



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

第三轮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 12 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第三轮审核问询函》（审核函〔2020〕011052 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 关于数码印花技术	4
问题 2 关于数码印花设备	15
问题 3 关于独立性	19
问题 4 关于控股股东	26
问题 5 关于专利	34
问题 6 关于创业板定位	38
问题 7 关于经营状况	46
问题 8 关于加盟商	62
问题 9 关于毛利率	71
问题 10 关于设计检测费	83
问题 11 关于存货跌价准备.....	90

问题 1

关于数码印花技术。审核问询回复显示：（1）经过多年研发与生产经验积累，公司目前已总结形成了数码印花数字化色彩图库 5,000 多个，实现成品呈现的颜色与输入颜色基本一致；（2）行业内其他数码印花主要通过经验管理，需要多次试验才可实现打样效果。

请发行人补充披露：（1）数码印花数字化色彩图库的形成方式和过程，行业内其他公司是否具有相同、相似的图库及其色库数量情况，色彩图库形成的技术和经验壁垒，是否存在知识产权相关或其他纠纷或潜在纠纷；（2）“行业内其他数码印花主要通过经验管理”的依据，发行人数码印花管理的体现方式，在数码印花技术上的先进性是否可持续，相关技术下一步改进方向和发展计划；（3）丝绸纺织制品中，除提供数码印花加工服务外，是否存在客户提供原材料的情形，如存在，请披露相关业务的会计处理方法；（4）收入分类“丝绸纺织制品”中的数码印花加工是否仅为加工服务业务，是否应与制品业务分列，以便投资者理解；（5）结合收入分类中“品牌服装”和“贴牌服装”的区别，进一步优化完善信息披露，以便投资者理解。

请保荐人、发行人律师、申报会计师发表明确意见。

【回复】

一、数码印花数字化色彩图库的形成方式和过程，行业内其他公司是否具有相同、相似的图库及其色库数量情况，色彩图库形成的技术和经验壁垒，是否存在知识产权相关或其他纠纷或潜在纠纷

（一）数码印花数字化色彩图库的形成方式和过程

发行人已在招股说明书第六节之“一、（二）3、（5）数码印花工艺内容及技术先进性、竞争优势”中补充披露如下：

a、数字化色彩图库的形成方式和过程

数码喷印设备工作原理是将图像通过数字化技术处理后输入计算机，由计算机将图像通过喷印控制软件 RIP 转化成数字化信号传递给数码喷墨打印机，再由数码喷墨打印机系统根据数字化信号控制喷头将 4 色、6 色、8 色、12 色等彩色

墨水喷印在纺织品表面上，从而获得所需彩色图像。

每台数码喷印设备均有自身的密度曲线（数码喷印设备管理图像数据与墨水喷出量的映射关系曲线，数码印花机的输入（图像想要的墨量）和输出（实际输出的墨量）的对应关系），很大程度上影响印花设备的印花质量和效果。目前数码喷印设备主要采用印刷行业（喷印在纸张上）通用的密度曲线，因纸张和丝绸面料的吸墨性能存在较大差异，故把通用的密度曲线直接用于生产丝绸面料的设备上，生产出的丝绸面料会带来较大的颜色偏差（即成品呈现颜色与计算机输入颜色不完全一致），从而导致印花次品率的升高。因此需要针对丝绸数码印花工艺，建立丝绸密度曲线，提高丝绸印花的质量。

在此背景下，公司于 2013 年起组建了 30 余人的数码印花色彩管理技术攻关团队，包括调色人员、上浆人员、喷印人员、后道人员等，通过自主研发和产学研合作，先后取得了“一种数码印花喷印特性曲线的制作方法”、“一种数码印花颜色再现监控方法”两项发明专利。一种数码印花喷印特性曲线的制作方法主要用于完善数码喷印设备的密度曲线，在丝绸面料上通过调节数码喷印设备每个喷头的相关参数（电压等），达到控制喷墨量的效果，使得彩色墨水在丝绸面料上印花更均匀；一种数码印花颜色再现监控方法主要用于调节浆料配方与浆料涂布、喷墨墨量、蒸化等复杂的工艺过程，建立完整的数字化控制体系，保证设计色彩的高精度呈现。

在取得上述两项发明专利的基础上，公司通过控制各道工序的反应条件不断地对色彩进行试验及评价（试验及评价方法取得了“一种基于特征色的数码印花颜色再现精度的评价方法”发明专利），公司以每天平均打样 1,000 多种颜色，总结出 2-3 种颜色规律的速度，持续开发至今形成了包含 5,000 多种色卡的数字化色彩图库，数字化色彩图库即为通过长时间多频次的试验，记录计算机模式下的某一颜色（可以用数据形式体现）在最佳产品质量效果下对应的数码印花各道工序的生产条件，取得一一对应关系。设计师在数字化色彩图库环境下选用色彩进行设计，可确保数码印花产品颜色和设计师设计颜色的一致性，达到“所见即所得”，同时实现了数码喷印快速打样。

（二）行业内其他公司是否具有相同、相似的图库及其色库数量情况

发行人已在招股说明书第六节之“一、（二）3、（5）数码印花工艺内容及技术先进性、竞争优势”中补充披露如下：

b、行业内其他公司数字化色彩图库情况

数字化色彩图库作为技术秘密，用于给公司内部设计师提供数字化色彩的设计环境，行业内无公开的数字化色彩图库情况。

（三）色彩图库形成的技术和经验壁垒

发行人已在招股说明书第六节之“一、（二）3、（5）数码印花工艺内容及技术先进性、竞争优势”中补充披露如下：

c、色彩图库形成的技术和经验壁垒

公司于 2010 年进入数码印花行业，系将数码印花设备应用于丝绸面料较早的企业，并于 2013 年起研究数码印花色彩管理，经过专业技术团队长时间的研究，取得了数码印花色彩管理相关的 3 项发明专利，并形成了包含 5,000 多种颜色的数字化色彩图库，目前已广泛应用于数码印花生产经营，具备了打样速度快、打样色彩准的核心竞争力。公司通过长期、持续地研发投入和生产经验积累，形成了数码印花色彩管理相关的发明专利和色彩图库，作为市场新进入者，很难在短时间内掌握数码印花色彩管理技术。

（四）色彩图库不存在知识产权相关或其他纠纷或潜在纠纷

发行人已在招股说明书第六节之“一、（二）3、（5）数码印花工艺内容及技术先进性、竞争优势”中补充披露如下：

d、色彩图库不存在知识产权相关或其他纠纷或潜在纠纷

数字化色彩图库系用数据描述颜色的图库，作为技术秘密为公司内部设计师提供数字化色彩的设计环境，确保数码印花产品颜色和设计师设计颜色的一致性，达到“所见即所得”，不存在知识产权相关或其他纠纷，亦不存在潜在纠纷。数字化色彩图库仅作为内部花型设计环境，必须与公司的生产设备、染料助剂、各道工序生产条件等相适应才可以达到“所见即所得”的生产效果，故色彩图库泄露风险较低，即使发生泄露，对方亦无法形成数码印花色彩管理技术，不会造成

知识产权相关的纠纷。

二、“行业内其他数码印花主要通过经验管理”的依据，发行人数码印花管理的体现方式，在数码印花技术上的先进性是否可持续，相关技术下一步改进方向和发展计划

（一）“行业内其他数码印花主要通过经验管理”的依据，发行人数码印花管理的体现方式

发行人已在招股说明书第六节之“一、（二）3、（5）数码印花工艺内容及技术先进性、竞争优势”中补充披露如下：

a、数字化管理，打样速度快

发行人是行业内较早实现数码印花工艺应用于丝绸领域的企业，经过多年研发与生产经验积累，公司目前已总结形成了数码印花数字化色彩图库 5,000 多个，实现成品呈现的颜色与输入颜色基本一致。而行业内其他数码印花主要通过经验管理，需要多次试验才可实现打样效果，相比之下，公司通过数字化管理可明显减少打样时间，仅需 1-2 天即可完成花型打样，实现了快速反应能力。

因丝绸具有轻薄、易变形等特点，数码印花加工过程经历多种物理和化学反应容易使得成品呈现颜色与计算机输入颜色不一致。通过行业专家及主要数码印花设备生产厂商的反馈，行业内其他大多数数码印花企业色彩管理环节主要依赖相关技术人员的经验管理。

公司通过数字化进行数码印花色彩管理，形成了色卡丰富的数字化色彩图库，设计师在数字化色彩图库环境下选用色彩进行设计，每一种颜色均关联了数码印花各道工序的生产条件，实现了数码印花产品颜色和设计师设计颜色的一致性，达到“所见即所得”。

（二）在数码印花技术上的先进性是否可持续，相关技术下一步改进方向和发展计划

发行人已在招股说明书第六节之“一、（二）3、（5）数码印花工艺内容及技术先进性、竞争优势”中补充披露如下：

C、数码印花技术先进性的可持续性，相关技术下一步改进方向和发展计划

公司通过长期、持续地研发投入和生产经验积累，形成了包含 5,000 多种色卡的数码印花色彩管理技术，在行业内已处于相对领先地位。数码印花工艺既满足了以客户“个性化、小批量、交货快、花型多、高品质”为导向的终端需求，又满足了以节能降耗、绿色环保、持续发展为导向的社会需求，取代传统印花方式成为印染主流技术的趋势日趋凸显。且市场新进入者难以在短时间内掌握数码印花色彩管理技术，故公司数码印花工艺的先进性具有可持续性。

未来，公司将持续研发扩充色卡范围，丰富数字化色彩图库，保持工艺先进性，亦会增加试验的丝绸面料种类和数码喷印设备种类，多维度改进数字化色彩管理技术。同时为适应环保需求，公司将加大对环保印花新技术（数码喷印后的面料无需水洗或者大量水洗）的研发力度，进一步提升数码印花工艺的环保优势。

三、丝绸纺织制品中，除提供数码印花加工服务外，是否存在客户提供原材料的情形，如存在，请披露相关业务的会计处理方法

公司丝绸纺织制品中，除数码印花加工服务外，不存在由客户提供原材料的情形。

发行人已在招股说明书第六节之“一、（二）3、（2）丝绸纺织制品”补充披露如下：

产品/服务类型		生产模式		主要特点	核算方式
丝绸纺织制品（非自有终端品牌）	丝绸面料与贴牌服装及其他丝绸纺织制品	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
		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

产品/服务类型	生产模式	主要特点	核算方式
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[注]	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

注：公司数码印花加工由客户提供原材料，除此之外，公司丝绸纺织制品中的其他产品均不存在由客户提供原材料的情形。

四、收入分类“丝绸纺织制品”中的数码印花加工是否仅为加工服务业务，是否应与制品业务分列，以便投资者理解

（一）收入分类“丝绸纺织制品”中的数码印花加工仅为加工服务业务

发行人已在招股说明书第八节之“十三、（二）1、（2）③数码印花加工”补充披露如下：

公司数码印花加工主要包括数码喷印和后道等其他加工，均采取客户提供原材料，公司提供加工服务的模式。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，产品品质得到了客户的认可。

（二）根据最终产品呈现形式、业务模式、客户群体等维度，数码印花加工作为丝绸纺织制品大类中的一个子类更为合适，发行人在招股说明书中收入、毛利率等分析维度均对数码印花加工单独予以列示，不会对投资者的阅读与理解造成重大不利影响

发行人已在招股说明书第六节之“一、（一）2、产品分类及命名合理性”补充披露如下：

丝绸纺织制品主要包括丝绸面料、贴牌服装、数码印花加工，丝绸面料和贴牌服装属于产品形式，数码印花加工属于服务形式。丝绸面料及贴牌服装、数码印花加工在最终产品呈现形式、业务模式、客户群体等方面趋同，故将“数码印花加工”作为丝绸纺织制品的一个细分子类，具有合理性。

从最终产品呈现形式维度分析，数码印花加工主要产品为丝绸面料，与公司向品牌女装企业销售的丝绸面料产品相同，两者的区别仅为原材料是否由公司自行采购。

从业务模式维度分析，无论是公司直接销售丝绸面料亦或提供数码印花加工服务，其涉及数码印花环节均自主完成，其生产团队和运营团队均属于子公

司万事利科技和万事利数码。公司根据客户需求，选择以提供数码印花加工服务的方式或直接销售丝绸面料的方式与客户合作。

从客户群体维度分析，报告期内，数码印花加工服务前五名客户中帛森服饰及其关联方、众配实业、嘉盈兴业等客户，亦同时向公司采购丝绸面料和贴牌服装产品。报告期内，上述同时向公司采购产品的数码印花加工客户对应的数码印花加工收入分别为 248.63 万元、1,334.66 万元和 1,084.81 万元，占各期数码印花加工收入的比重分别为 26.09%、72.99%和 64.85%，数码印花加工客户与丝绸面料及贴牌服装客户重叠度相对较高。

综上，数码印花加工在收入分部中作为丝绸纺织制品大类中的一个子类予以列示。

发行人在招股说明书第六节之“一、（一）公司主营业务、主要产品及主营业务收入构成”，第八节之“十三、（四）3、丝绸纺织制品细分产品毛利率分析”等章节披露分产品收入、毛利率时均已将数码印花加工单独列示，其不与丝绸纺织制品业务分列不会对投资者的阅读与理解造成重大不利影响。

五、结合收入分类中“品牌服装”和“贴牌服装”的区别，进一步优化完善信息披露，以便投资者理解。

公司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，其中丝绸文化创意品主要面向终端消费客户群体，公司拥有自主品牌，包括“万事利”、“凤凰之家”、“丝香门第”、“金标”等，丝绸纺织制品主要面向女装品牌企业，公司不具有终端消费品牌。

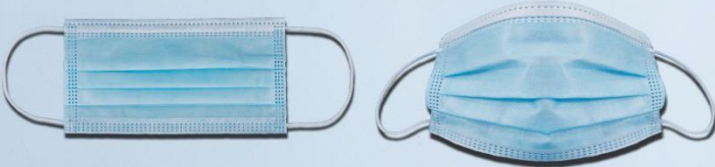
品牌服装主要系公司自主品牌丝绸服装、定制服装等，以“万事利”等自主品牌进行终端销售，贴牌服装主要系公司以 OEM 模式组织生产，在终端销售环节以客户品牌而非公司自有品牌销售的丝绸服装、化纤等非丝绸服装等。两者区分标准主要为是否具备自有终端消费品牌。

发行人已在招股说明书第六节之“一、（一）公司主营业务、主要产品及主营业务收入构成”补充披露如下：

公司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，以及公司凭借工艺优势向客户提供数码印花加工服务，2020 年因新冠肺炎疫情增加了口罩产品。公司主要产品图示如下：

产品类型	细分品类	产品图示
丝绸文化 创 意 品 (自有终端品牌)	丝巾	
	组合套装	
	家纺	
	品牌服装	
	围巾	
	丝绸工艺品	

产品类型	细分品类	产品图示
丝绸纺织制品（非自有终端品牌）	丝绸面料	
	贴牌服装	
口罩	平面口罩	
	立体口罩	

.....

报告期内，公司的主营业务收入构成情况如下：

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
丝绸文化创意品（自有终端品牌）	丝巾	10,130.91	13.86%	14,502.11	20.07%	15,327.19	20.63%
	组合套装	8,849.19	12.11%	9,520.59	13.18%	6,183.60	8.32%
	家纺	8,804.34	12.05%	7,406.23	10.25%	6,187.05	8.33%
	品牌服装[注]	3,327.47	4.55%	4,073.75	5.64%	4,567.05	6.15%
	围巾	899.48	1.23%	1,363.58	1.89%	2,038.90	2.74%
	丝绸工艺品	213.77	0.29%	906.46	1.25%	1,303.34	1.75%
	其他	2,463.12	3.37%	2,991.74	4.14%	4,306.79	5.80%

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
	小计	34,688.28	47.47%	40,764.45	56.43%	39,913.93	53.73%
丝绸纺织制品 （非自有终端品牌）	丝绸面料	12,403.72	16.97%	16,653.63	23.05%	16,904.92	22.76%
	贴牌服装[注]	5,086.96	6.96%	11,242.34	15.56%	14,510.89	19.54%
	数码印花加工	1,672.78	2.29%	1,828.50	2.53%	953.02	1.28%
	其他	1,697.24	2.32%	1,754.61	2.43%	1,998.30	2.69%
	小计	20,860.70	28.55%	31,479.08	43.57%	34,367.14	46.27%
口罩	平面口罩	15,356.35	21.01%	-	-	-	-
	立体口罩	2,168.89	2.97%	-	-	-	-
	小计	17,525.24	23.98%	-	-	-	-
合 计		73,074.22	100.00%	72,243.53	100.00%	74,281.06	100.00%

注：品牌服装主要系公司自主品牌丝绸服装，以“万事利”等自主品牌进行终端销售，贴牌服装主要系公司以 OEM 模式组织生产，在终端销售环节以客户品牌而非公司自有品牌销售的丝绸服装、化纤等非丝绸服装等，下同。

六、请保荐人、发行人律师、申报会计师发表明确意见

（一）核查程序

为核查上述事项，保荐机构、发行人律师和申报会计师履行了如下核查程序：

- 1、访谈了发行人董事长、发行人主管数码印花业务的副总经理，了解数码印花数字化色彩图库的内容、形成过程；
- 2、查阅杭州宏华数码科技股份有限公司、深圳汉弘数字印刷集团股份有限公司招股说明书，了解数码喷印设备技术原理；
- 3、查阅发行人与数码印花相关发明专利的说明资料、数字化色卡图样；
- 4、取得了发行人出具的关于行业内色彩图库情况、色彩图库形成的技术和经验壁垒、不存在知识产权相关纠纷或潜在纠纷、数码印花技术先进的可持续性、未来改进发展计划的说明；
- 5、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和天眼查查询发行人的数码印花数字化色彩图库纠纷情况；
- 6、邮件询问宏华、熠盛、美加尼等设备供应商，访谈了全国丝绸标准委员

会秘书长、浙江理工大学丝绸学院教授、杭州电子科技大学人文艺术与数字媒体学院教授等行业专家，确认目前数码印花加工厂主要通过经验管理调节数码印花色彩；

7、访谈发行人总经理、财务总监、万事利科技总经理，了解丝绸纺织制品、数码印花加工服务业务模式、生产模式和核算模式，了解品牌服装和贴牌服装的差异；

8、复核发行人收入明细表，核查数码印花加工业务客户是否存在同时采购丝绸面料、贴牌服装等其他丝绸纺织制品的情况，统计存在重叠的客户数码印花加工服务收入及占比，并了解品牌服装和贴牌服装子类明细。

（二）核查意见

经核查，保荐机构、发行人律师和申报会计师认为：

1、发行人已在招股说明书中补充披露了数码印花数字化色彩图库内容、形成方式及过程；数字化色彩图库作为技术秘密，行业内无公开的数字化色彩图库情况；发行人通过长期、持续地研发投入和生产经验积累，形成了数码印花色彩管理相关的发明专利和色彩图库，作为市场新进入者，很难在短时间内掌握数码印花色彩管理技术；数字化色彩图库系用数据描述颜色的图库，确保数码印花产品颜色和设计师设计颜色的一致性，达到“所见即所得”，不存在知识产权相关或其他纠纷，亦不存在潜在纠纷。

2、行业内其他大多数数码印花企业色彩管理环节主要依赖相关技术人员的经验管理，发行人、保荐机构、发行人律师和申报会计师向主要数码印花设备生产商确认了上述情况；发行人通过数字化进行数码印花色彩管理，设计师在数字化色彩图库环境下选用色彩进行设计，每一种颜色均关联了数码印花各道工序的生产条件，实现了数码印花产品颜色和设计师设计颜色的一致性，达到“所见即所得”；数码印花取代传统印花方式成为印染主流技术的趋势日趋凸显，且市场新进入者难以在短时间内掌握数码印花色彩管理技术，故公司数码印花工艺的先进性具有可持续性。未来，公司将持续研发扩充色卡范围，丰富数字化色彩图库，亦会增加试验的丝绸面料种类和数码喷印设备种类，多维度改进数字化色彩管理技术。同时为适应环保需求，公司将加大对环保印花技术（数码喷印后的面料无

需水洗或者大量水洗）的研发力度，进一步提升数码印花工艺的环保优势。

3、公司丝绸纺织制品中，除数码印花加工服务外，不存在由客户提供原材料的情形。

4、发行人数码印花加工主要包括数码喷印和后道等其他加工，均采取客户提供原材料，发行人提供加工服务的模式。根据最终产品呈现形式、业务模式、客户群体等维度，数码印花加工作为丝绸纺织制品大类中的一个子类更为合适，发行人在招股说明书中收入、毛利率等分析维度均对数码印花加工单独予以列示，不会对投资者的阅读与理解造成重大不利影响。

5、品牌服装与贴牌服装区分标准主要为是否具备自有终端消费品牌。发行人已在招股说明书第六节补充披露了品牌服装与贴牌服装的注释，优化信息披露，便于投资者理解。

问题 2

关于数码印花设备。审核问询回复显示：（1）数码印花通过专业数码印花设备实现。数码印花设备系适用于丝、棉、麻、化纤等多品种面料的机械设备，发行人将其应用于丝绸行业；（2）若仅仅购买数码印花设备直接用于丝绸面料印花，则在印花精度、色牢度、渗透度等方面的次品率会有所上升。

请发行人补充披露：（1）发行人数码印花设备的来源情况，相关设备是外购还是自产，是定制还是通用设备，与行业其他公司使用设备的比较情况；（2）发行人的印花技术和生产经营对数码印花设备及其供应商是否存在重大依赖。

请保荐人、发行人律师发表明确意见。

【回复】

一、发行人数码印花设备的来源情况，相关设备是外购还是自产，是定制还是通用设备，与行业其他公司使用设备的比较情况

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”补充披露如下：

数码印花设备包括前处理设备、数码喷印设备和后道加工设备，截至 2020

年末，公司主要生产设备情况如下：

单位：万元

类别	序号	设备名称	数量 (台)	账面原值	净值	成新率	所有权人
前处理设备	1	针梭织高效上浆机	1	47.46	38.44	81.00%	万事利数码
数码喷印设备	1	宏华高速纺织数码喷印系统	15	1,667.59	1,084.22	65.02%	万事利数码、万事利丝绸、万事利科技
	2	爱普生导带式数码打印机	22	285.59	229.68	80.42%	万事利数码
	3	美佳尼高速数码印花机	2	633.60	231.34	36.51%	万事利数码
	4	金恒丰数码印花机	4	160.43	160.43	100.00%	万事利数码
	5	熠盛数码印花机	4	182.50	182.50	100.00%	万事利数码
后道加工设备	1	开幅式连续水洗机	1	261.35	126.81	48.52%	万事利数码
	2	立信门富士拉幅定型机	1	239.66	188.41	78.62%	万事利数码
	3	高效连续长环蒸发机	1	64.99	49.08	75.52%	万事利数码
	4	连续开幅气流柔软机	1	124.14	6.21	5.00%	万事利数码
合计			52	3,667.31	2,297.12	62.64%	

公司数码印花设备均为外购的通用设备，市场上前处理上浆设备、数码喷印设备、后道加工设备生产商较多，以数码喷印设备为例，主要生产商包括杭州宏华数码科技股份有限公司（宏华）、杭州开源电脑技术有限公司、深圳汉弘数字印刷集团股份有限公司、Seiko Epson Corporation（爱普生）、EFI-Reggiani（美加尼）等，公司数码喷印设备品牌已覆盖了美加尼、宏华、爱普生、金恒丰、熠盛共5种，设备类型较广，美加尼属于国外进口高速设备，单台设备价格在300万元以上，宏华属于国内高端设备，单台设备价格在100-200万元左右，金恒丰、熠盛属于国内相对低端设备，单台设备价格在20-40万元左右。

可比公司中，嘉欣丝绸无大量数码印花设备，达利股份拥有进口设备美加尼；凯喜雅、喜得宝等丝绸企业拥有宏华设备，公司与行业其他公司使用的设备无重大差异。

二、发行人的印花技术和生产经营对数码印花设备及其供应商是否存在重大依赖

发行人数码印花工艺需通过数码印花设备得以体现，发行人通过对自身数码印花生产工艺的研发和改进使得在相应设备上能够体现较好的喷印效果。因此，数码印花设备对发行人数码印花加工服务的生产经营较为重要。但目前市场上，数码喷印设备厂商较多，国内厂商有杭州宏华数码科技股份有限公司、杭州开源电脑技术有限公司、深圳汉弘数字印刷集团股份有限公司等，国外厂商有 Seiko Epson Corporation（爱普生）、EFI-Reggiani（美加尼）等，发行人经多年研发及生产经营积累的工艺通过现有的 5 种设备均可实现数码印花产品的生产，公司对数码印花设备供应商不存在重大依赖。

发行人已在招股说明书第六节之“一、（二）3、（5）数码印花工艺内容及技术先进性、竞争优势”中补充披露如下：

e、数码印花设备对公司数码印花加工服务的生产经营较为重要，公司对数码印花设备供应商不存在重大依赖

公司数码印花技术系通过多年研发和生产经验积累形成，需配合数码印花设备生产相应产品，数码印花设备对发行人数码印花加工服务的生产经营较为重要。

国内外市场上数码印花设备生产商较多，截至目前公司数码喷印设备覆盖 5 类品牌，分别为宏华、美加尼、爱普生、金恒丰、熠盛，公司通过长期、持续地研发投入和生产经验积累，形成的数码印花色彩管理技术已广泛应用于现有的各类数码喷印设备。

报告期内，公司双面数码印花工艺主要依托于宏华双面数码印花设备实现生产，原因系公司自 2013 年起就购置了宏华设备并以此进行工艺研发与改进。目前国内市场上双面数码印花设备生产商逐渐增加，如杭州赛顺数码科技有限公司、海捷数码技术（苏州）有限公司（以下简称“海捷数码”）、沈阳飞行船数码喷印设备有限公司，公司于 2020 年中期开始试验海捷数码双面数码印花设备，目前试验情况较好，已具备规模化生产的能力。

公司于 2010 年将数码印花工艺应用于丝绸印花领域，通过生产积累与研发投入不断提高工艺水平，截至 2020 年末，公司在数码印花加工及相关领域已取

得发明专利 16 项，开发出的“梦幻伦敦双面异色丝巾”、“青逸凝香”免水洗旗袍分别获中国纺织工业联合会颁发的 2018 年度十大类纺织创新产品、2020 年度十大类纺织创新产品荣誉（每年十大类纺织创新丝绸产品不到 10 种），公司已具备较强的研发能力和工艺水平。若公司将现有设备进行替换，亦可根据新设备进行工艺研发，在短时期内实现规模化生产能力，故公司的印花技术和生产经营对数码印花设备供应商不存在重大依赖。

三、请保荐人、发行人律师发表明确意见

（一）核查程序

为核查上述事项，保荐机构和发行人律师履行了如下核查程序：

- 1、现场查看了发行人生产车间，查阅了发行人固定资产明细账，了解各类数码印花设备情况；
- 2、查阅了数码喷印设备生产商杭州宏华数码科技股份有限公司、深圳汉弘数字印刷集团股份有限公司的招股说明书，了解数码喷印设备相关情况；
- 3、通过现场/邮件形式访谈了嘉欣丝绸、达利国际、杭州宏华数码科技股份有限公司相关负责人员，了解数码印花生产情况；
- 4、访谈发行人分管数码印花生产的副总经理，了解数码印花色彩管理技术和双面数码印花工艺的应用情况；
- 5、取得发行人出具的关于数码印花技术和生产经营对数码印花设备及其供应商不存在重大依赖的确认函。

（二）核查意见

经核查，保荐机构和发行人律师认为：

- 1、发行人数码印花设备均为外购的通用设备，截至目前发行人数码喷印设备覆盖 5 类品牌，与主要竞争对手使用的数码喷印设备相比无重大差异；
- 2、发行人数码印花工艺需通过数码印花设备得以体现，数码印花设备对发行人数码印花加工服务的生产经营较为重要。市场上数码喷印设备厂商较多，发行人经多年研发及生产经营积累的工艺通过现有的 5 种设备均可实现数码印花产品的生产，形成的数码印花色彩管理技术已广泛应用于现有的各类数码喷印设

备，通过对海捷数码双面数码印花设备进行试验，已具备规模化生产的能力。发行人具备较强的研发能力和工艺水平，若将现有设备进行替换，亦可根据新设备进行工艺研发，在短时期内实现规模化生产能力，故发行人的印花技术和生产经营对数码印花设备供应商不存在重大依赖。

问题 3

关于独立性。申报文件和审核问询回复显示，发行人及其子公司承租控股股东万事利集团持有的房产“万事利科技大厦”。

请发行人补充披露：（1）控股股东未将相关房产注入发行人的原因；（2）向控股股东租赁房产、共用商号等相关事项对发行人资产完整和独立性是否构成重大不利影响。

请保荐人、发行人律师发表明确意见。

【回复】

一、请补充披露控股股东未将相关房产注入发行人的原因

（一）“万事利科技大厦”是万事利集团所有的房产，为万事利集团主要办公场地并对外出租，发行人仅为承租人之一，且租赁比例较小

发行人控股股东万事利集团拥有“万事利科技大厦”的全部产权，并持有应《房屋所有权证书》（杭房权证江字第 13504351 号与杭房权证江字第 13504299 号）。万事利集团除将该房产作为自身办公场地外，还将未自用的房产对外出租并进行统一管理，发行人及子公司仅为承租人之一。截至 2020 年末，具体自用及出租面积如下：

使用情况	面积（平方米）	占比
万事利集团及其关联方（发行人除外）使用	6,315.80	18.24%
发行人及子公司承租使用	5,691.37	16.43%
其他租户承租或空置	22,623.18	65.33%
合 计	34,630.35	100.00%

发行人承租万事利科技大厦面积占比较小，万事利科技大厦并非发行人专用的办公场地。

（二）房屋租赁并非发行人主营业务，将“万事利科技大厦”注入发行人对提升其主营业务的市场竞争力与盈利能力并无重大影响

发行人专业从事丝绸相关产品的研发设计、生产与销售，主营业务突出，2020年上半年新冠肺炎疫情爆发后，公司增加了民用口罩这一产品品类。报告期内，发行人主营业务突出，主营业务收入占营业收入的比重分别为 98.71%、99.17% 和 **99.33%**，并不以房屋租赁作为主要收入来源。

发行人将主要精力集中于丝绸相关的主营业务，注入“万事利科技大厦”房产，增加房屋租赁业务不符合发行人的战略发展方向，亦对提升现有的主营业务市场竞争力与盈利能力无重大影响。

（三）发行人不依赖该房产开展生产经营，万事利集团未将“万事利科技大厦”注入发行人不会对发行人主营业务产生重大不利影响

发行人用于生产经营的土地、厂房均通过子公司万事利数码自行持有，位于杭州下沙幸福南路2号万事利工业园。由于生产场地距杭州主城区较远，为方便与客户沟通，发行人租赁万事利科技大厦用于管理人员、销售人员进行日常办公、用作展示营销中心及少量配套仓储，租赁价格公允。杭州发行人周边具有较多成熟的办公楼及配套设施，即使不租赁万事利科技大厦，发行人也可寻找杭州市范围内其他办公楼用于办公与经营。万事利集团未将“万事利科技大厦”注入发行人不会对发行人主营业务产生重大不利影响。

（四）发行人关于关联租赁的相关承诺

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：

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。

（五）补充披露情况

发行人已在招股说明书第六节之“七、（一）2、（2）房屋租赁”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、用作展示营销中心及少量配套仓储。“万事利科技大厦”并非发行人专用的办公场地，截至 2020 年末，其使用情况如下：

使用情况	面积（平方米）	占比
万事利集团及其关联方使用（除发行人外）	6,315.80	18.24%
发行人及子公司承租使用	5,691.37	16.43%
其他租户承租或空置	22,623.18	65.33%
合计	34,630.35	100.00%

发行人为“万事利科技大厦”承租人之一，租赁面积占比较小，且房屋租赁并非发行人主营业务，发行人主要生产用土地厂房均为自有，其经营并不依赖于该租赁房产，将其注入发行人对提升其主营业务的市场竞争力与盈利能力并无重大影响，故万事利集团未将该房产注入发行人。发行人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。”

二、向控股股东租赁房产、共用商号等相关事项对发行人资产完整和独立性是否构成重大不利影响

（一）向控股股东租赁房产对发行人资产完整和独立性不构成重大不利影响

1、向控股股东租赁房产对发行人资产完整性不构成重大不利影响

发行人用于生产经营的土地、厂房位于杭州下沙幸福南路 2 号万事利工业园，其所有权属于发行人。“万事利科技大厦”仅为发行人管理人员、销售人员进行日常办公、用作展示营销中心及少量配套仓储的地点，报告期内，丝绸汇展示营销中心创造收入占发行人各期营业收入的比重仅为 3%左右。

发行人已在招股说明书第七节之“五、（一）资产完整性”中补充披露如下：

“.....

发行人用于生产经营的土地、厂房位于杭州下沙幸福南路2号万事利工业园，其所有权属于发行人。发行人向控股股东租用的“万事利科技大厦”部分楼层仅为管理人员、销售人员进行日常办公、用作展示营销中心及少量配套仓储的地点，该展示营销中心营业收入比重占发行人各期营业收入的比重仅为3%左右，租赁价格参照同区域无关联第三方单位租金以及同区域的市场租金确定，定价公允，周边拥有充足的可替代租赁房产。**截至2020年末**，发行人租赁房产面积及其占发行人总使用面积比例如下：

单位：平方米

项目	面积
向控股股东单体租赁面积①	2,931.85
向控股股东及其他关联方租赁面积小计②	5,221.64
对外租赁总面积③	9,014.49
使用的自有房产面积④	27,764.51
总使用面积⑤	36,779.00
向控股股东单体租赁面积占总使用面积的比重⑥=①/⑤	7.97%
向控股股东及其他关联方租赁面积占总使用面积的比重⑦=②/⑤	14.20%
对外租赁总面积占总使用面积的比重⑧=③/⑤	24.51%
使用的自有房产面积占总使用面积的比重⑨=④/⑤	75.49%

”

2、向控股股东租赁房产对发行人独立性不构成重大不利影响

发行人向控股股东承租的万事利科技大厦楼层与控股股东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，对发行人独立性不构成重大影响。补充披露情况可参见本问询函回复问题3之“一、请补充披露控股股东未将相关房产注入发行人的原因”。

（二）与控股股东共用商号对发行人资产完整性和独立性不构成重大不利影响

1、发行人使用商号“万事利”的历史形成过程

2007年9月，万事利集团以货币资金出资2,000万元设立发行人前身万事利投资，发行人设立时作为万事利集团的全资子公司，在公司名称中使用了“万事利”字号。发行人经过历次股权变更，万事利集团始终为发行人的控股股东，“万事利”字号沿用至今。

2、发行人使用商号“万事利”的合理性

发行人控股股东万事利集团自1993年起即开始在企业名称中使用“万事利”商号从事丝绸领域的业务，并在经营过程中通过万事利集团及其下属企业以“万事利”商号涉足除丝绸领域外的多项业务。自2007年发行人设立以来，万事利集团逐步将丝绸相关业务全部转移至发行人主体。多年以来，“万事利”商号已在丝绸行业内部积累了较好的口碑与商业信誉；发行人作为万事利集团控制的企业中唯一从事丝绸相关业务的公司，使用“万事利”商号具有商业合理性。

3、控股股东及其他使用“万事利”商号的关联方与发行人共用商号不违反相关法律法规的规定

根据《企业名称登记管理实施办法》第三十一条规定，企业名称不得与同一工商行政管理机关已核准或者登记注册的同行业企业名称相同或者近似（有投资关系的除外）。发行人及其他使用“万事利”商号的关联方均由万事利集团控股或投资，其名称经各自的公司登记机关依法核准登记。因此，发行人的企业名称中使用“万事利”商号的情形未违反《企业名称登记管理实施办法》的规定。

4、发行人与控股股东及其他使用“万事利”商号的关联方不存在同业竞争

万事利集团及其他控股股东/实际控制人控制的使用“万事利”商号的企业与发行人不存在同业竞争，万事利集团与实际控制人亦已出具了《关于避免同业竞争的承诺函》：

“1、截至本承诺出具日，本公司/本人控制或能够施加重大影响的企业、组织、机构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；

2、对本公司/本人未来不会以任何形式直接或间接从事任何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；不会以任何形式支持发行人及其控股子公司以外的其他企业从事与发行人及其控股子公司的主营业务构成竞争或者可能构成竞争的业务或活动。

若本公司/本人或本公司/本人控制的其他企业从事与发行人相同业务，则将从从事该业务而获得的收益全部无偿赠于发行人，并赔偿因违反上述承诺而给发行人及其控股子公司造成的一切损失。”

5、发行人持有与丝绸业务相关的“万事利”商标，不存在对控股股东商标权的依赖

发行人持有与丝绸/织物、服装相关的 24 类和 25 类注册商标，控股股东及其控制的其他企业未持有与丝绸/织物、服装相关的中国境内注册商标，发行人在企业名称中使用“万事利”字样不存在对控股股东商标权的依赖，亦不会造成混淆和误认。

6、发行人与控股股东及其他使用“万事利”商号的关联方不存在因共用商号导致的纠纷

发行人与控股股东及其他使用“万事利”商号的关联方在资产、人员、财务、机构及业务等方面均相互独立，不存在混同，亦不存在因共用“万事利”商号而导致的纠纷或潜在纠纷。

综上所述，与控股股东共用商号对发行人资产完整性和独立性不构成重大不利影响。

发行人已在招股说明书第七节之“五、（一）资产完整性”中补充披露如下：

“

.....

发行人作为万事利集团控制的企业中唯一从事丝绸相关业务的公司，使用“万事利”商号具有商业合理性，不违反相关法律法规的规定，并持有相关商标，不存在对控股股东商标权的依赖，亦不会造成混淆和误认。向控股股东租赁房产

及与控股股东共用“万事利”商号对发行人资产完整性和独立性不构成重大不利影响。”

三、请保荐人、发行人律师发表明确意见

（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、核查了万事利科技大厦相关房产证上所记载的房屋所有权人信息，确认万事利集团为房屋所有权人；

2、统计了万事利集团、发行人及其他承租人所使用万事利科技大厦的面积及相应比例，确认发行人租赁面积占万事利科技大厦总面积的比例较小；

3、访谈万事利集团董事长、发行人董事长，了解未将万事利科技大厦注入发行人的原因；

4、统计了丝绸汇展示营销中心产生的收入占发行人总收入的比例，确认其对发行人业绩不存在重大影响；

5、实地查看万事利集团、发行人办公场地情况及门禁系统的安装使用情况，了解发行人与万事利集团独立办公的情况；

6、查阅《企业名称登记管理实施办法》中有关商号的条款，确认发行人使用“万事利”商号的合规性；

7、通过中国商标网搜索发行人所拥有的“万事利”相关商标情况，确认发行人已拥有相关商标，不存在对控股股东商标权的依赖；

8、取得了发行人出具的专项承诺。

（二）核查意见

经核查，保荐机构、发行人律师认为：

1、因万事利科技大厦并非发行人专用的办公场地，发行人所承租面积占总面积的比例较小；发行人专注于主营业务，房屋租赁并非发行人主营业务，将“万事利科技大厦”注入发行人对提升其主营业务的市场竞争力与盈利能力并无重大影响；且发行人不依赖该房产开展生产经营，不拥有该房产不会对发行人主营业

务产生重大不利影响；故万事利集团未将“万事利科技大厦”注入发行人。

2、向控股股东租赁房产及与控股股东共用“万事利”商号对发行人资产完整性和独立性不构成重大不利影响。

问题 4

关于控股股东。审核问询回复显示：（1）1993 年 3 月，杭州笕桥绸厂等 5 家核心层企业联合 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（万事利集团前身）；（2）1999 年 5 月，笕桥镇人民政府出具批复，确认万事利集团净资产为 2,000 万元，笕桥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。

请发行人补充披露：（1）“法人联合体”的法律性质；（2）“万事利集团净资产为 2,000 万元，笕桥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”的含义，万事利集团是否持有其自身股权及其合法合规性。

请保荐人、发行人律师发表明确意见。

【回复】

一、“法人联合体”的法律性质

（一）法人联合体是企业集团的表现形式，企业集团是特定时代背景下为发展社会主义商品经济的客观要求而出现的一种具有多层次组织结构的经济组织

1、企业集团成立的政策背景

1986 年 3 月，国务院发布了《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），提出横向经济联合，是发展社会主义商品经济的客观要求，是社会化大生产的必然趋势。通过企业之间的横向经济联合，逐步形成新型的经济联合组织，发展一批企业群体或企业集团。1986 年 12 月，国务院又发布了《关于深化企业改革增强企业活力的若干规定》（国发[1986]103 号），明确提出鼓励发展企业集团。

2、企业集团的性质、表现形式和组织结构

企业集团是特定时代背景下为发展社会主义商品经济的客观要求而出现的一种具有多层次组织结构的经济组织。企业集团一般由核心层、紧密层、半紧密层和松散层组成，系众多企业、事业单位联合的多层次的法人联合体，法人联合体是企业集团的表现形式。核心层是自主经营、独立核算、自负盈亏、照章纳税、能够承担经济责任、具有法人资格的经济实体。各层次之间通过集团章程、具有法律效力的互惠性合同、协议等契约构成联结关系。

当时有效的关于企业集团的规定列示如下：

（1）《商业部关于发展商业企业集团的意见》的相关规定

《商业部关于发展商业企业集团的意见》（1991年10月10日生效）第二条规定：

“商业企业集团是以实力雄厚的企业为核心，通过相应的组织形式和经济活动中的责、权、利关系，把众多企业、事业单位联合在一起的多层次的法人联合体。

（一）要由若干独立的企业和事业单位所组成，而不能只是一个大企业。企业集团的核心企业和成员企业，各自都具有法人资格。企业集团须有明确的章程规定成员企业之间的责任、权利、义务关系，并作为共同遵守的准则。

（二）要有多层次的组织结构。一是集团核心层，由具有雄厚实力的大型商业批发、零售企业，或与商业有关的储运、加工、饮食服务企业组成；二是紧密层，由核心企业控股企业组成；三是半紧密层，由核心企业参股或有联营关系的企业组成；四是松散层，由承认集团章程、与集团核心有稳定业务关系的企业组成。四个层次中，至少有核心层和紧密层。

（三）企业集团成员之间要有一定的联结纽带。集团核心企业与紧密层、半紧密层企业可以通过投资、承包、联营或国有资产管理部门委托资产经营等多种途径，形成以资产为纽带的经济关系。核心企业与松散层企业联结纽带，主要是集团章程和具有法律效力的互惠性合同、协议等契约。”

（2）《关于组建和发展企业集团的几点意见》的相关规定

《关于组建和发展企业集团的几点意见》（体改生字〔1987〕78号，1987年12月16日生效，2016年1月1日废止）规定，企业集团是适应社会主义有计划商品经济和社会化大生产的客观需要而出现的一种具有多层次组织结构的经济组织，它的核心层是自主经营、独立核算、自负盈亏、照章纳税、能够承担经济责任、具有法人资格的经济实体。企业集团是以公有制为基础，以名牌优质产品或国民经济中的重大产品为龙头，以一个或若干个大中型骨干企业、独立科研设计单位为主体，由多个有内在经济技术联系的企业和科研设计单位组成。

（3）《浙江省省批企业集团管理暂行办法》的相关规定

根据《浙江省省批企业集团管理暂行办法》（1992年发布）的规定，企业集团应体现多层次的特点，除核心层外，还须有三个以上的紧密层成员企业，它们和核心层构成企业集团的主体。这是组建企业集团的前提。此外，还应有若干个半紧密层和松散层成员企业。

紧密层企业是指核心企业全资投入或实际上达到控股的企业；核心企业长期承包租赁的企业；由行政划转给核心企业管理的企业，以及由国有资产管理部門授权核心企业经营的企业。

半紧密层企业是指核心企业参股和紧密层企业全资投入或控股的企业。

松散层企业是指虽与核心企业没有资产关系，但承认集团章程，与核心企业有稳定的经营业务和长期协作关系的企业或紧密层、半紧密层参股的企业。

（二）浙江万事利轻纺工贸集团（企业集团）系由杭州笕桥绸厂等5家核心层企业联合26家企业和科研单位组成法人联合体，业经当时有权单位审批成立

1、浙江万事利轻纺工贸集团多层次的组织结构

浙江万事利轻纺工贸集团系由核心层、紧密层、半紧密层、松散层等四个不同层次结构组成的企业集团。

根据浙江万事利轻纺工贸集团公司章程约定，集团公司是企业集团的实体部分，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和杭州时新服装厂5家核心层企业以全额资产投入组成。

紧密层是集团公司独资企业，包括杭州凯丽达制衣有限公司、杭州富豪装饰装璜艺术服务部、杭州喷织厂和杭州笕桥丝绸炼染厂。半紧密层是由集团公司参股或控股的企业，包括杭州笕桥丝绸印染总公司轻纺经营部、杭州笕桥丝绸印染总公司化工经营部、杭州笕桥丝绸印染总公司综合经营部。松散层企业与核心层企业没有资产关系，但是承认企业集团章程，与核心层企业有稳定的经营业务和长期协作关系的企业。

2、浙江万事利轻纺工贸集团业经当时有权单位审批成立

根据浙江省计划经济委员会、浙江省经济体制改革委员会、浙江省财政厅等多个单位发布的《浙江省省批企业集团管理暂行办法》，有权审批单位为省计经委、省体改委，经批准的企业集团自批准之日三十日内，凭审批机关审批件向工商行政管理局办理集团公司登记注册手续。

1993年2月20日，杭州市江干区人民政府向浙江省计划经济委员会、浙江省经济体制改革委员会出具“江政发[1993]字 22 号”《关于要求建立浙江万事利轻纺工贸集团公司的请示》。1993年2月23日，浙江省乡镇企业局、杭州市经济体制改革委员会作出“同意上报”的批示。

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：①杭州笕桥绸厂联合杭州笕桥丝绸印染总公司、杭州时新服装厂、杭州凯丽达制衣有限公司、浙江丝绸工学院等 31 家企业及科研单位组成法人联合体浙江万事利轻纺工贸集团；②浙江万事利轻纺工贸集团公司是集团的核心，是具有法人资格的集体所有制经济实体。

1993年3月，浙江万事利轻纺工贸集团公司完成工商设立登记，取得杭州市工商行政管理局江干分局核发的 14326193-7 号营业执照。

（三）浙江万事利轻纺工贸集团公司（万事利集团前身）系由杭州笕桥绸厂、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和杭州时新服装厂等 5 家核心层企业投入全额资产投入组成，属于企业集团的核心，是具有法人资格的集体所有制经济实体

1998年4月6日制定的《企业集团登记管理暂行规定》（工商企字〔1998〕

第 59 号，2020 年 12 月 1 日废止）第三条规定，企业集团是指以资本为主要联结纽带的母子公司为主体，以集团章程为共同行为规范的母公司、子公司、参股公司及其他成员企业或机构共同组成的具有一定规模的企业法人联合体。企业集团不具有企业法人资格。

《企业集团登记管理暂行规定》第四条规定，企业集团由母公司、子公司、参股公司以及其他成员单位组建而成。事业单位法人、社会团体法人也可以成为企业集团成员。母公司应当是依法登记注册，取得企业法人资格的控股企业。子公司应当是母公司对其拥有全部股权或者控股权的企业法人；企业集团的其他成员应当是母公司对其参股或者与母子公司形成生产经营、协作联系的其他企业法人、事业单位法人或者社会团体法人。

浙江万事利轻纺工贸集团公司（万事利集团前身）系由杭州笕桥绸厂、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和杭州时新服装厂等 5 家核心层企业投入全额资产投入组成，属于浙江万事利轻纺工贸集团（企业集团）的核心。浙江万事利轻纺工贸集团公司经有权单位审批后完成工商设立登记，是具有法人资格的集体所有制经济实体。

（四）补充披露情况

发行人已在招股说明书第五节之“七、（一）1、（3）②1993 年 3 月，浙江万事利轻纺工贸集团公司成立”中补充披露如下：

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）、《商业部关于发展商业企业集团的意见》（1991 年）、《浙江省省批企业集团管理暂行办法》（1992 年）等文件规定，企业集团是特定时代背景下为发展社会主义商品经济的客观要求而出现的一种具有多层次组织结构的经济组织。企业集团一般由核心层、紧密层、半紧密层和松散层组成，系众多企业、事业单位联合的多层次的法人联合体，法人联合体是企业集团的表现形式。核心层是自主经营、独立核算、自负盈亏、照章纳税、能够承担经济责任、具有法人资格的经济实体。各层次之间通过集团章程、具有法律效力的互惠性合同、协议等契约构成联结关系。

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璜艺术服务部、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。

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。

浙江万事利轻纺工贸集团公司（万事利集团前身）系由杭州笕桥绸厂、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和杭州时新服装厂等 5 家核心层企业投入全额资产投入组成，属于浙江万事利轻纺工贸集团的核心，是具有法人资格的集体所有制经济实体。

1993 年 3 月，浙江万事利轻纺工贸集团公司完成工商设立登记，取得杭州市工商行政管理局江干分局核发的 14326193-7 号营业执照。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。

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。

二、“万事利集团净资产为 2,000 万元，笕桥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”的含义，万事利集团是否持有其自身股权及其合法合规性

（一）“万事利集团净资产为 2,000 万元，笕桥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”的含义系指万事利集团改制后的 50%股权属万事利集团职工共有

根据杭州市笕桥镇人民政府于 1999 年 5 月 31 日出具的《关于万事利集团公司资产确认的批复》（笕政[1999]68 号），确认万事利集团公司“净资产为 2000 万元。根据省委、省政府办公厅[1994]39 号文件的有关规定，镇集体资产经营管理公司和企业各 50%进行划分界定，即各占 1000 万元”。

杭州市笕桥镇人民政府于 1999 年 6 月 18 日出具的《关于万事利集团公司改制方案的批复》（笕政[1999]107 号）进一步批复如下：“万事利集团公司的 1000 万元股份，属职工共有并建立职工持股会。具体量化配股方案，由企业自行决定，并经职工持股会通过报镇政府。”

综上，“万事利集团净资产为 2,000 万元，笕桥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”的含义系指万事利集团改制后的 50%股权属万事利集团职工共有。根据《关于万事利集团公司改制方案的批复》，具体形式为由职工持股会持有。

（二）万事利集团进行资产划分界定并改制为有限公司时，不存在万事利集团持有其自身股权的情形，符合当时有效的公司法等法律法规的规定。

根据杭州市笕桥镇人民政府于 2001 年 4 月 23 日出具的《关于万事利集团公司改制后资产确认和界定的批复》（笕政[2001]73 号），杭州市笕桥镇人民政府同意万事利集团公司改为有限公司，万事利集团公司经评估后的资产，50%归镇集体资产经营管理公司所有，50%归公司职工集体所有，并由公司持股会持有。并同意镇集体资产经营管理公司持有的 50%资产全部转让给沈爱琴。

根据万事利集团的工商资料，万事利集团于 2001 年 7 月由集团所有制企业改制成有限责任公司时，其登记的股东即为万事利集团有限公司职工持股会和沈爱琴。

综上，万事利集团进行资产划分界定并改制为有限公司时，不存在万事利集团持有其自身股权的情形，符合当时有效的公司法等法律法规的规定。

（三）补充披露情况

发行人已在招股说明书第五节之“七、（一）1、（3）③B、清产核资及产权界定”中补充披露如下：

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。万事利集团持有的 50%股权为万事利集团职工共有，具体形式为由职工持股会持有。笕政[1999]107 号文对上述批复进一步阐述。

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。

万事利集团进行资产划分界定并改制为有限公司时，不存在万事利集团持有其自身股权的情形，符合当时有效的公司法等法律法规的规定。

三、请保荐人、发行人律师发表明确意见

（一）核查程序

为核查上述事项，保荐机构和发行人律师履行了如下核查程序：

1、查阅了与企业集团相关的法规文件，了解了企业集团的政治背景，企业集团的性质、表现形式和组织结构，与核心企业的关系，以及企业集团的审批程序等。

2、取得了浙江省计划经济委员会、浙江省经济体制改革委员会出具的“江政发[1993]字 22 号”《关于要求建立浙江万事利轻纺工贸集团公司的请示》，

浙江省计划经济委员会、浙江省经济体制改革委员会出具的“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》；

3、取得并查阅了浙江万事利轻纺工贸集团公司设立的工商登记资料和万事利集团的历次工商变更的登记资料；

4、取得并查阅了杭州市笕桥镇人民政府于 1999 年 5 月 31 日出具的《关于万事利集团公司资产确认的批复》（笕政[1999]68 号），杭州市笕桥镇人民政府于 1999 年 6 月 18 日出具的《关于万事利集团公司改制方案的批复》（笕政[1999]107 号），杭州市笕桥镇人民政府出具的《关于万事利集团公司改制后资产确认和界定的批复》（笕政[2001]73 号）。

（二）核查意见

经核查，保荐机构和发行人律师认为：

1、法人联合体是企业集团的表现形式，企业集团是特定时代背景下为发展社会主义商品经济的客观要求而出现的一种具有多层次组织结构的经济组织。浙江万事利轻纺工贸集团（企业集团）系由杭州笕桥绸厂等 5 家核心层企业联合 26 家企业和科研单位组成法人联合体，业经当时有权单位审批成立。浙江万事利轻纺工贸集团公司（万事利集团前身）系由杭州笕桥绸厂、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和杭州时新服装厂等 5 家核心层企业投入全额资产投入组成，属于企业集团的核心，是具有法人资格的集体所有制经济实体。

2、“万事利集团净资产为 2,000 万元，笕桥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”的含义系指万事利集团改制后的 50%股权属万事利集团职工共有。万事利集团进行资产划分界定并改制为有限公司时，不存在万事利集团持有其自身股权的情形，符合当时有效的公司法等法律法规的规定。

问题 5

关于专利。申报文件和审核问询回复显示，布调科技许可公司使用 2 项专利，该 2 项专利许可期限将于 2020 年 12 月 31 日到期。

请发行人补充披露：（1）与该 2 项专利相关的研发活动进展情况，与发行人与数码印花相关核心技术的关系，专利许可到期后的安排；（2）许可专利对发行人的核心技术和未来技术研发、生产经营是否存在重大影响。

请保荐人、发行人律师发表明确意见。

【回复】

一、与该 2 项专利相关的研发活动进展情况，与发行人与数码印花相关核心技术的关系，专利许可到期后的安排

公司利用上述 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，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。上述 2 项专利对应设备的技术路径是纺织面料平铺进入设备，正反两面喷头错开喷印在丝绸面料上，即水平机械原理。目前，公司双面数码印花工艺可针对精准定位原理的设备实现丝绸面料双面数码印花产业化，暂无法针对水平机械原理数码喷印设备实现产业化，与此 2 项专利相关的研发活动旨在多路径实现丝绸面料的双面数码印花，适应更多的面料和花型。

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：

1、被许可使用专利情况

截至本招股说明书签署日，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，具体情况如下：

序号	权利类别	名称	专利号	申请日	授权公告日	许可人	被许可人	许可方式	许可期间
1	发明专利	一种同步双面纺织物数码喷绘机及其展布方法	2017101993617	2017.03.29	2020.09.18	布调科技	万事利数码	排他许可	2018.01.01-2022.12.31
2	实用新型	一种同步双面纺织物数码喷绘机	2017203202767	2017.03.29	2018.04.06	布调科技	万事利数码	排他许可	2018.01.01-2022.12.31

.....

公司利用上述两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。

2、被许可使用专利与数码印花相关核心技术的关系

公司通过自主研发的双面数码印花工艺能在宏华数码喷印设备上实现丝绸面料的双面数码印花产业化，简单来讲，该喷印设备的技术路径是纺织面料正面印花结束后，对反面再进行精准定位印花，在将宏华数码喷印设备用于丝绸面料的双面数码印花时，因丝绸具有轻薄、易变形等特点，易产生正反两面颜色相互影响（“撞色”）、花型错位等问题。公司通过自主研发和生产积累，已形成 4,000 对异色色卡及浆料工艺配方技术档案，有效解决了现有双面数码喷印设备应用于丝绸面料产业化过程中的主要问题。

被许可使用的布调科技 2 项专利对应设备的技术路径是纺织面料平铺进入设备，正反两面喷头错开喷印在丝绸面料上，即水平机械原理。目前，公司暂无法针对水平机械原理数码喷印设备实现丝绸面料双面数码印花产业化，与此 2 项专利相关的研发活动旨在多路径实现丝绸面料的双面数码印花，适应更多的面料和花型。上述 2 项许可专利与发行人现有核心技术实现双面数码印花的技术路径不同。

二、许可专利对发行人的核心技术和未来技术研发、生产经营不存在重大影响

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：

3、许可专利对发行人的核心技术和未来技术研发、生产经营不存在重大影响

目前，2 项许可专利并未运用于发行人的数码印花业务，与发行人现有的核心技术实现双面数码印花的技术路径不同，与之相关的研发活动目的在于进行技术储备。与 2 项许可专利相关的技术研发如能实现产业化，将拓展发行人能够运

用双面数码印花工艺的可选数码喷印设备，适应更多的面料和花型，如无法实现产业化，亦不会影响发行人在丝绸面料数码印花领域现有的技术优势，不会影响发行人使用现有数码印花核心技术开展生产经营。此外，公司针对数码印花工艺的技术研发包括丰富数字化色彩图库，保持工艺先进性提高产品质量，增加丝绸面料应用种类、数码喷印设备种类以及环保印花技术等多个维度，上述 2 项许可专利是公司未来技术研发方向的一部分，但不存在重大影响。

综上，上述 2 项许可专利对发行人的核心技术和未来技术研发、生产经营不存在重大影响。

三、请保荐人、发行人律师发表明确意见

（一）核查程序

为核查上述事项，保荐机构和发行人律师履行了如下核查程序：

- 1、访谈了发行人主管数码印花业务的副总经理，了解数码喷印设备技术原理，现场查看宏华数码喷印设备生产过程；
- 2、查阅了发行人被许可使用 2 项专利的相关说明资料；
- 3、查阅了发行人与布调科技签署的《专利实施许可合同之补充协议（二）》原件。

（二）核查意见

经核查，保荐机构和发行人律师认为：

1、发行人利用上述 2 项专利主要用于通过机械原理研发双面数码印花工艺，目前相关研发活动仍在进行中，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。上述 2 项许可专利与发行人现有核心技术实现双面数码印花的技术路径不同，与之相关的研发活动目的在于进行技术储备，旨在多路径实现丝绸面料的双面数码印花，适应更多的面料和花型。

2、上述 2 项专利尚未产业化，公司针对数码印花工艺的技术研发包括丰富数字化色彩图库，保持工艺先进性提高产品质量，增加丝绸面料应用种类、数码喷印设备种类以及环保印花技术等多个维度，上述 2 项许可专利对发行人的核心

技术和未来技术研发、生产经营不存在重大影响。

问题 6

关于创业板定位。请发行人结合业务模式、报告期内产品变化、技术优势、产品创新情况、市场空间、客户拓展能力、成长性、与同行业可比公司优劣势对比等,补充披露发行人是否符合《创业板首次公开发行股票注册管理办法(试行)》《深圳证券交易所创业板企业发行上市申报及推荐暂行规定》等关于创业板定位的相关规定,分析“三创四新”相关情况,以及是否符合创业板定位的依据及合理性。

请保荐人发表明确意见。

【回复】

一、发行人是否符合《创业板首次公开发行股票注册管理办法(试行)》《深圳证券交易所创业板企业发行上市申报及推荐暂行规定》等关于创业板定位的相关规定,分析“三创四新”相关情况

发行人符合《创业板首次公开发行股票注册管理办法(试行)》《深圳证券交易所创业板企业发行上市申报及推荐暂行规定》等关于创业板定位的相关规定。

《创业板首次公开发行股票注册管理办法(试行)》要求:“创业板深入贯彻创新驱动发展战略,适应发展更多依靠创新、创造、创意的大趋势,主要服务成长型创新创业企业,支持传统产业与新技术、新产业、新业态、新模式深度融合。”

发行人已在招股说明书第六节之“二、(四)公司在创新、创意、创造等方面具体情况”补充披露如下:

1、发行人符合创业板定位的相关规定

为打破传统丝绸产品业态,公司通过对丝绸历史和文化价值的挖掘,围绕丝绸产品品类创造、文化创意、技术创新、模式变革不断夯实核心竞争力。公司自设立以来就探索以文化创意为引领,以数码印花工艺等高新技术为支撑的转型升级之路,经过十余年发展,公司已成功实现从“产品制造”到“文化创造”再到

“品牌塑造”的转型升级，“万事利”已成为我国丝绸行业的知名品牌。

（1）产品创新

公司丝绸文化创意品以“创新”、“创意”理念驱动，结合蚕桑文化蕴含着天然的文化属性，积极探索传统文化在丝绸领域的呈现形式。

公司将中国传统文化作为设计源泉，通过与浙江大学、故宫博物院等院校、人民日报文化传媒有限公司、央视动漫集团有限公司等文化单位积极合作，不断提升公司设计创新水平。截至 2020 年末，公司拥有著作权 188 项，其中作品著作权 184 项。2018-2020 年公司丝绸文化创意新品历年上市数量均超过 200 件。在扎实的研发设计能力支持下，公司突破“丝绸即面料”的简单认知，陆续开发了数千款丝绸产品，形成了“文化丝绸、健康丝绸、艺术丝绸、时尚丝绸”的产品格局，产品线由丝巾、睡衣、家纺拓展至书画工艺品（刺绣、卷轴画、丝绸书等）、日化用品（蚕丝面膜、护肤品等）等，同时，公司运用“丝绸+”理念，将其他具有中国传统文化元素的产品，如瓷器、茶叶、粽子、月饼等产品搭配公司丝绸产品形成组合套装（夫人礼、城市礼、传统节日礼、故宫文化礼等），进一步推广丝绸产品的文化内涵，公司产品边界也得以不断延伸。

作为国家级盛会礼宾服务的保障单位之一，公司为国家级盛会设计创造的产品包括 2008 年为北京奥运会供应的颁奖礼服，2010 年为上海世博会设计赠送给 195 位国家元首的《2010 上海世博会参展国政要金石印像》，2016 年为 G20 杭州峰会提供的系列产品等，产品种类覆盖了屏风、巨型真丝壁画、丝绸礼宾用品、丝巾、组合套装、丝绸工艺品等多个品类，全面彰显了中国丝绸的国际魅力与文化内涵。上述盛会中青花瓷系列产品、白玉兰商务摆件四件套荣膺中国丝绸协会颁发的“全国丝绸创新产品金奖”。此外，G20 大阪峰会、北京“一带一路”国际合作高峰论坛、厦门金砖国家领导人会晤等重大盛会均有公司提供的丝绸文化创意品。公司能够在多次国际性重大活动中设计并供应产品，一方面体现了公司产品设计、质量控制、供应保障能力等企业综合素质，另一方面也体现了公司研究并呈现中国传统文化扎实的功底，体现了公司出色的文化创意设计能力。

2018-2019 年度，公司丝绸文化创意品收入占比、毛利额占比均超过 50%，2020 年受新冠肺炎疫情影响，丝绸文化创意品作为可选消费品收入下滑，随着

国内逐步控制新冠肺炎疫情,2020 年度丝绸文化创意品毛利占总毛利的 61.91%,超过 50%。丝绸文化创意品历年均为公司第一大类产品,且是公司主要利润来源。

公司结合时代特征和时尚潮流,积极探索弘扬中国丝绸文化的新路径,系丝绸行业内以文化创意为引领、以高新技术为支撑转型升级之路的领先企业。公司不仅是一家丝绸企业,也是一家文化创意企业、高新技术企业。近年来,公司连续被评为“浙江省重点文化企业(2016-2017 年度)”和杭州“新制造业计划”典型企业(历史传承类)。

(2) 技术优势

①专利及行业标准

公司自 2013 年起即为高新技术企业,主要子公司万事利科技自 2009 年起即为高新技术企业,体现了公司重视研发创新,将创新能力作为自身发展的重要驱动因素。截至 2020 年末,公司专利数量达 112 项,其中发明专利 27 项。公司系全国丝绸标准化技术委员会及全国服装标准化技术委员会委员单位,截至 2020 年末,公司主持和参与制定的主要国家、行业、团体标准合计 29 项,均为丝绸相关领域,体现了公司在丝绸行业内的领先地位。

②数码印花工艺

公司在 2010 年开始布局数码印花生产工艺,经过多年研发与生产经验积累,公司目前已形成了包含 5,000 多种颜色的数码印花数字化色彩图库,实现成品呈现的颜色与设计颜色基本一致,形成了公司数码印花色彩管理核心技术,做到“所见即所得”。

通过大量的研究和应用,公司形成了前处理、精准定位喷印和后处理环节的关键工艺,开发出双面同花同色、同花异色、异花异色等双面数码印花新产品,同时在技术上解决了丝绸面料在印花过程中的弹性和渗透问题。公司双面数码印花产品“梦幻伦敦双面异色丝巾”获中国纺织工业联合会颁发的“2018 年度十大类纺织创新产品”及“2018 年产品开发贡献奖”荣誉称号,公司通过数码印花工艺生产的双面数码喷墨印花丝绸围巾,其标准已被列入浙江省品牌建设联合会的 2018 年度第三批“浙江制造”标准制定计划,体现了公司在双面数码印花领域的技术创新性和先进性。

为适应环保需求,近年来公司加大了环保印花技术研发力度,2020年11月,公司立项研发项目“丝绸面料免水洗印染关键技术研发及产业化应用”被列入2021年度浙江省重点研发计划,“青逸凝香”免水洗旗袍获中国纺织工业联合会颁发的“2020年度十大类纺织创新产品”荣誉称号。环保印花产品进入产业化研发阶段,未来环保印花产品将进一步体现公司在环保方面的技术优势。

(3) 较强的客户拓展能力

公司承继的原万事利集团丝绸相关业务迄今已有46年历史,已享有较高的品牌美誉度。1999年,公司拥有的“万事利”商标被认定为中国驰名商标。2015年,公司被中国纺织品商业协会评为“十大丝绸品牌”之一。2017年,“万事利”品牌入选国家商务部外贸发展局“中国之造”国家品牌计划,2020年入选“人民日报社品牌强国计划”。

公司拥有较强的客户拓展能力,丝绸文化创意品业务扎根于杭州地区,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,并在经营过程中不断总结经验,逐步拓展在华东以外地区的业务,2018-2019年收入规模逐年增长,2020年受新冠肺炎疫情影响收入有所下滑。报告期内,公司销售团队开拓的直销客户超过10,000家。

丝绸纺织制品在产品质量、技术含量、渠道管控能力、商业信誉等方面获得了市场的认可,已与多家知名女装品牌企业建立了稳定的合作关系,如鄂尔多斯、歌力思、朗姿股份、爱慕股份、锦泓集团、雅莹集团、安正时尚等。

(4) 业务模式创新

有别于传统丝绸生产企业,公司集中资源于设计研发、品牌推广、终端销售等环节,生产环节则聚焦于符合行业发展趋势和政策导向的数码印花工艺领域,实现从“产品制造”到“文化创造”再到“品牌塑造”的转型升级。

此外,公司在业务运营方面积极与“新技术、新产业、新业态、新模式”进行深度融合。公司已开发万事礼APP和西湖一号定制平台,拟通过互联网技术,推动柔性化生产和增加个性化设计能力。报告期内,虽然通过万事礼APP和西湖一号定制平台贡献的收入较低,但上述技术理念已为公司后续业务模式的优化打下了一定的基础。公司顺应行业潮流,在国内知名网络平台开设直营网店的同

时也积极尝试“网络直播新业态”增加产品曝光度，不断提升产品影响力。

(5) 具备一定的成长性

报告期内，公司经营情况和盈利能力良好，净资产规模不断扩大。“万事利”品牌已经具备一定的行业地位，公司丝绸文化创意品形成了以品牌、设计、营销网络为核心的竞争力。2019 年度，公司丝绸文化创意品收入有所增长，具体情况如下：

单位：万元

项 目	2020 年度		2019 年度		2018 年度
	金额	增长比例	金额	增长比例	金额
营业收入	34,688.28	-14.91%	40,764.45	2.13%	39,913.93

2020 年度，受新冠肺炎疫情影响，公司丝绸文化创意品收入出现一定幅度的下滑，但 2020 年 7-12 月，丝绸文化创意品收入约为 23,500 万元，较去年同期上涨 5%左右。

凭借长期以来的产品质量、品牌美誉度等综合竞争力，公司已成为“2022 年杭州亚运会”特许生产商（丝绸类仅有 4 家），亦成为“2022 年北京冬奥会”特许生产商和特许零售商，可在授权范围内生产和销售相关丝绸产品。随着两大国际盛会日益临近，公司将利用这一契机，凭借成功服务“G20 杭州峰会”的经验，设计并推出相关的丝绸产品，并进行品牌推广活动，有望使得公司品牌形象和知名度进一步提升，从而有助于各渠道、各产品的销售。若新冠肺炎疫情在国内不再大规模爆发，公司丝绸文化创意品未来有望呈现一定的成长性。

综上，公司主要产品丝绸文化创意品以“创新、创意”理念驱动，生产环节则聚焦于符合行业发展趋势和政策导向的数码印花工艺领域，积累了众多专利技术并参与了多项国家标准及行业标准的制定，以生产技术的创新推动公司产品质量的提升；公司拥有较强的客户拓展能力，积累了众多知名客户，在业务运营方面积极与“新技术、新产业、新业态、新模式”进行深度融合，具备一定的成长性；符合创业板关于“三创四新”的定位要求。

二、符合创业板定位的依据及合理性

发行人已在招股说明书第六节之“二、（四）公司在创新、创意、创造等方

面具体情况”补充披露如下：

2、符合创业板定位的依据及合理性

(1) 公司符合《深圳证券交易所创业板企业发行上市申报及推荐暂行规定》第四条的规定

发行人主营丝绸相关产品的研发设计、生产与销售，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；2020 年发行人因新冠肺炎疫情增加了口罩产品。报告期内，发行人三类主营业务收入构成情况如下：

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
丝绸文化创意品	34,688.28	47.47%	40,764.45	56.43%	39,913.93	53.73%
丝绸纺织制品	20,860.70	28.55%	31,479.08	43.57%	34,367.14	46.27%
口罩	17,525.24	23.98%	-	-	-	-
合 计	73,074.22	100.00%	72,243.53	100.00%	74,281.06	100.00%

2018-2019 年发行人丝绸文化创意品收入占比超过 50%，2020 年受新冠肺炎疫情影响，丝绸文化创意品作为可选消费品收入下滑，同时因新增口罩产品导致收入占比降低，上述情形系因新冠肺炎疫情突发而形成，随着国内逐步控制新冠肺炎疫情，2020 年度丝绸文化创意品毛利占总毛利的 61.91%，超过 50%。

根据中国证监会发布的《上市公司行业分类指引（2012 年修订）》，当上市公司某类业务的营业收入比重大于或等于 50%，则将其划入该业务相对应的行业；当上市公司没有一类业务的营业收入比重大于或等于 50%，但某类业务的收入和利润均在所有业务中最高，而且均占到公司总收入和总利润的 30%以上，则归属于该业务对应的类别。发行人 2018-2019 年度收入结构中，丝绸文化创意品占比均超过 50%，发行人 2020 年度收入结构中，丝绸文化创意品占比接近 50%，且毛利额贡献占比超过 50%，故发行人行业归属于丝绸文化创意品业务对应的“纺织服装、服饰业（C18）”。

发行人所属行业不在《创业板企业发行上市申报及推荐暂行规定》第四条原则上不支持申报创业板的行业清单之内。

(2) 公司符合《创业板首次公开发行股票注册管理办法（试行）》第三条及《深圳证券交易所创业板企业发行上市申报及推荐暂行规定》第二条的规定

根据《创业板首次公开发行股票注册管理办法（试行）》第三条及《深圳证券交易所创业板企业发行上市申报及推荐暂行规定》第二条的规定：创业板深入贯彻创新驱动发展战略，适应发展更多依靠创新、创造、创意的大趋势，主要服务成长型创新创业企业，支持传统产业与新技术、新产业、新业态、新模式深度融合。

①公司专业从事丝绸相关产品的研发设计、生产与销售，其中丝绸文化创意品是公司主要产品，该产品的运营主要以“创新”、“创意”理念驱动。公司以“丝”或“丝绸”为主要载体，通过自主设计，将相关产品的创意设计注重与中国文化中重要节日、仪式、文化习俗、文化元素图样等相结合，开发出一系列符合当下消费者需求的产品。截至 2020 年末，公司拥有著作权 188 项，其中作品著作权 184 项。**2018-2020** 年公司丝绸文化创意新品历年上市数量均超过 200 件。2020 年 7 月凭借自主设计能力被中国纺织工业联合会评定为“中国纺织行业工业设计中心（2021-2022）”。

②公司着重研发符合行业发展趋势，且更为环保、数字化的数码印花新技术，并成功地将数码印花技术应用于丝绸领域，符合《产业结构调整指导目录》（2019 年本）鼓励采用数字化智能印染技术装备、染整清洁生产技术政策导向。公司经多年研发和生产经营积累，已形成发明专利 27 项，公司系全国丝绸标准化技术委员会及全国服装标准化技术委员会委员单位，主持和参与制定的主要国家、行业、团体标准合计 29 项，均为丝绸相关领域，体现了公司在丝绸行业内的领先地位。

③报告期内，公司经营情况和盈利能力良好，净资产规模不断扩大，公司集中资源于设计研发、品牌推广、终端销售等环节和数码印花工艺领域，丝绸文化创意品形成了以品牌、设计、营销网络为核心的竞争力。2019 年度，公司丝绸文化创意品收入**有所增长**，2020 年度，受新冠肺炎疫情影响，公司丝绸文化创

意品收入出现一定幅度的下滑，但 2020 年 7-12 月，丝绸文化创意品收入约为 23,500 万元，较去年同期上涨 5%左右，未来仍有望呈现一定的增长趋势，具备成长性。

④公司以“丝绸+”创新思维、文化创意理念、数码印花生产工艺为核心驱动，以“让世界爱上中国丝绸”为使命，积极探索并不断与新技术、新产业、新业态、新模式进行深度融合，实现自身的转型升级，不断开发满足市场需求的丝绸文化创意品和丝绸纺织制品，将“万事利”品牌打造成丝绸行业内的领导品牌。

⑤公司本次上市募集资金用于扩大数码印花产品产能，拓展丝绸文化创意产品的异地展示营销中心，进一步建立并完善信息化系统，提升公司研发、营销及管理水平，符合创业板关于“服务成长型创新创业企业”的定位要求。

综上分析，发行人符合创业板定位。

三、请保荐人发表明确意见

（一）核查程序

为核查上述事项，保荐机构履行了如下核查程序：

1、了解发行人所处行业，核查发行人是否属于《深圳证券交易所创业板企业发行上市申报及推荐暂行规定》第四条“负面清单”规定的行业；

2、查阅《创业板首次公开发行股票注册管理办法（试行）》《深圳证券交易所创业板企业发行上市申报及推荐暂行规定》等关于创业板定位的相关规定；

3、访谈发行人董事长、销售、采购、生产和研发设计等部门负责人，核查发行人在业务模式、研发及生产技术等方面的优势和核心竞争力，“三创四新”的相关情况等；

4、了解行业发展状况，获取发行人业务模式、产品研发设计、生产技术等方面的有关资料，核查其是否依靠创新、创造、创意开展生产经营，是否与新技术、新产业、新业态、新模式进行融合。

（二）核查意见

经核查，保荐机构认为，发行人产品具备创新创意特征，持续推出新品，不断研发符合政策导向和行业发展趋势的新技术，客户拓展能力较强，具有一定的

成长性，属于成长型创新创业企业；发行人集中资源于设计研发、品牌推广、终端销售等环节，实现从“产品制造”到“文化创造”再到“品牌塑造”的转型升级，在运营方面则不断将现有研发设计、生产、销售模式与新技术、新产业、新业态、新模式深度融合；发行人符合创业板的定位要求。

问题 7

关于经营状况。审核问询回复显示：（1）2020 年 1-9 月，公司剔除口罩业务后实现营业收入 36,003.92 万元，同比变动幅度为-26.86%，净利润 2,493.76 万元，同比变动幅度为-22.99%。剔除口罩业务后经营业绩有所下滑，主要系受疫情影响，公司丝绸文化创意品、丝绸纺织制品 2020 年 1-9 月整体收入较上年同期分别减少 17.87%、38.71%。（2）2020 年 1-9 月，公司丝绸文化创意品和丝绸纺织制品境内业务规模下滑主要系疫情因素所致，相关影响因素不具有持续性，对发行人的持续经营能力不构成重大影响。（3）报告期内，公司主动缩减了部分毛利率较低的境外业务。2020 年 1-9 月，公司丝绸纺织制品境外销售收入及境外销售毛利占公司主营业务收入和主营业务毛利（扣除口罩业务后）的比重分别为 7.74%和 3.20%，由于公司境外销售毛利占比较小，公司对于境外销售业务的规划调整不会对公司盈利能力和持续经营能力产生重大不利影响。

请发行人：（1）结合在手订单及业务拓展计划，补充披露未来的丝绸文化创意品、丝绸纺织制品、口罩业务预计可实现的收入、利润及占比，分析变动情况及原因；（2）补充披露丝绸纺织制品境外销售规模缩减后相应的人员、设备、产能等后续安排和计划，是否有其他业务可以承接；（3）口罩业务的持续开展、丝绸文化创意品和丝绸纺织制品业务规模的下滑是否导致发行人业务模式、主营业务和主要产品发生重大变化，是否对本次发行上市造成实质性障碍。

请保荐人、申报会计师核查并发表明确意见。

【回复】

一、结合在手订单及业务拓展计划，补充披露未来的丝绸文化创意品、丝绸纺织制品、口罩业务预计可实现的收入、利润及占比，分析变动情况及原因

(一) 公司各主要产品 2020 年度及未来预计收入、利润情况及变动原因

2020 年度，新冠肺炎疫情对公司经营影响较大，为减少疫情带来的影响，公司主要采取了如下措施：(1) 针对丝绸文化创意品，发行人自国内疫情逐步控制之后，通过增加新品设计，陆续在“端午”、“中秋”等传统节日推出与传统节日文化相结合的组合套装；组织销售团队进一步开拓、拜访客户，寻求潜在业务合作机会；利用线上销售渠道尤其是线上直播模式，促进品牌宣传 and 产品销售；增加低折扣的促销活动频次等方式积极开拓业务并取得了较好的成果。(2) 针对丝绸纺织制品，因国外疫情发展较为严重，公司主动削减了毛利率较低的境外销售规模，并将主要精力投入到境内销售业务中，通过提升境内品牌女装客户的服务配合度，加强数码印花加工业务的客户群体开发等方式，降低疫情带来的不利影响。(3) 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。

1、公司各主要产品 2020 年度预计收入、利润情况及变动原因

随着国内经济形势逐渐恢复以及公司所采取的各项应对措施效果逐步体现根据初步核算，2020 年度，公司销售收入约为 71,500 万元-74,500 万元，毛利额约为 27,000 万元-29,000 万元，与 2019 年度相比基本保持稳定，若扣除口罩业务，公司销售收入约为 54,500 万元-56,500 万元，较上年同期下降约 15,500 万元-18,000 万元，下滑幅度约为 21%-25%；毛利额约为 21,000 万元-22,500 万元，较上年同期下降约 4,000 万元-6,000 万元，下滑幅度约为 15%-22%。公司当年扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润约为 5,400 万元-6,300 万元，较 2019 年度有所上涨。

各细分板块 2020 年度收入、利润数据如下：

单位：万元

项 目		2020 年度（预计值）		2019 年度		同比变动幅度 (①-②) / ②
		金额①	占比	金额②	占比	
主营业 务收入	丝绸文化 创意品 (自有终	34,500~35,500	47.65%-48.25%	40,764.45	56.43%	-12.91%~-15.37%

单位：万元

项 目		2020 年度（预计值）		2019 年度		同比变动幅度 （①-②）/②
		金额①	占比	金额②	占比	
	端品牌)					
	丝绸纺织 制品（自 有终端品 牌）	20,000~21,000	27.97%-28.19%	31,479.08	43.57%	-33.29%~-36.47%
	口罩	17,000~18,000	23.78%-24.16%	-	-	-
	合 计	71,500~74,500	100.00%	72,243.53	100.00%	-1.03%~3.12%
毛利 金额	丝绸文化 创意品 （自有终 端品牌）	17,000~18,000	62.07%~62.96%	21,032.31	78.68%	-14.42%~-19.17%
	丝绸纺织 制品（自 有终端品 牌）	4,000~4,500	14.81%~15.52%	5,698.94	21.32%	-21.04%~-29.81%
	口罩	6,000~6,500	22.22%~22.41%	-	-	-
	合 计	27,000~29,000	100.00%	26,731.24	100.00%	1.01%~8.49%
净利润		5,600.00~6,600.00		5,933.46		-5.62%~11.23%
扣除非经常性损益 后归属于公司普通 股股东的净利润		5,400.00~6,300.00		5,133.89		5.18%~22.71%

2020 年度，公司丝绸文化创意品销售收入约 34,500-35,500 万元，较 2019 年度下滑约 6,000 万元，毛利额约 17,000-18,000 万元，较 2019 年度下滑约 4,000 万元，其收入和毛利额占公司主营业务收入和毛利金额的比重分别约为 48%、62%，较 2019 年均有所下滑。产生上述情况的原因系：2020 年 2-3 月，新冠肺炎疫情导致行业上下游企业以及客户群体停工停产，导致丝绸文化创意品当年收入下降约 12%-15%，毛利额下降约 15%-20%；公司为抗击疫情，转产口罩，增加了产品品类，口罩产品贡献的收入和毛利导致丝绸文化创意品收入、毛利率占比下降。

2020 年度，公司丝绸纺织制品销售收入约 20,000-21,000 万元，较 2019 年度下滑约 11,000 万元，毛利额 4,000-4,500 万元，较 2019 年度下滑约 1,500 万元，其收入和毛利额占主营业务收入和毛利金额的比重分别约为 28%、15%，较 2019 年均有所下滑。产生上述情况的原因系：2020 年 2-3 月，公司丝绸纺织制品行业上下游企业受疫情影响，复工率较低，且公司主动削减了毛利率较低的境外销售规模，当期丝绸纺织品境外销售收入较 2019 年度下降约 3,500 万元，下滑幅度

约 50%，但由于公司境外销售毛利率相对较低，主动削减境外销售预计不会对公司经营业绩构成重大不利影响。

2020 年度，公司口罩产品销售收入约 17,000-18,000 万元，毛利额约 6,000-6,500 万元，其收入和毛利额占公司主营业务收入和毛利金额的比重分别约为 24%、23%。公司为抗击疫情、承担社会责任转产口罩，2020 年 1-6 月，口罩收入 17,206.27 万元，占比 44.74%，占当期收入比重较高。随着疫情逐渐控制，公司将主要精力集中于丝绸文化创意品和丝绸纺织制品业务的恢复与开拓，公司每月保证约 100 万只口罩产量以满足社会需求，将其作为一个常规品类进行运营，口罩收入全年业绩贡献程度较 2020 年 1-6 月有所下降。

上述 2020 年度预计数据仅为管理层对经营业绩的初步估计情况，未经审计，不构成盈利预测。

2020 年度，发行人各细分板块实现收入、利润数据如下：

单位：万元

项 目		2020 年度		2019 年度		同比变动 幅度
		金额①	占比	金额②	占比	(①-②) / ②
主营业 务收入	丝绸文化创意品（自有终端品牌）	34,688.29	47.47%	40,764.45	56.43%	-14.91%
	丝绸纺织制品（非自有终端品牌）	20,860.70	28.55%	31,479.08	43.57%	-33.73%
	口罩	17,525.24	23.98%	-	-	-
	合 计	73,074.22	100.00%	72,243.53	100.00%	1.15%
毛利 金额	丝绸文化创意品（自有终端品牌）	17,694.80	61.91%	21,032.31	78.68%	-15.87%
	丝绸纺织制品（非自有终端品牌）	4,514.88	15.80%	5,698.94	21.32%	-20.78%
	口罩	6,373.52	22.30%	-	-	-
	合 计	28,583.20	100.00%	26,731.24	100.00%	6.93%
净利润		6,308.13		5,933.46		6.31%
扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润		6,319.54		5,133.89		23.09%

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%；剔除口罩业务后，公司实现主营业务收入 55,548.99 万元，同比下滑 23.11%，扣非后归母净利润 4,569.42 万元，同比下滑 10.99%。与管理层预计区间不存在重大差异。

2、2021 年 1-6 月业绩预测情况

财务报告审计截止日后至本问询函回复意见出具日，公司经营状况良好，公司主营业务、经营模式未发生重大变化，公司董事、监事、高级管理人员保持稳定，公司采购产品的原材料生丝价格出现一定幅度的上涨导致公司采购价格有所增长，未出现对公司经营能力产生重大不利影响的事项，也未出现其他可能影响投资者判断的重大事项。

基于最新在手订单及业务拓展计划，发行人预计 2021 年 1-6 月公司主营业务收入约为 27,550.00-31,100.00 万元，较上年同期下降约 19.13%-28.36%；扣非后归母净利润约为 2,500.00-2,800.00 万元，较上年同期下降约 22.32%-30.64%。主要原因系 2020 年 1-6 月因新冠肺炎疫情，口罩业务贡献了较多的营业收入和利润，而 2021 年 1-6 月口罩业务仅有零星收入。

若剔除口罩业务，公司预计 2021 年 1-6 月主营业务收入较上年同期上涨约 29.42%-45.89%，2021 年 1-6 月扣非后归母净利润较上年同期上涨约 14.02%-27.70%。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 5,000.00 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。

其中，2021 年 1-6 月的丝绸文化创意品、丝绸纺织制品、口罩业务预计可实现的收入、利润及占比情况如下：

单位：万元

项 目		2021 年 1-6 月（预计值）		2020 年 1-6 月		同比变动幅度
		金额	占比	金额	占比	
主 营 业 务 收 入	丝绸文化创意品（自有终端品牌）	19,000.00~21,000.00	67.52%~68.97%	11,141.00	28.97%	70.54%~88.49%
	丝绸纺织制品（非自有终端品牌）	8,500.00~10,000.00	30.85%~32.15%	10,108.15	26.29%	-15.91%~-1.07%

单位：万元

项 目		2021 年 1-6 月（预计值）		2020 年 1-6 月		同比变动幅度
		金额	占比	金额	占比	
	口罩	50. 00~100. 00	0. 18%~0. 32%	17, 206. 27	44. 74%	-99. 71%~-99. 42%
	合 计	27, 550. 00~31, 100. 00	100. 00%	38, 455. 42	100. 00 %	-28. 36%~-19. 13%
毛利 金额	丝绸文化 创意品 （自有终 端品牌）	9, 000. 00~11, 000. 00	83. 02%~83. 33 %	5, 480. 68	39. 17%	64. 21%~100. 71%
	丝绸纺织 制品（非 自有终端 品牌）	1, 800. 00~2, 200. 00	16. 60%~16. 67 %	2, 074. 27	14. 83%	-13. 22%~6. 06%
	口罩	0~50. 00	0~0. 38%	6, 435. 97	46. 00%	-100. 00%~-99. 22 %
	合 计	10, 820. 00~13, 250. 00	100. 00%	13, 990. 92	100. 00 %	-22. 81%~-5. 30%
净利润		2, 500. 00~2, 800. 00		3, 724. 91		-32. 88%~-24. 83%
扣除非经常性损 益后归属于公司 普通股股东的净 利润		2, 500. 00~2, 800. 00		3, 604. 49		-30. 64%~-22. 32%

2021 年 1-6 月，随着疫情形势的好转，公司丝绸文化创意品、丝绸纺织制品存在不同程度的恢复，仍为发行人主要收入来源，其中：

（1）公司丝绸文化创意品销售收入和毛利额预计较 2020 年同期均出现较大幅度上涨，其收入和毛利额占公司主营业务收入和毛利金额的比重分别约为 68%、83%。产生上述情况的原因系：2020 年 1-6 月，受新冠肺炎疫情的影响，公司客户供应商复工复产情况较差，丝绸文化创意品销售出现了较大下滑，基数较低。另一方面，2020 年同期发行人口罩业务收入为 17,206.27 万元，而随着新冠肺炎疫情得到控制，2021 年 1-6 月口罩业务仅有零星收入，而丝绸文化创意品业务恢复情况良好，故丝绸文化创意品收入、毛利金额占比出现较大上升。

（2）公司丝绸纺织制品销售收入预计较 2020 年同期有所下降，毛利额预计较 2020 年同期无重大差异，其收入和毛利额占主营业务收入和毛利金额的比重分别约为 31%、16%。产生上述情况的原因系：公司继续秉承削减毛利率较低的境外销售规模战略，故发行人丝绸纺织制品收入出现一定幅度的下降。2020 年 1-6 月口罩收入占比较高，而 2021 年 1-6 月口罩业务仅有零星收入，故丝绸

纺织制品收入、毛利金额在出现一定下降的情况下占比有所上升。

(3) 公司口罩产品销售收入仅有零星收入，较 2020 年同期出现较大幅度下滑，主要原因系随着疫情逐渐控制，市场口罩供给已相对充足，公司集中主要精力于丝绸文化创意品和丝绸纺织制品业务的恢复与开拓。

上述 2021 年 1-6 月预计数据仅为管理层对经营业绩的初步估计情况，未经审计，不构成盈利预测。

(二) 未来业务拓展计划

未来，公司仍将集中主要精力于丝绸相关产品，并拟将创意设计理念与口罩产品相结合，如在防疫需要的基础上设计更具美感和创意的口罩产品，将口罩作为组合套装的一部分进行销售等。

具体来看：

(1) 丝绸文化创意品

2020 年度，丝绸文化创意品收入和毛利额占公司主营业务收入和毛利金额的比重为 47.47%和 61.91%。基于最新在手订单及业务拓展计划，预计 2021 年 1-6 月发行人丝绸文化创意品收入同比上升 70.54%~88.49%，占公司主营业务收入和毛利金额的比重分别约为 68%、83%。

未来，公司将主要采取以下业务拓展计划：

①加强新产品设计、研发能力，公司已确定 2021 年度的新品研发计划，结合大型传统节日，针对性地对丝巾、组合套装等新品进行创意设计，并在恰当时机推出。

②加强客户维护与开拓，组织销售团队对现有客户进行回访，推广公司新产品，制定明确的新客户开拓计划，寻找潜在业务机会。

③公司已成为“2022 年杭州亚运会”丝绸类特许生产商之一（仅有四家），根据相应授权，在 2021 年 1 月至 2022 年 12 月间，公司可开发、生产丝绸相关产品并销售（需经组委会审核），公司将利用这一契机，凭借成功服务“G20 杭州峰会”的经验，设计并推出与亚运会相关的丝绸产品，并进行品牌推广活动，有望使得公司品牌形象和知名度进一步提升，从而有助于各渠道、各产品的销售。

④总结并分析 2020 年已有的线上直播销售、网络销售数据，有针对性地挑选更符合市场消费者心理的产品，在“春节”假期、“618”、“双 11”恰当时间组织线上直播销售或线下促销活动，宣传品牌的同时也作为常规销售的一个良好补充。

（2）丝绸纺织制品

2020 年度，公司丝绸纺织制品销售收入 **20,860.70 万元**，较 2019 年度下滑 **33.73%**，主要系公司因战略规划主动削减了毛利率较低的境外业务。报告期内，丝绸纺织制品毛利率分别为 15.98%、18.10%、**21.64%**，低于丝绸文化创意品，公司丝绸纺织制品销售收入规模的下降对公司经营业绩的影响相对较小。

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。2021 年 1-4 月，随着疫情影响的逐渐消退，发行人丝绸纺织制品新增订单约 **5,000 万元**，较去年同期上涨约 **20%**，但由于公司继续秉承削减毛利率较低的境外销售规模的战略，预计 2021 年 1-6 月发行人丝绸纺织制品收入同比基本持平或小幅下降，占主营业务收入和毛利金额的比重分别约为 **31%、16%**。

未来，公司将主要采取以下业务拓展计划：

①将原有境外业务销售团队力量部分扩充至境内业务销售团队，加强境内客户的开拓和维度，如主动拜访国内知名品牌女装客户；增加与现有客户的业务沟通频次，深入了解客户需求，向其推荐公司的新产品、新技术；积极参加行业展会，接触潜在业务机会，开拓潜在客户等。

②报告期内，公司数码印花工艺日益成熟，开拓了众多客户资源并将客户群体逐渐从浙江省周边区域扩展至广东省周边区域，公司拟进一步开拓客户资源，扩大数码印花加工服务业务规模。

③针对境外销售中毛利率相对较高的真丝面料、真丝贴牌服装类业务仍积极维护客户，并视境外疫情发展情况开展业务，力争扩大合作规模。

（3）口罩产品

2020 年度，公司口罩产品销售收入 **17,525.24 万元**，随着疫情常态化，市

场防疫物资产能增长，公司亦将主要精力集中于丝绸文化创意品和丝绸纺织制品业务的开拓与恢复，公司 2020 年 7-12 月口罩销售收入已较 2020 年 1-6 月大幅下降，月均销售额 53.16 万元。公司预计 2021 年 1-6 月口罩仅有零星收入，对当期主营业务收入、毛利金额的占比很小。

未来，公司将在防疫需要的基础上设计更美观和具有创意性的口罩产品，从而满足市场需求，亦可将其作为组合套装的一部分进行销售，增加组合套装产品的功能性。公司预计，未来口罩产品收入规模将下降至月均 50 万元以下。

（三）补充披露情况

发行人已在招股说明书第八节之“十七、财务报告审计截止日后主要财务信息及经营状况”补充披露如下：

财务报告审计截止日至本招股说明书签署日之间，公司经营状况良好，公司主营业务、经营模式未发生重大变化，公司董事、监事、高级管理人员保持稳定，公司采购产品的原材料生丝价格出现一定幅度的上涨导致公司采购价格有所增长，未出现对公司经营能力产生重大不利影响的事项，也未出现其他可能影响投资者判断的重大事项。

（四）2021 年 1-6 月业绩预测情况

基于最新在手订单及业务拓展计划，发行人预计 2021 年 1-6 月公司主营业务收入约为 27,550.00-31,100.00 万元，较上年同期下降约 19.13%-28.36%；扣非后归母净利润约为 2,500.00-2,800.00 万元，较上年同期下降约 22.32%-30.64%。主要原因系 2020 年 1-6 月因新冠肺炎疫情，口罩业务贡献了较多的营业收入和利润，而 2021 年 1-6 月口罩业务仅有零星收入。

若剔除口罩业务，公司预计 2021 年 1-6 月主营业务收入较上年同期上涨约 29.42%-45.89%，2021 年 1-6 月扣非后归母净利润较上年同期上涨约 14.02%-27.70%。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 5,000.00 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。

其中，2021 年 1-6 月的丝绸文化创意品、丝绸纺织制品、口罩业务预计可实现的收入、利润及占比情况如下：

单位：万元

项 目		2021 年 1-6 月（预计值）		2020 年 1-6 月		同比变动幅度
		金额	占比	金额	占比	
主 营 业 务 收 入	丝绸文化创意品（自有终端品牌）	19,000.00~21,000.00	67.52%~68.97%	11,141.00	28.97%	70.54%~88.49%
	丝绸纺织制品（非自有终端品牌）	8,500.00~10,000.00	30.85%~32.15%	10,108.15	26.29%	-15.91%~-1.07%
	口罩	50.00~100.00	0.18%~0.32%	17,206.27	44.74%	-99.71%~-99.42%
	合 计	27,550.00~31,100.00	100.00%	38,455.42	100.00%	-28.36%~-19.13%
毛 利 金 额	丝绸文化创意品（自有终端品牌）	9,000.00~11,000.00	83.02%~83.33%	5,480.68	39.17%	64.21%~100.71%
	丝绸纺织制品（非自有终端品牌）	1,800.00~2,200.00	16.60%~16.67%	2,074.27	14.83%	-13.22%~6.06%
	口罩	0~50.00	0~0.38%	6,435.97	46.00%	-100.00%~-99.22%
	合 计	10,820.00~13,250.00	100.00%	13,990.92	100.00%	-22.81%~-5.30%
净利润		2,500.00~2,800.00		3,724.91		-32.88%~-24.83%
扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润		2,500.00~2,800.00		3,604.49		-30.64%~-22.32%

2021 年 1-6 月，随着疫情形势的好转，公司丝绸文化创意品、丝绸纺织制品存在不同程度的恢复，仍为发行人主要收入来源，其中：

（1）公司丝绸文化创意品销售收入和毛利额预计较 2020 年同期均出现较大幅度上涨，其收入和毛利额占公司主营业务收入和毛利金额的比重分别约为 68%、83%。产生上述情况的原因系：2020 年 1-6 月，受新冠肺炎疫情的影响，公司客户供应商复工复产情况较差，丝绸文化创意品销售出现了较大下滑，基数较低。另一方面，2020 年度同期发行人口罩业务收入为 17,206.27 万元，而

随着新冠肺炎疫情得到控制，2021 年 1-6 月口罩业务仅有零星收入，而丝绸文化创意品业务恢复情况良好，故丝绸文化创意品收入、毛利金额占比出现较大上升。

(2) 公司丝绸纺织制品销售收入预计较 2020 年同期有所下降，毛利额预计较 2020 年同期无重大差异，其收入和毛利额占主营业务收入和毛利金额的比重分别约为 31%、16%。产生上述情况的原因系：公司继续秉承削减毛利率较低的境外销售规模的战略，故发行人丝绸纺织制品收入出现一定幅度的下降。2020 年 1-6 月口罩收入占比较高，而 2021 年 1-6 月口罩业务仅有零星收入，故丝绸纺织制品收入、毛利金额在出现一定下降的情况下占比有所上升。

(3) 公司口罩产品销售收入仅有零星收入，较 2020 年同期出现较大幅度下滑，主要原因系随着疫情逐渐控制，市场口罩供给已相对充足，公司集中主要精力于丝绸文化创意品和丝绸纺织制品业务的恢复与开拓。

上述 2021 年 1-6 月预计数据仅为管理层对经营业绩的初步估计情况，未经审计，不构成盈利预测。

(五) 未来业务拓展计划

未来，公司仍将集中主要精力于丝绸相关产品，并拟将创意设计理念与口罩产品相结合，如在防疫需要的基础上设计更具美感和创意的口罩产品，将口罩作为组合套装的一部分进行销售等。

具体来看：

(1) 丝绸文化创意品

2020 年度，丝绸文化创意品收入和毛利额占公司主营业务收入和毛利金额的比重为至 47.47%和 61.91%。基于最新在手订单及业务拓展计划，预计 2021 年 1-6 月发行人丝绸文化创意品收入同比上升 70.54%~88.49%，占公司主营业务收入和毛利金额的比重分别约为 68%、83%。

未来，公司将主要采取以下业务拓展计划：

①加强新产品设计、研发能力，公司已确定 2021 年度的新品研发计划，结合大型传统节日，针对性地对丝巾、组合套装等新品进行创意设计，并在恰当时

机推出。

②加强客户维护与开拓，组织销售团队对现有客户进行回访，推广公司新产品，制定明确的新客户开拓计划，寻找潜在业务机会。

③公司已成为“2022 年杭州亚运会”丝绸类特许生产商之一（仅有四家），根据相应授权，在 2021 年 1 月至 2022 年 12 月间，公司可开发、生产丝绸相关产品并销售（需经组委会审核），公司将利用这一契机，凭借成功服务“G20 杭州峰会”的经验，设计并推出与亚运会相关的丝绸产品，并进行品牌推广活动，有望使得公司品牌形象和知名度进一步提升，从而有助于各渠道、各产品的销售。

④总结并分析 2020 年已有的线上直播销售、网络销售数据，有针对性地挑选更符合市场消费者心理的产品，在“春节”假期、“618”、“双 11”恰当时间组织线上直播销售或线下促销活动，宣传品牌的同时也作为常规销售的一个良好补充。

（2）丝绸纺织制品

2020 年度，公司丝绸纺织制品销售收入 **20,860.70 万元**，较 2019 年度下滑 **33.73%**，主要系公司因战略规划主动削减了毛利率较低的境外业务。报告期内，丝绸纺织制品毛利率分别为 15.98%、18.10%、**21.64%**，低于丝绸文化创意品，公司丝绸纺织制品销售收入规模的下降对公司经营业绩的影响相对较小。

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。2021 年 1-4 月，随着疫情影响的逐渐消退，发行人丝绸纺织制品新增订单约 **5,000 万元**，较去年同期上涨约 **20%**，但由于公司继续秉承削减毛利率较低的境外销售规模的战略，预计 2021 年 1-6 月发行人丝绸纺织制品收入同比基本持平或小幅下降，占主营业务收入和毛利金额的比重分别约为 **31%、16%**。

未来，公司将主要采取以下业务拓展计划：

①将原有境外业务销售团队力量部分扩充至境内业务销售团队，加强境内客户的开拓和维度，如主动拜访国内知名品牌女装客户；增加与现有客户的业务沟通频次，深入了解客户需求，向其推荐公司的新产品、新技术；积极参加行业展会，接触潜在业务机会，开拓潜在客户等。

②报告期内，公司数码印花工艺日益成熟，开拓了众多客户资源并将客户群体逐渐从浙江省周边区域扩展至广东省周边区域，公司拟进一步开拓客户资源，扩大数码印花加工服务业务规模。

③针对境外销售中毛利率相对较高的真丝面料、真丝贴牌服装类业务仍积极维护客户，并视境外疫情发展情况开展业务，力争扩大合作规模。

（3）口罩产品

2020 年度，公司口罩产品销售收入 **17,525.24 万元**，随着疫情常态化，市场防疫物资产能增长，公司亦将主要精力集中于丝绸文化创意品和丝绸纺织制品业务的开拓与恢复，公司 2020 年 7-12 月口罩销售收入已较 2020 年 1-6 月大幅下降，月均销售额 **53.16 万元**。公司预计 **2021 年 1-6 月口罩仅有零星收入，对当期主营业务收入、毛利金额的占比很小**。

未来，公司将在防疫需要的基础上设计更美观和具有创意性的口罩产品，从而满足市场需求，亦可将其作为组合套装的一部分进行销售，增加组合套装产品的功能性。公司预计，未来口罩产品收入规模将下降至月均 50 万元以下。

二、补充披露丝绸纺织制品境外销售规模缩减后相应的人员、设备、产能等后续安排和计划，是否有其他业务可以承接

发行人加工环节聚焦于具有核心竞争力的数码印花工艺，生产设备、产能基本用于真丝面料的数码印花加工，在境外销售中占比很少，且发行人境外销售规模缩减主要集中于非真丝服装、非真丝面料，故发行人境外销售规模缩减后，不会因此存在大量闲置设备、产能。发行人丝绸纺织制品境外销售规模缩减后，公司将相应的销售人员扩充至内销业务团队，加强境内客户的维护和开拓，存在部分境外业务销售人员离职，离职员工与发行人不存在重大争议或纠纷。

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”补充披露如下：

（4）境外销售规模缩减后的影响和安排

报告期内，公司丝绸纺织制品境外销售主要包括贴牌服装、丝绸面料和其他产品，具体销售金额及占比情况如下：

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
贴牌服装	真丝服装	588.39	15.68%	339.48	4.75%	352.11	4.29%
	非真丝服装	2,130.84	56.78%	5,594.79	78.22%	6,106.15	74.41%
丝绸面料	真丝面料	118.84	3.17%	235.90	3.30%	554.59	6.76%
	非真丝面料	34.60	0.92%	33.55	0.47%	265.49	3.24%
其他		880.44	23.46%	948.56	13.26%	928.10	11.31%
合 计		3,753.11	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以 OEM 模式销售的丝巾、手帕等产品。

报告期内，发行人丝绸纺织制品境外销售主要集中于贴牌服装尤其是非真丝服装的销售，真丝服装及面料的销售占发行人境外销售的比重较小。

生产模式方面，发行人加工环节聚焦于具有核心竞争力的数码印花工艺，生产设备基本用于真丝面料的数码印花加工，对于非真丝服装、面料的染色、传统台版印花、成衣加工等工序均采取外协生产模式。此外，发行人丝绸纺织制品境外销售规模的缩减主要集中于非真丝服装、非真丝面料的销售，故发行人境外销售规模缩减后，不会因此存在大量闲置设备、产能。

发行人丝绸纺织制品境外销售规模缩减后，公司将相应的销售人员扩充至内销业务团队，加强境内客户的维护和开拓，约有 10 名境外业务销售人员离职，离职员工与发行人不存在重大争议或纠纷。

三、口罩业务的持续开展、丝绸文化创意品和丝绸纺织制品业务规模的下滑是否导致发行人业务模式、主营业务和主要产品发生重大变化，是否对本次发行上市造成实质性障碍

（一）因新冠肺炎疫情突然爆发，公司因具备丝绸纺织制品多年运营经验，为承担社会责任，被浙江省政府列入第一批重点口罩生产企业，口罩业务运营模式与丝绸纺织制品类似，目前公司口罩已进入常态化生产，公司预计，未来口罩产品收入规模将下降至月均 50 万元以下。

1、公司口罩产品的运营与丝绸文化创意品和丝绸纺织制品有较大的协同作用

公司从事丝绸行业多年，由于具备丝绸纺织制品多年的生产运营经验，在新冠肺炎疫情爆发初期即被浙江省政府确认为第一批重点口罩生产企业。公司运营口罩的主要模式与丝绸纺织制品类似，采购生产环节全部由现有业务团队组织完成，主要销售由现有销售团队完成，主要销售给政府指定单位及公司原有客户，公司系利用原运营模式向客户增加了一个产品品类，与原有的丝绸文化创意品业务和丝绸纺织制品业务具有较大的协同效应。

2、口罩产品的未来运营计划

在新冠肺炎疫情常态化背景下，全社会的口罩产能逐步增长，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。近来，新冠肺炎疫情又出现反复，针对口罩产品，公司拟将其作为组合套装的一部分进行销售，此外，公司将在防疫需要的基础上设计更具有美观和创意性的口罩产品，从而满足市场需求。公司预计，未来口罩产品收入规模将下降至月均 50 万元以下。

（二）根据公司最新的经营情况，丝绸文化创意品、丝绸纺织制品业务恢复情况良好，发行人主营业务和主要产品结构较以往年度均未发生重大变化，口罩业务的持续开展不会对本次发行上市造成实质性障碍

2019 年度、2020 年 1-6 月、2020 年 1-9 月（审阅数）和 2020 年度，发行人分产品销售及毛利占比情况如下：

项 目		2020 年度	2020 年 1-9 月	2020 年 1-6 月	2019 年度
主营业务收入	丝绸文化创意品	47.47%	42.69%	28.97%	56.43%
	丝绸纺织制品	28.55%	24.49%	26.29%	43.57%
	口罩	23.98%	32.81%	44.74%	-
毛利金额	丝绸文化创意品	61.91%	56.27%	39.17%	78.68%
	丝绸纺织制品	15.80%	12.55%	14.83%	21.32%
	口罩	22.30%	31.18%	46.00%	-

2020 年上半年，受新冠肺炎疫情影响，公司丝绸文化创意品和丝绸纺织制品收入出现较大幅度的下滑，主要系当年 2-3 月间公司客户供应商复工复产情况较差，随着国内疫情得以控制，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，2020 年 1-9 月，上述两类产品占公司主营业务收入的比重分别为 42.69%和 24.49%，较 2020 年 1-6 月上升幅度明显。

2020 年度，公司实现主营业务收入 73,074.22 万元，其中丝绸文化创意品收入占比 47.47%，丝绸纺织制品收入占比 28.55%，口罩收入占比 23.98%。丝绸文化创意品和丝绸纺织制品仍然在主营业务收入结构中占较大比重，公司丝绸文化创意品毛利占比 61.91%，与 2019 年度相比，占比有所下降但丝绸文化创意品仍为公司收入和毛利贡献比例最高的产品品类。

未来，公司已有相应的业务发展规划并会集中主要精力专业从事丝绸相关业务，丝绸文化创意品和丝绸纺织制品仍会是公司主要的收入和利润来源。

综上，口罩业务不会造成发行人业务模式、主营业务和主要产品结构的重大变化，不会对本次发行造成实质性障碍。

四、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、访谈发行人管理层，了解管理层对于公司 2020 年度、2021 年 1-6 月业绩预计情况，获取 2020 年 10-12 月财务报表、2020 年度审计报告、2021 年 1-3 月审阅报告等相关的财务或业务资料，并对发行人 2020 年度、2021 年 1-6 月经营业绩情况与上年情况进行对比分析；

2、获取报告期内发行人境外销售明细，结合与发行人管理层访谈结果，分析境外销售规模缩减对发行人设备、产能、人员的影响；

3、获取发行人丝绸纺织制品销售团队人员名单及 2020 年度人员岗位变动、流动情况，分析境外销售规模缩减对销售团队人员的影响；

4、查询了中国检察网、中国裁判文书网、中国执行信息公开网、国家企业信用信息公示系统、信用中国、中国市场监督管理行政处罚文书网等网站，核查发行人与员工之间是否存在劳动纠纷。

（二）核查意见

经核查，保荐机构、申报会计师认为：

1、2020 年度，公司实现营业收入 73,570.31 万元，基本与 2019 年度持平；扣非后归母净利润 6,319.54 万元，较上年同期上涨 23.09%；若剔除口罩业务，

2020 年度，公司实现营业收入 56,045.07 万元，较上年同期下滑 23.07%，扣非后归母净利润 4,569.42 万元，较上年同期下滑 10.99%。2021 年 1-6 月，随着疫情形势的好转，发行人仅有零星口罩业务收入，丝绸文化创意品、丝绸纺织制品仍为发行人主要收入来源。

2、基于公司**最新在手订单及业务拓展计划**，若未来新冠肺炎疫情不再大规模爆发，所处的行业环境不发生重大变化、宏观经济形式不出现明显下滑，则公司丝绸文化创意品收入利润规模预计将恢复至疫情前水平，**其收入、毛利额占比将分别超过 60%、80%**；丝绸纺织制品因规划调整削减了境外业务，其收入利润规模短期内将受到一定影响，需逐步恢复至疫情前水平，但较 2020 年度有所增长，其收入占比预计**将在 30%左右**，毛利额占比**将在 15%左右**，口罩产品收入利润规模将出现较大幅度的下降。

3、发行人加工环节聚焦于具有核心竞争力的数码印花工艺，生产设备、产能基本用于真丝面料的数码印花加工，在境外销售中占比很少，且发行人境外销售规模缩减主要集中于非真丝服装、非真丝面料，故发行人境外销售规模缩减后，不会因此存在大量闲置设备、产能。

4、发行人丝绸纺织制品境外销售规模缩减后，公司将相应的销售人员扩充至内销业务团队，加强境内客户的维护和开拓，存在部分境外业务销售人员离职，离职员工与发行人不存在重大争议或纠纷。

5、根据 2020 年度经营情况并结合最新在手订单及业务拓展计划，口罩业务不会造成发行人业务模式、主营业务和主要产品结构的重大变化，不会对本次发行造成实质性障碍。

问题 8

关于加盟商。申报文件和审核问询显示，截至 2020 年 6 月末，公司加盟商合计 36 家，加盟店合计 41 家，其中杭州地区加盟商合计 27 家，占比超过 70%。

请发行人补充披露：（1）报告期内加盟商和加盟门店的经营情况和盈利情况，针对亏损门店逐一说明是否存在持续亏损风险、加盟经营是否具有可持续性；（2）加盟商和加盟门店的营业人员、营业面积、收入金额的配比情况，是否存

在加盟商渠道下的收入或利润集中于个别门店的情形，如是，请分析原因及合理性。

请保荐人、申报会计师核查并发表明确意见。

【回复】

一、报告期内加盟商和加盟门店的经营情况和盈利情况，针对亏损门店逐一说明是否存在持续亏损风险、加盟经营是否具有可持续性

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、加盟商经营业绩情况

截至 2020 年末，公司加盟商合计 40 家，加盟店合计 44 个。公司每个加盟商可经营 1 个以上加盟门店，同一实际控制人亦可能控制多个加盟商，按同一控制原则上述 40 家加盟商合并统计为 33 家加盟商。

因同一控制下的加盟商内部统一核算，故按合并口径统计，33 家加盟商经营情况和盈利情况如下：

项目	金额区间	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
		家数	占比	家数	占比	家数	占比
营业收入	200 万元以下	20	60.61%	10	30.30%	6	18.18%
	200-400 万元	7	21.21%	7	21.21%	6	18.18%
	400-800 万元	1	3.03%	5	15.15%	4	12.12%
	800 万元以上	5	15.15%	3	9.09%	1	3.03%
	未合作[注]	-	-	8	24.24%	16	48.48%
	小计	33	100.00%	33	100.00%	33	100.00%
利润	亏损	10	30.30%	1	3.03%	1	3.03%
	0-50 万元	17	51.52%	10	30.30%	7	21.21%
	50-100 万元	4	12.12%	5	15.15%	4	12.12%
	100-200 万元	-	-	7	21.21%	4	12.12%
	200 万元以上	2	6.06%	2	6.06%	1	3.03%
	未合作	-	-	8	24.24%	16	48.48%

项目	金额 区间	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
		家数	占比	家数	占比	家数	占比
	小计	33	100.00%	33	100.00%	33	100.00%

注 1：因 2020 年末公司 33 家加盟商于不同期间与公司开始合作，故部分加盟商在未开始合作年份无经营数据，“未合作”指截至 2020 年末 33 家加盟商中在各期间内尚未开始合作的加盟商数量；

注 2：利润=营业收入-营业成本-租金费用-人工费用-水电等其他费用。

2020 年受新冠肺炎疫情影响，公司加盟商经营业绩大幅下滑，当期亏损加盟商占比约 30%。随着国内经济活动逐步恢复，根据杭州市文化广电旅游局发布的数据，2020 年国庆假期杭州市共接待外地游客 1,085.5 万人次，占 2019 年同期的 82%，加盟店人流量亦基本恢复，目前公司加盟商经营正常，报告期内合计前五大加盟商（事帛丝绸、蚕运源贸易及其关联方、彩丝丝绸、子隆贸易、敖吉贸易，各期收入占加盟商渠道收入的 50%左右）在 2020 年经营期间均实现盈利。

2018-2019 年，公司各期加盟商亏损数量为 1 家，主要系因开店第 1 年客户积累较少导致亏损，2020 年受新冠肺炎疫情影响 10 家加盟商发生亏损，上述亏损加盟商经营和盈利情况如下：

单位：万元

序号	加盟商名称	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
		营业收入	利润	营业收入	利润	营业收入	利润
1	锦生丝绸	200-400	亏损	400-800	100-200	200 以下	亏损
	杭州茅家埠农贸市场帛雅丝绸经营部						
2	杭州唐丝贸易有限公司	200 以下	亏损	200 以下	亏损	/	/
	杭州西湖风景名胜区继宏饭店						
3	杭州市江干区御盛纺织品商行	200 以下	亏损	/	/	/	/
4	杭州启真商贸有限公司	200 以下	亏损	400-800	100-200	200-400	50-100
	杭州市西湖区启真服装店						
5	辽宁万事利	200 以下	亏损	200-400	50-100	400-800	50-100
6	杭州万福礼商贸有限公司	200 以下	亏损	200 以下	0-50	/	/
7	郑州市郑东新区建辉饰	200 以下	亏损	200 以下	0-50	200 以下	0-50

单位：万元

序号	加盟商名称	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
		营业收入	利润	营业收入	利润	营业收入	利润
	品店						
8	河北耀溪商贸有限公司	200 以下	亏损	200 以下	0-50	/	/
9	博乐市梅艳芳菲服装店	200 以下	亏损	200 以下	0-50	/	/
10	承德翊谦贸易有限责任公司	200 以下	亏损	200 以下	0-50	/	/

若国内新冠肺炎疫情再次大规模爆发，则个别亏损加盟商存在持续亏损的风险，截至目前，上述 40 家加盟商中仅有 2 家经营规模较小的加盟商因经营业绩不佳申请终止加盟合作外，其余加盟商暂无终止加盟的计划，在国内新冠肺炎疫情有效控制前提下，公司加盟经营具有可持续性。

二、加盟商和加盟门店的营业人员、营业面积、收入金额的配比情况，是否存在加盟商渠道下的收入或利润集中于个别门店的情形，如是，请分析原因及合理性

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：

F、加盟商营业人员、营业面积、收入金额配比情况

公司以自然客流为主的加盟商人均收入在 40-80 万元区间，坪效在 1.5-3 万元区间，与女装品牌门店坪效趋同（根据女装品牌企业招股说明书披露的数据，地素时尚直营店坪效在 3 万元左右，欣贺股份、日播时尚直营店坪效在 1.5-2 万元区间）。地理位置偏僻的加盟店，客流量相对较少，人均收入、坪效较低；部分加盟商因其实际控制人在丝绸行业有多年运营经验，拥有丰富的客户资源，人均收入、坪效较高；部分加盟商因加盟初期客群不稳定，以及新门店开业当年营业未满 12 个月，计算导致人均收入、坪效较低。

公司各期前十大且截至 2020 年末仍在合作的加盟商（因同一控制下的加盟商内部统一核算，以下数据按照同一实际控制下合并统计）营业人员、营业面积、收入金额配比情况如下：

单位：万元

序号	加盟商名称	2020 年度		2019 年度		2018 年度		备注
		人均收入	坪效[注 1]	人均收入	坪效	人均收入	坪效	
1	江南丝府	40 以下	1.5 以下	40-80	1.5 以下	40-80	1.5 以下	该加盟商以自然客流为主，经营面积较大，超过 2,300 平方米，2018-2019 年坪效为 1 万元左右，相对其他加盟商较低；2020 年受疫情影响人均收入、坪效降低。
	佑盛丝绸							
	杭州梅岭丝绸有限公司							
	鸿之祥丝绸							
	丝展丝绸							
	事帛丝绸							
2	敖吉贸易	40-80	1.5 以下	80-120	1.5-3	40-80	1.5-3	其实际控制人拥有丰富的客户资源，人均收入较高；2020 年受疫情影响人均收入、坪效降低。
3	喜鹤贸易	40 以下	1.5 以下	40-80	1.5 以下	80-120	1.5-3	其实际控制人拥有丰富的客户资源，人均收入较高；2019 年 8 月该加盟商新开 1 个门店，当年营业时间不足 1 年，计算导致人均收入、坪效降低；2020 年受疫情影响人均收入、坪效均有一定下降。。
	喜贺百货							
4	子隆贸易	80-120	3-6	40-80	3-6	40-80	3-6	其实际控制人拥有丰富客户资源，人均收入、坪效较高；2020 年开拓了新的客户，销售额有所增长。
	丝府文化							
5	彩丝丝绸	40-80	1.5-3	40-80	1.5-3	40 以下	1.5 以下	该加盟商于 2017 年 8 月加盟，加盟初期客群不稳定，人均收入、坪效较低；2020 年受疫情影响人均收入、坪效均有一定下降。
6	蚕运源贸易	40-80	1.5-3	80-120	1.5-3	40-80	1.5 以下	2018 年 12 月该加盟商新开 1 个门店，

单位：万元

序号	加盟商名称	2020 年度		2019 年度		2018 年度		备注
		人均收入	坪效[注 1]	人均收入	坪效	人均收入	坪效	
	柏丝祥贸易							当年经营时间仅 1 个月，计算导致人均收入、坪效较低；新开门店位于核心商业区，地理位置较好，对业绩贡献较大，2019 年人均收入增长；2020 年受疫情影响人均收入、坪效均有一定下降。
	杭州万丝祥贸易有限责任公司							
7	辽宁万事利	40 以下	1.5 以下	40-80	1.5-3	40 以下	1.5 以下	2018 年新开 2 个门店，当年经营时间不足 1 年，计算导致人均收入、坪效较低；2020 年受疫情影响人均收入、坪效降低。
8	锦生丝绸	40 以下	1.5 以下	40-80	1.5 以下	40 以下	1.5 以下	该加盟商于 2018 年 4 月开始合作，当年营业时间不足 1 年，计算导致人均收入较低；该加盟商经营面积较大，坪效较低；2020 年受疫情影响人均收入、坪效均有一定下降。
	杭州茅家埠农贸市场帛雅丝绸经营部							
9	杭州罗琦贸易有限公司	40-80	1.5-3	40-80	1.5-3	40-80	3-6	该加盟商经营的门店地理位置较好，客流量充足，坪效较高；该加盟商于 2019 年 8 月新开 1 个门店，当年营业未满 1 年，计算导致坪效降低；2020 年受疫情影响人均收入、坪效均有一定下降。
	杭州罗琦贸易有限公司第一分公司							
10	杭州启真商贸服务有限公司	40 以下	1.5 以下	80-120	1.5-3	80-120	3-6	该加盟商主要客群系大学培训人员，门店毗邻学校培训人员宿舍，地理位置较好，客流量逐年增长，故人均收入、坪效较高，2019 年 8 月新开 1 门店，经营未满 1 年，计算导致坪效降低；2020 年受疫情影响人均收入、坪效降低。
	杭州市西湖区启真服装店							
11	茧泰贸易	40-80	1.5-3	40-80	3-6	40-80	3-6	其实际控制人拥有丰富的客户资源，

单位：万元

序号	加盟商名称	2020 年度		2019 年度		2018 年度		备注
		人均收入	坪效[注 1]	人均收入	坪效	人均收入	坪效	
	杭州茧丰贸易有限公司							坪效较高；2020 年受疫情影响人均收入、坪效均有一定下降。
	杭州市上城区茧睿丝绸商行							
12	杭州杭丝源丝绸有限公司	40 以下	1.5 以下	未合作	未合作	未合作	未合作	/
13	杭州卡娜丝实业有限公司	40 以下	1.5 以下	未合作	未合作	未合作	未合作	/

注 1：人均收入=收入金额/人员数量，坪效=收入金额/营业面积。

综上，因新开门店、客流量变化、**新冠肺炎疫情**等原因导致加盟商各期人均收入、坪效发生波动，因所处地理位置、加盟商实际控制人运营经验、加盟时间等原因导致各加盟商人均收入、坪效存在差异，报告期内，公司加盟商人均收入、坪效均处于合理区间。

报告期内，根据同一实际控制下合并统计，公司各期第一大加盟商、前五大加盟商、前十大加盟商占当期加盟商渠道的收入比例如下（公司主要加盟商毛利率差异较小，利润占比与收入占比趋同）：

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
当期第一大加盟商收入占比	16.68%	19.48%	24.41%
当期前五大加盟商收入占比	62.54%	61.63%	57.60%
当期前十大加盟商收入占比	80.72%	78.88%	77.37%

注：取数口径为当期第一大/前五大/前十大加盟商收入占公司当期加盟商渠道总收入的比重。

综上，公司各期第一大加盟商收入占加盟商渠道收入的比例低于 **25%**，且呈逐年下滑趋势，不存在加盟商渠道下的收入或利润集中于个别门店的情形，但各期前五大加盟商收入占比超过 50%，加盟商收入较为集中。

三、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、申报会计师主要履行了如下核查程序：

1、对加盟商履行走访、函证程序，报告期各期加盟商走访覆盖收入比例在 80%以上，函证覆盖收入比例在 90%以上，通过走访了解加盟商经营环境，初步判断加盟商经营情况，确认除子隆贸易系发行人离职员工裘凯恩控制的企业、深圳万事利承接了发行人深圳分公司的部分人员、辽宁万事利承接了发行人沈阳分公司的部分人员外，其他加盟商与发行人均不存在关联关系，亦无正常商业协议外的私下协议；

2、对各期前十大加盟商（17 家）期末存货履行监盘程序，确保发行人伯俊系统记录加盟商各期末库存真实、完整。截止 2020 年末仍在合作的各期前十大加盟商合计 13 家，其余 4 家与公司终止了加盟合作，其中 2 家由加盟转经销合

作，1 家因其自身股东纠纷与发行人终止合作，1 家因经营不善终止合作；

3、根据发行人伯俊系统库存数据，取得各期前十大加盟商各期分月进销存报表，并结合存货监盘程序及加盟商确认，复核进销存报表准确性；

4、取得截至 2020 年 12 月 31 日尚在合作的 40 家加盟商出具的各期营业收入、营业成本、租金、人员数量、工资、水电费用确认函，并以进销存报表数据复核确认函相关数据的准确性，对于非各期前十大加盟商，根据发行人发货数据复核收入、成本准确性；

5、在复核营业收入的基础上，委托第三方机构深圳市智信经纬信息咨询有限公司每月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，合理推算加盟商销售额，推算收入与确认收入差异较大的加盟商，进一步取得收银流水、销售小票等凭据验证收入真实性；

6、对于亏损加盟商取得其关于亏损原因及是否继续合作的说明，对于人均收入和坪效与平均水平差异较大的加盟商，取得其原因说明；

7、公开信息查询 2020 年国庆期间杭州旅游市场恢复情况，查看第三方机构驻点统计的人流量信息，判断加盟商经营恢复情况；

8、在 2020 年末监盘环节过程询问加盟商目前经营情况，并根据 2020 年进销存报表复核报告期内合计前五大加盟商（事帛丝绸、蚕运源贸易及其关联方、彩丝丝绸、子隆贸易、敖吉贸易，各期收入占加盟商渠道收入的 50%左右）2020 年度的经营情况；

9、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，取得了元素征信关于发行人与主要加盟商五度关联情况的检索信息，从而判断发行人与主要加盟商之间是否存在关联关系，确认除子隆贸易系发行人离职员工裘凯恩控制的企业、深圳万事利（2017-2018 年度属于公司加盟商）承接了发行人深圳分公司的部分人员、辽宁万事利承接了发行人沈阳分公司的部分人员外，其他加盟商与发行人均不存在关联关系；

10、取得了发行人及其控股股东、实际控制人、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，

均与客户不存在大额异常资金往来。

（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补充披露了报告期内加盟商的经营情况和盈利情况，**2018-2019 年各期存在 1 家亏损加盟商**，主要系开店第 1 年客户积累较少导致亏损，**2020 年受新冠肺炎疫情影响 10 家加盟商发生亏损**，随着国内经济活动逐步恢复，目前发行人加盟商经营正常，报告期内合计前五大加盟商（事帛丝绸、蚕运源贸易及其关联方、彩丝丝绸、子隆贸易、敖吉贸易，各期收入占加盟商渠道收入的 50%左右）在 2020 年度均实现盈利。若国内新冠肺炎疫情再次大规模爆发，个别亏损加盟商存在持续亏损的风险。**40 家加盟商中仅有 2 家规模较小的加盟商**因经营业绩不佳申请终止加盟合作外，其余加盟商暂无终止加盟的计划，**在国内新冠肺炎疫情有效控制前提下**，发行人加盟经营具有可持续性。

2、发行人已在招股说明书补充披露了加盟商的营业人员、营业面积、收入金额的配比情况（因同一控制下的加盟商内部统一核算，以下数据按照同一实际控制下合并统计），因新开门店、客流量变化、**新冠肺炎疫情**等原因导致加盟商各期人均收入、坪效发生波动，因所处地理位置、加盟商实际控制人运营经验、加盟时间等原因导致各加盟商人均收入、坪效存在差异，报告期内，发行人加盟商人均收入、坪效均处于合理区间。公司各期第一大加盟商收入占加盟商渠道收入的比例低于 **25%**，且呈逐年下滑趋势，不存在加盟商渠道下的收入或利润集中于个别门店的情形。但各期前五大加盟商收入占比超过 50%，加盟商收入较为集中。

问题 9

关于毛利率。申报文件和审核问询回复显示：（1）2019 年，公司针对丝巾重点推广产品积极开展促销活动，同时引导消费者购买偏好，一定程度上抵消了原材料价格和采购成本小幅下跌的有利影响，导致丝巾毛利率较上年下降 1.44%。

（2）报告期内，公司丝绸纺织制品中的数码印花加工毛利率分别为 5.68%、18.16%、27.01%和 24.61%，2017-2019 年度毛利率逐年提升，主要是数码印花加

工产销量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。(3)报告期内,公司丝绸纺织制品中“其他”项目的毛利率分别为其他 17.23%、12.76%、17.30%和 35.86%。

请发行人补充披露:(1)“引导消费者购买偏好”的具体含义,具体是如何抵消原材料价格和采购成本小幅下跌的有利影响、导致 2019 年丝巾毛利率下降 1.44%;(2)丝绸纺织制品中数码印花加工的具体服务内容,量化分析数码印花加工产销量持续提升对报告期内数码印花加工毛利率变动的具体影响,数码印花加工毛利率 2017 年显著低于其他各期、2020 年上半年低于 2019 年的原因及合理性;(3)丝绸纺织制品中“其他”项目的具体内容,报告期内毛利率存在较大波动且 2020 年上半年显著上升的原因及合理性。

请保荐人、申报会计师核查并发表明确意见。

【回复】

一、“引导消费者购买偏好”的具体含义,具体是如何抵消原材料价格和采购成本小幅下跌的有利影响、导致 2019 年丝巾毛利率下降 1.44%

(一)“引导消费者购买偏好”的具体含义

发行人在招股说明书(首次申报稿)中提及的“引导消费者购买偏好”的具体含义是:报告期内,公司为应对宏观经济形势带来的系统性风险,针对丝绸文化创意品中部分重点推广产品积极开展促销活动,通过在促销活动规定的时间段内适当降低部分指定产品销售价格的方式吸引消费者购买此类指定促销产品。为便于投资者理解,发行人对招股说明书进行了修改,删去“引导消费者购买偏好”相关表述。

(二)促销活动抵消原材料价格和采购成本下跌的有利影响、导致 2019 年丝巾毛利率下降 1.44%的具体情况

2019 年度,丝巾销售前 300 款产品采购单价加权平均下降幅度为-1.67%,公司针对部分丝巾产品开展促销活动,丝巾通过促销实现的收入由 2018 年度的 47.50 万元增加至 614.64 万元,毛利率由 2018 年度的 52.31%下降至 43.45%。因此,促销活动在一定程度上抵消了原材料价格和采购成本小幅下跌对毛利率产生的有利影响,导致丝巾产品整体毛利率较上年下降 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%**。丝巾毛利率波动的主要原因系：

2019 年度，上游原材料 6A 级生丝价格呈稳中有降的趋势，丝巾销售前 300 款产品采购单价加权平均下降幅度-1.67%，但由于公司为应对宏观经济形势带来的系统性风险，针对重点推广丝巾产品积极开展促销活动，丝巾产品通过促销活动实现的收入由 2018 年度的 47.50 万元增加至 614.64 万元，丝巾产品通过促销活动实现的毛利率由 2018 年度的 52.31%下降至 43.45%，假设 2019 年度丝巾产品促销活动规模及毛利率与 2018 年度保持一致，丝巾产品毛利率为 59.79%，与 2018 年度毛利率差异较小，促销活动在一定程度上抵消了原材料价格和采购成本小幅下跌的有利影响，此外受细分产品销售结构影响，也会导致当年毛利率产生细微变动，因此，丝巾产品毛利率较上年下降 1.44%。

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。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；

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；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%。

（三）补充披露情况

发行人已在招股说明书第八节之“十三、（四）2、（2）①丝巾”补充披露如下：

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%。

二、丝绸纺织制品中数码印花加工的具体服务内容，量化分析数码印花加工产销量持续提升对报告期内数码印花加工毛利率变动的具体影响，数码印花加工毛利率2017年显著低于其他各期、2020年上半年低于2019年的原因及合理性

（一）数码印花加工主要服务内容为数码喷印和后道等其他加工

公司数码印花加工主要包括数码喷印和后道等其他加工，均采用客户提供原材料，公司提供加工服务的模式。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，产品品质得到了客户的认可。

（二）2018 年度及 2019 年度，数码印花加工产销率提升，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分别为 4.90%和 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

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%、24.61%（2020 年 1-6 月）和 17.80%，2017-2019 年度毛利率逐年提升，主要原因是：2017-2020 年度，公司数码印花加工销售量（含数码喷印及后道等其他加工）分别为 47.23 万米、118.21 万米、169.53 万米、92.54 万米（2020 年 1-6 月）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。

2017-2020 年度，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	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
销售收入（万元）①	1,672.78	900.13	1,828.50	953.02	729.26
销售成本（万元）②	1,375.00	678.61	1,334.60	779.96	687.87
毛利率③=（①-②）/①	17.80%	24.61%	27.01%	18.16%	5.68%
毛利率变动=本期毛利率-上期毛利率	-9.21%	-2.40%	8.85%	12.48%	/
固定成本（万元）④	193.03	99.71	173.96	169.51	165.44
固定成本占比⑤=④/②	14.04%	14.69%	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	578.90	1,160.64	610.45	522.43
扣除固定成本后毛利率⑦=1-⑥/①	29.34%	35.69%	36.53%	35.95%	28.36%
固定成本占销售收入比重⑧=④/①	11.54%	11.08%	9.51%	17.79%	22.69%
固定成本对毛利率变动的影响⑨=	-2.03%	-1.56%	8.27%	4.90%	/

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

2018 年度及 2019 年度，数码印花加工毛利率分别提升 12.48%和 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分别为 4.90%和 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 1-6 月，剔除固定成本后数码印花加工业务毛利率与上年持平。

2017 年度，数码印花加工毛利率显著低于其他各期，主要系当年数码印花加工销售量仅为 47.23 万米，低于其他各期，固定成本占销售收入的比重达到 22.69%，高于报告期内其他各期比重，因而 2017 年度数码印花加工毛利率低于其他各期。

2020 年 1-6 月，受新冠肺炎疫情影响，品牌女装生产高端面料业务量进一步下降，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。

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情况如下：

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

(三) 补充披露情况

发行人已在招股说明书第八节之“十三、（二）1、（2）③数码印花加工”补充披露如下：

公司数码印花加工主要包括数码喷印和后道等其他加工，均采取客户提供原材料，公司提供加工服务的模式。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，产品品质得到了客户的认可。

发行人已在招股说明书第八节之“十三、（四）3、（3）数码印花加工”补充披露如下：

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%

项 目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
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、丝绸纺织制品中“其他”项目的具体内容，报告期内毛利率存在较大波动且 2020 年上半年显著上升的原因及合理性

（一）“其他”项目的具体内容及毛利率上升的合理性

报告期内，公司丝绸纺织制品中的其他项目主要包括贴牌丝巾围巾、贴牌家纺以及纺织设备及耗材（与丝绸纺织制品相关）等产品。由于上述产品销售总金额较小但销售品种较多，其毛利率易受到产品结构、单笔大额订单等因素的影响，

存在一定波动。2020 年上半年，由于公司向客户重点推广应用了数码印花工艺的丝巾围巾产品，此类产品对技术水平要求高于传统台版印花，因此贴牌丝巾围巾产品当期毛利率较高，带动丝绸纺织制品-其他项目毛利率上升。

报告期内，公司丝绸纺织制品中的其他项目主要包括贴牌丝巾围巾、贴牌家纺以及纺织设备及耗材（与丝绸纺织制品相关）等产品。由于上述产品销售总金额较小但销售品种较多，毛利率易受到产品结构、单笔大额订单等因素的影响，存在一定波动。报告期内，上述项目收入及毛利率金额如下：

单位：万元

项 目	2020 年度		2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度	
	收入	毛利率	收入	毛利率	收入	毛利率	收入	毛利率
贴 牌 丝 巾围巾	935.10	35.72%	474.38	37.10%	1,286.85	16.54%	1,251.44	10.81%
贴 牌 家 纺	538.22	22.81%	86.58	29.54%	345.45	14.34%	237.86	14.04%
纺 织 设 备 及 耗 材	-	-	-	-	-	-	266.79	26.78%
其他	223.92	42.81%	30.64	34.56%	122.31	33.65%	242.22	6.11%
合 计	1,697.24	32.56%	591.60	35.86%	1,754.61	17.30%	1,998.30	12.76%

①贴牌丝巾围巾：报告期内，丝绸纺织制品中贴牌丝巾围巾产品主要系以非自有品牌对外销售的丝巾围巾产品。2018 年度、2019 年度、2020 年 1-6 月和 2020 年度，贴牌丝巾围巾产品毛利率分别为 10.81%、16.54%、37.10%和 35.72%，毛利率波动主要与产品材质相关。通常真丝类丝巾产品单笔订单量较小，毛利率通常在 15-40%之间，而非真丝类围巾产品单笔订单量较大，毛利率通常在 5-15%之间。报告期内，贴牌丝巾围巾产品销售结构如下：

单位：万元

项 目	2020 年度		2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度	
	收入	占比	收入	占比	收入	占比	收入	占比
真丝丝巾	529.38	56.61%	238.08	50.19%	551.54	42.86%	420.80	33.62%
非真丝围巾	405.72	43.39%	236.30	49.81%	735.31	57.14%	830.65	66.38%
合 计	935.10	100.00%	474.38	100.00%	1,286.85	100.00%	1,251.45	100.00%

2018 年度，贴牌丝巾围巾产品毛利率相对较低，主要系当期非真丝围巾销售占比较高，且当期非真丝围巾主要客户为 GIADA 和深圳市富安娜家居用品股份有限公司，因单一订单金额较大，公司在报价时给予相对较低的价格，毛利率

亦相对较低。2020 年 1-6 月和 2020 年度，由于公司向客户重点推广应用了数码印花工艺的丝巾围巾产品，此类产品对技术水平要求高于传统台版印花，因此贴牌丝巾围巾产品当期毛利率高于报告期其他年度。

由于当期丝绸纺织制品-其他以贴牌丝巾围巾产品为主，因此贴牌丝巾围巾产品毛利率提升亦带动了 2020 年 1-6 月和 2020 年度丝绸纺织制品-其他项目整体毛利率的提升。

②贴牌家纺：2018 年度、2019 年度、2020 年 1-6 月和 2020 年度，丝绸纺织制品中的贴牌家纺产品毛利率分别为 14.04%、14.34%、29.54%和 22.81%。2018-2019 年度，贴牌家纺产品毛利率相对稳定。2020 年 1-6 月，由于贴牌家纺产品主要为小额零散订单，产品报价较高，毛利率相应提升，2020 年度，由于当年下半年公司完成一笔外销枕套订单，收入 312.05 万元，毛利率 23.33%，使得贴牌家纺产品毛利率较往年提升。

③纺织设备及耗材：2018 年度，丝绸纺织制品中的纺织设备及耗材主要系印花机，当期产生收入 266.79 万元，毛利率 26.77%。公司深耕丝绸纺织行业，熟悉设备供应商渠道，故存在部分客户通过公司采购部分印花机。

④其他：除上述产品外，丝绸纺织制品销售中亦包括零星的帽子、领带、真丝封面、腰带等多种类型产品。2018 年度，其他项收入较高，主要系公司向雅昌文化（集团）有限公司销售真丝封面（用于书本和笔记本的封套）73.60 万元。2020 年度，其他项收入较高，主要是由于当年公司销售了一批定制的装修用真丝壁画，相关收入 176.09 万元。报告期内，该项业务总体金额较小，且包含产品种类较多，毛利率波动主要受产品销售结构变动影响。

（二）补充披露情况

发行人已在招股说明书第八节之“十三、（四）3、（4）丝绸纺织制品-其他”补充披露如下：

报告期内，公司丝绸纺织制品中的其他项目主要包括贴牌丝巾围巾、贴牌家纺以及纺织设备及耗材（与丝绸纺织制品相关）等产品。由于上述产品销售总金额较小但销售品种较多，毛利率易受到产品结构、单笔大额订单等因素的影响，存在一定波动。报告期内，上述项目收入及毛利率金额如下：

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
贴牌丝巾围巾	935.10	35.72%	1,286.85	16.54%	1,251.44	10.81%
贴牌家纺	538.22	22.81%	345.45	14.34%	237.86	14.04%
纺织设备及耗材	-	-	-	-	266.79	26.78%
其他	223.92	42.81%	122.31	33.65%	242.22	6.11%
合 计	1,697.24	32.56%	1,754.61	17.30%	1,998.30	12.76%

①贴牌丝巾围巾：报告期内，丝绸纺织制品中贴牌丝巾围巾产品主要系以非自有品牌对外销售的丝巾围巾产品。报告期内，贴牌丝巾围巾产品毛利率分别为 10.81%、16.54%和 35.72%，毛利率波动主要与产品材质相关。通常真丝类丝巾产品单笔订单量较小，毛利率通常在 15-40%之间，而非真丝类围巾产品单笔订单量较大，毛利率通常在 5-15%之间。报告期内，贴牌丝巾围巾产品销售结构如下：

单位：万元

项 目	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	收入	占比	收入	占比	收入	占比
真丝丝巾	529.38	56.61%	551.54	42.86%	420.80	33.62%
非真丝围巾	405.72	43.39%	735.31	57.14%	830.65	66.38%
合 计	935.10	100.00%	1,286.85	100.00%	1,251.45	100.00%

2018 年度，贴牌丝巾围巾产品毛利率相对较低，主要系当期非真丝围巾销售占比较高，且当期非真丝围巾主要客户为 GIADA 和深圳市富安娜家居用品股份有限公司，因单一订单金额较大，公司在报价时给予相对较低的价格，毛利率亦相对较低。2020 年度，由于公司向客户重点推广应用了数码印花工艺的丝巾围巾产品，此类产品对技术水平要求高于传统台版印花，因此贴牌丝巾围巾产品当期毛利率高于报告期其他年度。

由于当期丝绸纺织制品-其他以贴牌丝巾围巾产品为主，因此贴牌丝巾围巾产品毛利率提升亦带动了 2020 年度丝绸纺织制品-其他项目整体毛利率的提升。

②贴牌家纺：报告期内，丝绸纺织制品中的贴牌家纺产品毛利率分别为

14.04%、14.34%和22.81%。2018-2019年度贴牌家纺产品毛利率相对稳定。2020年度，由于当年贴牌家纺产品存在较多小额零散订单，产品报价较高，且下半年公司完成一笔外销枕套订单，收入312.05万元，毛利率23.33%，使得贴牌家纺产品毛利率较往年提升。

③纺织设备及耗材：2018年度，丝绸纺织制品中的纺织设备及耗材主要系印花机，当期产生收入266.79万元，毛利率26.77%。公司深耕丝绸纺织行业，熟悉设备供应商渠道，故存在部分客户通过公司采购部分印花机。

④其他：除上述产品外，丝绸纺织制品销售中亦包括零星的帽子、领带、真丝封面、腰带等多种类型产品。2018年度，其他项收入较高，主要系公司向雅昌文化（集团）有限公司销售真丝封面（用于书本和笔记本的封套）73.60万元。2020年度，其他项收入较高，主要是由于当年公司销售了一批定制的装修用真丝壁画，相关收入176.09万元。报告期内，该项业务总体金额较小，且包含产品种类较多，毛利率波动主要受产品销售结构变动影响。

四、请保荐人、申报会计师核查并发表明确意见

（一）核查程序

1、分别统计2017-2019年度，2018-2020年度丝巾销售前300款产品销售、采购单价变化情况，分析促销活动及原材料价格变动产生的影响；

2、统计报告期各期数码印花加工业务量，计算各期固定成本变动对数码印花业务毛利率的影响；

3、获取丝绸纺织制品-其他项目的收入成本明细，统计丝绸纺织制品-其他项目各明细项目的收入、成本及毛利率；

4、访谈发行人财务总监，了解丝巾、数码印花加工以及丝绸纺织制品-其他项目毛利率波动的原因。

（二）核查意见

1、“引导消费者购买偏好”的具体含义是指公司通过在促销活动规定的时间段内适当降低部分指定产品销售价格的方式吸引消费者购买此类指定促销产品。

2、促销活动降低了部分丝巾的销售单价，在一定程度上抵消了原材料价格和采购成本小幅下跌对毛利率产生的有利影响，并受细分产品销售结构的影响，导致 2019 年度丝巾产品整体毛利率较 2018 年度下降 1.44%。

3、公司数码印花加工主要包括数码喷印和后道等其他加工，均采用客户提供原材料，公司提供加工服务的模式。

4、2018 年度及 2019 年度，数码印花加工产销率提升，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分别为 4.90%和 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；2017 年度数码印花加工毛利率低于其他各期主要是因为当年加工销量较少，固定成本较高；2020 年度，公司为应对疫情影响，适当降低报价以扩大市场份额，数码印花加工毛利率低于 2019 年度。

5、报告期内，公司丝绸纺织制品中的其他项目主要包括贴牌丝巾围巾、贴牌家纺以及纺织设备及耗材等产品。由于上述产品销售总金额较小但销售品种较多，其毛利率易受到产品结构、单笔大额订单等因素的影响，存在一定波动。2020 年度，由于公司重点推广应用了数码印花工艺的丝巾围巾产品，此类产品对技术水平要求高于传统台版印花，因此贴牌丝巾围巾产品当期毛利率较高，带动丝绸纺织制品-其他项目毛利率上升。

问题 10

关于设计检测费。申报文件和审核问询回复显示：（1）报告期内，公司计入销售费用的设计检测费分别为 328.85 万元、453.17 万元、235.02 万元和 199.22 万元。（2）设计检测费主要核算丝绸文化创意品对部分产品式样外协设计发生的费用、咨询服务费和丝绸纺织制品的产品质量检测费用。（3）2020 年 1-6 月，设计检测费包含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 118.00 万元。

请发行人：（1）补充披露设计检测费具体明细构成、金额及占比，是否与

对应业务收入匹配；量化分析报告期内设计检测费变动原因及合理性；（2）补充披露未将设计检测费中对部分产品式样外协设计发生的费用计入外协生产成本的原因及合理性，是否符合《企业会计准则》规定；（3）补充披露剔除与口罩业务相关的设计检测费后，2020 年 1-6 月剩余的设计检测费与对应业务收入是否匹配。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

【回复】

一、补充披露设计检测费具体明细构成、金额及占比，是否与对应业务收入匹配；量化分析报告期内设计检测费变动原因及合理性

（一）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

发行人已在招股说明书第八节之“十三、（五）1、（1）⑤设计检测费”补充披露如下：

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	16.34	5.34%	22.98	9.78%	94.32	20.81%

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
花型设计费用（外协设计费）						
活动展陈、门店装修、药品物料制作等费用	17.63	5.76%	31.42	13.37%	73.54	16.23%
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%	

（二）报告期内，设计检测费与营业收入不存在明显的配比关系，主要系检测服务费主要受检测项目需求和检测批次数量影响，与收入不存在直接配比关系；设计制作费既包括产品款式及花型设计，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费用，且产品款式及花型设计样稿从打样至成品销售经历时间周期较难确定，与收入不存在直接配比关系；咨询服务费以大型活动策划、协办展会、境外商务文件处理等偶发性的咨询服务相关，与收入不存在直接配比关系

发行人已在招股说明书第八节之“十三、（五）1、（1）⑤设计检测费”补充披露如下：

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。

（三）2019 年度，公司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，相同相似设计和服务的重复采购减少，设计制作费与咨询服务费较上年分别减少 113.46 万元和 69.24 万元；2020 年度，公司进一步加强对经典产品线的深化，新产品新模式开拓有所减缓，设计制作费金额较小，而新增口罩产品相关资质认定检测、产品质量检测等费用金额较高

发行人已在招股说明书第八节之“十三、（五）1、（1）⑤设计检测费”补充披露如下：

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。

二、补充披露未将设计检测费中对部分产品式样外协设计发生的费用计入外协生产成本的原因及合理性，是否符合《企业会计准则》规定

公司计入销售费用-设计检测费的外协设计费用主要系在日常生产经营过程中委托外部公司协助进行产品款式或花型设计产生的费用。由于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，根据《企业会计准则第 1 号-存货》的规定，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，上述核算方式符合《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）⑤设计检测费”补充披露如下：

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。

三、补充披露剔除与口罩业务相关的设计检测费后，2020 年 1-6 月剩余的设计检测费与对应业务收入是否匹配

（一）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，剔除与口罩业务相关的设计检测费后，2020 年 1-6 月及 2020 年度剩余设计检测费与对应业务收入仍不存在明显配比关系

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		2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
检测服务费	186.68	60.97%	139.41	69.98%	102.40	43.57%	108.51	23.94%
设计制作费	33.97	11.10%	8.15	4.09%	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%	0.71	0.36%	22.98	9.78%	94.32	20.81%
活动展陈、门店装修、药品物料制作等费用	17.63	5.76%	7.44	3.73%	31.42	13.37%	73.54	16.23%
咨询服务费	76.37	24.94%	42.50	21.33%	57.63	24.52%	126.87	28.00%
其 他	9.16	2.99%	9.16	4.60%	20.59	8.76%	49.93	11.02%
设计检测费合计	306.18	100.00%	199.22	100.00%	235.02	100.00%	453.17	100.00%
营业收入	73,570.31		38,687.84		72,851.39		75,252.67	
设计检测费占营业收入比重	0.42%		0.51%		0.32%		0.60%	

剔除与口罩业务相关的设计检测费后，2018 年度、2019 年度、2020 年 1-6 月和 2020 年度，公司设计检测费占营业收入比重分别为 0.60%、0.32%、0.21%和 0.23%。

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，即使剔除与口罩业务相关的设计检测费后，2020 年 1-6 月和 2020 年度剩余设计检测费与对应

业务收入仍不存在明显配比关系。

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，2020 年 1-6 月，公司设计制作费仅发生 8.15 万元，2020 年度，公司设计制作费为 33.97 万元。但由于公司新增口罩业务，当年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，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 1-6 月及 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。

（二）补充披露情况

发行人已在招股说明书第八节之“十三、（五）1、（1）⑤设计检测费”补充披露如下：

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。

四、请保荐人、申报会计师发表明确意见

（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、访谈公司财务总监、销售、设计相关业务部门负责人，了解设计检测费的入账口径，核算方法，是否能与对应业务收入匹配，以及各期费用的变动原因；
- 2、获取设计检测费明细构成情况，抽样获取大额设计检测费入账凭证、合同、发票等原始单据，确认合同内容与归集科目口径相一致；
- 3、查阅《企业会计准则第 1 号-存货》对于存货成本计量的相关规定，并与公司对外协设计相关开支的财务核算方式进行对照比较。

（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，公司销售费用-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。设计检测费与营业收入不存在明显的配比关系，主要系检测服务费主要受检测项目需求和检测批次数量影响，与收入不存在直接配比关系；设计制作费既包括产品款式及花型设计，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费用，且产品款式及花型设计样稿从打样至成品销售经历时间周期较难确定，与收入不存在直接配比关系；咨询服务费以大型活动策划、协办展会、境外商务文件处理等偶发性的咨询服务相关，与收入不存在直接配比关系。2018 年度，公司当期加大对新产品、新模式的调研与开拓力度，设计检测费金额增加；2019 年度，公司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，相同相似设计和服务的重复采购减少，设计检测费相应减少；2020 年度，公司进一步加强对经典产品线的深化，新产品新模式开拓有所减缓，设计制作费金额较小，而新增口罩产品相关资质认定检测、产品质量检测等费用金额较高。

2、公司计入销售费用-设计检测费的外协设计费用主要系在日常生产经营过程中委托外部公司协助进行产品款式或花型设计产生的费用。由于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，根据《企业会计准则第 1 号-存货》的规定，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。上述核算方式符合《企业会计准则》的规定。

3、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，即使剔除与口罩业务相关的设计检测费后，2020 年 1-6 月及 2020 年度剩余设计检测费与对应业务收入仍不存在明显配比关系。

问题 11

关于存货跌价准备。申报文件和审核问询回复显示：（1）报告期各期末，发行人丝绸纺织制品存货跌价准备计提比率分别为 1.53%、1.76%、2.77%、5.90%，

同行业可比公司嘉欣丝绸存货跌价准备计提比率分别为 12.46%、13.76%、5.55%、5.13%。(2) 发行人认为, 相比可比公司, 发行人丝绸纺织制品存货跌价准备计提比例较低, 主要系公司丝绸纺织制品系以订单式生产为主, 存货主要为原材料和委托加工物资。其中, 原材料主要为面料, 通用性较好, 经测算成本低于可变现净值, 基于谨慎性考虑, 公司对库龄 3 年以上的原材料全额计提跌价准备; 委托加工物资主要为外发在外协工厂未完工产品, 经测算无需计提存货跌价准备。

请发行人:(1) 补充披露同行业可比公司嘉欣丝绸的生产模式和存货结构, 与发行人丝绸纺织制品以订单式生产为主、存货主要为原材料和委托加工物资的特点有无差异; 如存在较大差异, 请分析原因及合理性;(2) 客观分析并补充披露 2017-2019 年发行人丝绸纺织制品存货跌价准备计提比率显著低于同行业可比公司嘉欣丝绸、2020 年 6 月末高于嘉欣丝绸的原因及合理性, 发行人丝绸纺织制品存货跌价准备计提是否充分、谨慎。

请保荐人、申报会计师核查并发表明确意见。

【回复】

一、补充披露同行业可比公司嘉欣丝绸的生产模式和存货结构, 与公司丝绸纺织制品以订单式生产为主、存货主要为原材料和委托加工物资的特点有无差异; 如存在较大差异, 请分析原因及合理性

(一) 嘉欣丝绸的自有品牌“金三塔”丝绸产品的研发、生产与销售业务采用备货式生产, 与公司丝绸纺织制品所主要采用的订单式生产存在差异。该差异主要是由于业务内容所导致的, 具有商业合理性

发行人已在招股说明书第八节之“十四、(一)6、(1)③公司存货结构与可比上市公司对比分析”中补充披露如下:

C、嘉欣丝绸主要从事的业务有丝绸产品生产及贸易, 自有品牌“金三塔”丝绸产品的研发、生产与销售以及茧丝绸行业供应链管理及金融服务等, 2020 年度, 嘉欣丝绸销售收入为 26.03 亿元。其主要业务及生产模式如下:

a、丝绸产品生产及贸易业务

嘉欣丝绸的丝绸产品生产及贸易业务包括蚕茧收烘、蚕丝织造、印花染色、

服装制造、内外销贸易等产业，产业链较长，主要采用订单式生产模式，在实际生产过程中以自主生产与外协生产相结合。该业务生产模式也与公司丝绸纺织制品以订单式生产为主、自主生产与外协生产相结合的特点一致。

b、自有品牌“金三塔”丝绸产品的研发、生产与销售业务

嘉欣丝绸的自有品牌“金三塔”丝绸产品的研发、生产与销售业务主要采用备货式生产模式，在实际生产过程中亦将自主生产与外协生产相结合。该业务主要通过运营团队分析产品的市场销售情况决定备货量，与公司丝绸文化创意品备货式生产模式一致，而与公司丝绸纺织制品以订单式生产为主的特点存在较大差异。该差异主要是由于业务内容所导致的，具有商业合理性。

c、茧丝绸行业供应链管理及金融服务业务不涉及生产环节。

(二) 嘉欣丝绸的存货结构以库存商品为主，与公司丝绸纺织制品以原材料、委托加工物资为主的存货结构存在差异，主要是嘉欣丝绸产业链较长，且存在备货式生产，上述差异具有商业合理性

嘉欣丝绸与公司丝绸纺织制品的存货结构存在差异，主要是嘉欣丝绸产业链较长，且存在部分备货式生产业务，发行人已在招股说明书第八节之“十四、(一)

6、(1) ③公司存货结构与可比上市公司对比分析”中补充披露如下：

报告期各期末，发行人丝绸纺织制品的存货结构与嘉欣丝绸比较如下：

单位：万元

项 目		嘉欣丝绸		发行人	
		账面余额	占比	账面余额	占比
2020 年 末	原材料	3,970.86	7.90%	1,932.90	56.89%
	在产品	3,948.75	7.85%	-	-
	库存商品	37,713.80	75.02%	535.73	15.77%
	委托加工物资	4,641.01	9.23%	660.53	19.44%
	发出商品	-	-	268.70	7.91%
	合 计	50,274.41	100.00%	3,397.87	100.00%
项 目		嘉欣丝绸		发行人	
		账面余额	占比	账面余额	占比

2019 年 末	原材料	2,733.96	7.27%	2,426.04	57.85%
	在产品	5,729.12	15.22%	-	-
	库存商品	24,704.33	65.65%	119.83	2.86%
	委托加工物资	4,463.96	11.86%	1,204.69	28.72%
	发出商品	-	-	443.44	10.57%
	合 计	37,631.37	100.00%	4,194.00	100.00%
项 目		嘉欣丝绸		发行人	
		账面余额	占比	账面余额	占比
2018 年 末	原材料	2,740.46	6.30%	2,654.90	54.20%
	在产品	6,579.05	15.12%	-	-
	库存商品	23,100.38	53.07%	682.05	13.92%
	委托加工物资	2,017.22	4.63%	1,081.65	22.08%
	开发产品	9,088.64	20.88%	-	-
	发出商品	-	-	479.54	9.79%
	合 计	43,525.75	100.00%	4,898.14	100.00%

2018 年度，嘉欣丝绸存货以库存商品、开发产品为主，上述 2 个科目合计占存货账面余额的比重为 73.95%，其中开发产品为嘉欣丝绸开发的“桐乡花木城”项目，与丝绸业务无关。2019 年度和 2020 年度，嘉欣丝绸存货以库存商品为主，各期库存商品占存货账面余额的比重分别为 65.65%和 75.02%。嘉欣丝绸库存商品中包括以订单式生产的服装、面料、丝类产品和以备货式生产的自有品牌丝绸产品等。

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，各期原材料和委托加工物资占丝绸纺织制品存货账面余额的比重分别为 76.28%、86.57%、和 76.33%，库存商品占丝绸纺织制品存货账面余额的比重分别为 13.92%、2.86%、和 15.77%，占比较低，与嘉欣丝绸以库存商品为主的存货结构存在差异，主要原因如下：

a、公司丝绸纺织制品以订单式生产为主，而嘉欣丝绸除以订单式生产为主的丝绸产品生产及贸易业务外，还有以备货式生产为主的自有品牌“金三塔”丝绸产品的研发、生产与销售业务，导致其库存商品占比较高；

b、公司丝绸纺织制品产业链较短，需要采购较多的原材料（面料）等进行

后续生产，故存货中原材料和委托加工物资占比较高；嘉欣丝绸产业链较长，产品种类较多，后续生产环节可部分或全部使用前道生产环节的产成品作为原材料进行生产，故存货中库存商品占比较高。

因此，公司存货结构与嘉欣丝绸存在差异具有商业合理性。

二、客观分析并补充披露 2017-2019 年发行人丝绸纺织制品存货跌价准备计提比率显著低于同行业可比公司嘉欣丝绸、2020 年 6 月末高于嘉欣丝绸的原因及合理性，发行人丝绸纺织制品存货跌价准备计提是否充分、谨慎。

（一）公司丝绸纺织制品存货跌价准备计提比率与嘉欣丝绸存在一定差异

报告期内，公司丝绸纺织制品存货跌价准备计提情况与嘉欣丝绸相比存在一定差异。

2017 年末、2018 年末、2019 年末和 2020 年 6 月末，公司丝绸纺织制品存货跌价准备计提比率与可比上市公司对比情况如下：

单位：万元

项目	嘉欣丝绸		发行人		嘉欣丝绸		发行人	
	账面余额	计提比率	账面余额	计提比率	账面余额	计提比率	账面余额	计提比率
期间	2020 年 6 月末				2019 年末			
原材料	3,101.32	1.06%	1,951.14	6.02%	2,733.96	1.20%	2,426.04	3.90%
在产品	4,183.55	-	-	-	5,729.12	-	-	-
库存商品	31,566.25	6.65%	330.77	-	24,704.33	8.31%	119.83	-
委托加工物资	2,668.40	-	254.37	-	4,463.96	-	1,204.69	-
发出商品	-	-	346.05	15.24%	-	-	443.44	4.83%
合计	41,519.53	5.13%	2,882.34	5.90%	37,631.37	5.55%	4,194.00	2.77%
期间	2018 年末				2017 年末			
原材料	2,740.46	1.20%	2,654.90	3.24%	4,458.24	-	2,908.86	2.83%
在产品	6,579.05	-	-	-	5,891.05	-	-	-
库存商品	23,100.38	12.17%	682.05	-	18,856.99	12.93%	424.80	-
委托加工物资	2,017.22	-	1,081.65	-	2,271.23	-	1,199.30	-
开发成本	-	-	-	-	4,231.07	-	-	-
开发产品	9,088.64	34.60%	-	-	9,088.64	34.60%	-	-
发出商品	-	-	479.54	-	-	-	846.52	-

单位：万元

项目	嘉欣丝绸		发行人		嘉欣丝绸		发行人	
	账面余额	计提比率	账面余额	计提比率	账面余额	计提比率	账面余额	计提比率
合计	43,525.75	13.76%	4,898.14	1.76%	44,797.23	12.46%	5,379.47	1.53%
剔除房产相关因素	34,437.11	8.26%	4,898.14	1.76%	31,477.51	7.75%	5,379.47	1.53%

2017 年末、2018 年末、2019 年末和 2020 年 6 月末，剔除房产相关因素，嘉欣丝绸存货跌价准备计提比率分别为 7.75%、8.26%、5.55%及 5.13%；公司丝绸纺织制品存货跌价准备计提比率分别为 1.53%、1.76%、2.77%、5.90%。

2020 年末，公司丝绸纺织制品存货跌价准备计提比率为 6.44%，公司丝绸纺织制品存货跌价准备计提比率与可比上市公司对比情况：

单位：万元

项 目	嘉欣丝绸			发行人		
	账面余额	存货跌价准备	计提比率	账面余额	存货跌价准备	计提比率
原材料	3,970.86	235.43	5.93%	1,932.90	166.12	8.59%
在产品	3,948.75	-	-	-	-	-
库存商品	37,713.80	2,233.41	5.92%	535.73	52.74	9.84%
委托加工物资	4,641.01	-	-	660.53	-	-
发出商品	-	-	-	268.70	-	-
合 计	50,274.41	2,468.83	4.91%	3,397.87	218.86	6.44%

（二）2017-2019 各年末，公司丝绸纺织制品存货跌价准备计提比率低于嘉欣丝绸主要是由于生产模式不同，嘉欣丝绸部分业务采用备货式生产，其存货跌价准备计提比率较高，具有合理性

2017-2019 各年末，公司丝绸纺织制品存货跌价准备计提比率低于嘉欣丝绸主要是由于生产模式不同，嘉欣丝绸部分业务采用备货式生产，其存货跌价准备计提比率较高，具有合理性。

公司丝绸纺织制品与嘉欣丝绸均采用存货可变现净值与成本孰低的原则确定存货跌价准备。2017-2019 年各年末，由于嘉欣丝绸自有品牌“金三塔”丝绸产品的研发、生产与销售业务采用备货式生产，导致公司丝绸纺织制品存货跌价准备计提比率低于嘉欣丝绸，具体如下：

①公司丝绸纺织制品主要采用订单式生产，计提的存货跌价准备主要来自原材料，库存商品经测算无需计提存货跌价准备

公司丝绸纺织制品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。公司丝绸纺织制品以订单式生产为主，存货主要为原材料和委托加工物资，库龄主要在1年以内，库存商品与发出商品的余额和所占比例较小。

公司丝绸纺织制品原材料主要为面料，通用性较好，公司结合存货库龄、历史生产领用情况以及预计合同售价确定可变现净值，经测算成本低于可变现净值。基于谨慎性考虑，公司对库龄3年以上的原材料全额计提跌价准备，导致公司**2017年末、2018年末、2019年末、2020年6月末和2020年末**原材料跌价准备计提比率分别为2.83%、3.24%、3.90%、6.02%和**8.59%**，高于嘉欣丝绸；丝绸纺织制品委托加工物资主要为外发至外协供应商的未完工产品，公司根据订单预计售价确认可变现净值，经测算，成本均低于可变现净值，无需计提存货跌价准备，与嘉欣丝绸一致。公司丝绸纺织制品存货跌价准备计提充分、谨慎。

报告期内，公司丝绸纺织制品以订单式生产为主，结合订单中预计合同售价确认可变现净值，经测算，未见减值迹象，故未对库存商品计提存货跌价准备。

②嘉欣丝绸自有品牌“金三塔”丝绸产品的研发、生产与销售业务采用备货式生产，对库存商品计提存货跌价准备

嘉欣丝绸库存商品中产品门类较多，包括采用订单式生产模式的服装、面料、丝类产品和以备货式生产的自有品牌“金三塔”丝绸产品。其中采用订单式生产模式的库存商品按照合同预计售价计算可变现净值，未计提减值准备，委托加工物资，未计提减值准备；采用备货式生产模式的自有品牌丝绸产品等受季节性和流行性元素影响，嘉欣丝绸结合库龄、产品年份季节等因素判断其可变现净值，跌价准备计提比例相对较高。

（三）2020年6月末和2020年末，公司丝绸纺织制品存货跌价准备计提比率高于嘉欣丝绸主要是由于发行人为应对疫情和宏观经济波动风险，适当减少了丝绸纺织制品存货，导致存货跌价准备计提比率提高，具有合理性

2020年6月末，公司丝绸纺织制品存货跌价准备计提比率高于嘉欣丝绸主

要是由于发行人为应对疫情和宏观经济波动风险,适当减少了丝绸纺织制品存货,导致存货跌价准备计提比率提高,具有合理性。

受原材料库龄变动以及存货可变现净值影响,公司 2020 年 6 月末计提存货跌价准备 170.12 万元,仅较 2019 年末增长 54.10 万元;但由于公司当期应对疫情和宏观经济波动风险,适当减少了存货,当期丝绸纺织制品存货较 2019 年末下降了 1,311.66 万元;使得公司丝绸纺织制品存货跌价准备计提比率从 2019 年末的 2.77%增长至 2020 年 6 月末的 5.90%,上升幅度较大。而嘉欣丝绸 2020 年 6 月末的存货跌价准备计提比率相较 2019 年末未出现较大变化,导致出现了公司丝绸纺织制品存货跌价准备计提比率高于嘉欣丝绸的情况。

公司丝绸纺织制品存货余额及跌价准备变化情况如下:

单位:万元

项目	2020 年 6 月末			2019 年末		
	账面余额	存货跌价准备	计提比率	账面余额	存货跌价准备	计提比率
原材料	1,951.14	117.38	6.02%	2,426.04	94.59	3.90%
库存商品	330.77	-	-	119.83	-	-
委托加工物资	254.37	-	-	1,204.69	-	-
发出商品	346.05	52.74	15.24%	443.44	21.42	4.83%
合计	2,882.34	170.12	5.90%	4,194.00	116.02	2.77%

2020 年末,公司丝绸纺织制品存货余额及跌价准备情况如下:

单位:万元

项 目	2020 年末		
	账面余额	存货跌价准备	计提比率
原材料	1,932.90	166.12	8.59%
库存商品	535.73	52.74	9.84%
委托加工物资	660.53	-	-
发出商品	268.70	-	-
合 计	3,397.87	218.86	6.44%

公司 2020 年末计提存货跌价准备 218.86 万元,仅较 2019 年末增长 102.84 万元;但由于公司当期应对疫情和宏观经济波动风险,适当减少了存货,当期丝绸纺织制品存货较 2019 年末下降了 796.13 万元;使得公司丝绸纺织制品

存货跌价准备计提比率从 2019 年末的 2.77% 增长至 2020 年末的 6.44%，上升幅度较大。

（四）公司丝绸纺织制品存货跌价准备计提充分、谨慎

公司丝绸纺织制品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。公司丝绸纺织制品以订单式生产为主，存货主要为原材料和委托加工物资，库龄主要在 1 年以内，库存商品与发出商品的余额和所占比例较小。

公司丝绸纺织制品原材料主要为面料，通用性较好，公司结合存货库龄、历史生产领用情况以及预计合同售价确定可变现净值，经测算成本低于可变现净值。基于谨慎性考虑，公司对库龄 3 年以上的原材料全额计提跌价准备，导致原材料跌价准备计提比率高于嘉欣丝绸；丝绸纺织制品委托加工物资主要为外发在外协工厂的未完工产品，公司根据订单预计售价确认可变现净值，经测算，成本均低于可变现净值，无需计提存货跌价准备。

公司丝绸纺织制品存货跌价准备计提比例与可比上市公司嘉欣丝绸存在差异主要系由于生产模式和存货结构导致，具备合理性，公司丝绸纺织制品存货跌价准备计提充分、谨慎。

（五）补充披露情况

发行人已在招股说明书第八节之“十四、（一）6、（4）公司存货跌价准备计提情况”中补充披露如下：

报告期各期末，公司丝绸纺织制品（非自有终端品牌）存货跌价准备计提比率与可比上市公司对比情况如下：

单位：万元

项 目		嘉欣丝绸		发行人	
		账面余额	计提比率	账面余额	计提比率
2020 年末	原材料	3,970.86	5.93%	1,932.90	8.59%
	在产品	3,948.75	-	-	-
	库存商品	37,713.80	5.92%	535.73	9.84%
	委托加工物资	4,641.01	-	660.53	-
	发出商品	-	-	268.70	-

	合 计	50,274.41	4.91%	3,397.87	6.44%
项 目		嘉欣丝绸		发行人	
		账面余额	计提比率	账面余额	计提比率
2019 年末	原材料	2,733.96	1.20%	2,426.04	3.90%
	在产品	5,729.12	-	-	-
	库存商品	24,704.33	8.31%	119.83	-
	委托加工物资	4,463.96	-	1,204.69	-
	发出商品	-	-	443.44	4.83%
	合 计	37,631.37	5.55%	4,194.00	2.77%
项 目		嘉欣丝绸		发行人	
		账面余额	占比	账面余额	占比
2018 年末	原材料	2,740.46	1.20%	2,654.90	3.24%
	在产品	6,579.05	-	-	-
	库存商品	23,100.38	12.17%	682.05	-
	委托加工物资	2,017.22	-	1,081.65	-
	开发产品	9,088.64	34.60%	-	-
	发出商品	-	-	479.54	-
	合 计	43,525.75	13.76%	4,898.14	1.76%
	剔除房产相关因素	34,437.11	8.26%	4,898.14	1.76%

报告期各期末，剔除房产相关因素，嘉欣丝绸存货跌价准备计提比率分别为 8.26%、5.55%及 4.91%；公司丝绸纺织制品存货跌价准备计提比率分别为 1.76%、2.77%与 6.44%。

公司丝绸纺织制品与嘉欣丝绸均采用存货可变现净值与成本孰低的原则确定存货跌价准备。2018-2019 年各年末，由于嘉欣丝绸自有品牌“金三塔”丝绸产品的研发、生产与销售业务采用备货式生产，导致公司丝绸纺织制品存货跌价准备计提比率低于嘉欣丝绸，具体如下：

①公司丝绸纺织制品主要采用订单式生产，计提的存货跌价准备主要来自原材料，库存商品经测算无需计提存货跌价准备

公司丝绸纺织制品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。公司

丝绸纺织制品以订单式生产为主，存货主要为原材料和委托加工物资，库龄主要在 1 年以内，库存商品与发出商品的余额和所占比例较小。

公司丝绸纺织制品原材料主要为面料，通用性较好，公司结合存货库龄、历史生产领用情况以及预计合同售价确定可变现净值，经测算成本低于可变现净值。基于谨慎性考虑，公司对库龄 3 年以上的原材料全额计提跌价准备，导致公司报告期内原材料跌价准备计提比率分别为 3.24%、3.90%和 8.59%，高于嘉欣丝绸；丝绸纺织制品委托加工物资主要为外发至外协供应商的未完工产品，公司根据订单预计售价确认可变现净值，经测算，成本均低于可变现净值，无需计提存货跌价准备，与嘉欣丝绸一致。公司丝绸纺织制品存货跌价准备计提充分、谨慎。

报告期内，公司丝绸纺织制品以订单式生产为主，结合订单中预计合同售价确认可变现净值，经测算，未见减值迹象，故未对库存商品计提存货跌价准备。

②嘉欣丝绸自有品牌“金三塔”丝绸产品的研发、生产与销售业务采用备货式生产，对库存商品计提存货跌价准备

嘉欣丝绸库存商品中产品门类较多，包括采用订单式生产模式的服装、面料、丝类产品和以备货式生产的自有品牌“金三塔”丝绸产品。其中采用订单式生产模式的库存商品按照合同预计售价计算可变现净值，未计提减值准备，委托加工物资，未计提减值准备；采用备货式生产模式的自有品牌丝绸产品等受季节性和流行性元素影响，嘉欣丝绸结合库龄、产品年份季节等因素判断其可变现净值，跌价准备计提比例相对较高。

受原材料库龄变动以及存货可变现净值影响，公司 2020 年末计提存货跌价准备 218.86 万元，仅较 2019 年末增长 102.84 万元；但由于公司当期应对疫情和宏观经济波动风险，适当减少了存货，当期丝绸纺织制品存货较 2019 年末下降了 796.13 万元；使得公司丝绸纺织制品存货跌价准备计提比率从 2019 年末的 2.77%增长至 2020 年末的 6.44%，上升幅度较大。公司丝绸纺织制品存货余额及跌价准备变化情况如下：

单位：万元

项目	2020 年末			2019 年末		
	账面余额	存货跌价准备	计提比率	账面余额	存货跌价准备	计提比率
原材料	1,932.90	166.12	8.59%	2,426.04	94.59	3.90%
库存商品	535.73	52.74	9.84%	119.83	-	-
委托加工物资	660.53	-	-	1,204.69	-	-
发出商品	268.70	-	-	443.44	21.42	4.83%
合 计	3,397.87	218.86	6.44%	4,194.00	116.02	2.77%

三、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、申报会计师主要履行了如下核查程序：

1、查询嘉欣丝绸的招股说明书及定期报告，了解其生产模式、存货结构以及存货可变现净值的确认方法；

2、访谈嘉欣丝绸高级管理人员，了解嘉欣丝绸各主要业务的生产模式、库存商品结构、存货可变现净值的确定方法以及存货跌价准备的计提方法。

（二）核查意见

经核查，保荐机构、申报会计师认为：

1、嘉欣丝绸主要从事三大类业务，其中丝绸产品生产及贸易业务主要采用订单式生产模式，与公司丝绸纺织制品以订单式生产为主的特点一致；自有品牌“金三塔”丝绸产品的研发、生产与销售业务主要采用备货式生产模式，与公司丝绸纺织制品生产模式存在较大差异，该差异主要是由于业务内容所导致的，具有商业合理性；茧丝绸行业供应链管理及金融服务业务不属于生产业务，不存在生产模式。

2、嘉欣丝绸的存货结构以库存商品为主，与公司丝绸纺织制品以原材料、委托加工物资为主的存货结构存在差异，主要是嘉欣丝绸产业链较长，且存在部分备货式生产业务，具有商业合理性。

3、公司丝绸纺织制品存货跌价准备计提比率与嘉欣丝绸存在一定差异，其中 2017-2019 年各年末，公司丝绸纺织制品存货跌价准备计提比率显著低于嘉欣

丝绸主要是由于生产模式不同，嘉欣丝绸部分业务采用备货式生产，其存货跌价准备计提比率较高；2020年6月末和**2020年末**，公司丝绸纺织制品存货跌价准备计提比率高于嘉欣丝绸主要是由于公司为应对疫情和宏观经济波动风险适当减少了丝绸纺织制品存货，导致存货跌价准备计提比率提高；上述差异具有合理性。公司丝绸纺织制品存货跌价准备计提充分、谨慎。

（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第三轮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
3301040142677
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



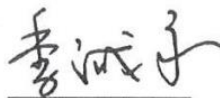
保荐人（主承销商）声明

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