



Ernst & Young Hua Ming LLP
Level 16, Ernst & Young Tower
Oriental Plaza
1 East Chang An Avenue
Dong Cheng District
Beijing, China 100738

安永华明会计师事务所（特殊普通合伙）
中国北京市东城区东长安街 1 号
东方广场安永大楼 16 层
邮政编码: 100738

Tel 电话: +86 10 5815 3000
Fax 传真: +86 10 8518 8298
ey.com

三问家居股份有限公司
首次公开发行股票并在创业板上市申请文件的
审核问询函的回复

深圳证券交易所:

三问家居股份有限公司（以下简称“公司”、“三问家居”或“发行人”）收到贵所于 2021 年 6 月 2 日下发的《关于三问家居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二轮审核问询函》（审核函〔2021〕010613 号）（以下简称“《问询函》”），安永华明会计师事务所（特殊普通合伙）（以下简称“安永”或“我们”）作为三问家居股份有限公司（以下简称“公司”、“三问家居”或“发行人”）的申报会计师，对《问询函》中涉及申报会计师的相关问题逐条回复（如无特别说明，本回复中的货币单位均为万元人民币）。

除非文义另有所指，本问询函回复中的简称或名词释义与《三问家居股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市招股说明书（申报稿）》（以下简称“招股说明书”）中的释义具有相同涵义。

本问询回复的字体说明如下：

审核问询函所列问题	黑体（不加粗）
对问题的回答	宋体
对招股说明书补充披露情况	楷体（加粗）

目录

问题 1. 关于控股股东.....	3
问题 2. 关于主营业务.....	17
问题 3. 关于业务模式.....	41
问题 4. 关于套期保值.....	75
问题 6. 关于外销收入和相关运输费用.....	81
问题 7. 关于审计截止日后财务信息及经营状况.....	92
问题 8. 关于发行人医护类产品客户.....	96
问题 9. 关于境外客户情况.....	99
问题 10. 关于发行人自有工厂和自产产品的成本情况.....	103
问题 11. 关于供应商.....	111
问题 12. 关于毛利率.....	126
问题 14. 关于发行人与实控人体外控制的英伦宝贝存在供应商重叠的情形....	130
问题 15. 关于管理费用中服务费.....	137
问题 16. 关于股份支付.....	140
问题 17. 关于境外存货.....	144
问题 18. 关于存货跌价准备.....	147
问题 19. 关于经营活动现金流.....	152

问题 1. 关于控股股东

审核问询回复显示：（1）发行人的控股股东上海三问投资控股集团有限公司（以下简称三问投资）报告期内净利润分别为-665.81 万元、-388.67 万元和-2,242.60 万元，亏损的主要原因系支付员工薪酬、计提其他应收款坏账准备和支付对发行人股东承诺的业绩补偿款等；（2）截至 2020 年末，三问投资的其他应付款合计 18,575.17 万元，主要包括对同一控制下公司西藏天问企业管理有限公司（以下简称西藏天问）、西藏天问思享企业管理有限公司（以下简称天问思享）等的无息借款，对上海系阳建筑劳务有限公司和常州市宇宸服装有限公司的信用借款。

请发行人：（1）补充披露报告期内三问投资的主营业务、主要财务数据、经营情况、子/孙公司情况，并分析变动原因及合理性；三问投资及其关联方支付发行人股东的业绩补偿款的具体情况，包括但不限于时间、对象、金额；结合三问投资资产负债、业绩对赌等，分析发行人控制权的稳定性；（2）补充说明三问投资对西藏天问、天问思享、西藏天问新泉企业管理有限公司（以下简称天问新泉）的出资情况，报告期内西藏天问、天问思享、天问新泉的资金变动情况；报告期内三问投资拆入资金的原因、用途；西藏天问、天问思享向三问投资拆出资金的资金来源；三问投资、西藏天问、天问思享、天问新泉是否存在未披露的对外借款、抵押、担保或其他权利受限情形；（3）结合三问投资管理费用支出情况，补充说明是否存在替发行人承担成本费用情形，发行人、三问投资、西藏天问、天问思享、天问新泉之间是否财务独立，发行人财务内控制度是否健全并有效执行；（4）补充说明程晖在发行人体外的任职情况及其从事的主要工作，其未在发行人领薪的合理性，上述安排是否与其作为员工持股平台普通合伙人存在冲突，发行人未来是否将安排程晖在发行人处领薪；（5）按照《监管规则适用指引——发行类第 2 号》（以下简称《监管指引》）的相关规定出具专项说明。请保荐人、发行人律师按照《监管指引》的要求对发行人披露的股东信息进行核查，逐条认真落实核查工作，提交专项核查说明。请保荐人、发行人律师、申报会计师核查并发表明确意见。

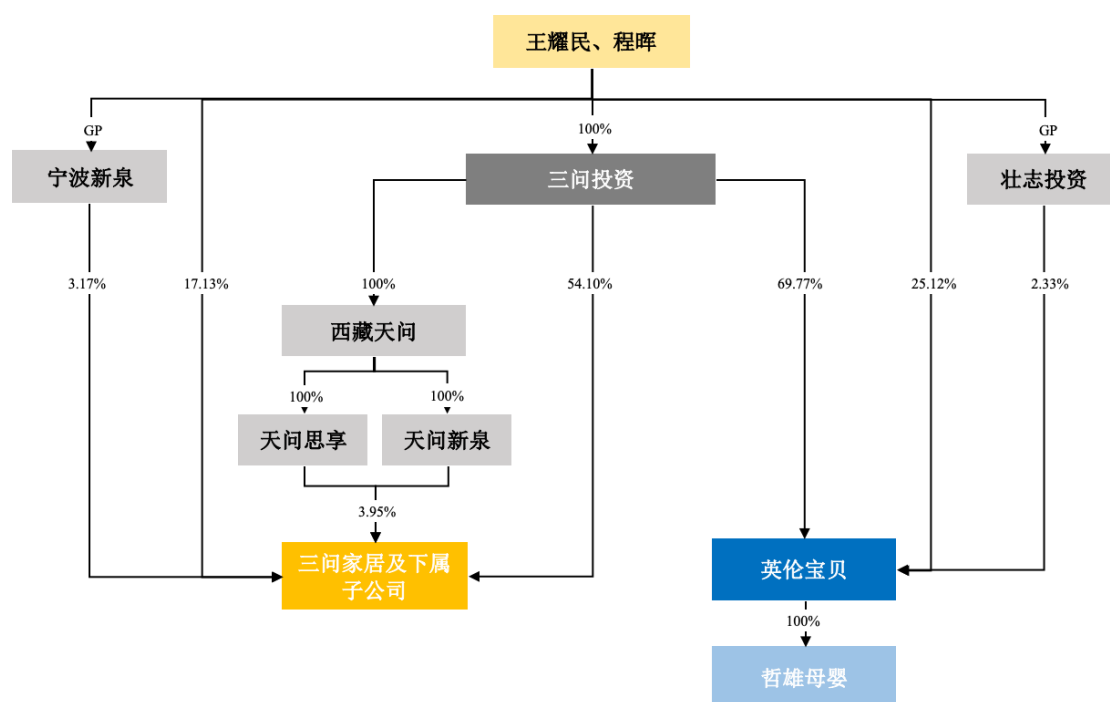
【回复】

一、补充披露报告期内三问投资的主营业务、主要财务数据、经营情况、子/孙公司情况，并分析变动原因及合理性；三问投资及其关联方支付发行人股东的业绩补偿款的具体情况，包括但不限于时间、对象、金额；结合三问投资资产负债、业绩对赌等，分析发行人控制权的稳定性；

1、补充披露报告期内三问投资的主营业务、主要财务数据、经营情况、子/孙公司情况，并分析变动原因及合理性

(1) 三问投资及其下属公司的整体业务概况

报告期内，三问投资为投资控股型公司，其控制的企业所从事的业务主要为三块，分别为发行人所从事的家纺、服饰和面料产品的研发设计、销售和供应链管理业务；英伦宝贝从事的母婴类产品设计、销售和供应链管理业务；哲雄母婴从事的母婴类产品的销售业务。具体股权结构如下：



其中，西藏天问及其子公司天问思享、天问新泉除持有发行人股权外，未开展其他经营业务。2017年12月，实际控制人王耀民调整对三问有限的持股架构，由三问投资出资设立西藏天问及其子公司天问思享和天问新泉，同时三问投资将其持有的三问有限10%、10%的股权（2018年3月增资后比例稀释为9.52%）分别转让给天问思享和天问新泉。2018年3月，天问思享分别将其持有的三问有限1.60%、3.21%和1.63%的股权转让给中比基金、海富长江和顾家家居，天问

新泉将其持有的三问有限 3.17%和 4.81%的股权转让给顾家家居和江阴海澜之家。2019 年 9 月，天问新泉将其持有的三问有限 0.67%的股权转让给陈贤付。西藏天问、天问思享和天问新泉因转让发行人股权合计获得股权转让款 14,625.41 万元（税后）。

发行人及其下属子公司报告期内主要从事家纺、服饰和面料产品的研发设计、销售和供应链管理业务。2002 年 11 月至 2016 年 6 月，该业务由三问投资经营；2016 年 7 月以后，实际控制人王耀民对其投资企业的业务定位进行调整，将三问投资定位为投资控股公司，三问投资此前经营的家纺、服饰产品的研发设计、销售和供应链管理业务由发行人承继。

2008 年 3 月，三问投资出资设立英伦宝贝，英伦宝贝主要从事自主品牌 i-baby、i-mummy 的母婴类产品的设计、销售和供应链管理业务。2014 年 4 月和 2015 年 10 月，英伦宝贝自第三方分别受让取得哲雄母婴 90%和 10%的股权，哲雄母婴主要经营 i.lollipop 品牌母婴精品实体连锁店。

（2）三问投资的资金变动情况

根据前述三问体系的业务架构，三问体系的资金流动路径大体为：家纺、服饰和面料业务较为成熟，贡献利润，2016 年 7 月前，该部分盈利体现在三问投资，2016 年 7 月后，该部分盈利体现在发行人；英伦宝贝经营自主品牌产品、哲雄母婴经营实体连锁店，该两种商业模式均具有前期投入较大的特征，该两家公司自设立至今，仍处于业务开拓阶段，需要获得资金支持。

截至 2016 年末，三问投资向发行人拆借的资金为 16,259.78 万元。2017 年，三问投资通过天问思享、天问新泉转让发行人股权并获得股权转让款 10,000 万元（后于 2018 年和 2019 年合计收到股权转让款 5,800 万元并支付了相应的股权转让税费）。同时，为解决关联租赁问题，发行人向三问投资购买了恒南路 688 弄 12 号和 17 号房产，对价为 9,110 万元。上述资金流入主要用于偿还三问投资对发行人的拆借款。截至 2017 年末，三问投资相关的资产负债情况为：

单位：万元

资产	金额	负债	金额
货币资金	4,460.69	短期借款	-

固定资产-房屋建筑物	3,102.55	其他应付款-三问家居、心生实业	1,263.17
长期股权投资	18,510.00	其他应付-王耀民、程晖	4,605.57
其他应收款-英伦宝贝、哲雄母婴	5,587.11	长期借款	1,911.22

注：上表中，“固定资产-房屋建筑物”为账面原值，“其他应收款”为账面余额。

2017 年至 2019 年各年末，三问投资向发行人拆借的资金和三问投资向英伦宝贝、哲雄母婴提供的资金（包括该期间实缴的出资和其他应收款）情况如下：

单位：万元

期间	三问投资应付三问家居、心生实业	三问投资应收英伦宝贝、哲雄母婴及期末实缴出资
2017 年末	1,263.17	17,087.11
2018 年末	-	20,877.28
2019 年末	-	21,424.77

此外，发行人使用的办公场所（恒南路 688 弄 11 号房屋）系向三问投资租赁取得，为解决关联交易问题，2019 年度，发行人向三问投资购买了该房产，支付对价 3,700 万元。

综上，三问投资 2018 年度和 2019 年度，主要收入包含税后股权转让收益约 4,600 万元（于 2017 年 12 月已收到股权转让款 10,000 万元），房产转让收益 3,700 万元；主要支出包括归还对三问家居的拆借款约 1,200 万元，向英伦宝贝、哲雄母婴的新增投入约 4,300 万元，三问投资自身的经营亏损约 1,500 万元，归还银行借款本息约 2,100 万元，归还对王耀民的拆借款约 2,800 万元，支付发行人股东业绩补偿款 100 万元。三问投资上述收支基本持平。同时，经查看相应流水和借款记录，王耀民前述 2,800 万元主要用于个人购置房屋等。

因此，2020 年度，三问投资需向发行人股东支付业绩补偿款 1,356.45 万元（合计为 1,456.45 万元，已于 2019 年支付 100 万元）和 563.48 万元时，需要借款筹集资金，分别于 2020 年 2 月和 2020 年 12 月向上海系阳建筑劳务有限公司和常州市宇宸服装有限公司借款 1,500 万元和 700 万元。

（3）西藏天问、天问思享、天问新泉的资金变动情况

西藏天问成立于 2017 年 4 月，注册资本为 3,600 万元，天问思享、天问新泉成立于 2017 年 7 月，注册资本均为 1,800 万元。西藏天问于 2017 年 12 月收到三问投资的实缴出资后，分别对天问思享、天问新泉的注册资本进行了实缴。

西藏天问、天问思享、天问新泉的大额资金流入主要为向海富长江、中比基金、顾家家居、江阴海澜之家、陈贤付等外部投资者转让发行人股权而取得的股权转让款，扣除股权转让所得税和印花税后合计为 14,625.41 万元；大额资金流出主要为向三问投资拆出的资金，截至报告期末的余额合计为 14,610.70 万元，即前述三问投资通过天问思享、天问新泉出让了部分发行人股权以解决资金占用问题。

除此以外，西藏天问、天问思享、天问新泉设立以来不存在其他大额资金往来，亦不存在对外大额资金拆借的情形。

结合前述情况，发行人已在招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“七、持有发行人 5% 以上股份的主要股东及实际控制人情况”之“（一）控股股东、实际控制人的基本情况”之“1、控股股东情况”中就上述情况进行了补充披露，具体如下：

“（1）三问投资主营业务

报告期内，三问投资为投资控股型公司，除直接持有发行人、西藏天问和英伦宝贝的股权外，未从事其他业务。

（2）三问投资子/孙公司情况

截至本招股说明书签署日，三问投资下属子/孙公司分别为发行人及其下属子公司、西藏天问及其子公司天问思享和天问新泉、英伦宝贝及其子公司哲雄母婴，具体情况如下：

序号	公司名称	成立时间	股权结构	报告期内主营业务
1	西藏天问企业管理有限公司	2017/04/28	三问投资 100%	2017年12月，王耀民调整对三问有限的持股架构，由三问投资出资设立西藏天问及其子公司天问思享和天问新泉，同时三问投资将其持有的三问有限10%、10%的股权分别转让给天问思享和天问新泉。报告期内，除持有发行人股权外，西藏天问、天问思享和天问新泉无实际经营业务。
2	西藏天问思享企业管理有限公司	2017/07/11	西藏天问 100%	
3	西藏天问新泉企业管理有限公司	2017/07/10	西藏天问 100%	
4	上海英伦宝贝儿童用品有限公司	2008/03/03	三问投资 69.77% 王耀民 22.33% 程晖 2.79% 壮志投资 2.33% 其他股东 2.79%	

序号	公司名称	成立时间	股权结构	报告期内主营业务
5	上海哲雄母婴用品有限公司	2010/04/23	英伦宝贝 100%	经营 i. lollipop 品牌母婴精品实体连锁店，店内销售全球著名品牌的婴幼儿童车、母婴服饰以及宝宝玩具等。
6	三问家居股份有限公司	2013/12/10	三问投资 54.10% 王耀民 12.38% 程晖 4.76% 天问思享 3.08% 天问新泉 0.87% 其他股东 24.82%	经营家纺、服饰和面料产品的研发设计、销售和供应链管理业务。

注：上表中未包含发行人下属子公司情况。

报告期内，三问投资及其下属子/孙公司的主营业务未发生变化。

(3) 三问投资主要财务数据和经营情况

报告期内，三问投资经审计的主要财务数据如下：

单位：万元

项目	2020. 12. 31	2019. 12. 31	2018. 12. 31
总资产	27,829.84	28,369.84	31,062.59
总负债	18,771.81	17,069.22	19,373.30
所有者权益	9,058.02	11,300.63	11,689.29
项目	2020年度	2019年度	2018年度
营业收入	56.22	45.00	40.72
营业利润	-253.64	-408.36	-814.22
利润总额	-2,147.46	-388.67	-665.81
净利润	-2,242.60	-388.67	-665.81

注：上述数据经亚太（集团）会计师事务所（特殊普通合伙）审计，系为三问投资的单体财务报表。

报告期各期末，三问投资的资产主要为对控股子公司英伦宝贝、哲雄母婴的其他应收款和对发行人、西藏天问及英伦宝贝的长期股权投资，负债主要为对子公司天问新泉和天问思享、王耀民的其他应付款。

2019 年末，三问投资资产总额较 2018 年末减少 2,692.75 万元，负债总额较 2018 年末减少 2,304.09 万元，主要系三问投资向发行人出售恒南路 688 弄 11 号房产和偿还对实际控制人王耀民的部分借款所致。2020 年末，三问投资负债总额较 2019 年末增加 1,702.60 万元，主要系新增上海系阳建筑劳务有限公司和常州市宇宸服装有限公司的第三方借款所致，借款主要用于三问投资支付

业绩补偿款。

报告期各期，三问投资的净利润分别为-665.81 万元、-388.67 万元和-2,242.60 万元。其中，管理费用分别为 1,055.04 万元、866.51 万元和 640.70 万元，是报告期内三问投资亏损的主要原因之一。2020 年度，三问投资净利润较 2019 年度下降 1,853.93 万元，主要系支付发行人股东业绩补偿款所致。

”

报告期内，三问投资的管理费用明细及变动情况如下：

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度	具体内容
职工工资及福利费	458.17	457.92	554.07	主要为程晖、分管英伦宝贝的职业经理人的薪酬。
折旧和摊销	91.45	240.37	243.82	2018 年度和 2019 年度主要为恒南路 688 弄 11 号房屋的折旧费用。
服务费	23.14	27.14	51.03	主要系三问投资审计费用以及王耀民商学院等的个人培训活动开展等。
办公费	39.49	30.60	100.26	三问投资日常经营开支；2018 年度办公费较高主要系购买工艺品、字画费用和国内母婴产品展会费等。
招待费	13.05	16.14	23.25	三问投资日常经营开支。
交通费及差旅费	11.11	61.65	48.38	三问投资日常经营开支和王耀民与发行人业务不相关的费用报销。
物业服务费	-	17.69	33.98	2018 年度为恒南路 688 弄 11 号、12 号、17 号楼的物业服务费及电费，2019 年度为 11 号楼的物业服务费及电费。在房产过户手续办理完毕前由三问投资支付后按照费用等值金额与发行人结算服务费用。2020 年度全部过户手续办理完毕。
其他费用	4.29	14.99	0.26	-
管理费用合计	640.70	866.51	1,055.04	-

由上表可知，报告期内三问投资的管理费用主要为职工工资及福利费，报告期内在三问投资领薪的人员均未在发行人处工作。报告期内，折旧费用主要为对恒南路 688 弄 11 号房屋的折旧，2019 年底出售给发行人后停止计提折旧，摊销费用主要为报告期前购置的金蝶 EAS 软件和部分商标、专利计提的摊销，上述软件、商标和专利的所有权人和实际使用人均非发行人，不存在代发行人支付相

关费用的情形。除此以外，其他管理费用主要系三问投资日常经营开支、员工报销费用以及实际控制人王耀民与发行人业务不相关的费用报销。报告期内，三问投资不存在替发行人承担成本费用的情形。

综上，报告期内三问投资的主营业务、财务数据、经营情况、子/孙公司的相关情况均与实际经营情况相符，具备合理性。

2、三问投资及其关联方支付发行人股东的业绩补偿款的具体情况，包括但不限于时间、对象、金额

发行人已在招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“二、发行人设立情况和报告期内的股东变化情况”之“（四）关于对赌协议的情况”中就上述情况进行了补充披露，具体如下：

“3、三问投资支付业绩补偿款的具体情况

截至本招股说明书签署日，三问投资及其关联方按照对赌协议的约定，向发行人股东支付业绩补偿款的具体情况如下：

单位：万元

补偿主体	补偿对象	支付时间	业绩对赌年度	补偿金额
三问投资	顾家家居	2019. 10. 29	2018 年度	100. 00
		2020. 02. 14		1, 356. 45
		2020. 12. 29	2019 年度	563. 48

除上述情况外，三问投资及其关联方不存在其他因对赌条款触发而向发行人股东支付业绩补偿款或进行现金补偿的情况。

”

3、结合三问投资资产负债、业绩对赌等，分析发行人控制权的稳定性

发行人已在招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“七、持有发行人5%以上股份的主要股东及实际控制人情况”之“（一）控股股东、实际控制人的基本情况”之“1、控股股东情况”中就上述情况进行了补充披露，具体如下：

“（6）发行人控制权的稳定性

如前所述，三问投资报告期末的资产主要为对英伦宝贝、哲雄母婴的其他

应收款和长期股权投资，负债主要为对子公司天问新泉、天问思享的其他应付款和第三方借款。其中，天问新泉、天问思享向三问投资拆出资金的资金来源均为其向外部投资者转让发行人股权而取得的股权转让款，其不存在对外借款的情形；三问投资对第三方上海系阳建筑劳务有限公司和常州市宇宸服装有限公司的借款本金合计为 2,200 万元，金额相对较小。截至本招股说明书签署日，实际控制人王耀民、程晖夫妇合计控制发行人 78.36%的股权，上述对第三方的借款不会影响发行人控制权的稳定性。

截至本招股说明书签署日，除向顾家家居支付业绩补偿款外，发行人与其他股东的对赌协议均未实际执行，相关对赌协议未导致公司控制权发生变化。本次申报前，发行人与相关股东的对赌协议已完全解除，发行人不存在因执行对赌协议而可能导致控制权发生变化的风险。

综上，三问投资不存在对发行人控制权稳定造成影响的情形。

”

二、补充说明三问投资对西藏天问、天问思享、西藏天问新泉企业管理有限公司（以下简称天问新泉）的出资情况，报告期内西藏天问、天问思享、天问新泉的资金变动情况；报告期内三问投资拆入资金的原因、用途；西藏天问、天问思享向三问投资拆出资金的资金来源；三问投资、西藏天问、天问思享、天问新泉是否存在未披露的对外借款、抵押、担保或其他权利受限情形；

1、三问投资对西藏天问、天问思享、天问新泉的出资情况

2017 年 4 月，三问投资出资 3,600 万元设立西藏天问；2017 年 7 月，西藏天问分别出资 1,800 万元、1,800 万元设立天问思享、天问新泉。2017 年 12 月，西藏天问在收到三问投资的实缴出资后，对天问思享、天问新泉的注册资本进行了实缴。

2、报告期内西藏天问、天问思享、天问新泉的资金变动情况；报告期内三问投资拆入资金的原因、用途

报告期内西藏天问、天问思享、天问新泉的资金变动，主要系西藏天问、天问思享、天问新泉以其取得的发行人股权转让款转给控股股东三问投资，三问投

资以获取的股权受让款偿还对发行人的资金拆借款以及维持日常运营开支等。

关于资金变动情况、报告期内三问投资拆入资金的原因、用途，具体参见本题之“一、补充披露报告期内三问投资的主营业务、主要财务数据、经营情况、子/孙公司情况，并分析变动原因及合理性……”的详细说明。

3、西藏天问、天问思享向三问投资拆出资金的资金来源

西藏天问、天问思享、天问新泉向三问投资拆出资金的资金来源主要为其通过向海富长江、中比基金、顾家家居、江阴海澜之家、陈贤付等外部投资者转让公司股权而取得的税后股权转让价款。西藏天问、天问思享、天问新泉不存在对外借款的情形。

4、三问投资、西藏天问、天问思享、天问新泉是否存在未披露的对外借款、抵押、担保或其他权利受限情形

报告期内，三问投资、西藏天问、天问思享、天问新泉不存在未披露的重大对外借款、抵押、担保或其他权利受限情形。

三、结合三问投资管理费用支出情况，补充说明是否存在替发行人承担成本费用的情形，发行人、三问投资、西藏天问、天问思享、天问新泉之间是否财务独立，发行人财务内控制度是否健全并有效执行；

1、结合三问投资管理费用支出情况，补充说明是否存在替发行人承担成本费用的情形

关于三问投资报告期内的管理费用明细，参见本题“一、补充披露报告期内三问投资的主营业务、主要财务数据、经营情况、子/孙公司情况，并分析变动原因及合理性……”的详细说明。

因此，从三问投资的管理费用明细来看，三问投资报告期内不存在替发行人承担成本费用的情形。

2、发行人、三问投资、西藏天问、天问思享、天问新泉之间是否财务独立

发行人设置了独立的财务会计部门，建立独立的财务核算体系和财务管理制度，能够独立作出财务决策，具有规范的财务会计制度和对子公司的财务管理制度。

度。发行人设立了独立的银行账户，不存在与三问投资、西藏天问、天问思享、天问新泉以及其他实际控制人控制的企业共用银行账户的情况。发行人作为独立纳税人，依法履行纳税申报和税款缴纳义务。

发行人的财务总监未在三问投资、西藏天问、天问思享、天问新泉以及其他实际控制人控制的企业中担任除董事、监事以外的其他职务；发行人财务人员独立，未在三问投资、西藏天问、天问思享、天问新泉以及其他实际控制人控制的企业中兼职及领取报酬。

综上，发行人与三问投资、西藏天问、天问思享、天问新泉财务独立。

3、发行人财务内控制度是否健全并有效执行

报告期内，发行人不存在转贷、向关联方或供应商开具无真实交易背景的商业票据，通过票据贴现后获取银行融资、利用个人账户对外收付款项、出借公司账户为他人收付款项、违反内部资金管理规定对外支付大额款项、大额现金借支和还款、挪用资金的情形，存在与关联方或第三方直接进行资金拆借、第三方回款的情形。关于发行人与关联方或第三方进行资金拆借、第三方回款的具体情况，已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十六、关于《深圳证券交易所创业板股票首次公开发行上市审核问答》问题 25 列示财务内控不规范的情况分析”中进行了披露。

截至报告期末，发行人与关联方或第三方发生资金拆借均已归还；发行人业务涉及的第三方回款情形，均具备商业合理性。报告期内，发行人不断完善公司治理和内部控制制度，逐步完善并严格实施财务内控制度。根据安永华明出具的安永华明（2021）专字第 61419698_B02 号《内部控制审核报告》，三问家居按照《企业内部控制基本规范》及相关规定于 2020 年 12 月 31 日在所有重大方面保持了有效的内部控制。

综上，发行人已建立健全的内控制度并有效执行，能够合理保证公司运行效率、合法合规和财务报告的可靠性，不存在影响发行条件的情形。

四、补充说明程晖在发行人体外的任职情况及其从事的主要工作，其未在发行人领薪的合理性，上述安排是否与其作为员工持股平台普通合伙人存在冲

突，发行人未来是否将安排程晖在发行人处领薪；

1、补充说明程晖在发行人体外的任职情况及其从事的主要工作，其未在发行人领薪的合理性，发行人未来是否将安排程晖在发行人处领薪

截至本问询回复出具日，程晖在发行人体外的任职情况及其从事的主要工作如下：

序号	任职单位	所任职务	从事的主要工作
1	三问投资	总经理	主持公司的经营管理，组织实施执行董事决议，组织实施公司经营计划和投资方案等工作
2	西藏天问	总经理	主持公司的经营管理，组织实施执行董事决议，组织实施公司经营计划和投资方案等工作
3	天问思享	总经理	主持公司的经营管理，组织实施执行董事决议，组织实施公司经营计划和投资方案等工作
4	天问新泉	总经理	主持公司的经营管理，组织实施执行董事决议，组织实施公司经营计划和投资方案等工作
5	宁波新泉	执行事务合伙人	对外代表合伙企业，执行合伙事务
6	哲雄母婴	监事	检查公司财务、对执行董事、高级管理人员执行职务的行为进行监督等工作
7	壮志投资	执行事务合伙人	对外代表合伙企业，执行合伙事务
8	道地文化	监事	检查公司财务、对执行董事、高级管理人员执行职务的行为进行监督等工作

报告期内，程晖主要担任三问投资总经理职务，负责其日常经营管理，报告期各期，程晖的薪酬分别为 100.80 万元、82.08 万元和 111.15 万元。在发行人体内，程晖仅承担作为公司董事及部分子公司监事的工作职责。程晖未与发行人签署劳动合同或劳务合同，不属于发行人员工，因此未在发行人处领薪。根据程晖目前的工作内容和未来职业规划，程晖将继续以三问投资的工作为主，发行人未来不存在安排程晖在发行人处领薪的计划。

综上，程晖未在发行人处领薪具有合理性，发行人未来不存在安排程晖在发行人处领薪的计划。

2、上述安排是否与其作为员工持股平台普通合伙人存在冲突

2017 年 5 月 15 日，发行人召开临时股东会，审议通过《上海三问家居服饰有限公司限制性股权激励计划》（以下简称“《激励计划》”）。根据《激励计划》的规定，本次激励计划拟授予激励对象的限制性股权数量为 200 万股，对应员工持股平台财产份额 600 万元。其中，首次授予部分 152.70 万股（对应财产份额

458.10 万元)，对应激励对象 43 名；预留部分 47.30 万股（对应财产份额 141.90 万元），由实际控制人管理。本次激励计划授予的限制性股权（含对应财产份额）的限售期为自授予登记完成之日起至公司股票上市之日起 36 个月，限售期内激励对象离职的，可以申请由实际控制人回购。

因此，程晖作为员工持股平台的执行事务合伙人和普通合伙人，主要系以实际控制人的身份管理预留部分财产份额，并便于其在必要时对离职人员的财产份额进行回购。此外，程晖不属于本次激励计划的激励对象，其与王耀民未因本次股权激励计划的实施而新增对发行人的持股比例，故其不需要具备公司员工身份，不存在违反《激励计划》规定的情况。

综上，发行人实施股权激励计划时，将程晖作为员工持股平台执行事务合伙人的相关安排符合《激励计划》的规定，与程晖在发行人体外任职及未在发行人处领薪的情况不存在冲突。

请申报会计师核查并发表明确意见。

（一）核查过程

1、获取三问投资、西藏天问、天问新泉、天问思享的工商详档；查阅西藏天问、天问新泉、天问思享的出资凭证；

2、获取发行人与相关股东签署的对赌协议及相关业绩补偿款支付凭证；

3、获取三问投资报告期内的序时账和财务报表，并审阅亚太（集团）会计师事务所（特殊普通合伙）出具的报告期内三问投资的《审计报告》；获取西藏天问、天问新泉、天问思享报告期内的序时账和财务报表；

4、抽查三问投资报告期内大额费用的原始凭证，包括但不限于付款流水、合同、发票等，核查三问投资是否存在代发行人承担成本费用的情形；

5、获取三问投资报告期各月的员工花名册和工资明细表，与发行人的员工花名册进行交叉比对，核查三问投资与发行人是否存在人员重叠以及三问投资是否存在代发行人承担相应的成本费用的情形；

6、获取三问投资对上海系阳建筑劳务有限公司和常州市宇宸服装有限公司

的借款合同，并通过国家企业信用信息公示系统（<http://www.gsxt.gov.cn>）、企查查（<https://www.qcc.com>）等公开网站核查两家公司的基本情况，确认是否与发行人及其关联方、客户、供应商存在关联关系；访谈上海系阳建筑劳务有限公司和常州市宇宸服装有限公司的负责人员，对上述借款发生的背景、金额及利息支付情况、与发行人的关联关系等情况进行确认；

7、访谈三问投资财务负责人，了解三问投资主要经营和财务状况，以及三问投资、西藏天问、天问新泉、天问思享大额其他应收款、其他应付款的对象、发生背景情况；

8、获取三问投资、西藏天问、天问新泉、天问思享的银行开户清单以及其出具的关于银行账户完整性的承诺函，对三问投资、西藏天问、天问新泉、天问思享的资金流水进行核查；

9、查阅了发行人与三问投资的员工花名册、工资表、社保公积金缴纳凭证、三问投资与程晖的劳动合同以及发行人的股权激励文件和员工持股平台的工商登记资料；查询了国家企业信用信息公示系统（<http://www.gsxt.gov.cn>）、企查查（<https://www.qcc.com>）网站；取得了程晖填写的调查问卷以及发行人和程晖出具的确认文件。

（二）核查结论

1、报告期内三问投资的主营业务、财务数据、经营情况、子/孙公司的相关情况均与实际经营情况相符，具备合理性；三问投资不存在对发行人控制权稳定造成影响的情形。

2、报告期内，西藏天问、天问思享、天问新泉向三问投资拆出资金的资金来源主要为西藏天问、天问思享、天问新泉通过向海富长江、中比基金、顾家家居、陈贤付等外部投资者转让公司股权而取得的股权转让价款；报告期内，三问投资、西藏天问、天问思享、天问新泉不存在未披露的重大对外借款、抵押、担保或其他权利受限情形。

3、三问投资报告期内不存在替发行人承担成本费用的情形；发行人与三问投资、西藏天问、天问思享、天问新泉财务独立，发行人财务内控制度健全并有

效执行。

4、在发行人体内，程晖仅承担作为公司董事及部分子公司监事的工作职责，未与发行人签署劳动合同或劳务合同，不属于发行人员工，因此未在发行人处领薪，上述安排与其作为员工持股平台普通合伙人不存在冲突，发行人未来不存在安排程晖在发行人处领薪的计划。

问题 2. 关于主营业务

审核问询回复显示：（1）2020 年度，发行人家纺、服饰和面料业务与医护类产品业务营业收入占总营业收入的比例分别为 58.36%、41.33%，据测算利润占利润总额的比例分别为 53.20%、46.80%；（2）截至 2021 年 3 月末，发行人已履行及在手的家纺、服饰和面料类产品订单金额为 72,674.67 万元，较 2020 年 3 月末增长 53.62%，较 2019 年 3 月末增长 57.21%，预计未来将保持平稳增长；（3）2020 年度，发行人子公司大多出现亏损。

请发行人：（1）结合经营模式、产品类型、收入利润构成、研发创意等因素，补充说明报告期内发行人主营业务和经营模式是否发生重大变化；不具有创新创意特征的医护类大幅增长是否改变行业属性；核心竞争力是否发生重大变化；（2）补充披露已履行及在手的家纺、服饰和面料类产品订单较往年同期大幅增长的原因及合理性，产品构成、定价、主要客户、毛利率是否发生重大变化，是否与行业变化趋势一致，营业收入高增长是否具有持续性；（3）补充披露报告期内各子公司的主要财务数据，是否发生重大变化并说明变动原因；南通瑞兹卡尔森家居用品有限公司、浙江三问、心生实业、秦艺服饰的具体情况，包括但不限于设立背景、主营业务、资产构成、员工等；张家港中堂、心生实业、浙江三问、秦艺服饰、荷兰公司、柬埔寨公司亏损的原因及合理性；（4）补充说明子公司张家港中堂连续被相关部门给予行政处罚的原因，相关责任认定情况，安全生产相关内部控制制度是否得到有效执行；相关整改措施及效果；是否存在其他未披露的行政处罚；（5）补充说明目前新冠疫情持续蔓延对发行人主营业务开展、境外子公司生产经营的具体影响及应对措施；近期贸易政策、国际舆论环境是否发生重大不利变化，如有，则进行风险提示。请保荐人、发行人律师和申报会计师核查并发表明确意见。

【回复】

一、结合经营模式、产品类型、收入利润构成、研发创意等因素，补充说明报告期内发行人主营业务和经营模式是否发生重大变化；不具有创新创意特征的医护类大幅增长是否改变行业属性；核心竞争力是否发生重大变化；

1、经营模式方面

发行人系以原创设计为核心竞争力的服务型贸易商。报告期内，发行人依托自身较强的原创设计能力和供应链管理能力，为全球中大型零售商和中高端品牌商提供特色家用纺织品、家居服饰和特色面料产品。公司的业务流程包括设计、销售和供应链管理三个环节。

2020 年新冠疫情在欧美地区爆发后，防疫物资紧俏，公司的既有客户具有大量需求。因此，三问家居充分发挥供应链管理优势，积极组织防疫物资货源，既满足了客户的迫切需求，增强了客户对三问家居的信任，也获取了一定的利润。三问家居经营医护类业务，是在特殊事件背景下的积极商业反应，对客户、对自身实现了双赢的效果，这种快速反应进一步证明了三问家居具备较强的供应链管理优势，是值得客户信赖的贸易伙伴，有利于既有合作关系的巩固。公司经营医护类产品的业务流程包括销售和供应链管理两个环节。

未来，公司仍将依托自身的原创设计和供应链管理优势，继续着重于家纺、服饰和面料等业务的拓展，预计该类业务未来将保持平稳增长。公司医护类业务是为应对新冠疫情特殊事件而暂时增加，预计将随着新冠疫情的缓和而逐步下降，且不影响公司家纺、服饰和面料等主营业务的正常开展。

综上，公司的经营模式未发生重大变化。

2、产品类型、收入利润构成方面

1) 按产品类型的收入构成情况

2020 年度，发行人按产品类型的主营业务收入情况如下：

单位：万元

项目	收入	收入占比
非医护产品	105,069.58	58.67%

项目	收入	收入占比
其中：家纺	57,945.67	32.36%
服饰	38,258.47	21.36%
面料	8,316.80	4.64%
其他	548.64	0.31%
医护产品	74,009.18	41.33%
其中：口罩 ^注	61,786.33	34.50%
手套	11,883.84	6.64%
其他医护产品	339.01	0.19%
合计	179,078.76	100.00%

注：口罩产品包括一次性口罩和布口罩等纺织品。

根据国家统计局国民经济行业分类（GB/T 4754-2017），公司所属行业为批发业（分类代码：F51），细分行业为纺织、服装及家庭用品批发（分类代码：F513）。发行人销售的口罩产品属于产业用纺织品中的防疫用纺织品，归属于发行人所处细分行业。2020 年度，发行人销售口罩、家纺、服饰和面料等纺织服饰产品所产生的收入为 166,855.91 万元，占主营业务收入的比重为 93.17%；发行人销售家纺、服饰和面料等纺织服饰产品所产生的收入为 105,069.58 万元，占主营业务收入的比重为 58.67%。

2) 按产品类型的利润构成情况

2020 年度，发行人医护业务和非医护业务利润贡献测算情况如下：

单位：万元

项目	医护业务	非医护业务
	金额	金额
营业收入	74,009.18	105,109.97
营业成本	57,529.24	88,188.49
毛利额	16,479.94	16,921.48
存货跌价-资产减值损失	4,429.14	116.43
因火灾导致的医护产品损毁-营业外支出	973.61	-
销售费用	1,768.85	6,453.88
测算管理费用	1,897.97	2,695.55
研发费用	-	383.36
与日常活动相关的政府补助	-	1,251.31

项目	医护业务	非医护业务
	金额	金额
测算其他利润表科目	-351.44	-499.12
测算利润总额	7,058.93	8,024.45
2020 年度利润总额	15,083.38	
利润总额占比	46.80%	53.20%

注：管理费用测算按照医护和非医护业务收入的比例进行分配测算。政府补助均为非医护类业务相关的政府补助。

如上表测算，发行原家纺、服饰和面料等业务所贡献的利润总额为 8,024.45 万元，占利润总额的比例为 53.20%，仍是发行人主要的收入和利润来源。综上，报告期内，发行人所处行业与主营业务未发生重大变化，符合《创业板首次公开发行股票注册管理办法（试行）》，第十二条中关于最近两年主营业务稳定的相关要求。

3、研发创意方面

报告期内，发行人针对家纺、服饰和面料等主营业务的研发设计投入持续增加；发行人每年自主开发及为客户专案设计的基础图稿数量分别为 8,675 张、11,817 张和 10,859 张；发行人为前十大家纺、服饰类客户提供的原创设计产品收入占对该客户家纺、服饰类产品总收入的比例分别为 81.65%、76.95%和 74.77%。可见，发行人原创设计能力没有发生重大变化。

公司的医护类业务是为应对新冠疫情特殊事件而暂时增加，该类业务不涉及设计研发，但充分体现了发行人较强的供应链管理能力和公司通过疫情期间为客户解决紧俏物资，增强了客户对公司的信任，与既有客户在家纺、服饰和面料等业务的合作关系将得到巩固和提升，有利于公司主营业务的进一步发展。

4、2021 年在手订单情况分析

截至 2021 年 3 月底，发行人家纺、服饰和面料等业务的已履行及在手的订单金额占比为 84.12%，医护类业务占比为 15.88%。公司医护类业务预计将随着新冠疫情的缓和而逐步下降。因此，公司的主营业务不会发生重大变化。

综上，发行人主要经营家纺、服饰和面料等业务，在 2020 年新冠疫情特殊事件背景下新增了医护类业务，医护类业务的增加没有导致发行人主营业务和经

营模式发生重大变化；没有改变发行人的行业属性；发行人的核心竞争力仍然是原创设计能力及供应链管理能力。

二、补充披露已履行及在手的家纺、服饰和面料类产品订单较往年同期大幅增长的原因及合理性，产品构成、定价、主要客户、毛利率是否发生重大变化，是否与行业变化趋势一致，营业收入高增长是否具有持续性；

发行人已在招股说明书“第六节 业务和技术”之“一、发行人主营业务、主要产品的情况”之“（五）主营业务自设立以来的变化情况”之“1、新冠疫情对发行人影响较小，发行人业务具有可持续性”之“（3）发行人在手订单高于2020年和2019年同期，新冠疫情影响较小”中就上述情况进行了补充披露，具体如下：

“1）订单较往年同期大幅增长的原因及合理性

发行人2021年3月底来自于客户的已履行及在手订单相比2020年3月底上涨的主要原因及合理性如下：

单位：万美元

产品类型	客户名称	2021年 3月底	2020年 3月底	增长金额	增长原因及合理性
家居	Target	\$1,127.48	\$779.00	\$348.48	1、新增获取了全涤兔毛系列产品订单，该产品为Target的既有产品之一，此前不由发行人提供。
	Dunelm	\$868.17	\$540.16	\$328.01	1、疫情其关店较多，2021年4月份该客户的门店重新开张，需求增加； 2、2021年，发行人向其推出了窗帘、床品等新品类； 3、随着对其产品理解的深入，发行人向其推荐的毯子等品类和款式被选中率提高。
小计		\$1,995.65	\$1,319.16	\$676.49	
服饰	Barefoot Dreams	\$3,587.57	\$572.38	\$3,015.19	1、经历过疫情，美国市场的家居产品需求增长。其向发行人的毯子、家居服、袜子、浴袍、玩具类等采购额增加； 2、发行人为该客户开发的羽毛纱类家居产品在美国高端市场很受欢迎。该客户作为品牌商，品牌效应和知名度近年来有所提升； 3、2021年，该客户的线下渠道需求激增，Nordstrom, Saks和Dillard's, Inc.等零售商向其扩大了采购； 4、此外，该客户较早的搭建了

产品类型	客户名称	2021 年 3 月底	2020 年 3 月底	增长金额	增长原因及合理性
					线上自销渠道，疫情期间利用其成熟的线上销售渠道，销售额增长较快。
	Nordstrom	\$398.87	\$112.08	\$286.79	1、2021 年该客户周年庆促销的订单从越南转移至发行人，采购金额增长，主要涉及莫代尔睡衣等； 2、自 2020 年下半年，该客户收缩优化了经营品类，睡衣等保留品类的采购额增加。
	MATALAN	\$463.29	\$268.47	\$194.82	1、2021 年，发行人加大了营销和品类的拓展力度，该客户的部分订单从印度转移至发行人； 2、发行人加大了对该客户 Disney 部门（Disney 和 matalan 联名）的推广和开拓力度，浴袍、睡衣套装等产品采购量增加。
	WM Morrison Supermarkets PLC	\$441.08	\$287.90	\$153.18	1、2021 年，客户 FOS（Front of store，产品陈列在超市门口，位置较好，疫情期间销量较好）项目的采购额增加；主要涉及绒类的浴袍和睡衣套装等； 2、发行人新开拓了该客户的婴童和女装部门。爬服、安慰毯和女装的休闲服等采购额增加； 3、2020 年疫情后，该客户新增了家纺服饰的线上销售渠道，销量增加。
小计		\$4,890.81	\$1,240.83	\$3,649.98	

发行人 2021 年 3 月底的已履行及在手订单相比 2020 年 3 月底增长合理。

2) 产品构成、定价、主要客户、毛利率是否发生重大变化

2021 年 1-3 月，发行人的家纺、服饰和面料的收入占比、销售单价和毛利率对比情况如下：

单位：元/件，元/米

类别	2021 年 Q1	2020 年 Q1	2021 年 Q1	2020 年 Q1	2021 年 Q1	2020 年 Q1
	收入占比		销售单价		毛利率	
家居	62.57%	74.21%	28.87	31.53	13.13%	12.85%
服饰	27.84%	18.25%	22.36	17.20	9.97%	9.94%
面料	9.06%	6.41%	20.97	17.55	11.92%	10.11%

2021 年 1-3 月相比 2020 年同期，发行人的产品结构和毛利率未发生重大变化。

2021 年 1-3 月，发行人对家纺、服饰和面料主要客户及其 2020 年同期的收

入排名情况如下：

客户名称	2021 年 Q1 排名	2020 年 Q1 排名
Barefoot Dreams	1	3
Target	2	1
WOOLWORTHS (PTY) LTD.	3	4
BEST & LESS PTY LIMITED	4	22
LPP SPOLKA AKCYJNA	5	30
Vera Bradley	6	11
J. C. Penney	7	7
Matalan	8	2
Nordstrom	9	5
TCHIBO MERCHANDISING HONG KONG LP	10	8

2021 年 1-3 月，BEST & LESS PTY LIMITED 向发行人采购的睡衣和浴袍较多，LPP SPOLKA AKCYJNA 向发行人采购的毯子和床品及配件较多，相应的排名相比 2020 年同期上升。

通过上述与同期对比，2021 年 1-3 月，发行人的家纺、服饰和面料的主要客户未发生重大变化。

3) 发行人 2021 年订单增长与行业变化趋势对比情况，营业收入高增长是否具有持续性；

发行人 2021 年 3 月底家纺、服饰和面料类业务的已履行及在手订单金额相比 2020 年 3 月底的增长比例与同行业可比公司 2021 年第一季度收入的同比增长比例对比情况如下：

证券代码	证券简称	2021 第一季度 Vs 2020 第一季度
600710	苏美达	104.97%
002634	棒杰股份	21.06%
603558	健盛集团	11.26%
/	万代服装	未披露
行业平均		45.76%
三问家居 ^{注1}		53.62%

注 1：为家纺、服饰和面料类业务，不含医护类。

发行人 2021 年 3 月底的订单增长情况与同行业可比公司第一季度收入的增

长趋势一致。

受美国政府疫情期间在其国内实施派发现金支票等方式刺激民众消费宽松的货币政策的影响，美国居民消费能力有所增加；并且，在美国境内新冠疫情反复的情况下，民众居家办公的情况更加普遍，因此，发行人所经营的家居服饰和家纺产品的需求较 2020 年一季度增长。

未来，随着新冠疫情的缓和，发行人的家纺、服饰和面料业务将至少回归至平稳增长的正常水平，医护类业务可能随着疫情的缓和而下降。然而，目前尚无法对本次新冠疫情的持续时间、各国政府的应对方式及其对人们工作、生活习惯的影响程度进行准确预测。若疫情持续，也可能对发行人的业务增速有所促进。

”

三、补充披露报告期内各子公司的主要财务数据，是否发生重大变化并说明变动原因；南通瑞兹卡尔森家居用品有限公司、浙江三问、心生实业、秦艺服饰的具体情况，包括但不限于设立背景、主营业务、资产构成、员工等；张家港中堂、心生实业、浙江三问、秦艺服饰、荷兰公司、柬埔寨公司亏损的原因及合理性；

发行人已在招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“六、发行人控股及参股公司情况”之“（一）控股子公司”中就上述情况进行了补充披露，具体如下：

“1、张家港中堂

（1）报告期内主要财务数据

单位：万元

项目	2020. 12. 31/2020 年度	2019. 12. 31/2019 年度	2018. 12. 31/2018 年度
资产总额	5,294.07	3,536.99	4,215.03
负债总额	2,427.58	438.89	899.06
净资产	2,866.49	3,098.10	3,315.97
营业收入	11,441.61	8,802.07	8,023.62
营业利润	-286.18	782.04	445.69
净利润	-231.60	582.13	331.90

注：对于上表中的财务数据，安永华明已执行审计程序。

2020年张家港中堂营业收入同比增长，系向三问家居的医护用品业务销售收入增加所致。由于发行人采购的部分口罩产品为大批量包装，与境外客户要求不同，因此由张家港中堂采购并进行翻箱包装后向三问家居销售。

（2）亏损原因及合理性

张家港中堂 2020 年亏损，主要是因为 2020 年销售毛利率下降所致。张家港中堂 2020 年上半年采购口罩产品进行备货，当时的采购成本较高，而 6 月开始口罩市场价格开始快速下降，张家港中堂向三问家居销售口罩，以销售时的市场采购价格加翻箱成本定价销售给三问家居，故 6 月份所出售的口罩销售价格低于其采购成本，拉低了张家港中堂全年的销售毛利率，扣除各项费用后净利润为负。2020 年张家港中堂亏损主要系口罩市场价格变动所致，具有合理性。

2、常熟中堂

（1）报告期内主要财务数据

单位：万元

项目	2020. 12. 31/2020 年度	2019. 12. 31/2019 年度	2018. 12. 31/2018 年度
资产总额	5,396.69	3,838.45	3,353.97
负债总额	2,818.73	1,508.37	1,446.29
净资产	2,577.95	2,330.08	1,907.67
营业收入	7,924.88	10,274.96	8,016.65
营业利润	285.99	566.99	394.89
净利润	247.87	422.41	294.14

注：对于上表中的财务数据，安永华明已执行审计程序

常熟中堂 2020 年的营业收入较 2019 年有所下降，主要受 2020 年新冠疫情的影响，家纺产品的订单同比下降所致。

3、南通瑞兹

（1）设立原因和主要业务

南通瑞兹设立于2019年2月，其资产来源于发行人2019年3月收购的南通如宝。南通如宝此前为发行人家纺产品的供应商，其实际控制人因个人原因，无时间和精力继续经营管理，有意将公司出售，发行人鉴于其产品品质较高，可

较好的满足客户需求，表示愿意收购；同时考虑到南通如宝尚有部分对外债务，故采用了资产收购的方式。发行人收购其核心业务资产并注入新设立的南通瑞兹，同时南通瑞兹承接了南通如宝的员工。

南通瑞兹的定位为发行人生产中高档家纺类产品的样板工厂。

（2）人员情况

截至2020年12月31日，南通瑞兹共有员工45人，其中供应链管理人员2人，管理人员6人，生产人员36人，销售人员1人。

（3）资产情况

截至2020年12月31日，南通瑞兹的资产主要由应收账款、存货、机器设备构成，生产经营场所为租赁使用，无自有房屋和土地使用权，无商标、专利等无形资产。

（4）报告期内主要财务数据

单位：万元

项目	2020. 12. 31/2020 年度	2019. 12. 31/2019 年度
资产总额	1,224.01	802.36
负债总额	544.72	180.34
净资产	679.29	622.02
营业收入	2,424.65	1,741.10
营业利润	59.30	129.70
净利润	57.27	122.02

注：对于上表中的财务数据，安永华明已执行审计程序。

南通瑞兹的财务数据变动主要因其2019年4月投产，5月份起形成收入，故2019年营业收入较低，使得2020年营业收入与2019年相比变动较大。

4、亮丰新材料

（1）报告期内主要财务数据

单位：万元

项目	2020. 12. 31/2020 年度	2019. 12. 31/2019 年度	2018. 12. 31/2018 年度
资产总额	7,685.63	4,251.59	1,105.90
负债总额	5,914.92	2,885.52	677.99
净资产	1,770.71	1,366.07	427.91

项目	2020. 12. 31/2020 年度	2019. 12. 31/2019 年度	2018. 12. 31/2018 年度
营业收入	12, 812. 33	13, 231. 33	447. 59
营业利润	452. 98	1, 196. 82	-112. 01
净利润	404. 64	938. 16	-72. 09

注：对于上表中的财务数据，安永华明已执行审计程序。

亮丰新材料成立于 2018 年 6 月。2019 年，一方面发行人将原来由心生实业经营的面料出口业务统一调整至亮丰新材料经营，另一方面，经过一段时间专注于面料业务拓展，其 2019 年的营业收入和净利润均有所增长。2020 年营业收入与 2019 年相比保持稳定，同时，公司为争取大客户的一些潜在订单，价格策略较为保守，使得综合毛利率和净利润有所下降。

5、心生实业

（1）设立原因和主要业务

心生实业为发行人于 2013 年在中国（上海）自由贸易试验区设立的销售公司，系发行人为享受自由贸易试验区的出口贸易支持政策而设立，设立时与三问家居定位相似，从事家纺、服饰和面料销售。2018 年发行人将面料的研发、供应链管理和销售业务全部转移至新成立的亮丰新材料，对心生实业的业务也进行了重新定位。

心生实业现定位为发行人面向境内市场的销售公司，积极尝试开拓境内 B 端客户。同时，由于前述经营历史，心生实业此前拓展的海外客户在经客户同意后正逐步转移至三问家居。

（2）人员情况

截至 2020 年 12 月 31 日，心生实业共有员工 20 人，其中销售人员 18 人，管理人员 2 人。

（3）资产情况

截至 2020 年 12 月 31 日，心生实业的资产构成主要包括货币资金、其他应收款，办公场所为租赁使用，无自有房屋和土地使用权，无专利、商标等无形资产。

（4）报告期内主要财务数据

单位：万元

项目	2020. 12. 31/2020 年度	2019. 12. 31/2019 年度	2018. 12. 31/2018 年度
资产总额	1,783.07	2,083.87	3,057.71
负债总额	448.92	569.07	1,453.32
净资产	1,334.15	1,514.81	1,604.38
营业收入	1,631.28	1,492.95	5,878.61
营业利润	-173.35	-88.93	709.45
净利润	-180.65	-89.58	531.96

注：对于上表中的财务数据，安永华明已执行审计程序。

2019 年和 2020 年，心生实业的面料销售业务转移至亮丰新材料，使其营业收入和净利润较 2018 年大幅下降。

2019 年、2020 年心生实业的营业收入中，向境外客户 JO-ANN STORES, LLC 的销售额分别为 980.08 万元，1,014.19 万元，心生实业国内市场销售规模仍然较小。

(5) 亏损原因及合理性

由于心生实业的销售收入规模较小，2019 年和 2020 年均处于亏损状态。

6、浙江三问

(1) 设立背景和主要业务

浙江三问是发行人为实施募投项目而设立的主体，公司成立于 2020 年 5 月，目前无实际经营业务。

(2) 人员情况

截至 2020 年 12 月 31 日，浙江三问无员工。

(3) 资产情况

截至 2020 年 12 月 31 日，浙江三问资产主要为土地使用权，无其他资产。土地使用权具体信息可参见招股说明书“第六节 业务和技术”之“六、发行人主要固定资产和无形资产”之“1、土地使用权”。

(4) 报告期内主要财务数据

单位：万元

项目	2020. 12. 31/2020 年度
资产总额	1,981.14
负债总额	0.51
净资产	1,980.63
营业收入	-
营业利润	-19.37
净利润	-19.37

注：对于上表中的财务数据，安永华明已执行审计程序。

(5) 亏损原因及合理性

浙江三问是发行人为实施募投项目设立的主体，报告期内无业务经营，因土地使用权摊销导致净利润为负，具有其合理性。

7、秦艺服饰

(1) 设立背景和主要业务

秦艺服饰为2015年10月三问投资从李建秦处收购的公司，持有其70%股份，2016年3月三问投资将秦艺服饰以收购价转让给发行人。秦艺服饰主营高端定制中式服饰的设计、制作和销售。发行人实际控制人王耀民认为中式服饰具有较高的艺术文化价值，具备较为广阔的市场前景。

(2) 人员情况

截至2020年12月31日，秦艺服饰共有员工27人，其中销售人员10人，供应链管理人员1人，生产人员7人，研发设计人员7人，管理人员2人。

(3) 资产情况

截至2020年12月31日，秦艺服饰的资产构成主要为存货、无形资产、固定资产，拥有注册商标61个，域名1项，无专利、土地使用权，经营场所为租赁取得。秦艺服饰的注册商标和域名具体信息可分别参见招股说明书“第六节 业务和技术”之“六、发行人主要固定资产和无形资产”之“2、商标”和“4、域名”。

(4) 报告期内主要财务数据

单位：万元

项目	2020. 12. 31/2020 年度	2019. 12. 31/2019 年度	2018. 12. 31/2018 年度
资产总额	507. 07	1, 007. 39	1, 587. 87
负债总额	4, 304. 64	4, 288. 94	3, 715. 05
净资产	-3, 797. 57	-3, 281. 55	-2, 127. 17
营业收入	573. 05	858. 73	893. 50
营业利润	-496. 51	-1, 132. 15	-1, 098. 68
净利润	-516. 03	-1, 154. 37	-1, 123. 24

注：对于上表中的财务数据，安永华明已执行审计程序。

报告期内秦艺服饰的主要财务数据不存在重大变动。

(5) 亏损原因

报告期内秦艺服饰持续处于亏损状态，主要因其中式定制服饰定位高端，相对小众，导致市场开拓未达预期，报告期内收入规模较小；同时，其零售门店租金成本较高、生产及设计人员的薪酬总额较高，故其亏损具有合理性。

2019 年起，秦艺服饰开始调整经营策略，关闭了部分门店、辞退了部分生产及设计人员，并积极进行存货销售，2020 年亏损有所收窄。

8、香港公司

(1) 报告期内主要财务数据

单位：万元

项目	2020. 12. 31/2020 年度	2019. 12. 31/2019 年度	2018. 12. 31/2018 年度
资产总额	966. 90	380. 74	962. 80
负债总额	774. 22	276. 21	885. 87
净资产	192. 69	104. 53	76. 94
营业收入	1, 061. 10	348. 30	1, 246. 46
营业利润	132. 44	25. 35	35. 77
净利润	100. 37	25. 35	35. 77

注：对于上表中的财务数据，安永华明已执行审计程序。

报告期内香港公司的客户包括 Inticom Spa, Carre Blanc, Vera Bradley 和 Studio Retail Ltd 四家。发行人通过香港公司对其销售的原因为：1) Inticom Spa 和 Carre Blanc 系通过居间服务商获取的客户，对方指定由香港公司作为销售主体；2) Vera Bradley 和 Studio Retail Ltd 为发行人的主要客户，柬埔寨

寨公司成立后，开始承接该两个客户的部分订单，发行人将香港公司定位为东南亚供应链的销售公司，今后东南亚供应链向客户销售的产品均通过香港公司进行，故柬埔寨寨公司通过香港公司向上述两个客户销售产品。

报告期内，香港公司营业收入变动的原因为：1、对客户 Inticom Spa 的销售收入逐步下降，分别为：1,184.65 万元、259.69 万元和 188.64 万元；2、2020 年 Vera Bradley 的销售收入增加，为 513.94 万元。

9、美国公司

(1) 报告期内主要财务数据

单位：万元

项目	2020. 12. 31/2020 年度	2019. 12. 31/2019 年度	2018. 12. 31/2018 年度
资产总额	7,186.67	538.42	1,190.99
负债总额	7,380.82	622.75	1,223.56
净资产	-194.15	-84.33	-32.57
营业收入	14,475.20	833.32	1,149.71
营业利润	-516.62	-49.32	-66.98
净利润	-121.89	-49.32	-67.00

注：对于上表中的财务数据，安永华明已执行审计程序。

美国公司 2018 年和 2019 年销售客户为 Nordstrom, Macy's 以及 Ross Procurement Inc，主要销售产品为家纺和服饰产品，由美国公司销售的原因为客户对此类产品的订单量小而频次高，故由美国公司批量采购后存放于美国仓库，再向客户出售。

2020 年美国公司营业收入大幅增长，因 2020 年发行人医护用品销售收入快速增长，主要为美国公司从三问家居采购医护用品后向客户销售。由美国公司向三问家居采购后销售的原因为应客户 Target 要求，6 月起口罩采用 DDP 模式销售，由三问美国进行清关。由于医护用品销售，美国公司的货币资金、应收账款、存货均较 2019 年有较大幅度增长，导致总资产增加；向三问家居采购口罩的应付账款增加，导致负债总额增加。2020 年的各项财务数据变动具有其合理性。

(2) 亏损原因

美国公司 2018 年和 2019 年收入规模较小，故扣除各项开支后处于亏损状

态；2020 年亏损的系因期末对库存的口罩产品全额计提了存货跌价准备，具有合理性。

10、南非公司

报告期内，南非公司未开展生产经营，账面无资产。

11、柬埔寨公司

1) 报告期内主要财务数据

单位：万元

项目	2020. 12. 31/2020 年度	2019. 12. 31/2019 年度
资产总额	676.87	531.13
负债总额	969.51	289.26
净资产	-292.63	241.86
营业收入	1,160.61	204.64
营业利润	-548.05	-438.94
净利润	-548.65	-443.93

注：对于上表中的财务数据，安永华明已执行审计程序。

柬埔寨公司于 2019 年 3 月成立，实际经营期不足整年，且尚未通过主要客户验厂，无法承接大规模订单，故 2019 年业务规模较小。2020 年，柬埔寨公司开始承接 Vera Bradley、Studio 等客户的订单，收入规模增加。

2) 亏损原因及合理性

报告期内，柬埔寨公司设立时间较短，部分客户仍处于验厂阶段，因此收入规模较小，尚处于亏损状态。大型客户的验厂程序周期较长，需提供工厂一年的运营数据，且新冠疫情对验厂程序进度也造成一定影响，故柬埔寨公司承接的订单较少或承接一些加工订单，处于亏损状态，具有合理性。发行人报告期内来自于柬埔寨公司的收入和利润较少，柬埔寨公司净资产占发行人净资产的比例较低，对发行人的经营业绩影响较小。

12、荷兰公司

(1) 报告期内主要财务数据

单位：万元

项目	2020. 12. 31/2020 年
----	---------------------

项目	2020. 12. 31/2020 年
资产总额	243. 83
负债总额	445. 14
净资产	-201. 31
营业收入	24. 25
营业利润	-601. 33
净利润	-593. 66

注：对于上表中的财务数据，安永华明已执行审计程序。

（2）亏损原因及合理性

荷兰公司定位为发行人的欧洲地区销售公司，新冠疫情爆发后，荷兰公司也尝试开展医护用品销售业务，但销售不理想，期末对库存的口罩产品全额计提了存货跌价准备，导致亏损，具有合理性。

13、靖江乐活

靖江乐活为 2021 年发行人新成立的子公司，考虑在该区域设立自有工厂以带动供应链资源，目前处于试生产阶段。

14、英国公司

公司名称	Lifetex Industry (UK) Co., Ltd (心生实业(英国)有限公司)
注册号	13429805
董事	夏威
成立时间	2021 年 5 月 31 日
注册资本	50 万英镑
实收资本	50 万英镑
注册地和主要生产经营地	SUITE 512 THE COTTON EXCHANGE BIXTETH STREET LIVERPOOL ENGLAND L3 9LQ
股东构成及控制情况	三问家居持股 100%
经营范围	销售各种商品的代理；纺织品的批发；服装和鞋类批发；在专业商店(不含助听器)的医疗和骨科产品的零售销售。
主营业务及其与发行人主营业务的关系	暂未开展经营，拟从事家居、服饰批发。

英国公司为 2021 年成立的英国子公司，考虑作为英国地区的销售公司，目前暂无业务经营。

”

四、补充说明子公司张家港中堂连续被相关部门给予行政处罚的原因，相关责任认定情况，安全生产相关内部控制制度是否得到有效执行；相关整改措施及效果；是否存在其他未披露的行政处罚；

1、补充子公司张家港中堂连续被相关部门给予行政处罚的原因，相关责任认定情况，安全生产相关内部控制制度是否得到有效执行

报告期内，张家港中堂受到相关行政处罚的情况如下：

处罚时间	处罚机关	处罚文号	处罚事由	处罚结果	相关责任认定情况
2018.12	张家港市公安消防大队	苏张公（消）行 罚 决 字 [2018]0352 号	室内消火栓内启泵按钮损坏（消防设施未保持完好有效），违反了《中华人民共和国消防法》（2008 修正）第十六条第一款第（二）项的规定	罚款 5,000 元	张家港市消防救援大队出具《核查报告》，认定情节轻微，且已整改完毕
2019.05	张家港市公安消防大队	苏张（消）行 罚 决 字 [2019]0166 号	二层车间防火门被拆除（擅自拆除消防设施），违反了《中华人民共和国消防法》（2019 修正）第二十八条的规定	罚款 5,000 元	
2019.12	张家港市应急管理局	张应急行罚听 告 字 [2020]10 号	未对安全设备进行经常性维护、保养和定期检测，违反了《中华人民共和国安全生产法》（2014 修正）第三十三条的规定	罚款 30,000 元	张家港市应急管理局出具《核查报告》，认定情节轻微，且已整改完毕
2020.01	张家港市市场监督管理局	张市监罚字 [2020]00058 号	单位食堂未严格清洗消毒供顾客使用的餐具，违反了《中华人民共和国食品安全法》（2018 修正）第五十六条的规定	警告	张家港市市场监督管理局出具《证明》，认定不属于情节严重，并已及时做出了整改

张家港中堂被相关部门给予行政处罚主要系个别工作人员疏忽大意、执行相关操作不熟练，或对相关法律法规认识和重视程度不够等原因造成，并非由于公司内部控制存在重大缺陷。上述处罚发生后，张家港中堂严格遵循已建立的相关内部控制制度，对相关违法违规行为进行了及时有效的整改，并进一步加强了对安全生产和消防设施的维护以及对相应工作人员的培训和内部管理，同时还对相关内控制度作出了进一步完善。张家港中堂根据“安全第一，预防为主，综合治理”的安全生产方针，依据国家法律法规，结合自身实际情况，制订了包括《安全生产责任制度》《事故应急救援预案》等制度在内的一系列安全生产相关制度，建立了较为完善的安全生产内部控制制度，截至本问询回复出具日，张家港中堂

的相关安全生产内部控制制度能够得到有效执行。

综上，张家港中堂上述违法违规行为情节轻微，未导致重大安全事故或其他严重后果，且张家港中堂已经取得主管部门的证明文件，不构成重大违法违规行为，未影响发行人通过内部控制保证经营管理合法合规目标的实现。张家港中堂的相关安全生产内部控制制度健全且能够得到有效执行。

2、相关整改措施及效果，是否存在其他未披露的行政处罚

针对上述违法违规行为，张家港中堂采取的整改措施如下：

违法违规行为	整改措施
消防设施未保持完好有效	(1) 重新安装相应的消防设施； (2) 对消防设施进行全面检查，及时检修发现的问题隐患，保持消防设施完好状态； (3) 组织相关人员培训和学习，加强消防安全意识。
擅自拆除消防设施	
未对安全设备进行经常性维护、保养和定期检测	(1) 安排专人对安全设备进行定期检测，及时进行维护、保养； (2) 组织相关人员培训和学习，加强安全生产意识。
单位食堂未严格清洗消毒供顾客使用的餐具	(1) 购买新的消毒柜，安排专人负责每天对餐具进行消毒； (2) 对食堂工作人员进行卫生安全培训，加强食品安全意识； (3) 制定《公司员工食堂安全管理制度》，加强食堂规范化管理。

经上述规范整改后，截至本问询回复出具日，张家港中堂未再因相同或类似问题而受到相关政府主管部门的行政处罚。报告期内，张家港中堂不存在其他未披露的行政处罚。

五、补充说明目前新冠疫情持续蔓延对发行人主营业务开展、境外子公司生产经营的具体影响及应对措施；近期贸易政策、国际舆论环境是否发生重大不利变化，如有，则进行风险提示。

一、目前新冠疫情持续蔓延对发行人主营业务开展、境外子公司生产经营的具体影响及应对措施；

1、新冠疫情对发行人的报告期内生产经营影响较小

(1) 新冠疫情对发行人收入等财务状况的影响

2020 年，发行人原有的家纺、服饰和面料等业务的收入相比 2019 年度小幅下降 4.72%，新冠疫情对发行人原有业务的影响较小。

2020 年新冠疫情爆发之后，公司发挥供应链管理和既有的全球销售渠道的

优势，拓展了以口罩和手套为主的医护类产品出口业务，实现了 74,009.18 万元的新增收入，增加了公司利润。

(2) 2020 年疫情对发行人及生产工厂的影响

发行人国内的自有工厂及主要合作工厂均处于长三角地区，员工也多数来自于长三角附近区域，生产活动受新冠疫情影响较小。国外的自有工厂柬埔寨公司仍处于生产磨合阶段，收入、利润规模均较小，2020 年未受疫情影响停工。

2020 年下半年，国内疫情得到有效控制，各个生产工厂均恢复到正常的产能水平，新冠疫情并未影响发行人订单的履行。

2、新冠疫情对发行人 2021 年生产经营影响情况

截至 2021 年 3 月底，公司已履行及在手的家纺、服饰和面料订单为 72,674.67 万元，订单金额高于 2020 和 2019 年同期。2021 年至今，发行人的境内生产工厂及主要合作工厂所处的长三角地区疫情控制良好，生产均正常，新冠疫情未影响发行人订单的履行。充足的订单为发行人 2021 年业绩提供了支撑，预计发行人的家纺、服饰和面料等业务将平稳增长。

截至 2021 年 3 月底，发行人医护类产品在手订单为 13,723.06 万元，金额远低于 2020 年的医护类产品收入 7.4 亿元。当新冠疫情在全球范围内得到有效控制后，公司医护类产品的销售规模可能逐步下降。公司已在招股说明书“重大事项提示”向投资者做了特别风险提示。

此外，新冠疫情导致柬埔寨公司于 4 月中旬至 5 月中旬停工 1 个月，截至本问询回复出具日，柬埔寨公司已恢复正常生产经营，对订单交付的影响较小。具体情况见下列分析。

3、新冠疫情对发行人境外子公司生产经营的具体影响及应对措施

截至本问询回复出具日，发行人境外子公司有美国公司、香港公司、柬埔寨公司、荷兰公司、南非公司和英国公司。

荷兰公司、南非公司和英国公司尚未实际开展业务。

美国公司和香港公司均为贸易型公司，主要负责营销推广及销售工作。在疫情期间，其主要通过电话和视频等远程会议形式与客户沟通产品需求和方案，受疫情的影响较小。

柬埔寨公司为发行人在东南亚的生产工厂。受新冠疫情影响，柬埔寨公司于2021年4月中旬停工，并于5月中旬复工，停工约1个月，停工产生的具体影响及应对措施如下：

（1）疫情对柬埔寨公司生产经营的具体影响

发行人于2019年3月设立柬埔寨公司，作为公司拓展东南亚供应链的尝试。目前柬埔寨公司的收入、利润规模均较小，停工1个月对发行人的经营业绩影响较小。柬埔寨公司2020年1-5月与2021年1-5月的收入情况如下：

单位：万元

期间	收入金额
2020年1-5月	131.38
2021年1-5月	448.89

注1：柬埔寨公司2020年1-5月、2021年1-5月数据未经审计。

（2）柬埔寨公司的应对新冠疫情的措施

面对疫情，柬埔寨公司主要在以下方面采取了应对措施：

①疫情期间，积极配合当地政府的防疫工作，坚持每天对员工进入工厂进行测温，并且每天定期对生产车间进行彻底消毒，同时要求员工戴口罩；

②目前已组织员工进行新冠疫苗的接种，并且在日常工作中积极排查是否有发热等症状的员工，积极上报进行核酸检测；

③工厂购置了充足的口罩、洗手液和消毒水等防疫用品。

④对于受影响的订单，公司积极与客户沟通申请延期交付。复工之后，积极组织生产，保障订单延期后及时交付。

截至本问询回复出具日，柬埔寨公司已恢复正常生产经营。

二、近期贸易政策、国际舆论环境是否发生重大不利变化，如有，则进行风险提示。

报告期内，除美国对自我国进口的家纺、服饰类产品征收额外关税外，发行

人的主要出口国家英国、南非、加拿大及其他发行人其他出口国家和地区对我国的贸易政策稳定，不存在对发行人所处行业发展不利的贸易政策。

近期，贸易政策、国际舆论环境未发生重大不利变化。根据商务部的公开信息显示，2021年5月27日，中美全面经济对话中方牵头人刘鹤与美贸易代表戴琪通话。双方认为发展双边贸易非常重要，并就彼此关心的问题交换了意见，同意继续保持沟通。

中美贸易摩擦自2019年末中美第一阶段经贸谈判完成后，中美双方未发生进一步加征关税的行为。且美国贸易代表办公室陆续公布了部分加征关税商品的排除清单，排除清单里的商品不再加征关税，涉及少部分三问家居出口美国的产品。

请申报会计师核查并发表明确意见。

（一）核查过程

1、访谈了发行人相关业务部门负责人，对发行人报告期内的经营模式、研发创意的变动情况进行了解；获取了报告期内发行人的收入成本明细，对比分析了报告期内各业务板块的收入和利润波动情况，分析发行人业务的稳定性；

2、分析了发行人家纺、服饰等原有业务及医护类业务的收入及利润总额占比，分析了发行人的行业属性是否发生变化。结合经营模式及产品进一步分析了发行人的细分行业属性；

3、取得并对比了发行人2021年3月与2020年3月的已履行及在手订单情况，分析了各类产品的占比情况。对于订单金额增幅较大的主要客户，访谈了发行人的业务人员，了解订单金额增长的具体原因；

4、获取了发行人2021年1-3月和2020年1-3月的收入成本明细，分析了各类产品的销售价格与毛利率的波动情况，对主要客户的收入排名情况进行了分析，了解了发行人客户的稳定性；

5、通过查询上市公司公告的资料，对同行业的第一季度收入的增长情况进行了解，并与发行人进行对比；

6、网络查询了美国在疫情期间提出的新冠纾困及经济救助计划；

7、通过访谈发行人各子公司相关负责人，查阅国家企业信用信息公示系统、天眼查、企查查等网站，了解各子公司的设立背景、主营业务、资产情况、员工等信息；获取了发行人各子公司报告期内的主要财务数据，分析其变动与原因；通过访谈涉及亏损的子公司的相关负责人，了解并分析具体亏损原因；

8、查阅了张家港中堂的相关行政处罚决定书及缴款凭证、相关安全生产内控制度、营业外支出明细及相关政府部门的合规证明文件；

9、查询了国家企业信用信息公示系统（<http://www.gsxt.gov.cn>）、企查查（<https://www.qcc.com>）、信用中国（<https://www.creditchina.gov.cn>）等网站及相关政府部门官网；

10、获取了发行人报告期内各子公司的财务报表，并对相关负责人进行访谈，了解报告期内主要财务数据发生变动的原因；

11、访谈发行人主要高级管理人员、子公司负责人，向其了解南通瑞兹、浙江三问、心生实业、秦艺服饰的设立原因、经营情况、未来发展定位等，了解子公司报告期内亏损的情况和亏损原因；

12、取得了张家港中堂关于安全生产相关措施的说明，并对相关负责人进行了访谈，了解行政处罚发生的背景、采取的补救措施等；

13、对发行人财务总监进行访谈，结合 2020 年财务报表和 2021 年 3 月底的在手订单情况，了解发行人及境外子公司疫情前后的经营情况；

14、获取了柬埔寨公司 2021 年 5 月和 2020 年 5 月的财务报表，对比了收入的变动情况；了解柬埔寨公司停工的具体影响；

15、网络查询了相关国家的对中国的贸易政策情况。

（二）核查结论

经核查，申报会计师认为：

1、报告期内，发行人拓展了以口罩和手套为主的医护类产品出口业务，医护类业务预计将随着新冠疫情的缓和而逐步下降，家纺、服饰和面料等业务仍是

发行人营业收入和利润的主要来源，发行人的原创设计能力和供应链管理能力和不存在重大变化，发行人的主营业务和经营模式未发生重大变化；医护类业务大幅增长未改变公司的行业分类属性，公司的业务重点仍将在家纺、服饰和面料等原有业务；发行人的核心竞争力仍然是原创设计能力及供应链管理能力和。

2、发行人 2021 年 3 月底的已履行及在手订单相比 2020 年 3 月底增长具有合理的原因；2021 年 1-3 月，发行人的产品构成、定价、主要客户、毛利率与 2020 年同期相比未发生重大变化；发行人的 2021 年订单增长情况与同行业可比公司的趋势一致；未来，随着新冠疫情的缓和，发行人的家纺、服饰和面料业务可能回归至平稳增长的正常水平，若疫情持续，也可能对发行人的业务增速有所促进。

3、子公司报告期内的财务数据变动具有合理性；张家港中堂 2020 年因口罩业务导致亏损；心生实业 2019 年和 2020 年因销售规模较小导致亏损；浙江三问系为实施募投项目设立的公司，报告期内无业务经营，因土地使用权摊销导致亏损；秦艺服饰因中式定制服饰销售规模较小，而人工成本和门店租金成本较高导致亏损；美国公司 2018 年和 2019 年主要因收入规模较小，2020 年因期末对口罩计提存货跌价准备导致亏损；荷兰公司因期末对口罩计提存货跌价准备导致亏损；柬埔寨公司因设立时间较短，产能利用率和人效较低导致亏损。各子公司的亏损具有其合理性。

4、张家港中堂上述违法违规情节轻微，未导致重大安全事故或其他严重后果，且张家港中堂已经取得主管部门的证明文件，不构成重大违法违规行为，未影响发行人通过内部控制保证经营管理合法合规目标的实现；张家港中堂的相关安全生产内部控制制度健全且能够得到有效执行；张家港中堂已积极采取整改措施，未再因相同或类似问题而受到相关政府主管部门的行政处罚，报告期内，张家港中堂不存在其他未披露的行政处罚。

5、新冠疫情对发行人报告期内生产经营影响较小，预计未来原有的业务会平稳增长、医护类产品销售规模会逐步下降；疫情期间，2021 年柬埔寨公司因疫情停工 1 个月，柬埔寨公司采取了积极的应对措施，目前已恢复正常生产经营，

对生产经营影响较小；近期，贸易政策、国际舆论环境未发生对发行人而言的重大不利变化。

问题 3. 关于业务模式

审核问询回复显示：（1）发行人是以原创设计为核心竞争力的服务型贸易商，为全球中大型零售商和中高端品牌商提供特色家用纺织品、家居服饰和特色面料产品。根据中国证监会《上市公司行业分类指引（2012 年修订）》，发行人所属行业为批发业（分类代码：F51）。同行业可比公司选取了苏美达、棒杰股份、健盛集团和万代服装；（2）发行人已拥有 150 多家长期合作的工厂，自有工厂也统一纳入合格供应商库进行管理；（3）发行人开拓了全球中大型零售商和中高端品牌商客户 190 多家，与 Target、Matalan、Nordstrom、Barefoot Dreams、Vera Bradley 等欧美中大型零售商和中高端品牌商客户建立了较稳定的合作关系。

请发行人：（1）结合苏美达、棒杰股份、健盛集团和万代服装等公司行业分类、经营模式、自有工厂生产、贸易批发情况等，补充说明同行业公司选取是否恰当，毛利率、期间费用率、偿债指标、资产周转指标等关键财务指标对比及差异解释是否恰当；研发强度低于同行业公司的原因及合理性；同行业公司是否属于创业板负面清单企业，如是，说明发行人是否属于创业板负面清单企业及理由、依据；与同行业可比公司在经营情况、市场地位、研发能力、核心竞争力等方面的比较情况，量化分析相关竞争优势；（2）举例说明具体业务开展过程，包括订单获取、设计、打样、价格谈判、供应商选取、生产、运输、结算等环节；（3）补充说明合格供应商库的准入条件、工厂数量、主要产品；发行人挑选打样工厂和生产工厂的具体标准；与客户、外协厂商关于产品质量责任的合同约定情况；（4）补充披露报告期内家纺、服饰和面料在主要客户同类产品占比情况，是否系主要客户同类产品的唯一供应商，所有产品是否均使用客户的品牌，是否对主要客户构成重大依赖；主要客户选取供应商的具体标准，主要客户的其他相似品类商品供应商情况，竞争对手与发行人之间是否存在较强替代性；结合合同条款分析同主要客户交易的可持续性；结合报告期内对主要客户销售变动情况和前十大客户变动情况，分析客户稳定性，是否存在主要客户流失风险；（5）补充说明生产经营中是否存在商业贿赂或者变相商业贿赂的情形。请保荐人、发行人律师和申报会计师核查并发表明确意见。

【回复】

一、结合苏美达、棒杰股份、健盛集团和万代服装等公司行业分类、经营模式、自有工厂生产、贸易批发情况等，补充说明同行业公司选取是否恰当，毛利率、期间费用率、偿债指标、资产周转指标等关键财务指标对比及差异解释是否恰当；研发强度低于同行业公司的原因及合理性；同行业公司是否属于创业板负面清单企业，如是，说明发行人是否属于创业板负面清单企业及理由、依据；与同行业可比公司在经营情况、市场地位、研发能力、核心竞争力等方面的比较情况，量化分析相关竞争优劣势；

1、结合苏美达、棒杰股份、健盛集团和万代服装等公司行业分类、经营模式、自有工厂生产、贸易批发情况等，补充说明同行业公司选取是否恰当，毛利率、期间费用率、偿债指标、资产周转指标等关键财务指标对比及差异解释是否恰当；

（1）发行人与可比公司行业分类

1）发行人的行业分类

发行人实际控制人王耀民于 2002 年 11 月设立三问投资经营国际贸易业务，此前，王耀民供职于安徽省服装进出口公司。三问投资自设立起，即定位为家纺、服饰产品的研发设计、销售和供应链管理业务，专注于产品的原创设计、客户的开发与维护和供应链管理等附加值更高的环节，充分利用长三角地区成熟丰富的纺织服装加工资源完成生产。

此后，随着公司业务规模的扩大，为了完善产品完全外采的一些不足，满足保密打样、精益做工和弹性产能供给的需求，公司相继成立了自有工厂，保有小部分的自有产能，而整体依然为外采为主。报告期内，公司外采对应的销售数量占比分别为 85.90%、85.39%和 85.43%，发行人为前十大家纺、服饰类客户提供的原创设计产品收入占对该客户家纺、服饰类产品总收入的比例分别为 81.65%、76.95%和 74.77%，一直坚持服务型贸易商的定位。

综上，根据中国证监会《上市公司行业分类指引》（2012 年修订），公司所属行业为批发业（分类代码：F51），细分行业为纺织、服装及家庭用品批发（分类代码：F513）。

2) 可比公司的行业分类

同行业公司由于各自创始人背景、历史沿革和竞争优势的差异，在提供同样产品的情况下，公司的定位和发展策略会有所不同：有可能为服务型贸易商，侧重原创设计和供应链管理；有可能为生产型企业，侧重产能供给和精益设备；也可能在发展过程中逐步转型，从自产到委外，逐渐专注于附加值更高的业务环节。

由于上述公司发展策略和发展阶段的差异，公司选取的销售同类产品的可比公司，其各自的行业定位也有所差异：棒杰股份、健盛集团以自产为主，万代服装以外协生产为主，上述可比公司所属行业分类为纺织服装、服饰业（C18）；苏美达主要经营大宗贸易业务，也自产服装出口，行业分类为批发和零售业（F类）。上述公司与发行人以外采为主的业务模式均不相同。

（2）发行人可比公司选取原则

公司的定位、发展策略和发展阶段的差异，不影响同一层次客户对同类产品统一的评价标准，向同一层次客户提供同类产品的公司面临同样的竞争。因此，发行人可比公司的选择标准主要考虑的是提供的产品和面向的客户的相似性：产品为家纺或服饰，以外销为主、最好客户层次较为接近，注重研发设计等增值环节。

发行人与选取的可比公司的相关情况如下：

公司名称	所属证监会行业	主营业务	主要模式	自产/外购/外协情况	与发行人的重合度
苏美达 600710. SH	F 类， 批 发 和 零售业	苏美达纺织服饰板块，一直专业专注于家用纺织品和家居用品领域。致力于为向全球客户提供设计、定制、生产、物流等系统化解决方案。	设计打样方面，公司围绕主流市场客户需求，以纺织服装技术研发中心为依托，持续创新产品与服务。公司拥有营销团队和资深的技术、设计力量、专业化规模化的生产制造能力以及包括中国中西部和东南亚国家在内的全球供应商网络。	纺织服装主要为自产	①纺织服装均以外销为主； ②与发行人的客户有一定重合； ③均为客户提供研发设计。
棒杰股份 002634. SZ	C18，纺 织服装、 服饰业	公司以ODM/OEM模式主要为国外大型零售商、采购商和品牌商提供无缝服装开发设计和生产制造服务。	公司根据客户的要求或样品对款式、功能、面料的组织结构、原材料的选用等方面进行全部或部分设计并打样，或者直接根据样品打样交客户确认，然后形成生产工艺单，以此作为生产标准及报价基础。按照订单需求及时排期组织生产、检验并交货，并由品质管理人员和跟单	主要为自产	①均以外销为主； ②与发行人的客户有一定重合； ③均为客

公司名称	所属证监会行业	主营业务	主要模式	自产/外购/外协情况	与发行人的重合度
			人员及时跟踪反馈，保障产品质量、交期，不断提高公司的综合生产能力。		户提供研发设计。
健盛集团 603558.SH	C18, 纺织服装、服饰业	公司专注于无缝服装的设计、研发、生产和营销。公司通过 ODM、OEM 的方式为世界品牌商和零售商自有品牌提供专业服务。	公司成立创意研发中心，聘请了韩国设计团队。公司下设的设计研发中心自主设计或根据客户要求设计相关样式。设计完成后进行样品试制，由客户选定试制样品，进而进行大批量生产。 在保证品质的前提下，公司通过生产、研发、采购等服务，为客户提供稳定的品质、准确的交货期和合理的产品价格，成为集生产能力和服务能力为一体的服务制造商。	主要为自产	① 均以外销为主； ② 均为客户提供研发设计。
万代服装	C18, 纺织服装、服饰业	公司主要从事梭织服装生产及销售业务，涵盖了服装面料开发、设计开发、订单服务、原料采购、质量管控、生产成品、物流运输、清关配送等服装供应链管理各环节。	公司以专业化的设计和业务团队为基础，为客户提供从服装设计、面辅料的开发及定购、生产加工和物流管理等一站式服务。公司业务专注于设计研发和对原材料供应商及外协加工厂的甄选和合作。 与服装品牌商共同完成款式设计→自主样品研发→自主原材料采购→生产加工（自制生产和委托加工生产相结合）→报关出口或国内销售。	主要为外协	① 均以外销为主； ② 自产比例较低，以外采或外协为主； ③ 均为客户提供研发设计。
发行人	F 51, 批发业	公司以原创设计为核心竞争力，作为服务型贸易商，为全球中大型零售商和中高端品牌商提供特色家用纺织品、家居服饰和特色面料产品。	公司将主要资源投入产业链中附加值较高的原创设计和供应链管理环节。公司建立了一支紧贴市场需求、时尚敏感度高、国际化和多元化兼具的研发设计团队，主要承担包括市场洞察、趋势发布、产品企划、研发设计、打样报价和营销方案的制定。 公司以向外部工厂定制采购为主，同时保有小部分自主产能作为样板工厂。公司会根据客户需求为其选择最优的供应链方案完成从打样到订单执行、产品交付全流程服务。	主要为外采	-

注：资料来源于公开披露的年报或招股说明书。

可见，发行人与选取的同行业可比公司存在一定的重合度，同行业公司的选取恰当。

此外，近期创业板过会的日禾戎美股份有限公司（以下简称“日禾戎美”），主要从事服装的企划设计、供应链管理和线上销售业务，其采取外协生产为主、自主生产为辅的生产模式。该生产模式保证了日禾戎美将主要资源投入到企划设计、线上门店运营、供应链管理等核心环节。根据中国证监会《上市公司行业分类指引》（2012 年修订），公司所属行业为零售业（分类代码：F52）。日禾戎美注重产品的研发设计与供应链管理的业务模式与发行人较为接近，其主要为线上零售，面向终端个人消费者，因此分类为 F 批发和零售业中的零售业（F52）；

而发行人的主要客户为国外的零售商和品牌商，因此分类为 F 批发和零售业中的批发业（F51）较为合理。

（3）发行人与可比公司财务指标的差异及解释

发行人以提供的产品和面向的客户的相似性为标准选择可比公司，根据该标准选出的上市公司，与发行人在发展策略和业务模式上均有所差异，因此，公司与所选取的同行业可比公司在毛利率、期间费用率、偿债指标、资产周转指标等关键财务指标存在差异。具体差异及解释如下：

1) 毛利率对比情况

报告期内，发行人与同行业可比公司的主营业务毛利率比较情况如下：

证券代码	证券简称	2020 年度	2019 年度	2018 年度
600710	苏美达	19.29%	21.55%	21.11%
002634	棒杰股份	28.31%	25.16%	26.08%
603558	健盛集团	19.95%	29.19%	28.03%
/	万代服装	未披露	17.84%	17.39%
行业平均		22.52%	23.44%	23.15%
三问家居		18.63%	22.46%	21.04%
三问家居 (剔除 Primark 后)		18.63%	22.41%	22.38%

注：1、上述数据来源于公开披露的年报或招股说明书。截至本问询回复出具日，万代服装尚未披露 2020 年年报；2、苏美达经营品类较多，为保持可比性，上表仅选取苏美达纺织服装板块毛利率作为可比公司毛利率。

报告期内，发行人与可比公司的毛利率差异，主要受客户构成、自有工厂生产或贸易批发、外销比例不同涉及的美元兑人民币汇率波动等因素影响。

2018 年和 2019 年，公司的主营业务毛利率略高于苏美达，主要因为发行人的客户定位相对较高，因此毛利率略高。

公司的主营业务毛利率低于棒杰股份，除产品品类区别外，主要因为棒杰股份以自产为主，而公司以外采为主，合作工厂留存部分毛利使得公司的毛利率低于棒杰股份。

公司的主营业务毛利率低于健盛集团，除产品品类区别外，一方面，健盛集团于 2013 年开始在海外布局生产基地，目前已在越南规划建设了三大生产基地，

东南亚的生产成本相对较低，从而使得产品的毛利率较高；另一方面，健盛集团的客户主要是 Puma, Decathlon, Under Armour, Bonds, Nike, Adidas 等，客户的品牌知名度更高，品牌溢价较大，相应愿意留给供应商的毛利率也较高。

公司的主营业务毛利率高于万代服装，除产品品类区别外，主要是产品和客户定位的差别。公司产品主要面向国外的中大型零售商和中高端品牌商，客户的定位相对较高。万代服装的主要客户为 Uniqlo, Zara, Esprit 和美邦服饰等，主打高性价比的平价产品，相应愿意留给供应商的毛利率也较低。

综上，报告期内，发行人毛利率与同行业可比公司存在差异具有合理解释，发行人的毛利率变动符合行业变动趋势。

2) 期间费用率对比情况

报告期内，发行人与可比公司的期间费用率对比情况如下：

证券代码	证券简称	2020 年度	2019 年度	2018 年度
期间费用/营业收入				
600710	苏美达	3.14%	3.97%	3.64%
002634	棒杰股份	16.18%	14.17%	19.73%
603558	健盛集团	17.46%	14.62%	14.08%
/	万代服装	N/A	10.84%	9.30%
算术平均值		12.26%	10.90%	11.69%
三问家居		9.66%	13.08%	12.04%
其中：销售费用/营业收入				
600710	苏美达	1.50%	1.88%	1.68%
002634	棒杰股份	3.10%	3.83%	4.77%
603558	健盛集团	3.15%	3.12%	4.04%
/	万代服装	N/A	6.96%	6.26%
算术平均值		2.58%	3.95%	4.19%
三问家居		4.59%	9.06%	9.85%
其中：管理费用/营业收入				
600710	苏美达	0.83%	1.10%	1.09%
002634	棒杰股份	8.33%	7.34%	10.71%
603558	健盛集团	9.78%	8.51%	7.19%
/	万代服装	N/A	3.20%	2.91%

证券代码	证券简称	2020 年度	2019 年度	2018 年度
算术平均值		6.31%	5.04%	5.48%
三问家居		2.56%	3.65%	2.65%
其中：研发费用/营业收入				
600710	苏美达	0.37%	0.37%	0.35%
002634	棒杰股份	3.08%	2.88%	3.38%
603558	健盛集团	2.91%	2.83%	2.57%
/	万代服装	N/A	0.73%	0.66%
算术平均值		2.12%	1.70%	1.74%
三问家居		0.21%	0.20%	0.06%
其中：财务费用/营业收入				
600710	苏美达	0.44%	0.61%	0.52%
002634	棒杰股份	1.67%	0.12%	0.88%
603558	健盛集团	1.62%	0.16%	0.28%
/	万代服装	N/A	-0.05%	-0.53%
算术平均值		1.24%	0.21%	0.29%
三问家居		2.30%	0.17%	-0.52%

注：数据来源于公开披露的年报或招股说明书。截至本问询回复出具日，万代服装尚未披露 2020 年年报。苏美达除纺织服饰业务外，还经营机电等大宗贸易业务，上述数据采用其合并财务报表数据计算。

报告期内，发行人的期间费用率与棒杰股份和健盛集团较为接近，略高于万代服装。苏美达由于销售规模较大，相应的期间费用率较发行人低。期间费用主要由销售费用、管理费用和研发费用组成，具体的费用率对比如下。

①销售费用率对比情况

发行人的销售费用率相对高于同行业可比公司，其中差异较大的是职工工资及福利费、港杂费及运杂费。以 2019 年尚未实行新收入准则时的销售费用率为例，发行人与同行业公司的对比情况具体如下：

项目	三问家居	苏美达	棒杰股份	健盛集团	万代服装
销售费用/营业收入占比	9.06%	1.88%	3.83%	3.12%	6.96%
其中：职工工资及福利费占比	3.76%	0.83%	1.89%	0.71%	3.82%
港杂费+运杂费占比	2.78%	0.43%	0.97%	1.19%	0.97%

注：苏美达除纺织服饰业务外，还经营机电等大宗贸易业务，上述数据采用其合并财务报表数据计算。

A、销售费用中职工工资及福利费占营业收入的比例

发行人作为以原创设计为核心竞争力的服务型贸易商，家纺、服饰设计人员的工作主要围绕获取客户的订单展开，因此销售费用中职工薪酬还包括了设计人员的工资薪金和福利。

同行业可比公司的年报或招股说明书未进一步披露销售费用中职工薪酬的构成人员明细。考虑到同行业公司的生产模式主要为自产或外协，一般情况下，设计人员的工资薪金和福利费可能在研发费用中进行核算。

B.销售费用中港杂费和运杂费占营业收入的比例

发行人销售费用中的运杂费和港杂费占营业收入的比例高于同行业可比公司，主要因为发行人外销部分采用 DDP 贸易条款。报告期内，该贸易条款下的收入占外销总收入的比例分别为 6.41%、6.77%和 21.13%，发行人在该贸易条款下需要承担海运、清关和运杂费等费用。而根据同行业可比公司的年报或者招股说明书中披露的内容，可比公司不涉及 DDP 贸易条款，因而未发生相关的费用。

②管理费用率对比情况

报告期内，发行人管理费用率低于同行业可比公司平均水平。苏美达的管理费用率低于发行人，主要是其营业收入规模较大；棒杰股份的管理费用率高于发行人，主要是其营业收入规模较小，相应的导致管理类人员的工资薪金和办公楼的折旧摊销费用等占收入的比例较高；健盛集团的管理费用率高于发行人，主要是其管理类人员的工资薪金和办公楼的折旧摊销费用等占收入的比例较高；万代服装的管理费用率与发行人接近，因为万代服装与发行人的收入规模均为 10 亿元左右，自产的比例均较低，主要采用外协或外采的生产模式。

③研发费用率对比情况

发行人与同行业可比公司的研发费用率的对比情况，详见本问题之“2、研发强度低于同行业公司的原因及合理性；”的详细说明。

3) 偿债指标

各报告期末，公司的流动比率、速动比率、资产负债率与同行业可比公司的对比如下：

证券代码	证券简称	2020/12/31	2019/12/31	2018/12/31
流动比率				
600710	苏美达	1.05	0.88	1.00
002634	棒杰股份	1.44	1.33	1.38
603558	健盛集团	1.81	1.67	1.82
/	万代服装	未披露	2.83	2.20
行业平均		1.43	1.68	1.60
三问家居		1.53	1.70	1.48
速动比率				
600710	苏美达	0.80	0.76	0.87
002634	棒杰股份	1.11	1.05	1.04
603558	健盛集团	1.23	1.03	1.21
/	万代服装	未披露	2.37	1.86
行业平均		1.05	1.30	1.25
三问家居		1.37	1.59	1.37
资产负债率（合并）				
600710	苏美达	75.48%	76.11%	80.18%
002634	棒杰股份	25.39%	28.26%	29.43%
603558	健盛集团	28.44%	18.97%	20.38%
/	万代服装	未披露	30.53%	37.39%
行业平均		43.10%	38.47%	41.85%
三问家居		53.42%	43.61%	52.26%

注：上述数据来源于公开披露的年报或招股说明书。截至本问询回复出具日，万代服装尚未披露 2020 年年报。苏美达除纺织服饰业务外，还经营机电等大宗贸易业务，上述数据采用其合并财务报表数据计算。

公司与同行业可比公司的偿债能力差异对比情况如下：

①流动比率、速动比率分析

报告期内，公司的流动比率与同行业公司平均值较为接近，主要是发行人与可比公司均为外销模式为主，产品也均涉及纺织服饰，产业链也较为相似。因此流动比例较为接近。

报告期内，公司的速动比率整体上高于苏美达、棒杰股份和健盛集团，主要因为公司的生产模式以外采为主，存货持有水平较低。由于生产模式的差异，相

比上述可比公司, 公司具有速动比率较高的特点。同时, 以外协为主的万代服装, 同样拥有较高的速动比率。

②资产负债率分析

公司的资产负债率略高于棒杰股份和健盛集团, 主要因为公司的生产模式以外采为主, 固定资产等规模较小, 且为非上市公司, 主要通过负债融资, 资产负债率较高。类似的, 以外协为主的万代服装的资产负债率亦高于棒杰股份和健盛集团。

公司的资产负债率低于苏美达, 主要由于苏美达从事的大宗商品贸易业务等均均为资金密集型产业, 其收入实现需要大量的资金支持, 从而导致其整体资产负债率较高。

4) 资产周转指标

报告期内, 公司应收账款周转率和存货周转率与同行业可比公司的对比情况如下:

证券代码	证券简称	2020 年度	2019 年度	2018 年度
应收账款周转率				
600710	苏美达	12.54	10.46	10.57
002634	棒杰股份	6.11	7.61	8.04
603558	健盛集团	4.79	5.63	5.48
/	万代服装	未披露	4.20	4.83
行业平均		7.81	6.97	7.23
三问家居		9.78	6.89	6.73
存货周转率				
600710	苏美达	15.10	18.89	18.68
002634	棒杰股份	5.98	4.69	3.33
603558	健盛集团	2.80	2.82	2.96
/	万代服装	未披露	11.11	13.16
行业平均		7.96	9.38	9.53
三问家居		21.78	27.55	26.58

注: 上述数据来源于公开披露的年报或招股说明书。截至本问询回复出具日, 万代服装尚未披露 2020 年年报。苏美达除纺织服饰业务外, 还经营机电等大宗贸易业务, 上述数据采用合并财务报表数据计算。

公司与棒杰股份、健盛集团和万代服装均以外销为主，产品也均涉及纺织服饰，产业链也较为相似，因此应收账款周转率较为接近。苏美达除纺织服饰业务外，还主要经营大宗商品贸易，应收账款周转率高于发行人。

公司的存货周转率高于同行业可比公司，系因为公司的生产模式以外采为主。公司与万代服装的产品以外采或外协为主，自产比例较低，相应的存货周转率较高；棒杰股份和健盛集团的产品以自产为主，相应的存货周转率较低；苏美达除自产纺织服饰业务外，还经营机电等大宗贸易业务，因而存货周转率也相对较高。

2、研发强度低于同行业公司的原因及合理性；

发行人的设计研发支出与同行业公司的对比情况如下（以 2020 年为例）：

单位：万元

项目	三问家居	苏美达	棒杰股份	健盛集团	万代服装 ^{注1}
研发费用	383.36	36,631.81	1,927.58	4,598.96	739.72
研发费用占营业收入比例	0.21%	0.37%	3.08%	2.91%	0.73%
设计研发费用（设计支出+研发费用）占营业收入剔除医护类）比例	1.21%^{注2}	0.37%	3.08%	2.91%	0.73%
设计研发人员数量	75 人	732 人	111 人	463 人	130 人
设计研发人员占员工总数比例	7.65%	3.10%	8.42%	5.23%	4.04%

注 1：截至本问询回复出具日，万代服装尚未披露 2020 年年报，相关数据为 2019 年度及年末数据。苏美达除纺织服饰业务外，还经营机电等大宗贸易业务，上述数据采用合并财务报表数据计算。

注 2：不同于可比公司的研发费用核算范围，三问家居研发费用主要核算的子公司亮丰新材料的面料研发支出。由于家纺、服饰业务的设计主要对接具体的客户需求，设计人员的薪酬和打样费等设计支出主要在销售费用中核算。此外，发行人 2020 年新增的医护类收入为贸易类，发行人不进行研发设计。因此，发行人将设计支出及研发费用合并作为设计研发费用，并与剔除医护类收入后的营业收入计算比例。

发行人的设计研发费用支出占营业收入的比例高于苏美达及万代服装，低于棒杰股份和健盛集团。

发行人与棒杰股份和健盛集团的设计研发费用支出结构对比如下（以 2020 年为例）：

发行人		棒杰股份		健盛集团	
项目	占营业收入的比例 ^注	项目	占营业收入的比例	项目	占营业收入的比例

发行人		棒杰股份		健盛集团	
项目	占营业收入的比例 ^注	项目	占营业收入的比例	项目	占营业收入的比例
设计研发费占比	1.21%	设计研发费	3.08%	设计研发费	2.91%
其中： 职工工资及福利费占比	0.96%	其中： 职工薪酬	1.52%	其中： 职工薪酬	2.03%
打样费占比	0.18%	材料	1.01%	材料	0.54%

注：计算营业收入占比时已剔除医护类产品收入。

发行人的设计研发费用支出占比低于棒杰股份和健盛集团的原因，主要包括职工薪酬占比的差异和材料费占比的差异。具体原因如下：

（1）发行人已建立高效的研发体系可提高研发效率

发行人自成立之初即将原创设计作为努力构建的核心竞争力，在多年发展中注重提炼和制度化研发设计体系和流程，目前已建立了自己独特的模块化和矩阵式的高效设计流程和数字化的研发设计管理模式，为研发设计活动搭建了标准化的底层基础。具体研发设计人员在该设计流程和设计管理模式，可高效完成产品设计工作，具备较高的研发设计效率，从而相应节约了设计人员成本。

（2）发行人以产品外采为主，生产环节的打样费用由合作工厂承担

发行人专注于产品的原创设计，产品以外采为主。因此，发行人仅承担设计打样阶段的支出，且发行人的产品主要采用绒类和纱线面料，单位价值较低；生产阶段的打样支出，部分由合作工厂承担，对方在产品售价中会包含打样费用。因此，发行人研发支出中的材料费占比较低。

综上，发行人的设计研发投入与同行业公司相比，具有合理性。

另外，从人员数量占比看，2020 年末，发行人的家纺、服饰的设计人员和面料的研发人员占总人数的比例为 7.65%，与可比公司相比未呈现出明显优势，主要是因为柬埔寨公司新增员工较多，且柬埔寨公司未形成产能支撑以供三问家居开拓更多客户从而提供更多产品设计的完整循环，暂时拉低了研发人员占比，扣除柬埔寨公司新增员工的影响，发行人的研发人员占比为 10.74%，处于较高的水平。

3、同行业公司是否属于创业板负面清单企业，如是，说明发行人是否属于

创业板负面清单企业及理由、依据；

发行人与同行业可比公司所属证监会的行业分类及与申报创业板的行业负面清单对比情况如下：

项目	所属证监会行业	申报创业板行业负面清单	是否属于负面清单
苏美达	F 类，批发和零售业	(一) 农林牧渔业；(二) 采矿业；(三) 酒、饮料和精制茶制造业；(四) 纺织业；(五) 黑色金属冶炼和压延加工业；(六) 电力、热力、燃气及水生产和供应业；(七) 建筑业；(八) 交通运输、仓储和邮政业；(九) 住宿和餐饮业；(十) 金融业；(十一) 房地产业；(十二) 居民服务、修理和其他服务业。	否
棒杰股份	C18，纺织服装、服饰业		否
健盛集团	C18，纺织服装、服饰业		否
万代服装	C18，纺织服装、服饰业		否
三问家居	F51，批发业		否

发行人的同行业公司所属证监会行业为批发和零售业，纺织服装、服饰业，均不属于创业板负面清单企业。

发行人所属证监会行业为批发业，亦不属于负面清单企业，具体理由请参见本题第一问的详细说明。

4、与同行业可比公司在经营情况、市场地位、研发能力、核心竞争力等方面的比较情况，量化分析相关竞争优势；

发行人所提供的家纺、服饰产品，全球市场空间巨大，细分品类较多，各公司凭借差异化的竞争优势赢取差异化的客户，市场充分竞争。发行人与可比公司在经营情况、市场地位、研发能力和核心竞争力方面的量化比较情况如下：

公司名称	经营情况	市场地位	研发能力	核心竞争力
苏美达 600710.SH	1、纺织服装业务营业收入 96.94 亿元，利润总额 6.01 亿元 ^注 ； 2、净资产 109.75 亿元。	全国家纺织服装出口企业百强排行榜前 20 强（来源：苏美达官网）	①截至 2020 年 12 月底，拥有研发设计人员 732 人，占员工数量 3.10%。 ②截至 2020 年 6 月底，累计获得授权专利 540 项，其中发明专利 95 项。	基于长期从事贸易业务对行业和客户理解，苏美达集团在客户的需求基础上，相应进行相关产品的研发、生产和制造，之后利用自身贸易业务的优势和客户基础，完成相关产品的销售。
棒杰股份 002634.SZ	1、营业收入 6.26 亿元、归母净利润 0.62 亿元； 2、净资产 7.60 亿元。	中国服饰上市企业成长能力排行榜第 23 位（来源：数说商业截至 2019）	截至 2020 年 12 月底： ①拥有研发设计人员 111 人，占员工数量 8.42%。 ②拥有 24 项专利。	业务核心竞争力主要表现在以下方面：①技术及资质优势；②生产规模和能力优势；③营销渠道优势；④信息化管理优势；⑤品牌优势

公司名称	经营情况	市场地位	研发能力	核心竞争力
健盛集团 603558.S H	1、营业收入 15.82 亿元、 归母净利润 -5.28 亿元； 2、净资产 23.85 亿元。	中国服饰上市 企业成长能力 排行榜第 4 位 (来源：数说 商业，截至 2019)	截至 2020 年 12 月底： ①拥有研发设计人员 463 人，占员工数量 5.23%； ②拥有 91 项专利，其 中 20 个发明专利、71 个实用新型专利。	业务核心竞争力主要表现在 以下方面：①生产制造优势； ②完整的上下游产业链；③全 球化生产基地布局；④丰富的 产业结构；⑤技术及资质优 势；⑥市场优势。 其中，低成本、高品质、短交 期是健盛集团的最大的核心 竞争力。
万代服装	1、营业收入 10.18 亿元、 归母净利润 0.50 亿元； 2、净资产 4.28 亿元。	2019 年大连市 服装纺织“三 品”战略成果 奖之“优质制 造企业”(来 源：大连市服 装纺织协会)	截至 2019 年 12 月底： ①拥有研发设计、技术 人员 130 人，占员工数 量 4.04%。	公司业务专注于设计研发和 对原材料供应商及外协加工 厂的甄选和合作，在确保产 品质量的基础上不断优化供 应链管理水平。
发行人	1、营业收入 17.91 亿 元 (除医护外， 收入为 10.51 亿)、归母净 利润 1.13 亿 元； 2、净资产 4.07 亿元。	2020 年度浦东 国际商会、浦 东外贸协会会 员企业进出口 百强第 11 位 (《浦东国际 经贸》总第 137 期)	截至 2020 年 12 月底： ①拥有设计研发人员 75 人，占员工数量 7.65%； ②拥有 7 个国家发明 专利、23 个应用新型 专利。	①原创设计能力是公司与客户 合作的基础及核心优势； ②供应链管理能力和产品落地 设计理念和产品价值交付的 可靠保障； ③优质客户资源优势； ④产品结构优势。

注：上述数据来源于公开披露的年报、公司官网或招股说明书。苏美达经营多种产品，仅能获取纺织服饰产品的利润总额。截至本问询回复出具日，万代服装尚未披露 2020 年年报，采用其 2019 年的数据。

通过对比可以看出，发行人相比同行业公司具有的优劣势如下：

1、优势方面

1) 相比同行业公司，发行人拥有成熟的供应商库和对供应商的质量管理体系，可以充分利用长三角地区成熟丰富的纺织服装加工资源，较快的扩大业务规模，产能方面没有瓶颈限制；

2) 发行人拥有独特的研发创新策略和完备的研发设计体系，通过模块化和矩阵式的高效设计流程和数字化的研发设计管理。以研发设计打造了成熟、规范及标准化的底层基础。发行人的家纺、服饰的设计人员和面料的研发人员占总人数的比例为 7.65%，处于同行业公司中较高的水平。发行人在研发设计过程中，依靠其完备的研发设计体系为客户高效的进行产品研发设计和打样；

3) 发行人客户遍及美国、英国、瑞典、澳大利亚、南非、日本、韩国等 30

多个国家和地区，为 Target, Matalan, Nordstrom, Barefoot Dreams, Vera Bradley 等全球超过 190 家中大型零售商和中高端品牌商客户提供相关产品。这些优质客户的市场竞争力强，为发行人业务的稳定发展奠定了基础；同时，优质客户对产品设计和质量要求严格，也为发行人开拓新的客户提供了便利条件。

2、劣势方面

1) 发行人的营业收入、净资产等经营规模和资金实力与同行业知名企业相比仍存在一定差距，发行人的经营规模有待进一步提升；

2) 发行人的融资渠道主要为银行贷款和商业信用融资，渠道较为单一，影响公司持续的研发设计投入和承接中高端订单的能力，可能制约公司发展。

二、举例说明具体业务开展过程，包括订单获取、设计、打样、价格谈判、供应商选取、生产、运输、结算等环节；

(1) 设计：

发行人根据客户的不同，设计环节的具体形式也会有所不同，但总体而言，发行人的设计部门会向客户提供产品的面料、花色、规格尺寸的全套成品设计方案。

发行人的部分客户拥有自身的设计团队，由于客户所销售产品可能涵盖家纺、服饰、日常生活杂货、小型家具等众多细分品类，客户的设计团队一般仅会决定当季产品的配色风格和设计主题，最终产品由其各个细分品类的供应商进行设计开发，客户的设计团队在该过程中提出修改意见。最终产品的材料、图案、配色、规格均由供应商在符合客户主题要求的前提下自主开发与设计。

Target 即属于该类客户。Target 拥有自身的设计师团队，每年会针对下一年所推出的产品进行多轮设计项目（Project Cycle），设计项目中不仅包含家纺和服饰产品，也包含其他当季生活杂货如杯子、小型家具等。Target 会与各个细分品类的供应商合作设计开发新品，发行人与之合作的产品主要为家纺和服饰产品。Target 的设计团队会提供本次目标主题的灵感图片和配色库（Color Palette），以保证开发产品均符合其指定主题和风格，灵感图片为符合客户本季设计风格的素材图片，仅作为对当季主题和设计风格的直观展示，并不会对具体产品的图案、

规格、面料进行限定，而是由发行人进行产品自主设计和开发。

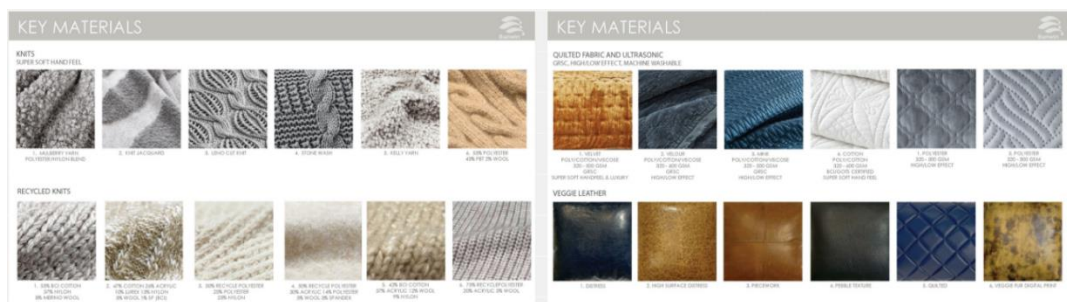
公司的设计团队一般遵循面料-花型-工艺的设计思路。设计团队会结合当季流行的面料和图案，结合自身当季趋势发布的最新产品成果，设计出与客户要求的主题和设计风格调性一致的样例产品，并以产品示例图的形式提供给客户。示例图中一般同时包含推荐售价、尺寸规格、材质、预计重量、商品描述、商品编号等信息。客户会从所收到的样品示例中挑选出符合其要求的款型，再与发行人讨论，并针对性地进行调整和细化产品的尺寸、花型、配色、面料。

例如：Target 于 2020 年 7 月开始的 2020 年第 5 次设计项目，整体为偏稳重的复古风格，用色以古铜色、原木色为主，故设计师采用了经典针织绞花花型，以塑造稳重的复古感，纱线中加入尼龙以提供顺滑的手感，尼龙自带弹力，可使花型更加立体；设计师还推荐了采用背印工艺的人造毛皮材质，凸显出杂色的效果，提升视觉丰富度；使用了面料结合橡筋的工艺，提供较强的立体感。在该次设计项目中，公司家纺部门向 Target 提供了约 80 种面料选择，提供了近 200 款设计图稿，最终 Target 从中确定了 70 余款产品。

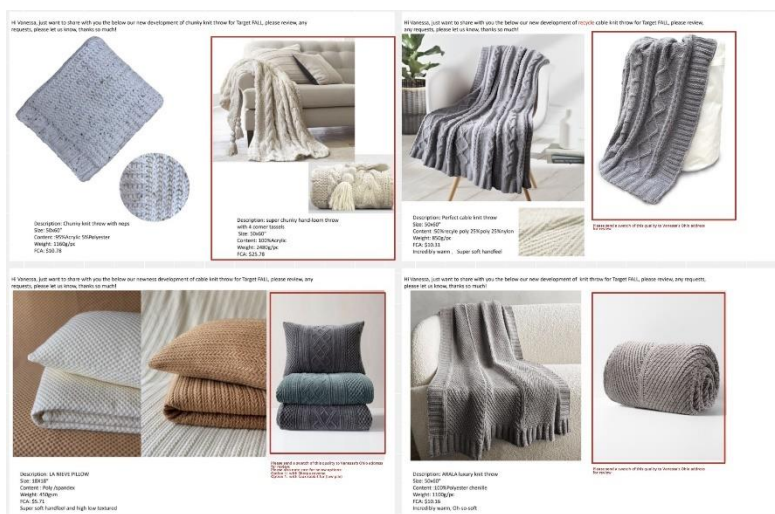
Target 提供的灵感图片示意图



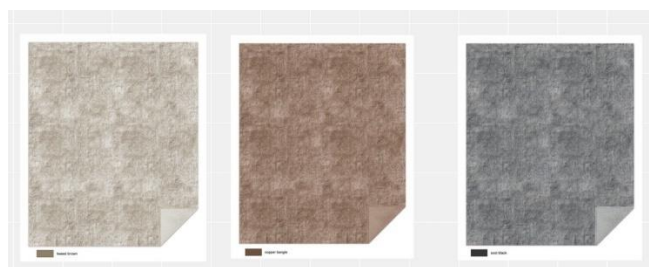
发行人提供的面料备选库示意图



发行人提供的样品图稿示意图



发行人提供的绞花杂色材质示意图



发行人提供的开发成品过程示意图



此外，有些客户并不会对当季设计主题进行具象化的限定，可能仅会提供文字的主题描述，或仅限定面料，这种情况下发行人会主导设计流程。发行人会按季发布原创设计的趋势产品。结合发布的新品，发行人会针对客户的主题向其提供趋势图册（Trend Book），客户会从中挑选产品进行开发。

Studio Retail Ltd（以下简称 Studio）即是此类客户。在设计沟通过程中，其仅会限定主题和产品品类。Studio 在其 2019 年秋冬季的设计项目中，提出了“动物纹主题秋冬家居浴袍”的设计需求。发行人设计团队针对性地向其提供了趋势图册，客户从中选择产品进行开发。示例中的产品为豹纹与斑马纹结合的创意设计，采用豹纹图案背印，斑马纹剪花，呈现出独特的视觉效果。

发行人提供的服饰设计流程图



(2) 打样：在产品的最终信息全部确定后，发行人会综合考虑各种因素后选择 2-3 家合适的打样工厂，向其发送打样单进行打样，并将样品寄送至客户处，同时该环节中还会对工厂未来的排期进行预确认。

(3) 价格谈判：发行人于打样时会从工厂处获取报价，在保持自身合理利润水平的基础上向客户进行报价，如客户不接受该价格并提出新的报价，发行人

会与工厂进行价格谈判，以保证自身的利润率水平。

(4) 订单评审：与客户完成样品确认和价格谈判及其他附加商务条件谈判后，公司会对订单进行评审，确认产品名称、规格、质量要求、数量、单价、总额、付款方式、包装要求、交货期、交货方式等订单要素，确保双方的要求或附加条件能得到满足。订单价格会根据交易的退税前换汇成本对其评估，评估通过后呈报至业务总监或分管副总审批。

(5) 客户下单：价格谈判完成后，客户会从其供应商系统中正式下单并生成订单（PO），订单中包含价格、数量、颜色、配送地址、装箱规格要求、产品名称等信息。前述 Target 于 2020 年 7 月开始的 2020 年第 5 次设计项目，发行人家纺部门最终于 2021 年 3 月获取到 Target 的 101 个订单。

(6) 供应商工厂选取：最终供应商一般会在打样工厂中选取。投产前公司会向客户提供产前样品（Pre-Production Sample），与客户确认主辅料、色差水平均满足客户要求后，并要求最终供应商以此为标准投产。

(7) 生产：根据客户的发货窗口期（Shipping Window），公司一般提前 2 个月制定生产排期，供应商工厂按照约定排期进行生产，公司会与供应商保持紧密沟通，跟进订单，以保证工厂按时交货。公司制定了《QA 验货规定》，对供应工厂生产产品进行中检和尾检，以保证成品满足客户的质量要求，验货完成后公司供应链管理部门会向供应商开具放行单。2020 年第 5 次设计项目中的客户订单已于 2021 年 6 月开始陆续交货，尾检合格率为 100%。

(8) 运输：物流部会按照客户要求向运输公司订舱，与货代公司确认舱位后，由货代公司至供应商处提货，将货物直接运输至港口的货代公司仓库，公司提供报关信息，由货代公司完成清关并出运。发行人对 Target 销售多采用 FOB 模式，由 Target 指定的货代公司至供应商处提货。

(9) 结算：

客户结算：公司将客户需要的货物装船后会向客户发送销售发票（Invoice）、装箱单、提单。到货后客户进行货物验收，验收后客户根据发票按照约定的结算条款进行付款，销售 Invoice 上会标明商品明细、订单号、金额等信息；

供应商结算：供应商提供物流单、增值税发票、采购合同给公司业务部门，公司业务部门内部审核后送至财务部请款结算。

三、补充说明合格供应商库的准入条件、工厂数量、主要产品；发行人挑选打样工厂和生产工厂的具体标准；与客户、外协厂商关于产品质量责任的合同约定情况；

1、合格供应商库的准入条件

公司制定了业务管理制度和内部审核规定，规定首次进行合作的常规成品供应商均需通过公司的内部审核，新供应商由公司业务员发起推荐，公司会对新合作供应商进行评估，由推荐业务员填写供应商评估表，并获取供应商的营业执照及供应商自行提供的其他第三方机构验厂报告（如有）。业务员提前一个月将审核申请表提交至业务总监，申请经供应链管理部部长审批通过后，供应链管理部的审核专员会对新供应商进行现场审核，公司会结合大型国外客户的验厂流程，对工厂的生产概况、产品人员配置、质量概况、设备概况、环评资质、生产资质、劳动者权利和社保情况、安全设施情况等进行综合评估，满足公司内部审核标准后方可进入合格供应商库。

另外，部分海外客户有其自身的质量控制规定和验厂要求，如客户具有验厂要求的，供应商需另外通过客户的验厂程序后方可向该客户供货，公司会向供应商提供必要的验厂辅导，帮助供应商整改以达到客户验厂标准。

对于某些特殊品类产品的采购，如野餐垫等，由于其生产模式和流程均不同于常规的家纺和服饰产品，不适用常规的验厂流程，按照业务总监一事一议进行特殊报批，通过其销售规模、客户群情况、近年来诉讼情况、产品质量等综合评价，审批通过后进入合格供应商库。

对于医护类产品供应商，由于医护产品本身属于标准化产品，公司会审核其医疗器械生产许可证、医疗器械注册证、医疗器械生产产品登记表、医护用品第三方检测报告等，对其生产资质进行审核，审核通过后进入合格供应商库。

2、合格供应商库的工厂数量、主要产品

发行人合格供应商库中的供应商可包括成品供应商和医护用品供应商。截至

2020 年 12 月 31 日，发行人合格供应商数量如下^{注 1}：

供应商类别	家数
成品供应商	166
医护用品供应商	52
合计	218

注：含发行人的自有工厂。

3、发行人挑选打样工厂和生产工厂的具体标准

在选择打样工厂和供应工厂时，发行人会在符合要求的供应商中进行选择；选择时会综合考虑如下因素：

(1) 合作历史和评价情况。公司年末会根据与供应商的合作状况进行评分，分数高的供应商优先，公司亦会优先与存在战略合作关系的供应商进行合作，对方会优先配合发行人的生产排期。

(2) 产品的工艺难度。发行人会综合考虑不同厂家所侧重的工艺，如梭织和针织工艺的差别、后整工艺能力的差别、机器设备的先进程度等，挑选匹配的供应商。

(3) 价格因素。发行人会在确保产品质量满足客户需求的前提下，选择价格更优的合格供应商。

(4) 打样工厂的未来排期。为保持样品与成品的品质一致性，公司一般会在打样工厂中挑选最终供应商，因此，挑选打样工厂时其未来预估排期同样为重要考虑因素之一。

一般而言，公司为避免订单过度集中，减小风险，会避免将同一客户的全部大批量订单均委托给同一供应商，这也是在选择供应商工厂时的重要考虑因素。

4、发行人与客户的质量责任的合同约定情况

发行人的主要客户均为国外中大型公司，具有规范而严格的供应商准入要求，供应商协议或供应商手册（Vendor Manual）会对产品质量条款或退货作出规定，且客户所发送的订单（PO）或订单系统界面会标注该订单受标准采购条款（Standard Purchase Terms and Conditions）的约束，标准采购条款中同样对质量

责任进行了规定，这是其合作供应商均需遵守的标准采购条款，多数标准采购条款可于官方网站上公开取得。国内厂商的质量条款，一般会于采购合同中进行规定。

报告期内发行人主要客户的质量条款情况如下：

编号	客户名称	质量条款
1	Target	对于买方处理或退回的任何货物，卖方应承担与处理或退回相关的所有成本和费用，包括买方收取的任何标准加工费、任何运费、存储、处理或销毁费用。
2	Barefoot Dreams	Barefoot Dreams 有一段不超过产品交付后二十（20）天的合理时间（“检验期”），对该等产品进行检验，Barefoot Dreams 如有拒收或修复任何不合格货物将书面通知公司。所有不合格产品的退货或维修由公司承担全部风险和费用，公司将全额补偿 Barefoot Dreams 的所有不合格产品的采购成本。在检验期内未被拒收的产品，视为已被 Barefoot Dreams 接受；但是 Barefoot Dreams 对任何产品的接受不应被视为放弃或限制公司在本协议项下的任何义务。
3	Matalan	三问家居应遵守所有适用的法律法规（包括适用于英国的所有英国和欧洲标准）及 Matalan 的任何特别需求。三问家居应确保 Matalan 在制造或交付的任何阶段都有检查货物的设施，三问家居有义务在发货前对货物进行仔细的检查 and 测试，并允许 Matalan 对货物进行检查和测试。即便 Matalan 在交付前进行了上述检查，三问家居仍应对货物负责。如果 Matalan 在通过检查测试后认为货物不符合合同标准或未完成加工、制造，三问家居应立即采取替换或修复等措施直至 Matalan 满意，因此产生的额外费用由三问家居承担。如若三问家居违反了任何对货物或服务的保证，将全额赔偿 Matalan 发生或支付的所有损失、成本和开支（包括法律和其他专业费用和开支）。
4	J.C. Penney	当任何物流中心发现有商品不符合 J.C.Penney 的标准时，将会进行 100%检测，检验所产生的费用将按规定单位费率向供应商收取。 商品可能会因包括但不限于以下原因而被拒绝： “副本或插图与广告不符（供应商造成）/商品损坏/组件缺失/组件错误/不可接受的颜色变化/不符合规定的包装规格/错误标记的商品/缺少 UL 标签/不合格的替代品/纤维含量或标签错误/违反适用的联邦法规/有缺陷的材料或工艺”； 若供应商未能遵守 J.C.Penney 的供应商发货要求（包括发货时间、标签规定、未按要求发送发货通知、未按要求发送发票等），J.C.Penney 会按一定比例从采购额中抵扣作为补偿，具体抵扣比例信息会更新于其供应商网站中。
5	Dunelm (Soft Furnishings) Ltd	所有产品需进行生产中检验（Du-pro inspection）以及装运前检验（PSI），PSI 由三问家居负责安排合格的第三方机构在装运前按照 BS6001 的标准进行检测。如若出现任何检测失败，Dunelm 都会与三问家居进行讨论并商定纠正措施计划，这包括进行进一步检测/从销售渠道下架/向消费者召回产品。所有因产品故障而产生的原始供应商调查测试（Due Diligence Test）、后续第三方测试和评估费用均由三问家居来承担。具体型号产品标准及要求可通过以下网址： http://dunelm.verisiportal.com/ePortal/Customer/Document.aspx 查询获得。
6	Debenhams	如果任何商品和支持文件被发现不符合要求，Debenhams 有权：（1）

编号	客户名称	质量条款
		拒收全部或部分商品，商品所有权在拒收时点后即回到三问家居；Debenhams 有权取消后续待送达商品的订单。其唯一的法律义务为支付接受部分的商品费用。Debenhams 可以从账款中抵扣因供应商未能遵守协议约定而产生的任何费用和损失；（2）退回商品，供应商需支付退货费用且 Debenhams 不承担退货商品丢失或损坏的责任。供应商需在收到退货通知 10 日（如为直接进口产品，则为 21 日）内移走商品，否则 Debenhams 有权处理或变卖商品，三问家居需承担销售产生的相关支出和合理的仓储支出，变卖所得中会扣除由三问家居承担的支出和费用。
7	Nordstrom	如果发运商品中被确定包含有任何缺陷产品或需退货的产品，Nordstrom 有权将所有或部分产品退回三问家居，任何被拒收或退回的产品均应予以退款，由此产生的费用由三问家居承担。Nordstrom 在货物检查（Inspection）前付款不构成对该货物的验收，Nordstrom 保留替三问家居保存被拒收货物或将被拒收货物退回给三问家居的权利，由三问家居承担产生的相关费用。
8	WM Morrison Supermarkets Plc	三问家居应承担因未能提供合格产品而产生的相关费用。如若产品在装运前检验不合格（Pre-shipment Inspection Failure），对整批产品不合格（whole delivery failure）且不能返工（Reworked）的产品，Morrison 有权取消所有产品订单，三问家居可能还需承担未能交付产品的费用（Non Delivery Charge）；对于不符合要求但不需要返工的产品，Morrison 可与三问家居协商降价接受。如已发货产品检验不合格（Post-shipment Inspection Failure），对于所有整批产品不合格且不能返工的产品，Morrison 有权索赔产品的全部费用，包括运费以及未能交付产品的费用；对于不符合约定规格且需要返工的产品，三问家居应承担返工费用或配送中心的处理费以及延迟交付的费用（如适用）；对于不符合要求但不需要返工的产品，Morrison 可与三问家居协商降价接受。
9	Lands' End	若 Lands' End 配送中心处理货物时发现产品不符合标准或货物未能通过到货检验，Lands' End 有权进行退款。通常情况下，Lands' End 会将所有不合格产品退还给三问家居，由此产生的费用由三问家居承担，除非双方在初步开展业务时就其他方案达成一致。如出现任何退款金额有误的情况（Charge Back Discrepancy）应在退款之日起 6 个月内声明。
10	Vera Bradley	任何因供应商产生的产品缺陷而被消费者退回给 Vera Bradley 的产品都可退回给供应商，其中包括任何带有与供应商相关的缺陷（Supplier-related Defects）的产品，即使这发生在该产品的“销售季”（Selling Season）之后。缺陷商品可根据供应商的要求退回给供应商，供应商需负责所有与消费者缺陷商品退货相关的费用。
11	Primark	三问家居应保证并承诺所有产品具有优良的设计、质量、材料、工艺和耐久性，且在各方面均符合订单（PO）的任何特殊要求并符合所有适用的法律法规要求。如若三问家居未按照合同要求提供产品（包括在交付日期前仅完成部分订单），Primark 有权降价接受全部或部分不合格产品或/和拒绝接受后续运送的产品。Primark 可退回任何拒收产品，由此产生的费用和 risk 由三问家居承担。
12	Indigo Books & Music Inc.	三问家居向 Indigo 提供的所有产品均需满足供应商手册中的标准与要求，所有不合格产品均需进行识别和调查，以确保产品的完整性。在加拿大或美国监管部门发出召回或产品安全风险警示时，Indigo 有权发出召回通知，取消未完成采购订单，并退回所有产品，三问家居需全额退款。因召回产品和退货产生的相关费用均由三问家居承担。

编号	客户名称	质量条款
13	Walgreen Co.	如果三问家居未能按照相关规定提供产品，Walgreen 将在产品交付后 30 天内以书面形式通知三问家居，Walgreen 可以自行决定行使以下权利之一：(i) 拒绝全部或部分交付的产品，并要求三问家居退还 Walgreen 向三问家居支付的款项；(ii) 从 Walgreen 应付三问家居的其他款项中抵扣相应金额；(iii) 通知三问家居立即更换或修复已交付的产品，由此产生的费用和 risk 由三问家居承担。如果产品受法定或其他安全法规的约束，则三问家居应向 Walgreen 以书面或电子邮件的方式提供所有相应法规要求或 Walgreen 认为必要的证明文件及其他信息以验证其合规性。当发生任何导致产品可能下架或召回的情况时（包括但不限于任何可能对产品质量产生不利影响的情况）各方应立即通过电话通知另一方（立即以书面形式确认）。如果产品的下架或召回是由政府主管部门或任何其他法律或监管机构、三问家居、Walgreen 或其他机构发起的，三问家居应在不损害 Walgreen 在协议下的其他权利和补救权利的情况下，向 Walgreen 补偿所有罚款和利息以及在产品下架或召回时所产生的所有费用。
14	E.M.C. Distribution	三问家居需保证承诺产品和包装均符合国家和欧洲的法律法规。在收到订单后，由 EMC DISTRIBUTION 指定的检测公司检测，如果在检测过程中发现产品存在缺陷，则会采集样品进行实验室分析和/或发送至 EMC DISTRIBUTION。三问家居只有在收到由 EMC DISTRIBUTION 授权的公司出具的检验证书后，才能将货物提供给运输代理。在检验证书出具前，EMC DISTRIBUTION 将保留拒收货物的权利，且由三问家居承担期间产生的管理费。如果检验结果不合格，三问家居应提供 EMC DISTRIBUTION 认可的解决方案并承担相关修复、换货、退货产生的所有费用。
15	GDTEX, Inc	产品必须经过化学成分测试，并符合所有 ASTM-D6319、FDA 和美国医疗使用的监管标准。GDTEX 在收到手套后将对其进行验收，如发现产品不符合标准则可拒收。在 GDTEX 的最终客户在交货地址接受产品之前，材料和成品的所有损失或损坏的风险仍由三问家居承担。如若三问家居违反其义务而使 GDTEX 遭受到任何损失或损害，三问家居将进行赔偿，包括但不限于 GDTEX 最终客户收取的所有索赔和罚款、诉讼或仲裁费用、律师费用、证据保全费和财产保全费。
16	珠海中博医疗科技有限公司	三问家居提供的产品需符合国家相关民用一次性 PVC 国际质量标准。提货前珠海中博医疗科技有限公司会进行现场验收，如遇验收不合格时，珠海中博医疗科技有限公司可以拒收货物，三问家居退还所收款项。珠海中博医疗科技有限公司指定第三方检测机构验货合格后，三问家居不再接受任何形式的退换货。
17	腾讯科技（深圳）有限公司	三问家居提供的产品应符合欧盟国家 EN14683 TYPE1 标准以及中国国家标准 YY/T 0969-2013，必须符合中国、欧盟地区相关产品质量及产品安全规定，并具有相关的产品质量认证证书（如产品检验报告）。若三问家居提供的产品未能符合上述质量标准及相关资质或是存在其他质量、安全问题的，三问家居应承担相应的违约责任，并赔偿腾讯因此遭受的全部损失。
18	British Embassy Beijing	三问提供的产品必须符合相关规定的标准与法规。双方应按合同规定执行。任何一方违反合同规定的，应赔偿另一方合同约定的金额。如争议或协商不能解决，应由伦敦国际仲裁法院（LCIA:The London Court of International Arbitration）根据其条款判定解决。

5、发行人与外采供应商和外协厂商的质量协定情况

发行人与外采供应商的采购协议中规定了严格的质量控制条款，发行人对外采供应商的产品生产过程的前、中、后环节均设置了严格的质量检测程序，另外，采购协议中明确规定了供应商对其生产产品质量需承担质量赔偿责任，若产品销售至客户后因质量问题引发客户退款和索赔的，发行人有权向供应商进行追偿。

发行人与外采供应商质量协定条款和追偿条款内容如下：

“乙方提供的所有产品在完成包装后，必须经履带式验针机有效验针并提供相应的验针记录；并在 100%装箱后，由甲方质检人员和甲方客户指定的检验机构（若有）验收合格，方可出运。

甲方质检人员对乙方产品的抽检签字后放行，并未免除乙方对货物的质量保证责任，若国外客户经收货或者使用中发现乙方提供的产品存在质量或者规格不符问题，造成客户进行抽检或全检等所产生的一切费用或损失仍由乙方承担。

甲乙双方确认，所有货物的质量、规格等，应当以国外客户的最终实际签收和检验合格为准，凡国外客户发现任何产品质量或数量问题，向甲方以电子邮件或其他书面形式告知的产品质量扣款、索赔等文件，由甲方转发给乙方，乙方皆予认可。”

发行人与外协厂商的采购合同中同样规定了质量控制的相关条款，以保证发行人外协供应商所提供的产品和服务满足发行人的质量标准。对于已经由发行人验收收回的外协产品，发行人后续向客户销售过程中若出现质量问题，由发行人自行对客户承担质量赔偿责任，发行人不会向外协厂商追偿。

发行人与外协厂商质量协定条款内容如下：

“乙方按甲方工艺要求封样，由甲方确认后方可批量生产，甲方验货时按封样验收；若有任何问题，需及时通知甲方，否则，造成的质量的问题及经济损失由乙方承担；

甲方提供“生产工艺单”明确委托加工服装的款式、工艺制作要求和质量标准，如在生产中途需要修改或有其它特别需求等，须以书面通知的形式告知乙方；乙方须严格按照甲方提供的“生产工艺单”和样品组织生产，注意制作方法、针距、用线、辅料等；如因乙方质量问题造成甲方拒收或退货时，由乙方承担赔偿责任。”

四、补充披露报告期内家纺、服饰和面料在主要客户同类产品中的占比情况，是否系主要客户同类产品的唯一供应商，所有产品是否均使用客户的品牌，是否对主要客户构成重大依赖；主要客户选取供应商的具体标准，主要客户的其他相似品类商品供应商情况，竞争对手与发行人之间是否存在较强替代性；结合合同条款分析同主要客户交易的可持续性；结合报告期内对主要客户销售变动情况和前十大客户变动情况，分析客户稳定性，是否存在主要客户流失风险；

1、报告期内家纺、服饰和面料在主要客户同类产品中的占比情况，是否系主要客户同类产品的唯一供应商，所有产品是否均使用客户的品牌，是否对主要客户构成重大依赖；

发行人已在招股说明书“第六节 业务和技术”之“三、销售情况和主要客户”之“(二) 报告期内发行人主要客户的销售情况”之“1、公司向前十大客户销售情况”之“1) 公司非医护类业务向前十大客户的销售情况”中就上述情况进行了补充披露，具体如下：

“发行人的主要客户均为国外中大型零售商和中高端品牌商，客户均有严格的商业秘密保护规定。因此，发行人在对其进行访谈时，对方出于相关信息为商业秘密考虑，未对发行人在其同类产品中的占比做出明确回复。但是，相关客户多数为上市公司，因此发行人根据其公开披露的分类收入数据进行测算，对于未单独披露家纺服饰收入的客户，发行人采用该客户的总收入进行测算。

报告期内，发行人对各期前 10 大家纺、服饰和面料类客户的收入占比及在该客户的同类产品中的占比情况如下：

客户名称	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	该客户占发行人的收入占比	发行人在该客户同类产品中占比【注 1】	该客户占发行人的收入占比	发行人在该客户同类产品中占比	该客户占发行人的收入占比	发行人在该客户同类产品中占比
Target	17.16%	0.07%	15.34%	0.07%	12.02%	0.06%
Barefoot Dreams	11.03%	未披露收入； 基于商业秘密，访谈时未回答	6.02%	39.65%	6.25%	49.18%
Matalan【注 2】	5.96%	未披露收入； 基于商业秘密，访谈时未回答	7.03%	0.75%	7.51%	0.85%
Nordstrom	3.48%	0.10%	7.10%	0.13%	7.13%	0.12%
J. C. Penney	4.92%	未披露收入； 基于商业秘密，访谈时未回答	5.27%	0.12%	6.42%	0.13%

客户名称	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	该客户占发行人的收入占比	发行人在该客户同类产品中的占比【注 1】	该客户占发行人的收入占比	发行人在该客户同类产品中的占比	该客户占发行人的收入占比	发行人在该客户同类产品中的占比
		谈时未回答				
Dunelm【注 2】	4.83%	0.54%	3.53%	0.39%	3.47%	0.41%
Debenhams	4.57%	未披露收入； 基于商业机密，访谈时未回答	4.62%	未披露收入； 基于商业机密，访谈时未回答	2.58%	0.16%
Vera Bradley	2.56%	40%左右	5.49%	50%左右	2.12%	50%左右
Primark	0.00%	0.00%	0.06%	0.00%	8.77%	0.15%
Lands' End, Inc【注 2】	2.62%	0.30%	2.71%	0.30%	2.97%	0.32%
WM Morrison Supermarkets PLC【注 2】	3.44%	0.02%	2.36%	0.02%	2.49%	0.02%
Walgreen【注 2】	2.26%	0.00%	2.70%	0.00%	2.81%	0.00%
Indigo Books & Music Inc.【注 2】	2.04%	0.46%	2.46%	0.53%	2.78%	0.57%
合计	64.88%		64.68%		67.32%	

注 1：发行人在该客户同类产品中占比，为当年发行人对该客户的收入/该客户对外销售的家纺服饰类收入

注 2：基于商业机密，部分客户访谈时未回答。采用该客户公开披露的总收入进行测算

报告期内，发行人在主要客户的同类产品中的占比较低。经过对发行人的主要客户进行访谈，了解到主要客户的同类产品还有其他供应商，基于商业机密考虑，对方未提供具体供应商名称。同时，经对客户访谈，中介机构了解到报告期内，发行人销售给家纺、服饰类主要客户的产品均使用该客户的品牌。

报告期内，发行人对各期前 10 大家纺、服饰和面料类客户的销售收入占比在 2%-17%之间，客户较为分散，不存在对单一客户的重大依赖。

”

2、主要客户选取供应商的具体标准，主要客户的其他相似品类商品供应商情况，竞争对手与发行人之间是否存在较强替代性；

发行人已在招股说明书“第六节 业务和技术”之“三、销售情况和主要客户”之“（二）报告期内发行人主要客户的销售情况”之“1、公司向前十大客户销售情况”中就上述情况进行了补充披露，具体如下：

“3）主要客户选取供应商的具体标准

对于三问家居而言，三问家居较强的设计能力和供应链管理能力和客户选择合作的重要考虑因素。同时，三问家居作为服务型贸易商，拥有丰富的外贸业务经验积累，熟悉客户对供应商的各项要求。

4) 主要客户的其他相似品类商品供应商情况

报告期内，发行人的主要客户为国外中大型零售商和中高端品牌商，通过与主要客户访谈，客户基于商业机密的原因，拒绝提供其除发行人之外的其他相似品类商品供应商的情况。

发行人通过检索国内家纺服饰类上市公司的相关公告或官方网站后，了解到发行人的境外主要客户与国内其他供应商的业务往来情况如下：

序号	客户名称	家纺服饰类供应商名称
1	Target	棒杰股份 (SZ 002634)、江苏舜天 (SH 600287)、江苏国泰 (SZ 002091)、弘业股份 (SH 600128)、孚日股份 (SZ 002083)
2	J. C. Penney	棒杰股份 (SZ 002634)、弘业股份 (SH 600128)、孚日股份 (SZ 002083)、浙江盛泰服装集团股份有限公司、雅戈尔 (SH 600177)
3	Nordstrom	浙江盛泰服装集团股份有限公司
4	Primark	苏美达 (SH 600710)、江苏国泰 (SZ 002091)
5	Dunelm	维科技术 (SH 600152)
6	Debenhams	浙江东方 (SH 600120)
7	Lands' End, Inc	浙江盛泰服装集团股份有限公司、雅戈尔 (SH 600177)
8	WM Morrison Supermarkets PLC	鄂尔多斯 (SH 600295)

资料来源：上述公司的定期报告、招股说明书或公司官网介绍。

5) 竞争对手与发行人之间是否存在较强替代性

报告期内，三问家居与家纺、服饰和面料等业务的前 10 大客户合作时间在 6-15 年之间不等，合作时间较长，合作程度较为深入，客户的黏性较大。基于发行人较强的原创设计和供应链管理能力和客户对于设计能力及产品品质和交期等的严苛要求，竞争对手与发行人之间不存在较强的替代性。

① 发行人的竞争优势明显

发行人的竞争优势主要体现在原创设计和供应链管理方面，具体如下：

A. 原创设计方面

发行人拥有独特的研发创新策略和完备的研发设计体系，通过模块化和矩

阵式的高效设计流程和数字化的研发设计管理。以研发设计打造了成熟、规范及标准化的底层基础。

发行人建立了一支经验丰富的设计团队，同时重视以成熟、规范的研发设计体系（包括研发流程、设计语言和评审标准等）来引导设计师高效产出原创设计产品。经过与客户的长期合作，发行人能准确把握客户的产品需求与当下流行趋势的个性化管理，积极推荐自己的原创设计。同时，发行人熟悉客户设计语言的运用方式、从创意设计到设计实现的作业过程。通过上述努力，发行人赢得了客户的高度认可。

B. 供应链管理方面

公司建立了完整的供应商准入、质量评价和淘汰制度，现拥有超过 150 家合作工厂，可以充分利用长三角地区成熟丰富的纺织服装加工资源，为客户提供高品质、满足交期的供应链管理服务。

公司组建有一支素质过硬的验厂辅导团队，团队成员既掌握整套的第三方机构的验厂标准和程序，同时也熟悉公司客户的自主验厂要求。在公司的验厂辅导下，生产工厂接受客户验厂一次性通过率接近 100%。

在长期合作过程中，发行人获得 Target, Nordstrom, Lands' End, Carrefour, J.C. Penney 和 Dunelm 等大客户的信任和授权，获得自主验货权限，体现了公司对国外客户的品质需求熟练掌握、对合作工厂的质量控制水平以及知名客户对公司的信任。

公司通过了海关 AEO 高级认证。AEO 高级认证为海关认证的最高信用等级，可以大大加快公司向全球 40 多个国家和地区出口商品的通关速度。

②客户更换供应商需要花费较大的成本

通过与主要客户访谈了解到，客户寻找新的供应商需要大量的时间和精力去重新整合，整合成本具体体现在需要供应商满足产品设计要求以及对产品的面料、款式、花型等元素、流行趋势等有精准的判断和掌握；此外，还需要供应商在供应链管理过程中能够提供合格的工厂、充足的产能、满足不同客户要求的品控及交期。

继续与三问家居合作，在一定程度上可以帮助客户节省产品设计的沟通及时间成本、供应链管理方面的效率成本等。从而实现在终端销售时，保障为消费者提供的服务与产品与以往保持一贯性。因此，客户与三问家居继续合作可以做到风险共担，互利共赢。

”

3、结合合同条款分析同主要客户交易的可持续性；

发行人已在招股说明书“第六节 业务和技术”之“三、销售情况和主要客户”之“(二) 报告期内发行人主要客户的销售情况”之“1、公司向前十大客户销售情况”中就上述情况进行了补充披露，具体如下：

“发行人与主要客户之间没有签订过明确约定长期供货的相关协议。在每次具体采购时，双方会单独拟定采购订单，订单内容一般包括产品的单价、数量和金额、贸易条款、合同双方信息、送货地址、交货期限等。

”

关于发行人与主要客户交易的可持续性，详见本问题之“2、主要客户选取供应商的具体标准，主要客户的其他相似品类商品供应商情况，竞争对手与发行人之间是否存在较强替代性；”及“4、结合报告期内对主要客户销售变动情况和前十大客户变动情况，分析客户稳定性，是否存在主要客户流失风险；”的详细说明。

4、结合报告期内对主要客户销售变动情况和前十大客户变动情况，分析客户稳定性，是否存在主要客户流失风险；

发行人已在招股说明书“第六节 业务和技术”之“三、销售情况和主要客户”之“(二) 报告期内发行人主要客户的销售情况”之“5、报告期内新增客户及退出客户数量情况与分析”中就上述情况进行了补充披露，具体如下：

“（1）家纺、服饰和面料等业务的客户流失情况

2020 年，公司的家纺、服饰和面料业务的营业收入为 105,069.58 万元，较 2019 年下降了 4.72%，下降幅度较小，公司仍将继续着重于家纺、服饰和面料等业务的拓展。

报告期内，对于家纺、服饰和面料等业务，发行人各年前 10 大客户合计有 13 家，2018 年-2020 年的销售额及客户排名的变动情况如下：

单位：万元

客户名称	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	收入	排名	收入	排名	收入	排名
Target	18,032.76	1	16,920.38	1	12,979.27	1
Barefoot Dreams	11,585.28	2	6,637.91	4	6,750.64	6
Matalan	6,264.34	3	7,752.11	3	8,107.64	3
Nordstrom	3,654.30	7	7,824.78	2	7,694.46	4
J. C. Penney	5,173.85	4	5,808.10	6	6,935.16	5
Dunelm	5,079.44	5	3,889.95	8	3,750.27	7
Debenhams	4,806.72	6	5,092.81	7	2,788.98	11
Vera Bradley	2,692.70	10	6,056.74	5	2,286.30	14
Primark	-	-	63.57	102	9,463.13	2
Lands' End, Inc	2,756.80	9	2,988.25	9	3,205.20	8
WM Morrison Supermarkets PLC	3,609.54	8	2,608.10	12	2,685.34	12
Walgreen	2,373.50	11	2,976.09	10	3,029.30	9
Indigo Books & Music Inc.	2,140.56	13	2,709.14	11	2,996.49	10
合计	68,169.80	-	71,327.93	-	72,672.20	-

对于家纺、服饰和面料等业务，报告期内，除 Primark 以外，总体而言发行人各年对前 10 大客户的销售额及主要客户的排名较为稳定。

因靠垫质量问题，Primark 于 2019 年开始与发行人不再合作。因新冠疫情的影响，Debenhams 和 J. C. Penney 于 2020 年度进入破产保护程序，其中 J. C. Penney 已被收购，收购方继续运营其门店，与发行人仍有业务往来。截至 2021 年 3 月末，J. C. Penney 已完成业务重组并与发行人签订的采购订单为 2,300.35 万元；Debenhams 不再向发行人下达采购订单。

然而，在新冠疫情影响下，美国政府在其国内实施派发现金支票等刺激政策使居民消费能力增强，同时，民众居家办公也使其对家居服饰和家纺产品的需求增加，市场整体需求在增长，部分以电商、邮购、电视购物作为主要销售渠道的客户，业务增长明显。截至 2021 年 3 月末，发行人家纺、服饰和面料等业务的在手订单较 2020 年同期增长 53.62%。总体来看，Debenhams 和 J. C. Penney

破产对发行人的未来业绩不会造成重大不利影响。详情参见招股说明书“第六节 业务和技术”之“三、销售情况和主要客户”之“(三) 主要客户或渠道是否存在停止经营的情形”中的具体说明。

未来，发行人将继续依托研发设计和供应链管理优势为客户提供优质产品，发行人主要客户的流失风险较小。

”

五、补充说明生产经营中是否存在商业贿赂或者变相商业贿赂的情形。

1、发行人反商业贿赂相关内部控制制度及执行情况

报告期内，发行人制定了《内部审计管理制度》《财务报销及支付管理制度》等相关内部控制制度。其中，《内部审计管理制度》规定了内部审计部门的审计监督职责、审计依据以及审计程序，明确公司内审部门有权对各特定事件或人员的重大违规舞弊嫌疑进行专项审计，并对发现的违法违规行为提出纠正、处理意见；《财务报销及支付管理制度》规定了财务报销及资金支付的审批流程以及相关费用报销标准，避免员工报销不正当费用，预防商业贿赂风险。此外，发行人还制定了《反商业贿赂制度》，明确要求公司员工应当诚实守信、廉洁自律，不得为获得或维持利益，直接或间接提供、收受、承诺或要求任何不正当利益，或从事其他违反诚信、违法违规等行为。

报告期内，发行人及其董监高、主要业务人员在生产经营活动中，不存在为销售或者购买商品、服务而采用现金、实物或者其他手段(例如各种名义的旅游、考察等)贿赂或者变相贿赂对方单位及个人的行为，亦不存在暗中给予或收受对方单位及个人的回扣、折扣或佣金，但未如实入账的情形。

2、报告期内，发行人不存在因商业贿赂而被处罚、立案调查的情形

根据发行人董监高及主要业务人员的《无违法犯罪记录证明》、发行人及其子公司所在地市场监管部门的合规证明文件，并经查询国家企业信用信息公示系统（<http://www.gsxt.gov.cn>）、企查查（<https://www.qcc.com>）、信用中国（<https://www.creditchina.gov.cn>）、中国裁判文书网（<http://wenshu.court.gov.cn>）等网站，报告期内，发行人及其董监高、主要业务人员不存在因商业贿赂或其他

不正当竞争行为而受到行政处罚或被有权机关立案调查的情形，亦不存在因商业贿赂或其他不正当竞争行为而引发诉讼或纠纷的情形。

3、发行人董监高及主要业务人员的承诺

截至本问询回复出具日，发行人董监高及主要业务人员已出具承诺：“本人从未且将不会向任何与公司具有交易或合作关系的，或寻求商业交易机会的供应商、客户或任何其他第三方，或任何国家工作人员处，给予、索求或收受任何形式的财物，或任何未如实入账的回扣、折扣或佣金或任何其他形式的费用。若有违反，本人愿意依法承担法律责任。若因本人违反本承诺给公司造成损失的，无论本人是否在职，本人同意承担全部赔偿责任。”

综上，发行人生产经营中不存在商业贿赂或者变相商业贿赂的情形。

请申报会计师核查并发表明确意见。

（一）核查过程

1、查询了同行业可比公司公告、官网、招股说明书等资料，了解了其行业分类、主营业务、经营模式、自产与外购情况。结合发行人与可比公司的重合及差异情况进行了对比，分析发行人的行业属性的合理性；

2、阅读了同行业可比公司公告、年报，统计其毛利率、期间费用率、偿债指标、资产周转指标等关键财务指标，计算行业平均值，结合可比公司与发行人的业务特点，对财务指标差异进行了比较分析；

3、对比了发行人与同行业公司的研发设计支出明细。通过访谈发行人研发设计部负责人和财务总监，了解了发行人的研发设计体系的建立情况和打样费的核算情况；分析了发行人与同行业公司研发费用对比的合理性；

4、查阅了创业板行业负面清单，核查同行业可比公司和发行人是否属于负面清单的范畴；

5、访谈了发行人研发设计部负责人及相关业务负责人，获取发行人设计案例，了解不同客户的设计开发模式差异，查阅发行人业务管理制度，分析发行人业务的具体流程，访谈物流部、财务部人员，了解各个业务环节的具体内容；

6、查阅发行人供应链管理部质量控制相关内部控制制度文件，了解合格供应商库的准入标准；访谈供应链管理部相关负责人，了解发行人对供应商的内部审核流程，了解合格供应商库的具体数量、挑选打样工厂和生产工厂的具体标准；

7、查询了前十大客户官方网站、供应商系统网站，查阅其供应商手册，了解其标准采购条款和质量条款；

8、获取发行人与外协厂商的采购合同，获得对于质量协定的条款内容；

9、访谈了发行人的主要客户，了解主要客户的其他供应商情况、发行人占其同类业务的比例、发行人与其合作的可持续性及其可替代性情况；网络检索客户公司的相关公告或官方网站，并对发行人的销售收入占主要客户的同类或总收入的比例进行了测算；

10、获取发行人《内部审计管理制度》《财务报销及支付管理制度》《反商业贿赂制度》等制度文件；

11、获取发行人董监高及主要业务人员的《无违法犯罪记录证明》、发行人及其子公司所在地市场监管部门的合规证明文件；查询国家企业信用信息公示系统（<http://www.gsxt.gov.cn>）、企查查（<https://www.qcc.com>）、信用中国（<https://www.creditchina.gov.cn>）、中国裁判文书网（<http://wenshu.court.gov.cn>）等网站，核查发行人及其董监高、主要业务人员报告期内是否存在因商业贿赂或其他不正当竞争行为而受到行政处罚或被有权机关立案调查的情形，以及是否存在因商业贿赂或其他不正当竞争行为而引发诉讼或纠纷的情形；

12、获取发行人董监高及主要业务人员关于存在商业贿赂或变相商业贿赂的承诺。

（二）核查结论

经核查，申报会计师认为：

1、发行人与选取的同行业可比公司存在一定的重合度，同行业公司的选取恰当；公司与同行业可比公司的关键财务指标存在的差异具有合理的解释；发行人研发强度与同行业公司相比，存在的差异具有合理的解释；发行人的同行业公

司均不属于创业板负面清单企业，发行人亦不属于负面清单企业；与同行业公司相比，发行人在原创设计、供应链管理和客户资源方面具有竞争优势，在经营规模和融资渠道方面具有劣势。

2、发行人是以原创设计为核心竞争力的服务型贸易商，向客户提供产品的面料、花色、规格尺寸的全套成品设计方案；并按照公司业务管理制度依次进行打样、价格谈判、订单评审、客户下单、供应商工厂选取、生产、运输与结算流程。

3、发行人制定了业务管理制度和内部审核规定，满足公司内部审核标准后方可进入合格供应商库；发行人不对供应商的产品进行限定，截至 2020 年 12 月 31 日，发行人合格供应商数量为 218 家，其中成品供应商 166 家，医护用品供应商 52 家；选择打样工厂和供应工厂时，发行人主要考虑合作历史和评价情况、产品的工艺难度、价格因素、打样工厂的未来排期等因素；报告期内，发行人与客户、外协厂商具有清晰的质量协定条款。

4、报告期内，发行人的业务占主要客户的同类业务的比例总体上较低；发行人并非主要客户同类产品的唯一供应商；发行人销售给家纺、服饰主要客户的产品均使用该客户的品牌；发行人客户较为分散，对单一客户不构成重大依赖；发行人主要客户看重发行人的原创设计和供应链管理能力，竞争对手与发行人之间不存在较强的替代性；发行人与主要客户之间没有签订长期合作协议，预计发行人与主要客户的业务往来将会持续；发行人主要客户较为稳定，客户的流失风险较小，医护类业务预计将随着新冠疫情的缓和而逐步下降，发行人已在招股说明书做了特别风险提示。

5、发行人生产经营中不存在商业贿赂或者变相商业贿赂的情形。

问题 4. 关于套期保值

审核问询回复显示，报告期内发行人因汇率波动产生的汇兑损益分别为 1,072.85 万元、305.37 万元和 -3,528.38 万元；因外汇远期合约交割产生的投资收益分别为 -471.89 万元、-588.67 万元和 2,368.98 万元。

请发行人：（1）补充说明应对汇率波动风险的具体措施，外汇套期保值交易

的具体情况，包括但不限于可交割额度计算、投资决策依据、负责人等；外汇远期合约交易的金额、频次，是否与营业收入变动相匹配；（2）补充说明报告期内是否存在超过合理套期保值范围的外汇交易，是否存在外汇投机交易情形。请保荐人、发行人律师、申报会计师发表明确意见。

【回复】

一、补充说明应对汇率波动风险的具体措施，外汇套期保值交易的具体情况，包括但不限于可交割额度计算、投资决策依据、负责人等；外汇远期合约交易的金额、频次，是否与营业收入变动相匹配；

近年来，受国际政治、经济形势等因素影响，以美元为主的外汇汇率震荡幅度加大，外汇风险增加。发行人产品主要以美元计价外销，为减小汇率风险，发行人根据已销售货物以后期间预计可收到的美元金额制定外汇套期保值方案，在不超过年度经营预算收回金额 70%以内部分经董事长批准，超过 70%的部分经董事会审议后，由财务部负责开展远期结售汇以及外汇期权交易业务。

1、远期结售汇

发行人自 2018 年开始根据预计的销售收汇情况与银行签订《金融市场业务主协议》，向银行购入美金远期结售汇交易业务，即发行人在交割日以协定汇率向银行卖出对应名义金额美金。

报告期内，发行人远期结售汇交易情况如下：

期间	金融工具	约定交割日	名义金额 (美元万元)	协议 汇率	约定交割日即 期汇率
2020 年度	远期结售汇	2020/2/11	400.00	7.0174	6.9639
	远期结售汇	2020/2/28	415.00	6.7320	6.9933
	远期结售汇	2020/2/28	185.00	6.7320	6.9933
	远期结售汇	2020/2/28	70.00	7.0320	6.9933
	远期结售汇	2020/3/18	200.00	7.0263	6.9998
	远期结售汇	2020/4/16	13.70	7.0289	7.0637
	远期结售汇	2020/4/17	25.00	7.0289	7.0597
	远期结售汇	2020/4/20	25.00	7.0289	7.0627
	远期结售汇	2020/4/21	36.00	7.0289	7.0747

期间	金融工具	约定交割日	名义金额 (美元万元)	协议 汇率	约定交割日即 期汇率
	远期结售汇	2020/4/21	58.00	7.0289	7.0747
	远期结售汇	2020/4/21	36.00	7.0289	7.0747
	远期结售汇	2020/4/22	6.30	7.0289	7.0747
	远期结售汇	2020/4/27	150.00	7.0780	7.0597
	远期结售汇	2020/4/30	30.00	7.0810	7.0467
	远期结售汇	2020/5/6	170.00	7.0810	7.0747
	远期结售汇	2020/5/8	350.00	7.0880	7.0597
	远期结售汇	2020/5/11	100.80	7.0541	7.0617
	远期结售汇	2020/5/12	111.00	7.0541	7.0822
	远期结售汇	2020/5/13	51.10	7.0541	7.0762
	远期结售汇	2020/5/15	100.00	7.0933	7.0827
	远期结售汇	2020/5/19	21.20	7.0541	7.0911
	远期结售汇	2020/5/21	15.90	7.0541	7.0901
	远期结售汇	2020/5/21	150.00	7.0922	7.0901
	远期结售汇	2020/5/27	340.00	7.1000	7.1316
	远期结售汇	2020/6/3	375.00	7.1061	7.0872
	远期结售汇	2020/6/3	125.00	7.1061	7.0872
	远期结售汇	2020/6/4	300.00	7.0931	7.1146
	远期结售汇	2020/6/4	160.00	7.1000	7.1146
	远期结售汇	2020/6/8	300.00	7.0979	7.0707
	远期结售汇	2020/6/11	150.00	7.0922	7.0462
	远期结售汇	2020/6/16	200.00	7.0931	7.0667
	远期结售汇	2020/6/25	300.00	7.0570	7.0667
	远期结售汇	2020/6/29	200.00	7.1000	7.0627
	远期结售汇	2020/6/29	100.00	7.1000	7.0627
	远期结售汇	2020/6/29	250.00	7.1000	7.0627
	远期结售汇	2020/6/29	100.00	7.0955	7.0627
	远期结售汇	2020/6/30	160.00	7.1000	7.0527
	远期结售汇	2020/7/15	90.00	7.1000	6.9848
	远期结售汇	2020/7/23	100.00	7.1000	6.9903
	远期结售汇	2020/7/30	400.00	7.0538	6.9848
	远期结售汇	2020/8/27	500.00	7.0565	6.9235

期间	金融工具	约定交割日	名义金额 (美元万元)	协议 汇率	约定交割日即 期汇率
	远期结售汇	2020/8/25	490.00	7.0216	6.8970
	远期结售汇	2020/9/10	53.00	7.0325	6.8241
	远期结售汇	2020/9/11	30.00	7.0335	6.8236
	远期结售汇	2020/9/17	127.00	7.0594	6.7573
	远期结售汇	2020/9/24	116.00	7.0110	6.8047
	远期结售汇	2020/9/27	100.30	7.0137	6.8102
	远期结售汇	2020/9/29	64.00	7.0124	6.8072
	远期结售汇	2020/9/29	370.00	7.0124	6.8072
	远期结售汇	2020/9/30	200.00	6.9850	6.8241
	远期结售汇	2020/10/9	120.00	7.0107	6.7074
	远期结售汇	2020/10/14	137.00	7.0197	6.7298
	远期结售汇	2020/10/20	480.00	7.0033	6.6759
	远期结售汇	2020/10/23	222.70	7.0407	6.6719
	远期结售汇	2020/10/29	297.30	7.0033	6.7029
	远期结售汇	2020/11/4	320.00	7.0110	6.6874
	远期结售汇	2020/11/6	270.00	7.0119	6.6041
	远期结售汇	2020/11/10	340.00	7.0142	6.6046
	远期结售汇	2020/11/12	292.70	7.0145	6.6001
	远期结售汇	2020/11/13	221.00	7.0011	6.6081
	远期结售汇	2020/11/19	150.00	7.0036	6.5497
	远期结售汇	2020/11/27	100.00	7.0107	6.5641
	远期结售汇	2020/12/3	529.00	7.0141	6.5422
	远期结售汇	2020/12/10	500.00	7.0626	6.5337
	远期结售汇	2020/12/17	400.00	7.0430	6.5212
	远期结售汇	2020/12/17	400.00	7.0430	6.5212
	合计		13,200.00		
2019 年度	远期结售汇	2019/4/29	300.00	6.7300	6.7225
	远期结售汇	2019/5/28	300.00	6.7462	6.8910
	远期结售汇	2019/6/28	400.00	6.7472	6.8643
	远期结售汇	2019/7/30	600.00	6.7310	6.8711
	远期结售汇	2019/9/30	300.00	6.8000	7.1146
	远期结售汇	2019/9/30	300.00	6.8500	7.1146

期间	金融工具	约定交割日	名义金额 (美元万元)	协议 汇率	约定交割日即 期汇率
	远期结售汇	2019/9/30	400.00	6.8500	7.1146
	远期结售汇	2019/10/28	1,000.00	6.9270	7.0427
	远期结售汇	2019/11/27	1,000.00	6.9270	7.0128
	远期结售汇	2019/11/29	930.00	7.0320	7.0166
	远期结售汇	2019/12/16	400.00	7.0340	6.9823
	远期结售汇	2019/12/19	400.00	7.0340	6.9843
	远期结售汇	2019/12/27	200.00	7.0340	6.9858
	合计		6,530.00		
2018 年度	远期结售汇	2018/10/11	300.00	6.7870	6.9098
	远期结售汇	2018/10/19	190.00	6.7870	6.9387
	远期结售汇	2018/10/30	450.00	6.7953	6.9574
	远期结售汇	2018/11/2	280.00	6.8040	6.9371
	远期结售汇	2018/11/7	210.00	6.8040	6.9065
	远期结售汇	2018/11/30	100.00	6.4060	6.9357
	远期结售汇	2018/11/30	100.00	6.4008	6.9357
	远期结售汇	2018/12/4	100.00	6.8560	6.8939
	远期结售汇	2018/12/7	100.00	6.8560	6.8664
	远期结售汇	2018/12/13	100.00	6.8560	6.8769
	远期结售汇	2018/12/20	100.00	6.8560	6.8936
	远期结售汇	2018/12/21	80.00	6.8560	6.8825
	远期结售汇	2018/12/21	240.00	6.7550	6.8825
	远期结售汇	2018/12/27	30.00	6.7550	6.8894
	远期结售汇	2018/12/28	100.00	6.5000	6.8632
	合计		2,480.00		

2. 卖出外汇期权

公司根据预计的销售收汇情况, 通过卖出看涨期权, 规避收汇汇率波动风险。

报告期内, 发行人远期结售汇交易情况如下:

期间	金融工具	约定交割日	名义金额 (美元万元)	协议 汇率	约定交割日即 期汇率
2020 年度	卖出期权	2020/12/28	1,000.00	7.1000	6.4716
	合计		1,000.00	7.1000	6.4716

期间	金融工具	约定交割日	名义金额 (美元万元)	协议 汇率	约定交割日 即期汇率
2018 年度	卖出期权	2018/10/30	100.00	6.5000	6.8293
	卖出期权	2018/11/30	30.00	6.5000	6.9357
	卖出期权	2018/12/28	100.00	6.4180	6.8632
	合计		230.00		

发行人外汇远期合约与卖出外汇期权交易的金额、频次以及当期美元收入以及美元收款情况如下：

期间	交易频次 (次/年)	交易金额 (美元万元)	美元收入 ^注 (美元万元)	美元收款 ^注 (美元万元)	交易金额 占美元收入 比例	交易金额 占美元收款 比例
2018 年度	21	2,710.00	15,394.17	14,583.42	17.60%	18.58%
2019 年度	13	6,530.00	14,077.88	14,624.32	46.38%	44.65%
2020 年度	68	14,200.00	24,177.91	22,109.76	58.73%	64.23%

注：发行人仅有母公司三问家居从事远期结售汇以及卖出外汇期权，故美元收入以及美元收款均以母公司三问家居作为计算依据。

发行人自 2018 年开始从事套期保值业务，当年交易金额占美元外汇收入以及美元现金收款的比例较低，主要原因系刚开始从事套期保值业务经验较少且不足整年。2019 年度，随着发行人对套期保值业务操作的逐渐成熟，外汇套期保值交易金额占美元外汇收入以及美元现金收款的比例有所上涨。2020 年度，人民币兑美元汇率波动较大，发行人在 2019 年的基础上进一步增加了外汇套期保值交易金额占美元外汇收入以及美元现金收款的比例。

二、补充说明报告期内是否存在超过合理套期保值范围的外汇交易，是否存在外汇投机交易情形。

公司在保障正常的生产经营前提下，开展套期保值业务有利于规避汇率波动带来的市场风险，锁定经营成本，具有一定的必要性。公司已建立了较为完善的套期保值业务内部控制和风险控制制度，具有与拟开展套期保值业务交易相匹配的自有资金，2018 年度至 2020 年度通过套期保值业务进行的外汇交易占当期美元销售收入的比例分别为 17.60%、46.38%、58.73%，占当期美元收款的比例分别为 18.58%、44.65%、64.23%，占比较低，上述套期保值业务处于合理范围内，没有超过可交割美元的范围，不存在外汇投机交易的情形。

请申报会计师发表明确意见。

（一）核查过程

1、对发行人管理层进行访谈，了解开展远期结售汇、外汇期权等业务的原因及流程，并获取了发行人《外汇套期保值业务管理制度》；

2、了解衍生品投资的交易背景，检查衍生工具的交易协议、银行资金流水、业务审批依据资料、各报告期末银行出具的《衍生交易市值重估通知书》等，并结合函证程序，确认衍生工具投资的真实性、完整性；

3、核查发行人收入明细，计算发行人报告期内美元收入以及美元收款金额。

（二）核查结论

经核查，申报会计师认为：

发行人已就外汇套期保值制定了风险管理制度，在报告期内不存在超过合理套期保值范围的外汇交易，不存在外汇投机交易情形。

问题 6. 关于外销收入和相关运输费用

审核问询回复显示：（1）发行人收入以外销为主，发行人主要采取 FCA、FOB、CIF、DDP 等贸易方式；（2）采用 FOB 和 CIF 条款，货物报关出口并确认货物已装船时确认收入，采用 FCA 条款；公司于将货物交予买方指定承运人并办理出口清关手续时确认销售收入，采用 DDP 条款；公司以产品交付至买方指定收货地点，完成产品交付义务后确认销售收入；（3）发行人外销客户多数已在中信保的承保范围，上述已投保客户收入占发行人收入比例的 98%以上；（4）发行人销售费用和营业成本中包括运杂费和港杂费；运杂费是从自有工厂至货代仓库或货代指定仓库所产生的陆运或空运费用；港杂费是指出口业务在货物代理公司收货到装船离岸期间发生的操作费用。

请发行人：（1）补充说明各贸易条款对应的收入金额及占比情况，报告期该占比构成变化是否显著，若是，请说明原因；（2）补充说明在何种情况发行人需承担海运相关的费用，由发行人承担海运费用相关的销售收入占总收入的比例情况；2020 年以来海运费上涨对发行人的影响；（3）补充说明在新收入准则下，运输服务是否构成单项履约义务，发行人是否需就提供的运输服务单独确认一项

收入，该项收入占比情况，是否对发行人收入构成存在较大影响；（4）补充说明发行人向中信保支付的保费情况，相关保费的缴纳标准，报告期发行人从中信保获赔情况，主要对应的客户和事项。请保荐人、申报会计师发表明确意见。

【回复】

一、补充说明各贸易条款对应的收入金额及占比情况，报告期该占比构成变化是否显著，若是，请说明原因；

报告期内，不同贸易条款下的收入金额及占比情况如下：

单位：万元

贸易条款	2018 年度		2019 年度		2020 年-非医护物资		2020 年-医护物资	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
FOB	86,381.18	81.32%	76,466.75	74.85%	65,377.60	67.69%	41,615.58	58.89%
FCA	13,012.06	12.25%	18,215.56	17.83%	18,116.75	18.76%	6,317.69	8.94%
DDP	6,814.22	6.41%	6,912.25	6.77%	12,613.59	13.06%	22,730.56	32.17%
CIF	19.99	0.02%	375.10	0.37%	10.46	0.01%	-	-
柬埔寨内贸	-	-	192.61	0.19%	467.62	0.48%	1.07	-
境外主营业务收入合计	106,227.45	100.00%	102,162.27	100.00%	96,586.02	100.00%	70,664.90	100.00%

注：境外收入贸易条款以发行人合并层面向境外最终客户销售的交付约定统计。

报告期内，2020 年由于发行人采用 DDP 贸易条款结算的医护类产品收入较高，为 22,731 万元，使得 DDP 模式下的收入占比提高。剔除医护物资的影响，采用 DDP 贸易条款的销售收入增长，主要由于采用 DDP 贸易条款结算的客户 Barefoot Dreams, Inc. 2020 年对发行人采购增加，从而使当年 FOB、FCA 等贸易条款下的收入占比有所下降。除此影响因素外，发行人贸易条款对应的收入占比构成没有重大变动。

二、补充说明在何种情况发行人需承担海运相关的费用，由发行人承担海运费用相关的销售收入占总收入的比例情况；2020 年以来海运费上涨对发行人的影响；

（一）发行人需承担海运相关的费用的情况，由发行人承担海运费用相关的销售收入占总收入的比例情况

发行人外销业务中 DDP 和 CIF 模式下需承担海运相关费用，报告期内，该两种贸易条款下的合计收入分别为 6,834.21 万元、7,287.35 万元和 35,354.61 万元；占总收入的比例分别为 6.32%、6.60%和 19.74%，其中绝大部分为 DDP 模式。发行人采用 DDP 贸易模式的客户主要是 Barefoot Dreams, Inc.，报告期内的销售收入分别为 6,217.63 万元、6,507.99 万元和 11,488.38 万元，销售的主要产品为家居服和毯子。此外，2020 年发行人采用 DDP 贸易模式结算的医护类产品收入为 22,730.56 万元。

（二）2020 年以来海运费上涨对发行人的影响

2020 年以来，主要在新冠疫情的影响下，国际航线运力较为紧张，中国出口集装箱运价综合指数从 2020 年 1 月 3 日 897.53 点上升至 2021 年 5 月 21 日 2,216.63 点，出口海运市场价格呈现持续上升趋势。

2020 年至今，海运费上涨导致发行人需承担的运输成本增加，产品毛利率有所下降。2020 年以来海运费和港杂费对 DDP 销售模式和对整体业务的毛利率均有不同程度的影响。

1、海运费上涨对 DDP 贸易模式对应销售的毛利率影响情况

DDP 贸易模式	时间	营业成本未除海运费后毛利率	营业成本扣除海运费后毛利率	海运费对毛利率的影响
非医护	2020 年第一季度	42.24%	43.98%	-1.75%
	2020 年第二季度	42.76%	44.12%	-1.36%
	2020 年第三季度	41.45%	43.17%	-1.72%
	2020 年第四季度	39.51%	41.77%	-2.25%
	2021 年第一季度	35.81%	38.60%	-2.80%
医护	2020 年第二季度	31.39%	32.33%	-0.94%
	2020 年第三季度	13.41%	14.60%	-1.20%
	2020 年第四季度	12.43%	15.75%	-3.31%
	2021 年第一季度	6.47%	11.49%	-5.03%

2、海运费上涨对整体毛利率影响情况

2020 年度，采用 DDP 贸易模式销售的非医护产品收入占发行人总非医护产品收入的比例较低，约为 12%，海运相关费用的上涨对发行人总体非医护产品的毛利率的影响较小；采用 DDP 贸易模式销售的医护产品收入占总医护产品销售收入的比例为 30.71%，故海运费上涨对发行人总体医护产品毛利率的影响相对较大，具体如下：

所有贸易模式	时间	营业成本未扣除海运费后毛利率	营业成本扣除海运费后毛利率	海运费对毛利率的影响
非医护	2020 年第一季度	16.82%	16.92%	-0.10%
	2020 年第二季度	17.94%	18.14%	-0.20%
	2020 年第三季度	19.70%	19.83%	-0.12%
	2020 年第四季度	21.92%	22.34%	-0.42%
	2021 年第一季度	15.23%	15.72%	-0.49%
医护	2020 年第二季度	28.84%	29.06%	-0.22%
	2020 年第三季度	46.80%	47.65%	-0.85%
	2020 年第四季度	19.64%	21.64%	-2.00%
	2021 年第一季度	26.03%	29.35%	-3.32%

报告期内，发行人新签订的合同中已考虑了海运市场价格上涨的因素调整了销售价格，但无法向海外客户转嫁全部的海运费上涨的成本。发行人报告期内对出口方式主要为 FOB、FCA、DDP，虽然 FOB、FCA 贸易模式下发行人无需承担运费，但若海运市场价格仍持续上涨或处于高位，海外客户因运费大幅上涨将

导致终端销售价格上涨，则将对发行人海外销售产生不利影响。

三、补充说明在新收入准则下，运输服务是否构成单项履约义务，发行人是否需就提供的运输服务单独确认一项收入，该项收入占比情况，是否对发行人收入构成存在较大影响；

在 DDP 贸易模式下，根据发行人与客户签订的销售合同或订单的约定，发行人在指定的目的地，办理完进口清关手续，将在交货运输工具上尚未卸下的货物交与买方，完成交货，发行人必须承担将货物运至指定的目的地的一切风险和费用。根据《企业会计准则第 14 号——收入》应用指南（2018）相关要求，“在企业向客户销售商品的同时，约定企业需要将商品运送至客户指定的地点的情况下，企业需要根据相关商品的控制权转移时点判断该运输活动是否构成单项履约义务。通常情况下，控制权转移给客户之前发生的运输活动不构成单项履约义务，而只是企业为了履行合同而从事的活动，相关成本应当作为合同履约成本；相反，控制权转移给客户之后发生的运输活动则可能表明企业向客户提供了一项运输服务，企业应当考虑该项服务是否构成单项履约义务”。在 DDP 贸易模式下，发行人提供的运输服务系为销售商品控制权转移给客户之前发生的运输支出，是为履行销售合同而从事的活动，因此在 DDP 贸易模式下提供的运输服务不构成单项履约义务，无需就提供的运输服务单独确认一项收入。

在 CIF 的贸易模式下，依据《财政部会计司关于发布收入准则应用案例——运输服务》，在货物越过船舷时控制权转移给买方，在此之后，发行人为将产品运送至目的地港口而发生的运输活动，属于为买方提供了一项运输服务。该项运输服务构成单项履约义务，且发行人是运输服务的主要责任人。因此，在新收入准则下，发行人应当在货物越过船舷，货物控制权转移给买方时确认货物相关收入，并按照合同履约进度确认海运服务相关收入。2020 年度，发行人采用 CIF 贸易条款销售产品的收入合计为 10.46 万元，其中运费、保费等港杂费约 0.46 万元。由于绝对金额较小，且占总收入的比例为 0.01%，也较小，因此提供运输服务和保险服务的收入未予单项考虑，与货物及运输、保险相关的所有收入均于货物越过船舷，控制权转移给买方时确认。发行人在新旧收入准则下，针对 CIF 贸易条款业务的主营业务收入的会计处理和对相关报表项目的列报未发生变化。

因此，发行人在新收入准则下无重大运输服务构成单项履约义务，运费的处理符合企业会计准则的规定。

四、补充说明发行人向中信保支付的保费情况，相关保费的缴纳标准，报告期发行人从中信保获赔情况，主要对应的客户和事项。

报告期内，发行人每年向中信保支付的保险费金额分别为 236.97 万元、277.99 万元和 423.49 万元。中信保保费缴纳标准：中信保根据不同国家或地区客户信用情况按照发行人被保险客户的商品销售金额一定比例收取保费。具体如下：

1、2018 年 1 月 8 日至 2020 年 1 月 7 日期间

发行人应交保险费按照被保险业务收入、保费费率乘积与年度最低保险费较高值计算。2018 年度 2019 年度有效期内最低保险费合计人民币 462.40 万元，公司按年分期缴纳保险费，保单在年度终止时，最低保险费余额不予退还，也不结转计入下一保单年度。当中信保应向发行人支付赔款时，发行人则不再享受中信保给予的分期缴付最低保险费优惠而须在中信保支付赔款前将尚未缴付的最低保险费全部缴付。中信保给予发行人分期缴付上述最低保险费的优惠，其中第 1 期人民币 578,000.00 万元，最迟缴付日期为 2018 年 01 月 20 日；第 2 期人民币 578,000.00 万元，最迟缴付日期为 2018 年 04 月 10 日；第 3 期人民币 578,000.00 万元，最迟缴付日期为 2018 年 07 月 10 日；第 4 期人民币 578,000.00 万元，最迟缴付日期为 2018 年 10 月 10 日；第 5 期人民币 578,000.00 万元，最迟缴付日期为 2019 年 01 月 10 日；第 6 期人民币 578,000.00 万元，最迟缴付日期为 2019 年 04 月 10 日；第 7 期人民币 578,000.00 万元，最迟缴付日期为 2019 年 07 月 10 日；第 8 期人民币 578,000.00 万元，最迟缴付日期为 2019 年 10 月 10 日。

2018 年度、2019 年度保险费率如下：

发票总额每百元的保险费

支付方式	信用期限	出口国家或地区类别							
		A1 ^{注2}	A2 ^{注2}	B1 ^{注2}	B2 ^{注2}	C1 ^{注2}	C2 ^{注2}	D1 ^{注2}	D2 ^{注2}
L/C ^{注1}	0-30 天	0.11	0.11	0.12	0.13	0.15	0.17	0.22	0.24
L/C ^{注1}	31-90 天	0.11	0.11	0.12	0.13	0.16	0.17	0.24	0.26

L/C ^{注1}	91-180 天	0.11	0.11	0.13	0.14	0.17	0.18	0.25	0.28
D/P ^{注1}	0-30 天	0.11	0.12	0.16	0.18	0.21	0.23	0.31	0.33
D/A ^{注1} &OA ^{注1}		0.16	0.18	0.23	0.26	0.31	0.33	0.44	0.49
D/P ^{注1}	31-90 天	0.15	0.16	0.21	0.23	0.28	0.30	0.40	0.44
D/A ^{注1} &OA ^{注1}		0.21	0.23	0.31	0.33	0.40	0.44	0.57	0.63
D/P ^{注1}	91-180 天	0.18	0.19	0.25	0.28	0.33	0.36	0.48	0.52
D/A ^{注1} &OA ^{注1}		0.25	0.28	0.37	0.41	0.47	0.51	0.69	0.76

注 1：支付方式注释

支付方式	支付性质	收汇风险
L/C	先证后货，货到付余款	由
D/P	先货，后付款交单	小
D/A	先货，后承兑交单，再付款	到
O/A	先货后款	大

注 2：主权国家风险分类

序号	国家中文名称	国家英文名称	国家代码	国家风险分类
1	阿根廷	ARGENTINA	ARG	D1
2	埃及	EGYPT	EGY	C1
3	爱尔兰	IRELAND	IRL	A2
4	澳大利亚	AUSTRALIA	AUS	A2
5	巴西	BRAZIL	BRA	C2
6	波兰	POLAND	POL	B2
7	丹麦	DENMARK	DNK	A2
8	德国	GERMANY	DEU	A2
9	法国	FRANCE	FRA	A2
10	芬兰	FINLAND	FIN	A2
11	韩国	KOREA,REP	KOR	B2
12	荷兰	NETHERLANDS	NLD	A2
13	加拿大	CANADA	CAN	A2
14	柬埔寨	CAMBODIA	KHM	D2
15	美国	UNITED STATES OF AMERICA	USA	A2
16	孟加拉	BANGLADESH	BGD	D1
17	墨西哥	MEXICO	MEX	C1
18	南非	SOUTH AFRICA	ZAF	C1

序号	国家中文名称	国家英文名称	国家代码	国家风险分类
19	日本	JAPAN	JPN	A2
20	瑞典	SWEDEN	SWE	A2
21	泰国	THAILAND	THA	C1
22	西班牙	SPAIN	ESP	A2
23	以色列	ISRAEL	ISR	B2
24	意大利	ITALY	ITA	A2
25	英国	UNITED KINGDOM	GBR	A2
26	越南	VIETNAM	VNM	C2
27	中国澳门	MACAU	MAC	C1
28	中国台湾	TAIWAN	TWN	B1
29	中国香港	HONG KONG	HKG	B1

2、2020 年 1 月 8 日至 2021 年 1 月 7 日期间

发行人应交保险费按照被保险业务收入、保费费率乘积与年度最低保险费较高值计算。2020 年度有效期内最低保险费为 34 万美元，公司按年分期缴纳保险费，保单在年度终止时，最低保险费余额不予退还，也不结转计入下一保单年度。当中信保应向发行人支付赔款时，则发行人则不再享受中信保给予的分期缴付最低保险费优惠而须在中信保支付赔款前将尚未缴付的最低保险费全部缴付。中信保给予发行人分期缴付上述最低保险费的优惠，其中第 1 期 8.50 万美元，最迟缴付日期为 2020 年 1 月 20 日；第 2 期 8.50 万美元，最迟缴付日期为 2020 年 4 月 10 日，第 3 期 8.50 万美元，最迟缴付日期为 2020 年 7 月 1 日；第 4 期 8.50 万美元，最迟缴付日期为 8.50 万美元，最迟缴付日期为 2020 年 10 月 10 日。

2020 年度保险费率如下：

发票总额每百元的保险费

支付方式	信用期限	出口国家或地区类别							
		A1 注 2	A2 注 2	B1 注 2	B2 注 2	C1 注 2	C2 注 2	D1 注 2	D2 注 2
L/C 注 1	0-30 天	0.11	0.11	0.12	0.13	0.15	0.17	0.22	0.24
L/C 注 1	31-90 天	0.11	0.11	0.12	0.13	0.16	0.17	0.24	0.26
L/C 注 1	91-180 天	0.11	0.11	0.13	0.14	0.17	0.18	0.25	0.28
D/P 注 1	0-30 天	0.11	0.12	0.16	0.18	0.21	0.23	0.31	0.33
D/P 注 1	31-90 天	0.15	0.16	0.21	0.23	0.28	0.30	0.40	0.44

D/P 注 1	91-180 天	0.18	0.19	0.25	0.28	0.33	0.36	0.48	0.52
D/A 注 1 1&OA 注 1	0-30 天	0.16	0.18	0.23	0.26	0.31	0.33	0.44	0.49
D/A 注 1 1&OA 注 1	31-90 天	0.21	0.23	0.31	0.33	0.40	0.44	0.57	0.63
D/A 注 1 1&OA 注 1	91-180 天	0.25	0.28	0.37	0.41	0.47	0.51	0.69	0.76

注 1: 支付方式注释

支付方式	支付性质	收汇风险
L/C	先证后货, 货到付余款	由 小 到 大
D/P	先货, 后付款交单	
D/A	先货, 后承兑交单, 再付款	
O/A	先货后款	

注 2: 主权国家风险分类

序号	国家中文名称	国家英文名称	国家代码	国家风险分类
1	爱尔兰	IRELAND	IRL	B1
2	澳大利亚	AUSTRALIA	AUS	A2
3	巴西	BRAZIL	BRA	C2
4	波兰	POLAND	POL	B2
5	德国	GERMANY	DEU	A2
6	法国	FRANCE	FRA	A2
7	菲律宾	PHILIPPINES	PHL	C1
8	芬兰	FINLAND	FIN	A2
9	韩国	KOREA,REP	KOR	B2
10	荷兰	NETHERLANDS	NLD	B1
11	加拿大	CANADA	CAN	A2
12	柬埔寨	CAMBODIA	KHM	C2
13	美国	UNITED STATES OF AMERICA	USA	A2
14	墨西哥	MEXICO	MEX	B2
15	南非	SOUTH AFRICA	ZAF	C1
16	日本	JAPAN	JPN	A2
17	瑞典	SWEDEN	SWE	A2
18	瑞士	SWITZERLAND	CHE	A1
19	斯里兰卡	SRI LANKA	LKA	C2
20	西班牙	SPAIN	ESP	B1

序号	国家中文名称	国家英文名称	国家代码	国家风险分类
21	新西兰	NEW ZEALAND	NZL	A2
22	以色列	ISRAEL	ISR	B1
23	意大利	ITALY	ITA	B2
24	英国	UNITED KINGDOM	GBR	A2
25	越南	VIETNAM	VNM	C1
26	中国澳门	MACAU	MAC	B2
27	中国台湾	TAIWAN	TWN	B1
28	中国香港	HONG KONG	HKG	B1

报告期内，发行人每年从中信保获得的应收账款赔款情况如下：

单位：万元

赔付客户名称	2020 年度	2019 年度	2018 年度	申请赔付金额	索赔原因
Shopko Stores Operating Co.,LLC	-	88.58	-	100.00	客户破产，货款未收回
Debenhams Retail Limited	51.35	-	-	99.97	客户申请破产保护，货款未收回
J.C. Penney Purchasing Corporation	117.02	-	-	159.24	
合计	168.37	88.58	-	359.21	

请申报会计师发表明确意见。

（一）核查过程

- 1、对发行人境外收入确认进行细节测试，检查客户订单、货物报关单、提单、签收单等收入确认单据，核查销售贸易条款以及收入确认的合理性；
- 2、获取发行人海运费用及报关费用明细，检查相关单据，核查相关费用金额，并进行分析；
- 3、向发行人销售负责人访谈了解公司对外销收入在中信保投保的策略，抽查核对报告期内公司与中信保结算保费的情况；
- 4、取得公司报告期内向中信保投保明细表；
- 5、获取公司与中信保签订的短期出口信用保险单等资料，了解合同约定的主要条款情况；

6、查阅报告期内发行人向中信保理赔的情况。

（二）核查结论

经核查，申报会计师认为：

1、报告期内各贸易条款对应的收入金额的构成无显著变动，与发行人业务发展规模匹配。

2、海运费上涨符合市场海运价格变动趋势，与发行人业务实际情况相匹配。

3、发行人在新收入准则下无重大运输服务构成单项履约义务，运费的处理符合企业会计准则的规定。

4、发行人 2018 年度、2019 年度、2020 年度向中信保支付的保险费金额分别为 236.97 万元、277.99 万元和 423.49 万元，保费缴纳标准与合同约定一致。

5、发行人报告期从中信保收到的赔款于收到时已记入当年利润表。

问题 7. 关于审计截止日后财务信息及经营状况

请发行人：（1）补充说明 2021 年一季度的主要财务数据情况；（2）2021 年 1 至 3 月主要会计报表项目与上年年末或同期相比的变动情况，如变动幅度较大的，请分析并披露变动原因以及由此可能产生的影响，相关影响因素是否具有持续性；（3）如 2021 年 1 至 3 月经营业绩下滑的，请在风险因素中进一步量化分析和披露导致业绩下滑的相关影响因素及其变动情况，是否具有持续影响，是否影响持续经营能力，并作重大事项提示；（4）2021 年上半年的业绩预计情况。请保荐人、申报会计师发表明确意见。

【回复】

一、补充说明 2021 年一季度的主要财务数据情况；

2021 年一季度/3 月末，发行人主要财务数据情况如下：

单位：万元

项目	2021 年 1-3 月
营业收入	20,688.05
营业利润	-258.67

归属于母公司股东的净利润	29.04
项目	2021 年 3 月 31 日
总资产	67,551.60
净资产	42,011.03

注：2021 年一季度财务数据未经审计。

二、2021 年 1 至 3 月主要会计报表项目与上年年末或同期相比的变动情况，如变动幅度较大的，请分析并披露变动原因以及由此可能产生的影响，相关影响因素是否具有持续性；

2021 年一季度/3 月末与 2020 年一季度/3 月末，发行人主要会计报表项目变动情况如下：

单位：万元

项目	2021 年 1-3 月	2020 年 1-3 月	变动（%）
营业收入	20,688.05	11,169.05	85.23%
营业利润	-258.67	-553.25	53.25%
归属于母公司股东的净利润	29.04	-283.90	110.23%
项目	2021 年 3 月 31 日	2020 年 3 月 31 日	变动（%）
总资产	67,551.60	50,843.64	32.86%
净资产	42,011.79	31,269.28	34.35%

注：2021 年一季度财务数据未经审计。

2021 年 1-3 月，发行人营业收入较上年同期上升 9,519.00 万元，同比增长 85.23%，发行人营业收入的增幅较大的原因主要系：①受新冠疫情影响，发行人自 2020 年第二季度开展医护类业务，因此 2021 年一季度较 2020 年一季度，发行人新增了医护类业务所产生的收入，剔除该部分收入后，发行人非医护收入较 2020 年一季度同比上升 2,710.84 万元，同比增长 23.92%；②受美国政府在其国内实施派发现金支票等方式刺激民众消费宽松的货币政策的影响，美国居民消费能力有所增加，并且，在美国境内新冠疫情反复的情况下，民众居家办公的情况更加普遍，使得对发行人所经营的家居服饰和家纺产品的需求较 2020 年一季度增长。

未来，随着新冠疫情的缓和，发行人的家纺、服饰和面料业务将至少回归至平稳增长的正常水平，医护类业务可能随着疫情的缓和而下降。然而，目前尚无

法对本次新冠疫情的持续时间、各国政府的应对方式及其对人们工作、生活习惯的影响程度进行准确预测，若疫情持续，也可能对发行人的业务增速有所促进。

三、如 2021 年 1 至 3 月经营业绩下滑的，请在风险因素中进一步量化分析和披露导致业绩下滑的相关影响因素及其变动情况，是否具有持续影响，是否影响持续经营能力，并作重大事项提示；

2021 年 1-3 月，受新冠疫情及美国为应对疫情实行宽松货币政策刺激民众消费的影响，发行人营业收入、归属于母公司股东的净利润较 2020 年 1-3 月分别上升 85.23%和 110.23%，不存在经营业绩下滑的情况。

四、2021 年上半年的业绩预计情况。

基于公司目前的经营状况、市场环境以及综合考虑新冠疫情对短期经营的影响，经公司初步测算，预计 2021 年 1-6 月实现营业收入约 57,000 万元至 64,000 万元，同比下降约 32.95%至 24.72%；预计净利润约 100 万元至 350 万元，同比下降约 98.17%至 94.07%。上述 2021 年 1-6 月财务数据为公司初步测算数据，未经会计师审计或审阅，且不构成盈利预测。

发行人 2021 年上半年经营业绩预计较 2020 年同期下降，主要系受新冠疫情影响，2020 年上半年发行人向海外客户销售医护产品规模和利润空间较大，而随着海外新冠疫情的逐步缓解，2021 年上半年发行人防疫物资的销售有所减少，因此 2021 年上半年营业收入、净利润均有所下降。

发行人 2021 年上半年预计的经营业绩较 2020 年同期变化的具体情况如下：

单位：万元

项目	2021 年 1-6 月（预计）				2020 年 1-6 月	
	非医护业务		医护业务		非医护业务	医护业务
	金额	变动	金额	变动	金额	金额
营业收入	49,700~56,000	107.54%~133.85%	7,300~8,000	-88.04%~-86.90%	23,947.40	61,048.32
营业利润（测算）	220~410	-60.66%~-26.68%	120~180	-98.62%~-97.93%	559.21	8,712.76
净利润（测算）	70~250	-84.31%~-43.97%	30~100	-99.45%~-98.17%	446.19	5,843.66

注：管理费用测算按照医护和非医护业务收入的比例进行分配测算。政府补助均为非医

护类业务相关的政府补助。

由上表所示，2021 年上半年，非医护类业务方面，受美国政府在其国内实施的宽松的货币政策刺激民众消费以及受新冠疫情而改变居民生活工作习惯从而导致家居产品需求上升的影响等，发行人非医护类业务收入较 2020 年上半年有显著增长。然而发行人非医护类业务预测的营业利润和净利润较 2020 年上半年大幅下降，主要系：①发行人家纺、服饰等传统业务具有较为明显的季节性，通常上半年为该类业务的销售淡季，2019 年 1-6 月，发行人传统业务的收入为 27,389.09 万元，净利润为-581.90 万元，收入规模和盈利水平较弱系该类业务在上半年的普遍现象；②2021 年上半年新冠疫情逐步缓解，发行人的销售活动增加，寄送样品、设计打样等活动频繁，销售费用较 2020 上半年有所增加，相应的，发行人取得的非医护类产品订单金额也有显著增长，此外受发行人新设靖江乐活及英国公司等子公司，其他相关期间费用也有所上升；③2021 年上半年产生收入的销售订单主要在 2020 年下半年签订，发行人签订的销售订单以美元计价，彼时美元兑人民币汇率较高，而 2021 年上半年美元兑人民币处于贬值趋势，同时上半年发行人通过远期结汇等套期保值工具进行风险对冲的比例略低，约为预计收入的 60%，不能完全抵消汇率变动对业绩的不利影响；④2021 年上半年收到的政府补助较国内疫情期间的 2020 年上半年预计减少约 700 万元。

医护类业务方面，随着海外新冠疫情的逐步缓解，2021 年上半年发行人防疫物资的销售规模和利润空间较 2020 年上半年大幅减小，使得发行人 2021 年上半年医护类业务收入和利润水平较 2020 年上半年大幅下降。

整体而言，2021 年上半年，发行人主要经营状况正常，主要原材料及成品采购情况、主要产品销售情况、主要客户及供应商的构成情况、税收政策以及其他可能影响投资者判断的重大事项方面未发生重大变化，不会对发行人持续经营能力及发行条件产生重大不利影响。

请申报会计师发表明确意见。

（一）核查过程

1、获取发行人 2021 年一季度合并财务报表，并与上年同期对比主要经营业

绩与财务指标，分析其变动的原因及合理性；

2、了解发行人 2021 年 1-6 月预测的财务数据，了解其业绩预计过程；

3、了解发行人 2021 年一季度主要客户及供应商变动情况，分析变动原因；

4、了解发行人主要产品单价与主要原材料、成品采购单价变动情况，分析变动原因、变动趋势是否与市场一致。

（二）核查结论

经核查，申报会计师认为：

1、受美国政府在其国内实施的宽松的货币政策刺激民众消费以及受新冠疫情而改变居民生活工作习惯从而导致家居产品需求上升的影响，2021 年 1-3 月和上半年，发行人非医护业务增长速度较快，若上述驱动因素逐步退潮，发行人的业务增速也将恢复至正常行业增长水平。

2、2021 年 1-3 月，受美国实行宽松货币政策刺激民众消费以及主要因新冠疫情等因素导致产品需求上升的影响，发行人营业收入、归属于母公司股东的净利润较 2020 年 1-3 月上升 85.23%和 110.23%，不存在经营业绩下滑的情况。

3、2020 年上半年，发行人主要经营状况正常，主要原材料及成品采购情况、主要产品销售情况、主要客户及供应商的构成情况、税收政策以及其他可能影响投资者判断的重大事项方面未发生重大变化，不会对发行人持续经营能力及发行条件产生重大不利影响。

问题 8. 关于发行人医护类产品客户

审核问询回复显示：（1）2020 年发行人医护类产品第一大客户系 Walgreen Co.，发行人向其收入 29,957.44 万元，占医护类收入的比例为 40.48%；（2）Walgreen Co.亦为发行人原有的非医护类业务的主要客户，但发行人 2019 年向其销售收入为 2,976.09 万元，2020 年其未进入发行人非医护类业务前十大客户。

请发行人：（1）补充说明向 Walgreen Co.销售非医护类产品的情况，其销售规模远小于向其销售医护类产品收入规模的原因；（2）报告期期末发行人向 Walgreen Co.的销售订单情况，发行人与其医护类产品的业务合作是否具备持续

性。请保荐人、申报会计师发表明确意见。

【回复】

一、补充说明向 Walgreen Co.销售非医护类产品的情况，其销售规模远小于向其销售医护类产品收入规模的原因；

报告期内，发行人对 Walgreen Co.的销售情况如下：

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
非医护类产品	2,373.50	2,976.09	3,029.30
其中：家纺	1,088.11	529.19	361.19
服饰	1,285.39	2,446.90	2,668.11
医护类产品	29,957.44	-	-
对 Walgreen 的主营业务收入合计	32,330.95	2,976.09	3,029.30

报告期内，发行人向 Walgreen Co.销售非医护类产品的收入分别为 3,029.30 万元、2,976.09 万元和 2,373.50 万元，分别系发行人非医护业务的第 9、第 10、第 11 大客户，报告期内，发行人与 Walgreen Co.的非医护类业务规模整体较为稳定。2020 年度，受新冠疫情影响，发行人向 Walgreen Co.销售以口罩为主的医护类产品共计 29,957.44 万元。

发行人向 Walgreen Co.销售医护产品的规模远大于非医护类产品，主要系受 Walgreen Co.的业务定位的影响：

Walgreen Co.为美国知名药品零售和批发连锁企业 Walgreens Boots Alliance, Inc.（以下简称“WBA”）的子公司，其主营业务为药品零售，以及健康、个护产品等商品零售，WBA 是国际领先的药品零售和批发商，亦是全球最大的药品及健康用品采购商之一。根据 WBA 的定期报告，截至 2020 年 8 月，WBA 连同其控股和参股公司在全球 11 个国家拥有 21,000 家商店，尤其在美国与欧洲拥有广阔的销售网络覆盖。Walgreen 的核心业务为药品及健康产品销售，亦涉及个人护理用品、生活日用品等产品零售。

发行人向 Walgreen Co.销售的非医护产品主要为针织毯、睡衣等家纺和服饰类产品，这些产品不属于 Walgreen Co.优势主业中的药品和健康用品。2020 年美

国、欧洲地区新冠疫情扩散，口罩等防疫用品的需求快速增加，在此背景下，Walgreen 向发行人加大口罩等医护类用品采购，医护用品采购金额较高，一方面因医护类用品属于 Walgreen 的传统优势主业，其采购规模原本就大于家纺等生活用品；另一方面因 2020 年美国、欧洲的新冠疫情爆发，短时间内防疫用品需求快速增长，而发行人作为 Walgreen 已合作多年的供应商，凭借迅速的订单响应和供应能力，供货速度和产品质量均得到客户的认可，因此 Walgreen 选择向发行人进行金额较大的医护用品采购。因此，发行人向 Walgreen Co.销售非医护类产品的销售规模远小于向其销售医护类产品收入规模具有合理性。

二、报告期期末发行人向 Walgreen Co.的销售订单情况，发行人与其医护类产品的业务合作是否具备持续性。

2020 年度发行人向 Walgreen Co.销售金额以及 2021 年 5 月末在手订单情况如下：

单位：万元

项目	2021 年 5 月末在手订单 ^注	2020 年度收入
家纺产品	556.23	1,088.11
服饰产品	2,232.30	1,285.39
医护产品	196.38	29,957.44
合计	2,984.91	32,330.95

注：“在手订单”定义为截至上述日期，发行人已于 2021 年履行以及尚未履行的在手的订单

由表可知，2021 年 5 月末发行人在手订单规模远小于 2020 全年收入规模，主要系①非医护产品方面，发行人于 2020 年下半年向 Walgreen Co.在原浴袍项目的基础上新拓展了套头衫等休闲家居服饰项目，并于 2021 年签订订单，因此 2021 年 1-5 月，服饰产品在手订单较 2020 年度全年收入有所增长；②医护产品方面，2021 年度，随着新冠疫情在美国范围内逐步缓和，公司的向 Walgreen Co.销售医护类产品的规模大幅下降。

因此，根据发行人 2021 年 5 月末在手订单情况，随着新冠疫情在美国范围内的逐步缓解，发行人与 Walgreen Co.的医护产品业务也有明显萎缩，发行人与其医护类产品的业务大规模合作不具备持续性。

请申报会计师发表明确意见。

（一）核查过程

- 1、统计报告期内发行人对 Walgreen Co.各类产品的销售情况；
- 2、通过向业务人员访谈以及通过公开资料查询，了解 Walgreen Co.的具体核心业务模式，以及对发行人各品类产品采购变动的具体原因；
- 3、获取发行人截至 2020 年 12 月 31 日和 2021 年 5 月 31 日的在手订单统计表，通过访谈发行人业务人员，了解发行人对 Walgreen Co.的销售订单变动的原因；
- 4、抽查上述截止日后发行人对 Walgreen Co.实际收入确认的情况。

（二）核查结论

经核查，申报会计师认为：

- 1、2020 年度，受新冠疫情影响，发行人向 Walgreen Co.销售以口罩为主的医护类产品规模较大，发行人向 Walgreen Co.销售医护产品的规模远大于非医护类产品，主要系受 Walgreen Co.的业务定位的影响。
- 2、随着新冠疫情在美国范围内的逐步缓解，发行人与 Walgreen Co.的医护产品业务也有明显萎缩，发行人与其医护类产品的业务大规模合作不具备持续性。

问题 9. 关于境外客户情况

审核问询回复显示：（1）发行人报告期内以外销为主，受新冠疫情影响，本次申报前保荐人和申报会计师对发行人境内主要客户及部分境外主要客户设在境内负责采购事务的子公司或办事处（如有）进行了实地走访；对其他境外主要客户，保荐人和申报会计师进行了视频访谈，并于视频访谈后通过邮件将访谈记录发送至被访谈人，由被访谈人回复邮件确认或者打印纸质访谈记录签字寄回；（2）中介机构实地走访客户数量对应报告期各期分别为 6 家、6 家和 7 家，占主营业务收入比例分别为 4.82%、7.37%和 4.72%。

请发行人补充说明主要客户中，存在境内子公司或办事处的相关情况，对于

上述存在境内子公司或办事处的客户，发行人实践中是否主要与其境内机构沟通往来。请中介机构补充说明在走访过程中，前往境外实地走访和境内实地走访的数量情况；对于存在境内机构的主要境外客户，中介机构是否全部进行走访核查，接待对象的职责范围是否与访谈事项匹配。

【回复】

一、请发行人补充说明主要客户中，存在境内子公司或办事处的相关情况，对于上述存在境内子公司或办事处的客户，发行人实践中是否主要与其境内机构沟通往来。

发行人报告期内各期前十大非医护业务和医护业务客户，其境内子公司或办事处设立情况和中介机构实际走访情况、受访人职位信息如下所示：

1、非医护业务客户

序号	客户名称	是否于境内有子公司/办事处 ^{注1}	发行人是否主要与其境内机构沟通往来	访谈方式	受访人身份	备注
1	Target	是	是	视频访谈	采购部门区域采购总监（Regional Director, Sourcing）	对方不接受现场访谈
2	Barefoot Dreams	否	不适用	视频访谈	首席商品官（Chief Merchandising Officer）、财务总监（Controller）	-
3	Matalan	否	不适用	视频访谈	质量和采购总监（Director of Quality & Sourcing）、采购部门负责人（Head of Cost and Sourcing）	-
4	J.C. Penney	是	是	视频访谈	服装部门经理、家纺部门经理（Divisional Merchandise Manager）	对方不接受现场访谈
5	Dunelm (Soft Furnishings) Ltd	是	否	未访谈	-	客户拒绝访谈

序号	客户名称	是否于境内有子公司/办事处 ^{注1}	发行人是否主要与其境内机构沟通往来	访谈方式	受访人身份	备注
6	Debenhams	否	不适用	视频访谈	采购总监（Director of Buying）、贸易主管（Trading Director）	-
7	Nordstrom	否	不适用	视频访谈	负责 Nordstrom 采购业务的副总经理（Vice President）	-
8	WM Morrison Supermarkets Plc	否	不适用	视频访谈	高级采购经理（Senior Merchandiser）	-
9	Lands' End	否	不适用	邮件访谈	高级采购经理（Senior Director-Global Sourcing）	拒绝视频访谈，经沟通后仅接受中介机构以邮件形式访谈
10	Vera Bradley	否	不适用	视频访谈	采购经理（Merchandise Manager）	-
11	Primark	否	不适用	未访谈	-	因不再合作，对方拒绝访谈
12	Indigo Books & Music Inc. ^{注2}	是	是	现场走访	部门业务经理（Divisional Merchandise Manager）	-
13	Walgreen Co.	否	不适用	未访谈	-	客户拒绝访谈

注 1：未包含香港、澳门和台湾地区，下同。

注 2：Indigo Books & Music Inc.通过威林干那作为采购代理商向发行人进行采购，威林干那于境内存在办事处，且发行人主要与威林干那的境内机构日常沟通往来，受访人为威林干那负责 Indigo Books & Music Inc.采购事项的业务经理。

非医护业务各期前十大客户中，Dunelm(Soft Furnishings) Ltd、Walgreen 和 Primark 拒绝接受访谈，Lands' End 仅同意通过邮件形式进行问卷访谈，Walgreen，Primark 和 Lands' End 三家客户均未在境内设立机构。

Target、J.C. Penney 两家公司，在中介机构进行主要客户的系统走访时仅接受了视频访谈，因此上述表格将其统计为视频访谈客户。但对于该两家客户，申报会计师于项目早期曾随公司业务人员一同拜访过该两家公司的境内办事处，且与财务核查视频访谈的同一受访人进行过沟通并在境内办事处 Logo 处合影，实

际对该两家公司进行过走访。

2、医护业务客户

2020 年医护业务前十大客户中，Walgreen、Target、Vera Bradley、J.C.Penney 同时也是非医护业务前十大客户，除此之外其他客户于境内设立子公司或办事处情况和中介机构实际走访情况、受访人职位信息如下：

序号	客户名称	是否于境内有子公司/办事处	发行人是否主要与其境内机构沟通往来	访谈方式	受访人职位	备注
1	EMC Distribution Limited	是	是	视频访谈	采购经理（Senior Merchandiser）	不接受现场访谈
2	Northern Safety Co., Inc.	是	是	视频访谈	首席代表（Chief Representative）	不接受现场访谈
3	British Embassy Beijing	是	是	视频访谈	医药物资供应组财务经理（Accounting Manager of Medical Supplies Team）	属外国政府机构，不接受现场访谈
4	GDTEX Inc.	是 ^注	是	现场访谈	业务经理	-
5	珠海中博医疗科技有限公司	不适用	不适用	未走访	-	对方拒绝访谈
6	腾讯科技（深圳）有限公司	不适用	不适用	视频访谈	集团采购管理部经理	不接受现场访谈

注：GDTEX Inc.为国有企业广东省纺织品进出口股份有限公司的美国子公司。

医护业务前十大客户中，Walgreen 和珠海中博医疗科技有限公司拒绝接受访谈。Target、Vera Bradley、J.C.Penney、EMC Distribution Limited，Northern Safety Co., Inc., British Embassy Beijing 和腾讯科技（深圳）有限公司仅接受视频访谈。

除上表所示部分客户不接受访谈外，其余主要客户，中介机构均已通过视频访谈或现场走访的方式进行了访谈，且受访人均均为对与发行人往来业务熟悉的相关人士，如采购部门的业务经理、总监等，其职责范围与访谈涉及事项匹配。

二、请中介机构补充说明在走访过程中，前往境外实地走访和境内实地走访的数量情况；对于存在境内机构的主要境外客户，中介机构是否全部进行走访核查，接待对象的职责范围是否与访谈事项匹配。

由于海外新冠疫情因素，中介机构未能进行境外实地走访，涉及受访人位于

境外的情况，中介机构均采用视频、邮件访谈的方式进行访谈，访谈后要求其通过公司邮箱对访谈内容进行确认，同时获取其名片或工牌进行身份确认。报告期内境内实地走访和境外实地走访数量情况如下所示：

项目		2020 年度	2019 年度	2018 年度
实地走访	数量（家）	7	6	6
	其中：境外实地走访家数	0	0	0
	境内实地走访家数	7	6	6

关于存在境内机构的主要境外客户走访情况和接待对象的职责范围等信息，请参见问题 9 第一小问的回复内容。

问题 10. 关于发行人自有工厂和自产产品的成本情况

审核问询回复显示：（1）公司的自有工厂，主要用于满足保密打样、精益做工和弹性产能供给的需求；其中张家港中堂和柬埔寨寨公司主要生产家居服饰，常熟中堂和南通瑞兹主要生产家用纺织品。（2）报告期自有工厂的家纺、服饰产能呈逐年增长趋势，2018 年和 2019 年产能利用率在 80%至 100%水平，2020 年产能利用率下降至 50%至 70%水平；（3）发行人 2018 年、2019 年自产产品的料工费占比较为稳定；2020 年受新冠疫情影响，Nordstrom 等部分以线下经营为主的高端百货公司向发行人的采购减少，发行人的自产产品规模下降较多，使得发行人自产产品的工费占比相对增长较多，直接材料成本占比下降。

请发行人：（1）补充说明各自有工厂的产能、产量、产能利用率情况；（2）补充说明各自有工厂的人员数量、人均薪酬、人均产量、单位产品分摊的直接人工金额情况；（3）结合上述信息，补充说明各自有工厂之间的分工和定位情况，各自有工厂之间的产能利用率、人均产量、人均薪酬是否存在较大差异；（4）补充说明营业成本中的单位人工成本与上述生产成本中的单位人工成本是否存在较大差异。请保荐人、申报会计师发表明确意见。

【回复】

一、补充说明各自有工厂的产能、产量、产能利用率情况；

报告期内，发行人共拥有常熟中堂、南通瑞兹、张家港中堂、柬埔寨寨公司等四家自有工厂，自有工厂主要生产家纺和服饰类产品。各工厂的产能、产量、产

能利用率情况具体如下：

单位：万件

产量统计	家纺			服饰		
	常熟中堂	南通瑞兹	小计	张家港中堂	柬埔寨公司	小计
2020 年度	142.96	69.80	212.76	81.36	81.11	162.47
2019 年度	182.97	34.44	217.41	131.32	34.10	165.42
2018 年度	190.59	-	190.59	119.54	-	119.54
合计	516.52	104.24	620.76	332.22	115.21	447.43
产能统计	家纺			服饰		
	常熟中堂	南通瑞兹	小计	张家港中堂	柬埔寨公司	小计
2020 年度	199.36	116.03	315.39	161.28	128.54	289.82
2019 年度	179.20	58.02	237.22	161.28	31.20	192.48
2018 年度	179.20	-	179.20	145.15	-	145.15
合计	557.76	174.05	731.81	467.71	159.74	627.45
2020 年产能利用率	71.71%	60.15%	67.46%	50.45%	63.10%	56.06%
2019 年产能利用率	102.10%	59.37%	91.65%	81.43%	109.29%	85.94%
2018 年产能利用率	106.36%	/	106.36%	82.35%	/	82.35%

工厂以各自拥有的设备台数、设备开工时长及每小时生产数量为计算基础计算产能。2018 年至 2019 年，公司自有产能的利用率较高；2020 年，由于新冠疫情使部分订单交期推迟，产能利用率较低。

二、补充说明各自有工厂的人员数量、人均薪酬、人均产量、单位产品分摊的直接人工金额情况；

报告期内，发行人各自有工厂的人员数量、人均薪酬、人均产量、单位产品分摊的直接人工金额情况如下：

单位：万元、人/万件、件/元

项目		公式	常熟中堂	南通瑞兹	张家港中堂	柬埔寨公司	合计
2020 年度	人员数量	A	97	46	189	219	551
	职工薪酬合计	B	685.45	272.80	1,749.18	934.32	3,641.75
	人均薪酬	C=B/A	7.07	5.93	9.25	4.27	6.61
	产量	D	142.96	69.80	81.36	81.11	375.23

项目		公式	常熟中堂	南通瑞兹	张家港中堂	柬埔寨公司	合计
	人均产量	$E=D/A$	1.47	1.52	0.43	0.37	0.68
	生产成本	F	4,638.31	1,714.17	3,549.40	2,144.38	12,046.26
	单位产品的成本	$G=F/D$	32.44	24.46	43.63	27.59	32.71
	直接人工占单位生产成本的 比例	H	9.60%	8.91%	25.76%	41.48%	21.82%
	单位产品分摊的直接人工金 额	$I=G*H$	3.12	2.19	11.24	13.61	7.00
2019 年 度	人员数量	A	97	39	208	130	473
	职工薪酬合计	B	747.79	210.53	1,574.49	402.74	2,935.55
	人均薪酬	$C=B/A$	7.75	5.38	7.59	3.10	6.20
	产量	D	182.97	34.44	131.32	34.10	382.83
	人均产量	$E=D/A$	1.90	0.88	0.63	0.26	0.81
	生产成本	F	5,578.48	963.82	4,771.61	340.70	11,654.60
	单位产品的成本	$G=F/D$	30.49	27.99	36.34	9.99	30.44
	直接人工占单位生产成本的 比例	H	7.80%	11.67%	19.45%	75.17%	14.86%
	单位产品分摊的直接人工金 额	$I=G*H$	2.38	3.27	7.07	7.51	4.52
2018 年 度	人员数量	A	99	-	218	-	317
	职工薪酬合计	B	603.45	-	1,528.22	-	2,131.67
	人均薪酬	$C=B/A$	6.13	-	7.01	-	6.74
	产量	D	190.59	-	119.54	-	310.13
	人均产量	$E=D/A$	1.93	-	0.55	-	0.98
	生产成本	F	4,870.33	-	4,629.31	-	9,499.65
	单位产品的成本	$G=F/D$	25.55	-	38.73	-	30.63
	直接人工占单位生产成本的 比例	H	7.99%	-	20.88%	-	14.27%

项目		公式	常熟中堂	南通瑞兹	张家港中堂	柬埔寨公司	合计
	单位产品分摊的直接人工金额	$I=G*H$	2.04	-	8.09	-	4.37

注：1、上述当年人员数量取各子公司各年期初和期末人数的平均数；南通瑞兹、柬埔寨公司分别于 2019 年度 2 月下旬和 3 月上旬设立，在计算人员数量时取当年末在册人数的 10/12。

2、上述家纺、服饰生产成本、销量为各子公司单体财务及业务数据，合并范围内公司之间的业务未进行合并抵消。

人员数量方面，报告期内，主要受 2019 年度和 2020 年度新设子公司并开展业务的影响，发行人自有工厂人数整体呈上升趋势，其中，主要受柬埔寨公司业务规模扩大并大规模招工的影响，2020 年度自有工厂平均员工数量从 2018 年度的 317 人上升至 551 人。除柬埔寨公司外，发行人其余自有工厂各年员工人数基本保持稳定。

人均薪酬方面，报告期内，发行人自有工厂总体人均年薪在 6.20 万元至 6.74 万元之间，基本维持稳定，其中，由于张家港中堂定位以生产家居服饰为主，工艺相对较复杂，对生产人员的手艺要求较高，因此人均薪酬也相对较高；而柬埔寨公司受当地平均薪资水平较低的影响，整体人均薪酬较低，但由于公司首次在海外设立生产型子公司，对工人管理经验不足，导致人均薪酬相对高于当地平均水平。此外，人均薪酬的变动与自有工厂收入规模呈正相关关系，2020 年度，南通瑞兹收入较 2019 年度上升，其员工人均薪酬上升；常熟中堂收入规模较上年度下降，人均薪酬也有所下降；同时，张家港中堂承担了部分口罩翻箱的工作，工人获得一定的薪酬补偿。

人均产量方面，2018 年度和 2019 年度，发行人自有工厂人均产量保持在 0.91 至 0.98 万件，整体较为稳定。2020 年度，受新冠疫情导致产能利用率较低和柬埔寨公司大规模招工而人效暂时较低的影响，发行人自有工厂人均产量较 2019 年度有较大幅度的下降，为 0.68 万件。

单位产品分摊的直接人工金额方面，2018 年度和 2019 年度，发行人单位产品分摊的直接人工金额分别为 4.37 元/件和 4.52 元/件较为稳定。2020 年度，受新冠疫情影响产量较低和受柬埔寨公司生产人员人效较低、柬埔寨承接来料受托

加工业务工费占比较高的影响，导致自有工厂整体单位产品分摊的直接人工金额较高。

综上，发行人自有工厂的人员数量、人均薪酬、人均产量、单位产品分摊的直接人工金额等符合发行人实际经营情况。

三、结合上述信息，补充说明各自有工厂之间的分工和定位情况，各自有工厂之间的产能利用率、人均产量、人均薪酬是否存在较大差异；

（一）各自有工厂之间的分工和定位情况

报告期内，发行人各自有工厂分工定位情况如下：

项目	工厂分工和定位
常熟中堂	作为发行人家纺产品的样板工厂，主要生产毯子、靠垫等家纺产品
南通瑞兹	作为发行人家纺产品的样板工厂，主要生产毯子、靠垫等家纺产品
张家港中堂	作为发行人服饰产品的样板工厂，主要生产睡衣、浴袍等家居服饰产品
柬埔寨公司	作为发行人服饰产品的样板工厂，主要生产睡衣、浴袍等家居服饰产品同时根据产能调配情况，生产宠物用服饰或家纺产品

（二）各自有工厂产能利用率、人均产量、人均薪酬

1、产能利用率方面的差异

报告期内，发行人各自有工厂产能利用率情况具体如下：

项目	以生产家纺产品为主		以生产服饰产品为主	
	常熟中堂	南通瑞兹	张家港中堂	柬埔寨公司
2020 年产能利用率	71.71%	60.15%	50.45%	63.10%
2019 年产能利用率	102.10%	59.37%	81.43%	109.29%
2018 年产能利用率	106.36%	/	82.35%	/

（1）常熟中堂和张家港中堂成立时间较早，经过多年经营，可以获取较为稳定的订单，通常情况下，上述两家工厂的产能利用率较高；

（2）2018 年度和 2019 年度，常熟中堂产能利用率略超过 100%，主要系为满足下游客户旺盛的订单需求，工厂在机器设备使用时长方面在标准工作时长的基础上有所延长；柬埔寨公司 2019 年度的产能利用率超过 100%，一方面系柬埔寨公司设立初期产能较小，另一方面，柬埔寨公司成立初期尚未能承接发行人原

有客户订单，而是以承接受托加工服务为主，加工服务订单也较为充足，产量相对较高导致产能利用率较高；

(3) 2020 年度，发行人各自有工厂的产能利用率有所下降，一方面系受新冠疫情等因素的影响，订单量及工人开工时长较往年缩短，另一方面，柬埔寨公司和南通瑞兹于 2020 年度新增产能较多，新增产能当年未能全部有效利用，导致产能利用率有所下降。

因此，发行人各自有工厂产能利用率的差异具有合理性。

2、人均产量方面的差异

报告期内，发行人各自有工厂人均产量情况具体如下：

项目	以生产家纺产品为主		以生产服饰产品为主	
	常熟中堂	南通瑞兹	张家港中堂	柬埔寨公司
2020 年度人均产量 (万件/人)	1.47	1.52	0.43	0.37
2019 年度人均产量 (万件/人)	1.90	0.88	0.63	0.26
2018 年度人均产量 (万件/人)	1.93	/	0.55	/

(1) 家纺产品方面，报告期内，常熟中堂人均产量在 1.47-1.93 万件之间，由于常熟中堂成立时间较早，客户订单规模和品类较为稳定，因此人均产量较 2019 年度成立的南通瑞兹卡尔森高；2020 年度，随着南通瑞兹所接订单的逐步稳定，以及向 Lands' End 销售的部分毯子产品工艺难度下降的因素，使得人均产量较 2019 年度上升；

(2) 服饰产品方面，张家港中堂的人均产量高于柬埔寨公司，主要系柬埔寨公司工人的手艺熟练度较低且工作时长较短，柬埔寨公司通常需要招募更多员工以满足生产需求，因此人均产量低于张家港中堂。2020 年度，柬埔寨公司新增固定资产并通过验厂程序，开始承接 Vera Bradley、Studio 等客户的浴袍、睡衣裤等服饰订单。由于单一产品的规模相对较大，有利于员工提高熟练度，导致 2020 年人均产量较 2019 年度上升。

因此，发行人各自有工厂人均产量的差异具有合理性。

3、人均薪酬方面的差异

报告期内，发行人各自有工厂人均薪酬情况具体如下：

项目	以生产家纺产品为主		以生产服饰产品为主	
	常熟中堂	南通瑞兹	张家港中堂	柬埔寨公司
2020 年度人均薪酬 (万元)	7.07	5.93	9.25	4.27
2019 年度人均薪酬 (万元)	7.75	5.38	7.59	3.10
2018 年度人均薪酬 (万元)	6.13	/	7.01	/

发行人各有工厂人均薪酬差异一方面受工厂所在地当地社会平均薪酬的差异所影响，其中常熟中堂和张家港中堂处于长三角地区，社会平均工资水平较南通地区和柬埔寨高；另一方面，服饰产品生产难度大于家纺产品，因此张家港中堂的人均薪酬高于常熟中堂。

因此，发行人各自有工厂人均薪酬的差异具有合理性。

四、补充说明营业成本中的单位人工成本与上述生产成本中的单位人工成本是否存在较大差异。

2018 年度至 2020 年度，发行人家纺产品营业成本中的单位人工成本与生产成本中的单位人工成本差异较小，差异主要系当年度存在销售上一年度生产的产品或当年度生产的产品形成库存并在以后年度销售所致，具体如下：

单位：元/件

项目	2020年度	2019年度	2018年度
生产成本-加权单位人工成本 (加权因素为不同工厂、外协部分)	2.76	2.52	1.79
营业成本-家纺产品直接人工单位成本	2.75	2.47	1.76
差异	0.01	0.05	0.03
差异比例	0.23%	1.93%	1.56%
生产成本-调整存货后生产单位人工成本	2.74	2.46	1.77
调整存货后差异	-0.01	-0.01	-0.01

2018 年度至 2020 年度，发行人服饰产品营业成本中的单位人工成本与生产成本中的单位人工成本有一定差异，主要系部分睡衣、睡裤产品以套装形式向客户出售，导致销售数量和生产数量不匹配；同时，服饰产品也存在生产的产品跨

期销售的情形，扣除上述因素后，差异较小，具体如下：

单位：元/件

项目	2020年度	2019年度	2018年度
生产成本-加权单位人工成本 (加权因素为不同工厂、外协部分)	11.42	8.03	7.63
营业成本-服饰产品直接人工单位成本	12.39	9.80	8.39
营业成本-调整后套装服饰产品直接人工单位成本 ^注	11.68	8.04	7.62
差异	-0.18	0.01	0.02
差异比例	-1.42%	0.05%	0.20%
生产成本-调整存货后生产单位人工成本	11.65	8.03	7.61
调整存货后差异	0.03	0.01	-0.01

注：报告期内，发行人应客户要求部分睡衣睡裤产品以套装形式向客户出售，因此在计算销量时以套装计为1，而在生产时则以衣服、裤子等单品单独计算，为保持数量的可比性，将销售套装的产品拆分为具体单件产品以计算销售数量并调整单位成本。

综上，发行人营业成本中的单位人工成本与生产成本中的单位人工成本不存在较大差异。

请申报会计师发表明确意见。

（一）核查过程

1、核查发行人自有工厂各年度产量、产能、产能利用率计算表，分析合理性；

2、查阅发行人各自有工厂花名册、计算发行人人均薪酬、人均产量、单位生产产品的人工成本，分析各年度上述指标差异的合理性；

3、走访发行人境内各自有工厂，了解各工厂定位和生产产品差异，分析不同工厂之间产能、产量和产能利用率的差异，分析各工厂人均薪酬与当地平均薪酬的匹配性；

4、分析各工厂单位生产人工成本与单位营业成本直接人工的差异，访谈财务总监了解其差异的合理性。

（二）核查意见

经核查，申报会计师认为：

1、报告期内，发行人各自有工厂产能、产量、产能利用率、人均薪酬、单位产品分摊的直接人工等存在一定差异，符合发行人各自有工厂生产经营实际具有合理性。

2、发行人自产产品的单位人工生产成本与单位人工的销售成本差异较小，与发行人业务实际情况相匹配。

问题 11. 关于供应商

审核问询回复显示：（1）发行人向前十大供应商采购金额占比合计报告期分别为 40.71%、41.37%和 41.61%，整体较为分散；（2）其中向第一大供应商江苏昌新织造有限公司（以下简称“江苏昌新”）采购占比报告期分别为 15.23%、13.81%和 13.97%，而向第二大供应商采购占比约 4%，向江苏昌新采购规模显著大于其他主要供应商；（3）发行人向江苏昌新采购的主要产品为家纺，向其采购单价报告期分别为 35.95 元/件、31.07 元/件和 35.54 元/件，其采购单价低于前十大供应商中其他家纺供应商的采购价格；（4）发行人向江苏昌新采购占其收入比例约 60%至 70%；（5）2020 年发行人采购医护用品供应商中，江苏昌新亦为第一大供应商，占发行人采购医护产品金额的 21.71%；上述医护产品并非由江苏昌新生产。

请发行人：（1）补充披露在各类产品中，是否存在向特定供应商采购金额占比较高的情形，若存在，请说明原因及合理性；（2）补充说明向江苏昌新采购产品的单价低于其他供应商的原因，发行人销售江苏昌新产品时的毛利率是否高于其他同类产品毛利率；（3）补充说明发行人是否对江苏昌新进行验厂，该公司的人员数量情况，除向发行人销售外，是否存在其他重要客户；补充说明在江苏昌新不直接生产医护产品情况下，其仍为发行人医护类产品第一大供应商，且占比显著高于其他医护供应商的原因，江苏昌新的医护产品是否主要供应发行人；补充说明发行人与江苏昌新之间的合作背景和关系，在发行人供应商较为分散的情况下，向其采购金额占比较高的原因及合理性；（4）补充说明在主要供应商中，对于合作时间较长的供应商，与其合作以来对方控制权是否曾发生变更，若发生变更，其是否影响发行人与之继续合作。请保荐人、申报会计师补充说明对江苏昌新的走访情况，如何评价发行人与之关系，是否存在利益输送或其他利益安排

的情形；请保荐人、申报会计师发表明确意见。

【回复】

一、补充披露在各类产品中，是否存在向特定供应商采购金额占比较高的情形，若存在，请说明原因及合理性；

发行人已在招股说明书“第六节 业务和技术”之“四、采购情况和主要供应商”之“（二）报告期内公司向主要供应商的采购情况”之“1、公司向前十大供应商采购情况”中就上述情况进行了补充披露，具体如下：

“5）各类产品中，发行人向主要供应商的采购占比情况

报告期内，发行人按产品的不同类别向前 5 大供应商的采购金额及占比情况如下：

单位：万元

产品类型	期间	序号	供应商名称	采购金额	占比
家纺	2020 年度	1	江苏昌新织造有限公司	11,570.53	30.52%
		2	常州润豪纺织有限公司	3,686.62	9.72%
		3	苏州市亚文针纺织有限公司	3,259.83	8.60%
		4	常熟市宏芳针织服饰有限公司	1,753.46	4.63%
		5	常熟市康弘纺织品有限公司	1,333.17	3.52%
		合计		21,603.61	56.99%
	2019 年度	1	江苏昌新织造有限公司	11,140.79	29.19%
		2	苏州市亚文针纺织有限公司	3,356.10	8.79%
		3	常州润豪纺织有限公司	2,854.57	7.48%
		4	如东县名佳工艺编织有限公司	2,192.30	5.74%
		5	常熟市宏芳针织服饰有限公司	1,188.24	3.11%
		合计		20,732.01	54.31%
	2018 年度	1	江苏昌新织造有限公司	12,697.49	30.78%
		2	如东县名佳工艺编织有限公司	2,027.18	4.91%
		3	常州润豪纺织有限公司	2,011.11	4.88%
		4	杭州耐盛纺织有限公司	1,517.43	3.68%
		5	南通如宝纺织科技有限公司	1,290.68	3.13%
		合计		19,543.89	47.38%
服饰	2020	1	江苏凯瑞宝纺织品有限公司	2,989.52	12.01%

产品类型	期间	序号	供应商名称	采购金额	占比
	年度	2	莘县源泰服装有限公司	2,457.57	9.87%
		3	江阴科奇服饰有限公司	2,359.34	9.48%
		4	江阴市凯吉针织有限公司	2,227.48	8.95%
		5	常州天使纺织有限公司	2,134.21	8.57%
		合计		12,168.10	48.88%
	2019年度	1	江苏凯瑞宝纺织品有限公司	2,723.87	12.42%
		2	江阴市凯吉针织有限公司	2,360.82	10.77%
		3	莘县源泰服装有限公司	1,973.46	9.00%
		4	如皋市兰峰服饰有限公司	1,968.71	8.98%
		5	江阴科奇服饰有限公司	1,652.40	7.54%
		合计		10,679.26	48.71%
	2018年度	1	江苏凯瑞宝纺织品有限公司	3,337.77	11.16%
		2	宿迁创欣服饰有限公司	2,746.35	9.18%
		3	如皋市兰峰服饰有限公司	2,442.37	8.16%
		4	江阴市凯吉针织有限公司	2,397.32	8.01%
		5	常州天使纺织有限公司	1,952.68	6.53%
		合计		12,876.49	43.04%
面料	2020年度	1	常熟市利荣纺织品有限公司	1,451.32	7.94%
		2	张家港保税区展典国际贸易有限公司	1,304.40	7.14%
		3	宜兴启越纺织品有限公司	1,060.93	5.81%
		4	张家港市辉辉纺织品有限公司	1,040.33	5.69%
		5	Outlast Technologies GmbH	956.75	5.24%
		合计		5,813.74	31.81%
	2019年度	1	常熟市利荣纺织品有限公司	2,457.93	12.82%
		2	常熟市银海印染有限公司	1,845.27	9.63%
		3	张家港市辉辉纺织品有限公司	1,465.68	7.65%
		4	张家港保税区展典国际贸易有限公司 ^注	1,211.50	6.32%
		5	常熟市德仁纺织科技有限公司	1,127.91	5.88%
		合计		8,108.29	42.30%
	2018年度	1	张家港市辉辉纺织品有限公司	1,431.41	13.32%
		2	常熟市泽众针织整理有限公司	1,254.93	11.68%
		3	常熟市利荣纺织品有限公司	934.67	8.70%

产品类型	期间	序号	供应商名称	采购金额	占比
		4	张家港保税区展典国际贸易有限公司	834.40	7.77%
		5	绍兴永隆针纺织品有限公司	583.97	5.44%
		合计		5,039.39	46.91%
医护	2020年度	1	江苏昌新织造有限公司	13,318.57	21.71%
		2	仙桃市鼎成无纺布制品有限公司	6,189.20	10.09%
		3	江苏华之源科技发展有限公司	4,764.75	7.77%
		4	卡宾服饰（中国）有限公司	4,482.30	7.31%
		5	联医医疗科技（北京）有限公司	3,174.16	5.17%
		合计		31,928.98	52.05%
其他	2020年度	1	常熟市顺屹达包装材料有限公司	257.91	13.31%
		2	丹阳市精艺印务有限公司	224.30	11.57%
		3	张家港明洋纸制品厂	112.80	5.82%
		4	昆山市三鼎包装厂	101.19	5.22%
		5	张家港市惠诚塑料制品有限公司	58.91	3.04%
		合计		755.12	38.96%
	2019年度	1	张家港明洋纸制品厂	246.28	12.31%
		2	常熟市顺屹达包装材料有限公司	243.38	12.17%
		3	上海瑞蓓丝国际贸易有限公司	109.89	5.49%
		4	苏州市亚文针纺织有限公司	104.07	5.20%
		5	丹阳市精艺印务有限公司	83.55	4.18%
		合计		787.17	39.36%
	2018年度	1	张家港明洋纸制品厂	205.13	14.01%
		2	常熟市顺屹达包装材料有限公司	199.21	13.61%
		3	上海瑞蓓丝国际贸易有限公司	88.25	6.03%
		4	利骏标识（深圳）有限公司	76.68	5.24%
		5	上海西文服饰有限公司	68.72	4.69%
		合计		637.99	43.58%

注1：张家港保税区展典国际贸易有限公司于2021年6月更名为“苏州展典纺织科技有限公司”

报告期内，发行人向供应商采购产品，整体较为分散。从细分品类看，发行人报告期内向江苏昌新织造有限公司的采购占家纺类产品的比例约为30%；除此之外，发行人向其他供应商采购细分品类也较为分散。

发行人向江苏昌新织造有限公司采购家纺类产品占比较高的原因及合理性如下：

①江苏昌新织造有限公司是三问体系最早的供应商

2002 年 11 月，王耀民设立三问投资从事国际贸易业务。三问投资定位为家纺、服饰产品的研发设计、销售和供应链管理，此时，三问体系里并没有自有工厂，不具有生产能力。江苏昌新织造有限公司是三问体系最早的合作工厂，在三问体系的业务中具有重要作用。2005 年，张家港中堂成立，三问体系才拥有了第一家自有工厂，此后，逐步建立了以自有工厂为基础、以合作工厂为主要组成部分的供应商库。

②发行人的经营模式决定稳定合作供应商存在的必然性

发行人定位为以原创设计为核心竞争力的服务型贸易商，不以生产能力赢得客户，客户关注的是其原创设计产品，并且保质、保量、按时完成产品交付。发行人将自有工厂定位为满足保密打样、精益做工和弹性产能供给的需求。以 2020 年发行人销售的产品数量计，自产和外采的比例分别为 14.57%和 85.43%，发行人以外采为主的业务模式，决定了稳定合作供应商存在的必然性。

③发行人需要稳定合作的供应商来服务于重要客户

随着业务的发展，发行人在与国外客户的合作过程中，发展了一些重要的客户，例如 Target，报告期内，其占发行人家纺服饰类收入的比例分别为 12.02%、15.34%和 17.16%。Target 等重要客户的产品质量控制部门对其供应商有严格的要求。

因此，发行人在为重要客户选择生产工厂的时候，也会考虑将其订单交由产能、产品品质、交期有保障的少数生产工厂来执行，以便集中对生产工厂进行管控。而且江苏昌新织造有限公司作为生产工厂，能够满足发行人的重要客户的需求。因此，江苏昌新主要承担了来自 Target 的订单，相应的导致发行人向其采购的比例较高。

④江苏昌新织造有限公司的工艺、产能和设备有优势

江苏昌新织造有限公司成立于 1999 年，长期从事纺织服装的生产，管理较

为精细，熟练掌握毯子、靠垫的生产工艺，拥有较多技能娴熟的工人，能够保障品质稳定的产能。江苏昌新织造有限公司拥有 16 台自动化程度较高的高速提花机，其生产效率较高，可用于梭织面料和梭织毯等的生产，还能根据客户的需求对面料进行花型定制。

综上，发行人对其采购金额占比较高具有合理性。

”

二、补充说明向江苏昌新采购产品的单价低于其他供应商的原因，发行人销售江苏昌新产品时的毛利率是否高于其他同类产品毛利率；

1、公司向江苏昌新采购产品的价格情况

发行人采购的家纺产品价格区间范围较广，且价格水平受到多种因素影响。主要如下：

(1) 家纺产品细分小类众多，细分小类主要包括毯子、靠垫、地垫、床上用品等，不同小类产品之间的采购价格存在差异。

(2) 同一细分小类下有多种单品，即便对于同一种单品，也会受到面料种类、产品尺寸规格和生产工艺难度等因素的影响，导致不同单品之间的采购价格存在差异。

(3) 采购价格水平还会因客户不同而存在差异，对于同一种单品，不同档次客户给出的意愿报价也存在差异，在保留发行人合理毛利的基础上，发行人会与供应商谈判采购价格。

上述因素使得发行人向不同供应商采购产品的价格有所差异。

发行人向江苏昌新主要采购家纺类产品，报告期内，向其采购的家纺类产品占向其采购非医护类产品总额的 99.97%、99.30%和 99.74%。发行人向江苏昌新采购的家纺类产品中，占比最高的两种单品为全涤针织毯和全涤充芯靠垫，报告期内，两种单品合计采购金额分别为 7,428.33 万元、7,948.30 万元和 8,777.31 万元，分别占发行人向江苏昌新采购家纺类产品总额的 58.50%、71.34%和 75.86%。

苏州市亚文针纺织有限公司（以下简称“苏州亚文”）、常州润豪纺织有限公司

（以下简称“常州润豪”）与江苏昌新均为发行人家纺产品的主要供应商。报告期内，发行人向江苏昌新、常州润豪和苏州亚文采购全涤针织毯的金额和单价情况如下：

2020 年	采购额（万元）	平均单价（元/件）
江苏昌新	5,142.61	41.29
常州润豪	2,694.05	37.80
苏州亚文	1,872.00	35.15
合计	9,708.66	
2019 年	采购额（万元）	平均单价（元/件）
江苏昌新	4,319.79	31.92
常州润豪	1,466.44	53.84
苏州亚文	1,988.98	31.71
合计	7,775.21	
2018 年	采购额（万元）	平均单价（元/件）
江苏昌新	2,847.79	46.35
常州润豪	915.89	47.30
苏州亚文	272.45	42.19
合计	4,036.13	

报告期内，发行人向江苏昌新、常州润豪和苏州亚文采购全涤充芯靠垫的金额和单价情况如下：

2020 年	采购额（万元）	平均单价（元/件）
江苏昌新	3,634.70	33.67
常州润豪	567.92	48.21
苏州亚文	772.77	55.45
合计	4,975.39	
2019 年	采购额（万元）	平均单价（元/件）
江苏昌新	3,628.51	37.55
常州润豪	829.05	42.34
苏州亚文	356.73	43.41
合计	4,814.29	
2018 年	采购额（万元）	平均单价（元/件）
江苏昌新	4,580.55	32.19

常州润豪	218.49	43.51
苏州亚文	174.67	56.03
合计	4,973.71	

可见，报告期内，发行人向江苏昌新、常州润豪和苏州亚文三家主要家纺供应商采购上述两种单品的平均采购价格波动较大，价格区间范围较广，原因在于发行人向不同供应商采购上述两种单品的面料种类、产品尺寸规格和生产工艺难度的差异所致。

2、公司向江苏昌新采购家纺产品价格的合理性

不同供应商生产的家纺单品，由于面料种类、产品尺寸规格和生产工艺难度的差异导致了单价的差异，可比性较弱。然而根据发行人的定价策略，发行人会在采购价格和销售价格中间保留一定的毛利，发行人保留的毛利率水平一般与客户档次相关。

江苏昌新、常州润豪和苏州亚文生产的产品，均主要提供给 Target。发行人从上述三家生产工厂采购并向 Target 销售的全涤针织毯和全涤充芯靠垫两种单品的金额和毛利率情况如下：

2020 年	全涤针织毯		全涤充芯靠垫	
	向 Target 销售 金额（万元）	向 Target 销售 的毛利率	向 Target 销售 金额（万元）	向 Target 销售 的毛利率
江苏昌新	4,053.24	12.72%	4,427.83	19.16%
常州润豪	2,564.98	12.33%	661.96	16.08%
苏州亚文	2,225.81	15.40%	834.62	14.50%
合计	8,844.03		5,924.41	
2019 年	全涤针织毯		全涤充芯靠垫	
	向 Target 销售 金额（万元）	向 Target 销售 的毛利率	向 Target 销售 金额（万元）	向 Target 销售 的毛利率
江苏昌新	4,319.73	12.86%	4,354.31	17.76%
常州润豪	1,352.17	19.43%	994.51	18.40%
苏州亚文	2,328.63	16.09%	433.41	18.76%
合计	8,000.54		5,782.24	
2018 年	全涤针织毯		全涤充芯靠垫	
	向 Target 销售 金额（万元）	向 Target 销售 的毛利率	向 Target 销售 金额（万元）	向 Target 销售 的毛利率

2020 年	全涤针织毯		全涤充芯靠垫	
江苏昌新	2,275.69	16.46%	5,197.84	17.07%
常州润豪	961.12	17.89%	251.02	20.00%
苏州亚文	219.50	17.83%	213.27	18.10%
合计	3,456.31		5,662.13	

由上表可见，报告期内，发行人销售给 Target 的家纺产品，向江苏昌新采购所保留的毛利率水平，与向常州润豪和苏州亚文采购所保留的毛利率水平差异较小，发行人向江苏昌新采购家纺产品的价格合理。

三、补充说明发行人是否对江苏昌新进行验厂，该公司的人员数量情况，除向发行人销售外，是否存在其他重要客户；补充说明在江苏昌新不直接生产医护产品情况下，其仍为发行人医护类产品第一大供应商，且占比显著高于其他医护供应商的原因，江苏昌新的医护产品是否主要供应发行人；补充说明发行人与江苏昌新之间的合作背景和关系，在发行人供应商较为分散的情况下，向其采购金额占比较高的原因及合理性；

1、补充说明发行人是否对江苏昌新进行验厂，该公司的人员数量情况，除向发行人销售外，是否存在其他重要客户；

发行人在与供应商合作前，会根据自身的供应商选择标准和要求对其进行内部审核。江苏昌新作为三问体系自 2003 年起最早合作的供应商，在三问体系选择与其合作时，即确认其能满足相关标准和要求。

江苏昌新纳入发行人的供应商体系后，发行人承接国外客户订单，如国外客户对发行人选择的具体生产工厂具有验厂要求的，江苏昌新还需提前通过该国外客户的验厂后，才能承接发行人关于该客户的产品订单。

报告期内，江苏昌新的员工人数在 200-250 人之间。除发行人之外，江苏昌新还为一些国外客户生产家纺产品，并对其直接销售，比如 CHF INDUSTRIES INC 等。

2、补充说明在江苏昌新不直接生产医护产品情况下，其仍为发行人医护类产品第一大供应商，且占比显著高于其他医护供应商的原因，江苏昌新的医护产

品是否主要供应发行人；

2020 年，新冠疫情爆发初期，国内的防疫物资主要支援湖北省等疫情重灾区，口罩等防疫物资十分紧俏，并且，用于出口的口罩产品对于生产资质和品质要求更高，供应更为紧张。发行人及其供应商们都积极寻找口罩生产资源。此时，江苏昌新通过朋友关系获取到江西百宏光电科技有限公司和上海东隆羽绒制品有限公司的部分口罩产能，本着尊重渠道价值的商业原则，发行人通过江苏昌新向上述两家公司采购口罩。

根据对江苏昌新的访谈，其口罩除部分销售给当地的政府作为应急物资外，剩余主要销售给发行人，因为江苏昌新主要定位为生产工厂，销售渠道资源较为欠缺。

发行人除向江苏昌新采购口罩外，也寻找到了其他的合格供应商进行口罩采购。供应商既有口罩生产厂商，如卡宾服饰（中国）有限公司和上海纺织时尚定制服饰有限公司等，也有口罩贸易商，如联医医疗科技（北京）有限公司、上海韵凯实业有限公司等。

发行人向江苏昌新采购的是一次性口罩，江苏昌新在采购成本基础上留存一定毛利后向发行人销售。发行人向江苏昌新采购口罩的价格与向其他口罩贸易商采购的价格接近，较向口罩生产厂商的采购的价格略高，具体情况如下：

单位：元/只

月份	当月采购金额占比	向江苏昌新采购单价	对比供应商采购单价	对比供应商名称	对比供应商类型	备注
4 月	13.25%	1.82	1.86	联医医疗科技（北京）有限公司	贸易商	除江苏昌新外，贸易家中，当月主要向联医医疗采购
5 月	45.97%	1.91	1.95	上海韵凯实业有限公司	贸易商	除江苏昌新外，贸易家中，当月主要向上海韵凯采购
6 月	21.14%	1.69	1.50	卡宾服饰（中国）有限公司和上海纺织时尚定制服饰有限公司	生产厂商	除江苏昌新外，当月主要向生产厂商采购
合计	80.35%	-	-	-	-	-

注：当月采购金额占比为发行人当月向江苏昌新采购一次性口罩的金额占 2020 年全年向江苏昌新采购的一次性口罩总额的比例。

2020 年 4-5 月，发行人向江苏昌新采购的一次性口罩的价格与向其他贸易商

的采购价格基本一致。6 月份，发行人除向江苏昌新采购一次性口罩外，主要向生产厂商采购，其中向江苏昌新采购主要是之前锁定的产能在 6 月发货，由于江苏昌新保留了一定的毛利，发行人向江苏昌新的采购价格略高于口罩生产厂商，上述差异具有合理性。综上，发行人向江苏昌新采购的口罩价格公允。

3、补充说明发行人与江苏昌新之间的合作背景和关系，在发行人供应商较为分散的情况下，向其采购金额占比较高的原因及合理性；

江苏昌新成立于 1999 年，截至目前，从事家纺服饰的生产加工已有 22 年。发行人实际控制人王耀民于 1993 年 07 月至 2002 年 12 月任安徽省服装进出口公司业务副经理的时候，该两家公司已存在业务往来。2002 年 11 月，王耀民设立三问投资经营国际贸易业务，三问投资定位为研发设计、销售和供应链管理，此时，三问体系里并没有自有工厂，不具有生产能力，江苏昌新于三问投资设立时即为其合作工厂。长期以来，江苏昌新作为生产工厂，主要为发行人提供毯子、靠垫等家纺类产品，发行人则作为服务型贸易商，主要为国外客户提供产品设计和供应链管理。本着互利共赢的目的，各自发挥所长，双方的合作情况良好。

关于在发行人向江苏昌新的采购金额占比较高的原因及合理性，参见本题“一、补充披露在各类产品中，是否存在向特定供应商采购金额占比较高的情形，若存在，请说明原因及合理性；”和“三、……补充说明在江苏昌新不直接生产医护产品情况下，其仍为发行人医护类产品第一大供应商，且占比显著高于其他医护供应商的原因，……”的详细说明。

四、补充说明在主要供应商中，对于合作时间较长的供应商，与其合作以来对方控制权是否曾发生变更，若发生变更，其是否影响发行人与之继续合作。

在发行人主要供应商中，合作时间较长的供应商主要是家纺、服饰和面料类供应商。报告期内，在上述供应商中，发行人与各年前 10 大供应商的合作情况及对方实际控制人的变化如下：

序号	供应商名称	首次合作时间	2020 年是否继续合作	合作以来，实际控制人变化情况		
				首次合作时，实际控制人	实际控制人变化情况	2020 年，实际控制人
1	江苏昌新织造	2003 年（发行人	是	陈葆华	无变动	陈葆华

序号	供应商名称	首次合作时间	2020 年 是否继续合作	合作以来，实际控制人变化情况		
				首次合作时，实际控制人	实际控制人变化情况	2020 年，实际控制人
	有限公司	承接三问投资的 供应商)				
2	常州润豪纺织 有限公司	2014 年（发行人 承接三问投资的 供应商)	是	陈剑峰	无变动	陈剑峰
3	苏州市亚文针 纺织有限公司	2013 年（发行人 承接三问投资的 供应商)	是	薛亚军	无变动	薛亚军
4	江苏凯瑞宝纺 织品有限公司	约 2006 年-2007 年间（发行人承接 三问投资的供应 商)	是	钱利民	无变动	钱利民
5	莘县源泰服装 有限公司	2018 年	是	潘潇	无变动	潘潇
6	江阴科奇服饰 有限公司	2011 年底（发行 人承接三问投资 的供应商)	是	蒋排兴	无变动	蒋排兴
7	江阴市凯吉针 织有限公司	2013 年（发行人 承接三问投资的 供应商)	是	包云锋	无变动	包云锋
8	常州天使纺织 有限公司	2012 年（发行人 承接三问投资的 供应商)	是	陈国泽	无变动	陈国泽
9	梁山凯信服装 有限公司	2019 年	是	荣雷	无变动	荣雷
10	常熟市宏芳针 织服饰有限公司	2003 年（发行人 承接三问投资的 供应商)	是	谢可	无变动	谢可
11	如东县名佳工 艺编织有限公司	2005 年（发行人 承接三问投资的 供应商)	是	蔡刘俊	无变动	蔡刘俊
12	常熟市利荣纺 织品有限公司	2014 年（发行人 承接三问投资的 供应商)	是	陈建军	无变动	陈建军
13	如皋市兰峰服 饰有限公司	2006 年（发行人 承接三问投资的 供应商)	是	杜秀芳	无变动	杜秀芳
14	常熟市银海印 染有限公司	2016 年（发行人 承接三问投资的 供应商)	是	吴晓兵	无变动	吴晓兵
15	宿迁创欣服饰 有限公司	2013 年（发行人 承接三问投资的 供应商)	是	宋建良	无变动	宋建良
16	南昌鼎辉制衣 有限公司 ^{注 1}	2017 年	否	刘新贵	无变动	刘新贵

序号	供应商名称	首次合作时间	2020 年是否继续合作	合作以来，实际控制人变化情况		
				首次合作时，实际控制人	实际控制人变化情况	2020 年，实际控制人
17	山东莘县泰和针织服装有限公司	2017 年	是	李国强	无变动	李国强

注 1：目前，对方已不再实际经营，处于失信被执行状态，其实际控制人未发生变更，自 2019 年开始发行人与其不再合作。

在与发行人合作时间较长的供应商中，自合作以来，对方控制权未曾发生变更，双方合作情况良好。发行人拥有较为稳定的供应链体系。

请保荐人、申报会计师补充说明对江苏昌新的走访情况，如何评价发行人与之关系，是否存在利益输送或其他利益安排的情形；

1、补充说明对江苏昌新的走访情况

申报会计师于首次申报前对江苏昌新进行了现场走访，更新 2020 年年报及回复问询函的过程中，对江苏昌新进行了补充视频访谈。在前述现场和视频访谈的过程中，申报会计师执行了如下程序：

（1）通过国家企业信用信息公示系统、企查查等网站查询了江苏昌新的注册地址，并与实际前往供应商的访谈地址进行核对；

（2）对江苏昌新的实际控制人陈葆华和相关部门负责人进行访谈，访谈过程主要问询的事项包括但不限于江苏昌新与三问体系的合作背景、医护类产品的合作背景、报告期内发行人的采购内容、采购金额及对江苏昌新的占比、江苏昌新的员工数量、采购流程、提货方式、结算方式及收付款对象、发行人对其的内部审核或客户验厂情况、生产资质及环保许可、退换货及诉讼情况、产能供应及未来合作意向、定价方式及公允性和价格走势、其他重要客户的情况、口罩的生产工厂情况、其机器设备的先进性、交易真实性、关联关系及其他往来情况等内容；

（3）现场走访过程中，申报会计师前往江苏昌新的生产场地进行了实地查看，确认其员工数量、机器设备、产能情况、工艺技术与发行人的采购内容及规模相符；

（4）视频访谈过程中，申报会计师要求被访谈人提供其本人身份证复印件、

名片或其他身份证明文件。申报会计师对视频访谈过程进行了全程录像并予以留存，并在访谈结束后通过邮件的方式将访谈记录发送至被访谈人邮箱，由被访谈人确认后签字并加盖公司盖章，直接快递给申报会计师；

（5）申报会计师要求被访谈人亲笔签字，对访谈提纲加盖公章和骑缝章。提供供应商加盖公章的营业执照和无关联关系的声明等资料；

综上，申报会计师对江苏昌新的走访过程执行了严格核查程序，不存在异常情况。

2、如何评价发行人与之关系，是否存在利益输送或其他利益安排的情形

江苏昌新成立于1999年，截至目前已从事家纺服饰的生产加工业务逾22年。三问体系与江苏昌新于2003年开始合作。长期以来，江苏昌新作为生产工厂，主要为发行人提供毯子、靠垫等家纺类产品，其对发行人设计的产品的生产工艺、细节要求及质量控制十分熟悉，双方合作默契。江苏昌新拥有高速提花机等较为先进的设备，产能较为充足，工人生产工艺娴熟；发行人定位为服务型贸易商，专注于产品设计和供应链管理环节，拥有丰富的国外客户渠道。发行人和江苏昌新分别专注于各自擅长的领域，本着互利共赢的目的，各自发挥所长，双方的合作情况良好。

报告期内，发行人与江苏昌新的交易价格公允，双方不存在利益输送或其他利益安排的情形。关于家纺、服饰类产品的交易价格，参见本题“二、补充说明向江苏昌新采购产品的单价低于其他供应商的原因，发行人销售江苏昌新产品时的毛利率是否高于其他同类产品毛利率”的详细说明。关于医护类产品的交易价格，参见本题“三、……补充说明发行人与江苏昌新之间的合作背景和关系，在发行人供应商较为分散的情况下，向其采购金额占比较高的原因及合理性”的详细说明。

综上，发行人与江苏昌新为互利共赢的关系，不存在利益输送或其他利益安排的情形。

此外，关于发行人控股股东三问投资与江苏昌新的资金拆借情况，参见本回复“问题13 关于资金拆借、股东陈贤付、上海系阳建筑劳务有限公司”之“四、常州市宇宸服装有限公司的具体情况，……，其愿意向三问投资借款的原因及合

理性”的详细说明。

请申报会计师发表明确意见。

（一）核查过程

1、获取了报告期内发行人的采购清单情况，按品类分析了供应商的集中度水平；对发行人供应链管理部负责人及江苏昌新进行了访谈，了解发行人与江苏昌新的合作背景及江苏昌新的客户占比情况和具备的优势；

2、获取了报告期内发行人的收入成本明细表格，计算对比发行人向江苏昌新采购的家纺产品中金额最高的两种单品的采购均价，计算报告期内发行人销售至 Target 的家纺产品，向江苏昌新采购所保留的毛利率，与向常州润豪和苏州亚文采购所保留的毛利率进行比较分析；计算对比发行人销售江苏昌新产品的毛利率与从其他供应商处采购的同品类产品毛利率；

3、访谈了发行人供应链管理部负责人和江苏昌新总经理，了解发行人对江苏昌新的内部审核及客户对江苏昌新的验厂流程；根据对供应商江苏昌新相关负责人的访谈，了解了其员工数量及其他客户情况，口罩的供应商、销售定价及客户情况；

4、获取了 2020 年发行人向江苏昌新和其他供应商的一次性口罩的采购清单，对各月的供应商及采购单价进行对比，分析价格公允性；

5、对江苏昌新实际控制人和相关部门负责人进行了访谈，了解发行人与江苏昌新家纺服饰产品和医护产品的合作背景及合作历史，其报告期内的交易情况等；

6、获取了发行人报告期内历年前十大供应商的名单，根据天眼查、企查查等网站了解报告期内供应商企业实际控制人的变动情况；根据 2020 年采购明细表核查了发行人与各供应商的合作情况。

（二）核查结论

经核查，申报会计师认为：

1、报告期内，发行人不存在向单一供应商采购超过 50%的情形，其中向江

苏昌新采购的家纺类产品占比在 30%左右，占比相对较高。发行人向江苏昌新的采购金额占比较高具有合理性。

2、发行人采购的家纺产品价格区间范围较广，且价格水平受到多种因素影响，不同供应商生产的家纺单品，由于面料种类、产品尺寸规格和生产工艺难度的差异导致了单价的差异；从毛利率角度来看，报告期内，发行人向江苏昌新采购家纺产品的价格合理；发行人销售江苏昌新产品时的毛利率水平正常。

3、发行人会对江苏昌新进行内部审核，国外客户在有需求的情况下，会对江苏昌新进行验厂；报告期内，江苏昌新的员工人数在 200-250 人之间，除发行人之外，江苏昌新还为一些国外客户直接生产、出口家纺类产品；江苏昌新的医护产品主要供应发行人，医护产品采购价格公允；发行人与江苏昌新双方的合作情况良好，发行人对其采购金额占比较高具有合理性。

4、在与发行人合作时间较长的供应商中，自合作以来，对方的控制权未曾发生变更，发行人拥有较为稳定的供应链体系。

5、申报会计师在对江苏昌新的走访过程中执行了严格核查程序，不存在异常情况。发行人与江苏昌新为互利共赢的关系，不存在利益输送或其他利益安排的情形。

问题 12. 关于毛利率

审核问询回复显示：（1）在不考虑新收入准则下的合同履约成本的情况下，2020 年发行人家纺、服饰、面料毛利率有所下滑，原因包括 2020 年度，美元兑人民币汇率下降，导致换算为人民币的产品价格因汇率下降而下降，从而导致毛利率下降；（2）2017 年至 2020 年度，发行人向美国地区销售的金额分别为 56,461.39 万元、59,749.99 万元、61,968.33 万元和 118,888.31 万元，向美国地区销售产品的毛利率分别为 22.54%、24.96%、25.55%和 25.99%，收入和毛利率均呈上升趋势。

请发行人：（1）补充说明 2020 年美元兑人民币汇率下降对毛利率的影响情况，剔除该影响后发行人家纺、服饰、面料毛利率是否仍呈下降趋势；（2）补充说明 2020 年发行人向美国地区销售毛利率上涨，是否主要系由于 2020 年新增的

医护产品毛利率较高所致。请保荐人、申报会计师发表明确意见。

【回复】

一、补充说明 2020 年美元兑人民币汇率下降对毛利率的影响情况，剔除该影响后发行人家纺、服饰、面料毛利率是否仍呈下降趋势；

在不考虑新收入准则下的合同履约成本的情况下，2020 年发行人家纺、服饰、面料毛利率有所下滑，2020 年度和 2019 年度家纺、服饰和面料毛利率差异具体如下：

产品类别	2020 年度 毛利率	2019 年度 毛利率	2020 年度 外销毛利率 ^注	2019 年度 外销毛利率 ^注	外销毛利率变 动(个百分点)
家纺	19.58%	20.98%	19.45%	21.13%	-1.68
服饰	22.51%	25.57%	22.94%	25.86%	2.92
面料	12.55%	18.07%	18.98%	19.26%	-0.28

注：为保持年度之间可比，计算上述毛利率的成本中均不考虑新收入准则下的合同履约成本。

外销毛利率=（相关产品外销收入-外销对应成本）/相关产品外销收入

发行人家纺、服饰和面料业务 2020 年度毛利率下降的主要原因系 2020 年度，美元兑人民币汇率下降，导致以美元计价的产品换算为人民币的收入下降，从而导致毛利率下降。若 2020 年度以 2019 年度的季度平均汇率测算，发行人的家纺、服饰和面料外销毛利率下降的幅度将大幅减小，具体分析如下：

单位：万元、个百分点

项目		2020 年度外销 收入（人民币）	2020 年度 成本	2020 年度外 销毛利率	2020 年度平 均汇率（美元 兑人民币）	2020年度外 销收入（美元）
公式		A=D*E	B	C=(A-B)/A	D	E
家纺	第一季度	8,335.97	6,795.32	18.48%	6.9790	1,194.44
	第二季度	9,017.01	7,550.00	16.27%	7.0812	1,273.37
	第三季度	21,063.18	17,331.15	17.72%	6.9169	3,045.18
	第四季度	18,639.21	14,280.41	23.39%	6.6152	2,817.63
	合计	57,055.37	45,956.88	19.45%		8,330.62
服饰	第一季度	1,907.45	1,593.38	16.47%	6.9790	273.31
	第二季度	2,156.34	1,571.31	27.13%	7.0812	304.52
	第三季度	19,199.47	14,836.50	22.72%	6.9169	2,775.73
	第四季度	14,200.47	10,868.19	23.47%	6.6152	2,146.64

	合计	37,463.72	28,869.38	22.94%		5,500.20
面料	第一季度	169.45	142.64	15.82%	6.9790	24.28
	第二季度	436.92	352.76	19.26%	7.0812	61.70
	第三季度	1,382.03	1,108.18	19.82%	6.9169	199.81
	第四季度	240.69	202.43	15.90%	6.6152	36.38
	合计	2,229.08	1,806.01	18.98%		322.17
项目		2019 年度平均 汇率（美元兑人 民币）	以 2019 年 度汇率测 算 2020 年 度外销收 入	2020 年度测 算外销毛利 率	2019 年度外 销毛利率	2020年度测 算外销毛利 率与2019年 度外销毛利 率的差异
公式		F	$G=F \times E$	$H=(G-B)/G$	I	$J=H-I$
家纺	第一季度	6.7468	8,058.63	15.68%	11.37%	4.30%
	第二季度	6.8137	8,676.38	12.98%	25.52%	-12.53%
	第三季度	6.9899	21,285.47	18.58%	21.76%	-3.18%
	第四季度	7.0284	19,803.46	27.89%	22.85%	5.03%
	合计		57,823.94	20.52%	21.13%	-0.61%
服饰	第一季度	6.7468	1,843.98	13.59%	23.05%	-9.46%
	第二季度	6.8137	2,074.88	24.27%	26.93%	-2.66%
	第三季度	6.9899	19,402.10	23.53%	25.24%	-1.71%
	第四季度	7.0284	15,087.46	27.97%	27.61%	0.36%
	合计		38,408.42	24.84%	25.86%	-1.03%
面料	第一季度	6.7468	163.81	12.92%	16.94%	-4.02%
	第二季度	6.8137	420.41	16.09%	18.51%	-2.42%
	第三季度	6.9899	1,396.62	20.65%	19.84%	0.82%
	第四季度	7.0284	255.72	20.84%	20.82%	0.02%
	合计		2,236.56	19.25%	19.26%	-0.01%

注：报告期内，发行人主要外销以美元结算，以欧元结算的外销金额较小，分别为 1.57 万欧元、1.11 万欧元、1.23 万欧元，因此未单独分析。

由上表所示，若剔除美元兑人民币汇率下降的影响，2020 年度发行人家纺、服饰和面料的外销毛利率分别较 2019 年度下降 0.61%、1.03%和 0.01%，整体下降幅度较小。

除上述汇率影响外，发行人外销毛利率下降的原因主要系受新冠疫情影响导致的客户结构变动而导致的产品毛利率下降。报告期内，发行人对 Nordstrom 和 Vera Bradley 销售家纺和服饰产品的毛利率在 30%-40%之间，2020 年度，以线下

经营为主的 Nordstrom 和 Vera Bradley 受新冠疫情影响，对发行人的采购减少，收入占比及毛利率贡献从 2019 年度的 12.59%和 4.66%分别下降至 2020 年度的 6.04%和 2.01%，从而拉低了家纺和服饰的毛利率。

综上，2020 年发行人家纺、服饰和面料产品的毛利率同比下降，主要受美元兑人民币汇率下降的影响，剔除该影响后发行人家纺、服饰和面料产品毛利率受新冠疫情导致的客户结构变动的影响有所下降，但整体降幅较小。

二、补充说明 2020 年发行人向美国地区销售毛利率上涨，是否主要系由于 2020 年新增的医护产品毛利率较高所致。

2020 年度，在不考虑新收入准则下的合同履约成本的情况下，发行人向美国地区销售的毛利率为 25.99%，较 2019 年度向美国地区销售的毛利率 25.55% 上升 0.44 个百分点，2019 年度和 2020 年度，发行人向美国销售各大类产品的收入和毛利率情况如下：

单位：万元

2019 年度	收入	毛利额	毛利率	毛利率贡献率	毛利率贡献率占比
家纺	41,419.12	9,452.08	22.82%	15.24%	59.64%
服饰	19,553.42	6,156.83	31.49%	9.93%	38.84%
面料	1,045.82	240.89	23.03%	0.39%	1.52%
合计	62,018.36	15,849.80	25.56%	25.56%	100.00%
2020 年度	收入	毛利额	毛利率	毛利率贡献率	毛利率贡献率占比
家纺	40,025.28	8,525.10	21.30%	7.17%	27.59%
服饰	18,475.18	5,474.22	29.63%	4.60%	17.72%
面料	108.93	41.96	38.52%	0.04%	0.14%
旗袍	0.06	-	0.00%	0.00%	0.00%
医护	60,278.86	16,856.47	27.96%	14.18%	54.56%
合计	118,888.31	30,897.75	25.99%	25.99%	100.00%

由上表所示，2020 年度发行人向美国客户销售医护产品的毛利率为 27.96%，同时毛利率贡献率占比超过 50%，系 2020 年度毛利率贡献的主要来源。若剔除医护产品，2020 年度发行人家纺、服饰和面料的毛利率为 23.96%，较 2019 年度有所下降 1.59 个百分点。

因此，2020 年度，发行人向美国地区销售毛利率上涨，主要系由于 2020 年新增的医护产品毛利率较高所致。

请申报会计师发表明确意见。

（一）核查过程

1、查阅发行人收入明细表，分析 2019 年度和 2020 年度发行人外销各类产品的收入、成本、毛利率；

2、查阅 2019 年度和 2020 年度美元兑人民币汇率的波动，分析汇率波对发行人外销毛利率的影响；

3、计算 2019 年度和 2020 年度，发行人向美国地区销售各类产品的收入、毛利额、毛利率、毛利率贡献率等，分析两年毛利率变动的主要原因。

（二）核查结论

经核查，申报会计师认为：

1、2020 年发行人家纺、服饰、面料毛利率的同比下降主要受美元兑人民币汇率下降的影响，剔除该影响后发行人家纺、服饰、面料毛利率仍受新冠疫情导致的客户结构变动的影响呈下降趋势，但整体影响较小。

2、2020 年度，发行人向美国地区销售毛利率上涨，主要系由于 2020 年新增的医护产品毛利率较高所致。

问题 14. 关于发行人与实控人体外控制的英伦宝贝存在供应商重叠的情形

审核问询回复显示：（1）发行人和英伦宝贝不存在销售渠道、客户重合的情形，但存在供应商重叠，对于重叠的供应商，发行人报告期向其采购金额分别为 568.12 万元、2,177.54 万元和 1,839.18 万元，英伦宝贝向其采购金额报告期分别为 164.84 万元、594.67 万元和 1,087.67 万元；（2）发行人与英伦宝贝向共同供应商的采购均是各自正常生产经营活动中产生的，按照市场化的原则，独立建立采购关系、签署合同、支付货款，不存在相互代为采购或代为支付货款的情况，不存在英伦宝贝为发行人承担成本、费用或利益输送的情形。

请发行人：（1）补充说明英伦宝贝的主要财务数据、业务模式情况、人员数量情况，主要客户的构成情况，该公司是否以外销为主，是否主要以采购成品为主；（2）补充说明报告期发行人和英伦宝贝向重叠供应商采购规模同时增长的原因，英伦宝贝向上述供应商的采购占比情况，其是否系英伦宝贝的主要供应商。请保荐人、申报会计师核查并发表明确意见。

【回复】

一、补充说明英伦宝贝的主要财务数据、业务模式情况、人员数量情况，主要客户的构成情况，该公司是否以外销为主，是否主要以采购成品为主；

报告期内，英伦宝贝及其全资子公司哲雄母婴的具体情况如下：

1、主要财务数据

报告期内，英伦宝贝的主要财务数据如下表所示：

单位：万元

项目	2020.12.31	2019.12.31	2018.12.31
总资产	15,927.48	11,182.98	10,858.52
总负债	11,481.34	12,300.79	11,334.62
所有者权益	4,446.14	-1,117.81	-476.10
项目	2020年度	2019年度	2018年度
营业收入	13,970.81	5,543.98	4,512.79
营业利润	781.78	-615.50	-1,610.75
利润总额	849.64	-550.68	-1,620.71
净利润	849.64	-550.68	-1,620.71

注：上述数据未经审计。

报告期内，哲雄母婴的主要财务数据如下表所示：

单位：万元

项目	2020.12.31	2019.12.31	2018.12.31
总资产	7,083.87	6,492.29	9,576.89
总负债	13,966.89	12,093.39	13,177.35
所有者权益	-6,883.01	-5,601.10	-3,600.46
项目	2020年度	2019年度	2018年度
营业收入	8,612.33	7,306.29	4,960.14
营业利润	-1,292.92	-2,313.87	-2,648.57

项目	2020.12.31	2019.12.31	2018.12.31
利润总额	-1,281.60	-2,254.06	-2,618.47
净利润	-1,281.60	-2,254.06	-2,618.47

注：上述数据未经审计。

报告期内，英伦宝贝和哲雄母婴均处于业务开拓阶段，需要较多的前期市场投入。2020 年度，得益于前期的业务积累，英伦宝贝销售收入同比大幅增长 152.00%，开始扭亏为盈。

2、业务模式

(1) 英伦宝贝

英伦宝贝从事童床、童车、婴童服装和婴童家纺等母婴类产品的设计、销售和供应链管理业务，主要经营自创母婴品牌 i-baby 和 i-mummy。英伦宝贝经营的婴童服装和家纺产品定位于国内高端市场，最著名的产品为 i-baby 恒温睡袋。

英伦宝贝的业务模式为自主设计、外包生产、线上销售和境内线下区域性分销结合，哲雄母婴也为其线下销售渠道之一。

(2) 哲雄母婴

哲雄母婴主要经营自创 i.lollipop 品牌母婴精品实体连锁店，店内销售全球著名品牌的婴幼儿童车、母婴服饰以及宝宝玩具等。哲雄母婴最初通过开设于国内各高端商场的实体门店直接面向终端消费者销售，近年来，也通过天猫旗舰店和门店微商城等方式建立了线上销售渠道。哲雄母婴也是英伦宝贝 i-baby 产品线的销售渠道之一。

哲雄母婴的业务模式为向品牌商、经销商或代理商采购成品后，通过其国内实体门店或线上销售渠道直接销售给 C 端消费者。截至 2021 年 5 月，哲雄母婴在全国 21 个城市开设有 42 家门店，其中，部分门店列表如下：

城市	门店名称
上海	上海静安区嘉里中心店、上海浦东新区嘉里城店、上海徐汇区港汇恒隆广场店、上海普陀区环球港店、上海闵行区万象城店、上海杨浦区合生汇店、上海浦东新区陆家嘴中心店、上海浦东新区奕欧来店
成都	成都锦江区国金中心店、成都武侯区银泰店、成都金牛区西宸天街店、成都成华区万象城店

城市	门店名称
北京	北京朝阳区大悦城店、北京海淀区五彩城店、北京丰台区丽泽天街店、北京大兴区荟聚店
武汉	武汉武昌区万达汉街店、武汉洪山区K11店、武汉江岸区天地壹方店、武汉硚口区恒隆广场店
重庆	重庆渝中区时代广场店、重庆江北区国金中心店、重庆九龙坡区万象城店
苏州	苏州工业园区久光店、苏州工业园区奕欧来店
深圳	深圳南山区万象天地店、深圳福田区卓悦中心店
西安	西安高新区中大国际店、西安碑林区中大店

3、人员数量

报告期各期末，英伦宝贝和哲雄母婴的人员数量如下表所示：

单位：人

项目	2020.12.31	2019.12.31	2018.12.31
英伦宝贝（不含哲雄母婴）	87	69	86
哲雄母婴	212	198	185

4、主要客户构成和采购模式

英伦宝贝销售自有品牌产品，客户主要为境内 C 端客户和分销商；哲雄母婴销售全球各著名品牌母婴产品，客户主要为境内 C 端用户。两者均以境内销售为主。

英伦宝贝和哲雄母婴均直接向供应商采购成品，无自主生产环节。

综上，英伦宝贝、哲雄母婴与发行人的对比如下：

项目	英伦宝贝	哲雄母婴	发行人
客户类型	C端客户和分销商	C端客户	B端客户
销售区域	国内	国内	以国外为主
业务模式	自有品牌	代理销售	贴牌
采购模式	成品采购	成品采购	成品采购+自主生产

由上表可知，英伦宝贝、哲雄母婴和发行人在客户类型、销售区域和业务模式等方面均不相同，与发行人不构成竞争关系。

二、补充说明报告期发行人和英伦宝贝向重叠供应商采购规模同时增长的原因，英伦宝贝向上述供应商的采购占比情况，其是否系英伦宝贝的主要供应商。

1、报告期发行人和英伦宝贝向重叠供应商采购规模同时增长的原因

报告期各期，发行人和英伦宝贝向共同供应商采购的金额和占比情况如下：

单位：万元

年份	供应商名称	英伦宝贝		发行人	
		采购额	占总采购额的比例	采购额	占总采购额的比例
2020年度	雅熙布艺南通有限公司	642.36	7.20%	228.30	0.16%
	上海硕特无纺布有限公司	224.14	2.51%	10.33	0.01%
	Outlast Technologies GmbH	92.75	1.04%	956.75	0.66%
	苏州万锦针织服饰有限公司	56.76	0.64%	275.94	0.19%
	山东千榕家纺有限公司	55.61	0.62%	273.11	0.19%
	上海森威包装材料厂	5.66	0.06%	8.92	0.01%
	上海浦东自立彩印厂有限公司	5.54	0.06%	26.99	0.02%
	江阴阿普国际贸易有限公司	1.85	0.02%	16.76	0.01%
	苍劲（上海）印务科技有限公司	1.56	0.02%	3.37	0.00%
	上海银际服装贸易有限公司	1.37	0.02%	14.55	0.01%
	上海久山包装材料有限公司	0.09	0.00%	24.16	0.02%
	小计	1,087.67	12.19%	1,839.18	1.27%
2019年度	张家港市辉辉纺织品有限公司	234.60	2.06%	1,465.80	1.80%
	雅熙布艺南通有限公司	213.06	1.87%	322.86	0.40%
	上海浦东自立彩印厂有限公司	51.52	0.45%	4.29	0.01%
	江阴阿普国际贸易有限公司	44.29	0.39%	0.21	0.00%
	山东千榕家纺有限公司	25.47	0.22%	119.38	0.15%
	宁波宏湾家纺制品有限公司	11.76	0.10%	57.19	0.07%
	上海久山包装材料有限公司	8.35	0.07%	0.38	0.00%
	常熟华贸纺织科技有限公司	4.59	0.04%	88.82	0.11%
	上海瑞蓓丝国际贸易有限公司	1.04	0.01%	118.61	0.15%
	小计	594.67	5.23%	2,177.54	2.68%
2018年度	雅熙布艺南通有限公司	164.84	2.91%	568.12	0.68%
	小计	164.84	2.91%	568.12	0.68%

注：上表中英伦宝贝的财务数据未经审计。

发行人和英伦宝贝向共同供应商采购的产品独立可区分，不存在产品类别重叠的情形。报告期内，发行人和英伦宝贝向共同供应商采购金额呈增长趋势主要

是因为，发行人和英伦宝贝的采购金额随着各自业务规模的扩大而同步增长。

以雅熙布艺南通有限公司为例，英伦宝贝报告期各期主要向其采购自有品牌 i-baby 的睡袋、定型枕、安抚毯等婴童家纺产品，采购金额分别为 164.84 万元、213.06 万元和 642.36 万元，分别同比增长 29.25%和 201.49%，这主要是因为英伦宝贝采用外包生产模式，i-baby 睡袋等产品的销售规模逐年增长。而发行人报告期内主要向雅熙布艺南通有限公司采购全棉梭织毯等家纺产品，与英伦宝贝采购的商品不存在重叠，不存在利益输送的情形。

2、英伦宝贝向上述供应商的采购占比情况，其是否系英伦宝贝的主要供应商

报告期内，英伦宝贝向重叠供应商采购的具体情况如下：

单位：万元

年份	供应商名称	采购内容	采购额	占总采购额的比例	是否前十大供应商
2020年度	雅熙布艺南通有限公司	i-baby 睡袋、定型枕、安抚毯等	642.36	7.20%	是
	上海硕特无纺布有限公司	面料	224.14	2.51%	否
	Outlast Technologies GmbH	面料	92.75	1.04%	否
	苏州万锦针织服饰有限公司	i-baby 童毯等	56.76	0.64%	否
	山东千榕家纺有限公司	i-baby 睡袋等	55.61	0.62%	否
	上海森威包装材料厂	包装材料	5.66	0.06%	否
	上海浦东自立彩印厂有限公司	包装材料	5.54	0.06%	否
	江阴阿普国际贸易有限公司	辅料	1.85	0.02%	否
	苍劲（上海）印务科技有限公司	包装材料	1.56	0.02%	否
	上海银际服装贸易有限公司	辅料	1.37	0.02%	否
	上海久山包装材料有限公司	包装材料	0.09	0.00%	否
	小计		1,087.67	12.19%	
2019年度	张家港市辉辉纺织品有限公司	i-mummy 哺乳套装	234.60	2.06%	是
	雅熙布艺南通有限公司	i-baby 睡袋、安抚毯等	213.06	1.87%	是
	上海浦东自立彩印厂有限公司	包装材料	51.52	0.45%	否
	江阴阿普国际贸易有限公司	辅料	44.29	0.39%	否

年份	供应商名称	采购内容	采购额	占总采购额的比例	是否前十大供应商
	山东千榕家纺有限公司	i-baby 睡袋等	25.47	0.22%	否
	宁波宏湾家纺制品有限公司	辅料	11.76	0.10%	否
	上海久山包装材料有限公司	包装材料	8.35	0.07%	否
	常熟华贸纺织科技有限公司	面料	4.59	0.04%	否
	上海瑞蓓丝国际贸易有限公司	辅料	1.04	0.01%	否
	小计		594.67	5.23%	
2018年度	雅熙布艺南通有限公司	i-baby 睡袋、安抚毯等	164.84	2.91%	是
	小计		164.84	2.91%	

注：上述数据未经审计。

综上，报告期内，发行人和英伦宝贝向重叠供应商采购规模同时增长的原因主要系发行人和英伦宝贝的业务规模呈逐年增长的趋势。英伦宝贝向重叠供应商的采购占比分别为 2.91%、5.23%和 12.19%，其中张家港市辉辉纺织品有限公司和雅熙布艺南通有限公司系英伦宝贝前十大供应商，但英伦宝贝向其采购的商品与发行人不存在重叠，不存在利益输送的情形。

请申报会计师核查并发表明确意见。

（一）核查过程

- 1、获取英伦宝贝、哲雄母婴 2018 年度、2019 年度和 2020 年的序时账和财务报表；
- 2、对实际控制人王耀民、英伦宝贝和哲雄母婴相关部门负责人员进行访谈，了解英伦宝贝和哲雄母婴的基本情况、业务模式等信息；
- 3、实地走访英伦宝贝、哲雄母婴的主要经营场所；
- 4、获取英伦宝贝、哲雄母婴报告期内的员工花名册、客户供应商清单；
- 5、获取英伦宝贝、哲雄母婴报告期内的银行开户清单和资金流水；
- 6、获取英伦宝贝、哲雄母婴签署的调查问卷和相关确认/说明文件。

（二）核查结论

经核查，申报会计师认为：

1、英伦宝贝的客户主要为境内 C 端客户和分销商，哲雄母婴的客户主要为境内 C 端用户，两者均以境内销售为主；英伦宝贝和哲雄母婴均直接向供应商采购成品，无自主生产环节。

2、报告期内，发行人和英伦宝贝向重叠供应商采购规模同时增长的原因主要系发行人和英伦宝贝的业务规模呈逐年增长的趋势。英伦宝贝向重叠供应商的采购占比分别为 2.91%、5.23%和 12.19%，其中张家港市辉辉纺织品有限公司和雅熙布艺南通有限公司系英伦宝贝前十大供应商，但英伦宝贝向其采购的商品与发行人不存在重叠，不存在利益输送的情形。

问题 15. 关于管理费用中服务费

审核问询回复显示：报告期内，公司的管理费用的服务费金额分别为 176.83 万元、387.21 万元和 1,452.05 万元，呈持续增长趋势，2020 年服务费相比 2019 年增加了 1,064.84 万元，主要包括募投项目咨询费、阿米巴培训服务费、与 IPO 相关的中介机构费和咨询费等。

请发行人补充说明 2020 年服务费对应的主要供应商及其金额情况；除 IPO 中介机构外，其他服务机构的具体情况及相关服务发生的具体时间，实控人等人资金流水是否与该服务机构存在资金往来。请保荐人、申报会计师核查并发表明确意见。

【回复】

请发行人补充说明 2020 年服务费对应的主要供应商及其金额情况；除 IPO 中介机构外，其他服务机构的具体情况及相关服务发生的具体时间，实控人等人资金流水是否与该服务机构存在资金往来。

（一）发行人 2020 年服务费主要供应商及业务内容的情况

2020 年度，发行人管理费用中的服务费共计 1,452.05 万元，服务费主要包括募投项目咨询费、阿米巴培训服务费、与 IPO 相关的中介机构费和咨询费等，2020 年度发行人向单一供应商采购 5 万元及以上的情况如下所示：

单位：万元

供应商名称	服务及费用内容	服务期间	采购金额
-------	---------	------	------

供应商名称	服务及费用内容	服务期间	采购金额
北京康创联盛科技有限公司	阿米巴项目咨询培训费	2020 年 3 月至 2020 年 12 月	230.00
华泰联合证券有限责任公司	IPO 辅导、保荐费用	至上市相关服务 完成之日	198.75
安永华明会计师事务所(特殊普通合伙)	IPO 审计服务费用	至上市相关服务 完成之日	168.97
广州道成智聚企业管理咨询有限公司	阿米巴项目咨询培训费	2020 年 3 月至 2020 年 12 月	150.00
北京集佳知识产权代理有限公司	商标注册费用等服务费	2020 年 3 月至商 标注册完成	59.71
上海穗策税务师事务所有限责任公司	资产报损鉴证费	2020 年 7 月 9 日 至 2020 年 7 月 31 日	53.40
江苏联合合力律师事务所	张家港中堂律师服务费	2020 年 1 月至 2020 年 12 月	47.17
浙江一亿中流信息科技有限公司	衢州募投项目顾问服务 费	2020 年 1 月至 2020 年 6 月	40.00
浙江清创和梓信息科技有限公司	衢州募投项目顾问服务 费	2020 年 1 月至 2020 年 6 月	40.00
三问投资控股集团有限公司	采购物业、汽车等相关 服务费用	2020 年 1 月至 2020 年 12 月	38.63 ^{注 1}
上海市锦天城律师事务所	IPO 及其他法律服务费	至上市之日	38.60
上海锦坤文化传播有限公司	秦艺品牌设计服务费	2020 年 7 月至 2021 年 12 月	37.74
上海阆铎智能科技有限公司	邮件升级服务费用	2020 年 4 月至 2020 年 12 月	32.00
张家港保税区友邦物业管理有 限公司	张家港中堂保安、保洁 服务费	2020 年 1 月至 2020 年 12 月	31.18
东道品牌创意集团有限公司上海 分公司	品牌设计费	2020 年 10 月至 2020 年 12 月	30.53
北京荣大科技有限公司	IPO 服务费	至上市相关服务 完成之日	25.20
上海东洲资产评估有限公司	秦艺、南通资产、商誉 减值测试相关评估服务 费	2020 年 7 月 -2020 年 10 月	22.00
深圳汉鼎智库咨询服务有限公 司	咨询服务费	2020 年 1 月 15 日至 2020 年 5 月	21.00
Sullivan&Worcester Attorney LLP	美国公司法律服务费	2020 年 8 月	13.03
上海泉鸣投资咨询有限公司	财经咨询服务费	2020 年 4 月至上 市后三个月	10.00
上海申海保洁管理有限公司	保洁服务费	2020 年 4 月至 2020 年 12 月	9.99
LEGAL TOWN LAW FIRM	柬埔寨公司法律服务费	2020 年 8 月至 2020 年 9 月	7.10
森辉信息科技(上海)有限公司	金蝶 K3Cloud 系统年服 务费	2020 年 1 月至 2020 年 12 月	6.41

供应商名称	服务及费用内容	服务期间	采购金额
北京东审鼎立国际会计师事务所有限责任公司	审计服务费	2020 年 1 月至 2020 年 12 月	5.91
其他	包括各子公司安保、清洁、律师、审计等服务费和咨询费等	2020 年 1 月至 2020 年 12 月	134.73
合计			1,452.05

注 1: 2020 年下半年, 发行人向三问投资支付的采购物业、汽车等相关服务费用在管理费用办公费核算, 2020 年度相关费用合计 59.59 万元, 于招股说明书经常性关联交易中披露。

(二) 上述供应商与实控人等人资金流水核查情况

申报会计师核查了报告期内发行人实际控制人及其成年子女、董事（独立董事张昕及翁和生除外，股东委派董事朱庆莲除外）、监事、高级管理人员以及关键岗位人员报告期内（2018 年 1 月 1 日至 2020 年 12 月 31 日）的个人银行账户的资金流水，不存在上述人员与上述机构（除三问投资）存在资金往来的情形。

请申报会计师核查并发表明确意见。

(一) 核查过程

1、取得发行人管理费用服务费明细账，通过与发行人财务总监访谈，了解大额服务业务的具体背景；

2、获取了发行人与上述机构的合同，了解协议所签订的服务内容，服务期间和采购金额，核查机构提供的成果；

3、核查发行人实际控制人及其成年子女、董事（独立董事张昕及翁和生除外，股东委派董事朱庆莲除外）、监事、高级管理人员以及关键岗位人员报告期内（2018 年 1 月 1 日至 2020 年 12 月 31 日）的个人银行账户的资金流水，比对是否其与上述机构存在大额交易。

(二) 核查结论

经核查，申报会计师认为：

1、2020 年度，发行人管理费用服务费主要包括募投项目咨询费、阿米巴培训服务费、与 IPO 相关的中介机构费和咨询费等，符合发行人经营实质。

2、报告期内发行人实际控制人及其成年子女、董事（独立董事张昕及翁和

生除外，股东委派董事朱庆莲除外）、监事、高级管理人员以及关键岗位人员报告期内（2018 年 1 月 1 日至 2020 年 12 月 31 日）的个人银行账户的资金流水，不存在上述人员与上述机构（除三问投资）存在资金往来的情形。

问题 16. 关于股份支付

审核问询回复显示：（1）2017 年 10 月 18 日，宁波新泉以 3 元/出资额的价格受让取得 200 万元公司出资额，占公司股权比例 3.1731%，实际授予员工的数量为 152.70 万元公司出资额，属于可立即行权的股权激励；参考公司发展情况与市场行情，股权激励每份出资额的公允价值定为 15.44 元，公允价值与行权价之间的差额 1,899.84 万元计入当年的管理费用和资本公积；（2）员工获授的限制性股权的限售期为自授予登记完成之日起至公司股票上市之日起 36 个月；发行人将股份支付费用一次性进入当期损益；（3）程晖受让退出的有限合伙人持有的股份后，相关股份即归属于程晖，程晖作为公司的实际控制人，该受让行为不构成对其劳务的报酬，不确认为股份支付。

请发行人结合财政部公布的股份支付准则应用案例补充说明：（1）发行人是否需就股份支付分期确认费用；（2）员工离职将所持股份转回实际控制人是否构成新的股份支付。请保荐人、申报会计师发表明确意见。

【回复】

一、发行人是否需就股份支付分期确认费用；

根据《股份支付准则应用案例-以首次公开募股成功为可行权条件》之案例分析，有如下关键点：

项目	应用案例	发行人
服务条件	授予日至甲公司成功完成首次公开募股期间持续服务 （无具体服务期限约定，但明确约定如果甲公司成功完成首次公开募股之前员工如主动离职，员工不得继续持有持股平台份额，而应以原认购价转让给实际控制人。）	无服务期限约定，也未约定公司上市成功前员工如主动离职必须以原认购价转让给实际控制人。
业绩条件	成功完成首次公开募股，为非市场业绩条件	无
回购的处理	首次公开募股成功前员工主动离职，实际控制人将以自有资金按照员工认	员工离职时可以申请由实际控制人（或其指定的第三方）在员

项目	应用案例	发行人
	购价回购员工持有的持股平台份额	工持股平台层面，按双方协商一致的价格回购，也可以选择继续持有。

根据上表分析可以看出，应用案例中的股权激励计划及合伙协议未对员工的具体服务期限作出专门约定，但明确约定如果自授予日至甲公司成功完成首次公开募股时员工主动离职，员工不得继续持有持股平台份额，实际控制人将以自有资金按照员工认购价回购员工持有的持股平台份额，回购股份是否再次授予其他员工由实际控制人自行决定。该约定表明，甲公司员工须完成规定的服务期限方可从股权激励计划中获益，属于可行权条件中的服务期限条件，应用案例中甲公司成功完成首次公开募股属于可行权条件中业绩条件的非市场条件。而发行人在股权激励计划中并未约定员工离职后不得继续持有持股平台份额，而是允许员工可以选择继续持有或者申请由实控人（或其指定的第三方）在员工持股平台层面，按照双方协商一致的价格回购，并不存在潜在的服务期限，因此该应用案例的会计处理方式对于发行人不适用。

根据《企业会计准则解释第 3 号》股份支付相关讲解：企业根据国家有关规定实行股权激励的，股份支付协议中确定的相关条件，不得随意变更。其中，可行权条件是指能够确定企业是否得到职工或其他方提供的服务、且该服务使职工或其他方具有获取股份支付协议规定的权益工具或现金等权利的条件；反之，为非可行权条件。可行权条件包括服务期限条件或业绩条件。企业在确定权益工具授予日的公允价值时，应当考虑股份支付协议规定的可行权条件中的市场条件和非可行权条件的影响。股份支付存在非可行权条件的，只要职工或其他方满足了所有可行权条件中的非市场条件（如服务期限等），企业应当确认已得到服务相对应的成本费用。根据“上市公司执行企业会计准则案例解析（2020 年版）：案例 9-04 涉及限制性股票的股份支付计划”，在股利可以累积的情况下，只有解锁后的限售条款才属于非可行权条件，可以作为公允价值的调整因素。

由于发行人激励对象已在授予日解锁获得股权，解锁后的 3 年限售期，该限售条款属于非可行权条件，不属于行权条件中的服务期。发行人根据《首发业务若干问题解答（2020 年 6 月修订）》的相关规定：“确认股份支付费用时，对增

资或受让的股份立即授予或转让完成且没有明确约定服务期等限制条件的，原则上应当一次性计入发生当期，并作为偶发事项计入非经常性损益”，因此发行人对员工实施的股权激励，应作为偶发事项计入非经常性损益，不应将相关股份支付分期确认费用。

二、员工离职将所持股份转回实际控制人是否构成新的股份支付。

根据《股份支付准则应用案例-实际控制人受让股份是否构成新的股份支付》之案例分析，有如下关键点：

项目	应用案例	发行人
股份来源	新股增发	持股平台股份属于实际控制人老股拨备，在员工离职时转让回实控人手中，对实控人而言未获取任何收益，且根据 2017 年 5 月 15 日股东会审批通过的《限制性股权激励计划》实控人并不在激励名单中，不属于需要激励的对象，亦非发行人员工，不符合股份支付的定义。
协议约定	自授予日起，持股平台合伙人为公司服务满 3 年后可一次性解锁股份；有限合伙人于限售期内离职的，应当以 6 元/股的价格将其持有股份转让给普通合伙人。	股权激励计划中未约定服务期，且员工离职时可以申请由实际控制人（或其指定的第三方）在员工持股平台层面，按双方协商一致的价格回购，也可以选择继续持有。
受让股份的后 续安排	不享有受让股份对应的投票权和股利分配等受益权；须在限售期内将受让股份以 6 元/股的价格再次分配给持股平台的其他有限合伙人。	属于个人股东之间自愿的转让行为，继而享受股份对应的投票权和股利分配等受益权，并不适用于代持的考虑。

如上表之关键条款分析，由于发行人的实际控制人受让的股份并非为上市公司向持股平台增发的股份，而是属于实际控制人王耀民个人拨付出来的老股份额，夫妻双方也是一致行动人，程晖作为持股平台的普通合伙人受让有限合伙人股份后，属于实控人与持股平台离职员工之间股份的自愿转让行为，继而享受受让股份对应的投票权和股利分配等受益权，并不属于股份的代持行为。根据 2017 年 5 月 15 日董事会审批通过的《限制性股权激励计划》，拟授予激励对象的限制性股权数量为 200 万股，首次授予 152.70 万股，预留 47.30 万股，预留部分的股权仍然属于发行人实际控制人王耀民及程晖夫妻，实控人并不在股份激励的员工名单上不属于需要激励的对象，并不适用于案例一中代持的考虑。

根据《授予协议书》的约定，员工离职时由普通合伙人（实际控制人程晖）以双方协商的价格回购其股份，此外通过中介机构对实际控制人及激励对象的访谈，也未识别出强制回购的情况。实际控制人以每股3元外加利息的回购价格向离职员工回购相关股份属于双方友好协商、自愿的结果。因此，从本质上看，实际控制人未从受让股份中获得收益，实际控制人回购离职员工的股份并非对实际控制人的股权激励，该交易不符合股份支付的定义，不构成新的股份支付。

请申报会计师发表明确意见。

（一）核查过程

1、获取宁波新泉工商档案、合伙协议，与发行人员工花名册进行比对，复核员工持股平台涉及的人员范围及具体岗位；

2、查阅发行人《限制性股权激励计划》及相应的股东会决议、与员工签订的《限制性股权激励计划授予协议书》；

3、对实际控制人、人力资源总监及部分员工激励对象进行访谈，询问激励条件、回购价格、服务期限等相关问题。

（二）核查结论

经核查，申报会计师认为：

1、对于激励对象，发行人仅与之签订了限制性股权激励计划授予协议书》，无其他口头承诺或者额外的协议约定，未与员工约定服务期限或业绩条件等行权条件。

2、员工主动离职时，按照双方自愿、协商一致的价格回购，并不存在潜在的服务期限。

3、实际控制人回购离职员工的股份并非对实际控制人的股权激励，该交易不符合股份支付的定义，不构成新的股份支付。

4、发行人对员工实施的股权激励，未与员工约定服务期限或业绩条件等行权条件，不应将相关股份支付分期确认费用。

问题 17. 关于境外存货

审核问询回复显示：（1）发行人存放于境外的存货，包括存放于美国公司、柬埔寨公司的家纺、服饰产品；（2）中介机构对发行人在荷兰、美国的存货进行了监盘，具体为申报会计师境外团队成员实地监盘，保荐人项目组及申报会计师项目组通过视频监盘；（3）对期末存货中委托加工物资及大额发出商品等由第三方保管和控制的存货实施了函证程序及期后核查程序。

请发行人补充披露是否存在已向客户出售的商品仍存放于发行人境外仓库的情形，若存在，请说明上述安排的原因及合理性。请保荐人、申报会计师补充说明在对发行人境外仓库监盘过程中，是否存在已出售的相关存货，在向第三方物流公司和仓储核对发行人存货时，是否存在第三方记录数据大于发行人存货的情形。请保荐人、申报会计师核查并发表明确意见。

【回复】

请发行人补充披露是否存在已向客户出售的商品仍存放于发行人境外仓库的情形，若存在，请说明上述安排的原因及合理性。

发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十一、资产质量分析”之“（二）流动资产结构及变化分析”之“5、存货”之“5）发行人境外存货情况”中就上述情况进行了补充披露，具体如下：

“5）发行人境外存货情况

报告期发行人境外仓库及对应的存货情况汇总如下：

单位：万元

公司名称	2020. 12. 31		2019. 12. 31		2018. 12. 31		仓库名称	仓库主要用途
	账面余额	占比	账面余额	占比	账面余额	占比		
美国公司	1,667.82 ^注	16.23%	-	-	-	-	One Stop Customs Brokers Inc 仓库	存储医护产品以备出售
美国公司	10.18	0.10%	13.23	0.43%	92.01	2.96%	Westset Distribution, Inc 仓库、三问家居运输存货至 Westset Distribution, Inc 仓库途中	维护 Nordstrom、Meijer 和 Macy's 客户关系战略性备货使用
荷兰公司	460.12 ^注	4.48%	-	-	-	-	荷兰办事处	存储医护产品以备出售
柬埔寨公司	63.98	0.62%	53.94	1.73%	-	-	柬埔寨工厂	存放柬埔寨工厂产成品和原材料

公司名称	2020. 12. 31		2019. 12. 31		2018. 12. 31		仓库名称	仓库主要用途
	账面余额	占比	账面余额	占比	账面余额	占比		
香港公司	63.75	0.62%	-	-	-	-	香港公司运输存货至达拉斯仓库途中	海外运输途中
香港公司	1.48	0.01%	-	-	-	-	达拉斯仓库	存储物资以备销售
总计	2,267.33	22.07%	67.17	2.16%	92.01	2.96%		

注：美国公司存放于 One Stop Customs Brokers Inc 仓库的口罩产品于 2020 年末已全额计提存货跌价准备，仓库存放存货账面净额为 870.29 万元，主要为手套产品；荷兰公司存放于其办事处的口罩产品于 2020 年末已全额计提存货跌价准备，账面净额为 0 元。

报告期各期，三问家居及子公司销售给美国公司和美国公司将上述产品销售给客户的数量及金额情况列示如下：

单位：万件、万副等，万元

产品	年度	合并范围内公司销售至美国公司		美国公司对外销售自合并范围内公司采购的产品情况	
		数量	销售收入金额	数量	销售收入金额
非医护产品	2020 年	2.02	163.75	1.97	186.59
	2019 年	1.53	111.07	2.12	216.99
	2018 年	7.47	469.23	8.18	596.59
医护产品	2020 年	13,009.95	13,643.05	10,636.80	12,968.35

注：美国公司对外销售时保留了一定的毛利

报告期内，发行人经由美国公司对外销售的家纺、服饰产品金额较小，美国仓库主要用于存放少量产品用于中转备货。2020 年度，发行人拓展了医护类产品业务，美国的仓库、荷兰的仓库增加了一次性口罩和手套等医护产品。发行人境外存放的存货主要通过客户自提或运输至约定地点的模式进行销售，并根据客户的提货单据或签收单据确认收入。报告期各期末，发行人境外存货均尚未对外出售，不存在已向客户出售的商品仍存放于发行人境外仓库的情形。

”

请申报会计师补充说明在对发行人境外仓库监盘过程中，是否存在已出售的相关存货，在向第三方物流公司和仓储核对发行人存货时，是否存在第三方记录数据大于发行人存货的情形。

申报会计师项目组（以下简称“监盘人员”）在申报会计师境外团队成员的协助下对发行人位于美国的 One Stop Customs Brokers Inc 仓库的存货执行了视频监盘程序，由申报会计师境外团队成员对发行人位于荷兰子公司仓库的存货执行

了现场监盘程序。

在盘点前，监盘人员与发行人及仓库管理人员讨论了盘点计划，并要求盘点时仓库处于静止状态，并获取了仓库平面图及其具体的地址信息。在视频监盘开始前，监盘人员要求盘点人通过谷歌地图进行现场定位并向监盘人员展示，并要求盘点人拍摄仓库的镜头与获取的地图信息进行对比。同时，监盘人员要求盘点人员通过镜头巡场一周，记录一些有标志性的地点，并在盘点过程中要求盘点人回到这些地点进行复核。

盘点过程中，监盘人员要求盘点人展示装、卸货区，确保无遗漏的存货以及盘点当天存货确实处于静止状态。同时，监盘人员要求盘点人展示相关措施以区分不同公司存货的堆放情况。

盘点结束时，监盘人员现场核对盘点结果，并与获取的存货清单进行比对，关注是否存在盘点差异及原因。对于视频盘点，盘点结束时，监盘人员要求盘点人员再次进行 GPS 定位并截屏发送给监盘人员。

监盘人员对发行人境外存货执行了上述监盘程序。监盘过程及盘点结果不存在异常情况，不存在报告期末仓库中储存有发行人已出售的存货。此外我们对第三方仓库 One Stop Customs Brokers Inc 执行了函证程序，回函相符。

境外存货中 Westset Distribution, Inc 仓库、达拉斯仓库，One Stop Customs Brokers Inc 仓库为第三方仓库和第三方物流仓库。Westset Distribution, Inc 仓库和达拉斯仓库存货金额在报告期末占存货账面余额比例小于 3%，对发行人无重大影响，未执行监盘程序。

申报会计师获取了报告期各期末 Westset Distribution, Inc、One Stop Customs Brokers Inc 仓库提供的存货明细、登录发行人账户并导出达拉斯仓库后台存货明细，并核对上述存货明细与发行人账面结存数量，具体数据列示如下：

单位：万件、万副等

期末	仓库	第三方存货数量	账面存货数量	差异
2020/12/31	Westset Distribution, Inc	0.15	0.15	-
2020/12/31	One Stop Customs Brokers Inc	2,373.15	2,373.15	-
2020/12/31	达拉斯仓库	0.16	0.16	-

期末	仓库	第三方存货数量	账面存货数量	差异
2019/12/31	Westset Distribution, Inc	0.10	0.10	-
2018/12/31	Westset Distribution, Inc	0.10	0.10	-

此外，申报会计师检查了美国公司和香港公司收入确认单据，单据齐全，收入确认及时，未见异常。

请申报会计师核查并发表明确意见。

（一）核查过程

1、获取发行人境外仓库明细，检查发行人与仓库出租人签订的租赁协议和仓库平面图；

2、获取发行人存放境外存货明细，同时获取第三方仓库的存储明细进行核对；

3、了解境外存货出库与收入确认流程，核查发行人境外收入确认单据，并核对出库记录信息；

4、查询客户交易的销售合同/订单、销售发票、出库单、物流单据、客户签收单等支持性文件，对收入执行细节测试，查验发行人销售收入是否计入合适的会计期间。

（二）核查结论

经核查，申报会计师认为：

发行人不存在已向客户出售的商品仍存放于发行人境外仓库的情形，同时不存在第三方记录数据大于发行人存货的情形。

问题 18. 关于存货跌价准备

审核问询回复显示：（1）发行人报告期存货账面余额分别为 3,104.01 万元、3,109.72 万元和 10,273.84 万元，2020 年末余额显著增加原因系产成品余额由 2019 年 2,501.22 万元增长至 8,462.18 万元；（2）发行人存货跌价准备余额报告期分别为 417.37 万元、476.88 万元和 3,115.83 万元，主要系产成品计提，原因系考虑到 2020 年下半年至 2021 年初口罩类产品价格大幅下跌，发行人于 2020 年末所

持有的口罩产品在期后出现滞销的情形，其存货成本低于可变现净值，基于谨慎性原则对口罩产品全额计提存货跌价准备 2,552.70 万元。

请发行人：（1）补充说明产成品项下各类产品的具体构成情况，包括数量、单位成本、账面余额和占比，并说明产成品规模迅速增长的原因；（2）补充说明产成品项下各类产品存货跌价准备的计提情况，对于跌价准备金额计提较多的产品，结合其可变现净值情况说明存货跌价准备计提的合理性。请保荐人、申报会计师核查并发表明确意见。

【回复】

一、补充说明产成品项下各类产品的具体构成情况，包括数量、单位成本、账面余额和占比，并说明产成品规模迅速增长的原因；

年度	项目	存货账面余额 (万元)	存货余额占比	存货数量 (万件、万米、 万副)	存货单价 (元/件、元/ 米、元/副)
2020 年度	家纺	1,209.20	14.29%	33.11	36.52
	服饰	1,527.32	18.05%	42.60	35.85
	面料	79.86	0.94%	3.78	21.13
	其他	751.80	8.88%	1.42	529.44
	医护	4,894.00	57.84%	4,878.41	1.00
	合计	8,462.18	100.00%	4,959.32	-
2019 年度	家纺	948.06	37.90%	47.96	19.77
	服饰	577.77	23.10%	20.64	27.99
	面料	36.68	1.47%	1.15	31.90
	其他	938.70	37.53%	1.61	583.04
	合计	2,501.22	100.00%	71.36	-
2018 年度	家纺	683.29	31.41%	26.46	25.82
	服饰	503.23	23.13%	33.06	15.22
	面料	15.42	0.71%	1.16	13.29
	其他	973.76	44.76%	1.92	507.16
	合计	2,175.69	100.00%	62.59	-

家纺产品与服饰产品方面，发行人报告期各期末产成品规模处于不断增长状态。受 2020 年欧美地区新冠疫情反复的影响，部分客户下达给发行人的采购订

单发货期推迟至第四季度，企业采购用以出售的产成品增加，同时受船期影响存货已到达港口尚未装船运输，未达到收入确认条件，故 2020 年末结存的家纺与服饰的产成品规模较 2019 年增长 79.35%。2019 年较 2018 年家纺与服饰的产成品规模增长 28.60%，主要原因为 2019 年末常熟中堂出口的货物正在办理清关手续，尚未装船运输，未达到收入确认条件，导致 2019 年末产成品结存有所增加。

发行人报告期内不断拓展面料业务，并于 2018 年 6 月将内部面料部门设置为独立子公司亮丰新材料，市场的拓展影响面料产品结存金额不断上涨，2020 年末存货较 2019 年增长 117.72%，2019 年末较 2018 年末增长 137.87%。

其他产品方面，主要系秦艺服饰销售的旗袍和配饰等产品，由于盈利能力较弱，2020 年秦艺服饰逐步收缩减少生产，2020 年末产成品结存减少 19.91%。2019 年末和 2018 年末的其他产成品规模较为稳定。

医护产品方面，2020 年新增医护物资销售业务，年末医护存货占比为 57.84%，其中包括 2,552.70 万元口罩产品及 2,276.84 万元手套产品。

二、补充说明产成品项下各类产品存货跌价准备的计提情况，对于跌价准备金额计提较多的产品，结合其可变现净值情况说明存货跌价准备计提的合理性。

项目	产成品-家纺			产成品-服饰			产成品-面料			产成品-其他			产成品-医护产品			合计		
	账面 余额	跌价 比例	存货跌 价准备	账面 余额	跌价 比例	存货跌 价准备	账面 余额	跌价 比例	存货跌 价准备	账面 余额	跌价 比例	存货跌 价准备	账面 余额	跌价 比例	存货跌 价准备	账面 余额	跌价 比例	存货跌 价准备
2020 年末	1,209.20	-	-	1,527.32	-	-	79.86	43.19%	34.49	751.80	69.08%	519.37	4,894.00	52.16%	2,552.70	8,462.18	36.71%	3,106.57
2019 年末	948.06	-	-	577.77	-	-	36.68	-	-	938.70	50.80%	476.88	-	-	-	2,501.22	19.07%	476.88
2018 年末	683.29	-	-	503.23	-	-	15.42	-	-	973.76	42.86%	417.37	-	-	-	2,175.69	19.18%	417.37

存货跌价准备金额计提较多的产品是医护产品和其他产品，其他产品主要系旗袍和配饰等：

2020 年年末医护产品结存 2,553 万元口罩产品及 2,277 万元手套产品，其中医护产品中计提跌价的是口罩产品。发行人针对所持有的口罩、手套等医护类产品，根据在手订单单价、市场售价及期后滞销情况对存货进行了减值测试。发行人账面结存口罩产品单价为人民币 1.05 元/只，远高于口罩产品的市场售价；同时，由于口罩产能的提升，市场中新生产的口罩产品的标准和质量均好于发行人于口罩产能紧张时的备货，发行人于 2020 年末持有的口罩产品在期后严重滞销。据此，发行人对口罩产品全额计提存货跌价准备 2,552.70 万元。其他医护物资主要是手套，由于 2020 年末境外手套市场需求增长，手套销售稳定，手套产品的可变现净值高于存货成本，无需计提存货跌价准备。

其他产品中计提跌价的是秦艺服饰的旗袍和配饰产品。报告期内，发行人根据库龄对该部分存货进行减值测试并计提存货跌价准备：对 2-3 年库龄的存货计提 70% 存货跌价准备；对 3 年以上库龄的存货全额计提存货跌价准备。

发行人对存货计提跌价准备，综合考虑了公司的实际经营情况、产品特点和周转速度，存货的可变现净值、期后销售情况等，存货跌价准备计提数据合理。

请申报会计师核查并发表明确意见。

（一）核查过程

1、查阅发行人存货收发存明细表和存货库龄分析表，核查发行人期末存货结构、明细金额；

2、了解发行人存货跌价准备计提政策，各存货细分类别的跌价测试及计提情况；查阅发行人存货库龄分析表，重新计算报告期各期末存货跌价准备计提过程，核查发行人存货跌价准备计提的适当性；

3、获取发行人期后存货销售明细，以及期后相同地区同类产品的市场售价，核查存货计算可变现净值使用的预估售价的合理性；

4、核查发行人估计的存货销售相关费用计算过程，评估其合理性。

（二）核查结论

经核查，申报会计师认为：

- 1、发行人报告期内产成品增长规模在其业务发展的合理范围内。
- 2、报告期内各期末，发行人足额计提了存货跌价准备。

问题 19. 关于经营活动现金流

审核问询回复显示：（1）发行人经营活动产生的现金流量净额 2018 年至 2020 年分别为-1,863.80 万元、8,969.01 万元和 3,031.33 万元，占净利润的比例分别为 -28.24%、122.82%和 27.70%，报告期净利润差额累计 14,709.71 万元；（2）2020 年度，公司经营活动产生的现金流量净额低于当期净利润较多，主要原因系本期公司抓住疫情防控时期医护类产品出口的市场机遇，采购的口罩和手套等存货较多，占用了部分经营活动的资金，存货以及向供应商预付了较多的货款，因此，2020 年度，公司经营活动产生的现金流量净额低于当期净利润较多。

请发行人：（1）结合具体项目，量化说明报告期经营活动现金流净额规模显著小于净利润水平的原因；（2）结合具体项目，量化说明 2020 年“公司采购的口罩和手套等存货较多，占用了部分经营活动的资金，存货以及向供应商预付了较多的货款”对经营活动现金流的影响。请保荐人、申报会计师发表明确意见。

【回复】

一、结合具体项目，量化说明报告期经营活动现金流净额规模显著小于净利润水平的原因；

报告期内，公司经营活动现金流量净额为-1,863.80 万元、8,969.01 万元和 3,031.33 万元，净利润分别为 6,599.08 万元、7,302.52 万元和 10,944.65 万元，公司 2018 年和 2020 年净利润和现金流量净额差额较大且经营活动现金流处于较低水平，2019 年净利润和现金流量净额差额较小。

报告期内，发行人将净利润调节为经营活动现金流量净额的过程如下：

单位：万元

项目	2020年度	2019年度	2018年度
净利润	10,944.65	7,302.52	6,599.08

项目	2020年度	2019年度	2018年度
加：信用减值损失	775.91	-159.93	-
资产减值准备	4,545.57	165.35	650.21
固定资产折旧	685.13	532.17	505.86
无形资产摊销	76.45	42.36	37.00
长期待摊费用摊销	51.70	74.91	73.05
处置固定资产和其他长期资产的损失	35.84	53.45	44.86
公允价值变动收益	-1,550.19	-178.87	-
财务费用	1,474.63	379.38	137.45
投资(收益)/损失	-2,301.66	588.67	471.89
递延所得税资产(增加)/减少	-885.24	63.58	-10.59
递延所得税负债增加	387.55	44.72	-
存货的(增加)/减少	-9,031.74	-111.54	82.07
经营性应收项目的(增加)/减少	-6,932.94	4,444.00	2,457.66
经营性应付项目的增加/(减少)	4,755.68	-4,271.75	-12,912.33
经营活动产生/(使用)的现金流量净额	3,031.33	8,969.01	-1,863.80

2018年经营活动产生的现金流量净额与当期净利润的差异为-8,462.88万元，主要原因系2017年12月公司收到投资人投资款和三问投资归还的拆借款后，资金较为充裕，2018年支付了较多供应商货款，经营性应付项目减少了12,912.33万元；公司客户本期回款较多，经营性应收项目减少2,457.66万元，资产减值损失650.21万元，合计增加现金流3,107.87万元。

2019年经营活动产生的现金流量净额高于与当期净利润的差异为1,666.49万元，主要原因系2019年长期资产折旧、摊销649.44万元；公司为减少外汇汇率波动风险签订的远期结售汇业务以及外币期权业务公允价值变动收益-178.87万元、投资收益588.67万元，同时财务费用增加379.38万元，综合影响789.18万元。

2020年经营活动产生的现金流量净额与当期净利润的差异为-7,913.32万元，主要原因系公司为减少外汇汇率波动风险签订的远期结售汇业务以及外币期权业务公允价值变动收益1,550.19万元、投资收益2,368.98万元，同时财务费用

1,474.63 万元，综合影响-2,377.22 万元；2020 年医护类产品备货、尚未出运的家纺、服饰产成品增加导致存货增加 9,031.74 万元，存货跌价准备增加 4,545.57 万元，综合影响-4,486.17 万元；由于公司销售规模增长，经营性应收项目增加 6,932.94 万元，应收款项坏账准备增加 775.91 万元，而公司为锁定持续畅销的手套产品，支付了较多手套预付款，使经营性应付项目的增加 4,755.68 万元，小于经营性应收项目的增加，综合影响-1,401.35 万元。

二、结合具体项目，量化说明 2020 年“公司采购的口罩和手套等存货较多，占用了部分经营活动的资金，存货以及向供应商预付了较多的货款”对经营活动现金流的影响。

2020 年新冠疫情爆发后，公司抓住市场机遇，充分利用既有的欧美主要国家的中大型零售商客户渠道，发挥自身供应链管理的优势，拓展了口罩和手套等医护类产品业务。截至 2020 年末，公司预付江苏华之源科技发展有限公司、宁波天顺橡塑有限公司、镇江华扬乳胶制品有限公司、名医堂医药科技有限公司、河北泰能鸿森医疗科技有限公司等供应商医护类产品 9,838.57 万元，期末医护类产品存货账面余额 4,894.00 万元，二者合计增加购买商品、接收劳务支付的现金 14,732.57 万元。

请申报会计师发表明确意见。

（一）核查过程

1、访谈发行人相关财务人员，了解报告期内的经营活动现金流净额波动较大及与净利润差异较大的原因；

2、取得并核查发行人现金流量表及相关编制底稿，复核其编制过程，同时对现金流量表中各项目与资产负债表、利润表的勾稽关系进行分析和复核；

3、对发行人经营活动现金流量净额与当期净利润进行匹配，对现金流量各项目的变动趋势进行分析；

4、访谈发行人医护事业部相关人员，了解 2020 年公司医护类产品的销售政策、采购政策并检查相关采购合同。

（二）核查结论

经核查，申报会计师认为：

1、发行人报告期内经营活动现金流与净利润存在一定差异，但差异原因符合发行人实际情况。

2、发行人经营活动现金流量的变动趋势与发行人销售政策、采购政策、信用政策变化情况相匹配。

3、发行人 2020 年末采购口罩和手套预付的货款以及医护产品存货占用发行人经营活动现金 14,732.57 万元。

(本页无正文，为安永华明会计师事务所《关于三问家居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二轮审核问询函的回复说明》签字页。)

安永华明会计师事务所（特殊普通合伙）



中国注册会计师：都 蕾



中国注册会计师：章 艳



中国 北京

2021年6月20日