公司的财务情况和经营成果不产生重大影响。

报告期内，发行人向关联方合计销售金额分别为 1,079.96 万元、1,089.52 万元和 **651.72** 万元，占当期营业收入的比重分别为 1.44%、1.50%和 **0.89%**，公司关联销售金额较小，对公司的财务情况和经营成果不产生重大影响。

报告期内，公司关联采购金额及占当期采购总额、营业成本的比重逐期下降，关联销售金额及占营业收入的比重较小且保持稳定，公司及实际控制人为减少并规范关联交易所采取的措施的执行情况较好。

十、请保荐人、发行人律师核查并发表明确意见

（一）核查程序

为核查上述事项，保荐机构和发行人律师主要履行了如下核查程序：

1、通过国家企业信用信息公示系统、企查查、天眼查等渠道对万事利印染、万事利培训站、胶州湾置业、联华化纤被吊销营业执照时间、相关原因、主要人员等情况进行网络核查；查阅了《公司法》《企业年度检验办法》《登记管理条例》等相关法律法规；查阅了发行人报告期内的历次股东大会、董事会会议材料，比对发行人董事、监事、高级管理人员是否曾在上述公司任职；并取得万事利集团关于万事利印染、万事利培训站、胶州湾置业、联华化纤被吊销营业执照情况的

说明。

2、通过国家企业信用信息公示系统、企查查、天眼查等渠道对禾和贸易、万事利针织的工商情况进行网络核查；通过中国执行信息公开网、中国裁判文书网、中国审判流程信息公开网、信用中国等渠道对禾和贸易、万事利针织的诉讼情况进行网络核查；取得万事利集团出具的禾和贸易、万事利针织清算情况说明。

3、取得 11 家无实际经营业务且未注销企业的工商资料、营业执照或网络查询资料，核实其存续状态、经营范围等信息；通过国家企业信用信息公示系统、企查查、天眼查等渠道对 11 家无实际经营业务且未注销企业的工商资料的变动进行网络核查；实地走访了马克罗西，证实其已无生产经营活动，取得境外律师就马克罗西相关事项出具的法律意见书；取得控股股东万事利集团、实际控制人王云飞出具的关于其所控制的企业未进行注销的原因及未来经营计划或安排的说明。

4、查询了 2017 年资金往来明细，并取得了相应原始凭证、记账凭证与银行流水等资料，确认资金拆借的金额、时间准确；取得了创立大会、股东大会会议资料及资金拆借相关的制度文本，查询了关于资金往来的规定及相关议案的审议情况；取得了发行人关于资金拆借情况的说明。

5、取得 5 名实际控制人出具的投资企业清单（附于个人简历）及其近亲属投资情况（附于关联关系调查表）；取得发行人出具的关联方完整性承诺函；取得万事利集团出具的控制、施加重大影响、投资企业主营业务情况说明，并取得其工商资料；取得实际控制人出具的其施加重大影响、投资企业的主营业务情况的说明；取得实际控制人近亲属出具的其控制、施加重大影响、投资企业的主营业务情况的说明；通过国家企业信用信息公示系统、企查查、天眼查等渠道对控股股东、实际控制人及其近亲属控制、施加重大影响、投资的除发行人以外的企业经营范围进行网络核查。

6、取得发行人实际控制人，发行人与控股股东董事、监事、高级管理人员的关联关系反馈表；走访发行人客户与供应商，通过访谈了解客户与供应商的董事、监事、高级管理人员、业务人员、受访人员是否与发行人存在关联关系；通过元素征信将发行人与控股股东的董事、监事、高级管理人员及其亲属、发行人

员工与报告期离职员工、公司重要销售人员及其亲属等纳入核查范围进行检索与筛选；统计发行人及主要关联方的注册地址、注册邮箱、注册电话，并以此为据进行网络检索；对发行人主要租用地万事利科技大厦、主要出租地万事利下沙工业园的租赁情况进行排查；在主要招聘网站检索“万事利”关键字；将实际控制人、控股股东资金流水主要往来对象与发行人主要客户供应商进行关联关系的匹配并核实是否为关联方。

7、取得关联交易相关的明细、合同、记账凭证与原始凭证等资料，确认关联交易金额准确、完整；计算关联交易占同类交易的比例，并填列关联交易汇总表。

8、取得与关联交易相关的股东大会、董事会、监事会文件，包括通过的制度、决议及独立董事所发表的独立意见等；查询《公司法》等相关法律及公司章程有关关联交易的相关规定，确认报告期内关联交易履行的内部决策程序符合法律法规、内部规章的要求；取得申报会计师出具的内部控制鉴证报告，确认发行人关于关联交易的内部控制制度健全有效。

9、取得与关联交易相关的各项制度，核查其中与减少、规范关联交易有关的条款；取得实际控制人、控股股东、持股 5%以上股东及其一致行动人、公司董事、监事与高级管理人员出具的《关于减少和规范关联交易的承诺函》；取得关联交易相关合同、发票、回款凭证等原始资料。**取得万事利集团出具的《关于向万事利丝绸采购丝绸文化创意品事项的说明及承诺函》与发行人出具的《关于控制关联交易的说明及承诺函》。**

（二）核查意见

经核查，保荐机构和发行人律师认为：

1、万事利印染、万事利培训站、胶州湾置业、联华化纤被吊销营业执照是由于未按规定进行企业年检，违反了《企业年度检验办法》（已废止）《中华人民共和国公司登记管理条例（2005 修订）》等法律法规，该违规行为不属于重大违法违规；实际控制人屠红燕、屠红霞之父屠志良曾担任万事利培训站法定代表人、执行董事兼总经理，对万事利培训站被吊销营业执照负有个人责任，屠志良未在发行人处担任职务；除此以外，不存在实际控制人及其家庭成员在上述 4 家被吊

销营业执照的企业担任职务或对相关企业被吊销负有直接责任的情况。

2、禾和贸易、万事利针织因已停止经营、股东决议解散而成立清算工作组进行清算，截至目前，清算工作正在进行中，完成税务注销后将进行工商注销，上述公司不存在清算障碍，亦不存在纠纷或潜在纠纷。**2020 年 12 月 22 日，禾和贸易已注销。**

3、无实际经营的 **11** 家企业未完成注销原因合理，其中 5 家企业因未来可能开展投资业务或金融服务而未注销，**6** 家企业正在履行注销程序或拟安排注销。上述 **11** 家公司未计划或安排从事与发行人相同或近似的业务，与发行人不会构成同业竞争关系。

4、报告期内，发行人 2017 年用于发放员工薪酬、报销无票费用的部分资金 389.76 万元来源于万事利集团，上述资产拆借已于当年完成清理，未新增发生其他与关联方间的资金拆借情况；截至 2017 年末，发行人已完成关联方资金拆借清理；发行人已制定了相应制度对该类情形进行规范，曾发生的资金拆借行为不会对发行人的独立性产生重大不利影响。

5、**截至本问询函回复出具日，**控股股东，实际控制人与控股股东控制的除发行人以外的其他企业合计 **47** 家，实际控制人与控股股东施加重大影响的企业合计 2 家，实际控制人与控股股东投资的企业合计 24 家，实际控制人近亲属控制、施加重大影响或投资的企业合计 11 家，以上企业共计 **85** 家，与发行人均不存在构成重大不利影响的同业竞争。

6、发行人已按照《企业会计准则》《上市公司信息披露管理办法》等相关规定在招股说明书第七节之“七、关联方与关联关系”及“八、关联交易”中完整、准确地披露了关联关系及关联交易。

7、发行人已在关联交易汇总表中对于关联交易和与其他潜在利益相关方交易的金额及其占同类交易比重进行了准确、完整的补充披露。

8、报告期内各笔关联交易履行的内部决策程序均符合法律法规及公司章程的相关规定，发行人内控制度健全有效，能够保证资金安全。

9、公司及实际控制人采取了制定关联交易相应制度、严格遵循内控要求、出具承诺函等措施以减少并规范关联交易，报告期内的关联交易均履行了相关内

部决策程序，关联采购金额分别为 556.94 万元、363.43 万元与 241.02 万元，金额较小且逐年下降；关联销售金额分别为 1,079.96 万元、1,089.52 万元与 651.72 万元，金额较小且总体呈现下降趋势，公司及实际控制人为减少并规范关联交易所采取的执行有效。

问题 4

申报文件显示，公司取得的主要经营资质如下：食品经营许可证、对外贸易经营者备案登记证、进出口货物收发货人、商业特许经营备案、医疗器械生产许可证、医疗器械注册证和第二类医疗器械经营备案，针对蚕丝蛋白化妆品办理 36 项有效的国产非特殊用途化妆品备案。发行人子公司明阳科技、丝艺科技主要业务为蚕丝蛋白面膜、桑叶茶销售和蚕丝蛋白液的生产与销售。报告期内，公司境外销售收入占比分别为 13.14%、11.05%、9.90%。2020 年公司在移动端开发了万事礼 APP 和西湖一号定制平台，努力实现柔性化生产。根据 IPE 公开信息，2019 年 2 月 22 日监测数据显示子公司万事利数码排放水污染物存在总氮超标的情形。请发行人补充披露：（1）是否存在超出资质规定范围开展业务的情形，是否受到相关行政处罚；（2）在蚕丝蛋白面膜、桑叶茶销售和蚕丝蛋白液的生产与销售方面的竞争优势情况；（3）报告期内境外销售的具体情况，包括但不限于国家地区、产品种类、销售金额及占比，境外销售模式及流程、主要客户，境外销售金额和占比逐年降低的原因；（4）贸易摩擦对发行人境外销售的影响；（5）是否存在因产品质量问题的客户投诉、纠纷或潜在纠纷；（6）自己生产和外协厂商生产加工产品质量方面的内控机制和流程等情况；（7）加盟商和加盟店的关系，对加盟商和加盟店的管理措施和有效性，是否存在损害品牌形象等违约情形，加盟商和加盟店是否存在与消费者的纠纷，对发行人主营业务有何影响；（8）整合丝绸领域各项技术资源的具体情况，丝绸研究院的运营情况，对发行人主营业务有何影响；（9）万事礼 APP、西湖一号定制平台和柔性化生产具体情况；（10）子公司万事利数码排放水污染物存在总氮超标的具体情况、整改措施和影响，发行人是否存在管理漏洞和内控缺失，是否存在其他环保违法违规的情形，是否存在受到行政处罚的风险。

请保荐人、发行人律师核查并发表明确意见。

【回复】

一、是否存在超出资质规定范围开展业务的情形，是否受到相关行政处罚

（一）发行人已取得经营资质/备案

发行人已在招股说明书第六节之“七、（二）5、经营资质”补充披露如下：

截至 2020 年 **12 月 31 日**，公司拥有的主要经营资质如下：

序号	证书名称	证书编号	内容	有效期或登记日期	所有者
1	食品经营许可证	JY13301040179649	预包装食品销售（不含冷藏冷冻食品）	2017.09.01-2022.08.31	万事利丝绸
2	对外贸易经营者备案登记证	02788836	/	2018.11.12	万事利科技
3	对外贸易经营者备案登记证	01416993	/	2015.01.19	万事利数码
4	进出口货物收发货人	3301960172	/	2008.08.04	万事利科技
5	商业特许经营备案	0330100112000225	/	2020.03.20	万事利丝绸
6	医疗器械生产许可证	浙食药监械生产许 20201109 号	第二类14-13-手术室感染控制用品，14-14-医护人员防护用品	**2021.01.07-2026.01.06**	万事利数码
7	医疗器械注册证	浙械注准 20202141082	用于普通环境下的一次性卫生护理，不作外科手术时特殊防护用。	**2020.12.21-2025.12.20**	万事利数码
8	医疗器械注册证	浙械注准 20202141083	用于覆盖住使用者的口、鼻及下颌，为防止病原体微生物、体液、颗粒物等的直接透过提供物理屏障	**2020.12.21-2025.12.20**	万事利数码
9	第二类医疗器械经营备案	浙杭食药监械经营备 20202620 号	注输、护理和防护器械	2020.05.12	万事利科技
10	食品经营许可证	JY13301040236993	预包装食品（不含冷藏冷冻食品）销售；散装食品（不含冷藏冷冻食品）销售、保健食品销售	2020.06.18-2025.06.17	七仁数码
11	排污许可证	91330101557938661R001P	/	**2020.12.19-2025.12.18**	万事利数码

序号	证书名称	证书编号	内容	有效期或登记日期	所有者
12	城市排水许可证	浙 330108 字第 0799 号	/	2019.12.13-2024.12.12	万事利数码

此外，公司已针对蚕丝蛋白化妆品办理 36 项有效的国产非特殊用途化妆品备案，具体备案情况参见本招股说明书第十三节之“四、（四）发行人国产非特殊用途化妆品备案”。

序号	产品名称	备案编号	生产企业	实际生产企业	备案日期
1	丝香門第蚕丝蛋白臻耀密集修护安瓶精华液	浙 G 妆网备字 2018011594	发行人	卓芬化妆品	2018.09.04
2	丝香門第丝漾年华系列润颜沁肤乳 II	浙 G 妆网备字 2018008769	发行人	卓芬化妆品	2018.07.13
3	丝香門第蚕丝蛋白青春密语修护安瓶精华液	浙 G 妆网备字 2018011561	发行人	卓芬化妆品	2018.09.03
4	SESSAMENTY 小分子蚕丝蛋白面膜	浙 G 妆网备字 2018013763	发行人	卓芬化妆品	2018.10.16
5	初岁如初补水修护面膜	浙 G 妆网备字 2018013303	发行人	卓芬化妆品	2018.09.30
6	丝香門第均衡清透面膜	浙 G 妆网备字 2018012206	发行人	卓芬化妆品	2018.09.12
7	丝香門第润透靓肤蚕丝面膜	浙 G 妆网备字 2018010484	发行人	卓芬化妆品	2018.08.12
8	丝香門第水润修护蚕丝面膜	浙 G 妆网备字 2018009992	发行人	卓芬化妆品	2018.08.06
9	丝香門第丝漾年华系列活颜洁面乳	浙 G 妆网备字 2018010579	发行人	卓芬化妆品	2018.08.13
10	丝香門第锦瑟芳华系列秋水凝时眼霜	浙 G 妆网备字 2018009993	发行人	卓芬化妆品	2018.08.06
11	丝香門第锦瑟芳华系列清透丝享日霜	浙 G 妆网备字 2018009991	发行人	卓芬化妆品	2018.08.06
12	丝香門第丝漾年华系列润颜沁肤乳 I	浙 G 妆网备字 2018009743	发行人	卓芬化妆品	2018.07.31
13	丝香門第丝漾年华系列明眸青春眼霜	浙 G 妆网备字 2018009530	发行人	卓芬化妆品	2018.07.26
14	丝香門第丝漾年华系列活颜修护精华	浙 G 妆网备字 2018009406	发行人	卓芬化妆品	2018.07.25
15	丝香門第锦瑟芳华系列焕颜柔肤乳II	浙 G 妆网备字 2018009103	发行人	卓芬化妆品	2018.07.23
16	丝香門第锦瑟芳华系列焕颜洁面乳	浙 G 妆网备字 2018009102	发行人	卓芬化妆品	2018.07.23
17	丝香門第锦瑟芳华系列焕颜紧致精华	浙 G 妆网备字 2018009101	发行人	卓芬化妆品	2018.07.23
18	丝香門第丝漾年华系列润颜洁面乳	浙 G 妆网备字 2018009100	发行人	卓芬化妆品	2018.07.23
19	丝香門第丝漾均衡修护水	浙 G 妆网备字 2018009077	发行人	卓芬化妆品	2018.07.19
20	丝香門第十月呵护面膜	浙 G 妆网备字 2018009078	发行人	卓芬化妆品	2018.07.19
21	丝香門第弹指透润早安面膜	浙 G 妆网备字 2018009082	发行人	卓芬化妆品	2018.07.19
22	丝香門第丝漾修护精华喷雾	浙 G 妆网备字 2018009084	发行人	卓芬化妆品	2018.07.19
23	丝香門第丝漾明眸焕采眼膜	浙 G 妆网备字 2018009087	发行人	卓芬化妆品	2018.07.19

序号	产品名称	备案编号	生产企业	实际生产企业	备案日期
24	丝香門第锦瑟芳华系列焕颜柔肤乳I	浙 G 妆网备字 2018008929	发行人	卓芬化妆品	2018.07.18
25	丝香門第锦瑟芳华盈润丝享晚霜	浙 G 妆网备字 2018008863	发行人	卓芬化妆品	2018.07.16
26	丝香門第私宠八号.女用香水	浙 G 妆网备字 2018008609	发行人	卓芬化妆品	2018.07.13
27	丝香門第丝漾年华系列盈润丝滑晚霜	浙 G 妆网备字 2018008775	发行人	卓芬化妆品	2018.07.13
28	丝香門第丝漾年华系列清透丝滑日霜	浙 G 妆网备字 2018008776	发行人	卓芬化妆品	2018.07.13
29	丝香門第锦瑟芳华系列焕颜柔肤水I	浙 G 妆网备字 2018008773	发行人	卓芬化妆品	2018.07.13
30	丝香門第锦瑟芳华系列焕颜柔肤水II	浙 G 妆网备字 2018008774	发行人	卓芬化妆品	2018.07.13
31	丝香門第丝漾年华系列润颜沁肤水 II	浙 G 妆网备字 2018008683	发行人	卓芬化妆品	2018.07.13
32	丝香門第灵动六号.女用香水	浙 G 妆网备字 2018008608	发行人	卓芬化妆品	2018.07.13
33	丝香門第尊宠五号.男用香水	浙 G 妆网备字 2018008606	发行人	卓芬化妆品	2018.07.13
34	丝香門第丝漾沁透补水面膜	浙 G 妆网备字 2018008405	发行人	卓芬化妆品	2018.07.09
35	丝香門第丝漾玉妍靓肤面膜	浙 G 妆网备字 2018008404	发行人	卓芬化妆品	2018.07.09
36	丝香門第丝漾年华系列润颜沁肤水 I	浙 G 妆网备字 2018008293	发行人	卓芬化妆品	2018.07.09

（二）不存在超出资质规定范围开展业务的情形，未受到相关行政处罚

发行人已在招股说明书第六节之“七、（二）5、经营资质”补充披露如下：

公司所从事的业务如下：

（1）以“万事利”自有品牌为核心的丝绸文化创意品的研发、设计、生产与销售，主要涉及丝巾、组合套装、家纺、品牌服装、围巾、丝绸工艺品、日化用品等品类，包括将茶叶、粽子、月饼等产品搭配公司丝绸产品形成的组合套装，以及委托卓芬化妆品生产的小分子蚕丝蛋白美妆产品。

（2）以技术加工为核心向知名女装品牌提供的丝绸纺织制品主要包括丝绸面料、贴牌服装，涉及内销和外销。此外，公司凭借工艺优势还向客户提供数码印花加工服务。

（3）因新冠肺炎疫情，发行人转产民用口罩和医用口罩，并进行采购和销售。

（4）房屋出租、物业经营等其他业务。

根据《食品安全法》《对外贸易法》《海关法》《环境保护法》《商业特许经营

管理条例》《化妆品卫生监督条例》《医疗器械生产监督管理办法》《医疗器械经营监督管理办法》《城镇排水与污水处理条例》等相关法律法规，公司相关业务所需资质如下：

类别		所需资质
丝绸文化创意品	丝巾、不涉及食品的组合套装、家纺、品牌服装、围巾、丝绸工艺品	产品的生产与销售本身不需要专门资质，但涉及商业特许经营的特许人应办理商业特许经营备案
	涉及粽子、月饼等食品的组合套装	食品经营许可证
	小分子蚕丝蛋白美妆产品	委托生产需要国产非特殊用途化妆品备案
丝绸纺织制品	丝绸面料	生产需要排污许可证、城市排水许可证；外销需要对外贸易经营者备案、进出口货物收发货人备案登记
	贴牌服装	
	数码印花加工	
口罩	民用口罩生产和销售	不需要专门资质
	医用口罩生产和销售	医疗器械生产许可、医疗器械注册、第二类医疗器械经营备案
其他业务	房屋出租、物业经营等	不需要专门资质

公司不存在超出资质规定范围开展业务的情形，未受到相关行政处罚。根据市场监督管理部门出具的证明，报告期内，公司及分、子公司无因违法违规被行政处罚的记录。

二、在蚕丝蛋白面膜、桑叶茶销售和蚕丝蛋白液的生产与销售方面的竞争优势情况

公司蚕丝蛋白液主要为日化产品的原料，蚕丝蛋白面膜、桑叶茶主要竞争优势在于原料配方。蚕丝蛋白液系公司在蚕茧内提取用于生产蚕丝蛋白日化用品的核心成份，用于销售给卓芬化妆品生产日化用品（蚕丝蛋白面膜、精华液、蚕丝蛋白原液等），公司向卓芬化妆品购买相应的日化用品。报告期内，公司蚕丝蛋白液不对第三方销售，公司销售给卓芬化妆品蚕丝蛋白液金额分别为 158.48 万元、9.32 万元、**11. 33** 万元，销售规模较小。

发行人已在招股说明书第六节之“四、（一）8、蚕丝蛋白面膜、桑叶茶配方优势”中对蚕丝蛋白面膜、桑叶茶的竞争优势情况补充披露如下：

8、蚕丝蛋白面膜、桑叶茶配方优势

蚕丝蛋白面膜和桑叶茶均由公司委托外部供应商生产，公司具备原料配方技

术优势。具体而言，蚕丝蛋白面膜等蚕丝蛋白类日化用品均含公司自主研发提取的蚕丝蛋白液成份，蚕丝蛋白具有补水保湿、抗氧化、紧致修复的功效，公司小分子蚕丝蛋白技术可将分子量控制在 400 道尔顿左右，安全稳定，可直接被皮肤吸收。公司拥有护肤丝素凝胶霜膏的制备方法发明专利，并聘请浙江大学教授闵思佳担任公司技术顾问对小分子蚕丝蛋白技术进行持续探索与研究；公司从事丝绸业务多年，了解桑叶养生功效，通过研发已制备了 4 个桑叶养生茶配方，拥有 3 项发明专利，分别为：一种纯天然杜仲雄花桑叶茶及其制备方法、一种纯天然昆仑雪菊桑叶茶及其制备方法、一种纯天然微细研磨桑叶果蔬茶及其制备方法。截至目前，上述产品并未大规模投放市场，但上述专利技术为公司今后进一步拓宽产品线，丰富产品结构提供了良好的技术保障。

三、报告期内境外销售的具体情况，包括但不限于国家地区、产品种类、销售金额及占比，境外销售模式及流程、主要客户，境外销售金额和占比逐年降低的原因

（一）公司境外销售主要国家/地区为意大利、美国、法国和加拿大等地，境外销售主要品类为贴牌服装、丝绸面料和口罩，境外销售客户以知名服装品牌企业为主

具体参见问询函回复问题 9 之“六、列示外销的主要国家或地区、主要客户、主要产品、数量、金额，内外销单价和毛利率是否存在差异以及差异产生的原因”。

（二）发行人境外销售主要采取直销模式，采取 FOB 或 CIF 的方式报关出口，并通过海运或空运运往境外

发行人已在招股说明书第六节之“一、（二）5、（2）丝绸纺织制品”中补充披露如下：

公司境外销售以主要采用直销模式，采取 FOB 或 CIF 的方式报关出口，产品自上海、宁波等港口通过海运或者空运方式运往境外。公司境外销售流程如下：①销售人员通过专业展会、电子商务网站以及客户互相介绍等方式获取境外客户；②境外客户通常以电子邮件形式与公司沟通产品需求，包括产品花型及样式设计、规格参数、采购数量、采购价格、交货期等；③公司针对客户订单评估交付能力、产品毛利情况后，向境外客户确认订单；④产品完成生产后，通过客户指定的货

代公司办理港口代理和订舱运输；⑤针对初次合作的境外客户，公司通常要求其预付一定比例的货款作为定金；针对长期合作客户，信用期通常为发运后 60-90 天，客户通过电汇或信用证的方式付款。

（三）发行人境外销售金额和占比逐年降低主要原因系受国际宏观经济形势影响，外销服装终端消费市场相对疲软。同时，境外销售业务利润率较低，且存在一定收款风险，公司基于长远业务规划，主动缩减了部分毛利率较低的境外贴牌服装销售业务

发行人已在招股说明书第八节之“十三、（二）2、按地区分布分析”中补充披露如下：

公司境外销售主要为子公司万事利科技向境外客户销售贴牌服装、口罩产品以及丝绸面料。报告期内，公司境外销售收入金额分别为8,206.44万元、7,152.27万元和**5,657.63万元**，占主营业务收入的比重分别为11.05%、9.90%和**7.74%**。**2018-2020年度**，境外销售收入与占比呈逐年下降趋势，主要原因为：①受国际宏观经济形势影响，外销服装终端消费市场相对疲软；②公司境外销售以丝绸纺织制品为主，产品毛利率以及考虑报关运输等综合成本后利润率相对较低，且境外销售存在一定收款风险，公司基于长远业务规划，主动缩减了部分毛利率较低的境外贴牌服装销售业务。

报告期内，公司丝绸纺织制品可比上市公司境外销售情况如下：

单位：万元、**万港元**

公司名称	项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
嘉欣丝绸	境外销售收入	**123,357.89**	183,816.87	182,272.22
	境外销售占比	**47.39%**	53.46%	57.30%
达利国际	境外销售收入	**108,196.30**	166,547.10	185,539.70
	境外销售占比	**50.16%**	57.16%	60.34%
本公司	境外销售收入	**5,657.63**	7,152.27	8,206.44
	境外销售占比	**7.74%**	9.90%	11.05%

2018-2019年度，可比上市公司嘉欣丝绸境外销售收入**小幅上涨**，但境外销售占比**有所**下降。达利国际境外销售收入**和境外销售占比均**呈现**小幅下滑**的趋势。**2020年度，受新冠肺炎疫情影响，公司及可比上市公司境外销售收入及占比均**

呈现一定下滑趋势。报告期内，公司境外销售收入及占比波动趋势与可比上市公司存在差异，公司境外收入下降的原因除了国际宏观经济环境因素外，更多系公司基于自身业务规划主动缩减境外销售业务规模。

受新冠肺炎疫情影响，国际宏观经济形势仍将持续波动，对公司境外销售规模造成不利影响。且由于公司境外销售以单价和毛利率较低的非真丝贴牌服装为主，考虑报关运输等综合成本后利润率相对较低，境外销售亦存在一定收款风险，公司基于战略规划角度，还将持续缩减境外销售规模，预计未来境外销售规模及占比将进一步下降。报告期内，公司境外销售收入占公司主营业务收入比重分别为11.05%、9.90%和**7.74%**，境外销售毛利占公司毛利比重分别为4.96%、4.04%和**4.98%**（2020年**度**，扣除口罩业务后境外销售毛利占比为**2.34%**）。报告期内，公司境外销售毛利占比较小，境外销售规模的缩减不会对公司盈利能力和持续经营能力产生重大不利影响。

四、贸易摩擦对发行人境外销售的影响

公司已在招股说明书第八节之“十三、（二）2、按地区分布分析”中补充披露如下：

（1）境外销售主要国家/地区

报告期内，公司境外销售客户所属国家/地区的分布情况如下：

单位：万元

境外销售国家/地区	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	收入	占比	收入	占比	收入	占比
法国	**1,873.67**	**33.12%**	1,328.86	18.58%	1,770.71	21.58%
意大利	**1,417.32**	**25.05%**	2,417.85	33.81%	2,090.30	25.47%
美国	**752.74**	**13.30%**	1,995.93	27.91%	2,679.89	32.66%
香港地区	**666.35**	**11.78%**	85.65	1.20%	711.55	8.67%
加拿大	**9.19**	**0.16%**	848.45	11.86%	544.66	6.64%
其他国家或地区	**938.36**	**16.59%**	475.53	6.65%	409.33	4.99%
合　计	**5,657.63**	**100.00%**	**7,152.27**	**100.00%**	**8,206.44**	**100.00%**

报告期内，公司来自于法国、意大利的收入占外销收入的比重呈逐年上升趋势，**向法国、意大利的外销收入比重分别为 47.05%、52.39%、58.17%。**

自 2018 年度中美两国发生贸易摩擦以来，公司向美国地区的销售呈现逐年下降趋势。根据美国国际贸易委员会所公布的历次对华出口商品加征关税清单，公司主要向美国地区出口的服装类产品自2019年9月以来被加征了15%的关税，从而对公司在美国地区的销售产生了一定的负面影响。

虽然发行人主要对美销售产品自 2019 年 9 月以来进口关税出现明显增加，但贸易摩擦不会对发行人的经营造成重大不利影响，主要原因系：

①公司主要产品出口地并非美国，其他地区贸易政策不存在重大不利影响

报告期内，公司向美国市场的销售额占主营业务收入比例较低且呈逐年下降趋势，对公司影响有限。

项　目	美国市场销售额（万元）	占外销收入比例	占主营业务收入比例
2020 年度	**752.74**	**13.30%**	**1.03%**
2019 年度	1,995.93	27.91%	2.76%
2018 年度	2,679.89	**32.66%**	3.61%

截至本招股说明书签署日，欧盟地区等发行人主要销售地区的贸易环境及对发行人主要出口产品的贸易政策总体上保持稳定，未出现对发行人经营业绩及未来持续经营能力具有重大不利影响的进口限制性政策。

②美国对华关税加征部分减免

随着中美双方于 2020 年 1 月签署第一阶段经贸协议，美国政府决定自 2020 年 2 月 14 日起，将原计划加征 15%关税的部分产品降至加征 7.5%，发行人主要对美销售产品均在关税减免名单之列，关税上涨压力有所降低。

因此，贸易摩擦对公司境外销售存在一定不利影响，但对发行人整体业绩的影响有限。

五、是否存在因产品质量问题的客户投诉、纠纷或潜在纠纷

公司建立了较为完善的客户投诉处理机制，不存在因产品质量问题而与客户发生重大法律诉讼、纠纷或潜在纠纷

发行人已在招股说明书第六节之“一、（六）2、客户投诉、纠纷情况说明”中补充披露如下：

公司建立了较为完善的客户投诉处理机制，并开通了全国服务热线电话专门受理客户的投诉和建议。客服人员统一负责接收客户的投诉和建议，并将相关内容录入《投诉处理表》及时转交给相关责任部门进行核实，相关责任部门在处理完成投诉问题后，将《投诉处理表》返回客服中心，客服人员根据处理结果对客户进行回访、收集客户对投诉或问题处理的意见，填写回访记录并保存相关档案。

报告期内，公司未发生重大的产品质量投诉、纠纷或潜在纠纷，未出现因违反有关产品质量和技术监督方面的法律、法规而被有关部门处罚的情况，也未出现因产品质量问题而与客户发生重大法律诉讼的情况。

六、自己生产和外协厂商生产加工产品质量方面的内控机制和流程等情况

发行人已在招股说明书第六节之“一、（六）1、质量控制制度”中补充披露如下：

（六）产品质量控制

1、质量控制制度

公司自身主要保留数码印花生产环节，其他加工环节则委托外协供应商。公司通过了质量管理体系（GB/T19001-2016 ISO9001:2015）认证，取得了《质量管理体系认证证书》。同时公司制定了一系列适用于自身及下属子公司的质量手册要求，建立了系统的质量管理体系，就各个生产环节制定了详细严格的质量控制程序。

公司数码印花加工环节具体质量控制措施如下：

（1）面料质量检验员核实白坯面料信息，是否符合特定面料、客户要求，检查白坯面料的质量；

（2）上浆、喷印、蒸化、水洗、后处理环节按照 SOP（标准作业程序）执行；

（3）数码印花车间根据客户要求、原材料检验记录、产品特性，确定送技术中心检测的指标项目，送样到技术中心检测；

（4）检验成品根据美标四分制检验 SOP，在业务系统录入检验信息，并保留相关原始记录；

（5）各工序操作员记录 SOP 执行情况，在每日例会或月度质量分析会分析

相关记录并形成整改方案，执行情况和结果由质量部门跟踪反馈；

（6）检验部门建立每日、每月数码印花产品质量报表、回修报表等，对相关负责人传递质量问题并跟踪好质量问题的整改工作。

公司外协生产具体质量控制措施如下：

（1）公司不定期对现有的或计划列入的供应商名录，进行供应商考核，评价出《合格供应商名录》；

（2）公司在《合格供应商名录》中选择供应商下达采购订单，因新增工艺或产量剧增等原因未能在《合格供应商名录》中找到相应的供应商时，采购部对新增供应商进行评价，合格供应商加入《合格供应商名录》进行管理；

（3）供应商负责按公司的产品要求进行生产，对产品进行自检，必要时随产品提供相关检测报告或检验记录；

（4）质量管理部门对产品进行外观检验，并根据客户要求、供应商产品检测报告或检验记录、产品特性，确定送第三方检测的指标项目，送样到第三方检测。经第三方检验合格的批次及质量管理部门外观检验合格的产品，批准入库；

（5）合格商品才可允许出库，如产品品质与客户要求有差距，须经与客户协商，书面同意让步接收；

（6）做好售后服务，对顾客反馈（产品建议、服务建议等）作好充分的运用。

七、加盟商和加盟店的关系，对加盟商和加盟店的管理措施和有效性，是否存在损害品牌形象等违约情形，加盟商和加盟店是否存在与消费者的纠纷，对发行人主营业务有何影响

（一）加盟商和加盟店的关系

发行人已在招股说明书释义章节补充披露如下：加盟商指与公司签订加盟协议的主体，类型包括企业法人、个体工商户。加盟店指公司允许加盟商销售公司产品的线下门店，每个加盟商经营 1 个以上加盟店。

（二）公司对加盟商制定了明确的管理细则，执行情况良好

发行人已在招股说明书第六节之“一、（二）5、销售模式”中补充披露如下：

公司对加盟商的具体管理措施如下：

a、形象管理

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

b、培训管理

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

c、市场管理

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

d、客诉管理

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

公司对加盟店进行定期巡店、不定期抽检及开通全国 400 客户服务热线等方式对加盟商实施监督管理，保证管理措施有效执行，确保加盟商按照“万事利”

品牌形象运营。报告期内，公司对加盟商的管理情况良好，加盟商不存在严重损害品牌形象等违约情形，亦不存在与消费者的重大纠纷。

八、整合丝绸领域各项技术资源的具体情况，丝绸研究院的运营情况，对发行人主营业务有何影响

丝绸研究院下设各专项部门负责市场调研、产品开发、技术研发等环节，推动公司产品线不断推陈出新，提升公司的整体竞争力

发行人已在招股说明书第六节之“九、（一）1、研发机构设置”中补充披露如下：

公司丝绸研究院于 2018 年初设立，整合了公司内部与丝绸业务相关的各项技术资源，如色彩管理技术、人工智能技术、蚕丝蛋白技术、丝绸复古技术、丝绸洗护技术、超薄丝织技术等，应用于数码印花加工、丝绸洗护、蚕丝蛋白日化用品、丝绸工艺品等产品或服务，并推出了西湖一号及万事礼 APP 定制平台。通过丝绸研究院对技术研究的持续投入和对产品开发的不断推陈出新，既保证了公司现有产品的生命力和市场竞争力，又为公司的持续发展提供了动力。丝绸研究院运营情况如下：

（1）产品调研环节

商品中心通过对丝绸文化创意品主要消费场景、流行趋势进行调研，并对调研信息进行分析、整理，结合公司信息系统对消费者行为及需求的反馈，如消费者进店率、成交率、客单价等数据的分析，对下一季产品的主题、颜色、品类占比、元素、面辅料、设计及生产时间表等做出调研分析和产品开发规划。

（2）产品开发环节

设计研发中心根据产品调研、并对目标进行分析的基础上，深入挖掘国内外流行趋势及中国传统文化，设计出各类元素图样，按照商品企划部门制定的目标和规划，开发适合目标消费群体、充分展现公司品牌文化和价值的各类产品。2018-2020 年公司丝绸文化创意新品上市数量历年均超过 200 件，截至 2020 年末已取得作品著作权 184 项。

（3）技术或工艺研究环节

人工智能研发部、色彩管理技术研发部、丝蛋白技术研发部、丝绸复古技术研发部、丝绸“+”项目部、国潮文创产品等技术或工艺研发部门，一方面进行技术或工艺的专项研发，研发方向包括色彩管理、双面印花、蚕丝蛋白、丝绸复古、丝绸洗护、超薄丝织等，已取得发明专利 27 项；另一方面与设计研发中心协作，根据其提出的产品技术及工艺研发建议，配合完成从研发到产品应用的开发过程。

九、万事礼 APP、西湖一号定制平台和柔性化生产具体情况

受疫情影响，万事礼 APP、西湖一号定制平台和柔性化生产的推进放缓。

发行人已在招股说明书第六节之**“一、（二）5、销售模式”**中补充披露如下：

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

公司于 2019 年委托微软（中国）有限公司合作开发西湖一号平台，并于 2019 年 11 月上线了 1.0 版本，目前西湖一号平台主要以微信公众号形式应用。有别于万事礼 APP，客户通过西湖一号平台可与内置问答机器人对话实现丝巾的个性化设计，公司计划通过零售市场的小批量定制推动数码印花生产，形成柔性生产供应链。西湖一号 1.0 版本系基础版本，目前公司仍在与微软（中国）有限公司合作攻克一些技术难题，如图片矢量化与设计意境融合等，同时为完善设计图样公司仍在不断收集花型元素丰富数据库。公司预计 **2021 年下半年**上线西湖一号 2.0 版本，并视新冠肺炎疫情影响逐步在直营门店、加盟商门店、商场等区域推广。报告期内，通过西湖一号平台贡献的收入较低。

十、子公司万事利数码排放水污染物存在总氮超标的具体情况、整改措施和影响，发行人是否存在管理漏洞和内控缺失，是否存在其他环保违法违规的情形，是否存在受到行政处罚的风险

（一）子公司万事利数码排放水污染物存在总氮超标的具体情况、整改措施和影响

发行人已在招股说明书第六节之“一、（五）3、生产经营的环保合规性”中补充披露如下：

（1）总氮超标排放情况

根据 IPE 公开信息查询，2019 年 2 月 22 日监测数据显示子公司万事利数码排放水污染物存在总氮超标的情形，具体情况如下：

杭州经济技术开发区环境保护局于 2019 年 2 月 22 日通报的废水监测数据（检测单位：杭州中一检测研究院有限公司，检测报告编号 HJ19-03-123）显示万事利数码 4 个批次的水样总氮测试结果分别为：58.0mg/L、60.5mg/L、58.2mg/L、60.0mg/L，均超过标准限值 30mg/L。万事利数码每月委托第三方检测机构抽测废水指标，当天废水取样委托第三方检测机构浙江鸿博环境检测有限公司检测结果为 17.9mg/L（报告编号 HJ20190211-01），未超过标准限值，且万事利数码当天的废水在线监测均值数据均达标。2017 年 12 月-2019 年 3 月，万事利数码每月委托第三方机构检测的废水总氮指标数据在 3.47~25.8mg/L 之间，平均值为 15.5mg/L，测试结果均达标。

2019 年春节期间万事利数码停止生产，春节后为确保污水站生化池有较高浓度的活性污泥，万事利数码委托七格污水厂于 2019 年 2 月 15 日下午投加了新鲜活性污泥，投加活性污泥后生化池处于调试期（活性污泥中微生物处于适应阶段）。经公司自查造成总氮超标的主要原因是春节假期后复工，加投活性污泥对污水站菌群培养调试，调试期造成临时排水水质不稳定的情况。

此事项发生后，万事利数码主动向当地环保局说明相关情况，公司进一步加强环境管理，增加废水自行监测频次，强化废水在线检测管理，并保证污染源环保设施出现异常情况时，及时向环境监察部门报备。自 2019 年 2 月以来公司未发生废水超标排放的情况。

万事利数码于 2020 年 4 月 8 日取得了杭州经济技术开发区环境保护局的确认，确认万事利数码此事项不存在故意的环境违法行为，此次超标排放情形不属于环保重大违法违规行为，不会就此事项对万事利数码进行行政处罚。此次总氮

排放超标事件未对公司经营业务产生重大影响。

（二）发行人不存在管理漏洞和内控缺失

发行人已在招股说明书第六节之“一、（五）3、生产经营的环保合规性”中补充披露如下：

（2）环保内控管理

公司为实现“诚信守法、污染预防、节能降耗、生态丝绸”的环境方针，制定了《环境管理规定》。母公司管理中心统筹安排体系覆盖范围的环境管理工作，监督相关方完成年度环境目标指标《年度环境目标登录表》和方案《年度环境管理方案》，万事利数码负责与生产相关的环保设施日常运行及设备保养维护工作，法律事务部负责组织各类环保法律法规的收集和识别，定期进行合规性评价。环保投入方面，万事利数码投建了废水处理站通过生化法处理生产污水，购置风机、卧式吸收塔、排气筒等设备处理废气，委托第三方企业处理固体废物。排污监测方面，万事利数码上线了在线废水监测系统及在线废气监测系统，与当地环保局联网实时监测废水、废气的排放情况，同时每月对废水取样送第三方机构检测五日生化需氧量、悬浮物、总磷、总氮指标，确保废水排放符合环保规定。

综上，公司环保内控健全，不存在重大管理漏洞。

（三）公司不存在其他环保违法违规的情形，不存在受到行政处罚的风险

发行人已在招股说明书第六节之“一、（五）3、生产经营的环保合规性”中补充披露如下：

除上述总氮排放超标事件外，公司报告期内不存在其他环境污染情况，不存在其他环保违法违规情形，不存在公开环境行政处罚信息，亦不存在受到环保行政处罚的风险。

十一、请保荐人、发行人律师核查并发表明确意见

（一）核查程序

为核查上述事项，保荐机构和发行人律师主要履行了如下核查程序：

1、获取发行人营业收入明细表，核实发行人报告期内从事的全部业务，检索与发行人业务相关的法律法规，梳理发行人从事业务所需的的经营资质。

2、取得了发行人的经营资质文件和市场监督管理部门出具的合规证明及发行人关于不存在超出资质规定范围开展业务及未受到相关行政处罚的说明。

3、通过国家企业信用公示系统、浙江政务服务网、信用中国、企查查等公开信息进行查询，确认发行人不存在因超出资质规定范围开展业务受到行政处罚。

4、取得了发行人应用于蚕丝蛋白面膜、桑叶茶产品的发明专利文件，访谈了蚕丝蛋白面膜、桑叶茶产品线的相关负责人并取得了浙江大学教授闵思佳退休返聘文件。

5、访谈发行人境外销售业务的主要负责人，了解境外客户的开发方式、境外销售模式及流程、报告期内境外销售经营策略与规划，境外销售规模波动情况。

6、获取并核查了公司报告期内的销售明细账，分析复核境外销售中不同国家地区、产品种类、主要客户销售金额及变动情况是否与公司境外销售经营策略与规划相符。

7、通过网络查询美国国际贸易委员会历次对华加征关税文件，欧盟关税委员会官网、利用公开渠道搜索欧盟对华关税政策。

8、访谈了发行人法务、客诉处理相关负责人员并取得了客户投诉管理制度、客户售后投诉处理表及回访记录等资料。

9、通过国家企业信用公示系统、杭州市消费者权益保护委员会、裁判文书网、信用中国、企查查等公开信息进行查询，确认发行人以及发行人各期前十大加盟商（合计 17 家，收入占比**超过 80%**）不存在重大产品质量投诉或纠纷；经检索网络新闻搜索，发行人产品不存在重大负面新闻或者重大纠纷情况，并取得了市场监督管理部门出具的无违法违规证明（仅针对发行人）。

10、取得了发行人产品质量管理制度及万泰质量管理体系认证证书，抽查了部分月份数码印花产品质量报表、外协产品入库质检表；

11、访谈了终端运营部相关负责人，查阅了发行人加盟商管理制度，发行人与主要加盟商的合同，以及部分加盟店巡店管理记录、客户投诉处理表等资料。

12、取得了**报告期末仍在合作所有加盟商**出具的关于不存在严重损害品牌形象等违约情形及不存在与消费者的重大纠纷的确认函。

13、访谈了丝绸研究院相关负责人，查看了丝绸研究院组织结构；取得了报告期内新品设计及上市图稿；查阅了截至 2020 年末发行人拥有的作品著作权、发明专利权证。

14、访谈了万事礼 APP、西湖一号定制平台相关负责人了解目前运营情况及未来发展规划；现场查看了专为万事礼 APP、西湖一号定制平台业务生产的机器设备；获取了报告期内万事礼 APP、西湖一号定制平台收入明细账。

15、取得了万事利数码就此次总氮超标排放事项向杭州经济技术开发区环境保护局出具的说明，杭州经济技术开发区环境保护局对总氮超标排放事项不属于环保重大违法违规，不予以行政处罚的确认，杭州经济技术开发区环境保护局出具的 2017 年 1 月 1 日至 2020 年 12 月 31 日万事利数码环保无违法违规证明；在 IPE 公众环境研究中心及各地环保部门网站检索了发行人及分子公司环保合规情况。

16、查阅了发行人环保内控管理制度；取得了报告期内万事利数码每月聘请外部第三方出具的废水监测报告；现场查看了发行人环保设备设施，查阅了发行人环保设备账面账、营业外支出明细账。

（二）核查意见

经核查，保荐机构和发行人律师认为：

1、报告期内，发行人取得了所从事业务需要的经营资质，不存在超出资质规定范围开展业务的情形，未受到相关行政处罚。

2、发行人蚕丝蛋白面膜、桑叶茶具备一定的原料配方技术优势，系未来丰富产品结构的技术储备。

3、发行人已在招股说明书中详细披露了境外销售的具体情况，发行人境外销售金额和占比逐年降低主要原因系受国际宏观经济形势影响，外销服装终端消费市场相对疲软，且境外销售业务利润率较低，存在一定收款风险，发行人基于战略规划主动缩减了部分毛利率较低的境外贴牌服装销售业务。

4、贸易摩擦对公司境外销售存在一定不利影响，但对发行人整体业绩的影响有限。

5、发行人建立了较为完善的客户投诉处理机制，不存在因重大的产品质量引起的投诉、纠纷或潜在纠纷。

6、发行人已在招股说明中披露了自己生产和外协厂商生产质量控制的机制和流程，发行人已建立了系统的质量管理体系及相应流程，并取得了万泰质量管理体系认证证书。

7、加盟商指与公司签订加盟协议的主体，类型包括企业法人、个体工商户，加盟店指公司允许加盟商销售公司产品的线下门店，每个加盟商经营 1 个以上加盟店；发行人已在招股说明书中披露了将针对加盟商的管理措施，报告期内，公司对加盟商的管理情况良好，加盟商不存在严重损害品牌形象等违约情形，不存在与消费者的重大纠纷，亦不存在因加盟商纠纷对发行人主营业绩造成重大不利影响的情形。

8、发行人丝绸研究院运营围绕产品调研、产品开发、技术或工艺研究三个层面展开，丝绸研究院整合了色彩管理技术、人工智能技术、蚕丝蛋白技术、丝绸复古技术、丝绸洗护技术、超薄丝织技术等与丝绸业务相关的技术资源，应用于数码印花加工、丝绸洗护、蚕丝蛋白日化用品、丝绸工艺品等产品或服务，并推出了西湖一号及万事礼 APP 定制平台，为公司的持续发展提供了动力。

9、万事礼 APP、西湖一号定制平台均以零售市场的小批量定制推动数码印花生产，形成柔性生产供应链为经营目标，目前万事礼 APP、西湖一号定制平台的相关应用技术不断完善，2020 年市场推广受新冠肺炎疫情影响有所放缓，报告期内收入贡献较低，未来视消费市场情况逐步加大推广力度。

10、此次总氮超标排放的主要原因是发行人春节假期后复工，加投活性污泥对污水站菌群培养调试，调试期造成临时排水水质不稳定。此次超标情形不属于环保重大违法违规行为，当地环保主管部门不会就此事项对万事利数码进行行政处罚，此事项未对发行人经营业务产生重大影响。发行人环保内控健全，不存在重大管理漏洞。报告期内发行人不存在其他环保违法违规情形，不存在受到环保行政处罚的风险。

问题 5

申报文件显示，截至 2019 年 12 月末，公司共取得专利 124 项，商标 243

项，作品著作权 133 项。公司不存在许可他人使用自己所有的资产的情形，布调科技许可公司使用 2 项专利，许可期限为 2018.01.01-2020.12.31。辽宁万事利、广州万事利丝绸、深圳万事利和北京万事利与发行人无股权关系，为承接发行人原分公司或子公司业务，且使用公司商号的经销商或加盟商。请发行人补充披露：（1）布调科技许可公司使用 2 项专利的对价及定价依据，相关研发的进展情况，许可期限届满后的安排；（2）辽宁万事利、广州万事利丝绸、深圳万事利和北京万事利作为经销商或加盟商使用公司商号和商标的合理性，使用对价及定价依据，是否存在利益输送等情形；（3）对业务经营或收入实现有重大影响的商标、专利、技术等是否存在重大纠纷或诉讼，是否将对发行人财务状况或经营成果产生重大影响；（4）发明专利、核心技术涉及发行人生产的具体环节及在产品中的应用情况；（5）是否存在因商标、商号使用或品牌仿冒产生的纠纷、诉讼，相关事项对发行人经营的影响及发行人的应对措施。

请保荐人、发行人律师核查并发表明确意见。

【回复】

一、布调科技许可公司使用 2 项专利的对价及定价依据，相关研发的进展情况，许可期限届满后的安排

公司通过入股布调科技以“零对价”获得 2 项专利实施许可，相关技术路径仍在研发过程中。

发行人已在招股说明书第六节之“七、（三）发行人与他人之间资产许可使用情况”中补充披露如下：

布调科技主营印花加工交易平台及双面数码印花技术研发，万事利数码于 2018 年 1 月 26 日与布调科技股东李海龙、杭州双印纺织科技有限公司、布调科技签署了《杭州布调科技有限公司之增资协议》，本次增资前布调科技注册资本 300 万元，万事利数码以 120 万元认购布调科技 15%的股权，其中 52.9412 万元计入注册资本，67.0588 万元计入资本公积，上述增资价格系公司与布调科技时任股东协商确定。公司入股布调科技后，以“零对价”获得 2 项专利实施许可，旨在加强公司双面数码印花技术领域的研发、生产能力。

公司利用 2 项专利主要用于通过机械原理研发双面数码印花工艺（不同于现

有双面数码印花工艺原理），目前相关研发活动仍在进行中，**暂未能利用上述 2 项专利实现丝绸面料双面数码印花产业化，研发结果具有不确定性。公司已与布调科技签订《专利实施许可合同之补充协议（二）》，将许可期限延长至 2022 年 12 月 31 日，后续视研发进展决定是否延长许可期限。**

二、辽宁万事利、广州万事利丝绸、深圳万事利和北京万事利作为经销商或加盟商使用公司商号和商标的合理性，使用对价及定价依据，是否存在利益输送等情形

辽宁万事利、广州万事利丝绸、深圳万事利和北京万事利作为经销商或加盟商使用公司商号和商标具有合理性，不存在利益输送等情形。

发行人已在招股说明书第七节之“七、（十一）其他潜在利益相关方”中补充披露如下：

辽宁万事利、广州万事利丝绸、深圳万事利和北京万事利作为公司区域代理型加盟商或经销商，在当地具备较强的经营能力，使用公司商号有利于其拓展当地业务。因万事利品牌在浙江省外地区知名度仍有待提升，为支持当地业务发展壮大，提高万事利品牌知名度，公司将当地的业务资源及相关人员移交给经营能力较强的经销商，并约定其较大规模的年度提货额，在此基础上公司允许其使用公司的商号，无使用对价安排，其有权根据经销商或加盟商协议，在协议约定的范围内，基于“万事利”产品经营的需要使用公司商标，不存在利益输送情形。为规范辽宁万事利、广州万事利丝绸、深圳万事利和北京万事利使用公司商号，共同塑造和维护万事利丝绸品牌形象，公司与各方签署了《商号使用规范协议》，对其使用公司商号约定了相关权利义务。公司根据与其签订的经销商或加盟商协议，对其使用公司商标的行为进行严格管理。

三、对业务经营或收入实现有重大影响的商标、专利、技术等是否存在重大纠纷或诉讼，是否将对发行人财务状况或经营成果产生重大影响

保荐机构和发行人律师检索了中国审判流程信息公开网、中国裁判文书网、中国执行信息公开网，确认公司商标、专利、技术等不存在重大纠纷或诉讼。

发行人已在招股说明书第六节之“七、（二）无形资产”中补充披露如下：

截至 2020 年 **12 月 31 日**，公司及子公司共拥有商标 **290** 项，专利 **112** 项，

著作权 188 项，对业务经营或收入实现有重大影响的商标、专利、技术等不存在重大纠纷或诉讼，不会对公司财务状况或经营成果产生重大影响。

四、发明专利、核心技术涉及发行人生产的具体环节及在产品中的应用情况

发行人已在招股说明书第六节之“七、（二）3、专利”中补充披露如下：

公司发明专利涉及生产的具体环节及产品应用情况如下：

序号	名称	生产环节	应用产品
1	一种轻薄丝织物制作方法及该方法制作的丝巾	面料生产环节	丝巾
2	一种纯天然杜仲雄花桑叶茶及其制备方法	桑叶茶生产环节	桑叶茶
3	一种纯天然昆仑雪菊桑叶茶及其制备方法	桑叶茶生产环节	桑叶茶
4	一种纯天然微细研磨桑叶果蔬茶及其制备方法	桑叶茶生产环节	桑叶茶
5	一种丝绸手绘画的制作方法	丝绸手绘生产环节	丝巾和丝绸工艺品
6	一种采用 PS 多种滤镜组合功能去除绢本古画图像中绢纹的方法	绢画数码喷印生产环节	仿古丝绸画等丝绸工艺品
7	立体图像的合成方法	数码印花图片处理环节	丝绸工艺品
8	四维动感照片的制作方法	数码印花图片处理环节	丝绸工艺品
9	真丝绸热转移印花方法	数码印花生产环节	丝绸面料、丝巾、丝绸工艺品
10	用于真丝绸热转移印花的墨水	数码印花墨水生产环节	丝绸面料、丝巾、丝绸工艺品
11	护肤丝素凝胶霜膏的制备方法	丝绸护肤品生产环节	日化用品
12	一种免浆处理的真丝织物数码印花方法	数码印花前处理环节	丝绸面料、丝巾、丝绸工艺品
13	一种数码印花喷印特性曲线的制作方法	数码印花生产环节	丝绸面料、丝巾、丝绸工艺品
14	一种基于特征色的数码印花颜色再现精度的评价方法	数码印花色彩管理环节	丝绸面料、丝巾、丝绸工艺品
15	一种基于纤维素纳米球为分散剂的真丝绸印花用纳米墨水的制备方法	数码印花墨水生产环节	丝绸面料、丝巾、丝绸工艺品
16	生产调度方法及生产调度系统	数码印花生产管理环节	丝绸面料、丝巾、丝绸工艺品
17	一种抗菌防霉丝绸壁纸的制备方法	丝绸壁纸生产环节	丝绸壁纸
18	一种基于多核处理器及 DMA 技术的高速数码印花方法	数码印花喷印环节	丝绸面料、丝巾、丝绸工艺品
19	一种基于双工作台多喷头系统的丝绸书籍快速打印方法	数码印花喷印环节	丝绸面料、丝巾、丝绸工艺品

序号	名称	生产环节	应用产品
20	一种基于小波网络的丝绸产品个性化推荐方法	数码印花花型设计环节	丝绸面料、丝巾、丝绸工艺品
21	一种紫外线变色印花织物的制备方法	数码印花前处理环节	丝绸面料、丝巾、丝绸工艺品
22	一种具有抗菌与吸附功能的纳米氧化锌-竹炭复合粒子的制备方法	印染后整理环节	丝绸面料、丝巾、丝绸工艺品
23	一种自粘性的长效缓释精油微胶囊及其制备方法和应用	印染后整理环节	丝绸面料、丝巾、丝绸工艺品
24	自动进纸数码压痕折页机	丝绸书装订环节	丝绸书
25	一种可控发光织物	丝绸面料生产环节	丝绸面料、丝巾、丝绸工艺品
26	一种数码印花颜色再现监控方法	数码印花色彩管理环节	丝绸面料、丝巾、丝绸工艺品
27	一种改善丝绸单面数码喷墨印花渗透性的方法	数码印花喷印环节	丝绸面料、丝巾、丝绸工艺品

发行人已在招股说明书第六节之“九、（二）2、丝绸纺织制品核心技术情况”中补充披露如下：

序号	技术名称	技术来源	主要内容	生产环节	应用的产品
1	数码印花色彩管理技术	产学研合作	形成以数据控制为核心，建立以预防为主体的公司、车间、班组三级色彩管理与控制体系，实现色彩再现的数字化控制体系	数码印花色彩管理环节	丝巾、品牌服装、丝绸面料、贴牌服装
2	双面数码印花工艺	自主研发	双面数码印花工艺解决了真丝面料双面渗透问题，做出双面同花异色产品和第一本异色色卡标准，提升面料品质，具有防伪效果	双面数码印花生产环节	丝巾、品牌服装、丝绸面料、贴牌服装

五、是否存在因商标、商号使用或品牌仿冒产生的纠纷、诉讼，相关事项对发行人经营的影响及发行人的应对措施

（一）因商标、商号使用或品牌仿冒产生的纠纷、诉讼及其影响

发行人已在招股说明书第六节之“七、（二）2、商标”中补充披露如下：

截至本招股说明书签署日，公司不存在因他人使用“万事利”商标、商号或品牌仿冒产生的纠纷、诉讼等情形。

截至本招股说明书签署日，存在一起他人起诉公司侵害其商标权的诉讼。陕西泾阳泾普茶业有限公司（以下简称“泾普茶业”）认为公司生产和销售的“大

唐三宝”创意组合产品侵犯其拥有的“大唐三宝”商标专用权和“大唐茯茶”商标专用权，向西安市中级人民法院提起诉讼。2020 年 3 月 10 日，西安市中级人民法院作出判决（（2019）陕 01 知民初 1266 号），认为公司并未侵犯泾普茶业的商标专用权，驳回泾普茶业的全部诉讼请求。一审判决作出后，泾普茶业向陕西省高级人民法院提起上诉。2020 年 9 月 2 日，陕西省高级人民法院作出裁定（（2020）陕民终 692 号），撤销西安市中级人民法院（2019）陕 01 知民初 1266 号民事判决，发回重审。**2020 年 12 月 30 日，西安市中级人民法院作出判决（（2020）陕 01 知民初 1933 号），再次驳回泾普茶业的全部诉讼请求。2021 年 1 月 10 日，泾普茶业向陕西省高级人民法院提起上诉，请求撤销（2020）陕 01 知民初 1933 号民事判决、改判被上诉人赔偿经济损失 15 万元和承担一审、二审全部诉讼费用。**“大唐三宝”创意组合产品报告期内合计销售收入为 34.52 万元，即使公司被判令停止销售，亦不会对公司经营产生重大不利影响。

（二）发行人对商标、商号规范使用或品牌维权已有明确的管理措施

发行人已在招股说明书第六节之“七、（二）2、商标”中补充披露如下：

公司对商标、商号规范使用或品牌维权的管理措施如下：

（1）商标规范使用的管理措施

公司与加盟商签订的合同中明确约定商标使用义务，主要包括：加盟商在经营“万事利”品牌时应当严格遵守《商标法》的规定，充分维护商标注册人的权益；“万事利”品牌所有商标应在特许经营店店铺使用，不得在特许经营店（厅、柜、专卖店）区域内以任何方式为非“万事利”品牌产品作任何广告或广告性的招贴、宣传等，否则视为加盟商违约，公司有权取消授权，没收保证金，终止合同。

公司与经销商签订的协议中明确约定经销商在经营“万事利”品牌时应当严格遵守《商标法》的规定，充分维护商标注册人的权益。

（2）商号规范使用的管理措施

公司已与辽宁万事利、深圳万事利、北京万事利、广州万事利丝绸等签订了《商号使用规范协议》，就商号的使用作出了一系列约定，主要包括：加盟商/经销商使用“万事利”商号的，应当向公司进行备案；加盟商/经销商在使用“万

事利”商号期间，应当积极维护万事利丝绸品牌形象，遵守《消费者权益保护法》和《广告法》的规定，接受及配合公司对“万事利”商号使用情况的监督和检查；加盟商/经销商因不当使用“万事利”商号，受到有关部门处罚或第三方索赔的，应当自行承担罚金或赔偿；给公司造成损害的，应当赔偿公司的直接及间接损失。加盟商/经销商违反《商号使用规范协议》、加盟/经销协议或不再作为加盟商/经销商从事公司产品销售的，公司有权要求加盟商/经销商停止使用“万事利”商号。

（3）品牌维权的管理措施

公司设立法律事务部维护品牌权益，法律事务部在获取侵权线索后，将视情形采取向市场监督管理部门投诉、提起民事诉讼等措施，积极维护品牌形象。

六、请保荐人、发行人律师核查并发表明确意见

（一）核查程序

为核查上述事项，保荐机构和发行人律师主要履行了如下核查程序：

1、访谈了布调科技实际控制人、万事利数码总经理了解投资过程及目的；取得了各方主体签署的《杭州布调科技有限公司之增资协议》以及万事利数码与布调科技签署的《专利实施许可合同》。

2、查阅了发行人与辽宁万事利、广州万事利丝绸、深圳万事利和北京万事利的地区代理协议、《商号使用规范协议》；并对辽宁万事利、广州万事利丝绸、深圳万事利和北京万事利进行了现场走访，确认其与发行人不存在私下协议与利益安排。

3、查阅了发行人商标、专利、著作权的权属证书，并在相关官方网站进行了查询；通过检索中国审判流程信息公开网、中国裁判文书网、中国执行信息公开网等公开信息查询法人是否存在商标、专利、著作权的纠纷；取得了发行人出具的“关于商标、专利、著作权不存在纠纷”说明，并访谈了发行人管理中心相关负责人员。

4、取得了发明关于发明专利、核心技术涉及发行人生产的具体环节及在产品中的应用情况的说明；实地查看数码印花生产过程、丝绸面料生产过程。

5、取得了发行人出具的说明及发行人与泾普茶叶诉讼的一审判决书、二审传票、上诉状和证据材料等资料；查阅了发行人收入明细账有关“大唐三宝”产品销售情况；查阅了发行人与主要分销商签署的合作协议、与地区代理商签署的商号使用规范协议；访谈了发行人法律事务部相关负责人员。

（二）核查意见

1、万事利数码与布调科技时任股东协商确定以 120 万元认购布调科技 15%的股权，通过股权合作的模式零对价取得 2 项专利实施许可，旨在加强公司双面数码印花技术领域的研发、生产能力，目前相关研发活动仍在进行中，后续视研发进展决定是否延长许可期限。

2、辽宁万事利、广州万事利丝绸、深圳万事利和北京万事利作为发行人区域代理型加盟商或经销商，使用公司商号有利于其拓展业务。因万事利品牌在浙江省外地区知名度仍有待提升，为支持当地业务发展壮大，提高万事利品牌知名度，与其协议约定较大规模的年度提货额，在此基础上公司允许其使用公司的商号和商标。发行人允许其使用公司商号和商标具有合理性，无使用对价安排，不存在利益输送等情形。

3、截至本问询函回复出具日，对发行人业务经营或收入实现有重大影响的商标、专利、技术等不存在重大纠纷或诉讼，不会对公司财务状况或经营成果产生重大不利影响。

4、发行人发明专利及核心技术均用于主营业务，应用的具体生产环节和产品已在招股说明书中披露。

5、截至本问询函回复出具日，发行人不存在因他人使用发行人商标、商号或品牌仿冒产生的纠纷、诉讼等情形，存在一起他人起诉发行人侵害其商标权的诉讼，诉讼所涉产品销售规模较小，不会对发行人经营产生重大影响。发行人已就商标、商号规范使用或品牌维权制定了相应的管理措施，有效维护自身权益。

问题 6

申报文件显示，发行人存在与 LVMH 工艺公司及其相关方的诉讼，以及与好状态供应链的诉讼。相关诉讼均为未决状态。报告期内，公司及其子公司、分公司曾受到 8 笔税务行政处罚，2020 年万事利数码曾受到 3 笔消防行政处罚，合

计达 15000 元。请发行人补充披露：（1）与 LVMH 工艺公司及其相关方的诉讼进展情况，相关诉讼是否将对发行人的品牌形象、声誉造成重大不利影响，是否将影响发行人获得境内外订单，是否对发行人主营业务构成重大不利影响；（2）与好状态供应链的诉讼的进展情况；（3）2020 年万事利数码曾受到 3 笔消防行政处罚，合计达 15000 元的原因和整改措施，该公司内部管理是否存在重大漏洞；（4）发行人及其子公司、分公司多次受到税务行政处罚的原因及整改措施，内部控制制度是否健全并得到有效执行；（5）发行人、发行人实际控制人、控股子公司、董事、监事、高级管理人员和核心技术人员报告期发生或虽在报告期外发生，但仍对发行人产生较大影响的诉讼或仲裁的相关情况，包括但不限于案件受理情况和基本案情，诉讼或仲裁请求，判决、裁决结果及执行情况，诉讼或仲裁事项对发行人的影响。

请保荐人、发行人律师核查并发表明确意见。

【回复】

一、与 LVMH 工艺公司及其相关方的诉讼进展情况，相关诉讼是否将对发行人的品牌形象、声誉造成重大不利影响，是否将影响发行人获得境内外订单，是否对发行人主营业务构成重大不利影响

发行人与 LVMH 工艺公司及其相关方诉讼仍在进行中，对发行人主营业务不构成重大不利影响。

根据法国代理律师说明，截至本问询函回复出具日，发行人及其子公司与 LVMH 工艺公司及其相关方的诉讼程序仍在进行中。继发行人于 2020 年 3 月提交反诉之后，巴黎商事法院分别在 2020 年 6 月 12 日、2020 年 9 月 16 日、2020 年 10 月 7 日、**2021 年 1 月 20 日和 2021 年 2 月 17 日**举行了听证会，尚未作出判决。

由于发行人和 LVMH 工艺公司充分认可发行人的技术优势、创新潜力以及各自的品牌优势，双方拟建立长期的合作伙伴关系，后在相关合作协议履行过程中因观点分歧发生纠纷，经协商无果后进入诉讼。该纠纷属于正常的商业纠纷，发行人不存在主观恶意。双方遵守相关合作协议关于争议解决的约定，按照法国法律，在巴黎商事法院通过司法途径寻求救济。发行人将积极应诉，并根据最终

生效的法院判决或调解方案维护权利、承担义务。发行人拥有充裕的银行存款，即使败诉也具备履行法院判决的能力，该等事项不会对发行人的生产经营造成重大影响。

报告期内，发行人主要从事丝绸相关产品的研发设计、生产与销售。发行人主要产品按照客户群体和是否具备终端消费品牌可分为丝绸文化创意品和丝绸纺织制品，其中以“万事利”自有品牌为核心的丝绸文化创意品主要包括丝巾、组合套装、家纺、品牌服装、围巾、丝绸工艺品；以技术加工为核心向知名女装品牌提供的丝绸纺织制品主要包括丝绸面料、贴牌服装。

发行人基于双面数码印花工艺技术与 LVMH 工艺公司展开的合作，是发行人开拓技术输出与服务领域的尝试，与发行人目前的主要产品无关。报告期内，发行人从欧洲地区取得的主营业务收入分别为 4,096.23 万元、4,062.80 万元与 **3,829.29** 万元，自诉讼发生以来未出现大规模下滑，该合作引发的诉讼不会影响发行人获得主要产品的境内外订单，也不会对发行人主营业务构成重大不利影响。

发行人已在招股说明书第十一节之“三、（一）1、与 LVMH 工艺公司及其相关方的诉讼”中补充披露如下：

“……

巴黎商事法院分别在 2020 年 6 月 12 日、2020 年 9 月 16 日、2020 年 10 月 7 日**、2021 年 1 月 20 日和 2021 年 2 月 17 日**举行了听证会，尚未作出判决。

……

截至 **2020 年末**，发行人银行存款充足，可以用银行存款支付前述款项。发行人基于双面数码印花工艺技术与 LVMH 工艺公司展开的合作，是发行人开拓技术输出与服务领域的尝试，与发行人目前的主要产品无关。该诉讼不会影响发行人获得境内外订单，不会对发行人的主营业务与日常生产经营造成重大影响，亦不会对发行人的品牌形象、声誉造成重大不利影响。”

基于谨慎性原则，发行人已于 2020 年年度报告中对上述诉讼计提了预计负债。

根据LVMH工艺公司提交的诉讼文件，其最新诉求为要求发行人偿还其已支付的款项共计75.58万欧元，并支付102.04万欧元损害赔偿金。发行人根据谨慎性原则已在2020年年度报告中确认了预计负债。

根据《企业会计准则第13号——或有事项》第五条：预计负债应当按照履行相关现时义务所需支出的最佳估计数进行初始计量。所需支出存在一个连续范围，且该范围内各种结果发生的可能性相同的，最佳估计数应当按照该范围内的中间值确定。发行人与LVMH工艺公司的诉讼纠纷所需支出存在一个连续范围，且该范围内各种结果发生的可能性相同，故最佳估计数按照该范围内的中间值即上下限金额的平均数确定。具体如下：

对于连续范围的上限，根据后续诉讼文件，LVMH 工艺公司要求发行人返还机器转让款、技术服务费、人员培训费小计75.58万欧元，并赔偿损失102.04万欧元，共计177.62万欧元。如果法院支持LVMH工艺公司诉讼请求，发行人所需支出的金额上限为177.62万欧元。对于连续范围的下限，如果法院支持发行人的诉讼请求，公司无需支付款项，故所需支付的金额下限为0.00万欧元。

最佳估计数=（所需支出下限+所需支出上限）/2 即88.81万欧元。考虑到发行人仍列示在预收账款的机器转让款、人员培训费 55.58 万欧元，公司确认预计负债对公司经营业绩的影响金额为 33.23 万欧元。上述预计负债对发行人经营业绩影响如下：

项目	金额（万欧元）	金额（折人民币万元）
诉讼标的金额	177.62	1,425.36
最佳估计数	88.81	712.68
仍列示在预收账款的机器转让款、人员培训费	55.58	446.01
确认预计负债	33.23	266.67
2020年度利润总额	/	7,141.92
占2020年度利润总额的比重		3.73%

注：上表本币金额根据2020年12月31日中国人民银行授权中国外汇交易中心公布的银行间外汇市场人民币汇率中间价进行折算。

公司根据谨慎性原则于2020年按照最佳估计数减去仍列示在预收账款的机器转让款、人员培训费后确认预计负债33.23万欧元（折合人民币约266.67万元），约占发行人2020年度利润总额的3.73%。该诉讼不会对发行人经营业绩造

成重大不利影响。

若本案诉讼管辖法院最终判决支持LVMH工艺公司及其子公司的请求且发行人的反诉请求均未得到法院支持，发行人及/或其子公司将支付的金额总计约177.62万欧元（折合人民币约1,425.36万元），确认营业外支出122.04万欧元（折合人民币约979.35万元），约占发行人2020年度利润总额的13.71%。

二、与好状态供应链的诉讼的进展情况

发行人已根据安徽省肥东县人民法院出具的2020皖0122民初3826号《民事调解书》，在招股说明书第十一节之“三、（一）2、与好状态供应链的诉讼”中补充披露如下：

（1）发行人与好状态供应链合作情况

2020年4月10日，发行人子公司万事利数码与好状态供应链签订了《口罩购销合同》，向其采购挂耳式折叠型口罩100.00万个，总采购金额645.00万元。该批口罩实际生产商为安徽灿金医疗器械有限公司。在合同履行过程中，安徽灿金医疗器械有限公司因内置鼻梁条机器设备损坏，且受新冠肺炎疫情影响设备厂家无力提供售后服务，新机器也未能及时交付，导致好状态供应链难以履约。经协商，好状态供应链与万事利数码于2020年4月25日签署《合同终止协议》，同意终止《口罩购销合同》，并由好状态供应链在2020年4月27日前向万事利数码退还预付货款320.51万元。2020年5月1日，好状态供应链向万事利数码退款100.00万元。

（2）万事利数码起诉及和解情况

由于好状态供应链未能按照《合同终止协议》规定的日期退还预付货款，2020年5月19日，万事利数码向安徽省肥东县人民法院提起诉讼，请求判令好状态供应链立即退还剩余货款220.51万元，支付逾期利息与万事利数码所发生的律师费用，并承担全部诉讼费用。2020年6月3日，安徽省肥东县人民法院决定立案受理。在本案审理过程中，经法院主持调解，万事利数码与好状态供应链达成调解协议：好状态供应链、安徽灿金医疗器械有限公司应于2020年9月15日前退还预付款220.51万元，并支付律师费4.56万元，合计225.07万元；若未按上述期限付款，应自2020年4月28日起，以220.51万元为基数，按全国银

行间同业拆借中心公布的贷款市场报价利率的1.5倍向万事利数码支付逾期付款违约金。截至本招股说明书签署日，好状态供应链、安徽灿金医疗器械有限公司未按照调解协议的约定向万事利数码付款，法院已受理万事利数码提交的强制执行申请，决定立案执行。

（3）诉讼对发行人的影响

万事利数码已对好状态供应链、安徽灿金医疗器械有限公司的其他应收款220.51万元全额计提坏账准备。即使万事利数码最终未能通过申请强制执行获得偿付，上述应收款仅占发行人**2020年12月31日**净资产的**0.45%**，比例较小。该诉讼不会对发行人的生产经营造成重大不利影响。

三、2020年万事利数码曾受到3笔消防行政处罚，合计达15000元的原因和整改措施，该公司内部管理是否存在重大漏洞

万事利数码已制定了《消防安全管理制度》，并按规定做好防火检查和消防培训工作，内部管理较为良好。本次不合规行为主要系疫情期间口罩生产任务繁重，在消防安全的管理上面有所懈怠所致。万事利数码已通过细化防火检查流程和标准、做好培训工作、落实第一责任人等方式进一步完善内部管理。此外，上述3笔消防违法行为不属于重大违法行为。万事利数码在消防安全上的内部管理不存在重大漏洞。

公司在招股说明书第七节之“三、（二）消防行政处罚”中补充披露如下：

（二）消防行政处罚

1、消防行政处罚的具体情况

2020年4月，消防主管部门对万事利数码进行了现场检查。万事利数码疫情期间转产民用口罩，因生产时间紧、任务重，导致万事利数码在消防安全上未及时跟进管理措施。2020年5月7日，万事利数码收到了杭州钱塘新区消防救援大队出具的《行政处罚决定书》，处罚原因和具体情况如下：

序号	处罚文号	处罚原因	具体情况	罚款金额（元）
1	钱塘（消）行罚决字[2020]16000053号	将其他场所与居住场所设置在同一建筑物内不符合消防技术标准	车间施工现场的外部装修人员自行留宿	5,000

序号	处罚文号	处罚原因	具体情况	罚款金额（元）
2	钱塘（消）行罚决字[2020]16000054号	消防设施未保持完好有效	应急灯报故障未及时更换	5,000
3	钱塘（消）行罚决字[2020]16000055号	遮挡消火栓	货物出入库放置遮挡消防栓	5,000

上述消防处罚已由杭州钱塘新区消防救援大队出具了说明：上述违法行为均已整改完毕，未造成严重后果，不属于重大违法行为，罚款已按时足额缴纳。

2、万事利数码的整改措施

万事利数码针对本次消防行政处罚积极采取了如下整改措施：

（1）根据消防主管部门现场检查的情况，安全小组对车间施工现场外部装修人员自行留宿的情况进行了清退整改，及时更换故障应急灯，移除货物对消防栓的遮挡，并对上述整改情况持续保持，通过了杭州钱塘新区消防救援大队等有关部门的复查；

（2）万事利数码主动缴纳了全部罚款，处罚责任履行完毕；

（3）万事利数码制定的《消防安全工作考评和奖惩制度》对不同程度的消防安全事故，视损失情况和认识态度，予以口头告诫、责令赔偿、通报批评、解聘等处罚。本次行政处罚事项未造成严重不良后果且责任人及时整改，万事利数码对车间管理负责人、安全主管等相关人员予以口头告诫；

（4）万事利数码于2020年6月19日邀请消防专员为公司园区负责人、安全管理人员、特殊工程人员、车间管理人员等相关人员培训消防安全基本知识，并就消防器材使用方法进行应急疏散演练。

3、万事利数码在消防安全上的内部管理不存在重大遗漏

（1）万事利数码已制定了《消防安全管理制度》，并按规定做好防火检查和消防培训工作，内部管理较为良好

万事利数码已制定了《消防安全管理制度》，具体包括《消防安全管理办法》《监控室管理制度》《消防器材管理制度》《消防安全检查制度》《灭火和应急疏散预案演练制度》《消防安全工作考评和奖惩制度》等实施细则，对消防安全责任、消防安全管理、防火检查、消防安全档案、奖惩等方面作出了详细的规定。

万事利数码每月定期对消防设施点进行检查，并做好检查记录表；每年至少组织两次消防培训，并要求新入职员工必须参加消防培训。

（2）疫情期间口罩生产任务繁重，导致在消防安全的管理上面有所懈怠

万事利数码疫情期间临时转产口罩生产，口罩生产任务繁重，公司员工在做好本职岗位的同时需要分配精力做口罩包装工作，导致在消防安全管理上面有所懈怠。口罩自动化进行车间无尘改造，未对外部施工人员加以管理导致其自行留宿；口罩等产品出入库时临时放置在消防栓前面，导致遮挡消防栓；应急照明灯报故障，未及时采购更换。前述消防安全不合规行为系特殊时期未严加管理所致。

（3）万事利数码针对前述不合规行为进一步完善内部管理

万事利数码针对不合规行为进一步完善内部管理，第一，细化防火检查流程和标准，在安全出口、疏散通道是否畅通，安全疏散指示标志、应急照明是否完好；消防设施、器材和消防安全标志是否在位、完整；常闭式防火门是否处于关闭状态，防火卷帘下是否堆放物品影响使用等多方面进行检查，并安排安全主管不定期抽检；第二，邀请消防专员对园区负责人、安全管理人员、特殊工程人员、车间管理人员等相关人员做好消防安全培训，再由负责人对内层层落实，传达消防培训知识，落实好第一责任人。

（4）上述 3 笔消防违法行为不属于重大违法行为

根据杭州钱塘新区消防救援大队出具的《情况说明》，违法行为均已整改完毕，未造成严重后果，不属于重大违法行为，罚款已按时足额缴纳。

万事利数码已制定了《消防安全管理制度》，并按规定做好防火检查和消防培训工作，内部管理较为良好。本次不合规行为主要系疫情期间口罩生产任务繁重，在消防安全的管理上面有所懈怠所致。万事利数码已通过细化防火检查流程和标准、做好培训工作、落实第一责任人等方式进一步完善内部管理。此外，上述 3 笔消防违法行为不属于重大违法行为。万事利数码在消防安全上的内部管理不存在重大漏洞。

四、发行人及其子公司、分公司多次受到税务行政处罚的原因及整改措施，内部控制制度是否健全并得到有效执行

发行人子公司和分公司因延期纳税申报和丢失发票等原因受到税务行政处罚，发行人已制定了完善的内部控制制度，主要包括《控股子公司管理办法》《分公司管理制度》《纳税申报管理规范》《发票管理规范》等，经过整改规范，发行人子公司、分公司的税务不合规行为已不再发生，截至发行人提交本次发行申请之日，已规范运行一年，整改执行效果良好，不存在重大内部控制缺陷。

公司在招股说明书第七节之“三、（一）税务行政处罚”中补充披露如下：

（一）税务行政处罚

1、税务行政处罚的具体情况

2017-2020 年度，发行人及其子公司、分公司共受到 8 次税务行政处罚，具体原因如下：

序号	被处罚企业	处罚机关	处罚文号	处罚时间	处罚原因	罚款金额（元）
1	万事利礼品广州分公司	广州市天河区地方税务局	天简罚〔2017〕541 号	2017-3-9	个人所得税（工资薪金所得）未按期申报	200.00
2	万事利数码	杭州经济技术开发区国家税务局	杭国简罚[2017]3960 号	2017-3-10	未按期申报企业所得税	1,000.00
3	万事利丝绸北京分公司	北京市朝阳区国家税务局第一税务所	朝一国税简罚〔2018〕13999 号	2018-4-23	丢失增值税普通发票 1 份	20.00
4	万事利礼品	国家税务总局杭州市江干区税务局	杭国简罚〔2018〕8568 号	2018-5-16	遗失已开具增值税普通发票 14 张	100.00
5	杭州新丝路	杭州市地方税务局江干税务分局	杭地税江简罚〔2018〕833 号	2018-6-21	未按照规定期限办理纳税申报和报送纳税资料	600.00
6			杭地税江简罚〔2018〕834 号	2018-6-21		
7			杭地税江简罚〔2018〕835 号	2018-6-21		
8	万事利礼品	国家税务总局杭州市江干区税务局	杭江税简罚〔2019〕2881 号	2019-3-25	城市维护建设税及地方教育附加、教育费附加未按期申报	200.00

发行人子公司、分公司税务处罚所涉案件罚款金额均不超过 1,000 元，罚款

金额较小，属于《行政处罚法》第三十三条规定的简易程序。上述处罚案件均不属于《重大税收违法失信案件信息公布办法》（国家税务总局公告 2018 年第 54 号）第五条规定的重大税收违法失信案件情形。

2、发行人的整改措施

发行人针对前述税务处罚行为积极整改，具体措施如下：

（1）发行人子公司、分公司在收到上述处罚决定书后及时缴纳罚款，处罚已执行完毕。

（2）2019 年 4 月，为防范发行人子公司和分公司再次出现税务不合规行为，发行人制定了完善的内部控制制度，主要包括《控股子公司管理办法》《分公司管理制度》《纳税申报管理规范》《发票管理规范》，从人事管理、经营管理、财务管理等方面对子公司和分公司管理进行了详细规定，从各税种申报、关键控制点、审核、缴纳和申报资料的保管等方面对发行人合并体系内的纳税申报管理进行了详细的规定，从发票的领用、开具、保管、违规处罚等方面对发行人合并体系内的发票管理进行了详细的规定。上述制度签发执行以来，发行人及其子公司、分公司严格按照公司规定执行，重点防范纳税申报延期申报和发票遗失等行为。

经过上述整改规范过程，发行人及其子公司、分公司的税务不合规行为已不再发生，截至发行人申报本次发行前，已规范运行一年，整改执行效果良好。

3、发行人已经建立较为完整、合理的内部控制制度，并能够通过信息沟通与反馈，对内部控制体系进行不断完善，各项内部控制制度的执行情况总体较好，不存在重大内部控制缺陷。

发行人已经根据《企业内部控制基本规范》等相关规定，并结合公司的实际情况和管理需要，制定了较为完善、合理的内部控制制度。发行人已经建立的内部控制制度贯穿于公司经营活动的各层面和各环节。

发行人已建立了《控股子公司管理办法》《分公司管理制度》《纳税申报管理规范》《发票管理规范》等，对控股子公司和外地分公司的人事管理、经营管理、财务管理、纳税申报、发票管理等方面进行了详尽的规定。

发行人已形成了较为完善的内部控制体系。发行人的内部控制工作由董事会、

监事会和高级管理人员共同参与。其中，董事会负责确保维持稳健有效的风险管理及内部监控系统，主要通过董事会下设的审计委员会实施内部监督。发行人监事会负责对董事、高级管理人员执行公司职务时有无违反法律、法规、公司章程及股东大会决议的行为进行监督，检查公司财务状况，查阅账簿等其他会计资料，对公司的计划、决策及执行进行监督；审计委员会在董事会的领导下负责审核公司的财务信息及其披露、审查内部控制制度，监督内部控制的有效实施和内部控制自我评价情况。

综上所述，发行人已经建立较为完整、合理的内部控制制度，并能够通过信息沟通与反馈，对内部控制体系进行不断完善，各项内部控制制度的执行情况总体较好，不存在重大内部控制缺陷。

五、发行人、发行人实际控制人、控股子公司、董事、监事、高级管理人员和核心技术人员报告期发生或虽在报告期外发生，但仍对发行人产生较大影响的诉讼或仲裁的相关情况，包括但不限于案件受理情况和基本案情，诉讼或仲裁请求，判决、裁决结果及执行情况，诉讼或仲裁事项对发行人的影响

（一）发行人与控股子公司相关诉讼及仲裁情况

发行人及子公司重要诉讼为与 LVMH 工艺公司、与好状态供应链的诉讼，具体参见本问询函回复问题 6 之“一、与 LVMH 工艺公司及其相关方的诉讼进展情况，相关诉讼是否将对发行人的品牌形象、声誉造成重大不利影响，是否将影响发行人获得境内外订单，是否对发行人主营业务构成重大不利影响”与“二、与好状态供应链的诉讼的进展情况”，相关信息已在招股说明书第十一节之“三、（一）1、与 LVMH 工艺公司及其相关方的诉讼”与“三、（一）2、与好状态供应链的诉讼”中进行补充披露。

除此之外，发行人与控股子公司不存在报告期发生或虽在报告期外发生，但仍对发行人产生较大影响的诉讼或仲裁。

（二）发行人实际控制人、董事、监事、高级管理人员和核心技术人员不存在作为一方当事人可能对发行人产生影响的刑事诉讼、重大诉讼或仲裁事项

发行人已在招股说明书第十一节之“三、（二）2、实际控制人的刑事诉讼、重大诉讼或仲裁事项”中披露如下：

截至本招股说明书签署日，发行人实际控制人屠红燕、李建华、屠红霞、王云飞、沈柏军不存在作为一方当事人可能对发行人产生影响的刑事诉讼、重大诉讼或仲裁事项。

发行人已在招股说明书第十一节之“三、（三）发行人董事、监事、高级管理人员和其他核心人员的刑事诉讼、重大诉讼或仲裁事项”中披露如下：

截至本招股说明书签署日，发行人董事、监事、高级管理人员和其他核心人员不存在作为一方当事人可能对发行人产生影响的刑事诉讼、重大诉讼或仲裁事项。

六、请保荐人、发行人律师核查并发表明确意见

（一）核查程序

为核查上述事项，保荐机构、发行人律师主要履行了如下核查程序：

1、取得法国律师出具的与 LVMH 工艺公司及其相关方诉讼进展确认邮件；访谈发行人高管，了解与 LVMH 工艺公司及其相关方的诉讼对公司业务的影响情况；通过网络主流搜索引擎对“万事利”、“LVMH”为关键字进行检索，核查是否出现本诉讼的相关信息；对 2020 年度发行人外销收入进行了分析性复核；2019 年 LVMH 工艺公司及其相关方提起诉讼后，相较 2018 年度发行人净利润有所增加，营业收入与法国地区营业收入有所下降，下降的原因主要是因为发行人基于长远业务规划，主动缩减了部分毛利率较低的贴牌服装业务，并非因诉讼而导致收入下滑。

2、取得万事利数码关于好状态供应链的起诉状及证据清单，校对诉讼内容与证据；取得安徽省肥东县人民法院就万事利数码起诉好状态供应链出具的民事调解书；访谈了发行人副总经理，了解好状态供应链无法履约对于万事利数码业务的影响。

3、取得并查阅了万事利数码关于消防安全的管理制度；取得了万事利数码消防设施点检查记录表、消防箱检查表、灭火器检查表、消防器材养护记录卡；取得了万事利数码消防培训台账和消防培训照片；查阅了万事利数码 3 次消防行政处罚决定书和杭州钱塘新区消防救援大队出具的不构成重大违法行为的说明；取得了万事利数码关于行政处罚的整改说明；访谈了万事利数码的物业相关责任

人，向其了解本次行政处罚的原因、整改情况等。

4、取得了发行人制定的《控股子公司管理办法》、《分公司管理制度》、《纳税申报管理规范》，查阅了历次三会资料和公司签发文件；取得了发行人子公司和分公司的税务行政处罚决定书和缴款凭证；核查了发行人 2019 年 4 月-2020 年 12 月的营业外支出明细账，梳理是否存在罚款的情况；申报会计师出具的《内部控制鉴证报告》。

5、取得发行人及控股子公司相关诉讼资料，核查其对发行人的影响；通过中国执行信息公开网、中国裁判文书网、中国审判流程信息公开网、信用中国等渠道对发行人、发行人实际控制人、控股子公司、董事、监事、高级管理人员和核心技术人员的诉讼情况进行网络核查；取得实际控制人、董事、监事、高级管理人员和其他核心人员出具的关于不存在诉讼、仲裁的说明。

（二）核查意见

经核查，保荐机构和发行人律师认为：

1、截至本问询函回复出具日，发行人与 LVMH 工艺公司及其相关方的诉讼仍在进行中；相关诉讼不会对发行人的品牌形象、声誉造成重大不利影响，不会对发行人获得境内外订单造成重大不利影响，不会对发行人主营业务构成重大不利影响。

2、经法院调解，好状态供应链应于 2020 年 9 月 15 日前退还预付款 220.51 万元，截至本问询函回复出具日，发行人未收到上述款项，发行人已全额计提坏账准备，并已提交强制执行申请；即使万事利数码最终未能通过申请强制执行获得偿付，上述其他应收款仅占发行人 2020 年 12 月 31 日净资产的 0.45%，比例较小，该诉讼不会对发行人的生产经营造成重大不利影响。

3、2020 年万事利数码曾受到 3 笔消防行政处罚的原因主要系疫情期间口罩生产任务繁重，在消防安全的管理上面有所懈怠所致，上述情形不属于重大违法违规行为，万事利数码已制定了《消防安全管理制度》，并通过细化防火检查流程和标准、做好培训工作、落实第一责任人等方式进一步完善内部管理。万事利数码在消防安全上的内部管理不存在重大漏洞。

4、发行人子公司和分公司报告期内所受税务行政处罚原因主要系未按期申

报纳税和发票丢失所致，上述情形不属于重大违法违规行为，发行人在收到行政处罚决定书后及时缴纳罚款，处罚已履行完毕，并已进一步完善并健全了内部控制制度，经过整改规范后，发行人及其子公司、分公司的税务不合规行为于 2019 年 4 月后已不再发生，截至目前已规范运行超过一年，内部控制制度执行效果良好。

5、除与 LVMH 以及好状态供应商之间诉讼外，发行人、发行人实际控制人、控股子公司、董事、监事、高级管理人员和核心技术人员不存在报告期发生或虽在报告期外发生，但仍对发行人产生较大影响的诉讼或仲裁事项。发行人与 LVMH 工艺公司以及好状态供应链之间的诉讼详细情况均已在招股说明书中披露。

问题 7

申报文件显示，报告期内，万事利丝绸、万事利科技实际负担的企业所得税税率均为 15%。报告期内公司政府补助金额分别为 748.17 万元、402.03 万元和 869.92 万元。请发行人补充披露：（1）税收优惠的可持续性，各期税收优惠金额及占利润总额的比例，报告期内经营成果对税收优惠是否存在重大依赖；（2）政府补助是否具有可持续性，各期政府补助金额占利润总额的比例，报告期内经营成果对政府补助是否存在重大依赖。

请保荐人、发行人律师核查并发表明确意见。

【回复】

一、税收优惠的可持续性，各期税收优惠金额及占利润总额的比例，报告期内经营成果对税收优惠是否存在重大依赖

发行人享受的税收优惠主要为高新技术企业所得税优惠、研发费用加计扣除优惠，与发行人经营业务密切相关，税收优惠具备可持续性，发行人对税收优惠不存在重大依赖的情形。

发行人已在招股说明书第八节之“十三、（七）3、最近三年税收政策变化及对公司的影响”中补充披露如下：

3、最近三年税收政策变化及对公司的影响

报告期内，公司及合并范围内子公司享受的税收优惠政策情况参见本节之“七、发行人执行的税收政策和主要税种”。

（1）发行人税收优惠具备可持续性

万事利丝绸于 2013 年获得了浙江省科学技术厅、浙江省财政厅、浙江省国家税务局和浙江省地方税务局颁发的《高新技术企业证书》，并于 2019 年通过复审认定，有效期限至 2021 年。高新技术企业税收优惠政策自实施以来，政策历史一致性与连贯性较强，如上述法律、行政法规及相关税收优惠政策未发生实质性变更，发行人申请高新技术企业相关指标不发生重大变化，则发行人将继续享受的高新技术企业减按 15%税率征收企业所得税之优惠税率，具有较高可持续性。

发行人子公司万事利科技于 2009 年获得了《高新技术企业证书》，并于 2018 年通过复审认定，有效期限至 2020 年。2020 年初万事利科技业务整合到万事利数码，万事利科技预计 2020 年下半年不再申请高新技术企业证书复审认定，后续由万事利数码申请高新技术企业认证。因此，万事利科技高新技术企业所得税优惠不可持续，但因万事利科技 2018 年-2020 年因应纳税所得额为负，未实际享有高新技术企业所得税优惠政策，该高新技术企业资质对发行人影响较小。

研发费用加计扣除的所得税优惠政策，系我国近些年来一直实行的税收优惠政策，具有长期性、持续性，未来该政策变化的可能性较小，发行人预计享有的可持续性较高。

综上，发行人享受的税收优惠主要为高新技术企业所得税优惠、研发费用加计扣除优惠，与发行人经营业务密切相关，税收优惠具备可持续性。

（2）发行人对税收优惠不存在重大依赖的情形

报告期内，发行人税收优惠明细具体如下：

单位：万元

项　目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
高新技术企业所得税政策优惠金额	407.66	571.87	443.13
其中：万事利丝绸	407.66	571.87	443.13
万事利科技	-	-	-
研发费用加计扣除税收优惠金额	486.41	387.66	315.02

单位：万元

项　目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
小微企业所得税政策优惠金额	**11.67**	15.01	14.26
税收优惠小计①	**905.74**	**974.54**	**772.42**
利润总额②	**7,141.92**	6,773.56	5,658.46
税收优惠金额占当期利润总额的比例③=①/②	**12.68%**	14.39%	13.65%

报告期内，税收优惠金额占各期利润总额的比例分别为 13.65%、14.39%和 **12.68%**，发行人对税收优惠不存在重大依赖。

二、政府补助是否具有可持续性，各期政府补助金额占利润总额的比例，报告期内经营成果对政府补助是否存在重大依赖

预计发行人仍可获得政府补助，但取得补助的时间和金额存在不确定性，发行人对政府补助不存在重大依赖的情形。发行人已招股说明书第八节之“九、（一）经注册会计师核验的非经常性损益明细表”中补充披露如下：

（一）经注册会计师核验的非经常性损益明细表

……

1、预计发行人仍可获得政府补助，但取得补助的时间和金额存在不确定性

公司政府补助分为与资产相关的政府补助和与收益相关的政府补助，与资产相关的政府补助项目为年产 900 万平方米无污水丝绸数码印花织物技术改造项目**和应急物资保障体系建设项目**；与收益相关的政府补助项目主要包括产业扶持政策资金、优秀企业/省重点文化企业奖励、科技项目补助、商贸发展专项资金、高层次人员补助、社保返还、茧丝绸专项资金等。上述补助来源于政府部门对公司所属产业扶持、技术创新和解决就业等方面的认可和支持。未来，随着发行人生产经营规模、技术实力和整体社会影响力的不断提升，预计发行人仍可获得政府补助，但取得补助的时间和金额存在不确定性。

2、发行人对政府补助不存在重大依赖的情形

报告期内发行人政府补助和占利润总额比例的情况如下：

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度	2017 年度

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度	2017 年度
与资产相关的政府补助	**64.24**	36.50	26.50	26.50
与收益相关的政府补助	**464.41**	834.02	352.03	728.13
政府补助小计①	**528.64**	**870.52**	**378.53**	**754.63**
利润总额②	**7,141.92**	6,773.56	5,658.46	6,797.04
政府补助金占当期利润总额的比例③=①/②	**7.40%**	12.85%	6.69%	11.10%

报告期内，发行人取得政府补助金额分别 378.53 万元、870.52 万元和 **528.64** 万元，占当期利润总额比例分别为 6.69%、12.85%和 **7.40**%。发行人政府补助占当期利润总额比例较小，报告期内经营成果对政府补助不存在重大依赖。

三、请保荐人、发行人律师核查并发表明确意见

（一）核查程序

为核查上述事项，保荐机构、发行人律师主要履行了如下核查程序：

1、取得了报告期内发行人的电子缴款凭证、有关税务部门出具的税收优惠事项备案文件；查阅了政府部门出具的有关企业所得税税收优惠文件；取得并复核了发行人出具的高新技术企业税收优惠金额、研发费用加计扣除金额和小微企业所得税政策优惠金额的测算表；取得了发行人符合高新技术企业标准的说明；访谈了发行人财务总监，向其了解高新技术企业证书申请的计划。

2、取得了发行人在报告期内收到的全部政府补助文件以及与资产相关补助未执行完毕的政府补助文件；检查发行人收到政府补助的银行收款附件，检查拨款单位及款项用途是否与拨付文件一致。

（二）核查意见

经核查，保荐机构和发行人律师认为：

1、发行人所享受的税收优惠政策在短期内发生变化的可能性较小，未来税收优惠的可持续性较高；报告期内，发行人税收优惠金额占各当期利润总额的比例分别为 13.65%、14.39%和 **12.68**%，发行人对税收优惠不存在重大依赖。

2、预计未来发行人仍可获得政府补助，但取得补助的时间和金额存在不确定性；发行人政府补助占当期利润总额比例较小，报告期内，发行人经营成果对

政府补助不存在重大依赖。

问题 8

申报文件显示，发行人租赁房产部分位于杭州市天城路 68 号万事利科技大厦。截至 2019 年 12 月 31 日，除南京市洪武路 23 号隆盛大厦 801、802、810 室、广州市天河区潭村路 348 号 1909-1910 室 2 处物业外，公司租赁的经营场所均未办理房屋租赁备案手续。请发行人补充披露：（1）发行人租赁房产“万事利科技大厦”的权属方，与发行人子公司“万事利科技”有无关系，与发行人控股股东有无关系，发行人与其控股股东的办公场所是否满足相关独立性要求；（2）发行人所承租房屋的出租人是否取得权属证书，如未取得，披露原因及对发行人主营业务的影响；（3）大部分租赁房产未办理相应的租赁备案登记是否构成重大违法；(4)存在权属瑕疵和未履行租赁备案的房产面积占发行人相关房产的比例，使用上述房产产生收入情况，是否涉及搬迁，若需搬迁预计的周期、费用及承担方式，以及对发行人生产经营稳定性的影响。

请保荐人、发行人律师核查并发表明确意见。

【回复】

一、发行人租赁房产“万事利科技大厦”的权属方，与发行人子公司“万事利科技”有无关系，与发行人控股股东有无关系，发行人与其控股股东的办公场所是否满足相关独立性要求

“万事利科技大厦”的权属方为万事利集团，发行人租赁万事利集团办公场所不影响其独立性。发行人已在招股说明书第六节之“七、（一）2、房屋建筑物”中补充披露如下：

……

公司所租赁的办公场所“万事利科技大厦”的所有权人为控股股东万事利集团。发行人及其子公司承租该房屋用于管理人员、销售人员进行日常办公和用作展示营销中心，其所租用的楼层与万事利集团及其控制的其他企业自用楼层无重合，双方门禁系统各自独立，不存在合署办公的情形。发行人子公司万事利数码向万事利集团出租杭州下沙幸福南路 2 号万事利工业园自有房产 1 号楼 4 楼共计 1,827.61 平方米用作仓库，用于储存万事利集团的档案资料。发行人与控股股东、

实际控制人及其控制的其他企业之间不存在办公场所混同、机构混同、人员混同的情况，满足相关独立性要求。

二、发行人所承租房屋的出租人是否取得权属证书，如未取得，披露原因及对发行人主营业务的影响

截至 2020 年 12 月 31 日，发行人及其控股子公司共承租房屋 40 处（其中经营用途 36 处，宿舍 4 处），其中有 24 处出租人未取得权属证书，房屋所有权人作为出租人未取得权属证书的房屋有 4 处，出租人非房屋所有权人但有权出租的房屋有 20 处，出租人未取得权属证书对发行人运营不产生重大影响。发行人已在招股说明书第六节之“七、（一）2、房屋建筑物”中补充披露如下：

截至 2020 年 12 月 31 日，公司经营场所外部租赁情况如下：

序号	承租方	出租方	用途	地址	面积（m^2）	出租人有否权属证书及有权出租的原因	是否租赁备案登记
出租人有权属证书，且已办理租赁备案登记							
1	万事利丝绸上海分公司	华榕投资	办公场所	上海市黄浦区陆家浜路 1378 号万事利大厦 5 楼 501-502 室	696.48	沪房地黄字（2012）第 000950 号，出租人即房屋所有权人	是
出租人有权属证书，但未办理租赁备案登记							
2	万事利丝绸	万事利集团	办公场所	杭州市天城路 68 号万事利科技大厦 1 幢 4 楼 405-414	597.71	杭房权证江字第 13504351 号，出租人即房屋所有权人	无
3	万事利丝绸	万事利集团	办公场所	杭州市天城路 68 号万事利科技大厦 1 幢 6 楼 601-614	840.44		无
4	万事利丝绸	万事利集团	办公场所	杭州市天城路 68 号万事利科技大厦 1 幢 13 楼 1301-1306	370.86		无
5	万事利丝绸	万事利集团	仓库	杭州市天城路 68 号万事利科技大厦 2 幢地下一层	66.40	杭房权证江字第 13504299 号，出租人即房屋所有权人	无
6	万事利丝绸	万事利集团	仓库	杭州市天城路 68 号万事利科技大厦 2 幢地下一层	66.40		无
7	万事利丝绸	万事利集团	仓库	杭州市天城路 68 号万事利科技大厦 2 幢地下一层	84.93		无
8	万事利丝绸	万事利集团	仓库	杭州市天城路 68 号万事利科技大厦 2 幢地下一层	79.07		无

序号	承租方	出租方	用途	地址	面积（m^2）	出租人有否权属证书及有权出租的原因	是否租赁备案登记
9	万事利丝绸	万事利集团	办公场所	杭州市天城路 68 号万事利科技大厦 2 幢 6 楼 604	52.41		无
10	万事利丝绸	万事利集团	办公场所	杭州市天城路 68 号万事利科技大厦 2 幢 15 楼 1509-1510	103.00		无
11	万事利丝绸	万事利集团	办公场所	杭州市天城路 68 号万事利科技大厦 2 幢 15 楼 1515	52.13		无
12	**万事利丝绸**	万事利集团	展示营销中心	杭州市天城路 68 号万事利科技大厦 2 幢 1 楼 MR 区域、工艺品区域、丝巾区域	618.50		无
13	万事利丝绸南京分公司	南京市蔬菜副食品集团有限公司	办公场所	南京市洪武路 23 号 1310 室	89.88	宁房权证白转字第 331457 号，出租人即房屋所有权人	无
14	万事利丝绸重庆分公司	雷仲伟	办公场所	重庆市渝北区龙溪街道红金街 2 号索特大厦 1 栋 21-7	111.52	201 房地证 2010 字第 11020 号，出租人即房屋所有权人	无
15	万事利丝绸萧山国际机场分公司	杭州萧山国际机场有限公司	直营门店	杭州萧山国际机场航站楼商业区域国际精品类别子项 1 号 CF-67	75.96	杭房权证萧字第 088134 号，出租人即房屋所有权人	无
16	西安万事利	陕西捷瑞房地产开发集团有限公司	办公场所	西安市莲湖区南二环路西段 5 号捷瑞智能大厦 12 层部分	120.00	西安市房权证莲湖区字第 10608 号，出租人即房屋所有权人	无
出租人为房屋所有权人，但无权属证书，也未办理租赁备案登记							
17	万事利丝绸	杭州大厦有限公司	直营门店	杭州市武林广场 1 号杭州大厦购物城 A 座四层	78.00	出租方为房屋所有权人，因其并非所在土地的土地使用权人，故未办理权属证书	无
18	万事利丝绸	杭州湖滨步行街商业发展有限公司	直营门店	杭州市上城区湖滨步行街 2 号玻璃房	120.00	出租方为房屋所有权人，因该房屋属非永久性商业景观用房，故未办理权属证书	无
19	武汉万事利	江伟	办公场所	武汉市武昌区三角路村福星惠誉水岸国际 4 号地块 2 栋 16 层 09 室	106.49	无权属证书，出租方为房屋所有权人，正在办理过程中	无
20	西藏新丝路	洛曲	办公场所	拉萨市堆龙德庆区康桑安居院 8 栋 1 单元 401 号	约 90.00	无权属证书，出租方为房屋所有权人，正在办理过程	无

序号	承租方	出租方	用途	地址	面积（m^2）	出租人有否权属证书及有权出租的原因	是否租赁备案登记
						中	
出租人非房屋所有权人，故无权属证书，也未办理租赁备案登记							
21	万事利丝绸	姚洪妹	办公场所	杭州市天城路 68 号万事利科技大厦 2 幢 5 楼 501-518	953.72	无权属证书，根据出租方与房屋所有权人的租赁协议，出租方有权出租	无
22	万事利丝绸	徐汝奎	办公场所	杭州市天城路 68 号万事利科技大厦 2 幢 6 楼 601-603	162.19	无权属证书，根据出租方与房屋所有权人的租赁协议，出租方有权出租	无
23	万事利丝绸	孙建勇	办公场所	杭州市天城路 68 号万事利科技大厦 2 幢 6 楼 605-606	104.82	无权属证书，根据出租方与房屋所有权人的租赁协议，出租方有权出租	无
24	万事利丝绸	黄剑锋	办公场所	杭州市天城路 68 号万事利科技大厦 2 幢 6 楼 607-608	107.39	无权属证书，根据出租方与房屋所有权人的租赁协议，出租方有权出租	无
25	万事利丝绸	郑晓玉	办公场所	杭州市天城路 68 号万事利科技大厦 2 幢 6 楼 609-610	103.00	无权属证书，根据出租方与房屋所有权人的租赁协议，出租方有权出租	无
26	万事利丝绸	屠红燕	办公场所	杭州市天城路 68 号万事利科技大厦 2 幢 13 楼 1301-1308	426.81	无权属证书，根据出租方与房屋所有权人的租赁协议，出租方有权出租	无
27	万事利丝绸	李建华	办公场所	杭州市天城路 68 号万事利科技大厦 2 幢 13 楼 1309-1310	103.00	无权属证书，根据出租方与房屋所有权人的租赁协议，出租方有权出租	无
28	万事利丝绸	马廷方	办公场所	杭州市天城路 68 号万事利科技大厦 2 幢 15 楼 1501-1502	109.78	无权属证书，根据出租方与房屋所有权人的租赁协议，出租方有权出租	无
29	万事利丝绸	王平海	办公场所	杭州市天城路 68 号万事利科技大厦 2 幢 15 楼 1503-1505	157.23	无权属证书，根据出租方与房屋所有权人的租赁协议，出租方有权出	无

序号	承租方	出租方	用途	地址	面积（m^2）	出租人有否权属证书及有权出租的原因	是否租赁备案登记
						租	
30	万事利丝绸	高水兴	办公场所	杭州市天城路 68 号万事利科技大厦 2 幢 15 楼 1506-1508	159.80	无权属证书，根据出租方与房屋所有权人的租赁协议，出租方有权出租	无
31	万事利丝绸	朱明芬	办公场所	杭州市天城路 68 号万事利科技大厦 2 幢 15 楼 1511-1512	106.51	无权属证书，根据出租方与房屋所有权人的租赁协议，出租方有权出租	无
32	万事利丝绸	徐叨松	办公场所	杭州市天城路 68 号万事利科技大厦 2 幢 15 楼 1513-1514	104.26	无权属证书，根据出租方与房屋所有权人的租赁协议，出租方有权出租	无
33	万事利丝绸	王栩芳	办公场所	杭州市天城路 68 号万事利科技大厦 2 幢 15 楼 1516-1518	161.01	无权属证书，根据出租方与房屋所有权人的租赁协议，出租方有权出租	无
34	合肥万事利	安徽宝文物业发展有限公司	办公场所	合肥市宝文国际大厦（君临大厦）二十五层 2519-2523 室	304.79	无权属证书，出租方代房屋所有权人进行运营管理	无
35	万事利丝绸	浙江群桥人力资源开发有限公司杭州下沙分公司	宿舍	杭州经济技术开发区十二号大街盛安路群桥人力公寓 2#810、822、722	约 30.00	无权属证书，根据出租方与房屋所有权人的租赁协议，出租方有权出租	无
36	万事利数码	浙江群桥人力资源开发有限公司杭州下沙分公司	宿舍	杭州经济技术开发区十二号大街盛安路群桥人力公寓 2#718、721、3#931	约 30.00	无权属证书，根据出租方与房屋所有权人的租赁协议，出租方有权出租	无
37	万事利数码	浙江群桥人力资源开发有限公司杭州下沙分公司	宿舍	杭州经济技术开发区十二号大街盛安路群桥人力公寓 2#701、703、705-708、618-630、910、918、925、3#418、421、422、423、425、427、428、430、432、509、511、516、517、522、523、	约 410.00	无权属证书，根据出租方与房屋所有权人的租赁协议，出租方有权出租	无

序号	承租方	出租方	用途	地址	面积（m^2）	出租人有否权属证书及有权出租的原因	是否租赁备案登记
				601、604、605、608（共计 41 间）			
38	万事利数码	浙江群桥人力资源开发有限公司杭州下沙分公司	宿舍	杭州经济技术开发区十二号大街盛安路群桥人力公寓 3#527、528	约 20.00	无权属证书，根据出租方与房屋所有权人的租赁协议，出租方有权出租	无
39	万事利数码	雄轩科技	仓库	杭州余杭区龙船坞号 80 号 2 号楼一楼厂房	640.00	无权属证书，根据房屋所有权人的说明，出租方有权出租	无
40	西藏新丝路	雄轩科技	仓库	杭州余杭区龙船坞路 80 号 2 号楼二楼厂房	400.00	无权属证书，根据房屋所有权人的说明，出租方有权出租	无

公司主要租赁办公场所，生产经营所需的土地、厂房均为自有。所租赁的房屋中，房屋所有权人作为出租人未取得权属证书的房屋有 4 处，出租人并非房屋所有权人故未取得权属证书但有权进行出租的房屋共 20 处。公司所租赁的办公场所“万事利科技大厦”的所有权人为控股股东万事利集团。发行人及其子公司承租该房屋用于管理人员、销售人员进行日常办公及用作展示营销中心，其所租用的楼层与万事利集团及其控制的其他企业自用楼层无重合，双方门禁系统各自独立，不存在合署办公的情形。发行人与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业之间不存在办公场所混同、机构混同、人员混同的情况，满足相关独立性要求。

①出租人未取得权属证书或未办理相应租赁备案登记的租赁房产占比

公司部分租赁房产存在出租人未取得权属证书或未办理相应租赁备案登记的情形。截至 2020 年 12 月 31 日，存在上述情形的租赁房产面积及占发行人相关房产比例情况如下：

单位：平方米

项目	直营门店与展示营销中心	办公用房	仓库	员工宿舍	生产用房	合计
自有房产面积①	1,504.75	4,406.50	12,248.26	-	9,605.00	27,764.51
租赁房产面积②	892.46	6,295.23	1,336.80	490.00	-	9,014.49
总使用面积③=	2,397.21	10,701.73	13,585.06	490.00	9,605.00	36,779.00

单位：平方米

项目	直营门店与展示营销中心	办公用房	仓库	员工宿舍	生产用房	合计
①+②						
权属瑕疵房产面积④	**198.00**	**196.49**	**-**	**-**	**-**	**394.49**
占总使用面积的比重⑤=④/③	**8.26%**	**1.84%**	**-**	**-**	**-**	**1.07%**
未履行租赁备案房产面积⑥	**892.46**	**5,598.75**	**1,336.80**	**490.00**	**-**	**8,318.01**
占总使用面积的比重⑦=⑥/③	**37.23%**	**52.32%**	**9.84%**	**100.00%**	**-**	**22.62%**

②出租人未取得权属证书或未办理相应租赁备案登记不会对发行人主营业务及生产经营稳定性产生重大不利影响

发行人所租赁的房屋中，仅有位于杭州大厦购物城、湖滨步行街、萧山国际机场、万事利科技大厦的 4 处房屋用于对外营业，直接产生收入。报告期内，上述 4 处用于对外营业的承租房屋所产生的营业收入及占当期发行人总营业收入的情况如下：

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
杭州大厦店	**392.86**	395.76	349.09
湖滨步行街店	**110.55**	-	-
萧山机场店	**433.27**	366.07	323.12
丝绸汇展示营销中心	**1,946.23**	2,378.44	1,895.24
合计	**2,882.91**	**3,140.28**	**2,567.45**
营业收入	**73,570.31**	72,851.39	75,252.67
占比	**3.92%**	4.31%	3.41%

由上表所示，报告期内，出租人未取得权属证书且未履行租赁备案的发行人直营门店杭州大厦店和湖滨步行街店及未履行租赁备案的萧山机场店和丝绸汇展示营销中心所产生营业收入占发行人营业收入比重较低，上述租赁房屋的权属瑕疵不会对发行人的主营业务产生重大不利影响。

截至 2020 年 12 月 31 日，出租人并非房屋所有权人，故未取得权属证书的房屋有 20 处。根据出租方提供的租赁合同与房屋权属证书显示，尽管出租人非房屋所有权人且无法取得权属证书，但其有权向发行人及其子公司出租房屋，且

相应房屋已由所有权人办理了权属证书，不属于权属瑕疵的情形，不会对发行人的主营业务产生不利影响，亦无需搬迁。

截至 2020 年 12 月 31 日，房屋所有权人作为出租人未取得权属证书的房屋有 4 处，相应房屋所有权人分别为杭州大厦有限公司、杭州湖滨步行街商业发展有限公司、江伟与洛曲，其中：

A、杭州大厦购物城作为杭州主城区市中心地标性的商场，在可合理预见的范围，短期内不存在拆迁可能，如因出租方未取得房产权属证书影响发行人持续、稳定使用租赁物业，发行人可寻找杭州市范围内其他成熟商圈开展经营。根据出租方杭州大厦有限公司的控股股东杭州解百（600814.SH）发布的 2020 年第三季度报告，杭州大厦有限公司正就杭州大厦购物城 A 座所在土地续租事项与有关部门进行积极沟通。

B、杭州市上城区湖滨步行街 2 号玻璃房主要系发行人用于在西湖景区向广大游客宣传自身品牌及产品，如因租赁房产权属瑕疵无法持续租赁，发行人将视情况通过其他方式进行宣传。出租方杭州湖滨步行街商业发展有限公司出具说明：未收到任何可能影响该房屋正常使用的信息，万事利丝绸可以在租赁合同约定的租赁期限内持续、稳定地使用该房屋。如后续出现可能影响发行人稳定、持续使用该房屋的情形，其将及时通知发行人，并根据租赁合同和相关法律法规，与万事利丝绸积极协商、友好解决。

C、拉萨市堆龙德庆区租赁房屋、武汉市武昌区三角路村租赁房屋主要为发行人省外子公司的办公场所，如因房产权属瑕疵需要搬迁，可以在短期内找到替代性租赁房产。出租方洛曲、江伟已分别出具说明：未收到过该房屋纳入拆迁范围的通知，也未知悉任何该房屋将要拆迁或影响正常使用的信息。西藏新丝路/武汉万事利作为承租人，可以在租赁期间内稳定、持续地使用该房屋。如届时出现拆迁等可能导致西藏新丝路/武汉万事利无法稳定、持续使用该房屋的情形，其将根据租赁合同和相关法律法规，与西藏新丝路/武汉万事利积极协商、友好解决。

发行人对存在权属瑕疵的租赁房屋的搬迁可行性进行了评估，对所需时间和费用进行了测算：如杭州市武林广场 1 号杭州大厦购物城 A 座四层部分专柜涉

及搬迁，预计需要 1 个月左右的时间，花费 30 万元左右的装修费和搬运费；如杭州市上城区湖滨步行街 2 号玻璃房涉及搬迁，由于该房产在西湖景区内的特殊性，且该房产作为经营场所主要用于广告宣传，发行人将停止在该营业场所的经营，选择其他宣传方式；如拉萨市堆龙德庆区康桑安居院 8 栋 1 单元 401 号和武汉市武昌区三角路村福星惠誉水岸国际 4 号地块 2 栋 16 层 09 室涉及搬迁，预计各需 1 天左右的时间，各花费 1000 元左右的搬运费。

③租赁房产未办理相应租赁备案登记不构成重大违法，也不会涉及搬迁

截至 2020 年 12 月 31 日，发行人及分子公司所租赁的房屋中除承租华榕投资所有的上海市黄浦区陆家浜路 1378 号万事利大厦 5 楼 501-502 室已办理租赁备案登记外，其余租赁的 39 处房屋均未办理租赁备案登记。

根据《商品房屋租赁管理办法》第二十三条的规定，房屋租赁当事人未按规定办理租赁备案登记的行政处罚针对的是责令限期改正仍不改正的情形，且罚款金额较小；根据《最高人民法院关于审理城镇房屋租赁合同纠纷案件具体应用法律若干问题的解释》第四条的规定，未办理房屋租赁登记备案手续不影响租赁合同效力。因此，发行人租赁的房产不会因未履行租赁备案而涉及搬迁。

且未办理房屋租赁备案登记不涉及国家安全、公共安全、生态安全、生产安全、公众健康安全，未严重损害拟上市公司利益、投资者合法权益或社会公共利益，也未导致严重环境污染、重大人员伤亡或社会影响恶劣，主要承租主体万事利丝绸和万事利艺术品已取得当地住房和城市建筑局出具的无违法违规证明。截至本招股说明书签署日，发行人及其子公司未收到建设（房地产）主管部门责令限期改正的通知，亦未收到建设（房地产）主管部门的行政处罚。综上，发行人大部分租赁房产未办理相应的租赁备案登记不构成重大违法。如发行人及其子公司收到责令限期改正的通知，将视具体情况采取措施进一步与出租方沟通办理租赁备案登记或退租事宜。

三、大部分租赁房产未办理相应的租赁备案登记是否构成重大违法

公司租赁房产未办理相应租赁备案登记不构成重大违法。

具体参见本问询函回复问题 8 之“二、发行人所承租房屋的出租人是否取得权属证书，如未取得，披露原因及对发行人主营业务的影响”。

四、存在权属瑕疵和未履行租赁备案的房产面积占发行人相关房产的比例，使用上述房产产生收入情况，是否涉及搬迁，若需搬迁预计的周期、费用及承担方式，以及对发行人生产经营稳定性的影响

发行人存在权属瑕疵的房产面积占总使用房产面积的**1.07%**，未履行租赁备案的房产面积占总使用面积的 **22.62%**，报告期内使用上述房产产生收入占发行人营业收入的比例分别为 3.41%、4.31%和 **3.92%**，且当前不涉及搬迁，剩余租期内发生搬迁的可能性也较小，不会对发行人生产经营的稳定性造成重大不利影响。如确实发生搬迁，发行人控股股东、实际控制人将承担扣除出租方赔偿外的费用。

具体参见本问询函回复问题 8 之“二、发行人所承租房屋的出租人是否取得权属证书，如未取得，披露原因及对发行人主营业务的影响”。

五、请保荐人、发行人律师核查并发表明确意见

（一）核查程序

为核查上述事项，保荐机构和发行人律师主要履行了如下核查程序：

1、取得万事利科技大厦的房屋权属证书；取得发行人及分子公司租赁清单，并实地走访核实发行人租赁万事利科技大厦各楼层与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业之间是否存在办公场所、机构、人员混同的情况；经核查，截至 2020 年 **12 月 31 日**，发行人及子公司在“万事利科技大厦”具体租赁情况如下：

承租方	层数	用途	万事利集团是否在同层办公
万事利丝绸	万事利科技大厦 1 幢 4 楼、6 楼、13 楼部分房间	销售、行政等部门办公所用	无
	万事利科技大厦 2 幢地下一层	仓库	无
	万事利科技大厦 2 幢 5 楼、6 楼、13 楼、15 楼部分房间	销售、行政等部门办公所用	无
	万事利科技大厦 2 幢 1 楼部分区域	丝绸汇展示营销中心	无

2、取得发行人房屋租赁合同，确认出租人；核查出租人提供的权属证书的情况，对于未提供权属证书的出租人，了解其未办理权属证书的原因，取得其对未办理权属证书出具的说明；评估出租人未办理权属证书相应的租赁房产对发行人运营的影响。

3、查询了《商品房屋租赁管理办法》《最高人民法院关于审理城镇房屋租赁合同纠纷案件具体应用法律若干问题的解释》等与房产租赁备案登记相关的法律法规；取得了所在地建设（房地产）主管部门出具的无重大违法违规证明；取得发行人出具的有关租赁备案事项的说明。

4、统计发行人存在权属瑕疵或未履行租赁备案的租赁房产面积及其占相关房产的比例；核查存在权属瑕疵或未履行租赁备案的经营房产面积及其产生的经营收入；取得出租人关于未办理权属证书的说明；取得发行人关于是否涉及搬迁，若需搬迁预计的周期、费用及承担方式，以及对发行人生产经营稳定性的影响的说明。

（二）核查意见

经核查，保荐机构和发行人律师认为：

1、“万事利科技大厦”的权属方为发行人控股股东万事利集团，与发行人子公司万事利科技无关。发行人不存在与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业之间办公场所混同、机构混同、人员混同的情况，满足相关独立性要求。

2、发行人所承租房屋中共有 **24** 处出租人未取得权属证书，其中房屋所有权人作为出租人未取得权属证书的房屋有 **4** 处，出租人非房屋所有权人但有权出租的房屋有 **20** 处，发行人承租上述房屋主要用于日常办公、对外经营、**用作仓库**及为员工提供宿舍，所承租房产可替代性较强，且发行人所承租的未取得权属证书的房屋所产生的收入占发行人总收入比例较低，该情况不会对发行人主营业务产生重大影响。

3、发行人租赁房产未办理相应租赁备案登记不构成重大违法行为。

4、发行人存在权属瑕疵的房产面积占总使用房产面积的 **1.07%**，未履行租赁备案的房产面积占总使用面积的 **22.62%**；报告期内，使用上述房产产生收入占发行人营业收入的比例分别为 3.89%、3.41%、4.31%和 **3.92%**，上述房产当前不涉及搬迁，剩余租期内发生搬迁的可能性也较小，不会对发行人生产经营的稳定性造成重大不利影响；如确实发生搬迁，发行人控股股东、实际控制人将承担扣除出租方赔偿外的费用。

问题 9

申报文件显示，发行人主要产品包括丝绸文化创意品和 OEM 丝绸制品两大类，销售模式包括直销与分销两类。报告期内发行人主营业务收入分别为 70,705.40 万元、74,281.06 万元、72,243.53 万元，存在一定波动。请发行人补充披露：（1）不同销售模式下的定价方式、结算方式、信用政策、收入确认相关的会计核算过程、相关内部控制的关键环节，是否符合《企业会计准则》的规定；（2）不同销售模式下取得重要客户订单的方式、与主要客户或平台的具体合作方式和主要合同条款，合作方式是否符合行业惯例；（3）结合各明细产品销售量、价格等，披露报告期内是否存在调整产品价格基准的情形，量化分析报告期内各产品单价波动较大、丝绸文化创意品收入持续增长、OEM 丝绸制品收入 2019 年下降较多的原因；（4）报告期内 2018 年营业收入较高、净利润较低的原因及合理性；（5）结合报告期内华东地区收入及占比越来越高、2019 年总体收入下滑的现状，披露发行人在其他地区拓展业务的有效性，以及业务发展的可持续性；（6）列示外销的主要国家或地区、主要客户、主要产品、数量、金额，内外销单价和毛利率是否存在差异以及差异产生的原因；（7）报告期内境外销售收入及占比逐渐下滑的原因及合理性，结合可比公司情况披露是否与同行业一致，下滑趋势是否将延续，并结合目前国际贸易形势披露对公司未来外销的影响；（8）列示报告期内各月的销售收入金额及毛利率，披露显著变化月份的原因；（9）报告期内公司的销售返利、销售折扣或折让政策，各期返利、折扣或折让金额及返还形式，相关会计处理是否符合《企业会计准则》规定；（10）报告期内特别是 2017 年存在较多发行人员工回款、财政统一拨付情形的具体情况，是否符合行业惯例，第三方回款和现金交易的主要对象、金额及占比，发行人对第三方回款和现金交易的内部控制措施及效果。

请保荐人、申报会计师核查并发表明确意见。

【回复】

一、不同销售模式下的定价方式、结算方式、信用政策、收入确认相关的会计核算过程、相关内部控制的关键环节，是否符合《企业会计准则》的规定

（一）不同销售模式下的定价方式、结算方式、信用政策

1、丝绸文化创意品不同销售模式下的定价方式、结算方式、信用政策

发行人已在招股说明书第六节之“一、（二）5、（1）丝绸文化创意品”中补充披露如下：

公司丝绸文化创意品销售模式分为直销和分销两类，具体情况如下：

销售模式	销售渠道	备注	定价方式	主要结算方式	主要信用政策
直销模式	销售团队	企业团购：销售团队针对企事业单位、社会团体等的销售	成本加成定价[注]	对公转账、银行承兑汇票	出库后 1-3 个月
		个人团购：销售团队针对个人 VIP 客户的销售		对公转账、支付宝、pos 机刷卡	款到发货或出库后 15 天内
	直营门店及展示营销中心	公司直接经营、投资、管理的实体店，兼具销售及品牌展示营销的功能	成本加成定价	支付宝、微信、pos 机刷卡、现金	现款现货
	线上平台	公司利用大型线上零售平台直接经营的形态	成本加成定价	买家在平台通过支付宝、微信付款，公司从平台提现	买家在平台确认收货后款项到账
分销模式	加盟商	公司特别许可授权在指定区域内以实体店铺形式只经营万事利丝绸产品，且符合万事利丝绸品牌形象的分销商	成本加成定价	对公转账、支付宝、pos 机刷卡	根据客户合作历史、销售规模等因素确定采取款到发货或赊销的政策
	经销商	经公司授权借助自有线下或线上渠道销售万事利丝绸产品的企业或个人，具体渠道包括地区代理、B2C 网络平台、特定客户渠道等	成本加成定价		
	代销商	依托于自身平台销售万事利丝绸产品，赚取买卖差价，公司承担货物毁损灭失风险，具体渠道如电视购物等	成本加成定价		

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

发行人已在招股说明书第一节释义中，对折扣的含义补充披露如下：

折扣	指	在丝绸文化创意品销售时，按照吊牌价乘以折扣的方式给予客户一定的优惠。产品实际销售价格等于吊牌价乘以折扣

2、丝绸纺织制品不同销售模式下的定价方式、结算方式、信用政策

发行人已在招股说明书第六节之“一、（二）5、（2）丝绸纺织制品”中补充披露如下：

公司提供的丝绸纺织制品主要包括丝绸面料、贴牌服装和数码印花加工服务，销售模式均为直销。公司针对丝绸纺织制品配备了专业的销售和服务团队，通过行业展会、客户转介绍、网络社群营销等方式获取订单，其负责针对客户的需求设计供应方案，经双方认可后签订销售订单。丝绸纺织制品定价方式为根据每笔订单估计成本，以成本加成法确定报价。丝绸纺织制品客户主要为境内外的品牌服装企业，客户通常采取对公转账、银行承兑汇票方式结算，信用政策通常为销售出库或取得提单后 60-90 天内。

3、口罩业务的定价方式、结算方式、信用政策

发行人已在招股说明书第六节之“一、（二）5、（3）口罩”中补充披露如下：

口罩产品客户采取银行转账方式结算，信用政策通常为先款后货。2020 年新冠肺炎疫情爆发后，口罩相关的原材料处于供不应求状态，相关生产制造企业产能严重不足，口罩销售价格存在剧烈波动。公司口罩业务主要参考市场行情确定销售价格。在 2-4 月全社会复工复产的关键时期，公司积极承担社会责任，对口罩销售价格进行了适度控制。

（二）不同销售模式下的收入确认方法、内部控制的关键环节

发行人已在招股说明书第八节之“六、（一）3、公司各销售模式收入确认方法及内部控制的关键环节”中补充披露如下：

报告期内，公司不同销售模式下的收入确认方法、内部控制的关键环节如下：

销售模式	产品类型	销售渠道	收入确认方法	内部控制的关键环节及收入确认核算过程
直销	丝绸文化创意品	销售团队	公司将产品交付给购货方，且由对方签收后确认收入	业务员根据销售合同、客户需求创建销售订单，销售部内勤人员审核订单生成发货通知单。仓储物流部根据发货通知单配货生成销售出库单，物流专员根据出库单安排发货。物流专员根据发出货物的快递签收情况及送货员交回的出库单签收情况及时在系统中维护签收时间及快递单号，并由财务人员定期检查复核。财务根据经审核的出库单办理结算，对已出库并签收的销售确认应收账款及收入，应收专员根据银行回单列示的回款人及回款金额相应冲减应收账款。
		展示营销中心	将商品交付给消费者并收取货款后，确认销售收入	客户在现场选购产品后，收银员根据产品扫描商品条码出库并收款，每日将小票和收款日报表交财务中心，财务人员根据小票和收款日报表编制收款单与出库核对后在系统中推送生成销售结算单，根据销售结算单确认应收账款及收入，并冲减相应的应收账款。
		直营门店-专卖		

销售模式	产品类型	销售渠道	收入确认方法	内部控制的关键环节及收入确认核算过程
		店		
		直营门店-商场联营专柜	根据商场提供的销售结算单，以终端零售价扣除约定扣点后的金额确认销售收入	财务人员每月初核对上月商场专柜的结算单，门店店员每月对商场专柜的库存进行盘点，公司财务人员定期参与盘点过程。业务人员根据双方核对无误的专柜产品销售明细及扣点后的专柜结算价格在系统中做销售出库，财务人员根据销售出库单与商场专柜结算单核对后进行销售结算，进而确认应收账款及收入，根据商场汇入的款项冲减相应应收账款。
		线上平台	在客户确认收货且公司收到货款时确认收入	第三方仓库根据平台订单要求发货，财务人员每月末在电商平台下载资金账户流水交由业务部门认领核对，业务部门根据订单号识别到账金额对应的销售明细，据此在系统中作销售出库，财务部核对销售出库和回款后进行结算，确认应收账款及收入，并根据平台提现金额冲减相应的应收账款。电商部门运营人员定期对第三方仓库结存进行盘点，并与公司系统结存进行核对，确保账实相符，存在差异的及时查找原因并进行处理。
	丝绸纺织制品	境内销售	将产品交付给购货方，且由对方签收后确认收入	业务员与客户沟通确认需求后打样提交预算单，经部门总监及总经理审批确认后提交销售订单，并向采购部门提出采购需求，采购部门结合订单和库存进行匹配，若无相应库存则由采购部门对外采购，经质检部门检验并出具检验报告后由仓库入库。入库后系统提示业务员，业务员提出领料或加工申请，由加工供应商或加工部门加工并再次经质检部门检验并出具出库报告后由仓库入库。入库后系统提示业务员，业务员提出发货申请，经财务人员确认客户相关款项后，物流部门负责发货。内销客户签收后将签收单交至仓库，库管员将签收单及出仓单一并提交给财务部门，财务部门复核后确认收入。每批次发货完毕后，业务员与客户进行对账，并根据核定金额提交部门总监审批后进行开票并催收款项。外销客户发货后，仓库和单证部门分别向财务部提交出仓单和提单，财务部门复核后确认收入，业务员负责催收款项。
		境外销售	公司已根据订单约定将产品报关、离港，取得提单，且产品销售收入金额已确定，已经收回货款或取得了收款凭证且相关的经济利益很可能流入，产品相关的成本能够可靠地计量。	
	口罩		公司将产品交付给购货方，由对方签收后确认收入	内部控制的关键环节及收入确认核算过程与“直销-丝绸文化创意品-销售团队”渠道一致
分销	丝绸文化创意品	代销商	根据代销商提供的销售清单，以终端零售价扣除相关费用后确认收入	业务人员每月初取得客户上月的代销清单进行核对，双方确认无误后在系统进行销售出库，财务人员根据客户的代销清单与出库单核对后进行结算确认应收账款及收入，并根据代销商汇入的款项冲减相应的应收账款。公司每月取得代销货品结存与公司系统结存进行核对，确保账实相符，存在差异的及时查找原因并进行处理。
		经销商、加盟商	将产品交付给购货方，且由对方签收后确认收入	内部控制的关键环节及收入确认核算过程与“直销-丝绸文化创意品-销售团队”渠道一致
	口罩		公司将产品交付给购货方，由对方签收后确认收入	内部控制的关键环节及收入确认核算过程与“直销-丝绸文化创意品-销售团队”渠道一致

根据《企业会计准则第 14 号——收入》的规定，销售商品收入在同时满足下列条件时予以确认：①将商品所有权上的主要风险和报酬转移给购货方；②公司不再保留通常与所有权相联系的继续管理权，也不再对已售出的商品实施有效

控制；③收入的金额能够可靠地计量；④相关的经济利益很可能流入；⑤相关的已发生或将发生的成本能够可靠地计量。

新收入准则下，销售商品收入在同时满足下列条件时予以确认：①合同各方已批准该合同并承诺将履行各自义务；②该合同明确了合同各方与所转让商品或提供劳务（以下简称“转让商品”）相关的权利和义务；③该合同有明确的与所转让商品相关的支付条款；④该合同具有商业实质，即履行该合同将改变企业未来现金流量的风险、时间分布或金额；⑤企业因向客户转让商品而有权取得的对价很可能收回。

在确认收入时点，公司与客户均已按合同履行各自义务、与商品所有权上的主要风险和报酬已经转移给购货方、商品收入及成本的金额能够可靠地计量，满足企业会计准则规定的收入确认应满足的条件，符合《企业会计准则》规定。

二、不同销售模式下取得重要客户订单的方式、与主要客户或平台的具体合作方式和主要合同条款，合作方式是否符合行业惯例

（一）不同销售模式下取得重要客户订单的方式

发行人针对丝绸文化创意品获客方式已在招股说明书第六节之“一、（二）5、销售模式”中补充披露如下：

公司丝绸文化创意品销售模式分为直销和分销两类，具体情况如下：

销售模式	销售渠道	备注	获客方式
直销模式	销售团队	企业团购：销售团队针对企事业单位、社会团体等的销售 个人团购：销售团队针对个人 VIP 客户的销售	上门拜访、招投标、网络社群营销、客户转介绍等方式了解、挖掘客户需求，推荐相关产品
	直营门店及展示营销中心	公司直接经营、投资、管理的实体店，兼具销售及品牌展示营销的功能	直营门店主要依靠客流量获取订单，展示营销中心主要依靠旅游团接待、上门拜访、网络社群营销、客户转介绍等方式了解、挖掘客户需求，推荐相关产品
	线上平台	公司利用大型线上零售平台直接经营的形态	线上平台活动引流、直播获取订单
分销模式	加盟商	公司特别许可授权在指定区域内以实体店铺形式只经营万事利丝绸产品，且符合万事利丝绸品牌形象的分销商	上门拜访、客户转介绍方式达成加盟合作
	经销商	经公司授权借助自有线下或线上渠道销售	网络社群营销、客户转

销售模式	销售渠道	备注	获客方式
		万事利丝绸产品的企业或个人，具体渠道包括地区代理、B2C 网络平台、特定客户渠道等	介绍方式达成经销合作
	代销商	依托于自身平台销售万事利丝绸产品，赚取买卖差价，公司承担货物毁损灭失风险，具体渠道如电视购物等	行业展会、上门拜访方式达成代销合作

发行人针对丝绸纺织制品获客方式已在招股说明书第六节之“一、（二）5、销售模式”中补充披露如下：

公司提供的丝绸纺织制品主要包括丝绸面料、贴牌服装和数码印花加工服务，销售模式均为直销。公司针对丝绸纺织制品配备了专业的销售和服务团队，通过行业展会、客户转介绍、网络社群营销等方式获取订单，其负责针对客户的需求设计供应方案，经双方认可后签订销售订单。

发行人针对口罩获客方式已在招股说明书第六节之“一、（二）5、销售模式”中补充披露如下：

（3）口罩

万事利数码系省级重点民用口罩及关键材料生产企业（第一批），在防疫物资缺乏情况下主要由客户主动联系公司获取订单，后期在市场口罩供应较为充足情况下，公司通过电子商务平台、客户转介绍、网络社群营销等方式获取订单。公司口罩销售模式可分为直销和分销两类，直销类客户主要系各类企事业单位，此类客户购买口罩主要用于满足自身复工复产的需求，分销类客户主要系各类出口贸易商，此类客户购买口罩出口至法国、意大利等国家，满足当地对防疫物资的需求。

（二）发行人与历年前五大客户或平台的具体合作方式和主要合同条款

发行人已在招股说明书第六节之“五、（二）主要客户情况”中补充披露如下：

报告期内，公司与丝绸文化创意产品前五大客户合作情况如下：

单位：万元

项目	客户名称	收入金额	占比	具体合作方式和主要合同条款
2020 年度	卡娜丝实业	770.07	2.22%	加盟合作方式，在品牌特许经营协议中约定许可期限、许可区域及营业地、保

单位：万元

项目	客户名称	收入金额	占比	具体合作方式和主要合同条款
				证金、信息披露及商业秘密保护、开业条件、供货折扣、产品提供和配送、销售与管理、违约责任、商业贿赂禁止等内容。具体的产品规格、数量及交货期限等内容通过订单确定。
	彩丝丝绸	**738.83**	**2.13%**	**加盟合作方式，在品牌特许经营协议中约定许可期限、许可区域及营业地、保证金、信息披露及商业秘密保护、开业条件、供货折扣、产品提供和配送、销售与管理、违约责任、商业贿赂禁止等内容。具体的产品规格、数量及交货期限等内容通过订单确定。**
	京东世纪	**567.91**	**1.64%**	**经销合作方式，在合作协议中约定许可期限、经营区域、供货折扣、产品供应结算、推广、保密、市场经营管理、违约责任等主要条款。具体的产品规格、数量及交货期限等内容通过订单确定。**
	蚕运源贸易及其关联方	**540.79**	**1.56%**	**加盟合作方式，在品牌特许经营协议中约定许可期限、许可区域及营业地、保证金、信息披露及商业秘密保护、开业条件、供货折扣、产品提供和配送、销售与管理、违约责任、商业贿赂禁止等内容。具体的产品规格、数量及交货期限等内容通过订单确定。**
	事帛丝绸及其关联方	**486.83**	**1.40%**	**加盟合作方式，在品牌特许经营协议中约定许可期限、许可区域及营业地、保证金、信息披露及商业秘密保护、开业条件、供货折扣、产品提供和配送、销售与管理、违约责任、商业贿赂禁止等内容。具体的产品规格、数量及交货期限等内容通过订单确定。**
	合计	**3,104.43**	**8.95%**	
2019年度	事帛丝绸及其关联方	1,257.48	3.08%	加盟合作方式，在品牌特许经营协议中约定许可期限、许可区域及营业地、保证金、信息披露及商业秘密保护、开业条件、供货折扣、产品提供和配送、销售与管理、违约责任、商业贿赂禁止等内容。具体的产品规格、数量及交货期限等内容通过订单确定。
	彩丝丝绸	1,171.32	2.87%	加盟合作方式，在品牌特许经营协议中约定许可期限、经营区域、供货折扣、推广、保密、市场经营管理、违约责任等主要条款。具体的产品规格、数量及交货期限等内容通过订单确定。
	万事利集团及其关联方	858.06	2.10%	直销合作方式，在长期销售合同中约定供货折扣、结算方式、付款方式、供货方式、货物验收等主要条款。具体的产

单位：万元

项目	客户名称	收入金额	占比	具体合作方式和主要合同条款
				品规格、数量及交货期限等内容通过订单确定。
	蚕运源贸易及其关联方	852.91	2.09%	加盟合作方式，在品牌特许经营协议中约定供货折扣、许可期限、经营区域、产品供应结算、推广、保密、市场经营管理、违约责任等主要条款。具体的产品规格、数量及交货期限等内容通过订单确定。
	深圳万事利	523.14	1.28%	经销合作方式，在代理协议书中约定许可期限、经营区域、供货折扣、产品供应结算、推广、保密、市场经营管理、违约责任等主要条款。具体的产品规格、数量及交货期限等内容通过订单确定。
	合计	**4,662.91**	**11.42%**	
2018年度	佑盛丝绸及其关联方	1,353.28	3.39%	加盟合作方式，在品牌特许经营协议中约定许可期限、许可区域及营业地、保证金、信息披露及商业秘密保护、开业条件、供货折扣、产品提供和配送、销售与管理、违约责任、商业贿赂禁止等内容。具体的产品规格、数量及交货期限等内容通过订单确定。
	惠买在线及其关联方	1,100.71	2.76%	代销合作方式，在供销合同中约定SCM系统数据电文交换、商品价格、商品质量、商品包装、货物运输及费用承担、商品验收、销售及支持、货款结算、售后服务、退换货管理、知识产权、保密条款、违约责任、争议解决等内容。具体的产品规格、数量及交货期限等内容通过订单确定。
	万事利集团及其关联方	691.08	1.73%	直销合作方式，在长期销售合同中约定供货折扣、结算方式、付款方式、供货方式、货物验收等主要条款。具体的产品规格、数量及交货期限等内容通过订单确定。
	深圳万事利	680.67	1.71%	加盟合作方式，在品牌特许经营协议中约定许可期限、经营区域、供货折扣、产品供应结算、推广、保密、市场经营管理、违约责任等主要条款。具体的产品规格、数量及交货期限等内容通过订单确定。
	福粒科技	543.27	1.36%	经销合作方式，在运营合作协议中约定API接口业务数据交换、商品质量、商品包装、货物运输及费用承担、商品验收、销售及支持、货款结算、售后服务、退换货管理、知识产权、保密条款、违约责任、争议解决等内容。具体的产品

单位：万元

项目	客户名称	收入金额	占比	具体合作方式和主要合同条款
				规格、数量及交货期限等内容通过订单确定。
	合计	**4,369.01**	**10.95%**	

报告期内，公司与丝绸纺织制品前五大客户合作情况如下：

单位：万元

项目	客户名称	收入金额	占比	具体合作方式和主要合同条款
2020 年度	**鄂尔多斯及其关联方**	**1,828.56**	**8.77%**	直销合作方式，在框架协议或订单中约定交货期、数量、样品确认、质量验收标准、付款方式等事项
	爱慕股份及其关联方	**1,370.18**	**6.57%**	
	日播时尚及其关联方	**1,207.34**	**5.79%**	
	GUESS	**1,204.24**	**5.77%**	
	帛淼服饰及其关联方	**999.99**	**4.79%**	
	合计	**6,610.32**	**31.69%**	
2019 年度	爱慕股份及其关联方	2,503.33	7.95%	直销合作方式，在框架协议或订单中约定交货期、数量、样品确认、质量验收标准、付款方式等事项
	鄂尔多斯及其关联方	2,450.05	7.78%	
	锦泓集团及其关联方	2,206.41	7.01%	
	GUESS	1,749.60	5.56%	
	嘉盈兴业及其关联方	1,674.48	5.32%	
	合计	**10,583.87**	**33.62%**	
2018 年度	鄂尔多斯及其关联方	2,583.78	7.52%	直销合作方式，在框架协议或订单中约定交货期、数量、样品确认、质量验收标准、付款方式等事项
	GUESS	2,173.30	6.32%	
	锦泓集团及其关联方	1,841.50	5.36%	
	CWF	1,612.63	4.69%	
	爱慕股份及其关联方	1,362.28	3.96%	
	合计	**9,573.49**	**27.85%**	

2020 年度，公司与口罩产品前五大客户合作情况如下：

单位：万元

项目	客户名称	收入金额	占比	具体合作方式和主要合同条款
2020 年度	本真商贸	5,972.62	**34.08%**	分销合作方式，在销售合同中约定口罩品名、规格、数量、单价、金额、交货日期、交货地点、验收方式等
	妇帮医疗	724.78	**4.14%**	
	AMGPRO	706.90	**4.03%**	
	WING SEE	530.78	**3.03%**	

单位：万元

项目	客户名称	收入金额	占比	具体合作方式和主要合同条款
	高斯博医疗	444.67	2.54%	
	合计	8,379.75	47.82%	

（三）发行人与主要客户、平台的具体合作方式符合行业惯例

发行人已在招股说明书第六节之“一、（二）5、（4）发行人主要销售模式符合行业惯例”中补充披露如下：

发行人丝绸文化创意品同行业可比公司如安正时尚、歌力思等均与客户存在加盟、经销等分销合作方式；发行人丝绸纺织制品主要客户爱慕股份、锦泓集团与供应商的合作方式多为直销合作方式；发行人口罩产品可比公司与下游客户的合作均存在直销、经销等合作方式。发行人与主要客户、平台的具体合作方式符合行业惯例。

三、结合各明细产品销售量、价格等，披露报告期内是否存在调整产品价格基准的情形，量化分析报告期内各产品单价波动较大、丝绸文化创意品收入持续增长、OEM 丝绸制品收入 2019 年下降较多的原因

（一）报告期内各产品单价波动较大主要原因系产品结构、个性化定制订单和大额订单等因素的影响

发行人已在招股说明书第八节之“十三、（二）5、（1）公司主要产品或服务的销量、单价情况”中补充披露如下：

（1）公司主要产品或服务的销量、单价情况

报告期内，公司主要产品或服务的销量、单价情况如下：

单位：万套、万件、万米，元/套、元/件、元/米

类别	项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
		销量	单价	销量	单价	销量	单价
丝绸文化创意品（自有终端品牌）	丝巾	58.10	174.36	83.85	172.96	96.65	158.58
	组合套装	49.55	178.60	47.06	202.31	22.71	272.28
	家纺	11.96	736.31	12.92	573.22	14.81	417.63
	品牌服装	6.15	540.94	9.86	412.95	12.89	354.33
	围巾	6.61	136.12	18.75	72.73	36.43	55.98

单位：万套、万件、万米，元/套、元/件、元/米

类别	项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
		销量	单价	销量	单价	销量	单价
	丝绸工艺品	**0.74**	**289.86**	0.85	1,062.92	1.20	1,089.75
丝绸纺织制品（非自有终端品牌）	丝绸面料	**202.47**	**61.26**	261.30	63.73	281.67	60.02
	贴牌服装	**37.71**	**134.90**	77.55	144.96	145.26	99.89
	数码印花加工	**184.27**	**9.08**	169.53	10.79	118.21	8.06
口罩	平面口罩	**9,235.30**	**1.66**	-	-	-	-
	立体口罩	**301.14**	**7.20**	-	-	-	-

①丝绸文化创意品（自有终端品牌）单价波动分析

报告期内，公司丝绸文化创意品各类产品销售单价变动的原因主要包括：产品结构，公司丝绸文化创意品根据消费者需求不断设计、开发新产品，不同细分产品在价格定位上存在一定差异；销售结构，公司承接部分大额订单（定制化产品或单一单品大额采购）对当期产品销售结构产生一定影响，进而造成该类产品单价波动。

A、丝巾

2018 年度，丝巾产品平均单价低于其他年度，主要原因系公司为迎合市场需求，丰富产品线，于 2017 年推出多款小规格丝巾产品，产品一经推出便得到了客户的认可，2018 年度销售大幅增加。由于小规格丝巾产品用料较少，销售单价较低，从而拉低了丝巾产品整体单价。扣除小规格丝巾类产品影响后，各期丝巾销售单价相对稳定。

单位：万件、元/件

项　目	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	数量	单价	数量	单价	数量	单价
丝巾产品	**58.10**	**174.36**	83.85	172.96	96.65	158.58
小规格丝巾	**2.15**	**81.48**	3.19	58.51	9.05	31.68
扣除小规格丝巾后其他丝巾产品	**55.96**	**177.93**	80.66	177.49	87.60	171.70

报告期内，公司小规格丝巾产品销售规模相对较小，其销售单价受部分客户大额定制订单的影响存在一定波动，具体如下：

单位：万件、元/件

项 目	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	数量	单价	数量	单价	数量	单价
小规格丝巾	**2.15**	**81.48**	3.19	58.51	9.05	31.68
客户国富黄金采购定制小规格丝巾	/	/	1.00	26.55	8.04	25.91
扣除国富黄金采购后小规格丝巾	**2.15**	**81.48**	2.19	73.10	1.01	77.54

2018-2019 年度，客户国富黄金向公司采购定制小规格丝巾搭配客户自有产品组合为礼盒进行销售，由于该款定制产品面料材质与常规产品有所差异且仅需简单包装，客户采购数量较大，公司报价相对较低。除该客户外，小规格丝巾其他客户采购的小规格丝巾以常规产品为主，且报告期内单个客户平均采购数量不足 50 件，单价相对较高。剔除该客户的采购影响后，**2018**-2019 年度小规格丝巾销售单价相对稳定。2020 年**度**，小规格丝巾分销收入占比下降且分销业务销售单价相对较低，因此当期平均销售单价由上年度的 73.10 元（扣除单一客户采购定制品影响后）提升至 **81.48** 元。

B、组合套装

2018-2020 年度，公司组合套装产品平均单价呈下滑趋势，主要原因系公司不断丰富组合套装种类，在设计理念上更注重实用性和性价比，产品平均单价相应降低。

单位：万元、**元/件**

项 目	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	当年度上市新品	以前年度上市产品	当年度上市新品	以前年度上市产品	当年度上市新品	以前年度上市产品
销售金额	**5,724.70**	**3,124.48**	6,461.91	3,058.68	2,813.49	3,370.11
销售金额占比	**64.69%**	**35.31%**	67.87%	32.13%	45.50%	54.50%
销售单价	**147.88**	**288.31**	173.01	315.02	174.42	512.19

2018-**2020** 年度，公司当期上市新品单价明显低于以前年度上市产品。**报告期内，**当期上市新品销售占比**从 45.50%提升至 64.69%，**组合套装产品平均销售单价逐年降低。

C、家纺

报告期内，家纺产品平均单价呈增长趋势，主要受当期细分销售结构影响。

单位：万件、元/件

项 目	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	数量	单价	数量	单价	数量	单价
蚕丝被	**7.76**	**781.01**	5.79	796.76	5.31	587.68
其中：普通蚕丝被	**6.95**	**570.52**	5.21	581.54	5.31	587.68
高端蚕丝家纺产品	**0.80**	**2,602.16**	0.58	2,717.56	/	/
真丝床上套件	**0.80**	**2,245.90**	0.83	2,213.66	0.85	2,532.48
其他家纺产品	**3.40**	**281.07**	6.29	150.14	8.65	105.32
合 计	**11.96**	**736.31**	**12.92**	**573.22**	**14.81**	**417.63**

家纺产品以蚕丝被、真丝床上套件产品为主。其中，真丝床上套件产品销售单价分别为 2,532.48 元、2,213.66 元和 **2,245.90** 元，相对平稳。蚕丝被产品各期销售单价分别为 587.68 元、796.76 元和 **781.01** 元，2019-2020 年**度**销售单价相对较高，主要原因系公司通过充分调研，推出了体现健康、实用设计理念的蚕丝子母被产品以及定位于高端客户群体的高端蚕丝家纺产品，带动提升家纺产品的平均单价。扣除 2019**-2020** 年度新上市的**三**款产品后，普通蚕丝被各期单价分别为 587.68 元、581.54 元和 **570.52** 元。

D、品牌服装

报告期内，品牌服装产品平均单价存在一定波动，主要原因系公司面向大型企事业单位承接定制品牌服装业务，该类定制业务单笔金额较高，但不同客户个性化较强，单价有所差异，故品牌服装各年平均单价存在一定波动。扣除各年度面向直销客户承接的定制品牌服装业务订单后，各期品牌服装销售单价波动较小。

单位：万件、元/件

项 目	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	数量	单价	数量	单价	数量	单价
品牌服装	**6.15**	**540.94**	9.86	412.95	12.89	354.33
直销客户定制品牌服装	**0.71**	**396.29**	3.71	150.64	6.79	148.89
扣除面向直销客户的定制品牌服装后其他品牌服装产品	**5.44**	**559.86**	6.15	571.18	6.10	583.18

E、围巾

2018 年度，围巾产品销售单价低于其他年度，主要原因系公司当期向经销

商销售彩系列围巾较多，由于经销商单笔提货额高，公司给予了较低折扣，导致围巾全年销售单价较低。此外，由于彩系列围巾蕴含传统文化元素，适用于公司庆典、年会等活动场景，其产品销售单价同样受到大型企事业单位个性化定制订单的影响，扣除各年度通过经销商销售的彩系列围巾以及直销客户定制彩系列围巾后，2018-2019 年度，围巾销售单价波动较小。**2020 年度，围巾产品销售单价高于其他年度，主要原因系当期价格较低的祈福彩等围巾销售受影响较大，羊毛、羊绒、皮草类高端围巾销售数量占比较往年有明显提升。**

单位：万件、元/件

项 目	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	数量	单价	数量	单价	数量	单价
围巾产品	**6.61**	**136.12**	18.75	72.73	36.43	55.98
彩系列围巾通过经销商销售①	**0.60**	**70.83**	0.99	69.56	20.83	27.36
直销客户定制彩系列围巾②	**0.77**	**23.33**	7.66	15.50	4.65	31.28
扣除①②产品后其他围巾产品	**5.23**	**160.35**	10.09	116.50	10.95	120.89

报告期内，以单价 100 元（含增值税）为界，平价围巾与高端围巾销售数量及单价如下：

单位：万条、元/条

项目	2020 年度			2019 年度			2018 年度		
	数量	占比	单价	数量	占比	单价	数量	占比	单价
高端围巾	2.14	32.45%	292.36	3.72	19.87%	220.47	3.64	9.98%	212.67
平价围巾	4.46	67.55%	61.05	15.02	80.13%	36.10	32.79	90.02%	38.60
其中：大单祈福彩①	-	-	-	-	-	-	20.02	54.95%	25.86
其中：单面祈福彩②	2.19	33.13%	77.25	4.42	23.55%	68.01	3.17	8.71%	69.20
其中：直销定制彩③	0.77	11.71%	23.33	7.66	40.87%	15.50	4.65	12.76%	31.28
低价品除①②③	1.50	22.71%	56.88	2.94	15.71%	41.87	24.97	68.55%	36.07

2020 年度，因单价 100 元以上的高端围巾销售占比较 2019 年度明显提升，从而导致当年围巾平均单价上升至 136.12 元。

F、丝绸工艺品

以单价 1 万元（含增值税）为界，公司丝绸工艺品产品分类为常规丝绸工

艺品及高端丝绸艺术品，分别统计其销售数量和单价，具体如下：

单位：万件、万元/件

项　目	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	数量	单价	数量	单价	数量	单价
常规丝绸工艺品	**0.74**	**0.03**	0.85	0.04	1.19	0.04
高端丝绸艺术品	**-**	**-**	31 件	18.11	35 件	22.79
合　计	**0.74**	**0.03**	**0.85**	**0.11**	**1.20**	**0.11**

2020 年度，公司丝绸工艺品平均销售单价相较于 2018-2019 年度出现较大幅度的下滑，主要原因系：在高端丝绸艺术品中，售价较高的产品通常具有制作工艺复杂、个性化程度较高、文化附加值较高的特点，因此价格较高。自 2018 年度起，发行人成功开拓了定制型高端丝绸艺术品市场，实现数笔 20 万元以上的大型宋锦、缂丝、乱针绣等作品的销售，2018-2019 年度，平均单价较高的高端丝绸艺术品销量较好，故丝绸工艺品销售单价较高。2020 年度，受宏观经济因素影响，发行人高端丝绸艺术品无销售，故当年丝绸工艺品平均销售单价较低。报告期内，公司丝绸工艺品的价格变动具有合理性。

②丝绸纺织制品（非自有终端品牌）单价波动分析

报告期内，公司丝绸纺织制品单价波动主要系不同材质产品结构变化、原材料采购价格波动等因素所致。

A、丝绸面料

报告期内，丝绸面料单价主要与原材料价格和产品结构有关：a、2018 年度，公司丝绸面料产品原材料 6A 级生丝价格**处于相对高位，2019-2020 年度稳中有降，**具体价格走势参见招股说明书第六节之“二、（二）3、市场供给分析”；b、**报告期内，**公司单价较高的真丝类面料销量比重**基本保持稳定，**面料平均单价**波动较小，2019-2020 年度，随着原材料价格下行，公司丝绸面料单价小幅下跌。**

单位：万米、元/米

项　目	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	数量	单价	数量	单价	数量	单价
真丝面料	**144.57**	**76.71**	177.61	81.05	189.89	77.54
非真丝面料	**57.89**	**22.68**	83.69	26.99	91.78	23.77

单位：万米、元/米

项　目	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	数量	单价	数量	单价	数量	单价
合　计	**202.47**	**61.26**	**261.30**	**63.73**	**281.67**	**60.02**

B、贴牌服装

2019 年度，公司逐步减少了非真丝类制品业务，真丝类贴牌服装销售占比增长，带动贴牌服装单价提升；**2020 年度，真丝类贴牌服装销售占比仍然保持增长，但公司为应对宏观经济的不利影响而适当降低价格以维持市场份额，使得单价有所下降**。

单位：万件、元/件

项　目	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	数量	单价	数量	单价	数量	单价
真丝贴牌服装	**9.11**	**280.80**	17.04	291.83	17.75	282.42
非真丝贴牌服装	**28.60**	**88.39**	60.52	103.62 [注 2]	127.52	74.49
合　计	**37.71**	**134.90**	**77.55**	**144.96**	**145.26**	**99.89**

注：2019 年度，公司基于长远规划，有选择性地放弃了部分单价较低的非真丝服装业务，平均单价增长。

C、数码印花加工

2018 年度，公司数码印花加工销售单价较低，主要系公司为提高产能利用率在上述期间内增加了价格较低的后道加工服务订单，拉低了平均数码印花加工平均单价。2019 年度，数码印花加工业务中单价较高的品牌女装高端面料业务规模小幅下滑，而单价较低的非品牌市场业务迅速扩大。**2020 年度，随着技术工艺日益成熟，公司主动降低数码印花加工单价以进一步抢占市场份额，非品牌市场业务与品牌女装高端面料业务的单价较上年度均有所下降，但加工数量增加。**报告期内，公司数码印花加工不同类型业务数量及单价如下：

单位：万米、元/米

项　目	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	数量	单价	数量	单价	数量	单价
数码喷印-非品牌市场业务	**141.21**	**9.52**	115.60	12.50	45.14	13.39
数码喷印-品牌女装高端面料业务	**11.80**	**12.30**	8.56	18.19	10.64	18.95

单位：万米、元/米

项　目	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	数量	单价	数量	单价	数量	单价
后道等其他加工业务	**31.26**	**5.86**	45.37	5.02	62.43	2.35
合　计	**184.27**	**9.08**	**169.53**	**10.79**	**118.21**	**8.06**

③口罩单价波动分析

2020 年度，公司口罩销售以平面口罩为主，平均单价 1.66 元/只，立体口罩销售数量较小，平均单价 7.20 元/只。

（二）报告期内，公司各期丝绸文化创意品销售主要产品吊牌价均未进行调整，公司丝绸纺织制品定价模式不存在调整

发行人已在招股说明书第八节之“十三、（二）5、（2）报告期内产品价格基准调整情况”中补充披露如下：

（2）报告期内产品价格基准调整情况

①丝绸文化创意品（自有终端品牌）定价模式及调整情况

报告期内，公司丝绸文化创意品新品价格基准的确定原则为成本加成法，具体而言，公司基于产品材质、生产工艺、历史生产成本数据预测产品成本，同时综合考虑市场需求、价格定位、可比品牌产品价格区间确定成本加成的倍率，进而确定产品吊牌价。一般而言，丝巾、家纺、组合套装等不同类别产品的倍率存在一定差异，而同一类别产品的倍率基本维持在一个固定区间内。

针对直销客户，由于公司丝绸文化创意品兼具商务需求与个人消费需求，部分客户采购金额和频次相对较高，合作关系较为稳定，因此，公司通常以产品吊牌价为基准，根据直销客户采购产品类型、采购规模、合作历史等因素，给予一定折扣。针对加盟、经销、代销等分销客户，公司综合考虑年度提货额、历史指标完成情况、开店数量（加盟商）、采购产品类型等因素，以吊牌价为基准并给予一定折扣。

报告期内，公司未对丝绸文化创意品新品价格基准确定模式进行调整，同一大类产品成本加成倍率区间相对稳定。为避免销售人员和客户对产品价格产生混淆，影响业务的正常开展，报告期内，丝绸文化创意品各期销售金额前五十款产

品吊牌价均未调整，公司极少存在调整已上市产品吊牌价的情形。2018 年度，公司曾针对已上市的丝巾-小方巾类产品以及极少量的其他丝巾、围巾等产品进行价格调整，涉及的产品在当期实现销售收入 716.72 万元，占丝绸文化创意品收入总额的 1.80%，加权平均调整幅度为 5.20%，对公司丝绸文化创意品收入总额的影响较小。除上述情形外，报告期内，公司不存在其他大范围调整已上市产品吊牌价的情形。

②丝绸纺织制品（非自有终端品牌）定价模式及调整情况

报告期内，公司丝绸纺织制品价格基准的确定原则为成本加成法。丝绸纺织制品以订单式生产为主，每笔订单需综合考虑原材料成本、加工成本、打版费用、估计损耗等因素，乘以一定的成本加成比例，确定订单报价。**2020 年度，受新冠肺炎疫情影响，且公司拟进一步扩大数码印花加工业务市场占有率，适当降低了数码印花加工成本加成比例，导致其加工单价和毛利率均有所下降。**

报告期内，公司未对丝绸纺织制品定价模式进行调整，而受到宏观经济环境、行业需求、下游客户议价能力等因素的影响，不同客户不同期间的成本加成比例存在一定差异。

（三）丝绸文化创意品收入持续增长主要系公司基于充分调研，持续优化产品结构与价格定位，部分细分产品销量增加；丝绸纺织制品收入 2019 年下降较多系公司主动缩减了单价及毛利率较低的贴牌服装业务

发行人已在招股说明书第八节之“十三、（二）5、（3）结合主要产品销量及单价变化量化分析公司收入波动情况”中补充披露如下：

（3）结合主要产品销量及单价变化量化分析公司收入波动情况

①丝绸文化创意品（自有终端品牌）收入增长原因分析

单位：万元

产品类别	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	销量变动对收入的影响	单价变动对收入的影响	销量变动对收入的影响	单价变动对收入的影响	销量变动对收入的影响	单价变动对收入的影响
丝巾	**-4,488.63**	**117.42**	-2,214.75	1,389.67	2,832.12	-1,631.08
组合套装	**444.57**	**-1,115.97**	4,925.92	-1,588.93	2,151.08	-2,148.78
家纺	**-708.99**	**2,107.11**	-1,085.92	2,305.10	-3,266.73	1,993.13

单位：万元

产品类别	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	销量变动对收入的影响	单价变动对收入的影响	销量变动对收入的影响	单价变动对收入的影响	销量变动对收入的影响	单价变动对收入的影响
品牌服装	**-2,008.83**	**1,262.55**	-1,248.88	755.58	1,475.61	-795.17
围巾	**-1,652.35**	**1,188.26**	-1,285.75	610.43	1,087.84	-554.72
丝绸工艺品	**-33.42**	**-659.27**	-364.79	-32.09	-161.17	841.93
其他	**470.77**	**-999.39**	-1,158.95	-156.10	77.10	1,472.58
合 计	**-7,976.88**	**1,900.72**	**-2,433.13**	**3,283.65**	**4,195.84**	**-822.12**

注：销量变动对收入的影响=（本期销量-上期销量）*本期单价；单价变动对收入的影响=（本期单价-上期单价）*上期销量，下同。

2019 年度，公司调整优化产品结构和价格定位，并针对组合套装中的节日套装、家纺中的蚕丝子母被、黄金蚕丝被等重点推广新品加大广告投放力度，收入组合套装产品的销量提升以及家纺产品的单价提升，带动当期丝绸文化创意品收入提升；**2020 年度，受新冠肺炎疫情影响，公司丝绸文化创意品中丝巾、品牌服装以及围巾等均存在不同程度下滑，进而导致当期丝绸文化创意品收入较上期有所下降。**

②丝绸纺织制品（非自有终端品牌）收入波动原因分析

单位：万元

产品类别	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	销量变动对收入的影响	单价变动对收入的影响	销量变动对收入的影响	单价变动对收入的影响	销量变动对收入的影响	单价变动对收入的影响
丝绸面料	**-3,604.21**	**-645.71**	-1,298.23	1,046.95	-3,567.82	2,876.51
贴牌服装	**-5,374.82**	**-780.56**	-9,815.26	6,546.70	-2,284.77	3,613.75
数码印花加工	**133.78**	**-289.50**	553.52	321.96	572.25	-348.49
其他	**-1,347.62**	**1,290.25**	-126.72	-116.97	270.85	-930.34
合 计	**-10,192.86**	**-425.52**	**-10,686.69**	**7,798.64**	**-5,009.48**	**5,211.43**

2018 年度，公司基于战略规划增加了贴牌服装中单价较高的真丝服装销售占比，贴牌服装平均单价提升带动丝绸纺织制品收入增长；2019 年度，公司主动缩减了单价及毛利率较低的贴牌服装业务，贴牌服装销售单价虽有所提升但销量下降，导致丝绸纺织制品销售当期收入较上年下降；**2020 年度，受宏观经济形势和公司战略规划共同影响，公司当期丝绸面料与贴牌服装产品销量与价格均出现下滑，导致公司丝绸纺织制品销售当期收入较上年下降。**

四、报告期内 2018 年营业收入较高、净利润较低的原因及合理性

（一）2018 年营业收入较高、净利润较低的原因系采购成本上升的同时调研推广相关费用开支增加

2018 年度，公司营业收入为 75,252.67 万元，较上年增长 5.52%，净利润为 5,001.43 万元，较上年下降 13.94%，当期营业收入较高而净利润较低的主要原因包括：

1、上游原材料 6A 级生丝价格上升，带动主要产品采购成本提升，而产品售价调整存在滞后性，公司毛利空间被压缩。

（1）生丝价格波动趋势

根据金蚕网（http://www.esilk.net/）公布的中国茧丝绸交易市场现货交易每周行情数据，2017-2018 年生丝处于价格上升通道，2019 年生丝价格稳中有降。报告期内，6A 级生丝单价走势图如下：



数据来源：金蚕网

（2）主要产品采购成本波动趋势

报告期内，公司丝绸文化创意品产品种类较多，产品材质存在一定差异。选取丝巾、品牌服装-睡衣子类两类主要上游原材料为 6A 级生丝的产品，对其报告期内的采购单价波动分析如下：

报告期内，丝巾销售前 300 款产品平均采购单价变动情况如下：

单位：万元

项　目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
丝巾销售收入①	**10,130.91**	14,502.11	15,327.19
丝巾销售金额前 300 款产品对应销售金额②	**7,594.58**	12,767.55	12,773.83
所选样本占丝巾产品销售金额比重③=②/①	**74.96%**	88.04%	83.34%
丝巾销售金额前 300 款产品中，剔除本年度新上市上一年度未采购的产品后，对应销售金额④	**5,536.07**	6,638.85	8,281.22
剔除上述情形后，所选样本占丝巾产品销售金额比重⑤=④/①	**54.65%**	45.78%	54.03%
采购单价较上年变动幅度（加权平均）	**-9.10%**	-1.67%	11.95%

注 1：报告期内，公司存在销售情形的丝巾产品款式超过 3,000 种，销售单价从数十元到数万元不等，丝巾大类采购成本变动受产品结构的影响较大。因此，选取报告期各期丝巾销售金额前 300 款产品作为样本，计算该款产品当期和上期平均采购单价及变动幅度，并以销售数量为权重，对 300 款产品的采购单价变动幅度进行加权平均，能够相对准确地反映采购成本波动情况，下同；

注 2：因公司每年均会推出大量新品，采购单价变动幅度计算时需要剔除上一年度无采购情形的产品，虽然剔除后所选样本对当期收入覆盖率相对较低，但主要系新品上市引起的，剔除前所选样本销售金额覆盖率均已超过 80%，选取样本具有一定代表性。

报告期内，品牌服装-睡衣销售前 50 款产品平均采购单价变动情况如下：

单位：万元

项　目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
品牌服装销售收入	**3,327.47**	4,073.75	4,567.05
品牌服装-睡衣销售收入①	**2,668.85**	3,000.78	3,004.54
品牌服装-睡衣销售金额前 50 款产品对应销售金额②	**2,084.42**	2,692.25	2,368.59
所选样本占品牌服装-睡衣产品销售金额比重③=②/①	**78.10%**	89.72%	78.83%
品牌服装-睡衣销售金额前 50 款产品中，剔除本年度新上市上一年度未采购的产品后，对应销售金额④	**1,325.64**	2,220.34	1,904.32
剔除上述情形后，所选样本占品牌服装-睡衣产品销售金额比重⑤=④/①	**49.67%**	73.99%	63.38%
采购单价较上年变动幅度（加权平均）	**-7.20%**	0.40%	19.69%

注 1：公司品牌服装除睡衣产品外，同时承接部分大型企事业单位定制品牌服装订单，此类定制业务采购产品款式、材质存在差异，采购单价不可比。故仅从品牌服装睡衣类产品中选取样本进行比较；

注 2：报告期内，公司存在销售情形的品牌服装睡衣类产品款式超过 400 种，销售单价从数十元到数万元不等。因此，选取报告期各期品牌服装睡衣类产品销售金额前 50 款产品作为样本，计算该款产品当期和上期平均采购单价及变动幅度，并以销售数量为权重，对 50 款产品的采购单价变动幅度进行加权平均，能够相对准确地反映采购成本波动情况；

注 3：因公司每年均会推出大量新品，采购单价变动幅度计算时需要剔除上一年度无采

购情形的产品，虽然剔除后所选样本对当期收入覆盖率相对较低，但主要系新品上市引起的，剔除前所选样本销售金额覆盖率均已超过 70%，选取样本具有一定代表性。

2017 年度及 2018 年上半年，主要上游原材料生丝的市场价格处于上涨趋势，公司主要产品的采购成本随之上升，而产品售价调整有一定的滞后性，导致公司的毛利空间被压缩。以丝巾和品牌服装为例，2018 年度，丝巾销售前 300 款产品和品牌服装-睡衣类产品销售前 50 款产品的采购单位成本加权平均变动幅度分别为 11.95%和 19.69%，上述产品销售额占丝巾、品牌服装产品销售总额的比重分别为 54.03%和 63.38%。综上，2017 年度及 2018 年上半年，主要上游原材料生丝的市场价格处于上涨趋势，公司主要产品采购成本随之上升，而产品售价调整有一定的滞后性，导致公司的毛利空间被压缩，丝绸文化创意品毛利率较上年降低 1.23%。

2、自 2017 年下半年起，公司着力于市场调研与业务拓展，加大了对新产品、新模式的调研与开拓力度，市场团队逐步扩充，工资薪酬及办公场地租赁等相关费用相应增长。同时，公司为进一步塑造品牌形象，提升品牌价值，在广告宣传、品牌策划推广等方面的投入增长较快。上述与市场调研、业务拓展、品牌形象塑造与推广相关的费用增长，带动销售费用率较上年增长 0.77%，使公司营业利润及净利润有所降低。

（二）补充披露情况

公司已在招股说明书第八节之“十三、（一）报告期内经营成果变动趋势”中对上述事项补充披露如下：

报告期内，公司总体经营成果情况如下：

单位：万元

项 目	2020 年度		2019 年度		2018 年度
	金额	增长率	金额	增长率	金额
营业收入	**73,570.31**	**0.99%**	72,851.39	-3.19%	75,252.67
营业利润	**7,476.14**	**10.42%**	6,770.69	18.92%	5,693.69
利润总额	**7,141.92**	**5.44%**	6,773.56	19.71%	5,658.46
净利润	**6,308.13**	**6.31%**	5,933.46	18.64%	5,001.43
扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润	**6,319.54**	**23.09%**	5,133.89	9.45%	4,690.81

报告期内，公司利润的主要来源是主营业务产生的营业利润，各年营业利润占利润总额的比重均在95%以上。

2019年度，公司营业收入为72,851.39万元，较上年下降3.19%，营业利润及净利润增幅分别为18.92%和18.64%，主要原因系：（1）公司通过市场调研与内部分析，将业务资源向利润率更高的丝绸文化创意品（自有终端品牌）倾斜，主动缩减了毛利率较低的部分丝绸纺织制品（非自有终端品牌）规模；（2）自2018年下半年起，公司进一步优化了组织结构，提高了经营管理效率，期间费用率较上年下降0.79%；（3）公司当期收到的计入其他收益的政府补助，例如社保返还、产业扶持政策资金等，较上年增加491.39万元。

2020年度，公司营业收入为73,570.31万元，较上年增加0.99%，营业利润及净利润分别为7,476.14万元和6,308.13万元，较上年增加10.42%和6.31%，主要原因系：（1）面对新冠肺炎疫情导致的国内外宏观经济波动，公司在原有各主要业务受到影响的情况下积极开展口罩业务，当年口罩业务贡献收入17,525.24万元，对公司当年营业收入和净利润产生了积极影响（2）针对重点推广产品开展多维度多平台推广活动，刺激消费需求，尽可能降低系统性风险对公司原有业务收入及利润产生的影响；（3）公司进一步优化人员结构，提升运营效率，期间费用率较上年度下降1.37%。

2018 年度，公司营业收入较高但营业利润较低，主要原因系当年主营业务收入构成中毛利率较低的丝绸纺织制品业务收入占比为 46.27%，而 2019 年度和 2020 年度，丝绸纺织制品业务收入占比已下降至 43.57%和 28.55%，毛利率较高的丝绸文化创意品业务和口罩业务收入占比提升，从而带动了营业利润的增长。

五、结合报告期内华东地区收入及占比越来越高、2019 年总体收入下滑的现状，披露发行人在其他地区拓展业务的有效性，以及业务发展的可持续性

公司华东地区占比较高主要系公司在华东地区已具备较强的品牌影响力和美誉度，在资本实力有限的情况下，公司将短期战略目标定位于深耕华东地区业务。发行人已在招股说明书第八节之“十三、（二）2、按地区分布分析”中补充披露如下：

报告期内，公司主营业务收入地区分布情况如下：

单位：万元

项 目	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
华东地区	**52,837.95**	**72.31%**	48,064.01	66.53%	46,015.18	61.95%
华北地区	**7,775.76**	**10.64%**	8,643.71	11.96%	9,399.85	12.65%
华南地区	**4,106.47**	**5.62%**	6,319.30	8.75%	8,277.95	11.14%
西北地区	**353.27**	**0.48%**	561.36	0.78%	466.35	0.63%
华中地区	**798.17**	**1.09%**	718.02	0.99%	831.76	1.12%
西南地区	**823.94**	**1.13%**	403.32	0.56%	384.83	0.52%
东北地区	**721.02**	**0.99%**	381.53	0.53%	698.69	0.94%
境内合计	**67,416.59**	**92.26%**	**65,091.25**	**90.10%**	**66,074.62**	**88.95%**
欧洲	**3,829.29**	**5.24%**	4,062.80	5.62%	4,096.23	5.51%
北美洲	**761.94**	**1.04%**	2,844.38	3.94%	3,224.55	4.34%
港澳台及其他亚洲地区	**1,056.43**	**1.45%**	245.09	0.34%	795.22	1.07%
其他	**9.98**	**0.01%**	-	-	90.44	0.12%
境外合计	**5,657.63**	**7.74%**	**7,152.27**	**9.90%**	**8,206.44**	**11.05%**
主营业务收入合计	**73,074.22**	**100.00%**	**72,243.53**	**100.00%**	**74,281.06**	**100.00%**

报告期内，公司超过 85%的主营业务收入来自于境内。公司境内业务中，华东地区主营业务收入金额逐年增长，占境内主营业务收入的比重较高，主要原因系：杭州自古为“丝绸之府”，公司作为丝绸行业内领先企业在华东地区已具备较强的品牌影响力和美誉度，在资本实力有限的情况下，公司将短期战略目标定位于深耕华东地区业务，储备各渠道优质客户资源，逐步建立起较为成熟的业务模式，不断扩大市场占有率，品牌知名度与认可度逐年提升，产品销售量相应增长。

报告期内，公司境内其他区域销售收入分别为 20,059.44 万元、17,027.25 万元和 **14,578.63** 万元，公司已通过设立分支机构，开拓分销渠道及客户等方式将“万事利”品牌及产品推广至其他区域，并取得了一定效果，品牌影响力增强。**2018-2020 年**，公司除华东地区外的其他境内地区收入**逐步下滑**，主要原因系**市场竞争加剧，公司品牌知名度在全国范围内仍有待提升。**2020 年**受新冠肺炎疫情的影响，公司丝绸文化创意品和丝绸纺织制品收入有所下滑，**为支持当地企

业复工复产，公司**新增**口罩产品华东地区销售占比较高。

公司扎根于杭州地区，通过品牌塑造、文化弘扬、市场推广等方式逐步提高市场占有率，业务发展具备可持续性。公司在经营过程中不断总结经验，归纳适合在华东以外地区开展业务的相关模式。同时，公司亦积极在境内其他地区进行市场调研与业务开拓，逐步摸索出一套将丝绸文化与当地特色文化相结合的业务推广方式，提升公司品牌在全国范围内的影响力。在目前资本实力有限的情况下公司尚未在华东以外地区进行大规模的市场投入，公司拟通过本次募集资金投资建设国内营销体系，提升“万事利”品牌在全国范围内的知名度，打造类似于杭州总部的异地销售中心，有望实现华东以外地区持续增长。

六、列示外销的主要国家或地区、主要客户、主要产品、数量、金额，内外销单价和毛利率是否存在差异以及差异产生的原因

（一）公司境外销售主要国家/地区为意大利、美国、法国和加拿大等地

发行人已在招股说明书第八节之“十三、（二）2、（1）境外销售主要国家/地区”中补充披露如下：

（1）境外销售主要国家/地区

报告期内，公司境外销售客户所属国家/地区的分布情况如下：

单位：万元

境外销售国家/地区	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	收入	占比	收入	占比	收入	占比
法国	**1,873.67**	**33.12%**	1,328.86	18.58%	1,770.71	21.58%
意大利	**1,417.32**	**25.05%**	2,417.85	33.81%	2,090.30	25.47%
美国	**752.74**	**13.30%**	1,995.93	27.91%	2,679.89	32.66%
香港地区	**666.35**	**11.78%**	85.65	1.20%	711.55	8.67%
加拿大	**9.19**	**0.16%**	848.45	11.86%	544.66	6.64%
其他国家或地区	**938.36**	**16.59%**	475.53	6.65%	409.33	4.99%
合　计	**5,657.63**	**100.00%**	**7,152.27**	**100.00%**	**8,206.44**	**100.00%**

（二）公司境外销售主要品类为贴牌服装、丝绸面料和口罩。2019 年度，公司主动缩减丝绸纺织制品业务规模，贴牌服装和丝绸面料境外销售数量下降

发行人已在招股说明书第八节之“十三、（二）2、（2）境外销售主要产品种

类，内外销单价及毛利率差异分析”中补充披露如下：

（2）境外销售主要产品种类，内外销单价及毛利率差异分析

单位；万元、万件、万米

产品种类	2020年度			2019年度			2018年度		
	数量	收入	占比	数量	收入	占比	数量	收入	占比
贴牌服装	**27.27**	**2,719.23**	**48.07%**	56.31	5,934.27	82.97%	76.51	6,458.26	78.70%
平面口罩	**1,237.37**	**1,788.85**	**31.62%**	-	-	-	-	-	-
立体口罩	**12.00**	**115.67**	**2.04%**	-	-	-	-	-	-
丝绸面料	**3.26**	**153.43**	**2.71%**	4.12	269.45	3.77%	17.05	820.08	9.99%
其他[注]	**32.45**	**880.44**	**15.56%**	49.97	948.56	13.26%	57.55	928.10	11.31%
合计	**1,312.35**	**5,657.63**	**100.00%**	**/**	**7,152.27**	**100.00%**	**/**	**8,206.44**	**100.00%**

注：境外销售的其他类产品主要系**贴牌丝巾围巾**等产品。

报告期内，公司境外销售贴牌服装、丝绸面料和其他产品数量持续下降，主要系公司基于长远业务规划，主动缩减上述业务规模。公司自2020年起开展口罩业务，在国内市场口罩供应趋于稳定后逐步开展口罩境外销售业务，当期实现销售收入**1,904.52**万元。

（三）贴牌服装、丝绸面料、口罩产品境内外销售单价及毛利率存在一定差异，主要系产品结构、内外销综合成本及风险、销售批量存在差异

发行人已在招股说明书第八节之“十三、（二）2、（2）境外销售主要产品种类，内外销单价及毛利率差异分析”中补充披露如下：

①贴牌服装

产品种类	销售模式	项　目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
贴牌服装	境外销售	单价（元/件）	**99.73**	105.39	84.41
		毛利率	**14.24%**	15.42%	15.11%
	境内销售	单价（元/件）	**226.73**	249.86	117.12
		毛利率	**19.42%**	21.53%	11.58%

报告期内，贴牌服装境内外销售产品结构如下：

单位：万件、元/件

项目	产品种类	2020年度			2019年度			2018年度		
		数量	单价	毛利率	数量	单价	毛利率	数量	单价	毛利率
境外销售	真丝服装	**2.45**	**240.07**	**23.76%**	1.22	278.30	22.88%	1.01	348.64	21.21%
	非真丝服装	**24.82**	**85.86**	**11.62%**	55.09	101.57	14.97%	75.50	80.88	14.76%
境内销售	真丝服装	**6.66**	**295.78**	**22.14%**	15.82	292.87	25.06%	16.74	278.42	19.39%
	非真丝服装	**3.78**	**104.99**	**5.92%**	5.43	124.45	-2.64% [注]	52.02	65.22	0.85%

注：2019年度，境内非真丝服装毛利率为负，主要系公司确认前期销售产生的折让63.99万元，公司于折让发生当期冲减收入，扣除该笔折让影响后，非真丝服装境内销售毛利率为6.24%。

报告期内，贴牌服装境内销售与境外销售在单价、毛利率上的差异主要系产品结构、内外销综合成本及风险存在一定差异。

A、产品结构：报告期内，公司贴牌服装产品境内外销售的材质、工艺、花型、款式均有所差异。通常来说，由于真丝面料成本较高，在服装制作环节对加工设备、加工技术的要求较高，面料耗损率也相对较高，因此公司在报价时预留相对较多的毛利空间，其单价和毛利率均高于非真丝服装。

B、内外销综合成本及风险差异：由于境外销售相关的运输、报关等各类综合开支较高，且境外销售存在一定的收款风险，公司通常会在报价时预留相对较多的毛利空间。因此，在材质、工艺等属性基本相同的情况下，境外销售报价和毛利率通常会高于境内。

总体而言，报告期内，贴牌服装境外销售以非真丝服装为主，而境内销售以真丝服装为主。因此，单价方面，境外销售单价低于境内销售。毛利率方面，2018年度，境外销售毛利率高于境内销售，而2019-2020年**度**，由于贴牌服装境内销售中真丝服装占比较高，拉高境内销售毛利率平均水平，因此境内销售毛利率高于境外销售。

分真丝服装和非真丝服装来看，2018年度，真丝服装和非真丝服装均呈现境外销售单价高于境内的情形。2019-2020年**度**，公司从战略角度出发缩减了贴牌服装销售规模，非真丝服装境内销售以及真丝服装境外销售数量极少，其平均单价更易受到订单产品类型的影响。

②丝绸面料

产品种类	销售模式	项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
丝绸面料	境外销售	单价（元/米）	**47.01**	65.39	48.09
		毛利率	**25.42%**	27.44%	28.96%
	境内销售	单价（元/米）	**61.50**	63.71	60.79
		毛利率	**22.68%**	16.90%	18.14%

报告期内，丝绸面料境内外销售产品结构如下：

单位：万件、元/件

项目	产品种类	2020年度			2019年度			2018年度		
		数量	单价	毛利率	数量	单价	毛利率	数量	单价	毛利率
境外销售	真丝面料	**1.46**	**81.16**	**31.03%**	2.32	101.73	28.28%	5.89	94.70	26.83%
	非真丝面料	**1.80**	**19.23**	**6.14%[注]**	1.80	18.65	21.51%	12.11	22.05	34.66%
境内销售	真丝面料	**143.11**	**76.67**	**22.73%**	175.29	80.78	17.02%	184.00	76.99	18.65%
	非真丝面料	**56.09**	**22.79**	**22.23%**	81.89	27.17	16.14%	80.61	23.80	14.46%

注：非真丝面料境外销售毛利率**较低**，主要系确认因前期销售产生的折让9.05万元，公司于折让发生当期冲减收入，扣除该笔折让影响后，非真丝面料境外销售毛利率为**25.60%**。

报告期内，丝绸面料境内销售与境外销售在单价、毛利率上的差异主要系产品结构，内外销综合成本与风险、销售批量等因素存在差异。

A、产品结构：报告期内，公司丝绸面料产品境内外销售的材质、工艺、花型、款式均有所差异。通常来说，真丝面料单价高于非真丝面料。

B、内外销综合成本及风险差异：与贴牌服装相似，在产品材质、工艺等属性基本相同的情况下，丝绸面料境外销售报价和毛利率通常会高于境内。

C、批量差异：丝绸面料境外销售业务规模较小，单笔业务批量较小，打样成本相对较高，在产品材质、工艺等属性基本相同的情况下，境外销售报价和毛利率高于境内。

总体而言，2018年度及2020年**度**，丝绸面料境外销售中非真丝面料销售数量大于真丝面料，2019年度境外销售则以真丝面料为主，境内销售均以真丝面料为主。因此从单价来看，2018年度以及2020年**度**，丝绸面料境外销售单价低于境内，2019年度丝绸面料境内外销售单价接近。毛利率方面，**2018-2020**年度，丝绸面料境外销售业务规模较小，单笔业务批量较小，打样成本相对较高，毛利率高于境内销售。2020年**度，非真丝面料境外销售毛利率较低，主要系**公司前期销售产生

折让9.05万元冲减当期收入，扣除该笔折让影响后，丝绸面料境外销售毛利率为**25.60%**，毛利率略高于境内销售。

分真丝面料和非真丝面料来看，报告期内，真丝面料境外销售单价及毛利率均高于境内销售，主要系上述内外销综合成本及风险差异及批量差异所致。报告期内，非真丝面料境外销售规模持续缩减，其单价及毛利率存在一定波动，具体而言：2018年度，公司客户较为分散，报价和毛利率相对较高。2019年度以来，公司非真丝面料境外销售数量极少，其平均单价更易受到订单产品类型的影响，因此存在一定波动。

③口罩

2020年**度**，不同口罩产品境内外销售情况如下：

产品种类	销售模式	数量（万只）	单价（元/只）	毛利率
平面口罩	境外销售	**1,237.37**	**1.45**	**39.20%**
	境内销售	**7,997.93**	**1.70**	**37.58%**
立体口罩	境外销售	**12.00**	**9.64**	**47.49%**
	境内销售	**289.14**	**7.10**	**25.29%**
口罩合计	**境外销售**	**1,249.37**	**1.52**	**39.70%**
	境内销售	**8,287.07**	**1.88**	**35.96%**

2020年度，口罩产品境内销售单价高于境外销售，主要是平面口罩境内销售单价高于境外销售，立体口罩境内销售单价低于境外销售。

由于内外销综合成本及风险存在一定差异，口罩境外销售相关的运输、报关等综合开支较高，因此同时段平面口罩与立体口罩境外销售单价、毛利率均高于境内销售。立体口罩的境内外销售均主要在上半年完成，故境外销售的单价与毛利率高于境内销售。

随着2020年下半年口罩市场供求发生变化，口罩单价大幅度下跌。而下半年平面口罩外销292.97万只，占全年平面口罩境外销售数量的23.68%，境内销售仅119.25万只，占全年平面口罩境内销售数量的1.49%。因下半年销售比例较高，平面口罩全年境外销售单价低于境内销售。

（四）公司境外销售客户以知名服装品牌企业为主

发行人已在招股说明书第八节之“十三、（二）2、（3）境外销售主要客户”中补充披露如下：

报告期内，公司境外销售主要客户以知名服装品牌企业为主，具体情况如下：

单位：万元

年度	序号	客户名称	销售金额	占当期境外销售收入的比例	主要销售内容
2020年度	1	GUESS	**1,204.24**	**21.29%**	贴牌服装
	2	AMG PRO	706.90	**12.49%**	口罩
	3	CWF	**637.11**	**11.26%**	贴牌服装
	4	**DEA**	**536.63**	**9.49%**	**贴牌服装**
	5	WING SEE	530.78	**9.38%**	口罩
	合 计		**3,615.66**	**63.91%**	
2019年度	1	GUESS	1,749.60	24.46%	贴牌服装
	2	CWF	1,078.00	15.07%	贴牌服装
	3	LIU JO	904.15	12.64%	贴牌服装
	4	GA OPERATIONS SPA	856.57	11.98%	贴牌服装
	5	LOBLAWS	847.41	11.85%	贴牌服装
	合 计		**5,435.73**	**76.00%**	
2018年度	1	GUESS	2,173.30	26.48%	贴牌服装
	2	CWF	1,612.63	19.65%	贴牌服装
	3	LIU JO	1,315.47	16.03%	贴牌服装
	4	GIADA	586.86	7.15%	其他丝绸纺织制品（主要为手帕）
	5	LOBLAWS	527.80	6.43%	贴牌服装
	合 计		**6,216.06**	**75.74%**	

报告期内，公司境外销售前五名客户销售收入占当期境外销售收入的比重分别为75.74%、76.00%和**63.91%**。报告期内，公司基于业务规划主动缩减境外销售业务规模，有选择性地放弃部分订单量较小的客户。因此，**2020年度**，公司境外销售前五名客户销售收入占比**有所下降，主要系公司基于长远业务规划，主动缩减了部分毛利率较低的境外贴牌服装销售业务，原境外主要客户采购量减少。**

七、报告期内境外销售收入及占比逐渐下滑的原因及合理性，结合可比公司情况披露是否与同行业一致，下滑趋势是否将延续，并结合目前国际贸易形势披露对公司未来外销的影响

境外销售收入及占比逐渐下滑主要系国际宏观经济形势影响以及公司基于业务战略主动缩减，变动趋势与部分可比上市公司一致，根据公司战略，未来公司境外销售收入占比预计仍将下滑，但境外销售规模和毛利贡献较小，不会对公司盈利能力和持续经营能力产生重大不利影响

具体参见本问询函回复问题 4 之“三、（三）发行人境外销售金额和占比逐年降低主要原因系受国际宏观经济形势影响，外销服装终端消费市场相对疲软。同时，境外销售业务利润率较低，且存在一定收款风险，公司基于长远业务规划，主动缩减了部分毛利率较低的境外贴牌服装销售业务”。

八、列示报告期内各月的销售收入金额及毛利率，披露显著变化月份的原因

（一）丝绸文化创意品在每年的 2 月春节假期期间，销售额最低，每年 9 月至次年 1 月节假日、购物节活动相对集中，收入较高。丝绸文化创意品毛利率显著变化的月份主要系促销活动所致

发行人已在招股说明书第八节之“十三、（二）3、（1）丝绸文化创意品分月收入和毛利率情况”中补充披露如下：

（1）丝绸文化创意品（自有终端品牌）分月收入和毛利率情况

单位：万元

项　目	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	收入金额	毛利率	收入金额	毛利率	收入金额	毛利率
1 月	3,116.99	57.12%	5,006.97	55.38%	4,402.08	55.80%
2 月	598.34	54.56%	1,390.96	50.39%	1,950.44	58.31%
3 月	1,160.84	52.81%	2,714.52	53.78%	2,340.21	67.57%
4 月	1,397.22	50.06%	2,579.32	53.10%	3,374.83	54.12%
5 月	1,795.31	49.12%	3,296.18	52.84%	3,386.33	51.57%
6 月	3,072.30	38.39%	3,309.60	41.31%	3,262.24	46.94%
7 月	**2,212.77**	**51.72%**	2,555.97	49.77%	2,163.89	51.75%
8 月	**2,830.69**	**50.65%**	2,666.93	50.54%	2,601.25	51.91%

单位：万元

项　目	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	收入金额	毛利率	收入金额	毛利率	收入金额	毛利率
9 月	**6,408.39**	**55.10%**	3,987.38	48.75%	4,392.54	51.36%
10 月	**3,170.34**	**48.53%**	3,323.75	50.89%	2,717.93	53.45%
11 月	**4,336.38**	**44.92%**	4,151.65	52.94%	3,765.39	53.39%
12 月	**4,588.72**	**57.06%**	5,781.22	54.78%	5,556.83	56.79%
合　计	**34,688.28**	**51.01%**	**40,764.45**	**51.59%**	**39,913.93**	**54.18%**

收入金额波动分析：受产品应用场景及消费群体消费习惯的影响，公司丝绸文化创意品的销售具有一定季节性特征。通常来说，每年的2月左右为春节假期，销售额最低，而每年9月至次年1月节假日相对较多，例如中秋节、国庆节、元旦及春节，与各类节日相关的年会庆典、员工福利、客户回访等活动相对集中，丝绸文化创意品需求有所增加。此外，每年“618”、“双11”、“双12”等购物节期间，公司会通过直销渠道开展促销活动，带动当月收入增加。**2020年2-5月，受新冠肺炎疫情影响，下游市场需求大幅下降，使得公司当期销售收入明显低于以往年度。**

报告期内，各月毛利率与当年度平均毛利率差异在±5%以上的月份具体原因如下：

①2018年6月、2019年6月**和2020年6月**，丝绸文化创意品毛利率均低于当年度平均毛利率，波动幅度分别为-7.24%、-10.28%**和-12.62%**，原因系公司借助于“618”购物节契机开展促销活动，导致毛利率偏低。

②2018年3月，丝绸文化创意品毛利率高于当年度平均毛利率，波动幅度为13.39%，主要原因系公司于**该**月份销售了较多已计提存货跌价准备的丝巾产品。

③2020 年 11 月丝绸文化创意品毛利率低于当年度平均毛利率，主要系“双 11”购物节期间，公司对直销渠道客户开展促销活动，销售价格下降。

④2020年1月、12月属传统业务旺季，丝巾等毛利率较高的产品销售占比较高，提升了平均毛利率。

（二）丝绸纺织制品中真丝面料、真丝服装以及部分非真丝服装对应的终端需求以春夏季节居多，因此第四季度销售占比高于其他季度。丝绸纺织制品毛利率显著变化的月份系开工率及销售结构等因素所致

发行人已在招股说明书第八节之“十三、（二）3、（2）丝绸纺织制品分月收入和毛利率情况”中补充披露如下：

……

（2）丝绸纺织制品（非自有终端品牌）分月收入和毛利率情况

单位：万元

项 目	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	收入金额	毛利率	收入金额	毛利率	收入金额	毛利率
1 月	1,541.36	13.66%	3,087.69	18.04%	2,858.31	13.10%
2 月	366.91	25.60%	841.02	10.37%	861.74	11.71%
3 月	1,597.90	18.16%	3,842.70	17.86%	1,970.48	18.57%
4 月	1,967.15	22.99%	1,263.04	16.55%	5,047.09	15.88%
5 月	1,777.55	18.02%	2,147.83	16.34%	2,423.08	16.98%
6 月	2,857.28	24.74%	4,353.11	20.70%	2,744.29	10.97%
7 月	**692.57**	**16.40%**	2,364.03	16.59%	2,516.37	15.68%
8 月	**965.43**	**18.76%**	2,044.66	14.56%	2,994.50	10.85%
9 月	**1,269.04**	**23.71%**	1,205.10	14.94%	2,116.37	15.61%
10 月	**2,136.93**	**23.67%**	1,992.12	16.19%	2,558.21	14.66%
11 月	**2,722.15**	**23.89%**	2,769.72	19.64%	3,190.42	19.81%
12 月	**2,966.42**	**23.22%**	5,568.06	21.03%	5,086.29	21.24%
合 计	**20,860.70**	**21.64%**	**31,479.08**	**18.10%**	**34,367.14**	**15.98%**

收入金额波动分析：受产品应用场景及下游客户厂商备货周期的影响，公司丝绸纺织制品销售具有一定季节性特征。通常来说，公司主要产品中真丝面料、真丝服装以及部分非真丝服装对应的终端需求以春夏季节居多，下游客户通常在前一年度的下半年，尤其是第四季度提货。因此，报告期内，丝绸纺织制品第四季度销售占比高于其他季度。2018年4月及2019年3月，丝绸纺织制品收入金额高于其他年度同一月份，主要原因系2018年5月1日和2019年4月1日公司主营产品增值税税率有所调整，客户要求公司及时交付并结算，因此上述月份收入金额较高。

2020年2-3月，受新冠肺炎疫情影响，公司境内外订单无法及时与客户完成交割，收入金额较低，2020年4-5月，公司正常完成疫情前订单，收入金额同比未发生较大下滑。疫情期间，因对未来市场存在不确定性，境内外客户下发的下半年订单数量较少，从而导致公司2020年6-8月销售金额相应下降，至2020年9月才逐步恢复。此外，公司为控制外销风险主动缩减外销业务，而2019年12月外销收入较多，故2020年12月收入金额同比下降。

丝绸纺织制品采取按订单生产并销售的模式，受自主加工环节开工率以及订单产品种类影响，各月毛利率存在一定波动。对报告期内各月毛利率与当年度平均毛利率差异在±4%以上的月份具体分析如下：

①2018年2月、2019年2月和2020年1月，丝绸纺织制品毛利率低于当期平均毛利率，幅度分别为-4.27%、-7.73%和-6.86%，主要原因系农历新年开工率较低，公司自主加工的丝绸面料产品以及数码印花加工服务单位固定成本较高，因此毛利率相对较低；

②2018年6月，丝绸纺织制品毛利率低于当期平均毛利率，幅度为-5.01%，主要系当月非真丝贴牌服装境内销售以部分销售单价较低的客户为主，销售单价比该类产品当年境内销售单价低9.22%，毛利率亦相对较低。当月该产品境内销售收入占比为15.10%，毛利率为-11.03%；

③2018年8月，丝绸纺织制品毛利率低于当期平均毛利率，幅度为-5.13%，主要原因系公司在当期着力于真丝服装业务的开拓，与部分真丝服装客户合作初期在产品交货期、良品率等方面存在磨合和适应过程，当月真丝服装销售收入占比为25.61%，毛利率为7.78%；

④2018年12月，丝绸纺织制品毛利率高于当期平均毛利率，幅度为6.26%，主要原因系当月非真丝服装销售以境外销售为主，境外销售报价预留的毛利空间相对较高；且真丝面料境内销售客户较为分散，以小批量销售为主，毛利率相对较高。当月非真丝服装境外销售和真丝面料境内销售收入占比分别为37.19%和44.09%，毛利率分别为18.87%和23.16%；

⑤2020年7月，丝绸纺织制品毛利率低于当期平均毛利率，幅度为-5.24%，主要系公司于当月产生销售折让48.85万元，剔除折让因素影响后毛利率为

21.91%。

（三）口罩销售集中于 2020 年 3-5 月，该时期境内外疫情较为严重，复工复产对口罩需求量较大。2020 年 1-6 月，口罩原材料采购价格和成品销售价格随市场行情剧烈波动，不同月份毛利率差异系采购单位成本和销售单价波动所致

发行人已在招股说明书第八节之“十三、（二）3、（3）口罩分月收入和毛利率情况”中补充披露如下：

（3）口罩分月收入和毛利率情况

单位：万元

项　目	2020 年度	
	收入金额	毛利率
1 月	-	-
2 月	562.21	51.42%
3 月	5,580.26	49.84%
4 月	5,284.63	34.03%
5 月	5,097.18	25.87%
6 月	681.99	36.50%
7 月	**77.47**	**-35.74%**
8 月	**38.44**	**-50.65%**
9 月	**43.21**	**-54.94%**
10 月	**91.51**	**17.87%**
11 月	**59.76**	**-3.58%**
12 月	**8.58**	**-67.20%**
合　计	17,525.24	36.37%

2020年，公司积极响应政府号召，勇于承担社会责任，率先利用丝绸产品的采购、生产和销售等资源，转产民用口罩产品。2020年3-5月，由于境内外企事业单位陆续复工，口罩需求量较大，且境外疫情发展较快，因此口罩3-5月销售额高于其他月份。随着新冠肺炎疫情逐步得到控制，国内口罩生产产能持续提升，市场供应充足，口罩产品6-12月份销售额相应下降。

2020年2-5月，口罩毛利率逐月下降，6月份毛利率则有所回升，**7-12月毛利**

率呈现大幅下降趋势，主要原因系：①采购成本：2020年1-6月，熔喷布等口罩原材料价格呈现先增长后下降的趋势，4月价格达到最高位。公司4月以较高价格采购的熔喷布产出的口罩多于5月实现销售，因此5月毛利率低于其他月份。5-6月原材料价格回落，因此6月毛利率有所回升；②销售价格：2020年2-6月，随着国内疫情逐步得到控制，口罩生产产能快速提升，口罩销售价格持续下降，因此4-6月毛利率低于2-3月；**③销量：2020年7-12月，随着国内疫情得到有效控制，口罩市场需求大幅下降导致口罩销量大幅下降，销售额大幅下降，但口罩成本仍处于较高水平，故下半年口罩销售毛利率为负数**。

九、报告期内公司的销售返利、销售折扣或折让政策，各期返利、折扣或折让金额及返还形式，相关会计处理是否符合《企业会计准则》规定

（一）公司的销售返利、销售折扣或折让政策情况

发行人已在招股说明书第八节之“十三、（二）8、销售返利情况”中补充披露如下：

（1）销售返利、销售折扣或折让政策

①丝绸文化创意品销售返利政策、销售折扣政策

丝绸文化创意品对客户执行销售返利、销售折扣政策，不存在销售折让政策。

A、销售返利政策

公司与经销商、加盟商签订协议约定各经营年度的净提货额指标及返利政策。如果经销商、加盟商完成了年度净提货额指标（有开店要求的，还需完成开店数量要求），则按净提货总额的一定比例或者销售指标超额部分的一定比例以返货的形式给予其奖励（有开店要求，开店数量未完成的，奖励减半），所有奖励均以自合同签订的完整年度开始执行，年度结束后，公司根据返利条款计算应支付予该客户的返利金额。

加盟商：公司在实际执行中会综合考虑加盟商信用资质、所在市场销售情况及影响力、供货折扣等因素，根据与分销商的谈判结果对返利比例有所调整。总体来看，对报告期内完成年度销售任务的 100%的加盟商，可享受完成指标超额部分的 2%-6%不等的返利。

经销商：公司对经销商无开店数量的要求，提货额指标要求相对加盟商低，门槛较低，故实际执行过程中，对大多数经销商不给予返利政策。

B、销售折扣政策

报告期内，公司综合考虑客户类型、销售规模、合作历史等因素，在产品吊牌价基础上给予分销客户以及部分直销客户一定的提货折扣。公司直销客户折扣区间通常为 5 折及以上，加盟商客户折扣区间通常为 3-5 折，经/代销商客户折扣区间通常为 3-6 折。特殊产品折扣需另行审批。公司根据产品吊牌价金额乘以折扣的方式确定销售合同/订单金额、开具增值税发票，并按照折扣后的金额确认营业收入与应收账款。

②丝绸纺织制品销售折让政策

丝绸纺织制品只执行销售折让政策：当出现货物破损或质量等问题时，由业务员与客户进行核实，核实无误后提出申请。当发票已开具时，审核无误后开具全额红冲发票，冲减前期确认的收入、应收款及税费，并根据折让后的真实金额重新开具发票并确认收入、应收款及相关税费。当发票未开具时，审核无误后根据核定的金额开具发票，冲减前期确认的暂估收入、应收款及税费，并根据折让后的真实金额确认收入、应收款及相关税费。

③公司口罩产品销售不存在销售返利、销售折扣或折让政策和情况。

（二）报告期各期，公司丝绸文化创意品销售返利均以货物形式返还，计提返利金额分别为 39.72 万元、44.03 万元和 4.50 万元，公司丝绸纺织制品全部为销售折让，折让金额分别为 109.18 万元、271.49 万元和 304.69 万元，公司整体销售返利和销售折让金额较小，占相应渠道营业收入的比重在 1%左右，比重较低，公司口罩产品销售不存在销售返利、销售折扣或折让政策和情况

发行人已在招股说明书第八节之“十三、（二）8、销售返利情况”中补充披露如下：

（2）返利形式及销售返利、销售折让金额

报告期内，公司丝绸文化创意品（自有终端品牌）销售返利均以货物形式返还，返利计提与发放金额具体情况如下：

单位：万元

项　目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
期初结存	62.60	38.44	13.74
计提返利	**4.50**	44.03	39.72
发放返利	**60.77**	19.87	15.02
期末结存	**6.33**	62.60	38.44
计提返利占丝绸文化创意品分销渠道收入比重	**0.06%**	0.37%	0.35%

注：受新冠肺炎疫情影响，经销商、加盟商 2020 年上半年未能正常营业，均未完成合同约定的净提货额指标，故 2020 年度计提返利额较低。

报告期内，公司丝绸纺织制品（非自有终端品牌）折让金额具体情况如下：

单位：万元

项　目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
折让金额	**304.69**	271.49	109.18
折让金额占丝绸纺织制品营业收入比重	**1.46%**	0.86%	0.32%

（三）公司销售返利、销售折让的会计处理符合《企业会计准则》规定

发行人已在招股说明书第八节之“十三、（二）8、销售返利情况”中补充披露如下：

（3）公司销售返利、销售折让的会计处理

①新收入准则下丝绸文化创意品（自有终端品牌）销售返利的处理

报告期内，公司丝绸文化创意品（自有终端品牌）销售与经销商、加盟商签订协议约定各经营年度的净提货额指标及返利政策。如果经销商、加盟商完成了年度净提货额指标，则按净提货总额的一定比例或者销售指标超额部分的一定比例以返货的形式给予其奖励（有开店要求，且开店数量未完成的，奖励减半），所有奖励均自合同签订的第一个完整年度开始执行。

自 2020 年 1 月 1 日起，公司根据新收入准则及应用指南的规定，将上述返利认定为合同可变对价，于报告期末根据返利条款及净提货总额或销售指标超额部分预估计算应支付予该客户的返利金额，并确认为合同负债，同时冲减营业收入。实际交付货物返利时，冲减合同负债，同时确认营业收入，实物返利

部分存货结转至营业成本。

报告期各期公司计提的销售返利金额均不超过50万元，金额较小，对公司的财务指标、经营成果和现金流量不存在重大影响。

受疫情的影响，经销商及加盟商2020年上半年业务开展情况不理想，无法完成合同约定的净提货额指标，故公司2020年1-6月未计提销售返利。2020年下半年，随着疫情逐步受到控制，公司根据返利条款及承诺销售价格计提销售返利，将其计入合同负债并冲减营业收入。自2020年起，公司丝绸文化创意品（自有终端品牌）销售返利的会计处理符合新收入准则的相关规定。

根据新收入准则第四十三条，“首次执行本准则的企业，应当根据首次执行本准则的累积影响数，调整首次执行本准则当年年初留存收益及财务报表其他相关项目金额，对可比期间信息不予调整”。故公司无需对2018-2019年度的销售返利进行追溯调整。

2020年年度报告中，公司已将截至2020年6月末已计提尚未支付的销售返利43.26万元以及2020年7-12月计提的销售返利4.50万元，扣减已发放的返利41.43万元，合计6.33万元全部调整至合同负债列报。

②丝绸纺织制品（非自有终端品牌）与口罩产品的销售不存在销售返利的政策和情况。

③丝绸文化创意品销售折扣：公司根据折扣后金额确认营业收入。

④丝绸纺织制品方面:根据经审批的折让申请表冲减当期收入、应收账款及应交税费。

综上，公司的销售返利、销售折扣及销售折让的会计处理符合《企业会计准则》、新收入准则的规定。

十、报告期内特别是 2017 年存在较多发行人员工回款、财政统一拨付情形的具体情况，是否符合行业惯例，第三方回款和现金交易的主要对象、金额及占比，发行人对第三方回款和现金交易的内部控制措施及效果

（一）2017 年度，发行人因销售回款相关内控尚未完善，存在部分客户出于支付便捷的考虑，直接将货款转账给发行人员工的情形，2017-2020 年度各期金额分别为 507.45 万元、161.81 万元、18.48 万元和 0 万元，占同期销售收入的比重分别为 0.71%、0.21%、0.03%和 0.00%；发行人客户中金融机构、大型集团公司，高校、医院等事业单位以及政府部门在采购支付权限方面管理较严格，超过一定金额的采购需通过上一级单位或统一支付平台进行支付，因而形成第三方回款情形

2017-2020 年度，发行人第三方回款产生的原因、合理性、必要性：

①发行人分销商数量较多，且存在部分小微企业或个体工商户，此类分销商经营方式主要是家庭成员或合作伙伴共同经营，从业人员较少，关键岗位如财务主要由股东或其家庭成员担任。部分客户基于支付货款结算便捷性、临时性资金周转等原因，通过实际控制人及其控制的其他公司、股东、合伙经营者、亲属或客户职员等第三方进行回款。

②发行人通常会通过召开新品订货会的形式向加盟商以及部分经销商现场推介产品并接受客户订单。部分客户的股东或其他员工会在订货会现场通过刷卡、支付宝扫码等方式支付定金，因此产生第三方回款。

③直销模式下，发行人丝绸文化创意品主要面对终端消费者，单笔销售金额较小，部分企事业单位客户出于结算便捷性考虑，其经办人会通过刷卡、支付宝等方式回款，亦存在部分客户经办人转账给业务人员的情形。报告期内，公司不断完善销售回款内控，通过内部管理制度明确销售人员不能接收或安排客户对本人的银行账户、支付宝或微信等账户进行转账支付，销售人员不得在客户处直接收取货款现金，回款人为公司员工的第三方回款金额及占比逐年下降。**2020 年度**，公司已不存在由公司员工回款的第三方回款情形。

④发行人企事业单位客户中存在金融机构、大型集团公司，高校、医院等事业单位以及政府部门，上述单位在采购支付权限方面管理较严格，超过一定金额

的采购需通过上一级单位或统一支付平台进行支付，因而形成第三方回款情形。报告期内，公司存在较多财政统一拨付的第三方回款，主要系政府部门、高校、由政府主办的的大型活动组委会等客户直接与公司签订合同并采购产品，但通过当地财政局、国库收付中心等账户向公司支付款项，形成第三方回款情形。2020年**度**，公司作为首批浙江省级重点民用口罩及关键材料生产企业之一，承接了较多政府部门集中采购的口罩订单，因此当期通过财政统一拨付方式形成的第三方回款金额及占比较高。

⑤外销第三方回款原因：A、部分客户出于统一调配资金、外汇额度不足等原因，统筹安排属于实际控制人控制的其他企业或统一支付平台回款；B、部分境外客户通过 PAYPAL 及 ALIBABA 等跨境电商服务平台进行小额采购，并通过相应电商平台回款；C、部分客户因结算便捷性、临时性资金周转等原因，通过区域代理公司、专业清关公司、专业付款机构等商业合作伙伴支付货款。

总体而言，客户通过第三方向公司支付货款的情形，与公司分销商中存在较多小微企业及个体工商户，丝绸文化创意品主要面向终端消费者、单笔订单金额较小，丝绸纺织制品境外销售等经营特征相符，具有合理性。

（二）2017-2020 年度，发行人境内第三方回款金额分别为 4,397.67 万元、2,282.28 万元、753.49 万元和 838. 78 万元，占各期境内含税营业收入的比重分别为 6.12%、2.97%、1.02%和 1. 10%。发行人境内第三方回款的主要对象为客户的实际控制人及亲属或同一控制下企业、财政统一拨付、客户公司职员等；2017-2020 年度，发行人境外第三方回款金额分别为 1,415.10 万元、2,239.38 万元、1,723.35 万元和 1, 744. 05 万元，占各期境外营业收入比例 15.23%、27.29%、24.10%和 30. 83%。发行人境外第三方回款主要为客户 GUESS 通过客户自有供应链平台集中付款

2017-2020 年度，发行人存在签订销售合同单位与回款单位不一致的情形（以下简称“第三方回款”），其中公司境内销售第三方回款占当期境内含税营业收入的比例分别为 6.12%、2.97%、1.02%和 **1. 10**%，公司境外销售第三方回款占当期营业收入的比例分别为 2.00%、3.01%、2.39%和 **2. 37**%，具体情况如下：

单位：万元

境内销售部分				
项　目	2020 年度	2019 年度	2018 年度	2017 年度
第三方回款金额	**838.78**	753.49	2,282.28	4,397.67
境内营业收入（含税）	**76,172.42**	73,964.55	76,830.29	71,845.91
境内销售三方回款占比	**1.10%**	1.02%	2.97%	6.12%
境外销售部分				
项　目	2020 年度	2019 年度	2018 年度	2017 年度
第三方回款金额	**1,744.05**	1,723.35	2,239.38	1,415.10
境外收入总额（不含税）	**5,657.23**	7,152.27	8,206.44	9,291.48
境外销售第三方回款占外销收入比例	**30.83%**	24.10%	27.29%	15.23%
境外销售第三方回款占营业收入比例（不含税）	**2.37%**	2.39%	3.01%	2.00%

（1）第三方回款回款人性质分类

公司境内第三方回款对象按照回款人性质分类如下：

单位：万元

回款方性质	2020 年度		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
实际控制人及亲属，或同一控制下企业回款	**528.87**	**63.05%**	567.10	75.26%	751.55	32.93%	1,357.72	30.87%
客户公司职员（店长、财务等）回款	**133.04**	**15.86%**	121.71	16.15%	798.00	34.97%	912.01	20.74%
财政统一拨付	**120.33**	**14.35%**	36.72	4.87%	143.14	6.27%	805.44	18.32%
发行人员工回款	-	-	18.48	2.45%	161.81	7.09%	507.45	11.54%
小股东/合作伙伴及其直系亲属回款	-	-	5.73	0.76%	361.04	15.82%	684.58	15.57%
关联公司	**7.07**	**0.84%**	2.59	0.34%	62.67	2.75%	46.64	1.06%
其他[注]	**49.47**	**5.90%**	1.15	0.15%	4.07	0.18%	83.83	1.91%
合　计	**838.78**	**100.00%**	**753.49**	**100.00%**	**2,282.28**	**100.00%**	**4,397.67**	**100.00%**

注：回款方性质为其他的第三方回款，主要系前股东、终端客户代回款，以及非法人社会性组织间相互回款等情形。

公司境外销售第三方回款按回款方性质区分如下：

单位：万元

回款方性质	2020 年度		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
关联方	**1,742.34**	**99.90%**	1,643.55	95.37%	1,872.00	83.59%	1,308.82	92.49%
跨境电商服务平台	**1.70**	**0.10%**	37.27	2.16%	38.05	1.70%	43.04	3.04%
外部商业合作伙伴	-	-	42.54	2.47%	329.33	14.71%	63.25	4.47%
合 计	**1,744.05**	**100.00%**	**1,723.35**	**100.00%**	**2,239.38**	**100.00%**	**1,415.10**	**100.00%**

（2）第三方回款主要对象

2017-2020 年度，公司境内第三方回款主要对象（各期前五名）列示如下：

单位：万元

2020 年度		
客户名称	**回款方性质**	**金额**
上海日播	同一控制下企业回款	205.24
杭州嘉楷服饰有限公司	**对方公司员工**	**75.64**
宁波市北仑区卫生健康局	财政统一拨付	72.00
杭州唐丝贸易有限公司	实际控制人	29.30
杭州市上城区好木沉香工艺品商店	**实际控制人**	**28.25**
其他客户共 123 家	/	**428.35**
合 计		**838.78**
2019 年度		
客户名称	**回款方性质**	**金额**
杭州茅家埠农贸市场帛雅丝绸经营部	实际控制人及亲属	112.65
	对方公司员工	19.98
茧泰贸易	实际控制人	78.59
紫绮服饰	实际控制人	65.95
丝府文化	实际控制人	28.00
兰州第七城市电子商务有限公司	实际控制人	27.70
其他客户共 146 家	/	420.62
合 计		**753.49**
2018 年度		
客户名称	**回款方性质**	**金额**

江南丝府	小股东/合作伙伴	217.65
北京微妮时代商贸有限公司	实际控制人	122.91
绿城物业服务集团有限公司	对方公司员工	119.61
茧泰贸易	实际控制人	99.39
紫绮服饰	实际控制人	98.55
其他客户共 606 家	/	1,624.17
合 计		**2,282.28**
2017 年度		
客户名称	**回款方性质**	**金额**
杭州市民政局	财政统一拨付	599.94
江南丝府	小股东/合作伙伴	544.78
紫绮服饰	实际控制人	180.83
杭州云之锦贸易有限公司	实际控制人	150.00
	小股东/合作伙伴	15.00
敖吉贸易	实际控制人及亲属	153.28
其他客户共 932 家	/	2,753.84
合 计		**4,397.67**

2017-2020 年度，公司境外第三方回款主要对象（当期回款金额 100 万元以上）列示如下：

单位：万元

客户名称	回款方性质	2020 年度	2019 年度	2018 年度	2017 年度
GUESS	关联方-客户自有供应链平台	**1,726.31**	1,619.07	1,838.10	1,261.83
MEGA-LINK	外部商业合作伙伴	-	-	314.49	-
合 计		**1,726.31**	**1,619.07**	**2,152.58**	**1,261.83**
占当期境外第三方回款金额比例		**98.98%**	93.95%	96.12%	89.17%

2017-2020 年度，公司境外销售客户 GUESS 通过该客户自有供应链平台集中向供应商支付款项，该平台向公司支付的每笔款项均在附言中说明系 GUESS 向公司支付的货款。

（三）发行人已针对第三方回款建立了相应内控制度，执行情况良好，2019年以来境内第三方回款金额及占比较2017-2018年度已有明显下降，境外第三方回款金额基本保持稳定

2017-2020年度，发行人第三方回款的内部控制措施及效果：

①内控制度规定：针对报告期内存在的第三方回款，公司制定了《销售收款与应收账款管理制度》，具体规定如下：A.客户出库单位、开票单位、回款单位三者必须一致，如不一致，需提交三方协议，协议需三方盖好公章才能回款；B.销售人员不能接收或安排客户对本人的银行账户、支付宝或微信等账户进行转账支付。销售人员不得在客户处直接收取货款现金。

②内控制度的运行：公司财务部门设置收款出纳，负责监督上述内部控制制度的执行。具体来说：财务部门收款出纳于每一工作日下发前一日的收款明细表，业务员于次个工作日将回款认领至对应客户名下，未能认领的货款不予计算提成。认领回款过程中如发现回款方与客户不一致的情形，业务员必须及时提交客户及代付方盖章或签字确认的提交代付款项说明，方能成功认领。财务及销售部人员定期与客户进行对账，确保账务的一致性。

③内控运行效果：报告期内，公司持续完善第三方回款相关的内部控制，2018-2019年度，公司境内销售第三方回款金额及占境内含税营业收入的比重逐年下降。2020年度，公司境内销售第三方回款金额占比虽较上年度上升0.08%，但主要系公司丝绸纺织制品客户上海日播因其集团内部资金安排调度原因通过同一控股股东控制的赣州日播回款205.24万元，以及政府部门通过财政统一拨付方式向公司支付口罩货款，具有一定合理性。且公司已按照内控制度的规定，与上海日播、赣州日播共同签订三方协议，对上述代回款事项进行了约定。2018-2020年度，公司境外销售第三方回款以境外销售客户GUESS通过该客户自有供应链平台集中向供应商支付款项为主，公司在收到货款后核验汇款附言是否已说明系代GUESS所支付的货款，并通过GUESS供应链系统查询付款信息与实际收到款项是否一致。上述上海日播与GUESS的第三方回款事项均属于通过同一控股股东控制的其他企业回款，系企业在正常经营活动中存在的第三方回款，符合企业经营模式与行业特征，具有合理性，且公司亦执行了相应的内部控制措施，相关内部控制运行效果良好。

（四）发行人现金销售主要存在于直营门店、展示营销中心渠道销售环节，交易主要对象为零售客户，2017-2020 年度，公司现金交易金额分别为 444.08 万元、305.23 万元、234.23 万元和 107.86 万元，占各期营业收入比重均不超过 1%。发行人已针对现金交易制定了相关内控制度，执行情况良好，公司现金收款金额逐年下降。

2017-2020 年度，公司销售环节存在少量现金收款情形，具体如下：

单位：万元

项　目	2020 年度	2019 年度	2018 年度	2017 年度
现金收款金额	**107.86**	234.23	305.23	444.08
现金收款占营业收入比重	**0.15%**	0.32%	0.41%	0.62%

2017-2020 年度，公司现金销售金额及比例相对较小，且呈逐年下降趋势。公司现金销售主要存在于直营门店、展示营销中心渠道销售环节，现金交易主要对象为零售客户。公司已建立《货币资金管理制度》等相关内部控制制度，规定了现金管理相关岗位职责权限，以及收款、缴存等相关环节的操作流程及要求，具体包括：

①公司人员在经营过程中收到的现金，要及时交出纳，出纳收到现金后要开具一式三联的现金收款收据，一联存根，一联记账，一联经出纳签名并加盖现金收款章交给客户或经办人员；

②对于门店等设收银员岗位的，客户购买产品并支付现金后，收银员为其开具购物小票。收银员收到现金后需当天交出纳，或由专人保管于保险箱内，现金限额管理且每日进行盘点；

③公司现金收入应于当日送存银行，当日送存确有困难的，应报告公司财务负责人（驻外机构可向所在机构负责人报告），采取预防措施，妥善保管；

④公司支付所需现金必须从银行提取，不得从现金收入中直接支付（坐支现金）。

2017-2020 年度，公司在日常经营活动中严格执行上述制度。公司现金销售相关内控规范、有效。报告期内，公司积极引导个人客户采取支付宝、微信等移动支付手段以替代现金付款，公司现金收款金额及占营业收入的比重逐年降低。

（五）补充披露情况

因招股说明书更新报告期为（2018-2020 年度），发行人已在招股说明书第八节之“十三、（二）6、营业收入第三方回款情况”中更新了上述内容（删除 2017 年度相关表述）。

十一、请保荐人、申报会计师核查并发表明确意见

（一）核查程序

为核查上述事项，保荐机构和申报会计师主要履行了如下核查程序：

1、对发行人的销售与收款内部控制循环进行了解并执行穿行测试，对客户收入确认等重要的控制点执行了控制测试；查阅发行人各模式下主要客户销售合同，查看合同中的权利和义务约定、收入确认时点、供货价格、结算周期以及运输费用承担方式等条款，评价收入确认是否满足会计准则所规定的条件；检查销售合同、入账记录及客户签收记录、出库单、物流信息等记录，检查收入确认时点是否满足发行人将商品所有权上的主要风险和报酬转移给购货方且发行人不再保留通常与所有权相联系的继续管理权，也不再对已售出的商品实施有效控制的条件；获取回款情况明细表，取得发行人报告期内的银行流水，抽样查阅收款的回款信息及对方账户信息，与合同中约定的付款条件进行比对，核实发行人应收账款的回款情况和收入的真实性，检查收入确认是否满足相关的经济利益很可能流入（新收入准则下，检查收入确认是否满足发行人因向客户转让商品而有权取得的对价很可能收回的条件）。

2、走访了发行人丝绸文化创意品、丝绸纺织制品、口罩产品的主要客户，了解相关合作情况；查询丝绸文化创意品同行业可比上市公司、丝绸纺织制品主要客户的招股说明书、定期报告。

3、获取并复核了发行人的销售明细账；访谈发行人财务总监与相关业务负责人，了解各类产品销售单价的变动原因，收入与毛利率、各项费用的波动原因，并结合当期细分产品结构、客户群体、发行人经营战略等因素分析销售单价波动是否与发行人实际经营情况匹配。

4、访谈了发行人丝绸文化创意品及丝绸纺织制品定价环节相关负责人，了解发行人的定价政策以及报告期内是否存在定价政策调整情形；获取了发行人丝

绸文化创意品 2018-2020 年产品价格明细表，对比同一种物料代码各年的价格情况，丝绸文化创意品价格调整相关的内部通知文件，同时获取发行人关于丝绸文化创意品 2017 年度价格情况的说明，判断是否存在价格调整情形。经核查，报告期内，丝绸文化创意品各期销售金额前五十款产品吊牌价均未调整价格。

5、通过金蚕网（http://www.esilk.net/）等公开渠道获取发行人主要原材料生丝的价格走势数据，同时获取发行人报告期各期采购明细表和销售明细表，统计并分析其主要销售产品报告期各期的采购单位成本波动趋势。

6、访谈了发行人董事长了解发行人业务战略布局情况；查阅了深圳汉鼎智库咨询服务有限对发行人募投项目出具的可行性研究报告。

7、获取了发行人海关年度出口数据并与境外销售收入进行核对；查验了境外销售样本的合同、发票、报关单、提单以及回款情况；获取发行人外销收入成本明细表；访谈了发行人财务总监、丝绸纺织制品业务负责人，了解境内外销售产品结构差异、综合成本费用与风险差异、批量差异，单价和毛利率存在差异的原因，以及发行人境外销售经营战略，境外销售规模变动原因，与可比上市公司境外收入波动趋势存在差异的原因，境外销售规模的进一步缩减是否会对发行人盈利能力和持续经营能力产生重大影响。

8、获得了发行人报告期各月销售收入成本明细表；访谈了发行人财务总监、相关业务负责人，了解发行人月度收入波动趋势和部分月份毛利率明显波动的原因，结合发行人产品特性与销售结构、应用场景、客户需求、开工率等多种因素，复核发行人收入与毛利率波动是否与实际经营情况匹配。

9、查阅了经销商及加盟商合同中关于销售返利的约定；对报告期各年的计提的销售返利进行复核，取得实际返利的领用出库明细，检查冲减的其他流动负债及存货是否准确；获取了报告期内销售折让明细，了解相关折让原因，检查相应的会计处理是否准确。

10、访谈了发行人高级管理人员、业务人员、财务人员等相关人员，了解报告期内发行人对第三方回款和现金交易的内控制度并执行穿行测试，了解报告期内第三方回款、现金交易产生的原因及商业合理性；针对报告期内存在第三方回款的客户，执行细节测试以核实销售收入的真实性；访谈报告期各期销售额较大

的客户，确认不存在发行人向客户通过其他方式补偿利益、与发行人之间不存在其他特殊利益安排或补充协议、不存在根据发行人安排将从第三方账户转入的资金通过客户账户转给发行人的情况。

11、截至本问询函回复出具日，通过专项函证、走访、获取代付款说明等方式取得外部确认的境内第三方回款占比分别为 68.67%、65.18%、74.88%和 79.92%：通过走访、细节测试、获取代付款确认函的方式取得外部确认的境外第三方回款占比分别为 89.17%、96.12%、93.95%和 98.98%。

12、获取并查阅报告期内发行人的现金明细账，抽取大额现金收支交易核查其原始单据、收款方名称、交易类型。

（二）核查意见

经核查，保荐机构和申报会计师认为：

1、发行人已在招股说明书中披露了不同销售模式下的定价方式、结算方式、信用政策、收入确认相关的会计核算过程、相关内部控制的关键环节，发行人各模式下收入确认时点符合《企业会计准则第 14 号——收入》规定的各项条件、相关会计核算过程符合《企业会计准则》的规定。

2、发行人已在招股说明书中补充披露了不同销售模式下取得重要客户订单的方式、与主要客户或平台的具体合作方式和主要合同条款。发行人丝绸文化创意品可比上市公司均与客户存在加盟、经销等分销合作方式；发行人丝绸纺织制品主要客户与供应商的合作方式多为直销合作方式；发行人口罩产品可比公司与下游客户的合作均存在直销、经销等合作方式。发行人与主要客户、平台的具体合作方式符合行业惯例。

3、报告期内，发行人主要产品报告期内单价存在一定波动，主要受到当期细分产品结构、个性化定制订单、部分大额订单的影响，波动原因具有合理性；发行人产品价格确定原则为成本加成法，报告期内，发行人定价模式未发生改变；报告期内，发行人存在少量调整价格基准的情形，调整产品对应的销售收入和加权平均的价格调整率较小，对丝绸文化创意品整体收入影响较小；发行人丝绸纺织制品不存在调整价格基准的情形；基于各明细产品销售量及价格角度分析，发行人丝绸文化创意品收入持续增长的主要原因系：发行人基于充分调研，持续优

化产品结构与价格定位，部分细分产品销量增加；丝绸纺织制品收入 2019 年下降较多系发行人主动缩减了单价及毛利率较低的贴牌服装业务；上述收入波动原因具有合理性。

4、发行人 2018 年度营业收入较高但净利润较低，系主要产品采购成本上升，以及与市场调研、业务拓展、品牌形象塑造相关费用开支增加；上述情形符合发行人经营实际情况，具有合理性。

5、发行人作为丝绸行业内领先企业在华东地区已具备较强的品牌影响力，在资本实力有限的情况下，发行人将短期战略目标定位于深耕华东地区业务，使得华东地区收入逐年增长。发行人品牌知名度在全国范围内仍有待提升，市场竞争加剧导致 2019 年境内华东地区外收入有所下滑，受国际宏观经济形势及主动缩减部分毛利率较低的境外贴牌服装业务影响，境外销售收入逐年下滑。**2020 年受新冠肺炎疫情的影响，公司丝绸文化创意品和丝绸纺织制品收入有所下滑，为支持当地企业复工复产，公司新增口罩产品华东地区销售占比较高**。在目前资本实力有限的情况下发行人尚未在华东以外地区进行大规模的市场投入，通过本次募集资金投资建设国内营销体系，有望实现境内华东以外地区持续增长。

6、发行人已在招股说明书中补充披露了外销的主要国家或地区、主要客户、主要产品、数量、金额等信息；发行人贴牌服装、丝绸面料产品境内外销售单价及毛利率存在一定差异，主要系产品结构、内外销综合成本及风险、销售批量存在差异，上述原因具有合理性。

7、发行人境外销售收入及占比逐年下降，一方面系受国际宏观经济形势影响，外销服装终端消费市场相对疲软，另一方面，境外销售业务利润率较低，存在一定收款风险，发行人基于战略规划主动缩减了部分毛利率较低的境外贴牌服装销售业务；发行人境外收入下降的原因除了国际宏观经济环境因素外，更多系发行人基于自身业务规划主动缩减境外销售业务规模，因此与可比上市公司存在差异；发行人未来还将持续缩减境外销售规模，由于境外销售毛利占发行人毛利比重较小，未来境外销售规模的进一步缩减不会对发行人盈利能力和持续经营能力产生重大影响。

8、发行人已在招股说明书中补充披露了各月的销售收入金额、毛利率以及

显著变化月份的原因，发行人分月收入和毛利率波动情况符合经营实际。

9、发行人已在招股说明书中补充披露了销售返利、销售折扣、折让政策、各期返利、折扣或折让金额及返还形式。报告期内，发行人丝绸文化创意品销售返利均以货物形式返还，计提返利金额分别为 39.72 万元、44.03 万元和 **4.50 万元**；发行人丝绸纺织制品全部为销售折让，折让金额分别为 109.18 万元、271.49 万元和 **304.69 万元**；发行人口罩销售不存在销售返利、销售折扣或折让政策和情况；发行人整体销售返利和销售折让金额较小，占相应渠道营业收入的比重在 1%左右。发行人的销售返利均以货物形式返还；发行人根据折扣后金额确认营业收入；发行人根据销售折让金额冲减当期收入、应交税费及应收账款。发行人的销售返利、销售折扣、折让政策的会计处理符合《企业会计准则》**、新收入准则的**规定。

10、**2017-2020 年度**，发行人境内第三方回款金额分别为 4,397.67 万元、2,282.28 万元、753.49 万元和 **838.79** 万元，占各期境内含税营业收入的比重分别为 6.12%、2.97%、1.02%和 **1.10**%；**2017-2020 年度**，发行人境外第三方回款金额分别为 1,415.10 万元、2,239.38 万元、1,723.35 万元和 **1,744.05** 万元，占各期境外营业收入比例 15.23%、27.29%、24.10%和 **30.83**%。发行人境外第三方回款主要为客户 GUESS 通过客户自有供应链平台集中付款；发行人第三方回款情形符合经营特点及行业惯例，具备商业合理性。

11、2017 年公司存在较多发行人员工回款、财政统一拨付情形主要原因系销售回款相关内控尚未完善，存在部分客户出于支付便捷的考虑，直接将货款转账给发行人员工；发行人客户中金融机构、大型集团发行人，高校、医院等事业单位以及政府部门在采购支付权限方面管理较严格，超过一定金额的采购需通过上一级单位或统一支付平台进行支付；发行人境内第三方回款的主要对象为客户的实际控制人及亲属或同一控制下企业、财政统一拨付、客户公司职员等。上述原因具有合理性。

12、发行人已针对第三方回款建立了相应内控制度，执行情况良好，2019 年以来境内第三方回款金额及占比较 2017-2018 年度已有明显下降，境外第三方回款金额基本保持稳定。

13、发行人现金销售主要存在于直营门店、展示营销中心渠道销售环节，交易主要对象为零售客户，2017-2020 年度，发行人现金交易金额分别为 444.08 万元、305.23 万元、234.23 万元和 107.86 万元，占各期营业收入比重均不超过 1%，发行人已针对现金交易制定了相关内控制度，执行情况良好，现金收款金额逐年下降。

问题 10

申报文件显示，发行人直销渠道包括销售团队、直营门店、展示营销中心、线上平台。截至 2019 年末，销售团队共 311 人，直营门店共 2 家，展示营销中心共 2 处。请发行人补充披露：（1）销售团队渠道具体业务开展方式，是否符合行业惯例，报告期内销售团队取得的主要客户、销售的主要产品、单个客户的平均销售金额，报告期内销售团队人均创收情况及变动原因，与公司整体人均创收是否存在差异，如是请披露原因及合理性；（2）报告期内涉及的主要线上平台名称、收入金额、交易次数、平均单次交易金额、客户数量、人均消费金额，分析人均消费金额变动的原因及合理性；（3）报告期内 2 家直营门店、2 处展示营销中心的具体销售情况，包括但不限于主要产品、销售金额、门店坪效等，分析是否存在异常及原因；（4）报告期内展示营销中心收入超过直营门店收入较多的原因及合理性；（5）报告期各期 OEM、受托加工的主要内容、对象、金额，两者的区别，量化分析 OEM 业务 2019 年收入下降较多以及报告期内受托加工收入增长较快的原因；（6）OEM 项目涉及的原材料由发行人采购还是委托方提供，OEM 项目委外生产的比例、将相关项目定义为 OEM 是否符合行业惯例，受托加工项目是由发行人生产还是委外生产；（7）销售产品的退换货政策，报告期内直销、经销的退换货数量、金额及原因、退货率，加盟商、经销商退出后库存商品处置情况，相关会计处理是否符合《企业会计准则》规定。

请保荐人、申报会计师核查并发表明确意见，说明走访及函证的比例、回函率、回函结果等情况，以及核查程序的充分性和有效性。

【回复】

一、销售团队渠道具体业务开展方式，是否符合行业惯例，报告期内销售团队取得的主要客户、销售的主要产品、单个客户的平均销售金额，报告期内销售

团队人均创收情况及变动原因，与公司整体人均创收是否存在差异，如是请披露原因及合理性

（一）销售团队通过上门拜访、招投标、网络社群营销、客户转介绍等方式获取订单，符合行业惯例

发行人已在招股说明书第六节之“一、（二）5、销售模式”中补充披露如下：

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

（二）报告期内销售团队取得的主要客户、销售的主要产品、单个客户的平均销售金额具有销售分布零散化、所销售产品均为公司主打品类产品的特征

发行人已在招股说明书第六节之“一、（二）5、（1）①直销”中补充披露如下：

A、销售团队

销售团队渠道指通过业务员开拓的个人团购或企事业单位团购销售，系公司的主要销售渠道。**截至 2020 年 12 月末，公司丝绸文化创意品销售团队合计约 149 人，2020 年度人均创收超过 130 万元**，销售能力较强。报告期内，公司销售团队开拓的直销客户超过 10,000 家。

a、报告期内销售团队渠道获取的前五大客户

单位：万元

年度	序号	客户名称	销售金额	占比[注]
2020 年度	1	万事利集团及其关联方	486.14	2.48%
	2	国金黄金及其关联方	418.75	2.13%

单位：万元

年度	序号	客户名称	销售金额	占比[注]
	3	**博洋家纺**	**368.21**	**1.88%**
	4	**河南锦之瀚文化传播有限公司**	**233.63**	**1.19%**
	5	**中国工商银行股份有限公司及其分支机构**	**200.91**	**1.02%**
	合 计		**1,707.63**	**8.70%**
2019年度	1	万事利集团及其关联方	858.06	3.61%
	2	浙江金融资产交易中心股份有限公司	340.99	1.43%
	3	大华技术	223.67	0.94%
	4	中国建设银行股份有限公司及其分支机构	194.27	0.82%
	5	中国南方航空股份有限公司	135.48	0.57%
	合 计		**1,616.99**	**6.79%**
2018年度	1	万事利集团及其关联方	691.08	2.83%
	2	国富黄金	443.91	1.82%
	3	云裳羽衣	441.22	1.81%
	4	中国邮政	380.69	1.56%
	5	大华技术	258.28	1.06%
	合 计		**2,215.18**	**9.08%**

注：此处系销售金额与丝绸文化创意品直销渠道下销售团队所取得收入之占比。

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

b、报告期内销售团队渠道销售的前五大丝绸文化创意产品

单位：万元

年度	序号	产品类别	销售金额	占比[注]
2020年度	1	**组合套装**	**5,733.93**	**29.22%**
	2	**丝巾**	**5,381.95**	**27.43%**
	3	**家纺**	**4,172.25**	**21.26%**
	4	**品牌服装**	**1,653.50**	**8.43%**
	5	**围巾**	**576.98**	**2.94%**
	合计		**17,518.60**	**89.27%**
2019年度	1	丝巾	8,352.98	35.10%
	2	组合套装	6,513.19	27.37%

单位：万元

年度	序号	产品类别	销售金额	占比[注]
	3	家纺	2,947.29	12.38%
	4	品牌服装	2,034.55	8.55%
	5	围巾	960.51	4.04%
	合计		**20,808.52**	**87.43%**
2018年度	1	丝巾	9,389.01	38.47%
	2	组合套装	4,309.56	17.66%
	3	品牌服装	2,619.20	10.73%
	4	家纺	2,478.81	10.16%
	5	丝绸工艺品	1,186.96	4.86%
	合计		**19,983.54**	**81.88%**

注：此处系销售金额与丝绸文化创意品直销渠道下销售团队所取得收入之占比。

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

c、丝绸文化创意品销售团队单个客户的平均销售金额

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
单个客户平均销售金额	**5.06**	4.80	4.49

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

（三）报告期内销售团队人均创收情况呈逐年上升趋势，2020 年度因疫情影响出现下降。销售团队直接维护终端客户，人均创收低于包含分销渠道的公司整体人均创收水平

d、人均创收情况

报告期内，销售团队人均创收情况如下：

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
销售团队渠道收入	**19,623.74**	23,800.11	24,406.90

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
人均创收金额[注]	**131.70**	92.61	67.80

注:上表数据统计口径为销售团队销售丝绸文化创意品的收入除以销售团队总人数。

报告期内，销售团队人均创收逐年递增，主要原因系近几年来发行人贯彻了深挖重点客户和培养精英销售团队的战略方向，要求销售团队深耕优质客户，并通过业绩考核及时淘汰更新销售团队人员，人均创收水平逐年提高。**2020 年度，随着疫情形势的缓解，发行人通过采取适时推出与传统节日文化相结合的组合套装、与国内其他知名品牌合作推出联名款组合套装等措施，取得了较好的效果，亦对销售团队人均创收产生了积极的影响。**

报告期内，公司整体人均创收及销售团队人均创收情况如下：

单位：万元

主体	项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
发行人整体	主营业务收入总额	**73,074.22**	72,243.53	74,281.06
	人均创收金额	**293.47**	190.11	154.43
销售团队	收入总额	**19,623.74**	23,800.11	24,406.90
	人均创收金额	**131.70**	92.61	67.80

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

二、报告期内涉及的主要线上平台名称、收入金额、交易次数、平均单次交易金额、客户数量、人均消费金额，分析人均消费金额变动的原因及合理性

发行人已在招股说明书第六节之“五、（一）2、主要产品销售收入及销售价格变动情况”中补充披露如下：

（3）线上平台经营情况

报告期内，公司线上平台运营渠道主要包括天猫万事利官方旗舰店、京东万事利官方旗舰店、万事利好丝绸店（有赞微商城）、小红书万事利品牌店、网易考拉万事利官方旗舰店等，其中天猫万事利官方旗舰店、京东万事利官方旗舰店、

万事利好丝绸店（有赞微商城）合计销售额占线上平台销售额的比例各期均超过95%，上述三个主要线上平台经营情况如下：

天猫万事利官方旗舰店			
项目	**2020 年度**	**2019 年度**	**2018 年度**
收入（万元）	**1,911.99**	1,134.93	825.29
交易次数（次）	**72,550**	28,221	19,006
平均单次交易金额（元）	**263.54**	402.16	434.23
客户数量（个）	**55,508**	24,274	16,873
人均消费金额（元）	**344.45**	467.55	489.12
京东万事利官方旗舰店			
项目	**2020 年度**	**2019 年度**	**2018 年度**
收入（万元）	**275.47**	236.82	196.80
交易次数（次）	**6,524**	5,305	3,919
平均单次交易金额（元）	**422.24**	446.41	502.18
客户数量（个）	**5,673**	4,505	3,399
人均消费金额（元）	**485.58**	525.68	579.00
万事利好丝绸店（有赞微商城）			
项目	**2020 年度**	**2019 年度**	**2018 年度**
收入（万元）	**1,448.87**	219.42	215.13
交易次数（次）	**34,037**	4,187	5,912
平均单次交易金额（元）	**425.67**	524.06	363.88
客户数量（个）	**12,335**	2,660	3,575
人均消费金额（元）	**1,174.60**	824.90	601.75

注：上述交易次数剔除了邮费、优惠券等交易。

报告期内，天猫万事利官方旗舰店、京东万事利官方旗舰店人均消费金额逐期下降，系因低单价产品销售占比增长。天猫万事利官方旗舰店、京东万事利官方旗舰店运营初期上架产品种类较少、产品单价较高，为扩大客户数量，促进营业收入规模增长，公司近年来逐步丰富了线上平台产品，低单价产品逐年增加。同时，公司积极参与第三方平台促销活动，随着近年来平台引流方式的快速发展，线上平台交易次数和客户数量逐年上升，人均消费金额逐步下降。**2020 年下半年，天猫万事利官方旗舰店聘请知名主播进行“直播带货”，产品点击量、进店人数大幅提升，交易次数、客户数量显著增长，同时平台不断推出低单价产品**

的促销活动，单次交易金额、人均消费金额均有所减少。2020 年下半年，京东万事利官方旗舰店受益于公司在其他网络平台直播导流的作用，其访客量、浏览量亦大幅提升，因此收入有所上涨。

报告期内，万事利好丝绸店人均消费金额逐期增长，系因高单价产品销售占比增长。万事利好丝绸店主要接入微信公众号进行销售，第三方平台引流有限，主要靠公司销售人员进行推广。随着公司线上平台销售业务逐渐发展成熟，不同平台销售分工亦相对明确，家纺等单价较高的产品主要通过万事利好丝绸店销售，丝巾等单价较低的产品主要通过天猫万事利官方旗舰店、京东万事利官方旗舰店销售。**报告期内，万事利好丝绸店人均消费金额呈逐年增长趋势**，主要原因系①2019 年度，公司通过电梯、公交车广告加大了对万事利好丝绸店的曝光度，并重点主推的高单价家纺产品，导致人均消费金额有所上涨；②2020 年**度**，万事利好丝绸店销售额大幅增长，主要系受新冠肺炎疫情影响线上销售快速发展，线下销售团队客户拜访受阻，公司顺应行业潮流，在万事利好丝绸店多次开展直播促销、“秒杀”活动，使得店铺交易次数大幅增加，同时，促销活动中增加了部分高单价产品，如真丝床品、蚕丝被、组合套装等，公司销售人员也积极向老客户进行推广，使得人均消费次数、人均消费金额均有所上涨。

三、报告期内 2 家直营门店、2 处展示营销中心的具体销售情况，包括但不限于主要产品、销售金额、门店坪效等，分析是否存在异常及原因

发行人已在招股说明书第六节之“五、（一）2、主要产品销售收入及销售价格变动情况”中补充披露如下：

（4）直营门店、展示营销中心经营情况

报告期内，公司 2 家**主要**直营门店、2 处展示营销中心具体销售情况如下：

丝绸汇展示营销中心			
项目	**2020 年度**	**2019 年度**	**2018 年度**
主要产品	丝巾、家纺、组合套装、品牌服装		
收入（万元）	**1,946.23**	2,378.44	1,895.24
面积（平方米）	**1,027**	1,027	1,027
坪效（元/平方米）	**18,950.66**	23,159.11[注]	18,454.18
丝绸工业博物馆展示营销中心			

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
主要产品	丝巾、家纺、组合套装、品牌服装		
收入（万元）	**416.35**	333.67	329.91
面积（平方米）	**353**	353	353
坪效（元/平方米）	**11,794.49**	9,452.33	9,345.76
杭州大厦店			
项目	**2020 年度**	**2019 年度**	**2018 年度**
主要产品	丝巾、品牌服装、家纺		
收入（万元）	**392.86**	395.76	349.09
面积（平方米）	**110**	110	110
坪效（元/平方米）	**35,714.59**	35,978.27	31,735.23
萧山机场店			
项目	**2020 年度**	**2019 年度**	**2018 年度**
主要产品	丝巾、品牌服装、家纺		
收入（万元）	**433.27**	366.07	303.12
面积（平方米）	**72**	72	72
坪效（元/平方米）	**60,175.72**	50,843.70	42,100.20

注：丝绸汇展示营销中心 2019 年收入增长主要系当年由其举办的促销会场次增加。

报告期内，公司 2 处展示营销中心、2 家直营门店销售产品主要类型基本相同，丝绸汇展示营销中心系接待客户、品牌展示、丝绸文化传播的主要经营场所，公司投入的人力、物力成本较高，且地处杭州主城区，交通相对更为便利，故销售金额相对较高。丝绸工业博物馆展示营销中心位于万事利丝绸工业园，地理位置较为偏远，坪效相对较低。杭州大厦店位于杭州市核心高端商圈，萧山机场店位于杭州市萧山机场入口处，2 家直营门店人流量较高，萧山机场店面积较小导致坪效较高。

2020 年，受新冠肺炎疫情的影响，**公司丝绸汇展示营销中心收入及坪效有所下降，丝绸工业博物馆展示营销中心因地处万事利丝绸工业园，通过挖掘丝绸纺织制品业务资源使得销售额较 2019 年有所增长，杭州大厦店因积极参与商场举办的杭州大厦周年庆、十一黄金周、双十一购物狂欢节等活动使得销售额较 2019 年基本稳定，萧山机场店聘用了新的运营团队，在获取新客户及维系客户关系方面更富经验，使得销售额较 2019 年有所增长**。报告期内，公司 2 处展

示营销中心、2 家直营门店经营情况不存在异常。

四、报告期内展示营销中心收入超过直营门店收入较多的原因及合理性

发行人已在招股说明书第六节之“五、（一）2、主要产品销售收入及销售价格变动情况”中补充披露如下：

报告期内，公司丝绸工业博物馆展示营销中心收入与直营门店收入不存在明显差异。公司丝绸汇展示营销中心收入超过直营门店收入较多的原因为：

功能定位存在差异。展示营销中心以展示公司产品、彰显品牌价值，传播丝绸文化为重心，配备专业的丝绸文化和企业文化讲解人员以及丝绸产品的导购人员，公司投入的成本及引入的资源亦较多，主要定位于接待团队客户、企事业单位以及重要个人客户，故全年销售收入较高；由于展示营销中心功能比较综合，整体经营面积较大，故坪效较直营门店低。直营门店客户来自商场、机场的人流量，直营门店以树立品牌形象为重心，面向零售客户群体，故销售收入较展示营销中心低。

客户拓展方式不同。展示营销中心通过展示、讲解进行开拓及维护企事业客户及重要个人客户，日常经营除引流入店外，同时亦会采取上门拜访、网络社群营销等方式持续拓展客户。直营门店主要服务商场、机场内客户，以商圈自有流量为主，不做区域外客户拓展。

综上，报告期内公司展示营销中心收入超过直营门店收入较多具有合理性。

五、报告期各期 OEM、受托加工的主要内容、对象、金额，两者的区别，量化分析 OEM 业务 2019 年收入下降较多以及报告期内受托加工收入增长较快的原因

（一）发行人 OEM 和受托加工模式下主要客户类型和销售内容均存在明显区别

发行人已在招股说明书第六节之“五、（二）3、丝绸纺织制品分模式前五大客户情况”中补充披露如下：

3、丝绸纺织制品分模式前五大客户情况

报告期内公司通过 OEM 模式主要为品牌女装提供丝绸面料或贴牌服装，与

客户全额结算成品金额；通过受托加工模式主要为非品牌客户提供数码印花加工服务，与客户净额结算加工费。两者在主要客户类型、销售内容方面存在明显区别。

公司 OEM 模式下各期前五大客户如下：

单位：万元

年度	序号	客户名称	销售金额	占当期OEM模式收入的比例	主要销售内容
2020年度	1	鄂尔多斯及其关联方	1,828.56	9.53%	贴牌服装
	2	爱慕股份及其关联方	1,370.18	7.14%	丝绸面料
	3	日播时尚及其关联方	1,207.34	6.29%	丝绸面料
	4	GUESS	1,204.24	6.28%	贴牌服装
	5	上海之禾	921.86	4.80%	丝绸面料
	合计		6,532.19	34.04%	
2019年度	1	爱慕股份及其关联方	2,503.33	8.44%	丝绸面料
	2	鄂尔多斯及其关联方	2,450.05	8.26%	贴牌服装
	3	锦泓集团及其关联方	2,206.17	7.44%	丝绸面料
	4	GUESS	1,749.60	5.90%	贴牌服装
	5	嘉盈兴业及其关联方	1,576.83	5.32%	丝绸面料
	合计		10,485.97	35.37%	
2018年度	1	鄂尔多斯及其关联方	2,578.45	7.72%	贴牌服装
	2	GUESS	2,173.30	6.50%	贴牌服装
	3	锦泓集团及其关联方	1,837.17	5.50%	丝绸面料
	4	CWF	1,612.63	4.83%	贴牌服装
	5	爱慕股份及其关联方	1,362.28	4.08%	丝绸面料
	合计		9,563.83	28.62%	

公司受托加工模式下各期前五大客户如下：

单位：万元

年度	序号	客户名称	销售金额	占当期受托加工模式收入的比例	主要销售内容
2020年度	1	帛淼服饰及其关联方	930.84	55.65%	数码喷印、后道加工
	2	展志纺织	219.92	13.15%	数码喷印、后道加工
	3	嘉曼服饰（天津）有限公司	109.36	6.54%	其他加工

单位：万元

年度	序号	客户名称	销售金额	占当期受托加工模式收入的比例	主要销售内容
	4	帛库纺织	**60.85**	**3.64%**	数码喷印
	5	兆渤实业	**59.63**	**3.56%**	数码喷印
	合计		**1,380.60**	**82.53%**	
2019年度	1	帛淼服饰及其关联方	951.27	52.02%	数码喷印、后道加工
	2	众配实业	180.07	9.85%	数码喷印
	3	展志纺织	114.84	6.28%	数码喷印
	4	嘉盈兴业及其关联方	97.65	5.34%	其他加工
	5	帛库纺织	83.68	4.58%	数码喷印
	合计		**1,427.51**	**78.07%**	
2018年度	1	展志纺织	**184.85**	**19.40%**	数码喷印
	2	帛淼服饰及其关联方	162.78	17.08%	数码喷印、后道加工
	3	帛库纺织	106.14	11.14%	数码喷印
	4	康满纺织品	81.13	8.51%	数码喷印
	5	润源丝织	65.81	6.91%	数码喷印
	合计		**600.71**	**63.03%**	

（二）公司 OEM 模式 2019 年收入下降较多主要系公司主动缩减了毛利率较低的部分贴牌服装产品销售规模；报告期内，公司受托加工模式收入增长较快主要系公司双面数码印花工艺日益成熟，并开拓了非品牌客户市场

发行人已在招股说明书第八节之“十三、（二）4、按销售模式分析”中补充披露如下：

丝绸纺织制品方面，公司数码印花受托加工业务随着公司技术和服务能力的提升，以及新客户数量的增加而有所增长，而其他 OEM 业务则随着公司品牌战略的转型，销售收入和占比呈下降趋势。2019 年公司基于长远业务规划，主动缩减了部分毛利率较低的非真丝贴牌服装服装业务，当期非真丝贴牌服装收入较上年下降 3,228.19 万元，导致 OEM 模式收入有所下滑。

发行人已在招股说明书第八节之“十三、（二）4、按销售模式分析”中补充披露如下：

报告期内，公司受托加工收入分别为 953.02 万元、1,828.50 万元和 **1,672.78** 万元，主要系公司数码印花工艺日益成熟，通过与鲸鱼科技共同投资合作项目扩大了非品牌客户市场，使得受托加工收入稳步增长。报告期内，公司受托加工收入情况如下：

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
合作项目收入	**1,389.16**	1,536.77	719.17
受托加工收入	**1,672.78**	1,828.50	953.02
占比	**83.04%**	84.05%	75.46%
合作项目收入**变动**额	**-147.61**	817.60	434.55
受托加工收入**变动**额	**-155.72**	875.48	223.76
合作项目收入**变动**额占比	**94.79%**	93.39%	194.20%

为进一步做大做强此项业务，经各方协商，万事利数码于 2020 年 12 月以 566.12 万元（不含增值税）价格向鲸鱼科技收购了合作项目 27 台数码喷印设备及附属设备，后续将完全利用自有设备和团队开展数码印花加工业务。具体合作项目情况参见本招股说明书第六节之“七、（一）3、主要生产设备情况”。

六、OEM 项目涉及的原材料由发行人采购还是委托方提供，OEM 项目委外生产的比例、将相关项目定义为 OEM 是否符合行业惯例，受托加工项目是由发行人生产还是委外生产

（一）公司为品牌服装企业提供加工制造服务，产品以客户品牌而非公司自有品牌实现终端销售。公司基于自身竞争优势及成本效益考虑选择采取自主加工或外协生产的方式提供上述服务，以实现经营效益最大化。公司经营模式符合 OEM 定义，将上述模式定义为 OEM 符合行业惯例

1、公司丝绸面料和贴牌服装定义为“OEM”销售模式具有合理性

发行人已在招股说明书第六节之“一、（二）5、（2）丝绸纺织制品”中补充披露如下：

公司丝绸面料与贴牌服装销售模式符合 OEM 模式定义，具体原因如下：

①OEM 即原始设备制造商（Original Equipment Manufacturer），指品牌厂商负责设计与开发新产品，受托方不参与设计，为品牌厂商提供加工制造服务，所

产出的产品贴上品牌厂商的商标后实现最终销售。由此可见，“OEM 模式”主要为“贴牌”以及提供主要生产环节服务的概念，并非要求受托方全部自主生产。公司丝绸纺织制品下游客户通常为品牌服装企业，客户通常对相关产品已有核心设计理念，向公司提供设计样稿，公司主要根据客户的需求进行辅助设计，打样供客户确认，并统筹全部生产制造过程，提供符合客户要求的产品，产品在终端销售环节以客户品牌而非公司自有品牌销售。公司上述经营模式符合 OEM 定义。

②公司为品牌厂商统筹全部生产制造过程，并基于充分发挥公司竞争优势、成本效益、交货期等各方面综合考虑，选择适合的加工方式。具体而言，公司对于具有核心竞争力的面料数码印花加工环节采取自主加工方式，针对工艺相对简单，利润相对较低的面料染色及传统台版印花、成衣制作等环节采取外协生产方式。

在申万行业分类“纺织服装”类别中，棒杰股份、康隆达、健盛集团主要以 OEM/ODM 模式进行销售，且均存在将部分生产工序委托外部厂商完成的情形。

综上，公司将丝绸面料，贴牌服装定义为“OEM”销售模式主要系基于产品终端销售环节使用客户品牌，体现了贴牌生产的概念，上述定义具备合理性。公司将上述模式定义为 OEM 符合行业惯例。

2、为便于投资者理解，发行人修改部分产品名称

因基于充分发挥竞争优势、成本效益、交货期等各方面综合考虑，公司针对原“OEM 丝绸制品”中的细分产品在统筹生产制造过程中采取自主加工或外协生产的方式，公司未直接从事面料染色、传统台版印花以及成衣制作等生产环节，丝绸面料及贴牌服装外协生产比例相对较高，为避免投资者产生歧义，发行人在招股说明书中将公司产品命名修改如下：

原招股说明书产品分类		修订后的产品分类	
产品类型	**细分品类**	**产品类型**	**细分品类**
丝绸文化创意品	丝巾	丝绸文化创意品（自有终端品牌）	丝巾
	组合套装		组合套装
	家纺		家纺
	品牌服装		品牌服装
	围巾		围巾

原招股说明书产品分类		修订后的产品分类	
产品类型	细分品类	产品类型	细分品类
	丝绸工艺品		丝绸工艺品
	其他		其他
OEM 丝绸制品	丝绸面料	丝绸纺织制品（非自有终端品牌）	丝绸面料
	OEM 服装		贴牌服装
	数码印花加工		数码印花加工
	其他		其他
/	/	口罩	平面口罩
	/		立体口罩

注：2020 年**度**，为抗击疫情，公司增加了口罩这一产品大类。

（二）公司以 OEM 模式进行销售的产品主要为丝绸面料和贴牌服装产品，涉及的原材料基本由发行人采购

发行人已在招股说明书第六节之“一、（二）5、（2）丝绸纺织制品”中补充披露如下：

丝绸面料及贴牌服装主要以 OEM 模式开展业务，发行人根据客户设计样稿组织生产，打样供客户确认，生产周期完成后由公司将产品运送至客户指定地点完成销售。丝绸面料、贴牌服装产品涉及的原材料基本由公司采购。

（三）报告期内，丝绸纺织制品外协生产成本占比分别为 82.04%、74.38%和 67.36%

公司丝绸纺织制品自主生产与委外生产环节具体如下：

项 目		设计环节	印染加工环节	制作环节（丝巾卷边、成衣制作等环节）	质检包装环节
丝绸纺织制品	丝绸面料	客户提供设计样稿	自主完成	/	自主完成
			外协生产-委托加工模式	/	公司完成质检，供应商完成简单包装
			外协生产-外包模式	/	
	贴牌服装	客户提供设计样稿	自主完成	外协生产-委托加工模式	公司完成质检，供应商完成简单包装
			外协生产-委托加工模式		
			外协生产-外包模式		
	其他丝绸纺织制品	客户提供设计样稿	外协生产-委托加工模式		公司完成质检，供应商完成简单包装
			外协生产-外包模式		

项 目		设计环节	印染加工环节	制作环节（丝巾卷边、成衣制作等环节）	质检包装环节
	数码印花加工	/	自主完成	/	自主完成

发行人已在招股说明书第八节之“十三、（三）2、（5）①自主加工与外协生产比例”中补充披露如下：

B、丝绸纺织制品（非自有终端品牌）自主加工与外协生产比例

报告期内，公司丝绸纺织制品自主加工与外协生产完工入库成本情况如下：

单位：万元

生产模式	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	完工入库成本	占比	完工入库成本	占比	完工入库成本	占比
自主加工	**5,415.29**	**32.64%**	6,453.17	25.62%	5,169.22	17.96%
外协生产-委托加工	**8,503.93**	**51.25%**	15,164.17	60.19%	19,199.24	66.72%
外协生产-外包	**2,673.51**	**16.11%**	3,574.68	14.19%	4,408.28	15.32%
合 计	**16,592.73**	**100.00%**	**25,192.01**	**100.00%**	**28,776.74**	**100.00%**

注：丝绸纺织制品委托加工产品中，包括自主完成数码印花加工环节后进一步委托外部供应商进行成衣制作的贴牌服装。根据不同环节加工复杂程度与产值占比，将该部分贴牌服装成本归入委托加工模式统计。

报告期内，随着公司逐步向能够发挥数码印花核心工艺优势的产品倾斜，新客户增加，丝绸纺织制品自主加工比例呈逐年增长趋势。

（四）受托加工项目为数码印花加工业务，该业务由发行人自主生产

发行人已在招股说明书第八节之“十三、（三）2、（6）外协生产相关情况”中补充披露如下：

公司受托加工项目即为数码印花加工业务，包括数码喷印和后道等其他加工。数码印花系发行人主要加工环节，该业务由发行人自主生产。

七、销售产品的退换货政策，报告期内直销、经销的退换货数量、金额及原因、退货率，加盟商、经销商退出后库存商品处置情况，相关会计处理是否符合《企业会计准则》规定

（一）销售产品的退换货政策依据销售渠道不同有所变化

发行人已在招股说明书第八节之“十三、（二）9、退换货政策及退换货情况”中补充披露如下：

（1）各销售模式下退换货政策

①直销模式退换货政策：公司丝绸文化创意品对企事业客户正常交付后，除产品质量问题，公司不予退货。直销企事业客户如发现公司交付产品不符合合同规定的，应妥善保管并在规定时间内提出书面异议，如未在规定期限内提出异议，视为公司所交货物验收合格。丝绸文化创意品对于零售客户销售后，按零售行业一般规定，在不影响二次销售的情况下提供七天无理由退换货服务。

公司丝绸纺织制品业务以客户定制为主，若产品出现一般质量问题与客户协商予以一定的销售折让，仅有极个别特殊情形下会存在退货行为。

直销模式下，公司口罩业务产品无质量问题不允许退换货。

②分销模式退换货政策：公司综合考虑客户类型、客户资质、业务规模、长期合作意向和所在区域市场影响力等因素，对经销商及加盟商实行合作目标管理法，对达到不同档次合作目标的经销商及加盟商约定 0-5%不同的退换货率。加盟商的每次退换货，需不影响公司第二次销售，调货、换货、退货的一切费用由其自行承担。代销商主要面向个人零售客户，适用其平台面向终端客户的退换货政策，如惠买在线销售后 7 天内无理由退换货，15 天内质量问题换货。

分销模式下，公司口罩业务产品无质量问题不允许退换货。

（二）报告期内退换货主要来自于丝绸文化创意品直销、分销渠道，但总体退换货率较低，退换货原因主要包括产品质量问题、更换款式、同意经营不善的分销商以退货抵减货款等

发行人已在招股说明书第八节之“十三、（二）9、退换货政策及退换货情况”中补充披露如下：

（2）报告期内丝绸文化创意品直销、分销渠道退换货数量、金额、原因及退换率

单位：万件、万元

项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	数量	金额/占比	数量	金额/占比	数量	金额/占比
退换货	**6.30**	**592.61**	6.69	1,091.64	3.11	779.42
其中：直销退换货	**5.79**	**415.28**	2.56	598.47	1.68	427.25
其中：经销商退换货	**0.23**	**40.37**	3.21	261.84	0.86	161.07
其中：代销商退换货	**0.05**	**9.99**	0.36	50.63	0.22	44.07
其中：加盟商退换货	**0.23**	**126.97**	0.55	180.70	0.34	147.02
退换货率	**-**	**1.71%**	-	2.68%	-	1.95%
其中：直销模式	**-**	**1.56%**	-	2.06%	-	1.49%
其中：经销模式	**-**	**1.22%**	-	5.60%	-	3.94%
其中：代销模式	**-**	**5.18%**	-	7.44%	-	2.78%
其中：加盟模式	**-**	**2.75%**	-	2.81%	-	2.65%

报告期内，发行人丝绸文化创意品退换货主要来自于直销渠道、经销渠道、加盟渠道，退换货原因如下：

①直销：对企事业客户在产品正常交付后，因产品质量问题、发货产品与订单内容不一致时公司给予办理退换货；对零售客户七天内提出无理由退换货的公司给予办理退换货；

②经销商、加盟商：经销商、加盟商在有退换货需求时按合同约定的退换货率内进行退换货；

③因客户经营不善导致长期拖欠货款时，公司为将损失降至最低，经双方协商后由经销商、加盟商将不影响二次销售的货物退回抵减货款。

（3）报告期内丝绸纺织制品退换货数量、金额、原因及退换货率

公司丝绸纺织制品业务以客户定制为主，若产品出现一般质量问题与客户协商予以一定的销售折让，仅有极个别特殊情形下会存在退货行为。报告期内丝绸纺织制品退换货数量、金额情况如下：

单位：万米、万件、万元

项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	数量	金额/占比	数量	金额/占比	数量	金额/占比
退换货	**0.33**	**13.85**	0.04	5.99	0.07	3.57
丝绸纺织制品收入	-	**20,860.70**	-	31,479.08	-	34,367.14
退换货率	-	**0.07%**	-	0.02%	-	0.01%

报告期内，发行人丝绸纺织制品退换货金额较小，退换货比例较低。退换货主要原因系次品退库。

（4）报告期内口罩退换货数量、金额、原因及退换货率

报告期内，口罩基本无退换货情况。

（三）加盟商、经销商退出后库存商品基本由分销商自行处置

发行人已在招股说明书第八节之“十三、（二）9、退换货政策及退换货情况”中补充披露如下：

（5）加盟商、经销商退出后库存商品处置情况

报告期内，公司的经销、加盟模式均为买断模式，经销商、加盟商自负盈亏，自担风险。丝绸文化创意品作为可选消费品，经销商销售受其客户每年需求变化的影响而波动，导致每年合作的经销商数量变动较大。公司于 2016 年开始逐步拓展加盟商渠道，2017 年新增加盟商数量较多，以 2-3 年为经营业绩考察周期，故在 2019 年规模较小的加盟商减少较多。报告期各期终止合作的经/代销商数量分别为 44 家、62 家、**79 家**，终止合作的加盟商数量分别为 5 家、11 家、3 家，经销商、加盟商退出时库存商品一般由其自然消化，少数经销商、加盟商在退出时若存在逾期未偿还货款的情况时，公司为降低损失，在产品不影响二次销售的情况下，允许其将产品退回抵减货款。报告期内，公司允许经销商、加盟商退货抵偿货款的合计金额分别为**56.43 万元、20.49 万元、59.80 万元。**

（四）退换货的会计处理

发行人已在招股说明书第八节之“十三、（二）9、退换货政策及退换货情况”中补充披露如下：

（6）退换货的会计处理

①退货账务处理:已确认销售商品收入的售出商品发生销售退回的，公司一般在发生时冲减当期收入及当期成本，同时冲减已确认的应交增值税销项税额，若退货属于资产负债表日后事项，则冲减销货当期收入与成本。

②换货账务处理：已确认销售商品收入的售出商品发生换货的，公司一般在发生时转回换回存货的商品成本，同时确认换出存货的商品成本。

公司的退换货的会计处理符合《企业会计准则》规定。

八、请保荐人、申报会计师说明走访及函证的比例、回函率、回函结果等情况，以及核查程序的充分性和有效性

报告期内，保荐机构、申报会计师对直销模式客户走访收入覆盖比例分别为**44.74%、45.46%、34.78%**，函证收入覆盖比例分别为 42.34%、43.66%、**30.01%**；分销模式客户走访收入覆盖比例分别为 **91.81%、89.19%、84.14%**，函证收入覆盖比例分别为 87.24%、83.75%、**84.73%**。保荐机构、申报会计师对函证差异情况进行了调节。

保荐机构、申报会计师选取样本对主要企事业客户营业收入实施函证程序，并将函证结果与发行人账面记载金额进行核对，对于回函存在差异的，了解及核实差异产生的原因并检查销售合同、出库单、签收情况、发票、销售收款凭证单据等相关资料，将账面记载的营业收入金额与开具发票金额、客户签收金额和收款金额进行核对，分析其勾稽关系的合理性，并对差异情况进行调节；对于未收到回函的样本，实施替代程序，检查了销售合同、出库单、签收情况、发票、销售收款凭证以及期后回款等情况。

直销渠道中的直营门店、展示营销中心、线上平台客户群体主要是个人，实施函证程序预计难以回函，故实施替代测试程序核实销售的真实性。针对直营门店、展示营销中心的销售，保荐机构、申报会计师抽样检查其出库单、收款小票等销售收款凭证单据及其入账情况，获取收银流水与出库记录相比对，并对出库记录进行分析性复核；针对线上平台的销售，保荐机构、申报会计师检查网店销售出库明细、平台账户资金流水及其入账情况，获取后台订单记录，并对订单记录进行分析性复核。

报告期内，保荐机构和申报会计师对直销、分销渠道客户的具体走访、函证及替代测试情况如下：

单位：万元

项目	2020 年度			2019 年度			2018 年度		
	直销	分销	合计	直销	分销	合计	直销	分销	合计
主营业务收入①	54,567.33	18,506.89	73,074.22	60,465.74	11,777.78	72,243.53	63,068.70	11,212.36	74,281.06
走访覆盖收入②	18,977.58	15,571.50	34,549.08	27,485.50	10,504.77	37,990.27	28,219.38	10,294.62	38,514.00
走访比例（③=②/①）	34.78%	84.14%	47.28%	45.46%	89.19%	52.59%	44.74%	91.81%	51.85%
发函金额④	26,484.49	17,240.08	43,724.57	35,375.15	10,987.45	46,362.59	29,908.02	10,486.17	40,394.20
发函金额比例（⑤=④/①）	48.54%	93.15%	59.84%	58.50%	93.29%	64.18%	47.42%	93.52%	54.38%
回函对应的发函金额	16,377.81	15,681.21	32,059.03	26,400.54	9,863.44	36,263.98	26,706.20	9,782.01	36,488.21
回函金额	16,271.77	15,668.61	31,940.38	26,156.46	9,745.94	35,902.40	26,933.23	9,947.55	36,880.78
回函金额差异	106.04	12.61	118.65	244.08	117.50	361.58	-227.03	-165.53	-392.56
回函调整金额	-	-	-	-	-	-	-	-	-
回函确认金额⑥	16,377.81	15,681.21	32,059.03	26,400.54	9,863.44	36,263,98	26,706.20	9,782.01	36,488.21
回函确认金额比例（⑦=⑥/①）	30.01%	84.73%	43.87%	43.66%	83.75%	50.20%	42.34%	87.24%	49.12%
未回函执行替代测试金额	10,106.67	1,558.87	11,665.54	8,974.61	1,124.01	10,098.62	3,201.82	704.16	3,905.98
未发函执行替代测试金额	4,714.61	-	4,714.61	2,995.51	-	2,995.51	2,515.39	-	2,515.39
替代测试金额合计⑧	14,821.29	1,558.87	16,380.16	**11,970.12**	**1,124.01**	**13,094.13**	**5,717.21**	**704.16**	**6,421.37**
替代测试金额比例（⑨=⑧/①）	27.16%	8.42%	22.42%	19.80%	9.54%	18.12%	9.07%	6.28%	8.64%
回函及执行替代测金额合计比例（⑩=⑦+⑨）	57.18%	93.15%	66.29%	63.46%	93.29%	68.32%	51.41%	93.52%	57.77%

发行人按照客户签收时间确认对客户的营业收入，而部分客户按照收到发行人的发票确认当期采购，双方核算的时间性差异导致营业收入的回函存在差异，对公司营业收入回函差异的调节步骤为：以客户回函金额为基础，结合签收与双方入账情况进行调节，具体调节过程为“客户回函金额+发行人已签收客户未入账-发行人未签收客户已入账”与公司的“营业收入”相匹配，经核查，对发行人与客户之间销售业务存在差异的情形，已对回函差异作出调整。报告期内，发行人回函差异调节过程如下：

单位：万元

项目	账面金额	回函金额	回函差异	加：公司已签收客户未入账	减：公司未签收客户已入账	调节后余额	调节结论
2020 年度	32,059.03	31,940.38	118.65	119.05	0.40	32,059.03	一致
2019 年度	36,263.98	35,902.40	361.58	663.83	302.25	36,263.98	一致
2018 年度	36,488.21	36,880.78	-392.56	228.57	621.13	36,488.21	一致

九、请保荐人、申报会计师核查并发表明确意见

（一）核查程序

为核查上述事项，保荐机构和申报会计师主要履行了如下核查程序：

1、询问了发行人同行业竞争对手业务人员，了解销售团队业务开展方式，是否符合行业惯例；获取了报告期内各业务板块、销售渠道销售明细，报告期内各业务板块销售人员名册，并对直销渠道下销售明细、人均创收及变动情况进行分析。

2、取得了万事利官方旗舰店、京东万事利官方旗舰店、万事利好丝绸店销售业务数据，包括销售时间、产品名称、数量、单价、客户账号、收货人信息等内容；访谈了发行人线上平台运营相关负责人员，了解各线上平台的发展路径和布局战略；取得了 2020 年发行人通过万事利好丝绸店促销的秒杀活动、主要直播场次信息、实际销售清单；对报告期内线上平台销售情况进行多层次分析，从订单信息、收货信息等多维度分析性复核线上平台销售的真实性。

3、查阅了发行人直营门店、展示营销中心租赁合同，现场走访了发行人直营门店、展示营销中心，了解相关经营情况；获取了报告期内发行人直营门店、展示营销中心销售明细账，萧山机场店及展示营销中心收银流水，杭州大厦店分

月结算单；保荐机构聘请了第三方机构深圳市智信经纬信息咨询有限公司对杭州大厦店随机挑选时间进行驻点统计人流量和单日销售金额数据，保荐机构项目执行团队随机挑选时间对萧山机场店采取了驻点统计人流量和单日销售金额数据；取得了 2019 年 10 月至今每日丝绸汇展示营销中心人流量感应数据，与日销售趋势进行比较分析；对报告期内直营门店、展示营销中心产品销售情况、交易流水情况、日销售变动等数据进行分析性复核，验证其销售真实性与合理性。

4、现场走访了发行人展示营销中心，并访谈了展示营销中心相关负责人员；取得了报告期内展示营销中心渠道销售明细账；对丝绸汇展示营销中心的人流量，销售流水等数据进行分析性复核，验证其销售真实性与合理性。

5、获取了发行人丝绸纺织制品收入明细账，分析主要客户及收入波动情况；访谈了发行人合作项目相关负责人员，了解业务开展情况；对报告期内 OEM 模式和受托加工模式下的主要客户进行走访，了解其业务及与发行人合作情况。

6、访谈公司相关业务部门负责人，了解丝绸纺织制品各类产品是否参与设计过程、生产加工模式、外协合作模式等情况；获取丝绸纺织制品报告期内的采购明细表，以及公司数码喷印产能表，统计报告期内自主加工和外协生产的数量及占比；查询申万行业分类中“纺织服装”类别企业的招股说明书，对于主要以 OEM/ODM 模式销售的企业，了解其是否存在将部分生产工序委托外部厂商加工的情形。

7、取得了公司分销渠道管理制度，审阅退换货政策，评价其合理性；取得了主要直销客户、经代销商、加盟商协议，检查合同中关于退换货条款是否与公司管理制度匹配；对报告期主要的直销客户、经代销商、加盟商进行实地走访，询问其实际经营情况、对合同权力与义务的履行情况；复核报告期资产负债表日后退货情况，核实报告期资产负债表日后退货是否计入正确的会计期间；取得了公司实际控制人及高管的资金账户流水，检查是否与经销商、加盟商大额资金往来情况，是否有购买经销商、加盟商库存的行为；对报告期内退出的主要加盟商履行实地走访、电话访谈等程序，核实关店原因、关店后存货处理情况等。

8、（1）走访及函证核查的主要内容：

①保荐机构、申报会计师对发行人主要直销、分销客户进行实地走访，了解其主营业务和与发行人的合作背景及历史，查看了其经营场所、仓库等，对主要直销、分销客户的相关负责人进行现场访谈，并以问卷形式记录，确认双方关联关系及报告期内合作情况，包括但不限于交易产品类型、金额、产品用途、合作形式、信用期、退换货、采购占比、期末库存、满意度等，对分销客户还获取了其终端客户等信息。

②保荐机构、申报会计师对报告期内发行人直销、分销客户的销售额及应收账款余额进行了函证。

（2）对主要直销客户销售真实性的具体核查方法及核查内容

①通过核查主要直销客户销售合同的具体条款，并对发行人财务总监及相关业务人员进行访谈，了解收入确认的会计政策是否符合会计准则的要求，是否符合其实际经营情况，通过查阅同行业上市公司招股说明书以及年报等资料，了解该行业收入确认的一般原则，结合发行人确认收入的具体标准，判断发行人收入确认具体标准是否符合行业惯例；

②取得报告期重大销售合同，核查最近一年的新增客户和大额交易的发生原因及真实性。核查新增客户的股东背景，基本情况，对重点关注客户进行实地走访或函证，并登陆国家企业信用公示系统查询工商信息等；

③通过实地走访，访谈主要直销客户的相关人员，了解主要直销客户采购商品的用途，并评价其合理性；

④对主要直销客户报告期内销售额实施函证程序，检查回函金额与账面记录是否一致，对回函差异进行核实，根据核实结果判断是否需要调整；

⑤通过对期末和期初大额销售收入抽查，对销售收入进行截止性测试，判断是否存在提前或延迟确认收入情况；

⑥针对外销客户，从海关部门取得报告期内出口明细与公司报关明细进行双向核对，核实收入的准确性、完整性并计入恰当期间；

⑦针对个人零售业务，对直营门店、展示营销中心销售抽样检查其出库单、收款小票等销售收款凭证单据及其入账情况，获取收银流水与出库记录相比对，

并对出库记录进行分析性复核；针对线上平台销售业务，检查网店销售出库明细、平台账户资金流水及其入账情况，获取后台订单及发货记录，并对订单及发货记录进行分析性复核。

（3）对主要分销客户销售真实性的具体核查方法及核查内容

①通过核查主要分销客户销售合同的具体条款，并对财务负责人及相关业务人员进行访谈，了解收入确认的会计政策是否符合会计准则的要求，是否符合其实际经营情况，通过查阅同行业上市公司招股说明书以及年报等资料，了解该行业收入确认的一般原则，结合发行人确认收入的具体标准，判断发行人收入确认具体标准是否符合行业惯例；

②取得报告期重大销售合同，核查最近一年的新增客户和大额交易的发生原因及真实性。核查新增客户的股东背景，基本情况，对重点关注客户进行实地走访或函证，并登陆国家企业信用公示系统查询工商信息等；

③通过实地走访，访谈主要分销客户的相关人员，了解主要客户采购商品的销售去向，查看了客户的库存情况，确认不存在大量囤货的情形；

④对主要分销客户报告期销售额实施函证程序，检查回函金额与账面记录是否一致，对回函差异进行核实，根据核实结果判断是否需要调整；

⑤通过对期末和期初大额销售收入抽查，对销售收入进行截止性测试，判断是否存在提前或延迟确认收入情况；

⑥对备货销售的分销商库存实施监盘程序，确认其实际库存情况；

⑦委托第三方机构深圳市智信经纬信息咨询有限公司随机挑选时间对主要加盟商进行驻点统计人流量和单日销售金额数据，获取主要经/代销商、贸易商下游销售凭据，判断是否实现终端销售，确认其不存在囤货行为。

（二）核查意见

经核查，保荐机构、申报会计师认为：

1、销售团队通过上门拜访、招投标、网络社群营销、客户转介绍等方式获取订单，符合行业惯例；发行人丝绸文化创意品销售团队渠道整体人均创收低于公司整体人均创收水平的主要原因系销售团队直接对终端客户进行维护和开发，

人均可以维护的客户数量有限，故人均创收较低；发行人已在招股说明书中补充披露了销售团队取得的主要客户、销售的主要产品、单个客户的平均销售金额，报告期内销售团队人均创收情况及变动原因等信息。

2、发行人主要线上销售平台为天猫万事利官方旗舰店、京东万事利官方旗舰店、万事利好丝绸店（有赞微商城），上述三个线上平台各期合计销售额占线上平台销售额的比例均超过 95%，发行人已在招股说明书对主要线上平台的核心销售数据进行了补充披露；公司主要线上平台人均消费金额变动具有合理性。

3、发行人已在招股说明书对展示营销中心、直营门店的销售情况进行了补充披露；展示营销中心和直营门店核心销售数据不存在明显异常，2020 年发行人展示营销中心和直营门店销售收入和坪效**变动具有合理性**。

4、发行人丝绸工业博物馆展示营销中心收入与直营门店收入不存在明显差异，丝绸汇展示营销中心的经营策略与直营门店在功能定位、客户拓展层面存在差异，丝绸汇展示营销中心收入超过直营门店收入较多具有合理性。

5、发行人已在招股说明中补充披露了报告期各期 OEM、受托加工的主要内容、对象、金额等内容，发行人通过 OEM 模式主要为品牌女装提供丝绸面料或贴牌服装，与客户全额结算成品金额，通过受托加工模式主要为非品牌客户提供数码印花加工服务，与客户净额结算加工费，两者在主要客户类型、销售内容方面存在明显区别；2019 年发行人基于长远业务规划，主动缩减了部分毛利率较低的非真丝贴牌服装业务，当期非真丝贴牌服装收入较上年下降 3,228.19 万元，导致 OEM 模式收入有所下滑；报告期内发行人数码印花工艺日益成熟，通过与鲸鱼科技共同投资合作项目扩大了非品牌客户市场，使得受托加工收入稳步增长。

6、公司为品牌服装企业提供加工制造服务，产品以客户品牌而非公司自有品牌实现终端销售。公司基于自身竞争优势及成本效益考虑选择采取自主加工或外协生产的方式提供上述服务。公司经营模式符合 OEM 定义，将上述模式定义为 OEM 符合行业惯例。公司以 OEM 模式销售的产品涉及的原材料由发行人采购。丝绸纺织制品外协生产成本占比分别为 82.04%、74.38%和 **67.36%**。公司受托加工项目为数码印花加工业务，该业务由发行人自主生产。

7、发行人已在招股说明书中补充披露了销售产品的退换货政策，报告期内

直销、经销的退换货数量、金额及原因、退货率等信息。公司丝绸文化创意品直销、分销客户退换货原因合理，且总体的退换货率较低；加盟商、经销商退出后库存商品大多自行处理，少数退货情况对公司利润总额影响较小；丝绸纺织制品客户以定制为主，退换货情况很少，若出现质量问题一般协商通过销售折让解决；口罩客户基本不存在退换货情况。公司销售产品的退换货账务处理符合《企业会计准则》规定。

8、保荐机构、申报会计师在确认发行人收入确认标准并获取内部审计证据的基础上，对发行人主要直销客户进行了走访及函证，并对不同销售业务实施了针对性的核查程序，针对外销客户从海关部门取得报告期内出口明细与发行人报关明细进行双向核对，针对个人零售获取销售记录进行零售特征分析，综上，保荐机构、申报会计师认为针对直销模式收入的核查程序充分且有效，发行人直销收入真实、准确、完整。

9、保荐机构、申报会计师在确认发行人收入确认标准并获取内部审计证据的基础上，对发行人主要分销客户进行了走访及函证，并对对备货销售的分销商库存实施监盘程序，委托第三方机构深圳市智信经纬信息咨询有限公司随机挑选时间对主要加盟商进行驻点统计人流量和单日销售金额数据，获取主要经/代销商、贸易商下游销售凭据，确认实现终端销售，不存在囤货行为；保荐机构、申报会计师认为针对分销模式收入的核查程序充分且有效，发行人直销收入真实、准确、完整。

问题 11

申报文件显示，发行人分销渠道包括加盟商、经销商、代销商。截至 2019 年末加盟商合计 34 家，报告期内与发行人合作过的经销商、代销商合计数分别为 288 家、26 家。请发行人补充披露：（1）与加盟商的结算模式、加盟商缴纳的保证金情况，加盟商采购商品的销售情况、最终销售去向、退换货、库存等，是否存在向加盟商压货或提供担保、资金融通等利益安排的情形；（2）对比向辽宁万事利及其他加盟商的销售情况，包括但不限于主要产品、销售数量、金额、单价、毛利率等，分析发行人向辽宁万事利的销售是否真实、定价是否公允、是否存在虚增收入和利润情形；（3）与经销商具体合作模式，包括但不限于与经销商的销售协议条款、信用政策、结算及收款方式、运输费用承担方式等，报告期

各期经销商的数量、级次、区域分布，是否存在成立时间较短即成为发行人重要经销商的情形，是否超出经销商主营业务范围；（4）经销商采购商品的最终销售去向和收入实现情况，2018 年经销收入大幅增长的原因，报告期各期末经销商的库存金额、占当期经销商向发行人采购的比重，是否存在向经销商压货情形；（5）发行人对加盟商、经销商的返利或折扣政策，各期给予的返利或折扣金额，是否存在给予不同加盟商或经销商的信用政策差异较大情形；（6）分别披露与加盟商、经销商的权利义务划分安排，相关安排是否存在区别，是否符合行业惯例，收入与毛利率是否匹配；（7）主要加盟商、主要经销商、主要代销商的定义，报告期内加盟商、经销商增减较为频繁的原因、对营业收入和利润的影响，报告期各期单个加盟商、经销商、代销商的平均销售金额及变动原因，发行人对加盟商、经销商的管理措施，是否存在关联关系；（8）对比发行人向深圳万事利、北京万事利及其他经销商的销售情况，包括但不限于主要产品、销售数量、金额、单价、毛利率等，分析发行人向深圳万事利、北京万事利的销售是否真实、定价是否公允、是否存在虚增收入和利润情形。

请保荐人、申报会计师核查并发表明确意见，说明走访及函证的比例、回函率、回函结果等情况，以及核查程序的充分性和有效性。

【回复】

一、与加盟商的结算模式、加盟商缴纳的保证金情况，加盟商采购商品的销售情况、最终销售去向、退换货、库存等，是否存在向加盟商压货或提供担保、资金融通等利益安排的情形

（一）与加盟商的结算模式、加盟商缴纳的保证金情况

发行人已在招股说明书第六节之“一、（二）5、销售模式”中补充披露如下：

B、结算模式、保证金情况

公司与加盟商以买断式结算，根据加盟商合作目标确定保证金金额，截至 2020 年末，公司收取加盟商保证金金额合计 **265** 万元，其中事帛丝绸借用公司艺术品用于装饰展览馆，**在新冠肺炎疫情背景下为支持加盟商经营，经协商后**公司向其收取保证金**从 100 万元调整为 30 万元，卡娜丝实业于 2020 年下半年开业，其经营规模较大，公司向其收取保证金 30 万元，除上述加盟商外**公司向其

他主要加盟商收取 5-15 万元不等的保证金。

（二）加盟商采购商品的销售情况、最终销售去向、退换货、库存等，公司不存在向加盟商压货或提供担保、资金融通等利益安排的情形

发行人已在招股说明书第六节之“一、（二）5、销售模式”中补充披露如下：

报告期内，公司各期销售前十大加盟商合计 17 家（同一实际控制下合并统计），其退换货金额和库存情况如下：

单位：万元

项目	2020 年度 /2020 年末	2019 年度 /2019 年末	2018 年度 /2018 年末
公司向主要加盟商销售金额①	3,871.15	5,308.54	4,870.15
占当期加盟商收入的比重	83.86%	82.65%	87.84%
主要加盟商退换货金额②	98.61	153.20	103.50
退换货率 ③=②/①	2.55%	2.89%	2.13%
主要加盟商库存金额④[注]	1,892	1,804	1,485
存货占当期销售的比重⑤=④/①	48.88%	33.98%	30.49%

注 1：2020 年末主要加盟商库存较 2019 年末略微增长，主要系在国内新冠肺炎疫情基本稳定的情况下公司新增 2 家**经营面积较大的**加盟商，因其铺货需求 2020 年进货量较大；

注 2：主要加盟商库存金额为各期期末数据，由加盟商向公司提供。

公司加盟商终端客户类型包括零售客户、旅游团队、企事业单位等。2018-2020 年公司主要加盟商整体退换货率不超过 3%，相对较低；2018-2019 年主要加盟商库存金额占收入比例稳定在 30%左右，产品终端销售情况良好，2020 年受新冠肺炎疫情影响主要加盟商终端销售下滑较大，公司加盟商渠道收入亦大幅减少，导致库存量占当期收入比例增长。报告期内，公司向主要加盟商合计销售 14,049.84 万元，报告期末，公司主要加盟商存货合计为 1,892 万元，占比仅为 13.47%，公司及关联方不存在向加盟商压货情形，此外，公司也不存在向加盟商提供担保或资金融通等情形，亦不存在其他利益安排。

二、对比向辽宁万事利及其他加盟商的销售情况，包括但不限于主要产品、销售数量、金额、单价、毛利率等，分析发行人向辽宁万事利的销售是否真实、定价是否公允、是否存在虚增收入和利润情形

经比对公司向辽宁万事利及其他加盟商销售情况，销售真实，定价公允。发行人已在招股说明书第七节之“八、（五）2、向其他潜在利益相关方销售商品和提供劳务”中补充披露如下：

①辽宁万事利销售公允性分析

报告期内，公司向辽宁万事利及其他加盟商销售情况比较如下：

A、产品结构分析

单位：万元

名称	细分产品	2020 年度	2019 年度	2018 年度
辽宁万事利	丝巾	**13.48**	50.62	102.28
	品牌服装	**0.57**	32.92	82.00
	组合套装	**21.55**	32.45	120.53
	家纺	**10.90**	7.64	10.08
	合计金额	**46.49**	**123.63**	**314.89**
	占比	**88.64%**	92.07%	96.83%
当期其他前五大加盟商[注]	丝巾	**630.32**	1,164.83	1,180.56
	品牌服装	**424.47**	760.36	663.17
	组合套装	**204.28**	210.52	232.32
	家纺	**1,567.21**	1,712.35	883.92
	合计金额	**2,826.29**	**3,848.06**	**2,959.97**
	占比	**97.89%**	97.21%	93.79%

注：取数口径为当期除辽宁万事利外其他销售金额前五大加盟商，下同。

公司向辽宁万事利销售的主要产品类别与其他前五大加盟商基本相同，均为丝巾、品牌服装、组合套装及家纺，2018-2020 年公司向辽宁万事利销售上述四类产品占比在 90%***左右***，报告期内，公司向其他前五大加盟商销售四类产品占比在 90%以上。

B、销售单价分析

报告期内，公司向辽宁万事利销售产品的折扣政策与其他前五大加盟商差异

较小，故通常情况下公司其他前五大加盟商销售相同产品的单价差异较小。报告期内，公司向加盟商销售具体产品超过 8,000 种，不同具体产品之间销售单价差异较大，其中丝巾、品牌服装单价从数十元至数万元不等，组合套装单价从数十元至数千元不等，因销售具体产品的结构差异导致公司向辽宁万事利与向其他前五大加盟商销售同一品类产品平均单价存在一定差异。经比对同大类产品下销售金额前十大细分产品的销售单价，公司向辽宁万事利和向其他前五大加盟商销售价格不存在重大差异，具体比较如下：

单位：元

项目		2020 年度	2019 年度	2018 年度
丝巾	丝巾品类销售给辽宁万事利平均单价[注 1]	**192.27**	133.10	91.54
	丝巾品类销售给当期其他前五大加盟商的平均单价[注 2]	**164.05**	162.89	159.11
	辽宁万事利丝巾品类前十大细分产品销售占比[注 3]	**78.82%**	25.60%	24.94%
	丝巾品类下辽宁万事利前十大细分产品销售单价与当期其他前五大加盟商相应产品销售单价的平均差异率[注 4]	**-5.38%**	-4.65%	-6.82%
品牌服装	品牌服装品类销售给辽宁万事利平均单价	**516.01**	628.19	780.18
	品牌服装品类销售给当期其他前五大加盟商的平均单价	**502.40**	403.78	503.20
	辽宁万事利品牌服装品类前十大细分产品销售占比	**100.00%**	19.93%	19.45%
	品牌服装品类下辽宁万事利前十大细分产品销售单价与当期其他前五大加盟商相应产品销售单价的平均差异率	**-7.43%**	0.00%	-7.93%
组合套装	组合套装品类销售给辽宁万事利平均单价	**123.65**	147.59	290.02
	组合套装品类销售给当期其他前五大加盟商的平均单价	**153.20**	195.63	249.13
	辽宁万事利组合套装品类前十大细分产品销售占比	**81.76%**	69.28%	94.87%
	组合套装品类下辽宁万事利前十大细分产品销售单价与当期其他前五大加盟商相应产品销售单价的平均差异率	**2.14%**	0.61%	-0.03%

注 1：平均单价计算过程为公司向辽宁万事利销售丝巾类产品总销售额/公司向辽宁万事利销售丝巾类产品总数量；

注 2：取数口径为当期除辽宁万事利外其他销售金额前五大加盟商，平均单价计算过程同辽宁万事利，针对品牌服装、组合套装品类的分析采用同样的取数口径；

注 3：取数口径为当期公司向辽宁万事利销售丝巾品类下销售金额前十大细分产品的销

售额占丝巾品类销售额的比例，针对品牌服装、组合套装品类的分析采用同样的取数口径；

注 4：取数口径为当期公司向辽宁万事利销售丝巾品类下销售金额前十大产品的销售单价，减去公司向除辽宁万事利外其他前五大加盟商销售相应产品的销售单价计算差异率，前十大产品的差异率取算术平均值得出平均差异率，针对品牌服装、组合套装品类的分析采用同样的取数口径；差异率为负数代表公司销售给辽宁万事利产品价格低于其他前五大加盟商，反之亦然。

从具体产品来看，报告期内，发行人向辽宁万事利销售的丝巾前十大细分产品与其他前五大加盟商的平均单价差异率为-6.82%、-4.65%和**-5.38%**，差异率较低；发行人向辽宁万事利销售的品牌服装前十大细分产品与其他前五大加盟商的平均单价差异率为-7.93%、0.00%和**-7.43%，差异率较低**；发行人向辽宁万事利销售的组合套装前十大细分产品与其他前五大加盟商的平均单价差异率为-0.03%、0.61%和 **2.14%**，差异率较低；针对具体产品，发行人向辽宁万事利与其他加盟商的销售价格不存在重大差异。

C、毛利率分析

报告期内，公司向辽宁万事利、当期其他前五大加盟商销售毛利率比较如下：

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
辽宁万事利	**45.92%**	32.52%	29.92%
当期其他前五大加盟商[注]	**43.32%**	38.71%	42.54%

注：取数口径为当期其他前五大加盟商合计销售毛利/当期其他前五大加盟商合计销售金额。

2018-2019 年公司向辽宁万事利销售毛利率较其他前五大加盟商偏低，主要系公司于 2018 年中与辽宁万事利合作开发用于电视购物平台的个性化定制产品，为期 1 年，该批产品折扣较低导致整体毛利率较低。

综上，从产品结构、销售单价、毛利率等维度对比，公司向辽宁万事利销售与其他主要加盟商销售不存在重大差异，公司向辽宁万事利销售真实，定价公允，不存在虚增收入和利润的情形。

三、与经销商具体合作模式，包括但不限于与经销商的销售协议条款、信用政策、结算及收款方式、运输费用承担方式等，报告期各期经销商的数量、级次、区域分布，是否存在成立时间较短即成为发行人重要经销商的情形，是否超出经销商主营业务范围

（一）与经/代销商具体合作模式

发行人已在招股说明书第六节之“一、（二）5、销售模式”中补充披露如下：

B、主要经/代销商合作模式

根据公司与经/代销商签订的协议，报告期内公司与经/代销商具体合作模式如下：

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

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

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

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

e、结算及收款方式:主要结算方式为通过银行转账方式对公汇入公司账户；

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

g、排他性条款：公司未与经销商约定排他性条款，即公司不要求经销商仅销售公司的产品；

h、经销商保证金：公司综合考虑经销商年度提货额、采购产品类型等因素，收取不同金额的履约保证金。

（二）报告期各期经/代销商的数量、级次、区域分布

发行人已在招股说明书第六节之“一、（二）5、销售模式”中补充披露如下：

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

项目	数量	区域分布						
		华北	华东	华中	华南	西南	东北	西北
2020 年度	**171**	**20**	**126**	**8**	**13**	**1**	**0**	**3**
2019 年度	212	27	148	10	19	2	1	5
2018 年度	209	27	146	10	18	2	1	5

（三）报告期内前十大经/代销商成立时间、经营范围

发行人已在招股说明书第六节之“一、（二）5、销售模式”中补充披露如下：

报告期内，公司各期前十大经/代销商合计 **20** 家（同一实际控制下合并统计），不存在个人等非法人实体，具体情况如下：

序号	经/代销商名称	设立时间	经营范围	初始合作时间	买断/代销	是否专门销售	关联关系	终端销售
1	深圳万事利	2016 年 1 月	服装设计及技术咨询和技术服务；工艺美术品、丝绸、服装、文化用品、日用百货的批发和零售；婚庆礼仪策划；文化活动策划；文化礼仪咨询；企业形象设计及策划；市场营销策划；会务策划；展览展示策划；图文设计；教育信息咨询；商务信息咨询；企业管理咨询（不含限制项目）；广告、传媒、影视制作；办公用品销售；房屋租赁服务；国内贸易、经营进出口业务（不含专营、专控、专卖商品）；在网上从事商贸活动（不含限制项目）。文化礼仪培训，教育培训。	2016 年 3 月	买断	否	无[注 1]	地区代理销售
2	麦考林	2002 年 8 月	从事计算机软硬件、通讯器材、服装服饰、鞋帽、办公用品及器材、家具、工艺礼品（象牙及其制品除外）、玩具、宠物用品、化妆品、日用百货、汽车零配件、金银饰品、珠宝首饰（以上两项黄金、毛钻、裸钻除外）、医疗器械的批发、网上零售、进出口、佣金代理（拍卖除外），并提供相关配套服务，营养健康咨询服务，图文设计，平面设计，美术设计，食品销售。	2013 年 5 月	买断/代销	否	无	网络平台销售
3	德盛兴家居	2000 年 11 月	批发、零售：家用电器，金属制品，工艺礼品（除金、银饰品），日用品，服装，床上用品，体育健身用品，家居装饰材料，预包装食品。	2016 年 8 月	买断	否	无	特定客户销售
4	惠买在线	2010 年 4 月	计算机网络产品、通信设备、电子产品的技术开发、技术转让、技术咨询、技术服务；经济信息咨询；个人计算机（含零部件）及辅助设	2014 年 2 月	代销	否	无	电视购物平台

序号	经/代销商名称	设立时间	经营范围	初始合作时间	买断/代销	是否专门销售	关联关系	终端销售
			备、个人通讯产品、办公用品、家居用品、家用电器、服装鞋包、化妆品及卫生用品、数码电子产品、照相器材、化工产品（不含危险化学品及一类易制毒品）、I类医疗器械、珠宝饰品、家具的批发、佣金代理（拍卖除外）、进出口业务（涉及配额许可证管理、专项规定管理的商品按照国家有关规定办理）；消防器材、五金交电、纺织品、建筑材料、机械设备（除小汽车）、避孕器具（避孕药除外）、金银制品、工艺品、绿植、花卉的批发、佣金代理业务；代收居民水电费；食品（取得食品流通许可证方可开展经营活动）佣金代理（拍卖除外）、进出口业务（涉及配额许可证管理、专项规定管理的商品按照国家有关规定办）；装帧流通人民币；预包装食品销售，不含冷藏冷冻食品；特殊食品销售，限保健食品、婴幼儿配方乳粉（食品经营许可证有效期至 2022 年 08 月 24 日）。					销售
5	联合航空	1984 年 9 月	国内（含港澳台）航空客货运输业务；至周边国家的国际航空客货运输业务；航空公司间的代理业务；与航空运输业务相关的服务业务；预包装食品销售，含冷藏冷冻食品；旅游纪念品、航空服务用品的零售；利用自有媒介承办国内外广告并代理分支机构的广告业务；票务服务；仓储服务；企业管理咨询；投资管理、资产管理；设计、制作、代理发布广告；销售工艺品、化妆品、卫生用品、服装鞋包、文化用品、计算机、软件及辅助设备、电子产品、家用电器、首饰；汽车租赁（不含九座以上客车）。	2016 年 11 月	代销	否	无	飞机航班销售
6	中和世纪	2014 年 12 月	实业投资，资产管理，建筑材料、金属材料、五金交电、机电产品、机械设备、汽摩配件、机械设备、电线电缆、化工原料（除危险化学品、监控化学品、烟花爆竹、民用爆炸物品、易制毒化学品）、塑料制品及原料、电子产品、计算机、软件及辅助设备（除计算机信息系统安全专用产品）、通讯器材、办公用品、体育用品、服装鞋帽、针纺织品、金银饰品、玉器珠宝、日用百货、工艺品、家具、灯具、一类医疗器械、食用农产品、矿产品（除专控）、燃料油（除危险化学品）、润滑油的销售，农业科技、环保科技领域内的技术开发、技术转让、技术咨询、技术服务，煤炭经营，餐饮企业管理（不得从事食品生产经营），物业管理，房地产开发，建筑装饰装修建设工程设计施工一体化，园林绿化工程，商务信息咨询（除经纪），会议及展览服务，从事货物及技术的进出口业务。	2017 年 12 月	买断	否	无	网络平台销售
7	福粒科技[注 2]	2017 年 2 月	一般项目：第一类医疗器械批发；第一类医疗器械零售；第二类医疗器械批发；第二类医疗器械零售；劳保用品批发；消毒剂销售；技术服务、技术开发、技术咨询、技术交流、技术转让、技术推广；信息咨询服务（不含许可类信息咨询服务）；组织文化艺术交流活动；文化艺术辅导；广告设计、制作、代理；企业形象策划；健康咨询服务（不含诊疗服务）；翻	2018 年 6 月	买断	否	无	特定客户销售

序号	经/代销商名称	设立时间	经营范围	初始合作时间	买断/代销	是否专门销售	关联关系	终端销售
			译服务；会议及展览服务；服装服饰批发；服装服饰零售；化妆品批发；化妆品零售；办公设备批发；家具销售；五金产品批发；珠宝首饰批发；珠宝首饰零售；家用电器批发；玩具、动漫及游艺用品零售；玩具及动漫衍生产品批发；日用百货批发；通讯设备批发；机械设备批发；电子元器件批发；塑料制品批发；化工产品批发（不含危险化学品）；建筑材料批发；体育用品及器材批发；食用农产品初加工；照相器材及望远镜零售；医用口罩零售；医用口罩批发；日用口罩（非医用）销售；金属结构制造；日用品零售(除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动)。许可项目：劳务派遣服务；出版物批发；出版物零售；食品经营；货物进出口；旅游业务。					
8	宜和股份	2008年1月	国内贸易（不含专营、专控和专卖商品）；会议策划;票务代理;信息咨询(不含限制项目)；经营商品进出口业务；设计、制作、代理国内外电视广告业务；投资兴办实业（具体项目另行申报）；国产、进口汽车（含小轿车）销售、自行车销售；火车票、机票代售项目；房屋租赁业务；建筑装饰设计与施工；建材批发和零售。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动），许可经营项目是：信息服务业务（仅限互联网信息服务业务）（凭增值电信业务经营许可证经营）；广播电视节目制作经营；食品经营（预包装食品销售、保健食品销售）;第二类医疗器械经营备案凭证;二类医疗器械（仅包括常温贮存的体外诊断试剂）、保健食品销售。	2013年10月	代销	否	无	电视购物平台销售
9	杭州世瀚百年网络科技有限公司	2015年7月	网络信息技术、数据处理技术、电子商务技术、电子产品的技术开发、技术服务、技术咨询、成果转让；计算机软硬件、通讯设备的技术开发、技术服务；计算机系统集成；电子产品的上门安装、上门维修（凡涉及许可证、资质证书的，凭有效许可证、资质证书经营）；广告的设计、制作、发布（凡涉及许可证的凭有效许可证经营）；第二类增值电信业务中的信息服务业务（仅限互联网信息服务）；企业管理咨询；会展服务；文化艺术交流活动策划；工艺美术品、日用百货、办公用品、服装、服饰、皮革制品、鞋帽、家具、化妆品、针纺织品、体育用品、体育器材、食品的批发、零售（含网上销售）；货物进出口。	2017年7月	买断	否	无	网络平台销售
10	北京微妮时代商贸有限公司	2017年12月[注3]	销售珠宝首饰、化妆品、工艺品、机械设备、电子产品、家用电器、金属制品、I 类医疗器械、服装鞋帽、箱包、玩具、针织品、体育用品、日用品、办公用品；技术推广服务；组织文化艺术交流活动（不含演出）；承办展览展示；设计、制作、代理、发布广告；服装设计；市场调查；产品设计；货物进出口、代理进出口、技术进出口。	2018年2月	买断	否	无	网络平台销售
11	台州礼遇生活用品有限公司[注4]	2017年10月	纺织、服装及家庭用品、机械设备、五金产品及电子产品、文化、体育用品及器材、皮革制品、第一类医疗器械、建材、玻璃制品、陶瓷制品、纸制品、木制品、橡胶制品、塑料制品、	2013年1月	买断	否	无	地区代理销售

序号	经/代销商名称	设立时间	经营范围	初始合作时间	买断/代销	是否专门销售	关联关系	终端销售
			花卉、食品销售，会议及展览服务，广告服务，商务咨询服务，软件和信息技术服务，大型活动组织服务，市政公用工程施工。					
12	祁牧商贸	2012年10月	**一般项目：家用电器销售；工艺美术品及收藏品批发（象牙及其制品除外）；珠宝首饰批发；日用杂品销售；服装服饰批发；玩具销售；化妆品批发；针纺织品销售；箱包销售；五金产品批发；皮革制品销售；厨具卫具及日用杂品批发；塑料制品销售；户外用品销售；体育用品及器材零售；建筑材料销售；医用口罩批发；日用口罩（非医用）销售；劳动保护用品销售；医护人员防护用品批发；第二类医疗器械销售；互联网销售（除销售需要许可的商品）（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）。许可项目：食品经营**	2014年2月	买断	否	无	网络平台销售
13	上海沁强商贸有限公司	2012年8月	许可项目：食品经营。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动，具体经营项目以相关部门批准文件或许可证件为准）一般项目：金属结构销售；厨具卫具及日用杂品批发；日用品销售；个人卫生用品销售；日用百货销售；针纺织品及原料销售；服装服饰批发；服装服饰零售；鞋帽批发；鞋帽零售；纸制品销售；办公用品销售；日用玻璃制品销售；五金产品批发；五金产品零售；电子元器件批发；橡胶制品销售；包装材料及制品销售；信息咨询服务。	2016年4月	买断	否	无	特定客户销售
14	北京万事利	2019年4月	组织文化艺术交流活动（不含演出）；销售服装、鞋帽、针纺织品、日用品；设计、制作、代理、发布广告；技术开发；技术推广；技术转让；技术咨询；技术服务；会议服务，承办展览展示活动。	2019年6月	买断	否	无[注5]	地区代理销售
15	瑞雅文化	2018年2月[注6]	文化活动的组织与策划；文化艺术讲座活动的组织策划；文化设计与建设；文化产品研发；文化创意设计；群众参与的文艺类演出、比赛等公益性文化活动的策划；文化用品设备出租；日用品出租；文化艺术咨询服务；纺织品、针织品及原料批发；文化艺术交流活动的组织；家用纺织制成品制造；农产品配送；纺织、服装及日用品、预包装食品、粮油、糕点、面包、果品及蔬菜、禽、蛋及水产品、营养和保健食品、非酒精饮料及茶叶、进口酒类、豆制品、散装食品、食品添加剂、调味品、饮用水、国产酒类、进口食品的零售；文化用品、文化艺术收藏品、湘绣、领带、农产品、护肤品的销售。	2018年4月	买断	否	无	地区代理销售
16	苏州诚合	2017年1月[注7]	广告发布、设计、制作、代理服务；日用品、工艺品、服装、面辅料、纺织品销售及网上销售；计算机应用服务。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）一般项目：医用口罩零售；医用口罩批发；日用口罩（非医用）销售；第二类医疗器械销售；医护人员防护用品零售；医护人员防护用品批发；劳动保护用品销售；特种劳动防护用品销售。	2017年7月	买断	否	无	地区代理销售
17	京东世纪	2007年4月	**计算机、软件及辅助设备、机械设备、家用电器、电子元器件、五金交电、电子产品、文化用品、照相器材、化妆品及卫生用品、化工产**	2013年10月	买断	否	无	网络平台销售

序号	经/代销商名称	设立时间	经营范围	初始合作时间	买断/代销	是否专门销售	关联关系	终端销售
			品（不含危险化学品及一类易制毒化学品）、体育用品、百货、邮票、纺织品、服装、日用品、家具、金银珠宝首饰、避孕器具（避孕药除外）、新鲜水果、蔬菜、食盐、饲料、花卉、种子、装饰材料、通讯设备、建筑材料、工艺礼品、钟表眼镜、玩具、汽车和摩托车配件、机器人、仪器仪表、卫生洁具、陶瓷制品、橡胶及塑料制品、摩托车、智能卡、化肥、农药、牲畜（不含北京地区）的批发、佣金代理（拍卖除外）、零售、进出口及代理进出口业务；计算机软件生产；销售自产产品；基础软件服务；技术开发、技术咨询、技术服务、技术转让、技术培训；软件开发、软件设计；机器人的研发；计算机网络技术开发；设备安装、维修；计算机系统集成；销售电动自行车；摄影服务；仓储服务；会议服务；提供劳务服务（劳务派遣、劳务合作除外）；经济信息咨询；教育咨询（不含出国留学及中介服务）；企业管理咨询；企业管理培训；代收燃气费、水费、电费；火车票代理；委托生产电子产品；委托生产照相器材；委托生产计算机软件及辅助设备；委托生产家用电器；汽车租赁（不含九座以上乘用车）；从事机动车公共停车经营管理服务；出租办公用房；物业管理；货运代理。（涉及配额许可证管理、专项规定管理的商品按照国家有关规定办理）；批发、零售定型包装食品、保健食品（不涉及国营贸易管理商品；涉及配额许可证管理商品的按照国家有关规定办理申请手续）；批发兽药；道路货物运输；机器人生产与组装；拍卖（不含文物）；出版物批发；出版物零售。					
18	威海顺众贸易有限公司	2017年8月[注8]	办公用品、日用百货、文化用品、服装、化妆品、工艺美术品、电子产品及配件、汽车用品、节能环保设备、普通机械设备、建筑材料（不含油漆）的批发、零售。	2017年9月	买断	否	无	地区代理销售
19	寰唐（杭州）国际贸易有限公司	2018年7月[注9]	货物及技术进出口（法律、行政法规禁止经营的项目除外，法律、行政法规限制经营的项目取得许可后方可经营）；食品销售（含网上）；销售兼网上销售：计算机软硬件及辅助设备、初级食用农产品（除食品、药品）、日用百货、家用电器、陶瓷制品、玻璃制品、皮革制品、橡胶及塑料制品、办公用品、电子用品、数码产品、摄影器材、通讯设备、文体用品、工艺美术品、服装、鞋帽箱包、玩具（除国家专控）、钟表眼镜、金银珠宝首饰、家具、家居用品、酒店用品、洗涤用品、厨房用品、健身器材、第一类医疗器械、第二类医疗器械、第三类医疗器械、宠物用品、宠物饲料、化妆品（除分装）、卫生用品、母婴用品、针纺织品、花卉、水果、装饰材料；服务：餐饮管理，会务服务，展览展示服务，摄影服务，市场营销策划，翻译服务，公关活动策划，文化创意策划，设计、制作、代理、发布国内广告（除网络广告发布），商务信息咨询（除商品中介），企业管理咨询，市场调查，旅游信息咨询，代客户订门票、机票、火车票、各汽车客运站（场）发售的车票，	2020年10月	代销	否	无	网络平台销售

序号	经/代销商名称	设立时间	经营范围	初始合作时间	买断/代销	是否专门销售	关联关系	终端销售
			代客户订客房，技术开发、技术咨询、技术服务、成果转让：信息技术、电子技术。					
20	杭州盛材贸易有限公司	2003年5月	货物进出口（法律、行政法规禁止的除外，法律、行政法规限制的项目取得许可证后方可从事经营活动）；批发、零售：建筑材料、办公用品、纺织原料、服装及辅料、面料、鞋帽、服饰、箱包、金属材料、机电产品、机械设备、五金工具、橡胶制品、塑料制品、化工原料（除化学危险品及易制毒化学品）、体育用品、办公自动化设备;服务:经济信息咨询(除中介)。	2016年11月	买断	否	无	地区代理销售

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

注 2：该经销商成立系以发展电商平台为目的，为寻求优质平台供应商主动向公司寻求合作；

注 3：该经销商成立系以发展电商平台为目的，为寻求优质平台供应商主动向公司寻求合作，2018 年度因业务需求采购一批蚕丝被，成为 2018 年度公司前十大经/代销商；

注 4：该经销商更换与公司合作主体，首次合作公司名称为厦门巨辰商贸有限公司，成立于 2013 年 1 月；

注 5：北京万事利于 2019 年承接了公司北京市场业务，吸收了当时北京分公司的员工和客户，为销售公司产品而成立，故成立时间较短即成为公司重要经销商；

注 6：该经销商在长沙地区拥有稳定团购客户源，为取得低折扣销售公司产品而成立，故成立时间较短即成为公司重要经销商；

注 7：该经销商为寻求优质供应商主动向公司寻求合作，采购量逐年增加，2019 年度成为公司前十大经/代销商；

注 8：该经销商为寻求优质供应商主动向公司寻求合作，采购量逐年增加，2020 年成为公司前十大经/代销商；

注 9：该经销商成立系以发展电商平台为目的，为寻求优质平台供应商主动向公司寻求合作。

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

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

四、经销商采购商品的最终销售去向和收入实现情况，2018 年经销收入大幅增长的原因，报告期各期末经销商的库存金额、占当期经销商向发行人采购的比重，是否存在向经销商压货情形

（一）经销商采购商品的最终销售去向和收入实现情况，报告期各期末经销商的库存金额、占当期经销商向发行人采购的比重，不存在向经销商压货情形

发行人已在招股说明书第六节之“一、（二）5、销售模式”中补充披露如下：

C、经/代销商终端销售及期末库存情况

公司经/代销商主要终端客户类型包括企事业单位、线上零售客户等，公司未对经销商库存进行主动管理，通常情况下仅有个别主要经销商为缩短交货期会进行少量备货，其他经销商主要根据终端客户需求向公司采购。报告期各期公司销售前十大经/代销商合计 **20** 家（同一实际控制下合并统计），合计销售额占各期经/代销商收入的比例分别为 **64.77%、55.08%、59.78%**。**2018-2020** 年，公司主要经销商各期期末库存占当期收入比例较低，产品终端销售情况良好，2020 年受新冠肺炎疫情影响公司经/代销商渠道收入下滑较大，导致库存量占当期收入比例增长。报告期各期末上述主要经/代销商库存情况如下：

单位：万元

项目	2020 年度 /2020 年末	2019 年度 /2019 年末	2018 年度 /2018 年末
公司向主要经/代销商销售金额	**2,076.95**	**2,949.20**	**3,670.95**
占当期经/代销商收入的比重	**59.78%**	**55.08%**	**64.77%**
主要经/代销商库存金额[注]	**143**	183	108
存货占当期销售的比重	**6.89%**	**6.21%**	**2.94%**

注：主要经/代销商库存金额为各期期末数据，由主要经/代销商向公司提供。

综上，公司主要经/代销商整体库存金额及占比较低，2020 年受新冠肺炎疫情影响公司主要经/代销商渠道收入**及库存金额均**下滑。报告期内，公司向经/代销商合计销售 **14,497.00** 万元，报告期末，公司主要经/代销商存货合计为 **143** 万元，占比仅为 **0.99%**，不存在向经销商压货的情形。

（二）2018 年经销收入大幅增长的原因

发行人已在招股说明书第六节之“五、（一）2、主要产品销售收入及销售价格变动情况”中补充披露如下：

2017-2020 年，公司经销模式收入分别为 2,240.71 万元、4,084.99 万元、4,674.43 万元、**3,281.55** 万元，2018 年度，公司经销模式收入较上年增加 1,844.28 万元，增长 82.31%。主要系公司在 2017 年下半年开始加大对经/代销商客户的拓展。2017 年度公司合作经销商 155 家，2018 年公司合作经销商 193 家，净增加 38 家，使得 2018 年经销商渠道收入大幅增长。

五、发行人对加盟商、经销商的返利或折扣政策，各期给予的返利或折扣金额，是否存在给予不同加盟商或经销商的信用政策差异较大情形

（一）公司对加盟商、经销商的返利政策及返利金额

公司丝绸文化创意品只执行销售返利政策，发行人已在招股说明书第六节之“一、（二）5、销售模式”中补充披露如下：

D、分销商返利政策及返利金额

a、返利政策

公司与经销商、加盟商签订协议约定各经营年度的净提货额指标及返利政策。如果经销商、加盟商完成了年度净提货额指标（有开店要求的，还需完成开店数量要求），则按净提货总额的一定比例或者销售指标超额部分的一定比例以返货的形式给予其奖励（有开店要求，开店数量未完成的，奖励减半），所有奖励均以自合同签订的完整年度开始执行，年度结束后，公司根据返利条款计算应支付予该客户的返利金额。

加盟商：公司在实际执行中会综合考虑加盟商信用资质、所在市场销售情况及影响力、供货折扣等因素，根据与分销商的谈判结果对返利比例有所调整。总体来看，对报告期内完成年度销售任务的 100%的加盟商，可享受完成指标超额部分的 2%-6%不等的返利。

经销商：公司对经销商无开店数量的要求，提货额指标要求相对加盟商低，门槛较低，故实际执行过程中，对大多数经销商不给予返利政策。

b、返利金额

报告期内，公司给予经销商、加盟商的返利金额（返利货品的成本金额）如下：

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
当期加盟商返利金额	**58.33**	17.15	15.02
当期经/代销商返利金额	**2.44**	1.83	-

（二）公司给予不同经销商、加盟商的信用政策

发行人已在招股说明书第八节之“十四、（一）2、（3）应收账款”中补充披露如下：

（5）分销商执行款到发货制度，提货量大的分销商在支付履约保证金的前提下，经审批可给予一定的赊销额度或者信用期。具体而言：经销商、加盟商信用政策：在日常采购环节，公司通常要求加盟商、经销商先款后货，实际执行中，存在部分客户因资金周转困难原因，公司为支持分销商的发展，给予其一定的信用期（一般不超过 3 个月），允许先货后款，采用月结方式。鉴于公司与其交易方式为买断方式，收入确认时点符合企业会计准则的要求，报告期内公司不存在放宽分销商信用期增加收入的情形；代销商信用政策：公司与代销商结算方式月结，每月收取上月代销清单结算金额。综上，公司不存在给予不同加盟商或经/代销商的信用政策差异较大情形。

六、分别披露与加盟商、经销商的权利义务划分安排，相关安排是否存在区别，是否符合行业惯例，收入与毛利率是否匹配

（一）公司与主要加盟商、经销商的权利义务安排

发行人已在招股说明书第六节之“一、（二）5、销售模式”中补充披露如下：

D、公司与主要加盟商权利义务安排

报告期内，公司与主要加盟商的权利义务安排情况如下：

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

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

发行人已在招股说明书第六节之“一、（二）5、销售模式”中补充披露如下：

E、公司与主要经/代销商权利义务安排

报告期内，公司主要经/代销商的权利义务安排情况如下：

合同主要内容	经销商权利义务	公司权利义务
公司授权经/代销商在特定区域或平台经营“万事利”品牌产品的相关事宜，如供货折扣、进货指标、返利比例、退换货、终端限价约定、违约条款等	享有在相应区域或平台按协议销售万事利产品的权利； 不得私自在未授权区域或平台销售万事利产品的义务； 自觉维护万事利品牌形象的义务； 按约定结算的义务； 终端销售价格不低于限价的义务； 应努力满足协议约定的产品最低购买指标的义务。	确定经/代销商特定销售区域或平台内销售模式、销售金额及销售数量的权利； 保护经销商在特许经营期间销售区域的经营权不受侵犯的义务； 对产品质量提供保证，对存在质量问题的产品进行处理的义务； 根据协议的约定按时向经销商提供产品的义务； 对经/代销商违规经营按约定进行处罚的权利。

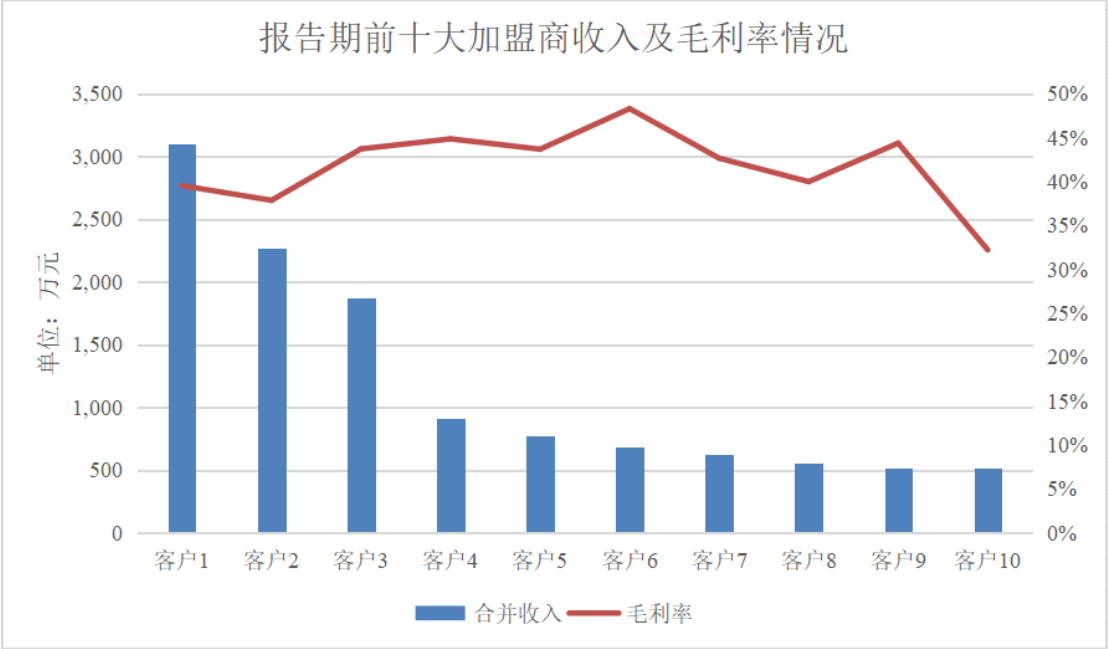
公司与主要经/代销商间权利义务安排无重大区别，与丝绸文化创意品同行业可比公司如地素时尚、日播时尚和经/代销商之间安排相比无重大差异，符合行业惯例。

（二）主要分销商收入及毛利率情况

发行人已在招股说明书第六节之“五、（一）2、（4）分销商收入及毛利率匹配情况”中补充披露如下：

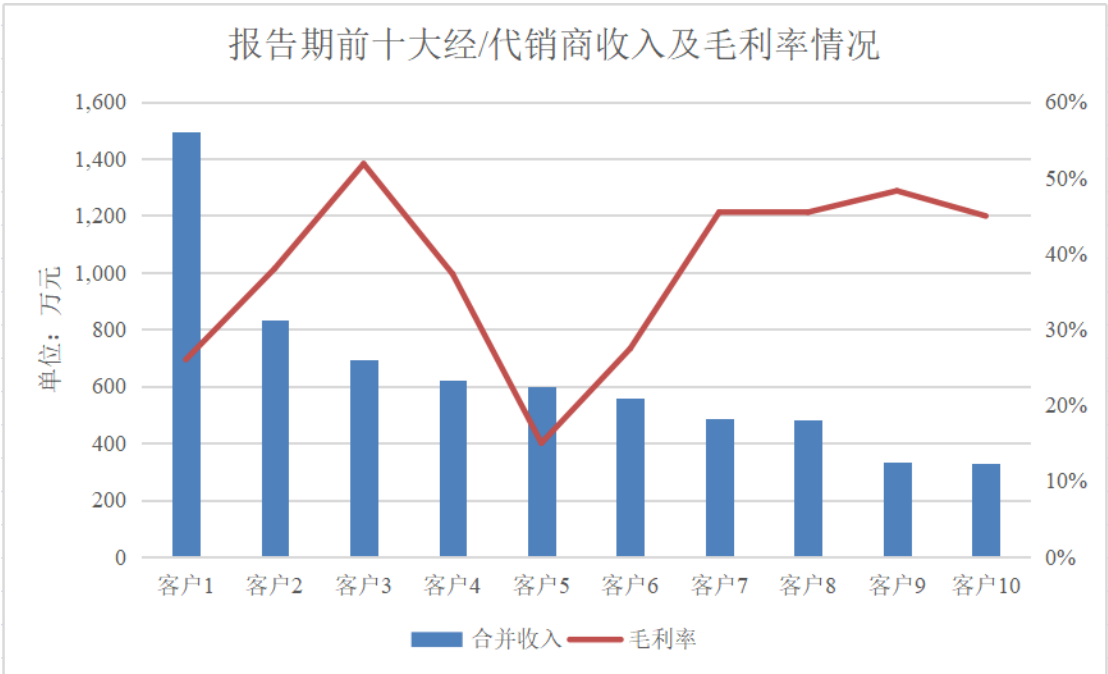
（5）分销商收入及毛利率匹配情况

报告期内，公司前十大加盟商（2018-2020 年合计收入前十大）合计贡献收入为 11,806.17 万元，加盟商渠道合计贡献收入为 16,583.95 万元，占比 71.19%。因公司与主要加盟商合作时间较长，销售较稳定，公司给予其价格折扣差异较小，导致公司向各主要加盟商销售毛利率差别不大。公司向报告期合计前十大加盟商销售收入及毛利率情况如下：



注：公司根据客户 10 的需求开发用于电视购物平台的个性化定制产品，该批产品折扣较低导致整体毛利率较低。

报告期内，公司前十大经/代销商（**2018-2020 年**合计收入前十大）合计贡献收入为 **6,426.07** 万元，经/代销商渠道合计贡献收入为 **14,497.00** 万元，占比 **44.33%**。经/代销渠道下，公司针对不同客户给予不同的折扣政策，排除**通过网络平台经销商向大型企事业单位销售毛利率较高**、个别客户大批量采购个性化定制产品导致毛利率较低情况，前十大经/代销商中呈现贡献收入越高的客户毛利率相对较低。公司向报告期合计前十大经/代销商销售收入及毛利率情况如下：



注：**公司通过客户 3 直接向大型企事业单位销售，折扣相对较高，故毛利率较高；**客户 5、客户 6 因一次性采购个性化定制产品规模较大，公司给予折扣较低，导致毛利率较低。

七、主要加盟商、主要经销商、主要代销商的定义，报告期内加盟商、经销商增减较为频繁的原因、对营业收入和利润的影响，报告期各期单个加盟商、经销商、代销商的平均销售金额及变动原因，发行人对加盟商、经销商的管理措施，是否存在关联关系

（一）主要加盟商、主要经销商、主要代销商的定义

招股说明书中主要加盟商以历年销售含税金额超过 100 万元（同一实际控制下合并统计）且期末仍在合作为披露原则，为与此次反馈补充披露要求保持口径一致，避免给投资者造成歧义，招股说明书中主要加盟商披露口径改为各期销售前十大加盟商。招股说明书中主要经/代销商以各期销售前十大口径为披露原则。报告期内，公司前十大加盟商合计 **17** 家，前十大经/代销商合计 **20** 家（同一实际控制下合并统计）。

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
公司向主要加盟商合计销售金额	3,871.15	5,308.54	4,870.15
当期全部加盟商收入	4,616.42	6,423.15	5,544.38
占比	83.86%	82.65%	87.84%
公司向主要经/代销商合计销售金额	2,076.95	2,949.20	3,670.95
当期全部经/代销商收入	3,474.38	5,354.63	5,667.98
占比	59.78%	55.08%	64.77%

发行人已在招股说明书第六节之“一、（二）5、（1）②分销”中补充披露如下：

公司各期销售前十大加盟商合计 **17** 家（同一实际控制下合并统计），具体情况如下：……

报告期内，公司各期销售前十大经/代销商合计 **20** 家（同一实际控制下合并统计），不存在个人等非法人实体，具体情况如下：……

（二）报告期内加盟商、经销商增减较为频繁的原因、对营业收入和利润的影响，报告期各期单个加盟商、经销商、代销商的平均销售金额及变动原因

发行人已在招股说明书第六节之“五、（二）2、（6）分销商增减变动频繁原因及对营业收入、利润的影响”中补充披露如下：

（6）分销商增减变动频繁原因及对营业收入、利润的影响

公司于 2016 年开始逐步拓展加盟商渠道，加盟商运营品牌店一般以 2-3 年为周期考察经营利润情况，规模较小的加盟商在经营利润较薄情况下会选择终止合作，故在 2019 年减少加盟商数量较多，公司与经营较好的加盟商保持稳定的合作关系。

丝绸文化创意品作为终端可选消费品，其市场直接受终端客户需求的影响。公司大部分经销商利用其自有渠道向其客户推荐产品，终端客户每年对于可选消费品的具体需求有所差异，不能保证每年均会采购丝绸文化创意品，导致经销商与公司合作存在波动，故公司经销商增减较为频繁。

报告期内，公司各期新增加盟商在当期产生的营业收入、毛利额及对当期相应销售渠道下的营业收入、毛利额影响如下：

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
当期新增加盟商家数	**9**	11	12
当期新增加盟商贡献收入①	**1,359.81**	652.03	831.64
当期全部加盟商贡献收入②	**4,616.42**	6,423.15	5,544.38
占比③=①/②	**29.46%**	10.15%	15.00%
当期新增加盟商贡献毛利额④	**604.75**	282.01	398.06
当期全部加盟商贡献毛利额⑤	**2,026.80**	2,555.98	2,393.97
占比⑥=④/⑤	**29.84%**	11.03%	16.63%

报告期内，公司各期新增经/代销商在当期产生的营业收入、毛利额及对当期相应销售渠道下的营业收入、毛利额影响如下：

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
当期新增经/代销商家数	**38**	65	88
当期新增经/代	**405.52**	1,701.16	1,693.20

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
销商贡献收入①			
当期全部经/代销商贡献收入②	**3,474.38**	5,354.63	5,667.98
占比③=①/②	**11.67%**	31.77%	29.87%
当期新增经/代销商贡献毛利额④	**182.27**	692.32	695.19
当期全部经/代销商贡献毛利额⑤	**1,623.88**	2,206.74	2,376.75
占比⑥=④/⑤	**11.22%**	31.37%	29.25%

近年来，公司加盟商渠道运营逐步成熟，2018 年至 **2019 年**各期新增加盟商在当期产生的营业收入、毛利额占相应销售渠道下的营业收入、毛利额的比例在 10%-20%区间，基本保持稳定。**2020 年在国内新冠肺炎疫情有效控制的情况下，公司通过降低合同目标额以提高返利金额等优惠措施吸引商家加盟，于当年开拓了 2 家经营面积较大的加盟商，导致新增加盟商贡献收入、毛利额占比有所提高。**

在 2016 年拓展加盟商渠道初见成效的背景下，公司于 2017 年开始加大对经/代销渠道的扩张，使得 2018 年新增经/代销商较多，当年新增经/代销商贡献的经营业绩占渠道整体业绩比例较高。2019 年因深圳万事利、苏州诚合由加盟合作变更为经销合作，使得当年新增经/代销商产生营业收入、毛利润较多，扣除两者的影响当年新增经/代销商产生的营业收入、毛利额占经/代销商渠道整体的营业收入、毛利额的比例分别为 16.89%、17.04%。2020 年受新冠肺炎疫情影响公司新拓展经/代销商较少。

报告期内，公司各期减少加盟商在上期产生的营业收入、毛利额及对上期相应销售渠道下的营业收入、毛利额影响如下：

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
当期减少加盟商家数	3	11	5
当期减少加盟商上期贡献收入①	358.88	1,211.97	296.49

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
上期全部加盟商贡献收入②	6,423.15	5,544.38	5,336.50
占比③=①/②	5.59%	21.86%	5.56%
当期减少加盟商上期贡献毛利额④	158.61	602.49	127.53
上期全部加盟商贡献毛利额⑤	2,555.98	2,393.97	2,338.92
占比⑥=④/⑤	6.21%	25.17%	5.45%

报告期内，公司各期减少经/代销商在上期产生的营业收入、毛利额及对上期相应销售渠道下的营业收入、毛利额影响如下：

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
当期减少经/代销商家数	**79**	62	44
当期减少经/代销商上期贡献收入①	**541.16**	522.34	132.85
上期全部经/代销商贡献收入②	5,354.63	5,667.98	4,638.57
占比③=①/②	**10.11%**	9.22%	2.86%
当期减少经/代销商上期贡献毛利额④	**240.81**	313.72	58.02
上期全部经/代销商贡献毛利额⑤	2,206.74	2,376.75	1,913.94
占比⑥=④/⑤	**10.91%**	13.20%	3.03%

报告期内，公司分销商渠道经营较为稳定，每年减少分销商对分销渠道的营业收入、毛利额影响较小。2019 年因减少加盟商数量较多，导致当期减少加盟商的收入和毛利额占比较大。

报告期各期单个加盟商、经/代销商平均销售金额如下：

单位：万元

项目	2020 年度			2019 年度			2018 年度		
	金额	数量	单个金额	金额	数量	单个金额	金额	数量	单个金额
加盟商	**4,616.42**	**43**	**107.36**	6,423.15	44	145.98	5,544.38	39	142.16
经/代销商	**3,474.38**	**171**	**20.32**	5,354.63	212	25.25	5,667.98	209	27.12

公司于 2016 年开始拓展加盟商渠道，2017 年新增加盟商数量较多，

2018-2020 年公司每年新增加盟商数量在 10 家左右，公司对单个加盟商平均销售额基本保持稳定，2020 年新冠肺炎疫情对终端零售市场冲击较大，加盟商业务规模下滑幅度较大，导致公司对单个加盟商平均销售额下降。

公司于 2017 年开始加大对经/代销商渠道的扩张，使得 2018 年度新增经/代销商数量及规模增长较大。公司大部分经/代销商根据特定市场的客户需求向公司采购，其经营模式以销定采为主，不存在类似加盟店铺货的需求，故 2018-2019 年公司对单个经/代销商的平均销售金额基本保持稳定，2020 年受新冠肺炎疫情影响公司对单个经/代销商平均销售额下降。

（三）发行人对加盟商、经销商制定了明确的管理措施，除个别分销商属于公司的其他潜在利益相关方外，其他主要分销商与公司均无关联关系

公司对加盟商的具体管理措施参见问题 4 之“七、（二）公司对加盟商制定了明确的管理细则，执行情况良好”，发行人已在招股说明书第六节之“一、（二）5、销售模式”中对经/代销商的管理措施补充披露如下：

F、公司对经/代销商管理措施

a、市场及客户管理

公司授权经/代销商在指定的市场区域或网络平台销售“万事利（WENSLI）”品牌系列产品，并针对不同经/代销商合作目标制定了相应的合作政策。经/代销商若承接企业团购业务，达到一定限额标准的应提前通知公司，按规定符合客户管理制度且与现有客户不冲突的，录入 CRM 系统后方可进行销售。

b、终端限价管理

针对经/代销商终端销售价格政策，公司规定了常规产品、高端和 MR 产品、艺术品终端销售价格最低折扣比例。

发行人已在招股说明书第六节之“五、（二）5、分销商增减变动频繁原因及对营业收入、利润的影响”中补充披露如下：

除使用公司商号的辽宁万事利、广州万事利丝绸、深圳万事利和北京万事利，以及公司离职员工裘凯恩投资的子隆贸易属于公司其他潜在利益相关方外，其他主要加盟商、经/代销商与公司均无关联关系。

八、对比发行人向深圳万事利、北京万事利及其他经销商的销售情况，包括但不限于主要产品、销售数量、金额、单价、毛利率等，分析发行人向深圳万事利、北京万事利的销售是否真实、定价是否公允、是否存在虚增收入和利润情形

经比对公司向深圳万事利、北京万事利及其他主要经/代销商销售情况，销售真实，定价公允。发行人已在招股说明书第七节之“八、（五）2、向其他潜在利益相关方销售商品和提供劳务”中补充披露如下：

②深圳万事利、北京万事利销售公允性分析

A、产品结构分析

单位：万元

名称	细分产品	2020 年度	2019 年度	2018 年度
深圳万事利	丝巾	**92.10**	240.96	394.45
	组合套装	**105.06**	127.52	94.42
	家纺	**69.09**	53.18	71.74
	合计金额	**266.25**	**421.66**	**560.61**
	占比	**85.97%**	80.60%	82.36%
北京万事利	丝巾	**91.02**	209.09	-
	组合套装	**59.86**	110.20	-
	家纺	**30.20**	22.18	-
	合计金额	**181.08**	**341.47**	-
	占比	**88.57%**	82.19%	-
当期其他前五大经/代销商[注]	丝巾	**448.42**	218.28	619.61
	组合套装	**283.92**	246.17	49.20
	家纺	**270.37**	562.34	1,309.92
	合计金额	**1,002.71**	**1,026.79**	**1,978.73**
	占比	**87.16%**	84.99%	76.42%

注：取数口径为当期除深圳万事利、北京万事利外其他销售金额前五大经/代销商，下同。

公司向深圳万事利、北京万事利及其他前五大经/代销商销售的产品主要为丝巾、组合套装及家纺，三类产品销售占比均在 80%左右。

B、销售单价分析

因深圳万事利、北京万事利属于地区代理型经销商，且采购金额较大，各期

均为公司前三大经/代销商，故通常情况下对于相同产品上述 2 家经销商享受更优惠的价格，通常其常规产品的折扣低于其他经/代销商 10%-30%。此外，报告期内公司向经/代销商销售具体产品超过 4,000 种，不同具体产品销售单价差异较大，丝巾和组合套装单价从数十元至数千元不等，家纺单价从数十元至数万元不等，销售具体产品的结构差异导致平均单价波动，具体比较如下：

单位：元

项目		2020 年度	2019 年度	2018 年度
丝巾	丝巾品类销售给深圳万事利平均单价[注 1]	**118.14**	116.60	142.26
	丝巾品类销售给北京万事利平均单价[注 1]	**120.47**	119.16	/
	丝巾品类销售给当期其他前五大经/代销商的平均单价[注 2]	**151.94**	140.64	87.30
	深圳万事利丝巾品类前十大细分产品销售占比[注 3]	**38.82%**	30.17%	44.84%
	丝巾品类下深圳万事利前十大细分产品销售单价与当期其他前五大经/代销商相应产品销售单价的平均差异率[注 4]	**-25.93%**	-19.49%	-67.10%
	北京万事利丝巾品类前十大细分产品销售占比[注 3]	**56.61%**	43.74%	/
	丝巾品类下北京万事利前十大细分产品销售单价与当期其他前五大经/代销商相应产品销售单价的平均差异率[注 4]	**-25.51%**	-18.72%	/
组合套装	组合套装品类销售给深圳万事利平均单价	**138.03**	153.25	162.81
	组合套装品类销售给北京万事利平均单价	**181.72**	247.96	/
	组合套装品类销售给当期其他前五大经/代销商的平均单价	**184.89**	256.05	126.05
	深圳万事利组合套装品类前十大细分产品销售占比	**57.29%**	63.21%	65.31%
	组合套装品类下深圳万事利前十大细分产品销售单价与当期其他前五大经/代销商相应产品销售单价的平均差异率	**-33.19%**	-23.82%	-24.38%
	北京万事利组合套装品类前十大产品销售占比	**72.98%**	71.72%	/
	组合套装品类下北京万事利前十大产品销售单价与当期其他前五大经/代销商相应产品销售单价的平均差异率	**-19.46%**	-26.26%	/
家纺	家纺品类销售给深圳万事利平均单价	**406.89**	390.46	306.19

单位：元

项目		2020 年度	2019 年度	2018 年度
	家纺品类销售给北京万事利平均单价	**700.75**	1,246.06	/
	家纺品类销售给当期其他前五大经/代销商的平均单价	**371.74**	576.76	311.45
	深圳万事利家纺品类前十大细分产品销售占比	**86.89%**	69.53%	73.74%
	家纺品类下深圳万事利前十大细分产品销售单价与当期其他前五大经/代销商相应产品销售单价的平均差异率	**-17.36%**	-2.06%	-25.47%
	北京万事利家纺品类前十大产品销售占比	**98.08%**	60.41%	/
	家纺品类下北京万事利前十大产品销售单价与当期其他前五大经/代销商相应产品销售单价的平均差异率	**0.35%**	-12.09%	/

注 1：平均单价计算过程为公司向深圳万事利或北京万事利销售丝巾类产品总销售额/公司向深圳万事利或北京万事利销售丝巾类产品总数量；

注 2：取数口径为当期公司向除深圳万事利、北京万事利外其他销售金额前五大经/代销商，平均单价计算过程同深圳万事利和北京万事利，针对组合套装、家纺品类的分析采用同样的取数口径；

注 3：取数口径为当期公司向深圳万事利或北京万事利销售丝巾品类下前十大细分产品的销售额占丝巾品类销售额的比例，针对组合套装、家纺品类的分析采用同样的取数口径；

注 4：取数口径为当期公司向深圳万事利或北京万事利销售丝巾品类下前十大产品的销售单价，减去公司向除深圳万事利、北京万事利外销售金额其他前五大加盟商销售相应产品的销售单价计算差异率，前十大产品的差异率取算术平均值得出平均差异率，针对组合套装、家纺品类的分析采用同样的取数口径；差异率为负数代表公司销售给深圳万事利或北京万事利产品价格低于其他前五大经/代销商，反之亦然。

经比对同大类产品下销售金额前十大细分产品的销售单价，公司向深圳万事利、北京万事利低于向其他前五大经销商销售价格具体而言：

报告期内，发行人向深圳万事利销售的丝巾前十大细分产品与其他前五大加盟商的平均单价差异率为-67.10%、-19.49%和**-25.93%**，2018 年因公司向其他电视购物渠道经/代销商销售某款丝巾产品价格较高（公司主要向该客户销售家纺产品，当期销售约 30 万元的丝巾产品，该部分销售不享受经/代销商的价格政策，单价较高），导致公司向深圳万事利销售单价大幅低于其他前五大经/代销商，上述情形具备合理性；2019-**2020** 年，发行人向北京万事利销售的丝巾前十大细分产品与其他前五大加盟商的平均单价差异率为-18.72%、**-25.51%**。

报告期内，发行人向深圳万事利销售的组合套装前十大细分产品与其他前五大加盟商的平均单价差异率为-24.38%、-23.82%和**-33.19%**，2019-**2020** 年，发行

人向北京万事利销售的组合套装前十大细分产品与其他前五大加盟商的平均单价差异率为-26.26%、**-19.46%**。

报告期内，发行人向深圳万事利销售的家纺前十大细分产品与其他前五大加盟商的平均单价差异率为-25.47%、-2.06%和**-17.36%**；2019-**2020** 年，发行人向北京万事利销售的家纺前十大细分产品与其他前五大加盟商的平均单价差异率为-12.09%、**0.35%**，2020 年，因其采购某款非常规产品（非常规产品不执行经销协议折扣政策，根据客户具体订单确定价格），导致公司向北京万事利销售单价基本与其他前五大经/代销商一致，上述情形具备合理性。

整体而言，因深圳万事利、北京万事利为公司地区代理型经销商，各期均为公司前三大经/代销商,其具体产品的销售单价普遍低于其他经/代销商，部分品类单价偏离率较大亦具备合理性，不存在重大异常。

C、毛利率变动分析

报告期内，公司向深圳万事利、北京万事利、其他前五大经/代销商销售毛利率如下：

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
深圳万事利	**40.15%**	36.75%	48.31%
北京万事利	**40.49%**	35.76%	/
当期其他前五大经/代销商[注]	**49.43%**	36.73%	31.01%
剔除销售定制产品客户后当期其他前五大经/代销商	**49.43%**	**45.42%**	**59.77%**

注：取数口径为当期其他前五大经/代销商合计销售毛利/当期其他前五大经/代销商合计销售金额。

公司主要经/代销商中因销售渠道、定制或常规产品、提货规模不同导致毛利率存在差异，**因深圳万事利、北京万事利属于地区代理型经销商，且采购金额较大，通常其常规产品的折扣低于其他经/代销商 10%-30%，毛利率亦相对较低。**2018-**2019** 年公司向其他前五大经/代销商销售毛利率较低主要系当期公司向**个别**经/代销商销售了毛利率相对较低的定制款产品，拉低了整体销售毛利率，扣除上述特殊客户低毛利率影响，当期其他前五大经/代销商销售毛利率**分别**为**59.77%、45.42%，扣除定制品因素后，报告期内，公司向深圳万事利、北京万事利销售毛利率低于其他前五大经/代销商 10 个百分点左右。**

综上，公司向深圳万事利、北京万事利销售真实，定价公允，不存在虚增收入和利润的情形。

九、请保荐人、申报会计师核查并发表明确意见，说明走访及函证的比例、回函率、回函结果等情况，以及核查程序的充分性和有效性

报告期内，保荐机构和申报会计师对直销、分销渠道客户的具体走访、函证及替代测试情况如下：

单位：万元

项目	2020 年度			2019 年度			2018 年度		
	直销	分销	合计	直销	分销	合计	直销	分销	合计
主营业务收入①	**54,567.33**	**18,506.89**	**73,074.22**	60,465.74	11,777.78	72,243.53	63,068.70	11,212.36	74,281.06
走访覆盖收入②	**18,977.58**	**15,571.50**	**34,549.08**	**27,485.50**	**10,504.77**	**37,990.27**	**28,219.38**	**10,294.62**	**38,514.00**
走访比例（③=②/①）	**34.78%**	**84.14%**	**47.28%**	**45.46%**	**89.19%**	**52.59%**	**44.74%**	**91.81%**	**51.85%**
发函金额④	**26,484.49**	**17,240.08**	**43,724.57**	35,375.15	10,987.45	46,362.59	29,908.02	10,486.17	40,394.20
发函金额比例（⑤=④/①）	**48.54%**	**93.15%**	**59.84%**	58.50%	93.29%	64.18%	47.42%	93.52%	54.38%
回函对应的发函金额	**16,377.81**	**15,681.21**	**32,059.03**	26,400.54	9,863.44	36,263.98	26,706.20	9,782.01	36,488.21
回函金额	**16,271.77**	**15,668.61**	**31,940.38**	26,156.46	9,745.94	35,902.40	26,933.23	9,947.55	36,880.78
回函金额差异	**106.04**	**12.61**	**118.65**	244.08	117.50	361.58	-227.03	-165.53	-392.56
回函调整金额	**-**	**-**	**-**	-	-	-	-	-	-
回函确认金额⑥	**16,377.81**	**15,681.21**	**32,059.03**	26,400.54	9,863.44	36,263,98	26,706.20	9,782.01	36,488.21
回函确认金额比例（⑦=⑥/①）	**30.01%**	**84.73%**	**43.87%**	43.66%	83.75%	50.20%	42.34%	87.24%	49.12%
未回函执行替代测试金额	**10,106.67**	**1,558.87**	**11,665.54**	8,974.61	1,124.01	10,098.62	3,201.82	704.16	3,905.98
未发函执行替代测试金额	**4,714.61**	**-**	**4,714.61**	2,995.51	-	2,995.51	2,515.39	-	2,515.39
替代测试金额合计⑧	**14,821.29**	**1,558.87**	**16,380.16**	**11,970.12**	**1,124.01**	**13,094.13**	**5,717.21**	**704.16**	**6,421.37**
替代测试金额比例（⑨=⑧/①）	**27.16%**	**8.42%**	**22.42%**	19.80%	9.54%	18.12%	9.07%	6.28%	8.64%
回函及执行替代测金额合计比例（⑩=⑦+⑨）	**57.18%**	**93.15%**	**66.29%**	63.46%	93.29%	68.32%	51.41%	93.52%	57.77%

具体核查情况参见本问询函回复问题 10 之“八、请保荐人、申报会计师说明走访及函证的比例、回函率、回函结果等情况，以及核查程序的充分性和有效性”。

十、请保荐人、申报会计师核查并发表明确意见

（一）核查程序

为核查上述事项，保荐机构和申报会计师主要履行了如下核查程序：

1、取得了截至 2020 年末加盟商保证金台账，复核了财务账面记录及业务合同；取得了报告期内发行人历年前十大加盟商（17 家）进销存报表、终端销售金额数据，并通过不定期库存盘点验证加盟商存货数据真实完整性；通过获取加盟商终端收银流水、销售小票等单据，委托第三方机构深圳市智信经纬信息咨询有限公司对加盟店进行随机驻点统计获取日销售数据，判断主要加盟商终端销售真实性；取得了发行人和主要关联方企业信用报告及实际控制人、董事、监事、高级管理人员个人卡流水进行核查，上述主体与主要加盟商之间不存在担保和资金融通行为，除发行人正常收取货款外，上述主体与主要加盟商之间不存在资金往来；现场走访了主要加盟商，覆盖各期加盟商收入的 90%以上；取得了截至报告期末主要加盟商出具的万事利丝绸及其关联方不存在为其提供担保、资金融通的确认函。

2、取得辽宁万事利及其他前十大加盟商特许经营协议，检查合同关于定价、交付方式、结算方式、退换货政策等重要合同条款，比较其是否存在明显差异；检查报告期内公司对辽宁万事利的发货记录、开票记录、收款金额，核对发货记录与业务系统销售出库一致，开票金额及收款金额与入账金额一致，验证应收账款及营业收入真实性；对其报告期内的应收账款余额及销售额实施函证程序且回函相符，并对该客户进行实地走访，询问重要合同条款执行情况，进一步验证销售业务的真实性；获取了辽宁万事利终端收银资料，并聘请第三方对辽宁万事利加盟店随机进行实地驻点统计交易数据，观察其日常销售情况。

3、获取了发行人经销商名单及与经销商签订的协议，结合业务发生实际情况对合同约定条款进行检查确认；实地走访重要经/代销商，对相关人员进行访谈，勘察其经营办公地址，了解经/代销商背景及其主营业务情况；获取重要经/

代销商的工商资料及公司章程，结合天眼查、国家企业信用信息公示系统等公开平台披露信息情况，对重要经销商的经营资质进行检查；取得了元素征信关于发行人与主要经/代销商五度关联情况的检索信息，从而判断发行人与主要经/代销商之间是否存在关联关系。

4、取得了报告期内发行人主要经/代销商进销存报表、期末库存明细、主要终端客户信息；通过获取部分经/代销商终端收银流水、销售合同、电话访谈终端客户等方式，判断主要经/代销商终端销售真实性；现场走访了主要经/代销商，对报告期内主要经/代销商的合作情况进行多层次分析；取得了报告期内发行人主营业务收入明细账及经/代销商台账。

5、查阅了发行人分销商管理制度；获取了报告期各期发行人与前十大经/代销商及加盟商签订的协议，记录协议中约定的返利条款、信用政策，检查不同经销商、加盟商的返利条款及信用政策是否具备明显差异；取得了报告期内发行人实际返利的领用出库明细，核对与账面记录的返利金额是否一致。

6、获取了报告期内发行人经/代销商、加盟商清单及相关协议，结合业务实际情况对合同约定条款进行检查确认；实地走访重要经/代销商、加盟商，对相关人员进行访谈，勘察其经营办公地址，了解经/代销商、加盟商背景及其主营业务情况；通过查阅同行业上市公司数据，了解对比同行业上市公司对于经/代销商、加盟商的经营管理模式。

7、取得了报告期内发行人加盟商、经/代销商清单，分销商收入明细账；对报告期内发行人主要分销商进行了走访和函证，核实相关合作情况；查阅了发行人分销商管理制度及内部管理相关记录；通过走访确认、网络查询工商信息、取得元素征信关于发行人与主要客户五度关联情况的检索信息，从而判断发行人与主要客户之间是否存在关联关系。

8、获取了深圳万事利、北京万事利及其他前十大经销商特许经营协议，检查合同关于定价、交付方式、结算方式、退换货政策等重要合同条款，比较其是否存在明显差异；检查了报告期内公司对深圳万事利、北京万事利的发货记录、开票记录、收款金额，核对发货记录与业务系统销售出库一致，开票金额及收款金额与入账金额一致，验证应收账款及营业收入真实性；对报告期内深圳万事利、

北京万事利的应收账款余额及销售额实施函证程序且回函相符，并对该客户进行实地走访，询问了重要合同条款执行情况，进一步验证销售业务的真实性；取得了报告期内深圳万事利、北京万事利期末库存明细及终端销售资料，验证终端销售真实性。

（二）核查意见

经核查，保荐机构、申报会计师认为：

1、发行人与与加盟商以买断式结算，截至 2020 年末发行人加盟商保证金金额合计 **265** 万元；发行人主要加盟商终端客户类型包括旅游团队、企事业单位、零售客户等，报告期内，主要加盟商退换货及期末库存较低，**2018-2019** 年产品终端销售情况良好，2020 年，受新冠肺炎疫情影响主要加盟商终端销售下滑较大；报告期内，公司向主要加盟商合计销售 **14,049.84** 万元，报告期末，公司主要加盟商存货合计为 **1,892** 万元，占比仅为 **13.47%**。发行人不存在向加盟商压货或提供担保、资金融通等利益安排的情形。

2、发行人向辽宁万事利及其他主要加盟商销售结构、具体产品单价差异较小，2018-2019 年向辽宁万事利销售毛利率低于其他前五大加盟商，主要系公司与辽宁万事利合作开发用于电视购物平台的个性化定制产品，该批产品折扣较低导致整体毛利率较低；公司向辽宁万事利销售真实、定价公允，不存在虚增收入和利润的情形。

3、发行人已在招股说明书中披露与主要经销商的具体合作模式，发行人与主要经/代销商合作模式合理，部分经/代销商成立时间较短即成为重要客户的情形具有商业合理性，发行人不存在与超出主营业务范围的经/代销商进行合作的行为。

4、发行人经/代销商主要终端客户类型包括企事业单位、线上零售客户等；报告期内，公司向经/代销商合计销售 **14,497.00** 万元，报告期末，公司主要经/代销商存货合计为 **143** 万元，占比仅为 **0.99%**，发行人不存在向经销商压货的情形；发行人在 2017 年下半年开始加大对经/代销类客户的拓展，使得 2018 年经销商渠道收入快速增长。

5、发行人给予经销商、加盟商的返利基本符合公司返利政策规定，不存在

给予不同加盟商或经销商的信用政策较大差异的情形。

6、公司经/代销商、加盟商间权利义务划分符合商业逻辑，相关安排不存在重大区别，符合行业惯例。因发行人与主要加盟商合作时间较长，销售较稳定，发行人给予其价格折扣差异较小，导致发行人向各主要加盟商销售毛利率差别不大。经/代销渠道下，发行人针对不同客户给予不同的折扣政策，排除个别客户大批量采购个性化定制产品导致毛利率较低情况，前十大经/代销商中呈现贡献收入越高的客户毛利率相对较低。

7、招股说明书中主要加盟商披露口径为各期销售前十大加盟商，招股说明书中主要经/代销商以各期销售前十大口径为披露原则。发行人于 2016 年开始逐步拓展加盟商渠道，加盟商运营品牌店一般以 2-3 年为周期考察经营利润情况，规模较小的加盟商在经营利润较薄情况下会选择终止合作，故在 2019 年减少加盟商数量较多；丝绸文化创意品作为终端可选消费品，终端客户每年对于可选消费品的具体需求有所差异，导致经销商与发行人合作存在波动；报告期内分销商变动对营业收入和利润的影响较小；报告期内主要单个分销商平均销售金额变动原因具有合理性；除使用发行人商号的辽宁万事利、广州万事利丝绸、深圳万事利、北京万事利及公司离职员工裘凯恩投资的子隆贸易属于发行人的其他潜在利益相关方外，发行人与主要分销商不存在关联关系，发行人已在招股说明书补充披露了加盟商、经销商的管理措施。

8、发行人向深圳万事利、北京万事利与其他主要经/代销商销售结构类似，通常情况下相同产品单价低于其他主要经/代销商，公司主要经/代销商中因销售渠道、定制或常规产品、同类产品提货规模不同导致毛利率差异较大，因深圳万事利、北京万事利属于地区代理型经销商，且采购金额较大，通常其常规产品的折扣低于其他经/代销商 10%-30%，毛利率亦相对较低。2018-2019 年公司向其他前五大经/代销商销售毛利率较低主要系当期公司向个别经/代销商销售了毛利率相对较低的定制款产品，拉低了整体销售毛利率，扣除上述特殊客户低毛利率影响，当期其他前五大经/代销商销售毛利率分别为 59.77%、45.42%，扣除定制品因素后，报告期内，公司向深圳万事利、北京万事利销售毛利率低于其他前五大经/代销商 10 个百分点左右；发行人对深圳万事利、北京万事利的销售真实、定价公允，不存在虚增收入和利润的情形。

9、保荐机构、申报会计师在确认发行人收入确认标准并获取内部审计证据的基础上，对发行人主要直销客户进行了走访及函证，并对不同销售业务实施了针对性的核查程序，针对外销客户从海关部门取得报告期内出口明细与发行人报关明细进行双向核对，针对个人零售获取销售记录进行零售特征分析，综上，保荐机构、申报会计师认为针对直销模式收入的核查程序充分且有效，发行人直销收入真实、准确、完整。

10、保荐机构、申报会计师在确认发行人收入确认标准并获取内部审计证据的基础上，对发行人主要分销客户进行了走访及函证，并对对备货销售的分销商库存实施监盘程序，委托第三方机构深圳市智信经纬信息咨询有限公司随机挑选时间对主要加盟商进行驻点统计人流量和单日销售金额数据，获取主要经/代销商、贸易商下游销售凭据，确认实现终端销售，不存在囤货行为；保荐机构、申报会计师认为针对分销模式收入的核查程序充分且有效，发行人直销收入真实、准确、完整。

问题 12

申报文件显示，直销模式下，公司直接将丝绸文化创意品销售给企事业单位、个人消费者，将 OEM 丝绸制品销售给女装品牌企业。分销模式下，公司以买断/代销方式将丝绸文化创意品销售给分销商。请发行人补充披露：（1）报告期内丝绸文化创意品前五大客户销售金额及占比不断下降、OEM 丝绸制品前五大客户销售金额及占比不断上升的原因及合理性；（2）分别列示丝绸文化创意品、OEM 丝绸制品前五大客户的名称、收入金额、占比、主要商品、毛利率、销售模式、信用期限、期末欠款金额、期后还款金额等；（3）丝绸文化创意品、OEM 丝绸制品前五大客户与发行人的合作背景、合作历史，向发行人的采购占其采购总额的比例，交易价格是否公允、是否存在关联关系或其他利益安排等；（4）报告期内发行人向前五大客户销售金额变动情况、前五大客户变化原因；（5）同一产品不同客户之间毛利率存在差异的原因，以及同一客户不同年度内收入、毛利率变动的原因；（6）发行人与客户签订联合体合同是否符合行业惯例，联合体合同的具体含义，报告期各期组成联合体的客户存在交叉的原因，是否符合行业整体情况。

请保荐人、申报会计师核查并发表明确意见。

【回复】

一、报告期内丝绸文化创意品前五大客户销售金额及占比不断下降、OEM 丝绸制品前五大客户销售金额及占比不断上升的原因及合理性

（一）丝绸文化创意品前五大客户销售金额及占比不断下降的原因及合理性

发行人已在招股说明书第六节之“五、（二）1、分部前五大客户情况”中补充披露如下：

报告期内，公司丝绸文化创意品前五大客户的销售收入分别为 4,369.01 万元、4,662.91 万元和 **3,104.43** 万元，占公司同类主营业务收入的比例分别为 10.95%、11.42%和 **8.95%**，前五大客户销售收入及销售占比整体呈下降趋势，其中 2020 年前五大客户销售额及占比较上年同期下降幅度较大，具体原因为公司前五大客户以分销商为主，2020 年受新冠肺炎疫情影响，公司主要分销商尤其是加盟商开业时间较短导致当期公司向加盟商收入下滑较大，进而导致前五大客户销售金额及占比均呈下降趋势。

（二）丝绸纺织制品前五大客户销售金额及占比不断上升的原因及合理性

发行人已在招股说明书第六节之“五、（二）1、分部前五大客户情况”中补充披露如下：

报告期内，公司丝绸纺织制品前五大客户的销售收入分别为 9,573.49 万元、10,583.87 万元和 **6,610.32** 万元，占公司同类主营业务收入的比例分别为 27.85%、33.62%和 **31.69%**，**2018**-2019 年，丝绸纺织制品前五大客户销售收入及销售占比呈上升趋势，主要系公司丝绸纺织制品前五大客户以知名品牌服装企业为主，公司在产品质量、技术含量、渠道管控能力、商业信誉等方面获得了客户的认可，双方合作规模不断扩大，在丝绸纺织制品收入逐年下滑的情形下前五大客户销售占比仍不断提升。2020 年，受新冠肺炎疫情的影响，公司向丝绸纺织制品前五大客户销售额下降。

二、分别列示丝绸文化创意品、OEM 丝绸制品前五大客户的名称、收入金额、占比、主要商品、毛利率、销售模式、信用期限、期末欠款金额、期后还款金额等

发行人已在招股说明书第六节之“五、（二）1、分部前五大客户情况”中补充披露如下：

报告期内，公司与丝绸文化创意产品前五大客户合作情况如下：

单位：万元

项目	客户名称	收入金额	占比	主要商品	销售模式	信用期限	期末应收账款余额	期后回款金额[注 7]	合作背景	合作历史	同类产品采购占比[注 6]
2020 年度	卡娜丝实业	770.07	2.22%	丝巾、品牌服装、家纺	分销商	款到发货[注 8]	189.31	189.31	客户认可公司品牌，由公司主动开发的加盟商	2020 年开始合作	100.00%
	彩丝丝绸	738.83	2.13%	丝巾、品牌服装、家纺	分销商	款到发货[注 8]	8.94	8.94	客户认可公司品牌，由公司主动开发的加盟商	2017 年开始合作	100.00%
	京东世纪	567.91	1.64%	丝巾、品牌服装、家纺	分销商	每月结算一次	358.14	358.14	因客户采购电商化趋势，公司通过京东慧采平台向大型政企类客户销售	2013 年开始合作	/
	蚕运源贸易及其关联方	540.79	1.56%	丝巾、品牌服装、家纺	分销商	款到发货[注 8]	9.14	9.14	客户认可公司品牌，由公司主动开发的加盟商	2017 年开始合作	100.00%
	事帛丝绸及其关联方	486.83	1.40%	丝巾、品牌服装、家纺	分销商	每月结算一次[注 8]	148.31	101.97	事帛丝绸与佑盛丝绸属同一实际控制人控制，其于 2019 年末	2017 年开始合作	100.00%

单位：万元

项目	客户名称	收入金额	占比	主要商品	销售模式	信用期限	期末应收账款余额	期后回款金额[注 7]	合作背景	合作历史	同类产品采购占比[注 6]
									承继了佑盛丝绸与公司的合作关系		
	合计	**3,104.43**	**8.95%**				**713.84**	**667.50**			
2019 年度	事帛丝绸及其关联方[注 1]	1,257.48	3.08%	品牌服装、家纺、丝巾	分销商	每月结算一次	243.65	243.65	事帛丝绸与佑盛丝绸属同一实际控制人控制，其于 2019 年末承继了佑盛丝绸与公司的合作关系	2017 年开始合作	100.00%
	彩丝丝绸	1,171.32	2.87%	品牌服装、家纺、丝巾	分销商	款到发货	-	-	客户认可公司品牌，由公司主动开发的加盟商	2017 年开始合作	100.00%
	万事利集团及其关联方[注 3]	858.06	2.10%	品牌服装、家纺、组合套装、丝巾	直销客户	每月结算一次	87.44	87.44	为满足该公司正常经营需求发生的采购	长期合作	100.00%
	蚕运源贸易及其关联方[注 5]	852.91	2.09%	家纺、组合套装、丝巾	分销商	款到发货	77.07	77.07	客户认可公司品牌，由公司主动开发的加盟商	2017 年开始合作	100.00%
	深圳万事利	523.14	1.28%	家纺、组合套装、丝巾	分销商	每月结算一次	94.56	94.56	为承接发行人原深圳分公司业务及人员且使用公司商号的经销商	2016 年开始合作	100.00%
	合计	**4,662.91**	**11.42%**				**502.73**	**502.73**			

单位：万元

项目	客户名称	收入金额	占比	主要商品	销售模式	信用期限	期末应收账款余额	期后回款金额[注 7]	合作背景	合作历史	同类产品采购占比[注 6]
2018 年度	佑盛丝绸及其关联方[注 2]	1,353.28	3.39%	品牌服装、家纺、丝巾	分销商	每月结算一次	222.84	222.84	客户认可公司品牌，由公司主动开发的加盟商	2017 年开始合作	100.00%
	惠买在线及其关联方[注 4]	1,100.71	2.76%	家纺、丝巾	分销商	公司收到代销清单后对账结算，次月付款	66.74	66.74	惠买在线运营电视购物渠道，公司为开拓电视购物市场，与其合作推出多款真丝床上套件产品	2016 年开始合作	20.00%-50.00%
	万事利集团及其关联方	691.08	1.73%	品牌服装、家纺、组合套装、丝巾	直销客户	每月结算一次	72.41	72.41	为满足该公司正常经营需求发生的采购	长期合作	100.00%
	深圳万事利	680.67	1.71%	家纺、组合套装、丝巾	分销商	每月结算一次	40.38	40.38	为承接发行人原深圳分公司业务及人员且使用公司商号的经销商	2016 年开始合作	100.00%
	福粒科技	543.27	1.36%	围巾	分销商	合同签订后支付定金 20 万，2018 年 12 月 31 日前支付 380 万，2019.01.31 前支付 220 万（定金冲抵）	500.45	500.45	该经销商成立系以发展电商平台为目的，为寻求优质平台供应商主动向公司寻求合作	2018 年开始合作	100.00%
	合计	**4,369.01**	**10.95%**				**902.82**	**902.82**			

注 1：2019 年 1 月佑盛丝绸、鸿之祥丝绸、丝展丝绸统一与万事利丝绸签订联合体合同。事帛丝绸与佑盛丝绸属同一实际控制人控制，其于 2019 年末承继了佑盛丝绸与发行人的合作关系。上述四家公司按合并口径统一披露；

注 2：2018 年 3 月江南丝府、杭州梅岭丝绸有限公司、鸿之祥丝绸、佑盛丝绸、丝展丝绸统一与万事利丝绸签订联合体合同。上述五家公司按合并口径统一披露；

注 3：万事利集团及其关联方指除公司及分子公司外的万事利集团及其下属企业；

注 4：惠买在线、南昌惠买在线科技有限公司、北京惠买网络科技有限公司、西藏植朵商贸有限公司四者为同一体系内关联公司，按合并口径统一披露；

注 5：蚕运源贸易、柏丝祥贸易、杭州万丝祥贸易有限责任公司三者为同一体系内关联公司，按合并口径统一披露；

注 6：根据保荐机构、申报会计师走访时访谈的情况填列，下同，**京东世纪不接受走访**；

注 7：各期末期后回款统计截止日为 **2021 年 3 月 31 日**，下同；

注 8：新冠肺炎疫情期间，加盟商提货信用期可延长至 3 个月。

公司针对不同销售模式下客户制定了相应的价格政策，产品特殊折扣申请亦制定了相应的审批流程。报告期内，公司与各期前五大客户的交易定价公允，不同客户因适应定价机制不同而导致毛利率存在差异，公司丝绸文化创意品价格确定原则为成本加成法。（1）对于常规产品，针对企业团购客户，由于公司丝绸文化创意品兼具商务需求与个人消费需求，部分客户采购金额和频次相对较高，合作关系较为稳定，因此，公司通常以产品吊牌价为基准，根据客户采购产品类型、采购规模、合作历史等因素，给予一定折扣。针对加盟商、经/代销商等分销客户，公司综合考虑年度提货额、历史指标完成情况、开店数量（加盟商）、采购产品类型等因素，以吊牌价为基准并给予一定折扣，不同客户折扣有所差异；（2）对于个性化定制产品，不同客户根据自身的采购需求，对产品的规格如尺寸、材质、花色等都会有不同的要求，从而使得不同规格的产品价格不同，而不同规格的产品其生产成本也有所不同，使得不同客户间的毛利率存在差异。

报告期内，公司与丝绸纺织制品前五大客户合作情况如下：

单位：万元

项目	客户名称	收入金额	占比	主要商品	销售模式	信用期限	期末应收账款余额	期后回款金额	合作背景	合作历史	同类产品采购占比[注 5]
2020 年度	鄂尔多斯及其关联方[注 2]	1,828.56	8.77%	贴牌服装	直销客户	预付 20%定金，发货后	153.21	153.21	2009 年于展会接洽，2010 年开发打样，最	2010 年开始合作	20.00-50.00%

单位：万元

项目	客户名称	收入金额	占比	主要商品	销售模式	信用期限	期末应收账款余额	期后回款金额	合作背景	合作历史	同类产品采购占比[注 5]
						且开具等额发票后 5 日内付 60%，收到货物且开具等额发票后 45 日内付 20%			初从围巾及全真丝，丝混面料开始合作，后陆续开展到女装成衣类产品		
	爱慕股份及其关联方[注 1]	1,370.18	6.57%	丝绸面料	直销客户	出货后 60-90 天	232.63	232.63	2005 年于展会接触，2006 年开始正式合作，主营全真丝、丝混面料及相关家居成衣及周边产品	长期合作	20.00-50.00%
	日播时尚及其关联方[注 7]	1,207.34	5.79%	丝绸面料	直销客户	预付 20%定金，收到货物且开具等额发票后 45-60 日内支付尾款	452.54	452.54	2010 年于展会接洽，主营真丝类面料	2010 年开始合作	80.00-100.00%
	GUESS	1,204.24	5.77%	贴牌服装	直销客户	提单日后 90 天付款	168.37	130.72	2016 年经介绍接洽，主要销售非丝类服装	2016 年开始合作	/
	帛淼服饰及其关联方[注 6]	999.99	4.79%	数码印花加工、丝绸面料	直销客户	面料采购业务为 30%定金，剩余部分在验收开票后 60 天内结清；数码印花加工业务为开具加工清单及发票后	411.40	301.27	公司前员工任监事企业，对公司的品质管控、工艺技术较为满意	2015 年开始合作	20.00%以下

单位：万元

项目	客户名称	收入金额	占比	主要商品	销售模式	信用期限	期末应收账款余额	期后回款金额	合作背景	合作历史	同类产品采购占比[注 5]
						月结					
	合计	6,610.32	31.69%				1,418.16	1,270.37			
2019 年度	爱慕股份及其关联方	2,503.33	7.95%	丝绸面料	直销客户	出货后 60-90 天	476.50	476.50	2005 年于展会接触，2006 年开始正式合作，主营全真丝、丝混面料及相关家居成衣及周边产品	长期合作	20.00-50.00%
	鄂尔多斯及其关联方	2,450.05	7.78%	贴牌服装	直销客户	预付 30%定金，发货后且开具等额发票后 5 日内付 60%，收到货物且开具等额发票后 45 日内付 10%	785.74	785.74	2009 年于展会接触，2010 年开发打样，最初从围巾及全真丝，丝混面料开始合作，后陆续开展到女装成衣类产品	2010 年开始合作	20.00-50.00%
	锦泓集团及其关联方[注 3]	2,206.41	7.01%	丝绸面料	直销客户	常规产品订单为收货并开票后 35 天付款，非常规产品为预付 30%定金，验收合格入库开票后 35 天内支付 70%/装箱单提货支付 60%，验收合格入	211.61	211.61	锦泓集团作为国内上市女装品牌，对丝绸面料质量、交货时间等服务有特定较高要求。公司在行业内口碑较好，对方主动寻求合作	2017 年开始合作	20.00-50.00%

单位：万元

项目	客户名称	收入金额	占比	主要商品	销售模式	信用期限	期末应收账款余额	期后回款金额	合作背景	合作历史	同类产品采购占比[注 5]
						库开票后 35 天内支付 10%					
	GUESS	1,749.60	5.56%	贴牌服装	直销客户	提单日后 2 个月付款	767.25	767.25	2016 年经介绍接洽，主要销售非丝类服装	2016 年开始合作	/
	嘉盈兴业及其关联方[注 4]	1,674.48	5.32%	丝绸面料	直销客户	预付 30%定金，验收收货合格并开具发票后 30 个工作日内支付 70%尾款	186.70	186.70	2017 年经介绍接洽，2018 年开始交易，主营真丝及混丝面料	2018 年开始合作	80.00%
	合计	**10,583.87**	**33.62%**				**2,427.80**	**2,427.80**			
2018 年度	鄂尔多斯及其关联方	2,583.78	7.52%	贴牌服装	直销客户	预付 30%定金，发货并开票后 5 日内 60%货款，收货并开票后 45 日内付清余款	365.67	365.67	2009 年于展会接触，2010 年开发打样，最初从围巾及全真丝、丝混面料开始合作，后陆续开展到女装成衣类产品	2010 年开始合作	20.00-50.00%
	GUESS	2,173.30	6.32%	贴牌服装	直销客户	提单日后 2 个月付款	627.77	627.77	2016 年经介绍接洽，主要销售非丝类服装	2016 年开始合作	/
	锦泓集团及其关联方	1,841.50	5.36%	丝绸面料	直销客户	常规产品订单为收货并开票后 35 天付款，非常规产品为预付 30%，验收合格入	300.61	300.61	锦泓集团作为国内上市女装品牌，对丝绸面料质量、交货时间等服务有特定较高要求。公司在行业内口碑较好，对方主动寻求合作	2017 年开始合作	20.00-50.00%

单位：万元

项目	客户名称	收入金额	占比	主要商品	销售模式	信用期限	期末应收账款余额	期后回款金额	合作背景	合作历史	同类产品采购占比[注 5]
						库开票后 35 天内支付 70%/装箱单提货支付 60%，验收合格入库开票后 35 天内支付 10%					
	CWF	1,612.63	4.69%	贴牌服装	直销客户	开票后 90 天付款	900.15	900.15	CWF 为全球知名童装品牌公司，公司主要销售高端童装	2015 年开始合作	/
	爱慕股份及其关联方	1,362.28	3.96%	丝绸面料	直销客户	出货后 60-90 天	220.25	220.25	2005 年于展会接触，2006 年开始正式合作，主营全真丝、丝混面料及相关家居成衣及周边产品	长期合作	20.00-50.00%
	合计	**9,573.49**	**27.85%**				**2,414.45**	**2,414.45**			

注 1：爱慕股份、北京爱慕文化发展有限公司、重庆爱慕美丽服饰有限公司、北京爱慕郡是服饰有限公司四者为同一体系内关联公司，按合并口径统一披露；

注 2：天津绒耀、北京鄂尔多斯时装有限公司、北京鄂尔多斯创展服装有限公司、内蒙古鄂尔多斯服装有限公司、鄂尔多斯五者为同一体系内关联公司，按合并口径统一披露；

注 3：上海维格娜丝时装有限公司、锦泓集团两者为同一体系内关联公司，按合并口径统一披露；

注 4：嘉盈兴业与广州市格风服饰有限公司系同受胡启明控制，按合并口径统一披露；

注 5：客户 **GUESS、CWF** 未提供相关数据;

注 6：帛淼服饰、龙品纺织两者为同一体系内关联公司，按合并口径统一披露；

注 7：日播时尚、上海日播至诚服饰有限公司、上海日播、上海日播投资控股有限公司四者为同一体系内关联公司，按合并口径统一披露。

丝绸纺织制品不同客户产品差异较大导致毛利率存在差异，如爱慕股份及其关联方主要采购丝绸面料、鄂尔多斯及其关联方主要采购丝绸服装、GUESS 主要采购非丝服装、CWF 主要采购非丝童装、帛淼服饰及其关联方主要采购数码印花加工服务，公司针

对客户定价制定了相应的审批流程，以核算毛利率确定产品价格。报告期内，公司与各期前五大客户的交易定价公允。

2020 年，公司与口罩产品前五大客户合作情况如下：

单位：万元

项目	客户名称	收入金额	占比	主要商品	销售模式	信用期限	期末应收账款余额	期后回款金额	合作背景	合作历史	同类产品采购占比
2020 年度	本真商贸	5,972.62	**34.08%**	平面及立体口罩	分销商	先款后货	-	-	经人介绍	2020 年开始合作	80.00-100.00%
	妇帮医疗	724.78	**4.14%**	立体口罩	分销商	先款后货	-	-	客户主动联系公司询价	2020 年开始合作	80.00-100.00%
	AMGPRO	706.90	**4.03%**	平面口罩	分销商	合同签订后预付 30%，发货前预付 70%	-	-	客户主动联系公司询价	2020 年开始合作	/[注]
	WING SEE	530.78	**3.03%**	平面口罩	分销商	先款后货	-	-	客户主动联系公司询价	2020 年开始合作	80.00-100.00%
	高斯博医疗	**444.67**	**2.54%**	立体口罩	分销商	2020.4.26 日前支付 41.25 万元，剩余货款在完成交货收到发票后付款	-	-	经人介绍	2020 年开始合作	/
	合计	**8,379.75**	**47.82%**				-	-			

注：客户未提供相关数据。

2020 年受新冠肺炎疫情影响，口罩相关原材料价格波动较大，受原材料价格、客户采购规模、货期的影响，公司对客户的毛利率差异较大，如公司向本真商贸销售规模较大，给予较低的价格导致毛利率较低；公司向高斯博医疗销售口罩主要在 2020 年 5 月出库，因该批口罩于 2020 年 4 月采购相应直接材料成本较高，导致毛利率较低。综上，公司对口罩前五大客户定价公允。

报告期内，公司不存在向单个客户销售比例超过当期营业收入 50%或严重依赖少数客户的情况。前五名客户中万事利集团系公

司控股股东；深圳万事利于 2016 年承接了公司深圳市场业务，吸收了当时万事利丝绸深圳分公司的员工和客户，帛淼服饰系公司离职员工金增凯担任监事的企业，上述两家企业系公司其他潜在利益相关方，除此之外，其他客户与公司均不存在关联关系。万事利集团与其下属企业因日常经营管理需要，向公司采购产品作为商务用品或员工福利，深圳万事利作为公司的地区经销商向公司采购产品进行分销，帛淼服饰及其关联方采购印花加工服务用于自身生产经营，上述关联交易具备真实合理性。发行人与上述客户不存在其他利益安排。

三、丝绸文化创意品、OEM 丝绸制品前五大客户与发行人的合作背景、合作历史，向发行人的采购占其采购总额的比例，交易价格是否公允、是否存在关联关系或其他利益安排等

具体参见本问询函回复问题 12 之“二、分别列示丝绸文化创意品、OEM 丝绸制品前五大客户的名称、收入金额、占比、主要商品、毛利率、销售模式、信用期限、期末欠款金额、期后还款金额”。

四、报告期内发行人向前五大客户销售金额变动情况、前五大客户变化原因

发行人已在招股说明书第六节之“五、（二）2、前五大客户变动情况”中补充披露如下：

2、前五大客户变动情况

报告期内，公司丝绸文化创意品各期前五大客户销售收入情况及变动情况如下：

单位：万元

客户名称	2020 年度	2019 年度	2018 年度	变动原因
惠买在线及其关联方	-	391.46	1,100.71	该客户为公司主要的电视购物渠道运营商，2016 年底开始与公司合作，属于代销模式，公司考虑到代销业务库存风险相对较大，且电视购物渠道竞争日益激烈，经营成本较高，主动缩减了代销业务的规模，故销售规模逐年下降。
事帛丝绸及其关联方	**486.83**	1,257.48	1,353.28	该客户为公司的主要加盟商之一，2020 受新冠肺炎疫情影响，加盟商营业时间较短，故公司对其销售额下降较多。
万事利集团及其关联方	**486.14**	858.06	691.08	公司主要向控股股东万事利集团及其关联方销售丝绸文化创意品，公司丝绸文化创意品具备当地文化特色，适合在日常经营活动中使用，销售额相对稳定。
深圳万事利	**309.69**	523.14	680.67	深圳万事利为公司地区代理型经销商，销售额相对稳定，2020 年受新冠肺炎疫情影响公司对其销售收入下滑。
福粒科技	**5.62**	8.57	543.27	该客户 2018 年度向公司采购定制款产品，销售给其下游某客户，单笔采购额大，故 2018 年进入公司前五大客户。
彩丝丝绸	**738.83**	1,171.32	357.91	彩丝丝绸于 2017 年 10 月与公司开始合作，为公司长期合作的加盟商。报告期内，彩丝丝绸因扩大店面经营业绩逐步提高，销售额逐年增长，2020 年受新冠肺炎疫情影响，客户营业时间较短，故公司对其销售额下滑。
蚕运源贸易及其关联方	**540.79**	852.91	476.48	该客户于 2018 年末新开一家加盟店，销售额明显增加，2020 年受新冠肺炎疫情影响，客户营业时间较短，故公司对其销售额下滑。
卡娜丝	**770.07**	-	-	**2020 年下半年新增加盟商。**

单位：万元

客户名称	2020 年度	2019 年度	2018 年度	变动原因
实业				
京东世纪	**567.91**	**109.32**	**15.63**	**近年来随着国家阳光采购政策推进，政企采购集中化、平台化、电商化趋势明显，与京东慧采平台合作的大型企事业单位逐年增加，故公司对京东世纪的销售额相应增加。**

报告期内，公司丝绸纺织制品各期前五大客户销售收入及变动原因情况如下：

单位：万元

客户名称	2020 年度	2019 年度	2018 年度	变动原因
爱慕股份及其关联方	**1,370.18**	2,503.33	1,362.28	报告期内，双方合作情况良好，2019 年度，该客户采购的品类数量增加导致销售额增加，2020 年受疫情影响，公司对其销售额下滑较多。
鄂尔多斯及其关联方	**1,828.56**	2,450.05	2,583.78	该客户认可公司产品品质，故 2018 年起提升了对公司的采购比例，2020 年受疫情影响，公司对其销售额下滑。
锦泓集团及其关联方	**677.61**	2,206.41	1,841.50	双方于 2017 年开始合作，因该客户对公司产品品质较为认可故向公司采购金额不断上升，2020 年受疫情影响，公司对其销售额下滑**较多**。
GUESS	**1,204.24**	1,749.60	2,173.30	2017 年双方合作后该客户对公司产品品质较为认可故增加了向公司的采购量；**2020 年因公司主动缩减了非丝贴牌服装业务导致交易额减小。**
日播时尚及其关联方	**1,207.34**	315.37	591.47	2019 年公司向其销售金额下降主要原因系当期订单时间安排较晚，部分产品在 2020 年初发货。2020 年该客户线上平台销售受疫情影响较小，双方交易金额较为稳定。
帛淼服饰及其关联方	**999.99**	1,579.09	760.85	2017 年该客户以采购丝绸面料为主，2018 年起以采购数码印花加工服务为主，该客户对公司数码印花工艺、产品质量较为满意，双方交易金额逐年增长。**2020 年受疫情影响，公司对其销售额下滑。**
嘉盈兴业及其关联方	**635.47**	1,674.48	266.53	双方于 2018 年开始合作，该客户对公司供货能力及产品质量较为满意，2019 年增加了向公司的采购量，2020 年受疫情影响，公司对其销售额下滑。
CWF	**637.11**	1,078.00	1,612.63	公司向该客户销售模式为每年提供样式设计图稿供公司设计样品，再由该客户挑选样品进行批量采购，2019 年该客户选中的样品少于前两年导致采购额下滑；**2020 年因公司主动缩减了非丝贴牌服装业务导致交易额减小。**

五、同一产品不同客户之间毛利率存在差异的原因，以及同一客户不同年度内收入、毛利率变动的原因

（一）同一客户不同年度内收入、毛利率变动的原因

具体参见本问询函回复问题 12 之“四、报告期内发行人向前五大客户销售

金额变动情况、前五大客户变化原因”。

（二）同一产品不同客户之间毛利率存在差异的原因

发行人已在招股说明书第八节之“十三、（四）2、丝绸文化创意细分产品毛利率分析”中补充披露如下：

（3）丝绸文化创意产品不同客户毛利率差异原因

丝绸文化创意品作为可选消费品，为满足不同客户的需求，公司产品类别较多，报告期内，丝绸文化创意品销售具体产品超过 1.8 万种，同一品类产品销售单价从数十元到数万元不等。公司丝绸文化创意品价格确定原则为成本加成法，针对不同销售模式下客户制定了相应的价格政策，产品特殊折扣申请亦制定了相应的审批流程。受常规产品或定制产品（常规产品按折扣体系定价，定制产品根据客户具体需求协商定价）、产品规格（如同一丝巾分大、中、小等规格，同一睡衣分男女款从 M 码到 XXL 码，同一蚕丝被分不同重量不同大小等）、销售渠道（销售团队、加盟商、经/代销商渠道均有不同的价格折扣政策）、交易规模（通常情况下交易规模较大的客户定价较低）、合作历史（通常情况下合作历史较久的客户定价较低）等因素的影响，同类产品不同客户的毛利率存在一定的差异。

发行人已在招股说明书第八节之“十三、（四）3、丝绸纺织制品细分产品毛利率分析”中补充披露如下：

（4）丝绸纺织制品不同客户毛利率差异原因

丝绸纺织制品主要包括丝绸面料、贴牌服装、数码印花加工服务，公司针对客户定价制定了相应的审批流程，以核算毛利率确定产品价格，在明确客户订单需求后组织采购与生产活动。对丝绸面料、贴牌服装而言，因产品类型（丝绸面料根据材质可分为真丝面料和非真丝面料，真丝面料根据面料类型又可进一步分为乔其、斜纹绸、素绉缎等数十种；贴牌服装根据材质可分为真丝贴牌服装和非真丝贴牌服装，根据产品属性又可分为上衣、裤子、连衣裙、羽绒服等 16 个类别）、产品规格、款式（男款、女款、儿童款等）的不同导致主要客户具体产品差异较大，且公司与不同客户之间议价能力亦有所差异；对数码印花加工服务而言，厂房及机器设备等固定投资较大，公司按月分摊固定成本，在产量较低的月份客户分摊固定成本较高导致毛利率较低。综上，公司同类产品不同客户的毛利

率存在一定的差异。

发行人已在招股说明书第八节之“十三、（四）4、口罩细分产品毛利率分析”中补充披露如下：

（2）口罩产品不同客户毛利率差异原因

公司口罩产品包括立体口罩和平面口罩，2020 年度口罩产品原材料市场价格波动较大，公司向客户销售毛利率主要受交易规模（通常情况下订单规模较大的客户定价较低）、原材料价格、货期（通常情况下货期较短的客户定价较高）等因素的影响。

六、发行人与客户签订联合体合同是否符合行业惯例，联合体合同的具体含义，报告期各期组成联合体的客户存在交叉的原因，是否符合行业整体情况

报告期内，发行人共签署两次联合体合同，具体如下：

2018 年 3 月，江南丝府、杭州梅岭丝绸有限公司、鸿之祥丝绸、佑盛丝绸、丝展丝绸统一与万事利丝绸签订联合体合同，该合同有效期至 2018 年 12 月。

2019 年 1 月，佑盛丝绸、鸿之祥丝绸、丝展丝绸统一与万事利丝绸签订联合体合同，该合同有效期至 2019 年 12 月。事帛丝绸与佑盛丝绸属同一实际控制人控制，其于 2019 年末承继了佑盛丝绸与发行人的合作关系。

签署联合体合同的加盟商合计 6 家，分别为江南丝府、杭州梅岭丝绸有限公司、鸿之祥丝绸、佑盛丝绸、丝展丝绸、事帛丝绸，上述加盟商的实际控制人系多年合作伙伴关系，为通过提高采购目标从而享受争取更为优惠的加盟政策，上述企业主动作为联合体与发行人签署合同。2019 年 1 月，因部分加盟商退出，部分加盟商与公司新建立业务合作关系，导致两份联合体合同的签署主体存在差异，在同一期间内，不存在组成联合体的客户存在交叉与发行人签署联合体合同的情形。

发行人与客户签订联合体合同不属于行业惯例，截至报告期末，发行人已不再签署联合体合同。

发行人已在招股说明书第六节之“五、（二）1、分部前五大客户情况”中补充披露如下：

公司与加盟商签订加盟合同，根据合作目标确定相应折扣、返利比例等优惠政策，江南丝府、杭州梅岭丝绸有限公司、鸿之祥丝绸、佑盛丝绸、丝展丝绸、事帛丝绸实际控制人系多年合作伙伴关系，为通过提高采购目标从而享受更为优惠的加盟政策，上述 6 家企业主动作为联合体与公司签订加盟商合同，定义为联合体合同。公司与客户签订联合体合同不属于行业惯例。

报告期内，公司仅与上述 6 家企业签订了联合体合同，签订周期基本为每年一签（为将每期合同时间调整为年初至年末，2018 年公司与其合同签订周期为 2018 年 3 月至 2018 年 12 月），各期因对方联合体包括的企业数量变化（并非每期均由 6 家企业与公司签订联合体合同）导致与公司签订加盟商合同的主体发生变化，不存在联合体客户存在交叉的情形。截至报告期末，公司已不存在与客户签订联合体合同的情形。

七、请保荐人、申报会计师核查并发表明确意见

（一）核查程序

为核查上述事项，保荐机构和申报会计师主要履行了如下核查程序：

1、对报告期内丝绸文化创意品及丝绸纺织制品前五大客户销售执行分析性程序，分析其变动情况；访谈发行人销售负责人，了解发行人与前五大客户的合作历史、合作背景及客户的主营业务情况，获取前五大客户销售额变动及前五大客户变动的原因。

2、取得报告期内发行人主营业务收入明细账，核查各期前五大客户相关协议；对于同一客户不同年度内销售额变动、毛利率波动较大的情况，根据分析其产品结构波动情况、销售价格及单位成本变动情况，进而分析毛利率波动的原因

3、对报告期内主要客户履行走访及函证程序，通过询问及获取工商底档途径确认是否存在关联关系。

4、取得了报告期内发行人与江南丝府、杭州梅岭丝绸有限公司、鸿之祥丝绸、佑盛丝绸、丝展丝绸签署的合同；现场走访了江南丝府，并取得了业务承继关系相关确认函。

（二）核查意见

经核查，保荐机构、申报会计师认为：

1、**2020 年**发行人丝绸文化创意品前五大客户销售金额及占比下降主要系**发行人前五大客户以分销商为主，2020 年受新冠肺炎疫情影响较大；2018**-2019 年度，发行人丝绸纺织制品前五大客户销售金额及占比不断上升主要系发行人产品质量、技术含量、渠道管控能力、商业信誉等方面获得了客户的认可，双方合作规模不断扩大。2020 年，受新冠肺炎疫情的影响，公司向丝绸纺织制品前五大客户销售额下降。

2、发行人已在招股说明书补充披露了丝绸文化创意品、丝绸纺织制品前五大客户的名称、收入金额、占比、主要商品等信息。

3、发行人已在招股说明书补充披露了与主要客户的合作历史、销售信息，发行人对各期前五大客户的定价公允；发行人各期前五大客户中，万事利集团系发行人关联方，深圳万事利、帛淼服饰系发行人其他潜在利益相关方，除此之外，发行人与各期前五大客户不存在关联关系，发行人与各期前五大客户不存在其他利益安排。

4、报告期内发行人向前五大客户销售金额及毛利率变动情况、前五大客户变化原因合理。

5、丝绸文化创意品作为可选消费品，为满足不同客户的需求，公司产品类别较多，报告期内，丝绸文化创意品销售不同型号细分产品的种类超过 1.8 万种；公司针对不同销售模式下客户制定了相应的价格政策，产品特殊折扣申请亦制定了相应的审批流程；受常规产品或定制产品、产品规格、销售渠道、交易规模、合作历史等因素的影响，同类产品不同客户的毛利率存在一定的差异；丝绸纺织制品主要包括丝绸面料、贴牌服装、数码印花加工服务，公司针对客户定价制定了相应的审批流程，以核算毛利率确定产品价格，在明确客户订单需求后组织采购与生产活动，因产品类型、产品规格、款式的不同导致主要客户具体产品差异较大，因此同类产品不同客户的毛利率存在一定的差异；公司口罩产品包括立体口罩和平面口罩，2020 年口罩产品原材料市场价格波动较大，公司向客户销售毛利率主要受交易规模、原材料价格、货期等因素的影响；报告期内发行人同一产品不同客户之间毛利率存在差异具有合理性。

6、发行人与客户签订联合体合同系出自于客户的需求，客户通过签署联合体合同提高采购目标从而争取更为优惠的加盟政策，不属于行业惯例。报告期内发行人仅与上述 6 家企业签订了联合体合同，各期因对方合作企业变化导致与公司签订加盟商合同的主体发生变化，在同一期间内，不存在组成联合体的客户存在交叉与发行人签署联合体合同的情形。

问题 13

申报文件显示，发行人丝绸文化创意品中涉及核心工艺技术的由子公司生产，其余委托外部供应商协作。OEM 丝绸制品主要采购产品包括面料（白坯面料、色坯面料、成品面料）、服装和外协服务等。请发行人：（1）用通俗易懂的语言详细披露丝绸文化创意品、OEM 丝绸制品的自主生产环节和委外生产环节，并客观披露发行人的生产模式；（2）披露报告期内发行人向丝绸文化创意品、OEM 丝绸制品前五大供应商采购金额变动情况、前五大供应商变化原因，披露前五大供应商与发行人的合作背景、合作历史、是否存在关联关系等，是否存在成立时间较短即成为发行人主要供应商的情况；（3）结合主要采购产品的市场价格变动情况及同行业可比公司情况，披露采购单价是否公允、价格变动的原因及合理性，是否符合行业趋势；（4）披露报告期各期向不同供应商采购相同产品或服务的价格是否存在差异以及差异的原因；（5）分别列示报告期各期丝绸文化创意品、OEM 丝绸制品外协采购情况，包括但不限于供应商、合作方式、采购内容、采购金额及占比、定价原则等，分析相关变动情况，说明发行人对外协供应商是否存在业务依赖、是否存在关联关系或其他利益安排。

请保荐人、申报会计师核查并发表明确意见。

【回复】

一、用通俗易懂的语言详细披露丝绸文化创意品、OEM 丝绸制品的自主生产环节和委外生产环节，并客观披露发行人的生产模式

发行人已在招股说明书第六节之“一、（二）3、生产模式”补充披露如下：

报告期内，公司生产模式主要分为自主加工和外协生产。其中，公司针对具有核心竞争力的数码印花加工工艺采取自主加工方式，而对于面料染色、传统台版印花、成衣加工、丝巾卷边、**蚕丝被加工**等技术含量相对较低，行业竞争充分，

可替代性较强的工艺/环节采取外协生产的模式。外协生产根据是否由供应商提供原材料和结算方式可进一步分为外包模式（全额结算）和委托加工模式（净额结算）两类。公司综合考虑具体产品的面料类型、生产工艺、品质要求、交付时效等因素，确定外协生产所采取的模式。

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

项 目		设计环节	印染加工环节	制作环节（丝巾卷边、成衣制作、蚕丝被加工等环节）	质检包装环节	序号
丝绸文化创意品（自有终端品牌）	部分丝巾、家纺（蚕丝被）等产品	自主完成	自主完成	外协生产-委托加工模式	自主完成	①、⑫
	其他产品		外协生产-外包模式			②
丝绸纺织制品（非自有终端品牌）	丝绸面料	客户提供设计样稿，公司辅助设计	自主完成	/	自主完成	③
			外协生产-委托加工模式	/	公司完成质检，供应商完成简单包装	④
			外协生产-外包模式	/		⑤
	贴牌服装	客户提供设计样稿，公司辅助设计	自主完成	外协生产-委托加工模式	公司完成质检，供应商完成简单包装	⑥
			外协生产-委托加工模式			⑦
			外协生产-外包模式			⑧
	其他丝绸纺织制品	客户提供设计样稿，公司辅助设计	外协生产-委托加工模式		公司完成质检，供应商完成简单包装	⑨
			外协生产-外包模式			⑩
	数码印花加工	/	自主完成	/	自主完成	⑪

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

报告期内，公司不同生产模式下完工入库成本情况如下：

单位：万元

项 目	生产模式	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
		完工入库成本	占比	完工入库成本	占比	完工入库成本	占比
丝绸文化	自主加工①	**3,240.72**	**7.02%**	3,114.48	6.73%	691.79	1.43%

单位：万元

项 目	生产模式	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
		完工入库成本	占比	完工入库成本	占比	完工入库成本	占比
创意品（自有终端品牌）	**委托加工⑫**	**278.98**	**0.60%**	-	-	-	-
	外包②	**14,811.66**	**32.06%**	17,976.30	38.84%	18,828.55	38.98%
丝绸纺织制品（非自有终端品牌）	自主加工③+⑪	**5,415.29**	**11.72%**	6,453.17	13.94%	5,169.22	10.70%
	委托加工④+⑥+⑦+⑨	**8,503.93**	**18.41%**	15,164.17	32.76%	19,199.24	39.75%
	外包⑤+⑧+⑩	**2,673.51**	**5.79%**	3,574.68	7.72%	4,408.28	9.13%
口罩	自主加工⑬	**1,230.71**	**2.66%**	/	/	/	/
	委托加工⑭	**4,759.85**	**10.30%**	/	/	/	/
	外包⑮	**5,280.09**	**11.43%**	/	/	/	/
自主加工模式合计 ①+③+⑪+⑬		**9,886.72**	**21.40%**	**9,567.64**	**20.67%**	**5,861.00**	**12.14%**
委托加工模式合计 ④+⑥+⑦+⑨+⑫+⑭		**13,542.76**	**29.32%**	**15,164.17**	**32.76%**	**19,199.24**	**39.75%**
外包模式合计 ②+⑤+⑧+⑩++⑮		**22,765.26**	**49.28%**	**21,550.98**	**46.56%**	**23,236.83**	**48.11%**
合 计		**46,194.74**	**100.00%**	**46,282.79**	**100.00%**	**48,297.07**	**100.00%**

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

报告期内，公司自主加工比例分别为 12.14%、20.67%和 **21.40%，2018**-2019 年度，随着公司逐步向能够发挥数码印花核心工艺优势的产品倾斜，数码印花加工业务客户数量增加，丝绸文化创意品和丝绸纺织制品自主加工比例均呈逐年提升趋势，带动公司总体加工比例呈上升趋势。2020 年度，由于疫情爆发初期公司自有产能相对较小，口罩产品自主加工比例相对较低，**总体**自主加工比例**仍呈上升趋势**。

（1）丝绸文化创意品

公司丝绸文化创意品所采取的生产模式及对应的核算方式具体如下：

产品/服务类型	生产模式		主要特点	核算方式
丝绸文化创意品（自有终端品牌）	自主加工		针对部分丝巾等产品，公司自主设计，自行采购原辅料，自主完成数码印花加工环节，进一步委托外部供应商完成丝巾卷边环节，经质检、包装后销售	原辅料采购计入存货中的原材料和周转材料科目。生产完工时，将生产领用的原辅料成本、生产加工环节耗用的直接人工及制造费用、以及卷边环节等发生的委托加工费用结转至完工产品，销售时再结转至主营业务成本
	外协	**委托**	**针对部分蚕丝被产品，公司自行采购**	**原辅料采购计入存货中的原材料科目。发出**

产品/服务类型	生产模式		主要特点	核算方式
	生产	**加工**	**原辅料，委托供应商完成蚕丝被加工环节，产品加工完成经公司质检后销售**	**采购的原辅料时，将原材料成本结转入委托加工物资。委托加工缴回并验收入库时，将原辅料成本、委托加工费用结转至完工产品，销售时再结转至主营业务成本**
		外包	针对丝绸文化创意品其他产品，公司自主设计，确定产品材质及质量标准，委托外包供应商采购原材料并根据公司要求完成生产制作。公司向外包供应商采购半成品，经质检、包装后销售	采购入库计入存货中的半成品科目。完工时，将半成品采购成本和包装环节耗用的直接材料、直接人工及制造费用结转完工产品，销售时结转至主营业务成本

公司针对丝绸文化创意品主要专注于研发设计与销售。因双面数码印花工艺水平提升，报告期内部分丝巾等产品由公司自主完成数码印花加工环节，**为发挥原材料集中采购的价格优势，2020 年下半年开始，针对蚕丝被产品公司逐步采购丝棉、胎套等原材料后委托供应商加工成品**。除此之外，其他产品主要采取外包模式，委托外包供应商采购原材料并根据公司设计样稿、产品材质及质量标准要求完成生产制作，产品经质量检验后入库。丝绸文化创意品根据预计销售需求制定生产计划，对于个性化定制产品公司根据客户订单需求组织生产，对于常规产品公司根据每日动态销售数据及未来销售趋势预测组织生产，保留一定的备货量。

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

（2）丝绸纺织制品

公司丝绸纺织制品所采取的生产模式及对应的核算方式具体如下：

产品/服务类型		生产模式	主要特点	核算方式
丝绸纺织制品（非自有	丝绸面料与贴牌服装及	自主加工	公司根据客户设计样稿或其他要求，进行辅助设计，自行采购原辅料，自主完成数码印花加工环节。产品加工完成，经质检后销售	原辅料采购计入存货中的原材料科目。生产完工时，将生产领用的原辅料成本、生产加工环节耗用的直接人工及制造费用结转至完工产品，销售时结转至主营业务成本

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

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

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

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

（3）口罩

产品类型	生产模式	主要特点	核算方式

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

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

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

二、披露报告期内发行人向丝绸文化创意品、OEM 丝绸制品前五大供应商采购金额变动情况、前五大供应商变化原因，披露前五大供应商与发行人的合作背景、合作历史、是否存在关联关系等，是否存在成立时间较短即成为发行人主要供应商的情况

发行人丝绸文化创意品和丝绸纺织制品自主加工环节全部由子公司万事利数码完成，其统一采购所需的原辅料，并对完成数码印花加工环节后的丝巾产品进一步委托外部供应商完成丝巾卷边等服务。因**部分丝巾和丝绸面料**所采购的原辅料和委托加工服务有所趋同，无法按两类产品进行准确区分，故将自主加工**部分丝巾**所采购的原辅料和委托加工服务在丝绸纺织制品采购端统计。

发行人向主要供应商采购金额的变动符合实际经营情况，发行人已在招股说明书第六节之“六、（二）2、前五大供应商变动情况”中补充披露如下：

2、前五大供应商变动情况

（1）丝绸文化创意品

报告期内，公司丝绸文化创意品各期前五大供应商合计 9 家，具体情况如下：

序号	供应商名称	采购金额（万元）			成立时间	关联关系	采购金额变动原因	合作历史及合作背景
		2020 年度	2019 年度	2018 年度				
1	惠冠数码	**262.70**	1,473.26	2,754.12	2011 年 1 月	无	公司双面数码印花丝巾自产比例提升，外包采购丝巾减少	双方于 2007 年左右开始合作，系公司自主开发的供应商
2	兴隆绸厂	**165.64**	254.01	764.05	1996 年 9 月	无	最近两年因产品处于调整阶段新品采购量减少	双方已有 10 多年的合作，系公司自主开发的供应商
3	桑帕尔服饰	**831.09**	704.36	733.80	2005 年 8 月	无	**双方合作情况较为稳定**	双方于 2009 年左右开始合作，系公司自主开发的供应商
4	永丰源瓷业	**918.59**	798.91	658.78	2005 年 1 月	无	双方合作情况较为稳定	双方均为 2016 年 G20 杭州峰会国礼供应商，双方于 2016 年开始进行品牌合作
5	丝之源纺织	**191.03**	1,002.41	439.87	2003 年 4 月	无	2018 年公司对家纺产品进行调整研究，采购量减少；2019 年公司明确了蚕丝被的定位并推出新品，市场反馈较好使得采购量增加；**2020 年部分蚕丝被产品通过采购原材料后委托供应商加工，直接采购家纺产品减少**	双方于 2014 年通过行业展会形成合作关系
6	华人数码	**451.73**	1,047.38	761.13	2005 年 11 月	无	该供应商产品质量较为稳定，**2018-2019 年**公司采购量逐步增加；**2020 年公司转移了部分包装盒至其他供应商导致采购额减少**	双方于 2016 年开始合作，系公司自主开发的供应商

序号	供应商名称	采购金额（万元）			成立时间	关联关系	采购金额变动原因	合作历史及合作背景
		2020 年度	2019 年度	2018 年度				
7	千思纺织	**1,400.20**	1,144.05	829.14	2005 年 5 月	无	双方合作情况良好，采购量增加	双方通过行业展会形成合作关系，合作已达 10 多年
8	瑞帛汇丝绸	**744.43**	297.88	356.44	2016 年 12 月	无	公司与其合作情况较为稳定，**其生产响应速度快，小订单品质亦较好，2020 年增加了个性化订单采购规模**	双方于 2016 年通过行业展会形成合作关系
9	**桂华丝绸**	**609.93**	**-**	**-**	**2000 年 6 月**	**无**	**为发挥原材料集中采购的价格优势，2020 年下半年开始，公司加大了对外采购原材料的规模，新开发桂华丝绸向公司提供丝棉、白坯面料**	**双方于 2020 年开始合作，系公司加大原材料采购规模而自主开发的供应商**
	南宁桂华	**314.80**	**-**	**-**	**2017 年 11 月**	**无**		

瑞帛汇丝绸与瑞帛家纺属于同一控制下，其承继了瑞帛家纺与公司的业务合作关系，瑞帛家纺成立于 2006 年；**桂华丝绸与南宁桂华属于同一控制下，桂华丝绸成立于 2000 年。**

综上，公司丝绸文化创意品个别供应商成立时间较短即成为主要供应商具有合理性；公司与丝绸文化创意品主要供应商**均**不存在关联关系。

（2）丝绸纺织制品

报告期内，公司丝绸纺织制品各期前五大供应商合计 **9** 家，具体情况如下：

序号	供应商名称	采购金额（万元）			成立时间	关联关系	采购金额变动原因	合作历史及合作背景
		2020 年度	2019 年度	2018 年度				
1	世轩实业	**61.67**	2,616.39	2,304.19	2009 年 4 月	无	双方合作情况良好，采购规模逐步增加；2020 年受疫情影响，公司采购量减少	双方于 2016 年通过行业展会形成合作关系
	菱湖东方	**1,454.29**	-	-	2017 年 1 月	无		

序号	供应商名称	采购金额（万元）			成立时间	关联关系	采购金额变动原因	合作历史及合作背景
		2020 年度	2019 年度	2018 年度				
2	康龙丝绸	**1,129.40**	1,631.17	1,752.37	2012 年 12 月	无	双方合作情况良好，公司采购量较为稳定，2020 年受疫情影响，公司采购量减少	双方于 2008 年开始合作，系公司自主开发的供应商
3	湖丰丝绸	**462.83**	858.15	1,036.12	2002 年 10 月	无	近两年公司产品种类进行调整导致采购量下降	双方于 2010 年开始合作，系公司自主开发的供应商
4	汇流服饰	**69.39**	313.42	905.98	2014 年 6 月	无	公司主动调整了产品种类，**减少了贴牌服装业务规模，**导致公司向汇流服饰采购的服装减少	双方于 2014 年开始合作，系公司自主开发的供应商
5	明锋丝绸	**796.39**	798.33	-	2019 年 2 月	无	2018 年由于其货期较长等原因，公司向其采购量较少	双方于 2002 年开始合作（早期合作单位为湖州明峰丝织厂），系公司自主开发的供应商
	杰峰纺织	**-**	108.03	314.60	2005 年 12 月	无		
6	夯泰服饰	**-**	-	726.95	2016 年 12 月	其他潜在利益相关方	为保证原有业务的稳定过渡，公司在其改制后仍存在较大交易量；2018 年为减少关联交易双方不再合作	双方于 2016 年开始合作，夯泰服饰由万事利数码原服装车间改制设立
7	顺丰丝绸	**1,098.20**	705.93	352.51	2001 年 8 月	无	随着公司自主数码印花加工丝巾增长，公司向其采购量增加	双方于 2016 年开始合作，系公司因自主数码印花加工丝巾增长而自主开发的供应商
8	湖州金裕丝绸科技有限公司	**697.19**	678.41	309.82	2013 年 1 月	无	公司终端产品订单量增长，故向其采购量有所增加	双方于 2015 年开始合作，系公司自主开发的供应商
	湖州金裕丝绸有限公司	**-**	-	0.41	2002 年 12 月	无		

序号	供应商名称	采购金额（万元）			成立时间	关联关系	采购金额变动原因	合作历史及合作背景
		2020 年度	2019 年度	2018 年度				
9	佳鹏纺织	**358.48**	1,232.60	-	2003 年 3 月	无	近两年公司自主数码印花加工丝巾增长，公司向其采购量增加；2020 年**因其不接受白坯面料门幅定制及部分产品质量不达标等原因**，公司采购量减少	双方于 2019 年开始合作，系公司因自主数码印花加工丝巾增长而自主开发的供应商

菱湖东方与世轩实业属于同一控制下，其承继了世轩实业与公司的业务合作关系，世轩实业成立于 2009 年；明锋丝绸与杰峰纺织属于同一控制下，其承继了杰峰纺织与公司的业务合作关系，杰峰纺织成立于 2005 年。

夯泰服饰由万事利数码原服装车间改制设立，为保证原有业务的稳定过渡，公司在其改制后仍存在较大交易量；为减少关联交易，双方于 2018 年终止合作。夯泰服饰属于公司其他潜在利益相关方。

综上，**公司丝绸纺织制品个别供应商成立时间较短即成为主要供应商具有合理性；**除夯泰服饰外，公司与丝绸纺织制品主要供应商不存在关联关系。

（3）口罩产品

2020 年**度**，公司口罩产品前五大供应商具体情况如下：

单位：万元

序号	供应商名称	采购金额	成立时间	关联关系	采购金额变动原因	合作历史及合作背景
1	星野集团	1,045.10	1995 年 7 月	无	2020 年因新冠肺炎疫情公司新增口罩产品，相应采购金额增加	双方于 2020 年开始合作，系公司自主开发的供应商
	启潮工贸	811.41	1995 年 3 月	无		
	武林工贸	732.65	1991 年 10 月	无		
	浙江东越实业有限公司	200.30	2012 年 11 月	无		
2	科骄服饰	713.27	2006 年 8 月	无		双方于 2020 年开始合作，系公司自主开发的供应商
3	富贵世家	553.27	2005 年 5 月	无		双方于 2020 年开始合作，系公司自主开发的供应商
4	苏州诚合	524.16	2017 年 1 月	无		双方于 2017 年开始合作，其系丝绸文化创意品的主要经销商，因其拥有口罩原材料资源主动对接公司

单位：万元

序号	供应商名称	采购金额	成立时间	关联关系	采购金额变动原因	合作历史及合作背景
5	朵拉日用	357.48	2009 年 7 月	无		双方于 2020 年开始合作，系公司自主开发的供应商

苏州诚合系公司主要经销商之一，因其拥有口罩原材料资源主动寻求与公司合作口罩业务。除苏州诚合外，公司口罩供应商不存在成立时间较短即成为主要供应商的情形。公司与口罩主要供应商不存在关联关系。

三、结合主要采购产品的市场价格变动情况及同行业可比公司情况，披露采购单价是否公允、价格变动的原因及合理性，是否符合行业趋势

（一）丝绸文化创意品包括常规产品和个性化定制产品，采购类别较多，排除特殊因素报告期内采购单价波动与原材料价格走势基本一致，价格变动合理

同行业可比公司披露的数据无公司主要采购产品，以下从公司采购产品主要原材料市场价格走势进行公允性分析。发行人已在招股说明书第六节之“六、（三）采购公允性分析”中补充披露如下：

（三）采购公允性分析

1、丝绸文化创意品

公司丝绸文化创意品经设计打样后，根据样品成本进行市场询价，并根据报价情况择优选择外协供应商。公司采购单价变动与原材料市场价格变动趋势基本一致，不存在采购单价异常变动的情形。

报告期内，发行人丝绸文化创意品主要采购产品为丝巾、家纺、品牌服装、包装材料、围巾，具体如下：

单位：万元

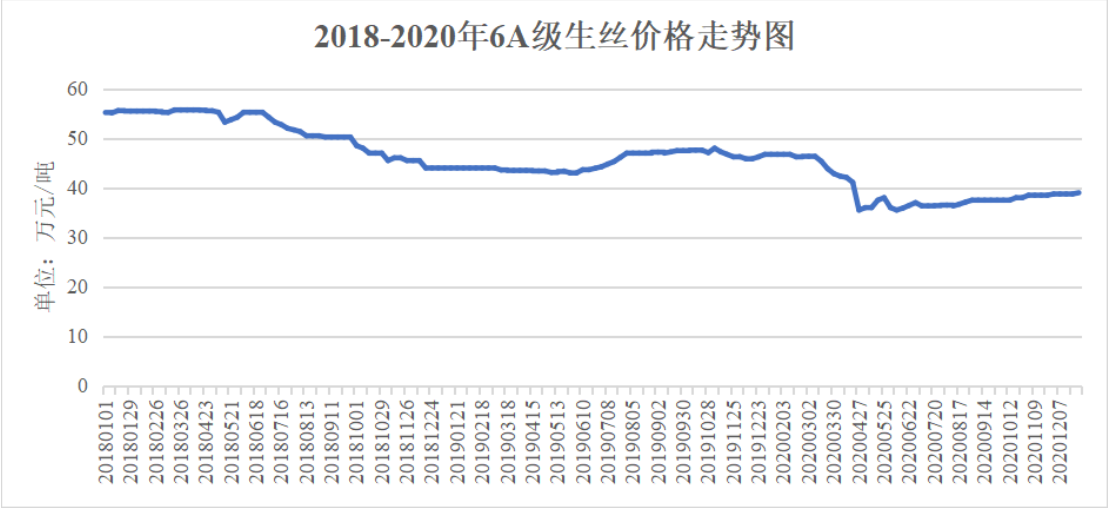
品类	2020 年度	2019 年度	2018 年度
丝巾	**701.90**	3,265.36	4,895.63
家纺	**4,315.30**	3,453.53	3,628.33
品牌服装	**1,376.42**	1,533.66	2,208.58
包装材料	**2,376.16**	2,351.80	2,486.12
围巾	**272.77**	576.82	722.01

单位：万元

品类	2020 年度	2019 年度	2018 年度
丝类原料	**1,572.23**	**-**	**-**
小计	**10,614.79**	**11,181.17**	**13,940.67**
采购总额	**13,583.93**	15,418.65	17,684.31
占比	**78.14%**	72.52%	78.83%

注：上述材料为公司丝绸文化创意产品的主要组成部分。

丝绸文化创意品系基于丝绸的相关制品，上游核心原材料为生丝，生丝根据质量的差异可细分为 6A、5A、4A、3A、2A、A、B、C、D、E、F 级和级外品，公司主要产品对品质要求较高，使用 6A 级生丝原材料，蚕丝被按国家品级划分，公司产品主要是优等品，故产品采购单价波动主要参照 6A 级生丝价格走势进行比较。根据中国茧丝绸交易市场数据，6A 级生丝价格 2018 年在高位平整后逐步下降，2019 年维持在 40-50 万元/吨区间，2020 年生丝价格回落。



（1）丝巾

公司产品细分类别较多，根据形状大小丝巾可分为大方巾、中方巾、长巾、小方巾等，根据是否定制可分为常规产品和个性化定制产品，同时各类产品所用面料亦有所差异，各期采购丝巾的平均单价受原材料价格、种类结构、面料类型等方面的影响。报告期内公司采购 A 类丝巾、B 类丝巾、C 类丝巾、D 类丝巾占丝巾采购比例**接近** 70%，四类规格丝巾采购单价波动与原材料价格波动比较如下：

单位：元/件

品类	2020 年度		2019 年度		2018 年度
	单价	变动率	单价	变动率	单价

单位：元/件

品类	2020 年度		2019 年度		2018 年度
	单价	变动率	单价	变动率	单价
6A 级生丝（万元/吨）	**39.59**	**-12.41%**	45.20	-12.77%	51.82
A 类丝巾	**70.42**	**-3.78%**	73.19	-1.98%	74.67
B 类丝巾	**29.79**	**-22.06%**	38.22	-0.57%	38.44
C 类丝巾	**89.36**	**17.15%**	76.28	3.63%	73.61
D 类丝巾	**19.21**	**-10.65%**	21.50	-6.20%	22.92

注：为保护商业机密，公司将不同规格型号的产品以 A、B、C、D 代替，下同，6A 级生丝为当期平均单价。

①A 类丝巾

2018-2020 年 A 类丝巾采购单价呈**逐步下滑**趋势，与 6A 级生丝价格走势基本相符。2019 年 A 类丝巾采购单价较 2018 年下降均不太明显主要系 2018 年公司采购 70 元以下的个性化定制丝巾较多，拉低了 2018 年 A 类丝巾的平均采购单价。排除部分特殊定制品因素 2018 年公司采购 A 类丝巾平均单价为 75.67 元/条，2019 年度采购单价（73.19 元/条）较 2018 年采购单价下降 3.28%。

②B 类丝巾

2018-2020 年 6A 级生丝价格呈逐步下滑趋势，2019 年 B 类丝巾平均采购单价与 2018 年基本持平，主要系 2019 年公司采购了一款定制丝巾，采购单价超过 42 元/条，采购金额占当期 B 类丝巾采购总额的 35%左右，整体拉高了 2019 年 B 类丝巾的平均采购单价，使得其 2019 年单价下滑不明显。2020 年公司采购的 B 类丝巾主要为定制款，数量占比超过 70%，其采购单价较低。

③C 类丝巾

2018-2020 年 6A 级生丝价格呈逐步下滑趋势，2019 年度和 2020 年**度** C 类丝巾采购单价较高主要系根据市场需求的变化公司采购的手工刺绣巾占比逐步增长，此类产品单价较高，排除此因素各期采购平均单价为 71.70 元/条、**61.22** 元/条，分别较上年同期采购平均单价（73.61 元/条，71.70 元/条）下降 2.59%、**14.62%**。因 C 类丝巾受当期主要使用面料影响较大，排除各期特殊因素后 C 类丝巾平均采购单价基本符合 6A 级生丝价格走势。

④D 类丝巾

报告期内，D 类丝巾平均采购单价波动基本与 6A 级生丝价格走势一致，相比其他类别丝巾，D 类丝巾设计较为简单，采购价格主要受原材料价格影响，与客户定制需求相关性较弱。

（2）家纺

公司家纺产品细分类别较多，可进一步细分为蚕丝被、真丝床上套件等，各期采购家纺产品种类结构不同导致家纺平均采购单价波动，报告期内公司采购上述两类产品占家纺采购比例约 80%，采购单价波动与原材料价格波动比较如下：

单位：元/件

品类	2020 年度		2019 年度		2018 年度
	单价	变动率	单价	变动率	单价
6A 级生丝（万元/吨）	39.59	-12.41%	45.20	-12.77%	51.82
蚕丝被	274.60	-15.84%	326.27	10.84%	294.36
真丝床上套件	1,158.37	-26.15%	1,568.50	11.82%	1,402.65

2019 年度蚕丝被平均采购单价较 2018 年度有所上涨，主要系公司在家纺产品上往质量更高的品类拓展，新开发了黄金蚕丝被及高端子母被系列，面料和桑蚕丝级别较以前产品均有较大的提升，除去上述因素 2019 年度、2020 年度蚕丝被平均采购单价为 279.35 元/件、261.58 元/件，分别较上年平均采购单价（294.36 元/件、279.35 元/件）下降 5.10%、6.36%，蚕丝被平均采购单价基本符合原材料价格走势。

真丝床上套件平均采购单价受当期主推产品影响较大。2018 年因惠买在线采购了单价较低定制四件套超过 1,500 件，导致真丝床上套件平均采购单价较低，排除此因素真丝床上套件平均采购单价为 1,558.29 元，2019 年因新开发了套件数量较多的产品（六件套以上），导致真丝床上套件平均采购单价较高，排除此因素 2019 年、2020 年真丝床上套件平均采购单价 1,423.56 元/套、1,128.99 元/套，分别较上年平均采购单价（1,558.29 元/套、1,423.56 元/套）下降 8.65%、20.69%。综上，排除各期特殊因素后真丝床上套件平均采购单价基本符合原材料价格走势。

（3）品牌服装

公司服装产品可进一步细分为睡衣、旗袍、衬衫等，各期采购服装产品种类结构不同导致服装平均采购单价波动，报告期内公司采购睡衣产品占品牌服装采

购比例超过 60%，其采购单价波动与原材料价格波动比较如下：

单位：元/件

品类	2020 年度		2019 年度		2018 年度
	单价	变动率	单价	变动率	单价
6A 级生丝（万元/吨）	**39.59**	**-12.41%**	45.20	-12.77%	51.82
睡衣类	**284.85**	**-9.77%**	315.70	-9.66%	349.47

公司采购的睡衣产品以真丝面料为主，报告期内，睡衣平均采购单价呈先上涨后下降的趋势，基本符合 6A 级生丝价格走势。

（4）围巾

公司围巾产品以非丝为主，故无法与 6A 级生丝原材料价格走势匹配。围巾根据面料可进一步细分为化纤类围巾、真丝绒围巾、丝羊绒混纺围巾、丝羊毛混纺围巾、羊毛围巾等，各期采购围巾产品种类结构不同导致围巾平均采购单价波动，围巾细分类产品对应采购数量及单价如下：

单位：万件，元/件

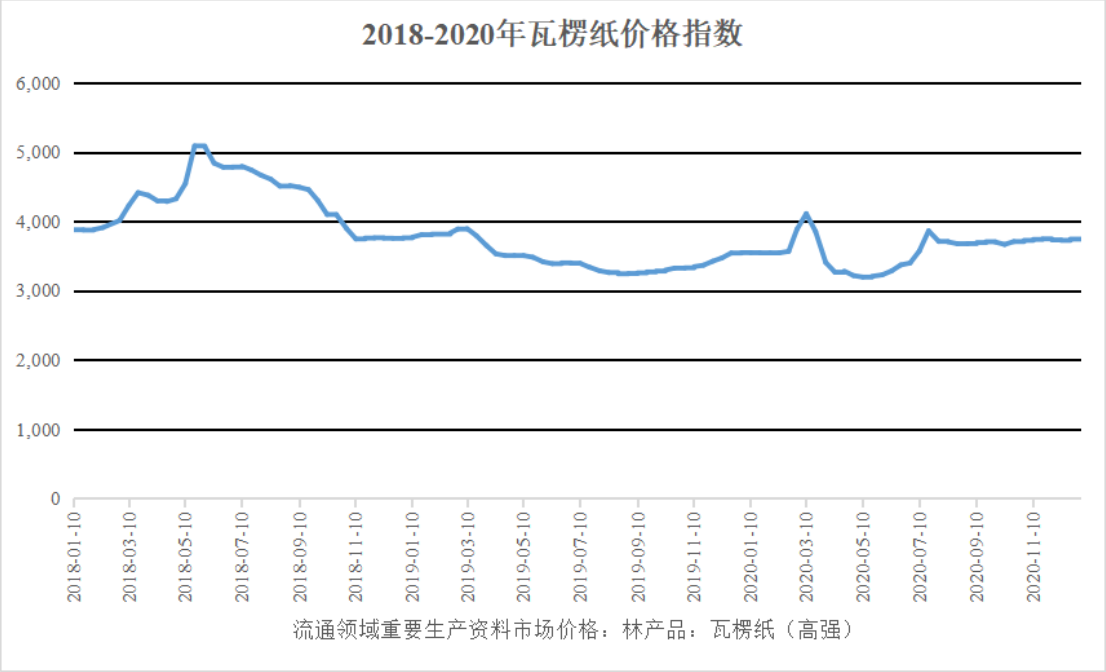
品类	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	数量	单价	数量	单价	数量	单价
围巾	**11.84**	**23.04**	25.85	22.31	39.00	18.51
化纤类围巾	**4.47**	**16.73**	11.96	17.32	33.17	12.41
丝羊毛混纺围巾	**0.98**	**79.46**	0.74	75.06	1.51	54.45
羊毛围巾	**0.34**	**109.29**	1.81	114.63	0.58	89.10
其他	**6.05**	**13.69**	11.35	9.44	3.74	47.21

报告期内，化纤类围巾平均采购单价基本保持稳定，丝羊毛混纺围巾、羊毛围巾、其他类围巾产品单价受客户个性化定制需求的影响较大，2019 年羊毛围巾平均采购单价较高主要系采购了少量的高价印度巾定制款，2020 年羊毛围巾平均采购单价较高原因为当期采购数量较少，主要系纱支数较高的高价羊毛围巾。

（5）包装材料

公司采购的包装材料类别较广，如包装盒、手拎袋、收纳袋、纸箱、卡票、说明书等，且各类别单价差异较大。报告期内，瓦楞纸平均市场价格分别为 **4,295.08** 元/吨、**3,480.62** 元/吨、**3,591.94** 元/吨，整体呈先**下降**后**平稳**趋势，

具体走势如下：



注：以上数据取自 chioce。公司常规包装盒主要原材料为灰板纸，因市场公开数据 2019 年停止了灰板纸价格指数的更新，故选取了走势基本一致的瓦楞纸价格指数进行比较。

公司常规包装盒视市场情况不定期进行升级换代，目前已升级为第六代常规包装盒，常规包装盒的采购根据招投标确定供应商目录，其他包装材料根据需求向合格供应商或市场供应商询比价选择。报告期内公司采购第六代包装盒占包装材料采购占比约 20%，采购单价波动与原材料价格波动比较如下：

单位：元/件

品类	2020 年度		2019 年度		2018 年度
	单价	变动率	单价	变动率	单价
瓦楞纸（元/吨）	**3,591.94**	**3.20%**	**3,480.62**	**-18.96%**	**4,295.08**
保养手册	**0.35**	**2.94%**	0.34	0.00%	0.34
吊粒吊牌	**0.15**	**-25.00%**	0.20	-23.08%	0.26
A 款包装盒	**8.36**	**-23.30%**	10.90	-8.71%	11.94
B 款包装盒	**8.70**	**-16.91%**	10.47	-9.82%	11.61
C 款包装盒	**8.14**	**-7.71%**	8.82	-9.45%	9.74
D 款包装盒	**7.16**	**-17.42%**	8.67	-10.89%	9.73
E 款包装盒	**8.40**	**-10.16%**	9.35	-7.24%	10.08
F 款包装盒	**10.40**	**-24.47%**	13.77	-5.17%	14.52
G 款包装盒	**14.51**	**-3.72%**	15.07	-7.94%	16.37
H 款包装盒	**14.53**	**-4.47%**	15.21	-4.28%	15.89

单位：元/件

品类	2020 年度		2019 年度		2018 年度
	单价	变动率	单价	变动率	单价
I 款包装盒	7.01	-22.02%	8.99	-9.47%	9.93

注：为保护商业机密，上表具体型号包装盒以 A、B、C 等代替。

2018-2019 年，原材料市场价格呈下降趋势，公司主要第六代常规包装盒采购单价走势与原材料市场价格走势基本一致；**2020 年原材料市场价格与 2019 年基本一致，但受新冠肺炎疫情的影响，终端消费市场需求减少，全社会消费品零售总额较 2019 年下降 3.93%，导致纸包装市场需求减少，供应商向公司报价有所降低，从而导致全年采购单价低于 2019 年。**

（6）丝类原料

2020 年下半年，公司为更好地控制上游原材料的成本，逐步采购丝类原料，主要包括白厂丝、丝棉及白坯面料，白厂丝用于委外加工成白坯面料后制作成丝巾，丝棉用于委外加工成蚕丝被，白厂丝及丝棉具体金额、单价及发生业务同期中国茧丝绸交易市场（金蚕网）平均报价如下：

单位：万元/吨，元/米

品类	金额	平均采购单价	同期市场价格[注]
白厂丝	547.29	27.51	29.76
丝棉	609.93	25.37	26.92
白坯面料	314.80	40.74	42.41
小计	1,472.02	/	/
采购总额	1,572.23	/	/
占比	93.63%	/	/

注：同期市场价格系根据公司采购发生当月市场价格的算术平均数

2020 年度，发行人白厂丝和丝棉平均采购单价与发生业务同期市场平均报价存在差异的主要原因系采购批量、等级、门幅等差异所致，但总体差异较小，采购价格公允。

综上所述，公司主要采购产品的平均采购单价与市场价格变动基本一致，**公司根据样品成本进行市场询价，并根据报价情况择优选择供应商，**采购单价具有公允性，符合行业趋势。

（二）丝绸纺织制品所采购产品个性化属性较强，仅面料存在公开市场价格可直接比较，经比较，面料采购价格公允、符合行业趋势。发行人对其余品类采购存在定期询价、比价程序，经验证其采购价格公允，无重大异常。

发行人丝绸纺织制品主要产品采购主要包括面料、服装、服饰加工、面料加工。同行业可比公司未披露其主要产品采购的单价信息，无法与发行人的采购产品单价直接比较。服装、服饰加工、面料加工个性化属性较强，无公开市场报价信息，无法与发行人的采购产品单价直接比较。

发行人已在招股说明书第六节之“六、（三）采购单价公允性分析”中补充披露如下：

2、丝绸纺织制品（非自有终端品牌）

报告期内，发行人丝绸纺织制品主要产品采购主要集中于面料、服饰加工、服装、面料加工四大类，具体如下：

单位：万元

品类	2020 年度	2019 年度	2018 年度
面料	**12,346.62**	20,179.49	19,517.66
服饰加工	**2,096.96**	3,628.31	4,102.76
面料加工	**560.38**	682.20	855.68
服装	**527.56**	955.25	1,583.71
小计	**15,531.52**	**25,445.25**	**26,059.82**
采购总额	**17,256.86**	27,560.80	27,533.55
占比	**90.00%**	92.32%	94.65%

（1）面料

报告期内，发行人面料平均采购单价情况如下：

品类	2020 年度	2019 年度	2018 年度
面料平均采购单价（元/米）	**29.14**	35.20	31.70

报告期内，发行人面料平均采购单价存在一定波动，主要原因系公司采购结构发生变化所致。面料细分品类众多，根据真丝含量、姆米数（厚度）、门幅（宽度）、是否具有弹力属性等维度区分，公司合计采购面料的细分品类超过 600 个，价格区间 10-120 元/米。

报告期内，发行人采购面料的主要大类为双乔绉、丝麻绸、乔其、素绉缎、双绉、重绉，占各期丝绸纺织制品采购总额的比重分别为 51.23%、53.69%和**53.88%**。上述面料类产品存在市场公开报价，但中国茧丝绸交易市场（金蚕网）仅对上述大类下的少部分规格型号产品有报价信息，无法就单一型号比对市场价格（如：公司采购的乔其类面料细分品类超过 100 个，而该平台对乔其类面料的报价仅涵盖 12 个品类）。

经选取18种与市场公开报价规格基本一致的面料细分品类进行比对，情况如下：

单位：万元

项目	2020年度	2019年度	2018年度
弹力双乔绉19MM等18个型号产品合计采购金额	**3,494.82**	6,594.45	3,603.68
占当期面料采购额的比重	**28.31%**	32.68%	18.41%
18个型号产品与市场公开报价之间价格偏离率的平均值[注]	**-0.66%**	-2.16%	**小于0.01%**

注（计算过程说明）：1、根据采购明细账求得单个产品年度平均采购单价，根据市场公开报价信息计算年度市场公开平均报价；2、计算单个型号产品的价格偏离率=（年度平均采购单价-年度市场公开平均报价）/年度市场公开平均报价；3、上述 18 个产品型号价格偏离率取算术平均值。

报告期内，发行人面料主要采购品类的平均采购单价与市场平均报价的偏离率总体较低。公司主要面料采购单价与市场平均报价不存在重大差异，公司面料采购价格具备公允性，符合行业变动趋势。

（2）服装、服饰加工

报告期内，发行人服装、服饰加工的采购单价如下：

单位：元/件

品类	2020 年度	2019 年度	2018 年度
服装	**44.92**	55.45	50.91
服饰加工	**11.80**	13.18	18.23

服饰加工主要由服装加工及围巾加工构成。报告期内，发行人服装、服饰加工的采购单价总体不存在重大波动，小幅变动主要系公司采购结构发生变化所致。服装类产品个性化属性较强，服装大类、主要材质（丝绸、棉、化纤）、款式、工艺差异较大，导致单一品种的采购单价存在差异。**2020 年度，发行人服装采购单价出现下降的主要原因系下游客户需求变动所致。2019-2020 年度**，发行人

服饰加工采购单价出现下降的主要原因系围巾加工的采购占比上升，围巾加工费用单价较低，导致服饰加工整体采购单价降低。

目前关于服装、服饰加工的采购并无公开市场价格，为从内部控制角度保证服装、服饰加工采购的公允性，发行人内部将服装分为16个大类（如上衣、衬衫、连衣裙），加入真丝服装/非真丝服装维度后，发行人内部共有32个服装分类。发行人定期会向外协供应商针对32个服装类别的加工费、服装采购费进行询价。由于市场竞争较为充分，发行人综合通过比价程序及历史合作情况最终确定外协供应商及采购价格，采购价格公允。

（3）面料加工

报告期内，发行人面料加工平均采购单价如下：

单位：元/米

品类	2020 年度	2019 年度	2018 年度
面料加工平均采购单价	**4. 78**	4.55	5.46

报告期内，发行人面料加工平均采购单价波动较小，小幅波动主要系公司要求不同供应商提供的工序有所差异，以及批量大小、淡季忙季等因素影响。

发行人委托外协供应商面料加工主要涉及两道工序，面料染色及台版印花，上述工序无公开市场报价，发行人主要通过每年度向外协供应商询价方式获取当年的市场预期价格。实际采购时，发行人与外协供应商以价格表为基础、结合产能紧张程度、加工难易程度等因素进行定价，采购价格公允。

（三）口罩相关采购在疫情期间市场价格波动较大，根据公开信息检索及结合新冠肺炎疫情背景，发行人口罩相关采购价格具有合理性

新冠肺炎疫情期间口罩及原辅料市场价格波动较大，根据公开信息检索及结合新冠肺炎疫情背景，发行人口罩相关采购价格具有合理性。发行人已在招股说明书第六节之“六、（三）采购单价公允性分析”中补充披露如下：

3、口罩

2020年度，发行人口罩采购主要涉及半成品口罩、口罩加工、熔喷布，具体如下：

单位：万元，元/只，**万元/吨**

品类	金额	平均采购单价
半成品口罩	**5,295.32**	**1.65**
口罩加工	**3,137.87**	0.43
熔喷布	**1,174.65**	**15.49**
小计	**9,607.85**	**-**
采购总额	**11,122.27**	**-**
占比	**86.38%**	**-**

疫情期间口罩相关采购价格存在一定波动，且无市场公开报价信息。

半成品口罩采购方面，发行人所采购的半成品口罩包括平面口罩及立体口罩，均由发行人自行包装后对外销售。发行人半成品平面口罩的平均采购单价为1.12-1.33 元/只；半成品立体口罩的平均采购单价为 5.13-6.78 元/只。根据市场公开信息检索，疫情早期，浙江省第一批口罩生产企业销售的平面口罩单价约为 2 元/只，市场公开销售的立体口罩单价约为 9 元/只，公司半成品口罩采购单价可保证公司存在合理的毛利空间，采购单价公允。

口罩加工采购方面，发行人主要采购内容包含压片加工、焊耳带加工两类服务，压片加工的采购单价为 0.49-0.62 元/只，焊耳带加工的采购单价约为 0.09 元/只，上述价格均由发行人在疫情期间协调各方社会资源后协商确定，采购单价公允。

熔喷布采购方面，疫情期间市场行情波动较大。根据公开信息检索，2020 年 3-5 月，熔喷布的市场价格区间为 3-70 万元/吨，市场行情波动剧烈，公司熔喷布采购单价在市场价格合理区间内，采购单价公允。

四、披露报告期各期向不同供应商采购相同产品或服务的价格是否存在差异以及差异的原因

（一）因采购产品具体类别不同，导致发行人向丝绸文化创意品不同供应商采购相同产品或服务的价格存在差异

公司已在招股说明书第六节之“六、（四）供应商采购单价情况”中补充披露如下：

（四）向不同供应商采购同类产品或服务单价比较分析

1、丝绸文化创意品

（1）丝巾

报告期内，公司丝巾各期前五大供应商合计 8 家，采购情况如下：

单位：元/件

供应商名称	2020 年度	2019 年度	2018 年度
供应商 1	**43.09**	44.60	48.06
供应商 2	**53.89**	52.10	41.43
供应商 3	**/**	/	57.01
供应商 4	**55.00**	42.98	63.81
供应商 5	**58.55**	53.41	52.72
供应商 6	**60.11**	59.65	93.50
供应商 7	**68.81**	65.14	68.33
供应商 8	**173.89**	**240.10**	**245.44**
公司向上述供应商采购丝巾产品金额小计（万元）	**667.41**	**2,952.88**	**4,090.35**
公司当期采购丝巾产品金额合计（万元）	**701.90**	**3,265.36**	**4,895.63**
占比	**95.09%**	**90.43%**	**83.55%**

公司采购丝巾类别较多，因向各供应商采购主要丝巾的具体规格不同，导致向各供应商的平均采购单价有所差异，整体平均采购单价在 40-60 元/条左右。报告期内，公司向部分供应商采购单价差异较大的原因为：

2018 年公司向供应商 6 采购丝巾平均单价较高，主要系公司向其采购的高单价真丝绒披肩占比较高；

报告期内公司向供应商 8 采购丝巾单价较高，主要系向其采购大规格真丝绒产品（130cm*130cm、180cm*60cm 等），其单价相对较高。

（2）家纺

报告期内，公司家纺各期前五大供应商合计 8 家，采购情况如下：

单位：元/件

供应商名称	2020 年度	2019 年度	2018 年度
供应商 1	**1,154.67**	1,124.97	1,255.00
供应商 2	**669.83**	552.75	445.12

单位：元/件

供应商名称	2020 年度	2019 年度	2018 年度
供应商 3	**306.97**	291.64	282.12
供应商 4	**168.84**	120.62	271.68
供应商 5	**248.13**	646.02	5,764.87
供应商 6	/	41.32	57.08
供应商 7	**508.02**	1,179.35	401.44
供应商 8	**1,108.53**	/	/
公司向上述供应商采购家纺产品金额小计（万元）	**3,680.73**	**2,915.19**	**2,650.53**
公司当期采购家纺产品金额合计（万元）	**4,315.30**	**3,453.53**	**3,628.33**
占比	**85.29%**	**84.41%**	**73.05%**

公司家纺产品包括蚕丝被、真丝床上套件等品类，不同品类单价差异较大。报告期内，公司采购蚕丝被和真丝床上件套合计采购额占家纺总采购额约 70%，公司蚕丝被供应商主要包括供应商 2、供应商 3、供应商 4、供应商 9，真丝床上件套供应商主要包括供应商 1、供应商 7、**供应商 8**、供应商 10、供应商 11，对上述两类产品分供应商对采购单件进一步比较如下：

①蚕丝被

报告期内，公司向主要供应商采购蚕丝被单价及金额情况如下：

单位：万元，元/件

项目	2020 年度		2019 年		2018 年	
	单价	金额	单价	金额	单价	金额
供应商 2	**669.84**	**190.90**	569.28	791.87	453.72	418.74
供应商 3	**297.81**	**1,175.96**	279.78	910.68	278.21	775.57
供应商 9	/	-	203.18	6.77	196.40	72.06
供应商 4	**175.59**	**590.10**	178.78	212.37	293.56	259.98
小计	**257.69**	**1,956.96**	**327.53**	**1,921.69**	**307.54**	**1,526.35**
蚕丝被合计	**274.60**	**2,392.02**	**326.27**	**2,003.23**	**294.36**	**1,659.27**
占比	/	**81.81%**	/	95.93%	/	91.99%

蚕丝被采购单价主要受重量的影响，报告期内，公司向供应商 2、供应商 3、供应商 9 分别主要采购重型蚕丝被、1.5KG 以下及便携型蚕丝被、轻型蚕丝被，故导致公司向三家供应商平均采购单价在不同区间。2019 年度和 2020 年度，公

司向供应商 2 纺织采购蚕丝被单价较以往年度提高，主要系公司于 2019 年推出了高端子母被系列及黄金蚕丝被，其面料和蚕丝级别均有较大的提升，除去两款新产品影响公司向供应商 2 采购家纺平均单价分别为 472.13 元/条、**465.85** 元/条，与以前年度采购单价（453.72 元/条）差异较小。报告期期初，公司向供应商 4 主要采购 1.5KG 以上蚕丝被，因其生产货期配合程度较高，公司逐步向其追加个性化定制家纺产品订单，导致平均采购单价逐年下滑。

②真丝床上套件

报告期内，公司向主要供应商采购真丝床上套件单价及金额情况如下：

单位：万元，元/件

项目	2020 年度		2019 年		2018 年	
	单价	金额	单价	金额	单价	金额
供应商 1	**1,176.00**	**153.47**	1,210.72	175.07	1,263.05	714.63
供应商 7	**1,790.73**	**18.80**	2,412.59	157.06	/	-
供应商 10	**2,019.31**	**17.77**	2,379.22	128.72	2,493.48	42.64
供应商 11	/	-	/	-	1,597.02	91.35
供应商 8	**1,108.53**	**404.84**	/	-	/	-
小计	**1,155.10**	**594.88**	**1,746.95**	**460.85**	**1,325.76**	**848.62**
真丝套件合计	**1,158.37**	**688.19**	**1,568.50**	**673.67**	**1,402.65**	**1,234.75**
占比	/	**86.44%**	/	68.41%	/	68.73%

报告期内，公司采购不同真丝套件规格（内含套件数量）单价差异较大，**公司向**供应商 1 **和供应商 8** 采购以真丝四件套**产品**为主，**向**供应商 7 **和供应商 10 采购以真丝六件套及以上产品为主，**向供应商 11 主要采购真丝六件套产品和真丝及棉混纺产品，其中真丝及棉混纺产品单价较低，因其质量不符合要求，双方于 2019 年起中止合作。

（3）品牌服装

报告期内，公司品牌服装各期前五大供应商合计 **10** 家，采购情况如下：

单位：元/件

供应商名称	2020 年度	2019 年度	2018 年度
供应商 1	**266.82**	292.08	308.12
供应商 2	**456.36**	368.44	353.96

单位：元/件

供应商名称	2020 年度	2019 年度	2018 年度
供应商 3	/	/	385.37
供应商 4	/	/	353.96
供应商 5	**99.96**	68.80	61.63
供应商 6	/	225.05	417.79
供应商 7	**343.91**	358.81	/
供应商 8	242,956.14	231,743.94	/
供应商 9	**266.21**	16.81	/
供应商 10	**254.19**	286.76	222.12
公司向上述供应商采购品牌服装产品金额小计（万元）	**1,206.92**	**1,163.74**	**1,499.37**
公司当期采购品牌服装产品金额合计（万元）	**1,376.42**	**1,533.66**	**2,208.58**
占比	**87.69%**	**75.88%**	67.89%

公司采购的品牌服装大致可分为睡衣类产品和其他产品两类，各期前五大供应商平均采购单价在 300-400 元/件左右。报告期内，公司向部分供应商采购单价差异较大的原因为：

2020 年公司向供应商 2 采购产品增加了单价较高的厚款睡衣套装，扣除该类产品后单价为 357.40 元/件，与 2018-2019 年采购单价差异较小；

2018-2020 年，公司主要向供应商 5、供应商 10 分别采购非真丝定制 polo 衫、非真丝休闲裤和时装上衣等，故采购单价相对较低；

2019 年度公司向供应商 6 采购了部分单价较低的短袖、中袖类睡衣，排除此因素平均采购单价为 **358.23** 元/件；

2019-2020 年，公司向供应商 8 采购的少量龙凤夹袍单价较高；

2019 **年度**，公司向供应商 9 采购单价较低主要系双方于当期开始合作，前期进行产品打样故采购单价较低，**2020 年扣除打样采购费用平均采购单价为 297.29 元/件。**

（4）围巾

报告期内，公司围巾各期前五大供应商合计 **8** 家，采购情况如下：

单位：元/件

供应商名称	2020 年度	2019 年度	2018 年度
供应商 1	**14.54**	15.29	15.14
供应商 2	**21.06**	21.85	12.15
供应商 3	**71.32**	113.28	140.15
供应商 4	**158.71**	119.59	/
供应商 5	**/**	24.24	12.52
供应商 6	**30.46**	23.00	/
供应商 7	**/**	/	122.45
供应商 8	**130.43**	/	**113.94**
公司向上述供应商采购围巾产品金额小计（万元）	**266.39**	**490.67**	**633.72**
公司当期采购围巾产品金额合计（万元）	**272.77**	**576.82**	**722.01**
占比	**97.66%**	**85.06%**	**87.77%**

公司采购的围巾根据所用面料可分为化纤围巾、丝羊毛围巾、羊毛围巾等，以化纤类围巾为主，个别供应商采购单价较高主要系受当期采购围巾所用面料的影响。报告期内，公司向供应商 3、供应商 4、供应商 7、**供应商 8** 采购单价较高主要原因系采购围巾面料以羊毛、丝羊毛、山羊绒为主。

（5）包装材料

报告期内，公司包装材料各期前五大供应商合计 7 家，采购情况如下：

单位：元/件

供应商名称	2020 年度	2019 年度	2018 年度
供应商 1	**10.18**	11.15	11.49
供应商 2	**3.15**	1.97	2.19
供应商 3	**/**	9.29	13.70
供应商 4	**12.82**	13.20	10.83
供应商 5	**9.70**	15.03	14.75
供应商 6	**6.09**	7.55	3.67
供应商 7	**7.17**	**12.59**	**/**
公司向上述供应商采购包装材料金额小计（万元）	**1,684.41**	**1,778.34**	**1,840.36**
公司当期采购包装材料金额合计（万元）	**2,376.16**	**2,351.80**	**2,486.12**

单位：元/件

供应商名称	2020 年度	2019 年度	2018 年度
占比	**70.89%**	**75.62%**	74.03%

公司包装材料类别较多，主要为常规包装盒、定制包装盒、单价较低的说明书和宣传册、吊牌等，各供应商供应的主要包装材料类别不同导致采购单价差异较大。公司采购包装盒占比超过 60%，选取主要供应常规包装盒的供应商采购单价比较如下：

单位：万元，元/件

项目	2020 年度		2019 年		2018 年	
	单价	金额	单价	金额	单价	金额
供应商 1	**10.34**	**447.75**	12.02	895.27	12.79	719.37
供应商 2	**9.34**	**267.27**	5.92	179.84	8.65	364.10
供应商 3	**/**	**-**	18.59	55.22	17.52	217.06
供应商 4	**18.93**	**42.83**	16.15	189.89	15.91	242.04
供应商 5	**16.19**	**66.97**	18.58	100.77	16.91	33.33
供应商 6	**6.28**	**388.54**	11.14	165.99	14.19	63.32
供应商 7	**8.21**	**316.27**	**38.76**	**7.68**	**/**	**/**
小计	**8.56**	**1,529.64**	**11.38**	**1,594.67**	**12.38**	**1,639.22**
包装材料合计	**/**	**2,376.16**	**/**	**2,351.80**	**/**	**2,486.12**
占比	**/**	**64.37%**	/	**67.81%**	/	65.93%

公司向供应商 3、供应商 5、供应商 4 主要采购个性化订单的包装盒，个性化订单包装盒工艺要求多样，打样成本较高，具有订单量小、货期短、次品率高的特点，故相应采购单价较高；公司向供应商 1、供应商 6 主要采购常规产品包装盒，成本相对可控，采购单价低于个性化订单包装盒，**2020 年向供应商 6 增加了中秋礼盒包装，扣除中秋礼盒包装采购平均单价为 12.44 元**；公司向供应商 2 主要采购季节性爆款产品如年礼、中秋、春茶项目包装盒，及部分个性化订单的简包装，简包装采购单价较低使得平均采购单价偏低；**公司与供应商 7 于 2019 年开始合作，当年仅采购了一款单价较高的包装盒，2020 年向其采购中秋礼盒包装，单价较低。**

对 2018-2020 年平均采购单价波动较大的供应商分析如下：①供应商 2：2019 年公司向供应商 2 平均采购单价较低，主要系当期因客户定制化需求采购单价较

低的个性化订单简包装较多；②供应商 6：2018 年公司主要向供应商 6 采购金色高端丝巾包装盒，单价在 14 元左右，2019 公司向其采购增加了向其采购类别，平均采购单价有所下滑，**2020 年公司向其采购了部分中秋礼盒包装，扣除中秋礼盒包装采购平均单价为 12.44 元。**

（6）丝类原料

2020 年度公司丝类原料供应商主要有两家，因采购产品不同导致采购单价存在差异，采购情况如下：

单位：万元/吨

品类	供应商名称	平均采购单价
白厂丝	供应商 1	27.51
丝棉	供应商 2	25.37
白坯面料	供应商 2	40.74
/	公司向上述供应商采购丝类原料相关金额小计（万元）	1,472.02
/	公司当期采购丝类原料相关金额合计（万元）	1,572.23
/	占比	93.63%

（二）丝绸纺织制品所采购产品个性化属性较强，采购价格区间较大，供应商之间采购价格存在较大差异

公司已在招股说明书第六节之“六、（四）供应商采购单价情况”中补充披露如下：

2、丝绸纺织制品（非自有终端品牌）

报告期内，发行人丝绸纺织制品主要产品采购主要为面料、服饰加工、面料加工、服装四大类。

（1）面料

报告期内，公司采购的面料占丝绸纺织制品采购金额的比例分别为70.89%、73.22%和**71.55%**。**面料采购主要包括白坯面料、色坯面料、成品面料，其中白坯面料为真丝面料，单价较高；色坯面料、成品面料通常为非真丝面料，单价较低。**报告期各期，公司面料采购主要为白坯面料采购，采购占比在70%左右。

报告期内，公司白坯面料各期前五大供应商合计 9 家，采购情况如下：

单位：元/米

供应商名称	2020 年度	2019 年度	2018 年度
供应商 1	**50.55**	60.68	67.83
供应商 2	**50.01**	54.88	65.28
供应商 3	**77.51**	79.12	81.98
供应商 4	**37.58**	51.24	65.63
供应商 5	**77.43**	90.41	106.50
供应商 6	**43.59**	51.38	-
供应商 7	**45.05**	40.98	-
供应商 8	**43.08**	52.27	55.28
供应商 9	**65.58**	62.02	72.06
公司向上述供应商采购白坯面料金额小计（万元）	**6,467.20**	**9,338.51**	**6,981.44**
公司当期采购白坯面料金额合计（万元）	**10,486.63**	**15,855.18**	**14,636.10**
占比	**61.67%**	58.90%	47.70%

报告期内，发行人向主要面料供应商的采购价格存在一定差异，主要原因系采购产品结构差异所致，白坯面料细分种类多样，根据真丝含量、姆米（厚度）、门幅（宽度）、工艺等规格的差异，单价在 30-120 元/米之间。

发行人采购类似型号面料存在多个供应商，通常情况下，类似型号面料的不同供应商之间采购单价不存在重大差异，具体如下：

单位：万元

细分品类	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	已比较供应商的采购金额汇总	向单个供应商采购单价与平均采购单价之间价差率是否存在高于 10%的情况	已比较供应商的采购金额汇总	向单个供应商采购单价与平均采购单价之间价差率是否存在高于 10%的情况	已比较供应商的采购金额汇总	向单个供应商采购单价与平均采购单价之间价差率是否存在高于 10%的情况
弹力双乔绉 19MM 门幅 140cm	**59.22**	**否**	75.70	否	123.28	否
双乔绉 22MM 门幅 140cm	**12.51**	**否**	47.61	否	107.98	否
人丝弹力双乔绉 21MM 门幅 140cm	**-**	**否**	24.95	否	44.06	否
斜纹绸 14MM 门幅 140cm	**281.43**	**否**	233.72	否	15.78	否
斜纹绸 16MM 门幅 114cm	**22.04**	**否**	425.92	否	22.03	否

单位：万元

细分品类	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	已比较供应商的采购金额汇总	向单个供应商采购单价与平均采购单价之间价差率是否存在高于 10%的情况	已比较供应商的采购金额汇总	向单个供应商采购单价与平均采购单价之间价差率是否存在高于 10%的情况	已比较供应商的采购金额汇总	向单个供应商采购单价与平均采购单价之间价差率是否存在高于 10%的情况
斜纹绸 18MM 门幅 140cm	**45.93**	**否**	36.84	否	58.32	否
乔其 10MM 门幅 140cm	**120.70**	**否**	227.74	否	108.73	否
乔其 12MM 门幅 140cm	**82.74**	**否**	249.37	否	162.91	否
雪纺 8MM 门幅 140cm	**45.83**	**否**	140.51	否	32.33	是
弹力素绉缎 16MM 门幅 140cm	**123.49**	**否**	196.54	否	29.58	否
弹力素绉缎 19MM 门幅 140cm	**158.20**	**否**	314.88	否	87.01	否
素绉缎 16MM 门幅 140cm	**43.66**	**否**	295.98	否	65.96	否
双绉 14MM 门幅 140cm	**152.88**	**是**	67.02	否	116.34	是
双绉 16MM 门幅 140cm	**64.60**	**否**	414.74	否	136.78	否
双绉 18MM 门幅 140cm	**153.64**	**否**	229.86	否	70.11	否
重绉 23MM 门幅 140cm	**44.12**	**否**	84.39	否	1.24	否
弹力重绉 30MM 门幅 140cm	**38.12**	**否**	94.51	否	7.82	否
金额合计	**1,449.11**	**/**	**3,160.28**	**/**	**1,190.26**	**/**
占面料采购比例	**11.74%**	**/**	15.66%	/	6.08%	/

注 1（样本选取标准）：报告期内任意一年该细分品类采购金额占所归属大类的前三，同时该细分品类面料需存在多个供应商；

注 2（计算过程说明）：1、根据采购明细账求得单个规格型号不同供应商的年度平均采购单价；2、对不同供应商的年度平均采购单价取算术平均值；3、计算向单个供应商采购价格的价差率=（单个供应商年度平均采购单价-该细分品类供应商年度平均采购单价平均值）/该面料细分品类供应商年度平均采购单价平均值；4、判断 3 的结果是否大于 10%。

报告期内，公司 17 种规格类似的面料不同供应商之间采购单价通常不存在差异，个别期间存在差异的原因主要系当期采购时点不同。

（2）服饰加工

报告期内，公司服饰加工各期前五大供应商合计 10 家，采购情况如下：

单位：元/件

供应商名称	2020 年度	2019 年度	2018 年度
供应商 1	-	-	59.80
供应商 2	-	21.98	31.25
供应商 3	32.81	35.53	31.54
供应商 4	74.17	52.78	66.26
供应商 5	60.99	58.99	90.73
供应商 6	51.61	48.79	41.91
供应商 7	-	88.28	88.22
供应商 8	81.42	96.73	-
供应商 9	3.15	4.00	-
供应商 10	51.77	67.04	62.91
公司向上述供应商采购服饰加工金额小计（万元）	939.18	2,114.47	1,992.35
公司当期采购服饰加工金额合计（万元）	2,096.96	3,628.31	4,102.76
占比	44.79%	58.28%	48.56%

报告期内，发行人向主要供应商的服饰加工采购价格存在一定差异，主要原因系采购产品结构差异所致。发行人所采购的服饰加工服务个性化程度较高，发行人向各供应商的服饰加工采购价格依据款式、工艺难度等因素差异化较大，通常情况下服饰加工采购单价的区间在 15-90 元/件。

2018 年度发行人向供应商 1 加工单价高于平均单价，主要原因系供应商 1 生产对工艺及质量要求较高的服装为主，其加工单价高于其他供应商。

2018-2020 年度发行人向供应商 5、供应商 7、供应商 8 的采购单价较高的主要原因系其生产对工艺及质量要求较高的服装为主，故其产品采购价格高于其他服装厂，其中 2019-2020 年度发行人向供应商 5 的采购单价相较其他年度出现下降，主要原因系下游客户需求变动所致。

2019-2020 年度发行人向供应商 9 采购单价较低的主要原因系所采购的均为围巾加工服务，平均采购单价较低。

（3）面料加工

报告期内，公司面料加工各期主要供应商合计 4 家，采购情况如下：

单位：元/米

供应商名称	2020 年度	2019 年度	2018 年度
供应商 1	**4.98**	5.47	4.79
供应商 2	**4.25**	4.15	3.52
供应商 3	**3.44**	3.60	3.65
供应商 4	**-**	-	2.82
公司向上述供应商采购面料加工金额小计（万元）	**405.02**	**600.20**	**476.11**
公司当期采购面料加工金额合计（万元）	**560.38**	**682.20**	**855.68**
占比	**72.28%**	**87.98%**	**55.64%**

注：上表中面料加工主要供应商为报告期内各期采购额超过 40 万元的供应商

报告期内，发行人向主要供应商的面料加工采购价格存在一定差异，主要原因系采购产品结构差异所致。报告期内，发行人的面料加工主要包含面料染色及台版印花。面料染色的基础价格区间为 2.50 元/米-5.00 元/米，台版印花的基础价格区间为 6.00 元/米-8.00 元/米。此外，同一类型的采购也会受到批量大小、淡忙季等因素的影响。

（4）服装

报告期内，公司服装各期前五大供应商合计 **9** 家，采购情况如下：

单位：元/件

供应商名称	2020 年度	2019 年度	2018 年度
供应商 1	**42.07**	40.64	39.45
供应商 2	**49.97**	55.10	66.78
供应商 3	**152.24**	90.89	75.56
供应商 4	**44.25**	105.38	87.39
供应商 5	**-**	69.19	53.64
供应商 6	**-**	60.61	-
供应商 7	**234.79**	160.29	-
供应商 8	**29.75**	**-**	**-**
供应商 9	**30.97**	**-**	**53.05**
公司向上述供应商采购服装金额小计（万元）	**511.01**	**908.72**	**1,347.72**
公司当期采购服装金额合计（万元）	**527.56**	**955.25**	**1,583.71**
占比	**96.86%**	95.13%	**85.10%**

报告期内，发行人向主要供应商的服装采购价格存在一定差异，主要原因系服装个性化属性较强，不同细分品类的采购单价差异较大，通常情况下服装采购单价的区间在 20-100 元/件。

此外，由于定制服装采购价格中包含供应商的固定成本，若同一款式服装采购批量较小，采购单价会高于大批量采购下的价格。发行人向供应商 3、供应商 4、供应商 7 在个别年份的采购价格较高的主要原因系采购批量较小，定价较高。

（三）口罩相关采购在疫情期间市场行情波动较大，采购价格随疫情发展、市场行情波动而发生变化且波动区间较大，发行人向各大类供应商的采购单价存在较大差异

疫情期间口罩市场行情波动较大，采购价格随疫情发展、市场行情波动而发生变化且波动区间较大，发行人向各大类供应商的采购单价存在较大差异。

公司已在招股说明书第六节之“六、（四）供应商采购单价情况”中补充披露如下：

3、口罩

2020年度，发行人口罩相关采购主要为半成品口罩、口罩加工、熔喷布，具体如下：

单位：万元，元/只，**万元/吨**

品类	金额	平均采购单价
半成品口罩	**5,295.32**	**1.65**
口罩加工	**3,137.87**	0.43
熔喷布	**1,174.65**	**15.49**
小计	**9,607.85**	**-**
采购总额	**11,122.27**	**-**
占比	**86.38%**	**-**

2020年度，公司口罩主要采购大类前五大供应商合计 20 家，采购情况如下：

类型	供应商名称	单价（元/只、万元/吨）
半成品口罩-平面口罩	供应商 1	1.29
半成品口罩-平面口罩	供应商 2	1.12
半成品口罩-平面口罩	供应商 3	1.33

类型	供应商名称	单价（元/只、万元/吨）
半成品口罩-平面口罩	供应商 4	1.28
半成品口罩-平面口罩	供应商 5	1.17
半成品口罩-立体口罩	供应商 6	6.43
半成品口罩-立体口罩	供应商 7	5.13
半成品口罩-立体口罩	供应商 8	6.81
半成品口罩-立体口罩	供应商 9	5.71
半成品口罩-立体口罩	供应商 10	6.78
熔喷布	供应商 11	20.40
熔喷布	供应商 12	39.82
熔喷布	供应商 13	13.39
熔喷布	供应商 14	16.28
熔喷布	供应商 15	7.97
口罩加工费	供应商 16	0.42
口罩加工费	供应商 17	0.66
口罩加工费	供应商 18	**0.99**
口罩加工费	供应商 19	0.21
口罩加工费	**供应商 20**	**0.76**
/	**公司向上述供应商采购口罩相关金额小计（万元）**	**7,051.25**
/	**公司当期采购口罩相关金额合计（万元）**	**11,122.27**
/	占比	**63.40%**

半成品口罩采购方面，发行人向主要供应商的采购单价为 1.12-1.33 元/只；向主要立体口罩供应商的采购单价为 5.13-6.78 元/只,不存在重大差异。

熔喷布采购方面，发行人向主要供应商的采购单价存在较大差异，主要系疫情期间市场行情波动较大，发行人向不同供应商采购熔喷布单价变动主要系采购时点不同所致。根据公开信息检索，2020 年 3-5 月熔喷布的市场价格区间为 3-70 万元/吨。

口罩加工采购方面，发行人向主要供应商的采购单价存在一定差异，主要系发行人要求主要供应商提供的工序不同所致。发行人向供应商 16 的采购包含两类服务，分别为压片加工和焊耳带加工，压片加工单价为 0.49-0.62 元/只，焊耳带加工单价在 0.09 元左右，发行人向供应商 19 的采购包含两类服务，分别为焊

耳带加工和包装，两类服务采购单价共计 0.21 元/只。发行人向其他主要供应商的采购均为压片加工和焊耳带加工，其采购单价存在差异的原因主要系采购时点不同。

五、分别列示报告期各期丝绸文化创意品、OEM 丝绸制品外协采购情况，包括但不限于供应商、合作方式、采购内容、采购金额及占比、定价原则等，分析相关变动情况，说明发行人对外协供应商是否存在业务依赖、是否存在关联关系或其他利益安排

（一）丝绸文化创意品外协采购供应商、合作方式、采购内容、采购金额及占比、定价原则、相关变动情况、发行人对外协供应商是否存在业务依赖、是否存在关联关系或其他利益安排

丝绸文化创意品外协采购供应商采购金额变动情况具体参见本问询函回复 13 题之“二、披露报告期内发行人向丝绸文化创意品、**丝绸纺织制品**前五大供应商采购金额变动情况、前五大供应商变化原因，披露前五大供应商与发行人的合作背景、合作历史、是否存在关联关系等，是否存在成立时间较短即成为发行人主要供应商的情况”。发行人已在招股说明书第六节之“六、（二）3、外协采购情况”中补充披露如下：

报告期内，公司生产模式主要分为自主加工和外协生产。其中，外协生产可进一步分为外包模式和委托加工模式两类。自主加工模式下，公司采购内容主要为原辅料及包装材料。外协生产模式下，公司采购内容主要为外包采购半成品及产成品，以及采购委托加工服务。报告期内，公司采购情况如下：

单位：万元

供应商类型		采购产品	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
			金额	占比	金额	占比	金额	占比
原辅料供应商		原辅料及包装材料等	**18,926.36**	**45.10%**	22,227.00	51.72%	21,060.50	46.58%
外协供应商	外包供应商	半成品及产成品	**17,214.55**	**41.02%**	16,441.95	38.26%	19,198.91	42.46%
	委托加工供应商	委托加工服务	**5,822.16**	**13.87%**	4,310.51	10.03%	4,958.44	10.97%

单位：万元

供应商类型	采购产品	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
		金额	占比	金额	占比	金额	占比
总 计		41,963.06	100.00%	42,979.45	100.00%	45,217.85	100.00%

公司丝绸文化创意品外协采购主要为除自主加工丝巾、**委外加工蚕丝被**外其他丝绸文化创意品半成品采购。公司丝绸纺织制品外协采购主要为部分服装、面料等成品采购以及服饰、面料委托加工。公司口罩外协采购主要为口罩半成品采购以及部分生产环节委托加工。报告期内，公司外协采购具体情况如下：

单位：万元、万件、万米、万只

项 目		外协采购主要内容	2020 年度		2019 年		2018 年	
			金额	数量	金额	数量	金额	数量
丝绸文创创意品	外包	除自主加工丝巾、**委外加工蚕丝被**外，其他丝绸文化创意品半成品	9,580.03	374.34	12,952.47	441.11	15,131.47	372.17
	委托加工	**蚕丝被加工：将丝棉加工成蚕丝被的环节**	26.94	0.70	-	-	-	-
丝绸纺织制品	外包	服装、面料及其他产成品	2,339.20	138.96	3,489.48	112.45	4,067.44	147.88
	委托加工	服饰加工：服装成衣制作环节及少部分的丝巾卷边环节	2,096.96	177.69	3,628.31	275.22	4,102.76	225.09
		面料加工：面料和服装产品生产所需面料染色及传统台版印花加工环节	560.38	117.16	682.20	150.04	855.68	156.69
口罩	外包	口罩半成品	5,295.32	3,212.61	-	-	-	-
	委托加工	产量不足时外发压片加工、焊耳带等制作环节	3,137.87	7,309.62	-	-	-	-
外协采购合计			23,036.70	11,331.09	20,752.46	978.82	24,157.35	901.82

注：发行人丝绸文化创意品和丝绸纺织制品自主加工环节全部由子公司万事利数码完成，其统一采购所需的原辅料，并对完成数码印花加工环节后的丝巾产品进一步委托外部供应商完成丝巾卷边等服务。因**部分丝巾和丝绸面料**采购的委托加工服务相似，委托加工采购无法按两类产品进行准确区分，故将**部分丝巾**所采购的委托加工服务在丝绸纺织制品采购端统计。

（1）丝绸文化创意品

公司丝绸文化创意品生产以外协生产模式中的外包模式为主，主要向外包供应商直接采购半成品，并通过严格的质检制度保证产品质量。发行人外协采购定价依据主要为供应商报价，发行人通过询比价方式确定外协采购合作方。报告期内，公司丝绸文化创意品各期前五大外协供应商合计 9 家，具体如下：

单位：万元

序号	供应商名称	2020 年度		2019 年度		2018 年度		合作方式	采购内容	定价原则	供应商类型
		采购额	外协占比	采购额	外协占比	采购额	外协占比				
1	惠冠数码	**242.34**	**2.52%**	1,473.26	11.37%	2,754.12	18.20%	公司提供设计稿及质量标准，惠冠数码生产丝巾后经质检入库	丝巾	供应商报价，公司通过询比价方式确定合作方	外包供应商
2	兴隆绸厂	**165.64**	**1.72%**	254.01	1.96%	764.05	5.05%	公司提供设计稿及质量标准，兴隆绸厂生产家纺后经质检入库	家纺	供应商报价，公司通过询比价方式确定合作方	外包供应商
3	桑帕尔服饰	**831.09**	**8.65%**	704.36	5.44%	733.80	4.85%	公司提供设计稿及质量标准，桑帕尔服饰生产睡衣后经质检入库	睡衣	供应商报价，公司通过询比价方式确定合作方	外包供应商
4	永丰源瓷业	**918.59**	**9.56%**	798.91	6.17%	658.78	4.35%	公司根据设计的组合套装需求向永丰源瓷业采购相应瓷器	瓷器	双方协商	外包供应商
5	丝之源纺织	**191.03**	**1.99%**	1,002.41	7.74%	439.87	2.91%	公司提供设计稿及质量标准，丝之源纺织生产家纺后经质检入库	家纺	供应商报价，公司通过询比价方式确定合作方	外包供应商
6	卓芬化妆品[注 1]	**107.40**	**1.12%**	78.25	0.60%	696.31	4.60%	公司提供蚕丝蛋白液及相关配方标准，卓芬化妆品生产日化用品后经质检入库	日化用品	供应商报价，公司通过询比价方式确定合作方	外包供应商
7	千思纺织	**1,400.20**	**14.57%**	1,144.05	8.83%	829.14	5.48%	公司提供设计稿及质量标准，千思纺织生产家纺后经质检入库	家纺	供应商报价，公司通过询比价方式确定合作方	外包供应商
8	瑞帛汇丝绸	**751.31**	**7.82%**	297.88	2.30%	356.44	2.36%	公司提供设计稿及质量标准，瑞帛汇丝绸生产家纺后经质检入库	家纺	供应商报价，公司通过询比价方式确定合作方	外包供应商
9	博洋家纺	**655.14**	**6.82%**	0.19	0.00%	2.31	0.02%	公司根据设计的组合套装需求向博洋家纺采购家纺产品	家纺	双方协商	外包供应商
合计		**5,262.74**	**54.78%**	**5,753.32**	**44.41%**	**7,234.82**	**47.82%**				

注 1：根据市场情况公司逐步聚焦少数几款日化用品，导致向卓芬化妆品采购额减少；

注 2：上表外协占比系采购金额与丝绸文化创意品外协采购总额的比例，下同。

（二）丝绸纺织制品外协采购供应商、合作方式、采购内容、采购金额及占比、定价原则、相关变动情况

发行人已在招股说明书第六节之“六、（二）3、外协采购情况”中补充披露如下：

丝绸纺织制品外协生产模式分为外包模式及委托加工模式。外包模式下，发行人向供应商采购成品面料、服装等产品，采用全额结算模式；委托加工模式下，发行人向供应商采购面料加工、服饰加工等服务，采用净额结算模式。发行人外协采购定价依据主要为供应商报价，发行人通过询比价方式确定外协采购合作方。

报告期内，公司丝绸纺织制品各期前五大外协供应商合计 **11** 家，具体如下：

单位：万元

序号	供应商名称	2020 年度		2019 年度		2018 年度		合作方式	采购内容	定价原则	采购金额变动原因	供应商类型
		采购额	外协占比	采购额	外协占比	采购额	外协占比					
1	夯泰服饰	-	-	-	-	736.95	8.16%	发行人提供面料，辅料，样衣及客户需求，夯泰服饰加工服装后经质检入库	服饰加工	供应商报价，公司通过询比价方式确定合作方	为减少关联交易，夯泰服饰已于 2019 年注销	委托加工供应商
2	汇流服饰	**69.18**	**1.38%**	313.42	4.02%	856.98	9.49%	发行人提供样衣，样稿及客户需求（如有），汇流服饰生产服装后经质检入库	服装为主	供应商报价，公司通过询比价方式确定合作方	因公司销售产品结构品类变化，公司向其采购量减少	外包供应商
3	宇薇服饰	**297.51**	**5.95%**	362.92	4.65%	219.28	2.43%	发行人提供样衣，样稿及客户需求，宇薇服饰生产服装后经质检入库	服装、服饰加工	供应商报价，公司通过询比价方式确定合作方	2018 年，因公司销售产品订单量有所下滑，公司向其采购量减少	外包供应商、委托加工供应商
4	诸暨诗杭	**262.72**	**5.26%**	606.01	7.77%	598.35	6.63%	发行人提供面料，辅料，样衣，样稿及客户需求，诸暨诗杭加工服装后经质检入库	服饰加工	供应商报价，公司通过询比价方式确定合作方	双方合作情况良好，**采购额相对稳定，2020 年度，受疫情影响，公司向其采购减少**	委托加工供应商
5	浙江钱江纺织印染有限公司	**98.75**	**1.98%**	322.06	4.13%	294.19	3.26%	发行人提供白坯面料，色样，花稿，钱江印染染色或印花	面料加工	供应商报价，公司通过询比价方式确定	**2018**-2019 年，公司向其采购金额较为	委托加工供应商

单位：万元

序号	供应商名称	2020 年度		2019 年度		2018 年度		合作方式	采购内容	定价原则	采购金额变动原因	供应商类型
		采购额	外协占比	采购额	外协占比	采购额	外协占比					
								加工后经质检入库		合作方	稳定，**2020 年度**，受疫情影响，公司向其采购减少	
6	泽亿恺服饰	**111.89**	**2.24%**	192.97	2.47%	242.82	2.69%	发行人提供面料，辅料，样衣，样稿及客户需求，泽亿凯生产加工服装后经质检入库	服装、服饰加工	供应商报价，公司通过询比价方式确定合作方	双方合作情况良好，采购额自 2018 年起有所增加	外包供应商、委托加工供应商
7	锦上服饰	**248.41**	**4.97%**	586.65	7.52%	16.22	0.18%	发行人提供面料，辅料，样衣，样稿及客户需求，锦上服饰加工服装后经质检入库	服饰加工	供应商报价，公司通过询比价方式确定合作方	双方合作情况良好，采购额明显增长，**2020 年度**，受疫情影响，公司向其采购减少	委托加工供应商
8	杭州嘉雄纺织科技有限公司	**130.67**	**2.62%**	404.44	5.19%	228.87	2.54%	发行人提供样稿及客户需求，嘉雄纺织生产面料后经质检入库	成品面料	供应商报价，公司通过询比价方式确定合作方	**2020 年度**，受疫情影响，公司向其采购减少	外包供应商
9	吴江市汇祥纺织有限公司	-	-	329.81	4.23%	67.25	0.75%	发行人提供样稿及客户需求，汇祥纺织生产面料后经质检入库	成品面料	供应商报价，公司通过询比价方式确定合作方	因公司终端产品订单量变化而导致采购额波动	外包供应商

单位：万元

序号	供应商名称	2020 年度		2019 年度		2018 年度		合作方式	采购内容	定价原则	采购金额变动原因	供应商类型
		采购额	外协占比	采购额	外协占比	采购额	外协占比					
10	丝绸之路集团浙江家纺有限公司	270.71	5.42%	110.07	1.44%	3.27	0.04%	发行人提供样稿及客户需求，丝绸之路集团生产真丝枕套后经质检入库	成品其他	供应商报价，公司通过询比价方式确定合作方	因公司终端产品订单量变化而导致采购额波动	外包供应商
11	湖州新隆龙丝绸印花有限公司	226.59	4.54%	163.79	2.15%	126.58	1.48%	发行人提供白坯面料，色样，花稿，新隆龙染色或印花加工后经质检入库	面料加工	供应商报价，公司通过询比价方式确定合作方	双方合作情况良好，采购额逐年增加	委托加工供应商
合 计		1,716.45	34.35%	3,392.14	43.57%	3,390.76	37.65%	-	-	-	-	-

（三）口罩外协采购供应商、合作方式、采购内容、采购金额及占比、定价原则、相关变动情况

发行人已在招股说明书第六节之“六、（二）3、外协采购情况”中补充披露如下：

（3）口罩

口罩外协生产模式分为外包模式及委托加工模式。外包模式下，发行人向供应商采购半成品口罩，采用全额结算模式；委托加工模式下，发行人向供应商采购压片加工、焊耳带等口罩加工服务，采用净额结算模式。发行人外协采购定价依据主要为供应商报价，发行人通过询比价方式确定外协采购合作方。2020 年，由于口罩加工市场行情波动较大，公司协调各方社会资源后协商确定加工价格。

发行人与前五大口罩外协供应商的合作方式、采购内容、采购金额及占比、定价原则、结算方式等情况如下：

单位：万元

序号	供应商名称	采购金额	外协占比	合作方式	采购内容	定价原则	供应商类型
1	星野集团及其关联方	2,789.46	**33.08%**	发行人提供原辅料，供应商加工后经发行人检验入库	口罩加工	协商确定	委托加工供应商
2	科骄服饰	713.27	**8.46%**	发行人采购半成品口罩后自行包装出售	半成品口罩	供应商报价，公司通过询比价方式确定合作方	外包供应商
3	富贵世家	553.27	**6.56%**	发行人采购半成品口罩后自行包装出售	半成品口罩	供应商报价，公司通过询比价方式确定合作方	外包供应商
4	苏州诚合	524.16	**6.22%**	发行人采购半成品口罩后自行包装出售	半成品口罩	供应商报价，公司通过询比价方式确定合作方	外包供应商
5	浙江炬翎科技有限公司	356.87	**4.23%**	发行人采购半成品口罩后自行包装出售	半成品口罩	供应商报价，公司通过询比价方式确定合作方	外包供应商
合 计		**4,937.04**	**58.54%**	-	-	-	-

（四）发行人对外协供应商不存在业务依赖的情况，除万事利集团、为发行人关联方，夯泰服饰、龙品纺织、深圳万事利、辽宁万事利为发行人其他潜在利益相关方外，其他供应商与发行人均不存在关联关系或其他利益安排

发行人已在招股说明书第六节之“六、（二）3、外协采购情况”中补充披露如下：

报告期内，部分外协供应商系公司关联方或其他潜在利益相关方，具体交易情况如下：

单位：万元

关联关系	名称	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
		金额	外协占比	金额	外协占比	金额	外协占比
关联方	万事利集团及其关联方[注 1]	-	-	-	-	225.52	0.93%
其他潜在利益相关方	龙品纺织[注 2]	**8.81**	**0.04%**	8.50	0.04%	8.97	0.04%
	深圳万事利[注 3]	-	-	31.34	0.15%	-	-
	夯泰服饰[注 4]	-	-	-	-	838.21	3.47%
	辽宁万事利[注 5]	-	-	-	-	10.22	0.04%
合计		**8.81**	**0.04%**	**39.84**	**0.19%**	**1,082.92**	**4.48%**

注 1：2018 年为解决同业竞争问题及品牌服装业务需求，公司向万事利集团及其关联方采购丝巾、品牌服装产品，2019 年以后双方不再发生采购交易；

注 2：2018-2020 年公司向龙品纺织采购少量成品面料；

注 3：因客户需求较为紧急，公司出于降低物流成本与缩短交货时间的考虑从深圳万事利处回购相应产品并销售给客户；

注 4：2018 年公司向夯泰服饰采购服装及服饰加工服务，2019 年以后双方不再发生采购交易；

注 5：2018 年公司向辽宁万事利采购少量银条用来生产组合套装后销售给辽宁万事利；

注 6：上表交易金额为公司外协采购金额，与关联交易金额存在差异；外协占比等于当期外协交易金额除以当期外协采购总金额。

外协供应商主要集中于传统的台版印花、染色、成衣制造生产环节，市场供应充足，可替代外协供应商较多，公司对外协供应商不存在业务依赖。

六、请保荐人、申报会计师核查并发表明确意见

（一）核查程序

为核查上述事项，保荐机构和申报会计师主要履行了如下核查程序：

1、实地走访发行人生产车间及办公场所，访谈生产环节相关负责人和采购部门负责人员，了解发行人生产、采购业务流程和内控相关措施；对报告期内发行人主要供应商进行现场走访，了解其经营情况及与发行人合作情况，并取得其与发行人是否存在关联关系的说明。

2、取得发行人采购明细账，并与发行人账面记录相核对，对采购产品类别及单价进行分析；查阅报告期内发行人与主要供应商采购合同，并对各期采购活动执行穿行测试程序。

3、在国家企业信用信息公示系统查询主要供应商成立时间、股东、经营范围等情况；取得了元素征信关于发行人与主要供应商五度关联情况的检索信息；匹配报告期内发行人外协供应商名单与发行人关联方、其他潜在利益相关方名单；从而判断发行人与主要供应商之间是否存在关联关系。

4、获取中国茧丝绸交易平台丝绸原材料公开市场价格、生意社瓦楞纸价格指数，对比公开市场价格数据，对发行人采购价格进行分析性复核；获取中国茧丝绸交易平台对主要细分品类面料报价，对发行人主要细分品类面料采购价格进行分析性复核：选取发行人 18 种细分品类面料与市场公开报价信息类似的品种进行单价比对；选取发行人 17 种有多个供应商的细分品类面料进行单价比对。

5、因新冠肺炎疫情期间半成品口罩、口罩加工、熔喷布采购价格波动较大，且无公开市场数据，通过走访并获取口罩供应商相同或相近时期向其他客户的销售订单验证其采购价格公允性，针对口罩半成品、口罩加工、口罩熔喷布供应商走访的覆盖比例（占同类采购比重）分别为61.72%、97.73%、84.64%，经访谈及获取供应商相同或相近时期向其他客户的销售订单确认，发行人采购单价与供应商相近时期的其他客户无重大差异。

6、对发行人面料主要产品采购单价进行供应商之间的比较，抽取部分细分面料品种，比较供应商之间的采购单价分析价差率；报告期内同一细分产品不同供应商之间的采购价格基本不存在重大差异。

7、对发行人采购相关员进访谈，了解发行人丝绸纺织制品采购相关内控及业务流程。

8、查阅报告期内发行人与主要供应商采购合同，了解委托外协供应商进行加工的具体内容、定价模式、付款方式、质量控制措施等；现场走访了报告期内发行人主要外协供应商，了解其经营情况及与发行人合作情况，观察委外加工业务的具体流程。

9、查阅纸包装上市公司合兴包装、美盈森、裕同科技发布的各期间定期报告，分析其毛利率变化，2020 年一季度、二季度、三季度较上年同期毛利率下降幅度算术平均值在 10%左右。

（二）核查意见

经核查，保荐机构、申报会计师认为：

1、发行人已在招股说明书中详细披露了丝绸文化创意品、丝绸纺织制品自主加工环节和外协生产环节。公司针对具有核心竞争力的数码印花加工工艺采取自主加工方式，而对于面料染色、传统台版印花、成衣加工、丝巾卷边等技术含量相对较低，行业竞争充分，可替代性较强的工艺/环节采取外协生产的模式。外协生产根据是否由供应商提供原材料和结算方式可进一步分为外包模式和委托加工模式两类。公司综合考虑具体产品的面料类型、生产工艺、品质要求、交付时效等因素，确定外协生产所采取的模式。

2、报告期内发行人丝绸文化创意品、丝绸纺织制品、口罩产品前五大供应商分别为 9 名、9 名和 5 名，公司向主要供应商采购金额的变动符合实际经营情况；公司丝绸文化创意品个别供应商成立时间较短即成为主要供应商具有合理性；公司与丝绸文化创意品主要供应商不存在关联关系；夯泰服饰由万事利数码原服装车间改制设立，为保证原有业务的稳定过渡，公司在其改制后仍存在较大交易量；为减少关联交易，双方于 2018 年终止合作，夯泰服饰属于公司其他潜在利益相关方，除夯泰服饰外，公司丝绸纺织制品供应商不存在成立时间较短即成为主要供应商的情形；公司与丝绸纺织制品主要供应商不存在关联关系；苏州诚合系公司主要经销商之一，因其拥有口罩原材料资源主动寻求与公司合作口罩业务，除苏州诚合外，公司口罩供应商不存在成立时间较短即成为主要供应商的情形；公司与口罩主要供应商不存在关联关系。

3、发行人已在招股说明书中结合主要采购产品的市场价格变动情况及同行业可比公司情况，补充披露了采购单价是否公允、价格变动的原因及合理性、是否符合行业趋势。丝绸文化创意品包括常规产品和个性化定制产品，采购类别较多，各期排除特殊因素报告期内采购单价波动与原材料价格走势基本一致，符合行业趋势，采购价格公允且变动合理；丝绸纺织制品所采购产品个性化属性较强，仅面料存在公开市场价格可直接比较，经比较，面料采购价格公允、符合行业趋势；发行人对丝绸纺织制品其余品类采购存在定期询价、比价程序，经验证其采购价格公允，无重大异常；口罩原材料采购在疫情期间市场行情波动较大，采购价格随疫情发展、市场行情波动而发生变化且波动区间较大。

4、发行人已在招股说明书中补充披露了报告期各期向不同供应商采购相同产品或服务的价格是否存在差异以及差异的原因。因采购产品具体类别不同，导致发行人向丝绸文化创意品不同供应商采购相同产品或服务的价格存在一定差异；丝绸纺织制品除白坯面料采购外，所采购产品个性化属性较强，采购价格区间较大，供应商之间采购价格存在一定差异，经选取 17 种白坯面料细分品种进行供应商之间采购价格差异比较，基本无重大差异；口罩原材料采购在疫情期间市场行情波动较大，采购价格随疫情发展、市场行情波动而发生变化且波动区间较大，发行人向各大类供应商的采购单价存在较大差异。

5、发行人已在招股说明书补充披露了丝绸文化创意品、丝绸纺织制品外协采购情况，报告期内公司外协供应商中，除万事利集团为发行人关联方，夯泰服饰、龙品纺织、深圳万事利、辽宁万事利为发行人其他潜在利益相关方外，其他供应商与发行人均不存在关联关系或其他利益安排。发行人对外协供应商不存在业务依赖的情况。

问题 14

申报文件显示，发行人主营业务成本包括直接材料、人工成本、制造费用、委托加工费用。请发行人补充披露：（1）按照丝绸文化创意品、OEM 丝绸制品分别列示主营业务成本明细构成，披露与对应营业收入的变动趋势是否一致；（2）报告期内直接材料的明细构成、金额及变动情况，量化披露直接材料金额变动原因，原材料采购价格与市场价格比较情况，营业成本以直接材料为主是否符合行业整体情况，外协生产的原材料是否由发行人提供；（3）报告期内计入人工成本的平均薪酬水平，与同行业可比公司、同地区公司是否存在差异以及差异原因；（4）报告期内制造费用的明细构成、金额及变动情况；（5）结合报告期内自主加工的详细比重情况，披露人工成本、制造费用逐年增加特别是 2019 年增加较多的原因及合理性；（6）按照丝绸文化创意品、OEM 丝绸制品分别披露报告期各期委托加工的环节、内容、数量、金额、定价依据，相关工艺是否涉及发行人核心技术，委托加工费用是否即外协生产的费用；（7）相同产品不同受托加工方价格的差异情况及原因，以及同一受托加工方不同年度价格的差异情况及原因，对比委托加工和自主生产的单位成本差异，分析委托加工费用定价依据是否公允、合理；（8）报告期内委托加工费用先上升后下降的原因，在发行人人工成本、制造

费用上升的 2018 年委托加工费用增加较多的原因及合理性。

请保荐人、申报会计师核查并发表明确意见。

【回复】

一、按照丝绸文化创意品、OEM 丝绸制品分别列示主营业务成本明细构成，披露与对应营业收入的变动趋势是否一致

报告期内，公司丝绸文化创意品自主加工与外协生产完工入库成本情况如下：

单位：万元

生产模式	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	完工入库成本	占比	完工入库成本	占比	完工入库成本	占比
自主加工	**3,240.72**	**17.68%**	3,114.48	14.77%	691.79	3.54%
外协生产-委托加工	**278.98**	**1.52%**	**-**	**-**	**-**	**-**
外协生产-外包	**14,811.66**	**80.80%**	17,976.30	85.23%	18,828.55	96.46%
合 计	**18,331.35**	**100.00%**	**21,090.77**	**100.00%**	**19,520.34**	**100.00%**

注：丝绸文化创意品部分丝巾采取了自主完成数码印花加工，委托外部供应商完成丝巾卷边方式。根据不同环节加工复杂程度与产值占比，将该部分产品成本归入**自主加工**模式统计。

报告期内，公司丝绸纺织制品自主加工与外协生产完工入库成本情况如下：

单位：万元

生产模式	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	完工入库成本	占比	完工入库成本	占比	完工入库成本	占比
自主加工	**5,415.29**	**32.64%**	6,453.17	25.62%	5,169.22	17.96%
外协生产-委托加工	**8,503.93**	**51.25%**	15,164.17	60.19%	19,199.24	66.72%
外协生产-外包	**2,673.51**	**16.11%**	3,574.68	14.19%	4,408.28	15.32%
合 计	**16,592.73**	**100.00%**	**25,192.01**	**100.00%**	**28,776.74**	**100.00%**

注：丝绸纺织制品委托加工产品中，包括自主完成数码印花加工环节后进一步委托外部供应商进行成衣制作的贴牌服装。根据不同环节加工复杂程度与产值占比，将该部分贴牌服装成本归入委托加工模式统计。

报告期内，公司口罩自主加工与外协生产完工入库成本情况如下：

单位：万元

生产模式	2020 年度

	完工入库成本	占比
自主加工	1,230.71	10.92%
外协生产-委托加工	4,759.85	42.23%
外协生产-外包	5,280.09	46.85%
合 计	11,270.64	100.00%

（一）丝绸文化创意品主营业务成本以直接材料为主，2018-2020 年度，随着自主加工比例不断提升，直接材料占比呈下降趋势，人工成本与制造费用占比呈上升趋势

发行人已在招股说明书第八节之“十三、（三）2、（1）主营业务成本构成情况”中补充披露如下：

①丝绸文化创意品（自有终端品牌）主营业务成本构成

单位：万元

项 目	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
直接材料	15,270.74	89.86%	17,683.09	89.62%	17,217.49	94.14%
人工成本	833.87	4.91%	911.14	4.62%	731.72	4.00%
制造费用	467.83	2.75%	619.11	3.14%	223.45	1.22%
委托加工费用	421.04	2.48%	518.80	2.63%	117.48	0.64%
合 计	16,993.49	100.00%	19,732.14	100.00%	18,290.14	100.00%

报告期内，直接材料系公司丝绸文化创意品主营业务成本中最主要的构成部分，直接材料成本占主营业务成本的比重分别为94.14%、89.62%和89.86%，委托加工费用、人工成本及制造费用占比相对较小。主要原因系：公司在丝绸文化创意品的经营中主要专注于产品设计、技术研发、品质控制以及数码印花核心工艺生产环节，其余生产环节主要采取外协生产模式中的外包模式，因此直接材料占比较高。

2019年度，丝绸文化创意品直接材料成本占比呈下降趋势，而人工成本与制造费用占比提升，主要原因系公司为优化产品结构，逐步向能充分发挥公司在数码印花尤其是双面数码印花领域的工艺优势的产品倾斜。**2020年度，直接材料成本占比维持稳定，未进一步下降，主要系当年2-4月间，公司丝绸文化创意品部分生产人员和辅助人员从事口罩业务，分摊了部分人工成本和制造费用。**报告

期内，丝绸文化创意品自主加工产品完工入库成本占比分别为3.54%、14.77%和**17.68%**，自主加工比例提升带动人工成本和制造费用**呈上升趋势**。

（二）丝绸纺织制品主营业务成本以直接材料为主，报告期内，随着数码印花加工服务能力逐步提升，新客户增加，自主加工的比重逐年增加，主营业务成本中人工成本与制造费用占比逐年提升。2018 年度贴牌服装业务规模尤其是加工单价较高的真丝服装业务规模提升，带动当期贴牌服装加工费以及服装对应原材料面料的加工费金额提升

发行人已在招股说明书第八节之“十三、（三）2、（1）主营业务成本构成情况”中补充披露如下：

②丝绸纺织制品（非自有终端品牌）主营业务成本构成

单位：万元

项　目	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
直接材料	**12,589.41**	**77.02%**	19,255.72	74.69%	21,878.40	75.77%
人工成本	**1,046.99**	**6.41%**	1,228.40	4.76%	975.92	3.38%
制造费用	**760.73**	**4.65%**	926.34	3.59%	767.69	2.66%
委托加工费用	**1,948.69**	**11.92%**	4,369.69	16.95%	5,252.90	18.19%
合　计	**16,345.82**	**100.00%**	**25,780.14**	**100.00%**	**28,874.92**	**100.00%**

报告期内，直接材料系公司丝绸纺织制品主营业务成本中的主要构成部分，直接材料成本占主营业务成本的比重分别为75.77%、74.69%和**77.02%**。丝绸纺织制品中，公司对于丝绸面料和贴牌服装中具有核心竞争力的数码印花加工环节采取自主加工方式，针对其他工艺相对简单，可替代性较强的面料染色及传统台版印花、成衣制作等环节采取外协生产方式。丝绸纺织制品直接材料成本既包括公司自主加工与外协生产-委托加工模式下投入的原辅料，亦包括外协生产-外包模式下采购的成品服装及面料，因此直接材料占主营业务成本的比重相对较高。

报告期内，公司丝绸纺织制品主营业务成本构成波动原因如下：

A、报告期内，随着公司逐步向能够发挥数码印花核心工艺优势的产品倾斜，新客户增加，自主加工完工入库成本占比分别为17.96%、25.62%和**32.64%**，因此，主营业务成本中人工成本与制造费用占比逐年提升；

B、报告期内，丝绸纺织制品委托加工费用以贴牌服装成衣制作环节的加工费用为主。2019年度，公司基于业务规划主动缩减贴牌服装业务规模，且当期自主加工比例有所提升，委托加工费用及占比相应下降。**2020年度，贴牌服装销售收入较上年下降54.75%，委托加工费用相应减少55.40%。**

（三）口罩产品主营业务成本以直接材料和委托加工费用为主

发行人已在招股说明书第八节之“十三、（三）2、（1）主营业务成本构成情况”中补充披露如下：

③口罩主营业务成本构成

单位：万元

项　目	2020 年度	
	金额	比例
直接材料	7,245.79	64.97%
人工成本	343.18	3.08%
制造费用	405.12	3.63%
委托加工费用	3,157.62	28.32%
合　计	11,151.71	100.00%

口罩采取自主生产和外协生产两种模式。其中，外协生产包括部分环节委托加工模式，以及外购半成品口罩经检验和包装后对外销售的外包模式。新冠肺炎疫情爆发前期，因公司自有产能较小，部分口罩采取外协生产模式，直接材料和委托加工费用占主营业务成本的比重较高。

（四）2018-2020 年度，公司丝绸文化创意品、丝绸纺织制品主营业务成本变动趋势与主营业务收入一致

发行人已在招股说明书第八节之“十三、（三）2、（1）主营业务成本构成情况”中补充披露如下：

④主营业务成本与对应营业收入的变动趋势

报告期内，公司主营业务成本与对应营业收入的变动趋势如下：

单位：万元

产品类型	项　目	2020 年度		2019 年度		2018 年度
		金额	变动率	金额	变动率	金额

单位：万元

产品类型	项 目	2020 年度		2019 年度		2018 年度
		金额	变动率	金额	变动率	金额
丝绸文化创意品（自有终端品牌）	主营业务收入	**34,688.28**	**-14.91%**	40,764.46	2.13%	39,913.92
	主营业务成本	**16,993.49**	**-13.88%**	19,732.15	7.88%	18,290.14
丝绸纺织制品（非自有终端品牌）	主营业务收入	**20,860.70**	**-33.73%**	31,479.08	-8.40%	34,367.14
	主营业务成本	**16,345.82**	**-36.60%**	25,780.14	-10.72%	28,874.92
口罩	主营业务收入	**17,525.24**	**-**	-	-	-
	主营业务成本	**11,151.71**	**-**	-	-	-
主营业务收入合计		**73,074.22**	**1.15%**	**72,243.53**	**-2.74%**	**74,281.06**
主营业务成本合计		**44,491.02**	**-2.24%**	**45,512.28**	**-3.50%**	**47,165.05**

2018-2019年度，公司丝绸文化创意品主营业务成本持续增长，**其变动趋势与对应主营业务收入一致，主营业务成本增幅略高于主营业务收入增幅，2020年度，受新冠肺炎疫情影响以及宏观经济波动，丝绸文化创意品主营业务成本较2019年有所下降，降幅与主营业务收入降幅相近。2018-2019年主营业务成本增幅高于主营业务收入增幅的**主要原因系：A、公司为应对宏观经济形势波动而采取的销售策略导致毛利率有所下降；B、分销渠道收入占比增加，拉低整体毛利率水平。具体原因参见招股说明书本节之“十三、（四）毛利率分析”。

2019、**2020**年度，**公司丝绸纺织制品**主营业务成本较上年**分别**下降10.72%**与36.60%**，其变动趋势与对应主营业务收入一致。2019、**2020**年度，主营业务成本降幅略高于主营业务收入降幅，主要原因系：A、当期公司积极承接附加值较高的真丝服装业务，同时主动缩减了毛利率较低的部分服装业务；B、毛利率**相对**较高的数码印花加工收入规模**占比**增加。具体原因参见招股说明书本节之“十三、（四）毛利率分析”。

二、报告期内直接材料的明细构成、金额及变动情况，量化披露直接材料金额变动原因，原材料采购价格与市场价格比较情况，营业成本以直接材料为主是否符合行业整体情况，外协生产的原材料是否由发行人提供

（一）报告期内，丝绸文化创意品直接材料主要包括自主加工丝巾等产品投入的原辅料，外包模式下投入的半成品，以及包装材料。

发行人已在招股说明书第八节之“十三、（三）2、（2）直接材料构成情况”中补充披露如下：

①丝绸文化创意品（自有终端品牌）直接材料构成情况

单位：万元

项 目		2020 年度		2019 年度		2018 年度	
		金额	比例	金额	比例	金额	比例
丝绸文化创意品（自有终端品牌）	自主加工投入原辅料	**2,015.52**	**13.20%**	2,084.99	11.79%	467.19	2.71%
	委托加工投入原辅料	**252.04**	**1.65%**	-	-	-	-
	外包采购半成品	**10,573.04**	**69.24%**	13,242.43	74.89%	14,279.69	82.94%
	包装材料	**2,430.14**	**15.91%**	2,355.67	13.32%	2,470.61	14.35%
	合 计	**15,270.74**	**100.00%**	**17,683.09**	**100.00%**	**17,217.49**	**100.00%**

报告期内，丝绸文化创意品直接材料主要包括丝绸面料等原辅料，外协生产-外包模式投入的丝巾、家纺、围巾产品半成品，以及包装材料。**2018**-2019年度，随着公司丝绸文化创意品市场认可度和销售规模的不断提升，丝绸文化创意品直接材料金额增加。2018年度，直接材料金额增加主要系外包采购半成品金额增加。**2018-2020**年度，公司逐步向能发挥数码印花工艺优势的产品倾斜，丝绸文化创意品自主加工比例由3.54%增长至**17.68%**，带动投入的原辅料金额增长**1,548.33**万元。

（二）报告期内，丝绸纺织制品直接材料主要包括自主加工与委托加工模式下投入的原辅料，以及外包模式下采购的成品服装及面料。2017-2019 年度，公司主动缩减部分丝绸纺织制品销售规模，直接材料金额逐年下降

发行人已在招股说明书第八节之“十三、（三）2、（2）直接材料构成情况”中补充披露如下：

②丝绸纺织制品（非自有终端品牌）直接材料构成情况

单位：万元

项 目		2020 年度		2019 年度		2018 年度	
		金额	比例	金额	比例	金额	比例
丝绸纺织制品（非自有终端品牌）	自主加工投入原辅料	**2,473.58**	**19.65%**	4,777.46	24.81%	3,702.80	16.92%
	委托加工投入原辅料	**7,698.31**	**61.15%**	10,903.58	56.63%	13,767.33	62.93%
	外包采购成品	**2,417.52**	**19.20%**	3,574.68	18.56%	4,408.28	20.15%
	合 计	**12,589.41**	**100.00%**	**19,255.72**	**100.00%**	**21,878.40**	**100.00%**

注：丝绸纺织制品中，部分丝绸面料自主完成数码印花加工环节后，委托外部供应商进一步完成成衣制作环节，相同产品不同环节投入成本仅计算一次，该产品涉及各个环节所有材料成本均归入委托加工投入原辅料中统计。

报告期内，丝绸纺织制品直接材料主要包括自主加工与外协生产-委托加工模式下投入的原辅料，以及外协生产-外包模式下采购的成品服装及面料。报告期内，公司贴牌服装中真丝材质及非真丝材质销售情况如下：

单位：万元

产品种类	2020年度			2019年度			2018年度		
	销售收入	占比	毛利率	销售收入	占比	毛利率	销售收入	占比	毛利率
真丝服装	**2,559.37**	**50.31%**	**22.51%**	4,971.67	44.22%	24.91%	5,012.03	34.54%	19.52% [注]
非真丝服装	**2,527.59**	**49.69%**	**10.72%**	6,270.67	55.78%	13.07%	9,498.86	65.46%	9.79%
合 计	**5,086.96**	**100.00%**	**16.65%**	**11,242.34**	**100.00%**	**18.30%**	**14,510.89**	**100.00%**	**13.15%**

注：2018年度，公司着力于真丝服装业务的开拓，承接较多单笔批量较大的订单，但由于真丝材质服装对原材料品质和加工工艺水平要求较高，公司在新业务拓展期间与客户、外协供应商在产品交货期、良品率等方面存在磨合和适应过程，导致当年公司真丝服装毛利率较低。

由于真丝服装产品对原材料品质和加工工艺水平要求相对较高，公司通常采取自行采购原材料并自主加工或委托外部供应商加工的模式。2019年度，公司基于业务规划主动缩减丝绸纺织制品贴牌服装业务规模，因此直接材料委托加工投入原辅料及外包采购成品均存在不同程度下降。**同年**，随着公司逐步向能够发挥数码印花核心工艺优势的产品倾斜，新客户增加，公司自主加工规模提升，带动自主加工投入原辅料增加1,074.66万元。**2020年度，受新冠肺炎疫情影响，丝绸纺织制品业务规模与相应成本均出现下降。**

（三）口罩产品直接材料主要包括自主加工与委托加工模式下投入的原辅料，以及外包模式下投入的半成品口罩

发行人已在招股说明书第八节之“十三、（三）2、（2）直接材料构成情况”

中补充披露如下：

③口罩产品直接材料构成情况

单位：万元

项　目	2020 年度	
	金额	占比
自主加工投入原辅料	962.64	13.27%
委托加工投入原辅料	588.48	8.19%
外包采购半成品	4,914.86	67.83%
包装材料	779.81	10.76%
合　计	7,245.79	100.00%

报告期内，口罩产品直接材料主要包括自主加工与外协生产-委托加工模式下投入的原辅料，以及外协生产-外包模式下投入的半成品口罩。疫情爆发初期，公司自有产能较小，为应对客户紧急需求，部分口罩采取委外生产和外购半成品方式，直接材料中委托加工原辅料和外包采购半成品占比相对较高。

（四）丝绸文化创意品包括常规产品和个性化定制产品，采购类别较多，排除特殊因素报告期内采购单价波动与原材料价格走势一致，价格变动合理；发行人丝绸纺织制品所采购产品个性化属性较强，仅面料存在公开市场价格可直接比较。经选取 18 种与公开市场报价规格一致的面料细分品类进行对比，公司采购价格与市场价格之间不存在重大差异，面料采购价格公允。丝绸纺织制品其余品类采购存在定期询价、比价程序，经验证其采购价格公允，无重大异常。2020 年度，口罩相关采购在疫情期间市场价格波动较大，根据公开信息检索及结合新冠肺炎疫情背景，发行人口罩相关采购价格具有合理性

1、丝绸文化创意品

丝绸文化创意品主要采购产品为丝巾、家纺、服装、围巾、包装材料等。其中丝巾、家纺及服装上游核心原材料为生丝。公司主要产品对品质要求较高，使用 6A 级生丝原材料。故采用中国茧丝绸交易市场 6A 级生丝交易价格数据作为市场价格参考指标。根据中国茧丝绸交易市场数据，6A 级生丝价格 2018 年在高位平整后逐步下降，2019 年维持在 40-50 万元/吨区间，2020 年**度**生丝价格**进一步**回落。

经比较，报告期内，公司丝绸文化创意品主要采购产品中，丝巾类产品在排除定制产品等特殊因素后，采购单价波动基本符合 6A 生丝价格走势；家纺类产品采购单价受报告期各期主推产品的影响存在一定波动，剔除各期主推产品的影响，采购单价基本符合原材料价格走势；品牌服装以睡衣产品为主，其采购单价波动基本符合 6A 级生丝价格走势；围巾产品材质以非真丝为主，平均采购单价受产品结构、客户个性化定制需求的影响，存在一定波动。包装材料采购类别较广，且不定期进行升级换代。经选取第六代包装盒与瓦楞纸价格指数进行比较，其走势与市场价格走势基本一致。

2、丝绸纺织制品

公司丝绸纺织制品主要产品采购主要包括面料、服装、服饰加工、面料加工，采购单价与市场价格比较情况如下：（1）面料类产品采购细分品类较多且部分品类无公开市场报价，经选取 18 种与公开市场报价规格一致的面料细分品类进行对比，**报告期内**，公司面料平均采购单价与市场平均报价偏离率较低。（2）服装、服饰加工采购并无公开市场价格，公司定期向外协供应商对 32 个服装类别的加工费、采购单价进行询价。报告期内，公司服装、服饰加工采购单价相对稳定，小幅波动主要系采购结构变化所致。（3）面料加工采购并无公开市场价格，公司每年向外协供应商询价获取当年市场预期价格，公司以此为基础进行定价。公司面料加工平均采购单价波动较小，小幅波动主要系工序差异、批量大小、淡季忙季等因素所致。

3、口罩

公司口罩采购主要涉及半成品口罩、口罩加工、熔喷布采购等。疫情期间，上述采购品类市场行情波动较大，实际采购价格系公司协调各方社会资源后协商确定，采购单价在市场价格合理区间内。

原材料采购价格与市场价格具体分析及补充披露情况参见本问询函回复 13 题之“三、结合主要采购产品的市场价格变动情况及同行业可比公司情况，披露采购单价是否公允、价格变动的原因及合理性，是否符合行业趋势”。

（五）2018-2020 年度，可比上市公司主营业务成本均以直接材料为主，公司营业成本以直接材料为主的情形符合行业整体情况

发行人已在招股说明书第八节之“十三、（三）2、（2）直接材料构成情况”中补充披露如下：

④主营业务成本构成与可比上市公司比较

因可比上市公司中仅部分品牌女装类上市公司公开披露了直接材料占主营业务成本比重，无法将丝绸文化创意品和丝绸纺织制品主营业务成本构成与可比上市公司分别比较。**2018-2020**年度，公司**直接材料占主营业务成本比例**与可比上市公司对比情况具体如下：

单位：万元

公司名称	2020 年度	2019 年度	2018 年度
安正时尚[注 2]	**86.33%**	83.12%	82.28%
日播时尚	**80.64%**	81.21%	84.81%
地素时尚	**89.00%**	88.09%	86.23%
算数平均	**85.32%**	84.14%	84.44%
本公司-丝绸文化创意品（自有终端品牌）	**89.86%**	89.62%	94.14%
本公司-丝绸纺织制品（非自有终端品牌）	**77.02%**	74.69%	75.77%
本公司-口罩	**64.97%**	-	-

注 1：可比上市公司中，仅安正时尚、日播时尚和地素时尚三家公司在年度报告中披露了主营业务成本构成明细。

注 2：报告期内，安正时尚经营海外及国内知名品牌在国内电商平台的代运营服务，其主营业务成本中包含电商代运营服务成本。在进行比较时已剔除该部分电商代运营成本。

2018-2020年度，可比上市公司主营业务成本均以直接材料为主，公司营业成本以直接材料为主的情形符合行业整体情况。

2018-2020年度，公司丝绸文化创意品直接材料占比略高于可比上市公司平均水平，而丝绸纺织制品直接材料占比则略低于可比上市公司平均水平。主要系公司在经营过程中综合考虑材料与质量要求、成本控制、交付效率等因素，选择效益最大化的外协合作模式。丝绸文化创意品除部分丝巾等产品数码印花加工环节系自主加工外，其余产品或环节以外包模式为主，因此直接材料占比较高。而丝绸纺织制品除丝绸面料及贴牌服装数码印花加工环节和对外提供数码印花加工服务系自主完成外，其余产品采取委托加工为主外包为辅的模式，因此直接材

料占比相对较低。2019年度，随着公司自主加工比例的提升，丝绸文化创意品和丝绸纺织制品直接材料占比均下降。**2020年度，丝绸文化创意品直接材料占比稳定，丝绸纺织制品因主动收缩了部分毛利较低的业务，委托加工费用大幅降低，直接材料占比上升。**

（六）外协生产分为外包模式（全额结算）和委托加工模式（净额结算），外包模式的原材料由外协供应商提供，而委托加工模式的原材料由发行人提供

报告期内，公司外协生产根据是否由供应商提供原材料和结算方式可进一步分为外包模式和委托加工模式两类：A、外包模式（全额结算），供应商提供原材料，根据公司提供的设计图样和品质标准进行生产，公司与供应商全额结算原材料成本及加工费用；B、委托加工模式（净额结算），由公司提供原材料，供应商根据公司提供的原材料、设计图样和品质标准进行生产，公司与供应商净额结算委托加工费用。公司主营业务成本中列示的委托加工费用即该模式下净额结算的加工费。公司综合考虑具体产品的面料类型、生产工艺、品质要求、交付时效等因素，选择效益最大化的合作模式。

上述事项具体分析及补充披露情况参见本问询函回复 14 题之“五、结合报告期内自主加工的详细比重情况，披露人工成本、制造费用逐年增加特别是 2019 年增加较多的原因及合理性”。

三、报告期内计入人工成本的平均薪酬水平，与同行业可比公司、同地区公司是否存在差异以及差异原因

报告期内，公司计入人工成本的平均薪酬水平高于可比上市公司和同地区公司水平，原因系核心工艺相关的生产人员需具备一定专业技术知识，薪酬水平相对较高，差异原因具有合理性。发行人已在招股说明书第八节之“十三、（三）2、（3）人工成本”中补充披露如下：

报告期内，公司生产人员薪酬总额及平均薪酬情况如下：

单位：万元

项　目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
计入人工成本的薪酬总额	**2,473.62**	2,299.06	1,800.57
生产人员数量[注]	**225**	264	220

单位：万元

项　目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
生产人员平均薪酬	**10.99**	8.71	8.18

注：公司用于计算平均薪酬的人员数量采取当期各月领薪人数平均值。

报告期内，公司生产人员平均薪酬水平与可比上市公司比较如下：

单位：万元

项　目	2020 年度	2019 年度	2018 年度	2017 年度
地素时尚	**2.63**	7.04	11.00	未披露
日播时尚	**7.06**	8.41	5.99	5.23
欣贺股份	**6.99**	8.03	7.41	6.76
嘉欣丝绸	**7.37**	7.65	7.13	6.21
算术平均数	**7.14**	7.78	7.88	6.07
本公司	**10.99**	8.71	8.18	8.28

注 1：同行业公司用于计算平均薪酬的人员数量取年初年末人员数量平均值，如未披露年初人员数量则采取年末人员数量计算。公司用于计算平均薪酬的人员数量采取当期各月领薪人数平均值，下同；

注 2：由于安正时尚、歌力思、朗姿股份、锦泓集团、太平鸟年报中人员披露口径存在一定差异，无法计算生产人员薪酬总额，故从比较范围中剔除；**地素时尚 2020 年度生产人员平均薪酬计算结果较为异常，算术平均数计算范围剔除该值；**

注 3：达利国际为港股上市公司，未披露相关数据。

2018-2020 年度，公司生产人员平均薪酬水平与同地区全社会单位在岗职工平均工资水平、相似工种工资指导价位中位数比较如下：

单位：万元

项　目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
杭州市全社会单位在岗职工年平均工资	**未披露**	8.20	7.37
杭州市其他纺织、针织、印染人员工资指导价位中位数	**5.78**	5.72	5.20
杭州市包装人员工资指导价位中位数	**6.00**	5.76	5.07
本公司	**10.99**	8.71	8.18

注：杭州市全社会单位在岗职工年平均工资来源于杭州市人民政府官方网站：http://www.hangzhou.gov.cn/；

杭州市相似工种指导价位中位数来源于杭州市人力资源与社会保障局官方网站：http://hrss.hangzhou.gov.cn

本公司生产人员平均薪酬水平高于可比上市公司平均水平以及同地区全社会单位在岗职工平均工资，主要原因系，公司数码印花核心工艺相关的生产人员需具备一定专业技术知识，平均工资水平相对较高。

四、报告期内制造费用的明细构成、金额及变动情况

报告期内，公司制造费用主要由职工薪酬、能源费、折旧费等项目组成。**2018-2020**年度，职工薪酬**呈逐年增长趋势**；能源费**呈先增加后减少趋势**，与数码印花加工产量和对外单独提供后道服务的产量趋势**基本**一致，**且2020年新冠肺炎疫情期间,政府降低了部分能源单价**；折旧费在2019年度增加146.65万元，主要系当期采购数码印花加工相关设备948.89万元。2020年**度**，劳务费有所增加主要系公司在订单量较大时外聘劳务公司完成部分口罩组装、包装工作。发行人已在招股说明书第八节之“十三、（三）2、（4）制造费用构成情况”中补充披露如下：

（4）制造费用构成情况

报告期内，公司主营业务成本制造费用构成情况如下：

单位：万元

项　目	2020年度		2019年度		2018年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
职工薪酬	**160.27**	**9.81%**	159.52	10.32%	92.93	9.38%
能源费	**435.93**	**26.68%**	546.55	35.37%	400.81	40.44%
折旧费	**499.29**	**30.56%**	437.74	28.32%	291.09	29.37%
低值易耗品	**62.81**	**3.84%**	84.29	5.45%	20.89	2.11%
租赁费	**91.65**	**5.61%**	102.69	6.64%	50.60	5.11%
劳务费	**187.06**	**11.45%**	52.24	3.38%	14.03	1.42%
其他	**196.68**	**12.04%**	162.42	10.51%	120.79	12.19%
合　计	**1,633.69**	**100.00%**	**1,545.45**	**100.00%**	**991.14**	**100.00%**

2018-2020年度，随着公司自主加工比例的不断提升，制造费用逐年增加。报告期内，制造费用各明细项目波动原因具体如下：

①职工薪酬：2019年度，公司组合套装产品销售收入较上年增加3,336.99万元，组合套装产品种类繁多且包装复杂程度相对较高，销售旺季生产制造人员因加班发生的福利费、餐费补贴等费用相对较高，带动制造费用-职工薪酬金额较上年度增加66.59万元。2020年**度**，由于口罩产品生产数量较大，相关生产人员绩效工资及福利费金额相对较高，当期制造费用-职工薪酬为**160.27**万元。

②能源费：**报告期内，**能源费**呈先增加后减少趋势，**主要原因系**2018-2019年度，**公司面料数码印花加工产量和对外单独提供后道服务的产量持续提升，**2020年度，公司面料数码印花加工产量和对外单独提供后道服务的产量小幅下降，能源费变化趋势与其产量变动趋势一致**。报告期内，数码印花加工产量分别为148.51万米、318.31万米和**293.95**万米（含自主加工及受托加工），后道等其他加工数量分别为62.43万米、45.37万米和**31.30**万米。**此外，当年新冠肺炎疫情期间，政府降低了部分能源单价，从而导致当年电费与蒸汽费单价较上一年度分别下降5.33%与4.19%。**

③折旧费：2019年度，公司制造费用折旧费较上年度增加146.65万元，主要系公司自2018年6月起合计采购双面印花设备446.55万元，2019年度合计采购数码印花加工相关设备948.89万元。

④劳务费：2018-2019年度，公司丝绸文化创意品在销售旺季时外聘劳务公司完成部分包装工序，产生少量劳务费用。2020年**度**，由于口罩组装、包装数量较大，公司包装环节外聘劳务公司费用较高。

五、结合报告期内自主加工的详细比重情况，披露人工成本、制造费用逐年增加特别是 2019 年增加较多的原因及合理性

（一）报告期内，公司针对应用了数码印花加工工艺的产品和部分口罩产品采取自主加工方式，其他产品选择外协生产方式。报告期内，丝绸文化创意品自主加工比例分别为 3.54%、14.77%和 17.68%，丝绸纺织制品自主加工比例分别为 17.96%、25.62%和 32.64%，口罩的自主加工比例为 10.92%

发行人已在招股说明书第八节之“十三、（三）2、（6）外协生产相关情况”中补充披露如下：

报告期内，公司生产模式主要分为自主加工和外协生产。其中，公司针对具有核心竞争力的数码印花加工工艺采取自主加工方式，而对于面料染色、传统台版印花、成衣加工、丝巾卷边等技术含量相对较低，行业竞争充分，可替代性较强的工艺/环节采取外协生产的模式。公司受托加工项目即为数码印花加工业务，包括数码喷印和后道等其他加工。数码印花系发行人主要加工环节，该业务由发行人自主生产。公司外协生产环节涉及的工艺不涉及发行人核心技术。

外协生产根据是否由供应商提供原材料和结算方式可进一步分为外包模式和委托加工模式两类：

A、外包模式（全额结算），供应商提供原材料，根据公司提供的设计图样和品质标准进行生产，公司与供应商全额结算原材料成本及加工费用；

B、委托加工模式（净额结算），由公司提供原材料，供应商根据公司提供的原材料、设计图样和品质标准进行生产，公司与供应商净额结算委托加工费用。公司主营业务成本中列示的委托加工费用即该模式下净额结算的加工费。公司综合考虑具体产品的面料类型、生产工艺、品质要求、交付时效等因素，选择效益最大化的合作模式。

①自主加工与外协生产比例

A、丝绸文化创意品（自有终端品牌）自主加工与外协生产比例

报告期内，公司丝绸文化创意品自主加工与外协生产完工入库成本情况如下：

单位：万元

生产模式	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	完工入库成本	占比	完工入库成本	占比	完工入库成本	占比
自主加工	**3,240.72**	**17.68%**	3,114.48	14.77%	691.79	3.54%
外协生产-委托加工	**278.98**	**1.52%**	**-**	**-**	**-**	**-**
外协生产-外包	**14,811.66**	**80.80%**	17,976.30	85.23%	18,828.55	96.46%
合 计	**18,331.35**	**100.00%**	**21,090.77**	**100.00%**	**19,520.34**	**100.00%**

注：丝绸文化创意品部分丝巾采取了自主完成数码印花加工，委托外部供应商完成丝巾卷边方式。根据不同环节加工复杂程度与产值占比，将该部分产品成本归入**自主加工**模式统计。

报告期内，公司逐步向能发挥数码印花工艺优势的产品倾斜，丝绸文化创意品自主加工比例呈逐年增长趋势。

B、丝绸纺织制品（非自有终端品牌）自主加工与外协生产比例

报告期内，公司丝绸纺织制品自主加工与外协生产完工入库成本情况如下：

单位：万元

生产模式	2020 年度	2019 年度	2018 年度

	完工入库成本	占比	完工入库成本	占比	完工入库成本	占比
自主加工	**5,415.29**	**32.64%**	6,453.17	25.62%	5,169.22	17.96%
外协生产-委托加工	**8,503.93**	**51.25%**	15,164.17	60.19%	19,199.24	66.72%
外协生产-外包	**2,673.51**	**16.11%**	3,574.68	14.19%	4,408.28	15.32%
合 计	**16,592.73**	**100.00%**	**25,192.01**	**100.00%**	**28,776.74**	**100.00%**

注：丝绸纺织制品委托加工产品中，包括自主完成数码印花加工环节后进一步委托外部供应商进行成衣制作的贴牌服装。根据不同环节加工复杂程度与产值占比，将该部分贴牌服装成本归入委托加工模式统计。

报告期内，随着公司逐步向能够发挥数码印花核心工艺优势的产品倾斜，新客户增加，丝绸纺织制品自主加工比例呈逐年增长趋势。

C、口罩自主加工与外协生产比例

报告期内，公司口罩自主加工与外协生产完工入库成本情况如下：

单位：万元

生产模式	2020 年度	
	完工入库成本	占比
自主加工	**1,230.71**	**10.92%**
外协生产-委托加工	**4,759.85**	**42.23%**
外协生产-外包	**5,280.09**	**46.85%**
合 计	**11,270.64**	**100.00%**

疫情爆发初期，公司自有产能较小，为应对客户紧急需求，部分口罩采取委托加工和外包模式，同时期口罩加工市场供不应求，原材料采购成本及加工单价均较高。2020 年 3 月，公司平面口罩生产线构建完成并投产使用后，口罩自主加工均通过自动化设备进行，加工单位成本较低，相关原材料采购成本亦有所下降。

（二）2018-2020 年度，公司人工成本与制造费用先增后降，尤其是 2019 年度增加较多，主要原因系当年自主加工比例增加。此外，丝绸文化创意品供应链人员数量增加，销售旺季时包装环节产能紧张，外聘劳务公司以及相关人员加班福利、补贴费用增加，亦带动公司人工成本与制造费用相应增加，增长原因具有合理性

发行人已在招股说明书第八节之“十三、（三）2、（6）外协生产相关情况”

中补充披露如下：

D、自主加工比例与主营业务成本中人工成本、制造费用的匹配关系

报告期内，公司丝绸文化创意品、丝绸纺织制品及口罩产品中自主加工产品成本、自主加工比重，与该类产品人工成本、制造费用情况具体如下：

单位：万元

项 目		2020 年度	2019 年度	2018 年度
丝绸文化创意品（自有终端品牌）	自主加工产品完工入库成本	**3,240.72**	3,114.48	691.79
	自主加工完工入库成本比重	**17.68%**	14.77%	3.54%
	人工成本	**833.87**	911.14	731.72
	制造费用	**467.83**	619.11	223.45
丝绸纺织制品（非自有终端品牌）	自主加工产品完工入库成本	**5,415.29**	6,453.17	5,169.22
	自主加工完工入库成本比重	**32.64%**	25.62%	17.96%
	人工成本	**1,046.99**	1,228.40	975.92
	制造费用	**760.73**	926.34	767.69
口罩	自主加工产品完工入库成本	**1,230.71**	-	-
	自主加工完工入库成本比重	**10.92%**	-	-
	人工成本	**343.18**	-	-
	制造费用	**405.12**	-	-

报告期内，公司丝绸文化创意品人工成本与制造费用既包含自主加工产品所耗用的部分，亦包含外包采购半成品后包装环节所耗用的部分。报告期内，丝绸文化创意品人工成本与制造费用的增长主要系销售产品中自主加工比例提升，自主加工所分摊的人员工资、设备厂房折旧、水电蒸汽等人工成本与制造费用相应提升。2019 年度，丝绸文化创意品组合套装销售收入较上年增加 3,336.99 万元，组合套装类产品种类繁多且包装相对复杂，销售旺季时包装环节产能紧张，公司外聘劳务公司参与包装发生的劳务费用，以及生产制造人员因加班发生的福利费、餐费补贴等制造费用合计增加 79.15 万元。

2018-2019 年度，公司丝绸纺织制品人工成本与制造费用主要系自主加工产品所耗用的相关成本。因此，随着自主加工成本比重的持续提升，人工成本及制造费用逐年增加。

2019 年度，公司人工成本与制造费用增加较多，主要原因系自主加工比例

持续增加。此外，丝绸文化创意品供应链人员数量增加，销售旺季时包装环节产能紧张，外聘劳务公司以及相关人员加班福利、补贴费用增加，亦带动公司人工成本与制造费用相应增加。**2020 年度，受新冠肺炎疫情影响，丝绸文化创意品与丝绸纺织制品的人工成本与制造费用出现下降，但口罩业务的发展导致人工成本及制造费用总额均较 2019 年度有所增加。**

六、按照丝绸文化创意品、OEM 丝绸制品分别披露报告期各期委托加工的环节、内容、数量、金额、定价依据，相关工艺是否涉及发行人核心技术，委托加工费用是否即外协生产的费用

（一）公司丝绸文化创意品外协采购主要为除自主加工丝巾外其他丝绸文化创意品半成品采购；公司丝绸纺织制品外协采购主要为部分服装、面料等丝绸纺织制品成品采购以及服饰、面料委托加工。公司口罩外协采购主要为口罩半成品采购以及部分生产环节委托加工；公司丝绸文化创意品和丝绸纺织制品主要产品个性化属性较强，款式、尺寸、材质、工艺等因素存在一定差异，外协生产定价依据主要为供应商报价，公司通过询比价方式确定合作方；2020 年度，口罩外协采购定价依据除供应商报价以及公司询比价之外，亦存在公司协调各方社会资源后协商确定加工价格的方式

发行人已在招股说明书第六节之“六、（二）3、外协采购情况”中补充披露如下：

3、外协采购情况

报告期内，公司生产模式主要分为自主加工和外协生产。其中，外协生产可进一步分为外包模式和委托加工模式两类。自主加工模式下，公司采购内容主要为原辅料及包装材料。外协生产模式下，公司采购内容主要为外包采购半成品及产成品，以及采购委托加工服务。报告期内，公司采购情况如下：

单位：万元

供应商类型		采购产品	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
			金额	占比	金额	占比	金额	占比
原辅料供应商		原辅料及包装材料等	**18,926.36**	**45.10%**	22,227.00	51.72%	21,060.50	46.58%
外协供应商	外包供应商	半成品及产成品	**17,214.55**	**41.02%**	16,441.95	38.26%	19,198.91	42.46%
	委托加	委托加工服务	**5,822.16**	**13.87%**	4,310.51	10.03%	4,958.44	10.97%

单位：万元

供应商类型	采购产品	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
		金额	占比	金额	占比	金额	占比
工供应商							
总 计		**41,963.06**	**100.00%**	42,979.45	100.00%	45,217.85	100.00%

公司丝绸文化创意品外协采购主要为除自主加工丝巾、**委外加工蚕丝被**外其他丝绸文化创意品半成品采购。公司丝绸纺织制品外协采购主要为部分服装、面料等成品采购以及服饰、面料委托加工。公司口罩外协采购主要为口罩半成品采购以及部分生产环节委托加工。报告期内，公司外协采购具体情况如下：

单位：万元、万件、万米、万只

项 目		外协采购主要内容	2020 年度		2019 年		2018 年	
			金额	数量	金额	数量	金额	数量
丝绸文创创意品	外包	除自主加工丝巾、**委外加工蚕丝被**外，其他丝绸文化创意品半成品	**9,580.03**	**374.34**	12,952.47	441.11	15,131.47	372.17
	委托加工	**蚕丝被加工：将丝棉加工成蚕丝被的环节**	**26.94**	**0.70**	-	-	-	-
丝绸纺织制品	外包	服装、面料及其他产成品	**2,339.20**	**138.96**	3,489.48	112.45	4,067.44	147.88
	委托加工	服饰加工：服装成衣制作环节及少部分的丝巾卷边环节	**2,096.96**	**177.69**	3,628.31	275.22	4,102.76	225.09
		面料加工：面料和服装产品生产所需面料染色及传统台版印花加工环节	**560.38**	**117.16**	682.20	150.04	855.68	156.69
口罩	外包	口罩半成品	**5,295.32**	**3,212.61**	-	-	-	-
	委托加工	产量不足时外发压片加工、焊耳带等制作环节	**3,137.87**	**7,309.62**	-	-	-	-

单位：万元、万件、万米、万只

项 目	外协采购主要内容	2020 年度		2019 年		2018 年	
		金额	数量	金额	数量	金额	数量
外协采购合计		**23,036.70**	**11,331.09**	20,752.46	978.82	24,157.35	901.82

注：发行人丝绸文化创意品和丝绸纺织制品自主加工环节全部由子公司万事利数码完成，其统一采购所需的原辅料，并对完成数码印花加工环节后的丝巾产品进一步委托外部供应商完成丝巾卷边等服务。因**部分丝巾和丝绸面料**采购的委托加工服务相似，委托加工采购无法按两类产品进行准确区分，故统一将**部分丝巾**所采购的委托加工服务在丝绸纺织制品采购端统计。

（1）丝绸文化创意品

公司丝绸文化创意品生产以外协生产模式中的外包模式为主，主要向外包供应商直接采购半成品，并通过严格的质检制度保证产品质量。发行人外协采购定价依据主要为供应商报价，发行人通过询比价方式确定外协采购合作方。

……

（2）丝绸纺织制品

丝绸纺织制品外协生产模式分为外包模式及委托加工模式。外包模式下，发行人向供应商采购成品面料、服装等产品，采用全额结算模式；委托加工模式下，发行人向供应商采购面料加工、服饰加工等服务，采用净额结算模式。发行人外协采购定价依据主要为供应商报价，发行人通过询比价方式确定外协采购合作方。

……

（3）口罩

口罩外协生产模式分为外包模式及委托加工模式。外包模式下，发行人向供应商采购半成品口罩，采用全额结算模式；委托加工模式下，发行人向供应商采购压片加工、焊耳带等口罩加工服务，采用净额结算模式。发行人外协采购定价依据主要为供应商报价，发行人通过询比价方式确定外协采购合作方。2020 年，由于口罩加工市场行情波动较大，公司协调各方社会资源后协商确定加工价格。

（二）公司外协生产包括全额结算的外包模式以及净额结算的委托加工模式，主营业务成本中列示的委托加工费用系净额结算的委托加工模式产生的加工费用；公司对于具有核心竞争力的环节采用自主完成的方式，外协生产相关工艺不涉及发行人核心技术

报告期内，公司生产模式主要分为自主加工和外协生产。其中，公司针对具

有核心竞争力的数码印花加工工艺采取自主加工方式，而对于面料染色、传统台版印花、成衣加工、丝巾卷边等技术含量相对较低，行业竞争充分，可替代性较强的工艺/环节采取外协生产的模式。公司受托加工项目即为数码印花加工业务，包括数码喷印和后道等其他加工。数码印花系发行人主要加工环节，该业务由发行人自主生产。公司外协生产环节涉及的工艺不涉及发行人核心技术。

外协生产根据是否由供应商提供原材料和结算方式可进一步分为外包模式和委托加工模式两类：A、外包模式（全额结算），供应商提供原材料，根据公司提供的设计图样和品质标准进行生产，公司与供应商全额结算原材料成本及加工费用；B、委托加工模式（净额结算），由公司提供原材料，供应商根据公司提供的原材料、设计图样和品质标准进行生产，公司与供应商净额结算委托加工费用。公司主营业务成本中列示的委托加工费用即该模式下净额结算的加工费。公司综合考虑具体产品的面料类型、生产工艺、品质要求、交付时效等因素，选择效益最大化的合作模式。

上述事项具体分析及补充披露情况参见本问询函回复 14 题之“五、结合报告期内自主加工的详细比重情况，披露人工成本、制造费用逐年增加特别是 2019 年增加较多的原因及合理性”。

七、相同产品不同受托加工方价格的差异情况及原因，以及同一受托加工方不同年度价格的差异情况及原因，对比委托加工和自主生产的单位成本差异，分析委托加工费用定价依据是否公允、合理

（一）公司丝绸文化创意品外协采购主要为外包采购半成品，不同供应商采购价格和同一供应商不同年度采购价格存在差异的原因系采购产品规格、材质等存在差异。公司丝绸纺织制品外协采购主要为部分服装、面料成品采购以及服饰、面料加工。其中，服装成品采购及服饰加工不同供应商采购价格和同一供应商不同年度采购价格差异主要系服饰加工定制属性较强，采购服装工艺、材质、下游客户质量要求存在不同；面料加工不同受托加工方价格差异和同一受托方不同年度价格差异主要系采购的服务不同，面料印花服务的采购价格要高于面料染色服务的采购价格。口罩外协采购主要为外包采购半成品以及部分环节委托加工。2020 年度，口罩市场行情剧烈波动，不同时期不同加工环节加工存在差异。上述价格差异情况具有合理性，委托加工费用定价公允、合理

1、丝绸文化创意品外协采购

报告期内，公司丝绸文化创意品外协采购以外包采购丝巾、家纺、服装、围巾半成品为主，上述四类产品采购总额占丝绸文化创意品外协采购总额的比重分别为 75.70%、68.17%和 **69.39%**，具体情况如下：

单位：万元

品类	2020 年度	2019 年度	2018 年度
丝巾	**701.90**	3,265.36	4,895.63
家纺	**4,315.30**	3,453.53	3,628.33
品牌服装	**1,376.42**	1,533.66	2,208.58
围巾	**272.77**	576.82	722.01
小计	**6,666.39**	**8,829.37**	**11,454.55**
外协采购总额	**9,606.97**	**12,952.47**	**15,131.47**
占比	**69.39%**	68.17%	75.70%

报告期内，丝绸文化创意品各类产品不同供应商的平均采购单价和同一供应商不同年度采购单价存在差异的具体原因为：（1）公司采购丝巾类别较多，因采购主要丝巾的具体规格不同，导致采购单价存在差异，整体平均采购单价在 35-60 元/条左右；（2）公司家纺产品包括蚕丝被、真丝床上套件等品类，因采购的蚕丝被重量不同，真丝床上套件规格不同，导致采购单价有所差异；（3）公司采购的品牌服装大致可分为睡衣类产品和其他产品两类，因存在部分定制采购产品，导致采购单价有所差异，各期前五大供应商平均采购单价在 300-400 元/件左右；（4）公司采购的围巾根据面料材质可分为化纤围巾、丝羊毛围巾、羊毛围巾等，因采购的围巾面料材质不同，导致采购单价有所差异。

2、丝绸纺织制品外协采购

报告期内，公司丝绸纺织制品外协采购以服装成品采购、服饰委托加工及面料委托加工为主，上述三类采购总额占丝绸纺织制品外协采购总额的比重分别为 72.48%、67.51%和 **63.74%**，具体情况如下：

单位：万元

品类	2020 年度	2019 年度	2018 年度
服装成品采购	**527.56**	955.25	1,583.71
服饰加工	**2,096.96**	3,628.31	4,102.76

单位：万元

品类	2020 年度	2019 年度	2018 年度
面料加工	**560.38**	682.20	855.68
小计	**3,184.90**	**5,265.76**	**6,542.15**
外协采购总额	**4,996.54**	7,799.99	9,025.88
占比	**63.74%**	67.51%	72.48%

报告期内，丝绸纺织制品各类型采购不同供应商的平均采购单价和同一供应商不同年度采购单价存在差异的具体原因为：（1）服装成品采购个性化属性较强，不同细分品类的采购单价差异较大，通常情况下服装采购单价的区间在 20-100 元/件。此外，由于定制服装采购价格中包含供应商的固定成本，若同一款式服装采购批量较小，采购单价会高于大批量采购下的价格；（2）服饰加工服务个性化程度较高，发行人向各供应商的服饰加工采购价格依据款式、工艺难度、下游客户质量要求等因素差异化较大，通常情况下采购单价的区间在 15-90 元/件；（3）面料加工主要包含面料染色及面料印花。面料染色的基础价格区间为 2.50 元/米-5.00 元/米，印花的基础价格区间为 6.00 元/米-8.00 元/米。此外，同一类型的采购也会受到批量大小、淡忙季等因素的影响。

3、口罩外协采购

2020 年**度**，公司口罩外协采购包括口罩半成品采购和部分环节委托加工。不同供应商价格差异主要系提供的工序不同所致，且当期市场行情剧烈波动，采购时点不同亦会导致价格存在差异。

公司主要委托加工环节不同受托加工方价格差异和同一受托方不同年度价格差异比较情况的具体分析及补充披露情况参见本问询函回复 13 题之“四、披露报告期各期向不同供应商采购相同产品或服务的价格是否存在差异以及差异的原因”。

（二）公司自主加工涉及的产品主要为丝巾、丝绸面料及口罩。报告期内，公司丝巾款式种类较多，不同款式单位成本差异较大，而自主加工丝巾与外协生产丝巾款式仅存在极少量重叠情形，其单位成本无法直接比较

发行人已在招股说明书第八节之“十三、（三）2、（6）外协生产相关情况”中补充披露如下：

②自主加工与外协生产单位成本对比

报告期内，公司针对具有核心竞争力的数码印花加工工艺采取自主加工方式，涉及的主要产品包括丝巾和丝绸面料等。2020 年**度**，公司部分口罩产品采取了自主加工模式。报告期内，公司自主加工完工入库成本占比分别为 12.14%、20.67%和 **21.40%**。

A、丝巾自主加工与外协生产单位成本对比

报告期内，公司存在销售情形的丝巾产品款式超过 3,000 种，不同款式丝巾尺寸、加工工艺、花型、面料材质等存在差异，单位成本从数元到一万余元不等。由于公司自主加工的丝巾款式仅在交付期限较短且自有产能不足时采取外协生产中的外包模式，自主加工丝巾与外协生产丝巾款式仅存在极少量重叠情形。报告期内，重叠款式外包采购成本占全部外包采购成本比重均不超过 0.5%，采购批量较小，采购单价受批量、交期等因素的影响较大，单位成本无法直接比较。

（三）公司丝绸面料自主加工单位成本高于外协生产单位成本，主要系自主加工以真丝材质面料为主，且自主加工采用的工艺需购建专用数码印花设备，生产人员工作复杂度高于染色及传统台版印花工艺，设备折旧及人工成本均较高。面料外协生产包含非真丝材质面料，且生产工艺主要系面料染色、传统台版印花，该工艺较为简单，产品附加值低，区域内产业发展较为成熟，加工服务可替代性较强，加工单价较低。因此，自主加工单位成本与外协生产单位成本差异具有合理性

发行人已在招股说明书第八节之“十三、（三）2、（6）外协生产相关情况”中补充披露如下：

B、面料自主加工与外协生产单位成本对比

报告期内，公司对于具有核心竞争力的面料数码印花加工环节采取自主加工方式，而染色、传统台版印花环节采取外协生产模式。报告期内，面料自主加工单位成本和外协生产单位成本比较如下：

单位：万米、元/米

项　目	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	数量	单位成本	数量	单位成本	数量	单位成本

单位：万米、元/米

项　目	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	数量	单位成本	数量	单位成本	数量	单位成本
自主加工	**63.79**	**63.34**	67.97	75.31	57.71	76.05
外协生产-委托加工	**74.69**	**41.33**	124.64	50.67	131.55	53.65
外协生产-外包	**74.63**	**22.40**	97.16	24.84	104.34	26.02

注 1：丝绸面料产品自主加工与外协生产数量及成本总额统计口径为丝绸面料产品完工入库成本，不包括将进一步用于生产贴牌服装、其他丝绸纺织制品或丝巾的面料；

注 2：面料自主加工数量按照实际加工数量统计，面料双面印花工序仅计算一次产量。

报告期内，公司丝绸面料自主加工单位成本最高，外协生产–委托加工单位成本次之，外协生产–外包单位成本最低，**主要原因系面料材质以及生产工艺不同。**

a、丝绸面料自主加工主要系真丝材质面料，原材料成本相对较高。且自主加工所采用的的工艺为企业具有核心竞争力的数码印花工艺，且该工艺环节需购建专用数码印花设备，生产人员工作复杂度高于染色及传统台版印花工艺，设备折旧及人工成本均较高，单位加工成本较高。

b、丝绸面料外协生产-委托加工既有真丝材质面料，亦包括部分非真丝材质面料，其原材料成本低于自主加工原材料成本。委托加工采用的工艺主要系面料染色、传统台版印花，该工艺较为简单，产品附加值低。报告期内，公司面料委托加工厂商位于湖州、嘉兴等面料加工行业较为发达地区，区域内产业发展较为成熟，加工服务可替代性较强，行业竞争充分，加工单价较低。

c、丝绸面料外协生产-外包主要系非真丝材质面料，其原材料成本低于自主加工及外协生产-委托加工原材料成本。外包采购的面料主要以染色、传统台版印花等工艺为主，因此加工单价较低。

（四）公司口罩自主加工单位成本低于外协生产单位成本，主要系公司主要在疫情较为严重时采取外协模式生产，该时期市场供不应求，委托加工单价及外包采购半成品价格相对较高。公司平面口罩生产线构建完成并投产使用后，口罩自主加工均通过自动化设备进行，生产效率较高，单位成本较低。因此，自主加工单位成本与外协生产单位成本差异具有合理性

发行人已在招股说明书第八节之“十三、（三）2、（6）外协生产相关情况”

中补充披露如下：

C、口罩自主加工单位成本和外协生产单位成本比较

报告期内公司自主加工口罩仅包含平面口罩，立体口罩均为外协生产。由于平面口罩与立体口罩价格存在较大差异，因此在对比单位成本时仅选取平面口罩进行比较。

自主加工口罩中，部分口罩系自主完成压片加工环节，委托外部供应商进一步完成焊耳带环节。由于焊耳带环节工艺较为简单，加工费用占口罩生产成本比重较小，因此作为自主加工口罩进行统计。

2020 年**度**，平面口罩自主加工单位成本和外协生产单位成本比较如下：

单位：万只、元/只

项　目	2020 年度	
	数量	单位成本
自主加工	3,102.07	0.40
外协生产-委托加工	4,125.79	1.11
外协生产-外包	2,889.47	1.33

报告期内，公司自主加工单位成本低于外协生产单位成本，主要系新冠肺炎疫情爆发初始阶段，口罩相关自动化生产设备紧缺，公司在产能不足的情况下采取委托加工和外包模式生产口罩。由于同时期口罩加工市场供不应求，加工费单价和半成品采购单价相对较高。2020 年 3 月，公司平面口罩生产线构建完成并投产使用后，口罩自主加工均通过自动化设备进行，生产效率较高，单位成本相对较低。

八、报告期内委托加工费用先上升后下降的原因，在发行人人工成本、制造费用上升的 2018 年委托加工费用增加较多的原因及合理性

2017-2020年度，公司主营业务成本委托加工费用情况如下：

单位：万元

项　目	2020 年度		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
丝绸文化创意品（自有终端品牌）	421.04	7.62%	518.80	10.61%	117.48	2.19%	58.64	1.21%

单位：万元

项　目	2020 年度		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
丝绸纺织制品（非自有终端品牌）	**1,948.69**	**35.26%**	4,369.69	89.39%	5,252.90	97.81%	4,785.72	98.79%
口罩	**3,157.62**	**57.13%**	-	-	-	-	-	-
委托加工费用合计	**5,527.35**	**100.00%**	**4,888.49**	**100.00%**	**5,370.38**	**100.00%**	**4,844.36**	**100.00%**

（一）2017-2019 年度，委托加工费用呈现先上升后下降的趋势，主要系：①2018 年度贴牌服装业务规模尤其是加工单价较高的真丝服装业务规模提升，带动丝绸纺织制品委托加工费用提升；②2019 年度，公司基于业务规划主动缩减贴牌服装业务规模，且当期丝绸纺织制品自主加工比例有所提升，委托加工费用相应下降。上述原因具有合理性

2017-2019年度，公司委托加工费用呈现先上升后下降的趋势，主要系：①2018年度贴牌服装业务规模尤其是加工单价较高的真丝服装销售规模提升2,621.73万元，带动丝绸纺织制品委托加工费金额提升467.18万元；②2019年度，公司基于业务规划主动缩减贴牌服装业务规模，且当期丝绸纺织制品自主加工比例有所提升，丝绸纺织制品委托加工费用相应下降883.21万元。

（二）2018 年度，公司人工成本、制造费用上升的同时委托加工费用增加较多，具体原因为：人工成本、制造费用的增长一方面系丝绸纺织制品自主加工比例提升，另一方面则是由于供应链人员数量增加。而委托加工费用增长则是由于贴牌服装业务规模尤其是加工单价较高的真丝服装业务规模提升，带动丝绸纺织制品委托加工费用提升。人工成本、制造费用与委托加工费用的波动与公司当期业务发展实际情况相匹配，具有合理性

2018年度，公司人工成本、制造费用上升的同时委托加工费用增加较多，具体原因为：人工成本、制造费用的增长一方面系丝绸纺织制品中丝绸面料自主加工比例提升，另一方面则是由于供应链人员数量增加。而委托加工费用增长则是由于贴牌服装业务规模尤其是加工单价较高的真丝服装销售规模提升2,621.73万元，带动丝绸纺织制品委托加工费用金额提升。人工成本、制造费用与委托加工费用的波动与公司当期业务发展实际情况相匹配。

（三）补充披露情况

发行人已在招股说明书第八节之“十三、（三）2、（5）委托加工费用”中补充披露如下：

（5）委托加工费用波动情况

报告期内，公司主营业务成本委托加工费用情况如下：

单位：万元

项　目	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
丝绸文化创意品（自有终端品牌）	**421.04**	**7.62%**	518.80	10.61%	117.48	2.19%
丝绸纺织制品（非自有终端品牌）	**1,948.69**	**35.26%**	4,369.69	89.39%	5,252.90	97.81%
口罩	**3,157.62**	**57.13%**	-	-	-	-
委托加工费用合计	**5,527.35**	**100.00%**	**4,888.49**	**100.00%**	**5,370.38**	**100.00%**

2018-2020年度，公司委托加工费用呈现先下降后上升的趋势，主要系：①2019年度，公司基于业务规划主动缩减贴牌服装业务规模，且当期丝绸纺织制品自主加工比例有所提升，丝绸纺织制品委托加工费用相应下降883.21万元；②2020年度，丝绸文化创意品与丝绸纺织制品业务规模下降，导致委托加工费用共下降2,518.76万元，但当年公司积极开展口罩业务，因业务早期产能严重不足，为保证市场供应，公司采取了委托加工方式生产部分口罩，当期口罩相关委托加工费用为3,157.62万元，总委托加工费上升638.86万元。

九、请保荐人、申报会计师核查并发表明确意见

（一）核查程序

为核查上述事项，保荐机构和申报会计师主要履行了如下核查程序：

1、获取了报告期内发行人丝绸文化创意品、丝绸纺织制品、口罩业务成本明细构成，分析成本波动与收入是否匹配，成本构成情况波动与产品结构、自主加工比例是否匹配；

2、获取了发行人报告期内的材料成本明细表，采购明细表，分析直接材料各项明细构成是否与产品收入、生产模式匹配，统计各主要产品平均采购单价；

3、获取报告期内中国茧丝绸交易平台丝绸原材料公开市场价格、生意社瓦楞纸价格指数，统计同类产品的市场采购价格，并与发行人采购价格进行对比；

4、查询了可比上市公司定期报告，统计可比上市公司主营业务成本构成情况，生产人员平均薪酬水平，并与发行人进行对比；

5、核查了工薪与人事循环的关键内部控制的设计是否得到执行，并测试相关内部控制的运行有效性；获取了发行人各年度员工名册及工资表，统计生产人员数量及人均薪酬情况；查阅了杭州市人民政府官方网站 http://www.hangzhou.gov.cn/ 、杭州市人力资源与社会保障局官方网站 http://hrss.hangzhou.gov.cn，取得同地区公司全社会单位在岗职工和不同工种平均薪酬水平情况；

6、获取了报告期内发行人制造费用明细表，分析制造费用中的职工薪酬与人员数量是否匹配；获取了报告期内发行人固定资产、无形资产明细表，水电费构成明细及产量统计表，分析能源费与实际产量是否配比；

7、获取了发行人完工入库成本明细表，统计报告期内自主加工成本占比，计算自主加工及外协生产单位成本，并进行对比；

8、访谈了发行人总经理、财务总监、人力资源部负责人等经营管理层，了解了发行人自主加工、外协加工生产模式具体情况，了解各主营业务成本各项明细构成波动情况及原因，与发行人生产模式、产品结构等实际经营情况是否匹配，了解发行人采购价格与公开市场价格存在差异的原因，了解生产人员平均薪酬与可比上市公司、同地区公司存在差异的原因，了解制造费用各明细项目波动的原因，了解发行人自主加工与外协加工模式具体情况，自主加工与外协加工单位成本存在差异的原因，以及加工费定价是否公允合理。

（二）核查意见

经核查，保荐机构和申报会计师认为：

1、发行人已在招股说明书中披露了主营业务的明细构成，2018-2020 年度，发行人丝绸文化创意品、丝绸纺织制品主营业务成本变动趋势与对应主营业务收入一致。

2、发行人已在招股说明书中披露了直接材料的明细构成、金额、变动情况及变动原因等信息，相关原因具备合理性；发行人原材料采购价格公允，采购价格波动具有合理性；发行人营业成本以直接材料为主的情形符合行业整体情况；外协生产分为外包模式（全额结算）和委托加工模式（净额结算），外包模式的原材料由外协供应商提供，而委托加工模式的原材料由发行人提供。

3、报告期内，发行人计入人工成本的平均薪酬分别为 8.18 万元、8.71 万元和 10.99 万元，薪酬水平高于可比上市公司和同地区公司水平，主要原因系核心工艺相关的生产人员需具备一定专业技术知识，薪酬水平相对较高。

4、发行人已在招股说明书中披露了制造费用的明细构成、金额及变动情况；发行人制造费用主要由职工薪酬、能源费、折旧费等项目组成，变动原因与实际生产经营情况相符，具有合理性。

5、报告期内，公司针对应用了数码印花加工工艺的产品和部分口罩产品采取自主加工方式，其他产品选择外协生产方式。报告期内，丝绸文化创意品自主加工比例分别为 3.54%、14.77%和 17.68%，丝绸纺织制品自主加工比例分别为 17.96%、25.62%和 32.64%，口罩的自主加工比例为 10.92%；2018-2019 年度，人工成本及制造费用逐年增加，且 2019 年度增加较多，主要原因系自主加工比例持续增加。此外，丝绸文化创意品供应链人员数量增加，销售旺季时包装环节产能紧张，外聘劳务公司以及相关人员加班福利、补贴费用增加，亦带动公司人工成本与制造费用相应增加，**2020 年度，受新冠肺炎疫情影响，丝绸文化创意品与丝绸纺织制品的人工成本与制造费用出现下降，但口罩业务的发展导致人工成本及制造费用总额均较 2019 年度有所增加，**上述原因具有合理性。

6、发行人已在招股说明书中披露了报告期各期外协生产涉及的产品、内容、数量、金额、定价依据等信息；发行人对于具有核心竞争力的环节采用自主完成的方式，外协生产相关工艺不涉及发行人核心技术；发行人外协生产包括全额结算的外包模式以及净额结算的委托加工模式，主营业务成本中列示的委托加工费用系净额结算的委托加工模式产生的加工费用。

7、报告期内，发行人丝绸文化创意品主要为外包采购半成品，不同供应商采购价格和同一供应商不同年度采购价格存在差异的原因系采购产品规格、材质

等存在差异；公司丝绸纺织制品外协采购主要为部分服装、面料成品采购以及服饰、面料加工，不同供应商采购价格和同一供应商不同年度采购价格存在差异主要系工艺环节、材质、下游客户质量要求等方面存在不同；口罩不同受托加工方价格差异主要系加工环节不同，以及市场行情剧烈波动，不同时期加工价格存在差异。公司自主加工涉及的产品主要为丝巾、丝绸面料及口罩。报告期内，公司丝巾款式种类较多，不同款式单位成本差异较大，而自主加工丝巾与外协生产丝巾款式仅存在极少量重叠情形，其单位成本无法直接比较；丝绸面料自主加工单位成本高于外协生产单位成本，主要系自主加工以真丝材质面料为主，且自主加工采用的工艺设备折旧及人工成本均较高；公司口罩自主加工单位成本低于外协生产单位成本，主要系公司主要在疫情较为严重时采取外协模式生产，该时期市场供不应求，委托加工单价及外包采购半成品价格相对较高。上述差异原因具有合理性，发行人委托加工费用定价依据公允、合理。

8、2017-2019 年度，委托加工费用呈现先上升后下降的趋势，主要系：①2018 年度贴牌服装业务规模尤其是加工单价较高的真丝服装业务规模提升，丝绸纺织制品委托加工费用相应提升；②2019 年度，发行人基于业务规划主动缩减贴牌服装业务规模，且当期丝绸纺织制品自主加工比例有所提升，委托加工费用相应下降。上述原因具有合理性；2018 年度，发行人人工成本、制造费用上升的同时委托加工费用增加较多，具体原因为：人工成本、制造费用的增长一方面系丝绸纺织制品自主加工比例提升，另一方面则是由于供应链人员数量增加。而委托加工费用增长则是由于贴牌服装业务规模尤其是加工单价较高的真丝服装业务规模提升，带动丝绸纺织制品委托加工费用提升；人工成本、制造费用与委托加工费用的波动与发行人当期业务发展实际情况相匹配，具有合理性。**2020 年度，丝绸文化创意品与丝绸纺织制品业务规模下降，导致委托加工费用共下降 2,518.76 万元，但当年公司积极开展口罩业务，相关委托加工费用为 3,157.62 万元，总委托加工费上升 638.86 万元**。

问题 15

申报文件显示，报告期内，发行人主营业务毛利率分别为 36.57%、36.50%和 37.00%。丝绸文化创意品毛利率分别为 55.41%、54.18%和 51.59%，呈一定的下降趋势，OEM 丝绸制品毛利率分别为 16.41%、15.98%和 18.10%。请发行人补

充披露：（1）发行人主营业务毛利率与同行业可比公司是否存在差异，如存在，请披露原因及合理性；（2）丝绸文化创意品毛利率逐年下滑的趋势是否将持续、是否符合行业整体情况，是否对发行人未来经营业绩产生重大不利影响，请披露具体影响并提示相关风险；（3）丝绸文化创意品通过展示营销中心实现的毛利率高于门店零售毛利率的原因及合理性；（4）报告期内丝绸文化创意品通过经销商实现的毛利率高于加盟商、代销商的原因及合理性；（5）丝绸工艺品毛利率相比其他丝绸文化创意品更高的原因及合理性，是否符合行业整体情况；（6）OEM 丝绸制品毛利率波动较大是否符合行业整体情况，数码印花加工 2017 年毛利率较低的原因；（7）各细分产品毛利率变动情况及与同行业可比公司比较，并请补充相关量化数据；（8）说明同行业可比公司的选取依据，是否具有代表性。

请保荐人、申报会计师核查并发表明确意见。

【回复】

一、发行人主营业务毛利率与同行业可比公司是否存在差异，如存在，请披露原因及合理性

（一）发行人丝绸文化创意品毛利率与可比上市公司存在一定差异，主要原因系可比上市公司品牌女装产品主要面向个人消费需求，保留较高毛利以覆盖门店租金、商场专柜分成等固定费用。公司丝绸文化创意品兼具商务需求与个人消费需求，对于采购金额及频次较高的客户给予较低折扣，毛利率相对较低

发行人已在招股说明书第八节之“十三、（四）2、（4）丝绸文化创意品毛利率同行业比较”补充披露如下：

从产品类型和业务模式角度分析，公司丝绸文化创意品的主要竞争对手为凯喜雅、都锦生、喜得宝等公司，上述公司暂未上市，无法取得公开披露数据。考虑到公司丝绸文化创意品在运营模式上与时尚品牌女装行业存在一定相似性：即专注于研发设计，并通过直营、加盟或经销渠道对外销售。同时，公司丝绸文化创意品与品牌女装均属于消费品，具有一定的时尚流行性元素。因此，公司从业务运营模式、产品特性的维度，选择申万行业分类“服装家纺”类别中的“女装”类别以及“休闲服装”类别中以女装业务为主的上市公司作为可比上市公司。

①细分渠道毛利率与可比上市公司比较

报告期内，公司丝绸文化创意品销售渠道主要分为直销与分销，其中，直销渠道根据销售形式亦可分为直销线下渠道与直销线上渠道。公司丝绸文化创意品各主要销售渠道毛利率与可比上市公司比较如下：

A、直销线下渠道、分销渠道毛利率与可比上市公司比较

可比上市公司直销店毛利率与公司直销线下渠道毛利率比较如下：

可比公司	2020 年度	2019 年度	2018 年度
安正时尚-直营店	**71.73%**	70.38%	72.53%
太平鸟-直营店	**65.61%**	65.34%	64.51%
朗姿股份-直营店	**54.09%**	**58.29%**	/
地素时尚-直营	**82.25%**	79.28%	77.73%
日播时尚-直营店	**66.17%**	67.97%	69.94%
歌力思-直营店	**70.21%**	70.80%	72.64%
锦泓集团-直营店	**72.32%**	68.62%	69.12%
欣贺股份-直营店	**76.95%**	78.42%	78.39%
算术平均数	**69.92%**	**69.89%**	72.12%
本公司-直营门店	**65.96%**	66.54%	66.35%
本公司-销售团队	**52.34%**	55.24%	57.74%
本公司-展示营销中心	**49.89%**	53.92%	62.47%

注：**朗姿股份在其 2020 年年度报告中披露了其直营店、分销渠道及线上平台毛利率数据，以前年度报告中无相关信息，下同。**

可比上市公司分销渠道毛利率与公司分销渠道毛利率比较如下：

可比公司	2020 年度	2019 年度	2018 年度
安正时尚-加盟商	**52.95%**	64.97%	67.30%
太平鸟-加盟商	**45.07%**	45.05%	48.11%
朗姿股份-经销商	**64.96%**	**62.37%**	/
地素时尚-经销商	**70.67%**	69.92%	69.70%
日播时尚-经销商	**53.34%**	54.43%	55.82%
歌力思-加盟商	**58.50%**	62.69%	65.54%
锦泓集团-加盟商	**53.40%**	60.41%	64.10%
欣贺股份-经销商	**63.70%**	57.30%	60.53%

可比公司	2020 年度	2019 年度	2018 年度
算术平均数	**57.82%**	**59.64%**	61.59%
本公司-加盟商	**43.90%**	39.79%	43.18%
本公司-经销商	**47.09%**	42.85%	45.00%
本公司-代销商	**40.70%**[注]	29.97%	34.01%

注：报告期内，代销渠道收入分别为 1,583.00 万元、680.20 万元和 **192.83** 万元，毛利率**存在一定波动**，主要系代销渠道以电视购物平台为主，公司与电视购物平台合作早期，同类产品供应商数量较少，公司产品占据先发优势。2019 年以来，公司考虑到代销渠道盈利能力相对较低，且存货管理存在一定风险，主动缩减代销渠道业务规模，销售主要以清理历史库存为主，因此毛利率**会产生一定波动。**

报告期内，公司直销线下渠道以及分销渠道毛利率低于可比上市公司，主要系客户群体与销售实现方式存在差异。

a、可比上市公司对门店依赖程度较高，为覆盖门店运营费用开支制定相对较高的标价与折扣：可比上市公司所经营的品牌女装产品主要面向个人消费需求，无论是直销线下渠道还是分销终端销售，其对实体门店的人流量依赖性均较强，直营模式下门店租金、商场联营专柜的商场分成等固定费用较高；而分销模式下，为管理加盟经销门店所需投入的固定费用亦较高。因此，品牌女装产品通常会制定相对较高的标价与折扣，以较高的毛利覆盖门店运营相关费用。而公司丝绸文化创意品面向企事业单位客户和个人消费者，兼具商务需求与个人消费需求，公司直销线下渠道销售以销售团队渠道为主，展示营销中心及直营门店为辅；公司分销商在实现终端销售时亦存在一定比例的企事业单位客户，公司各渠道下产品销售对门店的依赖程度相对较低，直销门店数量与分销门店数量均远小于可比上市公司，相关固定费用相对较低。截至 **2020** 年末，公司丝绸文化创意品门店数量与可比上市公司比较如下：

单位：家

公司名称	直营模式门店数量	分销模式门店数量	门店总数
安正时尚	**680**	**1,773**	**2,453**
太平鸟	**1,554**	**3,062**	**4,616**
朗姿股份[注]	**465**	**143**	**608**
地素时尚	**371**	**783**	**1,154**
日播时尚	**151**	**498**	**649**
歌力思	**306**	**244**	**550**

单位：家

公司名称	直营模式门店数量	分销模式门店数量	门店总数
锦泓集团	1,232	123	1,355
欣贺股份	419	105	524
算术平均数	647	841	1,488
本公司	3	44	47

注：朗姿股份同时经营品牌女装、婴童服饰及医美业务，此处营业收入与门店数量仅包含品牌女装相关业务。

可比上市公司为覆盖门店运营相关销售费用开支制定了相对较高的标价与折扣，因此其毛利率较高。进一步考虑销售费用开支，计算公司丝绸文化创意品营业毛利扣除销售费用后的部分占营业收入的比重，并与可比上市公司进行对比，具体情况如下：

公司名称	营业毛利进一步扣除销售费用后的利润率（销售收入-销售成本-销售费用）/销售收入		
	2020 年度	2019 年度	2018 年度
安正时尚	19.63%	27.07%	31.50%
太平鸟	17.63%	16.66%	18.85%
朗姿股份	15.14%	20.70%	22.01%
地素时尚	37.93%	41.41%	40.22%
日播时尚	23.27%	21.10%	22.98%
歌力思	28.57%	34.22%	38.22%
维格娜丝	18.57%	22.42%	28.01%
欣贺股份	26.96%	28.60%	28.75%
算术平均数	23.46%	26.52%	28.82%
丝绸文化创意品	25.18%	27.51%	26.29%

在考虑销售费用的影响后，报告期内，公司丝绸文化创意品营业毛利进一步扣除销售费用后的利润率与可比上市公司平均水平接近。

b、直销渠道下，报告期内，公司销售团队客户群体以企事业单位为主，采购金额及采购频次较高，合作关系较为稳定，公司给予了较优惠的折扣；展示营销中心主要接待团队客户及长期客户引流的参观访问，公司通常会给予一定折扣。公司销售团队及展示营销中心渠道毛利率低于公司直营门店渠道，且低于可比上市公司直营渠道。

c、分销渠道下，报告期内，在资本实力有限的情况下，公司已建立的直营渠道覆盖范围相对有限，公司发展分销商主要以提高品牌知名度、传播品牌文化、覆盖终端客户为目标，因此，公司给予分销商更低的折扣以支持其发展，毛利率相对较低。因此，与可比上市公司相比，公司给予分销商更低的折扣，毛利率相对较低。

B、直销线上平台毛利率与可比上市公司比较

报告期内，公司直销线上平台毛利率与可比上市公司比较如下：

可比公司	2020 年度	2019 年度	2018 年度
安正时尚-线上平台	**27.10%**	38.05%	42.40%
太平鸟-线上平台	**43.03%**	44.60%	44.88%
朗姿股份-线上平台	**49.62%**	**49.88%**	/
地素时尚-线上平台	**76.13%**	78.21%	76.44%
日播时尚-线上平台	**55.88%**	47.88%	50.03%
歌力思-线上平台	**66.78%**	49.62%	53.34%
锦泓集团-线上平台	**56.46%**	65.30%	70.11%
欣贺股份-线上平台	**56.96%**	64.92%	68.25%
算术平均数	**54.00%**	**54.81%**	57.92%
本公司-线上平台	**53.77%**	67.32%	66.13%

2018 年度和 2019 年度，公司线上平台毛利率高于可比公司平均水平，主要是线上平台销售的功能定位不一致。可比上市公司中，日播时尚、安正时尚等主要通过电商渠道销售线下的过季商品，打折力度较大。而公司线上平台以品牌展示、推广为主要目的，为保持中高端的品牌形象，充分利用线上平台渠道公开的定价信息对线下定价的标杆作用。公司对线上平台渠道尤其是万事利天猫官方旗舰店定价管理逐步趋严，因此公司线上产品销售毛利率高于可比上市公司平均水平。2020 年**度**，新冠肺炎疫情对消费品线下销售渠道造成了一定冲击，而直播带货等电商新零售业态迅速发展。针对消费品行业的新趋势，公司快速响应，依托线上平台积极拓展直播带货销售渠道，由于直播带货销售折扣相对较低，当期线上平台毛利率较以往年度存在一定程度的下滑，与可比上市公司当期线上平台毛利率基本接近。

②细分产品毛利率与可比上市公司比较

公司丝绸文化创意品中的丝巾、围巾、品牌服装产品与可比上市公司经营的女装产品存在一定的相似性。而丝绸文化创意品中的家纺产品属于日用消费品，时尚流行性特征相对较弱，产品特性与女装产品存在一定差异。因此，公司选择申万行业分类“服装家纺”类别中的“家纺”类上市公司作为丝绸文化创意品家纺的可比上市公司。申万行业分类“服装家纺”类上市公司中，仅锦泓集团经营云锦类产品，具体包括礼服、嫁衣及云锦艺术品，与公司丝绸工艺品产品性质存在一定相似之处。因此，公司选择锦泓集团-云锦类产品作为丝绸文化创意品工艺品的可比上市公司。

公司组合套装产品种类丰富，经查询 A 股及港股上市公司信息，未见主营业务中包含与公司组合套装相同或相似的产品，且组合套装产品各年毛利率受其产品结构影响较大，无法直接与其他上市公司产品相比较。

报告期内，公司丝绸文化创意品中的丝巾、围巾、品牌服装、家纺、丝绸工艺品五类产品占丝绸文化创意品收入比重分别为 73.72%、69.31%和 **67.39%**，上述五类产品毛利率与可比上市公司比较如下：

可比公司		2020 年度	2019 年度	2018 年度
丝绸文化创意品-丝巾、围巾和品牌服装	安正时尚	**43.27%**	52.97%	63.27%
	太平鸟	**52.49%**	53.19%	53.43%
	朗姿股份[注1]	**53.65%**	59.90%	57.72%
	地素时尚	**76.60%**	75.00%	73.90%
	日播时尚	**57.16%**	57.96%	59.89%
	歌力思	**66.23%**	65.87%	68.21%
	锦泓集团	**67.68%**	67.71%	69.05%
	欣贺股份	**72.03%**	74.60%	75.21%
	算术平均数	**61.14%**	63.40%	65.08%
	本公司 -丝巾、围巾和品牌服装	**61.23%**	56.63%	57.18%
丝绸文化创意品-家纺	罗莱生活	**43.18%**	43.86%	45.50%
	富安娜	**53.90%**	52.00%	49.82%
	梦洁股份	**39.94%**	41.12%	42.75%
	多喜爱[注 2]	/	/	38.96%
	水星家纺	**35.27%**	37.58%	35.11%

可比公司		2020 年度	2019 年度	2018 年度
	算术平均数	**43.07%**	43.64%	42.43%
	本公司-家纺	**40.99%**	43.19%	43.38%
丝绸文化创意品-丝绸工艺品	锦泓集团-云锦	**71.84%**	73.27%	71.40%
	本公司-丝绸工艺品	**54.64%**	77.29%	70.66%
丝巾、围巾、品牌服装、家纺、丝绸工艺品销售收入占丝绸文化创意品收入比重		**67.39%**	69.31%	73.72%

注 1：朗姿股份同时经营品牌女装、婴童服饰及医美业务，毛利率仅包含品牌女装相关业务，下同；

注 2：多喜爱于 2019 年 12 月完成重大资产重组，主营业务变更为建筑业，毛利率不可比。

2018-2019 年度，公司丝巾、围巾和品牌服装毛利率略低于品牌女装行业可比上市公司，主要原因系客户群体存在一定差异：品牌女装产品主要面向个人消费需求，对实体门店人流量依赖性较强，通常会制定相对较高的标价与折扣以覆盖门店租金、商场专柜分成等固定费用。而公司丝绸文化创意品兼具商务需求与个人消费需求，针对采购金额和频次较高、合作关系较为稳定的客户，公司通常给予较为优惠的折扣，因此毛利率低于品牌女装可比上市公司。**2020 年度，公司丝巾、围巾和品牌服装毛利率上升，主要系当年原材料价格下跌幅度较大，而公司丝巾自主加工比例提升，当年丝巾毛利率较 2019 年度提升 6.44%。**

报告期内，家纺行业可比上市公司主要销售渠道包括直营门店、团购、经销加盟以及网络销售等，与公司丝绸文化创意品销售渠道相似，其产品综合毛利率亦与公司家纺产品毛利率接近。

可比上市公司中，仅锦泓集团经营云锦类产品，具体包括礼服、嫁衣及云锦艺术品，与公司丝绸工艺品产品性质存在一定相似之处。**2018**-2019 年度，公司丝绸工艺品毛利率与可比上市公司接近，2020 年**度**，由于公司以较低折扣促销一批低价丝绸工艺品，毛利率低于可比上市公司。**2018-2019 年度**，锦泓集团云锦类产品毛利率高于该公司其他产品，公司丝绸工艺品毛利率高于其他丝绸文化创意品的情形符合行业整体情况。

③丝绸文化创意品综合毛利率与可比上市公司比较

可比公司	2020 年度	2019 年度	2018 年度
安正时尚	**43.27%**	52.97%	63.27%
太平鸟	**52.49%**	53.19%	53.43%

可比公司	2020 年度	2019 年度	2018 年度
朗姿股份	**53.65%**	59.90%	57.72%
地素时尚	**76.60%**	75.00%	73.90%
日播时尚	**57.16%**	57.96%	59.89%
歌力思	**66.23%**	65.87%	68.21%
锦泓集团	**67.68%**	67.71%	69.05%
欣贺股份	**72.03%**	74.60%	75.21%
算术平均数	**61.14%**	63.40%	65.08%
本公司丝绸文化创意品	**51.01%**	51.59%	54.18%

报告期内，受宏观经济增长放缓及新冠肺炎疫情影响，公司丝绸文化创意品毛利率与可比上市公司毛利率平均水平均呈逐年下滑趋势。报告期内，公司采取调整优化产品结构及价格定位、针对重点产品开展多维度多平台推广活动等措施积极应对宏观经济波动造成的系统性风险。**2018**-2019 年度，虽然丝绸文化创意品毛利率有所下降，但其收入规模持续增长，2018 年度、2019 年度公司丝绸文化创意品毛利额同比变动率分别为 6.79%和-2.74%，毛利总额下降幅度较小。**2020 年度，受新冠肺炎疫情影响，丝绸文化创意品收入规模下降，毛利率与上年度相比保持稳定。**报告期内，丝绸文化创意品毛利率的下降未对公司经营业绩造成重大不利影响。

（二）发行人丝绸纺织制品毛利率与可比上市公司存在一定差异，主要原因系产品结构、产业链覆盖环节、客户群体与销售模式等方面存在一定差异

发行人已在招股说明书第八节之“十三、（四）3、（**6**）丝绸纺织制品毛利率比较”对发行人丝绸纺织制品毛利率与可比上市公司的比较情况披露如下：

经查询 A 股及港股上市公司信息，主营业务为丝绸产品的公司仅有金鹰股份、嘉欣丝绸和达利国际。其中，金鹰股份产品以亚麻纺为主，未单独披露丝绢类产品收入及毛利率，无法直接比较；嘉欣丝绸、达利国际以丝绸产品加工和贸易为主，自有品牌销售额相对较少，其主营业务及业务模式与公司丝绸文化创意品差异较大，与公司丝绸纺织制品类似。

公司丝绸纺织制品毛利率与可比上市公司比较如下：

可比公司	2020 年度	2019 年度	2018 年度

嘉欣丝绸-面料	**15.87%**	15.39%	10.65%
嘉欣丝绸-服装	**22.15%**	21.85%	20.87%
嘉欣丝绸-印染	**28.28%**	37.48%	37.04%
达利国际	**17.93%**	19.88%	18.15%
公司-丝绸面料	**22.71%**	17.07%	18.67%
公司-贴牌服装	**16.65%**	18.30%	13.15%
公司-数码印花加工	**17.80%**	27.01%	18.16%

注：嘉欣丝绸包含五金产品、蚕茧生丝类产品等，此类业务与公司业务差异较大，因此毛利率取自其年报披露的服装产品、面料产品毛利率。

公司丝绸面料业务毛利率高于嘉欣丝绸-面料产品毛利率，主要原因为：①公司丝绸面料收入中丝绸材质面料占比达到 80%以上，且部分丝绸面料应用了数码印花工艺，与嘉欣丝绸相比，产品单价与附加值均较高；②嘉欣丝绸以出口外销为主且批量较大；公司面料业务以内销为主，面向品牌女装类企业，产品更新换代较快，对生产灵活度要求较高，其毛利率较批量业务更高。公司丝绸面料毛利率波动趋势与嘉欣丝绸-面料产品毛利率存在差异，主要原因是：①2019 年度，受到国内外宏观经济走势的影响，服装面料行业下游需求偏弱，嘉欣丝绸面料产品销售收入较上年下降 23.57%。而公司丝绸面料产品受到部分客户报价政策调整的影响，产品规模保持相对稳定的情况下毛利率有所下滑。**②2020 年度，公司丝绸面料毛利率提升比例较大，主要系公司缩减了与毛利率较低客户的合作规模（3 家毛利率较低的客户当期收入占比由上年度的 25.40%下降至 10.19%，上述客户 2019 年度毛利率为 12.13%），另一方面当期公司自主生产比例进一步提升，且双面数码印花工艺应用增加，提升了毛利率水平。**

公司贴牌服装品类毛利率低于可比上市公司水平，毛利率波动趋势与可比上市公司存在一定差异，主要原因系：①从所涵盖的产业链环节来看，公司的服装业务产业链涵盖面料印染、成衣制作环节，而嘉欣丝绸及达利国际还包括了上游白坯面料纺织环节，产业链条更加完整，同类型产品毛利空间会高于本公司；②从产品结构来看，公司早期以非真丝服装为主，报告期内丝绸服装占比逐年提升。从嘉欣丝绸的服装单价分析，其低单价服装占比相对较高，产品结构与公司存在显著差异；③从客户群体及销售模式来看，公司贴牌服装客户以品牌女装为主，单笔订单量较小，符合女装类产品更新换代较快，灵活度较高的行业特征。而可比上市公司服装产品销售规模远大于本公司，以大批量销售为主，客户群体和销

售模式上存在一定差异，因此毛利率也会存在差异。2018-2019 年度，公司贴牌服装毛利率波动趋势与嘉欣丝绸、达利国际基本一致，2019 年度，由于公司基于长远业务规划，主动缩减了毛利率较低的非真丝服装业务，公司当期毛利率增幅高于可比上市公司水平。2020 年度，公司贴牌服装毛利率下降 1.65%，波动幅度较小，而可比公司嘉欣丝绸服装业务毛利率上升 0.30%，该公司原有服装业务受新冠肺炎疫情影响，规模有所下降，而毛利率相对较高的自有品牌服装业务占比提升，因此公司贴牌服装毛利率波动趋势与其存在差异。

公司数码印花加工业务毛利率低于嘉欣丝绸印染业务毛利率，主要是公司数码印花加工与传统印染在运营模式上存在一定差异。传统印染设备更新换代较慢，产品摊销的制造费用较小，因而毛利率较高。而公司数码印花加工业务主要设备成新率较高，折旧金额较高，同时，数码印花加工业务报告期前期规模相对较小，尚未形成规模效应，因而毛利率相对较低。2018-2019 年度，数码印花加工业务处于快速发展阶段，随着产销规模的扩大，其毛利率逐年提升。**2020 年度，因应对疫情冲击及抢夺市场份额，数码印花加工业务主动降低报价，毛利率相应降低。**

（三）公司口罩产品毛利率低于可比上市公司平均水平，主要原因系公司在口罩自动化生产线尚未组建完成时，以较高单价委托外部加工供应商生产口罩，并以较低价格对外出售口罩。上述原因具有合理性

发行人已在招股说明书第八节之“十三、（四）4、（3）口罩毛利率与可比上市公司比较”补充披露如下：

（3）口罩毛利率与可比上市公司比较

2020 年度，公司积极响应政府号召利用丝绸产品的采购、生产和销售等资源转产口罩。由于转产前公司并未直接从事口罩相关业务，在采购销渠道资源、生产经验等方面与主要从事口罩产销业务的上市公司存在一定差异。因此，公司选取申万行业分类“服装家纺”类别中于 2020 年转产口罩或其他防疫物资，同时在半年报中披露相关业务收入成本的上市公司，作为口罩业务可比上市公司。

公司口罩产品毛利率与可比上市公司比较如下：

可比公司	2020 年度毛利率	产品类型

可比公司	2020 年度毛利率	产品类型
鲁泰 A	31.16%	非医用口罩、防护服
三夫户外	41.74%	口罩
龙头股份	33.20%	平面口罩、防护服
搜于特	52.92%	口罩等防护用品
酷特智能	42.98%	口罩、隔离衣、口罩切片机
柏堡龙	/	口罩、防护服
平均值	40.40%	/
公司-口罩	36.37%	/

注：截至本招股说明书签署日，可比上市公司柏堡龙尚未披露 2020 年度报告。

2020 年度，口罩产品与可比上市公司毛利率存在一定差异，主要系新冠肺炎疫情爆发后，口罩相关的原材料处于供不应求状态，采购价格波动幅度较大，而口罩生产制造企业产能严重不足，销售价格同样存在剧烈波动。

公司口罩产品毛利率低于可比上市公司平均水平，与鲁泰 A、龙头股份毛利率接近，主要原因系公司作为首批浙江省级重点民用口罩及关键材料生产企业之一，积极承担社会责任。在复工复产的关键时期，口罩需求量较大而原材料及产能供给紧张，公司以较高单价采购原材料及部分加工服务，但坚持以较低价格对外出售口罩，导致毛利率相对较低。

二、丝绸文化创意品毛利率逐年下滑的趋势是否将持续、是否符合行业整体情况，是否对发行人未来经营业绩产生重大不利影响，请披露具体影响并提示相关风险

（一）受宏观经济增长放缓及新冠肺炎疫情影响，报告期内丝绸文化创意品毛利率逐年下滑，与行业整体情况不存在重大差异，公司积极采取措施应对上述风险，毛利率下滑未对发行人经营业绩产生重大不利影响

1、丝绸文化创意品综合毛利率波动的原因

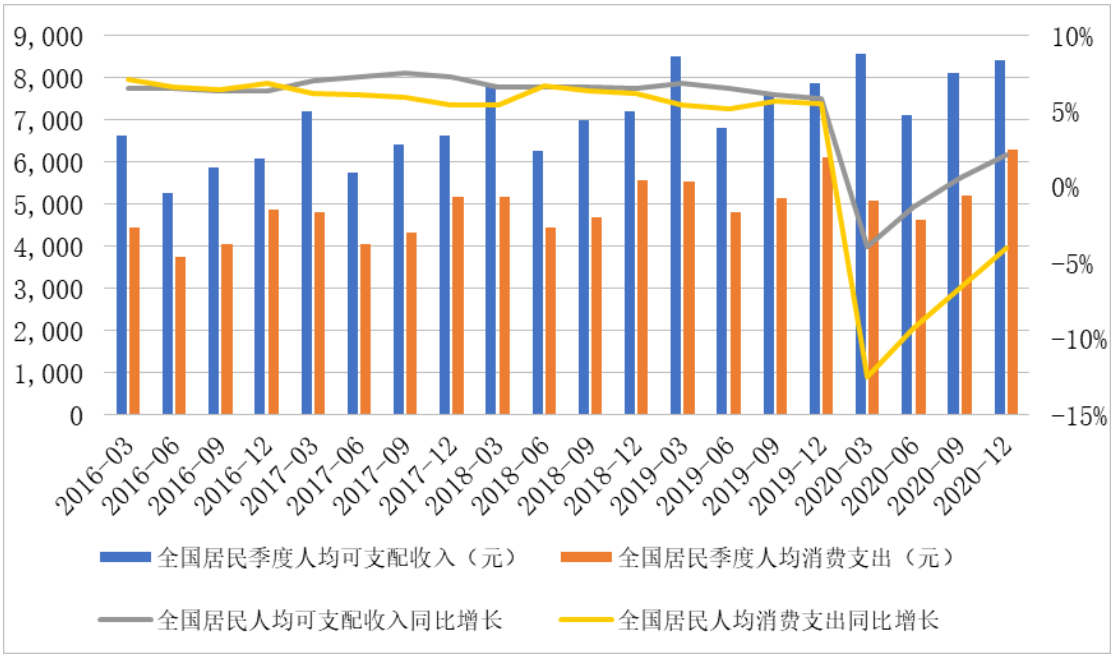
发行人已在招股说明书第八节之“十三、（四）1、（1）丝绸文化创意品毛利率分析”中补充披露如下：

公司丝绸文化创意品蕴含较高的设计价值和文化内涵，附加值较高，因而整体毛利率水平在 50%以上。报告期内，公司丝绸文化创意品毛利率分为 54.18%、51.59%和 **51.01%**，呈一定的下降趋势，主要原因为：

①公司为应对宏观经济形势波动而采取的销售策略导致毛利率有所下降

2019-2020 年**度**，我国宏观经济增长放缓，全国居民人均可支配收入及人均消费支出增速下滑。

2016-2020 年末我国居民人均可支配收入及人均消费支出情况



数据来源：国家统计局

公司为应对宏观经济造成的系统性风险，一方面在充分调研的基础上，积极开发推广兼具实用性与性价比的产品，在价格定位上力图覆盖更为广泛的消费群体，压缩了毛利空间，总体毛利率下降。报告期内，公司销售当年度上市新品毛利率均低于以前年度上市产品毛利率，导致丝绸文化创意品整体毛利率呈一定下降趋势，具体如下：

单位：万元

项 目	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	当年度上市新品	以前年度上市产品	当年度上市新品	以前年度上市产品	当年度上市新品	以前年度上市产品
销售金额	**17,027.97**	**17,660.31**	20,536.18	20,228.27	16,511.99	23,401.94
销售金额占比	**49.09%**	**50.91%**	50.38%	49.62%	41.37%	58.63%

毛利率	**49.80%**	**52.18%**	50.91%	52.29% [注]	50.75%	56.59%

注：2019 年度，由于公司针对部分库龄较长的产品开展了一系列促销活动，以前年度上市产品毛利率降低，与当年度上市新品毛利率差异缩小。

另一方面，公司针对重点推广产品积极开展促销活动，刺激消费需求，导致公司当期毛利率有所下降。报告期内，随着促销活动占收入比重的持续增加，整体毛利率呈一定下降趋势。剔除促销活动的影响后，公司丝绸文化创意品毛利率如下：

单位：万元

项　目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
丝绸文化创意品收入①	**34,688.28**	40,764.45	39,913.93
丝绸文化创意品毛利率②	**51.01%**	51.59%	54.18%
促销活动实现收入③	**3,193.98**	3,229.81	920.01
促销活动占收入比重	**9.21%**	7.92%	2.30%
促销活动毛利率④	**33.02%**	41.11%	39.32%
剔除促销活动后毛利率 ⑤=（①*②-③*④）/(①-③)	**52.84%**	**52.50%**	**54.53%**

2018 年度，公司促销活动收入占比较低，随着公司促销活动收入占比的增加，其在一定程度上拉低了丝绸文化创意品毛利率水平。

②分销渠道收入占比增加，拉低了整体毛利率水平

针对丝绸文化创意品的销售，公司逐步拓展分销渠道，通过发展优质分销商，与直销业务的市场区域形成互补。

……

报告期内，公司丝绸文化创意品分销渠道收入分别为 11,212.36 万元、11,777.78 万元和 **8,090.80** 万元，占各期丝绸文化创意品收入的比重分别为 28.09%、28.89%和 **23.32%**。**2018**-2019 年度，分销渠道收入规模及占比**较高**。分销商通常提货量较大，且加盟商需使用公司统一的装修形象，在一定程度上起到了宣传公司品牌形象的作用，故针对分销商的定价较直销模式低。随着公司分销模式收入占比的增长，公司丝绸文化创意品的毛利率有所下降。2020 年**度**，受新冠肺炎疫情影响，公司分销商存在延迟复工情形，终端销售**受影响较为显著**，分销渠道收入占比小于 **2018**-2019 年度。**2020 年度，公司直销渠道收入占比较**

2018-2019 年度上升，但因公司当期为应对疫情，采取了增加促销场次，参与线上平台“直播带货”等方式促进销售，且受推广毛利率较低的当年新品等因素综合影响，直销渠道毛利率有所下降，使得整体毛利率小幅下降，并未因分销收入占比下降而呈现上升趋势。

2、丝绸文化创意品综合毛利率波动与可比上市公司比较

丝绸文化创意品综合毛利率波动情况与可比上市公司比较如下：

可比公司	2020 年度	2019 年度	2018 年度
安正时尚	**43.27%**	52.97%	63.27%
太平鸟	**52.49%**	53.19%	53.43%
朗姿股份	**53.65%**	59.90%	57.72%
地素时尚	**76.60%**	75.00%	73.90%
日播时尚	**57.16%**	57.96%	59.89%
歌力思	**66.23%**	65.87%	68.21%
锦泓集团	**67.68%**	67.71%	69.05%
欣贺股份	**72.03%**	74.60%	75.21%
算术平均数	**61.14%**	63.40%	65.08%
本公司丝绸文化创意品	**51.01%**	51.59%	54.18%

报告期内，受宏观经济增长放缓及新冠肺炎疫情影响，公司丝绸文化创意品毛利率与可比上市公司毛利率平均水平均呈逐年下滑趋势，丝绸文化创意品毛利率逐年下滑，与行业整体情况不存在重大差异。

3、公司积极采取措施应对宏观经济波动风险，毛利率下滑未对发行人经营业绩产生重大不利影响

报告期内，公司采取调整优化产品结构及价格定位、针对重点产品开展多维度多平台推广活动等措施积极应对宏观经济波动造成的系统性风险。2018-2019 年度，虽然丝绸文化创意品毛利率有所下降，但其收入规模持续增长，2018 年度、2019 年度公司丝绸文化创意品毛利额同比变动率分别为 6.79%和-2.74%，变动较小，**2020 年度，受新冠肺炎疫情影响，丝绸文化创意品收入规模下降，毛利率与上年度相比保持稳定，**未公司经营业绩造成重大不利影响。具体如下：

单位：万元

项 目		2020 年度	2019 年度	2018 年度
丝绸文化创意品	收入	**34,688.28**	40,764.45	39,913.93
	毛利率	**51.01%**	51.59%	54.18%
	毛利额	**17,694.80**	21,032.31	21,623.79
	波动率	**-15.87%**	-2.74%	/

由于丝绸文化创意品属于可选消费品，其销售情况受宏观经济波动影响较大，丝绸文化创意品毛利率未来趋势存在不确定性。面对未来可能存在的宏观经济波动风险，公司计划采取以下措施：①不断优化产品结构，进一步扩大蚕丝被、床上套件等必需消费品销售占比；②结合公司在研项目，进一步提升公司设计创新能力，提升产品竞争力；③加强品牌建设，提高品牌知名度，进一步增强公司品牌抗风险水平。公司虽能够通过上述措施降低宏观经济波动对公司毛利率及净利润的影响，但若未来国内经济增长放缓，消费者需求下降，并且上述情形在短期内无法有效改善，将对公司经营业绩造成不利影响。

关于上述事项的补充披露情况参见本问询函回复问题 15 之“一、（一）发行人丝绸文化创意品毛利率与可比上市公司存在一定差异，主要原因系可比上市公司品牌女装产品主要面向个人消费需求，保留较高毛利以覆盖门店租金、商场专柜分成等固定费用。公司丝绸文化创意品兼具商务需求与个人消费需求，对于采购金额及频次较高的客户给予较低折扣，毛利率相对较低”。

（二）公司毛利率波动趋势受宏观经济形势、公司业务拓展能力、产品创新能力以及原材料价格等多方面因素影响，存在不确定性，若未来国内经济增长放缓，消费者需求下降，或公司无法在业务拓展、产品创新等方面保持相对竞争优势，或原材料价格上涨而公司产品售价不能随之调整，公司毛利率可能持续下滑，进而对公司经营业绩造成不利影响。发行人已在招股说明书披露相关风险

发行人已在招股说明书第四节之“二、（十四）丝绸文化创意品毛利率持续下滑的风险”中对上述事项相关风险提示如下：

（十四）丝绸文化创意品毛利率持续下滑的风险

报告期内，公司丝绸文化创意品毛利率分别为 54.18%、51.59%和 **51.01%**，呈一定的下降趋势。由于丝绸文化创意品属于可选消费品，其销售情况受宏观经

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

三、丝绸文化创意品通过展示营销中心实现的毛利率低于门店零售毛利率的原因及合理性

报告期内，公司丝绸文化创意品展示营销中心毛利率低于直营门店毛利率，主要系展示营销中心接待团队客户及长期客户，且公司通过展示营销中心开展促销活动，产品销售折扣相对较低。发行人已在招股说明书第八节之“十三、（四）1、（1）丝绸文化创意品毛利率分析”中补充披露如下：

直销渠道中，展示营销中心毛利率低于直营门店毛利率，主要原因系：一方面，公司展示营销中心以展示公司产品、彰显品牌文化为重心，公司投入的人力、物力成本较高，且展示营销中心主要接待团队客户及长期客户，公司通常会给予一定折扣；另一方面，报告期内，公司通过展示营销中心开展促销活动，拉低了展示营销中心的毛利率水平。

四、报告期内丝绸文化创意品通过经销商实现的毛利率高于加盟商、代销商的原因及合理性

报告期内，公司丝绸文化创意品经销商毛利率高于加盟商主要系经销商可自主选择经营形式，而加盟商必须通过符合要求的实体店铺经营，公司给予加盟商折扣相对较低；丝绸文化创意品经销商毛利率高于代销商主要系经销商客户相对分散，代销商客户相对集中，代销商议价能力更强。发行人已在招股说明书第八节之“十三、（四）1、（1）丝绸文化创意品毛利率分析”中补充披露如下：

分销渠道中，经销商毛利率高于加盟商与代销商毛利率，主要原因系：公司经销商通过自有线下或线上渠道经营，而加盟商则必须通过符合万事利丝绸品牌形象的实体店铺形式经营，且只能经营万事利丝绸产品，有助于公司提升品牌知

名度、传播品牌文化。因此，公司给予加盟商的销售折扣区间通常低于经销商（加盟商折扣区间通常为 3-5 折，经销商折扣区间通常为 3-6 折）。报告期内，公司代销商以电视购物平台为主，客户相对集中且规模较大，客户的议价能力相对较强。而经销商客户相对分散，议价能力相对较低。因此代销渠道毛利率低于经销渠道。

五、丝绸工艺品毛利率相比其他丝绸文化创意品更高的原因及合理性，是否符合行业整体情况

（一）丝绸工艺品毛利率高于其他丝绸文化创意品主要系丝绸工艺品制作工艺较为复杂，产品附加值较高，且包含一定品牌溢价，部分产品具有一定艺术价值与收藏价值

具体参见本问询函回复问题 15 之“七、（一）丝绸文化创意品细分产品毛利率变动情况”。

（二）可比上市公司中，仅锦泓集团经营云锦类产品，具体包括礼服、嫁衣及云锦艺术品，与公司丝绸工艺品产品性质存在一定相似之处。报告期内，公司丝绸工艺品毛利率分别为 70.66%、77.29%和 54.64%，锦泓集团云锦类产品毛利率分别为 71.40%、73.27%和 71.84%，云锦产品高于该公司其他产品毛利率。2018-2019 年度，公司丝绸工艺品毛利率与可比上市公司接近，2020 年度，由于公司以较低折扣促销一批低价丝绸工艺品，毛利率低于可比上市公司，差异具备合理性。公司丝绸工艺品毛利率高于其他丝绸文化创意品的情形符合行业整体情况

具体参见本问询函回复问题 15 之“一、（一）发行人丝绸文化创意品毛利率与可比上市公司存在一定差异，主要原因系可比上市公司品牌女装产品主要面向个人消费需求，保留较高毛利以覆盖门店租金、商场专柜分成等固定费用。公司丝绸文化创意品兼具商务需求与个人消费需求，对于采购金额及频次较高的客户给予较低折扣，毛利率相对较低”。

六、OEM 丝绸制品毛利率波动较大是否符合行业整体情况，数码印花加工 2017 年毛利率较低的原因

（一）丝绸纺织制品毛利率波动趋势与行业整体情况存在一定差异，主要

系公司基于自身业务规划，增加了面料、服装产品中真丝材质销售比重，缩减了与毛利率较低客户的合作规模等，同时自主加工比例有所提高，上述原因具有合理性。

2017-2020 年度，公司丝绸纺织制品毛利率分别为 16.41%、15.98%、18.10%和 21.64%，存在一定波动。

经查询 A 股及港股上市公司信息，主营业务为丝绸产品的公司仅有金鹰股份、嘉欣丝绸和达利国际。其中，金鹰股份产品以亚麻纺为主，未单独披露丝绢类产品收入及毛利率，无法直接比较；嘉欣丝绸、达利国际以丝绸产品加工和贸易为主，自有品牌销售额相对较少，其主营业务及业务模式与公司丝绸文化创意品差异较大，与公司丝绸纺织制品类似。

公司丝绸纺织制品毛利率与可比上市公司比较如下：

可比公司	2020 年度	2019 年度	2018 年度	2017 年度
嘉欣丝绸-面料	**15.87%**	15.39%	10.65%	11.84%
嘉欣丝绸-服装	**22.15%**	21.85%	20.87%	21.98%
嘉欣丝绸-印染	**28.28%**	37.48%	37.04%	34.36%
达利国际	**17.93%**	19.88%	18.15%	19.21%
公司-丝绸面料	**22.71%**	17.07%	18.67%	17.12%
公司-贴牌服装	**16.65%**	18.30%	13.15%	15.89%
公司-数码印花加工	**17.80%**	27.01%	18.16%	5.68%

注：嘉欣丝绸包含五金产品、蚕茧生丝类产品等，此类业务与公司业务差异较大，因此毛利率取自其年报披露的服装产品、面料产品毛利率。

公司丝绸面料业务毛利率高于嘉欣丝绸-面料产品毛利率，主要原因为：①公司丝绸面料收入中丝绸材质面料占比达到 80%以上，且部分丝绸面料应用了数码印花工艺，与嘉欣丝绸相比，产品单价与附加值均较高；②嘉欣丝绸以出口外销为主且批量较大；公司面料业务以内销为主，面向品牌女装类企业，产品更新换代较快，对生产灵活度要求较高，其毛利率较批量业务更高。公司丝绸面料毛利率波动趋势与嘉欣丝绸-面料产品毛利率存在差异，主要原因是：①2018 年度，公司丝绸面料毛利率提升，主要系公司当期外包采购并销售的面料占比下降，而通过委外加工或自主加工生产环节并销售的面料占比上升，尤其是应用了数码印花加工工艺的丝绸面料占比提升所致，并非由行业整体因素导致；②2019 年度，

受到国内外宏观经济走势的影响，服装面料行业下游需求偏弱，嘉欣丝绸面料产品销售收入较上年下降 23.57%。而公司丝绸面料产品受到部分客户报价政策调整的影响，产品规模保持相对稳定的情况下毛利率有所下滑。**③2020 年度，公司丝绸面料毛利率提升比例较大，主要系公司缩减了与毛利率较低客户的合作规模（3 家毛利率较低的客户当期收入占比由上年度的 25.40%下降至 10.19%，上述客户 2019 年度毛利率为 12.13%），另一方面当期公司自主生产比例进一步提升，且双面数码印花工艺应用增加，提升了毛利率水平。**

公司贴牌服装品类毛利率低于可比上市公司水平，毛利率波动趋势与可比上市公司存在一定差异，主要原因系：①从所涵盖的产业链环节来看，公司的服装业务产业链涵盖面料印染、成衣制作环节，而嘉欣丝绸及达利国际还包括了上游白坯面料纺织环节，产业链条更加完整，同类型产品毛利空间会高于本公司；②从产品结构来看，公司早期以非真丝服装为主，报告期内品牌服装占比逐年提升。从嘉欣丝绸的服装单价分析，其低单价服装占比相对较高，产品结构与公司存在显著差异；③从客户群体及销售模式来看，公司贴牌服装客户以品牌女装为主，单笔订单量较小，符合女装类产品更新换代较快，灵活度较高的行业特征。而可比上市公司服装产品销售规模远大于本公司，以大批量销售为主，客户群体和销售模式上存在一定差异，因此毛利率也会存在差异。2017-2019 年度，公司贴牌服装毛利率波动趋势与嘉欣丝绸、达利国际基本一致，2019 年度，由于公司基于长远业务规划，主动缩减了毛利率较低的非真丝服装业务，公司当期毛利率增幅高于可比上市公司增幅。2020 年度，公司贴牌服装毛利率下降 1.65%，而可比公司嘉欣丝绸服装业务毛利率上升 0.30%，该公司原有服装业务受新冠肺炎疫情影响，规模有所下降，而毛利率相对较高的自有品牌服装业务占比提升，因此公司贴牌服装毛利率波动趋势与其存在差异。

公司数码印花加工业务毛利率低于嘉欣丝绸印染业务毛利率，主要是公司数码印花加工与传统印染在运营模式上存在一定差异。传统印染设备更新换代较慢，产品摊销的制造费用较小，因而毛利率较高。而公司数码印花加工业务主要设备成新率较高，折旧金额较高，同时，数码印花加工业务报告期前期规模相对较小，尚未形成规模效应，因而毛利率相对较低。2017-2019 年度，数码印花加工业务处于快速发展阶段，随着产销规模的扩大，其毛利率逐年提升。**2020 年度，因**

应对疫情冲击及抢夺市场份额，数码印花加工业务主动降低报价，毛利率相应降低。

相关披露情况参见本问询函回复问题 15 之“一、（二）发行人丝绸纺织制品毛利率与可比上市公司存在一定差异，主要原因系产品结构、产业链覆盖环节、客户群体与销售模式等方面存在一定差异”。

（二）数码印花加工业务 2017 年度毛利率较低，主要系当期业务规模较小，固定成本相对较高。2017-2019 年度，随着数码印花加工业务量逐年提升，规模效应逐步显现，毛利率相应提升，2020 年度，随着数码印花加工工艺的成熟，且公司为积极应对疫情带来的不利影响，适当降低了数码印花加工报价以扩大市场份额，导致毛利率下降

公司多年来致力于提升数码印花生产工艺水平，尤其注重双面数码印花生产工艺的研发与应用。**2017-2020 年度**，公司数码印花加工毛利率分别为 5.68%、18.16%、27.01%和 **17.80%**，2017-2019 年度毛利率逐年提升，主要原因是：**2017-2020 年度**，公司数码印花加工产量分别为 34.29 万米、55.82 万米、116.80 万米和 **184.27** 万米，数码印花加工产销量的持续提升摊薄了自有厂房及土地使用权的折旧摊销、人工成本等固定成本。2020 年度，随着数码印花加工工艺的成熟并为因应对疫情冲击，公司并主动降低报价以抢占抢夺市场份额，毛利率出现较大幅度下降。

报告期各期，剔除自有厂房及土地使用权的折旧摊销、车间人员基本工资（不含绩效工资与年终奖金）以及报告期期初已购入的机器设备折旧等固定成本后毛利率情况如下：

项　目	2020 年度	2019 年度	2018 年度	2017 年度
销售收入（万元）①	**1,672.78**	1,828.50	953.02	729.26
销售成本（万元）②	**1,375.00**	1,334.60	779.96	687.87
毛利率③=①-②/①	**17.80%**	27.01%	18.16%	5.68%
毛利率变动=本期毛利率-上期毛利率	**-9.21%**	8.85%	12.48%	/
固定成本（万元）④	**193.03**	173.96	169.51	165.44
固定成本占比⑤=④/②	**14.04%**	13.03%	21.73%	24.05%
扣除固定成本后销售成本（万元）⑥=②-④	**1,181.97**	1,160.64	610.45	522.43

项　目	2020 年度	2019 年度	2018 年度	2017 年度
扣除固定成本后毛利率⑦=1-⑥/①	**29.34%**	36.53%	35.95%	28.36%
固定成本占销售收入比重⑧=④/①	**11.54%**	9.51%	17.79%	22.86%
固定成本对毛利率变动的影响⑨=上期固定成本占销售收入比重-本期固定成本占销售收入比重	**-2.03%**	8.27%	4.90%	/

2017-2019 年度，剔除上述固定成本后，公司数码印花加工业务毛利率各期增长幅度较剔除前有所降低，但仍呈逐年提升趋势，主要系除上述已剔除的成本外，数码印花加工业务还存在其他与业务规模密切相关的成本，例如：设备零部件更换、检修，设备空转耗损等成本，印染原材料议价能力以及采购成本等。报告期内，公司数码印花加工业务处于快速发展阶段，规模效应相对明显，随着业务规模的提升，单位成本下降而毛利率提升。2020 年**度，数码印花加工毛利率较上年下降 9.21%，其中自有厂房及土地使用权的折旧摊销、人工成本等固定成本对毛利率变动的影响为-2.03%，随着数码印花加工工艺的成熟，且**公司为积极应对疫情带来的不利影响，适当降低了数码印花加工报价以扩大市场份额。数码印花加工平均单价降低导致当期毛利率低于 2019 年度。

相关披露情况参见本问询函回复问题 15 之“七、（二）丝绸纺织制品细分产品毛利率变动情况”。

七、各细分产品毛利率变动情况及与同行业可比公司比较，并请补充相关量化数据

（一）丝绸文化创意品细分产品毛利率变动情况

发行人已在招股说明书第八节之“十三、（四）2、丝绸文化创意细分产品毛利率分析”中补充披露如下：

2、丝绸文化创意细分产品毛利率分析

报告期内，公司丝绸文化创意细分产品（自有终端品牌）主要为丝巾、家纺、组合套装、品牌服装等，具体毛利率变动情况如下：

单位：万元

项　目	2020 年度	2019 年度	2018 年度

	收入	毛利率	收入	毛利率	收入	毛利率
丝巾	**10,130.91**	**65.56%**	14,502.11	59.12%	15,327.19	60.56%
组合套装	**8,849.19**	**49.14%**	9,520.59	49.38%	6,183.60	54.45%
家纺	**8,804.34**	**40.99%**	7,406.23	43.19%	6,187.05	43.38%
品牌服装	**3,327.47**	**47.23%**	4,073.75	46.69%	4,567.05	47.47%
围巾	**899.48**	**64.21%**	1,363.58	59.77%	2,038.90	53.50%
丝绸工艺品	**213.77**	**54.64%**	906.46	77.29%	1,303.34	70.66%
其他	**2,463.12**	**33.70%**	2,991.74	38.13%	4,306.79	48.99%
合 计	**34,688.28**	**51.01%**	**40,764.45**	**51.59%**	**39,913.93**	**54.18%**

（1）2020 年**度**丝绸文化创意品主要产品毛利率分析

2020 年**度**，受新冠肺炎疫情影响，公司分销商存在延迟复工情形，主要分销商于 4-5 月陆续实现门店开张。且由于公司部分加盟店位于杭州西湖等旅游风景区附近，其终端销售规模随着旅游行业的缓慢复苏而逐渐恢复，因此当期分销业务规模小于 **2018**-2019 年度同期情况，分销占比下降会在一定程度上带动产品总体毛利率提升。而直销方面，由于公司在直销渠道积极开展线下促销活动，同时发展线上直播推广销售产品，上述促销活动提升了直销渠道收入占比，但直销渠道毛利率有所降低。具体情况如下：

项目	2020 年度				2019 年度				2018 年度			
	直销收入占比	直销毛利率	分销收入占比	分销毛利率	直销收入占比	直销毛利率	分销收入占比	分销毛利率	直销收入占比	直销毛利率	分销收入占比	分销毛利率
丝巾	**77.28%**	**67.91%**	**22.72%**	**57.57%**	73.65%	63.21%	26.35%	47.70%	74.87%	64.55%	25.13%	48.70%
组合套装	**82.94%**	**50.89%**	**17.06%**	**40.60%**	78.23%	52.37%	21.77%	38.62%	80.30%	56.40%	19.70%	46.50%
家纺	**67.38%**	**42.06%**	**32.62%**	**38.76%**	52.13%	51.47%	47.87%	34.18%	47.33%	50.39%	52.67%	37.08%
品牌服装	**70.50%**	**50.27%**	**29.50%**	**39.97%**	63.53%	52.67%	36.47%	36.27%	68.81%	52.60%	31.19%	36.15%
围巾	**80.65%**	**65.48%**	**19.35%**	**58.90%**	82.29%	60.65%	17.62%	55.67%	63.79%	64.03%	36.21%	34.93%
丝绸工艺品	**93.48%**	**55.59%**	**6.52%**	**41.14%**	95.46%	77.68%	4.54%	69.07%	94.51%	70.95%	5.49%	65.74%

（2）**2018-2020** 年度丝绸文化创意品主要产品毛利率分析

①丝巾

项 目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
销售数量（万套）	**58.10**	83.85	96.65

主营业务收入（万元）	**10,130.91**	14,502.11	15,327.19
毛利额（万元）	**6,641.86**	8,574.11	9,282.76
毛利率	**65.56%**	59.12%	60.56%
毛利率波动	**6.44%**	-1.44%	/

丝巾是公司丝绸文化创意品中销量最大的细分产品。报告期内，公司丝巾的毛利率分别为 60.56%、59.12%和 **65.56%**。**2020 年度，公司丝巾毛利率波动较上年增长 6.44%，主要原因系：一方面，当年生丝均价为 30.77 万元/吨，较上年同期的变化幅度-16.72%，公司主要丝巾品种的采购价格较上年有不同幅度的下降，具体情况参见本招股说明书第六节之“六、（三）1、（1）丝巾”；另一方面，公司当年自主加工比例上升，丝巾已主要自主生产，相应地提升了毛利水平，此外当年公司促销活动产生的收入中，丝巾产品仅占比 18%左右，综合原材料成本下降、公司自主生产比例提升对毛利率的正向影响，以及促销活动对毛利率的负面影响，当年丝巾毛利率整体较上年增长 6.44%。**

②组合套装

项　目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
销售数量（万套）	**49.55**	47.06	22.71
销售收入（万元）	**8,849.19**	9,520.59	6,183.60
毛利额（万元）	**4,348.28**	4,700.85	3,367.14
毛利率	**49.14%**	49.38%	54.45%
毛利率波动	**-0.24%**	-5.08%	/

报告期内，公司组合套装的毛利率分别为 54.45%、49.38%和 **49.14%**，呈下降趋势。**2018-2020** 年度，组合套装毛利率波动主要系细分产品结构变化所致：2018 年以来，公司不断丰富组合套装种类，在设计理念上更注重实用性和性价比，力图覆盖更为广泛的消费群体。公司于 2018 年推出了杭城映像（丝巾搭配保温杯、明信片）、秋语丝月中秋套装（丝巾搭配月饼）、丝绸笔记本套装等产品，取得了较好的市场反响。2019 **年度和 2020 年度**，公司延续了这一设计思路，推出了丝情粽意端午套装（丝巾搭配粽子）、万福如意故宫新年套装（围巾搭配笔记本）、**中秋丝月雅韵套装（丝巾搭配月饼）**等产品。由于新上市产品更注重性价比与实用性，毛利率低于以往产品。报告期内，公司当年度新上市组合套装产品和以前年度已上市组合套装产品的毛利率情况如下：

单位：万元、元/件

项 目	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	当年度上市新品	以前年度上市产品	当年度上市新品	以前年度上市产品	当年度上市新品	以前年度上市产品
销售金额	**5,724.70**	**3,124.48**	6,461.91	3,058.68	2,813.49	3,370.11
销售金额占比	**64.69%**	**35.31%**	67.87%	32.13%	45.50%	54.50%
销售单价	**147.88**	**288.31**	173.01	315.02	174.42	512.19
毛利率	**46.59%**	**53.80%**	47.42%	53.52%	43.22%	63.83%

根据上表，2018-2020 年度，公司顺应市场需求，不断优化产品结构，组合套装产品各期上市新品销售单价及毛利率均低于以前年度上市产品，拉低当年度毛利率平均水平。且随着当期新品销售金额占比的逐年提升，毛利率下降的幅度也有所增加。**2020 年度，当期新品销售金额占比及毛利率与 2019 年度基本持平，总体毛利率维持稳定。**

③家纺

项 目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
销售数量（万套）	**11.96**	12.92	14.81
销售收入（万元）	**8,804.34**	7,406.23	6,187.05
毛利额（万元）	**3,608.70**	3,199.02	2,684.19
毛利率	**40.99%**	43.19%	43.38%
毛利率波动	**-2.20%**	-0.19%	/

报告期内，公司家纺毛利率分别为 43.38%、43.19%和 **40.99%**。

2020 年度，公司家纺毛利率相对较低，主要系当期促销活动收入中家纺占比 35%左右，而促销活动中家纺平均毛利率为 36.88%，抵消了当期因原材料下降，采购单价降低对毛利率的积极影响。

④品牌服装

项 目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
销售数量（万套）	**6.15**	9.86	12.89
销售收入（万元）	**3,327.47**	4,073.75	4,567.05
毛利额（万元）	**1,571.55**	1,901.92	2,167.99
毛利率	**47.23%**	46.69%	47.47%

项　目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
毛利率波动	**0.54%**	-0.78%	/

报告期内，公司品牌服装产品毛利率分别为 47.47%、46.69%和 **47.23%**。

2018-2020 年度，品牌服装采购单价变动幅度较小，整体毛利率较为稳定。2020 年度，品牌服装亦是公司促销活动主要品类之一，促销活动中品牌服装平均毛利率为 30%左右，抵消了当期因原材料下降，采购单价降低对毛利率的积极影响。

⑤围巾

项　目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
销售数量（万套）	**6.61**	18.75	36.43
销售收入（万元）	**899.48**	1,363.58	2,038.90
毛利额（万元）	**577.55**	815.07	1,090.72
毛利率	**64.21%**	59.77%	53.50%
毛利率波动	**4.44%**	6.28%	-10.01%

报告期内，公司围巾毛利率分别为 53.50%、59.77%和 **64.21%**。2018 年度，围巾毛利率相对较低，原因是公司当期向经销商销售祈福彩系列围巾较多，由于经销商单笔提货额高，公司给予了较低折扣（当期向经销商销售祈福彩产品折平均折扣低于 3 折），扣除向经销商销售的祈福彩产品后，2018 年度围巾毛利率为 62.76%，与 2019 年度毛利率接近。

单位：万元

项　目	收入	成本	毛利率
围巾产品	2,038.90	948.18	53.50%
2018 年度通过经销商销售祈福彩	569.88	401.11	29.62%
扣除 2018 年度通过经销商销售祈福彩	1,469.02	547.07	62.76%

公司围巾产品以非丝为主，主要品种包括化纤类围巾、真丝绒围巾、丝羊绒混纺围巾、羊毛围巾等，受 6A 级真丝材料价格波动影响相对较小。2020 年度，围巾毛利率较 2019 年度上升，主要是由于当期推出新品，新品当年毛利率较高。扣除新品部分后，2020 年度围巾毛利率为 60.48%，与 2019 年度相近。

单位：万元

项　目	收入	成本	毛利率
围巾产品	**899.48**	**321.93**	**64.21%**
新品围巾	**253.49**	**66.65**	**73.71%**
扣除新品围巾	**645.99**	**255.28**	**60.48%**

⑥丝绸工艺品

报告期内，公司丝绸工艺品产品销售情况如下：

项　目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
销售数量（万套）	**0.74**	0.85	1.20
销售收入（万元）	**213.77**	906.46	1,303.34
毛利额（万元）	**116.81**	700.61	921.00
毛利率	**54.64%**	77.29%	70.66%
毛利率波动	**-22.65%**	6.63%	-3.89%

2016 年度，公司曾向 G20 杭州峰会供应了巨型真丝壁画、屏风等丝绸工艺品。借助于服务 G20 杭州峰会的契机，公司品牌形象以及丝绸工艺产品的知名度快速提升。自 2017 年起，公司加大了对高端历史文化艺术品的设计与开发力度，并结合部分客户需求推出定制型工艺品，市场认可度较高。报告期内，丝绸工艺品的毛利率分别为 70.66%、77.29%和 **54.64%**。**2018-**2019 年度，公司丝绸工艺品毛利率高于其他丝绸文化创意品，主要原因系：公司长期深耕丝绸文化创意行业，在丝绸产品与历史文化，以及织造、刺绣等传统技艺方面进行了深入的研究，并积累了丰富的经验与资源。**2020 年度，受疫情影响，丝绸工艺品销售金额下滑，且产品结构出现变化，毛利率较高的刺绣、织锦卷轴画等产品销售不及预期，导致整体毛利率下降。**与公司其他丝绸文化创意品相比，丝绸工艺品制作工艺较为复杂，产品附加值较高，部分产品具有一定的艺术价值与收藏价值，因此总体毛利率相对较高。此外，公司丝绸工艺品中的高端业务系塑造品牌形象与品牌价值的重要环节，包含一定品牌溢价，公司根据发展战略保持少量工艺品业务，其产生的毛利并非主要业绩来源。

（二）丝绸纺织制品细分产品毛利率变动情况

发行人已在招股说明书第八节之“十三、（四）3、丝绸纺织制品细分产品”中补充披露如下：

3、丝绸纺织制品细分产品毛利率分析

公司丝绸纺织制品（非自有终端品牌）主要细分产品为丝绸面料和贴牌服装，以及针对丝绸面料的数码印花加工服务，其他产品主要是为客户提供配饰产品，具体毛利率变动情况如下：

单位：万元

项 目	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	收入	毛利率	收入	毛利率	收入	毛利率
丝绸面料	**12,403.72**	**22.71%**	16,653.63	17.07%	16,904.92	18.67%
贴牌服装	**5,086.96**	**16.65%**	11,242.34	18.30%	14,510.89	13.15%
数码印花加工	**1,672.78**	**17.80%**	1,828.50	27.01%	953.02	18.16%
其他	**1,697.24**	**32.56%**	1,754.61	17.30%	1,998.30	12.76%
合 计	**20,860.70**	**21.64%**	**31,479.08**	**18.10%**	**34,367.14**	**15.98%**

（1）丝绸面料

项 目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
销售数量（万米）	**202.47**	261.30	281.67
主营业务收入（万元）	**12,403.72**	16,653.63	16,904.92
毛利额（万元）	**2,817.23**	2,843.57	3,155.86
毛利率	**22.71%**	17.07%	18.67%
毛利率波动率	**5.64%**	-1.59%	/

报告期内，公司丝绸面料毛利率分别为 18.67%、17.07%和 **22.71%，2020 年度毛利率较上一年度有较大增长**。2019 年度，受到国内外宏观经济走势的影响，服装面料行业下游需求偏弱，部分市场议价能力较强的大型服装企业报价政策有所调整，导致上游面料厂商利润空间被压缩，公司丝绸面料毛利率较上年下滑 1.59%。2020 年**度**，公司积极响应政府号召，复工后第一时间转产口罩。面料采购销售相关人员业务重心集中于口罩业务，有选择性地承接面料业务。**公司缩减了与毛利率较低客户的合作规模（3 家毛利率较低的客户当期收入占比由上年度的 25.40%下降至 10.19%，上述客户 2019 年度毛利率为 12.13%），另一方面当期公司自主生产比例进一步提升，且双面数码印花工艺应用增加，提升了毛利率水平。**

（2）贴牌服装

项　目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
销售数量（万套）	**37.71**	77.55	145.26
销售收入（万元）	**5,086.96**	11,242.34	14,510.89
毛利额（万元）	**847.18**	2,057.91	1,908.41
毛利率	**16.65%**	18.30%	13.15%
毛利率波动率	**-1.65%**	5.15%	/

报告期内，公司贴牌服装毛利率分别为 13.15%、18.30%和 **16.65%**。贴牌服装毛利率波动主要与公司在战略层面拓展贴牌服装中真丝服装销售业务，主动缩减非真丝服装销售业务有关。报告期内，公司贴牌服装中真丝材质及非真丝材质销售情况如下：

单位；万元

产品种类	2020年度			2019年度			2018年度		
	销售收入	占比	毛利率	销售收入	占比	毛利率	销售收入	占比	毛利率
真丝服装	**2,559.37**	**50.31%**	**22.51%**	4,971.67	44.22%	24.91%	5,012.03	34.54%	19.52%
非真丝服装	**2,527.59**	**49.69%**	**10.72%**	6,270.67	55.78%	13.07%	9,498.86	65.46%	9.79%
合　计	**5,086.96**	**100.00%**	**16.65%**	**11,242.34**	**100.00%**	**18.30%**	**14,510.89**	**100.00%**	**13.15%**

2019 年度，公司基于长远业务规划，进一步缩减毛利率较低的非真丝服装业务。同时，真丝服装业务在经历一段时间的磨合与调整过程后毛利率有所回升，因此公司当期贴牌服装毛利率提升 5.15%。2020 年**度，公司**贴牌服装毛利率**较上年下降 1.65%，主要是在进一步缩减非真丝服装业务的基础上，为应对疫情冲击，适当降低报价以抢占市场份额**。

（3）数码印花加工

公司多年来致力于提升数码印花生产工艺水平，尤其注重双面数码印花生产工艺的研发与应用。报告期内，公司数码印花加工毛利率分别为 18.16%、27.01%和 **17.80%，2018**-2019 年度毛利率**呈上升趋势**，主要原因是：报告期内，公司数码印花加工销售量（含数码喷印及后道等其他加工）分别为 118.21 万米、169.53 万米和 **184.27** 万米，数码印花加工产销量的持续提升摊薄了自有厂房及土地使用权的折旧摊销、人工成本等固定成本。**2020 年度，随着数码印花加工工艺的成熟并为应对疫情冲击，公司主动降低报价以抢占市场份额，毛利率出现较大幅度下降。**

报告期各期，剔除自有厂房及土地使用权的折旧摊销、车间人员基本工资（不含绩效工资与年终奖金）以及报告期期初已购入的机器设备折旧等固定成本后毛利率情况如下：

项　目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
销售收入（万元）①	**1,672.78**	1,828.50	953.02
销售成本（万元）②	**1,375.00**	1,334.60	779.96
毛利率③=（①-②）/①	**17.80%**	27.01%	18.16%
毛利率变动=本期毛利率-上期毛利率	**-9.21%**	8.85%	12.48%
固定成本（万元）④	**193.03**	173.96	169.51
固定成本占比⑤=④/②	**14.04%**	13.03%	21.73%
扣除固定成本后销售成本（万元）⑥=②-④	**1,181.97**	1,160.64	610.45
扣除固定成本后毛利率⑦=（①-⑥）/①	**29.34%**	36.53%	35.95%
固定成本占销售收入比重⑧=④/①	**11.54%**	9.51%	17.79%
固定成本对毛利率变动的影响⑨=上期固定成本占销售收入比重-本期固定成本占销售收入比重	**-2.03%**	8.27%	4.90%

2019 年度，数码印花加工毛利率提升 8.85%，其中自有厂房及土地使用权的折旧摊销、人工成本等固定成本对毛利率变动的影响为 8.27%，剔除上述固定成本对毛利率变动的影响后，公司数码印花加工业务毛利率各期增长幅度较剔除前有所降低，但仍呈逐年提升趋势，主要系除上述已剔除的成本外，数码印花加工业务还存在其他与业务规模密切相关的成本，例如：设备零部件更换、检修，设备空转耗损等成本，印染原材料议价能力以及采购成本等。报告期内，公司数码印花加工业务处于快速发展阶段，规模效应相对明显，随着业务规模的提升，单位成本下降而毛利率提升。

2020 年**度，数码印花加工毛利率较上年下降 9.21%，其中自有厂房及土地使用权的折旧摊销、人工成本等固定成本对毛利率变动的影响为-2.03%，随着数码印花加工工艺的成熟，且**公司为积极应对疫情带来的不利影响，适当降低了数码印花加工报价以扩大市场份额。数码印花加工平均单价降低导致当期毛利率低于 2019 年度。报告期内，数码印花加工单价变动参见本招股说明书第八节之“十三、（二）5、（1）②C、数码印花加工”。

（三）毛利率变动情况与可比上市公司比较

关于毛利率变动情况与可比上市公司比较分析参见本问询函回复问题 15 之“一、发行人主营业务毛利率与同行业可比公司是否存在差异，如存在，请披露原因及合理性”中的回复。

八、说明同行业可比公司的选取依据，是否具有代表性

（一）从产品类型和业务模式角度分析，公司丝绸文化创意品的主要竞争对手暂未上市，无法取得公开披露数据。考虑到丝绸文化创意品运营模式、产品特性与时尚品牌女装行业存在相似性，故将其作为丝绸文化创意品可比上市公司

发行人已在招股说明书第八节之“十三、（四）2、（4）丝绸文化创意品毛利率同行业比较”中补充披露如下：

从产品类型和业务模式角度分析，公司丝绸文化创意品的主要竞争对手为凯喜雅、都锦生、喜得宝等公司，上述公司暂未上市，无法取得公开披露数据。考虑到公司丝绸文化创意品在运营模式上与时尚品牌女装行业存在一定相似性：即专注于研发设计，并通过直营、加盟或经销渠道对外销售。同时，公司丝绸文化创意品与品牌女装均属于消费品，具有一定的时尚流行性元素。因此，公司从业务运营模式、产品特性的维度，选择申万行业分类“服装家纺”类别中的“女装”类别以及“休闲服装”类别中以女装业务为主的上市公司作为可比上市公司。

（二）选取 A 股及港股上市公司中主营业务产品为丝绸产品的企业，并将其中未单独披露丝绸产品收入及毛利率的金鹰股份剔除，作为丝绸纺织制品可比上市公司

发行人已在招股说明书第八节之“十三、（四）3、（5）丝绸纺织制品毛利率比较”补充披露如下：

经查询 A 股及港股上市公司信息，主营业务为丝绸产品的公司仅有金鹰股份、嘉欣丝绸和达利国际。其中，金鹰股份产品以亚麻纺为主，未单独披露丝绢类产品收入及毛利率，无法直接比较；嘉欣丝绸、达利国际以丝绸产品加工和贸易为主，自有品牌销售额相对较少，其主营业务及业务模式与公司丝绸文化创意品差异较大，与公司丝绸纺织制品类似。

（三）选取申万行业分类“服装家纺”类别中 2020 年转产口罩或其他防疫

物资，并在半年报中披露相关业务收入成本的上市公司，作为口罩业务可比上市公司

发行人已在招股说明书第八节之“十三、（四）4、（3）口罩毛利率与可比上市公司比较”补充披露如下：

2020 年度，公司积极响应政府号召利用丝绸产品的采购、生产和销售等资源转产口罩。由于转产前公司并未直接从事口罩相关业务，在采购销渠道资源、生产经验等方面与主要从事口罩产销业务的上市公司存在一定差异。因此，公司选取申万行业分类“服装家纺”类别中于 2020 年转产口罩或其他防疫物资，同时在半年报中披露相关业务收入成本的上市公司，作为口罩业务可比上市公司。

九、请保荐人、申报会计师核查并发表明确意见

（一）核查程序

为核查上述事项，保荐机构和申报会计师履行了如下核查程序：

1、访谈了发行人总经理、财务总监等管理层人员了解发行人的经营模式和客户群体，丝绸文化创意品展示营销中心渠道和门店零售渠道经营模式、客户群体的差异，以及两者毛利率存在差异的原因，丝绸工艺品主要产品及相关制作工艺，了解丝绸工艺品单位价值较高以及毛利率较高的原因，报告期内各细分产品毛利率波动原因，发行人主要竞争对手信息等情况。

2、获取了可比上市公司招股说明书、定期报告等资料，统计其报告期内的毛利率情况，了解其经营模式、产品特征、客户群体等信息，进一步了解发行人毛利率与可比上市公司毛利率存在差异的原因，并评价发行人可比上市公司选取的合理性。

3、获取发行人报告期的销售明细表，统计各细分产品收入、成本及毛利率情况；获取了发行人展示营销中心渠道和门店零售渠道销售明细表，发行人加盟商、经销商、代销商销售明细，分析各渠道销售平均折扣、各渠道客户群体分布、日常平均折扣以及促销活动期间平均折扣等信息。

4、获取了报告期各期丝绸工艺品销售明细及对应成本、毛利率情况，以单价 1 万元作为分界点，将丝绸工艺品拆分为高端艺术品和普通工艺品分别进行分

析；统计报告期内单件毛利额超过 5 万元的丝绸工艺品销售情况，共计 23 笔，毛利金额总计约 940 万，占发行人报告期内总毛利额约 1.00%，实地走访了其中 13 笔交易对应的客户，查看公司产品实地使用情况并与客户确认交易真实性，覆盖毛利金额约 750 万元；获取了报告期末公司丝绸工艺品存货明细表。截至 2020 年 12 月末，公司结存丝绸工艺品中，单价高于 3 万元的产品共 19 件，存货价值 223.42 万元。期末留存的高价值丝绸工艺品若在期后实现销售，对公司未来业绩的影响较小。

5、通过金蚕网（http://www.esilk.net/）等公开渠道获取发行人主要原材料生丝的价格走势数据，同时获取发行人报告期各期采购明细表，分析其主要销售产品报告期各期的采购单价波动趋势。

6、获取了报告期各期数码印花加工业务收入成本明细表，以及厂房、机器设备折旧，人工成本分摊明细表，分析扣除上述固定成本后数码印花加工业务毛利率，并结合发行人各细分产品的销售结构、发行人销售策略等因素，判断各细分产品毛利率波动与销售结构、发行人销售策略是否匹配。

（二）核查意见

经核查，保荐机构和申报会计师认为：

1、发行人丝绸文化创意品毛利率与可比上市公司存在一定差异，主要原因系可比上市公司品牌女装产品主要面向个人消费需求，保留较高毛利以覆盖门店租金、商场专柜分成等固定费用。发行人丝绸文化创意品兼具商务需求与个人消费需求，对于采购金额及频次较高的客户给予较低折扣，毛利率相对较低；发行人丝绸纺织制品毛利率与可比上市公司存在一定差异，主要原因系产品结构、产业链覆盖环节、客户群体与销售模式等方面存在一定差异；发行人口罩产品毛利率低于可比上市公司平均水平，主要原因系发行人在口罩自动化生产线尚未组建完成时，以较高单价委托外部加工供应商生产口罩，并以较低价格对外出售口罩。上述差异原因具有合理性。

2、受宏观经济增长放缓及新冠肺炎疫情影响，报告期内丝绸文化创意品毛利率逐年下滑，波动趋势与行业整体情况不存在重大差异；发行人积极采取措施应对宏观经济波动风险，报告期内，丝绸文化创意品毛利率下滑未对发行人经营

业绩产生重大不利影响；发行人已在招股说明书补充披露了“丝绸文化创意品毛利率持续下滑的风险”。

3、发行人丝绸文化创意品展示营销中心毛利率低于直营门店毛利率，主要系展示营销中心接待团队客户及长期客户，发行人给予一定折扣，且发行人通过展示营销中心开展促销活动，拉低展示营销中心毛利率；上述原因具有合理性。

4、丝绸文化创意品经销商毛利率高于加盟商主要系经销商可自主选择经营形式，而加盟商必须通过符合要求的实体店铺经营，发行人给予加盟商折扣相对较低；丝绸文化创意品经销商毛利率高于代销商主要系经销商客户相对分散，代销商客户相对集中，代销商议价能力更强；上述原因具有合理性。

5、发行人丝绸工艺品毛利率高于其他丝绸文化创意品，主要系丝绸工艺品制作工艺较为复杂，产品附加值较高，且包含一定品牌溢价，部分产品具有一定艺术价值与收藏价值。上述原因具有合理性；可比上市公司锦泓集团经营云锦类产品，该产品毛利率高于锦泓集团其他产品，公司丝绸工艺品毛利率高于其他丝绸文化创意品的情形符合行业整体情况。2018-2019 年度，发行人丝绸工艺品毛利率与可比上市公司接近。**2020 年度，受疫情影响，丝绸工艺品销售金额下滑，且产品结构出现变化，毛利率较高的刺绣、织锦卷轴画等产品销售不及预期，导致整体毛利率下降，**毛利率低于可比上市公司，上述原因具有合理性。

6、丝绸纺织制品毛利率波动趋势与行业整体情况存在一定差异，主要系发行人基于自身业务规划，增加了面料、服装产品中真丝材质销售比重，**缩减了与毛利率较低客户的合作规模等，**同时自主加工比例有所提高。上述原因具有合理性；2017 年度，发行人数码印花加工业务毛利率较低，主要系当年度固定成本占总成本的比重较高，2017-2019 年度，随着数码印花加工业务量逐年提升，规模效应逐步显现，毛利率相应提升，**2020 年度，随着数码印花加工工艺的成熟，且公司为积极应对疫情带来的不利影响，适当降低了数码印花加工报价以扩大市场份额，导致毛利率下降**。

7、报告期内，发行人丝绸文化创意品毛利率波动主要与采购成本、销售策略、产品结构、定制订单或其他大额订单等因素相关，波动原因具有合理性；发行人丝绸文化创意品毛利率与可比上市公司存在一定差异，主要原因系可比上市

公司品牌女装产品主要面向个人消费需求，保留较高毛利以覆盖门店租金、商场专柜分成等固定费用，发行人丝绸文化创意品兼具商务需求与个人消费需求，对于采购金额及频次较高的客户给予较低折扣，毛利率相对较低，差异原因具有合理性；报告期内，发行人丝绸纺织制品毛利率波动主要与发行人业务规划、产品结构、经营模式、产销量与规模效应等因素相关，波动原因具有合理性；发行人丝绸纺织制品毛利率与可比上市公司存在一定差异，主要原因系产品结构、产业链覆盖环节、客户群体与销售模式等方面存在一定差异，差异原因具有合理性。

8、从产品类型和业务模式角度分析，发行人丝绸文化创意品的主要竞争对手暂未上市，无法取得公开披露数据。考虑到丝绸文化创意品运营模式、产品特性与时尚品牌女装行业存在相似性，故将其作为丝绸文化创意品可比上市公司；发行人选取 A 股及港股上市公司中主营业务产品为丝绸产品的企业，并将其中未单独披露丝绸产品收入及毛利率的金鹰股份剔除，作为丝绸纺织制品可比上市公司；发行人选取申万行业分类“服装家纺”类别中 2020 年转产口罩或其他防疫物资，并在定期报告中披露相关业务收入成本的上市公司，作为口罩业务可比上市公司；发行人可比上市公司选取具有合理性，选取的公司具有代表性。

问题 16

申报文件显示，发行人期间费用主要包括销售费用、管理费用、研发费用。请发行人补充披露：（1）报告期内销售人员、管理人员、研发人员的数量、平均薪酬水平及变动情况，平均薪酬水平与同行业可比公司、同地区公司是否存在重大差异，如存在请披露原因及合理性；（2）销售费用中电子商务平台费的具体内容、计提是否准确、费用发生的合理性，与对应营业收入的变化趋势是否匹配；（3）外协设计费用计入销售费用是否符合《企业会计准则》的规定；（4）研发费用中直接投入的具体内容，2019 年下降较多的原因及合理性；（5）研发费用的计算口径、核算方法、会计处理，与同行业可比公司是否存在差异，如存在请披露原因及合理性；（6）公司整体销售费用率、管理费用率、研发费用率与同行业可比公司的比较情况，如存在差异请披露原因及合理性；（7）推行“全民营销”政策是否存在控股股东等第三方为发行人代垫相关费用或发行人少计费用的情况，如存在请说明具体情形及整改情况。

请保荐人、申报会计师核查并发表明确意见。

【回复】

一、报告期内销售人员、管理人员、研发人员的数量、平均薪酬水平及变动情况，平均薪酬水平与同行业可比公司、同地区公司是否存在重大差异，如存在请披露原因及合理性

（一）销售人员数量、平均薪酬水平、变动情况，与同行业、同地区公司对比分析

发行人已在招股说明书第八节之“十三、（五）1、（1）①职工薪酬及福利”中补充披露如下：

报告期内，公司销售人员薪酬总额及平均薪酬情况如下：

单位：万元

项　目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
计入销售费用的薪酬总额	**4,966.95**	6,544.63	7,269.40
销售人员数量[注]	**326**	444	592
销售人员平均薪酬	**15.24**	14.74	12.28

注：公司用于计算平均薪酬的人员数量采取当期各月领薪人数平均值，下同。

2018 年，公司进一步加大了对新产品、新模式的调研与开拓力度，逐步扩充丝绸文化创意品业务的市场团队，销售人员大幅增长。考虑到新增销售人员开拓业务不及预期，公司加强业绩考核，逐步淘汰了业绩未达标的销售人员。2020 年**度，**公司为应对系统性风险，加强内部管理，更加重视对销售人员的精英化培训，优化了公司人员结构，因此，**2018-2020** 年，公司销售人员数量**呈现下降趋势**。

公司销售人员薪酬由基本工资、岗位工资、绩效工资、补贴、销售提成及年终奖金等部分组成，其中销售提成与除口罩外的丝绸业务经营业绩直接挂钩，系销售人员薪酬的重要组成部分。2020 年**度**受疫情影响,公司除口罩外的丝绸业务营业收入较往年**出现下滑，但由于销售人员结构进一步优化，2020 年度销售人员平均薪酬较上年度上升。**

报告期内，公司销售人员平均薪酬水平与可比上市公司比较如下：

单位：万元

项　目	2020 年度	2019 年度	2018 年度

单位：万元

项　目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
安正时尚	**12.97**	12.76	11.29
太平鸟	**10.59**	10.07	9.63
朗姿股份	**14.04**	15.42	14.10
地素时尚	**13.74**	14.08	12.73
日播时尚	**11.96**	11.86	12.82
歌力思	**15.88**	15.67	15.11
锦泓集团	**18.74**	19.44	19.81
欣贺股份	**11.67**	10.45	9.17
嘉欣丝绸	**11.48**	14.28	12.42
算术平均数	**13.45**	13.78	13.01
本公司	**15.24**	14.74	12.28

注 1：同行业公司用于计算平均薪酬的人员数量取年初年末人员数量平均值，如未披露年初人员数量则采取年末人员数量计算。公司用于计算平均薪酬的人员数量采取当期各月领薪人数平均值，下同；

注 2：达利国际为港股上市公司，未披露相关数据，下同。

2018-2020 年度，公司销售人员平均薪酬水平与同地区全社会单位在岗职工平均工资水平、相似工种工资指导价位中位数比较如下：

单位：万元

项　目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
杭州市全社会单位在岗职工年平均工资	**未披露**	8.20	7.37
杭州市销售人员工资指导价位中位数	**6.83**	5.84	5.44
本公司	**15.24**	14.74	12.28

注：杭州市全社会单位在岗职工年平均工资来源于杭州市人民政府官方网站：http://www.hangzhou.gov.cn/；

杭州市相似工种指导价位中位数来源于杭州市人力资源与社会保障局官方网站：http://hrss.hangzhou.gov.cn

本公司销售人员平均薪酬水平与可比上市公司平均水平接近，高于同地区公司平均水平。公司综合实力及品牌影响力在同地区企业中处于前列，为维护公司品牌形象、提高销售服务质量，公司对销售人员的专业能力和综合素质要求相对较高，因此提供了高于同地区其他企业的基本工资水平。此外，报告期内，公司主营业务产品销售情况良好，销售人员取得的销售提成及年终奖金相对较高，因此整体薪酬高于同地区其他企业。

（二）管理人员数量、平均薪酬水平、变动情况，与同行业、同地区公司对比分析

发行人已在招股说明书第八节之“十三、（五）2、（1）①职工薪酬及福利”中补充披露如下：

报告期内，公司管理人员薪酬总额及平均薪酬情况如下：

单位：万元

项　目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
计入管理费用的薪酬总额	**2,751.51**	2,707.68	2,855.68
管理人员月均数量	**122**	131	151
管理人员平均薪酬	**22.55**	20.67	18.91

公司管理人员主要包括品牌运营人员、行政管理人员、财务人员等中后台支持岗位，报告期内呈现下降的趋势，作为销售前台部门的辅助部门，与报告期内销售人员的变动趋势保持一致。2018-2020 年度，管理人员的平均薪酬逐年稳定增长。

报告期内，公司管理人员平均薪酬水平与可比上市公司比较如下：

单位：万元

项　目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
安正时尚	**22.44**	24.45	24.07
太平鸟	**31.27**	24.22	22.25
朗姿股份	**14.14**	19.58	28.27
地素时尚	**12.56**	16.59	14.06
日播时尚	**41.74**	39.82	40.16
歌力思	**13.31**	17.69	17.02
锦泓集团	**14.86**	22.21	24.32
欣贺股份	**14.55**	未披露	未披露
嘉欣丝绸	**30.01**	30.88	32.08
算术平均数	**21.65**	24.43	25.28
本公司	**22.55**	20.67	18.91

注：太平鸟及地素时尚管理人员人均薪酬已进行修正，原太平鸟管理人员人数未统计物流仓储人员及其他人员，地素时尚未统计其他人员，与发行人计算口径一致。

2018-2020 年度，公司管理人员平均薪酬水平与同地区全社会单位在岗职工

平均工资水平、相似工种工资指导价位中位数比较如下：

单位：万元

项　目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
杭州市全社会单位在岗职工年平均工资	**未披露**	8.20	7.37
杭州市行政业务办理人员工资指导价位中位数	**7.31**	6.72	5.89
杭州市行政部门经理工资指导价位中位数	**9.50**	8.70	8.40
本公司	**22.55**	20.67	18.91

注：杭州市全社会单位在岗职工年平均工资来源于杭州市人民政府官方网站：http://www.hangzhou.gov.cn/；

杭州市相似工种指导价位中位数来源于杭州市人力资源与社会保障局官方网站：http://hrss.hangzhou.gov.cn

可比上市公司管理人员平均薪酬差异较大，主要系各公司组织结构、员工结构和所在地经济水平差异所致。报告期内，本公司管理人员平均薪酬水平与可比上市公司平均水平差异较小，高于同地区公司平均水平。因公司主要立足于华东区域，经营规模与覆盖范围小于可比上市公司，**2018-2019 年度，公司**管理人员平均薪酬水平略低于可比上市公司平均水平，**2020 年度，因公司精简管理团队，且当年公司积极应对新冠肺炎疫情下，经营业绩较好，公司管理人员平均薪酬仍有小幅上升，因而略高于可比上市公司平均水平**。报告期内，公司不断优化管理体系，引进管理人才，管理人员平均薪酬逐年增长，波动趋势与可比上市公司及同地区公司平均水平**基本**一致。**2020 年度，部分可比上市公司因受疫情影响，经营业绩有所下滑导致其管理人员人均薪酬下降。**

（三）研发人员数量、平均薪酬水平、变动情况，与同行业、同地区公司对比分析

发行人已在招股说明书第八节之“十三、（五）3、（1）①工资薪金支出”中补充披露如下：

报告期内，公司研发人员薪酬总额及平均薪酬情况如下：

单位：万元

项　目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
计入研发费用的薪酬总额	**1,747.39**	1,622.17	1,389.24
研发人员月均数量	**101**	93	97

单位：万元

项　目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
研发人员平均薪酬	**17.30**	17.44	14.32

公司研发人员主要包括花型设计人员、产品开发人员和技术人员等，**报告期内，人数呈小幅变动趋势。**2020 年**度**，公司丝绸纺织制品业务整合，为进一步完善数码印花技术的开发和应用，万事利数码增加了研发人员。

公司研发人员薪酬由基本工资、岗位工资、绩效工资、补贴、研发提成及年终奖金等部分组成，其中研发提成主要系以设计产品的销售回款金额为核算标准的设计师奖励。**2018-2019 年度，研发人员平均薪酬整体呈上升趋势，2020 年度，公司整体业绩并未受到新冠肺炎疫情的重大不利影响，研发人员平均薪酬较 2019 年度基本持平。**

报告期内，公司研发人员平均薪酬水平与可比上市公司比较如下：

单位：万元

项　目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
安正时尚	**16.09**	14.78	15.22
太平鸟	**12.71**	10.00	12.05
朗姿股份	**16.46**	19.44	16.99
地素时尚	**20.72**	22.44	20.35
日播时尚	**12.89**	15.56	12.63
歌力思	**14.44**	18.41	19.66
锦泓集团	**15.82**	13.83	9.11
欣贺股份	**11.90**	未披露	未披露
嘉欣丝绸	**8.92**	7.62	6.27
算术平均数	**14.44**	15.26	14.04
本公司	**17.30**	17.44	14.32

2018-2020 年度，公司研发人员平均薪酬水平与同地区全社会单位在岗职工平均工资水平、相似工种工资指导价位中位数比较如下：

单位：万元

项　目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
杭州市全社会单位在岗职工年平均工资	**未披露**	8.20	7.37
杭州市纺织服装工程技术人员工资指导	**6.89**	6.29	5.29

单位：万元

项　目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
价位中位数			
杭州市工艺美术与创意设计人员工资指导价位中位数	**8.81**	9.08	9.53
本公司	**17.30**	17.44	14.32

注：杭州市全社会单位在岗职工年平均工资来源于杭州市人民政府官方网站：http://www.hangzhou.gov.cn/；

杭州市相似工种指导价位中位数来源于杭州市人力资源与社会保障局官方网站：http://hrss.hangzhou.gov.cn。

报告期内，公司研发人员平均薪酬水平介于可比上市公司之间，与可比上市公司不存在重大差异，但高于同地区公司平均水平，主要原因系：报告期内，公司主要凭借生产技术与产品创新取得竞争优势，在技术创新与产品设计等研发领域持续投入，对研发人员专业能力要求较高，因此其平均薪酬高于同地区水平。

二、销售费用中电子商务平台费的具体内容、计提是否准确、费用发生的合理性，与对应营业收入的变化趋势是否匹配

（一）电子商务平台费包括线上销售平台的平台服务费和店铺推广宣传运营费用，以及电视购物平台代销商的平台服务费。公司根据平台服务费结算单等依据计提入账，计提准确。

发行人已在招股说明书第八节之“十三、（五）1、（1）销售费用波动分析”中补充披露如下：

⑦电子商务平台费

报告期内，公司电子商务平台费分别为 437.09 万元、571.42 万元和 **692.57** 万元。报告期内，公司通过线上平台和电视购物平台渠道对外销售或开展推广宣传活动时，需向平台商支付平台服务费及推广宣传活动产生的费用。电子商务平台费主要包括支付给天猫、京东、万事利好丝绸（有赞微商城）等线上销售平台的平台服务费和店铺推广宣传运营费用，以及支付给惠买在线、宜和股份等电视购物平台代销商的平台服务费。

A、计提方式

电子商务平台费中的平台服务费：由各平台系统每月自动按照销售额的一定比例加上部分固定费用进行计算。每月月末，公司取得各平台提供的平台服务费

结算单，核对无异常后与对方确认，并暂估计提入账，待取得发票后调整入账金额。

电子商务平台费中的店铺推广运营费用：公司电商运营部每月根据各店铺销量及平台活动情况制定相应推广策略，选择使用平台提供的推广服务或聘请第三方提供推广服务。其中支付给平台的服务费用由平台后台自行计算，公司取得结算单后与对方确认并计提入账；支付给第三方推广公司的服务费用系根据公司与其签订的推广合同，按合同约定入账。

（二）电子商务平台费中，线上销售平台的平台服务费和店铺推广运营费用占对应营业收入的比重在 2018-2019 年度相对稳定，2020 年度因通过自主运营的好丝绸平台拓展直播带货渠道导致当期费用率较低；电视购物平台费用率存在一定波动，主要系平台服务费存在部分固定开支；电子商务平台费与对应营业收入基本匹配，具有合理性

发行人已在招股说明书第八节之“十三、（五）1、（1）销售费用波动分析”中补充披露如下：

B、费用发生合理性及与对应营业收入的匹配

报告期内，公司电子商务平台费按照费用类型和平台类型分类如下：

单位：万元

费用类型	平台类型	项　目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
平台服务费	线上销售平台	费用	**245.88**	163.51	117.99
		销售收入	**3,675.96**	1,663.24	1,279.98
		费用率	**6.69%**	9.83%	9.22%
	电视购物平台	费用	**1.47**	45.51	49.56
		销售收入	**2.03**	463.08	1,378.74
		费用率	**72.41%**	9.83%	3.59%
店铺推广运营费用	线上销售平台	费用	**445.22**	362.40	269.54
		销售收入	**3,675.96**	1,663.24	1,279.98
		费用率	**12.11%**	21.79%	21.06%

2018-2019 年度，线上销售平台的平台服务费、店铺推广运营费用金额逐年递增，对应线上销售收入亦逐年递增，费用率相对稳定。2020 年度，新冠肺炎

疫情对消费品线下销售渠道造成了一定冲击，而直播带货等电商新零售业态迅速发展。针对消费品行业的新趋势，公司快速响应，依托好丝绸店铺积极拓展直播带货销售渠道，该线上平台实现收入 **1,448.87** 万元，占当期线上平台销售收入的 **39.41%**。由于好丝绸店铺系公司基于微信有赞商城平台自主运营的电商店铺，业务主要来源于公司业务团队微信推送分享引流，平台**交易手续费**相对较低，**通常为 1%-1.5%，**店铺推广运营费用支出亦较低，拉低当期线上销售平台相关费用率。

报告期内，各线上销售平台销售金额及平台服务费具体情况如下：

单位：万元

平台类型	项　目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
天猫万事利官方旗舰店	平台服务费	**168.18**	96.59	68.13
	销售收入	**1,911.99**	1,134.93	825.29
	费用率	**8.80%**	8.51%	8.26%
京东万事利官方旗舰店	平台服务费	**40.05**	34.75	28.54
	销售收入	**275.47**	236.82	196.80
	费用率	**14.54%**	14.67%	14.50%
万事利好丝绸店（有赞微商城）	平台服务费	**29.41**	10.20	8.80
	销售收入	**1,448.87**	219.42	215.13
	费用率	**2.03%**	4.65%	4.09%
其他平台	平台服务费	**8.24**	21.97	12.52
	销售收入	**38.16**	72.07	42.76
	费用率	**21.59%**	30.48%	29.28%

根据上表，报告期内，天猫万事利官方旗舰店、京东万事利官方旗舰店平台服务费费用率相对稳定。**2018**-2019 年度，万事利好丝绸店平台服务费用率亦相对稳定，2020 年**度**，该平台销售额快速增长，**交易手续费通常为 1%-1.5%，**固定费用被摊薄，整体费用率下降。其他平台主要包括小红书、网易考拉等电商平台，由于公司通过这些平台产生的收入金额较低，固定费用占比较高，因此费用率相对较高。

报告期内，电视购物平台的平台服务费金额逐年降低，对应电视购物平台收入亦逐年降低，主要原因系电视购物平台受众相对有限，且对产品性价比要求较高，公司逐步减少了与电视购物平台的合作。2019 年下半年起，公司逐步减少

与电视购物平台的合作，部分尚未收回的存货相关的仓储费用较高，因此 2019 年度和 2020 年**度**电视购物平台费用率较高。

三、外协设计费用计入销售费用是否符合《企业会计准则》的规定

报告期内，公司计入销售费用的外协设计费用主要为门店装修设计、活动展陈及海报物料设计费用，以及无法直接分配至特定订单和产品的设计类服务费用，上述费用无法在发生时即将其指定至对应产品作为成本核算。基于谨慎性原则，将该部分无法直接归属于存货达到目前场所和状态的其他支出计入费用核算。公司将部分外协设计费用计入销售费用符合《企业会计准则》的规定。发行人已在招股说明书第八节之“十三、（五）1、（1）销售费用波动分析”中补充披露如下：

⑤设计检测费

A、设计检测费构成及变动分析

报告期内，公司设计检测费的金额分别为 453.17 万元、235.02 万元和 **306.18** 万元。设计检测费主要核算检测服务费、设计制作费及咨询服务费等费用。其中，设计检测费-检测服务费主要核算公司根据客户要求对完工的丝绸纺织制品（丝绸面料、贴牌服装等）以及口罩产品委托外部机构进行鉴定、检查所发生的费用；设计制作费主要核算公司委托第三方公司进行产品款式及花型设计（外协设计费）以及活动展陈设计、门店装修设计、样品物料制作费用等设计相关费用；咨询服务费主要核算公司委托第三方公司进行大型活动策划、协办展会、境外商务文件处理等咨询服务相关费用；其他费用主要核算除上述费用外的中标代理服务费、品牌管理维护费等其他服务相关费用。

报告期内，公司设计检测费具体构成情况如下：

单位：万元

项　目	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
检测服务费	**186.68**	**60.97%**	102.40	43.57%	108.51	23.94%
设计制作费	**33.97**	**11.10%**	54.40	23.14%	167.86	37.04%
其中： 产品款式或花型设计费用（外协设计费）	**16.34**	**5.34%**	22.98	9.78%	94.32	20.81%
活动展陈、门店装修、	**17.63**	**5.76%**	31.42	13.37%	73.54	16.23%

单位：万元

项　目	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
药品物料制作等费用						
咨询服务费	**76.37**	**24.94%**	57.63	24.52%	126.87	28.00%
其 他	**9.16**	**2.99%**	20.59	8.76%	49.93	11.02%
设计检测费合计	**306.18**	**100.00%**	**235.02**	**100.00%**	**453.17**	**100.00%**
营业收入	**73,570.31**		72,851.39		75,252.67	
设计检测费占营业收入比重	**0.42%**		0.32%		0.60%	

报告期内，公司设计检测费占营业收入比重分别为 0.60%、0.32%和 **0.42%**，其占比存在一定波动，设计检测费与营业收入不存在直接的配比关系，具体原因如下：

a、检测服务费系根据客户要求对丝绸纺织制品（丝绸面料、贴牌服装等）及口罩产品进行检测，检测费用金额主要受客户检测批次数量和客户要求的检测项目影响。对于丝绸纺织制品，客户通常要求以一个产品款式作为一个检测批次，订单中款式数量越多，检测服务次数则越多。对于口罩产品，客户通常要求同一笔订单作为一个检测批次进行抽检。报告期内，由于客户订单个性化较强，检测批次数量存在较大差异，检测服务次数和收入不存在直接配比关系。此外，不同客户因采购产品材质、款式、质量要求等存在差异，所要求的检测项目亦存在差异，不同检测项目价格差异较大。例如耐光、色牢度等检测项目通常为几十元/次，而纤维含量标识项目通常为上千元/次，检测项目不同亦导致检测服务费与收入不存在明显配比关系。

b、设计制作费既包括公司委托第三方公司进行产品款式及花型设计产生的费用（即外协设计费用），亦包括活动展陈设计、门店装修设计、样品物料制作费用等设计相关费用。公司通常在委托第三方公司完成产品款式及花型设计后，将样稿作为公司设计资源库中的备选方案，并基于对客户需求及流行趋势的理解，从设计资源库中挑选适合的产品进行大批量生产。因此，公司委托第三方公司进行产品款式及花型设计从打样至成品销售经历时间周期较难确定。此外，活动展陈设计、门店装修设计、样品物料制作费用系销售环节产生的用于促进销售的相

关费用，亦与收入不存在明显配比关系。

c、咨询服务费主要系大型活动策划、协办展会、境外商务文件处理等咨询服务开支，此类服务支出具有一定偶发性，与收入不存在明显配比关系。

2019 年度，公司对丝绸文化创意品业务结构进行了梳理优化，将业务资源向部分重点推广产品倾斜，调整了设计中心定位，并加强经典产品线的深化，相同相似设计和服务的重复采购减少，当期设计制作费较上期减少 113.46 万元，咨询服务费较上年减少 69.24 万元，设计检测费较上年减少 218.15 万元。

2020 年度，受疫情影响，公司采取进一步深化经典产品的战略，在新产品和新模式的开拓上有所减缓，当期设计制作费仅发生 33.97 万元。但由于公司新增口罩业务，与口罩业务相关的资质认定检测、产品质量检测等费用合计 138.98 万元，当期检测服务费合计金额 186.68 万元。由于设计检测费中各主要项目与收入均不存在明显配比关系，因此剔除与口罩业务相关的设计检测费后，2020 年度剩余设计检测费与对应业务收入不存在明显配比关系。

B、设计检测费-设计制作费中外协设计费用财务核算说明

报告期内，公司存在少量委托外部公司协助进行产品款式或花型设计的情形。报告期内，公司外协设计费按照用途分别归集至销售费用与研发费用：

a、计入销售费用的外协设计费：在日常生产经营过程中发生的委托外部公司协助进行产品款式或花型设计产生的费用，按照实际发生情况计入销售费用核算，在分类时将其归入设计检测费中的设计制作费明细项目。公司通常在委托第三方公司完成产品款式及花型设计后，将样稿作为公司设计资源库中的备选方案，并基于对客户需求及流行趋势的理解，从设计资源库中挑选适合的产品进行大批量生产。因此，公司委托第三方公司进行产品款式及花型设计从设计至成品销售经历时间周期较难确定，无法在费用发生时即将其指定至对应产品作为成本核算。根据《企业会计准则第 1 号-存货》第九条规定：“下列费用应当在发生时确认为当期损益，不计入存货成本：……（3）不能归属于存货达到目前场所和状态的其他支出”。基于谨慎性原则，公司将该部分无法直接归属于存货达到目前场所和状态的外协设计费用计入销售费用核算符合《企业会计准则》的规定。报告期内，计入销售费用-设计检测费-设计制作费明细项目的外协设计费金额分别为

94.32 万元、22.98 万元和 16.34 万元。

b、计入研发费用的外协设计费：在研发过程中，公司根据研发项目实际需要委托外部公司进行研发，相关费用按照实际发生情况计入研发费用核算。

四、研发费用中直接投入的具体内容，2019 年下降较多的原因及合理性

报告期内，研发费用中直接投入主要系丝绸面料、丝巾围巾相关材料、染料等。2019 年度研发费用直接投入金额下降原因系公司研发重心转向基于人工智能的丝巾设计应用研究及数据库建设等项目，对于配合测试和反馈的产品消耗量下降，以及公司研发流程不断优化，材料利用效率不断提高。发行人已在招股说明书第八节之“十三、（五）3、（1）研发费用构成”中补充披露如下：

公司丝绸文化创意品研发方向主要为成品设计及样品测试，直接投入领料主要系丝巾围巾相关材料、家纺相关材料、服装相关材料等；丝绸纺织制品研发方向主要为工艺改造及材料研究，领料主要系白坯、色坯、丝麻绸等丝绸面料及相关染料。报告期内，公司研发费用中直接投入具体内容如下：

单位：万元

项　目	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
丝绸面料	770.29	63.50%	705.33	62.95%	845.63	61.22%
丝巾围巾相关材料	281.13	23.17%	196.61	17.55%	291.63	21.11%
助剂染化料	63.07	5.20%	91.92	8.20%	102.69	7.43%
家纺相关材料	27.23	2.24%	30.64	2.73%	51.07	3.70%
服装相关材料	23.17	1.91%	28.42	2.54%	21.48	1.56%
其他辅料	5.25	0.43%	10.30	0.92%	20.20	1.46%
打样费	42.98	3.54%	57.18	5.10%	48.60	3.52%
合　计	1,213.12	100.00%	1,120.40	100.00%	1,381.31	100.00%

2019 年度，公司研发费用直接投入金额较上年下降 260.91 万元，主要原因系：

①各年度研发项目差异。公司 2018 年度主要以传统研发项目为主，需领用原材料、产成品进行打样与检测，并与客户沟通花型与样式设计，因此直接投入中各年领料金额较高。2019 年度，公司研发重心转向基于人工智能的丝巾设计

应用研究及数据库建设等项目，对于配合测试和反馈的产品消耗量下降，相应材料领用部分减少；

②随着研发经验的积累和生产工艺水平的不断提高，公司不断优化研发流程，产品研发更加有针对性，研发效率稳定，材料有效利用程度不断提高，材料领用部分减少。

2020 年**初**，受新冠肺炎疫情影响，公司 2020 年初部分研发项目有所停滞，**随着新冠肺炎疫情得到控制，公司亦加大研发项目投入以确保项目进度，全年研发费用直接投入金额较 2019 年度基本持平。**

五、研发费用的计算口径、核算方法、会计处理，与同行业可比公司是否存在差异，如存在请披露原因及合理性

（一）研发费用的计算口径、核算方法、会计处理

发行人已在招股说明书第八节之“十三、（五）3、（4）公司研发费用计算口径、核算方法、会计处理”中补充披露如下：

（4）公司研发费用计算口径、核算方法、会计处理

①研发费用计算口径

公司研发费用主要归集为以下五类：

A、工资薪金支出，核算公司从事研发活动人员的工资薪金、福利费、社会保险费及住房公积金费用。

B、直接投入，核算研发活动直接消耗的原材料及库存商品。

C、折旧与费用摊销，核算用于研发活动的机器设备折旧费用、软件摊销费用。

D、委外加工费用，核算研发活动中公司委托外部机构进行研发活动所发生的费用。

E、其他费用，核算除上述费用外与研发费用直接相关的费用，如房租费用、研发人员差旅、会议等相关费用。

②研发费用核算方法

公司研发费用包括直接和间接用于研究开发活动所发生的各项费用支出。公司研发项目通过立项审批后，与该项目相关的研发人员薪酬、产生的相关采购领料订单即按照该项目口径进行归集。公司发生的研发费用均系费用化的研发费用。研发费用不同明细项目的核算方法具体如下：

A、工资薪金费用支出由财务部每月根据人力资源部提供的研发项目组成员出勤及考核结果，复核职工薪酬无误后，据实核算各项目薪酬支出。

B、直接投入由各项目人员通过供应链系统申请领用单据，财务部每月统一根据出库领料单及供应链系统中系统数据对直接投入部分进行汇总入账。

C、折旧与费用摊销根据研发部门实际使用资产情况进行统计，系统按月自动计算，将与研发活动相关的分摊费用计入研发费用。

D、委外加工费用系各部门根据研发项目实际需求委托外部研究机构协助研发，申请审批通过后签订相关合同，财务部每月根据合同约定及委外研究项目履约进度对有关费用计入研发费用对应科目。

E、其他费用中房租、物业等费用系财务根据合同按月分摊入账，其他如办公、差旅等相关费用按照公司有关报销规定，以报销人员所属研发项目及部门的实际情况审批报销，计入相应研发费用科目。

③研发费用会计处理

公司严格按照《企业会计准则第 6 号——无形资产》及《研发费用加计扣除政策执行指引》有关规定对于报告期内公司研发活动成果进行评估，将内部研究开发项目的支出区分为研究阶段支出和开发阶段支出。研究阶段的支出，于发生时计入当期损益；开发阶段的支出，需满足资本化条件时才能予以资本化。根据评估的研发成果，公司将报告期内的研发支出全部费用化，不存在资本化情形。

（二）公司研发费用率高于可比上市公司平均水平，主要原因系公司丝绸文化创意品主要凭借新技术、新产品取得市场竞争优势，而可比上市公司女装产品主要凭借款式设计取得竞争优势，蕴含的技术价值相对较低；公司丝绸纺织制品融合公司核心技术与工艺优势，凭借生产技术创新取得市场竞争优势，而可比上市公司主要以完整产业链条与产业规模取得竞争优势，营业收入基数较高。上述差异原因具有合理性

发行人已在招股说明书第八节之“十三、（五）3、（3）研发费用率与可比上市公司比较”中补充披露如下：

报告期内，公司研发费用率与可比上市公司对比情况如下：

公司名称	2020 年度	2019 年度	2018 年度
安正时尚	**1.97%**	3.30%	4.52%
太平鸟	**1.24%**	1.37%	1.46%
朗姿股份	**3.24%**	3.44%	3.11%
日播时尚	**3.12%**	3.67%	3.61%
锦泓集团	**2.00%**	3.26%	3.37%
地素时尚	**2.21%**	2.73%	2.77%
歌力思	**3.00%**	3.51%	3.26%
欣贺股份	**3.22%**	3.37%	3.69%
嘉欣丝绸	**1.90%**	1.25%	1.12%
达利国际	**1.77%**	1.29%	2.57%
算术平均数	**2.37%**	2.72%	2.95%
本公司	**4.96%**	4.47%	4.35%

报告期内，公司研发费用率高于可比上市公司平均水平，主要原因系：①可比上市公司中，品牌女装类上市公司以设计环节为主，但女装产品主要凭借款式设计取得竞争优势，所蕴含的技术价值相对较低，因此研发投入占收入比重也相对较低。而公司丝绸文化创意品同样专注于产业链中附加值较高的研发设计，在丝绸文化创意品文化元素研究与设计、蚕丝生物材料改进与应用，丝绸技艺传承与开发等方面持续投入，凭借新技术、新产品取得市场竞争优势，因此研发费用率高于品牌女装类上市公司；②可比上市公司中，嘉欣丝绸、达利国际主要以完整产业链条和产业规模取得竞争优势，其营业收入基数较高，因此研发费用占比较低。而公司丝绸纺织制品则融合了数码印花色彩管理技术和双面数码印花工艺等公司核心技术、工艺优势，凭借生产技术创新提升公司产品品质，进而取得市场竞争优势，因此研发费用率高于丝绸纺织制品的可比上市公司。

六、公司整体销售费用率、管理费用率、研发费用率与同行业可比公司的比较情况，如存在差异请披露原因及合理性

（一）公司丝绸文化创意品和丝绸纺织制品销售模式存在差异，公司综合

销售费用率介于丝绸文化创意品可比上市公司以及丝绸纺织制品可比上市公司之间。丝绸文化创意品销售费用率与对应可比上市公司存在的差异主要系销售对象和销售渠道存在差异。丝绸纺织制品销售费用率与对应可比上市公司接近

发行人已在招股说明书第八节之“十三、（五）1、（2）销售费用率与可比上市公司比较”中补充披露如下：

①综合销售费用率与可比上市公司比较

报告期内，公司综合销售费用率与可比上市公司对比情况如下：

公司名称	2020 年度	2019 年度	2018 年度
安正时尚	**23.64%**	25.89%	31.76%
太平鸟	**34.86%**	36.89%	34.58%
朗姿股份	**39.01%**	37.54%	35.94%
日播时尚	**33.88%**	36.86%	36.91%
锦泓集团	**49.11%**	45.29%	41.03%
地素时尚	**38.67%**	33.59%	33.68%
歌力思	**37.66%**	31.65%	29.98%
欣贺股份	**45.07%**	45.75%	46.23%
嘉欣丝绸	**3.96%**	5.10%	4.78%
达利国际	**6.59%**	6.44%	6.61%
算术平均数	**31.25%**	30.50%	30.15%
本公司	**14.95%**	16.37%	17.37%

报告期内，由于公司主要经营的丝绸文化创意品（自有终端品牌）和丝绸纺织制品（非自有终端品牌）客户群体、销售模式存在一定差异，销售费用率亦存在一定差异，因此公司综合销售费用率介于丝绸文化创意品可比上市公司以及丝绸纺织制品可比上市公司之间。

2020 年**度**，公司销售费用率较上年度下降 **1.42%**，销售费用率波动趋势与可比上市公司存在差异，主要原因系：可比上市公司经营对实体店铺依赖程度较高，受疫情影响，其销售规模存在不同程度下降，且实体店铺经营需承担租赁费和店员基本工资等固定费用，因此平均销售费用率有所提高。与可比上市公司相比，公司销售收入对实体店铺的依赖程度较小，且公司当期口罩销售情况较好，营业收入基数较高。虽然口罩业务亦产生了快递运输费、设计检测费等开支，但多数

订单系客户主动联系公司，销售提成、业务推广方面的费用开支较小，总体销售费用率有所下降。

②2018-2020 年度丝绸文化创意品销售费用率与可比上市公司比较

2018-2020 年度，丝绸文化创意品（母公司及除万事利科技、万事利数码、万事利科创园之外的分子公司）销售费用率与可比上市公司对比情况如下：

公司名称	2020 年度	2019 年度	2018 年度
安正时尚	**23.64%**	25.89%	31.76%
太平鸟	**34.86%**	36.89%	34.58%
朗姿股份	**39.01%**	37.54%	35.94%
日播时尚	**33.88%**	36.86%	36.91%
锦泓集团	**49.11%**	45.29%	41.03%
地素时尚	**38.67%**	33.59%	33.68%
歌力思	**37.66%**	31.65%	29.98%
欣贺股份	**45.07%**	45.75%	46.23%
算术平均数	**37.74%**	36.68%	36.26%
本公司（丝绸文化创意品）	**25.83%**	23.77%	27.51%

丝绸文化创意品销售费用率低于品牌女装类上市公司销售费用率，主要原因系：品牌女装以个人消费者为主，消费场景依赖于实体店铺的试穿与选购，与门店运营相关的费用占比较高。而公司丝绸文化创意品兼具个人消费及商务属性，客户可以通过线上线下多种渠道选购和消费，报告期内，公司销售收入主要通过销售团队渠道实现，对实体店铺的依赖程度较小，相应的与门店运营相关的费用较少。

A、与门店运营直接相关的销售费用构成差异

可比上市公司销售费用各明细项目划分口径存在一定差异，与门店运营直接相关的销售费用主要包括门店租赁物管费用、门店折旧与摊销费用（主要为门店装修摊销）、以及商场费用。由于可比上市公司门店数量众多，不同商场对入驻门店的结算要求存在差异，部分商场联营专柜的租金、商场管理费、参与商场促销活动等费用未在开具发票及确认收入前扣除，因此计入销售费用项目。此外，安正时尚、朗姿股份、日播时尚等可比上市公司对部分门店采取托管模式，与托

管商签订委托经营协议，按销售金额的一定比例向托管商支付托管费用，此类托管费用亦属于与门店运营直接相关的销售费用。

公司与门店运营直接相关的销售费用主要为租赁物管费用和折旧与摊销费用。与可比上市公司相比，公司销售费用中未包含商场费用和店铺托管费用，主要原因系：

a、公司直营门店按照销售模式可分为专卖店与商场联营专柜。其中，专卖店运营模式系公司与店铺所在物业签订租赁协议，公司就开设专卖店支付租赁费，公司将相关租赁费用计入销售费用-租赁物管费项目。报告期内，公司仅有 1 家商场联营专柜，其运营模式系公司与商场方签订专柜联营协议，公司按照合同约定将门店零售总额扣除约定分成后的部分向商场开具发票并确认为收入。公司与商场的约定分成已包含了商场租金、结算服务费、营销管理费等内容，这部分费用在确认收入时已扣除，因此未体现在销售费用中。因此，公司销售费用中不存在与可比上市公司商场费用内容相同的项目。

b、报告期内，公司直营门店均采取自主运营的方式，不存在委托第三方代为运营（店铺托管）的方式。因此，公司销售费用中不存在店铺托管费用。

B、与门店运营直接相关的销售费用率差异

报告期内，公司丝绸文化创意品及可比上市公司与门店运营直接相关的销售费用及占销售费用的比重情况如下：

单位：万元

公司名称	销售费用具体项目	2020 年度			2019 年度			2018 年度		
		金额	销售费用	占比	金额	销售费用	占比	金额	销售费用	占比
安正时尚	折旧及长期摊销费用、房租、水电及物业管理费、商场费用、托管联营费	36,289.58	84,979.40	42.70%	13,260.07	63,144.73	21.00%	13,091.79	52,387.36	24.99%
太平鸟	租赁费、店铺费用	131,201.93	327,262.25	40.09%	93,405.95	289,587.40	32.25%	82,169.22	266,649.26	30.82%
朗姿股份	商场费用、装修费用、店铺托管费、租赁费	48,121.31	112,216.61	42.88%	52,377.84	112,897.67	46.39%	40,770.45	95,650.53	42.62%
地素时尚	租金、装修费、商场费用、折旧费	49,767.59	99,153.85	50.19%	30,149.53	79,890.47	37.74%	27,886.98	70,741.59	39.42%
日播时尚	租赁费、门店托管费、门店费用、折旧及摊销	12,196.47	27,868.90	43.76%	13,746.10	41,078.39	33.46%	13,614.86	41,785.73	32.58%
歌力思	租赁水电费、装修费、商场费用、地区托管费	29,415.56	73,904.08	39.80%	31,612.78	82,692.80	38.23%	27,827.08	73,046.16	38.10%
维格娜丝	店铺费用、店铺房租摊销、店铺装修费摊销	82,278.37	164,025.76	50.16%	43,729.40	131,936.72	33.14%	38,107.01	126,611.23	30.10%
欣贺股份	商场费用、店铺装修费、租赁费、店铺维修费	37,785.48	82,618.99	45.73%	40,550.54	89,910.97	45.10%	34,138.64	81,371.43	41.95%
算术平均数		53,382.04	121,503.73	44.42%	39,854.03	111,392.39	35.91%	34,700.75	101,030.41	35.07%
本公司	租赁物管费、折旧与摊销	1,086.23	10,995.73	9.88%	1,255.09	11,924.17	10.53%	1,445.38	13,073.41	11.06%

报告期内，与可比上市公司相比，公司丝绸文化创意品同时面向个人与企事业单位客户，销售渠道以通过销售团队为主，对实体店铺的依赖程度较小，因此，丝绸文化创意品销售费用中与门店运营直接相关的费用占丝绸文化创意品销售费用的比重小于可比上市公司。2020 年度，公司调动大量人力物力投产口罩，口罩产品在一定程度上分摊了丝绸文化创意品除门店运营之外的其他固定销售费用。

报告期内，公司丝绸文化创意品及可比上市公司与门店运营直接相关的销售费用占营业收入的比重，以及扣除与门店运营直接相关的销售费用后，其他销售费用项目费用率情况如下：

项目	公司名称	2020 年度	2019 年度	2018 年度
总体销售费用率	可比上市公司算术平均数①	**37.74%**	36.68%	36.26%
	公司丝绸文化创意品②	**25.83%**	23.77%	27.51%
	差异③=②-①	**-11.91%**	-12.91%	-8.75%
与门店运营直接相关的销售费用率	安正时尚	**10.10%**	5.44%	7.94%
	太平鸟	**13.98%**	11.78%	10.65%
	朗姿股份	**16.73%**	17.42%	15.32%
	地素时尚	**19.41%**	12.68%	13.28%
	日播时尚	**14.83%**	20.08%	19.29%
	歌力思	**14.99%**	12.10%	11.42%
	维格娜丝	**24.63%**	15.01%	12.35%
	欣贺股份	**20.61%**	20.73%	19.46%
	可比上市公司算术平均数④	**16.91%**	14.40%	13.71%
	公司丝绸文化创意品⑤	**3.15%**	3.06%	3.59%
	差异⑥=⑤-④	**-13.76%**	-11.34%	-10.12%
剔除门店运营直接相关销售费用后，其他销售费用率	可比上市公司算术平均数⑦=①-④	**20.83%**	22.28%	22.55%
	公司丝绸文化创意品⑧=②-⑤	**22.68%**	20.71%	23.92%
	差异⑨=⑧-⑦	**1.85%**	-1.57%	1.37%

注：剔除门店运营相关的销售费用后，公司与可比上市公司销售费用率差异（表格第⑨项）为正，表示公司销售费用率高于可比上市公司；差异率为负，表示公司销售费用率低于可比上市公司。

报告期内，可比上市公司中与门店相关的销售费用（租赁费、物业费、水电费、商场费用、店铺托管费、折旧摊销等明细项目）占营业收入的比重为 10-20%，

而公司与门店相关的销售费用（租赁物管费、折旧与摊销费用）占营业收入的比重为 3-4%。剔除上述门店运营相关销售费用后，**报告期内**，公司丝绸文化创意品销售费用率与品牌女装类上市公司差异分别为 1.37%、-1.57%和 **1.85%**，无重大差异。从销售费用率的变动趋势来看，**2018-2020** 年度，可比上市公司销售费用率总体呈上升趋势，而公司丝绸文化创意品销售费用率 2019 年度有所下降，主要系公司 2019 年度聚焦并深耕优质客户，优化组织结构，加强各部门线上协同，提高管理效率，相应费用支出减少。

③**2018-2020** 年度丝绸纺织制品销售费用率与可比上市公司比较

2018-2020 年度，公司丝绸纺织制品（万事利科技、万事利数码和万事利科创园）销售费用率与可比上市公司对比情况如下：

公司名称	2020 年度	2019 年度	2018 年度
嘉欣丝绸	**3.96%**	5.10%	4.78%
达利国际	**6.59%**	6.44%	6.61%
算术平均数	**5.27%**	**5.77%**	**5.70%**
本公司（丝绸纺织制品）	**9.76%**	**5.83%**	**5.34%**

2018-2019 年度，公司丝绸纺织制品的销售费用率与可比上市公司接近，各年销售费用率基本稳定。**2020 年度，公司新冠肺炎疫情期间积极调动大量人力物力投产口罩，口罩业务的主要运营团队为原丝绸纺织制品业务板块，相关销售费用归集在丝绸纺织制品业务，此外，当年公司丝绸纺织制品收入较上年同期下降 30%以上，从而导致当年公司丝绸纺织制品销售费用率明显提升。**

（二）公司管理费用率低于可比上市公司平均水平，主要原因系公司目前的经营规模与覆盖范围小于品牌女装类上市公司，管理方式以总部集中管理为主

发行人已在招股说明书第八节之“十三、（五）2、（2）管理费用率与可比上市公司比较”中补充披露如下：

报告期内，公司综合管理费用率与可比上市公司对比情况如下：

公司名称	2020 年度	2019 年度	2018 年度
安正时尚	**6.25%**	6.62%	8.89%

公司名称	2020 年度	2019 年度	2018 年度
太平鸟	**6.13%**	6.42%	6.26%
朗姿股份	**8.22%**	9.30%	11.25%
日播时尚	**14.24%**	12.00%	12.86%
锦泓集团	**4.34%**	5.04%	5.30%
地素时尚	**5.55%**	6.08%	5.98%
歌力思	**9.76%**	10.86%	9.83%
欣贺股份	**3.95%**	3.82%	4.06%
嘉欣丝绸	**4.64%**	3.76%	4.08%
达利国际	**11.40%**	11.76%	11.11%
算术平均数	**7.45%**	7.57%	7.96%
本公司	**5.75%**	6.23%	5.93%

2018-2020 年度，公司管理费用率低于可比上市公司平均水平，且呈**先上升后下降**趋势，与可比上市公司管理费用率波动趋势存在差异，主要原因系：

①品牌女装类上市公司面向个人消费者，通过在全国范围内广泛设立门店开展销售，由于门店经营管理尤其是异地门店需投入相对较高的人力成本及其他配套管理资源，上述公司管理费用率相对较高。而本公司主要通过销售团队渠道开展业务，门店数量相对较少，且公司主要立足于华东区域，目前仅在杭州市开设直营门店，经营规模与覆盖范围小于品牌女装类上市公司，管理方式以总部集中管理为主，因此管理费用率相对较低。

可比上市公司 2020 年度营业收入以及截至 2020 年末的门店数量情况如下：

单位：万元、**万港元**、家

公司名称	营业收入	门店总数	直营门店数量
安正时尚	**359,445.19**	**2,453**	**680**
太平鸟	**938,686.52**	**4,616**	**1,554**
朗姿股份[注]	**200,271.74**	**608**	**465**
地素时尚	**256,417.06**	**1,154**	**371**
日播时尚	**82,254.15**	**649**	**151**
歌力思	**196,214.26**	**550**	**306**
锦泓集团	**333,990.68**	**1,355**	**1,232**
欣贺股份	**183,307.72**	**524**	**419**

单位：万元、**万港元**、家

公司名称	营业收入	门店总数	直营门店数量
嘉欣丝绸	260,281.56	依托门店销售自有品牌规模较小，未披露门店数量	
达利国际	215,710.10		
算术平均数	302,657.90	1,489	647
本公司	73,570.31	47	3

注：朗姿股份同时经营品牌女装、婴童服饰及医美业务，此处营业收入与门店数量仅包含品牌女装相关业务。

②近年来，公司出于加强内部管理的考虑，在重要岗位上引入了经验丰富的中、高层管理人才，**2018-2019 年度，公司**管理费用率**上升，与**可比上市公司平均水平***差距减少*。

2020 年**度**，公司管理费用率较上年下降 **0.48%**，主要原因系：公司为应对突发疫情而组织开展口罩业务，未针对口罩业务投入单独的管理资源。公司当期口罩业务销售情况较好，营业收入基数较高，因此管理费用率有所下降。扣除口罩业务收入后，2020 年**度**，公司管理费用率为 **7.54%**，较上年增加 **1.31%，与可比上市公司相近。**

（三）公司研发费用率高于可比上市公司平均水平，主要原因系公司在产品研究与设计、技术创新等方面持续投入，凭借新技术、新产品取得市场竞争优势，上述差异原因具有合理性

具体情况参见本问询函回复问题 16 之“五、（二）公司研发费用率高于可比上市公司平均水平，主要原因系公司丝绸文化创意品主要凭借新技术、新产品取得市场竞争优势，而可比上市公司女装产品主要凭借款式设计取得竞争优势，蕴含的技术价值相对较低；公司丝绸纺织制品融合公司核心技术与工艺优势，凭借生产技术创新取得市场竞争优势，而可比上市公司主要以完整产业链条与产业规模取得竞争优势，营业收入基数较高。上述差异原因具有合理性”。

七、推行“全民营销”政策是否存在控股股东等第三方为发行人代垫相关费用或发行人少计费用的情况，如存在请说明具体情形及整改情况

报告期内，公司存在控股股东员工参与“全民营销”活动，发行人已将相关费用计入对应会计期间。公司不存在控股股东或第三方代垫费用或少计费用的情形。发行人已在招股说明书第八节之“十三、（五）1、（1）销售费用波动分析”

中补充披露如下：

⑧全民营销相关费用

报告期内，控股股东万事利集团员工参与公司“全民营销”活动相关费用已记入对应会计期间的销售费用-其他项目中，具体金额如下：

单位：万元

项　目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
全民营销相关费用	-	109.01	140.31

自 2019 年下半年起，公司将全民营销活动参与人员严格限制在公司内部员工的范围，禁止控股股东员工或第三方人员参与全民营销活动，帮助公司推销产品。

报告期内，公司不存在由控股股东或第三方代垫相关费用或公司少计费用的情形。

八、请保荐人、申报会计师核查并发表明确意见

（一）核查程序

为核查上述事项，保荐机构和申报会计师主要履行了如下核查程序：

1、访谈了发行人财务总监、人力资源部负责人、电商、电视购物相关业务部门负责人、研发部门负责人等核心经营管理层，了解了工薪与人事循环的关键内部控制制度、发行人不同工种员工数量、平均薪酬各年的波动原因、电子商务平台费的入账口径及核算方法，以及各期费用率的变动原因、外协设计费用的入账口径及核算方法、研发项目的整体流程与日常研发项目的核算情况、发行人研发费用率与可比上市公司存在差异的原因、全民营销销售佣金计算方式及关联方代垫费用的具体情形等事项。

2、核查工薪与人事循环的关键内部控制的设计是否得到执行，并测试相关内部控制的运行有效性；获取了发行人各年度员工名册及工资表，比较发行人员工数量变动情况，检查各月工资费用的发生额情况；取得并查阅了发行人 2020 年 1 月适用的《产品设计研发提成管理制度》，核查了 2019 年度和 2020 年度设计中心研发提成明细表。

3、查阅可比上市公司定期报告，测算其不同工种员工的薪酬水平情况；查阅杭州市人民政府官方网站 http://www.hangzhou.gov.cn/、杭州市人力资源与社会保障局官方网站 http://hrss.hangzhou.gov.cn，取得同地区公司全社会单位在岗职工和不同工种平均薪酬水平情况。

4、获取发行人与各平台、第三方运营商签订的合作协议，检查相关服务内容，现场登录查看发行人各电商平台后台数据，了解发行人各平台的销售运营方式及营业情况；获取了发行人电子商务平台费明细账及对应计算表，对费用进行复核；获取了合作协议、结算单据、发票等原始凭证文件进行检查，确认电子商务平台费发生的真实性与完整性。

5、获取并查阅了费用相关内控制度，外协设计费大额入账合同、交易凭证、报销发票等原始单据，结合外协设计费入账明细，确认入账费用的真实性及款项性质，检查是否存在费用入账口径不统一的情况。

6、查阅发行人研发费用明细账，抽取研发费用原始凭证进行检查；确认入账费用是否与研发具体项目相关，材料领用是否均用于研发项目；获取研发设备资产清单，对折旧计提进行复核，检查折旧分配情况，确保折旧入账金额的准确性。

7、获取可比上市公司定期报告，计算其销售费用率、管理费用率与研发费用率，结合可比上市公司经营模式、客户群体等特征，分析其销售费用、管理费用与研发费用各项明细金额及占比情况，并与发行人进行比较。

8、获取了全民营销销售佣金计算表，与对应期间的销售收入明细表进行勾稽核对；根据发行人提成政策，以销售出库明细及回款核销情况，匡算复核销售人员提成完整性，报告期各期，发行人实际发放销售提成金额和测算金额不存在重大差异。

（二）核查意见

经核查，保荐机构和申报会计师认为：

1、报告期内，发行人月均销售人员数量分别为 592 人、444 人和 **326** 人，销售人员平均薪酬分别为 12.28 万元、14.74 万元和 **15.24** 万元，发行人 2018-**2020 年度**销售人员平均薪酬水平与可比上市公司平均水平接近，高于同地区公司平均

水平；报告期内，发行人月均管理人员数量分别为 151 人、131 人和 **122** 人，管理人员平均薪酬分别为 18.91 万元、20.67 万元和 **22.55** 万元，2018-2020 年管理人员平均薪酬稳定增长，平均薪酬水平处于同行业可比上市公司范围内，高于同地区公司平均水平，原因系发行人主要立足于华东区域，经营规模与覆盖范围小于可比上市公司；报告期内，发行人月均研发人员数量分别为 97 人、93 人和 **101** 人，研发人员平均薪酬分别为 14.32 万元、17.44 万元和 **17.30 万元，2018-2020 年**研发人员平均薪酬水平与可比上市公司平均水平接近，高于同地区公司平均水平；发行人目前薪酬水平系业务规模、发展阶段所决定的，与可比上市公司、同地区公司之间的差异具有合理性。

2、电子商务平台费包括线上销售平台的平台服务费和店铺推广宣传运营费用，以及电视购物平台代销商的平台服务费，发行人根据平台服务费结算单等依据计提入账，计提准确；电子商务平台费与对应营业收入的变化趋势基本匹配，具有合理性。

3、发行人计入销售费用的外协设计费用主要为门店装修设计、活动展陈及海报物料设计费用，以及无法直接分配至特定订单和产品的设计类服务费用，上述费用无法在发生时即将其指定至对应产品作为成本核算；基于谨慎性原则，发行人将该部分无法直接归属于存货达到目前场所和状态的其他支出计入费用核算，符合《企业会计准则》的规定。

4、发行人研发费用中直接投入的内容主要为丝绸面料、丝巾围巾相关材料、助剂染化料等；2019 年度，发行人研发费用直接投入金额下降 260.91 万元，主要系研发项目差异与研发流程和效率的提升，具有合理性；2020 年度，**随着新冠肺炎疫情得到控制，公司亦加大研发项目投入以确保项目进度，全年研发费用直接投入金额较 2019 年度基本持平**。

5、发行人研发费用计算口径、核算方法及会计处理符合《企业会计准则》的规定；报告期各期，发行人研发费用率分别为 4.35%、4.47%和 **4.96%**，高于可比上市公司平均水平，主要原因系发行人丝绸文化创意品主要凭借新技术、新产品取得市场竞争优势，而可比上市公司女装产品主要凭借款式设计取得竞争优势，蕴含的技术价值相对较低；发行人丝绸纺织制品融合发行人核心技术与工艺优势，凭借生产技术创新取得市场竞争优势，而可比上市公司主要以完整产业链

条与产业规模取得竞争优势，营业收入基数较高，上述差异原因具有合理性。

6、发行人综合销售费用率介于丝绸文化创意品可比上市公司以及丝绸纺织制品可比上市公司之间；发行人丝绸文化创意品销售费用率与对应可比上市公司存在的差异主要系销售对象和销售渠道存在差异，2018-2019 年度，发行人丝绸纺织制品销售费用率与对应可比上市公司接近，**2020 年度，因发行人口罩业务的主要运营团队为原丝绸纺织制品业务板块，相关销售费用归集在丝绸纺织制品业务，而公司当年丝绸纺织制品收入下降 30%以上，从而导致当年公司丝绸纺织制品销售费用率明显提升**；发行人管理费用率低于可比上市公司平均水平，主要原因系发行人目前的经营规模与覆盖范围小于品牌女装类上市公司，管理方式以总部集中管理为主；发行人研发费用率高于可比上市公司平均水平，主要原因系发行人在产品研究与设计、技术创新等方面持续投入，凭借新技术、新产品取得市场竞争优势；上述差异原因具有合理性。

7、报告期内，公司存在控股股东员工参与“全民营销”活动，发行人已将相关费用计入对应会计期间，公司不存在控股股东或第三方代垫费用或少计费用的情形。

问题 17

申报文件显示，报告期各期末，发行人应收账款余额分别为 14,726.91 万元、15,466.68 万元和 15,460.87 万元，占主营业务收入的比例分别为 20.83%、20.82%和 21.40%。公司 85%以上应收账款账龄在 1 年以内。请发行人补充披露：（1）按照丝绸文化创意品、OEM 丝绸制品分别披露应收账款余额及变动情况和原因；（2）按照丝绸文化创意品、OEM 丝绸制品分别披露应收账款前五名客户情况，包括但不限于客户（合并范围内）的名称、收入、信用政策、应收账款余额、账龄、占比、是否超过合同约定付款时间、超期未回款的原因，分析应收账款前五名客户与营业收入前五名客户的匹配情况，以及各期末主要客户应收账款余额变动原因；（3）报告期各期末应收账款至反馈意见回复日的回款金额及比例，披露逾期应收账款金额和逾期未收回的原因、是否存在回款障碍；（4）逾期应收账款占比、期后回款金额占比与同行业可比公司比较情况，如存在差异请披露原因及合理性，是否存在利用放宽信用政策来维持业务的情形；（5）报告期内是否存在坏账核销情况，如存在请披露核销应收账款对象、金额、账龄以及核销原因及合理性。

请保荐人、申报会计师说明各期末的发函比例、回函比例、回函金额占期末应收账款余额的比例、函证是否存在差异及处理意见，并发表明确核查意见。

【回复】

一、按照丝绸文化创意品、OEM 丝绸制品分别披露应收账款余额及变动情况和原因

2018-2019 年末，丝绸文化创意品应收账款小幅增长，与主营业务收入增幅基本一致，丝绸纺织制品应收账款呈下降趋势，下降幅度小于与主营业务收入波动幅度，主要系 2018 年度核销应收账款金额较高所致，剔除核销因素后，2019 年末应收账款余额波动趋势与主营业务收入一致；2020 年末，受疫情影响，丝绸文化创意品和丝绸纺织制品应收账款均有所下降。上述波动原因具有合理性。公司口罩业务通常为先款后货，基本无应收账款。发行人已在招股说明书第八节之“十四、（一）3、（3）①应收账款余额变动分析”中补充披露如下：

报告期各期末，公司应收账款余额与主营业务收入的变动情况如下：

单位：万元

产品类别	项　目	2020 年末	2019 年末	2018 年末
丝绸文化创意品（自有终端消费品牌）	应收账款余额	5,271.25	7,315.55	7,219.87
	应收账款余额较上年末余额增幅	-27.94%	1.33%	/
	项　目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
	主营业务收入	34,688.28	40,764.45	39,913.93
	主营业务收入增幅	-14.91%	2.13%	/
丝绸纺织制品（非自有终端消费品牌）	应收账款余额	5,725.53	8,145.32	8,246.82
	应收账款余额较上年末余额增幅	-29.71%	-1.23%	/
	项　目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
	主营业务收入	20,860.70	31,479.08	34,367.14
	主营业务收入增幅	-33.73%	-8.40%	/

2019 年末，丝绸文化创意品应收账款余额较上年末增长 1.33%，剔除 2018 年末客户福粒科技的影响后，增长幅度为 8.87%，高于主营业务收入增长幅度，主要原因系 2019 年经销商及加盟商收入较 2018 年增长 15.25%，导致 2019 年末应收经销商及加盟商款项较 2018 年末增长 18.65%。2020 年末，公司丝绸文化

创意品应收账款余额较 2019 年末下降 27.94%，降幅大于主营业务收入降幅，一方面系公司于当年加大应收账款催款力度，回款情况较好；另一方面系 2021 年春节为 2 月份，部分节日前的大客户购买行为发生于 2021 年 1 月，从而导致丝绸文化创意品 2020 年 12 月营业收入较上年同期下降 20.63%，期末应收账款相应减少。

2019 年末，丝绸纺织制品应收账款余额较上年末下降 1.23%，考虑 2018 年度应收账款核销事项影响后，2019 年末公司丝绸纺织制品应收账款余额降幅为 7.31%，降幅与主营业务收入降幅接近。2020 年**末，**公司丝绸纺织制品应收账款余额较上年末下降 **29.71%**，主要系 2020 年**度**受新冠肺炎疫情影响，丝绸纺织制品营业收入有所下降**，且公司为控制外销风险，主动降低了外销金额，外销应收账款余额下降**。

公司口罩业务通常为先款后货，基本无应收账款。

二、按照丝绸文化创意品、OEM 丝绸制品分别披露应收账款前五名客户情况，包括但不限于客户（合并范围内）的名称、收入、信用政策、应收账款余额、账龄、占比、是否超过合同约定付款时间、超期未回款的原因，分析应收账款前五名客户与营业收入前五名客户的匹配情况，以及各期末主要客户应收账款余额变动原因

（一）丝绸文化创意品、丝绸纺织制品应收账款前五名客户情况，具体包括客户（合并范围内）名称、收入、信用政策、应收账款余额、账龄、占比、是否超过合同约定付款时间和超期未回款原因、期后回款情况

发行人已在招股说明书第八节之“十四、（一）3、（3）⑤主要应收账款客户及信用情况分析”中补充披露如下：

A、应收账款前五名客户情况

a、丝绸文化创意品（自有终端品牌）

截至 2020 年**末**，公司丝绸文化创意品应收账款前五名客户具体情况如下：

单位：万元

客户名称	销售收入	信用政策	应收账款余额	账龄	占比	是否超过合同约定付款时间以及超期未回款原因	期后回款[注]

单位：万元

客户名称	销售收入	信用政策	应收账款余额	账龄	占比	是否超过合同约定付款时间以及超期未回款原因	期后回款[注]
京东世纪	**567.91**	**每月结算一次**	**358.14**	**1年以内**	**6.79%**	**未超期**	**358.14**
卡娜丝实业[注2]	**770.07**	**先款后货**	**189.31**	**1年以内**	**3.59%**	**加盟商经营受新冠肺炎疫情影响,推迟付款时间**	**189.31**
事帛丝绸及其关联方**[注2]**	**486.83**	每月结算一次	**148.31**	1年以内	**2.81%**	**加盟商经营受新冠肺炎疫情影响,推迟付款时间**	**101.97**
苏州诚合	**56.00**	先款后货	**142.30**	**1年以内78.98万元,1-2年63.32万元**	**2.70%**	经销商经营受新冠肺炎疫情影响,推迟付款时间	-
大华技术	**145.89**	**开票后6个月内**	**121.13**	**1年以内**	**2.30%**	**未超期**	**49.22**
合 计	**2,026.70**	/	**959.19**	/	**18.20%**	/	**698.64**

注1：期后回款统计口径为截至**2021年3月31日**的回款情况，下同。

注2：新冠肺炎疫情期间，加盟商提货信用期可延长至3个月。

截至2019年末，公司丝绸文化创意品应收账款前五名客户具体情况如下：

单位：万元

客户名称	销售收入	信用政策	应收账款余额	账龄	占比	是否超过合同约定付款时间以及超期未回款原因	期后回款
北京万事利	415.45	每月结算一次	278.70	1年以内245.61万元，2-3年33.09万元	3.81%	经销商经营受新冠肺炎疫情影响,推迟付款时间	**278.70**
事帛丝绸及其关联方	1,257.48	每月结算一次	243.65	1年以内	3.33%	加盟商经营受新冠肺炎疫情影响,推迟付款时间	243.65
国金黄金	144.89	收到发票后付款	163.09	1年以内	2.23%	未超期	163.09
大华技术	223.67	开票后6个月内	150.70	1年以内	2.06%	未超期	150.70
苏州诚合	273.63	先款后货	147.38	1年以内	2.01%	经销商经营受新冠肺炎疫情影响,推迟付款时间	**84.06**
合 计	**2,315.12**	/	**983.52**	/	**13.44%**	/	**920.20**

截至2018年末，公司丝绸文化创意品应收账款前五名客户具体情况如下：

单位：万元

客户名称	销售收入	信用政策	应收账款余额	账龄	占比	是否超过合同约定付款时间以及超期未回款原因	期后回款
福粒科技	543.27	合同签订后支付定金20万,2018.12.31前支付380万，2019.01.31前支付220万（定金冲抵）	500.45	1年以内	6.93%	客户未按协议约定及时付款	500.45
国富黄金	443.91	货到月结	225.25	1年以内	3.12%	未超期	225.25
佑盛丝绸及其关联方	1,353.28	每月结算一次	222.84	1年以内	3.09%	未超期	222.84
中国邮政	380.69	开票后6个月内	186.89	1年以内98.46万元，1-2年63.75	2.59%	邮政系统内部结算原因导致	**137.01**

单位：万元

客户名称	销售收入	信用政策	应收账款余额	账龄	占比	是否超过合同约定付款时间以及超期未回款原因	期后回款
				万元，2-3 年 24.13 万元，3 年以上 0.55 万元		未及时付款	
云裳羽衣	441.22	每月结算一次	110.28	1 年以内	1.53%	结算进度较慢，客户延迟支付货款	110.28
合 计	**3,162.37**	/	**1,245.71**	/	**17.26%**	/	**1,195.83**

b、丝绸纺织制品（非自有终端品牌）

截至 2020 年**末**，公司丝绸纺织制品应收账款前五名客户具体情况如下：

单位：万元

客户名称	销售收入	信用政策	应收账款余额	账龄	占比	是否超过合同约定付款时间以及超期未回款原因	期后回款
日播时尚及其关联方	**1,207.34**	预付 20%定金，收到货物且开具等额发票后 45 日内支付尾款	**452.54**	1 年以内	**7.90%**	**未超期**	**452.54**
帛淼服饰及其关联方	**999.99**	面料采购业务为 30%定金，剩余部分在验收开票后 60 天内结清；印花加工业务为开具加工清单及发票后月结	**411.40**	**305.15** 万元为 1 年以内；**106.26** 万元为 1-2 年	**7.19%**	客户销售规模迅速增加，要求延长信用期	**301.27**
上海之禾服饰有限公司	**921.86**	**预付 30%定金，收到货物且开具等额发票后 45 日内支付尾款**	**376.81**	**1 年以内**	**6.58%**	**未超期**	**357.74**
DEA	**536.63**	**签订合同后支付 30%定金，剩余尾款于在哥本哈根收货后 15 个工作日内支付**	**234.50**	**1 年以内**	**4.10%**	**未超期**	**234.50**
爱慕股份及其关联方	**1,370.18**	**到货后 60-90 日并开具增值税发票后付款**	**232.63**	**1 年以内**	**4.06%**	**未超期**	**232.63**
合 计	**5,036.01**	/	**1,707.88**	/	**29.83%**	/	**1,578.68**

截至 2019 年末，公司丝绸纺织制品应收账款前五名客户具体情况如下：

单位：万元

客户名称	销售收入	信用政策	应收账款余额	账龄	占比	是否超过合同约定付款时间以及超期未回款原因	期后回款
鄂尔多斯及其关联方	2,450.05	预付 30%定金，发货后且开具等额发票后 5 日内付 60%，收到货物且开具等额发票后	785.74	1 年以内	9.65%	部分货款未及时开票结算	785.74

单位：万元

客户名称	销售收入	信用政策	应收账款余额	账龄	占比	是否超过合同约定付款时间以及超期未回款原因	期后回款
		45 日内付 10%					
GUESS	1,749.60	提单日后 2 个月付款	767.25	1 年以内	9.42%	少量尾款未及时结算	767.25
LIU JO	904.15	提单日后 2 个月付款	720.29	1 年以内	8.84%	客户未及时与公司结算货款	720.29
CWF	1,078.00	开票后 90 天信用证付款	707.55	1 年以内	8.69%	客户未及时与公司结算货款	707.55
帛淼服饰及其关联方	1,579.09	面料采购业务为 30%定金，剩余部分在验收开票后 60 天内结清；印花加工业务为开具加工清单及发票后月结	579.98	1 年以内	7.12%	客户销售规模迅速增加，要求延长信用期	**473.73**
合 计	**7,760.89**	**/**	**3,560.81**	**/**	**43.72%**	**/**	**3,454.56**

截至 2018 年末，公司丝绸纺织制品应收账款前五名客户具体情况如下：

单位：万元

客户名称	销售收入	信用政策	应收账款余额	账龄	占比	是否超过合同约定付款时间以及超期未回款原因	期后回款
CWF	1,612.63	开票后 90 天付款	900.15	1 年以内	10.92%	客户未及时与公司结算货款	900.15
GUESS	2,173.30	提单日后 60 天内付款	627.77	1 年以内	7.61%	未超期	627.77
LIU JO	1,315.47	提单日后 60 天内付款	609.17	1 年以内	7.39%	客户未及时与公司结算货款	609.17
帛淼服饰及其关联方	760.85	面料采购业务为 30%定金，剩余部分在验收开票后 60 天内结清；印花加工业务为开具加工清单及发票后月结	415.24	1 年以内	5.04%	客户销售规模迅速增加，要求延长信用期	415.24
鄂尔多斯及其关联方	2,583.78	预付 30%定金，发货后且开具等额发票后 5 日内付 60%，收到货物且开具等额发票后 45 日内付 10%	365.67	1 年以内	4.43%	未超期	365.67
合 计	**8,446.03**	**/**	**2,918.00**	**/**	**35.39%**	**/**	**2,918.00**

（二）丝绸文化创意品、丝绸纺织制品应收账款前五名客户与营业收入前五名客户存在一定差异，部分应收账款前五名客户系由于应收账款逾期，当期并未进入营业收入前五名；部分营业收入前五名客户信用期较短、回款及时因此未进入应收账款前五名

发行人已在招股说明书第八节之“十四、（一）3、（3）⑤主要应收账款客户及信用情况分析”中补充披露如下：

B、报告期各期应收账款前五名与营业收入前五名配比情况如下：

a、丝绸文化创意品（自有终端品牌）

报告期内，丝绸文化创意品应收账款前五名与营业收入前五名配比情况如下：

2020 年末/2020 年度		
应收账款前五名	营业收入前五名	配比情况
京东世纪	卡娜丝实业	除京东世纪、卡娜丝实业、事帛丝绸及其关联方外，2020 年末其他应收账款前五名不是营业收入前五名，主要原因系：应收账款前五名客户中苏州诚合存在部分应收账款逾期情形、大华技术信用政策较长，故应收账款余额较大，而营业收入前五名客户中，彩丝丝绸、蚕运源贸易及其关联方付款及时，应收账款余额较小。
卡娜丝实业	彩丝丝绸	
事帛丝绸及其关联方	京东世纪	
苏州诚合	蚕运源贸易及其关联方	
大华技术	事帛丝绸及其关联方	
2019 年末/2019 年度		
应收账款前五名	营业收入前五名	配比情况
北京万事利	事帛丝绸及其关联方	除事帛丝绸及其关联方外，2019 年末其他应收账款前五名不是营业收入前五名，主要原因系：应收账款前五名客户中北京万事利、苏州诚合存在部分应收账款逾期情形，而国金黄金年末采购额和大华技术下半年采购额较高尚未回款。而其他营业收入前五名客户回款及时，应收账款余额较小。
事帛丝绸及其关联方	彩丝丝绸	
国金黄金	万事利集团及其关联方	
大华技术	蚕运源贸易及其关联方	
苏州诚合	深圳万事利	
2018 年末/2018 年度		
应收账款前五名	营业收入前五名	配比情况
福粒科技	佑盛丝绸及其关联方	除福粒科技和佑盛丝绸及其关联方外，2018 年末其他应收账款前五名不是营业收入前五名，主要原因系：应收账款前五名客户中国富黄金年末采购额和云裳羽衣四季度采购额较高尚未回款，中国邮政因内部结算原因回款滞后。而其他营业收入前五名客户回款及时，应收账款余额较小。
国富黄金	惠买在线及其关联方	
佑盛丝绸及其关联方	万事利集团及其关联方	
中国邮政	深圳万事利	
云裳羽衣	福粒科技	

b、丝绸纺织制品（非自有终端品牌）

报告期内，公司丝绸纺织制品应收账款前五名与营业收入前五名配比情况如下：

2020 年末/2020 年度		
应收账款前五名	营业收入前五名	配比情况
日播时尚及其关联方	鄂尔多斯及其关联方	2020 年末应收账款前五名中，上海之禾服饰有限公司及 DEA 不是营业收入前五名，主要原因系上述两家客户销售集中于 12 月，期末应收账款尚在信用期内。2020 年度营业收入前五名中鄂尔多斯及其关联方及 GUESS 不是期末应收账款前五名，
帛淼服饰及其关联方	爱慕股份及其关联方	
上海之禾服饰有限公司	日播时尚及其关联方	

DEA	**GUESS**	**主要系上述客户结算较为及时，回款较快。**
爱慕股份及其关联方	**帛淼服饰及其关联方**	
2019 年末/2019 年度		
应收账款前五名	**营业收入前五名**	**配比情况**
鄂尔多斯及其关联方	爱慕股份及其关联方	2019 年末应收账款前五名中，LIU JO、CWF、帛淼服饰及其关联方不是营业收入前五名，主要原因系上述客户存在应收账款逾期情形。2019 年营业收入前五名中，爱慕股份及其关联方、锦鸿时装及其关联方、嘉盈兴业及其关联方不是期末应收账款前五名，主要原因系上述客户回款速度较快，应收账款余额较少。
GUESS	鄂尔多斯及其关联方	
LIU JO	锦泓集团及其关联方	
CWF	GUESS	
帛淼服饰及其关联方	嘉盈兴业及其关联方	
2018 年末/2018 年度		
应收账款前五名	**营业收入前五名**	**配比情况**
CWF	鄂尔多斯及其关联方	2018 年末应收账款前五名中，帛淼服饰及其关联方、LIU JO 不是营业收入前五名，主要原因系：①帛淼服饰及其关联方第四季度采购额较高，年末应收账款余额较高；②LIU JO 回款逾期。2018 年营业收入前五名中，锦泓集团及其关联方、爱慕股份及其关联方不是期末应收账款前五名，主要原因系：上述客户回款速度较快，应收账款余额较少。
GUESS	GUESS	
LIU JO	锦泓集团及其关联方	
帛淼服饰及其关联方	CWF	
鄂尔多斯及其关联方	爱慕股份及其关联方	

（三）丝绸文化创意品、丝绸纺织制品应收账款各期末主要客户应收账款余额变动主要与当期销售额、销售与结算时点、回款是否及时等因素有关，波动原因具有合理性

发行人已在招股说明书第八节之“十四、（一）3、（3）⑤主要应收账款客户及信用情况分析”中补充披露如下：

C、报告期各期末应收账款前五名客户应收账款变动情况如下：

a、丝绸文化创意品（自有终端品牌）

报告期各期末，公司丝绸文化创意品应收账款前五名客户应收账款变动情况具体如下：

单位：万元

客户名称	2020 年末	2019 年末	2018 年末	变动原因
京东世纪	358.14	60.24	7.66	客户为公司长期合作的经销商。2019 年该客户销售规模增长，应收账款余额增加，2020 年与其合作模式转为京东慧采模式，政企类客户因自身管理需求由原来的直接采购转为通过慧采平台间接采购，2020 年度销售额大幅上涨导致应收账款相应增长。
卡娜丝实业	189.31	-	-	客户为公司 2020 年新增的加盟商，应收账款余额主要系第四季度销售形成。

单位：万元

客户名称	2020 年末	2019 年末	2018 年末	变动原因
北京万事利	**114.26**	278.70	-	客户为公司 2019 年新增经销商 2020 年受新冠肺炎疫情影响，客户经营有所停滞，回款进度较慢，因此应收账款余额较高。
事帛丝绸及其关联方	**148.31**	243.65	222.84	客户为公司长期合作的加盟商。**2018**-2019 年销售额相对稳定，应收账款变动余额变动较小，2020 年受新冠肺炎疫情影响，客户开店延迟，终端销售受到一定冲击，**销售额下降导致应收账款余额较 2018-2019 年末下降，此外，由于客户资金相对紧张，导致回款较慢，因此应收账款余额较高。**
国金黄金	**112.28**	163.09	-	客户为公司的直销客户。2019 年 12 月、**2020 年 11-12 月**销售金额较高，截至**当**年末尚未回款，故 2019 年**末、2020 年末应收账款余额较高。**
大华技术	**121.13**	150.70	70.69	客户为公司长期合作的直销客户。**报告期各期末该客户应收账款变动趋势与销售额一致。**
苏州诚合	**142.30**	147.38	98.49	客户为公司长期合作的分销商。**2018**-2019 年该客户销售额持续增长，故应收账款余额逐年增加，2020 年受新冠肺炎疫情影响，客户经营有所**停滞**，付款进度延迟，导致截至 2020 年**末**应收账款余额较高。
福粒科技	**4.89**	4.73	500.45	客户为公司 2018 年新增的经销商。该客户 2018 年 12 月份销售额较高且部分应收款项存在逾期，因此当年末应收账款余额较高。
国富黄金	**-**	35.54	225.25	客户为公司的直销客户，报告期各期末该客户应收账款变动趋势与销售额一致。
云裳羽衣	**13.72**	28.64	110.28	客户为公司 2018 年新增的直销客户，报告期各期末该客户应收账款变动趋势与销售额一致。
中国邮政	**75.28**	110.09	186.89	客户为公司长期合作的直销客户。该客户报告期内销售额逐年下降，应收账款余额逐年下降。

b、丝绸纺织制品（非自有终端品牌）

报告期各期末，公司丝绸纺织制品应收账款前五名客户应收账款变动情况具体如下：

单位：万元

客户名称	2020 年末	2019 年末	2018 年末	变动原因
鄂尔多斯及其关联方	**153.21**	785.74	365.67	该客户 2018-2019 年度销售金额较高，因此年末应收账款余额相对较高。其中，2019 年度销售主要集中在 12 月，因此当期末应收账款余额高于 2018 年末。**2020 年末，该客户受疫情影响，双方交易额下降较多以及公司销售未集中在年末并且回款及时，导致期末应收账款大幅减少。**
GUESS	**168.37**	767.25	627.77	该客户 2018-2019 年度销售金额较高，因此年末应收账款余额相对较高。其中，2019 年度销售主要集中在 12 月，因此当期末应收账款余额高于 2018 年末。**2020 年末，该客户受疫情影响，以及公司逐渐减少外销非丝服装的销售，双方交易额下降较多导致期末应收账款大幅减少。**
LIU JO	**-**	720.29	609.17	该客户 2018-2019 年度销售金额较高，因此年末应收账款余额相对较高。其中，2019 年该客户存在部分应收账款逾期情形，因此当期末应收账款余额较高。2**020 年公司结束与该客户合作。**
CWF	**203.21**	707.55	900.15	**2018**-2019 年末，该客户应收账款余额波动与报告期内销售收入波动相匹配。**2020 年该客户受疫情及公司非丝外销业务收缩的影响，收入大幅下降导致应收余额也大幅下降。**
帛淼服饰及其关联	**411.40**	579.98	415.24	**2018**-2019 年度，该客户数码印花加工及丝绸面料销售规模迅速提升，应收账款余额亦逐年增加。**2020 年度公司与该客户的面料销售业务大**

单位：万元

客户名称	2020年末	2019年末	2018年末	变动原因
方				**幅降低，主要以加工业务为主，故期末应收款也相应下降。**
上海之禾服饰有限公司	**376.81**	**61.81**	**62.38**	**2020 年因疫情原因该客户将部分原境外供应商的订单交由公司，2020 年度收入远超于以前年度，故期末应收账款余额较大。**
DEA	**234.50**	**73.15**	**11.33**	**该客户应收账款余额变动基本与收入金额波动趋势相符，2020 年度销售集中于 12 月故期末应收账款余额较大**
爱慕股份及其关联方	**232.63**	**476.50**	**220.25**	**该客户应收账款余额变动基本与收入金额波动趋势相符，本期因疫情原因收入大幅下降导致期末应收款较上期也大幅下降。**
日播时尚及其关联方	**452.54**	15.63	279.04	该客户应收账款期末余额主要受其订单及收货时间影响。

三、报告期各期末应收账款至反馈意见回复日的回款金额及比例，披露逾期应收账款金额和逾期未收回的原因、是否存在回款障碍

（一）截至 2021 年 3 月 31 日，丝绸文化创意品报告期各期末应收账款期后回款比例分别为 90.51%、80.86%和 51.10%，丝绸纺织制品报告期各期末应收账款期后回款比例分别为 94.41%、84.30%、56.08%

发行人已在招股说明书第八节之“十四、（一）3、（3）⑦应收账款期后回款情况”中补充披露如下：

⑦应收账款期后回款情况

截至 **2021 年 3 月 31 日**，公司丝绸文化创意品 2018 年末应收账款期后回款基本能够覆盖当期末应收账款余额扣除坏账准备后的账面价值。报告期各期末，公司丝绸文化创意品应收账款期后回款情况如下：

单位：万元

项　目	2020 年末	2019 年末	2018 年末
应收账款余额①	**5,271.25**	**7,315.55**	**7,219.87**
期后回款合计②	**2,693.43**	**5,915.34**	**6,534.95**
期后回款占比③=②/①	**51.10%**	**80.86%**	**90.51%**
坏账准备余额④	**952.08**	**839.44**	**807.27**
坏账计提比例⑤=④/①	**18.06%**	**11.47%**	**11.18%**

注：应收账款期后回款金额包括次年核销的应收账款，报告期内，公司核销的丝绸文化创意品应收账款分别为 88.54 万元、159.45 万元、**109.28** 万元。

截至 **2021 年 3 月 31 日**，公司丝绸纺织制品 2018 年末应收账款期后回款基

本能够覆盖当期末应收账款余额扣除坏账准备后的账面价值。报告期各期末，公司丝绸纺织制品应收账款期后回款情况如下：

单位：万元

项　目	2020 年末	2019 年末	2018 年末
应收账款余额①	**5,725.53**	**8,145.32**	**8,246.82**
期后回款合计②	**3,210.81**	**6,866.16**	**7,785.66**
期后回款占比③=②/①	**56.08%**	**84.30%**	**94.41%**
坏账准备余额④	**1,235.74**	**1,054.18**	**598.49**
坏账计提比例⑤=④/①	**21.58%**	**12.94%**	**7.26%**

注：应收账款期后回款金额包括次年核销的应收账款，报告期内，公司核销的丝绸纺织制品应收账款分别为 540.80 万元、1.11 万元、**50.83** 万元。

（二）报告期各期末，丝绸文化创意品应收账款逾期金额分别为 3,057.96 万元、2,756.08 万元和 2,315.60 万元，丝绸纺织制品应收账款逾期金额分别为 1,622.73 万元、2,169.07 万元和 1,398.02 万元，逾期原因主要包括客户内部报销、对账及开票周期较长，客户因自身经营管理或资金周转原因未执行合同约定账期，新冠肺炎疫情导致部分客户复工较晚或资金周转存在一定困难等。对于部分回款存在障碍的逾期客户，公司已充分计提坏账准备

发行人已在招股说明书第八节之“十四、（一）3、（3）⑧应收账款逾期情况”中补充披露如下：

⑧应收账款逾期情况

报告期各期末，公司丝绸文化创意品应收账款逾期金额、占比情况如下：

单位：万元

项　目	2020 年末	2019 年末	2018 年末
应收账款余额①	**5,271.25**	7,315.55	7,219.87
逾期金额②	**2,315.60**	2,756.08	3,057.96
逾期金额占比③=②/①	**43.93%**	37.67%	42.35%
逾期部分期后回款④	**470.99**	**1,355.83**	**2,267.84**
逾期部分期后回款占比⑤=④/②	**20.34%**	**49.19%**	**74.16%**
逾期部分坏账准备余额⑥	**802.20**	611.36	589.11
逾期部分坏账计提比例⑦=⑥/②	**34.64%**	22.18%	19.26%

注 1：由于公司丝绸文化创意品客户数量众多，合同约定的信用期存在一定差异，难以逐一根据合同约定计算逾期金额。丝绸文化创意品客户信用期通常在 3 个月以内，故统计丝绸文化创意品应收账款逾期总金额时将账龄 3 个月以上的应收账款视为逾期应收账款；

注 2：各期末期后回款统计截止日为 **2021 年 3 月 31 日**。应收账款期后回款金额包括次年核销的应收账款，报告期内，公司核销的丝绸文化创意品应收账款分别为 88.54 万元、159.45 万元、**109.28** 万元。

报告期内，公司丝绸文化创意品主要应用于商务和个人消费，单笔订单金额较小，客户众多，客户内部管理和报销要求各异，导致逾期应收款项余额较大。应收账款逾期未收回的原因主要包括：a、客户内部控制与报销流程较长，导致应收款逾期；b、销售团队在评估客户资质和信用的前提下，为维护与客户间的良好关系，未对短期逾期的货款进行较强势的催收；c、客户因为自身经营管理的原因未执行合同约定的账期拖欠货款；d、受新冠肺炎疫情影响，部分客户尤其是经销商、加盟商无法正常营业，资金周转困难，形成逾期应收账款。总体而言，2018 年末逾期应收账款在期后收回情况较好，2019 年末**及 2020 年末**，受新冠肺炎疫情影响，部分客户资金周转存在困难，期后付款进度有所延迟。

2018 年末，公司丝绸文化创意品逾期应收账款期后回款情况较好。2019 年末及 2020 年**末**，受新冠肺炎疫情影响，公司丝绸文化创意品逾期应收账款回款进度较慢。公司已加大应收账款催收力度，自期后回款统计截止日（**2021 年 3 月 31 日**）至本招股说明书签署日，部分客户仍在陆续回款。报告期各期末，公司丝绸文化创意品逾期应收账款客户数量分别为 2,610 户、2,132 户、**1,820** 户，单户平均逾期金额分别为 1.17 万元、1.29 万元、**1.38** 万元。丝绸文化创意品客户众多，单户平均逾期金额微小，大额逾期应收账款在期后已回款。公司与主要逾期客户不存在争议或涉及诉讼、仲裁等事项，针对逾期应收账款，公司参考历史信用损失经验，结合客户当前状况以及对未来经济状况的预测，充分计提坏账准备。

报告期各期末，公司丝绸纺织制品应收账款逾期金额、占比及期后回款情况如下：

单位：万元

项　目	2020 年末	2019 年末	2018 年末
应收账款余额①	**5,725.53**	8,145.32	8,246.82
逾期金额②	**1,398.02**	2,169.07	1,622.73
逾期金额占比③=②/①	**24.42%**	26.63%	19.68%

单位：万元

项　目	2020 年末	2019 年末	2018 年末
逾期部分期后回款④	197.65	1,343.61	1,211.86
逾期部分期后回款占比⑤=④/②	14.14%	61.94%	74.68%
逾期部分坏账准备余额⑥	1,014.70	686.64	302.80
逾期部分坏账计提比例⑦=⑥/②	72.58%	31.66%	18.66%

注 1：由于丝绸纺织制品客户数量较多，合同约定的信用期存在一定差异，且部分客户以开票结算作为信用期计算时点，和应收账款确认时点存在一定差异，因此难以逐一根据合同约定计算逾期金额。丝绸纺织制品客户信用期通常在 3 个月以内，故统计丝绸纺织制品应收账款逾期总金额时将账龄 3 个月以上的应收账款视为逾期应收账款；

注 2：各期末期后回款统计截止日为 2021 年 3 月 31 日。应收账款期后回款金额包括次年核销的应收账款，报告期内，公司核销的丝绸纺织制品应收账款分别为 540.80 万元、1.11 万元、50.83 万元。

报告期内，丝绸纺织制品应收账款逾期未收回的原因主要包括：a、丝绸纺织制品客户以国内外知名品牌服装企业为主，部分大型服装企业对账、开票周期较长，造成应收账款逾期；b、客户因自身经营管理或资金周转等原因未执行合同约定的账期拖欠货款；c、受新冠肺炎疫情影响，部分客户尤其是外销客户复工时间较晚，对账及付款进度有所延迟。总体而言， 2018 年末逾期应收账款在期后收回情况较好，2019 年末及 2020 年末，受新冠肺炎疫情影响，部分客户期后付款进度有所延迟。

2018 年末，公司丝绸纺织制品逾期应收账款期后回款情况较好。2019 年末及 2020 年末，受新冠肺炎疫情影响，公司丝绸纺织制品逾期应收账款回款进度较慢。公司已加大应收账款催收力度，自期后回款统计截止日（2021 年 3 月 31 日）至本招股说明书签署日，部分客户仍在陆续回款。针对逾期账款，公司参考历史信用损失经验，结合客户当前状况以及对未来经济状况的预测计提坏账准备。针对部分存在回款障碍的应收账款，公司将其分类至单项计提坏账准备的应收账款，充分计提坏账准备。

四、逾期应收账款占比、期后回款金额占比与同行业可比公司比较情况，如存在差异请披露原因及合理性，是否存在利用放宽信用政策来维持业务的情形

由于可比上市公司未披露应收账款逾期、期后回款情况，故选取应收账款账龄结构进行对比，公司账龄结构与可比上市公司存在差异主要系客户群体差异，差异原因合理，公司不存在利用放宽信用政策来维持业务的情形。发行人已在招

股说明书第八节之“十四、（一）3、（3）③采用按组合计提坏账准备的应收账款”中补充披露如下：

③采用按组合计提坏账准备的应收账款

A、采用按组合计提坏账准备的应收账款账龄情况

报告期各期末，公司采用按组合计提坏账准备的应收账款账龄情况如下：

单位：万元

项　目	2020 年末		
	账面余额	比例	坏账准备
1 年以内	**8,338.78**	**81.26%**	**416.94**
1-2 年	**844.72**	**8.23%**	**168.94**
2-3 年	**422.69**	**4.12%**	**211.35**
3 年以上	**655.25**	**6.39%**	**655.25**
合　计	**10,261.44**	**100.00%**	**1,452.48**
项　目	**2019 年末**		
	账面余额	**比例**	**坏账准备**
1 年以内	13,252.32	87.78%	662.62
1-2 年	871.05	5.77%	174.21
2-3 年	541.33	3.59%	270.66
3 年以上	433.07	2.87%	433.07
合　计	**15,097.77**	**100.00%**	**1,540.56**
项　目	**2018 年末**		
	账面余额	**比例**	**坏账准备**
1 年以内	13,536.32	87.52%	676.82
1-2 年	1,152.38	7.45%	230.48
2-3 年	559.05	3.61%	279.52
3 年以上	218.94	1.42%	218.94
合　计	**15,466.68**	**100.00%**	**1,405.76**

公司采用按组合计提坏账准备的应收账款账龄较短，80%以上应收账款账龄在1年以内。考虑采取单项计提方式计提坏账准备的应收账款账龄情况后，报告期各期末，账龄在1年以内应收账款占比仍超过**75%**。报告期内，公司应收账款质量较好，应收账款发生坏账损失的风险较小。

B、丝绸文化创意品（自有终端品牌）应收账款账龄情况及与可比上市公司比较

报告期各期末，公司丝绸文化创意品应收账款账龄以1年以内的应收账款为主，具体账龄情况如下：

单位：万元

项　目	2020 年 12 月末		2019 年 12 月末		2018 年 12 月末	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
1 年以内	**3,792.56**	**71.95%**	5,975.41	81.68%	5,736.64	79.46%
1-2 年	**645.48**	**12.25%**	663.20	9.07%	997.80	13.82%
2-3 年	**403.90**	**7.66%**	537.84	7.35%	329.10	4.56%
3 年以上	**417.08**	**7.91%**	139.11	1.90%	156.33	2.17%
单项计提	**12.23**	**0.23%**	**-**	**-**	**-**	**-**
合　计	**5,271.25**	**100.00%**	**7,315.55**	**100.00%**	**7,219.87**	**100.00%**

2018-2020年各年末，公司丝绸文化创意品应收账款账龄结构与可比上市公司比较如下：

公司名称	2020 年末				
	1 年以内	1-2 年	2 年以上	3 年以上	单项计提
安正时尚	**88.07%**	**9.69%**	**0.15%**	**0.22%**	**1.87%**
太平鸟	**96.30%**	**1.16%**	**0.64%**	**0.06%**	**1.84%**
朗姿股份	**76.99%**	**11.66%**	**4.87%**	**5.50%**	**0.98%**
日播时尚	**67.84%**	**0.72%**	**-**	**-**	**31.44%**
锦泓集团	**95.24%**	**1.72%**	**2.10%**	**0.94%**	**-**
地素时尚	**96.27%**	**0.36%**	**-**	**-**	**3.37%**
歌力思	**96.66%**	**0.16%**	**0.05%**	**-**	**3.13%**
欣贺股份	**97.38%**	**1.73%**	**0.23%**	**0.02%**	**0.64%**
算术平均数	**89.34%**	**3.40%**	**1.01%**	**0.84%**	**5.41%**
本公司-丝绸文化创意品	**71.95%**	**12.25%**	**7.66%**	**7.91%**	**0.23%**
公司名称	**2019 年末**				
	1 年以内	**1-2 年**	**2 年以上**	**3 年以上**	**单项计提**
安正时尚	96.05%	0.60%	0.07%	0.30%	2.97%
太平鸟	96.38%	2.65%	0.76%	0.02%	0.19%
朗姿股份	81.48%	10.50%	4.21%	3.80%	-

日播时尚	91.74%	2.31%	-	-	5.95%
锦泓集团	97.04%	1.95%	1.01%	-	-
地素时尚	95.84%	0.99%	-	-	3.16%
歌力思	96.44%	0.52%	0.01%	0.02%	3.01%
欣贺股份	99.13%	0.22%	0.01%	0.01%	0.62%
算术平均数	94.26%	2.47%	1.01%	0.83%	2.65%
本公司-丝绸文化创意品	81.68%	9.07%	7.35%	1.90%	-
公司名称	**2018 年末**				
	1 年以内	**1-2 年**	**2 年以上**	**3 年以上**	**单项计提**
安正时尚	98.93%	0.10%	0.28%	0.26%	0.44%
太平鸟	97.90%	1.28%	0.16%	0.09%	0.57%
朗姿股份	84.95%	7.73%	0.98%	5.68%	0.66%
日播时尚	99.97%	0.03%	-	-	-
锦泓集团	98.83%	1.09%	0.07%	-	-
地素时尚	100.00%	-	-	-	-
歌力思	未披露				
欣贺股份	97.79%	1.14%	0.00%	0.00%	1.06%
算术平均数	96.91%	1.90%	0.30%	1.51%	0.68%
本公司-丝绸文化创意品	79.46%	13.82%	4.56%	2.17%	-

公司丝绸文化创意品应收账款中，账龄在1年以上的应收账款占比高于可比上市公司，主要原因系：可比上市公司所经营的品牌女装产品主要面向个人消费需求，开设门店数量较多，门店销售多以现款现货方式结算，长账龄应收账款相对较少。而公司丝绸文化创意品兼具商务需求与个人消费需求，门店销售占比较小，收入主要来源于直销企事业单位客户与分销客户，部分客户存在未按照约定信用期限支付货款的情况，部分应收账款账龄较长。总体而言，公司丝绸文化创意品2018年末逾期应收账款在期后收回情况较好，2019年末**及2020年末**逾期应收账款占比相对较高，主要系受新冠肺炎疫情影响，部分客户无法正常营业，付款进度有所延迟。**丝绸文化创意品客户单户平均逾期金额微小，大额逾期应收账款在期后回款情况良好。**公司应收账款账龄情况及与可比上市公司虽存在一定差异，但差异原因具有合理性，公司不存在利用放宽信用政策来维持业务的情形。

C、丝绸纺织制品（非自有终端品牌）应收账款账龄情况及与可比上市公司

比较

报告期各期末，公司丝绸纺织制品应收账款账龄以1年以内的应收账款为主，具体账龄情况如下：

单位：万元

项　目	2020 年末		2019 年末		2018 年末	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
1 年以内	**4,546.21**	**79.40%**	7,276.91	89.34%	7,799.67	94.58%
1-2 年	**199.24**	**3.48%**	207.85	2.55%	154.58	1.87%
2-3 年	**22.98**	**0.40%**	3.49	0.04%	229.94	2.79%
3 年以上	**233.98**	**4.09%**	293.96	3.61%	62.62	0.76%
单项计提	**723.11**	**12.63%**	363.10	4.46%	-	-
合　计	**5,725.53**	**100.00%**	**8,145.32**	**100.00%**	**8,246.82**	**100.00%**

2018-2020年各年末，丝绸纺织制品应收账款账龄结构与可比上市公司比较如下：

单位：万元

项　目	2020 年末		2019 年末		2018 年末	
	嘉欣丝绸	本公司	嘉欣丝绸	本公司	嘉欣丝绸	本公司
1 年以内	**89.01%**	**79.40%**	88.97%	89.34%	95.37%	94.58%
1-2 年	**2.54%**	**3.48%**	1.67%	2.55%	1.68%	1.87%
2-3 年	**0.92%**	**0.40%**	0.13%	0.04%	0.02%	2.79%
3 年以上	**0.15%**	**4.09%**	0.32%	3.61%	0.35%	0.76%
单项计提	**7.39%**	**12.63%**	8.92%	4.46%	2.58%	-
合　计	**100.00%**	**100.00%**	**100.00%**	**100.00%**	**100.00%**	**100.00%**

注：丝绸纺织制品可比上市公司中，达利国际系港股上市公司，账龄披露口径为扣除坏账准备后的金额，与公司存在差异，故在账龄比较时剔除该公司。

2018-2019年末，公司丝绸纺织制品应收账款中1年以内的应收账款占比与嘉欣丝绸基本接近。2020年末，公司因部分逾期货款收回可能性较小而单项计提坏账准备723.11万元，当期末单项计提坏账准备金额较高，**且同时为控制风险而主动缩减外销业务，外销应收账款余额同比下降1,945.35万元，**因此账龄1年以内的应收账款占比相对较低。2018-2019年末，公司应收账款账龄情况与可比上市公司不存在重大差异，2020年末，公司应收账款账龄情况与可比上市公司存在差异的原因具有合理性，公司不存在利用放宽信用政策来维持业务的情形。

五、报告期内是否存在坏账核销情况，如存在请披露核销应收账款对象、金额、账龄以及核销原因及合理性

报告期内，公司存在坏账核销情况，各期核销金额分别为 629.34 万元、160.57 万元和 160.11 万元。公司对于长期挂账无法收回，或虽账龄较短但客户经营异常，货款无法完全收回的应收账款，在经过适当审批后作核销处理。由于丝绸文化创意品客户分散，在执行上述政策的基础上，公司于每个会计年度末对长期挂账且在最近三个完整会计年度内余额无增减变动的应收账款在经过适当审批后作核销处理，核销原因具有合理性。发行人已在招股说明书第八节之“十四、（一）3、（3）⑨应收账款坏账核销情况”中补充披露如下：

⑨应收账款坏账核销情况

报告期内，公司存在坏账核销的情形。坏账核销的政策及具体流程为：公司财务人员于每个会计年度梳理长期挂账的应收账款，并与销售部和法务部进行确认，对款项可回收性进行评估，对风险较大的应收账款提交应收账款管理小组。应收账款管理小组由常务副总牵头，法务、财务、业务派专员参与组成。同时，销售部亦会根据客户经营情况，对账龄较短但是客户经营异常、货款已无法完全收回的应收账款进行梳理并提交财务部和应收账款管理小组。财务部对于经上述评估后确认无法收回的应收账款编制汇总表并提交公司财务总监复核，经公司总经理批准后，财务做出适当的会计处理。

报告期内，公司核销的应收账款金额分别为 629.34 万元、160.57 万元和 160.11 万元，具体如下：

单位：万元

项　目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
丝绸文化创意品（自有终端品牌）	**109.28**	159.45	88.54
丝绸纺织制品（非自有终端品牌）	**50.83**	1.11	540.80
合　计	**160.11**	**160.57**	**629.34**

由于公司丝绸文化创意品主要面向个人零售客户、各类企事业单位及全国各地分销商，客户数量众多，销售集中度较低，导致公司客户较为分散，报告期内，公司客户数量超过 10,000 户。公司丝绸文化创意品应收账款在执行公司核销政

策的基础上，于每个会计年度末对长期挂账且在最近三个完整会计年度内余额无增减变动的应收账款在经过适当审批后作核销处理。由于丝绸文化创意品核销的应收账款客户较为零散且户数较多，报告期内核销的应收账款对应的客户数量分别为 459 户、773 户和 **563** 户，户均核销金额分别为 0.19 万元、0.21 万元和 **0.19** 万元。

报告期内，公司丝绸纺织制品应收账款核销情况如下：

单位：万元

期间	客户名称	核销金额	账龄	核销原因
2020 年度	POUNDLAND	**50.83**	3 年以上	该客户破产，款项无法支付
2019 年度	杭州艾臣服饰有限公司	1.11	2-3 年	对方经营异常，尾款无法支付
2018 年度	MEGA-LINK	386.67	2-3 年	该客户代理的企业 BCBG 已破产清算，无法收回的部分款项予以核销
		37.65	3 年以上	
	P J INTERNATIONAL CO	91.66	3 年以上	结束合作后客户以部分产品质量问题为由不支付尾款，经多次协商后未果
	PEKAME OYKA ARNING KATU	24.82	3 年以上	结束合作后客户以部分产品质量问题为由不支付尾款，经多次协商后未果

六、请保荐人、申报会计师说明各期末的发函比例、回函比例、回函金额占期末应收账款余额的比例、函证是否存在差异及处理意见，并发表明确核查意见

报告期各期末保荐机构、申报会计师对应收账款函证覆盖比例分别为 43.01%、49.62%和 **44.24%**。针对未回函部分，保荐机构、申报会计师执行了替代测试，回函及执行替代测试金额合计覆盖比例分别为 71.02%、76.65%和 **76.59%**。

报告期各期末，应收账款函证及未回函替代测试金额及覆盖比例具体如下：

单位：万元

项 目	公式	2020 年末	2019 年末	2018 年末
应收账款	a	**10,996.78**	15,460.87	15,466.68
发函金额	b	**8,422.75**	11,851.31	10,983.75
发函金额比例	c=b/a	**76.59%**	76.65%	71.02%

单位：万元

项　目	公式	2020 年末	2019 年末	2018 年末
回函对应的发函金额	d	**4,954.74**	7,671.42	6,652.70
回函金额	e	**4,785.52**	7,252.75	6,726.79
回函金额差异	f=d-e	**169.21**	418.67	-74.09
回函调整金额	g	**-90.00**	-	-
回函确认金额	h=d+g	**4,864.74**	7,671.42	6,652.70
回函确认金额比例	i=h/a	**44.24%**	49.62%	43.01%
未回函执行替代测试金额	j	**3,558.01**	4,179.89	4,331.06
未回函执行替代测试金额比例	k=j/a	**32.36%**	27.04%	28.00%
回函及执行替代测金额合计比例	l=(h+j)/a	**76.59%**	76.65%	71.02%

报告期各期末，应收账款函证回函差异调节过程具体如下：

单位：万元

项　目	账面金额	回函金额	回函差异	加：截至期末已验收客户未入账	减：截至期末未签收客户已入账	加：其他[注]	调节后余额	调节结论
2020 年末	**4,864.74**	**4,785.52**	**79.21**	**76.40**	**0.46**	**3.26**	**4,864.74**	**一致**
2019 年末	7,671.42	7,252.75	418.67	599.49	191.61	10.79	7,671.42	一致
2018 年末	6,652.70	6,726.79	-74.09	88.03	163.49	1.37	6,652.70	一致

注：2019 年及 2020 年其他差异主要系客户回函金额以其收到企业询证函时点确认其对公司的应付账款余额，导致产生回函差异。

报告期各期，公司应收账款部分函证存在回函不符的情况，主要原因系公司根据客户签收时间确认收入，而回函有差异的该部分客户确认采购依据为收到公司开具的发票作为采购入账时点，因此公司各期末应收账款与客户各期末应付账款存在时间性差异。针对回函不符事项，保荐机构和申报会计师逐一核实账面记载的营业收入金额、开具发票金额、客户验收金额和收款金额，并检查销售合同、发货单、签收情况、发票等相关资料，检查营业收入的真实性和准确性、应收账款的存在性和完整性，分析了解差异产生的原因，并编制回函差异调节表，具体调节过程为：将“客户回函金额+截至当期期末已签收客户未入账-截至期末未签收客户已入账”与“公司的应收账款余额”相匹配。

七、请保荐人、申报会计师发表明确核查意见

（一）核查程序

为核查上述事项，保荐机构和申报会计师主要履行了如下核查程序：

1、对报告期各期末应收账款余额变动执行分析性程序，计算报告期内应收账款周转率，比较应收账款变动与营业收入变动配比情况。

2、获取了丝绸文化创意品、丝绸纺织制品应收账款明细表及收入明细表，分析应收账款前五名客户各期末应收账款余额、账龄情况、当期销售收入情况；获取了丝绸文化创意品、丝绸纺织制品应收账款前五名客户合同，记录其信用政策，并统计应收账款前五名客户在各年的期后回款情况，判断是否存在超期未回款情况。

3、统计报告期各期末应收账款至**2021 年 3 月 31 日**的回款金额，计算期后回款比例，评估应收账款总体质量；统计报告期各期末逾期应收账款至**2021 年 3 月 31 日**的回款金额及已计提坏账准备金额，计算逾期应收账款回款比例和坏账准备计提比例；检查期末大额应收账款客户的订单合同、发货单、出库单、物流单、发票以及银行回单等相关凭证，验证销售的真实性。

4、查询可比上市公司应收账款账龄披露情况，比较公司应收账款账龄分布与可比上市公司是否存在差异。

5、了解公司应收账款核销制度，检查公司应收账款核销是否按照制度规定的审批流程执行；查阅了报告期核销的应收账款明细及核销原因。

6、访谈了发行人财务总监、业务部门负责人等管理层，了解报告期内应收账款余额变动较大的客户的情况及原因，判断应收账款总体变动的合理性；应收账款前五名客户各期末应收账款余额波动原因、超期未回款原因等事项，询问客户回款计划，检查是否充分计提坏账准备；长期未收回款项原因，并判断原因合理性等事项。

7、采用审计抽样的方法对应收账款余额实施函证程序，核实应收账款的真实性；对于回函存在差异的，了解及核实差异产生的原因并检查销售合同、出库单、签收情况、发票、销售收款凭证单据等相关资料，将账面记载的应收账款金额、营业收入金额与开具发票金额、客户签收金额和收款金额进行核对，分析其勾稽关系的合理性，并对差异情况进行调节；对于未收到回函的样本，实施替代程序，检查了销售合同、出库单、签收情况、发票、销售收款凭证以及期后回款

等情况。

（二）核查意见

经核查，保荐机构和申报会计师认为：

1、发行人已在招股说明书中补充披露分板块应收账款余额及变动情况和原因；**2018-2019 年末，丝绸文化创意品应收账款小幅增长，与主营业务收入增幅基本一致，丝绸纺织制品应收账款呈下降趋势，下降幅度小于与主营业务收入波动幅度，主要系 2018 年度核销应收账款金额较高所致，剔除核销因素后，2019 年末应收账款余额波动趋势与主营业务收入一致；2020 年末，受疫情影响，丝绸文化创意品和丝绸纺织制品应收账款均有所下降。上述波动原因具有合理性。公司口罩业务通常为先款后货，基本无应收账款。**

2、发行人已在招股说明书中补充披露了丝绸文化创意品、丝绸纺织制品应收账款前五名客户相关情况；丝绸文化创意品、丝绸纺织制品应收账款前五名客户与营业收入前五名客户存在一定差异；丝绸文化创意品、丝绸纺织制品应收账款各期末主要客户应收账款余额变动主要与当期销售额、销售与结算时点、回款是否及时等因素有关，波动原因具有合理性。

3、**2021 年 3 月 31 日**，丝绸文化创意品报告期各期末应收账款期后回款比例分别为 **90.51%、80.86%和 51.10%**，2018 年末应收账款期后回款基本能够覆盖当期末应收账款余额扣除坏账准备后的账面价值，丝绸纺织制品报告期各期末应收账款期后回款比例分别为 **94.41%、84.30%、56.08%**，2018 年末应收账款期后回款基本能覆盖当期末应收账款余额扣除坏账准备后的账面价值；报告期各期末，丝绸文化创意品应收账款逾期金额分别为 3,057.96 万元、2,756.08 万元和 **2,315.60** 万元，丝绸纺织制品应收账款逾期金额分别为 1,622.73 万元、2,169.07 万元和 **1,398.02** 万元，逾期原因主要包括客户内部报销、对账及开票周期较长，客户因自身经营管理或资金周转原因未执行合同约定账期，新冠肺炎疫情导致部分客户复工较晚或资金周转存在一定困难等，对于部分回款存在障碍的逾期客户，发行人已充分计提坏账准备。

4、由于可比上市公司未披露应收账款逾期、期后回款情况，故选取应收账款账龄结构进行对比，发行人账龄结构与可比上市公司存在差异主要系客户群体

差异，差异原因合理，发行人不存在利用放宽信用政策来维持业务的情形。

5、报告期内，发行人应收账款核销金额分别为 629.34 万元、160.57 万元和 160.11 万元；报告期内，发行人应收账款核销流程按照制度规定的审批流程，对于已确认无法收回的应收账款进行核销。核销原因具有合理性；报告期内，丝绸文化创意品在执行发行人核销政策的基础上，于每个会计年度末对长期挂账且在最近三个完整会计年度内余额无增减变动的应收账款在经过适当审批后作核销处理，核销原因具有合理性。

6、报告期各期末应收账款函证覆盖比例分别为 43.01%、49.62%和 44.24%。针对未回函部分，保荐机构、申报会计师执行了替代测试，回函及执行替代测试金额合计覆盖比例分别为 71.02%、76.65%和 76.59%；发行人应收账款部分函证存在回函不符的情况，主要系发行人各期末应收账款与客户各期末应付账款存在时间性差异，保荐机构和申报会计师已分析了解差异产生的原因，并编制回函差异调节表；发行人与客户之间销售业务不存在异常情形，应收账款余额准确，回函差异无需调整。

问题 18

申报文件显示，报告期内，发行人存货账面余额分别为 15,931.58 万元、15,765.39 万元和 15,698.85 万元。其中，丝绸文化创意品存货账面余额分别为 10,552.10 万元、10,867.25 万元和 11,504.85 万元。请发行人补充披露：（1）报告期内存在较多存货特别是库存商品的情况是否符合行业整体特征，与公司“以销定产”的生产模式是否匹配，存货库龄分布情况与同行业可比公司是否存在差异及原因；（2）报告期内存货特别是丝绸文化创意品的期后销售情况、不同到期期限存货的处理情况，是否存在因存货销毁而承担损失的情况；（3）发行人按照存货可变现净值与成本孰低的原则确定跌价准备的做法是否谨慎，丝绸文化创意品、OEM 丝绸制品可变现净值的确定是否合理，发行人未采用分库龄的固定比例计提存货跌价准备的原因；（4）分别披露采购环节、销售环节的退换货情况，退换货金额以及占采购成本/营业收入的比重，说明退换货原因；（5）公司对存货采购、入库、盘点、过期存货处理、退换货、跌价准备计提等内部控制的设计和执行情况，以及存货核算、成本结转的会计处理方法，是否符合《企业会计准则》规定，实际执行中如何保证存货先进先出。

请保荐人、申报会计师核查并发表明确意见。

【回复】

一、报告期内存在较多存货特别是库存商品的情况是否符合行业整体特征，与公司“以销定产”的生产模式是否匹配，存货库龄分布情况与同行业可比公司是否存在差异及原因

（一）公司存货尤其是半成品和库存商品金额较高，系丝绸文化创意品产品线不断丰富，为满足临时性需求与线下门店展厅布置需求，根据历史销售数据和对未来销售情况的预测保留一定的备货量所致，以半成品和库存商品为主的存货结构与生产模式匹配，与可比上市公司不存在重大差异

招股说明书（首次申报稿）中将公司丝绸文化创意品存货划分为原材料、库存商品、周转材料与发出商品四类。其中库存商品包含外包采购入库后尚未包装的半成品以及已完成包装的产成品。由于包装环节系公司产品销售和品牌塑造的重要环节，为便于投资者理解，发行人以是否完成包装为分类依据，将招股说明书（首次申报稿）中丝绸文化创意品库存商品进一步拆分为半成品和库存商品。

报告期内，对于丝绸文化创意品中的个性化定制产品，公司按照“以销定产”原则，根据客户订单需求组织生产；对于丝绸文化创意品常规产品，公司根据每日动态销售数据及未来销售趋势预测组织生产，保留一定的备货量。报告期内，丝绸文化创意品产品线不断丰富，为应对临时性销售和线下门店展厅的布置需求，以及第四季度至春节前夕销售旺季的需求，公司通常会基于销售需求预测进行备货。公司丝绸文化创意品以半成品及库存商品为主的存货结构与生产模式相匹配。

报告期各期末，公司丝绸纺织制品生产模式系以订单式生产为主，存货以原材料和委托加工物资为主，系公司为履行订单义务形成的存货，上述存货结构与生产模式相匹配。

①公司存货结构分析

报告期各期末，公司按产品大类区分的存货组成情况如下：

单位：万元

产品类别	存货分类	库存金额	跌价准备	账面价值
2020 年末				

单位：万元

产品类别	存货分类	库存金额	跌价准备	账面价值
丝绸文化创意品（自有终端品牌）	原材料	**1,052.22**	**-**	**1,052.22**
	半成品	**7,017.63**	**1,043.13**	**5,974.50**
	库存商品	**267.90**	**34.68**	**233.22**
	周转材料	**485.55**	**65.66**	**419.89**
	委托加工物资	**73.12**	**-**	**73.12**
	发出商品	**1,096.92**	**-**	**1,096.92**
	小计	**9,993.34**	**1,143.47**	**8,849.87**
丝绸纺织制品（非自有终端品牌）	原材料	**1,932.90**	**166.12**	**1,766.78**
	库存商品	**535.73**	**52.74**	**482.99**
	委托加工物资	**660.53**	**-**	**660.53**
	发出商品	**268.70**	**-**	**268.70**
	小计	**3,397.87**	**218.86**	**3,179.01**
口罩	原材料	**311.36**	**231.46**	**79.90**
	半成品	**613.44**	**403.31**	**210.13**
	委托加工物资	**-**	**-**	**-**
	发出商品	**-**	**-**	**-**
	小计	**924.80**	**634.76**	**290.04**
合　计		**14,316.01**	**1,997.09**	**12,318.92**
2019 年末				
丝绸文化创意品（自有终端品牌）	原材料	90.19	-	90.19
	半成品	9,395.99	1,011.00	8,384.99
	库存商品	476.80	13.02	463.78
	周转材料	494.03	124.96	369.07
	发出商品	1,047.84	-	1,047.84
	小计	**11,504.85**	**1,148.98**	**10,355.87**
丝绸纺织制品（非自有终端品牌）	原材料	2,426.04	94.59	2,331.45
	库存商品	119.83	-	119.83
	委托加工物资	1,204.69	-	1,204.69
	发出商品	443.44	21.42	422.01
	小计	**4,194.00**	**116.02**	**4,077.99**
合　计		**15,698.85**	**1,264.99**	**14,433.86**

单位：万元

产品类别	存货分类	库存金额	跌价准备	账面价值
2018 年末				
丝绸文化创意品（自有终端品牌）	原材料	105.46	-	105.46
	半成品	8,381.57	894.94	7,486.63
	库存商品	219.51	27.66	191.85
	周转材料	500.95	64.52	436.43
	发出商品	1,659.76	-	1,659.76
	小计	**10,867.25**	**987.12**	**9,880.13**
丝绸纺织制品（非自有终端品牌）	原材料	2,654.90	85.98	2,568.93
	库存商品	682.05	-	682.05
	委托加工物资	1,081.65	-	1,081.65
	发出商品	479.54	-	479.54
	小计	**4,898.14**	**85.98**	**4,812.16**
合 计		**15,765.39**	**1,073.10**	**14,692.29**

报告期各期末，公司存货账面余额分别为 15,765.39 万元、15,698.85 万元和 **14,316.01** 万元。其中，丝绸文化创意品存货账面余额分别为 10,867.25 万元、11,504.85 万元和 **9,993.34** 万元。报告期内，公司丝绸文化创意品存货以外包采购入库的半成品和已完成入库的库存商品为主，报告期各期末，半成品账面余额分别为 8,381.57 万元、9,395.99 万元和 **7,017.63** 万元，库存商品账面余额分别为 219.51 万元、476.80 万元和 **267.90** 万元。

2019 年度，丝绸文化创意品半成品及库存商品**较上年增长 1,271.71 万元，增幅为 14.79%。**主要原因系：A、为应对临时性销售和线下门店展厅的布置需求，公司需根据历年销售数据以及对未来销售情况的预测保留一定的备货量；B、**2018-2019 年**，随着公司销售渠道不断拓展，加盟店对产品品类存在多样化的要求，线上平台和线下渠道亦存在对产品的差异化需求，促使丝绸文化创意品产品线不断丰富，备货量相应增加；C、丝绸文化创意品的销售旺季通常自第四季度延续至次年春节前夕，为应对销售旺季的临时性需求，避免春节前上游供应不及时导致的交货滞后，公司通常会基于销售需求预测，在年末适当提高备货量。报告期内，公司通过合理测算产品备货量以及加强对长库龄库存的消化等手段，在产品品种不断增加的情况下有效控制了产品存货余额，2020 年**度**，为应对疫情

和宏观经济波动风险，公司适当降低了丝绸文化创意品库存量，**当期末半成品及库存商品较上年末下降 2,587.26 万元。**

报告期内，公司丝绸文化创意品个性化定制产品系按照“以销定产”原则根据客户订单需求组织生产。而对于常规产品，公司根据每日动态销售数据及未来销售趋势预测组织生产，保留一定的备货量。公司丝绸文化创意品以半成品、库存商品为主的存货结构与生产模式相匹配。

报告期各期末，公司丝绸纺织制品存货以原材料和委托加工物资为主，系公司为履行订单义务形成的存货。公司丝绸纺织制品存货账面余额分别为 4,898.14 万元、4,194.00 万元和 **3,397.87** 万元，呈逐年下降趋势。主要原因系：**A**、2019 年度，公司主动缩减部分毛利率较低的丝绸纺织制品业务，导致期末丝绸纺织制品库存有所下降；**B**、2020 年**度，丝绸纺织制品业务量较往年减少，**公司为应对疫情和宏观经济波动风险，适当降低了丝绸纺织制品库存量。

报告期内，公司丝绸纺织制品生产模式系以订单式生产为主，公司丝绸纺织制品以原材料和委托加工物资为主的存货结构与生产模式相匹配。

2020 年**度**，公司响应政府号召，积极投产口罩，当期期末口罩库存余额较小。

②丝绸文化创意品半成品具体构成

报告期内，公司针对丝绸文化创意品主要专注于研发设计与销售，部分丝巾等产品由公司自主完成数码印花加工环节，除此之外，其他产品主要采取向外包供应商采购半成品，并由公司进一步完成质检包装环节的生产模式。公司将已采购入库但尚未完成包装的产品列示于存货-半成品项目，将已完成包装的产品列示于存货-库存商品项目。

报告期各期末，公司丝绸文化创意品半成品项目具体构成如下：

单位：万元

项　目	2020 年末		2019 年末		2018 年末	
丝巾半成品	**3,022.88**	**43.08%**	4,126.61	43.92%	3,041.37	36.29%
家纺半成品	**917.83**	**13.08%**	1,141.23	12.15%	1,440.63	17.19%
品牌服装半成品	**1,326.91**	**18.91%**	1,718.95	18.29%	1,455.76	17.37%

单位：万元

项　目	2020 年末		2019 年末		2018 年末	
围巾半成品	**347.20**	**4.95%**	423.37	4.51%	330.72	3.95%
丝绸工艺品半成品	**466.99**	**6.65%**	470.58	5.01%	495.07	5.91%
其他半成品	**935.82**	**13.34%**	1,515.25	16.13%	1,618.02	19.30%
丝绸文化创意品半成品合计	**7,017.63**	**100.00%**	**9,395.99**	**100.00%**	**8,381.57**	**100.00%**

报告期各期末，公司丝绸文化创意品半成品以丝巾半成品、家纺半成品和品牌服装半成品为主，**2019 年**末，随着公司产品线的不断丰富，产品种类的持续增加，半成品备货量**较上年末增加 1,014.42 万元**。2020 年**末**，为应对疫情和宏观经济波动风险，公司适当减少了采购量，半成品库存量**较上年末下降 2,378.36 万元。**

公司以是否完成包装环节为分类依据，将外包模式采购入库的产品划分为半成品与库存商品。资产负债表日，公司对半成品的结存成本与可变现净值进行对比，结存单价高于可变现净值的半成品计提跌价准备。公司为半成品计提存货跌价准备具有合理性。

③公司存货结构与可比上市公司对比分析

A、报告期各期末，公司存货占总资产的比例与可比上市公司比较如下：

公司名称	2020 年末	2019 年末	2018 年末
安正时尚	**27.21%**	27.80%	21.33%
太平鸟	**26.42%**	26.44%	27.66%
朗姿股份	**18.04%**	18.82%	13.08%
日播时尚	**20.74%**	25.20%	29.49%
锦泓集团	**14.24%**	15.45%	12.59%
地素时尚	**7.56%**	8.10%	7.22%
歌力思	**14.89%**	17.27%	14.33%
欣贺股份	**18.51%**	29.94%	25.27%
嘉欣丝绸	**15.83%**	11.75%	12.37%
达利国际	**6.12%**	8.06%	8.98%
算术平均数	**16.96%**	18.88%	17.24%
剔除不可比公司后算术平均数[注]	**19.49%**	21.58%	19.52%

公司名称	2020 年末	2019 年末	2018 年末
本公司	**17.29%**	20.45%	22.87%

注：地素时尚于 2018 年 6 月首次公开发行股份，募集资金净额较高，导致该公司当期及 2019 年末存货占总资产的比例大幅下降。达利国际存在其他房产租赁业务，该公司资产中物业、厂房占比较高，导致该公司存货占总资产的比例较低。

2018 年末和 2019 年末，公司存货占总资产的比例介于品牌女装类可比上市公司与丝绸纺织制品可比上市公司之间，随着公司经营成果的不断累积，总资产规模持续扩大，公司存货占总资产的比例逐渐接近可比上市公司平均水平。**2020 年末，为应对疫情和宏观经济波动风险，公司适当减少了采购量，存货占总资产的比例有所降低，仍介于品牌女装类可比上市公司与丝绸纺织制品可比上市公司之间。**

B、报告期各期末，公司半成品、库存商品占存货的比例与可比上市公司比较如下：

公司名称	2020 年末	2019 年末	2018 年末
安正时尚	**73.61%**	75.94%	77.58%
太平鸟	**95.57%**	95.92%	95.74%
朗姿股份	**89.05%**	92.25%	91.52%
日播时尚	**68.19%**	72.22%	68.91%
锦泓集团	**85.58%**	88.08%	86.52%
地素时尚	**88.04%**	88.20%	84.04%
歌力思	**83.26%**	82.46%	73.34%
欣贺股份	**84.10%**	84.30%	83.10%
嘉欣丝绸	**75.02%**	65.65%	53.07%
达利国际	**25.28%**	28.68%	30.15%
算术平均数	**76.77%**	77.37%	74.40%
本公司 -库存商品、半成品及发出商品合计金额占存货比重	**68.46%**	73.15%	72.45%

2018-2019 年度，公司部分外包采购产品列报在半成品项目中，部分库存商品列报在发出商品项目中，考虑此部分影响后，各期末库存商品、半成品及发出商品占存货的比重与可比上市公司平均水平接近。公司存货结构与可比上市公司不存在重大差异。**2020 年 12 月，受新冠肺炎疫情以及宏观经济波动的影响，公司控制存货采购规模，半成品存货余额下降，库存商品、半成品及发出商品占**

存货的比重略有下降。此外，2020 年度，公司在市场价格处于低位时利用集中采购的价格优势，采购了部分原材料真丝、丝棉用于委托加工成丝巾或家纺产品，原材料比例相应提升。

（二）公司存货库龄分布情况与可比上市公司不存在重大差异

发行人已在招股说明书第八节之“十四、（一）6、（2）存货库龄情况”中补充披露如下：

（2）存货库龄情况

①公司存货库龄情况分析

报告期各期末，公司存货库龄情况如下：

单位：万元

存货种类	库龄	账面余额	占比	跌价准备
2020 年末				
丝绸文化创意品（自有终端品牌）	0-1 年	**7,453.93**	**74.59%**	**84.87**
	1-2 年	**1,082.52**	**10.83%**	**36.83**
	2-3 年	**588.31**	**5.89%**	**153.18**
	3 年以上	**868.58**	**8.69%**	**868.58**
	小计	**9,993.34**	**100.00%**	**1,143.47**
丝绸纺织制品（非自有终端品牌）	0-1 年	**2,578.70**	**75.89%**	**52.74**
	1-2 年	**323.44**	**9.52%**	**-**
	2-3 年	**325.54**	**9.58%**	**-**
	3 年以上	**170.18**	**5.01%**	**166.12**
	小计	**3,397.87**	**100.00%**	**218.86**
口罩	0-1 年	**924.80**	**100.00%**	**634.76**
2019 年末				
丝绸文化创意品（自有终端品牌）	0-1 年	8,122.93	70.60%	94.34
	1-2 年	1,643.17	14.28%	104.43
	2-3 年	896.99	7.80%	108.45
	3 年以上	841.76	7.32%	841.76
	小计	**11,504.85**	**100.00%**	**1,148.98**
丝绸纺织制品（非自有终	0-1 年	3,616.30	86.23%	-
	1-2 年	374.46	8.93%	13.67

单位：万元

存货种类	库龄	账面余额	占比	跌价准备
端品牌）	2-3 年	95.70	2.28%	32.53
	3 年以上	107.54	2.56%	69.82
	小计	**4,194.00**	**100.00%**	**116.02**
2018 年末				
丝绸文化创意品（自有终端品牌）	0-1 年	7,254.12	66.75%	135.48
	1-2 年	2,331.88	21.46%	124.31
	2-3 年	659.91	6.07%	106.00
	3 年以上	621.33	5.72%	621.33
	小计	**10,867.25**	**100.00%**	**987.12**
丝绸纺织制品（非自有终端品牌）	0-1 年	4,365.22	89.12%	-
	1-2 年	282.61	5.77%	20.91
	2-3 年	149.88	3.06%	9.34
	3 年以上	100.42	2.05%	55.72
	小计	**4,898.14**	**100.00%**	**85.98**

报告期各期末，公司70%以上的存货库龄在1年以内，1年以上库龄产品主要为丝绸文化创意品，主要系随着丝绸文化创意产品品类持续增加，公司为应对临时性销售和线下门店展厅的布置需求，保持了一定水平的库存量，部分种类的产品未能及时全部销售完成，从而导致部分存货库龄相对较长。

②公司存货库龄情况与可比上市公司对比分析

公司半成品、库存商品及发出商品库龄分布情况与可比上市公司对比如下：

公司名称	2020 年末		
	1 年以内	1-2 年	2 年以上
安正时尚	**66.41%**	**23.07%**	**10.52%**
太平鸟	**66.33%**	**20.38%**	**13.29%**
日播时尚	**70.28%**	**27.73%**	**1.99%**
锦泓集团	**65.82%**	**23.00%**	**11.18%**
地素时尚	**58.69%**	**21.27%**	**20.03%**
欣贺股份	**38.76%**	**26.85%**	**34.39%**
算术平均数	**61.05%**	**23.72%**	**15.23%**
本公司	**73.14%**	**10.57%**	**16.28%**

项　目	2019 年末		
	1 年以内	1-2 年	2 年以上
安正时尚	68.59%	21.60%	9.81%
太平鸟	58.56%	22.95%	18.49%
日播时尚	66.62%	33.09%	0.30%
锦泓集团	76.98%	17.26%	5.76%
地素时尚	61.51%	20.88%	17.60%
欣贺股份	48.84%	20.51%	30.64%
算术平均数	63.52%	22.72%	13.77%
本公司	70.24%	15.47%	14.29%
项　目	2018 年末		
	1 年以内	1-2 年	2 年以上
安正时尚	69.94%	19.00%	11.07%
太平鸟	50.78%	26.46%	22.76%
日播时尚	80.69%	18.49%	0.82%
锦泓集团	78.44%	16.58%	4.98%
地素时尚	56.19%	27.90%	15.91%
欣贺股份	49.49%	16.01%	34.50%
算术平均数	64.26%	20.74%	15.01%
本公司	68.09%	21.12%	10.79%

注：朗姿股份、歌力思、嘉欣丝绸、达利国际年度报告中未披露库存商品库龄分布情况。

报告期内，公司库龄分布情况与可比上市公司**不存在重大差异。**

二、报告期内存货特别是丝绸文化创意品的期后销售情况、不同到期期限存货的处理情况，是否存在因存货销毁而承担损失的情况

（一）公司丝绸文化创意品产品生命周期较长，截至 2021 年 3 月 31 日，丝绸文化创意品报告期各期末存货期后销售比例分别为 74.20%、71.55%和 25.32%。丝巾、家纺等主要丝绸文化创意品不存在保质期限或到期期限，对存在保质期限的特殊类型产品如组合套装中搭配的食品、日化产品等，公司通常以适当的折扣进行促销

发行人已在招股说明书第八节之“十四、（一）6、（5）存货期后销售情况”中补充披露如下：

（5）存货期后销售情况

①丝绸文化创意品存货期后销售情况

单位：万元

项　目	2020 年末		2019 年末		2018 年末	
	期后销售金额	期后销售比例	期后销售金额	期后销售比例	期后销售金额	期后销售比例
库存商品、半成品及发出商品余额	8,382.44		10,920.63		10,260.84	
2021 年 1-3 月销售[注]	2,122.75	25.32%	935.35	8.57%	193.47	1.89%
2020 年度销售	/	/	6,878.04	62.98%	1,953.98	19.04%
2019 年度销售	/	/	/	/	5,466.49	53.28%
2018 年度销售	/	/	/	/	/	/
期后销售合计	2,122.75	25.32%	7,813.39	71.55%	7,613.93	74.20%
库存商品、半成品及发出商品存跌计提比例	12.86%		9.38%		8.99%	

注：统计日期截止到2021年3月31日。

截至2021年3月31日，公司报告期各期末存货期后销售比例分别达到74.20%、71.55%和25.32%，期后销售情况良好。报告期内，公司积极管控仓库库存，定期对仓库进行盘点，分析产品库龄。丝巾、家纺、围巾、品牌服装等主要丝绸文化创意品生命周期较长，产品不存在保质期限或到期期限，存货期后消化情况较好。对于库龄较长的丝绸文化创意品，公司通常会通过展示营销中心、电商等渠道开展反季促销或应季特价促销等活动，并综合考虑产品属性、工艺技术、原吊牌价格区间以及库龄等因素确定促销折扣。除此之外，公司亦会将部分丝绸文化创意品组合为折扣礼包对外销售，或作为促销活动及其他营销活动的满额赠品进行消化。对存在保质期限的特殊类型产品如组合套装中搭配的食品、蚕丝蛋白日化产品等，公司通常综合考虑产品预期销售情况、产品保质期限等因素，以适当的折扣进行促销。

（二）公司丝绸纺织制品报告期各期末存货期后销售比例分别为 99.04%、90.56%和 61.85%（已扣除向 LVMH 工艺公司子公司销售机器设备形成的发出商品）。丝绸纺织制品库存商品以面料、服装等纺织品为主，不存在产品到期期限

发行人已在招股说明书第八节之“十四、（一）6、（5）存货期后销售情况”中补充披露如下：

②丝绸纺织制品存货期后销售情况

单位：万元

项　目	2020 年末	2019 年末	2018 年末
库存商品及发出商品期后销售金额[注]	**367.23**	**319.28**	**941.70**
库存商品及发出商品余额	**804.43**	563.27	1,161.59
存货期后销售比例	**45.65%**	**56.68%**	**81.07%**
向 LVMH 工艺公司子公司销售双面印花机器设备形成的发出商品	210.72	210.72	210.72
扣除上述事项后存货期后销售比例	**61.85%**	**90.56%**	**99.04%**

注：统计日期截止到2021年3月31日。

报告期内，公司丝绸纺织制品存货以原材料和委托加工物资为主，库存商品及发出商品余额较小。截至**2021年3月31日**，报告期各期末存货期后销售比例分别达到**81.07%**、**56.68%**和**45.65%**。2018-2020年**末**，库存商品及发出商品中期后仍未销售的部分主要系向LVMH工艺公司子公司销售的双面印花机器设备已发货但尚未确认收入，形成发出商品210.72万元。剔除上述影响后，各期存货期后销售比例分别达到**99.04%**、**90.56%**和**61.85%**。剔除上述事项影响后，2019年末库存商品及发出商品期后销售比例相对较低，主要系公司于当年末收到客户拉夏贝尔通过其参股公司以自有服装抵货款23.57万元，公司计划将该批服装折价处理，**若剔除该因素影响，公司丝绸纺织制品2019年末库存商品及发出商品期后销售比例为97.05%**。

丝绸纺织制品库存商品以面料、服装等纺织品为主，不存在产品到期期限。报告期内，公司积极管控仓库库存，定期对仓库进行盘点，分析产品库龄。对于库龄较长的库存商品采取低价处理的方式进行消化。

（三）口罩产品期后销售比例为 38.52%，成品口罩保质期限为 2 年，原材料熔喷布储存超过 6 个月后其防护效果将减弱，公司已充分计提减值准备并积极处理上述存货

发行人已在招股说明书第八节之“十四、（一）6、（5）存货期后销售情况”中补充披露如下：

③口罩期后销售情况

单位：万元

项　目	2020 年末
半成品及发出商品期后销售[注]	236.31
半成品及发出商品余额	613.44
存货期后销售比例	38.52%
口罩存货半成品存货跌价准备计提比例	65.74%

注：统计日期截止到2021年3月31日。

截至2021年3月31日，2020年末口罩存货期后销售比例为38.52%。口罩产品存货中，成品口罩保质期限为2年，原材料熔喷布储存超过6个月后其防护效果将减弱。公司已根据可变现净值与成本孰低的原则计提了充分的存货跌价准备：其中，成品口罩期末余额为613.44万元，已计提存货跌价准备403.31万元；原材料熔喷布期末余额为124.38万元，已计提存货跌价准备84.99万元。公司计划通过丝绸文化创意品和丝绸纺织制品原有客户渠道，以及开拓其他客户群体的方式，积极消化期末口罩库存。

（四）报告期内，公司对部分已过保质期的食品、日化产品和产品质量已不满足对外销售标准的产品进行报废处理，各期报废金额分别为 8.40 万元、16.45 万元和 177.84 万元，扣除已计提的存货跌价准备后，各期实际承担损失金额分别为 4.04 万元、5.34 万元和 77.59 万元

发行人已在招股说明书第八节之“十四、（一）6、（6）存货报废情况”中补充披露如下：

（6）存货报废情况

报告期内，公司部分类型产品如组合套装中搭配的食品、蚕丝蛋白日化产品等存在保质期限，公司对于已过保质期的产品进行报废处理。其他无保质期限的产品中，少量包装材料、半成品、库存商品因储存时间较长导致质量不符合销售要求，亦存在报废情形。报废审批流程为：供应链部门提交报废申请，经部门经理审批、财务人员复核后，提交至财务总监、分管副总经理审批。若单次报废产品超过一定金额，还需由总经理及董事会审批。由于公司报废产品的存货库龄相对较长，部分已全额计提存货跌价准备，因此公司承担的损失金额较小。

报告期各期，公司存货报废情况具体如下：

单位：万元

项　目	2020 年末	2019 年末	2018 年末
报废存货账面余额①	**177.84**	16.45	8.40
其中：包装材料[注]	**83.04**	7.58	4.22
食品、日化产品	**70.81**	2.99	1.13
口罩	**15.22**	-	-
其他产品	**8.77**	5.88	3.05
已计提存货跌价准备金额②	**100.25**	11.11	4.37
损失金额③=①-②	**77.59**	5.34	4.04

注：2018-2019 年度，公司存在部分库存数量较少、未来使用频率较低的包装材料，公司已根据其库龄确定可变现净值并充分计提存货跌价准备，但未及时进行报废处理。2020 年**度**，公司开展口罩业务占据较多仓储空间，供应链部门在经过适当审批后对上述包装材料进行集中报废处理。该批包装材料已计提存货跌价准备**54.69**万元，实际损失仅**28.35**万元。

三、发行人按照存货可变现净值与成本孰低的原则确定跌价准备的做法是否谨慎，丝绸文化创意品、OEM 丝绸制品可变现净值的确定是否合理，发行人未采用分库龄的固定比例计提存货跌价准备的原因

（一）公司按照存货可变现净值与成本孰低的原则确定存货跌价准备的做法谨慎，且符合《企业会计准则》的规定

发行人已在招股说明书第八节之“十四、（一）6、（3）存货跌价准备计提政策与可比上市公司比较”中补充披露如下：

公司采用存货可变现净值与成本孰低的原则确定跌价准备，各类产品在期末单位成本与可变现净值比较后，分别计提存货跌价准备。

根据《企业会计准则第 1 号-存货》第十五条：资产负债表日，存货应当按照成本与可变现净值孰低计量。存货成本高于其可变现净值的，应当计提存货跌价准备，计入当期损益。可变现净值，是指在日常活动中，存货的估计售价减去至完工时估计将要发生的成本、估计的销售费用以及相关税费后的金额。公司按照存货可变现净值与成本孰低的原则确定跌价准备的做法谨慎且符合企业会计准则的规定。

（二）公司丝绸文化创意品参考库存产品吊牌价及公司日常促销的折扣确定估计售价，进而确定可变现净值，其中促销折扣系根据库龄和产品类型制定。

公司虽未采用分库龄的固定比例计提存货跌价准备，但在确定可变现净值时充分考虑了库龄因素，估计方式与长库龄产品对外销售价格的确定方式一致，具有合理性。公司丝绸纺织制品按照存货性质结合库龄、合同价格等因素分别确定可变现净值，丝绸纺织制品可比上市公司均未采用按分库龄的固定比例计提存货跌价准备的方式，而是结合库龄等因素分析确定可变现净值，公司所采取的可变现净值确定方式具有合理性

发行人已在招股说明书第八节之“十四、（一）6、（3）存货跌价准备计提政策与可比上市公司比较”中补充披露如下：

在确定可变现净值时，公司丝绸文化创意品参考库存产品吊牌价及公司日常促销的折扣确定估计售价，进而确定可变现净值，其中促销折扣系根据库龄和产品类型制定，具体如下：

项　目	0-1 年	1-2 年	2-3 年	3 年以上
常规产品	3 折	2.5 折	2 折	0 折
定制品	3 折	2.5 折	0 折	0 折
包装材料	不提	不提	0 折	0 折

公司丝绸纺织制品存货按照存货性质分别确定可变现净值，其中：原材料及库存商品系结合库龄和历史生产领用情况确定可变现净值；发出商品系根据实际变现回收可能性确定可变现净值；委托加工物资为根据销售订单外发加工的材料，依据合同价格确定可变现净值。

公司口罩产品存货按照存货性质分别确定可变现净值，其中：原材料和半成品系按照期后估计售价减去至完工时估计将要发生的成本、估计的销售费用及相关税费后的金额确认可变现净值。

可比上市公司中的存货跌价准备计提政策多以分库龄的固定比例为主，归纳如下：

公司名称	1 年以内				1-2 年				2-3 年				3 年以上
	冬	秋	夏	春	冬	秋	夏	春	冬	秋	夏	春	
安正时尚	根据产品销售政策来估计可变现净值												
太平鸟	根据产品销售政策来估计可变现净值												
朗姿股份	0%	0%	0%	0%	10%	20%	30%	40%	50%	50%	50%	50%	100%

公司名称	1年以内				1-2年				2-3年				3年以上
	冬	秋	夏	春	冬	秋	夏	春	冬	秋	夏	春	
日播时尚	5%	5%	5%	5%	50%	50%	50%	50%	100%	100%	100%	100%	100%
锦泓集团	0%	0%	0%	0%	10%	10%	10%	10%	50%	50%	50%	50%	100%
地素时尚	0%	0%	0%	0%	30%	30%	30%	30%	50%	50%	50%	50%	100%
歌力思	0%	0%	0%	0%	50%	50%	50%	50%	100%	100%	100%	100%	100%
欣贺股份	0%	0%	0%	0%	5%	5%	5%	5%	50%	50%	50%	50%	100%
嘉欣丝绸	对于能够获取公开市场销售价格的产品，独立查询公开市场价格信息，将其与估计售价进行比较，并与最近或期后的实际售价进行比较；对于零售品牌类库存商品，结合库龄、产品年份季节等因素判断库存商品的可变现净值。对为执行销售合同持有的库存商品，抽查销售订单价格情况。结合公司经营模式，分析毛利情况从而判断减值迹象。												
达利国际	公司管理层于报告期末对每项产品进行审阅，并对辨别为不适合现行生产的过时及滞销库存品计提跌价准备。公司管理层按存货账龄分析辨认过时及滞销库存品。												
按照分库龄固定比例计提存跌的可比上市公司计提比例中位数	0%				30%				50%				100%

丝绸文化创意品可比上市公司中，太平鸟、安正时尚未采用分库龄的固定计提比例的方式计提存货跌价准备，而是主要根据产品销售政策，或结合库龄、产品年份季节等因素估计可变现净值，与本公司较为接近。丝绸纺织制品可比上市公司均未采用按分库龄的固定比例计提存货跌价准备的方式，而是结合库龄等因素分析确定可变现净值。

报告期内，由于库龄较长的丝绸文化创意品在对外销售时，通常会结合产品属性、工艺技术、原吊牌价格区间以及库龄等因素，在吊牌价的基础上制定促销折扣，从而确定对外销售价格。因此，公司丝绸文化创意品在确定可变现净值时，采取了同样的方式，结合库龄和产品类型确定折扣，并以产品吊牌价乘以折扣估计存货可变现净值。报告期内，公司虽未采用分库龄的固定计提比例方式计提存货跌价准备，但估计可变现净值时充分考虑了库龄因素，估计方式与长库龄产品对外销售价格的确定方式一致，具有合理性。

四、分别披露采购环节、销售环节的退换货情况，退换货金额以及占采购成本/营业收入的比重，说明退换货原因

（一）采购环节退换货内部控制情况

关于存货采购环节退换货内部控制情况参见本问询函回复问题 18 之“五、（一）公司对存货采购、入库、盘点、过期存货处理、退换货、跌价准备计提等内部控制的设计和执行情况，实际执行通过批次标识保证存货先进先出”题目。

发行人已在招股说明书第八节之“十三、（三）营业成本分析”中补充披露如下：

4、采购环节的退换货政策及退换货情况

①采购环节的退换货政策

发行人丝绸文化创意品、丝绸纺织制品及口罩相关采购环节实行一致的退换货政策。存货入库前，公司将组织检验人员根据采购订单、检验标准以及客户要求等对所采购货物进行检验，检验发现外观不良如产品破损、未达到公司质量标准或客户要求等情形的，由公司采购人员与供应商协商退货。产品质量不合格的将退还供应商并要求换货或扣除货款，对由于不合格产品造成公司损失的，依照合同规定与供应商沟通赔偿问题。对符合公司产品质量要求的产品办理入库，并建立或更新该产品的库存明细卡。

②采购退换货金额

报告期内，公司丝绸文化创意品、丝绸纺织制品采购环节退换货金额及占采购总额比例的具体情况如下：

单位：万元

项　目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
退换货金额	**107.52**	112.79	745.49
占采购总额比例	**0.26%**	0.26%	1.63%

报告期内，公司采购环节退换货比例较低，退换货主要系所购产品质量不符合公司要求所致。

报告期内，公司口罩相关采购不存在退换货情况。

（二）公司销售环节总体退换货率较低，退换货主要来自于直销渠道及经销渠道，主要退换货原因包括产品质量问题、更换款式、同意经营不善的分销商以退货抵减货款等

公司销售环节退换货具体情况参见本问询函回复问题 10 之“七、销售产品的退换货政策，报告期内直销、经销的退换货数量、金额及原因、退货率，加盟商、经销商退出后库存商品处置情况，相关会计处理是否符合《企业会计准则》规定”。

五、公司对存货采购、入库、盘点、过期存货处理、退换货、跌价准备计提等内部控制的设计和执行情况，以及存货核算、成本结转的会计处理方法，是否符合《企业会计准则》规定，实际执行中如何保证存货先进先出

（一）公司存货采购、入库、盘点、过期存货处理、退换货、跌价准备计提等内部控制的设计和执行情况良好，实际执行通过批次标识保证存货先进先出

发行人已在招股说明书第八节之“十四、（一）6、（7）存货管理相关内部控制的设计和执行情况”中补充披露如下：

（7）存货管理相关内部控制的设计和执行情况

公司制定了《采购管理规定》、《总仓业务流程管理规定》等制度对采购流程进行规范，具体如下：

采购环节：供应链中心根据产品数量、客户需求以及工艺要求在《合格供应商名录》中选择供应商下达采购订单，因新增工艺或产量剧增等原因未能在《合格供应商名录》中找到相应的供应商时，采购部对新增供应商进行评价，并将合格供应商加入《合格供应商名录》进行管理。确定供应商后，采购人员将经审核后的采购订单发送至供应商。供应商负责按公司的产品要求进行生产，对产品进行自检，必要时随产品提供相关检测报告或检验记录。

入库环节：质量管理部门对产品进行外观检验，并根据客户要求、供应商产品检测报告或检验记录、产品特性，确定送第三方检测的指标项目，并送样到第三方检测。经第三方检验合格的批次及质量管理部门外观检验合格的产品，方可批准入库。入库登记必须准确及时，要求日清日毕。

退换货：对于入库检验环节中不符合质量要求的产品不予入库，直接办理退货。对于入库后发现的质量不合格产品，数量较小的由采购人员直接联系供应商更换或修复。若同一批次产品中发现较多质量不合格产品，仓库将反馈给质量管

理部门重新检验，若检验不合格则联系采购部整批次退货。

存货盘点：每季度末由财务部会同仓库对存货进行盘点，检查存货库存数量，及时发现存货减值迹象。盘点清查过程形成书面报告，对盘点过程中发现的存货盘盈、盘亏、毁损及需要报废的存货应查明原因，落实并追究责任，按照规定权限批准后处置。

过期存货处理：每月末公司对存货库龄进行分析，对特殊临近到期的产品如食品、日化类产品提请商品中心进行打折促销，消化库存。

跌价准备计提：每期末由公司财务部会同仓库根据仓库产品库龄、产品销售吊牌价以及日常销售折扣确定存货可变现净值，确认公司存货跌价准备，经适当审批后计提存货跌价准备。

在产品入库时，同款产品按照入库时间做好批次标识，按标识有序存放。产品出库时，按照批次顺序先发入库时间较早的存货，依序发货，做到先进先出。

（二）存货核算、成本结转的会计处理方法，符合《企业会计准则》规定

发行人已在招股说明书第八节之“十四、（一）6、（8）存货核算、成本结转的会计处理方法”中补充披露如下：

（8）存货核算、成本结转的会计处理方法

根据《企业会计准则-存货》：存货应当按照成本进行初始计量。存货成本包括采购成本、加工成本和其他成本。存货的采购成本，包括购买价款、相关税费、运输费、装卸费、保险费以及其他可归属于存货采购成本的费用。存货的加工成本，包括直接人工以及按照一定方法分配的制造费用。企业应当采用先进先出法、加权平均法或者个别计价法确定发出存货的实际成本。

公司存货按照原材料、半成品、库存商品、发出商品、委托加工物资等进行核算。其中，原材料主要核算自主加工模式和外协生产-委托加工模式下公司自行采购的丝绸面辅料；半成品主要核算外协生产-外包模式下采购的丝绸文化创意品半成品和口罩半成品；库存商品主要核算自主加工、外协生产-委托加工模式下已完工入库产品，外协生产-外包模式下采购入库的丝绸纺织制品成品以及已完工入库的丝绸文化创意品和口罩；委托加工物资主要核算外协生产-委托加

工模式下已发给委托加工供应商尚未缴回的产品；发出商品主要核算公司已发货但尚不满足收入确认条件的产品。

公司存货按照成本进行初始计量，存货成本包括采购成本、加工成本和其他成本，对于存货的购买价款、相关税费、运输费以及其他可归属于存货采购成本的费用归入采购成本；对于加工过程中的人工费用与制造费用则归入加工成本；相关其他支出则归入其他成本。原材料、半成品发出时按照加权平均法进行成本核算，库存商品、发出商品发出时按月末一次加权平均进行成本核算。

综上，公司存货核算符合《企业会计准则》相关规定。

六、请保荐人、申报会计师核查并发表明确意见

（一）核查程序

为核查上述事项，保荐机构和申报会计师履行了如下核查程序：

1、了解发行人采购流程内部控制的相关设计，并记录获得的了解；执行穿行测试和控制测试，评价内部控制设计的有效性和执行。

2、获取了发行人存货明细表，统计存货结构、库龄分布情况；获取可比上市公司招股说明书、定期报告等资料，统计其报告期内存货占总资产的比例、存货中库存商品的比例、存货库龄分布情况以及一年以内库存商品占比情况，并与发行人进行比对。

3、复核管理层以前年度对存货可变现净值的预测和实际经营结果，评价管理层过往预测的准确性；结合存货监盘，检查期末存货中是否存在库龄较长、款式陈旧、质量瑕疵等情形，评价管理层是否已合理估计可变现净值，获取并核查了发行人存货明细账以及销售出库单，报废审批记录以及相应出库单。

4、获取了发行人分销渠道管理制度，查阅退换货政策，评价其合理性；获取了主要直销客户、经代销商、加盟商协议，检查合同中关于退换货条款是否与发行人管理制度匹配；复核了报告期资产负债表日后退货情况，核实报告期资产负债表日后退货是否计入正确的会计期间；获取了发行人采购明细表中的退换货明细、对采购明细表中的退换货进行分析，并对采购退换货凭证进行测试，验证采购退换货原因是否属实。

5、对报告期主要的直销客户、经代销商、加盟商进行实地走访，询问其实

际经营情况、对合同权利与义务的履行情况；取得了发行人实际控制人及董事、监事、高级管理人员（外部董事和独立董事除外）的资金账户流水，检查是否与经销商、加盟商大额资金往来情况，是否有购买经销商、加盟商库存的行为。

6、访谈发行人财务总监、采购业务负责人、发行人仓库管理人员等人员，了解报告期内各年度采购环节退换货的原因，发行人存货规模、结构及库龄分布与可比上市公司存在差异的原因，了解长库龄存货的处理方式，是否存在存货销毁或报废情形，存货报废审批具体流程等事项。

（二）核查意见

经核查，保荐机构和申报会计师认为：

1、发行人存货尤其是半成品及库存商品金额较高，系丝绸文化创意品产品线不断丰富，为满足临时性需求与线下门店展厅布置需求，根据历史销售数据和对未来销售情况的预测保留一定的备货量所致，以半成品和库存商品为主的存货结构与生产模式匹配；报告期各期末，发行人存货占总资产的比重分别为 22.87%、20.45%和 **17.29%**，半成品、库存商品及发出商品占存货的比重分别为 72.45%、73.15%和 **68.46%**，上述情形与可比上市公司不存在重大差异，符合行业整体特征。

2、截至 **2021 年 3 月 31 日**，丝绸文化创意品报告期各期末存货期后销售比例分别为 **74.20%、71.55%和 25.32%**。丝巾、家纺等主要丝绸文化创意品不存在保质期限或到期期限，对存在保质期限的特殊类型产品如组合套装中搭配的食品、日化产品等，发行人通常以适当的折扣进行促销；发行人丝绸纺织制品报告期各期末存货期后销售比例分别为 **99.04%**、**90.56%**和 **61.85%**（已扣除向 LVMH 工艺公司子公司销售机器设备形成的发出商品），丝绸纺织制品库存商品以面料、服装等纺织品为主，不存在产品到期期限；口罩产品期后销售比例为 **38.52%**，成品口罩保质期限为 2 年，原材料熔喷布储存超过 6 个月后其防护效果将减弱，公司已充分计提减值准备并积极处理上述存货；报告期内，发行人对部分已过保质期的食品、日化产品和产品质量已不满足对外销售标准的产品进行报废处理，各期报废金额分别为 8.40 万元、16.45 万元和 **177.84** 万元，扣除已计提的存货跌价准备后，各期实际承担损失金额分别为 4.04 万元、5.34 万元和 **77.59** 万元，

承担损失金额较小。

3、发行人按照存货可变现净值与成本孰低的原则确定跌价准备的做法谨慎且符合企业会计准则的规定；发行人所采取的可变现净值确定方式具有合理性；发行人丝绸文化创意品虽未采用分库龄的固定比例计提存货跌价准备，但在确定可变现净值时充分考虑了库龄因素，估计方式与长库龄产品对外销售价格的确定方式一致，具有合理性；丝绸纺织制品可比上市公司均未采用按分库龄的固定比例计提存货跌价准备的方式，而是结合库龄等因素分析确定可变现净值。

4、报告期内，发行人采购环节和销售环节的退换货率均较低，其中采购环节退换货的主要原因系采购产品质量不符合发行人质量要求标准，销售环节退换货的主要原因系产品质量问题、更换款式、同意经营不善的分销商以退货抵减货款。

5、发行人存货采购、入库、盘点、过期存货处理、退换货、跌价准备计提等内部控制的设计和执行情况良好，实际执行中通过批次标识保证存货先进先出；发行人存货核算、成本结转的会计处理方法符合《企业会计准则》规定。

问题 19

申报文件显示，万事利数码与鲸鱼科技共同投资万事利丝绸工业园 3 幢 3 楼数码印花合作项目，万事利数码提供数码印花加工服务，包括技术、人员、场地、品牌等要素，鲸鱼科技提供数码喷印设备。发行人 2017 年、2018 年向鲸鱼科技销售实现收入 182.83 万元、225.76 万元。请发行人补充披露：（1）向鲸鱼科技销售的具体产品、数量、价格，价格与向第三方的销售是否存在差异，如存在请分析原因；（2）发行人与鲸鱼科技开展该合作项目的背景、必要性，详细披露具体业务模式及其商业逻辑性、合理性，合作项目涉及的权利、义务划分安排；（3）万事利数码与自身开拓的合作项目客户按市场价格进行结算、与非自身开拓的合作项目客户以低于市场价格的优惠价格进行结算的商业合理性，是否存在其他利益安排；（4）列示报告期内通过合作项目开展的业务情况，包括但不限于涉及的客户、内容、数量、金额、价格、毛利率等，与向第三方的销售是否存在差异，如存在请分析原因；（5）发行人与鲸鱼科技相关各方是否存在关联关系或其他利益安排；（6）发行人与其他合作方有无类似该合作项目的安排。

请保荐人、申报会计师核查并发表明确意见。

【回复】

一、向鲸鱼科技销售的具体产品、数量、价格，价格与向第三方的销售是否存在差异，如存在请分析原因

发行人向鲸鱼科技主要销售数码印花设备、墨水，其销售价格与向第三方的销售价格不存在重大差异，细微差异主要受数码印花设备、墨水型号差异影响。

发行人已在招股说明书第七节之“八、（五）2、向其他潜在利益相关方销售商品和提供劳务”中补充披露如下：

（3）鲸鱼科技销售公允性分析

2018-2019 年，公司向鲸鱼科技销售金额分别为 225.76 万元、46.79 万元，销售的产品主要包括数码印花设备、墨水等，2020 年公司向鲸鱼科技未产生销售。公司向鲸鱼科技销售的产品与向第三方销售情况比较如下：

单位：台、件，万元/台、元/件

项目	客户名称	2020 年		2019 年		2018 年	
		数量	单价	数量	单价	数量	单价
数码印花设备	鲸鱼科技	-	-	-	-	7	22.54
	第三方客户	-	-	-	-	4	27.26
墨水	鲸鱼科技	-	-	3,950	118.45	5,860	115.65
	第三方客户	740	123.89	6,330	122.43	12,380	130.54
其他	鲸鱼科技	-	-	-	-	5	539.00

注：其他主要系丝巾等配饰。

报告期内，公司向各客户销售的数码印花设备、墨水主要型号不同，导致单价存在略微差异，整体销售单价差异较小。

二、发行人与鲸鱼科技开展该合作项目的背景、必要性，详细披露具体业务模式及其商业逻辑性、合理性，合作项目涉及的权利、义务划分安排

（一）因数码印花前后道工序设备投资金额较大，万事利数码引入外部投资方发展非品牌市场业务带动后道加工产量，摊薄设备折旧成本，具有必要性

发行人已在招股说明书第六节之“七、（一）3、主要生产设备情况”中补充

披露如下：

①合作背景及必要性

公司一直致力于探索数码印花工艺技术及生产模式的创新升级，公司拥有较为成熟的数码印花工艺，原主要为品牌女装客户生产高端面料。随着数码印花市场的发展，部分非品牌客户也逐步选用数码印花工艺替代传统的台版印花工艺，非品牌市场需求逐步释放。公司有意发展非品牌市场业务带动后道加工产量（后道加工指数码喷墨印染完成后的水洗、烘干等工序，下同），摊薄设备折旧成本。非品牌市场业务存在单笔业务量少、反应速度要求较快、产品品质要求相对较低（主要体现为色差、色牢度、花型精度等方面）的特点，公司现有的数码印花设备及相应生产体系若为非品牌客户提供加工服务则生产成本较高。此外，从风险控制的角度看，在业务初步尝试阶段，公司并不愿意投资大量低端数码印花设备，而更倾向于轻资产运营进行技术输出。

在此背景下，经多方协调，公司初步拟定由拥有非品牌市场客户资源的合作方购买合适的数码喷印设备并引流客户，万事利数码提供品牌、工艺技术、人员、场地的创新“云工厂”合作模式进行业务探索。李练系公司市场项目部负责人，具有设备管理从业经验，致力于非品牌市场业务的开拓以扩大部门业绩，亦认同此业务创新模式。李练和拥有非品牌市场客户资源并需要对接数码印花工厂进行生产的郑某进行合作，双方共同出资并通过鲸鱼科技提供数码喷印设备，郑某引入其积累的非品牌市场客户资源，推动非品牌市场业务较快地发展。

综上，上述合作模式有效地整合了各方的资源推动新业务发展，且公司若自行组织开拓非品牌市场增量业务，存在相应的投资风险和市场风险。因此，上述合作模式具备一定的必要性。

②项目合作业务模式及权利、义务划分安排

项目合作模式具体为万事利数码运用“云工厂”概念提供生产场地、人员、技术、品牌资源等生产要素，鲸鱼科技提供数码喷印设备（实际投资人为李练和郑某），数码喷印设备单独置放于万事利丝绸下沙丝绸工业园厂区，万事利数码享有数码喷印设备的使用权为客户进行生产。

万事利数码组织生产加工活动，与自身开拓的合作项目客户按市场价格进行

结算，与非自身开拓的合作项目客户（即郑某引流的客户）以低于市场价格的优惠价格进行结算，万事利数码与客户仅结算加工费。

李练所在的市场项目部负责牵头运营非品牌市场业务，并根据该业务的相应业绩获得万事利数码给予的提成。万事利数码给予市场项目部的考核政策为每年按现金流差价（即当期收到款项减去当期成本费用支付的款项）的 60%给于团队进行分配。

郑某主要将其开拓的客户资源对接给万事利数码，并从其引流客户结算设备服务费，每米 1 元左右。

（二）合作项目上述合作模式使得各方可以整合各自的资源和优势，并获得相应的收益，具备商业逻辑，具备合理性

发行人已在招股说明书第六节之“七、（一）3、主要生产设备情况”中补充披露如下：

③合作项目的商业逻辑及合理性

对万事利数码而言，通过合作项目发展了非品牌市场数码印花加工增量业务，同时增加了后道加工的业务量，摊薄了设备折旧成本，且初步探索阶段该项业务属于技术输出，无需投资固定资产，整体风险可控，在产能充足的情况下，只要增量业务加工费高于变动成本，即可获得相应收益。经测算，**双方合作期间**，万事利数码通过合作项目合计实现收入**3,929.71**万元，贡献营业利润**505.84**万元。

对于鲸鱼科技而言，虽然其未获取收益，但数码喷印设备实际出资方李练和郑某获益。李练通过合作项目扩大了部门业务量，获取部门收益提成；万事利数码对郑某引流客户给予一定的优惠，引流客户单独向郑某支付设备服务费，每米 1 元左右。**双方合作期间**，李练和郑某通过合作项目收益情况如下：

单位：万元

项目	李练	郑某
合作项目经营所获收益	**158.42[注 4]**	100.00[注 1]
数码印花设备投资金额	约 590.00[注 2]	约 200.00
占比	**26.85%**[注 3]	50.00%

注 1：根据引流客户及郑某双方确认，引流客户以平均每米 1 元左右的价格向郑某支付设备服务费，**双方合作期间**合作项目为引流客户合计加工数量**91.49**万米，大致测算郑某获

益 100 万元;

注 2：根据数码印花设备市场价格匡算；

注 3：报告期内李练分批投资数码印花设备，故收回投资金额比例较低；

注 4：统计 2020 年 1-6 月考核工资时因尚未分配，故将部门业绩考核提成全部归李练计算，全年分配后李练个人考核工资减少 10 余万元。

综上，李练从万事利数码获取的收益已覆盖其约 30%的投资金额，且该业务发展情况良好，未来可通过做大市场规模可逐步收回投资。郑某获取的收益已覆盖其约 50%的投资金额。上述合作模式使得三方可以整合各自的资源和优势，并获得相应的收益，合作项目具备商业逻辑、具备合理性。

三、万事利数码与自身开拓的合作项目客户按市场价格进行结算、与非自身开拓的合作项目客户以低于市场价格的优惠价格进行结算的商业合理性，是否存在其他利益安排

发行人仅与终端客户结算加工费，并按照业绩给予市场项目部发放业绩提成，不存在其他利益安排。

发行人已在招股说明书第六节之“七、（二）3、主要生产设备情况”中补充披露如下：

④价格结算模式合理性

合作项目由万事利数码运营，数码印花设备实际出资方李练和郑某为合作项目拓展客户。针对万事利数码自行开拓的客户，直接以市场价格与客户进行结算，李练可通过部门收益获取提成，以此作为李练投资数码印花设备的回报。发行人与郑某不发生业务往来，郑某为合作项目开拓的客户与万事利数码以低于市场价格的优惠价格进行结算，同时由郑某自行与其开拓的客户结算设备服务费，此部分设备服务费系作为郑某投资数码印花设备的回报。上述定价安排具备合理性。发行人仅与终端客户结算加工费，并按照业绩给予市场项目部发放业绩提成，与郑某不产生直接业务往来。发行人与合作项目其他参与方不存在其他利益安排。

四、列示报告期内通过合作项目开展的业务情况，包括但不限于涉及的客户、内容、数量、金额、价格、毛利率等，与向第三方的销售是否存在差异，如存在请分析原因

公司数码印花加工服务按月分摊总成本，因厂房、机器设备等固定资产折旧摊销成本较高，因此当月业务量的差异导致分客户毛利率存在较大变动；公司自

身设备印花设备主要服务品质要求较高的客户，加工单价相对较高。

发行人已在招股说明书第六节之“七、（二）3、主要生产设备情况”中补充披露如下：

⑤合作项目业务开展情况

各方于 2017 年开始投资合作项目，**报告期内**，公司数码印花加工业务经营情况如下：

会计期间	客户	加工内容	加工收入（万元）[注 1]	数量（万米）	单价（元/米）
2020 年**度**	合作项目客户				
	帛淼服饰及其关联方	数码喷印、后道加工	**930.84**	**115.38**	**8.07**
	展志纺织	数码喷印、后道加工	**219.92**	**22.45**	**9.80**
	帛库纺织	数码喷印	**60.85**	**5.88**	**10.34**
	兆渤实业	数码喷印	**59.63**	**5.42**	**11.01**
	杭州歌蕊服饰有限公司	数码喷印	**23.48**	**1.65**	**14.19**
	其他	数码喷印、后道加工	**94.45**	**11.08**	**8.52**
	合计		**1,389.16**	**161.86**	**8.58**
	非合作项目客户	数码喷印、后道加工	**146.58**	**12.57**	**11.66**
2019 年度	合作项目客户				
	帛淼服饰及其关联方	数码喷印、后道加工	951.27	90.10	10.56
	众配实业	数码喷印	180.07	16.39	10.99
	展志纺织	数码喷印	114.84	12.36	9.29
	帛库纺织	数码喷印	83.68	6.01	13.93
	深圳市永丰盛纺织有限公司	数码喷印、后道加工	40.92	5.24	7.81
	其他	数码喷印、后道加工	165.99	17.74	9.35
	合计		**1,536.77**	**147.84**	**10.39**
	非合作项目客户	数码喷印、后道加工	155.97	8.62	18.10
2018 年度	合作项目客户				
	展志纺织	数码喷印	184.85	11.98	15.43

会计期间	客户	加工内容	加工收入（万元）[注 1]	数量（万米）	单价（元/米）
	帛淼服饰	数码喷印、后道加工	162.78	38.27	4.25
	帛库纺织	数码喷印	106.14	9.87	10.76
	润源丝织	数码喷印	65.81	4.41	14.91
	杭州康宝纺织品有限公司	数码喷印	65.61	4.10	16.02
	其他	数码喷印、后道加工	133.97	33.70	3.98
	合计		**719.17**	**102.33**	**7.03**
	非合作项目客户	数码喷印、后道加工	211.98	12.75	16.63

注 1：该加工收入为客户支付给发行人的数码印花加工服务费用；

注 2：公司自身拥有数码印花加工厂，对应客户为上表所述非合作项目客户，自身数码印花加工厂所用设备较合作项目更先进，数码印花加工品质亦更高端；

注 3：数码喷印指数码印花全工序加工服务，后道加工仅是数码喷印中的一道工序，故数码喷印加工单价高于后道加工；

注 4：因存在其他加工收入，故上表各期收入合计数略小于数码印花加工分类收入。

公司主要为客户提供数码喷印和后道加工两项服务，因加工类型不同导致不同客户之间的平均单价存在一定差异，若剔除后道加工，不同类型客户数码喷印加工单价比对情况如下：

单位：元/米

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
合作项目客户	**9.52**	12.50	13.39
非合作项目客户	**12.30**	18.19	18.95

公司向客户提供数码印花加工服务单价主要考虑面料类型、订单规模、花型、品质、工艺要求等因素。公司向使用自有数码印花设备加工的非合作项目客户收取的加工费高于合作项目客户主要原因系公司自有的数码印花设备主要服务品质要求较高（主要体现为色差、色牢度、花型精度等方面）的客户，该类数码印花设备价格较高，通常单价区间在 100-300 万元，远高于合作项目数码印花设备价格（通常为 20-50 万元），公司需承担较高的折旧费用，加工成本较高导致收取的加工费单价较高。**2020 年受新冠肺炎疫情的影响，为扩大产量公司调低了数码印花加工价格。**

报告期内，公司通过合作项目经营规模较小，对公司经营业绩不产生重大影响，各期合作项目实现收入及占比如下：

单位：万元

项　目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
合作项目收入	1,389.16	1,536.77	719.17
主营业务收入	73,074.22	72,243.53	74,281.06
占　比	1.90%	2.13%	0.98%
合作项目营业利润[注 1]	58.25[注 2]	307.90	95.67
当期利润总额	7,141.92	6,773.56	5,658.46
占　比	0.82%	4.55%	1.69%

注 1：合作项目营业利润=合作项目收入-相应成本-该项目应归集的费用；

注 2：2020 年下半年合作项目设计费支出较上半年增加超过 100 万元，且产量有所减少，导致亏损，当年营业利润较少。

五、发行人与鲸鱼科技相关各方是否存在关联关系或其他利益安排

发行人已在招股说明书第六节之“七、（二）3、主要生产设备情况”中补充披露如下：

鲸鱼科技股东何义亮曾为万事利数码员工、鲸鱼科技实际控制方李练为万事利数码员工，鲸鱼科技属于公司其他潜在利益相关方，除此之外，公司与鲸鱼科技相关各方不存在其他关联关系或利益安排。

六、发行人与其他合作方有无类似该合作项目的安排

发行人已在招股说明书第六节之“七、（一）3、主要生产设备情况”中补充披露如下：

截至本招股说明书签署日，不存在其他主体投资数码印花设备与公司共同开展数码印花合作业务的情形。

七、请保荐人、申报会计师核查并发表明确意见

（一）核查程序

为核查上述事项，保荐机构和申报会计师履行了如下核查程序：

1、取得发行人其他业务收入明细表，比对发行人向鲸鱼科技销售和向第三方销售产品及价格的差异；查阅了报告期内发行人数码印花设备及墨水销售合同；

访谈了发行人副总经理了解数码印花设备、墨水交易定价原则及不同客户之间销售价格差异原因。

2、查阅了发行人与鲸鱼科技合作项目框架协议，现场查看了合作项目生产车间情况，确认设备使用情况、生产组织情况；就合作项目的背景、原因、权利义务安排等事项访谈了发行人副总经理、合作项目负责人李练、鲸鱼科技股东何义亮、外部设备投资者郑某。

3、取得并查阅了合作项目营业收入明细账，报告期内引流客户合同，李练及郑某对合作项目收益模式及收益金额的确认说明，并走访了引流客户展志纺织、帛库纺织取得了其对合作模式的确认函，确认其仅向万事利数码支付加工费，另行支付设备服务费。

4、通过国家企业信用信息公示系统查询了鲸鱼科技的相关信息。

5、取得了报告期内鲸鱼科技账套及合作项目负责人李练的主要银行卡流水，确认上述流水中不存在与控股股东、实际控制人之间往来，除与发行人正常的销售外，不存在其他大额异常往来；核查了控股股东万事利集团、发行人 5 名实际控制人的银行流水，确认上述银行流水内不存在与鲸鱼科技及相关各方的往来；取得了发行人、鲸鱼科技及相关方确认的“公司与其不存在其他利益安排”说明文件。

6、现场走访了发行人万事利丝绸工业园区，经比对固定资产清单，确认数码印花车间不存在除自身设备、合作项目设备外其他生产型设备；就合作项目事项访谈了发行人副总经理，确认发行人不存在其他类似合作项目。

（二）核查意见

经核查，保荐机构、申报会计师认为：

1、发行人已在招股说明书中补充披露了向鲸鱼科技销售的具体产品、数量、价格等信息，发行人向鲸鱼科技销售的产品价格与向第三方的销售价格不存在重大差异，细微差异主要受数码印花设备、墨水型号差异影响。

2、公司一直致力于探索数码印花工艺技术及生产模式的创新升级，随着非品牌市场需求逐步释放，公司有意发展非品牌市场业务但在业务初步尝试阶段，

公司并不愿意投资大量低端数码印花设备，而更倾向于轻资产运营进行技术输出，因而拟定由鲸鱼科技提供数码喷印设备（实际投资人为李练和郑某）并引流客户资源，公司提供品牌、工艺技术、人员、场地的创新“云工厂”合作模式进行业务探索。上述合作模式有效地整合了各方的资源推动新业务发展，且万事利数码若自行组织开拓非品牌市场增量业务，存在相应的投资风险和市场风险。因此，上述合作模式具备一定的必要性及合理性。

3、数码印花设备实际出资方李练可通过部门收益获取提成，以此作为其投资数码印花设备的回报，郑某自行与其开拓的客户结算设备服务费，此部分设备服务费作为其投资数码印花设备的回报，上述安排具有商业合理性；发行人仅与终端客户结算加工费，并按照业绩给予市场项目部发放业绩提成，不存在其他利益安排。

4、发行人已在招股说明书补充披露了报告期内通过合作项目开展的业务情况及不同客户之间的单价差异，因自身数码印花设备价格较高，加工质量较好（主要体现为色差、色牢度、花型精度等方面），加工单价相对较高，主要服务品质要求较高的客户；合作项目主要服务品质要求相对较低的客户，加工单价亦相对较低。合作项目经营规模较小，对公司经营业绩无重大影响。

5、鲸鱼科技股东何义亮曾为万事利数码员工、鲸鱼科技实际控制方李练为万事利数码员工，鲸鱼科技属于公司其他潜在利益相关方，除此之外，发行人与鲸鱼科技相关各方不存在其他关联关系或利益安排。

6、截至目前，除与鲸鱼科技投资合作项目外，不存在其他主体投资数码印花设备与公司共同开展数码印花合作业务的情形。

问题 20

申报文件显示，报告期内发行人与关联方之间存在销售商品、提供服务、购买商品、接受服务、房屋承租和房屋出租的关联交易。请发行人补充披露：（1）对比发行人向第三方销售、采购的价格，分析报告期内发行人关联销售、关联采购的价格是否公允、合理；（2）关联方为发行人提供担保是否收取担保费，按市场担保费率测算应支付的担保费用金额及对发行人各报告期业绩的影响；（3）报告期内发行人注销、转让的关联方在注销、转让前与发行人的交易情况及交易定

价公允性，注销、转让关联方的具体原因和影响；（4）是否存在通过关联交易调节收入利润、成本费用以及关联方对发行人利益输送的情形。

请保荐人、申报会计师核查并发表明确意见。

【回复】

一、对比发行人向第三方销售、采购的价格，分析报告期内发行人关联销售、关联采购的价格是否公允、合理

整体而言，报告期内，发行人向第三方关联销售、关联采购的价格公允、合理，发行人向部分客户、供应商的交易单价与第三方交易单价存在差异，差异具备商业合理性。具体参见本问询函回复问题 3 之“六、（二）关联交易的披露。”

二、关联方为发行人提供担保是否收取担保费，按市场担保费率测算应支付的担保费用金额及对发行人各报告期业绩的影响

报告期内，发行人实际控制人及其控制的企业为发行人申请银行信贷业务提供了担保，发行人未因获得上述担保而向关联方支付担保费用。按照 2.00%的担保费率测算，发行人报告期内实际应支付的担保费用分别为 0.69 万元、1.37 万元和 0 万元，占各期利润总额的比重分别为 0.01%、0.02%和 0%，影响较小。具体参见本问询函回复问题 3 之“六、（二）关联交易的披露。”

三、报告期内发行人注销、转让的关联方在注销、转让前与发行人的交易情况及交易定价公允性，注销、转让关联方的具体原因和影响

2016 年（首次提交申请文件报告期前 12 个月）以来，发行人注销及转让的关联方合计 **45** 家，其中转让及注销的子公司 3 家，转让的其他关联方 19 家，注销的其他关联方 **23** 家，其中有 **11** 家关联方在报告期内与发行人存在交易。

发行人 3 家子公司 **2020** 年度营业收入和净利润合计值占发行人当期相应财务指标的比重分别为 **0.03%、-1.55%**，占比较小，其注销、转让行为不会对发行人正常生产经营产生重大不利影响；报告期内与发行人存在交易的 **11** 家关联方关联销售占相应财务指标比重分别为 0.39%、0.29%、**0.19%**，关联采购占相应财务指标比重分别为 0.15%、0.09%、0.00%，占比较小，对发行人主营业务的正常开展不造成影响；在注销、转让前与发行人存在交易的 4 家关联方报告期内关联

销售金额分别为 49.52 万元、8.77 万元和 0 万元，关联采购金额分别为 70.86 万元、39.59 万元和 0 万元，金额较小且定价公允，其注销、转让原因合理，对发行人主营业务的正常开展不造成影响。具体参见本问询函回复问题 3 之“六、（二）关联交易的披露。”

四、是否存在通过关联交易调节收入利润、成本费用以及关联方对发行人利益输送的情形

（一）发行人报告期内关联交易均履行了合法合规、符合公司章程要求的内部决策程序

报告期内，发行人所发生的关联交易均已履行了合法合规、符合公司章程要求的内部决策程序，具体参见本问询回复问题 3 之“八、报告期内各笔关联交易履行的内部决策程序是否符合法律法规以及公司章程的相关规定，发行人内控制度是否能够保证资金安全，是否健全有效”。

（二）发行人报告期内关联交易金额较小，对发行人经营情况不产生重大影响

发行人在招股说明书第七节之“八、关联交易”中对于关联交易金额及占同类交易占比的情况进行了补充披露：

报告期内，公司向关联方合计采购金额分别为 556.94 万元、363.43 万元和 **241.02** 万元，占当期采购总额的比重分别为 1.23%、0.85%和 **0.57%**，占当期营业成本的比重分别为 1.17%、0.79%和 **0.54%**，公司关联采购金额较小且逐年下降，对公司的财务情况和经营成果不产生重大影响。

报告期内，发行人向关联方合计销售金额分别为 1,079.96 万元、1,089.52 万元和 **651.72** 万元，占当期营业收入的比重分别为 1.44%、1.50%和 **0.89%**，公司关联销售金额较小，对公司的财务情况和经营成果不产生重大影响。

报告期内，公司关联采购金额及占当期采购总额、营业成本的比重较小且逐期下降，公司关联销售金额及占营业收入的比重较小且呈现下降趋势，均对发行人的经营情况不产生重大影响。

（三）发行人报告期内关联采购、关联销售与关联租赁均合理且定价公允

发行人在报告期内的关联销售、关联采购、关联租赁的价格均公允、合理，不存在通过关联交易调节收入利润、成本费用以及关联方对发行人利益输送的情形。具体分析可参见本问询函回复问题 20 之“一、对比发行人向第三方销售、采购的价格，分析报告期内发行人关联销售、关联采购的价格是否公允、合理”。

五、请保荐人、申报会计师核查并发表明确意见

（一）核查程序

为核查上述事项，保荐机构和申报会计师主要履行了如下核查程序：

1、取得关联交易相关的明细、合同、凭证等相关资料，了解交易内容，确认关联交易数据真实、完整；核查与其他第三方的交易金额、数量，取得相关资料，访谈相关人员，了解关联交易背景、定价方法等。

2、获取了发行人不同渠道的价格政策，经比对，万事利集团采购额若超过 500 万元可享受优于一般直销客户的价格，但仍高于加盟商，发行人向其他潜在利益相关方中的经销商、加盟商的价格折扣均在合理区间，除上述客户外，发行人向其他潜在利益相关方销售文化创意品的价格按照直销政策确定，不存在重大异常。

3、获取了发行人采购明细表，比对发行人向关联方采购单价与其他供应商采购单价是否存在明显差异；获取了发行人销售明细表，比对发行人向关联方销售单价与其他客户销售单价是否存在明显差异。

4、获取了万事利科技大厦租赁费、物业费、水电费等物业管理服务收费标准，获取了万事利科技园租赁费、物业费、水电费等物业管理服务收费标准，经比对，发行人承租或者出租相关物业的收费标准与第三方承租人不存在重大差异。

5、取得了报告期内存续的担保合同；取得了发行人及其分子公司的信用报告，核查信用报告显示的使用授信情况；核查了发行人及其分子公司报告期内曾使用的授信及接受关联方担保的情况；通过公开市场信息获取了上市公司关联担保费率数据；对担保费进行了测算，并评估了其对于发行人报告期业绩的影响。

6、访谈了 12 家关联方，了解其转让原因及与发行人的交易情况；访谈了公司副总经理以了解转让、注销 3 家子公司的原因；取得关联方股东或相关人员出

具的关于其转让、注销 **42** 家关联方的原因情况说明；取得发行人出具的关联方转让、注销对其业务开展情况影响的说明；取得关联交易相关明细、合同及凭证，核查转让、注销的关联方与发行人交易情况。

7、取得了股东大会、董事会、监事会相关资料，核查关联交易是否已履行了必要的内部决策程序；计算关联交易金额及占发行人收入、成本、采购金额的比重，评估关联交易相关金额对发行人经营情况是否具有重大影响；分析关联交易发生的合理性，取得关联交易可比价格，判断关联交易公允性。

（二）核查意见

经核查，保荐机构和申报会计师认为：

1、整体而言，报告期内，发行人向第三方关联销售、关联采购的价格公允、合理，发行人向部分客户、供应商的交易单价与第三方交易单价存在差异，差异具备商业合理性。

2、关联方为发行人提供担保不收取担保费，按照 2.00%的担保费率测算，发行人报告期内实际应支付的担保费用分别为 0.69 万元、1.37 万元和 0 万元，占各期利润总额的比重分别为 0.01%、0.02%和 0%，占比较小，对发行人报告期内的业绩不产生重大影响。

3、报告期内发行人注销、转让的关联方合计 **45** 家，其中 3 家子公司注销、转让原因系整合营销团队、经营业绩不及预期、与合作方协商转让等；中金博达等 3 家关联方转让原因系万事利集团业务调整，退出相应投资；灿泰进出口等 11 家关联方转让原因系万事利集团为避免潜在同业竞争退出相应投资；浙江万仕同庐实业有限公司等 3 家关联方转让原因系万事利集团未实缴出资或合作方需要商谈转让；电子市场等 **24** 家关联方转让、注销原因系无实际经营而转让、注销；浙江磐安嘉盈工艺品有限公司转让原因系股东个人职业规划调整；发行人 3 家子公司、注销、转让行为不会对发行人正常生产经营产生重大不利影响；报告期内与发行人存在交易的 **11** 家关联方关联采购、关联销售金额较小且定价公允，其注销、转让原因合理，对发行人主营业务的正常开展不造成重大不利影响。

4、报告期内，发行人不存在通过关联交易调节收入利润、成本费用以及关联方对发行人利益输送的情形。

问题 21

申报文件显示，受新冠疫情影响，发行人丝绸文化创意品销售和 OEM 丝绸制品新接订单数量均出现下滑，对公司未来业绩造成一定不利影响。同时，发行人转产民用口罩产品，2020 年 1-3 月，合计生产口罩超过 3,000 万只。请发行人补充披露：（1）截至目前开工复工程度，合同履行是否存在障碍，2020 年上半年销量等业务指标及是否发生重大变化，相应期间营业收入和扣非前后净利润等主要财务数据情况、与上年同期相比是否发生重大变化，发行人管理层对市场和经营情况的评估及依据；（2）截至目前主要客户、供应商停复工情况，因疫情影响客户取消或推迟合同、供应商延迟交货的具体情况及与上年同期相比的变化情况；（3）截至目前民用口罩生产情况，包括但不限于生产形式、生产和销售数量、主要客户、收入及利润情况等，后续的生产和销售计划，对发行人 2020 年经营业绩的预计影响；（4）截至目前，2020 年新增合同与上年同期的比较情况，新冠疫情是否会对全年经营业绩及发行人持续经营能力产生重大不利影响，发行人采取的具体应对措施。

请保荐人、申报会计师核查并发表明确意见。

【回复】

一、截至目前开工复工程度，合同履行是否存在障碍，2020 年上半年销量等业务指标及是否发生重大变化，相应期间营业收入和扣非前后净利润等主要财务数据情况、与上年同期相比是否发生重大变化，发行人管理层对市场和经营情况的评估及依据

（一）公司已于 2020 年 2 月末实现全面复产复工，截至目前合同履行不存在障碍

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

由于新冠肺炎疫情导致全国各地在春节假期后均采取了延期复工的措施，复工后公司出于安全考虑，减少了人员流动，公司及境内主要客户、主要供应商的生产经营在短期内受到了一定影响，少部分订单交付、验收有所延后，但公司与

客户一直保持良好沟通，相关订单延期均得到了客户理解，不存在因此导致诉讼纠纷的情形。同时在国家积极有力的防控措施下，国内疫情已经得到有效控制，全国各地复工情况良好，公司日常订单或重大合同的履行不存在障碍。

（二）受疫情影响，发行人丝绸文化创意品和丝绸纺织制品销售出现下滑，发行人凭借长期的业务积累，成为浙江省第一批口罩生产企业，在承担社会责任的同时也在一定程度上对公司经营业绩产生了积极影响

1、公司主要产品销售情况

单位：万元

项目	销售金额			销售金额		
	2020 年度	2019 年度	变动率	2020 年 1-6 月	2019 年 1-6 月	变动率
丝绸文化创意品（自有终端品牌）	**34,688.29**	**40,764.45**	**-14.91%**	11,141.00	18,297.57	-39.11%
丝绸纺织制品（非自有终端品牌）	**20,860.70**	**31,479.08**	**-33.73%**	10,108.15	15,535.39	-34.93%
口罩	**17,525.24**	**-**	**-**	17,206.27	-	-
合　计	**73,074.22**	**72,243.53**	**1.15%**	**38,455.42**	**33,832.96**	**13.66%**

注：2019 年 1-6 月数据未经审计。

2020 年 2-3 月，公司丝绸文化创意品和丝绸纺织制品行业上下游企业受疫情影响，复工率较低，从而导致上述两大品类 2020 年 1-6 月的销售数据出现较大幅度的下滑。**随着疫情常态化，公司集中主要精力采取积极措施开拓和恢复丝绸文化创意品和丝绸纺织制品业务，取得了较好的成果，2020 年度，公司丝绸文化创意品和丝绸纺织制品销售下滑幅度较 2020 年 1-6 月有所收窄。**

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

2、公司主要财务指标情况

单位：万元

项　目	2020年度①	2020年1-6月②	2019 年度③	同比变动（①-③）/③	比重②/③
营业收入	**73,570.31**	38,687.84	72,851.39	**0.99%**	53.11%
归属于母公司	**6,340.28**	3,753.89	5,966.03	**6.27%**	62.92%

单位：万元

项　目	2020年度①	2020年1-6月②	2019 年度③	同比变动（①-③）/③	比重②/③
股东的净利润					
扣除非经常性损益后的归属于母公司股东的净利润	**6,319.54**	3,604.49	5,133.89	**23.09%**	70.21%

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

公司产品销售存在一定的季节性，通常第四季度销售情况较好，报告期内，公司 1-6 月的营业收入和利润指标占全年比重大约为 40%左右。**2020 年 1-6 月，公司营业收入和净利润指标占全年比重超过 50%。2020 年度，公司营业收入同比增长 0.99%，扣非后归母净利润同比增长 23.09%，**主要原因系疫情期间发行人利用其资源整合能力及多年积累的行业经验，转危为机，积极响应政府号召，勇于承担社会责任，在原有业务受疫情冲击影响较大的情况下，转产口罩产品并实现产品收入 **17,525.24** 万元，对公司主要财务指标产生了积极影响。

（三）随着疫情形势的好转，公司管理层预计 2020 年全年公司主营业务收入较去年的变动幅度在-20%至+20%区间，整体盈利水平较 2019 年度的变动幅度在-20%至+20%区间，但若 2020 年下半年国内疫情出现反弹，不排除发行人 2020 年全年业绩会出现大幅下滑的可能，2020 年度，公司营业收入同比增长 0.99%，扣非后归母净利润同比增长 23.09%，与管理层预计区间不存在重大差异

随着国内疫情形势的好转，2020 年 6 月公司丝绸文化创意品实现销售收入 3,072.30 万元，上年同期实现销售收入 3,309.60 万元，截至**问询函回复报告出具日**，发行人丝绸文化创意品销售收入已基本达到去年同期水平，已显示出良好的恢复趋势；丝绸纺织制品方面，2020 年 6 月因公司受国内外疫情影响，新增订单较上年同期出现约 35%-40%的下滑,随着国内外疫情形势的好转，2020 年 7-9 月,发行人月度新增订单同比降幅有所收窄，有一定的恢复迹象，但考虑到国外疫情、外销毛利率、应收账款回收期等因素，公司从长远战略规划出发，仍将缩减丝绸纺织制品国外订单，预计公司全年丝绸纺织制品收入较去年下滑 20%-50%，因丝绸纺织制品毛利率相对较低，主动削减境外订单不会对发行人经营业绩构成重大不利影响。

虽然新冠肺炎疫情对公司短期生产经营产生一定影响，但总体而言影响可控，公司采取积极措施应对疫情，实现复工复产。随着疫情的好转，疫情对公司造成的影响正逐渐减轻，目前各项经营活动已恢复正常，管理层预计 2020 年全年公司主营业务收入较去年的变动幅度在-20%至+20%区间，整体盈利水平较 2019 年度的变动幅度在-20%至+20%区间，预计不会对发行人全年经营业绩及持续经营能力产生重大不利影响。但若 2020 年下半年国内疫情出现反弹，行业上下游经营活动再次大规模受限，不排除发行人 2020 年全年业绩可能会出现较大幅度下滑。

2020 年度，公司营业收入同比增长 0.99%，扣非后归母净利润同比增长 23.09%，与管理层预计区间不存在重大差异。

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

（1）勇于承担社会责任，利用自身优势开拓口罩业务

疫情期间，发行人利用其资源整合能力及多年积累的行业经验，转危为机，积极响应政府号召，勇于承担社会责任，在原有业务受疫情冲击影响较大的情况下，转产民用口罩产品，**2020 年度，公司实现口罩产品收入 17,525.24 万元**。

（2）线上销售渠道持续发力

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

（3）调整业务人员考核制度以控制人员成本，推行扁平化管理以提高管理效率

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

2、新冠肺炎疫情未对公司 2020 年业绩及持续经营能力产生重大不利影响

2020 年度，在原有业务受疫情冲击影响较大的情况下，发行人利用其资源整合能力及多年积累的行业经验，转危为机，积极响应政府号召，勇于承担社会责任，转产口罩产品。在此积极影响下，公司主营业务收入、净利润等财务指标均较上年同期实现不同程度增长。**公司 2020 年度实现主营业务收入 73,074.22 万元,基本与 2019 年度持平;扣非后归母净利润 6,319.54 万元,同比上涨 23.09%。公司管理层预计，随着疫情形势的好转，丝绸文化创意品（自有终端品牌）、丝绸纺织制品（非自有终端品牌）业务逐步恢复，2021 年 1-6 月公司主营业务收入约为 27,550.00-31,100.00 万元,扣非后归母净利润约为 2,500.00-2,800.00 万元。2019 年 1-6 月，公司主营业务收入约为 33,500.00 万元（未经审计），扣非后归母净利润约为 2,000.00 万元（未经审计）；2021 年 1-6 月，公司收入水平较疫情前水平（2019 年 1-6 月数据）有一定幅度的下降，而扣非后归母净利润已较疫情前水平（2019 年 1-6 月数据）有所增长，主要原因系公司收缩了毛利率较低丝绸纺织制品业务,当期丝绸纺织制品收入较 2019 年同期下降约 5,000 万元，而毛利率较高的丝绸文化创意品收入较 2019 年同期出现了一定增长。新冠肺炎疫情未对公司 2020 年业绩及持续经营能力产生重大不利影响。**

（四）补充披露情况

1、发行人已在招股说明书重大事项提示之“四、新冠肺炎疫情对发行人的影响”中补充披露如下：

（一）公司复工情况

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

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

2、发行人已在招股说明书重大事项提示之“四、（二）公司主要财务数据变化及对未来的判断”中补充披露如下：

1、公司主要产品销售情况

单位：万元

项目	销售金额			销售金额		
	2020 年度	2019 年度	变动率	2020 年 1-6 月	2019 年 1-6 月	变动率
丝绸文化创意品（自有终端品牌）	**34,688.29**	**40,764.45**	**-14.91%**	11,141.00	18,297.57	-39.11%
丝绸纺织制品（非自有终端品牌）	**20,860.70**	**31,479.08**	**-33.73%**	10,108.15	15,535.39	-34.93%
口罩	**17,525.24**	**-**	**-**	17,206.27	-	-
合 计	**73,074.22**	**72,243.53**	**1.15%**	**38,455.42**	**33,832.96**	**13.66%**

注：2019 年 1-6 月数据未经审计。

2020 年 2-3 月，公司丝绸文化创意品和丝绸纺织制品行业上下游企业受疫情影响，复工率较低，从而导致上述两大品类 2020 年 1-6 月的销售数据出现较大幅度的下滑。**随着疫情常态化，公司集中主要精力采取积极措施开拓和恢复丝绸文化创意品和丝绸纺织制品业务，取得了较好的成果，2020 年度，公司丝绸文化创意品和丝绸纺织制品销售下滑幅度较 2020 年 1-6 月有所收窄。**

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

2、公司 2020 年度业绩变动情况的说明

……

2020 年度，公司营业收入同比增加 718.92 万元，同比增长 0.99%；营业利润同比增加 705.45 万元，同比增长 10.42%；净利润同比增加 374.67 万元，同比增长 6.31%，扣除非经常性损益后的归属于母公司股东的净利润同比增加 1,185.65 万元，同比增长 23.09%。

……

3、发行人已在招股说明书重大事项提示之“四、（二）公司主要财务数据变化及对未来的判断”中补充披露如下：

5、发行人采取的具体应对措施、管理层对市场和经营情况的评估及依据

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

①勇于承担社会责任，利用自身优势开拓口罩业务

疫情期间，发行人利用其资源整合能力及多年积累的行业经验，转危为机，积极响应政府号召，勇于承担社会责任，在原有业务受疫情冲击影响较大的情况下，转产民用口罩产品，**2020 年度，公司实现口罩产品收入 17,525.24 万元**。

②线上销售渠道持续发力

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

③调整业务人员考核制度以控制人员成本，推行扁平化管理以提高管理效率

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

（2）**新冠肺炎疫情未对**公司 2020 年业绩及持续经营能力产生重大不利影响

公司 2020 年度实现主营业务收入 73,074.22 万元，基本与 2019 年度持平；扣非后归母净利润 6,319.54 万元，同比上涨 23.09%。公司管理层预计，随着疫情形势的好转，丝绸文化创意品（自有终端品牌）、丝绸纺织制品（非自有终端品牌）业务逐步恢复，2021 年 1-6 月公司主营业务收入约为 27,550.00-31,100.00 万元，扣非后归母净利润约为 2,500.00-2,800.00 万元。2019 年 1-6 月，公司主营业务收入约为 33,500.00 万元（未经审计），扣非后归母净利润约为 2,000.00 万元（未经审计）；2021 年 1-6 月，公司收入水平较疫情前水平（2019 年 1-6 月数据）有一定幅度的下降，而扣非后归母净利润已较

疫情前水平（2019 年 1-6 月数据）有所增长，主要原因系公司收缩了毛利率较低丝绸纺织制品业务，当期丝绸纺织制品收入较 2019 年同期下降约 5,000 万元，而毛利率较高的丝绸文化创意品收入较 2019 年同期出现了一定增长。新冠肺炎疫情未对公司 2020 年业绩及持续经营能力产生重大不利影响。

二、截至目前主要客户、供应商停复工情况，因疫情影响客户取消或推迟合同、供应商延迟交货的具体情况及与上年同期相比的变化情况

（一）公司主要客户、供应商目前均已复工

发行人已在招股说明书第六节之“一、公司主营业务、主要产品及变化情况”中补充披露如下：

（七）新冠肺炎疫情对公司生产经营的影响

1、主要客户复工情况

发行人丝绸文化创意品的主要客户为加盟商、经销商，自新冠肺炎疫情爆发以来均不同程度地受到了延迟复工的影响。随着疫情形势的好转，截至 2020 年 5 月末，上述客户均已实现复工。

发行人丝绸纺织制品的主要客户为国内外服装企业，其中主要境内客户均不属于疫情严重区域，于 4 月初实现复工；主要境外客户位于欧洲，受当地疫情防控措施的影响，于 5 月实现复工。

2、主要供应商复工情况

发行人主要供应商主要集中于浙江省及周边地区，均不属于疫情严重区域。根据各地疫情防控政策的不同，发行人主要供应商陆续于 2020 年 3-5 月间实现全面复工。截至 2020 年 5 月末，发行人主要供应商均已实现全面复工。

（二）主要客户、供应商合同履行情况良好，不存在大规模取消订单或无法交付货物的情形

发行人已在招股说明书第六节之“一、（七）新冠肺炎疫情对公司生产经营的影响”中补充披露如下：

3、发行人主要客户取消或推迟合同情况如下：

客户名称	2020 年 1-6 月取消或延迟情况

客户名称	2020 年 1-6 月取消或延迟情况
深圳万事利	因客户门店受疫情影响延期开业，被取消订单共计约 110 万元，无延期交付订单
柏丝祥贸易	因客户门店受疫情影响延期开业，发行人延期订单共计约 20 万元，平均延期交付时间为 30 天，被取消订单共计约 10 万元，截至 2020 年 3 月 31 日，所有延期订单已经全部交付
锦泓集团及其关联方	因客户受疫情影响延期复工复产，发行人延期交付订单共计约 80 万元，平均延期交付时间为 40 天，无取消订单，2020 年截至 5 月 31 日，所有延期订单已经全部交付
GUESS	因境外海关受疫情影响清关停滞，延期订单共计约 400 万元，平均延期交付时间为 50-60 天，被取消订单共计约 22 万元，截至 2020 年 6 月 30 日，所有延期订单已经全部交付
CWF	因境外海关受疫情影响清关停滞，发行人延期订单共计约 30 万元，平均延期时间为 60-70 天，被取消订单共计约 15 万元，截至 2020 年 6 月 30 日，所有延期订单已经全部交付
本真商贸	因疫情形势出现变化，实际提货量有所减少，取消合同共计 443.70 万元
妇帮医疗	
高斯博医疗	

注：除上表所列客户之外，发行人报告期内前五大客户在 2020 年 1-6 月无取消或延迟订单的情况，上述客户去年同期不存在取消或者延迟订单的情形。

2020 年 1-6 月，受疫情影响，发行人合计被取消合同（订单）为 600.70 万元，金额较小，其他延期合同（订单）均已在 2020 年 6 月末交付。

2020 年 7-12 月，随着疫情形势的好转，发行人主要客户不存在因疫情影响取消或推迟合同的情况。

4、发行人主要供应商延迟交货情况如下：

单位：万元

供应商名称	2020 年 1-6 月延迟情况	2019 年 1-6 月延迟情况
华人数码	因疫情原因该供应商延期订单 6.52 万元，平均延期交付时间为 2 天，截至 2020 年 6 月 30 日，所有延期交付订单已全部完成交付	该供应商延期订单 1.25 万元
永丰源瓷业	因疫情原因该供应商延期订单共计 19.31 万元，平均延期交付时间为 7 天，截至 2020 年 6 月 30 日，所有延期交付订单已全部完成交付	2019 年上半年延期交付订单共计 1.07 万元

注：除上表所列供应商之外，发行人报告期内前五大供应商在 2020 年 1-6 月及上年同期无延迟交付订单的情况。除前述供应商外，部分口罩供应商存在无法及时供货情形，合计金额约为 500 万元。

2020 年 1-6 月，发行人报告期内前五大供应商延迟交货的金额较小，且所有延期交付订单均已在 2020 年 6 月 30 日前完成交付。疫情对发行人采购环节影响相对较小。

2020 年 7-12 月，随着疫情形势的好转，发行人主要供应商不存在因疫情影响取消或推迟合同的情况。

三、截至目前民用口罩生产情况，包括但不限于生产形式、生产和销售数量、主要客户、收入及利润情况等，后续的生产和销售计划，对发行人 2020 年经营业绩的预计影响

（一）口罩生产模式

具体参见本问询函回复问题 13 之“一、用通俗易懂的语言详细披露丝绸文化创意品、**丝绸纺织制品**的自主生产环节和委外生产环节，并客观披露发行人的生产模式”。

（二）2020 年口罩生产和销售数量、主要客户情况

发行人已在招股说明书第六节之“五、（一）1、产销量情况”中补充披露如下：

（2）口罩产销量情况

2020 年，公司口罩产销存数量情况如下：

单位：万只

项目	数量
期初库存数量	-
本期入库数量①	10,319.77
其中：外协数量	7,217.70
自产数量	3,102.07
本期销售数量②	9,536.43
本期领用数量③	378.69
期末库存数量（④=①-②-③）	404.65

发行人已在招股说明书第六节之“五、（二）主要客户情况”中补充披露如下：

2020 年公司口罩前五大客户及销售比例情况如下：

单位：万元

序号	客户名称	营业收入	占比
1	本真商贸	5,972.62	**34.08%**
2	妇帮医疗	724.78	**4.14%**
3	AMGPRO	706.90	**4.03%**
4	WING SEE	530.78	**3.03%**
5	高斯博医疗	**444.67**	**2.54%**
合计		**8,379.75**	**47.82%**

（三）口罩收入及利润情况，后续的生产和销售计划，对发行人 2020 年经营业绩的预计影响

发行人已在招股说明书第六节之“五、（一）1、产销量情况”中补充披露如下：

2020 年，公司合计销售口罩 **9,536.43** 万只，贡献销售收入 **17,525.24** 万元，贡献毛利额 **6,373.53** 万元，占当期总毛利额的 **22.30%**。

截至目前，公司拥有 9 条口罩生产线，日产能合计约 10 万只，在疫情常态化背景下，出于承担社会责任的考虑，公司每月保证约 100 万只口罩产量以满足社会需求，**预计未来每月口罩贡献收入在 50 万元以下。**

四、截至目前，2020 年新增合同与上年同期的比较情况，新冠疫情是否会对全年经营业绩及发行人持续经营能力产生重大不利影响，发行人采取的具体应对措施

（一）2020 年 7-12 月公司丝绸文化创意品营业收入较去年同期已实现正向增长；丝绸纺织制品新增订单同比降幅有所收窄，业务恢复情况良好

发行人已在招股说明书第六节之“一、（七）新冠肺炎疫情对公司生产经营的影响”中补充披露如下：

5、2020 年新增合同与上年同期的比较情况

报告期内，发行人丝绸文化创意品各渠道销售较为零散，新增订单情况难以统计。2020 年 1-6 月，发行人丝绸文化创意品实现销售收入 11,141.00 万元，同

比下滑 39.11%。**2020 年 7-12 月销售收入相较去年同期小幅上涨，业务恢复情况良好。**

2020 年 1-6 月，发行人丝绸纺织制品受疫情影响，新增订单约 7,800 万元，较上年同期下降约 40%-45%，受疫情影响较为明显。**2020 年末，发行人丝绸纺织制品境内业务在手订单约 2,500 万元，较上年同期下降约 15%-20%，降幅较 2020 年上半年已有所减少。**

（二）发行人已采取开拓口罩业务、开拓线上渠道等措施积极减少疫情对公司经营的不利影响

具体参见本问询函回复问题 21 之“一、（三）随着疫情形势的好转，公司管理层预计 2020 年全年公司主营业务收入较去年的变动幅度在-20%至+20%区间，整体盈利水平较 2019 年度的变动幅度在-20%至+20%区间，但若 2020 年下半年国内疫情出现反弹，不排除发行人 2020 年全年业绩会出现大幅下滑的可能，**2020 年度，公司营业收入同比增长 0.99%，扣非后归母净利润同比增长 23.09%，与管理层预计区间不存在重大差异**”。

（三）在原有业务受疫情冲击影响较大的情况下，发行人转产口罩产品。在此积极影响下，公司 2020 年 1-6 月主营业务收入、净利润等财务指标均较上年同期实现不同程度增长，公司丝绸文化创意品业务已显示出了良好的恢复趋势，丝绸纺织制品业务也在逐步恢复中，若 2020 年下半年新冠肺炎疫情不出现大规模反弹的情形，预计不会对发行人全年经营业绩及发行人持续经营能力产生重大不利影响

具体参见本问询函回复问题 21 之“一、（三）随着疫情形势的好转，公司管理层预计 2020 年全年公司主营业务收入较去年的变动幅度在-20%至+20%区间，整体盈利水平较 2019 年度的变动幅度在-20%至+20%区间，但若 2020 年下半年国内疫情出现反弹，不排除发行人 2020 年全年业绩会出现大幅下滑的可能，**2020 年度，公司营业收入同比增长 0.99%，扣非后归母净利润同比增长 23.09%，与管理层预计区间不存在重大差异**”。

2020 年度，公司营业收入同比增长 0.99%，扣非后归母净利润同比增长 23.09%，新冠肺炎疫情未对公司 2020 年业绩及持续经营能力产生重大不利影响。

五、请保荐人、申报会计师核查并发表明确意见

（一）核查程序

为核查上述问题，保荐机构、申报会计师主要履行了如下核查程序：

1、访谈发行人销售、研发、采购、生产、行政、财务等各部门负责人，了解新冠肺炎疫情对公司生产经营的影响及上下游产业链的稳定性，了解口罩业务现有生产模式、未来生产计划，对公司经营业绩的影响情况。

2、访谈了发行人总经理及财务总监，了解发行人应对疫情的具体措施以及对 2020 年全年业绩的预测情况。

3、查阅发行人 2019 年 1-6 月，2019 年度、2020 年 1-6 月财务报表，2020 年 7-9 月、**2020 年度**财务数据及订单情况，对比因疫情影响客户取消或推迟合同、供应商延迟交货的具体情况及与上年同期的变化情况，核查公司持续盈利能力是否存在重大不利变化。

4、对发行人主要客户、供应商进行走访，了解新冠肺炎疫情对发行人客户和供应商的影响程度。

5、取得了 2020 年 1-6 月、2020 年 7-9 月、**2020 年度**发行人口罩销售明细账及主要合同，并对重要客户进行了现场走访，并核查终端销售情况。

（二）核查意见

经核查，保荐机构和申报会计师认为：

1、目前发行人已全面复工，合同履行不存在重大障碍，公司丝绸文化创意品、丝绸纺织制品销售在 2020 年 1-6 月出现一定幅度的下滑，但由于公司及时拓展口罩业务，营业收入、净利润等指标较上年同期出现一定程度增长；随着疫情形势的好转，公司管理层预计 2020 年全年公司主营业务收入较去年的变动幅度在-20%至+20%区间，整体盈利水平较 2019 年度的变动幅度在-20%至+20%区间；但若 2020 年下半年国内疫情出现反弹，行业上下游经营活动再次大规模受限，不排除发行人 2020 年全年业绩可能会出现较大幅度的下滑。

2020 年度，公司营业收入同比增长 0.99%，扣非后归母净利润同比增长 23.09%，与管理层预计区间不存在重大差异。

2、发行人已在招股说明书中补充披露了截至目前主要客户、供应商停复工情况，因疫情影响客户取消或推迟合同、供应商延迟交货的具体情况及与上年同期相比的变化情况。发行人主要客户、供应商均已于 2020 年 5 月底实现复产复工；发行人不存在大量客户取消或延迟合同或供应商无法及时交货的情形。

3、发行人口罩采取外协生产和自主生产相结合模式；截至 2020 年 6 月末，发行人自主及外协生产口罩合计 9,928.06 万只，销售口罩 9,097.25 万只，贡献销售收入 17,206.27 万元，毛利额 6,435.97 万元；未来，公司每月保证约 100 万只口罩产量以满足社会需求，预计口罩业务全年贡献收入约 1.75 亿元，对公司 2020 年业绩将产生积极影响。

4、发行人已在招股说明书中补充披露了 2020 年新增合同与上年同期的比较情况，新冠疫情对发行人经营业绩的影响以及发行人采取的具体应对措施。在原有业务受疫情冲击影响较大的情况下，发行人采取了转产口罩产品、开拓线上渠道等措施，在此积极影响下，公司 2020 年 1-6 月主营业务收入、净利润等财务指标均较上年同期有所增长；随着疫情的好转，目前原有业务已逐步恢复，若 2020 年下半年新冠肺炎疫情不出现大规模反弹的情形，预计不会对发行人全年经营业绩及持续经营能力产生重大不利影响。

2020 年度，公司营业收入同比增长 0.99%，扣非后归母净利润同比增长 23.09%，新冠肺炎疫情未对公司 2020 年业绩及持续经营能力产生重大不利影响。

问题 22

关于其他财务事项。请发行人补充披露：（1）报告期各期税收优惠对经营业绩的影响，发行人对税收优惠是否存在依赖；（2）报告期内预收账款逐年下降的原因及合理性；（3）2017 年经营活动产生的现金流量净额较低、与当年净利润相差较大的原因及合理性；（4）报告期各期固定资产、无形资产折旧摊销年限是否合理，与同行业可比公司是否存在重大差异；（5）报告期内使用员工名下个人卡发放账外工资的具体情况、原因必要性、整改情况，该情形是否持续发生；（6）报告期内各项递延所得税资产的来源、计算依据、增减变动与会计核算情况，递延所得税资产的确认与会计处理是否符合《企业会计准则》规定；（7）是否存在

申报财务报表与原始财务报表不一致的情形，如是，请披露具体情况及产生的原因、影响；（8）财务报表项目比较数据变动幅度达 30%以上的情况及原因是否已恰当披露；（9）申报期内是否存在转贷、票据融资、银行借款受托支付、非经营性资金往来、关联方或第三方代收货款等情形，包括不限于相关交易形成时间、原因、资金流向和使用用途、利息、违反有关法律法规具体情况及后果、后续可能影响的承担机制、整改措施、相关内控建立及运行情况。

请保荐人、申报会计师核查并发表明确意见，说明对发行人相关银行账户资金流水核查情况是否符合中国证监会《首发业务若干问题解答》问题 54 的相关要求，并说明发行人的财务内控是否能够持续符合规范性要求、不存在影响发行条件的情形。

【回复】

一、报告期各期税收优惠对经营业绩的影响，发行人对税收优惠是否存在依赖

报告期内，税收优惠金额占各期利润总额的比例分别为 13.65%、14.39%和 12.68%，发行人报告期内对税收优惠不存在重大依赖。

具体情况参见本问询函回复问题 7 之“一、税收优惠的可持续性，各期税收优惠金额及占利润总额的比例，报告期内经营成果对税收优惠是否存在重大依赖”。

二、报告期内预收账款逐年下降的原因及合理性

报告期各期末，公司丝绸文化创意品预收账款逐年下降原因主要系各期末春节时间不同导致客户提货时间存在差异及分销商数量变动；公司丝绸纺织制品 2018 年末预收账款下降原因主要系客户订单交货周期波动，上述情形与公司经营实际情况相符，具备合理性。发行人已在招股说明书第八节之“十五、（一）3、（1）丝绸文化创意品预收账款变动情况”中补充披露如下：

（1）丝绸文化创意品（自有终端品牌）预收账款变动情况

单位：万元

项 目	2020 年末	2019 年末	2018 年末
直销渠道	613.07	703.06	896.01

单位：万元

项 目	2020 年末	2019 年末	2018 年末
分销渠道	**69.38**	116.50	295.97
合 计	**682.45[注]**	819.56	1,191.98
变动额	**-137.11**	-372.42	-207.57

注：根据新收入准则应用指南例 64 和《收入准则应用案例——合同负债（涉及不同增值税率的储值卡）》之分析，预收货款中商品价款部分代表公司应收客户对价而应向客户转让商品的义务，应当确认合同负债，故 2020 年末预收款项在合同负债列报，增值税部分在其他流动负债列报。

公司丝绸文化创意品的预收账款主要来源于大型企事业单位客户和分销客户。大型企事业单位客户通常在年终或春节前后为员工福利及年会庆典预定产品形成预付款；分销渠道部分小型加盟经销客户采取款到发货的结算方式。报告期内，公司丝绸文化创意品预收账款余额逐年下降，主要原因系：

公司于2017年起加大分销渠道开拓力度，对合作时间较短或者规模较小的分销商客户，出于其经营风险和回款风险的考虑，通常采取款到发货的结算模式，形成较高的预收账款余额。2019年以来，随着部分经营规模较小、经营状况不佳的分销商逐渐退出，预收分销商款项余额相应减少。

总体而言，丝绸文化创意品预收账款形成及波动原因与公司实际经营情况相符，具有合理性。

（2）丝绸纺织制品（非自有终端品牌）预收账款变动情况

单位：万元

项 目	2020 年末	2019 年末	2018 年末
丝绸纺织制品预收账款	**-**	1,043.77	981.75
合同负债	**591.54**	**-**	**-**
变动额	**-452.23**	62.02	-516.63

报告期内，公司向境内客户销售丝绸纺织制品时通常会采取“3-4-3”或“3-6-1”的结算方式，即投入生产前预付30%的订金用于面料采购，分批发货的中期收取40%或60%的进度款，待货物全部发出后结算剩余30%或10%货款。由于丝绸纺织制品按订单式生产，受客户下单时点及订单交付时点不同的影响，各期末预收账款余额存在一定波动。

2020年末，丝绸纺织制品预收账款较上年末下降**452.23**万元，一方面系受疫

情影响，丝绸纺织制品下游客户需求尚未完全恢复；另一方面，**公司通过提高运营效率，及时完成预付款订单的发货，年末不存在单笔5万元以上的预收账款。**

总体而言，丝绸纺织制品预收账款形成及波动原因与公司实际经营情况相符，具有合理性。

（3）口罩业务预收账款情况

2020年**末**，公司因开展口罩业务形成的预收账款金额为**91.02**万元。公司口罩业务主要以先款后货方式结算，部分客户预付货款后截至2020年**末**尚未提货，形成预收账款。

三、2017 年经营活动产生的现金流量净额较低、与当年净利润相差较大的原因及合理性

（一）2017 年经营活动产生的现金流量净额较低主要是备货量上升所致

2017 年经营活动产生的现金流量净额较低、与当年净利润相差较大的原因主要系公司为应对客户需求、产品开发需求、原材料价格上涨风险，根据对未来的销售预测适当增加了备货量，导致存货金额上升，上述情形与公司经营实际相符，具备合理性。

（2）经营活动现金流量与净利润勾稽关系

单位：万元

项　目	2020 年度	2019 年度	2018 年度	2017 年度
1）将净利润调节为经营活动现金流量：				
净利润	**6,308.13**	5,933.46	5,001.43	5,811.42
加：资产减值准备	**2,410.98**	1,055.90	826.61	126.55
固定资产折旧、油气资产折耗、生产性生物资产折旧	**1,192.38**	1,058.39	994.67	1,001.29
无形资产摊销	**142.03**	101.17	81.47	46.42
长期待摊费用摊销	**270.30**	216.27	168.10	249.76
处置固定资产、无形资产和其他长期资产的损失（收益以“－”号填列）	**1.09**	0.96	-18.56	5.45
固定资产报废损失（收益以“－”号填列）	**3.92**	17.72	1.49	3.49
公允价值变动损失（收益以“－”号填列）	**196.27**	-	-	-
财务费用（收益以“－”号填列）	**144.75**	-42.85	-63.40	206.84
投资损失（收益以“－”号填列）	**-40.49**	13.68	11.90	-

单位：万元

项　目	2020 年度	2019 年度	2018 年度	2017 年度
递延所得税资产减少（增加以“一”号填列）	**-502.02**	-97.75	-28.28	4.52
递延所得税负债增加（减少以“一”号填列）	**208.13**	-	-	-
存货的减少（增加以“一”号填列）	**860.59**	-145.13	-343.56	-7,440.17
经营性应收项目的减少（增加以“一”号填列）	**3,641.98**	637.00	-1,639.12	775.23
经营性应付项目的增加（减少以“一”号填列）	**-3,092.13**	316.17	2,555.64	411.63
经营活动产生的现金流量净额	**11,745.92**	9,064.99	7,548.40	1,202.41
经营活动产生的现金流量净额/净利润	**1.86**	1.53	1.51	0.21

报告期各期，公司经营活动产生的现金流量净额分别为 1,202.41 万元、7,548.40 万元、9,064.99 万元和 **11,745.92** 万元，经营活动产生的现金流量净额与净利润的比值分别为 0.21、1.51、1.53 和 **1.86**。

2017 年度，公司经营活动产生的现金流量净额较低，且与净利润相差较大的主要原因系当期末存货余额较上年末增加 7,440.17 万元，存货余额增加的主要原因包括：①2016 年 G20 杭州峰会召开后，公司品牌影响力迅速提升，带动丝绸文化创意品业务规模尤其是分销渠道业务规模迅速扩张。为应对企事业单位团体性采购及分销商大额提货需求，公司在综合考虑未来销售情况的前提下增加了一定的备货量；②2017 年度，公司加大对组合套装等丝绸文化创意品的开发、销售力度，当期细分产品种类数量较上年增加幅度较大，对外采购存货金额亦相应增加；③当年下半年原材料生丝价格快速上涨，公司出于控制原材料成本的需要，针对丝绸纺织制品部分较为稳定的客户需求适当增加了原材料白坯面料的备货量。

2020 年**度**，公司经营活动产生的现金流量净额**与净利润的比值较高**，主要原因系 **2020 年度，公司进一步加快应收账款催收力度，效果良好，当期末应收账款余额较上年末减少 4,464.09 万元，且公司当年计提的资产减值准备高于往年，相应减少了净利润**。

（二）补充披露情况

发行人已在招股说明书第八节之“十五、（四）1、经营活动现金流量分析”中补充披露如下：

（2）经营活动现金流量与净利润勾稽关系

单位：万元

项 目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
1）将净利润调节为经营活动现金流量：			
净利润	**6,308.13**	5,933.46	5,001.43
加：资产减值准备	**2,410.98**	1,055.90	826.61
固定资产折旧、油气资产折耗、生产性生物资产折旧	**1,192.38**	1,058.39	994.67
无形资产摊销	**142.03**	101.17	81.47
长期待摊费用摊销	**270.30**	216.27	168.10
处置固定资产、无形资产和其他长期资产的损失（收益以“一”号填列）	**1.09**	0.96	-18.56
固定资产报废损失（收益以“一”号填列）	**3.92**	17.72	1.49
公允价值变动损失（收益以“一”号填列）	**196.27**	-	-
财务费用（收益以“一”号填列）	**144.75**	-42.85	-63.40
投资损失（收益以“一”号填列）	**-40.49**	13.68	11.90
递延所得税资产减少（增加以“一”号填列）	**-502.02**	-97.75	-28.28
递延所得税负债增加（减少以“一”号填列）	**208.13**	-	-
存货的减少（增加以“一”号填列）	**860.59**	-145.13	-343.56
经营性应收项目的减少（增加以“一”号填列）	**3,641.98**	637.00	-1,639.12
经营性应付项目的增加（减少以“一”号填列）	**-3,092.13**	316.17	2,555.64
经营活动产生的现金流量净额	**11,745.92**	9,064.99	7,548.40
经营活动产生的现金流量净额/净利润	**1.86**	1.53	1.51

报告期各期，公司经营活动产生的现金流量净额分别为 7,548.40 万元、9,064.99 万元和 **11,745.92** 万元，经营活动产生的现金流量净额与净利润的比值分别为 1.51、1.53 和 **1.86**。

2020 年**度**，公司经营活动产生的现金流量净额**与净利润的比值较高**，主要原因系 **2020 年度，公司进一步加快应收账款催收力度，效果良好，当期末应收账款余额较上年末减少 4,464.09 万元，且公司当年计提的资产减值准备高于往年，相应减少了净利润**。

四、报告期各期固定资产、无形资产折旧摊销年限是否合理，与同行业可比公司是否存在重大差异

（一）公司固定资产折旧年限与可比上市公司不存在重大差异，折旧年限

合理

发行人已在招股说明书第八节之“十四、（二）4、固定资产”中补充披露如下：

公司使用年限平均法对固定资产计提折旧，根据固定资产类别、预计使用寿命和预计净残值率确定折旧率。

公司各类固定资产折旧具体情况如下：

资产类别	折旧方法	折旧年限	残值率（%）	年折旧率
房屋及建筑物	年限平均法	30 年	5	3.17%
专用设备	年限平均法	5-10 年	0-5	9.50%-20.00%
运输工具	年限平均法	3-5 年	5	19.00%-31.67%
其他设备	年限平均法	3-5 年	0-5	19.00%-33.33%

公司固定资产折旧政策与可比上市公司对比情况如下：

公司名称	房屋建筑物	专用设备	运输设备	其他设备
安正时尚	20-40 年	5-10 年	4-5 年	3-8 年
太平鸟	20 年	5-10 年	4-5 年	3-5 年
朗姿股份	20-40 年	10 年	5 年	5 年
日播时尚	10-34 年	5-10 年	4 年	3-5 年
锦泓集团	5-20 年	3-10 年	3-10 年	3-10 年
地素时尚	20 年	5-10 年	5-8 年	3-5 年
歌力思	20 年	5-10 年	10 年	5 年
欣贺股份	20-40 年	10 年	4-5 年	3-5 年
嘉欣丝绸	20-30 年	5 年	5 年	5 年
达利国际	20-50 年	5-10 年	4-6 年	4-10 年
本公司	30 年	5-10 年	3-5 年	3-5 年

公司各类固定资产折旧年限合理，与可比上市公司不存在重大差异。

（二）公司无形资产摊销年限与可比上市公司不存在重大差异，摊销年限合理

发行人已在招股说明书第八节之“十四、（二）6、无形资产”中补充披露如下：

公司无形资产摊销年限具体为：土地使用权以国有土地使用权证载明的使用年限进行摊销，软件以 5 年进行摊销。公司无形资产摊销政策与可比上市公司对比如下：

公司名称	土地使用权	软件
安正时尚	50 年	5 年
太平鸟	40-50 年	5 年
日播时尚	50 年	3-8 年
地素时尚	50 年	5 年
歌力思	50 年	2-10 年
欣贺股份	40-50 年	根据合同约定使用期限与软件收益年限孰短预计使用寿命
嘉欣丝绸	40-50 年	5 年
本公司	50 年	5 年

注：朗姿股份、锦泓集团、达利国际未披露相关数据。

公司各类无形资产摊销年限合理，与可比上市公司不存在重大差异。

五、报告期内使用员工名下个人卡发放账外工资的具体情况、原因必要性、整改情况，该情形是否持续发生

（一）上述不规范行为主要发生于 2018 之前，报告期内上述情形已不再发生

2017 年度及之前年度，公司出于薪酬保密以及无票费用报销灵活性的考虑，通过员工名下个人卡向部分员工支付销售提成及年终奖，并报销部分无票费用，上述情形影响报告期内财务数据仅 81.28 万元。上述情形已于 2017 年 4 月起终止且未再发生。

2017 年 1-3 月，发行人曾存在通过员工名下个人卡，主要用于支付 2016 年度无票费用及薪酬等行为，资金来源于发行人及控股股东万事利集团，合计金额为 734.08 万元，其中涉及 2017 年度财务数据的金额仅为 81.28 万元，具体情况如下：

个人卡账户	支付费用性质	费用归属期间	支付金额（万元）	资金来源
杜海江 8070 卡	高管及行政人员年终奖	2016 年度	354.78	万事利集团

马廷方 6273 卡	发行人子公司万事利科技部分年终奖	2016 年度	258.00	子公司万事利科技
滕俊楷 8774 卡	部分销售人员提成及无票费用	2016 年度	40.02	公司及万事利集团
		2017 年度	81.28	
合 计	/	/	734.08	/

报告期早期，公司出于薪酬保密以及无票费用报销灵活性的考虑，通过员工名下个人卡向部分员工支付销售提成及年终奖，并报销部分无票费用。上述情形已于 2017 年 4 月起终止，自 2017 年 4 月至本招股说明书签署日，上述个人卡账户未再发生大额异常交易。其中滕俊楷名下个人卡已于 2017 年 4 月 6 日清零，并于 2019 年 10 月 29 日注销。

针对上述个人卡使用不规范行为，公司已于当年进行了纠正，涉及相关费用事项全部在公司财务账面还原，并向税务局补缴了相应的税款及滞纳金，并将相关款项归还给控股股东。公司已制定相关内控管理措施，严格规范薪酬发放流程，薪酬发放由人力部门发起、财务部门复核审批、公司总经理审批。同时，公司已进一步完善资金管理制度，加强对账户开立、使用、监管等方面的规范，杜绝通过个人卡发放工资的情况。

报告期内，除上述情形外，公司未再使用个人账户从事经营活动，上述账户亦未再发生大额异常资金交易。

（二）补充披露情况

发行人已在招股说明书第七节之“一、（六）3、利用个人账户对外收付款项”中补充披露如下：

公司已制定相关内控管理措施，严格规范薪酬发放流程，薪酬发放由人力部门发起、财务部门复核审批、公司总经理审批。同时，公司已进一步完善资金管理制度，加强对账户开立、使用、监管等方面的规范，杜绝通过个人卡发放工资的情况。

报告期内，公司未使用个人账户从事经营活动。

六、报告期内各项递延所得税资产的来源、计算依据、增减变动与会计核算情况，递延所得税资产的确认与会计处理是否符合《企业会计准则》规定

（一）公司各项递延所得税资产主要来源于资产减值准备、内部销售未实现利润、可抵扣亏损引起的可抵扣暂时性差异，增减变动情况合理

发行人已在招股说明书第八节之“十四、（二）8、（1）递延所得税资产来源及增减变动分析”中补充披露如下：

（1）递延所得税资产来源及增减变动分析

报告期各期末，公司递延所得税资产分别为 438.63 万元、536.39 万元和 **1,038.41** 万元，主要来源于资产减值准备、内部销售未实现利润、可抵扣亏损、**政府补助以及计入损益的公允价值变动**引起的可抵扣暂时性差异。报告期各期末，公司递延所得税资产及对应项目明细如下：

单位：万元

项 目	2020 年末		2019 年末		2018 年末	
	可抵扣暂时性差异	递延所得税资产	可抵扣暂时性差异	递延所得税资产	可抵扣暂时性差异	递延所得税资产
资产减值准备	**4,299.72**	**759.85**	3,062.77	459.95	2,304.83	345.78
内部销售未实现利润	**260.36**	**39.05**	314.95	47.24	-	-
可抵扣亏损	**623.78**	**93.57**	132.02	19.80	580.57	87.09
其他流动负债	**-**	**-**	62.60	9.39	38.44	5.77
合同负债	**6.33**	**0.95**	**-**	**-**	**-**	**-**
递延收益	**459.93**	**114.98**	**-**	**-**	**-**	**-**
计入损益公允价值变动	**200.00**	**30.00**	**-**	**-**	**-**	**-**
合 计	**5,850.12**	**1,038.41**	**3,572.34**	**536.38**	**2,923.84**	**438.64**

注：公司计提的经销商、加盟商的销售返利，按照新收入准则调整至合同负债项目列报。

报告期内，公司递延所得税资产逐年递增。2019 年末，公司递延所得税资产较上年末增加 97.74 万元，主要原因系：①坏账准备、存货跌价准备等资产减值准备计提金额较上年末增加 757.94 万元；②丝绸文化创意品通过子公司万事利数码自主印花加工的比例提升，期末确认内部销售未实现利润 314.95 万元。2020 年末，递延所得税资产较上年末增加 **502.03** 万元，主要原因系**坏账准备、存货跌价准备等资产减值准备较 2019 年增加 1,236.95 万元以及公司收到与资产相关的政府补助确认递延收益 459.93 万元，可抵扣暂时性差异确认的递延所得税资产增加**。

（二）公司各项递延所得税资产计算依据与会计核算情况符合《企业会计

准则》规定

发行人已在招股说明书第八节之“十四、（二）8、（2）递延所得税资产的计算依据”中补充披露如下：

（2）递延所得税资产的计算依据

①企业在取得资产、负债时，应当确定其计税基础。资产、负债的账面价值与其计税基础存在差异的，应当按照《企业会计准则-所得税》的规定确认所产生的递延所得税资产或递延所得税负债。公司递延所得税资产包含应收款项、存货及固定资产的减值准备、预提的经销商、加盟商的销售返利、内部销售未实现利润、**政府补助以及计入损益的公允价值变动**，均系税法规定的尚未实际发生的支出或损失，不予税前扣除，其账面价值与计税基础存在差异，故确认递延所得税资产。

②企业应当以很可能取得用来抵扣可抵扣暂时性差异的应纳税所得额为限，确认可抵扣暂时性差异产生的递延所得税资产。公司具有较好的盈利能力，各期应纳税所得额均远大于可抵扣暂时性差异，故予以全额确认。

（3）递延所得税资产的会计处理

根据《企业会计准则》，企业递延所得税应当作为所得税费用或收益计入当期损益，但不包括下列情况产生的所得税：①企业合并；②直接在所有者权益中确认的交易或者事项。公司递延所得税资产非因企业合并或直接在所有者权益中确认的交易或者事项，故应作为所得税费用或收益计入当期损益。上述会计处理符合《企业会计准则》的规定。

七、是否存在申报财务报表与原始财务报表不一致的情形，如是，请披露具体情况及产生的原因、影响

公司 2017 年度和 2018 年度申报财务报表与原始财务报表存在差异，原因主要系期间费用跨期、应收账款及存货项目未充分计提减值准备、发出存货计价有误等，差异金额占当期申报财务报表净利润的比重分别为-5.17%和-2.17%，影响较小。

公司 2019 年度及 2020 年度申报财务报表与原始财务报表不存在差异，2018 年度申报财务报表与原始财务报表差异情形主要是期间费用跨期、发出存货计价有误、应收账款未充分计提减值准备等原因所致。2017 年度申报财务报表与原始财务报表差异情形主要是应收账款及存货项目未充分计提减值准备、期间费用跨期等原因所致。具体情况如下：

（1）2018 年度申报财务报表与原始财务报表差异情形如下：

单位：万元

项　目	申报财务报表金额	原始财务报表金额	差异
货币资金	19,204.93	19,203.65	1.28
应收账款	14,060.93	14,553.35	-492.42
其他应收款	653.17	691.17	-38.00
存货	14,692.29	15,232.57	-540.28
其他流动资产	1,068.06	970.99	97.07
递延所得税资产	438.63	385.95	52.68
应付账款	14,576.55	14,478.88	97.67
应交税费	2,805.47	2,874.53	-69.06
其他应付款	1,295.35	947.39	347.96
资本公积	17,232.57	20,610.32	-3,377.75
盈余公积	1,181.92	1,232.07	-50.15
未分配利润	9,918.92	7,787.27	2,131.65
营业成本	47,795.48	47,885.30	-89.82
销售费用	13,073.41	12,930.79	142.62
管理费用	4,464.90	4,470.60	-5.70
资产减值损失	-826.61	-755.35	-71.26
所得税费用	657.03	667.11	-10.08

（2）2017 年度申报财务报表与原始财务报表差异情形如下：

单位：万元

项　目	申报财务报表金额	原始财务报表金额	差异
货币资金	13,788.34	13,765.40	22.94
应收票据	274.22	278.64	-4.42
应收账款	13,027.53	13,877.36	-849.83
预付款项	956.47	1,003.79	-47.32

单位；万元

项　目	申报财务报表金额	原始财务报表金额	差异
其他应收款	650.21	1,562.54	-912.33
存货	14,811.94	15,452.19	-640.25
其他流动资产	590.83	364.73	226.10
无形资产	632.21	634.88	-2.67
递延所得税资产	410.35	424.23	-13.88
其他非流动资产	61.34	17.34	44.00
应付账款	12,447.20	12,313.11	134.09
预收款项	2,897.93	3,303.73	-405.80
应付职工薪酬	3,655.21	3,639.29	15.92
应交税费	2,162.61	2,216.20	-53.59
其他应付款	1,404.56	1,199.23	205.33
资本公积	17,232.57	20,610.32	-3,377.75
盈余公积	701.87	737.61	-35.74
未分配利润	5,387.07	4,052.71	1,334.36
少数股东权益	542.04	536.50	5.54
营业收入	71,319.02	71,392.63	-73.61
营业成本	45,178.57	45,130.53	48.04
税金及附加	509.75	509.69	0.06
销售费用	11,835.39	11,656.88	178.51
管理费用	4,055.90	4,143.62	-87.72
研发费用	2,995.64	2,899.02	96.62
财务费用	212.81	246.32	-33.51
资产减值损失	-126.55	-36.76	-89.79
营业外收入	54.48	52.03	2.45
营业外支出	404.56	404.10	0.46
所得税费用	985.62	1,048.87	-63.25

（3）申报财务报表与原始财务报表差异主要原因

①原始财务报表存在往来款借贷方未重分类情况，申报财务报表对此予以调整；

②原始财务报表存在期间费用跨期，申报财务报表对此予以调整；

③部分批次存货发出计价有误，申报财务报表对此予以调整；

④应收账款、存货项目减值准备计提不充分，申报财务报表对此予以调整；

⑤因股改基准日收入成本跨期、存货和应收账款减值准备计提不充分等情形，申报财务报表对股改基准日净资产予以调整。

（4）申报财务报表与原始财务报表差异对净利润的影响

单位：万元

项　目	2020 年度	2019 年度	2018 年度	2017 年度
原始财务报表净利润①	**6,308.13**	5,933.46	5,109.72	6,111.61
申报财务报表净利润②	**6,308.13**	5,933.46	5,001.43	5,811.42
申报财务报表与原始财务报表差异对净利润的影响③=②-①	-	-	-108.29	-300.19
占比④=③/②	-	-	-2.17%	-5.17%

公司 2017-2018 年度申报财务报表与原始财务报表存在一定差异，差异金额及占当期申报财务报表净利润的比重较小。

因招股说明书更新报告期为 2018-2020 年度，发行人已在招股说明书第八节之“六、（二十）2、申报财务报表与原始财务报表差异情形”中披露上述内容（删除和 2017 年原始财务报表相关信息后）。

八、财务报表项目比较数据变动幅度达 30%以上的情况及原因是否已恰当披露

发行人已在招股说明书第八节之“一、（七）财务报表项目比较数据变动幅度超过 30%的情况和原因”中补充披露如下：

报告期内，资产负债表项目变动情况如下：

单位：万元

项　目	2020 年末		2019 年末		2018 年末	变动原因
	金额	变动幅度	金额	变动幅度	金额	
流动资产：						
货币资金	**32,130.36**	**19.23%**	26,949.04	40.32%	19,204.93	注释 1
交易性金融资产	**78.13**	**-60.94%**	200.00	/	-	注释 2
应收票据	-	-	-	/	18.56	

单位：万元

项 目	2020 年末		2019 年末		2018 年末	变动原因
	金额	变动幅度	金额	变动幅度	金额	
应收账款	8,808.96	-35.07%	13,567.26	-3.51%	14,060.93	注释 3
应收款项融资	69.99	79.38%	39.02	/	-	注释 4
预付款项	433.69	22.11%	355.17	-45.31%	649.45	注释 5
其他应收款	406.61	-37.71%	652.77	-0.06%	653.17	注释 6
存货	12,318.92	-14.65%	14,433.86	-1.76%	14,692.29	
其他流动资产	1,253.63	50.99%	830.27	-22.26%	1,068.06	注释 7
流动资产合计	55,500.29	-2.68%	57,027.39	13.27%	50,347.38	
非流动资产：						
可供出售金融资产	-	-	-	/	200.00	注释 8
长期股权投资	99.99	5.90%	94.43	-12.65%	108.10	
投资性房地产	2,941.57	-3.49%	3,047.98	-36.62%	4,809.26	注释 9
固定资产	9,703.43	12.39%	8,633.90	23.61%	6,984.57	
在建工程	321.07	/	-	-	-	注释 10
无形资产	1,102.79	16.02%	950.49	17.50%	808.90	
长期待摊费用	333.32	22.93%	271.15	-40.82%	458.20	注释 11
递延所得税资产	1,038.41	93.59%	536.39	22.29%	438.63	注释 12
其他非流动资产	212.33	580.33%	31.21	-58.74%	75.64	注释 13
非流动资产合计	15,752.91	16.12%	13,565.55	-2.29%	13,883.32	
资产总计	71,253.21	0.94%	70,592.93	9.91%	64,230.70	
流动负债：			-	-	-	
短期借款	-	-	-	-	-	
应付票据	-	-	-	/	947.78	注释 14
应付账款	12,546.23	-24.37%	16,588.35	13.80%	14,576.55	
预收款项	-	/	1,863.33	-14.28%	2,173.73	注释 15
合同负债	1,371.34	/	-	-	-	注释 15
应付职工薪酬	3,158.49	-3.86%	3,285.17	18.36%	2,775.58	
应交税费	2,604.27	6.03%	2,456.18	-12.45%	2,805.47	
其他应付款	647.27	-7.13%	696.96	-46.20%	1,295.35	注释 16
其他流动负债	108.74	73.71%	62.60	62.83%	38.44	注释 17
流动负债合计	20,436.34	-18.10%	24,952.59	1.38%	24,612.92	
非流动负债：						

单位：万元

项 目	2020 年末		2019 年末		2018 年末	变动原因
	金额	变动幅度	金额	变动幅度	金额	
预计负债	**266.67**	/	-	-	-	**注释 18**
递延收益	**1,107.76**	**63.87%**	676.00	2.04%	662.50	**注释 19**
递延所得税负债	**208.13**	/	-	-	-	注释 **20**
非流动负债合计	**1,582.56**	**134.11%**	676.00	2.04%	662.50	
负债合计	**22,018.90**	**-14.08%**	25,628.59	1.40%	25,275.42	
股东权益：			-		-	
股本	10,090.30	-	10,090.30	-	10,090.30	
资本公积	17,232.57	-	17,232.57	-	17,232.57	
盈余公积	**2,217.35**	**25.29%**	1,769.77	49.74%	1,181.92	注释 **21**
未分配利润	**19,171.76**	**25.33%**	15,297.11	54.22%	9,918.92	注释 **22**
归属于母公司所有者权益合计	**48,711.97**	**9.74%**	44,389.75	15.53%	38,423.71	
少数股东权益	**522.34**	**-9.09%**	574.59	8.09%	531.56	
所有者权益合计	**49,234.31**	**9.50%**	44,964.34	15.43%	38,955.28	
负债和所有者权益总计	**71,253.21**	**0.94%**	70,592.93	9.91%	64,230.70	

报告期各期末，公司资产负债表项目比较数据变动幅度达 30%以上的项目情况具体如下：

注释 1：2019 年末**货币资金余额**较上年末增长 40.32%，一方面系公司各年经营收益累积，另一方面系公司年末货款催收力度进一步加强，经营活动产生的净现金流入增加。

注释 2：2019 年末，公司交易性金融资产系根据新金融工具准则由可供出售金融资产重分类至以公允价值计量且其变动计入当期损益的资产。2020 年末，公司交易性金融资产较上年末**下降 60.94%**，主要系**公司投资的丰万投资所持有的底层资产梁祝婚庆经营不善，拟进行清算，故该投资公允价值变动损益-200.00 万元，余额为 0。2020 年末，公司为应对原材料市场价格波动风险从事茧丝大宗商品远期交易，当期期末相关衍生金融资产余额为 78.13 万元，主要为交易保证金。**

注释 3：2020 年末，公司应收账款余额较上年末下降 35.07%，主要系公司

在当年度加大了催款力度，回款情况改善；当年度，公司为控制外销风险，有计划地缩减了外销规模，外销应收账款余额减少；且 2021 年春节时间相对 2020 年较晚，销售高峰出现在 2021 年 1 月，2020 年 12 月销售额较往年偏少，故年末应收账款余额下降。

注释 4：报告期内，公司与客户的结算方式主要为银行转账，银行承兑汇票使用频率较低，各期末应收票据余额存在一定波动。2019 年末，根据新金融工具准则，公司将收到的承兑汇票计入应收款项融资科目。**2020 年末，应收款项融资项目较上年末增长，主要系 2020 年以票据结算的货款增加。**

注释 **5**：2019 年末，公司预付账款金额下降，主要系生丝价格呈现稳中有降的趋势，相关产品备货量下降。

注释 **6**：2020 年**末**，公司其他应收款较上年末**减少 37.71%，主要系 2020 年度收回浙江微忙信息技术有限公司保证金 198.00 万元。**

注释 **7**：**2020 年末公司其他流动资产较上年末增长 50.99%，主要系预付中介机构上市费用所致。**

注释 **8**：2019 年末，根据新金融工具准则的规定，公司将可供出售金融资产重新分类至以公允价值计量且其变动计入当期损益的资产科目。

注释 **9**：2019 年末，公司投资性房地产余额较上年末下降 36.63%，系子公司万事利数码部分房产回收自用不再对外出租，对应房屋建筑物及土地使用权分别转回固定资产和无形资产科目所致。

注释 **10**：**2020 年末，公司在建工程科目余额主要为丝绸设计问答机器人软件项目等，上述软件开发项目尚未完工，计入在建工程科目。**

注释 **11**：2019 年末**长期待摊费用**较上年末下降 40.82%，主要系公司装修费变动所致。

注释 **12**：2020 年**末**，公司递延所得税资产较上年末增长 **93.59%**，主要系期末可抵扣亏损和资产减值准备引起的可抵扣暂时性差异变动所致。

注释 **13**：2019 年末，公司其他非流动资产较上年末下降 58.74%，2020 年末较上年末增长 **580.33%**，主要系预付工程设备款项变动所致。

注释 14：报告期内，公司应付票据变动系公司于 2018 年尝试通过银行承兑汇票支付部分采购款，以提高资金周转效率所致。

注释 15：2020 年末，根据新收入准则的规定，公司将预收款项重新分类至合同负债科目。

注释 16：2019 年末，公司其他应付款较上年末下降 46.20%，主要系以前年度计提的应付费用类款项于 2019 年度结算支付所致。

注释 17：2019 年末公司其他流动负债较上年末增长 62.83%，主要系公司费用预提金额随当年经销商销售额的波动而波动。**2020 年末公司其他流动负债较上年末增长 73.71%，主要系公司当年度根据新收入准则将预收货款中的增值税部分 108.47 万元调整至其他流动负债项目列示。**

注释 18：2020 年末，预计负债余额增长主要系公司基于谨慎性考虑，对与法国 LVMH 工艺公司的未决诉讼确认了预计负债。

注释 19：2020 年末，递延收益余额增长主要系当期收到应急物资保障体系建设政府补助 496.00 万元。

注释 20：2020 年末，公司递延所得税负债**主要系固定资产一次性税前抵扣导致的应纳税暂时性差异 830.27 万元所致。**

注释 21：2019 年末**公司盈余公积**较上年末增长 49.74%，系公司根据母公司当年度实现净利润的 10%提取法定盈余公积所致。

注释 22：2019 年末**公司未分配利润**较上年末增长 54.22%，系公司留存利润增加所致。

报告期各期末，公司资产负债表项目比较数据变动幅度达 30%以上的项目具体情况参见招股说明书本节之“十四、资产质量分析”及“十五、偿债能力、流动性及持续经营能力分析”。

报告期内，利润表项目变动情况如下：

单位：万元

项 目	2020 年度		2019 年度		2018 年度	变动原因
	金额	变动幅度	金额	变动幅度	金额	

单位：万元

项 目	2020 年度		2019 年度		2018 年度	变动原因
	金额	变动幅度	金额	变动幅度	金额	
一、营业收入	**73,570.31**	**0.99%**	72,851.39	-3.19%	75,252.67	
减：营业成本	**44,838.93**	**-2.28%**	45,886.48	-3.99%	47,795.48	
税金及附加	**524.77**	**8.61%**	483.16	-18.79%	594.94	
销售费用	**10,995.73**	**-7.79%**	11,924.17	-8.79%	13,073.41	
管理费用	**4,228.50**	**-6.77%**	4,535.68	1.59%	4,464.90	
研发费用	**3,651.98**	**12.07%**	3,258.63	-0.41%	3,272.10	
财务费用	**-184.67**	**-11.23%**	-208.04	248.02%	-59.78	注释 1
加：其他收益	**528.94**	**-39.20%**	869.92	116.38%	402.03	注释 2
投资收益（损失以“-”号填列）	**40.49**	**-396.02%**	-13.68	14.97%	-11.90	注释 3
公允价值变动收益（损失以“-”号填列）	**-196.27**	**/**	-	-	-	**注释 4**
信用减值损失（损失以“-”号填列）	**1,026.93**	**63.92%**	626.47	/	-	注释 **5**
资产减值损失（损失以“-”号填列）	**1,384.05**	**222.29%**	429.44	-48.05%	826.61	注释 **6**
资产处置收益（损失以“-”号填列）	**-1.09**	**13.58%**	-0.96	-105.19%	18.56	注释 **7**
二、营业利润	**7,476.14**	**10.42%**	6,770.69	18.92%	5,693.69	
加：营业外收入	**46.80**	**-54.11%**	101.97	80715.25%	0.13	注释 **8**
减：营业外支出	**381.02**	**284.48%**	99.10	180.27%	35.36	注释 **9**
三、利润总额	**7,141.92**	**5.44%**	6,773.56	19.71%	5,658.46	
减：所得税费用	**833.79**	**-0.75%**	840.10	27.86%	657.03	
四、净利润	**6,308.13**	**6.31%**	5,933.46	18.64%	5,001.43	
归属于母公司所有者的净利润	**6,340.28**	**6.27%**	5,966.03	19.04%	5,011.90	
少数股东损益（净亏损以“-”号填列）	**-32.16**	**-1.27%**	-32.57	210.99%	-10.47	注 释 **10**
五、每股收益						
（一）基本每股收益	**0.63**	**6.55%**	0.59	19.04%	0.50	
（二）稀释每股收益	**0.63**	**6.55%**	0.59	19.04%	0.50	
六、其他综合收益						
七、综合收益总额	**6,308.13**	**6.31%**	5,933.46	18.64%	5,001.43	
归属于母公司所有者的综合收益总额	**6,340.28**	**6.27%**	5,966.03	19.04%	5,011.90	
归属于少数股东的综合收益总额	**-32.16**	**-1.27%**	-32.57	210.99%	-10.47	

报告期各期，公司利润表项目比较数据变动幅度达 30%以上的项目情况具体

如下：

注释 1：2019 年度，公司财务费用较上一年度下降 248.02%，系报告期内公司货币资金余额逐年增加，2019 年度利息支出净额较上年下降 180.56 万元所致。

注释 2：2019 年度，公司其他收益较上年度上升 116.38%，**2020 年度，公司其他收益较上年度下降 39.20%，**主要系收到的与收益相关的政府补助存在波动。

注释 3：**2018-2019 年**，公司投资收益变动主要系参股公司布调科技按权益法核算的长期股权投资损失变动。**2020 年度，公司投资收益变动主要系处置金融工具产生的投资收益。**

注释 4：2020 年度，公司公允价值变动收益主要系公司持有的丰万投资公允价值变动导致。

注释 **5**：2019 年度，由于会计政策调整，公司将当年度坏账损失列报于此科目。**2020 年度，信用减值损失增加 63.92%，主要系坏账损失增加。**

注释 **6**：2019 年度，公司资产减值损失较上年度下降 48.05%，主要系因会计政策调整，当年度坏账损失列报于信用减值损失科目。**2020 年度，资产减值损失较上年度增加 222.29%，主要系当年度计提存货跌价损失 1,254.35 万元。**

注释 **7**：报告期内，公司资产处置收益金额较小，其波动主要系固定资产处置收益及处置损失存在一定波动。

注释 **8**：2019 年度，公司营业外收入较上年增加 80715.25%，主要系公司当期将客户长期挂账的预收账款结转至营业外收入所致。**2020 年度，公司营业外收入较上年减少 54.11%，主要系无需支付的款项减少。**

注释 **9**：2019 年度，公司营业外支出较上一年度上升 180.27%，主要系分公司于当年提前退租，无法退回押金核销。**2020 年度，公司营业外支出较上一年度上升 284.48%，主要系当期出于谨慎性原则因与 LVMH 工艺公司诉讼而计提预计负债 266.67 万元。**

注释 **10**：报告期内，公司少数股东损益波动主要系子公司依漾科技各年净利润存在一定波动。

报告期各期，公司利润表项目比较数据变动幅度达 30%以上的项目具体情况

参见招股说明书本节之“十三、经营成果分析”。

九、申报期内是否存在转贷、票据融资、银行借款受托支付、非经营性资金往来、关联方或第三方代收货款等情形，包括不限于相关交易形成时间、原因、资金流向和使用用途、利息、违反有关法律法规具体情况及后果、后续可能影响的承担机制、整改措施、相关内控建立及运行情况

（一）报告期内，发行人不存在转贷、票据融资、银行借款受托支付情形

发行人已在招股说明书第七节之“一、（六）发行人治理缺陷及改正情况”中补充披露如下：

……

5、报告期内，发行人不存在转贷、票据融资、银行借款受托支付等其他不规范情形。

（二）2017 年度，发行人存在非经营性资金往来情形，发行人已于当年清理完毕，之后未再发生

2017 年度，发行人存在从万事利集团拆入资金的情形。发行人将收到的 389.76 万元列为对万事利集团的应付款项，于当年进行了清偿，并按年化利率 4.75%支付了利息。发行人将涉及相关费用事项全部在公司财务账面还原，并向税务局补缴了相应的税款及滞纳金。

报告期前，发行人与关联方因经营需要，存在相互拆借资金的情况。2017 年，发行人与关联方已清偿了所有存续的资金拆借，并结清了相应利息。其中偿付从关联方拆入的资金本金 4,726.24 万元，并支付利息 82.22 万元；收回拆借给关联方的资金本金 740.53 万元，并收取利息 40.08 万元。

报告期内发行人未新增发生其他关联方资金拆借行为。针对与关联方资金拆借的情形，发行人建立了完善的内控机制。公司上述非经营性资金往来行为**发生在报告期外，且**不属于违法违规行为，亦不存在被处罚情形或风险。公司上述非经营性资金往来发生于 2017 年度，公司于当年对该情形进行了清理并按照银行贷款利率支付了相应利息，上述情形不存在其他后续影响。

公司资金拆借情形及补充披露情况具体参见本问询函回复问题 3 之“四、报告期资金拆入和偿还借款的具体情况，相关资金的用途，对发行人独立性的影响和清理规范具体措施”。

（三）报告期内，发行人存在第三方回款情形，与公司经营特征相符，具有商业合理性。公司已建立完善的内控制度，执行效果良好。2019-2020 年，公司境内销售第三方回款金额及占销售收入的比重较 2018 年已有明显下降。公司第三方回款情形不属于违法违规行为，亦不存在被处罚情形或风险，不存在其他后续影响

报告期内，发行人存在签订销售合同单位与回款单位不一致的情形（以下简称“第三方回款”），其中公司境内销售第三方回款占当期境内含税营业收入的比例分别为 2.97%、1.02%和 1.10%，公司境外销售第三方回款占当期营业收入的比例分别为 3.01%、2.39%和 2.37%。客户通过第三方向公司支付货款的情形，与公司分销商中存在较多小微企业及个体工商户，丝绸文化创意品主要面向终端消费者、单笔订单金额较小，丝绸纺织制品境外销售等经营特征相符，具有一定的商业合理性。

公司已针对第三方回款事项建立了完善的内控制度，规定客户出库单位、开票单位、回款单位三者必须一致，如不一致，需提交各方盖章确认的协议，才能回款；销售人员不能接收或安排客户对本人的银行账户、支付宝或微信等账户进行转帐支付。销售人员不得在客户处直接收取货款现金。为确保上述内控制度能够有效执行，公司要求业务员于次个工作日将回款认领至对应客户名下并提交代付款说明，未能认领的货款不予计算提成。2019 年度和 2020 年度，公司境内销售第三方回款金额及占销售收入的比重较 2018 年度已有明显下降，内部控制运行效果良好。

公司上述第三方回款情形不属于违法违规行为，亦不存在被处罚情形或风险，不存在其他后续影响。

公司第三方回款情形及补充披露情况具体参见本问询函回复问题 9 之“十、（一）第三方回款情况”。

十、请保荐人、申报会计师核查并发表明确意见

（一）核查程序

为核查上述事项，保荐机构和申报会计师主要履行了如下核查程序

1、取得了报告期内发行人的电子缴款凭证、有关税务部门出具的税收优惠事项备案文件；查阅了政府部门出具的有关企业所得税税收优惠文件；取得并复核了发行人出具的高新技术企业税收优惠金额、研发费用加计扣除金额和小微企业所得税政策优惠金额的测算表；取得了发行人符合高新技术企业标准的说明；访谈了发行人财务总监，向其了解高新技术企业证书申请的计划。

2、获取报告期各期末预收账款明细表，对于报告期内预收账款余额变动较大的客户，访谈对应业务部门负责人了解变动原因，并结合订单、销售与回款情况分析其合理性。

3、取得了公司净利润调节为经营活动现金流量净额的明细表，复核各项金额是否准确，并访谈公司财务总监，了解当期净利润与经营活动现金流量差异原因。

4、获取可比上市公司招股说明书、定期报告等资料，查询其报告期内固定资产、无形资产折旧摊销政策等信息，并与公司相关政策对比，分析是否存在差异及原因。

5、访谈了参与个人卡发放账外工资的管理人员、人力资源部负责人及财务人员，了解了个人卡发放的具体情形及原因；获取了个人卡发放工资明细及对应银行流水，将银行流水中的收款人与公司对应期间的员工名单进行核对，确认个人卡发放工资的对象系公司在册员工；将个人卡网银流水与其他记录逐笔勾稽：交易方为公司账户的，与公司银行流水日记账核对一致；交易方为集团关联方账户的，进一步穿透关联方账户核实资金真实来源；检查个人卡发放工资所涉个人所得税补缴情况，确认所涉税金已按实际所得缴纳；检查发行人报告期内应付职工薪酬及费用明细账，确认相关工资薪酬已在发行人申报报表中充分体现；获取滕俊楷、杜海江、马廷方三名个人卡持有人员报告期内全部银行卡流水，以及发行人其他非外部董事、监事和高级管理人员个人银行卡流水，逐笔核查是否存在异常交易事项及未查明的体外费用。获取上述人员关于个人资金流水相关内容的承诺，确认除以上个人卡发放工资事项外，其他大额资金流水主要为正常个人资

金流转，其不存在隐瞒和重大遗漏银行资金流水的情形；获取除上述三名个人卡持有人员之外，报告内发行人全体非外部董事、监事、高级管理人员个人银行卡流水，逐笔核查与是否存在异常交易事项及未查明的体外费用。

6、复核公司取得的可抵扣暂时性差异以及递延所得税资产的计算过程，并访谈公司财务总监，了解未确认递延所得税资产的可抵扣暂时性差异形成原因。

7、获取公司原始财务报表与申报财务报表的比较差异表以及各项差异情况的说明，并将差异金额与当期净利润进行比较，关注差异对各期净利润的影响。

8、获取公司报告期各期审计报告，对所有报表项目数据及变动情况进行复核；对于财务报表项目比较数据变动幅度达 30%以上的项目，访谈公司财务总监了解变动原因。

9、获取发行人及其子公司报告期内全部银行对账单，确认发行人及其子公司报告期内不存在银行借款情形，不存在转贷、银行借款受托支付情形；获取发行人及其子公司报告期内应收应付票据管理台账，报告期内，发行人及其子公司仅在 2018 年存在开具银行承兑汇票情形，合计金额为 947.78 万元，开具对象均系公司供应商，具有真实交易背景。报告期内，发行人及其子公司不存在应收票据贴现情形。报告期内，发行人不存在票据融资情形；访谈发行人财务总监和相关业务负责人，了解资金循环、非经营性资金往来、第三方回款的具体情况，上述事项整改情况，内控机制的建立及运行效果；获取并查阅发行人采购与付款循环、销售与收款循环、筹资与投资循环、货币资金循环相关的内部控制文件，了解其业务活动的相关控制，并执行穿行测试程序，评价其内部控制是否有效执行。

（二）核查意见

经核查，保荐机构和申报会计师认为：

1、报告期内，公司税收优惠金额占各当期利润总额的比例分别为 13.65%、14.39%和 12. 68%，发行人对税收优惠不存在重大依赖。

2、发行人丝绸文化创意品预收账款逐年下降原因主要系各期末春节时间不同导致客户提货时间存在差异及分销商数量变动；发行人丝绸纺织制品 2018 年度预收账款下降原因主要系客户订单交货周期波动，上述情形与发行人经营实际情况相符，具备合理性。

3、2017 年度，发行人经营活动产生的现金流量净额与当期净利润相差较大的原因主要系公司为应对客户需求、产品开发需求、原材料价格上涨风险，根据对未来的销售预测适当增加了备货量，导致存货金额上升，上述情形与发行人经营实际相符，具备合理性。

4、发行人固定资产、无形资产折旧摊销年限合理，与可比上市公司不存在重大差异。

5、**报告期之前**，发行人曾存在通过员工名下个人卡支付无票费用及薪酬等行为，合计金额为 734.08 万元，其中涉及 2017 年度财务报表金额合计为 81.28 万元。发行人使用员工名下个人卡的原因主要系出于薪酬保密以及无票费用报销灵活性的考虑。发行人已制定相关内控管理措施，严格规范薪酬发放流程，进一步完善资金管理制度。上述不规范情形已于 2017 年 4 月终止且未再发生。

6、发行人递延所得税资产主要来源于资产减值准备、内部销售未实现利润、可抵扣亏损引起的可抵扣暂时性差异，递延所得税资产计算依据充分，增减变动合理，递延所得税资产的确认和会计处理符合《企业会计准则》规定。

7、发行人 2017 年度和 2018 年度申报财务报表与原始财务报表存在差异，主要原因系期间费用跨期、应收账款及存货项目未充分计提减值准备、发出存货计价有误等，差异金额占当期申报财务报表净利润的比重分别为-5.17%和-2.17%，影响较小。

8、发行人报告期内财务报表项目比较数据变动 30%的情况及原因均已在招股说明书中恰当、充分披露。

9、报告期内，发行人不存在转贷、票据融资、银行借款受托支付情形，**不存在非经营性资金往来**。发行人第三方回款的形成时间、原因等信息已在招股说明书中披露。上述情形不构成违法违规，不存在其他后续影响。报告期内，发行人已积极整改并建立了相关内部控制机制，内控机制运行良好。

十一、保荐机构和申报会计师关于发行人相关银行账户资金流水核查情况

（一）发行人资金管理相关内部控制制度不存在较大缺陷

1、核查程序

（1）获取发行人股东大会、董事会相关会议资料，审阅内部控制制度，访谈了发行人相关员工，了解内部控制的设计情况，经核查，发行人根据《中华人民共和国会计法》《现金管理暂行条例》《企业会计准则》《票据法》等法律法规和《企业内部控制基本规范》及相关指引，制定了《财务管理制度》与《货币资金管理制度》，明确了财务管理授权权限、资金活动的业务流程、资金业务中不相容岗位已恰当分离，相关经办人员间存在相互制约关系。

（2）择取样本执行穿行测试及控制测试，评价内部控制制度的设计合理性及执行的有效性。

2、核查意见

经核查，保荐机构与申报会计师认为，发行人已制定了较为严格的资金管理制度，建立了完备的内部控制体系，相应制度及内部控制体系执行有效，发行人的资金管理相关内部控制制度不存在较大缺陷。

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

1、核查程序

（1）保荐机构和申报会计师获取了通过发行人及其子公司基本户开户行的《已开立银行结算账户清单》与发行人及其子公司根据账套中填写的银行账户信息表进行匹配，除保证金户、理财户及外币户外两者保持一致

报告期内，根据发行人基本户开户行拉取已开立银行结算账户清单显示，发行人及子孙公司现使用或曾使用银行账户 **91** 个，其中正常使用账户 **51** 个，已注销账户 38 个，因子公司转让而随之转让的账户 2 个，具体情况如下：

序号	开户主体	开户银行	银行账号	账户状态	开户地	开户原因
1	万事利丝绸	中国农业银行杭州城东支行	19015101040028291	正常使用	浙江杭州	日常使用
2	万事利丝绸	上海浦东发展银行杭州分行营业部	95200154800000828	已销户	浙江杭州	日常使用
3	万事利丝绸	中国农业银行浙江省分行营业部	19048101040025777	正常使用	浙江杭州	日常使用
4	万事利丝绸	中国建设银行杭州吴山支行	33001616227053004479	正常使用	浙江杭州	日常使用
5	万事利丝绸	招商银行杭州之江支行	571907191910101	已销户	浙江杭州	日常使用

序号	开户主体	开户银行	银行账号	账户状态	开户地	开户原因
6	万事利丝绸	中国建设银行杭州中山支行	33001618235053010820	正常使用	浙江杭州	日常使用
7	万事利丝绸	交通银行杭州众安支行	331065520018010036891	正常使用	浙江杭州	日常使用
8	万事利丝绸	中国农业银行温州鹿城支行	19210101040012975	正常使用	浙江温州	异地结算需要
9	万事利丝绸	中国农业银行杭州天城路支行	19016501040001488	正常使用	浙江杭州	日常使用
10	万事利丝绸	中国建设银行杭州西湖支行	33001619635053016128	正常使用	浙江杭州	日常使用
11	万事利丝绸	中国工商银行杭州羊坝头支行	1202020119900277548	正常使用	浙江杭州	日常使用
12	万事利丝绸	中国银行庆春支行	364970842417	正常使用	浙江杭州	日常使用
13	万事利丝绸	杭州银行城东支行	3301040160004922657	正常使用	浙江杭州	日常使用
14	万事利丝绸	兴业银行杭州湖墅支行	356930100100123363	正常使用	浙江杭州	日常使用
15	万事利丝绸	南京银行杭州分行	07010120030012187	已销户	浙江杭州	日常使用
16	万事利丝绸	南京银行杭州分行	07010120030012179	已销户	浙江杭州	日常使用
17	万事利丝绸	中国银行浙江省分行	363671726862	正常使用	浙江杭州	日常使用
18	万事利丝绸	平安银行杭州分行	15000069368971	正常使用	浙江杭州	日常使用
19	万事利丝绸	稠州银行杭州分行	18801012010090034246	正常使用	浙江杭州	理财专户
20	万事利丝绸	中国建设银行环北支行	33050161648300000460	正常使用	浙江杭州	日常使用
21	万事利丝绸	中国农业银行江锦支行	19006701040008978	正常使用	浙江杭州	日常使用
22	万事利丝绸北京分公司	中国农业银行北京双北桥支行	11041901040014177	正常使用	北京	日常使用
23	万事利丝绸上海分公司	上海农业银行上海陆家浜支行	03335100040023616	正常使用	上海	日常使用
24	万事利丝绸上海分公司	中国工商银行上海市中山南路支行	1001293529346069353	已销户	上海	非预算单位专用存款账户
25	万事利丝绸天津分公司	中国农业银行天津金融中心支行	191001040003862	正常使用	天津	日常使用
26	万事利丝绸南京分公司	中国农业银行南京洪武路支行	03334102401040005347	正常使用	江苏南京	日常使用
27	万事利丝绸南京分公司	中国建设银行南京徐庄软件园支行	32050188170000000018	已销户	江苏南京	日常使用
28	万事利丝绸重庆分公司	中国农业银行重庆江北星天广场支行	31050401040006933	正常使用	重庆	日常使用
29	万事利丝绸重庆分公司	重庆农村商业银行江北支行	02050101200100257798	已销户	重庆	日常使用
30	万事利丝绸深圳分公司	招商银行深圳福华支行	755918420110106	已销户	广东深圳	日常使用
31	万事利丝绸深圳分公司	中国农业银行股份有限公司深圳新纪元支行	41008300040000818	已销户	广东深圳	日常使用

序号	开户主体	开户银行	银行账号	账户状态	开户地	开户原因
32	万事利丝绸深圳分公司	中国工商银行深圳车工庙支行	4000025319200537446	已销户	广东深圳	日常使用
33	万事利丝绸深圳分公司	中国建设银行深圳福田支行	44201503500052560057	已销户	广东深圳	日常使用
34	万事利丝绸沈阳分公司	中国农业银行沈阳北京街支行	06183001040023092	已销户	辽宁沈阳	日常使用
35	万事利丝绸下沙分公司	中国农业银行成东支行	19015101040046426	正常使用	浙江杭州	日常使用
36	万事利丝绸成都分公司	中国农业银行成都青羊支行	891201040030849	已销户	四川成都	日常使用
37	万事利丝绸成都纱帽分公司	中国银行成都东大街支行	115833415908	已销户	四川成都	日常使用
38	万事利丝绸萧山国际机场分公司	中国建设银行中山支行	33016182350530139 11	正常使用	浙江杭州	日常使用
39	万事利礼品	中国农业银行浙江省分行营业部	19048101040017923	正常使用	浙江杭州	日常使用
40	万事利礼品	中国银行庆春支行	396158346085	已销户	浙江杭州	日常使用
41	万事利礼品	中国工商银行羊坝头支行	1202020119900066517	已销户	浙江杭州	日常使用
42	万事利礼品	中国农业银行城东支行	19015101040030966	正常使用	浙江杭州	日常使用
43	万事利礼品	招商银行深圳分行营业部	755916561810660	已销户	广东深圳	异地结算需要
44	万事利礼品	交通银行杭州众安支行	331066110018170107718	已销户	浙江杭州	日常使用
45	万事利礼品北京分公司	中国农业银行北京双北桥支行	11041901040014243	正常使用	北京	日常使用
46	万事利礼品上海分公司	中国建设银行上海斜桥支行	31001514800050009642	已销户	上海	日常使用
47	万事利礼品广州分公司	中国农业银行广州体育东支行	440588010400005417	已销户	广东广州	日常使用
48	万事利科技	中国农业银行杭州分行	19048101040010225	正常使用	浙江杭州	日常使用
49	万事利科技	中国农业银行杭州分行	6228470320000007017	已销户	浙江杭州	非预算单位专用存款账户
50	万事利科技	中国农业银行杭州浙大支行	19042501040001122	正常使用	浙江杭州	日常使用
51	万事利科技	上海浦东发展银行杭州分行营业部	95200154700002221	正常使用	浙江杭州	日常使用
52	万事利科技	中国农业银行杭州市城东支行	19015101040037805	已销户	浙江杭州	日常使用
53	万事利科技	中国建设银行杭州秋涛支行	33001616627053005463	已销户	浙江杭州	日常使用
54	万事利科技	杭州银行涌金支行	3301040160001098915	正常使用	浙江杭州	日常使用
55	万事利科技	中国农业银行杭州市保俶支行	19030101040005563	正常使用	浙江杭州	日常使用
56	万事利科技	中国工商银行杭州羊坝头支行	1202020119900237525	正常使用	浙江杭州	日常使用
57	万事利数码	中国农业银行杭州城东支行	015101040032665	正常使用	浙江杭州	日常使用

序号	开户主体	开户银行	银行账号	账户状态	开户地	开户原因
58	万事利数码	招商银行杭州城东支行	571907504110801	正常使用	浙江杭州	日常使用
59	万事利数码	上海浦东发展银行杭州分行	95200154700005724	正常使用	浙江杭州	日常使用
60	万事利数码	中国工商银行杭州羊坝头支行	1202020119900281891	已销户	浙江杭州	日常使用
61	万事利数码	中国工商银行杭州羊坝头支行	1202020119800038127	正常使用	浙江杭州	日常使用
62	广州万事利	中国农业银行广州华穗路支行	44065201040000917	随子公司转让	广东广州	日常使用
63	广州万事利	中国建设银行广州直属支行	44001580107059000792	已销户	广东广州	日常使用
64	广州万事利	广东华兴银行广州分行	801880100003586	已销户	广东广州	日常使用
65	西安万事利	中国农业银行西安高新四路支行	26143001040004877	正常使用	陕西西安	日常使用
66	西安万事利	中国农业银行西安临潼支行	26175801040007726	已销户	陕西西安	日常使用
67	西安万事利	上海浦东发展银行西安高新科技支行	72150154700000042	已销户	陕西西安	日常使用
68	西安万事利	招商银行西安分行营业部	999020113310902	已销户	陕西西安	日常使用
69	合肥万事利	中国农业银行合肥市琥珀分理处	12082701040002150	正常使用	安徽合肥	日常使用
70	武汉万事利	中国农业银行武汉傅家坡支行	17038601040004765	正常使用	湖北武汉	日常使用
71	武汉万事利	中国光大银行武汉中北支行	77580188000144581	已销户	湖北武汉	日常使用
72	武汉万事利	交通银行武汉水果湖支行	421869419018010094233	已销户	湖北武汉	日常使用
73	宁波万事利	中国农业银行宁波市分行	39012001040018834	已销户	浙江宁波	日常使用
74	万事利文创	中国农业银行杭州城东支行	19015101040033754	正常使用	浙江杭州	日常使用
75	万事利文创	中国农业银行浙江省分行营业部	19048101040031007	已销户	浙江杭州	日常使用
76	万事利文创	中国工商银行羊坝头支行	1202020119900240966	正常使用	浙江杭州	日常使用
77	万事利文创	中国工商银行贵阳贵溪支行八鸽岩分理处	2402005319200020281	已销户	贵州贵阳	理财专户
78	万事利文创	中国农业银行贵阳中南支行	23127001040022663	已销户	贵州贵阳	理财专户
79	杭州新丝路	中国农业银行城东支行	19015101040036369	正常使用	浙江杭州	日常使用
80	杭州新丝路	杭州银行城东支行	3301040160003264036	已销户	浙江杭州	日常使用
81	杭州新丝路	上海银行杭州分行	17803002478667	已销户	浙江杭州	日常使用
82	杭州新丝路	平安银行杭州萧东支行	15000068708346	已销户	浙江杭州	日常使用
83	明阳科技	中国工商银行羊坝头支行	1202020109900267710	正常使用	浙江杭州	日常使用
84	明阳科技	工商银行衢州开化支行	1209290119200011847	正常使用	浙江衢州	异地结算需要

序号	开户主体	开户银行	银行账号	账户状态	开户地	开户原因
85	丝艺科技	中国农业银行天城路支行	19016501040001942	正常使用	浙江杭州	日常使用
86	七仁数码	中国工商银行杭州拱宸支行	1202020809900031041	正常使用	浙江杭州	日常使用
87	依漾生物	中国农业银行成东支行	19015101040045139	随子公司转让	浙江杭州	日常使用
88	西藏新丝路	中国建设银行拉萨冲吉路支行	54050104363600000330	正常使用	西藏拉萨	日常使用
89	万事利艺术品	中国农业银行杭州城东支行	19015101040038514	正常使用	浙江杭州	日常使用
90	万事利科创园	中国农业银行杭州保俶支行	19030101040015810	正常使用	浙江杭州	日常使用
91	**万事利丝绸**	**招商银行杭州九堡支行**	**571907190910803**	**正常使用**	**浙江杭州**	**日常使用**

注：开户清单中不显示保证金户、理财账户等

保荐机构和申报会计师查看了发行人及其子公司账套，复核了发行人填写的银行账户信息表，确认其完整性和准确性。

（2）对于《已开立银行结算清单》中未反映外币确认账户信息的完整性。保荐机构和申报会计师通过向银行实施函证的方式确认信息余额的完整性。

（3）保荐机构和申报会计师访谈了发行人财务总监，了解发行人开立账户的原因，并逐一比对发行人及子公司主要经营区域与账户所在地的匹配关系。

经统计，发行人在经营所在地开户 **86** 个，异地开户 5 个。异地开户原因如下：

序号	开户主体	开户银行	银行账号	开户原因
1	万事利丝绸	中国农业银行温州鹿城支行	19210101040012975	温州客户要求在当地银行开户结算，该账户交易额较小
2	万事利礼品	招商银行深圳分行营业部	755916561810660	深圳客户要求在当地银行开户结算，该账户交易额较小，2018 年 1 月销户
3	明阳科技	工商银行衢州开化支行	1209290119200011847	明阳科技衢州地区存在采购蚕茧原料业务
4	万事利文创	中国工商银行贵阳贵溪支行八鸽岩分理处	2402005319200020281	原为获取较高理财收益开立，已于 2018 年 12 月销户，报告期内发生额及余额均较小
5	万事利文创	中国农业银行贵阳中南支行	23127001040022663	原为获取较高理财收益开立，已于 2018 年 12 月销户，报告期内发生额及余额均较小

2、核查意见

经核查，保荐机构与申报会计师认为，发行人所开立的账户均受发行人控制，已在发行人财务核算中进行全面反映，均与业务经营需要相符合，异地开户情况较少，个别异地开户情形具备商业合理性。

（三）发行人大额资金往来不存在重大异常，与公司经营活动、资产购置、对外投资等相匹配

1、核查程序

（1）保荐机构、申报会计师已取得根据**2017-2020 年度**发行人及其子公司万事利科技、万事利数码所有单笔发生额 50 万元以上的资金往来填列的《大额资金流水情况表》，将该表与发行人银行对账单、银行日记账进行校对勾稽，不存在重大异常，《大额资金流水情况表》的记载准确、完整。《大额资金流水情况表》核查比例如下：

单位：万元

主体	项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
		借方	贷方	借方	贷方	借方	贷方	借方	贷方
万事利丝绸	抽取总额	**306,186.40**	**319,998.17**	126,594.57	134,196.88	85,429.88	100,578.12	131,957.32	142,674.25
	总发生额	**342,169.86**	**337,881.35**	162,505.06	152,544.48	118,901.33	118,047.13	161,054.09	159,459.88
	占比	**89.48%**	**94.71%**	77.90%	87.97%	71.85%	85.20%	81.93%	89.47%
万事利科技	抽取总额	**29,679.01**	**34,924.46**	42,233.56	39,684.77	37,476.39	33,054.29	54,662.65	52,420.10
	总发生额	**38,370.61**	**40,711.60**	59,897.35	58,569.74	57,390.87	55,649.94	73,301.42	73,803.86
	占比	**77.35%**	**85.79%**	70.51%	67.76%	65.30%	59.40%	74.57%	71.03%
万事利数码	抽取总额	**60,685.74**	**49,576.40**	6,993.46	6,256.15	29,144.63	24,837.49	25,692.67	23,691.77
	总发生额	**78,621.83**	**76,030.02**	12,033.44	13,554.12	32,601.22	30,984.16	28,230.91	27,815.74
	占比	**77.19%**	**65.21%**	58.12%	46.16%	89.40%	80.16%	91.01%	85.17%

注：因 2019 年度将万事利科技部分采购与委外加工业务结算转移至万事利数码，该部分结算单笔金额较小，故万事利数码当年抽取大额资金比例较低

针对上述大额资金流水，保荐机构和申报会计师逐笔核对记账凭证、银行回单等原始凭证，复核款项对手方账面记录名称及银行流水记录名称是否一致、是否存在真实交易背景、交易金额是否存在异常等事项。

经核查，除内部往来外，发行人大额资金流水主要为收付货款、工资发放、社保公积金缴纳、政府补助、税款缴纳、股东投资款等，均有相应交易背景与合理解释，符合公司经营活动、资产购置、对外投资等活动。

（2）除发行人及子公司万事利科技、万事利数码外，其他分子公司**2017-2020 年度**发生的 50 万元以上大额资金流水共计 297 笔，其核查比例如下：

单位：万元

项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	借方	贷方	借方	贷方	借方	贷方	借方	贷方
抽取大额资金总额	**3,589.02**	**5,010.28**	3,019.05	3,512.13	13,665.70	12,923.91	98,516.54	97,992.26
总发生额	**6,728.71**	**7,182.44**	7,534.81	8,414.22	19,387.48	19,386.25	100,910.62	103,966.66
占比	**53.34%**	**69.76%**	40.07%	41.74%	70.49%	66.67%	97.63%	94.25%

其中与合并范围外往来对象发生的往来共计 **75** 笔，具体情况如下：

单位：万元

账户主体	对方户名	划款时间	划款方向	划款金额	划款原因
杭州新丝路	中国农业银行股份有限公司浙江省分行清算中心	2019-10-12	划出	60.00	账户内转为通知存款
杭州新丝路	中国农业银行股份有限公司浙江省分行清算中心	2019-10-12	划出	100.00	账户内转为通知存款
杭州新丝路	中国农业银行股份有限公司浙江省分行清算中心	2019-11-04	划出	1,800.00	账户内转为通知存款
明阳科技	开化县桑海家庭农场	2019-07-25	划出	60.00	项目合作款
明阳科技	浙江理工大学	2019-08-14	划出	50.00	项目合作款
明阳科技	开化县桑海家庭农场	2019-12-19	划出	60.00	项目合作款
西藏新丝路	待报解预算收入（财库联网集中户）	2020-03-14	划出	75.66	缴纳个税
明阳科技	开化县惠农蚕茧专业合作社	2020-05-28	划出	55.04	支付货款
明阳科技	浙江理工大学	2020-06-12	划出	70.00	项目合作款
明阳科技	开化县桑海家庭农场	2020-06-12	划出	55.65	项目合作款
杭州新丝路	其他应付过渡性款项	2017-02-27	划出	10,000.00	划兴业银行富阳支行短期理财
万事利礼品	万事利集团有限公司	2017-12-28	划出	81.87	付资金拆借利息
万事利礼品	万事利进出口	2018-12-29	划出	187.84	支付股利
万事利礼品	胡志凤	2018-12-27	划出	89.45	支付股利
万事利丝绸上海分公司	华榕投资	2017-12-31	划出	78.00	支付房租
万事利丝绸上海分公司	华榕投资	2017-12-31	划出	78.00	支付房租
万事利丝绸上海分公司	华榕投资	2018-01-30	划出	52.00	支付房租
西藏新丝路	永丰源瓷业	2018-02-06	划出	186.71	付货款
西藏新丝路	财库联网集中户	2018-03-19	划出	53.34	缴纳个税
西藏新丝路	个人／单位存款	2018-03-20	划出	93.83	发工资
西藏新丝路	卓芬化妆品	2018-03-22	划出	68.59	收货款
西藏新丝路	财库联网集中户	2018-04-16	划出	103.37	缴纳个税

单位：万元

账户主体	对方户名	划款时间	划款方向	划款金额	划款原因
西藏新丝路	兴隆绸厂	2018-04-17	划出	180.00	付货款
西藏新丝路	兴隆绸厂	2018-08-06	划出	92.97	付货款
西藏新丝路	桐乡市喜连寝具有限公司	2018-08-22	划出	92.40	付货款
西藏新丝路	兴隆绸厂	2018-11-13	划出	85.00	付货款
西藏新丝路	待报解预算收入（财库联网集中户）	2019-03-12	划出	68.35	缴纳个税
杭州新丝路	中国农业银行股份有限公司浙江省分行清算中心	2019-10-12	划入	200.52	通知存款本息转为活期存款
杭州新丝路	中国农业银行股份有限公司浙江省分行清算中心	2019-11-04	划入	100.28	通知存款本息转为活期存款
杭州新丝路	中国农业银行股份有限公司浙江省分行清算中心	2019-11-04	划入	1,002.78	通知存款本息转为活期存款
杭州新丝路	中国农业银行股份有限公司浙江省分行清算中心	2019-11-04	划入	702.16	通知存款本息转为活期存款
明阳科技	开化县经济和信息化局	2019-07-04	划入	250.00	政府补助
明阳科技	开化县经济和信息化局	2020-05-14	划入	350.00	政府补助
杭州新丝路	其他应付过渡性款项	2017-03-02	划入	10,000.67	兴业银行富阳支行短期理财款划回
杭州新丝路	万事利集团有限公司	2017-12-28	划入	55.23	收回其他应收款
万事利艺术品	宁波梅山保税港区顾家寝具有限公司	2017-01-26	划入	72.98	收货款
万事利艺术品	麦考林	2017-01-26	划入	240.00	收货款
万事利艺术品	麦考林	2017-01-26	划入	264.22	收货款
万事利艺术品	麦考林	2017-04-25	划入	71.81	收货款
万事利艺术品	麦考林	2017-06-27	划入	126.40	收货款
万事利艺术品	浙江金科文化产业股份有限公司	2019-06-25	划入	103.00	收货款
丝艺科技	卓芬化妆品	2018-06-12	划入	50.22	收货款
丝艺科技	卓芬化妆品	2018-07-02	划入	96.42	收货款
明阳科技	万事利集团有限公司	2017-12-20	划入	82.67	收货款、清理往来款
七仁数码	万事利集团有限公司	2017-12-29	划入	154.20	资金拆借清理
万事利丝绸北京分公司	北京东方雨虹防水技术股份有限公司	2017-02-25	划入	159.12	收货款
万事利丝绸北京分公司	北京恒天明泽基金销售有限公司	2019-02-02	划入	71.40	收货款
万事利丝绸上海分公司	上海韵达实业有限公司	2017-01-31	划入	127.51	收货款
万事利丝绸上海分公司	农商银行直属工会	2017-05-28	划入	52.92	收货款
万事利丝绸上海分公司	中国科学院上海精密机械	2017-10-26	划入	53.30	收货款
万事利丝绸	上海中学国际部	2018-07-03	划入	51.60	收货款

单位：万元

账户主体	对方户名	划款时间	划款方向	划款金额	划款原因
上海分公司					
西藏新丝路	卓芬化妆品	2018-04-08	划入	68.59	收货款
西藏新丝路	上海耕客电子商务有限公司	2018-12-28	划入	57.60	收货款
万事利丝绸天津分公司	天津图物科技有限公司	2019-02-13	划入	50.00	收货款
万事利丝绸南京分公司	南京天艺礼品有限公司	2019-02-25	划入	50.00	收货款
西藏新丝路	**浙江金蚕网供应链管理有限公司**	**2020-07-15**	**划出**	**58.77**	**付货款**
西藏新丝路	**浙江金蚕网供应链管理有限公司**	**2020-07-24**	**划出**	**55.26**	**付货款**
西藏新丝路	**浙江金蚕网供应链管理有限公司**	**2020-08-03**	**划出**	**164.85**	**付货款**
西藏新丝路	**浙江金蚕网供应链管理有限公司**	**2020-08-12**	**划出**	**56.07**	**付货款**
西藏新丝路	**浙江金蚕网供应链管理有限公司**	**2020-08-12**	**划出**	**55.22**	**付货款**
西藏新丝路	**浙江金蚕网供应链管理有限公司**	**2020-08-25**	**划出**	**56.80**	**付货款**
西藏新丝路	**浙江金蚕网供应链管理有限公司**	**2020-08-25**	**划出**	**55.53**	**付货款**
西藏新丝路	**广西桂华丝绸有限公司**	**2020-09-04**	**划出**	**85.36**	**付货款**
西藏新丝路	**浙江金蚕网供应链管理有限公司**	**2020-09-04**	**划出**	**57.79**	**付货款**
西藏新丝路	**浙江金蚕网供应链管理有限公司**	**2020-09-04**	**划出**	**58.14**	**付货款**
西藏新丝路	**广西桂华丝绸有限公司**	**2020-10-21**	**划出**	**95.74**	**付货款**
西藏新丝路	**广西桂华丝绸有限公司**	**2020-10-22**	**划出**	**73.88**	**付货款**
西藏新丝路	**广西桂华丝绸有限公司**	**2020-11-18**	**划出**	**74.19**	**付货款**
西藏新丝路	**广西桂华丝绸有限公司**	**2020-11-18**	**划出**	**78.64**	**付货款**
西藏新丝路	**广西桂华丝绸有限公司**	**2020-12-01**	**划出**	**88.95**	**付货款**
西藏新丝路	**广西南宁桂华丝绸有限公司**	**2020-12-14**	**划出**	**50.00**	**付货款**
万事利丝绸上海分公司	**杭州华榕投资有限公司**	**2020-10-27**	**划出**	**52.00**	**支付房租**
西藏新丝路	**广西桂华丝绸有限公司**	**2020-12-02**	**划入**	**153.60**	**划款未成功退回**
明阳健康	**开化县惠农蚕茧专业合作社**	**2020-09-26**	**划出**	**50.00**	**付货款**
明阳健康	**开化县惠农蚕茧专业合作社**	**2020-11-02**	**划出**	**57.00**	**付货款**

经核查，如上所示，除内部往来外，发行人其他分子公司大额资金流水主要为收付货款、政府补助、税款缴纳等，均有相应交易背景与合理解释，符合公司经营活动、资产购置、对外投资等活动。

2、核查意见

经核查，保荐机构、申报会计师认为，发行人大额资金往来不存在重大异常，与公司经营活动、资产购置、对外投资等相匹配。

（四）发行人与控股股东、实际控制人、董事、监事、高管、关键岗位人员等不存在异常大额资金往来；

1、核查程序

保荐机构、申报会计师取得了发行人及所有分子公司电子对账单，形成往来资金大表，并将其与纸质对账单进行校对勾稽，不存在重大异常。

保荐机构、申报会计师对于发行人与控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员等关键岗位人员资金往来情况进行了统计。**2017-2020 年度**，发行人与上述人员资金往来情况如下：

单位：万元

序号	名称	性质	往来原因	2020 年度		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
				发行人支付	发行人收到	发行人支付	发行人收到	发行人支付	发行人收到	发行人支付	发行人收到
1	万事利集团（单体）	控股股东	支付分红，支付及收取房租物业费用，收取货款，往来款及清理	**1,560.75**	**134.15**	1,054.81	124.06	538.88	393.50	5,164.57	2,400.73
2	屠红燕	实际控制人、董事	支付房租，收回房租税款	**60.83**	**-**	57.52	-	9.88	-	40.91	0.76
3	屠红霞	实际控制人、原副董事长	收回房租税款	**-**	**-**	-	-	-	-	-	0.76
4	李建华	实际控制人、董事长兼总经理、核心技术人员	支付工资奖金、明阳科技股权转让款、房租、费用报销款，收回房租税款	**141.11**	**-**	117.15	-	84.14	-	183.36	0.76
5	沈柏军	实际控制人、原监事会主席	支付房租	**36.85**	**-**	-	-	-	-	-	-
6	孙立新	董事	支付房租，控股股东派驻，不领薪	**-**	**-**	2.23	-	13.36	-	-	-
7	余志伟	董事兼副总经理	支付工资奖金、备用金、费用报销，收回备用金	**107.26**	**0.40**	86.36	-	74.37	-	89.49	14.00
8	马廷方	董事兼副总经理、核心技术人员	支付房租、工资奖金、费用报销，清理个人卡	**90.97**	**-**	73.25	-	79.34	-	370.89	300.00
9	洪瑛	独立董事	支付独董津贴	**10.00**	**-**	14.70	-	7.00	-	-	-
10	李有星	独立董事	支付独董津贴	**10.00**	**-**	12.02	-	4.32	-	-	-
11	邢以群	独立董事	支付独董津贴	**7.50**	**-**	-	-	-	-	-	-
12	朱良均	独立董事	支付独董津贴	**10.00**	**-**	7.70	-	0.70	-	-	-
13	陈浩芳	监事	支付工资奖金、费用报销	**28.94**	**-**	15.35	-	17.04	-	18.33	-
14	滕俊楷	副总经理	支付工资奖金、备用金、费用报销，清理个人卡	**98.31**	**-**	79.35	-	66.93	-	86.60	4.05
15	文礼	副总经理	支付工资奖金、费用报销	**70.18**	**-**	60.12	-	54.05	-	56.26	-

单位：万元

序号	名称	性质	往来原因	2020 年度		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
				发行人支付	发行人收到	发行人支付	发行人收到	发行人支付	发行人收到	发行人支付	发行人收到
16	包强	副总经理	支付工资奖金、明阳科技股权转让款、费用报销	**48.24**	**-**	47.16	-	47.26	-	101.26	-
17	韩青	财务总监	支付工资奖金、费用报销	**51.61**	**-**	43.65	-	34.89	-	16.95	-
18	叶晓君	董事会秘书	支付工资奖金、费用报销	**32.94**	**-**	27.89	-	25.62	-	24.38	-
19	徐刚	原独立董事	支付独董津贴	**2.80**	**-**	14.70	-	7.00	-	-	-
20	王群峰	原监事	支付工资奖金、费用报销	**45.00**	**-**	37.28	-	34.37	-	34.80	-
21	段建平	原财务总监	支付工资奖金、报销款；收回备用金	**-**	**-**	-	-	-	-	13.22	0.10

注：上述往来情况基于流水统计，与薪酬应计发放时间存在一定差异

报告期内，实际控制人王云飞，董事钱晓枫、项永旺，监事杜海江、程翀，前董事徐锦涛，前独立董事刘成林，前监事会副主席沈小华，前监事于玲、黄宏昭、梁莹莹均未与发行人发生资金往来。其中王云飞未在发行人任职，钱晓枫、项永旺、杜海江、程翀、徐锦涛、沈小华、于玲、梁莹莹均为股东提名的董事、监事，刘成林任职时间短，黄宏昭报告期前即已离职，故均不在发行人处领薪，也无其他资金往来。

2017 年度，发行人与控股股东万事利集团存在较大的资金往来，主要系清理以前年度积累形成的往来款余额，自 2018 年起，发行人与万事利集团不存在资金拆借行为。2019 年度，发行人向控股股东支付资金主要为“全民营销”费用及预付租赁与物业费；2020 年**度**，主要为向股东分红。2017 年度，发行人与马廷方之间的往来款主要是通过个人卡代发奖金及清理。除此之外，发行人与实际控制人、董事、监事、高级管理人员等关键岗位人员不存在异常大额资金往来。

2、核查意见

经核查，保荐机构、申报会计师认为，报告期内，发行人与控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员等关键岗位人员之间不存在异常大额资金往来。

（五）发行人不存在无合理解释的大额或频繁取现的情形，发行人同一账户或不同账户之间，不存在金额、日期相近的异常大额资金进出的情形

1、核查程序

（1）保荐机构和申报会计师取得了发行人及其子公司的全部银行对账单及现金台账，将对账单中发生额与账面进行匹配，检查金额、日期、摘要等信息，确认报告期内不存在未入账情况，已记录交易均真实发生。经核查，发行人现金台账准确、完整。**2017-2020 年度**，发行人主要取现情况如下：

单位：万元

交易类型	2020 年度	2019 年度	2018 年度	2017 年度
取现	**11.30**	-	16.46	125.17
购买商品、接受劳务支付的现金	**52,653.36**	47,753.38	51,924.09	58,123.08

单位：万元

交易类型	2020 年度	2019 年度	2018 年度	2017 年度
占比	**0.02%**	-	0.03%	0.22%

如上所示，发行人2017-2018年度取现金额分别为125.17万元和16.46万元，**2020 年取现金额为 11.30 万元，**主要用途为日常备用，用于支付一些小额费用及部分临时员工工资等，具有合理解释，且占当期购买商品、接受劳务支付的现金比例较低，不存在大额或频繁取现的情形。

（2）保荐机构、申报会计师依据发行人及其子公司电子银行流水汇总了**2017-2020 年度**所有银行资金往来，并以单笔 500 万元以上作为异常大额资金的选取标准。

报告期内，发行人及其子公司单笔 500 万元以上的大额资金往来共有 **836** 笔，其中资金流出 **419** 笔，资金流入 **417** 笔。上述大额资金占总发生额的比例如下：

单位：万元

项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	借方	贷方	借方	贷方	借方	贷方	借方	贷方
抽取大额资金总额	**316,652.03**	**314,579.71**	101,566.56	113,561.74	91,415.42	86,219.70	227,119.08	236,438.65
总发生额	**454,130.75**	**454,617.28**	196,013.50	186,655.99	191,196.91	158,263.42	379,319.69	383,433.12
占比	**69.73%**	**69.20%**	51.82%	60.84%	47.81%	54.48%	59.88%	61.66%

大额资金具体发生情况如下：

类型	本方账户所属	对方账户所属	数量（笔）	划拨原因
资金划出	发行人	发行人	**223**	不同账户间资金调拨与归集、闲置资金划入利息较高的账户理财、理财资金划回等
资金划出	发行人	子公司	**66**	支付向子公司采购的货款、因子公司经营等需要向其提供资金支持等
资金划出	发行人	控股股东	5	清理资金拆借、支付分红款
资金划出	发行人	国库	3	支付税款
资金划出	发行人	丝锦投资	1	支付收购万事利科技股权款
资金划出	发行人子公司	发行人	**44**	分子公司支付货款、统一归集多余资金等
资金划出	发行人子公司	发行人子公司	**69**	子公司内部及公司间资金调拨、支付货款与加工款、划入利息较高的账户理财、理财资金划回等
资金划出	发行人子公司	国库	1	支付税款

类型	本方账户所属	对方账户所属	数量（笔）	划拨原因
资金划出	发行人子公司	控股股东	1	清理资金拆借
资金划出	发行人子公司	中国农业银行股份有限公司浙江省分行清算中心	1	本账户内转为通知存款
资金划出	发行人子公司	其他应付过渡性款项	1	划兴业银行富阳支行短期理财
资金划出	发行人子公司	杭州毕胜信息科技有限公司	1	支付预付货款，因交易取消 4 天后退回
资金划出	发行人子公司	浙江乾航贸易有限公司	1	支付预付货款，因交易取消 4 天后退回
资金划出	发行人子公司	丝锦投资	1	支付分红款
资金划出	发行人子公司	杭州宏华数码科技股份有限公司	1	支付设备采购款
合计			**419**	
资金划入	发行人	发行人	**215**	不同账户间资金调拨与归集、闲置资金划入利息较高的账户理财、理财资金划回等
资金划入	发行人	发行人分子公司	**44**	分子公司支付货款、统一归集多余资金等
资金划入	发行人	控股股东	2	清理资金拆借
资金划入	发行人	本真商贸	6	支付口罩采购款
资金划入	发行人	证对单户	1	天津银行销户划入
资金划入	发行人	中国邮政安徽省分公司	1	销售回款
资金划入	发行人	惠买在线	1	销售回款
资金划入	发行人	杭州市财政局	1	付政府货款
资金划入	发行人	待销帐	1	恒丰银行存款及利息划回
资金划入	发行人子公司	发行人	**72**	收到母公司支付的货款、资金支持等
资金划入	发行人子公司	发行人子公司	**62**	子公司内部及公司间资金调拨、支付货款与加工款、划入利息较高的账户理财、理财资金划回等
资金划入	发行人子公司	中国农业银行股份有限公司浙江省分行清算中心	2	本账户内通知存款本息转为活期存款
资金划入	发行人子公司	爱慕股份	2	销售回款
资金划入	发行人子公司	济民健康管理股份有限公司	1	退还预付款
资金划入	发行人子公司	其他应付过渡性款项	1	兴业银行富阳支行短期理财款划回
资金划入	发行人子公司	浙江乾航贸易有限公司	1	退还预付款
资金划入	发行人子公司	杭州毕胜信息科技有限公司	1	退还预付款
资金划入	发行人子公司	待划转国内信用证款项	1	信用证还款
资金划入	发行人子公司	杭州万事利丝绸印染有限公司	1	退还采购货款、

类型	本方账户所属	对方账户所属	数量（笔）	划拨原因
资金划入	发行人	支付宝	1	划回支付宝款项
合计			417	

如上表所示，除发行人及分子公司内部往来及与国库往来外，保荐机构、申报会计师统计了所有对外共计 37 笔单笔金额在 500 万元以上的划款，并核查在划款当日前后 5 天内核查是否存在金额差异在 50 万内的合并外反向划款记录，发现存在该类情形的划款共 4 组，具体如下：

单位：万元

账户主体	对方户名	划款时间	划款方向	划款金额	是否有外部异常反向划款
有反向划款记录					
丝绸科技	杭州毕胜信息科技有限公司	2017-01-16	划出	500.00	有
丝绸科技	杭州毕胜信息科技有限公司	2017-01-20	划入	500.00	有
丝绸科技	浙江乾航贸易有限公司	2017-01-16	划出	500.00	有
丝绸科技	浙江乾航贸易有限公司	2017-01-20	划入	500.00	有
杭州新丝路	其他应付过渡性款项（兴业银行富阳支行短期理财款划出）	2017-02-27	划出	10,000.00	有
杭州新丝路	其他应付过渡性款项（兴业银行富阳支行短期理财款划回）	2017-03-02	划入	10,000.67	有
丝绸科技	丝锦投资	2017-08-08	划出	500.00	有
万事利丝绸	惠买在线	2017-08-04	划入	530.17	有
无反向划款记录					
万事利丝绸	万事利集团有限公司	2020-06-28	划出	1,101.48	无
万事利丝绸	万事利集团有限公司	2017-04-19	划出	1,000.00	无
万事利丝绸	万事利集团有限公司	2017-04-19	划出	1,000.00	无
万事利丝绸	万事利集团有限公司	2017-04-21	划出	618.00	无
万事利丝绸	万事利集团有限公司	2017-05-08	划出	633.73	无
万事利丝绸	丝锦投资	2017-12-28	划出	1,000.00	无
丝绸科技	万事利集团有限公司	2017-05-08	划出	1,391.60	无
杭州新丝路	中国农业银行股份有限公司浙江省分行清算中心	2019-11-04	划出	1,800.00	无
数码印花	杭州宏华数码科技股份有限公司	2019-04-29	划出	528.00	无
万事利丝绸	万事利集团有限公司	2017-12-29	划入	761.68	无

单位：万元

账户主体	对方户名	划款时间	划款方向	划款金额	是否有外部异常反向划款
万事利丝绸	万事利集团有限公司	2017-12-31	划入	658.47	无
万事利丝绸	本真商贸	2020-04-07	划入	500.00	无
万事利丝绸	本真商贸	2020-04-07	划入	500.00	无
万事利丝绸	本真商贸	2020-04-13	划入	500.00	无
万事利丝绸	本真商贸	2020-04-16	划入	500.00	无
万事利丝绸	本真商贸	2020-05-08	划入	500.00	无
万事利丝绸	本真商贸	2020-05-08	划入	500.00	无
万事利丝绸	证对单户	2017-01-05	划入	3,000.36	无
万事利丝绸	中国邮政安徽省分公司	2017-01-24	划入	800.00	无
万事利丝绸	杭州市财政局	2017-11-07	划入	599.94	无
万事利丝绸	待销帐	2017-11-24	划入	1,006.13	无
杭州新丝路	中国农业银行股份有限公司浙江省分行清算中心	2019-11-04	划入	1,002.78	无
杭州新丝路	中国农业银行股份有限公司浙江省分行清算中心	2019-11-04	划入	702.16	无
丝绸科技	爱慕股份	2019-11-25	划入	540.28	无
丝绸科技	爱慕股份	2019-11-27	划入	516.38	无
数码印花	济民健康管理股份有限公司	2020-05-12	划入	1,680.00	无
丝绸科技	待划转国内信用证款项	2017-03-10	划入	1,550.00	无
丝绸科技	杭州万事利丝绸印染有限公司	2017-06-27	划入	657.29	无
万事利丝绸	**支付宝（中国）网络技术有限公司**	**2020-9-30**	**划入**	**500.00**	**无**

其中，往来对象为杭州毕胜信息科技有限公司、浙江乾航贸易有限公司的来回划款是采购预付款及退回，往来对象为其他应付过渡性款项的来回划款是划款至兴业银行富阳支行进行季度末短期存款获取利息，以丝锦投资与惠买在线为往来对象的两笔来回划款为巧合，划给丝锦投资为分红款，惠买在线划入款为销售回款，两家往来对象无任何关联关系。

综上所述，发行人同一账户或不同账户之间，不存在金额、日期相近的异常大额资金进出的情形。

2、核查意见

经核查，保荐机构、申报会计师认为，发行人不存在大额或频繁取现的情形；发行人同一账户或不同账户之间，不存在金额、日期相近的异常大额资金进出的情形。

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

1、核查程序

保荐机构、申报会计师已取得根据 2017-2020 年度发行人及其子公司万事利科技、万事利数码所有单笔发生额 50 万元以上的资金往来填列的《大额资金流水情况表》，并列示其他分子公司单笔发生额 50 万以上的资金，具体核查程序参见本问询函回复问题 22 之“十一、（三）发行人大额资金往来不存在重大异常，与公司经营活动、资产购置、对外投资等相匹配”。

保荐机构、申报会计师逐项核查了《大额资金流水情况表》记录的资金往来及发行人其他分子公司单笔发生额 50 万以上的资金往来的用途及对象，确认发行人 2017-2020 年度未发生大额购买无实物形态资产或服务（如商标、专利技术、咨询服务等）的情形。

保荐机构、申报会计师取得发行人无形资产清单及受让无形资产合同，经核查，截至报告期末，发行人拥有土地使用权 1 项，商标 290 项，专利 112 项，著作权 188 项，关联方布调科技许可使用专利 2 项。2017-2020 年，发行人零对价受让万事利集团和子公司杭州新丝路专利 31 项，著作权 14 项，商标 133 项。

此外，发行人还从浙江大学取得“护肤丝素凝胶霜膏的制备方法”专利一项，转让价款共计 15.82 万元，不属于 500 万元以上的大额购买无形资产行为。

除上述情形之外，发行人报告期内未从外部取得商标、专利技术等无形资产。

2、核查意见

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

（七）发行人实际控制人个人账户大额资金均具有合理解释，不存在频繁出现大额存现、取现情形

1、核查程序

（1）发行人五名实际控制人屠红燕、屠红霞、李建华、王云飞、沈柏军向保荐机构和申报会计师提供了所有银行借记卡**2017-2020 年度**的流水，并出具承诺：

本人已将其知晓或常用的所有银行卡（借记卡）的资金流水提供予国信证券股份有限公司、天健事务所等中介机构，以供其进行财务核查之用，不存在隐瞒和重大遗漏银行资金流水的情形。

本人银行卡中的大额资金流水主要为借贷、投资、消费、人情往来等正常个人资金流转，不存在直接或间接将资金划转给万事利丝绸客户、供应商或其他与万事利丝绸存在业务关系的对手方，以资助其向万事利丝绸采购、销售货物并达到不正当利益输送的情形，亦不存在通过其个人资助万事利丝绸董事、监事、高级管理人员的情形。

（2）保荐机构和申报会计师逐一核查了上述银行卡流水，首先关注了上述流水的交易对方验证实际控制人个人流水的完整性，其次要求实际控制人对 20 万元以上大额流水往来对象的原因逐一进行了解释，最后记录了实际控制人个人账户大额流水往来对象的信息。

（3）保荐机构和申报会计师重点关注了上述流水中是否频繁出现大额存现、取现情形，经核查，实际控制人个人账户单日存在 20 万元以上的存现、取现情形，保荐机构和申报会计师已要求实际控制人对其中大额部分的资金来源或使用情况作出说明，具体如下：

单位：万元

姓名	交易时间	交易金额	款项性质	情况说明
屠红燕	2017-03-27	444.84	存现	个人PE投资退出后的投资款误打回至信用卡，故从信用卡取出后存入借记卡
	2019-01-30	110.00	存现	个人家庭备用金、个人拆借往来款存入银行
	2020-07-09	**35.41**	**取现**	**购买外汇现金备用**
李建华	2018-02-06	74.33	存现	个人拆借往来款存入银行

单位：万元

姓名	交易时间	交易金额	款项性质	情况说明
屠红霞	2018-05-30	83.32	存现	个人往来拆借款存入银行
	2018-06-05	90.00	存现	个人往来拆借款存入银行
	2018-06-12	88.00	存现	个人往来拆借款存入银行
	2018-06-12	129.40	取现	个人往来拆借款
王云飞	2018-02-12	53.00	取现	春节期间家庭储备部分现金
沈柏军	2018-07-11	20.00	取现	朋友临时拆借资金
存现合计数		802.49		
取现合计数		**237.81**		

经核查，实际控制人账户中大额存现、取现金额较小，不存在重大异常，除上述情况之外，实际控制人个人账户不存在频繁大额存现、取现情形。

（4）保荐机构和申报会计师将实际控制人个人账户大额流水（20 万元以上）往来对象对发行人主要客户、供应商（选取标准为 **2017-2020 年度**各期销售额大于 50 万元的客户，采购额大于 50 万元的供应商）进行比对，不存在重合现象。

2、核查意见

经核查，保荐机构和申报会计师认为，发行人实际控制人个人账户不存在频繁出现大额存现、取现情形，其个人账户大额流水均有相应解释，其大额流水往来对象与发行人主要客户、供应商不存在重合现象，不存在明显异常情形。

（八）控股股东从发行人处获得分红款 1,101.48 万元，并用于偿还银行贷款，除此之外实际控制人、董事、监事、高级管理人员等关键岗位人员不存在从发行人获得大额现金分红款、薪酬或资产转让款、转让发行人股权获得大额股权转让款的情形，亦不存在主要资金流向或用途存在重大异常的情形

1、核查程序

（1）保荐机构和申报会计师获取了发行人分红清单、分红款资金流水以及万事利集团获得分红款后相应资金的流转凭证。

经核查，**2017-2020 年度**，发行人仅有一次利润分配行为。经发行人 2019 年度股东大会审议通过，发行人合计分红 2,018.06 万元，各股东具体分红金额如

下：

股东名称	持股数量（万股）	持股比例	分红金额（万元）
万事利集团	5,507.40	54.58%	1,101.48
丝奥投资	1,200.00	11.89%	240.00
浙商投资	1,009.29	10.00%	201.86
丝昱投资	800.00	7.93%	160.00
丝弦投资	800.00	7.93%	160.00
万向三农	307.40	3.05%	61.48
盈思投资	204.93	2.03%	40.99
陈曙华	122.95	1.22%	24.59
卓元晋嘉	71.72	0.71%	14.34
华媒投资	51.23	0.51%	10.25
乐世利投资	15.37	0.15%	3.07
合计	10,090.30	100.00%	2,018.06

2020 年 6 月 28 日，控股股东万事利集团收到相应分红款 1,101.48 万元，2020 年 6 月 30 日，万事利集团使用该笔资金偿还银行贷款。报告期内，发行人实际控制人、董事、监事、高级管理人员等关键岗位人员未从发行人获得大额现金分红款。

（2）保荐机构和申报会计师获取了董事、监事、高级管理人员及关键岗位人员领薪金额数据，并结合《大额资金流水情况表》核查发行人与控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员及关键岗位人员是否存在资产交易。经核查，**2017-2020 年度**，实际控制人屠红燕、屠红霞、王云飞、沈柏军未从发行人领薪，实际控制人李建华为发行人董事长兼总经理，在发行人处领薪，发行人董事、监事、高级管理人员及关键岗位人员报告期内从发行人领薪总额如下：

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度	2017 年度
薪酬总计	**724.32**	727.34	671.47	626.93
领薪人数	**15**	14	14	15
平均薪酬	**48.29**	51.95	47.96	41.80

上述薪酬金额合理，未有单一董事、监事、高级管理人员或关键岗位人员领薪超过 500 万元的情形。

2017-2020 年度，发行人与董事、监事、高级管理人员或关键岗位人员的资金往来情况参见本问询函回复问题 22 之“十一、（四）发行人与控股股东、实际控制人、董事、监事、高管、关键岗位人员等不存在异常大额资金往来”。报告期内，发行人与董事、监事、高级管理人员或关键岗位人员不存在异常大额资金往来。

2017-2020 年度，发行人未与控股股东、实际控制人、董事、监事、高管、关键岗位人员进行大额资产交易，上述企业或人员未从发行人获得大额资产转让款。发行人 2017 年向丝锦投资收购其所持有的万事利科技 495 万元出资额，转让价格为 1,353.85 万元，马廷方持有丝锦投资 30.00%的股权，所对应股权交易款 406.16 万元。

（3）保荐机构和申报会计师获取了发行人工商登记资料，核查了发行人报告期内的股权变动情况，经核查，**2017-2020 年度**，发行人共有两次股权变动，具体如下：

日期	转让方	受让方	转让股份（万股）	转让金额（万元）
2018 年 4 月	张家林	陈曙华	51.2284	574.78
2019 年 1 月	浙江国俊	万事利集团	307.4009	3,688.81

转让方张家林、浙江国俊均为外部股东，发行人控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员等关键岗位人员未因转让发行人股权获得大额股权转让款。

2、核查意见

经核查，保荐机构与申报会计师认为，控股股东从发行人处获得分红款 1,101.48 万元，并用于偿还银行贷款，除此之外，实际控制人、董事、监事、高级管理人员等关键岗位人员不存在从发行人获得大额现金分红款、薪酬或资产转让款、转让发行人股权获得大额股权转让款的情形，亦不存在主要资金流向或用途存在重大异常的情形。

（九）控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员等关键岗位人员与发行人关联方、客户、供应商不存在异常大额资金往来

1、核查程序

（1）保荐机构和申报会计师获取了发行人收入明细表和采购明细表，将报告期各期期销售额大于 50 万元的客户，采购额大于 50 万元的供应商列入核查名录，并获取了发行人关联方清单，将其列入拟核查名录。发行人 50 万元以上客户，50 万元以上供应商可覆盖报告期各期销售收入和采购总额比例如下：

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度	2017 年度
50 万以上客户销售额	**52,107.88**	52,520.72	53,739.72	52,532.37
总销售额	**73,570.31**	72,851.39	75,252.67	71,319.02
占比	**70.83%**	72.09%	71.41%	73.66%
50 万以上供应商采购额	**36,535.69**	39,960.89	40,181.74	46,115.24
总采购额	**41,963.06**	42,979.45	45,217.85	50,741.93
占比	**87.07%**	92.98%	88.86%	90.88%

报告期内，万事利集团及其下属企业与发行人存在关联交易，具体如下：

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度	2017 年度
向集团采购文化创意品	**-**	-	225.52	963.81
接受集团提供劳务	**241.02**	346.36	556.58	388.33
向集团销售文化创意品	**486.14**	858.06	691.08	753.15
向集团提供劳务	**10.34**	10.34	10.34	0.04

（2）保荐机构和申报会计师将 2017-2020 年内万事利集团往来金额超过 500 万元的对象与报告期各期销售额大于 50 万元的客户，采购额大于 50 万元的供应商进行匹配。万事利集团往来对象中属于上述发行人客户、供应商的结果如下：

单位：万元

往来对象	2020 年度		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	划出	划入	划出	划入	划出	划入	划出	划入
乾协贸易	**52,085.00**	**57,675.05**	8,063.10	100.00	3,513.00	5,851.50	514.00	300.00
杭州百易得酒业有限公司	-	-	-	-	300.00	300.00	4.44	-

万事利集团与乾协贸易进行棉纱大宗贸易，万事利集团 2017 年向杭州百易得酒业有限公司采购酒类，2018 年原计划进行采购并支付了预付款，后取消采购计划并全额退款。

乾协贸易为发行人供应商，杭州百易得酒业有限公司为发行人客户，上述两家公司与发行人交易情况如下：

单位：万元

名称	交易性质	2020 年度	2019 年度	2018 年度	2017 年度
乾协贸易	供应商	-	-	-	295.72
杭州百易得酒业有限公司	客户	1.64	14.69	99.47	7.12

控股股东与发行人客户、供应商资金往来均有合理原因，且上述客户供应商均非发行人主要客户、供应商，2017 年发行人原向乾协贸易采购瓷器，自 2017 年 6 月起直接向瓷器生产商永丰源瓷业进行采购，不再与乾协贸易发生交易。

（3）保荐机构和申报会计师获取了 5 名实际控制人银行流水，具体核查过程参见本问询函回复问题 22 之“十一、（七）发行人实际控制人个人账户大额资金均具有合理解释，不存在频繁出现大额存现、取现情形”，保荐机构和申报会计师记录了实际控制人银行流水中所有交易额超过 20 万元以上的交易对方，并与（1）中的拟核查名录进行比对。

经核查，5 名实际控制人全部为万事利集团股东，其中李建华 2017 年度仍在万事利集团担任职务，其余 4 名实际控制人一直在万事利集团任职，并领取薪酬，因此，5 名实际控制人与万事利集团存在资金往来，上述情形具备合理性。除此之外，实际控制人与发行人其他主要客户、供应商、关联方不存在资金往来。

（4）保荐机构和申报会计师获取了除外部董事（钱晓枫、项永旺）和独立董事（洪瑛、李有星、邢以群、朱良均）以外的董事、监事、高级管理人员的个人流水，记录了前述董事、监事和高级管理人员的银行流水中所有交易额超过 20 万元以上的交易对方，并与（1）中的拟核查名录进行比对。保荐机构和申报会计师取得了外部董事和独立董事的个人征信报告和其签署的说明与承诺

①除外部董事和独立董事外的董事、监事和高级管理人员

经核查除外部董事和独立董事外董事、监事、高级管理人员等关键岗位人员的个人银行流水，董事屠红燕、孙立新，监事杜海江、程翀均在万事利集团任职并领薪，其他董事、监事、高级管理人员未在发行人关联方领薪，与发行人关联方不存在异常大额资金往来。

保荐机构和申报会计师记录了除外部董事和独立董事外董事、监事、高级管理人员银行流水中所有交易额超过 20 万元以上的交易对方，并与（1）中的拟核查名录进行比对。经比对，20 万以上交易对方与（1）中拟核查名录重合情况如下：

重合往来对象	重合原因
万事利集团	万事利集团为发行人主要客户，公司董事孙立新、监事杜海江、程翀均为万事利集团提名担任上述职务，其任职于万事利集团并领取薪酬，其未在发行人处担任其他职务。

除上述情况之外，公司除外部董事和独立董事外董事、监事、高级管理人员银行流水中所有交易额超过 20 万元以上的交易对方与客户、供应商不存在大额异常资金往来。

②外部董事和独立董事

外部董事和独立董事出于个人隐私原因考虑，不便提供个人的资金流水，保荐机构和申报会计师履行了如下核查程序：

A、结合对发行人及其子公司报告期内银行流水、现金日记账、银行日记账等的核查，关注外部董事和独立董事、其控制的或任董监高的关联法人在报告期内是否存在与发行人及其子公司有资金往来；

B、结合对发行人的控股股东、实际控制人、董监高报告期内的个人银行资金流水的核查，关注外部董事和独立董事、其控制的或任董监高的关联法人在报告期内是否存在与发行人的控股股东、实际控制人、董监高有资金往来；

C、取得了其签署的说明与承诺，承诺自 2017 年 1 月 1 日以来，本人不存在占用万事利丝绸资金、不存在向万事利丝绸客户或供应商收付货款，不存在代万事利丝绸或者通过他人代万事利丝绸支付成本、费用等情形；

D、取得了其个人的征信报告，报告显示信用状况良好，贷款主要为个人住房贷款及消费贷款等，不存在大额已逾期未归还的银行贷款等负债。

经核查，公司外部董事和独立董事不存在向万事利丝绸客户或供应商收付货款，不存在代万事利丝绸或者通过他人代万事利丝绸支付成本、费用等情形。

2、核查结论

经核查，保荐机构与申报会计师认为，因万事利集团为公司主要客户，与公司存在关联交易。实际控制人中屠红燕、屠红霞、王云飞、沈柏军仍在万事利集团或其下属公司任职，因此，实际控制人与万事利集团之间存在资金往来，董事孙立新、监事杜海江、程翀为万事利集团提名的董事/监事，其任职于万事利集团并领取薪酬，上述情形具有合理性。除此之外，控股股东、实际控制人、董事、监事、高管（非外部董事和独立董事）与发行人主要客户、主要供应商不存在异常大额资金往来；公司外部董事和独立董事不存在向万事利丝绸客户或供应商收付货款，不存在代万事利丝绸或者通过他人代万事利丝绸支付成本、费用等情形。

（十）不存在关联方代发行人收取客户款项或支付供应商款项的情形

1、核查程序

1、不存在关联方代发行人收取客户款项或支付供应商款项的情形

保荐机构、申报会计师已取得根据报告期发行人及其子公司万事利科技、万事利数码所有单笔发生额 50 万元以上的资金往来填列的《大额资金流水情况表》。将该表与发行人银行对账单进行校对勾稽，不存在重大异常，《大额资金流水情况表》的记载准确、完整。具体核查覆盖比例可参见本问询函回复问题 22 之“十一、（三）发行人大额资金往来不存在重大异常，与公司经营活动、资产购置、对外投资等相匹配”。

保荐机构和申报会计师将大额资金流水按实际收（付）方名称汇总为流水对手方清单，与发行人关联方清单进行对比，查验是否存在无业务背景的异常资金往来，是否存在关联方代发行人收取客户款项（支付供应商款项）的情形。**2017-2020 年**，发行人与主要关联方大额资金往来情况如下：

单位：万元

大额资金往来对象	2020 年度		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	划出	划入	划出	划入	划出	划入	划出	划入
万事利集团（单体）	**1,161.79**	-	622.78	-	136.36	207.11	4,949.74	1,927.99
丝奥投资	240.00	-	-	-	-	-	-	-
浙商投资	201.86	-	-	-	-	-	-	-
丝昱投资	160.00	-	-	-	-	-	-	-
丝弦投资	160.00	-	-	-	-	-	-	-

单位：万元

大额资金往来对象	2020 年度		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	划出	划入	划出	划入	划出	划入	划出	划入
花港餐饮	-	-	-	-	-	79.19	67.30	-
文化商城	-	**322.16**	-	381.31	-	-	-	-
上海追运信息科技有限公司	-	-	-	-	-	-	-	63.31
杭州和隆贸易有限公司	-	-	-	-	-	-	-	257.75
普华广告	-	-	-	-	-	-	-	57.60
丝锦投资	-	-	-	-	-	-	2,096.36	-
万事利进出口	-	-	-	-	147.25	-	84.27	120.37
浙江磐安嘉盈工艺品有限公司	-	-	-	-	-	-	97.14	-

经核查上述与关联方大额往来原因，不存在关联方代发行人收取客户款项或支付供应商款项的情形。具体往来原因如下：

单位：万元

往来对象	时间	方向	金额	原因
万事利集团	2020 年**度**	支付	**1,161.79**	向股东分红 **1,101.48 万元，支付房租物业费 60.31 万元**
万事利集团	2019 年度	支付	622.78	456.97 万元为支付报告期全民营销款，165.81 万元为租赁与物业费
万事利集团	2018 年度	支付	136.36	69.08 万元为支付租赁费与物业费，67.29 万元为支付大厦空调款
万事利集团	2018 年度	收取	207.11	收货款，2017 年向万事利集团销售 449.39 万元
万事利集团	2017 年度	支付	4,949.74	支付前期从万事利集团拆入本金及利息 4,748.05 万元、付房租物业费等
万事利集团	2017 年度	收取	1,927.99	收到前期拆出给万事利集团本金及利息 566.92 万元、收货款、收下沙房租物业费等
丝奥投资	2020 年**度**	支付	240.00	向股东分红
浙商投资	2020 年**度**	支付	201.86	向股东分红
丝昱投资	2020 年**度**	支付	160.00	向股东分红
丝弦投资	2020 年**度**	支付	160.00	向股东分红
花港餐饮	2018 年度	收取	79.19	收货款，2017 年度向花港餐饮销售 146.23 万元
花港餐饮	2017 年度	支付	67.30	预付餐饮、会务费
文化商城	2020 年**度**	收取	**322.16**	收取货款
文化商城	2019 年度	收取	381.31	收取货款，2019 年度向文化商城销售 725.22 万元
上海追运信息科技有限公司	2017 年度	收取	63.31	2016 年度销售的回款
杭州和隆贸易有限公司	2017 年度	收取	257.75	收到以前年度拆出款项的利息
普华广告	2017 年度	收取	57.60	收回拆出款项

单位：万元

往来对象	时间	方向	金额	原因
丝锦投资	2017 年度	支付	2,096.36	1,353.86 为丝绸科技股权转让款，742.5 万元为分红款
万事利进出口	2018 年度	支付	147.25	2016 年度通过万事利进出口进口马克罗西丝巾款
万事利进出口	2017 年度	支付	84.27	支付拆入款
万事利进出口	2017 年度	收取	120.37	收回拆出款项
浙江磐安嘉盈工艺品有限公司	2017 年度	支付	97.14	支付货款，2016 年度总采购 296.72 万元

保荐机构和申报会计师还核查了是否存在潜在利益相关方代发行人收取客户款项（支付供应商款项）的情形。报告期内，发行人与潜在利益相关方的大额资金往来情况如下：

单位：万元

大额资金往来对象	2020 年度		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	划出	划入	划出	划入	划出	划入	划出	划入
深圳万事利	-	163.29	-	294.10	-	721.08	-	680.15
乾协贸易	-	-	-	-	-	-	380.60	-
大谷贸易	-	-	-	-	-	-	135.10	-
辽宁万事利	-	-	-	-	-	117.41	-	-
北京万事利	-	205.09	-	-	-	-	-	-
夯泰服饰	-	-	-	-	590.76	124.05	2,281.73	1,719.35
龙品纺织	-	378.31	-	355.80	-	-	139.93	-
帛淼服饰	-	746.76	-	579.02	-	488.12	-	-
鲸鱼科技	575.74	-	-	-	-	150.00	-	126.60

经核查上述与关联方大额往来原因，不存在关联方代发行人收取客户款项或支付供应商款项的情形，具体往来原因如下：

单位：万元

往来对象	时间	资金性质	金额	原因
深圳万事利	2020 年度	收取	163.29	收货款，2020 年度销售额 311.02 万元
深圳万事利	2019 年度	收取	294.10	收货款，2019 年度销售额 523.14 万元
深圳万事利	2018 年度	收取	721.08	收货款，2018 年度销售额 680.67 万元
深圳万事利	2017 年度	收取	680.15	收货款，2017 年度销售额 698.02 万元
辽宁万事利	2018 年度	收取	117.41	收货款，2018 年度销售额 325.19 万元

单位：万元

往来对象	时间	资金性质	金额	原因
北京万事利	2020 年**度**	收取	**205.09**	收货款，2020 年**度**销售额 **204.45** 万元，2019 年销售 415.45 万元
乾协贸易	2017 年度	支付	380.60	付货款，2017 年度采购额 295.72 万元，2016 年度采购额 145.84 万元
大谷贸易	2017 年度	支付	135.10	付明阳科技 55%股权转让款
夯泰服饰	2018 年度	支付	590.76	付货款，2018 年度采购额 853.33 万元，因业务操作中采用全额法结算，故支付金额偏大
夯泰服饰	2018 年度	收取	124.05	收货款，2018 年度销售额 80.38 万元，因业务操作中采用全额法结算，故收取金额偏大
夯泰服饰	2017 年度	支付	2,281.73	付货款，2017 年度采购额 1,292.89 万元，因业务操作中采用全额法结算，故支付金额偏大
夯泰服饰	2017 年度	收取	1,719.35	收货款，2017 年度销售额 79.07 万元，因业务操作中采用全额法结算，故收取金额偏大
龙品纺织	2020 年**度**	收取	**378.31**	收货款，2020 年**度**销售额 **398.25** 万元，2019 年度销售额 399.08 万元
龙品纺织	2019 年度	收取	355.80	收货款，2019 年度销售额 399.08 万元
龙品纺织	2017 年度	支付	139.93	付货款，2017 年度采购额 149.55 万元
帛淼服饰	2020 年**度**	收取	**746.76**	收货款，2020 年**度**销售额 **644.64** 万元，**2019 年度销售额 1,381.73 万元**
帛淼服饰	2019 年度	收取	579.02	收货款，2019 年度销售额 1,181.73 万元
帛淼服饰	2018 年度	收取	488.12	收货款，2018 年度销售额 480.90 万元
鲸鱼科技	2018 年度	收取	150.00	收销售机器款，2018 年度销售机器含税价 183.00 万元
鲸鱼科技	2017 年度	收取	126.60	收销售机器款，2017 年度销售机器含税价 211.00 万元
鲸鱼科技	**2020 年度**	**支付**	**575.74**	**付采购机器款，2020 年度采购机器不含税价 566.11 万元**

其他分子公司 50 万元以上资金往来共有 **75** 笔，保荐机构和申报会计师已逐一核查往来原因，不存在关联方代发行人收取客户款项或支付供应商款项的情形，具体核查情况可见本问询函回复问题 22 之“十、（三）发行人大额资金往来不存在重大异常，与公司经营活动、资产购置、对外投资等相匹配”。

保荐机构和申报会计师将丝绸文化创意品、丝绸纺织制品前 10 大客户供应商及部分丝绸纺织制品 50 万以上客户供应商对应的实际回款、付款对象与客户供应商名称进行比对，查验名称是否一致。经核查，不存在关联方代发行人收取客户款项或支付供应商款项的情况。上述客户及供应商覆盖率如下：

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度	2017 年度
客户抽取	**36,978.75**	27,999.28	23,354.62	25,965.63
营业收入	**73,570.31**	72,851.39	75,252.67	71,319.02

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度	2017 年度
占比	**50.26%**	38.43%	31.03%	36.41%
供应商抽取	**27,218.07**	20,980.27	24,696.53	35,416.93
采购额	**41,963.06**	42,979.45	45,217.85	50,741.93
占比	**64.86%**	48.81%	54.62%	69.80%

经核查，报告期内，发行人和控股股东万事利集团、关联方万事利进出口、普华广告存在清理资金往来的流水，且发行人与万事利集团存在关联交易，故存在资金往来，上述情形不涉及万事利集团代发行人收（付）货款，除此之外，发行人与其他关联方不存在无交易背景的大额资金往来，亦不存在由关联方或潜在利益相关方代收客户款项或代付供应商款项的情况。

2、核查意见

经核查，保荐机构与申报会计师认为，不存在关联方代发行人收取客户款项或支付供应商款项的情形。

（十一）扩大资金流水核查范围情况

因发行人与鲸鱼科技存在关联交易，且鲸鱼科技投资了数码印花机器设备，与发行人合作了数码印花“云工厂”项目，保荐机构与申报会计师增加了对发行人市场项目部负责人李练个人卡流水核查，并现场查看了鲸鱼科技账套。

1、核查程序

（1）李练向保荐机构和申报会计师提供了其常用的 4 张个人借记卡 2017 年 1 月至 2020 年 12 月的流水，并出具承诺：

“本人已将其知晓或常用的所有银行卡（借记卡）的资金流水提供予国信证券股份有限公司、天健事务所等中介机构，以供其进行财务核查之用，不存在隐瞒和重大遗漏银行资金流水的情形。

本人银行卡中的大额资金流水主要为借贷、投资、消费、人情往来等正常个人资金流转，不存在直接或间接将资金划转给万事利丝绸客户、供应商或其他与万事利丝绸存在业务关系的对手方，以资助其向万事利丝绸采购、销售货物并达到不正当利益输送的情形。本人投资数码印花设备的资金来源为本人自筹，不存

在收到万事利集团、万事利丝绸实际控制人资金等以达成其他私下利益安排的情形。”

（2）保荐机构和申报会计师逐一核查了上述银行卡流水，首先关注了上述流水的交易对方验证个人流水的完整性，其次要求李练对 10 万元以上大额流水往来对象的原因逐一进行了解释，最后记录了李练个人账户大额流水往来对象的信息。

（3）根据其表述，其通过鲸鱼科技与发行人合作数码印花“云工厂”项目的资金主要来源的自有资金和个人借款，保荐机构和申报会计师重点关于其账户进项资金对象，并与发行人控股股东，实际控制人及其亲属比对，不存在重合现象；保荐机构和申报会计师进一步交叉比对发行人控股股东，实际控制人账户的主要交易对象与李练账户的主要交易对象，不存在重合现象。

（4）保荐机构和申报会计师现场查看了鲸鱼科技账套，确认其中不存在与发行人控股股东万事利集团以及发行人实际控制人之间的业务往来。

2、核查意见

经核查李练提供的个人卡流水，并结合发行人控股股东万事利集团流水核查，发行人实际控制人流水核查，保荐机构与申报会计师认为，李练的个人卡流水不存在与发行人控股股东、实际控制人之间往来，李练与发行人合作数码印花“云工厂”项目不存在其他私下利益安排。

（十二）财务内控能够持续符合规范性要求、不存在影响发行条件的情形

1、核查程序

（1）报告期内，发行人不存在转贷、票据融资、银行借款受托支付等财务内控不规范的情形，第三方回款、利用个人账户对外付款、与关联方资金拆借情形均已充分披露

经核查，报告期内，发行人不存在转贷、票据融资、银行借款受托支付等财务内控不规范的情形；报告期内，发行人存在第三方回款、利用个人账户对外付款、与关联方资金拆借等财务内控不规范情形，发行人已对上述不规范情形进行了规范与清理。

相关核查过程及披露情况可参见本问询函回复问题 22 之“九、申报期内是否存在转贷、票据融资、银行借款受托支付、非经营性资金往来、关联方或第三方代收货款等情形，包括不限于相关交易形成时间、原因、资金流向和使用用途、利息、违反有关法律法规具体情况及后果、后续可能影响的承担机制、整改措施、相关内控建立及运行情况”、本问询函回复问题 9 之“十、（一）第三方回款情况”、本问询函回复问题 22 之“五、报告期内使用员工名下个人卡发放账外工资的具体情况、原因必要性、整改情况，该情形是否持续发生”及本问询函回复问题 3 之“四、报告期资金拆入和偿还借款的具体情况，相关资金的用途，对发行人独立性的影响和清理规范具体措施”。

（2）第三方回款、利用个人账户对外付款、与关联方资金拆借情形不属于主观故意或恶意行为并构成重大违法违规，不存在被处罚情形或风险，满足相关发行条件的要求

发行人存在第三方回款情形主要是由于部分小型分销商通过实际控制人及其控制的其他公司、股东、合伙经营者、亲属或客户职员回款，订货会现场接受客户股东或员工付款，终端消费者或企事业单位通过刷卡回款，部分客户通过上一级单位或统一支付平台进行支付，及部分外销客户因外汇限制等原因通过实际控制人控制的其他公司、电商平台、专业代理公司进行回款，不属于主观故意或恶意行为。

发行人通过个人账户对外付款的情况发生在 2017 年，发行人已在账面对相关费用进行还原，并对相关税费进行补缴，税务机关已出具发行人不存在重大违法违规情况的说明。

与关联方资金拆借发生于 2017 年，当年即已对该情形进行清理，并按照银行贷款利率支付了相应利息。

上述行为均未严重损害拟上市公司利益、投资者合法权益或社会公共利益，也未导致严重环境污染、重大人员伤亡或社会影响恶劣，因此不属于重大违法违规，满足相关发行条件的要求。

（3）针对第三方回款、利用个人账户对外付款、与关联方资金拆借情形，发行人已进行了相应清理、建立内控制度并有效执行

发行人针对第三方回款、利用个人账户对外付款及资金拆借等情形逐步建立了完备的内控制度并严格执行。2019-2020 年，公司境内销售第三方回款金额及占销售收入的比重较 2017-2018 年已有明显下降，自 2018 年起未再发生利用个人账户对外付款或资金拆借的情形，内部控制运行效果良好。相关整改措施、内部控制机制建立及运行情况可参见本问询函回复问题 9 之“十、（一）第三方回款情况”、本问询函回复问题 22 之“五、报告期内使用员工名下个人卡发放账外工资的具体情况、原因必要性、整改情况，该情形是否持续发生”及本问询函回复问题 3 之“四、报告期资金拆入和偿还借款的具体情况，相关资金的用途，对发行人独立性的影响和清理规范具体措施”。

2、核查意见

经核查，保荐机构与申报会计师认为，报告期内，发行人不存在转贷、票据融资、银行借款受托支付等财务内控不规范的情形，发行人存在第三方回款、利用个人账户对外付款、与关联方资金拆借等财务内控不规范情形，发行人已对上述情形进行了充分披露，且已进行了规范与清理。发行人的财务内控能够持续符合规范性要求、不存在影响发行条件的情形。（以下无正文）

（本页无正文，为《杭州万事利丝绸文化股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市申请文件审核问询函的回复报告》之盖章页）

杭州万事利丝绸文化股份有限公司

2024 年 4 月 30 日

发行人董事长声明

本人已认真阅读杭州万事利丝绸文化股份有限公司本次审核问询函回复报告的全部内容，确认审核问询函回复报告内容真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性承担个别和连带的法律责任。

董事长：

李建华

杭州万事利丝绸文化股份有限公司

2021 年 4 月 30 日

保荐人（主承销商）声明

本人已认真阅读杭州万事利丝绸文化股份有限公司本次审核问询函回复报告的全部内容，了解报告涉及问题的核查过程、本公司的内核和风险控制流程，确认本公司按照勤勉尽责原则履行核查程序，审核问询函回复报告不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对上述文件的真实性、准确性、完整性、及时性承担相应法律责任。

保荐代表人：

罗傅琪 季诚永

总经理：

邓舸

国信证券股份有限公司

2021 年 4 月 30 日